

Z세대의 핸드폰 및 폰 카메라 인식과 사진 문해력에 대한 연구

이 창 현*

*국민대학교 사회과학대학 미디어 전공 교수

A Study on the Perception of Cell Phones, Phone Cameras, and Photo Literacy of Generation Z

Chang-Hyun Lee*

*Professor, School of Communications, Kookmin University, Seoul 02707, Korea

[요 약]

Z세대는 태어나면서부터 핸드폰을 사용했으며, 폰 카메라도 일상적으로 활용했던 첫 번째 인류다. 이 논문은 Z세대의 핸드폰 및 폰 카메라에 대한 인식을 살펴보고 이러한 특성이 사진 문해력과 어떻게 관련되는지를 살펴보았다. 조사는 구글 설문지를 통해 서울 시내의 대학에서 교양 과목을 듣는 학생 120명을 대상으로 진행되었다. 조사 결과 Z세대의 핸드폰에 대한 인식은 놀이 수단(M=5.91)과 표현 수단(M=4.94) 인식이 전화수단(M=2.45) 인식보다 높았다. 핸드폰에 대한 표현 수단 인식은 사진 문해력($r=.41^{**}$)과 일반 문해력($r=0.29^{**}$)과 유의미한 정적 상관관계를 보였지만, 전화 수단 인식과 놀이 수단 인식은 사진 및 일반 문해력과 유의미한 상관관계를 보이지 않았다. 그리고 사진 문해력과 폰 카메라의 기록 보관형 이용동기($r=0.40^{**}$)와 소통 공유형 이용동기($r=0.45^{**}$) 간에는 유의미한 높은 정적 상관관계를 보여 주었다. 그러나 일반 문해력은 기록 보관형 이용동기($r=0.16^{*}$)와 유의미한 낮은 정적 상관관계를 보여 주었다.

[Abstract]

Generation Z has been using cell phones since childhood and is the first generation to use phone cameras daily. This study examines the perception of cell phones and phone cameras of Generation Z and how these characteristics are related to photo literacy. The survey was conducted with 120 students taking a liberal arts course at a college in Seoul through a Google survey. The survey results revealed that Generation Z perceives cell phones as a means of play(M=5.91) and expression(M=4.94) rather than a means of a telephone(M=2.45). Perception of cell phones as a means of expression demonstrated a significant positive correlation with photo literacy ($r=.41^{**}$) and general literacy ($r=0.29^{**}$), however, recognition of means of phone and means of play did not reveal a significant correlation between photo literacy and general literacy. Photo literacy showed a significant positive correlation with the perception of means of expression for cell phones($r=.41^{**}$), however, the perception of means of telephone showed no significant correlation. Furthermore, the photo literacy showed a significant positive correlation with the phone camera's record-keeping motive($r=0.40^{**}$) and communication-sharing motive($r=0.45^{**}$). However, general literacy showed a significant but low positive correlation with the motivation to use the record-keeping motive($r=0.16^{*}$).

색인어 : Z세대, 핸드폰, 폰 카메라, 문해력, 사진 문해력

Keyword : Z-generation, Cell Phone, Phone Camera, Literacy, Photo Literacy

<http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2023.24.5.1091>



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Received 26 January 2023; **Revised** 24 February 2023

Accepted 06 March 2023

*Corresponding Author; Chang-Hyun Lee

Tel: +82-2-910-4262

E-mail: chlee@kookmin.ac.kr

I. 서론

Z세대는 2000년 전후 출생하여 핸드폰을 자유롭게 이용하게 된 세대를 일컫는다. 이들은 태어나면서부터 핸드폰에 익숙했으며 초등학교 이전부터 핸드폰을 사용했고, 현재는 대학생으로서 핸드폰을 통해 소셜 미디어를 적극적으로 이용하는 세대이다. 그리고 Z세대는 폰 카메라를 통해 자신의 일상생활을 자유롭게 촬영하고 실시간으로 소셜 미디어에 공유하고 소통하는 세대이다. 폰 카메라는 핸드폰에 내장되어 언제 어디서나 사물을 기록하고 표현하는 장치로서 모바일 네트워크를 통해 세계와 실시간으로 소통할 수 있는 미디어가 되었다.

X세대, Y세대가 문자로 구글 검색을 했다면, Z세대는 사진 검색을 본격화하였고, 유튜브에서 영상 검색하는 것이 일반화되었다. 최근 정보통신 기술의 혁명적 발달에 따라 사진의 제작과 전송이 편리해지면서 인스타그램, 핀터레스트 등을 통한 사진 전송 및 공유도 일반화 되었다. 과거에는 활자로 세상을 기록하고, 소통하는 방식이 지배적이었다면, 오늘날은 사진으로 세상을 기록하고, 소통하는 방식이 지배적인 것이 되었다. 구텐베르크의 활자 혁명은 문자의 대량소통을 가능하게 했고 문자를 이해하는 능력인 문자 문해력(text literacy)을 중요한 소통 능력으로 인식하게 만들었다. 사진 기술의 혁명은 이미지의 대량소통을 가능하게 했고, 사진 문해력(photo literacy)을 중요한 소통 능력으로 요구하게 되었다. 글자 문맹에서 벗어나 필력을 기르는 중요성과 함께, 사진 문맹에서 벗어나 사진 표현 능력을 기르는 것이 중요해진 것이다. 그러나 핸드폰과 폰 카메라의 이용과 사진 문해력 간의 관계를 살펴 본 논문은 찾아보기 어렵다.

이 논문은 Z세대가 핸드폰과 폰 카메라를 어떻게 인식하는가를 살펴보고, 이러한 인식이 사진 문해력과 어떤 상관관계를 갖는지를 파악해보고자 한다. 그리고 연구 방법의 실증성을 높이기 위해 관련 변인의 측정 신뢰도를 확인했고, 연구 문제에 대한 해답을 얻기 위해 상관관계 분석을 실시하였다.

II. Z세대와 핸드폰 및 폰카 인식과 문해력

2-1 Z세대의 핸드폰과 폰카 인식

Z세대는 밀레니얼 세대를 잇는 인구 집단으로 1990년대 말부터 2000년 초반까지 출생한 세대이다. 옥스퍼드 영어사전에 의하면 “Z세대는 알파벳의 마지막 글자로 20세기에 태어난 마지막 세대이며 21세기의 첫 순간을 경험하는 세대”이다. 보통 1984년 이전에 태어난 사람들을 X세대, 그 이후 태어난 세대를 밀레니얼세대(Y세대)로, 그 다음 세대를 Z세대로 호명하는 것이다.[1]

Z세대의 가장 큰 특징은 디지털 원주민(digital native)이라는 점이다. 밀레니얼 세대인 Y세대를 디지털 유목민(digital nomad)라고 부르는 것과 구분하면서, 태어남과 동

시에 경험한 디지털 본성을 강조한 것이다.[2] 디지털 유목민이 와이파이 존을 찾아다니는 것을 유목에 비유해 만든 개념이라면, 디지털 원주민은 태어남과 동시에 생활 공간 모든 곳에 통신망이 연결되어 있음을 강조한다. Z세대는 어려서부터 인터넷이 연결된 디지털 환경에서 자라나서 아날로그 환경을 체험조차 못 한 세대이다. 이들은 데스크 탑에 의존하지 않고, 모바일 환경 속에서 언제 어디서나 핸드폰으로 소통하는 세대이다. 밀레니얼 세대가 인터넷 기반으로 싸이월드 등 커뮤니티를 주로 이용했다면, Z세대는 모바일 기반으로 페이스북 등 소셜 미디어를 주로 이용하는 세대이다.

그리고 Z세대는 텍스트보다는 이미지를 좋아하고, 실시간으로 대응하는 특성을 갖는다.[3] 다음 소프트웨어의 보고서에 의하면 Z세대는 새로운 기술에 익숙하며 개인적이며, 순간 집중력이 뛰어나고, 텍스트보다 이미지에 집중하는 특성을 갖는다.[4] 이들은 완전한 디지털 원주민으로서 텍스트를 대신하는 이모티콘과 이미지 파일 등 시각 자료로 감정을 표현하는데 익숙하다. 예컨대 “Z세대의 스마트폰 화면에는 글자가 하나도 없다. 각종 앱을 묶은 그룹명에 글자 대신 이모지라고 부르는 그림으로 된 기호가 가득하다”.[5] 이처럼 Z세대는 핸드폰을 기반으로 지식과 정보를 유통하는 데 이미지를 적극 활용한다.[6]

이러한 상황을 고려해 본다면 Z세대는 일반 문해력과 달리 과연 이미지의 이해와 표현에 대한 문해력이 높다고 할 수 있을 것이다. 이미지에 대한 문해력은 일반적으로 시각적 문해력(visual literacy)이라고 개념 규정 할 수 있겠으나, 이 논문에서는 사진 문해력(photo literacy)이라는 개념으로 특정해 보고자 한다. 즉, 사진 문해력은 디지털 원주민으로서 핸드폰으로 끝없이 소통하고, 사진을 단순히 소비하는 차원을 넘어 사진을 찍고 소통하는 생산자 특성을 반영하는 것이다. 즉, 폰 카메라를 갖고 무엇인가 찍고, 앱을 통해 편집해서 타인과 소통하는 능력을 반영한다. 이것은 Z세대의 특징이기도 한 이미지의 수동적인 수용자 뿐 아니라, 능동적인 생산자로서 프로슈머(prosumer)의 성격을 반영하는 것이다.

2-2 디지털 시대의 사진 문해력

옹(Walter Ong)은 그의 「구술 문화와 문자 문화」라는 책에서 인간의 역사를 구술 시대와 문자 시대로 구분했다. 구텐베르크의 활자발명이 문자 시대를 열고, 이것이 인간의 인식 체계를 선형적으로 바꾸었고, 문명의 성격도 구술 시대와는 다르게 변화시켰다는 것이다. 이와 같이 옹은 구어와 문어 등 ‘말을 어떻게 기술화하는가’의 방식에 따라 문명의 틀이 바뀌었다고 주장했다.[7] 이니스(Harold Innis)도 「문명의 편향」이라는 책에서,[8] 맥루한(Marshall McLuhan)은 「미디어의 이해」라는 책에서,[9] 미디어 기술의 발전이 문명의 틀을 바꾸는데 근본적 영향을 미쳤다는 논의를 발전시켰다.

19세기 초 사진의 발명은 이미지를 중심으로 한 시대를 열었다. 사진은 구텐베르크 이후 활자 중심의 문명을 사진 중심

의 문명으로 바꾸는 핵심적인 미디어였다고 볼 수 있다. 사진 이후에 영화와 텔레비전이 발전하면서 인간 문명에서 사진의 중요성은 더욱 강화되었다. 사진은 이미지 문명의 새로운 유전자 만들어 냈던 것이다. 니엡스가 최초의 카메라를 발명했고, 코닥이 이를 대중화하면서 이미지 문명은 더욱 대중화되고 본격화 되었다. 벤야민(Walter Benjamin)이 「기술복제시대의 예술」이라는 책에서 언급했던 것처럼 사진이 인쇄매체를 통해 대량으로 생산되고 소비되면서[10] 사진표현의 중요성은 더욱 강화되었다. 이어서 디지털 기술이 보편화되고, 모바일 기반으로 소셜 미디어가 널리 보급되면서 사진의 공유는 개인간의 지배적인 소통수단이 되었다. 이른바 사진의 실시간 공유시대가 열리면서 인간은 이미지 소통을 더욱 본격화 한 것이다.

일반적으로 문해력은 문자를 읽고 쓰는 능력을 말하지만, 최근 들어서는 디지털 시대의 기술을 이해하는 능력으로서 디지털 문해력(digital literacy), 영상을 이해하고 제작하는 능력으로서 시각 문해력(visual literacy)이라는 새로운 개념이 나타나고 있다. 시각 문해력은 이미지를 읽고 쓸 수 있는 능력을 말하며, 시각적 사고, 시각적 학습, 시각적 의사 소통 등의 요소로 구성되어 있다. 박상돈·이성도(2007)는 시각적 이미지가 문자에 비해 즉각적이고, 실감나며, 더 오래 기억되어, 설득력이 강하므로 사람들은 시각 문해력을 지속해서 배양해야 한다고 했다. 그리고 사진은 시각적 커뮤니케이션으로 그 의미가 확대되어야 하며, 이미지를 이해하고 새롭게 표현하는 능력을 갖는 것이 비주얼 리터러시의 기본이 되어야 한다고 했다.[11]

시각 문해력은 디지털 시대에 더욱 중요시된다. 미디어 기술의 발달로 디지털 조작이 만연하고, 사진의 사회적 영향이 강화되면서 시각 문해력의 중요성이 강조되고 있다. 이처럼 사진을 잘 찍고 이해하는 것은 전체적인 시각 문해력의 구체적인 측정 수단일 수 있다. 케드라(Kędra, 2017)는 시각 문해력을 인쇄된 사진의 유형을 분석하는 기법으로 살펴보기도 하였지만 디지털 시대가 되면서 카메라로 사진 찍기와 사진을 비판적으로 이해하는 방법 등을 포함하기도 하였다.[12] 한편, 메사리스(Messaris, 2012)는 시각적 문해력이 기술적 변화에 따라 달라져야 하는 이유로서, 첫째는 사진의 디지털 조작이 점점 일상화되고 있으며, 둘째는 이미지의 유통을 위한 네트워크의 가용성이 증가되는 점을 지적한다.[13] 이 논문에서는 카메라로 외부의 사물을 찍어서 내용으로 만들어내는 표현력과 그 사진을 제대로 읽어내는 능력을 사진 문해력으로 개념 정의했다.

최근 시각 미디어는 문자 언어의 퇴조와 함께 영향력이 상대적으로 강력해지고 있다. 이영미(2017)는 최근 시각 이미지 정보를 빠르고 바르게 해독하고 메시지를 수용하고 선별하며 시각적 메시지를 생산해내는 시각 문해력이 더욱 중요해지고 있다고 했다.[14] 특히, Z세대 대학생들은 디지털 원주민으로 알려진 만큼, 이들은 다양한 신기술에 반복적으로 노출되어 상당한 수준의 시각적 리터러시를 가지고 있다는

주장도 있다. 그러나 브럼버거(Brumberger, 2019)는 시각 문해력을 연구하면서, 핸드폰 세대인 고등학생들이 시각적 커뮤니케이션을 생성하고 해석하는 데 특별히 능숙하지 않다는 것을 찾아내기도 했다.[15]

그런 점에서 Z세대의 디지털 기술에 대한 핸드폰 이용과 이와 관련된 문해력은 연구를 통해 검증해야 하는 중요한 현상이다. 이 논문에서는 시각 문해력이 핸드폰에 대한 인식 및 이용 특성과 어떻게 관련되는지를 살펴보고자 한다. 이 논문이 핸드폰과 폰 카메라의 사용이 사람들의 사진 문해력을 증진시켜 줄 수 있는지에 대한 학문적 관심을 키울 수 있기를 기대한다.

III. 연구문제와 연구방법

3-1 연구문제

연구문제 1 : Z세대의 핸드폰 수단 인식과 폰 카메라 인식은 어떤 관계를 갖는가?

연구문제 2 : Z세대의 사진 문해력은 핸드폰 수단 인식과 어떤 관계를 갖는가?

연구문제 3 : Z세대의 사진 문해력은 폰 카메라 인식과 어떤 관계를 갖는가?

3-2 연구방법

1) 변인 측정

이 논문에서는 연구 문제에서 언급된 변인들을 측정하기 위해서 다음과 같은 방법을 이용했다. 우선 기존 문헌을 기반으로 핸드폰 수단 인식을 3가지 차원으로 나누어 측정하였고, 폰 카메라 이용동기 및 인식, 사진 문해력 등의 변인은 2개 이상의 항목 측정을 통해 이에 대한 신뢰도 검증을 한 후 변인으로 사용했다.

(1) 핸드폰에 대한 수단 인식 측정

2010년대 초기 스마트폰의 이용 동기는 유행추구, 정보추구, 소통 및 관계추구, 매체추구[16]로 파악되었고, 여기에 즉시성, 습관성, 이용 편리성[17]이 추가되기도 한다. 박신영(2013)은 스마트폰의 이용 동기를 실시간 정보 활용, 사회적 상호작용, 통합 미디어 기능, 업무상 편의 수단, 일상적 소통 습관, 시간적 동반자로 파악하였고,[18] 양연지·김기욱(2020)은 스마트폰의 활용패턴을 정보 추구, 즉시성 추구, 소통 추구, 통합 편리성 추구, 휴식 여가 추구로 나누었다. 이와 같이 초기 연구에서는 핸드폰이 단순한 전화 소통을 넘어 정보 획득 및 미디어 통합을 가능하게 하는 ‘스마트’한 매체임을 강조했다. 그리고 최근 연구에는 핸드폰이 단순한 스마트한 기능을 뛰어넘는 새로운 표현 미디어로서의 특성을 강조한다. 스마트폰으로 사진을 찍어 올리고 편집하고, 공유하는 미디어

기능, 즉, 사진 표현 기능을 강조하는 것이다. 이러한 기준 논의를 정리해보면 핸드폰은 전통적인 의미인 전화 소통 수단을 뛰어넘는 스마트한 기능을 갖게 되었고, 오락 휴식 등 놀이 수단으로서의 기능과 함께, 사진 촬영 등을 가능하게 하는 미디어 표현 수단의 기능을 갖게 되었다고 볼 수 있다. 이를 바탕으로 이 논문에서는 핸드폰의 3가지 수단인식의 측정척도를 정하였다. 질문은 “당신에게 핸드폰은 어떤 의미를 갖습니까?”라고 물었고, 측정은 ①전화수단, ②놀이수단, ③표현수단으로 나누어 리커트식 7점 척도에 따라 응답하도록 했다.

조사 결과 핸드폰을 단순히 전화수단(M=2.45)으로 이용하는 정도가 가장 낮았고, 표현수단(M=4.94), 놀이수단(M=5.91)으로 이용하는 정도가 높았다. Z세대의 핸드폰 이용특성을 잘 반영하는 결과라고 할 수 있다.

(2) 폰 카메라에 대한 인식 측정

최근 핸드폰은 Z세대의 요구를 반영하여 영상 표현의 폭을 넓히고, 카메라 기능의 차별화를 위한 기술 경쟁을 강화하고 있다. 그리고 휴대폰으로 사진을 찍으면서 일반인에 의해 기록된 일상적 사진 즉, ‘버내클러 사진’[19]이 유행을 한다는 것이다. 전문 사진가 사진이 아니라 일반인의 일상 사진이 네트워크와 연결되면서 자기표현 수단이 되었다는 것이다.[20] 최근 소셜 미디어의 경우도 1세대 SNS인 페이스북, 트위터 등에서 인스타그램, 핀터레스트 등 이미지, 동영상 기반으로 바뀌면서, 텍스트 비중을 줄이고 이미지를 중심으로 정보를 공유하는 체제로 변화하고 있다.[21]

핸드폰 카메라의 이용과 관련해서 Z세대의 특성을 파악하면, 우선 짧은 동영상을 이용하면서 빠른 판단을 하고, 해시태그 등을 통한 자기 만족을 중시하고, 디지털 편집 툴을 이용해서 쉽게 창작을 하고 소셜 미디어를 적극 이용하며 가상 공간에서 자신의 취향을 만들어 간다고 볼 수 있다. Z세대의 핸드폰 카메라 이용특성은 제작의 편리성, 나만의 추억기록, 전문가적 제작 마인드, 쉬운 창작과 소통, 자연스러움, 소셜 미디어에서의 타인 의식 등의 요소를 갖고 있다.

이러한 요소들은 사진을 촬영하고 감상하는 이해 능력과 함께, 편집하고 공유하는 제작 능력을 가져야 한다는 것을 의미한다.[22]

표 1. Z세대의 핸드폰 수단 인식 비교
Table 1. Comparison of cell-phone perception of Generation Z

Cell-phone perception	N	Minimum	Maximum	Mean	Standard deviation
Telephone	120	1.00	7.00	2.45	1.77
Play	120	1.00	7.00	5.91	1.23
Expression	120	1.00	7.00	4.94	1.75

이러한 기준 논의를 바탕으로 폰 카메라를 이용하는 동기는 4가지로 측정하였는데, 첫째는 나만의 추억을 간직하기 위해서, 나의 현실을 기록하기 위해서라는 항목으로 측정하였다. 이 유형은 ‘추억 기록형’으로 명명했고, 척도 신뢰도(크론바하 알파)는 0.73였다. 둘째는 누군가와 소통하기 위해서, 공유 사이트에 올리기 위해서라는 항목으로 측정하였다. 이 유형은 ‘소통 공유형’이라고 명명했고 척도 신뢰도(크론바하 알파)는 0.64이었다. 그리고 폰 카메라에 대한 선호도와 중요도를 단일 척도로 물었다. 선호도의 질문은 “폰 카메라로 사진을 찍는 것을 좋아 하십니까?”라고 물었고, 중요도의 질문은 “폰 카메라로 사진을 찍는 것이 중요하다고 생각하십니까?”라고 물었다.

(3) 문해력에 대한 측정

문해력에 대한 측정은 문자 문해력과 사진 문해력으로 나누어 이루어졌다. 문자 문해력은 글 읽기의 정도를 측정하기 위해서 당신은 '글'로 표현된 신문이나 문학작품을 읽는 것을 좋아하니까, 글쓰기를 측정하기 위해서 당신은 '글'로 상황을 잘 표현하는 편입니까라고 물어서 측정했다. 이 유형의 척도 신뢰도(크론바하 알파값)는 0.67이었다. 사진 문해력은 사진 찍기와 이해하기를 종합적으로 측정하기 위해서 당신은 '사진'을 즐겨보고 메시지를 잘 이해하는 편입니까와 당신은 '사진'을 잘 찍어서 사물을 잘 표현하는 편입니까라고 물어 측정했다. 이 유형의 척도 신뢰도(크론바하 알파값)는 0.77이었다.

표 2. Z세대의 폰 카메라 선호도, 중요도 측정
Table 2. Measurement of phone camera preferences and importance among Generation Z

Phone camera perception	N	Minimum	Maximum	Mean	Standard deviation
Preference	120	1.00	7.00	5.32	1.56
Importance	120	1.00	7.00	5.00	1.71

표 3. Z세대의 폰 카메라 이용 동기 측정
Table 3. Measurement of motivation for using phone camera among Generation Z

Phone camera use motive	N	Minimum	Maximum	Mean	Standard deviation
Keep memories	120	1.00	7.00	5.85	1.31
Reality record	120	1.00	7.00	5.23	1.68
Photo comm.	120	1.00	7.00	5.09	1.65
Social sharing	120	1.00	7.00	4.63	1.92

표 4. Z세대의 문자 문해력과 사진 문해력 측정
Table 4. Measurement of text literacy and photo literacy among Generation Z

Text vs. photo literacy	N	Minimum	Maximum	Mean	Standard deviation
Text reading	120	1.00	7.00	4.93	1.65
Text writing	120	1.00	7.00	4.79	1.50
Photo understand	120	1.00	7.00	5.10	1.28
Photo expression	120	1.00	7.00	4.73	1.57

IV. 분석

4-1 연구문제 1의 결과

연구문제 1의 해답을 얻기 위해 핸드폰 인식과 폰 카메라 인식의 상관관계를 살펴보았다. 분석 결과 핸드폰의 전화수단 인식은 폰카 선호도와 중요함에 있어서 유의미한 상관관계가 나타나지 않았다. 그러나 표현수단 인식은 폰카 선호도($r=0.41^{**}$)와 폰카 중요도($r=0.30^{**}$)와 유의미한 높은 상관관계를 보였다. 또한 놀이수단 인식은 폰카 선호도($r=0.16^*$)와 유의미한 상관관계를 보였다. 이를 통해 Z세대가 핸드폰을 표현수단이나 놀이수단으로 인식하면서 폰카를 사용한다는 것을 알 수 있다.

핸드폰을 놀이수단으로 인식하는 경우는 폰 카메라 이용 동기 중에서 추억 기록형($r=0.19^*$), 소통 공유형($r=0.34^{**}$)과 유의미한 정적 상관관계를 보였다. 아울러 핸드폰을 표현수단으로 인식하는 경우, 추억 기록형($r=0.24^{**}$)과 소통 공유형($r=0.45^{**}$)과 유의미한 높은 정적 상관관계를 보였다. 반면, 핸드폰을 전화 수단으로 인식하는 경우는 폰카의 이용동기와 유의미한 상관관계가 없었다. 분석 결과를 정리해보면, Z세대의 경우, 핸드폰을 소통수단으로 인식하는 것과 폰 카메라의 중요도와 선호도의 상관 관계는 유의미하지 않으며, 이용동기와도 유의미한 상관관계를 보이지 않는다.

표 5. 핸드폰 수단 인식과 폰 카메라 선호도 및 중요도 간의 상관관계

Table 5. Correlation between cell phone perception and phone camera preference and importance

Perception of hand phone		Telephone	play	Expression
Phone camera preference	Pearson corr.	-.026	.167*	.415**
	probability	.389	.034	.000
Phone camera importance	Pearson corr.	-.043	.092	.308**
	probability	.322	.159	.000

표 6. 핸드폰 인식과 폰 카메라 이용동기간의 상관관계

Table 6. Correlation between cell phone perception and cell phone camera use motivation

Perception of hand-phone		Telephone	Play	Expression
Phone camera memory	Pearson corr.	.044	.195*	.249**
	probability	.316	.016	.003
Phone camera comm.	Pearson corr.	-.089	.342**	.459**
	probability	.166	.000	.000

핸드폰을 단순한 전화수단으로 이용한다고 생각하는 사람은 폰 카메라를 좋아하지도 않고, 중요하게도 생각하지 않는다는 것이다. 그러나 핸드폰을 표현수단으로 인식하는 정도와 폰 카메라를 중요하고, 좋아하는 정도와 높은 상관관계를 보인다. 그리고 표현 수단 인식은 폰 카메라의 이용동기 유형 중 추억 기록형, 소통 공유형과도 높은 상관관계를 보이고 있다. 한편, 핸드폰을 놀이 수단으로 이해하는 정도는 폰 카메라를 좋아하는 것과 높은 상관관계를 보였다. 그리고 놀이수단 인식은 폰 카메라의 이용 동기중 추억 기록형과 소통 공유형과도 모두 높은 상관관계를 보이고 있다.

4-2 연구문제 2의 결과

연구문제 2는 Z세대의 문해력은 핸드폰 수단인식과 어떤 상관관계를 갖고 있는가였다. 이 문제의 해답을 얻기 위해서 핸드폰의 수단 인식과 문해력 간의 상관관계를 살펴 본 결과 핸드폰의 표현 수단 인식과 사진 문해력($r=0.41^{**}$)이 유의미한 높은 상관관계를 갖고 있었다. 그리고 문자 문해력($r=0.29^{**}$)도 유의미한 상관관계를 갖고 있었다. 그러나 전화수단 인식과 놀이수단 인식과는 문자 문해력과 사진 문해력과 유의미한 상관관계가 나타나지 않았다. 분석 결과를 종합해보면, Z세대의 경우 핸드폰을 표현 수단으로 인식하는 정도와 문자 문해력과 사진 문해력의 상관관계는 모두 유의미한 상관관계를 보였다. 그런데 사진 문해력의 상관관계가 문자 문해력과 비교해서 상대적으로 높았다.

표 7. 사진 문해력과 핸드폰 인식간의 상관관계

Table 7. Correlation between photo literacy and perception of cell phone

Perception of hand phone		Text literacy	Photo literacy
Telephone	Pearson corr.	.058	-.040
	probability	.263	.332
Play	Pearson corr.	-.014	.072
	probability	.439	.218
Expression	Pearson corr.	.295**	.417**
	probability	.001	.000

표 8. 사진 문해력과 폰 카메라 선호도, 중요도간의 상관관계

Table 8. Correlation between photo literacy, phone camera preference, and importance

Perception of phone camera		Text literacy	Photo literacy
Phone camera preference	Pearson corr.	.164	.553**
	probability	.073	.000
Phone camera importance	Pearson corr.	.097	.549**
	probability	.292	.000

표 9. 사진 문해력과 폰 카메라 이용 동기 유형간의 상관관계
Table 9. Correlation between photo literacy and motivation for using phone camera

Use motive of phone camera		Text literacy	Photo literacy
Phone camera motive_memory	Pearson corr.	.165*	.400**
	probability	.035	.000
Phone camera motive_comm	Pearson corr.	.122	.451**
	probability	.091	.000

4-3 연구문제 3의 결과

연구문제 3은 Z세대의 문해력은 폰 카메라 인식과 어떤 상관관계를 갖고 있는가였다. 이 문제의 해답을 얻기 위해 문해력과 폰 카메라의 선호도 및 인식 유형간의 상관관계를 살펴왔다. 이 결과 폰 카메라의 선호도와 중요도는 문자 문해력과 유의미한 상관관계가 나타나지 않았다. 반면 사진 문해력과 폰 카메라의 선호도($r=0.55^*$)는 유의미한 높은 상관관계를 보이고 있었다. 그리고 사진 문해력과 폰 카메라의 중요도($r=0.54^{**}$)와도 유의미한 높은 상관관계를 보이고 있다.

한편, 문해력과 핸드폰의 이용동기 유형간의 상관관계도 살펴보았다. 이 결과 폰 카메라의 이용동기 유형 가운데 추억 기록형은 사진 문해력($r=0.40^{**}$)과 유의미한 높은 상관관계를 보였다. 그리고 문자 문해력($r=0.16^*$)과도 유의미한 낮은 상관관계를 보였다. 폰 카메라 이용동기 중 공유소통형은 사진 문해력 ($r=0.45^*$)과 유의미한 상관관계를 보이고 있었다.

분석 결과를 종합해보면, Z세대의 경우 폰 카메라의 인식과 이용동기는 사진 문해력과 유의미한 정적 상관관계를 보이고 있다. 반면, 문자 문해력과는 폰 카메라의 이용동기 중 추억 기록형과 유의미하지만 낮은 상관관계를 보이고 있다. 이처럼 폰 카메라의 이용은 사진 문해력과 높은 상관관계를 보이고 있다.

V. 결 론

이 논문은 Z세대의 핸드폰에 대한 인식과 폰 카메라의 이용 동기 유형 등을 측정했고, 이들 변인과 사진 문해력의 관계를 확인해 보았다는 점에서 의미가 크다. 결론적으로 Z세대는 핸드폰을 전화 수단으로 이용하기 보다는 놀이 수단, 표현 수단으로 사용하고 있다는 것이 확인되었으며, 핸드폰을 표현 수단으로 인식하는 정도와 사진 문해력이 유의미한 정적 상관관계를 보여주고 있었다. 즉, 핸드폰을 표현 수단으로 인식하는 정도가 높은 응답자들이 사진의 이해와 창작에 깊은 관심을 보이고 있는 만큼, 사진 문해력을 높이는 요소로서 기능했을 것으로 추정한다.

이 논문에서 제시하고 있는 사진 문해력의 개념은 사진을 이해하고 사진을 찍고 편집하는 표현 능력으로서 일반적인 시각 문해력의 한 구성요소인 셈이다. 폰 카메라의 일상화에 따라 사진 문해력은 일반적 시각 문해력보다 일상 속에서 중요한 연구 개념일 수 있다. 앞으로 사진 문해력에 대한 구체적인 조작적 정의와 함께, 시각 문해력 일반과의 차별성을 명확히 해야 할 것이다. 특히, 사진의 이해능력과 표현능력을 측정함에 있어서 사진을 구체적으로 제시하여 사진을 이해하거나, 사진을 찍고 편집하는 능력을 실증적으로 측정할 수 있도록 연구 설계를 하는 것이 적절해 보인다.

Z세대는 사진 이미지의 단순한 소비자가 아니라, 생산자 역할을 함께 갖고 있는 프로슈머로서의 의미를 갖는다. 그러므로 사진을 갖고 표현하는 능력이 반영되도록 사진 문해력을 정의하고, 이에 따라 교육이 이루어져야 할 것이다. 이를 통해 Z세대가 사진 콘텐츠의 생산을 통한 문화적 역동성을 높일 수 있도록 해야 할 것이다. 그리고 디지털 기술의 발달에 따라서 사진의 조작 등의 문제가 심각해지고 있는 상황에서 조작된 이미지를 찾아내는 미디어 문해력(media literacy) 교육도 함께 논의되어야 할 것이다. 가짜뉴스와 함께 범람하는 디지털 사진 조작의 문제를 파악할 수 있는 사진 문해력을 높이는 것이야말로 이미지 홍수 시대를 살아가는 Z세대에게 꼭 필요한 학습이기 때문이다.

이 논문은 핸드폰의 사용이 일상화 된 첫 세대로서 Z세대를 대상으로 된 설문조사 연구였다. 그리고 핸드폰 인식과 폰 카메라의 인식을 사진 문해력과 함께 살펴보았다는 점에서 의미가 있다. 호모텔레포니쿠스라고 언급될 정도로 현대인은 핸드폰과 함께 살아가는 인간이 되어 있다. 그리고 핸드폰은 모바일 인터넷의 도움으로 실시간으로 전 세계와 연결되어 있다. 이러한 상황 속에서 핸드폰을 이용하는 세대의 사진 문해력은 디지털 문해력과도 연관되는 개념일 수 있다.

이 논문은 사회과학계열의 교양과정을 전공하는 대학생을 대상으로 한 설문조사에 근거하고 있다. 향후, 대학생 전체에 대한 조사와 일반인 대상의 연구로 확장되어야 할 것이다. 아울러 이 논문에서는 변인간 상관관계를 살펴보는데 한정되었지만, 앞으로는 변인간 인과성을 파악할 수 있는 실험연구도 필요하다고 할 수 있다.

참고문헌

[1] Oxford Dictionary, Wikipedia, ‘Z Generation’ Search [Internet], January 15, 2023. Available: https://en.wikipedia.org/wiki/Generation_Z

[2] D. Tapscott, *Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World*, 1st ed., McGraw Hill, 2008.

[3] Nielson Korea, Analysis of Smartphone Usage Behavior of Generation Z [Internet], 2017. Available: http://www.koreanclick.com/insights/newsletter_view.html?

- code=topic&id=433&page=2
- [4] Daum Soft, Generation Z Seen Through Social Big Data [Internet], 2018.
Available: <https://blog.naver.com/flunatic/222921472812>
- [5] O. Lee, "What Is Included in the 'Smartphone of Generation Z'?" *Sisain*, 780, August 29, 2022. Available: <https://www.sisain.co.kr/news/articleView.html?idxno=48312>
- [6] Y. Yang and K. O. Kim, "Latent Profile Analysis of Smartphone Usage Patterns Among Z Generation and Millennial Generation," *Journal of Consumer Studies*, Vol. 31, No. 4, pp. 159-182, 2020.
<https://doi.org/10.35736/JCS.31.4.7>
- [7] W. J. Ong, *Orality and Literacy*. Routledge, 1982.
- [8] H. A. Innis, *The Bias of Communication*, University of Toronto Press, 2008.
- [9] M. McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, MIT Press, 1994.
- [10] W. Benjamin, *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*, RuRucom, 2021.
- [11] S. Park and S. D. Yi, "Visual Literacy and Its Art Educational Approach- Making and Implicating Documentary-Based Camera Phone Photographs," *Art Education Research Review*, Vol. 21, No. 2, pp. 189-216, 2007.
- [12] J. Kędra, "Enhancing Visual Literacy Through Interpretation of Photo-genres: Toward a Genre Typology of Journalistic Photographs," *Journal of Media Practice*, Vol. 17, No. 1, pp. 28-47, May 2016.
<https://doi.org/10.1080/14682753.2016.1159451>
- [13] P. Messaris, "Visual 'Literacy' in the Digital Age," *Review of Communication*, Vol. 12, No. 2, pp. 101-117, 2012. <https://doi.org/10.1080/15358593.2011.653508>
- [14] Y. Lee, "Visual Literacy of Nonverbal Communication Represented in Visual Communication - Focused on Iconotext," *The Korean Society of Science & Art*, Vol. 32, pp. 205-216, 2018.
<https://doi.org/10.17548/ksaf.2018.01.30.205>
- [15] E. Brumberger, "Past, Present, Future: Mapping the Research in Visual Literacy," *Journal of Visual Literacy*, Vol. 38, No. 3, pp. 165-180, 2019.
<https://doi.org/10.1080/1051144X.2019.1575043>
- [16] H. Lee and Y. Bae, "A Study on the Use of Smart Phone and Social Capital - The Effect of Usage Motivation and Degree of Usage in Smart Phone on Social Capital," *Information Society & Media*, No. 21, pp. 35-71, 2011.
- [17] I. Yang and S. Lee, "Exploring Smartphone Early Adopters Categories on the Basis of Motivations," *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, Vol. 55, No. 1, pp. 109-139, 2011.
- [18] S.-Y. Park, "A Study of Smartphone Users' Flow Experience on Types of Use Motivation and Degree of Usage," *Journal of Broadcasting and Telecommunications Research*, No. 81, pp. 97-126, 2013.
- [19] 버네크러 사진은 바첸(2000)이 주장한 개념으로 전문가가 아닌 일반인에 의한 토속적 일상 사진을 말한다. G. Batchen, *Each Wild Idea: Writing, Photography, History*, Cambridge, MT: The MIT Press, 2000.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-04039-4_2
- [20] K. Kim, "Mobile Visual Practices - From a Media Archaeological Approach for Visual Apparatus," *Institute of Communication Research*, Vol. 54, No. 1, pp. 48-74, 2017. <https://doi.org/10.22174/jcr.2017.54.1.48>
- [21] D. Kim, E. Baek, and H. Choo, "The Effect of Self-presentation and Self-expression attitude on Selfie Behavior in SNS," *The Society of Fashion & Textile Industry*, Vol. 19, No. 6, pp. 701-711, 2017.
<https://doi.org/10.5805/SFTI.2017.19.6.701>
- [22] M. Kang, C. Lee, D. Lee, and Y. Lee, "Identifying Characteristics and Types of Generation Z According To the Behavior of Smartphone Camera Use," *Archives of Design Research*, Vol. 33, No. 3, pp. 155-174, 2020.
<https://doi.org/10.15187/adr.2020.08.33.3.155>



이창현 (Chang-Hyun Lee)

1988년 : 서울대학교 대학원
(언론학 석사)
1993년 : 서울대학교 대학원
(언론학 박사)

1993년~1996년: 한국방송개발원
1996년~1997년: 한국방송공사 방송연구실
1998년~현 재: 국민대학교 미디어 전공 교수
※ 관심분야 : 커뮤니케이션 이론, 방송이론, 사진