

## 후기 청소년의 미디어 이용특성이 디지털 윤리의식과 미디어 리터러시 역량에 영향을 미치는 변인 연구

최인현<sup>1</sup> · 나은영<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>서강대학교 신문방송학과 박사과정

<sup>2\*</sup>서강대학교 지식융합미디어대학 교수

## Exploring the Impact of Media Consumption Characteristics on Digital Ethics and Media Literacy Among Late Adolescents

In-Heon Choi<sup>1</sup> · Eun-Yeong Na<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Master's Course, Department of Mass Communication, Sogang University, Seoul 04107, Korea

<sup>2\*</sup>Professor, College of Media, Arts and Science, Sogang University, Seoul 04107, Korea

### [요약]

본 연구에서는 20세에서 24세 후기 청소년 103명을 대상으로 개인별 미디어 이용특성이 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량에 어떠한 영향을 미치고 있는지 분석하고자 하였다. 후기 청소년이 주로 이용하는 미디어 이용특성에 따라 평균보다 높은 집단과 낮은 집단을 구분, 비교하여 디지털 윤리에서 4개 변인, 미디어 리터러시 역량 9개 변인에서 유의한 결과를 확인하였다. 텔레비전 시청이 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량에 가장 많은 영향을 미치고 있는 것을 알 수 있었다. 또한 미디어 이용특성에 따른 디지털 윤리의식과 미디어 리터러시 역량의 변인이 연관이 있음을 확인하였다. 본 연구 결과를 통해 향후 후기 청소년을 대상으로 한 미디어 관련 정책, 교육 개발시 효과적인 미디어 매체를 통한 기획, 선정, 운영해 갈 수 있을 것이다.

### [Abstract]

This study aims to analyze how individual media usage characteristics affect digital ethics and media literacy capabilities in 103 adolescents aged 20 to 24 years old. Significant results were confirmed in four variables and nine variables of media literacy competency in digital ethics by classifying and comparing the higher and lower-than-average groups according to the media usage characteristics mainly used by later adolescents. Our findings indicate that television watching exerts the greatest influence on digital ethics and media literacy capabilities. Additionally, the analysis confirmed a relationship between the variables of digital ethics and media literacy competency and the characteristics of media usage. The research results will enable us to plan, select, and operate effective media when developing media-related policies and education for later adolescents.

**색인어** : 후기 청소년, 미디어 이용특성, 미디어 리터러시 역량, 디지털 윤리, 미디어교육

**Keyword** : Late Youth, Media Usage Characteristics, Media Literacy Competencies, Digital Ethics, Media Education

<http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2024.25.5.1193>



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 05 April 2024; Revised 25 April 2024

Accepted 13 May 2024

\*Corresponding Author; Eun-Yeong Na

Tel: +82-2-705-8851

E-mail: [ena@sogang.ac.kr](mailto:ena@sogang.ac.kr)

## 1. 서론

### 1-1 연구목적

청소년의 디지털 미디어 활용이 날이 갈수록 증가 되고 있다. 미디어 기기의 보편화와 손쉬운 활용 가능성으로 인하여 청소년들은 다양한 방법과 수단으로 디지털 미디어를 소통의 수단으로 활용하고 있다. 여성가족부가 관계부처 합동으로 발표한 제7차 청소년 정책 기본계획은 다양한 사회변화와 발전으로 인해 청소년들이 직면한 기회와 위기의 요소가 모두 증가 되는 과정에 디지털 미디어 기술 활용이 확대되는 동시에 이를 통한 유해 요인이 증가 되고 있다고 인식하면서 일상생활부터 교육, 소통 등의 삶 전반에서 디지털 활용도가 높아짐에 따라 미디어 리터러시와 디지털 윤리의 중요성을 말하고 있다.

과학기술정보통신부[1]에서 실시한 조사에 따르면 청소년의 스마트폰 과의존 비율이 2019년 30.2%, 2020년 35.8%, 2021년 37.0%로 과의존 비율이 계속해서 증가 되고 있음을 알 수 있다. 여성가족부에서 실시한 2020 청소년 매체이용 및 유해환경 실태조사에 따르면 온라인에서의 청소년 폭력 등 사이버 폭력 경험률은 2016년 7.7%, 2018년 10.7%, 2020년 26.7%로 디지털 기술이 고도화되고 발전되어 가면서 다양한 매체와 환경이 생겨나고 그에 따라 디지털 미디어의 이용도가 높은 청소년들이 미디어 과의존 등의 부작용과 함께 유해환경에 노출되는 상황이 증가되고 있음을 알 수 있다[2].

또한 코로나19 확산으로 인해 학교 교육의 온라인 수업 등 일상 요소 대부분이 비대면으로 진행되거나 수요가 증가하면서 디지털 미디어를 건강하게 활용할 수 있도록 하는 리터러시 역량이 중요성 있게 인식 되기 시작했다. 다변화된 디지털 미디어 환경으로부터 청소년들이 스스로 미디어의 부정적인 영향에서 자신을 보호하고 비판적으로 읽으며, 활용하는 미디어 리터러시 역량의 향상이 필요하다고 할 수 있다.

본 연구는 청소년과 성인기 사이에 있는 후기 청소년의 미디어 이용특성을 분석하여 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량 변인과의 관계를 분석하고 향후 효과적인 교육 프로그램을 개발하거나 관련 정책 수립을 위한 제언 등을 통해 선행연구가 비교적 적은 후기 청소년을 대상으로 한 유의한 연구 자료로 활용될 수 있도록 할 것이다.

### 1-2 이론적 배경

#### 1) 후기 청소년

대한민국은 청소년을 청소년기본법 제3조(정의)에 따라 9세 이상 24세 이상으로 규정하고 있다.

본 연구에서 말하는 후기 청소년은 법률적으로 청소년기에 속하면서도 성인기에 접어드는 초기의 시간을 보내며 생애주기적 관점에서는 청소년과 성인 사이에서 전환 되어지는 과정의 시기라고 할 수 있다.

후기 청소년은 ‘청소년도 성인도 아닌 정체성을 가진 세

대’[3]로 불리며, 사회적으로는 성인이 되어가는 과정에서의 기대감과 각종 법률과 규범에서의 책임이 시작되는 시기이기도 하지만 청소년기에서 볼 수 있는 문화와 가치를 가지고 있다[4].

실제 성인기가 시작되는 시기로 당시 겪게 되는 경험, 생각 들은 삶에 영향을 줄 수 있다. 또한 자신의 정체성과 역할에 대해 고민하고 미래를 준비하는 시기이기도 하며, 취업과 결혼 같은 성인의 역할에 대해 경제적, 심리적 독립을 이루지 못한 입장도 함께한다[5].

후기 청소년이라는 개념은 청소년학 관련 연구에서 계속 사용 되어 오고 있다. 후기 청소년은 국가에서 추진하는 정책의 영역에 따라 청소년 또는 청년에 속하는 세대로서 청소년 기본법과 청년기본법에서 정의하는 연령의 기준에 모두 속하고 있다. 또한 후기 청소년은 아동기와 성인기 사이를 연결하는 중간 단계로서 20~24세 연령에 속한 사람을 성인이 아닌 청소년에 포함 시켜 정책을 보다 명확히 설정해야 한다는 주장도 있다[6].

Z세대로 불리는 후기 청소년은 스마트폰, 태블릿PC, 워치와 같은 웨어러블 기기 등 다양한 모바일기기를 쉽게 활용할 수 있고 새로운 플랫폼에 대한 빠른 적응력으로 그들만의 미디어 이용문화를 형성한다[7].

디지털 미디어를 포함하고 있는 신문방송학 분야에서의 후기 청소년을 대상으로 한 현재 연구는 미비한 실정[1]으로, 본 연구에서는 20세 이상 24세 이하의 후기 청소년을 대상으로 설문을 진행하여 미디어 이용특성을 확인하고 디지털 윤리의식과 미디어 리터러시 역량에 미치는 영향을 분석하고자 하였다.

국내에서 후기 청소년을 대상으로 한 미디어 리터러시 교육 정책에 관한 논의는 학교 내에서 시행하는 학교 미디어교육과 사회 미디어교육으로 구분할 수 있다.

학교 미디어교육은 미디어 관련 교과목을 학교 교육과정에 편성하고, 교직원의 미디어 리터러시 역량 강화 차원으로 접근하고 있으며 사회 미디어교육은 장애인, 노인 등 사회 배려계층을 대상으로 시행되고 있음을 알 수 있다[8].

국가에서 계획하고 시행하는 미디어 리터러시 교육 정책 또는 청소년, 청년 정책에서 후기 청소년을 대상으로 한 관심이 상대적으로 부족한 실정이며, 10대 청소년에게 집중 되어 있는 청소년 정책과 청년 정책은 일자리 확대를 강조하고 후기 청소년에 대한 논의가 제대로 이루어지지 않고 있으며, 이에 대해 선행연구[1]가 분석한 주요 내용은 표 1과 같다.

현재 다수의 미디어 교육 진행방향이 초, 중, 고등학교에 재학 중인 청소년과 노인을 중심으로 하고 있어 집단 내 미디어 및 이념 격차와 이로 인한 갈등을 고려하여 대학생을 비롯한 후기 청소년들에 대한 미디어 교육에도 관심이 필요하다.

본 연구에서는 생애주기적 관점에서 청소년기에서 성인기로 전환되는 시기인 후기 청소년기가 미디어 리터러시 역량 형성이 중요한 요소로 보고 학령기 청소년 이외 상대적으로 정책적 관심이 적은 후기 청소년을 중심으로 분석을 진행하

표 1. 선행연구 등 자료 분석

Table 1. Analysis of data such as prior research

Sortation	Key details
First Basic Plan for Youth Policy (2021-2025)(2021)	Job expansion due to the employment problem of young people
Park Sungwoo, Jang Ji Soon(2021)	Education, safety, and protection policies, including media, focus on teenagers
Kang Jin-sook, Kwon Oh-hyun(2022)	Lack of media education programs targeting only young people in later life
Lee Chang-ho(2022)	Need self-directed and selective media education programs for later adolescents

여 관련 정책 수립, 교육 등 프로그램 운영에 유의미한 자료로 활용될 수 있도록 할 것이다.

## 2) 디지털 윤리

디지털 윤리는 급속도로 디지털화 되어 가고 있는 현대 사회에서 발생하는 개인정보 유출, 사이버 범죄 등 각종 문제와 같이 개인의 사생활과 자율성 등이 어떻게 변화해가는지에 대해 주목하고 있다[9].

디지털 세계라는 공간적 개념을 전제로 인터넷 기술의 발달, 디지털 플랫폼의 고도화는 가상현실에 불과하던 사이버 공간을 새로운 패러다임의 세계로 전환 시켰다[10].

사이버 공간에서 익명성에 의해 발생하는 다양한 문제점들과 행동의 탈억제를 수반하여 자신의 정체성을 벗어나 일탈 행동을 하기 쉽게 만들기도 한다[11].

사이버상에서 발생하는 다양한 문제와 범죄 행위들이 빠르게 확산 되어 가고 있다. 사이버 폭력, 사이버상에서의 인권 침해, 스토킹, 명예훼손 등 사이버 공간에서의 문제점들이 계속해서 발생하고 있는데 이러한 문제는 사이버 공간에서 갖추어야 할 디지털 윤리 의식의 부재에서 시작되는 것이다.

사이버 공간이 확대되면서 청소년 사이버폭력 문제가 심각해지고 있다. 디지털 환경과 디지털 미디어 세계에서의 비윤리적 행위 중 하나인 사이버 폭력을 예방하기 위해서도 디지털 환경에서 윤리 의식을 가지는 것은 필수적이며 사이버 폭력 외에도 디지털 윤리 의식 확립을 통해 사이버상에서 일어나는 각종 범죄를 예방할 필요가 있다.

정부가 2020년 발표한 자료[12]에 따르면 4차 산업혁명 시대 이후에 디지털을 통한 소통 역량이 중요해지고, 코로나 19로 인해 생활 패러다임이 비대면 방식으로 변화, 전환 되어짐에 따라 디지털 격차가 심화 되고 인터넷 역기능이 증가하고 있음을 알 수 있다. 이에 비대면 사회 디지털 윤리교육 강화를 추진과제로 지정하였고 디지털 시민성 형성을 위한 디지털 윤리 교육을 정부를 중심으로 방송통신위원회, 문화체육관광부 등 부처가 참여해 추진하고 있다.

특히 본 연구에서는 선행 연구가 주로 분석한 디지털 환경에서의 윤리의식 정도, 광범위한 청소년의 디지털 윤리, 디지털 윤리의 정의를 확인함과 동시에 후기 청소년을 중심으로

어떠한 미디어가 디지털 윤리 의식을 형성해가는데 영향을 미치고 있는지 분석하여 효과적인 미디어 교육활동을 제안하고자 하며 이를 통해 후기 청소년을 대상으로한 디지털 윤리 교육 및 관련 정책의 필요성에 대하여 논의하고자 한다.

기존 선행연구와 관련 정책이 디지털 윤리의 정의와 범위를 다루고 있으므로 본 연구는 선행연구에서 나아가 후기 청소년에게 디지털 윤리 의식의 형성 정도를 확인하여 향후 효과적인 정책의 수립, 활동이 개발, 전개될 수 있도록 제한할 것이다.

## 3) 미디어 리터러시 역량

리터러시는 문자가 주된 소통 수단이었던 19세기에 등장한 단어이다. 처음 등장했을 때만 해도 리터러시는 글을 이해하고 작성하는 능력으로 인식 되어 왔지만 디지털 미디어 기술이 계속해서 발전해가고 디지털 시대가 도래함에 따라 다양한 미디어가 등장했고 문자로 소통되던 많은 언어들은 디지털 언어로 변화되기 시작했다. 이와 함께 미디어 리터러시라는 용어가 생겨났는데, 이전에 있던 리터러시의 개념과 결합하여 미디어 리터러시는 미디어를 이해하고 활용할 수 있는 능력을 포함하여 변화하는 사회에 적응하며, 대처할 수 있는 능력을 내포하고 있다[12]. 나아가 미디어 리터러시 역량은 사람과 지역사회가 삶을 향유할 수 있는 중요한 시민역량이 되었다[13].

정보화 시대로 ICT 기술이 계속해서 발달하면서 미디어 리터러시가 새로운 형태로 진보하였으며, 새로운 미디어를 이용하며 분석, 평가하고 주체적으로 또 다른 콘텐츠를 제작할 수 있는 능력이라고 말하기도 한다[14]. 나아가 미디어 리터러시의 개념은 디지털 미디어 기술이 계속해서 발달해감에 따라 인터넷, 디지털, 소셜미디어 리터러시 등으로 세분화되거나 발달하고 있는 것을 볼 때 새로운 미디어 환경 또는 매체에 대한 이해와 활용이 전제된 개념이라고 할 수 있다.

우리가 '리터러시 역량을 갖추고 있다'고 말하는 것은 의식적으로 본인에게 노출되어진 미디어에 주의를 기울이고 있으며, 이를 신중하게 평가한다는 것을 의미한다. 또한 미국의 미디어 리터러시 교육 연합[15]에서는 미디어 리터러시에 대해 다양한 형태의 의사소통 양식을 사용하여 정보에 접근하고 이를 분석, 평가하며 생성, 수행하는 능력으로 정의하였으며 영국의 Ofcom(Office of Communication)은 미디어 리터러시에 대하여 다양한 내용과 맥락 안에서 미디어에 접근, 이해하여, 창의적인 제작을 할 수 있는 능력'으로 정의하였다[13].

디지털 네이티브 세대인 청소년들에게 미디어 리터러시 교육은 개인의 학습을 촉진하고 강화하는 등의 역할을 할 수 있다고 말하면서 이를 원하는 미디어를 선택, 활용, 메시지를 분석, 이해하며 자신만의 새로운 메시지를 생성하면서 우리 사회에 능동적으로 참여하는 과정에 이르기까지 미디어 리터러시 역량이 필요함을 강조했다.

또한 미디어 리터러시는 전 세계적으로 교육정책에 있어 핵심 아젠다로 인식되어 왔으며, 미디어 리터러시 교육의 중

요성이 국가적 차원으로 증대되고 있다[16].

청소년기에서 성인기로 접어드는 후기 청소년에게는 전환 되는 시기에 미디어 리터러시 역량을 갖추는 것이 더욱 필요하다. 특히 본 연구는 핵심적인 교육정책으로 인식되어온 미디어 리터러시 교육이 후기 청소년이 미디어 이용특성에 따라 미디어 리터러시 역량이 어떤 영향을 미치는지 분석하여 효과적인 미디어 교육활동을 제안하고자 하며, 선행연구에서 정의한 미디어 리터러시 역량에서 나아가 어떠한 미디어 환경을 통해 미디어 리터러시 역량 향상에 영향을 끼치고 있는지 분석하여 후기 청소년들의 미디어 리터러시 역량 향상을 위한 효과적인 정책 개발이 이루어질 수 있도록 제안하며 연구를 실시할 것이다.

#### 4) 후기 청소년의 미디어 이용특성

시립청소년미디어센터[17]가 청소년을 대상으로 실시한 2021년 청소년 미디어 수요조사에 따르면 후기 청소년들은 인터넷에 자신이 제작한 콘텐츠를 게시하는 등 구성·제작 활동을 경험하면서 자신의 존재를 알림과 동시에 의견과 생각을 공유하고, 공감하는 의사소통의 역량을 발현하고 있었다는 것을 알 수 있었다.

미디어 리터러시라는 것을 알고 있다고 답한 비율이 후기 청소년에게 가장 높게 나타난 것을 알 수 있었다. 후기 청소년들이 참여하고 싶은 미디어 프로그램은 영화/광고 제작 등 주체적으로 활동할 수 있는 콘텐츠에 응답한 비율이 가장 많았다. 관련하여 미디어 리터러시 및 미디어 분야 교육이 이루어질 경우 영상 콘텐츠를 제작할 수 있는 교육을 제공하고 온라인상에 게시하는 활동 운영을 통해 미디어 리터러시 역량을 향상시킬 수 있을 것이다.

한국언론진흥재단[18]이 실시한 조사를 통해 소셜미디어에서 혐오 표현을 자주 접했다고 응답한 비율이 20대가 가장 높은 46%를 기록했다. 이와 같이 후기 청소년들은 디지털 미디어 환경을 경험할 수 있는 자유로운 상태에 있지만 혐오적인 표현을 자주 경험할 때 이를 비판적으로 이해하고 팩트를 분명하게 전달하거나 받을 수 있는 미디어 리터러시 역량이 필요하다는 것을 알 수 있다.

미디어 리터러시 역량과 디지털 윤리는 정책적 측면에서 중요한 요소로 작용한다. 하지만 후기 청소년과 같은 실제 정책 수요자를 대상으로 직접적인 조사와 측정이 이루어지지 않기에 정책에 대한 실증적인 효과를 구체적으로 확인하기는 어렵다. 특히 청소년 관련 정책의 대부분은 학교를 다니고 있는 초, 중, 고 학령기 청소년을 중심으로 정책을 계획하여, 대학생을 포함한 후기 청소년의 미디어 리터러시와 디지털 윤리에 대한 직접적인 언급이 없어 실제 정책 추진의 대상에 포함되지 않다는 한계를 가지고 있기에 본 연구가 실시될 필요가 있다.

이에 본 연구는 단순한 이용 통계를 넘어 변인과의 관계 분석을 통해 선행연구가 포함하지 않고 있는 청소년기에서 성인기로 넘어가는 후기 청소년이 활용하는 미디어가 미디어

리터러시 역량과 디지털 윤리에 어떠한 영향을 미치는지 살펴봄과 동시에 미디어 리터러시를 알고 있는 비율이 가장 높은 후기 청소년에게 실질적이고 효과적인 정책, 교육 프로그램을 제공하기 위해 필요한 요소를 제안 할 것이다. 또한 디지털 미디어 사용 환경에서 혐오 표현을 가장 많이 접했던 20대와 같이 청소년 보호법으로 인해 각종 미디어 보호로부터 제외되는 연령에서 벗어난 직후에서 겪게 되는 디지털 문화에서의 리터러시 역량이 필요함을 인식하고 실제 후기 청소년이 어떠한 미디어를 이용하는지에 따라 향후 효과적인 정책, 교육 등이 시행되는데 기여할 것이다.

#### 5) 용어의 정의

미디어 리터러시 역량 및 디지털 윤리는 선행연구를 통해 많은 연구자가 다양한 측면에서 정의하고 있지만 본 연구는 미디어 리터러시 역량과 디지털 윤리에 대하여 선행연구를 살펴본 바와 같이 다음과 같이 정의하고자 한다.

미디어 리터러시 역량은 지식, 비평, 접근과 활용, 의사소통, 구성과 제작, 참여로 구성되어 있으며 미디어 이용자에게 필수적으로 요구되는 역량[7]으로 정의하고자 한다.

디지털 윤리는 온라인상에서 타인을 존중하고 배려하며 긍정적인 관계를 구축하고 소통하는 역량이다. 디지털 안전은 위협으로부터 자신과 타인을 보호하고 유익하게 활용할 수 있는 역량을 말한다[10].

#### 6) 연구가설

본 연구는 후기 청소년 또는 초기 성인기에 있는 사람을 대상으로 미디어 이용특성에 따라 디지털 윤리, 미디어 리터러시 역량이 어떠한지를 분석하였고 연구의 가설은 다음과 같다.

- 연구가설 1. 미디어 이용특성에 따른 이용시간이 디지털 윤리 변인과 관계가 있을 것이다.
- 연구가설 2. 미디어 이용특성에 따른 이용시간이 미디어 리터러시 역량과 관계가 있을 것이다.

이를 확인하여 후기 청소년을 대상으로 한 효과적인 디지털 윤리 및 미디어 리터러시 정책, 교육 프로그램 등을 제안할 것이며, 미디어 이용특성 변인별 이용시간의 평균보다 높은 집단과 낮은 집단을 나누어 디지털 윤리, 미디어 리터러시 역량과의 관계를 분석하여 향후 후기 청소년을 대상으로한 정책 및 교육 등의 개발시 효과적인 매체를 확인할 수 있을 것이다.

## II. 연구방법

### 2-1 연구대상

본 연구에서 설정한 후기 청소년 또는 초기 성인기는 20세 이상 24세 이하의 사람으로, 기관생명윤리위원회 승인 이후

2023년 7월부터 10월에 걸쳐 온라인 설문조사를 실시하였다. 미디어 이용특성에 따라 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량에 어떠한 영향을 미치는지 분석하기 위하여 선행연구 [14] 설문지 자료를 활용하여 신뢰할 수 있는 설문 데이터를 활용하였으며, 연구 참여자에게는 연구 목적과 배경 등을 설명하고 연구 참여에 동의를 받아 온라인 설문을 임의표집으로 실시하였으며, 대학교에 재학(휴학 포함) 중인 후기 청소년 103명의 데이터 응답을 분석에 활용하였으며, 향후 데이터의 일반화를 위해 후기 청소년 중에서도 실제 대학생 연령인 청소년의 데이터를 중심으로 확보해 연구를 실시했다.

본 연구의 설문 참여자의 일반적 특성의 성별은 남자는 32명으로 31.1%, 여자는 71명으로 68.9%로 나타났으며, 연령은 평균이 22.04세, 표준 편차는 2.47로 나타났다.

**표 2. 인구통계학적 통계**  
**Table 2. Demographic**

Gender	People	%
M	32	31.1
F	71	68.9
Average	22.04	

**2-2 연구도구**

본 연구는 미디어 이용특성 16문항, 디지털 윤리 10문항, 미디어 리터러시 역량 12문항과 함께 인구 통계학적 특성을 파악하기 위한 2개 문항이 포함되어 있다. 용자 중심의 디지털 미디어 이용 패턴을 파악하고, 각각의 디지털 미디어 매체의 이용 정도를 확인하기 위해 선행연구에서 정한 다중 미디어 매체를 선정하여 설문을 실시하였다.

**1) 미디어 이용특성**

본 연구에서는 후기 청소년의 미디어 이용특성을 측정 및 분석하기 위하여 후기 청소년을 대상으로 실시한 설문지를 활용하였으며, 선행연구 [14]에 따라 학습관련 유튜브 시청, 비학습 관련 유튜브 시청, SNS, 온라인/모바일 게임, 텔레비전으로 구분하였다. 유튜브와 SNS를 통한 정보 공유 및 검색 등이 활발히 이루어지고 있고 후기 청소년들의 주된 이용매체인 게임, 텔레비전 시청을 포함했다.

하루 평균 미디어 이용시간을 전혀 이용하지 않았다부터 4시간 이상 이용하는 7개의 수준에 걸쳐 표시하게 하였으며, 유튜브 등 사이버상에 나타나는 인플루언서의 영향을 전혀 받지 않음부터 많이 받음까지 5개의 수준에 걸쳐 표시하게 했다. OTT 서비스 이용 정도는 전혀 이용하지 않음부터 항상 이용까지 5개의 수준에 걸쳐 표시하여 그 결과를 분석하였다.

**2) 디지털 윤리**

본 연구에서는 후기 청소년들이 미디어를 활용하면서 가지고 있는 디지털 윤리 의식 정도를 측정 및 분석하기 위하여 선행연구 박윤미 [19]와 이청재 [10]에서 활용한 문항 중 10개

를 선정하여 5점 리커트 척도 설문지를 활용하였다. 해당하는 문항은 선행연구에서의 구성요소를 반영하여 사이버상의 표현에 대한 분별력을 가지고 있으면서 미디어를 올바르게 활용할 수 있는 정보 분석과 평가능력, 이용자 스스로 자신의 권리를 보호하기 위해 실천하는 책임과 권리의 내용으로 구성했다.

**표 3. 디지털 윤리 문항**  
**Table 3. Digital ethics questionnaire**

No.	Questionnaire
1	I can verify whether something shared in the media is credible or not.
2	I can recognize where information presented in the media comes from (sources).
3	I consider whether the information presented by the media is biased in favor of one side.
4	When I write in the media, I check to see if my writing is true.
5	When I relay information from the media to others, I unsure it is accurate before sharing it.
6	Anonymity creates a false sense of participation and responsibility.
7	Lack of awareness of their own and others' privacy.
8	Participate in extreme groupings based on blame and incitement rather than public values and truth.
9	Indiscriminate access to media content leads to moral breakdown and increased aggression
10	I think I have good ethics and etiquette online.

**3) 미디어 리터러시 역량**

본 연구에서는 후기 청소년들이 미디어를 활용하면서 가지고 있는 미디어 리터러시 역량 정도를 측정 및 분석하기 위하여 선행연구 이원태 [20]와 이창호 [14]에서 활용한 12개 문항 5점 리커트 척도 설문지를 활용하였다. 해당 문항은 후기 청소년들이 디지털 미디어를 활용하면서 온라인 공간에서의 사회적 소통 역량과 윤리적 역량을 포함하여 구성했다.

**표 4. 미디어 리터러시 역량 문항**  
**Table 4. Media literacy competency questionnaire**

No.	Questionnaire
1	I can define exactly what information I need.
2	I know exactly what the information is communicating.
3	I can find the information I need through search engines.
4	I can screen sites to ensure they're the right place to get the information I need.
5	I can efficiently select the most useful information from the results of my search.
6	I express my intentions clearly in writing on the Internet.
7	I am good with video editing software (Magic One, Moviemaker, Premiere, etc.).
8	I have gained a greater understanding of myself and others through the Internet.
9	I can communicate my opinions through the media.
10	I can use media to participate in discussions about important issues.
11	I filter out harmful content for myself.
12	I am considerate of others when interacting with them online.

### 2-3 연구절차

연구도구는 본 연구에서 수집된 자료는 SPSS 23.0 통계 프로그램을 이용하여 분석 한 것이며 연구에서 사용할 구체적인 분석 방법은 다음과 같다.

- 첫째, 조사대상자의 인구사회학적 특성을 살펴보기 위하여 빈도분석을 실시하였다.
- 둘째, 각 변수들에 대하여 평균과 표준편차를 측정하였다.
- 셋째, 미디어 이용특성에 따른 디지털 윤리 의식과 미디어 리터러시 역량의 차이를 분석하기 위해 먼저 각 변수 마다의 평균치를 구하고, 평균치보다 높거나 낮은 표본을 비교하기 위해 t-test를 실시하였다.

## III. 연구결과

본 연구의 연구문제에 따른 연구결과를 분석하여 제시하고자 한다. 미디어 이용특성, 인플루언서의 영향 정도, OTT 서비스, 디지털 윤리, 미디어 리터러시 역량에 대한 평균 및 표준편차를 측정하였고 미디어 이용특성의 각 변인 평균을 기준으로 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량의 집단 간 평균과 표준편차를 확인했다. 이를 확인하고 비교를 위해 t-test를 실시하였다.

### 3-1 미디어 이용특성

전반적으로 미디어를 어떤 목적으로 활용하는지를 확인하기 위한 문항으로, 학습관련 유튜브를 사용하는 집단을 살펴보면, 평균이 2.76, 표준편차가 1.465으로 나타났으며, 비학습관련 유튜브를 사용하는 집단은 평균이 4.17, 표준편차가 1.336으로 나타났다. SNS를 살펴보면, 평균이 4.06, 표준편차가 1.274으로 나타났다. 온라인/모바일 게임을 살펴보면, 평균이 2.70, 표준편차가 1.447으로 나타났다. 텔레비전(휴식/오락 목적)을 살펴보면, 평균이 3.20, 표준편차가 1.510으로 나타난 것을 알 수 있다.

본 연구에 참여한 집단은 비학습관련 유튜브, SNS, 휴식/오락 목적 텔레비전 시청, 학습관련 유튜브, 온라인/모바일 게임 순으로 활용하고 있는 것을 알 수 있다. 학습 목적이 아닌 목적으로, 다양한 콘텐츠를 유튜브를 통해 시청하고 있는 것으로 나타났다.

### 3-2 인플루언서 영향 평균

미디어를 활용하는 인플루언서의 영향을 어느정도 받는지를 측정하기 위한 문항으로, 정치적 의사결정을 살펴보면, 평균이 2.13, 표준편차가 1.202으로 나타났다. 상품 구매를 살펴보면, 평균이 3.17, 표준편차가 1.133으로 나타났다. 진로 선택을 살펴보면, 평균이 2.23, 표준편차가 1.198으로 나타

난 것을 알 수 있다.

후기 청소년들이 미디어 이용으로 미치는 인플루언서의 영향으로는 상품구매에 가장 많은 영향을 끼치고 있었으며 다음으로 진로선택, 정치적 의사결정 순으로 나타났다. 선행연구[14]와 같이 정치적 의사결정에는 인플루언서의 영향이 미치지 않고 있었음을 알 수 있다.

### 3-3 OTT 서비스 평균

OTT 서비스를 어떤 목적으로 활용하는지를 측정하기 위한 문항으로, 최근 넷플릭스 등 OTT 서비스의 확산에 따른 이용도가 높아지고 있어 이에 대한 이용특성을 확인하고자 했다. 드라마를 살펴보면, 평균이 3.46, 표준편차가 1.109으로 나타났다. 예능/오락을 살펴보면, 평균이 3.79, 표준편차가 .977으로 나타났다. 영화를 살펴보면, 평균이 3.86, 표준편차가 .852으로 나타났다.

교양/다큐멘터리를 살펴보면, 평균이 2.95, 표준편차가 1.149으로 나타났다.

교육/학습을 살펴보면, 평균이 2.63, 표준편차가 1.102으로 나타났다.

애니메이션(만화)을 살펴보면, 평균이 2.91, 표준편차가 1.205으로 나타났다.

스포츠를 살펴보면, 평균이 2.54, 표준편차가 1.144으로 나타났다. 뉴스를 살펴보면, 평균이 2.38, 표준편차가 1.049으로 나타났다.

OTT 서비스는 영화를 시청하는 것으로 가장 많이 활용하고 있었으며, 예능/오락, 드라마, 교양/다큐멘터리, 애니메이션(만화), 교육/학습, 스포츠, 뉴스 순으로 나타났다.

### 3-4 디지털 윤리

개인별 디지털 윤리 정도를 분석하기 위하여 10개 문항을 측정하였으며 미디어에서 공유된 내용을 신뢰할 수 있는 정도를 살펴보면, 평균이 3.69, 표준편차가 .841으로 나타났다.

미디어에서 제공하는 정보의 출처를 확인할 수 있는 정도를 살펴보면, 평균이 3.48, 표준편차가 .998으로 나타났다. 미디어에서 제공하는 정보가 중립적인 입장인지를 확인할 수 있는 정도를 확인하면, 평균이 3.66, 표준편차가 .955으로 나타났다. 미디어에 작성하는 글의 사실 여부 확인 정도를 살펴보면, 평균이 3.64, 표준편차가 1.008으로 나타났다. 미디어를 통해 확인한 정보를 타인에게 공유할 때 정보의 정확성을 확인하는 여부를 살펴보면, 평균이 3.30, 표준편차가 1.027으로 나타났다. 익명성을 이용한 잘못된 참여의식과 책임감 정도를 살펴보면, 평균이 3.62, 표준편차가 1.104으로 나타났다. 본인과 타인의 개인정보 보호 인식을 살펴보면, 평균이 3.44, 표준편차가 1.210으로 나타났다. 극단적 집단화 참여 정도를 확인하면, 평균이 3.72, 표준편차가 1.232으로 나타났다. 무분별한 콘텐츠 이용으로 인한 도덕성 파괴, 공격성 증

가 정도를 살펴보면, 평균이 3.27, 표준편차가 1.270으로 나타났다. 마지막으로 온라인상에서의 예절 정도를 살펴보면, 평균이 3.76, 표준편차가 .955으로 나타났다.

### 3-5 미디어 리터러시 역량

개인별 미디어 리터러시 역량을 분석하기 위하여 12개의 문항을 측정하였으며, 본인에게 필요한 정보가 무엇인지 정확히 정의 내릴 수 있는 정도를 살펴보면, 평균이 3.67, 표준편차가 .833으로 나타났다. 정보가 전달하는 내용을 정확히 파악할 수 있는 정도는 평균이 3.78, 표준편차가 .939으로 나타났다. 본인에게 필요한 정보를 검색 엔진을 통해 찾을 수 있는 정도에 대해서는 평균이 3.90, 표준편차가 .834으로 나타났다. 본인이 필요한 정보를 얻기 위해 적절한 사이트 선별 능력 정도는 평균이 3.85, 표준편차가 .879으로 나타났다. 검색을 통해 얻은 정보 중 자신에게 가장 유용한 정보를 선택할 수 있는 정도는 평균이 3.76, 표준편차가 .798으로 나타났다. 자신의 의사를 인터넷상에서 분명하게 글로 표현하는 정도는 평균이 3.66, 표준편차가 .924으로 나타났다. 동영상 편집 소프트웨어 활용 수준을 살펴보면, 평균이 3.37, 표준편차가 1.252으로 나타났다. 인터넷 활용을 통해 타인을 이해하게 된 정도는 평균이 3.63, 표준편차가 .886으로 나타났다. 미디어를 통해 자신의 의견을 전달 할 수 있는 정도는 평균이 3.70, 표준편차가 .850으로 나타났다. 미디어를 통해 중요한 이슈를 주제로한 토론에 참여할 수 있는 정도는 평균이 3.67, 표준편차가 .879으로 나타났다. 스스로 유해한 정보를 걸러낼 수 있는 정도는 평균이 3.66, 표준편차가 .869으로 나타났다. 마지막으로 온라인상에서 상대방을 배려하는 정도를 살펴보면, 평균이 3.86, 표준편차가 .852으로 나타났다.

### 3-6 집단간 평균

본 연구에서는 미디어 이용특성에 따라 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량에 어떠한 영향을 미치고 있는지 분석하기 위하여 후기 청소년 미디어 이용특성의 평균에 따라 평균보다 높은 집단, 평균보다 낮은 집단을 확인하였다. 선행연구 [10],[19]와 같이 집단의 명확한 차이 분석을 위해 2개 집단으로 나누어 비교하였고 최대값과 최소값을 나타낸 통계분석 결과를 참고하여 구성하였다. 이는 집단 간 차이를 명확히 확인하고 분류하기 위해 Low, High로 구분하였으며, 연구 결과에 따라 역량이 높은 집단과 낮은 집단 간 비교를 통해 검증이 가능할 것이다. 또한 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량 각 변인마다 비교를 위해 t-test를 실시하였다.

#### 1) 미디어 이용특성(학습관련 유튜브 시청)

학습에 관련된 유튜브를 이용하는 시간이 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량에 영향을 미치는지를 확인하였다. 평균보다 높은 집단과 낮은 집단을 비교하였는데, 모든 변인에서

유의한 차이가 나타나지 않았다. 학습에 관련된 유튜브는 학습이라는 특정 주제와 내용을 반영하고 있으므로 해당하는 유튜브를 시청하는 특성이 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량에 영향을 미치지 않고 있었음을 알 수 있었다.

#### 2) 미디어 이용특성(비학습관련 유튜브 시청)

학습에 관련되지 않는 유튜브를 이용하는 시간이 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량에 영향을 미치는지를 확인하였다. 평균보다 높은 집단과 낮은 집단을 비교하였는데, 디지털 윤리에서는 미디어에서 공유되는 내용의 신뢰 정도를 확인하는 정도, 미디어에서 제공하는 정보가 중립적인 입장인지를 확인할 수 있는 정도, 미디어 리터러시 역량에서는 본인에게 필요한 정보가 무엇인지 정확히 정의 내릴 수 있는 정도가 유의한 차이를 보였다. 학습에 관련되지 않은 유튜브 영상의 경우 학습 외 비교적 다양하고 자유로운 콘텐츠가 생산, 배포되고 있으므로 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량에 영향을 미치고 있는 것으로 확인할 수 있었다. 그 결과는 표 5와 같다.

#### 3) 미디어 이용특성(SNS 이용)

SNS 이용시간이 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량에 영향을 미치는지를 확인하였다. 평균보다 높은 집단과 낮은 집단을 비교하였는데, 디지털 윤리에서는 미디어에서 공유된 내용을 신뢰할 수 있는 정도, 미디어에서 제공하는 정보가 중립적인 입장인지를 확인할 수 있는 정도, 미디어 리터러시 역량에서는 본인에게 필요한 정보가 무엇인지 정확히 정의 내릴 수 있는 정도, 검색 결과로 얻은 정보 중 나에게 유용한 정보를 효율적으로 선택할 수 있는 정도, 인터넷 이용을 통해 타인을 이해하는 정도, 미디어를 통해 나의 의견을 전달할 수 있는 정도, 미디어를 통해 중요한 이슈에 대한 토론에 참여할 수 있는 정도가 유의한 차이를 보였고, 다른 변인에서는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 이창호[14]는 후기 청소년에게 SNS가 가지는 영향력에 주목하며 청소년의 시민성 향상에 영향을 미치고 있다고 주장했는데 실제로 SNS를 이용하는 시간이 많을수록 해당 정보를 신뢰하거나 정보에 대한 중립적인 태도를 확인할 수 있었다. 또한 SNS를 많은 시간 활용할수록 중요한 이슈에 대한 토론에 참여한다는 것은 허정윤 [19]의 연구에서 대학생들의 정치적인 의식 행위가 이메일, SNS, 메신저, 인터넷 동호회 등이 중요한 변인으로서 작용하고 있다는 것을 확인할 수 있었는데, 인플루언서에게는 영향을 받지 않는 정치적 의식 행위가 SNS에서는 유의한 결과를 미치고 있었음을 알 수 있다. 그 결과는 표 6과 같다.

#### 4) 미디어 이용특성(온라인/모바일 게임)

온라인/모바일 게임을 이용시간이 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량에 영향을 미치는지를 확인하였다. 평균보다 높은 집단과 낮은 집단을 비교하였는데, 디지털 윤리에서는 유의한 차이가 없었으며, 미디어 리터러시 역량에서는 동영상 소프트웨어 편집 기술 정도, 온라인에서 소통할 때 상대방을

표 5. 비학습관련 유튜브 시청 집단간 평균

Table 5. Average across non-learning related YouTube viewing groups

Variables	Low		High		t	p
	Average	Standard Deviation	Average	Standard Deviation		
Digital ethics 1	3.55	.926	3.94	.583	-2.305	.023*
Digital ethics 2	3.40	.986	3.61	1.022	-1.009	.315
Digital ethics 3	3.52	1.005	3.92	.806	-2.027	.045*
Digital ethics 4	3.57	.941	3.78	1.124	-1.011	.314
Digital ethics 5	3.34	.993	3.22	1.098	.568	.571
Digital ethics 6	3.64	1.177	3.58	.967	.255	.799
Digital ethics 7	3.36	1.215	3.58	1.204	-.899	.371
Digital ethics 8	3.70	1.243	3.75	1.228	-.190	.850
Digital ethics 9	3.28	1.265	3.25	1.296	.127	.899
Digital ethics 10	3.72	1.027	3.83	.811	-.591	.556
Media literacy competency 1	3.54	.876	3.92	.692	-2.247	.027*
Media literacy competency 2	3.69	1.018	3.94	.754	-1.335	.185
Media literacy competency 3	3.85	.909	4.00	.676	-.864	.389
Media literacy competency 4	3.78	.997	4.00	.586	-1.236	.219
Media literacy competency 5	3.70	.871	3.86	.639	-.968	.335
Media literacy competency 6	3.63	.918	3.72	.944	-.497	.620
Media literacy competency 7	3.46	1.185	3.19	1.369	1.037	.302
Media literacy competency 8	3.64	.883	3.61	.903	.167	.868
Media literacy competency 9	3.70	.871	3.69	.822	.040	.968
Media literacy competency 10	3.63	.885	3.75	.874	-.676	.500
Media literacy competency 11	3.63	.850	3.72	.914	-.529	.598
Media literacy competency 12	3.78	.885	4.03	.774	-1.436	.154

\*p<0.05, \*\*p<0.01

표 6. SNS 활용 집단간 평균

Table 6. Average by SNS usage groups

Variables	Low		High		t	p
	Average	Standard Deviation	Average	Standard Deviation		
Digital ethics 1	3.49	.954	3.95	.569	-2.861	.005**
Digital ethics 2	3.36	.943	3.64	1.059	-1.417	.160
Digital ethics 3	3.47	1.040	3.91	.772	-2.332	.022*
Digital ethics 4	3.61	1.034	3.68	.983	-.355	.723
Digital ethics 5	3.22	1.001	3.41	1.064	-.922	.359
Digital ethics 6	3.51	1.150	3.77	1.031	-1.205	.231
Digital ethics 7	3.46	1.164	3.41	1.282	.200	.842
Digital ethics 8	3.85	1.157	3.55	1.320	1.234	.220
Digital ethics 9	3.20	1.256	3.36	1.296	-.632	.529
Digital ethics 10	3.76	1.040	3.75	.839	.067	.947
Media literacy competency 1	3.54	.934	3.84	.645	-1.819	.072
Media literacy competency 2	3.64	.996	3.95	.834	-1.675	.097
Media literacy competency 3	3.95	.972	3.84	.608	.649	.518
Media literacy competency 4	3.71	.983	4.05	.680	-1.931	.056
Media literacy competency 5	3.69	.933	3.84	.568	-.918	.361
Media literacy competency 6	3.47	1.056	3.91	.640	-2.416	.017*
Media literacy competency 7	3.20	1.349	3.59	1.085	-1.564	.121
Media literacy competency 8	3.47	.971	3.84	.713	-2.112	.037*
Media literacy competency 9	3.47	.878	4.00	.715	-3.246	.002**
Media literacy competency 10	3.49	.898	3.91	.802	-2.443	.016*
Media literacy competency 11	3.54	.916	3.82	.786	-1.605	.112
Media literacy competency 12	3.81	.991	3.93	.625	-.695	.489

\*p<0.05, \*\*p<0.01

표 7. 온라인/모바일 게임 집단간 평균  
Table 7. Average by online gaming group

Variables	Low		High		t	p
	Average	Standard Deviation	Average	Standard Deviation		
Digital ethics 1	3.64	.962	3.74	.675	-.611	.543
Digital ethics 2	3.36	1.119	3.62	.822	-1.320	.190
Digital ethics 3	3.54	1.061	3.81	.798	-1.451	.150
Digital ethics 4	3.54	1.061	3.77	.937	-1.156	.250
Digital ethics 5	3.14	1.135	3.49	.856	-1.721	.088
Digital ethics 6	3.46	1.206	3.81	.947	-1.588	.115
Digital ethics 7	3.50	1.236	3.36	1.187	.576	.566
Digital ethics 8	3.84	1.233	3.57	1.229	1.087	.279
Digital ethics 9	3.34	1.180	3.19	1.377	.587	.559
Digital ethics 10	3.68	1.046	3.85	.834	-.913	.364
Media literacy competency 1	3.55	.989	3.81	.576	-1.558	.122
Media literacy competency 2	3.73	1.053	3.83	.789	-.524	.601
Media literacy competency 3	3.89	.928	3.91	.717	-.133	.895
Media literacy competency 4	3.82	.956	3.89	.787	-.413	.680
Media literacy competency 5	3.75	.958	3.77	.560	-.101	.920
Media literacy competency 6	3.63	1.019	3.70	.805	-.420	.675
Media literacy competency 7	3.11	1.384	3.68	1.002	-2.367	.020*
Media literacy competency 8	3.57	.850	3.70	.931	-.744	.458
Media literacy competency 9	3.77	.874	3.62	.822	.896	.372
Media literacy competency 10	3.68	.897	3.66	.867	.109	.914
Media literacy competency 11	3.71	.868	3.60	.876	.687	.493
Media literacy competency 12	3.70	.913	4.06	.734	-2.221	.029*

\*p<0.05, \*\*p<0.01

표 8. 텔레비전 시청 집단간 평균  
Table 8. Average by television viewing group

Variables	Low		High		t	p
	Average	Standard Deviation	Average	Standard Deviation		
Digital ethics 1	3.49	.960	3.92	.613	-2.638	.010*
Digital ethics 2	3.35	1.075	3.63	.890	-1.425	.157
Digital ethics 3	3.55	1.102	3.79	.743	-1.309	.193
Digital ethics 4	3.55	1.184	3.75	.758	-1.027	.307
Digital ethics 5	3.09	1.143	3.54	.824	-2.266	.026*
Digital ethics 6	3.27	1.193	4.02	.838	-3.631	.000**
Digital ethics 7	3.49	1.200	3.38	1.231	.483	.630
Digital ethics 8	3.84	1.151	3.58	1.318	1.040	.301
Digital ethics 9	3.22	1.182	3.33	1.374	-.457	.648
Digital ethics 10	3.69	1.103	3.83	.753	-.754	.453
Media literacy competency 1	3.45	.997	3.92	.498	-2.910	.004**
Media literacy competency 2	3.55	.997	4.04	.798	-2.762	.007**
Media literacy competency 3	3.84	.977	3.98	.635	-.865	.389
Media literacy competency 4	3.62	.991	4.13	.640	-3.034	.003**
Media literacy competency 5	3.65	.907	3.88	.640	-1.406	.163
Media literacy competency 6	3.47	1.052	3.88	.703	-2.247	.027*
Media literacy competency 7	2.87	1.334	3.94	.861	-4.735	.000**
Media literacy competency 8	3.47	.997	3.81	.704	-1.970	.052
Media literacy competency 9	3.51	.900	3.92	.739	-2.489	.014*
Media literacy competency 10	3.51	.979	3.85	.714	-2.018	.046*
Media literacy competency 11	3.51	1.034	3.83	.595	-1.912	.059
Media literacy competency 12	3.76	.999	3.98	.635	-1.284	.202

\*p<0.05, \*\*p<0.01

배려하는 정도가 유의한 차이를 보였고, 다른 변인에서는 유의한 차이가 나타나지 않았다.

온라인/모바일 게임을 많은 시간 이용하는 후기 청소년일수록 계동영상을 편집할 수 있는 기술을 가지고 있으며, 실제 게임 환경에서 상대방을 배려하는 등 디지털 환경에서의 공감 능력을 가지고 있었다. 그 결과는 표 7과 같다.

### 5) 미디어 이용특성(텔레비전 시청)

텔레비전을 시청하는 이용시간이 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량에 영향을 미치는지를 확인하였다. 텔레비전 시청은 전통적인 방송 시청과 유료방송의 다시보기, OTT서비스를 이용한 비실시간, 실시간 영상 시청을 모두 포함하는 특성으로 분류했다[14].

평균보다 높은 집단과 낮은 집단을 비교하였는데, 디지털 윤리에서는 미디어에서 공유된 정보를 신뢰할 수 있는 정도, 미디어를 통해 확인한 정보를 타인에게 공유할 때 정보의 정확성을 확인하는 정도, 익명성을 이용한 잘못된 참여의식과 책임감 정도가 유의한 차이를 보였다.

미디어 리터러시 역량에서는 본인에게 필요한 정보가 무엇인지 정확히 정의내릴 수 있는 정도, 정보가 전달하는 내용을 정확히 파악할 수 있는 정도, 본인이 필요한 정보를 얻기 위해 적절한 사이트 선별 능력 정도, 자신의 의사를 인터넷상에서 분명하게 글로 표현하는 정도, 동영상 편집 소프트웨어 활용 수준, 미디어를 통해 자신의 의견을 전달 할 수 있는 정도, 미디어를 통해 중요한 이슈를 주제로한 토론에 참여할 수 있는 정도가 유의한 차이를 보였는데, 다른 변인에서는 유의한 차이가 나타나지 않았다.

텔레비전은 비학습 유튜브 콘텐츠와 같이 실시간, 비실시간으로 다양한 영상 콘텐츠가 제공되는 매체로서, 후기 청소년들이 텔레비전을 통해 정보를 습득하고 이를 신뢰하는 정도에 대하여 높은 역량 정도를 가지고 있음을 알 수 있었다. 그 결과는 표 8과 같다.

## IV. 논의 및 결론

### 4-1 결론

본 연구의 연구가설에 따른 연구결과를 분석하여 제시하고자 미디어 이용특성, 인플루언서의 영향 정도, OTT 서비스, 디지털 윤리, 미디어 리터러시 역량에 대한 평균 및 표준편차를 측정하였고 미디어 이용특성의 각 변인 평균을 기준으로 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량의 집단 간 평균과 표준편차를 확인했으며, 후기 청소년이 주로 이용하는 미디어 이용특성에 따라 평균보다 높은 집단과 낮은 집단을 구분해 비교하였으며 디지털 윤리에서 4개 변인, 미디어 리터러시 역량 9개 변인에서 유의한 결과를 확인하였다. 결론은 다음과 같다.

미디어 이용특성에 대하여 디지털 윤리에 미치는 영향을

분석했다. 미디어를 이용할수록 미디어에서 공유된 내용을 신뢰할 수 있는 정도에 가장 많은 영향을 미쳤으며, 미디어에서 제공하는 정보가 중립적인 입장인지를 확인할 수 있는 정도가 두 번째로 영향을 미쳤으며, 미디어를 통해 확인한 정보를 타인에게 공유할 때 정보의 정확성을 확인하는 정도와 익명성을 이용한 잘못된 참여의식과 책임감 정도가 영향을 미치고 있는 것을 알 수 있었다. 이에 미디어 이용특성에 따른 이용시간이 디지털 윤리 10개 변인 중 4개 변인에서 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 이에 미디어 이용특성에 따른 이용시간은 디지털 윤리 변인과 관계가 있었다.

미디어 이용특성에 대하여 미디어 리터러시 역량에 미치는 영향을 분석했다. 후기 청소년 당사자 본인이 가장 필요로 하는 정보가 무엇인지 정확히 정의 내릴 수 있는 정도가 가장 많은 영향을 미쳤음을 알 수 있다. 동영상 편집 소프트웨어 활용 수준, 미디어를 통해 중요한 이슈를 주제로한 토론에 참여할 수 있는 정도, 미디어를 통해 자신의 의견을 전달 할 수 있는 정도가 두 번째로 영향을 미쳤으며, 본인이 필요한 정보를 얻기 위해 적절한 사이트 선별 능력 정도, 검색을 통해 얻은 정보 중 자신에게 가장 유용한 정보를 선택할 수 있는 정도, 인터넷상에서 분명하게 글로 표현하는 정도, 인터넷 활용을 통해 타인을 이해하게 된 정도가 영향을 미치고 있는 것을 알 수 있었다. 이에 미디어 이용특성에 따른 이용시간이 미디어 리터러시 역량 12개 변인 중 9개 변인에서 영향을 미쳤다. 미디어 이용특성에 따른 이용시간이 미디어 리터러시 역량과 관계가 있었다.

### 4-2 시사점

여성가족부가 관계부처 합동으로 발표한 제7차 청소년 정책기본계획은 ‘디지털 시대를 선도하는 글로벌 케이(K)-청소년’을 비전으로 디지털 일상화로 인한 디지털 리터러시 역량 향상을 위한 정책이 반영되었을 정도로 청소년의 성장에는 디지털 역량이 필수적이다. 이와 관련하여 본 연구를 통해 다음과 같은 시사점을 확인할 수 있었다.

첫째, 디지털 윤리 변인에서는 미디어를 이용하는 시간이 많을수록 미디어에서 공유되는 내용을 신뢰하고 중립적인 메시지인지를 확인할 수 있었으므로, 디지털 윤리 의식 향상을 위해서 미디어에서 제공되는 정보 중 신뢰할 수 있는 정보들을 분별할 수 있는 교육활동을 기획, 제공하여야 할 것이다. 자신의 관심사 또는 자신의 필요 정도에 따라 미디어를 활용할 수 있는 프로그램을 개발, 진행하고 미디어 기기나 장비를 활용한 동영상 콘텐츠 제작 교육이 미디어 리터러시 역량 향상에 기여할 수 있을 것이다.

둘째, 텔레비전 시청의 특성이 가장 많은 변인에서 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량에 영향을 미치고 있었다. 이에 텔레비전 광고 등 실시간, 비실시간 콘텐츠 제작 등을 진행하여 디지털 윤리와 미디어 리터러시의 중요성을 적극 홍보해 가는 등 해당 역량의 필요성을 지속적으로 강조해나가는 할

것이다. 나아가 텔레비전을 활용한 디지털 윤리와 미디어 리터러시 교육을 콘텐츠화하여 방영한다면 효과를 확인할 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구의 결과에서 유의하지 않은 것으로 나타난 변인에 대하여 추가 분석을 통해 미디어 이용특성과의 상관관계를 확인하여 미디어 교육활동 개발을 고려할 필요가 있다. 김양은[21]이 구성한 미디어교육의 목표차원에 따라 미디어 지식습득, 선별적 이용능력, 메시지 해독능력, 생산능력 함양으로 교육활동을 구성, 운영한다면 효과적인 교육활동을 기대할 수 있을 것이다.

청소년의 SNS 콘텐츠 이용 정도가 2020년에 비해 상승했고 특히 SNS 사용은 청소년들의 사회적 참여에도 중요한 역할을 하고 있다[14]고 보고 되고 있으므로 SNS를 활용, 매개체로한 미디어 리터러시 교육이 후기 청소년들에게 가장 많은 영향을 끼칠 수 있을 것이다.

나아가 후기 청소년을 특정한 대상으로 진행된 연구는 소수에 불과했으나 본 연구를 통해 후기 청소년의 미디어 이용특성을 확인할 수 있었으며, 미디어 이용특성에 따라 살펴본 디지털 윤리와 미디어 리터러시는 앞서 이론적 배경에서 분석한 선행연구 및 국가적 정책에서도 강조하고 있는 역량으로, 청소년과 성인에 비해 비교적 자료가 적은 후기 청소년의 미디어 이용특성을 확인한 것으로 향후 관련 연구 또는 정책 입안에 활용될 수 있다는 시사점을 가지고 있다.

#### 4-3 한계점

아직 국내에서는 후기청소년을 중심으로 하는 미디어 리터러시 정책이 미비한 실정[7]이고, 후기청소년을 대상으로한 미디어 리터러시 교육이 필요하다[18]는 결과를 바탕으로 본 연구의 결과를 같이 활용하여 후기청소년의 미디어 이용특성에 맞는 정책을 수립하거나 개발할 수 있을 것이다. 또한 후기청소년들은 미디어 이용특성 중 비학습관련 유튜브 시청하는 것으로 확인되었으므로 후기 청소년들을 대상으로 하는 홍보, 교육, 정책 수립 등의 과정을 유튜브로 집중한다면 후기 청소년 당사자들의 관심을 이끌어 낼 수 있을 것이다.

본 연구의 참여자는 여성이 남성에 비해 2배 이상 비율이 높다는 것에 한계가 있으므로, 후속 연구 진행시 개인별 심층 인터뷰 또는 더 많은 표본을 활용하여 미디어 이용특성을 분석하고, 대학 재학유무도 미디어 이용특성에 영향을 미치는지 확인하기 위해서는 대학에 재학하지 않는 후기 청소년까지도 대상 범위를 확대하고, 그에 따른 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량 정도를 비교한다면 확장된 연구의 결과를 보여줄 수 있을 것이다.

생애주기적 관점에서 후기 청소년은 청소년에서 성인기로 전환되는 중요한 시기로 후기 청소년의 미디어 이용특성이 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량에 어떠한 영향을 미치고 있는지 알 수 있었기에 후속 연구에서는 디지털 윤리와 미디어 리터러시 역량을 포함한 더욱 다양한 변인을 비교한다

면 더욱 활용도 높은 연구가 될 수 있을 것이다.

#### 감사의 글

본 연구는 2023학년도 서강대학교 박사과정 연구역량 강화사업 지원에 의하여 이루어진 것임.

본 연구는 서강대학교 생명윤리위원회의 승인을 받고 실시 되었음(승인번호: SGUIRB-A-2307-26).

#### 참고문헌

- [1] J. S. Kang and O. H. Kwon, A Study on the Perception of Media Literacy Education and Media Policy in Late Adolescents(19-24 Years Old), Sejong: Korea Youth Policy Institute, Sejong, Research Report 22-General05-01, December, 2022.
- [2] S. O. Um and H. J. Kim, "A Study on the Effects of Parent Factors, Personal Factors, Psychological Factors Perceived by Youth Who Do Not Attend College on the Life's Satisfaction - Concentrating on Late Adolescents," *The Journal of Learner-Centered Curriculum and Instruction*, Vol. 20, No. 18, pp. 747-766, September 2020. <https://doi.org/10.22251/jlcci.2020.20.18.747>
- [3] H. Y. Cho, "A Study on the College Level Post-Adolescents' Consciousness of Social Situation and Identities," *Korean Journal of Youth Welfare*, Vol. 15, No. 2, pp. 367-393, June 2013.
- [4] H. Y. Jo, J. K. Kim, and S. J. Jun, A Study on the Situation of Life and Consciousness of Post-Adolescents and Policy Measures I: Focusing on Postadolescents in the Higher Education Institutes, Korea Youth Policy Institute, Sejong, Research Report 12-R03, January 2013.
- [5] M. H. Hwang, The Effect of Parent-Child Communication Perceived by Late-Adolescents on Smartphone Overdependence: With a Focus on the Mediating Effect of Emotional Intelligence and Resilience, Ph.D. Dissertation, University of Seoul Venture, Seoul, February 2021.
- [6] S. M. Sawyer and P. S. Azzopardi, "The Age of Adolescence," *The Lancet Child & Adolescent Health*, Vol. 2, No. 3, pp. 223-228, March 2018.
- [7] M. J. Kang, E.-J. Jung, and H.-Y. Cho, "The Immersion Factors and Characteristics of Youtube Channels for Generation Z," *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol. 20, No. 2, pp. 150-161, February 2020. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2020.20.02.150>
- [8] National Information Society Agency. 2021 Smartphone

Over-Dependence Survey [Internet]. Available: [https://www.nia.or.kr/site/nia\\_kor/ex/bbs/List.do?cbIdx=65914](https://www.nia.or.kr/site/nia_kor/ex/bbs/List.do?cbIdx=65914).

[9] B. C. Min and K. S. Oh, "A Study on Correlation Between Teenager's Consciousness of Telecommunication Ethics and Sunfull Activity," *Asia-Pacific Journal of Multimedia Services Convergent with Art, Humanities, and Sociology*, Vol. 9, No. 8, pp. 45-53, August 2019. <http://doi.org/10.35873/ajmahs.2019.9.8.005>

[10] C. J. Lee, Exploring the Constituent Factors for the Development of Digital Ethic-Literacy Diagnostic Inventory: Focusing on MZ Generation University Students, Ph.D. Dissertation, Soongsil University, Seoul, February 2022.

[11] S. T. Hong, *Culture and Politics of Cyber Society*, Seoul: Moonhwagwahaksa, August 2020.

[12] Ministry of Culture, Sports and Tourism. Comprehensive Plan to Strengthen Digital Media Communication Capabilities [Internet]. Available: [http://www.mcst.go.kr/kor/s\\_notice/press/pressView.jsp?pSeq=18246](http://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=18246).

[13] Ofcom. Ofcom's Strategies and Priorities for the Promotion of Media Literacy: Published Responses [Internet]. Available: <https://www.ofcom.org.uk/consultations-and-statements/category-1/strategymedialit>

[14] S. Livingstone, "Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies," *The Communication Review*, Vol. 7, No. 1, pp. 3-14, July 2004. <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>

[15] NAMLE. Media Literacy Education & Common Core State Standards [Internet]. Available: <https://namle.org/resources/core-principles/>

[16] J. Y. Park, "Media Literacy Policy in Germany in the Era of Smart Media : Focusing on Media Competence Projects of German Media Authorities," *Zeitschrift der Koreanisch-Deutschen Gesellschaft fur Sozialwissenschaften*, Vol. 26, No. 1, pp. 126-149, 2016.

[17] Seoul Youth Media Center. 2021 Youth Media Demand Survey [Internet]. Available: [https://www.ssro.net/about/notice\\_view.jsp?no=520792&bcate=notice](https://www.ssro.net/about/notice_view.jsp?no=520792&bcate=notice).

[18] Korea Press Foundation. 2021 Social Media User Survey [Internet]. Available: <https://www.kpf.or.kr/front/research/selfDetail.do?seq=592324>

[19] Y. M. Park, Social Media Literacy Study: Curriculum Development and Effects of Adolescent Literacy Education, Ph.D. Dissertation, University of Sogang, Seoul, August 2022.

[20] W. T. Lee, A Study on How to Bridge the Digital Gap and Enhance Media Literacy in the Digital Convergence

Environment, Institute for Information and Communication Policy, Jincheon, Final Report TRKO201300030069, December 2011.

[21] Y. E. Kim, "A Study on the Composition of the Media Curriculum Model," *Korean Journal of Communication & Information*, Vol. 37, No. 1, pp. 73-99, February 2007.

### 최인현(In-Heon Choi)



2022년 : 서강대학교 언론대학원  
(언론학 석사)

2021년~2023년: (재)파주시청소년재단 근무  
2023년~현 재: 시립광진인터넷중독예방상담센터 근무  
2023년~현 재: 서강대학교 일반대학원 신문방송학과 박사과정  
※ 관심분야 : 청소년 미디어교육, 미디어 리터러시, 미디어효과 등

### 나은영(Eun-Yeong Na)



1992년 : 예일대학교 대학원  
(사회심리학 박사)  
1987년 : 서울대학교 대학원  
(사회심리학 석사)

2013년~2014년: 한국방송학회 부회장  
2014년~2016년: 서울대학교 이사  
2018년~2020년: 서강대학교 지식융합미디어대학 학장  
2000년~현 재: 서강대학교 지식융합미디어대학 교수  
※ 관심분야 : 미디어심리학, 설득커뮤니케이션, 소셜미디어, 청소년과 미디어교육 등