

동영상 UCC 제작 및 활용 교육을 통한 인터넷 리터러시 효과 분석

주용완[†] · 황용석^{††} · 김양은^{†††} · 조영기^{††††}

요 약

지금까지의 인터넷 관련 교육은 주로 '정보통신윤리'와 '인터넷 중독'에 초점을 맞추고 있어 인터넷 미디어 시대를 위한 '인터넷미디어'의 창의적이고, 바람직한 이해와 활용을 이끌어내기 위한 '인터넷 리터러시 교육'의 필요성이 사회적으로 제기되고 있다.

미디어 교육과 관련된 기존 연구에서 가장 취약점은 '교육성과'에 대한 분석이 전혀 이루어지지 않고 있다는 데 있다. 따라서 본 연구에서는 전국 중학교 학생 708명을 대상으로 진행한 인터넷 미디어 교육에 따른 인터넷에 대한 감성적 태도, 매체 인식, 인터넷 이용효능감, 인터넷 미디어 능력, 인터넷 윤리의식의 변화를 살펴보았다. 그 결과 인터넷 이용효능감과 인터넷 미디어 능력은 큰 변화를 나타냈으며 아울러 수업을 통해 자연스럽게 인터넷 윤리 의식도 높아지는 결과를 보였다. 이러한 결과는 인터넷 미디어 교육 프로그램의 실질적 성과를 입증하였다는 데 의의를 가질 수 있다.

주제어 : 인터넷 리터러시, 인터넷 미디어 교육, 미디어 이용 능력, UCC 제작 교육

The Analysis of Internet Literacy Effect through Education of Producing and Using Multimedia UCC

YongWan Ju[†] · YongSuok Hwang^{††} · YangEun Kim^{†††} · YeongKi Cho^{††††}

ABSTRACT

Internet is taking up as a new culture on the cyber-space beyond a simple hobby as its utilization ratio is rapidly being spread throughout the world. However most education for internet media has been focused on cyber ethics education and internet addiction. Therefore it arises to need to educate internet literacy for positive and desirable usage of internet media raises.

Previous research on media education doesn't have been analyzed the outcome of media education. In this study, we show the result of internet media education which performed for fostering internet literacy. For the analysis of education result we observed emotional attitude about internet, internet media recognition, efficacy of using internet, and consciousness of internet ethics for middle school student. As a result, there are many changes for emotional attitude about internet, ability of using internet media, and consciousness of internet ethics.

Keywords : Internet Literacy, Internet Media Education, Ability of Media Usage, Education of UCC

† 정 회 원: 한국인터넷진흥원 인터넷기반진흥단 단장
†† 정 회 원: 건국대학교 신문방송학과 교수(교신저자)
††† 정 회 원: 서강대학교 언론대학원 대우교수
†††† 정 회 원: 을지대학교 홍보디자인학과 겸임교수
논문접수: 2010년 5월 12일, 심사완료: 2010년 6월 21일

1. 서론

인터넷미디어의 등장은 우리 사회 전반에 커다란 변화를 가져오고 있다. 기존 매스미디어가 정의했던 것과 매우 상반된 참여를 전제로 한 형태를 나타내고 있다. 이런 점에서 인터넷과 함께 등장한 ‘인터넷세대’의 등장은 사회전반에 새로운 변화를 야기하고 있다.

한국인터넷진흥원에서 밝힌 통계조사에 의하면 2010년 현재 만 3세 이상 인구의 인터넷 이용률은 77.2%이며, 인터넷 이용자 수는 36,580천명으로 집계되었다. 이 중에서 인터넷 이용률을 연령대별로 살펴보면, 10대(99.9%), 20대(99.7%), 30대(98.8%)로 집계되었다[1]. 이 조사에서 눈여겨볼 사항은 만 6세 이상의 인터넷 이용자의 76.4%가 인터넷을 통해서 텔레비전, 신문, 라디오, 영화, 잡지·서적의 5대 미디어를 이용하고 있다는 점이다. 인터넷 세대의 등장이 야기시키는 변화 중에서 가장 주목해야 할 부문이 바로 이러한 미디어 이용행태의 변화이다.

방송·통신 융합시대가 도래하면서 인터넷미디어에 대한 사회적 관심과 기대가 높아지고 있으며, 인터넷미디어 시대는 기존의 정보를 수용하는 소극적인 수용자를 정보를 생산하는 적극적이고 능동적인 의미의 이용자로 변화시키고 있다. 실제로 인터넷미디어의 발달은 우리의 삶에 큰 변화를 가져왔다. 기술의 발달이 가져다준 편의성과 효율성을 넘어서 인터넷미디어는 사람들과 소통하는 방식, 자신을 표현하는 방식 등에 근본적으로 변화시켰다.

소통과 표현 방식의 변화로 말미암아 방송·통신 융합시대에서 인터넷미디어가 쟁점화 되고 있음에도 불구하고 실제로 인터넷미디어와 관련된 교육은 전무한 상태이다. 인터넷미디어 시대를 위한 ‘창의적이고, 바람직한 인터넷미디어 이해 및 활용’을 위한 교육의 필요성이 사회적으로 제기되고 있음에도 불구하고 인터넷과 관련된 대다수의 교육들은 ‘정보통신윤리’교육에 국한되어 ‘인터넷’이 일으키는 부정적 요인에 초점을 맞추고 있다. 따라서 기존 교육 및 내용은 모두 문제 제기형에 그치고 있어 ‘인터넷미디어’의 긍정적이고, 바람직한 활용을 이끌어내기 위한 문제 해결형 교육 및

대안 제시에 의한 ‘인터넷 리터러시 교육’에 대한 필요성이 제기되고 있다[2][3][4]. 기존 미디어 교육 관련 연구들은 ‘미디어교육의 필요성’을 제기하는 수준에 그치고 있거나[5][6][7][8], ‘텔레비전, 신문’ 등의 기존 미디어에 집중한 연구들이 대부분이다. 따라서 인터넷 리터러시에 집중한 ‘인터넷미디어 교육’에 대한 개념 정립에 관한 연구가 필요하다. 기존의 인터넷과 관련한 교육의 대부분은 ‘정보통신윤리’라는 미디어교육에서 부분적이고 한정적인 영역에서만 시행되고 있다. 인터넷미디어 시대의 이용자는 인식수준뿐만 아니라 행위적 차원에서 기존 미디어 수용자와는 차별화된 구조를 보인다. 따라서 인터넷윤리에 기반을 둔 교육이 아닌 능동적 참여문화를 기반으로 한 교육프로그램이 어떤 효과를 발생시키는지에 대한 체계적인 분석이 필요하다.

미디어교육 관련 연구에서 가장 취약점은 대부분의 교육이 일회성이고 단기적이며 학교 교육 밖에서 이루어지고 있어 교육의 성과에 대한 분석이 전혀 이루어지지 않고 있다는 점이다. 그러므로 인터넷미디어에 초점을 맞춘 체계적 교육에 따른 사전, 사후 교육효과 및 성과에 대한 분석이 우선적으로 필요하다. 많은 미디어교육 및 인터넷 교육프로그램이 제공되고 있지만[8], 실제로 이들 프로그램이 수혜자인 학생 및 교사들에게 어떤 효과를 드러내고 있는지에 대해서는 전혀 논의가 되고 있지 않다. 따라서 실제로 구체적이고, 체계적인 교육성과 분석 방법에 대한 논의가 필요한 시점이다. 이와 같은 인터넷미디어 교육에 대한 성과분석은 향후 인터넷 시민양성을 위한 인터넷미디어 교육 정책수립에 기초자료로서 활용될 것으로 기대된다.

2. 이론 및 선행연구 검토

2.1. 디지털시대 미디어교육의 변화에 대한 논의

1970년대부터 논의가 시작된 국내 미디어교육은 2000년 이후에 디지털미디어의 등장으로 교육 방식에서도 많은 변화를 가져왔다. 초기 미디어교육은 미디어에 대한 이용태도를 바꾸는 ‘미디어감상’에 목표를 두고 시행되었으나, 1980~90년대를

거치면서 ‘미디어감시’와 함께 ‘미디어에 대한 비판적 이해’를 중심으로 한 미디어교육이 주를 이루었다. 하지만, 2000년 이후에 국내 인터넷 보급과 함께 디지털미디어가 확산되면서 ‘영상제작’과 관련된 미디어교육이 대두되고 있다[9]. 이는 디지털미디어 시대의 미디어 이용자의 역할과도 큰 연관성을 맺고 있어 인터넷 보급 이후에 미디어 생산자의 위치는 미디어조직(산업)에서 미디어를 이용하는 개인으로 옮겨갔다. 인터넷에서 제공되는 수많은 동영상들이 대부분 일반 미디어 이용자에게 의해서 생산되고 있으며 이러한 미디어환경의 변화는 미디어교육을 새롭게 변화하도록 요구하고 있다.

국내 미디어교육 관련 연구의 경향도 이와 다르지 않다. 실제로 기존의 미디어교육은 주로 미디어교육의 개념 및 필요성, 미디어교육 정책과 관련된 연구들이 주를 이루고 있다. 미디어교육의 개념 및 이론적 논의는 주로 미디어교육의 필요성, 시행방법 등을 상세히 다루고 있는 최창섭의 초기 연구[10]를 들 수 있다. 이 연구에서는 미디어교육의 필요성을 다루면서 텔레비전에 집중해서 다루고 있다. 하지만 최근 연구들[6][7][9][11]은 미디어교육의 필요성을 디지털미디어로 확대해서 설명하고 있다. 최근 제기된 연구들의 핵심은 미디어교육에서 ‘미디어 분석’과 관련된 미디어에 대한 비판적 이해뿐만 아니라 실제로 미디어를 제작하고 평가하는 과정에 대한 개념을 도입시키는 개념적 확장을 논의하고 있다. 이와 같은 흐름은 미디어교육의 커리큘럼 개발과 사례연구에서도 동일한 경향을 보인다. 국내 미디어교육의 커리큘럼 개발에 관련된 대표적인 연구로는 1983년에 최창섭에 의해서 행해진 ‘초등학생 및 중학생의 미디어교육 커리큘럼을 개발한 연구’가 있으며, 1989년에 행해진 최선열의 “비판적 텔레비전 시청 교육과정에 관한 연구”가 있다. 이들 연구는 주로 신문과 텔레비전에 집중하는 경향을 보였으며 미디어에 대한 지식과 미디어메세지에 대한 비판적 이해를 주된 내용으로 담고 있다. 하지만 최근에 개발된 교재 및 커리큘럼에서는 디지털미디어(게임, 인터넷 등)와 제작교육에 대한 내용을 포함하고 있다. 전국국어교사모임에서 개발한 “국어시간에 매체읽기”(2005)에서는 그림, 기

호, 글 등의 언어에서부터 영화, 영상, 인터넷, 게임에 이르기까지 다양한 미디어에서 제공하는 메시지에 대한 비판적 읽기가 제공되고 있다. 또한 방송통신위원회에서 개발한 초등학생 저·고학년 교재(2007), 중학생교재(2008)은 디지털미디어(게임, 인터넷, 휴대폰 등)를 담고 있으며 미디어 메시지의 비판적 읽기 및 미디어 제작과 관련된 내용을 포함시키고 있다.

이와 같은 미디어교육의 개념 및 커리큘럼의 변화에서 살펴보면 초기 미디어교육은 미디어에 대한 이해와 미디어에 대한 비판적 읽기가 주를 이루고 있다. 그러나 최근에는 미디어에 대한 지식적 차원의 이해를 담고 있는 것이 아니라 디지털미디어를 포함한 미디어를 포함하고 있으며 미디어에 대한 비판적 이해, 미디어제작 등을 함께 고려해서 개발되어지는 경향을 보여주고 있다.

이러한 흐름은 국내연구에만 국한된 것은 아니며 디지털미디어 등장이후에 제기된 미디어교육과 관련된 몇몇 논의들은 디지털미디어에 관한 교육에 대한 필요성을 표명하고 있다[5][11]. 뉴런던그룹은 멀티리터러시 교육이 미래사회를 능동적으로 디자인하는 ‘의미생산자’로서의 교육에 목표가 닿아있다고 말하고 있다[12]. 디지털 미디어 시대의 미디어교육은 영상에 국한된 단일 언어를 이해하고, 해석하는 것만이 아니라 미디어를 둘러싼 인간의 문화사회적 해석에 대한 영역으로 확장되어짐을 의미하는 것이다[11]. 랑크셔와 노블[13]은 기존의 리터러시와 차별화된 ‘뉴리터러시(New Literacy)’라는 개념을 제시하였는데, 이 개념은 새로운 멀티텍스트에 대한 교육을 의미하며 멀티텍스트를 둘러싼 새로운 영역, 즉 협동, 참여, 분산(dispersion), 전문영역의 분배(distributed expertise)를 반영해야함을 주장하고 있다. 메이로비치의 경우[14]에도 미디어리터러시를 크게 미디어언어리터러시(media language literacy), 미디어내용리터러시(media content literacy), 매체 리터러시(media literacy)의 3가지 영역으로 구분하고 있다. 이는 미디어교육이 특정언어를 다루는 미디어에 한정되는 것이 아니라 오히려 그 개념을 넓혀서 미디어를 표현하는 언어전반으로 그 영역을 확대시켜야한다는 점을 주장하고 있다. 결과적으로 미디어교육이 신문, 영화, 텔레비전 등

의 기존 매스미디어에 국한되지 않고 디지털미디어를 포함하는 방향으로 확대되어져야함을 주장하고 있다.

이처럼 디지털시대의 미디어교육은 디지털미디어가 가지는 ‘상호작용성’에 기반하고 있으며 미디어교육은 미디어와 미디어이용자의 관계의 변화가 미디어교육에도 영향을 미친다. 보호주의 패러다임에서는 미디어이용자가 일방향적인 수용에 방점을 두고 있다면 미디어리터러시 패러다임은 미디어이용자의 적극적인 이용에 방점을 두고 있다. 이처럼 미디어교육의 개념과 패러다임이 확장되어지는 것은 미디어이용자들이 점차 미디어현실을 단지 송신자가 구성한 대로 받아들이는 것이 아니라 미디어 이용자의 개별성에 의하여 새로운 의미로서 구성하거나 수용하기도 한다는 데 있다. 디지털미디어의 등장은 미디어 이용자의 적극적인 미디어해독 및 수용에 매우 중요한 역할을 부여하고 있다[11].

이런 관점에서 디지털시대의 미디어교육에서 중요한 측면 중의 하나는 바로 디지털 미디어의 제작과 관련된 부문이 아닐 수 없다. 젠킨스(Jenkins)는 디지털시대의 리터러시 능력중에 하나로 참여문화를 지적하고 있다. 그가 말하는 참여문화는 “소속(affiliations), 표현(expressions), 집단적 문제 해결(collective problem-solving), 배포(circulations)”에 두고 있다(2008). 이 중에서 제작교육은 표현, 배포와 관련성을 가지며 디지털시대의 참여문화에서 중요한 영역 중의 하나로 표현은 미디어 생산과 밀접한 연관성을 갖는다.

2.2. 미디어교육의 효과에 관한 논의

미디어교육과 관련한 연구에서 ‘미디어교육’으로 인한 미디어 이용자의 변화 혹은 효과에 대한 연구들은 극히 미약하다. 실제로 미디어교육의 효과와 관련된 연구는 특정 부류를 대상으로 한 실험연구이거나 혹은 대규모의 인식연구 수준에 머물고 있으며, 대다수의 연구가 미디어가 전달하는 메시지에 대한 이해를 다루고 있다.

대부분의 연구가 실험연구로 진행되었으며 초등학생을 대상으로 이루어지고 있다. 서정희의 연구[15]는 초등학교 6학년 2학급을 실험집단으로

선정하여 5회 정도의 미디어교육을 시행한 후 미디어교육 효과를 설문을 통해서 미디어 현실지각과 시청태도의 변화를 측정하고자 설계하였다. 이승훈[16]은 초등학교 6학년을 대상으로 4주 교육을 실시하였으며 설문을 통해 성 역할 및 직업에 대한 고정관념에 대해서 살펴보고자 하였다. 이원경[17]은 초등학교 2학년을 대상으로 6차시에 걸친 광고 미디어교육을 실행한 이후에 광고에 대한 학생들의 이해도를 측정하였다.

앞선 연구들과 유사하지만 미디어 제작교육을 받은 학생들을 포함한 효과연구로는 안정임과 김양은의 연구[18]를 들 수 있다. 제작교육 대상집단을 교육 전후에 걸친 효과분석을 수행하지는 않았으나, 제작교육을 받은 학생들을 대상으로 표상(스테레오타입, 동일시, 미디어현실인식), 상업성, 기술(표현), 미디어영향력, 미디어이용태도 항목에 대한 인식조사를 실행한바 있다. 강은진과 현은자의 연구[19]에서는 유아대상으로 영상언어와 제작 과정에 대한 이해를 기반으로 한 연구가 진행된 바 있다. 이외에 박수경의 연구[20]에서는 구성주의 미디어교육 수업방식에 대한 평가를 다루고 있다.

결국 미디어교육과 관련된 효과연구는 주로 초등학생을 대상으로 이루어지고 있으며 실험연구 형태로 진행되고 있음을 알 수 있다. 국내에서 행해지는 대다수의 연구들을 스테레오타입이나, 비판적 시청능력과 같은 미디어 메시지의 이해능력을 측정하는데 목표를 두고 있다. 최근 디지털미디어가 등장하면서 국내 미디어교육에서 제작교육이 증가하는 추세를 보이고 있으나 미디어 제작교육과 관련된 효과측정에 대한 연구문헌들을 찾아보기는 어렵다. 최근 미디어교육에서 미디어 제작교육의 중요성은 많은 학자들에 의해서 지적되고 있다[9][18][21][22]. 특히 제작교육은 미디어 제작을 통해서 미디어 제작원리의 이해 및 미디어 메시지에 대한 성찰적 이해를 돕는 가장 효과적인 수단 중의 하나이다. 따라서 실제로 미디어교육에서 미디어 제작교육이 가지는 효과검증에 대한 다양한 방법론이 제기되어야할 것으로 보인다.

미디어 교육에서 제작은 단지 제작기술의 습득만을 의미하는 것은 아니다. 오히려 미디어작품의

제작을 통해서 창의적 커뮤니케이션 방식 즉, 표현능력의 향상을 의미하기도 한다. 바아케(Baacke)에 따르면 미디어제작은 미디어를 통한 형상화, 예술화로서의 미디어 변형을 의미하며, 미디어작품을 변형시키거나 새롭게 창조하는 창의성을 의미한다고 말하고 있다[6]. 영국의 BFI(British Film Institute)에서 제시하는 제작교육의 개념에서도 제작기법에 대한 이해가 아니라 미디어제작활동을 통해서 미디어의 생산과정 및 결과물들에 미치는 영향에 대한 논의들을 함께 제기하고 있다[9]. 결론적으로 미디어제작은 미디어교육을 위한 다양한 방법 중에서 시뮬레이션의 의미하며, 이 과정을 통해서 미디어메시지가 생성되는 과정을 이해하는 과정으로서 중요한 의미를 지니고 있는 것이다.

이런 관점에서 볼 때 인터넷시대에 들어 제기되는 미디어제작에 대한 효과분석은 단지 미디어 제작 기법에 대한 지식적 이해뿐만 아니라 나아가 실제로 교육 속에 포함된 해당 매체에 대한 인식, 해당 매체에 대한 이용태도, 메시지 분석 등의 비판적 이해 및 창의적 표현에 관련된 영역들도 함께 고려되어야 할 것으로 보인다.

3. UCC 제작 교육 및 효과분석 방법 설계

3.1. 연구문제 설정

앞서 살펴본, 미디어교육의 개념 및 효과에 대한 이론적 검토에서 제기했듯이 미디어교육은 최근 디지털미디어를 포함하고 있다. 본 연구에서는 미디어 제작교육을 기반으로 구성된 교육프로그램을 개발하고, 이 프로그램을 시행한 이후의 참여 학생들의 변화를 살펴보고자 하였다. ‘UCC제작과 관련된 수업’에 참여한 중학교 학생들이 수업 후 인터넷미디어에 대한 인식 그리고 이용효능감과 이용능력에 어떤 영향을 받는지 살펴보고자 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- | |
|--|
| <p>[문제1] UCC제작교육의 인터넷에 대한 매체인식 영향</p> <p>[문제2] UCC제작교육의 인터넷 이용효능감에 주는 영향</p> <p>[문제3] UCC제작교육의 인터넷 이용능력에 주는 영향</p> |
|--|

3.2. 인터넷미디어 교육 프로그램 설계

본 연구는 2008년 11월에서 1월까지 약 3개월 동안 전국의 80개 중학교를 대상으로 시행된 인터넷미디어 제작과 관련된 미디어교육 프로그램의 효과를 측정하였다. 본 연구에서 사용된 인터넷미디어 교육 프로그램은 <표 1>과 같이 설계되었다.

<표 1> 미디어제작교육을 위한 프로그램

구분	주제	구현물
UCC로 표현하는 인터넷 미디어의 참모습	UCC	UCC에 대한 인터뷰 형식의 동영상
패러디, 제대로 알고 만드는 거니?	패러디	영화 패러디 포스터 제작과정 동영상
함께 만들고 나누는 인터넷 미디어	웹2.0 (참여,공유,개방)	웹2.0을 주제로 한 동영상 UCC 제작

일반적으로 미디어교육의 커리큘럼은 주제접근 방식, 매체접근방식, 개념접근방식의 3가지 접근 방식을 가지고 있다[9]. 매체접근방식은 각 매체를 미디어교육 커리큘럼의 중심적인 지식영역으로 선정하는 방식이며, 개념접근방식은 미디어텍스트와 미디어 현상을 설명하기 위해서 일반적으로 사용되는 주요 개념들을 미디어교육 커리큘럼을 설계하는 데 활용하는 방식이다. 주제중심 접근방식은 그 사회에서 대두되고 있는 주요한 미디어 관련 논쟁들을 미디어교육 교육과정의 중심적인 지식영역으로 선정하는 방식이다.

본 연구에서 활용한 교육프로그램은 주제접근 방식을 기반으로 프로그램을 설계하였다. 즉 인터넷과 관련된 많은 이슈들 중에서 현재 우리 사회 내에서 이슈가 되는 내용을 중심적인 지식영역으로 다루고 있으며, 이를 위한 교육방법으로는 ‘제작’을 선택하였다. 따라서 각 프로젝트들은 각각 독립적으로 운영되며 한 프로젝트당 총 8차시로, 차시당 2시간씩, 총 16시간 수업으로 구성되었다. 각 차시당 교육프로그램에는 해당 주제와 관련된 인터넷의 영향력, 개념 등을 담은 ‘알아보기’ 형태의 읽기자료와 ‘함께하기’ 형태의 활동이 함께 제시되었다. 이 프로그램에서는 최종 산물로 동영상이 제작되도록 구성되어 있으며 이 과정에서 인

터넷의 개념, 인터넷문화의 특성 등의 주제와 관련된 내용을 담고 있다. 또한 미디어 제작과정이 무비메이커, 포토샵 등의 프로그램을 사용하는 과정이 그림과 함께 상세하게 제시되었다. 이외에도 실제로 동영상 제작하기 전에 필요한 스토리보드 작성법, 제작관련 체크리스트, 제작과정 포트폴리오 등이 상세히 기술되어있다.

이 프로그램은 ‘알아보기’와 ‘함께하기’를 통해서 기존 제작교육이 가지는 기술 중심의 교육내용을 보완하고자 하였다. 따라서 실제로 이 교육프로그램의 주제인 ‘인터넷의 기능’, ‘인터넷의 영향력’, ‘인터넷의 사회적 의미’ 등을 이해할 수 있도록 구성하였다. 따라서 프로젝트를 통해서 UCC 제작이라는 구현물 이외에도 실제로 UCC 제작의 주제를 ‘인터넷(인터넷문화)’으로 선정하였으며 학생들이 UCC를 제작하는 과정을 통해서 인터넷을 이해할 수 있는 주제중심의 교육방식을 채택하였다.

수업을 담당하는 교사들에게는 인터넷미디어 전문 교육을 실시하기 위해 강사교육프로그램을 운영하였고 수업참여 교사들을 위한 지침서 및 자료집도 제공하였다. 그리고 중학교 80개교를 선정하여 인터넷미디어 제작 및 활용을 위한 교육을 실시하였다. 이 수업을 통해서 실제로 학생들이 UCC를 제작하고, 일련의 과정들 속에서 인터넷을 이해하고 바람직한 인터넷활용에 대한 인식을 키울 수 있도록 구성된 교육프로그램을 운영, 실시하였다.

3.3. 연구대상 및 연구문제 설정

인터넷미디어 교육에 참여한 중학생 응답자 708명의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 남학생은 294명, 여학생은 414명으로 남학생에 비해 여학생이 높은 비율(58.47%)로 구성되어 있다. 학년 구성은 1학년이 가장 높은 비율(43.36%)을, 2학년(35.03%), 3학년(21.61%)로 구성되었다. 지역별로는 경기 지역이 176명(24.86%)로 가장 많고, 서울, 대구/경북 등의 순으로 많았다. 부산/울산/경남 지역의 응답자 수가 가장 적게 분포(55명, 7.77%)하고 있는데, 이는 인터넷미디어 교육이 해당 프로그램을 신청한 학교들을 대상으로 이루어져 최종

프로그램을 실시했다는 점에 기인한다. 프로그램을 신청하여 선정된 대상 학교에만 카메라 등 기기들의 지원이 이루어짐으로서 자연적으로 발생한 차이임을 밝힌다. 또한 인터넷미디어 교육에 참여하는 학생들의 수업 참여 전 하루 평균 인터넷 이용 시간을 살펴본 결과 하루 평균 1시간에서 3시간 이하 이용한다는 응답자가 전체의 45.06%로서 가장 많이 분포하고 있었다. 응답자의 인구통계학적 특성은 <표 2>에 자세히 제시하였다.

<표 2> 조사 대상자의 인구통계학적 특성

구 분		빈도	비율(%)
성별	남자	294	41.53
	여자	414	58.47
학년	1학년	307	43.36
	2학년	248	35.03
	3학년	153	21.61
지역	서울	155	21.89
	인천/경기	176	24.86
	대전/충남/충북	112	15.82
	광주/전남/전북	76	10.73
	대구/경북	134	18.93
일평균 인터넷 이용시간	부산/울산/경남	55	7.77
	1시간 이하	238	33.62
	1~3시간 이하	319	45.06
	3시간 이상	151	21.33
계		708	100

인터넷미디어 교육에서 UCC 제작교육의 효과 분석을 위해서 교육 프로그램에 참가한 전국의 중학교 80개교의 학생 708명을 대상으로 기초 자료가 수집되었다. 인터넷미디어 교육에 참여한 학생들을 대상으로 수업 전과 수업 후 구조화된 설문지를 이용하여 설문조사 전문기관의 훈련된 면접원이 참여하여 설문조사를 실시하였고 설문은 리커트 5점 척도(1: 전혀그렇지 않다 - 5: 매우그렇다)로 구성되었다.

조사기간은 2008년 12월에서 1월에 걸쳐 진행되었다. 인터넷미디어 교육이 실시되는 시기가 학교별 차이가 있으나 모든 학교에서 수업 1주일 이전, 그리고 수업 후 2주일 이내에 조사를 실시하여 동일한 환경에서 응답이 도출될 수 있도록 하였다. 수집된 수업 전후 설문 자료의 분석은 SPSS 15.0와 AMOS 7을 이용하여 신뢰도 및 타

당도 검증과 대응표본 t 검증, 공변량분석을 통해 분석하였다.

3.4. 주요 변인의 구성

본 연구는 인터넷미디어 수업을 통해서 인터넷 미디어에 대한 인식, 이용효능감, 이용능력의 향상을 살펴보고자 한다. 주요 변인의 구성은 교육 프로그램에 포함된 내용을 토대로 구성하였으며 기타 관련 문헌들을 검토하여 선정하였다.

3.4.1. 인터넷에 대한 매체 인식

인터넷에 대한 매체 인식은 인터넷미디어 교육에 참여한 응답자들이 인터넷이 어떤 기능을 수행할 수 있는 미디어라 여기고 있는지를 의미한다. 단순히 오락적인 기능만을 제공하거나 혹은 기존 미디어들과 마찬가지로 일방적인 정보 전달 기능이 두드러진 미디어로 인식하는 것 이외에 인터넷미디어가 가진 수많은 기능들에 대해 일부만 알고 있거나 왜곡되어 알고 있지는 않은지 살펴보고자 한다. 다른 미디어와 마찬가지로 인터넷 미디어의 정보에 대한 신뢰는 수용자들의 다양한 참여를 가능하게 한다는 점에서 유용하다고 판단하였다[23]. 인터넷에 대한 매체 인식에서는 인터넷의 정보성, 중요성, 사회적 영향력, 정보의 신뢰성, 교육적 기능의 최종 5개의 문항을 구성하여 측정하였다.

3.4.2. 인터넷 이용효능감

일반적으로 자기효능감은 어떤 목적을 위해 행하는 행동들을 잘 수행할 수 있는지 본인 스스로가 인지하는 능력을 의미한다. 수업 내용이나 수업 과정에서 필요로 하는 기술에 대한 효능감은 학생의 수행을 예측할 수 있다고 알려져 있다[21]. 본 연구에서는 인터넷미디어 교육을 통해 참여 학생들이 인터넷미디어를 이용하여 할 수 있는 일련의 행동들을 잘 수행할 수 있다고 스스로 인지하는 정도의 변화를 살펴보기 위하여 수업전후 인터넷 이용효능감의 변화에 주목하였다. 본 설문문의 문항은 기존의 자아효능감 및 미디어 이용효능감 관련 문항들을 토대로 실제 수업내용에 반

영된 내용을 변용하여 5개의 문항을 구성하였다. 본 설문에서 사용한 문항은 ‘인터넷에서 필요한 정보를 찾을 수 있다(정보검색)’, ‘인터넷을 통한 인간관계를 확장할 수 있다(소통)’, ‘인터넷을 통해 내 생각을 잘 표현할 수 있다(표현)’, ‘인터넷 블로그나 미니홈피를 잘 운영할 수 있다(개인미디어 이용)’, ‘인터넷상의 정보의 진위를 구분할 수 있다(정보신뢰도 평가)’의 5문항을 사용하였다. 이 변인들을 설정한 것은 실제 교육 프로그램 내에 다루고 있는 공통된 내용으로 제작을 위한 소프트웨어 사용방법 이외에 인터넷미디어의 활용방법 및 기능에 대한 논의들이 담겨있다.

3.4.3. 인터넷미디어 이용능력

인터넷미디어 이용능력은 능동적으로 인터넷미디어를 이용하고 창의적으로 제작하고 비판적으로 이해하는 능력을 지칭한다. 인터넷미디어 교육에 참여한 학생들이 수업 전과 비교하여 수업 후 인터넷 미디어를 이용하여 내 의사를 표현하고 동영상이나 사진 등 텍스트 기반이 아닌 영상 기반의 표현방법에 대해서도 어느 정도 능력을 획득하였는지 살펴본다. 이를 위해 미디어 능력에 관한 선행연구[7][25][26]를 바탕으로 연구자들 간의 논의를 거쳐 다음의 6개 문항을 개발하여 측정하였다. 각 문항들은 ‘창의적 표현능력’과 관련된 3개 문항(‘자신의 이야기를 인터넷에 사진이나 동영상으로 표현할 수 있다’, ‘나의 생각을 인터넷에서 글로 분명하게 표현할 수 있다’, ‘나만의 아이디어를 담은 UCC로 표현할 수 있다’)과 ‘제작 기술능력’과 관련한 3개 문항(‘디지털 카메라나 캠코더를 잘 다룰 수 있다’, ‘사진편집프로그램을 잘 다룰 수 있다’, ‘동영상 편집 프로그램을 잘 다룰 수 있다’)로 구성하였다.

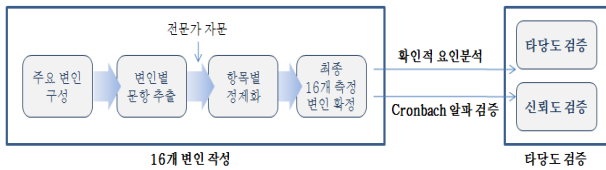
기존의 연구에서 다루던 인지적 측면의 지식습득 능력에 초점을 맞춘 측정문항들과 달리 본 연구의 기반이 되는 인터넷미디어 교육 프로그램이 참여 학생들의 실제 창의적으로 제작하고 능동적으로 참여하는 능력 함양에 초점을 맞추었기 때문에 설문문항 역시 구체적으로 제작과 표현능력을 묻는 문항들로 구성되었다.

4. 연구결과

본 연구에서는 인터넷미디어 교육의 효과를 평가하기 위해서, 수업설계와 관련된 설문문항을 구성하였다. 따라서 설문문항들을 주요변인으로 구성하기 위한 타당도 검사를 우선적으로 시행하였다.

4.1. 주요변인의 타당도 검증

본 연구에서는 미디어 제작교육의 성과를 측정하기 위해 3.4절에서 제시한 바와 같이 주요 변인들을 구성하고, 문헌고찰 및 미디어교육 및 인터넷 전문가들로부터 자문을 거쳐 각 개념 별 항목을 구성하였다. 미디어 교육 및 인터넷미디어 교육에 관한 여러 연구 및 문헌들을 검토하여, 관련 문항을 추출, UCC 제작 교육의 성과를 측정하기 위한 문항들을 1차적으로 구성하였다.



<그림 1> 주요변인의 타당성 검증과정

선행 연구 및 관련 자료들을 통해 초기 도출한 개념을 측정하기 위한 문항들을 대상으로 관련 전문가들에게 자문을 받아 항목을 정제하였다. 연구자들이 구성한 문항들을 대상으로 인터넷미디어 제작 특히 UCC 제작교육에 대한 성과를 측정하려는 목적에 비추어, 초기 문항들 가운데 관련성이 낮다고 판단되는 문항들을 배제하고 의미상 비슷하다고 판단되는 문항들을 통합하는 한편, 부적절한 어휘 등을 수정하는 과정을 거쳐 각 변인들을 측정하는데 적절성이 떨어진다고 판단되는 문항들을 제거하였다. 이러한 과정을 거쳐 총 16개 문항을 최종 성과분석을 위한 문항으로 구성하였다.

신뢰도 분석을 실시하여 각 변인들의 내적 일치도를 살펴본 결과 각각의 Cronbach's α 값이 인터넷매체 인식 .76, 인터넷 이용효능감 .73, 인터넷 이용 능력 .86으로 나타나 문항 간 일관성을 확보하기 위한 기준인 Cronbach's α 값 .70 이상이어야 한다[27]는 조건을 모두 충족하고 있기에, 이들의 내적 일치도는 신뢰할 만한 수준으로 판단하였다.

타당도는 문항과 검사 구성요소와의 관계가 어느 정도 합치되는가를 살피는 구인타당도(내적 구조에 기초한 근거, evidence based on internal structure)를 통해 문항들이 UCC 제작교육 성과

<표 3> UCC 제작교육 검증을 위한 최종문항

잠재변인	측정변인	요인부하량 (표준화계수)	오차	t	sig.	Cronbach α
인터넷 매체인식	인터넷에 도움이 되는 정보는 많이 존재	0.47			p<0.01	0.76
	인터넷은 공부에 도움	0.42	0.15	8.19	p<0.01	
	인터넷은 사회에 많은 영향을 미침	0.69	0.19	10.58	p<0.01	
	인터넷은 우리 사회에서 중요	0.78	0.19	11.06	p<0.01	
	인터넷 상의 정보 신빙성	0.39	0.14	7.42	p<0.01	
인터넷 이용효능감	인터넷에서 필요정보를 찾을 수 있음	0.44			p<0.01	0.73
	인터넷을 통한 인간관계 확장 및 원활	0.69	0.19	10.43	p<0.01	
	인터넷을 통해 내 생각을 잘 표현	0.80	0.20	10.87	p<0.01	
	인터넷 블로그나 미니홈피 원활한 운영	0.51	0.19	9.07	p<0.01	
	인터넷 정보 진위 구분 가능	0.54	0.16	9.39	p<0.01	
인터넷 이용능력	이야기를 인터넷에 사진, 동영상 표현가능	0.78			p<0.01	0.86
	생각을 인터넷에서 글로 분명하게 표현	0.65	0.06	16.10	p<0.01	
	디지털 카메라나 캠코더를 잘 다룸	0.68	0.05	16.82	p<0.01	
	사진편집 프로그램 잘 다룸	0.67	0.06	15.72	p<0.01	
	동영상 편집 프로그램 잘 다룸	0.65	0.06	15.47	p<0.01	
	아이디어를 UCC에 탑재 가능	0.68	0.06	16.26	p<0.01	

를 측정할 수 있도록 구성되어 있는지를 살펴 보았다. 수렴 및 판별 근거(convergent and discriminant evidence)에서 여러 방법으로 동일 특성을 측정할 때 그들 간의 상관성이 높으면 수렴 근거가 있고, 동일 방법에 의해 다른 특성을 측정할 때 다른 특성들 사이의 상관성이 높지 않으면 판별근거를 갖는 것을 의미한다[28].

이 연구에서는 성과측정을 위해 최종 구성된 3개 변인 16개 항목에 대한 수렴 타당도와 판별 타당도를 검증하기 위해 AMOS 7을 이용하여 확인적 요인 분석(CFA)을 실시하였다. 모델의 적합도에 대한 명확한 기준은 없이 어느 정도의 권고 수준이 있을 뿐이고, 모델의 적합도와 간명성을 동시에 고려하기 위해 CFI, TLI, RMSEA를 함께 고려하기도 한다[29]. 이 연구는 모델의 적합성 판정을 위해 CFI, TLI, RMSEA의 지수가 사용하였다. CFI, TLI는 .90이상이면 좋은 적합도라 해석하고[30], RMSEA는 .06이하면 매우 좋고, .06-.08 사이면 좋은 것으로 해석한다[31]. 확인적 요인분석 결과 모형에 대한 적합도는 대체적으로 수용 가능한 수준으로 나타났다($X^2(101, 708)=395.65$, CFI=.92, TLI=.90, RMSEA=.07). 측정항목과 구성개념사이의 요인 부하량이 모두 통계적으로 유의미한 값(95% 수준, $t>1.96$)으로 나타나 수렴타당도가 확보된 것으로 본다. 다중공선성(multicollinearity)을 검토하기 위해 구성개념들 사이의 상관을 살펴본 결과 높은 상관관계($\alpha=.80$ 이상)는 나타나지 않아 구성개념 간 판별타당도 역시 검증되었다고 본다.

앞서 설문문항에 대한 타당도검사를 바탕으로 설정된 인터넷 매체인식, 인터넷 이용효능감과 인터넷 이용능력을 인터넷미디어 교육에 참여한 학생들을 대상으로 사전-사후 차이를 살펴보았다. 즉, 인터넷미디어 교육에 참여한 응답자들이 교육을 받기 전에 비해 교육을 받은 후 인터넷매체에 대한 인식, 인터넷 이용효능감, 인터넷 이용능력이 차이에 대한 대응표본 t-test를 실시하였다. <표 4>는 UCC제작교육에 따른 t-test 결과를 보여준다.

<표 4> UCC제작교육 사전사후 t-test 결과

구분		평균	표준편차	평균차	t	df	p
인터넷매체 인식	사전	3.68	0.61	-0.03	-1.24	707	0.22
	사후	3.65	0.64				
인터넷 이용효능감	사전	3.50	0.73	0.06	2.22	707	0.03
	사후	3.56	0.70				
인터넷이용 능력	사전	2.86	0.87	0.33	9.67	707	0.00
	사후	3.19	0.85				

인터넷 매체에 대한 인식은 인터넷미디어 교육 전후에 응답차이가 없는 것으로 나타났다. 인터넷 이용효능감($p<.05$)이나 인터넷 이용능력($p<.01$)의 경우 수업 전에 비해 수업 후 차이가 유의미하게 큰 것으로 나타났다.

인터넷 이용효능감은 사전평균값이 3.50이며, 사후평균값이 3.56으로 나타나 교육이후에 0.06의 미세한 차이를 보였다. 이에 반해서 인터넷이용능력은 사전평균값이 2.86이며, 사후평균값이 3.19으로 0.33의 비교적 많은 변화를 보였다.

인터넷미디어 교육의 주된 목표는 ‘UCC 제작’이며, 이를 통해서 인터넷미디어에 대한 인식 및 이용효능감을 높이는데 있다. 이 결과에 따르면, 인터넷미디어 교육은 인터넷 이용효능감과 인터넷 이용능력에는 유용함을 확인할 수 있었다.

앞서 변인설명에서도 구체적으로 제시했지만, 인터넷 이용효능감은 ‘UCC 제작교육’에서 1차적으로 제시된 ‘기술능력’에 대한 효과를 의미하는 것은 아니다. 인터넷미디어 교육 수업안에서 ‘주제’로 제시되는 다양한 인터넷미디어에 대한 기능과 사회적 영향력에 대한 이해를 기반으로 구현되는 변인이다. 따라서 인터넷미디어 교육을 통해서 ‘제작능력’과 관련된 인터넷이용능력의 향상뿐만 아니라, 올바른 인터넷 활용능력에 대한 향상도 기대할 수 있을 것으로 보인다.

4.2. 성별에 따른 차이 분석

다음으로 앞서 살펴본 인터넷 매체인식, 인터넷 이용효능감, 인터넷 이용능력의 3가지 주요변인에 성별에 따른 차이를 살펴본다. 인터넷미디어 교육이 UCC 제작이라는 ‘기술’에 기반하고 있다는 점에서 남녀 간의 성별차이가 교육효과에서도 차이를 나타낼 것으로 예상하였다. <표 5>는 성별에 따른 사전사후 t-test 결과를 보여준다.

<표 5> 성별에 따른 사전사후 t-test 결과

구 분		평균	표준편차	평균 차	t	df	p	
인터넷매체 인식	남	사전	3.73	294	-0.06	-1.39	293	0.17
		사후	3.67	294				
	녀	사전	3.64	414	-0.01	-0.39	413	0.70
		사후	3.63	414				
인터넷 이용효능감	남	사전	3.49	294	0.06	1.53	293	0.13
		사후	3.55	294				
	녀	사전	3.51	414	0.05	1.61	413	0.11
		사후	3.56	414				
인터넷이용 능력	남	사전	2.85	294	0.31	5.37	293	0.00
		사후	3.16	294				
	녀	사전	2.88	414	0.34	8.29	413	0.00
		사후	3.21	414				

테스트 결과 인터넷매체에 대한 인식과 인터넷 이용효능감은 남녀 모두 수업 전후 차이가 없는 것으로 나타났다. 하지만, 인터넷 이용능력의 경우 남녀 모두 통계적으로 유의미한 차이(p<.01)를 보였다. 인터넷 이용능력은 남학생의 경우에 사전 평균이 2.85이고, 사후평균이 3.16으로 나타나 0.31의 차이를 보였으며 여학생의 경우에는 사전 평균값이 2.88이고, 사후평균이 3.21으로 0.34의 차이를 보였다. 인터넷미디어 교육을 통한 UCC 제작수업은 미세한 차이지만, 여학생에게서 많은 변화가 발생하였다.

인터넷 미디어교육은 교재 구성이 구체적인 미디어 제작 프로그램을 교재만 보고도 손쉽게 따라할 수 있도록 구성해놓고 있다. 따라서 다른 인터넷미디어 관련 교육과 차별화된 실제 조작하고, 제작하는 등 경험 위주의 수업이 진행됨으로써 실질적인 이용능력의 향상이 이루어지고 있음을 확인할 수 있었다.

4.3. 인터넷 이용시간에 따른 차이 분석

인터넷 이용시간에 따른 UCC 제작교육의 주요 변인들의 교육전후의 차이를 살펴본다. 응답자들의 인터넷 이용시간 정도에 따른 UCC 제작 교육 성과 차이는 수업 전 인터넷 이용시간 정도 차이를 보정하여 교육성과를 측정하기 위하여 공분산 분석(ANCOVA)을 실시하였다. <표 6>은 인터넷 이용시간에 따른 사전사후 t-test 결과를 보여준다.

<표 6> 인터넷 이용시간에 따른 사전사후 t-test 결과

구 분	분산원	제곱합	자유도	평균제곱	F	p
인터넷매체 인식	사전매체인식	58.76	1	58.76	178.12	0.00
	인터넷이용정도	0.02	2	0.01	0.03	0.97
	오차	232.23	704	0.33		
	수정합	291.06	707			
인터넷 이용효능감	사전매체인식	101.57	1	101.57	292.47	0.00
	인터넷이용정도	0.20	2	0.10	0.29	0.75
	오차	244.48	704	0.35		
	수정합	346.56	707			
인터넷이용 능력	사전매체인식	108.91	1	108.91	188.22	0.00
	인터넷이용정도	1.13	2	0.56	0.98	0.38
	오차	407.35	704	0.58		
	수정합	516.53	707			

테스트 결과 수업 전 인터넷 이용시간 정도를 통제한 후 교정된 사후 인터넷매체에 대한 인식의 통계적 유의성을 검정한 결과는 유의미하지 않은 것(F(2, 707)=.03, p=n.s)으로 나타났다. 인터넷 이용효능감, 인터넷 이용능력 모두 수업 전 인터넷 이용시간 정도를 통제한 후 사전사후 변화를 검정한 결과 통계적으로 유의미한 결과를 보이지 않았다. 중학생들의 인터넷 이용시간 정도는 UCC 제작교육에 따른 인터넷 매체인식, 인터넷 이용효능감, 인터넷 이용능력에 영향을 미치지 못함을 알 수 있었다.

5. 논 의

최근 미디어교육의 흐름은 제작교육이 주를 이루고 있다. 각 지역별로 소재한 시청자미디어센터 및 문화센터에 이르기까지 다양한 곳에서 UCC 제작교육을 행하고 있다. 미디어교육에서 UCC 제작교육이 주를 이루게 된 가장 큰 요인은 디지털 미디어의 등장이다. 디지털미디어는 디지털언어를 기반으로 개인 미디어 이용자가 미디어를 생산하고, 배포하는 것이 가능하게 되었다.

본 연구에서 사용된 인터넷미디어 교육의 주제를 ‘인터넷(인터넷문화)’로 구성하고, 이를 토대로 UCC 제작능력을 향상시키는데 목표가 있다. 중학생용 교재에서는 ‘UCC’, ‘패러디’, ‘웹2.0’을 주제로 인터뷰방식의 동영상, 영화포스터제작, 웹2.0과 관련한 동영상을 제작하도록 주제와 제작과정이

함께 기술되도록 구성하였다.

인터넷미디어 교육의 목적은 인터넷에 대한 올바른 이해, UCC 제작을 위해서 알아야할 기본지식, UCC 제작능력 향상 등을 목표로 하고 있다. 따라서 인터넷미디어 교육을 받은 이후에 본 교재가 의도한 대로 인터넷미디어에 대한 인식, 인터넷 이용효능감, 인터넷 이용능력이 향상되는 것을 목표로 하고 있다.

연구결과에 따르면, UCC 제작교육을 통해서 인터넷미디어에 대한 인식을 제외한 인터넷 이용효능감, 인터넷 이용능력은 유의미한 차이를 보여주었다. 특히 인터넷 이용능력에 포함된 항목은 UCC를 통해서 자신의 생각을 제대로 표현할 수 있다는 표현능력과 사진, 동영상 등의 소프트웨어를 다루는 기술능력을 함께 포함하고 있다. 따라서 인터넷 이용능력에서 변화가 나타났다는 점은 UCC 제작과정에서 주로 다루고자했던 표현능력과 제작과정에 대한 이해를 학생들이 숙지하고 있었다는 점을 말해주는 결과로 해석이 가능하다. 각 주요변인의 성별에 따른 차이에서도 남녀 간의 차이는 인터넷 이용능력에서만 나타났다. 인터넷 이용시간에 따른 차이는 발견할 수 없었다.

인터넷미디어 교육의 수업효과는 결과적으로 인터넷 이용능력에 변화를 가져왔으며, 향후 인터넷 이용에서 인터넷정보에 대한 평가, 미디어로서의 인터넷 블로그/미니홈피의 이용 등 인터넷의 다양한 기능을 잘 활용할 수 있다는 효능감을 높여준 것으로 볼 수 있다. 이는 기존 UCC 제작교육이 주로 UCC 제작과 관련한 영상기법, 소프트웨어 사용법에 중점을 두고 있는 반면에, '인터넷'이라는 주제를 선택하고, 이를 구현하는 방식으로 'UCC 제작'을 도입한 인터넷미디어 교육이 인터넷미디어에 대한 이해 및 활용가능성에 대한 기대감을 높여주었다는 점에서 의의를 찾을 수 있다.

하지만 본 연구는 실제로 인터넷미디어 교육에 참여한 학생들이 3가지 주제 중에서 1개를 선택해서 사용하고 있다는 점에서 종합적인 인터넷에 대한 매체인식에 영향을 미치지 못하는 못하고 있음을 발견할 수 있었다. 이는 단기간의 프로젝트형 수업이 가지는 한계이기도 하다. 덧붙여 동일한 학년, 학급에 대한 통제실험을 행하지 못한 점도 본

연구가 가지는 한계이기도 하다. 실제로 전국 80개 학교에서 학교당 20명 내외의 학생들이 수업이 이루어지는 과정에서 대규모 인식조사의 형태를 띠게 되었다. 하지만 향후 연구에서는 실제 참여관찰을 통해서 실험집단과 통제집단간의 차이를 볼 수 있는 후속 연구가 진행되어야할 것으로 보인다.

참 고 문 헌

- [1] 방송통신위원회·한국인터넷진흥원 (2008), 인터넷미디어@교육, 서울:방송통신위원회·한국인터넷진흥원
- [2] 김기태 (2009). 청소년의 건전한 인터넷 사용에 대한 미디어 교육 방안, 한국방송학회, 인터넷 내용등급 서비스 확대를 위한 세미나 최종보고서.
- [3] 나경애 (2009). 미디어교육이 청소년의 미디어능력에 미치는 영향에 관한 연구: 이용, 비평, 제작, 문제해결 능력을 중심으로, 박사학위 논문, 계명대학교 대학원.
- [4] 임수진, 이혜원 (2008). 유아 정보 리터러시를 위한 교육과정 모델에 관한 연구, **한국지역정보학회지**, 11(3), 145-168.
- [5] 안정임 (2002). 디지털 커뮤니케이션과 미디어 리터러시 :의미와 연구방향의 모색, **교육정보방송연구**, 8(3), 5-24.
- [6] 문혜성 (2004). 미디어 교육학. 서울: 한국방송영상산업진흥원
- [7] 강진숙 (2005). 미디어 능력의 개념과 촉진 사례 연구: 독일의 연방 프로젝트 '학교를 네트워크로'를 중심으로. **한국언론학보**, 49(3), 52-79
- [8] 김기태 (2007). 한국미디어교육의 성격 분석 및 논의. **한국언론정보학보**, 37권. 140-164.
- [9] 김양은 (2007), 미디어교육 교과과정 모델구성에 관한 연구. **한국언론정보학보**, 37권. 73-99.
- [10] 최창섭 (1990). 인간과 미디어환경: 미디어교육이란 무엇인가. 서울: 성바오로 출판사.
- [11] 김양은 (2005). 미디어교육의 개념변화에 대한 연구. **한국언론정보학보**, 28(1), 77-110.

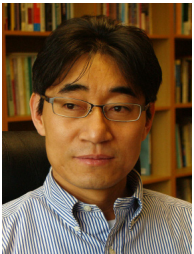
- [12] The New Lodon Group(1996). A Pedagogy of Multiliteracies: Designing Social Futures', Harvard Educational Review, 66(1), 60-92.
- [13] Lankshear, C., & Knobel, M. (2003). New literacies : changing knowledge and classroom learning. Buckingham: Open UP.
- [14] Meyrowitz, Joshua. (1998). Multiple media literacy. Journal of Communication, 48(1), 96-108.
- [15] 서정희 (1988), **미디어교육의 효과에 관한 연구-미디어 현실 지각과 시청태도를 중심으로**, 석사학위 논문, 중앙대학교 대학원.
- [16] 이승훈 (1999), **미디어교육의 효과 연구-성 역할 고장관념을 중심으로**, 석사학위 논문, 서강대학교 언론대학원.
- [17] 이원경 (2002), **아동을 위한 광고리터러시 효과 연구-초등학교 2학년 아동을 대상으로**, 석사학위 논문, 성균관대학교 대학원.
- [18] 안정임 · 김양은 (2008). 미디어 읽기교육과 미디어 제작교육이 초등학교 리터러시 능력 강화에 미치는 효과 연구, 한국여성민우회 정책보고서.
- [19] 강은진, 현은자 (2006). 유아 미디어 리터러시 교육의 효과에 대한 질적 고찰. **유아교육 연구**, 26(1), 211-232.
- [20] 박수경 (2003), **구성주의 미디어교육의 효과와 교육적 의의에 관한 연구-능동성, 다양성, 비판력을 중심으로**, 석사학위 논문, 서강대학교 언론대학원.
- [21] Buckingham, David(2003), Media education: Literacy, learning and contemporary culture. 기선정 · 김아미 역 (2004). 미디어교육: 학습, 리터러시, 그리고 현대문화. 서울: 제이앤북스.
- [22] Buckingham, D. & Burn, A.(2007). Game Literacy in theory and practice. Journal of Educational Multimedia and Hypermedia. 16(3), 323-349.
- [23] 박상호 · 성동규 (2005), 미디어 신뢰도가 정치효능감과 투표행위에 미치는 영향에 관한 연구, **한국언론학보**, 49(4), 111-112
- [24] Wang, A., & Newlin, M. (2002). Predictors of performance in the virtual classroom. The Journal Online, 29(10), from <http://www.thejournal.com/magazine/vault/A4023.cfm>
- [25] Baacke, Dieter. (1997). Medienpaedagogik. Tübingen: Niemeyer.
- [26] 이정춘 · 김은규 · 강진숙 · 박상호 (2007). 중·고등학생들의 미디어 교육 이용동기가 학업 성적에 미치는 영향에 관한 연구: 학업적 자기 효능감과 미디어 능력을 중심으로. **한국언론정보학보**, 37권. 43-72.
- [27] Hair, J. F. J., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). Multivariate Data Analysis (5th ed.). Upper saddle river, NJ: Prentice-Hall.
- [28] 성태제 (2002). 타당도와 신뢰도. 서울: 학지사.
- [29] 홍세희 (2000). 구조 방정식 모형의 적합도 지수 선정기준과 그 근거. **한국심리학회지: 임상**, 19(1), 161-177.
- [30] Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indices in structural models. Psychological Bulletin, 107, 238-246
- [31] Hu, L. Z., & Bentler, P. M. (1999). Cut off criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives, Structure Equation Modeling, 6. 1-55



주 용 완

- 2002 한국외국어대학교
경영학과(경영학석사)
- 2007 숭실대학교
컴퓨터공학과(공학석사)

2000 ~ 현재 한국인터넷진흥원 인터넷기반진흥단장
관심분야: 인터넷 기술정책, 인터넷보안, 미디어교육
E-Mail: ywju@kisa.or.kr



황 용 석

- 1995 성균관대학교
신문방송학과(언론학석사)
- 1999 성균관대학교
신문방송학과(언론학박사)

2003 ~ 현재 건국대학교 신문방송학과 조교수
관심분야: 미디어교육, 청소년 문화
E-Mail: aaa@knue.ac.kr



김 양 은

- 1994 중앙대학교
신문방송학과(언론학석사)
- 2001 중앙대학교
신문방송학과(언론학박사)

2010 ~ 현재 서강대학교 언론대학원 대우교수
관심분야: 미디어교육, 인터넷, 게임, 청소년 문화
E-Mail: archekim@hanmail.net



조 영 기

- 2003 한양대학교
신문방송학과(언론학석사)
- 2009 한양대학교
신문방송학과(언론학박사)

2010 ~ 현재 을지대학교 홍보디자인학과 겸임교수
관심분야: 인터넷 게임, 청소년 인터넷 교육
E-Mail: mtk23@hanmail.net