

올바른 유튜브 사용 용어 및 구성 요소에 대한 델파이 연구

장성호¹, 오성은¹, 신정미², 신성만^{3*}

¹한동대학교 상담센터 연구원, ²한동대학교 상담심리사회복지학부 강사,
³한동대학교 상담심리사회복지학부 교수

Delphi Research on the Terms and Components of Proper Youtube Use

Sung-Ho Jang¹, Seong-Eun Oh¹, Jung-Mi Shin², Sung-Man Shin^{3*}

¹Researcher, Counselling Center, Handong Global University

²Instructor, Counseling Psychology & Social Welfare, Handong Global University

³Professor, Counseling Psychology & Social Welfare, Handong Global University

요 약 본 연구의 목적은 유튜브의 바른 사용과 관련된 용어 및 구성 요소를 살펴보는 것이다. 총 11명의 패널을 대상으로 델파이 설문을 실시하였고, 결과는 다음과 같다. 첫째, 향후 유튜브 사용 형태가 어떻게 변할지 추측한 결과, 현재보다 다양하고 활발히 사용될 것이나 가짜 뉴스나 중독적 사용 등의 부적응적인 문제가 발생할 것이라는 합의가 도출되었다. 둘째, 올바른/올바르지 않은 유튜브 사용에 대한 용어로는 '적응적 사용'과 '부적응적 사용'을 도출하였다. 셋째, 올바른 유튜브 사용의 구성 요소로는 정보 및 콘텐츠 선별 능력, 자기조절 능력, 정보 습득 및 전달 능력, 사용 동기 및 욕구 파악, 사용 시간 조절 능력, 과급효과에 대한 고려성이라는 합의가 도출되었다. 끝으로 본 연구의 의의와 한계점을 논하였다.

주제어 : 유튜브, 선용(善用), 적응적 유튜브 사용, 부적응적 유튜브 사용, 델파이

Abstract The purpose of this study is to examine the terms and components related to the proper use of YouTube. The Delphi was conducted on 11 panels and the results are as follows. First, as a result of examining how the use of YouTube will change in the future, it is agreed that it will be used more actively and more diverse than now, but that maladaptive problems such as fake news and addictive use will occur. Second, the terminology of proper/improper use of Youtube was derived as 'adaptive use' and 'maladaptive use'. Third, as a result of the components of adaptive use of YouTube, it is that were 'Information and content sorting ability', 'Self-regulation ability', 'Information acquisition and delivery ability', 'Understanding motivation and desire to use', 'Time-of-use control ability', 'Consideration of ripple effect'. Finally, the implications and limitations of this study were discussed.

Key Words : YouTube, Good Use, Adaptive YouTube Use, Maladaptive YouTube Use, Delphi

*This research was supported by No. 201901060001 of Handong Global University Research Grants.

*Corresponding Author : Sung-Man Shin(sshin@handong.edu)

Received March 31, 2021

Revised May 25, 2021

Accepted June 20, 2021

Published June 28, 2021

1. 서론

1.1 유튜브 개요

유튜브(YouTube)는 사용자 개인 채널에 콘텐츠를 업로드할 수 있는 비디오 공유 플랫폼으로, 사용자가 업로드한 동영상뿐만 아니라 다른 사용자들이 제작한 동영상도 시청할 수 있는 매체이다. 유튜브는 2019년 기준 전 세계적으로 약 19억 명의 사용자를 보유하고 있고[1], 인터넷 사용자의 79%가 유튜브 계정을 가지고 있는 것으로 파악된다[2]. 국내 스마트폰 사용자 3만 3천 명을 대상으로 한 조사 결과, 2019년 4월 유튜브 총 사용 시간은 388억 분에 달했다[3]. 또한, 모바일 애플리케이션 사용 유형에 대한 조사에서 온라인 동영상 사용률은 94.6%였고 전체 사용자의 93.7%가 유튜브를 사용해 네이버(43.1%), 넷플릭스(28.6)보다 높게 나타났으며 유튜브의 주 사용 서비스는 동영상 시청(90.0%), 채널 구독(67.0%), 음악 감상(65.1%), 정보 검색(55.3%), 공감/비공감 클릭(29.5%) 순으로 나타났다[4].

유튜브는 크리에이터(1인 방송인)를 통한 커뮤니티 운영과 크리에이터와 시청자 간의 쌍방향 소통 기능이 가능하다는 점에서 SNS로 분류된다[5]. 한국인터넷진흥원[6]에서는 SNS를 1세대, 2세대, 3세대로 구분하고 있는데 1세대 SNS는 기존의 오프라인 관계가 온라인으로 확장된 것으로 개인이 생산하는 콘텐츠가 중심인 싸이월드, 네이버 카페 등이 있고 2세대 SNS는 불특정 다수와의 관계로 확장되며 개인이 선호하는 콘텐츠가 중심인 페이스북, 트위터, 카카오톡 등이 있으며 3세대 SNS는 특정 주제를 중심으로 관심사를 공유한다는 특징을 가지는 인스타그램, 링크드인 등이 있다. 이 분류에 따르면, 유튜브는 콘텐츠 사용자와 생산자 간의 소통이 특정 관심사(‘큐레이션’)를 중심으로 이루어진다는 점에서는 3세대 SNS의 특징과 가깝다고 볼 수 있지만, 이미지와 텍스트 기반인 기존 SNS와는 다르게 영상 기반으로 소통한다는 점에서는 차별성을 가진다[7]. 또한, 유튜브는 사용자가 원하는 콘텐츠를 시공간의 제약 없이 시청할 수 있고 알고리즘을 기반으로 개인화된 추천 서비스를 제공하여 사용자들의 몰입을 유도하는데[8], 유튜브 사용자는 이를 통해 다양하고 유용한 정보들을 습득하고 유튜브 크리에이터와 공감대와 동질감을 느끼며 신선하고 흥미로운 경험을 하게 된다[9].

이러한 긍정적인 경험과는 반대로, 유튜브 사용자들은 미디어 중독과 유해정보의 확산, 크리에이터에 대한 불

신, 과도한 광고와 충동구매 유발, 상대적 박탈감과 같은 부정적인 경험도 하는 것으로 나타났다[9]. Klobas 등[10]의 연구에 따르면, 다른 동기보다 오락 동기로 인해 유튜브를 사용했을 때 더 강박적으로 사용하는 것으로 나타났고 신경증적이거나 내향적인 성격을 가진 사람들은 유튜브 중독에 빠지기 쉬운 것으로 나타났다. 국내 연구를 살펴보면, 유튜브의 과도한 사용은 초등학생이 지각하는 부모의 애정, 자아존중감, 학교생활 만족도[11], 대학생의 사회 적응과 학업 적응에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다[12].

1.2 선용적 관점

과거에는 과도한 매체 사용을 주로 중독의 관점에서 바라보았다. 특히 국내에서는 중독을 질병으로 바라보는 경향이 있는데[13] 의학계에서 과도한 게임 이용을 질병으로 분류하려는 움직임이 그 예다. 이러한 질병 모델은 중독을 개인의 책임이 아닌 생물학적인 결함으로 개념화하여 치료적 개입의 가능성을 높였다는 의의가 있지만, 개인의 회복가능성과 의지를 간과하고 개인을 병원에서 치료받아야 할 환자로 가정하게 되어 사회적 낙인을 초래할 수 있다는 점에서 한계가 있다[14]. 실제로 행동 중독의 진단은 물질중독이나 정신질환으로 진단받는 것보다 낙인으로 인한 부정적인 영향이 더 큰 것으로 나타났다[15], 도박중독의 경우, 낙인을 경험한 개인은 전문적인 치료를 회피하고[16] 치료를 중단할 가능성이 커지며[17] 자신에 대해 부정적인 평가로 이어질 수 있다는 결과가 보고되었다[18]. 이러한 질병 모델의 한계와 더불어 매체를 긍정적으로 활용하는 사례들이 늘어나면서 최근에는 선용(善用, good use)이라는 개념이 대두되었다[19]. 매체 선용이란, 사용자가 매체를 적절하게 사용함으로써 사용자의 건강에 부정적인 영향을 주지 않고, 성장과 발전을 위해 매체를 가치 있게 활용한다는 의미이다[20]. Tzavela 등[21]은 스마트폰의 과도한 사용을 단순히 문제적 사용과 동일하게 볼 것이 아니라, 사용자가 적응적인 패턴으로 사용하는지, 비적응적인 패턴으로 사용하는지 구분하는 것이 중요하다고 하였다. 국내 연구에서는 신성만 등[19]이 스마트폰 선용에 대한 역량 모델을 제시하였고 스마트폰 선용의 핵심 구성 요소로 ‘자기주도성’, ‘개인/타인 이해 및 수용’, ‘생산성’, ‘사회적 지지’를 도출한 바 있다. 김광웅과 부정민[22]은 게임 선용과 관련하여 몰입과 중독을 각각의 차원으로 4개의 유형을 분류하여 유형별로 개인 내적 요인의 차이를 비교하였다.

그 중 고몰입-저중독 유형은 게임 자체를 즐기고 게임을 통해 가치와 기쁨 등을 얻을 수 있으며 자기실현의 장으로 게임을 활용하는 선용군에 해당한다. 또한, 한국콘텐츠진흥원[23,24]에서는 게임의 문제적 이용과 선용을 한번에 측정하는 게임행동 종합진단척도(CSG)를 개발하여 게임의 문제적 이용과 선용을 각각 2개의 차원으로 분류함으로써 과몰입군(높은 문제적 이용, 낮은 선용), 과몰입위험군(높은 문제적 이용, 높은 선용), 일반사용자군(낮은 문제적 이용, 낮은 선용), 선용군(낮은 문제적 이용, 높은 선용)이라는 4가지의 유형을 제시하였다. 선용군의 경우, 게임을 문제적으로 이용하지 않을 뿐만 아니라 선용하는 집단으로, 통제력과 자아존중감, 주관적 안녕감이 높고 주변으로부터 받는 정서적 지지와 공감감을 통해 스트레스를 효과적으로 대처한다는 특성을 지니고 있다.

또한, 매체 사용에 대한 선용적 관점은 국내외 정책에서도 찾아볼 수 있다. 유럽연합(EU)은 ‘기회의 최대화(maximizing opportunities)’, ‘위험의 최소화(minimizing risks)’라는 철학을 바탕으로 스마트폰 사용자가 스마트폰 사용에 대한 지식과 역량을 강화하여 사용 목적에 맞게 사용 시간을 조절하도록 돕는 정책을 펼치고 있다[25]. 국내 관계부처에서도 2016년 스마트폰·인터넷 바른 사용 지원 종합계획을 발표하여 “균형과 조절을 통한 바른 사용(善用)”, “스마트폰·인터넷 올바른 활용 역량 강화”를 정책의 목표로 삼고 있다[26].

선행연구에 따르면, 유튜브 선용은 개인의 성장에 다양한 도움을 준다. 유튜브 시청은 국내 대학생의 영어 독해 능력[27], 정치참여와 사회화에 긍정적인 영향을 준다[28]. 또한, 유튜브는 문화 홍보 및 광고에 이용되고 있고[29], 유튜브를 이용해 브이로그 및 먹방 콘텐츠를 제작하는 것은 자신을 표현하는 수단이 될 뿐만 아니라 이를 시청하는 사람들에게는 대리만족을 제공한다[30].

이를 종합해보면, 유튜브 선용에 관한 연구 및 정책의 중요성을 강조하고 있으나 학계에서는 아직 용어 및 구성 요소조차 합의된 바가 없는 실정이다. 따라서, 본 연구에서는 예측하고자 하는 문제나 사회현상에 대해 전문가들의 견해를 도출하고 합의된 내용을 정리하는 델파이(Delphi) 연구방법[31,32]을 통해 향후 유튜브 사용 형태, 올바른/올바르지 않은 유튜브 사용의 용어, 올바른 유튜브 사용의 구성 요소에 대해 전문가들의 합의를 도출하여 추후 학계에서 유튜브 선용에 관한 연구 및 정책이 이루어질 수 있는 기초자료로 활용하고자 한다.

유튜브 사용자는 시청자와 생산자, 댓글과 채팅을 이

용하여 소통하는 상호작용자로 구분된다[33]. 하지만, 아직 유튜브에 대한 연구는 초기 단계이므로, 본 연구에서는 유튜브 사용자 전체를 대상으로 올바른/올바르지 않은 유튜브 사용의 개념과 올바른 유튜브 사용의 구성 요소를 포괄적으로 살펴보았다.

2. 델파이 기법

2.1 델파이 기법 개요

본 연구에서는 올바른/올바르지 않은 유튜브 사용의 개념에 대한 연구가 부족한 실정에서, 개념을 도출하고 이를 통해 향후 유튜브 선용 연구의 기초자료를 제공하고자 델파이 기법을 사용하였다. 모호하거나 새로운 주제의 개념 및 특징, 구성 요소 등을 추출하는 델파이 연구는 다수의 의견이 소수의 의견보다 정확하다는 논리적 근거를 두고 집단추정값이 정답을 포함할 확률이 높다는 가정 하에 전문가 집단의 견해를 도출하고 합의하는 조사 방법으로, 추정하려는 주제에 관한 정확한 정보가 없을 때 사용하기에 적합하다[32]. 델파이 방법의 절차는 일반적으로 델파이 패널의 선정과 델파이 설문지 조사로 이루어지고 설문은 1회 개방형 설문과 이후 2회의 구조화된 설문으로 나누어 실시된다[32]. 이에 본 연구진은 구안 단계, 3차례의 델파이 조사, 최종분석이라는 총 5단계의 세분화된 절차에 따라 연구를 진행하였다. 델파이 연구의 절차는 Fig. 1과 같다.

2.2 델파이 분석 방법

델파이 설문 결과는 리커트 척도가 사용된 2차 설문 이후 문항별로 평균과 표준편차를 구하고 Lawshe[34]의 공식을 적용하여 CVR(Content Validity Ratio) 값을 산출하여 분석한다. CVR 값은 전문가들의 동의 수준을 알아보는 값으로, 범위는 -1.0에서 +1.0까지이다. 이때, 5점 리커트 척도(1점=매우 동의하지 않음, 5점=매우 동의함)에서 응답자의 절반 이상이 4점(동의함)이나 5점(매우 동의함)으로 응답한 경우 CVR 점수는 양의 점수(+)이고 응답자의 절반이 4점(동의함)이나 5점(매우 동의함)으로 응답한 경우 CVR 점수는 0이며 응답자의 절반 이상이 1점(매우 동의하지 않음)이나 2점(동의하지 않음)이나 3점(보통)으로 응답한 경우 CVR 점수는 음의 점수(-)이다.

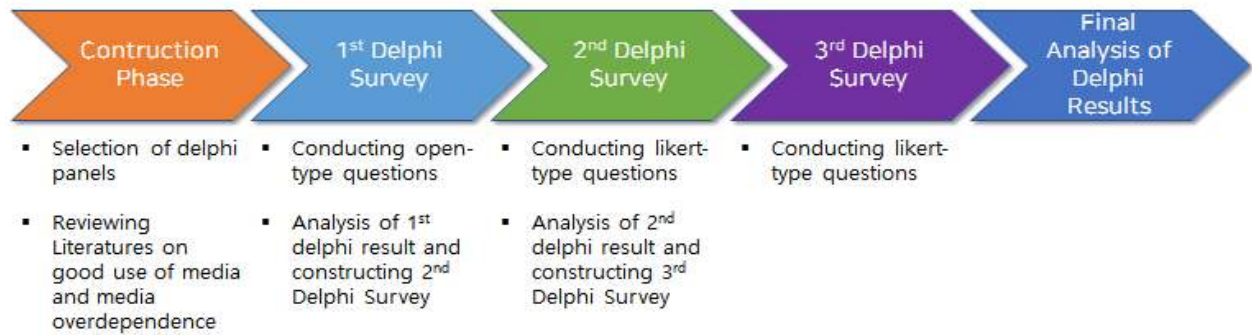


Fig. 1. Procedure of Delphi Study

3. 델파이 분석 결과

3.1 델파이 구안 단계

국내외에서 유튜브 선용 및 올바른 사용에 대한 연구가 거의 이루어지지 않고 있기에, 이와 반대되는 개념인 유튜브 과사용, 중독과 관련된 문헌들을 포함하여 게임, 미디어, 스마트폰 선용 관련 선행연구들을 검토하였다. 패널은 미디어 선용 및 중독과 관련한 학술지 논문을 게재하였거나 관련 분야에 종사하고 있는 11인의 전문가로 구성되었고 총 3차례의 델파이 설문조사가 진행되었다.

3.2 1차 델파이 조사

구안 단계에서 살펴본 선행연구들을 바탕으로 패널들이 자유롭게 의견을 개진하고 추후 설문에서 패널들의 의견을 수렴할 수 있도록 개방형 질문으로 진행되었다.

3.3 2차 델파이 조사

1차 조사에서 응답한 패널들의 의견을 최대한 반영하여 의견들 간의 합의를 도출하고자 하였다. 2차 설문은 1차 설문 응답들을 빈도순으로 나열하여 패널들이 각각에 합의하는 정도를 5점 리커트 점수(1점=매우 동의하지 않음, 5점=매우 동의함)로 표시할 수 있도록 제작하였고 점수 부여에 대한 이유를 기술할 수 있도록 하였다. 또한, 각 문항과 관련해서 추가의견이 있을 경우 각 문항의 하단에 있는 의견란에 서술하여 새로운 의견을 수렴할 수 있도록 하였다.

3.4 3차 델파이 조사

2차 델파이에서 나온 의견을 토대로 패널들의 견해를

합의하고자 중요도 외에도 2차 델파이의 응답 평균, 표준편차, 4점 이상으로 체크한 %를 제시하였다. 또한, 개인이 선택한 점수가 패널들의 응답 점수 평균과 1점 이상 차이가 날 경우 개인이 선택한 점수에 대한 이유를 설명할 수 있도록 하였고 2차 때 패널들에 의해 새로 제시된 추가의견에 대해서도 의견을 표시할 수 있도록 하였다. 2차 설문과 마찬가지로 각 문항과 관련해서 추가의견이 있을 경우 각 문항의 하단에 있는 의견란에 서술하여 새로운 의견을 수렴할 수 있도록 하였다.

3.5 델파이 결과 최종 분석

델파이 3차 결과를 통해 향후 유튜브 사용 행태, 올바른/올바르지 않은 유튜브 사용을 나타내는 용어, 올바른 유튜브 사용의 하위 구성요인에 대한 의견을 탐색하였고 이를 바탕으로 올바른 유튜브 사용의 개념과 구성 요소에 대한 종합적인 결과를 도출하였다. 문항은 패널 수가 11명일 때의 최소 CVR 값인 0.59를 기준으로 선별하였다[34]. 자세한 결과는 Table 1과 같다.

델파이 분석에 따른 논의는 다음과 같다. 첫째, 향후 유튜브 사용 행태에 대한 질문에서는 ‘가짜뉴스나 중독적 사용 등의 부적응적인 문제가 발생할 것’, ‘연령대별 이용 형태의 차이를 보일 것’, ‘생산자와 이용자 간 상호작용이 활발해질 것’, ‘매체의 영향력이 당분간 지속적으로 증가할 것’, ‘양방향 형태의 소통이 증가될 것’, ‘콘텐츠, 기능, 장르, 서비스 등 다양한 영역에서 세분화될 것’, ‘기존 매체의 한계를 극복하는 보완재 역할을 할 것’이라는 전문가들의 합의가 도출되었다.

둘째, 올바른 유튜브 사용을 표현하는 개념에 관한 질문에서는 패널 간의 의견 차이가 커 CVR이 0.59 이상인 합의는 도출되지 못하였으나, 문항에 대해 패널의 절반

Table 1. Results of Delphi

Question	Opinion	2 nd Delphi			3 rd Delphi		
		Mean	S.D.	CVR	Mean	S.D.	CVR
Changes in the Usage of YouTube in the Future	Fake news, addictive use, and other negative issues	4.18	0.575	0.82	4.36	0.481	1.00
	Difference of usage behavior of users by age group	4.09	0.668	0.64	4.18	0.386	1.00
	Activating interaction between producers and users	4.55	0.782	0.64	4.55	0.656	0.82
	Continuous increase in media influence	4.18	0.716	0.64	4.27	0.617	0.82
	Increasing bidirectional communication	4.36	0.771	0.64	4.27	0.750	0.64
	Segmentation in various areas such as contents, genres, and services	4.30	1.005	0.45	4.18	0.980	0.64
	Role of supplements to overcome the limitations of existing media	3.91	0.900	0.45	3.91	0.793	0.64
	Continuing growth in media use population and usage	4.00	0.739	0.45	3.91	0.668	0.45
	When other media appear it will be turned downward like existing media	3.55	0.782	0.09	-	-	-
	Role of catalysts in the development of individual creativity	3.45	0.988	-0.09	-	-	-
	Contributing to loosening the boundaries between nations	3.36	1.432	0.09	-	-	-
Development of media as the center of all lives	2.82	1.336	-0.45	-	-	-	
Terms related to using YouTube as good	Adaptive Use	3.91	0.996	0.27	3.82	0.936	0.27
	Good use	3.73	1.286	0.27	3.73	0.862	0.27
	Ordinary Use	3.00	1.128	-0.45	-	-	-
	Strength Use	2.55	0.891	-0.64	-	-	-
	Balancing Use	-	-	-	3.67	0.943	-0.82
	Active Use	-	-	-	3.33	1.247	-0.82
Terms related to using YouTube as bad	Maladaptive Use	3.91	0.996	0.27	3.82	0.833	0.45
	Addiction	2.82	0.936	-0.45	2.82	0.936	-0.45
	Misuse(Abusive Use)	3.18	0.936	-0.27	2.00	0.816	-1.00
	Trial and Error use	2.00	0.739	-1.00	-	-	-
Sub-component s concepts of good use of Youtube	Information and content sorting ability	4.73	0.445	1.00	4.73	0.445	1.00
	Self-regulation ability	4.55	0.782	0.64	4.73	0.617	0.82
	Information acquisition and delivery ability	4.09	0.996	0.45	4.36	0.881	0.82
	Understanding motivation and desire to use	4.09	0.514	0.82	4.00	0.426	0.82
	Time-of-use control ability	4.09	0.793	0.82	3.91	0.668	0.82
	Consideration of ripple effect	3.91	0.900	0.45	3.82	0.716	0.64
	Use as a means of self-development	3.82	1.113	0.45	3.91	0.668	0.45
	Supplier's literacy	4.00	0.953	0.45	3.91	0.900	0.45
	Meet the purposes of Youtube Use	3.91	0.668	0.45	3.82	0.575	0.45
	Self-Insight ability	3.73	0.617	0.27	3.73	0.445	0.45
	Use for the stress relief and emotional health	3.82	0.716	0.27	3.64	0.481	0.27
	Autonomous use ability	3.91	0.900	0.45	3.64	0.643	0.09
	Self-control ability	3.82	0.833	0.09	-	-	-
	Use as a means of social support	3.36	0.771	-0.27	-	-	-
	Not used for the purpose of escapism	3.27	0.750	-0.09	-	-	-
	Ability to understand characteristics of YouTube media	3.27	0.750	-0.45	-	-	-
	Communication ability	3.27	1.286	-0.27	-	-	-
	Creating a healthy Youtube environment	3.09	1.164	-0.09	-	-	-
	IT technology utilization ability	2.91	0.900	-0.45	-	-	-
	Productivity	2.91	0.996	-0.64	-	-	-
Creativity	2.90	0.943	-0.45	-	-	-	

이상이 '동의함' 혹은 '매우 동의함'으로 선택한 경우 (CVR 0점 이상) 전문가들의 합의가 이루어진 것으로 보는 선행연구[35-37]를 참고하여 11명 중 7명의 전문가 (CVR=0.27)가 '적응적 사용'과 '선용'이라는 용어 사용에 동의하였다는 결과를 도출하였다.

셋째, 올바른/올바르지 않은 유튜브 사용을 표현하는 개념에 관한 질문에서도 패널 간의 유의미한 합의가 도출되지 못하였으나, 올바른 유튜브 사용에 대한 개념과 마찬가지로 11명 중 8명의 전문가(CVR=0.45)가 '부적응적 사용'이라는 용어 사용에 동의하였다는 결과를 도출하였다. 올바른/올바르지 않은 유튜브 사용에 대한 개념에 다수의 패널이 동의하였음에도 유의미한 합의가 도출되지 못했던 이유는 유튜브 사용을 선과 악, 적응과 부적응의 이분법적으로 바라보는 것은 도덕적인 판단으로 이어질 수 있다는 패널들의 우려 섞인 의견이 있었기 때문이다. 이를 바탕으로, 연구진은 올바른 유튜브 사용에 대한 용어로 도출된 '선용'과 '적응적 사용' 중 '부적응적 사용'의 상대적 개념인 '적응적 사용'을 사용할 것을 제안한다.

넷째, 올바른 유튜브 사용의 하위 구성요인에 관한 질문에서는 '정보 및 콘텐츠 선별 능력', '자기조절 능력', '정보 습득 및 전달 능력', '사용 동기 및 욕구 파악', '사용 시간 조절 능력', '과급효과에 대한 고려성'이라는 전문가들의 합의가 도출되었다.

4. 결론

본 연구는 전 세계적으로 유튜브 사용이 늘어나고 있지만 올바른/올바르지 않은 유튜브 사용에 관련된 연구가 부족한 상황에서 관련 전문가들을 대상으로 델파이 분석을 통해 향후 유튜브 사용 형태, 올바른/올바르지 않은 유튜브 사용, 올바른 유튜브 사용의 하위요인에 대한 전문가들의 합의를 도출하였다. 이를 통해, 본 연구는 현재보다 다양하고 활발히 사용될 것이나 그로 인한 문제점 또한 발생할 것으로 예상되는 유튜브에 대해 적응적/부적응적 사용이라는 용어 통일 뿐 아니라 적응적 사용의 하위 구성 요인을 밝혔다. 이러한 결과는 기존의 질병 모델에서 벗어나 최근 많은 연구가 이루어지고 있는 선용적 관점을 가진 연구이고 유튜브 사용에 대한 신뢰롭고 타당한 척도가 없는 상황에서 적응적/부적응적 유튜브 사용 척도를 개발하는 연구의 기반이 되는 연구이며 척도 개발 이후 적응적/부적응적 유튜브 사용에 영향을 미치는 변인 및 변인 간 관계를 탐색하는 등 유튜브 관련

연구에 기반을 마련하였다는 점에서 의의가 있다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째, 델파이 분석을 통해 유튜브의 올바른/올바르지 않은 사용을 지칭하는 용어를 도출하고 하위 구성요인을 도출하기 위하여 연구에 참여한 전문가들 외에도 유명 유튜브 생산자(유튜버)를 패널에 추가하려 하였으나 협조를 얻지 못하여 생산자의 의견이 반영되지 못하였다. 추후 연구에서는 유튜브 시청자, 생산자, 상호작용자 각각에 대해 적응적 유튜브 사용의 개념을 확인해볼 필요가 있다. 둘째, 일부 전문가들은 유튜브의 적응적 사용과 부적응적 사용 용어를 사용하는 것에 대해 유튜브의 긍정적인 효과들을 적응/부적응이라는 단어로 한계를 짓고 부적응적 사용의 경우 유튜브 사용에 미숙하다는 의미로 오인할 가능성이 있다는 점에서 동의하지 않았는데, 델파이 기법의 특성상 다수의 의견과 상충하는 의견을 충분히 반영하지 못한 채로 합의가 도출되었다는 한계가 있다. 따라서, 추후 연구에서는 정량적인 분석을 실시하여 정성적 결과와 정량적 결과를 활용한 적응적 유튜브 사용 척도 개발 및 관련 연구가 수행될 필요가 있다.

REFERENCES

- [1] J. Clement. (2019). *Youtube - Statistics & Facts*, New York: Statista.
- [2] S. Kemp. (2019. 1. 31). *Digital 2019: Global digital overview*. DATAREPORTAL. <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview>
- [3] Wiseapp. (2019. 5. 14). *The Usage of Domestic Android Smartphone Users by Generation*. Platum. <https://platum.kr/archives/121344>
- [4] Nasmedia. (2020). *2020 NPR Internet User Survey*. Seoul: Nasmedia.
- [5] S. M. Cho. (2018. 9. 21). *[Red Window Exploration 2] YouTube is OOO*. THE PR NEWS. <https://www.the-pr.co.kr/news/articleView.html?idxno=41039>
- [6] The Korea Internet & Security Agency. (2014). *Analysis of the current status of domestic SNS and major issues*. Seoul: Korea Internet & Security Agency.
- [7] G. Y. Noh. (2017). *YouTube Only*. Seoul: Future Window.
- [8] K. Y. Lee & D. K. Sung. (2018). Factors Influencing on the Flow and Satisfaction of YouTube Users. *The Journal of the Korea Contents Association*, 18(12), 660-675.

- DOI : 10.5392/JKCA.2018.18.12.660
- [9] E. G. Jang, L. Qiaoling & J. M. Lee. (2019). Exploring University Student's Responses to Consumer Information in Personal Media Using Critical Incident Technique: Focusing on YouTube. *Journal of Digital Convergence*, 17(10), 127–139.
DOI : 10.14400/JDC.2019.17.10.127
- [10] J. E. Klobas, T. J. McGill, S. Moghavvemi & T. Paramanathan. (2018). Compulsive YouTube usage A comparison of use motivation and personality effects. *Computers in Human Behavior*, 87, 129–139.
DOI : 10.1016/j.chb.2018.05.038
- [11] J. G. Lee & G. Y. Kim. (2019). Children's YouTube Watching Behaviors and Their Adjustments: Mediation Effects of Parental Attitude, Self-Esteem, and School Satisfaction. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation society*, 20(12), 699–707.
DOI : 10.5762/KAIS.2019.20.12.699
- [12] J. M. Lee. (2020). An Exploratory Study on Effects of Loneliness and YouTube Addiction on College Life Adjustment in the Distance Education During COVID-19. *Journal of the Korea Contents Association*, 20(7), 342–351.
DOI : 10.5392/JKCA.2020.20.07.342
- [13] S. C. Jang. (2016. 5. 19). *Addiction, is it a disease?*. KOREA PHARMACEUTICAL ASSOCIATION NEWS. https://www.kpanews.co.kr/column/show_youth.asp?page=12&idx=379
- [14] H. S. Cho et al. (2020). *Development of psychosocial model for gaming overindulgence intervention*. Jeollanam-do: Korea Creative Content Agency.
- [15] D. B. Feldman & C. S. Crandall. (2007). Dimensions of mental illness stigma: What about mental illness causes social rejection?. *Journal of social and clinical psychology*, 26(2), 137–154.
DOI : 10.1521/jscp.2007.26.2.137
- [16] N. Hing, A. M. Russell, S. M. Gainsbury, & E. Nuske. (2016). The public stigma of problem gambling: Its nature and relative intensity compared to other health conditions. *Journal of Gambling Studies*, 32(3), 847–864.
DOI : 10.1007/s10899-015-9580-8
- [17] J. D. Horch & D. C. Hodgins. (2008). Public stigma of disordered gambling: Social distance, dangerousness, and familiarity. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 27(5), 505–528.
DOI : 10.1521/jscp.2008.27.5.505
- [18] N. Hing, L. Holdsworth, M. Tiyce, & H. Breen. (2014). Stigma and problem gambling: Current knowledge and future research directions. *International Gambling Studies*, 14(1), 64–81.
DOI : 10.1080/14459795.2013.841722
- [19] S. M. Shin, M. J. Park, Y. H. Cho, Y. S. Song & Y. A. Ra. (2018). Delphi Research on Components of Adaptive Smartphone Use. *Korean Journal of Educational Therapist*, 10(2), 197–210.
DOI : 10.35185/KJET.10.2.3
- [20] S. J. Ko, S. D. Park, S. K. Hong, S. H. Lee & H. Y. Lee. (2018). The Development and the Validity of Evaluation Scale for the Good Use of Smartphone for Middle School Students. *Korean Journal of youth welfare*, 20(4), 195–211.
DOI : 10.19034/KAYW.2018.20.4.08
- [21] E. C. Tzavela et al. (2015). Processes discriminating adaptive and maladaptive Internet use among European adolescents highly engaged online. *Journal of adolescence*, 40, 34–47.
DOI : 10.1016/j.adolescence.2014.12.003
- [22] K. W. Kim & J. M. Boo. (2006). The Relationship between Flow State, Addiction Orientation in Online Games and Personal Psychological Factors. *Korea Journal of Counseling*, 7(4), 1169–1187.
UCI : G704-001281.2006.7.4.008
- [23] Korea Creative Content Agency. (2010). *CSG (Comprehensive Scale for Assessing Game Behavior) Manual*. Jeollanam-do: Korea Creative Content Agency.
- [24] Korea Creative Content Agency. (2018). *Complementary Study of CSG (Comprehensive Scale for Assessing Game Behavior)*. Jeollanam-do: Korea Creative Content Agency.
- [25] S. Livingstone & L. Hadon. (2009). EU Kids Online. *Zeitschrift für Psychologie. Journal of Psychology*, 217(4), 236–239.
DOI : 10.1027/0044-3409.217.4.236
- [26] Coalition of related ministries. (2016). *Smartphones and Internet for Healthy Smart Society Comprehensive Plan for Use Support (2016~2018)*. Seoul: a coalition of related ministries.
- [27] N. Y. Kim. (2019). A Study on Youtube Video-Watching Activities and their Effects on Improving English Reading Comprehension Skills. *Journal of Digital Convergence*, 17(6), 1–9.
DOI : 10.14400/JDC.2019.17.6.001
- [28] D. Y. Oh. (2018). Learning Effects of Political Video Use in YouTube on Political Socialization: Focusing on Political Efficacy, Interest and Participation. *Journal of Education and Culture*, 24(1), 97–115.
DOI : 10.24159/joec.2018.24.1.97
- [29] J. H. Kim, & B. Y. Kim. (2018). Personal Media as Cultural Intermediaries, YouTube Channel. *The Journal of the Korea Contents Association*, 18(6), 50–62.
DOI : 10.5392/JKCA.2018.18.06.050
- [30] J. Y. Youn, Y. J. Yoon, & J. S. Lee. (2020). The Effect of Motivation and User Characteristics on Use Satisfaction and Continuous Use Intention in YouTube Vlog. *The Journal of the Korea Contents Association*, 20(4), 189–201.
DOI : 10.5392/JKCA.2020.20.04.189
- [31] L. S. Fish & D. M. Busby. (1996). *The Delphi method*,

in D.H. Sprenkle and S.M. Moon (eds), *Research Methods in Family Therapy*. New York: Guilford Press.

- [32] J. S. Lee. (2001). *Delphi Method*. Paju: Educational Science Publishing.
- [33] J. E. Song, & W. H. Jang. (2013). Developing the Korean Wave through Encouraging the Participation of YouTube users : The Case Study of the Korean Wave Youth Fans in Hong Kong. *The Journal of the Korea Contents Association*, 13(4), 155-169. DOI : 10.5392/JKCA.2013.13.04.155
- [34] C. H. Lawshe. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel psychology*, 28(4), 563-575. DOI : 10.1111/j.1744-6570.1975.tb01393.x
- [35] D. I. Kim, Y. J. Chung & Y. H. Lee. (2013). Delphi Study on Concepts and Components of Smart Media Addiction. *Asian Journal of Education*, 14(4), 49-71. DOI : 10.15753/aje.2013.14.4.003
- [36] Y. H. Park & J. H. Chang. (2019). A Delphi Study on Development of Performance Evaluation Indicators for Safety and Health Training Programs. *The Korean Journal of Human Resource Development Quarterly*, 21(3), 113-132. DOI : 10.18211/kjhrdq.2019.21.3.005
- [37] H. J. Lee, Y. H. Lee, S. R. Park, & I. J. Lee. (2017). Improvement of ICT SMEs Technology Support Programs using Exploratory FGI and Delphi techniques. *Journal of Digital Convergence*, 15(9), 35-46. DOI : 10.14400/JDC.2017.15.9.35

장 성 호(Sung-Ho Jang) [정회원]



- 2021년 2월 : 한동대학교 심리학과(석사)
- 2020년 1월 ~ 2020년 12월 : 한국중독심리학회 사무간사
- 2021년 2월 ~ 현재 : 한동대학교 상담센터(연구조교)
- 관심분야 : 중독 및 선용, 동기강화상담, 기본심리육구

· E-Mail : esprit@handong.edu

오 성 은(Seong-Eun Oh) [정회원]



- 2020년 2월 ~ 현재 : 한동대학교 심리학과(석사)
- 2020년 3월 ~ 현재 : 한동대학교 상담센터(연구조교)
- 관심분야 : 미디어 중독 및 선용, 정신재활, 동기

· E-Mail : sungeun9777@naver.com

신 정 미(Jung-Mi Shin) [정회원]



- 2014년 2월 : 연세대학교 상담코칭학(석사)
- 2020년 8월 : 연세대학교 상담코칭학(박사)
- 2016년 3월 ~ 현재 : 한동대학교 상담심리사회복지학부(강사)
- 관심분야 : 중독, 동기강화상담

· E-Mail : jungmishin@handong.edu

신 성 만(Sung-Man Shin) [정회원]



- 1998년 5월 : University of Wisconsin-Madison 재활심리학과(석사)
- 2006년 9월 : Boston University 재활상담학과(박사)
- 2007년 3월 ~ 현재 : 한동대학교 상담심리사회복지학부 교수
- 관심분야 : 중독 및 선용, 재활, 동기, 동기강화상담

· E-Mail : sshin@handong.edu