

디지털 네이티브 세대를 위한 유튜브 리터러시 체크리스트 개발 연구

Development of Youtube Literacy Checklist for Digital Natives

김형진*, 정효정**, 권보람***

명지대학교 미래융합경영학과*, 단국대학교 자유교양대학**, 서울대학교 경영학과***

Hyungjin Lukas Kim(kimhj@mju.ac.kr)*, Hyojung Jung(hyojung.jung@dankook.ac.kr)**,
Boram Kwon(brkwon@snu.ac.kr)***

요약

유튜브 사용량은 계속해서 증가하고 있으며, 유튜브를 가장 많은 시간 사용하는 연령대는 10대로 조사되고 있다. 어린이·청소년이 유해한 콘텐츠에 노출되는 것을 막는 것은 현실적으로 불가능하므로, 유튜브 콘텐츠를 건강하게 선택하고 활용하는 역량을 키워내는 것이 근본적인 해결책이 될 수 있다. 이에 본 연구에서는 디지털 네이티브 세대를 위한 유튜브 리터러시란 무엇인지 규명하고, 공통적으로 고려해야 할 기준을 마련하고자 하였다. 본 연구는 유튜브 리터러시 역량의 정의를 구체화하고, 어린이·청소년의 유튜브 플랫폼 활용 안내·지도 시 활용할 수 있는 체크리스트를 개발하는 것을 목적으로 한다. 이를 위하여 선행 연구와 해외사례 분석을 바탕으로 개념적 정의 및 체크리스트를 개발하였으며, 전문가 및 교육자 검토를 통하여 타당성을 확보하였다. 최종적으로 개발한 체크리스트는 미디어 접근, 비판적 이해, 미디어 참여, 윤리적 활용 4개 범주의 10개 역량, 23문항을 포함한다.

■ 중심어 : | 유튜브 | 미디어 리터러시 | 디지털 네이티브 | 체크리스트 | 델파이 |

Abstract

YouTube usage continues to increase, and the age group who spends the most time on YouTube is surveyed in the teens. It is practically impossible to prevent children and young people from being exposed to harmful content, so nurturing the ability to choose and use YouTube content in a healthy way can be a fundamental solution. Therefore, in this study, we tried to identify what YouTube literacy is for the digital native generation, and to prepare standards to be considered in common. The purpose of this study is to refine the definition of YouTube literacy competency and to develop a checklist that can be used when guiding and guiding children and adolescents to use the YouTube platform. To this end, a conceptual definition and checklist were developed by conducting prior research and overseas case analysis, and validity was secured through expert and educator reviews. The finally developed checklist includes 4 categories, 10 areas, and 23 criteria: media access, critical understanding, media participation, and ethical use.

■ keyword : | Youtube | Media Literacy | Digital Natives | Checklist | Delphi |

I. 서론

유튜브는 현재 가장 뜨거운 미디어 플랫폼이다. 2021년 기준 전 세계적으로 23억 명의 사용자, 91개의 국가, 일일 시청시간 10억 시간, 1분마다 업로드 되는 영상의 시간이 500시간 이상인 곳이 바로 '유튜브'이다 [1]. 유튜브는 전 연령대에서 가장 선호하는 동영상 시청 채널로 연령이나 성별에 상관없이 이용률이 모두 90% 이상을 기록했다. 그 중에서도 10대 청소년들은 영상을 볼 때(99.2%)만 아니라 정보 검색을 할 때(69.7%)도 유튜브를 이용한다고 밝혔다[2]. 태어날 때부터 디지털 기기에 둘러싸여 성장한 디지털 네이티브(Digital Native)세대에 해당하는 어린이·청소년들에게 유튜브는 곧 생활이자 세계이다.

디지털 네이티브 세대에게 유튜브는 정보 제공의 도구일뿐 만 아니라 그들이 미디어를 제작하고 의견을 공유할 수 있는 창구로 여겨진다[3]. 기존 미디어가 담은 콘텐츠가 어른 위주로 구성되어 10대가 볼만한 프로그램이 충분하지 않은데 반해 유튜브는 이들이 취사선택할 수 있는 다양한 콘텐츠와 정보를 제공한다. 이 밖에도, 어린이·청소년들은 직접 자신의 채널을 운영하며 구독자가 늘기를 희망하고, 다른 사람들이 자신이 올린 댓글에 '좋아요'를 많이 누르기를 바란다[4]. B. Claire et al.[5]은 어린이·청소년들이 유튜브 제작과 시청, 그리고 상호작용을 통해서 사회화되며, 이러한 활동이 자아정체성을 살펴볼 수 있는 비옥한 토대가 된다고 밝혔다.

하지만, 유튜브가 폭발적으로 성장하면서 부작용을 우려하는 목소리도 높아지고 있다. 조회수와 시청시간이 곧 수익이 되는 유튜브 구조에서 더 많은 수익을 창출하기 위해 자극적이고 폭력적이며 선정적인 영상들이 쏟아지고 있기 때문이다. 많은 청소년들은 스스로 원하는 내용을 검색해 시청하기 보다 유튜브의 추천 영상을 특별한 생각 없이 연속적으로 시청하는 경향이 있으며[6], 디지털 윤리의식이 확립되지 않은 아이들은 타인의 관심을 끌기 위해 자극적인 영상을 제작해 올릴 가능성도 크다[7][8]. 실제로 아이들은 유튜브 동영상에서 유행하는 욕설이나 이상한 말을 따라하기도 하며, 자극적인 콘텐츠를 생산하는 키즈 유튜버 역시 쉽게 찾

아 볼 수 있다. 디지털 네이티브 세대는 다른 어떤 세대보다 디지털 환경에 익숙하지만, 누구보다 디지털 세대의 역기능과 문제점에도 많이 노출되어 있다.

유튜브 측의 콘텐츠 모니터링 및 제재조치에 의존할 수 밖에 없는 실정임에도 불구하고 수 많은 이용자가 콘텐츠를 등록, 시청하는 공간이다 보니 모니터링 강화에도 한계는 있다. 유튜브는 2017년 애니메이션 <겨울왕국>의 주인공 '엘사'를 내세운 선정적 애니메이션이 아이들에게 노출된 사건인 엘사게이트를 계기로 모니터링과 가이드라인을 강화했으며, 딥러닝과 같은 기술을 활용해 부적절한 콘텐츠로부터 어린이·청소년을 보호하려는 연구도 활발하게 이루어지고 있다[9][10]. 그럼에도 불구하고 어린이·청소년이 유해한 콘텐츠에 노출되는 것을 막는 것은 현실적으로 불가능하다. 디지털 네이티브로 자란 세대에게 유튜브 시청을 무작정 막는 것 역시 쉽지 않으며, 바람직한 방안이 될 수 없다. 오히려 어린이·청소년이 유튜브 콘텐츠에 적절히 접근하여 이를 비판적으로 이해하고, 자신의 생각을 담아 콘텐츠를 생산하고 전하는 능력을 기를 수 있도록 하는데 집중할 필요가 있다.

유튜브 콘텐츠를 건강하게 선택하고 활용하는 역량을 키워내는 능력을 의미하는 유튜브 리터러시는 이미 온라인에서 성인 못지않게 각종 트렌드를 이끌고 있는 어린이·청소년들이 주체적으로 콘텐츠를 생산, 소비할 수 있게 도와줌으로써 유튜브가 가진 문제점을 해결할 수 있는 대안이 될 수 있다. 따라서, 본 연구에서는 디지털 네이티브 세대를 위한 유튜브 리터러시란 무엇인지 규명하고, 공통적으로 고려해야 할 기준을 마련하고자 하였다. 본 연구는 유튜브 리터러시 역량의 정의를 구체화하고 어린이·청소년의 유튜브 플랫폼 활용 안내·지도시 활용할 수 있는 체크리스트를 개발하는 것을 목적으로 한다. 본 연구의 범위 및 내용은 다음과 같다.

첫째, 유튜브 리터러시 진단을 위한 체크리스트의 범주 및 진단문항 개발

둘째, 유튜브 리터러시 체크리스트의 범주 및 진단 문항에 대한 타당화

II. 이론적 배경

1. 어린이·청소년의 유튜브 활용

유튜브 하루 이용시간이 가장 많은 연령인 10대는 하루 평균 1시간 30분 이상 유튜브를 이용한다고 밝혔으며, 10세 이하 어린이 역시 가장 많이 이용하는 미디어로 유튜브를 손꼽았다[11]. 어린이·청소년에게 유튜브는 놀이와 정보가 교차하는 곳으로, 단순 온라인 동영상을 보여주는 공간이 아니라 이용자들의 놀이터이자 학습 공간이 되었다. 시청연령제한도 없으며 유익한 정보와 유해한 정보를 나누어 선별하기도 어려운 무한한 정보의 공간, 그 안에서 무엇을 선택하고 경험할 것인가는 지극히 개인의 취향이 적용된 것이다. 영상을 통해 얻는 유익한 정보들도 많다. 하지만 '누가 이런 영상을 볼까', '이거 사실이야'하는 영상을 가감 없이 순간의 유희거리 또는 또래와 공유할 만한 동영상으로 분류하기도 한다. 영상뿐 아니라 자극적인 유튜브들이 청소년들의 인기를 끄는 경우가 많으며 선망의 대상이 되기도 한다.

이처럼 어린이와 청소년의 유튜브 이용량이 상당한 가운데 이에 대한 관심 역시 높아지고 있다. F. Pires et al.[12]은 8개국에서 수행된 연구를 통해 10대들이 유튜브를 주로 음악을 듣기 위해 사용하는 '음악적', 정보나 콘텐츠를 얻는 '시각적', 개인적인 콘텐츠를 생산하거나 다루는 '생산적', 타인과 상호작용을 하는 '사회적', 새로운 것을 배우거나 학습하는 '교육적'으로 구분되는 다섯 가지 방식으로 유튜브를 소비한다고 밝혔다. 이 밖에도 어린이·청소년의 유튜브 소비 행태에 관한 연구는 폭넓게 이루어졌으며[13], 태블릿과 스마트폰의 조기 사용, 가정의 사회·경제적 지위[14], 연령[15], 인종·성별[16]과 같은 요인에 따라 소비행태나 많이 이용하는 콘텐츠 유형 및 주제[3]에 있어 차이를 보인다.

한편, 유튜브가 어린이·청소년의 태도에 미치는 영향에 대해서는 논란이 있다[17][18]. 글보다 영상이 익숙한 디지털 네이티브 세대로 규정하여, 어린이·청소년의 미디어 활용을 긍정적으로 보는 입장과 다른 하나는 콘텐츠의 상업성이나 자극적 내용에 대해 우려하는 입장이다. S. K. Dew et al.[19]는 어린이의 유튜브 이용이 친사회적 행동 형성에 긍정적인 영향을 미친다고 밝혔

으며, A.Kim[4]는 초등학생들이 유튜브를 감정을 교류하는 공간, 비공식적인 학습 공간, 정체성 구현과 실험의 공간으로 인식하고 경험한다고 분석했다. 반대로, 유튜브들이 시청자들을 끌기 위해 별난 몸짓, 가벼운 농담, 은어의 사용 등 다양한 광고 기법을 사용하는 것은 부정적인 영향을 미칠 수 있으며, 유튜브를 잠재적 위험이 큰 플랫폼으로 보는 시각도 존재한다[20][21].

하지만, 이처럼 상반된 시각 가운데서도 일관된 주장은 유튜브가 디지털 네이티브 세대에게 큰 영향을 미친다는 것이다. 유튜브는 어린이·청소년에게 큰 영향력을 가지고 있으며[22], P. D. Hoa et al.[23]은 유튜브가 학생들의 행동·심리·인성 발달에 영향을 주고 있다고 밝혔다. 디지털 네이티브 세대에게 유튜브가 중요한 미디어가 된 현실에서 유튜브의 이점과 위험을 정확히 이해하고 올바르게 이용하는 것은 필수적이다. 특히, 미디어 교육에 대한 관심은 점점 더 증가하고 있으며, 유튜브 콘텐츠를 건강하게 선택하고 활용하는 역량인 유튜브 리터러시를 키워내는 것은 중요하게 고려되고 있다.

2. 미디어 리터러시

리터러시(Literacy)는 글을 읽고 쓰는 능력을 의미한다. 미디어 리터러시는 매스미디어의 등장과 함께 텔레비전에서 제공되는 콘텐츠(메시지)를 읽고 해독하는 역량에서 시작되었으나 디지털 기술이 등장하면서 미디어의 변화에 따라 영상 메시지를 해독하는 것에서 이용자들이 미디어 메시지를 만들고, 표현하는 것으로 그 개념이 확장되어왔다. 미국의 미디어리터러시 교육협회(The National Association for Media Literacy Education)는 미디어 리터러시를 모든 유형의 소통을 사용하여 접근, 분석, 평가, 제작, 행동하는 능력으로 정의하고 있으며, 미디어 리터러시는 지식정보처리 역량, 공동체 역량, 의사소통 능력, 비판적 사고력, 창의력 등 미래사회 핵심 역량에 관한 논의에서는 항상 강조되고 있다. ATC21S(Assessment and Teaching of Twenty-First Century Skills), P21(Partnership for 21st Century Skills), 세계경제포럼(WEF), 유럽연합, 유네스코와 같은 국제기구만 아니라 국내에서도 미래 사회를 위한 중요한 역량으로 미디어 리터러시에 주목하고 있다.

디지털 전환, 유튜브 플랫폼의 성장, 가짜뉴스의 등장 등 최근의 미디어 환경은 미디어 리터러시의 중요성을 더욱 부각시키고 있다. 이는 비단 기술에 대한 접근성, 이해도에 머무르는 것이 아니라 지식 격차[24][25], 사회 참여[26]와 연결될 수 있기에 그 어느 시대 보다 미디어 리터러시 역량을 함양하기 위한 교육의 필요성이 강조되고 있다. 최근의 미디어 리터러시 연구 동향을 살펴보면 새로운 미디어 테크놀로지의 등장에 따라 예를 들어 인터넷 리터러시, 게임 리터러시, 소셜미디어 리터러시 등 다양한 미디어 리터러시가 파생된다[27]. 각각의 개념은 미디어 자체에 대한 인식의 차이, 강조하는 미디어와 그에 대한 교육적 입장의 차이에 기반해 다양한 차원에서 미디어 리터러시를 논하고 있다[28].

최근 전 세대에 걸쳐 가장 많은 이용을 보이는 미디어인 유튜브는 누구나 콘텐츠를 만들어 제공할 수 있어 정보에 대한 신뢰성이 확보되지 않을 뿐만 아니라 광고를 통해 발생하는 수익구조 때문에 자극적이고 폭력적인 영상들에 쉽게 노출될 수 있다. 또한, 알고리즘에 기반한 유튜브 추천시스템의 개입은 가치편향적 사고를 유도할 가능성이 높고, 어린이·청소년 이용자에게 부적절한 콘텐츠를 재생시킬 위험 또한 배제할 수 없다[29][30]. 이처럼 유튜브라는 플랫폼이 갖는 특징과 유튜브의 동영상 추천 알고리즘의 높은 유해성은 기존의 미디어 리터러시 개념이 있음에도 유튜브 리터러시의 개념이 필요한 이유이며, 유튜브 리터러시는 영상 언어가 구성하는 메시지를 분석하고 적절하게 활용·제작할 수 있는 새로운 미디어 리터러시 능력을 의미한다[31].

특히, 어린이·청소년의 유튜브 활용을 살펴본 바에 따르면, 이들의 유튜브 소비에 관한 많은 연구는 주체적이고, 비판적인 미디어 활용의 중요성을 강조하고 있다[32][33]. 어린이·청소년의 유튜브 리터러시는 주어진 정보를 스스로 평가하고 사회적 책임 및 윤리적 활용에 대한 이해가 강조된다는 점에서 명확하게 구분되며, 따라서 교육의 핵심 목표는 미디어에 대한 비판적 시각과 시민적 참여 역량을 키우는데 있다.

3. 리터러시 체크리스트 및 진단문항 사례

미디어 리터러시를 측정, 평가하기 위한 노력의 일환으로 미디어 리터러시의 역량에 대한 공통적인 규정

해 보려는 노력은 많이 이루어져왔다. 영국의 방송통신 규제기관인 Ofcom은 미디어를 접근, 창조, 이해로 정의함으로써 전 세계적으로 미디어 리터러시 교육의 방향성을 제시하는 역할을 했다[34]. H. Marten[35]은 선행 연구를 바탕으로 미디어 리터러시를 개인이 미디어 메시지에 접근하고 이를 분석, 평가하기 만들기 위해 필요로 하는 일련의 지식 및 역량으로 규정하고 접근, 비판, 분석, 창조 네 가지 역량을 강조했으며, R. Hobbs [36]는 미디어 리터러시를 현재의 미디어 환경에서 필수적인 생활능력으로 정의하고 앞선 네 가지 역량에 성찰과 행동을 추가했다. 이 밖에도 H. Jeong[37]는 미디어 리터러시의 주요 역량으로 의미 이해와 전달, 책임 있는 미디어 이용, 감상과 향유, 미디어 기능 활용, 정보 검색과 선택, 창작과 제작, 사회·문화적 이해, 비판적 분석과 평가를 언급했으며, K. Kim et al.[38]는 미디어 접근 능력, 비판적 이해 능력, 창의적 표현 능력, 사회적 소통능력'을 강조했다.

최근에는 사회·문화적 공유와 의미의 확산까지 포함된, 즉 재개념화된 미디어 리터러시의 필요성이 부각되고 있다. 여기서는 공공의식, 참여성, 관용성 등과 같은 디지털 시민성이 미디어 리터러시의 중요한 요인으로 논의되고 있다[39]. 이 때, 논의되는 디지털 시민성은 신기술 사용 그 자체만 아니라 이를 통한 소통과 인간성 발현에도 초점을 두고 있으며[40], H. Kim et al.[41]는 민주시민 육성을 위한 미디어 리터러시 역량을 기반 역량(접근과 활용, 윤리와 보안, 웰빙과 문화)과 수행 역량(이해와 비평, 소통과 참여, 표현과 생산)으로 구분했다. L.M. Jones and K.J. Mitchell[42]은 청소년의 디지털 시민성을 다른 사람에 대한 존중 및 관용 행동을 실천과 시민 참여 활동을 증가시키기 위해 인터넷 정보를 사용하는 데 초점을 맞춰 척도를 개발했으며, Mihailidis(2018)[43]는 시민지향적 미디어 리터러시를 접근 (access), 분석 및 평가(analysis & evaluation), 창조(creation), 반성(reflection), 행동(action) 총 5개의 영역으로 구분했다. 이 밖에도 미국의 ISTE (International Society for Technology in Education), 영국의 JISC(Joint Information System Committee), EU, UNESCO과 같은 국제단체에서는 시민성을 반영한 미디어 리터러시의 프레임워크를 개

발, 교육을 운영해오고 있다.

디지털 미디어의 확산에 맞춘 적합한 미디어 리터러시 개발의 중요성과 미디어 리터러시가 단순히 기술만이 아니라 사회적, 윤리적 측면을 포괄해야한다는 필요성에 대한 공감대가 이루어졌다. 한편, 특정 플랫폼 내의 하위 문화와 위치, 컨텍스트의 의존적 관행을 고려할 필요가 있음에도 불구하고[44][45], 이를 이해하고 검토하려는 연구는 극히 일부에 불과하다. M, Stefania et al.[46]은 도구, 과정, 협업, 참여의 네 가지 구분을 기반으로 소셜 미디어에 적합한 미디어 리터러시 지표를 개발했으며, G. Christine and G. Benjamin[47]는 트위터의 리터러시가 페이스북, 인스타그램, 틱톡과 같은 다른 미디어의 관행과 다르다는 것을 인정하고 트위터의 역동성을 강조해 트위터러시를 정의했다. 이상의 선행연구, 국내외 문헌 및 사례 분석을 통해 다음과 같은 시사점을 얻을 수 있다. 첫째, 미디어 활동 수행에서 기초가 되는 개인의 능력을 고려하여 다층적으로 고안될 필요가 있다는 점이다. 이에 본 연구에서는 초등학생, 청소년 대상 유튜브 활용에서 강조된 역량인 비판적 이해, 윤리적 활용을 포함한 다층적 범주의 통합적 체크리스트를 마련하고자 한다. 둘째, 대상 플랫폼인 유튜브의 특성과 맥락에 맞고 교육 관계자의 요구에 부응할 수 있는 체크리스트의 개발이 필요하다.

III. 연구 방법

본 연구는 유튜브 리터러시 체크리스트 개발을 목적으로 관련 사례·문헌 분석을 통하여 시사점을 도출하였으며 1) 정의 및 구체적인 체크리스트 진단문항을 마련한 후, 2) 이에 대한 전문가 검토를 거쳐 최종 산출물을 제안하는 것으로 진행한다. 이러한 절차를 위하여 문헌 연구 및 전문가 델파이 방법을 적용한다. 델파이 방법은 전문가의 의견을 종합하여 합의를 도출해내는 기법으로 참여자들의 의사소통 과정을 구조화하는 것이 핵심이다[48]. 의사소통의 구조화는 절차의 반복과 통제된 피드백, 응답자의 익명, 통계적 집단 반응의 과정을 통해 의견을 수렴한다[49]. 본 연구는 어린이·청소년에

초점을 맞추고 있으므로 타당도 검토 과정에서 실제로 현장에서 미디어 리터러시 교육을 진행해 온 전문가들을 선정해 의견을 반영했으며, 어린이·청소년이 쉽게 이해할 수 있는 설명이나 표현을 선정하기 위해서도 주의를 기울였다.

문헌 및 국내외 사례 분석을 위해 다음과 같은 연구가 수행되었다. 국내외 미디어 리터러시 관련 웹 자료, 연구보고서, 논문자료 등을 수집·분석하였으며, 국내외 체크리스트, 진단문항에 대한 분석을 진행하였다. 분석을 통하여 도출된 특징을 기반으로 정의 및 체크리스트 진단 문항을 개발하고, 적절하게 반영되었는지 검토하기 위해 델파이 방법에서 대표적인 통계 분석 방법으로 활용되고 있는 전문가 타당도 검토를 2회 실시하였다. 1차 전문가 타당도 검토를 통해 초안에서 수정 및 개선해야 할 사항에 대한 구체적인 방향성을 확인하고, 이를 바탕으로 수정·보완하였다. 이후, 2차 전문가 타당도 검토를 통하여 최종 체크리스트 진단문항을 개발하였다. 타당도 검토를 위한 전문가 자문의 대상을 선정하기 위해서는 전문가의 대표성, 전문적 지식 능력, 적절성, 전문가 수를 신중히 고려해야 하며[50], 일반적인 참여자 수는 4~11명으로 제안함에 따라[51] 본 연구에서는 미디어 리터러시 교육을 진행해 온 전문가·교사 9명을 위원으로 선정하였다. 타당도 검토에 참여한 전문가·교사의 세부적인 정보는 다음 [표 1]에 정리한 바와 같다.

표 1. 델파이 참여자 정보

참여자	영역	관련업무 수행경험	1차	2차	
전문가 1	현정교사	초등학교 교사	6.5년	○	○
전문가 2		초등학교 교사 유튜브관련저서 집필	23년	○	○
전문가 3		초등학교 교사 유튜브관련저서 집필	6년	○	○
전문가 4		초등학교 교사 유튜브관련저서 집필	26년	○	○
전문가 5	교육공학 리터러시 영역 전문가	교육공학 박사 H대학교 교수	10년	○	○
전문가 6		교육공학 박사 D대학교 교수	10년	○	○
전문가 7		교육공학 박사 리터러시 전문가	8년	○	○
전문가 8		교육공학 박사 S대학교 교수	15년	-	○
전문가 9		교육공학 박사 P대학교 교수	10년	○	-
전문가 10		교육공학 석사 교육콘텐츠 개발업체 대표	10년	○	○

델파이 조사를 기반으로 본 연구에서 개발한 체크리스트의 타당도를 확보하기 위하여 평균, 표준편차, 타당하다고 응답한 전문가 수(Ne), 내용타당도 수치(CVR, (1))와 더불어 기타 의견을 검토하였다. CVR은 Lawshe(1975)[52]가 제시한 내용타당도 비율(Content Validity Ratio)을 바탕으로 분석한 것이며, 본 연구에서 CVR값은 패널수가 10명일 경우의 최소값인 .62 이상이 되었을 때 내용 타당도를 확보한 것으로 판단하였다[48].

$$CVR = \frac{N_e - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}} \quad \begin{array}{l} N: \text{전체 응답자의 수} \\ N_e: \text{'타당하다' 또는 '매우 타당하다'고 응답한 응답자의 수} \end{array} \quad (1)$$

IV. 연구 결과

1. 선행연구를 통한 초안 도출

선행연구 및 사례 조사를 통하여 도출한 평가 역량은 5개 역량 및 15개 하위역량으로 구성되어 있으며, 다음 [표 2]에 제시한 바와 같다.

표 2. 유튜브 리터러시 역량(초안)

역량	하위역량	내용
미디어 접근	유튜브 이용	유튜브 접근 및 기술적 이용 능력
	유튜브 이용 통제	유튜브에 대한 노출과 이용을 스스로 통제하고 조절할 수 있는 능력
	유튜브 활용 능력	자신의 이용 목적에 따라 유튜브를 활용할 수 있는 능력
비판적 이해	유튜브의 재현 이해	유튜브에서 재현된 현실과 실제 현실의 차이를 이해하고 구분할 수 있는 능력
	유튜브의 상업성 이해	유튜브의 경제적 구조와 산업적 특성, 상업성 등을 이해할 수 있는 능력
	정보 판별	유튜브에서 제시된 정보의 신뢰성, 편향성, 의도성 등을 판별할 수 있는 능력
창의적 생산	콘텐츠 제작 능력	유튜브를 활용하여 자신이 원하는 콘텐츠를 제작할 수 있는 능력
	자기표현 능력	유튜브를 활용하여 자신의 생각, 의견 등을 창의적인 콘텐츠로 표현할 수 있는 능력
	콘텐츠 공유 능력	유튜브를 통해 자신의 타인의 생각, 의견, 콘텐츠 등을 서로 나누고 공유할 수 있는 능력
미디어 참여	네트워킹	유튜브를 통해 다른 사람과 연결하고 소통할 수 있는 능력
	협업능력	문제해결 및 과업 등을 위해 다른 사람과 교류하고 협력함으로써 성과를 얻을 수 있는 능력
	시민적	정치사회적 이슈나 문제에 대해 적극적으로 의견을 교류

	실천과 참여	하고 공동의 문제를 해결하기 위해 다양한 활동에 참여하는 능력
윤리	관용과 배려	다른 사람의 의견을 이해하고 차이를 인정하며 수용할 수 있는 능력
	책임있는 이용	불법적인 유튜브 이용을 하지 않거나 타인의 권리를 침해하지 않는 책임있는 미디어 이용 능력
	보호	개인정보 노출 등 유튜브 이용의 위험요인으로부터 자신을 보호할 수 있는 능력

2. 전문가 검토

도출된 내용에 대해 전문가 자문을 통하여 타당성 검토를 진행하였다. 참여한 전문가들은 역량 및 역량 내용을 검토하였으며, 1차 타당성 검토 결과는 [표 3]에 제시한 바와 같다.

표 3. 유튜브 리터러시 역량(초안)에 대한 타당성 검토 결과(1차)

역량	하위역량	M	SD	Ne	CVR
미디어 접근	유튜브 이용	4.14	1.46	6.00	0.71
	유튜브 이용 통제	4.71	0.49	7.00	1.00
	유튜브 활용 능력	4.29	1.50	6.00	0.71
비판적 이해	유튜브의 재현 이해	4.71	0.49	7.00	1.00
	유튜브의 상업성 이해	4.71	0.38	7.00	1.00
	정보 판별	4.86	0.38	7.00	1.00
창의적 생산	콘텐츠 제작 능력	4.71	0.49	7.00	1.00
	자기표현 능력	4.86	0.38	7.00	1.00
	콘텐츠 공유 능력	4.29	0.76	6.00	0.71
미디어 참여	네트워킹	4.29	0.76	6.00	0.71
	협업능력	3.57	0.53	4.00	0.14
	시민적 실천과 참여	3.29	1.25	3.00	0.14
윤리	관용과 배려	4.86	0.38	7.00	1.00
	책임있는 이용	4.57	0.79	6.00	0.71
	보호	4.57	0.79	6.00	0.71

전문가들이 추가적으로 고려해야 할 기타 의견으로 제시한 내용은 다음 [표 4]에 제시한 바와 같다.

표 4. 유튜브 리터러시 역량(초안)에 대한 전문가 의견

역량	전문가 의견
미디어 접근	<ul style="list-style-type: none"> 유튜브를 '하나의 미디어'가 아닌 '플랫폼'으로서의 기능 고려 필요 유튜브의 본질, 특성, 역할과 관련된 영역 추가 필요 통제보다 자기조절이라는 용어에 초점을 맞추는 것을 제안
비판적 이해	<ul style="list-style-type: none"> 초등학생의 이해를 위해 쉬운 언어, 구체적인 설명으로 체크리스트 작성 고려
창의적 생산	<ul style="list-style-type: none"> 세 가지 역량의 명확한 구분이 필요 '콘텐츠 공유 능력'은 '미디어 참여'의 하위역량 중 하나로 고려될 수도 있을 것이라 생각
미디어 참여	<ul style="list-style-type: none"> 미디어 참여에서 설명하는 활동의 내용을 구체적으로 기술 필요 '네트워킹'과 '관용과 배려', '협업능력'과 '시민적 실천과 참여'역량이 다소 유사
윤리	<ul style="list-style-type: none"> 최근의 상황적 요소를 포함해 교육차원에서 중요성이 높은 항목이며, 소비와 공유의 측면에서 모두 고려하는 것 필요

제안한 내용을 토대로 역량 항목 및 하위 역량을 보완하였으며, 이러한 내용들을 반영하여 체크리스트 진단문항을 개발하였다. 이어 최종 산출물을 제안하기에 앞서, 전문가들의 2차 검토를 추가적으로 진행하였다. 검토 결과는 [표 5][표 6]의 내용과 같다.

표 5. 유튜브 리터러시 역량(초안)에 대한 타당성 검토 결과(2차)

역량	하위역량	M	SD	Ne	CVR
미디어 접근	플랫폼 이해	4.67	0.50	9.00	1.00
	자기조절 능력	4.67	0.50	9.00	1.00
비판적 이해	미디어 재현 이해	4.67	0.50	9.00	1.00
	상업성 이해	4.56	0.73	8.00	0.78
미디어 참여	정보 판별	4.67	0.50	9.00	1.00
	콘텐츠 생산	4.67	0.50	9.00	1.00
	콘텐츠 공유	4.56	0.73	8.00	0.78
윤리적 활용	사회적 참여	4.67	0.50	9.00	1.00
	관용과 배려	4.67	0.50	9.00	1.00
	책임있는 이용	4.67	0.50	9.00	1.00
	보호	4.67	0.50	9.00	1.00

표 6. 유튜브 리터러시 체크리스트 진단문항(초안)에 대한 타당성 검토 결과(2차)

역량	하위역량	진단문항	M	SD	Ne	CVR
미디어 접근	플랫폼 이해	Item 1	4.56	0.53	9.00	1.00
		Item 2	4.11	0.60	8.00	0.78
		Item 3	4.00	0.50	8.00	0.78
	자기조절 능력	Item 1	4.56	0.53	9.00	1.00
		Item 2	4.44	0.53	9.00	1.00
		Item 3	3.56	1.24	4.00	-0.11
비판적 이해	미디어 재현 이해	Item 1	4.44	0.53	9.00	1.00
		Item 2	4.33	0.71	8.00	0.78
	상업성 이해	Item 1	3.89	1.27	6.00	0.33
		Item 2	4.11	1.05	5.00	0.11
	정보 판별	Item 1	4.00	0.87	6.00	0.33
		Item 2	4.44	0.53	9.00	1.00
미디어 참여	콘텐츠 생산	Item 1	4.78	0.44	9.00	1.00
		Item 2	4.56	0.73	8.00	0.78
	콘텐츠 공유	Item 1	4.22	0.83	7.00	0.56
		Item 2	4.22	0.67	8.00	0.78
	사회적 참여	Item 1	4.33	0.87	7.00	0.56
		Item 2	4.44	0.53	9.00	1.00
윤리적 활용	관용과 배려	Item 1	4.56	0.53	9.00	1.00
		Item 2	4.22	0.67	8.00	0.78
		Item 3	4.33	0.71	8.00	0.78
	책임있는 이용	Item 1	4.78	0.44	9.00	1.00
		Item 2	4.78	0.44	9.00	1.00
	보호	Item 1	4.78	0.44	9.00	1.00
Item 2		3.67	1.00	3.00	-0.33	
	Item 3	4.44	0.73	8.00	0.78	

2차 타당도 검토 결과 5개 문항 외에는 타당도 평균 4.00 이상, CVR값 .62 이상을 확보하여 전반적으로 타

당성을 확보하였음을 확인할 수 있었다. 타당성을 확보하지 못한 문항의 경우 삭제 혹은 연관 문항과 통합하였는데, 특히 상업성 이해 관련 문항의 경우에는 모두 적정 수준의 CVR 수치를 확보하지 못하여, 플랫폼 이해 문항으로 통합하였다. 타당성 검증 결과를 기반으로 디지털 네이티브 세대를 위한 유튜브 리터러시의 역량과 체크리스트 진단항목을 최종 확정하였다. 상세한 내용은 다음에 제시된 [표 7][표 8]과 같다.

표 7. 최종 확정된 유튜브 리터러시 역량

역량	하위역량	내용
미디어 접근	플랫폼 이해	플랫폼의 특성을 이해하고 기술적으로 이용할 수 있는 능력
	자기 조절 능력	미디어에 대한 노출과 이용을 스스로 통제하고 조절할 수 있는 능력
비판적 이해	미디어 재현 이해	미디어에서 재현된 현실과 실제와의 차이를 이해하고 구분할 수 있는 능력
	정보 판별	미디어에서 제시된 정보의 신뢰성, 편향성, 의도성 등을 판별할 수 있는 능력
미디어 참여	콘텐츠 생산	자신의 생각, 의견, 아이디어를 담은 콘텐츠를 제작할 수 있는 능력
	콘텐츠 공유	자신이 생산한 콘텐츠를 적절한 대상·방식을 고려하여 공유할 수 있는 능력
윤리적 활용	사회적 참여	미디어 제작·공유, 피드백 기능(좋아요/댓글/추천/공유)을 통해 공동의 이슈나 문제에 대하여 자신의 의견과 생각을 건강하게 드러내는 능력
	관용과 배려	다른 사람의 입장을 이해하고 차이를 인정하며 수용할 수 있는 능력
	책임있는 이용	저작권 문제 등 타인의 권리를 침해하지 않는 책임있는 미디어 이용 능력
	보호	개인정보, 사생활 노출, 초상권, 이동권 등 자신을 보호하기 위하여 미디어 이용의 위험요인을 판별하고 대처할 수 있는 능력

표 8. 최종 확정된 유튜브 리터러시 역량 체크리스트

역량	하위역량	진단문항
미디어 접근	플랫폼 이해	내가 보고 싶거나, 필요한 영상을 찾을 수 있다. 추천해주는 영상 목록에 무엇이 영향을 주는지 잘 알고 있다.
		나는 추천 동영상에 한쪽 측면만 보고, 생각하게 할 수 있다는 점을 알고 있다.
미디어 접근	자기 조절 능력	영상 시청 시간을 스스로 조절할 수 있다(너무 오랫동안 보지 않거나). 내게 유익하고 필요한 영상을 중심으로 선택하여 시청할 수 있다.
		영상에 나오는 내용이 항상 진실이라고 생각하지 않는다. 영상에는 만든 사람의 의도가 담겨있다고 생각한다.
비판적 이해	정보 판별	영상이 믿음만한 내용인지 확인하는 방법을 잘 알고 있다. 영상 속 내용에 대한 다양한 입장을 알아보기 위해 추가 정보를 검색한다.
		내가 하고 싶은 이야기를 영상으로 만들어 표현할 수 있다. 영상 제작을 위한 다양한 도구(편집 프로그램 등)를 잘 다룰 수 있다.
미디어 참여	콘텐츠 공유	공유할만한 우수한 콘텐츠와 그렇지 않은 콘텐츠를 구분하는 기준이 있다. 영상을 공유하면서 생각을 나누고 소통한다.

	사회적 참여	사회적인 문제나 함께 생각해야 할 중요한 것에 대한 영상을 직접 만들거나 공유한다.
		유익하고 가치 있는 콘텐츠를 보면 '좋아요' 버튼을 누르거나 댓글을 통해 의사를 표현한다.
윤리적 활용	관용과 배려	영상을 만들거나 공유할 때 다른 사람의 입장을 충분히 생각해 생각한다.
		영상에 담긴 다양한 관점을 선입견이나 편견 없이 살펴본다.
	책임 있는 이용	영상 속 사회적 문제나 관심사에 대해 나와 반대되는 의견도 존중한다.
		영상 또는 영상 속 내용을 공유할 때 출처를 반드시 표시한다.
보호	다른 사람의 콘텐츠(폰트, 이미지, 영상 등)를 이용해서 영상을 만들 때는 저작권 정책을 준수한다.	
		나와 다른 사람의 개인정보나 사생활이 노출되지 않도록 유의한다.
		일정한 기간마다 ID와 비밀번호를 변경한다.

V. 결론 및 제언

텍스트보다 영상을 보는 것이 훨씬 더 익숙한 디지털 네이티브 세대에게 유튜브는 떼려야 뗄 수 없는 중요한 미디어가 되었다. 학습도구로서의 활용이 증가함에 따라 긍정적인 측면도 있지만 광고, 유해한 영상 등 자극적인 콘텐츠에 무방비하게 노출되거나 중독되는 것은 어린이·청소년들이 직면한 큰 문제이다. 이러한 환경 속에서 유튜브가 가진 위험을 정확히 이해하고 올바르게 이용하는 것은 필수적이며, 어린이·청소년이 스스로 유튜브 콘텐츠를 건강하게 선택하고 활용하는 역량인 유튜브 리터러시를 키워내는 것은 중요하게 고려되고 있다.

본 연구에서는 유튜브라는 플랫폼에 초점을 맞춰 디지털 네이티브 세대를 위한 미디어 리터러시 체크리스트를 개발했다는 점에서 의의가 있다. 본 연구자들은 디지털 네이티브 세대를 위한 유튜브 리터러시란 무엇인지 규명하고, 공통적으로 고려해야 할 기준을 마련하고자 했다. 이를 위해 어린이·청소년의 유튜브 활용, 미디어 리터러시에 관한 기존 연구들을 분석하여 중요하게 고려되는 역량을 도출했다. 그리고 실제로 현장에서 미디어 리터러시 교육을 진행해 온 전문가들의 피드백을 반영하여, '디지털 네이티브 세대를 위한 유튜브 리터러시 체크리스트'를 개발할 수 있었다. 디지털 네이티브 세대를 위한 유튜브 리터러시에서 중요하게 고려하고 있는 제공된 정보를 스스로 평가하고 윤리적으로 활

용하는 능력은 실제 결과물에 반영되었으며, 최종적으로 개발된 체크리스트는 미디어 접근, 비판적 이해, 창의적 생산, 윤리적 활용 4개 범주의 10개 역량, 23문항으로 구성된다.

본 연구를 통해 개발된 체크리스트는 유치원, 초등학교 등 교육기관에 배포하여 관련 교육 프로그램 개발 및 운영에 활용할 수 있다. 특히, 미디어 교육 프로그램 개발 단계에서 학생들의 유튜브 리터러시 수준을 진단 및 파악하여 각 교육 수혜자들에게 적합한 교육 프로그램 구성 및 학습 내용(안) 개발을 위해 활용할 수 있다. 이는 기존 미디어 리터러시 혹은 유튜브 리터러시 교육이 각 교육 수혜자들의 경험과 수준을 고려하지 못하고 저학년(초등학교 1~3학년), 고학년(초등학교 4~6학년)으로만 구분된 한계점을 보완해줄 것이다. 교육 프로그램을 개발하는 과정에서 중요한 범주와 역량의 우선순위를 결정함으로써 효과적인 교육 프로그램 개발에 기여할 수 있기 때문이다. 또한, 교육이 완료된 단계에서 본 체크리스트는 교육성과 측정을 위한 프레임워크로 활용되어, 관련 교육 프로그램의 실제 성과를 정량적인 지표로 측정하고 추후 연계된 교육 프로그램 개발 등에 활용할 수 있다. 각 범주와 역량 항목을 기반으로 만족도 및 요구사항을 수렴하여 양적/질적 기초자료를 수집함으로써 교육효과 및 개선사항을 도출에도 도움이 될 것이다.

그러나 연구과정에서 미디어 리터러시 교육을 진행해 온 전문가·교사를 대상으로만 자문을 구하였기 때문에 어린이·청소년들에게 안내, 지도하는 과정에서 추가적인 설명이 필요한 부분이 발생할 수 있으며, 본 연구 결과의 활용 방안에 관한 가이드라인이 다소 부족한 아쉬움이 있다. 이상의 결과를 토대로 본 연구에서 제시하는 체크리스트가 좀 더 가치를 발휘하기 위해 다음과 같이 제언하고자 한다.

첫째, 다양한 연령의 어린이·청소년을 대상으로 직접 체크리스트를 통해 진단해보도록 하고, 활용 과정에서의 어려움이나 느낀 점 등을 고려해 수정·보완할 필요가 있다. 둘째, 유튜브 리터러시에 대한 기준 점수를 마련하여 체크리스트 진단 결과를 바탕으로 리터러시 수준을 파악하게 하고, 유튜브 리터러시 학습 가이드와 같은 다양한 프로그램 개발로 발전시킬 필요도 있다.

디지털 네이티브 세대가 유튜브 콘텐츠를 건강하게 선택하고 활용할 수 있도록 향후 관련된 연구 및 프로그램의 개발을 위한 노력이 더욱 필요하며, 본 연구의 체크리스트가 도움이 될 수 있기를 기대해본다.

참고 문헌

- [1] Statista. YouTube - Statistics & Facts: <https://www.statista.com/topics/2019/youtube/>
- [2] Nasmedia. 2021 Digital media usage survey <https://www.nasmedia.co.kr/%EC%A0%95%EA%B8%B0%EB%B3%B4%EA%B3%A0%EC%84%9C/2021%EB%85%84-4%EC%9B%94-2021-npr-%EC%9A%94%EC%95%BD-%EB%B3%B4%EA%B3%A0%EC%84%9C/>
- [3] A. G. Jiménez and M. M. Vozmediano, "Subject matter of videos for teens on YouTube," *International Journal of Adolescence and Youth*, Vol.25, No.1, pp. 63-78, 2020. <https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590850>
- [4] A. Kim, "An exploratory study on childrens YouTube culture: Focusing on childrens communication culture," *The Korea Society for Children's Media*, Vol.2018, No.6, pp.179-195, 2018.
- [5] B. Claire, F. Millerand, C. Thoër, and N. Duque. "Searching for Oneself on YouTube: Teenage Peer Socialization and Social Recognition Processes," *Social Media + Society*, April 2020. <https://doi.org/10.1177/2056305120909474>.
- [6] S. Lee and I. Kang. YouTube and Facebook that encourages addiction, <https://www.mk.co.kr/news/societyview/2018/07/416288/>
- [7] K. Kim, *Media literacy class*, Humanist, 2019.
- [8] Bea and C. Lee, *A Study on Youth Media Utilization and Policy Plan*, National Youth Polich Institute, Sejong, 2020
- [9] R. Kaushal, S. Saha, P. Bajaj and P. Kumaraguru, KidsTube: "Detection, characterization and analysis of child unsafe content & promoters on YouTube," In 2016 14th Annual Conference on Privacy, Security and Trust (PST), Auckland: New Zealand, Dec 2016. <https://doi.org/10.1109/PST.2016.7906950>
- [10] S. Reddy, N. Srikanth, and G. S. Sharvani, "Development of kid-friendly youtube access model using deep learning," *Data Science and Security*, Singapore, pp.243-250, Aug. 2020. https://doi.org/10.1007/978-981-15-5309-7_26
- [11] WISEAPP, Average monthly YouTube usage time by age. <https://www.wiseapp.co.kr/app/detail/f9ee0578fe1cc94e7482bd41accb329/?dateType=1&searchDate=2016-11-28&tabType=usage>
- [12] F. Pires, M. J. Masanet, and C. A. Scolari, "What are teens doing with YouTube? Practices, uses and metaphors of the most popular audio-visual platform," *Information, Communication & Society*, Vol.24, No.9, pp.1175-1191, 2021. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1672766>
- [13] B. Burroughs, "YouTube kids: The app economy and mobile parenting," *Social media+ society*, Vol.3, No.2, 2017. <https://doi.org/10.1177/2056305117707189>
- [14] G. Mascheroni and K. Ólafsson, *Net Children Go Mobile:risks and opportunities*, Milano: Educatt, pp.105, 2014. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3590.8561>
- [15] L. Haddon and J. Vincent, *UK children's experience of smartphones and tablets: Perspectives from children, parents and teachers*, The London School of Economics and Political Science, London:UK. p.47, 2015. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4178.0881>
- [16] C. S. Araújo, G. Magno, W. Meira, V. Almeida, P. Hartung, and D. Doneda, "Characterizing videos, audience and advertising in Youtube channels for kids," in *International Conference on Social Informatics*, pp.341-359, Sep. 2017. https://doi.org/10.1007/978-3-319-67217-5_21
- [17] N. J. Evans, M. G. Hoy, and C. C. Childers, "Parenting "YouTube natives": the impact of pre-roll advertising and text disclosures on

- parental responses to sponsored child influencer videos,” *Journal of Advertising*, Vol.47, No.4, pp.326-346, 2018.
<https://doi.org/10.1080/00913367.2018.1544952>
- [18] M. M. Neumann and C. Herodotou, “Young Children and YouTube: A global phenomenon,” *Childhood Education*, Vol.96, No.4, pp.72-77, 2020.
<https://doi.org/10.1080/00094056.2020.1796459>
- [19] S. K. Dew, S. M. Deliana and H. Haryadi, “Impact of Youtube Kids Impressions on Early Childhood Prosocial Behavior,” *Journal of Primary Education*, Vol.8, No.3, pp.315-322, 2019. <https://doi.org/10.15294/JPE.V8I3.27730>
- [20] S. Pereira, P. Moura and J. Fillol, “The youtubers phenomenon: what makes YouTube stars so popular for young people?,” *Fonseca, Journal of Communication*, Vol.17, No.2, pp.107-123, 2018.
<https://doi.org/10.14201/fjc201817107123>
- [21] S. Livingstone, L. Kirwil, C. Ponte, and E. Staksrud, “In their own words: What bothers children online?,” *European Journal of Communication*, Vol.29, No.3, pp.271-288, 2014. <https://doi.org/10.1177/0267323114521045>
- [22] S. Aran-Ramspott, M. Fedele, and A. Tarragó, “YouTubers’ social functions and their influence on pre-adolescence,” *Comunicar. Media Education Research Journal*, Vol.26, No.2, 2018.
- [23] P. D. Hoa, N. T. Hien, and L. H. G. Le Kim Anh, “Creating Effective Educational Video on Youtube Kids for Primary Student,” *American Journal of Educational Research*, Vol.9, No.6, pp.368-375, 2021. <https://doi.org/10.12691/education-9-6-7>
- [24] M. Yi, “A Study on the Influence of Digital Divide on Knowledge Gap in Intelligent Information Society,” *Social Science Research Review*, Vol.36, No.2, pp.119-143, 2020.
<https://doi.org/10.18859/ssrr.2020.5.36.2.119>
- [25] H. Yi, H. Kim, S. Kim and W. Lee, “A comparison of digital literacy level of elementary and middle school students based on the 2018-2019 National Assessment of Digital Literacy,” *Journal of Korean Association for Educational Information and Media*, Vol.26, No.2, pp.337-366, 2020.
<https://doi.org/10.15833/KAFEIAM.26.2.337>
- [26] J. Kahne and B. Bowyer, “Can media literacy education increase digital engagement in politics?,” *Learning, Media and Technology*, Vol.44, No.2, pp.211-224, 2019.
<https://doi.org/10.1080/17439884.2019.1601108>
- [27] A. Kim, *Understanding of Media Literacy Education, Media Literacy*, Communication Books, p.124, 2015.
- [28] G. Jeon, *Understanding of Media Literacy*, Communication Books, p.128, 2015.
- [29] H. Wilson, Heathe “Youtube is Unsafe for Children: Youtube’s Safeguards and the Current Legal Framework are Inadequate to Protect Children from Disturbing Content,” *Seattle Journal of Technology, Environmental & Innovation Law*, Vol.10, Issue 1, Article 8, 2020
- [30] B. Burroughs, “YouTube kids: The app economy and mobile parenting,” *Social media+ society*, Vol.3, No.2, 2017.
<https://doi.org/10.1177/2056305117707189>
- [31] H. L. Kim and H. Jung, “Development and Application of YouTube Literacy Education Program,” *Global Creative Leader: Education & Learning*, Vol.11m No.2, pp.31-55, 2021.
<http://dx.doi.org/10.34226/gcl.2021.11.2.31>
- [32] K. Bloom and K. M. Johnston, “Digging into YouTube videos: Using media literacy and participatory culture to promote cross-cultural understanding,” *Journal of Media Literacy Education*, Vol.2 No.2, pp.113-123, 2010.
- [33] E. Tan, “Informal learning on YouTube: Exploring digital literacy in independent online learning,” *Learning, Media and Technology*, Vol.38 No.4, pp.463-477, 2013. <https://doi.org/10.1080/17439884.2013.783594>
- [34] Ofcom, *Strategies and priorities for the promotion of media literacy: A statement*,

- Ofcom, London, 2004
- [35] H. Marten, "Evaluating media literacy education: Concepts, theories and future direction," *Journal of Media Literacy Education*, Vol.2, No.1, pp.1-22, 2010
- [36] R. Hobbs, *Digital and media literacy: Connecting culture and classroom*, Corwin Press, p.232, 2011.
- [37] H. Jeong, *A Study on Improvement of Class for Developing Media Literacy*, Ministry of Education, Sejong, p.180, Dec. 2015
- [38] K. Kim, S. Lee, K. Kim, I. Jeong, J. Park, J. Sim, S. Choi, and G. Jeon, *Digital Media Literacy*, Hsnulacademy, p.236, 2020.
- [39] W. Lee, "The Effects of the Experience of Media Education and the Media Literacy on Critical Thinking Disposition," *The Journal of the Korea Contents Association*, Vol.14 No.10, pp.795-809. 2014.
<https://doi.org/10.5392/JKCA.2014.14.10.795>
- [40] S. Park. *Discussion and challenge of digital citizenship in the era of the 4th Industrial Revolution*, Korea Education and Research Information Service, Deagu, 2017.
- [41] H. Kim, H. Kim, E. Kim, H. Yoo, B. Kim, H. Park, and M. Choi, "The Meaning of Media Literacy Competency for Fostering of Democratic Citizens and the Integration Plan into the Regular Curriculum," *Journal of Learner-Centered Curriculum and Instruction*, Vol.20, No.11, pp.473-500, 2020.
- [42] L. M. Jones and K. J. Mitchell, "Defining and measuring youth digital citizenship," *New media & society*, Vol.19 No.9, pp.2063-2079, 2016. <https://doi.org/10.1177/1461444815577797>
- [43] P. Mihailidis. "Civic media literacies: Re-imagining engagement for civic intentionality," *Learning, Media and Technology*, Vol.42, No.3, pp.152-164, 2018 <https://doi.org/10.1080/174398842018.1428623>
- [44] D. Jon. "X-literacies: beyond digital literacy," in *E-Learn: World Conference on E-Learning in Corporate, Government, Healthcare, and Higher Education*. New Orleans, Louisiana, United States: Association for the Advancement of Computing in Education (AACE), pp. 989-1001, 2019.
- [45] G. Benjamin and H. Marie. "Tools, processes, participation: Social media for learning, teaching, and social change," in *Society for Information Technology & Teacher Education International Conference*. Las Vegas, NV, United States: Association for the Advancement of Computing in Education (AACE), pp.2712-2717, 2019.
- [46] M. Stefania, B. Stefania and G. Benjamin. "Think globally, act locally: A glocal approach to the development of social media literacy," *Computers & Education*, 160, Article number: 104025. 2021.
<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.104025>
- [47] G. Christine and G. Benjamin. "Twitteracy: Tweeting as a new literacy practice," in *The Educational Forum*. Taylor & Francis Group, pp.464-478,2012.
<https://doi.org/10.1080/00131725.2012.709032>
- [48] H. A. Linstone and M. Turoff, eds. *The delphi method*, Reading, MA: Addison-Wesley, 1975.
- [49] J. S. Lee. *Delphi method*. Kyoyookbook, Paju, pp.7-49, 2001.
- [50] S. J. Song and D. G. Yoon, "A Study on the prospection of Long Term Care facilities by Delphi Technique," *Journal of the Architectural Institute of Korea*, Vol.8, No.7, pp.85-93, 1992.
- [51] J. S. Armstrong (ed.). *Principles of forecasting: a handbook for researchers and practitioners*. Boston, MA: Kluwer Academic, 2001.
- [52] C. H. Lawshe. "Quantitative approach to content validity." *Personnel psychology*, Vol.28 No.4, pp.563-575, 1975.

저 자 소 개

김 형 진(Hyungjin Lukas Kim)

정회원



- 2012년 : 고려대학교 경영학과(일반 대학원 경영학 석사 - MIS전공)
- 2018년 : 한국과학기술원(KAIST) (경영공학박사 - IT경영)
- 2021년 ~ 현재 : 명지대학교 미래융합 경영학과 조교수

〈관심분야〉 : CRM, New Media & Digital Marketing Strategy, Computer Vision, Business Analytics, Information Security, MYDATA 등

정 효 정(Hyojung Jung)

정회원



- 2006년 : 한양대학교 대학원(교육학 석사)
- 2010년 : 한양대학교 대학원(일반 대학원 교육학 박사 - 교수 설계 및 이러닝)
- 2013년 ~ 현재 : 단국대학교 자유교양대학 조교수

〈관심분야〉 : E-learning, MOOC(Massive Open Online Course), 성인교육(Adult Learning)

권 보 람(Boram Kwon)

정회원



- 2013년 : 한국과학기술원(경영공학 석사)
- 2019년 ~ 현재 : 서울대학교 경영대학 박사과정

〈관심분야〉 : IT Strategy, Digital Media & Contents