

# 영상정보 활용능력에 관한 탐색적 연구\*

## An Exploratory Study on Video Information Literacy

나민경 (Min Kyung Na)\*\*

이지연 (Jee Yeon Lee)\*\*\*

### 초 록

본 연구는 최근 이용률이 높은 영상정보의 특성을 탐색하고 이를 기반으로 영상정보 활용을 위한 기초능력을 파악하고자 문헌 연구와 탐색 연구를 진행하였다. 문헌 연구를 통해 다른 유형의 정보와 달리 영상이 가지는 특성을 다양한 측면에서 파악하였다. 다음으로 10대부터 50대에 해당하는 16명을 인터뷰 참여자로 선정하고 영상 이용 경험에 관한 반구조화된 1:1 심층 인터뷰를 진행하였다. 인터뷰 내용을 범주별로 조직화하여 코드북을 제작하고 내용 분석을 진행하였으며 이를 토대로 영상정보의 특성을 확인하였다. 최종적으로 문헌 연구와 인터뷰 내용 분석을 통해 영상정보의 특성을 확인하였으며, 이를 영상정보의 속성과 영상정보 이용의 특성으로 구분하였다. 본 연구에서 확인한 영상정보 특성을 기반으로 영상정보 활용을 위한 기초능력을 제안하였다.

### ABSTRACT

In this study, we conducted a literature review and exploratory research to identify the characteristics of recently popular video information and to propose the basic capabilities required for video information literacy. Through a literature review, the distinct characteristics of video information were examined from various perspectives, differentiating it from other types of information. Subsequently, we had one-on-one, in-depth, semi-structured interviews with 16 participants in their teens to 50s to collect their video usage experiences. The interview contents were categorized to create a codebook, and content analysis was performed. Based on this analysis, we derived the characteristics of video information. Finally, the characteristics of video information were identified through the literature review and interview analysis outcomes, and these characteristics were classified into properties of video and characteristics related to video information usage. Based on the identified characteristics of video information, this study proposed the basic capabilities required for video information literacy.

키워드: 영상정보, 영상정보의 특성, 영상정보의 속성, 영상정보 이용의 특성, 영상정보 활용능력  
video information, video information characteristics, properties of video information,  
characteristics of video information usage, video information literacy

\* 이 논문은 연세대학교 문헌정보학과 박사학위논문 축약본임.

이 연구는 2022년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임  
(NRF-2022S1A5C2A03093597).

\*\* 연세대학교 대학도서관발전연구소 전임연구원(keren7337@yonsei.ac.kr) (제1저자)

\*\*\* 연세대학교 문헌정보학과 교수(jlee01@yonsei.ac.kr) (교신저자)

■ 논문접수일자: 2024년 5월 6일 ■ 최초심사일자: 2024년 5월 28일 ■ 게재확정일자: 2024년 6월 18일

■ 정보관리학회지, 41(2), 19-46, 2024. <http://dx.doi.org/10.3743/KOSIM.2024.41.2.019>

※ Copyright © 2024 Korean Society for Information Management

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>) which permits use, distribution and reproduction in any medium, provided that the article is properly cited, the use is non-commercial and no modifications or adaptations are made.

# 1. 서론

## 1.1 연구 배경 및 목적

의사결정을 위한 정보부터 학습, 업무 수행 등을 위한 정보까지 정보를 검색하고 활용하는 과정은 일상적으로 이루어지는 행위이다. 특히 문제를 합리적으로 해결하기 위해 다양한 영역의 지식과 정보를 이해하고 비판적으로 탐구하며 활용하는 지식정보처리 역량이 현 사회의 핵심역량으로 대두되면서 해당 역량의 근간이 되는 정보활용능력의 중요성 또한 지속적으로 강조되고 있다(교육부, 2022; Organisation for Economic Co-operation and Development, 2018).

정보활용능력은 정보원에 대한 지식과 기능의 총체로 정보를 탐색하고 비판적으로 평가하는 문제 해결 활동, 정보에 효과적·효율적으로 접근하고 비판적으로 평가하여 창조적으로 정보를 이용하는 능력, 정보 요구를 파악하여 정보과제를 설정하고 문제 해결에 필요한 정보를 탐색, 분석·해석, 종합·표현하여 새로운 지식과 정보를 창출하여 전달하는 일련의 과정을 통해 문제를 해결하는 능력 등으로 정의된다(이병기, 2012; Breivik, 1989; American Association of School Librarian and Association for Educational Communications and Technology (이하 AASL & AECT), 1998). 이와 같은 선행연구의 정보활용능력에 관한 정의를 종합하면 공통적으로 정보 탐색, 비판적 평가, 이용을 강조하고 있음을 알 수 있다. 이에 따라 정보활용능력은 정보 요구에 따라 효과적으로 정보를 탐색하고 비판적으로 평가하여 문제 해결을 위해 정보를 이용하는 능력으로 정리할 수 있을

것이다.

과거에는 텍스트로 표현된 정보가 주를 이루었으나 기술 및 환경 변화에 따라 텍스트, 숫자, 소리, 이미지 등 정보의 형태가 다양해지고 포괄 범위 또한 넓어지는 추세이다. 그중에서도 최근 영상 이용률과 선호도가 매우 높은 것으로 나타나며 영상이 새로운 정보를 얻는 주요하고 유용한 수단으로 활용되고 있다. 이때 영상을 통해 얻을 수 있는 모든 형태의 정보가 영상정보이며 이는 시각·청각적 자료를 통해 전해지는 정보로 다양한 요소를 포함한다.

2022년 기준 한국언론진흥재단 조사 결과에 따르면 우리나라 성인남녀의 지난 일주일간 온라인 동영상 플랫폼 이용 비율은 65%, 10대 청소년은 97.4%에 이를 정도로 높은 영상 이용률을 보인다. 이를 통해 텍스트, 이미지 등으로 표현되는 정적 형태의 정보에서 시각, 청각 정보를 동시에 활용하여 생동감 있게 내용을 전달하는 영상정보로 정보의 형태가 변화하고 있음을 알 수 있다(한국언론진흥재단, 2022a; 2022b).

이처럼 정보활용능력에 대한 중요성이 높고, 기술 및 환경 변화로 정보의 형태적 다양성이 커지고 있다는 점을 고려하였을 때 유형별 특성을 고려한 세분화된 정보활용능력에 관한 연구가 필요한 시점이다. 하지만 기존의 정보활용능력 관련 연구는 전통적 정보 형태인 텍스트, 이미지 등 정적 형태의 정보를 주로 다루며 영상 위주의 최신 정보 이용 추세를 반영하지 못하고 있다. 영상정보에 관한 선행연구 조사 결과, 초기에는 영상 검색 시스템, 검색 행태, 검색 서비스 평가 등 영상 검색에 초점을 둔 연구가 주를 이루었으며(김용, 소민호, 2009; 박소연, 2015) 최근에는 영상정보가 심리적·정

신적 측면, 학습 등에 미치는 영향을 밝히는 연구가 주요한 추세이다(Linlin et al., 2023; Ye et al., 2022). 또한 의료 및 보건 분야에서 영상정보 활용에 관한 연구가 활발하게 이루어지고 있으며 다수의 연구자가 환자가 영상을 통해 얻는 의료정보의 내용 분석, 신뢰성, 품질 평가에 관한 연구를 진행하였다(Jana et al., 2023; Kwon & You, 2023; Mudiyansele, Saini, & Coyne, 2024). 또 다른 연구에서는 영상정보 활용의 한 유형으로 영상을 통한 뉴스 소비에 관한 주제를 다루고 있다(장윤호, 최병구, 2023; Qi et al., 2023). 이처럼 영상정보 검색, 영향, 영상정보의 활용 등에 관한 연구가 진행되어왔으나 영상정보 자체에 초점을 두고 그 특성을 깊이 있게 분석한 연구는 아직 부족하다.

영상정보의 경우 영상 제작 및 이용 관련 기술의 발전, 영상 이용 플랫폼, 이용 방식의 변화가 매우 빠르고 다양한 양상으로 나타나기에 이에 대한 고려가 매우 중요하다. 특히 전 연령대에서 영상 활용률이 높게 나타나고, 정보를 획득하기 위한 주요 수단으로 영상이 활용되고 있는 현시점에 최근 이용자의 영상 이용 행태를 확인하고 영상정보의 특성을 확인할 필요가 있다. 따라서 본 연구는 영상정보에 초점을 두고 다른 유형의 정보와 달리 영상정보가 가지는 특성을 확인하고자 하였으며 이를 위해 영상정보 자체가 가지는 속성과 영상정보 이용 시 나타나는 특성을 구분하여 살펴보았다. 문헌 연구와 탐색 연구를 통해 최대한 다양한 영상정보의 특성을 도출하고, 이를 기반으로 영상정보 활용을 위해 필요한 기초능력을 파악하고자 하였다.

본 연구의 목적은 영상정보의 특성을 탐색함

으로써 영상정보 활용을 위한 기초능력을 파악하는 것이다. 이에 따른 연구질문은 아래와 같다.

- RQ 1. 영상정보의 속성은 무엇인가?
- RQ 2. 영상정보 이용의 특성은 무엇인가?
- RQ 3. 영상정보 활용을 위해 요구되는 기초능력은 무엇인가?

본 연구는 영상정보의 특성을 증점적으로 고려하고 이를 반영하여 영상정보 활용 시 필요한 기초능력을 제안하였다는 점에서 그 의의가 있다. 또한 전통적 정보 형태인 텍스트, 이미지 중심의 정보 이용에서 영상 기반의 정보 이용으로 변화하고 있는 최근 정보 이용 행태를 반영함으로써 기존 정보활용능력 연구의 폭을 넓히고 최신성을 보완할 수 있을 것이다.

## 1.2 연구 방법

본 연구의 목적은 영상정보의 특성을 탐색하고 이를 기반으로 영상정보 활용 시 요구되는 기초능력을 제안하는 것이다. 이를 위해 문헌 연구와 탐색적 연구를 진행하였다.

영상정보는 영상을 통해 얻을 수 있는 모든 형태의 정보라는 점을 고려했을 때 다른 유형의 정보와 달리 영상이기 때문에 가지는 특성을 고려해야 할 것이다. 따라서 문헌 연구를 통해 영상의 다양한 측면을 고려하고 그 특성을 확인하였다. 다음으로 10대부터 50대에 해당하는 16명을 인터뷰 참여자로 선정하고 영상 이용 경험에 관한 반구조화된 1:1 심층 인터뷰를 진행하였다. 인터뷰 내용을 범주별로 조직화하여 코드북을 제작하고 내용 분석을 진행하였으

며 이를 토대로 영상정보의 특성을 도출하였다. 최종적으로 문헌 연구와 인터뷰 내용 분석을 통해 도출한 영상정보의 특성을 영상정보의 속성과 영상정보 이용의 특성으로 구분하고, 이를 기반으로 영상정보 활용 시 필요한 기초능력에 관한 논의를 진행하였다.

## 2. 이론적 배경

영상 관련 연구는 1990년대 후반 본격적으로 시작되어 영상 매체의 시작이라 할 수 있는 TV 방송을 지나, 2000년대 정보 통신 발달에 따라 다양한 기기와 매체를 통해 영상을 이용·생산할 수 있게 되면서 더욱 활발하게 연구가 진행되었다. 특히 2000년대 초반 UCC(User Created Contents), UGC(User Generated Contents)와 같이 전문가가 아닌 일반인이 영상 콘텐츠를 제작하는 새로운 문화가 등장하면서 사용자와 제작자의 경계가 모호해졌고 이는 곧 영상 콘텐츠의 폭발적인 증가로 이어졌다. 또한 전문가, 해당 분야 종사자만 제작할 수 있는 것으로 여겨지던 영상을 누구나 만들 수 있게 되면서 영상 콘텐츠를 게시하고 공유하는 플랫폼도 급격히 성장하기 시작했다(Omar & Dequan, 2020). 이처럼 영상 제작과 이용에 대한 진입 장벽이 낮아지고 대중화되기 시작하면서 영상을 일상적으로 이용하게 되었다.

일상 속 영상을 다양한 목적으로 이용하기 시작하면서 영상정보는 가장 대중적인 정보의 한 유형으로 자리 잡았고 최근 이용률이 증가하면서 영상정보 활용능력의 중요성이 강조되고 있다. 하지만 영상은 텍스트, 이미지 등의 형

태로 표현되는 정보와 성격이 다르기에 이를 적절히 활용하기 위해서는 그 특성을 이해하는 것이 선행되어야 할 것이며, 이를 기반으로 영상정보 활용능력에 관한 고려가 이루어져야 할 것이다.

따라서 본 연구에서는 영상의 특성을 영상의 속성과 영상 이용의 특성으로 구분하여 선행연구를 살펴보고 영상정보 활용능력에 관한 이론적 고찰을 진행하였다.

### 2.1 영상의 속성

영상의 속성은 영상을 이용하는 맥락, 이용자 등 외부 요인과 관계없이 영상 자체가 가지는 특성을 의미한다. 영상은 문서, 사진, 소리 등과 함께 비정형 데이터의 일종으로 이는 복합적인 요소로 구성되기에 이를 이해하고 의미 있는 정보를 추출하기 위해서는 영상을 구성하는 요소를 이해할 필요가 있다(Li, Shi, & Wang, 2019). 한 연구에서는 영상 구성 요소로 의미 콘텐츠(semantic contents)와 시청각 콘텐츠(audiovisual contents)를 제시하였다. 의미 콘텐츠는 영상을 통해 전달되는 메시지를 의미하며 시청각 콘텐츠는 영상 내 포함되는 소리나 음성, 이미지 같은 시각 정보와 청각 정보를 의미한다(Hampapur & Jain, 1998). 또 다른 연구에서는 영상데이터의 구조를 '의미 정보, 시청각 정보, 서지 정보, 구조 정보, 미디어 정보'로 구분하여 영상 구성 요소를 제시하였다(김진아, 김태수, 2001). 이처럼 영상정보는 영상이 담고 있는 내용, 이를 표현하는 시청각 요소, 서지 정보와 구조 정보 같은 형태적 요소 등으로 구성됨을 알 수 있다.

영상데이터의 메타데이터 구축을 제안한 한 연구에서는 영상데이터는 하나의 영상 내에 다양한 내용이 포함되어 있기에 필요한 내용을 검색 및 선택하여 효율적으로 이용하기 위해서는 이를 적절한 세부 단위로 구분할 필요가 있다는 점을 시사하였다. 하나의 영상데이터가 어떤 내용으로 구성되어 있는지 전체 내용을 파악한 후 같은 내용을 다루는 구간별로 영상을 물리적으로 분할하여 영상데이터의 세부 단위를 식별해야 한다고 제안한다(김진아, 김태수, 2001).

최근 기술 및 플랫폼의 발달로 누구나 영상 콘텐츠를 제작하여 업로드할 수 있는 환경이기에 기존 매체에서는 볼 수 없는 다양한 내용과 형식의 영상 콘텐츠가 존재한다. 하지만 한편으로는 제작자 및 콘텐츠의 전문성, 사실 검증, 공익성, 독창성, 도덕성 등 일정 수준 이상의 품질을 보장하기 어려우며 유해 콘텐츠 확산에 따른 다양한 사회적 문제가 발생하고 있다. 실제 가장 대중적으로 사용되는 영상 이용 플랫폼인 유튜브 콘텐츠를 대상으로 내용적 유해성을 분석한 결과, 구독자 수가 적은 유튜버보다 구독자 수가 많은 유튜버가 상대적으로 더 많은 유해 콘텐츠를 제작한다는 사실을 확인하였으며 이는 더 큰 파급효과를 가져올 수 있다는 점에서 문제가 심각하다(이하림, 유홍식, 2017).

한국언론진흥재단이 진행한 유튜버가 갖추어야 할 자질에 관한 설문 결과, 가장 많은 응답자가 '내용에 대한 사실 검증'을 가장 중요하게 생각했으며 '타인에 대한 존중(혐오표현 자제, 초상권 등)', '도덕성/윤리의식(조회 수 미끼용 자극적·선정적 콘텐츠 생산 자제)', '타인의 창

작물에 대한 존중(저작권, 지적재산권 보호)'이 뒤를 이었다. 이외 콘텐츠 자체의 흥미성, 전문성, 독창성, 성실성을 중요 자질로 인식하는 것으로 나타났다(양정애, 2021). 이를 통해 이용자 또한 유해 영상 콘텐츠의 심각성을 인식하며 구체적으로 어떤 영상 콘텐츠를 유해하다고 인식하는지, 어떤 측면을 중요하게 생각하는지 확인할 수 있다. 또 다른 연구에서는 유해 영상 콘텐츠를 가짜뉴스 전파, 유명인이나 알려진 사건의 악용, 안전수칙을 지키지 않는 위험한 체험, 노출 방송 4가지 유형으로 구분하고 이에 따른 사회문제의 심각성에 대한 인식과 유튜버에 대한 윤리교육 및 규제강화 필요성을 분석하였다(허진, 김인숙, 2023).

유해 영상 콘텐츠에 대한 접근성과 영상 제공 방식의 관련성을 다룬 연구도 확인할 수 있었다. 대부분의 영상 제공 플랫폼은 자동 추천 시스템을 채택하고 있기에 이용자 개인의 의도와 관계없이 유해 콘텐츠를 접하게 될 가능성이 높다. 이와 관련하여 유튜브의 추천 시스템이 대중의 양극화, 극단주의를 촉진하는 유해 콘텐츠에 대한 경로를 용이하게 하는지 확인하는 연구가 진행되었다. 이를 위해 총 23개의 선행연구를 검토하였다. 그 결과 14개 연구는 유튜브 추천 시스템이 유해 콘텐츠 경로 촉진에 영향을 미친다는 점을 밝혔고, 7개 연구는 혼합된 결과를, 2개는 유튜브 추천 시스템과 유해 콘텐츠 경로 간 관계성이 없음을 증명하였다(Yesilada & Lewandowsky, 2022). 이와 같은 결과는 영상 추천 시스템이 유해 콘텐츠 이용을 촉진할 수 있다는 문제점을 시사하기에 영상 플랫폼의 자동 추천 시스템과 유해 영상 콘텐츠의 관련성을 이해할 필요가 있다.

## 2.2 영상 이용의 특성

영상 이용의 특성은 영상 자체가 가지는 속성 외 이용자가 영상을 이용하는 과정, 맥락 속에서 나타나는 특성을 의미한다. 영상 이용은 단순히 영상을 시청하고 수동적으로 정보를 제공받는 것 외에도 영상 관련 다양한 활동을 포괄한다. 이용자가 영상 콘텐츠를 소비하는 것을 넘어 직접 영상을 만드는 형태, 즉 이용자가 영상 생산과 소비를 동시에 하는 방식인 UGM (User Generated Media)이 대중화되면서 이러한 현상을 설명하기 위한 분석적 프레임워크를 제시하는 연구가 수행되었다(Shao, 2009). UGM 이용 방식을 '소비, 참여, 생산' 3가지 형태로 구분하며 이들은 서로 상호의존적인 행위라고 설명하고 대부분 이용자는 직접 참여하거나 영상을 생산하지 않고 단순히 영상을 소비하는 형태로 이용하며 소수 이용자가 대량의 영상 콘텐츠를 만드는 형태라는 점을 설명한다(Bughin, 2007; Nielsen, 2006).

이처럼 제작자와 이용자의 구분 없이 누구나 영상을 제작할 수 있는 환경이 조성되면서 다양한 주제, 유형의 영상이 기하급수적으로 증가하였다. 이에 따라 이용자는 자신의 필요와 요구에 따라 영상을 선택적으로 이용할 수 있게 되었고 영상 이용 동기 또한 여가, 정보 습득, 학습 등 다양하게 분화되었다.

2020년에는 전 세계적으로 수백만 명이 사용하는 15초 길이의 짧은 영상 공유 플랫폼인 틱톡(TikTok) 이용에 관한 연구가 이루어졌다. 해당 연구는 사람들이 소비, 참여, 생산의 관점에서 틱톡을 어떻게 이용하는지 조사하고 이용 행위에 대한 예측 인자를 밝혀내고자 했

다. 그 결과 '기록, 자기표현, 사회적 상호작용, 도피' 4가지 이용 동기가 틱톡 이용에 영향을 미치는 중요 요인이라는 점을 확인하였다(Omar & Dequan, 2020).

또 다른 플랫폼인 인스타그램(Instagram)이 기존 사진 중심 플랫폼을 넘어 짧은 영상을 공유할 수 있는 환경을 구축하면서 최근 10대, 20대 이용률이 높은 인스타그램의 짧은 동영상 콘텐츠 릴스(Reels) 이용 행위를 영상 '생산, 소비, 참여'로 구분하고 이에 영향을 미치는 요인을 밝히는 연구가 수행되었다. 해당 연구는 릴스 이용 요인을 밝히고자 탐색적 요인분석을 활용했으며 '자기 홍보, 흥미, 도피, 감시, 참신성, 기록, 트렌드 파악'이 릴스 이용에 영향을 미치는 동기 요인임을 밝혔다(Menon, 2022).

최근 영상 이용의 가장 두드러지는 특성은 영상의 길이가 짧아진다는 점이다. 재생 시간이 상대적으로 긴 영상보다 30초~1분 내외의 숏폼(short-form) 영상 이용이 더 활발하다는 점이 영상 이용의 주요한 변화 추세이다. 이전에는 정보와 의견을 공유하기 위하여 SNS를 사용하여 텍스트, 이미지 등 정적인 형태의 콘텐츠를 통해 소통이 이루어졌으나 최근 기술의 발전으로 개인의 영상 제작이 편리해지면서 동영상 콘텐츠를 제작하여 공유하는 양상이 일상적으로 나타나고 있다. 그중에서도 1분 내외의 짧은 동영상을 제작·공유하는 플랫폼을 통해 상호작용하는 숏폼 영상 콘텐츠 이용이 증가하고 있다(이승원 외, 2022; 정영국, 위훈, 2020).

이와 같은 숏폼 이용은 기존의 텍스트나 이미지 중심의 SNS와 달리 영상을 통해 소통하는 방식으로 다채로운 색감과 빠른 화면 전환 등으로 더 큰 자극을 느끼게 한다(이진, 2020).

또한 숏폼은 시청 관점에서는 단시간 내 많은 영상 이용이 가능하고, 제작 관점에서는 누구나 쉽게 영상 제작이 가능하다는 특성이 있다(이승원 외, 2022). 이에 따라 숏폼 영상 이용률이 매우 높아졌고 대표적 숏폼 플랫폼인 틱톡은 유튜브, 페이스북, 인스타그램과 함께 전 세계에서 가장 이용률이 높은 애플리케이션으로 꼽히고 있다(정용국, 위훈, 2020).

특히 10대, 20대의 숏폼 영상 이용률이 매우 높게 나타난다. 10대 청소년의 숏폼 콘텐츠 이용 빈도 조사 결과, 전체 응답자(n=2,500) 기준 지난 7일간 이용률이 95.1%로 응답자 대부분이 숏폼 콘텐츠를 이용하였으며 단시간 내 핵심 내용 파악이 가능하고 집중이 잘되며 영상을 자동 추천해준다는 점을 편리하게 느끼고 있었다. 온라인 동영상 플랫폼 이용자(n= 2,435)를 기준으로 플랫폼별 이용 경험을 물어본 결과, 유튜브가 97.3%로 가장 높았으며 다음으로 숏폼 플랫폼인 유튜브 쇼츠(68.9%), 인스타그램 릴스(47.6%), 틱톡(39.6%), 트위터(15.3%)가 뒤를 이었다. 특히 주 이용률을 살펴본 결과 유튜브를 주로 이용하는 비율이 64.5%, 틱톡 13.8%, 유튜브 쇼츠 10.6%, 인스타그램 릴스 8.0%로 숏폼 영상 이용률이 매우 높음을 알 수 있다(한국언론진흥재단, 2022a).

최근에는 영상의 중독성 및 과도한 영상 이용으로 인한 부정적 영향을 다룬 연구가 활발히 진행되고 있다. 10대, 20대를 중심으로 과도한 영상 이용이 사고능력, 학습에 미치는 부정적 영향을 확인하는 연구가 주를 이루었으며, 새로운 영상 형태인 숏폼의 영향에 관한 연구가 다수 존재했다.

2022년에는 숏폼 영상 콘텐츠 이용을 위해

대중적으로 사용되며 특히 청소년 사이에 중독 현상이 확산되고 있는 소셜 미디어 플랫폼인 틱톡에 관한 연구가 진행되었다. 틱톡 중독 행동을 결정짓는 외적 및 내적 요인을 설명하였으며 외적 요인으로서 정보 품질과 시스템 품질, 내적 요인으로서 영상 몰입 경험이 틱톡 중독 행동에 어떤 영향을 미치는지 설명한다. 연구 결과 영상 콘텐츠가 얼마나 유익하고 신뢰도가 높은지를 의미하는 정보 품질보다 틱톡의 기술적 성능을 의미하는 시스템 품질이 이용 경험에 더 강한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 이용자가 틱톡 사용 시 느끼는 몰입 상태를 의미하는 영상 몰입 경험이 중독 행동에 직간접적으로 영향을 미친다는 점을 확인하였으며 이용자의 매체와 콘텐츠에 대한 정신적 집중이 중독 행동을 결정짓는 주요 요소로 나타났다(Qin, Omar, & Musetti, 2022).

2023년 진행된 한 연구는 숏폼의 과도한 이용으로 인한 중독과 신체적, 정신적 위험을 다룬다. 숏폼 영상 중독이 대학생의 학업지연에 직접적 영향을 미친다는 점을 밝히고 주의력 조절의 매개 효과와 지루함을 느끼는 성향의 조절 효과를 확인하였다. 이를 통해 숏폼 중독이 학습에 부정적 영향을 미치는 요소임을 알 수 있다(Xie et al., 2023).

한 연구는 10대, 20대 사이에서 영상 플랫폼이 유행하고 있으며 짧은 영상의 몰입감과 다양성으로 인해 그 이용률이 지속적으로 증가하는 현상에 주목하였다. 특히 짧은 영상을 과도하게 이용하는 것이 청소년의 학습에 부정적 영향을 미칠 수 있음을 지적하며 숏폼 영상 중독이 학습에 미치는 영향을 확인하였다. 연구 결과, 숏폼 영상 몰입 경험은 숏폼 영상 중독에

긍정적 영향을 미치고, 숏폼 영상 중독은 내재적·외재적 학습동기에 부정적 영향을 미친다는 점을 밝혔다(Ye et al., 2022).

COVID-19로 인해 대면 활동이 제한되고 온라인 활동이 증가하면서 영상 이용이 자연스럽게 증가하였다. 그중에서도 숏폼 영상 중독의 문제점을 밝힌 연구가 진행되었다. 해당 연구는 숏폼 영상 중독과 뜻밖의 발견, 의도하지 않은 발견을 의미하는 세렌디피티(serendipity) 간 관계를 밝히고자 하였으며 이를 위해 대학생 대상 설문을 진행하였다. 연구 결과, 숏폼 영상 몰입 경험은 세렌디피티와 정적 상관관계가 있으나 성취동기와는 부적 상관이 있는 것으로 나타났으며, 숏폼 영상 중독 또한 세렌디피티에 긍정적 영향을 미치지만 성취동기에는 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났다(Nong et al., 2023). 이와 같은 연구 결과를 통해 숏폼 중독이 학습에 미치는 부정적 영향을 확인할 수 있다.

이처럼 관련 기술과 플랫폼의 발달로 영상 이용 환경이 빠르게 변화하면서 영상 이용 방식과 콘텐츠의 유형이 다양해졌으며 이에 따른 영향 또한 다양한 양상으로 나타나고 있다. 따라서 위와 같은 문헌 연구 내용을 바탕으로 실제 영상 이용 행태를 파악함으로써 실증적 고찰이 이루어져야 할 것이다.

### 2.3 영상정보 활용능력

영상정보는 텍스트, 이미지, 소리 등으로 표현되는 정보의 형태적 유형 중 하나로 최근 정보의 형태가 다양해지고 있기에 이에 대한 고려가 필요하다. 정보활용능력에 관한 연구는 다양한 분야에서 오랜 시간 이루어졌으나 정보

의 형태적 다양성을 고려한 유형별 연구는 아직 많지 않고, 영상정보에 관한 연구 또한 부족한 상황이다.

정보활용능력, 정보 리터러시는 정보에 효과적·효율적으로 접근하고 비판적으로 평가하여 창조적으로 정보를 이용하는 능력, 정보 요구를 파악하여 정보과제를 설정하고 문제 해결에 필요한 정보를 탐색, 분석·해석, 종합·표현하여 새로운 지식과 정보를 창출하여 전달하는 일련의 과정을 통해 문제를 해결하는 능력으로 정의되어 왔다(이병기, 2012; AASL & AECT, 1998; Breivik, 1989). 이와 같은 정보활용능력, 정보 리터러시 개념은 기술 발전 및 이용 환경 변화에 따라 정보의 형태가 다양해지면서 그 의미가 확장되었고 미디어 리터러시, 디지털 리터러시, ICT 리터러시 등 맥락에 따라 용어가 세분화되어 사용되고 있다(서순식 외, 2009; 성은모, 2015; Gardiner, 2018). 그중에서도 영상정보는 미디어 또는 디지털 콘텐츠의 한 유형으로 미디어 리터러시와 디지털 리터러시 관련 연구에서 주로 다루어졌다.

2017년 진행된 연구에서는 개인이 언제든지 손쉽게 정보에 접근할 수 있는 환경에서 정보를 안전하고 책임감 있게 사용하기 위해 미디어 리터러시와 디지털 리터러시가 필요함을 강조하고 청소년이 콘텐츠를 비판적으로 소비하고 생산할 수 있도록 이에 대한 교육이 필수적으로 이루어져야 함을 설명하였다. 특히 10대 청소년을 중심으로 영상 이용률이 높아지고 있기에 이를 고려하여 영상을 효과적으로 활용하기 위한 디지털 리터러시와 미디어 리터러시 역량을 갖추어야 함을 강조한다(Turner et al., 2017).

또 다른 연구는 미디어정보 리터러시의 개념



을 규정하고 교육 내용을 도출하였다. 해당 연구에서는 미디어정보 리터러시를 미디어 리터러시, 정보 리터러시, 디지털 리터러시가 중복된 영역으로 보고 다양한 미디어 도구를 활용하여 정보를 이해, 평가, 이용, 창작, 공유할 수 있는 지식, 기술, 태도가 포함된 역량으로 정의하였다. 그리고 민주사회에 참여, 미디어 도구와 콘텐츠의 종류, 인간의 기본권, 리터러시 기능, 디지털 도구 조작, 정보 문제 해결을 미디어정보 리터러시 교육내용으로 제안하였으며 정보를 전달하는 미디어의 한 유형으로 영상을 제시하고 이에 관한 사항을 교육내용으로 포함하였다(박주현, 강부숙, 2020).

과학 분야에서는 인터넷상에서 과학 관련 영상 이용 시 미디어 리터러시가 특히 중요함을 강조하는 연구가 진행되었다. 누구나 자유롭게 영상을 제작하고 공유하는 환경이 조성되면서 대중에게 영상 형태로 과학 지식을 친숙하게 전달할 수 있게 되었으나 이에 따른 문제점이 존재한다. 연구자는 잘못된 정보 확산을 문제점으로 지적하며 미디어 리터러시의 중요성을 강조한다. 영상정보 활용 시 개인이 정보원에 대한 신뢰도와 정보의 질을 비판적으로 평가하고 적절한 과학 정보를 토대로 의사결정을 내리기 위해서는 미디어 리터러시가 중요 역량을 밝히고 있다(Rosenthal, 2020).

이처럼 정보의 형태가 다양해지고 개념이 세분화되면서 이를 활용하는 능력인 다양한 리터러시 개념이 등장하였으며 그중에서도 영상정보에 관한 내용은 미디어 리터러시, 디지털 리터러시 관련 연구에서 주로 다루어졌음을 알 수 있다. 하지만 정보를 담는 미디어의 한 유형으로 영상이 다루어지고 있으며 영상정보에 초

점을 두고, 이를 어떻게 활용할 것인지에 관한 깊이 있는 논의는 이루어지지 않았다. 따라서 본 연구는 영상정보의 특성을 깊이 있게 탐색하고 이를 바탕으로 영상정보 활용 시 필요한 기초능력을 파악하고자 한다.

### 3. 연구 방법

#### 3.1 연구참여자 선정

본 연구에서는 영상 이용 경험을 파악하고 이를 토대로 영상정보의 특성을 도출하고자 질적 연구 방법인 반구조화된 1:1 심층 인터뷰를 진행하였다. 이를 위해 인터뷰 참여 대상자를 다음과 같이 설정하였다.

영상 이용 경험이 풍부한 대상자를 선정하기 위하여 2022년 한국언론진흥재단의 지난 일주일간 온라인 동영상 플랫폼 이용률 조사 결과를 참고하여 영상 이용률이 60% 이상인 10대부터 50대까지를 연구 대상으로 설정하였다. 이와 같은 기준에 따라 본 연구 인터뷰 참여 대상자는 10대~50대(인터뷰일 기준 만 나이)에 속하는 사람 중 최근 한 달 이내 영상 이용 경험이 있는 사람으로 선정하였다.

10대 청소년의 지난 일주일간 동영상 플랫폼 이용률은 97.4%로 다른 연령대에 비하여 월등히 높다는 점을 고려하여(한국언론진흥재단, 2022a) 인터뷰 대상자 선정 시 10대의 비율을 높였으며, 20대부터 50대는 연령대별로 균등하게 선정하였다. 이외에도 개인의 교육 경험, 전공, 성별 등 최대한 다양한 특성을 반영하여 참여자를 선정하였다.

이와 같은 과정을 통해 최종적으로 10대 7명, 20대 3명, 30대 2명, 40대 2명, 50대 2명 총 16명의 연구 대상자가 선정되었다.

### 3.2 데이터 수집 및 분석 방법

1:1 심층 인터뷰는 2023년 4월 8일부터 11월 8일까지 약 7개월에 걸쳐 16명의 참여자를 대상으로 진행되었다. 참여자 1명당 인터뷰 시간은 약 60분~90분 소요되었으며 온라인(ZOOM 사용) 또는 오프라인 방식 중 한 가지로 진행되었다.

영상 이용 경험을 파악하고자 하는 인터뷰의 목적을 달성하고 연구를 위하여 필요한 데이터를 확보하기 위해 연구자가 영상 이용 경험 관련 선행연구를 참고하여 사전에 기본 인터뷰 문항을 제작하였다. 일 평균 영상 이용 빈도, 영상 이용 시간, 영상 이용 시간대와 같은 영상 이용 시간 관련 문항(송진, 이영주, 2016; Klobas et al., 2018; Lee et al., 2015), 영상 이용 장소, 영상 이용 시 사용하는 기기, 영상 이용 플랫폼, 영상 이용 관련하여 주로 수행하는 활동 등을 파악하기 위한 영상 이용 방식 관련 문항(송진, 이영주, 2016; Lee et al., 2015; Shao, 2009), 평소 어떤 주제의 영상 콘텐츠를 이용하는지(송진, 이영주, 2016), 선호도 관련 문항 등 영상 이용 행태를 파악하기 위한 기본 사항을 포함하였다. 또한 영상을 왜 이용하는지, 이용 동기(Menon, 2022; Omar & Dequan, 2020), 영상을 얼마나 유용하다고 인식하는지, 영상 이용 시 느끼는 감정 및 태도를 파악할 수 있는 문항을 포함하였다(신동현, 장병희, 이양환, 2010; Davis, 1989; Ladhari & Morales, 2008). 이외

최근 영상이 새로운 정보를 얻는 주요한 수단이라는 점을 고려하여 정보원으로서 영상을 어떻게 이용하고 있는지 확인할 수 있는 문항을 포함하였다(Klobas et al., 2018). 최종적으로 '영상 이용 시간, 영상 이용 방식, 영상 이용 동기, 영상에 대한 인식 및 태도, 정보원으로서 영상 이용, 영상 선호도' 총 6개 범주로 구성하였고 그 아래 세부 질문을 포함하였다. 질문 구성 시 문헌 연구를 통해 확인한 영상 특성에 대한 실증적 고찰이 이루어질 수 있도록 이에 관한 내용을 포함하였다. 이와 같은 과정을 통해 제작된 문항을 중심으로 인터뷰를 진행하되 응답자의 답변이나 필요에 따라 추가 질문을 진행하는 반구조화 방식으로 인터뷰를 진행하였다.

총 16명의 연구참여자를 대상으로 진행한 인터뷰 내용은 모두 참여자 동의하에 녹음하였으며 이를 기반으로 녹취록을 작성하였다. 이후 인터뷰 내용에 대한 심층 분석을 위해 질적 연구 방법 중 하나인 내용 분석(content analysis)을 진행하였다. 연구자가 인터뷰 녹음 내용을 기반으로 작성된 녹취록을 읽고, 이를 내용별로 구분한 후 주요한 몇 가지 주제를 도출하였다. 주제를 도출하고 정리하는 과정을 여러 차례 반복하면서 코드북의 범주와 각 범주 내 속하는 코드를 설정하는 방식으로 코딩을 진행하였다.

16개 녹취록에 대한 오픈 코딩 진행 결과 36개의 코드를 부여하였으며, 상위 범주 '영상 이용 경험' 아래 '영상 이용 방식(27개 코드)', '영상에 대한 인식(2개 코드)', '정보원으로서 영상 이용(7개 코드)' 3개의 하위 범주를 설정하였다. 이처럼 상위 범주 - 하위 범주 - 코드로 구성된 코드북을 기준으로 전체 인터뷰 내용에

〈표 1〉 범주별 빈도수

| 상위 범주    | 하위 범주        | 하위 범주     | 빈도수(단위: 회) |     |     |
|----------|--------------|-----------|------------|-----|-----|
| 영상 이용 경험 | 영상 이용 방식     | 영상 이용 플랫폼 | 56         | 404 | 565 |
|          |              | 영상 선택     | 44         |     |     |
|          |              | 영상 주제     | 52         |     |     |
|          |              | 영상 시청 방식  | 23         |     |     |
|          |              | 영상 이용 활동  | 56         |     |     |
|          |              | 영상 길이     | 109        |     |     |
|          |              | 영상 이용 동기  | 64         |     |     |
|          | 영상에 대한 인식    |           | 67         | 67  |     |
|          | 정보원으로서 영상 이용 | 정보 검색 방식  | 61         | 94  |     |
|          |              | 정보 표현 형태  | 33         |     |     |

대한 코딩을 진행함으로써 심층적인 내용 분석을 수행하였다.

신뢰도 확보를 위해 두 명의 코더가 내용 분석을 진행하였으며 Krippendorff's alpha의 신뢰도 계수를 사용하여 코더 간 신뢰도(inter-coder reliability)를 측정하였다. 1번, 8번 녹취록에 대한 신뢰계수 측정 결과 각각 0.774, 0.838로 내용 분석에 대한 신뢰도를 확보하였다.

#### 4. 분석 및 논의

본 연구는 내용 분석을 통해 10대부터 50대에 해당하는 인터뷰 참여자의 영상 이용 경험을 확인하였으며 이를 토대로 영상정보의 특성을 도출하였다.

문헌 연구와 영상 이용 경험에 관한 인터뷰 내용 분석을 통해 도출한 영상정보 특성은 총 11개이며 이를 '영상정보의 속성'과 '영상정보 이용의 특성'으로 구분하였다. 이는 영상의 긍정적, 부정적 측면을 포괄한다.

##### 4.1 영상정보의 속성

영상정보의 속성으로 총 4가지를 확인하였으며 이는 영상정보 자체가 가지는 고유의 특성을 의미한다.

첫째, 영상정보는 내용 요소, 시청각 요소, 형태 요소로 구성된다는 점이다. 선행연구를 통해 영상의 구성 요소를 확인하였으며 이에 따라 본 연구에서는 '내용 요소, 시청각 요소, 형태적 요소' 3가지를 영상정보의 구성 요소로 제시하였다. 내용 요소는 영상을 통해 전달하는 메시지, 시청각 요소는 내용 요소를 전달하는 표현 방식에 관한 것으로 소리나 음성, 이미지 등과 같은 시각·청각 정보를 의미한다. 형태적 요소는 영상의 물리적 측면으로 영상 제목, 제작자, 제작 일자, 저작권, 영상 내 시간 정보 등에 관한 내용이 포함된다. 영상은 시각과 청각 정보를 동시에 사용하여 내용을 전달하기에 표현 방식에 관한 내용이 중요 사항이며 영상은 복합적인 요소로 구성되기에 이들 간 관계와 물리적 특성을 포함하는 형태적 측면에 관한 내용이 중요하게 고려되어야 한다.

둘째, 영상 내 세부 단위 식별 필요성이다. 이론적 고찰을 통해 하나의 영상 내 다양한 내용이 포함된다는 점을 확인하였으며, 인터뷰 내용 분석을 통해 영상정보 이용 시 필요한 내용이 영상 내 어느 구간에 위치하는지 확인하기 어렵다는 문제점을 파악하였다. 따라서 하나의 영상을 의미 단위로 구분하여 세부 단위를 식별할 필요가 있으며 각 세부 단위가 중요 정보임을 인지해야 할 것이다.

셋째, 영상 길이가 중요 고려사항이라는 점이다. 다른 유형의 정보와 달리 영상정보는 이용자가 자신이 선택한 영상을 시청하고 영상 내용 중 필요한 내용을 선별하여 이용하는 방식이므로 원하는 정보를 얻기 위해서는 영상 시청을 위한 절대적 시간이 요구된다. 따라서 영상정보의 경우 영상 길이, 즉 재생 시간이 중요 요소이며 인터뷰 참여자들은 영상 이용 시 자신이 원하는 내용을 빠르게 확인하기 위하여 일시 정지, 배속, 앞뒤로 건너뛰기, 타임라인, 타임스탬프 등 재생 관련 기능을 적극 활용하는 것으로 나타났다.

(피면접자) 그 속에서 내가 원하는 정보를 찾아야 되잖아요. **타임라인이라 그래야 하나? 그걸 보면서 찾거나 내가 원하는 정보를 찾아요, 아니면 속도를 빠르게 해요.** 1.5배속, 2배속으로 돌려보는데 그 길이는 사실은 천차만별인 것 같아요. (P11, 30대)

넷째, 영상 콘텐츠의 유해성이다. 기술 및 환경 변화로 누구나 쉽게 영상 제작이 가능해지면서 영상의 양이 기하급수적으로 증가하고 있으며 이에 따라 관심을 끌기 위한 자극적인 내

용, 왜곡된 내용을 담은 유해 콘텐츠 비율 또한 증가하고 있다. 한 인터뷰 참여자는 유해 콘텐츠로 인한 부정적 영향을 심각하게 느끼고 있었으며 부적절한 영상 콘텐츠를 접한 초등학생의 정서적 불안감이 높고 문제 행동을 보인다는 점을 지적하였다.

(피면접자) **유튜브에 있는 자료들이 너무 무분별한 자료들이 많아요.** 그래서 학교에서 정서적으로 문제 있는 학생들이 굉장히 많거든요, 지금도 학교에서 문제 행동이 되게 많아요. 근데 그 **문제 행동을 보면 유튜브 쇼츠, 아니면 틱톡에 나오는 자료들이나 그런 것들을 이용하는 애들이 있어요.** (P12, 40대)

## 4.2 영상정보 이용의 특성

영상정보 이용의 특성으로 총 7개의 특성도 추출되었으며 이는 영상정보를 이용하는 과정에서 나타나는 특징으로 영상정보 활용 시 고려해야 할 사항을 시사한다.

첫 번째 영상정보 이용의 특성은 영상 이용 활동이 영상 시청, 참여, 제작을 포괄하는 개념이라는 점이다. 현재는 누구나 영상을 제작하고 공유할 수 있는 환경으로 영상 제작자와 소비자가 구분되지 않는다. 이러한 환경에서 영상 이용 방식은 '생산(영상 제작), 참여(좋아요 누르기, 댓글 달기, 구독, 공유 등), 소비(영상 시청)' 3가지로 구분된다는 점을 선행연구를 통해 확인하였다(Lee et al., 2015; Shao, 2009).

인터뷰 참여자의 영상 이용 활동을 파악한 결과 시청, 참여, 제작 3가지 유형으로 구분되었다. 시청은 제작된 영상을 이용하는 행위, 참여는

좋아요, 댓글, 구독, 공유 등의 활동을 통해 영상에 대한 선호도 및 의견을 표현하는 행위, 제작은 특정 내용을 전달하기 위하여 공식적 과업 또는 개인적 요구로 영상을 제작하는 행위이다. 대부분 참여자는 영상 시청 비율이 가장 높으나 시청과 함께 참여, 제작 활동을 선택적으로 수행하고 있었다. 이를 통해 영상정보 활용능력은 단순히 영상 시청을 통해 얻은 정보를 활용하는 능력(시청)뿐 아니라 영상 내용에 대한 의견을 표현하는 능력(참여), 정보나 의견을 영상 형태로 타인에게 효과적으로 전달하는 능력(제작)이 요구되는 포괄적 역량임을 알 수 있다.

둘째, 숏폼 영상 콘텐츠 이용 증가이다. 최근 30초~1분 내외의 숏폼 영상 이용률이 높아지면서 유튜브 쇼츠, 인스타그램 릴스, 틱톡 등의 플랫폼을 통해 피드에 자동으로 뜨는 숏폼 영상을 스크롤 하며 연속적으로 소비하는 형태로 영상 이용 방식이 크게 변화하였다. 즉 하나의 영상에 집중하기보다는 빠르게 넘기면서 많은 양의 영상을 소비하는 특성이 뚜렷하게 나타난다.

인터뷰 내용 분석 결과, 세대별 이용량의 차이는 있으나 모든 참여자가 숏폼 이용 경험이 있으며, 특히 10대의 숏폼 이용률이 매우 높은 것을 확인할 수 있었다. 하지만 한편으로는 숏폼의 신뢰도, 유해성 문제가 제기되었다. 인터뷰 참여자 대부분 숏폼 영상은 단순 흥미 위주, 왜곡된 내용, 무의미한 콘텐츠가 많다고 생각하였으며 일반 영상에 비해 숏폼에 대한 신뢰도가 낮은 것으로 나타났다. 이처럼 재생 시간이 상대적으로 긴 영상보다 숏폼 이용이 활발한 현상은 영상정보 이용의 중요한 변화이자 특성이다.

(피면접자) 저는 **짧으면 짧을수록 좋아요**, 사람들이 쇼츠를 올리고 많이 보는 이유가 그게 아닐까 싶어요. **왜냐하면 다들 너무 바쁘고 지루한 걸 못 견디기 때문에 최대한 짧은 시간 내에 원하는 내용이 있는 걸 선호하죠.** (P11, 30대)

(피면접자) 제가 쇼츠를 몇 개 보기도 했는데 실질적으로 **내용이 별로 없는 것들이 많아요**, 너무 **짧으니까**, 그냥 재미로, 재미있게 뭔가를 한 번 **타크 보는 거는 있는데...** 쇼츠가 어떤 내용을 담고 있거나 그러지는 않다 보니까 저 같은 경우는 쇼츠는 거의 안 보는 것 같아요. (P14, 50대)

셋째, 과도한 영상 이용으로 인한 사고능력 저하이다. 인터뷰 참여자들은 영상의 유용성을 인식하나 한편으로는 사고능력 저하를 영상 이용의 부정적 영향으로 꼽았다. 영상정보는 텍스트, 이미지, 소리 등 다른 유형의 정보보다 집중도가 높으며 시청하는 것만으로 새로운 정보를 얻을 수 있다는 장점이 있다. 하지만 영상이 전달하는 내용을 일방적으로 수용하는 구조이기에 이용자 스스로 내용을 이해하려는 인지적 노력이 없다면 사고능력이 저하될 가능성이 높다.

(피면접자) **저희 나이가 돼서 뭔가를 보고 생각하는 걸 어려워하는 세대라고 하더라고요**, 친구들도 그렇고 간편한 걸 추구하는 것 같긴 해요, 저희가 유튜브 같은 플랫폼이 발달하고 영상을 활발히 이용하는 시대에 태어났으니까 **글을 읽고 그런 건 많이 안 하고, 영상 위주로 찾아보고 그러다 보니까 남이 설명해 주는 게 편하고, 내가 스스로 읽고 생각을 하는 건 힘들 때가 많은 것 같아요**, 습관이 안 되어 있으니까. (P01, 10대)

(피면접자) 영상 매체랑 친근해질수록 **생각하는 게 적어진 것 같아요. 생각해서 무언가를 끌어낼 기회보다 생각 없이 보는 게 더 많아지니까. 점점 그냥 시키는 대로 하는 거에 익숙해져서. 온라인 수업을 진행하고 나서부터 화면에서 나오는 것만 들으니까 입력이 되지 제가 그 안에서 생각하고 정리할 시간은 부족했던 것 같아요.** (P08, 20대)

넷째, 영상의 높은 중독성이다. 영상은 생동감 있는 내용 전달이 가능하고 몰입감이 높으나 이로 인해 이용 시간 조절이 어렵다는 문제점이 존재한다. 실제 대부분의 인터뷰 참여자가 스스로 영상을 많이 이용하는 편이라고 답하였다. 이들은 영상의 중독성을 인지하며 특히 숏폼 콘텐츠의 중독성이 매우 높다는 점을 언급하였다. 숏폼은 플랫폼에 접속하여 스크롤 하면 끊임없이 영상이 제공되는 시스템이기에 스스로 이용 시간을 조절하기 어렵고 이용자 또한 이에 대한 심각성을 느끼는 것으로 나타났다.

(피면접자) 친구들이랑 **릴스는 시간을 잡아먹는다는 얘기를 했어요. 다들 필요 없는 걸 알면서도 시간 때우기용으로 1시간, 2시간씩 본다**고... (P10, 10대)

다섯 번째 특성은 다양한 영상 이용 동기이다. 인터뷰 내용을 살펴본 결과 텍스트, 이미지, 숫자 등의 형태로 표현되는 정보는 주로 정보 습득 목적으로 이용되나 영상정보는 정보 습득 외에도 여가, 학습, 생활 정보 습득, 직업적 활용 등 그 이용 동기가 다양하고 성격이 다르다는 점을 확인하였다. 특히 10대부터 50대까지

여가와 생활 정보 습득 목적이 주된 이용 동기로 작용하나 연령대별로 그 비율과 구체적 내용에 차이가 있는 것으로 나타났다.

(피면접자) 오락용으로 **즐거움을 위해 보는 게 80%, 70% 정도인 것 같고, 공부하다 알고 싶은 게 있거나 정보를 찾기 위해 보는 게 30% 정도인 것 같아요.** (P10, 10대)

여섯 번째 특성은 영상정보 탐색 방식이다. 일반적으로 텍스트, 이미지, 숫자, 소리 등의 형태로 표현된 정보는 이용자가 필요한 정보를 검색하여 이용하는 방식이나 영상정보는 검색 외에도 추천, 채널 구독 등 다양한 탐색 방식이 존재한다. 인터뷰 내용 분석 결과, 영상정보 탐색 방식은 '추천, 채널 구독, 검색' 3가지로 구분된다. 인터뷰 참여자는 원하는 영상정보를 선택·이용하기 위해 알고리즘에 의한 추천 방식을 주로 사용하며, 관심 분야의 정보를 주기적·포괄적으로 얻기 위해서는 관련 채널 구독, 필요한 영상이 정해져 있거나 정보 요구가 명확한 상황에서는 키워드 활용 검색 방식을 사용하는 것으로 나타났다.

(피면접자) 알고리즘을 통해서 제가 보고 싶은 영상이 다 나오더라고요. 그냥 넘기면서 무작위로 나오는 것 중에 눈에 띄는 걸 골라서 보고, **거의 80%는 알고리즘에 의해서 보는 것 같고, 나머지 20% 정도 제가 보고 싶은 거 찾아보는 것 같아요.** (P10, 10대)

마지막 특성은 영상정보 검색 전략이다. 내용 분석을 통해 영상정보 검색 전략은 영상 플

랫폼에 검색 후 필요에 따라 인터넷 포털 검색을 추가로 진행하는 '영상 중심 검색'과 포털사이트 검색 후 추가 탐색을 위하여 영상 플랫폼을 이용하는 '복합 검색' 2가지 형태로 구분됨을 확인하였다.

구체적으로 필요한 정보의 유형과 범위에 따라 검색 전략이 달라지는 것으로 나타났다. 비교적 간단하고 단편적인 정보, 필요한 정보가 명확한 상황에서는 인터넷 포털 검색이 유용하다고 인식하나 특정 주제 및 분야에 대한 포괄적인 정보가 필요한 경우에는 영상을 검색하는 것이 편리하다고 인식하고 있었다. 이처럼 영상정보만 단독으로 사용하기보다는 텍스트, 이미지 형태의 정보를 제공하는 포털사이트 검색과 복합적으로 사용하며 필요한 정보의 주제,

유형 및 범위에 따라 적절한 검색 전략을 선택적으로 이용하는 것을 알 수 있다.

(피면접자) 예를 들면 지금 어깨가 아파서 어깨 푸는 방법을 네이버에 찾아보는 게 아니라 유튜브에 검색하는 거예요. **모든 검색을 유튜브에 먼저 해보고 그다음에 구글에 한번 쳐보는 거죠. 왜냐하면 텍스트로 보는 것보다 영상으로 보는 게 이해와 편리함이 더 커서.** 그래서 정보를 오히려 유튜브로 더 많이 보고 만약에 유튜브에 정보가 없으면 텍스트 정보를 찾으려고 구글로 들어가요. (P09, 20대)

문헌 연구와 인터뷰 내용 분석을 통해 확인한 영상정보의 특성은 <표 2>와 같다.

<표 2> 영상정보의 특성

| 구분       | 영상정보의 특성                      | 문헌 연구 및 인터뷰 내용 분석 결과  | 출처  |
|----------|-------------------------------|---|---|
| 영상정보의 속성 | 영상은 내용 요소, 시청각 요소, 형태적 요소로 구성 | <ul style="list-style-type: none"> <li>영상정보는 복합적 요소로 구성</li> <li>영상정보의 구성 요소                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>내용 요소</b>: 영상을 통해 전달하고자 하는 메시지</li> <li>- <b>시청각 요소</b>: 메시지 표현 방식, 영상의 시각·청각 정보</li> <li>- <b>형태적 요소</b>: 영상의 물리적 측면</li> </ul> </li> </ul>   | Hampapur & Jain (1998)<br>김진아, 김태수 (2001) |
|          | 영상 내 세부 단위 식별 필요성             | <ul style="list-style-type: none"> <li>하나의 영상 내 다양한 내용 포함</li> <li>하나의 영상을 의미 단위로 구분하여 세부 단위 식별 필요</li> <li>각 세부 단위는 개별적인 중요 정보로 활용 가능</li> </ul>   | 김진아, 김태수 (2001)                           |
|          | 영상 길이가 중요 고려사항                | <ul style="list-style-type: none"> <li>영상정보 이용 시 영상 길이(재생시간)가 중요 고려사항</li> <li>필요한 정보가 영상 내 어느 구간에 위치하는지 파악 어려움</li> <li>영상정보 이용 시 영상 시청을 위한 절대적 시간이 요구되므로 비효율적이라고 인식</li> <li>영상 내 원하는 정보를 효율적으로 확인하기 위해 일시정지, 배속, 앞뒤로 건너뛰기, 타입라인, 타임스탬프 등 재생 관련 기능 활용</li> <li>영상 길이에 따라 이용 목적 명확히 구분                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 여가, 흥미 목적인 경우 숏폼 영상 선호</li> <li>- 정보 습득 목적인 경우 10분 내외 영상 선호</li> </ul> </li> </ul> | 코드북 하위범주: 영상길이                            |

| 구분          | 영상정보의 특성                | 문헌 연구 및 인터뷰 내용 분석 결과   | 출처  |
|-------------|-------------------------|--|---|
| 영상정보의 속성    | 유해 영상 콘텐츠               | <ul style="list-style-type: none"> <li>기술 및 환경 변화로 누구나 영상을 제작할 수 있는 환경이 조성되면서 영상의 양이 증가하였으나 영상의 품질 보장하기 어려움 → 유해 영상 콘텐츠 증가</li> <li>유해 영상 콘텐츠 유형 4가지로 구분                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가짜뉴스 전파</li> <li>- 유명인이나 알려진 사건의 악용</li> <li>- 안전수칙을 지키지 않는 위험한 체험</li> <li>- 노출 방송</li> </ul> </li> <li>영상 자동 추천시스템이 유해 콘텐츠 이용 촉진</li> <li>영상 추천시스템과 유해 영상 콘텐츠 간 관련성 고려 필요</li> </ul>   | 이하립, 유홍식 (2017)<br>양정애 (2021)<br>허진, 김인숙 (2023)<br>Yesilada & Lewandowsky (2022)        |
|             | 영상 이용은 시청, 참여, 제작 활동 포괄 | <ul style="list-style-type: none"> <li>UGM 이용 방식을 소비, 참여, 생산 3가지 형태로 구분</li> <li>영상 이용 활동은 시청, 참여, 제작 3가지 유형으로 구분                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>시청</b>: 영상 시청 및 활용</li> <li>- <b>참여</b>: 좋아요, 댓글, 구독, 공유 등을 통해 영상에 대한 선호도 및 의견 표현</li> <li>- <b>제작</b>: 공식적 과업 또는 개인적 요구로 특정 내용을 전달하기 위해 영상 제작</li> </ul> </li> </ul>  | 코드북 하위범주: 영상에 대한 인식<br><br>Shao (2009)<br>Bughin (2007)<br>Nielsen (2006)               |
| 영상정보 이용의 특성 | 숏폼 영상 콘텐츠 이용 증가         | <ul style="list-style-type: none"> <li>숏폼은 다채로운 색감과 빠른 화면 전환 등으로 더 큰 자극을 느끼게 함</li> <li>숏폼 영상 콘텐츠의 특성                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시청 관점: 단시간 내 많은 영상 이용 가능</li> <li>- 제작 관점: 누구나 쉽게 영상 제작 가능</li> </ul> </li> </ul>   | 코드북 하위범주: 영상이용활동<br><br>정영국, 위훈 (2020)<br>이승원 외 (2022)<br>이진 (2020)<br>한국언론진흥재단 (2022a) |
|             |                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>모든 연령대 인터뷰 참여자가 숏폼 영상 이용 경험 존재</li> <li>10대, 20대의 숏폼 영상 이용률 매우 높음</li> <li>→ 구체적인 이용 빈도 및 이용 시간의 차이 있으나 전연령대에서 숏폼 영상을 이용하고 있으며 최근 그 이용률이 급격히 증가한다는 점을 고려하였을 때 새로운 영상정보 형태로서 숏폼 영상 콘텐츠 고려 필요</li> <li>유튜브 쇼츠, 인스타그램 릴스, 틱톡 등의 플랫폼 통해 30초~1분 내외 숏폼 영상 콘텐츠 이용</li> <li>숏폼 영상 업로드 및 공유가 소셜네트워크 활동이자 문화</li> <li>여가, 흥미 목적으로 숏폼 영상 주로 이용</li> <li>숏폼 영상 콘텐츠의 장점                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 단시간 내 중요 내용을 압축적으로 전달</li> <li>- 강한 자극을 주기 때문에 길이가 긴 영상에 비해 집중력 높음</li> </ul> </li> <li>숏폼 영상 콘텐츠의 단점                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 내용적 측면의 질이 낮음</li> <li>- 압축적으로 내용을 전달하기 때문에 영상 내용 이해가 어려운 경우 존재</li> <li>- 피드에 자동으로 뜨는 숏폼 영상을 스크롤 하며 이용하는 형태이기 때문에 이용 시간 조절 어려움, 중독성 높음</li> </ul> </li> </ul> | 코드북 하위범주: 영상길이  |



| 구분             | 영상정보의 특성     | 문헌 연구 및 인터뷰 내용 분석 결과   | 출처  |
|----------------|--------------|--|---|
| 영상정보<br>이용의 특성 | 사고능력 저하      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 과도한 영상 이용 및 중독이 학습동기 및 학습에 부정적 영향 미침</li> <li>• 인터뷰 참여자 대부분 사고능력 저하를 영상 이용에 따른 부정적 영향으로 인식                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 내용을 이해하려는 인지적 노력 없이 영상이 전달하는 내용을 일방적으로 수용하는데 익숙</li> <li>- 무언가를 이해하고 생각하는 행위 자체에 대한 어려움</li> </ul> </li> </ul>  | Xie et al. (2023)<br>Ye et al. (2022)<br>Nong et al. (2023)<br><br>코드북 하위범주:<br>영상에 대한 인식 |
|                | 영상의 높은 중독성   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 영상에 대한 몰입 경험이 중독 행동에 직간접적 영향 미침</li> <li>• 인터뷰 참여자 대부분 영상의 중독성 문제 인식                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영상은 시각·청각 정보를 활용하여 내용을 전달하기 때문에 여러가지 감각을 동시에 자극</li> <li>- 영상은 연속적 자동 추천 및 재생 기능을 통해 제공되는 시스템으로 이용 시간 조절 어려움</li> <li>- 일반 영상보다 숏폼 영상의 중독성 크게 인식</li> </ul> </li> </ul>   | Qin, Omar, & Musetti (2022)<br><br>코드북 하위범주:<br>영상에 대한 인식                                 |
|                | 다양한 영상 이용 동기 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 영상 플랫폼별 이용 동기                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>틱톡 이용 동기:</b> 기록/자기표현/사회적 상호작용/도피</li> <li>- <b>인스타그램 릴스 이용 동기:</b> 자기홍보/흥미/도피/감시/참신청/기록/트렌드파악</li> </ul> </li> <li>• 인터뷰 참여자의 주된 영상 이용 동기: 여가/학습/생활정보 습득/직업적 활용/기타</li> <li>• 기타 이용 동기: 영상은 다양한 감각 정보를 사용하기 때문에 내용 이해 용이, 사회적 관계 형성 위해 영상 이용 등</li> <li>• 10대~50대 전 연령대에서 여가, 생활 정보 습득 목적이 가장 주된 이용 동기로 작용하나 연령대별로 그 비율과 구체적 내용 차이 존재</li> </ul> | Omar & Dequan (2020)<br>Menon (2022)<br><br>코드북 하위범주:<br>영상 이용 동기                         |
|                | 영상정보 탐색 방식   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 영상정보 탐색 방식: 추천 / 채널 구독 / 검색                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>추천:</b> 영상정보 탐색 및 이용을 위해 알고리즘에 의한 추천 방식 주로 사용</li> <li>- <b>구독:</b> 관심 분야 정보를 주기적, 포괄적으로 얻기 위해 관련 채널 구독</li> <li>- <b>검색:</b> 필요한 내용, 정보요구가 명확한 경우 키워드 활용 검색 방식 사용</li> </ul> </li> </ul>   | 코드북 하위범주:<br>영상 선택  |
|                | 영상정보 검색 전략   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 영상정보 검색 전략: 영상중심 검색 / 복합 검색                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>영상 중심 검색:</b> 특정 주제에 대한 포괄적 정보가 필요한 경우 영상정보가 편리하다고 인식하며 영상정보를 주로 이용. 필요에 따라 인터넷 포털 검색 추가적으로 이용</li> <li>- <b>복합 검색:</b> 단편적 정보, 정보요구가 명확한 경우는 텍스트, 이미지, 숫자 형태의 정보가 주를 이루는 인터넷 포털 검색이 유용하다고 인식하며 필요에 따라 추가적으로 영상정보 이용</li> </ul> </li> <li>• 필요한 정보의 주제, 유형, 범위 등에 따라 적절한 검색 전략을 선택적으로 이용</li> </ul>                                 | 코드북 하위범주:<br>정보 검색 방식   |

### 4.3 논의

본 연구는 문헌 연구와 인터뷰 내용 분석을 통해 영상정보의 특성을 확인하였으며 이를 영상정보의 속성과 영상정보 이용의 특성으로 구분하였다. 이를 기반으로 영상정보 활용을 위해 요구되는 기초능력은 무엇인지에 관한 논의를 진행하고자 한다.

첫 번째 연구 질문으로 영상정보 자체가 가지는 영상정보의 속성을 살펴보았다. 연구 결과, 영상정보의 구성 요소, 영상 내 세부 단위 식별 필요성, 영상 길이의 중요성, 유해 영상 콘텐츠 총 4가지 속성을 확인하였다. 문헌 연구를 통해 영상정보는 내용 요소, 시청각 요소, 형태적 요소로 구성된다는 점을 확인하였다. 또한 인터뷰 참여자들은 하나의 영상이 다양한 정보를 포함하기에 정보 탐색 시 원하는 정보만을 취사선택하기 쉽지 않다는 점을 공통적으로 언급하였으며 이를 통해 영상 내 세부 단위를 의미 단위로 식별할 필요가 있음을 알 수 있다. 영상을 통해 정보를 얻기 위해서는 영상 시청을 위한 절대적 시간이 요구되기에 이용자는 영상 길이를 중요 요소로 고려하였으며 단시간 내 원하는 정보를 얻기 위해 다양한 재생 관련 기능을 활용하고 있었다. 마지막으로 영상 콘텐츠의 유해성이 중요하게 고려해야 할 특성임을 확인하였다. 누구나 영상 제작이 가능한 환경이 조성되면서 영상의 품질을 보장하기 어려운 상황이 되었고 조회 수 및 구독자 수 올리기, 수익 창출 목적으로 제작되는 유해 콘텐츠 비율이 증가하였다. 그 영향으로 다양한 사회적 문제가 발생하며 청소년은 유해 영상 콘텐츠의 영향을 더욱 크게 받는 것으로 확인되어 이에

대한 고려가 필요하다.

두 번째 연구 질문으로 영상정보 이용의 특성을 살펴보았다. 이는 영상정보를 활용하는 맥락 내에서 나타나는 특징으로 영상정보 활용 능력에 관한 중요 논의점을 시사한다. 연구 결과, 영상 이용 활동의 포괄성, 숏폼 영상 콘텐츠 이용 증가, 사고능력 저하, 중독성, 다양한 영상 이용 동기, 영상정보 탐색 방식, 영상정보 검색 전략 총 7가지가 영상정보 이용의 특성으로 확인되었다. 기술 및 플랫폼 발달로 누구나 영상을 쉽게 제작할 수 있게 되면서 영상 시청, 제작 및 공유 등이 일종의 정보 공유이자 소셜네트워크 활동으로 자리 잡고 있다. 실제 인터뷰 참여자들은 영상 시청, 댓글 달기, 영상 제작 및 공유 등의 활동을 모두 영상정보 이용 행위로 인식하고 있었으며 영상정보 이용은 단순 시청 뿐 아니라 이에 대한 의견을 표현하고 제작하는 활동까지 모두 포함하기에 영상정보 활용 능력은 시청, 참여, 제작 시 요구되는 능력을 포괄해야 할 것이다. 또한 숏폼 영상 콘텐츠 이용 증가가 영상 이용의 두드러지는 특성으로 나타났다. 상대적으로 재생 시간이 긴 영상보다 숏폼 영상 이용률이 크게 증가하였으며 이는 영상정보 이용의 주요한 추세이기에 숏폼 영상을 새로운 영상정보 형태로서 고려해야 할 것이다. 영상 이용의 부정적 영향으로 사고능력 저하, 중독성에 대한 문제점이 주요하게 지적되었고 이용자 스스로 그 심각성을 인지하는 것으로 나타났다. 이외에도 다양한 영상 이용 동기, 영상정보 탐색 방식, 영상정보 검색 전략이 영상정보의 특성으로 확인된다.

이와 같은 영상정보의 특성을 고려하였을 때 영상정보 활용능력은 다양한 요소로 구성되는

복합적 역량임을 알 수 있다. 따라서 본 연구에서는 앞서 확인한 영상정보의 특성을 토대로 영상정보를 효과적·효율적으로 활용하기 위해 요구되는 기초능력을 제안하고자 한다. 각 기초능력 내 포함되는 세부 능력을 함께 제시하였으며 세부 능력은 해당 기초능력을 갖추기 위해 영상정보를 어떻게 활용해야 할 것인지, 효율적으로 영상정보를 활용하기 위해 구체적으로 어떤 능력이 요구되는지에 관한 사항이다. 이는 영상정보 활용과정과 밀접하게 관련되며 영상정보 활용능력 함양을 위한 교육과정 및 교육프로그램 개발, 교육내용 구성 시 활용 가능하도록 제시하였다.

첫째, 자기주도 학습 능력이다. 자기주도 학습(Self-directed Learning) 능력은 타인의 도움과 관계없이 학습자 스스로 자신의 학습 욕구를 진단하고 학습 목표를 설정하며, 이를 달성하기 위하여 물적·인적 자원을 탐색하고 선택, 학습 전략 실행 후 자신의 학습 성과를 평가하는 과정으로 이 과정에서 학습자 스스로 주도성을 가지는 것이라 정의된다(Knowles, 1975). 또한 학습 목표 도달을 위해 학습자 스스로 만든 학습에 대한 인지, 행동, 감정으로 학습자 개인의 경험과 노력에 의해 향상되는 것으로 설명된다(Zimmerman & Schunk, 2004).

자기주도 학습 능력은 주로 교육 및 학습의 관점에서 논의되어 왔으나 영상정보 활용 과정 또한 영상을 통해 새로운 정보를 습득하고 이를 활용하는 학습 과정의 일종이고 일상적으로 일어나는 행위이기에 자기주도 학습 능력이 중요하게 요구된다. 선행연구를 종합하였을 때, 자기주도 학습 능력은 학습자 스스로 학습 필요성을 인지하고 학습 목표를 수립하는 단계부터

목표 달성을 위한 계획, 이를 실행하여 평가하는 단계까지 학습자가 학습 전 과정에 걸쳐 주도성을 가지는 것을 의미한다.

영상정보의 경우 이용 동기가 다양하고 과도한 영상 이용으로 인한 사고능력 저하와 중독성이라는 특성이 존재하기에 영상정보를 활용하는 전 과정에 이용자 스스로 주도성을 가지는 것이 중요하다. 따라서 자기주도 학습 능력의 세부 능력으로 영상정보 활용 계획과 영상정보 활용 전략을 제안한다. 영상정보 활용 계획은 영상정보 활용 목적 및 활용 계획 수립, 계획에 따른 영상정보 탐색 및 수집, 이해 및 활용, 영상정보 활용과정 및 결과에 대한 평가까지 일련의 과정을 수행하는 능력으로 이용자가 자신의 영상정보 활용 과정 전체를 주도적으로 계획하고 실행하는 능력이다. 영상정보 활용 전략은 영상정보 탐색 방식과 검색 전략에 대한 이해로 영상정보 활용 목적 및 계획에 따라 적절한 탐색 방식과 검색 전략을 선택하여 이용하는 능력을 의미한다.

둘째, 비판적 사고 능력이다. 비판적 사고에 대한 정의와 논의는 오랜 시간 진행되었으며 이에 관한 다양한 관점이 존재한다. 미국에서는 비판적 사고에 관한 기존 개념을 종합하여 해석, 분석, 평가 및 추론을 산출하려는 의도적이고 자기 규제적인 판단이며, 동시에 그 판단에 대한 근거가 제대로 되어 있는지, 또한 증거, 개념, 방법론, 기준, 맥락의 측면들을 제대로 고려하고 있는지에 대한 설명을 산출하려는 의도적이고 자기 규제적인 판단으로 정의하였다(Facione, 1990). 우리나라에서는 비판적 사고를 가능하면 폭넓은 동의를 얻을 수 있는 방향으로 주어진 상황 속에서 최선의 주관적 판

단을 내리고자 하는 분석적이고 종합적인 추론적 사고로 기계적, 무의식적, 무반성적으로 사고가 진행되는 것이 아니라 스스로 무슨 사고가 진행되고 있는지 능동적으로 의식하면서 사고하는 것으로 정의하였다(김광수, 2002; 김영정, 2004). 학자별, 시기별 관점에 따라 차이는 있으나 비판적 사고 능력은 개인이 최선의 판단을 내리기 위해 적절한 근거를 객관적으로 평가하여 활용하며 능동적으로 사고하는 능력을 의미한다.

영상정보 활용을 위한 비판적 사고 능력은 이용자가 능동적인 태도로 자신의 판단이나 의견에 대한 근거로 영상정보를 객관적으로 평가하여 활용하는 능력으로 영상정보 평가와 영상정보 선별이 세부 능력으로 포함된다. 영상정보 평가는 이용자가 영상정보 특성상 신뢰도 평가가 특히 중요함을 인지하고, 다양한 조건과 기준, 간접 정보 등을 활용하여 영상정보를 비판적 시각으로 평가하는 능력이다. 영상정보 선별은 활용 목적을 고려하여 어떤 정보가 필요한지 정보 요구를 이해하고, 정보 선별 기준을 수립하여 이에 따라 영상정보의 적절성을 판단하여 수집하는 능력이다.

영상정보는 제작 및 공유의 자율성으로 인해 다른 유형의 정보보다 유해 콘텐츠 비율이 높고 특히 숏폼의 경우 그 비율이 더욱 높은 것으로 확인된다. 또한 이용자의 이용 패턴, 관심 분야 등을 기반으로 한 자동 추천 시스템을 통해 영상이 제공되기에 이용자는 직접 검색하지 않고도 끊임없이 영상을 이용할 수 있다는 장점이 있다. 하지만 해당 영상이 나에게 필요한 것인지, 내용의 적절성 여부 판단이 중요하며 이용자의 판단 없이 추천 영상을 무분별하게 이

용하는 경우 영상 내용의 부적절성, 유해 영상 콘텐츠에 대한 접근 용이성 등의 문제가 발생할 가능성이 높다. 이와 같은 특성을 고려하였을 때 영상정보의 신뢰도를 평가하고 해당 영상정보가 자신에게 필요한 것인지 이용자 스스로 적절성을 판단하여 선별적으로 이용하는 비판적 사고 능력이 중요하게 요구된다.

세 번째는 협력적 소통 능력이다. 의사소통은 '가지고 있는 생각이나 뜻이 서로 통함'을 의미하며(국립국어원, 2008), 이는 타인과 더불어 사회를 살아가기 위한 중요 역량으로 4차 산업 시대에 들어서며 개인보다는 집단과 공동체를, 의사소통 결과보다는 의사소통 과정을 강조하는 개념으로 변화하였다. 또한 기존의 의사소통 능력은 개인의 말하기 능력을 강조하였다면 최근에는 타인과의 상호작용, 의사소통 참여자 간 관계에 주목하기 시작하였다. 이와 같은 관점에서 협력적 의사소통의 개념이 등장하였으며 이는 공동의 숙고 과정을 거쳐 합리적으로 의견을 공유 및 검증함으로써 문제를 해결하는 집단 의사결정으로 정의된다(박재현 외, 2019). 2022 개정 교육과정에서는 협력적 소통을 핵심역량으로 제시하고 다른 사람의 관점을 존중하고 경청하는 가운데 자신의 생각과 감정을 효과적으로 표현하며 상호협력적인 관계에서 공동의 목적을 구현하는 능력으로 정의한다(교육부, 2022). 이와 같은 내용을 종합하였을 때, 협력적 소통은 상호협력적 관계 속에서 공동의 문제 해결을 위하여 타인의 의견을 존중하고, 자기 생각과 감정을 효과적으로 표현하는 역량으로 정리될 수 있으며 영상정보 활용을 위한 협력적 소통 능력은 영상을 매개로 타인과 소통하는 능력을 의미한다.

영상 이용 활동은 정보를 매개로 소통하고 관계를 형성하는 것이라는 점을 고려하였을 때 협력적 소통 능력은 영상정보 활용을 위한 중요한 기초능력이며 이는 영상 시청, 참여, 제작 활동을 통해 구현된다. 영상정보 활용능력은 영상을 매개로 정보를 획득하는 소비, 영상정보 및 이에 관한 의견 교환을 의미하는 참여, 기존의 정보를 결합하여 새로운 정보를 창출하고 영상 형태로 제작하여 공유하는 능력을 모두 포함하기에 사회적 측면이 강조되는 개념이며 영상을 통해 의견을 교환하고 자기 생각을 표현하는 소통 능력이 요구된다. 따라서 본 연구에서는 협력적 소통 능력을 기초능력으로 제안하고 세부 능력으로 영상정보 윤리와 의견 표현 능력을 제안한다.

영상정보 윤리는 영상정보 시청, 참여, 제작 시 법적·윤리적 사항을 이해하고 이를 실천하는 능력이다. 구체적으로 영상정보 시청 및 제작 시 유해매체물, 저작권, 개인정보 보호 등에 관한 내용을 이해하고 윤리적 방식으로 이용해야 하며, 댓글 달기 등과 같은 참여 활동을 통해 타인과 의견 교환 시 사생활 침해, 명예훼손 등에 관한 문제를 인지하고 윤리적 방식으로 참여해야 함을 의미한다. 의견 표현 능력은 타인의 의견을 존중하고 경청하는 것뿐만 아니라 참여, 제작 활동 시 전달하고자 하는 내용이나 의견을 정리하여 명료하게 표현하는 능력을 의미한다.

## 5. 결론 및 제언

본 연구는 문헌 연구와 인터뷰를 통해 영상

정보의 특성을 확인하고 이를 토대로 영상정보 활용을 위한 기초능력을 제안하는 탐색적 연구를 진행하였다. 문헌 연구와 영상 이용 경험에 관한 심층 인터뷰를 통해 영상정보의 특성을 탐색하였으며 이를 영상정보의 속성과 영상정보 이용의 특성으로 구분하였다. 주요 연구 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 이용자, 상황과 관계없이 영상정보 자체가 가지는 영상정보의 속성은 다음과 같다. 영상정보는 내용·시청각·형태적 요소로 구성, 영상 내 세부 단위 식별 필요성, 영상 길이가 중요 고려사항, 유해 영상 콘텐츠 총 4개의 속성을 확인하였다.

둘째, 영상정보를 이용하는 맥락 내에서 발생하는 영상정보 이용의 특성은 다음과 같다. 영상 이용은 시청·참여·제작 활동 포괄, 숏폼 영상 이용 증가, 사고능력 저하, 영상의 높은 중독성, 다양한 영상 이용 동기, 영상정보 탐색 방식, 영상정보 검색 전략 총 7개이다.

셋째, 문헌 연구와 인터뷰 내용 분석을 통해 확인한 영상정보의 특성을 기반으로 영상정보 활용을 위한 기초능력 3가지를 제안하였다. 첫 번째는 자기주도 학습 능력으로 이는 영상정보 활용 계획과 영상정보 활용 전략으로 구성된다. 두 번째는 비판적 사고 능력으로 영상정보 평가와 영상정보 선별이 세부 능력으로 포함된다. 마지막은 협력적 소통 능력이며 영상정보 윤리와 의견 표현 능력으로 구성된다.

주변에서 영상을 이용하지 않는 사람을 찾기 어려울 정도로 영상 이용률이 매우 높으며 기존의 텍스트, 이미지 등의 형태로 표현되는 정보보다 영상을 통해 정보를 얻는 방식이 더욱 대중화되고 있다. 이러한 시점에 영상정보를 효

과적으로 이용하기 위해서는 그 특성을 이해하는 것이 우선시 되어야 할 것이다. 본 연구는 시대 변화와 요구를 반영하여 영상정보의 특성을 확인하고 이를 기반으로 영상정보 활용을 위해 필요한 기초능력을 제안하는 탐색적 연구를 진행하였다는 점에 그 의의가 있다.

그러나 본 연구는 다음과 같은 한계점을 가진다. 본 연구는 영상 및 영상 이용의 특성을 파악하는 데 중점을 둔 탐색적 연구로 본 연구에서 도출한 내용이 영상정보가 가지는 보편적 특성인지, 추가로 고려해야 할 중요한 특성은 어떤 것이 있는지 보완이 필요하다. 또한 본 연

구에서 확인한 영상정보의 특성 중 일부는 영상정보 활용을 위한 기초능력을 제안하는 데 반영되었으나 일부는 교육 내용으로 포함되어야 할 구체적 특성이다. 따라서 영상정보 활용 능력 교육에 관한 후속 연구를 통해 해당 내용을 고려해야 할 것이다.

본 연구는 영상정보의 특성과 영상정보 활용을 위한 기초능력을 탐색하기 위한 기초 연구로 이를 토대로 영상정보 활용능력 개발을 위한 교육 내용 제안, 교육 방법 및 교육프로그램 설계 등이 후속 연구로 진행될 수 있을 것이다.

## 참 고 문 헌

- 교육부 (2022). 초·중등학교 교육과정 총론. 세종: 교육부.
- 국립국어원 (2008). 표준국어대사전. 서울: 국립국어원.
- 김광수 (2002). 비판적 사고론. 철학연구, 58, 5-42.
- 김영정 (2004). 비판적 사고: 비판적 사고와 공학교육. 한국공학교육학회, 11(2), 94-101.
- 김용, 소민호 (2009). XML 기반의 동영상콘텐츠 검색 시스템 설계 및 구현. 정보관리학회지, 26(4), 113-128. <https://doi.org/10.3743/KOSIM.2009.26.4.113>
- 김진아, 김태수 (2001). 동영상 정보의 메타데이터 구축에 관한 연구. 정보관리학회지, 18(4), 15-35.
- 박소연 (2015). 검색 포털들의 모바일 검색 서비스 평가. 한국문헌정보학회지, 49(4), 317-334. <https://doi.org/10.4275/KSLIS.2015.49.4.317>
- 박재현, 백정아, 양경희, 최영인 (2019). 협력적 의사소통 능력 평가 틀 구안. 리터러시 연구, 10(6), 75-111. <http://doi.org/10.37736/kjlr.2019.12.10.6.75>
- 박주현, 강봉숙 (2020). 미디어정보 리터러시 개념과 교육내용 개발. 한국도서관·정보학회지, 51(3), 223-250. <https://doi.org/10.16981/KLISS.51.3.202009.223>
- 서순식, 민경석, 황경현, 장운정, 김혜숙 (2009). 초등학교용 ICT 리터러시 검사도구 개발 및 타당화 연구. 교육공학연구, 25(3), 193-220. <https://doi.org/10.17232/KSET.25.3.193>
- 성은모 (2015). 초등학교의 스마트미디어 활용능력 요인과 교과태도 및 학업성취도와의 관계. 교육정보

- 미디어연구, 21(2), 215-243. <https://doi.org/10.15833/KAFEIAM.21.2.215>
- 송진, 이영주 (2016). 웹 기반 동영상 콘텐츠 이용에 관한 탐색적 연구: 이용자 속성, 이용 특성, 미디어 이용과 장르 선호를 중심으로. *사이버커뮤니케이션학보*, 33(2), 43-85.
- 신동현, 장병희, 이양환 (2010). 동영상 기사의 이용에 영향을 미치는 요인에 관한 탐색적 연구. *한국언론학보*, 54(4), 49-72.
- 양정애 (2021). 유튜브 이용자들의 '유튜버'에 대한 인식. *미디어이슈*, 7(1), 1-16.
- 이병기 (2012). 정보활용교육론(개정판). 서울: 조은글터. <https://doi.org/10.978.8993419/184>
- 이승원, 심승범, 최근원, 호규현, 나은영 (2022). 숏폼(Short-form) 동영상 콘텐츠 시청 및 제작 과정에서의 추구된 충족(GS)과 획득된 충족(GO)이 이용에 미치는 영향: 충족격차모형을 적용하여. *사이버커뮤니케이션학보*, 39(4), 105-162. <https://doi.org/10.36494/JCAS.2022.12.39.4.105>
- 이진 (2020). 숏폼 동영상 콘텐츠의 유형 연구. *인문콘텐츠*, (58), 121-139. <https://doi.org/10.18658/humancon.2020.09.121>
- 이하림, 유흥식 (2017). 국내 유튜브 1인 창작자 콘텐츠의 내용적 유해성에 대한 분석 연구. *스피치와 커뮤니케이션*, 16(1), 119-152. <http://doi.org/10.22902/jsmcr.2017.16.1.004>
- 장윤희, 최병구 (2023). 영상정보를 활용한 소셜 미디어상에서의 가짜 뉴스 탐지: 유튜브를 중심으로. *정보시스템연구*, 32(2), 87-108. <https://doi.org/10.5859/KAIS.2023.32.2.87>
- 정용국, 위훈 (2020). 틱톡(TikTok) 서비스에 대한 품질 인식이 이용자 만족과 지속 사용 의도에 미치는 영향과 상업성 인식의 효과. *한국콘텐츠학회논문지*, 20(6), 77-89. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2020.20.06.077>
- 한국언론진흥재단 (2022a). 2022 10대 청소년 미디어 이용 조사. 서울: 한국언론진흥재단.
- 한국언론진흥재단 (2022b). 2022 언론수용자 조사. 서울: 한국언론진흥재단.
- 허진, 김인숙 (2023). 유튜브의 유해성 콘텐츠에 대한 문제의식과 제 3자 효과 그리고 윤리교육 및 규제강화의 필요성. *지역과 커뮤니케이션*, 27(4), 170-201. <https://doi.org/10.47020/JLC.2023.11.27.4.170>
- American Association of School Librarian and Association for Educational Communications and Technology (1998). *Information Power: Building Partnership for Learning*. Chicago: American Library Association.
- Breivik, P. S. (1989). *Information Literacy*. New York: Macmillan.
- Bughin, J. R. (2007). *How Companies can Make the Most of User-Generated Content*. New York: The McKinsey Quarterly.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *Management Information Systems Quarterly*, 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>

- Facione, P. (1990). Critical thinking: A statement of expert consensus for purposes of educational assessment and instruction(The Delphi Report). Available:  
<https://philarchive.org/archive/faccta>
- Gardiner, W. L. (2018). Can Computers Turn Teaching Inside-Out, Transform Education, and Redefine Literacy? In *Media Literacy Around the World*. London: Routledge, 359-376.  
<https://doi.org/10.4324/9781351292924-18>
- Hampapur, A. & Jain, R. C. (1998). *Video Data Management Systems: Metadata and Architecture*. New York: McGraw-Hill.
- Jana, P. K., Patoda, S., Roy, P. K., Ghosh, B., Kar, S., Debnath, A., Mukherjee, S., Chatterjee A., Majumdar, A., & Dutta, S. (2023). Information on recent monkeypox outbreak: systematic search and content analysis of Youtube videos. *Mayo Clinic Proceedings: Digital Health*, 1(1), 40-51. <https://doi.org/10.1016/j.mcpdig.2023.01.005>
- Klobas, J. E., McGill, T. J., Moghavvemi, S., & Paramanathan, T. (2018). Compulsive YouTube usage: A comparison of use motivation and personality effects. *Computers in Human Behavior*, 87, 129-139. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.05.038>
- Knowles, M. S. (1975). *Self-directed Learning: A Guide for Learners and Teachers*. Newyork: Association Press. <https://doi.org/10.1177/105960117700200220>
- Kwon, J. H. & You, S. Y. (2023). Early dementia: Content analysis of the information provided by YouTube videos in Korea. *The Journal for Nurse Practitioners*, 19(5), 104589.  
<https://doi.org/10.1016/j.nurpra.2023.104589>
- Ladhari, R. & Morales, M. (2008). Perceived service quality, perceived value and recommendation: A study among Canadian public library users. *Library Management*, 29(4/5), 352-366.  
<https://doi.org/10.1108/01435120810869129>
- Lee, E., Lee, J. A., Moon, J. H., & Sung, Y. (2015). Pictures speak louder than words: Motivations for using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(9), 552-556.  
<https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0157>
- Li, X., Shi, M., & Wang, X. S. (2019). Video mining: Measuring visual information using automatic methods. *International Journal of Research in Marketing*, 36(2), 216-231.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2019.02.004>
- Linlin, W., Wanyu, H., Yuting, L., Huimin, Q., Zhi, L., Qinchen, J., Tingting, W., Fan, W., Minghao, P., & Wei, Z. (2023). Research on the mechanism of short video information interaction behavior of college students with psychological disorders based on grounded theory. *BMC Public Health*, 23(1), 2256. <https://doi.org/10.1186/s12889-023-17211-4>



- Menon, D. (2022). Factors influencing Instagram reels usage behaviours: An examination of motives, contextual age and narcissism. *Telematics and Informatics Reports*, 5, 100007. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2022.100007>
- Mudiyanselage, A. C. R., Saini, R., & Coyne, E. (2024). Evaluation of the understandability, actionability and reliability of YouTube videos for brain, head, and neck cancer information. *European Journal of Oncology Nursing*, 102605. <https://doi.org/10.1016/j.ejon.2024.102605>
- Nielsen, J. (2006). The 90-9-1 rule for participation inequality in social media and online communities. Available: [http://www.useit.com/alertbox/participation\\_inequality.html](http://www.useit.com/alertbox/participation_inequality.html)
- Nong, W., He, Z., Ye, J. H., Wu, Y. F., Wu, Y. T., Ye, J. N., & Sun, Y. (2023). The relationship between short video flow, addiction, serendipity, and achievement motivation among Chinese vocational school students: The post-epidemic era context. *Healthcare*, 11(4), 462. <https://doi.org/10.3390/healthcare11040462>
- Omar, B. & Dequan, W. (2020). Watch, share or create: The influence of personality traits and user motivation on TikTok mobile video usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(04), 121-137. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i04.12429>
- Organisation for Economic Co-operation and Development (2018). The future of education and skills: Education 2030. OECD Education Working Papers. Available: [https://www.oecd.org/education/2030-project/contact/E2030\\_Position\\_Paper\\_\(05.04.2018\).pdf](https://www.oecd.org/education/2030-project/contact/E2030_Position_Paper_(05.04.2018).pdf)
- Qi, P., Bu, Y., Cao, J., Ji, W., Shui, R., Xiao, J., Wang, D., & Chua, T. S. (2023). FakeSV: A multimodal benchmark with rich social context for fake news detection on short video platforms. In *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence*, 37(12), 14444-14452. <https://doi.org/10.1609/aaai.v37i12.26689>
- Qin, Y., Omar, B., & Musetti, A. (2022). The addiction behavior of short-form video app TikTok: The information quality and system quality perspective. *Frontiers in Psychology*, 13, 932805. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.932805>
- Rosenthal, S. (2020). Media literacy, scientific literacy, and science videos on the internet. *Frontiers in Communication*, 5, 581585. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2020.581585>
- Shao, G. (2009). Understanding the appeal of user generated media: A uses and gratification perspective. *Internet Research*, 19(1), 7-25. <https://doi.org/10.1108/10662240910927795>
- Turner, K. H., Jolls, T., Hagerman, M. S., O'Byrne, W., Hicks, T., Eisenstock, B., & Pytash, K. E. (2017). Developing digital and media literacies in children and adolescents. *Pediatrics*, 140, S122-S126. <https://doi.org/10.1542/peds.2016-1758p>

- Xie, J., Xu, X., Zhang, Y., Tan, Y., Wu, D., Shi, M., & Huang, H. (2023). The effect of short-form video addiction on undergraduates' academic procrastination: A moderated mediation model. *Frontiers in Psychology*, 14, 1298361. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1298361>
- Ye, J. H., Wu, Y. T., Wu, Y. F., Chen, M. Y., & Ye, J. N. (2022). Effects of short video addiction on the motivation and well-being of Chinese vocational college students. *Frontiers in Public Health*, 10, 847672. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.847672>
- Yesilada, M. & Lewandowsky, S. (2022). Systematic review: YouTube recommendations and problematic content. *Internet Policy Review*, 11(1). <https://doi.org/10.14763/2022.1.1652>
- Zimmerman, B. J. & Schunk, D. H. (2004). Self-regulating intellectual processes and outcomes: A social cognitive perspective. In *Motivation, Emotion, and Cognition*, 323-349. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781410610515-22>

• 국문 참고문헌에 대한 영문 표기

(English translation of references written in Korean)

- Chang, Yoon Ho & Choi, Byoung Gu (2023). Fake news detection on social media using video information: Focused on YouTube. *The Journal of Information Systems*, 32(2), 87-108. <https://doi.org/10.5859/KAIS.2023.32.2.87>
- Chung, Yongkuk & Xin, Wei (2020). Effects of perceived quality of TikTok on user satisfaction and continuance intention: and the role of commercial viability. *Journal of the Korea Contents Association*, 20(6), 77-89. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2020.20.06.077>
- Heo, Jin & Kim, In-Sook (2023). The influence of the negative perception of YouTube's harmful contents and the third-person effect on the support of media literacy education and reinforcement of regulation for contents creators. *Locality & Communication*, 27(4), 170-201. <https://doi.org/10.47020/JLC.2023.11.27.4.170>
- Kim, Jin-Ah & Kim, Tae-Soo (2001). A study on the development of metadata of moving images. *Journal of the Korean Society for Information Management*, 18(4), 15-35.
- Kim, Kwang-Su (2002). A theory on critical thinking. *Journal of The Society of Philosophical Studies*, 58, 5-42.
- Kim, Yong & So, Min-Ho (2009). A study on implementation of XML-based information retrieval system for video contents. *Journal of the Korean Society for Information Management*, 26(4), 113-128. <https://doi.org/10.3743/KOSIM.2009.26.4.113>
- Kim, Young-Jeong (2004). Critical thinking: Critical thinking and engineering education. *Journal*

- of Engineering Education Research, 11(2), 94-101.
- Korea Press Foundation (2022a). Tweens' and Teens' Media Use in Korea 2022. Seoul: Korea Press Foundation.
- Korea Press Foundation (2022b). Media Users in Korea 2022. Seoul: Korea Press Foundation.
- Lee, Byeong-Ki (2012). Information Literacy Instruction. Seoul: Joeungeulteo.  
<https://doi.org/10.978.8993419/184>
- Lee, Harim & Yu, Hong Sik (2017). An exploratory study on negative characteristics of multi channel network content, and introduction of relevant regulations. Korea Speech, Media & Communication Association, 16(1), 119-152. <http://doi.org/10.22902/jsmc.2017.16.1.004>
- Lee, Jin (2020). A study on types of short-form video Contents. Humanities Contents, (58), 121-139. <https://doi.org/10.18658/humancon.2020.09.121>
- Lee, Seungwon, Shim, Seungbum, Choi, Keunwon, Ho, Gyuhyun, & Na, Eun-Yeong (2022). The effects of gratification sought and gratification obtained by the use of short-form video contents: Applying the gratification discrepancy model. Journal of Cybercommunication Academic Society, 39(4), 105-162. <https://doi.org/10.36494/JCAS.2022.12.39.4.105>
- Ministry of Education (2022). An Introduction to Elementary and Secondary School Curriculum. Sejong: Ministry of Education.
- National Institute of Korean Language (2008). Standard Korean Dictionary. Seoul: National Institute of Korean Language.
- Park, Jae-Hyun, Baik, Jeong-Yi, Yang, Kyoung-Hee, & Choi, Youngin (2019). A study on the collaborative communication competence assessment framework. Korean Association for Literacy, 10(6), 75-111. <http://doi.org/10.37736/kjlr.2019.12.10.6.75>
- Park, Juhyeon & Kang, Bong-suk (2020). A study on the development of media information literacy concept and educational contents. Journal of Korean Library and information Science Society, 51(3), 223-250. <https://doi.org/10.16981/KLISS.51.3.202009.223>
- Park, Soyeon (2015). Evaluation of mobile-based web search services: Suggestions for needed improvements. Journal of the Korean Society for Library and Information Science, 49(4), 317-334. <https://doi.org/10.4275/KSLIS.2015.49.4.317>
- Shin, Dong-Heon, Chang, Byeng-Hee, & Lee, Yang-Hwan (2010). An exploratory study on factors affecting the use of video-type news content. Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 54(4), 49-72.
- Song, Gin & Lee, Yeong-Ju (2016). An exploratory study on the uses of web-based video contents: Focusing on demographics, characteristics of content and media consumption, and genre

- preference. *Journal of Cybercommunication Academic Society*, 33(2), 43-85.
- Suh, Soonshik, Min, Kyungseok, Hwang, Kyunghyun, Jang, Yunjeong, & Kim, Hyesook (2009). Developing and validating ICT literacy test for elementary school students. *Journal of Educational Technology*, 25(3), 193-220. <https://doi.org/10.17232/KSET.25.3.193>
- Sung, Eunmo (2015). The relationship of smart media literacy's factors for primary school student on subject attitude and achievement. *The Journal of Educational Information and Media*, 21(2), 215-243. <https://doi.org/10.15833/KAFEIAM.21.2.215>
- Yang, Jung-Ae (2021). YouTube Users' Perceptions of YouTubers. *Media Issue*, 7(1), 1-16.