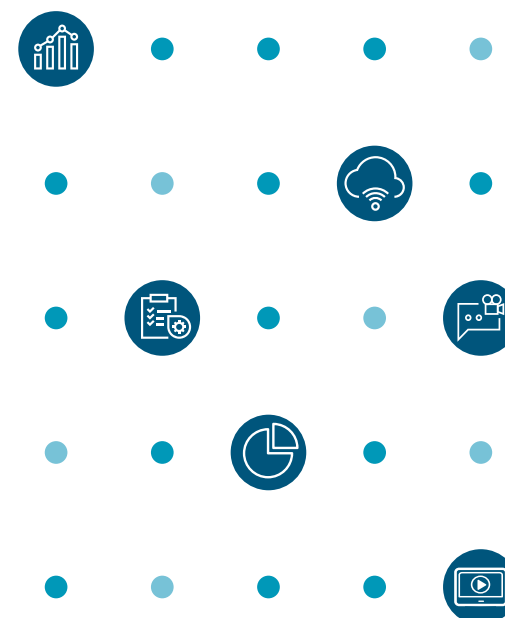
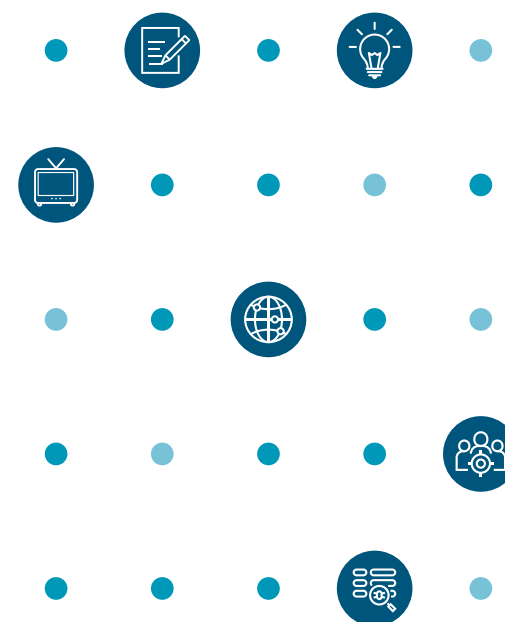


2023년 시청자미디어센터 이용자 미디어리터러시 교육 효과 측정 연구

| 신명환, 심재웅, 방우리,이창원,최혜진



2023년 시청자미디어센터 이용자 미디어리터러시 교육 효과 측정 연구

이 보고서는 2023년도 방송통신위원회 방송통신발전기금 시청자권익증진사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해이며, 시청자미디어재단의 공식 입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

시청자미디어재단 이사장 귀하

본 보고서를 『2023년 시청자미디어센터 이용자 미디어리터러시 교육 효과 측정 연구』의 결과보고서로 제출합니다.

2023년 11월

연구 기관: 한국미디어정책학회

연구책임자: 신명환(경기대학교 미디어커뮤니케이션학과 겸임교수, 언론학 박사)

참여연구원: 심재웅(숙명여자대학교 미디어학부 교수, 언론학 박사)

방우리(숙명여자대학교 미디어학과, 박사수료)

이창원(고려대학교 미디어학과, 박사과정)

최혜진(고려대학교 미디어학과, 석사)

목 차

요약문	i
-----------	---

제1장

서론

제1절. 연구의 필요성	1
제2절. 연구의 구성	2
1. 연구의 절차	2
2. 설문의 구성 및 설문절차	3

제2장

국내외 미디어교육 현황

제1절 국내 미디어교육	7
1. 시청자미디어센터 미디어교육	7
2. 국내 미디어교육 수행기관	10
제2절 해외 미디어교육	12
1. 미국	12
2. 영국	15
3. 호주	18
4. 핀란드	20

제3장

미디어리터러시 역량 측정

제1절 미디어리터러시 주요 역량	25
-------------------------	----

제2절 미디어리터러시 측정지수	29
------------------------	----

제3절 측정에 사용된 역량과 지수	33
--------------------------	----

제4장

미디어리터러시 교육 효과 측정

제1절 전국민 미디어리터러시 역량 및 실태조사	42
---------------------------------	----

1. 조사 대상 및 표본의 구성
2. 인구통계학적 특성
3. 미디어리터러시 역량분석 결과
4. 미디어리터러시 실태조사 결과

제2절 시청자미디어센터 이용자 역량 및 실태	69
--------------------------------	----

1. 조사 대상 및 표본의 구성
2. 인구통계학적 특성
3. 미디어리터러시 역량분석 결과
4. 미디어리터러시 실태조사 결과

제3절 시청자미디어센터 교육 전/후 효과	98
------------------------------	----

1. 시청자미디어센터 교육 전/후 비교
2. 인구학적 성향에 따른 교육 효과비교

제5장

결론

제1절 연구의 주요내용 요약	106
-----------------------	-----

1. 전국민미디어리터러시 역량 및 실태조사	106
-------------------------------	-----

2. 시청자미디어센터 이용자 역량 및 실태조사	107
---------------------------------	-----

3. 시청자미디어재단 교육 전/후 효과	110
-----------------------------	-----

제2절 미디어교육 방안 제안	111
-----------------------	-----

1. 디지털 미디어 시대의 시청자미디어센터의 역할과 방향	111
--	-----

2. 미디어교육 방안 제안	113
----------------------	-----

설문지	116
-----------	-----

참고문헌	125
------------	-----

표 목 차

〈표1-1〉 연구의 절차	3
〈표1-2〉 설문지 주요 역량	4
〈표 2-1〉 시청자미디어센터 현황	8
〈표 2-2〉 시청자미디어재단 주요 미디어교육 사업	8
〈표 2-3〉 시청자미디어재단 대상별 미디어교육	9
〈표 2-4〉 미디어 리터러시 교육 프로그램의 '5가지 핵심 질문 키워드'	13
〈표 3-1〉 EU-28개국 보고서에서 정의한 5가지 미디어리터러시 역량	25
〈표 3-2〉 호주의 미디어리터러시 역량	26
〈표 3-3〉 오프콤의 미디어리터러시 필수 역량	27
〈표 3-4〉 EAVI(2009) 미디어리터러시 역량 및 세부요소	28
〈표 3-5〉 주요 해외연구에 나타난 미디어리터러시 역량 요소	28
〈표 3-6〉 인터넷 사용자 미디어리터러시 지표와 시계열 측정 리스트	30
〈표 3-7〉 미디어 리터러시 4대 역량	34
〈표 3-8〉 접근과 이해 역량	35
〈표 3-9〉 비판적 이해 역량	36
〈표 3-10〉 표현과 창작 역량	37
〈표 3-11〉 소통과 참여 역량	38
〈표 3-12〉 접근과 이용역량 신뢰도 분석	39
〈표 3-13〉 비판적 이해 신뢰도 분석	39
〈표 3-14〉 표현과 창작 신뢰도 분석	40
〈표 3-15〉 소통과 참여 신뢰도 분석	40
〈표 4-1〉 응답자의 표본구성	42
〈표 4-2〉 응답자의 특성	43
〈표 4-3〉 역량별 평균과 표준편차	46
〈표 4-4〉 접근과 이용 역량의 평균과 표준편차	47
〈표 4-5〉 비판적 이해 역량의 평균과 표준편차	49
〈표 4-6〉 표현과 창작 역량의 평균과 표준편차	50

〈표 4-7〉 소통과 참여 역량의 평균과 표준편차	51
〈표 4-8〉 성별에 따른 역량의 차이	53
〈표 4-9〉 연령대에 따른 역량의 차이	54
〈표 4-10〉 가구소득에 따른 역량 차이	55
〈표 4-11〉 학력에 따른 역량 차이	56
〈표 4-12〉 미디어리터러시 용어 인지 여부	58
〈표 4-13〉 성별에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부	58
〈표 4-14〉 연령대에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부	59
〈표 4-15〉 학력에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부	59
〈표 4-16〉 직업에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부	60
〈표 4-17〉 거주 지역에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부	60
〈표 4-18〉 미디어리터러시 교육에 대한 인식	61
〈표 4-19〉 미디어리터러시 교육의 필요성	62
〈표 4-20〉 미디어리터러시 교육 경험 여부	63
〈표 4-21〉 미디어리터러시 교육 경험 횟수	63
〈표 4-22〉 미디어리터러시 교육 수강 기관	64
〈표 4-23〉 미디어리터러시 정보습득 경로	64
〈표 4-24〉 미디어리터러시 교육의 대상	65
〈표 4-25〉 미디어리터러시 교육 진행 평가	65
〈표 4-26〉 미디어리터러시 교육에서 중요한 주제	66
〈표 4-27〉 온라인을 통한 미디어리터러시 교육 희망 과목	67
〈표 4-28〉 참여를 원하는 미디어 활동	68
〈표 4-29〉 지원이 필요하다고 생각하는 분야	68
〈표 4-30〉 본 분석에 사용된 시청자미디어센터 역량별 미디어교육 사업 (2023년 기준)	70
〈표 4-31〉 응답자의 표본구성	72
〈표 4-32〉 응답자의 특성	73
〈표 4-33〉 역량별 평균과 표준편차	76
〈표 4-34〉 접근과 이용 역량의 평균과 표준편차	77

〈표 4-35〉 비판적 이해 역량의 평균과 표준편차	79
〈표 4-36〉 표현과 창작 역량의 평균과 표준편차	80
〈표 4-37〉 소통과 참여 역량의 평균과 표준편차	81
〈표 4-38〉 성별에 따른 역량의 차이	83
〈표 4-39〉 연령대에 따른 역량의 차이	84
〈표 4-40〉 학력에 따른 역량 차이	85
〈표 4-41〉 미디어리터러시 용어 인지 여부	86
〈표 4-42〉 성별에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부	87
〈표 4-43〉 연령대에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부	87
〈표 4-44〉 학력에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부	87
〈표 4-45〉 직업에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부	88
〈표 4-46〉 거주 지역에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부	89
〈표 4-47〉 미디어리터러시 교육에 대한 인식	89
〈표 4-48〉 미디어리터러시 교육의 필요성	90
〈표 4-49〉 미디어리터러시 교육 경험 여부	91
〈표 4-50〉 미디어리터러시 교육 경험 횟수	91
〈표 4-51〉 미디어리터러시 교육 수강 기관	92
〈표 4-52〉 미디어리터러시 정보습득 경로	92
〈표 4-53〉 미디어리터러시 교육의 대상	93
〈표 4-54〉 미디어리터러시 교육 진행 평가	94
〈표 4-55〉 미디어리터러시 교육에서 중요한 주제	94
〈표 4-56〉 온라인을 통한 미디어리터러시 교육 희망 과목	96
〈표 4-57〉 참여를 원하는 미디어 활동	96
〈표 4-58〉 지원이 필요하다고 생각하는 분야	97
〈표 4-59〉 미디어리터러시 역량 교육 전/후 효과	98
〈표 4-60〉 미디어리터러시 역량별 교육 전/후 효과 비교	99
〈표 4-61〉 미디어리터러시 역량별 교육 전/후 효과	99

〈표 4-62〉 성별에 따른 역량의 차이	102
〈표 4-63〉 연령대에 따른 역량의 차이	103
〈표 4-64〉 거주 지역에 따른 역량 차이	104

그림 목 차

[그림 2-1] 미디어 스마트 제공 프로그램	17
[그림 3-1] MIL 주제와 관련된 구성요소	31
[그림 4-1] 역량별 평균	41
[그림 4-2] 접근과 이용 역량의 평균	47
[그림 4-3] 비판적 이해 역량의 평균	49
[그림 4-4] 표현과 창작 역량의 평균	50
[그림 4-5] 소통과 참여 역량의 평균	51
[그림 4-6] 성별에 따른 역량의 차이	53
[그림 4-7] 미디어리터러시 용어 인지 여부	58
[그림 4-8] 미디어리터러시 교육에 대한 인식	61
[그림 4-9] 미디어리터러시 교육의 필요성	61
[그림 4-10] 미디어리터러시 교육 경험 여부	62
[그림 4-11] 역량별 평균	77
[그림 4-12] 접근과 이용 역량의 평균	78
[그림 4-13] 비판적 이해 역량의 평균	80
[그림 4-14] 표현과 창작 역량의 평균	81
[그림 4-15] 소통과 참여 역량의 평균	82
[그림 4-16] 성별에 따른 역량의 평균 차이	84
[그림 4-17] 미디어리터러시 용어 인지 여부	87
[그림 4-18] 미디어리터러시 교육에 대한 인식	90
[그림 4-19] 미디어리터러시 교육의 필요성	91
[그림 4-20] 미디어리터러시 교육 경험 여부	92
[그림 4-21] 미디어리터러시 역량 교육 전/후	99

요 약 문

1. 제 목

2023년 시청자미디어센터 이용자 미디어리터러시 교육 효과 측정 연구

2. 연구 목적 및 필요성

본 연구는 미디어리터러시 역량 강화를 위한 미디어 교육을 운영 중인 시청자미디어센터의 프로그램 이용자의 교육 효과 측정을 위해 수행되었다. 현재 시청자미디어재단은 전국 10개 지역센터를 통해 맞춤형 미디어교육, 실생활 미디어 참여 지원, 장애인 등 소외계층 미디어 접근권 보장, 방송제작 장비·시설의 이용지원, 시청자 권익을 보호를 위한 다양한 지원과 교육을 실시 중이다. ‘평생 미디어 교육’과 ‘이용자의 실질적 교육’이라는 시청자미디어재단의 목표 아래 추진되고 있는 프로그램들이 시청자들에게 실질적이고 효과적으로 받아들여지기 위해서는 프로그램에 대한 정확하고 세밀한 효과 측정이 중요하다.

이에 본 조사는 국민을 대상으로 미디어리터러시 역량과 실태를 파악하고, 시청자미디어센터 프로그램 참여자의 미디어리터러시 역량실태를 비교 분석하고자 한다. 또한 시청자미디어센터 프로그램 참여자에 대한 미디어리터러시 역량실태를 교육 전과 교육 후로 구분해 비교함으로써 미디어교육의 성과 지표를 도출해 보고자 한다. 이를 통해 연령·지역·대상별 미디어리터러시 교육 커리큘럼 개발과 운영의 효율성을 극대화하고, 중장기적 미디어교육 정책 수립을 위한 기초 자료를 제공하는 것이 본 조사의 목적이다. 이는 향후 시청자미디어재단의 프로그램 개발 및 정책 수립의 기초 자료로 활용될 수 있고, 미디어교육의 나아갈 방향 설정을 위한 단서를 제공할 수 있을 것이다.

3. 연구의 구성 및 범위

본 연구는 5단계의 연구절차에 따라 수행되었다. 먼저 1장 서론에서는 본 연구의 필요성과 연구의 구성에 대해 설명하였다. 미디어리터러시 역량 및 실태 조사는 대국민의 미디어리터러시 역량 측정과 시청자미디어센터의 교육 프로그램 참가 전과 참가 후의 역량 변화를 측정하는 연

구임으로, 조사 대상의 선정, 조사 방법에 대해 구체적으로 기술하였다. 그리고 2장에서는 국내외 미디어교육 현황을 살펴보았다. 국내 미디어 교육 현황은 시청자미디어센터 현황과 함께 미디어 리터러시 관련 교육을 수행하고 있는 정부 기관, 학교, 민간 기관 등에 관해 설명하였다. 특히 해외 미디어 교육은 미국, 영국, 호주, 핀란드를 중심으로 수행되고 있는 미디어 교육을 소개하였다. 3장에서는 미디어리터러시 역량 측정 문항의 정교화를 위해 미디어리터러시 역량으로 언급되는 주요 역량을 국내와 해외를 중심으로 정리하였다. 4장에서는 본 연구가 목적으로 하는 전국민 미디어리터러시 역량 및 실태조사 결과, 시청자미디어센터 이용자 역량 및 실태조사, 그리고 시청자미디어센터 교육 전후 효과를 비교 분석하였다. 5장 결론에서는 연구의 주요 내용을 요약하고 미디어교육 발전방안을 제안하였다.

본 연구의 연구 대상은 크게 대한민국 국민과 지역 시청자미디어센터 교육프로그램에 참여한 교육생으로 구성되었다. 전국민의 경우 약 500명을 대상으로 지역별·연령별·대상별로 할당 표집하였고 교육생의 경우 시청자미디어센터 교육프로그램에 최소 3차시(6시간) 수업에 참여한 교육생으로 한정하였다.

설문의 문항은 방송통신위원회의 2020년도와 2021년도사업을 통해 개발된 미디어리터러시 역량 조사를 바탕으로 시청자미디어재단의 미디어리터러시 4대 역량군의 개념에 맞춰 설문을 구성하였다. 역량의 보완을 위해 질적 방법론을 통한 지수 도출의 정교화를 시도하였는데, 전문가 자문회의를 통해 통계 분석 결과 논의 및 협의를 통해 도출하였다.

측정은 전국민 미디어리터러시 역량 및 실태조사와 10개의 시청자미디어센터 교육 프로그램 참여자로 나누어 진행되었다. 보완된 측정 모형과 방법론을 기반으로, 전국민 미디어리터러시 역량 및 실태조사는 약 500명을 대상으로 지역별·연령별·대상별로 할당 표집하여 미디어리터러시 역량 및 실태조사 온라인으로 실시하였다. 또한 시청자미디어센터 교육프로그램 참여자의 교육 역량 변화 및 실태를 파악하기 위해 전국 시청자미디어센터(10개 센터) 이용자를 대상으로 온라인 설문을 수행하였다. 이용자의 역량 변화 조사를 위하여 교육생들이 교육을 참가하기 전과 후로 나누어 응답하도록 하였으며 대응표본으로 구성되어 총 1000명을 목표로 설문을 진행하였다.

4. 연구 내용 및 결과

본 연구는 국내외 미디어 교육 현황, 미디어리터러시 측정 지수, 미디어리터러시 역량 및 실태조사로 구성되었다. 먼저 국내외 미디어 교육 현황에서 국내의 경우 미디어 리터러시 관련 교육을

수행하고 있는 정부기관, 학교, 민관기관 등을 살펴본 후, 해외 미디어 교육 현황을 중심으로 프로그램 운영과 시사점을 도출하였다. 문화체육관광부 산하 준정부기관인 한국언론진흥재단은 일반인은 물론, 언론인과 미디어 리터러시 교육 진행자(교사, 강사 등)에 대한 프로그램을 운영하고 있고, ‘미디어교육사’와 같은 민간자격증을 통해 미디어 리터러시 전문 인력을 양성하고 있었다. 과학기술정보통신부 산하 한국지능정보사회진흥원의 경우, ‘정보격차 해소’에 초점을 맞춰 디지털 역량 교육 서비스를 제공하고 있었다. 그리고 최근에는 생성형 인공지능, NFT, 메타버스 등 새로운 정보통신기술에 대한 교육도 진행 중이다. 교육부는 미디어 리터러시 능력을 시민성을 고양하는 기초 소양이자 필수적 능력임을 강조하면서, 초, 중, 고교 과정별, 학교 특성별 등에 맞춤형으로 교육과정을 개정해나가고 있다.

미국, 영국, 호주, 핀란드 등 해외 주요국들은 EU의 보고서에서 정의한 5가지 미디어 리터러시 역량; 비판적 사고(Critical thinking), 미디어 이용(Media use), 참여와 상호작용(Participation and engagement), 창의성(Creative skills), 문화 간 대화(Intercultural dialogue) 중에서 공통적으로 ‘비판적 사고(Critical thinking)’ 역량강화에 가장 중점을 두고 있었다. 우선 미국의 CML MediaLit Kit는 ‘5가지 핵심 질문’을 기본으로 ‘25가지 수업 계획’을 통해 ‘개념(Concept)’을 가르치기보다는 다양한 단계의 ‘질문(Question)’을 통해 어린이와 청소년들에게 ‘비판적 사고(Critical Thinking)’와 ‘식별(discernment)’ 역량을 강화하도록 교육을 추진하고 있는 것으로 나타났다. 미디어 리터러시 교육 협회(NAMLE)도 마찬가지로 2023년 미디어 리터러시 주간은 ‘비판적 사고(Critical Thinking)’를 목표로 한다고 발표하며 교육자의 입장으로써 인공지능이 생성하는 콘텐츠가 무엇이 잘못되었는지, 무엇이 제대로 되었는지, 그리고 그것의 목적을 식별할 수 있는 능력을 배우도록 설계했다.

영국의 오프콤(Ofcom)은 다양한 방식으로 MSOM(Making Sense of Media) 프로그램을 통한 연구를 진행하며 최적의 미디어 리터러시 교육 프로그램을 만들기 위한 자료조사에 매진하고 있다. BBC 또한 ‘마이 월드 미디어 리터러시(My World Media Literacy)’를 통해 11-14세의 학생들을 위한 무료 교육 플랫폼을 제공하며 글로벌 미디어 리터러시와 현대 저널리즘에서 제시되는 정보에 대한 평가 능력 향상에 주력하고 있었다.

호주는 국가 교육과정(Australian Curriculum)을 재정비하여 미디어 아트(Media Art), 과학 및 인문 및 사회 과학에서 미디어 리터러시의 주요 지식, 개념 및 기술을 탐색할 수 있는 프로그램을 제공하고 있었다. AMLA(Australian Media Literacy Alliance) 또한 6가지의 미디어 리터러시(Media Literacy)는 개념을 사용하여 사람들이 미디어에 대해 ‘비판적인 질문(Critical Questioning)’을 하도록 권장하고 있는 것으로 나타났으며, 호주 공영방송 ABC가 제공하는 미디어

어 리터러시 교육프로그램은 초·중등학교 교사 및 학생을 위한 교과 연계 학습 자료를 통해 '비판적 이고 창조적인 사고(Critical and Creative Thinking)의 영역을 강화하려는 것으로 나타났다.

1972년 처음으로 학교 교과 과정의 원칙으로 미디어에 대한 발견과 해석, 비판적인 채택, 정보 기술에 대한 이해 등을 포함시키며 체계적인 미디어 교육의 틀을 확립한 핀란드도 마찬가지로 '비판적 이해(Critical Thinking)'가 미디어 리터러시 교육에서 매우 중요한 역량을 강조하고 있었다. 특히 핀란드 미디어 교육의 지향점은 '모두를 위한 미디어 교육(media education for all)'으로 연령대에 맞춘 미디어 교육 평생학습(life-long learning)을 목표로 삼고 있었다.

미디어리터러시 측정 지수와 관련하여 본 연구에서는 2020년, 2021년, 2022년 방송통신위원회의 연구과제에서 도출된 설문 항목을 시청자미디어재단에서 역점을 두고 수행하고 있는 미디어 리터러시 역량의 개념에 따라 재구성하여 분석을 실시하였다. 특히 시청자미디어재단 연구 과제(이선민·김양은·서윤경, 2022)에서 도출된 '접근과 이용', '비판적 이해', '표현과 창작' 그리고 '소통과 참여' 4개의 역량군과 13개의 하위역량을 분석의 틀로 삼았다. 먼저 '접근과 이용'은 미디어 접근, 목적에 맞는 이용, 균형있는 이용 그리고 안전한 이용이라는 4가지 세부 역량으로 나뉘며, 사용자의 목적과 생활에 맞게 미디어 서비스에 접근, 선택 및 이용하는 능력을 의미한다. '비판적 이해'는 미디어 재현 이해, 정보 분석과 평가, 디지털 기술의 영향력 이해 그리고 프라이버시와 정보 권리 이해 3가지로 구성된다. '표현과 창작'은 창의적 표현과 미디어 창작으로 세분화할 수 있으며 미디어 콘텐츠와 서비스를 구상하고 제작하는 능력을 말한다. 마지막으로 '소통과 참여'는 성찰적 소통, 연결과 협업 그리고 시민적 참여로 3가지 역량으로 구성되며 미디어를 통해 타인과 소통하고 협력할 수 있는 능력을 의미한다. 역량 측정을 위한 설문은 총 39개 문항으로 구성했다.

조사는 전국민을 대상으로 한 설문 응답으로 진행되었다. 온라인 서베이로 진행되었고, 응답은 리서치 전문기업인 마크로밀엠브레인이 확보하고 있는 패널을 사용하였다. 조사 기간은 2023년 11월 7일부터 2023년 11월 17일까지 10일간이며, 조사대상 모집단은 만13세-만60세 이상의 일반 국민으로 정의하고 성, 지역, 연령을 할당하고 층화표집법을 통해 500명을 표본설계 했다.

설문 응답의 평균과 표준편차를 통해 4가지 미디어리터러시 역량과 세부 역량에 관한 분석 결과는 전체 항목의 평균은 3.80(표준편차 .69)로 나타났다. 측정 문항은 변경이 되었으나 지난해 시청자미디어재단에서 수행한 연구과제 “시청자미디어센터 이용자 미디어리터러시 역량 측정연구” 위탁연구 2022-1의 연구 결과는 3.77(표준편차=.085)이었다. 13개 세부 역량 가운데 미디어 접근 역량(평균 4.51, 표준편차 0.61)이 가장 높았고, 목적에 맞는 이용 역량(평균 4.34, 표준편차 0.65), 성찰적

소통(평균 4.32, 표준편차 0.66), 디지털 기술의 영향력 이해(평균 3.93, 표준편차 0.52) 순으로 나타났다. 비판적 이해 역량은 미디어가 우리의 생각과 태도를 바꿀 수 있으며, 미디어가 개인과 사회에 미치는 영향에 대해 이해하는 디지털 기술의 영향력을 이해하는 역량(평균 3.93)이 높게 나타났으며, 내가 접한 정보의 의도를 파악하거나 누가 만든지를 확인하고 이용하는 미디어 재현의 이해 역량(평균 3.50)은 낮은 것으로 나타났다. 표현과 창작 역량 가운데 창의적 표현 역량(평균 3.70)은 높게 나타났고, 상대적으로 자신이 원하는 대로 콘텐츠를 제작하는 미디어 창작 역량(평균 3.50)은 낮게 나타났다. 소통과 참여 역량은 온라인에서 타인을 비난하거나 공격하는 것을 하지 않으며 개인이나 집단에 대해 차별적 표현을 하지 않은 성찰적 소통 역량(평균 4.32)이 높게 나타났고, 온라인에서 새로운 인간관계를 맺거나 소통하는 연결과 협업 역량(평균 3.54)은 낮게 나타났다.

설문 응답자 500명 중 미디어리터러시라는 용어를 들어본 적이 있는 사람은 25.0%, 들어본 적이 없는 사람은 75.0%로 나타났다. 그리고 미디어리터러시 교육의 필요성에 대해서는 필요하다는 응답 비율이 53.0%, 미디어리터러시 교육의 필요성에 대한 긍정 응답 비율은 67.4%, 부정 응답 비율은 4.6%로 나타났다. 미디어리터러시 교육은 중고등학생을 대상으로 해야 한다는 응답과 함께 전 국민을 대상으로 진행되어야 한다는 두 응답이 두드러졌다. 미디어리터러시 교육이 잘 진행되고 있는지에 대한 평가에서는 긍정평가가 19%로 나타나며, 2022년 조사의 긍정 평가(6%)보다 상승했다.

시청자미디어센터 이용자의 미디어리터러시 역량 및 실태를 파악하기 위해 이들에 대한 온라인 설문 응답도 실시하였다. 조사는 온라인 서베일로 진행되었고, 응답자는 전국 시청자미디어센터 10개(부산, 광주, 강원, 대전, 인천, 서울, 울산, 경기, 충북, 세종)의 교육 프로그램에 참여한 교육생이다. 설문 참여자의 성별은 남자 292명(36.4%), 여자 511명(63.6%)이었고, 연령별로는 만13세-19세 학교 미디어교육의 대상자 479명(59.7%), 만 60세이상 114명(14.3%), 만50대-59세 98명(12.2%) 등이다.

미디어리터러시 역량은 평균 3.88점(표준편차 0.70)로 나타났다. 미디어 기기의 기본적인 기능과 서비스에 접근하는 능력인 미디어 접근 역량이 평균 4.37로 가장 높게 나타났으며, 미디어 텍스트를 구성하는 기호·관습과 이에 영향을 미치는 정치·경제적 맥락을 파악해 미디어가 현실을 재현하는 방식을 비판적으로 분석하고 이해하는 능력인 미디어 재현을 이해하는 역량(평균 3.55점)이 낮게 나타났다. 시청자미디어센터 교육에 참여한 응답자는 미디어가 재현하는 내용에 대한 이해와 미디어를 통해 사람을 연결하고, 공동체의 삶의 향상을 위해 공공의 문제를 해결하는 활동에 참여하는 역량이 다소 낮은 것으로 나타났다. 반면 목적에 맞는 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 선택하여 이용하거나 생각과 의견을 표현하고 소통하기 위해 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 창의적

으로 구상하는 능력과 디지털 기술이 미치는 영향력에 대한 이해는 높은 것으로 나타났다. 소통과 참여 역량 가운데 타인을 존중하며, 미디어로 책임있게 소통하는 성찰적 소통의 “온라인에서 타인을 비난하거나 공격(욕설, 비속어 사용, 비방 글이나 이미지)하지 않는다”는 항목의 평균이 4.32로 나타났다. 그리고 성찰적 소통 문항은 다른 역량과 비교해 볼 때 높은 평균 점수(평균 4.36)를 보여주고 있었다.

인구학적 특성에 따른 미디어리터러시의 비판적 이해 역량은 남성(평균 3.73점), 여성(3.63점)으로 남성이 여성보다 비판적 이해 역량이 높은 것으로 나타났다. 연령대에 따른 역량의 차이를 분석한 결과, 접근과 이용 역량은 만 40세-49세(평균 4.19), 만 30세-39세(평균 4.11)가 상대적으로 높으며, 반면 만50세 이상(평균 3.89)로 낮게 나타났다. 그리고 표현과 창작 역량은 만13-19세(평균 4.09)가 가장 높았고, 만 30-39세(평균 3.85), 만 40-49세(평균 3.71)로 연령이 높아질수록 표현과 창작 역량이 낮아지는 추세를 보여주고 있었다. 소통과 참여 역량은 만30-39세와 만40-49세가 평균 4.04으로 다른 연령대보다 높은 것으로 나타났다.

시청자미디어센터가 제공하는 교육 프로그램 참여자(803명)를 대상으로 한 미디어리터러시 관련 실태조사 결과 미디어리터러시라는 용어를 들어본 적이 있는 사람은 40.5%, 들어본 적이 없는 사람은 59.5%로 나타났다. 미디어리터러시 교육 대상과 관련해서는 전 국민을 대상으로 진행되어야 한다는 응답과 중고등학생을 대상으로 해야 한다는 응답이 두드러지게 나타났다. 11가지 미디어리터러시 교육 중에서 중요한 주제라 생각되는 교육을 응답자에게 선택하도록 한 결과, 온라인 윤리와 예절 관련 교육(11.7%), 콘텐츠(정보) 제작자의 의도나 의미를 파악하고 이해하는 교육(10.7%), 콘텐츠(정보)의 정확성을 이해하는 교육(10.2%), 미디어를 통해 내 생각을 자유롭게 제작하고 공유하는 교육(9.8%), 공공서비스, 금융거래(전자상거래), 일상정보와 전문정보를 이용하는 교육(7.5%) 순으로 나타났다.

시청자미디어센터에서 운영하고 있는 교육 프로그램의 교육 전/ 교육 후 효과를 분석한 결과, 시청자미디어센터의 교육 전 미디어리터러시 역량은 3.88점, 교육 실시 후 미디어리터러시 역량은 평균 4.12점으로 역량 수준 향상도는 6.18%가 높아짐을 알 수 있었다. 앞선 분석에서 전국민을 대상으로 미디어리터러시 역량을 측정한 결과 평균 3.80점으로 나타났다. 이는 전국민의 미디어리터러시 역량과 시청자미디어센터 이용자들의 미디어 리터러시 역량을 비교해 볼 때, 시청자미디어센터 이용자의 역량이 높음을 알 수 있었다

문항별로는 미디어 창작, 시민적 참여, 정보 분석과 평가, 프라이버시와 정보권리 이해, 창의적 표현, 성찰적 소통, 연결과 협업의 세부 역량에서 교육 전 보다 교육 후 미디어리터러시 역량이 상승하는 것으로 나타났다. 교육 전과 교육 후의 대응표본에 따른 T검증 결과, 교육 전보다 교육

후의 평균값이 높은 것으로 나타났고, 이는 통계적으로 차이를 보였다. 특히 비판적 이해 역량에서 교육 전보다 교육 후 상승($t=-7.72$)하는 것으로 나타났고, 소통과 참여 역량($t=-7.18$)도 높아지는 것으로 나타났다. 연령대에 따른 미디어리터러시 역량의 교육 전과 교육 후 효과는 20대와 50대가 다른 연령대에 비해 높은 것으로 나타났다.

5. 미디어 리터러시 정책적 제언

본 연구는 시청자미디어재단을 중심으로 전국 10개 시청자미디어센터에서 진행하고 있는 미디어교육과 해외 사례, 설문 응답 결과를 중심으로 미디어 리터러시 관련 정책에 대한 개선방안을 제시하고자 하였다. 우선 디지털 미디어 시대에서는 ‘지역’, ‘공동체’, ‘플랫폼’ 중심의 시청자미디어센터 역할이 필요하다. 시청자미디어센터는 지역 행사와 지역공동체 활성화를 위한 지역민 소통, 지역미디어교육 강사, 장애인방송 제작인력 양성 등 인력개발 및 지역경제에 이바지하는 지역 공공 인프라로써 기능해야 하고, 시청자미디어센터의 유대와 협력 기능을 통해 공동체와의 상호호혜성을 기반으로 지속해서 원인과 결과가 순환되는 사회적 상호작용을 형성해야 한다. 그리고 지역공동체와 상호 협력하는 플랫폼 모델로 진화하며, 나아가 지역공동체와의 협력 모델을 강화할 “신지역주의(New Regionalism)” 방안의 실천에 대한 고민이 필요해 보인다.

구체적인 미디어 교육 방안으로는 생애 주기별/수준별 미디어교육 프로그램을 제공할 것을 제안한다. 설문 결과에 따르면 높은 비율로 미디어리터러시 교육의 필요성과 특정 세대를 목표로 하는 교육이 아닌 전 연령대(생애)의 필수 교육의 필요성에 공감하고 있다. 해외에서는 이미 미디어교육과 관련된 여러 기관에서 ‘생애주기별 교육’을 강조하며 어린이, 청소년, 노인에 대한 교육 프로그램의 차별화와 맞춤화에 주목해 왔다. 그리고 효과적인 생애 주기별/수준별 미디어교육 프로그램을 제공하기 위해서는 시민의 미디어리터러시 역량 수준을 파악하는 것이 중요하다. 이에 EU 미디어 리터러시 측정 연구에서는 역량의 수준을 초급, 중급, 고급 세 단계로 나누어 접근하고 있다.

세부역량 강화를 위한 프로그램 개발과 강사진 육성에도 집중할 필요가 있다. 본 연구에서 시청자미디어센터 교육 참여자는 미디어 창작, 시민적 참여, 정보 분석과 평가, 프라이버시와 정보권리 이해, 창의적 표현, 성찰적 소통, 연결과 협업의 세부 역량에서 교육 전보다 교육 후 미디어리터러시 역량이 상승하는 것으로 나타났다. 특히 거짓정보와 가짜 뉴스 등의 판별 능력에 필요한 정보 분석과 평가 역량, 성찰적 소통, 프라이버시와 정보 권리 역량이 미디어 교육을 통해 향상될 수

있음을 확인할 수 있었다. 세부 역량 강화를 위한 교육 목표를 달성을 위해서는 명확한 학습 목표를 설정과 체계적인 프로그램 기획, 그리고 교육 강사의 역량 강화가 필수적이다. 현재 보유한 시청자 미디어센터의 인적, 물적 자원을 최적화하여 프로그램을 효과적으로 운용될 수 있도록 해야 하고, 지속적으로 교육 프로그램의 성취도를 측정하고 평가하는 방법을 통해 교육과정이나 방법을 조정하고 개선할 수 있도록 해야 한다. 그리고 교육 강사가 미디어 리터러시를 충분히 이해하고, 본인의 역량을 계발할 수 있도록 지원해야 한다.

SUMMARY

1. Title

A Study on the Measurement of Media Literacy Capacity of Users of Community Media Foundation Center, 2023

2. Objective and Importance of Research

This study was conducted to measure the effectiveness of program education at the Viewer Media Center, which operates media education to strengthen the media capabilities of the people and build a healthy media ecosystem. Currently, the Viewer Media Foundation is providing customized media education, support for real-life media participation, guaranteeing access to media for the underprivileged, including the disabled, supporting the use of broadcast production equipment and facilities, and various support and education to protect the rights and interests of viewers through 10 regional centers nationwide. Accurate and detailed measurement of the effectiveness of the program is important in order for the programs promoted under the goal of "lifelong media education" and "practical education of users" to be accepted by viewers practically and effectively.

Therefore, this survey aims to understand the capacity and actual condition of media literacy for the people, and to compare and analyze the capacity and actual condition of media literacy of participants in the audience media center program. In addition, by comparing the capacity and actual condition of media literacy for participants in the audience media center program before and after education, we intend to derive performance indicators of media education. The purpose of this survey is to maximize the efficiency of the development and operation of the

media literacy education curriculum by age, region, and target, and to provide basic data for mid- to long-term media education policy establishment. This can be used as basic data for the program development and policy establishment of the viewer media foundation in the future, and by providing the actual condition of media literacy, it will be possible to provide clues for media researchers and media education industry research and media literacy direction.

3. Contents and Scope of the Research

This study was conducted according to the five-step research procedure. First, in the introduction of Chapter 1, the necessity of this study and the composition of the study were explained. The media literacy competency and actual condition survey is a study that measures the public's media literacy competency and the change in competency before and after participation in the educational program of the viewer media center, and the selection and survey method of the survey are specifically described. And in Chapter 2, the current status of domestic and international media education was examined. The current status of domestic media education was explained along with the current status of the viewer media center, as well as government institutions, schools, and private institutions that are conducting media literacy-related education. In particular, overseas media education introduced media education conducted mainly in the United States, the United Kingdom, Australia, and Finland. In Chapter 3, the main competencies referred to as media literacy competencies are summarized, focusing on domestic and overseas, in order to elaborate the questions for measuring media literacy competency. In Chapter 4, the results of the nationwide media literacy competency and actual condition survey aimed at this study, the competency and actual condition survey of users of the viewer media center, and the effects before and after education at the viewer media center were compared and analyzed. In

the conclusion of Chapter 5, the main contents of the study were summarized and a plan for the development of media education was proposed.

The subjects of this study were largely composed of trainees who participated in the educational program of the Korean people and local viewer media center. In the case of the whole country, about 500 people were allocated and sampled by region, age, and target, and in the case of trainees, it was limited to trainees who participated in the 3rd class (6 hours) of the viewer media center education program.

The questionnaire was composed in accordance with the concept of the four major media literacy competencies of the Viewer Media Foundation based on the Korea Communications Commission's media literacy competency survey developed through the 2020 and 2021 projects. In order to supplement the competency, an attempt was made to elaborate the derivation of indices through qualitative methodology, and it was derived through discussion and consultation of statistical analysis results through expert advisory meetings.

The measurement was conducted by dividing the nation's media literacy competencies and actual conditions survey and 10 audience media center education program participants. Based on the supplemented measurement model and methodology, the nation's media literacy competencies and actual conditions survey was conducted online by allocating about 500 people by region, age, and target. In addition, an online survey was conducted on users of viewer media centers (10 centers) nationwide to understand the changes and actual conditions of educational competencies of participants in the audience media center education program. In order to investigate the change in user competency, trainees were asked to respond before and after participating in education, and the survey was conducted targeting a total of 1,000 people, consisting of a corresponding sample.

4. Research Results

This study consisted of domestic and international media education status, media literacy measurement index, media literacy competency, and actual condition survey. First, in the current status of media education at home and abroad, government institutions, schools, and public institutions that are conducting media literacy-related education in Korea were examined, and then program operation and implications were derived based on the current status of overseas media education. The Korea Press Promotion Foundation, a quasi-governmental organization under the Ministry of Culture, Sports and Tourism, operates programs for the general public as well as journalists and media literacy education hosts (teachers, instructors, etc.), and was training media literacy experts through private certificates such as 'media educators'. In the case of the Korea Intelligence and Information Society Promotion Agency under the Ministry of Science and ICT, digital competency education services were provided with a focus on 'resolving the information gap'. Recently, education on new information and communication technologies such as generative artificial intelligence, NFTs, and metaverse is also in progress. The Ministry of Education is revising the curriculum tailored to each elementary, middle, and high school course, and school characteristics, emphasizing that media literacy is the basic literacy and essential ability to enhance citizenship.

Major foreign countries, including the United States, the United Kingdom, Australia, and Finland, commonly focused on strengthening "critical thinking" capabilities among the five media literacy capabilities defined in the EU report, critical thinking, media use, participation and engagement, creativity, and intercultural dialogue. First of all, the CML Media Lit Kit in the United States is promoting education to strengthen "critical thinking" and "discrimination" capabilities through various levels of "Question," rather than teaching "concept" through "25 class plans" based on "5 key questions." The Media Literacy Education

Association (NAMLE) announced that the 2023 Media Literacy Week aims for "Critical Thinking," designed to learn what went wrong, what went right, and the ability to identify the purpose of the content generated by artificial intelligence as an educator.

The U.K.'s Ofcom is conducting research through its Making Sense of Media (MSOM) program in various ways and is focusing on researching materials to create an optimal media literacy education program. The BBC also provided a free education platform for students aged 11-14 through My World Media Literacy, focusing on improving their ability to evaluate information presented in global media literacy and modern journalism.

Australia reorganized its national curriculum to provide programs to explore key knowledge, concepts, and skills of media literacy in media art, science, humanities, and social sciences. The Australian Media Literacy Alliance (AMLA) also found that six media literacy concepts are used to encourage people to ask "critical questions" about media, and the media literacy education program provided by Australian public broadcaster ABC is seen to strengthen the area of "critical and creative thinking" through subject-linked learning resources for elementary and secondary school teachers and students.

Finland, which first established a systematic media education framework in 1972, including discovery and interpretation of media, critical adoption, and understanding of information technology as principles of school curriculum, similarly emphasized that "critical thinking" is a very important competency in media literacy education. In particular, the goal of Finnish media education was "media education for all," aiming for life-long learning of media education tailored to the age group.

Regarding the media literacy measurement index, this study analyzed the questionnaire items derived from the research projects of the Korea Communications Commission in 2020, 2021, and 2022 by reorganizing them

according to the concept of media literacy competencies that the Viewers Media Foundation focuses on. In particular, four competency groups and 13 sub-competencies were used as the framework for analysis, which were derived from the research projects of the Viewers Media Foundation (Seon-min Lee, Yang-eun Kim, Yoon-kyung Seo, 2022), critical understanding, expression and creation, and communication and participation. First, 'access and use' is divided into four sub-competencies: media access, purpose-appropriate use, balanced use, and safe use, and refers to the ability to access, select, and use media services according to the user's purpose and life. Critical understanding' consists of three categories: understanding media representation, information analysis and evaluation, understanding the influence of digital technology, and understanding privacy and information rights. 'Expression and creation' can be subdivided into creative expression and media creation, and refers to the ability to conceive and produce media content and services. Finally, 'communication and participation' consists of three competencies: reflective communication, connection and collaboration, and civic participation, and refers to the ability to communicate and cooperate with others through the media. The questionnaire for competency measurement consisted of a total of 39 questions.

The survey was conducted with a survey response targeting the whole country. The online survey was conducted, and the response was made using a panel secured by Macromill Embrain, a research company. The survey period is 10 days from November 7, 2023 to November 17, 2023, and the population to be surveyed was defined as the general public aged 13 to 60 years or older, assigned sex, region, and age, and 500 people were sampled through stratified sampling.

Based on the average and standard deviation of the survey responses, the average of all four media literacy competencies and detailed competencies was 3.80 (standard editorial .69). The measurement items have been changed, but the research result of 2022-1 commissioned research "Study on the Measurement of

Media Literacy Competency of Users of the Viewer Media Center" conducted by the Viewer Media Foundation last year was 3.77 (standard deviation=.085). Among the 13 detailed competencies, the media access competency (4.51, standard deviation 0.61) was the highest, followed by the purpose-appropriate use competency (4.34, standard deviation 0.65), reflective communication (4.32, standard deviation 0.66), and understanding the influence of digital technology (3.93 and standard deviation 0.52). Critical comprehension competency showed a high ability for media to change our thoughts and attitudes and to understand the influence of digital technology to understand the impact of media on individuals and society (3.93 on average), and the ability to understand the intention of the information I encountered or who made it and use it (3.50 on average) was low. Among the expression and creative competencies, creative expression capabilities (3.70 on average) were high, and media creative capabilities (3.50 on average) were relatively low. The capacity to communicate and participate was high in reflective communication capabilities (4.32 on average) that did not criticize or attack others online and did not express discriminatory expressions toward individuals or groups, and the ability to connect and collaborate with new human relationships or communicate online (3.54) was low.

Of the 500 survey respondents, 25.0% had heard of the term media literacy, and 75.0% had never heard of it. In addition, 53.0% of the respondents said it is necessary for media literacy education, 67.4% of the respondents answered positively to the necessity of media literacy education, and 4.6% of negative responses. The response that media literacy education should be conducted for middle and high school students and the two responses that it should be conducted for all citizens were remarkable. In the evaluation of whether media literacy education is going well, the positive evaluation was 19%, up from the positive evaluation (6%) of the 2022 survey.

An online survey response was also conducted to understand the media literacy

competencies and actual conditions of users of the viewer media center. The survey was conducted online, and the respondents were trainees who participated in educational programs at 10 viewer media centers nationwide (Busan, Gwangju, Gangwon, Daejeon, Incheon, Seoul, Ulsan, Gyeonggi, Chungbuk, and Sejong). The gender of the survey participants was 292 men (36.4%) and 511 women (63.6%), and by age, 479 people (59.7%) were eligible for media education in schools aged 13-19 years, 114 people aged 60 or older (14.3%), and 98 people aged 50-59 years (12.2%).

Media literacy competencies averaged 3.88 points (standard deviation 0.70). Media access capabilities, which are the ability to access basic functions and services of media devices, averaged 4.37, and the ability to understand media representation, which is the ability to critically analyze and understand how the media reproduces reality by grasping the preferences and customs that make up media text and the political and economic context that influence it, was found to be low (average 3.55 points). Respondents who participated in the audience media center education were somewhat less able to understand the content reproduced by the media, connect people through the media, and participate in activities to solve public problems to improve the life of the community. On the other hand, it was found that the ability to select and use media contents and services that fit the purpose, or to creatively conceive of media contents and services to express and communicate thoughts and opinions, and the understanding of the influence of digital technology were high. Among the communication and participation capabilities, the average of the items "do not criticize others or attack (expletive use, profanity, slander, or image online)" of reflective communication that respects others and communicates responsibly with the media was 4.32. In addition, the reflective communication questions showed a high average score (4.36 on average) compared to other competencies.

The critical understanding competency of media literacy according to

demographic characteristics was male (3.73 points on average) and female (3.63 points), indicating that men have higher critical understanding competency than women. As a result of analyzing the difference in competency according to age group, access and use competency were relatively high in 40-49 years old (4.19 on average) and 30-39 years old (4.11 on average), while it was low at 50 years old or older (3.89 on average). In addition, the expression and creation competency was the highest in the age of 13-19 (average 4.09), and the expression and creation competency decreased with age to 30-39 years old (3.85 on average) and 40-49 years old (3.71 on average). Communication and participation competency averaged 4.04 for 30-39 years old and 40-49 years old, which was higher than other age groups.

As a result of a survey on the actual condition of media literacy related to educational program participants (803) provided by the viewer media center, 40.5% of people have heard of the term media literacy, and 59.5% have never heard of it. Regarding the subject of media literacy education, the response that it should be conducted for the entire nation and that it should be targeted at middle and high school students was remarkable. Among the 11 media literacy education, respondents were asked to choose education that is considered an important topic, followed by online ethics and etiquette education (11.7%), education to grasp and understand the intention or meaning of content producers (10.7%), education to understand the accuracy of content (10.2%), education to freely produce and share my thoughts through the media (9.8%), public services, financial transactions (e-commerce), and education using daily and specialized information (7.5%).

As a result of analyzing the pre- and post-training effects of the educational program operated by the viewer media center, it was found that the media literacy competency of the viewer media center before education was 3.88 points, and the media literacy competency after education was 4.12 points on average,

which increased by 6.18% in the improvement of competency level. In the previous analysis, an average of 3.80 points was found as a result of measuring media literacy competencies for the whole country. When comparing the media literacy competencies of the whole nation and the media literacy competencies of the audience media center users, it was found that the competencies of the audience media center users were high

By question, it was found that the media literacy competency after education increased compared to before education in the detailed competencies of media creation, civic participation, information analysis and evaluation, understanding privacy and information rights, creative expression, reflective communication, connection and collaboration. As a result of T-test according to the corresponding sample before and after education, the average value after education was higher than before education, and this showed a statistical difference. In particular, it was found that the critical understanding competency increased after education than before education ($t=-7.72$), and communication and participation competency ($t=-7.18$) also increased. The effectiveness of media literacy competency according to age group before and after education was higher in their 20s and 50s than in other age groups.

5. Policy Suggestions for Media Literacy

This study attempted to suggest ways to improve media literacy-related policies, focusing on media education, overseas cases, and survey response results conducted by 10 viewer media centers nationwide, centered on the viewer media foundation. First of all, in the era of digital media, the role of viewer media centers centered on 'region', 'community', and 'platform' is necessary. The viewer media center should function as a local public infrastructure that contributes to the development of human resources and the local economy, such as

communication among local residents to revitalize local events and local communities, local media education instructors, and fostering broadcasting production personnel for the disabled. Through the bonding and cooperation functions of the viewer media center, social interactions in which causes and effects continue to circulate based on mutual reciprocity with the community should be formed. It seems necessary to consider the implementation of the 'New Regionalism' plan, which will evolve into a platform model that cooperates with local communities and further strengthen the model of cooperation with local communities.

As a specific media education plan, it is suggested to provide media education programs by life cycle/level. According to the survey results, a high percentage of them agree with the necessity of media literacy education and the necessity of essential education for all age groups (life) rather than education aimed at specific generations. Overseas, various organizations related to media education have already emphasized 'education by life cycle' and have focused on the differentiation and customization of education programs for children, adolescents, and the elderly. In addition, in order to provide an effective media education program by life cycle/level, it is important to grasp the level of media literacy competency of citizens. Therefore, in the EU media literacy measurement study, the level of competency is divided into three stages: beginner, intermediate, and advanced.

It is also necessary to focus on developing programs and fostering instructors to strengthen detailed competencies. In this study, the media literacy competency after education increased compared to before education in the detailed competencies of media creation, civic participation, information analysis and evaluation, understanding privacy and information rights, creative expression, reflective communication, connection, and collaboration among participants in the audience media center education. In particular, it was confirmed that

information analysis and evaluation capabilities, reflective communication, privacy, and information rights capabilities necessary for discrimination ability such as false information and fake news can be improved through media education. Setting clear learning goals, systematic program planning, and strengthening the capabilities of educational instructors are essential to achieve educational goals for strengthening detailed competencies. The current audience media center's human and material resources should be optimized so that the program can be effectively operated, and the curriculum or methods should be adjusted and improved through the method of continuously measuring and evaluating the achievement of educational programs. In addition, educational instructors should fully understand media literacy and support them to develop their own capabilities.

제1장

서론

1. 연구의 필요성
2. 연구의 구성

제1장 | 서론

제 1 절 연구의 필요성

1. 연구의 필요성

본 연구는 시청자미디어센터에서 제공하고 있는 프로그램의 교육 효과를 측정하기 위해 수행됐다. 시청자미디어재단은 국민의 미디어 역량 강화를 위해 전국 10개 지역센터에서 다양한 미디어 교육을 운영 중이고, 미디어 이용자 권익 증진과 건강한 미디어 생태계 구축을 목표로 해당 프로그램을 점차 확대해나가고 있다. 시청자미디어센터는 부산 시청자미디어센터가 2005년 개관한 이후 2020년 12월 세종 시청자미디어센터까지 전국 주요 도시에 시청자미디어센터를 순차적으로 개관했다. 시청자미디어센터를 통해 시청자미디어재단은 맞춤형 미디어교육, 실생활 미디어 참여 지원, 장애인 등 소외계층 미디어 접근권 보장, 방송제작 장비·시설의 이용지원, 시청자 권익을 보호를 위한 다양한 지원과 교육을 실시 중이다. 이에 따라 디지털 미디어 소통 역량 강화, 미디어 이용자 권익 향상, 미디어를 통한 사회적 가치 실현 등 측면의 효과가 기대되고 있고, 실제 효과가 점차적으로 증진되고 있다.

국민 중심의 미디어교육 전문기관인 시청자미디어재단은 ‘평생 미디어교육’과 ‘이용자의 실질적 교육’ 구축제공을 목표로 두고 있다. 최근 미디어 생태계의 변화에 따라 발생하고 있는 이른바 미디어 취약계층 문제와 미디어 역기능 문제 등을 해소하기 위해 시청자미디어재단이 제공하고 있는 맞춤형 미디어교육과 미디어 역기능 대응 교육 등도 이와 같은 맥락이다. 또한 유튜브(Youtube) 등 미디어 플랫폼이 기존 레거시(Legacy) 미디어의 영향력을 위협하고 있는 상황에서 시청자의 제작, 방송 참여 등과 관련한 미디어교육시설 장비 지원 활동도 수행 중이다. 변화되고 있는 미디어 환경에서 소비자이면서 동시에 생산자가 된 시청자들의 역할도 변화하고 있기 때문이다. 이밖에도 시청자미디어재단은 시청각 장애인을 위한 장애인 방송제작 지원, 다문화 가정·디지털 소외계층 등을 대상으로 한 교육 프로그램 지원 등 소외계층의 미디어 접근권 보장을 위한

프로그램도 수행 중이다.

이와 같이 시청자미디어재단에서 수행하고 있는 프로그램들이 시청자들에게 보다 실질적이고 효과적으로 받아들여지기 위해서는 이에 대한 정확하고 세밀한 효과 측정이 중요하다. 특히 급변하는 미디어 환경 속에서 시청자들의 미디어리터러시 역량 파악과 니즈(needs) 파악 등에 대한 중요성은 더욱 강조될 수밖에 없다. 이에 본 조사는 국민을 대상으로 미디어리터러시 역량과 실태를 파악하고, 시청자미디어센터 프로그램 참여자에 대한 미디어리터러시 역량과 실태도 함께 살펴보고자 한다. 국민의 미디어리터러시 역량실태와 시청자미디어센터 프로그램 참여자의 미디어리터러시 역량실태를 비교 분석하기 위함이다. 또한 시청자미디어센터 프로그램 참여자에 대한 미디어리터러시 역량실태를 교육 전과 교육 후로 구분해 비교함으로써 미디어교육의 성과 지표를 도출해보고자 한다. 이를 통해 연령·지역·대상별 미디어리터러시 교육 커리큘럼 개발과 운영의 효율성을 극대화하고, 중장기적 미디어교육 정책 수립을 위한 기초 자료를 제공하는 것이 본 조사의 목적이다. 또한 이는 향후 시청자미디어재단의 프로그램 개발 및 정책 수립의 기초 자료로 활용될 수 있고, 미디어리터러시의 실태를 제공함으로써 미디어 연구자들과 미디어교육 업계의 연구 및 미디어리터러시 방향 설정을 위한 단서를 제공하고자 한다.

제 2 절 연구의 구성

1. 연구의 절차

본 연구는 시청자미디어센터 이용자의 미디어리터러시 역량을 측정하여 미디어교육 효과성을 분석하고, 중장기적 미디어교육 정책 수립의 기초자료로 활용하기 위해 수행되었다. 또한 시청자미디어센터 이용자 대상 교육 인식 조사를 통해 향후 사업 방향 설정 및 추진 방식 개선, 교육 품질 제고 등에 기여하고자 한다. 이를 위해 본 연구는 다음과 같이 연구를 구성하고 수행하였다.

먼저 제1장은 본 연구의 필요성과 연구의 구성에 대해 설명하였다. 미디어리터러시 역량 및 실태 조사는 대국민의 미디어리터러시 역량 측정과 시청자미디어센터의 교육 프로그램 참가 전과 참가 후의 역량 변화를 측정하는 연구임으로, 조사 대상의 선정, 조사 방법에 대해 구체적으로 기술하였다. 그리고 제2장에서는 국내외 미디어교육 현황을 살펴보았다. 먼저 시청자미디어센터 현황과 시청자미디어센터 교육 운영현황에 대해 정리하였다. 그리고 국내와 해외에서 수행되고 있는 주요 미디어교육을 소개하였다. 국내 미디어교육은 미디어리터러시 관련 교육을 수행하고

있는 정부 기관, 학교, 그리고 민간 기관 등에 대해 설명하였다. 해외 미디어교육은 미국, 영국, 호주를 중심으로 수행되고 있는 미디어교육을 소개하였다. 제3장은 미디어리터러시 역량 측정 문항의 정교화를 위해 미디어리터러시 역량으로 언급되는 주요 역량을 국내와 해외를 중심으로 정리하였다. 제4장에서는 본 연구가 목적으로 하는 전국민 미디어리터러시 역량 및 실태조사 결과, 시청자미디어센터 이용자 역량 및 실태조사, 그리고 시청자미디어센터 교육 전후 효과를 비교 분석하였다. 제5장의 결론에서는 연구의 주요 내용을 요약하고 미디어교육 발전방안을 제안하였다.

〈표 1-1〉 연구의 절차

대 목 차	중 목 차
1. 서론	연구의 필요성 연구의 구성
2. 국내외 미디어교육 현황	시청자미디어센터 미디어교육 해외 미디어교육 실태 국내 미디어교육 실태
3. 미디어리터러시 측정 지수 정교화	미디어리터러시 주요 역량 미디어리터러시 측정 지수
4. 미디어리터러시 역량 및 실태조사	전국민 미디어리터러시 역량 및 실태조사 결과(500명) 시청자미디어센터 이용자 미디어리터러시 역량 및 실태조사 결과 시청자미디어센터 이용자 교육 사전/사후 효과 비교(1,000명)
5. 시청자미디어센터 미디어교육 운영 및 정책 발전 방안	설문조사 내용 요약 미디어교육 발전 방안 제시

2. 설문의 구성 및 설문 절차

1) 설문의 주요 역량

설문은 시청자미디어재단의 2022년 연구보고서인 “생애주기별 미디어리터러시 교육방안 연구”에서 도출된 미디어리터러시 4대 역량을 중심으로 개발되었다. 미디어리터러시 역량으로 제시된 ‘접근과 이용’은 미디어 접근, 목적에 맞는 이용, 균형있는 이용 그리고 안전한 이용이라는 4가지 세부 역량으로 나뉘며, 사용자의 목적과 생활에 맞게 미디어 서비스에 접근, 선택 및 이용하는

능력을 의미한다. '비판적 이해'는 미디어 재현 이해, 정보 분석과 평가, 디지털 기술의 영향력 이해 그리고 프라이버시와 정보 권리 이해 3가지로 구성된다. 이 역량은 미디어 콘텐츠를 비판적으로 분석 및 평가하고 이해하는 능력뿐 아니라 프라이버시의 위협과 침해에 대해 비판적으로 인식하는 능력까지 포함한다. '표현과 창작'은 창의적 표현과 미디어 창작으로 세분화할 수 있으며 미디어 콘텐츠와 서비스를 구상하고 제작하는 능력을 말한다. 마지막으로 '소통과 참여'는 성찰적 소통, 연결과 협업 그리고 시민적 참여로 3가지 역량으로 구성되며 미디어를 통해 타인과 소통하고 협력할 수 있는 능력을 의미한다.

〈표1-2〉 설문지의 주요 역량

역량군	역량	정의
접 근 과 이 용	미디어 접근	미디어 기기의 기본적인 기능과 서비스에 접근하는 능력
	목적에 맞는 이용	목적에 맞는 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 선택해 이용하는 능력
	균형있는 이용	미디어 이용을 자율적으로 조절해, 일상생활의 균형을 유지하는 능력
	안전한 이용	미디어를 이용할 때 발생할 수 있는 위험을 알고, 미디어를 안전하게 이용하는 능력
비 판 적 이 해	미디어 재현 이해	미디어 텍스트를 구성하는 기호·관습과 이에 영향을 미치는 정치·경제적 맥락을 파악해, 미디어가 현실을 재현하는 방식을 비판적으로 분석하고 이해하는 능력
	정보 분석과 평가	정보와 콘텐츠를 진실성과 신뢰성에 근거해 비판적으로 분석하고 평가하는 능력
	디지털 기술의 영향력 이해	디지털 기술의 속성을 이해하고, 디지털 기술이 개인과 사회에 미치는 영향을 비판적으로 인식하는 능력
	프라이버시와 정보권리 이해	미디어 기업과 국가의 개인정보와 데이터 수집·활용 등 프라이버시 위협과 침해에 대해 비판적으로 인식하는 능력
표 현 과 창 작	창의적 표현	생각과 의견을 표현하고 소통하기 위해 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 창의적으로 구상하는 능력
	미디어창작	미디어 콘텐츠와 서비스 등을 재구성하거나 제작하는 능력
소 통 과 참 여	성찰적 소통	타인을 존중하며, 미디어로 책임있게 소통하는 능력
	연결과 협업	미디어를 통해 사람을 연결하고, 관점을 조율하여 협력하는 능력
	시민적 참여	공동체의 삶의 향상을 위해 공공의 문제를 해결하는 활동에 참여하는 능력

2) 설문절차

설문은 방송통신위원회의 '20년도와 '21년도사업을 통해 개발된 미디어리터러시 역량 조사를 바탕으로 시청자미디어재단의 미디어리터러시 4대 역량군의 개념에 맞춰 설문을 구성하였다. 역량의 보완을 위해 질적 방법론을 통한 지수 도출의 정교화를 시도하였는데, 전문가 자문회의를 통해 통계 분석 결과 논의 및 협의를 통해 도출하였다. 설문지 구성에 대한 자세한 내용은 본문에서

다루었다.

설문은 전국민 미디어리터러시 역량 및 실태조사와 10개의 시청자미디어센터 교육 프로그램 참여자로 나누어 설문은 진행되었다. 전국민 미디어리터러시 역량 및 실태조사는 약 500명을 대상으로 지역별·연령별·대상별로 할당 표집하여 미디어리터러시 역량 및 실태조사 온라인으로 실시하고자 한다. 이에 따른 분석 결과는 지역별·연령별·대상별, 미디어교육 인식별, 미디어교육 경험별 등을 고려하여 미디어리터러시 역량에 대한 다각적이고 심도 깊은 분석 시행한다.

또한 시청자미디어센터 이용자 교육 역량 변화 및 실태를 파악하기 위해 전국 시청자미디어센터 (10개 센터) 이용자를 대상으로 온라인 설문을 수행하였다. 조사는 온라인 서베이로 진행하고, 시청자미디어센터 이용자의 역량 변화 조사는 교육생들이 교육을 참가하기 전과 후로 나누어 응답하도록 하였다. 참가자는 대응표본으로 구성되어 총 1000명을 목표로 설문을 진행하고자 하였다.

제2장

국내외 미디어 교육 현황

1. 국내 미디어교육
2. 해외 미디어교육

제2장 | 국내외 미디어교육 현황

제 1 절 국내 미디어교육

1. 시청자미디어재단 미디어교육

1) 시청자미디어센터

시청자미디어센터는 방송법¹⁾에 보장된 시청자의 방송 접근권을 실현하기 위해 미디어리터러시 교육 및 시청자 방송제작 기반을 지원하고 있다. 시청자미디어재단은 방송통신위원회 산하 기관으로, 미디어교육을 수행하고 있다. 전국적으로 2023년 12월 기준 서울, 경기, 인천, 강원, 충북, 세종, 대전, 광주, 부산, 울산, 경남, 대구 12개 지역에서 시청자미디어센터가 운영 중²⁾이다. 시청자미디어센터의 확충은 전 국민 미디어교육의 접근성 강화와 이용 편익을 높이고자 하는 목적을 지닌다.

지역 시청자미디어센터에서는 미디어 장비 대여 및 시설 대관, 미디어교육 및 체험 프로그램 운영, 기획행사 및 제작 지원 등의 사업을 진행하고 있다. 미디어교육 관련 주요 사업은 (평생)미디어교육 지원 체계 구축, 미디어 취약계층에 대한 맞춤형 교육 지원, 디지털 미디어 환경에 대응한 교육 지원, 미디어교육 네트워크 교류 및 활성화 지원, 미디어교육 전문성 강화 등이 있다(표2-2) 참조).

시청자미디어센터는 지역을 대표하는 미디어 공공기관으로서 역할을 수행하고 있으며, 어린이부터 청소년, 중장년, 노인까지 맞춤형 생애주기별 미디어교육을 확대하고 있다. 또한 건강한 사회와의 소통 강화를 위해 장애인·학교 밖 청소년·이주민 등의 미디어 역량 지원을 강화하고 있다. 각 지역을 거점으로 하는 시청자미디어센터는 로컬리즘 구현과 미디어 참여에 대한 공공성 및

1) 방송법은 방송사에 시청자의 방송 접근권을 법적인 권리로 규정하고(방송법 제3조), 미디어교육·체험 및 홍보, 시청자 제작 방송프로그램 지원, 각종 방송제작 설비 이용 지원 등의 사업을 수행하는 시청자미디어센터를 설치하도록 규정(방송법 제90조의 2)

2) 경남과 대구센터는 2023년 12월에 개관하였다.

다양성 증진을 목적으로 운영되고 있다.

〈표 2-1〉 시청자미디어센터 현황

시청자미디어센터 현황	사업권역 ('22년, 7월 기준)	
	부산	부산, 경남, 제주
	광주	광주, 전북, 전남
	강원	강원
	대전	대전, 충남
	인천	인천
	서울	서울
	울산	울산, 대구, 경북
	경기	경기
	충북	충북
	세종	세종

2) 시청자미디어센터 교육 운영 현황

〈표 2-2〉 시청자미디어재단 주요 미디어교육 사업

사업 분야	지 원 내 용
평생 미디어교육 체계 구축	·평생 미디어교육 학습체계를 구축하여 전 국민의 체계적인 미디어리터러시 역량 함양 제고 ·유아·청소년·노인 등 연령대별 주요 특성을 반영한 미디어교육 프로그램 개발
미디어 취약계층 지원	·다문화가족, 장애인, 새터민 등 미디어 취약계층에 대한 맞춤형 교육 지원을 통한 미디어 리터러시 격차 해소 ·'찾아가는 미디어 나눔버스' 등 교육대상에게 직접 찾아가는 교육 지원
디지털 미디어 환경 대응	·미디어 역기능 해소를 위한 교육 프로그램 기획 및 개발 ·AR/VR/XR, 드론 등 뉴미디어교육 프로그램 연구 및 자료개발 지원
미디어교육 네트워크 활성화	·국내외 미디어교육 주체 간의 네트워크 협력체계 구축 및 활성화 ·미디어교육을 위한 주무부처, 지자체, 언론사, 공공기관과의 프로젝트 추진
미디어교육 전문성 강화	·미디어교육 실태조사, 컨퍼런스 개최 등 미디어교육 연구 및 인력 양성

자료: 시청자미디어재단 홈페이지

시청자미디어재단은 미디어리터러시 역량 개발을 위해 다양한 미디어교육 사업을 지원하고 있다. 학교 미디어교육은 학생을 대상으로 맞춤형 미디어교육을 수행하여 학생의 눈높이와 니즈에 맞춰 교육을 진행하고 있으며, 센터를 중심으로 상설 미디어교육과 노인, 장애인, 경력 단절 여성 등 미디어 소외계층을 대상으로 하는 교육을 수행하고 있다. 또한 유아를 대상으로 하는 생애주기별 교육 프로그램도 운영 중에 있다.

시청자미디어재단이 수행하고 있는 미디어리터러시 교육을 대상자별로 구분하여 살펴보면 다음의 <표 2-3>과 같다

<표 2-3> 시청자미디어재단 대상별 미디어교육

대상	내용	비고
유아	놀이형 미디어 교육 프로그램 운영	유아 대상에 대한 교육
유아 교사 학부모	유관기관 협업 통한 연수 진행	
강사	유아 미디어 교육 신규 개발 교구 활용 워크숍	
교육기관	미디어 교육 교구 무료 보급, 사업 홍보 강화	
초중고학생	<p>자유학년제 미디어 교육: 공모를 통해 선정된 학교에 전문 교사를 파견해 맞춤형 미디어교육(미디어리터러시뿐만 아니라 VR이나 드론 등 원하는 교육 들을 수 있음)과 미디어 진로체험(센터에 방문하여 체험해볼 수 있음: 폴리, 뉴스 등)을 실시</p> <p>동아리 미디어 교육: 동아리 활동(예: 방송반)을 하는 학생들을 대상으로 방송 제작 분야와 관련된 전문적인 미디어 교육 프로그램을 제공(3년간 지원) ※ 23년 기준 약 50개의 동아리에 지원을 했으며, 대체로 미디어 콘텐츠 제작 역량 강화에 집중</p> <p>고교학점제 미디어 교육: 진로에 맞춰 다양한 과목을 선택할 수 있는 고교학점제를 실시하는 학교에 미디어리터러시 교육을 지원</p>	해당 프로그램을 운영하는 학교 지원
대학생	<p>현장실습 프로그램: 지역 대학교 및 산학협력단과 연계하여 대학생 현장실습 프로그램 운영</p> <p>대학 연계 미디어 교육: 지역 대학교의 미디어 관련 학과와 연계하여 학점인증 교육과정 내 미디어 분야 특강 제공</p> <p>사회참여 지원: 교육 이후, 미디어 제작단 활동, 공모전 참가 등 지속적으로 미디어를 제작할 수 있는 사회 참여 활동 지원</p>	취업과 관련된 활동을 폭넓게 지원
노년층	<p>미디어 이용 방법, 미디어 제작 교육, 스마트폰 활용 영상 제작, 유튜브 활용 관련 미디어리터러시 교육 등 진행</p> <p>노인 인력개발 전문 공공기관 한국노인인력개발원과 연계하여 미디어분</p>	노년층 일자리와 연계

	야 노인 일자리 창출 사업 추진: 시니어 미디어 제작단(교육-일자리 연계-보수 지급 프로세스)	
장애학생	지역 특수학교 및 특수학급을 대상으로 맞춤형 미디어 교육 실시: 미디어로 사회와 소통할 수 있는 교육 제공, 발달장애 학생(1996명) > 시각(83명) > 청각(78명), 선정학교 약 20개	주로 발달, 시각, 청각 장애인을 대상으로 프로그램 진행
장애인	장애 유형별 맞춤형 특화 교육, 특수학교 공모하여 지원, 청각장애 교육 개발, 시청각장애인용 콘텐츠 115편 제작	
고령층	스마트폰 활용, 키오스크 조작 등 교육, 팩트체크 교육(허위정보에 취약)	다양한 소외계층 지원
다문화	다문화 특성(언어수준, 문화차이 등) 고려한 교육, 국내 미디어 환경 및 문화 등 한국 사회 이해 교육	
저소득층	방과 후 지역아동센터 등 기관 연계 교육, 크리에이터 교육 등 통해 자아존중감 회복	
마을, 공동체	지역 특성과 주민 수요를 고려한 교육 프로그램 구성 및 강사 파견 마을미디어 콘텐츠 제작을 위한 시설 및 장비, 멘토링 지원 마을미디어 활동의 지속가능성 확보를 위해 마을방송 및 공동체 등 협력 추진	
소외계층	학교 밖 청소년, 소외 아동, 경력 단절 여성 등 지원	

표시영(2023). 디지털 사회, '미디어리터러시 정책'의 현황 및 방향. 한국미디어정책학회 발표문

2. 국내 미디어교육 수행 기관

1) 한국언론진흥재단

한국언론진흥재단은 문화체육관광부 산하 준정부기관으로, 신문 및 인터넷신문 등의 발전을 도모하고 읽기 문화의 확산과 언론산업의 진흥에 이바지하고자 설립되었다. 미디어교육의 경우 '뉴스를 중심으로 한' 정보 처리 능력, 의사소통 능력, 공동체 의식 함양이라는 목적을 가지고 진행하고 있다.

아동·청소년이나 대학생, 중장년·노년층과 같이 일반인을 대상으로 하는 미디어교육을 운영함과 동시에 언론인을 대상으로 수습기자 기본 교육이나 실무중심의 디지털 저널리즘 역량 강화 교육, 언론인 전문 역량 강화 사업 등 언론인의 직무 역량을 강화하고 위한 다양한 교육 프로그램 역시 운영하고 있다. 또한 언론 교육 센터를 통해 체계적이고 지속적인 언론인 교육 관리시스템을 구축하여 지속적으로 언론인의 전문 역량을 기를 수 있는 기회를 마련하고 있다.

또한 한국언론진흥재단은 미디어 리터러시 교육을 수행하는 교육 진행자(교사, 강사 등)에 대한 교육 프로그램 역시 운영하고 있다. 미디어교육자나 연구자로 구성된 '연구포럼'이나 교사와 강사로 구성된 '교과연구회' 운영을 통해 미디어교육 진행자의 역량 강화에 꾸준히 지원하고 있다.

아울러 한국언론진흥재단이 주관하는 ‘미디어교육사’의 경우 언론진흥재단 자체 필기 및 실기시험과 직무 교육을 통과 한 이후 발급하는 민간자격증으로, 이 역시 미디어 리터러시 교육에 대한 기획·시행·분석·평가 등이 업무를 수행할 수 있는 전문 인력을 양성하기 위한 자격시험이다.

2) 한국지능정보사회진흥원

한국지능정보사회진흥원은 과학기술정보통신부 산하로 국가 정보화와 정보격차 해소 등의 사업을 수행하는 준정부기관이다. 이러한 기관의 설립 목적에 따라 한국지능정보사회 진흥원이 수행하는 미디어교육의 경우 ‘정보격차 해소’에 초점이 맞춰져 있으며, ‘디지털 배움터’라는 자체 플랫폼을 통해 청소년이나 학부모, 유아, 장애인을 대상으로 지능정보사회윤리, 사이버폭력 예방 교육, 과의존 예방 및 해소 등의 디지털 역량 교육 서비스를 제공한다. 지능정보사회에서 디지털 혁신과 건전한 정보문화를 위한 중장기 계획 수립과 정책개발을 주요 과제로 삼고 있으며 최근에는 생성형 인공지능이나 NFT, 메타버스 등 새로운 정보통신기술에 대한 교육 역시 다루고 있다.

이와 함께 일반인과 장애인을 대상으로 미디어교육을 수행할 수 있는 강사와 방문 강사, 디지털 서포터즈 등을 모집하고 있으며 디지털 인재 발굴 및 양성과 함께 SW 여성 인재 수급 활성화 사업 역시 추진하고 있다.

3) 교육부

2024~2025년부터 시행되는 ‘2022 개정 교육 과정’에는 리터러시 교육에 대한 포괄적인 사항이 담겨 있다. 특히 개정 추진 이유로 ‘새로운 교육환경 변화에 적합한 역량을 함양할 수 있는 교육’의 필요성이 제시되었으며 그 중 ‘디지털 소양’은 디지털 지식과 기술에 대한 이해와 윤리 의식을 바탕으로 정보를 수집·분석하고 비판적으로 이해·평가하여 새로운 정보와 지식을 생산 및 활용할 수 있는 능력으로 정의되어, 언어와 수리와 함께 기초 소양으로 제시되었다.

특히 미디어 리터러시 능력은 시민성을 고양하는 기초 소양이자 필수적 능력임을 분명히 밝히고 있으며 이에 따라 모든 교과에서 디지털 소양은 강화될 예정이고 디지털 소양 함양에 관한 전문 교육과정 역시 개선될 예정이다.

앞으로 초,중,고를 분리하여 리터러시 교육이 진행되고 동시에 각 교육이 유기적으로 연결될 예정이다. 또한 일반계 고등학교의 고교학점제와 직업계 고등학교로 구분하여 학교 특성에 맞는 리터러시 교육이 강화될 예정이며 융합 선택과목 신설과 전문 교육과정 개선 등 미디어 리터러시에 관한 다양한 선택과목들이 개발 및 운영될 예정이다. 이에 따라 교사의 미디어 리터러시에 대한

전문성 강화가 앞으로 교육 현장에서 중요한 과제가 될 가능성이 높다.

제 2 절 해외 미디어교육

본 절에서는 해외 주요국의 미디어 리터러시 교육 프로그램 구성을 살펴보고, 각 프로그램이 추구하는 핵심역량을 살펴보고자 한다. 여기에서 다룰 국가는 미디어리터러시 교육의 선두자인 미국, 영국, 호주, 핀란드이다. 첫째, 미국의 미디어 리터러시 센터 CML(Center for Media Literacy), 미디어 리터러시 교육협회 NAMLE(National Association for Media Literacy Education)가 주관하는 프로그램과 각 프로그램이 가지는 핵심역량에 대해 살펴본다. 둘째, 영국의 미디어 리터러시 교육의 주체인 오프콤(Ofcom)과 공영방송 BBC 및 다양한 형태의 산하 기관들이 협력해 진행하는 교육프로그램과 핵심역량에 대해 살펴본다. 셋째, 호주의 온라인안전위원회(eSafety Commissioner)에서 실시하는 미디어교육 프로그램과 그들이 집중하고 있는 핵심역량에 대해 살펴보기로 한다. 그리고, 마지막으로 핀란드의 학교영화주간(Koulujen Elokuuviikko)의 프로그램과 핵심역량을 알아본다.

1. 미국

(1) 미디어 리터러시 센터 CML(Center for Media Literacy): MediaLit Kit Framework

CML의 미디어 리터러시 교육과 관련한 철학과 기본 프로그램 구성은 〈Literacy for the 21st Century: An Overview & Orientation Guide to Media Literacy Education〉를 통해 알 수 있다(CML, 2008). CML MediaLit Kit는 유치원에서 대학에 이르기까지 교실 및 커뮤니티 그룹에 미디어 리터러시를 성공적으로 도입하기 위한 비전과 방향을 제공한다.³⁾

CML MediaLit Kit는 ‘5가지 핵심 질문’을 기본으로 ‘25가지 수업 계획’을 통해 학생들에게 언어 예술, 사회, 건강, 수학, 그리고 예술과 같은 영역을 모든 학년과 교육 과정에 유용하도록

3) CML 특별교육과정 프로그램 및 서비스: 교육자 자원, 패키지에는 미디어 리터러시 교육을 시작하는 데 필요한 모든 것이 포함되어 있다.(무료다운로드: www.medialit.org)

설계되었다. 시간이 지남에 따라 5가지 핵심 질문을 학습하고 실천하며 미디어가 어떻게 생성되는지, 목적이 무엇인지에 대한 성인기준의 이해와 명시적 메시지와 암시적 메시지를 모두 수용하거나 거부할 수 있는 정보에 입각한 능력으로 이어질 수 있도록 만들어졌다. 수년 동안 CLM은 교사들과 함께 작업하며 ‘개념(Concept)’은 가르치기 어렵지만 ‘질문(Question)’은 강력하다는 것을 발견하고, 오늘날의 미디어 문화에 대한 일련의 핵심 질문을 배워 모든 출처의 미디어 메시지를 분석하고 평가할 수 있는 내부 체크리스트를 제공한다(표 <2-4> 참조).

〈표2-4〉 미디어 리터러시 교육 프로그램의 ‘5가지 핵심 질문 키워드’
(CML’s Questions/TIPS © 2002—2007 Center for Media Literacy)

	키워드	해체 (Deconstruction): CML 의 5가지 주요 질문(소비 자)	CL의 5가지 핵심 개념	생산(Construction) : CML의 5대 핵심 질문(제 작자)
1	저자 (Authorship)	누가 이 메시지를 만들었 나?	모든 미디어 메시지는 구성 된 것이다.	내가 무엇을 쓰고자 하는 가?
2	형식 (Format)	관심을 끌기 위해 어떤 창의적인 기술이 사용되 었나?	미디어 메시지는 자체 규칙 이 있는 창의적인 언어를 사 용하여 구성된다.	나의 메시지가 형식, 창의 성 및 기술에 대한 이해를 반영하는가?
3	청중 (Audience)	어떻게 사람들이 이 메 시지를 다르게 이해할 수 있을까?	사람마다 동일한 미디어 메 시지를 다르게 이해한다.	나의 메시지가 대상 청중 에게 매력적이고 설득력이 있는가?
4	콘텐츠 (Content)	전달된 메시지에는 어떤 가치관, 생활 방식 및 관 점이 표시되거나 누락되 어 있는가?	미디어에는 내재된 가치와 관점이 있다.	콘텐츠에 가치관, 라이프 스타일 및 관점을 명확하 고 일관되게 구성하고 있 는가?
5	목적 (Purpose)	왜 이 메시지가 발송되었 나?	대부분의 미디어 메시지는 이익 및/또는 권력을 얻기 위해 구성된다.	나의 목적을 효과적으로 전달했는가?

자료: Literacy for the 21st Century, 2008

‘25가지 수업 계획’에서는 다양한 주제를 다루고 인쇄된 신문과 잡지에서부터 텔레비전, 영화, 인터넷, 라디오, 지도에 이르기까지 다양한 미디어 형식을 탐구한다. 각 장은 선생님들이 각 주요 질문에서 전달하고자 하는 목적을 탐구하기 위한 짧은 배경 에세이로 시작한다. 모든 수업은 미디어 리터러시 학습에서 중심이 되는 ‘조회(Inquiry)’ 과정을 사용하여 개발되며, 조회 과정에는 분석적(해체적) 기술뿐만 아니라 생산적(구성적) 기술도 포함된다. 분석이 창의적 생산과 결합될 때, 이론은 적용과 통합되어 학생들이 상호 연결되고 자연스러운 과정으로 학습을 발견하고 표현할 수 있다. 이렇듯 탐구를 핵심으로 하는 미디어 리터러시 교육은 학생들이 21세기 성인으로서

살아남는 데 필요한 중요한 기술을 배울 수 있는 다리를 제공한다. 학생들이 탐구할 분석 및 비판적 사고 기술 중 일부는 첫째, 다양한 미디어의 장단점을 구별하고 둘째, 뉴스 판단에 들어가는 요소를 정의하며 셋째, 다양한 설득 기술을 비교하고 대조한다. 다음으로 미디어 메시지에서 효과음, 음악 및 대화의 역할을 분석하여 마지막 다섯 번째로, 뉴스와 정보 미디어에 내재된 '관점'을 발견(uncover)하여 일반화와 고정관념의 차이점을 요약한다. 따라서, CML의 MediaLit Kit 프로그램은 어린이와 청소년들에게 평생학습을 위해 가장 필요한 것은 '비판적 사고(Critical Thinking)'와 '식별(discernment)' 역량으로 보고 이를 내재화하는 미디어 리터러시 교육을 추진하고 있는 것으로 볼 수 있다.

(2) 미디어 리터러시 교육협회 NAMLE(National Association for Media Literacy Education): 미디어 리터러시 주간(Media Literacy Week)

미디어 리터러시 주간은 미디어 리터러시의 중요성을 알리기 위해 매년 열리는 행사로 미디어 리터러시 교육협회 NAMLE(National Association for Media Literacy Education)에서 주최한다. 미디어 리터러시 교육 협회(NAMLE)는 우리가 사용하고 창조하는 미디어가 우리의 삶과 지역 사회 및 세계의 다른 사람들의 삶에 어떻게 영향을 미치는지 이해하는 열정을 가진 교육자, 학자, 활동가 및 학생들을 위한 전문적인 협회이다.

NAMLE은 미디어 리터러시를 모든 형태의 커뮤니케이션을 이용해 접근(access), 창조(create), 행동(act), 평가(evaluate), 분석(analyze)하는 능력으로 본다. 따라서 행사주간 동안 월요일은 접근(access), 화요일은 분석(analyze), 수요일은 평가(evaluate), 목요일은 창조(create), 금요일은 행동(act)으로 테마를 구성하고 이에 맞는 프로그램을 제공한다. 미국의 미디어 리터러시 주간은 해당 요일별로 논의되는 테마와 함께 학생과 학부모가 참여할 수 있는 자원과 활동이 다양하게 구성되어 있다. NAMLE은 미국 내 미디어 리터러시 교육 분야의 발전을 실질적으로 주도하고 있으며 서적, 영상자료, 강의자료, 강의교안 등 미디어 리터러시 교육을 위한 자료를 제공하고, 학술지로 Journal of Media Literacy Education을 발간하고 있다.

미디어 리터러시 교육 협회(NAMLE)는 올해 2023년 미디어 리터러시 주간은 '비판적 사고(Critical Thinking)'를 목표로 한다고 발표했다⁴⁾. 챗GPT(ChatGPT)와 같은 인공지능(AI) 기술의 급부상을 근거로 분석과 평가를 통한 비판적 사고는 학생들에게 게임 체인저가 될 수 있음을

언급하며, 인스타그램 게시물 등 인공지능이 생성한 콘텐츠와 디지털 커뮤니케이션을 학습하는 것은 매우 중요하다고 판단 한 것이다. 교육자의 입장으로서는 이러한 디지털 콘텐츠를 아래와 같은 질문을 통해 분석하여 인공지능 콘텐츠가 무엇이 잘못되었는지, 무엇이 제대로 되었는지, 그리고 그것의 목적을 식별할 수 있는 능력을 배우도록 설계했다.

- 이 콘텐츠의 내용은 어디서 나왔는가?
- 콘텐츠의 이용자는 누구인가?
- 콘텐츠에 제시된 정보는 옳은가?

위의 내용을 통한 학습을 통해 학생들은 인공지능의 장단점에 대해 알게 되고 논문이나 프로젝트를 만들기 위해 그것을 사용할 때 주의할 점에 대해 습득할 수 있는 것이다. 전달된 메시지가 신뢰할 수 있는지, 효과적인지, 창의적인지, 조작적인지, 또는 단순히 선전하는 것인지 알 수 있도록 하는 것은 학습 능력에 필수적이기 때문에 미디어 리터러시 주간의 프로그램 또한 ‘비판적 사고(Critical Thinking)’와 ‘식별(discernment)’을 핵심역량으로 중점을 두고 있는 것으로 나타났다.

2. 영국

영국의 미디어 리터러시 교육의 주체는 오프콤(Ofcom), 공영방송 BBC, 디지털문화 미디어 스포츠부(Department of Digital, Culture, Media & Sports), 교육부(Department for Education) 등이며, 다양한 형태의 산하 기관들이 협력하여 관련 프로그램을 진행한다. 학교에서 실시되는 미디어 리터러시 교육은 만 11세~14세는 영어(모국어) 과목에 포함해 실시하고(1년에 약 6주 정도를 미디어 ‘읽기’에 할애), 중등학교 졸업시험인 GCSE(만 14세~16세)와 대학입학시험인 A-Level(만 16세~18세) 단계에서는 독립 교과인 ‘미디어 연구(Media Studies)’를 선택할 수 있도록 했다.

4) Critical Thinking Media Literacy Week: Unpacking Analysis and Evaluation(2021-10-23), <https://www.teachaway.com/blog/media-literacy-week>

(1) 오프컴(Ofcom): MSOM(Making Sense of Media) 계획

오프컴은 미디어 리터러시를 다양한 맥락에서 미디어와 커뮤니케이션을 사용하고, 이해하고, 만드는 능력으로 정의한다. 오프컴은 2003년 커뮤니케이션법 11조에 명시된 바와 같이 미디어 리터러시를 촉진할 법적 의무가 있으며, 2003년 커뮤니케이션법 14(6)(a)조에 명시된 바와 같이 미디어 리터러시 문제에 대한 연구를 수행할 준비를 해야 할 의무가 있다(MSOM Annual Plan, 2023). 이러한 의무를 수행하기 위해, 오프컴은 2023/24 회계연도에 걸쳐 영국의 커뮤니케이션 규제 당국, 증거 기반 및 오프컴이 개발한 자원을 활용하여 미디어 리터러시 부문의 자금 흐름을 확장하고 온라인 플랫폼이 플랫폼에서 더 많은 일을 하도록 장려하는 방법을 모색하고, 더 많은 자금을 지원하는 것을 목표로 하고 있다. 이에 따라, 오프컴은 2021년 12월에 발표한 온라인 미디어 리터러시 접근 방식(Approach to Online Media Literacy) 보고서를 꾸준히 업데이트하여 MSOM(Making Sense of Media) 프로그램이 영국의 온라인 규제와 어떻게 부합하는지 조사(Research)하며 연구하고 있다. 현재, 오프컴은 미디어 리터러시 프로그램 개발을 위해 학계 및 국제적으로 다양한 미디어 리터러시 전문 지식을 활용하는 것이 미디어 리터러시를 더 빠르게 이해하는 열쇠라고 생각하고 있으며 다양한 방식으로 MSOM(Making Sense of Media) 프로그램 업무를 계속 수행해 나갈 것을 밝혔다(MSOM Annual Plan, 2023).

(2) BBC: 마이 월드 미디어 리터러시(My World Media Literacy)

영국의 공영방송인 BBC는 미디어 리터러시 촉진을 방송사의 교육적인 목표 중 하나로 삼고 “전 연령대의 교육 지원”을 내세우고 있다. BBC는 사람들이 더 많은 미디어를 읽고 쓸 수 있도록 돕고, 특히 새로운 온라인 기술과 서비스와 관련하여 미디어를 더 잘 사용하고, 이해하고, 만드는 기술을 개발하는 것을 돕는데 전념하고 있다. 이것은 새로운 기술을 사용하고, 정보를 찾고, 탐색하고, 콘텐츠에 비판적으로 참여하고, 상황을 이해하고, 위험을 관리하고, 새로운 콘텐츠를 만드는 것을 포함한다.

BBC 러닝, BBC 월드 서비스, 마이크로소프트가 협력하여 개발한 ‘마이 월드 미디어 리터러시(My World Media Literacy)’는 11-14세의 학생들을 위한 무료 교육 플랫폼으로 글로벌 미디어 리터러시와 현대 저널리즘에서 제시되는 정보에 대한 평가를 능력을 향상시키는 것을 목표로 설계되었다⁵⁾. 비디오가 있는 45분짜리 10개의 수업 계획을 특징으로 하는 이 21세기 자료들은 학생들

5) BBC My World Media Literacy,
<https://learn.microsoft.com/en-us/training/educator-center/instructor-materials/bbc-my-world>

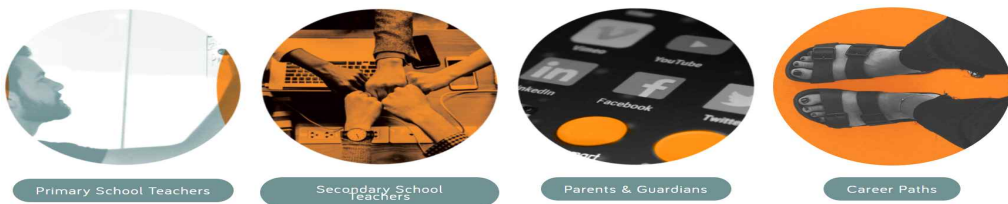
이 뉴스의 책임 있는 소비자가 되기 위해 필요한 ‘비판적 사고 능력(Critical Thinking)’을 증가시키는 동시에 뉴스를 탐색하고 그들 자신의 의견을 형성하는 것을 목표로 한다고 발표했다. 미디어를 읽고 쓰는 능력은 뉴스의 세계를 탐험을 통하여 학생들이 어떻게 이야기가 헤드라인이 되는지 알아보고, 언론인의 역할을 이해하고, 문제가 보도되는 다양한 방법들을 소개한다. 이 모든 것은 학생들이 더 똑똑한 정보 소비자가 되는 것을 목표로 하는 것이다.

(3) 비영리단체: 미디어 스마트(Media Smart)

미디어 스마트는 비영리단체가 미디어 산업 환경에 대한 지식, 이해 및 호기심 증가에 따라 광고 및 미디어의 작업 세계로 진입할 수 있도록 영감을 주기 위해 제공하는 미디어 리터러시 교육 프로그램이다. 영국의 모든 7-17세 학생을 대상으로 자신들이 소비하는 모든 형태의 광고를 식별하고, 해석하여 ‘비판적으로 평가할 수 있는 능력(Critical thinking Skills)’을 강화하기 위해 만들어졌다. 미디어 스마트는 소셜 미디어, 신체 이미지, 인플루언서 마케팅, 그린워싱 및 디지털 광고와 같은 주제에 대한 무료 교수 자료와 학부모 가이드를 제공한다(그림 참조).

미디어 스마트는 관련 업계 및 학계의 전문가와 정부 관계자가 협력해 만들어낸 세계적 수준의 미디어 리터러시 교육 프로그램으로, 어린 학생들의 비판적 사고능력을 함양하기 위해 다양한 광고사례를 활용한 교육자료를 무료로 배포하고 있다. 미디어 스마트의 개별 교육 프로그램들은 모두 광고의 제작 의도와 내용에 담긴 의미, 광고에 투영된 현실과 실제 현실의 차이, 광고의 타겟 등 광고 콘텐츠를 있는 그대로가 아닌 비판적으로 이해하기 위한 구체적인 교육자료와 프로그램을 포함하고 있다.

[그림2-1] 미디어 스마트 제공 프로그램



자료: <https://mediasmart.uk.com/>

3. 호주

호주의 미디어교육은 방송통신청(Australian Communications and Media Authority)의 주도로 시작되었고, 2015년부터는 온라인안전위원회(eSafety Commissioner)로 업무가 이관되었다. 호주는 1970년대부터 정부의 주도 아래 미디어 리터러시 교육 프로그램을 개발하고 초·중·등 교과과정에 통합해 모든 학생이 미디어교육을 받을 수 있는 교육체계를 운영하고 있다. 미디어 리터러시는 ‘미디어를 비판·분석하는 역량’과 ‘미디어를 활용하고 새로운 콘텐츠를 제작하는 역량’으로 나눌 수 있는데, 호주의 미디어 리터러시 교육은 특히 후자를 강조한다는 점에서 다른 국가의 교육 프로그램과 차별화된다. 역사적으로 호주에서는 미디어 리터러시를 학교 교육을 통해 증진시켜왔다. 호주의 학교에서는 미디어 리터러시를 증진하기 위해 호주 교과과정에 <미디어 아트> 과목을 개설하여 기초학년인 5세부터 10학년인 15세까지 순차적으로 제공하고 있다.

(1) 미디어 아트(Media Art)

2008년, 호주정부는 공평하게 양질의 교육을 제공하기 위해 호주 국가 교육과정(Australian Curriculum)이 필요하다는 것에 동의했으며 국가 교육과정은 수년에 걸쳐 개발되었다. 국가 교육과정은 6년마다 검토되며 2020-2021 검토 결과 호주 교육과정 버전 9.0이 2022년 4월 1일 주 및 준주 교육부 장관의 승인을 받고 공표되었다⁶⁾. 미디어 리터러시에 관심이 있는 교사들은 학습 영역, 특히 미디어 아트(Media Art), 과학 및 인문 및 사회 과학에서 미디어 리터러시의 주요 지식, 개념 및 기술을 탐색할 수 있다. 미디어 아트의 교육 과정을 통해 학생들은 정보를 제공하고 설득하기 위해 고안된 텍스트뿐만 아니라 주요 목적이 심미적인 음성, 글, 멀티모달 텍스트를 듣고, 읽고, 보고, 해석하고 평가한다. 여기에는 신문, 영화 및 디지털 텍스트, 청소년 주니어 및 초기 소설, 시, 논픽션 및 드라마 공연을 포함한 다양한 유형의 미디어 텍스트가 포함된다. 미디어 아트 교육과정의 목표는 다양한 목적과 청중을 대상으로 한 의사소통 기술의 창조적인 사용, 지식, 이해, 기술을 발전시키는 데 있다.

호주 교육부에 의하면 미디어 아트 학습 영역은 미디어가 문화적으로 사용되고 협상되는 방법을 ‘비판적으로 인식(Critical Understanding)’하는 것을 배우는 것이다(Australian Curriculum, 2022).

(2) 호주 미디어 리터러시 연합 (Austalian Media Literacy Alliance, AMLA)

6) Australian Curriculum Version 9.0 Website, <https://www.australiancurriculum.edu.au/>

AMLA는 미디어 리터러시 분야의 목표가 밀접하게 일치하는 구성원으로⁷⁾ 만들어진 비법인 단체로 호주 시민의 미디어 리터러시에 대한 통합된 접근 방식을 개발할 수 있도록 협력한다. AMLA의 주요 목표는 잘못된 정보나 디지털 배제에 취약할 수 있는 사람들을 위해 평생 학습을 지원하는 것이다. AMLA는 6가지의 미디어 리터러시(Media Literacy)는 개념을 사용하여 사람들이 미디어에 대해 아래와 같이 '비판적인 질문(Critical Questioning)'을 하도록 권장한다⁸⁾.

- 기관: 누가 이 매체를 만들었으며 왜 만들었을까?
- 청중: 이 미디어는 누구를 위해 만들어졌으며 그들은 그것에 어떻게 반응할까?
- 표현: 이 미디어에서 사람, 장소 또는 아이디어는 어떻게 묘사되며 이것이 미치는 영향은 무엇인가?
- 기술: 이 미디어를 생산하고, 액세스하고, 유통하는 데 어떤 기술이 사용되었나? 그 기술은 사용자로부터 개인 정보를 수집하는가?
- 언어: 이 미디어는 이미지, 사운드 및 문자 텍스트를 사용하여 어떻게 의사소통하는가?
- 관계: 이 매체의 유통과 활용을 통해 어떤 관계가 발전되고 있나?

위와 같은 질문과 답변의 과정은 궁극적으로는 '비판적 이해(Critical Understanding)'로 이어질 수 있는 기반을 형성할 수 있도록 돕는다.

(3) 호주 공영방송 ABC Education: '미디어 리터러시 주간(Media Literacy Week)'

ABC는 2018년부터 '미디어 리터러시 주간' 행사를 개최하고 있으며, 이를 통해 호주 국민을 대상으로 미디어 리터러시 교육의 중요성에 대한 인식을 제고하고 있다. 미디어 리터러시 위크(Media Literacy Week)는 전 세계적으로 스핀(spin), 잘못된 정보 및 "가짜 뉴스(fake news)"의 확산을 방지하기 위한 연간 행사로 유네스코의 글로벌 미디어 및 정보 리터러시 주간(Global Media and Information Literacy Week)에 맞춰 대중 미디어, 대중 문화 및 디지털 기술의 시대에 비판적 사고를 하고, 효과적인 의사소통자가 되는 기술을 갖추기 위해 협력하고 자원을

7) 구성원은 ABC 교육 (ABC), 호주 영상 센터(ACMI), 호주 도서관 정보 협회 (ALIA), 퍼스트 네이션 미디어(FNM), 호주 민주주의 박물관 (MoAD), 호주 국립 영화 및 사운드 아카이브(NFSA), 호주 국립 및 주립 도서관(NSLA), 퀸즐랜드 공과대학교 (QUT), 방송국(SBS), 웨스턴 시드니 대학교 (WSU)이다.

8) Austalian Media Literacy Alliance, <https://medialiteracy.org.au/>

공유한다. 또한 ABC는 교육(ABC Education) 홈페이지를 통해 교사가 주도하는 미디어 리터러시 교육 프로그램을 제공한다.⁹⁾ 프레젠테이션으로서 주요 개념을 통해 수업을 진행하거나 학생들이 후속 작업을 위해 일부 섹션에 접속할 수 있으며 스마트폰으로도 접속이 가능하다.

ABC가 제공하는 미디어 리터러시 교육프로그램은 초·중등학교 교사 및 학생을 위한 교과 연계 학습 자료를 제공하고 있으며 커리큘럼 영역(영어(English), 시민과 시민권(Civics and Citizenship))과 일반적인 기능(문해력(Literacy), 비판적/창조적 사고(Critical and Creative Thinking))로 구성되어있다. 따라서, 호주의 ABC 또한 다양한 미디어 리터러시 교육 프로그램을 통해 궁극적으로는 ‘비판적이고 창조적인 사고(Critical and Creative Thinking)’의 영역을 강화 하려는 것으로 판단 할 수 있다.

4. 핀란드

핀란드는 안정적인 민주주의와 건강한 사회를 위한 중요한 도구로서 미디어 리터러시를 촉진해 온 오랜 역사를 가지고 있다. 1972년에 처음으로 학교 교과 과정의 원칙으로 미디어에 대한 발견과 해석, 비판적인 채택, 정보기술에 대한 이해 등을 포함시켜 체계적인 미디어교육의 틀을 확립하였고, 교육문화부 내에 미디어교육 및 시청각미디어부(Department for Media Education and Audiovisual Media)가 미디어교육을 담당하고 있다(European Literacy Policy Network, 2016). 핀란드 미디어교육의 지향점은 ‘모두를 위한 미디어교육’(media education for all)으로 연령대에 맞춘 미디어교육 평생학습(life-long learning)을 목표로 삼고 있다. 0세부터 6세 사이 영유아기, 그리고 60대 이상 노년층까지 모두 미디어교육의 대상으로 삼는다. 핀란드의 미디어교육은 교육 커리큘럼 전반에 걸쳐 있지만 학교가 끝난 이후에도 매년 2월에 기념하는 미디어 리터러시 위크(Media Literacy Week)는 성인에게 도달하는 데 초점을 맞췄다. 핀란드의 미디어교육은 사회 전체를 포함하는 접근 방식을 취하여 학교, 도서관, 정부 부처, 대학 및 NGO를 포함한 많은 다양한 시민 단체가 학습 프로그램을 개발하고 제정하는 데 참여한다.

핀란드 학생들은 역사에서 유명한 선전 캠페인을 공부하고, 광고에 대해 배우고, 통계가 어떻게 사람들을 오도하는 데 사용될 수 있는지 배우고, 잘못된 정보 (허위 사실을 알고 거짓 정보를 유포하는 사람)와 잘못된 정보 (허위 사실을 깨닫지 못하고 거짓 정보를 유포하는 사람)의 차이를 배운다. 학생들은 웹사이트와 비디오와 같은 자신만의 미디어를 만들고 다른 주제에 대한 메시지를

9) <https://www.abc.net.au/education/what-is-on-for-media-literacy-week-2022/14072806>

개발하고 조언과 논평을 위해 친구들에게 제안하는 연습을 통해 비판적으로 생각하는 방법을 배우는 것이다. 실제로 2021년 미디어 리터러시 지수에 따르면 핀란드는 "가짜 뉴스와 잘못된 정보의 부정적인 영향을 견딜 수 있는 가장 높은 잠재력"을 가진 것으로 평가받으며¹⁰⁾ 교육의 효과를 입증하였다. 또한, 교육문화부 산하의 정부 기관인 핀란드 국립 시청각 연구소의 부소장인 레오 페칼라(Leo Pekkala)는 "사람들은 미디어를 비판적으로 이해할 필요가 있다."¹¹⁾ "고 언급하며 '비판적 이해(Critical Thinking)'가 미디어 리터러시 교육에서 매우 중요한 역량임을 강조하였다.

5) 시사점

해외 주요국(미국, 영국, 호주, 핀란드)의 미디어 리터러시 교육 프로그램과 각 프로그램이 추구하는 핵심역량을 살펴본 결과, EU의 보고서에서 정의한 5가지 미디어 리터러시 역량; 비판적 사고(Critical thinking), 미디어 이용(Media use), 참여와 상호작용(Participation and engagement), 창의성(Creative skills), 문화 간 대화(Intercultural dialogue) 중에서 공통적으로 '비판적 사고(Critical thinking)' 역량강화에 가장 중점을 두고 있는 것으로 나타났다.

미국의 경우, CML MediaLit Kit는 '5가지 핵심 질문'을 기본으로 '25가지 수업 계획'을 통해 미디어가 어떻게 생성되는지, 목적이 무엇인지에 대한 성인기준의 이해와 명시적 메시지와 암시적 메시지를 모두 수용하거나 거부할 수 있는 정보에 입각한 능력으로 이어질 수 있도록 만들어졌다. '개념(Concept)'을 가르치기 보다는 다양한 단계의 '질문(Question)'을 통해 어린이와 청소년들에게 평생학습을 위해 가장 필요한 것은 '비판적 사고(Critical Thinking)'와 '식별(discernment)' 역량으로 보고 이를 내재화하는 미디어 리터러시 교육을 추진하고 있는 것으로 나타났다. 미국의 미디어 리터러시 교육 협회(NAMLE) 또한 올해 2023년 미디어 리터러시 주간은 '비판적 사고(Critical Thinking)'를 목표로 한다고 발표하며 교육자의 입장으로써 인공지능이 생성하는 콘텐츠가 무엇이 잘못되었는지, 무엇이 제대로 되었는지, 그리고 그것의 목적을 식별할

10) 핀란드는 76점을 기록했고, 그 뒤로 덴마크(71점), 네덜란드(70점), 스웨덴(69점), 에스토니아(69점) 순으로 나타남; Marin Lessenski, COMMON SENSE WANTED: RESILIENCE TO 'POST-TRUTH' AND ITS PREDICTORS IN THE NEW MEDIA LITERACY INDEX 2018, OPEN SOCIETY INSTITUTE SOFIA, 2018, p. 3, <http://osi.bg/downloads/File/2018/MediaLiteracyIndex2018_publishENG.pdf>.

11) EDUCATED DECISIONS: FINNISH MEDIA LITERACY DETERS DISINFORMATION, <https://finland.fi/life-society/educated-decisions-finnish-media-literacy-deters-disinformation/>

수 있는 능력을 배우도록 설계했다.

영국의 경우 오프콤은 미디어 리터러시 프로그램 개발을 위해 학계 및 국제적으로 다양한 미디어 리터러시 전문 지식을 활용하는 것이 미디어 리터러시를 더 빠르게 이해하는 열쇠라고 생각하고 있으며 다양한 방식으로 MSOM(Making Sense of Media) 프로그램을 통한 연구를 진행하며 최적의 미디어 리터러시 교육 프로그램을 만들기 위한 자료조사에 매진하고 있다. BBC 또한 ‘마이 월드 미디어 리터러시(My World Media Literacy)’를 통해 11-14세의 학생들을 위한 무료 교육 플랫폼을 제공하며 글로벌 미디어 리터러시와 현대 저널리즘에서 제시되는 정보에 대한 평가를 능력을 향상시키는 것을 목표로 하고 있다. 이 프로그램들은 학생들이 뉴스의 책임 있는 소비자가 되기 위해 필요한 ‘비판적 사고 능력(Critical Thinking)’을 증가시키는 동시에 뉴스를 탐색하고 그들 자신의 의견을 형성하는 것을 목표로 한다.

호주는 호주 국가 교육과정(Australian Curriculum)을 재정비하여 미디어 아트(Media Art), 과학 및 인문 및 사회 과학에서 미디어 리터러시의 주요 지식, 개념 및 기술을 탐색할 수 있는 프로그램을 제공한다. 미디어 아트의 교육 과정을 통해 학생들은 정보를 제공하고 설득하기 위해 고안된 텍스트뿐만 아니라 주요 목적이 심미적인 음성, 글, 멀티모달 텍스트를 듣고, 읽고, 보고, 해석하고 평가한다. 여기에는 신문, 영화 및 디지털 텍스트, 청소년 주니어 및 초기 소설, 시, 논픽션 및 드라마 공연을 포함한 다양한 유형의 미디어 텍스트가 포함된다. 미디어 아트 교육과정의 목표는 다양한 목적과 청중을 대상으로 한 의사소통 기술의 창조적인 사용, 지식, 이해, 기술을 발전시키는 데 있다. 호주 교육부에 의하면 미디어 아트 학습 영역은 미디어가 문화적으로 사용되고 협상되는 방법을 ‘비판적으로 인식(Critical Understanding)’하는 것을 배우는 것이다(Australian Curriculum, 2022). 호주의 AMLA(Australian Media Literacy Alliance) 또한 6가지의 미디어 리터러시(Media Literacy)는 개념을 사용하여 사람들이 미디어에 대해 ‘비판적인 질문(Critical Questioning)’을 하도록 권장하고 있는 것으로 나타났으며, 호주 공영방송 ABC가 제공하는 미디어 리터러시 교육프로그램은 초·중등학교 교사 및 학생을 위한 교과 연계 학습 자료를 통해 ‘비판적이고 창조적인 사고(Critical and Creative Thinking)’의 영역을 강화하려는 것으로 나타났다.

마지막으로 핀란드 교육문화부 산하의 정부 기관인 핀란드 국립 시청각 연구소의 부소장인 레오 페칼라(Leo Pekkala)는 "사람들은 미디어를 비판적으로 이해할 필요가 있다."고 언급하며 ‘비판적 이해(Critical Thinking)’가 미디어 리터러시 교육에서 매우 중요한 역량임을 강조하고 있음을 알 수 있었다.

현재의 미디어 리터러시는 읽기, 쓰기, 수리, 듣기, 말하기 및 비판적 사고와 관련된 기술에 초점을 맞추고 있으며, 최종 목표는 효과적이고 의미 있는 방법으로 사회에 참여할 수 있는 적극적인 시민을 만들어내는 것으로 나타났다. ‘비판적 사고(Critical Thinking)’는 디지털 미디어를 이해하고, 맥락화하고, 비판적으로 평가하여 우리가 무엇을 하고, 온라인에서 마주치는지에 대한 정보에 입각한 결정을 내릴 수 있도록 도와주는 일련의 기술이다. 이러한 기술들은 아이들이 온라인에 접속할 수 있는 시기부터 가르쳐야 하는 필수적인 기술로 우리의 행동과 우리 주변 세계에 대한 인식, 믿음, 느낌에 어떤 영향을 미치는지 인식하는 것을 포함한다. 또한 정보를 찾고, 평가하고, 효과적으로 소통하고, 협력하고, 해결하기 위해 정보를 사용하는 정보 관리 기술 능력을 준비시킨다. ‘비판적 사고(Critical Thinking)’는 편견 인식, 의도 이해, 신뢰성 평가, 사실성 판단, 책임감 있는 윤리적 메시지 생성, 아이디어 및 관점 표현, 미디어를 통한 효과적인 아이디어 및 관점 전달 등이 포함되어 오늘날의 디지털 세계에서 정보에 입각한 결정을 내리고, 거짓 또는 오해의 소지가 있는 메시지에서부터 보호하는 데 도움이 되는 매우 중요한 역량이다. 우리와 같은 기술적, 소비적 사회에서 대중 소통에 대해 비판적으로 사고하는 기술은 필수적인 생존 기술인 것이다.

제3장

미디어리터러시 역량 측정

1. 미디어리터러시 주요 역량
2. 미디어리터러시 측정 지수
3. 측정에 사용된 역량과 지수

제3장 | 미디어리터러시 역량 측정

제 1 절 미디어리터러시 주요 역량

세계적으로 미디어리터러시 관련 논의와 연구 및 정책이 가장 적극적인 곳은 유럽 지역의 국가들이라 할 수 있다. 개별 유럽 국가 또는 유럽연합 차원의 미디어리터러시 연구는 전 세계 미디어리터러시 교육과 정책방향과 실천에 큰 영향을 미쳐왔다.

2016년 유럽시청각연구소에서 발간한 보고서(European Audiovisual Observatory, 2016)는 유럽 28개국을 대상으로 각 국에서 진행된 미디어리터러시와 관련된 대표적인 프로젝트 20개를 선정해 해당 국가의 전문가를 통해 미디어리터러시 관련 다양한 지표들을 평가했다. 전체 프로젝트 547개를 대상으로 5가지 역량인 ‘창의성(creativity), 비판적 사고(critical thinking), 문화 간 대화(intercultural dialogue), 미디어 이용(media use), 참여와 상호작용(participation & interaction)’을 중심으로 각 프로젝트가 어떤 역량을 강조했는지를 분석했다. 보고서에서 정의한 5가지 역량의 내용은 <표3-1>과 같다.

<표3-1> EU-28개국 보고서에서 정의한 5가지 미디어리터러시 역량

역 량	관 련 내 용
창의성	미디어 콘텐츠를 창의적으로 만들거나 생산하는 능력
비판적 사고	미디어 산업이 작동하고 미디어 메시지가 생산되는 구조에 대한 이해; 콘텐츠 제작자의 제작 동기에 대한 질문; 다양한 형태의 미디어 콘텐츠를 인식하고 내용의 진실성을 평가하는 능력; 신뢰성과 돈에 대한 가치; 온라인에서 보안과 안전에 대한 위협을 인지하고 관리하는 능력
문화 간 대화	극단주의와 편파적 혹은 증오발언에 대한 거부와 인지 능력
미디어 이용	미디어 콘텐츠와 서비스를 검색하고 발견하는 능력
참여와 상호작용	미디어를 통해 사회의 경제적, 사회적, 창의적, 문화적 측면에 관여하고 참여하는 능력; 민주적 참여와 기본적인 권리를 촉진하는 능력

출처: EAO, 2016

미디어리터러시 역량에 대한 접근에서 유럽과 다소 다른 경향을 보이는 곳은 호주이다. 호주 미디어리터러시 연합(Australian Media Literacy Alliance)은 미디어리터러시를 “삶의 모든 측면에서 미디어에 비판적으로 관여할 수 있는 능력”으로 정의한다. 이 능력은 사회에 대한 완전한 참여에 필수적인 평생 리터러시의 한 형태로 규정한다. 호주 미디어리터러시 연합은 미디어리터러시를 통해 시민들이 성취하게 되는 역량을 4가지 범주로 구분하고 10가지 구체적인 역량을 제시하고 있다(〈표3-2〉 참조). 4가지 범주는 성찰(reflects), 이해(understands), 이용(uses), 성취(achieves)로 구성된다. 성찰과 성취는 다른 국가의 미디어리터러시 역량과 관련해 비교적 새롭게 등장한 개념이라 판단된다. 성찰에는 ①자신의 미디어 이용에 대해 생각하고 ②미디어가 어떻게 생산되는지에 관심을 갖는 역량이 포함된다. 이해에는 ③미디어가 사람들과 사회에 미치는 영향에 대해 알고 ④미디어 참여에 영향을 미치는 일련의 제도와 기관에 대해 알고 ⑤ 현실은 미디어에 의해 구성된다는 것을 이해하는 역량이 포함된다. 이용에는 ⑥미디어를 소비하고 생산하기 위해 기술을 이용하며 ⑦다양한 미디어의 포맷을 이용하고 비판할 수 있어야 하고 ⑧다양한 미디어 형태의 언어 규약을 이용해 소통할 줄 하는 역량이 포함된다. 성취에는 ⑨미디어를 이용해 개인적, 사회적, 그리고 공적인 관계를 성공적으로 관리하고 ⑩미디어를 통해 개인적 목적과 목표를 자신 있게 성취할 줄 아는 역량이 포함된다. 호주의 모델에서는 비판 역량이라는 개념을 사용하지는 않지만 성찰과 이해의 범주에서 비판 역량 측면을 내포하고 있다는 점에서 유럽 여러 국가에서 강조하는 역량과 차이를 보인다.

〈표3-2〉 호주의 미디어리터러시 역량

범주	역량
성찰	자신의 미디어 이용에 대해 생각하고 성찰
	미디어가 어떻게 생산되는지에 대한 관심
이해	미디어가 사람들과 사회에 미치는 영향 인식
	미디어 참여에 영향을 미치는 일련의 제도와 기관에 대한 인식
	현실은 미디어에 의해 구성된다는 것을 이해
이용	미디어를 소비하고 생산하기 위해 기술을 이용
	다양한 미디어의 포맷을 이용하고 비판
	다양한 미디어 형태의 언어 규약을 이용해 소통
성취	미디어를 이용해 개인적, 사회적, 그리고 공적인 관계를 성공적으로 관리
	미디어를 통해 개인적 목적과 목표를 자신 있게 성취

자료: Australian Media Literacy Alliance

영국의 오프콤은 미디어리터러시의 필수 역량을 크게 접근, 이해, 창조의 영역으로 구분하고,

미디어리터러시의 정의를 ‘다양한 매체적인 맥락 안에서 미디어에 접근(Access)하고, 미디어를 이해(Understand)하며, 창의적인 제작(Create)을 할 수 있는 능력’으로 정의하고 있다. 이는 디지털 미디어가 가지는 개인 이용자의 ‘생산(제작)’이 가능한 미디어적 특성을 감안 했을 때, 디지털시대의 미디어교육에서 가장 중요한 개념으로 다루고 있다. 기존의 미디어교육이 ‘미디어에 대한 교육(education about media)’에 기반하여 주로 미디어의 이해에 초점을 맞추고 있었다면, 디지털 미디어의 등장과 함께 미디어교육의 흐름은 개인의 미디어 생산에 초점을 맞추고 있는 셈이다. 접근영역은 이용과 네비게이트, 관리와 관련한 영역으로 기술에 대한 평가와 이용, 전자 프로그램 가이드와 웹 브라우저 이용, 콘텐츠와 서비스에 대한 접근, 구매 및 검색, 효율적이고 안정적인 검색, 방화벽 이용을 의미한다. 이해 영역은 미디어 맥락과 동기에 대한 이해, 비평 능력, 미디어와 서비스들에 대한 이성적인 선택 능력을 의미한다. 창조 영역은 생각, 정보, 의견을 커뮤니케이션하기 위한 기술 이용, 전자미디어의 민주적인 이용에 대한 공헌, 온라인에서의 이메일 보내기 등의 능력, 책임감과 윤리성을 가지고 미디어를 이용 또는 창조하는 능력을 의미한다(〈표3-3〉 참조).

〈표 3-3〉 오프콤의 미디어리터러시 필수 역량

정 의		의 미
접근 (Access)	이용(Use) 네비게이트 (Navigate) 관리(Manage)	기술에 대한 평가와 이용 전자 프로그램 가이드와 웹 브라우저 이용 콘텐츠와 서비스에 대한 접근, 구매, 검색 효율적이고 안정적인 검색 방화벽 이용
이해 (Under- stand)	읽기(Read) 해체 (Deconstruct) 평가(Evaluate)	미디어 맥락과 동기에 대한 이해 비평 능력 미디어와 서비스들에 대한 이성적인(정보에 근거한) 선택 능력
창조 (Create)	생산(Produce) 분배(Distribute) 발표/출판 (Publish)	생각, 정보, 의견을 커뮤니케이션하기 위한 기술 이용 전자, 미디어의 민주적인 이용에 대한 공헌 온라인에서의 이메일 보내기 등의 능력 책임감과 윤리성을 가지고 미디어(콘텐츠)를 이용 또는 창조하는 능력

자료: Ofcom, 2003

유럽시청자권익위원회인 EAVI는 2004년에 설립된 이후 지속적으로 미디어리터러시에 대한 연구를 하고 있다. EAVI(2009)의 미디어리터러시 모델은 개인 역량과 환경적인 요인으로 구분하고, 개별적인 능력은 사적 능력과 사회적 능력으로 다시 분류하고 있다. EAVI의 비판적 이해(Critical

Understanding)는 오프콤의 평가(Evaluate)와 유사한 개념으로 나타나며, EC(European Commission)에서는 분석(Analyze)과 평가(Evaluate)로 제시하였다(〈표3-4〉 참조).

〈표 3-4〉 EAVI(2009) 미디어리터러시 역량 및 세부요소

하위 능력		세 부 능 력	
개인 역량	사회적 능력	커뮤니케이션 능력	참여, 사회적 관계, 콘텐츠 생성
	개인적 능력	비판적 이해	미디어/규제 이해, 이용행위(웹), 미디어 콘텐츠 이해
		이용	능동적인 미디어 이용, 고급 인터넷 이용, 미디어 콘텐츠 이해
환경적 요인		미디어 가용성	휴대폰, 라디오, 신문, 인터넷, TV, 영화
		미디어리터러시 환경	미디어교육, 미디어리터러시 정책, 시민사회, 미디어 산업

자료: EAVI, 2009

이상의 논의를 포함해 해외에서 진행되고 있는 미디어리터러시 관련 연구가 제시하는 미디어리터러시 역량은 〈표3-5〉와 같다. 해외연구에 나타난 미디어리터러시 역량 요소는 비판적 사고(이해), 미디어의 이용(접근, 활용), 창의적 생산(제작, 구성), 사회적 소통(참여와 소통, 상호작용, 의사소통), 윤리와 규범이 공통적으로 강조되고 있다.

〈표 3-5〉 주요 해외연구에 나타난 미디어리터러시 역량 요소

국가/연구자	미디어리터러시 역량 요소
유럽시청각연구 (2016)	비판적 사고, 창의성, 미디어 이용, 참여와 상호작용, 문화 간 이해
Carlsson(2019)	접근, 분석 & 평가, 창의적 생산, 성찰, 행위
호주 미디어리터러시 연합(2020)	이용, 성취, 성찰, 이해
McArthur(2018)	접근 & 공유, 분석, 창의적 생산, 성찰, 행동
영국 오프콤 (2003)	접근, 이해, 창조
유럽시청자 권익위원회 (2009)	개인역량(커뮤니케이션 능력, 비판적 이해, 이용) 환경적 요인(미디어 가용성, 미디어리터러시 환경)

Summey(2013)	찾기와 필터링, 공유와 협력, 정리와 큐레이팅, 창조와 생산, 재활용과 재사용
Chetty et al (2018)	정보, 컴퓨터, 미디어, 커뮤니케이션, 기술 영역에서의 기술적, 인지적, 도덕적 역량

제 2 절 미디어리터러시 측정 지수

EC의 미디어리터러시 역량 측정 지수는 미디어리터러시 구성 요인들을 ‘개인의 역량’과 ‘환경적 요인’으로 프레임 워크를 설정하는 단계를 시작으로 개발되었다. 2009년도 첫 보고서 발간 이후, 2010년 그리고 2015년의 연구보고서를 살펴보면, 2015년에는 미디어 사용 능력 수준 평가 (Assessing Media Literacy and the European Commission Pilot initiative, 2015)에 대한 이전 두 연구(Accessing Media Literacy and the European Commission Pilot initiative 2009, 2010)의 개념, 방법론 및 권고사항이 준수되었다. 따라서, 이 연구는 유럽 전역의 미디어리터러시 수준을 분석, 수량화 및 측정하고자 시계열 측정을 시도했다. 미디어리터러시를 구성하는 두 가지 차원: 1) 개인의 미디어 활용 능력 2) 맥락적 및 환경적 요인에 의해 정보가 제공되었다. 이러한 것들은 1) 개별 역량과 2) 환경적 요인으로 이 연구에서 언급된다. 개인의 역량은 개인에게 함양되어야 할 기술적 능력을 의미하며, 환경적 요인은 개인이 미디어리터러시의 역량을 발휘하기 위해 마련되어야 할 환경적 조건들을 의미한다. 첫 번째 차원은 - 개인의 개별 역량으로 (a) 사용 (USE) - 개인의 기술(Technical Skill), (b) 비판적 이해 능력(Critical Understanding competence) - 이해와 해석의 유창성, (c) 미디어를 통해 관계를 수립하는 능력 (Communicative) 으로 구분되어진다. 두 번째 차원인 환경요인은 (a) 미디어교육, (b) 미디어 정책, (c) 미디어 가용성, (d) 미디어 산업과 시민 사회의 역할을 포함하는 일련의 상황적 요소로 정의된다.

데이터 및 동질 지표는 다양한 연도별로 미디어 소비와 일부 기술을 측정하였다. 아래 표와 같은 시계열 측정은 국가 통계 부서에서도 유사한 데이터를 점진적으로 이용할 수 있게 되고, 중요 역량에 대한 일부 지표도 점차적으로 이용 가능해지고 있다(표3-6) 참조).

〈표 3-6〉 인터넷 사용자 미디어리터러시 지표와 시계열 측정 리스트

역량 영역 (Competence area)	지표 (Indicator)	Year		
		2010	2011	2012
Information	• 상품 및 서비스에 대한 정보 찾기	√	√	√
	• 공공기관 웹사이트에서 정보 획득	√	√	√
	• 온라인 뉴스/신문/뉴스 매거진 읽기 또는 다운로드	√	√	√
	• 파일 또는 폴더 복사 또는 이동	-	√	√
	• 건강과 관련된 정보를 찾기	√	√	-
Communication	• 이메일 보내기/받기	√	-	√
	• (웹캠을 통해) 인터넷/영상 통화로 전화하기	√	√	√
	• 소셜 네트워크에 참여하기	-	√	-
	• 채팅 사이트에 메시지 올리기	-	-	√
	• 자체 제작한 콘텐츠를 공유할 웹 사이트에 업로드하기	√	-	√
Content creation	• 웹 사이트 또는 블로그 만들기	-	-	√
	• 전문 프로그래밍 언어를 사용하여 컴퓨터 프로그램 작성하기	-	√	√
	• 복사 및 붙여넣기 도구를 사용하여 문서 내에서 정보 복제 또는 이동	-	√	√
	• 프레젠테이션 소프트웨어로 전자 프레젠테이션 작성 (예: 슬라이드), 예: 이미지, 사운드, 비디오 또는 차트 포함	-	√	√
	• 기본적인 산술 공식을 사용하여 스프레드시트에서 도형의 덧셈, 뺄셈, 곱셈 또는 나눗셈	-	√	√
Safety	• 개인 컴퓨터 및 데이터를 보호하기 위해 모든 종류의 IT 보안 소프트웨어 또는 도구(안티바이러스, 안티스팸, 방화벽 등)를 사용	√	-	-
	• 적어도 하나 이상의 보안 제품을 때때로 업데이트	√	-	-
Problem solving	• 새 장치 연결 및 설치	-	√	√
	• 새 운영 체제 설치 또는 기존 운영 체제 교체	-	√	√
	• 소프트웨어 응용 프로그램의 구성 매개 변수 수정 또는 확인	-	√	√
	• 온라인 강좌를 하는 것	√	√	-
	• (지난 12개월 동안) 인터넷을 통해 개인적으로 사용하기 위해 상품이나 서비스를 구매하거나 주문하는 것,	√	√	√
	• 온라인 판매	√	√	√
	• 구직 또는 지원서 보내기	√	√	
	• 인터넷 बैं킹	√	√	√
	• 웹사이트를 통해 실무자와 약속을 잡기	-	-	√

자료: Accessing Media Literacy and the European Commission Pilot initiative, 2015

유네스코(UNESCO)의 경우, 미디어 및 정보 리터러시(Media and Information Literacy, MIL)는 "정보와 미디어 콘텐츠를 현명하게 검색하고, 비판적으로 평가하고, 사용하고, 기여하는 능력의 집합"이라고 정의하며, 미디어리터러시(MIL) 역량에 대한 프레임워크를 제공한다. 유네스코가 발간한 국제 미디어리터러시 평가 프레임워크(Global Media and Information Literacy Assessment Framework, 2013)는 정보, 미디어, 디지털 및 ICT 리터러시, 사회적 변화, 교육, 인력, 정책 및 의사결정 프로세스, 경제 성장 및 민주주의와 함께 관계를 구축함으로써 평생 학습 이니셔티브를 육성한다. 출판물의 전반적인 목표는 시민, 특히 서비스 및 훈련 중인 교사의 미디어 및 정보 활용 능력에 관한 국가 준비성과 역량 평가 전반에 걸쳐 유네스코 회원국을 안내하는 것이다. 이 문서는 특히 정책 입안자 및 의사결정자, 통계 데이터 수집 및 분석을 담당하는 국가 공무원, 공식 및 비공식 교육 환경에서 일하는 교육 정책 입안자 및 계획자, 교사 양성 기관 및 교사들을 대상으로 하며, 미디어 정보 사용능력(MIL)을 ML 역량 외에도 정보 사용능력의 중요성을 강조하는 복합 개념으로 언급한다

MIL 역량 매트릭스는 MIL 역량과 그 역량에 대한 자세한 정보를 개인 및 기관 역량 평가(서비스 및 교육 중인 교사 포함)를 제공한다. 교사 모집단에 대해 계층화된 무작위 샘플링 방법을 사용하여 개인 및 시스템 전체의 성능에 대한 데이터를 제공하는 것으로, 추후 행동 시나리오 개발과 같은 후속 활동의 결과와 계획뿐만 아니라 다른 사회 집단에 대한 MIL 요구와 격차를 분석하는 데 사용될 수 있다.

[그림3-1] MIL 주제와 관련된 구성요소



자료: Global Media and Information Literacy Assessment Framework, 2013

세 가지 MIL 구성 요소 중 첫 번째는 정보 및 미디어 콘텐츠(구성 요소 1 - 접근(Access))에 대한 요구 인식, 검색 가능, 액세스 가능 요소이다. 이 첫 번째 MIL 구성 요소는 중요하며 적절한 기술을 사용하여 정보 및 미디어 콘텐츠에 액세스, 검색 및 저장할 수 있는 기능으로 이해할 수 있다. 여기에는 정보, 미디어 콘텐츠 및 지식의 필요성을 인식하고 이러한 요구를 충족하기 위해 인쇄, 오디오, 비주얼 및 디지털을 포함한 모든 소스와 형식의 유용한 정보와 미디어 콘텐츠를 식별할 수 있는 기능이 포함된다. 검색은 도서관, 박물관, 개인 파일 또는 기타 소스로부터 가능하며 물리적 또는 전자적으로 저장된 것일 수 있다. 두 번째 MIL 구성 요소는 정보 및 미디어의 이해, 평가 및 평가(구성 요소 2 - 평가(Evaluation)) 요소이다. 보편적인 인권과 기본 자유의 맥락에서 정보, 미디어 콘텐츠, 미디어 및 정보 기관의 업무 및 기능을 이해하고 비판적으로 분석하고 평가하는 능력으로 정의된다. 여기에는 사실 비교, 의견과 사실의 구별, 시기 인식(새로운/뉴스/구시대적), 밑줄 친 이념과 가치의 확인, 사회적, 경제적, 정치적, 전문적, 기술적 힘이 미디어와 정보 콘텐츠를 어떻게 형성하는지에 대한 의문이 포함된다. 또한 정보의 품질(정확성, 관련성, 신뢰성 및 완전성)을 평가하는 것도 포함한다. 게다가, 정보 과부하 시대에, 개인들은 미디어와 정보를 정리하고, 선택하고, 합성하는 기술적 기술도 숙달할 필요가 있다고 기술하고 있다. 미디어 기관, 미디어 전문가 및 정보 제공자의 특성, 기능 및 운영에 대한 이해는 정보와 미디어 메시지를 해체하는 방법을 아는 데 매우 중요하며, 특히 표현의 자유, 정보의 자유 및 정보 접근의 촉진을 위해 더 넓은 맥락에서 미디어와 정보의 역할을 인식하는 것이 중요하다고 언급하고 있다. 왜냐하면 미디어 및 정보에 정통한 개인은 미디어 회사 및 정보 제공자, 공공 기관의 경제적, 사회적, 정치적 권력과 통제를 인식할 수 있기 때문이다. 세 번째 요소는 정보 및 미디어 콘텐츠의 생성, 활용 및 모니터링(구성 요소 3 - 생산(Creation))이다. 이 세 번째 MIL 구성 요소는 정보, 미디어 콘텐츠 및 새로운 지식의 생산 노하우를 습득하고 다른 사람들과 효과적으로 소통할 수 있는 능력으로 정의된다. 또한 정보, 미디어 콘텐츠 및 지식재산 측면과 같은 일반 지식의 윤리적 및 효과적인 사용을 포함한다. 미디어 및 정보에 정통하다는 것은 분석 및 생산 장비를 갖추는 것을 의미할 뿐만 아니라 기술을 포함한 미디어와 정보에 대한 지식도 필요하며 미디어와 정보 및 ICT를 윤리적으로 사용하기 위한 태도와 가치를 요구한다. 21세기는 창의적이고 혁신적이며 협업적인 새로운 방법을 제공하기 때문에 Web 2.0 인터넷 애플리케이션을 통해 적절한 ICT 액세스와 기술을 가진 모든 사람이 정보 및 미디어 메시지를 생산, 공유, 네트워크 및 모니터링 할 수 있다. 따라서 미디어 생산과 지식 창출, 사용 및 영향 모니터링은 MIL의 핵심 요소다.

제 3절 측정에 사용된 역량과 지수

1. 미디어리터러시 역량

1) 미디어리터러시 주요 역량

디지털 시대가 도래함에 따라 변화하는 환경에 적응하고 대응하기 위해 사회 구성원의 미디어 리터러시 역량은 중요시되고 있다. 코로나19 팬데믹을 거치며 세계는 디지털 대전환의 시대를 맞이했다. 디지털 기술이 우리 생활 전반에 미치는 영향력이 막대해졌으며, 이를 대처할 수 있는 역량의 중요성 또한 강조되고 있다. 나아가 디지털 리터러시의 범위가 확대됨에 따라 미디어 리터러시와의 접점이 넓어지면서 미디어 리터러시의 정의와 역량 구성에도 다양한 변화가 나타났다. 디지털은 더 이상 미디어 리터러시의 도구적 역량이 아닌 사회를 구성하는 독립적 요소로 자리하게 되었으며, 이에 따라 디지털 기술에 대한 비판적이고 성찰적인 태도 함양의 필요성이 거론되고 있다. 특히 비판적 역량은 기존 연구에서 공통으로 제시되어 온 것으로 이들 논의의 핵심 역시 디지털 기술의 사회적 영향력 그리고 그것의 진위와 편향성을 비판적으로 분별할 수 있는 능력으로 핵심 역량으로 제안되고 있다.

국내외 미디어 리터러시 역량에 관한 연구는 다양한 관점을 적용하여 역량을 제안하고 있다. 본 연구는 지금까지 미디어리터러시 역량 측정에 사용된 핵심 역량을 파악하고 이를 정교화하여 주요 역량을 설정하였다. 참고한 주요 연구는 2016년 유럽시청각연구소에서 발간한 보고서(European Audiovisual Observatory, 2016)의 역량 지표인 ‘창의성(creativity), 비판적 사고(critical thinking), 문화 간 대화(intercultural dialogue), 미디어 이용(media use), 참여와 상호작용(participation & interaction)’을 살펴보았다. 또한 호주 미디어리터러시 연합이 제안하고 있는 4대 역량인 성찰(reflects), 이해(understands), 이용(uses), 성취(achieves)에 대한 주요 개념을 살펴보았다. 그리고 영국의 오프콤이 제안하는 접근, 이해, 창조 역량과 유럽시청각권익위원회인 EAVI가 제안하는 개인 역량과 환경적인 요인 등을 살펴보았다.

또한 2021년 방송통신위원회 연구과제인 “미디어교육지원을 위한 미디어리터러시 역량 측정 연구”에서 제안한 6대 역량인 비판적 사고, 이용, 생산과 표현, 사회적 소통, 자기보호, 태도 역량과 2022년 시청자미디어 연구과제인 “시청자미디어센터 이용자 미디어리터러시 역량 측정 연구”에 적용된 접근역량, 이해역량, 참여 역량 등의 주요 개념을 인용하였다. 그 가운데 이선민·김양은·서윤경(2022)의 시청자미디어재단 연구인 “생애주기별 미디어리터러시 교육방안 연구”에서 제안한

고 있는 미디어리터러시 역량에 관한 논의와 프레임 워크를 검토 및 융합하고 미디어 리터러시의 주요 개념을 설정하였다.

본 연구는 시청자미디어재단 연구 과제(이선민·김양은·서운경, 2022)에서 도출된 아래 <표3-7>와 같이 4개의 역량군 '접근과 이용', '비판적 이해', '표현과 창작' 그리고 '소통과 참여'와 13개의 하위역량을 분석의 틀로 삼았다. 먼저 '접근과 이용'은 미디어 접근, 목적에 맞는 이용, 균형있는 이용 그리고 안전한 이용이라는 4가지 세부 역량으로 나뉘며, 사용자의 목적과 생활에 맞게 미디어 서비스에 접근, 선택 및 이용하는 능력을 의미한다. '비판적 이해'는 미디어 재현 이해, 정보 분석과 평가, 디지털 기술의 영향력 이해 그리고 프라이버시와 정보 권리 이해 3가지로 구성된다. 이 역량은 미디어 콘텐츠를 비판적으로 분석 및 평가하고 이해하는 능력뿐 아니라 프라이버시의 위협과 침해에 대해 비판적으로 인식하는 능력까지 포함한다. '표현과 창작'은 창의적 표현과 미디어 창작으로 세분화할 수 있으며 미디어 콘텐츠와 서비스를 구상하고 제작하는 능력을 말한다. 마지막으로 '소통과 참여'는 성찰적 소통, 연결과 협업 그리고 시민적 참여로 3가지 역량으로 구성되며 미디어를 통해 타인과 소통하고 협력할 수 있는 능력을 의미한다.

<표3-7> 미디어 리터러시 4대 역량

역량군	역량	정의
접근과 이용	미디어 접근	미디어 기기의 기본적인 기능과 서비스에 접근하는 능력
	목적에 맞는 이용	목적에 맞는 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 선택해 이용하는 능력
	균형있는 이용	미디어 이용을 자율적으로 조절해, 일상생활의 균형을 유지하는 능력
	안전한 이용	미디어를 이용할 때 발생할 수 있는 위험을 알고, 미디어를 안전하게 이용하는 능력
비판적 이해	미디어 재현 이해	미디어 텍스트를 구성하는 기호·관습과 이에 영향을 미치는 정치·경제적 맥락을 파악해, 미디어가 현실을 재현하는 방식을 비판적으로 분석하고 이해하는 능력
	정보 분석과 평가	정보와 콘텐츠를 진실성과 신뢰성에 근거해 비판적으로 분석하고 평가하는 능력
	디지털 기술의 영향력 이해	디지털 기술의 속성을 이해하고, 디지털 기술이 개인과 사회에 미치는 영향을 비판적으로 인식하는 능력
	프라이버시와 정보권리 이해	미디어 기업과 국가의 개인정보와 데이터 수집·활용 등 프라이버시 위협과 침해에 대해 비판적으로 인식하는 능력
표현과 창작	창의적 표현	생각과 의견을 표현하고 소통하기 위해 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 창의적으로 구상하는 능력
	미디어 창작	미디어 콘텐츠와 서비스 등을 재구성하거나 제작하는 능력

소통과 참여	성찰적 소통	타인을 존중하며, 미디어로 책임있게 소통하는 능력
	연결과 협업	미디어를 통해 사람을 연결하고, 관점을 조율하여 협력하는 능력
	시민적 참여	공동체의 삶의 향상을 위해 공공의 문제를 해결하는 활동에 참여하는 능력

자료: 이선민 외, 2022, p. 104

2) 측정에 사용된 설문지의 구성

설문지는 4대 역량 13개 세부 역량을 측정하기 위해 해당 역량을 측정한 설문 문항을 수집하였다. 제3장 2절에 논의되고 있는 EC의 미디어리터러시 역량 측정 지수(표3-6)와 2021년 방송통신위원회 연구과제인 “미디어교육지원을 위한 미디어리터러시 역량 측정 연구”, 2022년 시청자미디어 연구과제인 “시청자미디어센터 이용자 미디어리터러시 역량 측정 연구, 한국지능정보사회진흥원 디지털 배움터의 역량수준 진단에 사용되고 있는 문항을 1차 수집하였다.

1차 수집된 설문 항목은 연구진의 협의를 거쳐 52개 문항으로 선정하였다. 이후 개념의 중요도와 타당도에 대한 전문가 자문을 거쳐 39개 문항으로 도출하였다. 이후 도출된 문항의 가독성과 독이성을 높이고자 국문학 전공자(박사급)에게 윤문을 수행하고, 본 분석을 수행하였다. 다음의 <표3-8>은 본 분석에 사용된 설문 문항이다.

1) 접근과 이용 역량

<표 3-8> 접근과 이해 역량

역량군	역량	설문 문항
접 근 과 이용	미디어 접근	필요한 미디어 기기(예: 스마트폰, 태블릿, PC)에 쉽게 접근하고 이용할 수 있다
		필요한 온라인 플랫폼(예: 유튜브, 인스타그램, 카카오톡)을 선택해 이용할 수 있다
	목적에 맞는 이용	필요한 온라인 콘텐츠나 공공 서비스(예: 민원서류 발급, 시설물 예약)를 선택해 이용할 수 있다
		온라인에서 필요한 일상 생활정보(예: 날씨, 교통정보, 길찾기)를 찾아 이용할 수 있다
		온라인에서 필요한 전문정보(예: 보고서, 학술자료 등)를 찾아 이용할 수 있다
		온라인에서 금융거래와 전자상거래를 할 수 있다
	균형있는 이용	미디어 이용으로 인해 일상생활(예: 수면, 약속)에 방해를 받지 않는다
		미디어 이용으로 인해 학교 수업이나 공식 업무(예: 지각, 결석)에 문제가 일어나지 않는다

	안전한 이용	나의 미디어 이용(예: 시간, 내용)이 적절한지 생각해 본다
		유해한 콘텐츠라고 생각되면 이용하지 않는다
		사이버 범죄(예: 해킹, 디지털 성범죄, 허위정보 유포)로부터 나를 보호하는 방법을 안다
		온라인에서 비밀번호와 인증 방법을 복잡하게 설정한다

접근과 이용 역량군은 사용자의 목적과 생활에 맞게 미디어 서비스에 접근, 선택 및 이용하는 능력으로 미디어 접근, 목적에 맞는 이용, 균형 있는 이용 그리고 안전한 이용이라는 4가지 세부 역량으로 구성된다.

미디어 접근은 미디어 기기의 기본적인 기능과 서비스에 접근하는 능력으로, KERIS의 국가수준 미디어 리터러시 측정 조사와 안정임·서윤경·김성미(2012)의 문항을 참고하여 구성하였다. 목적에 맞는 이용은 이용자가 자신의 목적에 맞게 미디어의 서비스 등을 선택해 이용하는 능력으로 김정운·성동규(2018)의 문항을 참고하여 구성하였다. 김정운·성동규(2018)의 연구는 미디어 활용 능력을 미디어의 기본적 이용 능력을 바탕으로 이를 활용할 수 있는 능력으로 정의하고 목적에 따른 효과적 이용 가능 여부에 대한 질문들로 구성하였기에 이를 적용하였다. 균형있는 이용은 안정임·서윤경·김성미(2012)의 문항을 참고하여 구성하였고 안전한 이용은 미디어 이용시 발생할 수 있는 위험 가능성을 인지하고 미디어를 안전하게 이용하는 능력으로, 김정운·성동규(2018)의 문항을 참고하여 구성하였다. 김정운·성동규(2018)는 정보의 출처, 정보원, 저작자 등을 확인하는 경향성을 측정할 수 있는 질문을 통해 정보 선별 능력을 측정하였는데, 정보 선별 능력을 통해 미디어 이용 시 발생할 수 있는 위험성을 낮출 수 있으므로 이를 안전하게 이용하는 능력에 적용하였다.

(2) 비판적 이해

〈표 3-9〉 비판적 이해 역량

역량군	역량	설문문항
비판적 이해	미디어 재현 이해	내가 접한 정보의 의도를 확인한다
		내가 접한 정보를 누가 만든 것인지를 확인한다
		내가 접한 정보가 생산되는 정치·경제적인 맥락을 확인한다
	정보 분석과 평가	내가 접한 정보가 사실인지 확인한다
		내가 접한 정보와 관련된 다른 정보나 사례를 찾아본다
		내가 접한 정보에 의문을 갖는다

	디지털 기술의 영향력 이해	미디어는 우리의 생각과 태도를 바꿀 수 있다고 생각한다
		미디어는 우리가 직면한 문제에 해결책을 제시한다
		미디어는 개인과 사회에 큰 영향을 미친다고 생각한다
	프라이버시와 정보권리 이해	백신 프로그램을 설치해 악성코드(바이러스나 스파이웨어 등)로부터 보호하는 방법을 알고 있다
		소셜미디어나 웹사이트 등에서 개인정보 설정을 변경하는 방법을 알고 있다
		온라인 서비스(페이스북, 유튜브 등)의 개인정보수집정책을 이해하고 있다

비판적 이해 역량군은 미디어 재현에 대한 이해와 기술과 산업의 특성을 이해하는 능력으로, 미디어 재현 이해, 정보 분석과 평가, 디지털기술의 영향력 이해, 프라이버시와 정보 권리 이해라는 4가지 세부 역량으로 구성되었으며 김경화·김광재·이숙정(2019)의 문항을 참고하여 구성하였다.

미디어 재현 이해는 미디어가 재현하는 방식을 비판적으로 분석할 수 있는 능력이고 정보 분석과 평가는 정보와 콘텐츠 비판적으로 분석할 수 있는 능력으로, 김경화·김광재·이숙정(2019)의 문항을 참고하여 구성하였다. 김경화·김광재·이숙정(2019) 비판적 이해 역량을 미디어를 통해 제공되는 콘텐츠와 정보는 분석 및 평가하여 미디어 내용에 영향을 주는 구조적 요소들을 파악할 수 있는 능력으로 정의 내린 후, 이에 대한 4가지의 세부 역량을 구성하였다. 이 중 ‘미디어 재현에 대한 분석과 평가’와 ‘정보에 대한 분석과 평가’의 문항을 참고하여 구성하였다.

프라이버시와 정보 권리는 김경화·김광재·이숙정(2019)의 책임과 권리 역량을 적용하였다. 책임과 권리 역량은 이용자가 다른 사람의 권리를 침해하지 않음과 동시에 이용자 자신도 자신의 권리를 보호하기 위해 행동할 수 있는지를 보는 것으로 이를 참고하여 구성하였다.

(3) 표현과 창작

〈표 3-10〉 표현과 창작 역량

역량군	역량	설문문항
표현과 창작	창의적 표현	미디어의 특성(예: 유튜브, 틱톡, 인스타그램 등)을 알고, 그에 맞게 표현할 수 있다
		나의 생각, 의견, 경험 등을 글, 사진, 영상 등으로 표현할 수 있다
		내 생각과 의견을 표현해 타인과 서로 공유할 수 있다
	미디어창작	원하는 방식으로 사진과 동영상을 촬영할 수 있다
		원하는 방식으로 사진과 동영상을 편집해 완성할 수 있다
		원하는 온라인 플랫폼에 동영상을 업로드 할 수 있다

표현과 창작 역량군은 창의적 표현과 미디어 창작이라는 2가지 세부 역량으로 구성되며 두 역량 모두 안정임·서윤경·김성미(2012)의 문항을 참고하여 구성하였다. 안정임·서윤경·김성미(2012)의 연구는 소셜 미디어 환경에 적합한 미디어 리터러시 요인에 관한 연구로 미디어 리터러시의 기본 영역과 함께 미디어를 통한 활용 및 표현 역량을 포함했으며 그중 ‘자아 표현’ 요인의 문항(사진, 동영상, 발표 등)을 참고하여 구성하였다.

(4) 소통과 참여

〈표 3-11〉 소통과 참여 역량

역량군	역량	설문문항
소통과 참여	성찰적 소통	온라인에서 타인을 비난하거나 공격(욕설, 비속어 사용, 비방 글이나 이미지)하지 않는다
		온라인에서 성별, 지역, 인종, 성적 지향성이 다른 개인이나 집단에 대해 차별적 표현을 하지 않는다
		온라인에서 타인과 소통할 때 상대방을 배려하려고 노력한다
	연결과 협업	온라인에서 새로운 인간관계(인맥)를 맺는 것이 어렵지 않다
		온라인에서 과제(업무)를 수행하거나 문제를 해결하기 위해 타인과 협업할 수 있다
		협업을 위해 온라인 협업 도구(예: 구글 독스, 위키, 줌 회의 등)를 활용할 수 있다
	시민적 참여	온라인에서 사회적 이슈에 대해 의견을 표명할 수 있다(댓글이나 게시판 글 작성 등)
		온라인에서 중요한 사회적 이슈에 대한 서명이나 청원 등에 참여를 유도할 수 있다
		온라인에서 나의 관심사와 비슷한 커뮤니티를 찾아서 참여할 수 있다

소통과 참여 역량군은 성찰적 소통과 연결과 협업, 시민적 참여라는 3가지 세부 역량으로 구성하였다. 소통과 참여 역량군은 안정임·김양은·전경란·최진호(2017)의 연구를 참고하여 구성하였다. 안정임 외(2017)의 연구는 지능정보사회의 미디어리터러시 역량으로 ‘접근’, ‘비판적 이해’, ‘창의적 생산’과 함께 ‘참여’, ‘윤리’ 역량을 새로 추가하여 총 5개 역량을 구성하였다. 특히 ‘참여’와 ‘윤리’ 역량은 디지털 시민역량과 지능정보사회의 연결과 협업에 기반한 참여와 소통에 필요한 역량이라는 점에 주목하여 이를 소통과 참여 역량군에 적용한 것이다.

먼저 성찰적 소통은 ‘윤리’ 역량의 세부 역량 중 타인의 의견을 이해하고 차이를 인정할 수 있는 능력인 ‘관용과 배려 능력’을 참고하여 성찰적 소통의 질문으로 구성하였다.

연결과 협업의 경우 ‘참여’ 역량을 참고 하였다. 참여역량의 경우 세부 역량으로는 네트워킹 능력, 협업 능력, 시민적 실천과 참여 능력으로 미디어를 통해 참여 및 연결을 할 수 있고 이를 기반으로 공동체 문제 해결을 하는 역량이므로 이를 각각 ‘연결과 협업’, ‘시민적 참여’에 적용하여 구성하였다.

3) 문항의 신뢰도 분석

다음은 각 역량을 측정한 문항의 신뢰도 분석 결과이다. 전국민을 대상으로 하는 신뢰도 분석결과와 시청자미디어센터 이용자 설문에서 도출된 신뢰도((괄호안))의 결과이다.

1) 접근과 이용 역량

〈표 3-12〉 접근과 이용역량 신뢰도 분석

역량군	역량	Cronbach'α
접근과 이용	미디어 접근	.845(.859)
	목적에 맞는 이용	.861(.809)
	균형있는 이용	.644(.725)
	안전한 이용	.698(.677)

(2) 비판적 이해

〈표 3-13〉 비판적 이해 신뢰도 분석

역량군	역량	Cronbach'α
비판적 이해	미디어 재현 이해	.769(.863)
	정보 분석과 평가	.778(.868)
	디지털 기술의 영향력 이해	.682(.782)
	프라이버시와 정보권리 이해	.704(.809)

(3) 표현과 창작

〈표 3-14〉 표현과 창작 신뢰도 분석

역량군	역량	Cronbach' α
표현과 창작	창의적 표현	.828(.899)
	미디어창작	.884(.888)

(4) 소통과 참여

〈표 3-15〉 소통과 참여 신뢰도 분석

역량군	역량	Cronbach' α
소통과 참여	성찰적 소통	.812(.866)
	연결과 협업	.734(.804)
	시민적 참여	.809(.869)

제4장

미디어리터러시 교육 효과 측정

1. 전국민 미디어리터러시 역량 및 실태
2. 시청자미디어센터 이용자 역량 및 실태
3. 시청자미디어센터 교육 전/후 효과 측정

제4장 | 미디어리터러시 교육 효과 측정

제1절 전국민 미디어리터러시 역량 및 실태

1. 조사대상 및 표본의 구성

전 국민 미디어리터러시 역량 및 실태를 파악하기 위해 설문 응답을 실시하였다. 조사는 온라인 서베일로 진행되었고, 응답은 리서치 전문기업인 마크로밀엠브레인이 확보하고 있는 패널을 사용하였다. 조사 기간은 2023년 11월 7일부터 2023년 11월 17일까지 10일간 진행되었으며, 조사대상 모집단은 만13세-만60세 이상의 일반 국민으로 정의하고 성, 지역, 연령을 할당하고 층화표집법을 통해 500명을 표본설계 했다. 조사의 응답자는 500명이었고, 표본의 구성은 다음 <표 4-1>과 같다.

<표 4-1> 응답자의 표본구성

구분	만13~19세		만20~29세		만30~39세		만40~49세		만50~59세		60대 이상		총합계	
	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여
서울	13	13	25	25	25	25	25	25	25	25	12	12	125	125
서울외	12	12	25	25	25	25	25	25	25	25	13	13	125	125
합계	25	25	50	50	50	50	50	50	50	50	25	25	250	250

2. 인구통계학적 특성

설문 참여자의 인구학적 특성에는 성, 연령, 직업, 거주지역, 가구소득, 주거형태, 가구유형, 학력이 포함되었다(〈표 4-2〉 참조). 성별, 연령, 그리고 지역은 할당 표본으로 하여 남자 250명(50%), 여자 250명(50%)이었고, 연령별로는 만13세-19세와 만60세 이상은 50명(10%)으로 정하고 다른 연령대는 100명(20%)로 할당하였다. 또한 지역은 서울과 서울 외로 구분하여 각각 250명(50%)로 구성되었다. 직업에 따라서는 사무직 185명(37.0%), 학생 77명(15.4%), 주부 55명(11.0%), , 서비스/판매직 52명(10.4%), 전문직 45명(9.0%) 순으로 나타났다. 가구소득별은 600만원 이상 105명(21.0%), 200-299만원 82명(16.4%), 300-399만원 78명(15.6%) 이 가장 많았다. 가구 소득을 묻는 문항의 선택지에 무응답을 포함하였다. 이는 학생의 경우 자신이 포함된 가구 소득을 알지 못하는 경우, 설문 도중 응답을 꺼리는 참여자 등을 고려했다.

학력별로는 대졸이상 270명(54.0%)가 가장 많았다. 가구유형별로는 2세대 가구가 207명(41.4%)으로 가장 많았고 이어 1세대 가구 188명(37.6%), 1인가구 82명(16.4%), 3세대 가구 22명(4.4%), 기타 1명(0.2%)이었다. 본 조사에 응답한 응답자는 속성은 아래의 표(〈표 4-2참조〉)와 같다.

〈표 4-2〉 응답자의 특성

인구학적 속성		빈도	퍼센트
성별	남자	250	50.0
	여자	250	50.0
	합계	500	100
연령	만13-19세	50	10.0
	만20-29세	100	20.0
	만30-39세	100	20.0
	만40-49세	100	20.0
	만50-59세	100	20.0
	만60세이상	50	10.0
	합계	500	100
직업	사무직	185	37.0
	전문직	45	9.0
	서비스/판매직	52	10.4
	생산직	21	4.2
	학생	77	15.4

	주부	55	11.0
	기타	23	4.6
	무직	42	8.4
	합계	500	100
가구소득	100만원 미만	32	6.4
	100~199만원	25	5.0
	200~299만원	82	16.4
	300~399만원	78	15.6
	400~499만원	67	13.4
	500~599만원	61	12.2
	600만원 이상	105	21.0
	합계	450(무응답50)	90.0(10)
지역	서울	250	50.0
	서울 외	250	50.0
	전체	500	100
학력	중학생	9	1.8
	고등학생	41	8.2
	학생/대학원생	62	12.4
	중졸이하	3	0.6
	고졸이하	73	14.6
	대졸	270	54.0
	대학원 졸업상	42	8.4
	전체	500	100
가구유형	1인가구	82	16.4
	1세대가구	188	37.6
	2세대가구	207	41.4
	3세대가구	22	4.4
	기타	1	0.2
	합계	500	100.0

3. 미디어리터러시 역량 분석 결과

1) 전체 역량

미디어리터러시 역량을 4개 역량군, 13개 역량으로 구성하고, 접근과 이용 12문항, 비판적 이해 12문항, 표현과 창작 6문항, 소통과 참여 9문항으로 구성하였다. 구성된 설문 문항에 응답한 설문 참여자의 평균과 표준 편차를 통해 4개 역량과 세부 역량에 관한 분석 결과와 <표4-3>에 제시되어 있다. 39문항으로 측정된 미디어리터러시 역량은 평균 3.80점(표준편차 0.69)로 나타났다.

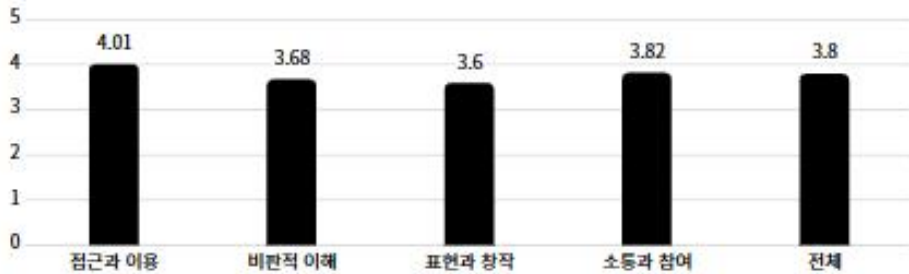
구체적으로 미디어 기기의 기본적인 기능과 서비스에 접근하는 능력인 미디어 접근 역량이 평균 4.51로 가장 높게 나타났으며, 미디어 텍스트를 구성하는 기호·관습과 이에 영향을 미치는 정치·경제적 맥락을 파악해, 미디어가 현실을 재현하는 방식을 비판적으로 분석하고 이해하는 능력인 미디어 재현을 이해하는 역량(평균 3.50점)과 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 재구성하거나 제작하는 능력(평균 3.50점)이 낮게 나타났다.

전체 평균을 통해 비교해 볼 때, 미디어 재현 역량(평균 3.50점), 미디어 창작 역량(평균 3.50점), 미디어를 통해 사람을 연결하고, 관점을 조율하여 협력하는 능력인 연결과 협업 역량(평균 3.54점), 미디어를 이용할 때 발생할 수 있는 위험을 알고, 미디어를 안전하게 이용하는 능력(평균 3.60점), 미디어 이용을 자율적으로 조절해, 일상생활의 균형을 유지하는 능력인 균형있는 이용 역량(평균 3.61점)으로 나타났다.

4개 역량군을 통해 살펴보면 접근과 이용 역량군에서 미디어 기기의 기본적인 기능과 서비스에 접근하는 능력인 미디어 접근 역량(평균 4.51점)이 가장 높게 나타났고, 비판적 역량군에서 디지털 기술의 속성을 이해하고, 디지털 기술이 개인과 사회에 미치는 영향을 비판적으로 인식하는 능력인 디지털 기술의 영향력을 이해하는 역량(평균 3.93점)으로 다른 역량보다 높게 나타났다. 표현과 창작 역량군에서는 생각과 의견을 표현하고 소통하기 위해 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 창의적으로 구상하는 능력인 창의적 표현 역량(평균 3.70점)으로 나타났고, 소통과 참여 역량군에서는 타인을 존중하며, 미디어로 책임있게 소통하는 능력인 성찰적 소통 능력(평균 4.32점)으로 나타났다.

이를 통해 볼 때 미디어를 통해 사람을 연결하고, 관점을 조율하여 협력하고, 공동체의 삶의 향상을 위해 공공의 문제를 해결하는 활동에 참여하는 역량이 다소 낮은 것으로 나타났으며, 반면 목적에 맞는 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 선택하여 이용하거나 생각과 의견을 표현하고 소통하기 위해 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 창의적으로 구상하는 능력은 높은 것으로 보인다.

[그림4-1] 역량별 평균



〈표 4-3〉역량별 평균과 표준편차

역량		평균	표준편차
접근과 이용	미디어 접근	4.51	0.61
	목적에 맞는 이용	4.34	0.65
	균형있는 이용	3.61	0.66
	안전한 이용	3.60	0.69
전체		4.01	0.65
비판적 이해	미디어 재현 이해	3.50	0.71
	정보 분석과 평가	3.62	0.67
	디지털 기술의 영향력 이해	3.93	0.52
	프라이버시와 정보권리 이해	3.67	0.70
전체		3.68	0.65
표현과 창작	창의적 표현	3.70	0.73
	미디어 창작	3.50	0.84
전체		3.60	0.79
소통과 참여	성찰적 소통	4.32	0.66
	연결과 협업	3.54	0.76
	시민적 참여	3.60	0.77
전체		3.82	0.73
전체		3.80	0.68

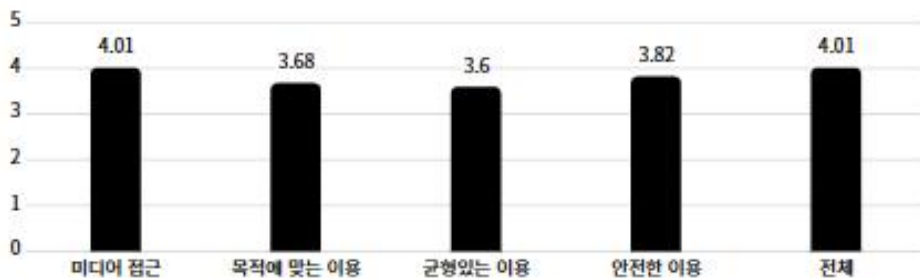
N=500

2) 역량별 분석 결과

(1) 접근과 이용 역량

접근과 이용 역량은 미디어 접근, 목적에 맞는 이용, 균형있는 이용, 안전한 이용 역량으로 구성되었다. 미디어 기기의 기본적인 기능과 서비스에 접근하는 능력인 미디어 접근 역량은 접근과 이용 역량 가운데 가장 높은 평균 값을 보여주었다. 목적에 맞는 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 선택해 이용하는 능력 가운데 온라인에서 필요한 일상 생활정보(예: 날씨, 교통정보, 길찾기)를 찾아 이용하는 능력이 가장 높게 나타났다(평균 4.57점). 미디어 이용을 자율적으로 조절해, 일상생활의 균형을 유지하는 능력 가운데 미디어의 과도한 이용으로 일상 생활의 문제가 발생하지 않는다는 답변이 평균 3.87점으로 높게 나타났다. 미디어를 이용할 때 발생할 수 있는 위험을 알고, 미디어를 안전하게 이용하는 능력 가운데 유해한 콘텐츠라고 생각하면 이용하지 않는다는 답변이 평균 3.88점으로 높게 나타났다.

[그림4-2] 접근과 이용 역량의 평균



〈표 4-4〉 접근과 이용 역량의 평균과 표준편차

대분류	중 분 류			
4대 영역	세부영역	내 용	평균	표준편차
접근과 이용 12문항	미디어 접근 2문항	필요한 미디어 기기(예: 스마트폰, 태블릿, PC)에 쉽게 접근하고 이용할 수 있다	4.49	0.66
		필요한 온라인 플랫폼(예: 유튜브, 인스타그램, 카카오톡)을 선택해 이용할 수 있다	4.53	0.65
	소 계		4.51	0.61

	목적에 맞는 이용 4문항	필요한 온라인 콘텐츠나 공공 서비스(예: 민원서류 발급, 시설물 예약)를 선택해 이용할 수 있다	4.26	0.83
		온라인에서 필요한 일상 생활정보(예: 날씨, 교통정보, 길찾기)를 찾아 이용할 수 있다	4.57	0.61
		온라인에서 필요한 전문정보(예: 보고서, 학술자료 등)를 찾아 이용할 수 있다	4.09	0.88
		온라인에서 금융거래와 전자상거래를 할 수 있다	4.44	0.72
	소 계		4.34	0.65
	균형있는 이용 3문항	미디어 이용으로 인해 일상생활(예: 수면, 약속)에 방해를 받지 않는다	3.38	0.96
		미디어 이용으로 인해 학교 수업이나 공식 업무(예: 지각, 결석)에 문제가 일어나지 않는다	3.87	0.97
		나의 미디어 이용(예: 시간, 내용)이 적절한지 생각해 본다	3.58	0.81
	소 계		3.61	0.66
	안전한 이용 3문항	유해한 콘텐츠라고 생각되면 이용하지 않는다	3.88	0.94
		사이버 범죄(예: 해킹, 디지털 성범죄, 허위정보 유포)로부터 나를 보호하는 방법을 안다	3.46	0.95
		온라인에서 비밀번호와 인증 방법을 복잡하게 설정한다	3.45	0.90
	소 계		3.60	0.69

(2) 비판적 이해 역량

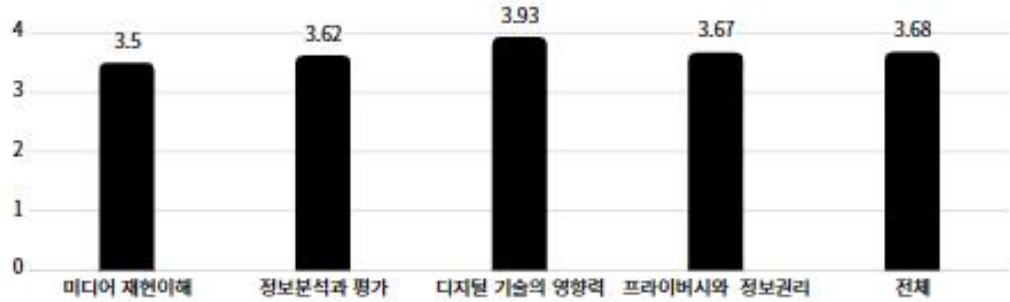
비판적 이해 역량은 미디어 재현 이해, 정보 분석과 평가, 디지털 기술의 영향력 이해, 프라이버시와 정보권리 이해로 구성되었다. 이 가운데 디지털 기술의 영향력 이해(평균 3.93)가 다른 세부 역량보다 높은 평균을 보여주고 있다. 각 세부 영역 가운데 미디어 텍스트를 구성하는 기호·관습과 이에 영향을 미치는 정치·경제적 맥락을 파악해, 미디어가 현실을 재현하는 방식을 비판적으로 분석하고 이해하는 능력인 미디어 재현 이해 항목 중 “내가 접한 정보의 의도를 확인한다”가 다른 항목에 비해 높은 평균(3.77점)을 보였다.

또한 정보와 콘텐츠를 진실성과 신뢰성에 근거해 비판적으로 분석하고 평가하는 능력인 정보 분석과 평가 역량에서 “내가 접한 정보가 사실인지 확인한다”의 항목이 평균(3.74점)으로 나타났다. 그리고 미디어 기업과 국가의 개인정보와 데이터 수집·활용 등 프라이버시 위협과 침해에 대해 비판적으로 인식하는 능력인 프라이버시와 정보권리 이해의 항목에서는 “소셜미디어나 웹사이트 등에서 개인정보 설정을 변경하는 방법을 알고 있다” 문항이 다른 문항에 비해 높은 평균(평균

3.97)을 보여주고 있었다.

비판적 이해 역량은 4대 대분류 역량 가운데 전반적으로 낮은 평균을 나타내는 항목 등이 나타나고 있었다.

[그림4-3] 비판적 이해 역량의 평균



〈표 4-5〉 비판적 이해 역량의 평균과 표준편차

대분류	중 분 류			
4대 영역	세부영역	내 용	평균	표준편차
비판적 이해 12문항	미디어 재현 이해 3문항	내가 접한 정보의 의도를 확인한다	3.77	0.74
		내가 접한 정보를 누가 만든 것인지를 확인한다	3.34	0.89
		내가 접한 정보가 생산되는 정치·경제적인 맥락을 확인한다	3.38	0.93
	소 계		3.50	0.71
	정보 분석과 평가 3문항	내가 접한 정보가 사실인지 확인한다	3.74	0.77
		내가 접한 정보와 관련된 다른 정보나 사례를 찾아본다	3.55	0.86
		내가 접한 정보에 의문을 갖는다	3.56	0.79
	소 계		3.62	0.67
	디지털 기술의 영향력 이해 3문항	미디어는 우리의 생각과 태도를 바꿀 수 있다고 생각한다	4.13	0.65
		미디어는 우리가 직면한 문제에 해결책을 제시한다	3.39	0.77
		미디어는 개인과 사회에 큰 영향을 미친다고 생각한다	4.26	0.70
	소 계		3.93	0.52
	프라이	백신 프로그램을 설치해 악성코드(바이러스나 스파이웨어 등)로	3.52	0.92

버시와 정보 권리 이해 3문항	부터 보호하는 방법을 알고 있다		
	소셜미디어나 웹사이트 등에서 개인정보 설정을 변경하는 방법을 알고 있다	3.97	0.84
	온라인 서비스(페이스북, 유튜브 등)의 개인정보수집정책을 이해하고 있다	3.51	0.90
소 계		3.67	0.70

(3) 표현과 창작 역량

표현과 창작 역량은 창의적 표현 역량과 미디어창작 역량을 포함하였다. 이 가운데 생각과 의견을 표현하고 소통하기 위해 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 창의적으로 구상하는 능력인 창의적 표현 역량이 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 재구성하거나 제작하는 미디어 창작 역량 보다 높게 나타났다. 특히 4대 역량군 13개 역량 가운데 미디어 창작 역량이 다른 역량에 비해 낮게 나타나고 있었다.

[그림4-4] 표현과 창작 역량의 평균



〈표 4-6〉 표현과 창작 역량의 평균과 표준편차

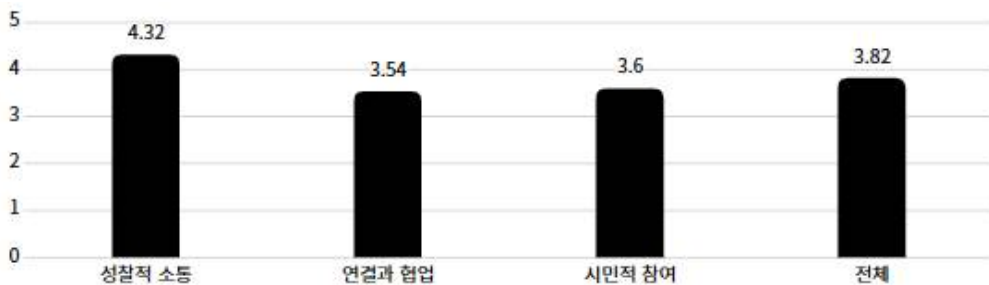
대분류	중 분 류			
4대 영역	세부영역	내 용	평균	표준편차
표현과 창작 6문항	창의적 표현 3문항	미디어의 특성(예: 유튜브, 틱톡, 인스타그램 등)을 알고, 그에 맞게 표현할 수 있다	3.68	0.82
		나의 생각, 의견, 경험 등을 글, 사진, 영상 등으로 표현할 수 있다	3.71	0.87
		내 생각과 의견을 표현해 타인과 서로 공유할 수 있다	3.72	0.84

	소 계		3.70	0.73
	미디어 창작 3문항	원하는 방식으로 사진과 동영상을 촬영할 수 있다	3.75	0.86
		원하는 방식으로 사진과 동영상을 편집해 완성할 수 있다	3.19	1.01
		원하는 온라인 플랫폼에 동영상을 업로드 할 수 있다	3.55	1.00
	소 계		3.50	0.84

(4) 소통과 참여 역량

소통과 참여 역량은 성찰적 소통, 연결과 협업, 시민적 참여 역량으로 구성되었다. 타인을 존중하며, 미디어로 책임있게 소통하는 성찰적 소통 문항 가운데 “온라인에서 타인을 비난하거나 공격(욕설, 비속어 사용, 비방 글이나 이미지)하지 않는다”는 항목의 평균이 4.38로 나타났다. 그리고 성찰적 소통 문항은 다른 역량과 비교해 볼 때 높은 평균 점수(평균 4.32)를 보여주고 있었다. 그리고 연결과 협업 역량에서는 “온라인에서 과제(업무)를 수행하거나 문제를 해결하기 위해 타인과 협업할 수 있다”고 응답한 평균 점수가 3.73점으로 나타나 연결과 협업 역량 가운데 높은 평균 점수를 나타냈다. 그리고 공동체의 삶의 향상을 위해 공공의 문제를 해결하는 활동에 참여하는 시민적 참여 역량은 “온라인에서 나의 관심사와 비슷한 커뮤니티를 찾아서 참여할 수 있다”고 응답한 평균이 3.81점으로 나타나 커뮤니티 활동을 위한 참여 역량은 높은 것으로 나타났다.

[그림4-5] 소통과 참여 역량의 평균



〈표 4-7〉 소통과 참여 역량의 평균과 표준편차

대분류	중 분 류			
4대 영역	세부영역	내 용	평균	표준편차
소통과	성찰적	온라인에서 타인을 비난하거나 공격(욕설, 비속어 사용, 비방 글	4.38	0.78

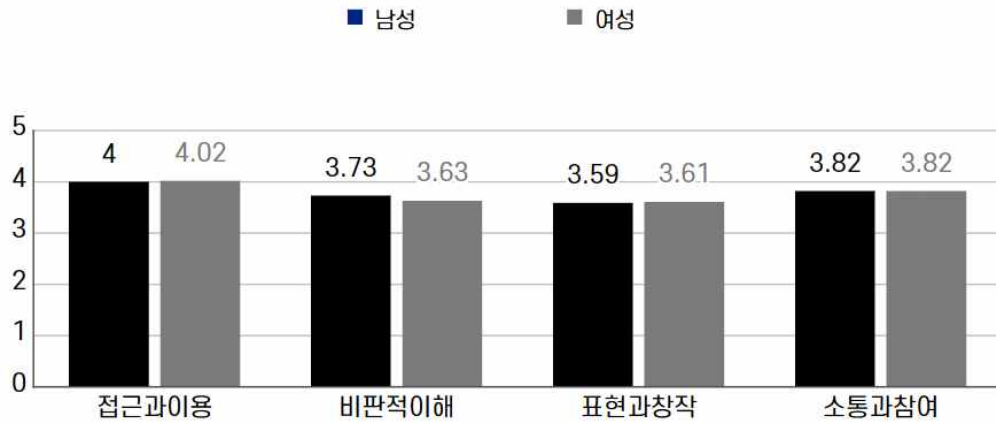
참여 9문항	소통 3문항	이나 이미지)하지 않는다		
		온라인에서 성별, 지역, 인종, 성적 지향성이 다른 개인이나 집단에 대해 차별적 표현을 하지 않는다	4.31	0.80
		온라인에서 타인과 소통할 때 상대방을 배려하려고 노력한다	4.25	0.73
	소 계		4.32	0.66
	연결과 협업 3문항	온라인에서 새로운 인간관계(인맥)를 맺는 것이 어렵지 않다	3.28	0.96
		온라인에서 과제(업무)를 수행하거나 문제를 해결하기 위해 타인과 협업할 수 있다	3.73	0.84
		협업을 위해 온라인 협업 도구(예: 구글 닥스, 위키, 줌 회의 등)를 활용할 수 있다	3.62	1.00
	소 계		3.54	0.76
	시민적 참여 3문항	온라인에서 사회적 이슈에 대해 의견을 표명할 수 있다(댓글이나 게시판 글 작성 등)	3.63	0.91
		온라인에서 중요한 사회적 이슈에 대한 서명이나 청원 등에 참여를 유도할 수 있다	3.37	0.96
		온라인에서 나의 관심사와 비슷한 커뮤니티를 찾아서 참여할 수 있다	3.81	0.84
	소 계		3.60	0.77

3) 인구학적 특성에 따른 미디어리터러시 역량 분석

(1) 성별에 따른 역량의 차이

성별에 따른 역량군의 차이 분석 결과가 <표 4-8>에 제시되어 있다. 제시된 접근과 이용, 비판적 이해, 표현과 창작, 소통과 참여 역량 가운데 성별에 따른 차이를 나타낸 역량은 비판적 이해 역량으로 나타났다. 비판적 이해 역량은 남성(평균 3.73점), 여성(3.63점)으로 남성이 여성보다 비판적 이해 역량이 높은 것으로 나타났다. 그러나 성별에 따라 3가지 역량에서의 차이는 나타나지 않았다.

[그림4-6] 성별에 따른 역량의 차이



그림

〈표 4-8〉 성별에 따른 역량의 차이

구분		N	평균	표준편차	t(498)	p
접근과 이용	남자	250	4.00	0.51	-0.52	0.60
	여자	250	4.02	0.41		
비판적 이해	남자	250	3.73	0.52	2.26	0.02
	여자	250	3.63	0.46		
표현과 창작	남자	250	3.59	0.73	-0.36	0.72
	여자	250	3.61	0.73		
소통과 참여	남자	250	3.82	0.58	0.04	0.96
	여자	250	3.82	0.54		

(2) 연령대에 따른 역량 차이

연령대에 따른 역량의 차이를 분석한 결과, 4가지 역량에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다 (〈표 4-9〉 참조). 접근과 이해 역량은 만 20세-29세(평균 4.12), 만 30세-39세(평균 4.04)가 상대적으로 높으며, 반면 만60세 이상(평균 2.92)로 낮게 나타났다.

비판적 이해 역량은 만 20세-29세가 높은 것으로 나타났다. 그리고 표현과 창작 역량은 연령 가운데 만13-19세(평균 3.99)가 가장 높았고, 만 20-29세(평균 3.88), 만 30-39세(평균 3.61)로 연령이 높아질수록 표현과 창작 역량이 낮아지는 추세를 보여주고 있었다. 소통과 참여 역량은 만20-29세가 평균 4.03으로 다른 연령대보다 높은 것으로 나타났다.

〈표 4-9〉 연령대에 따른 역량의 차이

구 분		N	평균	표준편차	F(5,494)	p
접근과 이용	만13~19세	50	3.94	0.46	1.81	0.11
	만20~29세	100	4.12	0.47		
	만30~39세	100	4.04	0.45		
	만40~49세	100	4.00	0.49		
	만50~59세	100	3.99	0.45		
	만60세 이상	50	3.92	0.48		
	합계	500	4.01	0.47		
비판적 이해	만13~19세	50	3.63	0.47	2.55	0.03
	만20~29세	100	3.83	0.51		
	만30~39세	100	3.66	0.52		
	만40~49세	100	3.63	0.50		
	만50~59세	100	3.66	0.48		
	만60세 이상	50	3.59	0.42		
	합계	500	3.68	0.50		
표현과 창작	만13~19세	50	3.99	0.65	10.97	0.00
	만20~29세	100	3.88	0.68		
	만30~39세	100	3.61	0.70		
	만40~49세	100	3.48	0.73		
	만50~59세	100	3.38	0.70		
	만60세 이상	50	3.28	0.68		
	합계	500	3.60	0.73		
소통과 참여	만13~19세	50	3.90	0.56	5.67	0.00
	만20~29세	100	4.03	0.55		
	만30~39세	100	3.79	0.54		
	만40~49세	100	3.81	0.58		
	만50~59세	100	3.72	0.52		
	만60세 이상	50	3.60	0.47		
	합계	500	3.82	0.56		

(3) 가구소득에 따른 역량 차이

가구소득에 따라 접근과 이용, 비판적 이해, 표현과 창작, 소통과 창작 역량에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(〈표 4-10〉 참조). 접근과 이용 역량의 평균 차이를 볼 때, 600만원 이상(평균 4.17), 400만원-499만원(평균 4.08)이 소득수준이 높을수록 접근과 이용 역량이 높은 것으로 나타났고, 100만원-199만원은 평균 3.70으로 가장 낮은 접근과 이용 역량을 보이고 있었다. 또한 비판적 이해 능력은 600만원 이상(평균 3.85), 500만원-599만원(평균 3.75)이 가장 높은 것으로 나타났고 반면 100만원-199만원은 평균 3.40점으로 가장 낮은 점수를 보였다. 그리고 표현과 창작 역량은 600만원 이상(평균 3.68), 400만원-499만원(평균 3.59)이 가장 높은 것으로 나타났고 반면 100만원-199만원은 평균 3.23점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

소통과 참여 역량은 600만원 이상(평균 3.89), 400만원-499만원(평균 3.85)이 가장 높은 것으로 나타났고 반면 100만원-199만원은 평균 3.23점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

이를 종합해 볼때, 가구소득이 높을수록 접근과 이용, 비판적 이해, 표현과 창작, 소통과 참여 역량은 높은 것으로 나타났다.

〈표 4-10〉 가구소득에 따른 역량 차이

구분		N	평균	표준편차	F(6,493)	p
접근과 이용	100만원 미만	32	3.70	0.49	5.05	0.00
	100-199만원	25	3.93	0.55		
	200-299만원	82	3.98	0.45		
	300-399만원	78	3.99	0.40		
	400-499만원	67	4.08	0.45		
	500-599만원	61	4.03	0.40		
	600만원 이상	105	4.17	0.49		
	합계	450	4.02	0.47		
비판적 이해	100만원 미만	32	3.40	0.41	4.92	0.00
	100-199만원	25	3.57	0.52		
	200-299만원	82	3.63	0.47		
	300-399만원	78	3.60	0.50		
	400-499만원	67	3.70	0.50		
	500-599만원	61	3.75	0.47		
	600만원 이상	105	3.85	0.50		
	합계	450	3.68	0.50		
표현과 창작	100만원 미만	32	3.23	0.84	1.63	0.14
	100-199만원	25	3.48	0.76		
	200-299만원	82	3.53	0.72		
	300-399만원	78	3.55	0.65		

	400-499만원	67	3.59	0.67		
	500-599만원	61	3.55	0.72		
	600만원 이상	105	3.68	0.77		
	합계	450	3.56	0.73		
소통과 참여	100만원 미만	32	3.49	0.57	2.59	0.02
	100-199만원	25	3.83	0.50		
	200-299만원	82	3.84	0.56		
	300-399만원	78	3.74	0.46		
	400-499만원	67	3.85	0.59		
	500-599만원	61	3.84	0.50		
	600만원 이상	105	3.89	0.60		
	합계	450	3.81	0.55		

(4) 학력에 따른 역량 차이

학력에 따라 4가지 역량 모두에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(〈표 4-11〉 참조). 평균 차이를 살펴본 바 접근과 이용역량은 대학(원)생이 평균 4.13로 가장 높았으며, 대학원졸이상(평균 4.05), 대졸(평균 4.04)로 학력이 높을수록 접근과 이용 역량이 높은 것으로 나타났다. 비판적 이해 역량은 대학(원)생 평균 3.78점, 대학원 졸 이상은 3.76점으로 나타났다. 또한 표현과 창작 역량은 대학(원)생 평균 3.81점, 중고등학생 3.99점으로 나타나 학생들이 참여역량이 높은 것으로 나타났다.

〈표 4-11〉 학력에 따른 역량 차이

구분		N	평균	표준편차	F(4,495)	p
접근과 이용	중고등학생	50	3.94	0.46	4.50	0.00
	대학(원)생	62	4.13	0.45		
	고졸이하	76	3.84	0.49		
	대졸	270	4.04	0.46		
	대학원졸이상	42	4.05	0.43		
	합계	500	4.01	0.47		
비판적 이해	중고등학생	50	3.63	0.47	3.23	0.01
	대학(원)생	62	3.78	0.50		
	고졸이하	76	3.52	0.53		
	대졸	270	3.70	0.49		
	대학원졸이상	42	3.76	0.42		

	합계	500	3.68	0.50		
표현과 창작	중고등학생	50	3.99	0.65	8.05	0.00
	대학(원)생	62	3.81	0.68		
	고졸이하	76	3.34	0.75		
	대졸	270	3.55	0.71		
	대학원졸이상	42	3.62	0.78		
	합계	500	3.60	0.73		
소통과 참여	중고등학생	50	3.90	0.56	5.97	0.00
	대학(원)생	62	4.00	0.57		
	고졸이하	76	3.59	0.54		
	대졸	270	3.81	0.54		
	대학원졸이상	42	3.96	0.54		
	합계	500	3.82	0.56		

4. 미디어리터러시 실태조사 결과

본 조사에서는 추가적으로 미디어리터러시 관련 실태조사를 실시하였다. 미디어리터러시 실태는 미디어리터러시에 대한 인식과 경험여부, 교육의 필요성, 이용을 원하는 교육 프로그램 등 기술통계를 통해 살펴본 후, 인구학적 요인에 따라 미디어리터러시에 대한 인식과 경험여부, 교육의 필요성, 이용을 원하는 교육 프로그램의 요구 사항 등을 파악하였다.

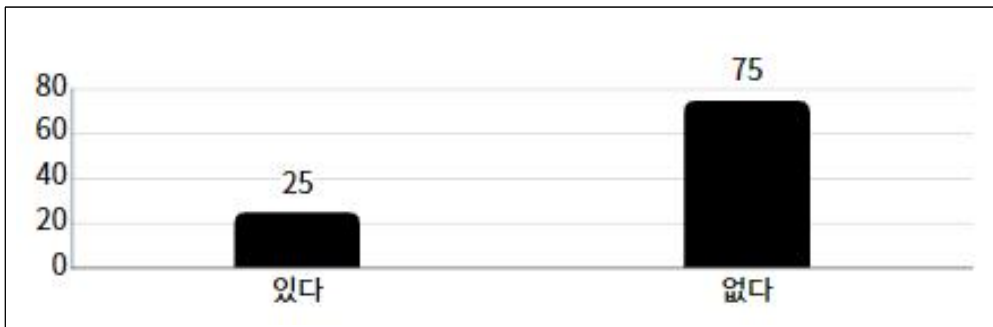
1) 미디어리터러시에 대한 인식과 경험

(1) 미디어리터러시 용어 인지 여부

설문 응답자 500명 중 지금까지 미디어리터러시라는 용어를 들어본 적이 있는 사람은 25%, 들어본 적이 없는 사람은 75%로 나타났다(〈표 4-12〉 참조). 이를 통해 볼 때 미디어리터러시 용어에 대한 인지는 낮은 편으로 보인다.

〈표 4-12〉 미디어리터러시 용어 인지 여부

문항 내용	빈도(%)	
	있다	없다
미디어리터러시 용어를 들어본 적이 있습니까?	125(25%)	375(75%)



[그림 4-7] 미디어리터러시 용어 인지 여부

성별에 따라 미디어리터러시라는 용어를 들어본 경험에는 남자 응답자의 경우 미디어리터러시라는 용어를 들어본 경험이 22.0%이나 여자 응답자의 경우 그 비율이 28.0%로 남자 응답자에 비해 여자가 미디어리터러시 용어를 들어본 경험이 높은 것으로 나타났다(〈표4-13〉 참조).

〈표 4-13〉 성별에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부

미디어리터러시 용어를 들어본 적이 있습니까?	빈도(%)		
	남자	여자	전체
있다	55	70	125
	22.0%	28.0%	25.0%
없다	195	180	375
	78.0%	72.0%	75.0%
합계	250	250	500
	100.0%	100.0%	100.0%

연령대에 따라 미디어리터러시 용어를 들어본 경험에서는 만13-19세(32.0%)로 가장 높은 비율을 보였다. 모든 연령대에서 미디어리터러시 용어를 들어본 경험은 낮은 것으로 나타났다(〈표

4-14〉 참조).

〈표 4-14〉 연령대에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부

미디어리터러시 용어를 들어본 적이 있습니까?	빈도(%)						전체
	만13-19세	만20-29세	만30-39세	만40-49세	만50-59세	만60세 이상	
있다	16	28	23	23	25	10	125
	32.0%	28.0%	23.0%	23.0%	25.0%	20.0%	25.0%
없다	34	72	77	77	75	40	375
	68.0%	72.0%	77.0%	77.0%	75.0%	80.0%	75.0%
합계	50	100	100	100	100	50	500
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

학력에 따라 미디어리터러시 용어를 들어본 경험 여부는 대학원 졸 이상(평균 40.5%), 중고등학생 (32%)로 미디어리터러시 용어에 대해 들어본 경험이 높은 것으로 나타났고, 고졸이하에서 15.8%로 가장 낮게 나타났다(〈표 4-15〉 참조)..

〈표 4-15〉 학력에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부

미디어리터러시 용어를 들어본 적이 있습니까	빈도(%)					전체
	중고등학생	대학(원)생	고졸이하	대졸	대학원졸	
있다	16	17	12	63	17	125
	32.0%	27.4%	15.8%	23.3%	40.5%	25.0%
없다	34	45	64	207	25	375
	68.0%	72.6%	84.2%	76.7%	59.5%	75.0%
합계	50	62	76	270	42	500
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

직업에 따라 미디어리터러시 용어를 들어본 경험은 전문직 33.3%로 가장 높게 나타났으며, 학생 32.5%, 사무직 27.0%로 순으로 나타났다. 또한 생산직에서 미디어 리터러시 용어를 들어본 경험이 없는 비율이 상대적으로 낮게 나타났다(〈표4-16〉 참조).

〈표 4-16〉 직업에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부

미디어리터러시 용어를 들어본 적이 있습니까?	빈도(%)								
	사무직	전문직	서비스/ 판매직	생산직	학생	주부	기타	무직	전체
있다	50	15	14	1	25	13	3	4	125
	27.0%	33.3%	26.9%	4.8%	32.5%	23.6%	13.0%	9.5%	25.0%
없다	135	30	38	20	52	42	20	38	375
	73.0%	66.7%	73.1%	95.2%	67.5%	76.4%	87.0%	90.5%	75.0%
합계	185	45	52	21	77	55	23	42	500
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

거주 지역에 따라 미디어리터러시 용어를 들어본 경험 여부에서 서울지역 거주자의 26.4%가 미디어리터러시 용어를 들어본 적이 있다고 응답한데 비해, 서울외지역 거주자는 23.6%가 들어본 적이 있다고 응답했다. 그러나 거주 지역에 따라 미디어리터러시 용어를 들어본 경험에는 크게 차이가 나타나지 않았다(〈표 4-17〉 참조).

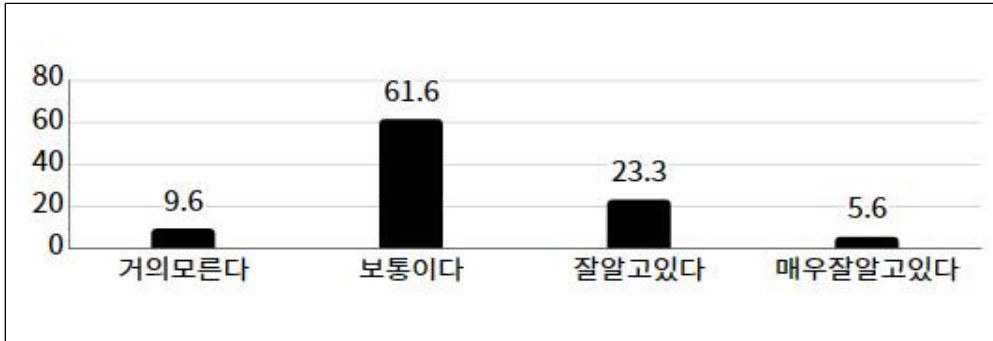
〈표 4-17〉 거주 지역에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부

미디어리터러시 용어를 들어본 적이 있습니까?	빈도(%)		
	서울지역	서울외지역	전체
있다	66	59	125
	26.4%	23.6%	25.0%
없다	184	191	375
	73.6%	76.4%	75.0%
합계	250	250	500
	100.0%	100.0%	100.0%

(2) 미디어리터러시에 대한 인지 정도

미디어리터러시 용어를 들어본 적이 있다고 응답한 125명에게 스스로가 어느 정도 알고 있다고 생각하는지를 조사했다. 〈표 4-20〉에 나타난 바와 같이 보통이라고 응답한 경우가 61.6%로 가장 많았고, 잘 알고 있다(23.2%), 거의 모른다(9.6%) 순으로 나타났다. 한편, 전혀 모른다는 응답은 없었다. 미디어리터러시라는 용어를 들어본 적이 있는 사람의 경우에도 28.8%(긍정응답)만이 스스로 미디어리터러시를 잘 알고 있는 것으로 평가하고 있었다.

[그림 4-8] 미디어리터러시 교육에 대한 인식



〈표 4-18〉 미디어리터러시 교육에 대한 인식

문항 내용	빈도(%)				
	전혀 모른다	거의 모른다	보통 이다	잘 알고 있다	매우 잘 알고 있다
미디어리터러시에 대해 어느 정도 알고 있다고 생각하십니까?	-	12 (9.6)	77 (61.6)	29 (23.2)	7 (5.6)

(3) 미디어리터러시 교육의 필요성에 대한 인식

미디어리터러시 교육의 필요성에 관한 질문에서 필요하다는 응답이 53.0%로 가장 높았고 이어 보통이다(28.0%), 반드시 필요하다(14.4%) 등의 순으로 나타났다(〈표 4-19〉 참조). 미디어리터러시 교육의 필요성에 대한 긍정 응답 비율(필요하다, 반드시 필요하다)은 67.4%, 부정 응답(전혀 필요하지 않다, 필요하지 않다) 비율은 4.6%로 나타났다.

[그림 4-9] 미디어리터러시 교육의 필요성



〈표 4-19〉 미디어리터러시 교육의 필요성

문항 내용	빈도(%)				
	전혀 필요하지 않다	필요하지 않다	보통 이다	필요하다	반드시 필요하다
귀하께서는 미디어리터러시 교육이 필요하다고 생각하십니까?	7 (1.4)	16 (3.2)	140 (28.0)	265 (53.0)	72 (14.4)

2) 미디어리터러시 교육 경험

(1) 미디어리터러시 교육 경험 여부

미디어리터러시 관련 교육을 어떤 형식으로든 받아본 경험이 있는지에 관한 질문에서 응답자의 90.6%가 ‘없다’고 응답했다(〈표 4-20〉). 지난해 2022년 미디어리터러시 교육 경험 여부를 묻는 응답에서는 응답자의 92.8%가 ‘없다’고 응답하였다

[그림 4-10] 미디어리터러시 교육 경험 여부



〈표 4-20〉 미디어리터러시 교육 경험 여부

문항 내용	빈도(%)	
	있다	없다
미디어리터러시 교육 경험 여부	47 (9.4)	453 (90.6)

(2) 미디어리터러시 교육 경험 횟수

미디어리터러시 관련 교육을 어떤 형식으로든 받아본 경험이 있는지에 관한 질문에서 1회는 31.9%, 2회는 25.5%, 3회는 25.5%, 4회 이상은 17%로 나타났다. 미디어리터러시 교육을 받은 교육생은 연계하여 교육에 참여하는 것으로 보인다.

〈표 4-21〉 미디어리터러시 교육 경험 횟수

문항 내용	빈도(%)			
	1회	2회	3회	4회이상
미디어리터러시 교육 경험 횟수(n=47)	15(31.9)	12(25.5)	12(25.5)	8(17)

(3) 미디어리터러시 교육 수강 기관

미디어리터러시 교육을 받은 응답자에게 미디어리터러시 교육을 수강한 기관을 중복 응답으로 질문한 결과, 학교(초중고, 대학교)가 35.0%로 가장 많았고 온라인 교육자료 25.0%, TV 방송등의 특강 13.8%, 시청자미디어센터 10.0% 순으로 나타났다(〈표4-22〉 참조).

〈표 4-22〉 미디어리터러시 교육 수강 기관

기관	수강 여부(중복응답)	
	빈도	퍼센트
시청자미디어센터	8	10.0%
스마트쉼센터	6	7.5%
지역영상미디어센터	3	3.8%
학교(초중고, 대학교)	28	35.0%
지역자치단체(주민센터, 도서관 등)	4	5.0%
온라인 교육자료(이러닝, 미디어교육 사이트)	20	25.0%
TV 방송 등의 특강	11	13.8%
합계	80	100.0%

3) 미디어리터러시 정보습득 경로

(1) 미디어리터러시 교육정보 습득 경로

미디어리터러시 교육에 대한 정보를 습득하는 경로를 중복 응답하여 분석 결과, 인터넷(51.9%)을 통해 가장 많이 얻는 것으로 나타났다. 이어 대중매체 20.2%, 학교/직장 8.9%, 주변 지인 6.5%, 관련 교재나 서적 4.5%, 전문기관과 지역자치단체가 각각 4.8%와 3.2%로 나타났다(〈표 4-23〉 참조).

〈표 4-23〉 미디어리터러시 정보습득 경로

미디어리터러시 교육 정보습득	중복응답	
	빈도	퍼센트
관련 교재, 서적	31	4.5%
주변지인	45	6.5%
인터넷	360	51.9%
대중매체(TV, 신문)	140	20.2%
전문기관(시청자미디어센터 등)	33	4.8%
학교/직장	62	8.9%
지역자치단체(주민센터, 도서관 등)	22	3.2%
합계	693	100.0%

(2) 미디어리터러시 교육의 대상

미디어리터러시 교육의 대상이 누가 되어야 하는지에 물어본 결과, 전국민이어야 한다는 응답이

41.2%로 가장 많았고 이어 중고등학생(28.6%), 성인(13.0%), 노인 등 고령층(10.8%) 순으로 나타났다. 미디어리터러시 교육이 전 국민을 대상으로 진행되어야 한다는 응답과 중고등학생을 대상으로 해야 한다는 응답이 두드러지게 나타났다(〈표 4-24〉 참조).

〈표 4-24〉 미디어리터러시 교육의 대상

교육대상	빈도	퍼센트
유아·아동·어린이	25	5.0
중고등학생	143	28.6
성인	65	13.0
노인 등 고령층	54	10.8
사회적 약자	3	0.6
전 국민	206	41.2
기타	4	0.8
합계	500	100.0

(3) 미디어리터러시 교육 진행에 대한 평가

미디어리터러시 교육이 잘 진행되고 있는지에 대한 평가에서 응답자의 43.4%가 보통이라고 평가한 가운데, 제대로 이루어지지 않고 있거나(43.8%) 전혀 제대로 이루어지지 않고 있다(9.0%)는 부정적 평가가 52.8%로 절반이 넘는 것으로 나타났다(〈표 4-25〉 참조). 잘 이루어지고 있거나(3.0%) 매우 잘 이루어지고 있다(0.8%)는 긍정적인 평가는 3.8%에 머물렀다.

〈표 4-25〉 미디어리터러시 교육 진행 평가

문항 내용	빈도(%)				
	전혀 제대로 이루어지지 않는다	제대로 이루어지지 않는다	보통 이다	잘 이루어지고 있다	매우 잘 이루어지고 있다
미디어리터러시 교육이 어떻게 진행되고 있는가?	45(9.0%)	219(43.8%)	217(43.4%)	15(3.0%)	4(0.8%)

(4) 미디어리터러시 교육에서 중요한 주제

11가지 미디어리터러시 교육 중에서 중요한 주제로 생각되는 교육을 응답자에게 선택하도록 한 결과, 온라인 윤리와 예절 관련 교육(20.4%), 콘텐츠(정보)의 정확성을 이해하는 교육(13.0%), 공공서비스, 금융거래(전자상거래), 일상정보와 전문정보를 이용하는 교육(10.2%) 순으로 나타났다(〈표 4-26〉 참조). 반면 사회적 이슈나 관심사에 대해 내 의견을 표현하고 교류하는 교육(3.8%)이나 미디어를 통해 내 생각을 자유롭게 제작하고 공유하는 교육(4.6%)의 중요성은 상대적으로 낮게 인식하고 있었다.

〈표 4-26〉 미디어리터러시 교육에서 중요한 주제

순위	문항	응답수(%)	
1	콘텐츠(정보) 제작자의 의도나 의미를 파악하고 이해하는 교육	33	6.6
2	콘텐츠(정보)의 정확성을 이해하는 교육	65	13.0
3	콘텐츠(정보)에 대한 비교검증을 통해 수용하고 이해하는 교육	39	7.8
4	공공서비스, 금융거래(전자상거래), 일상정보와 전문정보를 이용하는 교육	51	10.2
5	나의 선호도나 필요에 따라 미디어나 플랫폼, 콘텐츠에 접속해 이용하는 교육	32	6.4
6	긴급 상황(예: 재난 등) 발생 또는 사이버 폭력 등이 발생할 경우 대처하는 교육	47	9.4
7	미디어를 통해 내 생각을 자유롭게 제작하고 공유하는 교육	23	4.6
8	사회적 이슈나 관심사에 대해 내 의견을 표현하고 교류하는 교육	19	3.8
9	온라인 윤리와 예절 관련 교육	102	20.4
10	미디어의 기능(예: 미디어의 긍정적/부정적 기능)에 대해 평가하고 이해하는 교육	49	9.8
11	디지털 미디어 기기 이용 기술이나 방법에 대한 교육	40	8.0
전체		500	100.0

(5) 온라인을 통한 미디어리터러시 교육 희망 과목

온라인으로 미디어리터러시 교육 기회가 있을 때 수강하고 싶은 과목에 관한 중복응답 분석 결과, 이미지/동영상 제작과 편집(8.5%), 허위정보 판별 교육(7.2%), 코딩(6.9%), 빅데이터 분석

(7.1%) 및 유튜브 채널 개설과 운영방법(6.4%), 관련 과목이 온라인으로 교육되기를 희망하는 과목으로 나타났다(〈표 4-27〉 참조).

〈표 4-27〉 온라인을 통한 미디어리터러시 교육 희망 과목

수강과목		중복응답	
		N	퍼센트
비판적·윤리적 미디어 이용	허위정보 판별 교육(팩트체크 교육)	135	7.2%
	디지털 윤리 교육	78	4.2%
	미디어 이용 조절	57	3.0%
	자녀 미디어교육 방법	72	3.8%
미디어를 통한 생활 서비스	예약/예매(철도/고속버스/항공권 예매, 영화/공연 예매 등)	46	2.5%
	금융서비스(인터넷/모바일 뱅킹, 계좌 확인, 이체, 송금 등)	54	2.9%
	정부행정서비스(민원서류 발급 확인, 공과금 세금납부 등)	52	2.8%
	쇼핑(최저가 검색 및 결제)	45	2.4%
	다양한 IT기기 이용방법(키오스크, ATM 등).	49	2.6%
	온라인 교육 및 화상회의 방법	41	2.2%
미디어를 통한 소통	SNS 활용(페이스북, 트위터, 인스타그램 사용법 등)	91	4.9%
	메신저(카카오톡 사진 문서 전송 등)	39	2.1%
	개인 블로그 및 카페 개설·활용 방법	70	3.7%
미디어 창작/앱 개발 등 생산	이미지/동영상 제작·편집	159	8.5%
	모바일 앱 개발	89	4.7%
	온라인 판매 채널 개설 및 운영(광고, 판촉 프로모션 등)	73	3.9%
	유튜브 채널 개설 및 운영 방법	121	6.4%
새로운 기기·기술 및 활용법	AI 스피커 사용 방법	28	1.5%
	드론 제작 및 조종	67	3.6%
	빅데이터 분석	134	7.1%
	미디어 직업 체험	69	3.7%
	VR, AR 체험	77	4.1%
	코딩	129	6.9%
	메타버스	88	4.7%
기타	기타	13	0.7%
	수강하고 싶은 과정 없음	-	-
전체		1876	100.0%

(6) 참여를 원하는 미디어 활동

응답자들은 자신이 가지고 있는 미디어 관련 재능을 기부하는 미디어 활동에 높은 관심을 보였다. <표 4-33>에 나타난 4가지 활동에 대한 참여 의사를 중복응답으로 질문한 결과 미디어 재능기부가 28.9%로 나타났고, 이어 시청자 참여프로그램 제작이 21.9%, 지역 이슈를 다루는 1인 크리에이터 활동이 17.7%, 마을 공동체 활동이 14.4%로 나타났다(<표 4-28> 참조).

<표 4-28> 참여를 원하는 미디어 활동

미디어 활동	중복응답	
	N	퍼센트
마을 공동체 활동 (지역 및 마을에서 콘텐츠를 함께 제작하고 송출)	101	14.4%
시청자 참여프로그램 제작 (시민들이 직접 콘텐츠를 제작하고 참여)	154	21.9%
미디어 재능기부 (본인이 가지고 있는 미디어 제작 능력 등을 타인에게 가르쳐주거나, 어르신들에게 스마트폰 이용방법 등을 가르쳐주는 활동)	203	28.9%
지역 이슈를 다루는 1인 크리에이터 활동	124	17.7%
기타	2	0.3%
없음	118	16.8%
합계	702	100.0%

(7) 미디어리터러시 역량 강화에 필요한 지원

미디어리터러시 역량 강화를 위해 지원이 필요하다고 생각하는 분야로는 온라인을 통한 미디어 리터러시 교육프로그램(22.7%)이 가장 많았고, 오프라인 미디어리터러시 교육프로그램(14.1%),

미디어 활동에 필요한 장비 제공 및 대여(12.0%), 미디어 활동에 필요한 시설 제공(11.1%), 미디어리터러시 교육 정책자료 제공(10.8%), 미디어리터러시 강사 교육프로그램(10.0%), 미디어 활동 멘토(6.8%), 미디어 활동 그룹 조성(8.8%) 등의 순으로 나타났다(<표 4-29> 참조).

<표 4-29> 지원이 필요하다고 생각하는 분야

지원 분야	중복응답	
	N	퍼센트
오프라인 미디어리터러시 교육프로그램	168	14.1%
온라인을 통한 미디어리터러시 교육프로그램	271	22.7%

미디어리터러시 강사 교육프로그램	119	10.0%
미디어리터러시 교육 정책자료 및 교재, 교구 등 관련 정보	129	10.8%
미디어 활동에 필요한 시설 제공	133	11.1%
미디어 활동에 필요한 장비 제공/대여	143	12.0%
미디어 활동 멘토	81	6.8%
미디어 활동 그룹 조성	105	8.8%
기타	1	0.1%
없음	43	3.6%
합계	1193	100.0%

제2절 시청자미디어센터 이용자 미디어리터러시 역량 및 실태

1. 조사대상 및 표본의 구성

1) 분석에 사용된 시청자미디어센터 교육 프로그램

시청자미디어센터 이용자 미디어리터러시 역량 및 실태 조사를 위해 크게 2가지 절차를 진행하였다. 먼저 설문조사 기간내(2023.9.4.(월) ~ 2023.10.31.(화)) 센터별 조사 대상 강좌 현황을 파악하고, 이후 시청자미디어센터 이용자 교육 효과 측정을 위해 지역 센터(10개)에 설문조사 협조와 설문 목적, 설문기간, 설문방법, 설문 대상, 그리고 조사과정에서 발생할 수 있는 Q&A를 작성하여 배포하였다.

먼저, 제시된 프로그램(표4-30)은 설문조사 기간내(2023.9.4.(월) ~ 2023.10.31.(화)) 센터별 조사 대상 강좌 현황이다. 현재 전국 10개 시청자미디어센터에서 제공하는 교육 프로그램은 학생을 주 대상으로 하는 학교 교육, 학교 밖 교육, 그리고 일반인을 대상으로 하는 상설 교육 프로그램이 다양한 주제로 제공되고 있다.

〈표 4-30〉 본 분석에 사용된 시청자미디어센터 역량별 미디어교육 사업 (2023년 기준)

센터	세부 프로그램(명)
부산	play idea! 광고 크리에이터 과정 동아리(동성고등학교) 고교학점제(구덕고등학교) 생성형 AI와 허위정보판별 디지털 시민의 슬기로운 미디어 활용 영화 리터러시 교육 발개마을기자단 양성과정 1인미디어시대 '나도 마을에서 방송 한다' 영상으로 말하는 '청소년의 목소리' 찾아가는 미디어 리터러시 교육(다행복한종합사회복지관 서포터즈 기자단)
광주	영상제작의 A to Z 쉽게 배우는 드론 스마트폰 브이로그 만들기 팔로우를 부르는 숏폼 만들기 다큐멘터리 10일 마을공동체 미디어교육_서동마을 마을공동체 미디어교육_강진군 연계 빛고를 직업교육 영화제작교육 자유학기제(순창여자중학교) 동아리(황산중학교) 고교학점제(송원여자상업고등학교A반) 고교학점제(공동교육과정)
강원	자유학년제(남춘천중) 자유학년제(북원중) 자유학년제(후평중) 마을공동체 미디어교육(사발청) 나도 사진작가! 인생사진 촬영하기(10월) 2023 청소년팩트체크 전국대회(유봉여자중학교) 초보자도 쉽게 배우는 영상만들기(10월) 왕초보 스마트폰 활용교육(10월) 영상일기 브이로그 제작하기(10월)
인천	처음 만나는 프리미어 프로 초보자를 위한 유튜브 입문 가이드 초보자를 위한 팟캐스트 입문 가이드 네 일상을 보여줘! 브이로그 만들기 자유학기제(가정여자중학교 1기) 자유학기제(연화중학교) 동아리(인천예일고등학교) 고교학점제(박문여자고등학교 2기) 숏폼 만들기
대전	영상 편집 바로알기

센터	세부 프로그램(명)
	<p>이야기가 있는 1분 영상 만들기 청년 영화 비평 워크숍 예비 언론인을 위한 저널리즘 스쿨 자유학기제(임성중학교) 동아리(대전중학교) 동아리(홍주고등학교) 고교학점제(서천여자정보고등학교) 학교밖청소년미디어교육 스마트폰 보조강사 양성_대전YWCA여성인력개발센터 팟캐스트_대전고사리 동아리(대전구봉고등학교) 팩트체크 전국대회(회덕중) 방방곡곡 마을미디어교육(야근하는산타들)_시사반 안전콘텐츠 제작 책과 유튜브가 만났을 때</p>
서울	<p>곰믹스맥스 간편 활용 백서! 키보드와 맥을 활용한 음악제작 프리미어 실속만 골라배우기 실력이 자라나는 애프터이펙트 스마트폰으로 유튜브 정복하기 중구학교밖청소년지원센터 동아리_인창고 가산동의 어제, 오늘 그리고 내일(영상)</p>
울산	<p>스마트영상제작중급 사진촬영초급 스마트영상제작초급 프리미어편집초급 스마트폰사진촬영중급 자유학기제 미디어교육_성화중학교 자유학기제 미디어교육_대구제일중학교 소외계층 미디어교육_아름드리 라이브 더빙 극장</p>
경기	<p>자유학기(교문중학교) 자유학기(신길중학교) 동아리(부일중학교) 우리가 보이는 라디오, 방구석 팟캐스트 영상편집 프리미어 초급 영상편집 애프터 이펙트 여행에세이 장애청소년 미디어교육을 위한 매개자 연수 공동체라디오 지원사업 심화교육 맞춤형 미디어교육 자유학기(남한중학교)</p>
충북	<p>영상제작교육:충부기온에어 라디오제작교육:충부기에프엠</p>

센터	세부 프로그램(명)
	자유학기제(옥산중학교) 자유학기제(한국교원대부설미호중학교) 자유학기제(충북여자중학교) 자유학기제(이월중학교) 자유학기제(진천여자중학교) 편집의 정석 기본편, 프리미어 첫걸음 카메라 날개를 달다! 드론 영상 제작 편집의 정석 실력편, 마스터 시선을 사로 잡는 모션그래픽
세종	스마트폰 영상제작 스마트폰 활용교육 AI(미드저니)로 만드는 영상 콘텐츠 처음 해보는 영상기획 파이널컷 프로 영상 제작 자유학기제(새뜸중학교-뉴스) 자유학기제(새뜸중학교-팩트) 자유학기제(장기중학교) 이제는 '보이는 라디오' 시대 드론 영상 첫걸음

2) 표본의 구성

시청자미디어센터 이용자의 미디어리터러시 역량 및 실태를 파악하기 위해 설문 응답을 실시하였다. 조사는 온라인 서버이로 진행되었고, 응답자는 전국 시청자미디어센터 10개(부산, 광주, 강원, 대전, 인천, 서울, 울산, 경기, 충북, 세종)의 교육 프로그램에 참여한 교육생이다.

조사 기간은 2023.9.4.(월) ~ 2023.11.15.(수)까지 약 2달간 진행되었으며, 조사의 응답자는 803명이었고, 표본의 구성은 다음 <표 4-30>과 같다. 응답자는 최소 3차시(6시간) 수업에 참여한 교육생으로 한정하였다.

<표 4-31> 응답자의 표본구성

구분	만13-19세		만20-29세		만30-39세		만40-49세		만50-59세		60대 이상		총합계	
	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여
서울	50	85	4	2	1	5	3	20	7	20	15	9	80	141
서울외	128	216	4	16	2	13	7	35	22	49	49	41	212	370
합계	178	301	8	18	3	18	10	55	29	69	64	50	292	511

2. 인구통계학적 특성

설문 참여자의 인구학적 특성에는 성, 연령, 직업, 거주지역, 가구소득, 주거형태, 가구유형, 학력이 포함되었다(〈표 4-31〉 참조). 성별은 남자 292명(36.4%), 여자 511명(63.6%)이었고, 연령별로는 만13세-19세대 학교 미디어교육의 대상자는 479명(59.7%)이고, 만 60세이상은 114명(14.3%), 만50대-59세는 98명(12.2%) 순으로 나타났다. 직업에 따라서는 학생 490명(61.0%), 기타 76명(9.5%), 주부 74명(9.2%), 전문직 60명(7.5%) 순으로 나타났다. 가구 소득을 묻는 문항의 선택지에 무응답을 포함하였다. 이는 학생의 경우 자신이 포함된 가구 소득을 알지 못하는 경우, 설문 도중 응답을 꺼리는 참여자 등을 고려했다. 가구소득의 응답거부자는 479명(59.7%)로 나타났으며, 응답자 가운데 300-399만원 79명(9.8%), 200-299만원 73명(9.1%) 순으로 나타났다. 거주 지역 구분으로는 서울 221명(27.5%), 서울 외582명(72.5%)로 나타났다. 학력은 중학생 407명(50.7%), 대졸 168명(20.9%) 순으로 나타났다. 가구유형별로는 2세대 가구가 305명(38.0%)으로 가장 많았고 이어 1세대 가구 386명(48.1%), 1인가구 72명(9.0%), 3세대 가구 38명(4.7%), 기타 2명(0.2%)이었다. 본 조사에 응답한 응답자는 속성은 아래의 표(〈표 4-31참조〉)와 같다.

〈표 4-32〉 응답자의 특성

인구학적 속성		빈도	퍼센트
성별	남자	292	36.4
	여자	511	63.6
	합계	803	100.0
연령	만13-19세	479	59.7
	만20-29세	26	3.2
	만30-39세	21	2.6
	만40-49세	65	8.1
	만50-59세	98	12.2
	만60세이상	114	14.2
	합계	803	100.0
직업	사무직	35	4.4
	전문직	60	7.5
	서비스/판매직	17	2.1
	생산직	3	0.4
	학생	490	61.0
	주부	74	9.2

	기타	76	9.5
	무직	48	6.0
	합계	803	100.0
가구소득	100만원 미만	30	3.7
	100~199만원	32	4.0
	200~299만원	73	9.1
	300~399만원	79	9.8
	400~499만원	50	6.2
	500~599만원	24	3.0
	600만원 이상	36	4.5
	전체	324	40.3
	무응답	479	59.7
	합계	803	100.0
지역	서울	221	27.5
	서울 외	582	72.5
	전체	803	100.0
학력	중학생	407	50.7
	고등학생	72	9.0
	대학생/대학원생	50	6.2
	중졸이하	3	0.4
	고졸이하	46	5.7
	대졸	168	20.9
	대학원 졸업상	57	7.1
	전체	803	100.0
가구유형	1인가구	72	9.0
	1세대가구	386	48.1
	2세대가구	305	38.0
	3세대가구	38	4.7
	기타	2	0.2
	합계	803	100.0

3. 미디어리터러시 역량 분석 결과

1) 전체 역량

미디어리터러시 역량을 4개 역량군, 13개 역량으로 구성하고, 접근과 이용 12문항, 비판적 이해 12문항, 표현과 창작 6문항, 소통과 참여 9문항으로 구성하였다. 구성된 설문 문항에 응답한 설문 참여자의 평균과 표준 편차를 통해 4개 역량과 세부 역량에 관한 분석 결과와 <표4-32>에 제시되어 있다. 39문항으로 측정된 미디어리터러시 역량은 평균 3.88점(표준편차 0.70)로 나타났다.

구체적으로 미디어 기기의 기본적인 기능과 서비스에 접근하는 능력인 미디어 접근 역량이 평균 4.37로 가장 높게 나타났으며, 미디어 텍스트를 구성하는 기호·관습과 이에 영향을 미치는 정치·경제적 맥락을 파악해, 미디어가 현실을 재현하는 방식을 비판적으로 분석하고 이해하는 능력인 미디어 재현을 이해하는 역량(평균 3.55점)이 낮게 나타났다.

전체 평균(평균 3.88점)을 통해 비교해 볼 때 낮게 나온 역량은 미디어 재현 이해 역량(평균 3.55점), 프라이버시와 정보 권리 이해 역량(3.63점), 정보 분석과 평가 역량(평균 3.68점), 미디어 창작 역량(평균 3.76점), 미디어를 통해 사람을 연결하고, 관점을 조율하여 협력하는 능력인 연결과 협업 역량(평균 3.80점), 미디어를 이용할 때 발생할 수 있는 위험을 알고, 미디어를 안전하게 이용하는 능력(평균 3.85점), 미디어 이용을 자율적으로 조절해, 일상생활의 균형을 유지하는 능력인 균형있는 이용 역량(평균 3.86점)으로 나타났다.

4개 역량군을 통해 살펴보면 접근과 이용 역량군에서 미디어 기기의 기본적인 기능과 서비스에 접근하는 능력인 미디어 접근과 이용 역량(평균 4.37점)이 가장 높게 나타났고, 비판적 역량군에서 디지털 기술의 속성을 이해하고, 디지털 기술이 개인과 사회에 미치는 영향을 비판적으로 인식하는 능력인 디지털 기술의 영향력을 이해하는 역량(평균 4.09점)으로 다른 역량보다 높게 나타났다. 표현과 창작 역량군에서는 생각과 의견을 표현하고 소통하기 위해 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 창의적으로 구상하는 능력인 창의적 표현 역량(평균 3.92점)으로 나타났고, 소통과 참여 역량군에서는 타인을 존중하며, 미디어로 책임있게 소통하는 능력인 성찰적 소통 능력(평균 4.36점)으로 나타났다.

이를 통해 볼 때 응답자는 미디어가 재현하는 내용에 대한 이해와 미디어를 통해 사람을 연결하고, 공동체의 삶의 향상을 위해 공공의 문제를 해결하는 활동에 참여하는 역량이 다소 낮은 것으로 나타났다. 반면 목적에 맞는 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 선택하여 이용하거나 생각과 의견을 표현하고 소통하기 위해 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 창의적으로 구상하는 능력과 디지털 기술이 미치는 영향력에 대한 이해는 높은 것으로 보인다.

[그림 4-11] 역량별 평균



〈표 4-33〉 역량별 평균과 표준편차

역량		평균	표준편차
접근과 이용	미디어 접근	4.37	0.74
	목적에 맞는 이용	3.95	0.83
	균형있는 이용	3.86	0.78
	안전한 이용	3.85	0.75
전체		4.01	0.60
비판적 이해	미디어 재현 이해	3.55	0.88
	정보 분석과 평가	3.68	0.85
	디지털 기술의 영향력 이해	4.09	0.66
	프라이버시와 정보권리 이해	3.63	0.89
전체		3.74	0.68
표현과 창작	창의적 표현	3.92	0.85
	미디어 창작	3.76	0.97
전체		3.84	0.86
소통과 참여	성찰적 소통	4.36	0.72
	연결과 협업	3.80	0.84
	시민적 참여	3.65	0.92
전체		3.93	0.67
전체		3.88	0.70

N=803

2) 역량별 분석 결과

(1) 접근과 이용 역량

접근과 이용 역량은 미디어 접근, 목적에 맞는 이용, 균형있는 이용, 안전한 이용 역량으로 구성되었다. 미디어 기기의 기본적인 기능과 서비스에 접근하는 능력인 미디어 접근 역량은 접근과 이용 역량 가운데 가장 높은 평균 값을 보여주었다(평균4.37점). 목적에 맞는 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 선택해 이용하는 능력 가운데 온라인에서 필요한 일상 생활정보(예: 날씨, 교통정보, 길찾기)를 찾아 이용하는 능력도 높게 나타났다(평균 3.95점). 미디어 이용을 자율적으로 조절해, 일상생활의 균형을 유지하는 능력 가운데 미디어의 과도한 이용으로 일상 생활의 문제가 발생하지 않는다는 답변이 평균 3.86점으로 나타났다. 미디어를 이용할 때 발생할 수 있는 위험을 알고, 미디어를 안전하게 이용하는 능력 가운데 유해한 콘텐츠라고 생각하면 이용하지 않는다는 답변이 평균 3.85점으로 높게 나타났다.

[그림 4-12] 접근과 이용 역량의 평균



〈표 4-34〉 접근과 이용 역량의 평균과 표준편차

대분류	중 분 류			
	세부영역	내 용	평균	표준편차
접근과 이용 12문항	미디어 접근 2문항	필요한 미디어 기기(예: 스마트폰, 태블릿, PC)에 쉽게 접근하고 이용할 수 있다	4.32	0.82
		필요한 온라인 플랫폼(예: 유튜브, 인스타그램, 카카오톡)을 선택해 이용할 수 있다	4.42	0.78
	소 계		4.37	0.74

목적에 맞는 이용 4문항	필요한 온라인 콘텐츠나 공공 서비스(예: 민원서류 발급, 시설물 예약)를 선택해 이용할 수 있다	3.71	1.11
	온라인에서 필요한 일상 생활정보(예: 날씨, 교통정보, 길찾기)를 찾아 이용할 수 있다	4.43	0.77
	온라인에서 필요한 전문정보(예: 보고서, 학술자료 등)를 찾아 이용할 수 있다	4.05	0.97
	온라인에서 금융거래와 전자상거래를 할 수 있다	3.62	1.29
소 계		3.95	0.83
균형있는 이용 3문항	미디어 이용으로 인해 일상생활(예: 수면, 약속)에 방해를 받지 않는다	3.69	1.05
	미디어 이용으로 인해 학교 수업이나 공식 업무(예: 지각, 결석)에 문제가 일어나지 않는다	4.16	0.96
	나의 미디어 이용(예: 시간, 내용)이 적절한지 생각해 본다	3.72	0.98
소 계		3.86	0.78
안전한 이용 3문항	유해한 콘텐츠라고 생각되면 이용하지 않는다	4.16	0.92
	사이버 범죄(예: 해킹, 디지털 성범죄, 허위정보 유포)로부터 나를 보호하는 방법을 안다	3.81	1.06
	온라인에서 비밀번호와 인증 방법을 복잡하게 설정한다	3.57	1.03
소 계		3.85	0.75

(2) 비판적 이해 역량

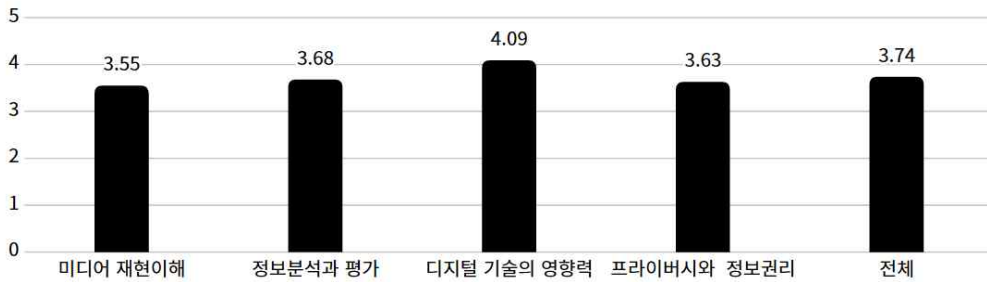
비판적 이해 역량은 미디어 재현 이해, 정보 분석과 평가, 디지털 기술의 영향력 이해, 프라이버시와 정보권리 이해로 구성되었다. 이 가운데 디지털 기술의 영향력 이해(평균 4.09)가 다른 세부 역량보다 높은 평균을 보여주고 있다. 각 세부 영역 가운데 미디어 텍스트를 구성하는 기호·관습과 이에 영향을 미치는 정치·경제적 맥락을 파악해, 미디어가 현실을 재현하는 방식을 비판적으로 분석하고 이해하는 능력인 미디어 재현 이해 항목 중 “내가 접한 정보의 의도를 확인한다”가 다른 항목에 비해 높은 평균(3.82점)을 보였다.

또한 정보와 콘텐츠를 진실성과 신뢰성에 근거해 비판적으로 분석하고 평가하는 능력인 정보 분석과 평가 역량에서 “내가 접한 정보가 사실인지 확인한다”의 항목이 평균(3.77점)으로 나타났다. 그리고 미디어 기업과 국가의 개인정보와 데이터 수집·활용 등 프라이버시 위협과 침해에 대해 비판적으로 인식하는 능력인 프라이버시와 정보권리 이해의 항목에서는 “소셜미디어나 웹사이트 등에서 개인정보 설정을 변경하는 방법을 알고 있다” 문항이 다른 문항에 비해 높은 평균(평균

3.91)을 보여주고 있었다.

비판적 이해 역량은 4대 대분류 역량 가운데 전반적으로 낮은 평균을 나타내는 항목 등이 나타나고 있었다.

[그림 4-13] 비판적 이해 역량의 평균



〈표 4-35〉 비판적 이해 역량의 평균과 표준편차

대분류	중 분 류			
4대 영역	세부영역	내 용	평균	표준편차
비판적 이해 12문항	미디어 재현 이해 3문항	내가 접한 정보의 의도를 확인한다	3.82	0.89
		내가 접한 정보를 누가 만든 것인지를 확인한다	3.46	1.05
		내가 접한 정보가 생산되는 정치·경제적인 맥락을 확인한다	3.36	1.04
	소 계		3.55	0.88
	정보 분석과 평가 3문항	내가 접한 정보가 사실인지 확인한다	3.77	0.92
		내가 접한 정보와 관련된 다른 정보나 사례를 찾아본다	3.59	1.03
		내가 접한 정보에 의문을 갖는다	3.68	0.97
	소 계		3.68	0.85
	디지털 기술의 영향력 이해 3문항	미디어는 우리의 생각과 태도를 바꿀 수 있다고 생각한다	4.22	0.78
		미디어는 우리가 직면한 문제에 해결책을 제시한다	3.76	0.85
		미디어는 개인과 사회에 큰 영향을 미친다고 생각한다	4.29	0.80
	소 계		4.09	0.66
	프라이	백신 프로그램을 설치해 악성코드(바이러스나 스파이웨어 등)로	3.32	1.15

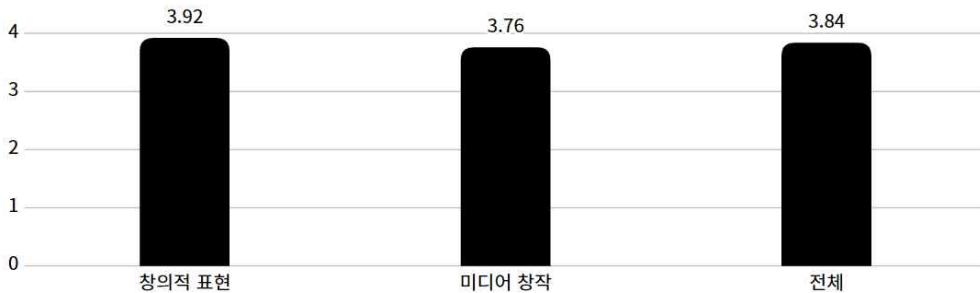
버시와 정보 권리 이해 3문항	부터 보호하는 방법을 알고 있다		
	소셜미디어나 웹사이트 등에서 개인정보 설정을 변경하는 방법을 알고 있다	3.91	1.00
	온라인 서비스(페이스북, 유튜브 등)의 개인정보수집정책을 이해하고 있다	3.68	1.02
소 계		3.63	0.89

(3) 표현과 창작 역량

표현과 창작 역량은 창의적 표현 역량과 미디어창작 역량을 포함하였다. 이 가운데 생각과 의견을 표현하고 소통하기 위해 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 창의적으로 구상하는 능력인 창의적 표현 역량이 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 재구성하거나 제작하는 미디어 창작 역량 보다 높게 나타났다.

특히 4대 역량군 13개 역량 가운데 미디어 창작 역량이 다른 역량에 비해 낮게 나타나고 있었다.

[그림 4-14] 표현과 창작 역량의 평균



〈표 4-36〉 표현과 창작 역량의 평균과 표준편차

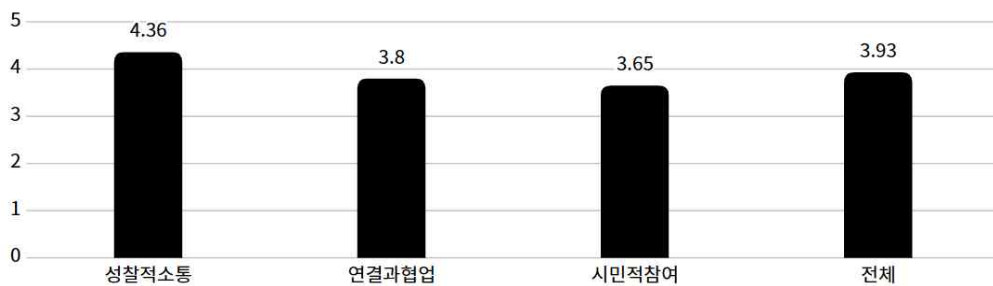
대분류	중 분 류			
4대 영역	세부영역	내 용	평균	표준편차
표현과 창작 6문항	창의적 표현 3문항	미디어의 특성(예: 유튜브, 틱톡, 인스타그램 등)을 알고, 그에 맞게 표현할 수 있다	3.92	0.97
		나의 생각, 의견, 경험 등을 글, 사진, 영상 등으로 표현할 수 있다	3.91	0.95
		내 생각과 의견을 표현해 타인과 서로 공유할 수 있다	3.94	0.91

소 계		3.92	0.85
미디어 창작 3문항	원하는 방식으로 사진과 동영상을 촬영할 수 있다	3.94	0.97
	원하는 방식으로 사진과 동영상을 편집해 완성할 수 있다	3.64	1.13
	원하는 온라인 플랫폼에 동영상을 업로드 할 수 있다	3.69	1.15
소 계		3.76	0.97

(4) 소통과 참여 역량

소통과 참여 역량은 성찰적 소통, 연결과 협업, 시민적 참여 역량으로 구성되었다. 타인을 존중하며, 미디어로 책임있게 소통하는 성찰적 소통 문항 가운데 “온라인에서 타인을 비난하거나 공격(욕설, 비속어 사용, 비방 글이나 이미지)하지 않는다”는 항목의 평균이 4.32로 나타났다. 그리고 성찰적 소통 문항은 다른 역량과 비교해 볼 때 높은 평균 점수(평균 4.36)를 보여주고 있었다. 그리고 연결과 협업 역량에서는 “온라인에서 과제(업무)를 수행하거나 문제를 해결하기 위해 타인과 협업할 수 있다”고 응답한 평균 점수가 3.95점으로 나타나 연결과 협업 역량 가운데 높은 평균 점수를 나타냈다. 그리고 공동체의 삶의 향상을 위해 공공의 문제를 해결하는 활동에 참여하는 시민적 참여 역량은 “온라인에서 나의 관심사와 비슷한 커뮤니티를 찾아서 참여할 수 있다”고 응답한 평균이 3.85점으로 나타나 커뮤니티 활동을 위한 참여 역량은 높은 것으로 나타났다.

[그림 4-15] 소통과 참여 역량의 평균



〈표 4-37〉 소통과 참여 역량의 평균과 표준편차

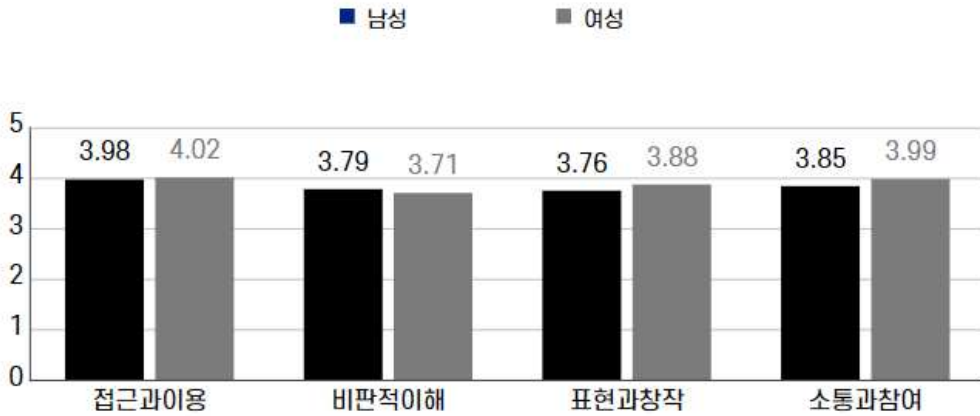
대분류	중 분 류			
4대 영역	세부영역	내 용	평균	표준편차
소통과 참여	성찰적 소통	온라인에서 타인을 비난하거나 공격(욕설, 비속어 사용, 비방 글이나 이미지)하지 않는다	4.32	0.90

9문항	3문항	온라인에서 성별, 지역, 인종, 성적 지향성이 다른 개인이나 집단 에 대해 차별적 표현을 하지 않는다	4.41	0.79
		온라인에서 타인과 소통할 때 상대방을 배려하려고 노력한다	4.34	0.76
	소 계		4.36	0.72
	연결과 협업 3문항	온라인에서 새로운 인간관계(인맥)를 맺는 것이 어렵지 않다	3.58	1.12
		온라인에서 과제(업무)를 수행하거나 문제를 해결하기 위해 타인 과 협업할 수 있다	3.95	0.91
		협업을 위해 온라인 협업 도구(예: 구글 닥스, 위키, 줌 회의 등)를 활용할 수 있다	3.87	1.00
	소 계		3.80	0.84
	시민적 참여 3문항	온라인에서 사회적 이슈에 대해 의견을 표명할 수 있다(댓글이나 게시판 글 작성 등)	3.67	1.03
		온라인에서 중요한 사회적 이슈에 대한 서명이나 청원 등에 참여 를 유도할 수 있다	3.41	1.11
		온라인에서 나의 관심사와 비슷한 커뮤니티를 찾아서 참여할 수 있다	3.85	1.00
	소 계		3.65	0.92

3) 인구학적 특성에 따른 미디어리터러시 역량 분석

(1) 성별에 따른 역량의 차이

성별에 따른 역량군의 차이 분석 결과가 <표 4-37>에 제시되어 있다. 제시된 접근과 이용, 비판적 이해, 표현과 창작, 소통과 참여 역량 가운데 성별에 따른 차이를 나타낸 역량은 비판적 이해 역량으로 나타났다. 비판적 이해 역량은 남성(평균 3.73점), 여성(3.63점)으로 남성이 여성보다 비판적 이해 역량이 높은 것으로 나타났다. 그러나 성별에 따라 3가지 역량에서의 차이는 나타나지 않았다.



[그림 4-16] 성별에 따른 역량의 평균 차이

〈표 4-38〉 성별에 따른 역량의 차이

구분		N	평균	표준편차	t(498)	p
접근과 이용	남자	292	3.98	0.63	-0.99	NS
	여자	511	4.02	0.59		
비판적 이해	남자	292	3.79	0.71	1.68	NS
	여자	511	3.71	0.66		
표현과 창작	남자	292	3.76	0.86	-1.91	NS
	여자	511	3.88	0.86		
소통과 참여	남자	292	3.85	0.69	-2.86	.004
	여자	511	3.99	0.66		

(2) 연령대에 따른 역량 차이

연령대에 따른 역량의 차이를 분석한 결과, 3가지 역량에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다 (〈표 4-38〉 참조). 접근과 이용 역량은 만 40세-49세(평균 4.19), 만 30세-39세(평균 4.11)가 상대적으로 높으며, 반면 만50세 이상(평균 3.89)로 낮게 나타났다.

비판적 이해 역량은 통계적인 차이가 나타나지 않았고, 만 30세-39세가 높은 것으로 나타났다. 그리고 표현과 창작 역량은 연령 가운데 만13-19세(평균 4.09)가 가장 높았고, 만 30-39세(평균 3.85), 만 40-49세(평균 3.71)로 연령이 높아질수록 표현과 창작 역량이 낮아지는 추세를 보여주

고 있었다. 소통과 참여 역량은 만30-39세와 만40-49세가 평균 4.04으로 다른 연령대보다 높은 것으로 나타났다.

〈표 4-39〉 연령대에 따른 역량의 차이

구 분		N	평균	표준편차	F(5,494)	p
접근과 이용	만13-19세	479	4.03	0.57	2.89	0.01
	만20-29세	26	3.96	0.70		
	만30-39세	21	4.11	0.72		
	만40-49세	65	4.19	0.50		
	만50-59세	98	3.89	0.65		
	만60세 이상	114	3.90	0.67		
	합계	803	4.01	0.60		
비판적 이해	만13-19세	479	3.74	0.71	0.66	0.65
	만20-29세	26	3.79	0.66		
	만30-39세	21	3.84	0.61		
	만40-49세	65	3.83	0.55		
	만50-59세	98	3.70	0.62		
	만60세 이상	114	3.67	0.67		
	합계	803	3.74	0.68		
표현과 창작	만13-19세	479	4.09	0.75	28.89	0.00
	만20-29세	26	3.63	0.87		
	만30-39세	21	3.85	0.86		
	만40-49세	65	3.71	0.85		
	만50-59세	98	3.20	0.87		
	만60세 이상	114	3.44	0.83		
	합계	803	3.84	0.86		
소통과 참여	만13-19세	479	4.00	0.66	4.75	0.00
	만20-29세	26	3.90	0.75		
	만30-39세	21	4.04	0.65		
	만40-49세	65	4.04	0.60		
	만50-59세	98	3.76	0.63		
	만60세 이상	114	3.74	0.74		
	합계	803	3.93	0.67		

(3) 학력에 따른 역량 차이

학력에 따라 4가지 역량 모두에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다(〈표 4-39〉 참조). 평균 차이를 살펴본 바 접근과 이용역량은 대학원졸이상(평균 4.14), 대학(원)생이 평균 4.09로 순으로 높았다. 또한 중학생과 고등학생도 평균 4.03점으로 높은 것으로 나타났다. 비판적 이해 역량은 대학원 졸 이상은 3.89점, 대학(원)생 평균 3.82점,으로 나타났다. 또한 표현과 창작 역량은 대학(원)생 평균 3.71점, 중고등학생 4.09점으로 나타나 학생들이 표현과 창작 역량은 높은 것으로 나타났다. 소통과 참여 역량은 대학(원)생 평균 4.05점, 중고등학생 4.00점으로 타 연령에 비해 높게 나타났다.

〈표 4-40〉 학력에 따른 역량 차이

구분		N	평균	표준편차	F(4,495)	p
접근과 이용	중고등학생	479	4.03	0.57	3.17	0.01
	대학(원)생	50	4.09	0.67		
	고졸이하	49	3.78	0.65		
	대졸	168	3.95	0.63		
	대학원졸이상	57	4.14	0.66		
	합계	803	4.01	0.60		
비판적 이해	중고등학생	479	3.74	0.71	2.32	0.06
	대학(원)생	50	3.82	0.66		
	고졸이하	49	3.52	0.66		
	대졸	168	3.71	0.60		
	대학원졸이상	57	3.89	0.60		
	합계	803	3.74	0.68		
표현과 창작	중고등학생	479	4.09	0.75	32.73	0.00
	대학(원)생	50	3.71	0.82		
	고졸이하	49	3.23	0.89		
	대졸	168	3.42	0.88		
	대학원졸이상	57	3.58	0.83		
	합계	803	3.84	0.86		
소통과 참여	중고등학생	479	4.00	0.66	5.46	0.00
	대학(원)생	50	4.05	0.66		
	고졸이하	49	3.66	0.72		
	대졸	168	3.80	0.69		

	대학원졸이상	57	3.92	0.62		
	합계	803	3.93	0.67		

4. 미디어리터러시 실태조사 결과

본 조사에서는 시청자미디어센터가 제공하는 교육 프로그램 참여자를 대상으로 미디어리터러시 관련 실태조사를 실시하였다. 미디어리터러시 실태는 미디어리터러시에 대한 인식과 교육 경험 여부, 교육의 필요성, 이용을 원하는 교육 프로그램 등을 알아보고, 인구학적 요인에 따른 미디어리터러시 교육 실태를 파악하였다.

1) 미디어리터러시에 대한 인식과 경험

(1) 미디어리터러시 용어 인지 여부

설문 응답자 803명 중 지금까지 미디어리터러시라는 용어를 들어본 적이 있는 사람은 40.5%, 들어본 적이 없는 사람은 59.5%로 나타났다(〈표 4-40〉 참조). 이를 통해 볼 때 미디어리터러시 용어에 대한 인지는 낮은 편으로 보인다.

〈표 4-41〉 미디어리터러시 용어 인지 여부

문항 내용	빈도(%)	
	있다	없다
미디어리터러시 용어를 들어본 적이 있습니까?	325(40.5)	478(59.5)



[그림 4-17] 미디어리터러시 용어 인지 여부

성별에 따라 미디어리터러시라는 용어를 들어본 경험에는 남자 응답자의 경우 미디어리터러시라는 용어를 들어본 경험이 33.9%, 여자 응답자의 경우 그 비율이 44.2%로 남자 응답자에 비해 여자가 미디어리터러시 용어를 들어본 경험이 높은 것으로 나타났다(〈표4-41〉 참조).

〈표4-42〉 성별에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부

미디어리터러시 용어를 들어본 적이 있습니까?	빈도(%)		
	남자	여자	전체
있다	99	226	325
	33.9%	44.2%	40.5%
없다	193	285	478
	66.1%	55.8%	59.5%
합계	292	511	803
	100.0%	100.0%	100.0%

연령대에 따라 미디어리터러시 용어를 들어본 경험에서는 만30-39세(71.4%)로 가장 높은 비율을 보였다. 모든 연령대에서 미디어리터러시 용어를 들어본 경험은 전국민의 응답치(25%)보다 높은 것으로 나타났다(〈표 4-42〉 참조).

〈표 4-43〉 연령대에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부

미디어리터러시 용어를 들어본 적이 있습니까?	빈도(%)						
	만13-19세	만20-29세	만30-39세	만40-49세	만50-59세	만60세 이상	전체
있다	131	14	15	34	57	74	325
	27.3%	53.8%	71.4%	52.3%	58.2%	64.9%	40.5%
없다	348	12	6	31	41	40	478
	72.7%	46.2%	28.6%	47.7%	41.8%	35.1%	59.5%
합계	479	26	21	65	98	114	803
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

학력에 따라 미디어리터러시 용어를 들어본 경험 여부는 대학원 졸 이상(평균 86.0%), 중고등학생(27.3%)로 미디어리터러시 용어에 대해 들어본 경험이 있다고 응답하였다(〈표 4-43〉 참조)..

〈표 4-44〉 학력에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부

미디어리터러시 용어를 들어본 적이 있습니까	빈도(%)					
	중고등학생	대학(원)생	고졸이하	대졸	대학원졸	전체
있다	131	33	27	85	49	325
	27.3%	66.0%	55.1%	50.6%	86.0%	40.5%
없다	348	17	22	83	8	478
	72.7%	34.0%	44.9%	49.4%	14.0%	59.5%
합계	479	50	49	168	57	803
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

직업에 따라 미디어리터러시 용어를 들어본 경험은 전문직 73.3%로 가장 높게 나타났으며, 학생 28.0%이 낮은 비율이 나타났다. 응답자의 수를 참작한 해석이 필요하다(〈표 4-44〉 참조).

〈표 4-45〉 직업에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부

미디어리터러시 용어를 들어본 적이 있습니까?	빈도(%)								
	사무직	전문직	서비스/ 판매직	생산직	학생	주부	기타	무직	전체
있다	21	44	6	2	137	43	47	25	325
	60.0%	73.3%	35.3%	66.7%	28.0%	58.1%	61.8%	52.1%	40.5%
없다	14	16	11	1	353	31	29	23	478
	40.0%	26.7%	64.7%	33.3%	72.0%	41.9%	38.2%	47.9%	59.5%
합계	35	60	17	3	490	74	76	48	803
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

거주 지역에 따라 미디어리터러시 용어를 들어본 경험 여부에서 서울지역 거주자의 43.0%가 미디어리터러시 용어를 들어본 적이 있다고 응답하였고, 서울외 지역 거주자는 39.5%가 들어본 적이 있다고 응답했다. 거주 지역에 따라 미디어리터러시 용어를 들어본 경험에는 크게 차이가 나타나지 않았다(〈표 4-45〉 참조).

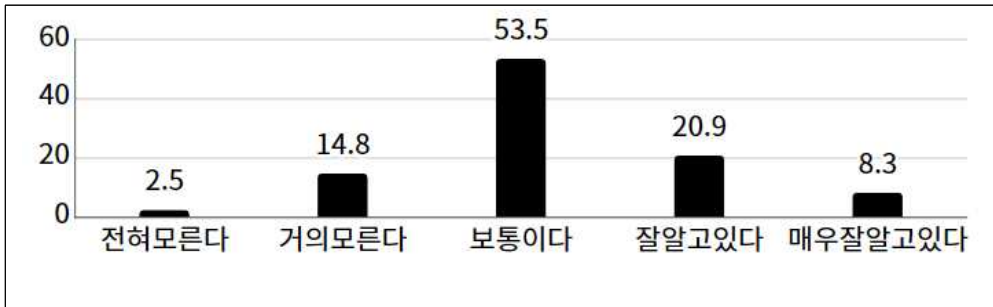
〈표 4-46〉 거주 지역에 따른 미디어리터러시 용어 인지 여부

미디어리터러시 용어를 들어본 적이 있습니까?	빈도(%)		
	서울지역	서울외지역	전체
있다	95	230	325
	43.0%	39.5%	40.5%
없다	126	352	478
	57.0%	60.5%	59.5%
합계	221	582	803
	100.0%	100.0%	100.0%

(2) 미디어리터러시에 대한 인지 정도

미디어리터러시 용어를 들어본 적이 있다고 응답한 325명에게 스스로가 어느 정도 알고 있다고 생각하는지를 조사했다. 〈표 4-46〉에 나타난 바와 같이 보통이라고 응답한 경우가 53.5%로 가장 많았고, 잘 알고 있다(20.9%), 전혀 모른다(2.5%)로 나타났다. 미디어리터러시라는 용어를 들어본 적이 있는 사람의 경우에도 29.2%(긍정응답)만이 스스로 미디어리터러시를 잘 알고 있는 것으로 평가하고 있었다.

[그림 4-18] 미디어리터러시 교육에 대한 인식



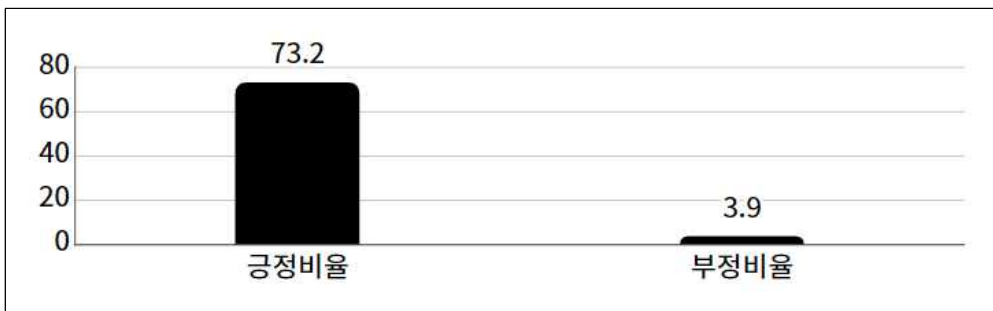
〈표 4-47〉 미디어리터러시 교육에 대한 인식

문항 내용	빈도(%)				
	전혀 모른다	거의 모른다	보통 이다	잘 알고 있다	매우 잘 알고 있다
미디어리터러시에 대해 어느 정도 알고 있다고 생각하십니까?	8(2.5)	48(14.8)	174(53.5)	68(20.9)	27(8.3)

(3) 미디어리터러시 교육의 필요성에 대한 인식

미디어리터러시 교육의 필요성에 관한 질문에서 필요하다는 응답이 53.0%로 가장 높았고 이어 보통이다(28.0%), 반드시 필요하다(14.4%) 등의 순으로 나타났다(〈표 4-47〉 참조). 미디어리터러시 교육의 필요성에 대한 긍정 응답 비율(필요하다, 반드시 필요하다)은 67.4%, 부정 응답(전혀 필요하지 않다, 필요하지 않다) 비율은 4.6%로 나타났다.

[그림 4-19] 미디어리터러시 교육의 필요성



〈표 4-48〉 미디어리터러시 교육의 필요성

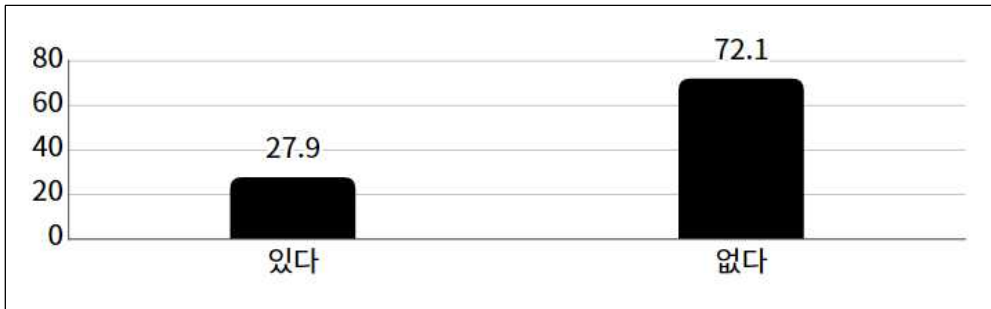
문항 내용	빈도(%)				
	전혀 필요하지 않다	필요하지 않다	보통 이다	필요하다	반드시 필요하다
귀하께서는 미디어리터러시 교육이 필요하다고 생각하십니까?	12(1.5)	19(2.4)	264(32.9)	356(44.3)	152(18.9)

2) 미디어리터러시 교육 경험

(1) 미디어리터러시 교육 경험 여부

미디어리터러시 관련 교육을 어떤 형식으로든 받아본 경험이 있는지에 관한 질문에서 응답자의 27.9%가 '있다'고 응답했다(〈표 4-48〉). 지난해 2022년 미디어리터러시 교육 경험 여부를 묻는 응답에서는 응답자의 92.8%가 '없다'고 응답하였다.

[그림 4-20] 미디어리터러시 교육 경험 여부



〈표 4-49〉 미디어리터러시 교육 경험 여부

문항 내용	빈도(%)	
	있다	없다
미디어리터러시 교육 경험 여부	224(27.9)	579(72.1)

(2) 미디어리터러시 교육 경험 횟수

미디어리터러시 관련 교육을 어떤 형식으로든 받아본 경험이 있는지에 관한 질문에서 1회는 33.5%, 2회는 23.2%, 3회는 13.8%, 4회 이상은 29.5%로 나타났다. 이를 통해 볼 때 시청자미디어센터 교육 이용자는 전국민에 비해 미디어리터러시 교육 경험이 더 많았다.

〈표 4-50〉 미디어리터러시 교육 경험 횟수

문항 내용	빈도(%)			
	1회	2회	3회	4회이상
미디어리터러시 교육 경험 횟수(n=224)	75(33.5)	52(23.2)	31(13.8)	67(29.5)

(3) 미디어리터러시 교육 수강 기관

미디어리터러시 교육을 받은 응답자에게 미디어리터러시 교육을 수강한 기관을 중복 응답으로 질문한 결과, 시청자미디어센터 34.7%, 학교(초중고, 대학교)가 27.1%로 가장 많았고 온라인 교육자료 16.4%, 지역자치단체 9.7% 순으로 나타났다(〈표4-50〉 참조).

〈표 4-51〉 미디어리터러시 교육 수강 기관

기관	수강 여부(중복응답)	
	빈도	퍼센트
시청자미디어센터	114	34.7%
스마트습센터	2	0.6%
지역영상미디어센터	15	4.6%
학교(초중고, 대학교)	89	27.1%
지역자치단체(주민센터, 도서관 등)	32	9.7%
온라인 교육자료(이러닝, 미디어교육 사이트)	54	16.4%
TV 방송 등의 특강	23	7.0%
합계	329	100.0%

3) 미디어리터러시 정보습득 경로

(1) 미디어리터러시 교육정보 습득 경로

미디어리터러시 교육에 대한 정보를 습득하는 경로를 중복 응답하여 분석 결과, 인터넷(35.4%)을 통해 가장 많이 얻는 것으로 나타났다. 이어 학교/직장 18.3%, 전문기관 14.9%, 대중매체 12.3%, 주변 지인 8.5%, 관련 교재나 서적 6.4%, 지역자치단체가 4.2%로 나타났다(〈표 4-51〉 참조).

〈표 4-52〉 미디어리터러시 정보습득 경로

미디어리터러시 교육 정보습득	중복응답	
	빈도	퍼센트
관련 교재, 서적	86	6.4%
주변지인	115	8.5%
인터넷	479	35.4%
대중매체(TV, 신문)	167	12.3%
전문기관(시청자미디어센터 등)	202	14.9%
학교/직장	247	18.3%

지역자치단체(주민센터, 도서관 등)	57	4.2%
합계	1353	100.0%

(2) 미디어리터러시 교육의 대상

미디어리터러시 교육의 대상이 누가 되어야 하는지에 물어본 결과, 전국민이어야 한다는 응답이 41.2%로 가장 많았고 이어 중고등학생(28.6%), 성인(13.0%), 노인 등 고령층(10.8%) 순으로 나타났다. 미디어리터러시 교육이 전 국민을 대상으로 진행되어야 한다는 응답과 중고등학생을 대상으로 해야 한다는 응답이 두드러지게 나타났다(〈표 4-52〉 참조).

〈표 4-53〉 미디어리터러시 교육의 대상

교육대상	빈도	퍼센트
유아·아동·어린이	38	4.7
중고등학생	315	39.2
성인	55	6.8
노인 등 고령층	47	5.9
사회적 약자	8	1.0
전 국민	324	40.3
기타	16	2.0
합계	803	100

(3) 미디어리터러시 교육 진행에 대한 평가

미디어리터러시 교육이 잘 진행되고 있는지에 대한 평가에서 응답자의 52.4%가 보통이라고 평가한 가운데, 제대로 이루어지지 않고 있거나(22.0%) 전혀 제대로 이루어지지 않고 있다(3.6%)는 부정적 평가가 25.6%로 나타났다(〈표 4-53〉 참조).

미디어리터러시 교육에 대한 긍정적 평가인 잘 이루어지고 있거나(16.8%) 매우 잘 이루어지고 있다(5.9%)는 긍정적인 평가는 21.9%로 나타났다.

〈표 4-54〉 미디어리터러시 교육 진행 평가

문항 내용	빈도(%)				
	전혀 제대로 이루어지지 않는다	제대로 이루어지지 않는다	보통 이다	잘 이루어지고 있다	매우 잘 이루어지고 있다
미디어리터러시 교육이 어떻게 진행되고 있는가?	29 (3.6)	177 (22.0)	421 (52.4)	135 (16.8)	41 (5.1)

(4) 미디어리터러시 교육에서 중요한 주제

11가지 미디어리터러시 교육 중에서 중요한 주제라 생각되는 교육을 응답자에게 선택하도록 한 결과, 온라인 윤리와 예절 관련 교육(11.7%), 콘텐츠(정보) 제작자의 의도나 의미를 파악하고 이해하는 교육(10.7%), 콘텐츠(정보)의 정확성을 이해하는 교육(10.2%), 미디어를 통해 내 생각을 자유롭게 제작하고 공유하는 교육(9.8%), 공공서비스, 금융거래(전자상거래), 일상정보와 전문정보를 이용하는 교육(7.5%) 순으로 나타났다(〈표 4-54〉 참조). 반면 사회적 이슈나 관심사에 대해 내 의견을 표현하고 교류하는 교육(6.1%)의 중요성은 상대적으로 낮게 인식하고 있었다.

〈표 4-55〉 미디어리터러시 교육에서 중요한 주제

순위	문항	응답수(%)	
1	콘텐츠(정보) 제작자의 의도나 의미를 파악하고 이해하는 교육	258	10.7%
2	콘텐츠(정보)의 정확성을 이해하는 교육	245	10.2%
3	콘텐츠(정보)에 대한 비교검증을 통해 수용하고 이해하는 교육	171	7.1%
4	공공서비스, 금융거래(전자상거래), 일상정보와 전문정보를 이용하는 교육	181	7.5%
5	나의 선호도나 필요에 따라 미디어나 플랫폼, 콘텐츠에 접속해 이용하는 교육	189	7.8%
6	긴급 상황(예: 재난 등) 발생 또는 사이버 폭력 등이 발생할 경우 대처하는 교육	247	10.3%
7	미디어를 통해 내 생각을 자유롭게 제작하고 공유하는 교육	235	9.8%
8	사회적 이슈나 관심사에 대해 내 의견을 표현하고 교류하는 교육	147	6.1%
9	온라인 윤리와 예절 관련 교육	281	11.7%
10	미디어의 기능(예: 미디어의 긍정적/부정적 기능)에 대해 평가하고 이해하는 교육	211	8.8%
11	디지털 미디어 기기 이용 기술이나 방법에 대한 교육	244	10.1%
전체		2409	100%

(5) 온라인을 통한 미디어리터러시 교육 희망 과목

온라인으로 미디어리터러시 교육 기회가 있을 때 수강하고 싶은 과목에 관한 중복응답 분석 결과, 이미지/동영상 제작과 편집(10.0%), SNS 활용(페이스북, 트위터, 인스타그램 사용법 등) 6.9%, 유튜브 채널 개설과 운영방법(6.9%), VR, AR 체험 5.9%, 허위정보 판별 교육(5.4%), 코딩(4.4%), 빅데이터 분석(3.2%) 관련 과목이 온라인으로 교육되기를 희망하는 과목으로 나타났다(〈표 4-55〉 참조).

〈표 4-56〉 온라인을 통한 미디어리터러시 교육 희망 과목

수강과목		중복응답	
		N	퍼센트
비판적·윤리적 미디어 이용	허위정보 판별 교육(팩트체크 교육)	221	5.4%
	디지털 윤리 교육	103	2.5%
	미디어 이용 조절	134	3.3%
	자녀 미디어교육 방법	71	1.7%
미디어를 통한 생활 서비스	예약/예매(철도/고속버스/항공권 예매, 영화/공연 예매 등)	164	4.0%
	금융서비스(인터넷/모바일 뱅킹, 계좌 확인, 이체, 송금 등)	138	3.4%
	정부행정서비스(민원서류 발급 확인, 공과금 세금납부 등)	99	2.4%
	쇼핑(최저가 검색 및 결제)	133	3.3%
	다양한 IT기기 이용방법(키오스크, ATM 등).	113	2.8%
	온라인 교육 및 화상회의 방법	109	2.7%
미디어를 통한 소통	SNS 활용(페이스북, 트위터, 인스타그램 사용법 등)	283	6.9%
	메신저(카카오톡 사진 문서 전송 등)	123	3.0%
	개인 블로그 및 카페 개설·활용 방법	153	3.8%
미디어 창작/앱 개발 등 생산	이미지/동영상 제작·편집	406	10.0%
	모바일 앱 개발	209	5.1%
	온라인 판매 채널 개설 및 운영(광고, 판촉 프로모션 등)	134	3.3%
	유튜브 채널 개설 및 운영 방법	283	6.9%
새로운 기기·기술 및 활용법	AI 스피커 사용 방법	81	2.0%
	드론 제작 및 조종	184	4.5%
	빅데이터 분석	132	3.2%
	미디어 직업 체험	149	3.7%
	VR, AR 체험	241	5.9%
	코딩	178	4.4%
	메타버스	202	5.0%
기타	수강하고 싶은 과정 없음	34	0.8%
전체		4077	100.0%

(6) 참여를 원하는 미디어 활동

응답자들은 시청자 참여프로그램 제작과 자신이 가지고 있는 미디어 관련 재능을 기부하는 미디어 활동에 높은 관심을 보였다. <표 4-59>에 나타난 4가지 활동에 대한 참여 의사를 중복응답으로 질문한 결과 시청자 참여 프로그램 제작 25.6%, 미디어 재능기부가 24.2%로 나타났고, 이어 지역 이슈를 다루는 1인 크리에이터 활동이 18.9%, 마을 공동체 활동이 15.9%로 나타났다(<표 4-56> 참조).

<표 4-57> 참여를 원하는 미디어 활동

미디어 활동	중복응답	
	N	퍼센트
마을 공동체 활동 (지역 및 마을에서 콘텐츠를 함께 제작하고 송출)	190	15.9%
시청자 참여프로그램 제작 (시민들이 직접 콘텐츠를 제작하고 참여)	305	25.6%
미디어 재능기부 (본인이 가지고 있는 미디어 제작 능력 등을 타인에게 가르쳐주거나, 어르신들에게 스마트폰 이용방법 등을 가르쳐주는 활동)	289	24.2%
지역 이슈를 다루는 1인 크리에이터 활동	225	18.9%
없음	183	15.4%
합계	1192	100.0%

(7) 미디어리터러시 역량 강화에 필요한 지원

미디어리터러시 역량 강화를 위해 지원이 필요하다고 생각하는 분야로는 오프라인을 통한 미디어리터러시 교육프로그램(16.0%)이 가장 많았고, 온라인 미디어리터러시 교육프로그램(12.1%),

미디어 활동에 필요한 시설 제공(15.5%), 미디어 활동에 필요한 장비 제공 및 대여(14.0%), 미디어리터러시 강사 교육프로그램(11.0%), 미디어 활동 그룹 조성(9.5%) 등의 순으로 나타났다(<표 4-57> 참조).

〈표 4-58〉 지원이 필요하다고 생각하는 분야

지원 분야	중복응답	
	N	퍼센트
오프라인 미디어리터러시 교육프로그램	330	16.0%
온라인을 통한 미디어리터러시 교육프로그램	250	12.1%
미디어리터러시 강사 교육프로그램	229	11.1%
미디어리터러시 교육 정책자료 및 교재, 교구 등 관련 정보	139	6.8%
미디어 활동에 필요한 시설 제공	318	15.5%
미디어 활동에 필요한 장비 제공/대여	288	14.0%
미디어 활동 멘토	182	8.8%
미디어 활동 그룹 조성	196	9.5%
없음	126	6.1%
합계	2058	100.0%

제 3 절 시청자미디어센터 교육 전/후 효과

1. 시청자미디어센터 교육 전/후 효과 비교

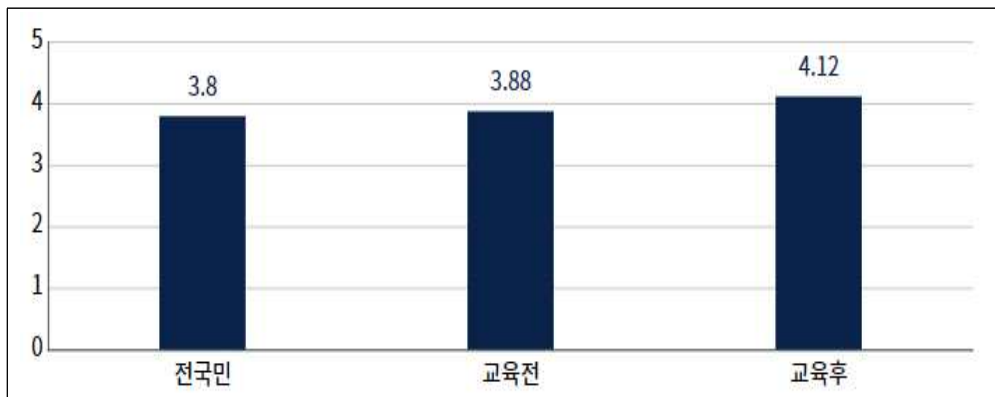
시청자미디어센터에서 운영하고 있는 교육 프로그램의 교육 전/ 교육 후 효과를 분석하였다. 앞서 전국민을 대상으로 미디어리터러시 역량을 측정한 결과 평균 3.80점으로 나타났다. 동일한 문항으로 시청자미디어센터의 교육 전 미디어리터러시 역량을 측정한 결과 3.88점으로 나타났다. 이는 전국민의 미디어리터러시 역량과 시청자미디어센터 이용자의 미디어 리터러시 역량을 비교해 볼 때, 시청자미디어센터 이용자의 역량이 높음을 알 수 있었다.

이후 교육 실시 후 미디어리터러시 역량을 측정한 결과 평균 4.12점으로 역량 수준 향상도는 6.18%가 높아짐을 알 수 있었다.

〈표 4-59〉 미디어리터러시 역량 교육 전/후 효과

구분		역량(평균)
전국민 대상(N=500)		3.80
시청자미디어센터 이용자 (N=803)	교육 전(평균)	3.88
	교육 후(평균)	4.12
	역량 수준 향상도	6.18%

[그림 4-21] 미디어리터러시 역량 교육 전/후



역량에 따른 교육 전과 교육 후의 효과의 차이를 통계방법론을 통해 살펴보았다. 교육 전과 교육 후의 대응표본에 따른 T검증 결과 교육 전 보다 교육 후의 평균값이 높은 것으로 나타났고, 이는 통계적으로 차이를 보였다. 특히 비판적 이해 역량에서 교육 전보다 교육 후 상승($t=-7.52$)하는 것으로 나타났고, 소통과 참여 역량($t=-7.18$)도 높아지는 것으로 나타났다.

〈표 4-60〉 미디어리터러시 역량별 교육 전/후 효과 비교

교육 전후		N	평균	표준화 편차	t	P
접근과 이용	교육 전	803	4.01	0.60	-5.69	.000
	교육 후	803	4.18	0.60		
비판적 이해	교육 전	803	3.74	0.68	-7.52	.000
	교육 후	803	4.00	0.69		
표현과 창작	교육 전	803	3.84	0.86	-6.77	.000
	교육 후	803	4.11	0.77		
소통과 참여	교육 전	803	3.93	0.67	-7.18	.000
	교육 후	803	4.17	0.66		

미디어리터러시 역량을 측정한 문항별 교육 전과 교육 후의 차이를 살펴보면 다음과 같다. 총 4대 영역, 13개 세부 영역, 39개 문항에서 교육 전보다 교육 후 미디어리터러시 역량의 평균 점수가 높아짐을 확인 할 수 있었다. 특히 세부 역량 가운데 미디어 창작, 시민적 참여, 정보 분석과 평가, 프라이버시와 정보권리 이해, 창의적 표현, 성찰적 소통, 연결과 협업의 세부 역량에서 교육 전 보다 교육 후 미디어리터러시 역량이 상승(0.2이상)하는 것으로 나타났다.

〈표 4-61〉 미디어리터러시 역량별 교육 전/후 효과

대분류	중분류		교육 전		교육 후		차이
4대 영역	세부영역	내용	평균	표준편 차	평균	표준 편차	평균
접근과 이용 12문항	미디어 접근 2문항	필요한 미디어 기기(예: 스마트폰, 태블릿, PC)에 쉽게 접근하고 이용할 수 있다	4.32	0.82	4.45	0.76	0.13
		필요한 온라인 플랫폼(예: 유튜브, 인스타그램, 카카오톡)을 선택해 이용할 수 있다	4.42	0.78	4.51	0.75	0.08
	소 계		4.37	0.80	4.48	0.75	0.11
	목적에 맞는 이용	필요한 온라인 콘텐츠나 공공 서비스(예: 민원서류 발급, 시설물 예약)를 선택해 이용할 수 있다	3.71	1.11	4.00	1.01	0.29

비판적 이해 12문항	4문항	온라인에서 필요한 일상 생활정보(예: 날씨, 교통정보, 길찾기)를 찾아 이용할 수 있다	4.43	0.77	4.47	0.74	0.04
		온라인에서 필요한 전문정보(예: 보고서, 학술자료 등)를 찾아 이용할 수 있다	4.05	0.97	4.21	0.86	0.16
		온라인에서 금융거래와 전자상거래를 할 수 있다	3.62	1.29	3.97	1.14	0.34
	소 계		4.13	0.93	4.30	0.86	0.17
	균형있는 이용 3문항	미디어 이용으로 인해 일상생활(예: 수면, 약속)에 방해를 받지 않는다	3.69	1.05	3.89	1.00	0.20
		미디어 이용으로 인해 학교 수업이나 공식 업무(예: 지각, 결석)에 문제가 일어나지 않는다	4.16	0.96	4.22	0.92	0.06
		나의 미디어 이용(예: 시간, 내용)이 적절한지 생각해 본다	3.72	0.98	3.97	0.94	0.25
	소 계		4.06	0.95	4.23	0.88	0.17
	안전한 이용 3문항	유해한 콘텐츠라고 생각되면 이용하지 않는다	4.16	0.92	4.31	0.84	0.16
		사이버 범죄(예: 해킹, 디지털 성범죄, 허위 정보 유포)로부터 나를 보호하는 방법을 안다	3.81	1.06	4.01	0.95	0.21
		온라인에서 비밀번호와 인증 방법을 복잡하게 설정한다	3.57	1.03	3.81	1.00	0.24
	소 계		4.02	0.96	4.19	0.89	0.17
	미디어 재현 이해 3문항	내가 접한 정보의 의도를 확인한다	3.82	0.89	4.08	0.83	0.26
		내가 접한 정보를 누가 만든 것인지를 확인한다	3.46	1.05	3.84	0.97	0.39
		내가 접한 정보가 생산되는 정치·경제적인 맥락을 확인한다	3.36	1.04	3.75	1.01	0.38
	소 계		3.94	0.97	4.14	0.90	0.20
	정보 분석과 평가 3문항	내가 접한 정보가 사실인지 확인한다	3.77	0.92	3.99	0.91	0.21
		내가 접한 정보와 관련된 다른 정보나 사례를 찾아본다	3.59	1.03	3.93	0.96	0.34
		내가 접한 정보에 의문을 갖는다	3.68	0.97	3.92	0.92	0.24
	소 계		3.91	0.97	4.12	0.90	0.21
	디지털 기술의 영향력 이해 3문항	미디어는 우리의 생각과 태도를 바꿀 수 있다고 생각한다	4.22	0.78	4.33	0.78	0.12
		미디어는 우리가 직면한 문제에 해결책을 제시한다	3.76	0.85	4.03	0.81	0.27
		미디어는 개인과 사회에 큰 영향을 미친다고 생각한다	4.29	0.80	4.35	0.79	0.06
	소 계		3.93	0.95	4.13	0.89	0.20
	프라이 버시와 정보	백신 프로그램을 설치해 악성코드(바이러스나 스파이웨어 등)로부터 보호하는 방법을 알고 있다	3.32	1.15	3.69	1.10	0.38

	권리 이해 3문항	소셜미디어나 웹사이트 등에서 개인정보 설정을 변경하는 방법을 알고 있다	3.91	1.00	4.11	0.86	0.21	
		온라인 서비스(페이스북, 유튜브 등)의 개인정보수집정책을 이해하고 있다	3.68	1.02	3.92	0.96	0.24	
	소 계		3.90	0.96	4.11	0.90	0.21	
표현과 창작 6문항	창의적 표현 3문항	미디어의 특성(예: 유튜브, 틱톡, 인스타그램 등)을 알고, 그에 맞게 표현할 수 있다	3.92	0.97	4.13	0.86	0.22	
		나의 생각, 의견, 경험 등을 글, 사진, 영상 등으로 표현할 수 있다	3.91	0.95	4.15	0.86	0.24	
		내 생각과 의견을 표현해 타인과 서로 공유할 수 있다	3.94	0.91	4.16	0.82	0.21	
	소 계		3.90	0.96	4.11	0.90	0.21	
	미디어 창작 3문항	원하는 방식으로 사진과 동영상을 촬영할 수 있다	3.94	0.97	4.14	0.87	0.21	
		원하는 방식으로 사진과 동영상을 편집해 완성할 수 있다	3.64	1.13	4.04	0.95	0.40	
		원하는 온라인 플랫폼에 동영상을 업로드 할 수 있다	3.69	1.15	4.07	0.94	0.38	
	소 계		3.89	0.97	4.11	0.90	0.22	
	소통과 참여 9문항	성찰적 소통 3문항	온라인에서 타인을 비난하거나 공격(욕설, 비속어 사용, 비방 글이나 이미지)하지 않는다	4.32	0.90	4.44	0.82	0.13
			온라인에서 성별, 지역, 인종, 성적 지향성이 다른 개인이나 집단에 대해 차별적 표현을 하지 않는다	4.41	0.79	4.49	0.73	0.08
온라인에서 타인과 소통할 때 상대방을 배려하려고 노력한다			4.34	0.76	4.47	0.71	0.12	
소 계		3.92	0.96	4.13	0.89	0.21		
연결과 협업 3문항		온라인에서 새로운 인간관계(인맥)를 맺는 것이 어렵지 않다	3.58	1.12	3.95	0.97	0.36	
		온라인에서 과제(업무)를 수행하거나 문제를 해결하기 위해 타인과 협업할 수 있다	3.95	0.91	4.16	0.84	0.21	
		협업을 위해 온라인 협업 도구(예: 구글 닥스, 위키, 줌 회의 등)를 활용할 수 있다	3.87	1.00	4.09	0.92	0.22	
소 계		3.92	0.96	4.13	0.89	0.21		
시민적 참여 3문항		온라인에서 사회적 이슈에 대해 의견을 표명할 수 있다(댓글이나 게시판 글 작성 등)	3.67	1.03	3.98	0.93	0.31	
		온라인에서 중요한 사회적 이슈에 대한 서명이나 청원 등에 참여를 유도할 수 있다	3.41	1.11	3.86	1.03	0.45	
		온라인에서 나의 관심사와 비슷한 커뮤니티를 찾아서 참여할 수 있다	3.85	1.00	4.12	0.90	0.26	
소 계		3.90	0.97	4.12	0.89	0.22		

2. 인구학적 성향에 따른 교육 효과 비교

(1) 성별에 따른 역량의 차이

1) 성별에 따른 역량의 차이 분석 결과는 <표4-62>와 같이 교육 전보다 교육 후 높아지는 것으로 나타났다. 평균 차이를 중심으로 살펴보면, 남성의 경우 표현과 창작 역량이 교육 전 보다 교육 후 높아지는 것으로 나타났고, 여성은 비판적 이해 역량이 교육 전보다 교육 후 높아지는 것으로 나타났다.

<표 4-62> 성별에 따른 역량의 차이

구분		N	교육 전	교육 후	차 이
접근과 이용	남자	292	3.98	4.14	0.16
	여자	511	4.02	4.20	0.18
비판적 이해	남자	292	3.79	4.00	0.21
	여자	511	3.71	3.99	0.28
표현과 창작	남자	292	3.76	4.07	0.31
	여자	511	3.88	4.14	0.26
소통과 참여	남자	292	3.85	4.11	0.26
	여자	511	3.99	4.21	0.22

(2) 연령대에 따른 역량 차이

연령대에 따른 역량의 차이를 분석한 결과, 모든 연령대에서 교육 전보다 교육 후 미디어리터러시 역량을 측정한 점수가 높아지는 것을 확인할 수 있었다. 접근과 이용 역량은 20대에서 교육 전과 교육 후 차이가 다른 연령대에 비해 차이를 보였고, 비판적 이해 역량도 20대가 다른 역량에 비해 점수값의 차이를 보였다. 표현과 창작 역량과 소통과 참여 역량은 20대와 더불어 50대에서도 다른 연령대에 비해 교육 전과 교육 후 차이를 보였다.

연령대에 따른 미디어리터러시 역량의 교육 전과 교육 후 효과는 20대와 50대가 다른 연령대에 비해 높은 것으로 보인다.

〈표 4-63〉 연령대에 따른 역량의 차이

구 분		N	교육 전	교육 후	차이
접근과 이용	만13-19세	479	4.03	4.22	0.19
	만20-29세	26	3.96	4.23	0.27
	만30-39세	21	4.11	4.19	0.09
	만40-49세	65	4.19	4.30	0.11
	만50-59세	98	3.89	4.08	0.19
	만60세 이상	114	3.90	4.01	0.11
	합계	803	4.01	4.18	0.17
비판적 이해	만13-19세	479	3.74	4.01	0.27
	만20-29세	26	3.79	4.15	0.37
	만30-39세	21	3.84	4.19	0.36
	만40-49세	65	3.83	4.12	0.29
	만50-59세	98	3.70	3.99	0.29
	만60세 이상	114	3.67	3.79	0.12
	합계	803	3.74	4.00	0.26
표현과 창작	만13-19세	479	4.09	4.30	0.20
	만20-29세	26	3.63	4.28	0.65
	만30-39세	21	3.85	4.23	0.38
	만40-49세	65	3.71	3.98	0.27
	만50-59세	98	3.20	3.75	0.55
	만60세 이상	114	3.44	3.69	0.25
	합계	803	3.84	4.11	0.28
소통과 참여	만13-19세	479	4.00	4.24	0.23
	만20-29세	26	3.90	4.35	0.45
	만30-39세	21	4.04	4.32	0.28
	만40-49세	65	4.04	4.26	0.23
	만50-59세	98	3.76	4.06	0.30
	만60세 이상	114	3.74	3.88	0.15
	합계	803	3.93	4.17	0.24

(3) 거주 지역에 따른 역량 차이

거주지역에 따라 4가지 역량 모두에서 교육 전보다 교육 후 역량이 향상되었다. 평균값의 차이를 통해 볼 때 지역의 구분에 따라 역량의 차이는 나타나지 않으며, 교육 전보다 교육 후 미디어리터러

시 역량이 높아지고 있음을 확인할 수 있었다.

〈표 4-64〉 거주 지역에 따른 역량 차이

역량		N	교육 전	교육 후	차이
접근과 이용	서울지역	803	4.01	4.18	0.17
	서울외지역	803	4.01	4.18	0.17
비판적 이해	서울지역	803	3.74	4.00	0.26
	서울외지역	803	3.72	3.99	0.27
표현과 창작	서울지역	803	3.84	4.11	0.28
	서울외지역	803	3.82	4.09	0.27
소통과 참여	서울지역	803	3.93	4.17	0.24
	서울외지역	803	3.90	4.16	0.26

제5장

결론

제5장 | 결 론

제 1 절 연구의 주요내용 요약

1. 전국민 미디어리터러시 역량 및 실태조사

전 국민 미디어리터러시 역량 및 실태를 파악하기 위해 시청자미디어재단의 미디어리터러시 4대 역량군 13개 세부 역량을 중심으로 구성된 설문 항목으로 온라인 서베이를 통해 조사를 수행하였다. 접근과 이용, 비판적 이해, 표현과 창작, 소통과 참여 역량을 측정하기 위해 총 39개 문항으로 구성하고, 설문 응답의 평균과 표준편차를 통해 4가지 미디어리터러시 역량과 세부 역량에 관한 분석 결과가 전체 항목의 평균은 3.80(표준편차 .69)로 나타났다. 측정 문항은 변경이 되었으나 지난해 시청자미디어재단에서 수행한 연구과제 “시청자미디어센터 이용자 미디어리터러시 역량 측정연구” 위탁연구 2022-1의 연구 결과는 3.77(표준편차=.085)로 나타났다.

구체적으로 13개 세부 역량 가운데 미디어 접근 역량(평균 4.51, 표준편차 0.61)이 가장 높았고, 목적에 맞는 이용 역량(평균 4.34, 표준편차 0.65), 성찰적 소통(평균 4.32, 표준편차 0.66), 디지털 기술의 영향력 이해(평균 3.93, 표준편차 0.52) 순으로 나타났다. 즉 자신의 이용 목적에 따라 다양한 미디어를 활용할 수 있으며, 집단에 대해 차별적 표현이나 타인의 권리를 침해하지 않는 이용행태를 갖고, 미디어가 개인과 사회에 미치는 영향을 파악하는 역량이 다른 역량에 비해 높은 것으로 나타났다.

역량군에 따라 살펴보면, 접근과 이용 역량 가운데 미디어 접근 역량(평균 4.51)로 가장 높게 나타났으며 사이버범죄로부터 나를 보호하는 방법을 알거나 온라인에서 비밀번호와 인증방법을 복잡하게 설정하여 미디어의 안전한 이용 환경을 구축하는 안전한 이용 역량(평균 3.60)이 낮은 것으로 나타났다.

비판적 이해 역량은 미디어가 우리의 생각과 태도를 바꿀 수 있으며, 미디어가 개인과 사회에 미치는 영향에 대해 이해하는 디지털 기술의 영향력을 이해하는 역량(평균 3.93)이 높게 나타났다.

며, 내가 접한 정보의 의도를 파악하거나 누가 만든지를 확인하고 이용하는 미디어 재현의 이해 역량(평균 3.50)은 낮은 것으로 나타났다.

창의적 표현 역량과 미디어창작 역량을 포함하는 표현과 창작 역량 가운데 창의적 표현 역량(평균 3.70)으로 높게 나타났고, 상대적으로 자신이 원하는 대로 콘텐츠를 제작하는 미디어 창작 역량(평균 3.50)은 낮게 나타났다

소통과 참여 역량은 온라인에서 타인을 비난하거나 공격하는 것을 하지 않으며, 개인이나 집단에 대해 차별적 표현을 하지 않은 성찰적 소통 역량(평균 4.32)이 높게 나타났고, 온라인에서 새로운 인간관계를 맺거나 소통하는 연결과 협업 역량(평균 3.54)은 낮게 나타났다.

전국민을 대상으로 온라인 서베이를 통해 진행한 미디어리터러시 실태 조사에서 설문 응답자 500명 중 지금까지 미디어리터러시라는 용어를 들어본 적이 있는 사람은 25.0%, 들어본 적이 없는 사람은 75.0%로 나타났다. 이러한 결과를 통해 볼 때 미디어리터러시 용어는 국민들에게 보편적으로 알려지지 않은 것으로 보인다.

미디어리터러시 교육의 필요성에 관한 질문에서 필요하다는 응답이 53.0%로, 미디어리터러시 교육의 필요성에 대한 긍정 응답 비율은 67.4%, 부정 응답 비율은 4.6%로 나타났다. 응답자는 미디어리터러시 관련 교육 경험에서 90.6%가 없다고 응답하였는데, 2022년 조사 결과 미디어리터러시 관련 교육 경험은 92.8%가 ‘없다’고 응답하다. 미디어리터러시 교육을 받은 응답자는 학교(초중고, 대학교), 온라인 교육자료, 시청자미디어센터, TV 특강 등을 통해 교육을 받은 것으로 나타났다.

미디어리터러시 교육에 대한 정보는 주로 인터넷과 대중매체, 학교/직장에서 습득하는 것으로 나타났고, 미디어리터러시 교육의 대상이 누가 되어야 하는지에 물어본 결과, 전 국민이 되어야 한다(41.2%), 중고등학생(28.6%)로 나타나 미디어리터러시 교육은 중고등학생을 대상으로 해야 한다는 응답과 함께 전 국민을 대상으로 진행되어야 한다는 두 응답이 두드러진 것이 주목된다. 미디어리터러시 교육이 잘 진행되고 있는지에 대한 평가에서는 긍정평가가 19%로 나타났는데, 2022년 조사결과 긍정적인 평가는 6%에 머물렀다.

2. 시청자미디어센터 이용자 역량 및 실태조사

시청자미디어센터 이용자의 미디어리터러시 역량 및 실태를 파악하기 위해 온라인 설문 응답을 실시하였다. 조사는 온라인 서베이를 통해 진행되었고, 응답자는 전국 시청자미디어센터 10개(부산,

광주, 강원, 대전, 인천, 서울, 울산, 경기, 충북, 세종)의 교육 프로그램에 참여한 교육생이다. 설문 참여자의 인구학적 특성으로 성별은 남자 292명(36.4%), 여자 511명(63.6%)이었고, 연령별로는 만13세-19세대 학교 미디어교육의 대상자는 479명(59.7%)이고, 만 60세이상은 114명(14.3%), 만50대-59세는 98명(12.2%) 순으로 나타났다. 직업에 따라서는 학생 490명(61.0%), 기타 76명(9.5%), 주부 74명(9.2%), 전문직 60명(7.5%) 순으로 나타났다.

미디어리터러시 역량을 4개 역량군, 13개 역량, 39문항으로 측정된 미디어리터러시 역량은 평균3.88점(표준편차 0.70)로 나타났다. 미디어 기기의 기본적인 기능과 서비스에 접근하는 능력인 미디어 접근 역량이 평균 4.37로 가장 높게 나타났으며, 미디어 텍스트를 구성하는 기호·관습과 이에 영향을 미치는 정치·경제적 맥락을 파악해, 미디어가 현실을 재현하는 방식을 비판적으로 분석하고 이해하는 능력인 미디어 재현을 이해하는 역량(평균 3.55점)이 낮게 나타났다.

조사 결과를 통해 볼 때 시청자미디어센터 교육에 참여한 응답자는 미디어가 재현하는 내용에 대한 이해와 미디어를 통해 사람을 연결하고, 공동체의 삶의 향상을 위해 공공의 문제를 해결하는 활동에 참여하는 역량이 다소 낮은 것으로 나타났다. 반면 목적에 맞는 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 선택하여 이용하거나 생각과 의견을 표현하고 소통하기 위해 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 창의적으로 구상하는 능력과 디지털 기술이 미치는 영향력에 대한 이해는 높은 것으로 보인다.

역량별 분석 결과 접근과 이용 역량은 미디어 접근, 목적에 맞는 이용, 균형있는 이용, 안전한 이용 역량으로 구성되었다. 미디어 기기의 기본적인 기능과 서비스에 접근하는 능력인 미디어 접근 역량은 접근과 이용 역량 가운데 가장 높은 평균 값을 보여주었다(평균4.37점). 비판적 이해 역량은 미디어 재현 이해, 정보 분석과 평가, 디지털 기술의 영향력 이해, 프라이버시와 정보권리 이해로 구성되었다. 이 가운데 디지털 기술의 영향력 이해(평균 4.09)가 다른 세부 역량보다 높은 평균을 보여주고 있다. 각 세부 영역 가운데 미디어 텍스트를 구성하는 기호·관습과 이에 영향을 미치는 정치·경제적 맥락을 파악해, 미디어가 현실을 재현하는 방식을 비판적으로 분석하고 이해하는 능력인 미디어 재현 이해 항목 중 “내가 접한 정보의 의도를 확인한다”가 다른 항목에 비해 높은 평균(3.82점)을 보였다. 표현과 창작 역량은 창의적 표현 역량과 미디어창작 역량을 포함하였다. 이 가운데 생각과 의견을 표현하고 소통하기 위해 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 창의적으로 구상하는 능력인 창의적 표현 역량이 미디어 콘텐츠와 서비스 등을 재구성하거나 제작하는 미디어 창작 역량 보다 높게 나타났다. 특히 4대 역량군 13개 역량 가운데 미디어 창작 역량이 다른 역량에 비해 낮게 나타나고 있었다. 소통과 참여 역량은 성찰적 소통, 연결과 협업, 시민적 참여 역량으로 구성되었다. 타인을 존중하며, 미디어로 책임있게 소통하는 성찰적 소통 문항 가운데 “온라인에서 타인을 비난하거나 공격(욕설, 비속어 사용, 비방 글이나 이미지)하지 않는다”는 항목

의 평균이 4.32로 나타났다. 그리고 성찰적 소통 문항은 다른 역량과 비교해 볼 때 높은 평균 점수(평균 4.36)를 보여주고 있었다.

인구학적 특성에 따른 미디어리터러시 역량 분석을 살펴보면, 성별에 따라 접근과 이용, 비판적 이해, 표현과 창작, 소통과 참여 역량 가운데 성별에 따른 차이를 나타낸 역량은 비판적 이해 역량으로 나타났다. 비판적 이해 역량은 남성(평균 3.73점), 여성(3.63점)으로 남성이 여성보다 비판적 이해 역량이 높은 것으로 나타났다. 그러나 성별에 따라 3가지 역량에서의 차이는 나타나지 않았다. 연령대에 따른 역량의 차이를 분석한 결과, 3가지 역량에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다. 접근과 이용 역량은 만 40세-49세(평균 4.19), 만 30세-39세(평균 4.11)가 상대적으로 높으며, 반면 만50세 이상(평균 3.89)로 낮게 나타났다. 그리고 표현과 창작 역량은 연령 가운데 만13-19세(평균 4.09)가 가장 높았고, 만 30-39세(평균 3.85), 만 40-49세(평균 3.71)로 연령이 높아질수록 표현과 창작 역량이 낮아지는 추세를 보여주고 있었다. 소통과 참여 역량은 만30-39세와 만40-49세가 평균 4.04으로 다른 연령대보다 높은 것으로 나타났다. 학력에 따라 4가지 역량 모두에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다. 평균 차이를 살펴본 바 접근과 이용역량은 대학원 졸업생, 대학(원)생이 높았다. 또한 중학생과 고등학생도 높은 것으로 나타났다.

본 조사에서는 시청자미디어센터가 제공하는 교육 프로그램 참여자를 대상으로 미디어리터러시 관련 실태조사를 실시하였다. 설문 응답자 803명 중 지금까지 미디어리터러시라는 용어를 들어본 적이 있는 사람은 40.5%, 들어본 적이 없는 사람은 59.5%로 나타났다. 이를 통해 볼 때 미디어리터러시 용어에 대한 인지는 전국민(25%) 보다 높게 나타났다. 미디어리터러시 용어를 들어본 적이 있다고 응답한 325명은 스스로가 어느 정도 알고 있다고 생각하는지를 조사한 결과, 보통이라고 응답한 경우가 53.5%로 가장 많았고, 잘 알고 있다(20.9%), 전혀 모른다(2.5%)로 나타났다. 미디어리터러시 교육의 필요성에 관한 질문에서 필요하다는 응답이 53.0%로 가장 높았고 이어 보통이다(28.0%), 반드시 필요하다(14.4%) 등의 순으로 나타났다.

응답자는 미디어리터러시 관련 교육을 어떤 형식으로든 받아본 경험이 있는지에 관한 질문에서 응답자의 27.9%가 '있다'고 응답했다 미디어리터러시 교육의 대상이 누가 되어야 하는지에 물어본 결과, 전국민이어야 한다는 응답이 41.2%로 가장 많았고 이어 중고등학생(28.6%), 성인(13.0%), 노인 등 고령층(10.8%) 순으로 나타났다. 미디어리터러시 교육이 전 국민을 대상으로 진행되어야 한다는 응답과 중고등학생을 대상으로 해야 한다는 응답이 두드러지게 나타났다. 11가지 미디어리터러시 교육 중에서 중요한 주제라 생각되는 교육을 응답자에게 선택하도록 한 결과, 온라인 윤리와 예절 관련 교육(11.7%), 콘텐츠(정보) 제작자의 의도나 의미를 파악하고 이해하는 교육(10.7%), 콘텐츠(정보)의 정확성을 이해하는 교육(10.2%), 미디어를 통해 내 생각을 자유롭게 제작하고

공유하는 교육(9.8%), 공공서비스, 금융거래(전자상거래), 일상정보와 전문정보를 이용하는 교육(7.5%) 순으로 나타났다.

온라인으로 미디어리터러시 교육 기회가 있을 때 수강하고 싶은 과목에 관한 중복응답 분석 결과, 이미지/동영상 제작과 편집, SNS 활용(페이스북, 트위터, 인스타그램 사용법 등), 유튜브 채널 개설과 운영방법, VR, AR 체험, 허위정보 판별 교육, 코딩, 빅데이터 분석 등이 온라인으로 교육되기를 희망하는 과목으로 나타났다.

미디어리터러시 역량 강화를 위해 지원이 필요하다고 생각하는 분야로는 오프라인을 통한 미디어리터러시 교육프로그램이 가장 많았고, 온라인 미디어리터러시 교육프로그램, 미디어 활동에 필요한 시설 제공, 미디어 활동에 필요한 장비 제공 및 대여, 미디어리터러시 강사 교육프로그램, 미디어 활동 그룹 조성 등의 순으로 나타났다.

3. 시청자미디어재단 교육 전/후 효과

시청자미디어센터에서 운영하고 있는 교육 프로그램의 교육 전/ 교육 후 효과를 분석하였다. 시청자미디어센터의 교육 전 미디어리터러시 역량을 측정한 결과 3.88점으로 나타났다. 교육 실시 후 미디어리터러시 역량을 측정한 결과 평균 4.12점으로 역량 수준 향상도는 6.18%가 높아짐을 알 수 있었다. 앞선 분석에서 전국민을 대상으로 미디어리터러시 역량을 측정한 결과 평균 3.80점으로 나타났다. 이는 전국민의 미디어리터러시 역량과 시청자미디어센터 이용자들의 미디어 리터러시 역량을 비교해 볼 때, 시청자미디어센터 이용자의 역량이 높음을 알 수 있었다.

미디어리터러시 역량을 측정한 문항별 교육 전과 교육 후의 차이가 나타났다. 특히 미디어 창작, 시민적 참여, 정보 분석과 평가, 프라이버시와 정보권리 이해, 창의적 표현, 성찰적 소통, 연결과 협업의 세부 역량에서 교육 전 보다 교육 후 미디어리터러시 역량이 상승하는 것으로 나타났다. 역량에 따른 교육 전과 교육 후의 효과의 차이를 통계방법론을 통해 살펴보았다. 교육 전과 교육 후의 대응표본에 따른 T검증 결과 교육 전 보다 교육 후의 평균값이 높은 것으로 나타났고, 이는 통계적으로 차이를 보였다. 특히 비판적 이해 역량에서 교육 전보다 교육 후 상승($t=-7.72$ 하는 것으로 나타났고, 소통과 참여 역량($t=-7.18$)도 높아지는 것으로 나타났다.

인구학적 성향에 따른 교육 효과를 평균차이를 통해 살펴보면, 남성의 경우 표현과 창작 역량이 교육 전 보다 교육 후 높아지는 것으로 나타났고, 여성은 비판적 이해 역량이 교육 전보다 교육 후 높아지는 것으로 나타났다. 연령대에 따른 역량의 차이를 분석한 결과, 모든 연령대에서 교육 전보다 교육 후 미디어리터러시 역량을 측정한 점수가 높아지는 것을 확인할 수 있었다. 접근과

이용 역량은 20대에서 교육 전과 교육 후 차이가 다른 연령대에 비해 차이를 보였고, 비판적 이해 역량도 20대가 다른 역량에 비해 점수값의 차이를 보였다. 표현과 창작 역량과 소통과 참여 역량은 20대와 더불어 50대에서도 다른 연령대에 비해 교육 전과 교육 후 차이를 보였다. 연령대에 따른 미디어리터러시 역량의 교육 전과 교육 후 효과는 20대와 50대가 다른 연령대에 비해 높은 것으로 보인다. 거주지역에 따른 차이는 나타나지 않았으며, 4가지 역량 모두에서 교육 전보다 교육 후 역량이 향상되었다. 평균값의 차이를 통해 볼 때 지역의 구분에 따라 역량의 차이는 나타나지 않으며, 교육 전보다 교육 후 미디어리터러시 역량이 높아지고 있음을 확인할 수 있었다.

제 2 절 미디어교육 방안 제안

시청자미디어재단을 중심으로 전국 10개 시청자미디어센터에서 진행하고 있는 미디어교육의 방안을 해외 사례와 설문 응답 결과를 중심으로 제안하고자 한다.

앞서 살펴본 해외 사례를 통해 볼 때, 각국의 미디어리터러시 역량 함양을 위한 미디어교육은 체계적이고, 지속적인 투자와 연구가 진행되고 있음을 확인할 수 있었다. 특히 각국은 미디어리터러시 핵심 역량을 비판적 사고로 설정하여 다양한 방식의 프로그램을 통해 역량 구축을 도모하고 있다. 본 설문조사를 통해 시청자 미디어재단의 미디어 교육 방안을 제안하면 다음과 같다.

1. 디지털 미디어 시대의 시청자미디어센터의 역할과 방향

1) “지역” 중심의 시청자미디어센터

시청자미디어센터는 지역이란 공간적 영역을 떠나서는 논의될 수 없다. 지역은 중앙과 대비되는 차별과 배제를 내포하는 지방과 달리, 전체를 자연적, 사회적, 문화적인 특성으로 일정한 기준에 의해 나눈 지리적 공간을 의미한다. 이미 시청자미디어센터는 지역에서 10개소가 운영 중이며, 2023년 대구 수성구와 경상남도 창원, 2024년 전라남도 여수, 전라북도 전주, 경상북도 포항, 2025년 경기 남부 동탄에 시청자미디어센터가 설립되는 등 2025년까지 6개 미디어센터가 추가 건립될 예정이다.

시청자미디어센터는 지역 행사와 지역공동체 활성화를 위한 지역민 소통, 지역미디어교육 강사, 장애인방송 제작인력 양성 등 인력개발 및 지역경제에 이바지하는 지역 공공 인프라로서 기능한다.

사회문화적 가치와 이해를 공유하는 사람들이 모여 사는 지리적 영역은 곧 사회적 공간이자 일상생활이 이뤄지는 삶의 공간이며, 지역 의식과 집단적 정체성이 형성되는 공감의 단위이다. 지역사회는 지역공동체 간의 상호작용으로 인한 메시지 공유와 공동 의식에 의해 공통화하며 동질화하려는 소통 현상으로 유지된다. 이러한 지역 단위에서 사회 및 학교 미디어교육을 담당하는 시청자미디어센터는 그 지역사회의 공동체 발전에 이바지해야 하는 의무가 있다. 그래서 지역사회는 시청자미디어센터의 토대가 되고, 시청자미디어센터는 지역사회의 건전한 발전을 위한 촉매제가 된다.

2) “공동체” 중심의 시청자미디어센터

시청자미디어센터는 지역민과의 관계 속에서 존재한다. 그래서 시청자미디어센터의 존재 이유는 지역사회와의 유대와 협력이다. 시청자미디어센터가 지역공동체와 ‘유대’를 강화한다는 것은 지역공동체 구성원과 공유하는 가치, 신념, 목표 등을 기반으로 집합적 감정과 공동의 연대를 느끼며 서로 연결 또는 결합하는 공통된 강한 소속감을 형성해야 한다는 것을 의미한다. 또한, 지역공동체와 ‘협력’을 강화한다는 것은 시청자미디어센터가 지역사회의 다양한 주체들과 협력을 통해 시너지를 확보해야 한다는 것을 의미한다. 이러한 시청자미디어센터의 유대와 협력 기능을 통해 공동체와의 상호호혜성을 기반으로 지속해서 원인과 결과가 순환되는 사회적 상호작용을 형성해야 한다. 많은 학자는 민주주의를 위해 공동체는 필수이며 공동체의 민주적 소통체계는 이를 가능하게 하고, 동시에 민주 공동체는 민주적 소통구조를 지속해서 확장한다. 이에 미디어 리터러시 교육의 구성 요소 가운데 사회적 소통 능력 확장을 위한 시청자미디어센터의 기능과 역할이 강조되어야 한다.

3) “플랫폼” 중심의 시청자미디어센터

지역 플랫폼은 지역민이 다양한 용도에 공통으로 활용할 목적으로 설계된 유무형의 구조물이다. 그 안에서 지역민들의 상호작용이 일어나면서 모두에게 새로운 가치와 혜택을 주는 상생의 생태계가 된다. 시청자미디어센터의 지역 플랫폼으로서의 고민은 미디어 리터러시 교육 사업과 관련한 지역사회의 유무형의 이익 증대와 협력, 지역민의 참여 확대, 지역과 외부 세계와 교류 등 사회적 관계를 확대하는 방향성을 유지해야 한다.

지역 플랫폼은 지역민의 생활세계와 상호작용을 담고자 한다. 플랫폼을 통해 무엇을 제공하는 것보다는 지역민들의 생활 현장에 들어가고자 하는 지향점이 분명하게 드러나야 한다. 이러한

공동체 플랫폼은 공동체의 공론장을 기획하고 새롭게 조직하기 위한 플랫폼으로서 개별 공동체 구성원이 가지는 정서와 정체를 발견하고 공유하며 연대할 수 있게 한다. 시청자미디어센터의 변화 방향은 더욱더 지역공동체와 상호 협력하는 플랫폼 모델로 진화해야 한다는 것이다. 시청자미디어센터의 기능과 역할 확대를 위한 지방자치단체와 지역교육청과의 협력, 지역미디어단체와 마을공동체와의 협력, 풀뿌리 미디어교육 확산을 위한 미디어교육 강사와 지역민과의 협력이 절대적이다.

앞으로 고민할 지점은 지역공동체와의 협력 모델을 강화할 “신지역주의(New Regionalism)” 방안의 실천이다. 신지역주의 개념 도입은 시청자미디어센터의 지리적 근접성을 기반으로 지역사회 내외부의 혁신 주체들과 협력하고, 해외의 인접 지역과 교류까지 포함하는 것으로 미디어센터의 공공적 기능을 강조한다. 즉 지역 정체성을 기반으로 지역 내 공공기관, 대학, 지역혁신 주체 간의 협력적 로컬 거버넌스를 실현해야 하며, 세계 유수의 미디어교육 기관과 더불어 공적 기관까지의 교류 협력을 포함한다.

2. 미디어교육 방안 제안

1) 생애 주기별 맞춤형 교육 프로그램 제공

생애 초기인 유아기부터 미래 사회의 디지털 시민으로 살아가는 데 필요한 미디어 리터러시 역량을 증진할 수 있도록 생애 주기별/수준별 미디어교육 프로그램을 제공할 것을 제안한다. 설문 결과에 따르면 미디어리터러시 교육에 대한 긍정 비율은 73.2%, 교육 대상이 전국민이 되어야 한다는 응답은 40.3%, 중고등학생 39.2%로 나타나고 있다. 이는 미디어리터러시 교육의 필요성에 대해 공감하고 있으며, 특정 세대를 목표로 하는 교육이 아닌 전 연령대(생애)의 필수 교육이 되고 있음을 방증한다. 해외의 경우 미디어교육과 관련된 여러 기관에는 ‘생애주기별 교육’을 강조하면서 어린이, 청소년, 노인에 대한 교육 프로그램의 차별화와 맞춤화에 주목해 왔다. 생애 주기별 교육은 미시적인 교육 체계가 아닌 거시적인 교육체계이다. 이에 따라 미디어교육 프로그램은 전 연령대를 고려하여 미디어교육 프로그램이 제공되어야 한다. 특히 미디어교육 프로그램 제공에 있어 염두에 둘 것은 디지털 시민이 갖춰야 할 필수 역량을 설정하고 이를 전 생애 주기에 맞춰 수준별로 제공되어야 할 것이다.

또한 미디어리터러시 역량 강화 사업을 추진함에 있어 중요한 요소는 시민의 미디어리터러시 역량 수준을 파악하고, 이에 따른 교육을 제공하는 것이다. EU 미디어 리터러시 측정 연구에서는

역량의 수준을 초급, 중급, 고급 세 단계로 나누어 접근한다. 즉 생애 주기별 맞춤형 교육을 제공한다는 점이다. 이를 통해 볼 때 미디어교육은 미디어리터러시 역량의 개인 차를 인정하고 생애주기별, 수준별 교육이 제공되어야 한다. 시민의 미디어리터러시 역량의 수준을 고려한 교육을 제공하고, 이에 따른 성과 모니터링이 꾸준히 진행될 때 교육 효과는 극대화 될 수 있다.

2) 세부 역량 강화를 위한 프로그램 개발과 강사진 육성

개인이 미디어를 생산, 유통, 소비하는 기본단위가 되었고, 개인이 공동체를 운영, 관리하는 세상이 됐다. 디지털 환경은 이용자의 관심사를 중심으로 선택성 강화와 다양한 서비스 기능을 제공하여 포털사이트와 소셜미디어, 유튜브 등의 동영상 플랫폼을 중심으로 미디어 소비가 이뤄지고 있다. 이는 새로운 패러다임의 미디어 리터러시 교육이 요구되는 이유로 연결된다.

이번 연구에서 시청자미디어센터 교육 참여자는 미디어 창작, 시민적 참여, 정보 분석과 평가, 프라이버시와 정보권리 이해, 창의적 표현, 성찰적 소통, 연결과 협업의 세부 역량에서 교육 전보다 교육 후 미디어리터러시 역량이 상승하는 것으로 나타났다. 도출된 역량은 디지털 미디어 사회에서 요구되는 미디어리터러시 역량 가운데 주요 지표이다. 거짓정보와 가짜 뉴스 등의 판별 능력에 필요한 정보 분석과 평가 역량, 성찰적 소통, 프라이버시와 정보 권리 역량이 미디어 교육을 통해 향상될 수 있음을 확인 할 수 있었다.

세부 역량 강화를 위한 교육 목표를 달성을 위해서는 명확한 학습 목표를 설정하고 그 목표를 달성하기 위한 체계적인 프로그램 기획이 필요하다. 이는 교육자와 학습자가 미디어 교육의 방향과 목표를 명확히 이해하고 달성할 수 있는 가능성을 높일 수 있다. 이를 위해서 프로그램은 교육생들의 학습 스타일과 요구에 맞춘 다양한 학습 방법과 자원을 제공하여 미디어리터러시 역량을 강화하는데 도움을 제공해야한다. 또한 현재 보유한 시청자미디어센터의 인적, 물적 자원을 최적화하여 프로그램을 효과적으로 운용될 수 있도록 해야 한다. 또한 지속적으로 교육 프로그램의 성취도를 측정하고 평가하는 방법을 통해 교육과정이나 방법을 조정하고 개선할 수 있도록 해야 한다.

교육 강사의 미디어 리터러시 역량은 미디어 리터러시 교육 활동에 있어 중요 변인으로 설명되고 있다. 교사는 교육생들의 교육 참여 과정에서 나타나는 미디어와 관련된 경험들이 미디어 리터러시의 핵심 개념을 어떻게 반영하고 있는지 파악할 수 있어야 한다. 따라서 교사가 미디어 리터러시에 대한 충분한 이해와 본인의 역량을 계발하는 것이 선행되어야 한다.

부록: 설문지

(1) 접근과 이용

역량군	역량	설문 문항
접근 과 이용	미디어 접근	필요한 미디어 기기(예: 스마트폰, 태블릿, PC)에 쉽게 접근하고 이용할 수 있다
		필요한 온라인 플랫폼(예: 유튜브, 인스타그램, 카카오톡)을 선택해 이용할 수 있다
	목적에 맞는 이용	필요한 온라인 콘텐츠나 공공 서비스(예: 민원서류 발급, 시설물 예약)를 선택해 이용할 수 있다
		온라인에서 필요한 일상 생활정보(예: 날씨, 교통정보, 길찾기)를 찾아 이용할 수 있다
		온라인에서 필요한 전문정보(예: 보고서, 학술자료 등)를 찾아 이용할 수 있다
		온라인에서 금융거래와 전자상거래를 할 수 있다
	균형있는 이용	미디어 이용으로 인해 일상생활(예: 수면, 약속)에 방해를 받지 않는다
		미디어 이용으로 인해 학교 수업이나 공식 업무(예: 지각, 결석)에 문제가 일어나지 않는다
		나의 미디어 이용(예: 시간, 내용)이 적절한지 생각해 본다
	안전한 이용	유해한 콘텐츠라고 생각되면 이용하지 않는다
		사이버 범죄(예: 해킹, 디지털 성범죄, 허위정보 유포)로부터 나를 보호하는 방법을 안다
		온라인에서 비밀번호와 인증 방법을 복잡하게 설정한다

(2) 비판적 이해

역량군	역량	설문문항
비판적 이해	미디어 재현 이해	내가 접한 정보의 의도를 확인한다
		내가 접한 정보를 누가 만든 것인지를 확인한다
		내가 접한 정보가 생산되는 정치·경제적인 맥락을 확인한다
	정보 분석과 평가	내가 접한 정보가 사실인지 확인한다
		내가 접한 정보와 관련된 다른 정보나 사례를 찾아본다
		내가 접한 정보에 의문을 갖는다
	디지털 기술의 영향력 이해	미디어는 우리의 생각과 태도를 바꿀 수 있다고 생각한다
		미디어는 우리가 직면한 문제에 해결책을 제시한다
		미디어는 개인과 사회에 큰 영향을 미친다고 생각한다
	프라이버시와 정보권리 이해	백신 프로그램을 설치해 악성코드(바이러스나 스파이웨어 등)로부터 보호하는 방법을 알고 있다
		소셜미디어나 웹사이트 등에서 개인정보 설정을 변경하는 방법을 알고 있다
		온라인 서비스(페이스북, 유튜브 등)의 개인정보수집정책을 이해하고 있다

(3) 표현과 창작

역량군	역량	설문문항
표현과 창작	창의적 표현	미디어의 특성(예: 유튜브, 틱톡, 인스타그램 등)을 알고, 그에 맞게 표현할 수 있다
		나의 생각, 의견, 경험 등을 글, 사진, 영상 등으로 표현할 수 있다
		내 생각과 의견을 표현해 타인과 서로 공유할 수 있다
	미디어창작	원하는 방식으로 사진과 동영상을 촬영할 수 있다
		원하는 방식으로 사진과 동영상을 편집해 완성할 수 있다
		원하는 온라인 플랫폼에 동영상을 업로드 할 수 있다

(4) 소통과 참여

역량군	역량	설문문항
소통과 참여	성찰적 소통	온라인에서 타인을 비난하거나 공격(욕설, 비속어 사용, 비방 글이나 이미지)하지 않는다
		온라인에서 성별, 지역, 인종, 성적 지향성이 다른 개인이나 집단에 대해 차별적 표현을 하지 않는다
		온라인에서 타인과 소통할 때 상대방을 배려하려고 노력한다
	연결과 협업	온라인에서 새로운 인간관계(인맥)를 맺는 것이 어렵지 않다
		온라인에서 과제(업무)를 수행하거나 문제를 해결하기 위해 타인과 협업할 수 있다
		협업을 위해 온라인 협업 도구(예: 구글 닥스, 위키, 줌 회의 등)를 활용할 수 있다
	시민적 참여	온라인에서 사회적 이슈에 대해 의견을 표명할 수 있다(댓글이나 게시판 글 작성 등)
		온라인에서 중요한 사회적 이슈에 대한 서명이나 청원 등에 참여를 유도할 수 있다
		온라인에서 나의 관심사와 비슷한 커뮤니티를 찾아서 참여할 수 있다

4) 실태조사 문항

- 다음 중 귀하께서 소유하고 있는 미디어 기기를 모두 골라주시기 바랍니다.
- 1) 스마트폰(또는 휴대전화)

- 2) TV 수상기
- 3) 컴퓨터(데스크톱)
- 4) 노트북
- 5) 스마트패드(태블릿PC)
- 6) 디지털 카메라, 캠코더
- 7) 가구 보유형 또는 휴대용 게임기(닌텐도, Wili, 플레이스테이션 등)
- 8) 스마트 TV 수신장치(Apple TV, 크롬캐스트, 다음TV+ 등 셋톱박스)
- 9) 음성인식 인공지능 기기(KT기가 지니, LGU+클로바, 아마존, 예코, 구글 홈 등)
- 10) 스마트 워치
- 11) VR기기(삼성전자 기어 VR, 오쿨러스 VR 등)
- 12) 인쇄신문(구독)
- 13) 기타

2. 귀하께서 보유하고 있는 기기로 가장 많이 이용하는 서비스를 순서대로 3가지 골라주시기 바랍니다. (1순위, 2순위, 3순위)

- 1) 채팅, SNS등 커뮤니케이션(카카오톡, 라인, 페이스북, 트위터, 인스타그램 등)
- 2) 영상 시청(OTT 서비스, 넷플릭스, 유튜브 시청 등)
- 3) 게임 이용
- 4) 음악 청취
- 4) 영상 및 사진 촬영, 편집
- 5) 상품 구매 및 결제(쇼핑)
- 6) 기사 및 정보 검색 및 이용
- 7) 내비게이션 및 또는 지도 검색
- 8) 교육 및 학습
- 9) 회의나 이메일 등 직업 관련 업무
- 10) 기타

3. 귀하께서는 하루 평균 미디어를 얼마나 이용하시나요? 스마트폰, 인터넷, 텔레비전, 신문 등 모든 미디어 이용 시간을 합산해 대답해주세요.

() 시간 () 분

4. 귀하께서는 미디어리터러시라는 용어를 들어본 적이 있습니까?

미디어리터러시란 "미디어(Media)"와 "리터러시(Literacy)"의 합성어로 미디어에 접근할 수 있고 미디어 작동원리를 이해하며, 미디어를 비판하는 역량, 미디어를 적절하게 생산·활용할 수 있는 역량과 미디어를 조절하여 이용할 수 있는 역량을 의미합니다.

1) 있다 2) 없다(->6번으로 이동)

5. 귀하께서는 미디어리터러시에 대해 어느 정도 알고 있다고 생각하십니까?

전혀 모른다	거의 모른다	보통이다	잘 알고 있다	매우 잘 알고 있다
1	2	3	4	5

6. 귀하께서는 미디어리터러시 교육이 필요하다고 생각하십니까?

전혀 필요하지 않다	필요하지 않다	보통이다	필요하다	반드시 필요하다
1	2	3	4	5

7. 귀하께서는 어떤 방식으로든 미디어리터러시 교육을 받은 경험이 있으십니까?

1) 있다 ➡ 7-1)로 이동 2) 없다 ➡ 7-2)로 이동

7-1. 귀하께서 미디어리터러시 교육을 받은 곳을 모두 골라주십시오.

- 1) 시청자미디어센터
- 2) 스마트쉼센터
- 3) 지역영상미디어센터
- 4) 학교(초중고, 대학교)
- 5) 지역자치단체(주민센터, 도서관, 등)
- 6) 온라인 교육자료
- 7) TV 방송 등의 특강
- 8) 기타

7-2. 귀하가 미디어리터러시 교육을 받은 경험이 없다면 그 이유는 무엇입니까?)

- 1) 미디어리터러시가 무엇인지 몰라서
- 2) 미디어리터러시 교육을 받을 수 있는 방법을 몰라서
- 3) 미디어리터러시 교육을 받기 위한 시간이 부족해서
- 4) 미디어리터러시 교육을 받을 수 있는 기관이 너무 멀어서
- 5) 미디어리터러시 교육의 필요성을 느끼지 못해서
- 6) 미디어리터러시가 무엇인지 몰라서
- 7) 기타 ()

8-1. 귀하께서는 아래 기관에서 미디어리터러시 교육을 수행하고 있다는 사실을 알고 계십니까?

	알고 있다	모른다
시청자미디어센터		
스마트쉼센터		
지역영상미디어센터		
교육기관(학교 등)		
지역자치단체(주민센터, 도서관 등)		
온라인 교육자료		
TV방송 등의 특강		

8-2. 귀하께서는 아래 기관들에 대해 들어본 적이 있으십니까?

	이 기관에 대해 들어본 적 있다	이 기관에 대해 들어본 적 없다
시청자미디어센터		
스마트쉼센터		
지역영상미디어센터		

9. 귀하께서는 미디어리터러시에 대한 정보를 주로 어디에서 얻으십니까? 모두 골라주시기 바랍니다.

- 1) 관련 교재, 서적
- 2) 주변 지인
- 3) 인터넷
- 4) 대중매체(TV, 신문)

- 5) 전문기관 (시청자미디어센터 등)
- 6) 학교/직장
- 7) 공공기관 (주민센터, 구청 등)
- 8) 기타

10. 귀하께서는 다음 중 **미디어리터러시 교육의 가장 주된 대상**은 누구라고 생각하십니까?

- 1) 유·아동·어린이
- 2) 중고등학생
- 3) 성인
- 4) 노인 등 고령층
- 5) 사회적 약자(장애인, 소수자 등)
- 6) 전 국민
- 7) 기타

11. 귀하께서는 **국내 미디어리터러시 교육이 어떻게 진행되고 있다고** 생각하십니까?

전혀 제대로 이루어지지 않는다	제대로 이루어지지 않는다	보통이다	잘 이루어지고 있다	매우 잘 이루어지고 있다
1	2	3	4	5

12. 귀하께서 다음의 **미디어리터러시 교육 중에서 중요하다고 생각하는 순서에 따라 3개를** 골라주시기 바랍니다.

1순위(), 2순위(), 3순위()

- 1) 콘텐츠(정보) 제작자의 의도나 의미를 파악하고 이해하는 교육
- 2) 콘텐츠(정보)의 정확성을 이해하는 교육
- 3) 콘텐츠(정보)에 대한 비교검증을 통해 수용하고 이해하는 교육
- 4) 공공서비스, 금융거래(전자상거래), 일상정보와 전문정보를 이용하는 교육
- 5) 나의 선호도나 필요에 따라 미디어나 플랫폼, 콘텐츠에 접속해 이용하는 교육
- 6) 긴급 상황(예: 재난 등) 발생 또는 사이버 폭력 등이 발생할 경우 대처하는 교육
- 7) 미디어를 통해 내 생각을 자유롭게 제작하고 공유하는 교육

- 8) 사회적 이슈나 관심사에 대해 내 의견을 표현하고 교류하는 교육
 9) 온라인 윤리와 예절 관련 교육
 10) 미디어의 기능(예: 미디어의 긍정적/부정적 기능)에 대해 평가하고 이해하는 교육
 11) 디지털 미디어 기기 이용 기술이나 방법에 대한 교육

13. 귀하께서 정부에서 지원하는 **미디어리터러시 교육을 온라인으로 받을 기회가 있다면, 다음 중 어떤 과정(강좌)을 수강하고 싶으신가요?** 해당되는 것을 모두 골라주십시오.

비판적·윤리적 미디어 이용	1) 허위정보 판별 교육 (팩트체크 교육) 2) 디지털 윤리 교육 3) 미디어 이용 조절 4) 자녀 미디어교육 방법
미디어를 통한 생활 서비스	5) 예약/예매(철도/고속버스/항공권 예매, 영화/공연 예매 등) 6) 금융서비스(인터넷/모바일 뱅킹, 계좌확인, 이체, 송금 등) 7) 정부행정서비스(민원서류 발급 확인, 공과금 세금납부 등) 8) 쇼핑(최저가 검색 및 결제) 9) 다양한 IT기기 이용방법(키오스크, ATM 등) 10) 온라인 교육 및 화상 회의 방법
미디어를 통한 소통	11) SNS 활용(페이스북, 트위터, 인스타그램 사용법 등) 12) 메신저 활용(카카오톡 사진 문서 전송 등) 13) 개인블로그 및 카페 개설·활용 방법
미디어창작/ 앱 개발 등 생산	14) 이미지/동영상 제작·편집 15) 모바일 앱 개발 16) 온라인 판매 채널 개설 및 운영(광고, 판촉 프로모션 등) 17) 유튜브 채널 개설 및 운영 방법

새로운 기기·기술 체험 및 활용법	18) AI 스피커 사용 방법 19) 드론 제작 및 조종 20) 빅데이터 분석 21) 미디어 직업 체험 22) VR, AR 체험 23) 코딩 24) 메타버스
기타	24) 기타 () 25) 수강하고 싶은 과정 없음

14. 귀하께서 **유료로 미디어리터러시 교육 수강을 신청한다면** 다음 중 어떤 과정(강좌)을 수강하고 싶으신가요? 해당되는 것을 모두 골라주십시오.

비판적·윤리적 미디어 이용	1) 허위정보 판별 교육 (팩트체크 교육) 2) 디지털 윤리 교육 3) 미디어 이용 조절 4) 자녀 미디어교육 방법
미디어를 통한 생활 서비스	5) 예약/예매(철도/고속버스/항공권 예매, 영화/공연 예매 등) 6) 금융서비스(인터넷/모바일 뱅킹, 계좌확인, 이체, 송금 등) 7) 정부행정서비스(민원서류 발급 확인, 공과금 세금납부 등) 8) 쇼핑(최저가 검색 및 결제) 9) 다양한 IT기기 이용방법(키오스크, ATM 등) 10) 온라인 교육 및 화상 회의 방법
미디어를 통한 소 통	11) SNS 활용(페이스북, 트위터, 인스타그램 사용법 등) 12) 메신저 활용(카카오톡 사진 문서 전송 등) 13) 개인블로그 및 카페 개설·활용 방법
콘텐츠 제작/ 앱 개 발 등 생산	14) 이미지/동영상 제작·편집 15) 모바일 앱 개발 16) 온라인 판매 채널 개설 및 운영(광고, 판촉 프로모션 등) 17) 유튜브 채널 개설 및 운영 방법

새로운 기기·기술 체험 및 활용법	18) AI 스피커 사용 방법 19) 드론 제작 및 조종 20) 빅데이터 분석 21) 미디어 직업 체험 22) VR, AR 체험 23) 코딩 24) 메타버스
기타	24) 기타 () 25) 수강하고 싶은 과정 없음

15. 아래 미디어리터러시 교육 관련 활동 중 귀하께서 **참여하고 싶은 미디어 활동을 모두** 골라주시기 바랍니다.

- 1) 마을(지역) 공동체 활동 (지역 및 마을에서 콘텐츠를 함께 제작하여 송출)
- 2) 시청자 참여프로그램 제작 (시민들이 직접 콘텐츠를 제작하여 방송 송출)
- 3) 미디어 재능기부 (본인이 가지고 있는 미디어 제작 능력 등을 타인에게 가르쳐주거나, 어르신들에게 스마트폰 이용방법 등을 가르쳐주는 활동)
- 4) 지역이슈를 다루는 1인 크리에이터 활동(지역의 이슈 등을 제작하여 채널에 업로드 하는 활동)
- 5) 기타 ()
- 6) 없음

16. 귀하의 미디어리터러시 역량 강화를 위해 **지원이 필요하다고 생각되는 항목을 모두** 골라주시기 바랍니다.

- 1) 오프라인 미디어리터러시 교육프로그램
- 2) 온라인을 통한 미디어리터러시 교육프로그램
- 3) 미디어리터러시 강사 교육프로그램
- 4) 미디어리터러시 교육 정책자료 및 교재, 교구 등 관련 정보
- 5) 미디어 활동에 필요한 시설(1인미디어 제작실, 편집실, 녹음실 등) 제공
- 6) 미디어 활동에 필요한 장비(촬영장비, 촬영보조장비, 음향장비 등) 제공/대여
- 7) 미디어 활동 멘토
- 8) 미디어 활동 그룹 조성(제작단, 소모임, 동아리 등)
- 9) 기타 ()
- 10) 없음

참 고 문 헌

국내 문헌

이선민,김양은,서윤경. (2022). 생애주기별 미디어 리터러시 교육 방안 연구 : 시청자미디어재단 연구보고서.

표시영, (2023). 디지털 사회, 미디어리터러시 정책'의 현황 및 방향. 한국미디어정책학회 발표문

안정임,서윤경,김성미. (2012). 소셜 미디어 환경에서의 미디어 리터러시 구성요인 검증. 한국방송학보. 129~176.

김정윤,성동규. (2018), 미디어 리터러시의 자본화 : 미디어 리터러시의 개념 확장과 측정문항의 구성을 중심으로. 한국방송학보. 5~32.

김경희,김광재,이숙정. (2019). 모바일 환경에서의 미디어 리터러시 구성 요소와 세대 간 미디어 리터러시 격차. 한국방송학보. 5~36.

안정임,김양은,전경란,최진호. (2019). 미디어 리터러시 역량 인식의 전문가 집단 간 동질성과 차별성. 사이버커뮤니케이션학보. 49~87.

해외 문헌

EAVI. (2015). Accessing Media Literacy and the European Commission Pilot initiative. Retrieved from <https://eavi.eu/wp-content/uploads/2017/08/assessing.pdf>

UNESCO. (2013). Global Media and Information Literacy Assessment Framework: country readiness and competencies. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655>

홈페이지

Center for Media Literacy. (2009). Consortium for Media Literacy. Retrieved from <https://www.medialit.org/sites/default/files/connections/digital%20britain.pdf>

National Association for Media Literacy Education. Media Literacy Defined. Retrieved from <https://namle.net/resources/media-literacy-defined/>

Critical Thinking Media Literacy Week: Unpacking Analysis and Evaluation(2021-10-23). <https://www.teachaway.com/blog/media-literacy-week>

BBC. (2022). Retrieved from http://www.bbc.co.uk/learning/overview/about/assets/bbc_media_literacy_strategy_may2013.pdf

MediaSmart, <https://mediasmart.uk.com/>

Australian Media Literacy Alliance, <https://medialiteracy.org.au>

ABC, <https://www.abc.net.au/education/what-is-on-for-media-literacy-week-2022/14072806>

European Literacy Policy Network. (2016). LITERACY IN FINLAND-COUNTRY REPORT SHORT VERSION. Retrieved from http://www.eli-net.eu/fileadmin/ELINET/Redaktion/user_upload/Finland_Short_Report.pdf

KAVI. (2022). Finnish Media Education: Promoting Media and Information Literacy in Finland. Retrieved from
https://kavi.fi/sites/default/files/documents/mil_in_finland.pdf

Ofcom. (2009). Digital Britain Report. Retrieved from
https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/adults/media_lit_digital_britain

시청자미디어재단 연구보고서

**2023년 시청자미디어센터
이용자 미디어리터러시
교육 효과 측정 연구**

인 쇄 2023년 11월 30일

발 행 2023년 11월 30일

발행인 시청자미디어재단 이사장

발행처 시청자미디어재단

서울시 영등포구 국회대로 74길 4

www.kcmf.or.kr

© 시청자미디어재단