

초기 청소년들(Tweens)의 정보요구와 유튜브(YouTube)에서의 정보추구행태

Tweens' Information Needs and Information Practices on YouTube

김 지 현 (Ji-Hyun Kim)*

구 정 화 (Joung Hwa Koo)**

< 목 차 >

I. 서론	IV. 연구방법
II. 선행연구	V. 연구결과
III. 이론적 배경	VI. 결론

요약: 본 연구는 초기 청소년들이 일상에서 가장 선호하는 정보원이자 정보검색 도구로 사용되고 있는 유튜브(YouTube) 모바일 동영상 플랫폼상에서의 정보이용행태를 분석하는 것을 목적으로 한다. 초기 청소년들의 일상생활 속에서의 고민 즉 정보요구는 무엇이며 이 정보요구를 만족시키기 위해 어떤 정보원을 어떻게 사용하고 있는지 살펴보고 유튜브 매체를 이용할 때의 정보요구와 이용행태를 분석하였다. 이를 위해 전국의 초기 청소년(12~14세)을 대상으로 설문조사를 통하여 데이터를 수집후 통계분석하여 각 인구학적 특성별로 정보이용행태에 어떤 차이를 보이는지를 분석하였다. 분석결과, 초기 청소년들은 유튜브를 이들의 일상정보요구를 만족시키는 중요 정보원으로 인식하고 있으며 특히 여가정보를 찾기 위해 가장 빈번히 그리고 적극적으로 이용하고 있었다. 또한, 초기 청소년들은 찾기 쉽고 간단하며 편리하기 때문에, 그리고 쉬운 동영상 정보가 많기 때문에 유튜브에서 정보를 주로 탐색하는 것으로 나타났다. 본 연구에서 밝혀낸 연구결과를 바탕으로 시사점을 도출하고, 학교 및 공공도서관으로 대표되는 정보기관들에서 초기 청소년들을 위한 정보서비스를 기획할 때 참고해야 할 요소들을 제언하였다.

주제어: 초기 청소년, 유튜브, 정보요구, 정보행태, 일상생활 정보추구

ABSTRACT: The purpose of the research is to find out both what information tweens (12~14 years old adolescents) need and how they use YouTube to satisfy with their information needs. In order to achieve the goal, the research collected the data by conducting a survey on tweens (N=130) and analyzed the data with statistical processes. The research found out some significant results: first, tweens frequently use the informaton on YouTube and search for leisure information most often. Second, tweens search for information on YouTube because of ease and convenience on learning information even though they do not trust the information on YouTube. Third, tweens regard that YouTube play the role as a significant information source and searching tool, and use information on YouTube because the information on YouTube are composed of easy-to-understand video format. On the basis of the results, the research suggests and discusses how information organization such as public or school libraries provide information services for youth groups effectively.

KEYWORDS: Tweens, YouTube, Information Needs, Information Practices, Everyday Life Information Seeking

* 한남대학교 문헌정보학과 석사과정(wlgusdl51@naver.com / ISNI 0000 0005 0265 8911) (제1저자)

** 한남대학교 문헌정보학과 부교수(jhkoo@hnu.kr / ISNI 0000 0004 7881 5461) (교신저자)

• 논문접수: 2021년 5월 29일 • 최초심사: 2021년 6월 4일 • 게재확정: 2021년 6월 13일

• 한국도서관·정보학회지, 52(2), 275-301, 2021. <http://dx.doi.org/10.16981/kliss.52.2.202106.275>

I. 서론

오늘날의 청소년들은 자신들의 일상적인 생활과 관련된 문제를 해결하기 위해 스스로 그리고 적극적으로 정보를 찾고, 다른 어떤 매체보다 디지털 미디어를 적극 이용·공유하는 과정에서 또래들과 소통하며 이 과정을 통해 새로운 정보들도 창작·생산해 낸다(이정미, 2015; 정진수, 2020; Koh, Snead, & Lu, 2019). 다양한 형태의 디지털 미디어는 십대 청소년들이 일상생활을 영위하는데 중심되는 정보원이자 주요 탐색수단이다. 특히 모바일 동영상 플랫폼인 유튜브(YouTube)가 청소년 일상에 미치는 양적(혹은 시간적) 그리고 질적 영향력은 매우 크다 할 수 있는데, 와이즈앱와이즈리테일(2021) 보도에 따르면 10대의 경우 유튜브 앱의 한 달 평균 이용시간은 46시간 52분으로 모든 연령대를 통틀어 가장 길게 나타났다. 한국언론진흥재단(2019)의 '2019 10대 청소년 미디어 이용조사'에서도 10대 초등학생의 절반 이상(50.3%)이 '관심 혹은 흥미있는 주제가 있을 때' 가장 많이 이용하는 정보매체로 유튜브를 선택했고, 이들 대부분(96.1%)이 '지난 1주일간 유튜브를 이용하였다'고 응답했다. 이처럼 유튜브 채널은 청소년들이 일상의 고민을 해결하고 자신의 정보요구들을 만족시키는 주요한 채널이자 매체로 자리매김하고 있다.

그러나, 기성세대의 관점에서 십대 청소년들을 이해할 때, 태어나면서부터 디지털 매체를 접하며 생활하게 된 소위 '디지털원주민(digital natives)'으로써 각종 기기에 익숙한 이용자(tech-savvy users)인 것은 긍정적이긴 하나, 매체 이용행태를 건전하게 사용하지 못하고 있는 존재로 묘사되곤 한다. 특히 오랜 미디어 노출에 대해 기성세대가 기대하는 '어린이' 혹은 '청소년'과 다른 존재로 받아들여지고 있다. 기성세대의 이러한 인식은 십대 청소년들의 가치체계나 행태 이면의 요구를 깊이 있게 이해하지 못한 까닭으로 해석되기도 한다(백병부 외, 2019). 이제는 새로운 관점에서 기성세대와 다른 정보환경 속에서 태어나고 자라난 청소년들의 정보행태 속에 드러난 이면의 요구, 즉 '원'이 무엇인지 밝혀내고 이를 이해한 뒤에 이들의 필요를 채워주고 가이드해 줄 시점이라 할 수 있다.

이와 같은 배경하에 본 연구는 초기 청소년들(tweens)의 정보행태와 행태 이면에 드러난 이들의 고민과 정보요구를 조사하고자 한다. 특히, 초기 청소년들이 일상에서 가장 선호하는 미디어 정보원 가운데, 최근 정보검색 도구로 이슈화 되고 있는 유튜브(YouTube) 모바일 동영상 플랫폼에서 어떤 방법으로 자신들의 필요를 해결해 나가는지 살펴보고자 한다. 즉, 초기 청소년의 유튜브 정보이용행태를 알아보기에 앞서 초기 청소년들이 지닌 일상의 정보요구는 무엇이며, 이들이 각 정보요구를 어떻게 대처하고 있는지, 또한, 유튜브 플랫폼에서는 어떠한 행태를 보이는지 조사하고자 한다. 이를 위해 초기 청소년에 해당하는 12~14세(초등학교 5, 6학년과 중학교 1학년) 사이의 어린이·청소년을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 이 과정을 통해 밝혀진 연구결과는 초기 청소년들의 정보서비스를 계획하고 제공할 때 염두에 둘 기초자료를 생산했다는 측면에서 연구의 의의가 크다 하겠다.

II. 선행연구

1. 청소년의 정보요구와 이용행태

청소년들의 정보요구와 이용행태를 심층적으로 파악하려는 시도들은 국외의 경우 1990년대 초 이후부터 본격적으로 이루어졌으며(Chelton & Cool, 2007), 국내 선행연구들은 2000년대 중 후반부터 본격적으로 이루어진 것으로 보인다. 청소년의 정보행태연구는 이용자연구에서 ‘청소년’이라는 이용자 집단의 정보요구와 정보이용 혹은 비이용행태를 밝히고자 하는 연구로, 이 영역은 다른 이용자 집단에 비해 상대적으로 연구가 활발하게 이루어지지 않아 적은 수의 연구물을 가진다. 관련된 국내 선행연구들의 내용을 정리해 보면 <표 1>과 같다.

<표 1> 청소년의 정보이용행태 선행연구

연구자	연구 대상	정보이용 행태 측정도구		연구방법
		정보요구	정보원	
이연옥 (2007)	고등 학생	진로(직업, 학과, 대학 등), 수업 및 학습(숙제, 성적, 평가, 학습 등), 관계(친구, 가족, 이성, 선생님 등), 건강(외모, 건강, 음주, 흡연 등), 여가(영화, 음악, TV 등), 일상정보(사건사고, 사회적 이슈 등)	친구, 교사, 학교, 개인적 경험, 부모, 도서·잡지, 신문, 도서관, TV·라디오, 인터넷 등	설문조사 (350명 대상) 면담조사 (20명 대상)
김성은, 이지연 (2013)	중·고등 학생	일상적인 활동의 정보이용(학업을 제외한 활동인 취미, 자기개발, 봉사, 종교 활동, 여가 등)	가상정보 공간(컴퓨터, 스마트폰 등 다양한 정보기기를 통해 접근할 수 있는 공간)	설문조사 (354명 대상)
이승민, 이종욱 (2017)	중·고등 학생	여가정보, 진로정보, 관계정보, 학업 및 수업정보, 건강정보, 일상정보	커뮤니케이션 어플리케이션(카카오톡, 페이스북, 트위터 등), 오락 어플리케이션(유튜브, 아프리카 TV 등), 정보 어플리케이션(온라인 도서관, 뉴스, 법률정보, 가상교육 등 관련)	설문조사 (120명 대상)
정진수 (2017)	고등 학생	자아범주에 따른 정보요구 (사회적 자아, 감정적자아, 사색적 자아, 실체적·물질적 자아, 창의적 자아 등)	대인정보원(부모, 형제·자매, 친구, 선·후배, 교사, 학원강사), 인터넷 커뮤니티·포털(네이버, 유튜브 등), SNS(트위터, 페이스북 등), 문헌정보원(책, 잡지, 전자자료 등)	설문조사 (220명 대상)
박현모, 이지연 (2013)	도시와 농어촌 청소년	진로, 학업, 외모, 친구관계, 자기개발, 여가, 건강, 사회적 규범 등	인터넷, 인적 정보원(부모, 선생님, 친구 등), 도서관 등	정보활용일지 심층면담 (25명 대상)
구정화 (2015)	재미 한인 사춘기청소년	영어능력, 친구관계, 미국 문화·규범, 학업 및 학습 방법 등	부모, 교사, 인터넷, 책, 한인교회 등	설문조사 심층면담 (16명 대상)
임여주 (2016)	다문화 가정 청소년	학업, 여가, 외모, 자기개발, 생활, 진로, 이성관계, 상급학교, 학업 외 지식, 친구관계 등	SNS(트위터, 페이스북, 카카오톡 등), 모바일 메신저(카카오톡, 페이스북 메신저, 네이버 밴드 등), 동영상 플랫폼(유튜브 등), 게임(컴퓨터 게임, 스마트폰 게임 등) 등	정보요구기록지 설문조사 심층면담 (11명 대상)

기존의 선행연구들을 통해 청소년들은 자신의 관심거리와 고민을 해결하기 위해 다양한 정보원을 활용하고 있으며 정보요구에 따라 선호하는 정보원 또한 각각 다르다는 것을 확인할 수 있었다. 한편, 선행연구들을 두 가지 관점으로 구분할 수 있는데, 먼저는 전형적인 청소년집단의 정보

요구와 이용행태를 다룬 연구(김성은, 이지연, 2013; 이승민, 이종욱, 2017; 이연옥, 2007; 정진수, 2017)와 다른 한편으로는 특정 맥락(context) 속에서 청소년집단의 정보요구와 이용행태를 다룬 연구(구정화, 2015; 박현모, 이지연, 2013; 임여주, 2016)로 구분할 수 있다. 첫째, 전형적인 청소년집단의 정보요구와 이용행태를 다룬 연구의 연구대상은 중·고등학생으로 초기 청소년기에 해당하는 고학년 초등학생들을 포함하지 않고 있다. 그럼에도 이 연구들은 모든 청소년에게 적용되어 일반화된 결과들을 도출하였다. 반면에 특정 맥락 혹은 상황 속에서 청소년집단의 정보요구와 이용행태를 다룬 연구들의 결과는 조금 다르다. 전형적 청소년집단의 정보요구 순위가 진로, 여가가 가장 높은 정보요구로 일반화되어 나타난 것과 달리 특정 상황(예. 다문화 청소년, 이민자 청소년, 농어촌거주 청소년 등) 속 청소년집단의 정보요구는 어떻게 달라지고 이를 어떻게 대응(coping)하고 있는지를 보여준다. 예컨대, 박현모, 이지연(2013)의 연구에 의하면 도시 청소년의 주요 정보요구는 진로, 학업, 친구관계 순이라면, 농어촌 청소년의 주요 정보요구는 진로, 외모, 학업 순으로 다르게 나타났음을 밝혔다. 청소년기라는 인지적·사회적·심리적·신체적 변화와 함께 이들이 처한 환경과 특수한 맥락에 따라 정보요구와 이용하는 정보원이 어떻게 달라지는지를 밝혔다.

한편, 청소년의 정보요구뿐만 아니라 사용하는 미디어 혹은 정보원에 있어서도 다른 세대와 다른 특성이 있음을 확인할 수 있었다. 디지털 미디어가 급속도로 발전하면서 정보환경에도 변화가 찾아왔고, 그에 따라 청소년들의 정보이용행태도 세대별 다른 특징을 나타내고 있다. 현세대 청소년들은 다양한 디지털 미디어를 사용하여 시공간의 제약없이 정보를 이용할 수 있으며, 특히 모바일을 사용하여 언제 어디서든지 정보에 접근하여 정보요구를 해결하고 있다(김성은, 이지연, 2013; 이승민, 이종욱, 2017). 예를 들어, 이승민과 이종욱(2017) 연구에서 오늘날 청소년들이 다양한 정보요구를 정보, 오락, 커뮤니케이션 어플리케이션을 활용하여 해결하고 있었는데, 특히 각 고민 혹은 정보요구 영역에 따라 사용하는 어플리케이션 선호도도 다름을 확인하였다. 구체적으로 진로에 관련된 정보요구를 해결하기 위해서는 커뮤니케이션 어플리케이션(카카오톡, 페이스북, 트위터 등)을 선호하고, 여가와 관련하여서는 오락 어플리케이션(유튜브, 아프리카 TV 등)을 선호하고 있음을 밝혔다.

2. 청소년들의 고민

청소년들의 정보요구를 보다 심도깊게 이해하기 위해 교육학, 청소년심리학 분야에서 이루어지고 있는 관련 연구들의 동향을 살펴보았다. 이들 선행연구에서는 성별, 학년별, 가정의 경제적 수준, 부모와의 소통, 가족원 간의 상호작용 등의 다양한 요인들이 청소년의 고민과 긴밀한 연관성을 가지고 있음을 검증하였다(김영태, 2011; 이장현, 2014; 한성애, 2006). 청소년의 여가생활과

고민거리에 대한 실태를 조사한 이장현(2014)은 청소년에게 학업성적 및 공부문제(23.15%)가 가장 큰 고민거리로 나타났으며, 진로 및 취업문제(20.12%), 외모문제(11.39%), 용돈부족 문제(11.01%), 성격문제(8.63%), 이성교제 문제(5.23%), 가족문제(4.79%) 등 순으로 나타났다. 이러한 결과는 기존 청소년의 정보요구를 다룬 선행연구들에서의 청소년들의 정보요구 순위들과 매우 유사함을 알 수 있다.

또한, 초등학생의 상담 실태와 상담요구 및 고민 문제를 조사한 김영태(2011)는 성별 또는 학년 별로 고민이나 걱정의 정도에 차이가 있음을 밝혔다. 초등학교 남학생보다는 여학생이, 5학년보다는 6학년이 고민이나 걱정이 더 높게 나타났다. 여학생이 남학생보다 대인관계 문제와 성격문제에 대한 고민이 더 높았고, 6학년은 5학년에 비해 학업과 학교 부적응 문제, 대인관계 문제, 생활습관 태도에 대해 더 높은 고민 정도를 보였다. 이 또한 청소년의 정보요구가 성별, 학년(나이)이라는 인구학적 특성에 따라 차이를 보인다는 문헌정보학에서의 선행연구 결과들을 재입증해 주었다. 이처럼 청소년이 무엇을 생각하는지 대한 분석 즉, 이들의 고민이나 걱정의 정도에 대한 분석은 이들의 정보요구와 아주 밀접히 연결되어 있음을 재확인할 수 있었다.

3. 청소년과 유튜브

유튜브와 관련된 초기 연구들은 콘텐츠, 마케팅, 기술적 측면의 논의가 주를 이루었다. 그러나 최근 이용자에 집중되면서 이용자의 특성을 고려한 연구가 진행되기 시작하였다(이상숙, 전범수, 2020). 특히 언론학, 방송학, 커뮤니케이션학 등의 학문 영역에서는 유튜브의 이용동기에 따른 영향들과 결과들이 중점적으로 논의되어 왔다(손동욱, 임선아, 2020; 오대영, 2017; 이상숙, 전범수, 2020; 이은선, 김중인, 김미경, 2020; 이진경, 김근영, 2019; 이호성, 2020; Hanson, Haridakis, & Sharma, 2011; Khan, 2017). 이 연구들은 이용자의 유튜브 이용동기가 성별, 세대간 인식 차이, 이용자 활동, 유튜브 장르 이용, 미디어 과의존 등에 영향을 미치고 있음을 검증하였다.

다른 한편으로 교육학, 문화콘텐츠학, 미디어학 등의 분야에서는 주로 세대와 연령에 따른 유튜브 이용행태가 어떻게 다른지를 조사하고 있다. Z세대의 유튜브 이용행태를 다룬 연구들(강민정, 정은주, 조혜윤, 2020; 박주현, 이연준, 2019)과 초등학생의 유튜브 이용행태를 다룬 연구들(김아미, 2020; 손동욱, 임선아, 2020; 이진경, 김근영, 2019)이 대표적인 예이다. 이 연구들은 세대와 연령에 따른 특성이 유튜브 이용행태에 차이가 있을 것으로 가정하고 그 상관관계를 검증하고 있다.

본 연구의 대상자인 초기 청소년과 관련된 초등학생 유튜브 이용행태에 관한 선행연구 결과들을 구체적으로 살펴보면, 이진경, 김근영(2019)은 초등학교 고학년(4~6학년) 대상으로 설문조사를 한 결과, 유튜브만을 하루에 3시간 이상 이용하는 학생이 15%를 넘었고, 84.5%는 대부분 집중해서 동영상 시청하였고, 이들 중 10.9%는 댓글을 남기며, 5.9%는 자기 계정을 만들고

직접 동영상을 게시하고 있었다. 이는 초등학생들이 단순히 유튜브에 장시간 노출되는 것뿐만 아니라 매우 적극적으로 참여하고 이용하고 있다는 것에 주목할 필요가 있고, 유튜브가 초등학생에 미치는 영향이 매우 크다는 점을 재차 확인해 주었다. 초등학생 유튜브 경험 및 인식에 대해 김아미(2020)는 초등학생들에게 유튜브는 비공식적인 학습의 공간으로 인식되고 있으며, 유튜브가 검색포털처럼 검색을 위한 주요 매체로 활용되고 있음을 확인하였다. 초등학생들은 학교숙제를 위한 자료조사 또는 게임의 전략을 알아보기 위해, 구체적인 방법을 알고 싶을 때는 다른 검색포털 이전에 유튜브로 먼저 검색하고 있음을, 즉 초등학생들은 다른 세대와 달리 유튜브를 정보 및 지식검색의 시작점으로 삼고 있다는 독특한 행태적 특징을 확인하였다.

Ⅲ. 이론적 배경

1. 초기 청소년의 정보요구

‘정보요구’라는 개념은 많은 학자들에 의해 다양한 관점으로 이해되어 왔는데(Case & Given, 2016), 특히 Dervin(1983)의 의미형성(Sense-Making)이론은 개별 이용자의 정보요구와 정보행태가 개개인의 상황(situations)과 맥락(contexts)에 따라 유동적으로 달라진다고 가정하고, 개인이 개별 맥락에 따라 어떻게 자신의 상황과 요구를 이해하고 정보를 이용하는지를 설명한다. 본 연구는 Dervin(1983)과 같이 과정적 혹은 인지적 관점에서 정보와 정보요구 그리고 정보행태의 개념을 이해하고, 유아기에서 청소년기로 이행되는 발달단계에 있는 초기 청소년의 정보요구와 정보행태를 연구하고자 한다.

문헌정보학 영역에서 청소년의 정보요구를 심층적으로 다룬 연구로 Agosto & Hughes-Hassell (2006a; 2006b)가 빈번히 거론된다. 이들은 Savolainen(1995)의 ‘Everyday Life Information Seeking (ELIS)’의 개념과 모형을 기반으로 청소년들의 일상생활에서의 정보요구에 대한 이론적, 실증적 모형을 제시하였는데 청소년들의 7개의 자아범주를 기준으로 총 28개의 정보요구 유형을 도출하였다. 여기에 도출된 정보요구 유형은 도심지역 저소득층 청소년들을 대상으로 개발되었으나, 청소년들의 발달단계에 기반하였기에 사회·경제·문화적으로 다른 환경에 속한 청소년들에게도 적용 가능하여 청소년들의 전형적인 정보요구를 이해하는 주요 틀이 되어왔다. 이 연구를 바탕으로 국내의 후속연구들도 정보요구 유형을 파악하는데 이 모형을 중요하게 활용해 왔다.

본 연구에서는 초기 청소년들의 두드러진 정보탐색행태 중의 하나인 유튜브 사용과 관련된 행태들을 기술하는 것에 집중하지만, 이 행태적 특성 이면에 초기 청소년들이 일상생활 가운데 발생하는 정보요구가 무엇인지 고찰하기 위해 이 모형을 활용하고자 한다. 즉, 초기 청소년들의

일상의 정보요구를 유형화하여 이해하기 위해 Agosto & Hughes-Hassell(2006a; 2006b)의 연구 결과와 국내 선행연구들을 통해 밝혀진 청소년의 정보요구를 비롯해 일상생활에서 발생하는 고민과 문제, 그들의 관심사가 무엇인가를 파악하여 정보요구의 유형을 도출해내고자 한다. 본 연구에서 초기 청소년의 유튜브 이용의 주요 동기 즉, 정보요구를 조사하기 위해 기존 연구들에 나타난 모든 정보요구들을 유형화(범주화)하여 정리하면 <표 2>와 같다.

<표 2> 초기 청소년의 일상의 정보요구

상위영역	하위영역	정보요구	참고 연구
진로정보	장래희망 정보	장래 직업을 위해 필요한 것, 장래 직업과 관련된 대학 학과, 장래 직업에서 하는 일, 장래 직업을 위한 능력개발(학원의 종류, 비용 등), 장래 직업의 연봉 등	Agosto & Hughes-Hassell (2006a; 2006b); 이연옥(2007); 김영태(2011); 김성은, 이지연 (2013); 박현모, 이지연 (2013); 이장현(2014); 구정화(2015); 입여주(2016)
	상급학교 정보	희망하는 중학교, 고등학교, 교복 등	
학업정보	학업 정보	학교 또는 학원(학습지, 과외 등)의 숙제, 시험에 대비하는 법, 시험범위와 관련된 정보, 성적 올리는 법 등	
	자기학습 정보	어려운 문제 풀이법, 공부 잘하는 법, 노트 필기법 등	
관계정보	부모와 관계 정보	부모님과 의사소통의 어려움, 부모님의 지나친 관심, 부모님의 불화 등	
	형제·자매와 관계 정보	형제·자매와의 갈등, 형제·자매와의 비교, 형제·자매가 없어서 외로움 등	
	친구와 관계 정보	새로운 친구 사귀는 법, 친구와의 갈등, 친구와 화해하는 법, 친구와의 비교, 친구와의 경쟁, 괴롭힘·따돌림 등	
	이성친구와 관계 정보	연애 방법, 이성친구와 갈등, 화해하는 법, 이성친구와 헤어짐, 짝사랑·삼각관계의 고민 등	
건강 및 외모정보	선생님과 관계 정보	선생님의 차별과 편애, 체벌, 의사소통의 어려움, 선생님께 인정받는 법 등	
	건강 정보	아픈 곳 낫는 법, 운동하는 방법, 가족의 건강, 병원진료 등	
경제정보	외모 정보	체형(복근, 다이어트) 만드는 법, 키 크는 법, 피부(여드름, 아토피) 좋아지는 법, 머리미용(파마, 염색, 머리 기르기 등), 성형수술, 성형수술 부작용, 화장, 화장품, 패션 등	
	저축 정보	용돈 모으는 법, 용돈 저금하기, 용돈이 부족 할 때 등	
정서정보	소비(지출) 정보	학용품, 준비물 구입, 옷, 가방, 신발 등 구입, 선물구입 등	
	긍정적 정서 정보	기쁨, 행복, 만족, 신남, 재미, 사랑 등	
여가 정보	부정적 정서 정보	슬픔, 미움, 증오, 불안, 위축 등	
	여가 정보	TV시청, 운동, 게임, 스포츠감상, 음악감상, 영화감상, 영상시청, 독서, 댄스, 놀이, 악기연주, 맛집 찾기, 요리, 관심 연예인 등	

2. 청소년과 유튜브

한국언론진흥재단(2019)에서 실시한 '10대 청소년 미디어 이용조사' 결과에 따르면, 디지털 미

디어 가운데 최근 모바일 동영상 플랫폼인 유튜브가 3년 연속 주 이용 소셜미디어로 1위(37.6%)를 달리고 있다. 그로 인해 주 이용률 2위인 네이버 블로그(22.2%)와 3위인 인스타그램(19.0%)과 상당한 격차를 벌리고 있다. 최근 유튜브는 네이버 다음으로 '정보검색 및 탐색도구'이자 '검색 플랫폼'으로도 십대들에게 자주 언급되고 있다. 물론 주요 정보 포털사이트가 정보탐색 과정에서 주로 이용되지만, 검색 보조수단으로 유튜브에서의 정보탐색 및 검색의 비율은 더 높다고 조사된 바 있다(네이버 95.6%, 유튜브 70.6%, 구글 53.8%, 다음 41.8%). 가장 특이한 점은 10대~50대 연령 중 십대가 가장 높은 순위로 유튜브를 정보 '탐색도구'로 이용하고 있다는 것이다(한국언론진흥재단, 2019).

30~50대의 유튜브 검색 동기가 알고 싶은 정보를 포털사이트를 통해 일차로 검색해서 그 개념을 살핀 이후에 이차적으로 유튜브 동영상을 통해 내용을 자세히 숙지하기 위함이라면, 10~20대로 연령대가 낮을수록 다른 사람의 반응을 보기 위해, 즉 소통하기 위해 유튜브를 통해 정보를 검색하고 탐색한다. 특히 십대의 경우, 연령이 낮아질수록 정보내용 즉, 콘텐츠에 대해 '댓글, 좋아요 등 다른 사람들의 반응을 보고 싶어서(66%)', 'SNS에서 공유되는 정보가 더 많아서(37.7%)', 'SNS가 더 익숙하고 편해서(36.8%)', '궁금한 내용을 영상으로 자세히 보고 싶어서(36.8%)'가 주요 이용 동기임을 알 수 있다(오픈서베이, 2020).

십대들 특히 나이가 어릴수록 다른 세대와는 다른 이유, 즉 일방적인 지식전달이 아닌 '소통하고 공감하기' 위해 유튜브를 이용하여 정보를 탐색하고 있으며 이들만의 독특한 유튜브 이용의 특성과 행태가 있음을 알 수 있다. 이에 본 연구에서는 청소년들의 주요 정보요구와 이를 유튜브를 통해 어떻게 해결하고 있는지 구체적으로 살펴보고자 한다.

3. 초기 청소년과 정보이용행태

보호자의 전적인 도움이 필요한 아동기에서 자립할 수 있는 성인기로 전환하는 과도기적 단계에 있는 이 청소년기는 자신이 누구인지에 대한 해답을 얻기 위해 자기 자신과 세상에 대해 수많은 질문을 던진다(임여주, 2016). 청소년기에 겪게 되는 변화와 갈등과 더불어 가정환경, 친구관계, 학교환경 등의 발달환경은 청소년들로 하여금 자아의식 및 가치관 형성에 직접적으로 영향을 미치게 된다. 특히, 청소년 중에서도 초기 청소년(대략 12~14세 청소년)들은 아동에서 성인으로 발달하는 과정 중에 있으며, 아동기의 끝맺음과 청소년기의 시작을 동시에 내포하는 과도기적 과정을 겪고 있다. 이들은 성적 신체로의 변화, 생리적 변화를 거치면서 심리적, 정서적으로 혼란 과정에 있다. 또한, 자아의식의 확립, 자아동일성을 가지려는 기간으로 권위에 대한 반항, 이상과 현실 간의 차이, 감정의 양면성 등 정신적 불균형과 본능적 충동이 증가되는 시기로 긍정적인 측면과 부정적인 측면을 지닌 양면적인 시기라 할 수 있다(고영희, 홍후조,

2012). 이러한 초기 청소년들은 신체적·인지적으로 어린이에서 청소년으로의 질적인 변화가 일어나면서, 정보이용에 있어서도 부모나 교사에 의지하는 초등학교 저학년 어린이 시기와 독립적으로 정보이용을 수행하고 판단하는 고등학생 청소년들 사이에 위치하여, 초등학교 저학년 어린이들과 비교하면 성숙하고 고등학교 청소년들과 비교하면 아직 미성숙한 세대라 할 수 있다.

그동안 문헌정보학 분야에서 청소년 관련 연구 대부분이 청소년기 전체로 확장되어 있거나 청소년기 교육에 한정되어 있어 특정 청소년기(예, 초기 혹은 중기 청소년기)의 특성을 고려한 정보행태나 도서관 서비스에 관한 연구들은 매우 미비했다. 이에 본 연구는 초기 청소년들의 정보요구와 유튜브에서의 이용행태적 특성을 구체적으로 조사하고자 한다.

IV. 연구방법

1. 연구의 범위

본 연구는 초기 청소년들을 대상으로 유튜브 모바일 동영상 플랫폼상에서 정보이용행태를 알아보고자 한다. 또한, 초기 청소년들의 일상생활에서의 정보요구는 무엇이며, 이들은 각 정보요구에 어떻게 대처하고 있는지 알아보고자 한다.

이를 위해 첫째, 본 연구의 대상을 초기 청소년으로 12~14세(초등학교 5, 6학년과 중학교 1학년) 사이의 어린이·청소년으로 정하였다. 둘째, 초기 청소년들이 지닌 일상의 정보요구를 조사하기 위해 요구의 범주를 진로정보, 학업정보, 관계정보, 건강 및 외모정보, 경제정보, 정서정보, 여가정보 7가지로 구분하였고(〈표 2〉 참고), 이를 바탕으로 초기 청소년들의 정보요구가 무엇인지 조사하고, 정보요구에 대처하기 위해 어떤 특이 행태를 보이는지 조사하였다. 끝으로, 유튜브 모바일 동영상 플랫폼상에서의 정보이용행태를 조사하였다.

2. 설문지 구성 및 측정요소

본 연구는 초기 청소년의 정보요구와 유튜브에서의 정보이용행태를 조사하기 위해 설문조사법을 활용하였다. 각 변수에 따른 하위변수와 설문 문항에 반영될 측정요소를 설정하였고 주요 변수는 초기 청소년의 정보이용행태, 초기 청소년의 유튜브 정보이용행태, 인구통계학적 특성이라는 세 영역으로 이루어져 있으며 구체적으로 62개 문항을 구성하여 질의하였다(〈표 3〉 참고).

각 주요 변수의 측정요소로 초기 청소년들에게 중요한 일상의 정보요구는 무엇인지, 그 정보요

구를 해결하기 위해 어떠한 정보이용행태를 보이는지, 그리고 유튜브 정보를 얼마나 이용하는지, 정보요구 해결을 위해 유튜브에서 정보를 찾는지, 정보요구 해결을 위해 유튜브를 이용하는 이유와 이용하지 않는 이유, 유튜브가 자신의 정보요구를 얼마나 해결해 주는지, 유튜브가 중요한 정보원으로 인식되고 있는지 등을 알아보려고 하였다. 또한, 일상의 정보요구 중요도와 정보요구 대처양태, 정보요구 유형별 유튜브 정보이용에 대해서는 앞선 <표 2>의 정보요구 유형 16가지를 적용하여 측정하였다.

<표 3> 설문지 구성 및 측정요소

변수	측정요소	문항
초기 청소년의 정보이용행태	일상의 정보요구 중요도	16
	정보이용행태	2
	정보요구 해결정도	1
	정보요구 대처 양태	16
초기 청소년의 유튜브 정보이용행태	유튜브 정보이용 정도	1
	정보요구 유형별 유튜브 정보이용	16
	유튜브 정보 이용 및 비이용 이유	2
	유튜브 이용시 정보요구 해결정도	3
인구통계학적 특성	유튜브 이용의 중요도	2
	성별, 연령, 거주지역	3

3. 데이터 수집 및 분석방법

본 연구는 전국의 초기 청소년 표본 집단을 모집하기 위해 12~14세 사이의 청소년들만을 대상으로 하는 유의표집법(purposive sampling)과 설문에 응답한 청소년들이 다른 청소년들을 소개하여 표집을 늘려가는 눈덩이표집법(snowball sampling)을 활용하여 연구참여자를 발굴하였다. 전국의 12~14세의 청소년을 대상으로 2021년 2월 11일부터 2021년 2월 18일까지 8일간 총 150명에게 온라인과 오프라인 설문지를 회수하였으며, 불성실하거나 미완성된 설문지 20부를 제외하고 유효한 130부의 설문 내용만을 본 연구의 분석대상으로 삼았다.

설문 문항은 초기 청소년들의 이해력과 설문응답의 용이성을 고려하여 주로 명목척도와 5점 리커트 척도로 구성하여 개방형 질문을 최소화하였고, 질문의 용어 또한 친숙한 어휘를 구사하여 이해를 돕도록 하였다. 명목척도로 구성된 문항에 대해서는 빈도분석을, 5점 리커트 척도로 구성된 문항에 대해서는 기술통계를 실시하였다. 또한, 응답자의 인구통계학적 특성별로 유의미한 차이를 보이는지 분석하기 위해 초기 청소년의 일상의 정보요구 중요도와 정보요구 대처양태, 정보요구 유형별 유튜브 정보이용과 같이 몇몇 측정요소들을 독립표본 t검정을 통해 통계적으로 상관

관계 유효성을 검증하였다. 이 모든 데이터 분석과정은 KSDC(한국사회과학데이터센터)에서 제공하는 E-Stat 3.0을 활용하여 처리하였다.

V. 연구결과

1. 인구통계학적 특성

본 연구의 응답자는 여성(66.9%)이 남성(33.1%)보다 2배 이상 많았고, 연령은 14세가 가장 많았고, 13세, 12세 순이었다. 응답자의 지역은 서울·인천·경기권과 대전·충청권이 각각 40% 이상이었고 나머지 지역은 6% 정도로 고루 분포하였다. 이 연구의 목적이 인구통계학적 특성에 따른 차이를 비교하는 것이 아니었기에 할당표집법(quota sampling)이나 층화표집법(stratified sampling)으로 응답자를 모집하지 않은 결과로 인구 특성별 응답자의 비율이 고르지 않다(정현욱, 2012). 따라서 본 연구의 연구대상은 엄밀히 말해 서울·경기권 그리고 대전·충남권에 거주하는 여자 중학생(14세)의 정보행태에 대한 결과라 해도 과언이 아니다.

〈표 4〉 인구통계학적 특성

구분	항목	빈도(%)	총계(%)
성별	남성	43(33.1)	130(100)
	여성	87(66.9)	
연령	12세	26(20.0)	130(100)
	13세	40(30.8)	
	14세	64(49.2)	
지역	서울·인천·경기	54(41.5)	130(100)
	대전·충청	53(40.8)	
	강원·경북	8(6.2)	
	부산·울산·경남	7(5.4)	
	광주·전라·제주	8(6.2)	

2. 초기 청소년의 정보이용행태

가. 초기 청소년의 일상에서의 정보요구 중요도

초기 청소년들의 일상생활 중 가장 중요하고도 긴급한 고민, 즉 정보요구의 중요도에 대한 질문으로, 〈표 2〉에서 정리한 정보요구 유형(범주)을 제시하고 리커트 5점 척도(1=전혀 중요하

지 않다, 2=중요하지 않다, 3=보통이다, 4=중요하다, 5=매우 중요하다)로 중요도를 체크하도록 하였다. 분석결과, 여가와 학업, 긍정적인 감정에 관련된 정보에 평균 4.0점 이상으로 매우 관심이 많았으며 부정적 정서에 관한 정보를 가장 적은 관심을 두는 것으로 나타났다. 하지만, 낮은 응답률을 보인 부정적인 정서나 형제·자매 및 교우 관계에 대한 문제를 해결하기 위한 정보 또한 3점대를 보이는 바, 열거한 주제들에 대해 대부분 높은 관심을 보였다. 이를 통해, 앞서 선행연구에서 밝혀진 청소년들의 정보요구와 유사한 정보요구를 가지고 있음을 재확인할 수 있었다.

〈표 5〉 일상의 정보요구 중요도

문항	M	SD
여가 정보	4.02	0.90
학업 정보	4.01	0.83
긍정적 정서 정보	4.01	0.94
장래희망 정보	3.87	0.88
친구와 관계 정보	3.79	1.04
자기학습 정보	3.76	0.80
외모 정보	3.75	1.12
소비(지출) 정보	3.71	0.98
상급학교 정보	3.66	0.78
저축 정보	3.65	1.10
건강 정보	3.63	1.09
부모와 관계 정보	3.52	1.03
선생님과 관계 정보	3.48	1.02
이성친구와 관계 정보	3.43	1.07
형제·자매와 관계 정보	3.38	1.08
부정적 정서 정보	3.35	1.07

나. 초기 청소년의 정보이용행태

앞서 자신이 가장 관심을 두고 있는 주제영역의 정보(즉 정보요구)를 찾기 위해 주로 이용하는 정보원으로써 비공식채널이자 대인정보원(informal interpersonal information sources)인 부모, 형제·자매 등 가족이 1순위로 뽑혔고 다음으로 친구에게 물어보거나, 인터넷 포털, 동영상 플랫폼 등의 순서로 요구를 해결하고 있었다. 그러나 도서관 자료를 통해 자신의 문제를 해결한다고 응답한 초기 청소년은 단 한 명도 없었다. 또한, 기존 기성세대들 특히 노인계층들이 손쉽게 정보를 얻는 채널이자 주요 정보원인 매스미디어(TV, 라디오)는 거의 이용하지 않는다는 것도 다른 세대와의 뚜렷한 차이를 보이는 지점이라 할 수 있다(〈표 6〉 참고).

〈표 6〉 이용하는 정보원(복수응답)

문항	빈도(%)
부모, 형제·자매 등 가족에게 물어보기	60(23.4)
친구에게 물어보기	48(18.8)
인터넷 포털(네이버, 구글, 다음 등)	45(17.6)
동영상 플랫폼(유튜브, 네이버TV, V라이브 등)	40(15.6)
책, 신문, 잡지	3(1.2)
SNS 및 메신저(페이스북, 인스타그램, 트위터, 카카오톡 등)	38(14.8)
선생님께 물어보기	21(8.2)
TV, 라디오	1(0.4)
도서관	0(0.0)
총계	256(100)

이런 대인정보원과 인터넷포털 및 유튜브를 주로 활용하는 이유에 대해서는 쉽고 용이하다(찾기 쉽고 간단하여, 편리하기 때문)는 이유가 가장 높았고, 늘 하던 방식 즉, 습관이 되었기 때문에 다른 방법을 모색하지 않았다는 점과 이 정보원들을 신뢰하기 때문인 것으로 나타났다(〈표 7〉참고).

〈표 7〉 이용 정보원의 선호 이유(복수응답)

문항	빈도(%)
찾기 쉽고 간단하여, 편리하기 때문에	92(36.2)
습관이 된 방법이기 때문에	60(23.6)
정보가 믿음만 하기 때문에	49(19.3)
원하는 것을 빨리 얻을 수 있기 때문에	46(18.1)
주변에서 많이 이용하기 때문에	7(2.8)
기타	0(0.0)
총계	254(100)

더불어 자신이 주로 이용한 정보원(가족 및 친구를 비롯한 친숙하고 편한 인적 자원과 포털사이트 및 SNS)을 통해 정보를 이용한 결과, 자신의 정보요구를 잘 해결해 주는지에 여부, 즉 만족도 여부에서는 과반수 이상(96.9%)이 만족하고 있었다. 다시 말해, 초기 청소년들은 기존의 선호하여 사용하던 정보원을 통해 자신의 문제와 정보요구가 잘 해결되고 있다고 인식하고 있었다(〈표 8〉참조).

〈표 8〉 일상의 정보요구 해결정도

문항	빈도(%)
전혀 그렇지 않다	0(0.0)
그렇지 않다	4(3.1)
보통이다	45(34.6)
그렇다	70(53.8)
매우 그렇다	11(8.5)
총계	130(100)

초기 청소년의 일상의 정보요구별 대처 양태에 대해 리커트 5점 척도(1=찾기위해 적극적으로 노력한다, 2=찾기위해 어느정도만 노력한다, 3=찾기위해 어느정도 노력하지만, 안 찾아지면 포기한다, 4=알고 싶어도 찾으려고 노력하지 않는다, 5=찾으려고 노력하지 않는다)로 질의한 결과, 평균 3.0을 넘지 못하고 있었다. 여기서 낮은 점수를 보일수록 적극적인 대응과 노력을 보이는 것으로 해석할 수 있는데, 그런 의미에서 초기 청소년들은 자신들의 정보요구에 대해 적극적인 방식으로 대처하고 있다고 스스로 인식하고 있음을 알 수 있었다. 특히, 여가생활과 긍정적인 정서(즐거움과 놀이)와 관련된 정보, 소비 및 지출과 관련된 정보를 보다 적극적으로 찾고 있었고, 그에 비해 장래희망 및 상급학교에 대한 정보나 여타 인간관계(부모, 형제, 선생님 및 이성친구와 관계)와 관련된 정보를 찾는 것에는 소극성을 보였다. 특히 여가와 관련된 정보는 평균 2.0이 넘지 않아 가장 적극적으로 대처하고 반응하고 있었다.

〈표 9〉 일상의 정보요구별 대처양태(적극성)

항목	M	SD
여가 정보	1.95	0.97
긍정적 정서 정보	2.19	0.95
소비(지출) 정보	2.22	1.02
저축 정보	2.29	1.05
장래희망 정보	2.32	0.98
학업 정보	2.33	0.95
자기학습 정보	2.33	0.89
외모 정보	2.34	1.11
상급학교 정보	2.39	0.94
친구와 관계 정보	2.49	1.08
건강 정보	2.52	1.07
부정적 정서 정보	2.61	1.03
부모와 관계 정보	2.64	1.03
이성친구와 관계 정보	2.72	1.12
선생님과 관계 정보	2.75	0.93
형제·자매와 관계 정보	2.81	1.14

3. 초기 청소년의 유튜브 정보이용행태

초기 청소년의 유튜브 정보이용에 있어 과반수 이상(62.3%)이 유튜브를 자주 혹은 매우 자주 이용하고 있다고 응답했다. 보통 정도가 15.4%로 응답해 거의 70% 이상의 초기 청소년들은 유튜브 이용에 있어 보통 혹은 그 이상의 높은 이용 정도를 보이고 있었다(〈표 10〉 참고).

〈표 10〉 유튜브 정보 이용정도

문항	빈도(%)
매우 가끔 이용한다	6(4.6)
가끔 이용한다	23(17.7)
보통이다	20(15.4)
자주 이용한다	50(38.5)
매우 자주 이용한다	31(23.8)
총계	130(100)

초기 청소년들은 유튜브에서 여가와 관련된 정보를 가장 자주 많이 찾았고, 다음으로 외모와 관련된 정보, 긍정적 정서 추구에 도움이 되는 정보, 소비(지출)과 관련된 정보, 자기학습을 위한 지식과 정보를 찾기 위해 유튜브를 이용하고 있는 것으로 나타났다(〈표 11〉 참고).

〈표 11〉 정보요구 유형별 유튜브 정보이용

항목	M	SD
여가 정보	3.83	1.18
외모 정보	3.49	1.23
긍정적 정서 정보	3.39	1.17
소비(지출) 정보	3.26	1.24
자기학습 정보	3.19	1.14
학업 정보	3.13	1.16
건강 정보	3.12	1.11
저축 정보	3.04	1.24
장래희망 정보	2.99	1.08
친구와 관계 정보	2.93	1.17
상급학교 정보	2.85	1.16
이성친구와 관계 정보	2.84	1.17
부정적 정서 정보	2.76	1.12
부모와 관계 정보	2.70	1.14
형제·자매와 관계 정보	2.66	1.19
선생님과 관계 정보	2.55	1.05

이상의 정보요구를 만족시키기 위해 유튜브를 이용하는 이유와 동기에 대해서 유튜브의 용이성(찾기 쉽고 간단하여, 편리하다)의 이유가 가장 높은 응답률을 보였고, 신속성(신속히 정보를 얻을 수 있다는 점), 익숙함(유튜브에서 정보를 찾는 것이 이미 습관이 되었기 때문)의 이유로 다른 탐색 방법들을 생각해 보지 못했다는 순으로 답하였다. 기타 의견으로 단지 동영상 플랫폼이기 때문에 유튜브를 이용한다는 의견도 있었다(〈표 12〉 참고).

〈표 12〉 유튜브 정보이용 이유(복수응답)

항목	빈도(%)
유튜브는 찾기 쉽고 간단하여, 편리하기 때문에	95(37.4)
유튜브는 원하는 것을 빨리 얻을 수 있기 때문에	63(24.8)
유튜브에서 찾는 것이 습관이 되었기 때문에	50(19.7)
유튜브의 정보가 믿을만 하기 때문에	22(8.7)
유튜브를 주변에서 많이 사용하기 때문에	22(8.7)
기타	2(0.8)
총계	254(100)

이와 반대로 자신의 정보요구를 해결하기 위해 유튜브를 이용하지 않는 이유에 대해서는 정보 신뢰도의 문제로, 유튜브에서 담고 있는 정보가 사실인지 믿을 수 없기 때문이라는 이유가 가장 높은 응답률을 나타냈다. 또한, 유튜브보다 다른 방법을 통해 원하는 것을 빨리 얻을 수 있기 때문에, 유튜브보다 다른 방법을 추천받았기 때문에 등의 순으로 답하였다. 즉, 정보의 신뢰도 문제와 정보제공의 신속성 여부를 보장받을 수 있는 다른 우수한 매체가 있으면 언제든 유튜브 이외의 다른 유사한 매체를 이용할 수 있음을 의미하기도 했다(〈표 13〉 참고).

〈표 13〉 유튜브 정보 비이용 이유(복수응답)

항목	빈도(%)
유튜브의 정보는 믿을 수 없기 때문에	71(28.9)
유튜브보다 다른 방법을 통해 원하는 것을 빨리 얻을 수 있기 때문에	48(19.5)
유튜브보다 다른 방법을 추천받았기 때문에	47(19.1)
유튜브보다 다른 방법이 습관이 되었기 때문에	43(17.5)
유튜브보다 다른 방법이 쉽고 간단하여, 편리하기 때문에	34(13.8)
기타	3(1.2)
총계	246(100)

유튜브를 통해 얻은 정보가 자신이 고민하는 정보요구를 잘 해결해 주는지에 대해서는 대부분(90.8%)의 초기 청소년들은 유튜브를 이용하여 찾은 정보를 통해 자신의 문제를 잘 해결하고 있다고 인식하고 있었다(〈표 14〉 참고).

〈표 14〉 유튜브 이용시 정보요구 해결정도

항목	빈도(%)
전혀 그렇지 않다	2(1.5)
그렇지 않다	10(7.7)
보통이다	63(48.5)
그렇다	48(36.9)
매우 그렇다	7(5.4)
총계	130(100)

대체적으로 유튜브를 통해 정보요구를 잘 해결하고 있었으나, '전혀 그렇지 않다'와 '그렇지 않다'에 응답한 12명(9.2%)의 초기 청소년들도 있었다. 이들은 유튜브를 통해 정보요구가 해결되지 않는다고 생각한 이유에 대해 정보의 신뢰성 문제를 지적하였다. 즉, 유튜브에서 제공하는 정보가 정확하지 않고 자신이 원하는 정보를 얻을 수 없어 도움이 되지 않는다고 인식하고 있었다(〈표 15〉 참고).

유튜브에서 제공하는 정보에 대해 만족하지 못하고 신뢰도에 문제가 있음에도 불구하고 계속해서 유튜브를 정보원으로 이용하는 이유에 대해, 그것은 늘 이용하던 익숙한 방법이기 때문에, 다른 대안이 없기 때문이라는 이유와 신뢰도의 문제를 보충하기 위해 다른 정보원들과 포털을 함께 이용하면 크게 문제가 되지 않는다는 입장을 보였다(〈표 16〉 참고).

〈표 15〉 유튜브에서 정보요구 미해결 이유

항목	빈도(%)
찾은 정보가 정확한 정보인지 알 수 없기 때문에	4(33.3)
찾은 정보가 내가 원하는 정보가 아니었기 때문에	2(16.7)
찾은 정보가 나에게 도움이 되지 않았기 때문에	2(16.7)
찾은 정보의 양이 너무 많았기 때문에	2(16.7)
찾은 정보가 어려워 이해할 수 없었기 때문에	1(8.3)
기타	1(8.3)
총계	12(100)

〈표 16〉 유튜브를 계속 이용하는 이유

항목	빈도(%)
늘 이용하던 익숙한 방법이기 때문에	3(27.3)
다른 방법과 함께 이용하면 되기 때문에	3(27.3)
그나마 다양한 정보를 얻을 수 있기 때문에	2(18.2)
개인정보를 밝히지 않아도 되기 때문에	2(18.2)
다른 방법을 알지 못하기 때문에	2(18.2)
기타	0(0.0)
총계	12(100)

초기 청소년에게 정보원으로서 유튜브의 중요도는 <표 17>과 같이, ‘보통이다(46.9%)’가 가장 높았으며 다음으로 ‘그렇다(40%)’와 ‘매우 그렇다(6.2%)’ 등의 순으로 나타나 대체적으로 초기 청소년들에게 유튜브는 매우 중요한 정보원임을 재확인할 수 있었다.

<표 17> 유튜브 이용의 중요도

항목	빈도(%)
전혀 그렇지 않다	4(3.1)
그렇지 않다	5(3.8)
보통이다	61(46.9)
그렇다	52(40.0)
매우 그렇다	8(6.2)
총계	130(100)

유튜브가 초기 청소년들에게 중요한 정보원인 이유에 대해서는 ‘이해하기 쉬운 동영상 형태의 정보’를 제공하고, ‘재미있는 최신정보’가 그곳에 산재해 있다고 인식하는 점과 라이브방송, 댓글 등 ‘실시간 소통(커뮤니케이션)’으로 얻을 수 있는 정보’이기 때문으로 나타났다(<표 18> 참고).

<표 18> 정보원으로서 유튜브가 중요한 이유(복수응답)

항목	빈도(%)
이해하기 쉬운 동영상 형태의 정보이기 때문에	43(36.8)
참신하고 재미있는 새로운 최신정보가 있기 때문에	33(28.2)
라이브방송, 댓글 등 실시간 소통(커뮤니케이션)으로 얻을 수 있는 정보가 있기 때문에	20(17.1)
일반인들이 제작한 정보(콘텐츠)가 있기 때문에	18(15.4)
국내 외 다양한 국가에서 올린 정보가 있기 때문에	3(2.6)
기타	0(0.0)
총계	117(100)

4. 인구통계학적 특성별 차이

응답자의 인구통계학적 특성별 차이가 정보이용행태에 유의미한 영향을 미치는지 알아보고자 초기 청소년의 일상의 정보요구 중요도와 정보요구 대처양태, 정보요구 유형별 유튜브 정보이용이라는 측정요소들을 독립표본 t검정을 통해 검증하였다. 통계적으로 유의한 차이를 보인 변수들에 대한 결과만 정리하면 다음과 같다.

가. 성별에 따른 정보이용행태 차이

성별의 차이가 정보요구 유형별 유튜브 정보이용에서만 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다

다. 그 외에 측정요소들에서는 성별에 따른 유의한 차이를 보이지 않았다. 특히, 남성이 여성보다 긍정적 정서 정보와 여가 정보를 더 자주 찾는 것으로 나타났다(〈표 19〉 참고).

〈표 19〉 성별 정보요구 차이와 유튜브 정보 이용정도 차이

검정변수	집단변수	N	M	SD	t
긍정적 정서 정보	남자	43	3.8	0.9	2.865*
	여자	87	3.2	1.2	
여가 정보	남자	43	4.2	1.0	2.301*
	여자	87	3.7	1.2	

*: $p \leq 0.05$

나. 연령에 따른 정보이용행태 차이

연령은 초등학교 고학년(5, 6학년)에 속하는 12~13세와 중학교 1학년인 14세를 구분하여 차이를 분석하였다. 연령의 차이는 정보요구 중요도에서만 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 외에 측정요소들에서는 연령에 따른 집단 간에 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다. 특히, 12~13세 청소년이 14세 청소년보다 자기학습 정보와 부정적 정서에 관한 정보를 더 중요하게 인식하는 것으로 나타났다(〈표 20〉 참고).

〈표 20〉 연령별 정보요구 중요도 차이

검정변수	집단변수	N	M	SD	t
자기학습 정보	12~13세	66	3.91	0.67	2.17*
	14세	64	3.61	0.88	
부정적 정서 정보	12~13세	66	3.55	0.98	2.19*
	14세	64	3.14	1.13	

*: $p \leq 0.05$

VI. 결론

1. 요약 및 정리

본 연구는 초기 청소년의 정보요구와 유튜브 플랫폼에서의 정보이용행태를 조사하였다. 주요한 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 초기 청소년들, 더 정확하게 말해 이 연구의 주요 응답자인 서울·경기권 그리고 대전·충

남권에 거주하는 여자 중학생(14세)들의 정보요구와 정보이용행태를 분석한 결과, 이들은 일상 정보요구 중 여가 정보, 학업 정보, 긍정적 정서 정보를 평균 이상으로 매우 중요하게 여기고 관련 정보를 얻길 원했다. 이들은 일상의 다양한 정보요구를 해결하기 위해 부모, 형제·자매, 친구 등과 같은 친숙한 대인 정보원을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 이러한 정보원을 선호하는 이유는 찾기 쉽고 간단하며, 편리하기 때문으로 나타났다. 이렇게 선택한 정보원을 통해 필요한 정보를 찾는 이유로 쉽고 용이하고, 늘 하던 방식(습관)이며, 이들로 얻은 정보를 신뢰하기 때문인 것으로 나타났다. 한편, 이들은 도서관 장서나 서비스를 통해 자신의 고민과 정보요구를 해결하려는 시도는 전혀 없었다. 또한, 초기 청소년들은 자신이 이용한 정보원과 이용 방식을 통해 정보요구를 잘 해결하고 있다고 인식하고 있었으며, 자신이 원하는 정보요구를 해결하기 위해서 적극적으로 대응하는 양태를 보였다. 특히 여가와 관련된 정보는 다른 주제영역보다 더 적극적으로 정보를 추구하고 있는 것으로 나타났다.

둘째, 초기 청소년들의 유튜브상에서의 정보이용행태를 분석한 결과, 초기 청소년들은 편리하다는 이유로 유튜브 정보를 매우 높은 빈도로 자주 이용하면서 자신들의 정보요구를 해결하고 있었다. 그러나, 몇몇 초기 청소년들은 유튜브에서 제공하는 정보내용의 정확성에 의문을 표하며 신뢰하지 못하는 것으로 나타났다. 초기 청소년들은 유튜브를 통해서 여가 정보를 가장 자주 찾았으며, 다음으로는 외모 정보, 긍정적 정서 정보 등의 순으로 찾는 것으로 나타났다. 한편, 남성의 경우는 여성보다 긍정적 정서 정보와 여가 정보를 더 자주 찾는 것으로 나타났다. 초기 청소년들에게 있어 유튜브는 중요한 정보원이었으며 특히 이해하기 쉬운 동영상 형태의 정보제공이 그들에게 유튜브를 중요 정보원으로 택하는 가장 결정적인 요소였다.

끝으로, 위의 두 결과를 종합하여 분석한 결과, 초기 청소년들은 다양한 일상의 정보요구를 해결하고자 할 때 주로 대인 정보원을 가장 선호하지만, 여가 정보를 해결하고자 할 때는 유튜브를 통해 정보를 얻는 것을 선호하고 있었다. 일상에서 여가에 대한 정보요구를 가장 중요하게 여기면서 가장 적극적으로 찾고 이용하고 있으며, 그 요구를 유튜브를 통해 주로 해결하고 있음도 확인할 수 있었다.

2. 결론 및 제언

이상의 연구결과를 종합하여 초기 청소년들을 위한 정보서비스 및 정보문해교육을 위한 의미있는 시사점들을 도출해 볼 수 있었는데, 그 내용을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 초기 청소년들의 정보요구를 정확히 파악하고 정보서비스 및 여타 프로그램을 기획할 필요가 있다. 도서관 서비스를 기획하고 연구하는 대부분의 선행연구들이 초기 청소년들의 정보요구나 행태를 면밀하게 이해하고 분석하기보다는 모든 청소년들의 특징으로 일반화하여 결론을

내리는 경우가 많았다. 청소년기는 초기·중기·말기에 따라 나타나는 발달적 단계와 과업의 특징이 다를뿐더러, 이들의 정보요구에 대한 대응양태 또한 다름을 인지하고 각 단계별 청소년들의 특성을 파악하고 정보요구 및 행태를 조사하는 과정이 선행되는 것이 필요하다.

전형적인 청소년들이 가장 중요하게 여기는 정보요구가 학업 및 진로였던 기존 선행연구들의 결과와 달리 본 연구에서 초기 청소년들은 여가정보를 가장 중요하게 여기는 것으로 나타났다. 공공 및 학교도서관을 비롯한 여타 정보서비스를 기획하는 조직에서는 초기(혹은 중기 혹은 말기) 청소년들이 진정으로 알고자 하는 정보가 무엇인지 파악하고 이들을 만족시킬 수 있는 정보원들과 매체들을 선별하여 제공하는 방법을 모색하는 것이 필요하다.

둘째, 초기 청소년들의 상당수가 유튜브를 통해 여가정보에 대한 요구를 해결하고 있었으나 한편으로는 유튜브의 정보에 대한 정확성에 대해 의문을 표했다. 이들은 유튜브에서 제공되는 정보를 신뢰하지 못하면서도 편리하다는 이유로 혹은 다른 정보원 혹은 다른 대안을 알지 못하기 때문에 계속적으로 이용하고 있다고 답했다. 또한, 정보의 신뢰성 혹은 정확성에 대한 문제에 대해 기존의 정보행태를 바꿀 만큼의 큰 이슈나 문제거리로 인식하지 못하고 있는 것으로 파악되었다. 그리고 이들은 자신의 문제를 해결하기 위해 매우 적극적으로 추구한다고 응답했으나, 실상은 대인정보원이나 SNS 혹은 검색포털 이외에는 다른 어떤 매체나 방법을 모색하고 있지 않았고 다른 방법과 가능성에 대해 생각하고 있지 못함을 알 수 있었다.

따라서, 공공 및 학교도서관을 비롯한 여타 정보서비스기관에서는 청소년들이 정보원을 선택하는 과정에 대해 평가(정보탐색과정이 얼마나 효율적이고 효과적인지에 대한 여부, 다양한 정보원을 알고 있고 이를 검토한 가운데 자신이 획득한 정보와 정보원이 신뢰할만하고 정확한지에 대한 판단 등)할 수 있는 능력 즉, '정보문해력'을 기를 수 있는 구체적인 교육내용을 구성하여 지도하는 것이 절대적으로 필요해 보인다.

셋째, 초기 청소년들이 유튜브를 중요 정보원으로 선호하는 이유로 이해하기 쉬운 동영상 형태의 정보제공이라는 점과 서로 소통하며 정보를 얻을 수 있다는 점 때문이었다. 유튜브에서는 찾기 쉽고 간단하며 편리한 정보원을 선호하는 청소년들의 특성에 적합한 동영상 형태의 정보를 제공하기 때문에 이 매체에 높은 의존도를 보였다. 이 결과를 미루어 보아, 공공 및 학교도서관을 비롯한 여타 정보서비스 기관에서는 초기 청소년들에게 정보를 제공할 때 특히 이들을 위한 문해 교육 프로그램을 기획할 때는 이들이 선호하는 동영상 형태로 교육 및 정보내용을 담을 필요가 있고, 또한 이들이 실시간으로 그리고 쌍방간 소통(커뮤니케이션)할 수 있는 기능과 환경을 조성해 줄 필요가 있다.

결론적으로, 본 연구는 초기 청소년들만이 갖는 독특한 정보요구는 무엇이며 특히 유튜브에서 이들의 정보요구가 어떻게 해결되는지 즉, 어떤 방식으로 정보를 이용하고 있는지 그 특성과 경향을 정리하였다는 것에 의의가 있다. 그러나, 본 연구는 130명이라는 적은 표본과 지역적으로 서

울·경기 및 대전·충남지역의 초기 청소년들 특히 여학생들을 주 대상으로 조사하였기에 이 연구결과를 일반화하기 어렵다는 한계가 있다. 또한, 본 연구가 동영상 플랫폼인 유튜브 이용에 중점을 두었다면 앞으로 유튜브 이외에 유사한 혹은 다양한 매체에서의 청소년들의 정보이용행태가 어떻게 달라지는지에 관한 연구도 함께 진행되어 비교되어질 필요가 있다.

그러나 본 연구는 일종의 파일럿 연구(pilot study)로 본 연구 결과에서 밝혀낸 초기 청소년들의 정보요구와 유튜브 정보이용행태에 대한 결과들을 토대로 계속되는 후속연구에서는 조사 표본의 크기를 더욱 늘릴 뿐 아니라, 초기 청소년들뿐 아니라 중기 혹은 후기 청소년들과의 비교연구를 통해 청소년들의 정보요구 행태를 보다 심층적으로 그리고 다면적으로 파악할 수 있도록 해야 할 것이다. 이런 연구결과들은 도서관 및 교육 현장에서 청소년 계층을 보다 세분화하여 이들을 위한 맞춤형 정보서비스를 계획 및 운영하는 데 있어 유용한 참고자료가 될 수 있을 것이라 본다. 특히, 연구결과에서 나타난 ‘초기청소년들이 자신의 정보요구를 해결하기 위해 도서관은 전혀 이용하지 않는다(0%)’고 응답한 참혹한 결과에 대해 기존 학교 및 공공도서관들이 청소년들을 그 기관의 주이용자이자 핵심이용자로 돌이키게 하기 위해서는 이들의 독특한 요구와 행태를 이해하고 이들의 눈높이에서의 정보서비스 제공방법과 프로그램 운영전략들을 논의하는 것이 문제해결의 출발점이 되어야 할 것이다. 그런 의미에서 본 연구의 결과가 청소년들의 행태를 이해하는데 유용하고도 의미있는 참고자료로 역할을 수행할 수 있기를 기대한다.

참 고 문 헌

- 강민정, 정은주, 조해윤 (2020). Z세대가 즐기는 유튜브 채널의 몰입 요인과 특징. 한국콘텐츠학회논문지, 20(2), 150-161.
- 고영희, 홍후조 (2012). 사춘기 초기 적응 교육과정 개발을 위한 요구 분석. 한국교육학연구, 18(2), 233-262.
- 구정화 (2015). 소외 청소년의 일상적 정보행태: 재미 한인 청소년을 사례로 하여. 한국도서관·정보학회지, 47(2), 161-190.
- 김성은, 이지연 (2013). 청소년의 가상 정보 공간에서의 정보 이용 행태에 관한 연구. 정보관리학회지, 30(4), 155-173.
- 김아미 (2020). 초등학생 유튜브 경험 및 인식에 대한 탐색적 연구. 교육논총, 40(3), 341-358.
- 김영태 (2011). 초등학생의 상담 실태와 상담요구 및 고민문제 탐색. 한국산학기술학회논문지, 12(9), 3915-3923.
- 박주현, 이연준 (2019). 근거이론을 통한 국내 Z세대의 모바일 동영상 이용행태에 대한 연구:

- 유튜브를 중심으로 -. 커뮤니케이션 디자인학연구, 67, 313-329.
- 박현모, 이지연 (2013). 도시와 농어촌 청소년의 일상 정보 행태 비교 연구. 정보관리학회지, 30(1), 71-92.
- 백병부, 김아미, 조현희, 성열관, 천경호 (2019). 초등학생 생활과 문화 연구. 경기도: 경기도교육연구원.
- 손동욱, 임선아 (2020). 초등학교 고학년의 유튜브 이용동기가 스마트미디어 과의존을 매개하여 학교생활적응에 미치는 영향: 성별 차이를 중심으로. 초등교육연구, 33(3), 79-100.
- 오대영 (2017). 수용자의 인구사회적 특성, 이용동기, 성격이 유튜브의 장르 이용에 미치는 영향. 언론과학연구, 17(4), 122-162.
- 오픈서베이 (2020. 3. 11.). 올해도 1위 유튜브, 작년 데이터와 무엇이 달라졌을까.
출처: <https://blog.opensurvey.co.kr/article/socialmedia-2020-2/>
- 와이즈앱와이즈리테일 (2021. 2. 23.). 유튜브 앱 가장 많이 이용하는 세대는 '50대 이상'. 출처: <https://post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=30777994&memberNo=32291422&vType=VERTICAL>
- 이상숙, 전범수 (2020). 유튜브 이용 동기에 대한 세대 간 상호인식 차이: 중장년층과 청년층 간 비교. 한국방송학보, 34(2), 76-104.
- 이승민, 이종욱 (2017). 청소년의 정보요구 해결을 위한 스마트폰 어플리케이션 이용행태. 한국비블리아학회지, 28(3), 175-196.
- 이연옥 (2007). 고등학생의 정보요구 해결을 위한 도서관서비스 방안. 한국도서관·정보학회지, 38(1), 107-134.
- 이은선, 김중인, 김미경 (2020). 유튜브 이용 동기 및 친밀도가 이용자 활동에 미치는 영향. 한국콘텐츠학회논문지, 20(2), 114-126.
- 이장현 (2014). 평택시 청소년 여가생활과 고민거리에 대한 실태 조사. 청소년보호지도연구, 20, 73-90.
- 이정미 (2015). 도서관에 대한 인식과 정보 이용 분석 연구: 청소년과 대학생의 차이를 중심으로. 한국비블리아학회지, 26(3), 291-314.
- 이진경, 김근영 (2019). 초등학생의 유튜브 이용과 심리적 적응: 부모양육태도, 자아존중감, 학교생활만족도의 매개효과. 한국산학기술학회 논문지, 20(12), 699-707.
- 이효성 (2020). 유튜브의 이용동기에 대한 탐색적 고찰. 커뮤니케이션학 연구, 28(3), 77-99.
- 임여주 (2016). 청소년의 미디어 사용을 통한 정보행태에 관한 연구. 한국문헌정보학회지, 50(3), 455-490.
- 정진수 (2009). 어린이와 청소년의 정보이용에 관한 연구의 비판적 분석 I: 학습을 위한 정보이용

- 을 중심으로. 한국비블리아학회지, 20(2), 143-153.
- 정진수 (2017). 고등학생들의 정보이용환경(IUEs)에 관한 연구. 한국문헌정보학회지, 51(3), 189-213.
- 정진수 (2020). 트윈세대의 정보 신뢰성 판단에 관한 연구. 한국문헌정보학회지, 54(1), 303-324.
- 정현욱 (2012). 사회과학 연구방법론. 서울: 시간의 물레.
- 한국언론진흥재단 (2019). 2019 10대 청소년 미디어 이용 조사. 서울: 한국언론진흥재단.
- 한성애 (2006). 가정환경에 따른 청소년의 고민내용과 스트레스에 관한 연구. 예술심리치료연구, 2(2), 111-137.
- Agosto, D. & Hughes-Hassell, S. (2006a). Toward a model of the everyday life information needs of urban teenagers: part I theoretical model. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 57(10), 1394-1403.
- Agosto, D. & Hughes-Hassell, S. (2006b). Toward a model of the everyday life information needs of urban teenagers: part II empirical model. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 57(11), 1418-1426.
- Case, D. O. & Given, L. M. (2016). *Looking for Information* (4th ed). England: Emerald.
- Chelton, M. K. & Cool, C. (2007). *Youth Information-Seeking Behavior II: Theories, Models, and Issues*. Lanham, Md: Scarecrow Press.
- Dervin, B. (1983). Information as a User Construct: The Relevance of Perceived Information Needs to Synthesis and Interpretation. In S. A. Ward, & L. J. Reed (Ed.). *Knowledge Structure and Use: Implications for Synthesis and Interpretation*. Philadelphia: Temple University Press, 153-183.
- Hanson, G. L., Haridakis, P. M., & Sharma, R. (2011). Differing uses of YouTube during the 2008 U.S. presidential primary election. *Electronic News*, 5(1), 1-19.
- Khan, M. L. (2017). Social media engagement: what motivates user participation and consumption on YouTube?. *Computers in Human Behavior*, 66, 236-247.
- Koh, K., Snead, J. T., & Lu, K. (2019). The processes of maker learning and information behavior in a technology-rich high school class. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 70(12), 1395-1412.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Savolainen, R. (1995). Everyday life information seeking: approaching information seeking in the context of way of life. *Library and Information Science Research*, 17(3), 259-294.

• 국한문 참고문헌의 영문 표기

(English translation / Romanization of references originally written in Korean)

- Back, Byeong-Bu, Kim, Amie, Cho, Hyun-Hee, Sung, Yeol-Gwan, & Chun, Gyeong-Ho (2019). A Study on the Life and Culture of Elementary School Students. Gyeonggi-do: Gyeonggi Institute of Education.
- Chung, Jin-Soo (2009). A critical analysis of the studies on children's and adolescents' information seeking and use part I: focusing on information seeking and use for learning. *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 20(2), 143-153.
- Chung, Jin-Soo (2017). A study on high school students' information use environments. *Journal of the Korean Library and Information Science Society*, 51(3), 189-213.
- Chung, Jin-Soo (2020). Credibility judgement of information by Tweens. *Journal of the Korean Library and Information Science Society*, 54(1), 303-324.
- Han, Seong-Ae (2006). A study on the contents and stress of adolescents in the home environment. *Research on Art Psychotherapy*, 2(2), 111-137.
- Jeong, Hyeon-Wook (2012). *Social Science Research Methodology*. Seoul: the Wheel of Time.
- Kang, Min-Jeong, Jeong, Eun-Ju, & Cho, Hae-Yoon (2020). The immersion factors and characteristics of Youtube channels for generation Z. *Journal of The Korea Contents Association*, 20(2), 150-161.
- Kim, Amie (2020). An exploratory study on children's YouTube culture: focusing on children's communication culture. *The Journal of Education*, 40(3), 341-358.
- Kim, Sung-Eun & Lee, Jee-Yeon (2013). Research on virtual information grounds and the information use behavior of Korean youths. *Journal of the Korean Society for Information Management*, 30(4), 155-173.
- Kim, Young-Tae (2011). A study on elementary students' counseling services and needs for counseling & their troubles: the case of elementary schools in Jeollabukdo. *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, 12(9), 3915-3923.
- Ko, Young-Hee & Hong, Hoo-Jo (2012). The analysis of needs for development of early adolescence adaptation curriculum in elementary school. *The Korea Educational Review*, 18(2), 233-262.

- Koo, Jung Hwa (2015). Everyday information practices of 'isolated' adolescents: a case study of new Korean immigrant adolescents in the U.S. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 47(2), 161-190.
- Korea Press Foundation (2019). 2019 Teenage Media Usage Survey. Seoul: Korea Press Foundation.
- Lee, Eun-Sun, Kim, Joong-In, & Kim, Mi-Kyoung (2020). The effects of YouTube usage motives and affinity on user activity. *Journal of The Korea Contents Association*, 20(2), 114-126.
- Lee, Hyo-Seong (2020). An exploratory study of You-Tube uses motivations. *Korean Journal of Communication Studies*, 28(3), 77-99.
- Lee, Jang-Hyeon (2014). Pyeongtaek survey of youth leisure and annoying. *Korean Society for Youth Protection and Guidance*, 20, 73-90.
- Lee, Jeong-Mee (2015). An analysis of perceptions and information use for library: by comparing the differences for the adolescents and college students. *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 26(3), 291-314.
- Lee, Jin-Gyeong & Kim, Geun-Young (2019). Children's YouTube watching behaviors and their adjustments: mediation effects of parental attitude, self esteem, and school satisfaction. *Korea Academy Industrial Cooperation Society*, 20(12), 699-707.
- Lee, Sang-Soog & Chon, Bum-Soo (2020). A comparative analysis of the elderly-young generation perception on YouTube use motives: an application of the Co-orientation model. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 34(2), 76-104.
- Lee, Seung-Min & Lee, Jong-Wook (2017). Use of Smartphone applications for satisfying information needs of youth. *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 28(3), 175-196.
- Lee, Yeon-Ok (2007). School library information services for satisfying academic high school students' information needs. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 38(1), 107-134.
- Lim, Yeo-Joo (2016). A study of young adults' information behavior and media use: focusing on the children of families with immigration background. *Journal of the Korean Library and Information Science Society*, 50(3), 455-490.
- Oh, Dae-Young (2017). Effects of demographic features, use motives and personality of audience on usage of YouTube. *Journal of Communication Science*, 17(4), 122-162.

- Opensurvey (2020, March 11). What Has Changed from Last Year's Data on YouTube, the No. 1 Ranking this Year.
Available: <https://blog.opensurvey.co.kr/article/socialmedia-2020-2/>
- Park, Hyun-Mo & Lee, Jee-Yeon (2013). A comparison study of the everyday-life information behaviors of urban and rural adolescents. *Journal of the Korean Society for Information Management*, 30(1), 71-92.
- Park, Joo-Hyun & Lee, Youn-Joon (2019). A study on mobile video usage of generation Z in the republic of Korea based on the grounded theory: focused on YouTube. *Journal of Communication Design*, 67, 313-329.
- Son, Dong-Wuk & Lim, Sun-Ah (2020). The effects of the motivation to use YouTube on school adjustment by mediating smart media overdependence in the upper graders of elementary school: focused on gender difference. *The Journal of Elementary Education*, 33(3), 79-100.
- WiseappWiseretail (2021, February 23). The Most Frequently Used YouTube Apps are those in their 50s and Older.
Available: <https://post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=30777994&memberNo=32291422&vType=VERTICAL>