

중장년층의 스마트기기 활용능력 유형과 자아존중감 및 삶의 만족도의 연관성

김윤하(서울대학교 아동가족학과, 박사과정) 진미정(서울대학교 아동가족학과, 교수)

연구의 필요성 및 목적

연구의 필요성

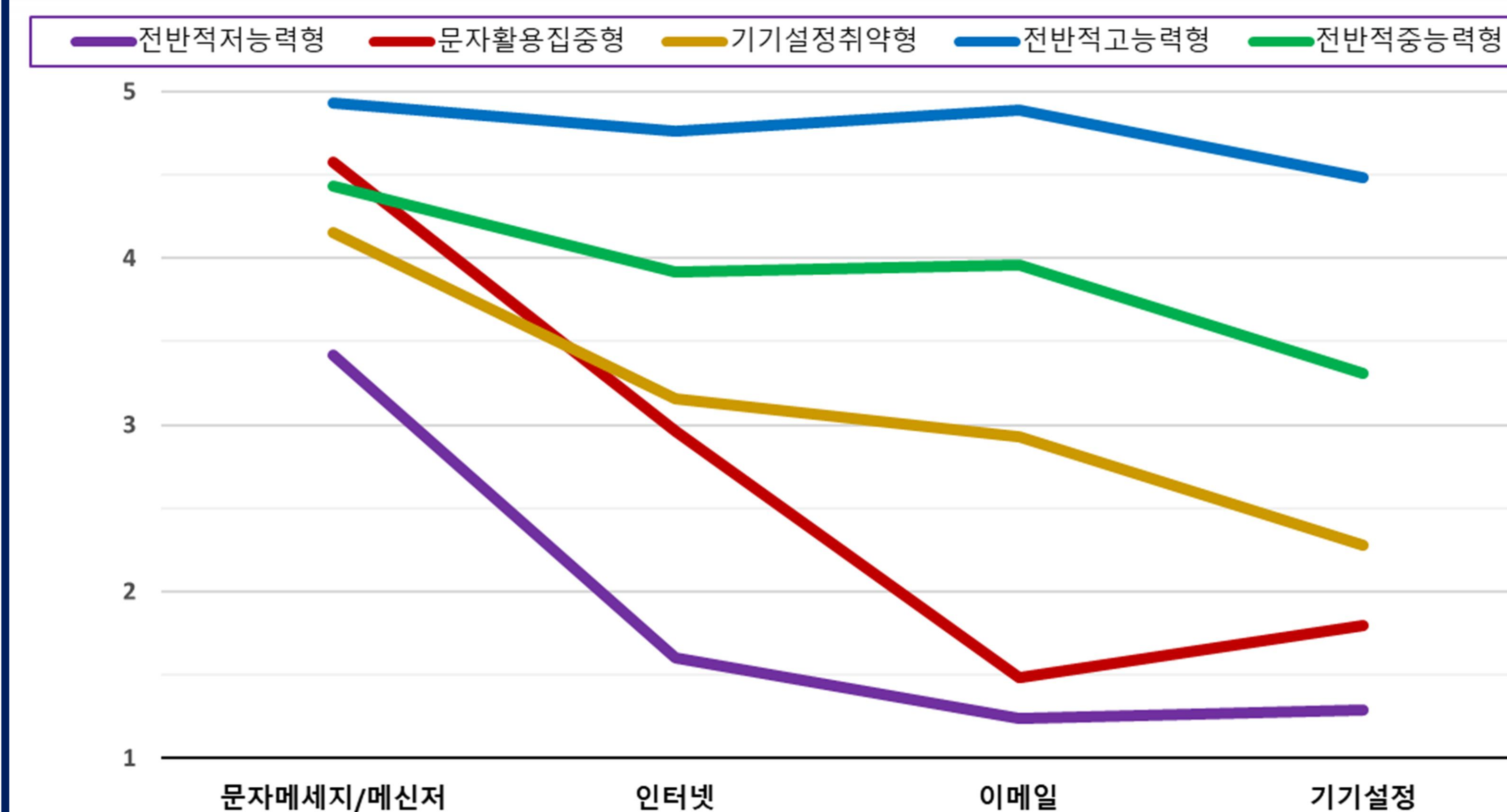
- 코로나19 여파로 타인과의 접촉을 최소화하는 언택트(untact) 문화가 사회 전반에 자리 잡음
일상에서 디지털 기술의 중요성은 더욱 더 강조되고, 스마트기기를 포함한 디지털 기술 활용능력이 개인의 삶에 미치는 영향도 증가함(Ting et al., 2020; Vargo et al., 2021).
- 우리나라에서 중고령층은 디지털 이민자(digital immigrants) 세대로서, 디지털 환경에서 태어나 기기활용에 익숙한 디지털 네이티브(digital natives)와 달리 기기활용에 익숙해져야 함 (김명일 외., 2020).
- 그동안 중고령층의 디지털기기활용이 삶에 미치는 영향을 살펴본 연구는 시도되었으나, 기기활용 능력을 세분화하여 잠재유형을 살펴본 연구는 없었음.
고령층의 디지털 활용에 관한 연구는 꾸준히 증가하였으나, 중장년층을 대상으로 한 연구는 상대적으로 적음

연구목적

- 이에 본 연구는 1) 중장년층의 스마트기기 활용능력을 유형화하고 2) 유형집단의 사회인구학적 특성을 파악하며 3) 스마트기기 활용능력 유형에 따라 자아존중감과 삶의 만족도의 연관성이 어떠한지 살펴보았음

연구방법

- 한국정보통신정책연구원에서 실시한 12차 미디어패널조사(2021년) 데이터를 사용함
- 총 2,935명의 중장년층(50-64세)의 스마트기기 활용능력 응답을 기반으로 잠재프로파일 분석을 실시하였음
- 유형화를 위해 ‘문자메세지/인스턴트메신저’ ‘인터넷’ ‘이메일’ ‘기기설정’ 사용 능력 변수를 활용함
- R3STEP을 통해 사회인구학적 변인이 유형분류에 미치는 영향을 알아보았으며, DU3STEP방법을 통해 유형에 따른 자아 존중감과 삶의 만족도의 차이를 비교하였음
- 분석을 위해 Mplus 8.0 프로그램을 사용하였음



<그림 1> 중장년층의 스마트기기 활용능력 잠재프로파일

연구결과

- 잠재프로파일 분석 결과, 총 5개의 하위유형이 나타남 (그림 1 참조)
- 5개의 하위유형은 ‘**전반적 고능력형(19.93%)**’, ‘**전반적 중능력형(29.84%)**’, ‘**기기설정 취약형(22.01%)**’, ‘**문자활용 집중형(18.02%)**’, ‘**전반적 저능력형(10.20%)**’ 으로 명명함
- R3STEP분석 결과, 사회인구학적 특성 중 자녀동거여부, 연령, 교육수준, 소득수준이 유형분류에 영향을 미치는 것으로 나타남
연령이 낮고, 교육수준이 높고, 소득수준이 높으며, 자녀와 동거하는 사람들이 ‘**전반적 저능력형**’, ‘**문자활용 집중형**’, ‘**기기설정 취약형**’ 사람들에 비해 ‘**전반적 고능력형**’에 속할 확률이 높은 것으로 나타남
- DU3STEP 분석 결과, 자아존중감은 ‘**전반적 고능력형**’ 집단이 가장 높으며, 그 다음 ‘**전반적 중능력형**’, 다음으로는 ‘**기기설정취약형**’과 ‘**문자활용 집중형**’, ‘**전반적 저능력형**’ 집단 순으로 나타남. 삶의 만족도는 ‘**전반적 고능력형**’ 집단과, ‘**전반적 중능력형**’ 집단이 가장 높게 나타남

논의 및 결론

- 중장년층은 스마트기기 활용능력이 높은 집단일수록 자아존중감과 삶의 만족도가 높다는 것을 확인하였음
- 문자메세지 및 메신저 활용과 같이 한 분야에 대한 능력이 높은 경우라도, 다른 분야(ex. 이메일이나 기기설정)의 활용 능력이 떨어지는 집단일 경우 자아존중감과 삶의 만족도가 낮은 것으로 나타남
- 즉, 중장년층의 정보 활용도를 높이고 자아존중감 및 삶의 만족도 향상을 도모하기 위해서는 기기 활용에 있어 한 분야에 치우치지 않고, 전반적인 영역에서 평균이상의 활용 숙지가 필요할 수 있다는 것을 시사함
- 위와 같은 연구결과를 바탕으로 중장년층의 스마트기기 활용 능력 향상을 위한 구체적이고 실천적 교육 방향을 제시할 수 있을 것으로 기대함

키워드 (Keywords) : 중장년층, 스마트기기 활용능력, 삶의 만족도, 자아존중감, 잠재프로파일분석