

2. 스마트 기기 보유 여부에 따른 미디어 활용능력 분석

하 태 립
연구원, ICT통계센터

● 분석목적 및 방법

- 스마트 기기의 사용이 증가하면서 스마트 기기를 사용하는 사람과 그렇지 않은 사람 사이 ‘정보격차(digital divide)’현상에 대한 관심이 대두되고 있음
 - ※ 정보격차(digital divide)는 1995년 New York Times의 저널리스트 Gary Andrew Pole의 기사에서 처음 사용된 용어로 컴퓨터, 네트워크 등과 같은 새로운 형태의 정보기술에 접근할 수 있는 사람과 그렇지 못한 사람 사이의 격차를 의미함(이승민, 2012)
- SNS나 N스크린 같은 서비스는 스마트 기기에서 주로 사용되므로 스마트 기기 소유에 따른 정보습득의 불균형이 초래될 수 있음
 - ※ 2012년 한국 미디어 패널조사 다이어리 분석결과, 하루 평균 SNS의 사용시간(사용자기준)은 스마트폰 3.8분, 일반 휴대폰 0.1분으로 조사됨
- 한편, 스마트 기기를 보유하고 있는 모든 사람이 정보 활용능력을 갖고 있는 것은 아니기 때문에, 스마트 환경에서의 미디어 정보격차를 분석하기 위해서는 단순히 정보에 대한 접근성(access) 유무에 따른 판단 방법과 함께 정보 미디어를 얼마나 잘 활용하고 있는지, 즉 미디어 활용능력(media literacy)에 대한 부분이 함께 조망될 필요가 있음
- 스마트 기기 보유 여부에 따른 미디어 활용능력 현황을 분석하여 스마트 기기에 대한 접근성을 확보한 사람들과 그렇지 않은 사람의 정보이용에 대한 차이가 있는지 파악하고자 함
- 본 보고서는 전국 10,319명의 만 6세 이상 개인을 대상으로 조사한 2012년 한국 미디어 패널 조사 데이터를 활용하였으며, 대표적인 개인용 스마트 기기인 스마트폰, 태블릿PC를 중심으로, 스마트 기기 접근성 판단을 위해 스마트 기기의 보유여부와 미디어 활용능력 분석을 위해 한국 미디어 패널조사에서 사용한 미디어 활용능력 10개 항목을 측정하여 분석함

● 스마트 기기 접근성 현황

- 2012년 한국 미디어 패널조사 결과, 스마트 기기 보유자(스마트폰과 태블릿PC를 하나라도 보유하고 있는 사람)는 전체 응답자 10,319명 중 50.6%이며, 두 기기 모두 보유하고 있지 않은 사람은 49.4%임

[그림 1] 스마트 기기 보유 현황
(전체 응답자 수: 10,319, 단위: %)



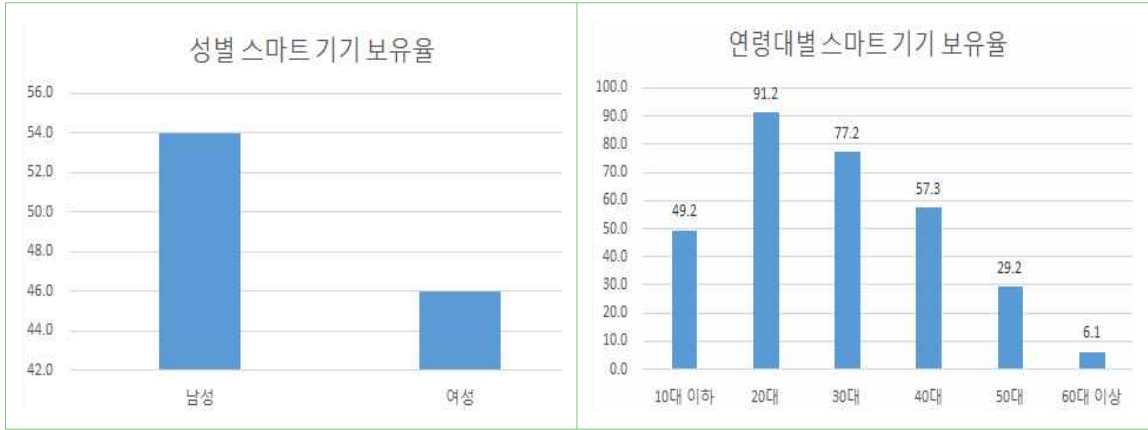
주: 스마트 기기 보유자는 스마트폰이나 태블릿PC 중 하나라도 보유하고 있는 사람

- 성별 스마트 기기 보유 현황을 살펴보면, 남성의 스마트 기기 보유율은 54%, 여성의 보유율은 46%이었음
- 연령대별로 살펴보면, 20대의 스마트 기기 보유율이 91.2%로 가장 높았고 30대(77.2%), 40대(57.3%), 10대(49.2%)의 순으로 나타났음
- 한편, 50대의 스마트 기기 보유율은 29.2%, 60대 이상의 스마트 기기 보유율은 6.1%로 특히 고연령층에서 크게 낮았음

2. 스마트 기기 보유 여부에 따른 미디어 활용능력 분석

[그림 2] 성별/연령대별 스마트 기기 보유 현황

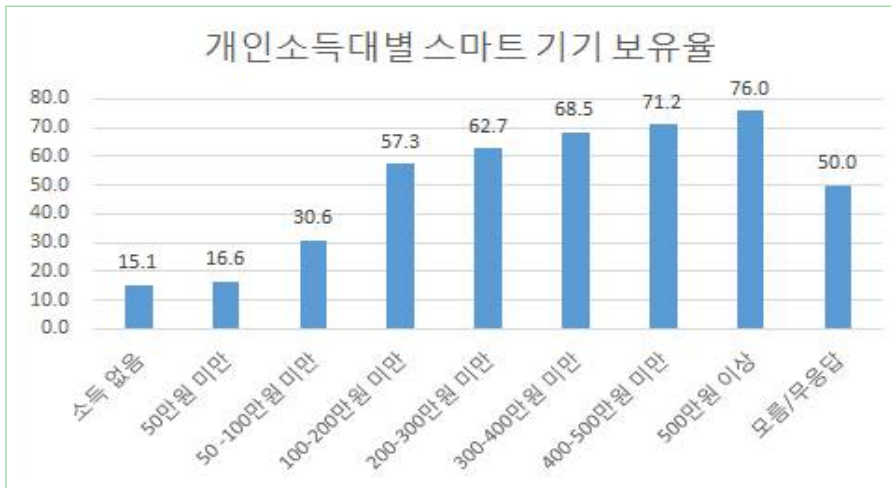
(전체 응답자 수: 10,319, 단위: %)



- 직업에 종사하고 있는 사람들을 대상으로 한 개인 소득대별 스마트 기기 보유율을 살펴보면, 소득이 높아질수록 스마트 기기 보유율도 높아지는 현상을 확인할 수 있음
- 100~200만원 미만의 소득층을 중심으로 100만원 이상 소득층의 스마트 기기 보유율은 57.3% 시작으로 완만하게 상승한 반면, 100만원 미만 소득층의 보유율은 30.6%로 급격히 떨어졌으며 특히 50만원 미만의 저소득층의 보유율은 16.6%로 매우 낮았음

[그림 3] 개인 소득대별 스마트 기기 보유 현황

(전체 응답자 수: 5,155, 단위: %)



주: 개인소득의 전체 응답자 수는 무직자(5,164명)제외함

● 스마트 기기 보유자의 미디어 활용능력

- 스마트 기기 접근성(보유 여부)에 따른 미디어 활용 역량을 알아보기 위하여 한국 미디어 패널조사에서 사용한 다음의 미디어 활용 능력 10개 항목을 사용하여 분석함

미디어 활용 능력	
문자메시지 활용	① 문자메시지 열람 가능 여부
	② 문자메시지 송신 가능 여부
동영상 및 인터넷 활용	③ 동영상 재생 가능 여부
	④ 인터넷 주소 즐겨찾기 이용 가능 여부
	⑤ 인터넷 주소창 이용 가능 여부
	⑥ 정보검색 가능 여부
이메일 활용	⑦ 이메일 열람 가능 여부
	⑧ 이메일 송신 가능 여부
	⑨ 이메일 파일 첨부 가능 여부
	⑩ 이메일 첨부파일 다운로드 가능 여부

- 스마트 기기 보유자의 미디어 활용능력을 측정한 평균 91.6%, 비보유자는 45.2%로 스마트 기기 보유자가 비보유자에 비해 월등히 높은 미디어 활용능력 수준을 나타냈음
- 스마트 기기 비보유자의 가장 높은 미디어 활용능력인 문자메시지 열람(78.4%)은 스마트 기기 보유자가 가장 낮은 활용능력인 이메일 파일 첨부(84.1%)보다도 약 7%p 낮은 수준임
- 스마트 기기 보유자와 비보유자 모두 문자메시지를 열람할 수 있는 능력(보유자: 99.4%, 비보유자: 78.4%)이 가장 높았고, 문자메시지 송신, 인터넷 주소 즐겨찾기 이용, 정보검색, 인터넷 주소창 이용의 순이었음
- 스마트 기기 보유자와 비보유자의 미디어 활용능력 측정 항목의 순위는 정확하게 일치하여, 스마트 기기 보유자 비보유자 모두 측정된 미디어 활용능력 항목들에 대해 동일한 순서의 역량을 드러냈음

2. 스마트 기기 보유 여부에 따른 미디어 활용능력 분석

〈표 1〉 스마트 기기 보유 상황별 미디어 활용 능력

(전체 응답자 수: 10,319, 단위: %)

미디어 활용능력		스마트 기기 보유 (n=5,224)		스마트 기기 비보유 (n=5,095)	
		가능(%)	순위	가능(%)	순위
문자메시지 활용	문자메시지 열람	99.4***	1	78.4***	1
	문자메시지 송신	98.7**	2	69.7**	2
동영상 및 인터넷 활용	동영상 재생	85.9	8	33.7	8
	인터넷 주소 즐겨찾기 이용	94.7*	3	46.8*	3
	인터넷 주소창 이용	93.0	5	43.2	5
	정보검색	94.5	4	45.8	4
이메일 활용	이메일 열람	91.1	6	40.2	6
	이메일 송신	89.7	7	37.7	7
	이메일 파일 첨부	84.1	10	30.7	10
	이메일 첨부파일 다운로드	85.0	9	32.0	9
평균		91.6		45.2	

주. 1순위: ***, 2순위: **, 3순위: * 표기

- 스마트 기기 보유자의 가장 높은 활용능력인 문자메시지 열람(99.4%)과 가장 낮은 활용능력인 이메일 파일 첨부 가능여부(84.1%)의 차이가 15.3%로 전반적인 미디어 활용능력 측정 항목 간 차이가 크지 않은 반면, 스마트 기기 비보유자의 경우, 그 차이가 47.7%로 활용능력 측정 항목 간 격차가 크게 나타남(그림 4) 참조)

(그림 4) 스마트 기기 보유별 미디어 활용능력 분포

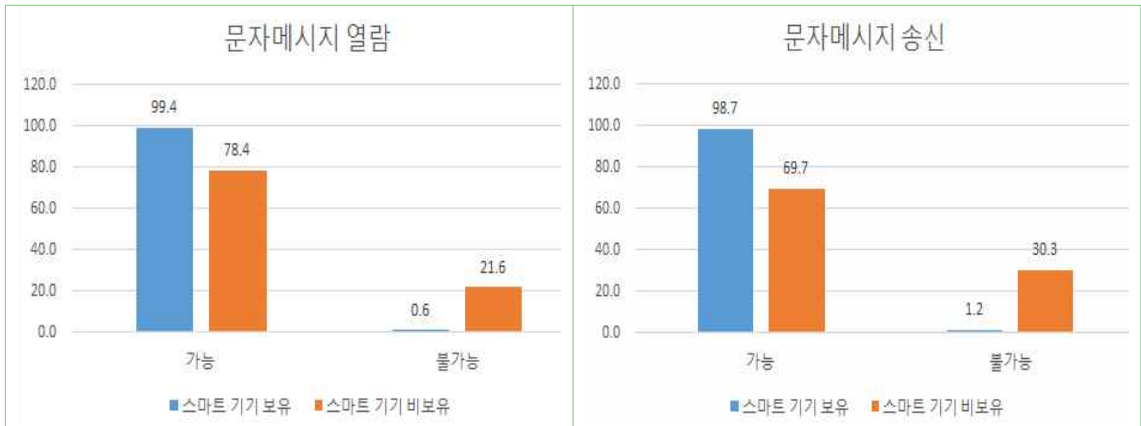
(스마트 기기 보유자: 5,224, 스마트 기기 비보유자: 5,095, 단위:%)



(1) 문자메시지 활용능력

- 스마트 기기 보유자가 휴대폰 문자메시지를 열람하고 송신할 수 있는 능력은 각각 99.4%, 98.7%로 거의 모든 스마트 기기 보유자가 문자메시지 사용이 가능함
- 문자메시지 열람과 송신 능력에 대한 스마트 기기 보유자의 활용능력은 거의 차이가 없는 반면, 비보유자가 문자메시지 열람이 가능한 경우는 78.4%, 문자메시지 송신이 가능한 경우는 69.7%로 약 10%p 차이를 보임
- 이는 스마트 기기를 보유하지 않은 사람에게는 문자메시지 송신이 열람보다는 다소 어려운 기능일 수 있음을 암시함

〔그림 5〕 문자메시지 사용 가능 여부
(스마트 기기 보유자: 5,224, 스마트 기기 비보유자: 5,095, 단위: %)



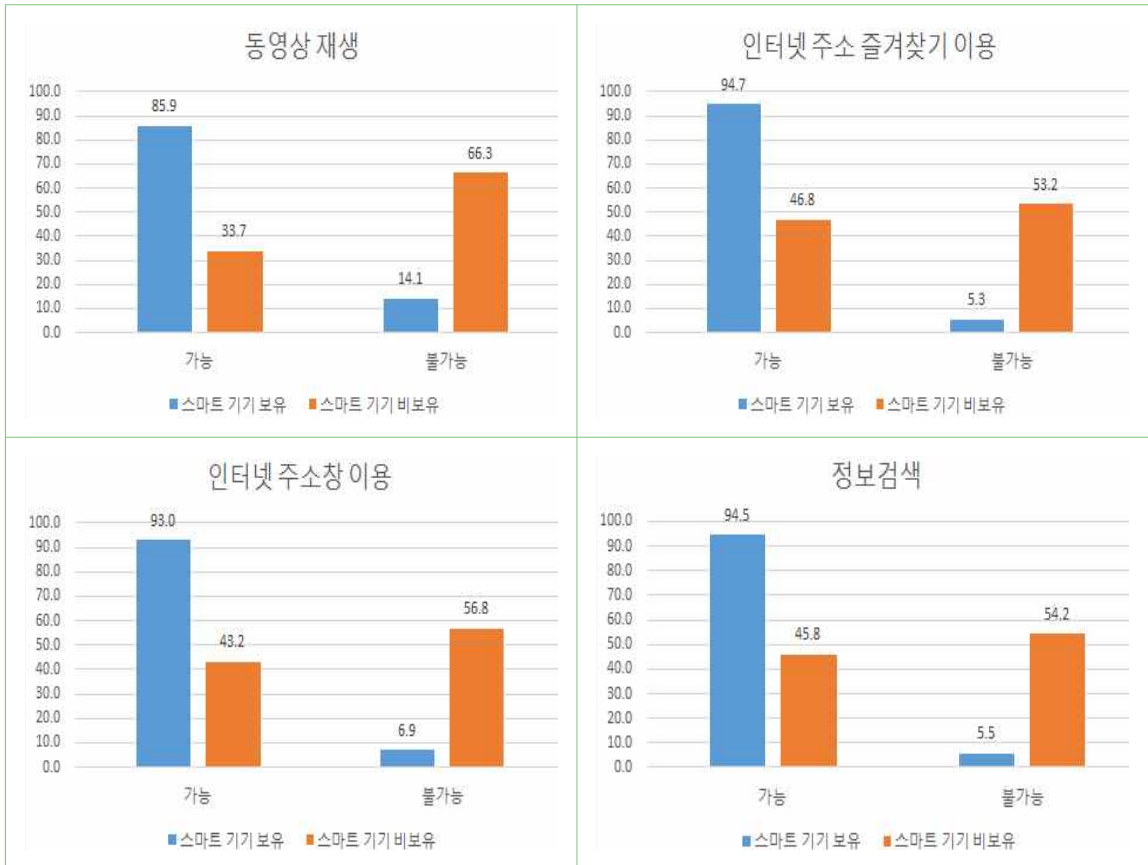
(2) 동영상 재생 및 인터넷 활용능력

- 동영상 재생 및 인터넷 활용능력에서 스마트 기기 보유자의 가장 높은 활용능력은 인터넷 주소 즐겨찾기 이용(94.7%)이며, 정보검색(94.5%), 인터넷 주소창 이용(93%), 동영상 재생(89.9%)의 순이며, 스마트 기기 비보유자의 경우도 동일한 순으로 나타남
- 스마트 기기 보유자와 비보유자 인터넷 활용능력 측정 항목에서의 차이는 인터넷 주소 즐겨찾기 이용에서 47.9%p, 인터넷 주소창 이용에서 49.8%p, 정보검색에서 48.7%p로 거의 비슷 수준이었으나, 동영상 재생 능력에서는 52.7%p로 전체 인터넷 활용능력 항목 보다는 더 큼

2. 스마트 기기 보유 여부에 따른 미디어 활용능력 분석

[그림 6] 동영상 재생 및 인터넷 활용 가능 여부

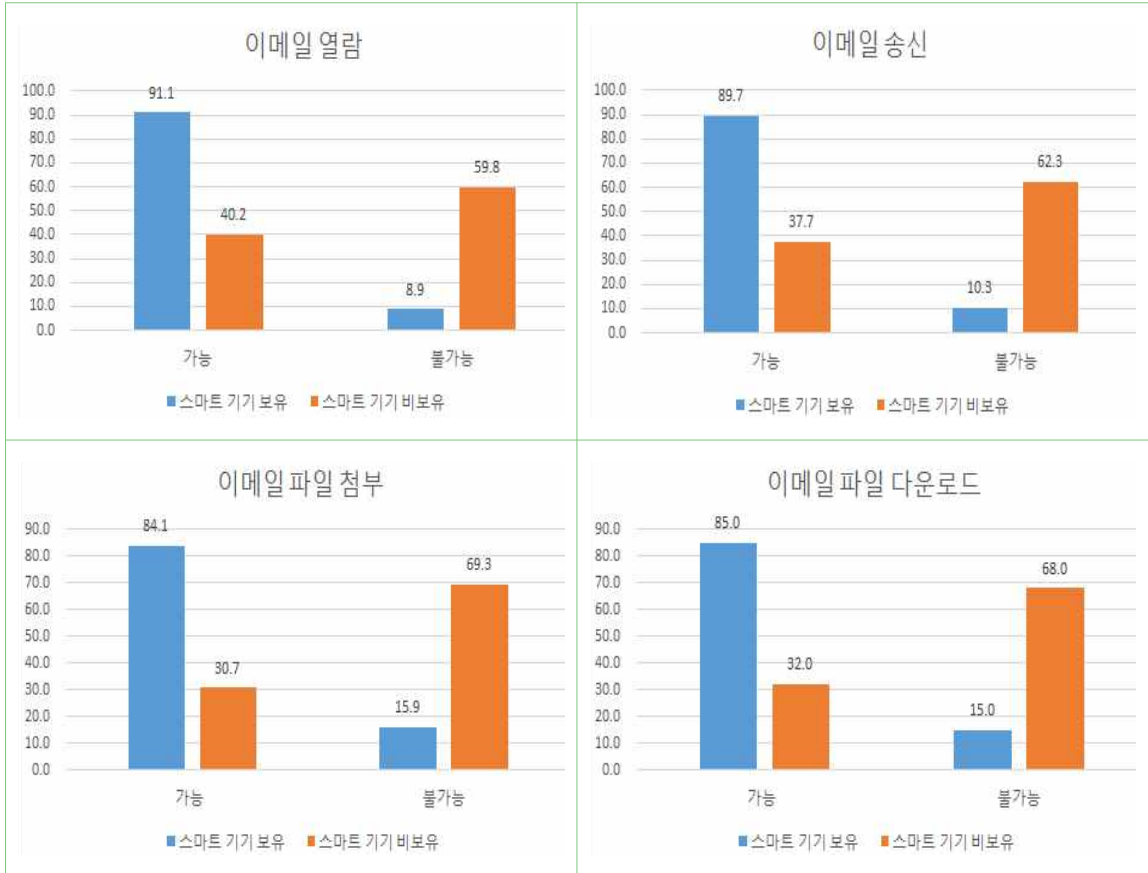
(스마트 기기 보유자: 5,224, 스마트 기기 비보유자: 5,095, 단위: %)



(3) 이메일 활용능력

- 이메일 활용능력에서 스마트 기기 보유자의 가장 높은 항목은 이메일 열람(91.1%), 이메일 송신(89.7%), 이메일 파일 다운로드(85%), 이메일 파일 첨부(84.1%)의 순이며, 스마트 기기 비보유자의 경우도 동일한 순의 활용능력을 보임
- 스마트 기기 보유자와 비보유자의 이메일 활용능력 차이는 이메일 열람에서 50.9%p, 이메일 송신 52%p, 이메일 파일 첨부 53.4%p, 이메일 파일 다운로드 53%p로 파일 업로드 및 다운로드 같은 상대적으로 기술을 요하는 능력일수록 그 활용능력이 다소 낮음을 알 수 있음

[그림 7] 이메일 활용 가능 여부
(스마트 기기 보유자: 5,224, 스마트 기기 비보유자: 5,095, 단위: %)



● 결론 및 시사점

- 본 보고서는 스마트 기기에 대한 접근성을 확보한 사람이 그렇지 않은 사람에 비해 보다 높은 수준의 정보이용 능력을 갖고 있을 것이라는 전제 하에 스마트 기기 보유 여부에 따른 미디어 활용능력 수준을 분석하였음
- 스마트 기기 보유 여부에 따른 미디어 활용능력 분석결과, 스마트 기기 보유자(미디어 활용능력 평균 91.6%)가 비보유자(미디어 활용능력 평균 45.2%) 보다 월등히 높은 미디어 활용능력을 갖고 있어 스마트 기기 보유 여부에 따라 정보이용의 격차가 발생할 수 있는 것으로 판단됨

- 한편, 스마트 기기 보유자의 미디어 활용능력 측정 항목 간 차이는 크지 않아 전반적으로 고른 미디어 활용능력을 보였으나 비보유자의 경우 미디어 활용능력 측정 항목 간 차이가 컸는데 특히, 이메일 사용 및 동영상 재생 능력 등 다른 항목들에 비해 상대적으로 낮았음
- 소득수준이 낮고 연령대가 높을수록 스마트 기기에 대한 접근성이 떨어지는 점을 미뤄볼 때, 저소득층 및 노년층 등 사회적 소외계층에서의 정보획득 능력이 떨어져 계층간 정보격차가 심화될 수 있음을 시사함

● 참고문헌

이승민, “미국 사회에서 스마트 기기가 정보격차에 미치는 영향분석,” 한국도서관·정보학회지, 제43권, 제2호(2012), pp.1~52.