

디지털 디바이드(Digital Divide)의 실태 - 노년가구의 미디어 보유기기와 활용능력의 차이를 중심으로



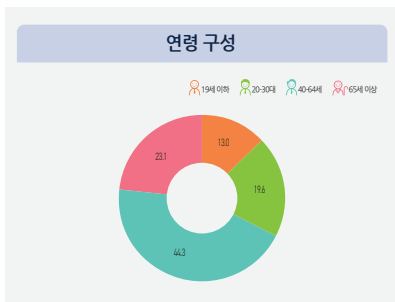
ISSN 2384-1672

KEYWORD



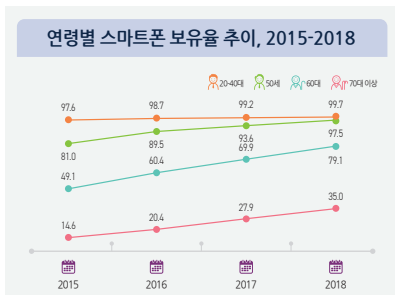
November. 30

19/22



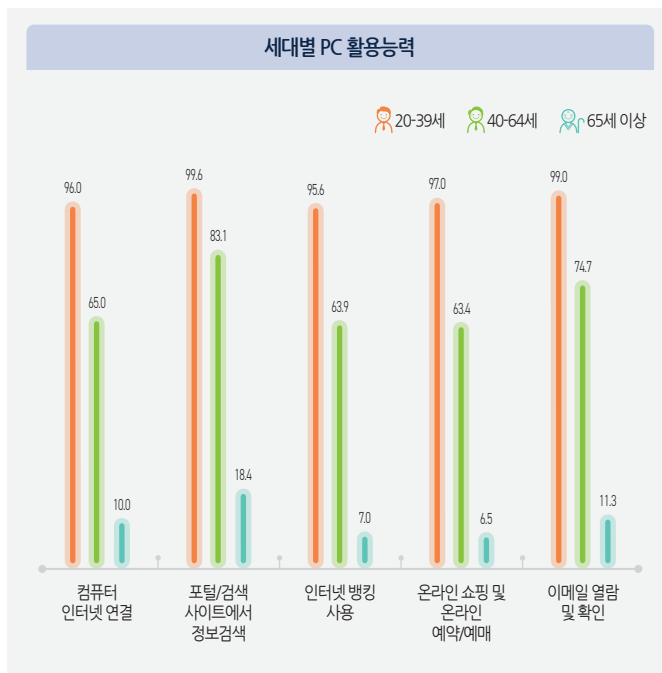
자료 특성

▶▶ 2



미디어 보유기 현황

▶▶ 3



노년층의 미디어 활용능력

▶▶ 5

19-21호 (19.11.15)

토픽 모형을 이용한 일간 미디어 사용 행태 분석 및 시점별 변화 양상 분석

최현홍

19-20호 (19.10.30)

ICT신기술 인식도에 따른 중장년층의 특성 및 미디어 이용행태 분석

오윤석

19-19호 (19.10.15)

유료방송 사업자(SO, IPTV, 위성)의 방송매출 추이와 매출항목별 구성

이선희

디지털 디바이드(Digital Divide)의 실태

- 노년가구의 미디어 보유기기와 활용능력의 차이를 중심으로

박주영
부연구위원, ICT통계정보연구실

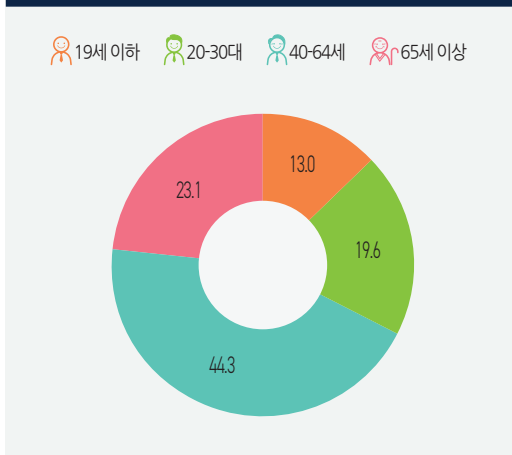
III 분석 배경 및 자료

- ‘디지털 디바이드’(Digital Divide)는 급변하는 디지털 사회 속에 세대, 사회계층 간 정보, 기술 활용 능력차이로 인하여 발생하는 정보격차를 의미함
- 이는 정보 및 디지털 능력을 갖춘 집단과 그렇지 못한 집단 사이의 사회경제적 불균형을 야기함
- 젊은 세대보다 상대적으로 디지털 환경이 낯선 고령층은 자연스럽게 디지털 소외 현상을 겪고 있음
- 본 보고서에는 한국미디어패널조사 자료를 활용하여 연령별 미디어 보유기기와 미디어 활용능력을 비교하여 세대 간 디지털 격차 현상을 분석하고 시사점을 도출함
- 2018년 한국미디어패널조사에 포함된 4,162 가구와 가구원 9,426명을 대상으로 분석함

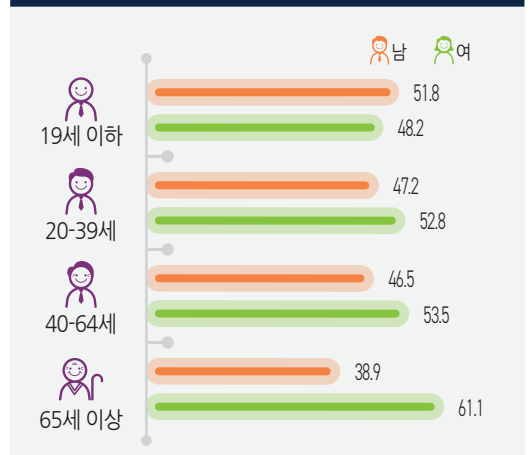
III 자료 특성

- 분석대상 9,426명의 가구원 중 19세 이하는 전체 가구원 중 13%를 차지하며, 20-39세가 20%, 40-64세가 44%, 65세 이상 노년층이 23%를 차지함
- 분석대상의 남녀비율을 살펴볼 때 총 가구원 중 4,296명이 남자, 5,130명이 여자이고 10대를 제외한 모든 연령대에서 여자의 비율이 더 높은 것으로 집계됨

[그림 1] 연령 구성 (단위: %)

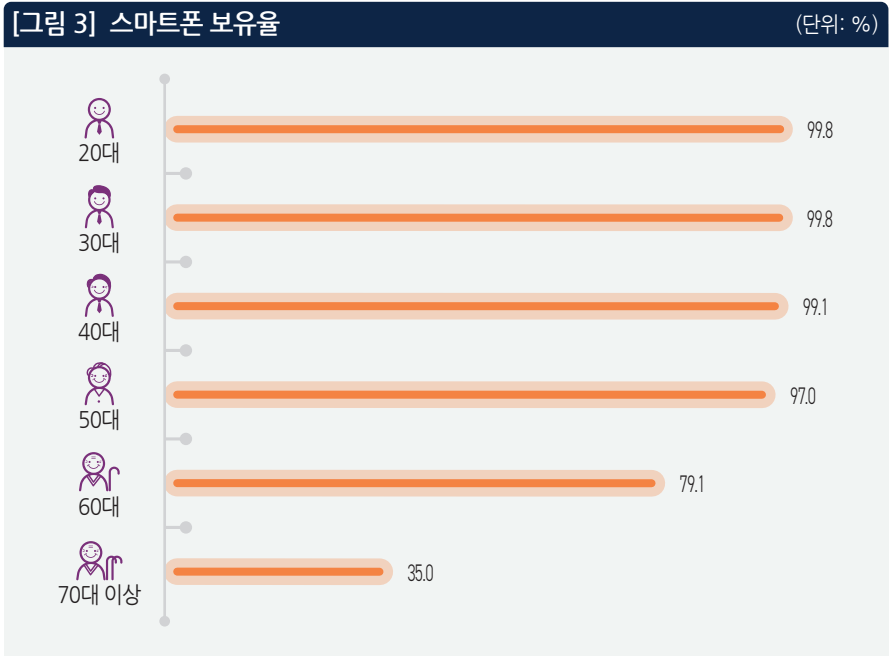


[그림 2] 세대 내 남녀비율 (단위: %)

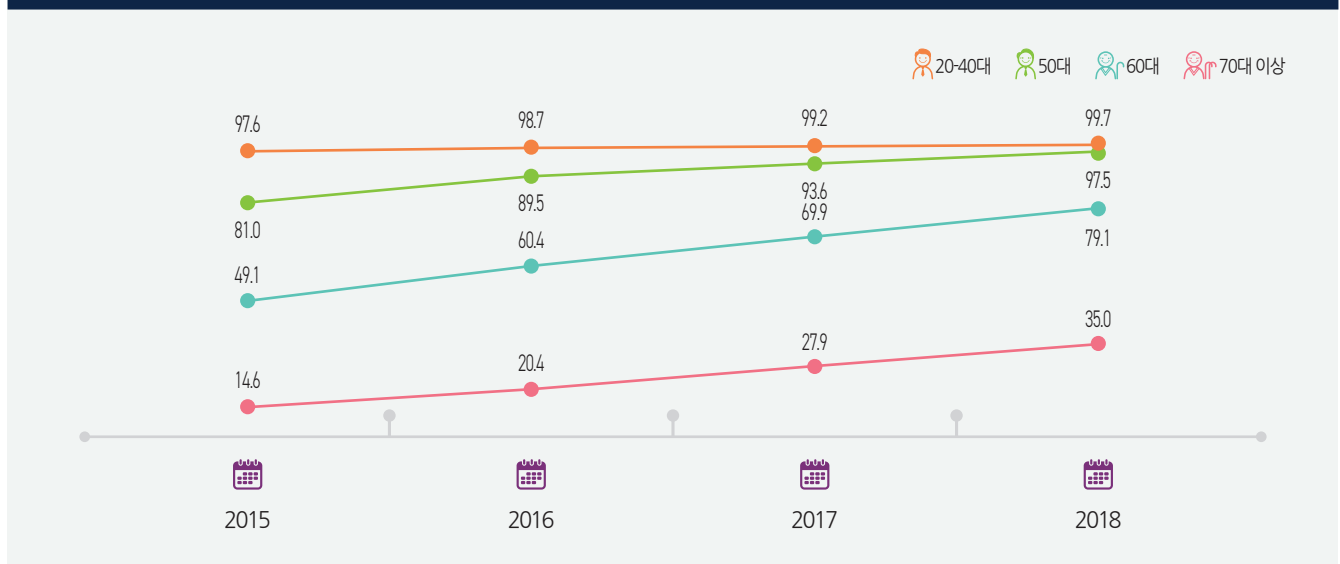


III 미디어 보유기기 현황

- 20대부터 40대의 경우, 전체 가구원 중 99% 정도가 스마트폰을 보유하는 것으로 나타남
- 반면, 60대의 스마트폰 보유율은 79%로 20-50대와 비교하여 약간 낮고 70대의 경우 35%로 다른 연령대보다 현저히 낮은 스마트폰 보유율을 보임



[그림 4] 연령별 스마트폰 보유율 추이, 2015-2018 (단위: %)

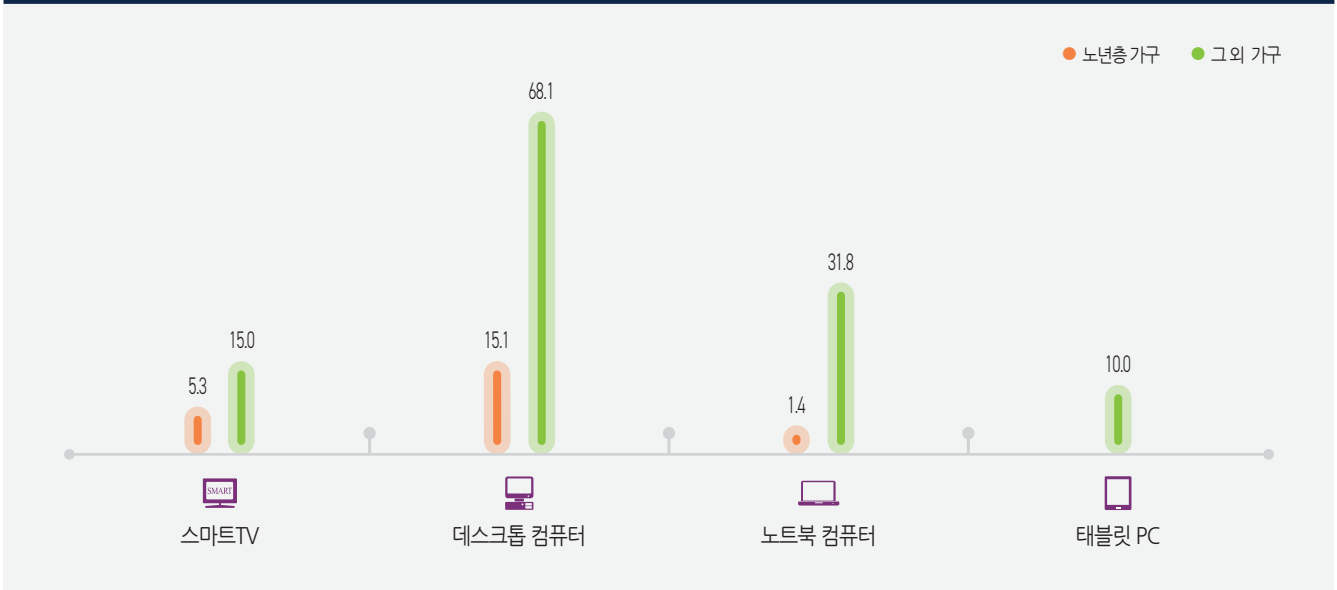


- ¹⁾2015년부터 2018년까지 전 연령층에서 스마트폰 보유율이 상승한 것으로 나타남
- 70대 이상의 스마트폰 보유율의 추이를 살펴볼 때 2015년 15%에서 2018년 35%까지 20%p 상승하였지만 60대 스마트폰 보유율과의 차이는 2015년 34%p에서 2018년 44%p로 60대와 70대와의 스마트폰 보유율 격차가 벌어진 것으로 조사됨

1) 본 보고서에서 스마트폰 보유율의 추이를 분석하기 위하여 이 부분에 한하여 2015년-2018년 한국미디어패널조사를 분석함

[그림 5] 노년 가구의 미디어 기기 보유

(단위: %)



- 노년 가구²⁾와 타가구가 보유한 미디어 기기를 비교하기 위하여 가구패널조사를 분석함
- 스마트 TV, 데스크톱 컴퓨터, 노트북 컴퓨터, 태블릿 PC 보유율을 살펴볼 때 노년 가구가 그 외 가구들보다 미디어 기기 보유율이 낮은 것으로 나타남
- 특히 데스크톱 컴퓨터 보유율은 노년 가구와 그 외 가구들 간 53%p 차이가 나는 것으로 분석됨
- 노년 가구의 경우 노트북 컴퓨터와 태블릿 PC 보유율이 0%에 가까운 것으로 확인됨

- 노년 가구의 통신서비스 가입률도 미디어 기기 보유율과 비슷한 양상을 보임
- 노년 가구와 그 외 가구 간 유선 인터넷 가입 여부의 경우 62%p, 인터넷 전화 가입 여부는 11%p, 이동통신 가입 여부는 7%p 차이 나는 것으로 분석됨

[그림 6] 노년 가구의 통신서비스 가입

(단위: %)

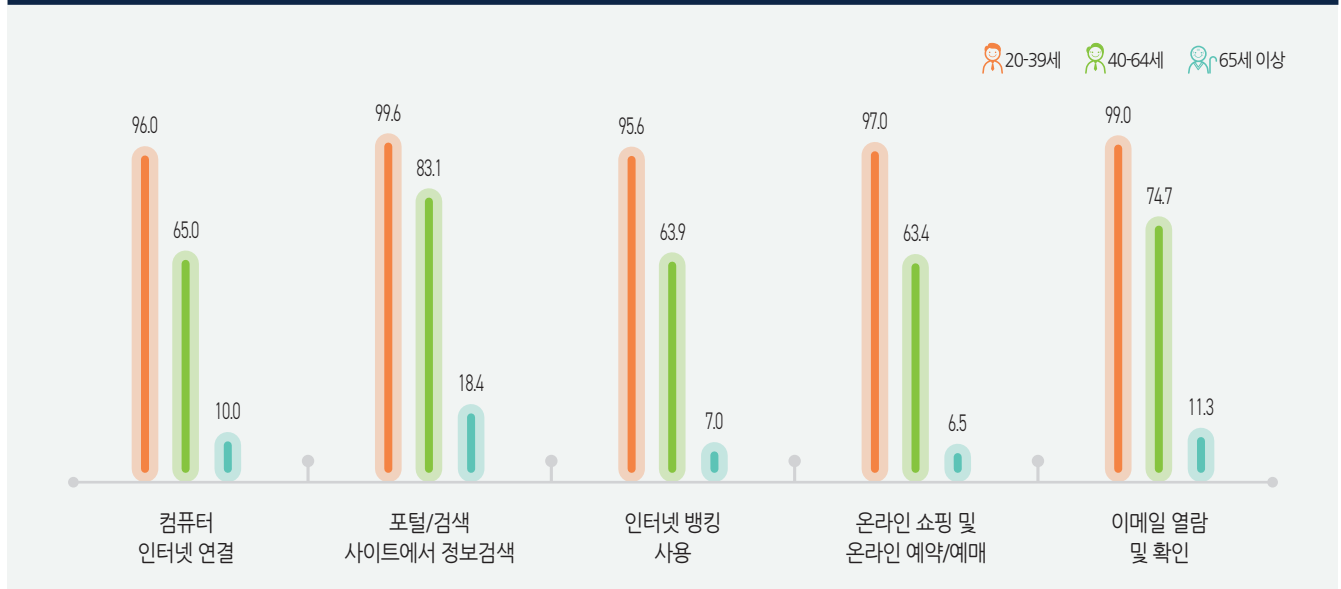


2) 본 보고서에서 노년층 가구는 1세대, 2세대 가구 중 가구주가 65세 이상인 가구로 정의함

III 노년층의 미디어 활용능력

[그림 7] 세대별 PC 활용능력

(단위: %)



- 20-30대의 경우 96%이상의 응답자들이 컴퓨터를 인터넷에 연결, 포털/검색 사이트에서 정보를 검색, 인터넷 뱅킹 사용, 온라인 쇼핑 및 온라인 예약/예매, 이메일 열람 및 확인을 할 수 있다고 응답함
- 40-64세의 경우, 63% 이상의 가구원들이 PC에서 위 언급된 기능들을 활용할 수 있는 것으로 분석됨
- 65세 이상의 고령층은 다섯 가지 PC 활용능력에서 다른 연령층과 심한 차이를 보임
- 40-64세 가구원들과 비교하였을 때 무려 65%p 적은 고령층 가구원들이 포털/검색 사이트에서 정보를 검색할 수 있다고 응답함

[그림 8] 세대별 스마트폰 활용능력

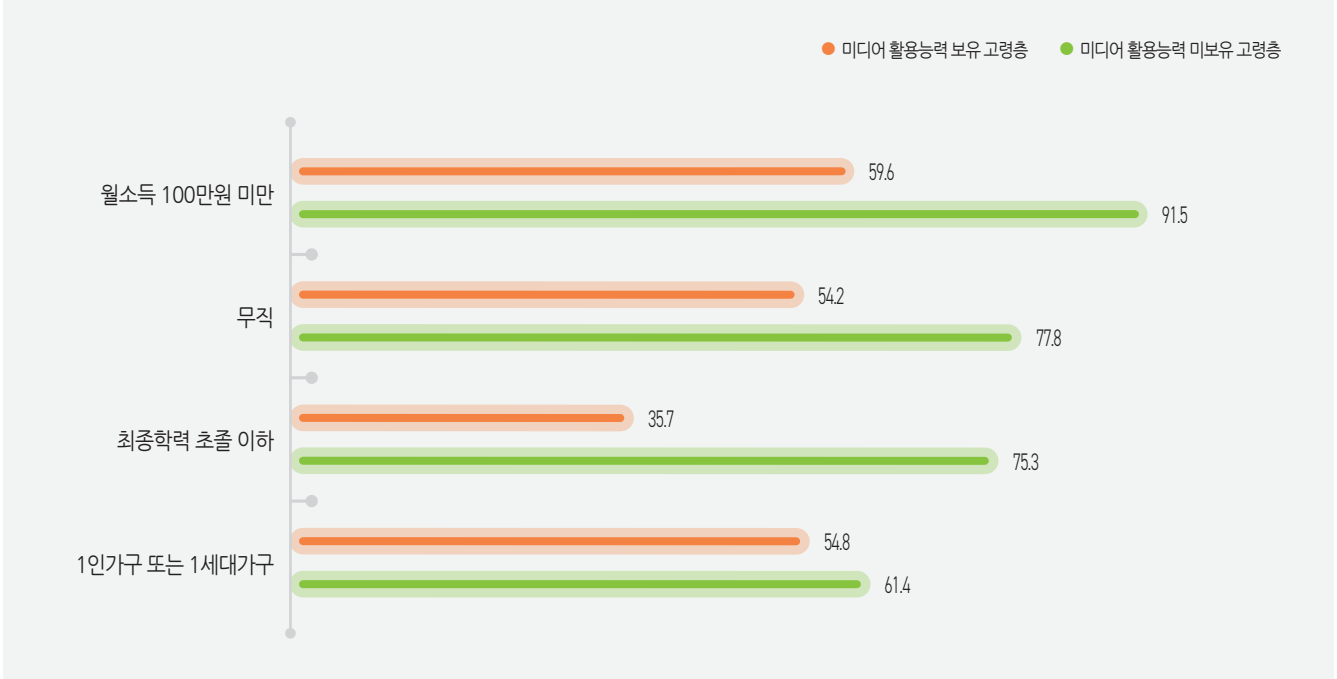
(단위: %)



- 스마트폰 활용 능력을 살펴볼 때 PC 활용능력과 마찬가지로 세대 간 많은 차이가 나고 특히 65세 이상의 고령층은 타 세대 보다 스마트폰 활용 능력이 많이 낮은 것으로 보임
- 고령층 가구원 중 37%가 인스턴트 메시지를 열람 및 확인, 17%가 무선 네트워크 설정, 8%가 애플리케이션 설치 및 업데이트, 6%가 폰 내 파일을 컴퓨터로 이동할 수 있다고 응답함

[그림 9] 미디어 활용능력에 따른 고령층의 특성

(단위: %)



- 고령층 내에서도 미디어 활용능력의 차이가 있는 것으로 나타남
 - 미디어 활용능력을 갖춘 65세 이상 고령층과 미디어 활용능력을 갖추지 못한 65세 이상 고령층의 월 소득 수준, 직업 유무, 최종학력, 가족 구성을 분석함³⁾
 - 월 소득 수준을 살펴볼 때 미디어 활용능력을 갖춘 고령층 중 60%가 월 소득이 100만원 미만이고 미디어 활용능력을 갖추지 못한 고령층 중 92%가 월 소득이 100만원인 것으로 분석됨
 - 무직인 미디어 활용능력 보유 고령층은 무직인 미디어 활용능력 미보유 고령층보다 24%p 낮은 것으로 나타남
 - 미디어 활용능력을 갖추지 못한 고령층 중 75%가 최종학력이 초졸 이하로 이는 미디어 활용능력을 갖춘 고령층보다 무려 30%p 높은 수치임
 - 1인 가구 또는 1세대 가구 여부를 살펴볼 때 미디어 활용능력 보유 고령층의 경우가 55%로 미디어 활용능력 미보유 고령층보다 6%p 정도 낮은 것으로 조사됨

3) 본 보고서에서는 그림 7,8의 PC 및 스마트폰 활용능력 항목 중 한가지 이상에 '예'라고 응답한 고령층을 미디어 활용능력을 보유한 고령층, 모든 항목에 '아니오'라고 응답한 고령층을 미디어 활용능력을 보유하지 못한 고령층이라고 정의함

III 결과 요약 및 시사점

- 연령대별로 스마트폰 보유율을 살펴볼 때 대부분의 가구원들이 스마트폰을 보유하고 있는 타 연령대에 비해, 60대와 70대의 경우 낮은 스마트폰 보유율을 보임
- 2015년부터 2018년까지 스마트폰 보유율을 살펴볼 때 가구원들의 스마트폰 보유율은 높아졌지만 타 연령대와 70대의 스마트폰 보유율의 격차는 벌어진 것으로 확인됨
- 가구패널조사를 살펴볼 때 노년층으로만 이루어진 가구는 그 외 가구들보다 미디어 기기 보유율과 통신 서비스 가입률이 낮은 것으로 분석됨
- PC 활용능력과 스마트폰 활용능력은 세대 간 많은 차이를 보이는데 65세 이상의 고령층은 타세대보다 현저히 낮은 미디어 활용능력을 보유하고 있는 것으로 확인됨
- 고령층만 살펴볼 때 미디어 활용능력을 보유하지 못한 고령층 중 저소득, 저학력, 무직, 1인 가구 또는 1세대 가구가 차지하는 비율이 미디어 활용능력을 보유한 고령층보다 높은 것으로 분석됨
- 디지털 격차 완화를 위한 노년가구의 스마트폰 보급 확대 정책 및 스마트폰 활용 능력 교육 정책이 필요한 것으로 보이며 이 정책은 소득이 낮은 노인 가구에 집중되어야 한다는 시사점을 도출할 수 있음

발간번호	제목	저자	발간일
19-21호	토픽 모형을 이용한 일간 미디어 사용 행태 분석 및 시점별 변화 양상 분석	최현홍	2019-11-15
19-20호	ICT신기술 인식도에 따른 중장년층의 특성 및 미디어 이용행태 분석	오윤석	2019-10-30
19-19호	유료방송 사업자(SO, IPTV, 위성)의 방송매출 추이와 매출항목별 구성	이선희	2019-10-15
19-18호	어린이와 청소년의 휴대폰 보유 및 이용행태 분석	김윤화	2019-09-30
19-17호	종합편성사업자와 계열 PP의 방송사업매출 추이 분석	노희윤	2019-09-15
19-16호	셋다운 정책 도입 전후 청소년의 인터넷 사용시간과 수면시간 변화에 대한 사용자 행동 데이터 분석	홍아름, 이창준, 김홍범	2019-08-30
19-15호	디지털 콘텐츠 이용현황 : 유료 서비스 이용자를 중심으로	심동녘	2019-08-15
19-14호	'호모 스마트포니쿠스', 세대별 진화 속도	정용찬	2019-07-30
19-13호	온라인 미디어 서비스의 이용과 프라이버시 침해 우려	신지형	2019-07-15
19-12호	『2017년 기업활동조사』로 살펴본 ICT 기업의 특성	정혁	2019-06-30
19-11호	맞벌이 가구의 미디어 이용 행태	고세란	2019-06-15
19-10호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤화	2019-05-30
19-09호	온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용 행태 분석	이선희	2019-05-15
19-08호	전자상거래 이용 현황과 구매 행태	오윤석	2019-04-30
19-07호	지상파 3사와 지상파 3사 계열 PP의 방송사업매출 추이 분석	노희윤	2019-04-15
19-06호	인터넷 전문은행 사용자 특성	심동녘	2019-03-30
19-05호	부모와 자녀의 미디어 이용, 그리고 미디어 이용제한	하형석	2019-03-15
19-04호	밀레니얼세대와 Z세대의 미디어 이용	신지형	2019-02-28
19-03호	1인 가구, 능동적 미디어 활용자	정용찬	2019-02-15
19-02호	2018년 한국미디어패널조사 결과 주요 내용	한국미디어패널조사 연구팀	2019-01-31
19-01호	2018년 방송산업 실태조사 결과 주요 내용	방송산업 실태조사 연구팀	2019-01-15
18-24호	라디오 보유와 이용행태 변화	김윤화	2018-12-31
18-23호	빅데이터로 본 스마트시티: 뉴스 네트워크 분석을 중심으로	이호	2018-12-15
18-22호	소셜 미디어 이용에 따른 정치적 성향 및 변화 분석	유은, 이창준, 홍아름	2018-11-30
18-21호	PC의 재도구화: 기능적 재조직화 가설	이재현, 강민지	2018-11-15
18-20호	어린이와 청소년의 휴대폰 보유 및 이용행태 분석	김윤화	2018-10-31
18-19호	유무선 전화 이용과 정치의식	신지형	2018-10-15
18-18호	인터넷 뉴스/토론 게시판의 댓글·게시글 작성자의 인구통계학적 특성	오주현	2018-09-30
18-17호	이동통신서비스요금 지출 규모에 따른 인터넷, 모바일 이용행태 차이 분석	김성중	2018-09-15
18-16호	라디오 실시간 청취와 라디오 다시듣기(AOD) 청취의 이용행태	오윤석	2018-08-31
18-15호	청소년의 미디어 이용-7년간의 변화, 그리고 부모의 미디어 이용과의 관계	하형석	2018-08-15
18-14호	스마트폰, 능동적 매체 이용의 촉매자	정용찬	2018-07-30
18-13호	IPTV사업자의 방송사업매출 추이 분석	이선희	2018-07-15
18-12호	대중교통에서의 미디어 이용	신지형	2018-06-30
18-11호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤화	2018-06-15
18-10호	스마트폰 이용 제한 가구와 그렇지 않은 가구의 스마트폰 이용행태 비교	오윤석	2018-05-30
18-09호	블록체인과 4차 산업혁명: 뉴스 네트워크 분석을 중심으로	이호	2018-05-15

KISDI ICT통계정보연구실

KISDI ICT통계정보연구실에서는 다음과 같은 정부 승인통계 조사를 매년 진행하고 있습니다. 조사 결과는 정부 정책 수립과 민간 기업의 경영계획 수립, 대학 연구소의 학술연구에 활용되고 있으며, 일반 이용자에게는 기초 정보와 지식을 제공하는 역할을 합니다.

한국미디어패널조사

- ◆ **조사 목적** : 빠르게 변화하는 미디어 환경에서 우리나라 가구와 가구 내 개인의 미디어 소비가 중장기적으로 어떻게 변화하는지를 파악
- ◆ **조사 방법** : 가구 방문 일대일 면접조사
- ◆ **조사 대상** : 전국 5,109 가구 및 해당 가구의 만 6세 이상 가구원 약 12,000 여명을 2011년부터 추적조사

방송산업 실태조사

- ◆ **조사 목적** : 방송사업자의 종사자와 시설, 프로그램 제작과 수출입, 방송 편성 현황 등 방송산업 전반에 대한 실태 파악
- ◆ **조사 방법** : 전수조사 인터넷 설문조사
- ◆ **조사 대상** : 과학기술정보통신부 · 방송통신위원회에 등록된 방송사업자

방송매체 이용행태 조사

- ◆ **조사 목적** : TV 수상기와 라디오, PC, 스마트폰 등 다양한 시청취 매체에 대한 수용자의 인식과 시청 행태를 분석
- ◆ **조사 방법** : 가구 방문 일대일 면접조사
- ◆ **조사 대상** : 전국 4,200가구, 13세 이상 가구원 전원 조사

KISDI STAT 사이트 및 미디어 통계수첩 소개

■ 미디어통계포털(KISDI STAT)

KISDI STAT 사이트는 방송시장과 미디어 이용에 관한 다양한 조사 결과 데이터와 분석보고서를 편리하게 조회하고 활용할 수 있도록 만든 통계정보시스템입니다. 본 사이트에서는 한국미디어패널조사, 방송산업 실태조사, 해외방송통계 자료의 조건검색과 원시자료 다운로드가 가능하고, 최신 이슈를 데이터에 기초하여 분석한 KISDI STAT REPORT 등 다양한 분석자료가 제공됩니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동

■ 미디어 통계수첩(2019년 발간)

미디어 통계 수첩은 미디어 통계 이용자가 편리하게 활용하도록 돕기 위해 정보통신정책연구원의 한국미디어패널조사, 방송통신위원회의 방송매체이용행태조사, 과학기술정보통신부와 방송통신위원회의 방송산업실태조사의 주요 시계열 통계를 요약, 정리하여 작성한 소책자입니다. KISDI STAT 사이트에서 내려받을 수 있습니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동