

인지욕구와 비판적 미디어 이해능력 관점의 노년층 디지털 격차

An analysis of the digital divide of the elderly based on need for cognition and critical media comprehensive ability



김나연 (연구원, ICT데이터사이언스연구본부)

KEYWORDS

인지욕구, 비판적 미디어 이해능력, 노년층, 디지털 격차
Need for cognition, Critical media comprehension ability, The elderly, Digital divide

October. 15

22/19

본고는 인지욕구와 비판적 미디어 이해 능력 점수를 연령별로 구분하여 분석함으로써 노년층의 디지털 격차 현상을 탐구한다. 71세 이상의 노령인구는 2015년에 비해 2020년의 인지욕구 점수가 하락한 유일한 세대인 것으로 나타났다. 그리고 미디어 문해능력 점수가 다른 연령대와 비교했을 때 가장 낮은 것으로 나타났는데, 특히 매체를 통해 획득한 정보의 사실성과 객관성을 판단하는 영역이 가장 취약한 것으로 나타났다.

Digital transformation does not happen equally across generations. Because imbalance exists which is referred to as the digital divide. This report argues that the digital divide may be attributed to the inequality of need for cognition and critical media comprehension ability. In fact, the data shows that older people over 70 are the only generation with a decrease in cognitive needs scores in 2020 compared to 2015. Also, the media literacy score of the elderly over 70 was the lowest compared to the younger generation.

22-18호 (22.09.30)

음성인식 인공지능 기기의 대중화 가능성

한은영

22-17호 (22.09.15)

온라인 텍스트 기반 디지털 전환 이슈 분석

고동환

22-16호 (22.08.30)

코로나19 전후 직업별 스마트폰 이용행태 변화

오윤석

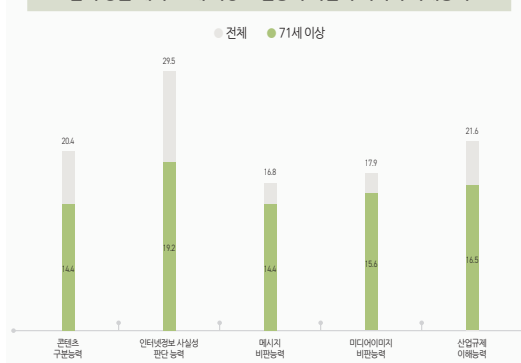
2015년/2020년 세대별 인지욕구(평균)



연령별 인지욕구

▶▶ 4

전체 평균 대비 71세 이상 노년층의 비판적 미디어 이해능력



연령별 비판적 미디어 이해능력

▶▶ 5

인지욕구와 비판적 미디어 이해능력 관점의 노년층 디지털 격차

An analysis of the digital divide of the elderly based on need for cognition and critical media comprehensive ability

김나연 | 연구원, ICT데이터사이언스연구본부

01 분석 데이터 및 분석 목적

- 디지털 기술은 우리 삶의 많은 부분에서 편리성을 증가시키는 데 기여함
- 하지만 노년층의 경우, 급격한 디지털 시대로의 전환에 적응하지 못하면서 오히려 일상생활에서의 불편함과 어려움이 증가하기도 함
- 일례로 최근 노년층이 ‘유튜브’나 ‘카카오톡’ 매체를 통해 확산되는 ‘가짜뉴스’에 쉽게 현혹되는 모습을 보이거나¹⁾ 노인을 상대로 한 디지털금융사기(보이스피싱, 스미싱 등)가 급격히 늘어나는 등²⁾ 미디어를 통한 정보를 비판적으로 수용하는 데 어려움을 겪고 있는 것으로 보임
- 따라서 본고는 매년 실시 중인 한국미디어패널조사 중 2015년과 2020년에 특별주제로 조사한 만 13세 이상 가구원(9,200명)의 인지욕구 문항 응답 결과를 연령별로 구분하여 분석함
 - ※ KISDI STAT Report는 이전부터 인지욕구와 미디어 이용 행태와의 상관관계³⁾나 중장년층의 미디어 비판적 이해능력과 자아존중감과의 상관관계⁴⁾를 주제로 분석하며 디지털 전환이 미디어 이용자들의 삶에 미치는 영향에 대해 주목해왔음
- 또한, 2020년에 특별주제로 조사한 만 13세 이상 가구원(9,896명)의 비판적 미디어 이해 능력 문항 응답 결과를 분석함
- 이를 통해 세대 간 인지욕구와 비판적 미디어 이해 능력 격차를 파악하고 노년층의 디지털 및 미디어 활용 능력 제고를 위해 고려해야 할 점이 무엇인지 알아보고자 함

1) 한겨레(2018.09.30), “‘투스타 장군이...’ 카톡 ‘카더라 통신’ 달고 사는 노인들”.

2) 세계일보(2020.10.05), “고령층 대상 지능범죄 12분당 1건 꼴...4년 만에 6분 당겨져[언택트 시대, 소외된 노인들]”.

3) 하형석(2016), 인지욕구와 미디어 이용 행태, KISDI STAT Report, Vol. 16-03

4) 장지연(2021), 중장년층의 미디어 비판적 이해능력과 자아존중감, KISDI STAT Report, Vol. 21-21

02 연령별 인지욕구

- 인지욕구(Need for Cognition)란 인지적 노력을 즐기고 인지적 노력이 요구되는 활동에 참여하고자 하는 개인의 심리적인 성향을 의미함 (Petty, Cacioppo, & Kao, 1984)

[표 1] 인지욕구 측정 문항

번호	문항
1	나는 토론하기를 좋아한다
2	나는 보통 다른 사람들이 까다롭다고 생각하는 문제에 대해 생각하지 않는다
3	나는 복잡한 문제를 잘 해결한다
4	나는 생소한 과제를 접하면 해결해야겠다는 생각보다 귀찮다는 생각이 먼저 든다
5	나는 어떤 문제에 대해 새로운 해결방법을 배울 때 즐겁다
6	나는 복잡한 문제를 보면 왠지 그것을 분석해 보고 싶은 생각이 든다
7	나는 잘 모르는 것에 대해서 더 알고 싶어 한다
8	나는 어렵고 시간이 많이 드는 문제도 가능한 한, 끝까지 풀기 위해 노력한다
9	나는 많은 생각을 필요로 하는 일에 더욱 적극적이다
10	나는 어떤 결과에 대해 왜 그렇게 됐는지 이해하려고 노력하기 보다는 그냥 있는 그대로 받아들이는 편이다
11	나는 깊이 생각해야 하는 상황은 가급적 피하려고 한다
12	나는 내 사고능력에 도전하는 일이 좋다
13	나는 다른 사람들로부터 논리적이라는 이야기를 듣는다
14	나는 어려운 문제를 푸는 동안이 더 즐겁다
15	나는 단순한 문제보다는 복잡한 문제를 더 좋아한다

- 인지욕구 점수 산출을 위해 하형석(2016)에서 인지욕구 측정문항 중 긍정적 문항에 대한 점수는 가산하고 부정적 문항에 대한 점수는 감산하여 총점을 산출한 방식을 차용하였으며⁵⁾ 총점은 최소 0점에서 최대 45점으로 구성되어 있고⁶⁾ 점수가 높을수록 인지욕구가 높음을 의미함

- 최근 연구에 따르면, 인지욕구가 높을수록 생각하는 것을 즐기는 경향이 있고 인지욕구가 높은 개인은 디지털 활용능력을 개발하는 데 있어 적극적임(최인호, 염정윤, 김류원, & 정세훈, 2018)

- 즉, 인지욕구는 개인의 디지털 활용 능력의 격차를 발생시키는 요인이 될 수 있음

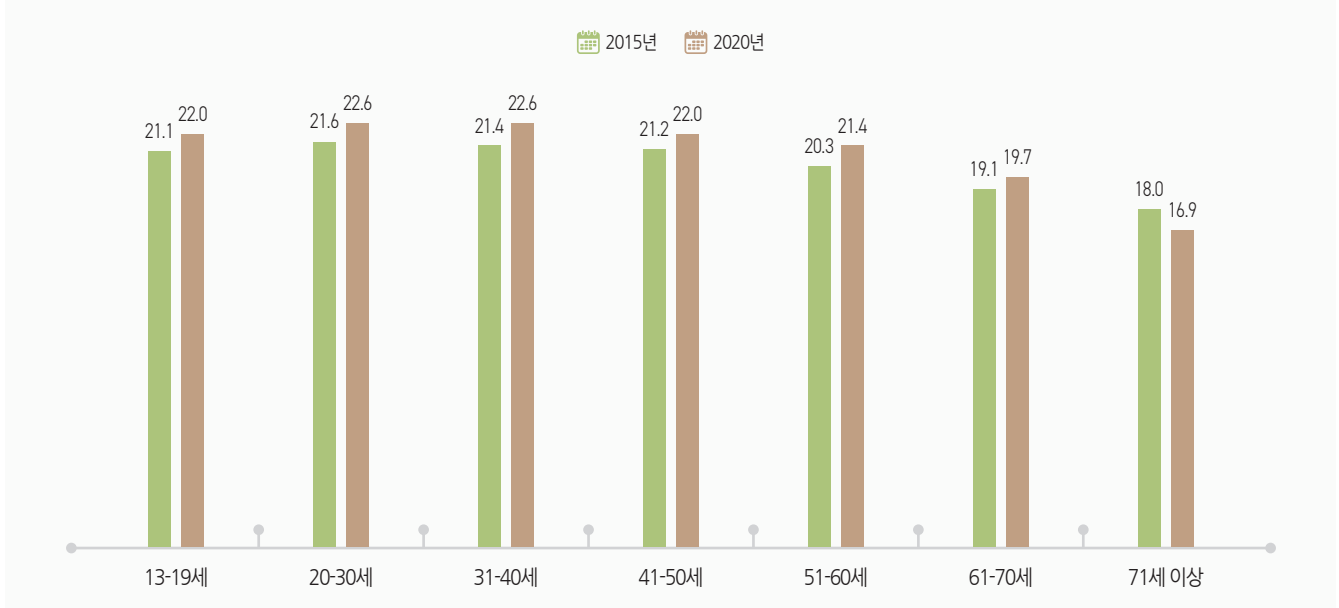
[표 2] 2015년/2020년 세대별 인지욕구(평균)

	인지욕구(2015)	인지욕구(2020)
13-19세	21.1	22.0
20-30세	21.6	22.6
31-40세	21.4	22.6
41-50세	21.2	22.0
51-60세	20.3	21.4
61-70세	19.1	19.7
71세 이상	18.0	16.9

5) 긍정적 인지욕구 11문항(1,3,5,6,7,8,9,12,13,14,15)에 대한 응답(대체로 그렇지 않다: 1점, 보통이다: 2점, 대체로 그렇다: 3점, 항상 그렇다: 4점)을 가산하고 부정적 인지욕구 4문항(2,4,10,11)에 대한 응답(대체로 그렇지 않다: 4점, 보통이다: 3점, 대체로 그렇다: 2점, 항상 그렇다: 1점)을 감산하여 총점을 산출함

6) 인지욕구 점수의 분포는 평균 20.8점(표준편차 6.8), 중위수 21점임

[그림 1] 2015년/2020년 세대별 인지욕구(평균)



- 2015년과 2020년의 인지욕구에 대한 세대별 평균을 비교해보면, 13-19세 미성년자의 인지욕구는 21.1(2015년) → 22.0(2020년)로 0.9 상승, 20-30세의 인지욕구는 21.6(2015년) → 22.6(2020년)로 1.0 상승, 31-40세의 인지욕구는 21.4(2015년) → 22.6(2020년)로 1.2 상승, 41-50세의 인지욕구는 21.2(2015년) → 22.0(2020년)로 0.8 상승, 51-60세의 인지욕구는 20.3(2015년) → 21.4(2020년)로 1.1 상승, 61-70세의 인지욕구는 19.1(2015년) → 19.7(2020년)로 0.6 상승, 71세 이상의 인지욕구는 18.0(2015년) → 16.9(2020년)로 1.1 하락한 것으로 나타남
- 인지욕구가 청소년기와 청년기에는 상승하다가 노인이 될수록 하락하는 것은 지극히 자연스러운 노화증상임
- 그러나 주목해야 할 점은 71세 이상의 노년층 구간이 2015년 대비 2020년의 인지욕구의 평균 점수가 하락한 유일한 연령 대라는 것임
- 이를 토대로 최근 디지털 전환으로 인해 삶의 양식이 급격하게 변화하고 코로나 19 확산방지를 위해 비대면(언택트) 기조가 만연해진 상황에서 노년층의 인지욕구 저하는 그들의 디지털 부적응을 가속할 수 있음을 유추할 수 있음

03 연령별 비판적 미디어 이해능력

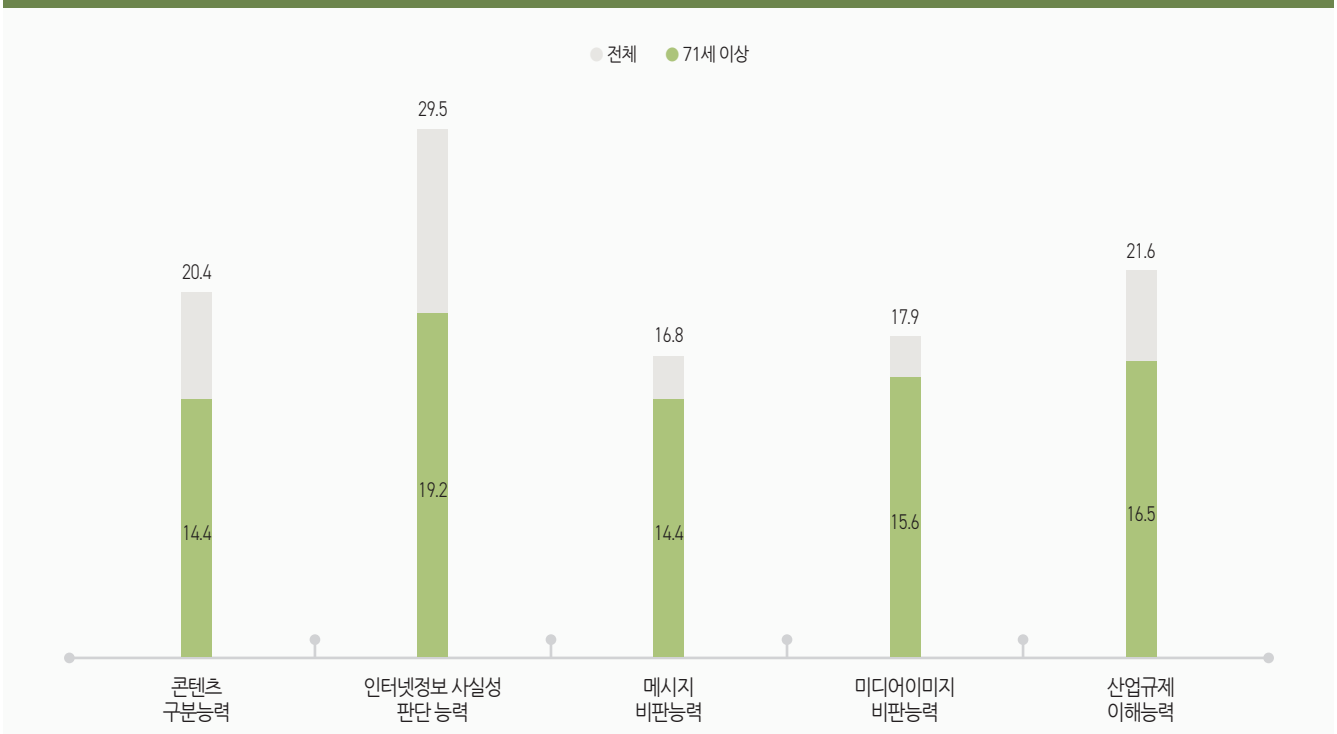
- 비판적 미디어 이해능력이란 ‘미디어 문해능력(리터러시)’라고도 불리며, 미디어의 내용을 비롯해 콘텐츠가 생산, 소통, 소비 되는 전체 맥락을 이해하고 비판적 사고능력을 바탕으로 정보에 대한 합리적 판단을 가지고 다양한 미디어를 활용 및 생산할 수 있는 역량을 가리킴
- 인지육구가 미디어의 비판적 이해능력과 비례한다는 연구 결과가 존재한다는 점에서(최인호 외, 2018) 연령에 따른 비판적 미디어 이해 능력의 격차도 살펴봄

[표 3] 2020년 연령별 비판적 미디어 이해능력(평균)

	콘텐츠 구분능력	인터넷정보 사실성 판단 능력	메시지 비판능력	미디어이미지 비판능력	산업규제 이해능력
전체	20.4	29.5	16.8	17.9	21.6
13-19세	22.0	31.4	17.7	17.8	21.0
20-30세	23.4	34.1	18.1	19.0	24.0
31-40세	23.1	34.1	18.0	19.4	24.0
41-50세	22.5	32.7	17.6	18.6	23.6
51-60세	21.0	31.1	17.0	18.5	22.8
61-70세	18.6	27.0	16.2	17.4	20.3
71세 이상	14.4	19.2	14.4	15.6	16.5

- 71세 이상 노년층의 영역별 점수는 모든 영역에서 가장 낮은 점수를 보이며 인터넷정보 사실성 판단 능력이 19.2점으로 가장 높았고, 다음으로 산업규제 이해능력 16.5점, 미디어이미지 비판능력 15.6점, 콘텐츠 구분능력 14.4점, 메시지 비판능력 14.4점으로 나타남

[그림 2] 전체 평균 대비 71세 이상 노년층의 비판적 미디어 이해능력



- 특히 71세 이상 노년층의 점수를 전체 평균과 비교했을 때 인터넷정보 사실성 판단 영역이 전체 평균에 비해 65%⁷⁾ 수준에 불과한 것을 확인할 수 있으며, 이는 모든 영역 중에서 평균과의 격차가 가장 큰 영역에 해당함
- 인터넷 정보 사실성 판단능력이란 인터넷에서 취득한 정보의 사실성이나 객관성 등을 합리적으로 판별할 수 있는 능력을 의미하는데, 고령인구의 점수가 젊은 세대의 점수에 비해 특히 저조하다는 사실은 노년층이 '가짜뉴스'에 쉽게 현혹되는 현상을 설명해주는 근거가 됨

[표 4] 2020년 연령별, 성별 비판적 미디어 이해능력⁸⁾

	전체	남	여
13-19세	59.1	59.2	59.3
20-30세	64.0	63.7	64.4
31-40세	64.0	65.0	63.3
41-50세	62.2	63.4	61.2
51-60세	60.0	61.3	58.2
61-70세	53.7	56.4	51.3
71세 이상	43.2	46.7	41.0

- 영역별 점수를 통합해서 총점이 100점으로 환산된 점수를 살펴보면 71세 이상 노년층의 미디어를 비판적으로 수용하는 역량이 절반에도 못 미치는 43.2점인 것으로 드러났으며, 그 중에서도 여성(41.0점)이 남성(46.7점)에 비해 매체를 통해 정보를 획득하는 과정에서 정보의 객관성을 판단하는 데 더 큰 어려움에 봉착해 있음을 알 수 있음

04 시사점

- 최근 급격한 디지털 전환에 따른 생활 전반의 급격한 변화가 노년층에게는 편리성을 증가시키는 것이 아니라 오히려 심리적 부담으로 작용하여 디지털 활용능력을 학습하고 개발할 의욕을 저해할 수도 있음이 노년층의 인지욕구 점수 하락을 통해 드러남
- 즉, 노년층의 성공적인 디지털 적응을 위해서는 디지털 전환으로 인한 인지적 위축과 심리적 장벽을 우선적으로 해결해 주어야 함
- 노년층은 미디어를 객관적으로 인식하고 정보의 합리성을 판단할 수 있는 능력이 모든 영역에서 다른 연령층에 비해 가장 낮은 점수를 기록하였고, 특히 사실성 판단 능력이 저조하다는 점에서 쉽게 '가짜뉴스'에 노출되며 '디지털 금융사기'에 취약하다고 판단됨
- 따라서 노년층이 디지털 기기를 원활하게 다룰 수 있는 수준을 넘어서 매체를 통해 제공되는 정보의 가치를 올바르게 평가하고 정보를 다양한 출처를 통해 받아들이며 판단할 수 있도록 연령, 학력 등 개인 특성에 따라 세분화·차별화된 디지털교육이 필요함

7) (19.2점/29.5점) *100 = 65%

8) 비판적 미디어 이해능력의 총점을 100점으로 환산하여 평균점수를 도출함

05 참고문헌

세계일보(2020.10.05), “고령층 대상 지능범죄 12분당 1건 꼴…4년 만에 6분 당겨져[언택트 시대, 소외된 노인들]”.

장지연(2021), 중장년층의 미디어 비판적 이해능력과 자아존중감, KISDI STAT Report, Vol. 21-21.

중앙일보(2021.10.17), “명절수당 줬대” 유튜브 가짜뉴스 믿는 엄마 ... 자식들의 반격.

최인호, 염정윤, 김류원 & 정세훈 (2018), 소득, 연령, 인지욕구가 뉴미디어 리터러시에 미치는 영향과 연령과 인지욕구의 조절 효과, 사이버커뮤니케이션학보, 35(2), 181-221.

하형석(2016), 인지욕구와 미디어 이용 행태, KISDI STAT Report, Vol. 16-03.

한겨레(2018.09.30), “‘투스타 장군이...’ 카톡 ‘카더라 통신’ 달고 사는 노인들”.

발간번호	제목	저자	발간일
22-18호	음성인식 인공지능 기기의 대중화 가능성	한은영	2022-09-30
22-17호	온라인 텍스트 기반 디지털 전환 이슈 분석	고동환	2022-09-15
22-16호	코로나19 전후 직업별 스마트폰 이용행태 변화	오윤석	2022-08-30
22-15호	알파 세대의 등장과 미디어 이용행태 분석	하승희	2022-08-15
22-14호	스마트폰, 세대별 TV 대체 속도	정용찬	2022-07-30
22-13호	세대별 전자상거래 및 통신판매 이용 현황	노희용	2022-07-15
22-12호	ICT산업의 연구개발 추세 및 특징 비교	서영선	2022-06-30
22-11호	세대별 SNS 이용 현황	김윤화	2022-06-15
22-10호	OTT 무료 및 유료(단·복수) 이용자 비교 분석	이선희	2022-05-30
22-09호	코로나19 이후 ICT 산업 동향의 변화	고동환	2022-05-15
22-08호	코로나 이후 교육 동영상 콘텐츠 이용 변화	한은영	2022-04-30
22-07호	세대별 OTT 서비스 이용 현황	김윤화	2022-04-15
22-06호	국내 방송사업자 콘텐츠 수출 현황 분석	노희윤	2022-03-30
22-05호	코로나 장기화와 미디어 이용	정용찬	2022-03-15
22-04호	뉴스 빅데이터로 본 코로나19 전후 국가 의제 여론 분석	김경훈	2022-02-28
22-03호	한국미디어패널조사로 본 주관적 삶의 만족도	고세란	2022-02-15
22-02호	온라인쇼핑 이용행태 변화 분석 - 한국미디어패널조사와 통계청 「온라인쇼핑 동향」 을 활용하여 -	오윤석	2022-01-30
22-01호	ICT머더징이슈발굴 시스템을 통한 2021년 월간 반도체 산업 동향	노희용	2022-01-15
21-24호	2021년 방송산업 실태조사 결과 주요 내용	노희용, 정용찬, 노희윤, 오윤석, 김여울	2021-12-30
21-23호	2021년 한국미디어패널 조사결과 주요 내용	고세란, 김윤화, 오윤석	2021-12-15
21-22호	코로나19가 ICT 산업에 미치는 영향 분석: 생산지수와 BSI를 중심으로	고동환	2021-11-30
21-21호	중장년층의 미디어 비판적 이해능력과 자아존중감	장지연	2021-11-15
21-20호	연령대별 SNS 이용행태에 따른 잠재프로파일 유형에 관한 연구	임정하, 김경민, 송지은, 최정원	2021-10-30
21-19호	개인적 특성, 환경적 요인, 시간대와 요일효과를 고려한 OTT 선택 요인 분석: TV vs. OTT	이창준	2021-10-15
21-18호	MZ세대의 미디어 이용행태	고세란	2021-09-30
21-17호	메타버스 인식 변화 분석: 경제인문사회연구회 빅데이터 플랫폼을 활용하여	노희용	2021-09-15
21-16호	지상파 TV 방송 시청 고객 생존분석	김경훈	2021-08-30
21-15호	개인방송 이용 행태 및 이용자 특성 분석	이선희	2021-08-15
21-14호	ICT뉴스심리지수 의미와 시사점	고동환	2021-07-30
21-13호	Naive ontology로 본 온라인동영상서비스(OTT)의 변화	노희용	2021-07-15
21-12호	클라우드 서비스 이용 추이 및 현황	고세란	2021-06-30
21-11호	OTT(온라인동영상서비스) 유·무료 이용행태 분석	김윤화	2021-06-15
21-10호	미디어 동시 이용행태 분석 - 스마트폰을 중심으로	오윤석	2021-05-30
21-09호	스마트폰 무제한데이터요금제 가입자의 특성 분석	김욱준	2021-05-15
21-08호	코로나, 미디어 지형을 바꾸다	정용찬	2021-04-30
21-07호	뉴스 빅데이터로 본 OTT 이슈 변화	정하진	2021-04-15
21-06호	코로나19 전후 청소년의 미디어 이용행태 비교:초중고교생의 시간대별 이용 매체, 매체 이용 행위 및 장소를 중심으로	김도희	2021-03-30

KISDI ICT데이터사이언스연구본부

KISDI ICT데이터사이언스연구본부에서는 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

Q 조사 목적

빠르게 변화하는 미디어 환경에서 우리나라 가구와 가구 내 개인의 미디어 소비가 중장기적으로 어떻게 변화하는지를 파악

Q 조사 방법

가구 방문 일대일 면접조사

Q 조사 대상

전국 5,109 가구 및 해당 가구의 만 6세 이상 가구원 약 12,000 여명을 2011년부터 추적조사



방송산업 실태조사

Q 조사 목적

방송사업자의 종사자와 시설, 프로그램 제작과 수출입, 방송 편성 현황 등 방송산업 전반에 대한 실태 파악

Q 조사 방법

전수조사인터넷 설문조사

Q 조사 대상

과학기술정보통신부·방송통신위원회에 등록된 방송사업자



방송매체 이용행태 조사

Q 조사 목적

TV 수상기와 라디오, PC, 스마트폰 등 다양한 시청취매체에 대한 수용자의 인식과 시청 행태를 분석

Q 조사 방법

가구 방문 일대일 면접조사

Q 조사 대상

전국 4,200가구, 13세 이상 가구원 전원 조사

KISDI STAT 사이트 및 미디어 통계수첩 소개

미디어통계포털(KISDI STAT)

미디어통계포털(KISDI STAT)은 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.

미디어 통계수첩(2022년 발간)

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



▲ 클릭하면 사이트로 이동



▲ 클릭하면 사이트로 이동