

청년은 정보 활용격차에서 자유로운가? - 한국 2030 청년세대의 모바일 정보 활용에 관한 연구 - Is the Youth Generation Free from the Digital Divide? -A Study on the Utilization of Mobile Information of the 2030 Youth Generation in Korea-

김설인, 구혜경
충남대학교 소비자학과

Seolihn Kim(cture513@naver.com), Hye-Gyoung Koo(sophiak@cnu.ac.kr)

요약

본 연구는 2030 청년세대의 모바일 정보 활용수준에 따라 집단을 유형화하고, 유형별 소비자역량과 생활 만족도에 차이가 있는지 실증하고자 하였다. 그리고 세대 내 정보격차에 영향을 미칠 수 있는 요인을 파악하고자 하였다. 이를 위해 2018년 디지털 정보격차 실태조사 원자료를 활용하여 총 1779부의 유효데이터를 분석하였다. 연구결과, 2030 청년세대의 정보 활용요인은 '개인의 정보활동', '공유활동', '생활서비스', '사회참여', '정보 및 네트워킹', '경제활동'으로 도출되었다. 정보 활용수준에 따라 소비자는 준거집단(46.5%), 고효용집단(27.2%), 저활용집단(26.3%) 3가지로 유형화되었으며, 유형별 인구통계학적 특성, 소비자역량, 생활 만족도에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 그리고 준거집단과 비교하여, 고효용집단과 저활용집단의 정보격차에 영향을 미칠 수 있는 요인을 확인하였다. 본 연구는 2030 청년세대 내 정보 활용수준이 유의한 차이가 있음을 확인하고, 이러한 차이가 정보격차로 이어질 가능성을 피력하였다는 것에 의의가 있다. 청년세대 역시 정보격차의 대상이 될 수 있으며, 향후 정책이나 교육에서도 청년세대 정보격차에 대한 발전된 차원의 논의가 필요할 것이다.

■ 중심어 : | 2030 청년세대 | 정보격차 | 준거집단 | 고효용집단 | 저활용집단 | 소비자역량 | 생활만족도 |

Abstract

This study aim to demonstrate and categorize the status of level of mobile information utilization of the 2030 youth generation, and to identify factors that may affect the digital divide within the generation. For this purpose, 1779 data were analyzed using materials for the 2018 digital divide survey in Korea Ministry of Science and ICT. According to the level of information utilization, the consumers were categorized into three types : reference group (46.5%), high utilization group (27.2%), and low utilization group (26.3%). There were statistically significant differences in demographics variable, consumer capabilities, living satisfaction by type of consumer. In addition, the factors influencing the digital divide of the high utilization group and low utilization group were identified compared to the reference group. It is meaningful that this study confirmed the actual gap of information utilization and raised the possibility of the digital divide within the 2030 youth generation.

■ keyword : | 2030 Youth Generation | Digital Divide | Reference Group | High Utilization Group | Low Utilization Group | Consumer Capabilities | Living Satisfaction |

* 본 연구는 충남대학교 연구장려장학금에 의해 지원되었습니다.

접수일자 : 2020년 09월 03일
수정일자 : 2020년 10월 19일

심사완료일 : 2020년 10월 20일
교신저자 : 구혜경, e-mail : sophiak@cnu.ac.kr

I. 서론

정보격차는 정보화의 대표적인 역기능으로 경제 수준 양극화 이외에 정보의 양극화는 중요한 사회적 문제로 인식된다[1]. 4차 산업혁명 시대에서 정보의 활용도는 소비자의 삶의 질과 직결되며, 스마트폰 보급률이 95%에 이르는 우리나라의 경우 정보격차에 대한 논의는 개인 컴퓨터(PC) 차원에서 모바일 격차로까지 복잡해지고 있다. 물리적 접근성 격차 이외에 이해, 활용, 참여 등 질적 격차의 중요성을 강조하는 것이다[2].

단순한 정보이용을 넘어 주체적이고 능동적으로 정보를 활용하는가에 대한 관점이 중요해진 만큼, 정보격차에 대한 논의 또한 소비자의 정보 활용 역량에 대한 접근으로 확장될 필요가 있다. 현재 우리나라는 과학기술통신부 주관으로 정보격차 실태조사를 실시하며, 고령자, 장애인, 북한이탈주민, 다문화가족 등을 정보 취약계층으로 보고 있다[3]. 취약계층을 고려하기 위한 정책적 접근이지만, 이는 역설적으로 정보격차 문제가 취약계층에서만 발생한다는 인식을 고착화할 우려가 있다. 실제 오늘날의 정보격차는 고도화되고 복잡해지고 있다. 취약계층으로 분류되지 않는 일반 소비자 중에서도 정보역량이 충분한 계층과 부족한 계층이 존재할 수 있으며, 이들 계층 간의 정보 활용수준의 차이는 새로운 형태의 정보격차로 이어질 수 있다.

특히 정보통신 기술을 익숙하게, 잘 활용하고 있다고 여겨지는 2030 청년세대의 경우, 정보 활용수준이 가장 높은 집단으로 인식되어 이에 대한 논의가 부족한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 2019년에 발표된 2018년 디지털 정보격차 실태조사 원자료를 활용하여 2030 청년세대의 모바일 정보 활용수준의 차이를 파악하고, 정보 활용수준에 따른 집단별 정보활동 및 생활 만족도 등을 확인하고자 하였다. 이를 통해 2030 청년세대 내 정보 활용수준 차이가 새로운 정보격차로 이어질 가능성에 대해 탐색하고, 향후 정책이나 교육에서 청년 정보격차에 관한 사전적 대응방안을 제안하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 정보격차의 개념

정보격차(digital divide)라는 용어는 1995년 뉴욕 타임즈의 저널리스트인 Gray Andrew Pole의 기사에서 처음 등장하였다[4]. 그리고 미국 NTIA (National Telecommunications and Information Administration)의 디지털 격차 해소에 대한 보고서에서 '전화, 컴퓨터, 인터넷 등의 디지털 기기를 통해 신기술에 접근할 수 있는 사람과 그렇지 못한 사람 간의 격차'로 정의되면서 보편화 되었다[5]. OECD(2001)는 디지털 정보격차를 '사회경제적 여건으로 인해 개인이나 집단 간에 발생하는 정보통신기술 접근기회 및 인터넷의 이용에서의 차이'로 정의하고 있다[6]. 우리나라는 정보격차를 국가정보화기본법(법률 제12844호) 제3조 제9항을 통해 '사회적, 경제적, 지역적 또는 신체적 여건으로 인하여 정보통신서비스에 접근하거나 정보통신서비스를 이용할 수 있는 기회에 차이가 생기는 것'으로 규정하고 있으며, 이를 해소하기 위하여 2001년 정보격차해소에 관한 법률을 제정하였다[7]. 그리고 2002년부터 정보격차 실태조사를 매년 진행하고 있다[3].

정보격차에 대한 학문적 개념 정의는 학자에 따라 차이가 있다. Warren(2007)은 ICT의 수용으로 인해 구분되는 계층이 피해를 보고, 통제할 수 없는 격차가 발생하는데, 이를 정보격차라고 정의하였다[8]. Belanger & Carter(2009)는 정보를 가진 사람과 가지지 못한 사람 사이에 정보격차가 나타나고, 이는 컴퓨터 이용 가능 여부에 따라 발생하며 정보격차는 기술에 대한 접근성·친밀성의 두 가지 장애 요인으로 구성된다고 주장하였다[9]. 서이중(2000)은 정보에 대해 불평등한 접근 혹은 활용이 정보격차라고 정의하였으며, 정보화 사회에서는 네트워크를 기반으로 정보의 교류가 이루어지기 때문에 네트워크에 접근이 가능한 사람과 그렇지 못한 사람 사이에는 차이가 있을 수 있다고 하였다[10].

정보기술의 발달 수준에 따라 정보격차의 개념도 달라진다. 초기에는 PC 및 인터넷에 대한 접근성 개념에서 시작되었다면, 스마트폰의 보급이 보편화되면서 모바일 격차라는 개념이 등장하였다. 기존의 PC 기반 정보격차는 크게 해소되고 있지만, 모바일 영역에서 정보격차가 더욱 벌어진다는 문제 제기도 있다[11]. 김호기 외(2011)는 스마트폰의 등장 및 확산이 2차적 격차를

야기한다고 주장하였다[12]. 스마트폰 보유 여부에 따른 격차에서 나아가 스마트폰을 실제 이용하는 정도와 스마트폰 이용에 대한 인식의 차이로 인해 이용자들 사이에서 이중적 격차가 일어난다는 것이다. 이처럼 오늘날 정보화의 흐름이 PC 기반의 인터넷에서 모바일로 전환됨에 따라, 한국정보화진흥원에서는 새로운 현황을 반영하기 위한 신(新) 정보격차 지수를 개발하여 2012년도 이후 정보격차 실태조사에 반영하고 있다[1][3].

결국, 현대 사회에서의 정보격차는 기기의 보유 여부를 넘어 활용능력과 태도 등을 복합적으로 고려한 맥락에서의 차이에 초점을 맞추어야 하며, 접근성 측면의 취약계층 이외에 정보계층 소비자집단 내에서도 질적 정보격차에 대한 고려가 필요하다.

2. 정보격차 프레임의 변화

과거에는 경제적 계층이나 성별, 연령대 등에서 지식과 정보에 대한 접근성이 불균형하게 나타나는 현상을 정보격차라고 지칭하였으나, 정보기술이 확산함에 따라 그 의미 또한 확장되고 있다[13].

Molnar(2003)는 인터넷 확산에 따른 디지털 격차의 양상을 초기 도입기(early adaptation), 도약기(take-off), 포화기(saturation)로 분류하였다. 초기 도입기에는 ICT에 접근할 수 있는 사람과 그렇지 못한 사람 사이에 접근격차(access divide)가 생기며, 이는 주로 소득수준이나 교육수준, 주거형태, 연령 등에 의해 영향을 받는다[4]. 도약기는 ICT 인프라의 확충으로 인해 인터넷에 접근 가능한 인구가 급격히 증가하여, 접근성에 의한 격차보다는 ICT 기술을 이용하고 활용하는 역량에 의한 차이가 더욱 중요해졌다. 그리고 포화기에는 ICT 이용의 질적 차이에 의한 격차가 존재한다고 보았다.

김문조와 김종길(2002)은 과거 정보격차의 원인은 일반적으로 계층, 성별, 세대, 지역의 차이, 그리고 정보기기 접근성이었으나, 최근에는 다양한 매체에 대한 접근성, 정보 동원력, 정보를 잘 사용하고자 하는 의식 및 수용 태도와 같은 정보 의식 등이 정보격차에 영향을 미친다고 보았다[14]. Van Dijk(2006)는 2000년부터 2005년까지의 정보격차 관련 연구들을 포괄적으로 고찰한 연구에서 정보격차에 대한 접근개념을 동기적 차

원(motivational access), 물질적 차원(material access), 기술적 차원(skill access), 이용 차원(usage access)이라는 4가지 차원으로 제시하였다[15]. 그리고 대부분 국가에서 물리적 차원의 접근격차는 줄어들고 있지만, 디지털 기술능력과 활용격차는 유지되거나 오히려 더 심화하고 있음을 밝힌 바 있다. 민영(2011) 역시 정보격차의 맥락을 3가지로 구분하여 설명하였다[2]. 교육과 소득 격차로 인한 접근성 문제, 연령별 격차로 인한 활용성 문제, 그리고 인터넷 등을 매개로 정보를 생산하고 사회적 상호작용을 하는 역량과 관련된 참여 수준 측면의 문제로 본 것이다. 결국, 정보격차의 맥락을 기기 접근성 문제에서 양적, 질적 활용의 수준, 그리고 참여의 수준으로 확장시켜야 한다는 주장이다.

모바일 격차의 측면에서 살펴볼 때, 우리나라의 스마트폰 보급률은 거의 100%에 육박하고 있다. 따라서 스마트폰뿐만 아니라 태블릿PC나 노트북 등 모바일 환경에서의 정보 관련 기기에 대한 접근성 및 활용성, 정보 활용 관련 긍정적 태도와 의지, 그로 인한 생활의 질적 수준 향상 등을 포괄적으로 고려하여 정보격차에 관한 논의를 하는 것이 타당할 것으로 보인다.

3. 정보격차 관련 요인

정보격차 관련 연구는 주로 고령자나 저소득층 등 정보 소외계층에서 나타나는 정보격차의 현황을 파악하는 기초적 연구가 진행되어 왔다[14][16][17]. 이러한 연구들은 주로 정보의 접근이나 이용격차에 초점을 맞추고 있다. 먼저 정보의 접근격차 관련 연구는 인구통계학적 요인이나 사회경제적 측면에서 발생 요인을 찾는 연구들이 주를 이루었다. 심상완과 김정식(2001)은 컴퓨터와 인터넷 이용 여부에 있어 연령과 교육수준, 가구소득에 따라 집단 간 격차가 심화되고 있음을 밝혔으며[18], 이향수와 이성훈(2018)은 농어민을 대상으로 한 정보격차와 소득 격차 간의 관계를 밝혔다[19].

정보의 이용격차 관련 연구는 정보기기에 대한 접근성이 아니라 사용자들이 이를 삶의 이기로서 수용하는지의 여부가 더 중요한 것으로 나타났다. 김태환과 이상용(2017)의 연구는 국내 모바일 인터넷 환경에서 이용자의 인지적 가치 차이를 발생시키는 정보격차의 가장 큰 요인이 접근성이라는 것을 확인한 바 있다[20].

즉, 보편적으로 정보기기를 소유하고 적극적으로 활용하는 것이 정보격차 해소를 위한 관건으로 부상하였다. 이에 따라 사용자의 '디지털 리터러시'에 관한 관심이 높아졌는데[21], 디지털 리터러시란 디지털을 읽고 쓸 줄 아는 능력을 의미한다. 과거에는 협의의 의미로 정보를 이해하는 능력 수준으로 정의하였으나, 최근에는 분석하고 활용하는 역량에 대한 관점으로 확장되고 있다. 디지털 리터러시 교육협회는 디지털 리터러시가 현대 사회에 필요한 생존능력이라고 하였으며, 디지털 리터러시 교육을 통해 세상에 넘쳐나는 허위정보를 스스로 구별해내고 판단하는 능력을 갖출 수 있다고 하였다[22]. 나아가 공동체 정신을 함양하여, 자신의 디지털 활용능력을 본인과 타인에게 이롭게 사용할 줄 아는 태도를 형성할 수 있다고 하였다.

정보 활용격차 관련 연구는 집단 간 차이를 양적으로 규명하는 연구에서 집단 내의 질적 수준 차이를 보는 연구로 변화해왔다[13][23][24]. 이에 따라 정보 활용에 있어 개인의 심리나 태도 등을 함께 고려하는 연구가 진행되었다[21][25][26]. 특히, 박웅기와 박윤정(2009)은 부모와 자녀의 인터넷 자기효능감 차이가 인터넷 정보격차에 미치는 영향을 밝혔으며, 이는 부모세대에서 더욱 크게 나타났다[27]. 이때 자기효능감이란 스스로 디지털 기기를 잘 다루고, 정보를 잘 활용하고 있다고 여기는 것으로 소비자의 주관적 역량으로 볼 수 있다[28].

4. 소비자의 정보역량

정보격차에 대한 논의가 발전해옴에 따라, 단순한 정보이용을 넘어 주체적이고 능동적으로 정보를 활용하는가에 대한 관점, 즉 소비자의 정보역량이 중요해졌다. 역량은 인지적 측면의 지식, 정의적 측면의 태도, 실천적 영역의 기술로 구성되며, 이때 디지털 리터러시는 소비자의 정보역량 중 지식역량으로 볼 수 있다. 따라서 정보격차에 대한 지식역량을 갖추는 것은 기술과 태도역량 형성, 즉 정보기기의 접근성을 넘어 정보의 활용능력과 생활활과의 접목, 그로 인한 생활의 질 향상 등에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다는 것이다[29]. 이에 본 연구는 소비자의 정보역량을 디지털 역량의 개념으로 접근하였다.

김판수 외(2014)는 디지털 기기를 잘 다루는 고령층일수록 행복감이 높아진다는 연구결과를 통해 고령층의 정보격차 해소방안으로 디지털 기기 활용 교육 활성화의 필요성을 제시하고, 디지털 기기 유저 인터페이스(UI)의 단순화, 직관적인 디자인의 유도 등을 제안한 바 있다[30]. 이는 집단 내에서 정보 활용수준에 따라 만족도와 행복감이 달라진다는 점을 실증한 연구이다. 이에 고령층뿐만 아니라 2030 세대 내에서의 정보 활용수준의 차이는 어떠한지, 이에 따라 소비자의 역량이나 삶의 만족도 수준 역시 차이를 보이는지 등을 실증하는 것은 중요한 시도일 것이다.

III. 연구방법

1. 연구문제 및 활용 자료의 특성

본 연구는 2030 청년세대의 정보 활용수준을 비교하고, 그에 따른 청년세대 내 정보격차 가능성을 탐색하고자 하였다. 이를 위해 2030 청년세대의 질적 정보격차 측면에서 접근하였으며, 특히 소비자의 정보역량 개념에 초점을 맞추었다. 구체적인 연구문제는 다음과 같다. 첫째, 청년소비자의 정보 활용 관련 특성은 어떻게 구분되는가? 둘째, 정보 활용수준에 따라 청년소비자는 어떻게 유형화되는가? 셋째, 소비자 유형별로 인구통계학적 특성, 소비자역량, 생활 만족도에 차이가 있는가? 넷째, 청년세대 내 정보 활용격차에 영향을 미칠 수 있는 요인은 무엇인가?

연구목적의 달성을 위하여 활용한 자료는 2018년 정보격차 실태조사 원자료이다. 우리나라는 2002년부터 국가정보화기본법 및 국가정보화기본법 시행령에 근거하여 정보격차 실태조사를 실시하고 있다[8]. 조사 주체인 한국정보화진흥원은 정보격차를 디지털 정보화 수준으로 정의하고 PC뿐만 아니라 모바일 기반의 정보격차 수준 및 특성을 '접근', '역량', '활용'의 3개 차원으로 측정하고 있다. '접근'은 기기의 보유 및 인터넷 사용 가능 여부를 의미하며 '역량'은 기본 이용능력의 측정, 그리고 '활용'은 양적, 질적 활용도를 의미한다.

2. 활용 척도의 개요

본 연구에서는 2018 디지털 정보격차 실태조사 원자료 중, 2030 청년세대들의 데이터 1779개를 추출하여 분석에 활용하였다. 구체적으로 분석에 활용한 변수는 '접근, 역량, 활용' 등의 차원을 고려하여 추출하였으며 다음의 [표 1]에 구체적으로 제시하였다.

먼저, 스마트폰을 이용하는 2030 청년들의 정보 활용수준에 초점을 맞추어 탐색하고자 하였다. 따라서 '활용' 중 이용 다양성 및 심화 정보 활용에 관한 문항, 그 중에서도 모바일 기준 항목만을 측정 변수로 채택하였다. 그리고 양적 격차의 관점에서 정보 접근성의 경우 이미 스마트폰 보유율이 높은 상황이므로 스마트폰 외 스마트 기기 보유에 대한 문항을 통해 정보 접근 이외의 정보역량 중 기술 측면의 역량을 파악할 수 있을 것으로 보았다.

이용 태도는 새로운 기술을 접할 때 소비자의 자신감, 태도 등에 관한 항목으로, 태도 5개 항목과 이용자 신감 6개 항목으로 구성되어 있다. 각 추출 문항의 신뢰도 측정 결과, 이용 태도의 Cronbach's α 값은 0.793으로 나타났고 이용 자신감의 경우 온라인 교육 수강에 대한 문항을 제외하였을 때 Cronbach's α 값이 0.735로 나타났다. 따라서 본 연구에서는 해당 문항을 제외하고 총 5개 문항을 분석에 활용하였다.

미래사회 태도는 미래사회에 대한 기대 및 불안에 관한 항목으로 본 연구에서는 미래사회 기대 5개 항목과 미래사회 불안 5개 항목으로 구분하였다. 신뢰도 측정 결과 미래사회 기대의 Cronbach's α 값은 0.635였으며, 미래사회 불안의 Cronbach's α 값은 0.786으로 나타나 신뢰성을 확보하였다.

마지막으로 미래기술역량의 3개 변수는 지능정보기술(음성비서, 혼합현실, 자율주행 자동차, 블록체인, 스마트홈, 드론, 생체인증)에 대한 인지도, 사용 경험, 필요 인식에 대한 항목으로, 본 연구에서는 각 기술에 대한 응답 외에 7개 기술의 합산값 및 평균값을 새로운 변수로 재코딩하여 추가로 분석에 활용하였다.

표 1. 활용 척도의 개요

구분		세부 측정 내용		척도
정보 활용 수준	이용 다양성	검색 및 이메일, 콘텐츠 서비스, 사회관계 및 정보공유 서비스, 생활서비스 등 14개 항목		4점 리커트
	심화 정보 활용	정보생산 및 공유, 네트워킹, 사회참여, 경제활동 등 12개 항목		
소비자 역량	디지털 역량	지식	미래사회 관심 지식	4점 리커트
		기술	스마트 기기 보유	Y/N
	태도	이용 동기	정보습득, 대인관계, 오락거리, 자기개발, 의견표명 등 5개 항목	4점 리커트
		이용 태도	디지털 기기에 대한 이용 태도 및 이용 자신감 등 11개 항목	
	미래기술 역량	태도	미래사회 태도	미래 지능정보사회 이슈에 대한 기대 및 불안 등 10개 항목
지식		미래기술 인지도	지능정보기술(음성비서, 혼합현실, 자율주행 자동차, 블록체인, 스마트홈, 드론, 생체인증)에 대한 인지도, 사용 경험 및 필요도	
기술		미래기술 사용 경험		
태도	미래기술 필요 인식		4점 리커트	
생활 만족도	부분별 만족도	여가 및 문화, 경제적 여건, 사회활동, 대인관계, 가족관계, 내가 하는 일, 신체 및 정신 건강, 정치 및 정부 활동 등 8개 영역		4점 리커트
	전반적 만족도	삶에 대한 전반적 만족도		7점 리커트
인구통계학적 특성		성별, 연령, 최종학력, 월평균 가구소득, 직업, 현재 거주지		명목

IV. 연구결과

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성은 [표 2]와 같다. 성별은 남성이 61.5%, 여성이 38.5%였으며, 연령은 25~29세와 35~39세가 각각 29.5%로 가장 높은 비율을 보였고, 20~24세(22.0%), 30~34세(19.1%) 순으로 나타났다. 학력은 59.2%가 대졸 이상이었으며, 월평균 가구소득은 '350만 원~499만 원'(37.8%)과 '200만 원~350만 원'(28.8%)의 순서로 나타났다. 직업은 '사무/기술직'이 37.3%로 가장 높았고, 다음은 '판매·서비스직'(33.9%), '주부/학생'(22.5) 등의 순이었다. 거주지는 '서울·인천·경기'가 31.5%로 가장 높았다.

표 2. 조사대상자의 일반적 특성

구분		n(%)	구분		n(%)	
성별	남성	1094(61.5)	최종 학력	중졸 이하	12(0.7)	
	여성	685(38.5)		고졸	714(40.1)	
연령	20-24	391(22.0)	서울-인천-경기	대졸 이상	1053(59.2)	
	25-29	524(29.5)		강원	561(31.5)	
	30-34	340(19.1)			대전-세종-충청	83(4.7)
	35-39	524(29.5)				현재 거주지 (광역시·도)
월평균 가구 소득	200만 원 미만	73(4.1)	광주-전라	255(14.3)		
	200-349만 원	512(28.8)	대구-경북	213(12.0)		
	350-499만 원	672(37.8)	부산-울산-경남	321(18.0)		
	500만 원 이상	518(29.1)	제주	52(2.9)		
직업	결측	4(0.2)	(시·군·읍면)	시	1576(88.6)	
	경영/관리/전문직	55(3.1)		군	203(11.4)	
	사무/기술직	664(37.3)		동	1392(78.2)	
	판매·서비스직	603(33.9)		읍면	387(21.8)	
	주부/학생	400(22.5)				
	무직	42(2.4)				
	기타	15(0.8)				

2. 정보 활용 관련 특성에 대한 요인분석

2030 청년세대의 정보 활용수준을 확인하기 위하여, 요인분석을 통해 활동성향에 따른 정보활동 요인을 도출하였다. 요인적재량이 0.5 이하인 변수를 제거하여 요인분석을 반복적으로 실시하였으며 최종 요인분석의 결과는 [표 3]과 같다. 요인분석 결과, KMO 값이 0.5 이상이며, Bartlett의 구형성 검증의 유의확률이 0.001 미만으로 요인분석에 적합한 수준의 변수 간 상관관계가 존재한다고 볼 수 있다.

청년세대의 정보활동은 총 6개의 요인으로 구분되었다. 먼저 이용 다양성의 경우, 첫 번째 요인은 정보 및 뉴스 검색, 메신저 이용, 교통정보 및 지도 검색, 송금 등 금융거래 등으로 '개인의 정보활동'으로 명명하였다. 두 번째 요인은 개인 블로그 등 SNS 활용이나 커뮤니티 활동, 클라우드 서비스 이용 등 '공유활동'으로 명명하였다. 세 번째 요인은 행정서비스 및 생활복지 서비스의 활용으로 '생활서비스'로 명명하였다. 이상의 세 가지 요인은 스마트폰으로 할 수 있는 다양한 정보활동으로 볼 수 있으며, 비교적 쉽게 활용 가능한 일반적인 활동으로 볼 수 있다.

심화 정보 활용의 경우, 첫 번째 요인은 공공이슈 의견표명이나 민원제기 등으로 '사회참여' 요인으로 명명하였으며, 두 번째 요인은 정보의 생산 및 수정, 정보의 공유, 새로운 관계 소통 목적 등으로 '정보 및 네트워크'

으로 명명하였다. 마지막 요인은 취업이나 이직 활동, 마케팅 활동, 비용 절감 활동 등으로 경제적 혜택을 위한 '경제활동'으로 보았다. 이상의 세 가지 요인은 전술한 요인 대비 심화적 활동으로 볼 수 있으며, 생활 편의를 위한 활동이라기보다는 조금 더 적극적인 수준의 정보활동이라고 할 수 있겠다. 모든 요인의 Cronbach's α 값은 0.688 이상으로, 구성된 요인의 내용이 타당성과 신뢰성을 확보하였다.

표 3. 청년세대 정보활동 요인분석 결과

요인	측정항목	요인 적재값	신뢰도
이용 다양성	개인의 정보 활동	문8)활동_1) 정보 및 뉴스 검색	0.634
		문9)활동_2) 메신저	0.691
		문10)활동_1) 교통정보 및 지도	0.665
		문10)활동_2) 제품구매 및 예약예매	0.643
		문10)활동_3) 금융거래	0.599
	공유 활동	문9)활동_1) SNS	0.568
		문9)활동_3) 개인 블로그	0.813
		문9)활동_4) 커뮤니티	0.783
		문9)활동_5) 클라우드 서비스	0.568
		생활 서비스	문10)활동_4) 행정서비스
	문10)활동_5) 생활복지서비스	0.856	
심화 정보 활용	사회 참여	문13)활동_1) 공공이슈 의견표명	0.751
		문13)활동_2) 정책제안 및 민원제기	0.877
		문13)활동_3) 기부 및 봉사	0.845
		문13)활동_4) 투표 및 여론조사	0.758
	정보 및 네트워크	문11)활동_1) 정보생산 및 수정	0.711
		문11)활동_2) 정보공유	0.785
		문12)활동_1) 기존관계유지 친밀 목적	0.688
	경제 활동	문12)활동_2) 새로운 관계 소통 목적	0.735
		문14)활동_1) 취업 이직 활동	0.661
		문14)활동_2) 마케팅 활동	0.605
	문14)활동_3) 소득 유지증대 활동	0.833	
	문14)활동_4) 비용 절감 활동	0.780	

3. 정보 활용수준에 따른 청년소비자 유형화

정보활동 요인분석 결과에 따라 청년세대의 정보 활용수준을 유형화하였다. K-평균 군집분석을 실시하여 다양한 군집 유형을 도출하고 탐색한 결과 3개 유형으로 최종 구분하였다[표 4].

군집별 구성비는 군집1이 828명(46.5%)으로 가장 큰 비율을 차지하였으며, 이는 일반적으로 기대하는 청년들의 정보 활용수준 집단으로 볼 수 있다. 군집2는 484명(27.2%), 군집3은 467명(26.3%)로 나타났다. 따라서 군집 1을 준거집단으로 두고, 준거집단과 비교하여 정보 활용수준이 높은 군집2를 고효용집단, 정보 활용수준이 낮은 군집3을 저활용집단으로 명명하였다.

표 4. 정보 활용수준에 따른 소비자 유형화

군집 (M(SD))	2030 청년소비자 정보 활용수준				F	
	군집1 (n=828) 46.5%	군집2 (n=484) 27.2%	군집3 (n=467) 26.3%	전체 (n=1779)		
군집명	준거 집단	고활용 집단	저활용 집단			
이용 다양성	개인의 정보활동 ^{a)}	3.47 (0.42) b	3.54 (0.40) c	3.07 (0.57) a	3.39 (0.49)	970.733 ***
	공유 활동	2.63 (0.59) b	3.01 (0.62) c	1.97 (0.57) a	2.56 (0.71)	378.273 ***
	생활 서비스 ^{a)}	1.82 (0.67) b	2.84 (0.68) c	1.36 (0.52) a	1.98 (0.85)	1056.588 ***
심화 정보 활용	사회참여 ^{a)}	1.71 (0.57) b	2.81 (0.64) c	1.26 (0.37) a	1.89 (0.81)	1055.682 ***
	정보 및 네트워킹 ^{a)}	3.05 (0.49) b	3.35 (0.46) c	2.26 (0.61) a	2.93 (0.66)	989.791 ***
	경제활동 ^{a)}	2.25 (0.61) b	2.95 (0.57) c	1.51 (0.51) a	2.25 (0.78)	1060.069 ***

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

a) Welch ANOVA의 검정통계량 / a, b, c는 Scheffe의 사후검정 결과

청년들의 평균 정보 활용수준을 살펴보면, 이용 다양성은 '개인의 정보활동(3.39)'이 가장 높았으며 '생활서비스(1.98)'가 가장 낮았다. 심화 정보 활용은 '정보 및 네트워킹(2.93)'이 가장 높고 '사회참여(1.89)'가 가장 낮게 나타났다. 점수 분포가 1(전혀 이용 안 함)~4(자주 이용함) 사이임을 고려했을 때, 정보 자체를 탐색하고 공유하는 활동은 전반적으로 잘 활용하고 있으나, 생활과 밀접한 부분에서의 정보 활용은 매우 저조한 수준인 것으로 보인다.

군집별 특성은 전체 요인이 고활용집단, 준거집단, 저활용집단 순으로 차이가 나타났으며, 집단별 차이는 모두 통계적으로 유의했다. 특히, '생활서비스'와 '사회참여'는 고활용집단의 활용수준이 2.84점, 2.81점으로 나타나 다른 집단 대비 매우 높은 활용도를 보였고, 저활용집단의 '경제활동' 정보 활용수준은 1.51점으로 거의 활용하지 않는 것으로 나타났다. 이는 청년세대의 정보 활용수준의 차이가 일상생활과 매우 밀접한 부분에서 나타나고 있음을 시사한다.

4. 청년소비자 유형별 특성

4.1 소비자 유형별 소비자 미래기술 역량

2030 청년소비자의 유형별 인구통계학적 특성을 확

인하고자 교차분석을 수행하였다[표 5]. 분석 결과 성별을 제외한 연령, 최종학력, 월평균 가구소득, 현재 거주지에서 집단 간에 통계적으로 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

표 5. 유형별 인구통계학적 특성

구분 (N(%))	정보 활용수준			전체 n=1779	X ²	
	준거 집단 (n=828) 46.5%	고활용 집단 (n=484) 27.2%	저활용 집단 (n=467) 26.3%			
성별	남자	506(46.3)	297(27.1)	291(26.6)	1094(100)	0.187
	여자	322(47.0)	187(27.3)	176(25.7)	685(100)	
연령	20-24	214(54.7)	93(23.8)	84(21.5)	391(100)	29.958 ***
	25-29	241(46.0)	144(27.5)	139(26.5)	524(100)	
	30-34	167(49.1)	101(29.7)	72(21.2)	340(100)	
	35-39	206(39.3)	146(27.9)	172(32.8)	524(100)	
최종학력	중졸 이하	1(8.3)	5(41.7)	6(50.0)	12(100)	12.948 *
	고졸	345(48.3)	172(24.1)	197(27.6)	714(100)	
	대졸 이상	482(45.8)	307(29.2)	264(25.1)	1053(100)	
월평균 가구소득	200만 원 미만	32(43.8)	25(34.2)	16(21.9)	73(100)	23.388 **
	200-349만 원	221(43.2)	130(25.4)	161(31.4)	512(100)	
	350-499만 원	299(44.5)	187(27.8)	186(27.7)	672(100)	
	500만 원 이상	276(53.3)	139(26.8)	103(19.9)	518(100)	
현재거주지	서울·인천·경기	224(39.9)	215(38.3)	122(21.7)	561(100)	126.715 ***
	강원	34(41.0)	32(38.6)	17(20.5)	83(100)	
	대전·세종·충청	144(49.0)	63(21.4)	87(29.6)	294(100)	
	광주·전라	155(60.8)	42(16.5)	58(22.7)	255(100)	
	대구·경북	124(58.2)	25(11.7)	64(30.0)	213(100)	
	부산·울산·경남	134(41.7)	78(24.3)	109(34.0)	321(100)	
제주	13(25.0)	29(55.8)	10(19.2)	52(100)		

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

각 집단의 연령 구성비를 비교한 결과, '20대 초중반'은 준거집단에 속한 비율 비교적 높게 나타났다. '20대 중후반'은 전반적으로 고른 분포를 보였으며, '30대 초중반'은 고활용집단에 속한 비율이 높고 저활용집단에 속한 비율은 낮았다. '30대 중후반'의 경우 저활용집단에 속한 비율이 높았으며, 준거집단에 속한 비율은 낮게 나타났다.

최종학력의 경우, 고활용집단의 '대졸 이상' 소비자가 다른 집단 대비 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 가구소득과 군집 간 관계를 확인한 결과, 저활용집단의 경우 월평균 가구소득이 '500만 원 이상'인 소비자의

비율이 상대적으로 낮게 나타났다. 반면, '200만 원 이상 350만 원 미만'인 소비자의 비율은 다른 집단 대비 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

마지막으로 현재 거주지는 '서울·인천·경기'에 거주하는 고활용집단의 소비자가 215명(44.4%)으로 나타나 상대적으로 매우 높은 비율을 보였다. 반면, 저활용 집단은 다른 집단 대비 '부산·울산·경남' 지역에 거주하는 소비자 비율이 상대적으로 높음을 확인하였다. 이는 청년세대 정보 활용수준의 차이가 수도권에서 지방으로 정보가 퍼져나가는 사회 구조적 요인에서 비롯된 것으로 해석할 수 있다.

4.2 소비자 유형별 소비자 디지털 역량

4.2.1 소비자 디지털 지식역량

정보 활용수준에 따라 지식역량에 차이가 있는지 살펴보기 위해 분산분석한 결과, 소비자 유형 간에 지식역량의 유의한 차이가 확인되었다[표 6].

미래사회 관심 지식은 지능정보사회나 4차 산업혁명, 인공지능 등에 대해 알고 있는지를 확인하는 질문으로, 저활용집단이 다른 두 집단에 비해 유의하게 낮은 것으로 나타났다.

표 6. 유형별 소비자 디지털 지식역량

구분 (M(SD))	정보 활용수준			전체 n=1779	F
	준거 집단 (n=828)	고활용 집단 (n=484)	저활용 집단 (n=467)		
	46.5%	27.2%	26.3%	100%	
미래사회 관심 지식 ^{a)}	2.70(0.63) b	2.77(0.65) b	2.54(0.64) a	2.68(0.64)	16.640 ***

^{a)} p<.05, **p<.01, ***p<.001
a) Welch ANOVA의 검정통계량 / a, b, c는 Scheffe의 사후검정 결과

4.2.2 소비자 디지털 기술역량

정보 활용수준에 따라 기술역량에 차이가 있는지 살펴보고자 교차분석을 수행하였다. [표 7]에 제시된 바와 같이, 소비자 유형 간에 유의한 역량 차이를 확인하였다.

스마트폰을 제외한 스마트폰 기기 보유의 경우, 전반적으로 '스마트패드(태블릿PC : 아이패드, 갤럭시탭 등)' 및 '스마트 주변기기(스마트워치, 스마트 헬스 밴드 등)'의 보유보다는 미보유 비율이 높게 나타났으며, 보유비율은 고활용집단, 준거집단, 저활용집단 순으로 높

게 나타났다. 특히, 스마트패드의 경우 고활용집단의 39.9%가 보유하고 있는 것으로 나타났다. 즉, 대체적인 청년들의 스마트기기 보유비율은 높지 않았으나, 고활용집단의 경우 두 항목 모두에서 다른 집단 대비 높은 기술역량을 가지고 있었다.

표 7. 유형별 소비자 디지털 기술역량

구분 (N(%))	정보 활용수준			전체 n=1779	X ²	
	준거 집단 (n=828)	고활용 집단 (n=484)	저활용 집단 (n=467)			
	46.5%	27.2%	26.3%			
스마트폰	보유	828(100)	484(100)	467(100)	1779(100)	-
	미보유	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	
스마트패드	보유	253(30.6)	193(39.9)	119(25.5)	565(31.8)	23.758 ***
	미보유	575(69.4)	291(60.1)	348(74.5)	1214(68.2)	
스마트주변기기	보유	40(4.8)	40(8.3)	22(4.7)	102(5.7)	7.888 *
	미보유	788(95.2)	444(91.7)	445(95.3)	1677(94.3)	

^{*}p<.05, ^{**}p<.01, ^{***}p<.001

4.2.3 소비자 디지털 태도역량

정보 활용수준에 따라 태도역량에 차이가 있는지 살펴보고자 분산분석을 수행하여 [표 8]에 제시하였다. 분석 결과, '미래사회 불안'을 제외한 모든 변수에서 유의한 역량 차이가 나타났다.

이용 동기의 경우, '대인관계 형성', '자기개발', '의견 표명'에 관한 동기는 집단 간 모두 유의한 차이를 보였으나, '정보탐색', '오락거리'에 대한 동기는 저활용집단이 다른 집단 대비 상대적으로 낮았다.

이용 태도는 '태도'와 '자신감' 모두 세 집단 사이의 유의한 차이가 나타났으며, 고활용집단이 가장 적극적이고 자신감이 높았다.

미래사회에 대한 태도의 경우, '미래사회기대'는 고활용집단, 준거집단, 저활용집단 순으로 유의한 차이를 보였으나, '미래사회 불안'에 대한 집단 간 차이는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

유형별 디지털 역량의 차이를 정리해보면, 기기 접근성과 관련된 기술역량은 고활용집단이 다른 집단보다 높은 역량을 보유하고 있으며, 지식과 태도에 관한 역량은 저활용집단이 다른 집단보다 낮은 역량을 보유하고 있다고 볼 수 있다.

표 8. 유형별 소비자 디지털 태도역량

구분 (M(SD))	정보 활용수준			전체 n=1779	F	
	준거 집단 (n=828)	고활용 집단 (n=484)	저활용 집단 (n=467)			
	46.5%	27.2%	26.3%			
이용 동기	정보습득 ^{a)}	3.28(0.54) b	3.35(0.53) b	3.08(0.52) a	3.25 (0.54)	33.825 ***
	대인관계 ^{a)}	3.01(0.76) b	3.18(0.73) c	2.74(0.83) a	2.98 (0.79)	37.824 ***
	오락거리	3.16(0.69) b	3.27(0.67) b	3.02(0.80) a	3.15 (0.72)	14.695 ***
	자기개발 ^{a)}	3.19(0.67) b	3.31(0.60) c	2.95(0.66) a	3.16 (0.66)	38.769 ***
	의견표명 ^{a)}	2.98(0.66) b	3.18(0.59) c	2.69(0.70) a	2.96 (0.68)	67.633 ***
이용 태도	태도	3.08(0.44) b	3.19(0.45) c	2.88(0.46) a	3.06 (0.46)	60.222 ***
	자신감 ^{a)}	3.14(0.45) b	3.24(0.44) c	2.91(0.50) a	3.11 (0.48)	63.035 ***
미래 사회 태도	기대	2.91(0.42) b	3.02(0.45) c	2.82(0.46) a	2.92 (0.44)	25.990 ***
	불안 ^{a)}	2.64(0.54) b	2.67(0.62) c	2.62(0.51) a	2.64 (0.56)	0.848

*p<.05, **p<.01, ***p<.001
a) Welch ANOVA의 검정통계량 / a, b, c는 Scheffe의 사후검정 결과

표 9. 유형별 소비자 미래기술 지식역량

구분	정보 활용수준			전체 n=1779	F/X ²	
	준거 집단 (n=828)	고활용 집단 (n=484)	저활용 집단 (n=467)			
	46.5%	27.2%	26.3%			
음성 비서 ¹⁾	알	669(80.8)	399(82.4)	367(78.6)	1435(80.7)	2.278
	모름	159(19.2)	85(17.6)	100(21.4)	344(19.3)	
혼합 현실 ¹⁾	알	433(52.3)	286(59.1)	168(36.0)	887(49.9)	54.478 ***
	모름	395(47.7)	198(40.9)	299(64.0)	892(50.1)	
자율주행 자동차 ¹⁾	알	760(91.8)	451(93.2)	409(87.6)	1620(91.1)	10.163 **
	모름	68(8.2)	33(6.8)	58(12.4)	159(8.9)	
블록 체인 ¹⁾	알	396(47.8)	289(59.7)	189(40.5)	874(49.1)	36.254 ***
	모름	432(52.2)	195(40.3)	278(59.5)	905(50.9)	
스마트 트럭 ¹⁾	알	740(89.4)	447(92.4)	405(86.7)	1592(89.5)	8.036 *
	모름	88(10.6)	37(7.6)	62(13.3)	187(10.5)	
드론 ¹⁾	알	810(97.8)	469(96.9)	443(94.9)	1722(96.8)	8.489 *
	모름	18(2.2)	15(3.1)	24(5.1)	57(3.2)	
생체 인증 ¹⁾	알	716(86.5)	417(86.2)	383(82.0)	1516(85.2)	5.183
	모름	112(13.5)	67(13.8)	84(18.0)	263(14.8)	
미래기술 인지도 ²⁾	5.46 (1.54) b	5.70 (1.57) c	5.06 (1.59) a	5.42 (1.58)	20.221 ***	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001 / a, b, c는 Scheffe의 사후검정 결과
1) 단위 : N(%) / 2) 단위 : M(SD)
참고 : 미래기술인지도는 7항목(음성비서, 혼합현실, 자율주행자동차, 블록체인, 스마트트럭, 드론, 생체인증)을 합산하여 측정.

4.3 소비자 유형별 소비자 미래기술 역량

4.3.1 소비자 미래기술 지식역량

정보 활용수준에 따라 미래기술에 대한 지식역량에 차이가 있는지 살펴보기 위해 각 기술 인지도의 교차분석을 수행하였으며, 결과는 [표 9]와 같다.

음성비서와 생체인증을 제외한 모든 변수에서 유의한 차이가 확인되었다. 전반적으로 기술을 알고 있는 소비자의 비율이 모르는 소비자보다 높았으나, 혼합현실과 블록체인의 경우에는 모르는 소비자의 비율이 더 높게 나타났다. 두 기술에 대해 알고 있는 소비자의 비율은 고활용, 준거, 저활용집단 순으로 높았으며, 특히 다른 기술들과 비교하여 집단 간 비율 차이가 상대적으로 크게 나타났다.

미래기술 인지도는 음성비서, 혼합현실, 자율주행 자동차, 블록체인, 스마트트럭, 드론, 생체인증 7개 기술에 대한 전체 응답을 합산하여 0점(전혀 알지 못함)~7점(매우 잘 알고 있음)으로 새롭게 코딩한 변수로, 분산분석 결과 모든 집단 간에 유의한 차이가 나타났다. 즉, 정보 활용수준이 높은 소비자일수록 미래사회에 대한 지식역량도 높다고 볼 수 있다.

4.3.2 소비자 미래기술 기술역량

정보 활용수준에 따라 미래기술에 대한 기술역량에 차이가 있는지 살펴보고자 각 기술의 사용 경험에 대한 교차분석을 수행하였다[표 10].

분석 결과, 모든 기술에 대해 해당 기술은 알고 있거나 사용 경험이 없는 소비자 비율이 경험이 있는 소비자 비율보다 높게 나타났으며, 음성비서와 자율주행 자동차를 제외한 모든 변수에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 사용 경험이 있는 소비자의 경우, 집단 간 유의한 차이를 보인 기술들 모두에서 고활용집단이 다른 두 집단 대비 높은 비율을 차지하였으며, 준거집단과 저활용집단은 전체 소비자 기준 비율보다 낮은 것으로 나타났다.

미래기술 사용 경험은 음성비서, 혼합현실, 자율주행 자동차, 블록체인, 스마트트럭, 드론, 생체인증 7개 기술에 전체 응답을 합산하여 0점(전혀 알지 못함)~7점(매우 잘 알고 있음)으로 새롭게 코딩한 변수로, 분산분석 결과 고활용집단과 저활용집단 사이의 통계적으로 유의한 차이가 확인되었다. 미래사회에 대한 지식역량도 정보 활용수준에 따라 유의한 차이를 보였던 것을 생각하면, 이러한 결과는 고활용집단과 저활용집단 사이의

잠재적 정보 활용수준이 미래에 더 벌어질 수 있음을 시사한다고 할 수 있다.

표 10. 유형별 소비자 미래기술 기술역량

구분	정보 활용수준			전체 n=1779	F/X ²	
	준거 집단 (n=828)	고활용 집단 (n=484)	저활용 집단 (n=467)			
	46.5%	27.2%	26.3%			
음성 비서 ¹⁾	경험o	295(44.1)	196(49.1)	156(42.5)	647(45.1)	3.877
	경험x	374(55.9)	203(50.9)	211(57.5)	788(54.9)	
	전체	669(100)	399(100)	367(100)	1435(100)	
혼합 현실 ¹⁾	경험o	67(15.5)	70(24.5)	25(14.9)	162(18.3)	10.939 **
	경험x	366(84.5)	216(75.5)	143(85.1)	725(81.7)	
	전체	433(100)	286(100)	168(100)	887(100)	
자율 주행 자동차 ¹⁾	경험o	35(4.6)	22(4.9)	15(3.7)	72(4.4)	0.827
	경험x	725(95.4)	429(95.1)	394(96.3)	1548(95.6)	
	전체	760(100)	451(100)	409(100)	1620(100)	
블록 체인 ¹⁾	경험o	30(7.6)	37(12.8)	11(5.8)	78(8.9)	8.475 *
	경험x	366(92.4)	252(87.2)	178(94.2)	796(91.1)	
	전체	396(100)	289(100)	189(100)	874(100)	
스마 트홈 ¹⁾	경험o	129(17.4)	116(26.0)	70(17.3)	315(19.8)	14.884 **
	경험x	611(82.6)	331(74.0)	335(82.7)	1277(80.2)	
	전체	740(100)	447(100)	405(100)	1592(100)	
드론 ¹⁾	경험o	128(15.8)	132(28.1)	64(14.4)	324(18.8)	37.073 ***
	경험x	682(84.2)	337(71.9)	379(85.6)	1398(81.2)	
	전체	810(100)	469(100)	443(100)	1722(100)	
생체 인증 ¹⁾	경험o	296(41.3)	206(49.4)	147(38.4)	649(42.8)	11.097 **
	경험x	420(58.7)	211(50.6)	236(61.6)	867(57.2)	
	전체	716(100)	417(100)	383(100)	1516(100)	
미래기술 사용경험 ²⁾		5.46 (1.54) ab	5.70 (1.57) b	5.06 (1.59) a	5.42 (1.58)	20.221 ***

¹⁾p<.05, ^{**}p<.01, ^{***}p<.001 / a, b, c는 Scheffe의 사후검정 결과
1) 단위 : N(%) / 2) 단위 : M(SD)
참고 : 미래기술사용경험은 7항목(음성비서, 혼합현실, 자율주행자동차, 블록체인, 스마트홈, 드론, 생체인증)을 합산하여 측정.

4.3.3 소비자 미래기술 태도역량

정보 활용수준에 따라 미래기술에 대한 태도역량에 차이가 있는지 살펴보고자 각 기술의 필요인식에 대한 분산분석을 실시하여, 그 결과를 [표 11]에 제시하였다.

블록체인을 제외한 모든 변수에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났으며, 각 기술별로 분석 결과를 살펴보면 다음과 같다. 먼저 혼합현실은 고활용집단의 필요성 인식이 다른 집단 대비 상대적으로 높게 나타났다. 다음으로 스마트홈과 생체인증의 경우, 고활용집단과 저활용집단 사이의 필요 인식이 유의한 차이를 보였다. 마지막으로 음성비서, 자율주행 자동차, 드론의 경우 다른 집단에 비해 저활용집단의 필요성 인식이 낮은 것으로 나타났다. 즉, 저활용집단은 모든 기술에 대해 필요

성 인식이 가장 낮았다.

미래기술 필요 인식은 음성비서, 혼합현실, 자율주행 자동차, 블록체인, 스마트홈, 드론, 생체인증 7개 기술의 전체 응답 평균값으로, 저활용집단이 다른 집단 대비 필요성 인식이 낮은 것으로 나타났다.

표 11. 유형별 소비자 미래기술 태도역량

구분 (M(SD))	정보 활용수준			전체 n=1779	F
	준거 집단 (n=828)	고활용 집단 (n=484)	저활용 집단 (n=467)		
	46.5%	27.2%	26.3%		
음성비서	2.81(1.40) b	2.99(1.36) b	2.60(1.42) a	2.80(1.40)	9.231 ***
혼합현실	2.37(1.43) a	2.60(1.43) b	2.18(1.40) a	2.38(1.43)	10.460 ***
자율주행 자동차	3.05(1.31) b	3.07(1.31) b	2.81(1.42) a	2.99(1.34)	5.868 **
블록체인	2.60(1.43)	2.70(1.42)	2.54(1.45)	2.61(1.43)	1.613
스마트홈	3.12(1.29) ab	3.30(1.20) b	2.95(1.37) a	3.12(1.29)	8.481 ***
드론	3.19(1.25) b	3.12(1.29) b	2.93(1.39) a	3.10(1.30)	5.794 **
생체인증	3.23(1.25) ab	3.30(1.19) b	3.09(1.32) a	3.21(1.26)	3.476 *
미래기술 필요인식	2.91(0.94) b	3.01(0.93) b	2.73(1.03) a	2.89(0.97)	10.064 ***

^{*}p<.05, ^{**}p<.01, ^{***}p<.001 / a, b, c는 Scheffe의 사후검정 결과
참고 : 미래기술필요인식은 7항목(음성비서, 혼합현실, 자율주행자동차, 블록체인, 스마트홈, 드론, 생체인증)의 평균값을 측정.

4.4 소비자 유형별 생활 만족도

정보 활용수준에 따라 생활 만족도에 차이가 있는지 파악하기 위해 분산분석을 수행하였다[표 12]. 그 결과, 정보격차에 따른 소비자 유형별로 모든 부문별 만족도 및 전반적 만족도에 유의한 차이가 나타났다.

부문별 만족도의 경우, '여가 및 문화생활', '사회활동(커뮤니티, 모임, 공동체 참여 등)', '내가 하는 일(학업이나 업무 활동 등)'에 대한 만족도는 고활용집단, 준거 집단, 저활용집단 순으로 높게 나타났으며, '경제적 여건(소득 및 자산)', '대인관계(알던 사람과의 관계유지 및 새로운 사람을 만나는 것)', '정치 및 정부 활동(각종 정책)'에 대한 만족도는 고활용집단이 다른 집단 대비 높게 나타났다. 이는 고활용집단이 생활서비스 및 사회 참여에 대한 정보 활용수준이 가장 높은 집단이기 때문에 만족도 역시 다른 집단보다 높게 형성된 것으로 이해할 수 있다. 그리고 '신체 및 정신건강'에 대한 만족도는 저활용집단이 다른 집단 대비 낮게 나타났다.

전반적 만족도는 고탈용집단이 다른 두 집단과 비교하여 상대적으로 만족도가 높은 것으로 나타났다. 즉, 생활과 밀접한 정보들을 다양하고 깊게 활용하는 집단일수록 그와 관련한 만족도 역시 높게 나타나는 것으로 해석할 수 있다.

표 12. 유형별 생활 만족도

구분 (M(SD))	정보 활용수준			전체 n=1779	F	
	준거 집단 (n=828)	고활용 집단 (n=484)	저활용 집단 (n=467)			
	46.5%	27.2%	26.3%			
부 문 별 만 족 도	여가 및 문화생활 ^{a)}	2.93(0.52) b	3.11(0.50) c	2.80(0.52) a	2.94 (0.53)	44.493 ***
	경제적 여건 ^{a)}	2.75(0.69) a	3.00(0.67) b	2.69(0.73) a	2.80 (0.70)	
	사회활동 ^{a)}	2.93(0.70) b	3.14(0.65) c	2.78(0.74) a	2.95 (0.71)	
	대인관계 ^{a)}	3.14(0.60) a	3.24(0.63) b	3.08(0.63) a	3.15 (0.62)	
	가족관계	3.30(0.56) a	3.23(0.59) b	3.21(0.64) a	3.26 (0.59)	
	내가 하는 일 ^{a)}	2.98(0.61) b	3.10(0.61) c	2.88(0.60) a	2.98 (0.61)	
	신체 및 정신건강	3.09(0.58) b	3.10(0.57) b	2.92(0.61) a	3.05 (0.59)	
	정치 및 정부 활동 ^{a)}	2.48(0.72) a	2.84(0.61) b	2.43(0.78) a	2.57 (0.73)	
전반적 만족도	4.31(0.83) a	4.78(0.85) b	4.21(0.80) a	4.41 (0.86)	68.634 ***	

^{a)}p<.05, ^{b)}p<.01, ^{c)}p<.001 / a, b, c는 Scheffe의 사후검정 결과
a) Welch ANOVA의 검정통계량

5. 2030 청년세대 내 정보격차 영향요인

정보 활용수준에 따라 소비자집단을 유형화하고, 유형별 특성 및 차이를 규명하였다. 앞서 유의한 차이를 보였던 변수 중 청년세대 내 정보 활용격차에 영향을 미칠 수 있는 잠재 변수를 파악하고자 다항 로지스틱 분석을 시도하였다. 이를 통해 각 유형에 어떤 특성을 가진 청년소비자가 속할 확률이 높아지는지를 구체적으로 확인하였다(표 13). 단변량 분석 결과 유의하지 않게 나타났거나, 다중공선성이 의심되는 변수들은 최종 분석에서 제외하였다. 연구모형의 X²값은 507.320(df=72, p<.001)로 전체적인 모형의 적합도를 확보하였으며, Nagelkerke값은 0.284로 모형의 설명력을 확보하였다. 준거집단을 기준그룹으로 설정하여 분석을 시행한 결과, 정보격차에 유의한 영향을 미치는 변수들을 확인하였다.

준거집단과 고탈용집단을 차별화하는 변수는 디지털 기술역량(스마트패드 보유), 디지털 태도역량(의견표명 이용 동기), 미래사회 기술역량, 부문별 만족도(경제적 여건, 가족관계, 정치 및 정부 활동), 연령대, 월평균 가구소득, 현재 거주지 등으로 나타났으며, 준거집단과 저활용집단을 차별화하는 변수는 디지털 태도역량(오락 거리 및 의견표명 이용 동기, 이용자신감), 부문별 만족도(신체 및 정신건강), 연령대, 월평균 가구소득, 현재 거주지 등 이었다.

준거집단에 비해 스마트패드를 가지고 있는 경우 고탈용집단에 속할 확률은 0.729배 낮아졌으며, 가족관계에 대한 만족도가 높을수록 확률이 0.708배 낮아졌다. 그리고 20-24세에 해당하는 집단의 경우, 고탈용집단에 속할 확률이 0.660배 낮아지는 것으로 나타났다. 준거집단에 비해 강원도 거주자인 경우, 고탈용집단에 속할 확률이 2.338배 높아졌으나 서울·인천·경기 지역을 기준으로 하여 다른 지역의 경우는 고탈용집단에 속할 확률이 낮아지는 것으로 나타났다. 월평균 가구소득이 500만 원 이상을 기준으로 200만 원 미만일 경우 확률이 2.1배 높아졌으며 299만 원 이상 394만 원 미만일 경우 1.438배, 350만 원 이상 499만 원 미만일 경우 1.369배 높아졌다. 또한, 정치 및 정부 활동에 대한 만족도가 높을수록 고탈용집단에 속할 확률이 1.871배 높아졌으며, 의견표명을 위해 정보를 활용하는 경우, 경제적 여건에 대한 만족도가 높을수록, 미래 기술 사용 경험이 있을수록 고탈용집단에 속할 확률이 각각 1.384배, 1.239배, 1.166배 높아지는 것으로 나타났다.

준거집단 대비 저활용집단의 특성을 확인한 결과, 월평균 가구소득이 500만 원 이상을 기준으로 200만 원 이상 349만 원 미만일 경우, 350만 원 이상 499만 원 미만일 경우 각각 저활용집단에 속할 확률이 1.747배, 1.448배 높은 것으로 나타났으며 서울·인천·경기 지역을 기준으로 하여 제주도 거주하는 경우 저활용집단에 속할 확률이 1.487배 높아지는 것으로 나타났다. 그 외에 정보활동을 오락의 목적으로 하는 경우 저활용집단에 속할 확률이 1.276배 높아지는 것으로 나타났다. 그러나 의견표명을 목적으로 하는 경우 저활용집단에 속할 확률은 0.743배 낮아졌으며, 신체 및 정신건강에 대

한 만족도가 높고, 정보활동에 대한 자신감이 높을수록 저활용집단에 속할 확률이 각각 0.741배, 0.551배로 낮아졌다. 그리고 30대 후반을 기준으로 20-24세에 해당하거나 30-34세에 해당할 경우 저활용집단에 속할 확률이 각각 0.537배, 0.554배 낮아졌다.

표 13. 2030 청년세대 정보격차에 영향을 미치는 요인

구분	고활용집단			저활용집단						
	B	SE	Exp (B)	B	SE	Exp (B)				
절편	-4.132	0.869		3.590	0.842					
디지털 역량	지식	미래사회 관심 지식		0.019	0.108	1.019	-0.073	0.109	0.930	
		기술	스마트기기 보유 (기준: 보유)	-0.316*	0.137	0.729	0.236	0.145	1.266	
			스마트 주변기기	-0.307	0.264	0.735	-0.189	0.297	0.827	
	태도	이용 동기	정보습득	-0.242	0.149	0.785	-0.094	0.144	0.910	
			대인관계	0.011	0.100	1.011	-0.188	0.096	0.829	
			오락거리	0.054	0.109	1.056	0.244*	0.099	1.276	
			자기개발	0.180	0.120	1.198	-0.134	0.112	0.875	
			의견표명	0.325**	0.122	1.384	-0.309**	0.113	0.734	
		이용 태도	태도	0.309	0.215	1.363	-0.064	0.200	0.938	
	자신감	-0.338	0.211	0.713	-0.596**	0.195	0.551			
	미래사회 긍정 태도	0.189	0.159	1.208	0.011	0.157	1.011			
	미래 기술 역량	지식	미래기술인지도		0.023	0.048	1.023	-0.063	0.045	0.939
			태도	미래기술 사용 경험	0.154**	0.047	1.166	0.012	0.054	1.012
				미래기술 필요 인식	0.032	0.072	1.033	-0.065	0.068	0.937
	생활 만족도	부문별 만족도	여가 및 문화생활		0.257	0.149	1.292	-0.246	0.141	0.782
경제적 여건			0.215*	0.106	1.239	0.084	0.107	1.088		
사회활동			0.048	0.112	1.049	-0.052	0.105	0.949		
대인관계			0.170	0.123	1.186	0.196	0.121	1.217		
가족관계			-0.346**	0.122	0.708	-0.030	0.119	0.971		
내가 하는 일			-0.034	0.121	0.966	0.042	0.119	1.043		
신체 및 정신건강			-0.164	0.120	0.849	-0.300*	0.121	0.741		
정치 및 정부 활동			0.627***	0.106	1.871	0.183	0.101	1.200		
전반적 만족도			0.130	0.074	1.139	0.041	0.073	1.042		
인구통계변수			연령대 (기준: 35-39)	20-24		-0.416*	0.205	0.660	-0.621**	0.194
	25-29			-0.189	0.169	0.828	-0.189	0.162	0.827	
	30-34			-0.173	0.186	0.841	-0.591**	0.187	0.554	
	최종학력 (기준: 고졸)	고졸		-0.235	0.154	0.790	0.164	0.144	1.179	

구분	고활용집단			저활용집단			
	B	SE	Exp (B)	B	SE	Exp (B)	
대졸이상)							
월평균 가구소득 (기준: 500만 원 이상)	200만 원 미만	0.742*	0.327	2.100	0.138	0.362	1.148
	200-349만 원	0.363*	0.176	1.438	0.558**	0.175	1.747
	350-499만 원	0.314*	0.159	1.369	0.370*	0.162	1.448
현재 거주지 (기준: 서울·인천·경기)	강원	0.849*	0.387	2.338	-0.061	0.465	0.941
	대전·세종·충청	-0.035	0.296	0.966	0.032	0.348	1.033
	광주·전라	-0.724***	0.201	0.485	0.189	0.199	1.208
	대구·경북	-1.134***	0.216	0.322	-0.301	0.209	0.740
	부산·울산·경남	-1.330***	0.261	0.264	-0.189	0.217	0.828
제주	-0.300	0.191	0.741	0.397*	0.190	1.487	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

종합적으로 고려할 때, 연령대나 소득수준, 현재 스마트 기기의 보유 자체보다는 정치 및 정부의 활동에 대해 관심을 가지고 적극적으로 의견표명을 하는 청년일수록, 미래기술에 관한 관심과 사용 경험이 있는 청년, 주관적 경제적 여건에 만족하는 청년일수록 고활용집단에 속할 확률이 높은 것으로 볼 수 있고 서울·인천·경기 지역과 유사하게 강원지역 청년의 경우 고활용집단에 속할 확률이 높은 것으로 나타났다. 그리고 저활용집단의 경우 오락을 위한 정보활동을 하는 경우나 서울·인천·경기 지역과 비교하여 제주도 거주하는 경우 저활용집단에 속할 확률이 높은 것으로 나타났으며 신체 및 정신건강에 대한 만족도가 낮은 경우, 정보활동에 대한 주관적 자신감이 낮은 경우 저활용집단에 속할 확률이 높은 것으로 나타났다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 2030 청년세대의 정보 활용수준을 구체적으로 탐색하고, 이에 따라 소비자를 유형화하여 유형별 소비자의 역량 및 생활 만족도 등 현황을 파악하고자 하였다. 그리고 이를 통해 청년세대 안에서도 정보 활용격차가 일어날 수 있다는 점을 환기하고, 잠재되어 있는 청년세대 내 정보격차에 대해 사전적 대응방안을 논

의하고자 하였다.

본 연구의 주요 결과는 다음과 같다. 첫째, 2030 청년세대의 정보 활용수준을 구체적으로 확인한 결과 총 6개의 정보활동 요인이 도출되었다. 각각은 이용 다양성에서 '개인의 정보활동', '공유활동', '생활서비스'로, 심화 정보 활용에서 '사회참여', '정보 및 네트워킹', '경제활동'으로 명명하였다. 주목할만한 점은 이용 다양성의 요인분석 과정에서 미디어콘텐츠(영화, 음악, 전자책 등, 뉴스제외)와 교육콘텐츠(각종 강좌, 강의수강 등)가 제외되었다는 점이다. 이는 청년세대에게 해당 콘텐츠들이 구분되는 유형이 아니라 모든 영역에 분포되는 일상적 정보로 취급되기 때문으로 해석할 수 있다.

둘째, 정보 활용수준에 따라 소비자 유형을 3가지로 구분하였다. 첫 번째 유형은 준거집단으로, 대부분 청년(46.5%)이 속해있으며, 다른 집단의 정보 활용수준을 파악할 수 있는 기준 소비자집단이다. 이용 다양성 측면에서 보았을 때 기본적인 정보활동 수준이 대체적으로 높고, 정보공유 및 네트워킹 활동을 잘하는 편이다. 심화 정보 활용 측면에서 전반적인 정보 활용은 평균 수준이었으나 생활서비스 및 사회참여 관련 활동이 매우 저조한 집단이다. 두 번째 유형은 고탈용집단으로, 전체 소비자 중 27.2%를 차지하고 있다. 해당 유형은 모든 정보활동의 활용수준이 가장 높은 집단으로, 특히 다른 유형과 비교하여 현재 거주지역이 수도권에 밀집되어 있고, 생활서비스나 사회적 이슈, 정책 관련 정보를 자주 활용하는 것으로 나타났다. 마지막으로 저활용 집단은 전체 소비자 중 26.3%를 차지하고 있다. 이들은 모든 정보활동의 활용수준이 가장 낮은 집단으로, 기본적인 정보활동 외 모든 부가적인 정보 활용수준이 매우 낮게 나타났다.

셋째, 유형별 소비자역량을 비교 분석한 결과, 소비자 지식, 기술, 태도역량에서 차이가 있었다. 먼저 준거집단의 경우, 미래 정보사회에 관한 관심을 가지고 필요성을 인식하고 있으나 실제 그와 관련한 사용 경험은 많지 않은 것으로 나타났다. 고탈용집단은 준거집단과 비교하여 지식과 태도에서는 큰 역량의 차이를 보이지 않았으나 기술에서 다른 집단 대비 높은 역량을 보유한 것으로 나타났다. 저활용집단의 경우, 모든 역량에 대해 가장 낮은 수준으로 나타났으며, 그중 태도역량이 다른

집단과 비교하여 매우 낮게 나타났다. 특히 디지털 기기 이용에 대한 동기나 새로운 기술에 대한 필요 인식이 부족하고, 새로운 기술을 접할 때 자신감 및 자기효능감이 다른 집단에 비해 상대적으로 가장 낮았다.

넷째, 소비자 유형별 생활 만족도에 차이가 있었다. 고탈용집단의 경우, '가족관계', '신체 및 정신건강'에 대한 부문별 만족도를 제외한 모든 만족도 요인에서 가장 높은 수준으로 나타났으며, 저활용집단의 경우 모든 부문에서 가장 낮은 만족도를 보였다. 정보라는 것은 시장경제에서의 비용과 편익, 그리고 만족과 큰 관련성을 갖는다. 따라서 정보를 다양하고 깊게 활용하는 집단의 생활 만족도가 높고, 정보를 탐색하고 활용하는 수준이 저조한 집단의 만족도가 낮은 것은 정보 활용수준이 전반적인 삶의 질이나 만족에도 영향을 미친 것으로 이해할 수 있다.

다섯째, 소비자 유형별로 정보 활용격차에 영향을 미칠 수 있는 요인을 찾기 위해 다중 로지스틱 회귀분석을 실시하였다. 분석 결과, 준거집단과 고탈용집단을 차별화하는 변수는 디지털 기술역량(스마트패드 보유), 디지털 태도역량(의견표명 이용동기), 미래사회 기술역량, 부문별 만족도(경제적 여건, 가족관계, 정치 및 정부 활동), 연령대, 월평균 가구소득, 현재 거주지 등으로 나타났다. 준거집단과 저활용집단을 차별화하는 변수는 디지털 태도역량(오락거리 및 의견표명 이용 동기, 이용자신감), 부문별 만족도(신체 및 정신건강), 연령대, 월평균 가구소득, 현재 거주지 등으로 확인되었다.

이상의 결과를 토대로 다음과 같이 제언하고자 한다. 첫째, 청년소비자의 정보 활용수준 차이는 수도권에서 지방으로 정보가 확산하는 사회 구조적 요인에서 비롯된 것으로 해석할 수 있다. 수도권은 하루 사이에도 수많은 정보가 생겨나고 사라진다. 그리고 그러한 정보들을 효율적으로 활용할 수 있는 노력이 지속되는 장소이기도 하다. 청년들은 다양한 대외활동과 공모전 등을 통해 수많은 인적자원을 개발할 수 있으며, 공유공간 등을 통해 스타트업 창업을 기획하는 등 사회경험을 쌓을 수도 있다. 따라서 수도권의 청년들은 매일 새롭게 탄생하는 정보들을 받아들이는 속도가 빠르며, 정보의 변화에도 쉽게 적응한다. 반면, 지방은 상대적으로 정보 접근성이 떨어진다. 새로운 정책이나 제도의 도입 역시

수도권에서 시범운영을 한 후 지방으로 확산된다. 지방의 청년들과 수도권의 청년들은 정보 활용수준의 차이가 생기지 않을 수 없는 구조인 것이다. 이는 나아가 청년 간 정보 활용수준뿐만 아니라, 소비자의 역량 차이까지 심화되거나 양극화될 수 있음을 시사한다. 따라서 점차 복합적으로 변모해가는 정보격차 문제의 대상을 단순히 정보 소외계층에 한정시킬 것이 아니라 청년세대까지 확장하여 살펴볼 필요가 있다.

둘째, 저활용집단의 미래 정보사회에 관한 관심 부족, 디지털 기기 이용에 대한 동기 부족, 새로운 기술에 대한 낮은 자기효능감으로 보아, 이들의 새로운 정보를 탐색하고 활용하고자 하는 동기적 욕구가 저조하다는 것을 알 수 있다. 이는 사회 구조적 요인에 따라 지방에서는 디지털 정보와 관련한 인프라와 물적 자원의 뒷받침 등이 부족하기 때문으로 해석할 수 있다. 따라서 각 지역의 지자체나 관련 단체에서는 단순히 정보를 전달하는 것이 아니라 해당 정보가 어떠한 측면에서 중요한 정보인지, 정보의 가치를 전달하는 노력에 주의를 기울이는 것이 필요하다. 예를 들어 4차 산업혁명의 중요성, 앞으로의 트렌드를 읽는 방법 등 역량 강화에 대한 교육 등을 활성화할 수 있을 것이며, 다양한 형태의 공모전이나 대외활동 등을 기획하여 청년들의 관심을 유도할 수 있을 것이다. 특히 정보를 탐색하고 활용하는 것이 곧 나의 경쟁력을 키우는 수단이라는 점을 강조함으로써 소비자에게 정보활동 욕구를 끌어올리고 사회참여를 유도할 수 있을 것으로 본다.

셋째, 다항 로지스틱 분석을 수행한 결과 저활용집단과 고활용집단 모두에 실질적인 영향을 미치는 공통변인으로 의견표명에 대한 이용 동기가 확인되었다. 이는 의견표명에 대한 욕구가 2030 청년소비자의 세대 내 잠재적 정보 활용격차의 중요한 요인이 될 수 있음을 시사한다. 따라서 청년소비자들이 능동적으로 사회에 본인의 목소리를 내고자 하는 욕구를 제고하기 위한 방안 마련의 필요성이 요구된다. 마찬가지로 회귀분석 결과 오락거리에 대한 이용 동기가 저활용집단에 영향을 미치는 변수로 제시된 점에 근거하여, 단순히 교육 및 제도적 측면의 접근보다는 청년소비자가 의견표명에 있어 재미나 흥미를 유발할 수 있도록 하는 콘텐츠 측면의 개발이 필요할 것으로 본다. 예를 들어, 독일의 한

카페에서는 사회 이슈에 대한 질문을 스크린으로 비추어 소비자들이 지나가면서 실루엣을 통해 투표할 수 있도록 하였다. 국내의 관광지들은 최근 QR코드를 활용하여, 관광코스에 따라 QR코드를 찍으면 각 관광명소의 특징과 감상 포인트 등을 소개하는 안내 영상을 제시하고 있다. 이외에도 게임의 형태를 차용하는 등 다양한 방식으로 참여형 콘텐츠를 개발할 수 있다면, 저활용집단의 청년소비자에게서도 능동적인 참여를 끌어낼 수 있을 것이다.

본 연구는 청년세대 내에서 정보 활용수준의 차이가 있음을 확인하였다. 이는 청년세대가 고령자, 장애인, 북한이탈주민, 다문화가족 등 기존의 정보 취약계층과 비교할 때 상대적으로 정보 활용수준이 높을 것이라는 보편적 인식과 달리, 청년세대 내에서도 정보에 취약한 청년이 존재할 수 있음을 의미한다. 그러나 본 연구에서는 청년들 간의 상대적인 비교만 이루어졌기 때문에, 청년세대 내에서는 정보 활용수준이 낮았던 소비자일지라도 다른 취약계층과 비교했을 때는 여전히 상대적으로 높을 수 있다는 한계점을 지닌다. 따라서 향후 청년 안에서도 절대적으로 정보가 취약한 청년 계층이 있다는 것을 확인하기 위한 후속연구를 진행한다면, 국민 전체적으로 보았을 때 상대적으로 하위층에 속하는 청년들을 별도로 추출하거나 혹은 절대적인 기준을 적용한 분석이 필요할 것으로 본다. 정보격차는 앞으로 더욱 복합적이고 고도화된 모습으로 변모해갈 것이며, 청년세대도 이에 대한 대비가 필요하다. 본 연구는 청년세대 내에서 생겨날 수 있는 잠재적 정보격차에 대한 우려와 사전적 대응방안에 대하여 논의하였으며, 이러한 시도가 향후 청년세대 정보격차와 관련한 후속연구, 정책 및 교육 프로그램 개발에 도움이 될 수 있기를 희망한다.

참 고 문 헌

- [1] 서형준, 명승환, "국내 정보격차연구 동향," 한국지역정보학회지, 제19권, 제4호, pp.151-187, 2016.
- [2] 민영, "인터넷 이용과 정보격차: 접근, 활용, 참여를 중심으로," 언론정보연구, 제48권, 제1호, pp.150-187, 2011.

- [3] 한국정보화진흥원, 2018 *디지털정보격차 실태조사*, 과학기술정보통신부, 2019.
- [4] S. Molnar, "The Explanation Frame of the Digital Divide," *Proceedings of the Summer School, Risks and Challenges of the Network Society*, pp.4-8, Aug. 2003.
- [5] NTIA, *Falling through the net: A survey for the have nots in rural and urban America*, www.ntia.doc.gov, 1995.
- [6] OECD, *Understanding the Digital Divide*, 2001.
- [7] <http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=212081&efYd=20200611#0000>
- [8] M. Warren, "The digital vicious cycle: Links between social disadvantage and digital exclusion in rural areas," *Telecommunications Policy*, Vol.31, pp.374-388, 2007.
- [9] F. Bélanger and L. Carter, "The impact of the digital divide on e-government use," *Communications of the ACM*, Vol.52, No.4, pp.132-135, 2009.
- [10] 서이중, "디지털 정보격차의 구조화와 사회문제화," *정보사회와 미디어*, 제2권, pp.68-87, 2000.
- [11] 이원태, "스마트 모바일 환경에서 참여격차의 개념화와 정책과제," *21세기정치학회보*, 제23권, 제2호, pp.371-395, 2013.
- [12] 김호기, 신기욱, 고동현, 이승훈, *스마트폰 시대의 모바일 디바이드*, KT 경영경제연구소, pp.39-40, 2011.
- [13] 신혜원, 지성우, "스마트미디어 시대의 새로운 정보격차 유형과 해소방안에 대한 규범적 검토," *미국헌법연구*, 제25권, 제3호, pp.171-203, 2014.
- [14] 김문조, 김종길, "정보격차(Digital Divide)의 이론적·정책적 재고," *한국사회학*, 제36권, 제4호, pp.123-155, 2002.
- [15] J. Van Dijk, "Digital divide research," *Poetics*, Vol.34, No.4, pp.221-235, 2006.
- [16] 이승민, "미국 사회에서 스마트 기기가 정보격차에 미치는 영향 분석," *한국도서관정보학회지*, 제43권, 제2호, pp.29-52, 2012
- [17] 이상운, 정명주, "다문화사회에서의 정보격차해소를 위한 플랫폼 구축 연구," *한국행정학회 춘계학술발표논문집*, pp.1685-1708, 2013.
- [18] 심상완, 김정식, "사회인구학적 배경에 따른 정보격차의 다원모형분석," *한국인구학*, 제24권, 제2호, pp.235-253, 2001.
- [19] 이향수, 이성훈, "농어민의 정보격차와 소득수준에 대한 연구," *한국디지털정책학회논문지*, 제16권, 제1호, pp.13-20, 2018.
- [20] 김태환, 이상용, "개인의 모바일 정보격차가 모바일 인터넷의 인지적 가치 차이에 미치는 영향 분석," *Information Systems Review*, 제19권, 제2호, 2017.
- [21] 송효진, "질적 정보격차와 인터넷 정보이용의 영향요인 고찰," *한국정책과학학회보*, 제18권, 제2호, pp.85-116, 2014.
- [22] <https://sites.google.com/view/cdlkr/%EB%94%94%EC%A7%80%ED%84%B8-%EB%A6%AC%ED%84%B0%EB%9F%AC%EC%8B%9C>
- [23] 서형준, "정보격차 연구에 대한 비판적 논의," *한국콘텐츠학회논문지*, 제14권, 제11호, pp.657-666, 2014.
- [24] 구윤모, 오주현, "개인의 사회적 관계가 디지털 기기 활용에 미치는 영향에 대한 연구 : 사회적 자본 관점," *Information Systems Review*, 제21권, 제3호, pp.131-149, 2019.
- [25] 김봉섭, 김정미, "노년층의 정보격차 결정요인 연구-정보기술수용모형을 중심으로," *사회과학연구*, 제35권, 제2호, pp.193-222, 2009.
- [26] 오지안, 유재원, "노년층의 디지털 리터러시가 심리적 안녕감과 삶의 만족도에 미치는 영향," *한국공공관리학보*, 제32권, 제2호, 2018.
- [27] 박용기, 박윤정, "인터넷 자기효능감과 인터넷 정보격차의 관계에 관한 연구," *한국언론학보*, 제53권, 제2호, pp.395-417, 2009.
- [28] 구혜경, 나종연, "금융소비자의 문제경험 요인의 탐색을 위한 융복합적 접근 연구-기술적 정보특성과 주관적 역량을 중심으로," *디지털융복합연구*, 제13권, 제5호, pp.31-39, 2015.
- [29] 구혜경, "우리나라 소비자의 리콜 역량과 리콜 경험에 관한 연구," *디지털융복합연구*, 제16권, 제4호, pp.1-10, 2018.
- [30] 김판수, 김희섭, 이미숙, "고령층의 정보활용수준이 삶의 질에 미치는 영향," *한국지역정보학회지, 한국지역정보학회지*, 제17권, 제1호, pp.25-47, 2014.

저 자 소 개

김 설 인(Seolihn Kim)

준회원



- 2019년 2월 : 충남대학교 소비자학과(생활과학 학사)
- 2019년 3월 ~ 현재 : 충남대학교 소비자학과 석사과정

〈관심분야〉 : 소비자정보, 소비자교육, 소비자정책

구 혜 경(Hye-Gyoung Koo)

정회원



- 2000년 2월 : 서울대학교 소비자학과(생활과학 학사)
 - 2002년 2월 : 서울대학교 소비자학과(생활과학 석사)
 - 2010년 8월 : 서울대학교 소비자학과(생활과학 박사)
 - 2002년 4월 ~ 2011년 7월 : (주)LG 생활건강 화장품 사업부 마케팅
 - 2015년 3월 ~ 현재 : 충남대학교 생활과학대학 소비자학과 부교수
- 〈관심분야〉 : 소비자정보, 소비자유통, 소비자정책, 소비자교육