



베이비부머 세대의 디지털 미디어 리터러시가 매체지속이용의도에 미치는 영향 자기효능감의 조절효과와 미디어 멀티태스킹의 매개효과를 중심으로

최미연 한양대학교 광고홍보학과 박사과정*
박성복 한양대학교 정보사회미디어학과 교수**
이형석 한양대학교 광고홍보학과 교수***

디지털 미디어 리터러시는 현대사회를 살아가는 필수 역량이지만, 기존의 시니어 세대는 연령, 성별, 소득, 학력 등의 요인으로 인해 디지털 미디어 리터러시 수준이 낮아 디지털 소외나 사회 부적응의 문제 등이 지적되어왔다. 그러나 50~60대 베이비부머 세대는 기존의 시니어 세대와 달리 디지털 기기 사용 능력과 미디어에 대한 이해 능력 및 수용적 관점에서 큰 차이를 보인다. 이에 본 연구는 50~60대 베이비부머 세대의 디지털 미디어 리터러시와 지속이용의도 간 멀티태스킹의 매개효과를 분석하고, 자기효능감이 조절변인으로써 각 변인에 대해 어떤 영향을 미치는지 조절된 매개효과를 통해 실증 분석해 보고자 하였다. 연구결과, 디지털 미디어 리터러시 수준이 높을수록 지속이용의도에 긍정적인 영향을 미쳤으며, 디지털 미디어 리터러시와 지속이용의도 간 멀티태스킹 요인은 부분매개효과를 나타냈다. 자기효능감 요인은 디지털 미디어 리터러시와 멀티태스킹 관계, 멀티태스킹과 지속이용의도, 디지털 미디어 리터러시와 지속이용의도 관계에서 조절효과로써 유의한 영향을 미치지 않

* 제1저자, mychoi83@hanyang.ac.kr
** 공동저자, octobernine@hanyang.ac.kr
*** 교신저자, ehyungseok@hanyang.ac.kr

는 것으로 나타났다. 즉, 디지털 미디어 리터러시와 지속이용의도 간 관계에서 멀티태스킹의 매개효과는 검증되었으나, 선행연구를 바탕으로 한 자기효능감의 조절효과는 나타나지 않았다. 이러한 연구 결과를 바탕으로 디지털 미디어를 통해 사회적 상호작용을 하는 베이비부머 세대의 디지털 미디어 리터러시와 지속이용의도에 영향을 미치는 요인을 모색함으로써 학술적, 실무적 관점에서 후속연구의 필요성을 제시하였다.

KEYWORDS 베이비부머, 디지털 미디어 리터러시, 미디어 멀티태스킹, 이용과 충족이론, 조절된 매개효과

1. 서론

IT 기술과 정보통신의 발달은 디지털 사회로의 진입을 가속화 했다. 네트워크 기반의 현대사회에서 대부분의 정보는 TV, 라디오, 신문 등과 같은 전통매체뿐만 아니라 스마트폰과 컴퓨터 등의 디지털 기기를 통해 공유된다. 디지털 기기의 접근과 활용 능력인 디지털 리터러시는 현대사회를 살아가는 필수 역량이다(김학실·심준섭, 2020). 디지털 리터러시의 개념은 디지털 기술 및 도구 사용뿐만 아니라 디지털 환경에서 다양한 차원의 개인적, 사회적 역량과 태도를 표현하는 ‘특정 분야의 역량과 지식’이라는 의미로 정의할 수 있다(김도헌, 2020; Bailey, Gurak, & Konstan, 2001). 디지털 리터러시 역량이 생활과 밀접한 연관을 맺게 되면서 상대적으로 디지털 리터러시에 취약한 고연령층이나 저학력자 등은 디지털 격차와 소외로 이어진다(김학실·심준섭, 2020). 즉 디지털 사회의 가속화에 따라 다양한 매체 활용 방법, 정보 및 지식의 습득과 관리, 사회적 참여, 소비 등이 복잡해지면서 계층 간 사회적 격차가 발생하고 이는 다시 사회참여와 공유 문화에도 영향을 미치고 있다(현승혜·권성호, 2014).

특히 디지털 환경에서 디지털 교육을 받으며 자라난 ‘디지털 네이티브’ 세대와 정보화의 혜택을 누리지 못한 고연령층 간의 디지털 격차는 다양한 플랫폼과 기능이 결합된 소셜 미디어의 확산으로 심화되고 있다(송경재, 2011). 디지털 격차의 원인은 주로 연령, 소득 등의 인구통계학적 변인에서 비롯된다고 지적하고 있으며 노인, 이민자, 저학력자, 실업자 등은 상대적으로 디지털 리터러시에 취약하며 디지털 소외 계층화되기 쉽다(김학실·심준섭, 2020; 서영길 외, 2016). 하지만 디지털 네이티브 세대가 항상 고연령층에 비해 우월한 리터러시 능력을 가진 것은 아니며, 고연령층이라고 해도 항상 디지털 네이티브 세대보다 리터러시 능력이 떨어진다고도 할 수 없다. 변상규(2017), 이민석 외(2019), 최순

식(2019)은 베이비부머 세대라고 불리는 50-60대를 ‘액티브 시니어’로 정의하고 디지털 미디어 환경에서 스마트폰이나 다양한 소셜미디어를 활용하고 젊은 세대와 유사하게 애플리케이션에 대한 관심과 활용도가 높은 점을 연구하며 기존의 노년층과 차별화됨을 주장했다.

50-60대 베이비부머 세대는 ‘은퇴 후 안정적인 경제력을 바탕으로 활발한 소비 활동을 하는 사람’, ‘취미, 여가, 건강 및 외모 등에 투자를 아끼지 않는 적극적인 성격을 가진 사람’으로 정의된다(방태완, 2012). 지금의 베이비부머 세대는 전통매체인 TV, 라디오, 인쇄매체를 비롯해 스마트폰을 통한 인터넷 쇼핑은 물론 소셜 네트워크를 활용해 다른 생활 문화 양식을 구현하고 있다. 특히 ‘2020 방송매체이용행태조사 보고서’에 따르면 50대 이상의 세대가 일상생활 필수매체를 스마트폰이라고 응답한 비율은 60.3%, 60대 37.6%로 나타났으며, 스마트폰 주5일 이상 이용에 대한 결과 50대 95.8%, 60대 84.8%로 스마트폰 이용률이 가장 높은 30대(99.0%)와 유사한 빈도를 나타냈다. 또한 온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용률 또한 50대 63.1%, 60대 38.3%로 지난 2018년에 비해 각각 30% 이상 증가된 것을 확인할 수 있다(방송통신위원회, 2020). 이러한 결과는 매체 이용의 이동화와 개인화를 촉진하는 스마트폰의 60대 보유율이 91.7%로 전년 대비 약 6% 증가하면서 디지털 네이티브 세대에서 나타났던 매체 이용의 개인화가 고연령대로 확산되는 것을 알 수 있다(방송통신위원회, 2020).

이전의 연구들에서 미디어 확산에 따른 디지털 격차의 주요 변인을 연령, 교육, 소득, 직업 등 인구사회학적 측면에서 원인을 규명하는 데에 주목했다면 최근 김학실·심준섭(2020), 신수현(2019), 이민석 외(2019) 등의 연구들에서는 개인의 성향 및 활용, 심리적 관점에 기반한 디지털 미디어의 접근, 이해, 활용의 측면에서 논의되고 있다. 베이비부머 세대의 디지털 미디어의 접근과 이용은 정보화 시대에서 사회참여와 지속을 가능하게 하는 요인 중 하나로 볼 수 있다. 최근의 연구들에서 정

의되는 디지털 미디어 리터러시와 삶의 관계는 미디어 기기의 기술적 이용 수준을 넘어 온라인 공간에서 사회적 관계를 형성하고 정보를 교류하는 행위를 통해 상호작용을 하는 수단으로 활용된다(송효진, 2014; 이정훈·이두황, 2013).

디지털 미디어의 다양화는 이용자들의 미디어 이용 행태에 변화를 가져왔고, 여러 미디어와 콘텐츠를 동시에 소비할 수 있는 미디어 환경이 조성되었다. 방송통신위원회의 '2020 방송매체이용행태 조사보고서'에 따르면, 베이비부머 세대는 TV와 라디오 등의 전통매체 이용과 동시에 스마트폰을 이용하는 등의 매체 중복 사용에 대한 응답이 50대 87.8%, 60대 81.7%로 나타났다. 이러한 멀티태스킹 행위와 관련된 연구는 연령, 성별 등의 인구통계학적 이용행태와 인지 능력을 중심으로 진행되었는데, 주로 20대가 멀티태스킹을 더 많이 한다고 밝힌 바 있다(최미경, 2018; Cotten, Shank, & Anderson, 2014; Jeong & Hwang, 2012). 그러나 미디어 멀티태스킹 이용행태가 인구통계학적 변인으로서만 두드러지는 현상이 아니라, 미디어 이용에 따른 개인의 심리나 성향 등 다양한 요인에 의해 영향 받을 수 있다고 하였다(강미선, 2011; 김형지·김정환·정세훈, 2012; 배진한, 2015; 최미경, 2018).

이를 바탕으로 본 연구에서는 베이비부머 세대의 디지털 미디어 리터러시와 지속이용의도 관계에 있어 멀티태스킹의 매개효과와 자기효능감의 조절효과를 검증하고자 한다. 이를 위해 첫째, 이용과 충족이론을 근거로 디지털 미디어 리터러시의 수준이 지속이용의도에 미치는 영향에 있어 멀티태스킹의 매개효과를 검증하고, 둘째, 디지털 미디어 리터러시와 멀티태스킹 관계, 멀티태스킹과 지속이용의도의 관계, 디지털 미디어 리터러시와 지속이용의도 간 관계에서 자기효능감이 조절효과로서 미치는 영향을 검증하였다.

2. 문헌고찰

1) 베이비부머 세대의 정의

베이비붐(Baby boom)은 특정 시기에 출생하는 아이의 수가 급증한 현상으로서, 이 시기에 태어난 아이들을 베이비부머(Baby boomer)라고 칭한다(정순돌·김성원, 2013). 즉, 베이비부머 세대는 1955년부터 1963년 중 태어난 세대를 베이비부머 세대로 간주할 수 있는데, 2013년부터 이들의 은퇴가 본격적으로 시작되면서 고령화 시대의 새로운 소비계층인 ‘뉴 시니어(New Senior)’로 부상하고 있다(김윤정·강현정, 2013; 방태완, 2012). 베이비부머 세대는 경제개발 시기와 현대의 IT 기기까지 잘 다룰 수 있는 경험의 폭이 넓은 세대임과 동시에 여유 있는 자산을 기반으로 적극적이고 감성적인 소비 활동을 한다는 점에서 종전의 시니어 세대와는 구별된다(방태완, 2012).

국내에서는 베이비부머 세대를 지칭하는 용어로서 ‘뉴시니어’, ‘액티브 시니어’, ‘그레이네상스’ 등 다양하게 불리고 있으나, 보편적 관점에서 베이비부머 세대를 소비 시장에 막대한 영향을 끼치는 장년과 노년층을 일컫는 것으로 나이나 관습, 돈, 시간 등에 얽매이지 않고 자신이 하고 싶은 일과 갖고 싶은 것을 구매하고 활동하면서 여유 있는 삶을 즐긴다는 뜻을 내포한다(김환표, 2013; 변상규, 2017; 오창호 외, 2015). 이들은 대체로 학력과 소득수준의 연관이 컸던 사회 배경으로 인해 배움에 대한 열망이 크고, 대한민국 산업화의 주역답게 도전정신이 강하고, 성취 지향적인 성향을 보이며 자신에 대한 투자를 아끼지 않는다는 특징을 보인다(방태완, 2012).

그동안 베이비부머 세대에 대한 연구는 ‘고령화’, ‘노인’, ‘시니어’ 등의 용어를 사용해 주로 노년층에 대한 왜곡된 이미지 문제와 디지털 미디어에 따른 정보격차 문제에 집중해 왔다(김미애, 2011). 그러나 최근 베이비부머 세대의 디지털 미디어 이용률 증가와 여가 및 문화, 소비 생활

의 증가에 따라 다양한 매체 이용에서도 적극적인 경향을 보임으로써 변화된 디지털 미디어 활동에 대한 연구가 진행되고 있다. 이와 같은 연구 경향은 디지털 미디어 리터러시와 멀티태스킹 환경에서 보다 적극적인 디지털 상호작용과 디지털 기기 활용에 긍정적인 베이비부머 세대의 변화 양상으로 파악할 수 있을 것이다. 디지털 사회로의 가속화는 이러한 베이비부머 세대와 젊은 세대의 간극을 넓히고, 정보접근 및 사회참여를 힘들게 하는 배경으로서 정보통신기술 사회에 대한 부적응은 사회적 관계에서의 고립을 불러오고, 궁극적으로 삶의 질에 부정적인 영향을 미친다고 밝힌 바 있다(김윤정·강현정, 2013; 김희숙·유광자, 2013; 나일주·임찬영·박소화, 2008). 이러한 삶의 질적, 양적 차이는 인구통계학적 요인에 따라서도 차이가 있지만 디지털 기기와 이용 능력의 차이가 결국 심리적, 환경적 요인으로서 영향을 미친다고 할 수 있다. 이러한 변화는 디지털 정보 사회에서 베이비부머가 삶의 질을 향상하고, 은퇴 이후 사회활동에서 물러나고 많은 시간을 미디어를 활용할 그들에게 미디어 생태계에 적응하고 활용하여 사회와의 연결성을 지속할 수 있는 관점에서 연구되어야 함을 시사한다.

2) 디지털 미디어 리터러시와 매체지속이용

디지털 미디어 환경의 다변화는 정보통신 기술에 대한 접근과 활용 수준에 따라 다르게 이해되고 있으며 이러한 사회현상은 이용-충족 이론(Uses and Gratification theory, Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973)을 근거로 정보통신 기술에 대한 접근성 문제, 디지털 기기에 대한 이용과 활용 등 다양한 층위의 맥락을 포함한 '디지털 리터러시(digital literacy)'의 개념으로 확장되고 있다. 이용-충족 이론에 따르면 수용자가 지닌 주관적 욕구가 미디어 이용 동기에 영향을 미치고, 수용자는 미디어 이용을 통해 욕구를 충족시켜 만족감을 얻는다(McQuail, 2005). 이러한 개인의 사회적, 심리적 변인들을 통해 매체 이용 동기를 밝히고,

욕구 충족을 위해 매체를 어떻게 이용하는지, 또한 매체의 영향과 기능을 평가하고 이해하는 것이 이용-충족이론의 핵심이라고 볼 수 있다(Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973). 현대의 다매체 시대나 개인의 다양한 심리적, 사회적 특성은 매체의 이용 동기도 다양하게 나타나며, 다양한 매체를 이용하는 데에 있어 이용-충족이론의 접근은 통합적 영향관계를 파악하는 데에 있어 중요한 이론적 근거라고 할 수 있다. 특히 이용-충족이론은 정보나 지식에 대한 이해 강화와 관련된 인지적 욕구, 감정적 경험, 가족이나 친구집단과 접촉하려는 사회적 욕구, 개인의 심리적 및 자아 욕구 등이 디지털 리터러시의 주요 변인과 궤를 같이 한다(심효평·김도연, 2013; Ahn, 2006).

디지털 미디어 리터러시의 개념은 디지털, 미디어, 정보, ICT 리터러시로 세분화 할 수 있는데, 이는 단순 매체 활용 능력과 지식이라기보다 새로운 사회와 관계를 맺고 상호작용하는 과정으로 정의하기도 한다(김도현, 2020). 첫째, 디지털 리터러시는 컴퓨터 사용과 이해 능력으로 정의되며 기술사용 중심에 국한된다. 컴퓨터를 포함하여 소프트웨어와 같은 응용프로그램을 활용할 수 있는 디지털 정보 기술 조작 능력을 강조하고 있다(Gilster, 1997). 둘째, 미디어 리터러시는 미디어 이용과 전달된 내용을 해석하기 위한 지식, 기술, 능력으로 정의할 수 있으며 인터넷 등장 이후 미디어로 접근·이해·창조로 재개념화 되었다(안정임·서윤경·김성미, 2017). 미디어 리터러시의 개념에는 다양한 형태의 미디어에 접근하여 메시지를 분석, 평가, 창조하며 의사소통할 수 있는 능력으로 소셜 미디어 환경이 반영된 것으로 이해할 수 있다(Namle, 2010). 셋째, 정보 리터러시는 정보가 필요한 때와 정보검색, 검색된 정보의 평가 및 효율적 사용 능력으로 정의된다. 즉 정보의 생산과 정보를 통해 새로운 지식을 창출하는 통합된 능력의 집합으로 개념이 확장되면서 비판적 사고, 창의력 등의 개념과 맥락을 같이 한다. 넷째, ICT 리터러시는 첨단 ICT 도구를 활용할 수 있는 창의적 역량으로 정의한다. 정보통신기술의

발달을 기반으로 이를 통해 문제를 해결하고 필요한 기능을 수행하는 능력으로서 윤리의식과 인지적 사고과정을 중심으로 한다(박성열, 2005: 한국교육학술정보원, 2002).

이밖에도 디지털 리터러시의 핵심적 요소를 정리한 홍성욱·백옥인(2001)은 기술적 액세스로 네트워크 및 컴퓨터에 대한 접근 능력과 콘텐츠 활용능력, 공동체 형성과 지식정보의 나눔 능력을 주요소로 보았다. 첫째, 네트워크 및 컴퓨터에 대한 접근 능력은 정보 접근을 보장하는 가장 기초적인 부분으로, 하드웨어적인 부분을 일컫는다. 둘째, 콘텐츠 활용능력은 정보 내용을 이해하고 활용하는 것으로 자신에게 필요한 정보를 검색하는 방법, 정보를 수집하고 자신의 삶에 적용하는 능력을 의미한다. 셋째, 공동체 형성과 지식정보의 나눔 능력은 쌍방향성과 네트워크화라는 디지털 미디어의 특성을 드러내는 부분이며, 정보 교류를 통해 상호간 영향을 미칠 수 있다는 것을 말한다.

표 1. 디지털 리터러시 개념 및 영역

연구자	영역	개념
이원태 외 (2011)	미디어 사용능력	정보에 대한 접근과 이용
	정보의 비판적 해석 능력	필요 정보 및 지식의 비판과 분석, 문제해결
	의사소통 능력	디지털 미디어를 통한 정보 및 의견 생산 교환, 사회참여
권성호(2011)	비판적 이해	경험과 지식을 기반한 능동적 재해석
	창의적 생산	새로운 의미부여 및 대안적 해결 제시
	협력적 의사소통	자신의 생각 공유 및 타인 관점 수용
Hobbs(2010)	접근	미디어 사용 능력
	분석 및 평가	정보나 메시지에 대한 비판적 분석 및 평가
	창조, 성찰, 행동	창조 표현, 윤리적 책임, 경험, 지식공유

출처: 현승혜·권성호 (2014). 중·장년층 직장인의 디지털 리터러시에 대한 연구: 디지털 리터러시 향상을 중심으로. <학습과학연구>, 8권 1호, 124쪽에서 인용.

리터러시의 개념은 영역을 구분하지 않고 상호 보완적이며 연관성을 갖고 확장되고 있다. 다양한 디지털 기기나 인터넷 등의 보유 여부를 측정하는 물질적 접근에서 디지털 기기와 미디어, 정보 등을 활용하는 활용적 접근성으로 이동하고 있다(Van Dijk, 2006). 특히 디지털 리터러시와 미디어 리터러시는 접근, 분석, 평가, 제작, 활용, 이용, 수용 등으로 각 유형을 구분하고 있지만 이 영역들은 이분법적으로 접근할 수 없으며, 연속적이고 다차원적인 교집합을 이루고 있음을 알 수 있다. 즉 방송통신의 발달로 인한 다양한 디지털 기기들과 소셜미디어의 확산은 단순히 디지털 기기 사용 능력으로 한정하지 않고 인터넷을 통한 정보 검색과 분석, 평가를 통해 찾은 정보의 이해와 자신의 필요에 따라 활용 및 재창조하여 타인과 공유하고 협력하는 능력으로 발전시켰다(현승혜·권성호, 2014).

디지털 미디어 리터러시는 매체지속이용의도에도 유의미한 영향을 미치는데, 관련 연구들은 지속이용의도에 영향을 미치는 요인으로서 이용자의 성향, 즐거움과 혜택(이동만·박현선, 2011), 리터러시 수준(박경자·유일·김재진, 2013; 박연진·하루·황하성, 2019) 등을 영향요인으로 설명하였다. 특히 박경자 외(2013)와 박연진 외(2019)의 연구에서는 계획행동이론을 적용하여 이용자의 능력 요인으로서 자기효능감 대신 SNS 리터러시 개념을 활용하였다. 연구결과, 이용자가 리터러시 수준이 높다고 인식할수록 유희성과 유용성을 높게 평가하며, 미디어를 적극적으로 이용할수록 리터러시 수준도 높은 것을 검증하였다. 이 밖에도 한영주·하주용(2019)은 이용과 충족이론을 통해 미디어 이용 동기에 미치는 영향을 밝혔는데, 연구결과, 상호작용 동기와 오락 추구 동기, 정보 추구 동기, 습관 동기 등의 요인이 콘텐츠에 따라 다른 영향을 미치고 있음을 밝혔다.

앞서 살펴본 선행연구에서 공통적으로 논의하고 있는 것처럼 디지털 리터러시는 디지털 기기에 한정된 능력의 개념이 아니며, 미디어와 정보,

ICT 등의 리터러시 개념이 통합된 것으로, 새로운 환경에 따른 삶의 양식과 문화, 가치, 체계 등 일상적 특징을 반영할 필요가 있음을 강조하고 있다(Hobbs, 2010).

3) 미디어 멀티태스킹

카네만(Kahneman, 1973)은 정보처리이론(information processing theory, Atkinson & Shiffrin, 1968)의 제한용량가설(limited capacity hypothesis)을 통해 인간이 물리적으로 여러 정보를 함께 처리하는 경우 한정된 인지적 자원에 대한 경쟁으로 인지적 수행이 제한된다고 밝힌 바 있다. 즉 멀티태스킹은 인지적 수요(cognitive demand)에 따라 결정되는데 개인의 정보처리에 필요한 인지적 자원 보유 정도에 따라 멀티태스킹 이용 차이가 발생할 수 있으며 여러 과업을 병행하는 과정에서 물리적, 감각적인 조합에 따라 미디어 이용 효과가 달라질 수 있다(김류원·정세훈, 2020; 김예슬·이세진, 2021; Wang et al., 2015).

최근 멀티태스킹 개념은 미디어를 이용하면서 다른 일(식사 및 공부 등)을 하거나, 두 가지 이상의 매체를 동시에 이용하는 행위, 한 매체에서 동시에 두 가지 이상의 업무를 수행하는 행위(메신저, 음악 감상 등) 등의 개념으로 확대되고 있다(정세훈 외, 2017; Holmes, Papper, Popovich, & Bloxham, 2005; Wallis, 2010). 멀티태스킹 관련 연구는 다양한 분야에서 진행되었는데, 커뮤니케이션 및 광고 효과를 적용한 선행연구들에서는 메시지에 대한 주목도와 관심도, 기억 등을 감소시켜 정보처리가 저해되기 때문에 멀티태스킹에 의한 주의나 인지 과정의 방해로 광고 효과가 저하된다는 결과를 제시하고 있다(김윤애·박현순, 2008; 이무신·정세훈, 2013; Barden & Petty, 2008; Zhang, Jeong, & Fishbein, 2010). 특히 이무신·정세훈(2013)의 연구에서는 모바일 광고에서 상호작용성 정도가 이용자의 광고태도 및 브랜드 태도에 미치는 영향을 멀티태스킹 여부에 따라 실험적으로 검증

하였는데, 멀티태스킹을 할 경우 인지욕구가 높은 이용자들의 브랜드 태도가 인지욕구가 낮은 이용자들의 브랜드 태도에 비해 호의적으로 나타났다. 인지욕구가 높은 집단과 낮은 집단의 차이는 멀티태스킹을 하는 상황에서 상호작용적 메시지가 주어졌을 때 큰 차이를 보이는 것으로 나타났다.

이 밖에도 염정운 외(2019), 최미경(2018)의 연구에서는 각각 스마트폰 이용자의 미디어 멀티태스킹 이용행태와 멀티태스킹 이용 빈도가 감각기관의 간섭 유형과 시간관에 따라 어떻게 달라지는지 검증하였다. 염정운 외(2019)의 연구에서는 감각기관의 간섭이 증가할수록 멀티태스킹 이용 빈도가 감소하였지만 시청각+시각, 시청각+시청각 조합 이용 빈도는 감각기관의 간섭이 있어도 이용빈도가 비교적 높게 나타났다. 최미경(2018)은 연령대에 따른 미디어 멀티태스킹 이용 차이를 확인하고 개인의 시간에 대한 인식이 미디어 멀티태스킹 이용에 미치는 영향을 살펴본 결과 현재쾌락적 시간관과 과거긍정적 시간관은 멀티태스킹에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 확인하였다. 두 연구 모두 저연령층이 고연령층에 비해 모든 조합의 멀티태스킹이 더 빈번하게 나타났고 이는 저연령층에서 멀티태스킹을 많이 한다는 선행연구 결과와 동일하다.

선행연구들에서 밝힌바와 같이 미디어 멀티태스킹을 두 가지 유형으로 구분할 수 있는데 첫 번째 유형은 하나의 기기에서 여러 가지 작업을 동시에 진행하는 행위이며 두 번째 유형은 '문자중심 멀티태스킹', '음악중심 멀티태스킹'으로 구분할 수 있다. 미디어 기기가 다양화되면서 멀티태스킹 조합은 TV+PC+스마트폰 등을 주로 이용하고 있었고 이러한 3-Screen 보유 응답 비율은 73%에 이를 정도로 보편화된 것으로 나타났다(정보통신정책연구원, 2017). 또한 미디어 조합에 따른 선행연구에 따르면 인쇄 미디어 조합보다 TV, 인터넷, 라디오 등 전파 미디어 조합으로 멀티태스킹을 하는 경우가 더 많은 것으로 밝혀졌고, 소유한 미디어가

많거나 미디어 이용량이 많을수록 멀티태스킹이 증가하는 것으로 나타났다(류은아·한은경, 2018; Cotten et al., 2014; Jeong & Fishbein, 2007).

4) 디지털 사회에서의 자기효능감

반두라(Bandura, 1977)의 자기효능감(self-efficacy)은 계획행동이론의 변인 중 지각된 행동통제의 변인과 유사성을 갖고 있다(홍원식, 2012). 지각된 행동통제는 실제 행동의 통제가능성을 측정하는 데에 더 적합하지만 행동발생을 막는 외부요인들은 예측 불가능한 경우가 많고 행동에 있어 적정 기술을 보유하고 있는지, 행동을 수행하려는 시도가 있기 전까지는 불분명하다. 즉 통제 요인은 그 사람에게 내부적인 것(의지, 기술, 능력 등)과 외부적인 것(시간, 기회, 타인의존) 모두를 포함할 수 있기 때문이다(김명소·한영석, 2001).

옥석재와 손지현(2007)의 연구에서는 컴퓨터 활용 능력에 대한 확신을 설명하는 자기효능감이 인터넷 뱅킹 이용 행위에 유의미한 영향을 미치는 것으로 밝힌 바 있다. 즉, 인터넷 뱅킹을 이용하는 개인이 자신의 컴퓨터 이용 능력에 대한 믿음이나 자신감을 높이 평가할수록 인터넷 뱅킹 수용가능성도 높아진다고 검증하였다. 김근수(2017)의 연구에서는 각각 디지털 미디어 리터러시(Digital Media Literacy)와 스마트폰의 이용 만족감과의 관계에서 개인의 심리적 변인인 자기효능감이 어떠한 역할을 하는지에 대한 문제를 제기하며 베이비부머 세대 내에서도 교육 수준과 경제적 수준이 높을수록 전반적으로 디지털 미디어 리터러시 능력이 높은 것을 확인하였다. 자기효능감이 높아질수록 커뮤니케이션 만족감을 높이는 것으로 나타났는데, 이러한 연구 결과는 기존의 대인 관계 뿐만 아니라 새로운 대인관계를 형성하고 적극적인 사회 참여의 대안이 될 것으로 볼 수 있다. 최형임·송인옥(2020)의 연구에서는 노인의 디지털 정보활용능력이 삶의 만족도에 미치는 영향을 자기효능감을 매개로

하여 실증적으로 검증하였다. 연구 결과, 디지털 정보활용능력과 자기효능감은 정(+)적 상관관계로 나타나 정보활용능력이 높을수록 자기효능감에 긍정적인 것으로 확인되었고, 이러한 자기효능감을 매개로 삶의 만족도를 향상하는 데에 긍정적인 영향을 나타내는 것으로 나타났다. 또한 디지털 정보활용능력은 새로운 과업을 성취할 수 있다는 자신감을 부여하고, 자기효능감을 향상할 수 있는 요인으로 작용한다(서상민, 2019; 정민숙·이유리, 2012).

소셜미디어의 발달과 다양한 디지털 미디어의 이용이 확산되는 현대의 디지털 사회에서 자기효능감은 디지털 리터러시 역량은 물론 지속적인 디지털 미디어 이용에도 큰 영향을 미친다. 크래머와 윈터(Krämer & Winter, 2008), 왕 외(Wang et al., 2019)는 페이스북 사용과 PC 사용에 대한 멀티태스킹 행위를 중심으로 자기효능감에 미치는 영향을 고찰하였는데 자기효능감 수준이 높을수록 SNS 프로필 세부 사항의 공개 수준, 연락처 목록의 범위 및 프로필 사진의 스타일에 영향을 미친다고 보았다. 또한 카 외(Carr, Li, & Campos, 2019)의 연구에서는 자기효능감이 사회적 관계에서 상호작용의 상승효과를 조절한다고 밝힌 바 있다.

3. 연구가설 및 연구방법

1) 연구가설 및 연구모형

디지털 미디어 리터러시 관련 선행연구들은 이론에 근거한 개념적 당위성에 대해 논의되어 왔다. 그러나 인구사회학적 변인인 연령, 소득, 학력 등에 기반한 디지털 격차와 사용 능력에 대한 기존 연구를 넘어 디지털 기기와 뉴미디어 문화에 적극적인 새로운 베이비부머 세대를 대상으로 한 연구가 필요한 시점이다. 진술한 선행연구 검토를 바탕으로 설정한 연구모형과 연구가설은 다음과 같다(〈그림 1〉 참조).

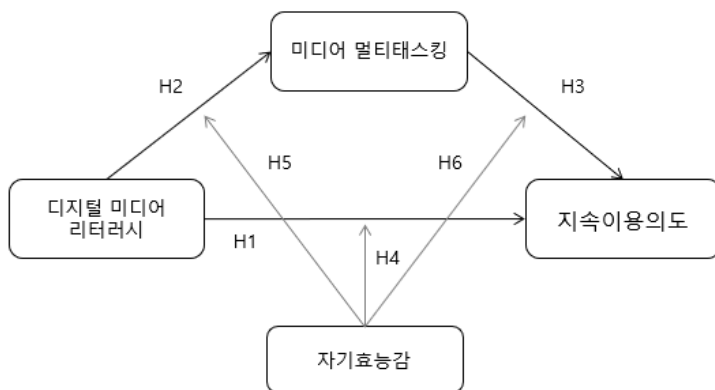


그림 1. 연구모형

디지털 미디어 리터러시는 선행연구에서 젊은 층과 시니어 층의 디지털 격차를 검증할 때 제시되었던 변인 중 하나이다. 전술한 것처럼 기존의 시니어들은 디지털 네이티브 세대와 달리 디지털 기기 사용에 익숙하지 않은 환경에서 자라왔기 때문에 디지털 미디어 리터러시 능력이 비교적 낮은 결과를 보인다(강진숙, 2002; 송경재, 2011; 황용석 외, 2012). 그러나 최근 베이비부머 세대의 SNS 활동 확산, 온라인 환경에서의 소비 향상 등의 관점에서 지속적으로 연구되고 있으므로 단순히 연령이나 소득, 교육 수준 등 변인으로만 디지털 격차 문제의 원인을 볼 수 없으며, 기존의 시니어 세대와 동일하다고 단정할 수 없다. 이에 따라 베이비부머 세대의 디지털 미디어 리터러시 능력 함양은 생활의 지속성 및 주체적인 삶을 영위하는 관점에서 중요한 주제이며, 삶의 질을 향상할 수 있는 요인이 된다(금희조·조재호, 2010; 임주희 외, 2020). 인터넷 미디어로부터 촉발한 미디어 이용 차이는 소셜미디어 환경에서 개인의 프라이버시와 저작권, 정체성, 태도, 참여 등 다양한 영역의 리터러시가 요구되는 환경이기 때문에 이에 대한 실증적 검토가 필요한 부분이다(안정임 외, 2012). 따라서 디지털 미디어 리터러시 능력은 디지털 정보격차뿐만

아니라 미디어 멀티태스킹 행위와 지속이용의도에 영향을 미치고 나아가 대인 관계 및 사회 참여도에도 영향을 미칠 수 있는 요인이 될 수 있다. 디지털 미디어 리터러시가 높으면 다양한 미디어 및 콘텐츠 접근이 수월할 수 있고, 개인이 익숙한 미디어를 장기간 사용했을 경우 용이성과 유용성으로 인해 지속적으로 사용할 의도가 증가할 수 있다. 매체지속이용 의도란, 사용자가 특정 시스템을 처음 시도한 후 지속적으로 그것을 이용할 의도가 있는지를 의미하는 것으로, 수용자의 만족감, 지각된 유용성, 지각된 용이성, 지각된 즐거움 등의 변인에 영향을 받는 것으로 나타난 바 있다(현영란·정소연, 2016). 사용자가 만족감이나 즐거움 등의 긍정적인 감정을 얻는 경우, 지속이용의도에 긍정적인 영향을 미친다는 선행 연구 결과를 토대로 연구가설 1을 설정하였다.

연구가설 1. 디지털 미디어 리터러시 수준이 높을수록 지속이용 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

TV, 라디오, 소셜미디어 등 다양한 미디어의 확산은 이용자들에게 미디어 소비의 폭을 확장 시켰고, 이에 따라 동시에 여러 가지 과업을 수행하는 미디어 멀티태스킹 행위가 지속적으로 관찰되고 있다. 멀티태스킹 행위는 여러 가지 매체의 조합이나 스마트폰 내에서 앱 사용에 대해 나타나는데, 수동적인 태도로 매체를 접하는 것에 비해 TV를 보면서 인터넷 웹서핑을 하거나 메시지를 주고받는 등의 행동은 적극적인 의지나 욕구가 내재해 있는 행동이라고 볼 수 있다(강미선, 2014). 즉 두 매체를 선택적으로 소비하는 행동 자체는 능동적인 행위이며, 다양한 미디어 소비를 통해 자신의 욕구를 파악하고 충족시켜 주는 방향으로 매체와 매체 내용을 결정한다. 멀티태스킹은 선행연구(김류원·정세훈, 2020; 염정운 외, 2019; 최미경, 2018)에 따라 개인의 인지적 자원 보유 정도와 기기의 물리적, 감각적 조합, 인지욕구 여부 등을 기준으로, 그 수준을 구

분할 수 있으며, 시각-시각, 청각-시각 등의 주 사용 감각기관에 따라서도 멀티태스킹의 수준을 가늠해 볼 수 있다. 멀티태스킹 행위와 관련하여 다양한 분야에서 연구가 진행되고 있는데, 소유한 미디어가 많거나, 이용량이 많은 경우 멀티태스킹이 증가하는 것으로 나타났고, 개인이 흥미를 가진 콘텐츠나 자극 추구 성향의 심리적 요인, 인지적 욕구에 기반한 멀티태스킹의 행위가 많이 일어나는 것을 알 수 있다(Cotten et al., 2014; Jeong & Fishbein, 2007; Petty et al., 1984). 멀티태스킹 행위의 특성은 다양한 미디어를 동시 이용하거나 미디어와 콘텐츠를 동시 이용 한다는 점에 있다. 이러한 멀티태스킹 행위가 가능하려면 디지털 미디어 리터러시에 대한 이해 능력이나 활용 능력이 요구되며, 인지 욕구가 높은 사람일수록 한 번에 많은 양의 정보를 처리하는 멀티태스킹을 선호할 가능성이 높다고 조사된 바 있다(Lim et al., 2016; Winter et al., 2012). 선행연구를 바탕으로 멀티태스킹의 매개효과를 검증하고자 연구가설 2와 연구가설 3을 설정하였다.

연구가설 2. 디지털 미디어 리터러시 수준이 높을수록 미디어 멀티태스킹에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

연구가설 3. 미디어 멀티태스킹 행위의 수준이 높을수록 지속이용 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

자기효능감은 인간의 모든 선택에 있어 영향을 미치는데, 목표에 도달할 수 있는 자신의 능력에 대한 평가로서, 자기효능감이 높을수록 난이도가 높은 과업을 선택하거나 목표를 설정하지만, 자기효능감이 낮을 경우 이와 반대의 경향을 보인다. 김경희·유수정(2020)의 연구에서 밝힌 것처럼 노년층의 스마트폰에 대한 접근과 통제능력이 삶의 만족도를 높여주고, 미디어를 통한 네트워크 형성 및 확장 능력은 자기효능감과 삶의 만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 송효진(2014)은

디지털 미디어 기기와 기술에 대한 접근의 문제에 따른 1차 격차(first digital divide)가 어느 정도 해소된 시점에서 인터넷 이용자 집단 내 질적 정보격차를 확인하고, 이용자 개인의 사회경제적 요인과 디지털 리터러시, 자기효능감과 같은 인지적·심리적 요인을 중심으로 개인의 불균형적 정보 이용 문제와 이에 미치는 영향요인을 규명하였다. 이 같은 논의를 바탕으로 연구가설 4, 5, 6은 디지털 미디어 리터러시와 지속이용의도, 디지털 미디어 리터러시와 멀티태스킹, 멀티태스킹과 지속이용의도 관계에서 긍정적인 조절효과를 가져올 것으로 예상하였다.

연구가설 4. 자기효능감은 디지털 미디어 리터러시와 지속이용의도 관계에서 긍정적인 조절효과를 미칠 것이다.

연구가설 5. 자기효능감은 디지털 미디어 리터러시와 미디어 멀티태스킹 관계에서 긍정적인 조절효과를 미칠 것이다.

연구가설 6. 자기효능감은 미디어 멀티태스킹과 지속이용의도 관계에서 긍정적인 조절효과를 미칠 것이다.

2) 연구방법 및 주요 변인 측정

(1) 자료의 수집과 연구 방법

본 연구의 대상은 스마트폰 이외에도 PC 및 노트북, 태블릿 중 디지털 기기 한 가지 이상을 사용하고 있는 전국의 50~60대를 대상으로 온라인 설문조사 업체를 통해 2021년 5월 17일부터 20일까지 4일간 조사하였으며, 총 214명의 표본을 수집하여 다음과 같은 분석을 통해 연구가설을 검증하였다. 연구 방법은 첫째, 요인분석을 시행하여 각 변수의 측정 문항을 추출하고 구성 타당도를 확보하였다. 둘째, 본 연구를 위한 표본들의 특성을 파악하고 요인분석을 통해 구분된 각 변인의 개별항목에 대한 응답자들의 전반적인 분포도 확인을 위한 빈도분석을 실시하고 상관관계

를 분석하였다. 셋째, 본 연구의 가설에서 설정한 각 가설 검증을 위해 디지털 미디어 리터러시(미디어 사용 능력 인터넷 활용 능력, 미디어 해석 및 분석 능력, 의사소통 능력)와 자기효능감, 멀티태스킹 수준 및 매체지속이용의도 간 미치는 영향을 분석하고자 SPSS 26.0과 SPSS Process Macro Model 59를 이용해 조절된 매개효과(moderated mediation model)를 검증하였다(Muller, Judd, & Yzerbyt, 2005). 이는 헤이스(Hayes, 2012)가 조절변수의 수준에 따라 매개변수의 강도나 방향이 변화되면서 나타나는 효과로써 조건부 간접효과를 의미한다(Preacher, Rucker, & Hayes, 2007). 조절된 매개효과의 분석은 조절변수에 따른 매개변인에 미치는 영향과 변화를 살펴보기 위한 것으로 조절변수 값에 따라 매개효과가 강화되거나 약화된다고 설명할 수 있다(James & Brett, 1984). 헤이스(Hayes, 2012)의 Process 기법은 독립변수의 직접 효과와 간접효과 검증을 통해 매개효과나 조절 효과, 조절된 매개효과를 일괄 검증할 뿐만 아니라 간접효과를 정확히 산출해주는 장점이 있다(최현정, 2015; Preacher & Hayes, 2004). 이에 본 연구는 연구모형에서 멀티태스킹의 매개효과를 예측함과 동시에 자기효능감의 조절효과를 검증하고자 헤이스(Hayes, 2012)의 PROCESS Macro 기법 중 Model 59를 적용한 가설 검증을 시행하였다.

(2) 디지털 미디어 리터러시 측정

선행연구를 바탕으로 디지털·미디어 리터러시(digital media literacy)를 측정하기 위한 영역으로 디지털 기기 조작 수용 능력, 디지털 기기 이용한 문제 해결의 이용 능력, 정보의 창조적 생산이 가능한 활용 능력으로 구분된다. 본 연구에서는 미디어 사용, 인터넷 활용, 미디어의 해석 및 표현, 의사소통 능력으로 분류하여 각각의 문항으로 구성하였다. 김정성 외(2010), 김민하·안미리(2003), 안정임(2010), 안정임 외(2012), 최두진 외(2009, 2011), 한정선 외(2006), 현승혜·권성호(2014), 오프

컴(Ofcom, 2003), 홉스(Hobbs, 2010)의 연구에서 본 연구에 맞도록 수정 적용하였다. 미디어 사용 능력에서는 '나는 스마트폰에서 필요한 앱을 다운로드하여 이용할 수 있다' 등 7개 항목으로 구성하였다. 인터넷 활용 부분에서는 '나는 인터넷을 사용하여 정보나 자료를 검색할 수 있다' 등 6개 항목으로 구성하였고, 미디어의 해석 및 표현 부분에서는 '나는 미디어가 현실을 재구성해서 보여준다고 생각한다' 등 7개 항목으로 구성하였으며, 의사소통 능력 부분에서는 '나는 다른 사람의 온라인 공간에 댓글을 남긴다' 등 4개 항목으로 구성하였다. 모든 항목은 리커트 5점 척도(①-매우 그렇지 않다, ⑤-매우 그렇다)로 측정하였다.

(3) 미디어 멀티태스킹 측정

미디어 멀티태스킹(media multitasking)은 윌리스(Wallis, 2010)의 연구를 토대로 '두 매체 간의 동시 이용과 한 매체 안에서 여러 가지 서비스 및 콘텐츠를 동시 이용하는 행위'로 정의하였다. 여기서 '동시성'이란 물리적인 시점뿐만 아니라 이용자가 인지하는 수준에서 동시적인 것을 함께 포함한다. 측정 문항은 강미선(2014), 강미선·서미혜(2011), 방송통신위원회(2020), 배진한(2015), 염정윤 외(2019), 최미경(2018), 정과 피쉬바인(Jeong & Fishbein, 2007) 등의 연구를 참조하여 멀티태스킹 조합을 분류하고 각각에 대해 이용 정도를 측정하였다. 선행연구의 결과에 따라 가장 많이 이용하는 멀티태스킹 조합은 PC와 스마트폰 매체를 중심 조합으로 스마트폰-TV, 스마트폰-PC 및 노트북의 동시 이용 빈도를 측정하였고 조사 항목은 본 연구에 적합하도록 수정·보완하였다. 단, TV-TV, TV-인쇄매체 등의 시각과 시각을 동시에 이용해야 하거나 TV-라디오, 라디오-라디오 등 시청각-청각, 청각-청각을 동시 이용해야 하는 조합은 제외하였다. 매체 간 멀티태스킹 조합에 대한 조사 항목은 각 조합에 대해 리커트 5점 척도(①-전혀 이용하지 않는다, ⑤-자주 이용한다)로 측정하였다.

표 2. 미디어 멀티태스킹 측정 조합

구분	항목
	스마트폰 - PC 및 노트북 - TV 동시 이용 조합
스마트폰 + TV 조합	나는 스마트폰으로 음성/영상통화를 하면서 TV를 본다
	나는 스마트폰으로 메신저(카카오톡 등)를 하면서 TV를 본다
	나는 스마트폰으로 정보를 검색하면서 TV를 본다
	나는 스마트폰으로 문자 메시지를 주고받으면서 TV를 본다
	나는 스마트폰으로 SNS(페이스북, 네이버밴드, 인스타그램, 트위터 등)를 하면서 TV를 본다
	나는 스마트폰으로 온라인 쇼핑을 하면서 TV를 본다
	나는 스마트폰으로 인터넷 뱅킹(은행업무)을 하면서 TV를 본다
	나는 스마트폰으로 뉴스 기사를 읽으면서 TV를 본다
	나는 스마트폰으로 이메일을 확인하면서 TV를 본다
	나는 스마트폰으로 업무를 하면서 TV를 본다
스마트폰 + PC 및 노트북 조합	나는 스마트폰으로 음성/영상통화를 하면서 PC를 한다
	나는 스마트폰으로 메신저(카카오톡 등)를 하면서 PC를 한다
	나는 스마트폰으로 정보를 검색하면서 PC를 한다
	나는 스마트폰으로 문자 메시지를 주고받으면서 PC를 한다
	나는 스마트폰으로 SNS(페이스북, 네이버밴드, 인스타그램, 트위터 등)를 이용하면서 PC를 한다
	나는 스마트폰으로 음악을 들으면서 PC를 한다
	나는 스마트폰으로 온라인 쇼핑을 하면서 PC를 한다
	나는 스마트폰으로 인터넷 뱅킹(은행업무)을 하면서 PC를 한다
	나는 스마트폰으로 뉴스 기사를 읽으면서 PC를 한다
	나는 스마트폰으로 영화/동영상을 보면서 PC를 한다
나는 스마트폰으로 이메일을 확인하면서 PC를 한다	
나는 스마트폰으로 업무를 하면서 PC를 한다	

(4) 자기효능감 측정

자기효능감(self-efficacy)은 '개인이 필요한 행동을 성공적으로 실행할 수 있다는 자신의 능력에 대한 확신이나 기대, 신념'으로 정의하였다(이정기 외, 2013). 측정 항목은 배재권(2010), 이영광·지은구(2017), 이정기 외(2013), 정과 노(Jeong & Roh, 2017)의 선행연구를 근거로

측정하였다. 세부 측정 항목은 ‘나는 스마트폰 활용을 누구보다 잘한다’, ‘나는 스마트폰 이용에 있어 어렵더라도 잘 할 수 있을 때까지 해본다’, ‘나는 스마트폰을 잘 이용할 수 있는 자신이 있다’, ‘나는 PC/노트북 활용을 누구보다 잘한다’, ‘나는 PC/노트북 이용에 있어 어렵더라도 잘 할 수 있을 때까지 해본다’, ‘나는 PC/노트북을 잘 이용할 수 있는 자신이 있다’의 총 6개 항목을 리커트 5점 척도(①-매우 그렇지 않다, ⑤-매우 그렇다)로 측정하였다.

(5) 매체지속이용의도 측정

매체지속이용의도(intended use of media)는 권기철·김현아·서영옥(2020), 김준희 외(2019), 박연진 외(2019), 옥석재·손지현(2007), 윤설민(2010), 이민석 외(2019), 반두라(Bandura, 1977), 바타차지(Bhattacharjee, 2001), 벤카테시와 데이비스(Venkatesh & Davis, 2000) 등의 선행연구를 바탕으로 스마트폰과 PC 및 노트북으로 한정하여 측정하였다. 세부 측정 항목은 ‘나는 향후 스마트폰을 사용할 의도가 있다’, ‘나는 지속적으로 스마트폰을 사용할 것이다’, ‘나는 디지털 미디어를 사용한다면 앞으로도 스마트폰을 사용할 가능성이 높다’, ‘나는 향후 PC/노트북을 사용할 의도가 있다’, ‘나는 지속적으로 PC/노트북을 사용할 것이다’, ‘나는 디지털 미디어를 사용한다면 앞으로도 PC/노트북을 사용할 가능성이 높다’ 등의 총 6개 항목을 리커트 5점 척도(①-매우 그렇지 않다, ⑤-매우 그렇다)로 수정 후 측정하였다.

4. 연구결과

1) 응답자의 인구통계학적 특성

수집된 표본 214부를 대상으로 인구통계학적 빈도분석을 한 결과, 성별

은 남성 110명, 여성 104명이 응답하였고, 응답자 연령 분포는 52-69세 까지로, 평균연령은 58.33세로 나타났다. 최종학력 분석 결과 대졸 116명(54.2%)으로 가장 많았고, 고졸 51명(23.8%), 대학원 이상 28명(13.1%) 순으로 집계되었다. 이들의 연소득은 0원부터 2억 원까지의 범위로 나타났으며, 평균 소득은 3924만 원으로 분석되었다. 금액별 결과로는 3천만 원 20명(9.3%), 4천만 원 14명(6.5%), 2천만 원 12명(5.6%), 7천만 원 12명(5.6%) 등의 순으로 나타났고 연소득 1억 원 이상은 조사대상자 중 총 8명(4.0%)이 포함되었다.

2) 타당도 및 신뢰도 검정

요인 추출은 주성분 요인 분석을 실시하였으며, 베리맥스 회전방식을 이용하였다. 요인 선택을 위한 기준으로는 고유값(eigen value)은 1을 기준으로, 요인 적재치는 0.4를 기준으로 하였다. 디지털 미디어 리터러시 측정 변인에 대한 요인분석 결과, KMO 측도값은 .901로 적합하게 나타났으며, 공통성 값 또한 모든 값이 0.4를 넘어 공통성도 적합하다고 할 수 있다. 디지털 미디어 리터러시 변인의 타당도 및 신뢰도 분석 결과, Cronbach's $\alpha = .899$ 로 높은 신뢰도를 확보하였다($M = 3.68$, $SD = .45$). 신뢰도는 너널리(Nunnally, 1978)의 기준에 따라 0.7이상으로 하며 1에 가까울수록 신뢰도가 높다고 해석되므로, 본 연구에서도 이와 동일한 기준을 적용하여 분석하였다. 요인 적재치는 강 외(Kang et al., 2005) 등의 선행연구에서 일반적으로 0.3 이상을 기준으로 하고, 0.5 이상이면 변수와 요인 간 상관관계가 매우 높은 유의성을 가진 것으로 해석되는데, 본 연구에서는 0.4를 기준으로 하였다. 변인의 세부 항목별로는 미디어 사용 능력에 있어 KMO 측도값은 .879, 공통성은 모든 값에서 .509 이상으로 나타나 7개의 측정 항목이 적합하다고 판단하였으며 Cronbach's $\alpha = .886$ 로 나타났다. 인터넷 활용의 KMO 측도값은 .865였으며, 6개 측정 항목에서 공통성 값 .729 이상으로 적합하게 나타

났고, Cronbach's $\alpha = .895$ 로 나타났다. 미디어 분석 및 표현의 KMO 측도값은 .722, 공통성은 모든 값에서 .470 이상이었으며 Cronbach's $\alpha = .886$ 으로 나타나 적합하다고 판단하였다. 의사소통능력의 KMO 측도값은 .807, 공통성은 모든 값에서 .638 이상으로 나타났으며 요인적재량은 4개 측정 항목에서 모두 .799 이상으로 나타나 하나의 변수로 구성하기에 타당성이 확보되었다고 할 수 있다. 의사소통 능력의 Cronbach's $\alpha = .838$ 로 나타나 비교적 높은 신뢰도를 확보하였다.

표 3. 디지털 미디어 리터러시 타당도 및 신뢰도 분석 결과

구분	측정항목	성분	Cronbach's α	Eigenvalue
미디어 기술 능력	배경화면 및 잠금화면 설정 능력	.794	.886	4.25
	필요한 앱 다운로드 이용 능력	.837		
	SNS 이용 능력	.720		
	문서 및 사진 등 파일 활용 능력	.819		
	신용카드 온라인 결제 및 은행업무	.746		
	소프트웨어 설치 능력	.713		
	문서 및 파일 관리 능력	.820		
인터넷 활용 능력	웹 브라우저 즐겨찾기 능력	.729	.895	4.23
	이메일 활용 능력	.833		
	인터넷을 통한 정보 및 자료 검색	.863		
	음악 및 영상 감상	.795		
	인터넷 banking 활용 능력	.823		
공인인증서 다운로드 및 등록	.831			
미디어 분석 및 표현 능력	미디어의 현실 재구성	.742	.886	4.08
	미디어의 내용에 대한 판단	.679		
	미디어별 표현의 상이성	.679		
	편집 기법에 따른 표현	.830		
	개인에 따른 미디어 내용 수용	.823		
	미디어에 나타난 타인의 생각 수용	.653		
	미디어에 나타난 사회적 이슈 존중	.605		
의사소통 능력	타인에게 도움 되는 정보 업로드	.808	.838	2.69
	타인의 온라인 공간 댓글 작성	.870		
	관심 있는 글과 정보 공유	.799		
	미디어를 통한 사회적 이슈 토론 참여	.803		
Eigenvalue			2.06	
설명량(%)			66.38	
Cronbach's α			.899	
M(SD)			3.68(.45)	

다음 <표 4>는 미디어 멀티태스킹 타당도 및 신뢰도 분석 결과이다. 스마트폰-PC/노트북 이용 조합의 KMO 측도값은 .923으로 적합하게 나타났다으며, 공통성 값 또한 모든 값이 0.4이상으로 나타나 요인분석 적합도가 타당하다고 할 수 있다. 요인적재량은 측정항목 결과값이 모두 0.5 이상으로 나타나 변수로 구성하기에 타당성이 확보되었다고 할 수 있다. Cronbach's $\alpha = .946$ 으로 나타나 신뢰도가 적합하다고 볼 수 있다 ($M= 3.68, SD= .45$).

표 4. 미디어 멀티태스킹 타당도 및 신뢰도 분석 결과

구분	측정항목	성분	Cronbach's α	Eigenvalue
스마트폰 - PC/노트북 동시 이용	나는 스마트폰으로 음성/ 영상통화를 하면서 PC를 한다	.804	.933	3.75
	나는 스마트폰으로 메신저 (카카오톡 등)를 하면서 PC를 한다	.830		
	나는 스마트폰으로 정보를 검색하면서 PC를 한다	.711		
	나는 스마트폰으로 문자 메시지를 주고받으면서 PC를 한다	.766		
	나는 스마트폰으로 SNS(페이스북, 네이버밴드, 인스타그램, 트위터 등)를 이용하면서 PC를 한다	.618		
	나는 스마트폰으로 음악을 들으면서 PC를 한다	.588		
	나는 스마트폰으로 온라인 쇼핑을 하면서 PC를 한다	.624		
	나는 스마트폰으로 인터넷 뱅킹 (은행업무)을 하면서 PC를 한다	.638		
	나는 스마트폰으로 뉴스 기사를 읽으면서 PC를 한다	.841		
	나는 스마트폰으로 영화/ 동영상을 보면서 PC를 한다	.803		
나는 스마트폰으로 이메일을 확인하면서 PC를 한다	.810			

구분	측정항목	성분	Cronbach's α	Eigenvalue
스마트폰 - TV 동시 이용	나는 스마트폰으로 업무를 하면서 PC를 한다	.777	.906	3.15
	나는 스마트폰으로 음성/영상통화를 하면서 TV를 본다	.620		
	나는 스마트폰으로 메신저(카카오톡 등)를 하면서 TV를 본다	.874		
	나는 스마트폰으로 정보를 검색하면서 TV를 본다	.727		
	나는 스마트폰으로 문자 메시지를 주고받으면서 TV를 본다	.770		
	나는 스마트폰으로 SNS(페이스북, 네이버밴드, 인스타그램, 트위터 등)를 하면서 TV를 본다	.594		
	나는 스마트폰으로 온라인 쇼핑을 하면서 TV를 본다	.675		
	나는 스마트폰으로 인터넷 뱅킹(은행업무)을 하면서 TV를 본다	.756		
	나는 스마트폰으로 뉴스 기사를 읽으면서 TV를 본다	.756		
	나는 스마트폰으로 이메일을 확인하면서 TV를 본다	.775		
	나는 스마트폰으로 업무를 하면서 TV를 본다	.808		
	Eigenvalue		3.98	
	설명량(%)		63.87	
	Cronbach's α		.946	
	M(SD)		3.68(.45)	

다음 <표 5>는 자기효능감에 대한 요인분석 결과로, KMO 측도값은 .826으로 적합하게 나타났으며, 공통성 값 또한 모든 값이 .581 이상으로 공통성도 적합하다고 할 수 있다. 요인적재량은 6개의 측정항목 결과값이 모두 .762 이상으로 나타나 하나의 변수로 구성하기에 타당성이 확보되었고, Cronbach's $\alpha = .882$ 로 나타나 신뢰도가 적합하다고 볼 수 있다($M = 3.64$, $SD = .63$).

표 5. 자기효능감 타당도 및 신뢰도 분석 결과

구분	측정항목	성분	Cronbach's α
자기 효능감	나는 스마트폰 활용을 누구보다 잘한다	.783	.882
	나는 스마트폰 이용에 있어 어렵더라도 잘 할 수 있을 때까지 해 본다	.767	
	나는 스마트폰을 잘 이용할 수 있는 자신이 있다	.857	
	나는 PC/노트북 활용을 누구보다 잘 한다	.802	
	나는 PC/노트북 이용에 있어 어렵더라도 잘 할 수 있을 때까지 해 본다	.762	
	나는 PC/노트북을 잘 이용할 수 있는 자신이 있다	.792	
Eigenvalue		3.78	
설명량(%)		63.11	
M(SD)		3.64(.63)	

다음의 <표 6>은 매체지속이용에 대한 요인분석 결과로, KMO 측도 값은 .799로 적합하게 나타났으며, 공통성 값 또한 모든 값이 .6 이상으로 나타나 적합하고 41.46%의 설명량을 보여주었다. Cronbach's $\alpha = .862$ 로 도출되어 타당도와 신뢰도에 적합하다고 판단할 수 있다($M=4.34$, $SD=.54$).

표 6. 매체지속이용의도 타당도 및 신뢰도 분석 결과

구분	측정항목	성분	Cronbach's α
매체지속 이용의도	나는 향후 스마트폰을 사용할 의도가 있다	.868	.862
	나는 지속적으로 스마트폰을 사용할 것이다	.902	
	나는 디지털 미디어를 사용한다면 앞으로도 스마트폰을 사용할 가능성이 높다	.880	
	나는 향후 PC/노트북을 사용할 의도가 있다	.867	
	나는 지속적으로 PC/노트북을 사용할 것이다	.853	
	나는 디지털 미디어를 사용한다면 앞으로도 PC/노트북을 사용할 가능성이 높다	.808	
Eigenvalue		3.57	
설명량(%)		41.46	
M(SD)		4.34(.54)	

3) 변인 간 상관관계 분석

다음 <표 7>과 같이 변인들에 대한 상관관계를 분석한 결과 디지털 미디어 리터러시와 미디어 멀티태스킹 간 관계는 $r = .49(p < .001)$ 로 나타났고, 디지털 미디어 리터러시와 자기효능감 간 상관관계는 $r = .64(p < .001)$ 로 확인되었으며, 미디어 멀티태스킹과 자기효능감 간 관계는 $r = .37(p < .001)$ 의 상관관계를 보였다. 또한 디지털 미디어 리터러시와 매체지속이용의도의 상관관계는 $r = .48(p < .001)$ 로 나타났다. 자기효능감과 매체지속이용의도 간 상관관계는 $r = .40(p < .001)$ 로 나타난 반면, 미디어 멀티태스킹과 매체지속이용의도 간 상관관계는 $r = .08(p > .05)$ 으로 상대적으로 낮은 상관관계를 보였다. 멀티태스킹과 매체지속이용의도 간 상관관계는 약한 상관관계를 보이지만 상관계수만으로는 두 변수의 인과관계를 알 수 없고, 두 변수 사이의 선형적 관계를 약하게 보이고 있기 때문에 추가 검정을 통해 두 변인 간 인과관계를 밝힐 수 있다.

표 7. 변인 간 상관 및 표준편차

항목	1	2	3	4
디지털 미디어 리터러시	1			
미디어 멀티태스킹	.49**	1		
자기효능감	.64**	.37**	1	
매체지속이용의도	.48**	.08	.40**	1
<i>M(SD)</i>	3.66(.45)	3.09(.73)	3.64(.63)	4.34(.54)

** $p < .01$

4) 가설 검정

본 연구는 리터러시가 멀티태스킹을 경유하여 지속이용의도에 미치는 간접효과가 자기효능감에 의해 조절되는지 검정하는 것이다. 조절변수인 자기효능감은 리터러시가 멀티태스킹에 미치는 영향을 조절하는 변인으로 설정되었다. 즉, 디지털 미디어 리터러시 수준이 높을수록 멀티태스킹

이 증가하고, 디지털 미디어 리터러시와 멀티태스킹 수준이 높을수록 지속이용의도가 증가하는 양의 간접효과로 검증해 볼 수 있으며, 이에 대한 조절효과로서 자기효능감이 증가하면 이러한 간접효과가 증가할 것이라는 모형이다.

본 연구의 연구가설을 검증하기 위해 SPSS 26.0과 SPSS Process Macro Model 59를 이용하였고 부트스트래핑 5000회 지정 및 신뢰구간 95%를 설정해 조절된 매개효과(moderated mediation model)를 검증하였다. '평균 \pm 1표준편차'에 따른 간접효과 간 차이를 확인하는 동시에 존슨-나이만(Johnson-Neyman) 기법을 통해 조건에 따라 달라지는 간접효과의 세부적인 유의성 영역을 파악하였다(Preacher et al., 2006). 독립변인과 조절변인을 평균 중심화하여 분석한 결과는 다음과 같다. 평균 중심화는 독립변수 X와 조절변수 M의 XM 상관관계(다중공선성)로 인해 상호작용항 변수에 대한 통계적 검정력 저하의 가능성과 데이터 편향 가능성으로 인해 아이켄과 웨스트(Aiken & West, 1991)의 방법을 이용하였다.

(1) 연구가설 1, 2, 3 검정 결과

멀티태스킹의 매개효과를 검증한 결과는 <표 8>과 같다. 95% 신뢰구간에서 부트스트래핑한 결과는 다음과 같다(<표 8> 참조). 먼저, 디지털 미디어 리터러시 수준이 높을수록 지속이용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 연구가설 1을 검증한 결과, 디지털 미디어 리터러시($b = .58, t = 7.69, p < .001$)는 지속이용의도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1은 채택되었다. 또한 디지털 미디어 리터러시 수준이 높을수록 멀티태스킹에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 연구가설 2를 검증한 결과, 디지털 미디어 리터러시와 멀티태스킹 관계에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 연구가설 2도 채택되었다($b = .83, t = 8.06, p < .001$). 95% 신뢰수준에서 하한값 .63 상한값 1.04 사이

에 0이 포함되지 않으므로 통계적으로 유의함을 확인하였다. 연구가설 3은 멀티태스킹이 지속이용의도에 긍정적인 영향을 미친다는 것으로, 멀티태스킹 변인은 지속이용의도에 통계적으로 유의하였으나 부(-)적인 영향($b = -.14, t = .05, p < .05$)으로 나타나 연구가설 3은 기각되었다. 또한 <표 9>는 디지털 미디어 리터러시와 지속이용의도 간 자기효능감의 조건부 간접효과를 검증한 결과이다. 자기효능감 수준을 저집단(M-1SD, -.6377), 평균집단(M, .0000), 고집단(M+1SD, .6377)으로 구분하였을 때 모두 부(-)적인 영향으로써 95% 신뢰수준에서 하한값과 상한값 사이에 0이 포함되지 않으므로 통계적으로 유의한 것을 확인할 수 있다.

표 8. 멀티태스킹의 매개효과 검증 결과

	<i>b</i>	<i>SE</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
총효과와 직접효과				
디지털 미디어 리터러시가 지속이용의도에 미치는 총효과	.5892	.0760	7.7568	.0000
디지털 미디어 리터러시가 멀티태스킹에 미치는 직접효과	.8371	.1038	8.0647	.0000
멀티태스킹이 지속이용의도에 미치는 직접효과	-.1453	.0502	-2.8938	.0042
디지털 미디어 리터러시가 지속이용의도에 미치는 직접효과	.7108	.0857	8.2991	.0000
간접효과	Boot SE	LLCI95%	ULCI95%	
간접효과에 대한 부트스트래핑 검증 결과				
Effect	-.1216	.0487	-.2281	-.0356

표 9. 디지털 미디어 리터러시와 지속이용의도 간 자기효능감의 조건부 간접효과

자기효능감	<i>Effect</i>	<i>S.E.</i>	<i>LLCI*</i>	<i>ULCI*</i>
M-1SD(-.6377)	-.1710	.0832	-.3411	-.0117
M(.0000)	-.1192	.0494	-.2251	-.0340
M+1SD(.6377)	-.0746	.0465	-.1850	-.0055

*LLCI=boot 간접효과 95% 신뢰구간 내에서 하한값

*ULCI=boot 간접효과 95% 신뢰구간 내에서 상한값

(2) 연구가설 4, 5, 6의 검정 결과

다음 <표 10>은 조절효과가 투입된 매개모형을 통해 조절된 매개효과를 검증한 결과이다. 전술했듯 디지털 미디어 리터러시는 멀티태스킹에 영향을 미치고 멀티태스킹은 지속이용의도에 영향을 미치는 부분매개효과가 발생하는 것을 확인하였다. 이러한 매개효과가 자기효능감의 상호작용 크기에 따라 조절되는지 검증하기 위해 SPSS Process Macro Model 59를 활용하여 조절된 매개효과를 분석하였다. 연구가설 4는 디지털 미디어 리터러시와 지속이용의도 간 관계에서 자기효능감의 조절효과를 검증하는 것으로, <표 9>에서 2단계 종속변수 모형을 확인하면 디지털 미디어 리터러시는 지속이용의도에 통계적으로 유의한 영향($\beta = .5862$, $t = 5.5649$, $p < .001$)을 미쳤고, 멀티태스킹은 지속이용의도에 부(-)적 영향($\beta = -.1682$, $t = -3.2361$, $p < .05$)을 미쳤다. 그러나 디지털 미디어 리터러시와 자기효능감, 멀티태스킹의 상호작용항 효과는 지속이용의도에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 연구가설 4는 기각되었다.

연구가설 5는 디지털 미디어 리터러시와 멀티태스킹 간 관계에서 자기효능감의 조절효과를 검증한 것으로 <표 10>의 1단계 매개변수 모형에서 확인할 수 있다. 디지털 미디어 리터러시가 멀티태스킹에 미치는 영향은 통계적으로 유의하였다($\beta = .7089$, $t = 5.13$, $p < .001$). 그러나 디지털 미디어 리터러시와 자기효능감의 상호작용항 효과는 멀티태스킹에 통계적으로 유의하지 않았으며($\beta = -.1093$, $t = -.7743$, $p > .05$), 상호작용항에 따른 R^2 의 증가량($R^2 = .0022$, $p > .05$)도 통계적으로 유의하지 않았으므로 연구가설 5는 기각되었다.

연구가설 6은 멀티태스킹과 지속이용의도 간 관계에서 자기효능감의 조절효과를 검증하는 것으로, 지속이용의도가 종속변수인 2단계 모형에서 자기효능감과 멀티태스킹의 상호작용항($\beta = .0807$, $t = .9313$, $p > .05$)은 유의하지 않았고, 상호작용항에 따른 R^2 의 증가량($R^2 = .0031$, $t =$

.8674, $p > .05$)도 통계적으로 유의하지 않음으로써 상호작용 효과는 나타나지 않아 연구가설 6은 기각되었다.

표 10. 디지털 미디어 리터러시와 지속이용의도 관계에서 멀티태스킹과 자기효능감의 조절된 매개효과

경로	<i>B</i>	<i>S.E.</i>	<i>t</i>	<i>P</i>	LLCI	ULCI
1단계 매개변수 모형						
종속변수: 멀티태스킹						
상수	.0194	.0517	.3754	.7077	-.0825	.1214
디지털 미디어 리터러시	.7089	.1382	5.1301	.0000	.4364	.9814
자기효능감	.1183	.0928	1.2740	.2041	-.0648	.3013
디지털 미디어 리터러시 × 자기효능감	-.1093	.1411	-.7743	.4397	-.3875	.1690
상호작용항	<i>F</i>		<i>F</i>		<i>p</i>	
디지털 미디어 리터러시 × 자기효능감	.0022		.5995		.4292	
2단계 종속변수 모형						
종속변수 : 지속이용의도						
상수	4.3448	.0369	117.5946	.0000	4.2719	4.4176
디지털 미디어 리터러시	.5862	.1053	5.5649	.0000	.3785	.7940
멀티태스킹	-.1682	.0520	-3.2361	.0014	-.2706	-.0657
자기효능감	.1520	.0668	2.2768	.0239	.0204	.2836
디지털 미디어 리터러시 × 자기효능감	-.1035	.1306	-.7922	.4292	-.3610	.1541
자기효능감 × 멀티태스킹	.0807	.0867	.9313	.3528	-.0902	.2516
상호작용항	<i>F</i>		<i>F</i>		<i>p</i>	
디지털 미디어 리터러시 × 자기효능감	.0023		.6275		.4292	
자기효능감 × 멀티태스킹	.0031		.8674		.3528	

5. 결론 및 논의

다양한 정보통신 기술의 발달과 뉴미디어의 확산은 디지털 사회로의 진입을 가속화 했다. 특히 디지털 활용능력을 의미하는 디지털 리터러시는 단순한 디지털 기기의 기술적 사용 능력이 아닌 미디어와 결합된 관점에서 비판과 수용의 의미로 확장되었다. 이에 디지털 미디어 리터러시는 디지털 기기 사용 및 정보 검색을 넘어 일상에도 영향을 주며 지식기반사회, 정보사회를 살아가는 현대인들에게 필요한 능력으로 요구되고 있다. 기존의 선행연구들에서 밝혔던 바와 같이 기존의 시니어 세대는 연령 및 학력에 따른 디지털 활용 능력 저하로 인한 디지털 정보 격차로 소외와 소통에서의 문제점을 겪고 있다고 제시된 바 있다. 그러나 현대의 50-60대 베이비부머 세대는 디지털 기기 및 미디어 활용의 수용 관점에서 능동적인 모습을 보이며 다양한 디지털 미디어 이용으로 사회참여의 질적 향상을 가져오고 있다. 이러한 디지털 미디어 이용 확산은 메신저, 인터넷 뱅킹, SNS, 건강, 여행 등의 정보 접근을 수월하게 하고 베이비부머 세대의 새로운 사회참여로서의 가능성을 시사한다(김환표, 2013; 변상규, 2017; 오창호 외, 2015). 디지털 미디어 이용은 단순히 기술적인 활용 능력 이외에도 디지털 사회에서 상호관계를 맺고 디지털 미디어가 삶의 질이나 개인의 행복감 등에 영향을 줄 수 있다는 선행연구를 고찰함으로써 앞으로의 베이비부머들을 대상으로 한 기술 개발과 자원을 제공할 수 있다는 데에서 본 연구의 함의가 있다고 할 수 있다.

이에 따라 본 연구에서는 50-60대 베이비부머 세대를 대상으로 디지털 미디어 리터러시와 멀티태스킹 행위 수준이 지속이용의도에 미치는 영향을 규명하고, 디지털 미디어 리터러시와 멀티태스킹, 멀티태스킹과 지속이용의도 관계에서 조절효과로써 자기효능감이 미치는 영향과 매개효과로써 멀티태스킹이 미치는 영향을 분석하였다. 연구결과는 다음과 같이 정리할 수 있다. 디지털 미디어 리터러시 수준이 높을수록 지속이용의도

에 정(+)적으로 유의한 영향($p < .001$)을 미치고, 디지털 미디어 리터러시가 멀티태스킹에 미치는 직접효과는 통계적으로 유의한 영향($p < .001$)을 나타냈다. 멀티태스킹이 디지털 미디어 리터러시와 지속이용의도 간 매개효과를 분석한 결과, 디지털 미디어 리터러시가 지속이용의도에 미치는 총효과는 유의하게($p < .001$) 나타났으며, 멀티태스킹의 간접효과에 대한 부트스트래핑 결과 또한 95% 신뢰수준에서 통계적으로 유의함을 확인하였다($b = -.12, 95\% CI = -.2281, -.0356$). 반면, 멀티태스킹은 지속이용의도에 부(-)적인 방향에서 통계적으로 유의한 영향($p < .05$)을 미치는 것을 확인하였다. 이로써 연구가설 1, 2는 채택되었으며, 미디어 멀티태스킹 행위의 수준이 높을수록 지속이용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 연구가설 3은 부(-)적 영향을 미치므로 기각되었다.

이 같은 결과의 배경으로는 단순한 디지털 기기 작동이나 기술적인 부분에서 이미 능숙하다고 생각하는 베이비부머 세대들이 하나 이상의 디지털 기기를 다룰 수 있고, 동시에 다양한 디지털 미디어를 다루면서 미디어 기술사용 능력과 인터넷 활용 능력, 의사소통 능력이 상대적으로 높다는 긍정적인 인지적 영향이 미쳤을 것으로 추론할 수 있다. 이러한 결과는 본 연구에서 제시했던 <표 2>의 스마트폰+TV+PC 및 노트북 동시이용 조합과 결과에서 볼 수 있듯, 음성/영상 통화, 메신저, 정보검색, SNS 등 비교적 인지적 노력이 덜 요구되는 활동을 하는 데에 어려움이 없다는 선행연구의 결과와 동일한 결과로 볼 수 있다. 특히 연구가설 3의 멀티태스킹 행위 수준이 높을수록 지속이용의도에 부(-)적인 영향으로 결과가 도출된 것은 멀티태스킹이 요구하는 인지적 수요에 따라 이 같은 결과가 나타났을 것이라고 예측해볼 수 있다. 미디어 멀티태스킹은 인지적 자원 소모를 많이 필요로 하는 미디어 멀티태스킹 조합보다 인지적 부담이 적은 조합이 더욱 선호되는데, 이는 이용자가 가진 인지적 자원과 미디어 이용에 필요한 인지적 자원의 용량이 다르기 때문에 멀티태스킹 이용 차이가 발생할 수 있다는 것이다(김류원·정세훈, 2020; Wang et

al., 2015). 또한 멀티태스킹은 둘 이상의 기기를 동시에 사용하거나 한 가지 기기에서 다양한 콘텐츠 활용 및 어플리케이션을 사용하는 행위로 이 같은 행위가 지속될 경우 정서적 피로감, 심리 및 인지, 태도, 행동 등 다양한 측면에 영향을 미치기 때문인 것으로 고려해 볼 수 있다 (Baumeister & Vohs, 2007). 이용과 충족 관점에서 미디어 멀티태스킹은 정보추구, 사회관계 추구, 오락추구 등으로 구분할 수 있으며 개인의 필요와 요구에 따라 이용하는 미디어와 자주 사용하는 앱이나 서비스 등에 따라 차이가 발생한다고 추론해 볼 수 있다. 이는 방송통신위원회 (2020)의 자료에서 볼 수 있듯, 최근 스마트폰을 필수 미디어로 인식하는 50-60대의 스마트폰 보유율이 96%인 조사결과와 베이비부머 세대의 소셜미디어 이용이 확산되고 있다는 선행연구(나은영·나은경, 2019)를 근거로 하였을 때, 베이비부머 세대에게 디지털 기기 사용에 대한 어려움은 없었던 것으로 추론해 볼 수 있다. 또한 조사 대상자 중 152명(71%)이 '아직 일을 하고 있다'고 응답한 것으로 추론하였을 때, 업무 시 PC와 노트북, 태블릿 등을 사용하기 때문에 이에 대한 사용 역량도 높았을 것으로 예측해 볼 수 있다. 또한 SNS를 적극적으로 활용할수록 자아존중감과 사회연결감이 높아졌으며 생활만족도도 향상된다는 선행연구(강정민 외, 2009; 신수현, 2019)와도 일치한다.

다음 연구가설 4, 5, 6은 디지털 미디어 리터러시와 지속이용의도, 디지털 미디어 리터러시와 멀티태스킹, 멀티태스킹과 지속이용의도 관계에서 자기효능감이 조절효과를 나타낼 것으로 예측하였다. 연구 결과, 디지털 미디어 리터러시와 지속이용의도 간 관계와 디지털 미디어 리터러시와 멀티태스킹 관계, 멀티태스킹과 지속이용의도 간 관계에서 자기효능감의 조절효과는 상호작용항의 효과가 모두 통계적으로 유의하지 않아 조절효과가 없는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 기존의 선행연구(Basoglu et al., 2009)에서 검증한 것처럼 디지털 미디어 리터러시 수준이 높으면 자기효능감이 증가한

다는 연구와 일치하지 않는 것으로, 자기효능감이 발현되는 원인이나 수준, 미디어 기기 등에 따라 상이한 결과가 도출될 수 있다는 점을 시사한다. 즉, TV를 시청하면서 인터넷뱅킹, 업무처리와 같은 인지적 노력이 요구되는 행위나 이용자가 익숙하지 않은 기기를 조작하는 기술적인 능력이 요구될 경우, 자기효능감은 낮아질 수 있다. 반면 개인에게 익숙한 미디어로 복잡한 행위를 하더라도 자기효능감은 높아질 수 있다고 추론할 수 있다. 또한 본 연구에서 검증하고자 했던 자기효능감의 조절효과가 통계적으로 유의하지 않게 도출된 배경으로는 실생활 측면에서 고려해 볼 때, 개인이 사용하는 기능은 전화, 문자, 메신저, 인터넷 정보 검색 등의 한정적 행위에 그치며 이로써 충분히 만족감을 느끼고 있어 자기효능감의 영향이 미치지 않은 것으로 짐작해 볼 수 있다. 또한 김근수(2017)의 연구에서 밝힌 것처럼 스마트폰의 다양한 기능을 갖춘 디지털 기기라고 인식하지만, 기기의 한정적 사용과 익숙함 때문에 다양한 기능을 습득하지 않는 경향을 나타냄으로써 자기효능감에 대한 조절효과가 통계적으로 유의하지 않게 도출되었다고도 추론해 볼 수 있다.

본 연구에서는 자기효능감의 조절효과와 상호작용항의 변인이 95% 신뢰수준에서 통계적으로 유의하지 않은 결과로 나타났지만, 조절된 매개효과 분석 연구의 해석과 관련하여 프리처와 켈리(Preacher & Kelly, 2011)는 효과크기의 측정치와 유의하다고 판단할 수 있는 측정치가 다양하게 존재하기 때문에 95% 신뢰수준에서 하한값과 상한값을 확인하고, P값을 통해 유의성을 재확인하며 표준화된 측정치로서 독립적인 표본을 통해 추론 검증해야 한다고 밝힌 바 있다. 또한 본 연구의 결과처럼 상호효과는 유의하지 않지만, 매개변인의 일정 구간에서 독립변인의 조건부효과가 유의하게 나타나면 상호효과의 검정과 조건부효과의 검정은 서로 다른 검정이고, 두 검정은 서로에게 의미 있는 암시를 제공하지 않는다는 점에서 통계적 유의성만을 보고 판단할 수 없다(이형권, 2016).

본 연구의 한계 및 후속 연구를 위한 제안은 다음과 같다. 첫째, 연

구대상의 표본을 베이비부머 세대인 50~60대에 한정하였다는 점에서 새로운 시니어 세대를 폭넓게 아우르지 못했다는 한계를 가진다. 이에 따라 후속 연구에서는 연령대를 70대까지 확장하고, 그들의 디지털 미디어 리터러시 능력을 검증하는 것도 의의가 있을 것이다. 특히 정보 활용 수준 및 디지털 활용 수준이 높을수록 삶의 만족도도 높아진다는 김관수·김희섭·이미숙(2014), 황현정·황용석(2017)의 선행연구들처럼 디지털 미디어 리터러시와 삶의 질 및 개인의 심리적 영향 관계를 규명해 내는 연구로써 보완되어야 할 필요가 있다. 둘째, 베이비부머 세대는 현대사회에서 다양한 활동을 하고 있지만, 온라인 활동 범위 및 참여적 관점에서 개인 차이가 있는 것으로 볼 수 있다. 이러한 개인의 활동 범위와 참여의 차이는 미디어가 제공하는 정보에 대한 비판적인 해석과 미디어별 정보의 질적 차이를 구분하는 시각을 갖는 데에도 영향을 준다. 온라인 카페나 밴드 등의 온라인 활동을 활발하게 참여할수록 디지털 기기 활용 방식이나 의사소통, 멀티태스킹 등의 부분에도 영향을 주기 때문에 개인의 온라인 커뮤니티 활동에 대한 조사가 보완되어야 할 것이다. 개인이 주로 이용하는 디지털 기기는 물론, 주로 이용하는 앱, 플랫폼 등이 모두 상이하므로 이러한 변인을 추가함으로써 기존의 연구를 확장할 필요가 있으며 세분된 멀티태스킹 효과를 비교분석 할 필요가 있다. 마지막으로, 스마트폰, PC, 노트북, 태블릿 등의 이용 기간에 대한 설문 문항을 추가하여 이용 기간이 멀티태스킹과 지속이용의도에 미치는 영향을 검증하는 데에 객관적 지표로 활용할 수 있을 것이다. 이러한 논의를 토대로 본 연구의 실증적 한계를 보완할 수 있는 발전된 연구가 수반되기를 기대한다.

참고문헌

- 강미선·서미혜 (2011). 젊은 세대는 매체 동시 소비를 왜, 어떻게 하는가?: 한국과 미국 대학생의 비교분석. <미디어 경제와 사회>, 9권 4호, 99-140.
- 강미선 (2014). 미디어 멀티태스킹과 세분화된 동기 유형 연구: 기능별 동기와 매체별 동기를 중심으로. <광고PR실학연구>, 7권 2호, 7-29.
- 강진숙 (2002). 인터넷 네트워크의 정보격차 현황과 대응정책 연구: 미국과 독일의 사례를 중심으로. <한국언론학보>, 46권 4호, 5-45.
- 권기철·김현아·서영욱 (2020). SNS에서 지각된 가치와 스트레스가 지속사용 의도에 미치는 영향: SNS 유형의 조절효과를 중심으로. <한국산학기술학회 논문지>, 21권 12호, 120-130.
- 금희조·조재호 (2010). 스마트폰, 커뮤니케이션 격차, 그리고 정치 참여: 소셜 미디어 효과에 대한 스마트폰 이용의 조절 역할을 중심으로. <한국언론학보>, 54권 5호, 348-371.
- 김경성·전우천·김혜숙·이수영·김종훈·곽현석·서정희 (2010). <2010년 국가수준 초·중등학생 ICT 리터러시 수준 평가 연구>. 서울: 한국교육학술정보원.
- 김경희·유수정 (2020). 노인들의 미디어 리터러시가 자기효능감과 삶의 만족도에 미치는 영향: 미디어에 대한 접근·통제능력과 사회적 소통능력을 중심으로 장년층과의 비교 연구. <사이버커뮤니케이션학보>, 37권 3호, 95-138.
- 김근수 (2017). <베이비붐 세대의 디지털 미디어 리터러시가 이용 만족감에 미치는 영향: 자기효능감의 조절효과에 관하여>. 한양대학교 석사학위 논문.
- 김도현 (2020). 국내 미디어·디지털·정보·ICT 리터러시의 연구동향 분석. <교육문화연구>, 26권 3호, 93-119.
- 김류원·정세훈 (2020). 자아조절자원이 미디어 멀티태스킹 이용 행태에 미치는 영향. <한국언론학보>, 64권 5호, 153-192.
- 김명소·한영석 (2001). 합리적 행위이론과 계획된 행위이론에 의한 온라인 구매행동 이해. <한국심리학회지: 사회및성격>, 15권 3호, 17-33.
- 김민하·안미리 (2003). 디지털 리터러시 능력 확인을 위한 문항개발 및 능력 평가. <교육정보미디어연구>, 9권 1호, 159-192.

- 김예슬란·이세진 (2021). 미디어 멀티태스킹 환경에서의 광고 효과에 관한 연구: 과업의 물리적 조합화 감정적 조합을 중심으로. <한국광고홍보학보>, 23권 1호, 51-93.
- 김윤정·강현정 (2013). 베이비부머의 사회활동참여유형에 따른 삶의 만족도. <한국산학기술학회논문지>, 14권 3호, 1090-1099.
- 김관수·김희섭·이미숙 (2014). 고령층의 사회경제적 특성에 따른 인터넷 이용 분석. <한국컴퓨터정보학회논문지>, 19권 8호, 197-205.
- 김학실·심준섭 (2020). 노인의 디지털 리터러시와 사회활동. <정책분석평가학회보>, 30권 2호, 153-180.
- 김환표 (2013). <트렌드 지식사전>. 서울: 인물과 사상사.
- 김형지·김정환·정세훈 (2012). 스마트폰 중독의 예측 요인과 이용 행태에 관한 연구. <사이버커뮤니케이션학보>, 29권 4호, 55-93.
- 김희숙·유광자 (2013). 베이비붐 세대 남성의 주관적 삶의 질 영향요인. <지역사회간호학회지>, 24권 4호, 461-471.
- 나일주·임찬영·박소화 (2008). 한국 베이비붐 세대의 은퇴 대비를 위한 정책 방향: 국가인적자원 개발 측면에서. <노인복지연구>, 42권 1호, 151-174.
- 류은아·한은경 (2018). 미디어 이용 행태에 따른 멀티태스킹의 광고 효과. <광고연구>, 119호, 153-184.
- 박경자·유일·김재진 (2013). Social Network Service (SNS) 지속사용에 관한 연구: 사용자의 SNS 리터러시 조절효과를 중심으로. <정보시스템연구>, 22권 1호, 65-86.
- 박성열 (2005). 교사의 컴퓨터 리터러시와 LISREL 구조모형 분석: 실업계 고교를 중심으로. <농업교육과 인적자원개발>, 37권 2호, 73-87.
- 박연진·하루·황하성 (2019). 계획된 행동이론과 SNS 리터러시를 적용한 대학생들의 인스타그램 지속이용의도에 영향을 미치는 요인 탐색: 이용자 집단 간 차이를 중심으로. <한국방송학보>, 33권 3호, 80-107.
- 방송통신위원회 (2020). <2020 방송매체이용행태 조사보고서>.
- 방태완 (2012). <뉴 시니어 세대의 특성에 따른 광고의 소구유형별 광고태도에 관한 연구: 자동차 광고를 중심으로>. 홍익대학교 박사학위 논문.

- 배진한 (2015). 스마트폰 애플리케이션 멀티태스킹 이용행태에 관한 연구. <사회과학연구>, 22권 4호, 233-258.
- 배재권 (2010). 모바일 애플리케이션 마켓의 수용의도 영향요인에 관한 연구. <대한경영학회지>, 23권 5호, 2399-2422.
- 변상규 (2017). 미디어 부문 액티브 시니어 결정요인에 관한 연구. <산업경제연구>, 30권 4호, 1525-1544.
- 송경재 (2011). 디지털 디바이드에서 다층적 스마트 디바이드 사회로: 한국 네티즌 조사를 중심으로. <Internet & Security Issue>, 3권, 5-24.
- 송효진 (2014). 질적 정보격차와 인터넷 정보이용의 영향요인 고찰: 이용자의 디지털 리터러시, 인식, 자기효능감을 중심으로. <한국정책과학학회보>, 18권 2호, 85-116.
- 신수현 (2019). <뉴미디어 활용이 노인의 삶의 질 향상 및 미디어 인식에 미치는 영향: 영상제작활동을 하는 액티브 시니어를 대상으로>. 서강대학교 석사학위 논문.
- 심효평·김도연 (2013). 대학생의 스마트폰 애플리케이션 이용동기와 이용행태. <지역과 커뮤니케이션>, 17권 4호, 149-174.
- 안정임 (2010). 디지털 미디어 리터러시 관점에서 본 소셜 네트워크 미디어의 핵심이슈. <여성연구논총>, 25권, 1-22.
- 안정임·서윤경·김성미 (2012). 소셜 미디어 환경에서의 미디어 리터러시 구성요인 검증: 세대 간의 미디어 리터러시 인식차이를 중심으로. <한국방송학보>, 26권 6호, 129-176.
- 염정윤·최인호·정세훈 (2019). 누가 어떤 미디어 멀티태스킹 조합을 많이 이용하는가?: 감각기관 간섭 유형과 성별, 연령에 따른 차이에 관한 연구. <광고학연구>, 30권 2호, 7-28.
- 오창호·김지혜·김상현 (2015). 액티브시니어의 온라인쇼핑 이용행동의 결정요인과 인지연령의 조절효과. <한국노년학>, 35권 3호, 813-833.
- 옥석재·손지현 (2007). 인터넷뱅킹 이용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. <인터넷 전자상거래연구>, 5권 1호, 117-138.
- 이동만·박현선 (2011). 소셜미디어에서 개인의 심리 및 사회적 동기 요인이 정

- 보공유 의도에 미치는 영향. 〈인터넷전자상거래연구〉, 11권 2호, 1-21.
- 이무신·정세훈 (2013). 모바일 광고의 상호작용성 정도, 이용자의 인지육구, 그리고 멀티태스킹 효과 연구. 〈한국광고홍보학보〉, 15권 1호, 86-115.
- 이민석·홍순범·서광봉 (2019). 확장된 기술수용모델을 적용한 액티브시니어의 레저스마트기기 사용 의도 분석: 여가열의를 중심으로. 〈한국체육과학회지〉, 28권 4호, 183-194.
- 이영광·지은구 (2017). 자기효능감척도 개발 연구. 〈한국사회과학연구〉, 36권 1호, 5-31.
- 이정기·우형진·이화행·박성복·김동규·최민음·김효은·금현수·정은정·박성순 (2013). 〈계획행동이론, 미디어와 수용자의 이해〉. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 이정훈·이두황 (2013). 뉴스 리터러시 자기 효능감의 뉴스콘텐츠 이용 영향에 대한 탐색적 연구: 20대 뉴스 소비자를 중심으로. 〈한국콘텐츠학회논문지〉, 13권 8호, 180-190.
- 이형권 (2016). 조절분석과 조절된 매개분석 및 매개된 조절분석의 오해와 진실. 〈관광연구〉, 31권 3호, 213-248.
- 임주희·김은경·김문희 (2020). 디지털 리터러시가 노년기 삶의 질에 미치는 영향. 〈평생학습사회〉, 16권 2호, 111-135.
- 정민숙·이유리 (2012). 정보화교육 참여노인의 인터넷활용만족이 생활만족에 미치는 영향: 자기효능감의 매개효과를 중심으로. 〈Andragogy Today〉, 15권 1호, 63-85.
- 정세훈·염정운·최인호·최수정·정민혜 (2017). 시간대별 미디어 멀티태스킹: 다 이어리 연구. 〈광고학연구〉, 28권 1호, 127-149.
- 정순돌·김성원 (2013). 베이비부머와 예비노인의 신체적 노후준비 영향요인: Andersen과 Neyman 모델의 적용. 〈노인복지연구〉, 59호, 237-256.
- 정보통신정책연구원 (2017). 〈미디어 동시 이용행태 분석: 스마트폰을 중심으로〉. 서울: 정보통신정책연구원.
- 최두진·류영달·양희인 (2010). 〈2009 정보문화지수 실태조사〉. 서울: 한국정보화진흥원.
- 최두진·정부만·이재웅 (2011). 〈2011 정보격차 지수 및 실태조사〉. 서울: 한국

정보화진흥원.

- 최순식 (2019). 액티브 시니어를 위한 스마트폰 디자인 전략에 관한 연구. <기업경영리뷰>, 10권 1호, 265-293.
- 최미경 (2018). 스마트폰 이용자의 시간관과 미디어 멀티태스킹 이용행태 간의 관계 탐색: 20-50대 스마트폰 이용자를 중심으로. <커뮤니케이션학 연구>, 26권 3호, 259-290.
- 최현정 (2015). 사회자본이론에 입각한 상사-직원 교환관계와 일-가족 균형 및 혁신행동의 인과적 관계 연구: Process macro by Hayes(2013)를 적용한 매개효과 검증을 중심으로. <관광연구저널>, 29권 7호, 211-224.
- 최형임·송인옥 (2020). 노인의 디지털 정보활용능력과 삶의 만족도의 관계에서 자기효능감의 매개효과 분석. <한국산학기술학회 논문지>, 21권 6호, 246-255.
- 황용석·박남수·이현주·이원태 (2012). 디지털 미디어 환경과 커뮤니케이션 능력 격차 연구: 세대요인을 중심으로. <한국언론학보>, 56권 2호, 198-225.
- 한국정보화진흥원 (2019). <2018 디지털정보격차 실태조사>.
- 한국교육학술정보원 (2002). <학생 ICT활용 능력 기준의 표준화 및 교육과정 상세화 연구>. 서울: 한국교육학술정보원.
- 현영주·하주용 (2019). 미디어 이용 동기, 개인적 성향, 인지된 개혁의 특성이 1인 방송 시청에 미치는 영향: '이용과 충족'이론과 '개혁의 확산'이론을 중심으로. <방송통신연구>, 107호, 152-190.
- 현승혜·권성호 (2014). 중·장년층 직장인의 디지털 리터러시에 대한 연구: 디지털 리터러시 향상을 중심으로. <학습과학연구>, 8권 1호, 120-140.
- 현영란·정소연 (2016). 디지털 매체품질이 학습만족과 지속이용의도에 미치는 영향: 고전문학의 원소스 멀티유즈(OSMU) 활성화를 위해 향토문화전자대전 사이트를 중심으로. <한국콘텐츠학회논문지>, 16권 11호, 1-10.
- 홍성욱·백육인 (2001). <사이버스페이스 오디세이>. 파주: 창작과 비평사.
- 홍원식 (2012). 미디어가 대학생의 투표 참여 의지에 미치는 영향에 대한 연구: SNS와 매스미디어의 차이를 중심으로. <한국소통학보>, 18권 18

호, 235-268.

- Agarwal, R., & Karahanna, E. (2000). Time flies when you're having fun: Cognitive absorption and beliefs about information technology usage. *MIS quarterly*, 665-694.
- Ahn, J. I. (2006). Digital divide and digital literacy on the perspective of audience welfare. *Korean Journal of Communication and Information*, 36, 78-108.
- Atkinson, R. C., & Shiffrin, R. M. (1968). Human memory: A proposed system and its control processes. In *Psychology of learning and motivation* (pp. 89-195). Academic Press, 2.
- Aiken, L. S., West, S. G., & Reno, R. R. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Sage.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191.
- Barden, J., & Petty, R. E. (2008). The mere perception of elaboration creates attitude certainty: Exploring the thoughtfulness heuristic. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(3), 489-509.
- Basoglu, K. A., Fuller, M. A. & Sweeney, J. T. (2009). Investigating the effects of computer mediated interruptions: an analysis of task characteristics and interruption frequency on financial performance. *International Journal of Accounting Information Systems*, 10(4), 177-189.
- Bailey, B. P., Gurak, L. J., & Konstan, J. A. (2001, June). *An examination of trust production in computer-mediated exchange* (pp. 1-7). In Proceedings of the 7th Conference on Human Factors and the Web.
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351-370.

- Carr, S., Pichora-Fuller, M. K., Li, K. Z., Phillips, N., & Campos, J. L. (2019). Multisensory, multi-tasking performance of older adults with and without subjective cognitive decline. *Multisensory Research*, 32(8), 797-829.
- Cotten, S. R., Shank, D. B., & Anderson, W. A. (2014). Gender, technology use and ownership, and media-based multitasking among middle school students. *Computers in Human Behavior*, 35, 99-106.
- Edwards, J. R., & Lambert, L. S. (2007). Methods for integrating moderation and mediation: A general analytical framework using moderated path analysis. *Psychological Methods*, 12(1), 1.
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. New York: Wiley Computer Publications.
- Hayes, A. F. (2012). PROCESS: A versatile computational tool for observed variable mediation, moderation, and conditional process modeling [On-Line].
- Hayes, A. F. (2015). An index and test of linear moderated mediation. *Multivariate Behavioral Research*, 50(1), 1-22.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action, A white paper on the digital and media literacy recommendations of the knight commission on the information needs of communities in a democracy*. The Aspen Institute. Retrieved from http://www.knightcomm.org/wpcontent/uploads/2010/12/Digital_and_Media_Literacy_A_Plan_of_Action.pdf.
- James, L. R., & Brett, J. M. (1984). Mediators, moderators, and tests for mediation. *Journal of Applied Psychology*, 69(2), 307.
- Jeong, S. H., & Fishbein, M. (2007). Predictors of multitasking with media: Media factors and audience factors. *Media Psychology*, 10(3), 364-384.

- Jeong, S. H., & Hwang, Y. (2012). Does multitasking increase or decrease persuasion?: Effects of multitasking on comprehension and counterarguing. *Journal of Communication*, 62(4), 571-587.
- Jeong, S. H., & Hwang, Y. (2015). Multitasking and persuasion: The role of structural interference. *Media Psychology*, 18(4), 451-474.
- Jeong, J. Y., & Roh, T. W. (2017). The intention of using wearable devices: Based on modified technology acceptance model. *Journal of Digital Convergence*, 15(4), 205-212.
- McQuail, D. (2005). *McQuail's reader in mass communication theory* (5th ed.). London: Sage.
- Kahneman, D. (1973). *Attention and effort* (vol.1063, pp.218-226). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Katz, E., Blumner, J., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37, 509-523.
- Kramer, N. C., & Winter, S. (2008). Impression management 2.0: the relationship of self-esteem, extraversion, self-efficacy, and self-presentation within social networking sites. *Journal of Media Psychology*, 20(3), 106-116.
- Nome (2010). Media literacy defined. Retrieved from <https://name.net/publications/media-literacy-definitions>.
- Ofcom (2003). About media literacy. Retrieved from <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/media-literacy>.
- Papper, R. A., Holmes, M. E., Popovich, M. N., & Bloxham, M. (2005). *Middletown media studies II: The media day*. Muncie, IN: Ball State University Center for Media Design.
- Preacher, K. J., Rucker, D. D., & Hayes, A. F. (2007). Addressing

- moderated mediation hypotheses: Theory, methods, and prescriptions. *Multivariate Behavioral Research*, 42(1), 185-227.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- van Dijk, J. A. G. M. (2006). Digital divide research, achievements and shortcomings. *Poetics*, 34, 221-235.
- Wallis, C. (2010). *The impacts of media multitasking on children's learning and development: Report from a research seminar*. The Joan Ganz Cooney Center at Sesame Workshop. New York.
- Wang, Z., Irwin, M., Cooper, C., & Srivastava, J. (2015). Multidimensions of media multitasking and adaptive media selection. *Human Communication Research*, 41(1), 102-127.
- Wang, Z., Wang, N., Su, X., & Ge, S. (2019). An empirical study on business analytics affordances enhancing the management of cloud computing data security. *International Journal of Information Management*, 50, 387-394.
- Zhang, W., Jeong, S. H., & Fishbein, M. (2010). Effects of multitasking and arousal on television content recall and secondary task performance. *Journal of Media Psychology*, 22, 2-13.

투 고 일 자: 2021년 07월 14일

심 사 일 자: 2021년 08월 10일

게재확정일자: 2021년 08월 27일

Abstract

The effect of digital media literacy in the Babyboomer generation on the intention of continuous use of media

Focusing on the moderating effect of self-efficacy and
the mediating effect of media multitasking

MiYeon Choi

Ph.D Student, Department of Advertising & Public Relation, Hanyang
University

SungBok Park

Professor, Department of Media & social Informatics, Hanyang
University

HyungSeok Lee

Professor, Department of Advertising & Public Relation, Hanyang
University

Digital media literacy is an essential competency for living in a modern society, but the existing senior generation has a low level of digital media literacy due to factors such as age, gender, income, and educational background, and problems such as digital alienation or social maladaptation have been pointed out. However, the baby boomers in their 50s and 60s differ from the previous generation in terms of their ability to use digital devices, their ability to understand media, and their acceptance. Therefore, this study analyzed the mediating effect of multitasking between digital media literacy and continued use intention of the baby boomer generation in their 50s and 60s, and analyzed how self-efficacy affects each variable as a moderating variable. We wanted to do an

empirical analysis. As a result of the study, the higher the level of digital media literacy, the more positive the intention of continued use, and the multitasking factor between digital media literacy and intention to continue to use showed a partial mediating effect. The self-efficacy factor was found to have no significant effect as a moderating effect in the relationship between digital media literacy and multitasking, multitasking and continuous use intention, and digital media literacy and continuous use intention. In other words, the mediating effect of multitasking on the relationship between digital media literacy and continued use intention was verified, but the moderating effect of self-efficacy based on previous studies did not appear. Based on the results of this study, the necessity of follow-up research was suggested from an academic and practical point of view by exploring factors affecting the digital media literacy and continued use intention of the baby boomer generation, who interact socially through digital media.

KEYWORDS Baby Boomer, Digital Media Literacy, Media Multitasking, Use and Satisfaction Theory, Moderated Mediation Effect