Proceedings of Conference on Business Venturing and Entrepreneurship, Spring 2021
Apr. 16, 2021. pp.125-130

미디어콘텐츠 활용역량과 신 정보화 도구 활용역량이 경제활동 지속 의도에 미치는 영향

김상진*
호서대학교 벤처대학원, 벤처경영학과, 박사과정
하규수**
호서대학교 벤처대학원, 벤처경영학과, 교수

국 문 요 약

코로나19 팬데믹은 삶의 많은 부분을 변화시켰다. 국가 간 통제 및 사회적 거리두기로 인한 직접적인 만남이 제한되고, 우리 생활의 많은 영역이 비대면으로 전환되었다. 이런 상황에서 의사소통 및 사회적, 경제적 교류를 위한 대안으로 레거시 미디어콘텐츠의 퇴조와 함께 소셜미디어 등의 뉴미디어 콘텐츠를 활용한 경제활동이 이루어지고 있다. 미디어콘텐츠를 기반한 경제 생태계는 복잡해지고 있으며, 플랫폼 간 경쟁 또한 매우 치열해지는 상황이다. 급속하게 변하고 있는 디지털 환경의 사회 구조는 경제 전반에 큰 영향을 주고 있으며, 경제활동을 지속하려는 개인과 정책지원을 하는 국가에도 중요한 현안이 되어 있다. 고령화 사회로의 빠른 진입으로 인적 자본의 활용 문제가 대두되고, 코로나19로 인한 경제불황이 대면 경제활동을 크게 위축시키면서 고용 감소와 불안정성이 대두되었다. 그에 따라 비대면 산업이 활성화되고, 플랫폼 산업 등 미디어콘텐츠 기반의 새로운 경제활동이 주목받고 일상화되었다. 또한 미디어콘텐츠 기반 비즈니스에 실효성 있는 인적 자본 활용이 국가의 주요 정책이 되었다. 따라서 본 연구는 미디어콘텐츠 활용과 신 정보화 도구를 활용한 디지털 역량이 경제활동 지속 의도에 어떤 영향을 미치는지에 대하여 실증적으로 분석하고 검증하여 실무적 시사점을 제시하고자 한다.

핵심어: 미디어콘텐츠, 신 정보화 도구, 경제활동 지속 의도

Ⅰ. 서론

우리나라의 소셜미디어(SNS) 이용률은 전 세계 평균치의 약 2배에 육박한 것으로 조사됐고, 국가별 순위로는 3위인 것으로 나타났다(DMC미디어, 2020).

2020년 3월 기준으로 국내 SNS 이용자는 전년동기비 15.2% 증가한 3,550만 명이었다. 모바일 SNS 이용자가 31% 급증한 점이 영향으로 분석된다. 전반적인 Mobile 이용 시간 증가에 따라 전자상거래, 금융, 부동산, 게임, 소셜미디어 등 모든 카테고리의 평균 이용 시간이 증가했으며, 고강도 사회적 거리두기가 장기화됨에 따라 원격소통을 위한'커뮤니케이션'카테고리도 높은 이용시간 증가율을 보였다(닐슨코리안클릭, 2020).

안드로이드 OS를 대상으로 조사한 국내 SNS 월간 활성 이용자(MAU)는 밴드가 1,692만 명으로 가장 많았다. 인스타그램은 1,149만 명, 카카오스토리 996만 명, 페이스북 985만 명, 네이버 카페 510만 명, 틱톡 294만 명 순이었다(모바일인덱스, 2020).

반면 닐슨코리안클릭이 2020년 1분기 국내 SNS 월평균 이용자를 연령별로 조사한 결과에 따르면 10대는 페이스북(221만 명), 20대는 인스타그램(493만명), 30대는 인스타그램(440만 명)을 가장 많이 이용하는 것으로 조사됐고, 40대와 50대는 밴드와 카카오스토리 순으로 많이 사용했다. 한편, 통계청의 '2020년 출생·사망통계'에 따르면 우리나라 인구는 3만3천 명 자연 감소를 기록하면서 사상 처음으로 사망자 수가 출생아 수를 넘어서는 '데드크로스'가 발생했다.

* 제1저자: 호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과, 박사과정, ksj855@naver.com
** 교신저자: 호서대학교 벤처대학원, 벤처경영학과, 교수, kyusooha@naver.com

우리나라의 고령화 속도가 경제협력개발기구(OECD) 회원국 중 제일 빨리 2048년경 가장 나이 든 나라가 될 수 있다는 전망이 나왔다(한국경제연구원, 2021). 2025년 50~69세의 신중년 예상 인구는 약 1,658만 명으로 전체 인구의 31.5 %, 생산 가능 인구의 36%를 차지할 것으로 전망했다(한국고용정보원, 2019).

고용노동부(2019)는 향후 생산가능인구(15~64세)의 감소로 인한 노동 인력 부족은 경제성장을 제약할 것으로 전망하며, 노동시장 내에서도 청년층 인구는 급감하는 반면, 장년층 비중은 증가하여 노동 인력의 고령화와 연령별 불균형 심화를 예상했다. 향후 노동시장에서 청년층의 경제활동 확대와 더불어 비중이 커지는 50, 60세대의 경제활동 참여를 더욱 확대하는 것이 매우 중요해지는 상황이다. 대부분의 재취업 일자리는 질 낮고 안정적이지 못한 상황에서 그마저도 얻기 힘들 것으로 예상된다. 재취업을 하더라도 저임금의 비정규직 일자리가 대부분이기 때문에 심각한 고용 불안과 사회·경제적 소외에 당면하게 된다(이한석, 2019).미래에 대한 불확실성 속에서 수많은 직장인, 취업준비자 그리고 은퇴자들이 경제활동을 지속하기 위해서 다양한 계획을 준비한다. 디지털 기반 정보통신기술(ICT)의 발전과 스마트 기기의 대중화로 사람들은 원하는 양질의 정보를 언제라도 확보하여 경제활동을 할 수 있게 됐다. 더불어 다양한 디지털 기기의 등장과 소셜미디어의 발전은 디지털 리터러시를 컴퓨터 사용역량뿐만 아니라 인터넷을 통해 다양한 정보를 검색하고, 이를 올바르게 분석 및 평가, 자신의 활용 목적에 적합하게 재생산하여 타인과 공유하는 역량을 향상(권성호·현승혜, 2014) 시켜야 하는 사회 적응 부담감이 증가하고 있는 것이 현실이다.

한국고용정보원(2017)은 온라인 플랫폼 서비스의 확산으로 플랫폼 근로자가 늘어나고 고용 형태도 플랫폼 근로자, 프리랜서, 프로슈머 등으로 다양해질 것으로 예측했다. 신중년의 경우 재능 공유 플랫폼을 이용하는 전문 프리랜서가 제시되기도 했다. 디자인, IT 개발, 번역 등 디지털 노마드형 업무를 수행하는 프리랜서는 미국의 경우 전체 노동자의 35%를 차지할 정도로 성장하는 추세다. 직접 고용보다는 분야별 전문가가 등록된 플랫폼을 통해 고용 문제를 해결하는 현상이 늘어나므로, 신중년이 전문분야 재능을 공유함으로써 경제활동을 지속하면서 수익도 창출할 수 있을 것으로 예상했다.

모바일 기기의 보급과 SNS의 일반화된 활용으로 우리 시대는 일찍이 콘텐츠 스모그의 시대로 접어들었으며, 여기에 1인 미디어콘텐츠 등 콘텐츠 소비의 개인화를 촉진하는 콘텐츠까지 더해지고 있다. 콘텐츠 스모그의 시대를 살아가는 지금은 물론, 4차 산업혁명의 핵심기술에 힘입어 콘텐츠 생산이 더욱 가속화될 전망이다. 이에 따라 가까운 미래에는 콘텐츠 스모그 속에서 이용자에게 적확한 정보를 탐색하고 선별하는 행위가 생산 행위 이상으로 중요해질 것이다(심홍진, 2017).

이처럼 노동시장의 구조적 변화와 코로나19 팬데믹의 영향으로 비대면 비즈니스가 확산되면서 신 정보화 도구를 활용한 미디어콘텐츠 기반의 경제활동은 삶에 일반화 되었다. 따라서 본 연구는 선행연구를 바탕으로 미디어콘텐츠 활용역량과 신 정보화 도구 활용역량 등의 디지털 역량이 경제활동 지속 의도에 어떤 영향을 미치는지 분석, 검증하고자 한다.

II. 연구 배경

2.1. 미디어콘텐츠 활용역량

콘텐츠는 사용자가 공감하고 공유하며 커뮤니케이션 할 수 있는 모든 매개체다. 미디어 즉 네트워크를 구성하는 노드가 콘텐츠인 것이다(윤지영·이은정, 2013). 디지털콘텐츠(digital content)란 디지털 방식으로 제작, 처리, 유통하는 문자, 음성, 음향, 이미지, 영상 외 자료 및 정보의 총칭이다. 디지털 미디어에 통용되는 모든 콘텐츠를 디지털콘텐츠라고 부를 수 있다(한국소프트웨어진흥원, 2008).

신중년은 정보통신 활용에 능숙하고, 디지털 미디어를 적극적으로 적응해 온 영상 세대이며 산업화, 민주화, 경제위기의 굴곡진 현대사를 헤쳐 온 세대다. 인생 전환기에 자아 정체 위기, 자기실현 욕구 등 심리적 어려움을 겪는 중년층이다(김경애, 2013).

배근수(2019)는 중장년의 온라인 커뮤니티 활동의 특성이 창업 및 재취업 의도에 미치는 영향을 분석하여 온라인 커뮤니티 특성 중 정보 제공성과 친밀성이 높을수록 창업 의도가 높아진다는 연구 결과를 제시하였다. 미래의 직업으로서 프리랜서가 발달할 것으로 예상되고, 디지털 기술에 기반을 두면서 창작성이 갖추어진 일자리로 1인 미디어콘텐츠 크리에이터를 선택하는 경우가 많아지고 있다(이승렬 외, 2018).

손동진·김혜경(2017)은 유튜브에서 활동하는 유튜버 인플루언서는 뉴스 정보원이 수행하는 역할과 같이 정보원으로서 존재한다는 연구 결과를 도출하였으며, 유튜버의 통찰력과 화술은 신뢰성을 높이는데 중요한 요인이며, 유튜버 개인의 특징을 표현하는 중요한 변수라고 하였다. 김경선(2019)은 디지털 미디어 활용역량은 스마트 사회의 트렌드 변화, 창업의 새로운 플랫폼, 온라인 마케팅 등 창업에

영향을 미치며, 사회적 네트워크 형성에도 긍정적으로 반영됨에 따라 디지털 미디어 활용역량은 창업 시장에서 경쟁우위를 확보하기 위한 필수 요소라고 주장하였다.

미디어콘텐츠에 관한 선행연구들은 다양한 산업에서 미디어콘텐츠의 공동체적 요소와 쌍방향 참여 및 상호작용을 기반으로 기존 정보와 달리 사용자의 새로운 경험을 통한 정보를 제공하며, 공유와 참여를 통하여 개인과 조직에 미치는 영향력에 대한 연구가 주로 되어 왔다. 그러나 미디어콘텐츠의 활용역량이 경제활동 지속 의도에 미치는 영향에 대한 연구들은 제한적이다. 본 연구는 미디어콘텐츠의 활용 역량이 지속적인 경제활동 의도에 어떤 영향이 있는지 파악하고자 한다.

2.2. 신 정보화 도구 활용역량

전 세계 인구의 절반인 약 40억 명 이상이 스마트폰 사용자이다. '포노 사피엔스(Phono Sapiens)' 스마트 폰을 신체 일부처럼 자유롭게, 일상적으로 사용하는 새로운 인류를 뜻(이코노미스트, 2015)하는 신조어도 등장했다. 디지털 기기의 사용 동기는 여러 방식이지만 공통적으로는 정보추구와 커뮤니케이션이 주요 목적이며, 디지털 기기의 정보 추구적인 사용은 정보를 검색하거나 공유할 수 있는 미디어콘텐츠에 대한 접근과 의사소통 매체로서의 커뮤니케이션 기능이다(김세현·이혜수, 2019). 디지털 기기를 활용한 인터넷 환경은 유무선 통신을 기반으로 언제 어디서나 접근이 가능한 네트워크를 제공한다(김세현·이혜수, 2019). 저활용 집단의 미래 정보사회에 관한 관심 부족, 디지털 기기 이용에 대한 동기 부족, 새로운 기술에 대한 낮은 자기효능감으로, 이들의 새로운 정보를 탐색하고 활용하고자 하는 동기적 욕구가 저조하다는 것을 알 수 있다(김설인·구혜경, 2020). 웹 2.0시대의 대표적인 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service)로 YouTube, Facebook, Instagram을 대표적인 예로 들 수 있다. SNS와 컴퓨터 매개 커뮤니케이션(CMC:Computer Mediated Communication)은 모두 컴퓨터를 매개로 한다는 공통점이 있지만, 정보공유 및 정보교환이 중심이 되는 CMC에 비해, SNS의 경우는 사용자들의 사회 정서적(socia-emotional) 요구에 초점을 두고 있다는 점이 가장 큰 차이점으로 볼 수 있다(Rau, et al., 2008). 결국 소셜미디어란 사용자 집단이 콘텐츠, 의견, 경험, 시각을 공유할 수 있게 하고 사용자 간의 대화를 촉진하는 온라인 도구를 말한다(임성택 외, 2009). 모바일 콘텐츠(Mobile content)란 휴대용 기기에 사용되는 디지털콘텐츠를 통칭하는 용어이다. 모바일 콘텐츠는 휴대용 기기에 사용되는 서비스 및 어플리케이션을 통하는 용어이다. 보통 휴대용 기기는 휴대전화와 노트북, PDA, MP3플레이어를 모두 포함하지만, 모바일 콘텐츠는 휴대전화에 통용되는 콘텐츠를 주로 이른다(최창현, 2014). 양방향성과 네트워크화 등의 특성을 보이는 디지털 환경에서는 일차적으로 제공하는 정보기술을 습득하고 활용하는 것에 그치는 것이 아니라 비판적으로 정보를 고르고 활용 공유하며 자신만의 독창성을 결합하기도 하는 능력이 필수적이다(Mishra et al., 2001). 디지털 리터러시의 기술적 접근 능력으로는 네트워크와 컴퓨터 기기에 대한 접근 역량, 콘텐츠 활용 능력에 대하여는 인터넷에서 제공하는 정보의 내용을 이해하며, 정보를 수집하고 적용할 수 있는 능력, 지식정보 공유능력으로는 양방향성과 네트워크를 기반으로 지식 커뮤니티 형성과 정보의 교류 및 공유 능력이다(안정임, 2002).

정보역량 수준을 증진시키기 위해 중년층의 경우 경제적 요인, 사회적 요인, 개인적 요인, 물질적 요인을 전반적으로 고려한 통합 기술활용 증진 프로그램을 제공해야 하며, 고령층의 경우 컴퓨터 접근성 및 스마트 폰 접근성 등의 물질적 차원을 높이는 단기성·일회성 프로그램에서 벗어나 자기효능감 프로그램과의 병행 운영 등 개인적 차원을 함께 높여야 한다(엄사랑 외, 2020).

이와 같은 선행연구 고찰을 통해서 신 정보화 도구는 단순 정보제공뿐만 아니라 활용역량에 따라 네트워크 형성과 지식 커뮤니티 형성, 정보의 신속한 교류 및 공유를 할 수 있다. 따라서 신 정보화 도구 활용역량이 경제활동 지속 의도에 미치는 영향을 파악하고 분석하고자 한다.

2.3. 미디어콘텐츠와 신 정보화 도구 활용역량과 경제활동 지속 의도

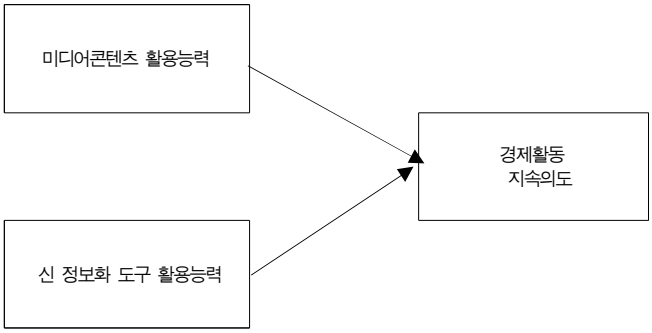
Mazzarol(1999)은 사업의욕에 영향에 미치는 요인으로 성취감, 위험감수에 대한 의지, 불확실성의 감수 등 개인적인 특성과 창업 전의 직업과 교육, 종교 등 배경적인 요인 등이 복합적으로 적용한다고 했다. 하규수·한정화(2010)는 사업의욕은 사회심리학자들이 제시한 의도적 행동모델에서 이론적 틀을 바탕으로 하고 있다고 했다. 윤병화·이상직(2020)은 경제적 준비도는 베이비부머의 재취업의도에 부(-)의 영향을 미쳤고, 사회적 자본은 재취업의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며. 사회적 자본 보다는 경제적 준비도 여부가 베이비부머의 재취업 의도에 더 강한 영향을 미치는 것으로 제시했다. 박상우(2019)는 비자발적으로 퇴직하는 베이비부머들을 대상으로 회복탄력성

이 진로 전환에 미치는 영향에 대해 연구하였고, 박혜성 외(2020)는 회복탄력성이 진로 전환에 매우 유의한 영향을 미치는 것으로 검증하였다. 신중년은 건강 및 교육 수준이 높다는 점(남경아, 2017)에서 경제활동을 지속할 능력이 충분하다고 하였다. 신중년의 83.6% (매우 중요하다+중요하다)가 노후경제활동이 주요하다고 인식하였고 과반수인 58.1%가 소득을 위해 근로활동을 희망하고 있다고 하였다(황남희 외, 2019). 미디어산업은 다른 산업의 중간재로 사용이 늘어나고 있고, 다른 산업을 견인하는 영향력도 증가하고 있으며, 기술 중심으로 변화하고 있지만 아직은 노동집약적 산업으로 높은 고용 창출을 만든다. 또한 올드미디어 기반산업은 다른 산업의 생산과 수요 변화에 미치는 영향력이 매우 크고 뉴미디어산업은 여러 분야에서 활용빈도가 높아지고 있다(고준희 외, 2020). 뉴미디어와 연계된 플랫폼 산업이 활성화되고 비즈니스 패러다임이 변화하면서 취업과 창업 시장에 미디어 콘텐츠를 이용한 경제활동이 늘어나는 추세다. 김경선 외, 2020)은 디지털 미디어 활용역량인 콘텐츠 활용역량과 커뮤니케이션 활용역량이 창업 의도에 미치는 영향에서는 커뮤니케이션 활용역량이 창업의도에 정(+) 영향을 미친다고 하였다. 엄사랑 외, 2020)은 중·고령자의 기술에 대한 태도가 긍정적일수록 정보역량과 정보활동이 증가하는 것으로 나타났고, 모바일 정보활동은 디지털 이용성과를 높여 삶의 만족도까지 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였지만, PC 정보활동의 경우 디지털 이용성과에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타난다고 하였다. 따라서 중·고령자의 높은 수준의 삶의 만족도를 실현하기 위한 실천적 방안으로 기술에 대한 포용력 있는 태도를 통하여 정보역량 및 활동 수준을 증진시키고, 특히 PC를 기반으로 하는 정보활동보다는 모바일을 기반으로 하는 정보활동을 활성시키는 실천적 개입을 제안한다고 주장했다. 김경애(2013)는 사업 지속의도라 함은 현재 창업자가 일에 대한 만족으로 현재 업종을 지속하는 것이다. 즉, 일에 만족할 때 현재하고 있는 일과 직업을 지속하는 의미로 볼 수 있는데, 개인이 현재 창업한 업종에 대해서 주관적으로 느끼는 만족도에 따라 사업 지속 의도가 있을 수 있다고 하였다. 정명경(2010)은 취업 의지가 높을수록 취업률이 높아진다고 하였다. 고령자가 재취업을 결정하는 요인은 개인적 특성 요인, 근로경험 특성 요인, 실업급여 특성 요인, 직업훈련 요인, 재취업 희망 여부 등이 있다고 하였다(손정현·이영민, 2011). 고령자가 재취업 과정에서 경험하는 불안, 위기, 어려움은 퇴직 준비가 얼마나 체계적으로 이루어졌는가에 따라 결과가 확연히 다를 수 있다고 검증하였다(이응목, 2016). 강순희(2016)는 재취업 결정 요인에 관한 연구에서 건강할수록, 퇴직 전 근속기간이 길수록 재취업을 할 확률이 높게 나타난다고 하였다. 특히, 노후 소득이 부족한 사람들의 재취업 비율이 높다는 연구 결과를 제시하였다. 이와 같이 미디어콘텐츠 활용역량과 경제활동 지속 의도 와의 관련 연구는 많지 않으며, 특히 미디어콘텐츠 와 신 정보화 도구 활용역량이 경제활동 지속 의도와 관련성을 규명한 연구는 없다. 본 연구는 최근 불황으로 실업과 비대면 비즈니스가 일반화되면서 미디어콘텐츠와 신 정보화 도구의 활용역량이 경제활동 지속 의도에 어떤 관련성과 영향이 있는지 검증하고 분석하고자 한다.

III. 연구 방법

3.1. 연구모형

본 연구는 미디어콘텐츠 활용 능력과 신 정보화 활용 능력이 경제활동 지속 의도 간의 관련성을 검증하기 위한 것으로 연구모형은 선행연구를 바탕으로 다음과 같이 도출하였다.



<그림 1> 연구모형

3.2. 분석 방법

본 연구는 전국 남, 여 20~80세를 대상으로 온라인 설문조사를 하며, 설문 문항은 Likert 5점 척도를 활용하고자 한다. 연구의 분석을 위해서 SPSS 23.0의 프로그램을 사용하고, 표본의 인구통계학적 특성을 파악하기 위해서 빈도분석을 실시하고자 한다. 설문 측정문항에 대한 타당성을 검증하기 위하여 요인분석을 실시하고, 세부적으로 직각회전의 베리멕스(Varimax) 방법을 실시하며, 신뢰성을 검정하기 위하여 요인별로 Cronbach's α 계수를 이용하여 신뢰도 분석을 실시하고자 한다. 변수별 관련성을 측정하기 위해 상관관계분석을 실시하고 각 변수의 가설검증을 위해 다중회귀분석을 실시할 것이다.

참고문헌

강순희(2016). 중고령자 재취업의 결정요인, 일자리 만족도 및 고용안정성. *취업진로연구*, 7(3), 17-140.

고준희·여위·이혁진(2020). 산업연관 분석에 의한 미디어 산업의 경제적 효과 분석. *문화산업연구*, 20(1), 21-31.

고용노동부(2019). *2018~2028 중장기 인력수급 전망*, Retrieved 2021.03.26. from http://www.moel.go.kr/news/enews/report/enewsView.do?news_seq=10596.

김경선·박우진·배병윤(2020). 은행원의 Big5 성격요인이 창업의도에 미치는 영향: 디지털미디어 활용역량의 매개효과, *벤처창업연구*, 15(2), 209-220.

김경선(2019). *은행원의 Big5 성격요인이 창업의도에 미치는 영향: 디지털미디어 활용역량의 매개효과*, 석사학위논문, 연세대학교.

김경애(2013). *소상공인의 심리적특성, 창업가정신, 창업만족, 창업 추천의도의 관계에 관한 연구, 디저트 카페 창업자를 중심으로*, 박사학위논문, 경성대학교 대학원.

김세현·이혜수(2019). 결혼이주여성의 디지털 기기 사용과 한국사회 적응: 사회적 지지와 한국생활만족도의 매개효과를 중심으로, *정보사회와 미디어*, 20(1), 19-43.

김설인·구혜경(2020). *청년은 정보 활용격차에서 자유로운가?*, 한국 2030 청년세대의 모바일 정보 활용에 관한 연구, 충남대학교 소비자학과.

권성호·현승혜(2014). 중·장년층 직장인의 디지털 리터러시에 대한 연구, *학습과학연구*, 8(1), 120-140.

남경아(2017). *50플러스세대*. 서울:서울연구원.

닐슨코리안 클릭(2020). *월간 인터넷 서비스 동향*, Retrieved (2021.03.26.) from http://www.koreanclick.com/insights/newsletter_view.html?code=trend&id=606&page=1&utm_source=board&utm_medium=board&utm_campaign=trend&utm_content=20210115.

모바일인덱스(2020). *SNS 월간활성이용자(MAU)*, Retrieved (2021.03.27.) from https://www.mobileindex.com/report/report_view?s=130.

박경순(2020). *신중년의 취업역량에 대한 교육요구 분석*, 동의대학교 교육대학원 석사학위논문.

박상우(2019). 베이비부머 퇴직자의 진로전환에 관한 연구, 회복탄력성을 중심으로, *한국산학기술학회논문지*, 20(5), 15-162.

박혜성·박우진·배병윤(2020). 강점인식이 은퇴 후 창업의도에 미치는 영향: 직장인을 대상으로, *벤처창업연구*, 15(1), 143-150.

배근수(2019). *온라인 커뮤니티 특성이 중장년의 창업 및 재취업 의도에 미치는 영향에 관한 연구, 중장년의 심리적 특성과 개인적 특성의 조절효과를 중심으로*, 석사학위논문, 한성대학교.

손동진·김혜경(2017). 소셜 인플루언서를 활용한 디지털 마케팅 전략 연구: 올레드TV 글로벌 디지털 캠페인 사례를 중심으로, *광고 PR 실학연구*, 10(2), 64-95.

손정현·이영민(2011). 중고령 여성인력의 취업 결정요인 분석, *인적자원관리연구*, 18(4), 69-88.

심홍진(2017). 4차 산업혁명 시대, 미디어콘텐츠의 생존전략, *KISDI Premium Report,* 17-14.

안정임(2002). 디지털 커뮤니케이션과 미디어 리터러시: 의미와 연구방향의 모색, *교육정보미디어연구*, 8(3), 5-23.

윤지영·이은정(2013). 대학생의 진로장벽에 대한 인지와 기업가 성향이 창업의지와 창업준비행동에 미치는 영향: 전문 경영인 양성을 위한 시사점 도출, *전문경영인연구*, 16(4), 61-81.

이도열(2007). *지식자산, 지식공유, 조직유효성의 관계에 관한 연구*, 전북대학교 대학원, 박사학위논문.

이승렬·이용관·이상규(2018). *미래의 직업 프리랜서(I)*, 1인 미디어 콘텐츠 크리에이터, 한국노동연구원.

이응목(2016). *퇴직한 중년남성의 재취업과정 탐색*. 숭실대학교, 박사학위논문.

이한석(2019). *신중년의 인적자본 및 사회적자본이 은퇴 후 재취업의지에 미치는 영향에 관한 연구: 긍정심리자본의 매개효과 및 구직기술의 조절효과를 중심으로*, 가천대학교 대학원, 박사학위논문.

임성택·박차라·차상윤·문지현·이인성·김진우(2009). 공동경험: 촉지적 상호작용을 통한 소셜 미디어 사용자의 상호작용 경험 향상에 대한 연구, *한국HCI학회 학술대회*, 868-875.

엄사랑·신혜리·김영선(2020). 중·고령자의 기술활용도 영향요인: 중년층과 고령층의 차이 비교를 중심으로, *한국지역정보화학회지*, 23(2), 171-202.

윤병화·이상직(2020). 베이비부머의 재취업 의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. *벤처창업연구*, 15(4), 15-68.

전준범(2020.11.23.). *스마트폰 뇌에 연결한 채 살아가는 40억 신인류 등장*, 이코노미조선, Retrieved from http://economychosun.com/client/news/view.php?boardName=C00&t_n um=13609886.

정명경(2010). *중, 고령자 재취업 영향 요인에 관한 연구*, 원광대학교 행정대학원, 석사학위논문.

최창현(2014). *디지털 콘텐츠*(Digital Content), Retrieved (2021.03.12.) from https://www.kapa21.or.kr/epadic/files/%EC%B5%9C%EC%B0%BD%ED%98%84(%EB%94%94%EC%A7%80%ED%84%B8%20%EC%BD%98%ED%85%90%EC%B8%A0).pdf.

통계청(2021). *2020년 출생사망통계 잠정결과*, Retrieved (2021.03.12.) from http://kostat.go.kr/portal/korea/kor_nw/1/1/index.board?bmode=read&aSeq=388265.

하규수·한정화(2010). 기업가의 사업실패스트레스와 사업의욕에 관한 연구, *한국중소기업학회*, 32(1), 21-41.

한국고용정보원(2019). 신중년 경력개발 상담자를 위한 역량강화서, Retrieved (2021.03.05.) from https://www.keis.or.kr/user/extra/main/2108/publication/publicationList/jsp/LayOutPage.do?categoryidx=125&pubIdx=6212&spage=1.

한국고용정보원(2017). *2017 한국의 직업정보*, Retrieved (2021.03.05.) from file:///C:/Desktop/Downloads/2017%20%ED%95%9C%EA%B5%AD%EC%9D%98%20%EC%A7%81%EC%97%85%EC%A0%95%EB%B3%B4.pdf.

한국경제연구원(2021). *주요국 고령화 현황 및 대응책 비교*, Retrieved (2021.03.05.) from http://www.keri.org/web/www/news_02?p_p_id=EXT_BBS&p_p_lifecycle=

0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&_EXT_BBS_struts_action=%2Fext%2Fbbs%2Fview_message&_EXT_BBS_messageId=356132.

한국소프트웨어진흥원(2008). *소프트웨어산업백서* Retrieved (2020.03.12) from https://www.itfind.or.kr/Paper/paper/file7060-2008%eb%85%84%20%ec%86%8c%ed%94%84%ed%8a%b8%ec%9b%a8%ec%96%b4%20%ec%82%b0%ec%97%85%eb%b0%b1%ec%84%9c%20(INTRODUCTION).pdf.

황남희·김경래·이아영·임정미·박신아·김만희(2019). *신중년의 안정적 노후 정착 지원을 위한 생활실태조사*, 세종: 한국보건사회연구원.

DMC미디어(2020). *2020 소셜미디어 현황 및 전망*, Retrieved (2021.03.12.) from file:///C:/Desktop/Downloads/20200820112039_ME2020008.pdf.

Mazzarol, T., & Thiery, V. D.(1999), Noelle and Thein Vicki, Factors Influencing Small Business Start-Up. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 5, 48-64.

Mishra, P., Nicholson, M., & Wojcikiewicz, S.(2001), Seeing ourselves in the computer: How we relate to technologies. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 44(7), 634-64.

Moris, M. H., Web, J. W., Fu, J., & Singhal, S.(2013), A competency-based perspective on entrepreneurship education: Conceptual and empirical insights. *Journal of Smal Busines Management*, 51(3), 352-369.

Rau, P. P., Gao, Q., & Ding, Y.(2008), elationship between the level of intimacy and lurking in online social network services, *Computers in Human Behavior*, 24(6), 2757-2770.