

## 고령층의 플랫폼 유형 별 건강정보 추구와 건강 증진 행위와의 관계: e-헬스 리터러시와 능동적 이용을 중심으로\*

편미란\*\* 서울대학교 언론정보학과 BK21 박사후연구원

본 연구는 고령층을 중심으로 플랫폼을 통한 건강정보 추구가 건강 증진 행위에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보았다. 나아가 이 관계가 e-헬스 리터러시를 매개로 하는지 살펴보고, 플랫폼의 능동적 이용이 어떤 영향을 주는지에 대해서도 알아보려고 했다. 이를 위해 동영상 스트리밍 서비스, 인스턴트 메신저, 소셜미디어, 검색엔진으로 플랫폼을 구분하였으며, 만 65세 이상을 대상으로 설문조사를 실시해 데이터를 수집하였다. 연구 결과, 플랫폼에서의 건강정보 추구 정도가 건강 증진 행위에 미치는 영향은 동영상 스트리밍 서비스에서만 유의한 것으로 나타났다. e-헬스 리터러시가 건강 증진 행위에 미치는 영향은 검색엔진에서만 유의한 것으로 나타났다. 플랫폼에서의 건강정보 추구 정도가 e-헬스 리터러시에 미치는 영향은 동영상 스트리밍 서비스, 인스턴트 메신저, 검색엔진에서 유의한 것으로 나타났으며, 플랫폼 건강정보 추구 정도가 e-헬스 리터러시를 매개하여 건강 증진 행위에 미치는 영향 역시 동영상 스트리밍 서비스, 인스턴트 메신저, 검색엔진에서 유의한 것으로 나타났다. 이에 대한 플랫폼의 능동적 이용은 오직 동영상 스트리밍 서비스에서만 조절효과를 가진 것으로 나타났다.

주제어 : 플랫폼, 건강정보 추구, e-헬스 리터러시, 건강 증진 행위, 고령층

\* 본 연구는 (주)마크로밀엠브레인의 후원을 받은 한국헬스커뮤니케이션학회 온라인 설문조사 지원 사업의 지원으로 이뤄진 것임을 밝힙니다.

이 논문은 2023년도 한국연구재단 공동연구지원사업의 지원을 받았습니다(NRF-2023S1A5A2A03083752).

\*\* miran1074@snu.ac.kr

## 1. 서론

오늘날 우리는 ‘플랫폼 시대’에 살고 있다. 플랫폼은 디지털 기술을 기반으로 다수의 행위자가 정보를 교환하고 상호작용할 수 있도록 구축된 환경으로, 유튜브, 구글, 페이스북, 넷플릭스, 안드로이드 등의 서비스가 그 대표적인 예다(Jin, 2017). 디지털 기술의 발달과 함께 부상한 플랫폼은 전통 미디어와 달리 사용자가 단순히 주어진 콘텐츠를 수동적으로 소비하는 것이 아니라, 능동적으로 콘텐츠를 탐색하고 선별하여 취할 수 있다는 특징을 지닌다. 정보통신정책연구원의 보고에 따르면, 전통적으로 필수 매체로 여겨졌던 TV의 영향력은 지속적으로 감소하고 있으며, 그 자리를 스마트폰과 다양한 플랫폼 서비스가 빠르게 대체하고 있다(정보통신정책연구원, 2024). 이는 스마트폰이라는 기기의 보급 뿐만 아니라, 이를 통해 제공되는 다양한 플랫폼 서비스가 현대인의 미디어 소비 방식과 생활 패턴을 근본적으로 변화시키고 있음을 시사한다.

플랫폼은 정보 획득의 방식에서도 기존 전통 미디어와는 본질적으로 다른 양상을 보인다. 매스미디어 맥락에서는 이용자가 일방적으로 정보를 수용해야 했다면, 플랫폼에서는 개인이 원하는 정보의 형식과 내용을 직접 선택하고 조정할 수 있다. 뿐만 아니라 개인은 정보의 재생산자이자 유통채널의 역할을 수행하기도 한다(안순태, 임유진, 정순돌, 2020; Chen, 2016; Lange, 2007). 이러한 변화는 미디어 커뮤니케이션 연구에서도 중요한 논의의 지점을 형성하고 있다. 선행연구에서는 개방성과 참여를 바탕으로 한 플랫폼의 차별점을 앞세워 매스미디어 시대의 문법으로는 지금의 플랫폼 환경을 해석하기 어려울 수 있음을 논한다(김용찬, 2023; Gilliespie, 2010). 뿐만 아니라 플랫폼으로 규정되는 미디어의 영역이 광범위한 만큼, 플랫폼의 유형별 특성을 세분화하여 분석할 필요성 역시 커지고 있다(Burgess & Green, 2018).

플랫폼의 확산과 함께, 디지털 기술의 발달이 불러온 또 다른 중요한 논의는 ‘디지털 격차(digital divide)’이다. 특히 고령층은 디지털 격차를 논할 때마다 핵심적으로 언급되는 집단으로, 디지털 리터러시가 낮아 새로운 기술과 정보 환경을 충분히 활용하지 못한다는 점이 주요 쟁점이 되어 왔다(김학실, 심준섭, 2020; 안순태, 정재선, 정순돌, 2019; 황용석, 박남수, 이현주, 이원태, 2012). 이러한 격차는 단순한 기술 사용의 문제가 아니라, 정보 접근성의 차이를 초래하고 궁극적으로 건강 불평등과 같은 사회적 문제로 연결될 수 있다는 우려로 이어지기도 한다(황민화, 박연환, 2021; Anderson & Kumar, 2019; Neter & Brainin, 2012). 그러나 최근에는 고령층이 더 이상 단순한 기술 소외 계층이 아니라, 적극적으로 디지털 기반 미디어를 활용하는 집단으로 변화하고 있으며, 이러한 관점에

서 고령층에 집중해야 한다는 목소리도 부상하고 있다(송지현, 신수진, 2020). 대한민국의 고령층 스마트폰 보급률은 60대 96.9%, 70대 이상 73.0%으로 매해 꾸준히 증가하고 있다(정보통신정책연구원, 2024). 대한민국은 다른 국가들에 비해 빠르게 디지털화가 구축된 사회 중 하나이며, 코로나19 이후 플랫폼화 또한 급속히 이뤄지고 있다(김나량, 2022; 이광석, 2021). 고령층 또한 대한민국의 사회 구성원으로서, 이러한 변화의 한 축을 이루고 있다는 점을 간과해서는 안 될 시점인 것이다.

이러한 측면에서, 이제는 고령층을 단순히 디지털 기술에 소외된 집단으로 바라보는 것이 아니라, 변화하는 미디어 환경 속에서 그들이 어떻게 플랫폼을 활용하는지에 대해 보다 면밀하게 분석할 필요가 있을 것으로 여겨진다. 특히, 건강정보 추구(health information-seeking behavior)는 고령층의 디지털 미디어 활용과 직결되는 중요한 주제 중 하나이다. 평균 수명의 증가와 함께 건강한 노후 생활에 대한 관심이 높아지면서, 정보통신기술을 활용하여 건강정보를 추구하는 고령층이 증가하고 있다(정우식, 강형곤, 한세미, 김은혜, 2021). 이는 고령층이 플랫폼을 통해 다양한 유형과 폭넓은 내용의 건강 관련 정보를 추구할 수 있다는 것을 의미함과 동시에, 변화된 미디어 환경에서의 정보 추구가 과연 고령층의 건강에 유의한 영향을 미치는지에 대해서도 탐구할 필요성이 제기된다.

이에 본 연구는 고령층을 대상으로 플랫폼을 통한 건강정보 추구가 건강 증진 행위에 미치는 영향을 살펴보고자 한다. 이를 위해 동영상 스트리밍 서비스, 인스턴트 메신저, 소셜미디어, 검색엔진의 네 가지 플랫폼 유형을 구분하여, 각 유형에서의 건강정보 추구가 건강 증진 행위에 미치는 영향이 유의미한지에 대해 살펴보고자 한다. 더불어 이 과정에서 e-헬스 리터러시의 매개 효과도 함께 검토하고자 한다. 디지털 기술이 일상에 깊숙이 자리 잡은 오늘날, 디지털 리터러시는 건강정보의 탐색과 활용 측면에서도 필수적인 개인 역량이 되었다. 특히 e-헬스 리터러시는 건강 관련 정보를 단순히 습득하는 것을 넘어 비판적으로 이해하고 실천에 적용하는 능력까지 포함하는 개념이며, 건강 증진 행위와 밀접한 관련이 있는 것으로 여겨진다(박동진, 권명순, 최정화, 2013; 이성심 외, 2017). 지금까지의 e-헬스 리터러시 연구는 대부분 인터넷 일반을 기반으로 한 통합적 개념에 머물러 있었다. 그러나, 플랫폼 미디어 기반 환경에서는 정보의 유형, 탐색 방식, 수용 양상이 플랫폼별로 상이하게 나타날 수 있다. 이에 따라 본 연구는 기존에 다뤄져 왔던 인터넷 맥락의 e-헬스 리터러시 개념을 확장하여, 인터넷을 기반으로 한 플랫폼 환경에서의 e-헬스 리터러시로 해당 개념을 적용하여 플랫폼 별로 구체적으로 조명하고자 한다. 이를 통해, 고령층의 건강정보 추구하고 건강 증진 행위 간의 관계 속에서 e-헬스

리터러시가 어떠한 매개적 역할을 수행하는지를 함께 검증하고자 한다.

나아가 본 연구는 플랫폼의 가장 중요한 특성 중 하나인 이용자의 능동성에 집중하여, 전통 미디어 맥락에서 다뤄지지 못했던 미디어 수용자의 적극적인 이용에 대한 탐구 역시 시도하고자 한다. 즉, 이용자가 플랫폼을 단순히 수용하기만 하는 것이 아니라, 주체적으로 관여하는 정도가 건강정보 추구 및 건강 증진 행위에 미치는 영향을 살펴보고자 하는 것이다. 선행연구는 미디어 기술의 발달이 플랫폼 상에서 능동적으로 건강 커뮤니케이션 행위를 할 수 있게 만들어, 결과적으로 건강 문제 해결에 효과적인 기여를 할 수 있다고 하였다(Kim & Gruing, 2011; Kim & Lee, 2014; 안순태 외 재인용, 2020). 미디어의 능동적 이용은 기존 연구에서 다루기 어려웠던 지점임과 동시에 실제 효과를 가져올 수 있는 변인으로 작용할 수 있다고 여겨진다. 이러한 점에 비추어, 플랫폼의 능동적 이용이 가진 영향을 살펴봄으로써 플랫폼 특성을 반영한 건강 커뮤니케이션 전략을 도출하는데 함의점을 제시하고자 한다.

본 연구는 구체적인 플랫폼 유형의 구분을 통해 각각의 역할에 대해 탐구하고 플랫폼만의 특성을 반영하는 작업을 통해, 미디어를 통한 건강정보 추구 관련 연구 범위를 확장하고, 고령층을 연구 대상으로 삼아 초고령 사회에서의 건강 커뮤니케이션 전략 수립에 실질적인 함의를 제시하고자 한다. 이를 통해 플랫폼 시대에서 고령층의 건강정보 추구 방식이 어떻게 변화하고 있는지를 확인할 뿐 아니라, 미래 건강 커뮤니케이션 전략의 새로운 방향성을 제시할 수 있을 것이다.

## 2. 이론적 논의

### 1) 플랫폼과 고령층의 건강정보 추구

현대사회는 디지털 기술을 기반으로 한 플랫폼 시대라고 해도 과언이 아니다. 플랫폼은 디지털 기술을 기반으로 사용자의 참여와 상호작용, 콘텐츠의 유통·재가공이 가능한 구조를 가진 온라인 기반 서비스라 할 수 있다. 이는 단순히 인터넷을 이용한 매체라기 보다는, 알고리즘 기반의 추천 시스템과 사용자 주도의 정보 흐름을 특징으로 하며 (Gillespie, 2010; Burgess & Green, 2018), 동영상 스트리밍, 소셜미디어, 검색엔진, 인스턴트 메신저 등이 이에 포함된다. 김용찬(2023)은 ‘매스미디어의 시대가 지고 포스트(post-)매스미디어 시대가 도래했다’라고 하며 미디어 환경의 패러다임 변화를 압축적으로 설명했

다. 이러한 추세는 코로나19라는 변곡점을 지나면서 가속화 되었다(이정현, 2023). 사회적 거리두기로 인해 비대면 중심의 일상을 경험하면서 그 한계를 플랫폼을 통해 극복하고자 하였고, 그로 인해 사회 구성원 모두가 플랫폼 지향적인 라이프스타일을 가질 수밖에 없게 되었다. 이러한 현상은 하나의 개별 플랫폼에만 집중된 것이 아닌 소셜미디어, 배달 및 구매 서비스, 동영상 스트리밍 서비스, 포털 서비스, 인스턴트 메신저 서비스 등 전방위적으로 이뤄진 것으로서, 이러한 플랫폼 서비스들은 코로나19를 기점으로 이용률이 급격하게 증가했다(한국언론진흥재단, 2023). 이와 같은 추세는 포스트코로나 시기인 현재까지 이어져오게 되었고, 플랫폼은 이제 하나의 사회 인프라로 역할하며 우리 삶 전반에 깊숙이 침투해 있는 상황이 되었다.

사회구성원이 전반적으로 플랫폼과 가까워진 상황에서, 고령층 역시 이러한 추세를 비껴갈 수는 없었다. 선행연구에 따르면, 코로나19 기간 동안 고령층의 삶에 디지털 기술이 다양한 영향을 끼쳤으며(신혜진 외, 2022; Sinha, Verma, & Tiwari, 2022), 플랫폼을 중심으로 한 고령층의 디지털 기술 이용률 역시 증가한 것으로 나타났다(한국지능정보사회진흥원, 2022). 그러나 지금까지의 고령층은 디지털 기술과 미디어에 대한 논의에서, 대부분 디지털 격차의 소외집단으로 일컬어져 왔다(김학실, 심준섭, 2020; 안순태, 정재선, 정순돌, 2019; 황용석, 박남수, 이현주, 이원태, 2012). 기술은 급속도로 발전하지만, 발전 속도를 따라잡기에는 인프라와 같은 구축된 환경, 또는 리터러시와 같은 역량이 부족한 집단이기에, 이들에 대한 관심과 교육이 필요하다는 논지의 이야기들이 주를 이뤘다. 그러나 디지털 격차와 소외받는 고령층에 대한 논의가 등장한 것은 2000년대 초반으로, 그 후로 25년여의 시간이 흘렀다. 당시 중년이었던 베이비 부머 세대들이 고령층에 진입하게 되었고, 인터넷과 스마트폰이 익숙해 지면서 고령층의 정보화 수준도 높아진 상황이다(김명용, 전해진, 2016; 송지현, 신수진, 2020). 앞서 언급한 것처럼 코로나 19는 고령층의 플랫폼 이용의 기폭제 역할을 했다고 할 수 있다. 이러한 상황을 놓고 볼 때, 이제 다른 연령대와의 비교를 통해 소외집단으로의 고령층을 조명하는 것에 그치는 것이 아니라, 고령층 자체를 중심에 두고 그들의 플랫폼 이용에 대해 구체적으로 살펴보는 것이 필요한 시점이라 여겨진다.

고령층의 플랫폼 이용에 있어서 건강 관련 정보 추구는 간과하기 어려운 부분일 것이다. 한국인의 기대수명은 OECD 국가 중 3위에 오를 정도로 높으며(서명수, 2023), 보건 의료의 질 향상으로 인해 기대수명은 계속 증가하고 있다(김상균, 2023). 때문에 건강하게 여생을 사는 것은 중요한 삶의 화두로 자리잡고 있으며(문현호, 2025), 고령층의 경우 이에 대해 더 민감할 수 밖에 없는 상황이다. 이에 따라 고령층은 보다 적극적으로 건

강 관련 정보를 추구하게 되었다(김주성, 2024; 나경식, 정용성, 2017). 선행연구에 따르면, 고령층의 건강정보 추구는 고령층의 건강, 그리고 삶의 질과 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다(송지현, 신수진, 2020; 안순태 외, 2020; 오영삼, 2020). 그러나 선행연구는 대부분 인터넷 혹은 온라인 건강정보 행동이라 일컬으며 블로그, 웹사이트, 커뮤니티 등 디지털을 기반으로 한 다양한 미디어 채널을 아우르며 통합적인 정보추구 양상을 다뤘다. 플랫폼의 경우, 넷플릭스와 같은 콘텐츠 시청 중심의 동영상 스트리밍 서비스에서부터 카카오톡과 같은 커뮤니케이션 중심의 인스턴트 메신저까지 다양한 범주를 포함하고 있으며, 각각의 범주엔 통합되지 않는 고유의 특성이 존재한다. 그렇기에 플랫폼을 하나의 범주로 상정하고 탐구하는데에는 한계가 있을 수 있다(Burgess & Green, 2018). 물론 과거에도 SNS와 검색엔진을 구분하여 플랫폼 유형 별 건강정보 추구에 대한 차이를 살펴보거나(권예지, 나은영, 이상엽, 2018), 소셜미디어 유형을 관계지향성과 정보지향성으로 구분해 건강정보 추구에 대해 살펴본 연구(노현승, 손애리, 2023) 등이 있었다. 이 연구들은 플랫폼을 세분화하여 살펴보고자 한 시도라 할 수 있으나, 고령층이 아닌 일반 성인을 대상으로 수행한 연구들이었다. 아직까지 건강 커뮤니케이션 관점에서 고령층의 플랫폼 이용에 초점을 맞추고 이를 세부적으로 살펴본 연구는 많이 이뤄지지 않은 것으로 여겨진다.

## 2) e-헬스 리터러시와 건강 증진 행위

e-헬스 리터러시(e-health literacy)란 ‘인터넷 상에서 건강정보를 추구하고, 탐색하며, 이해하고, 평가하는 능력이자, 건강문제를 다루고 해결하기 위하여 얻어진 지식을 적용하고 전달하는 능력(이성심 외, 2017; Norman & Skinner, 2006)’을 뜻한다. 본래 건강과 관련한 결정이나 행동을 위해 적합한 정보 및 서비스를 찾을 수 있으며, 이를 활용할 수 있는 능력을 일컫는 헬스 리터러시(health literacy)가 인터넷 혹은 온라인 맥락으로 확장된 개념이라 할 수 있다. 그렇기에 e-헬스 리터러시는 기본적으로 온라인 상에서의 정보추구를 바탕으로 할 수 밖에 없으며, 디지털 기술을 바탕으로 한 미디어가 주를 이루는 현대 미디어 환경에서 건강 커뮤니케이션 효과에 유의한 영향을 미칠 수 있는 변인으로 여겨지고 있다. 특히 근래들어 e-헬스 리터러시가 더욱 주요하게 자리하는 이유는 네트워크를 기반으로 한 다양한 미디어의 출현으로 정보의 양이 범람하는 환경에서, 개인 자신에게 맞는 정보를 선별하여 실제 건강 증진을 위해 적용할 수 있는 능력이 무엇보다 중요해졌기 때문이다(안순태, 정재선, 2019). 누구나 정보를 생산, 유통할 수 있게 되

면서 정보의 양은 많아졌으나 동시에 질에 대한 편차 역시 커졌다. 예를 들어 유튜브에서는 전문지식을 가진 의사나 전문가들이 유튜브 크리에이터가 되어 직접 건강과 관련한 정보를 제공하기도 하지만(정선임, 신기하, 유효정, 조재희, 2021), 동시에 가짜 의학 정보의 확산으로 이용자를 현혹시키기도 하고(이귀옥, 손승혜, 정은정, 2018), 질병 치료를 위한다며 불법 건강식품을 소개하며 구매를 유도하기도 한다(황보람, 2024). 플랫폼의 등장은 과거에 비해 건강정보에 대한 접근을 용이하게 만들었지만, 제대로 된 정보를 취하는 것이 중요함을 또 하나의 과제로 남기게 된 것이다. 이러한 상황에서 건강정보 추구하고 관련한 e-헬스 리터러시의 역할에 대해 보다 적극적인 탐구가 이뤄져야 할 것으로 보인다. 플랫폼을 통한 건강정보 추구는 단순한 정보 소비를 넘어, 건강정보를 스스로 탐색하고 평가하며 활용하는 과정으로 구성된다. 이러한 일련의 경험은 건강정보 접근성뿐 아니라 이해력, 비판적 판단 능력 등을 향상시키는 학습적 경로로 작용할 수 있으며, 이는 e-헬스 리터러시로 이어진다 할 수 있다(김주성, 2024; 이성심 외, 2017). 이를 고려할 때, 건강정보 추구가 e-헬스 리터러시로 연결되는 과정에 대해 파악하는 것은 플랫폼 환경에서도 주요하게 다뤄져야 할 부분일 것이다.

선행연구에서는 e-헬스 리터러시 수준이 높을수록 더 많은 건강관련 행위가 이뤄진다고 하였다(박동진 외, 2013). e-헬스 리터러시는 중장년 이상의 성인을 대상으로 건강과 삶의 질에 영향을 미치는 것으로 나타났으며(Jung, Son, & Choi, 2022), 또한 대학생(이승민, 남영희, 2018; 황아름, 강현욱, 2019), 직장인(김미나, 유양숙, 황경혜, 조옥희, 2019), 암환자와 간호사(김현정, 김미영, 2020), 관상동맥 질환 등 특정 질환자(임홍아, 송영숙, 2023)를 대상으로 e-헬스 리터러시가 건강행위에 미치는 영향에 대해 살펴본 연구 역시 다수 존재한다. e-헬스 리터러시는 디지털 기술과 건강이라는 두 가지 키워드의 교차점에서, 고령층을 대상으로 한 연구 역시 수행되었다(김주성, 2024; 안순태, 정재선, 2019; 송지현, 신수진, 2020). 씨에와 동료들의 연구(Xie et al., 2022)는 고령층의 e-헬스 리터러시가 건강 증진, 건강에 대한 지식과 태도, 건강과 관련한 의사결정을 이끄는 데 영향을 준다고 하였다. 이러한 논의를 고려하였을 때, 건강정보 추구하고 건강 증진 행위의 관계에 있어 e-헬스 리터러시의 역할이 존재한다고 예측해 볼 수 있다. 선행연구 역시 미디어를 통한 건강정보 습득과 건강 관련 행동과의 관계를 e-헬스 리터러시가 매개한다는 결과를 제시하고 있기에(김중호 외, 2024; 변진이, 2023), 이와 같은 예측에 대해 검증해보는 것은 그 자체로 유의할 것으로 여겨진다.

그러나 대부분 선행연구에서의 e-헬스 리터러시 개념은 인터넷이나 온라인을 맥락으로 한 통합적 개념이다. 플랫폼의 경우 동영상 스트리밍 서비스에서부터 인스턴트 메시지,

소셜미디어, 검색엔진까지 각각의 범주가 가진 정보의 유형이 다른 양상을 띄며, 정보를 습득하고 선별하고 적용하는 것에 대해서도 각각 다른 능력을 요구한다. 예를들어 유튜브와 카카오톡, 인스타그램, 네이버는 모두 검색을 통해 건강정보를 얻을 수 있지만, 검색을 통해 정보를 구하는 과정은 각각 다르며, 검색을 통해 나온 결과를 선별하여 취하는 과정, 나아가 추가 정보를 탐색하는 과정 역시 다른 양상을 띈다. 그렇기에 플랫폼 맥락에서 e-헬스 리터러시를 살펴보는 일에는 보다 구체적인 접근이 필요한 것이다. 이에 본 연구는 기존 개념의 맥락을 유지하면서도, 건강정보 활용의 실제 맥락으로서 플랫폼에 주목하여, e-헬스 리터러시를 ‘인터넷 기반 플랫폼 환경에서의 건강정보 탐색 및 활용 능력’이라는 개념으로 확장하여 적용하고자 한다. 이는 플랫폼의 유형별 특성을 고려한 보다 정교한 접근이라 할 수 있다. 이러한 접근 방법은 e-헬스 리터러시의 유의성을 보다 더 정확하게 확인하는데 의미 있는 작업이 될 것이다.

### 3) 플랫폼의 능동적 이용

플랫폼이 가진 전통 미디어와의 가장 큰 차별점은 개방성과 상호작용성을 바탕으로 한 참여일 것이다(Gilliespie, 2010). 이는 미디어 이용자가 수동적 소비자에 그치는 것이 아닌, 적극적으로 정보를 유통하고 재생산 할 수 있도록 하는 토대가 된다. 정보를 추구하는 이용자로서 행할 수 있는 다양한 능동적 행위들은 콘텐츠와의 상호작용을 가능하게 할 뿐 아니라 주체적으로 정보 추구를 할 수 있게 만든다. 이와 같은 능동적 행위에 대해 선행연구는 소셜미디어 이용 행동이라는 개념으로 살펴보았다. 이때의 소셜미디어는 협의의 개념이 아닌 광의의 개념으로, 앞서 이야기한 개방성과 상호작용성을 바탕으로 한 다양한 플랫폼을 포괄하고 있다고 할 수 있다(박소진, 2022; 이은지, 김미경, 성동규, 2019; 조준혁, 홍다현, 전종우, 2020). 소셜미디어 이용 행동은 크게 세 가지 층위로 나뉜다(Muntinga, Moorman, & Smit, 2011). 소비(consuming), 기여(contribution), 제작(creating)이 바로 그것이다. 소비는 능동성이 가장 낮은 층위로 전통 미디어와 같이 주어지는 정보를 받아들이는데 그친다. 기여는 좋아요, 댓글쓰기, 공유하기 등 추가적인 관여를 말하며, 인지적 노력을 기울여 정보에 대한 특정한 행위를 하는 것을 의미한다. 마지막으로 제작은 이용자가 직접 정보를 생산하는 것을 의미한다. 세 가지 층위 중 가장 적극적인 행동이라 할 수 있다. 능동적 이용 행위는 연구에 따라 소셜미디어 관여(engagement)의 개념으로 설명되기도 한다(변혜민, 심성욱, 2020; 조준혁 외, 2020). 이는 참여에 기반을 둔 개념이며 좋아요, 공유하기, 댓글쓰기, 포스팅 등의 형태로 나타난다.

이은지와 동료들(2019)의 연구에서는 소셜 미디어의 좋아요, 댓글쓰기, 공유하기 등의 활동을 소셜 커뮤니케이션 행동이라는 개념 하에 정리하였는데, 소셜 커뮤니케이션 행동은 적극적인 행동과 소극적인 행동으로 구분되며(Baumgartner & Morris, 2010), 댓글달기와 공유하기의 경우 문제를 알리고 해결 방법을 모색하기 위한 계획적이고 의도된 적극적인 정보전달 행위로, 좋아요의 경우 문제에 대한 전문 의식 혹은 요청에 대한 반응, 비계획적이고 소극적인 동의 행위로 정의했다.

이와 같은 논의를 통해 알 수 있는 점은 플랫폼 이용 행위는 다차원적이라는 것이며, 각각의 차원은 구분되어 탐구 될 필요가 있다는 것이다. 본 연구는 선행연구에서 다루진 소셜미디어 이용 행동 중 기여에 해당하는 좋아요, 댓글쓰기, 공유하기의 역할에 집중하여 이를 네 가지 유형의 플랫폼에 확장 적용해 살펴보고자 한다. 소비의 경우 건강정보 추구 자체가 이에 해당하는 행위 이기에, 기여의 조절효과를 확인함으로써 그 차이를 살펴 볼 수 있을 것이다. 제작의 경우 건강정보라는 정보 유형의 특성과 고령층이라는 연구 대상의 특성, 정보 추구라는 수용자적 행위 특성을 고려하여 본 연구에 적용하기엔 어려움이 따를 것으로 여겨진다. 하여, 세 가지 차원 중 기여 차원에 집중해보고자 한다.

플랫폼 상에서 좋아요, 댓글쓰기, 공유하기와 같은 기여 행동은 플랫폼을 통해 판매하는 상품에 대한 구매의도(박소진, 2022; 박은아, 지용현, 2018)에 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 단순히 미디어 콘텐츠를 시청하거나 미디어를 통해 정보를 얻는 것에 그치는 것이 아닌, 콘텐츠 혹은 정보를 접한 후 기여 행동을 많이한 집단이, 기여 행동을 적게 한 집단보다 구매의도가 더 높은 것으로 나타났다. 알하바쉬와 동료들(Alhabash, McAlister, Lou, & Hagerstrom, 2015)은 상업광고와 소셜마케팅을 페이스북과 유튜브로 나누어 실험 연구를 진행하였는데, 플랫폼의 콘텐츠에 대해 좋아요를 누르거나, 댓글을 다는 행위가 콘텐츠의 설득 메시지가 요구하는 오프라인 행동으로 이어질 수 있다는 점을 발견하였다. 이와 같은 선행연구 결과는 플랫폼에서의 능동적 이용 행위가 실제 오프라인 상에서의 행위로 연결될 수 있음을 시사한다. 플랫폼 상에서의 능동적 이용(예: 좋아요, 댓글, 공유 등)은 이용자의 인지적 개입 수준을 높이고, 건강정보의 수용과 해석에 영향을 미쳐 궁극적으로 건강 행동으로의 전이를 강화할 수 있다는 것이다. 이를 본 연구로 적용시켜 보자면, 건강정보 추구 행위가 e-헬스 리터러시를 매개로 건강 증진 행위로 이어지는 관계가 플랫폼의 능동적 이용에 따라 차이가 있을 것이라 예상해 볼 수 있다.

### 3. 연구가설 및 연구문제

위와 같은 논의를 바탕으로 도출한 본 연구의 연구가설 및 연구문제는 다음과 같다.

<연구가설 1> 고령층의 플랫폼(동영상 스트리밍 사이트, 인스턴트 메신저, 소셜미디어, 검색엔진)을 통한 건강정보 추구는 건강 증진 행위에 정적 영향을 미칠 것이다.

<연구가설 2> 고령층의 플랫폼(동영상 스트리밍 사이트, 인스턴트 메신저, 소셜미디어, 검색엔진)을 통한 건강정보 추구는 플랫폼 e-헬스 리터러시에 정적 영향을 미칠 것이다.

<연구가설 3> 고령층의 플랫폼(동영상 스트리밍 사이트, 인스턴트 메신저, 소셜미디어, 검색엔진) e-헬스 리터러시는 건강 증진 행위에 정적 영향을 미칠 것이다.

<연구가설 4> 고령층의 플랫폼(동영상 스트리밍 사이트, 인스턴트 메신저, 소셜미디어, 검색엔진)을 통한 건강정보 추구는 플랫폼 e-헬스 리터러시를 매개하여 건강 증진 행위에 영향을 미칠 것이다.

<연구문제 1> 고령층의 플랫폼을 통한 건강정보 추구가 e-헬스 리터러시를 매개하여 건강 증진 행위에 미치는 영향은 플랫폼의 능동적 이용 정도에 따라 달라질 것이다.

### 4. 연구방법

#### 1) 데이터 수집

데이터 수집을 위해 전국 거주 만 65세 이상 성인 남녀를 대상으로 온라인 설문조사를 실시하였다. (주)마크로밀엠브레인에 의뢰해 2024년 5월 20일 ~ 5월 23일에 걸쳐 300명의 고령층을 대상으로 데이터를 수집하였다. 구체적으로 동영상 스트리밍 서비스(유튜브, 넷플릭스, 티빙 등), 인스턴트 메신저(카카오톡, 라인, 텔레그램 등), 소셜미디어(페이스북, 인스타그램, 틱톡 등), 검색엔진(네이버, 구글, 다음 등)을 통해 한 번이라도 건강정보를 얻은 경험이 있는 사람을 대상으로 응답자를 모집하였다. 플랫폼을 통한 건강정보 추구 경험의 여부가 정보추구, 능동적 이용, e-헬스 리터러시 등 주요 변수들과 직접적

고령층의 플랫폼 유형 별 건강정보 추구하고 건강 증진 행위와의 관계: e-헬스 리터러시와 능동적 이용을 중심으로

으로 연결될 뿐 아니라, 미경험자를 포함할 경우 연구 결과 해석이 명료하지 않을 가능성이 있어 경험자를 대상으로만 데이터를 수집했다. 남녀 성별 할당을 실시하였으며(남자 = 150명, 여자 = 150명), 응답자의 평균 연령은 68.03세( $SD = 3.07$ )로 확인되었다. 응답자의 구체적인 인구사회학적 특성은 <표 1>과 같다.

<표 1> 응답자 특성

	구분	<i>n</i>	%
성별	남성 (여성)	150 (150)	50.0 (50.0)
지역	수도권 (서울, 경기도)	176	58.7
	광역시, 세종시	70	23.3
	그 외 시, 도	54	18.0
소득	200만 원 미만	36	12.0
	200만 원 이상 ~ 400만 원 미만	102	34.0
	400만 원 이상 ~ 600만 원 미만	79	26.3
	600만 원 이상 ~ 800만 원 미만	38	12.7
	800만 원 이상 ~ 1,000만 원 미만	25	8.3
	1,000만원 이상	20	6.7
학력	중학교 졸업 이하	12	4.0
	고등학교 졸업	92	30.7
	전문 대학(2~3년제) 졸업 이상	196	65.3
가구 구성원 수 (본인 포함)	1명	34	11.3
	2명	155	51.7
	3명	71	23.7
	4명	32	10.7
	5명 이상	8	2.7

## 2) 변인과 측정

### (1) 플랫폼을 통한 건강정보 추구

플랫폼을 통한 건강정보 추구의 경우, 먼저 총 네 개의 플랫폼 범주(동영상 스트리밍 서비스, 인스턴트 메신저, 소셜미디어, 검색엔진)로 구분하여, 각각의 범주에 따른 건강

정보 추구 빈도에 대해 질문하였다. 네 개의 플랫폼 범주는 2023년 한국언론진흥재단의 언론수용자조사(2023)에서 적용한 미디어 구분을 참고하였다. 각각에 대해 얼마나 자주 건강 관련 정보를 얻는지에 대해 물었으며, ‘1 = 거의 얻지 않는다’, ‘2 = 가끔 얻는다’, ‘3 = 보통이다’, ‘4 = 자주 얻는 편이다’, ‘5 = 매우 자주 얻는다’로 측정하였다.

<표 2> 플랫폼을 통한 건강정보 추구

	동영상 스트리밍 사이트	인스턴트 메신저	소셜미디어	검색엔진
<i>n</i>	253	146	89	268
<i>M</i>	3.49	3.10	2.83	3.34
<i>SD</i>	.889	.874	.920	.878

(2) 플랫폼에 따른 e-헬스 리터러시

플랫폼 e-헬스 리터러시의 경우, 네 가지의 플랫폼 범주에 따라 각각의 e-헬스 리터러시를 물었다. 노르만과 스킨너(Norman & Skinner, 2006)의 연구에서 사용된 e-헬스 리터러시를 수정 적용하였으며, 리커트 5점 척도를 적용하였다. ‘건강과 관련한 의사결정을 할 때, [플랫폼]은 유용하다’, ‘나는 [플랫폼]에서 어떠한 건강 관련 정보를 얻을 수 있는지 알고 있다’, ‘나는 [플랫폼]에서 유용한 건강정보를 얻으려면 어떤 콘텐츠를 봐야 하는지 알고 있다’, ‘나는 [플랫폼]에서 유용한 건강정보를 찾는 방법을 알고 있다’, ‘나는 건강과 관련한 궁금증에 대한 답을 찾기 위해 [플랫폼]을 활용하는 방법을 알고 있다’ 등으로 이뤄진 10문항으로 구성되었으며, 이에 대해 ‘1 = 전혀 동의하지 않는다’, ‘2 = 동의하지 않는 편이다’, ‘3 = 보통이다’, ‘4 = 동의하는 편이다’, ‘5 = 매우 동의한다’로 응답하게 하였다. 문항의 [플랫폼] 부분은 각 범주 별 응답자가 가장 많이 이용하는 구체적인 플랫폼 서비스를 제시하여 질문하였다.

<표 3> 플랫폼 e-헬스 리터러시

	동영상 스트리밍 사이트	인스턴트 메신저	소셜미디어	검색엔진
<i>n</i>	253	146	89	268
<i>M</i>	3.61	3.40	3.35	3.62
<i>SD</i>	.506	.590	.610	.488
Cronbach's $\alpha$	.909	.934	.930	.925

고령층의 플랫폼 유형 별 건강정보 추구와 건강 증진 행위와의 관계: e-헬스 리터러시와 능동적 이용을 중심으로

### (3) 플랫폼 관여 정도

플랫폼 관여 정도 역시 총 네 개의 플랫폼 범주별로 각각 질문 하였다. “귀하는 [플랫폼]을 통해 건강 관련 정보를 얻을 때, 다음과 같은 활동을 얼마나 자주 하십니까?”라는 질문에, 구체적으로 ‘댓글을 쓴다 / 메시지(답장)를 보낸다’, ‘좋아요를 누른다’, ‘다른 사람에게 공유한다’의 항목에 ‘1 = 한 번도 해 본적 없다’, ‘2 = 거의 하지 않는다’, ‘3 = 때때로 하는 편이다’, ‘4 = 종종 하는 편이다’, ‘5 = 매 번 한다’로 응답하게 하였다.

<표 4> 플랫폼 관여 정도

	동영상 스트리밍 사이트	인스턴트 메신저	소셜미디어	검색엔진
<i>n</i>	253	146	89	268
<i>M</i>	2.65	2.88	2.66	2.48
<i>SD</i>	.764	.839	.815	.870

### (4) 건강 증진 행위

건강 증진 행위의 경우 구미옥과 동료들(2003)의 연구에서 사용된 척도를 수정 적용 하였다. 총 12문항으로 이뤄진 건강 증진 행위에 대해 4점 척도(1 = 거의 그렇지 않다, 2 = 가끔 그렇다, 3 = 자주 그렇다, 4 = 항상 그렇다)로 응답하게 하였다. 구체적으로 ‘규칙적으로 식사를 하십니까?’, ‘음식을 싱겁게 먹는 편입니까?’, ‘일주일에 3-5회 규칙적으로 운동을 하십니까?’, ‘스트레스가 있을 때는 스트레스를 줄이기 위해 나름대로의 관리방법(이완하기, 노래부르기, 기도, 운동 등)을 실시하십니까?’, ‘예방접종(독감 등)을 받으십니까?’ 등으로 구성되어 있다( $M = 2.87$ ,  $SD = .729$ , Cronbach's  $\alpha = .795$ ).

### (5) 통제변인

성별, 연령, 거주지역, 최종 학력, 월 평균 가구소득, 동거가족 수 등 인구사회학적 요인이 통제변수로 적용되었다.

## 3) 분석방법

설문조사를 통해 수집된 자료는 통계 패키지 SPSS 26.0과 R을 사용하여 분석하였다. <연구가설 1>, <연구가설 2>, <연구가설 3>의 검증을 위해 위계적 회귀 분석을 실시 하였으며, <연구가설 4>와 <연구문제 1>의 검증을 위해 프로세스 매크로(PROCESS

Macro) 분석을 실시하였다. 프로세스 매크로의 경우, 4번 모델(매개 효과)과 7번 모델(조절된 매개 효과)을 사용했다(Hayes, 2013). 비모수통계기법을 이용하는 프로세스 매크로 분석 시, 5,000번의 부트스트랩(bootstrapping)을 이용해 95% 신뢰구간을 생성했다. 플랫폼 별 분석은 동일한 연구 모형을 적용하되, 해당 유형의 플랫폼을 통해 건강정보를 추구한 경험이 있다고 응답한 사람들을 중심으로 각각 독립적인 분석을 수행하였다.

## 5. 연구결과

<연구가설 1> 플랫폼 건강정보 추구 정도가 건강 증진 행위에 미치는 영향은 동영상 스트리밍 서비스에서만 유의한 것으로 나타났다( $b(SE) = 0.10(0.04)$ ,  $p < .05$ ). 그 외 인스턴트 메신저( $b(SE) = 0.04(0.06)$ ), 소셜미디어( $b(SE) = 0.02(0.07)$ ), 검색엔진( $b(SE) = 0.07(0.04)$ )은 유의하지 않은 것으로 나타났다. <연구가설 3> e-헬스 리터러시가 건강 증진 행위에 미치는 영향은 검색엔진에서만 유의한 것으로 나타났다( $b(SE) = 0.19(0.06)$ ,  $p < .01$ ). 그 외 동영상 스트리밍 서비스( $b(SE) = 0.11(0.07)$ ), 인스턴트 메신저( $b(SE) = 0.05(0.10)$ ), 소셜미디어( $b(SE) = 0.09(0.10)$ )는 유의하지 않은 것으로 나타났다.

<표 5> 플랫폼 건강정보 추구 정도 / e-헬스 리터러시와 건강 증진 행위 간의 관계

	<i>b(SE)</i>			
	동영상 스트리밍 사이트 ( <i>n</i> =253)	인스턴트 메신저 ( <i>n</i> =146)	소셜미디어 ( <i>n</i> =89)	검색엔진 ( <i>n</i> =268)
건강정보 추구정도	0.10(0.04)*	0.04(0.06)	0.02(0.07)	0.07(0.04)
e-health literacy	0.11(0.07)	0.05(0.10)	0.09(0.10)	0.19(0.06)**

주: \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$ ; 통제변수 결과 제시 생략함.

<연구가설 2> 플랫폼 건강정보 추구 정도가 e-헬스 리터러시에 미치는 영향은 동영상 스트리밍 서비스( $b(SE) = 0.16(0.04)$ ,  $p < .001$ ), 인스턴트 메신저( $b(SE) = 0.25(0.05)$ ,  $p < .001$ ), 검색엔진( $b(SE) = 0.24(0.04)$ ,  $p < .001$ )에서 유의한 것으로 나타났다. 소셜미디어( $b(SE) = 0.03(0.07)$ )의 경우에만 유의하지 않은 것으로 나타났다.

고령층의 플랫폼 유형 별 건강정보 추구와 건강 증진 행위와의 관계: e-헬스 리터러시와 능동적 이용을 중심으로

<표 6> 플랫폼 건강정보 추구 정도와 e-헬스 리터러시와의 관계

	<i>b</i> ( <i>SE</i> )			
	동영상 스트리밍 사이트 ( <i>n</i> =253)	인스턴트 메신저 ( <i>n</i> =146)	소셜미디어 ( <i>n</i> =89)	검색엔진 ( <i>n</i> =268)
건강정보 추구정도	0.16(0.04)***	0.25(0.05)***	0.03(0.07)	0.24(0.04)***

주: \**p* < .05, \*\**p* < .01, \*\*\**p* < .001; 통제변수 결과 제시 생략함.

<연구가설 4> 플랫폼 건강정보 추구 정도가 e-헬스 리터러시를 매개하여 건강 증진 행위에 미치는 영향은 동영상 스트리밍 서비스(*b*(*SE*)= 0.03(0.02), 95% CI = [0.004 to 0.06]), 인스턴트 메신저(*b*(*SE*)= 0.10(0.05), 95% CI = [0.001 to 0.21]), 검색엔진(*b*(*SE*)= 0.06(0.02), 95% CI = [0.03 to 0.10])에서 유의한 것으로 나타났다. 소셜미디어의 경우에는 매개효과가 유의하지 않았다(*b*(*SE*)= -0.02(0.04), 95% CI = [-0.96 to 0.08]).

<표 7> 플랫폼 건강정보 추구가 e-헬스 리터러시를 매개하여 건강 증진 행위에 미치는 영향

	<i>b</i>	<i>SE</i>	95% CI	
			BootLLCI	BootULCI
동영상 스트리밍 서비스 ( <i>n</i> =253)	0.03	0.02	0.004	0.06
인스턴트 메신저 ( <i>n</i> =146)	0.10	0.05	0.001	0.21
소셜미디어 ( <i>n</i> =89)	-0.02	0.04	-0.96	0.08
검색엔진 ( <i>n</i> =268)	0.06	0.02	0.03	0.10

주: 95% 신뢰구간(95% CI)에 0이 포함되지 않으면 통계적으로 유의한 효과로 간주함.

<연구문제 1> 플랫폼 건강정보 추구 정도가 e-헬스 리터러시를 매개하여 건강 증진 행위에 미치는 영향에 대한 능동적 이용의 조절효과는 동영상 스트리밍 서비스(*b*(*SE*)= 0.02(0.01), 95% CI = [0.001 to 0.05])에서만 유의한 것으로 나타났다. 인스턴트 메신저(*b*(*SE*)= -0.003(0.01), 95% CI = [-0.02 to 0.01]), 소셜미디어(*b*(*SE*)= -0.001(0.01), 95% CI = [-0.01 to 0.03]), 검색엔진의 경우(*b*(*SE*)= 0.01(0.01), 95% CI = [-0.01 to 0.02])에는 유의하지 않았다.

<표 8> 플랫폼의 능동적 이용에 대한 조절 효과

	<i>b</i>	<i>SE</i>	95% CI	
			BootLLCI	BootULCI
동영상 스트리밍 서비스 ( <i>n</i> =253)	0.02	0.01	0.001	0.05
인스턴트 메신저 ( <i>n</i> =146)	-0.003	0.01	-0.02	0.01
소셜미디어 ( <i>n</i> =89)	-0.001	0.01	-0.01	0.03
검색엔진 ( <i>n</i> =268)	0.01	0.01	-0.01	0.02

주: 95% 신뢰구간(95% CI)에 0이 포함되지 않으면 통계적으로 유의한 효과로 간주함.

## 5. 논의 및 결론

본 연구는 고령층을 대상으로 플랫폼을 통한 건강정보 추구가 건강 증진 행위에 미치는 영향을 분석하고, 이 과정에서 e-헬스 리터러시의 매개 효과 및 플랫폼의 능동적 이용의 조절 효과를 검토하였다. 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 플랫폼 유형에 따라 건강정보 추구가 건강 증진 행위에 미치는 영향이 다르게 나타났으며, 그 영향은 동영상 스트리밍 서비스에서만 유의했다. 둘째, 플랫폼 유형에 따라 e-헬스 리터러시가 건강 증진 행위에 미치는 영향은 검색엔진에서만 유의한 것으로 나타났다. 셋째, 플랫폼 건강정보 추구와 e-헬스 리터러시의 관계 또한 다르게 나타났는데, 동영상 스트리밍 서비스, 인스턴트 메신저, 검색엔진에만 유의한 것으로 나타났으며, 소셜미디어는 유의하지 않았다. 넷째, 플랫폼 유형에 따른 건강정보 추구가 건강 증진 행위에 미치는 영향을 e-헬스 리터러시가 매개하는지에 대해서는 동영상 스트리밍 서비스, 인스턴트 메신저, 검색엔진에서만 유의한 것으로 나타났으며, 소셜미디어의 경우 유의하지 않았다. 마지막으로 e-헬스 리터러시의 매개 효과에 대한 플랫폼의 능동적 이용 조절 효과는 동영상 스트리밍 서비스에서만 유의한 것으로 나타났다.

본 연구의 결과를 해석함에 있어, 궁극적으로 종속변수인 건강 증진 행위에 대한 의미를 보다 정밀하게 짚어볼 필요가 요구된다. 건강 증진 행위는 단순히 정보를 접하거

나 인지하는 수준에서 자동적으로 발생하는 것이 아니라, 정보에 대한 이해, 해석, 내면화 과정 등을 거친 후에야 비로소 실천으로 이어질 수 있는 복합적이고 다차원적인 행위라 할 수 있을 것이다. e-헬스 리터러시를 본 연구에 적용한 것은, 이러한 과정을 탐구하기 위한 시도라 할 수 있다. 물론 e-헬스 리터러시만으로 건강정보 추구가 건강 증진 행위로 이어지는 모든 메커니즘을 규명할 수는 없을 것이다. 이러한 과정에서 정보에 대한 신뢰도, 개인의 자기 효능감, 일상생활에서의 실천 가능성, 사회문화적 맥락 등 다양한 요인이 함께 작용하며, 이를 통해 정보는 단순한 지식에서 구체적 행동으로 전환된다 볼 수도 있기 때문이다. 그럼에도 불구하고 본 연구의 결과가 가지는 의의는, 플랫폼 유형별로 건강정보 추구가 건강 증진 행위로 이어지는 경로에 차이가 있음을 실증적으로 규명했다는 것이다. 뿐만 아니라, e-헬스 리터러시와 플랫폼의 능동적 이용에 대한 유형 별 검증은, 플랫폼 환경을 보다 면밀히 바라볼 수 있게 하였다. 이는 단순한 정보 노출 효과를 넘어 실제적인 건강 행동 변화를 유도하는데 있어 어떠한 플랫폼 환경이 보다 효과적인 역할을 수행할 수 있는지에 대한 실질적 시사점을 제공한다. 이러한 결과는 정보 추구가 행동에 이르는 다양한 메커니즘에 대해 규명할 수 있는 바탕이 되어주는 작업이 될 수 있을 것으로 여겨진다.

연구 결과를 통해 얻은 구체적인 함의점은 다음과 같다. 우선, 모든 가설과 연구문제에 대해 네 가지의 플랫폼 범주가 각각 다른 결과를 가졌다는 점이다. 고령층이 플랫폼을 활용하여 건강정보를 추구하더라도, 단순한 정보 습득을 넘어 실제 행동으로 이어지는 것은 특정 플랫폼에서만 의미있게 나타났으며, 이 과정에서 영향을 주는 매개, 조절 변수들의 영향 역시 플랫폼 별로 각기 다른 결과를 가졌다. 이러한 차이점에 대해 구체적으로 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 소셜미디어의 경우 본 연구의 연구가설과 연구문제와 관련해 어떤 것에도 유의한 결과를 가지지 않았다. 이는 소셜미디어라는 플랫폼의 근본적인 이용 목적에 기인할 가능성이 크다. 소셜미디어는 정보 탐색보다는 사회적 교류와 의견 공유의 장으로 기능하는 경우가 많아, 정보 소비가 직접적인 행동 변화로 연결되엔 어려움이 있을 수 있다. 특히 소셜미디어는 주로 불특정 다수가 공유한 피드 형태로 정보가 노출되는 구조를 가지고 있다. 이는 정보 수신자에 대한 낮은 신뢰를 가져올 수 있다. 소셜미디어와 유사하게 사회적 교류를 목적으로 이용하는 인스턴트 메시지의 경우, 정보의 수신인이 가족이나 친구, 지인이기 때문에 정보 수신자에 대한 신뢰는 소셜미디어와 차이를 가질 수 있다. 이러한 요인들은 고령층이 소셜미디어에서 건강정보를 접하더라도 이를 적용하여 건강 증진 행위로 이어지는데 어려움을 낳게한다 할 수 있다. 이러한 결과는 건강정보

추구와 건강 행위 간의 관계에 있어 소셜미디어의 중요성을 강조한 일반 성인 대상의 연구들과는 다소 상이하다 할 수 있다(김지혜, 조재희, 2019; 노현승, 손애리, 2023; Goodyear, Armour, & Wood, 2017; Prybutok & Ryan, 2015; Vaterlaus, Patten, Roche & Young, 2015). 이는 고령층의 정보 탐색 및 수용 방식이 일반 성인과는 다르며, 건강 커뮤니케이션 전략에서도 연령집단의 특수성을 고려한 플랫폼 활용이 필요함을 시사한다.

둘째, 검색엔진에서는 건강정보 추구하고 건강 증진 행위 간 직접적인 관계가 나타나지 않았지만, e-헬스 리터러시가 건강 증진 행위에 영향을 미쳤다. 이러한 점은 정보 탐색 능력이 높은 고령층일수록 건강 관련 정보를 효과적으로 활용할 가능성이 크다는 점을 시사한다. 검색엔진은 정보 추구를 목적으로 이용하는 대표적인 플랫폼이다. 그럼에도 불구하고, 고령층에게 단순히 이용을 독려하는 것만으로는 정보 추구에 의한 기대효과를 이끌어 내기는 어려울 수 있으며, 오히려 건강정보를 이해하고 적용할 수 있는 능력인 e-헬스 리터러시를 높이는 것이 주요하게 다뤄져야 할 지점이라는 것을 보여준다. 검색엔진 플랫폼에 단순히 건강정보를 제공하는 것에 그치지 않고 e-헬스 리터러시를 향상시키기 위한 교육 및 훈련 프로그램이 병행된다면 보다 효과적으로 건강 증진 행위를 이끌어 낼 수 있으리라 본다.

셋째, 동영상 스트리밍 서비스의 경우 건강정보 추구가 건강 증진 행위에 미치는 직접효과가 유의한 것으로 나타났는데, 이는 시청각적 요소가 적극 활용된 동영상의 특성상 몰입을 유발하고 학습 효과를 유도함으로써 정보 습득 자체가 효과적으로 작용한 결과일 수 있다. 신체적 노화로 인해 텍스트를 통한 정보 습득이 번거로운 고령층에게는 동영상 기반의 건강정보가 더 효과적일 수 있으며, 홈트나 요리와 같이 개인 튜터처럼 학습(learning)을 이끌어 내는 콘텐츠부터, 건강과 관련한 팁을 짧게 알려주는 숏폼 콘텐츠까지 다양한 유형의 정보를 쉽게 추구할 수 있다는 점도 건강 증진 행위로 이끄는 데 유의하게 작용했을 수 있다. 또한, 동영상 스트리밍 서비스는 개인의 시청 기록과 관심사에 따라 맞춤형 추천을 제공하는 알고리즘의 역할이 다른 플랫폼보다 훨씬 크게 작용한다. 이러한 특성은 이용자가 능동적으로 자신의 시청환경을 만들 수 있게 한다. 뿐만 아니라 유튜브와 같은 플랫폼에서 주로 제공되는 사용자 제작 콘텐츠(User-Generated Contents: UGC)는 크리에이터와의 준사회적 관계(parasocial relationship)를 형성하여 관여와 같은 능동적 이용을 이끌어 낼 수 있다. 이와 같은 특성은 동영상 스트리밍 서비스에서의 능동적 이용이 유의하게 영향을 미친다는 것 또한 설명해 줄 수 있으리라 본다.

이러한 결과는 건강 커뮤니케이션 전략을 수립할 때 단순히 고령층의 플랫폼 이용을 장려하는 것을 넘어서, 어떤 플랫폼에서, 어떤 방식으로 정보를 제공해야 효과적인지에

대해 보다 정교한 접근이 필요하다는 점을 말해준다. 건강정보 전달의 효과성을 높이기 위해서는 신뢰할 수 있는 정보를 중심으로 제공하는 플랫폼(예: 검색엔진, 동영상 스트리밍 서비스)을 적극 활용하는 것이 중요하며, 특히 동영상 스트리밍 서비스의 경우 능동적 이용을 이끌어 낼 수 있는 콘텐츠를 제공하는 것이 필요함을 보여준다.

본 연구의 의의는 다음과 같다. 첫째, 플랫폼을 세분화하여 분석함으로써 고령층의 건강정보 추구에 대해 보다 깊은 탐구가 가능할 수 있었다. 기존 연구에서는 플랫폼 이용을 하나의 단일한 개념으로 다루는 경우가 많았으나, 본 연구는 동영상 스트리밍 서비스, 인스턴트 메신저, 소셜미디어, 검색엔진을 구분하여 각각의 역할을 분석하였다. 이를 통해 고령층의 건강정보 활용 방식이 플랫폼 유형에 따라 다르게 나타난다는 점을 실증적으로 규명하였다. 둘째, 기존 디지털 격차(digital divide) 논의에서 주로 다뤄져왔던 고령층에 대한 접근에서 벗어나, 고령층이 더 이상 단순한 정보 소비자가 아니라 능동적으로 플랫폼을 활용할 수 있는 주체임을 강조하였다. 특히, 능동적 이용이 유의한 조절 변수로 확인 되었다는 점은, 플랫폼 시대에서 고령층 역시 주체적인 이용자로서 자리하고 있다는 것을 방증하며, 능동적 이용이 고령층의 미디어 환경을 이용하는데 주요한 키가 될 가능성이 있을 수 있음을 시사한다. 마지막으로, 본 연구는 정책적·실용적 함의 측면에서도 중요한 통찰을 제공한다. 연구 결과에 따르면 플랫폼 별로 건강정보 추구의 효과가 상이하게 나타났다. 이에 따라 정책적 관점에서 모든 플랫폼을 균등하게 활용하거나 단순히 플랫폼의 종류를 늘리는 방법 보다는, 효과가 실증된 플랫폼을 중심으로 정밀한 커뮤니케이션 전략을 수립하는 것이 필요하다. 이러한 접근은 초고령사회에서 고령층의 건강정보 접근성과 활용 역량을 실질적으로 제고하는 데 기여할 수 있을 것이다.

본 연구에는 한계점은 다음과 같다. 첫째, 연구 설계의 한계이다. 횡단적 연구(cross-sectional study) 설계로 인해 인과관계를 명확히 규명하기 어렵다는 한계가 존재한다. 플랫폼을 통한 건강정보 추구가 건강 증진 행위에 영향을 미친다고 보았지만, 반대로 평소 건강에 대한 관심이 높아 건강 증진 행위를 많이 하는 사람이 사람이 특정 플랫폼을 건강정보 추구의 목적으로 더 적극적으로 활용하는 가능성도 배제할 수 없다. 또한, 본 연구의 가설 2에서 제시한 ‘플랫폼 이용 → e-헬스 리터러시’의 방향성 역시 역으로, 이미 e-헬스 리터러시가 높은 개인이 플랫폼을 더 적극적으로 활용하여 건강정보를 탐색하는 것일 수 있다는 점에서 해석에 주의가 필요할 것으로 여겨진다. 향후 연구에서는 종단 연구(longitudinal study)나 실험적 연구 디자인을 통해 인과성을 보다 정밀하게 분석할 필요가 있다.

둘째, 데이터 측정 방법의 한계이다. 자기보고식 설문을 사용하여 데이터를 수집하였기 때문에, 실제 행동과 응답 간 차이가 발생할 가능성이 있다. 특히, e-헬스 리더러시의 경우 역량을 측정하는 도구임에도 불구하고, 응답 참여자가 주관적으로 평가하였기 때문에 측정의 정확도에 한계가 있을 수 밖에 없다. 고령층을 대상으로 한 온라인 설문조사라는 제한적 상황에서 응답 부담을 최소화 하기 위해 자기보고식 방법을 택하였으나, 향후 연구에서는 디지털 이용 로그(log data) 분석이나 심층 인터뷰, 실제 역량 검증 방법 등을 활용하여 보다 정교한 데이터 수집 방법을 고려할 필요가 있을 것이다. 또한 본 연구는 플랫폼을 통한 건강정보 추구를 단일 문항으로 측정하였기에, 해당 행위의 다양한 차원(예: 빈도, 지속시간, 연결 정도)을 충분히 반영하지 못했다는 한계가 있다. 향후 연구에서는 다문항 척도를 활용하고, 시간 기반의 객관적 측정이나 의존(dependency), 연결성(connectedness)과 같은 다양한 개념을 통해 강도(intensity)를 함께 측정한다면 보다 다각도의 분석과 풍부한 해석이 가능하리라 본다.

셋째, 연구 대상의 한계이다. 본 연구는 고령층을 하나의 동질적인 집단으로 간주하였으나, 집단 내부적으로 연령대(예: 60대 vs. 70대 이상), 소득, 교육, 건강 상태 등에 따라 플랫폼 이용 방식이 다를 가능성 역시 존재한다. 본 연구에서는 이러한 세부적인 차이를 충분히 반영하지 못하였으므로, 후속 연구에서는 고령층 내부의 이질성을 고려한 심층적 분석이 필요할 것으로 본다. 또한 본 연구는 온라인 설문조사를 통해 수집된 자료를 기반으로 하였기에, 온라인 환경에 익숙하거나 일정 수준 이상의 디지털 활용 능력을 지닌 고령자 중심의 표본이라는 점에서 한계가 있다. 이는 온라인 미디어를 활용하지 않는 고령자 집단과는 다른 특성을 가질 수 있다는 점에서 표본 대표성의 한계로 작용한다. 향후 연구에서는 오프라인 조사 병행 등을 통해 보다 대표성 있는 표본 확보가 필요할 것이다.

이러한 한계에도 불구하고, 본 연구는 고령층의 플랫폼 이용과 건강정보 활용 간의 관계를 실증적으로 분석하고, 플랫폼의 능동적 이용이 건강 증진 행위로 연결될 가능성에 대해 규명했다는 점에서 연구 의의를 가진다. 본 연구를 바탕으로 추후에는 고령층의 플랫폼 이용에 대해 더욱 적극적으로 탐구하고, 플랫폼별 특성을 고려한 맞춤형 건강정보 제공 전략에 대해서도 모색할 수 있을 것이다. 이는 초고령사회를 맞이해 미래의 건강 커뮤니케이션 전략을 수립하는데 있어서도 도움을 줄 수 있을 것이라 본다.

## 참고문헌

- 구미옥, 김주현, 김증임, 김희자, 김현숙, 오진주, 송미순 (2003). 한국 노인의 건강행위 수행 방해 요인에 대한 연구. <노인간호학회지>, 5권 2호, 117-126.
- 권예지, 나은영, 이상엽 (2018). 플랫폼에 따른 건강정보추구 행동의 영향요인과 결과: 사회적경제적 요인, 디지털 미디어 리터러시, 사회적 지지, 생활만족을 중심으로. <헬스커뮤니케이션연구>, 17권 1호, 1-46.
- 김나랑 (2022). 플랫폼 지속이용의도에 영향을 미치는 변인에 메타분석 연구. <e-비즈니스연구>, 23권 1호, 217-232.
- 김명용, 전해정 (2016). 노인의 정보기술 이용과 비이용의 실태 및 태도: 2004-2014 종단적 추이. <한국산학기술학회논문지>, 17권 6호, 482-494.
- 김미나, 유양숙, 황경혜, 조옥희 (2019). 직장인의 인터넷 건강정보에 대한 태도, e-헬스리터러시가 건강정보추구행동과 건강관련행위의도에 미치는 영향. <디지털융복합연구>, 17권 11호, 357-367.
- 김미영, 이지애, 두은영 (2020). 만성질환자의 e-헬스 리터러시가 의료인-환자 커뮤니케이션에 미치는 영향. <Journal of Korean Academy of Nursing Administration>, 26권 2호, 73-83.
- 김상균 (2023, 11, 14). 150년 살 준비 되셨나요? <한겨레>.  
URL: <https://www.hani.co.kr/arti/opinion/column/1116436.html>
- 김용찬 (2023). <포스트매스미디어>. 서울: 컬처북.
- 김종호, 염희옥, 김수진, 최홍준, 정진욱 (2024). 유튜브 체중감량 운동 콘텐츠 시청경험과 운동행동의도: 디지털 헬스리터러시의 매개효과와 인지된 매력자본의 조절효과를 중심으로. <한국콘텐츠학회논문지>, 24권 5호, 322-340.
- 김주성 (2024). 노인의 인터넷건강정보추구와 건강문해력이 건강 증진행위에 미치는 영향. <학습자중심교과교육연구>, 24권 8호, 945-956.
- 김지혜, 조재희 (2019). 미세먼지에 대한 소셜 미디어 건강정보 사회적 시청이 질병예방행위의도에 미치는 영향: 건강신념모델의 매개모형 적용을 중심으로. <한국방송학보>, 33권 4호, 37-65.
- 김학실, 심준섭 (2020). 노인의 디지털 리터러시와 사회활동. <정책분석평가학회보>, 30권 2호, 153-180.
- 김현정, 김미영 (2020). 암 환자와 간호사의 e-헬스 리터러시와 건강 증진행위 비교 연구. <Asian Oncology Nursing>, 20권 2호, 100-109.
- 나경식, 정용선 (2017). 건강정보검색에서 노인이 경험하는 어려움과 감정변화. <한국도서관정보학회지>, 48권 1호, 227-243.
- 노현승, 손애리 (2023). 소셜 미디어 유형에 따른 건강정보 이용행태가 e-헬스리터러시에 미치는 영향. <보건교육건강 증진학회지>, 40권 3호, 1-12.

- 문현호 (2025, 02, 11). 늙어도 천천히, 건강하게... 안티에이징 넘어 '저속노화'로. <이투데이>.  
URL: <https://www.etoday.co.kr/news/view/2443083>
- 박동진, 권명순, 최정화 (2013). 개인의 건강정보지향, 인터넷 건강정보에 대한 태도, e-헬스 리터러시 수준과 건강 관련 행위의 관계. <홍보학 연구>, 17권 3호, 379-413.
- 박소진 (2022). 유튜브 이용자의 반응행동의도(좋아요, 구독, 공유, 댓글)와 전문성이 유튜버 추천 제품 구매의도에 미치는 영향. <지역산업연구>, 45권 3호, 31-53.
- 박은아, 지용현 (2019). "사용자의 "좋아요" 반응경향과 게시글의 "좋아요" 수에 따른 페이스북 광고 효과. <커뮤니케이션학연구>, 27권 2호, 141-161.
- 변진이 (2023). 간호대학생의 인터넷 건강정보 추구행위와 건강행동 관계에서 e-헬스 리터러시의 매개효과. <한국콘텐츠학회논문지>, 23권 7호, 555-564.
- 서명수 (2023, 08, 24.). 한국인 기대수명 50년만에 21년 증가... OECD 국가 중 3위. <중앙일보>.  
URL: <https://www.joongang.co.kr/article/25186991>
- 송지현, 신수진 (2020). 인터넷을 이용하는 지역사회 노인의 e-헬스 리터러시 및 주관적 건강상태가 건강추구행동에 미치는 영향. <Journal of Digital Convergence>, 18권 1호.
- 신혜진, 편미란, 피연진, 윤소희, 방로, 김용찬 (2022). 코로나19 팬데믹과 노인의 도시 디지털화 경험. <한국언론학보>, 66권 4호, 219-265.
- 안순태, 임유진, 정순돌 (2020). 건강정보행동을 통한 심리적 건강: 노인의 디지털리터러시 효과. <한국노년학>, 40권 5호, 833-854.
- 안순태, 정재선, 정순돌 (2019). 장노년층의 사회 위험 인식에 영향을 미치는 요인 연구. <방송통신연구>, 10호, 40-77.
- 안순태, 정재선 (2019). 노인들의 건강 정보 수용: 임파워먼트의 역할. <한국광고홍보학보>, 21권 4호, 273-299.
- 오영삼 (2020). 온라인 건강정보추구와 노인 운동참여의 관계-서울시 거주 노인을 중심으로. <서울도시연구>, 21권 2호, 95-112.
- 이광석 (2021). 코로나 19 국면 인공지능 자동화와 플랫폼 노동의 위상학. <한국언론정보학보>, 109권, 67-98.
- 이귀옥, 손승혜, 정은정 (2018). 유튜브를 통한 식품관련 가짜의학정보의 확산에 관한 사례연구: '귀 통증에 양파' 뉴스의 네트워크분석. <헬스커뮤니케이션연구>, 17권 2호, 97-129.
- 이성심, 손현정, 이동숙, 강현욱 (2017). e-헬스 리터러시 주관적 건강상태 및 인터넷에서의 건강정보 추구행위가 건강 증진행위에 미치는 영향. <한국웰니스학회지>, 12권 4호, 55-67.
- 이승민, 남영희 (2018). 보건학전공 대학생의 e 헬스 리터러시가 건강행위에 미치는 영향. <한국학교·지역보건교육학회지>, 19권 2호, 77-86.
- 이은지, 성동규, 김미경 (2019). 소셜커뮤니케이션 행동에 대한 뉴스 소비자의 확증편향과 관여도 매개효과: 진짜뉴스와 가짜뉴스 비교. <예술인문사회융합멀티미디어논문지>, 9권 4호, 765-784.

고령층의 플랫폼 유형 별 건강정보 추구하고 건강 증진 행위와의 관계: e-헬스 리터러시와 능동적 이용을 중심으로

- 이정현 (2023, 10, 02). 코로나19로 급증한 물류창고... 스마트 물류 주도권은 누가? <머니투데이>. URL: <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2023092714355696035>
- 임홍아, 송영숙 (2023). 관상동맥 질환자의 온라인 건강정보 지향과 e-헬스 리터러시가 건강행위에 미치는 영향. <보건정보통계학회지>, 48권 1호, 60-67.
- 정보통신정책연구원 (2024). 2024 방송매체 이용행태조사. URL: <https://www.kcc.go.kr/user.do?mode=view&page=A02060100&dc=K02060100&boardId=1027&boardSeq=65111>
- 정선임, 신기하, 유효정, 조재희 (2021). 의학 정보 유튜브 크리에이터 평판 및 콘텐츠 속성이 시청자의 건강행동 의도에 미치는 영향 정보 신뢰도의 매개 효과를 중심으로. <홍보학연구>, 25권 1호, 108-149.
- 정우식, 강형곤, 한세미, 김은혜 (2021). 예비고령층과 고령층의 건강정보 경로별 인식과 활용. <Journal of Digital Convergence>, 19권 6호.
- 정정희, 김정순 (2014). 노인의 건강정보이해능력, 건강 관련 위험인식과 건강행위. <지역사회간호학회지>, 25권 1호, 65-73.
- 조준혁, 홍다현, 전종우 (2020). 소셜미디어 소비자 행동별 인게이지먼트의 차이: 좋아요, 댓글쓰기, 공유, 포스팅 행동을 중심으로. <광고연구>, 126호, 110-133.
- 한국언론진흥재단 (2023). 2023년 언론수용자조사.  
URL: <https://www.kpf.or.kr/front/research/selfDetail.do?seq=595996>
- 한국지능정보사회진흥원 (2022). 2021년 인터넷이용실태조사.  
URL: <https://www.msit.go.kr/bbs/view.do?sCode=user&bbsSeqNo=79&nnttSeqNo=3173463>
- 황민화, 박연환 (2021). 디지털 헬스 리터러시 개념분석. <근관절건강학회지>, 28권 3호, 252-262.
- 황보람 (2024, 11, 22). 52만 유튜버 믿었는데...고령층 상대 약재 불법 제조 판매. <SBS>. URL: [https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news\\_id=N1007883176&plink=ORI&cooper=NAVER&plink=CO PYPASTE&cooper=SBSNEWSSEND](https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1007883176&plink=ORI&cooper=NAVER&plink=CO PYPASTE&cooper=SBSNEWSSEND)
- 황아름, 강현욱 (2019). 대학생의 e헬스 리터러시가 건강 증진행위에 미치는 영향. <한국학교보건학회지>, 32권 3호, 165-174.
- 황용석, 박남수, 이현주, 이원태 (2012). 디지털 미디어 환경과 커뮤니케이션 능력 격차 연구: 세대 요인을 중심으로: 세대 요인을 중심으로. <한국언론학보>, 56권 2호, 198-225.
- Alhabash, S., McAlister, A. R., Lou, C., & Hagerstrom, A. (2015). From clicks to behaviors: The mediating effect of intentions to like, share, and comment on the relationship between message evaluations and offline behavioral intentions. *Journal of Interactive Advertising*, 15(2), 82-96.
- Anderson, M., & Kumar, M. (2019). Digital divide persists even as lower-income Americans make gains in tech adoption. Retrieved from <https://policycommons.net/artifacts/616828/digital-divide-persists-even-as-lower-income-americans-make-gains>

-in-tech-adoption/1597530/

- Baumgartner, J. C., & Morris, J. S. (2010). My Face Tube politics: Social networking web sites and political engagement of young adults. *Social Science Computer Review* 28(1), 24-44.
- Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Chen, C. P. (2016). Forming digital self and parasocial relationships on YouTube. *Journal of Consumer Culture*, 16(1), 232-254.
- Gillespie, T. (2010). The politics of 'platforms'. *New Media & Society*, 12(3), 347-364.
- Goodyear, V. A., Armour, K. M., & Wood, H. (2019). Young people and their engagement with health-related social media: New perspectives. *Sport, Education and Society*. 24(7), 673-688.
- Hayes, A. F. (2013). Mediation, moderation, and conditional process analysis. Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: *A Regression-Based Approach*, 1(6), 12-20.
- Jin, D. Y. (2017). Digital platform as a double-edged sword: How to interpret cultural flows in the platform era. *International Journal of Communication*, 11, 3880-3898.
- Jung, S. O., Son, Y. H., & Choi, E. (2022). E-health literacy in older adults: an evolutionary concept analysis. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 22(1), 28.
- Lange, P. G. (2007). Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 361-380.
- Muntinga, D. G., Moorman, M., & Smit, E. G. (2011). Introducing COBRAs: Exploring motivations for brand-related social media use. *International Journal of Advertising*, 30(1), 13-46.
- Neter, E., & Brainin, E. (2012). eHealth literacy: extending the digital divide to the realm of health information. *Journal of Medical Internet Research*, 14(1), e19.
- Norman, C. D., & Skinner, H. A. (2006). eHealth literacy: essential skills for consumer health in a networked world. *Journal of Medical Internet Research*, 8(2), e506.
- Prybutok, G., & Ryan, S. (2015). Social media: the key to health information access for 18-to 30-year-old college students. *CIN: Computers, Informatics, Nursing*, 33(4), 132-141.
- Sinha, S., Verma, A., & Tiwari, P. (2021). Technology: Saving and enriching life during COVID-19. *Frontiers in Psychology*, 12, 698.
- Vaterlaus, J. M., Patten, E. V., Roche, C., & Young, J. A. (2015). # Gettinghealthy: The perceived influence of social media on young adult health behaviors. *Computers in Human Behavior*, 45, 151-157.
- Xie, L., Zhang, S., Xin, M., Zhu, M., Lu, W., & Mo, P. K. H. (2022). Electronic health literacy and health-related outcomes among older adults: a systematic review. *Preventive Medicine*, 157, 106997.

최초 투고일: 2025년 02월 21일

논문 수정일: 2025년 04월 09일

게재 확정일: 2025년 04월 17일

# The Relationship Between Health Information Seeking and Health-Promoting Behavior Across Different Types of Platform Media Among Older Adults:

Focusing on e-Health Literacy and Active Use

**Miran Pyun\***

(Postdoctoral Researcher, Seoul National University)

This study examines how health information seeking through platform media influences health-promoting behavior among older adults. Specifically, it investigates whether this relationship is mediated by e-health literacy and whether active use of platform media plays a moderating role. To achieve this, platform media were categorized into four types: video streaming services, instant messengers, social media, and search engines. A survey was conducted among South Korean adults aged 65 and older to collect data. The findings are as follows. The effect of health information seeking on health-promoting behavior was significant only in video streaming services. The impact of e-health literacy on health-promoting behavior was significant only for search engines. Health information seeking through platform media significantly influenced e-health literacy in video streaming services, instant messengers, and search engines. Furthermore, the indirect effect of health information seeking on health-promoting behavior, mediated by e-health literacy, was also significant for these three platform types. However, active use of platform media was found to have a moderating effect only in video streaming services. By examining health information-seeking behavior among older adults in greater detail, this study provides insights into effective health communication strategies in the context of an aging society.

*Key words : platform media, health information seeking, e-health literacy, health-promoting behavior, older adults*

---

\* miran1074@snu.ac.kr