

지역주민의 생활정보 이용실태 및 정보특성 분석

The Current Utilization State and Characteristics Analysis of Common
Life Information for Local Residents

정리 : 최 중태

지역생활정보망의 궁극적인 성공여부는 주민들의 참여 여하에 달려 있다. 따라서 주민들의 자발적인 참여를 위해서는 거부감없이 이용할 수 있는 매체의 개발과 보급도 중요하지만 무엇보다도 주민들이 관심을 가질 수 있는 정보를 재미있고 이용하기 쉬운 형태로 제공해줌으로써 주민들이 자발적으로 관심을 가질 수 있도록 이끌어내야 한다. 이러한 측면에서 본 장에서는 대구지역의 주민들이 평소 어떤 생활정보에 가장 관심이 있고 어떤 정보를 가장 많이 이용하는지, 그리고 각 생활정보를 실제로 구하는 데는 어느 정도의 어려움을 느끼고 있으며 여기에 주로 어떤 매체들을 사용하고 있는지 등에 관한 조사를 해봄으로써 향후 지역의 생활정보에 대한 데이터베이스를 구축하는데 유용한 기초자료로 활용하고자 한다.



제1절 생활정보의 분류 및 표본의 특성

1. 생활정보의 분류

생활정보의 분류는 아직까지 국내외적으로 표준화되어 있지 않으며 각 기관에 따라 임의로 분류, 제공되고 있는 실정이다. 그러나 앞으로 정보통신망을 통해 보다 다양한 생활정보들이 공급될 때 이같은 무작위적인 정보의 분류는 정보를 이용하는 측에서나 제공하는 측 모두에게 혼란과 불편을 가져올 소지가 많다. 즉 정보를 최종적으로 이용하는 일반주민의 입장에서는 자신이 얻고자 하는 정보의 소재를 신속하고 정확하게 파악하는데 불편을 겪을 수 있으며, 생활정보를 제공하는 측에서도 정보분류의 모호성으로 인해 데이터베이스의 중복구축 등과 같은 비효율성이 초래될 가능성이 있다. 따라서 다가올 정보화사회에서 정보의 보다 효율적인 공급과 사용을 위해서는 생활정보 뿐 아니라 모든 정보영역별로 국제상품분류와 같은 정보별 표준분류기호를 채택하여 이

에 따라 모든 정보의 제작과 유통이 이루어질 필요가 있을 것으로 보인다.

이러한 관점에서 본 장에서는 생활정보의 특성과 한국데이터베이스진흥센터 각종 기관에서 사용하고 있는 기존의 분류유형을 종합하여 하나의 예시적인 생활정보 분류방식을 제시해보고자 한다. [표 4-1]에는 생활정보를 크게 11개의 유형으로 분류하고 있는데 기본적으로 대분류인 만큼 실제로 운영시에는 보다 세부적인 분류가 필요함은 물론이다.

본 장에서 제시하는 생활정보의 분류는 크게 개인적으로 인간자본(human capital)의 축적 및 유지와 관련되는 가장 기초적인 정보영역으로서 교육/도서정보와 보건/의료정보를 각각 독립된 영역으로 설정하였다. 그리고 현대 도시 생활과 밀접한 연관을 가지고 있는 각종 교통수단 및 도로, 주차장, 그리고 자동차 등에 관한 일반상식과 법규 등을 도로/교통정보라는 정보영역으로 종합하였다.

다음에는 주민들의 여가활용을 위한 정보분야

로서 여기에는 1)지역내의 각종 여가시설이나 오락정보, 취미활동, 그리고 각종 스포츠소식과 시설 등에 관한 레저 및 스포츠정보, 2)지역내외의 주요 관광지 소개와 숙박, 교통정보를 포괄하는 여행 및 관광정보, 그리고 3)음악회, 전람회, 각종 공연, 교양강연 등 문화행사에 대한 정보분야 등 크게 세 영역이 포함되어 있다. 이 교양문화행사 분야에는 이외에도 종교나 여성문제, 인생상담 등의 분야도 포함시킬 수 있을 것이다.

한편 주민들의 경제적 생활과 관련된 정보분야는 크게 1)각종 상품 및 물가정보, 취업, 증권등 주민들의 일상적인 경제활동과 관련된 가정경제 분야, 2)토지나 주택의 매매 및 임대, 토지의 용도 및 규제 등 부동산에 대한 전문 정보분야, 그리고 3)최근 지역생활정보지를 통해 주로 유통되고 있는 각종 중고물품에 대한 정보분야의 세가지로 분류하였다.

이 밖에 일상생활과 밀접한 기상정보와 환경오염정보, 재활용정보등을 통합하여 기상 및 환경정보라는 하나의 범주로 묶었으며, 지역생활과 밀접

[표 4-1] 지역생활정보의 분류

유형	정보의 주요내용
교육/도서정보	입시관계정보, 각급학교 및 학원정보, 어학프로그램, 도서정보
건강/의료정보	병의원정보, 약국정보, 한의정보, 건강정보, 방역 및 예방정보
도로/교통정보	철도 및 도로정보, 주차장정보, 버스노선정보, 주요 건물위치
레저/취미정보	체육 및 공원시설, 위락시설, 스포츠, 바둑, 게임, 외식정보
관광/여행정보	관광지안내, 교통편정보, 숙박시설정보
문화/교양정보	연극, 영화, 전시회, 음악회, 각종 공연 및 강연등 교양행사
가정경제정보	물가정보, 신상품안내, 농수산물유통정보, 증권정보, 취업정보
중고품매매 부동산정보	중고차, 중고가구, 기타 중고물품안내 부동산 시세정보, 부동산 매물정보, 아파트분양정보 등
기상/환경정보	기상정보, 재해정보, 대기 및 수질정보, 환경오염정보
지역행정정보	도시계획, 세무, 교통, 대민행정, 각종 공 공사업 등

한 각종의 공공사업이나 도시계획, 지역개발정보, 그리고 각종 세무상담 및 법률상담 등에 대한 일반주민의 관심이 높은 만큼 이 부문에 대한 정보를 지역행정정보로 따로이 설정하였다.

이상은 지역의 생활정보망이 구축되었을 경우 제공되어야 할 여러 정보들을 개략적으로 나열해 본 것이므로 시대의 변천이나 관련 환경의 변화에 따라 정보의 내용이나 가공형태, 관련정보와의 연관성들이 적절하게 조정되어야 함은 물론이다.

2 표본의 특성

본 설문조사의 기본적인 목적이 대구지역주민들의 생활정보 이용실태 및 특성을 파악하는데 있는 만큼 조사대상에 각계 각층의 주민들이 골고루 포함될 수 있도록 표본을 인위적으로 할당하였다. 총 유효응답자 수는 754명으로 집계되었는데 여기에는 대학생, 가정주부에서부터 각종 전문직에 이르기까지의 다양한 직업인이 포함되어 있으며 학력, 소득, 연령층에서도 비교적 고른 분포를 보이고 있다.

응답자의 평균연령은 37.5세로 18세에서부터 76세까지 분포되어 있는데 40대가 가장 많았으며 다음이 20대, 30대의 순으로 나타나고 있다. 또 응답자 중 남자의 비중은 전체의 3분의 2인 67%, 그리고 기혼자의 비중은 전체의 약4분의 3인 74%를 차지하고 있으며, 학력별로는 대졸이 전체의 39%, 고졸이 38%로 대부분을 차지하고 있다. 직업별로는 사무직 회사원이 전체의 약 4분의 1로 가장 큰 비중을 차지하고 있었고 다음이 자영업(19.4%), 대학생(12.2%)의 순이었으며 소득별로는 80만원에서 120만원 사이가 전체의 3분의 1가량으로 가장 많은 비율을 차지하였고 다음이 120-160만원으로 나타났다. 보다 상세한 표본의 특징은 [표 4-2]에 제시되어 있다.

제2절 생활정보의 이용과 획득실태

지역의 생활정보에 대한 주민들의 태도와 이용

실태를 살펴봄에 있어 우선 가장 관심이 가는 것은 위에서 제시한 11개 유형의 정보에 대해 주민들이 어느 정보를 평소에 가장 많이 또는 적게 이용하고 있으며, 어떤 정보에 가장 관심이 많은지, 그리고 가장 구하기 쉽거나 어려운 정보가 어떤 것들인가 하는 점이다.

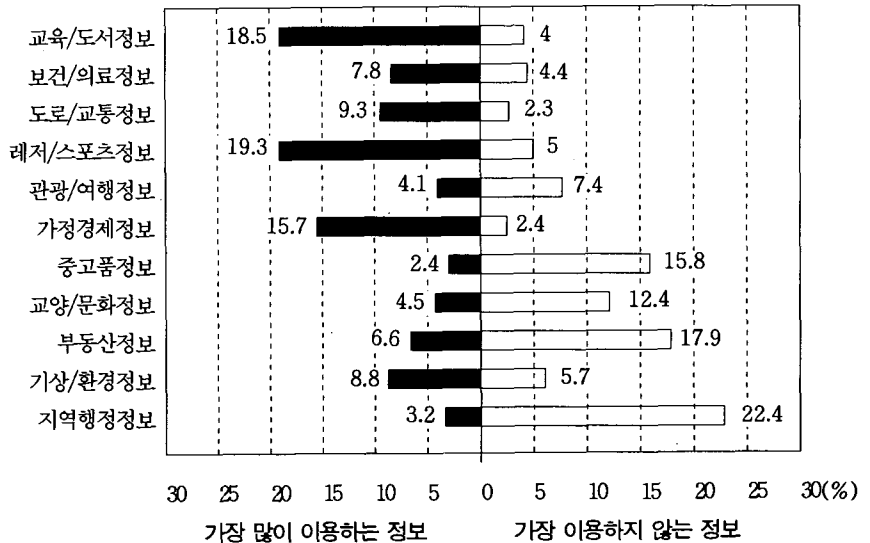
우선 '자신이 평소 가장 많이 이용하고 있는 정보와 가장 이용하지 않는 정보'를 조사한 결과에 의하면 가장 많이 이용하는 정보로는 응답자의 19.3%가 '레저/스포츠정보'를 꼽았으며, 다음으로 '교육 및 도서정보'(18.5%), '가정경제정보'(16.7%)의 순으로 나타났다. 반면 평소에 가장 잘 이용하지 않는 정보로는 '지역행정정보'(22.4%),

[표 4-2] 표본의 특성

집단	세부집단	표본수	구성비(%)
총유효표본수		754	1000
성 별	남자	504	668
	여자	250	332
연령별	20대 이하	232	308
	30대	168	223
	40대	283	375
	50대 이상	71	94
주거지	수성구	153	203
	북구	143	190

서구	135	179	
달서구	119	158	
동구	76	101	
중구	72	95	
남구	44	58	
무응답	12	16	
학력별	국졸	20	27
	중졸	84	11.1
	고졸	285	37.8
	대졸	295	39.1
	대학원이상	57	7.6
	무응답	13	1.7
직업별	관리직회사원	194	25.7
	자영업	146	19.4
	학생	92	12.2
	주부	81	10.7
	생산직회사원	80	10.6
	전문직	79	10.5
	일반공무원	54	7.2
	서비스업피고용원	10	1.3
	농수산업	6	0.8
	무직	2	0.3
	무응답	4	0.5
가계소득 (월평균)	50만원 미만	20	2.7
	50-80만원	126	16.7
	80-120만원	246	32.6
	120-160만원	163	21.6
	160-200만원	92	12.2
	200-250만원	56	7.4
	250-300만원	18	2.4
	300만원 이상	24	3.2
무응답	9	1.2	

[그림 4-1] 가장 많이 이용하는 생활 정보와 가장 이용하지 않는 생활정보



‘부동산정보’(17.9%), ‘중고품정보’(15.9%)의 순으로 나타났다. [그림 4-1]에 지시된 ‘가장 많이 이용하는 정보’와 ‘가장 이용하지 않는 정보’에 대한 선택비율 간에는 일관성있는 반비례의 관계가 나타나고 있음을 볼 수 있다.

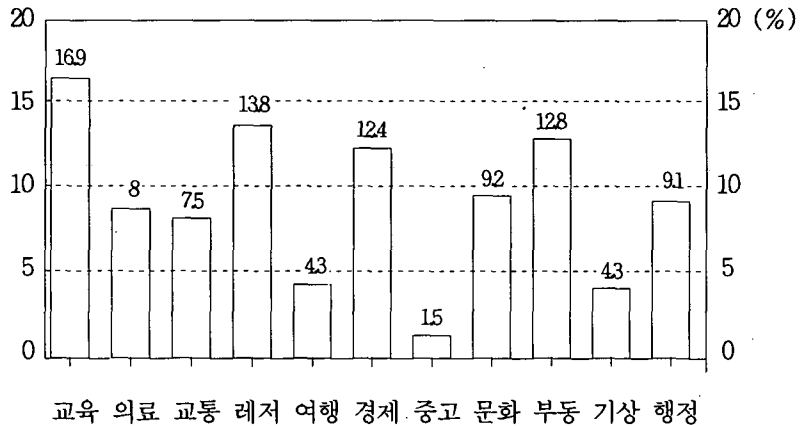
다음에는 주민들이 평소 어떤 정보에 가장 많은 관심을 가지고 있는가를 살펴보았다. 일반적으로 관심이 많은 정보는 당연히 이용도 많을 것으로 예상해 볼 수 있으나 경우에 따라서는 정보를 구하기가 쉽지 않아 이용하지 못할 수도 있는 만큼 양자가 반드시 일치한다고 볼 수는 없기 때문이다.

[그림 4-2]에 나타난 각 정보의 선택비율을

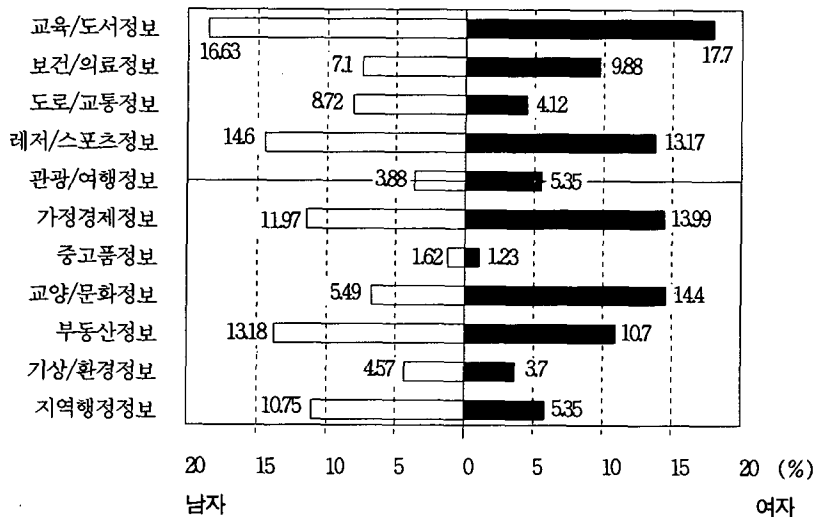
보면 전체 응답자의 16.9%가 교육 및 도서정보에 대해 가장 큰 관심을 나타내었고, 다음이 레저/스포츠정보(13.8%), 부동산정보(12.8%), 가정경제정보(12.4%) 등의 순으로 나타났다. 반면 관심이 낮은 정보로는 중고품매매정보(1.5%), 기상환경정보(4.3%), 그리고 관광/여행정보(4.3%) 등으로 나타났다.

특기할 것은 교육/도서정보, 레저/스포츠정보, 가정경제정보 등은 평소의 관심이 높은 만큼 정보의 이용 역시 높게 나타났으나 부동산정보, 지역행정정보, 교양/문화정보 등은 실제 이용도가 매우 낮음에도 불구하고 주민들의 관심은 높게 나타나고 있다는 점이다. 특히 부동산의 경우 80

[그림 4-2]
가장 관심이 많은 정보



[그림 4-3]
가장 관심이 많은 정보 :
남여별



년대 후반의 가격폭등 이후 비록 주민들 자신이 직접 부동산 매매를 자주하지는 않더라도 부동산 동향에 대해서만은 평소에도 높은 관심과 민감한 주의를 기울이고 있다는 것을 말해준다. 이와는 달리 교양/문화정보의 경우 이에 대한 잠재적인 수요는 상당히 있으나 지방에서 이러한 행사기획 자체가 많지 않다는 점이, 그리고 지역행정정보는 실제로 그것을 구하기가 쉽지 않다는 점이 실제 이용과의 괴리를 가져오는 원인이 되는 것으로 보인다.

한편 주민들의 관심정보를 남녀별로 구분하여 살펴보면 전체적으로 큰 차이는 나타나고 있지 않으나 도로/교통정보, 레저/스포츠정보, 부동산 정보, 기상/환경정보, 지역행정정보에서 남성들의 관심이 상대적으로 높게 나타난 반면, 교육정보, 보건/의료정보, 관광/여행정보, 가정경제정보, 교양/문화정보 등에서는 여성들의 관심이 다소 높았다. 이 중에서 특히 남성의 경우는 지역행정정보에서, 여성의 경우는 교양/문화행사정보에서 상대적으로 큰 차이의 높은 관심을 보이고 있다. (그림 4-3참조)

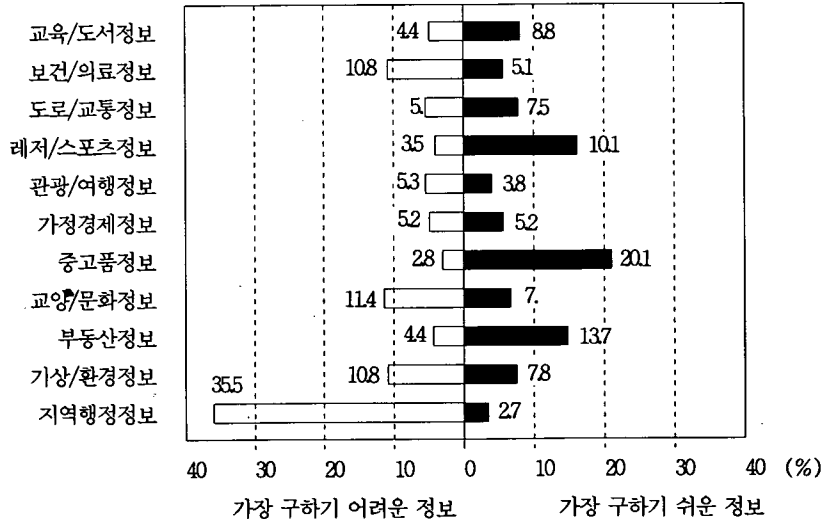
특정 정보에 대한 관심도와 실제 이용도 간의 괴리는 그 정보를 얼마나 쉽게 구할 수 있는가 하는 문제와 밀접한 관계를 가지고 있다. 이러한 문제를 살펴보기 위해 [그림 4-4]에서는 '평소

대구지역에서 어떤 정보가 가장 구하기 쉽다고 (어렵다고) 생각하는가?'에 대한 응답을 대비시킨 것인데, 가장 구하기 어려운 정보로는 전체 응답자의 35.6%가 지역행정정보를 꼽은 반면 가장 구하기 쉬운 정보로는 20.1%가 중고품매매정보를 꼽았다.

가장 구하기 쉬운 정보로 중고품매매정보가 꼽힌 것은 다소 의외인데 이는 최근에 매우 다양한 종류의 지역생활정보지가 대량으로, 그리고 무료로 유통되면서 중고품정보는 언제 어디서든 마음만 먹으면 손쉽게 구할 수 있을 만큼 대중화되었음을 의미한다. 중고품시장의 활성화는 자원재활용과 쓰레기 감소에 크게 공헌할 수 있는 만큼 이를 제도적으로 지원할 필요가 있다. 실제로 중고품 정보의 유통이 비교적 자유로운 데에 비해 중고품의 실제거래는 그다지 활발하지 않은 것이 우리의 현실인데 중고품매매 정보의 관리와 유통을 생활정보지와 같이 일회성 매체에만 의존할 것이 아니라 이를 누적적으로 관리할 수 있는 정보망이 갖추어 질 경우 보다 활발한 거래가 이루어 질 수 있을 것이다.

한편 최근 행정전산망의 가동과 컴퓨터통신을 통한 행정정보의 제공 등 전체적인 여건은 크게 향상되었으나 지역행정정보의 경우는 아직까지 행정의 공개와 홍보를 꺼리는 공무원들의 경직된

[그림 4-4]
가장 구하기 어려운 정보와 가장 구하기 쉬운 정보



관료의식과 특권의식으로 인해 지역주민들에게는 가장 접근하기 어려운 분야로 인식되고 있음을 부인할 수 없다. 그러나 지역행정정보는 주민의 일상생활이나 재산에 막대한 영향을 미칠 수 있는 중요한 정보인 만큼 지역행정기관의 보다 과감한 공개와 적극적인 홍보가 요청된다.

그 밖에도 구하기 어렵다는 응답이 비교적 높게 나타난 정보로는 교양/문화정보, 기상/환경정보, 건강/의료정보 등을 들 수 있는데 이들 가운데 어느것도 이용빈도가 그다지 높게 나타나지 않았던 사실을 상기해 본다면 실제의 정보이용은 획득의 용이도에 의해 상당한 영향을 받고 있음을 알 수 있다. 한편 가장 구하기 쉬운 정보로는 중고품매매정보 외에 부동산정보, 레저/스포츠정보 등에 대한 선택이 비교적 높게 나타났다.

제3절 생활정보의 특성 분석 : 정보의 이용과 획득, 그리고 공공성

1. 생활정보의 세가지 특성

생활정보는 그 분야가 매우 다양하고 매우 이질적이라는 특성을 가진다. 즉각 정보는 이용빈도에서나 정보획득, 그리고 정보의 공공성의 정도에서 서로다른 특성을 보이고 있기 때문에 이러한

세 측면에서 각 생활정보가 어떻게 특징지워질 수 있는가를 살펴보는 것은 생활정보 DB의 구축과 관리, 유통에 좋은 참고가 될 것이다.

앞절에서 살펴보았던 정보의 이용실태조사에서는 각 문항별로 대표적인 것을 하나만 선택하는 것이었던데 반해 본 절에서는 모든 정보에 대해 세가지 특성을 동일차원에서 비교하는 것인 만큼 앞절의 분석과는 구별된다.

본 설문에서는 11개 유형의 생활정보에 대해 위의 세가지 특성을 각각 다음과 같은 4단계로 조사하였다. 각 문항별로 4에 가까운 값을 가질수록 보다 많이 이용할 뿐 아니라 구하기 쉽고 공공성이 높은 정보를 의미한다.

이상의 4단계로 측정된 각 정보별 특성치는 [표4-4]에 제시되어 있다. 여기서 정보의 이용빈도는 1.71(중고품) - 2.43(교육/도서), 획득의 용이도는 1.80(지역행정) - 2.92(레저/스포츠), 그리고 공공성은 1.97(부동산) - 3.27(보건/의료)에 걸쳐 각각 분포되어 있는데 각 특성의 평균 및 분산은 이용빈도에서 가장 작게 나타난 반면 정보의 공공성에서 가장 높게 나타나고 있다.

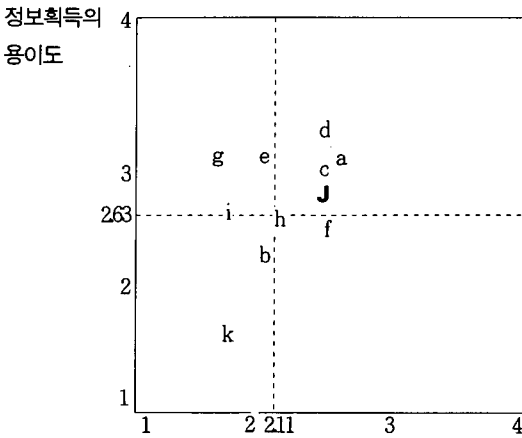
[그림 4-56,7]에서는 이들 정보의 특성과 각 특성간의 관계를 일목요연하게 살펴보기 위하여

[표 4-3] 생활정보의 세가지 특성 척도

점수	점수의 이용빈도	정보획득의 용이도	정보의 공공성
1	거의 이용하지 않는 정보	아주 구하기 어려운 정보	개인적인 용도로만 필요한 정보
2	가끔씩 이용하는 정보	다소 구하기 어려운 정보	일부 특정집단에만 필요한 정보
3	비교적 자주 이용하는 정보	비교적 구하기 쉬운 정보	많은 사람에게 도움이 되는 정보
4	매우 자주 이용하는 정보	아주 구하기 쉬운 정보	모든 사람이 꼭 알아야 할 정보

[표 4-4] 생활정보의 유형별 특성

정보유형	이용도	용이도	공공성	정보유형	이용도	용이도	공공성
교육/도서정보	2.43	2.89	3.19	중고품매매정보	1.71	2.85	2.10
보건/의료정보	2.04	2.40	3.27	교양/문화정보	2.17	2.59	2.88
도로/교통정보	2.32	2.81	3.21	부동산정보	1.79	2.60	1.97
레저/스포츠정보	2.33	2.92	2.37	기상/환경정보	2.36	2.75	3.01
관광/여행정보	2.02	2.83	2.19	지역행정정보	1.73	1.80	2.75
가정경제정보	2.34	2.51	2.98	*전체평균*	2.11	2.63	2.72



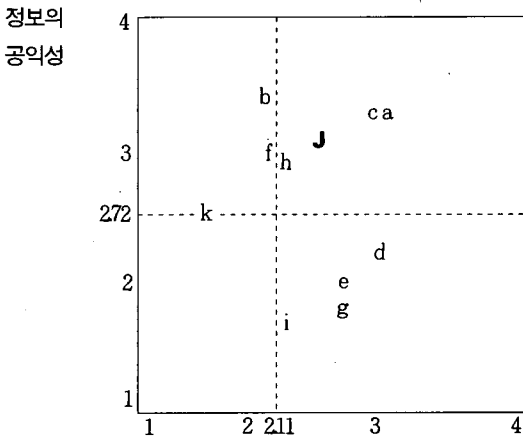
정보의 이용빈도

a:교육/도서 b:보건/의료 c:도로/교통 d:레저/스포츠
 e:관광/여행 f:가정경제 g:중고품매매 h:교양/문화
 i:부동산 j:기상/환경 k:지역행정

[그림 4-5] 생활정보의 이용빈도와 획득의 용이도

도표로 나타낸 것이다.

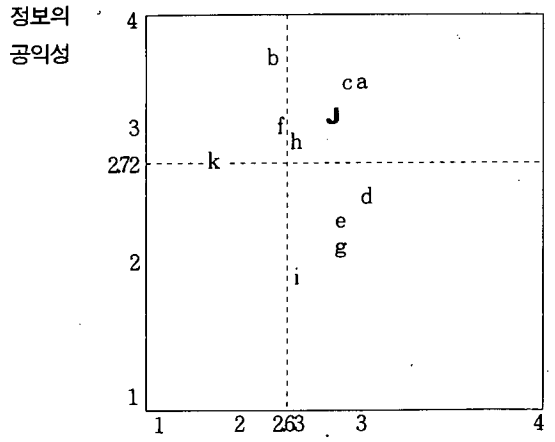
[그림 4-5]에서 정보의 이용빈도와 획득의 용이도를 비교해보면 미약하나마 양 특성 간에는 전체적으로 정(+)의 관계가 나타나고 있다.(상관계수=0.48) 양 특성에서 모두 평균치 이상의 점



정보의 이용빈도

a:교육/도서 b:보건/의료 c:도로/교통 d:레저/스포츠
 e:관광/여행 f:가정경제 g:중고품매매 h:교양/문화
 i:부동산 j:기상/환경 k:지역행정

[그림 4-6] 생활정보의 이용빈도와 정보의 공공성



정보획득의 용이도

a:교육/도서 b:보건/의료 c:도로/교통 d:레저/스포츠
 e:관광/여행 f:가정경제 g:중고품매매 h:교양/문화
 i:부동산 j:기상/환경 k:지역행정

[그림 4-7] 생활정보 획득의 용이도와 정보의 공공성

수를 획득한 정보로는 교육/도서, 도로/교통, 레저/스포츠, 기상/환경정보 등 4개로 나타났으며 지역행정정보와 보건/의료정보는 이용빈도와 획득의 용이도에서 모두 평균 이하의 정보로 평가되었다.

[그림 4-6]을 볼 때 정보의 공공성에 대한 주민들의 평가는 매우 큰 편차를 보이고 있음을 알 수 있는데, 양 특성 간에는 전체적으로 양의 관계가 나타나고 있어(상관계수=0.62) 공공성이 높은 정보에 대한 이용이 다소 많음을 보여주고 있다. 양 특성에서 모두 평균치 이상으로 나타난 정보는 교육/도서, 도로/교통정보, 가정경제, 기상/환경정보등인 반면, 관광/여행, 중고품, 부동산정보 등은 모두 평균이하의 점수를 얻고 있다.

마지막으로 [그림 4-7]에 나타난 정보의 공공성과 획득의 용이도를 살펴보면 전체적으로는 미약하나마 음의 관계를 보이고 있는데(상관계수=0.39), 정보별로는 교육/도서, 도로/교통, 기상/환경정보가 양 특성에서 모두 평균이상의 점수를 얻은 반면 양 특성에서 동시에 평균이하의 점수를 얻은 정보는 하나도 없는 것으로 나타났다. 특히 정보의 공공성은 평균이상으로 나타났으나, 획득

득용이도에서는 평균이하로 나타난 보건/의료, 지역행정, 가정경제, 교양/문화정보에 대해서는 정보의 다양화와 함께 보다 효과적인 정보유통방법을 강구할 필요가 있는 것으로 보인다. 한편 교육/도서정보와 도로/교통정보만이 세가지 특성에서 동시에 평균치 이상의 높은 평가를 받은 정보로 나타나고 있다.

2 생활정보의 유형별 특성 : 요약

이상의 결과와 각 정보에 대한 집단별 분석을 종합해 볼 때 11개 유형의 생활정보에 대한 특성은 다음과 같이 요약될 수 있다.

첫째, 교육/도서정보는 주민들이 가장 높은 관심을 보인 정보로서 평소 이용이 가장 많을 뿐 아니라 그런대로 쉽게 구할 수 있으며, 그리고 많은 사람에게 도움이 될 수 있는 공공성이 높은 정보로 평가되었다. 이용빈도를 각 집단별로 살펴볼 때 연령층이 젊을수록(또한 미혼집단에서), 고학력, 고소득집단에서, 그리고 남성보다는 여성들의 이용이 상대적으로 큰 것으로 나타났다. 정보획득에서는 모든 집단에서 거의 비슷한 반응이 나타났으나 많이 이용하는 집단에서 다소 구하기 쉽다는 반응을 미미하나마 볼 수 있었다.

특히 교육정보는 비록 자신에게 직접 필요하지는 않더라도 학교에 다니는 자녀를 둔 가정에서는 항상 관심의 대상이 되는 정보이니 만큼 지역의 각급교육기관에 대한 보다 상세하고 정확한 정보를 제공할 수 있도록 교육정보데이터베이스의 질을 향상시키는데 주안점을 둘 필요가 있다.

둘째, 도로/교통정보는 교육/도서정보와 함께 정보의 이용빈도, 획득의 용이도, 공공성에서 전반적으로 높게 평가된 정보이다. 집단별로는 연령층이 높을수록(그리고 기혼집단에서), 여성보다는 남성들의 이용이 거의 나타나지 않았다. 또한 정보획득의 용이도나 공공성에 대한 평가에서도 집단간에 아무런 차이를 보이지 않았다.

도로/교통정보의 생명이 정보의 신속정확성에 있는 만큼 수시로 바뀌는 도로 상황과 교통여건

을 잘 반영할 수 있는 정보제공체계를 갖추어야 할 뿐 아니라 이용자들이 시각적으로 손쉽게 이용할 수 있기 위해서는 지리정보시스템(GIS)과 연계하여 화상정보로 제공할 수 있는 방안을 연구할 필요가 있다.

셋째, 보건/의료정보의 가장 큰 특징은 모든 사람에게 매우 큰 도움이 된다는 공공성이 가장 높은 정보로 인식되고 있었으나 정보를 구하는데 있어서는 지역행정정보 다음으로 어려운 것으로 나타났다. 이에 따라 이용빈도 역시 그다지 많지 않았는데, 집단별로는 연령층이 높을수록(또한 기혼집단에서) 이용이 높게 나타났으나 학력, 소득 등 여타 집단에서는 거의 차이가 없었다. 가장 관심이 큰 정보에서는 11개 중 7위라는 비교적 낮은 순위를 보였다.

보건/의료정보는 정보의 적시성보다는 정확성 및 다양성이 보다 중요한 만큼 일반 이용자들이 흥미있게 이용할 수 있도록 정보를 구성할 필요가 있다. 정보의 공공성이 높음에도 불구하고 이를 실제로 이용하는 빈도가 매우 낮다는 것은 지역의 의료정보를 종합적으로 제공하는 기관이 없다는 점 외에도 그나마 간헐적으로 제공되는 정보의 내용이 너무나 단순하거나 아니면 너무 어려워서 일반주민들에게 적합치 않다는 점도 주요한 원인이 되고 있다. 따라서 가정에서 쉽게 활용할 수 있는 건강상식이나 식품정보, 한방의약정보 등과 같이 주민들의 관심을 끌 수 있는 다양한 데이터베이스의 개발에 주력해야 할 것으로 생각된다.

넷째, 레저/스포츠정보는 주민들의 관심이 교육/도서정보 다음으로 높게 나타난 정보분야이다. 주로 여가활동에 필요한 정보인 만큼 정보의 공공성은 중위권으로 평가되었으나 획득의 용이도와 이용빈도는 상위권으로 나타났다. 집단별로는 나이가 젊을수록(그리고 미혼집단에서), 여성보다는 남성에게, 학력과 소득이 상대적으로 높은 계

1) 한국정보문화센터, 지역정보화 실태 및 수표조사서 종합보고서 1992 11참조.

층에서 이용빈도가 높게 나타나고 있다.

레저/스포츠정보는 전국적으로도 대구지역에서의 관심 및 이용도가 특히 높게 나타나고 있는데, 우선 주민들의 관심과 이용도가 많은 만큼 얼마나 다양하고 흥미가 있도록 자료를 구성하느냐가 중요한 과제가 될 것이다. 이러한 여가관련 정보는 주민들의 관심과 이용도가 높다고 하더라도 교육/도서정보와 같이 어느 정도 고정된 수요를 가진 정보라기보다는 정보의 내용여하에 따라 정보의 이용이 크게 영향을 받을 소지가 많은 정보이기 때문에 주민들의 지속적인 관심을 유발할 수 있는 정보내용의 관리에 중점을 두어야 할 것이다. 그러나 이 분야에 대한 청소년들의 관심 또한 높다는 점을 인식하여 정보의 내용이 사행심을 부추기거나 퇴폐적인 방향으로 흐르지 않도록 특히 유의해야 할 것이다.

다섯째, 관광/여행정보는 여가와 관련된 정보라는 점에서 레저/스포츠정보와 유사한 특징을 갖지만 정보의 공공성, 획득의 용이도, 이용빈도, 그리고 주민들의 관심도 등 모든 면에서 레저/스포츠정보 보다는 다소 낮은 양상을 보이고 있다. 전체적으로 볼 때 정보획득의 용이도에서만 상위에 속할 뿐 정보의 공공성과 이용빈도는 낮은 편으로 나타나고 있다. 집단별 이용특성에서도 남녀집단을 제외한 모든 집단에서 레저/스포츠정보와 거의 동일한 양상, 즉 나이가 젊을수록(또한 미혼집단), 여성보다는 남성에서, 학력과 소득이 상대적으로 높은 계층에서 이용빈도가 높은 모습을 보이고 있다.

관광산업은 가장 부가가치가 높은 산업으로서 특히 역내에 유적지, 온천, 명산, 해수욕장 등 다양한 관광지를 보유하고 있는 대구 경북지역으로는 관광/여행정보는 지역산업육성의 차원에서 전국적인 홍보를 할 필요가 있다. 특히 각 지역마다 특산물과 연계하여 주요 관광지의 경관을 화상정보로 제공하게 될 경우 지역경제력의 제고 뿐 아니라 이를 교육적으로도 활용하는 등 정보의 효과를 극대화 할 수 있을 것이다.

여섯째, 주민들의 여가활용이나 취미활동과 관

련된 또 하나의 분야인 교양/문화정보는 정보의 공공성은 상당히 높지만 정보획득의 용이도가 낮은 점에서 앞의 두 정보분야는 다른 양상을 보이고 있다. 또한 주민들의 실제 이용빈도는 그다지 높지 않아 전체적으로 중하위권에 위치하고 있다. 집단별로는 남성보다는 여성의 이용과 관심이 높으며, 미혼층을 포함한 젊은 계층에서, 그리고 고학력, 고소득계층의 이용이 상대적으로 높게 나타났다.

교양/문화행사정보는 정보의 공공성에 대한 평가에서도 나타나듯이 단순히 개개의 여가활용의 차원 뿐 아니라 지역주민들의 의식수준을 향상시키는 계도적인 측면이 있는 만큼 지역적 차원에서 관심을 가져야 할 분야이다. 그러나 무엇보다도 아직까지 거의 대부분의 교양/문화행사가 서울에 집중되어 있는 만큼 지방에서는 주민들에게 유익한 문화행사를 유치, 개발하는데 힘을 기울여 정보의 대상을 다양화해야 할 필요가 있다. 지역의 문화활동은 그 범위를 굳이 크게 잡기보다는 해당 지역별로 소규모 도서관이나 문화센터와 같은 공공기관을 운영하여 주민들에게 작지만 실질적으로 도움이 될 수 있는 활동부터 추진해나가는 것이 보다 바람직할 것으로 생각된다.

일곱째, 주민들의 경제활동과 관계된 세가지 정보 중 가정경제정보는 주민들의 관심도와 실제 이용빈도, 그리고 정보의 공공성에서 다같이 상위권으로 평가되고 있으나 정보를 구하는데 있어서는 그다지 쉽지 않다는 중하위권의 평가로 나타났다. 집단별로는 기혼층을 포함한 고연령층에서의 이용이 월등히 높았지만 남녀별 및 소득별 집단에서는 별다른 차이를 보이지 않았다.

가정경제정보는 주민들의 금전적인 이해득실과 직결되어 있는 만큼 이에 대한 관심은 실제로 매우 높다. 그러나 경제활동정보의 가장 큰 문제는 기존의 매체를 통해 제공되는 정보들이 지역보다는 전국적인 정보가 대부분을 차지하고 있는 만큼 지방에 거주하는 주민들에게는 실질적으로 그다지 도움이 되지 않는 데 있다. 대구지역의 주민들은 대구의 사과값을 알고 싶어하고 지역의 섬

유경기에 관심이 많은데 가락동 농수산물시장의 사과시세나 우리나라 전체의 경지지표는 지역주민들에게는 정보의 유용성 여부를 떠나 바로 우리들의 정보라는 실감을 느끼지 못하게 만드는 요인으로 작용한다.

경제정보의 또 다른 문제점은 정보의 내용자체가 전문적이고 어려운 것이 많아 일반인들이 손쉽게 이용하기가 어렵다는 점이다. 따라서 향후의 지역생활 정보망에서 경제정보데이터베이스를 구축함에 있어서는 이러한 전문적 내용들을 누구든지 쉽게 이해할 수 있는 수준으로 지역의 경제정보를 흥미있게 구성하여야 할 필요가 있다. 단순한 지표들의 나열은 실제로 아무런 도움이 되지 않는 만큼 주민들에 대한 경제교육을 한다는 자세로 쉽고 재미있는 용어와 일상의 다양한 예를 사용하여 누구에게나 친근한 생활경제정보가 될 수 있도록 각별한 주의를 기울여야 할 것이다.

여덟째, 주민들의 경제생활과 관련된 또 다른 영역인 부동산정보는 공공성과 이용빈도가 최하위권임에도 불구하고 주민들의 관심은 매우 높은 정보로 특징지워진다. 그리고 정보획득도 비교적 용이한 것으로 나타나고 있다. 집단별 이용특징을 보면 기/미혼층 간의 차이가 뚜렷하게 나타나고 있는데, 이러한 현상은 20대의 이용이 눈에 띄게 적을 뿐 기혼층이라고 볼 수 있는 30대 이상에서는 거의 동일한 이용빈도를 보이고 있는 연령별 비교에서도 확인되고 있다. 그밖에 여성보다는 남성의 이용이 많았지만 학력이나 소득에 따른 차이는 나타나지 않았다.

부동산은 거래금액이 크고 소유권의 이전에 많은 제약과 부대비용이 따르는 만큼 평소 잦은 이용을 할 수는 없으나, 80년대 후반의 부동산가격 폭등을 경험한 바 있는 지역주민들로서는 향후의 시세변동에 민감하지 않을 수 없을 것이다. 따라서 부동산정보시스템에서는 매매나 임대물건의 정보를 화상화함으로써 보다 정확하고 실감있는 정보를 제공하는 역할과 함께 특정지역에 대한 규제와 개발의 정보를 공유하도록 함으로써 정보의 독점으로 인한 투기를 사전에 예방하는 기능

도 동시에 수행해야 할 것이다. 특히 이를 행정정보시스템과 연결하여 해당지역의 공시지가나 개발계획, 부동산 세무정보 등을 함께 제공하게 될 경우 부동산정보의 가치를 극대화할 수 있을 것이다.

아홉째, 주로 지역의 생활정보지를 통해 유통되고 있는 중고품매매정보는 주민들의 이용빈도와 관심도, 그리고 정보의 공공성에서 최하위권으로 나타나고 있으나 정보획득의 용이도는 최상위권으로 아주 높게 나타나고 있다. 전체적으로 부동산정보와 유사한 측면이 있으나 일반주민의 관심도에서는 대조적인 양상을 보이고 있다.

중고품매매정보는 집단에 관계없이 정보이용도가 한결같이 낮게 나타나 전반적으로 주민들의 이용이 극히 미약한 정보라고 할 수 있는데, 외국 의 경우 중고품매매시장이 성황을 이루고 있는데 비하면 우리의 경우는 자원재활용이나 쓰레기감소 등 그 필요성이 높아지고 있음에도 불구하고 다른 사람이 쓰던 물건을 꺼려하는 전통적인 가치관이 중고품에 대한 일반적인 무관심으로 나타나는 것으로 보인다. 따라서 이 부분에 대해서는 정보공급체계의 정비에 앞서 자원절약과 재활용운동의 차원에서 중고품매매업을 육성하는 정책적 노력과 함께 중고품에 대한 주민들의 의식전환을 유도할 필요가 있는 것으로 생각된다.

열번째로, 기상/환경정보는 정보의 세가지 특성에서 전체적으로 상위권을 형성하고 있다. 다만 기상정보에 비해 환경정보의 내용이나 공급체계가 미약한 점에 비추어 이같은 평가의 상당부분은 기사정보에 기인한 감이 없지 않다. 집단별로는 연령이 높아질수록 이용도가 다소 증가해가는 양상을 보이고 있을 뿐 나머지 성별, 학력별, 소득별 집단에 따른 차이는 거의 나타나지 않고 있다. 특주민들의 관심을 환기시키고 환경보호에 동참을 유도하는 등 계도적인 역할을 기대해 볼 수 있을 것이다.

마지막으로, 지역행정정보는 11개 유형의 정보 중 가장 구하기 어렵고 따라서 이용이 적은 정보로 특징지워진다. 그러나 지역행정정보에 대한

주민들의 관심도나 정보의 공공성은 전체정보 중 중상위권으로 나타나고 있음에 미루어 볼 때 현재의 저조한 이용의 원인이 전적으로 정보를 구하기 어렵기 때문이라는 사실에 기인하고 있음을 알 수 있다. 즉 주민들의 관심이나 욕구에 비해 정보의 공급이 이를 따라가지 못하고 있다고 볼 때 앞으로 지역행정기관의 보다 적극적인 정보공개와 홍보노력이 요청된다. 정보의 이용을 각 집단별로 비교해 보면 연령이 높을수록(또한 기혼층에서), 그리고 여자보다는 남자들의 관심이 높게 나타나고 있으나 학력이나 소득에 따른 차이는 없는 것으로 나타났다.

지역행정정보는 주민들의 재산권, 조세, 교육, 환경, 치안 등 각 분야에서 주민들의 일상생활과 밀접한 관련을 가지고 있는 중요한 정보분야이다. 특히 특정지역에 대한 규제나 개발계획, 인허가문제 등은 해당지역 주민들의 재산권이나 생활 환경에 직접적인 영향을 미치는 만큼 해당 행정기관에서는 이들 정보를 공개하고 홍보함으로써 불필요한 오해와 민원의 소지를 사전에 없애야 할 필요가 있다. 그러나 지금까지 각종 행정기관이 보여준 경직적이고 폐쇄적인 태도는 행정기관이 지역주민들에게 필요한 서비스를 제공한다는 서비스정신과는 거리가 멀었던 것이 사실이다. 따라서 해당부서의 특권의식을 내세우기 위하여 무엇이든 우선 대외비로 하고 보려는 속성이나 고

압적인 자세와 같은 근본적인 의식개혁이 무엇보다도 선행되어야 할 필요가 있다.

제4절 생활정보의 주요 획득매체

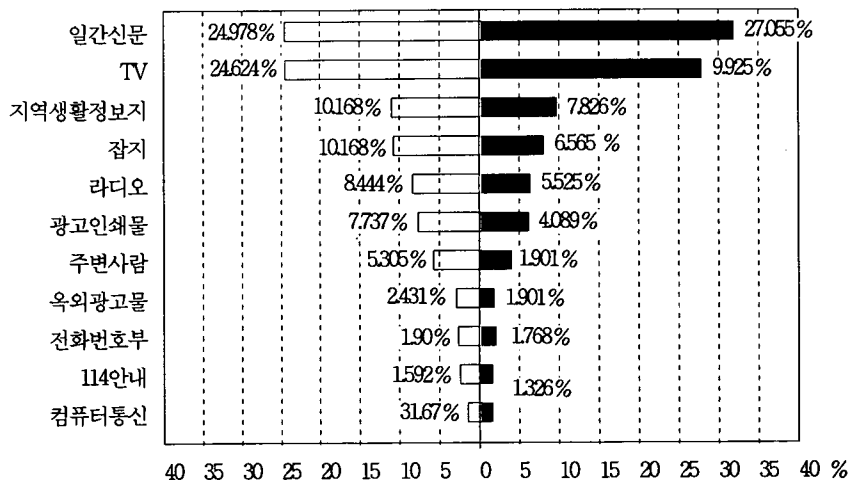
1. 일반정보획득매체

대구지역의 주민들은 주로 어떤 매체들을 통해 일상생활에 필요한 정보들을 얻고 있는가? 여기서는 이러한 문제를 살펴보기 위해 일반주민들에게 생활정보를 얻는데 사용하고 있는 11가지의 매체를 제시한 후 평소의 이용순서에 따라 3가지를 선택하도록 하였다.

[그림 4-8]에서는 그 결과를 1위에서 3위까지의 도수를 단순히 더한 수치와 1,2,3위의 도수에 대해 각각 3,2,1점의 가중치를 부여한 후 이를 더한 가중합계치로 나누어 비교하였다. 그 결과 가중합계치에서 매체이용도의 차이가 좀더 크게 부각되었을 뿐 전체적인 이용순위에는 변동이 없었다.

가중합계치를 기준으로 각 정보획득매체의 이용순위와 비중을 살펴보면 일간신문이 전체의 약 32%로 가장 많이 이용하는 매체로 나타났으며, 다음이 TV(27.1%), 지역생활정보지(9.9%), 잡지/서적(7.6%), 라디오(6.6%), 광고인쇄물(5.5%), 주변사람(4.1%) 등의 순으로 나타났다. 그러나 전

[그림 4-8]
일반주민의 생활정보획득매체



화번호부나 114안내, 그리고 컴퓨터통신 등의 비중은 극히 미미한 것으로 나타났는데 특히 컴퓨터통신을 통한 정보획득비율은 11개 매체중 최하위인 13%로 나타나 향후 보다 이용하기 쉽고 알찬 정보를 제공함으로써 정보통신망의 이용을 제고시킬 수 있는 방안을 강구하는데 많은 노력이 있어야 할 것으로 생각된다.

일반주민들의 생활정보 획득매체를 살펴보면 일간신문이나 TV와 같이 일방적으로 정보를 전달하는 대중매체가 대부분이며 자신이 직접 노력을 들여 얻는 매체라고 볼 수 있는 지역생활정보지, 잡지/서적, 주변사람들, 전화, 컴퓨터통신 등이 전체에서 차지하는 비중은 약 25% 정도에 그치고 있다.

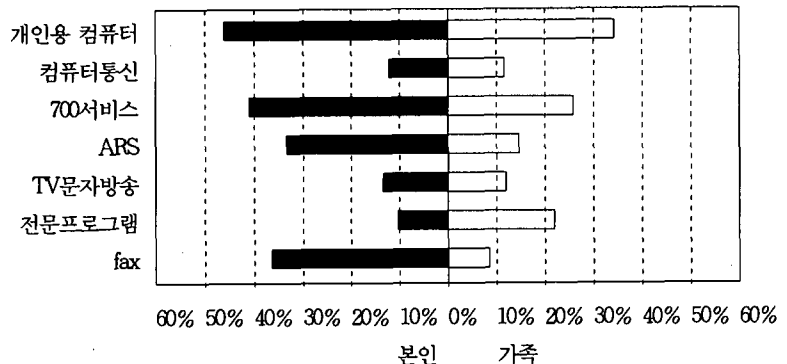
이는 곧 정보획득의 4분의 3은 일방적으로 주어지는 정보를 단순히 받아들이고 있을 뿐이며 나머지 4분의 1만이 자신이 알고 싶은 정보를 개별적으로 얻고 있다고 볼 수 있다. 날이 갈수록 더해가는 정보홍수 속에서 일방적인 정보매체를 통해 자신이 원하는 정보를 획득하고 관리한다는 것은 시간이나 비용의 측면에서 효율적이지 못할 뿐 아니라 자칫 정보의 혼란을 초래할 수 있다. 따라서 자신에게 필요한 정보만을 언제 어디서든 손쉽게 획득할 수 있는 정보공급체계를 구축한다는 것은 개인적으로나 사회적으로 매우 필요한 과제가 아닐 수 없다. 이런 점에서 우리는 지역생활정보망 구축의 당위성을 다시 한번 확인해 볼 수 있다.

2 첨단정보획득매체

정보화시대의 필연적인 현상은 이전에 사용되지 않았던 새로운 기술이나 장비를 통해 정보가 유통된다는데 있다. 불과 10년 전에는 상상도 하지 못했던 개인용 컴퓨터가 대중화된지 이미 오래이고 통신기술과 결합된 각종 정보통신망의 발전 또한 하루가 다르게 변해가고 있다. 정보통신망의 구축여부가 21세기의 국가발전을 좌우하는 신사회간접자본으로 인식되고 있는 오늘의 시점에서 이러한 새로운 흐름에 제대로 적응하지 못할 경우 개인적으로는 낙오와 소외를 면치 못할 분 아니라 사회적으로도 정보화를 지연시키는 주요인이 되는 만큼 일반 주민들의 첨단정보 및 통신기기에 대한 적응도는 향후의 정보망구축에 매우 중요한 고려사항이 아닐 수 없다.

대구지역주민들의 소위 첨단매체에 대한 경험과 이용실태는 과연 어느 정도나 되는가? 이러한 문제를 살펴보기 위하여 본 설문에서는 개인용컴퓨터, 컴퓨터통신, 음성전화정보서비스(700 서비스), 음성자동응답시스템(ARS), TV문자방송, 전문 소프트웨어의 한 예로서의 학습보조 소프트웨어, 팩시밀리(fax) 등에 대한 본인의 경험여부와 가족의 사용 여부를 조사해 보았다. 본인의 경우 이들매체에 대한 지속적인 사용이 아닌 경험여부를 묻는 것이므로 이것이 첨단기술이나 장비에 대한 일반적인 이용실태로 보기에는 다소 무리가 있지만 정보화시대에 대한 지역주민들의 잠재력

[그림 4-9]
첨단정보매체의 이용도(본인 및 가족)



을 측정해 볼 수 있다는 점에서 의의가 있을 것이다.

[그림 4-9]의 결과를 보면 예시된 7가지 중에서 본인이나 가족의 경우 모두 개인용컴퓨터에 대한 이용경험(46.7%)이 가장 높게 나타난 반면 컴퓨터통신에 대해서는 최하위인 전체의 12% 정도만이 사용경험이 있다고 응답함으로써 기존의 정보통신망에 대한 일반의 이용 및 적응도는 상대적으로 매우 부진한 것으로 나타났다. 그 밖에 본인의 경험으로는 음성전화정보서비스(40.6%), 팩시밀리(36.4%) 음성자동응답시스템(33.2%) 등의 순으로 나타나고 있다.

이상의 정보획득매체의 이용에 대한 분석결과를 종합해 볼 때 향후의 주된 정보유통수단이 될 컴퓨터통신이 실제로 정보획득에 사용되는 비율에서는 물론 이에 대한 단순한 사용경험 역시도 여타 첨단매체에 비해 가장 뒤떨어지고 있는 실정임을 알 수 있었다. 최근 컴퓨터의 보급이 300만대를 넘어서도 일반주민의 컴퓨터 사용경험이 여타의 첨단정보기기에 비해 가장 높게 나타나고 있음에도 불구하고 컴퓨터통신의 사용이 매우 부진한 데에는 컴퓨터통신에 대한 막연한 두려움과 이해의 부족, 일상생활에 도움이 될 만한 데이터베이스의 미비, 사용요금(통신망 사용료 및 전화요금)의 문제 등 여러 요인을 꼽을 수 있을 것이다.

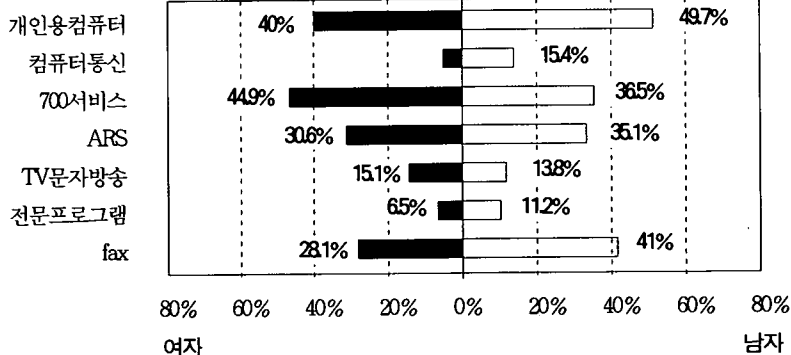
참고로 본 설문에서는 대구지역의 주민들이 현재의 시내전화요금을 어떻게 생각하고 있는지를 살펴봄으로써 전화요금의 문제가 컴퓨터통신의

보급에 어느 정도의 장애가 될 것인지를 가늠해 보기로 한다. '현재 3분 한 통화에 30원(세금제외)으로 되어 있는 시내전화요금을 어떻게 생각하는가?'라는 질문에 대해 응답자의 58%가 적당하다고 답한 반면 35%는 비싸다고 생각하고 있었으며 싸다고 답한 응답자는 전체의 약 6%에 지나지 않았다. 그러나 현행 전화요금은 개인간의 통화가 대부분을 차지하고 있기 때문에 앞으로 보급될 정보통신망의 사용이 늘어날 경우 전화요금에 대한 주민들의 민감도는 보다 증가할 것으로 생각된다. 실제로 현재 한달 평균 전화요금을 묻는 질문에서 15,000미만이 전체의 54.3%로 절반을 넘고 있었다. 향후 정보통신망을 사용하게 될 경우 전화요금의 급증이 예상되는 만큼 현재 독점구조로 되어 있는 전화사업분야에 대해서도 경쟁체제를 도입하여 가격인하를 유도함과 아울러 통신망사용에 대한 전화요금에 특별한 고려가 있어야 할 것으로 보인다.

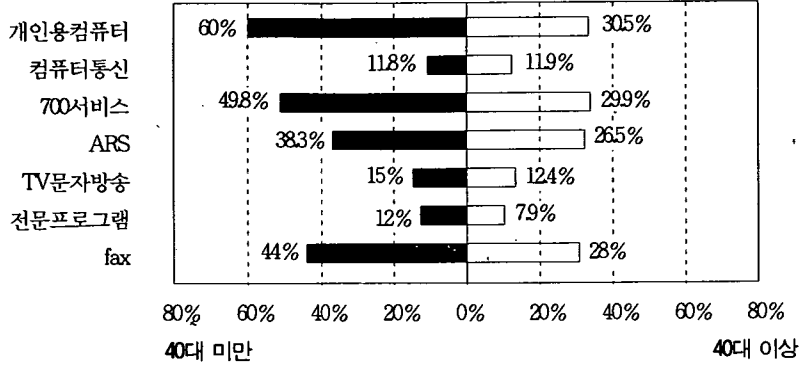
3 첨단정보획득매체의 주요 집단별 비교

그러면 이들 첨단정보매체에 대한 경험은 각 집단에 따라 어떤 차이를 보이고 있을까? 특히 지역정보화의 초기단계에서는 아무래도 첨단정보매체에 접하는 기회가 많은 계층이 우선적으로 참여하게 될 것이니 만큼 생활정보망을 통해 제공될 정보를 선정함에 있어서 이들 계층에게 관심이 큰 정보들을 우선적으로 공급함으로써 주민들의 정보화마인드를 확산시키는 촉매제로 활용

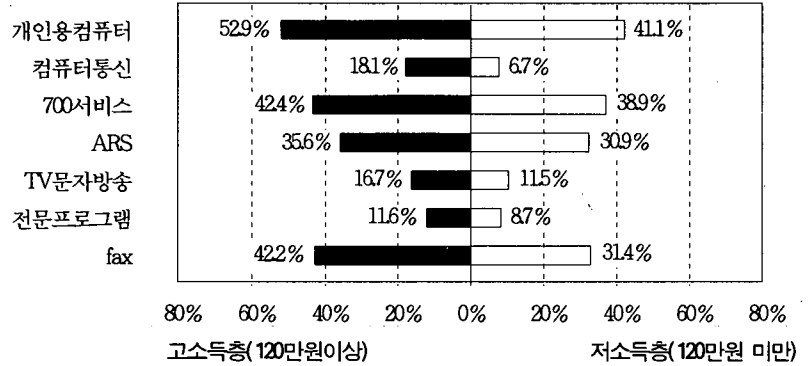
[그림 4-10]
남여집단의 첨단정보매체
이용경험비교



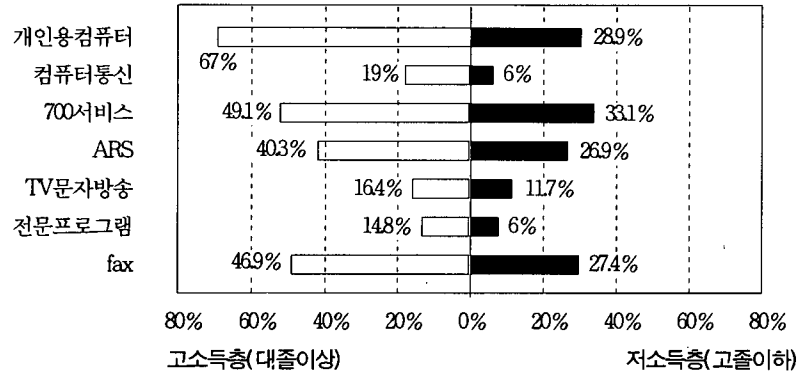
[그림 4-11]
연령별 집단의 첨단정보
매체 이용경험비교



[그림 4-12]
소득별 집단의 첨단정보
매체 이용경험비교



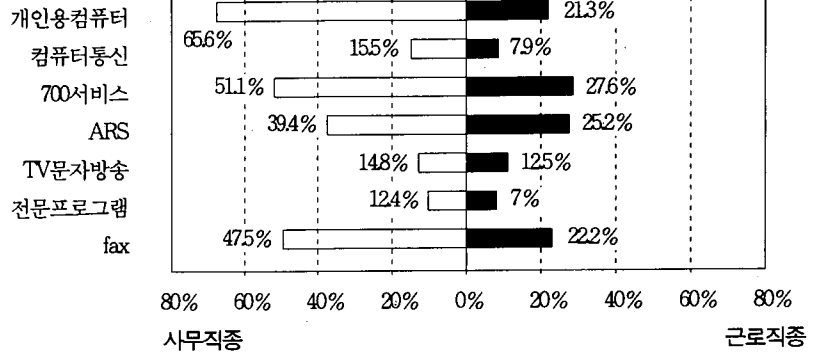
[그림 4-13]
학력별 집단의 첨단정보
매체 이용경험비교



- 1) 한국정보문화센터, 지역정보화 실태 및 수요종합보고서, 1992 11참조
- 2) 연령층은 230대(53.1%)와 40대 이상으로 구분하였다.
- 3) 소득계층은 월평균기계소득이 120만원 이하인 집단(52%)을 상대적 저소득층으로 120만원을 초과하는 집단을 상대적 고소득층으로 구분하였다.
- 4) 학력은 고졸이하(51.6%)를 상대적 저학력층으로 전문대졸 이상을 상대적 고학력층으로 구분하였다.
- 5) 직업의 구분은 편의상 관리직 회사원(25.7%), 대학생(12.2%), 전문직(10.5%), 일반공무원(7.2%)을 화이트칼라 계층으로 그밖의 대상자를 블루칼라 계층으로 나누었다.

[그림 4-14]

직종간 첨단정보매체 이
용경험비교



하는 것을 고려해 볼 수 있을 것이다. 여기서는 모집단을 남녀별, 연령별²⁾, 소득별³⁾, 학력별⁴⁾, 직업별⁵⁾ 등 다섯가지 유형의 집단으로 분류한 뒤 각 집단에서 첨단정보매체에 대한 이용도를 비교해 보기로 한다.

[그림 4-10]에서 [그림 4-14]까지의 그림에서는 이들 각 집단에서의 첨단정보매체 이용을 비교하고 있는데 전체적으로 볼 때 여성보다는 남성집단에서, 상대적으로 연령이 낮고 소득과 학력은 높은 집단에서, 그리고 육체적 근로직종(블루칼라)보다는 사무직종(화이트칼라)에서 각각 첨단 정보관련매체의 이용경험이 높은 것으로 나타나고 있다.

이들 다섯 집단가운데서는 성별 및 소득별 집단에서의 차이가 상대적으로 작은 편이었으며 직업과 학력에 따른 이용경험 차이는 비교적 크게 나타났다. 이는 다시말해 소위 첨단정보매체의 이용은 자신이 하는 일과 매우 밀접하게 관련되어 있으며 그러한 직업선택은 또한 학력과 밀접한 관계가 있음을 말해주고 있다.

이들 첨단정보관련매체에 대한 본인의 이용경험을 개별매체별로 살펴보면 개인용컴퓨터에 대한 이용경험은 직종간에서 가장 큰 차이를 보이고 있는 반면 남녀간에서 가장 작은 차이가 나타나고 있다. 직종간 차이를 보면 일반근로직에 종사하는 사람들 가운데 개인용컴퓨터를 사용해 본 사람들의 비율이 20% 정도에 불과한 반면 사무직종에서는 전체의 3분의 2가 사용해 본 경험이 있는 것으로 나타났다.

그러나 컴퓨터통신의 경우 학력별 집단(고학력)에서 가장 큰 차이가 나타나고 있는 반면 연령별 집단에서의 차이가 가장 미미하게 나타났다. 특히 2,30대계층과 40대 이상의 연령층 간에는 컴퓨터통신의 이용경험에 거의 차이가 없는 다소 의외의 결과가 나타나고 있다.

음성전화정보서비스는 TV문자방송과 함께 남성보다 여성의 이용이 이례적으로 높게 나타나고 있는 정보전달매체이다. 집단별로는 직업(사무직종)이나 연령(2,30대 연령층)에 따른 이용경험의 차이가 상대적으로 크게 나타나고 있으며 소득에 따른 차이가 가장 작은 편이었다.

한편 음성자동응답시스템(ARS)에 대한 이용경험은 직업(사무직종) 및 학력별 집단(고학력집단)에서의 차이가 가장 크게 나타나고 있는 반면 남녀 및 소득별 집단에서 가장 작은 차이가 나타나고 있다. 또 TV문자방송은 소득별 집단에서, 컴퓨터학습프로그램은 학력별 집단에서, 그리고 팩스는 직종간에서 각각 가장 큰 이용경험의 차이를 보이고 있다.

전체적으로 볼 때 첨단정보매체에 대한 경험은 상대적으로 고학력집단과 전문 및 사무직종 종사자, 그리고 저연령층에서 높은 양상을 보이고 있는데 이러한 사실은 지역정보화의 초기에는 이들 집단이 주 이용대상자가 될 것임을 말해주고 있다. [DB]

<이 글은 통신개발연구원에서 수행한 통신 학술연구과제의 하나인 지역주민의 생활통신망(경북대학교 노영수 교수)의 부분을 발췌하여 실은 글이다.>