

충북 지역 노인 소비자의 소비자 정보화 교육 방안 : 지역사회 주민을 위한 충북의 정보화 교육과의 연계*

A Proposal on the Elderly Consumer's Consumer Informationization Education in Chung-buk Province: Connection with the Informationization Education for the Community by Chung-buk Province*

서원대학교 가족환경학과
교수 심영

Dept. of Family Resource Studies, Seowon University
Professor : Young Shim

◀ 목 차 ▶

- | | |
|------------|---------------|
| I. 서론 | IV. 분석결과 및 논의 |
| II. 이론적 배경 | V. 결론 및 제언 |
| III. 연구방법 | 참고문헌 |

< Abstract >

The purpose of this study was to suggest the elderly consumer's consumer informationization education connected with the informationization education for the community by Chung-buk province. Three hundred seventy nine elders were surveyed, with questionnaires from August 12 to September 30, 2002, and a hypothetical model of the consumer informationization education on the basis of the informationization education for the suggestion of the elderly consumer's consumer informationization education was tested.

The results were as follows: the perception and the attitude on the informationization education of the elderly were, with a statistical significance, positively related to the perception and the attitude on the consumer informationization education of the elderly. The consumer informationization education (basis, application, attendance, and mission) on the basis of the informationization education (basis and application) in steps was supported as a suggestion for the elderly consumer's consumer informationization education.

주제어(Key Words): 노인 소비자(elderly consumer), 소비자 정보화 교육(consumer informationization education), 정보화 교육(informationization education)

Corresponding Author: Young Shim, Department of Family Resource Studies, Seowon University, 231 Mochung-dong, Heungduk-gu, Cheongju, Chungcheongbuk-do, 361-742, Korea Tel: 82-43-299-8764 Fax: 82-43-299-8760 E-mail: syoung@seowon.ac.kr

* 본 논문은 2001년도 한국학술진흥재단 연구비(KRF-2001-002-D00353)에 의해 수행되었음.

I. 서론

정보사회에서는 컴퓨터와 통신기술에 대한 소비자의 활용 능력에 따라 소비자 정보의 심각한 부익부 빈익빈 현상, 즉 소비자간의 정보 불평등이 나타날 것으로 전망된다. 이는 결과적으로 정보통신기술을 일상 소비생활에 활용하게 되는 소비자들에 비해 그렇지 못한 소비자들은 정보 획득의 부족으로 인해 효율적 소비생활 영위에 뒤질 수밖에 없게 될 것이다. 특히, 정보의 홍수 속에서 유용한 정보를 획득하는 기술활용 능력은 정보사회에서 필수적인 소비생활 요소라 하겠다. 그러나 지금까지 시행되어온 정보화 교육의 내용들을 살펴보면 단순한 기능적, 기술적 보급 정도에 지나지 않아 소비자로 하여금 소비생활에 실제로 정보통신기술을 활용할 수 있도록 하는 소비자 정보화 교육은 미비하다 할 수 있다. 따라서 소비자가 변화하고 있는 정보 환경에 대응하기 위하여 정보통신기술을 올바르게 사용함으로써 소비자 복지수준을 증진시킬 수 있는 소비자 중심의 소비자 정보화 교육이 필요하다(이기춘, 1999; 김기욱·김난도·이승신, 2000).

이러한 정보화의 시대적 변화와 더불어 간과할 수 없는 하나의 사회인구학적 변화는 소위 취약한 소비자 계층으로 불리어지고 있는 노인 소비자의 증가 현상이다. 노인 소비자는 정보사회 이전의 산업사회에서도 우리 사회의 중요한 소비자로 인식되 기보다는 소외된 소비자, 잊혀진 소비자로 인식되어 왔다(장명화, 1993). 결과적으로 컴퓨터를 포함하는 정보통신기술을 접할 기회가 적은 노인 소비자들은 정보사회에서 정보 획득의 어려움으로 인해 다른 연령계층의 소비자들에 비해 산업사회에서 보다도 더욱 소외된, 취약한 소비자로 존재할 수밖에 없는 것이 현실이다. 따라서 정보사회에서 더욱 취약할 수밖에 없는 노인 계층의 증가는 노인복지 차원 뿐 아니라 지역사회의 다른 연령계층간의 균형적 복지를 고려해 볼 때 이들에 대한 소비자 정보화 교육의 필요성을 강조한다. 2000년대는 우리 나라도 고령사회(aging society)로의 진입이 예상되며, 특히 충청북도 지역은 지역적으로 볼 때 노인 계층이 평균

9.1%로 타 지역(평균 7.3%)에 비해서 높을 뿐 아니라 노인인구의 이동이 매우 안정된 상태이다(통계청, 2000; 김기훈, 2001). 이에 충청북도 지역의 노인 소비자의 소비자 정보화 교육이 필요하다.

소비자 정보화 교육은 정보통신기술의 기능적 측면을 토대로 이루어진다(배운정, 1999; 이기춘, 1999; 김영신·이희숙·유두련·이은희·김상욱, 2002)는 점과 노인 소비자를 대상으로 한 소비자 정보화 교육이 활성화되기 위해서는 평생교육 관련 시설 또는 각 지방자치단체, 특히 주민자치센터 같은 곳에서 노인 소비자를 위한 소비자 정보화 교육을 실시하는 것이 바람직하다(서정희, 1999)는 점을 고려해 볼 때, 현재 충청북도에서 도민을 대상으로 실시하고 있는 정보화 교육(충청북도 도청, 2001)은 노인 소비자의 소비자 정보화 교육을 위한 교육의 장으로서 의미가 있을 것으로 생각된다.

이에 본 연구에서는 현재 지역사회 주민들을 대상으로 실시하고 있는 충청북도 정보화 교육과 연계하여 충청북도 지역의 노인 소비자를 위한 소비자 정보화 교육실시를 위한 방안을 모색하고자 한다. 이러한 연구결과는 다음과 같은 두가지 점에서 기여할 것이다. 첫째, 노인 소비자의 정보화 및 소비자 정보화 교육에 대한 효과적인 교육프로그램과 교육방법에 대한 학문적·교육적 자료를 제공할 것이다. 이는 결과적으로 노인 소비자들로 하여금 더 이상 소외된, 취약한 정보자 및 소비자가 아닌 효율적인 소비생활 영위를 가능하게 하는 효과를 가져올 것이다. 나아가 노인 계층으로 하여금 소외된, 취약한 노인이라는 한계에서 벗어나 변화하는 지역사회에서 더 이상 정보의 열등자, 취약한 소비자가 아닌 다른 연령계층의 정보 이용 도민들과 함께 공존케 함으로서 충청북도 도민 전체의 균형적 삶의 질 향상 효과를 가져올 것이다. 둘째, 충청북도의 정보화 교육과 노인 소비자의 소비자 정보화 교육의 연계 활용 방안의 모색은 결과적으로 개별적인 노력에 의한 자원의 중복 사용을 방지하고 충청북도 지역사회의 인적·물적·재정적 자원의 효율적인 협력 사용을 가능하게 함으로서 충청북도 지역사회에 도움을 줄 것이다.

II. 이론적 배경

여기에서는 정보사회와 노인 소비자, 정보사회와 소비자 교육, 그리고 정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 연계 가능성을 시사하는 문헌을 중심으로 살펴보았다.

1. 정보사회와 노인 소비자

1) 정보사회에서의 노인 소비자

정보사회에서의 정보통신기술의 발달과 정보화 촉진은 인간의 삶의 질 향상을 가능케 하지만, 반면에 정보격차 문제를 발생시킴으로서 오히려 사회적 불평등을 심화시키고 사회적 약자로 하여금 더욱 불리한 위치에 처하게 할 수 있다(최홍석, 2000; 손연기·유지열, 2001). 노인 소비자는 신체적 노화와 병고, 무역할·무위로 인한 심리적·정서적 고독감, 경제적 빈곤(박승위·박석돈·홍상욱·김상현·김규원·박성용, 1997; 송순영, 2000)을 겪으며, 사회적으로 필요한 정보 지식 및 기술 부족 등으로 인해 정보사회에서 사회적 약자로 존재하며 다양한 측면에서 불리한 위치에 처하게 된다. 우리 나라 연령별 인터넷 이용률을 보면, 연령별 디지털 정보격차 현상은 정보사회에서의 세대 갈등 문제를 유발할 소지를 지닌다(통계청, 2001; 김영신·이희숙·유두련·이은희·김상욱, 2002). 이처럼 노인은 사회적, 신체적으로 가장 취약한 정보화 계층을 대표하고 있다(교육인적자원부·한국교육학술정보원, 2002). 따라서 변화하는 정보사회에서 노인 소비자를 대상으로 적절한 정보화 능력을 위한 정보화 교육이 요구된다.

노인 소비자를 대상으로 한 정보화 교육은 다음과 같은 측면에서 의미가 있다(최홍석, 2000; 손연기·유지열, 2001). 첫째, 생산경제 측면으로 정보통신기술을 적용하여 육체적 근력을 요하지 않는 새로운 일자리 창출은 자연노화와 더불어 사회에서 점차 배제되는 연령적 한계를 탈피하여 노인 소비자에게 새로운 일거리를 제공함으로써 노인 소비자의 경제적 조건을 향상시킬 수 있다(손연기, 1998;

손연기·김강민, 1998; 손연기·유지열, 2001) 둘째, 소비경제 측면으로 노인 소비자는 번잡하고 먼 거리의 시장이나 백화점에 직접 방문하지 않고도 인터넷의 정보기술을 활용하여 필요한 상품에 대한 정보를 가지고 전자상거래를 통해 손쉽게 상품을 구입할 수 있다(김영신·이희숙·유두련·이은희·김상욱, 2002). 셋째, 인터넷을 통한 네트워크 생활화는 여가생활을 가능케 하며, 사회적 접촉 약화나 결여로 인한 정서적·심리적 고립감이나 소외감의 문제를 해결할 수 있다. 넷째, 정보통신기술은 시간과 공간의 제약을 초월하여 노인 소비자가 필요로 하는 일상생활 및 교양, 노인건강, 노인복지 등에 관한 유용한 정보 제공과 인터넷에 의한 의사소통, 정보 교환 및 학습 등 노인복지서비스 제공에 이용 가능하다(손연기·유지열, 2001).

2) 충청북도 정보화 교육과 노인 소비자

1999년이래 충청북도는 전국에서 “인터넷 가장 잘 쓰는 도”로 육성하기 위해 도민 누구나 인터넷을 이용할 수 있도록 정보활용 능력 증진을 위한 정보화 교육을 실시하고 있다. 이러한 목표를 기반으로 충청북도는 도내의 노인 계층을 대상으로 도청과 기타 유관기관을 통해 실제적인 정보화 교육을 시도하고 있다(<http://www.cb21.net/internet>). 1999년부터 2001년 현재까지 충청북도 도민 전체를 대상으로 충청북도 도청에서 운영하고 있는 열린정보화 교육장의 이용 현황에 의하면, 60대 이상의 도민 이용이 1999년 약 5.0%에서 2000년 약 8.0%, 2001년 약 10.9% 정도로 계속 증가하고 있다(충청북도청, 2001 & 2002). 이외에도 정보화의 저변확대 및 정보이용의 생활화 촉진을 목표로 정보통신부는 특히, 젊은층과 노년층간의 세대간 정보격차를 최소화한다는 방침하에 산하기관인 우체국 정보교육센터와 한국정보문화센터를 통해 노인을 대상으로 한 정보화 교육이 각 지역 민간기관에서 이루어질 수 있도록 노인 정보화 교육을 위한 재정적인 자원을 지원하고 있다. 또한 55세 이상의 노인층을 대상으로 한 실버넷 운동은 민간단체인 실버넷 운동본부의 지원으로 각 지역대학의 평생교육원이나 사회교

육원을 통해 무료 인터넷 교육을 실시하고 있다(충청북도 서부종합사회복지관, 2002).

정보화 교육기관의 정보화 교육 내용은 크게 기초와 활용의 2단계로 구분하여 단계별로 실시하고 있다. 정보화 기초교육은 컴퓨터에 대한 일반상식(컴퓨터란 무엇인가? 컴퓨터의 종류 및 구성, 컴퓨터 켜고 끄기, 컴퓨터 다루는 방법), 윈도우 98사용하기(윈도우 98, 파일과 폴더, 윈도우 98 메뉴 알기, 윈도우 탐색기)를 포함하며, 정보화 활용교육은 인터넷의 이해와 활용(인터넷의 개요, 인터넷 익스플로러 다루기), 인터넷 응용(이메일 사용하기, 인터넷 쇼핑, 인터넷에서 도서 구입하기, 인터넷 tv보기·전화걸기·게임하기, 채팅, 게시판에 글 올리기, 인터넷 홈페이지 만들기)을 포함한다(<http://www.silvemet.ne.kr/main1.htm>).

2. 정보사회와 소비자 교육

정보사회의 소비생활 환경은 디지털 시장경제 및 전자상거래의 등장 등으로 인해 크게 변화하고 있다(배운영, 2001). 또한 정보처리 기술이 고도로 발달한 정보사회에서는 다량의 그리고 다양한 질의 정보가 모든 소비자들에게 개방되어 있어 정보통신기술에 대한 무지 및 활용능력의 부족은 정보 불평등과 정보 과잉의 문제를 수반한다(이기춘, 1999). 정보 불평등의 문제는 소비자들간의 정보격차로, 김기옥(2000)은 소비자의 정보격차 문제에 대한 탐색적 연구를 통해 정보사회를 살아가는데 필요한 소비자 능력은 정보화 수준이라는 새로운 변수에 따라 차이가 있음을 지적하였다. 정보 과잉의 문제는 수많은 정보가 매일 매순간 쏟아지는 정보사회에서 소비자 자신에게 유익한 정보를 지닌 적절한 내용을 소비자 스스로 선별하여 선택할 수 있는가의 문제이다. 이처럼 소비자의 정보통신기술 활용능력은 소비자 정보획득과 소비자 생활방편 측면에서 모두 직접적으로 관련되어서 정보통신기술을 배제한 일상생활 및 소비생활은 제약이 따를 수밖에 없다(김기옥, 1999; 배운정, 1999). 이러한 변화에 소비자가 잘 적응하여 정보화의 혜택을 누릴 수 있기 위해서는 소비자 중

심의 정보지원체계(information network)의 개발과 함께 소비자가 자신에게 적합한 소비자 정보를 자유로이 선택·활용할 수 있도록 하는 정보통신기술 측면에서의 소비자 교육이 절실히 필요하다(김기옥, 1999; 배운정, 1999).

소비자 능력은 소비자로서 그 역할을 현명하고 효율적으로 수행하기 위해 필요한 소비자 지식, 소비자 태도, 소비자 기능을 포괄하는 개념(서정희, 1999; 송순영, 2001)으로, 소비자 정보 및 교육을 그 바탕으로 한다. 이러한 맥락에서 정보사회에서의 소비자 능력은 소비자 정보 및 교육의 수단으로 활용되는 정보통신기술에 대한 소비자의 정확한 이해 및 태도와 정보사회의 중요한 재화로 인식되는 정보와 지식을 전략적으로 생성, 획득, 배분, 적용하는 소비자의 정보통신기술 활용능력에 의해 영향을 받는다. 따라서 정보사회에서의 소비자 교육은 정보사회가 소비자의 소비생활에 가져올 새로운 소비생활 및 정보 환경에 적응할 수 있도록 소비자로서 갖추어야 할 지식, 태도 및 그 활용에 관한 교육 내용을 다루어 줌으로서 소비자가 주체적으로 판단하고 선택할 수 있도록 학습해야 한다(이기춘, 1999; 김기옥·김난도·이승신, 2000). 나아가 정보사회에서의 소비자 교육은 산업사회에서의 소비자 교육 목표와 같이 소비자 개인과 사회의 삶의 질 향상을 위하여 책임있는 행동과 사회 변화에 적절하게 대처할 수 있는 능력을 지닌 자립적인 소비자 시민으로서 21세기 정보사회에서의 소비자 주권 실현에 기여할 수 있는 소비자 교육 내용을 다루어주어야 한다(서정희, 1999).

소비자 정보화 교육은 소비자로서 바로 이러한 능력을 습득하도록 하는 소비자 교육이다. 즉, 소비자 정보화 교육은 소비자 개인이 정보통신기술에 의한 소비자 정보 및 교육 내용을 효율적으로 검색, 이해, 활용할 수 있는 능력을 학습하는 것이다. 한편 소비자 교육이 소비자 주권 실현에 기여하기 위해서는 단순한 학습으로 그치는 것이 아니라 소비자 자신의 적극적인 소비자 정보화 교육에의 참여와 교육된 내용의 실천, 나아가 다른 소비자에게 자신이 받은 소비자 교육 내용을 적극적으로 전달하고

영향을 주어야 한다. 즉, 소비자 교육에 참가하는 소비자는 자신이 받은 소비자 교육 내용을 소비자 교육에 참여하지 않은 비참여 소비자에게 전달하고 영향을 미치는 소비자 교육 전도사(혹은 영향자)의 역할을 수행할 수 있도록 함으로서 비참여 소비자의 의식과 행동을 함께 변화시킬 수 있어야 한다(서정희, 1998). 이를 위해서는 소비자 정보화 교육을 직접 받기 어렵거나 받기를 거부하는 다른 소비자에게 효율적으로 전달할 수 있는 능력을 개발하는 내용을 소비자 정보화 교육 내용에 포함할 필요가 있다. 이러한 맥락에서 본 연구는 소비자 정보화 교육은 소비자 개인의 정보통신기술 활용에 의한 소비자 능력 함양 뿐 아니라 소비자 정보화 교육의 주체로서 직접 참여하고 타인에게 전도하는 내용을 포함한다. 따라서 소비자 정보화 교육은 기초, 활용, 참여, 전도의 4단계로 구성한다.

3. 노인 소비자의 정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 연계

노인 소비자의 정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 연계 가능성은 다음과 같은 세 가지 점에서 살펴본다.

첫째는 소비자 교육 내용의 측면으로, 정보사회를 살아가는 소비자가 구매의사결정 및 재무관리 등 소비자로서 권리와 책임을 수행하고자 할 때 정보 기술 및 인터넷에 대한 이해가 기본적으로 되어야 한다(이해임, 1996; 김기욱, 1999; 배윤정, 1999). 즉, 정보사회의 소비자라면 정보사회에서 필요로 하는 지식과 기술을 습득하여야 하는 것으로 인터넷 거래 이용법이나 인터넷 정보 활용법 등이 그 예이다. 따라서 정보사회에서 소비자가 소비생활에 효과적으로 적응하고 대처하기 위한 컴퓨터·인터넷 기술 및 정보활용 등을 소비자 교육에서 다루어야 한다(배윤정, 1999). 결론적으로 소비자 교육에서 다루어야 할 정보기술 측면은 정보화 교육의 내용으로, 따라서 정보화 교육은 본 연구에서 의도하는 소비자 정보화 교육의 토대로서의 역할을 한다.

둘째는 교육환경 변화의 측면으로, 정보사회에서

소비자를 둘러싼 시장경제 및 교육환경 변화는 online 소비자 교육의 필요성과 가능성을 제시한다(Steffens, 2000; 서정희, 1999; 이기춘·이승신, 2000; 배순영, 2001; 배순영·이기춘, 2001; 이은희, 2001). 전자상거래 등장 등 디지털 경제로의 시장경제 환경의 변화는 소비자의 소비행위를 더욱 복잡하게 만들고 소비자에게 새로운 지식과 관련된 소비자 교육을 요구하며 기존 offline에 의한 소비자 교육의 양적 및 질적 한계를 야기한다. 한편 정보사회를 이끌어갈 새로운 교육 패러다임은 인터넷을 교육의 도구로 사용하는 online 교육으로, 소비자 교육에 대한 접근 방식도 인터넷을 사용한 online 교육 방식을 요구한다. 이에 online 소비자 교육은 기존 offline 소비자 교육의 양적 및 질적 한계를 극복하는 방안으로 활용 가능하다. 노인 소비자가 정보시대에 부합되는 소비자 능력을 수행하기 위해서는 디지털에 의한 지식 및 정보 수집, 활용이 요구되며 이를 위해서는 offline에 의한 소비자 교육 뿐 아니라 online에 의한 자발적인 소비자 교육이 실시되기 위한 노인 소비자의 정보환경이 구축되어야 한다. 이러한 교육환경의 변화는 정보화 교육에 의한 정보통신기술의 활용과 더불어 online 소비자 교육의 필요성과 가능성을 제시한다.

셋째는 교육자원 활용의 측면으로, 사회소비자 교육을 수행하는 소비자 단체는 재정적으로 매우 취약하다(서정희, 1999). 이러한 현실적 문제는 노인 소비자에 대한 소비자 정보화 교육을 시행하기 위한 물적, 인적 자원 부족을 초래하며, 따라서 소비자 정보화 교육을 노인 소비자에게 현실적인 측면에서 효과적으로 전달할 수 있는 체제 구축이 필요하다. 이에 대한 방안으로 기존의 지역사회 정보망을 활용하는 것이다. 우리나라는 1995년 8월 제정된 정보화 촉진 기본법을 토대로 지역정보화를 실시하고 있다(강명구, 1996). 지역정보화는 단위 지역내 정보통신 기반 시설을 조성하고 다양한 정보통신네트워크를 구축하여 활용하는 지역단위의 정보화이다. 또한 현재 우리나라의 정보공간접근 제공 및 정보화 교육을 전개하는 정보 단체들은 정보공간에 대한 낮은 인식, 정보기술에 대한 능력부족 및 나아가 재

정적으로 취약한 사회 단체들의 정보공간 활용 지원을 목표로 하고 있다. 이러한 점에 비추어 노인 소비자의 소비자 정보화 교육을 수행해야 할 소비자 단체는 정보 단체와 연계하여 이러한 지역단위의 정보공간을 활용함으로써 현실적인 문제해결이 가능할 것이다. 결론적으로 정보화 교육과 소비자 정보화 교육을 연계하는 것은 교육자원의 효율적 사용 가능성을 보여준다.

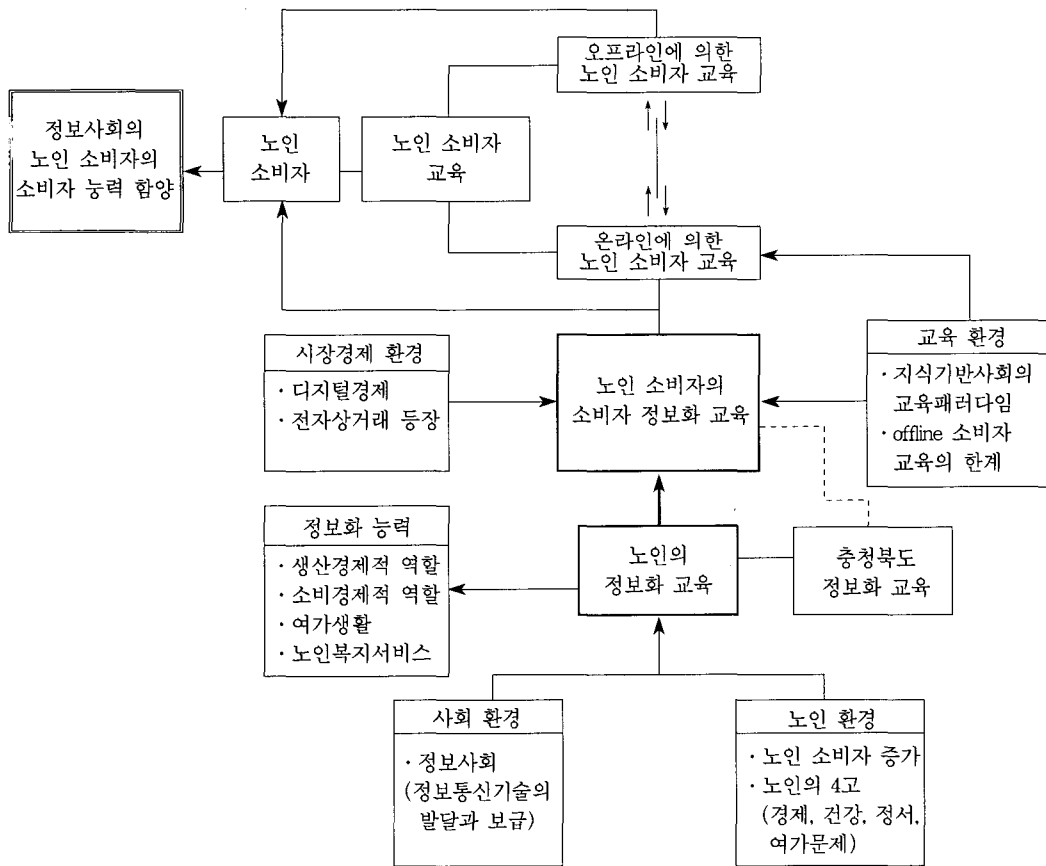
이상의 이론적 고찰을 토대로 정보사회에서의 노인 소비자의 소비자 능력을 함양하기 위한 소비자 교육을 모형화하면 <그림 1>과 같다. <그림 1>의 모형에서 본 연구의 목적은 정보화 교육과 연계한 노

인 소비자의 소비자 정보화 교육 방안(진한 선과 음영부분)으로, 이를 위한 가설적 연구모형은 <그림 2>와 같다.

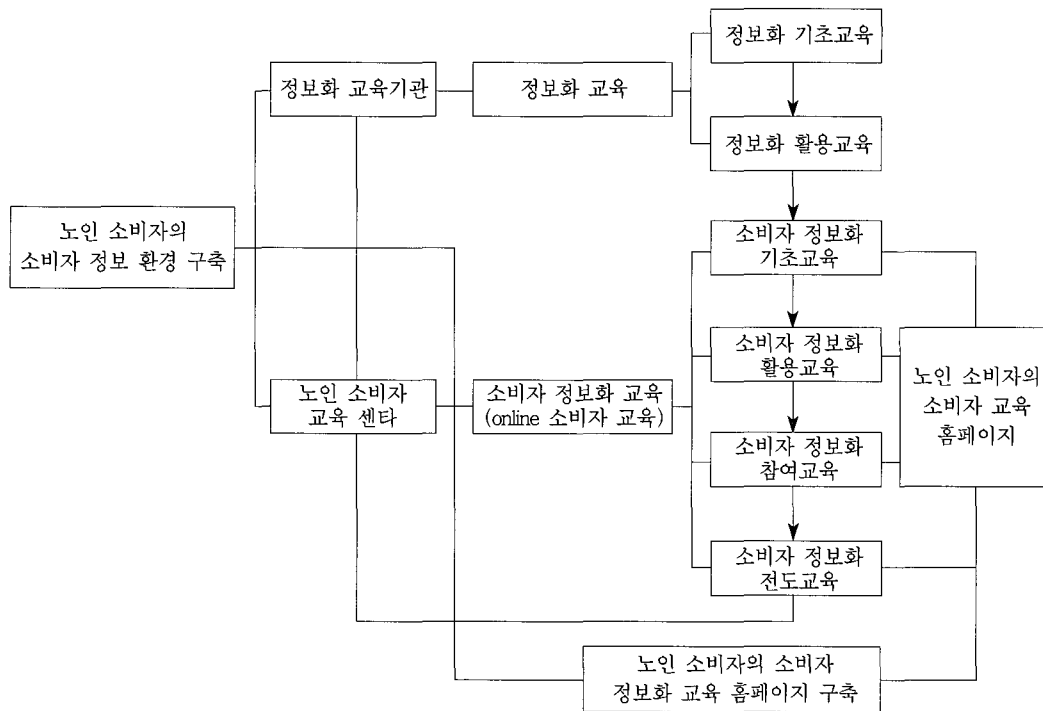
III. 연구방법

1. 가설적 연구모형

정보사회에 부응하기 위한 노인 소비자의 소비자 정보 환경(소비자 정보 및 교육 제공) 구축은 노인 소비자에 대한 정보화 교육을 토대로 한 소비자 정



<그림 1> 정보사회에서의 노인 소비자를 위한 소비자 교육 모형



<그림 2> 노인 소비자의 정보화 교육과 소비자 정보화 교육 연계의 연구모형

보화 교육의 연계로 가능하다. 일반적으로 정보통신 기술의 기능적 측면에 초점을 둔 정보화 교육은 합리적인 소비생활 영위에 초점을 둔 소비자 교육의 관점에서 그 한계를 갖는 반면에 기존의 소비자 교육은 정보통신기술을 요구하는 정보환경에의 접근 및 정보획득의 관점에서 그 한계를 갖는다. 따라서 소비자 정보화 교육과의 연계는 정보화 교육 자체의 효율성을 높일 뿐 아니라 정보사회에서 노인 소비자를 위한 실질적인 소비자 정보 및 교육 환경 제공에 기여할 것이다.

가설적 연구모형은 첫째, 정보사회에 부응하는 노인 소비자의 소비자 능력 함양을 위한 소비자 교육 이어야 하며, 둘째, 지역사회 자원을 효율적으로 사용하도록 한다는 기본 원칙과 이론적 배경에서 고찰되어진 다음의 점들을 토대로 설정하였다. 첫째, 현재 충청북도의 정보화 교육은 기초교육과 활용교육의 단계별 교육으로 시행되고 있다. 둘째, 소비자

정보화 교육은 정보화 교육의 학습내용인 정보통신 기술을 그 배경으로 한다. 셋째, 소비자 정보 및 교육 제공은 online으로 가능하다. 이에 가설적 연구모형은 소비자 정보화 교육은 기초 및 활용의 정보화 교육을 기반으로 하여 그 다음 상위단계로서 소비자 정보화 기초교육, 활용교육, 참여교육, 그리고 전도교육의 단계별 교육으로 이루어진다. 이러한 소비자 정보화 교육은 노인 소비자 교육 센터에 의해 추진하되, online 상에서의 노인 소비자의 적극적인 참여와 상호 정보 교류는 소비자 교육의 효과를 크게 제고시킬 수 있으므로 노인 소비자의 소비자 정보화 교육을 위한 단독 홈페이지가 구축되어야 한다. 이러한 정보화 교육과 소비자 정보화 교육 연계의 가설적 연구모형을 검증하고, 노인 소비자의 소비자 정보화 교육 방안을 모색하고자 연구문제를 설정하고 실증분석을 실시하였다.

2. 연구문제

연구문제 1. 노인 소비자의 정보화 교육을 알아본다.

- 1.1 노인 소비자의 정보화 교육 정도를 알아본다
- 1.2 노인 소비자의 정보화 교육에 대한 인식을 알아본다.

연구문제 2. 노인 소비자의 소비자 정보화 교육 필요성을 알아본다.

- 2.1 노인 소비자의 소비자 정보화 교육에 대한 인식을 알아본다.
- 2.2 노인 소비자의 온라인 소비자 교육 요구를 알아본다.
- 2.3 노인 소비자의 소비생활 관련 인터넷 사이트 이용을 알아본다.

연구문제 3. 노인 소비자의 소비자 정보화 교육 방안을 모색한다.

- 3.1 노인 소비자의 정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 연계 가능성을 알아본다.
- 3.2 노인 소비자의 정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 연계 방안을 검증한다.
- 3.3 노인 소비자의 소비자 정보화 교육 방안을 모색한다.

3. 연구방법

1) 조사대상 및 자료수집

본 연구의 연구대상은 충청북도 지역에 거주하는 55세 이상 노인 소비자¹⁾이다.

본 연구의 실증분석 자료는 설문지에 의한 조사 자료이다. 조사도구인 설문지는 관련 문헌과 예비조사 결과를 참고로 작성하였다. 1차 예비조사는 관련 문헌을 토대로 설문을 구성하여 정보화 교육 담당자 10명과 정보화 교육을 받으신 노인 소비자 12명을 대상으로 6월 17일부터 6월 29일까지 탐색적 조사방식으로 실시하였다. 2차 예비조사는 1차 예비조사 결과를 토대로 소비자학 전공 교수와 설문검토 후 수정·보완하여 2002년 7월 31일 정보화 교육을 받으신 노인 소비자와 정보화 교육을 받지 않으신 노인 소비자 각각 10명씩 20명을 대상으로 실시하였

다. 2차 예비조사 결과를 토대로 본 조사를 위한 설문지를 구성하였다. 본 조사는 정보화 교육을 받으신 노인 소비자와 정보화 교육을 받지 않으신 노인 소비자 각각 200명씩 총 400명을 대상으로 훈련된 조사원 10명이 1대 1의 개별면접 방식으로 2002년 8월 12일부터 9월 30일까지 실시하였다. 설문조사 결과, 부적합한 것으로 판정되는 설문지를 제외한 후 379부를 최종 분석에 사용하였다.

설문 내용은 크게 노인 소비자의 일반적 특성 영역, 정보화 교육 영역, 소비자 정보화 교육 영역으로 구분하였다. 일반적 특성은 노인 소비자의 사회인구학적 특성에 관한 문항으로 구성하였다. 정보화 교육 영역은 노인 소비자의 정보화 교육 정도(정보화 교육경험과 컴퓨터 사용정도), 정보화 교육에 대한 인식(정보화 교육 목적의 이해, 일상생활에 대한 정보화 교육의 영향, 정보화 교육 후의 변화), 그리고 정보화 교육의 지속화와 정보화 교육의 참여의향에 관한 문항으로 구성되었다. 소비자 정보화 교육 영역은 노인 소비자의 소비자 정보화 교육에 대한 인식(소비생활에 대한 소비자 정보화 교육의 영향, 소비자 능력에 미치는 소비자 정보화 교육의 영향), online 소비자 교육 요구, 소비생활 관련 인터넷 사이트 이용(소비생활 관련 인터넷 사이트 인지, 사용 여부 및 사용치 않는 이유, 교육 후의 사용의사, 노인 소비자의 단독 인터넷 사이트의 필요성), 소비자 정보화 교육의 단계별 교육(필요성, 참여의사, 참여 교육단계), 소비자 정보화 교육의 장애요인(정보화 교육 장애요인, 교육여건 요구), 그리고 노인 소비자 교육 센터의 필요성 및 참여의사 문항으로 구성되었다. 각 문항은 선다형이나 5점 likert 척도로 측정

1) 우리나라의 노인복지법은 만 65세를 노인으로 규정하고 있으나 고령자 고용촉진법은 55세를 노인의 기준 연령으로 규정하고 있고 우리나라 기업인의 정년(이해임, 1996)이 55세이다. 인구통계학적 특성에 따른 컴퓨터와 인터넷 이용률을 살펴보면 50세 이상에서 그 이용률이 현격히 감소하고 있음(정보통신부, 2001)을 볼 때, 앞으로 노년기의 합리적인 소비생활 영위를 위한 소비자 정보화 교육의 차원에서 노인 소비자의 소비자 정보화 교육의 필요성이 부각된다.

하였고, 5점 likert 척도는 점수가 작을수록 문항에 대해 긍정적인 것으로 간주하였다. 소비자 정보화 교육의 단계별 교육은 컴퓨터에 대한 기초교육(정보화 기초교육), 컴퓨터에 대한 활용교육(정보화 활용교육)을 포함하여, 소비자 정보 및 교육을 위한 컴퓨터 기초교육(소비자 정보화 기초교육), 소비자 정보 및 교육을 위한 컴퓨터 활용교육(소비자 정보화 활용교육), 소비자 자신이 알고 있는 소비자 정보 및 교육 내용을 인터넷을 통해 타인에게 제공 및 의견을 제시하는 등 참여하기 위한 컴퓨터 교육(소비자 정보화 참여교육), 소비자 정보화 교육의 영향자로서 다른 노인 소비자들에게 인터넷을 통해 알리고자 하는 소비자 정보 및 교육 내용을 직접 만들고 제공하며 교육할 수 있는 컴퓨터 교육으로 참여교육보다 더 적극적인 교육(소비자 정보화 전도교육)의 6단계로 구성하였다.

2) 자료의 분석방법

분석을 위한 통계방법으로 조사대상 노인 소비자의 일반적 특성 영역과 연구문제 1은 빈도, 백분율, 평균, 표준편차를 사용하여 분석하였다. 연구문제 1은 노인 소비자가 정보화 교육에 어느 정도 노출되어 있으며, 정보화 교육을 얼마나 이해하고 있는가를 알아보기 위한 것으로, 정보화 교육 정도와 정보화 교육에 대한 인식을 분석하였다. 연구문제 2는 소비자 정보화 교육이 노인 소비자의 소비생활과 소비자 능력에 미치는 영향을 파악함으로써 소비자 정보화 교육의 필요성을 알아보기 위한 것으로, 빈도, 백분율, 평균, 표준편차, 상관분석을 사용하여 노인 소비자의 소비자 정보화 교육에 대한 인식, online 소비자 교육 요구, 소비생활 관련 인터넷 사이트 이용을 분석하였다. 연구문제 3.1은 정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 연계 가능성을 알아보기 위한 것으로, χ^2 검증, 일원분산분석을 사용하여 정보화 교육 정도 및 정보화 교육에 대한 인식과 소비자 정보화 교육에 대한 인식의 관련성을 분석하였다. 연구문제 3.2의 연계 방안을 검증하기 위해 빈도, 백분율, 평균, 표준편차를 사용하여 단계별 교

육, 노인 소비자 교육 센터의 필요성과 교육 참여의사, 정보화 교육의 장애요인 및 교육여건 요구를 분석하였다. 또한 노인 소비자의 성별, 연령별, 교육수준별, 월평균 용돈별 단계별 교육 차이를 알아보기 위해 t검증과 일원분산분석, 그리고 참여 교육단계에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위해 회귀분석을 실시하였다. 이상의 모든 분석은 spss/pc+ 통계 프로그램을 이용하였다.

4. 조사대상 노인 소비자의 일반적 특성

조사대상 노인 소비자의 일반적 특성을 살펴보면, 성별은 조사대상 노인 소비자의 52.0%가 남성, 48.0%가 여성이었다. 조사대상 노인 소비자의 평균 연령은 66.49세로 비교적 연령이 낮은 경향을 보였고, 연령별 분포를 살펴보면 66세~70세 노인 소비자가 29.0%로 가장 많았으며 그 다음으로 71세 이상 노인 소비자 26.4%의 순이었다. 교육수준은 조사대상 노인 소비자의 27.4%가 고등학교 졸업으로 가장 많았으며, 24.5%가 대학교 이상으로 나타나, 비

〈표 1〉 조사대상 노인 소비자의 일반적 특성

특성		빈도	백분율
성별	남	197	52.0
	여	182	48.0
교육 수준	무학	28	7.4
	초등졸	101	26.6
	중졸	53	14.0
	고졸	104	27.4
	대학교 이상	93	24.5
연령	55세~60세	91	24.0
	61세~65세	78	20.6
	66세~70세	110	29.0
	71세 이상	100	26.4
	평균 (표준편차)	66.49 (6.99)	
월평균 용돈규모	20만원 이하	141	37.2
	21~40만원	85	22.4
	41~60만원	80	21.1
	61만원 이상	73	19.3
	평균 (표준편차)	454,155.7 (469674.78)	

교적 학력이 높았다. 본 연구 조사대상 노인 소비자의 비교적 낮은 평균 연령과 높은 학력은 연령이 낮으며 교육수준이 어느 정도 있는 노인 소비자가 정보화 교육을 받는 일반적 경향과 더불어 본 연구 조사대상의 약 50% 정도가 정보화 교육 경험이 있는 노인 소비자로 구성되었기 때문이다. 조사대상 노인 소비자의 월평균 용돈은 454,155.7원이었고, 월평균 용돈규모별 분포를 살펴보면 월평균 20만원 이하가 조사대상 노인 소비자의 37.2%로 가장 많았

고 그 다음으로 21만원~40만원 22.4%의 순이었다.

IV. 분석결과 및 논의

1. 노인 소비자와 정보화 교육

〈표 2〉는 조사대상 노인 소비자의 정보화 교육 정도와 정보화 교육에 대한 인식을 분석한 결과가

〈표 2〉 노인 소비자와 정보화 교육

		구분	빈도	백분율	평균(표준편차)
교육 정도	정보화 교육경험	정보화 교육 불참여	196	51.7	•
		정보화 기초교육 참여	146	38.5	
		정보화 활용교육 참여	37	9.8	
컴퓨터 사용정도	컴퓨터 사용정도	컴퓨터 사용 불가능	171	48.2	•
		컴퓨터 기초사용	146	41.2	
		컴퓨터 활용사용	37	10.5	
교육 에 대 한 인 식	정보화 교육 목적 ¹⁾ 의 이해	전반적인 이해			2.19 (.67)
		지식정보사회의 대처능력배양			1.97 (.74)
		창조적 산업인력			2.51 (.82)
		함께하는 정보문화 창달			2.05 (.88)
일상생활에 대한 영향 ²⁾	일상생활에 대한 영향 ²⁾	일상생활을 매우 편리하고 유용하게 함	297	78.4	•
		일상생활은 편리해 지겠지만, 상대적으로 불평등 심화	20	5.3	
		일상생활을 오히려 더 어렵게 할 것임	4	1.1	
		별로 영향을 미치지 않을 것임	39	10.3	
		모르겠음	19	5.0	
정보화 교육 후의 변화 ³⁾	정보화 교육 후의 변화 ³⁾	전반적인 변화			2.46 (.73)
		경제적 측면의 변화			2.83 (.98)
		건강 측면의 변화			2.33 (.92)
		정서적 측면의 변화			2.30 (.83)

- 1) 정보화 교육의 목적은 교육인적자원부와 한국교육학술정보원(2002)에 의해 명시된 것으로 지식정보사회의 대처능력배양, 창조적 산업인력, 그리고 함께하는 정보문화 창달이다. 이러한 정보화 교육의 목적에 대한 이해를 구성하는 문항은 기존의 정보화 관련 문헌과 예비조사를 토대로 구성하였다. 전반적인 이해는 정보화 교육의 지식정보사회의 대처능력배양(3문항), 창조적 산업인력(3문항), 함께하는 문화 창달(2문항)의 점수를 합산한 것으로, 5점(매우 그렇다 1점, 대체로 그렇다 2점, 그저 그렇다 3점, 대체로 그렇지 않다 4점, 매우 그렇지 않다 5점)으로 환산하였음.
- 2) 일상생활에 대한 영향 문항은 손연기·김강민(1998)의 정보화 교육의 영향 척도를 활용한 것임.
- 3) 정보화 교육 후의 변화 문항은 노인 소비자의 3대 문제를 중심으로, 기존의 정보화 관련 문헌과 예비조사를 토대로 구성하였다. 전반적인 변화는 경제적 측면의 변화(3문항), 건강 측면의 변화(2문항), 정서적 측면의 변화(5문항)의 점수를 합산한 것으로, 5점(매우 그렇다 1점, 대체로 그렇다 2점, 그저 그렇다 3점, 대체로 그렇지 않다 4점, 매우 그렇다 5점)으로 환산하였음.

다. 정보화 교육 정도는 정보화 교육경험과 컴퓨터 사용정도를 파악한 것으로, 정보화 교육경험은 조사대상 노인 소비자의 51.7%가 정보화 교육경험이 없었고 48.3%가 정보화 교육경험이 있는 것으로 나타났다. 컴퓨터 사용정도는 조사대상 노인 소비자의 48.3%가 컴퓨터를 전혀 사용하지 못했고, 41.2%가 기초적인 컴퓨터 사용, 10.5%가 활용이 가능한 정도의 컴퓨터 사용으로 나타났다.

정보화 교육에 대한 조사대상 노인 소비자의 인식을 살펴보면, 정보화 교육의 목적에 대한 이해는 평균 2.19점(중간점 3점)으로 대체로 이해하고 있었으며, 특히 지식정보사회의 대처능력배양은 평균 1.97점으로 가장 잘 이해하는 것으로 나타났다. 일상생활에 대한 정보화 교육의 영향은 조사대상 노인 소비자의 78.4%가 정보화 교육은 일상생활을 매우 편리하고 유용하게 한다고, 비교적 긍정적인 인식을 나타내었다. 정보화 교육 후 노인 소비자 자신에게 나타나는 변화에 대한 인식은 전반적으로 대체로 그렇다(평균 2.46점)로 정보화 교육이 노인 소비자에게 대체로 긍정적 영향을 미치는 것으로 인식하며, 그 중 정서적 측면에서의 변화(평균 2.30점)를 가장 크게 인식하는 것으로 나타났다.

(표에는 제시하지 않았지만) 조사대상 노인 소비자의 90.5%가 정보화 교육은 지속적으로 이루어져야 한다고, 정보화 교육에 대한 노인 소비자의 긍정적 태도를 보여주었다. 또한 조사대상 노인 소비자의 76.0%가 앞으로 인터넷으로 정보를 유용하게 활용하기 위하여 정보화 교육에 참여할 의향이 있는 것으로 나타나, 비교적 적극적인 참여태도를 보였다. 이러한 결과는 노인 소비자를 대상으로 한 정보화 교육의 지속 가능성이 높음을 시사한다.

이상의 분석결과에 의하면 비록 노인 소비자의 과반수 정도만이 정보화 교육에 노출되어 있었음에도 불구하고, 정보화 교육에 대해 대체로 긍정적으로 인식하는 것으로 보여진다. 정보화 교육에 대한 노인 소비자의 긍정적 인식이나 의향은 정보화 교육을 실시할 수 있는 핵심적 요인이기 때문에 그 중요성이 있다. 이에 이러한 결과는 앞으로 노인 소비자를 대상으로 한 정보화 교육의 확대 필요성 및

가능성을 시사한다. 또한 정보화 교육 목적 중 특히 지식정보사회의 대처능력배양에 대한 노인 소비자의 이해 정도는 정보사회에서의 소비자로서 노인의 대처능력을 배양하기 위한 소비자 정보화 교육에 대한 이해 및 인식을 높일 수 있는 토대가 되며, 나아가 소비자 정보화 교육과의 연계시 교육의 효율성을 높일 수 있는 토대, 계기가 될 수 있음을 시사한다.

2. 노인 소비자와 소비자 정보화 교육

정보화 교육에 의한 정보통신기술의 응용 측면이 될 수 있는 소비자 정보화 교육의 필요성을 알아보기 위해 분석한 결과는 <표 3>, <표 4>, <표 5>와 같다. 먼저 <표 3>은 노인 소비자의 소비생활 및 소비자 능력에 대한 소비자 정보화 교육의 영향 인식을 분석한 것으로, 조사대상 노인 소비자의 74.1%가 소비자 정보화 교육은 노인 소비자의 소비생활을 매우 편리하고 유용하게 할 것으로 인식하는 것으로 나타났다. 소비자 능력에 대한 소비자 정보화 교육의 영향 인식은 평균 2.13점(중간점 3점)으로 노인 소비자는 소비자 정보화 교육이 소비자 능력을 대체로 향상시킬 수 있을 것으로 인식하였다. 소비자 능력의 하위 영역으로 소비자 지식은 2.10점, 소비자 태도는 2.25점, 소비자 기능은 2.14점으로 나타나, 소비자 지식에 대한 소비자 정보화 교육의 영향 변화를 상대적으로 가장 높이 인식하였다. 이러한 결과는 조사대상 노인 소비자는 소비자 정보화 교육에 대해 비교적 긍정적으로 인식하는 경향을 보여준다. 또한 노인 소비자의 소비자 정보화 교육은 지식정보사회에서의 소비자로서 노인의 대처능력배양에 매우 유용할 것임을 시사한다. 그러나 현재 노인 소비자의 소비자 정보화 교육 욕구는 아직은 잠재적인 상태이며, 소비자 정보화 교육 서비스로 직접 연결되지 못하고 있는 상태이다. 이에 대한 원인은 노인 소비자의 소비자 정보화 교육에 대한 사회적 관심 부족, 노인 소비자 전문 교육기관의 부재, 노인 소비자 교육 전문 프로그램 부족 등을 지적해 볼 수 있다.

<표 3> 노인 소비자의 소비자 정보화 교육에 대한 인식

구분		빈도	백분율	평균(표준편차)
소비생활에 대한 영향 ¹⁾	소비생활을 매우 편리하고 유용하게 함	281	74.1	•
	소비생활은 편리해 지겠지만, 상대적으로 불평등 심화	29	7.7	
	소비생활을 오히려 더 어렵게 만들	5	1.3	
	별로 영향을 미치지 않을 것임	45	11.9	
	모르겠음	19	5.0	
소비자 능력 ²⁾ 에 대한 영향	소비자 능력 변화	•		2.13 (.76)
	소비자 지식 변화			2.10 (.97)
	소비자 태도 변화			2.25 (.83)
	소비자 기능 변화			2.14 (.74)

- 1) 소비생활에 대한 영향 문항은 손연기·김강민(1998)의 일반생활에 대한 정보화 교육의 영향 척도를 응용한 것임.
 2) 소비자 능력은 김기욱(1999)의 척도를 활용하여 소비자 지식(4문항), 소비자 태도(1문항), 소비자 기능(5문항)의 점수를 합산한 것으로, 5점(매우 그렇다 1점, 대체로 그렇다 2점, 그저 그렇다 3점, 대체로 그렇지 않다 4점, 매우 그렇지 않다 5점)으로 환산하였음.

<표 4>는 online 소비자 교육에 대한 노인 소비자의 요구는 어느 정도인가를 분석한 결과이다. 조사 대상 노인 소비자의 전반적 요구는 평균 2.39점(중간점 3점)으로 나타나, online 소비자 교육에 대해 대체로 긍정적인 반응을 보였다. 이러한 노인 소비자의 online 소비자 교육 요구는 소비자 정보화 교육 후 소비자 능력 변화에 대한 노인 소비자의 인식과 통계적으로 유의미한 정적 상관관계를 보이는 것으로 나타났다. 즉, 소비자 정보화 교육이 소비자 능력에 영향을 주는 것으로 인식하는 노인 소비자일수록 online 소비자 교육의 요구가 높음을 알 수 있다.

<표 4> online 소비자 교육에 대한 노인 소비자의 요구¹⁾

		online 소비자 교육의 전반적 요구 평균(표준편차)
		2.39 (.65)
상관계수		
소비자 능력 변화		.673 ***
소비자 지식 변화		.606 ***
소비자 태도 변화		.560 ***
소비자 기능 변화		.631 ***

- 1) 소비생활에 대한 소비자 정보화 교육의 영향에 따른 online 소비자 교육 요구는 통계적으로 유의미한 관련이 없어 표에서 생략함.

*** p < .001

이러한 online 소비자 교육에 대한 노인 소비자의 요구는 노인 소비자의 소비자 정보화 교육의 필요성과 더불어 정보사회에서 노인 소비자를 대상으로 한 online에 의한 소비자 교육의 실현 가능성이 있음을 시사한다. 또한 특히 하위 영역에서 소비자 지식 및 기능 변화와 online 소비자 교육의 전반적 요구의 관계 정도는 소비자 태도 변화와 online 소비자 교육의 전반적 요구와의 관계 정도보다 상대적으로 높았다. 이러한 결과는 소비자 태도 변화에 대한 소비자 교육의 영향이 소비자 지식이나 소비자 기능에 대한 소비자 교육의 영향보다 크다는 일반적인 경향을 감안하여볼 때, online 소비자 교육에 의한 소비자 지식과 소비자 기능의 강화와 더불어 offline에서의 소비자 교육에 의한 소비자 태도 강화가 상호 보완적으로 이루어짐으로서 정보사회에서의 노인 소비자의 소비자 능력의 상승효과를 가져올 수 있을 것임을 시사한다.

<표 5>는 노인 소비자의 소비생활 관련 정보제공 인터넷 사이트 이용을 분석한 결과이다. 먼저 현재 소비생활과 관련한 정보를 제공하는 인터넷 사이트의 존재에 대해 조사대상 노인 소비자의 34.8%가 알고 있었고 24.5%가 들어본 적이 있다고, 조사대상 노인 소비자의 과반수 이상(59.3%)이 소비생활 관련 정보제공 인터넷 사이트가 있음을 알고 있었다.

〈표 5〉 노인 소비자의 소비생활 관련 정보제공 internet site 이용

구분		빈도	백분율
소비생활 관련 인터넷 사이트 인지	잘 알고 있다	38	10.0
	대체로 알고 있다	94	24.8
	들어 본 적은 있다	93	24.5
	대체로 모른다	49	12.9
	전혀 모른다	105	27.7
	평균 (표준편차)	3.23 (1.36)	
이용 여부	예	25	11.2
	아니오	199	88.8
이용치 않는 이유	사용할 줄 잘 모른다	117	58.2
	귀찮기만 하다	11	5.5
	시간적, 경제적으로 낭비가 된다	2	1.0
	별 필요가 없다	62	30.8
	기타	9	4.5
이용의사	예	284	74.9
	아니오	64	16.9
	모르겠음	31	8.2
노인 소비자의 단독 인터넷 사이트 필요성	지금 당장 필요	100	26.4
	앞으로를 생각해서 지금 준비되어야 함	179	47.2
	필요하지만 수효가 크지 않아 실효성 낮음	39	10.3
	아직까지 필요없음	33	8.7
	모르겠음	28	7.4

반면에 인지하고 있는 노인 소비자의 11.2% 만이 소비생활 관련 정보제공 인터넷 사이트를 이용해본 경험이 있는 것으로 나타나, 노인 소비자의 소비생활 관련 인터넷 사이트 이용이 매우 저조함을 알 수 있다. 이용하지 않는 이유는 조사대상 노인 소비자의 58.2%가 사용할 줄 모르기 때문이며, 이용할 수 있도록 교육을 받는다면 조사대상 노인 소비자의 74.9%가 앞으로 소비생활 관련 정보제공 인터넷 사이트를 이용할 의사가 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 소비생활 관련 정보제공 인터넷 사이트에 대한 노인 소비자를 대상으로 한 홍보의 필요성과 더불어 정보사회에서 이를 실제 소비생활을 위한 정보 획득에 이용할 수 있도록 하는 소비자 정보화 교육이 필요함을 시사한다.

또한 노인 소비자만을 대상으로 소비자 정보 및 교육을 제공하는 단독 인터넷 사이트가 필요한가에

대해 조사대상 노인 소비자의 26.4%가 지금 당장 필요, 47.2%는 앞으로를 생각하여 지금 준비해야 한다고 나타나, 조사대상 노인 소비자의 73.6%가 노인 소비자를 위한 단독 인터넷 사이트에 대해 긍정적 반응을 보였다. 이러한 결과는 노인 소비자를 위한 단독 홈페이지 구축의 필요성과 그 가능성을 시사한다. 노인 소비자를 위한 단독 홈페이지는 노인 소비자를 대상으로 한 정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 효과를 높일 수 있을 것이다. 따라서 online 소비자 정보화 교육 실시 및 참여, 소비생활 관련 정보 획득의 장으로 노인 소비자를 위한 인터넷 사이트 구축과 더불어 이를 활용할 수 있는 소비자 정보화 교육이 필요함을 시사한다. 이는 결과적으로 정보통신기술 습득을 위한 학습의 장인 정보화 교육과의 연계가 필요함을 나타낸다.

3. 노인 소비자의 소비자 정보화 교육 방안 모색

1) 노인 소비자의 정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 연계 가능성

노인 소비자의 소비자 정보화 교육 방안을 모색하기에 앞서 먼저 노인 소비자의 정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 연계 가능성을 알아보기로 하자. 정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 관련성을 분석하였다(〈표 6〉과 〈표 7〉 참조). 〈표 6〉은 노인 소비자의 정보화 교육 정도와 소비생활 및 소비자 능력에 대한 소비자 정보화 교육의 영향 인식의 관련성을 분석한 결과이다. 먼저 정보화 교육 정도와 소비생활에 대한 소비자 정보화 교육의 영향 인식 관련성을 살펴보면, 정보화 기초 및 활용 교육을 받은 노인 소비자가 정보화 교육을 받지 않은 노인 소비

자에 비해, 그리고 컴퓨터 기초 및 활용사용 단계에 있는 노인 소비자가 컴퓨터를 전혀 사용할 줄 모르는 노인 소비자에 비해 소비자 정보화 교육은 노인 소비자의 소비생활을 매우 편리하고 유용하게 할 것으로 인식하는 비율이 상대적으로 더 높았다. 한편 정보화 교육을 받지 않은 노인 소비자는 정보화 기초 및 활용 교육을 받은 노인 소비자에 비해 소비자 정보화 교육이 노인 소비자의 소비생활을 더 어렵게 만들, 영향없음, 모르겠음으로 인식하는 비율이 상대적으로 더 높았다. 정보화 교육경험이 기초교육이거나 컴퓨터 기초사용 단계의 노인 소비자는 정보화 활용교육이거나 컴퓨터 활용사용 단계의 노인 소비자에 비해 소비자 정보화 교육이 노인 소비자의 소비생활을 편리하게 하지만 불평등을 심화할 것으로 인식하는 비율이 상대적으로 더 높았다.

〈표 6〉 정보화 교육 정도와 소비자 정보화 교육의 영향 인식의 관련성¹⁾

구분		소비생활에 대한 소비자 정보화 교육의 영향											
		편리·유용		편리·불평등		어렵게 만들		영향없음		모르겠음		계	
		빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%
정보화 교육 경험	무경험	130	66.3	13	6.6	4	2.0	33	16.8	16	8.2	196	100.0
	기초교육	117	80.1	15	10.3	1	.7	11	7.5	2	1.4	146	100.0
	활용교육	34	91.9	1	2.7	0	0	1	2.7	1	2.7	37	100.0
	계	281	74.1	29	7.7	5	1.3	45	11.9	19	5.0	379	100.0
		$\chi^2 = 25.506$				df = 8				p < .001			
컴퓨터 사용 정도	사용불능	113	66.1	11	6.4	4	2.3	28	16.4	15	8.8	171	100.0
	기초사용	117	80.1	15	10.3	1	.7	11	7.5	2	1.4	146	100.0
	활용사용	34	91.9	1	2.7	0	0	1	2.7	1	2.7	37	100.0
	계	264	74.6	27	7.6	5	1.4	40	11.3	18	5.1	354	100.0
		$\chi^2 = 25.791$				df = 8				p < .001			
구분		소비자 능력 변화											
		평균					D						
정보화 교육 경험	무경험	8.74					b						
	기초교육	8.08					ab						
	활용교육	7.73					a						
	F값	3.012*											

1) 정보화 교육경험과 컴퓨터 사용정도에 따른 소비자 정보화 교육 후 소비자 능력에 미치는 영향 인식은 전반적인 소비자 능력 변화만을 제외하고는 통계적으로 유의미한 관련이 없어 표에서 생략하였음. 그러나 정보화 교육경험과 컴퓨터 사용정도가 많을수록 소비자 정보화 교육 후 소비자 지식, 소비자 태도, 소비자 기능에 긍정적으로 변화하는 것으로 인식하는 경향을 보였음.

* p < .05

〈표 7〉 정보화 교육에 대한 인식과 소비자 정보화 교육의 영향 인식의 관련성

구분		소비생활에 대한 소비자 정보화 교육의 영향											
		편리·유용		편리·불평등		어렵게 만듦		영향없음		모르겠음		계	
		빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%
정보화 교육 목적의 이해 ¹⁾	높음	50	89.3	1	1.8	0	0	4	7.1	1	1.8	56	100.0
	보통	196	75.4	23	8.8	2	.8	30	11.5	9	3.5	260	100.0
	낮음	35	55.6	5	7.9	3	4.8	11	17.5	9	14.3	63	100.0
	소계	281	74.1	29	7.7	5	1.3	45	11.9	19	5.0	379	100.0
$\chi^2 = 30.680$ $df = 8$ $p < .01$													
정보화 교육 후의 변화 ¹⁾	긍정	51	89.5	1	1.8	1	1.8	3	5.3	1	1.8	57	100.0
	보통	195	75.6	18	7.0	2	.8	30	11.6	13	5.0	258	100.0
	부정	35	54.7	10	15.6	2	3.1	12	18.8	5	7.8	64	100.0
	소계	281	74.1	29	7.7	5	1.3	45	11.9	19	5.0	379	100.0
$\chi^2 = 22.318$ $df = 8$ $p < .01$													
일상 생활에 대한 영향	편리·유용	250	84.2	12	4.0	1	.3	23	7.7	11	3.7	297	100.0
	편리·불평등	6	30.0	11	55.0	1	5.0	2	10.0	0	0	20	100.0
	어렵게 만듦	1	25.0	1	25.0	1	25.0	1	25.0	0	0	4	100.0
	영향없음	17	43.6	3	7.7	1	2.6	17	43.6	1	2.6	39	100.0
	모르겠음	7	36.8	2	10.5	1	5.3	2	10.5	7	36.8	19	100.0
	소계	281	74.1	29	7.7	5	1.3	29	7.7	19	5.0	379	100.0
$\chi^2 = 187.490$ $df = 16$ $p < .001$													
구분		소비자 능력 변화											
		소비자 지식		소비자 태도		소비자 기능							
정보화 교육 목적의 이해		.513 ***		.471 ***		.399 ***		.483 ***					
정보화 교육 후의 변화		.520 ***		.469 ***		.409 ***		.493 ***					
구분		평균	D	평균	D	평균	D	평균	D				
일상생활에 대한 영향	편리·유용	19.74	a	7.79	a	2.09	a	9.86	a				
	편리·불평등	24.07	ab	9.31	ab	2.62	ab	13.71	ab				
	어렵게 만듦	25.00	b	9.60	ab	3.00	b	12.14	ab				
	영향없음	26.80	b	10.38	b	2.71	ab	12.95	b				
	모르겠음	26.47	b	10.79	b	2.74	ab	10.68	b				
F값		14.842 ***		12.858 ***		8.224 ***		12.760 ***					

1) 평균과 표준편차를 고려하여 정보화 교육 목적의 이해는 높음, 보통 그리고 낮음, 정보화 교육 후의 변화 인식은 긍정, 보통 그리고 부정의 세집단으로 각각 구분하였음.

*** $P < .001$

정보화 교육경험과 소비자 능력 변화에 대한 소비자 정보화 교육의 영향 인식의 관련성을 살펴보면, 정보화 활용교육을 받은 노인 소비자가 정보화 교육을 받지 않은 노인 소비자에 비해 상대적으로 소비자 정보화 교육이 노인 소비자의 소비자 능력을

더 향상시킬 것으로 인식하였다.

이상의 분석결과는 정보화 교육에 의한 정보통신 기술의 습득과 활용은 그러한 기술을 토대로 응용적 활용차원에서 이루어지는 소비자 정보화 교육에 대한 노인 소비자의 긍정적 이해를 높이며, 긍정적

인식 및 태도를 형성하게 됨을 보여준다. 이는 결과적으로 정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 연계 가능성을 시사한다. 즉, 하나의 기술교육으로서의 정보화 교육과 정보화 교육의 응용교육으로서의 소비자 정보화 교육으로 연계되는 정보화 교육과 소비자 정보화 교육을 단계적으로 실시할 수 있을 것이다. 그러한 연계는 정보화 교육 자체의 효율성을 높일 수 있는 하나의 방안일 뿐 아니라 노인 소비자를 대상으로 한 소비자 정보화 교육을 용이하게 효과적으로 수행하는데 기여할 것이다.

〈표 7〉은 노인 소비자의 정보화 교육에 대한 인식과 소비생활 및 소비자 능력에 대한 소비자 정보화 교육의 영향 인식의 관련성을 분석한 결과이다. 먼저 노인 소비자의 정보화 교육에 대한 인식과 소비생활에 대한 소비자 정보화 교육의 영향 인식의 관련성을 살펴보면, 정보화 교육 목적에 대한 이해가 높은 노인 소비자와 정보화 교육 후의 변화를 긍정적으로 인식하는 노인 소비자는 정보화 교육 목적에 대한 이해가 높은 노인 소비자와 정보화 교육 후의 변화를 부정적으로 인식하는 노인 소비자에 비해 소비자 정보화 교육이 노인 소비자의 소비생활을 매우 편리하고 유용하게 할 것으로 인식하는 비율이 상대적으로 더 높은 경향을 보였다. 반면에 정보화 교육에 대한 이해가 낮은 노인 소비자와 정보화 교육 후의 변화를 부정적으로 인식하는 노인 소비자는 정보화 교육 목적에 대한 이해가 높은 노인 소비자와 정보화 교육 후의 변화를 긍정적으로 인식하는 노인 소비자에 비해 소비자 정보화 교육이 노인 소비자의 소비생활을 편리하게 하지만 불평등 심화, 더 어렵게 만들, 영향없음, 모르겠음으로 인식하는 비율이 상대적으로 더 높은 경향을 보였다.

정보화 교육에 대한 인식과 소비자 능력 변화의 관련성을 살펴보면, 정보화 교육의 목적에 대한 이해가 높을수록, 그리고 정보화 교육 후의 변화에 대해 긍정적으로 인식할수록 소비자 정보화 교육이 소비자 능력, 그리고 하위 영역인 소비자 지식, 소비자 태도, 소비자 기능에 긍정적으로 영향을 미칠 것으로 인식하였다. 또한 정보화 교육이 자신들의 일상생활을 매우 편리하고 유용하게 할 것으로 인식

하는 노인 소비자는 다른 노인 소비자 집단에 비해 소비자 정보화 교육이 소비자 능력, 그리고 하위 영역인 소비자 지식, 소비자 태도, 소비자 기능 모두 더 향상시킬 것으로 인식하였다. 즉, 정보화 교육을 올바르게 그리고 긍정적으로 이해한 노인 소비자는 소비자 정보화 교육으로 소비자 능력이 향상될 수 있을 것으로 인식하였다. 노인 소비자에게 정보화 교육이 실시되고 있는 현재의 상황에서 소비자 정보화 교육과의 연계는 결국 소비자로서의 노인의 능력을 향상시킬 수 있는 토대를 제공할 것으로 생각된다.

이상 〈표 6〉과 〈표 7〉의 분석결과를 종합하면, 정보화 교육에 대한 긍정적 인식은 소비자 정보화 교육에 대한 긍정적인 인식으로 이어짐을 보여주었다. 노인 소비자의 인식, 태도나 의지는 연계교육의 성공을 위한 변수로 작용한다. 이러한 관점에서 노인 소비자의 인식, 태도나 의지에 대한 정확한 이해가 우선적으로 선행되어야 한다. 긍정적 인식이나 긍정적 태도는 긍정적 행동을 유발한다는 점을 고려해 볼 때, 정보화 교육에 의해 형성된 소비자 정보화 교육의 긍정적 인식은 정보화 교육과 연계한 소비자 정보화 교육의 실현 가능성을 시사한다. 이러한 관점에서 본다면 노인 소비자로 하여금 정보화 교육에 대한 필요성을 인식하고 정보화 교육 참여의지를 고취시킬 필요가 있다.

2) 노인 소비자의 정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 연계방안 모색

정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 실천적 연계방안 모색에 있어서 필요한 것은 일련의 연계방안에 대한 이들의 선호 내지 의사가 어떠한지를 이

2) 정보화 교육 목적의 이해, 정보화 교육 후의 변화, 그리고 일상생활에 대한 정보화 교육의 영향 인식은 소비생활에 대한 소비자 정보화 교육의 영향 인식에 통계적으로 유의미한 것으로 나타났으나, χ^2 유의성 검증의 기본조건(각 cell당의 sample 수)을 위배하기 때문에 통계적인 유의미성에 위협을 내포하는 것으로 판단된다. 이에 여기에서는 결과만을 기술하고 이에 대한 해석/논의는 피하고자 한다.

해하는 것이다. 이에 여기에서는 <그림 2>의 가설적 연구모형에서 정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 연계 실천 방안으로 제시한 단계별 교육을 분석, 검증하였다. <표 8>은 단계별 교육의 필요성과 참여의사를 분석한 결과이다. 분석결과에 의하면, 조사대상 노인 소비자의 90.7%가 정보화 교육과 소비자 정보화 교육을 연계하여 이루어지는 단계별 교육은 바람직하다고, 매우 긍정적인 태도를 보였다. 또한 조사대상 노인 소비자의 76.2%가 단계별 교육 참여의사를 보여 비교적 적극적인 자세를 보였다. 이러한 결과는 소비자 정보화 교육에 대한 필요성 인식이 소비자 정보화 교육에의 참여의지로 연계되어야 비로소 소비자 정보화 교육이 현실적으로 그 효과를 발휘할 수 있음을 고려해 볼 때, 그 실현 가능성을 보여준다. 결론적으로 소비자 정보화 교육은 단계별로 실시되어야 함을 보여주는 것이며, 이를 위해 단계별 교육 방법이 노인 소비자의 소비자 정보화 교육의 방안으로 제시될 수 있음을 입증하였다.

<표 9>는 노인 소비자의 특성별 단계별 교육 필요성 및 참여의사의 차이를 분석한 결과이다. 분석결과에 의하면, 성별, 교육수준별, 그리고 월평균 용돈별 노인 소비자의 단계별 교육 필요성 인식은 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났고,

연령별, 교육수준별, 그리고 월평균 용돈별 노인 소비자의 단계별 참여의사는 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 고졸 이상 노인 소비자가 무학 노인 소비자에 비해 단계별 교육이 바람직하다는 인식이 상대적으로 높았고, 월평균 용돈이 41만원 이상인 노인 소비자는 21만원~40만원인 노인 소비자에 비해 단계별 교육이 바람직하다는 인식이 상대적으로 높았으며, 남자 노인이 소비자가 여자 노인에 비해 단계별 교육의 필요성에 대해 보다 긍정적인 태도를 보였다. 또한 61세~65세 노인 소비자는 71세 이상 노인 소비자에 비해 단계별 교육 참여의사가 상대적으로 높았다. 교육수준별로는 중졸 이상 노인 소비자가 단계별 교육 참여의사가 상대적으로 가장 높았고, 초등졸 노인 소비자, 그리고 무학 노인 소비자의 순이었다. 월평균 용돈이 61만원 이상인 노인 소비자가 40만원 이하인 노인 소비자에 비해 단계별 교육 참여의사가 상대적으로 높았다.

<표 10>은 구체적으로 어느 단계까지 참여할 것인가의 참여 교육단계를 분석한 결과이다. 분석결과에 의하면, (중간점 3점 기준) 정보화 기초교육은 1.62점, 정보화 활용교육은 1.89점, 소비자 정보화 기초교육은 2.46점, 소비자 정보화 활용교육은 2.68점,

<표 8> 단계별 교육의 필요성과 참여의사

구분		빈도	백분율	평균 ¹⁾ (표준편차)
단계별 교육 필요성	매우 바람직하다	229	60.4	1.45 (.64)
	대체로 바람직하다	115	30.3	
	그저 그렇다	18	4.7	
	대체로 필요없다	4	1.1	
	전혀 필요없다	0	0.0	
	모르겠다	13	3.4	
단계별 교육 참여의사	매우 그렇다	163	43.0	2.05 (1.30)
	대체로 그렇다	126	33.2	
	그저 그렇다	39	10.3	
	대체로 그렇지 않다	19	5.0	
	전혀 그렇지 않다	22	5.8	
	모르겠다	10	2.6	

1) 단계별 교육의 필요성과 참여의사의 평균(표준편차)은 모르겠다의 범주를 제외하고 5점 likert척도로 간주, 환산하였음.

〈표 9〉 사회인구학적 특성별 단계별 교육 필요성 및 참여의사 차이 분석

특성	구분	단계별 교육 필요성 D	단계별 교육 참여의사 D
연령(세)	55 - 60	1.500	1.886 ab
	61 - 65	1.421	1.693 a
	66 - 70	1.433	1.963 ab
	71 이상	1.427	2.175 b
	F값	.291	2.679 *
교육 수준	무학	1.692 b	2.708 c
	초등졸	1.542 ab	2.278 b
	중졸	1.480 ab	1.808 a
	고졸	1.416 a	1.777 a
	F값	3.013 *	7.434 ***
월평균 용돈 (만원)	20 이하	1.496 ab	2.117 b
	21 - 40	1.563 b	2.136 b
	41 - 60	1.359 a	1.821 ab
	F값	2.681 *	5.268 ***
성별	남	1.328	1.862
	여	1.579	2.040
	t값	-3.796 ***	-1.511

* p < .05; *** p < .001

소비자 정보화 참여교육은 3.05점, 소비자 정보화 전도교육은 3.28점으로 나타났다. 즉, 참여 교육단계가 높아질수록 노인 소비자는 참여의지가 적어지는 경향을 보였다.

〈표 11〉은 노인 소비자의 사회인구학적 특성별 참여 교육단계의 차이를 분석한 결과이다. 분석결과에 의하면, 연령별 그리고 교육수준별 정보화 기초교육, 정보화 활용교육, 소비자 정보화 기초교육, 소비자 정보화 활용교육, 소비자 정보화 참여교육, 소비자 정보화 전도교육은 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 월평균 용돈별 정보화 기초교육, 정보화 활용교육, 소비자 정보화 기초교육, 소비자 정보화 활용교육은 통계적으로 유의미한 차이가 있었으며, 성별은 정보화 활용교육, 소비자 정보화 기초교육, 소비자 정보화 활용교육은 통계적으

〈표 10〉 참여 교육단계

구분		평균(표준편차)
참여 교육 단계	정보화 기초교육	1.62 (1.10)
	정보화 활용교육	1.89 (1.21)
	소비자 정보화 기초교육	2.46 (1.41)
	소비자 정보화 활용교육	2.68 (1.41)
	소비자 정보화 참여교육	3.05 (1.42)
소비자 정보화 전도교육		3.28 (1.41)

로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

구체적으로 살펴보면, 71세 이상 노인 소비자는 70세 이하 노인 소비자에 비해 정보화 기초 및 활용교육, 소비자 정보화 기초, 활용 및 참여 교육에 대한 참여의지가 상대적으로 낮았다. 71세 이상 노인 소비자는 60세 이하 노인 소비자에 비해 소비자 정보화 전도교육에 대한 참여의지가 상대적으로 낮았다. 초등졸 이상 노인 소비자는 무학 노인 소비자에 비해 정보화 기초교육에 대한 참여의지가 상대적으로 낮았고, 대졸 이상 노인 소비자는 초등졸 노인 소비자, 무학 노인 소비자에 비해 정보화 활용교육에 대한 참여의지가 상대적으로 높았다. 대졸 이상 노인 소비자는 무학 노인 소비자에 비해 소비자 정보화 기초 및 참여 교육에 대한 참여의지가 상대적으로 높았고, 대졸 이상 노인 소비자는 고졸 이하 노인 소비자에 비해 소비자 정보화 활용교육에 대한 참여의지가 상대적으로 높았으며, 대졸 이상 노인 소비자는 초등졸 이하 노인 소비자에 비해 소비자 정보화 전도교육에 대한 참여의지가 상대적으로 높았다. 월평균 용돈은 61만원 이상의 노인 소비자는 60만원 이하의 노인 소비자에 비해 정보화 기초교육에 대한 참여의지가 상대적으로 높았고, 61만원 이상의 노인 소비자는 40만원 이하의 노인 소비자에 비해 정보화 활용교육에 대한 참여의지가 상대적으로 높았다. 또한 61만원 이상의 노인 소비자는 20만원 이하의 노인 소비자에 비해 소비자 정보화 기초 및 활용 교육 참여의지가 상대적으로 높았다. 남자 노인 소비자는 여자 노인 소비자에 비해 정보화 활용교육, 소비자 정보화 기초 및 활용 교육에 대한 참여의지가 상대적으로 높았다. 노인 소비자의

〈표 11〉 사회인구학적 특성별 참여 교육단계의 차이 분석

특성	구분	정보화 기초교육		정보화 활용교육		소비자 정보화 기초교육		소비자 정보화 활용교육		소비자 정보화 참여교육		소비자 정보화 전도교육	
		D	D	D	D	D	D	D	D	D	D		
연령 (세)	55 - 60	1.58	a	1.66	a	2.08	a	2.21	a	2.64	a	2.81	a
	61 - 65	1.42	a	1.72	a	2.35	a	2.50	a	2.95	a	3.18	ab
	66 - 70	1.50	a	1.78	a	2.30	a	2.62	a	3.04	a	3.44	bc
	71 이상	1.95	b	2.35	b	3.08	b	3.31	b	3.53	b	3.62	d
	F값	4.425 ***		7.064 ***		10.068 ***		11.386 ***		6.817 ***		6.071 ***	
교육 수준	무학	2.32	b	2.89	d	3.07	c	3.43	c	3.68	c	3.75	b
	초등졸	1.79	a	2.14	c	2.70	bc	3.02	bc	3.29	bc	3.50	b
	중졸	1.51	a	1.96	bc	2.64	bc	2.94	bc	3.21	bc	3.34	ab
	고졸	1.48	a	1.68	ab	2.42	ab	2.63	b	2.98	ab	3.26	ab
	대학교 이상	1.45	a	1.51	a	1.96	a	1.99	a	2.60	a	2.89	a
	F값	4.473 ***		9.885 ***		5.555 ***		10.457 ***		4.807 ***		3.227 *	
월평균 용돈 (만원)	20 이하	1.73	b	2.04	b	2.65	c	2.86	c	3.31		3.34	
	21 - 40	1.69	b	1.95	b	2.69	bc	2.99	bc	3.20		3.31	
	41 - 60	1.65	b	1.84	ab	2.26	ab	2.45	ab	2.89		3.11	
	61 이상	1.30	a	1.58	a	2.04	a	2.22	a	2.90		3.33	
	F값	2.702 *		2.551 *		4.47 **		5.601 ***		1.092		.498	
성별	남	1.52		1.66		2.31		2.51		2.96		3.21	
	여	1.74		2.13		2.62		2.86		3.15		3.36	
	t값	-1.940		-3.82 ***		-2.129 *		-2.463 *		-1.334		-1.065	

* p < .05; ** p < .01; *** p < .001

특성에 따른 참여 교육단계의 차이 결과는 노인 소비자의 특성에 따른 사회활동의 차이 가능성을 보여주며, 특히 저연령 노인 소비자와 고학력 노인 소비자는 소비자 정보화 교육의 leader 및 자원봉사자로 훈련하여 활용할 수 있을 가능성을 보여준다.

〈표 10〉과 〈표 11〉의 분석결과에 의하면, 참여 교육단계 중 참여교육(평균 3.05점)과 전도교육(평균 3.28점)에 대한 노인 소비자의 참여의지가 비록 낮았지만 저연령 노인 소비자와 고학력 노인 소비자의 소비자 정보화 참여 및 전도 교육에 대한 참여의지가 상대적으로 높았다. 이처럼 저연령 노인 소비자와 고학력 노인 소비자의 참여 교육단계가 소비자 정보화 전도교육까지임을 고려해 볼 때 단계별 교육이 소비자 정보화 교육의 연계방안으로 실행되어야 함을 보여준다고 하겠다.

〈표 12〉는 노인 소비자의 참여 교육단계에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위하여 회귀분석한 결과이다. 분석결과에 의하면, 단계별 교육 참여의사는 정보화 기초 및 활용 교육, 소비자 정보화 기초, 활용, 참여 및 전도 교육에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 연령은 정보화 활용 교육, 소비자 정보화 기초, 활용, 참여 및 전도 교육에 통계적으로 유의미한 영향을, 그리고 남자 노인 소비자는 정보화 활용교육에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 결론적으로 단계별 교육 참여의사와 연령이 구체적인 참여 교육단계에 가장 영향을 미치는 요인임을 알 수 있다. 특히 단계별 교육 참여의사는 구체적인 참여 교육단계에 상당한 영향을 미치는 요인으로, 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 단계별 교육에의 참여의

〈표 12〉 참여 교육단계의 회귀분석 결과¹⁾

독립변수		정보화 기초교육	정보화 활용교육	소비자 정보화 기초교육	소비자 정보화 활용교육	소비자 정보화 참여교육	소비자 정보화 전도교육
		B (β)	B (β)	B (β)	B (β)	B (β)	B (β)
성별	남		-296 (-.129) **				
연령			.028 (.167) ***	.039 (.193) ***	.042 (.205) ***	.035 (.170) **	.035 (.169) **
월평균 용돈							
교육 수준	초등졸						
	중졸						
	고졸						
	대학교 이상						
단계별 교육 필요성							
단계별 교육 참여의사		.605 (.643) ***	.601 (.564) ***	.466 (.362) ***	.444 (.342) ***	.338 (.256) ***	.273 (.207) ***
constant		-.270	-.916	-1.039	-.738	.159	.446
R-square (Adjusted)		.419 (.404)	.411 (.395)	.200 (.180)	.230 (.210)	.127 (.104)	.099 (.076)
F값		28,019 ***	27,093 ***	9,752 ***	11,616 ***	5,653 ***	4,263 ***

1) 통계적으로 유의미한 분석결과만을 표에 제시함.

** $p < .01$; *** $p < .001$

사가 높을수록 정보화 기초 및 활용교육, 소비자 정보화 기초, 활용, 참여 및 전도교육의 참여의지가 높았다.

이러한 분석결과는 노인 소비자의 소비자 정보화 교육을 위한 단계별 교육의 적극적 참여를 유도하기 위해서는 노인 소비자의 단계별 교육 참여의사를 높일 수 있도록 하는 방안의 모색이 필요함을 시사한다. 단계별 교육의 필요성과 단계별 교육 참여의사의 상관분석 결과(표 생략)에 의하면, 필요성과 참여의사는 정적 상관관계(.324)를 보였다. 즉, 필요성에 대한 인식이 높을수록 참여의사도 높다는 점을 감안한다면, 단계별 교육의 필요성을 인식시킬 필요가 있다. 또한 정보화 교육 정도별 단계별 교육 필요성과 참여의사를 분석한 결과³⁾에 의하면, 정보화 교육경험과 활용정도가 높을수록 단계별 교육의 필요성 인식과 참여의사, 특히 단계별 교육의 필요성 인식이 높은 것으로 나타났다. 이는 노인 소비자

의 정보화 교육은 노인 소비자의 정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 단계별 연계 교육 활성화에 기여할 것임을 보여주는 것이라 하겠다.

〈표 13〉은 노인 소비자의 소비자 정보화 교육을 담당할 수 있는 기관으로서 노인 소비자 교육 센터의 필요성과 참여의사를 분석한 결과이다. 분석결과에 의하면, 노인 소비자 교육 센터의 필요성은 평균 1.76점(중간점 3점)으로 매우 필요하다는 태도를 보였다. 또한 노인 소비자 교육 센터의 소비자 교육자로서의 참여의사는 조사대상 노인 소비자의 52.0%가 기회가 있다면 참여하겠다, 21.6%가 적극적으로 참여하겠다고 나타내, 노인 소비자 교육 센터의 실현 가능성과 더불어 이 기관을 통해 전문적인 소비자

3) 정보화 교육정도(정보화 교육경험과 컴퓨터 사용정도) 별 단계별 교육의 필요성과 참여의사는 통계적으로 유의미한 차이를 보였음.

〈표 13〉 노인 소비자 교육 센터의 필요성과 참여의사

	구분	빈도	백분율	평균 (표준편차)
노인 소비자 교육 센터의 필요성	매우 필요하다	163	43.0	1.76 (.796)
	대체로 필요하다	158	41.7	
	그저 그렇다	46	12.1	
	대체로 필요치 않다	11	2.9	
	매우 필요치 않다	1	0.3	
노인 소비자 교육 센터의 소비자 상담사 및 교육자로서의 참여의사	적극적으로 참여	82	21.6	•
	기회가 있다면 참여	197	52.0	
	참여할 의사 별로 없다	61	16.1	
	참여할 의사 전혀 없다	22	5.8	
	모르겠다	17	4.5	

정보화 교육을 실시할 수 있는 가능성을 보여준다.

〈표 14〉와 〈표 15〉는 소비자 정보화 교육의 단계별 교육의 효율성을 높이기 위해 정보화 교육의 장애요인을 파악하고, 노인 소비자가 요구하는 교육 내용 및 환경, 교육 정책 및 제도에 관하여 분석한 결과이다. 〈표 14〉는 정보화 교육에 대한 장애요인을 분석한 결과로, 정보화 교육을 받지 않았거나 앞으로 받을 의사가 없는 조사대상 노인 소비자의 29.5%가 컴퓨터에 대한 무관심 혹은 컴퓨터 교육의 무가치성을 지적하는 것으로, 가장 많았다. 이러한 결과는 정보화 교육에 대한 노인 소비자의 관심을

고취할 수 있는 노력이 요구됨을 보여준다. 이는 정보화 교육의 경험여부가 정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 연계 방안으로서의 단계별 교육의 필요성과 참여의사, 나아가 구체적인 참여 교육단계에 영향을 미친다는 결과를 고려해 볼 때 중요한 문제로 지적될 수 있는 점이다.

다음으로 주목할 점은 노인 소비자의 11.4%가 정보화 교육을 제공하는지 몰라서 정보화 교육을 받지 못한 것으로 나타나, 정보사회에서의 노인 소비자에 대한 사회적 관심과 아울러 노인 소비자를 대상으로 한 정보화 교육 실시에 대한 홍보가 더 적극적으로 이루어져야함을 보여준다. 이는 노인 소비자의 정보화 교육에의 참여를 높일 수 있다면 그 후속으로 이루어지는 소비자 정보화 교육의 참여로 이어질 수 있는 가능성이 높기 때문에 그 중요성이 있다.

〈표 15〉는 단계별 교육의 효과적 실시 방안을 모색하기 위해 교육 여건(교육 내용 및 환경, 교육 제도 및 정책)에 대한 노인 소비자의 요구를 분석한 결과이다. 먼저 교육 내용 및 환경을 살펴보면, 노인 소비자는 교육 내용 및 환경에 대한 요구가 평균 1.67점(중간점 3점)으로 비교적 높았다. 구체적으로 살펴보면, 실습실 개방이나 개방된 공동이용장소, 이해하기 쉽게 교육, 반복 학습 및 실습의 순으로 그 요구가 대체로 높은 것으로 나타났다. 교육 제도 및 정책에 대한 노인 소비자의 요구는 평균 1.74점(중간

〈표 14〉 정보화 교육의 장애요인

구분	빈도	백분율
정보화 교육 제공을 몰라서	22	11.4
컴퓨터에 대한 무관심, 컴퓨터 교육의 필요성 부족	57	29.5
컴퓨터가 없거나 인터넷 설치 비용, 컴퓨터 이용장소 없음.	15	7.8
시간이 없어서	24	12.4
시간에 맞는 컴퓨터 교육을 찾지 못해	11	5.7
무엇을 배워야 할지 몰라서	17	8.8
컴퓨터 배우기가 두려워서	18	9.3
열악한 교육시설 및 프로그램	0	0.0
건강, 신체적 문제로	18	9.3
배우는 장소가 멀거나 교통불편	5	2.6
기타	6	3.1

〈표 15〉 교육 여건에 대한 노인 소비자의 요구

구분		평균	(표준편차)
교육 내용·환경	수준차이 고려한 능력별 교육	1.69	.78
	이해하기 쉽게 교육	1.58	.74
	이해하기 쉽게 적절히 구성된 교재내용	1.63	.73
	수강생 위주의 교육 프로그램 내용	1.77	.86
	실무 위주의 다양한 교육프로그램	1.89	.81
	충분한 시간으로 수업 시간이 구성	1.65	.81
	반복 학습 및 실습	1.59	.74
	실습실 개방 혹은 개방된 공동이용장소 필요	1.54	.76
	충분한 교육용 장비	1.65	.78
	쾌적한 교육시설 환경	1.69	.77
교육 제도·정책	저가 컴퓨터 보급	1.54	.74
	전화요금 및 통신이용요금 할인	1.56	.71
	노인의 신체조건 감안한 컴퓨터 소프트웨어의 개발, 보급	1.60	.77
	노인에게 이해하기 쉬운 컴퓨터 통신·인터넷 이용교육	1.59	.75
	정보통신에 대한 노인들의 인식 향상	1.81	.84
	노인들에게 유용한 다양한 정보 제공	1.74	.80
	노인의 컴퓨터 이용 관련 법이나 제도적 환경 정비	2.08	.96
	노인정에 컴퓨터 공동이용시설을 설치	1.87	.98
노인정보 관련 상담창구 마련	1.90	.91	

점 3점)으로 비교적 높은 편으로, 그 중 저렴한 가격의 컴퓨터 보급(1.54점)이 가장 높았으며 그 다음으로 전화요금 및 통신이용요금 할인(1.56점)이었다. 이는 노인 소비자의 일반적으로 낮은 경제적 여건을 고려해 볼 때, 노인 소비자가 경제적 부담을 느끼지 않는 범위에서 정보통신기기나 시설을 사용할 수 있도록 경제적 측면에서의 혜택이 노인 소비자에게 제공되는 제도적, 정책적 노력이 요구된다. 이는 소외된 정보자 및 소비자로서의 노인 소비자의 위상을 고려해 볼 때 그 중요성이 있다고 하겠다. 또한 노인에게 이해하기 쉬운 컴퓨터 통신 및 인터넷 교육의 실시(1.59점), 노인의 신체조건을 감안한 컴퓨터 소프트웨어의 개발·보급(1.60점)에 대한 요구도 그 다음으로 높았다. 이는 노인 소비자의 신체적, 생리적 여건을 고려해 볼 때 중요성이 있는 요구이며, 정보사회에서의 노인 소비자의 위상과 다른 연령층 소비자들과의 균형적 복지를 성취하기 위해 노인 소비자에 대한 이러한 배려가 필요하다고 하겠다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 노인 소비자의 정보화 교육과 소비자 정보화 교육 연계의 가설적 연구모형을 설정하고 실증분석에 의해 연구모형을 검증하였으며, 이를 토대로 노인 소비자의 소비자 정보화 교육 방안을 모색하고자 하였다.

실증분석 결과는 소비자 교육, 교육투자 자원, 노인복지의 세 가지 측면에서 본 연구의 가설적 연구모형에서 제시한 정보화 교육과 연계한 노인 소비자의 소비자 정보화 교육의 단계별 교육의 타당성과 가능성을 입증하였다. 첫째, 소비자 교육 측면에서 정보화 교육에 대한 노인 소비자의 긍정적인 이해 및 인식, 적극적인 참여 태도는 정보통신기술을 적용하고 응용·활용하는 소비자 교육에 대한 노인 소비자의 이해, 인식 및 태도에 크게 영향을 미치며, 나아가 소비자 정보화 교육에 대한 노인 소비자의 실천행동을 결정하게 된다. 특히, 지식정보사회의 대처능력배양 측

면에서의 정보화 교육 목적에 대한 노인 소비자의 보다 높은 이해는 정보사회에서의 소비자로서의 노인의 대처능력배양 즉, 정보사회에 부응하는 노인 소비자의 소비자 능력 함양을 위한 소비자 교육의 이해를 도모할 것이다. 이러한 맥락에서 정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 연계는 정보화 교육 뿐 아니라 소비자 교육 측면에서 그 효율성을 갖는다.

둘째, 교육투자 자원 측면에서 조사대상 노인 소비자의 단계별 교육에 대한 적극적인 반응의 분석 결과를 고려해 볼 때 현재 노인 소비자의 정보화 교육을 위한 투자 자원이 단발성의 기술적 교육으로의 사용에서 벗어나 교육투자 자원을 충분히 지속적으로 연계 활용하는 차원에서 정보통신기술을 적용하고 활용하는 소비자 정보화 교육으로 장기 프로그램화시킴으로서 교육투자 자원의 낭비를 최소화하고 효율 극대화의 효과를 가져올 수 있을 것이다. 또한 지역사회 정보망을 이용한 노인 소비자의 소비자 정보화 교육 시스템은 평생교육 시스템의 일환으로 노인 소비자를 대상으로 한 소비자 교육을 지속적으로 유용하게 제공할 수 있을 것이다.

셋째, 노인복지 측면에서 소외된 소비자로서의 특성을 갖는 노인으로 하여금 소비생활 관련 단계별 소비자 정보화 교육에의 참여는 소비자 능력 향상을 통해 노인 소비자의 소비자 복지 증진에 기여할 뿐 아니라 더 이상 소외된 소비자, 열등한 정보자로 존재치 않게 함으로서 정서적 측면에서 노인 소비자의 복지에 기여할 것이다. 또한 정보화 교육과 연계한 단계별 소비자 정보화 교육은 노인 소비자로 하여금 경제 및 지역 사회에서의 활동을 가능케 하는 새로운 직업을 창출시키며, 사회 참여자로서 노인의 새로운 역할을 가능케 함으로서 노인복지에 기여할 것이다.

결론적으로 노인 소비자의 소비자 정보화 교육 방안은 소비자 정보화 교육은 정보화 교육과의 연계로 단계별로 실시되어야 한다. 즉, 도구적 기술교육으로서 정보화 교육을 실시하며 그 다음 상위 단계로서 소비생활에 대한 활용적 응용교육으로서의 소비자 정보화 교육을 소비자 정보화 기초교육, 활용교육, 참여교육 및 전도교육의 순으로 단계적으로 실시한다.

이상의 단계별 교육에 대한 실천적 방안 모색으로 실증분석 결과를 토대로 단계별 교육내용, 교육수행 체계 및 교육여건에 관한 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 단계별 교육 내용은 기존의 문헌을 토대로 대략적으로 제시하면, 정보화 기초교육은 컴퓨터에 대한 일반상식과 윈도우 98 사용하기, 정보화 활용 교육은 인터넷의 이해와 활용, 인터넷 응용, 소비자 정보화 기초교육은 소비생활 관련 정보 및 교육 제공 웹사이트 검색, 소비자 정보화 활용교육은 인터넷 거래 이용법, 소비자 정보 활용법, 소비자 정보화 참여교육은 소비자네트워크 형성, 인터넷 게시판 참여, 소비자 정보화 전도교육은 소비자 교육프로그램 개발, 소비자 교육 콘텐츠 개발, 홈페이지 구축, 인터넷 소비자 교육을 포함한다.

둘째, 단계별 교육수행체계는 교육수행 기관의 연계, 노인 소비자의 소비자 정보화 교육의 전담 인력, 교육참여 노인 소비자의 활용에 관하여 모색될 수 있다.

교육수행 기관의 연계: 교육수행 기관의 연계는 자원의 공유와 교육 내용의 체계화 측면에서 모색될 수 있다. 정보통신기술을 배경으로 하는 교육 기관들은 상호 유기적으로 협조함으로써 자원을 공유하며 사용하도록 한다. 정보화 교육과 소비자 정보화 교육 기관의 유기적인 상호협조는 자원의 이중적 사용을 방지하고, 자원의 효율적 사용을 가능케 한다. 최근 충북지역 실버넷, 노인 복지관, 대학의 평생교육원·사회교육원 등에서는 노인을 대상으로 정보화 기초 및 활용교육을 실시하고 있다. 이에 이러한 기관들과의 연계로 노인 소비자 교육 센터는 소비자 능력을 함양할 수 있는 소비자 정보화 교육을 실시한다. 특히, 노인 소비자 교육 센터는 충청북도 도내 노인 복지관과의 연계로 홈페이지를 구축하고 이를 시범모델로 개발하여 소비자 정보화 교육 실시를 제안해 볼 수 있다.

현재 정보화 교육의 가장 큰 문제점은 정보화 교육기관마다 개별적이고 비체계적으로 시행되고 있는 점이다. 따라서 정보화 교육 내용이 중복되기도 하고 중요한 내용이 빠지기도 한다(정경희·변재관·오영희·이윤경, 2000). 이러한 맥락에서 단계별

교육은 정보화 교육기관과 소비자 정보화 교육을 수행하는 노인 소비자 교육 센터의 유기적 협조와 역할분담을 통하여 정보화 교육은 도구교육, 소비자 정보화 교육은 정보화 교육의 응용교육으로서 노인 소비자를 대상으로 한 소비자 정보화 교육 내용을 체계화하고 이를 토대로 소비자 정보화 교육 자료 및 프로그램을 개발하여 단계별 교육을 체계적으로 시행하도록 한다.

노인 소비자의 소비자 정보화 교육 전담인력: 노인 소비자를 대상으로 한 소비자 정보화 교육 서비스의 질은 서비스를 제공하는 인력이 소비자 정보화 교육에 대한 전문적 이해 뿐 아니라 노인 소비자의 제 특성에 대한 이해를 갖추어야 한다. 즉, 장기적인 관점에서 볼 때 노인 소비자를 대상으로 한 소비자 정보화 교육에 대한 전문적인 자격을 갖고 있는 인력의 확보는 노인 소비자의 소비자 정보화 교육의 질 향상에 필수적이다. 따라서 노인 소비자를 대상으로 한 소비자 정보화 교육 전문가를 양성하기 위한 노력이 요구된다. 이는 노인 소비자 교육 센터가 중심이 될 수 있다. 노인 소비자 교육 센터는 노인 소비자의 소비자 정보화 교육 담당자 양성을 위한 과정을 개설하고, 이 과정은 소비자 교육이나 소비자 상담사 자격증 소지자로 하여금 노인 소비자에 대한 전문성을 심화하는 것으로 제안할 수 있다.

교육참여 노인 소비자의 활용: 교육참여 노인 소비자의 활용은 정보화 및 소비자 정보화 교육을 받은 노인을 적극적으로 활용하는 것이다. 즉, 노인 소비자를 소비자 정보화 교육의 대상자로서 뿐 아니라 노인 소비자를 대상으로 한 교육 수행자로서 유도한다. 예를 들어, 현재 은퇴한 고학력 집단을 확보하여 단계별 교육의 대상자 뿐 아니라 단계별 교육 강사 즉, 노인을 대상으로 한 소비자 정보화 교육을 전달해 줄 수 있는 소비자 교육의 전도사로 양성하고 활용하도록 하는 방안이다. 이는 노인을 대상으로 한 소비자 교육을 창출하는 효과뿐 아니라 안정적인 노인 소비자의 소비자 정보화 교육 강사 은행을 확보할 수 있는 이점이 있다.

셋째, 단계별 소비자 정보화 교육의 교육여건 방안으로 정보사회에서의 노인 소비자의 일상생활 및

소비생활에 요구되는 정보통신기술에 대한 가치와 중요성을 노인 소비자에게 인식시키는 노력과 소비자 정보화 교육에 대한 홍보가 요구된다. 이는 언어적 노력보다는 실제로 정보통신기술을 접하고 활용해 볼 수 있는 시범적 정보화 및 소비자 정보화 교육을 통해 좀더 큰 효과를 기대할 수 있을 것이다. 또한 분석결과에서 언급되었던 것처럼, 노인의 신체적, 생리적, 경제적 여건을 고려한 정책적, 제도적, 교육적 환경을 조성해 줄 수 있는 노력이 요구된다.

마지막으로 본 연구는 노인 소비자의 정보화 교육과 소비자 정보화 교육의 연계방안을 모색하고자 실증조사 분석으로 단계별 교육의 가능성을 입증하고 노인 소비자의 소비자 정보화 교육 실천방안을 제시함으로써 향후 노인 소비자의 정보화 교육과의 연계를 통한 소비자 정보화 교육 시행의 기초를 마련하였다는 점에 그 의의가 있다. 그러나 그럼에도 불구하고 노인 소비자를 대상으로 한 소비자 정보화 교육의 단계적 교육의 구체적인 실천을 위해 다음과 같은 후속 연구가 수행되어야 할 것이다. 첫째, 노인 소비자의 소비자 정보화 교육 내용은 기존의 문헌을 참고하여 제시하는 정도에 머물렀을 뿐 구체적으로 제시하지 않았다. 따라서 향후 소비자 정보화 교육 및 online 소비자 교육 내용에 대한 노인 소비자의 요구 분석과 교육프로그램 개발을 실시하고, 이를 단계별 소비자 정보화 교육에 적절히 배치, 구성하여 단계별 소비자 정보화 교육이 구체적으로 실행될 수 있도록 하는 연구가 수행되어야 할 것이다. 둘째, 본 연구에서 제시한 단계별 소비자 정보화 교육 모델을 실천적으로 활용할 수 있도록 단계별 소비자 정보화 교육을 위한 멀티미디어 교육 제작, 교재 개발 및 교수 방안에 대한 연구가 필요하다. 셋째, 기존의 노인 관련 인터넷 사이트 이용 실태와 그 문제점 등에 관한 기초 조사와 더불어 이를 토대로 노인 소비자의 단독 홈페이지 구축과 활용 방안을 모색하기 위한 연구가 수행되어야 할 것이다. 넷째, 소비자 정보화 교육 실시 후의 노인 소비자의 소비자 교육에 대한 관심, 소비자 능력 함양 정도, 노인 소비자의 복지 기여도 등을 측정할 수 있는 측정도구 개발을 위한 연구가 수행되어야 할 것이

다. 마지막으로, 노인 소비자의 소비자 정보화 교육을 주관할 노인 소비자 교육 센터에 관한 좀더 심도있는 연구가 수행되어야 할 것이다.

■ 참고문헌

- 강명구(1996). 정보제국주의인가, 전자민주주의인가. 민주와 진보를 위한 지식인 연대, 2, 49-66.
- 교육인적자원부·한국교육학술정보원(2002). 국민ICT 활용 능력 기준 및 교육과정 개발연구. 정책연구과제 ICT 2001-1, 연구보고 RR 2001-9.
- 김기욱(1999). 전자상거래와 소비자문제. 한국소비자학회 1999년도 학술대회.
- 김기욱(2000). 소비자의 정보격차 분석: 정보사회가 가져올 또 하나의 소비자문제. 대한가정학회지, 38(10), 97-115.
- 김기욱, 김난도, 이승신(2000). 소비자 정보론-디지털 사회와 소비자. 시그마프레스.
- 김영신, 이희숙, 유두련, 이은희, 김상욱(2002). 소비자정보 관리의 이해. 시그마프레스.
- 김기훈(2001). 한국도 고령화 사회진입. 디지털 조선일보, 2001, 9, 25.
- 배윤정(1999). 정보사회의 소비자교육내용 체계화에 관한 연구. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
- 배순영(2001). 온라인 소비자교육 체제 구축방안 연구-아동·청소년 소비자교육을 중심으로-. 한국소비자보호원. 연구보고서 2001-01.
- 배순영, 이기춘(2001). 디지털 시대, 교육패러다임변화와 온라인 소비자교육. 2001년도 한국소비자학회 춘계학술대회 발표자료집.
- 이기춘(1999). 소비자교육의 이론과 실제. 교문사.
- 이기춘, 이승신(2000). 소비자교육연구의 전개와 새로운 지평. 소비자학연구, 11(2), 181-199.
- 이은희(2001). 소비자 교육의 필요성과 방향. 한국소비자학회 소비자학교수 연구회 모임 발표자료, 2001, 6.
- 이혜임(1996). 노인 소비자의 구매문제와 소비자 정보 및 교육 요구. 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 서정희(1998). 어머니와 교사의 학령전 아동 소비자 교육 요구분석; 울산시를 중심으로. 대한가정학회지, 36(1), 81-98.
- 서정희(1999). 21세기 소비자주권시대를 실현하기 위한 소비자 교육의 과제와 방향. 소비문화연구, 2(1), 119-138.
- 손연기(1998). PC통신 이용실태 및 이용자 만족에 관한 조사. 한국정보문화센터.
- 손연기, 김강민(1998). 장애인·노인의 정보 통신 이용실태 및 수요조사. 한국정보문화센터, 정보통신부.
- 손연기, 유지열(2001). 노인복지에 있어서 정보화의 역할. 전국노인복지시설 관리자 및 노인 결연담당자 연수회 자료.
- 송순영(2001). 노인 소비자를 위한 소비자교육프로그램 개발. 한국소비자보호원. 연구보고서 2001-07.
- 장명화(1993). 노인들의 소비자문제 경험에 관한 연구. 충남대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 정경희, 변재관, 오영희, 이윤경, (2000). 노인교육기관 및 교육프로그램 연계구축 및 활용방안 연구. 한국보건사회연구원.
- 최홍석(2000). 정보불평등 축정을 위한 지표개발 및 대응방안 연구. 정보통신부.
- 충청북도 도청(2001). 열린정보화 교육장 이용 현황. 내부자료.
- 충청북도 도청(2002). 열린정보화 교육장 이용 현황. 내부자료.
- 충청북도 서부종합사회복지관(2001). 노인 정보화 교육 지원. 내부자료.
- 통계청(2000). 지역통계연보.
- 통계청(2001). 2001년 정보화실태조사 결과. <http://www.cb21.net/internet>, 충청북도 정보화 기본계획, 1998.
- <http://www.silvemet.net/main1.htm>, 실버넷 운동.

(2003년 1월 29일 접수, 2003년 3월 29일 채택)