

외국인 관광객의 정보추구행태 분석*

- 동·서양의 문화적 차이를 중심으로 -

Analysing Information Seeking Behavior of Foreigner in Korea: Based on Cultural Differences Between the East and the West

이 정 미(Jeong-Mee Lee)**

초 록

본 연구는 동·서양의 문화적 차이에 따른 정보추구행태를 이해하기 위해 설계되었다. 이용자들이 특정 정보를 필요로 하는 상황에서 선택하는 정보원의 차이를 문화적 차원에서 설명하고자 했다. 설문 및 인터뷰 과정을 통해 관광객들의 문화적 배경뿐 아니라 성별, 나이를 기준으로 각각 비교하는 시각에서 분석하였다. 총 9개국 72인의 외국인 관광객을 대상으로 설문조사와 인터뷰를 시행하였다. 문화권, 성별, 연령에 따른 정보추구행태를 비교 분석한 본 결과, 동서양에 따라, 성별에 따라 다른 배경문화권 정보추구행태를 보임을 알 수 있었다. 통계분석은 PASW 18.0을 사용했다.

ABSTRACT

This study investigated to understand how the East and the West seek information in terms of their cultural differences. It is designed to explain their cultural differences how they seek particular information when they need it in order to solve a problem in their hands. Survey and simple interview were conducted to compare their differences by sex and ages as well as cultural backgrounds. A total of 72 visitors from 9 countries were randomly selected and participated in this study. The study result shows there are different information seeking behaviors according to their cultural differences. Collected data were analyzed using PASW 18.0.

키워드: 이용자, 이용자 연구, 정보추구행태, 문화차이, 배경문화

User, User Study, Information Seeking Behavior, Cultural Difference, Context Culture

* 이 논문은 2011학년도 서울여자대학교 교내학술특별연구비의 지원을 받았음.

** 서울여자대학교 사회과학대학 문헌정보학과 부교수(jmlee@swu.ac.kr)

논문접수일자 : 2011년 5월 20일 논문심사일자 : 2011년 6월 2일 게재확정일자 : 2011년 6월 15일

1. 서론

오늘날의 사회는 세계화, 정보화의 사회이다. 인터넷의 급속한 발달과 이에 따른 범세계적 인적교류와 문화교류의 급증은 “지구촌”이라는 단어의 현실화를 의미했고 지리적 한계를 벗어난 다양한 커뮤니케이션이라는 현실을 만들어냈다. 인터넷 접속만 가능하다면 몇 십만 킬로미터 멀리에서 누군가가 제작한 웹페이지를 접속함으로써 그 안의 정보를 획득할 수 있는, 지리적 제한점이라는 용어 자체가 무의미한 사회에 있는 것이다. 그러나 지리적 제한점 없이 정보를 획득할 수 있다는 것과 획득된 정보가 유의미한 그 무엇으로 유용하게 이용자에게 사용될 수 있다는 것은 다른 의미에서 해석되어야 한다. 어떤 문화에서 유용한 정보라 하더라도 다른 문화에서는 해당 정보의 유용성이 떨어질 경우도 있으며, 정보 획득의 방법에 있어서도 그와 유사한 상이성을 가질 수 있는 것이 문화적 차이이기 때문이다. 오늘날 우리는 이용자에게 얼마나 빨리 효과적인 정보를 제공할 것인가에 대해 연구함에 있어서 인터넷과 정보기술의 발전을 바탕으로 한 정보획득의 기술적인 측면에는 상당한 발전을 이루고 있다. 또한 많은 연구자들이 다양한 범위와 대상을 바탕으로 정보요구와 정보추구행태에 대한 연구를 지속해 왔으나 이러한 연구들은 대부분 어떠한 이용자 그룹이 어떠한 정보원을, 어떠한 정보추구행태를 보이면서 취하고 있는지를 연구하는 것이지 해당 이용자 그룹이 가진 문화적 특성에 대한 이해나 이용자 그룹간의 비교에 대한 연구들은 아직 미미한 것도 사실이다.

본 연구는 동·서양의 문화적 차이에 따른

정보추구행태를 이해하기 위해 설계되었다. 이용자들이 근원한 문화적 차이에 따라 상이한 정보추구행태를 보일 것임을 전제로 하여 해당 이용자를 동양과 서양 두 그룹으로 나누어 그들의 커뮤니케이션 양상을 살펴보기 위해 특정 정보를 필요로 하는 상황에서 선택하는 정보원의 차이를 문화적 차원에서 설명하고자 했다. 동·서양의 문화적 차이를 이해하기 위해 본 연구는 대상을 한국방문 ‘외국인 관광객’으로 한정했다. 연구대상을 한국방문 ‘외국인 관광객’으로 한정하는 이유는 관광객이라는 그들의 특성은 한국에서 방문하는 모든 관광관련 정보를 필요로 한다는 사실에 기인한다. 이는 그들에게 가장 기본적인 정보요구가 존재하며 해당 정보요구가 “여행정보”일 것이라는 공통성이 있기 때문이다.

관광객의 정보추구행태와 관련된 국내 연구의 대부분은 아웃바운드 관광객을 중심으로 이루어져 왔으며, 인바운드 관광객에 대한 연구는 상대적으로 부족한 실정이며(이은수 2005) 인구통계학적이나 지리적 특성 등에 따라 나타나는 정보추구행태의 차이점을 다룬 연구는 많이 부족한 것으로 판단된다. 본 연구는 가장 근본적으로는 문화적 차이를 기반으로 여행정보를 탐색함에 있어 동·서양의 두 이용자 그룹이 문화적 차이를 보이는가를 알아보기 위해 실시되었다. 더불어 설문 및 인터뷰 과정을 통해 관광객들의 동·서양의 차이뿐 아니라 성별, 나이를 기준으로 각각 비교하는 시각에서 분석하였고, 이러한 점들에 따른 차이점의 결과 분석에 주력하였다. 성별에 있어서는 네드허먼의 뇌구조에 따른 남녀차이,¹⁾ 나이에 있어서는 컴퓨터 기술발달과 그 적응에 바탕을 둔 N세대,²⁾ Y세대³⁾의 구분을 기준으로 삼아 그

차이를 비교분석하고자 했다.

2. 이론적 배경

2.1 특정 집단의 정보추구행태

이용자를 이해하는 데 있어 특정집단 이용자의 정보요구와 정보추구행태를 모형화하는 것은 상당히 중요한 작업인 것은 사실이나 이를 구체적인 형태로 묘사하는 것은 상당히 어려운 작업이다. 전자정보원의 출현 이후 국내외 많은 연구자들이 이용자의 전자정보원 이용에 대해 연구하고 이를 구체적으로 묘사하고자 하는 다양한 시도를 해왔다.

국내 연구의 경우 정보탐색행위를 모형이나 패턴으로 기술해 표현하고자 하는 연구(김갑선 2005; 김성진 2006)에서부터 인문학자의 전자정보원 이용행태(윤정옥 2009), 대학교수들의 학술정보원 이용행태(박준식 2000), 재일한인 사회의 정보활동 연구(이제환, 노지현 2005), 대학생의 일상생활 및 선거 시기 정보원 이용행태 분석연구(이정미 2010) 등 다양한 형태로 특정 이용자 그룹의 정보이용행태에 대한 연구들이 이루어져 왔다.

국외 연구들 또한 그 연구영역에 있어 다양한 이용자들을 대상으로 특정 그룹 이용자의 정보

추구행태에 대한 연구들 진행하고 있으며 이 연구들은 정보원 이용에 있어 신뢰성 판단에 대한 연구(Hertzum et al, 2002)에서부터 정보원 이용에 사회적 판단 분석을 도입하는 사회적 분석 기준을 부과하는 연구(Stefi-Mabry 2003), 그룹 프로젝트에서 공동작업을 하는 대학생들이 어떠한 정보추구행태를 보이는가를 분석한 연구(O'Farrell and Bates 2009)에 이르기까지 그 연구의 내용과 방법에 있어 다양한 양상을 보이고 있다.

2.2 외국인 관광객의 정보추구행태

본 연구의 대상 이용자인 관광객의 정보탐색 행동에 관한 연구의 경우 이들이 가지는 정보추구행태가 무엇인가를 표현하기 위한 직접적인 연구는 아직 미미하다고 보여진다. 이 분야 연구의 대부분은 문화적 또는 지역적 배경에 따라 나타나는 문화적 차이 자체를 보여주고자 하는 연구나 관광객의 관광정보 사용에 영향을 주는 다양한 요인에 관한 연구 또는 관광정보 제공에 필요한 정보기술 적용을 위한 기초적 연구 등이 주를 이루고 있다.

문화적 차이에 대한 연구로는 이은수(2005), 오정학과 허상현(2006)의 연구 등이 있다. 이은수(2005)는 '관광객의 국적에 따라 심리과정 및 관광행동이 상이하다'라는 전제하에 이를 증

1) 박기원, 2008. 음식요법과 운동처방으로 충명한 두뇌 만들기 중 '수확천재와 음악천재는 두뇌 발달 부위가 다르다.'
 2) N세대란 인터넷으로 대표되는 네트워크 세대라는 의미에서 붙여진 신세대를 일컫는다. 이 세대는 오락과 학습은 물론, 쇼핑과 의사 소통까지 거의 모든 활동을 컴퓨터, 비디오 게임, CD-ROM과 같은 디지털 매체를 통해 해결한다. 또한 태어남과 동시에 디지털 기술을 자연스럽게 문화로 받아들이고, 인터넷의 영향권에 흡수된 것이 특징이다(다음 IT용어사전, <http://enc.daum.net/dic100/contents.do?query1=15XXX20803>).
 3) 1982년부터 2000년 사이에 출생한 Y세대는 미국에서 세계 제2차 대전 이후 1946년부터 1965년 사이에 출생한 베이비붐 세대의 자녀 세대다. 다른 문화나 인종에 대한 거부감도 적고, 지적 수준이 높고, 반항·도전정신을 가지고 있다(다음 시사상식사전, <http://enc.daum.net/dic100/contents.do?query1=17XXXX2565>).

명하고자 하는 연구를 진행했으며, 일본인과 미국인 관광객의 문화관광을 바탕으로 한 문화적 차이 비교연구(오정학, 허상현 2006) 등 문화적 차이를 보여주고자 하는 실증연구들이 활발하게 이루어지고 있다.

다양한 형태의 컨벤션 참가를 목적으로 서울을 방문한 상용여행자를 대상으로 실증조사들 통해 이들의 정보탐색행동과 관련 있는 인구통계적 및 지리적 특성과 여행관련 행동특성을 파악함으로써 컨벤션 개최지의 마케팅 관리자에게 유용한 정보를 제공하고자 했던 컨벤션여행자의 정보탐색행동 분석 연구(이은수 2006), 미국·일본·중국인 방한 관광객을 대상으로 외국인 관광객의 정보탐색 및 불평요인이 불평행동에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴본 연구(고진경 2010), 한·일 관광객의 관광지정보 입수경로를 분석한 연구(송상섭, 김재석, 이재면 2010), 모바일 정보라는 특정 유형의 정보 정확성이 관광만족 및 재사용의도에 미치는 영향을 분석한 연구(최현식, 최영민 2010), 인터넷 관광정보에 대한 사용자의 지각정도, 태도, 정보탐색에 대한 노력을 분석한 연구(정철, 이준남 2010) 등은 관광정보에 영향을 주는 요인에 관한 연구들이다. 이와 같이 최근 들어 관광객을 대상으로 그들의 정보탐색에 대한 노력이나 영향요인에 대한 분석연구들이 늘어가는 추세이나 관광객이라는 특정 대상 이용자가 그들이 이용하는 정보원에 대한 단편적인 서술과 더불어 관광산업 전체에 분포하는 숙박시설의 문제, 관광서비스의 문제등을 더욱 세밀하게 다루고 있다는 측면에서 정보탐색행태 자체에 대해 이해하고자 하는 연구라 하기에는 다소 무리가 따른다고 판단된다.

관광객의 정보추구에 대한 연구에 있어 중요한 다른 한 가지 주제로 정보기술의 발달과 함께 활발해진 주제로 관광산업에 있어 정보기술의 적용을 다룬 연구들이 있다. 이 주제의 연구들은 관광객에게 제공하는 정보기술의 이해와 방법을 모색하고자 하는 연구들이 주를 이루고 있는데 관광객의 행동을 분석함으로써 그들에게 맞춤형 관광정보를 추천하고자 하는 기법을 소개하는 연구(양위주, 박유진, 장근녕 2005)에서부터 관광안내지도와 같은 시각적 표현 도구를 매체로 사용자의 선호도 및 정보인지를 분석한 연구(유수정, 백진경 2007), 모바일 기술기반의 U-투어리즘 서비스 소개 연구(정화영 2011), 모바일 정보서비스 특성과 이용자의 만족도와 재사용의도를 분석하는 연구(최현식, 박진우 2009), 유비쿼터스 기술에 기반한 관광 정보서비스 구축 현황과 사례를 분석한 연구(김현정 2010), 상황 인식 서비스 기반의 문화 관광 콘텐츠 개발과 서비스를 사례로 살펴본 연구(이해성, 권준희 2010) 등이 존재한다.

이 연구들은 연구의 대상이용자가 관광객이라는 부분에서 본 연구와 연관성이 있으나 대부분이 정보추구행태 자체에 대한 연구라기보다 관광서비스 질 향상과 관광산업 진흥 차원에서 정보원 사용을 살펴보는 단편적인 정보추구양상만을 제시한다는 점에서 정보추구행태 연구로 유용하게 인식되기에는 한계가 있다고 보여진다.

2.3 문화적 차이, 성별, 나이에 따른 외국인 관광객의 커뮤니케이션과 정보추구행태

Edward T. Hall의 문화 비교 분석 모형(Hall

2000)에 따르면, 각 국가의 문화는 그들의 커뮤니케이션 양상에 따라 고배경문화(high-context culture: HCC)와 저배경문화(low-context culture: LCC)의 개념으로 이원화 할 수 있다. 독일, 스위스, 미국 등의 문화배경 안에서 이루어지는 커뮤니케이션은 주로 말이나 문자 등을 통해 명백한 진술의 형태로 이루어지는 반면, 한국, 중국, 일본과 같은 문화배경 안에서 이루어지는 커뮤니케이션은 침묵 또는 제스처와 같은 상황과 행동에 따라 전달되는 메시지가 중요하게 작용된다. 전자의 경우를 서양-저배경문화라는 개념으로, 후자를 동양-고배경문화로 개념화한 것이다. 간단히 고배경문화권인 동양은 주변의 상황과 배경을 중시하며, 커뮤니케이션에서 비언어적 행동에 의존하는 경향을 보인다. 그러나 저배경문화권인 서양은 객관적이고 실질적인 사실을 중요시하고, 개인주의적 성향을 가지며, 업무를 중시하고 동양과는 달리 실질적으로 전달되는 대화에 의존하는 문화이다.

이러한 비교문화연구는 발생 초기 상이한 문화의 민족을 이해하기 위한 문화인류학적 차원의 연구에서 시작되었다. 근래 들어 웹사이트를 이용한 비즈니스가 급속도로, 전세계적으로 확산되면서 문화차이에 기반한 웹사이트 디자인과 콘텐츠 구성을 비교하는 연구 또는 이용자 행동에 초점을 두고 문화적 환경에 따라 소비자 행동이 다르다 유사하다는 판단함으로써 집단간의 문화차이가 소비자 행동에 미치는 영향을 살펴보는 소비자 연구들로 확산되어 갔다.

Hall의 배경 문화권에 따른 이용자 행동의 차이에 대한 주장은 2000년 무렵에 비교분석 모형으로 정착되었으나 정보화 상황의 급격한

변화와 함께 이용자 행동을 연구하던 많은 학자들에 의해 재검증 되었다.

Hall의 배경문화권을 재검증하는 가장 최근 연구의 하나로 Usunier and Roulin의 2010년 연구를 사례로 들 수 있다(Usunier and Roulin 2010). 이 두 연구자는 상용 웹사이트 디자인이나 콘텐츠, 언어사용에 있어서 고배경, 저배경 문화의 커뮤니케이션 양상이 미치는 영향을 분석했는데 이 연구결과에 따르면 정보화의 급격한 변화에도 불구하고 Hall의 배경문화권에 따른 행동 차이는 디자인, 콘텐츠, 웹사이트에서 사용하는 언어 스타일에 그대로 표현되어 나타남을 이야기하고 있다. 이 밖에도 Wurtz(2005)의 한·중·일 세 국가를 대표로 하는 고배경문화 웹사이트들과 독일, 덴마크, 스웨덴, 노르웨이, 핀란드, 미국을 대표로 하는 저배경문화 웹사이트를 비교함으로써 고배경문화와 저배경문화 구분에 따른 웹사이트 구성을 비교 분석한 연구를 비롯해, 웹사이트 디자인에 국가의 정치적 자유가 얼마나 표현되는지를 분석한 연구(Li 2009) 등 문화적 차이에 기인한 웹페이지 디자인과 콘텐츠 구성에 대한 연구는 최근 들어 많은 국외 연구자들의 관심을 받고 있다.

국내 연구의 경우 산업디자인 측면의 연구로서 한·중·일 20대 사용자를 중심으로 살펴봤을 때 문화적 차이에 따라 모바일폰 디자인 선호도가 어떠한가를 알아보기 위해 기호학적 분석을 채택한 연구(조영식, 박선영 2007)가 대표적으로, 문화차이에 기반한 웹사이트 디자인과 콘텐츠 구성을 비교하는 연구들은 그 수가 많지 않다.

본 연구는 외국인 관광객이 관광정보 탐색에 있어 어떠한 정보원을 이용하고 있으며 이를

바탕으로 그들의 정보추구행태에 있어 동·서양의 문화적 차이를 Hall의 고배경문화와 저배경문화 이론에 비추어 살펴보았다. 주변의 상황, 배경을 중시하는 동양인의 경우 지인에게 물어보거나 행인에게 물어보는 등의 면대면방식의 정보추구행태를 보일 것이고 서양인의 경우에는 동양인과는 달리 객관적인 사실을 중요시한다는 점으로 보아 위의 상황에서 책이나 지도 같은 정보원을 이용할 것이라 예상하고 '여행중에 생긴 문제 때문에 정보탐색을 필요로 하는 경우 어떠한 정보원을 이용해 정보를 획득하겠습니까?'라는 문항을 두어 그 결과를 비교했다. 또한 성별 즉, 남녀의 생물학적 차이에 따라 정보의 추구행태가 다를 것이라 가정하면서 남성의 경우에는 인터넷이나 지도, 책 등 정제된 정보를 이용하는 저배경문화권 맥락의 정보추구행태를 보일 것이며, 감성적이고 인간관계를 지향하는 여성의 경우는 지인이나 행인들을 통해 정보를 이용하고자 하는 비교적 고배경 문화권 맥락의 정보추구행태를 보일 것이라고 예상했다. 이는 남성은 좌뇌가 더 많이 발달하여 논리적이고 분석적인 요소에 기반을 맞추어 사고하고 이성적이고 통계적, 분석적이고 객관적인 사실을 중심으로 하는 반면, 여성은 우뇌가 더 많이 발달하여 감성적이고 추상적인 감성영역분야에 강하다는 네드 허먼의 연구결과를 바탕으로 하는 전제이다. 네드 허먼의 연구는 1990년대 초에 좌뇌와 우뇌의 기능에 대한 문제제기를 시작으로 근 20년간 좌뇌 우뇌 사용에 따른 남·녀의 차이, 직업의 전문성에 따른 뇌 사용의 차이 등에 관한 꾸준한 연구결과를 제시하며 많은 교육자, 연구자들의 관심을 받고 있다(박기원 2008).

마지막으로 세운 가설은, 나이에 따라 정보추구행태에 차이를 보일 것이라는 예상이다. 본 연구의 연령대 구분은 40대를 전후로 이분화해 분석했다. 40대 이전의 대상들은 대부분이 N세대와 Y세대이므로 디지털 기술과 함께 디지털 기기를 능숙하게 다룰 줄 아는 디지털 문명 세대이며, 이들이 컴퓨터를 능숙하게 다루는 것 또한 예외는 아니다. 따라서 40대 이전의 대상들은 주로 인터넷이나 텔레비전 등 다양한 미디어를 통한 정보 추구 행태를 보일 것으로 예상하기에 이들은 저배경 문화권 맥락의 정보추구행태를 보일 것이라 예상했다. 반면 40대 이후의 대상들은 이러한 신세대적인 매체를 통한 정보의 추구보다는 사회적 관계를 기반으로 한 정보 추구 행태를 보일 것이라 예상하기 때문에 이들의 정보추구는 고배경 문화권 맥락의 정보추구행태로 예상했다.

3. 연구내용과 방법

3.1 연구 대상 및 방법

본 연구는 서울지역 3곳의 관광지과 강원도 일대 3곳의 관광지를 중심으로 총 9개 나라 72인의 외국인 관광객을 대상으로 진행되었다. 설문조사와 인터뷰 데이터는 2011년 2월 19일에서 5월 14일까지 4개월여의 기간 동안 수집되었으며 설문조사를 실시한 후 간단한 인터뷰를 진행하여 설문조사 데이터를 보충하였다. 또한 편의표본추출 방식을 사용하는 만큼 표본추출이 가지는 한계를 극복하고 연구의 타당성을 검증하고자 연구 마지막에 설문대상과는 별

〈표 1〉 문항의 구성

설문 주제	세부 내용	문항수
배경정보	성별, 나이, 국적	5
	체류기간	
	방문목적	
정보탐색	한국 관련 정보탐색	5
	해당관광지에 대한 정보 탐색	
	외국여행에 대한 정보 탐색	
	여행 중 문제해결을 위한 정보 탐색	
	여행 중 문제해결을 위한 정보탐색의 만족도	
문항수	10	

도로 8인의 외국인 관광객 인터뷰를 시도했다.

설문지는 성별, 나이, 국적, 방문목적이나 체류기간 등을 묻는 인구 통계학적 질문과 여행 정보 탐색에 관련된 질문들로 구분할 수 있다. 여행정보 탐색에 대한 문항들에는 한국에 대한 정보탐색, 해당 관광지에 관한 정보탐색, 일반적으로 해외 여행 시 다른 나라에 대한 정보탐색을 포함했다. 이후 여행 중 생긴 문제 해결을 위한 정보탐색을 묻는 문항과 이 문항의 정보탐색에 대한 만족도를 살펴보았다(〈표 1〉 참조). 설문구성에 있어 정보탐색에 사용하는 정보원의 보기문항의 구성은 매년 문화체육관광부에서 실시하는 외국인 관광객 실태조사 통계 설문 문항 중 하나인 여행정보입수경로에 포함된 항목을 바탕으로 구성하였다.

3.2 분석방법

설문 데이터는 PASW 18.0을 사용해 분석이 이루어졌다. 수집된 데이터는 인구통계학적 배경정보에 대한 기술통계 및 기타 연관 통계 분석을 거쳤다.

4. 외국인 관광객의 정보추구행태

4.1 표본의 인구통계학적 특성

설문 데이터의 인구통계학적 특성은 〈표 2〉와 같다. 설문참가자의 남녀구성은 남자가 34명, 47.2%이며 여자가 38명, 52.8%이다. 설문 참가자의 연령은 20대가 33.3%, 30대 41.7%, 40대 16.7%, 50대 6.9%, 60대 이상이 1.4%로 구성되어 있다. 연령대별 정보추구행태를 알아보기 위한 구분기준이 되는 40대 전후의 구분은 40세 미만이 75%, 40세 이상이 25%로 40대 미만의 비율이 다소 높게 나타났다. 전체 72명의 참가자의 국적 분포는 일본, 미국, 중국의 비율이 각각 26.4%, 25%, 22.2%로 가장 많았으며 독일과 말레이시아 8.3%, 두바이, 프랑스, 이란 2.8%, 캐나다 1.4%의 비율을 차지함으로써 동·서양의 비율은 62.5%와 37.5%이다. 체류기간은 총 65.3%가 1-6일이라 응답함으로써 가장 높은 비율을 차지했으며 1-2주 18.1%, 3-4주 2.8%, 한 달 이상의 체류자는 13.9%로 나타났다. 방문 목적은 관광이 2/3인 75%를 차지했으며 사업 19.4%, 학업 1.4%, 기타가 4.2%

〈표 2〉 표본의 특성(배경정보)

문항	구분	빈도(비율)	총계(비율)
성별	남자	34(47.2%)	72명(100%)
	여자	38(52.8%)	
연령	20 - 29세	24(33.3%)	72명(100%)
	30 - 39세	30(41.7%)	
	40 - 49세	12(16.7%)	
	50 - 59세	5(6.9%)	
	60세 이상	1(1.4%)	
40대 전후	40세 미만	54(75%)	72명(100%)
	40세 이상	18(25%)	
동·서양 비율	동양	45(62.5%)	72명(100%)
	서양	27(37.5%)	
체류기간	1 - 6일	47(65.3%)	72명(100%)
	1 - 2주	13(18.1%)	
	3 - 4주	2(2.8%)	
	한 달 이상	10(13.9%)	
방문목적	관광	54(75%)	72명(100%)
	사업	14(19.4%)	
	학업	1(1.4%)	
	기타	3(4.2%)	

를 차지했다. 방문 목적 중 기타 특이사항으로 입양을 위한 한국방문이라는 응답이 있었다.

4.2 외국인 관광객의 정보추구행태

문화체육관광부의 외국인 관광객 실태 조사 통계에 따르면 한국을 방문하는 외국인의 과반수 이상이 인터넷을 통해 여행정보를 입수하는 것으로 나타났다. 이는 인터넷 발달의 현실과 더불어 그리 놀라운 일이 아니다. 중복응답을 허용한 해당 설문 통계에 따르면 인터넷 다음으로 친지나 동료같은 지인에게서 정보를 얻는다는 응답을 볼 수 있으며, 여행사와 관광안내서적이 그 뒤를 따르고 있다. 다음 〈표 3〉은 문화체육관광부의 통계 조사를 바탕으로 취합

한 외국인 관광객의 한국여행 실태 중 최근 5년간의 여행정보 입수경로를 정리한 것이다(문화체육관광부 2006, 2007, 2008, 2009, 2010).

이는 단순한 수치로 우리나라를 찾는 외국인 관광객이 이리이러한 정보행태를 보인다는 것을 이야기할 수는 있으나 일반적으로 이리하다라는 결론일 뿐이지 동·서양의 차이, 연령의 차이, 남녀의 차이 등을 나타낼 수 없는 표면적인 수치라 할 수 있을 것이다. 이런 이유로 본 연구는 여행정보 입수경로 하나로 뭉뚱그려 표현했던 외국인 관광객의 정보탐색을 한국에 대한 정보탐색, 해당 관광지에 대한 정보탐색, 일반적인 외국여행에 대한 정보탐색으로 나누어 살펴보고 마지막으로 여행중에 생긴 문제 해결을 위한 정보탐색을 살펴봄으로써 문화권의 차

〈표 3〉 외국인 관광객의 한국여행 실태 중 최근 5년간 여행정보 입수경로(중복응답)

(단위 %)

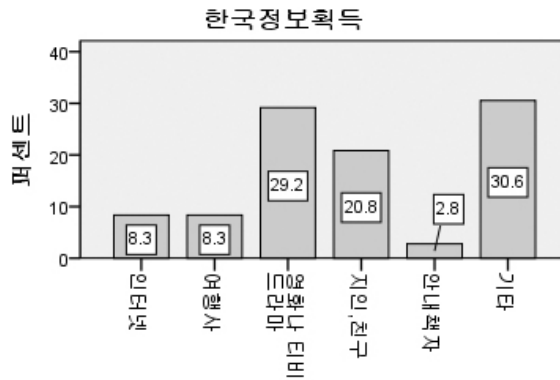
	2006	2007	2008	2009	2010
인터넷	52.1	56.9	55.5	61.0	64.2
친지, 친구, 동료	51.7	50.3	48.0	53.0	51.2
관광안내서적	33.2	32.7	29.4	33.2	34.9
여행사	40.1	39.2	35.6	38.2	38.9
보도	17.6	15.4	15.4	19.6	16.4
한국기관	9.8	8.0	8.6	8.6	8.7
항공사, 호텔	9.5	9.0	9.8	8.8	7.7
기타	10.1	12.5	11.4	10.2	9.1
정보를 얻지 않았다	9.2	7.6	10.3	8.0	6.0

이를 알아보려고 했다.

외국인 관광객이 응답한 한국에 대한 정보탐색은 다음 〈그림 1〉과 같이 나타났다.

〈그림 1〉에서 보는 바와 같이 30.6%의 외국인이 기타, 29.2%의 외국인이 영화나, 티비, 드라마에서 한국에 대한 정보를 얻는다고 응답함으로써 20.8%를 차지한 친구나 동료를 포함하는 지인 항목까지 합한다면 총 80% 이상의 외국인이 이 세 가지를 통해 한국에 대한 정보를 입수한다고 응답했다. 연구설계 과정에서 생각

지 못했던 것으로 많은 외국인이 한국에 대한 정보를 획득함에 있어 기타로 표시했는데 인터뷰 과정에서 기타에 포함되는 항목으로 학교 교육과정, 뉴스, 소설 등을 언급함으로써 많은 국가의 교육과정에서 한국이 다루어지고 있는 현실이나 양상에 대해 외교적인 차원에서 적극적인 현실조사와 의견개진이 이루어져야 하는 필요성을 재확인 할 수 있었다. 또한 두 번째 많은 응답으로 영화나 티비, 드라마에서 한국에 대한 정보를 얻는다는 응답의 경우 현재 많



〈그림 1〉 한국에 대한 정보 탐색

은 보도기사에서도 언급되고 있는 한류의 영향을 볼 수 있었다. 이는 비단 중국과 일본 관광객뿐만 아니라 미국과 말레이시아 관광객을 통해서도 볼 수 있는 응답이었다는 점에서 한류의 파급효과나 TV 드라마나 영화와 같은 영상매체가 가지는 문화전달, 관광홍보의 중요성을 볼 수 있는 대목이라 할 것이다.

설문조사와 인터뷰가 이루어졌던 해당 관광지에 대한 정보를 어떻게 획득했는지를 묻는 질문의 경우 여행안내책자가 27.8%로 가장 높은 비율을 차지했으며 지인(친척, 동료, 친구 등)에게 얻는다는 응답이 23.6%, 인터넷이 그 뒤를 이어 22.2%로 나타났다. 다음 <그림 2>는 외국인 관광객이 해당 관광지에 대한 정보를 획득하기 위한 탐색 질문의 응답내용을 그림으로 나타낸 것이다.

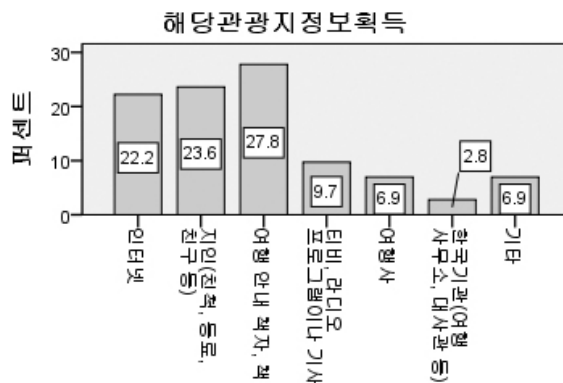
50% 이상의 외국인 관광객이 여행안내책자나 지인에게 정보를 얻어 해당관광지를 방문하게 되었다라는 결과는 특정 관광지에 대한 정보 탐색의 경우 다른 매체보다 구체적이며 체계적인 정보를 포함하는 안내책자나 지인의 경험정보를 통해 획득된 정보를 더욱 신뢰하는

양상을 보인 것이라 판단된다.

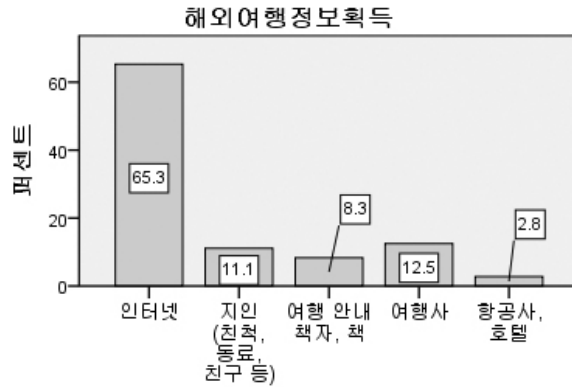
반면 외국여행에 대한 일반 정보 획득에 관해서는 해당 관광지에 대한 정보 획득의 경우와 다소 다른 형태를 보였는데 65.3%, 총 47인의 외국인 관광객이 인터넷을 통해 해외여행에 관한 정보를 획득한다고 응답했다. 그 다음으로 여행사(9명, 12.5%), 지인(8명, 11.1%), 안내책자(6명, 8.3%)를 차지했으며 항공사나 호텔이라고 응답한 경우도 2명(2.8%) 있었다. <그림 3>은 해외여행에 대한 일반적 정보 획득에 관한 응답을 그림으로 나타낸 것이다.

마지막으로 '여행중에 생긴 문제 때문에 정보탐색을 필요로 하는 경우 어떠한 정보원을 이용해 정보를 획득하겠습니까?'라는 문항의 경우 전체 응답자의 43.1%가 인터넷이라고 응답하고 31.9%가 보행자(주위의 민간인)라고 응답함으로써 총 75%의 응답자가 인터넷을 사용해 정보를 탐색하거나 주위 누군가와와의 대화를 통해 정보를 획득하고 있음을 보여준다 하겠다 (<그림 4> 참조).

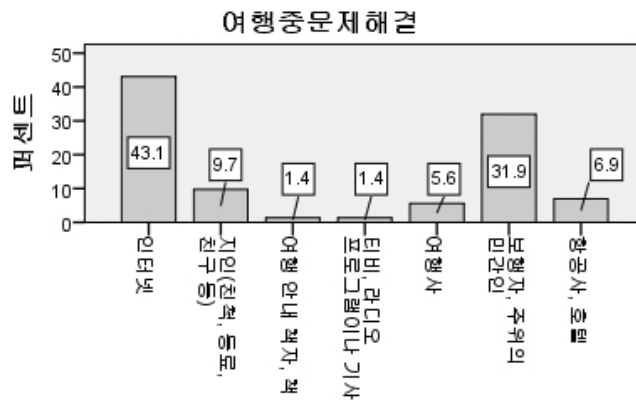
여행 중 생긴 문제 해결을 위한 정보탐색과정에 있어 어느 정도 만족하는지를 묻는 마지



<그림 2> 해당 관광지에 대한 정보 탐색



〈그림 3〉 해외 여행에 대한 일반적 정보 탐색

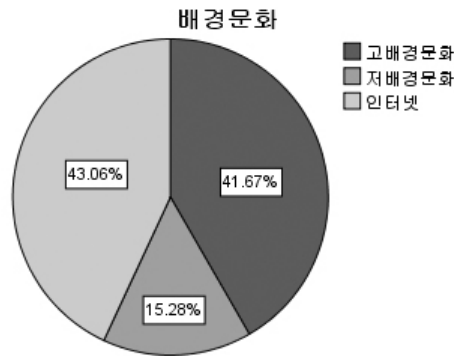


〈그림 4〉 여행 중 문제해결을 위한 정보탐색

막 질문의 응답은 1부터 10까지의 스케일에서 평균 8.44(최소값 4, 최대값 10, 표준편차 1.481)를 보임으로써 상당히 만족하는 것으로 나타났다.

위의 여행 중 생긴 문제 해결을 위한 정보탐색 질문에 대한 응답사항을 가지고 고배경문화(지인, 보행자)와 저배경문화(안내책자, 티비·라디오 프로그램이나 기사, 여행사, 항공사와 호텔)로 2차 분류를 시도했다. 43.1%의 높은 응답율을 보인 인터넷 항목의 경우, 해당 웹사이트의 디자인, 정보구조의 표현 등에 따라 고

배경문화인지 저배경문화인지를 판단할 수 있는 문제이지 인터넷 검색 자체만을 가지고 배경문화를 판단하는 데는 무리가 따른다고 판단하여 고배경문화 또는 저배경문화 어느 하나의 배경문화 속에 포함시키지 않고 독립적으로 표현하였다. 다음 〈그림 5〉는 여행 중 문제해결을 위한 정보탐색에 대한 응답 사항을 고배경문화와 저배경문화, 인터넷으로 나누어 표현한 것이다. 그림에서 보는 바와 같이 전체 응답의 43.0%를 차지한 인터넷을 제외한 나머지 56.9%의 응답을 고배경문화와 저배경문화로 나눈 결



〈그림 5〉 문제해결 정보탐색 과정에서 고배경문화와 저배경문화, 인터넷의 분포

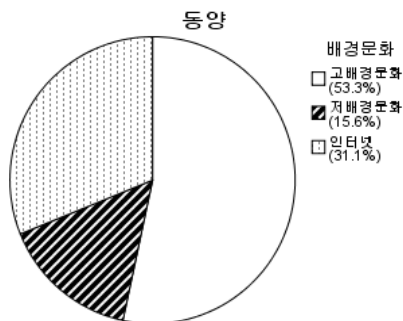
과 41.7%는 고배경문화에, 나머지 15.8%는 저배경문화에 포함시킬 수 있었다. 이는 한국을 방문하는 외국인 관광객의 다수가 객관적인 사실 정보에 의존하기 보다는 대화나 맥락과 함께 전달되는 정보를 중요하게 여기고 있음을 알려주는 것이라 하겠다.

4.3 문화적 차이, 성별, 나이에 따른 외국인 관광객의 정보추구행태

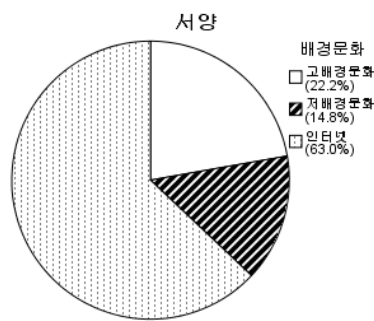
여행 중에 생긴 문제 때문에 정보탐색을 필요로 하는 경우 어떠한 정보원을 이용해 정보

를 획득하느냐는 질문을 통해 알아본 동·서양의 문화적 차이에 따른 외국인 관광객의 정보추구 맥락은 다음 〈그림 6〉, 〈그림 7〉의 결과와 같이 비교될 수 있다.

두 그림을 살펴보면 동양 관광객의 정보추구는 인터넷 사용과 비교해도 그 비율이 더 높을 정도로 고배경문화의 맥락(보행자, 지인)에 바탕을 둔 정보추구행태를 보이고 있음을 확연히 볼 수 있다. 또한 서양 관광객의 경우 상대적으로 인터넷의 사용이 높으며 고배경문화의 맥락의 정보탐색행태가 다소 높은 비율을 차지하고 있을 뿐이지 월등한 차이를 보이는 것은 아니



〈그림 6〉 동양 관광객의 정보추구 맥락



〈그림 7〉 서양 관광객의 정보추구 맥락

었다. 다음 <표 4>는 동·서양의 문화적 차이에 따른 외국인 관광객의 정보추구행태를 항목별 응답현황과 함께 제시한 것이다. <표 4>에서 흥미로운 부분은 서양 관광객의 경우 보행자, 주위의 민간인 항목에 단 한 사람의 응답자도 선택하지 않았던 반면, 동양 관광객의 경우 무려 51.1%(23명)의 응답자가 여행중에 생긴 문제 해결을 위해 보행자나 주위의 민간인에게 정보탐색을 시도한다고 응답했다는 것이다. 이는 동양관광객의 정보추구행태가 주변의 상황과 배경을 중시하며, 상황적 배경 정보를 중시하는 고배경문화권의 커뮤니케이션 양상을 확연

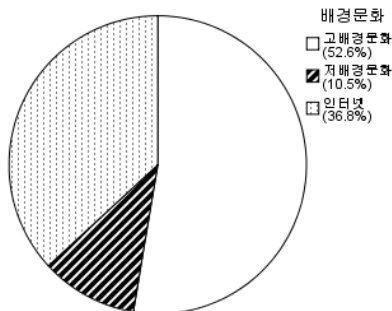
히 드러내는 단면이라 할 수 있을 것이다.

남녀의 생물학적 차이에 따라 정보의 추구행태가 다를 것이라는 두 번째 가정 또한 동일 질문의 분석을 통해 이루어졌다. 이 가정에 따르면 남성은 인터넷이나 기사, 책 등 정제된 정보의 추구 행태를 보일 것이며(저배경문화권), 여성의 경우 감성적이고 인간관계를 지향하므로 지인이나 행인들을 통해 정보를 추구하는 행태(고배경문화권)를 보일 것이라고 예상했다. <그림 8>과 <그림 9>는 성별 차이에 따른 외국인 관광객의 정보추구행태를 맥락적 차원을 그림으로 나타낸 것이다.

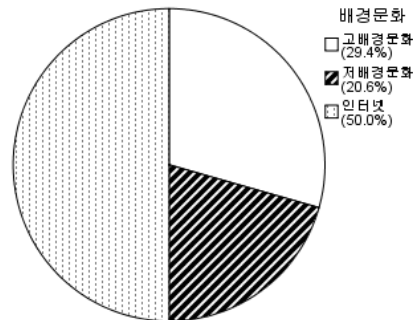
<표 4> 동·서양의 문화적 차이에 따른 외국인 관광객의 정보추구행태

(여행 중 문제해결을 위한 정보탐색방법 응답 비교)

	동양		서양	
	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트
인터넷	14	31.1	17	63.0
지인(친척, 동료, 친구 등)	1	2.2	6	22.2
여행 안내 책자, 책	0	0	1	3.7
티비, 라디오 프로그램이나 기사	1	2.2	1	3.7
여행사	3	6.7	1	3.7
보행자, 주위의 민간인	23	51.1	0	0
항공사, 호텔	3	6.7	2	7.4
합계	45	100.0	27	100.0



<그림 8> 여성의 정보추구 맥락



<그림 9> 남성의 정보추구 맥락

〈그림 8, 9〉에서 보는 바와 같이 여성의 정보 추구는 과반수 이상이 고배경문화의 맥락(보행자, 지인)에 바탕을 둔 정보추구행태를 보이고 있음을 확연히 볼 수 있다. 반면 남성의 경우 상대적으로 인터넷의 사용이 높으며 고배경문화권 맥락의 정보탐색행태가 다소 높은 비율을 차지하고 있을 뿐이지 월등한 차이를 보이는 것은 아니었다. 이러한 결과는 남성은 인터넷이나 기사, 책 등 정제된 정보의 추구 행태를 보이며 (저배경문화권), 여성의 경우 감성적이고 인간 관계를 지향하므로 지인이나 행인들을 통해 정보를 추구하는 행태(고배경문화권)를 가지고 있음을 보여주는 부분이라 할 수 있겠다. 〈표 5〉는 남성과 여성의 성별 차이에 따른 외국인 관광객의 정보추구맥락을 응답현황과 함께 제시한 것이다. 이 표에 따르면 남자 관광객의 70.8%가 인터넷, 기사정보, 여행사, 항공사 등 정제된 형태의 정보를 추구하는 양상을 보였다. 이와 뚜렷한 차이를 보이는 것으로 여자 관광객의 반수 정도인 47.4%가 보행자나 행인을 통해 정보를 획득하고자 했다. 그러나 여자 관광객(5.3%)에 비해 높은 비율의 남자 관광객(14.7%)이 지인

을 통한 정보 추구 양상을 보이고 있다.

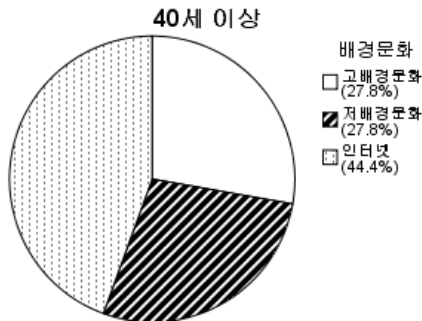
마지막으로 40대를 전후로 관광객을 이분화해 분석해보면 40대 이전의 대상들은 주로 인터넷이나 텔레비전 등 다양한 미디어를 통한 정보 추구 행태를 보이는 반면 40대 이후의 대상들은 이러한 신세대적인 매체를 통한 정보의 추구보다는 사회적 관계를 기반으로 한 정보 추구 행태를 보일 것이라는 예상이다. 역시 이 분석에서는 인터넷을 제외하고 나머지 항목을 매체를 통한 정보추구 항목(안내책자나 책, 기사, 여행사, 항공사나 호텔)과 사회적 관계 기반 항목(지인과 보행자)으로 나누어 40대 미만과 40대 이상의 이용자의 정보추구행태를 살펴보았다. 〈그림 10〉과 〈그림 11〉은 40대를 전후로 한 이용자의 정보추구행태의 맥락(고배경과 저배경문화권)을 나타낸 것이다.

〈표 6〉에서 볼 수 있듯 40세 미만의 경우 인터넷과 보행자를 통해 정보를 탐색하겠다는 응답이 전체의 80% 이상을 차지했으며 인터넷은 42.6%, 보행자는 38.9%의 비율을 차지했다. 40세 이상 응답자의 경우 인터넷 이용이 44.4%로 가장 높았으며 지인(16.7%), 보행자(11.1%)가

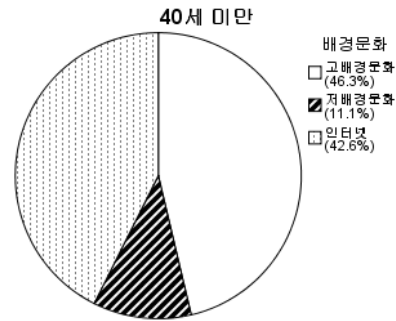
〈표 5〉 성별 차이에 따른 외국인 관광객의 정보추구행태

(여행 중 문제해결을 위한 정보탐색방법 응답 비교)

	남자		여자	
	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트
인터넷	17	50.0	14	36.8
지인(친척, 동료, 친구 등)	5	14.7	2	5.3
여행안내책자, 책	1	2.9	0	0
티비, 라디오 프로그램이나 기사	0	0	1	2.6
여행사	2	5.9	2	5.3
보행자, 주위의 민간인	5	14.7	18	47.4
항공사, 호텔	4	11.8	1	2.6
합계	34	100.0	38	100.0



<그림 10> 40세 이상의 정보추구 맥락



<그림 11> 40세 미만의 정보추구 맥락

<표 6> 연령별 차이에 따른 외국인 관광객의 정보추구행태

(여행 중 문제해결을 위한 정보탐색방법 응답 비교)

	40세 미만		40세 이상	
	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트
인터넷	23	42.6	8	44.4
지인(친척, 동료, 친구 등)	4	7.4	3	16.7
여행 안내 책자, 책	1	1.9	0	0
티비, 라디오 프로그램이나 기사	1	1.9	0	0
여행사	3	5.6	1	5.6
보행자, 주위의 민간인	21	38.9	2	11.1
항공사, 호텔	1	1.9	4	22.2
합계	54	100.0	18	100.0

그 뒤를 이었다. 이와 같은 결과를 보면 40세 이상이 인터넷을 이용한 정보추구에 더욱 높은 응답율을 나타냈으며 사회적 관계를 기반으로 한 정보추구(지인, 보행자 등)는 오히려 40세 미만(46.3%)이 40세 이상(27.8%)보다 월등히 높게 나타남으로써 본 연구의 예상과 상이한 결과가 보여졌다.

4.4 인터뷰

인터뷰는 대략적인 연구결과를 바탕으로 8인의 외국인 관광객을 대상으로 본 연구결과와

타당성을 검증하고자 하는 의도에서 연구결과를 보조하는 데이터 수집차원의 시도에서 이루어졌다. <표 7>은 본 연구의 심층 인터뷰 대상자의 특성과 그들이 생각하는 연구결과에 대한 타당성을 정리한 것이다.

8명 중 6명의 인터뷰 대상자가 본 연구의 결과에 타당성이 있으므로 연구결과에 동의할 수 있다는 의견을 피력했다. 대부분의 여성은 남성보다 사회적이며, 인간관계를 중요시 하게 때문에 다른 사람의 충고나 조언, 도움이 절실했다고 하였다. 반대로 남성은 객관적인 수치 정보를 바탕으로 하는 충고나 조언은 괜찮지만

〈표 7〉 인터뷰 대상자의 특성

	대상 1	대상 2	대상 3	대상 4	대상 5	대상 6	대상 7	대상 8
국적	중국	일본	일본	인도	미국	미국	영국	독일
성별	여	남	여	여	남	여	여	남
나이	20대	30대	30대	50대	20대	20대	30대	40대
인터뷰 방법	면대면	면대면	면대면	면대면	면대면	면대면	면대면	면대면
연구 결과 동의 여부	동의	동의	동의	비동의	동의	비동의	동의	동의

사회적인 것을 고민하면서까지 충고나 조언, 도움을 받는 것은 달갑지 않다고 응답하였다. 또한 영국, 독일 국적의 인터뷰 대상자의 의견에 따르면 유럽같이 익숙한 문화속에 있을 때는 자기 자신이 직접 찾은 정보를 선호하지만 그리 익숙치 않은 아시아문화권의 경우 자신이 찾은 정보를 신뢰해도 되는지에 대한 판단이 서지 않기 때문에 주로 지인을 통해서 찾은 정보의 신뢰성을 확인하거나 또는 지인들에게서 찾는 정보를 더 선호하고 있다고 응답했다. 이는 문화의 유사성과 정보추구행태의 연관성을 생각하게 하는 대목이 아닐 수 없다.

5. 결론 및 제언

본 연구는 동·서양의 문화적 차이에 따른 정보추구행태를 이해하기 위해 설계되었다. 이용자들이 근원한 문화적 차이에 따라 상이한 정보추구행태를 보일 것임을 전제로 하여 해당 이용자를 동양과 서양 두 그룹으로 나누어 그들의 커뮤니케이션 양상을 살펴보기 위해 특정 정보를 필요로 하는 상황에서 생겨나는 정보탐색 양상을 문화적 차원에서 설명하고자 했다. 동·서양의 문화적 차이를 이해하기 위해 한국방문 '외국인 관광객'으로 연구 대상을 한정했다. 가

장 근본적으로는 문화적 차이를 기반으로 여행 정보를 탐색함에 있어 동·서양의 두 이용자 그룹이 문화적 차이를 보이는가를 알아보기 위해 실시되었다. 더불어 설문 및 인터뷰 과정을 통해 관광객들의 문화적 배경뿐 아니라 성별, 연령을 기준으로 각각 비교하는 시각에서 분석하였고, 이러한 점들에 따른 차이점의 결과 분석에 주력하였다.

문화권, 성별, 연령에 따른 정보추구행태를 비교 분석한 본 연구의 전반적인 결과를 통하여 볼 때 다음과 같은 몇 가지 의미 있는 사항을 확인할 수 있었다. 첫째, 동서양에 따라 정보추구행태가 다르다. 72명의 설문조사와 8명의 인터뷰를 바탕으로 동양과 서양의 문화적 배경의 차이에 따른 서로 다른 정보추구행태를 보임을 확인했다. 동양인들은 주로 행인이나 지인과 같은 면대면 방식의 정보추구행태를 보였으며, 반면 서양인들은 동양인들에게 월등하게 나타났던 행인을 이용한 정보추구가 단 한 케이스도 나타나지 않음으로써 동양인에 비해 상대적으로 객관적인 정보원을 통한 정보추구행태를 보인다고 판단했다. 둘째, 성별에 따라 정보추구행태가 다름을 발견하였다. 좌뇌가 발달한 남성의 경우에는 책과 같이 등 정제된 형태의 저배경 문화권 맥락의 정보추구행태를 보이고 있었으며, 감성적이고 인간관계를 지향하는 우뇌

중심의 여성의 경우는 지인이나 행인들을 통해 정보를 추구하는 고배경 문화권 맥락의 행태를 보였다. 셋째로 연령에 따라 정보추구행태가 확연히 구분되지는 않다는 것을 확인하였다. 40세를 전후로 볼 때 40세 미만과 40세 이상 이용자 모두 인터넷 정보추구가 가장 큰 비율을 차지하고 있었으며 예상과는 달리 40세 이상보다 40세 미만에서 고배경문화권 맥락의 정보추구행태(행인, 지인을 통한 사회관계 증시적 정보추구)를 보이고 있음을 알 수 있었다.

이와 같이 동양과 서양의 외국인 관광객은 다른 배경문화권 맥락의 정보추구행태를 보이고 있으며, 성별에 따라서도 다른 배경문화권 맥락의 정보추구행태를 보이고 있었음을 발견할 수 있었다. 그러나 본 연구는 72인의 많지 않은 관광객을 표본으로 했다는 한계가 존재한다. 또한 40세 이상의 표본이 40세 미만에 비해 비교적 적어 그 비교분석에 신뢰성을 만족시키기 어려웠다. 또한 설문조사에 참여한 9

개국 응답자를 통해 동서양 모두를 대변할 수 없다는 한계 또한 존재한다. 설문조사와 함께 간단한 인터뷰를 진행해 설문결과를 확인하기는 하였으나 설문지가 영어로만 작성되었고 영어를 사용하지 않는 국가의 외국인과도 많은 부분 영어로만 인터뷰를 진행함으로써 오는 언어적 한계도 무시할 수 없는 한계점이라 할 것이다.

본 연구를 바탕으로 이후의 연구는 다국적 응답자가 좀 더 바르게 이해하고 편하게 응답할 수 있도록 여러 가지 언어를 사용하여 설문에 참여할 수 있게 한다거나 설문 내용에 있어서도 문화권의 차이에 따른 정보추구행태의 상이성 뿐 아니라 정보추구 과정이라거나 선호하는 특정 콘텐츠 사례와 같은 좀 더 세밀한 연구가 이루어져야 할 것이다.

“본 연구에 아이디어를 제공한 강지영, 마이름, 김소미, 이다은 학생에게 감사한다.”

참 고 문 헌

고진경. 2010. 외국인 관광객의 정보탐색 및 불평요인이 불평행동에 미치는 영향. 한국관광학회, 『(社)한국관광학회 학술연구 발표논문집』, 963-975.

김갑선. 2005. 정보추구행태 모형의 연구 경향. 『정보관리학회지』, 22(4): 235-254.

김성섭. 2004. 방한 외래관광객의 비교문화연구. 『관광·레저연구』, 16(1): 9-24.

김성진. 2006. 웹 이용자의 정보 탐색 행위 패턴 분석. 『정보관리학회지』, 23(4): 197-214.

김현정. 2010. 유비쿼터스 관광 정보서비스 구축 현황 및 사례분석. 『한국콘텐츠학회 논문지』, 10(1): 407-416.

문화체육관광부. 2008. 외래관광객 실태조사 보고서. 한국문화관광 연구원.

문화체육관광부. 2009. 외래관광객 실태조사 보고서. 한국문화관광 연구원.

문화체육관광부. 2010. 외래관광객 실태조사 보

- 고서. 한국문화관광 연구원.
- 박기원. 2008. 『음식요법과 운동처방으로 총명한 두뇌만들기』. 서울: 중앙북스.
- 박준식. 2000. 대학교수들의 학술정보원 이용 행태 분석: K대학의 사회과학교수집단을 중심으로. 『정보관리학회지』, 17(3): 21-43.
- 송상섭, 김재석, 이재면. 2010. 한·일 관광객의 관광지정보 입수경로 분석. 『농촌관광연구』, 17(1): 117-135.
- 양위주, 박유진, 장근영. 2010. 관광객 행동분석을 통한 맞춤형 관광정보 추천기법 연구. 『관광·레저연구』, 17(1): 211-228.
- 오정학, 허상현. 2006. 외국인 관광객의 문화관광 행태에 관한 비교 연구. 『관광연구』, 21(2): 141-154.
- 유수정, 백진경. 2007. 관광안내지도의 시각적 표현방법에 따른 사용자의 선호도 및 정보인지에 관한 조사연구. 『디자인학연구』, 20(4): 231-242.
- 윤정옥. 2009. 인문학자의 전자정보원 이용행태에 관한 연구. 『한국문헌정보학회지』, 43(2): 5-28.
- 이은수. 2005. MICE 참가동기와 연계관광프로그램의 선호도 분석. 『관광연구』, 20(1): 1-19.
- 이은수. 2006. 컨벤션여행자의 정보탐색행동 분석. 『관광·레저연구』, 18(2): 171-189.
- 이정미. 2010. 대학생의 일상생활 및 선거 시기 정보원 이용 행태 비교분석. 『한국문헌정보학회지』, 44(3): 117-135.
- 이제환. 2005. 재일한인사회의 정보활동에 관한 연구 - 주요 한인단체와 매체를 중심으로. 『한국도서관·정보학회지』, 36(4): 45-75.
- 이해성, 권준희. 2010. 상황 적응적 모바일 문화관광 콘텐츠 서비스: 세계적 문화유산 수원 화성에서의 실험을 중심으로. 『한국정보기술학회논문집』, 8(12): 191-202.
- 정철, 이준남. 2010. 인터넷 관광정보에 대한 사용자의 지각, 태도, 그리고 정보탐색노력. 『관광학연구』, 34(5): 265-286.
- 정화영. 2011. 모바일 기술 기반의 U-투어리즘 서비스. 『한국콘텐츠학회지』, 9(1): 18-23.
- 조영식, 박선영. 2007. 문화적 차이에 의한 모바일 폰 디자인선호도의 기호학적 분석. 『인포디자인이슈』, 12: 3-12.
- 최현식, 박진우. 2009. 모바일관광정보서비스의 특성이 만족도와 재사용의도에 미치는 영향. 『한국콘텐츠학회논문지』, 9(9): 411-422.
- 최현식, 최영민. 2010. 모바일관광정보의 정확성이 관광만족 및 재사용의도에 미치는 영향. 『관광학연구』, 34(5): 287-306.
- Hall, E. 2000. 『침묵의 언어(문화인류학 1)』. 최효선 옮김. 서울: 한길사.
- Hertzum, M. 2002. "The Importance of Trust in Software Engineers' Assessment and Choice of Information Sources." *Information and Organization*, 12(1): 1-18.
- Li, R. 2009. "The Representation of National Freedom on Web Interface Design: The Indicators." *Journal of the American Society for Information Science and*

- Technology*, 60(6): 1222-1248.
- O'Farrell, M. and J. Bates. 2009. "Student Information Behaviours During Group Projects." *Aslib Proceedings: New Information Perspectives*, 61(3): 302-315.
- Stefi-Mabry, J. 2003. "A Social Judgment Analysis of Information Source Preference Profiles: An Exploratory Study to Empirically Represent Media Selection Patterns." *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 54(9): 879-904.
- Usunier, J. and N. Roulin. 2010. "The Influence of High-And Low-Context Communication Styles on the Design, Content, and Language of Business-To-Business Web Sites." *Journal of Business Communication*, 47(2): 189-227.
- Wurtz, E. 2005. "A Cross-Cultural Analysis of Websites from High-Context Cultures and Low-Context Cultures." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(1), article 13.