

사회기술융합적 관점에서 살펴본 디지털기기 이용한계에 대한 연구: 한국 여성의 관광유형을 중심으로

이승재
경희대학교 호텔관광대학

A Study on Digital Divide from Socio-Technical Convergence: With Focus on Korean Women's Travel Activities

Seung-Jae Lee

College of Hospitality Management, Kyung Hee University

요약 사회적으로 규정된 성별 역할차이는 디지털기기가 일상화된 21세기에도 디지털기기 활용의 성별차이로 이어지고 있다. 디지털기기 활용에 대한 성별, 연령대별 차이에 대한 종전연구가 디지털기기 접근성을 중심으로 발생한 격차를 다루었다면, 초고속 인터넷과 모바일의 급속한 성장으로 열린 스마트시대는 휴대전화이용객의 80% 이상이 언제 어디서나 물리적으로 디지털기기에 접근가능한 상태이므로 전시대의 물리적 접근격차로서는 중장년 여성의 디지털기기 미활용 현상을 설명하는 데 한계가 있다. 본고에서는 여성의 디지털기기 활용을 사회기술융합적인 관점에서 접근하여 가장 보편적인 여가활동이며 디지털화에 민감한 관광이라는 목적적 활동을 중심으로 2013년에 열린 순천 정원박람회 참가객을 대상으로 중년여성의 디지털기기 활용을 살펴보았다. 본 연구의 결과는 인터넷과 디지털 기술 선진국에서 보여지는 여성의 디지털기기 활용의 이중적인 양상으로 해석될 수 있으며, 중년여성의 디지털기기 활용의 비활성화는 기술적 요인과 융합된 사회적, 정서적 요인으로 파악되어 한국사회에서 여성의 사회적 경제적 위치를 함의적으로 시사하며 동시에 생산자 측면에서는 향후 디지털기기 마케팅에 정서적 커뮤니케이션의 필요성을 환기시킨다.

주제어 : 디지털기기, 물리적 접근격차, 사회기술융합적 관점, 순천 정원박람회, 중년여성의 디지털기기 활용의 비활성화

Abstract The gender difference in social roles affects digital devices' utilization differences in man and woman even in the 21st Century. Prior studies analyze the digital divide (genders, ages, etc.) from the assessment perspectives of digital equipment, such as PCs. In the area of high speed internet, most functions of PCs have been replaced with smartphones, and around 80% of the mobile phone users adopt smartphones. Subsequently the inequality of physical access to the digital devices is no longer a criterion for digital divide. The focus on digital divide should be shifted from the physical access to other factors, such as socio-technical or socio-cultural ones. This paper examines utilization of women's digital equipment, in particular, preparing for tourism activities, which is popular but sensitive to the technology. A survey was conducted with participants of [Suncheon Garden Expo] 2013. The results of this study capture the inactive use of digital devices particularly women over 50s. This phenomenon (high utilization of the digital devices for social or informative purposes, but low utilization of the digital payment) implies other aspects of Korean women (economic independence, low self-assertion, technical difficulties, etc.), which is considered from the socio-technological convergence perspective. This study also has a practical implication on the side of the digital device developers as well as marketing, where the qualitative communication is likely to be incorporated for the women over 50s.

Key Words : digital equipment, the inequality of physical access, the socio-technical convergence perspective [Suncheon Garden Expo], inactive use of digital devices particularly women over 50s.

Received 5 March 2015, Revised 10 April 2015

Accepted 20 May 2015

Corresponding Author: Seung-Jae Lee

(College of Hospitality Management, KyungHee University)

Email: sjleeth@khu.ac.kr

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. 서론

국제정보기술 보고서 (Global Information Technology Report 2013)에 의하면 한국은 디지털이용에 있어서 싱가포르와 더불어 공동 3위를 차지하고 있으며 개인의 디지털 이용지수는 세계 7위이다[1]. DMC미디어의 한국인의 디지털화지수(Korean Digitalization Index)는 2014년 70.6점으로[2] 디지털 선진국(advanced)에 속한다[1]. 컴퓨터가 실용화되면서 디지털기기에 이용에 제한이 있는 대상을 의미하는 용어로 Digital divide라는 용어가 처음 도입되면서 수입, 교육, 성별, 인종과 관련하여 많은 연구가 진행되었고[3,4,5,6] 한국에서도 디지털격차, 혹은 정보격차 등의 용어로 많은 연구가 진행되었다[7,8]. 특히 고령화 사회에 접어들면서 빈곤의 여성화, 백발화가 심화되고 있는 사회현실에서[8] 60세 이상 고령층 여성들의 인터넷 접근, 활용 및 활용의향, 정보화에 대한 인식, 사회참여 등은 중요한 사회적 이슈가 되고 있다. 한국정보문화진흥원 보고서(2004)에 의하면 60세 이상의 고령층은 중장년층 보다 디지털기기와 접근이 떨어지며 더욱이 남녀 간에도 현격한 차이를 보이고 있어 실제로 60세 이상 고령층 여성은 사회적으로 이중정보격차 (dual digital divide)집단에 속하므로 이들에 대한 사회적 대안 마련이 필요하다고 주장하였다[9]. 여성의 경우 경제적 불평등으로 인해 정보통신기기에 접근성이 낮고 기기활용에 대한 이해부족으로[10,11,12] 활용이 불가능한 사회적 불이익을 경험하지만 60세 이상의 고령층 여성도 기회가 되면 인터넷을 활용할 의지를 보이고 있어 활용의도는 높은 것으로 나타났다[9]. 서이종은 디지털 격차를 정보활용의 격차(information gap)로 보고 사회적 불평등의 구조화를 심화시키는 사회문제로 인식하여 대응체계의 필요성을 주장하였다[7]. 위의 연구가 정보격차에 대해 연구한 정보화 제1세대 고령여성에 대한 연구라면, 본 연구는 향후 10년이 경과하여 인터넷에서 모바일 스마트폰으로 진화하는 디지털 스마트시대를 배경으로 연구하였으므로 정보화 제2세대 여성의 정보격차에 대한 연구라고 할 수 있다. 더욱이 개인 PC, 노트북, 태블릿의 보급의 확대는 물론이고, 2015년 1월 현재 국내 이동통신 가입자 중 80%가 스마트폰을 사용하면서 개인 PC의 기능을 급격히 대체하고 있다. 따라서 종전의 물리적 디지털기(PC나 노트북)에의 접근 가능성은 더 이상 디지털

분기점을 형성하는 직접적 요인이라고 할 수 없다. 더욱이 2013년 조사에서는 연령과 디지털화지수가 연관성을 보였으나, 2014년 조사에서는 4-50대도 20대와 유사한 이용경험과 이용시간을 보이고 있는 것으로 나타났다[2]. 위의 조사결과는 중장년층의 활발한 디지털기기에 이용을 보여주고 있으므로 중장년층에서는 연령이 더 이상 정보격차의 변인으로 작용하지 않음을 의미한다. 다시 말해서 스마트폰의 보급은 90년대 개인 PC에의 접근성이나 연령대를 주요인으로 하던 정보격차와는 다른 유형의 정보격차를 유도하고 있음을 의미한다. 따라서 본고에서는 50대 이상의 중장년 여성을 중심으로 디지털의 접근성과 이용성을 보편적 여가활동이며 디지털화와 밀접한 연계 속에서 발전하고 있는 분야인 관광을 접목시켜서 중장년 여성층의 디지털 사용현상을 살펴보고 이것을 사회기술 융합적인 측면에서 해석해보고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 사회기술융합과 정보격차

기술이 사회 변인의 원동력으로 등장하는 19세기부터 사회기술(socio-technical)에 관한 다양한 연구가 있었다. 19세기 Marx와 Weber는 인간과 기술과의 관계를 결정론적 관점으로 보았으나, 1950년대 이후 기술에 대한 사회심리학적 연구가 Tavistock Institute에서 진행되면서 기술이 인간성이나 인간관계를 결정짓는 요인이 아니라, 생산적인 관계를 유도하는 사회과정[13,14] 즉 인간이 기술에 적응해야 하지만 기술도 인간의 요구에 반응하도록 조작될 수 있다는 사회적 요인과 기술적 요인의 상호관련성이 대두되었다.

다양한 디지털 기기들이 삶의 중심축에 놓여있는 21세기는 디지털 기기사용/미사용의 간극으로 야기되는 사회적 계층과 사회적 간극이 불평등이라는 사회문제를 야기하고 있다.

디지털기기에 대한 차이를 표현하는 정보격차(Digital Divide)라는 용어는 90년대 중반에 미국에서 사용되기 시작하였으나[15] 1999년 NTIA (National Telecommunications and Information Administration)에서 공식적으로 처음 사용되면서 정식명칭으로 자리를 잡게 되고 위의 용어를 중심으로 연구가 활발히 진행되었

다. 정보격차라는 용어는 새로운 정보매체, 즉 컴퓨터나 이와 관련된 정보망 혹은 디지털 기기에 접근할 수 있는 사람과 그렇지 못한 사람들 사이의 간격을 의미한다[3]. Van Dijk[16]은 정보격차라는 용어의 사용한계를 지적하고 의미적 경계의 모호성을 재정의하거나 접근성이상의 의미를 함의하도록 해야 한다고 주장했다. 다양한 함의를 포함하는 정보격차라는 용어에 대한 논의는 평등성(equality)으로 부티의 거리를 공통적으로 함의하고 있으므로 자연히 불평등에 대한 논의로 수렴된다.

한국정보화진흥원에서는 새로운 기술의 사회적 수용을 살펴볼 목적으로 기술활용 및, 사회적 역할에서 소극적인 60세 이상의 여성을 대상으로 한국여성의 디지털 기기활용에 대한 연구를 진행하였다. 한국여성의 정보격차를 다룬 보고서(2004)에 의하면 60세 이상 고령여성의 경우 인터넷 활용이나 인식이 미흡하여 40%정도는 인터넷이란 용어를 들어본 적이 없었으며 58%는 이용방법을 몰라서 사용하지 않는 것으로 나타났다[9]. 그리고 인터넷 활용자의 경우에도 이메일이 가장 활발히 이용되고 있었으며 자료나 정보검색(취미, 건강, 여행정보 순) 등에도 미미하지만 활용되고 있으므로 고령층여성의 정보격차를 해소하기 위해서 정보화 교육과 커뮤니케이션이 필요하며 이를 통해서 적극적인 사회참여를 유도할 것을 주장하였다. 정보격차의 불평등을 야기시키는 유형을 Van Dijk은 기술적(technological), 비물질적(immaterial), 물질적(material), 사회적(social) 교육적(educational) 등 10가지 유형으로 정리하였다[17]. 한국사회의 정보 불평등을 야기하는 요인으로 서이종은 지역, 계층, 성별, 학력, 연령별로 구분하였으며, 국가의 정보복지정책(information welfare)을 통해 해소방안을 제시하고 있다[7]. 고령층의 모바일에 대한 접근 및 수용에 대한 연구는 드물지만 조주은은 고령층 남녀 37명을 대상으로 모바일폰의 수용과 사용능력에 대한 연구를 통해 고령층은 사용법 습득에 어려움으로 인해서 휴대전화의 채택과 수용이 불일치할 가능성이 높음을 시사했다[18].

국제정보기술보고서에서 제시한 디지털화 지수 <Table 1>은 한국이 디지털기기 활용에서 최상위권에 속하는 정보기술 선진국임을 확인한다.

<Table 1> Usage subindex and pillars

| Usage subindex | | | Individual | | Business | | Government | |
|----------------|-----------|-------|------------|-------|----------|-------|------------|-------|
| R | Country | score | R | score | R | score | R | score |
| 1 | Sweden | 6.00 | 3 | 6.53 | 4 | 5.89 | 8 | 5.56 |
| 2 | Finland | 5.97 | 6 | 6.40 | 3 | 5.97 | 10 | 5.55 |
| 3 | Singapore | 5.86 | 11 | 6.13 | 14 | 5.18 | 1 | 6.29 |
| 4 | Korea Rep | 5.86 | 7 | 6.39 | 1 | 5.31 | 3 | 5.89 |

Source: Global Information Technology Report 2013

위의 <Table 1>에서 보이듯이 한국의 정보이용지수는 싱가포르와 함께 세계 3위이며 개인별 정보활용은 세계 7위로 높은 인터넷 사용율을 보이며 80% 이상이 스마트폰을 사용하는 디지털 활용 선진국이다. 그러나 위의 정보지수가 조사에 포함된 50대 이상 혹은 고령층인구의 특성을 제대로 보여주는지 의문이다. 2009년 조사에 의하면 60세 이상 인구의 인터넷 이용률은 20% 정도로 거의 전수 인터넷을 이용하는 20대와는 80% 정도의 간극이 있으므로 조사에 포함된 고령인구의 수치는 과소표집되거나 평균적이지 않은 특성을 지닌 집단일 가능성이 크며, 더욱이 고령층 여성의 경우 위의 정보이용지수의 외표적 숫자가 의미하는 것과는 실제적으로 차이가 있을 수 있다.

2.2 디지털과 관광

관광은 급속하게 발전하는 산업으로 정보와 커뮤니케이션을 중요한 매체로 활용하며 인터넷과 소셜미디어에 민감하게 반응하는 분야이다. 따라서 관광은 인터넷의 도입과 더불어 지식정보분야와 밀접한 연계를 맺으며 발전하고 있다. 관광 목적지 및 여행사, 여행관련 업체들은 1차적 정보원으로 공식 홈페이지를 운영하고 있으며 관광객들은 관광의 사전단계에서부터 관광목적지에 대한 정보를 유관기관의 홈페이지나 소셜미디어 검색을 통해서 얻거나 혹은 유경험자에게서 정보를 공유한다. 정보의 검색 및 공유 뿐 아니라 홈페이지를 통해서 목적지 관련 행위에 대해 직접적인 자문을 구하기도 하고 교섭하기도 하며, 필요시 온라인을 통한 사전예약 등의 계약행위를 하기도 한다. 또한 목적지에서 실시간으로 관광지 및 여행관련 정보를 소셜미디어를 통해서 얻기도 하고, 실시간 경험을 소셜미디어를 통해 공유하기도 한다. 그리고 적극적인 디지털 매체의 사용자는 자신의 경험을 타인과 공유하기 위해 이용후기를 남기거나 상품에 대한

평가를 하기도 한다[19]. 이렇듯 관광의 모든 단계에서 디지털과 정보는 불가분의 관계로, 디지털 매체는 무형의 산출물인 관광경험의 구매위험성을 낮추고 안정성을 보장하는 21세기 관광의 적극적인 매개체가 되었다. 또한 디지털 매체의 영향력 증가는 적극적인 디지털 매체의 사용과 관광지의 디지털화에 현저하게 영향을 미치고 있다. 즉 초고속 인터넷의 도입과 유포로 관광지 가이드나 박물관의 해설이 디지털화되고 있고 관광지 관련 다양한 앱이 개발되어 관광객의 편리를 도모하며 관광지의 디지털화는 스마트(Smart) 관광이라는 형태로 급속하게 진화하고 있다.

2.3 여성과 디지털

한국인터넷진흥원 2014 모바일 인터넷 사용실태조사에 의하면 스마트폰 사용자들은 다음과 같은 서비스를 이용하고 있다[20].

<Table 2> Smartphone utilization

| | | |
|--|--------------|--------|
| average time spent on smart phone per day 2h 51m | | |
| average time spent on mobile internet per day 1h 36m | | |
| utilization service (top 5 ranks) | chatting | 79.40% |
| | voice phone | 70.70% |
| | search | 44.00% |
| | text message | 40.00% |
| | game | 29.60% |

source: A survey on mobile internet utilization (KISA 2014)

한국인들은 하루 평균 2시간 이상 스마트폰을 사용하고 스마트폰으로 1시간 이상 인터넷을 하며 주 사용기능으로는 채팅이 가장 높은 비중(79.40%)을 보이고 있고 음성이나 영상통화가 70%이상을 차지한다. 스마트폰의 검색기능은 44%가 이용하는 것으로 나타났다. 일반적으로 인터넷과 스마트폰에 대한 접근과 활용은 연령, 성별로 차이가 있어 남성의 경우는 정보검색의 목적으로 인터넷과 소셜미디어를 활용하는데 비해서 여성의 경우 사회적 혹은 의사소통 목적으로 활용하고 있으며 10대 여성의 경우 인터넷 쇼핑의 주요 고객이 되고 있다.

관광은 목적적 행위로서 경험을 통해서만이 품질을 평가할 수 있는 경험적 행위이다. 따라서 관광 목적지를 결정하기에 앞서 수많은 정보들을 접하게 되고 이에 근거하여 목적지를 결정하고 실행에 옮기게 된다. 이러한 과정에서 특히 여타의 다른 공학적 지식을 요구하지 않

으며 완제품의 상태에서 이용하게 되는 디지털 기기인 컴퓨터는 여성의 경우에도 전문분야 진출의 가능성이 상대적으로 높고, 사용이 용이하여 연령이나 성별에 무관하게 이용되고 있다.

따라서 인터넷 이용에 대한 보편화된 연구는 스마트폰을 소유하고 있으나 실제로 스마트폰의 기능을 제대로 사용하지 못하거나 기능을 알고 있더라도 인터넷활용으로 이어지지 않는 50대 이상 여성 스마트폰 보유인구에 대해서는 어떤 설명도 하지 못한다. 즉 1990년대 정보간격의 초기연구에서 제시되었던 소득, 교육, 연령, 성별, 인종(ethnicity) 등을 요인으로 물리적 접근의 한계를 설명했던 연구는[3] 기술혁명의 시대인 21세기의 정보간격을 규명하는데 한계가 있으므로 물리적 접근성 이상의 요인을 살펴보는 것이 필요하다. 이러한 추이변화를 반영하여 정보간격을 다른 시각에서 규명하려는 Kennedy, Wellman, Klement[21]는 사회적 맥락에서 여성과 남성의 디지털접근현상을 설명하면서 여성의 제한적 접근을 경제적, 교육적 요인 이외에도 타인을 돌봐야하는 사회적으로 규정된 성 역할(gender role)에 의해서 영향을 받는다고 주장하여 정보간격 규명과 정의에 새로운 시각을 제시하였다[22]. 여성은 직업을 가지고 있을지라도 가정과 가족을 돌보는 데 남성보다 더 많은 역할을 하며[23], 여성들의 관광유형은 주변사람들(51.3%)이나 TV 혹은 매체(16.3%)를 통해 관광정보를 얻고, 관광목적지 선별에서는 목적지 매력성과 분위기가 각각 34.6% 14.4%를 차지하였으며, 이벤트투어(25.0%)와 요양 및 위락적 관광형태(39.1%)를 선호하였다. 관광형태는 그룹(40.7%)이나 가족(28.5%)이 개인관광(13.8%)보다 훨씬 높았고, 여행경비조달은 가족부담(48.4%), 본인(27.9%)로 가정에서의 여성의 경제적 위치가 의존적임을 알 수 있다[24]. 이러한 여성의 일반적인 관광유형을 고려하여 이벤트성이며 정적이고 매력적인 관광목적지인 순천정원박람회를 대상으로 여성의 디지털기기 활용에 대한 표본조사를 실시하였다.

3. 연구

3.1 순천시 정원박람회

본 논문에서는 여성의 디지털기기 사용현황을 살펴보

기 위해 순천정원박람회(2013.4.20.~ 2013.10.20.)를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 정원이라는 정적인 주제는 여성의 관광동기를 유발하기에 충분한 목적지로서 440여 만명이 방문하였으며 86%의 관람객 만족도를 보인 성공적인 이벤트였다[25]. 순천정원박람회 조사에 따르면 '2013 순천만 국제정원박람회' 방문객의 68%가 여성이었으며, 2014 코리아정보리서치의 조사에 의하면 정원박람회 개최로 응답자의 77.9%가 순천시를 미래가 있는 생태도시로 인식하게 되었고, 박람회 개최가 순천시 도시이미지와 도시브랜드 가치 상승에 긍정적인 영향을 미쳤다고 평가했다. 순천정원박람회에서는 자원봉사 문화해설사가 각 정원에 배치되어 있어서 정원에 대한 설명을 들으며 전 세계의 정원을 관람할 수 있는 특징이 있다. 또한 관람자가 원하면 디지털 가이드를 사용할 수 있는 시설도 설치되어 있었다. 따라서 순천정원박람회의 참가자들은 본인의 의지에 따라서 문화해설사의 설명을 듣거나 디지털 가이드를 이용할 수 있으므로 참가자들의 시설내 디지털 관심도를 측정할 수 있을 뿐 아니라 설문내용에 따라 채택하고 있는 디지털기기의 활용현황도 살펴볼 수 있다.

3.2 연구방법

본 연구는 2013년 10월 4일~5일 순천시 정원박람회에서 중년층 여성을 포함하고 있는 31가구를 선별하여 인터뷰 형식으로 초기조사를 진행하였다. 동반자가 있는 경우에는 대표로 1인에게만 질의를 진행하였으며 유효한 설문지 29부수를 코딩하여 SPSS1.8.로 단순 기술분석을 하였다. 여성 관람객들은 순천정원박람회에 관심이 있으며 관광지내에 설치된 디지털 시스템가이드에 대해서는 상대적으로 관심이 저조하다는 것을 확인하고 2013년 10월 20일 126명의 여성을 대상으로 인터뷰형식으로 설문조사하여 같은 방식으로 단순 기술 분석하였다.

3.3 연구결과

초기조사에서는 인구통계적 측면에서 동반가족이 있는 경우 남성이 설문에 응하는 경우가 있었으나 남성에 비해 여성 관람객이 48.3: 51.7로 다소 높은 것으로 나타났다. 응답자는 79.3%가 주로 30~50대였으며, 10~20대는 6.7% 60대 이상이 13.8%였다. 혼인여부에 대해서는 기혼 58.6% 미혼 13.8%로 72.4%만 유효한 응답을 하였

다. 응답자의 학력은 전문대 이상의 고학력자가 79.3%였다. 이용한 교통편은 자가용이 69%를 차지하였으며, 숙박형태는 [1박2일] 41.4%로 가장 많았으며 [당일여행]이 37.9%로 주로 인근지역 거주자 (전라남도 34.5%)들의 방문이 높은 것을 알 수 있다. 관광지 정보는 주로 뉴스(56.3%)를 통해서 접하고 있으며 인터넷은 18.8%로 현저하게 낮았다. 방문동기는 [자연을 볼 것이라는 기대감]이 48.3% [주변에서 좋다고 권해서]가 27.6%를 보이고 있다.

각 국가별 정원에 배치되어있는 문화해설사로부터 정원에 대한 설명을 들었는지에 대해서는 27.6%만이 들었다고 응답하여 정원에 대한 해설에 관심이 있기보다는 정원을 감상하는데 더 관심이 있음을 알 수 있다. 정원해설사의 해설을 들은 관광객은 정원해설의 전문성에 대해서는 37.5%만이 [상당히 전문적]이었다는 긍정적인 응답을 하여 정원해설사의 해설의 전문성 향상에도 관심을 기울여야 할 것으로 보인다. 또한 정원박람회의 관람객들은 2012년 개최된 [여수엑스포]에도 51.7%의 관람객이 참가한 경험이 있었으며, 그 외에 다른 박람회에도 55.2%가 방문한 경험이 있는 것으로 나타났다. 따라서 순천정원박람회를 찾는 관광객의 과반수 이상이 여수엑스포 및 다른 박람회 등 대규모 볼거리에 적극적으로 참가하는 것으로 보인다.

디지털 관광과 관련하여 디지털 가이드 사용여부에 대해서는 들어보기만 했고 이용하지는 않는 것으로 나타났다. 즉 순천정원박람회의 공식홈페이지에 게시된 디지털 시스템에 대한 소개와는 달리 박람회장 내에 설치된 디지털 가이드에 대한 현지 홍보부족과 디지털 가이드에 대한 관광객 인식부족으로 이용이 미미한 것으로 나타났다. 이상의 초기조사에 의하면 한국이 세계적으로 정보화를 주도하고 있는 모바일과 인터넷 보급의 선진국이지만 디지털 시스템의 실제적인 활용은 활발하지 않은 것을 알 수 있다.

후속설문에서는 20대에서 70대의 여성 126명을 대상으로 관광행위와 관련하여 여성의 디지털 이용현황을 설문조사하였다. 인구통계학적인 면에서 50대와 60대가 61.9%로 과반수 이상을 차지하고 있다.

<Table 3> Age of respondents

| | Frequency | Percent | Valid percent | Cumulative percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 20s | 5 | 4.0 | 4.0 | 4.0 |
| 30s | 6 | 4.8 | 4.8 | 8.7 |
| 40s | 36 | 28.6 | 28.6 | 37.3 |
| 50s | 65 | 51.6 | 51.6 | 88.9 |
| 60s | 13 | 10.3 | 10.3 | 99.2 |
| 70s | 1 | .8 | .8 | 100.0 |
| total | 126 | 100.0 | 100.0 | |

응답자의 77%가 전문대재학이상의 학력이었으며, 주부가 49.2% 전문직 11.9% 자영업 10.3%를 보였다. 응답자의 61.9%가 PC를 활용하고 있었으며, 44.4%가 하루에 1-2시간 정도 사용하는 것으로 나타났고 5시간 이상 장시간 사용하는 경우도 18.5%였다. 컴퓨터 이용에 대해서는 정보검색 24.5%, 이메일 15.8%, 문서작업 12.6%의 순으로 활용하고 있다. 89.2%가 스마트폰을 사용하고 있었으며, 31.6%가 스마트폰 서비스 중에서 카톡을 사용하고 있었고, 이외에도 정보검색과 문자보내기가 활발하게 사용되었다.

<Table 4> Frequency of smartphone usage

| | Response | | Case |
|---------------|----------|---------|---------|
| | N | Percent | Percent |
| Text message | 50 | 28.2% | 74.6% |
| Search | 44 | 24.9% | 65.7% |
| Main Chatting | 56 | 31.6% | 83.6% |
| usage Game | 10 | 5.6% | 14.9% |
| Banking | 15 | 8.5% | 22.4% |
| Others | 2 | 1.1% | 3.0% |
| Total | 177 | 100.0% | 264.2% |

디지털 기기 활용에 대해서는 80%가 긍정적으로 생각하고 있었으며, 10%는 디지털기기 활용에 대해서 부정적인 입장을 보이고 활용하지 않는 것으로 나타났다. 사용하지 않는 이유에 대해서는 사용의 어려움 (50%), 새로운 기기에 대한 필요성의 부재 (40%) 그리고 안정성과 친숙함이 각각 10%를 차지했다. 사용 중인 디지털기기로는 스마트폰이 가장 높은 비중을 나타냈다.

여행정보의 원천으로는 인터넷(35.8%)과 친구(23.6%)가 가장 높은 비중을 차지하고 있었으며, 여행시 교통편 구매는 여행사(35.9%) 인터넷(28.9%) 지인구매대행(14.8%) 창구직접구매(9.4%)의 순서를 보였다. 여행지 숙박예약에서도 여행사(31.7%) 인터넷 (31.7%) 지인 구매대행 (16.3%) 전화 (15.4%)로 나타났다. 따라서 스마트폰과 인

터넷의 활발한 사용에도 불구하고, 여성들은 교통편과 숙박 예약시에 인터넷을 활용하기 보다는 여행사나 지인에게 의존하는 경향이 두드러지게 나타났으며, 특히 전화나 창구직접 구매와 같은 전통적인 방식을 취하는 경우도 상당 부분을 차지하는 것으로 보인다. 또한 디지털 기기의 숙련도에 대한 주관적인 평가에서도 80.4%가 보통이상의 활용성 내지는 활발한 활용을 한다고 응답했으나, 19.6%는 사용에 다소 불편하거나 많이 불편하다고 응답했다. 따라서 디지털기기 숙련도의 주관적 평가에서 긍정적인 응답자의 경우에도 인터넷 결제를 선호하지 않는 것으로 나타났으며, 부정적인 응답자는 고령층 여성과 유의한 상관관계를 가질 것으로 유추되어 이들이 디지털 격차의 이중적 한계를 형성한다고 할 수 있다.

<Table 5> Digital devices in use

| Digital devices in use (multiple selection) | Response | | Cases |
|---|----------|---------|---------|
| | N | Percent | Percent |
| PC | 62 | 21.2% | 53.0% |
| Notebook | 50 | 17.1% | 42.7% |
| Netbook | 3 | 1.0% | 2.6% |
| Smartphone | 98 | 33.4% | 83.8% |
| Digital Camera | 47 | 16.0% | 40.2% |
| MP3 | 25 | 8.5% | 21.4% |
| Tablet | 7 | 2.4% | 6.0% |
| Others | 1 | 0.3% | 0.9% |
| Total | 293 | 100.0% | 250.4% |

4. 결론 및 시사점

PC 기반에서 시작된 디지털문화가 스마트기기로 진화하면서 시공을 초월한 정보접근이 가능해졌다. 정보통신정책연구원이 조사한 스마트폰 보유와 이용행태에 따르면 가정용 TV, 데스크톱 PC, 스마트폰 등 총 5가지 매체의 하루 평균 이용시간은 지속적으로 증가하고 있으며 2015년 1월 현재 국내 이동통신가입자 중 4083만 이상이 스마트폰을 보유하고 있다. 지난해 11월 정보통신정책연구원의 스마트폰 이용행위분석결과에 따르면 채팅·메신저와 게임, 온라인 검색의 비율이(41.1%)로 통화한 비율(34.7%)을 앞질렀으며, 스마트폰과 모바일 게임 과다 사용으로 인한 중독 논란의 문제는 매년 심각해지고 있는 반면 장애인이나 노년층 등 소외 계층의 정보접근 능력은 상대적으로 떨어지면서 정보격차도 커지고 있다[26]. 본 연구에 의하면 여성들이 디지털 정보검색력이 높고

주관적 활용성이 높음에도 불구하고[5] 관광상품을 구매하는 상황에서는 인터넷을 통한 구매보다는 여행사나 지인이 대행하거나 보수적인 형태로 직접구매행위를 취하는 것으로 나타났다. 이것은 디지털기기에 대한 높은 이해와 활용성이 디지털을 이용한 구매행동으로 연장되지 않는 것으로 활용성과 행동유형이 일치하지 않는 특이한 상황이며[12], 이러한 디지털기 활용성과 행동성의 불일치는 한국의 모순된 상황을 함의적으로 시사하며, 사회기술적 해석을 요구한다.

특히 본 연구 응답자의 82.9%가 기혼임을 감안할 때 사회적 의의를 갖는다. 즉 한국사회의 여성에게서 디지털기기는 카톡과 문자의 사용을 합한 59.8% 라는 숫자가 명시하듯이 여성의 사회적 목적을 충족시키는 편리한 도구적 역할을 하고 있다. 또한 인터넷 검색을 통해 독립적으로 관광지 정보를 검색하는 능동적 작업을 수행하기에 충분한 디지털 활용능력을 갖추고 있으나(35.9%), 관광지 결정에 친구의견에 많은 영향을 받으며(28.9%) 결정된 목적지를 구매행동으로 옮길 때에는 가상공간에서 인터넷을 통해서 직접 구매(28.9%)하는 행동을 취하기보다는[27] 여행사(35.9%)나 지인(14.8%)이 대행을 하거나 전화(4.7%)나 현장에서 직접구매(9.4%)하는 형식을 취하는 것으로 나타났다. 이것은 관계를 중시하는 한국의 기혼여성에게서 보이는 현상으로 독립적인 행위를 취하기 보다는 주변의 의견에 상대적으로 예민하고, 최종결정권이 없거나 최종결정을 타인에게 미루거나 의존하고 있음을 의미한다. 즉 50대 이상 여성에게서 현저하게 떨어지는 디지털기 활용은 종전의 접근성, 기기활용의 이해 부족, 소득이나 교육과 무관하게 본인의 사용의지라고 할 수 있다.

개별여행보다는 가족이나 지인이 동반된 여행을 하는 여성의 경우에 관광목적지나 활동유형은 동반자에 의해서 대행되므로, 고령층 여성의 경우 여행시 자의적 활동의 선택이나 디지털 기기에 의존해야 하는 특별한 상황이 상대적으로 적다. 또한 디지털기기의 복잡성이나 사용적응기간에서 오는 스트레스는 디지털 기기의 선택이나 사용에 대해 자발적인 이용의지의 부재로 연장되어 자발적인 디지털 한계(spontaneous digital divide)를 형성한다고 할 수 있다. 이것은 한국과 같이 부계중심적, 가족중심적, 관계중심적인 사회에서 여성에게 발생하는 특이현상이다[10].

다시 말해서 가구내의 조력자적 지위로 인해서 주체적인 결정자로서의 역할에 대한 부담, 가상세계보다는 대면거래의 익숙함, 전자상거래에 대한 신뢰도 부족 및 절차의 복잡성, 기기적응기간의 스트레스 등이 중장년 여성의 스마트폰의 실제적인 활용도를 감소시키고 있다고 추정된다. 즉 젊은 여성들에 비해 가상상거래가 실물거래로 이어질 정도로 전자상거래의 실질적 매력을 느끼지 못하며, 실사용에서 발생하는 디지털 기기적응기간이나 전자 상거래시 발생하는 복잡한 절차 등도 디지털기 활용성을 떨어뜨리는데 한 몫을 하고 있다. 위의 연구 결과는 Leung & Wei(2000)가 언급한 스마트폰 서비스의 복잡성으로 인해 고령여성의 경우 스마트폰의 기능을 제대로 활용하는 인구가 상대적으로 미흡하며 또한 스마트폰으로 교체하고자 하는 의지도 상대적으로 낮다는[28] 종전의 결과와도 일맥상통한다. 즉 Leung & Wei(2000)의 연구보다 10여년이 경과한 2013년 실시된 본 연구는 고객이용편리에 접근한 스마트폰의 기술적 진화를 보여주는 동시에 중장년층 여성고객의 무표화된 전자상거래에 대한 암묵적 사회적 불신과 동시에 정성적 커뮤니케이션의 필요성을 시사하며 또한 가구 내에서 여성의 사회적 지위를 시사한다.

한국사회의 특징인 관계를 중시하는 여성의 역할, 상대적으로 경제적으로 종속적인 사회적 입지, 그리고 상대의 의견을 존중해야 하는 가정이나 사회의 기대, 그리고 가상세계의 계약관계에 대한 불신 등은 스마트폰을 자의적으로 취득하지 않음으로써(10%) 자발적으로 정보간격의 한계에 머물고 있는 여성인구의 기술적 진화에 대한 경계와 사회를 향한 무표적 불신을 사회적 정서와 같은 맥락에서 함의적으로 보여준다. 여성들에게서 보이는 이러한 디지털기활용에 자발적인 한계를 설정하는 요인을 Dijk이 제안한 정보격차의 요인을 활용하여 <Table 6>로 요약하였다.

<Table 6> Inequality factors in Korean women over 50s

| Inequality Factors (Dijk) | Korean Women over 50s |
|---------------------------|---|
| Technical | Complexity of digital devices |
| Economical | Independent status in the family |
| Social | Reserved in decision making |
| Emotional | Supportive, relative relation |
| Educational | Unfamiliarity & anxiety of virtual market |

<Table 6>은 기술의 발전이 사회구성원들에게 부가하는 정보격차를 구성하는 불평등 요인들 중에서 한국의 50대 이상 중장년 여성들에게 적용되는 경제, 사회, 정서, 교육 등의 요인을 포함하고 있다. 즉 기술적 복잡성, 경제적 의존성, 사회적 미결정성, 지지적이며 관계중심적인 입지, 그리고 가상세계의 전자상거래에 대한 낯설과 불안감을 경험했던 기성세대의 고질적 경제적 불신 등이 50대 이상 여성들에게서 디지털 기기 활용의 자발적인 한계를 설정하게 하여 디지털기기를 채택하였으나 관계유지라는 사회적 목적과 정보취득이라는 소극적이며 안정적인 목적을 위해서만 디지털 기기를 사용하고 구매나 계약체결 등의 적극적인 경제활동 목적으로는 사용이 제한되거나 활용이 저하된다. 따라서 사회적 환경과 친분 유지라는 개인적 목적을 위해 디지털기기를 채택하고도 적극적인 목적으로 디지털기기를 활용하지 않는 중장년 여성들은 정보화 제2세대의 여성의 자발적인 정보격차를 형성 한다고 할 수 있다. 이러한 현상은 더 이상 물리적인 정보의 한계로서 이해될 수 없으며 보다 심층적, 사회적, 정서적 접근이 요구되며 사회기술융합적 관점으로 이해되어야 한다 [11,12].

본 연구에서 보여준 중장년 여성들의 디지털기 활용에 대한 수동적인 태도는 향후 디지털기 생산의 측면에서 디지털기기의 활용편리성을 향상하여 중장년 소비자의 기기 채택시 사용편리성을 개선하거나, 중장년층을 위한 단순하고 경제적인 기능형 디지털기의 실용적 개발로 활용될 수 있을 것이다. 또한 중장년 여성을 대상으로 한 디지털기 마케팅에서는 관계중심적인 사회적 환경을 고려하여 감성적인 접근과 정서적 커뮤니케이션을 도입할 필요가 있음을 시사한다.

REFERENCES

[1] Global Information Technology Report 2013
<http://www.weforum.org/reports/global-information-technology-report-2013>
 [2] DMC Media <http://www.visualdive.co.kr>
 [3] P. Norris. Digital divide. Cambridge University Press, Cambridge. 2001.
 [4] S, Korupp, & M. Szydluk. Causes and trends of the

digital divide. *European Sociological Review*. 21(4). 409-422. 2005.
 [5] E. Hargittai, Informed web surfing: The social context of user sophistication. In P. Howard & S. Jones (Ed.), *Society online: The Internet in context* 257-274. Sage Publications. 2003.
 [6] Ejong Shu, Structuralization and social challenge of digital divide, *Information and Society* 2. 68-87, Korean association for information society 2000.
 [7] Jasun Ku, A study ndigital divide of aged women, *Information and Society* 11. 1-24. Korean association for information society, 2007.
 [8] J. Katz, R. Rice, & P. Aspden. The Internet, 1995-2000: Access, civic involvement and social interaction. *The American Behavioral Scientist*. 45. 405 - 423. 2001.
 [9] Jasun Ku, Misun Kim, Hyosin Kim, A study of older women to overcome the digital divide. Korea Agency for Digital Opportunity & Promotion. 2004.
 [10] N. Li., G. Kirkup G. & B. Hodgson, Cross-cultural comparison of women students' attitudes toward the Internet and usage: China and the United Kingdom. *Cyber Psychology & Behaviour*. 4(3). 415 - 426. 2001.
 [11] L. Stanley. Beyond access: Psychosocial barriers to computer literacy. *The Information Society*. 19. 407-416. 2003.
 [12] J. Cooper & K. D. Weaver. *Gender and Computers: Understanding the Digital Divide*, Psychology Press. 2003.
 [13] P. G. Herbst. *Socio-technical design*. London: Tavistock Publications. 1974.
 [14] E. L. Trist. The sociotechnical perspective. In A. Van de Ven & W. F. Joyce (eds.) *Perspectives on organizational design and behavior*. 19-69. New York: Wiley & Sons. 1981.
 [15] National Telecommunications & Information Administration, U.S.Department of Commerce. 1995. *Falling through the net: A survey of the 'have nots' in rural and urban America*. Washington D.C. <http://www.ntia.doc.gov/ntiahome/fallingthru.html>
 [16] Jan A. G. M. van Dijk, *The Deepening Divide*

- Inequality in the Information Society. SAGE Publications. Inc. 2005.
- [17] Jan A. G. M. van Dijk. Digital divide research, achievements and shortcomings. In Poetics. 34 (4-5). 221-235. Amsterdam: Elsevier B.V. 2006.
- [18] Jueun Cho, Mobile phone adoption and acceptance by elderly users: implications for the digital divide, Korean Society 44(5). 81-114. 2010.
- [19] Namho. Chung, SeungJae Lee, HeeJung Han, Understanding Communication Types on Travel Information Sharing in Social Media: A Transactive Memory Systems Perspective Telematics and Informatics 32. pp. 564-575. 2015. DOI information: 10.1016/j.tele.2015.02.00.
- [20] A survey on mobile internet utilization, Korea Internet and Security Agency. 2014
- [21] Kennedy, Wellman, Klement, Gendering the digital divide, IT & society. 2003
- [22] L. Jackson, K. Ervin, P. Gardner, P., & N. Schmitt, Gender and Internet: Women communicating and men searching. Sex Roles. 44(5/6). 363-379. 2001.
- [23] Claudia Nobis and Barbara Lenz, Gender Differences in Travel Patterns Role of Employment Status and Household Structure Research on Women's Issues in Transportation, Vol.2: Technical papers. 114-123. Transportation research board of the national academies Washington D.C. 2005.
- [24] Youngak Chung A study on the woman's travel patters Honam University. 1997.
- [25] www.suncheon.go.kr
- [26] smartphone users 40 million people ages <http://www.mt.co.kr> 2014. 3.14.
- [27] T. J. Smith. Senior citizens and e-commerce websites: The role of perceived usefulness, perceived ease of use, and web site usability. Informing Science: the International Journal of an Emerging Transdiscipline. 11. 59-83. 2008.
- [28] Leung, L. and R. Wei, More than just talk on the move: uses and gratifications of the cellular phone. Journalism and mass communication quarterly 77(2): 308-320. 2000.

이 승 재(Lee, Seung Jae)



- 1985년 2월 : 이화여자대학교 영어영문학과 졸업
- 1992년 2월 : 이화여자대학교 영어영문학과 대학원(문학박사)
- 2001년 3월 : 경희대학교 호텔관광대학 관광영어통역학과 조교수
- 2012년 9월 : 경희대학교 호텔관광대학 호스피탈리티학부 조교수

- 관심분야 : 커뮤니케이션, 관광영어, 문화, 통번역
- E-Mail : sjleeth@khu.ac.kr