

# 여행객들의 문화적 차이 공유를 위한 공항 내 서비스 디자인 제안

구민희\*, 김승인\*\*

홍익대학교 국제디자인전문대학원 디자인경영전공\*, 홍익대학교 국제디자인전문대학원 교수\*\*

## Service Design in Airport for Sharing the Cultural Difference Among Tourists

Min Hui Gu\*, Seung-In Kim\*\*

Dept. of Design Management, Hongik Univ., International Design School for Advanced Studies\*  
Prof. of Digital Media Design, Hongik Univ., International Design School for Advanced Studies\*\*

요 약 국제적으로 경제적 교류뿐 아니라 문화적 교류도 엄청난 성장 속도를 가지고 늘어나고 있다. 하지만 경제적, 사업적 부분에 있어 문화적 차이 해소를 위한 연구는 많이 되어 왔지만, 여행객을 위한 문화적 차이 해소 방안에 관한 연구는 부족한 실정이다. 이에 본 연구는 여행객의 문화적 교류의 허브인 동시에 문이 되는 공항을 공간적 범위로 설정하여 문화적 차이 해소를 위한 공항 서비스를 개발하고자 하였다. 문헌 연구를 통하여 문화적 차이를 해결하는데 커뮤니케이션과 공유가 가지는 의미를 이해하고, 공항 애플리케이션, 와이파이 연계 사례 등을 분석하여 본 제안에 적용할 수 있도록 하였다. 여행객들 스스로 문화적 차이를 문자를 통하여 공유하고, 이를 공항 내 와이파이 서비스, 기존의 공항 애플리케이션과의 연계를 통하여 자연스러운 사용자 참여를 유도할 수 있도록 하였다. 본 연구를 통하여 국가 간의 문화 차이를 해소함과 동시에 서로 간의 발전과 국가 이미지 개선에 도움이 될 수 있는 연구가 더욱 활발하게 이루어질 수 있을 것이라 기대한다.

주제어 : 여행객, 문화적 차이, 공유, 공항 서비스, 서비스 디자인, 문화 공유

**Abstract** There has been an enormous increase not only in the international economic exchanges but also in the cultural exchanges. However, studies to settle the cultural differences have been studied a lot with in economic and business partial but research of eliminating cultural differences for travelers has not been studied. Therefore, in this study, we tried to develop the service design to eliminate the cultural differences. To set the spatial range, we choose airport which can be the hub and the door of the travelers at the same time. Moreover, we tried to understand the meaning of communication and sharing to resolve differences in culture through literature studies. Further, we analyzed the airport application and examples of Wi-Fi linked services, so can be applied to the proposal. Travelers share the cultural differences by themselves; through the Wi-Fi service in the airport, and the existing airport application. We expect to be able to resolve the cultural differences between nations and develop not only their prosperity but also the national image by this service.

**Key Words** : Tourist, Culture Difference, Sharing, Airport Service, Service Design, Sharing Culture

Received 23 June 2016, Revised 30 July 2016

Accepted 20 October 2016, Published 28 October 2016

Corresponding Author: Seung-In Kim(International Design School for Advanced Studies, Hongik University)

Email: r2d2kim@naver.com

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

### 1.1 연구 배경과 목적

해외여행의 문턱이 낮아지면서 전 세계적으로 여행객은 늘어가고 있지만 서로 간의 문화적 차이를 공유할 방법이 없어 여행에 있어 불편함을 가진다. 서로간의 문화를 이해하지 못하고 갈등이 생길 뿐 아니라 법적인 차이를 인지하지 못하면 더욱 더 심각한 문제가 야기되게 된다. 이에 본 논문에서는 단순히 여행을 위한 문화적 차이를 해소하고, 서로를 이해하여 함께 발전해 갈 수 있도록 서로 간의 문화를 공유할 수 있는 서비스를 제안하고자 하였다. 아울러 공항에서 제공할 수 있는 새로운 서비스로 보다 나은 사용자 경험을 제공할 수 있도록 하는 것에 목적을 둔다.

### 1.2 연구 범위와 방법

본 연구는 다음과 같은 범위와 방법으로 진행하였다. 제안에 앞서 공항이 각 국가를 방문하여 대면하는 첫 장소임과 동시에 다른 나라를 연결하는 허브가 된다는 것을 인식하였고 공항을 공간적 디자인 범위로 선정하였다. 또한, 사용자가 공항을 이용할 때 출·입국 시 상황 및 그 모든 단계를 연구의 시간적 디자인 범위로 설정하였다. 연구 방법으로는 선행연구로서 문헌 연구를 진행하였다. 본 연구보다 앞서 진행되었던 선행 연구들을 연구 분석하여 문화적 차이를 문자적으로 정의하여 그 해소의 필요성을 재고하고 문화적 차이 해소에서 공유의 중요성을 제시하였다. 이후 현재 인천 공항이 가지고 있는 개인 디바이스를 활용한 서비스 사례 중 '인천공항 가이드' 애플리케이션을 분석하고 본 서비스가 시행됐을 때의 장단점을 고려해보았다. 또한, 본 서비스의 중심이 되는 정보 공유가 현재 어떻게 이루어지고 있으며 공항 공간이 어떻게 그 공유의 장이 될 수 있는지 세부적으로 분석하였다. 최종적으로 본 서비스가 적용될 수 있는 공항 내 시공간을 확인하기 위하여 실제 공항을 이용하는 이용객을 관찰, 분석하여 사용자 여정 지도(User Journey Map)를 작성하여 보다 시각적으로, 또 분석적으로 서비스에 적용할 수 있도록 하였다. 이후 사용자 여정 지도를 활용하여 사용자 행동 및 각 행동이 소요되는 시간을 측정 분석하여 보고 가장 적합한 상황을 선정하였다.

## 2. 선행연구

### 2.1 문화적 차이의 정의 및 해소, 공유의 필요성

#### 2.1.1 문화적 차이의 정의

문화를 집단 구성원이 공유하는 행동 및 태도의 집합체라고 정의할 때, 사회를 구성하는 여러 집단이 지닐 수 있는 서로 다른 가치, 태도, 행동을 문화차이라고 한다[1]. 이러한 문화적 차이는 자국에서 타 문화 사람들과의 문제뿐 아니라 타국을 여행하는 여행객들에게 다양한 문제를 야기하게 된다. 예를 들어 태국과 같은 나라에서는 머리는 하늘을 향하고 있기 때문에 신성한 부위이며 발은 땅을 딛고 있기 때문에 불결한 부위라는 인식을 가지고 있다[2]. 이 때문에 태국을 여행할 때 귀여운 아이가 있다고 머리를 쓰다듬는다면 절대로 좋은 인상을 심어 줄 수 없다.

#### 2.1.2 여행객을 위한 문화적 차이의 해소 필요성

문화적 차이를 분석하여 마케팅수단으로써 활용하거나 사회, 즉 다문화 기업 내에서 문화적 차이를 해소하기 위한 연구들은 많이 진행됐고 적용됐다. 자국민뿐 아니라 외국인들 유치에 힘쓰는 항공사들은 일찌감치 이를 인식하고 마케팅에 이를 활용해왔다. 아시아나항공 파리 노선 취항 기념행사로 2009년 서울시와 협찬하여 파리를 운항하는 항공기 동체에 '하이 서울' 엔블럼 장식과 파리 개선문, 경희루를 포장하여 1년간 운항하였으며, 파리의 개선문, 에펠탑, 노트르담을 순회하는 리무진 버스에 '하이 서울'과 아시아나항공 CI(Corporate Identity)를 포장하여 문화마케팅을 통하여 파리 취항 홍보 및 글로벌 항공사 도약의 계기로 삼기도 하였다[3]. 경제 협력 개발 기구(OECD)에서 문화 관광(Cultural tourism)의 사례 연구로서 진행되었던 설문조사에 따르면 절 체험 관광(Temple stay)이 처음으로 시작된 해에는 1,000명 이하에 불과했던 외국인 관광객이 2007년에는 69,000명으로 늘었을 뿐 아니라, 절 체험 관광의 목적을 물음에 55.8%가 한국의 전통적인 문화를 경험하기 위해서라고 대답하였다[4]. 하지만 이러한 관광 사업뿐 아니라 국가적 이미지 차원, 법적인 문제에서도 여행객들 간의 문화적 차이 공유는 필수적이다. 앞서 언급한 태국의 예처럼 자국에서는 아무런 문제가 없는 일들이 타국에서는 예의가 없는 행동이 될 수도 있으며, 대마초와 같이 어떤 국가에서

는 합법인 것이 다른 국가에서는 불법이 되어 법적인 문  
 제까지 야기 될 수 있다[5]. 또한, 현대 사회에서 문화적  
 차이는 어느 이전의 시대보다 더 커지고 있다[6]. 여행객  
 이 늘어나는 이 시대에 늘어나는 문화적 갈등을 해결을  
 위한 노력은 필수적이다.

2.1.3 문화적 차이 해소에서 공유의 중요성

커뮤니케이션의 어원은 ‘공통(common)’ 또는 ‘공유하  
 다(share)’라는 뜻의 라틴어 ‘communis’에서 유래되었다.  
 또한, 커뮤니케이션의 사전적 의미는 ‘말이나 글, 그 밖의  
 소리, 표정, 몸짓 따위로 이루어진 사람들끼리 서로의 생  
 각, 느낌 따위의 정보를 주고받는 일’이다[7]. 하지만 이  
 렇게 정보를 주고받는 과정에서 문화 간 커뮤니케이션에  
 서는 언어의 차이와 비언어 메시지의 오역을 포함해 유  
 사성의 전제, 자민족중심주의와 고정관념이라는 장애물  
 들이 존재한다[8]. 이러한 장애물을 뛰어넘어 문화적 차  
 이를 이해하기 위해서는 중간 매개체가 필요하며 이를  
 공유하는 장이 필요한 것이다. 또한, 서로 간의 오해가 생  
 길 수 있는 비언어적 커뮤니케이션 보다, 전달 속도가 빠  
 르고 신속한 피드백을 받을 수 있는 언어적인 커뮤니케  
 이션을 활용하는 것이 효율적이다.

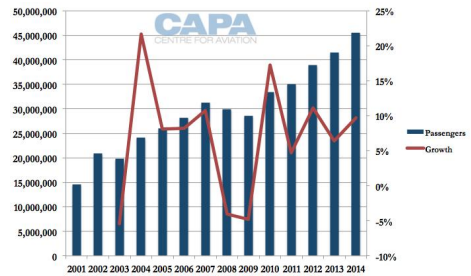
<Table 1> Statistics of how tourist get information  
 about traveling Korea in three years  
 (duplicated answer)

	2008	2009	2010
Internet	55.5	61.0	64.2
Friends	48.0	53.0	51.2
Travel brochure	29.4	33.2	34.9
Travel Agency	35.6	38.2	38.9
Report	15.4	19.6	16.4
Korean institution	8.6	8.6	8.7
Airline, Hotel	9.8	8.8	7.7
ect.	11.4	10.2	9.1
Didn't get information	10.3	8.0	6.0

또한, 문화체육관광부 통계조사를 바탕으로 한 논문에  
 서 취합, 정리한 <Table 1>[9]에서는 한국 관광 정보를  
 얻는 경로 대부분이 인터넷, 혹은 친지라는 것을 보여 준  
 다. 이러한 설문 결과의 결과는 여행에 있어 정보를 주고받는  
 커뮤니케이션에서의 사람과 사람 간의 공유의 중요성을  
 확인할 수 있다.

2.2 사례분석 및 공항 공간, 사용자 행동 분석

[Fig. 1][10]에서처럼 인천공항은 매년 이용객들이 늘  
 고 있으며 한국을 방문하는 방문객의 첫인상이 된다. 이  
 에 인천공항을 공간적 배경으로 삼고 기존의 인천공항  
 가이드 애플리케이션 분석과 함께 공항 공간 및 사용자  
 행동을 분석하였다.



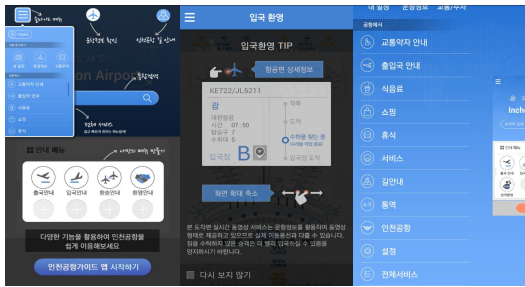
[Fig. 1] Seoul Incheon annual total passengers  
 (left axis) and growth (right axis)

2.2.1 인천공항 가이드 애플리케이션

인천공항 모바일 서비스는 2011년 이후 모바일 기기  
 의 보급 및 확산에 따라 모바일 서비스 수요가 증가하였  
 고 고객들을 만족하게 할 수 있는 양질의 서비스가 필요  
 하다는 문제의식에 의하여 개발되었다. 인천국제공항공  
 사에서 제공한 모바일 서비스 통합 개발 추진 계획[11]에  
 따르면 모바일 서비스의 중복되는 부분이 많았고 이에  
 통일된 모바일 서비스를 개발하게 된 것이다.

<Table 2> Mobile services of Incheon International  
 Airport (2010)

Subject	Mobile page	Android app	u-Mobile
Main menu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flight schedules</li> <li>• Immigration</li> <li>• Traffic</li> <li>• Airport information</li> <li>• Airline information</li> <li>• Taxi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flight schedules</li> <li>• Immigration</li> <li>• Traffic</li> <li>• Airport information</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flight schedules</li> <li>• Immigration</li> <li>• Traffic</li> <li>• Airport information</li> <li>• Parking information</li> <li>• Taxi</li> </ul>
Form	Web	App	WAP
Device	All mobile device	Android device	General mobile
Department	PR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• I &amp; C</li> <li>• R &amp; D</li> </ul>	Flight business



[Fig. 2] Incheon Airport Guide application

이렇게 인천공항에서 공항 정보 제공을 목적으로 개발한 애플리케이션인 '인천공항 가이드 애플리케이션'은 하나의 앱에서 많은 기능을 구현할 수 있는 One Application으로 구현되어 있으며[12], 운항 정보뿐 아니라 입국 환영을 위한 정보로서 도착 편의 실시간 이동 동선(도착, 수화물 찾는 중 등)까지 세부적인 공항 서비스 정보를 제공하고 있다. 하지만 이는 아주 정량적인 정보만을 제공하며 여행객의 입장에서 활용할 수 있는 여행지 정보, 문화 등의 정성적인 정보를 제공하지 않고 있다.

2.2.2 공항 공간 분석

공항은 크게 기본적인 필요시설이 갖추어진 물리적 개념의 공간과 그 나라의 문화를 체험할 수 있는 경험적 공간, 그리고 상징적인 공간으로 나뉜다.

<Table 3> Approach method according to the function of the public space of the airport

Division	Physical space	Experiential space	Symbolic Space
Function	Immigration, Transfer, Shopping ect.	Culture, Art, Entertainment ect.	National image, Identity, Land mark
Approach	Service system	Multi-space	Spatial branding

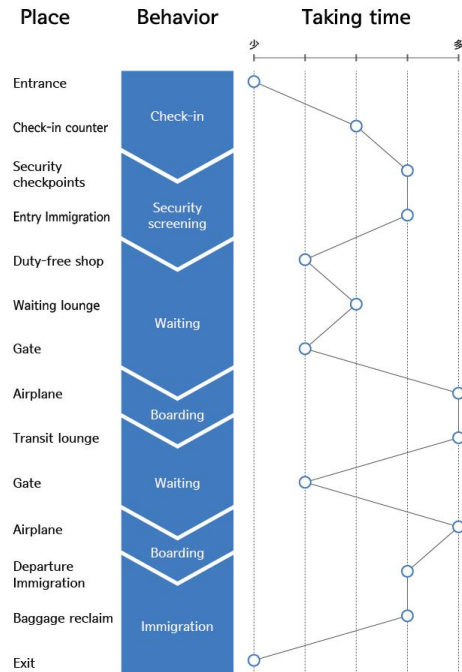
경험적 공간에서는 능동적인 고객 참여가 가능하도록 트렌드와 지역성을 반영한 문화·예술적인 가치 창조가 이루어져야 한다[13]. 하지만 본 서비스에서는 사용자가 필수적으로 거쳐야 하는 기능적인 물리적 공간에서 역시 경험을 할 수 있도록 제안하고자 한다.

2.2.3 공항 내 사용자 행동 분석

공항 사용자들(환승객들을 포함하여)을 직접 관찰, 분

석하였고 시간 순서대로 사용자들이 시간을 보내게 되는 장소를 분석하였다. 그 결과 공항 내 장소들을 세분화할 수 있었고 각 장소에서 이루어지는 사용자 행동을 체크인, 검색과 심사, 대기, 탑승 등으로 압축할 수 있었다.

이를 바탕으로 [Fig. 3]에서 표현하였듯이 소요시간을 상대적으로 비교하여 다소 적게 시간이 소요되는 장소와 더욱 많이 시간을 보내게 되는 장소를 도출하게 되었고 이를 본 서비스에 적용하고자 하였다.

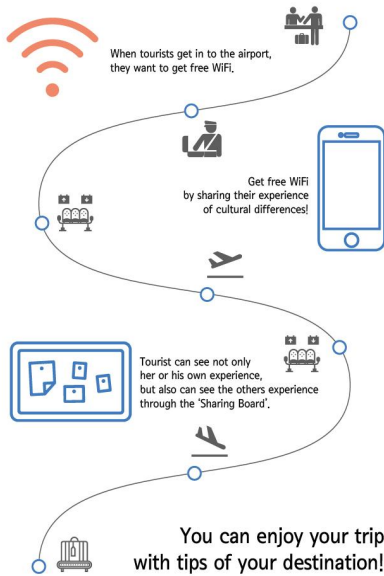


[Fig. 3] User journey map of travel

3. 공항 서비스 디자인 제안

선행 연구로서 진행된 문헌연구와 사례연구로 도출된 결과를 바탕으로 디자인을 제안하고자 하였다. 여행객을 위한 문화적 차이 해소의 필요성을 인식하고 그를 위해서로 간의 공유라는 방법을 사용하고자 하였다. 또한, 사례 분석으로 이루어졌던 인천공항 가이드 애플리케이션에서의 문화적 차이 공유의 부재를 해결하기 위하여 사용자 행동분석을 통하여 공항 내에서 소요되는 시간 안에서 자연스럽게 사용자 행동으로 문화적 공유가 이루어

지도록 디자인하였으며, 기존의 인천공항 애플리케이션과의 통일성을 위하여 동일한색을 추출, 사용하였다.



[Fig. 4] User journey map scenario

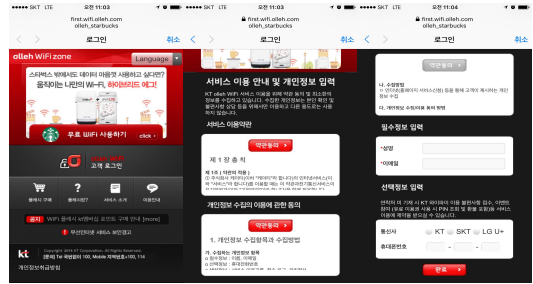
### 3.1 총체적 디자인

공항을 이용하는 이용객은 제공되는 와이파이로 공유 게시판(Sharing Board)을 접하게 된다. 무료 와이파이를 이용하기 위해서는 간단한 개인정보와 함께 공유 게시판에 공유할 여행지, 혹은 본인의 국가의 문화적인 정보를 기재하게 된다. 이는 공항 내에서 물리적으로 접할 수 있는 공유 게시판에 포스트-잇처럼 게시되어 공항이용객에게 공유되게 되며, 그에 더하여 공항 가이드 애플리케이션의 하나의 메뉴로 개설된 디지털 공유 게시판에도 게시되게 된다.

### 3.2 와이파이 서비스와 연계

와이파이를 연결하려 하는 것은 여행객들이 비행기에서 내리는 순간부터 자연스럽게 찾게 되는 행동이다. 이에 본 서비스는 와이파이를 활용하여 사용자들이 자연스럽게 서비스를 인지하고 사용할 수 있도록 제안하였다. 기능적 구조는 기존의 와이파이 서비스들의 형태를 분석하여 쉽게 적용할 수 있도록 하였다. 스타벅스 와이파이 서비스의 사례를 보면 무료로 와이파이를 사용하기 위하여 간단한 개인정보를 수집하는 구조적 기능을 사용하고

있다. [Fig. 5]의 화면은 휴대폰 내 설정에서 스타벅스와 이파이를 눌렀을 때 바로 나타나는 화면으로서 와이파이를 사용할 것인지를 묻고 [Fig. 6], [Fig. 7]은 간단한 개인정보 제공을 위한 약관에 동의하면 성명, 이메일만 입력하면 되는 구조로 되어 있다[14]. 이와 같은 구조는 호텔, 공항 등에서 활용하고 있는 기능으로서 이를 활용하여 본 서비스에 적용해보았다.



[Fig. 5][Fig. 6][Fig. 7] WiFi service of the starbucks



[Fig. 8] Link to the Wifi service suggestion

ICN\_SHARING\_WiFi를 접속하기 위해 클릭하면 서비스 이용과 개인정보 수집에 대한 약관에 동의하는지를 묻고 동의가 된다면 성명과 이메일이라는 간단한 정보를 수집한다. 이에 더해 추가로 공유정보 입력이라는 난이 스크롤 하단에 위치하여 있고 공유 게시판 서비스에 대

해 간단한 설명이 있다. 국가와 공유 게시판에 게재될 네티임 그리고 공유할 각 나라의 문화적인 정보를 입력하면 무료 와이파이를 사용할 수 있게 된다.

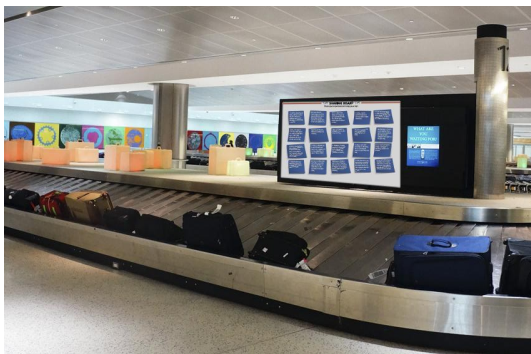
### 3.3 설치 장소 제안



[Fig. 9] Sharing board mock-up



[Fig. 10] Detail image of the sharing board mock-up



[Fig. 11] Applied image of the sharing board mock-up

사용자 행동 분석결과 도출된 공항 내 서비스 적용이 가장 용이하며, 와이파이를 통한 문화 공유라는 사용자

행동을 가장 쉽게 이끌 수 있는 장소가 수화물을 찾는 곳과 환승 대기 장소라는 점을 활용하여 설치 장소를 제안하였다. 기본적으로 전광판, TV 등이 설치된 곳으로 사용자가 공유한 각국의 문화 등이 포스트 및 형식으로 표현되며 이용객들은 문화적 차이를 이해하는 것에 더해 무료로 보내게 되는 시간을 정보 공유로서 유용하게 보낼 수 있다.

### 4. 디자인 제안 평가 및 결론

공항은 각국을 연결하는 허브인 동시에 문이 된다. 그러므로 공항을 이용하는 이용객이 각 나라를 인식하는 첫인상이 된다. 인천공항은 11년 연속 세계 공항서비스 평가에서 1위를 하고 있으며 매해 환승객 742만 명을 포함한 4천900만의 여객이 다녀간다[15]. 인천 국제공항이 허브 공항으로서 단순히 환승의 공간으로 활용된다 하더라도 사람들의 인식에 미치는 영향이 적은 것이 아니라 오히려 그 시간만 그 나라를 경험하기 때문에 이용객의 국가 이미지 형성에 절대적인 영향을 미친다. 공항은 이러한 특성 때문에 문화적 차이 때문에 갈등이 생기기 쉬운 장소이다. 이 때문에 본 연구는 이러한 공항에서 문화적인 공유가 이루어진다면 문화적 차이로 인한 갈등이 줄어들 뿐 아니라 서로를 이해하고 발전할 수 있다는 생각에서 시작되었다.

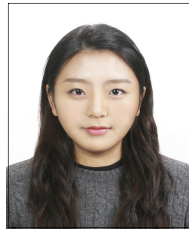
본 연구는 문화적 차이 해결의 중요성과 공유 및 커뮤니케이션의 중요성 그리고 서비스 디자인에서 공간과 사용자 행동이 가지는 의미를 깊이 있게 연구하였다는 점에서 의미를 가진다. 하지만 그 공간이 공항에 한정되었고 공항을 나선 이후 여행객들의 공유를 해결하지 못한 아쉬움이 남는다. 이 때문에 앞으로 이어지는 연구에서는 더욱 넓은 공간적인 범위에서 여행객들을 포함하여 국가 간의 문화적 교류를 이끌어 낼 수 있는 새로운 방안이 연구되기를 기대한다.

### REFERENCES

- [1] Korea Educational Psychology Association, Terminology of educational psychology, Hakjisa, 2000. 1. 10.
- [2] Yeong-sil Park, Global Manor Journal, The Korea

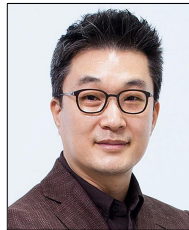
- Economic Daily DOI: <http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=201512159826g>
- [3] Jae-Il Kwon, Case Study of Asian Airline's Cultural Marketing, Korea Academic Society Of Tourism Management, Vol.27, No.4, 2012.
- [4] OECD, The Impact of Culture on Tourism, January 2009.
- [5] DOI: <http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2016042216341952827&outlink=1>
- [6] Paul Rozin, Five potential principles for understanding cultural differences in relation to individual differences, Vol 37, No.4, Journal of Research in Personality, pp.8, 2003.
- [7] Bae-geun Cha, Introduction to Communication Studies, Seoul: Seyeongsa, 2004.
- [8] Yun-hui Choi, intercultural communication, Communication Books, 2013. 2. 25.
- [9] Jeong-mee Lee, Analysing Information Seeking Behavior of Foreigner in Korea, Journal Of The Korean Biblia Society For Library And Information Science, Vol.22, No.2, 2011.6.
- [10] CAPA - Centre for Aviation and IAC DOI: <http://centreforaviation.com/analysis/seoul-inc-heon-airport-confronts-new-paradigm-chinesejapanese-hubs-take-transfer-traffic-208892>
- [11] Mobile Service Integrated Development Plan, Incheon International Airport Corporation, 2011.
- [12] Bong-Koo Jung, Study on the Development of Airport Mobile Application Service through the Level and External Environments Analysis, master's thesis, 2015. 8.
- [13] Jung-a Yoon, Young-ho Park, Don-il Lee, A Study on Characteristic of Public Space aspect of Service Design, Korean Society of Basic Design & Art, Vol.16, No.1, 2015. 02.
- [14] DOI: [http://first.wifi.olleh.com/olleh\\_starbucks/](http://first.wifi.olleh.com/olleh_starbucks/)
- [15] DOI: <http://www.airport.kr/co/ko/3/1/1/index.jsp>

구 민 희(Gu, Min hui)



- 2010년 2월 : 서울과학기술대학교 디자인학과(학사)
- 2015년 8월 ~ 현재 : 홍익대학교 국제디자인전문대학원 디자인경영(석사)
- 관심분야 : 서비스 디자인
- E-Mail : minhui830@gmail.com

김 승 인(Kim, Seung In)



- 2001년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 국제디자인전문대학원 교수
- 2006년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 디자인혁신센터 센터장
- 관심분야 : 사용자경험디자인, 서비스디자인
- E-Mail : r2d2kim@naver.com