

## 문화관광축제 웹콘텐츠 분석

### Web Contents Analysis of Cultural Tourism Festival

전영철

상지영서대학

Chun Young-chul

Sangji Youngseo College

#### 요약

문화관광부가 지정한 문화관광축제들에 대한 웹콘텐츠를 분석하고 이를 기반으로 콘텐츠구성 방안을 제시하고자 한다. 연구방법은 웹콘텐츠를 내용분석하고 객관적 데이터를 바탕으로 비교평가를 하고자 한다. 분석결과 독자적인 도메인 구축의 필요, 외국어 정보의 제공, 회원제도를 통한 메일링 서비스 등 수시로 지속적인 회원관리 서비스 필요, 세분화된 게시판 기능부여, 관람객의 동선을 고려한 동적정보 제공 등을 제시하였다.

#### Abstract

The purpose of this study was to analyze web contents of major cultural tourism festival. And suggest to contents development. Study method is contents analysis and comparative study by suggest data. According to the results, need for independent domain, segmetation boardr, provide to foreign language information, provide to dynamic information should be needed.

## I. 서론

지역마다 축제가 사태를 이루듯 펼쳐지고 있다. 약 1300여개 축제가 전국적으로 행해지고 있으나 이중 경쟁력을 지니고 있는 축제는 소수에 불과하다.

문화관광부는 외래관광객의 유치확대 및 지역관광 활성화를 위해 전국 축제 중 관광상품성이 큰 축제를 대상으로 1995년부터 문화관광축제를 선정하여 집중 육성하는 정책을 펼치고 있다.

기존의 축제에 대한 정보전달은 TV, 라디오, 신문 등이 주류를 이루었으나 인터넷의 급속한 보급과 이용으로 이 부문에 대한 중요성 인식이 급속히 요구되고 있다[1].

인터넷상의 홈페이지는 정보전달 매개체로서 다른 여러 가지 정보매체들(인쇄물, 안내소)보다 축제에 대한 자세한 정보를 제공하고 이미지를 창조하고 잠

재방문자와의 지속적인 관계를 구축할 수 있다. 또한 공격적인 고객창출도 가능하며 재방문을 유도할 수 있는 도구가 될 수 있다.

그럼에도 불구하고 문화관광축제 관련 정보는 축제에 대한 개괄적인 정보만을 담고 있어서 관람객들의 증대되는 정보욕구를 충족시켜주지 못하고 있는 것이 현실이다. 또한 몇몇 웹사이트들은 규칙적으로 업데이트도 이루어지지 않고 있어서 축제에 대한 부정적인 영향을 미치고 있기도 하다[2].

현재까지 구축·운영되고 있는 지역축제관련 웹사이트는 각 지방의 지역축제의 일정소개와 의의를 설명하는 정도이지 지역축제에 참여하고 싶도록 유도하는 경우는 드물다[3]. 또한 축제를 기획하는 단계에 있어서도 네티즌과의 커뮤니케이션 통로를 마련해 둔다면 이슈를 공유하고 축제기간동안에도 참여를 유도해 효율적인 축제 진행상의 의견을 수렴하는 통

로로서 웹사이트를 활용할 수 있다. 지역축제의 자원 봉사자나 인력을 모집할 때부터 활용하면 기타 매체에서 사람을 구하는 것보다 관심 있는 사람들의 적극적인 참여를 유도할 수 있다.

이에 본 연구에서는 지역 문화관광축제의 정보를 담고 있는 웹사이트들의 콘텐츠를 분석하여 효율적인 운영 및 활용을 제시한다는 측면에서 정량적인 방법을 도입하고자 한다.

## II. 이론적 고찰

### 1. 문화관광축제의 웹사이트의 중요성

인터넷은 비용, 시간, 장소의 편리성과 실시간(real-time)으로 업데이트(update)된 정보를 제공하기 때문에 관광정보 획득의 우선적 방법이 되고 있다.

이들 웹사이트에서 얻게 되는 정보와 경험은 방문 욕구와 관광일정계획에 지대한 영향을 미치게 된다. 따라서 웹사이트의 디자인과 콘텐츠를 어떻게 구성하느냐에 관한 다양한 연구가 요구되는 것이다.

문화관광축제의 웹사이트의 기능적 효과는 크게 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 훌륭한 마케팅 수단이 된다. 지역축제에 관심이 없었는데 웹사이트를 보고 축제에 참여하도록 유도하는 것과 가보지 못한 사람들에게 축제에 참여한 기분이 들고 축제에 참여한 기분이 들 정도로 생생한 정보를 제공해 주는 것이다[3].

둘째, 정보제공의 신속성과 대중성이다. 지역축제의 웹사이트 활용은 인터넷 이외에 가장 신속하고 정확하게 축제의 정보를 여행 전에 입수한 것이 어려움이 있고, 인터넷을 통한 정보탐색이 대중화되고 있기 때문에 그 중요성이 날로 증가하고 있다[4].

셋째, 공격적인 마케팅활동이 가능하다. 문화관광축제의 경우 축제의 관광상품화를 지향하고 있기 때문에 시공간을 초월한 사이버공간을 대상으로 하기 때문에 불특정다수에 대한 공격적인 마케팅을 펼칠 수 있다.

### 2. 웹사이트 콘텐츠의 특성

웹콘텐츠의 특성에 관한 선행연구들은 크게 3가지의 측면, 사용자 인터페이스(User Interface), 정보(Information), 대고객 서비스(Customer Service)로 나누어진다[5].

선행연구들을 종합하여 Smith(1997)는 인터넷 정보의 평가에 관한 여러 연구들을 종합하여 다음 [표 1]과 같은 평가항목을 제시하였다.

[표 1] 인터넷 정보의 평가를 위한 기준 항목

주요 Contents 항목	세부 항목	관련 연구
User Interface	웹사이트의 구조적 간결성 탐색(Navigation)의 편리성	James Ho(1997) P. Shubert et al. (1999) D. Bachiochi et al.(1997) Horton(1996) J. Nielsen(1997)
Information	정보 내용의 충실성 정보의 질 정보 전달 기반요소의 무결성	Chang Liu et al.(1997) A.G. Smith(1997) Jeremy C. Wyatt(1997) Emma Place et l.(1998)
Customer Service	대고객 부가 서비스의 질 대 고객 지원 서비스의 질 고객간의 공동체 형성 유도성	J. Nielsen(1997) P. Shubert et al.(1999) Evan I. Schwartz(1999)

위의 기준에 의해 10개의 유명 인터넷 정보평가사이트와 비교분석을 실시하였고, 그 결과 가장 많이 인용되는 평가기준들로 ①그래픽과 멀티미디어디자인, ②논리적인 자료구조(Browsability and Organization), ③적시성(Currency), ④Content 항목, ⑤전문성(Authority), ⑥독창성(Uniqueness), ⑦Workability 항목, ⑧시스템 연결성(Connectivity) 등의 순위로 도출되었다.

### 3. 문화관광축제 웹사이트 관련 연구동향

전익기(2001)는 웹사이트분석을 통한 지역무술축제의 촉진전략 연구에서 충주무술축제, 청주세계태권도문화축제, 춘천코리아오픈태권도대회 홈페이지를 분석한 후 문제점을 파악하여 효율적인 촉진전략을 수립함으로써 성공적인 축제로 자리매김할 수 있는

방안을 제시하였다[5].

조현준·이훈(2001)은 인터넷마케팅과 관광축제정보분석이라는 연구를 통해 문화관광축제로 지정된 25개 축제들에 대한 인터넷홍보의 현황과 마케팅의 내용을 분석하고 이를 기반으로 기존의 문제점들에 대한 도출과 앞으로의 마케팅 발전방안을 제시하고자 하였다.

우찬복(2003)은 웹사이트 평가지표에 기초한 지역축제 웹사이트분석에서 지역축제 정보를 담고 있는 웹사이트들의 효율적인 운영 및 활용의 입장에서 지역축제 웹사이트를 평가지표를 새롭게 구성하여 정량적 평가모델에 의해서 분석하고자 하였다.

**4. 문화관광축제 웹사이트 분석지표 개발**

홈페이지의 분석은 평가틀을 적용하여 할 수 있는데, 일반적으로 공통적인 사항들도 있지만 공익적인 성격과 비즈니스적 성격을 지닌 홈페이지의 평가는 각기 특성에 따라 항목들이 존재할 수밖에 없다.

중앙일보 정부행정기관 홈페이지 평가사례를 보면, 평가영역을 디자인영역, 인터페이스영역, 민원처리영역, 여론수렴영역, 정보영역평가, 웹사이트홍보영역, 서비스영역의 7가지 큰 영역으로 나누어서 세부평가 항목 및 가중치를 부여하였다[6].

백용창·김나희는 지방자치단체 관광정보 웹사이트 메뉴항목의 활성화방안에 관한 연구에서 홈페이지 분석을 위해 표 2와 같이 탐색의 편리성, 내용의 충실성, 구조의 간결성, 대고객 지원 서비스의 질을 제시하였다[7].

**[표 2] 웹사이트 분석을 위한 변수설정**

4개 차원의 변수	개념적 정의
탐색의 편리성	웹사이트의 정보와 기능들이 구조적으로 간결하여 사용자의 탐색을 용이하게 하는 정보
정보 내용의 충실성	웹사이트가 제공하는 각종 정보의 수준
구조의 간결성	정보를 전달하는 기반이 되는 시스템 및 사이트의 안정성
대 고객 지원 서비스의 질	웹사이트를 통해 제공되는 서비스들의 수준

국내 웹사이트 평가모형을 국내사례에서 발췌하여 정리하면 다음과 같다.

**[표 3] 국내 웹사이트 주요 평가모형**

		국내의 웹사이트 평가모형		
		“한국 인터넷 대상 (KIC 99)”의 평가모형	“한국능률협회컨설팅”의 “KMA 인터넷 대상 중 인터넷 상거래대상”	“한국 전산원”의 “사이버쇼핑몰 인터넷이스 평가 모형”
평가관점	투자관점 (input)	*1차심사 -5가지 영역별 부 문별심사위원평가 *2차심사 -평가에 따른 채점정 확여부 확인	*전문가조사 *심사부문별 투자관점 의 평가항목(e.g.) website, 인터넷비전 Key process	*1단계평가 -인터페이스 -디자인평가
	성과관점 (output)	*3차심사 -최종심사단의 전원 동시채점	*네트즌조사 *심사부문별 성과관점 의 평가항목(e.g.) Result (고객만족도, 시장,재무성과)	*2단계평가 -고객의인지도 -지각 평가  *3단계평가 -성과변수 (매출,이익, 방문자)
평가대상		모든 Website	EC관련 모든 Website	CSM
평가목적		웹사이트평가 뿐만 아니라 일반인의 인 식, 미래지향적인 가 치판단까지 고려 하 여 평가	인터넷활용 경영역량에 대한 평가기준과 모델 개발.	CSM 평가모델제시. 매출, 비용, 고객 만 족도에 영향을 주는 웹사이트의 요인파 악. 국내 CSM 평가적 용.
평가영역	최상위 평가영역	*5개 영역 -내용충실도 -정보가치성 -표현성 -디자인 -적용기술난이	*4개 영역 -Website -비전/전략 -key process -Biz result	*step 1 -transaction -usability -웹문서구조 *step 2 -perception *step 3 -performance
	하위 평가영역	*세부하위영역은 최 상위영역으로 bottom-up됨  최상위영역은 20점 단위로 동일규모 평 가	최상위 평가영역의 세 부하위평가영역에 Fixed Weighted Criteria Matrix 로 평가	*세부하위영역은 최상위영역으로 bottom-up됨  -scoring -형태/유형 -단계/종류 수 -Y/N 혼용

자료 : 홍일유·정부현, “인터넷 웹사이트의 포괄적 평가모형에 관한 연구”, <http://www.buchoon.pe.kr/WebEv>. 참고 논자 제작성.

우찬복(2003)은 지역축제 웹사이트 분석·평가영역으로 ①디자인(design), ②인터페이스(interface), ③콘텐츠(contents), ④커뮤니케이션(communication)의 DICC라는 평가영역을 제시하였다.

조현준·이훈(2001)은 문화관광축제를 이두희·한영주(1997)[8]의 인터넷마케팅에 근거하여 인터넷마케팅믹스 개념을 도입하여 상품(products), 가격

(price), 촉진(promotion), 유통(place)으로 나누어 비교하는 방법을 택하였다.

### Ⅲ. 분석방법 및 대상

#### 1. 분석방법

위에서 제시된 웹사이트분석 지표중에서 다음과 같이 주로 관광객 편의중심의 콘텐츠 분석지표를 추출하여 분석대상으로 삼았다.

첫째, 인터페이스 측면으로 편의성 측면에서 축제 전용 도메인의 보유여부, 사이트맵, 외국어지원 등을 살펴보았다.

둘째, 축제정보 측면에서 일정, 장소, 기간, 축제의 역사 등을 그리고 내년도 프로그램 제시여부, 축제주제제시, 숙박, 음식, 연계관광코스, 날씨 등을 제시하였다.

셋째, 방문자와의 커뮤니케이션으로 조직소개, 참여단체소개, 게시판, 메일링 제공 등이다.

세부적인 분석은 웹사이트의 기능 및 정보제공 유(1점), 무(0점)으로 점수화시켜 축제간 비교를 실시하였다.

#### 2. 분석대상

2005년 문화관광대표축제로 경주 한국의 슬과떡잔치, 함평나비축제, 한산모시축제, 남원춘향제, 대구약령시축제, 하동야생차문화축제, 춘천국제마임축제, 무주반딧불축제, 보령머드축제, 강진청자문화제, 금산인삼축제, 양양송이축제, 김제지평선축제, 안동국제탈춤페스티벌, 충주세계무술축제, 진주남강유등축제, 남도음식문화잔치, 강경젓갈축제 등을 분석대상으로 삼았으며 이중 2005년 10월 사이트 접속이 어려운 한산모시축제는 제외하였다.

### Ⅳ. 분석결과 및 시사점

#### 1. 인터페이스

인터페이스 측면을 편의성 측면에서 축제전용 도메인의 보유여부, 사이트맵, 외국어지원 등을 살펴보았으며 결과는 다음 [표 3]과 같다.

[표 3] 인터페이스 분석결과

축 제 명	도메인 보유	사이트맵	영어	일본어	중국어	소계
한국의슬과떡 잔치	1	1	1	1	1	5
함평 나비축제	0	1	1	1	0	3
남원춘향제	0	1	1	1	1	4
대구 약령시축제	1	1	0	0	0	2
야생차문화 축제	0	1	1	1	1	4
국제마임 축제	1	1	1	0	0	3
반딧불축제	1	1	1	1	1	5
머드 축제	1	1	1	1	1	5
청자 문화제	1	0	0	0	0	1
인삼 축제	1	1	1	1	1	5
송이 축제	0	1	1	1	1	4
김제 지평선축제	0	1	0	0	0	1
안동 국제탈춤 페스티벌	1	1	1	1	1	5
세계무술 축제	1	0	1	0	0	2
남강유등 축제	1	0	1	0	0	2
남도음식문화잔치	1	0	1	0	0	2
강경 젓갈 축제	1	0	1	1	1	4
소계	12	12	14	10	9	57

주) Y=1, N=0

사이트의 도메인보유정도는 관 주도중심의 축제를 제외하고 양호하게 나타났으나 외국어사이트를 운영

하지 않거나 일본어나 중국어를 갖추지 않은 사이트도 많은 것으로 나타났다. 안동국제탈춤페스티벌의 경우 스페인어, 프랑스어, 독일어사이트까지 운영하여 상당한 수준에 도달하였다. 그러나 남도음식문화큰잔치같은 경우에는 일본어사이트도 갖추지 않는 것으로 나타났다.

## 2. 축제정보

축제정보 측면에서 일정, 장소, 기간, 축제의 역사 등을 그리고 내년도 프로그램 제시여부, 축제주제제시, 숙박, 음식, 연계관광코스, 날씨 등을 분석하였으며, 결과는 [표 4]와 같다.

[표 4] 축제정보 분석 결과

축 제 명	일정 장소 기간	역사	향후	주제	관광	소개
한국의술과 떡 잔치	1	1	0	1	1	4
함평 나비축제	1	1	0	1	1	4
남원춘향제	1	1	0	0	1	3
대구 약령시축제	1	1	0	0	0	2
야생차문화 축제	1	0	0	1	0	2
국제마임축제	1	1	0	0	0	2
반딧불축제	1	1	1	1	0	4
머드 축제	1	1	0	1	1	4
청자 문화제	1	0	0	0	1	2
인삼 축제	1	1	1	0	1	4
송이 축제	1	0	0	1	1	3
김제 지평선축제	1	1	0	1	1	4
안동 국제탈춤 페스티벌	1	1	0	1	1	4
세계무술 축제	1	0	0	1	1	3
남강유등 축제	1	0	0	1	1	3
남도음식문화 큰잔치	1	0	0	0	1	2
강경 것갈 축제	1	1	0	0	0	2
소계	17	11	2	10	12	52

취) Y=1, N=0.

축제정보에 대해서는 향후 프로그램 제시가 이루어져야 하나 아쉬움으로 남는다. 반딧불축제만이 내년 행사를 소개하고 있었고, 인삼엑스포개최로 금산인삼축제만이 향후 프로그램을 제시하고 있다.

## 3. 방문자와의 커뮤니케이션

방문자와의 커뮤니케이션을 살펴보기 위해서 조직 소개, 참여단체소개, 게시판, 메일링 제공 등을 살펴 보았다.

[표 5] 방문자와의 커뮤니케이션 분석결과

축 제 명	조직	참여단체	게시판	메일링	공모프 로그램	소개
한국의술과 떡 잔치	0	0	1	0	1	2
함평 나비축제	0	0	1	0	0	1
남원춘향제	0	0	1	1	1	3
대구 약령시축제	0	0	1	0	0	1
야생차문화 축제	0	0	0	0	1	1
국제마임축제	1	1	1	1	0	4
반딧불축제	1	1	1	1	1	5
머드 축제	0	1	1	0	1	3
청자 문화제	1	0	1	0	0	2
인삼 축제	1	1	1	0	1	4
송이 축제	0	0	1	0	1	2
김제 지평선축제	0	0	1	0	0	1
안동 국제탈춤 페스티벌	1	1	1	0	1	4
세계무술 축제	1	1	1	0	0	3
남강유등 축제	0	0	1	0	0	1
남도음식문화 큰잔치	0	0	1	0	0	1
강경 것갈 축제	0	1	1	0	1	3
소계	6	7	16	3	9	41

취) Y=1, N=0.

축제조직과 참여단체의 소개는 공급자와 수요자 사이의 커뮤니케이션을 위한 기본적인 기능임에도 불구하고 각각 6개축제와 7개축제만이 소개하고 있었

다. 심지어는 게시판 기능조차 제공하지 않는 곳도 있는 것으로 나타났다.

홈페이지를 통한 공모 프로그램을 운영 중인 곳도 9개나 운영되는 것으로 나타났다. 특히 보령머드축제 의 경우 다음 축제의 주제를 공모하는 프로그램도 운영하고 있다. 아이디어를 공모하는 것은 매우 바람직한 커뮤니케이션 활성화 방안이 될 것이다.

#### 4. 시사점

문화관광축제의 웹사이트의 운영을 통한 성공적인 축제를 위해서는 다음과 같은 개선노력과 활성화 노력이 필요하다.

첫째, 독자적인 도메인 구축이 필요하다. 고유의 도메인 구축과 추가적인 서비스를 위해 지자체 및 관련 사이트와 연계가 필요하다.

둘째, 외국어 정보의 제공이 필요하다. 문화관광축제의 경우 외국인도 그 대상으로 함으로 외국어 홈페이지 제공은 훌륭한 마케팅 수단이 된다.

셋째, 회원제도를 통한 메일링 서비스 등 수시로 지속적인 회원관리 서비스가 필요하다.

넷째, 상호작용 면에서는 대부분 게시판을 통해 가능하게 하였으나 좀 더 기능별로 특화시킬 필요성이 있다고 본다. 인터넷 사용이 더욱 활성화 된다면 다양한 예약 기능과 할인혜택이 부여되는 기능을 추가하여야 한다.

다섯째, 관람객의 동선을 고려한 정보를 이용자 측면에서 제공해야 한다. 웹사이트는 방대한 자료를 담을 수 있으므로 이를 충분히 활용하여 미리 시뮬레이션 하는 기분으로 축제를 둘러볼 수 있도록 과람 및 참여동선을 안내해야 한다. 즉 현재의 정적정보의 제공에서 벗어나 동적인 정보의 제공이 필요하다.

#### V. 결론

문화관광축제는 정부차원에서 국민의 건전한 여가 활용과 나아가서는 국가적인 경쟁력을 갖춘 축제를

육성시켜 외래관광객의 유치를 통해 지역경제와 국가경제에 도움이 되기 위한 정책적인 육성사업이다.

하지만 홍보 및 마케팅 수단 중에서 가장 강력한 도구로 부각되고 있는 인터넷의 활용실태는 미흡한 상황이다.

본 연구에서는 이러한 문제점을 극복하기 위하여 문화관광대표축제로 지정된 18개 축제중 사이트운영이 중단중인 한산모시축제를 제외한 17개 축제를 대상으로 인터페이스와 축제정보, 커뮤니케이션 등을 웹사이트의 기능 및 정보제공 유(1점), 무(0점)으로 점수화시켜 축제간 비교를 실시하였다.

분석결과 독자적인 도메인 구축의 필요, 외국어 정보의 제공, 회원제도를 통한 메일링 서비스 등 수시로 지속적인 회원관리 서비스 필요, 세분화된 게시판 기능부여, 관람객의 동선을 고려한 동적정보 제공 등을 제시하였다.

본 연구는 문화관광축제의 웹사이트분석을 위한 한 방법으로 다양한 측정방법의 개발과 이용자 대상 연구도 필요하다.

#### ■ 참고 문헌 ■

- [1] 조현준·이훈, "인터넷마케팅과 지역축제분석", 한국문화관광학회논문지, 제3권, 제1호, p.8, 2001.
- [2] 우찬복, "웹사이트 평가지표에 기초한 지역축제 웹사이트 분석", 한국경제지리학회지, 제6권, 제1호, pp.193-209, 2003.
- [3] 박성호, "축제, 어떻게 팔 것인가-축제 홈페이지 개발 방안", 문화도시 문화복지, 제100호, 2001.4.
- [4] 오익근, "관광정보안내체계 현황과 인터넷 홈페이지의 문제점과 개선방안 및 연구과제", 관광학연구, 제21권, 제2호, pp.312-319, 1998.
- [5] 백용창·김나희, "지방자치단체 관광정보 웹사이트 메뉴항목의 활성화 방안에 관한 연구-충청남도청의 웹사이트를 중심으로", 관광·레저연구, 제14권 제2호, pp.1-15, 2002.
- [6] 문화관광부·한국관광공사, "지자체 관광분야 홈페이지 평가를 위한 평가기준 및 평가모형", 2003. 3. 28.
- [7] 백용창·김나희, "지방자치단체 관광정보 웹사이트 메뉴항목의 활성화 방안에 관한 연구-충청남도청의 웹사이트를 중심으로", 관광·레저연구, 제14권 제2호, pp.1-15, 2002.