

내용분석을 이용한 농촌과 산촌 마을홈페이지 체험경관 사진앨범 비교

이덕재 · 이종성*

상지대학교 산림과학과 · *상지대학교 친환경식물학부

Comparison between Landscape Photographic Albums in the Webpages of Agriculture and Mountain Villages Using a Content Analysis

Lee, Dukjae · Lee, Jong Sung*

Dept. of Forest Science, Sangji University, Gangwon 220-702, Korea

**Div. of Agronomy & Horticulture, Sangji University, Gangwon 220-702, Korea*

ABSTRACT : This study aims to compare the revealed activities of visitors to rural tourism villages through photographic album in the internet homepage, and to give a suggestion for building new homepage showing the differences in mountain eco-tourism village. According to the different types of village development projects, photographs in internet homepage were analysed in order to compare the centered activities of visitors to agriculture and mountain tourism villages. Landscape types such as natural landscape, agricultural landscape, and village living landscape were classified to execute a content analysis on photographic album in the homepage. Reliability of the analysis between coder was achieved as 0.81. Results were summarized as follows. Firstly, village identity of homepage was mostly determined by the characteristics of internet portal involved. Secondly, adults were revealed as main subjects of tourism activities in mountain village, whereas lots of children were involved in agricultural village. Thirdly, natural landscape was used as a place of activities in mountain village, while village living landscape was photographed as a main background. It was suggested that the photographs revealing activities with children in the background of natural landscape should be uploaded to show the identity of mountain village regardless of the characteristics of internet portal.

Key words : Natural Landscape, Rural Tourism, Village Development Project

1. 서 론

농산촌 지역이 대중관광(Mass Tourism)의 대안으로서 도시민들에게 독특한 매력을 제공하는 관광 대상지로서 크게 부각되고 있다. 농산촌 지역을 대상으로 하는 이러한 일종의 대안관광(Alternative Tourism)은 단순히 바라보고 돌아오는 형태의 관광이 아니고 그 속에서 적극적 체험활동을 수반하게 되는 경우가 보통이다. 따라서 농산촌 지역은 탁월한 자연성 뿐만 아니라, 체험활동의 기회를 제공할 수 있는 사회, 문화적 기반 시설과 프로그램이 필요하다. 생태관광(Ecotourism) 또한 마찬가지이다. 일반적으로 생태관광은 대안관광 중에서도 보다 더 환경

보존에 대해 적극적이다. 생태관광은 지속가능한 관광의 의미가 강하며 또한 관광객에게 긍정적이고 교육적인 경험을 제공하고 있는 지역사회나 문화에 직접적인 편익을 줄 수 있는 자연관광으로 정의되기도 한다(장호찬, 2004).

농산촌 지역은 농업생산활동이 주로 발생하는 지역인 농촌과, 농업생산활동이 일어나기는 하지만 상대적으로 농업생산여건이 불리한 조건불리지역(Less Favoured Area)으로서 임야율이 높고, 경지율, 인구밀도 등이 낮은 생활여건이 열악한 지역인 산촌으로 분류할 수 있다. 형식적으로는 산촌개발사업의 대상이 되는 법정 행정리를 산촌이라고 한다. 언급하였듯이, 체험활동이 포함된 대안관광의 일종으로서 농산촌관광은 사회, 문화적 기반 시설과 프로그램이 있어야 하는데, 산촌지역은 이러한 제반 시설조치 제대로 조성되지 않아 농산촌관광 사업을 본격적으로 도입하기에 보다 많은 시간이 필요하였다.

Corresponding author : Lee, Jong Sung

Tel : 033-730-0565

E-mail : jonglee4@sangji.ac.kr

낙후된 산촌에 대하여 생활환경개선, 소득기반조성을 위하여 정부가 적극적으로 사업지원을 한 것이 산촌개발 사업이다. 이 사업을 통해 마을당 14억원 정도가 투입되고 있으며, 2005년 현재 108개 마을에 대하여 개발사업이 완료되었고, 이후 매년 15여개 마을에 대하여 사업이 추진되고 있다. 근래 들어, 하드웨어적 시설기반구축 뿐만 아니라 산촌주민의 소득증진을 위한 체험관광과 같은 소프트웨어의 투입이 필요하다는 인식아래 2006년부터 산촌체험관광 프로그램의 도입을 추진하여, 2007년 이후부터는 산촌생태마을 사업으로 진행하고 있다(김중호 등, 2007).

한편 농산촌의 정주형태는 입야율, 경지율, 인구밀도 등 물리적 지표인자에 의해서 뿐만 아니라, 토지이용과 맞물린 경관적 가시권의 범위와 밀접한 관련이 있다(Sevenant and Antrop, 2006). 농산촌의 정체성은 주로 시각적으로 보이는 범위 안에서 마을의 정주형태를 통하여 나타나는데, 여기에 경관의 생태적 기능이 이해되고 보완되어야 농촌 혹은 산촌의 정체성이 비로소 확연히 드러나게 된다. 마을 주민의 생산활동의 경관, 생활영역의 경관, 자연환경의 경관 등이 어우러져 마을의 모습이 나타나게 되는 것이다.

관광연구에 있어서도 목적지로서의 농산촌 마을 경관이 지닌 이미지에 대한 개념정의와 이를 적용하려는 연구가 있어 왔다. Hunter(2007)에 의하면, 목적지 이미지는 외연적인(실제 사진이 보이는) 것과 은유적인(사진의 형태적 암시) 요소의 조합으로 정의된다. 표현과 실제(외재적 방향), 메시지가 담기고, 이미지 자체의 스타일(내재적 방향), 관광경험, 보는 방법, 장소의 인식에 영향을 미치는 텍스트와 이미지의 영향력(동적인 방향) 등이 목적지 이미지가 갖는 메시지를 구성한다고 하였다.

이러한 목적지 이미지를 구성하는데 있어서 방법론적으로는 사진을 활용한다. 사진은 이미지 요소로서의 대상지에 대한 정보와 내용을 사용자의 관심을 유도하여 효과적으로 전달한다. 이는 사진이 문자가 가지는 시각적 피로함을 덜어 주며, 훨씬 더 신속한 정보의 전달과 이미지의 형성에 기여할 뿐만 아니라, 정보내용에 대한 가독성을 높여 적극적인 정보전달의 효과가 있기 때문이다(안창호, 2000). 사진을 구성하는 여러 가지 시각적 요소들은 하나하나가 개별적으로 아주 중요함과 동시에 상호 보완적인 작용과 조합을 통하여 나타난다(안창호, 2000). Kress and Leeuwen(1996)이 제시한 사회기호학 분석틀에 의하면, 시각적 이미지 내에 구성적 의미는 선, 색, 부피, 빛, 배열 등의 다양한 시각적 요소들의 배치를 통한 의미 생산에 초점을 두며, 한편으로는 이미지를 구성하는 개별적인 시각적 구성물이 어떻게 유기적으로 결

합하여 의미를 생산하는 지를 본다(김원용 등, 2006).

또한 사진은 여행을 하면서 향유하는 즐거움, 프로그램, 경험 등의 증거를 제공하며, 기록하는 기능을 한다(Sontag, 1977), 현대 관광은 이러한 사진 이미지에 의존적이어서 관광 책자와 여타 마케팅 도구로 사진을 사용하게 된다(Markwell, 1997; Lin and Huang, 2005). 따라서 관광경험의 만족은 관광 책자나 엽서에 담긴 것과 동일하거나 유사한 사진을 집으로 갖고 돌아오는 관광객에 의하여 측정가능하기도 하다. 사진은 흥미 있던 관광경험을 영속적으로 보전하고 공유하는 수단인 것이다. Chalfen(1979)은 사진과 관광 형태의 이론적 관계를 조사하여, 사진은 관광 증진의 기능을 한다고 하였다. 그는 장소와 매력물에 대한 사진은 여행의 예비단계에서 관광과 관련한 기대를 형성하는데 도움을 주는 것으로 가정하고, 사진의 영향력을 파악하였다. Markwell(1997) 또한 자연에 근거한 관광 경험에 있어서 사진의 공간적, 시간적, 사회적 차원을 검증하였다.

한편, 근래에는 인터넷을 통하여 농산촌 마을 경관의 사진이 확산·홍보되고 있으며(전준현 등, 2007), 사진속에서 보여지는 도시민의 체험관광의 모습들이 계속적으로 다른 이를 불러 오는 동인이 되고 있다. 인터넷이 정보서비스를 제공하고 생산된 재화를 광고, 마케팅, 배분하는데 효과적이며(Hoffman and Novak, 1996), 인터넷과 웹 기술을 통하여 관광산업의 정보 집약적인 속성이 효율적으로 활용되기 때문이다(Doolin et al., 2002). 이와 같이, 인터넷의 활용과 더불어 관광정보원으로서의 목적지 이미지로서의 사진게시의 영향력 또한 증대되고 있는 것이 현실이다. 많은 잠재관광자들이 방문예정인 관광지의 정보를 인터넷을 통해 습득하게 될 것이고 이것은 결국 방문전 관광지 이미지와 방문 의향에 적지 않은 영향을 미칠 수도 있기 때문이다(김종남과 박석희, 2001). Hanna and Millar(1997) 또한 초기페이지 다음으로 목적지의 사진이 가장 인기있는 콘텐츠임을 보고한 바 있다.

본 연구는 인터넷이라는 매체를 통하여 농산촌 관광지 이미지 형성 및 마을경관 속의 체험활동 사진의 경향에 대한 탐색적 연구이다. 산림청에서 추진하고 있는 산촌생태마을과 농림부 및 농촌진흥청에서 추진하고 있는 농촌체험마을, 그리고 이 둘 사업을 모두 진행하고 있는 혼재된 형태의 체험마을 사이에 각각 인터넷 홈페이지 사진앨범 상에서 체험활동의 공간이 되는 경관사진을 내용분석(Content Analysis)을 통하여 기술적(Descriptive)으로 비교하고, 이를 통하여 농산촌 중에서도 조건불리지역(Less Favoured Area)으로 분류되는 산촌에 대하여 인터넷 상 사진앨범 구성을 통한 차별적인 홈페이지 구성을 제안하고자 한다.

II. 연구 방법

1. 조사대상 홈페이지

농산촌 마을홈페이지의 조사대상은 마을 및 농가 단위의 홈페이지로서 산촌생태마을이면서 산림청 포털사이트 “숲에ON” 상에 표시된 산촌 중 여타 마을개발사업이 투입되어 마을홈페이지가 구성되어 있는 것과 비교의 대상으로 녹색농촌체험마을(경기도 부래미마을)과 농촌전통테마마을(경기도 자채방아마을)을 선정하였다. “숲에ON”에는 경기도 6개 마을, 강원도 16개 마을, 충청도 20개 마을, 전라도 21개 마을, 경상도 20개 마을 등 총 83개 마을이 소개되어 있으나, 대다수 산촌생태마을 홈페이지가 아직 형성되어 있지 않은 경우가 많았다. 그 중 일부는 자체 URL을 확보한 경우도 있으나, 정보화마을(<http://www.invil.org>) 및 농촌전통테마마을(<http://www.go2vil.org>) 포털에 구축되어 있는 경우도 많았다(Table 1).

이와는 달리, 농촌체험마을은 농어촌종합포털(<http://www.nongchon.or.kr>), 농촌전통테마마을(<http://www.go2vil.org>) 등에서 마을 홈페이지가 체계적으로 구분되어 연계되어 있는데, 여기에는 산촌의 유형도 포함하고 있다. 예를 들어, 농어촌 종합정보포털에는 체험마을 유형별로 총 14개의 산촌체험마을이 소개되어 있기도 하다. 본 논문에서는 산촌생태마을이면서 농촌체험마을 사업이 투여

된 형태인 신문리(산촌+녹색농촌)와 탁장사마을(산촌+농촌전통), 산촌생태마을이면서 정보화마을 사업이 투입된 대기리와 괴산조령산 체험마을, 그리고 비교의 대상으로 농촌체험마을 형태인 부래미마을(농림부 녹색농촌체험마을)과 자채방아마을(농촌진흥청 농촌전통테마마을) 등 총 6개 마을 홈페이지를 선정하여 2007년 9월 21일 현재 상태로 분석, 비교하였다(Table 2).

2. 분석 방법

분석의 방법으로는 홈페이지 사진 속에 나타난 내용(Contents)의 빈도를 기술(Descriptive)하여 농산촌 홈페이지의 유형별로 비교하는 방법을 사용하였다. 내용분석(Content Analysis)은 의사소통 수단 상에서 드러난 표현 혹은 잠재적인 내용을 그 의미와 영향을 확인하기 위하여 주요한 상징과 주제를 분류화, 도표화, 평가화를 통해 분석하는 것이다(Krippendorff, 2004). 이러한 내용분석 기법은 전통적으로 저널의 기사 혹은 영상매체의 내용을 어휘의 빈도를 통하여 분석하는데 많이 사용되어 왔다. 특히 지상의 광고 문안 혹은 사진에 대한 분석을 통하여 시대적 흐름에 따른 광고의 내용상의 변화를 계량적으로 제시, 비교한 연구들이 있으며, 근래에는 인터넷의 발달과 더불어 가상공간 상의 광고매체라 할 수 있는 홈페이지에 대하여 내용 분석이 이루어지고 있다(김유경과 김

Table 1 인터넷 포털별 산촌생태마을 홈페이지

구분	마을(숲에 ON)	URL
정보화마을 (invil.org)	강원 대기리	http://daegiri.invil.org/
	강원 황둔마을	http://hwangdun.invil.org/
	강원 상마읍리	http://sinseon.invil.org/
	충북 괴산조령산 체험마을	http://one.invil.org/
	강원 잠곡리 누에마을	http://nue.invil.org/
농촌전통테마마을 (go2vil.org)	강원 어성전리 탁장사마을	http://takjangsa.go2vil.org/
	전북 용산리 춘향허브마을	http://chunhyang.go2vil.org/
자체 URL	강원 방동리 방태산 약수마을	http://www.bangdong.net/
	강원 미산리	http://www.misan1.org/board/
	강원 동촌리	http://www.e-dongchon.com/
	충북 어의곡리 한드미마을	http://www.handemy.org/
	경기 신문리	http://www.sinnon.net/

Table 2 조사대상 마을홈페이지

구분	마을(숲에 ON)	URL
산촌생태	강원 대기리	http://daegiri.invil.org/
	충북 괴산조령산 체험마을	http://one.invil.org/
산촌생태+농촌체험	강원 어성전리 탁장사마을	http://takjangsa.go2vil.org/
	경기 신문리	http://www.sinnon.net/
농촌체험	경기 부래미마을	http://www.buraemi.com/
	경기 자채방아마을	http://banga.go2vil.org/

Table 3 농산촌 공간별 경관유형

대분류	중분류	소분류
자연환경경관	녹지경관	산, 수목, 마을숲, 생태계
	수변경관	하천, 호수, 바다
농업생산경관	농지경관	논, 밭, 목초지, 과수원
	농업시설경관	농로, 농업용수로, 농업용저수지, 농업시설
농산촌생활경관	생활시설경관	주택, 공공시설, 상점, 도농교류 시설, 공장, 도로, 안내시설
	문화역사경관	사적, 관광시설, 마을행사

출처: 김상범과 이상영(2006)에서 재구성

은희, 2001; 박철과 정수연, 2006; 신동윤과 이성민, 2006).

사진에 대한 내용분석은 보통 ① 이미지 탐색, ② 코딩을 위한 상호 배타적인 범주의 구성, ③ 복제성을 고려한 이미지 코딩, ④ 사진 카운팅을 통한 결과 분석 등의 4단계를 거치는데, 유형이나 특성 등을 분류하여 그 빈도수를 확인한다. 본 논문에서는 이러한 내용분석 기법을 활용하여 1) 초기화면에서의 어휘 빈도, 2) 농산촌 방문시 체험활동의 주제, 3) 체험공간별 경관 등이 산촌과 농촌의 각 마을홈페이지 사진앨범 상에서 얼마나 업로드되어 차이가 나타나는지를 양적으로 비교하였다.

체험경관 사진을 분석하기 위한 내용분석에 있어서는 먼저 분류유목(Category)의 선정이 필요하다. 사진 상에 나타난 농산촌 방문시 체험활동 주체의 경우, 성인, 어린이, 그리고 성인과 어린이가 함께 있는 경우 등 체험활동과 관련한 사진 상 인물의 존재에 따라 분류유목을 선정하였다. 사진 상에 나타난 체험공간별 경관의 경우, 농산촌 공간별 경관의 특성 분류에 중점을 두어 분류유목을 선정하였다(Table 3). 여기서 농산촌 체험공간은 크게 산촌배경과 관련 깊은 산·하천 등의 자연환경경관과 농촌배경과 관련되는 논·밭 등 농업생산경관, 그리고 중립적인 주택·공공시설 등 농산촌생활경관으로 대별된다(유현석 등, 2002; 이동근 등, 2005; 김상범과 이상영, 2006).

분석은 선험적 가정 없이 사진 관광 표현의 일반적이

고 상호 배타적인 범주를 찾기 위하여 연역적인 접근이 수행되었으며, 사진의 내용을 구성요소로 분해하는데 초점을 맞추어 전개되었다. 최종적으로 모든 사진은 철저히 분석되고 범주화되었으며 내용분석 절차에 따라 연구자 이외에 한 명을 포함한 총 두 명이 참여하여 신뢰성을 확보하였다.¹⁾

III. 결과 및 고찰

1. 초기화면에서의 어휘 빈도

마을홈페이지의 초기화면은 그 홈페이지를 방문하는 접속자에게 마을에 대한 첫인상을 부여하게 된다. 흥미로운 점은 마을홈페이지의 구축을 위한 사업투자가 각각 별도로 이루어진 경우 사업의 주체에 따라 전체적인 홈페이지 이미지의 방향이 결정되기도 한다. 산림청의 산촌생태마을, 농림부의 녹색농촌체험마을, 농촌진흥청의 농촌전통테마마을, 그리고 두 개 사업이 모두 진행된 마을 별로 홈페이지 초기화면에 나타난 산촌 혹은 농촌 관련 어휘의 빈도수를 살펴보았다(Table 4).

산촌생태마을인 강원 대기리 마을홈페이지는 정보화 마을 사업으로 제작된 홈페이지이다(Figure 1a). 단어의 빈도수를 조사해 본 결과, 초기화면에서 “산촌”이라는 어휘가 14번 나타남으로써 전체적인 마을 이미지가 산촌으로 인식될 수 있으며, 홈페이지 내에 별도의 “산촌체

Table 4 마을홈페이지 초기화면 상의 어휘빈도

어휘		산촌생태		산촌생태 + 농촌체험		농촌체험	
		대기리	조령산	탁장사	신륵리	부래미	자재방아
산촌관련	산촌	14	-	-	-	-	-
	생태	-	-	-	1	-	-
농촌관련	농촌	-	-	4	5	3	3
	농업	-	-	4	-	-	2

내용분석을 이용한 농촌과 산촌 마을홈페이지 체험경관 사진앨범 비교



(a) 강원 대기리



(b) 충북 괴산조령산

Figure 1 산촌생태마을 홈페이지.

협학교"라는 체험활동과 관련한 코너를 두어 산촌체험 프로그램이 활성화되어 있음을 알 수 있도록 구성하였다. 반면, 위의 대기리 마을홈페이지와 같이, 충북 괴산조령산 홈페이지 또한 정보화마을 사업으로 제작된 홈페이지이지만, 특별히 산촌 혹은 농촌이라는 단어가 나타나지 않아 산촌으로서의 차별성은 많이 드러나지 않는 홈페이지로 인식되었다(Figure 1b).

한편, 행정자치부의 정보화마을 사업과는 달리 농촌체

험마을 사업, 예를 들어 농림부 녹색농촌체험마을 사업이나 농촌진흥청 농촌전통테마마을 사업의 경우는 마을 홈페이지의 이미지가 농촌으로 뚜렷이 나타나는 경향이 있었다. 경기 자재방아마을은 농촌진흥청의 농촌전통테마마을 사업으로 홈페이지가 구축된 경우이다(Figure 2a). 초기화면에서 "농촌"이 3회, "농업"이 2회 나타나고 초기화면의 사진 또한 눈을 표현하고 있어 전형적인 농촌 체험활동이 진행되는 마을임을 알 수 있다. 또한, 경기



(a) 경기 자재방아마을



(b) 경기 부레미마을

Figure 2 농촌체험마을 홈페이지.



(a) 강원 탁장사마을



(b) 경기도 신론리

Figure 3 혼합형마을 홈페이지.

부래미마을은 농림부 녹색농촌체험마을 사업이 들어간 마을로서 독립된 URL을 갖고 있었다(Figure 2b). 초기화면에서 “농촌”이라는 어휘가 3번 나타남으로써 마을의 농촌이미지와 더불어 체험활동이 농촌체험위주로 진행되고 있음을 나타내고 있다.

위의 자채방아마을이나 부래미마을의 경우는 산촌생태마을 사업이 들어가지 않은 마을인 반면, 강원 탁장사마을과 경기 신론리 마을은 산촌생태마을임과 동시에 농촌체험마을 사업으로 홈페이지가 구축된 경우이다. 탁장사마을은 산촌생태마을이며, 동시에 농촌전통테마마을 사업이 들어가 마을홈페이지가 제작된 경우이다(Figure 3a). 이미 초기화면에서 “농촌”, “농업”이라는 단어가 8

회 나타나, 전체적인 홈페이지의 분위기는 농촌체험마을로서의 이미지가 강하게 나타나고 있다. 또한, 신론리는 산촌생태마을이며, 동시에 농림부의 녹색농촌체험마을 사업이 들어간 경우로서 마을홈페이지 자체는 독립된 URL을 갖고 있다(Figure 3b). 초기화면에서 산촌과 관련이 있다고 판단되는 “생태”라는 단어가 1회 나타났지만, “농촌”이라는 단어가 5회 나타남으로써 비록 초기 이미지 사진은 자연생태적 모습을 담고 있으나, 역시 농촌체험마을로서의 체험활동이 이루어지고 있음을 알 수 있다.



(a) 어린이



(b) 성인

Figure 4 체험활동 주체.

Table 5 농산촌 체험활동 주제

구분	산촌생태				산촌생태 + 농촌체험				농촌체험			
	대기리		조령산		탁장사		신룬리		부래미		자채방아	
	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%
어린이	28	6.0	94	20.8	28	41.8	4	12.5	278	15.6	349	46.8
성인	363	77.7	178	39.3	26	38.8	4	12.5	663	37.3	122	16.4
어린이+성인	53	11.3	115	25.4	7	10.4	19	59.4	346	19.5	235	31.5
구별불가	23	4.9	66	14.6	6	9.0	5	15.6	491	27.6	40	5.4
합계	467	100.0	453	100.0	67	100.0	32	100.0	1778	100.0	746	100.0

2. 농산촌 체험활동 주제 및 경관 영역

체험마을 형태별로 체험활동 주제와 체험활동의 공간으로 표현되는 경관영역을 비교하기 위하여, 마을홈페이지 체험앨범에 나타난 표현양식과 현시적 의미를 유추할 수 있는 내용분석(Content Analysis)을 실시하였다.

먼저 Figure 4에서와 같이, 농산촌 마을홈페이지의 사진 속에 체험의 주체가 누구에게 초점이 맞추어져 있는지 확인하기 위하여 성인, 어린이, 혹은 성인과 어린이가 함께 나타난 사진의 빈도를 확인하였으며, 인물이 표현되지 않았거나 야간이어서 식별이 불가능한 경우는 구별불가로 분류하였다(Table 5).

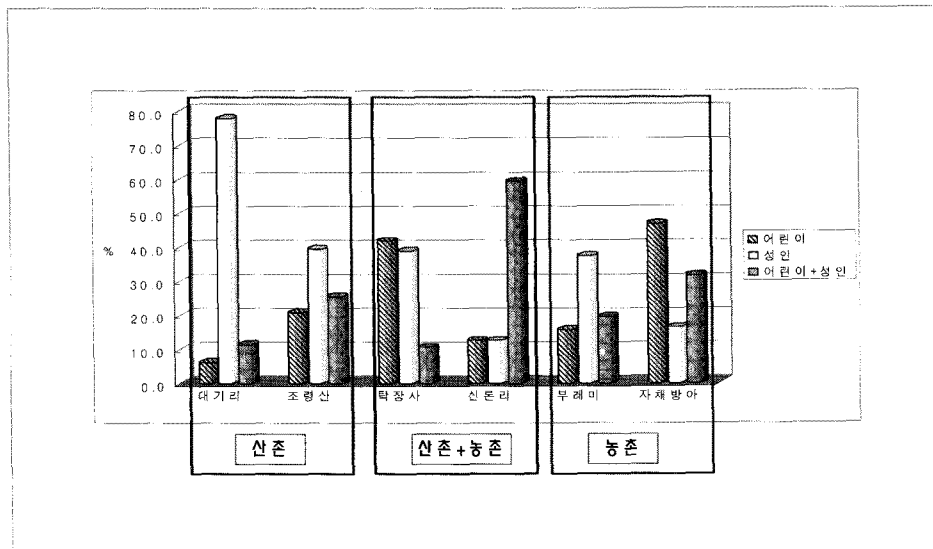


Figure 5 농산촌 체험활동 주제(단, 구별불가 항목 제외).



(a) 자연환경경관

(b) 농업생산경관

(c) 농산촌생활경관

Figure 6 체험공간별 경관.

Table 6 체험공간별 경관영역

구분	산촌생태				산촌생태 + 농촌체험				농촌체험			
	대기리		조령산		탁장사		신론리		부래미		자채방아	
	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%
자연환경경관	65	13.9	162	35.8	11	16.4	8	25.0	171	9.6	136	18.2
농업생산경관	2	0.4	4	0.9	2	3.0	2	6.3	331	18.6	185	24.8
농산촌생활경관	64	13.7	74	16.3	23	34.3	9	28.1	477	26.8	207	27.7
자연환경+생산경관	2	0.4	6	1.3	3	4.5	3	9.4	39	2.2	25	3.4
자연환경+생활경관	31	6.6	51	11.3	11	16.4	4	12.5	86	4.8	42	5.6
생산경관+생활경관	1	0.2	10	2.2	1	1.5	1	3.1	54	3.0	24	3.2
구별불가	302	64.7	146	32.2	16	23.9	5	15.6	620	34.9	127	17.0
합계	467	100.0	453	100.0	67	100.0	32	100.0	1778	100.0	746	100.0

산촌생태마을의 경우에 성인이 주로 체험활동의 주체로서 사진 속에 표현되어 있었다(Figure 5). 한편, 같은 농촌체험마을이라 하더라도, 녹색농촌체험마을 사업이 들어간 부래미마을의 경우에는 산촌생태마을과 같은 성인이 주된 체험주체로 나타난 반면, 농촌전통테마마을 사업이 들어간 자채방아 마을의 경우에는 어린이 혹은 어린이와 성인이 함께 하는 장면 들이 많이 나타났다. 이는 적어도 사진 상에 표현된 바에 의하면, 농촌전통테마마을 사업을 유치한 마을에서는 체험활동 프로그램이 상대적으로 어린이를 중심으로 이루어지고 있는 것을 반영한다 하겠다.

이러한 경향은 농촌전통테마마을 사업과 함께 산촌생태마을 사업을 유치한 탁장사마을에서도 어린이가 체험활동의 주체로 많이 묘사되어 있음을 통해 알 수 있다. 산촌생태마을 사업과 함께 녹색농촌체험마을 사업이 진행된 신론리의 경우는 어린이와 성인이 함께 하는 사진

이 많이 나타났다. 이러한 점으로 미루어 보아, 대체로 녹색농촌체험마을 사업이 들어간 마을의 경우에는 성인이 많이 포함된 가족단위 체험활동 프로그램이 많이 진행되고 있는 것으로 판단할 수 있다.

다음으로 농산촌 마을홈페이지의 사진 속에 체험활동의 경관이 각 체험마을형태별로 업로드된 빈도수에 차이가 나타나는 지를 경관유형별로 확인하였다(Figure 6).

Table 6에서와 같이, 대체로 주택이나 공동시설과 같은 생활시설경관 혹은 문화역사경관으로 분류되는 농산촌생활경관 속에서 체험활동이 이루어지는 것으로 파악되었다. 이는 체험활동의 공간이 농산촌의 생활경관 속에서 이루어지는 프로그램이 많은 것을 의미한다.

각 마을형태별로 살펴보면, 정보화마을 사업이 투입된 산촌생태마을의 경우에는 단연 산과 하천 등 자연환경을 배경으로 체험활동이 행해지고 있었으며, 반면 농촌체험마을의 경우에는 주택, 공동시설, 마을행사장 등 농산촌

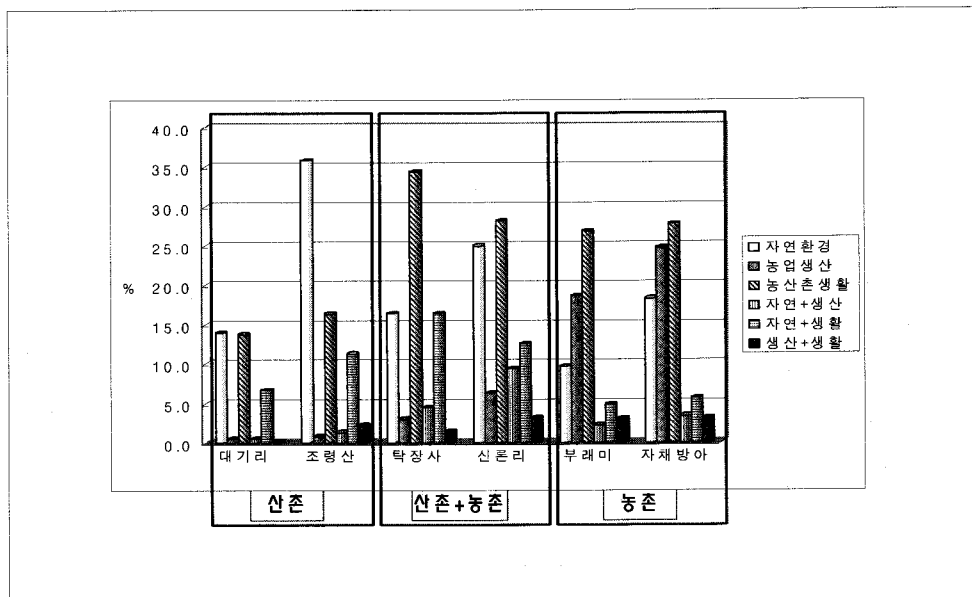


Figure 7 체험공간별 경관영역(단, 구별불가 항목 제외).

생활경관 속에서 체험활동이 많이 이루어지는 것으로 나타났다. 한편, 동일한 산촌생태마을이더라도 정보화마을 사업이 투입된 산촌의 경우와는 달리, 농촌전통테마마을, 녹색농촌체험마을과 같은 농촌체험마을 사업이 투입된 산촌의 경우에는 농산촌생활경관이 많이 나타났다(Figure 7). 비록 많은 경우에 있어서 체험활동이 실내에서 이루어진 경우 혹은 야간에 행해진 경우로 인하여 경관의 구별이 가능하지 않은 사진은 배제되었다 하더라도, 농촌 체험마을 사업이 들어간 마을에서는 체험활동이 주택이나 공동시설, 문화역사시설 등에서 전개되는 프로그램 등이 발달하여 있는 것으로 판단할 수 있다.

IV. 결론

본 연구는 인터넷이라는 매체를 통하여 농산촌 관광지 이미지 형성 및 마을경관 속의 체험활동 사진의 경향에 대한 탐색적 연구이다. 산림청에서 추진하고 있는 산촌생태마을과 농림부 및 농촌진흥청에서 추진하고 있는 농촌체험마을, 그리고 이들 사업을 모두 진행하고 있는 혼재된 형태의 체험마을 사이에 각각 인터넷 홈페이지 사진앨범 상에서 체험활동의 공간이 되는 경관사진을 내용분석(Content Analysis)을 통하여 기술적(Descriptive)으로 비교하고, 이를 통하여 농산촌 중에서도 조건불리지역(Less Favoured Area)으로 분류되는 산촌에 대하여 인터넷 상 사진앨범 구성을 통한 차별적인 홈페이지 구성을 제안하고자 하였다.

연구의 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 녹색농촌 체험마을, 농촌전통테마마을 등 농촌체험마을 관련 사업을 유치한 산촌생태마을은 홈페이지 초기화면에 있어서 농업, 농촌 등 농촌 관련 어휘가 주로 나타났다. 둘째, 조사대상 마을 중 대기리나 괴산조령산 체험마을과 같은 산촌생태마을에 있어서는 홈페이지 사진앨범 상에서 체험활동의 주체가 성인위주로 업로드(upload)되어 있었다. 반면 농촌전통테마마을 사업이 들어간 자채방아 마을의 경우에는 어린이 혹은 어린이와 성인이 함께 하는 장면들이 많이 나타났다. 이러한 경향은 농촌전통테마마을 사업과 함께 산촌생태마을 사업을 유치한 탁장사마을에서도 동일하게 나타나, 어린이가 체험활동의 주체로 많이 묘사되어 있었다. 셋째, 체험활동 공간으로서의 경관을 살펴보면, 조사대상 마을 중 산촌생태마을의 경우에 정보화마을 사업으로 홈페이지가 조성된 경우는 산과 하천 등 자연환경경관의 빈도가 높았으나, 녹색농촌체험사업이나 농촌전통테마마을 사업이 투입된 경우에는 주택, 공동시설, 마을행사장 등 농산촌생활경관의 빈도가 높게

나타났다.

인터넷은 관광자원을 효과적으로 홍보할 수 있는 수단이다. 인터넷 홈페이지에서 이미지를 형성하는 방식은 주로 시각적 요소들을 활용하여 이루어지며, 각 이미지 구성 요소들은 그 결합방식에 따라 각기 다른 사회적 메시지와 홍보효과를 가지게 된다. 연구의 결과에서 나타나듯이, 마을의 모습을 잠재적 관광객에게 인식시켜 주는 홈페이지의 내용이 그 마을 자체의 특성보다는 마을에서 유치한 체험마을 사업의 성격에 따라 홈페이지가 구성이 될 수 있다. 다시말해, 산촌은 차별화된 체험서비스를 제공할 자연자원이 풍부함에도 불구하고, 인터넷을 통한 홍보라는 측면에서 효과적으로 농촌체험마을과의 차별화된 모습을 보여주지 못하고 있다. 홈페이지에 업로드된 체험활동의 공간을 보면, 산촌생태마을은 농촌체험마을 관련사업이 함께 추진되고 있는 경우에 자연환경경관 보다는 농산촌생활경관의 빈도가 높게 나타나, 주택이나 공동시설, 문화역사시설 등에서 전개되는 프로그램 등이 더욱 활발한 것으로 판단할 수 있다. 이러한 점은 산촌의 자연경관 속에서 체험관광을 하고자 하는 잠재적 수요자에게 오히려 다른 마을과 차별성이 떨어진다는 느낌을 줄 수도 있다. 농산촌체험마을 마케팅에 있어서 성공요인은 일반적인 균일함을 벗어나 보다 지역적 정체성을 지님으로 해서 폭넓은 관광객을 유인할 수 있다. 새롭고, 효율성 높은 접근법이 잠재적 관광 소비자에게 목적지 방문 향상을 가져오게 함으로써, 경쟁적인 체험관광 시장에서의 수익도 달성할 수 있을 것이다.

결론적으로, 홈페이지에 담긴 경관이미지의 사회의미적 분석을 통해서 산촌생태마을의 홍보에 대한 다음과 같은 내용을 염두에 두어야 한다. 첫째, 산촌생태마을은 마을홈페이지에서 제시하는 어휘와 체험관련 사진의 업로드 등 시각적 경관이미지를 통하여 체험관광객 유입의 전략을 가지고 있어야 한다. 둘째, 잠재적 관광객에게 전하고자 하는 이미지를 형성하는 데 있어 중점을 두는 사진 요소가 시각화전략에 따라 다를 수 있으므로, 이것이 전달하는 사회적 의미까지도 고려할 수 있어야 한다. 즉, 산촌은 자연환경적 요소가 많이 가미된 마을이고 이를 홈페이지 구축 시에 적극적으로 반영하여 사회적으로 “산촌다운” 산촌의 모습이 그려질 수 있도록 홍보전략을 세울 필요가 있을 것이다. 또한 이러한 산촌에서 체험할 수 있는 체험행위는 행위의 주체가 성인이 참여하는 프로그램 이외에 성인과 어린이 그리고 가족이 함께 할 수 있는 체험프로그램이 다양하게 전개되고 있음을 지속적으로 홈페이지를 통하여 나타내야 한다.

마지막으로 본 연구는 다음과 같은 점에서 한계를 내포하고 있다. 우선 내용분석의 코더(Coder) 간 판단 신뢰

도가 완벽하게 일치하지 않아서, 연구결과의 해석상 제약으로 작용할 수 있다. 그러나 이는 어휘 분석을 위주로 하는 본래 내용분석과는 달리 사진 분석을 해야 하는 연구의 특성 상 코더의 판단이 어휘의 유무를 판단하는 과정과는 사뭇 다르기 때문에 평가신뢰의 수준을 보다 낮게 책정하는 것이 가능할 것이다. 또한, 체험공간으로서의 경관을 보다 상세히 구분하는 중분류 혹은 소분류의 분류유목에 근거한 내용분석의 확대가 필요할 것으로 사료된다. 나아가서, 시간의 변화에 따라 체험활동의 양상이 변화할 수 있는 여지가 있으므로, 추후 계속되는 체험마을에서의 체험활동의 변화를 관측하고, 체험마을에 적합한 경관 정체성을 잃지 않도록 지속적 검토가 요구된다는 측면에서 본 연구의 활용이 기대된다.

주1) 농산촌 공간별 경관요소의 구분을 충분히 숙지한 코더(Coder)와 본 연구자가 각 마을홈페이지마다 표본 10장의 사진에 대하여 판단을 하였다. 코더 간 신뢰도를 Holsti's CR(Coefficient of reliability)로 측정된 결과, 0.81로 나타났다.

참고문헌

1. 김상범, 이상영, 2006, 농촌경관계획을 위한 공간별 주요경관요소에 관한 연구, 농촌계획, 12(3), 13-18.
2. 김원용, 현경미, 정혜경, 2006, 국내 정치인의 웹사이트 관련 시각적 이미지 연구: 홈페이지에 게재된 사진을 중심으로, 사이버커뮤니케이션학보, 20, 45-84.
3. 김유경, 김은희, 2001, 인터넷 광고의 내용분석을 통한 국가간 비교 연구, 한국방송학보, 15(3), 45-86.
4. 김종남, 박석희, 2001, 인터넷 관광정보가 방문전 관광지 이미지에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구, 관광학연구, 25(3), 131-148.
5. 김종호, 전준현, 이덕재, 이광희, 김성일, 김통일, 2007, 농산촌 개발마을 사례별 마을개발사업에 대한 지역주민 의식, 한국임학회지, 96(6), 714-723.
6. 박철, 정수연, 2006, 온라인 소비자 구전에 대한 내용분석, 광고연구, 70, 91-118.
7. 신동윤, 이성민, 2006, 한국프로축구단 마케팅 믹스 요소 및 일반적 항목 웹사이트 내용분석, 한국체육학회지, 45(2), 315-326.
8. 안창호, 2000, 웹디자인에 있어서의 시각적 구성 요소에 관한 연구, 한국 디자인 포럼, 5, 102-114.
9. 유현석, 김시현, 주용준, 2002, 자연경관 관리정책에 관한 연구, 한국환경정책평가연구원 연구보고서,

RE-12.

10. 이동근, 옥주희, 홍찬선, 윤소원, 박창석, 유현석, 2005, 농촌경관 보전 및 관리를 위한 경관자원 분류 및 평가에 관한 연구, 농촌계획, 11(2), 21-34
11. 장호찬, 2004, 지속가능한 산촌개발을 위한 관광도입의 가능성, 우송대학교 논문집, 9, 324-343.
12. 전준현, 김종호, 이광희, 이덕재, 2007, 국내외 농촌 체험관광 포탈사이트 비교 분석을 통한 산촌체험마을 포탈사이트 개선 방안, 농촌계획, 13(4), 31-24.
13. Chalfen, R. M. 1979, Photography's role in tourism: some unexplored relationships, Annals of Tourism Research, 6(4), 435-447.
14. Doolin, B., Burgess, L. and Cooper, J. 2002, Evaluating the use of the web for tourism marketing: a case study from New Zealand, Tourism Management, 23(5), 557-561.
15. Hanna, J. R. P. and Millar, R. J. 1997, Promoting tourism on the Internet, Tourism Management, 18(7), 469-470.
16. Hoffman, D. L. and Novak, T. P. 1996, Marketing in hypermedia computer-mediated environments: conceptual foundations, Journal of Marketing, 60(3), 50-68.
17. Hunter, W. C. 2007, A Typology of photographic representations for tourism: Depictions of groomed spaces, Tourism Management, In press.
18. Krippendorff, K. 2004, Content Analysis: An Introduction to its methodology, 2nd ed. Thousand Oaks, SAGE.
19. Lin, Y. and Huang, J. 2005, Internet blogs as a tourism marketing medium: A case study, Journal of Business Research, 59(10-11), 1201-1205.
20. Markwell, W. K. 1997, Dimensions of photography in a nature-based tour, Annals of Tourism Research 24(1), 131-155.
21. Sevenant, M. and Antrop, M. 2006, Settlement models, land use and visibility in rural landscapes: Two case studies in Greece, Landscape and Urban Planning, In Press.
22. Sontag, S. 1977, On photography, New York: Farrar, Strauss & Giroux.

* 접수일 : 2008년 9월 8일

■ 3인 익명 심사필