

# 다문화사회의 관광정보 웹 콘텐츠 개선 방안

## Improvement of Tourism Information Web Contents in Multicultural Society

이용재\*, 김희영\*\*

부산대학교 문헌정보학과\*, 부산대학교 사회과학연구소\*\*

Yong-Jae Lee(lyj5384@pusan.ac.kr)\*, Hee-Young Kim(moifin@hanmail.net)\*\*

### 요약

1990년 이후 외국인 노동자의 이주를 시작으로 최근 우리 사회는 다문화사회에 직면하고 있다. 아울러 한국에서 결혼이민자도 지속적으로 증가하고 있다. 이처럼 이주민과의 공존이 사회적 화두가 되고 있지만, 이들에 대한 사회적 서비스는 미비한 실정이다. 최근 문화체육관광부의 이주민 문화향수실태조사에 의하면, 이주민이 가장 희망하는 여가 활동은 '여행'으로 나타났다. 이러한 사회적 추세를 고려하여 이 연구는 이주민의 한국 여행에 대한 정보요구에 부응할 수 있도록 관광정보 웹 콘텐츠의 개선 방안을 모색하였다. 구체적으로 기존 관광 웹 콘텐츠의 현황을 분석하고 웹사이트 '부산 문화관광'을 주요 사례로 분석하였다. 특히, 여행관련 웹 콘텐츠 중 VOD영상에 대한 분석을 시도하고 구체적인 개선방안을 제시하였다. 또한 이 연구를 위하여 이주민들과의 인터뷰를 거침으로써 이주민의 눈높이에 맞춘 웹사이트 평가를 시도하였다. 평가결과, 콘텐츠품질에서 가장 불만족으로 나타났으며, 그 다음으로 서비스, 인터페이스 순으로 불만족한 것으로 조사되었다.

■ 중심어 : | 웹 콘텐츠 | 이주민 | 관광정보 | VOD | UCC |

### Abstract

With the beginning of foreign workers' immigration since 1990, Korea has faced multi-cultural society. At the same time, the number of female marriage immigrants have constantly increased. But the social services for immigrants are not yet prepared. According to the research on the actual condition of immigrants' culture enjoyment, which was done by Ministry of Culture, Sports and Tourism of Korea, the most preferable leisure activity of immigrants is 'sightseeing'. So this study focused on improvement of web contents of tourism information to satisfy the information needs of immigrants. Concretely, this study analysed the present condition of the existing tourism web contents, and analysed deeply the web site 'Tourism Busan' for special reference. Especially this study tried to analyse VOD images among web contents of 'Tourism Busan', and provided concrete improvement plan for that. And also this study processed interview with marriage immigrants to provide web site evaluation at the level of immigrants' eyes. As a result of evaluation, immigrants was the most dissatisfied with 'contents quality', and showed lower dissatisfaction at 'service quality', 'interface quality' factors.

■ keyword : | Web Content | Immigrant | Tourism Information | VOD | UCC |

\* 이 논문은 2007년도 정부재원(교육과학기술부 학술연구조성사업비)으로 한국연구재단의 지원을 받아 연구되었음 (KRF-2007-411-J01103)

접수번호 : #091116-001

접수일자 : 2009년 11월 16일

심사완료일 : 2010년 01월 15일

교신저자 : 김희영, e-mail : moifin@hanmail.net

## I. 서론

### 1. 연구의 필요성과 목적

1990년대 산업연수생 유입 이후 노동이주민 및 결혼 이민자의 증가로 단일민족 국가이념을 주창해온 우리나라는 다문화사회를 맞이하고 있다. 이에 따라 우리 사회는 새로운 변화에 따른 사회적·정책적 대책을 마련하고 있다.

그러나 다문화에 대한 인식이 이주노동자, 결혼이민자, 다문화가정의 문제로 국한되는 편이어서 다문화정책 대상이 포괄적이지 않다. 이주민에 대한 지원이 사회복지서비스 차원에 집중되어 이주민의 정착과정에서의 어려움을 단기적으로 해소할 수 있지만, 정착이후 이주민의 문화향수에 대한 문제들이 제기되고 있다. 예컨대, 기존의 문화체험이나 문화축제에서 이주민의 직접적인 참여가 배제되어 그들의 욕구가 반영되지 못하고 있다[1][2].

홍기원은 모자보건과 생활보장과 같은 물질적 지원의 중요성과 함께 문화적 적응과 통합을 위한 비물질적 차원의 중요성을 언급하고 있다[1]. 김정수는 사회구성원들을 결속하고 통합시켜주는 데 핵심적인 기능으로 문화를 꼽았다[3]. 한승준은 2005년 프랑스 인종폭동의 원인을 문화적·종교적 측면의 차별화에 두고 예방조치의 필요성을 제기하고 있다[4]. 이러한 연구들은 이주민들이 다문화사회의 구성원으로 적응하는 데 필요한 요소로 '정서적 만족', '문화적 향수' 등을 들고 있다. 앞으로 우리나라가 진입하는 다문화사회에서 이주민의 문화향수 욕구를 충족할 수 있는 방안에 대한 연구가 필요하다.

현재까지의 연구에서는 이주민의 문화향수에 직결되는 연구가 보고되지 않았다. 따라서 관련연구로 문화관광 콘텐츠 연구들을 살펴보면 이익수는 인삼을 활용한 문화관광 콘텐츠 개발을 위한 실증연구를 하였고[5], 최지연은 동일한 관광콘텐츠에 관한 지역 간의 비교를 통해 상생과 차별화의 기틀을 마련하고자 하였다[6]. 안성혜는 지역문화축제 활성화를 위한 전략적 방안을 모색하면서 경제적 가치를 창출하는 문화콘텐츠 기획의 모델을 제시하였고[7], 전명숙은 관광산업 분야의 관광콘

텐츠 개발에서 스토리텔링의 활용을 촉구하였다[8]. 이처럼 관련연구들은 문화축제나 관광콘텐츠에 대한 연구들이 주류를 이루고 있다. 그러므로 우리 사회가 직면하고 있는 다문화현상에 대처하기 위해 내국인 및 이주민을 위한 관광콘텐츠 개발(또는 개선) 연구가 없어야 하는지에 대한 연구가 필요하다.

이주민의 정서적 문제해결을 위한 노력의 일환으로 2008년에 문화체육관광부는 "이주민들이 문화와 여가 생활을 얼마나 어떻게 하고 있으며, 문화적으로 어떤 어려움이 있는지, 그리고 정부당국에 바라는 바가 무엇인지"를 객관적으로 파악하기 위해 「이주민 문화향수 실태조사」를 수행하였다. 이 실태조사는 12가지 문항으로 이주민의 문화향수 실태를 분석하였다. 이 조사에서 이주민들은 시간과 여건이 허락되면 가장 하고 싶은 여가활동으로 '여행(78.5%)'을 꼽았으며, 그 다음으로 사교 관련 일(34.3%), 자기개발(30.3%), 취미활동(27.4%) 등의 순으로 희망하였다." 이처럼 이주민들은 매우 높은 수치로 '여행'을 하고 싶은 여가활동으로 응답하였다. 그러나 이주민들의 여가활동 제약요인으로 시간부족(39.6%), 경제적 부담(28.8%) 등이 조사되었다[9].

국내여행에 대한 이주민의 여가활동욕구를 해결하는데 있어 오프라인 방식과 온라인 방식이 있다. 오프라인 방식으로는 행정기관 간의 교류나 연계, 국가 및 지방자치단체의 행·재정 지원 등을 통하여 이주민들에게 여행기회를 제공하는 것을 들 수 있다. 온라인 방식의 사례로는 웹기반 관광콘텐츠를 통하여 여행정보와 여행경험을 공유하는 것을 들 수 있다. 오프라인 방식은 시간과 비용의 문제가 제약요인이 될 수 있지만, 온라인 방식은 시간과 비용의 제약에 거의 구애받지 않는다. 기존의 관광관련 연구들은 오프라인 방식의 연구들이 주류이고 온라인에 주목하는 연구들은 많지 않다. 최근 들어 인터넷을 활용한 이용자 중심의 관광정보 서비스 연구와 UCC관광정보의 활용방안에 대한 연구들이 있다[10][11].

온라인 관광 웹 콘텐츠는 시간적 제약이 적고 웹을 사용할 수 있는 곳이라면 누구나 언제 어디서나 접근 가능하다는 장점이 있다. 또한 현재 관광정보는 포털사

이트의 각종 블로그를 통해 많이 검색되고 있다[11]. 그러나 국내 거주 이주민들의 정보리터러시 수준이 높지 않은 것[12]을 감안할 때 ‘부산관광’과 같이 중앙정부, 지방자치단체 등과 같은 공신력 있는 기관의 홈페이지에서 다양한 여행정보를 구할 수 있다면 이주민에게 편리할 것이다. 이러한 이유로 이 연구에서는 관광정보 웹 콘텐츠에 주목하였다. 특히 이 연구는 내국인을 위한 기존의 관광정보 웹 콘텐츠를 개선하여 활용하는 데 초점을 두었다.

한편으로 이러한 접근을 관광콘텐츠를 관리하는 기관의 입장에서 보면, 이주민을 위한 콘텐츠 제작을 별도로 하지 않고 내국인을 위한 기존 관광콘텐츠를 개선하여 활용하여 비용을 절약하는 이점이 있다.

한국의 문화관광 콘텐츠를 지속적으로 보완하고, 특히 이주민을 위한 지원 방안을 고려한다면 이러한 노력은 이주민의 여행욕구를 간접적으로 충족시키고 한국 생활에서의 적응을 돕고 사회 통합의 밑거름이 될 것이다. 나아가 이주민들이 문화관광 콘텐츠를 통해 ‘한국’을 손쉽게 발견할 수 있는 기회를 제공할 것이다. 이러한 차원에서 이 연구는 기존의 웹 콘텐츠를 활용하여 이주민의 정보요구를 충족시킬 수 있는 방안을 모색함으로써, 국내 콘텐츠의 활용성을 높이고 콘텐츠의 새로운 방향을 제시하는데 그 목적이 있다.

## 2. 연구의 방법과 구성

이 연구는 우선 선행연구들에 대한 문헌조사를 수행한 뒤, 국내의 주요 지방자치단체 관광정보 웹사이트를 사례로 삼아 품질평가를 수행하였다. 특히 부산광역시청이 제공하는 ‘부산문화관광’ 사이트에 대한 분석을 집중적으로 수행하였다. 나아가 이주민의 눈높이에서 관광정보 콘텐츠를 평가하기 위해서, 부산지역의 결혼이민자들과의 심층면담을 통하여 관광정보 웹사이트에 대한 평가를 수행하였다.

평가 항목은 기존 문화콘텐츠 사이트 평가 관련 연구물 중 국내의 선행연구를 종합적으로 정리하여 평가기준을 제시한 유재옥의 논문을 주된 근거로 삼았으며, 그 외 다른 연구들을 참고하였다[13-15]. 유재옥의 문화전문정보 웹사이트의 평가기준 및 세부기준에서 5가

지 평가항목에는 콘텐츠품질, 인터페이스품질, 디자인 품질, 시스템품질, 서비스품질 평가기준이 있다[16].

이를 참조하고 재구성하여 이 논문에서는 ‘인터페이스 품질’, ‘콘텐츠 품질’, ‘서비스 품질’ 등 3가지 평가항목에 집중하여 연구를 수행하였다. 유재옥의 5가지 평가항목 중 시스템 품질은 기술의 발전과 컴퓨터 사양의 업그레이드로 문제가 없어 항목에서 제외시켰다. 디자인 품질은 인터페이스 품질과 겹치는 부분이 있어 인터페이스 세부항목에 디자인의 적절성으로 포함시켰다.

인터페이스 품질, 콘텐츠 품질, 서비스 품질의 세부평가항목은 다음과 같다. 인터페이스 품질에는 ‘접근의 신속성’, ‘사용편이성’, ‘디자인의 적절성’을 중심으로 평가하였다. 그 근거로 유재옥과 최정태의 연구[14]에서 사용 편의성 항목은 일치하고 접속의 용이성은 유재옥의 접근의 신속성과 비슷한 항목으로 보고 접근의 신속성을 선정하였다. 디자인의 적절성 항목은 인터페이스 품질 안에 디자인 품질을 포함시켰기에 최정태의 항목에 따랐다.

콘텐츠 품질에서는 ‘정보의 정확성’, ‘정보의 다양성’, ‘정보의 적절성’을 중심으로 평가하였다. 유재옥과 정철호의 연구[13]에서 정보의 정확성과 다양성 항목은 똑 같이 제시되었다. 정철호의 적시성은 유재옥의 적절성과 비슷한 항목으로 보고 적절성으로 선정하였다.

서비스 품질에는 ‘신뢰성’, ‘지원성’, ‘쌍방향성’을 중심으로 평가하였다. 유재옥의 신뢰성과 지원성을 선정한 이유는 범경기의 연구[15]에서의 신뢰성과 편리성을 유사한 항목으로 간주하였기 때문이다. 마지막 쌍방향성은 유재옥의 논문에서 웹 평가기준으로 제시되어 있다.

또한 연구자들은 이 연구를 위하여 사례조사 및 참여 관찰을 시도하였다. 이를 위해 2009년 8월 14일 부산의 이주민공동체인 ‘아시아공동체학교’를 방문하여 그곳에서 베트남 결혼이민자 (결혼 10년차, 이하 베트남A), 중국 결혼이민자 (결혼 10년차, 이하 중국B), 우즈베키스탄 결혼이민자 (결혼 5년차, 이하 우즈벡C)인 3명의 결혼이민자를 만나서 부산관광 웹 콘텐츠의 사용에 관한 심층면담을 수행하였다. 이들은 한국에 이주한 지 5년에서 10년으로 한국어, 한국생활에 익숙하고 웹을 일상적으로 사용하는 사람들이다. 이들을 면접대상으로 선

정한 이유는 한국에 어느 정도 정착을 하고 한국어사용과 웹 사용을 기본적으로 하며 문화향수에 대한 필요성을 가지고 있기 때문이다.

심층면담 내용은 첫째, 부산문화관광 웹 사이트에서 추천여행 코너를 찾아가는 동안 발생하는 '인터페이스 품질'에 대한 것, 둘째, 추천여행코너의 VOD 콘텐츠를 보고 평가하는 '콘텐츠 품질'에 대한 것, 셋째, 부산문화관광 웹사이트 이용 후에 대한 의견으로 '서비스 품질'에 대한 것이다. 이러한 심층면담 내용을 중심으로 콘텐츠 품질, 인터페이스 품질, 서비스 품질의 평가에 적용해보았다.

이 논문의 구성은 다음과 같다. 2장에서는 관련되는 주요 용어인 콘텐츠, VOD, UCC의 개념을 정리하였다. 3장에서는 '부산문화 관광' 웹 콘텐츠를 살펴보고 '부산문화관광'의 추천여행 콘텐츠를 중심으로 결혼이민자들의 웹 콘텐츠 품질평가를 수행하였다. 4장에서는 결혼이민자들의 콘텐츠 이용에 대한 심층면담 결과의 분석을 통해 기존 웹 콘텐츠의 문제점과 개선 방안을 제시하였다. 5장은 결론과 향후 연구방향을 언급하였다.

## II. 관련 용어의 정리

### 1. 콘텐츠

일반적으로 콘텐츠는 책, 잡지, 영화, 음악, 연극, 문학, 사진, 만화, 애니메이션, 컴퓨터게임, 웹페이지 등에서 제공하는 각종 창작물을 말한다[17]. 문화콘텐츠 산업은 무형의 문화행위와 문학작품과 같은 유형의 유산을 각종 매체를 통해 상품화하여 보급하고 경제적인 이윤이 창출되는 경우를 말한다[18]. 여기서 디지털 기술의 제작과 유통이 추가되면 '디지털콘텐츠'라 일컫는다. 디지털콘텐츠는 제작비용이 많이 드는 단점이 있으나 일단 만들어진 디지털콘텐츠는 저비용으로 수정과 보완이 용이하다. 또한 인터넷을 통한 콘텐츠 산업은 새로운 유통과 시장을 창출하는 블루오션이 된다[19]. 이 논문에서 언급하는 '관광정보 웹 콘텐츠'는 내국인과 외국인에게 웹상에서 관광정보를 제공하는 콘텐츠이다.

### 2. VOD

오늘날 컴퓨터와 정보통신기술의 발달로 웹에서 영상관련 자료 접근이 용이하다. VOD(Video On Demand)는 이용자의 요구에 의해 실시간으로 원하는 멀티미디어 영상정보를 제공하는 서비스이다[20]. 즉, 주문형 비디오 조희 시스템으로 사용자가 원하는 시간에 원하는 비디오를 서비스 받는다. 일반적으로 사용자는 컴퓨터와 인터넷을 통해 서비스를 제공받고 가정에서는 셋탑 박스를 이용해서 비디오 서비스를 제공받는다[21]. 모바일 VOD는 무선 인터넷을 통해 다운로드와 스트리밍 방식으로 이용자의 요청에 의해 제공되는 콘텐츠이다. 무선으로 단말기를 통한다는 점에서는 유선과 차이점을 가지고 동영상 콘텐츠, 영화, 드라마, 뮤직 비디오 등을 서비스한다[22]. 이 논문에서의 VOD는 관광정보 웹 콘텐츠에서 서비스되는 홍보영상과 관광관련 동영상이다.

### 3. UCC

공유와 개방을 추구하는 '웹 2.0시대'를 맞이하여UCC는 개인이 웹을 통하여 전 세계에 자신을 표현할 수 있는 영역으로 확장되고 있다. 소비자들은 인터넷으로 사진, 음악, 동영상과 같은 콘텐츠를 올리고 공유한다. 특히, 미국과 일본에서 소비자가 생성하는 미디어를 지칭하는 'CGM(Customer Generated Media)'은 한국의 블로그를 의미한다. 한국에서 주로 사용되는 'UCC (User Created Contents)'는 사용자가 직접 제작한 제작물을 지칭한다. 정보의 소비자들이 생산자 혹은 창조자로 변화하여 프로슈머의 성격을 지닌다.

요즈음 UCC의 확장으로 볼 수 있는 것은 CCC, PCC와 SCC가 있다. 'CCC(Corporate Created Contents)'는 기업이 만든 콘텐츠로 기존 광고에 비해 시간과 공간의 제약에서 벗어나 메시지를 전달할 수 있다. 'PCC(Proteur Created Contents)'는 준전문가 수준에 있는 사람들이 만든 제작물로서 수준 높은 콘텐츠로서 가치를 지닌다. 'SCC(Seller Created Contents)'는 판매자가 만든 콘텐츠로 개인 판매자가 상품 판매를 위한 콘텐츠이다[23]. PCC의 확장은 UCC 콘텐츠의 질적 향상을 도모한다. 또한 무선망 기반 서비스의 확장으로

모바일을 통한 UCC산업의 확장이 예견된다. 이 논문에서의 'UCC 관광정보'는 '부산문화관광'에 관광정보 콘텐츠를 올릴 수 있는 공간을 제안하고자 만든 명칭이다. 'UCC 관광정보'는 여행지를 방문한 UCC 사용자들에 의해 제작된 동영상 관광정보 콘텐츠를 의미한다.

### III. 부산문화관광 콘텐츠와 이주민

#### 1. 기존 관광 웹 콘텐츠의 활용

서론에서 밝힌 바와 같이 이주민들이 가장 희망하는 여가생활은 여행이지만 시간과 경제적인 문제로 현실적인 제약이 많다. 이주민의 국내 여행에 대한 오프라인 지원은 이주민 모두에게 혜택이 돌아갈 수 없는 재정적인 한계가 있다.

그러나 온라인 지원의 경우, 기존의 웹 콘텐츠를 수정하여 활용한다면 저비용의 투자로 기존 관광 웹 콘텐츠의 이용률을 높일 수 있는 상호발전적인 효과가 있다. 각 시도의 관광 웹 콘텐츠는 다국어 지원으로 한국을 방문하는 외국인에게 관광정보를 제공하고 있다. 이처럼 다국어 정보제공이라는 기존 관광 웹 콘텐츠의 장점을 살린다면 이주민의 콘텐츠 활용가능성을 높일 수 있다. 나아가 이주민뿐만 아니라 내국인과 외국인 모두에게 유용한 관광정보를 제공할 수 있고 웹을 통한 간접여행의 경험을 향유하게 할 수 있을 것이다.

#### 2. 부산문화관광 웹 콘텐츠 사례

##### 2.1 부산문화관광의 추천여행

부산문화관광의 추천 여행에는 8개의 대분류 항목이 있다. 먼저 '투어 포커스'에는 50여개의 게시판 형식의 글들로 부산관광, 문화정보, 맛집, 행사 등 구체적인 정보가 수록되어 있다. '시티투어'는 텍스트 자료로 구성되어 있고 '크루즈'에는 7개의 자료 중 4개의 동영상 자료가 있다. '아쿠아리움'은 1개의 자료와 동영상이 있으나 '점프 전용극장'은 텍스트 및 사진 정보를 제공한다. '테마여행'은 다시 6개의 소분류 항목으로 나뉘어 영화, 문화, 건강 등의 여행 목적별로 텍스트와 동영상 정보들이 제공된다. '체험여행'은 세 개의 소분류로 나뉘

어 전통, 자연, 종교 체험을 할 수 있는 텍스트 정보만 보유하고 있다.

'도보여행'에는 14개의 소분류 항목이 있으며 부산의 대표적인 명소들을 중심으로 알찬 텍스트와 동영상 정보가 제공되고 있다. ([표 1] 참조)

표 1. 부산 문화관광의 추천여행코너 분류[24]

(2009. 7. 29 기준)

		관련	관련	작동	
		텍스트	동영상	동영상	
		수	상수	상수	
추천 여행	투어포커스	50	0	0	
	시티투어	1	0	0	
	크루즈 투어	7	4	4	
	아쿠아리움	1	1	1	
	점프전용극장	1	0	0	
	테마여행	시네마 투어	20	11	11
		갤러리 투어	24	12	12
		웰빙 투어	6	6	5
		나이트 투어	6	4	4
		역사문화기행	10	5	5
	체험여행	누리마루 APEC 하우스	39	37	25
		전통문화체험	16	0	0
		자연생태체험	13	0	0
		템플스테이	2	0	0
		해운대동백섬 누리마루	10	10	9
	도보여행	해운대 비치	8	7	6
		해운대다운타운	10	10	10
		해운대달맞이길	18	18	18
		벡스코	6	6	5
		광안리	9	8	8
UN기념공원		13	13	13	
부산시립박물관		7	7	7	
부산역		4	3	3	
용두산공원		18	10	10	
PIFF광장		14	9	9	
자갈치 시장	10	9	9		
연안여객터미널	5	5	4		
태종대	17	17	17		
총	계	336	211	195	

##### 2.2 부산, 대구, 서울의 특색 관광정보 콘텐츠

부산문화관광에서 VOD 서비스는 동영상 이외에 영화, 역사적 사건 등을 애니메이션으로 제공하는 점을 특색으로 들 수 있다. 예를 들면, 해운대 달맞이 길의 청사포 전설, 부산역의 정발장군 동상, 용두산 공원의 부산의 유래와 풍수, 자갈치 시장의 역사, 연안 여객터미널의 40계단 문화관광 테마거리, 태종대의 망부석과 신선바위에 대한 애니메이션을 볼 수 있다.

부산문화관광의 또 다른 이색 콘텐츠로 'UCC이벤트

ZONE'을 들 수 있다. 이것은 2007년에 시행되었다가 현재는 없어졌다. 이것은 시민들이 각자 만든 UCC 동영상을 해운대 해변의 대형 PDP를 통해 자신의 가족과 친구, 연인 등에게 이벤트로서 제공하는 것이었다.

현재는 해운대 바닷가 주변공간에 터치스크린을 통해 전자방명록, 전자지도와 정보서비스를 제공하고 있다. 앞으로 UCC 이벤트 ZONE의 운영에 미숙했던 점을 보완하여 다시 활용할 수 있는 방안이 필요하다.

한편, 대구와 서울의 문화관광 콘텐츠를 살펴보면, 먼저 대구 관광문화정보시스템의 추천관광 코스 사례는 웹 VR을 시도하고 있다는 점에서 특색이 있다. 또한 서울문화관광의 '서울추천코스' 사례는 관광 코스와 테마의 특성화가 잘 되어 있어 다른 지방자치단체가 참조할 만하다.

### 3. 이주민의 눈높이에서 본 관광정보 콘텐츠

#### 3.1 부산문화관광 추천여행 인터페이스

부산문화관광을 이용한 이주민과 심층면담을 하고 그 결과를 품질평가 기준에 적용시켰다. 결혼이민자들의 눈높이에서 부산문화관광 추천여행 코너의 인터페이스 품질, 콘텐츠 품질, 서비스 품질을 살펴보았다.

먼저 인터페이스 품질 평가에 대한 항목은 '접근의 신속성', '사용편이성', '디자인의 적절성' 순이다.

베트남A는 접근의 신속성과 사용편이성에 불만을족을 디자인 적절성에 만족을 표했다. 베트남A는 자료를 검색하는 과정에서 어려움을 표했다. 주변 사람들과의 대화에서 얻은 정보로 검색을 시작하였으나 원하는 정보를 찾기가 쉽지 않았다. 또한 베트남A는 한글 웹의 레이블(label)은 한글 형태이긴 하지만 사실상 영어를 한글로 표기한 것이어서 이주민이 그 내용을 파악하기는 힘들다고 토로하였다. 디자인의 적절성으로 특히 영문 웹사이트가 예쁘고 찾기 쉽다고 만족감을 표시하였다.

중국B는 접근의 신속성에 만족하고 사용편이성에 불만족과 디자인의 적절성에 만족을 표했다. 중국B는 찾는 정보에 신속히 접근하였다. 그러나 그 정보의 내용이 대부분 단편적이어서 원하는 정보는 유추해야하는 문제가 있었다. 인터페이스 디자인에는 만족감을 표했다. 또한 중국B는 부산문화관광의 중국어 번역이 다국

어 표현이 된 다른 사이트보다 잘 되어 있다고 언급하였다.

우즈벡C는 접근의 신속성에 만족, 사용편이성에 불만족, 디자인의 적절성에 만족을 표했다. 우즈벡C는 원하는 정보를 찾았으나 정보가 불충분하여 원래 웹사이트를 다시 찾아가야만 하였다. 우즈벡C를 포함하여 디자인의 적절성에는 결혼이민자 모두 만족감을 표했다.

#### 3.2 부산문화관광 추천여행 콘텐츠

다음으로 콘텐츠 품질 평가에 대한 항목은 '정보의 정확성', '정보의 다양성', '정보의 적절성' 순이다.

베트남A는 정보의 정확성, 정보의 다양성, 정보의 적절성에 불만을족을 표하였다. 베트남A가 찾은 VOD동영상 콘텐츠는 전체적인 영상정보를 제공하지 않고 부분적인 정보 제공을 하고 있어 정확한 정보제공이 이루어지지 않았고 단편적인 정보로서 정보의 다양성과 적절성이 부족하였다. 예를 들면, 역사박물관 VOD에서 박물관 내부 전시실 장면만이 제공되고 역사박물관 전체의 규모와 윤곽을 알 수 없었다.

중국B는 정보의 정확성, 정보의 다양성, 정보의 적절성에 불만을족을 표하였다. 중국B가 찾은 동영상콘텐츠는 슬라이드 쇼처럼 너무 빨리 지나가버려 정보를 정확히 전달하지 못하였다. 또한 전체적인 내용에서 정보의 다양성과 적절성이 부족하였다.

우즈벡C는 정보의 정확성과 정보의 다양성에 불만을족을 표하고 정보의 적절성에 만족을 표하였다. 우즈벡C가 본 영상콘텐츠는 상업적으로 만들어져 정보가 매우 적었다. 그러나 동영상을 보더니 직접 가서 보고 싶다고 할 만큼 적절한 정보라고 표현하였다. 기존의 부산문화관광의 일부 VOD 영상은 홍보영상으로 짧은 시간에 전체적인 관광안내를 받기에는 용이하다. 그러나 웹을 방문하는 이주민과 여행객들에게 자칫 식상할 수 있는 영상은 개선이 필요하다.

결혼이민자 C를 제외하고 A, B 모두 정보의 정확성, 정보의 다양성, 정보의 적절성에 모두 불만을족을 표했다. 이러한 결과는 VOD영상콘텐츠의 문제로 지적된다. 필요로 하는 정보가 정확하게 제공되지 못하여 정보의 다양성과 적절성에도 연쇄적인 문제를 야기하였다.

### 3.3 부산문화관광 추천여행 서비스

마지막으로 서비스 품질 평가에 대한 항목은 ‘신뢰성’, ‘지원성’, ‘쌍방향성’ 순이다.

베트남A, 중국B, 우즈벡C 모두가 신뢰성에 만족하고 지원성과 쌍방향성에 불만을 표했다. 이러한 공통된 결과는 이민자를 위한 여타 다국어 콘텐츠에서 이들이 인터페이스의 문제와 번역의 문제들을 상당히 겪었기에 부산문화관광의 콘텐츠 서비스에 상대적으로 신뢰성을 보인 것으로 해석할 수 있다. 지원성의 문제는 세명의 결혼이민자 모두 겪었던 문제로 전화상담의 어려움을 공통적으로 토로한다. 이민자들은 한국어 사용의 어려움에 대한 배려 없이 전화 상담 서비스를 받을 때 가장 힘들었다고 한다. 이런 문제로 이민자들은 인터넷 온라인 검색에 의존도가 높다.

유재욱이 기존 문화콘텐츠의 문제점으로 지적한 쌍방향성의 문제는 부산문화관광에서도 확인되었다. 이 주민들에게 부산문화관광에 쌍방향성을 높일 수 있는 방안이자 콘텐츠의 생동감을 향상시킬 수 있는 ‘UCC관광정보’ 코너 제안에 대한 의견을 물어보았다. 베트남A, 중국B, 우즈벡C 모두 긍정적인 의견을 표했다. 베트남A는 호의적인 태도를 보였고 중국B, 우즈벡C는 유해 동영상의 차단과 좋은 콘텐츠가 될 만한 UCC 선별작업의 필요성을 강조했다. 중국B는 부산관광의 UCC 여행후기가 좋으면 꼭 여행을 갈 것이라고 한다. 인터넷 쇼핑 후기를 보고 물건을 구매하듯이 여행후기에 적극적인 관심을 표했다. [표 2]는 결혼이민자들과의 심층면담을 통한 부산문화관광의 웹 콘텐츠에 대한 품질평가를 정리한 것이다.

표 2. 결혼이민자들의 부산문화관광 웹 콘텐츠 평가

	인터페이스 품질	콘텐츠 품질	서비스 품질
베트남A	접근의신속성: 불만족 사용편이성: 불만족 디자인적절성: 만족	정보의정확성: 불만족 정보의다양성: 불만족 정보의적절성: 불만족	신뢰성: 만족 지원성: 불만족 쌍방향성: 불만족
중국B	접근의신속성: 만족 사용편이성: 불만족 디자인적절성: 만족	정보의정확성: 불만족 정보의다양성: 불만족 정보의적절성: 불만족	신뢰성: 만족 지원성: 불만족 쌍방향성: 불만족
우즈벡C	접근의신속성: 만족 사용편이성: 불만족 디자인적절성: 만족	정보의정확성: 불만족 정보의다양성: 불만족 정보의적절성: 만족	신뢰성: 만족 지원성: 불만족 쌍방향성: 불만족

## IV. 부산문화관광 콘텐츠의 개선방안

### 1. 추천여행 콘텐츠의 문제점과 개선방안

#### 1.1 추천여행 콘텐츠의 문제점

결혼이민자들의 인터페이스 품질평가에서 나타난 문제점은 먼저 한글 레이블의 불명확함으로 접근이 신속하지 못한 점이였다. 웹 콘텐츠에 충분한 정보가 제공되지 않아 원하는 정보를 신속하게 얻지 못하는 문제점이 있다. 그리고 인터페이스 내에서 기본정보와 중요정보의 우선순위 배치의 문제가 있었다. 그 외 인터페이스 상에서 VOD 콘텐츠의 중복 현상이 나타나는 곳이 있다. 예를 들면, 베스타 온천이 웰빙 투어와 나이트투어에서 중복되어 있다.

결혼이민자들의 콘텐츠 품질 평가에서 나타난 문제점은 영상콘텐츠 완성도의 부족으로 콘텐츠 내용에서 정확한 정보를 제공하지 못하는 점이다. 콘텐츠 부족으로 충분한 영상분량을 만들지 못했을 때 다양한 정보 제공에 문제가 있다. 사용자의 사용 환경을 고려하지 않고 제작하면 정보의 적절성에 문제가 있다. 현재 VOD콘텐츠 아래 텍스트 정보의 잘림 현상이 일어나는 곳이 크루즈투어의 해운대 관광유람선, 태종대 관광 유람선, 아쿠아리움 이외에 17곳이다.

결혼이민자들의 콘텐츠 서비스 품질평가에서의 문제점은 웹의 안내전화서비스지원에서 이주민들의 특성을 고려하지 않은 점이다. 인터넷에서 콘텐츠의 쌍방향성을 강화하는 것이 필요하다. 기본적인 서비스에서 동영상이 작동되지 않는 곳은 웰빙 투어에 그랜드호텔 온천 사우나, 누리마루 APEC하우스의 2005년 KOREA APEC IN PUSAN이외에 13곳이다.

#### 1.2 추천여행 콘텐츠의 개선방안

이상의 조사와 분석에 근거하여 부산문화관광의 추천여행 인터페이스 품질에 대한 개선방안을 아래와 같이 제시한다. 첫째, 한글 레이블의 정확한 표기가 필요하다. 한글 레이블은 콘텐츠 내용과 관련 있는 단어로 사용자가 쉽게 연상할 수 있는 쉬운 한글단어나 명사형 표현을 선택해야 한다[25]. 또한 한글 네이밍 옆에 영어를 병기하는 것은 레이블 표기의 애매성의 문제를 해결

하는 데 도움이 된다. 둘째, 정보를 제공할 때 먼저 전반적 정보를 일목요연하게 열거한 이후 단편적 정보를 제공하는 것이 필요하다. 이민자들도 거시적인 정보검색 이후에 미시적인 정보를 알고 싶어 하는 성향이 있었다. 셋째, 인터페이스 문제로 기본정보와 중요정보를 우선순위로 배치할 필요가 있다. 가장 기본적인 정보를 우선순위에 두고 그 속에서 중요정보를 찾아나갈 수 있을 때 시간적 효율성이 있다. 넷째, 중복된 VOD콘텐츠는 기준을 정해 한쪽으로 정리하는 것이 필요하다.

콘텐츠 품질 개선방안은 다음과 같다. 첫째, VOD영상콘텐츠에서 전체적인 영상과 세부적인 영상의 적절한 제공이 필요하다. 단편적 정보만으로 전체적인 정보 파악이 힘들다. 둘째, 새로 만드는 영상콘텐츠에는 이용자의 시점에서 적절한 시간과 충분한 안내가 포함되어야 한다. 이주민들의 우리말에 대한 청취력을 감안할 필요가 있다. 셋째, 텍스트 잘림 현상이 있는 동영상들은 수정하거나 잘림 현상이 없는 동영상으로 대체하여야 한다.

서비스 품질 개선방안은 다음과 같다. 첫째, 이주민의 상황을 고려한 안내전화서비스가 필요하다. 이주민의 우리말 이해도를 고려하여 안내원의 말하기 속도를 맞추고 적절한 피드백을 제공하는 것이 중요하다. 둘째, 작동되지 않는 VOD 콘텐츠의 빠른 업데이트가 필요하다. 셋째, UCC 콘텐츠활용을 통하여 웹 콘텐츠의 쌍방향성을 향상하는 방안이 필요하다.

### 1.3 제언

연구자들은 공공기관의 웹사이트인 '부산문화관광'에서도 'UCC관광정보'를 구축할 필요가 있다고 본다. 무엇보다 웹2.0시대에서는 웹사이트를 이용자 중심으로 구축할 필요성이 증대하고 있다. 양성수 등은 UCC 관광정보의 특성으로 정보의 생생함과 정보의 유용성을 꼽고 있다[11]. UCC관광정보의 생생함과 유용성은 국내 이주민들에게 생생한 간접관광의 기회를 제공할 것이다.

이러한 방안은 결혼이민자들의 관광정보 콘텐츠 품질에 대한 불만을 해소할 수 있다. 또한 웹 콘텐츠 서비스에서 쌍방향성을 개선하기 위한 적절한 방안이 될 것

이다.

'UCC관광정보' 코너를 구축하기 위한 요건은 다음과 같다. 첫째, 내국인과 이주민의 정보요구에 기초하여 인터페이스가 구성되어야 한다. 둘째, UCC 선별, 분류기준과 검색정보가 마련되어야 한다. 셋째, UCC 콘텐츠 품질의 향상을 위한 사용자들의 참여방안과 적절한 피드백이 마련되어야 한다. 넷째, 서비스 측면에서 콘텐츠 제작 및 업로드 기능과 방식이 단순화되어 이용자들에게 편리해야 한다.

## V. 결론

이 연구는 다문화사회에 직면한 한국 사회가 이주민이 가장 필요로 하는 관광정보 웹 콘텐츠를 구축할 수 있는 현실적인 방안을 모색하였다. 이를 위하여 이 연구는 사례연구를 수행하였다. 즉, 결혼이민자들의 관점에서 '부산문화관광' 웹사이트의 '인터페이스 품질', '콘텐츠 품질', '서비스 품질'을 평가하고 그 문제점을 분석하고 이주민들에게 필요한 개선방안을 제시하였다. 이를 통하여 이 연구는 우리 사회에서 필요한 관광정보 웹 콘텐츠의 구축과 서비스를 위한 새로운 방향을 제시하고자 한다.

구체적으로 연구자들은 부산문화관광의 웹 콘텐츠를 이용한 결혼이민자들에 대한 심층면담을 수행하여 웹 콘텐츠에 대한 품질평가를 수행하였다. 인터페이스 품질평가로 '접근의 신속성', '사용편이성', '디자인의 적절성'을 살펴보았는데, 한글 레이블의 불명확함, 정보의 단편적 제공, 기본정보와 중요정보 배치의 문제가 있었다. 콘텐츠 품질평가로 '정보의 정확성', '정보의 다양성', '정보의 적절성'을 살펴보았으며 콘텐츠 부족, 영상의 완성도 미비, 영상표현방식의 남용과 사용자를 고려하지 않은 문제가 발견되었다. 서비스 품질평가에서는 '신뢰성', '지원성', '쌍방향성'을 살펴보았는데, 안내전화에서 이주민을 배려하지 않는 문제와 쌍방향성이 없는 문제가 대두하였다.

이 연구는 이에 대한 개선방향을 다음과 같이 제시한다. 인터페이스 측면에서는 한글 레이블의 정확한 표기,



정보제공에서 전체적 정보의 우선 제공, 단편적 정보의 단계적 제공, 기본정보와 주요정보를 우선순위에 두는 것이다. 콘텐츠 측면에서는 영상, 음성, 자막의 속도 등에서 이주민의 상황과 우리말 이해도를 고려하여 촬영하고 편집하여 제작해야 한다. 이를 통하여 부실한 콘텐츠를 양질의 콘텐츠로 교체하는 것이 필요하다. 이러한 작업에는 많은 비용과 시간이 들 수 있다. 이에 대한 대안적 방안으로는 UCC 콘텐츠의 활용을 들 수 있다. 서비스 측면에서는 이주민을 배려하여 안내전화 서비스를 개선할 것과 웹 콘텐츠의 쌍방향성을 위한 ‘UCC 관광정보’ 코너의 구축을 제안하였다.

이 연구는 결혼이민자 중심의 연구로 노동이주민 등 전체 이주민의 다양한 정보요구를 반영하지는 못한다. 그러나 이주민들이 가장 원하는 것으로 나타난 관광정보에 대하여 웹 콘텐츠 영역에서 접근하고 분석한 의의가 있다. 또한 이 연구는 특정 사례들을 심층적으로 분석하고 특히 이주민의 눈높이에서 보았다는 점에서 다문화사회의 디지털콘텐츠 제작과 활용에 일정한 시사점을 제공할 것이다.

앞으로 국내 지방자치단체의 현실적인 여건과 제약을 고려하여 기존의 웹 콘텐츠를 수정·보완하여 비용을 절감하고 콘텐츠 사용 효율성을 높이는 방법에 대한 연구가 활성화되어야 한다. 이 연구와 관련하여 정부와 지방자치단체가 제도 및 협력네트워크 차원과 콘텐츠 제작 차원에서 적극적인 역할을 할 필요가 있다. 특히, 이주민의 문화생활 향상을 위한 지원책으로 새로운 다문화콘텐츠를 제작하는 것이 요망된다.

향후 후속되어야 할 과제로 오프라인 여행을 가는 이주민들을 위한 영상표현 교육에 대한 연구, 기존 관광 콘텐츠에 대한 통합 활용 및 연계 연구, 한국의 문화유산 콘텐츠의 개발 및 활용 연구 등이 필요하다.

#### 참고 문헌

- [1] 홍기원, “다문화사회의 정책과제와 방향 - 문화정책의 역할과 과제”, 한국행정학회, 2007년도 동계 학술대회 발표논문집, 하, pp.909-928, 2007.
- [2] 김세훈, “다문화사회의 문화정책”, 한국행정학회·서울행정학회·한국거버넌스학회 2006년 하계공동 학술대회 발표논문집, pp.461-470, 2006.
- [3] 김정수, “문화생산의 글로벌화에 따른 새로운 문화정책 패러다임의 모색 - 우리나라 영화산업의 사례를 중심으로”, 한국행정학회, 제42권, 제1호, 봄, pp.27-48, 2008.
- [4] 한승준, “프랑스 동화주의 다문화정책의 위기와 재편에 관한 연구”, 한국행정학회, 제42권, 제3호, 가을, pp.463-486, 2008.
- [5] 이익수, “인삼을 활용한 문화관광콘텐츠 개발전략”, 한국콘텐츠학회논문지, 제8권, 제8호, pp.206-212, 2008.
- [6] 최지연, “관광콘텐츠 활용에 관한 지역 간 비교연구”, 한국콘텐츠학회, 2007 추계종합학술대회 논문집, 제5권, 제2호, 하, pp.766-768, 2007.
- [7] 안성혜, “지역문화축제 활성화를 위한 전략적 기획방안의 모색”, 한국콘텐츠학회논문지, 제8권, 제12호, pp.168-175, 2008(12).
- [8] 전명숙, “스토리텔링을 활용한 관광콘텐츠 사례 연구”, 한국콘텐츠학회, 2007 추계종합학술대회 논문집, 제5권, 제2호, 하, pp.777-780, 2007.
- [9] 문화체육관광부, *이주민 문화향수실태조사*, 2008.
- [10] 양성수, 허향진, 박시사, 최병길, “UCC를 이용한 관광정보시스템 연구”, 한국콘텐츠학회논문지, 제7권, 제2호, pp.230-236, 2007(2).
- [11] 양성수, 최병길, 홍성화, 조성진, “UCC관광정보의 활용방안”, 한국콘텐츠학회논문지, 제9권, 제11호, pp.416-423, 2009.
- [12] 이용재, 이수상, 조용완, 장임숙, “이주민의 정보 리터러시 실태에 관한 연구”, 한국도서관·정보학회지, 제40권, 제4호, pp.113-137, 2009(12).
- [13] 정철호, 정덕화, “UCC 서비스의 콘텐츠 품질이 사용자 만족과 지속이용의도에 미치는 영향”, 한국콘텐츠학회논문지, 제9권, 제7호, pp.294-303, 2009(7).
- [14] 최정태, 이재환, 최기석, “웹사이트 사용자 인터페이스의 품질평가”, 한국도서관·정보학회지,

제32권, 제4호, pp.197-228, 2001(12).

[15] 범경기, 김원경, “웹 사이트 서비스 품질요인, 고객만족 및 행동의도의 관계”, 한국콘텐츠학회 논문지, 제8권, 제10호, pp.180-188, 2008(10).

[16] 유재욱, “국내 문화콘텐츠 제공 웹사이트에 관한 평가”, 한국비블리아학회지, 제17권, 제2호, pp.43-64, 2006(12).

[17] 위키백과 (cited 2009. 11. 11)

[18] 강명혜, “고전문학의 문화콘텐츠화 양상 및 문화콘텐츠화를 위한 수업 모형”, 우리문학연구, 제21집, pp.3-31, 2007(2).

[19] 김성희, “인터넷상의 디지털 문화컨텐츠 분류방안에 관한 연구”, 한국문헌정보학회지, 제36권, 제3호, pp.181-200, 2002(9).

[20] 이정수, “특집 기술해설: VOD서비스 기술 발전 방향”, 대한전자공학회, 텔레콤, 제13권, 제2호, pp.84-92, 1997.

[21] 두산백과사전 (cited 2010. 1. 18)

[22] 성호준, “유무선 모바일 VOD 인터넷 간 차이 연구”, 한국컴퓨터정보학회, 2006년도 하계학술발표논문집 및 학회지, 제14권, 제1호, pp.273-285, 2006.

[23] 방송연수센터, 뉴퍼라다임 UCC 강의, 1강 UCC의 발전배경, 2강 UCC 환경의 이해, 2009.

[24] <http://visit.busan.kr/kor/>  
부산문화관광 (2009. 7. 29)

[25] 한력수, *Web 기반의 사용자 인터페이스*, 흥릉과학출판사, pp.88-89, 2008.

- 2001년 9월 ~ 2002년 8월 : 미국 일리노이대학교 문헌정보대학원(Scholar-in-Residence)
- 2003년 3월 ~ 현재 : 부산대학교 문헌정보학과 교수
- 2005년 4월 ~ 2010년 2월 : 원복원부산운영위원장
- 2006년 4월 ~ 2008년 4월 : 부산대학교 문화콘텐츠 개발원 기획지원부장
- 2007년 12월 ~ 현재 : 부산대학교 사회과학연구소 연구책임자

<관심분야> : 지식정보기관 경영, 도서관 네트워크, 독서운동, 문화콘텐츠, 다문화사회

**김희영(Hee-Young Kim)**

정회원



- 1997년 2월 : 부산대학교 미술학과(미술학사)
- 2000년 2월 : 부산대학교 대학원 미술학과(미술학 석사)
- 2003년 10월 : 프랑스, Le Fresnoy, Studio National des Art Contemporains 졸업
- 2008년 2월 : 부산대학교 대학원 영상매체전공(예술학박사)
- 2004년 9월 ~ 2008년 : 부산대, 동아대, 동의대 강사 역임
- 2006년 5월 ~ 2009년 : 부산대 여성연구소와 영화 연구소 전임연구원 역임
- 2009년 3월 ~ 현재 : 부산대학교박사후과정연구원

<관심분야> : 영상예술, 문화콘텐츠, 예술교육

**저자 소개**

**이용재(Yong-Jae Lee)**

정회원



- 1988년 2월 : 서울대학교 불어불문학과(문학사)
- 1994년 8월 : 부산대학교 대학원 문헌정보학과(도서관학 석사)
- 2001년 8월 : 부산대학교 대학원 문헌정보학과(문헌정보학 박사)