

지방문화축제에 관한 인터넷정보의 평가

- 2001년 문화관광부지정 문화축제를 중심으로 -

이시영* · 심준영**

*경희대학교 조경학과 · **성균관대학교 대학원 박사과정

The Assesment of the Internet Information on Provincial Cultural Festivals.

- Based on the "Cultural Festivals of Korea 2001" Designated by
the Ministry of Culture and Tourism -

Lee, Shi-Young* · Shim, Joon-Young**

*Dept. of Landscape Architecture, Kyunghee University

**Candidate in Ph. D program in Sungkyunkwan University

ABSTRACT

The study aims at assessing information on cultural festivals furnished through the internet homepage of a provincial government. The study examines 29 tourist festivals of "Cultural Festivals of Korea 2001", designated by the Ministry of Culture and Tourism. Based on the inquiring table, framed through the previous study, each festival's information was surveyed and analyzed, by visiting the homepages of provincial governments.

The results of the study show that 1) "The information of festival" is low in quality. Particularly, "the contents of festival" needs to be improved and expanded and "the festival periods" should be brought up to date. These are the important factors in making a decision to participate in the festival and the chief attraction of a homepage, well-planned and detailed information can influence more tourists who are interested in visiting a festival.

2) Seventeen festivals support "foreign language". But "festival information" is weak as it provides only an outline of festival and doesn't even contain the date and contents of festival. Valuable information, like transportations, accommodations and restaurants when tourists visit a tourist spot, and detailed festival contents should be provided.

3) "Search" and "Q and A" are functions which provide specifics for users. In addition to the

homepage of a local government, these functions on the web page of cultural festivals or on an exclusive web page of tourism is required.

4) The homepage of festivals should offer "the information of participation". The convenience of information searchers should be considered by providing them with information such as local prices, transportations, accommodations, and restaurants which are necessary to participate in festival.

Key Words : Cultural Festival, Web site of Provincial Government, Internet, Tourism Information

I. 서론

한국은 현재 정보화사회로 접어들면서 고도의 기술적 메커니즘이 통용되는 사회적 분위기가 형성되고 있는 반면 문화적 체험에 대한 욕구가 증대되고 있다. 이것은 각종 지역문화관광축제와 문화 이벤트의 중요성을 가속화시키며, 1950년대부터 개최되기 시작한 지역축제는 현재 412개에 달하며, 1996년에 62개 축제가 새로이 개최되는 등 지역축제의 급격한 증가추세를 보이고 있다(www.mct.go.kr).

문화관광축제의 성공을 위해서는 관광자가 필요로 하는 적절한 관광 정보가 주어져야 한다. 관광 정보는 지역의 관광 매력물과 관광객을 연결시키는 중요한 매개 역할을 하며, 관광자원에 대한 역사, 문화, 사회적 배경과 가치를 전달하여 관광객들에게 깊이 있는 지식을 제공한다(오익근, 1998a).

국내 인터넷 사용자는 1994년 15만명이었던 것이 2000년에는 420만명으로 증가하였으며(류인평, 1999), 인터넷은 정보를 보다 신속하게 전달하고, 출발지에서 정보를 입수할 수 있어 여행계획이 용이하며, 세계 곳곳의 최신정보를 제공하는 장점이 있다. 여행에 따른 예약, 가격정보, 일정, 목적지 선정 등 여행에 필요한 관광정보의 원천으로써 이용되고 있다(Walle, 1996; Charles, et al., 2000).

본 연구는 한국이 한국방문의 해와 월드컵 개최를 앞두고 외국관광객 수가 늘어날 여건에 맞추어 문화관광부 지정 29개의 "2001년 문화관광축제"를 대상으로 해당 지방자치단체에서 제공하는 관련정보의 내용을 조사·분석하였다.

조사방법으로는 해당 지방자치단체(이하 '지자체'라고 한다.) 홈페이지를 대상으로, 기존 유사연구에서 제시된 조사항목을 기초로 조사표를 작성, 조사 분석하였다.

정보시스템의 평가는 이용자 요구의 충분한 반영여부 및 시스템 성능의 우수성, 요구되는 기능의 수행여부를 확인함으로써 이용자가 만족하는 시스템의 개발로 연계시키기 위한 것이라 할 수 있다(박종찬, 1999). 따라서 본 연구는 문화관광축제에 대한 인터넷 정보의 평가에 관한 것으로, 장소마케팅¹⁾에서 정보의 역할이 점점 더 확대되는 시점에서, 이러한 지자체의 문화 축제를 소프트웨어적 측면에서 계획하고 관리하는 데 있어 기초자료를 제시하는데 목적이 있다. 연구의 결과는 관련 웹사이트를 구축하거나 현 웹 사이트의 효용도를 높이기 위해 새로이 구성할 때 자료로서 활용될 수 있을 것이다.

II. 이론적 고찰

1. 문화관광축제의 개념

관광은 본질적으로 문화와 문화의 접촉이다. 즉 관광은 문화행동이며, 문화적 체험이라는 높은 차원의 즐거움을 추구하는 것이다(손대현, 1990).

문화관광은 관광과 문화가 접목된 형태의 관광활동으로 지역의 문화자원을 관광상품으로 개발하고, 이를 이벤트 관광으로 발전시키는 노력이 활발하게 나타나고 있다(추명희, 2000).

지역의 다양한 문화행사를 포괄하는 문화관광축제의 개념은 전통적인 의미(좁은 의미)로서 지역과의 역사적인 상관성 속에서 생성·전승된 전통적인 문화유산은

축제화한 것이다. 반면, 넓은 의미로는 이러한 전통축제 뿐만 아니라 문화제, 예술제, 전국 민속예술경연대회를 비롯한 각 지역의 민속예술공연 등 문화행사 전반이 포함된다(김명자, 1995). 지역사회의 문화적 정체성에 근원을 두고, 대중적이며 주제가 있는 행사 또는 볼거리·놀거리·먹거리·배울거리 등을 관광객에게 제공하여 욕구를 충족시키고 관광객들이 실제 다양한 경험을 할 수 있는 재방행사로 정의하고 있다(김성혁 등, 2000). 문화관광부는 개최목적에 따라 주민통합축제, 관광축제, 산업축제, 특수목적축제로 나누고, 축제의 프로그램 구성형식에 따라서 전통문화축제, 예술축제, 종합축제, 기타 축제로 나누고 있다(http://www.mct.go.kr).

성공적인 문화관광축제는 지역 이미지를 높이고 지역 관광진흥 도약의 기회로 이어져 지역 경제에 도움이 될 것이라는 기대감과 지역민의 단합, 지역문화의 발굴과 체계화, 도시와 농촌간 그리고 국제간 문화교류 촉진으로 인한 지역개발 잠재력의 현재화 등 다양한 편익을 창출해 낼 수 있다(이장주와 조현상, 2000).

2. 인터넷 관광정보

관광정보는 “관광자에게 관광욕구를 충족시키고 관광 행동 결정에 유익한 정보, 관광사업자와 관광기관에게 관광수요와 공급 그리고 관광자 행동에 관한 가치있는 정보”(김춘중, 1998)라고 정의 할 수 있다.

관광객은 관광을 하고자 할 때, 해결해야 할 여러 문제에 직면하게 된다. 이러한 문제를 해결하기 위해서, 대안적 행동방식을 체계적으로 평가한 후 의사결정을 하게된다. 관광의사결정과정은 소비자 의사결정을 적용할 수 있는데, 관광행동은 경제적 재화와 서비스를 구매하고 사용함에 직접 관련된 의사 결정단위의 행위와 이에 선행되는 의사결정을 포함하는 소비자 행동의 하나로 볼 수 있다(정병웅, 1995). 소비자로서의 관광객은 정보에 노출되고, 정보의 조직 및 정보의 탐색과 관련되어 행동양식이 결정되며, 관광객은 적절한 의사결정을 할만큼의 충분한 정보를 가지고자 한다(윤훈혁, 1997). 관광 의사결정과정은 관광객자가 관광욕구를 충족시키고자 하는 욕망이 일정수준 이상으로 커지게 되면, 이것을 문제로 인식할 때부터 시작되며(이학제 등, 1993), 관광에 대한 욕구나 욕망을 인식한

후 관광객자들은 의사결정과정에서 보다 만족스러운 결정을 내리기 위해 다양한 정보를 탐색한다. 정보탐색 후 선택하게 될 대안을 갖게 되며 자신들의 평가기준에 의해 태도가 형성되는 것이다(윤훈혁, 1997). 전통적 소비자행동모델 단계에 따르는 정보전달 흐름에 비하여 인터넷은 수용자의 정보접근 방법이나, 매체의 특성, 정보전달의 방법 등의 특성으로 인해 새로운 커뮤니케이션의 단계를 거치게 된다(배진석, 2000).

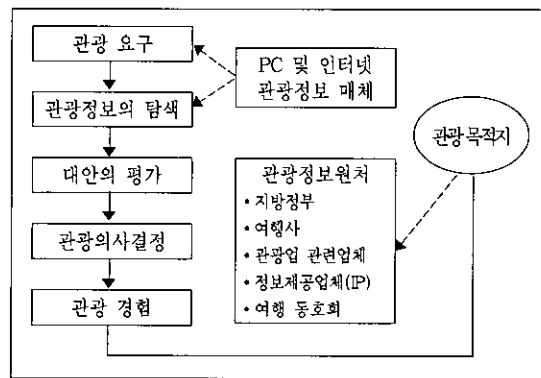


그림 1. 인터넷관광정보에 의한 의사결정모델
 자료: 박종희 등(1999) 인터넷 관광정보의 문제점과 관광정보 선호도에 대한 연구. 한국관광학회 제46차 학술논문 발표집. pp. 79-88.

박종희 등(1999)은 의사결정 모델에서 인터넷을 통한 관광정보는 관광객이 관광에 대한 새로운 욕구를 생길도록 자극하는 역할을 하며, 새로운 관광수요를 창출할 수도 있고, 관광의사결정에 중요한 영향을 미칠 수 있으며, 효과적인 관광정보 시스템 구축을 위해 인터넷 관광정보의 중요성을 설명하였다(그림 1 참조).

관광지에 대한 관광객의 정보획득 부분은 두 가지로 나눌 수 있다. 첫째는 장소에 대한 정보로 관광객으로 하여금 어떤 장소로 가야 할 것인가에 대한 문제의 확실성을 감소시켜 주며 예상되는 비용을 추정할 수 있게 해준다(박종찬, 1999). 둘째는 장소의 특성이나 속성에 관한 정보로 관광객은 관광지를 선택하는데 있어서 관광지의 속성비교와 평가를 통해 관광지를 선호하고 행동을 결정한다. 관광욕구를 충족시켜 줄 수 있는지의 여부를 평가하는데 필요한 정보이다(Engel, et al., 1986).

정보 만족도의 연구에서 장병수(2000)는 지역 이벤트에 대해 미리 인지하고 참여한 참여자는 인지하지 못

한 참여자보다 대부분 만족도가 높았음을 강조, 정보 제공에 대한 중요성을 강조하고 있고, 김종남(1999)은 관광정보의 만족도가 관광지 이미지에 영향을 미치며, 여행서적을 통한 관광 정보보다 인터넷 관광정보가 더 만족스러운 결과를 낸다고 하였다. 또한 홈페이지에 대한 이미지가 부정적일 경우에 그 지역은 정보탐색 과정에서부터 제외되는 결과를 초래할 것이므로 인터넷 홈페이지 관광정보가 정확하고 다양한 매력을 갖추어야 한다(오익근과 최재화, 2000).

이상과 같은 정보의 중요성은 점점 증가하는 인터넷 사용과 기술의 발달로 관광지의 선택범위를 결정하는 중요한 역할로서 인터넷 정보의 효용가치를 뒷받침해주고 있다.

3. 웹사이트의 평가에 관한 연구

홈페이지 평가에 관한 연구는 한국, 일본 등 주요국의 인터넷 관광정보 분석(오익근, 1998b)과 쉐넨 웹 사이트 분석(박현지, 1999), 한국 관광안내현황과 각 지자체 홈페이지의 분석(오익근, 1998a; 최재화, 1999; 오익근과 최재화, 2000), 관광사업체의 인터넷 활용실태분석(김영문과 강판국, 1999), 국내 관광목적지 정보시스템 웹사이트의 만족도평가(박종찬, 1999)가 있다. 오익근(1998a)은 한국의 관광정보안내 현황을 분석함과 동시에 지자체의 인터넷 홈페이지 특성을 파악, 관광객을 위한 안내 및 정보부족과 정보이용의 편리성 결여, 관광홈페이지 주관단체와 실무단체가 일치하지 않아 혼선이 많고 무엇보다도 시급한 것은 웹사이트 정보를 제공하는 웹 호스팅 서비스에 등록하는 상호연계가 부족함을 지적하였다. 김영문과 강판국(1999)은 대구광역시 관광사업체를 대상으로 지역관광산업에서의 인터넷과 정보기술의 활용실태를 조사하였으며, 그 결과 영어, 예약, 교통, 가격정보가 빈약하다고 하였다. 박종찬(1999)은 웹사이트 구성요소를 밝히고, 인터넷 이용자를 대상으로 국내 관광목적지 정보시스템 웹사이트를 평가하였다. 그 결과 여행정보수집 시 어려운 점으로는 제공되는 정보의 빈약이 44.5%로 가장 많았고, 관련 사이트 찾기, 언어 문제, 비용 문제 순으로 나타났다. 중요하다고 생각하지만 만족하지 못한 요인들로는 내용의 최신성, 문의 응답기능, 접속속도,

접근단계 접근경로의 다양성 등으로 나타났다

관광정보시스템 구축에 관한 연구로는 실제 지역관광 정보 시스템을 구축하고 그 개발효과에 관한 연구(김영문 등, 1999)가 있다. 김영문 등(1999)은 인터넷기술을 활용한 대구와 경북 지역의 관광정보 시스템을 개발하였다.

그외에 인터넷 관광정보가 관광지 이미지(김종남, 1999)나 탐색자의 태도(Beirne and Curry, 1999)에 미치는 영향에 대한 연구 등이 있다.

III. 연구 방법

1. 연구 범위

문화관광축제 관련 홈페이지를 평가함에 있어 400여 개의 문화관광축제중 상당수가 아직 제대로 된 홈페이지를 갖추고 있지 않으므로, 모두를 조사하는 것은 큰 의미가 없다고 보여진다. 따라서 이중 문화관광부가 지정한 2001년 문화관광축제 29개를 대상으로 하였다.

또, 검색엔진을 사용하여 하나의 문화관광축제를 검색해 보면 축제주관 관공서의 홈페이지에서부터 문화관광부 홈페이지, 각 축제에 참가한 경험이 있는 개인 홈페이지에 이르기까지 다양한 홈페이지가 검색되고있다. 실제 관광객 또한 이렇듯 다양한 경로를 통해 정보를 얻을 수 있겠으나, 본 연구는 관광객에 대해 축제를 주관하는 주체 측에서 제공하는 정보를 평가하고자 하므로, 해당 지자체 홈페이지에 등재되어 있거나 지자체에서 마련한 개별 문화관광축제 홈페이지의 정보만을 연구대상으로 하였다.

2. 연구 방법

기존 관련연구에서 제시하고 있는 평가항목을 보면, 김영문과 강판국(1999)은 한글, 영어 지원, 텍스트와 이미지 정보의 유무, 예약, 교통, 약도, 가격정보 등을 조사항목으로 연구를 수행하였으나, 그 항목이 단순하고, 영어 지원여부도 세부항목 중 일부만을 지원할 경우를 판단할 수 없는 문제점이 있다. 오익근(1998b)은 외국어 지원여부, 제안코너, 사이트 맵, 탑 메뉴, 관광 사이트 초기화면 메뉴구성, 지도, 검색엔진, 수정일자

표기, 연락처, 관련사이트와의 링크여부를 세부조사항목으로 하였다. 최재화(1999)는 웹 사이트 관광정보 내용분석 및 평가에서 외국어 지원, 초기화면 연결속도, 접속인원 수 설치여부, 이용자 제안 코너 운영, 사이트 맵 구성여부, 탑 메뉴의 구성, 관광관련 사이트현황 등을, 관광정보 내용분석은 숙박시설, 볼거리, 먹을 거리, 교통수단, 이벤트, 쇼핑·특산물, 레저·스포츠, 코스별 관광으로 구성하였다. 박종찬(1999)은 연구결과에서 중요한 관광목적지 웹사이트 구성요소로는, 내용측면에 대해서는 정확성이 가장 중요한 요소로 나타나고, 신뢰성, 최신성, 다양성, 체계성의 순으로 중요하게 생각하며, 기능측면에서는 정보제공/검색, 문의 응답기능, 예약기능, 다국어 언어지원 기능, 전자 결제기능, 광고/홍보기능 등의 순으로 중요도가 결정되었다.

따라서 본 연구의 평가항목은 관련연구에서 제시하고 있는 관광목적지에 대한 정보의 종류와 이용자들의 만족도 결과(내용의 최신성, 문의응답 등), 중요하게 생각하는 항목(정보검색, 문의응답, 교통, 숙박, 물가, 주변 관광지, 다국어 언어지원 등) 등을 토대로 하여 구성하였으며, 주요 구성면으로는 다음의 세 가지 측면으로 분류하였다.

첫째, 축제 정보를 제공하는가?²⁾

둘째, 축제 참여 정보를 제공하는가?

셋째, 위의 정보를 효율적으로 제공하기 위한 형식(기능)은 갖추어져 있는가? 「내용」은 웹 사이트에 담긴 정보에 대한 것으로 축제(자체에 대한)정보, 축제 참여(방법에 대한)정보로 구성하였다. 축제정보³⁾는 축제의 내용, 기간⁴⁾, 역사/유래이며, 축제 참여정보는 교통, 숙박, 음식점, 물가⁵⁾, 주변 관광지 소개로 구성하였다.

「형식」은 홈페이지 구성 또는 홈페이지의 기능적 면에 대한 평가로 외국어 지원, 정보검색기능, 문의응답기능, 최근 수정일자 표시, 담당자의 연락처, 지자체 홈페이지에서 지역축제의 비중 등의 유무를 조사하였다. 이 중 지자체 홈페이지에서 외국어를 지원하고 있는 경우에는 외국어로 제공되는 정보도 조사하여 김영문과

강판국(2000)의 연구를 보완하였고, 축제 참여(방법에 대한)정보는 하나의 지역에 다수의 축제가 열리는 경우 공통적으로 필요한 정보가 되므로 해당 축제 페이지뿐만 아니라 지자체 홈페이지 내에 수록되어 있는지의 여부를 판단하였다.

작성된 평가표에 의한 29개 문화관광부 지정 문화관광축제의 평가는 2001년 2월 15일부터 3월 2일에 하였고, 각 항목별로 기술적으로 분석하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 인터넷 정보의 내용 평가

1) 축제정보의 제공

축제정보는 29개 축제 중 '보령 머드 축제'⁶⁾를 제외한 28개축제의 정보가 지자체에서 제공하고 있었다. 이 중 '한국의 술과 떡 잔치' 외 안동, 청도, 부산, 광주, 대구, 대전의 축제 홈페이지는 지자체 홈페이지와는 별개의 독립된 홈페이지를 갖추고 있었으며, 앞의 세 축제는 '경상북도 지역문화관광 축제' 홈페이지⁷⁾에 연결되어 정보를 공유하고 있었다.

이 경우 정보 소비자는 하나의 정보를 위해 방문한 웹 사이트에서 같은 지역의 다른 축제 정보를 얻고, 어떤 기회가 존재하는지 상세히 알 수 있으며, 정보제공자는 잠재 관광객에게 지역 관광매력물의 존재를 인식시킬 기회를 갖는다(박종희 등, 1999). 또, 같은 지역의 축제를 소개함으로써 지역 이미지를 높일 수 있다. 위의 네 개 축제는 지자체 홈페이지에 연결되어 있지 않아 지자체에서 제공되는 공식적인 정보가 없는 것으로 간주 될 수 있으며, 효과적인 정보의 제공을 위해 지자체 홈페이지와 축제 홈페이지와의 양방향 연결이 필요하다. 28개중 내용, 기간, 역사의 세 항목을 모두 제공하는 것은 11개였다.

표 2. 내용적 측면에서 축제정보제공 사이트의 분석

구분	항목	축제 내용	축제 기간	역사 유래	교통	숙박	음식점	물가	인접 관광지
	한글정보 제공사이트(%)	79	69	72	97	97	86	55	93
외국어정보 제공사이트(%)	48	21	34	45	34	21	10	52	

표 1. 홈페이지 평가 항목

내용	축제정보	축제내용, 축제기간, 역사/유래
	형식	축제참여 정보
	외국어 지원, 정보검색, 문의 응답, 담당자 연락처, 최근 수정일자, 방문자수, 홈페이지의 비중	

'축제내용'은 축제관련정보 중 핵심정보인데 반해 소홀히 다루지고 있었다. 축제 내용은 축제 모습 그 자체이며, 축제 참여 여부를 결정짓는 중요 요소이다. 대부분의 경우, 행사 제목만을 열거하거나(춘천 국제마임축제, 남원 춘향제), 행사 일정표만을 소개하고(강진 청자문화제, 대관령 눈꽃 축제) 있었다. 또, 축제개최를 통한 기대효과, 특징, 목적 등의 행정보고서를 축제 내용으로 소개하는 축제(무주 반딧불 축제, 김제 지평선 축제)도 있었다. 반대로 '청도 소싸움 축제'의 경우는 행사 내용뿐만 아니라 독특한 주제인 만큼 대중성이 떨어짐을 생각하여 소싸움 규칙과 싸움소에 대한 상세한 정보를 담고 있었고, 축제 캐릭터를 제작하여 홍보효과를 더하고 있었으며, 충주 세계무술 축제와 부산 자갈치 축제는 지난행사를 동영상으로 제공하고 있어 축제내용의 정확하고 쉬운 이해를 돕고 있었다. 실제로 청도 소싸움 축제에 참여한 관광객 중, 87.1%가 행사의 종류를 알고 참석했다고 하였으며 관광에 필요한 정보가 잘 전달되고 있다는 만족도 측정결과(조현호와 유영준, 1999)는 이러한 노력의 결과로 보여진다.

특히 '축제기간' 항목은 과년도인 2000년 축제기간을 제공하고 있는 경우가 20개 중 5개로, 정보의 신뢰도를 떨어뜨리고 있었다. 당해 축제 기간을 정확히 명시하거나 금산인삼축제의 '매년 8~9월경'과 같은 반복성 있는 정보를 제공함이 과년도 축제 일자를 제공하는 것보다 신뢰도를 높일 수 있을 것이다.

'축제역사/유래'는 지역 전통에 기반을 둔 문화 관광 축제의 경우, 역사적 사실에 근거를 둔 상세한 정보로 축제의 가치를 더하고 있었으나 지역 특산물이나 산업에 기반을 둔 축제의 경우는 상대적으로 취약함을 나타내고 있는데, 특산물의 우수함과 특징을 홍보함으로써 축제에 의미를 더하고, 축제이미지와 연계시켜 판매촉진을 꾀하는 다양한 마케팅 전략을 구상하는 것이 필요하다.

2) 축제참여 정보의 제공

축제참여정보는 29개 축제 모두 전반적으로 양질의 정보를 갖추고 있다.

5개의 세부항목 중 '교통'과 '숙박'은 28개 모두에서 제공되고 있다. '교통'은 항공기, 철도, 자가용 이용에 대한 정보와 철도청, 항공사를 연결시켜 시간, 요금,

예약기능을 갖추고 있었고, '숙박'은 등급별 숙박업소와 연락처를 표시하고 있었다. 특히 한산 모시 축제는 세부정보로 숙박업소의 외관사진, 약도, 객실등의 사진을 함께 제공하고 있어서 숙박업소 결정시 관광객의 입장에서 궁금한 점을 한발 앞서 알려주고 있었다.

'음식점'은 25개 축제에서 제공하고 있었다. 충주 세계무술 축제와 춘천 국제마임 축제는 음식점 정보 없이 지역토속음식요리법만을 소개하고 있었는데, 이것은 일반정보 탐색자에게는 지역에 대한 이미지를 심어주고, 방문의 동기를 부여할 수 있겠으나 축제참여를 계획하는 정보 탐색자에게는 구체적인 음식점 정보가 더 유용할 것이다. 오익근(1998a)의 연구에서도 서울시의 홈페이지에서 대표 음식소개는 있으나 음식점에 대한 정보가 없어 이를 위해 다른 사이트를 참조하거나 관광안내 책자를 찾도록 하여 이용자의 불편을 초래한다고 하였는데, 본 연구에서도 동일한 결과를 보이고 있어 3년간 큰 변화가 없었음을 보여준다.

'물가' 정보는 관광 계획시 실질적으로 필요한 정보임에도 16개 축제에서만 제공되고 있었다. 숙박비, 음식 가격 뿐만 아니라 참여시 필요한 입장료, 주차요금과 같은 세부 소요경비의 제공이 필요하다. 관광객은 의사결정에 도움이 되는 관광정보를 선호하며 특히 가격에 대한 정보에 높은 관심을 가지므로(김종남, 1999) 물가정보는 수시로 최신정보로 수정, 상세 정보의 제공이 필요하다.

'인접관광지'는 27개 모두 사진, 지도, 유물소개 등으로 상세한 정보를 제공하고 있었다.

2. 인터넷정보의 형식 평가

'외국어지원'은 외국어로 축제 정보를 제공하고 있는지의 여부로 전체 29개 중 17개 축제에서 제공하고 있었다. 그러나 17개 중 한국어 정보 수준으로 외국어 정보를 제공하는 곳은 '청도 소싸움 축제'와 '영암 왕인문화 축제' 뿐이었고, 그 외에는 지역통계, 지자체장의 인사말 등 지자체 일반사항에 중점을 두고 구성되어 있고 축제정보는 간략하게 제목과 개요만을 언급하고 있다. 지방자치단체 웹사이트의 경우에도 단체와 단체장의 홍보와 전시효과를 위한 경우가 다수 존재하며, 지역현황과 일반적 관광정보를 제공하는 등 기초적 수준

표 3. 축제 정보 조사표

구분	내 용										형 식										비 고 (홈페이지 주소)			
	축제 정보		축제 참여 정보								외국	정보 검색			문의 응답			관공	최근	방문자 수		홈		
	축제 내용	축제 시간	축제 역사	교통	숙박	음식점	물가	인접	어	M		S	M	S	S	답	지			수			M	S
청도소싸움 축제	E	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	1	영·일어지원/내용은 동일 (http://www.chongdo.kyongbuk.kr/culture/fr-event.html)
영암왕인 문화축제	E	○	-	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	1	영·일어지원/한국어와 내용동일 (http://yeongam.chonnam.kr/)
한산모시 문화제	E	NU	NU	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	2	숙박, 객실, 화장실외판사진, 악도 제공 (http://www.sochon.chungnam.kr/)
남원 춘향제	E	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	2	(http://www.namwon.chonbuk.kr/nwc2/default.htm)
진도영동 축제	E	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	2	영·일지원/일어내용 간략(유리만) (http://www.chindo.chonnam.kr/culture/index.html)
강진청자 문화제	E	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	1	(http://www.kangjin.chonnam.kr/)
금산인삼 축제	E	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	2	(http://www.kumsan.chungnam.kr/)
부산자갈치 축제	E	○	NU	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	1	축제내용동영상으로 제공 (http://www.chagalchi.co.kr/)
광주김치 대축제	E	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	1	영·일 아이론만 (http://www.kimchifestival.org/)
안동국제탈춤 스테이블	E	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	2	일·중국어 지원이정 (http://www.andong.kyongbuk.kr/new/index.html)
대관령눈꽃 축제	E	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	1	(http://www.happy700.or.kr/mmain.asp)
한라산눈꽃 축제	E	○	-	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	-	영·일·중지원내용동일/ 교통, 숙박, 음식점접합형태 (http://cheju.go.kr/~webbbs/tour/top_main.html)
한국의 슬퍼픽잔치	E	○	-	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	1	방문자수: you, yesterday, today, total로 표기/영, 일, 일, 중, 아이론만 (http://www.festival.or.kr/)
하동야생차 축제	E	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	-	(http://www.hadong.kyongnam.kr/chala21/d)evhome/02.php3)
무주반딧불 축제	E	-	-	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	1	(http://www.muju.chonbuk.kr/webbbs/new-muju/frame/frame.html)
보령머드 축제	E	-	-	-	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	-	부페회미점으로 정보제공 지원(담당자개발접촉) (http://www.poryong.chungnam.kr/)
고성공룡 나라축제	E	-	-	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	2	(http://www.kosong.kyongnam.kr/)
대전사이언스 스테이블	E	○	○	-	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	1	(http://www.scientopia.co.kr/)
영동단체 국악축제	E	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	1	(http://gun.yongdong.chungbuk.kr/)
동영나전 칠기축제	E	○	-	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	3	영·일어 지원 (http://www.tongyong.kyongnam.kr/)
양양송이 축제	E	-	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	2	(http://www.yangyang-gun.kangwon.kr/)
충주세계 무술축제	E	NU	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	2	홈 영·일어지원, 축제는 영어만 (http://www.chungju.chungbuk.kr/)
정원대보람 들꽃축제	E	○	-	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	3	영·일·중 내용동일 (http://www.pukcheju.cheju.kr/default.asp)
대구약령시 축제	E	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	1	www.herbmart.or.kr/festival/intro로 3월 서비스시작(담당자개발접촉) (http://www.metro.taegu.kr/)
춘천국제 마미축제	E	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	3	축제기간 '연문문화'파트에 소개(http://www.ccn.or.kr/ddw-isapi/drvisapi.dll?Mival=WH1FM81_0)
무안연꽃 축제	E	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	2	영어 아이론만 (http://www.muam.chonnam.kr/muan02/index.html)
김제지평선 축제	E	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	1	방문자수 슬랙진치와 동일, 홈에 영어지원 (http://kimje.chonbuk.kr)
풍기인삼 축제	E	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	1	새로운 홈페이지(담당자 개발접촉) (http://www.yongju.kyongbuk.kr/)
화성 화성 문화제	E	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	2	영어 지원 (http://www.hwasung.kyongju.kr/)

*: 주 홈페이지; *: 부 홈페이지; *: 외국어 정보
 범례: N.U.: 미경신; ○: 정보제공; ◎: 상세정보기술

에 머물고 있는 문제점이 있는데(배진석, 2000) 동일한 문제를 다시 보여 주고 있다.

영어 정보를 기준으로 축제기간은 6곳에서 제공하고 있어 21%이지만, 한국어로 제공되는 축제기간 정보가 69%이므로 1/3수준이다. 교통 45%, 숙박 34%, 음식점 21%, 물가 10% 등 영어정보의 대부분이 한국어의 1/2~1/3 수준이다.

표 4. 형식면에서 축제정보제공 사이트의 분석

구분	항목	형식								
		외국어		정보검색		문의응답		담당자	최근수	방문자수
		지원	M*	S*	M	S	연락	정일자	M	S
한글정보	제공사이트(%)	62	62	7	72	17	72	3	66	10
외국어정보	제공사이트(%)	59	7	0	3	7	21	0	3	3

*: 주 홈페이지; *: 부 홈페이지

영어로 제공되는 정보에 비해 일본어나 중국어로 제공되는 정보는 더욱 빈약하였다. 17개 축제가 1개 이상의 외국어를, 6개 축제는 2개 이상을 지원하고, '한라산 눈꽃 축제'는 영어·일어·중국어의 3개국어로 간략한 정보를 제공하고 있었다. 내국인의 경우, 기타 언론과 사람 등 상대적으로 여러 경로를 통해서 축제 정보를 얻을 수 있으나, 외국인의 경우 관광안내책자나 CD가 제작되어 배포되더라도 인터넷을 통한 정보의 비중이 클 수밖에 없으므로, 외국어로 제공되는 정보에 더욱 정확하고 상세한 내용이 갖추어져야 할 것이다. 또 일본과 중국은 지리적으로도 가까운 이점이 있으므로 상세하고 매력적인 인터넷정보 가 제공되어야겠다.

'정보검색'은 홈페이지 내에서 찾고자 하는 정보를 쉽게 찾도록 도와주는 중요기능이다. 그러나 '정보검색'은 29개 축제 중 18개 지자체 홈페이지에서 제공되고 있으며 축제관련정보를 위한 검색엔진을 별도로 제공하는 곳은 '광주 김치 대축제'와 '김제 지평선 축제'였다.

'문의응답'은 정보 이용자에게는 제공되어있지 않은 관광정보를 얻을 수 있는 길이며, 정보제공자의 입장에서 정보제공공간, 용량의 한계 등 기타 다양한 이유로 제공하지 못한 다양한 정보를 제공할 수 있는 방법으로 문의 내용을 통해 사용자들의 웹 사이트 불만족 사항과 필요로 하는 정보가 무엇인지 알 수 있으며, 그 부분의 보완을 통해 웹 사이트를 더욱 활성화시킬 수

있다. '문의응답'은 '청도 소싸움', '광주 김치 대축제', '부산 자갈치'만이 축제관련 문의응답을 마련하고 있었다.

'최근수정일자'는 '무주 반딧불 축제' 한 곳만이 명기하고 있을 뿐이었다. 최근 수정일자의 명기는 정보의 생명인 최신성과 정확성을 뒷받침하며, 작은 노력으로 정보의 질을 보장받고, 정보를 이용하는 사람들에게 신뢰를 줄 수 있으므로 반드시 명기되어야 할 항목이다.

'방문자수'도 최근수정일자와 마찬가지로 일정기간에 얼마나 많은 사람들이 정보를 이용하는지를 밝혀 웹사이트의 신뢰도와 보편성을 전할 수 있다. 그러나 28개 중 19개 축제가 방문자수를 명시하고 그중 8개만이 방문자수 시작일을 표시하고 있다.

'홈페이지에서의 비중'은 지자체 홈페이지의 주화면으로부터 축제 정보를 찾기까지 몇 단계를 거치는 지로 판단하였고, 13개의 첫 화면에서 축제배너나 정보를 찾을 수 있었고, 그 외에도 두세 번의 단계를 거쳐 찾을 수 있었다. 그러나, 일반적으로는 주화면의 탑 메뉴 중 '문화/관광'에 축제 정보를 담고 있지만 '관광'과 별도로 '문화행사' 또는 '문화예술'에 속해있고(진도영등축제), '춘천 국제마임 축제'의 경우는 '인문/문화'에 속하고 있어 일관성이 요구된다. 이것은 사용 용이성을 떨어뜨리는 것으로 웹 사이트를 이용시 사용자에게 혼란이 발생하지 않도록 해야 하고, 사용자의 필요에 맞추어 원하는 곳으로 쉽게 이동할 수 있어야 하는데, 이것은 메뉴/라벨링의 영향이 크다(www.ibiznet.com). 따라서, 단일 지자체 홈페이지의 구성도 중요하나 사용 용이성 또한 고려해야겠다.

IV. 결론

본 연구는 1990년대 급격히 수가 증가하여 국민여가의 한 형태로 자리잡은 문화관광축제에 관한 인터넷정보의 평가에 관한 것으로, 문화축제를 소프트웨어적 측면에서 계획하고 관리하는 데 있어 기초자료를 제시하는데 목적이 있다.

첫째, 「축제정보」는 양적 제공은 갖추어졌으나 정보의 질이 떨어지는 편이다. 특히 '축제내용'의 보충과 '축제기간'의 최신 정보화가 필요하다. 다른 항목에 비해 축제 참가결정에 중요한 변수이고, 축제의 얼굴이므

로 상세한 정보의 제공을 통해 더 많은 관광참여를 이끌 수 있을 것이다.

둘째, 다국적 언어의 지원이 필요하다. 외국어로 제공되는 축제정보가 빈약하여 많은 경우에 개요 수준의 정보만을 제공하고 있으며 세부내용이나 기간 등을 제공하고 있지 않아 많은 정보가 추가로 제공되어야겠다. 특히 축제참여시 반드시 필요한 숙박, 교통, 음식점 등의 정보와 상세한 축제내용의 제공이 필요하다.

셋째, '정보검색' 과 '문의 응답' 은 찾기 어려운 필요 정보를 얻을 수 있는 경로로, 이용자들이 필요로 하는 다양한 욕구를 만족시켜줄 수 있는 기능인 만큼 지자체 홈페이지와는 별도로 지역축제 혹은 관광 전용의 '정보 검색', '문의응답' 기능이 필요하다. 이것은 관광 뿐 아니라 타분야에서도 제공되어야 한다.

마지막으로, 본 연구에서는 교통, 숙박, 음식점 등 「축제참여」정보가 지자체 웹 사이트에서 소개되면 정보가 제공되는 것으로 판단하였으나, 이용자의 편리를 고려하여 축제 참여시 필요하게 되는 교통, 숙박, 음식점, 물가 등의 정보가 축제내용정보와 함께 연결되어 제공되어야 하겠다.

본 연구는 인터넷 정보를 대상으로 한 연구로 인터넷 정보의 특성상 정보가 단기간에 수정되고 보완 될 수 있으므로, 연구 결과의 일부는 조사 시점에 한정될 수 있다는 한계가 있다. 또, 정보의 유무, 정보의 양을 기준으로 홈페이지를 평가한 연구로 정보의 질, 깊이를 판단하기에는 부족함이 있으므로 추후 정보의 질을 분석하는 틀을 마련하고, 사용자가 원하는 수준이나 실제 제공되는 정보와의 차이에서 오는 불만족에 대한 연구가 지속되어야 할 것이다.

주 1. 관광은 "장소"와 "경험"을 상품으로 하며, 정보 또한 (축제가 열리는)장소를 더 많은 사람들에게 팔기위해 제공하는 것이다.

주 2. 지자체 홈페이지에서 각 축제 관련정보가 제공되는지의 판단은 축제이름이 제공되고 「축제정보」의 세가지 항목 중 한가지 이상 제공되는 것으로 기준으로 하였다.

주 3. 조사 「축제정보」가 제공되지 않는 홈페이지도 「축제참여 정보」와 형식에 관한 항목은 조사, 다른 연구에 보탬이 되도록 하였다.

주 4. 과년도 축제 일정 혹은 과년도 축제 기간의 공시는 축제 기간 정보가 제공되지 않은 것으로 간주하였다.

주 5. '물가' 항목은 입장료 혹은 숙박료, 음식가격 중 한가지

이상 제시된 경우에 '물가' 정보가 제공되는 것으로 판단하였다.

주 6. 보령 머드 축제는 세부 일정 미정으로 축제 정보가 없다고 하였다.

주 7. 경북문화관광 축제홈페이지(www.festival.or.kr)

인용문헌

1. 김명자(1995) 지역축제의 방향을 위한 시론. 비교민속학회 12: 185-186.
2. 김성혁 등(2000) 지역축제 관광객의 시장세분화와 특성에 관한 연구. 관광학연구 24(1): 260.
3. 김영문, 강판국(1999) 인터넷과 정보기술을 활용한 지역관광산업의 경쟁력 강화방안에 관한 연구. 관광연구 13: 249-275.
4. 김영문, 채수원, 정익재(1999) 인터넷 기술을 이용한 관광정보시스템의 구축에 관한 연구. 관광연구 14: 165-175.
5. 김종남(1999) 인터넷 관광정보가 관광지 이미지에 미치는 영향. 경기대학교 석사학위논문.
6. 김천중(1998) 관광정보론. 대왕사. p. 23.
7. 류인평(1999) 인터넷 관광마케팅 활용에 관한 연구. 관광품질시스템연구 5: 77-100.
8. 박종찬(1999) 인터넷을 활용한 관광목적지정보시스템구축에 관한 연구. 세종대학교박사논문.
9. 박종희 등(1999) 인터넷 관광정보의 문제점과 관광정보 선호도에 대한 연구. 한국관광학회 제46차 학술논문 발표집. pp. 79-88.
10. 박현지(1999) 정보화 시대의 컨벤션 및 관광유치기구 웹사이트에 관한 연구. 한국관광학 제45차 학술연구 발표집.
11. 배진석(2000) 사이버커뮤니케이션에서의 관광site기능강화를 위한 연구. 단국대학교 석사논문.
12. 손대현(1990) 관광론. 서울: 일신사.
13. 오익근(1998) 관광정보안내 체계 현황과 인터넷 홈페이지의 문제점과 개선방안 및 연구과제. 관광학연구 21(2): 312-319.
14. 오익근(1998) 우리나라 관광정보 안내시스템과 한일 등 주요국의 인터넷 관광정보 분석. 경영경제 1(1): 1-19.
15. 오익근, 최재화(2000) 인터넷 관광정보 구성 분석. 관광학연구 23(2): 42.
16. 윤훈형(1997) 소비자 행동론. 시그마프레스. p. 77.
17. 이장주, 조현상(2000) 지역축제의 이미지 특성화에 관한 실증연구. 관광학연구 24(1): 205-244.
18. 이학제 등(1993) 소비자 행동론. 법문사. pp. 51-52.
19. 장병수(2000) 지역활성화를 위한 지역문화 축제에 관한 연구. 산업경제연구 13(6): 329-348.
20. 정병용(1995) 준거집단이 국외관광행동의 의사결정에 미치는 영향. 한양대학교 박사학위논문.
21. 조원호, 유영준(1999) 지역축제의 만족도에 관한 연구. 경주대논문집 12: 49-68.
22. 최재화(1999) 광역자치단체의 웹사이트 관광정보내용분석 및 평가. 계명대학교 석사학위논문.
23. 추명희(2000) 이제는 이벤트관광이다. 문화도시 문화복지

- 83: 20-25.
24. Beirne, E. and P. Curry(1999) The Impact of the Internet on the Information Search Process and Tourism Decision Making. In Information and Communication Technologies in Tourism 1999.
25. Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie and Robert W. McIntosh(2000) TOURISM (8th ed.). New York:John Wiley and Sons. pp. 594-597.
26. J. F. Engel, R. D. Blackwell and P. W. Miniard(1986) Consumer Behavior(5th ed). The Dryden Press. pp. 520-524.
27. Walle, A. H.(1996), Tourism and the Internet: Opportunities for Direct Marketing. Journal of Travel Research 35(1): 72-77.
28. <http://www.mct.go.kr>
29. <http://www.webmania.co.kr/reviews/website>
30. <http://www.i-biznet.com/bizd/default.asp>

원고접수: 2001년 3월 9일
최종수정본 접수: 2001년 6월 2일
3인 익명 심사필