

문화관광의 진단과 지역문화관광정보서비스 융합모형*

The Diagnosis of Future Culture Tourism and Convergence Model
for Regional Culture Tourism Services

변우희** · 이정열*** · 변성희****

Byun, Woo-Hee · Timothy, Lee · Byun, Seong-Hee

ABSTRACT

This study tried to find out the theory of convergence model of regional culture and tourism information service. For this, review of related literature on the regional culture and tourism phenomena of convergence on regional culture and tourism development and digital convergence modelling was performed. To accomplish the goal of this study and test this theory, tourist information convergence theories were applied by digital data-mining methodology. Therefore, this study performed the qualitative study and model study in order to testify the theory, and collected scientific reference data as well. Specially, Compare with the conventional study of local tourism development it approached to that using multi-dimension and digital convergence study. Since it has a strong implications that digital convergence could bring out a revitalization into continuously vanished local cultures. Digital convergence not only stop to loose local value of culture, but also give a chance local culture to share with variety nations. From the result, it is expected to be a useful data for the tourism information service policy responding for regional tourist demands.

핵심용어(Key words) : 문화관광 진단(Diagnosis of culture tourism),
관광정보서비스융합(Service convergence of culture and tourism information),
상황평가(Situation evaluation)

* 이 논문은 2011년 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국학술진흥재단의 지원에 의해 연구되었음(NRF-2011-32A-B00279).

** 경주대학교 관광경영학과 교수. e-mail: byunwh2000@hanmail.com

*** Ritsumeikan Asia Pacific University. e-mail: culture728@naver.com

**** (사단법인)한국관광정보정책연구원 원장. e-mail: byseong@hanmail.net

I. 서론

인터넷이 도입되고 그와 더불어 소셜네트워크 서비스(SNS : social network service)가 본격화 되면서 실제로 물리적인 이동이 없이도 디지털상의 문화교류가 자연스럽게 이루어지는 새로운 정보혁명시대가 도래하였다. 이러한 정보환경의 변화는 기존의 오프라인 중심의 지역관광개발을 지역문화와 디지털이 결합하여 새로운 시, 공간차원에서의 문화관광개발로 그 방향성의 전환되는 디지털융합시대를 예고하고 있다(신동희, 2011; 홍숙자, 2011). 이러한 디지털화 된 한국의 지역 문화는 네트워크를 통하여 사용자들에게 전달되어 그들이 감동과 재미를 느끼게 될 경우, 디지털화 된 지역문화콘텐츠는 실시간에 수많은 사람들을 유인할 수 있는 소위 관광자원(tourist attraction)으로서의 가치를 공유하게 된다는 것을 의미한다. 즉 지역문화가 디지털콘텐츠로 전환되어 소비자인 국내외 관광객에게 즉시 전달됨으로써 지역문화의 관광자원가치를 쉽게 소셜미디어로 확산시킬 수 있기 때문이다(변우희, 2012; 문화체육관광부, 2010). 따라서 디지털융합시대의 지역 문화콘텐츠의 특징은 소비자와 생산자가 같은 '인지잉여'¹⁾라는 사이버공간 속에서 지역문화의 참여가 동시에 이루어지고, 콘텐츠 중심의 쌍방향 소통이 가능해 진다는 점이다(Shirky, 2009; 이정호, 2011). 그리고 디지털화한 지역의 문화관광 정보가 관광객에게 이동됨으로써 새로운 시간, 공간 속에 그 모습이 변화하고 소셜미디어로 연결되어 통합과 확산이 순식간에 이루어지게 된다. 그동안 소셜미디어로 연결된 지역문화관광콘텐츠는 일방적으로 소수의 공급자 위주의 제공에서 수많은 소비자와 공급자들의 다면적 멀티참여와 소비가 동시에 이루어지는 것이다(Lee, Arcodia & Lee, 2012). 이것은 온·오프라인 상으로 세계인들의 발길을 모을 수 있는 지역문화관광의 세계화가 실현 될 수 있다는 점에서 그 가치성을 인식해야 할 것이다(Tiru, Kuusik, Lamp & Ahas, 2010). 이때 지역문화콘텐츠 개발 작업에 있어 관광객과 공급자가 같이 참여하고 상호 합의된 상태에서 지역문화가치를 공유되며(Steven Johnson, 2002), 지역관광의 세계화를 단시간 내에 실현시킬 수 있는 단초를 제공한다(한국정보화진흥원, 2010).

1) 인지잉여(cognitive surplus)란 클레리셔키 '많아지면 달라진다'라는 저서에서 인터넷과 스마트폰으로 연결된 시민들이 자유롭게 쓸 수 있는 '1조 시간'을 가지고 있는데 이것을 사회변화의 자원으로 파악해야 한다고 말한다. 이 시간을 사람들과 공유하고 자신이 원하는 활동을 추구할 수 있게 해주는 공공미디어가 생겨나면서 디지털기술 인한 놀라운 변화를 예측하게 한다. 현재 "싸이 현상"도 같은 맥락에서 해석할 수 있다.

세계여행관광협회(World Travel & Tourism Council, 2012)에 따르면, 2012년 한국의 관광부문 국내총생산(GDP) 성장률은 13.2%로 G20 국가 중에서는 가장 높아 국가경제활성화에 관광산업의 기여도가 증대되어가고 있다. 그러나 수도권과 지역사회의 발전격차로 인해 나타난 양극화 현상의 심화, 지역수용태세의 문제 등 제반여건 차이로 인하여 지역문화관광은 구조적으로 취약한 상황에 놓여 있다(제레미러프킨, 2012). 더욱이 지역문화가 세상과 자연스럽게 연결되는 디지털융합시대에서는 오히려 고령자의 정보소외나 지역문화원형 훼손 등으로 인하여 지역사회의 내부적인 도전과 위기를 초래 할 수 있다(Alan, 2006). 특히 이러한 디지털시대의 지역사회의 당면한 현안으로서 노령인구와 소외계층의 사회복지문제를 해결하기 위한 근본적인 대응책이 필요하다(정순돌·김성원, 2012). 특히 인터넷정보기술 강국인 한국에서는 디지털융합기술과 연계된 지역문화관광의 발전전략이 시기적으로 매우 필요한 과제이며, 디지털융합시대의 지역문화관광의 위기를 곧 세계적인 경쟁력을 확보할 수 있는 중요한 대안으로 바꿀 수 있다는 데에 주목해야 할 것이다. 실례로 2012년 7월 현재 한국의 인터넷 이용률이 78.4%, 인터넷 이용자수는 무려 3812만 명을 기록하고 있어(방송통신위원회·한국인터넷진흥원, 2012), 한국에서의 디지털정보기술을 활용한 지역문화관광의 발전 잠재력은 어느 국가보다 높다는 점을 직시해야 할 것이다.

이에 본 연구는 급변하고 있는 디지털 미래 융합현상을 문화관광학적인 관점에서 진단해 보았고, 관광수요자의 측면에서 필요한 온라인상의 지역문화관광정보서비스 융합 모형을 실용연구에의 응용가능성을 진단하는 데에 본 연구의 초점을 맞추어 단계별로 기술하였다. 또한 보다 구체적인 접근을 위해 지역에 산재해 있는 관광자원정보와 정보콘텐츠를 효율적으로 재배치하고 네트워크하기 위한 과학적인 적정시스템적용에 주안점을 두었다(류은영, 2009). 궁극적으로 본 연구는 새로운 관점의 지역관광자원통합과 문화관광정보서비스시스템의 연계성에 관한 이론적인 체계를 정립함과 동시에, 이러한 이론을 증명하기 위해 실제 현장에 적용 가능한 차별화 된 지역문화관광서비스모형개발과 방법론적인 접근을 선행적으로 시도하였다.

II. 디지털융합시대의 미래문화관광 고찰

1. 새로운 디지털문화관광현상의 도래

디지털융합(Convergence)은 디지털 기술의 발전에 따라 이제까지 상이한 영역으로 간주되었던 기능 및 서비스가 하나의 제품에서 활용될 수 있도록 수렴되는 현상을 말한다(문화체육관광부, 2010). 특히 이 개념은 과거에는 다른 것으로 여겨졌던 것들의 학문 간의 경계가 무너지거나 하나로 합쳐지는 현상으로 풀이되면서 주목받기 시작했다(신동희, 2011 재인용). 정보통신정책연구원에서는 융합을 컨버전스로 번역하고 그 개념정립을 위해 우선 사회전반의 공통된 정의인 ‘기저적 정의(baseline definition)’를 확립하고, 영역별 특성이 반영된 정치, 경제, 사회, 문화의 4대 활동 범주로 <표 1>과 같은 ‘영역별 정의(domain definitions)’를 만들었다(정보통신정책연구원, 2009).

<표 1> 영역별 컨버전스의 정의

영역	컨버전스의 정의
정치영역	기술, 서비스, 산업 등이 디지털을 매개로 수렴되거나 분화됨으로 인해 정치행위자의 제도적 개입·조정과 시민·소비자의 참여를 둘러싼 기존의 조직과 행동양식이 통합되거나 재구조화되는 현상
경제·경영영역	기술, 제품, 서비스 및 산업 수준에서 일어나고 있는 디지털 전환과 그 확산의 결과로 발생하는 산업과 생산자, 소비자, 시장에서의 행태와 관행, 절차, 문화 등이 변화, 소멸, 또는 신생되는 현상
사회영역	디지털 기술에 기반한 탈(脫)계약적 의사소통으로 미시적 인간관계에서 거시적 사회구조, 외적 생활환경에서 내적 의식세계, 실제 현실에서 가상세계에 이르는 사회적 행위 공간 전역에서 복합적으로 전개되는 일련의 이합집산적 현상
문화영역	디지털화에 따라 네트워크 기반의 호환성과 이동성이 제고되면서 흩어져있던 정보와 콘텐츠뿐만 아니라 사람 간의 연결이 활성화되고 이종적인 장르 간의 혼종, 감각의 확장, 물리적 공간과 가상공간의 혼재가 일상화되어가는 현상

* 정보통신정책연구원(2009)의 『디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅰ) 총괄보고서』의 ‘영역별 컨버전스 정의’를 참조. 논자 재인용.

문화관광에서의 디지털융합을 디지털 컨버전스라는 개념으로 보편적으로 사용되며 일반적으로 “정보기술로 국·내외의 서로 다른 문화관광시스템이나 이종산업 시스템 및 조직들이 관광서비스를 제공할 목적으로 서로 결합하고 교차하는 것”으로 정의하고 있다. 새로운 시각과 방법론으로서의 융합계를 규명하려는 이론적 시

도는 신과학(New Science)으로 통칭되는 이러한 흐름에는 실로 광범위한 분야의 다양한 이론이 포함되고 있는 바, 그 중 우리에게 비교적 잘 알려져 있는 것이 복잡성이론, 자기조직화이론, 카오스이론, 퍼지이론 등이다. <그림 2-1>과 같은 이 이론들은 컨버전스를 융합의 관점에서 구체적인 연구 방법이나 내용 면에서의 차이에도 불구하고 분화 패러다임, 과학 환원주의와 이분법적 세계관을 거부하고, 불확실성·복잡성·유연성·융합 현상에 주목한다는 점에서 유사성을 보이고 있다(정보통신정책연구원, 2011). 따라서 디지털 컨버전스는 디지털융합으로 통칭될 수 있으며 디지털 컨버전스가 곧 디지털융합현상을 말한다.



* 정보통신정책연구원(2011)의 『디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅲ) 총괄보고서』의 p153 ‘산업사회와 융합사회의 주요 쟁점과 이론 비교’에서 논자 재인용.

<그림 1> 융합사회의 주요 쟁점과 이론 비교

이러한 컨버전스 현상은 융합을 의미하며 과거 10년간 인터넷컴퓨팅기술(ICTs) 발전에 의해 사회적으로 많은 분야의 정보와 현상들이 디지털화 되면서 파생한 정의이다. 더욱이 최근에는 이러한 개별분야의 디지털화를 초월하여 과거에는 서로 합쳐질 수 없었던 이종의 영역이 그 경계가 허물어져서 디지털기술로 융합되어 새로운 형태의 사회현상을 만들어 내고 있다는 점에서 문화관광의 중요한 아젠더이자 연구대상이 되는 것이다. 특히 문화관광은 정보 및 사람의 이동성의 혁신적인 확대로 새로운 시간, 공간 속에 그 모습을 변화하고 있기에 디지털융합과 매우 유관적합성이 존재한다. 이것은 과거의 단편적이고 독립적인 형태의 문화관광소비자가 네트워크로 연결된 디지털 원주민(Digital Natives)으로서의 관계

형, 쌍방향형, 융합형의 문화관광자원의 소비자인 동시에 생산자 역할을 한다는 점에 그 역할의 중요성에 대해 주목해야 한다는 것을 의미한다. 따라서 이러한 디지털융합으로 인해 파생되는 새로운 현상들은 비단 문화관광자원소비의 변화뿐만 아니라 공급 및 문화산업 전반에 새로운 패러다임의 역동적인 변화를 가져다 줄 것이다.

2. 지역문화관광의 디지털콘텐츠화

경기침체 문제를 극복하기 위한 대안산업으로 관광산업을 주목하고 있지만 수도권과 지역의 관광발전격차 등으로 인해 지역관광 활성화 여건은 매우 미흡한 실정에 있다. 관광을 통한 경제 활성화에 도움을 주기 위해서는 지역관광 활성화를 위한 관광기반 구축 차원에서 지역 관광목적지(local tourism destination)를 세계화시켜 지속 가능한 관광으로서 재탄생시키는 것은 아주 의미 있는 일이다. 지역 관광에서 지역의 의미는 지리적으로 중앙과 차별되는 공간이라는 개념에서 지역을 기반으로 글로벌 영역과 영향을 주고받는 장이란 의미로 그 의미가 확대되어가고 있는 추세이다. 이러한 의미의 확대에 가장 큰 영향을 준 것은 시간과 장소의 구별이 없이 자원을 공유하는 세상, 즉 디지털 융합시대라는 외부환경의 변화이다(정보통신정책연구원, 2009).

컴퓨터와 인터넷의 확산으로 시작된 정보통신기술의 발전은 소수의 전문가집단이 운영하던 정보환경을 일반 사람들도 정보를 소비하면서 또한 생산하는 환경으로 바꾸어 놓았다(Jun, Vogt & MacKay, 2010). 이는 단순한 현상의 문제가 아니라 대부분의 인류가 동시에 네트워크로 연결되어 자원과 가치를 공유하는 세상이 왔다는 의미이다(Shirky, 2009). 이러한 외부 환경의 급격한 변화는 관광산업의 전반적인 분야에서도 도전과 기회라는 두 가지 고민을 동시에 가져오게 했고, Auliana Poon은 이 변화를 대량, 표준화 및 엄격하게 패키지화된 형태에서 유연화, 세분화 및 사선적 통합의 새로운 산업인 '최상의 업무'로 변형하는 과정으로 분석하여 신관광의 개념을 도입하였고, 신관광의 가장 중요한 요소로 정보기술을 언급하였다(Poon, 1994).

따라서 지속가능한 지역관광목적지의 세계화는 디지털융합시대라는 시대상황에 발맞추지 않고는 그 발전을 기대할 수 없는 것이다(Yu, Lee & Noh, 2011). 그러나 지역관광의 세계화에는 그 지역사람들이 이해하는 문화와 다른 지역 사람들이 이해하는 문화에는 분명히 서로 다른 이해의 차이가 발생할 수 있다. 따라서 지

역관광의 세계화를 이루기 위해 다른 지역, 나아가서는 다른 문화권에 사는 사람들도 소통할 수 있는 언어와 매개체를 이용해 세계화할 필요가 있다. 그중 가장 간단하면서 쉬운 수단이 디지털기술을 활용한 세계화이고, 이를 통한 세계화는 아날로그로 이루어진 콘텐츠를 디지털콘텐츠로 단순하게 변화시키는 작업이 아니라 정보통신 기술과 디지털미디어를 통하여 확산되는 문화의 이해이다(홍성구, 2011).

따라서 지역문화 원형의 지속과 보존을 위해서 새로운 정보기술의 도입이 필요하지만, 위에서 언급한 콘텐츠로 인한 위기를 소홀히 여겨서는 안 될 것이다(Kim, Lee, & Jing, 2007). 지역문화는 그 특성상 디지털화에 많은 어려움이 있어, 어떤 면을 해체하고 분류하여 디지털화할 것인가에 대한 연구가 선행되어야 한다. 이를 위해 현재의 디지털 융합 환경에 걸맞은 이해를 확보하고 이에 대응하는 지역관광과 디지털 융합시대의 접점을 찾는 기초연구와 지역 문화관광자원의 디지털콘텐츠화의 실태와 현황, 지역 관광의 디지털 관련 산업, 관광 수요자들의 디지털 관련 지역관광자원 이용 실태 등과 관련 지표 등을 조사 분석이 필요하다(정보통신정책연구원, 2011).

이러한 조사 분석을 위해서는 지역 문화 관광자원의 현황분석을 기초로 관련 자료를 데이터베이스화해야 할 필요가 있다. 그리고 데이터베이스와 문화관광자원의 활용도를 높이기 위해 지역 문화관광자원은 최소한 2-3년 단위로 조사와 자료의 갱신이 이루어져야 할 것이다(변우희, 2007). 문화관광자원의 조사가 자원의 수량, 위치 등의 파악이 주목적이라면 지표조사는 지역의 인구수를 통해 문화관광자원의 활용성을 파악하는데 이용한다. 지역의 문화관광자원의 지표가 구축되면 문화관광정책의 반영에 용의하고 정책을 실행할 때 훌륭한 가이드라인이 될 수 있다(박경열·김향자, 2012). 다음으로 지역 문화관광자원의 디지털콘텐츠화를 위해 구술사, 생활사 같은 지역문화자원의 기록화 작업이 필요하다. 이러한 작업을 행함으로써 스토리텔링을 만들 수 있는 근거를 마련할 수 있고, 위치기반시스템을 활용한 지역문화관광자원의 분포도를 작성하여 자원의 균형, 특화 등을 고려할 수 있기 때문이다(안병익, 2011; 류은영, 2009).

Ⅲ. 지역문화관광개발의 새로운 접근

1. 지역문화관광의 디지털융합화

글로벌 시대의 문화 교류의 증가는 문화요소 간 상호침투를 통해 변형과 재구성

의 과정을 겪게 되는 집중화와 융합화 현상이 발생한다. 이러한 융합 현상은 과거에는 인구 이동, 즉 타 공간이나 지역으로 이주를 통해서, 또는 외부로부터 새로운 문물의 유입에 의해 이루어지게 되는 경우가 대부분 이었다. 그러나 인터넷과 SNS 등 ICT의 발달로 실제로 인구의 이동 없이도 문화교류가 발생하게 되는 계기가 되고 있다. 따라서 이러한 개발방향은 그 중심이념이 민간 주도형으로 분화하고, 지역의 문화정체성을 확립하는 것이 핵심사항이다. 사회적 분화의 원리에 처한 현대사회가 질적으로 큰 변화를 겪고 있음을 알리는 징후는 이미 1980년대 초반부터 나타났다. 하지만 당시 자본주의 산업사회의 질적 변화에 대한 연구가 많았음에도 이를 디지털 사회가 주도할 융합시대의 도래라는 관점에서 주목한 연구는 거의 없었다(문화체육관광부, 2010).

따라서 사회적 생산의 증가는 사회 전체의 발전을 위해 바람직한 현상이며, 인터넷 역시 사회적 생산을 유도하도록 설계되는 것이 필요하다. 사람들이 함께 생산하며, 잉여시간을 모아 어떤 유용한 것을 생산하는 능력의 증가는 같이 참여하고 같은 것을 공유하는 인지잉여의 측면에서 볼 때 이는 대단히 새로운 기회라 할 수 있다. 인지잉여가 개인보다 공공 및 사회적 가치에 더욱 관심을 두어야 하는 이유는 이러한 가치가 사회 전체적인 가치를 높일 뿐만 아니라, 사회의 변화를 주도할 수도 있기 때문이다. 이에 스마트폰, SNS와 같은 디지털융합기술의 발전은 우리사회의 정보전달과 소통의 모습에 있어 동시성과 이동성에 커다란 변화를 가져옴으로써 디지털노마드 현상의 급속한 양적, 질적 팽창을 사회전반에 일으키고 있다. 이러한 디지털융합기술 환경에서 지역문화관광이 실시간에 세계인이 공유하고 그 가치를 인식하는 새로운 사이버공간으로서의 서론에서 제기한 ‘인지잉여’의 관점에서 지역문화관광개발의 측면에서 조명하면 다음과 같은 변화의 노력이 필요하다.

첫째, 지역문화관광 정책결정에 있어 자율적이고 디지털화 된 지역문화자원중심의 개발의사결정이 활발하게 전개 될 수 있도록 정책의사결정체계 확립과 문화관광 디지털공간을 창조하고 관리하는 전담부서를 두어야 할 것이다(정보통신정책연구원, 2011). 특히 관광지 개발에 대한 정책 결정은 항상 많은 이해관계자의 참여로 항상 갈등과 대립의 구조를 가지고 있다. 그러나 무엇보다 많은 참여와 소통에 의한 자율적인 디지털공간을 통한 지역문화관광의 합의된 정책의사결정과정은 그만큼 참여와 소통이 원활하다는 차원에서 즉시성과 효과성이 배가된다. 둘째, 문화관광 융합 콘텐츠 산업육성이 필요하다. ‘K-POP’, ‘짜이 현상’과 같은 한류문화콘텐츠가 세계적으로 확산되는 것과 같은 현상과 직결된다. 뿐만 아니라 디지털 컨버전스 환경에서 일어난 것은 이미 우리에게 잘 알려진 사실대로 디지털공간과

‘인지잉여’를 통해 즉시에 수많은 사람들이 실시간에 그 가치를 공유하기 때문이다. 그러나 이러한 현상들이 문화관광으로 연결되기 위해서는 중간매개기능(컨트롤 타워)을 하는 조직과 콘텐츠의 융합이 절실하며, 지역의 사라져가는 문화콘텐츠를 디지털화하여 재해석하고 이것을 디지털기술과 융합시켜야 한다는 전제가 필요하다. 셋째, 국·내외적으로 이미 정보소통과 전달에 있어 주류가 되어 가고 있는 글로벌 지역문화관광 소셜플랫폼(social platform)과 같은 소셜네트워크를 구축하여야 한다. 이러한 소셜네트워크는 단순한 사적인 정보 소통 공간이 아닌 지역문화관광 상품개발, 시장세분화, 관광지홍보 등 관광마케팅 전반에 걸친 전략개발과 시장분석에 있어 필수적인 환경변화에 능동적으로 대처해야 한다. 넷째, 현실적으로 지역에 요구되는 문화관광개발분야는 디지털융합기술에 의한 문화관광정보서비스개발이 절실한 시점에 와있다. 문화체육관광부차원에서 2012년도에 처음으로 문화관광 R&D 예산을 편성하고, 주로 문화관광서비스와 전달체계개선을 위한 사업이 추진되고 있는 실정이다. 이러한 디지털융합기술 발전은 그 속도와 기능이 시시각각으로 변화하고 있으며, 타 산업분야에서는 그 변화에 적응하지 못하는 경우 시장에서 그 사업의 명운이 좌우되고 있다. 이러한 변화추이에 맞추어 지역문화관광개발차원에서 디지털융합기술을 선도적으로 추진할 경우 지역경쟁력 차원에서 절대적인 비교우위를 차지하게 될 것이다. 따라서 관광전문가가 주도하는 지역문화관광개발과 디지털융합 서비스기술의 접목이 시급한 시점에 놓여 있으며, 이것은 지방정부차원에서 깊이 인식해야 할 선결과제이다.

2. 디지털융합형 지역문화관광개발

문화관광자원은 그 특성상 시간적, 기술적 변화에 따라 그 가치가 소멸되기도 또 새로운 모습으로 거듭나기도 한다. 특히 외부적 정보 환경의 변화로 인해 단순히 지역문화관광자원을 컴퓨터에 옮겨놓는 시대에서 디지털융합을 통해 새롭게 만들어진 융복합형 문화관광자원을 생산하는 시대로 변해가고 있다(Tiru, Kuusik, Lamp & Ahas, 2010). 이것은 하드웨어 일색인 관광 자원에 스토리텔링을 보강한다던지 혹은 다양한 대중들이 참여하는 문화적인 요소를 지닌 인지잉여를 통해 소프트웨어적인 가치를 높여야 한다는 것을 의미한다(David & McDonald, 2003). 지역문화관광자원을 자기들만의 특성으로 성공으로 이끈 좋은 예로 영국웨일즈의 ‘헤이온와이의 현책방 마을’, 일본의 ‘시라카와고갯쇼즈쿠리’를 들 수 있다. ‘헤이 온 와이(Hay-on-Wye) 현책방 마을’은 현책이라는 독특한 콘텐츠를 활용

하여 사람들을 불러 모았고, 이를 근간으로 매년 5월말부터 6월초까지 개최되는 헤이 축제(Hay Festival)를 비롯해 각종 예술, 문화 행사들이 열리는 공간으로 발전하여 세계적인 관광명소로 거듭났다. 헤이 온 와이의 성공은 유럽 각지로 확산되어 벨기에의 레뒤(Redu), 네덜란드의 브레드보르트(Bredevoort) 등 22개의 현책방 마을이 생기는 등 지역문화관광자원 확산의 좋은 성공사례라 할 수 있다(리처드 부스, 2003). 이러한 지역의 전통문화가 인터넷이라는 디지털기술과 융합하여 그 관광자원성과 가치성을 세계인이 공유하도록 명확한 개발방향을 설정할 경우 지역관광의 세계화 작업은 조기에 실현 될 수 있다.

1995년에 세계문화유산 등재된 일본의 전통마을 '시라카와고갓쇼즈쿠리'는 인구 600명의 첩첩 산중의 마을로 일본의 전통적인 대형 목조 주택을 원형 그대로 보존한 곳이다. 지역문화자원의 원형보존을 위하여 녹색관광을 도입하고, 지역주민의 참여로 이루어진 시라카와고 오기마치 취락의 자연환경 지키기 협회와 '시라카와고갓쇼즈쿠리' 보존재단이라는 공공 단체가 상호 협의하여 거버넌스를 이룸으로서 지금은 연간 100만 명 방문객, 50억엔 관광수입을 올리는 지역문화자원의 원형보존이 관광상품화 되고 디지털융합을 통해 전 세계로 확산되어 성공한 좋은 예라 할 수 있다(Takamitsu, 2011). 그리고 일반적인 지역문화관광자원에 스토리텔링과 예술성을 가미한 캐나다 퀘벡의 태양의 서커스 또한 디지털융합형 문화관광자원개발의 좋은 예라 할 수 있다.

따라서 이러한 개발방향이 지역문화관광의 세계화를 지향해야 하는 지역사회의 입장에서는 디지털 정보시대의 커뮤니케이션 네트워크 구축은 지역관광의 위기를 벗어날 수 있는 수단이자 지역사회의 발전에 필수 불가결한 핵심요소라는 것을 인지해야 한다. 즉 지금까지 논의되어 온 디지털융합의 새로운 시각에서 접근하고 있는 디지털공간은 근본적으로 지역사회의 정보격차와 소외에 대한 해결의 수단임과 동시에 사라져가는 지역문화관광에 대한 가치성을 부여하게 된다(이봉구·설라아귀릴, 2012)는 점이다. 이렇게 디지털콘텐츠화 된 지역문화관광자원들은 체계화 된 DB 구축과 소셜네트워크를 통해 실시간으로 전 세계로 확산될 것이며, 지역문화관광이 안고 있는 위기요소들을 해결하는 결정적인 역할을 수행하게 될 것이다. 특히 정보격차와 소외현상으로 어려움을 겪고 있던 지역들이 디지털콘텐츠화로 인해 오히려 그동안 많은 관광객들의 관심을 받아온 유수의 관광지보다 더욱 특화 될 가능성이 존재한다. 이것은 앞서 제기한 바와 같이 디지털융합 시대에는 역설적으로 세계인의 발길을 순식간에 끌어 들릴 수 있는 유인력을 가질 수 있기 때문이다(Lynda, 201; Raymond & Hall, 20081).

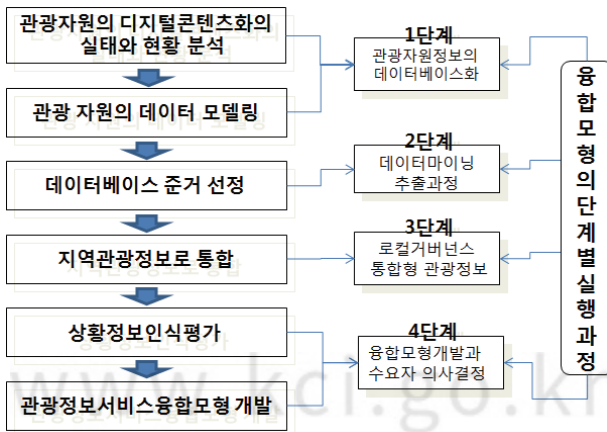
IV. 수요자중심의 지역문화관광정보서비스 융합모형개발과 적용

1. 융합모형개발

1) 지역문화관광정보의 데이터베이스화

우선적으로 한국의 지역관광정보연구 분야에 새로운 방향성을 정립하기 위한 목표 달성에 위해 추진전략단계에서 가장 중요한 기초과정이다. 이러한 관점에서 1단계의 기초전략과정이 그동안 지역관광자원정보의 현실이 국내외 관광객에 유용한 정보를 제공할 수 있는 기반조성이 되어있지 않다는 점에 착안하여 지역별로 데이터모델링을 활용한 관광데이터를 획득과 데이터베이스 구축하는 작업을 선행하였다. 우선 방법론적인 접근으로서 데이터 획득과정을 들 수 있다(정보통신정책연구원, 2011).

이를 위해 먼저 지역 문화관광자원의 디지털콘텐츠화의 실태와 현황, 지역 관광의 디지털 관련 산업, 관광 수요자들의 디지털 관련 지역관광자원 이용 실태 등과 관련 지표 등을 조사 분석 한다. 이 작업을 통해 한 가지 종류의 정보가 아니라 여러 가지 유형의 정보를 연동 처리하고 각 지역에 산재해 있는 관광 자원을 데이터 모델링으로 추상화 시키고 데이터베이스 함으로써 복잡한 현실을 단순화시켜 컴퓨터 시스템 내부로 이식할 수 있는 필요한 요소만을 도출하는 과정을 디지털 융합의 출발점으로 보아야 할 것이다. 이어서 실행될 상향식 분석과정은 관광자원의 새로운 개체를 추출하기 보다는 자원의 속성을 추가하고, 관계성을 더욱 명확히 파악하는 데에 중점을 둔다.



〈그림 2〉 단계별 지역문화관광정보서비스 융합모형의 실행과정

2) 지역관광자원의 데이터마이닝 추출

지역관광자원의 데이터마이닝 과정은 향후 지역문화관광자원의 통합을 위한 기본데이터 추출과정으로서 내부측정요소에 데이터베이스준거를 선정하는 과정이다. 앞에서 제시한 지역별관광자원의 데이터베이스는 관광정보제공 측면에서 관광공급자와 관광수요자 모두에게 어느 정도 그 유용성이 확보된다. 그러나 공급자 중심의 관광데이터베이스만으로는 관광수요자가 원하는 만큼의 만족도를 얻기는 어렵다. 이에 관광소비자의 욕구에 보다 충실하기 위해 데이터마이닝 기법을 이용하여 보다 효율적이고 생산적으로 지역문화관광자원을 관리하는 방법을 제시하여야 한다.

관광데이터마이닝이란 대량의 데이터 가운데 숨겨져 있는 유용한 상관관계를 발견하고 미래에 실행 가능한 정보를 추출해 내고 관광수요자의 의사 결정에 직접적으로 활용한다는 점에서 본 연구의 전 과정에서 가장 중시되어야 할 전략화 단계이다. 특히 지역관광자원에서 구축된 데이터베이스를 통해 미래의 실행 가능한 관광정보를 추출해 내고 최종적으로 관광정보서비스 융합모형개발에 이용하고 수요자 의사 결정에 적용하는 과정을 말한다. 이러한 데이터마이닝의 추출과정은 단일지역에 내제되어 있는 관광자원 데이터의 숨겨진 패턴과 관계를 찾아내어 광맥을 찾아내듯이 정보를 발견해 내는 과정으로서 관광수요자 중심으로 이루어진다는 점에서 본 연구의 목표달성을 위한 중요한 전략화 과정인 것이다. 따라서 데이터마이닝 숨겨진 데이터에 고급 통계 분석과 모델링 기법을 적용하여 필요한 패턴으로 유용한 정보를 찾아내는 과정이 중요하다.

지역문화관광자원의 통합에 있어서 데이터마이닝의 중요성은 외부적인 환경과 대용량의 데이터 때문에 생기는 문제들을 살펴보아야한다. 먼저 외부적인 환경을 살펴보면, 오늘날 문화관광산업은 대량화, 표준화, 패키지화 된 포디즘의 형태에서 유연화, 세분화 및 사선적 통합의 신관광시대로 변화되어가고 있다(Poon, 1994). 이러한 외부 환경 변화의 중심에는 정보기술의 발달에 따른 관광수요자의 욕구의 변화가 있다. 이러한 환경에서 문화관광산업이 생존하고 발전하기 위해서는 지속적으로 관광수요자의 동향을 효과적으로 분석하고 대처할 수 있는 능력이 절실하게 요구된다. 이를 가능케 하는 것이 단순히 쌓여있는 데이터가 아닌 실제 적용 가능한 지역문화관광정보(regional culture tourism information)가 반드시 필요하다. 이에 따라 무제한적으로 증가하는 데이터에서 우리가 원하는 정보를 찾아내는 데이터마이닝에 높은 관심을 가지게 되는 것은 당연한 일이고, 어떻게 효율적으로 지역문화관광정보를 관리하는가도 상당히 중요한 일이다(Berry and Linoff, 1999).

2. 융합모형적용

1) 로컬거버넌스와 통합형 지역문화관광정보협력시스템

본격적으로 지역문화관광자원정보가 로컬거버넌스를 통하여 지역 간에 통합되는 응용분석은 실행단계로 보아야 할 것이다. 지역통합문제에서는 우선적으로 선택과 집중의 원리가 제대로 작동되어 각 지역 지방자치단체와 관광전문가집단이 적절한 협의를 통해 정책네트워크를 체결하는 과정이 우선시 되어야 한다. 이에 따라 문화콘텐츠중심으로 각 지역의 특성을 살린 문화관광자원을 재배치하고 분류하여 관광수요자의 요구에 맞는 통합 문화관광정보데이터베이스를 구현하는 일은 매우 중요하다. 본 통합형 정보협력체계의 확립문제는 실무적인 체계화 작업을 통해 지역문화관광정보개발정책에 직접 적용가능한 의사결정 자료를 확보한다는 데에 초점을 맞추어야 할 것이다. 특히 지역문화관광정보의 정책입안과정 전반에 걸쳐 공식, 비공식 조직 등 다양한 이해관계자의 참여를 강조하는 정책네트워크가 실현되어야 하며 지역이라는 관점에서 로컬거버넌스의 개념 접근이 필요한 것이다. 따라서 각 자치단체간의 로컬거버넌스를 통해 지역 간에 서로가 상생할 수 있는 통합형 지역문화관광정보협력시스템이 실제로 구축될 수 있도록 정책적 합의를 도출하는 과정이 핵심과제이다.

관광환경이 급격히 변화하고 관광수요자의 욕구가 다변화 되면서 지역 간 관광객유치 경쟁이 심화되면서 오히려 지역 간의 지역문화관광개발의 공존필요성이 증가하고 있다. 지역관광정책 측면에서는 행정적, 경제적인 통합에 따른 광역경제권의 형성이 형성되고 지역 간에는 새로운 지역문화관광정보협력시스템 개발을 전략적으로 도모해야 할 필요가 증가하고 있다. 따라서 관광자원개발의 지역과급효과가 주변지역과의 통합론 쪽으로 확산됨으로써 관광정보차원의 공동발전을 위한 새로운 관광정보서비스모형개발이 강요되고 있는 것이다. 이러한 상황에서 지역 간 네트워크형 지역문화관광정보협력시스템의 구축을 통한 광역적인 관광개발 전략은 관광수요시장 확대와 공공재원의 중복투자 방지에 로컬거버넌스의 역할을 시대적으로 요구되고 있고 중시되는 이유이다. 이러한 로컬거버넌스는 교통체계와 관광자원간의 네트워크화를 통해 지역연계 및 상호발전을 위한 자치단체 간의 협력체를 구성하여 보다 체계적인 운영방안과 대응전략을 모색해야 하는 것이다.

따라서 지역문화관광정보의 통합에 있어서는 정보량의 크기가 방대하고 복잡하여 서로간의 네트워크의 현실성이 떨어질수록 자원과 기술적인 특화전략이 전제되어야 할 것이다. 이에 로컬거버넌스는 지역 간의 관광자원을 특정 목적에 맞게 관

광정보화 시키고 전문화된 데이터닝 마이닝의 결과를 지역통합형으로 재분류하여 우선순위에 맞게 계층화하는 작업들을 실행할 필요가 있다. 이때 의사결정 우선순위 문제를 놓고 지역마다 이익이 상충할 경우 보다 심도 깊은 지역 간의 협의가 필요할 것이다. 이에 구체적인 전략적 대안으로서 완성된 지역문화관광정보협력시스템을 통해 각 지역별로 특화된 문화관광정보를 콘텐츠별로 분류하여 재배치하고 우선순위를 부여한다. 이러한 지역별로 통합된 양질의 디지털화된 지역문화관광정보자료들은 선택과 집중을 통해 다양한 욕구를 가진 관광수요자에 실시간에 대응할 수 있는 시스템구축을 통해 활용할 수 있게 되는 것이다.

2) 융합모형적용

본 연구의 최종적인 발전 추진전략으로서 지역에 실질적으로 수요자가 관광의 사결정을 할 수 있도록 실용적인 문화관광정보서비스모형의 적용방법을 제시하였다. 특히 관광수요자의 관광자원의 선호도가 달라질 것을 대비하여 지역별 개개의 관광자원에 따른 수요자, 공급자 및 해당분야별 지역관광전문가를 참여 시킨 상황정보인식평가에 의한 적용모형을 개발한 것이다. 이 때 지역별 상황요인을 평가하기 위해서는 상황간의 관계뿐 아니라 상황요인의 중요도도 또한 필요하다. 상황요인의 중요도는 지역문화관광정보시스템에서 상대적 중요도로 표현하고, 이러한 상황평가의 적용절차는 <그림 3>에 제시한 알고리즘의 적용단계로 수행된다(Byun, S.H. & Hosono, 1998; 변우희 · 이정렬 · 변성희, 2012).

<그림 2>에서 제시한 지역문화관광정보서비스 융합모형의 적용은 비록 단계별로 제공되는 지역의 일방적인 관광정보 데이터베이스를 분석, 통합하는 과정이나 수시로 변할 수 있고 실시간에 최적의 정보를 제공해야 한다는 제약조건을 안고 있다. 따라서 <그림 3>에 제시한 알고리즘은 분석, 통합된 지역문화관광정보들을 새로운 상황정보로 평가하고 관광수요자의 기대치에 가장 적합한 혁신과 융합을 이용한 정보제공을 실행하는 과정으로서 지역문화관광정보서비스 융합모형을 실무적으로 적용가능 하도록 하는 방법론과 해법을 제시하였다. 이것은 현재와 과거의 관광현상과 관련 자료와의 유기적인 관계성을 고려하여 과학적인 방법론에 의한 자료 분석과 각각의 상황에 맞는 데이터마이닝 기법을 단계적으로 적용하는 과정을 거치게 된 것이다.

Step 1 규칙의 중요도 지정

- a) 초기상황정보를 이용하여 최초 상황 평가 요인(initial interval truth value I_0)를 계산한다.
- b) 알려진 상황 셀 값의 계산에 의해 우리의 규칙 중요도를 지정한다. α_i 는 지정된 규칙의 중요도를 나타내고, 규칙의 중요도가 포함된 규칙 R_i 는 다음과 같이 표현된다.

R_i : If X_1 is $A_{i,1}$ and X_2 is $A_{i,2}$
 ... and X_n is $A_{i,n}$
 then Y is B_i with α_i .

Step 2 변화된 상황 요인에 의한 새로운 상황정보획득 (new interval truth value I_t) 실제로 관찰된 상황정보와 최초의 상황정보는 여러 요인에 의해 달라질 수 있다. 새로운 상황정보를 계산하여 주어진 규칙베이스의 규칙을 수정한다.

Step 3. 유사도를 통한 상황 평가

- 1) 최소 임계치(τ_{\min})와 최대 임계치(τ_{\max})를 결정한다.
- 2) 최초 상황 평가 요인(initial interval truth value I_0)와 새로운 상황평가요인(new interval truth value I_t)의 유사도 SM 을 계산한다.

$(\tau_{\max}) < S(I_0, I_t)$: not change,

$(\tau_{\min}) \leq S(I_0, I_t) \leq (\tau_{\max})$: modification of rule importance ,

$(\tau_{\min}) > S(I_0, I_t)$: 재검토

여기에서, $S(I_0, I_t)$ 는 다음과 같이 계산된다.

$$S(I_0, I_t) = \frac{\sum_{j=1}^m [\mu_{I_0}(x_j) \wedge \mu_{I_t}(x_j)]}{\sum_{j=1}^m [\mu_{I_0}(x_j) \vee \mu_{I_t}(x_j)]}$$

단, $X = \{x_j \mid j = 1, 2, \dots, m\}$. \wedge 와 \vee 는 각각 최소연산자와 최대연산자임.

〈그림 3〉 상황평가 적용절차

이에 따라 지역관광정보차원에서 기존의 단일모형보다 한결 진보되고 다양한 의견을 수렴한 관광수요자 중심의 맞춤형 디지털문화관광정보서비스 융합모형의 실용적 필요성이 현실화될 것이다. 4단계의 주된 방향은 지역문화관광자원이 시간적으로나 기술적으로 변하는 시대적 상황에 따라 그에 대응한 새로운 환경적응 평가모델이 구현한다는 차원에서 접근하였다. 특히 인터넷이나 유비쿼터스, 모바일 같은 거대한 외부적 정보 환경의 변화는 단순한 하드웨어적인 관광자원을 컴퓨터에 옮겨놓는 시대에서 스토리텔링을 통한 디지털 서비스 융합모형을 개발한다는 차원에서 지역문화관광정보서비스 분야에 선형적으로 제시한 적용모형이다. 따라서 이러한 지역문화관광정보서비스 융합모형의 적용을 추진과정은 단순한 데이터

의 융합이 아니라 데이터모델링을 통한 관광정보의 데이터베이스화 과정을 거쳐 디지털시스템에 맞는 적절한 정보를 획득해야 한다. 이것은 기존에 만들어진 정보와 비교하여 불필요한 요소를 제거한 다음 최적으로 지역의 문화관광자원을 통합하고 디지털정보화 하여 데이터베이스를 구축하는 단계별 순환과정(feed back)을 거쳐 적용가능한 실행모형을 구축해야 하기 때문이다. 이어서 지역문화콘텐츠 중심으로 각 지역의 특성을 살린 관광자원을 재배치하고 분류하는 작업들이 진행된다. 결국 상황평가요인에 의한 프로토타입 생성과 선택의 평가과정을 통해 구성된 적절한 프로토타입에 따라 지역에 맞게 선택하고 수정 보완하는 작업을 통해 수요자의 의사결정에 적용하게 되는 것이다.

V. 결론 및 시사

본 연구는 관광수요자의 관광목적지 의사결정을 내리는 데에 있어 지역문화관광정보를 제공하는 공급차원에서의 최적의 통합되고 유용한 서비스를 제공해야 한다는 전제하에서 시도한 이론적, 방법론적 모형개발연구이다. 특히 기존의 연구영역에서 시도해 온 단편적인 지역중심의 관광개발연구가 아니라 보다 다면적이고 통합적 차원에서 접근한 미래연구로서 본 연구의 가치성이 입증되었다. 이것은 실제 지역관광현장에서 발생하고 있는 훼손되고 방치되어 있을 뿐 아니라, 미래에 영원히 지구상에서 사라질 위기에 있는 우수한 지역의 전통문화자원들을 디지털융합을 통하여 재생산되어 영구히 보존 될 수 있다는 점이다. 더욱이 그동안 방치된 지역문화관광자원들이 디지털융합과 인지인여를 통하여 오히려 세계인이 공유하는 새로운 사회적 자본이 되어 그 가치가 인정이 되어 지역의 세계화전략이 조기에 실현되는 직접적인 동기가 될 수 있다는 점을 본 연구에서 규명하게 되었다.

연구의 이론적인 논의과정에서 일차적으로 접근한 결과는 우선적으로 지역문화를 디지털콘텐츠화 하는 작업을 구체적으로 제시하였다. 이것은 단순한 지역문화자원의 정보화 한다는 차원이 아닌 인류가 동시에 네트워크로 연결되어 자원과 가치를 공유할 수 있다는 기초적인 자료를 확보하는 작업이라는 데에 의의가 있다. 이러한 지역디지털화로 인한 외부환경의 급격한 변화는 지역문화관광산업의 전반적인 분야에서도 도전과 기회라는 두 가지 고민을 동시에 가져오게 새로운 표준화를 통한 관광지표를 설정해야 한다는 과제를 남겨두고 있다. 또한 본 연구를 통해 지역의 디지털화가 지역사회의 현안인 인구감소와 고령화문제에 대한 해법을 찾을

수 있다는 차원에서 장기적, 집단적인 연구를 및 그에 파생하는 디지털정보소외에 대한 지역사회의 대응전략도 반드시 필요하다는 이론적, 정책적인 합의 과정을 도출 하였다. 아울러 이제는 지역문화관광개발의 새로운 접근차원에서 지역의 경쟁력을 확보하고 지역의 세계화를 구체적으로 실현하기 위해서는 지역문화관광자원과 디지털융합기술과의 접목은 피할 수 없는 선결과제라는 점도 제시하였다.

본 연구의 실증적 분석결과는 이론적인 측면에서 접근한 디지털미래융합현상을 지역문화관광개발의 방향성지표를 관광수요자의 관점에서 온라인상의 지역문화관광정보서비스 융합모형개발을 통한 실용연구에의 응용가능성을 진단하고 평가하는 과정을 단계별로 전개하고 그 결과 도출과정을 기술하였다. 구체적인 모형개발과 현장에 적용하기 위해 지역에 산재해 있는 관광자원정보와 정보콘텐츠를 효율적으로 재배치하고 네트워크하기 위한 과학적인 지역문화관광정보시스템과 그 적용에 주안점을 두었다. 특히 본 연구에서 제시한 최종 지역문화관광 서비스융합모형이 실제로 지역을 찾은 관광수요자에게 최적의 정보를 제공하기 위해서는 본 연구에서 제시한 상황평가변수에 의한 알고리즘 응용은 향후 관광분야 연구에 중요한 응용지표가 될 것이다. 단, 이것은 관광수요자의 의사결정지표를 확보하고 적용방안을 도출하는 과정이며 많은 실험적인 단계를 요구하는 만치 향후 보다 정밀한 시뮬레이션 과정을 거쳐야 한다는 연구의 제한점을 제시한다. 따라서 본 연구의 응용과정을 실제 지역관광 현장에 적용하기 위해서는 디지털자료수집, 지역별, 단계별 수준지표설정 등 몇 년간의 상호 순환과정과 충분한 시간적, 공간적인 확보를 통하여 향후 양적인 연구가 보완 되어야 할 것으로 사료된다. 특히 지역통합적인 데이터베이스 및 정보시스템구축을 통한 반복적인 상황요인평가를 실제적인 평가변수를 도입하여 양적측정과 변수 간의 인과관계를 심층적으로 분석하는 연구가 뒷받침 될 때 본 연구의 가치성은 증가할 것이다. 그러나 이러한 제약에도 불구하고, 본 연구는 지역문화관광의 통합과 정보서비스개발 분야에 중요한 정책실행자료로 활용할 수 있을 것으로 기대된다.

참고문헌

- 류은영(2009). 내러티브와 스토리텔링. 『인문콘텐츠』, 14, 229-262.
 리처드 부스(2003). 『헌책방 마을 헤이온와이』. 씨앗을 뿌리는 사람.
 문화체육관광부(2010). 『디지털융합시대 콘텐츠산업 미래정책 연구』, 77-205.
 박경열·김향자(2012). 『관광자원개발사업 성과지표 개발』. 한국문화관광연구원.

105-160.

- 방송통신위원회 · 한국인터넷진흥원(2012). 「2012 인터넷이용실태조사」. 2-15.
- 변우희(2006). 내부수익률 적용에 의한 지역관광개발 경제성평가. 『관광연구』, 20(3), 193-210.
- _____ (2007). 문화관광조사의 방법론적 대안. 『관광학연구』, 31(1), 77-98.
- _____ (2010). KTX개통에 따른 경주관광 활성화 방안. 『경북관광포럼 워킹그룹 결과보고서』. II권, 7-43.
- 변우희 · 변성희(2001). 三角 퍼지數를 적용한 관광자원 가치성 평가. 『관광학연구』, 25(3), 27-42.
- 변우희 · 이정렬 · 변성희(2011). 고속철도개통에 따른 지역별 관광자원개발요소의 통합 적 언어가치평가. 『관광학연구』, 35(9), 13-34.
- _____ (2012). 지역관광수요에 대응한 관광자원정보서비스융합모형 연구. 『관광학연구』, 36(5), 221-241.
- 신동희(2011). 『스마트 융합과 통섭』. 성균관대학교출판부.
- 안병익(2011). 모바일 서비스의 핵심, 위치기반서비스(LBS). 『Technology Hot Issues』, 41, KT종합기술원, 102-167.
- 이종호(2011). 『많아지면 달라진다』. 갈리온.
- 정보통신정책연구원(2009). 「디지털 컨버전스 기반 미래연구(I) 총괄보고서」. 27-212.
- _____ (2010). 「디지털 컨버전스 기반 미래연구(II) 총괄보고서」. 237-271.
- _____ (2011). 「디지털 컨버전스 기반 미래연구(III) 총괄보고서」. 139-285
- 정순돌 · 김성원(2012). 사회복지학 분야 “고령화 사회” 연구동향: 인식과 대책. 『사회과학 연구논총』, 27, 275-311.
- 제레미러프킨(2012). 「3차 산업혁명」. (주)민음사.
- 한국정보화진흥원(2010). 「2010 국가 정보화 백서」. 38-89.
- 홍성구(2011). 『현대사회와 매스커뮤니케이션』. 한울.
- 홍숙자(2011). 관광지의 커뮤니케이션 환경변화에 따른 모바일 콘텐츠 디자인 전문교육 사례연구 -제주특별자치도 관광지를 중심으로, 『조형미디어학』, 14(3), 199-210.
- Alan, F.(2006). Designing a portal for older users : A case study of an industrial/academic collaboration. *Transactions on Computer-Human Interaction*, 13(3), 347-375.
- Byun, S. H., & Hosono, C.(1998). Dynamic rule modification through situation assessment. *AFSS'98*, 552-555.
- Berry, M., & Linoff, G.(1999). Mastering data mining: The art and science of customer relationship management. *John Wiley & Sons*, 52-87.
- Beaumont, N., & Dredge, D.(2010). Local tourism governance: a comparison

- of three network approaches. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(1), 7-28.
- Curzon, P., Wilson, J., & Whitney, G.(2005). Successful strategies of older people for finding information. *Interacting with Computers*, 17, 660-671.
- David, W., & McDonald, D. W.(2003), Ubiquitous recommendation systems. *IEEE*, 36(10), 111-112.
- Jaeger, B.(2004). Trapped in the digital divide? Older people in the information society. *Science Studies*, 17(2), 5-22.
- Jun, S. H., Vogt, C., & MacKay, K.(2010). Online information search strategies: A focus on flights and accommodations. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(6), 579-595.
- Kim, H. K., Lee, T. J., & Li. J.(2007), Community residents' perceptions and attitudes towards heritage tourism in a historic city. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 4(2), 91-109.
- Kurata, Y.(2012). Potential-of-Interest Maps for Mobile Tourist Information Services. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 2012, 239-248.
- Lee, I., Arcodia, C., & Lee, T. J.(2012). Benefits of visiting a multicultural festival: The case of South Korea. *Tourism Management*, 33(2), 334-340.
- Lynda, G.(2011). The shift : The future of works is already here. *PDFD*.
- Poon, A.(1994). The 'new tourism' revolution. *Tourism Management*, 15(2), 91-92.
- Raymond, E. M., & Hall, C. M.(2008). The development of cross-cultural misunderstanding through volunteer tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 530-543.
- Shirky, C.(2009). Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without. *Simon & Schuster*, 92-201.
- Shirky, C.(2011). The Political power of social media, foreign affairs. *Journal of Business Research*, 57-71.
- Steven, J.(2002). Emergenc. *NYU Press*, 8-29.
- Takamitsu, J.(2011). The impact of world heritage site designation on local communities - A case study of Ogimachi, Shirakawa-mura, Japan. *Tourism Management*, 32(2), 288-296.

- Tiru, M., Kuusik, A., Lamp, M. L., & Ahas, R.(2010). LBS in marketing and tourism management: measuring destination loyalty with mobile positioning data. *Journal of Location Based Services*, 4(2), 120-140.
- World Travel & Tourism Council(2012). The economic impact of travel & tourism 2012, *Travel & Tourism*, 3-7.
- Yu, J., Lee, T. J., & Noh, H.(2011). Characteristics of a medical tourism industry: The case of South Korea. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 28(8), 856-872.

2013년 10월 12일 최초투고논문 접수
2013년 10월 21일 최종심사완료 및 게재확정 통보
2013년 10월 23일 최종논문 도착
3인 익명심사 畢