

미술관 웹 사이트의 구조 및 콘텐츠 분석에 관한 연구*

A Study on the Structure and Content Analysis of Art Museum Websites in Korea

노 동 조 (Dong-Jo Noh)**

이 승 욱 (Seung-Wook Lee)***

목 차

- | | |
|-----------|------------|
| 1. 서론 | 4. 분석 결과 |
| 2. 이론적 배경 | 5. 결론 및 제언 |
| 3. 연구방법 | |

초 록

본 연구의 목적은 국내 미술관 웹 사이트를 분석하여 향후 미술관 웹 사이트 운영에 필요한 시사점을 도출하는 것이다. 이를 위하여 본 연구에서는 '2018 전국 문화기반시설 총람'을 통하여 국내 미술관에 대한 기초 정보를 수집한 다음, 다단계의 표본 추출 과정을 통하여 30개 미술관의 웹 사이트를 분석하였다. 미술관 웹 사이트의 구조와 메뉴를 분석하고, 웹 사이트에서 제공하는 각종 콘텐츠 현황과 소장품에 대한 검색서비스를 분석하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 미술관 웹 사이트는 평균 5.6개의 상위 메뉴를 제공하고 있다. 둘째, 미술관안내, 전시, 소식, 교육, 자유게시판, SNS와 관련된 콘텐츠는 미술관 웹 사이트에서 제공해야 할 기본 콘텐츠이다. 셋째, 뉴스, 교육, 행사와 관련된 콘텐츠의 경우, 일부 계층구조에 문제가 있어 조정이 필요하다. 넷째, 콘텐츠 유형에서는 전문정보형 콘텐츠가 상대적으로 미흡하여 보완이 필요하다. 다섯째, 미술관 웹 사이트는 소장품에 대한 정보를 충분히 제공해야 하며, 이를 검색하기 위하여 키워드 검색과 디렉토리 검색을 비롯한 상세 검색을 제공해야 한다. 또한, 검색결과에 대한 다운로드 기능과 정렬 서비스의 제공과 함께 디렉토리에 대한 재정비도 요구된다.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze art museum websites and derive implications for future operation of art museum websites. To this end, this research collected basic information about art museums according to '2018 National General Report of Cultural Infrastructure' and investigate the websites of 30 art museums through multi-step sampling process. This study analyzed the structure and menu of the art museum websites as well as the current state of various contents provided by the websites and the search service for the collections offered by the websites. Following sentences are the results. First of all, the art museum websites offer 5.6 top menus on average. Secondly, contents related to art museum, exhibitions, news, education, general forum, and SNS are the basic contents that should be provided on the art museum websites. Third, for contents related to news, education, and events have problems with hierarchical structure and need to be adjusted. Fourth, in the content type, specialized information contents are relatively insufficient and thus need to be improved. Fifth, the art museum websites should give sufficient information about the collection and offer directory searching hat includes keyword searching as well as detail searching service. It is also required to reorganize the directory along with the download function for searched results and the sorting service.

키워드: 미술관, 웹 사이트, 콘텐츠 분석, 메뉴 구성, 정보구조

Art Museum, Website, Content Analysis, Menu Composition, Information Architecture

* 본 연구는 2019년도 상명대학교 교내연구비를 지원받아 수행하였음.

** 상명대학교 인문사회과학대학 문헌정보학과 교수(djnoh@smu.ac.kr / ISNI 0000 0004 6506 8145)
(제1저자)

*** 상명대학교 일반대학원 문헌정보학과 석사과정(hamin1009@ydpf.or.kr / ISNI 0000 0004 8306 7947)
(교신저자)

논문접수일자: 2020년 1월 15일 최초심사일자: 2020년 2월 3일 게재확정일자: 2020년 2월 12일
한국문헌정보학회지, 54(1): 277-301, 2020. <http://dx.doi.org/10.4275/KSLIS.2020.54.1.277>

1. 서론

1992년 5월 30일 문화부령 제10호로 제정된 『박물관 및 미술관 진흥법』을 계기로 미술관 설립 및 운영이 증가하고 있으며, 그에 따라 미술관을 찾는 관람객 수도 증가하고 있다. 국가 통계포털에 따르면, 우리나라 국민 중에서 연간 1-5회 이상 미술관을 이용한 경우가 2015년 24.4%에서 2018년에는 30.8%로 나타났다(국가통계포털 2019). 위의 사례에서 보는 것처럼 미술관은 문민정부 출범 이후에 펼쳐진 정부 차원의 정책적 지원과 삶의 질 향상에 대한 국민들의 관심 제고가 맞물리면서 단순히 전시 공간의 차원을 넘어 문화향유와 여가의 공간으로 확대되면서 복합적인 기능을 수행하고 있다.

미술관도 이러한 시대의 변화에 발맞추어 본연의 기능인 전시 외에도 대중과의 소통과 운영의 활성화를 위해 다양한 프로그램과 문화행사를 운영하고 있으며, 나아가 자관의 웹 사이트를 통해서 온라인 이용자에게 필요한 정보와 서비스를 제공하고 있다.

현대의 미술관은 오프라인 운영 못지않게 웹 사이트를 통한 온라인 서비스의 필요성이 더욱 강조되고 있다. 현재 대부분의 미술관은 웹 사이트를 운영하고 있으며, 자관의 웹 사이트를 통해서 전시안내는 물론 소장 정보, 홍보에 이르기까지 다양한 정보를 제공하고 있다. 이제 미술관 웹 사이트는 단순한 정보의 저장과 제공뿐 아니라, 이용자와의 상호작용의 수단으로도 활용되고 있다. 그러나 현재 국내의 미술관 웹 사이트는 설계 및 운영에 대한 표준화된 지침이나 가이드라인 등이 마련되어 있지 않다. 미술관의 활성화를 위해서는 미술관 웹 사이트

운영에 대한 전반적인 점검을 통해서 문제점을 찾고 발전 방안을 마련함은 물론 이와 관련된 지침에 대한 연구와 제정도 필요한 시점이다.

그러나 본 연구자의 조사 결과, 지금까지 미술관 웹 사이트에 관한 연구는 미흡하며, 더욱이 미술관 웹 사이트의 구조 및 콘텐츠를 분석한 연구는 소수 몇 편에 지나지 않는다는 사실을 발견하였다. 이에 본 연구에서는 국내 미술관 웹 사이트의 구조와 메뉴 및 콘텐츠를 분석하고, 나타난 결과를 바탕으로 바람직한 미술관 웹 사이트 운영에 필요한 시사점을 도출하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 미술관 현황

『박물관 및 미술관 진흥법』은 박물관과 미술관 설립과 운영에 관한 사항을 규정하기 위하여 1992년 5월 30일 문화부령으로 처음 제정되었으며, 현재는 2019년 10월 7일 문화체육관광부령으로 개정된 법률이 시행되고 있다. 『박물관 및 미술관 진흥법』에서는 미술관을 문화, 예술의 발전과 일반 공중의 문화제공 및 평생 교육 증진에 기여하기 위해 관련 자료를 수집, 관리, 보존, 조사, 연구, 전시, 교육하는 시설로 정의하고 있다. 또한, 미술관 자료는 미술관이 수집, 관리, 보존, 조사, 연구, 전시한 자료이며 학문적 가치를 함께 가지고 있는 자료로 정의하고 있다.

『2018 전국 문화기반시설 총람(문화체육관광부)』의 연도별 미술관 운영현황 추이에 따르

면, 개관 미술관의 수는 꾸준히 증가하고 있다. 특히 1980년대를 기점으로 미술관 운영이 급증했다는 사실을 알 수 있다(〈그림 1〉 참조). 미술관은 『박물관 및 미술관 진흥법』의 제3조 제2항에서 명시한 운영 주체에 따라 국립미술관, 공립미술관, 사립미술관, 대학미술관으로 구분할 수 있다. 〈그림 2〉에서 보는 바와 같이 공립미술관과 사립미술관의 경우는 1980년과 1990년을 기점으로 두 번의 급격한 상승곡선을 보이는 반면에 국립미술관은 1990년을 기점으로 완만한 상승곡선을 보여 차이가 있음을 알 수 있다. 이러한 결과는 문민정부 출범 이후에 펼쳐진 정부 차원의 문화진흥정책의 하나로 1992년 5월 30일 문화부령 제10호로 제정된 『박물관 및 미술관 진흥법』에 따라 미술관 설립이 증가하고, 당시 경제 성장에 따른 삶의 질 향상에 대한 국민들의 관심 제고가 문화 향유와 예술에 대한 욕구로 표출되어 미술관이 폭발적으로 증가한 것으로 해석되고 있다.

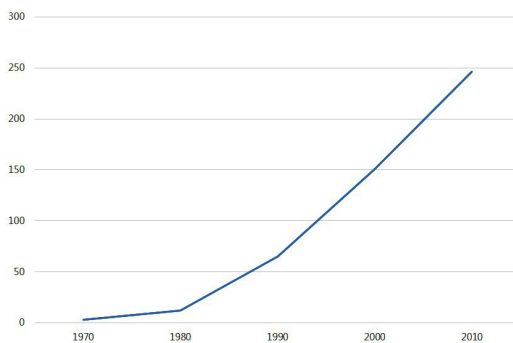
일례로 국립현대미술관의 관람인원통계에 따르면, 1989년 연간 관람객이 295,261명에서 1990년에는 578,517명으로 증가한 사실에 비추어

볼 때도 미술관 관람에 대한 국민들의 관심이 매우 높아졌음을 알 수 있다. 이상에서 보는 바와 같이 국내의 미술관은 1990년대를 기점으로 국가적 차원에서 미술 문화를 조성하기 위한 정부의 노력과 민간 기관들의 호응에 의해 급격히 증가하게 되었음을 알 수 있다.

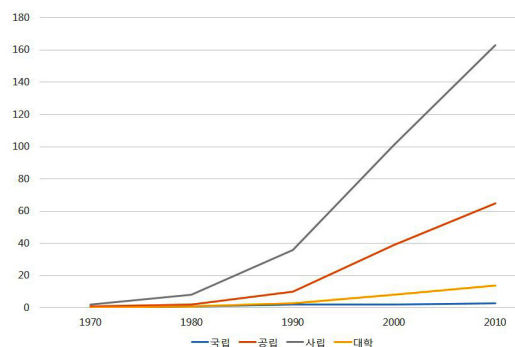
2.2 정보구조

정보구조는 수집 및 가공된 정보들을 보다 쉽게 브라우징 및 검색할 수 있도록 구조화 및 분류체계를 수립하고, 명확한 의미로 전달할 수 있도록 레이블링하는 것이다(장동훈 2004). Morvile and Rosenfeld(2011)은 정보구조의 구성요소를 조직화 시스템, 레이블링 시스템, 검색 시스템, 내비게이션 시스템의 4가지로 정의하였다.

조직화 시스템은 조직화 체계와 조직화 구조로 구분된다. 조직화 체계는 콘텐츠의 공통적 특성을 정의하며, 일반적으로 명확한 체계와 모호한 체계로 구분된다. 명확한 체계는 사용자가 원하는 정보를 알고 있으므로 카테고리 분류에



〈그림 1〉 연도별 미술관 운영현황



〈그림 2〉 운영 주체에 따른 연도별 미술관 운영현황

어려움이 없고 설계와 유지보수가 쉬워 사용하기 쉽다는 장점이 있다. 반면에 모호한 체계는 설계와 유지보수가 어렵고 사용도 어렵지만, 사용자가 무엇을 찾아야 할지 모를 경우에는 더 유용하게 적용할 수 있는 장점이 있다. 조직화 구조는 계층구조, 데이터베이스 기반 모델, 하이퍼텍스트로 구분된다. 계층구조는 폭과 깊이를 잘 조율해야 하고 상호배타성을 가져야 한다. 데이터베이스 기반 모델은 상향식 접근방법을 의미하며, 하이퍼텍스트는 주로 계층구조나 데이터베이스 기반 모델 구조를 보완하기 위해 사용된다(노동조, 이기리 2019).

레이블링 시스템은 카테고리, 옵션, 링크 등을 사용자가 이해하기 쉬운 언어로 서술하는 작업이다. 그러나 언어의 모호성은 인해 효과적인 레이블을 작성하는데 장애가 된다. 효과적인 레이블은 새로운 개념을 쉽게 정의하고, 커뮤니케이션의 오류를 최소화하기 위해 사용자가 이해할 수 있는 언어로 표현되어야 한다. 또한 범위를 좁게 설정하여 대표성을 가지면서 일관성도 있어야 한다(노동조, 이기리 2019).

검색 시스템은 웹 사이트 내에서 검색 기능을 제공한다. 검색 시스템이 존재하기 위해서는 충분한 콘텐츠가 있는지, 검색엔진을 효과적으로 구현할 수 있는지에 대해서 먼저 고려해야 한다. 호주의 정보설계사인 Donna Spencer는 검색 유형을 알려진 아이템, 탐색, 무엇을 알고자 하는지 모름, 재검색의 4가지로 구분하였다. '알려진 아이템'은 키워드검색을 의미하며, '탐험'은 사용자의 요구는 있으나 명확한 표현이 어렵고 광범위한 상태를 의미한다. '무엇을 알고자 하는지 모름'은 구체적인 요구 없이 존재하는지도 모르는 정보를 필요로 하는 것을 의

미한다. '재검색'은 사용자가 보았던 정보를 다른 검색 유형으로 선택하는 것을 의미한다(이영주 2008).

내비게이션 시스템은 맥락 정보를 제공하고 사이트 내 이동의 유연성을 확보하여 사용자에게 현재의 위치와 이동할 위치를 파악하는 데 도움을 준다. 따라서 잘 구축된 조직화 시스템, 레이블링 시스템, 검색 시스템은 모두 효과적인 내비게이션 시스템을 만드는데 기여한다. 내비게이션 시스템은 글로벌 내비게이션, 로컬 내비게이션, 컨텍스트추얼 내비게이션으로 구분된다. '글로벌 내비게이션'은 사이트 전체의 모든 페이지를 볼 수 있도록 설계된다. 따라서 대부분 각 페이지의 상단에 있는 내비게이션 바의 형태로 구현된다. '로컬 내비게이션'은 사용자가 현재 보고 있는 페이지와 인접한 영역을 탐색할 수 있게 해 줌으로써 글로벌 내비게이션을 보완한다. '컨텍스트추얼 내비게이션'은 콘텐츠에 대한 링크가 적합하지 않을 경우에 특정 페이지, 문서, 대상의 링크를 제공한다. 내비게이션이 효과적으로 통합되면 서로의 부족한 부분을 보완할 수 있는 반면에 독립적으로 설계되면 넓은 영역만 차지하는 결과를 초래하므로 내비게이션의 설계에서는 내비게이션 간의 통합이 중요하다(노동조, 이기리 2019).

2.3 선행연구

선행연구를 분석한 결과, 미술관 웹 사이트에 관한 연구는 소수 몇 편의 논문이 있었다. 그러나 이 연구들은 본 연구와의 관련성이 없거나 있어도 미미한 수준이었다. 연구의 범위를 박물관으로 확대해도 위와 비슷한 상황이다.

다만 최근의 연구로 노동조, 이기리(2019)의 연구가 있었을 뿐이었다. 조사대상을 도서관으로 확대하면 다수의 연구가 있었다. 이에 본 연구에서는 선행연구를 미술관, 박물관, 도서관의 웹 사이트에 관한 연구로 구분하여 주요 내용을 중심으로 정리한다.

미술관 웹 사이트에 관한 연구로는 다음과 같은 것들이 있었다. 김상훈(2004)은 뉴욕 메트로폴리탄 미술관과 핀란드 키아즈마 현대미술관의 웹 사이트에 대한 비교를 통하여 정보 전달의 효과에 관한 연구를 수행하였다. 그는 이 연구를 통하여 기존의 매체에서 구현하기 어려운 구성이 웹상에서 가능하게 되었지만, 두 미술관의 웹 사이트를 비교·분석한 결과, 이용자의 정보 획득 지연 및 누락이 발생할 수 있는 여러 특성을 제시하며 이의 극복을 위한 몇 가지 방안을 제시하였다.

이우채(2008)는 인터넷 마케팅 차원에서 국내외 76개 미술관의 웹 사이트를 5가지 기준으로 구분하여 웹 사이트의 구조적 측면을 비교, 분석하고, 연구 결과를 바탕으로 미술관 웹 사이트 설계 시, 고려 사항을 제시하였다.

또한 이우채(2009)는 미술관 웹 사이트의 마케팅 요소와 콘텐츠에 관한 연구를 수행하였다. 그는 이 연구에서 웹 사이트가 갖는 마케팅 요소를 밝히면서 국내외 66개 미술관의 웹 사이트를 콘텐츠 내용과 커뮤니케이션 등 정보 제공의 구조적 측면에서 비교·분석하였다. 그는 연구 결과를 바탕으로 미술관 웹 사이트의 콘텐츠 강화가 필요하며 객관성을 확보하는 것이 중요하다는 사실을 적시하였다.

윤은영, 이화성(2016)는 국내 미술관 웹 사이트의 접근성을 평가하였다. 이 연구는 웹 사

이트 접근성의 필요성을 5가지로 구분하여 자동평가 도구인 K-WAH 4.4를 통해서 웹 접근성을 평가하고 그 결과, 웹 콘텐츠의 접근성을 높이기 위한 접근성 지침을 지적하였다.

박물관 웹 사이트에 관한 연구는 다음과 같다. 김미연, 박찬훈, 최진원(2008)은 건설문화박물관의 웹 사이트 분석을 통한 콘텐츠 서비스에 관하여 연구를 수행하였다. 박물관과 주제 관련 웹 사이트를 조사하여 박물관 웹 사이트의 역할을 강조하였으며, 연구 결과 다양한 검색방법과 체험형 콘텐츠가 제공되어야 함을 강조하였다.

권재웅(2014)은 한일만화박물관 웹 사이트를 분석하여 콘텐츠의 유형과 특징을 조사하였다. 연구 결과, 콘텐츠 메뉴는 미술관안내, 전시, 검색, 소장품, 교육, 뉴스/행사, 도서목록/전문자료/교육자료, 자유게시판, 온라인상점으로 구성하고, 콘텐츠 유형은 홍보형 콘텐츠, 전문정보형 콘텐츠, 체험/전시형 콘텐츠로 구분하였다.

본 연구와의 관련성이 높은 연구로는 노동조, 이기리(2019)의 연구가 있다. 이들은 국내 박물관 웹 사이트의 메뉴구조 및 콘텐츠 분석을 통하여 박물관 웹 사이트의 발전 방향을 제시하였다. 이를 위하여 국내 27개의 국립·공립·대학 박물관을 대상으로 메뉴구조를 콘텐츠 영역으로 구분, 정리하고 정보구조의 구성 요소인 조직화 시스템, 레이블링 시스템, 내비게이션 시스템의 측면에서 분석하였다. 연구 결과, 적절한 폭과 깊이의 계층구조, 명확하고 일관성 있는 레이블 사용, 소장품 검색기능의 제공 및 소장품 현황 갱신, 웹 사이트 오류에 대한 즉각적인 수정, 웹 사이트의 지속적 관리 등을 발전 방안으로 제시하였다.

도서관을 대상으로 한 웹 사이트 분석에 관

한 연구를 관중별로 구분하여 정리하면 다음과 같다. 최흥식(2002)은 국내 46개 대학도서관을 대상으로 웹 사이트의 메뉴구조를 분석하였다. 연구 결과, 메인메뉴 용어에 있어 절제된 용어의 사용과 메인메뉴 체계의 재조정이 필요함을 강조하였다.

노동조, 김정아(2010)는 국내 29개 의과대 학도서관 웹 사이트의 메뉴 구성과 콘텐츠를 비교·분석하였다. 연구 결과, 의학정보서비스의 향상을 위해 오프라인 서비스와 함께 충실한 웹 사이트 운영이 동반되어야 하며 이를 위한 사서의 자기 계발을 강조하였다.

남영준, 장로사(2010)는 국내 25개 법학전문도서관 웹 사이트를 대상으로 콘텐츠를 분석한 결과, 법학전문도서관만의 웹 사이트 구축 및 운영이 필수적이며, 전문도서관의 특성이 반영된 콘텐츠를 제공해야 함을 강조하였다.

어린이도서관을 대상으로 한 연구로는 세 편의 논문이 있었다. 장로사, 김성희(2006)는 국내 31개 어린이도서관 웹 사이트 메뉴의 콘텐츠 구성과 구조 및 레이플을 분석하였다. 연구 결과, 효율적인 어린이도서관 웹 사이트를 위해서 메인메뉴는 적정 수준의 선택 범위를 제공해야 하고, 한글 레이플과 함께 일관되고 함축적인 의미의 레이플 사용을 강조하였다.

김성희, 이승민(2010)은 국내 35개 어린이도서관 웹 사이트의 현황을 조사하여 내비게이션 시스템을 분석하고 개선 방안을 제시하였다. 연구 결과, 대부분의 웹 사이트는 내비게이션의 메뉴 수가 많은 것으로 나타났으며, 불필요한 항목이 포함되어 있어 이에 대한 개선이 필요함을 지적하였다.

황민선(2013)은 서울시 소재의 어린이도서

관 웹 사이트의 콘텐츠를 8가지 항목으로 구분하여 분석하고, 웹 사이트의 인터페이스 디자인을 분석하였다. 연구 결과, 도서관 웹 사이트의 콘텐츠 아이콘은 명확하고 뚜렷한 폰트를 사용하고 있으며, 3단 그리드를 많이 사용하고 있음을 확인하였다.

이 외에 이승민, 남태우, 김성희(2006)는 17개 미국 대학 문헌정보학과의 웹 사이트의 정보구조와 레이플링을 분석하였다. 연구 결과, 웹 사이트 메인메뉴는 9개의 카테고리 구성하는 것이 바람직하며, 레이플링은 웹 사이트에서 많이 사용하는 용어를 채택하는 것이 바람직하다고 하였다.

선행연구를 분석한 결과, 도서관을 대상으로 한 웹 사이트의 구조나 콘텐츠를 분석한 연구는 여러 편이 있었다. 박물관의 경우에도 노동조, 이기리의 연구(2019)를 위시하여 몇 편의 논문이 있었다. 그러나 미술관을 대상으로 한 웹 사이트의 구조 및 콘텐츠를 분석한 연구는 미미했으며, 그것도 마케팅의 차원에서 이루어진 이우채(2008, 2009)의 연구와 웹 사이트의 접근성을 평가한 윤은영, 이화세의 연구(2016) 등이 있었을 뿐이었다. 이상의 연구들을 고려하면 미술관 웹 사이트의 구조 및 콘텐츠 분석에 관한 연구가 부족하다는 사실을 알 수 있었다. 또한, 현재 운영되고 있는 대부분의 미술관이 독립된 웹 사이트를 운영하고 있음에도 불구하고 미술관 웹 사이트의 구조 및 메뉴, 콘텐츠 분석에 관한 연구는 매우 미흡한 실정이다. 이에 본 연구에서는 미술관 웹 사이트의 이해와 구조에 관한 연구가 필요한 시점으로 판단하고 국내의 대표적인 미술관 웹 사이트의 구조와 콘텐츠를 분석하여 시사점을 도출하고자 한다.

3. 연구방법

3.1 조사대상

본 연구의 목적은 국내 미술관의 웹 사이트에서 제공하는 콘텐츠를 메뉴와 유형, 검색서비스로 구분하여 분석하고 여기서 나타난 문제점을 적시하여 이의 개선을 위한 해결방안을 제시하여 향후 미술관 웹 사이트 구조화 및 운영에 필요한 시사점을 도출하는 것이다. 이를 위하여 본 연구에서는 먼저 문화체육관광부의 『2018 전국 문화기반시설 총람』에서 제공하는 국내 미술관에 대한 기초 정보 즉, 미술관의 인력현황, 시설현황, 자료현황, 프로그램의 운영실태 등에 관한 자료를 입수하였다. 다음은 2018년 1월 1일 기준으로 운영 중인 전국의 246개 미술관을 운영 주체에 따라 국립, 공립, 사립, 대학미술관으로 구분한 다음, 미술관의 규모와 시설, 환경적 차이 등에 따라 미술관 운영 메커니즘에 차이가 있는 대학미술관을 조사대상에서 제외하였다. 특히 대학미술관은 『박물관 및 미술관 진흥법』 제5장 제14조에 따라서 교육기관에서 설립한 교육지원시설이며, 대학의 설립자 또는 소장품 수집 목적과 운영 목표 등에 있어 다른 운영 주체의 미술관과는 큰 차이가 있었다. 또한, 국내 대다수의 대학미술관이 독립된 자체의 웹 사이트를 운영하고 있지 않아 본 연구의 대상에서 제외하였다. 다음은 국립, 공립, 사립미술관을 대상으로 1종 미술관¹⁾이며, 독립된 미

술관의 웹 사이트를 운영하고, 학예직이 1명 이상 근무하고 있으며, 연 관람 인원을 제공하며, 연 개관일수가 2018년의 평일 수인 245일보다 많은 기관이며, 이용자의 입장 및 관람에 제한이 없고, 연 1회 이상 전시를 진행하고, 특정 인물과 작품, 주제 분야에 한정되지 않은 미술관으로 조사대상 기관을 한정하였다. 전술한 과정을 통하여 최종 조사대상이 된 미술관은 모두 30개 기관이었다(〈표 1〉 참조).

3.2 분석방법

본 연구의 분석방법은 다음과 같은 일련의 절차와 방법을 통하여 이루어졌다. 우선 조사대상 미술관 웹 사이트의 구조 및 메뉴, 콘텐츠 현황을 파악하기 위하여 본 연구자가 직접 조사대상 미술관의 모든 웹 사이트에 접속하여 하나씩 웹 사이트의 구조와 메뉴, 콘텐츠를 확인하고 분석하여 그 결과를 엑셀 파일에 저장하였다. 다음은 선행연구 중에서 권재웅(2014)이 제시한 콘텐츠의 범주를 적용하여 미술관 웹 사이트에서 제공하는 콘텐츠를 미술관 안내, 소식, 전시, 소장품, 교육, 뉴스, 행사, 도서목록/전문자료/교육자료, 자유게시판, SNS, 큐레이션, 통계정보, 온라인상점, 기타의 14가지로 구분하였다. 그다음은 미술관 웹 사이트의 상위 메뉴와 하위 메뉴 항목들에 대한 비교 분석과 두 연구자의 논의를 거쳐 최종적으로 미술관 웹 사이트에서 제공하는 콘텐츠를 상위 메

1) '박물관 및 미술관진흥법 시행령' 제9조(박물관 또는 미술관 등록요건)에 따르면, 공통요건 외에 개별요건으로 제1종 미술관의 등록요건을 미술관 자료 100점 이상, 학예사 1명 이상, 100 제곱미터 이상의 전시실 또는 2,000 제곱미터 이상의 야외전시장, 수장고, 사무실 또는 연구실, 자료실·도서실·강당 중 1개 시설, 도난 방지시설, 습도 조절장치의 시설을 명시하고 있다(개정 2019. 7. 2).

〈표 1〉 조사대상 미술관

번호	운영주체	미술관	URL
1	공립	경기도미술관	gmoma.ggcf.kr
2		광주광역시립미술관	artmuse.gwangju.go.kr
3		김천시립미술관	www.gc.go.kr/mini/gma/main.htm
4		대구미술관	artmuseum.daegu.go.kr
5		대전시립미술관	dmma.daejeon.go.kr
6		부산광역시립미술관	art.busan.go.kr
7		서울시립미술관	sema.seoul.go.kr
8		인제내설악미술관	www.inama.co.kr
9		전라북도립미술관	www.jma.go.kr
10		제주도립미술관	jmoa.jeju.go.kr
11		함평군립미술관	www.hpart.or.kr
12	국립	국립현대미술관	www.mmca.go.kr
13	사립	금호미술관	www.kumhomuseum.com
14		다산미술관	www.dasan-art.net
15		대산미술관	www.daesanart.com
16		사바나미술관	www.savinamuseum.com
17		삼성미술관 리움	leeum.samsungfoundation.org
18		서호미술관	www.sehoart.com
19		성곡미술관	www.sungkokmuseum.org
20		소마미술관	soma.kspo.or.kr
21		시안미술관	www.cyanmuseum.org
22		신흥미술관	www.sinpungartm.org
23		아모레퍼시픽미술관	museum.amorepacific.co.kr
24		아미미술관	www.amiart.co.kr
25		영은미술관	www.youngeunmuseum.org
26		이영미술관	www.icamkorea.org
27		전주미술관	www.jeonjumuseum.com
28		토탈미술관	www.totalmuseum.org
29		한국미술관	www.hartm.com
30		OCI미술관	www.ocimuseum.org

뉴와 하위 메뉴로 나누고 상위 메뉴별 하위 메뉴를 재분류하였다. 그리고 정보구조의 구성요소인 네 가지 시스템 중에서 조직화 시스템과 검색 시스템의 두 측면에서 미술관 웹 사이트의 운영현황을 비교, 분석하였다. 계층구조를 중심으로 미술관 웹 사이트의 메뉴구조를 살펴

보고 레이블 체계를 분석하여 유사한 기능을 수행하는 콘텐츠를 집산화하였다. 마지막으로 미술관 웹 사이트에서 제공하는 콘텐츠 유형을 분석하고 소장품에 대한 검색 서비스를 비교, 분석하였다. 이러한 과정을 통하여 최종적으로 미술관 웹 사이트의 개선방안을 제시하였다.

4. 분석 결과

4.1 메뉴 분석

본 연구의 분석대상이 된 30개 미술관의 웹 사이트에서 제공하는 콘텐츠 메뉴를 분석하기 위하여 미술관 웹 사이트에서 제공하는 상위 메뉴를 분석하였다. <표 2>에서 보는 바와 같이 30개 미술관의 웹 사이트에서 제공하는 상위 메뉴는 최소 4개에서부터 최대 8개를 제공하고 있는 것으로 나타났다. 가장 많은 상위 메뉴를 제공하는 미술관은 대구미술관으로 8개의 상위 메뉴를 제공하고 있었으며, 가장 적은 메뉴를 제공하는 미술관은 인제내설악미술관과 국립현대미술관으로 4개의 메뉴를 제공하고 있었다. 따라서 분석대상 미술관의 웹 사이트에서 제공하는 상위 메뉴는 평균 5.6개, 표준편차는 0.98이었다.

4.2 콘텐츠 분석

본 연구에서는 선행연구 중, 권재웅(2014)이 제시한 콘텐츠 범주를 적용하여 미술관 웹 사이트에서 제공하는 콘텐츠를 미술관 안내, 소식, 전시, 소장품, 교육, 뉴스, 행사, 도서목록/전문자료/교육자료, 자유게시판, SNS, 큐레이션, 통계정보, 온라인상점, 기타의 14가지로 구분하고, 미술관 웹 사이트의 상위 메뉴와 하위 메뉴 항목들에 대한 비교, 분석과 두 연구자의 논의를 거쳐 최종적으로 미술관 웹 사이트에서 제공하는 콘텐츠를 재정리하였다. 30개 미술관의 웹 사이트에서 제공하는 콘텐츠를 분석한 결과는 <표 3>과 같다.

‘미술관 안내’는 미술관 또는 미술관 이용에 대한 정보를 제공하는 콘텐츠로 ‘소식’은 미술관이 이용자에게 전달하는 각종 소식과 관련된 콘텐츠로 ‘뉴스’는 미술관에 관한 외부의 기사, 보도 자료 등에 관한 콘텐츠로 ‘전시’는 미술관 전시에 관한 콘텐츠로 ‘소장품’은 미술관 소장품들에 대한 콘텐츠로 ‘교육’은 미술관에서 진행되는 교육 프로그램에 관한 콘텐츠로 ‘행사’는 미술관에서 진행되는 각종 문화 및 관련 행사에 관한 콘텐츠로 ‘도서목록/전문자료/교육자료’는 미술관이 제공하는 각종 자료에 관한 콘텐츠로 ‘자유게시판’은 미술관이 이용자와 자유롭게 소통하는 콘텐츠로 ‘SNS’는 미술관에서 운영하는 소셜 네트워크 서비스에 관한 콘텐츠로 ‘큐레이션’은 미술관 자체에서 조직하여 제공하는 정보들에 관한 콘텐츠로 ‘통계정보’는 각종 통계정보를 제공하는 콘텐츠로 ‘온라인상점’은 미술관 관련 상품을 판매하는 콘텐츠로 ‘네트워크’는 미술관과 연관성이 있는 다른 기관들의 웹 사이트로 연결해주는 콘텐츠로 구성하였다.

4.3 미술관별 분석

본 연구의 분석대상이 된 30개 미술관의 웹 사이트에서 제공하는 콘텐츠 현황은 <표 4>와 같다. <표 4>에서 보는 바와 같이 서울시립미술관이 33개의 콘텐츠를 제공하여 가장 많았으며, 다음은 32개를 제공하는 경기도미술관, 29개를 제공하는 광주광역시립미술관, 28개를 제공하는 부산광역시립미술관의 순이었다. 반면에 아모레퍼시픽미술관과 토탈미술관은 8개의 콘텐츠를 제공하여 가장 적었으며, 다음은 9개를 제공하는 한국미술관이었다.

〈표 2〉 미술관 웹 사이트의 상위 메뉴

운영주체	상위 메뉴										계
	미술관	이용안내	전시	교육/행사	소장품	자료실	소식/참여	미술관소개			
공립	경기도미술관	이용안내	전시	교육/행사	소장품	자료실	소식/참여	미술관소개			7
	광주광역시립미술관	미술관소개	전시	창작지원	교육/문화	열린마당	소장자료				6
	김천시립미술관	김천시립미술관	전시안내	관람안내	소장품	커뮤니티					5
	대구미술관	전시	교육 및 행사	소장품	이인성미술상	아카이브	커뮤니티	소식	미술관소개		8
	대전시립미술관	미술관소개	관람	전시	교육/행사	소장품					5
	부산광역시립미술관	이용안내	전시	교육/행사	어린이미술관	소장품	참여마당	미술관소개			7
	서울시립미술관	전시	교육/행사	소장품	연구출판자료	소식/참여	SeMA소개				6
	인제내셔널미술관	미술관소개	전시일정	교육/행사	커뮤니티						4
	진리북도림미술관	전시안내	교육/행사	소장품/도서	열린마당	미술관안내					5
	제주도립미술관	이용안내	전시	교육	소장자료	체험/행사		미술관소개			7
	합평근림미술관	미술관소개	이용안내	참여마당	전시안내	교육/문화행사					5
	국립현대미술관	관람	프로그램	교육	소장품	소장품					4
	금호미술관	미술관	전시	교육	소장품	창작스튜디오					5
	다산미술관	미술관소개	전시안내	교육/행사	온라인전시관	이용안내		커뮤니티			6
대산미술관	미술관소개	미술관소식	전시연혁	교육프로그램	갤러리		게시판	방법론		7	
사립	사바나미술관	About	Exhibitions	Programs	Digital Museum	Archive					5
	삼정미술관 리움	방문안내	전시	교육	소장품	미술관소개					5
	서호미술관	미술관소개	전시소개	교육/문화행사	레스토랑	커뮤니티					5
	성곡미술관	VISIT	EXHIBITIONS	ARCHIVE	PROGRAMS	NEWS	ABOUT				6
	소마미술관	소마소식	관람안내	조각작품샵	드로잉센터	시설대관					5
	시안미술관	VISIT	EXHIBITIONS	ARCHIVE	PROGRAMS	INFORMATION					5
	신봉미술관	About	Exhibitions	Programs	Lounge	할머니그림학교					5
	아모레퍼시픽미술관	EXHIBITIONS	APMAP	apLAP	PROGRAM	MUSEUMSHOP	INFORMATION				6
	아미미술관	아미미술관	전시소개	프로그램	미술관이야기	공지사항					5
	영은미술관	미술관소개	전시	소장품	창작스튜디오	교육/행사	아트샵	커뮤니티			7
	이영미술관	ABOUTICAM	EXHIBITION	COLLECTION	EDUCATION	SUPPORTICAM	BOARD	ICAMSHOP			7
	천주미술관	이용안내	전주 미술관 소개	전시	교육/행사	소장품					5
	토탈미술관	about	exhibition	education	project	totalmuseumpress	news				6
	한국미술관	미술관소개	관람안내	문화예술이카테미	아트샵	커뮤니티					5
OCI미술관	미술관소개	전시	작가지원프로그램	교육프로그램	영문					5	
평균										5.6	
표준편차										0.98	

〈표 3〉 미술관 웹 사이트에서 제공하는 콘텐츠

번호	콘텐츠 영역	콘텐츠 내용
1	미술관 안내	관람안내, 미술관주변안내, 비전과 미션, 시설안내, 심볼안내, 연혁, 오시는 길, 운영조직, 인사말, 전략, 조직
2	소식	공지사항, 미술관 소식지, 새소식 안내, 주요활동, 채용
3	뉴스	관련기사, 보도자료
4	전시	과거전시, 기획전시, 비엔날레, 상설전시, 예정전시, 전시안내, 현재전시
5	소장품	소장품검색, 소장품작가, 소장품현황
6	교육	교육, 교육안내, 문화센터, 아카데미, 인문학강좌, 전시연계프로그램, 토크강좌
7	행사	문화행사, 부대행사, 이벤트
8	도서목록/전문자료/교육자료	E-BOOK, 교육자료, 기타자료, 도서검색, 미술자료, 발간자료, 사진자료, 소장자료목록, 연표, 영상자료, 자료실
9	자유게시판	FAQ, 개선의견, 고객제안, 묻고답하기, 미술관에 바란다, 방문문의, 방문후기, 상담게시판, 자유게시판, 질문게시판, 참여마당
10	SNS	블로그, 싸이월드, 유튜브, 인스타그램, 카카오페이지, 트위터, 페이스북
11	큐레이션	창작스튜디오, 레지던시, 기관 프로젝트, 기관 아카이브, 작가 아카이브, 작품 아카이브
12	통계정보	설문조사, 입장객현황
13	온라인상점	아트숍
14	네트워크	관련사이트

분석 대상 30개 미술관에서 제공하는 ‘미술관 안내’ 콘텐츠의 평균은 4.3개였다. 그러나 최소 1개에서부터 최대 11개의 콘텐츠를 제공하는 미술관까지 그 진폭이 매우 컸다. ‘미술관 안내’ 콘텐츠를 가장 많이 제공하는 미술관은 11개를 제공하는 경기도미술관이며, 다음은 10개를 제공하는 부산광역시립미술관이었다. 반면에 가장 적게 제공하는 미술관은 단 한 개만을 제공하는 서호미술관, 아모레퍼시픽미술관, 토탈미술관이었다.

30개 미술관에서 제공하는 ‘소식’ 콘텐츠의 평균은 1.3개였다. ‘소식’은 토탈미술관을 제외한 29개 기관에서 제공하고 있으며, 가장 많이 제공하는 미술관은 3개를 제공하는 경기도미술관, 광주광역시립미술관, 국립현대미술관이었다. 따라서 ‘미술관 안내’에 대한 콘텐츠를 한

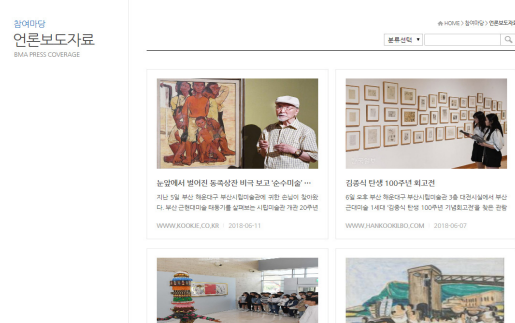
개만 제공하는 아모레퍼시픽미술관과 ‘소식’ 콘텐츠를 제공하지 않는 토탈미술관은 ‘미술관 안내’와 ‘소식’에 관한 콘텐츠 제공이 미흡한 것으로 평가되었다(〈그림 3〉 참조).

‘뉴스’ 콘텐츠의 평균은 0.6개였다. ‘뉴스’ 콘텐츠는 전체 30개 미술관에서 17개(56.6%) 기관이 제공하고 있었다. ‘뉴스’를 가장 많이 제공하는 기관은 2개를 제공하는 경기도미술관과 대구미술관이었다. 반면에 ‘뉴스’를 제공하지 않는 미술관도 김천시립미술관을 비롯한 13개(43.4%) 기관이나 있었다. 특히 부산광역시립미술관은 자유게시판의 상위 메뉴에 ‘뉴스’ 콘텐츠를 제공하고 있어 웹 사이트 이용자에게 혼란을 가져올 우려가 있었다(〈그림 4〉 참조).

‘전시’ 콘텐츠는 조사대상 30개 미술관에서 모두 제공하고 있으며, 제공 평균은 2.5개였다.



〈그림 3〉 아모레퍼시픽미술관의 ‘미술관 안내’ 메뉴



〈그림 4〉 부산광역시립미술관의 ‘자유게시판’ 메뉴

이 중 대전시립미술관과 서울시립미술관이 5개의 콘텐츠를 제공하여 가장 많았다. 특히 대전시립미술관, 서울시립미술관, 전라북도립미술관은 자관의 특성에 맞는 ‘전시’ 콘텐츠를 추가로 제공하고 있었다(〈그림 5〉 참조).

‘소장품’ 콘텐츠는 16개(53.3%) 미술관에서 제공하고 있으며, 제공 평균은 0.7개였다. ‘소장품’에 대한 콘텐츠를 가장 많이 제공하고 있는 미술관은 3개를 제공하는 서울시립미술관이었다. 이어서 운영주체별로 분석한 결과, 국립미술관은 ‘소장품’ 콘텐츠를 제공하는 미술관이 9개(81.8%) 기관인 반면에 사립미술관은 6개(33.3%) 기관으로 나타나 국립미술관이 사립미술관보다 상대적으로 ‘소장품’에 대한 정보 제공이 우수한 것으로 평가되었다.

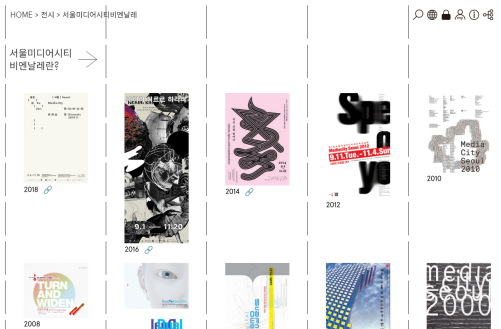
‘교육’ 콘텐츠는 김천시립미술관을 제외한 29개 미술관에서 제공하고 있으며, 제공 평균은 2.0개였다. ‘교육’ 콘텐츠를 가장 많이 제공하는 미술관은 광주광역시립미술관으로 6개를 제공하고 있었으며, 다음은 5개를 제공하는 제주도립미술관, 4개를 제공하는 서울시립미술관과 금호미술관이었다.

‘행사’ 콘텐츠는 16개(53.3%) 미술관에서 제

공하고 있으며, 제공 평균은 0.6개였다. 영은미술관이 유일하게 2개의 콘텐츠를 제공하여 가장 많았다. 전주미술관은 상위 메뉴에서 ‘교육’과 ‘행사’를 통합하여 사용하고 있었다(〈그림 6〉 참조).

‘도서목록/전문자료/교육자료’ 콘텐츠는 15개(50.0%) 미술관에서 제공하고 있으며, 제공 평균 1.0개였다. ‘도서목록/전문자료/교육자료’ 콘텐츠를 가장 많이 제공하는 미술관은 5개를 제공하는 서울시립미술관이었으며, 다음은 4개를 제공하는 대구미술관이었다. 그러나 ‘도서목록/전문자료/교육자료’ 콘텐츠를 제공하지 않는 15개 미술관은 미술관이 지니는 교육적 기능을 고려할 때에 문제로 지적되었다.

‘자유게시판’ 콘텐츠는 23개(76.6%) 미술관에서 제공하고 있으며, 제공 평균 1.1개였다. ‘자유게시판’ 콘텐츠를 가장 많이 제공하는 미술관은 4개를 제공하는 다산미술관이었으며, 다음은 3개를 제공하는 경기도미술관과 제주도립미술관이었다. 이어서 운영주체별로 분석한 결과, 국립미술관은 모두 ‘자유게시판’ 콘텐츠를 제공하고 있는 반면에 일부 사립미술관에서는 제공하지 않는 것으로 나타나 차이가 있었다.

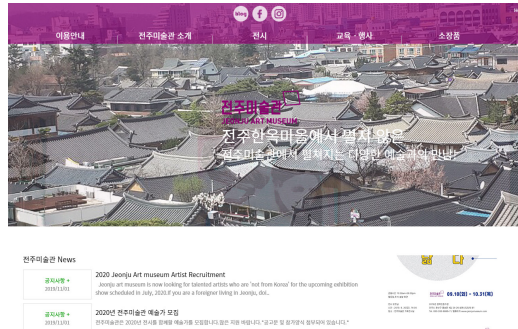


〈그림 5〉 서울시립미술관의 비엔날레 전시 관련 콘텐츠 제공 사례

‘SNS’ 콘텐츠는 21개(70.0%) 미술관에서 제공하고 있으며, 제공 평균은 1.9개였다. ‘SNS’ 콘텐츠를 가장 많이 제공하는 미술관은 6개를 운영하는 부산광역시립미술관이었고 다음은 5개를 운영하는 국립현대미술관, 4개를 운영하는 경기도미술관, 소마미술관이었다. 미술관에서 가장 많이 활용하고 있는 SNS는 18개(60.0%) 미술관에서 운영하는 페이스북이었으며, 다음은 15개(50.0%) 미술관이 운영하는 인스타그램이었다. 미술관이 관람객 및 웹 사이트 이용자와의 적극적인 소통을 고려한다면 ‘SNS’ 콘텐츠를 제공하지 않는 9개 미술관은 이 부분에 대한 보완이 필요할 것으로 평가된다.

‘큐레이션’ 콘텐츠는 9개(30.0%) 미술관에서 제공하고 있으며, 제공 평균 0.5개였다. ‘큐레이션’ 콘텐츠를 가장 많이 제공하는 미술관은 4개를 제공하는 사바나미술관이었으며, 다음은 3개를 제공하는 광주광역시립미술관, 서울시립미술관이었다.

이 외에 ‘통계정보’ 콘텐츠는 전체 30개 미술관중에서 단 3개(10.0%)의 미술관에서만 제공하고 있으며, 광주광역시립미술관과 다산미술관이 2개의 콘텐츠를 제공하고 있었다. ‘온라인



〈그림 6〉 교육과 행사를 통한 제공하는 전주미술관의 사례

상점’ 콘텐츠도 4개(13.3%)의 미술관에서만 제공하고 있으며, 제공하는 미술관은 모두 단 한 개의 콘텐츠만을 제공하고 있었다. ‘네트워크’ 콘텐츠는 10개(33.3%)의 미술관에서 제공하고 있으며, 제공하는 미술관은 모두 한 개의 콘텐츠만을 제공하고 있었다.

4.4 메뉴 및 콘텐츠 유형분석

상위 메뉴에 대한 하위 메뉴를 제공하는 방식은 4가지 유형으로 구분된다. 이 중 Pull Out과 Drop Down은 다음 단계의 하위 메뉴를 상위 메뉴의 아래에서 제공하는 유형이며, Roll Over는 스크롤 형식으로 하위 메뉴를 제공한다. Click은 상위 메뉴를 클릭하면 하위 메뉴를 확인할 수 있는 방식이다. 이에 근거하여 미술관 웹 사이트의 하위 메뉴 유형을 분석한 결과는 〈표 5〉와 같다. 〈표 5〉에서 보는 바와 같이 하위 메뉴의 유형에서 Drop Down 방식을 채택하고 있는 미술관이 15개(50.0%) 기관으로 가장 많았으며, 다음은 9개(30.0%) 기관이 사용하는 Pull Out 방식이었다. 메뉴의 깊이가 1인 아모레퍼시픽미술관과 도탈미술관은 하위

〈표 4〉 미술관 웹 사이트별 콘텐츠 제공현황

미술관	미술관 안내	소식	뉴스	전시	소강품	교육	행사	도서목록/ 전문자료/ 교육자료	자유 게시판	SNS	뷰레 이션	동계 정보	온라인 상점	네트 워크	계
경기도미술관	11	3	2	3	1	1	1	3	3	4	-	-	-	-	32
광주광역시립미술관	6	3	1	1	2	6	1	2	1	-	3	2	-	1	29
김천시립미술관	6	1	-	1	1	-	1	-	2	-	-	-	-	-	12
대구미술관	5	2	2	3	1	2	1	4	1	-	-	-	-	1	22
대전시립미술관	5	1	-	5	1	1	1	2	1	-	-	-	-	-	17
부산광역시립미술관	10	2	1	2	2	1	1	1	1	6	-	-	-	1	28
서울시립미술관	4	1	1	5	3	4	1	5	2	3	3	1	-	-	33
인제대립미술관	5	1	1	3	-	2	-	1	1	-	-	-	-	1	15
전라북도립미술관	4	1	-	3	1	1	1	-	2	1	-	-	-	1	15
제주도립미술관	8	1	-	3	1	5	1	-	3	2	-	-	-	-	24
함평군립미술관	5	1	1	3	-	1	1	-	1	-	-	-	-	1	14
국립현대미술관	6	3	1	1	1	3	-	2	1	5	-	-	-	-	23
금호미술관	4	2	-	3	1	4	-	-	-	2	1	-	-	1	18
다산미술관	4	1	1	3	-	1	1	3	4	-	-	2	-	-	20
대산미술관	4	1	1	1	-	3	-	-	1	3	-	-	-	1	15
사바나미술관	5	1	1	3	-	1	1	1	-	1	4	-	-	-	18
삼성미술관 리움	5	1	-	3	2	3	-	1	1	2	-	-	-	-	18
서호미술관	1	1	1	1	-	1	1	-	-	2	-	-	1	1	10
성곡미술관	3	2	-	2	-	1	-	-	-	2	1	-	-	-	11
소마미술관	4	1	-	2	1	1	-	2	1	4	1	-	-	2	19
시안미술관	3	1	-	3	-	3	-	1	1	3	-	-	-	-	15
신품미술관	3	1	1	3	-	2	-	-	1	2	-	-	-	-	13
아모레퍼시픽미술관	1	1	-	1	-	1	-	1	1	-	1	-	1	-	8
아미미술관	3	2	-	2	-	3	1	-	1	3	-	-	-	-	15
영은미술관	4	1	1	3	1	2	2	1	1	3	1	-	1	-	21
이영미술관	3	1	1	3	1	1	-	-	-	1	-	-	1	-	12
전주미술관	3	1	1	3	1	1	1	-	1	3	-	-	-	-	15
토탈미술관	1	-	1	1	-	1	1	-	-	3	-	-	-	-	8
한국미술관	2	1	-	2	-	3	-	-	1	-	-	-	-	-	9
OCI미술관	3	1	-	3	-	1	-	-	-	3	1	-	-	-	12
평균	4.3	1.3	0.6	2.5	0.7	2.0	0.6	1.0	1.1	1.9	0.5	0.2	0.1	0.4	

〈표 5〉 하위 메뉴의 유형

미술관	하위 메뉴 유형				깊이
	Pullout	Rollover	Drop-down	Click	
경기도미술관			0		2
광주광역시립미술관			0		2
김천시립미술관	0				2
대구미술관				0	1
대전시립미술관			0		2
부산광역시립미술관	0				2
서울시립미술관		0			3
인제내설악미술관			0		2
전라북도립미술관			0		3
제주도립미술관			0		2
함평군립미술관			0		2
국립현대미술관			0		2
금호미술관			0		2
다산미술관			0		2
대산미술관	0				2
사바나미술관	0				2
삼성미술관 리움	0				2
서호미술관				0	2
성곡미술관			0		2
소마미술관				0	3
시안미술관			0		2
신평미술관	0				2
아모레퍼시픽미술관				0	1
아미미술관			0		2
영은미술관	0				2
이영미술관	0				2
전주미술관			0		2
토탈미술관					1
한국미술관	0				2
OCI미술관			0		2
계	9	1	15	3	
백분율(%)	30.0	3.3	50.0	10.0	

메뉴를 제공하지 않았다. Roll Over 방식은 서울시립미술관이 유일했으며, 분석 결과, 상위 메뉴가 종렬 좌측에 위치하고 수평 방향으로 제공하고 있어 웹 사이트의 범주에 맞추어 적절하게 제공하고 있는 것으로 평가되었다. 그

러나 Click 방식을 제공하는 3개의 미술관(대구미술관, 서호미술관, 소마미술관)은 웹 사이트 페이지의 현재 위치를 제공하지 않거나 하위 메뉴의 미리보기를 제공하지 않는 것으로 나타나 문제가 있었다. 분석대상 30개 미술관

의 웹 사이트에서 제공하는 메뉴의 평균 깊이는 2.0이었다.

다음은 본 연구의 분석대상이 된 30개 미술관의 웹 사이트에서 제공하는 콘텐츠 유형을 권재웅(2014)이 제시한 범주를 적용하여 홍보형, 전문정보형, 체험/전시형 콘텐츠로 구분하였다. 홍보형 콘텐츠는 미술관 홍보와 관련된 콘텐츠로 '소식'과 '뉴스'가 포함된다. 전문정보형 콘텐츠는 미술관에서 제공하는 각종 전문정보에 관한 콘텐츠로 '소장품'과 '도서자료/전문자료'가 포함된다. 체험/전시형 콘텐츠는 미술관에서 진행하는 각종 전시 및 교육프로그램, 문화프로그램에 관한 콘텐츠로 '전시'와 '교육', '행사'가 포함된다.

〈표 6〉에서 보는 바와 같이 30개 미술관의 웹 사이트에서는 평균 5.1개의 체험/전시형 콘텐츠와 1.9개의 홍보형 콘텐츠, 1.7개의 전문정보형 콘텐츠를 제공하고 있는 것으로 나타나 체험/전시형 콘텐츠가 많음을 알 수 있었다. 홍보형 콘텐츠를 가장 많이 제공하는 미술관은 5개를 제공하는 경기도미술관이었으며, 다음은 4개를 제공하는 광주광역시립미술관, 대구미술관, 국립현대미술관이었다. 반면에 김천시립미술관을 비롯한 10개의 미술관은 단 한 개의 홍보형 콘텐츠만을 제공하고 있어 차이를 보였다. 전문정보형 콘텐츠를 가장 많이 제공하는 미술관은 8개를 제공하는 서울시립미술관이었으며, 다음은 5개를 제공하는 대구미술관, 4개를 제공하는 경기도미술관, 광주광역시립미술관이었다. 반면에 함평군립미술관을 비롯한 9개 미술관은 단 한 개의 전문정보형 콘텐츠도 제공하지 않아 차이를 보였다. 체험/전시형 콘텐츠를 가장 많이 제공하는 미술관은 10개를 제공하는 서울시

립미술관이었으며, 다음은 9개를 제공하는 제주도립미술관, 8개를 제공하는 광주광역시립미술관, 7개를 제공하는 대전시립미술관, 금호미술관, 영은미술관이었다. 반면에 김천시립미술관과 아모레퍼시픽미술관은 2개의 콘텐츠를 제공하여 가장 적었다.

〈표 6〉 콘텐츠 유형

미술관	홍보형	전문정보형	체험/전시형
경기도미술관	5	4	5
광주광역시립미술관	4	4	8
김천시립미술관	1	1	2
대구미술관	4	5	6
대전시립미술관	1	3	7
부산광역시립미술관	3	3	4
서울시립미술관	2	8	10
인제대설악미술관	2	1	5
전라북도립미술관	1	1	5
제주도립미술관	1	1	9
함평군립미술관	2	-	5
국립현대미술관	4	3	4
금호미술관	2	1	7
다산미술관	2	3	5
대산미술관	2	-	4
사바나미술관	2	1	5
삼성미술관 리움	1	3	6
서호미술관	2	-	3
성곡미술관	2	-	3
소마미술관	1	3	3
시안미술관	1	1	6
신평미술관	2	-	5
아모레퍼시픽미술관	1	1	2
아미미술관	2	-	6
영은미술관	2	2	7
이영미술관	2	1	4
전주미술관	2	1	5
토탈미술관	1	-	3
한국미술관	1	-	5
OCI미술관	1	-	4
평균	1.9	1.7	5.1
표준편차	1.04	1.84	1.86

미술관별 분석에서는 서울시립미술관이 20개의 콘텐츠를 제공하여 가장 많았으며, 다음은 16개를 제공하는 광주광역시립미술관, 15개를 제공하는 대구미술관, 14개를 제공하는 경기도 미술관의 순이었다. 반면에 김천시립미술관, 아모레퍼시픽미술관, 토탈미술관은 4개의 콘텐츠를 제공하여 가장 적었다.

이러한 결과를 통하여 국공립미술관이 사립 미술관보다 상대적으로 홍보형 콘텐츠와 전문 정보형 콘텐츠를 많이 제공하고 있음을 알 수 있었다.

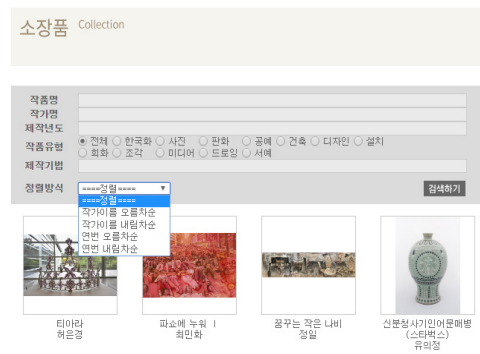
4.5 검색서비스 분석

본 연구의 분석대상이 된 30개 미술관의 웹 사이트에서 제공하는 소장품 검색서비스의 유형을 키워드 검색, 상세 검색, 디렉토리 검색, 검색결과에 대한 정렬로 구분하여 그 현황을 분석하였다. 분석대상 미술관 웹 사이트의 소장품 검색서비스의 제공 현황은 <표 7>과 같다.

<표 7>에서 보는 바와 같이 분석대상 30개 미술관 중에서 14개(46.6%) 미술관에서 소장품에 대한 검색서비스를 제공하고 있었다. 소장품 검색서비스를 제공하는 14개의 미술관 중에서 가장 많은 검색서비스를 제공하는 미술관은 3개의 검색서비스를 제공하는 대구미술관, 대전시립미술관이었다. 반면에 광주광역시립미술관을 비롯한 16개(53.4%)의 미술관은 소장품 검색서비스를 제공하지 않고 있었다. 소장품 검색서비스를 제공하는 미술관의 웹 사이트를 보다 세부적으로 분석한 결과, 이들 미술관의 웹 사이트는 검색결과를 이미지와 함께 제공하지만, 검색결과에 대한 다운로드를 제공하지 않고 있

었다.

소장품 검색서비스를 제공하는 14개의 미술관은 모두 디렉토리 검색을 제공하고 있으며, 키워드 검색은 11개 미술관에서 제공하고 있는 것으로 나타났다. 반면에 상세 검색은 대전시립 미술관, 그리고 검색결과에 대한 정렬 서비스는 대구미술관만이 유일하게 제공하고 있었다(<그림 7> 참조). 소장품 검색서비스를 제공하는 14개 미술관은 모두 메타데이터를 기반으로 최소 1개 이상의 검색서비스를 제공하지만, 검색에 대한 확장은 이루어지지 않았다.



<그림 7> 대구미술관 웹 사이트의 검색결과에 대한 정렬 서비스

다음은 키워드 검색을 제공하는 11개 미술관을 대상으로 검색필드를 제공하는지 여부와 제공한다면 어떠한 검색필드를 제공하는지를 분석하였다. 분석 결과, 전주미술관은 검색필드를 제공하지 않았으며, 나머지 10개의 미술관은 작가명, 작품명, 제작연도, 제작기법, 재료, 수집연도를 키워드로 입력하는 검색필드를 제공하고 있었다. 이 중에서 작가명 검색과 작품명 검색은 각각 8개의 미술관이 제공하고 있었으며, 제작연도 검색은 7개의 미술관이 제공하고 있었

〈표 7〉 소장품 검색서비스 제공 현황

미술관	검색서비스				계
	키워드검색	상세검색	디렉토리 검색	정렬	
경기도미술관			0		1
광주광역시립미술관					0
김천시립미술관	0		0		2
대구미술관	0		0	0	3
대전시립미술관	0	0	0		3
부산광역시립미술관	0		0		2
서울시립미술관	0		0		2
인제내설악미술관					0
전라북도립미술관	0		0		2
제주도립미술관	0		0		2
함평군립미술관					0
국립현대미술관	0		0		2
금호미술관					0
다산미술관					0
대산미술관					0
사바나미술관					0
삼성미술관 리움			0		1
서호미술관					0
성곡미술관					0
소마미술관	0		0		2
시안미술관					0
신평미술관					0
아모레퍼시픽미술관					0
아미미술관					0
영은미술관			0		1
이영미술관	0		0		2
전주미술관	0		0		2
토탈미술관					0
한국미술관					0
계	11	1	14	1	
백분율(%)	36.6	3.3	46.6	3.3	

다. 반면에 제작기법 검색은 대구미술관, 재료 검색은 김천시립미술관, 수집연도 검색은 국립현대미술관만이 유일하게 제공하고 있었다.

미술관별 분석에서는 김천시립미술관, 대구미술관, 국립현대미술관이 4개의 검색필드를 제공하여 가장 많았으며, 이들 미술관은 모두 국

공립미술관이었다. 다음은 3개의 검색필드를 제공하는 대전시립미술관, 이영미술관이었다. 반면에 전라북도립미술관과 제주도립미술관은 제작연도 검색만을 제공하고 있었다(〈표 8〉 참조).

소장품에 대한 검색서비스를 제공하는 14개의 미술관은 모두 디렉토리 검색을 제공하고 있었다. 디렉토리 검색은 작품 유형에 따른 분류를 제공하고 있었다. 디렉토리 검색에서 분류 항목을 가장 많이 제공하는 미술관은 12개를 제공하는 대구미술관, 부산광역시립미술관, 제주도립미술관이었고 다음은 11개를 제공하는 서울시립미술관, 전라북도립미술관, 국립현대미술관이었다. 반면에 가장 적게 제공하는 미술관은 3개를 제공하는 김천시립미술관이었고 다음은 4개를 제공하는 경기도미술관, 5개를 제공하는 이영미술관이었다.

다음은 작품 유형에 따라 분석한 결과, 사진과 조각이 12개의 미술관에서 제공하여 가장 많

았고, 다음은 10개의 미술관에서 제공하는 공예, 9개의 미술관에서 제공하는 드로잉, 서예, 판화, 한국화, 화화였다. 반면에 모형, 민예품, 민화, 불교미술, 서화, 수채화, 오브제, 입체, 자수, 평면은 각각 한 개의 미술관에서만 제공하여 차이를 보였다(〈표 9〉 참조).

미술관 웹 사이트에서 제공하는 디렉토리 검색은 해당 미술관에서 소장하고 있는 소장품의 유형을 반영하고 있으며, 따라서 무의미한 작품 유형은 해당 웹 사이트에서는 존재하지 않았다. 결국 미술관 웹 사이트는 각 기관의 소장품 특성에 맞게 웹 사이트 이용자에게 소장품에 대한 디렉토리 검색을 통하여 적절한 작품 유형을 제공하고 있음을 알 수 있었다. 이러한 결과는 국내 미술관 웹 사이트의 표준도 중요하지만 이에 못지않게 미술관마다 자관의 특성에 맞는 웹 사이트의 구조 및 콘텐츠가 필요함을 시사하고 있다.

〈표 8〉 검색필드 제공 현황

미술관	검색 필드						계
	작가명	작품명	제작연도	제작기법	재료	수집연도	
김천시립미술관	0	0	0		0		4
대구미술관	0	0	0	0			4
대전시립미술관	0	0	0				3
부산광역시립미술관	0	0					2
서울시립미술관	0	0					2
전라북도립미술관			0				1
제주도립미술관			0				1
국립현대미술관	0	0	0			0	4
소마미술관	0	0					2
이영미술관	0	0	0				3
전주미술관							0
계	8	8	7	1	1	1	

〈표 9〉 디렉토리 검색 제공 현황

미술관	디렉토리																	계	백분율 (%)									
	건축	공예	뉴미디어	도자기	드로잉	디자인	모형	미디어	민예품	민화	불교미술	사진	서양화	서예	서화	설치	수채화			영상	오브제	입체	자수	조각	판화	평면	한국화	회화
경기도미술관			0				0									0				0				0			4	15.3
김천시립미술관												0															3	11.5
대구미술관						0							0														12	46.1
대전시립미술관																											9	34.6
부산광역시립미술관			0																								12	46.1
서울시립미술관			0																								11	42.3
전라북도립미술관			0																								11	42.3
제주도립미술관			0																								12	46.1
국립현대미술관			0																								11	42.3
삼정미술관 리움			0																								9	34.6
소마미술관			0																								10	38.4
영은미술관																											7	26.9
이영미술관																											5	19.2
전주미술관																											7	26.9
계	5	10	7	3	9	6	1	2	1	1	1	12	3	9	1	6	1	2	1	1	1	12	9	1	9	9	71.4	26.9
백분율 (%)	35.7	71.4	50	21.4	64.2	42.8	7.1	14.2	7.1	7.1	7.1	85.7	21.4	64.2	7.1	42.8	7.1	14.2	7.1	7.1	7.1	85.7	64.2	7.1	9	64.2	64.2	26.9

5. 결론 및 제언

본 연구는 국내 미술관 웹 사이트의 구축 및 개선에 필요한 시사점을 도출하기 위한 목적으로 수행되었다. 이를 위하여 본 연구에서는 다 단계의 표본추출 과정을 통하여 국내 30개 미술관의 웹 사이트를 선정하고 여기에서 제공하는 상위 메뉴와 하위 메뉴를 분석하여 콘텐츠 유형을 정의하고 제공현황을 파악하였다. 또한, 소장품 검색서비스와 그 유형에 따른 제공현황을 파악하여 향후 바람직한 미술관 웹 사이트 구축과 개선에 필요한 기초자료를 수집하였다. 본 연구의 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 분석대상이 된 30개 미술관의 웹 사이트에서 제공하는 상위 메뉴는 기관에 따라 최소 4개에서부터 최대 8개까지이며, 평균은 5.6개였다.

둘째, '미술관 안내'와 '전시' 콘텐츠는 30개의 미술관 웹 사이트에서 모두 제공하고 있으며, '소식'과 '교육' 콘텐츠는 각각 한 곳을 제외한 29개 미술관의 웹 사이트에서 제공하고 있었다. '자유게시판' 콘텐츠는 23개 기관(76.6%), 'SNS' 콘텐츠도 21개 기관(70.0%)에서 제공하고 있어 이들 6개의 콘텐츠가 미술관 웹 사이트의 운영에 필요한 기본 콘텐츠임을 알 수 있었다.

셋째, '뉴스' 콘텐츠는 17개 기관(56.6%), '소장품'과 '행사' 콘텐츠는 16개 기관 (53.3%), '도서목록/전문자료/교육자료' 콘텐츠는 15개 기관(50.0%)에서 제공하고 있었다.

넷째, '통계정보'는 3개 기관(10.0%), '온라인상점'은 4개 기관(13.3%), '큐레이션'은 9개 기관(30.0%), '네트워크' 콘텐츠는 10개 기관(33.3%)의 미술관 웹 사이트에서 제공하고 있

어 다른 콘텐츠에 비해 상대적으로 제공 정도가 미미했다. 따라서 이들 콘텐츠에 대한 제공 여부는 미술관의 특성과 이용자의 요구에 따라 보다 탄력적으로 운영할 필요가 있다.

다섯째, 미술관 웹 사이트의 하위 메뉴 유형에서는 Drop Down 방식을 채택하고 있는 미술관이 15개(50.0%) 기관으로 가장 많았고, 다음은 9개(30.0%) 기관이 사용하는 Pull Out 방식이었다. Roll Over 방식은 서울시립미술관만이 유일하게 사용하고 있었다. Click 방식을 사용하는 3개의 미술관(대구미술관, 서호미술관, 소마미술관)은 웹 페이지의 현재 위치를 제공하지 않거나 하위 메뉴의 미리보기를 제공하지 않는 것으로 나타나 문제가 있었다. 30개 미술관의 웹 사이트에서 제공하는 메뉴의 평균 깊이는 2.0이었다.

여섯째, 미술관 웹 사이트에서 제공하는 콘텐츠 유형에서는 홍보형과 체험/전시형 콘텐츠는 30개 미술관에서 모두 제공하고 있었다. 제공 평균은 체험/전시형(5.1개), 홍보형(1.9개), 전문정보형(1.7개)의 순이었다. 전문정보형 콘텐츠는 국립미술관보다 사립미술관의 제공 비율이 낮았다. 세 가지 유형의 콘텐츠를 평균 이상으로 제공하는 미술관은 광주광역시립미술관, 대구미술관, 서울시립미술관의 3개 기관이었다.

일곱째, 미술관 웹 사이트에서 제공하는 소장품 검색서비스에서는 14개(46.6%) 기관에서 검색서비스를 제공하고 있으며, 이 14개 미술관은 모두 디렉토리 검색을 제공하고 있었다. 키워드 검색을 제공하는 미술관은 11개 기관이었다.

이상의 결과를 바탕으로 미술관 웹 사이트 운영에 필요한 발전방안과 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 미술관 웹 사이트는 제공하는 정보의

특성과 이용자의 요구에 부합하는 적절한 폭과 깊이의 계층구조로 조직되어야 한다. 미술관 웹사이트를 대상으로 상위 메뉴와 하위 메뉴, 이에 해당하는 콘텐츠를 분석한 결과, 상식에 어긋나거나 불합리한 계층구조가 일부 발견되었다. 정보구조는 조직화의 성공 여부에 많은 영향을 미치므로 불필요한 메뉴들을 통합, 조정하여 이용자의 정보 획득 및 향해에 도움을 줄 수 있도록 재구조화되어야 한다.

둘째, 미술관 웹사이트는 이용자가 원하는 콘텐츠로 구성되어야 한다. 이용자 기반의 웹사이트는 이용자의 다양한 요구를 충족시켜 웹사이트 이용의 활성화를 가져올 수 있기 때문이다. 따라서 미술관 웹사이트에서 제공되는 콘텐츠는 이용자 기반의 충실한 콘텐츠로 구성되어야 한다.

셋째, 미술관 웹사이트가 미술관이 지닌 본연의 기능을 제대로 수행하기 위해서 세 가지 유형의 콘텐츠인 홍보형, 전문정보형, 체험/전시형 콘텐츠를 모두 제공해야 한다. 미술관 웹사이트의 이용자는 미술관에 대한 기초 정보에서부터 전문 정보에 이르기까지 다양한 정보를 얻고자 한다. 따라서 미술관은 이러한 이용자들의 욕구를 충족시키기 위하여 각 유형에 따른 콘텐츠 제공과 함께 콘텐츠에 대한 지속적인 갱신과 관리가 필요하다.

넷째, 미술관 웹사이트는 소장품에 대한 검색

기능을 충실히 제공해야 한다. 소장품에 대한 키워드 검색과 디렉토리 검색은 필수적으로 제공해야 하며, 미술관별로 기관의 특성을 반영한 상세 검색도 추가적으로 제공되어야 한다. 또한, 검색 결과에 대한 다운로드 기능과 정렬 서비스의 제공과 함께 디렉토리에 대한 재정비도 요구된다.

다섯째, 미술관 웹사이트는 SNS를 보다 충실히 운영하여야 한다. 현대사회에서 SNS가 갖는 영향력을 고려할 때에 미술관도 홍보 및 서비스의 제공 수단으로 SNS를 적극적으로 활용해야 한다. 이용자는 SNS를 통해서 해당 미술관에서 제공하는 정보를 실시간으로 확인할 수 있으며, 미술관도 이용자와의 소통의 창구로써 활용할 수 있기 때문이다.

본 연구는 국내 미술관의 웹사이트 운영현황을 파악하고 그 결과를 토대로 미술관 웹사이트 운영에 필요한 시사점을 제시하였다는 점에서 의의가 있다. 본 연구를 통하여 제시된 미술관 웹사이트 운영에 관한 시사점은 향후 국내 미술관 웹사이트의 개선 및 구축에 있어 기초자료로 활용될 수 있을 것이다. 그러나 본 연구의 조사대상이 국내의 30개 미술관으로 한정되어 연구의 결과를 일반화하기에는 한계가 있다. 끝으로 향후 미술관 웹사이트의 구축 및 운영에 관한 표준화된 가이드라인 및 지침에 관한 후속 연구도 필요함을 제언한다.

참 고 문 헌

[1] 국가통계포털. 2019. 『2019 예술인실태조사』. [online]. [cited 2020. 1. 10.]

〈<http://kosis.kr/search/search.do>〉

[2] 권재용. 2014. 만화콘텐츠 웹 사이트의 콘텐츠 구성에 관한 사례연구. 『만화애니메이션연구』, 34:

- 263-292.
- [3] 김미연, 박찬훈, 최진원. 2008. 건설문화박물관의 웹 사이트 구축을 위한 콘텐츠 서비스 방안에 관한 연구. 『대한건축학회논문집』, 24(1): 19-27.
- [4] 김상훈. 2004. 뉴욕 메트로폴리탄 미술관과 핀란드 키아즈마 현대미술관 웹 사이트 비교를 통한 인터넷 정보전달 효과에 관한 연구. 『한국디자인포럼』, 10: 151-159.
- [5] 김성희, 이승민. 2010. 어린이 도서관 웹 사이트 내비게이션 시스템 분석. 『한국비블리아학회지』, 21(2): 29-38.
- [6] 김여운. 2016. 『공공미술관 전시공간 배치의 구조적 특성에 관한 연구』. 석사학위논문, 중앙대학교 대학원 건축학과.
- [7] 김주현, 김성희. 2015. 문화관광 상품으로써 미술관 선택속성이 만족에 미치는 영향. 『대한관광경영학회지』, 30(4): 209-230.
- [8] 남영준, 장로사. 2010. 법학전문도서관 웹 사이트의 콘텐츠 분석. 『정보관리연구』, 41(1): 69-95.
- [9] 노동조, 김정아. 2010. 의학도서관 웹 사이트 콘텐츠 분석에 관한 연구. 『한국비블리아학회지』, 21(3): 45-56.
- [10] 노동조, 이기리. 2019. 박물관 웹 사이트의 메뉴구조 및 콘텐츠 분석에 관한 연구. 『한국비블리아학회지』, 30(4): 5-27.
- [11] 문화체육관광부. 2018. 『박물관 및 미술관 진흥법』. [online] [cited 2020. 1. 10.]
 <<http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=204796&efYd=20181117#0000>>
- [12] 윤은영, 이화세. 2016. 국내 미술관 사이트의 웹 접근성 평가. 『멀티미디어학회논문지』, 19(10): 1816-1828.
- [13] 이승민, 김혜경. 2004. 국내 대학 웹 사이트의 정보구조 분석에 관한 연구. 『정보관리학회지』, 21(2): 127-152.
- [14] 이승민, 남태우, 김성희. 2006. 대학 웹 사이트의 정보구조 및 레이블링 시스템 분석. 『정보관리학회지』, 23(2): 39-59.
- [15] 이영주. 2008. 정보검색 유형과 내비게이션. 『디자인지식저널』, 8: 21-30.
- [16] 이우채. 2008. 인터넷마케팅 차원에 있어서 한국과 해외의 Art museum의 홈페이지(GUI) 비교 분석. 『통상정보연구』, 10(1): 73-95.
- [17] 이우채. 2009. 아트갤러리 웹 사이트의 마케팅 요소와 콘텐츠에 관한 분석연구. 『통상정보연구』, 11(1): 265-287.
- [18] 장로사, 김성희. 2006. 어린이 도서관 웹 사이트 콘텐츠 비교·분석. 『한국도서관·정보학회지』, 37(4): 463-482.
- [19] 최홍식. 2002. 국내 대학도서관 웹 사이트 메뉴구조와 용어 분석. 『정보관리학회지』, 19(4): 137-161.
- [20] 황민선. 2013. 어린이도서관 Web Site의 Contents Interface 분석. 『디지털디자인학연구』, 13(1):

625-637.

- [21] Jiao Guo and Pei Yan, 2011. "User-centered Information Architecture of University Library Website." *2011 3rd International Conference on Computer Research and Development*, 2: 370-372.
- [22] Miller, G. A. 1956. "The Magical Number Seven, Plus or Minus Two: Some Limits on our Capacity for Processing Information." *Psychological Review*, 63(2): 81-97.
- [23] Morville, P. and Rosenfeld, L. 2006. *Information Architecture for the World Wide Web(3rd)*. 김수 옮김, 2011. 『인포메이션 아키텍처: 효과적인 웹 사이트 구축을 위한 정보설계 지침서』. 서울: 인사이트.
- [24] Pallud, J. and Straub, D. W. 2014. "Effective Website Design for Experience-influenced Environments: The Case of High Culture Museums." *Information and Management*, 51(3): 359-373.

• 국문 참고자료의 영어 표기

(English translation / romanization of references originally written in Korean)

- [1] Korean Statistical Information Service, 2019. *Survey on the Actual Condition of Artists*. [online] [cited 2020. 1. 10.] <<http://kosis.kr/search/search.do>>
- [2] Kwon, Jaeung. 2014. "The Case Study of the Content of Comics Museum Websites." *Cartoon Animation Research*, 34: 263-292.
- [3] Kim, Mi-Yun, Park, Chan-Hoon and Choi, Jin-Won, 2008. "Contents Service for Developing a Website of Construction Culture Museum." *Architectural Research*, 24(1): 19-27.
- [4] Kim, Sang-Hoon. 2004. "Study on the Effectiveness of Delivering Information through Internet by Comparison of The New York Metropolitan Museum of Art and Finland Kiasma Web Sites." *Korea Design Forum*, 10: 151-159.
- [5] Kim, Seong-Hee and Lee, Seung-Min. 2010. "An Analysis of Navigation System in Children's Library Websites." *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 21(2): 29-38.
- [6] Kim, Yeo Woon. 2016. *A Study on Spatial Structure of Exhibition Area in Public Museum*. Ph. D. diss., Chung-Ang University.
- [7] Kim, Joo-Hyun and Kim, Sung-Hyuk. 2015. "Testing the Effect of Art Museum Attributes on Visitor Satisfaction: Focused on the Moderating Impact of Authenticity." *Korean Journal of Tourism Research*, 30(4): 209-230.

- [8] Nam, Young-Joon and Chang, Rho-Sa. 2010. "The Analysis of Contents on the Law School Library Websites." *Journal of information management*, 41(1): 69-95.
- [9] Noh, Dong-Jo and Kim, Jeong-A. 2010. "A Study on the Analysis of Websites Contents in Medical Libraries." *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 21(3): 45-56.
- [10] Noh, Dong-Jo and Lee, Gi-Ri. 2019. "A Study on the Analysis of Menu Structure and Contents in Museum Web Sites." *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 30(4): 5-27.
- [11] Ministry of Culture, Sports and Tourism. 2018. *Museum and Art Gallery Promotion Law*. [online] [cited 2020. 1. 10.] <<http://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=204796&efYd=20181117#0000>>
- [12] Yun, Eun-Young and Lee, Hwa-Sei. 2016. "Web Accessibility Evaluation of Korean Museum Websites." *Korea Multimedia Society*, 19(10): 1816-1828.
- [13] Lee, Seung-Min and Kim, Hye-Kyung. 2004. "A Study on the Analysis of Informational Structure of University Websites." *Journal of the Korean Society for Information Management*, 21(2): 127-152.
- [14] Lee, Seung-Min, Nam, Tae-Woo and Kim, Sung-Hee. 2006. "The Analysis of Informational Structure and Labeling System of Academic School Websites." *Journal of the Korean Society for Information Management*, 23(2): 39-59.
- [15] Lee, Young-Ju. 2008. "A Style of Information Retrieval and Navigation." *Journal of Korea Design Knowledge*, 8: 21-30.
- [16] Lee, Woo-Chae. 2008. "A Comparative Analysis of Korean and Overseas Art Museum Homepage(GUI) in Internet Marketing." *International Commerce and Information Review*, 10(1): 73-95.
- [17] Lee, Woo-Chae. 2009. "Art Gallery Website and Content Analysis on the Elements of the Leading Marketing Research." *International Commerce and Information Review*, 11(1): 265-287.
- [18] Jang, Lo-Sa and Kim, Seong-Hee. 2006. "The Comparison Analysis of Contents on the Children's Library Websites." *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 37(4): 463-482.
- [19] Choi, Hung-Sik. 2002. "A Study on the Menu Structure and Term of Academic Library Website." *Journal of the Korean Society for Information Management*, 19(4): 137-161.
- [20] Hwang, Min-Sun. 2013. "An Analysis on the Contents and Interface Design of Children's Library Websites." *Korea Digital Design Council*, 13(1): 625-637.

