

태백산 눈 축제 방문객 만족연구: 눈 조각전을 중심으로

Visitors' Satisfaction about Snow Sculptures of the Mt. Taebek Snow Festival

주저자 : 노봉호 (Roh, Bong-Ho)

동명정보대학교 시각디자인과

공동저자 : 정강환 (Jeong, Kang-Hwan)

배재대학교 관광문화대학

공동저자 : 노용호 (Roh, Yong-ho)

대경대 문화마케팅 전공

1. 서론

- 1-1. 연구의 필요성
- 1-2. 연구목적과 방법

2. 이론적 배경

- 2-1. 축제 연구 경향과 축제 평가에 대한 선행연구

3. 방문객 평가 조사에 관한 실증 분석

- 3-1. 표본의 인구 통계적 특성
- 3-2. 제 11회 태백산 눈꽃축제 행사프로그램 평가분석
 - 3-2-1 국제 눈조각가 초청 전시회
 - 3-2-2 태백산 전국 눈조각 경연대회
 - 3-2-3 태백에서 만나는 신비의 세계 문명 특별 눈 조각전
 - 3-2-4 도전 기네스 눈사람 만들기
 - 3-2-5 도전! 우리가족 눈조각
 - 3-2-6 시베리안 허스키 개 썰매 타기 체험
 - 3-2-7 추억의 겨울놀이 마당
 - 3-2-8 얼음 조각 세계 (황지연못)
 - 3-2-9 겨울 탈거리 체험 (태백준용서킷)

4. 결론과 발전방안

5. 참고문헌

(要約)

국내 문화관광 축제 연구 중 방문객과 주민을 대상으로 눈을 활용한 조각 예술 축제 만족도 연구는 매우 부족하다. 이에 본 연구는 눈 조각을 주제로 한 축제인 2004년 태백산 눈축제 방문객을 대상으로 방문객들의 축제 프로그램 만족도를 밝히고, 축제 실무 기획자들에게는 시사점을 제시하였다.

본 축제 연구의 주요 결과는 다음을 포함한다. 첫째, 방문객들이 만족한 프로그램으로는 전국 눈 조각 경연대회, 국제 눈조각가 초청 전시회 그리고 신비의 세계문명 특별 눈 조각전이였다. 그리고 불만족한 프로그램으로는 기네스 눈사람 만들기, 우리가족 눈조각 그리고 겨울 탈거리체험이였다.

둘째, 지역민들은 국제 눈조각가 초청 전시회, 신비의 세계문명 특별 눈 조각전 그리고 전국 눈 조각 경연대회에 만족하였다. 그러나 지역민들은 우리가족 눈조각 그리고 겨울 탈거리체험에 불만족 하였다.

보다 나은 축제를 위해, 방문객들을 위한 체험 프로그램들의 시설과 체험프로그램의 기획이 필요하다.

(Abstract)

There is few cultural tourism festival study which investigated snow related sculptures satisfaction from festival visitors and residents.

The purposes of this study were to investigate the satisfaction of snow related sculptures based on festival visitors' and residents' evaluation and give directions for festival planners

The important results of this study are as following:

First, visitors from out of Taebak city satisfied with National Snow Sculpture Contest, International Snow Sculpture Exhibition, and Mysterious International Snow Culture Exhibition. They did not satisfied with Making Snowmen for Genius, Our Family Snow Sculptures, and Winter Riding Experiences.

Secondly, residents satisfied with International Snow Sculpture Exhibition, Mysterious International Culture Snow Exhibition, and National Snow Sculpture Contest. Their satisfaction was low about Our Families' Snow Sculptures, and Winter Riding Experiences.

Thirdly, introducing experience-oriented programs and facilities are recommended to festival planners for better festival than this year.

(Keyword)

the Snow Festival of Mt. Taebeck, evaluation, satisfaction

1. 서론

1-1. 연구의 필요성

지역축제는 1995년 지방화시대 이후 양적으로 급격히 증가하였으나 '축제공화국' 과 '소비적 낭비적' 이라는 비판을 받고 있다. 그러나 '합평나비축제', '보령머드축제' 등은 단순한 관광이벤트 차원을 넘어서 농업 등을 통한 지역의 특화산업 진흥에도 이바지하고 있다.

지역축제는 관광이벤트를 통해 예술활동의 거점을 형성하기도 하는데 '부산국제영화제'는 부산을 '국제영상도시'라는 이미지를 창출시켰다. 경남 거창의 국제연극제, 경남 통영시의 이상음악축제, 밀양시의 밀양연극촌 축제, 춘천시의 춘천인형극제와 춘천 국제마임축제 또한 예술 축제를 통해 지역의 긍정적 이미지 창출에 이바지 하고 있다.

미술의 장르에 있어서, 광주시는 광주 비엔날레 미술축제를 통해 광주가 예향(藝鄕)임을 국내외에 널리알렸다. 또한 부산시는 바다예술제와 바다미술제를 통해 여름 휴가기간 부산을 찾은 방문객들에게 볼거리제공을 통해 일반인들이 미술과 가까이하는 기회를 제공 하고 있다. 안산시의 경우, 안산 김홍도 축제를 통해 지역 홍보는 물론 체험을 통한 미술과 역사교육 기회도 제공하고 있다.

관광축제는 지역의 비수기 극복에도 공헌한다(정강환, 2004). 외국의 경우, 스키리조트로 세계적인 명성을 얻고 있는 미국 콜로라도(Colorado)주의 주 에스핀(Aspen) 시의 예술축제(art festival), 미네소타주 세인트폴(St.Paul) 시의 겨울축제(Winter Carnival) 그리고 캐나다 퀘벡의 유명한 겨울축제(Winter Carnival) 등이 있다. 한국의 경우, 강원도 태백시의 눈 축제, 인제군의 빙어축제 그리고 대관령눈꽃축제가 그 예가 되겠다.

2002년 현재 국가지정 축제인 문화관광 축제의 개척시기를 보면 계절적으로는 가을과 봄이며, 월별로 보면 80%가 4-5월과 9-10월에 집중 되어있다.

현재 한국의 1000여개 축제 중 국가지정 문화관광 축제는 30여개이며, 축제중 특히 눈을 주제로 한 조각 예술 프로그램 축제의 평가 연구는 매우 부족하다. 미술축제의 선행연구로는 광주비엔날레 미술축제의 방문객을 대상으로한 권정택(2001)의 연구, 정강환과 노봉호의 안산 김홍도축제 연구(2005) 등의 연구가 있으나 눈을 주제로한 조각 예술 프로그램 축제 연구는 부족하다.

이에 본 연구는 눈을 활용한 조각 예술 프로그램의 만족도, 인기 프로그램 이유, 불만족 이유를 밝혀 축제의 발전 방안을 제시하며, 축제 실무 기획자들에게는 시사점을 제시 하고자 한다. 강원도 태백시에서 매년 행해지고 있는 태백산눈 축제는 눈이라는 자원을 이용한 축제로 눈을 소재로 조각전을 하는 독특한 국내 최대 눈 조각 축제 중의 하나이다.

본 연구는 문화관광 상품으로서 태백산눈축제 프로그램 평가 연구이다. 눈과 얼음 활용 축제의 프로그램 평가 연구를 통해 일반 방문객들의 미술(조각)에 관한 관심을 높이고, 다양한 관광 상품을 제공하여 관광객들의 만족도를 높이고자 한다.

2-2. 연구 목적과 방법

본 연구는 눈을 소재로 한 축제의 만족도 연구이다. 본 연구에서는 눈을 소재로 한 축제 프로그램 중 국제 눈조각가 초청 전시, 태백산 전국 눈조각 경연대회, 태백에서 만나는 신비의 세계 문명 특별 눈 조각전 등 눈과 관련된 조각예술의 프로그램을 중심으로 방문객들의 만족도를 알아 보았다. 이 연구를 통해 눈을 소재로 한 체험형 예술 축제로서 지역주민과 국내 관광객을 대상으로 만족도를 알아보고자 한다. 연구의 구체적 목적은 다음과 같다. 첫째, 지리적 변수(지역 주민과 국내관광객)에 의한 두 그룹의 만족도를 평가를 하고자 한다. 둘째, 눈을 소재로 한 조각예술 축제의 개선방안을 제시 하고자 한다. 셋째, 눈을 소재로 한 축제의 조각예술 조직자들에게 시사점을 주고자 한다.

실증적 분석을 위한 설문지 구성을 위해서 축제 및 이벤트 관련 서적, 정기 간행물 그리고 선행 연구들이 사용되었다. 실증 조사는 2004년 1월 9일부터 13일까지 행해졌다. 자료 수집은 행사장 내의 설문 조사라는 점을 감안하여 자답식 설문 기법(Self-administered questionnaire survey method) 및 인터뷰에 의한 설문기재 방식을 병행하였다. 설문 조사에 응답한 유효표본에게서 모집된 자료는 컴퓨터에 입력되어 SPSS 통계패키지를 통해서 비교분석 되었다. 분석 기법으로 방문객들의 행사 평가 항목을 7점의 리kert(Likert)척도를 근간으로 한 빈도, 비율, 평균을 이용하였고, 특히 3년간의 평가결과 비교분석과 지리적 방문객 변수 (지역 주민과 국내관광객)의 설문 응답 영향 여부를 파악하기 위해 일원분산분석(One-way ANOVA), 던컨테스트(Duncan Multiple Comparison Test)를 이용하였다.

2. 이론적 배경

2-1. 축제 연구 경향과 축제 평가에 대한 선행연구

평가에 대한 비평가 권고사항을 포함한 영향 평가들의 평가차원들에 관한 특별 잇슈들을 발표하였다고 밝혔다. Carlsen 등(2001)은 축제 이전 평가 항목 측정과 이벤트 이후의 평가 항목으로 구분하였다. 축제 이전 평가 항목은 위험노출잠재성, 성공의 타당성, 현존 집행자들의 적합성 등이고, 축제 이후의 평가 항목은 국가와 시 그리고 지역에서의 경제적 영향, 외국인 방문객들의 수, 직접적인 여행자 지출비용 등이다. Schmader와 Jackson(1990)은 이벤트 조직자가 그들의 이벤트프로그래밍에 정체되어있고 이 분야의 고조되는 복잡성을 효과적으로 대응하지 못하면 방문객의 감소는 다른 이벤트와의 경쟁고조와 함께 더욱 심화 될 것으로 주장하였다. 이러한 관점에서 행사평가조사는 중요한 의미를 지니게 되었고 평가중심을 어디에 두는가에 따라 축제관련조사는 크게 세 가지 양상을 띄게 되었다. 가장 단순한 평가조사로서 축제의 각 분야 예를 들면 협찬, 재정운영의 손익결과, 프로그래밍의 결과를 주최측에서 분석하여 기술하는 방식으로 Tuohy(1993)의 논문이 대표적인 사례라고 할 수 있다. 두 번째는 축제에 대한 평가를 방문객조사를 통해 방문객들의 인구 통계적 변수에 의

해 분류하여 지역 밖에서 온 관광객 유치효과를 측정하고 경제적 효과를 방문객들의 소비지출을 통해 조사하는 방식으로 가장 주류를 이루는 관광축제 평가방식이라고 할 수 있는데 Goderie연구(1994)의 평가연구, Getz(1993)의 연구, 스코틀랜드 관광위원회(1993)의 평가조사 등이 있다.

세 번째는 축제를 서비스로 보는 관점에서 평가, 조사한 것으로 Wicks와 Fesenmaier(1993)의 연구가 대표적이라고 할 수 있다. 본 연구의 이론적 배경은 세 번째 경우에 근거를 두고 있는데 Getz(1991)는 이벤트는 서비스와 상품이 결합된 복잡한 패키지로 볼 수 있다고 하였고 Wicks와 Fesenmaier(1993)는 관광경험과 축제경험은 제조상품과는 근본적으로 다른 서비스로 이루어져 있다고 보았다. (Wicks and Fesenmaier 1993). 그러므로 이벤트관광산업에 서비스특성요소가 분명히 존재하며 이러한 서비스의 질을 향상시키기 위한 시도가 고려되어야 한다고 주장하였다. 한국 표준 산업 분류에 따른 서비스 분류에서도 축제 이벤트는 오락, 문화 및 운동 관련 서비스산업으로 분류되고 있다.

문화관광부의 축제 평가 항목으로는 안내, 편의시설, 체험 프로그램, 축제관련 상품, 지역주민의 행사 만족도와 참여, 외국인 안내책자, 그리고 교통시설 편의성 등이 포함되어 있다. 축제 평가 연구의 유형은 다음 과 같이 정리 할 수 있다.

<표 1> 평가자에 의한 구분

축제평가 유형	연구자	연구 대상 축제
축제의 각분야를 주최측에서 분석	Tuohy(1993)	미국 Taste of Chicago (시카고 요리 축제)
방문객 조사	Goderie(1994)	네덜란드 Nijmegen Summer Festival
	Getz(1993)	캐나다 캘러리의 Stempede 평가연구
	스코틀랜드 관광위원회(1993)	Edinburgh 8개축제의 평가조사
서비스 관점	Wicks와 Fesenmaier(1993)	Chautauqua of the Arts Festival 연구
	정 강환(1998)	금산 인삼축제

(자료원: 선행연구를 바탕으로 연구자 작성)

축제 평가에 관한 연구는 평가시기에 따라 아래의 표처럼 축제이후가 대부분을 차지하고 있다.

그러나 Carlsen(2001) 등은 축제를 축제 이전과 이후로 나누어 평가해야 한다고 주장한다.

<표2> 평가시간에 의한 구분

평가시기	연구자	연구내용
축제 이후	Boo (2000)등	축제에 서비스된 음식의 안전과 건강
	Higham & Ritchie(2001)	뉴질랜드 시골지역 축제와 이벤트들
축제 이전과 이후	Carlsen 등(2001)	축제이전과 이후행목

(자료원: 선행연구를 바탕으로 연구자 작성)

본 연구에서는 태백산 눈 축제의 축제 프로그램들 중 눈 조각과 관련된 프로그램과 체험 중심의 프로그램에 대한 만족도를 축제 방문객과 지역민을 대상으로 조사 하였다.

3. 방문객 평가 조사에 관한 실증 분석

3-1. 표본의 인구 통계적 특성

설문조사에 응답한 유효 표본들의 수는 총 222명으로 유효 표본들의 인구 통계적 특성들을 살펴보면 다음과 같다. 우선 방문객들의 성별 구성은 아래 표와 같이 여성이 많았다. <표3>에서 보는 바와 같이 연도가 지날수록, 방문객들이 지리적으로 다변화되고 전국적인 축제로 발전해 왔음을 알 수 있다. 핵심 관광객들은 수도권, 경상권, 그리고 충청권이었다. 본 축제의 동반 형태로는 가족과 친구가 다수를 차지하고 있음을 알 수 있다.

<표 3> 표본의 인구 통계적 분류

변수		'04년조사 빈도(%)
성별	남성	95 (42.8)
	여성	127(57.2)
거주지역	수도권	89 (39.7)
	경상권	75 (33.5)
	충청권	38(17.4)
	강원도	12(5.8)
	태백시	6 (2.7)
	전라권	2(0.9)
동반형태	가족	85(38.4)
	친구	73(32.6)
	단체	58(25.9)
	기타	6(2.7)

*강원권내 태백지역은 제외

'04년 제11회 태백산 눈축제를 방문한 방문객들의 성비를 조사한 결과 남성방문객이 42.8%, 여성방문객이 57.2%의 비율을 차지하고 있는 것으로 조사되었다. 방문객 성별 축제 방문동기를 분석한 결과 남성층의 경우 등산 목적이 많았으며, 여성층의 경우 축제방문동기가 많았던 것으로 조사 분석되었다.

제11회 태백산 눈축제의 방문객 시장을 분석한 결과 국내 관광객의 비율이 97.3%를 차지하고 있는 것으로 분석되었으며, 지역주민의 경우 2.7%의 점유비율을 차지하고 있는 것으로 분석되었다.

'04년 태백산 눈 축제에서의 국내관광객 점유비율은 '03년의

95.3%와 비교하여 소폭의 증가를 보이고 있는 것으로 조사되었으며, 3년 연속 90%이상의 높은 점유비율을 보이고 있는 것으로서 타 축제들과 비교해 본 결과 높은 관광객 점유비율을 보이고 있는 것으로 분석되었다.

태백산눈축제에서의 국내관광객의 점유비율이 타 축제들과 비교해서 높은 비율을 차지하고 있는 것에 대한 원인을 알아보기 위해 태백시내 거주 주민들을 대상으로 인터뷰 조사를 실시해 본 결과 지역주민들은 관광객의 집중으로 인한 교통복잡 등의 이유로 축제가 개최되고 있는 태백산도립공원 일대에 대한 방문을 자제하고 있다는 의견을 보이고 있는 것으로 조사되었다. 또한 지역주민들은 관광객이 집중되는 주간 시간대보다 늦은 오후이후 시간대 또는 축제기간 이후 시간대 축제장을 방문하겠다는 의견을 보이고 있는 것으로 조사되었다.

제11회 태백산눈축제의 방문객 거주지를 권역별로 분석해 본 결과 수도권과 경상권, 충청권 방문객의 비율이 전년과 비교하여 증가세를 보인 것으로 분석되었으며, 이들 지역에서 축제를 방문한 방문객이 전체 방문객의 약 90%의 점유비율을 차지하고 있는 것으로 분석되었다.

04년 수도권 방문객의 점유비율은 39.7%로 가장 높은 것으로 조사되었으며, 전년의 39.0%와 비교하여 비슷한 수준을 차지하고 있는 것으로 분석되었다. 또한 지난 3개년간의 방문객 거주지 중 수도권 방문객의 비율이 약 40%의 비율로 가장 핵심적인 방문객 시장을 형성하고 있는 것으로 분석되었다.

다음으로 경상권 방문객이 33.5%의 비율을 차지하고 있는 것으로 조사되었다. 지난 4개년간의 평가 조사결과 방문비율이 지속적으로 상승하고 있는 것으로 분석되었다. 아울러 충청권은 17.4%로 나타났으며, '03년과 비교하여 약 5%의 증가를 보인 지역으로서 올해 가장 높은 증가세를 보이고 있는 지역으로 나타났다.

이외에 강원권과 전라권이 각각 5.8%와 0.9%의 비율을 차지하고 있는 것으로 분석되었으며, 태백시는 2.7%로 나타났다. 특히 강원권의 경우 02년의 11.0%와 비교하여 전체 방문객 시장 중 가장 큰 감소를 보인 지역으로 나타났으며, 이외의 지역도 소폭의 감소세를 보이고 있는 것으로 분석되었다.

방문객동반형태를 조사한 결과 올해 축제에서의 방문객 유형의 특징은 전년과 비교하여 가족단위 방문객의 비율이 큰 폭의 감소현상을 보인 것으로 나타났으며, 반대로 단체와 함께가 상대적인 증가세를 보이고 있는 것으로 나타났다.

04년 올해 축제에서 가족과 함께 축제를 방문한 방문객은 전체 방문객의 38.4%로 가장 높은 비율을 차지하고 있는 것으로 조사되었으며, 03년 축제에서 가족과 함께가 차지한 비율 54.9%와 비교하여 큰 폭의 하락을 보이고 있는 것으로 분석되었다.

다음으로 친구와 함께가 32.6%의 비율을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 친구와 함께 축제를 방문한 비율은 작년인 03년의 30.4%와 비교하여 비슷한 수준을 보이고 있는 것으로 분석되었으며, 특히 올해 젊은층의 방문이 전년보다 증가세를 보이고 있는 것으로 조사되었다. 단체와 함께는 전체 방문객의 26.9%의 비율을 차지하고 있는 것으로 조사되었으며, 올해 축제 방문객유형 중 전년과 비교하여 가장 높은 증가세를 보인 것으로 분석되었다.

2-2. 제11회 태백산눈꽃축제 행사프로그램 평가 분석

2-(1) 국제 눈조각가 초청 전시회

<표 4> 방문객 그룹별 “국제 눈조각가 초청 전시회” 평가와 t 검정결과

방문객 그룹	지역주민	국내 관광객	전체평균	t=-0.549
그룹별 평균	5.00	5.28	5.27	p=0.583

제11회 태백산눈축제를 방문한 방문객들을 대상으로 ‘국제 눈조각가 초청 전시회’에 대한 흥미도를 조사한 결과 전체평균 5.27로 조사대상 9개중 2위를 차지하였으며, 전년 ‘4 대륙국제 눈조각 초청 작품전’의 흥미도 5.52와 비교하여 소폭 하락을 보이고 있는 것으로 분석되었다.

올해 태백산눈축제에서 실시된 ‘국제 눈조각가 초청 전시회’는 전시공간의 이동을 통한 특성화를 통해 주제구역화하려는 노력을 보인 것으로 조사되었다. 국제 관련 눈조각 전시는 전년까지 당골광장내에서 타 눈조각 전시물들과 혼재하여 프로그램간의 차별화가 떨어졌던 것으로 평가되었으나 올해는 장소를 이동하여 차별화를 시도한 것으로 평가되었다.

또한 올해 국제 눈조각 초청 전시회의 장소이동은 지금까지 태백산눈축제가 갖고 있었던 전시공간의 협소현상을 해소하고 축제공간을 확대하려는 시도에 있어 긍정적인 시도로 판단된다. 그러나 올해 ‘국제 눈조각가 초청 전시회’의 경우 새로운 시도 자체에 대해서는 긍정적인 평가를 할 수 있으나 프로그램의 운영에 있어서는 개선의 여지를 보이고 있는 것으로 판단된다.

올해 축제에서 국제 눈조각가 초청 전시회가 이동 배치된 곳은 기존부터 겨울놀이마당이 실시되는 장소의 빈 공간으로 단순히 체험공간으로만 활용되던 곳에 태백산눈축제의 가장 핵심적인 프로그램인 눈조각품을 배치하여 주제성 및 공간 활용도를 높여주는 역할을 수행한 것으로 평가된다. 그러나 이 공간이 방문객들이 장기간 체류하는 공간으로 특히 아이들이 많은 점에서 전시물에 대한 훼손 방지 등을 위한 관리가 필요하지만 충분한 관리요원과 안전장치가 제대로 배치되지 않았던 것으로 조사되었으면, 전시물에 대한 안내시설물이 부족하여 방문객들이 전시물을 이해하기는 어려움이 많았으며, 전시공간이 양지에 위치하여 작품의 훼손이 심해지는 현상이 발생한 것으로 조사되었다.

04년 올해 국제 눈조각가 초청 전시회에 참여한 팀은 총 4개 팀으로 캐나다, 일본, 홍콩, 스페인에서 참여했고, 팀별 전시물의 주제와 내용은 아래의 표와 같다.

< 표 5 > 참여한 팀별 전시물의 주제와 내용

국 가	주 제	내 용
캐나다	해체주의	물,불,하늘,땅을 기둥으로 표현
일본	Book climbing	책을 오르며 성장하는 젊은이를 표현

홍콩	용춤	행운과 평화를 상징하는 용을 표현
스페인	돌리나	성의 내부를 직접 볼 수 있도록 조각

올해의 전시물에 대해 방문객들의 의견을 조사해 본 결과 방문객들의 전반적으로 전시물에 대해 비교적 긍정적인 평가를 보이고 있는 것으로 조사되었으며, 올해 국제 눈조각가 작품들을 사진으로 촬영하기에 적절한 크기로 조각되어 방문객들이 사진을 많이 촬영하는 것으로 관찰되어 프로그램의 흥미도를 높이는 데 긍정적인 역할을 한 것으로 조사되었다. 아울러 이들 전시물 중 방문객들에게 가장 인기 있는 작품을 조사한 결과 홍콩팀의 '용춤'이 정교하고, 화려하게 조각되어 사진 촬영 등에 인기가 많았던 것으로 조사되었다.

반면 이외의 작품들의 경우 스페인팀의 작품의 경우 앞서 언급한 바와 같이 방문객들이 조각에 올라가는 등 안전상의 문제점을 내포하고 있었으나 안내요원 및 안전시설이 빈약하여 안전사고의 위험성을 내포하고 있는 것으로 조사되었다. 또한 방문객들과 작품을 통해 작품의 의미를 이해할 수 있는지에 대한 의견을 조사한 결과 일본 및 캐나다 작품의 경우 이해하기가 다소 어려웠다는 의견을 많이 보인 것으로 조사되었으며, 작품에 대해 이해할 수 있는 시설물 또는 기회를 갖기를 원하고 있는 것으로 조사되었다. 이에 안내시설물의 보강 또는 작품의 특성에 대해 충분히 숙지하고 있는 안내요원을 배치를 통한 문제점 해소가 필요할 것으로 판단된다.

아울러 올해 국제 눈조각가 초청 전시회에 대해 방문객들의 처음 작품을 접하고 작품이 국제적인 전문가들에 의해 제작된 작품인지에 대해 인지하지 못하고 있었던 것으로 조사되었다. 이는 전시가 이뤄지는 공간 입구에 안내시설물이 설치되지 않았던 것과 전시 공간 주변에 위치한 특산물 판매부스가 전시 분위기를 저해하고 있다는 의견을 보인 것으로 조사되어 추후 축제에서는 전시구역 또는 축제 프로그램이 운영되는 공간 주변에 대해 축제 분위기를 위한 정리가 필요할 것으로 판단된다.

또한 프로그램의 명칭과 관련하여 지금까지 국제관련 행사의 명칭이 매년 제9회의 경우 '국제 눈조각경연대회', 제10회 '4대륙 국제 눈조각 초청작품전', 올해 제11회 '국제 눈조각가 초청 전시회' 등으로 매년 명칭이 변화되고 있어 축제를 방문하고 있는 방문객들에게 혼동을 야기하고 있는 것으로 조사되어 추후 축제에서는 프로그램 명칭의 통일이 필요할 것으로 판단된다.

2-(2) 태백산 전국 눈조각 경연대회

<표6> 방문객 그룹별 '태백산 전국 눈조각 경연대회' 평가와 t 검정 결과

방문객 그룹	지역주민	국내 관광객	전체평균	t=1.062
그룹별 평균	4.83	5.36	5.34	p=0.289

제11회 태백산축제를 방문한 방문객들을 대상으로 '태백산 전국 눈조각 경연대회'에 대한 흥미도를 조사한 결과 5.34로 전년의 흥미도 5.48과 비교하여 유사한 평가를 받은 것으로 분석되었으며, 전체 조사대상 프로그램 9개중 가장 높은 흥미도를 보여 '태백산 전국 눈조각 경연대회'가 축제의 대표 프로그램인 것으로 평가되었다.

올해 '태백산 전국 눈조각 경연대회'의 프로그램이 전체 조사 대상 중 가장 높은 흥미도로 나타난 요인으로는 전년도에 비해 조각품의 크기가 커짐으로써 방문객에게 시각적인 만족감을 주었기 때문인 것으로 판단되며, 아울러 작품들이 전반적으로 올해의 주제인 '대한민국'과 연관성이 높았기 때문인 것으로 조사되었다.

올해 '태백산 전국 눈조각 경연대회'는 '대한민국'을 주제로 하여 다소 무거울 수 있는 주제를 해학적이고 재미있게 표현한 작품들이 다수 선보여 방문객들에게 긍정적인 평가를 받을 수 있었던 것으로 평가된다. 작품들 중 방문객들은 특히 인천 카톨릭대 A팀의 대지를 형상화시킨 '부자되세요'와 목원대팀의 번기 속에 얼굴을 표현한 'K씨의 황당한 사건' 등의 작품에 관심을 보인 것으로 조사되었다.

또한 올해 작품들은 주제에 맞게 우리의 전통문화를 바탕으로 한 한국적 이미지를 표현한 작품들을 다수 선보인 것으로 조사되었다. 대표적인 작품으로 화회탈을 형상화한 상명대의 '탈놀이', 배재대의 '씨름', 전남대의 '토끼와 거북이', 한남대의 '신랑각시' 등을 들 수 있다.

올해 '태백산 전국 눈조각 경연대회'에 참여한 팀을 살펴보면 총 40여개 팀이 지원하여 이중 14개팀이 본선에 참여한 것으로 조사되었다. 특히 올해는 지금까지 대학팀만이 참여했던 것을 처음으로 일반팀(Terra조형연구소)이 참여하여 참여의 폭이 확산된 것으로 조사되었다.

또한 올해 대회 참여단체들과의 인터뷰 결과 조각관련자들 사이에 태백산축제로서 실시되는 '태백산 전국 눈조각 경연대회'가 전국에서 실시되는 타 눈조각 관련된 전국행사를 보다 인지도 및 지명도가 높다는 의견과 이 대회에 참여했다는 자긍심을 고취시키기 위해 전국 타 경연대회에서는 보이지 않는 경연대회 참가자들의 동호회를 구성하여 운영하고 있는 것으로 조사되었다. 아울러 올해 태백산축제가 일본 삿포르에서 실시되는 세계적 겨울축제인 삿포르눈축제에서 세계 10대 눈축제중 하나로 선정된 것과 관련하여 국제적인 축제로의 발돋움하기 위한 기반조건을 갖춰가고 있는 긍정적인 현상으로 평가할 수 있다.

또한 올해 축제의 '태백산 전국 눈조각 경연대회'에서는 전년과 비교하여 포상의 기회가 확대된 것으로 조사되었다. 올해 경연대회의 최고상인 대상은 문화관광부장관상으로 격상하였다. 또한 대회 상금을 전년도 680만원에서 올해 1,050만원으로 늘렸으며, 수상자를 전년도보다 확대하여 8개팀에 대해 포상을 실시한 것으로 조사되었다.

올해 '태백산 전국 눈조각 경연대회'의 조각품은 당골광장의 윗편에 11개 작품이 전시되었으며 아래편에 3개팀의 작품이 분리 전시되어 방문객들이 경연대회 조각품과 세계문명 특별 조각전의 작품과 구분을 하지 못하고 있는 경우가 다수 발생하고 있는 것으로 조사되어 보다 명확한 프로그램의 구역화

가 필요할 것으로 판단된다.

이와 관련하여 인천카톨릭 B팀의 '태백을 바라보는 포세이돈'의 경우 방문객들이 포세이돈이 그리스신화에 등장하는 신으로 태백산 전국 눈조각 경연대회의 작품이 아닌 세계문명 특별전의 작품으로 오인하는 현상이 발생하고 있는 것으로 조사되었다.

아울러 전시된 작품에는 해당 작품에 대한 안내 설명판이 배치되어 작품명, 소속, 팀원, 대략적인 작품에 대한 설명이 소개되고 있는 것으로 조사되었으나 일부 작품의 경우 방문객들이 작품을 이해하는데 어려움이 있었던 것으로 조사되었다.

2-(3) 태백에서 만나는 신비의 세계 문명 특별 눈 조각전

<표 7> 방문객 그룹별 '세계 문명 특별 눈조각전' 평가와 t 검정 결과

방문객 그룹	지역주민	국내 관광객	전체평균	t=-0.426
그룹별 평균	5.00	5.22	5.21	p=0.671

제11회 태백산 눈축제를 방문한 방문객들을 대상으로 '세계 문명 특별 눈조각전'에 대한 흥미도를 조사한 결과 5.21로 전체 평가 대상 프로그램 9개중 3위를 차지한 것으로 조사되었다.

'세계 문명 특별 눈조각전'은 올해 처음 실시된 프로그램으로써 영남대학교조소학과 교수 및 학생 80여명에 의해 1월 3일부터 9일까지 일주일간의 작업을 통해 제작되었다.

올해 '세계 문명 특별 눈조각전'의 프로그램이 방문객에게 흥미도가 비교적 높게 나타난 요인으로는 타 조각품보다 상대적으로 규모가 큰 조각품들로 구성되어 있으며, 세계적으로 유명한 이집트의 �핑크스, 피라미드, 로마의 개선문, 중국의 만리장성, 한국의 태백산 천제단 등 친숙한 소재를 조각함으로써 방문객들에게 호응을 얻은 것으로 인터뷰 결과 조사되었다. 이중 방문객들에게 가장 인기가 있었던 조각품은 입구에 위치한 로마 개선문으로 축제장을 들어오는 방문객들에게 환영의 의미로 대선문 위에 'Welcome! Taeback'이라는 문구와 조각품 뒤쪽에 '반갑습니다' 문구를 삽입하여 '웰컴존'으로서의 기능을 수행한 것으로 조사되었다. 또한 개선문 전면에 태백산눈축제의 캐릭터인 눈개비와 눈송이를 조각하여 축제와의 연관성을 높여준 것으로 조사되었으며, 개선문 사이와 캐릭터 사이에서 많은 수의 방문객들이 기념촬영을 실시한 것으로 관찰되었다.

또한 기존에 이글루로 제작하여 카페로 활용하던 이글루카페를 피라미드로 제작하여 구역의 특성과 맞추려는 노력을 보였으며, �핑크스와 연계하여 인접하여 제작함으로써 피라미드와 �핑크스의 본래 의미를 전달하려는 노력을 보인 것으로 평가할 수 있다. 올해 (피라미드)카페에서는 코코아, 녹차, 커피, 홍차, 동글레차 다섯종류의 차와 무료 기념사진, 무료 증정 컵을 포함하는 가격인 5,000원에 판매하였지만 가격에 대한 불만 사항은 많지 않았던 것으로 조사되었다.

중국의 만리장성은 성벽과 함께 진시황제의 얼굴을 조각하였으며, 조각과 연계하여 비료포대 타기 체험프로그램을 실시

하여 어린이를 중심으로 체험프로그램 중 가장 인기 있었던 프로그램으로 조사되었다. 또한 비료포대 타기의 출발장소가 조각경연대회와 인접하고 있어 대기 중 조각품을 관람할 수 있었던 것으로 조사되었으며, 올해 일일 비료포대 판매량은 500장 정도가 판매된 것으로 조사되었다.

태백산 '천제단'은 태백산 정상에 위치한 천제단을 축소하여 제작한 것으로 특히 태백산 등산을 실시한 방문객들로부터 긍정적인 평가를 받은 것으로 조사되었다. 반면 다수의 방문객들이 조각품에 올라가 사진촬영을 실시할 것에 우려하여 임시로 '들어가지 마시오'라는 안내판을 설치하였으나 글씨를 종이 박스에 작게 손으로 써 조각품에 다수 조화스러워 보인 것으로 조사되었다.

올해 세계 문명 특별전을 제작한 영남대학교 학생들과 인터뷰를 실시한 결과 조각품 제작과정에 추운 날씨로 인하여 힘들었지만 작업을 마친 후 대부분의 학생들이 기회가 된다면 다시 한번 참여하고 싶고 보람된 작업이었다는 의견을 보였으며, 다음엔 조각 경연대회에 참가하고 싶다는 의견을 보인 것으로 조사되었다.

2-(4) 도전 기네스 눈사람 만들기

<표 8> 방문객 그룹별 '도전! 기네스 눈사람 만들기' 평가와 t 검정 결과

방문객 그룹	지역주민	국내 관광객	전체평균	t=-0.451
그룹별 평균	4.33	4.59	4.58	P=0.653

제11회 태백산눈축제를 방문한 방문객들을 대상으로 '도전 기네스 눈사람 만들기'에 대한 흥미도를 조사한 결과 4.58의 긍정적인 흥미도를 보이고 있는 것으로 조사되었으나 전체 평가 대상 프로그램 9개중 7위를 차지하여 하위권인 것으로 분석되었다.

'도전 기네스 눈사람 만들기' 프로그램은 금년 처음으로 실시된 프로그램으로서 축제장의 분위기 조성을 위해 기획되었으나, 축제 초반 눈이 내리지 않는 기후적인 요인으로 인해 제대로 운영되지 못하였으며, 인공눈을 활용하여 체험을 실시하려하였으나 인공눈이 얼어붙어 눈사람을 만들기 어려운 얼음 상태를 보인 것으로 조사되었다.

또한 축제 중반 이후에 눈이 내렸음에도 불구하고, 운영요원의 부재와 프로그램구역에 대한 방문객들의 인지 부족으로 프로그램 운영이 제대로 이루어지지 못한 것으로 조사되었다.

2-(5) 도전! 우리가족 눈조각

<표9> 방문객별 그룹별 '도전! 우리가족 눈조각' 평가와 t 검정결과

방문객 그룹	지역주민	국내 관광객	전체평균	t=-0.308
그룹별 평균	4.33	4.51	4.51	p=0.758

제11회 태백산축제를 방문한 방문객들을 대상으로 '도전! 우리가족 눈조각'에 대한 흥미도를 조사한 결과 4.51로 조사되어 전체평가 대상 프로그램 9개중 8위를 차지하는 것으로 조사되었다.

'도전! 우리가족 눈조각' 프로그램은 금년신생프로그램으로서 가족단위 방문객들을 대상으로 축제홈페이지를 통해 선착순으로 20팀을 선발하고 30,000원으로 체험료를 받고 프로그램을 진행하려 하였으나, 6팀만이 접수를 하였고 이들 역시 참가비를 미납부하고 체험에 참여하지 않아 프로그램이 운영되지 못한 것으로 조사되었다.

이는 인터넷만을 통한 접수를 받아 운영하여 접수자들의 적극적인 참여가 이루어지지 못한 것으로 조사되었으며, 이에 온라인과 오프라인을 동시에 유기적으로 운영하고 지속적으로 참여여부를 확인하는 등의 노력이 필요할 것으로 판단된다.

또한 축제기간 중 프로그램을 진행하지 않음에도 불구하고 프로그램에 사용하기위해 준비한 눈 블록을 그대로 방치함으로써 주변에 위치한 국제 눈조각전 등의 프로그램에 부정적인 영향요소로 작용한 것으로 조사되었다. 이에 프로그램을 현장에서 접수하여 진행할 경우 참여할 것인가에 대한 의사를 조사한 결과 전문가들의 교육이 있을 경우 프로그램에 참여해 보겠다는 의견을 보이는 방문객들이 상당수 조사 되었다.

2-(6) 시베리안 허스키 개 썰매 타기 체험

<표 10> 방문객 그룹별 '시베리안 허스키 개썰매 타기 체험' 평가와 t 검정 결과

방문객 그룹	지역주민	국내 관광객	전체평균	t=-0.850
그룹별 평균	4.50	4.98	4.96	p=0.396

제11회 태백산 눈축제를 방문한 방문객들을 대상으로 '시베리안 허스키 개썰매 타기 체험'의 흥미도를 조사한 결과 전체 평균 4.96으로 조사대상 9개중 4위로 중간정도의 평가를 받았으며, 작년 '개 썰매타기'의 흥미도 4.48과 비교하여 큰 폭으로 상승을 보이고 있는 것으로 분석되었다.

전년대비 '시베리안 허스키 개썰매'의 흥미도 상승 요인으로는 개썰매에 대한 호기심이 주요한 요인으로 작용하였으며, 주로 가족단위 방문객 중 어린이들이 체험에 참여한 것으로 조사되었다.

그러나 올해는 강설의 부족으로 인해 본래 계획된 장소가 아닌 추억의 썰매타기구역의 외곽에서 실시하여 안전사고의 위험성이 많았으며, 운행구간이 짧아 방문객들에게 가격대비 만족도에 있어 다소 불만족스러운 결과를 보인 것으로 조사되었다.

2-7) 추억의 겨울놀이 마당

<표11> 방문객 그룹별 '추억의 겨울놀이 한마당' 평가와 t 검정 결과

방문객 그룹	지역주민	국내 관광객	전체평균	t=-0.229
--------	------	--------	------	----------

그룹별 평균	4.67	4.79	4.78	p=0.819
--------	------	------	------	---------

제11회 태백산 눈축제를 방문한 방문객들을 대상으로 '추억의 겨울놀이 마당'에 대한 흥미도를 조사한 결과 전체평균 4.78로 전체 조사대상 9개중 5위를 차지한 것으로 분석 되었다.

추억의 겨울놀이마당은 앉은뱅이 썰매타기, 제기차기, 왕팽이 돌리기, 투호 등으로 구성 되었으며, 주로 가족단위 방문객들의 참여가 이뤄진 것으로 조사되었다.

앉은뱅이 썰매는 1인당 체험료가 1,000원으로 비교적 저렴한 가격으로 체험을 할 수 있었으며 어린이들을 동반한 가족 방문객들의 중심으로 축제장내 체류시간 연장에 기여한 것으로 조사되었다.

썰매타기 체험은 방문객의 체험흥미도 유지를 위한 프로그램의 종료 후, 썰매장의 노면을 고르게 하기 위하여 펌프를 이용하여 물을 얼림으로써 익일 체험 프로그램의 원활한 운영을 하였던 것으로 조사되었다.

2-8. 얼음 조각 세계(황지연못)

<표 12> 방문객 그룹별 '얼음 조각 세계' 평가와 t 검정 결과

방문객 그룹	지역주민	국내 관광객	전체평균	t=-0.435
그룹별 평균	4.40	4.67	4.67	p=0.664

제11회 태백산 눈축제를 방문한 방문객들을 대상으로 '얼음 조각세계'에 대한 흥미도를 조사한 결과 전체평균 4.67로 전체 조사대상 9개중 6위로 조사된 것으로 나타났다.

올해 황지연못에서 실시된 얼음조각세계는 전년에 이어 두 번째로 실시된 프로그램으로서 주변관광지에 대한 방문객 유도와 지역주민에 대한 홍보 목적으로 실시된 실용적인 성격의 프로그램이다. 전년의 경우 눈으로 제작하여 대부분의 조각품이 녹았던 점에 착안하여 올해는 얼음을 이용한 조각품을 설치하여 운영하였다.

그러나 야간시간대 전시물에 대한 관리가 지속적으로 이루어지지 않아 전시물에 대한 훼손이 컸던 것으로 조사되었으며, 높은 기온으로 인해 전시물이 녹아버리는 현상이 발생한 것으로 나타났다.

2-9. 겨울 탈거리 체험(태백준용서킷)

<표13> 방문객 그룹별 '겨울 탈거리 체험' 평가와 t 검정 결과

방문객 그룹별	지역주민	국내 관광객	전체평균	t=0.063
그룹별 평균	4.40	4.44	4.42	p=0.950

제11회 태백산 눈축제를 방문한 방문객들을 대상으로 '겨울

탈거리 체험'에 대한 흥미도를 조사한 결과 전체평균 4.42의 흥미도를 나타낸 것으로 분석되었으며 전체 조사대상 9개중 가장 낮은 평가를 받은 것으로 분석되었다.

태백준용서킷에서 실시된 겨울 탈거리 체험은 올해 처음으로 실시된 프로그램으로서 탈것을 중심으로 한 체험프로그램을 배치하여 태백산눈축제에서 부족한 체험프로그램의 보완과 주변관광지로 방문객 유도하려는 의도에서 실시되었다.

그러나 눈을 활용한 탈것이 중심인 겨울 탈거리 체험은 눈이 내리지 않은 기후적인 이유로 일부 프로그램이 운영되지 못하였고, 축제장에서 MJ 크림월드로의 원활한 안내가 이뤄지지 않아 방문객들의 방문이 저조했던 것으로 조사되었다.

4. 결론과 발전방안

본 연구는 눈을 소재로 한 축제의 방문객 만족도 평가이다. 이 연구에서는 눈을 소재로 한 조각 예술 관련 축제 프로그램에 대한 지역주민과 국내 관광객의 만족도 평가와 발전방안을 제시 하였다.

본 연구에서 밝혀진 주요 결과는 다음과 같다.

첫째, 방문객들이 만족한 프로그램으로는 전국 눈 조각 경연대회, 국제 눈조각가초청 전시회 그리고 신비의 세계문명 특별 눈 조각전이였다. 그리고 불만족한 프로그램으로는 기네스 눈사람 만들기, 우리가족 눈조각 그리고 겨울탈거리체험이였다.

둘째, 지역민들은 국제 눈조각가초청 전시회, 신비의 세계문명 특별 눈 조각전과 전국 눈 조각 경연대회에 대한 만족도가 높았고 도전 기네스눈사람과 가족눈조각 프로그램에 대해서는 불만족 한 것으로나타났다.

국내 방문객들은 국제 눈조각가초청 전시회, 신비의 세계문명 특별 눈 조각전과 전국 눈 조각 경연대회에 대한 만족도가 높았고, 가족 눈조각과 겨울 탈거리체험에 대해서는 만족도가 낮은 것으로 밝혀졌다.

본 연구 결과를 바탕으로 한 태백산 눈축제의 발전방안은 다음과 같다.

최근 축제 방문객들의 체험프로그램에 대한 관심이 높아지고 있으나 태백산눈축제의 프로그램이 전시프로그램 중심으로 편중되어 방문객들의 체험프로그램에 대한 지속적인 강화요구가 보이고 있다. 체험프로그램의 경우 환경적인 장애요인 이외에 장소적으로 축제장의 구성에 있어 체험프로그램구역이 협소한 것으로 조사되었다. 이에 눈꽃터널에서 태백산방면으로 올라가는 곳에 위치한 공터를 체험프로그램장의 확대 설치가 필요가 있다.

또한 계획되었던 방문객들이 직접 눈조각에 참여할 수 있는 체험프로그램의 경우 프로그램운영이 원활하지 못한 점을 감안하여 보다 적극적인 체험프로그램의 유도 방안이 필요하다. 방문객 눈조각 체험프로그램의 경우 체험을 지도할 수 있는 운영요원을 배치하는 한편 보다 양질의 눈을 제공하여 방문객들이 보다 쉽게 체험에 참여할 수 있도록 유도한다.

아울러 축제장내 사각지대에 배치된 각종 체험프로그램에 대한 안내홍보를 강화하는 한편, 체험프로그램을 전시프로그램과 혼재하여 발생할 수 있는 문제점에 대해 보완 실시한다.

연구의 세부 발전방안은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 축제 기간 중 주차장이 아닌 축제장 내에 차량이 주차되어 축제의 분위기를 저해하는 요소로 작용한 것으로 조사 되었다. 축제장 내 진입 차량에 대한 통제 강화가 필요하다.

둘째, 적극적인 안내서비스 제공을 위한 안내시설 이동 및 안내요원 교육 강화가 필요하다.

다음으로 지역경제파급효과 향상을 위한 방문객 쇼핑확대 방안이 필요하다. 이를 위한 세부 방안으로는 축제 기념품 판매소 운영과 판매활성화를 위한 안내 홍보 강화 등이다.

그리고 홈페이지를 통해 수집된 정보를 활용한 적극적인 홍보마케팅 실시가 필요하다. 세부 개선안은 다음과 같다. 첫째, 매년 축제 홈페이지를 통해 축제 안내문 발송을 요구한 방문객들의 발송내역을 토대로 축제 이전 홍보의 차원에서 사전 안내물을 발송한다. 둘째, 장기적인 태백산 눈축제 방문객의 재방문 유도와 축제 사전홍보차원에서 회원제 형식의 방문객 관리도 필요하다.

마지막으로, 휴게편의시설에 대한 보완이 필요하다. 휴게시설은 축제의 주제를 느낄 수 있는 주제반영형 휴게시설의 설치 개선안으로 제시 될 수 있다.

참고문헌

- 권정택(2001), 관광이벤트의 방문동기와 사후이미지가 만족과 재방문 의도에 미치는 영향, 대구대학교 박사 학위논문
- 노 봉호 정강환(2004), 문화예술제 행사 평가연구:단원미술제 사례 『디자인학 연구』 통권 제 58호 319 ~ 326
- 정강환(1998), "문화관광 축제로서의 금산 인삼제 행사평가 : 최근 3년간의 비교분석", 『관광학 연구』 특별호 제 22권 제 2호.
- 정강환 (2004), 『관광이벤트』, 월간이벤트. p.58
- 한국관광공사(2002), 『체험관광 실태조사 및 수요예측방안연구』.
- Crompton, J.J, and S. L. McKay(1994), "Measuring the Economic Impact of Festivals and Events: Some Myths, Misapplications and Ethical Dilemas" 『*Festival Management and Event Tourism*』, 2, (1): pp. 33-43.
- Getz Donald(1991), 『*Festivals, Special Events & Tourism*』, New York: VNR.
- Getz Donald(1993), "Case Study: Marketing The Calgary Exhibition and Stamoede" 『*Festival Management and Event Tourism*』, 1(4), pp.147-156.
- Goderie, Kees(1994), "The Nijmegen Summer Festival", 『*Festival management and Event Tourism*』, Vol. 2, No. 2,
- Jack Carlsen, Donald Getz, and Soutar, Geoff(2001), "Event Evaluation Research," 『*Event Management*』, Vol6, pp.247-257.
- J.E.S. Higham and B. Ritchie(2001), "The Evolution of Festivals in Rural Southern New Zealand", 『*Event Management*』, Vol.7, p.39.
- Huey Chern Boo, Richard Ghiselli, and B. A. Almanza(2000), "Consumer Perceptions and Concerns About the Healthfulness and Safety of Food Served at Fairs and Festivals", 『*Event Management*』, Vol 6, pp.85-92.
- Law, C(1994), 『*Urban Tourism: Attracting Visitors to Large Cities*』, London: Cassel Publishing.
- Schmader S. & Jackson R(1990), 『*Special Events: Inside and Out*』. Champaign. IL: Sagamore Pub. Inc.
- Scottish Tourist Board(1993). "Edinburgh Festival Study: Visitor Survey and Economic Impact Assessment Summary Report", 『*Festival Management & Event Tourism*』, 1(2). pp.71-78