

地方自治團體의 觀光弘報冊子에 關한 研究

- 慶尙北道 中心으로 -

指 導 教 授 丁 源 一

이 論文을 碩士學位 論文으로 提出함

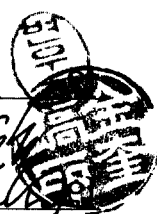
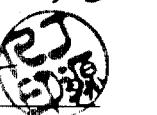
1998년 12월 일

慶 州 大 學 校 大 學 院

觀光開發學科 開發行政專攻

金 憲 國

金 憲 國의 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長 金 憲 國 
審査委員 金 奎 鎭 
審査委員 丁 源 一 

1998년 12월 일

慶 州 大 學 校 大 學 院

目 次

I. 序 論

1. 問題의 提起	1
2. 研究目的	3
3. 研究範圍 및 方法	4
1) 研究範圍	4
2) 研究方法	6
4. 研究對象地域의 概況	6

II. 觀光弘報 및 觀光弘報冊字의 理論的 考察

1. 觀光弘報의 理論 考察	14
1) 觀光弘報의 定義	14
2) 觀光弘報의 類似用語	19
3) 觀光弘報의 特性	24
2. 觀光弘報冊字의 性格	28
1) 觀光弘報冊字의 概念	28
2) 觀光弘報冊字의 機能	29
3) 觀光弘報冊字의 構成	31

III. 觀光弘報冊字의 分析

1. 外的 形態分析	34
1) 印刷規格	34
2) 表紙의 構成	35
3) 卒寸	36
4) 其他	37
2. 內容構成 分析	38

1) 文化觀光	-----40
2) 自然觀光	-----45
3) 慰樂觀光	-----48
4) 其他觀光	-----50
3. 豫算構成 分析	-----52
IV. 綜合分析 ㄹ 問題點	
1. 綜合分析	-----55
2. 問題點	-----59
V. 結 論	-----62
參 考 文 獻	
附 錄	
ABSTRACT	

표 목차

<표 I -1>	시·군 일반현황	7
<표 I -2>	경상북도 관광객 수	8
<표 I -3>	경상북도 국가지정 문화재 현황	10
<표 I -4>	경상북도 도지정 문화재 현황	11
<표 I -5>	경상북도 관광자원 현황	12
<표 II -1>	정보제공요소와 관광객의 반응	20
<표 II -2>	홍보와 판매촉진의 비교	22
<표 II -3>	관광정보 네트워크의 각 요소별 내용	23
<표 II -4>	매력성 항목	32
<표 II -5>	유용성 항목	33
<표 III -1>	지역별 표지제목 구분	36
<표 III -2>	관광홍보책자 쪽수 분석	36
<표 III -3>	관광홍보책자 형태	37
<표 III -4>	외국어 사용 수	39
<표 III -5>	관광홍보책자의 내용 구성	39
<표 III -6>	주요 관광형태 구분	40
<표 III -7>	문화관광 구성	43
<표 III -8>	자연관광 구성	47
<표 III -9>	위락관광 구성	49
<표 III -10>	기타관광 구성	51
<표 III -11>	관광홍보책자 예산구성 및 지방자치단체장 인사말·사진수록현황	54
<표 IV -1>	내용구성 종합	58

도 목차

[도1] 관광체계	-----16
[도2] 홍보조직과 공중	-----18

I. 序 論

1. 問題의 提起

최근, 세계 각국은 자국의 관광환경과 관광산업이 선진화되도록 범정부적 협력기반을 구축하여 관광진흥정책을 적극적으로 추진해 가는 추세에 있다. 미국의 경우, 관광산업을 수출전략산업으로 간주하고 관광정책 및 수출진흥법을 만들어 각종 진흥정책을 적극적으로 추진하고 있다. 또한 일본의 경우 방일 외래관광객 증대를 위한 계획을 추진하고 있고, 개방의 물결이 일어나는 중국의 경우도 “중국 관광의 해”를 지정하고 외래관광객 유치 정책을 강화하고 있으며, 세계적인 관광국가인 싱가폴은 1996년 “Tourism 21-관광도시로의 비전”을 추진하고 있는 등 관광진흥정책이 추진되고 있다. 이러한 형태의 관광진흥정책이 이루어지고 있는 것은, 전세계가 관광을 중요한 산업으로 인식했다는 사실을 입증하고 있다. 이러한 인식을 바탕으로 외래 관광객의 유치를 위해 각 나라들이 채택하고 있는 중요한 관광정책 중 하나는, 국가 자체의 이미지 제고와 다양한 관광환경을 소개하는 홍보활동이라고 할 수 있고 각 나라의 지방자치단체들도 이에 영향을 받아 자체의 홍보를 강화해 가고 있다. 우리나라에서도 지역단위의 관광홍보활동이 점차 활기를 띠는 추세를 보이고 있다. 현대사회에서, 홍보의 중요성은 산업 전반에 걸쳐 인식되고 있고 특히 3차 서비스산업인 관광산업에서의 홍보는 매우 중요한 비중을 차지한다고 볼 수 있다. 특히 관광시스템 내에서도 관광의 주체자인 관광객에게 관광의 객체(대상)인 관광자원에 대한 정보를 제공하여 관광동기를 자극하는 역할을 하는 관광홍보는 매우 중요한 의미를 가지고 있다.

그러나 우리 나라의 경우, 90년대 초반까지만 해도 관광에 대한 중요성을 인식하지 못하고 관광산업을 사치·향락산업으로 규정하고 심한 법적·행정적 규제를 행하고 있었으며, 이는 최근까지 그 영향을 미치고 있다. 따라서 정부나 각 기구에서 행하는 관광홍보는 대규모행사나 올림픽이나 엑스포와 같은 국제적으로 인식할 수 있는 관광호재가 있을 때만 소극적인 형태의 홍보만이

실시되어졌을 뿐 관광홍보에 대한 인식은 초보적 단계에 머무르고 있었다. 하지만 1995년 지방자치시대의 시작과 함께 지역차원에서 관광산업이 지역경제의 활성화에 막대한 영향력을 행사할 것이라는 예상이 대두되면서 각 지방자치단체별로 지역의 관광자원에 대한 개발이 적극적으로 이루어졌고 관광상품을 관광객에게 제시하기 위한 홍보활동도 함께 이루어졌다. 현대의 관광객들은 세련되고 경험과 지식이 축적되어 있어서 일반화된 기재사항, 과장된 문구, 불완전하고 부정확한 정보로는 그들의 근본적인 욕구를 충족시킬 수 없다. 오늘날 관광객들의 활동은 다양화되고 그 성격은 개성적·주관적이기 때문에 이러한 특성을 지닌 관광객들의 관광욕구를 충족시킬 수 있는 관광홍보가 제공되어야 한다. 그러나 각 지방자치단체에서 추진하고 있는 해당지역의 관광홍보는 인식의 부족, 일천한 역사, 관광홍보 자체와는 거리가 먼 행정적인 측면의 강조, 예산의 부족 등에 의해 체계적인 제작과 배포가 이루어지지 못하였다고 생각한다. 관광홍보책자는 가장 많이 이용되는 홍보수단의 하나이다. 관광안내책자의 기능이나 역할이 관광지를 진흥하는데는 이견이 없다. 기존 연구들에 따르면 관광목적지에서 발행하는 안내책자는 그 지역의 이미지를 창조하는 역할을 하고 있어 대상지를 선택하는 과정에서 중요한 역할을 하고 있다. 그러므로 관광목적지의 관광홍보책자의 발간과 전달·배포는 지역에서 가장 중요한 마케팅활동의 하나인 것이다.¹⁾ 이러한 관광홍보책자의 중요성을 감안한다면, 지방자치시대에는 전문적인 관광홍보정책의 일환으로 타부문의 홍보활동과 달리 적극적인 형태의 관광홍보책자가 제시되어야 한다.

이러한 관점에서 본 연구는 관광홍보의 전반에 걸쳐 주요한 의미를 갖는 관광홍보책자에 대한 외형적인 형태와 관광자원들의 내용구성 및 지방자치단체의 관광홍보책자에 대한 홍보예산액, 그리고 제작 부수 등을 체계적으로 분석하여 그 효율성을 증진시킬 방안을 모색하기로 한다.

1) 정정숙, 대구지역 관광홍보물의 효율성 제고 방안, 대한관광경영학회 학술연구 발표본, 1997, p.1.

2. 研究目的

관광산업이 관광객에게 제공하는 요소로는 기본적으로 관광의 주체인 관광객에게 매력성을 제공하는 관광대상과 목적지의 장소와 목적지까지의 편리한 이동을 제공하는 교통과 목적지 도착 후 제공되는 서비스와 숙식의 편의시설 등이²⁾ 있는데 관광객은 관광대상이나 관광자원을 자신의 목적에 비추어 선택되기 때문에 여기서 관광대상의 선택에 있어 상당부분의 영향력을 행사하는 것이 관광정보라 하겠다. 관광정보의 전달형태는 일반적으로 관광홍보책자, 정보통신망, 일반간행물 등으로 구성되어 있는데, 우리 나라의 239개 지방자치단체는 각 지역 실정에 맞추어 다양한 형태를 띠고 관광정보 전달매체를 활용하고 있지만, 재정이 풍부한 광역자치단체를 제외한 기초자치단체들이 관광홍보에 가장 많이 활용하고 관광정보를 관광객에게 정확하게 전달하기 위해 각 지방자치단체에서 다각적인 노력을 하고 있으나, 대표적인 관광홍보자료인 관광홍보책자의 경우 각 지역에 관해 자연관광자원, 문화관광자원, 산업관광자원, 위락시설, 편의시설 등으로 나누어 간략하게 소개하는 체제에 있어서, 예전에 비해 별다른 발전을 찾아볼 수 없는 실정이다. 이는 답습에 의한 제작과 관광홍보에 대한 체계적인 연구의 부족을 반증하는 것이라고 할 수 있다. 그리고 최근의 경제성장과 생활수준의 향상을 통해, 많은 국내 관광객들은 자가용 승용차를 이용한 개별관광이 주를 이루고 있어, 보다 정확하고 효율적인 관광정보 전달이 필요한 실정이나 현재 지방자치단체의 관광홍보책자들에 관한 국내외의 연구는 매우 드물게 진행되어 왔다. 국내외 연구로는 Getz & Sailor³⁾는 관광홍보책자를 매력성과 유용성 두 가지 관점에서 측정하였다.⁴⁾ 매력성에 관한 항목은 간결성, 가독성, 칼라, 사진(그림), 독특한 디자인으로 측정하여 관광객들에게 제공하는 그 지역의 관광자원의 흡입력과 잠재관광객들의 욕구를

2) 임헌국 외 5인, *관광지리(한국편)*, 백산출판사, 1993, P.29.

3) Getz, D. & L. Sailor, "Design of Destination and Attraction-Specific Brochures", *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2(3), 1993. pp.111-113.

4) Getz, D. & L. Sailor, "Design and Attraction-Specific Brochures", *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2(3), 1993, pp.111-113.

충동할 수 있는 요소들로 구성하였고, 유용성에 포함하는 항목은 효과적인 지도제작, 관광지에 용이한 방향안내, 알맞은 관광자원 설명, 비용 등으로 관광객들이 관광홍보책자를 이용하여 얻을 수 있는 편익을 주로 제시하여 각 지역에서 제공하는 관광홍보책자가 관광객들에게 얼마나 효과적인가 하는 측면에서 접근하였으며, 국내의 연구로서, 홍경선⁵⁾과 김대혁⁶⁾은 모두 효과적인 관광홍보에 있어서 중요한 매체역할을 하는 관광홍보책자가 일종의 매체개념 중심으로 연구를 접근했으며, 그것의 실제적인 형태나 내용 구성에 대한 구체적인 분석은 부족하였다.

따라서 본 연구는 경상북도 지방자치단체에서 발행한 관광홍보책자들을 이용하여 첫째, 외형적인 형태, 관광자원의 홍보 구성비율, 예산부문 등으로 나누어 관광홍보책자를 분석하고 둘째, 이러한 분석을 통해 경상북도 지방자치단체의 관광홍보책자의 형태, 내용, 예산 등에 관한 문제점을 파악하고 셋째, 종합적인 개선방안을 제시하여 효과적인 관광홍보책자를 개발하는데 기초자료를 제공하고자 한다.

3. 研究範圍 및 方法

1) 研究範圍

본 연구의 범위는 크게 시간적 범위, 공간적 범위, 대상적 범위의 3가지로 구성한다.

시간적 범위는 각 지방자치단체의 차이를 두지 않고 조사하기 위하여 동일한 기간으로 설정하여 지방자치단체장 선거를 통해 선출된 각 지방자치단체장의 취임 후인 1995년부터 1997년까지 3년으로 한정하였다. 연구기간의 시간적

5) 홍경선, 우리 나라 관광지도의 디자인 방향에 관한 연구, 한양대학교 석사학위 청구논문, 1994.

6) 김대혁, 한국관광지도용 기호에 관한 연구, 서울대학원 석사학위청구논문, 1995.

범위의 한정은 본 연구가 지방자치단체를 대상으로 하기 때문에 지방자치단체에서 발간하는 관광안내책자의 경우 단체장의 임기와 밀접한 관계를 보이고 있을 것이라는 가설에 근거하였다. 즉 단체장이 교체되면 관광안내책자는 폐기되는 경우가 있는데 이는 단체장의 인사말, 사진 등 관광홍보에 대한 인식의 차이가 있기 때문이다.

공간적 범위는 각 광역 자치단체간의 정책적인 차이가 있을 수 있으므로 정책적 차이가 없는 단일 광역 자치단체의 기초자치단체들로 공간의 범위를 한정한다. 그 중 국내 최대의 관광선호지역이자 관광자원의 최다 보유지역인 강원도와 인접하면서 관광자원이 풍부하고 지역 재정자립도 등 다양한 관광발전 잠재력이 있는 경상북도를 조사대상으로 하였고 대구광역시를 제외한 22개 시·군의 각 지방자치 단체별로 세부적인 공간범위를 한정하였다. 그리고, 칠곡군의 경우 연구대상인 관광홍보책자가 발행되지 않아 연구범위에서 제외되었다.

분석대상의 범위로서는, 각 기초자치단체 관광과에서 발행하는 공식적인 관광홍보물 중 브로우서나 팜플렛 등이 아닌 책자의 형태로 편찬되어진 것을 앞에서 언급한 시간적 범위와 공간적 범위에 부합하는 것으로 선정하였다. 지방자치단체에서 발간하는 모든 간행물을 관광홍보책자라고 할 수는 없으므로 다음의 항목을 기준으로 필자가 선정하였다.

첫째, 지방자치단체에서 출판한 것이어야 한다.

둘째, 출판에 있어 제공목적은 관광홍보이다.

셋째, 제공자는 개인이 아닌 지방자치단체여야 한다.

넷째, 피제공자는 불특정 다수의 대중성을 지녀야 한다.

다섯째, 대상은 단면의 브로우서나 접은 형태의 팜플렛이 아닌 쪽의 구분이 있는 책자의 형태를 유지해야 한다.

여섯째, 제공자의 이익을 위한 것이 아닌 비영리의 목적을 가지고 있어야 한다.

2) 研究方法

본 연구에서 도입된 연구의 방법은 다음과 같다.

첫째, 경상북도지역 각 기초자치단체들의 관광홍보물의 현황을 분석하기 위해 1997년 3월 - 12월 사이에 수집된 관광홍보책자들을 대상으로 사례연구 방법을 이용하였다.

둘째, 기존의 관광홍보에 대한 개념과 관광홍보책자의 구성에 관련한 내용을 분석하기 위해서 문헌조사방법을 사용하였다.

셋째, 현재 경상북도권역의 22개 시·군의 관광홍보책자에 수록된 내용을 8개의 대항목에 구분하고 이를 다시 총 83개의 세부항목으로 구분하여 통계적으로 분석하기 위해서는 빈도분석 등 통계분석적 연구기법을 사용하였다.

그리고 본 연구에서는 연구목적에서 언급한 Getz & Sailor(1993)의 항목을 기본으로 하여, 지방자치단체에서 관광홍보부문의 가용성과 지방자치단체에서 관광홍보책자에 지출하는 예산의 규모를 토대로, 그 관광홍보책자가 지역의 관광홍보물로서의 역할을 함께 하는지를 알아보기 위해 연간예산액, 제작 부수, 지방자치단체별 홍보비 구성, 시·군 상징물, 일반현황, 연혁 등의 항목을 첨가하여 그 지역의 관광홍보를 하는데 관광홍보책자가 어느 정도 유용한가에 대해서도 알아보았다. 따라서 Getz & Sailor(1993)의 매력성, 유용성과 더불어 95년부터 지방자치제가 시작됨으로써 각 지역은 지역재정의 확충이나 지역의 대외적인 인식의 향상 등을 목적으로 관광홍보에 관심을 두고 있다는 것을 고려한 관광홍보성, 이상의 세 가지 관점에서 본 연구의 항목은 결정되어졌다.

4. 研究對象地域의 概況

일반현황과 관광자원의 현황파악은 관광홍보에 있어 그 대상인 관광자원과 관광의 목적지인 지역의 현재의 상태를 파악하는 것이므로 지역의 관광홍보에 대한 연구보다 선행되어야 한다.

1997년 현재 10개 시지역과 13개 군지역으로 구성되어 있는 경상북도의 22

개 시·군의 일반현황은 인구의 경우 총 890,791세대에 남자 1,403,863명과 여자 1,395,308명으로 총 2,799,171명이다. 전체 인구 중에서 약 76%에 해당하는 2,129,724명이 시지역에 분포하고 있고 나머지 669,447명이 군지역에 분포해 있다.⁷⁾ 예산의 경우 전체예산 2,709,637백만원 중 시지역 예산액은 약 64.6%에 해당하는 1,750,535백만원이며, 나머지 959,102백만원이 군지역의 예산이다.⁸⁾ 지방재정자립도를 살펴보면 시지역은 평균 약 35.9%를 보이고, 군지역의 경우는 약 17.9%를 보이고 있다. 경상북도 전체의 평균 재정자립도는 약 26.1%를 보이고 있다.⁹⁾

경상북도의 관광객 현황을 살펴보면 1997년 현재 시지역 23,841,704명과 군지역의 11,399,987명으로 전체 35,241,691명이며, 이는 내국인관광객 33,025,010명과 외국인 관광객은 2,216,681명으로 구성되어져 있다.¹⁰⁾

그리고 경상북도의 문화재는 국가지정 문화재 498개와 도지정 문화재 820개로 총 1318개이며, 경상북도의 지정관광지는 국립공원 5개소, 도립공원 4개소, 지정관광지 24개소의 총 33개소이다.¹¹⁾

위의 현황은 <표 I-1>, <표 I-2>, <표 I-3>, <표 I-4>, <표 I-5>에서 상세히 알아볼 수 있다.

<표 I-1> 경상북도 시·군별 일반현황

구 분	인구('97) (명)	총예산(백만원)	관광홍보책자	재정자립도 '97(%)
		'97	'97	
포항시	512,299	295,362	7,400	67.9
경주시	288,999	198,695	20,000	44.4
김천시	151,109	142,000	20,000	30.2
안동시	191,332	191,950	24,800	25.6
구미시	314,496	203,263	20,000	65.9
영주시	137,064	145,200	40,000	23.6
영천시	122,027	133,347	83,000	24.6

7) 1997년 경상북도통계청 자료.

8) 위의 자료.

9) 위의 자료.

10) 위의 자료.

11) 위의 자료.

<표 I -1> 경상북도 시·군별 일반현황 계속

구 분	인구('97) (명)	총예산(백만원)	관광홍보책자(천원)	재정자립도 '97(%)
		'97	'97	
상주시	132,454	172,792	15,000	15.6
문경시	93,634	135,004	10,000	18.7
경산시	186,310	132,922	3,900	42.2
군위군	32,905	56,390	6,800	19.8
의성군	83,636	106,434	26,000	16.3
청송군	36,622	61,756	30,000	16.5
영양군	25,254	53,446	21,000	12.6
영덕군	55,852	91,482	15,000	14.9
청도군	56,462	86,100	20,000	15.7
고령군	37,898	56,504	9,700	30.8
성주군	53,899	80,943	14,000	23.0
예천군	66,540	93,331	10,000	12.0
봉화군	48,160	73,193	15,000	14.1
울진군	70,411	85,200	10,000	24.3
울릉군	10,803	36,820	17,000	15.3
총계	2,708,166	2,632,134	438,600	26.1

자료 : 경상북도청 통계자료실(97)

<표 I -2> 경상북도 관광객 수

구분	관광객 수(명)								
	95'			96'			97'		
	계	내국인	외국인	계	내국인	외국인	계	내국인	외국인
포항시	2,836,812	2,826,927	9,885	2,407,408	2,397,019	10,389	2,411,480	2,383,547	27,983
경주시	13,602,533	12,847,476	755,067	13,858,627	13,120,425	738,202	14,149,044	13,501,107	647,937
김천시	563,985	563,298	687	871,203	869,170	2,033	561,976	556,947	5,029
안동시	766,475	760,434	6,041	1,130,779	1,124,389	6,390	2,066,149	2,055,126	11,023
구미시	1,740,135	1,739,384	751	1,910,697	1,907,723	2,974	1,822,926	1,820,159	2,767
영주시	503,741	503,710	31	646,835	646,835		584,611	583,987	624
영천시	164,155	163,640	515	385,939	384,677	1,262	268,008	266,688	1,319
상주시	1,776,297	1,770,601	5,696	983,744	978,975	4,769	237,924	237,643	281
문경시	420,304	420,087	217	585,062	584,488	574	539,226	536,153	3,073
경산시	228,204	228,073	131	1,237,994	1,235,006	2,988	1,208,666	1,200,360	8,306

<표 I -2> 경상북도 관광객 수 계속

구분	관광객 수(명)								
	95'			96'			97'		
	계	내국인	외국인	계	내국인	외국인	계	내국인	외국인
군위군	116,600	116,600		612,876	612,876		438,920	438,920	
의성군	19,201	19,201		55,300	55,260	40	104,675	104,242	433
청송군	666,418	666,418		651,931	651,671	260	864,110	861,715	2,395
영양군				30,905	30,905		35,675	35,675	
영덕군	331,300	331,300		780,380	780,300	80	980,994	980,900	94
청도군	2,264,301	2,264,215	85	3,384,338	3,383,363	985	3,414,455	3,413,820	635
고령군				13,660	12,532	1,128	53,146	51,720	1,426
성주군	43,363	43,363		251,178	251,178		252,333	252,333	
예천군				26,530	26,441	89	66,204	66,134	70
봉화군	346,863	346,773	90	354,541	354,337	204	288,650	288,500	150
울진군	3,975,654	3,973,096	2,568	3,699,636	3,688,381	1,255	3,781,451	3,780,003	1,448
울릉군	150,028	149,879	149	211,043	210,893	165	219,640	219,441	199
총계	30,516,369	29,734,475	781,913	34,090,606	33,306,844	773,787	34,350,263	33,635,120	715,192

자료 : 경상북도청 통계자료실(95 ~ 97)

경상북도의 국가 지정 문화재 중 약 40%의 비중을 차지하고 있는 196개의 문화재가 신라유적을 보유하고 있는 경주에 편중되어 있다. 이를 미루어 경주 지역은 문화자원에 대한 홍보에 많은 비중을 두고 홍보하고 있을 것으로 예상된다. 그리고 안동 역시 71개의 문화재를 보유한 지역으로 경주와 유사한 관광홍보형태가 예상되어진다. 경주와 안동을 제외한 나머지 20개 시·군중에서 32개의 국가지정문화재를 가진 영주를 제외한 대부분의 지역은 10개를 전후로 큰 차이를 보이지 않고 존재한다. 국가지정문화재의 최저보유지역은 영덕군과 성주군으로 3개의 문화재를 보유하고 있다.

<표 I -3> 경상북도(시·군별) 국가지정 문화재 현황

구분	국보	보물	사적	사적 및 명승	명승	천연 기념물	중요무형 문화재	중요민속자료	계
포항시	1	2	1			1	1	1	7
경주시	30	73	72	2		2	(1)	16	196(1)
김천시		12				1			13
안동시	4	32	2			6	2	25	71
구미시	1	5	1			2		1	10
영주시	7	19	3			3			32
영천시	1	13						4	18
상주시		12				2			14
문경시		8	1			1	1		11
경산시		8	3			1	1		13
군위군	1	3	1						5
의성군	1	4				1			6
청송군						4		2	6
영양군	1	2				1		1	5
영덕군		2						1	3
청도군		16				4		1	21
고령군		3	5					(1)	8(1)
성주군		1	1				1		3
칠곡군		4	1			1			6
예천군		15				1	(1)	2	18(1)
봉화군	1	7	1	1		1		3	14
울진군	2	3			1	4			10
울릉군						8			8
계	50	244	92	3	1	45	6	57	498

자료 : 문화재 관리국(97)

경상북도 지정 문화재 현황은 안동시가 전체 820개의 문화재의 약 20%에 달하는 164개의 문화재를 보유한 지역으로 국가 지정 문화재와 도 지정 문화재를 합하면 235개의 문화재를 보유한 도시로 문화관광자원이 풍부한 지역임을 알 수 있다.

<표 I -4> 경상북도 도지정 문화재 현황

구분	유형문화재	기념물	무형문화재	민속자료	문화재자료	전통건조물	계
포항시	5	9		2	11		27
경주시	28	17	1	4	36	1	87
김천시	6	1	4		12		23
안동시	50	13	5	38	55	3	164
구미시	7	6		5	18		36
영주시	18	3	1	4	9		35
영천시	22	4		3	9		38
상주시	11	11	1	6	13	1	43
문경시	8	3	1		11	1	24
경산시	4	1			3		8
군위군	7	1		1	9		18
의성군	12	3			9		24
청송군	7	1	1	4	10	5	28
영양군	6	3	1	5	18		33
영덕군	4	4	1	7	14		30
청도군	13	8	1	2	12	2	38
고령군	5	2		1	5		13
성주군	15	6	1	5	12		39
칠곡군		2			4		6
예천군	15	2	2	5	15		39
봉화군	13	1	2	11	22	3	52
울진군	1	1			6		8
울릉군		2		3	2		7
계	257	104	22	106	315	16	820

자료 : 문화재 관리국(97)

<표 I -5>는 경상북도지역의 주요관광자원은 어떻게 구성되어져 있으며 무엇이 각 지방을 대표하는 관광자원인지를 알 수 있다.

<표 I -5> 경상북도의 관광자원 현황

관광지명	구분	위치	지정일자	주요 관광자원
경주	국립공원	경주시 일원	68. 12. 31	토함산, 금오산(남산), 단석산, 선 도산, 옥녀봉, 불국사, 석굴암, 영 지, 남산 마애석불, 박물관, 반월 성, 첨성대, 안압지, 계림, 대릉 원, 포석정지, 오름, 문무해중왕 릉, 보문호, 민속공예촌, 석빙고, 온천
속리산	국립공원	상주, 문경	70. 3. 24	천왕봉, 비로봉, 수정봉, 입석대, 문장대, 경업대, 오송폭포, 문장대 온천, 법주사, 팔상전, 정이송품, 석연지
가야산	국립공원	성주	71. 11. 17	상왕봉, 두리봉, 남산, 단지봉, 홍 류동계곡, 해인사, 팔마대장경(장 경각)
주왕산	국립공원	청송 영덕	76. 3. 30	주왕산, 금은광이, 장군봉, 시루 봉, 주왕굴, 무장굴, 석병암, 폭포 (제1, 제2, 제3, 달기) 달기약수 (하탕, 중탕, 상탕)
소백산	국립공원	영주	87. 12. 14	소백산, 국망봉, 연화봉, 형제봉, 제2연화봉, 죽계구곡, 성골, 어의 곡 희방사, 구인사, 부석사, 소수 서원, 희방폭포, 석천폭포, 용담폭 포, 천동동굴, 고수동굴 등
금오산	도립공원	구미, 금릉, 칠곡	70. 6. 1	금오산성, 명금폭포, 도선굴, 채미 정, 약사암
팔공산	도립공원	칠곡, 군위, 경산, 영천,	80. 5. 13	팔공산, 관봉, 가산, 은해사, 동화 사, 파계사, 가산산성, 제2 석굴암
문경새재	도립공원	문경	81. 6. 4	주흘산, 조령, 원터, 조곡관, 주흘 관
청량산	도립공원	봉화	82. 8. 2	청량산, 문명산, 축융봉, 금강대, 천애계곡, 청량사
직지사	지정관광지	김천	71. 5. 20	사찰, 하천계곡, 폭포, 산악경관
경주보문	지정관광지	경주	79. 7. 2	호소경관, 호텔, 골프장

<표 I -5> 경상북도 관광자원 계속

관광지명	구분	위치	지정일자	주요 관광자원
백암온천	지정관광지	울진	79. 12. 31	온천, 하천과 산악경관
보경사	지정관광지	영일	81. 1. 18	사찰, 하천계곡, 폭포, 산악경관
성류굴	지정관광지	울진	81. 1. 18	동굴, 하천경관
운문사	지정관광지	청도	81. 1. 18	사찰, 하천계곡, 산악경관
영일만	지정관광지	영일	81. 12. 31	해안경관
대진해수욕장	지정관광지	영덕	81. 12. 31	사빈, 해안경관
장사해수욕장	지정관광지	영덕	81. 12. 31	사빈, 해안경관
포항송도	지정관광지	포항	83. 8. 1	사빈, 해안경관
오천약수탕	지정관광지	봉화	85. 9. 10	온천, 약수
가산산성	지정관광지	칠곡	86. 10. 24	산성
경천대	지정관광지	상주	87. 6. 20	경천대, 계곡
문장대온천	지정관광지	상주	87. 11. 27	문장대, 온천, 산악경관
경산온천	지정관광지	경산	87. 12. 10	온천, 계곡
울릉도	지정관광지	울릉	87. 12. 31	해안경관, 너와집, 특산물
청도온천	지정관광지	청도	89. 6. 3	계곡, 산악경관, 운문사, 청도온천
치산	지정관광지	영천	90. 12. 27	돌할매, 황수탕, 치산폭포
청운	지정관광지	청송	91. 5. 14	산악경관, 하천경관
감포	지정관광지	경주	93. 12. 31	해안경관, 회타운, 송림
도산온천	지정관광지	안동	95. 2. 27	도산서원, 부용대, 온천
임하댐	지정관광지	안동	96. 3. 11	낙시터, 수변경관
김천온천단지	지정관광지	김천	96. 3. 12	온천, 직지사, 수도암
청도용암온천	지정관광지	청도	96. 10. 21	온천, 산악경관, 운문사

자료 : 경상북도 통계연보(97)

II. 觀光弘報 및 觀光弘報冊字의 理論的 考察

1. 觀光弘報의 理論 考察

1) 觀光弘報의 定義

관광홍보가 무엇인지를 알기 전에 관광과 홍보를 따로 구분하여 각각의 개체로 인식하고 각 개체별 개념을 정립한 뒤 이를 토대로 관광홍보의 정의를 알아보고자 한다.

관광의 구조적 본질의 파악, 현대인에게 제공되는 관광의 속성, 그리고 관광의 의미와 구조 등에 대한 질문은 쉽게 답할 수 없는 것이다. 그러나 사회적인 현상의 하나인 관광을 개념적으로 규명하기 위해서는 이러한 문제는 항상 언급되는 것이 사실이다.

관광의 정의는 지금까지 관광에 대해 전문가 또는 전문기관이 내리고 있는 견해는 다양하다. 그러나 일반적으로 관광의 정의는 귀환의 목적성과 탈 일상성, 시·공간적 이동성 등을 모두 가지는 현상으로 규정하고 있다.

그러나 전문가 또는 전문기관이 내리는 정의마다 약간씩 그 특성을 가지고 있으며 슐레른(H. Schuler)의 경우 관광 또한 경제적 사상의 하나라는 입장에서 접근하였고, 국제연합 국제여행 관광위원회는 1일이라는 시간성을 강조하였다. 그리고 일본 관광정책심의회는 정의를 보면 심리적 측면 즉, 심신의 안정을 위한 행위라는 쪽으로 그 초점을 맞추고 있다.¹²⁾

이상에서 살펴보았듯이 관광의 정의는 바라보는 관점에 따라 다양하고 약간의 차이는 분명히 나타난다. 그러나 이를 종합하여 볼 때, “관광은 타인의 의사와 상관없이 일시적이거나 귀환을 전제로 하여 일상의 틀에서 벗어나 심적, 육체적인 안정을 도모하기 위한 행위”라고 규정할 수 있을 것이다.

한편 김재관의 관광에 대한 개념이나 그 의미를 분석하여 보면 “관광은 사

12) 박석희, 신관광자원론, 일신사, 1995, pp.16-17.

람들의 이동을 전제로 이루어진다. 즉 거주지→관광지→거주지의 관광코스를 밟는다.” “관광은 사람들의 자아실현의 방법이고 이를 통하여 관광욕구를 충족하고 그들의 삶의 질을 향상시키는 활동이다.” “관광은 인간의 공간적 이동과 함께 일시적 시간의 범위가 존재한다.” “관광활동의 주체는 그 이동이 자유의사에 의하여 선택되어야 한다.” “관광활동의 주체인 관광객의 이동수단은 다양하며 원활한 관광활동을 위하여 관광객이용시설 또는 관광편의시설이 충분하여야한다.” “관광은 경제적 측면에서 보면 소비활동이다.” “관광은 관광객의 관광목적물이 거주지에서 떨어져 존재하여야 하며 건인력을 발휘하여야 한다.”¹³⁾는 것이 명시되어져 있다.

관광의 구성요소는 일반적으로 관광을 행하는 관광주체, 관광대상으로 하는 관광객체, 관광주체와 관광객체를 서로 연결해 주는 관광매체의 3요소로 말한다.

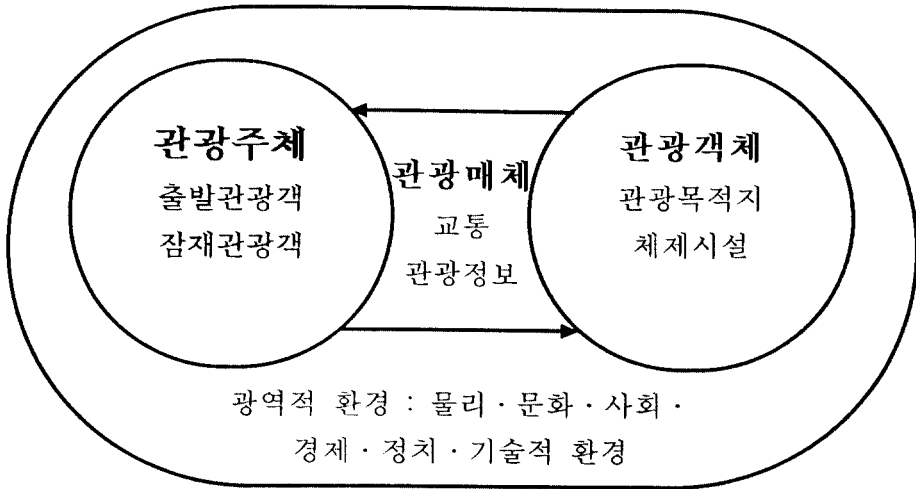
관광주체는 관광을 수행할 수 있는 능력을 지닌 관광수요를 창출하는 요소로 쉽게 관광객을 말한다. 관광객체는 일반적으로 관광매력물로 관광주체들이 관광을 수행할 수 있는 물리적 환경을 제공하여 주는 요소이며, 관광매체는 관광발생지와 관광목적지를 연결시켜주는 교통기능은 물론 사람들에게 제공되는 관광경험에 관한 정보 등을 포함한 요소를 말한다.

관광을 구성하고 있는 개별요소들은 상호관계를 맺고 있으며, 이를 관광체계라 한다. 관광체계는 관광의 구성요소간의 상호작용이 한 방향으로만 흐르지 않음을 알아볼 수 있다.

[도1]에 나타나듯이 다양한 광역적 관광환경 속에서 관광주체나 관광객체는 상호관계를 보이며 관광매체를 통해 이동과 정보의 제공을 받고 있다.

13) 김재관, 관광한국지리, 백산출판사, 1995, p.17.

[도1] 관광체계¹⁴⁾



전술한 관광구성요소가 일반적인 사항이라면 관광은 물리적 요소와 심리적 요소를 함께 갖는 활동이라고 역술한 Douglas Foster의 관광개념은 형태론적인 관광요소의 구별이라고 할 수 있을 것이다. Douglas Foster는 Travel and Tourism Management에서 물리적 요소로 유형적인 숙박, 교통, 관광자원, 관광편의시설이고 심리적인 요소는 무형적이고 개인적인 관광동기, 관광객의 태도와 기대로 구분하였다.¹⁵⁾ 그리고 Clare A. Gunn¹⁶⁾은 관광기능구조를 관광이라고 표현했다. 그 관광기능구조는 관광객, 교통, 정보체계, 관광자원, 서비스시설로 그 구성요소를 밝혔다.¹⁷⁾

이렇게 같은 관광활동 하나를 두고 각각의 개념과 구성요소의 차이가 나타나는 것은 관광활동이 가진 인간활동 중 복잡성이 가장 강한 활동이기 때문이다. 그리고 그 복잡성에 관여하는 요소들이 다양하고 상호 유기적이기 때문이다.

본질적으로 관광목적지는 방문을 유인하고 관광체계를 활성화시키는 장소로

14) 손대현, 관광론, 일신사, 1995, p. 76.

15) 손대현, 전계서, p. 76.

16) Clare A. Gunn, Tourism Planning, 1979, p. 132.

17) 손대현, 전계서, p. 76.

서 관광의 존재이유가 된다고 했다. 또, 장소상품으로서 관광목적지는 장소소비자인 관광객에게 핵심적인 촉진대상으로서 뿐만 아니라, 관광마케팅의 배경으로서 중요한 작용을 하고 있다.

관광목적지는 그 자체가 총체적 상품으로써 관광목적지 개념에 의하면 관광상품은 지극히 복잡성을 띠고 있다. 그 상품의 유한적 생명력 유지를 위해서는 관련 기업간의 협력에 근거한 촉진전략 개발이 매우 중요할 뿐만 아니라, 촉진전략의 개발을 위해서는 관련 기업들의 협력기대효용을 충분히 고려하여 다양한 촉진활동수단들을 효과적으로 활용해야 할 필요성이 있다.

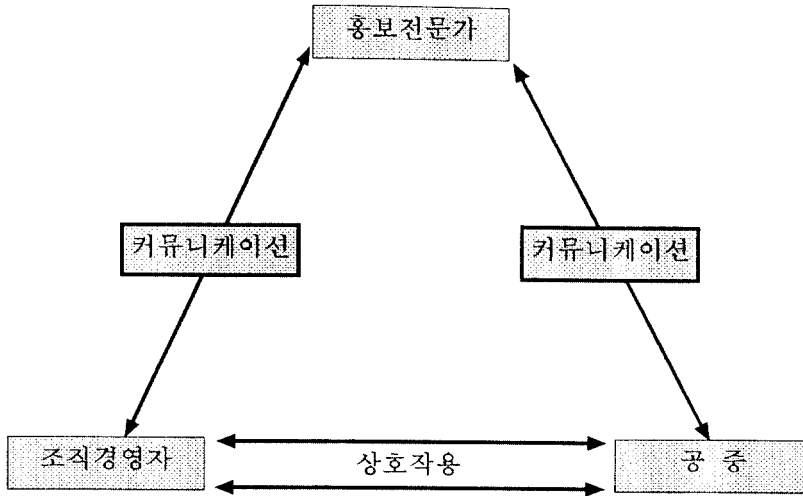
이러한 맥락에서 홍보의 개념에 대해 살펴보면 20세기의 초 추문의 폭로에 관계된 저널리즘과 정부의 규제에 맞서 기업이 자사의 이익을 방어하기 위해 사용한 것으로부터 시작되어졌다. 그 후 제1차 세계대전 당시 국민에 대한 일방적인 설득 커뮤니케이션으로 사용되어졌다.

제2차 세계대전이 끝난 후 홍보는 진정한 의미의 쌍방 커뮤니케이션, 상호관계, 상호작용성을 인정하며 발전하게 되었다. 넓은 의미의 홍보는 “조직·공중간의 관계에서 한쪽이 다른 쪽에 결과 또는 과정에 영향을 미칠 때 형성되고, 조직과 공중은 상호간에 의사소통을 해야한다.”로 정의되어질 수 있을 것이다. 이 말은 공중의 여론을 경영자에게 설명하게 되고, 경영자의 결정사항은 공중에게 설명·전달되어지는 것이다. 이를 통해 상호영향력을 행사하게 되어 새로운 결과를 도출하게 된다. 이렇게 조직의 경영자와 공중은 직접적인 의사전달이 어려우므로 양자간의 상호작용을 도모하기 위해 홍보전문가가 개입하게 된다.

이러한 홍보조직과 공중의 관계를 도식화하면 [도2]와 같이 나타낼 수 있다.

조직과 공중간의 상호작용을 위해 제시한 개념에서 살펴보면 의도성과 계획성, 어떠한 성과, 공중의 이익, 쌍방의 커뮤니케이션, 경영기능이라는 공통적인 성격들이 필요하다.

[도2] 홍보조직과 공중¹⁸⁾



이를 바탕으로 국제 PR협회의 홍보에 대한 정의는 다음과 같다.

“홍보란 사적 및 공적 조직체와 기구가 관계하는, 또 관계할 수 있는 사람들의 이해, 동조 및 지지를 획득하고 유지하는 지속적이고 계획된 성격의 관리 기능이다. 그 목적은 계획적이고 광범위한 정보에 의한, 더욱 생산적인 협력과 공동이익의 더욱 효과적인 달성을 위한 것이며, 이를 위하여 가능한 한 그들 자신의 정책과 절차와 여론과의 상관성을 높이기 위해 그들에 관한 여론을 평가한다.”¹⁹⁾

이외에도 홍보에 대한 정의는 다양하며, 약간의 차이는 보이지만 기본이 되는 그 틀에서는 크게 벗어나지 않는다.

다음으로 관광홍보에 대해서 살펴보면 현대의 관광객들은 다양한 분야에서 제공하는 대량의 정보의 접촉이 매우 용이하다. 그러나 그러한 정보를 자신의 틀 속에서 여과하여 자신에게 맞는 정보만을 습득한다. 일반적으로 정보의 습득은 무지→인지→이해→확신→행동의 5단계를 통해 이루어진다.²⁰⁾ 즉 어떤 자극도 받지 않은 상태에서 자신의 욕구를 충족할 수 있는 제품·서비스를 알

18) 신인섭, 광고학입문, 나남출판사, 1997. P.37.

19) 신인섭, 전거서, p.38.

20) 최승이, 한광중 공저, 관광광고·홍보론, 대왕사, 1993, p.47.

게되고, 그 제품의 특성을 이해하게 되며, 그 제품이 자신의 욕구를 충족시킬 수 있다는 것으로 믿게 되는 것이다. 그리고 이를 통해 최종적으로 그 제품에 대한 적극적인 행동을 실행하는 것이다.

관광의사결정은 정보접촉을 통해 막대한 영향을 받게된다. 정보의 접촉을 통해 자신이 추구하는 목적지를 결정하고 관광행위를 실행하는 것이다.

공공단체나 기업에서 제공하는 비영리목적의 정보의 전달을 쉽게 말해 홍보라 할 수 있는데 관광에서의 홍보는 정보접촉의 실질적인 예라고 할 수 있을 것이다.

2) 觀光弘報의 類似用語

관광홍보의 내용에서도 살펴보았듯이 관광객이 자신의 입장에서 대상목적지를 선정한다. 관광객이 목적지를 선정할 때 정보의 간접은 관광객의 관광동기 유발에 지대한 영향력을 행사하게 마련이다. Clare A. Gunn(1993)은 관광동기 유발에 영향력을 미치는 정보는 직접정보와 간접정보로 구분하여 설명하였다. 직접정보란 광고나 간행물 등을 통해 관광객에게 의도적으로 전달된 정보로 해설판, 직접안내, 안내책자, 여행클럽, 공공기관에서의 활동 등이 이에 속한다. 이와 달리 간접정보의 간접은 친구·친지로부터의 이야기, 일반문헌, 지리·역사·경제 등 학습자료, 잡지, 신문, 라디오, TV 등 매스미디어에 의해 전달되는 것으로서 이러한 정보는 관광목적으로 받아들여지지는 않지만 관광객에게 더 큰 영향을 끼친다.²¹⁾

관광의 즐거움은 그 지역에 관한 지식을 조금이라도 많이 얻어서 지적호기심을 충족시킴으로써 더욱 늘어난다. 이를 볼 때, 관광정보의 제공은 관광객 흡인의 중요한 하나의 요소라고 할 수 있을 것이다.

그렇다면 관광정보를 제공하는 이러한 요소들에 대한 소비자(관광객)의 반응은 어떻게 나타나는지, 정보제공요소는 무엇인지, 어떻게 제공되어지는지 알

21) 박석희, 신관광자원론, 일신사, 1995, P.280.

아볼 필요가 있을 것이다. <표Ⅱ-1>은 이를 알아 볼 수 있도록 정리한 것이다.

<표Ⅱ-1> 정보제공요소와 관광객의 반응

구 분		관광객 유치수단	구매촉진 수단	
형 태	알리는 요소	· 매스컴 신문 - 텔레비전 - 라디오 - 잡지 · 브로우셔(팜플렛) · DM · 신문전단 · 퍼블리시티 · 관광안내책자	분위기를 높이는 요소	· 옥외광고 · 조명 · display
	기억하는 요소	· 교통광고 · 옥외광고 · 고속도로광고 · novelty · house organ	소비를 증가시키는 요소	· prize card · wappen(휘장) · hanger sign

자료 : 최승이 한광중 공저, 전개서, p. 60.

<표Ⅱ-1>에서 나타나듯이 관광객에게 전달되어지는 정보제공의 요소에는 관광홍보뿐 만 아니라, 각각의 형태별로 그 개체는 매우 다양하다. 그 중에서 관광홍보와 가장 유사한 개념을 가진 관광선전, 퍼블리시티(Publicity), 판매촉진, 관광정보 등 다양한 형태의 요소들이 포함되어있다.

이러한 요소들을 분류해서 살펴보면, 첫째 관광선전은 20세기 중반까지 의 미가 혼돈 속에서 개념정립이 되지 않았으나 1950년대에 들어서 켈터(Terence H. Qualter)에 의해 “개인이나 집단이 어떤 주어진 상황에서 그들이 바라는 반응을 다른 사람로부터 얻어내려는 의도로 커뮤니케이션의 수단을 활용하여 다른 집단들의 태도를 형성·통제·변화하기 위한 교묘한 기도”로 정의되어졌다.²²⁾

이를 바탕으로 정의되어진 선전의 개념을 토대로 관광산업에 연관하여 볼 때, “관광산업에 있어서 선전이란 광의의 의미로 관광객을 유치할 목적으로 광고활동으로 유치정보의 제공활동과 유사한 것” 또는 “가능성 있는 관광예정자에게 관광내용을 이해시키기 위해 적극적으로 호소하는 판매촉진의 행위”로 정의되어지고 있다.

즉 관광선전은 인간의 심리에 자극제로서 충동적인 관광욕구를 발생시키는 것으로 본다.²²⁾ 그러나 이러한 관광선전의 개념은 일반적으로 관광광고나 관광홍보보다 한 차원 넓은 개념이라고 하겠다.

둘째 퍼블리시티(Publicity)는 PR의 일종으로 협의의 광고와 그 성격상 구분이 된다. 퍼블리시티(Publicity)에 대해서 미국광고협회는 상품·서비스 등에 관한 수요를 간접적으로 자극시키는 일체의 활동을 가리킨다고 규정하고 있다. 이를 좀더 구체적으로 말한다면 퍼블리시티(Publicity)는 매스미디어에 대하여 상품·서비스 등에 관한 정보를 제공해 줌으로써, 이를 기사 또는 뉴스로 보도하도록 하는 것이다.²⁴⁾

퍼블리시티와 언론대행술은 유사하게 사용되지만 그 사용이나 개념에는 약간의 차이를 보인다. 언론대행업은 보통 개인의 활동영역이라면 퍼블리시티는 PR부서나 PR대행사 자체의 활동영역으로 구분되어진다.

일반적으로 퍼블리시티를 협소한 상품이나 서비스에 대한 매스미디어로의 제공으로 이해하기 쉽다. 그러나 실상은 퍼블리시티의 역할이 전체적인 커뮤니케이션과정이라는 일련의 큰 틀에서 이해되어야 한다. 즉 조직전체의 사업을 알리고 그 사업의 개성을 부각시키는데 사용되어야 한다는 것이다.

퍼블리시티는 다양하고 직접적인 매스미디어로 제공되어지므로 막대한 영향력을 행사하게 된다. 즉 우리가 생각하는 것, 우리가 하는 일, 우리가 구입하는 물건, 타인이 우리를 생각하는 것 등 우리의 일상에 깊숙이 영향력을 행사하고 있다. 퍼블리시티의 제공은 공중에게 동기를 부여할 뿐 직접적인 행동을

22) 최승이 한광중 공저, 전계서, p. 60.

23) 최승이 한광중 공저, 전계서, p. 65.

24) 최승이 한광중 공저, 전계서, p. 66.

주입하는 것은 아니기 때문이다.

매스미디어를 통해 관광객들에게 경상북도라는 관광목적지를 제시하고 찾아올 수 있는 동기를 부여하는 것은 퍼블리시티이지만 ‘경상북도로 오세요!’라는 문구가 들어가 관광객들에게 직접적인 구매행동을 요구하는 것은 퍼블리시티에 해당하지 않는다. 즉 퍼블리시티는 미디어에 의해 사실적이고 흥미있는 뉴스가치로 제공되는 일종의 정보이다.

셋째, 판매촉진은 홍보가 관광객에게 전달하는 자극의 활동측면에서의 목적이 장기적인 소비자의 태도변화라면, 단기적인 관광객의 관광욕구의 충동을 추구하여 관광객으로 하여금 관광객체의 이용을 유도하는 것이다. 홍보의 경우 대중매체에 의존하기 때문에 관광객과의 접촉은 비인간적이나, 판매촉진의 경우 관광객의 관광욕구를 직접적인 수단으로 자극하므로 충동구매를 유발시키기도 한다. 즉 할인·선물 등 직접적으로 개인을 대상으로 실시하고 개인적인 접촉을 우선한다.

<표Ⅱ- 2> 홍보와 판매촉진의 비교

비교기준	홍 보	판 매 촉 진
관광객에 대한 태도	장 기 적	단기적
	관광상품구매태도	관광상품 구매행동
접 촉	비 개인 적	개 인 적
대 상	관 광 객	관광객과 관광상품유통업자
도 구	대 중 매 체	P.O.P, 할인, 선물, Event
전 략	p u l l	p u s h

자료 : 최승이 한광중 공저, 전개서, p.60.

넷째, 관광정보의 경우 현재 한국관광공사의 관광안내센터에서 컴퓨터를 이용하여 관광정보를 제공하고 있다.

관광지에서는 판매촉진의 일환으로 다양한 형태의 관광지정보를 제공하거나 광고·홍보를 시행하고 있다. 그러나 관광정보제공은 오래된 것이거나 잘못된 경우에는 오히려 장애요인이 될 수 있으며, 상호 중복되어 정보제공의 효율성

을 감소시킬 수 있으므로 팜플렛 한 장에도 체계적인 정보제공이 요구된다. 따라서 관광정보의 네트워크화에는 정보의 내용과 정보의 제공처, 정보제공의 매체, 지역 등의 3요소가 유기적으로 조화를 이루어야 비로소 그 효과를 발휘할 수 있다.²⁵⁾

<표Ⅱ-3> 관광정보네트워크의 각 요소별 내용

구 분	내 용
· 정보의 내용과 정보제공처	· 정보내용 : 유도정보, 정태정보, 동태정보, 시장별 정보, 소재정보, 가공정보로 구분 할 수 있다. · 각각의 정보는 개별적으로 제공되는 것이 아니고, 상호 조화를 이루어 팜플렛 등을 통해서 제공되어지는 것이다.
· 정보제공의 매체	· 관광정보를 전달하는 매체 : 포스터, 가이드북, 팜플렛, 지도, 텔레비전, 라디오, 신문 등의 일반적으로는 대중매체 · 매체의 선택 : 관광정보제공의 목적, 관광지, 정보제공 대상에 따라 선택 · 선택방법 : 예산규모에 따라 이미지전략 - 텔레비전이 가장 효과적이나 많은 예산이 필요
· 지역	· 지역관광협회에 관광정보관리 부서 설치하여, 관광정보의 데이터베이스 작성 · 자료수집의 최소단위는 설정하고, 단위별로 관광자원, 관광시설 등의 정보를 수집 · 지방관광협회의 지속적인 자료 갱신, 항상 최신의 정보보관, 연 1회정도 보관정보의 활자화, 관계기관 배포 · 관광안내소와 지역관광협회의 정보통신망 사용 상호 정보교환 실시

자료 : 최승이 한광중 공저, 전게서, p.62.

관광홍보의 유사개념들은 모두 관광상품이나 관광매력물의 판매 내지 대상의 제시로 관광객들의 관광욕구를 자극하여 관광행동을 수행하도록 한다는데 공통점이 있다. 그러나 관광홍보와 같이 무료로 공익성을 가지고 간접적인 형

25) 최승이 한광중 공저, 전게서, p.60.

대로 이루어지는 것이 아니며 모두 영리를 목적으로 이루어진다는 것에서 큰 차이를 보인다.

3) 觀光弘報의 特性

일반적으로 홍보는 불특정 다수를 목표로 확실성이 강한 전달내용이 보내지는 신문이나 방송과 같은 매체는 물론 대중적이고 확실성을 가진 것으로부터 극히 한정된 독자를 대상으로 하고 있는 출판물까지 그 폭은 무한하다. 즉 다종류 소수생산으로 지칭되는 출판과 달리 다종류 다량의 정보전달인 것이다.

관광홍보와 일반홍보의 공통적인 특성을 살펴보면 “관광객에게 무상정보를 제공한다.” “관광객만을 위해 만들어진 것이 아니다.” “일반 공중과의 커뮤니케이션이다.” “정보전달의 지역적 한계가 없다.” “정보의 질적 수준이 높다.”²⁶⁾ 등으로 요약할 수 있다. 이를 세부적으로 살펴보면 다음과 같다.

관광객에게 전달되는 정보의 경우 앞에서 언급한 직접정보와 간접정보로 구분하여 그 특성을 설명할 수 있다. 관광광고와 같이 관광객에게 의도적으로 전달되는 관광정보를 일반적으로 직접정보라고 말한다. 이러한 직접정보는 관광객의 관광행동의 변화를 가져올 목적으로 전달된다. 그리고 일반적으로 직접정보는 광고와 같이 유료의 성격으로 정보제공자가 반드시 드러나는 특성이 있다.

본 연구에서 고찰하고 있는 관광홍보의 경우 간접정보의 경우라고 할 수 있다. 인적관계를 통하거나 또는 매스미디어를 통하여 관광정보를 전달하는 것으로서 대중매체에서 전달하는 정보는 관광행동이나 관광목적에 직접적으로 정보제공이 구사되지 않고 우회적인 표현으로 관광객들에게 접근하여 관광동기를 유발하게 한다. 관광광고의 경우 매스미디어를 통한 정보제공이라 하더라도 유료의 정보를 관광객의 관광행동을 유발시키기 위한 목적성이 강하게 나타나므로 직접정보에 가깝다고 하겠다. 그러나 관광홍보의 경우 관광광고와는 달리 정보의 제공은 있으나 정보수집에 대한 대가성이 없는 무료관광광고

26) 최승이 한광종 공저, 전계서, p. 59.

와 달리 정보제공자의 직접적인 명시가 없다.

정보의 전달에 있어 직접적인 경우나 간접적인 경우나 모두 관광지에 대한 이미지가 형성되며, 기대 이미지가 잘못 형성되거나, 과장되어 형성되면 관광지에서 느끼는 만족감 및 즐거움은 불쾌감과 실망으로 변하게 되므로 정보의 전달 및 정확한 정보의 전달이 아주 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다.

관광홍보의 경우 정보의 제공이 대중매체를 통해 이루어지고 정보전달에 있어 공공성을 띠고 행해지므로 왜곡되거나 과장될 우려가 적다.

관광홍보의 대상과 관련해 볼 때, 관광객만을 대상으로 할 수는 없다. 즉 관광에 참여하지 않는 잠재관광객이나 관광과 관련한 기업체, 관광업계에 종사하는 관광종사원 등 그 대상의 한정성은 없다고 볼 수 있다. 일반적으로 홍보의 경우 불특정다수를 겨냥한 간접적 제시라는 특성이 강하게 나타난다. 관광홍보에 있어서도 예외는 아니다.

만일 관광홍보가 관광을 현재 수행하고 있는 관광객에게만 국한되어 제공되어진다면 더 이상의 관광산업발전은 기대할 수 없을 것이다. 관광을 수행하는 관광객보다 오히려 관광홍보는 향후 관광수요로 추정되는 잠재관광객을 위한 것이라고 하는 것이 옳바를 수 있을 것이다.

관광홍보에 있어 일반공중은 곧 잠재관광수요자이다. 관광홍보를 시행하는 주체에 있어 이들은 Marketing에서 말하는 Target Audience인 셈이다.

관광에서의 조직경영자들은 쉽게 관광사업을 주관하는 조직체의 경영자이다. 경영상에서 Target Audience의 선정은 우선 그 계층의 파악이다. 이를 위해 경영자는 시장조사를 하게된다. 시장조사시 수요층의 성향을 분석하고 그 수요층의 욕구를 파악한다. 그리고 그 욕구에 맞는 상품을 제공함으로써 소비자에게 만족을 주는 것이다. 즉, 경영자는 소비자의 의견을 수렴하여 그 소비자의 요구와 욕구를 충족시킬 때 비로소 올바른 Marketing이 이루어졌다고 할 수 있다.

관광홍보는 현재 관광에 참여하고 있던 그렇지 않던 어떠한 경우를 막론하고 모두 잠재관광수요자(잠재관광객)로 구분하여 그들의 관광에 대한 요구와

욕구를 충분히 자극하여야 한다. 그러기 위해서는 먼저 그들의 요구가 무엇인지, 그들은 어떠한 성향을 지니고 있는지, 그들이 관광지에 대해 어떤 기대를 하고 있는지 등을 모두 알아야 한다. 그러기 위해서 우선 일반공중 즉 잠재관광객들과의 상호교류가 있어야 하는 것이다. 이를 통해 관광객들은 그들이 원하는 관광상품을 제공받게 되고, 관광경영자는 관광객의 성향을 알아 올바른 홍보활동을 할 수 있을 것이다.

현대의 관광정보는 각 지역의 정보관련 전문기관이 존재하는 실정이다. 그리고 관광관련업계별로 정보화를 위한 네트워크가 구축되어있어 정보의 유동성이 아주 탁월하다. 즉 특정 관광지를 찾아가기 위해 굳이 그 지역에 있는 관광관련업체에 문의를 하지 않아도 된다는 것이다. 지역관광정보의 제공은 그 지역의 담당자가 하더라도 그 지역의 관광정보를 원하는 잠재관광자는 굳이 그 지역에 문의하지 않고 가까운 관광관련업체에서 자신이 원하는 정보를 제공받고 자신이 필요한 정보를 구할 수 있는 것이다.

정보의 질적 수준을 가름하는 것은 얼마나 이용자 중심이며, 얼마나 신빙성이 있으며, 얼마나 체계적인가 그리고 정보의 통제가 잘 이루어지는가 등과 이를 얼마나 명확하고 포괄적으로 설명하고 있는가에 달려있다.

정보는 첫째, 이용자 지향적이어야 한다. 즉 관광정보를 제공자가 자신이 필요한 정보를 수록하는 것이 아니라 관광을 하고자 하는 잠재관광자가 필요로 하는 정보가 우선인 것이다.

둘째, 분류영역이 명확성, 균형성, 대표성이 있어야 한다.

정보제공자는 자신이 제공하는 정보에 대해 애매모호한 표현으로 이용자가 혼돈을 일으키지 않도록 해야하며, 정보의 출처를 명확히 해야한다. 정보의 이용자는 자신이 원하는 정보에 대한 맹목적 신뢰성을 가진다. 따라서 명확성과 균형성, 대표성이 상실된 지역관광정보는 자칫 잘못하면 정보의 이용자가 다시는 그 지역에 대한 관심을 가지지 않는 누를 범할 수 있는 것이다.

셋째, 지역관광정보는 포괄적이고 유기적인 운용목표가 설정되어야 한다.

비록 지역관광정보라 할 지라도 관광에 국한된 정보만을 제공하는 것이 아

나라 관광정보를 통한 지역의 홍보를 병행하는 정보의 운용목표가 설정되었을 때 관광객은 지역에 대한 상세한 제반사항을 인지하고 관광을 행하는 것이다.

넷째, 적절한 자료가 일정기준(갱신여부)으로 통제되어야 한다.

자료의 갱신은 정보에 있어서 생명이다. 갱신이 없는 자료는 단순한 수치적 자료에 지나지 않고 정보가 될 수 없는 것이다. 관광정보는 일정기간을 두고 갱신되어야 새로운 관광욕구를 창출할 수 있는 것이다.

다섯째, 정보체계의 구축은 단계적, 장기적으로 수립하여야 한다.

정보체계의 구축이 단기적으로 이루어질 때 계속된 수정작업으로 제대로 된 정보를 이용자들에게 제공하기 어렵다. 그리고 정보의 체계가 단계적으로 구성되지 않고 임의로 구성한다면 이용자가 정보를 취득하는데 어려움을 느끼게 되는 것이다.²⁷⁾

이러한 정보의 질적 수준을 가름하는 항목을 기준으로 현재의 관광홍보에 의한 정보의 수준은 매우 높은 편이다. 각 지역별 지역관광협회에 관광정보관리 부서가 설치되어, 관광정보의 데이터베이스가 작성되어 있는 실정이며, 자료수집의 최소단위를 설정하고, 단위별로 관광자원, 관광시설 등의 정보를 수집한 정보는 체계적이며, 유기적으로 이용 가능한 것이다. 그리고 지방관광협회의 지속적인 자료 갱신, 항상 최신의 정보보관, 연 1회 정도 보관정보의 활자화, 관계기관에서 배포하여 정보의 참신성이 제공되고, 관광안내소와 지역관광협회의 정보통신망 사용 등의 상호 정보교환을 실시하여 광역적으로 정보의 제공이 가능하기 때문이다.

27) 한국과학기술연구원 시스템 공학연구소, 관광정보 데이터베이스 구축에 관한 연구, 1992, p.81.

2. 觀光弘報冊字의 性格

1) 觀光弘報冊字의 概念

관광홍보책자는 그 관광지의 시설이나 상품, 서비스를 설명하기 위하여 표현되어지는 문구나 그림들을 인쇄한 홍보물로서, 관광객에게 여러 가지 매력을 주는 대상들의 내용을 알려주는 판매촉진수단의 형태 가운데 하나인 판촉 인쇄물 중에서도 가장 전문화된 것이다. 따라서 관광마케팅 계획에 있어서 가장 중요한 단일 요소로 여겨진다.²⁸⁾

안내책자는 어느 지역에 관심을 가지고 있는 관광객이 그 지역에서 받을 수 있는 최초의 실제적인 판촉 인쇄물이다. 안내책자나 안내지도는 특히 규모가 작은 관광지가 사용하는 유일한 홍보수단이다. 그리고 안내책자는 특정관광객을 구별하지 않고 일반대중에게 배포되고 있다.

관광홍보는 기존의 유형적·물리적 관광자원이 갖는 흡인력의 한계를 벗어나 특히 서비스 등의 무형의 질이 중요시되는 현대관광시장에서 한 관광지 혹은 특정지역을 매력을 지닌 상품으로 인식시킴으로써 더 많은 사람들이 그곳을 찾게 하는데 있어 중요한 역할을 한다. 특정관광자원이 관광상품으로서 뛰어남에도 불구하고 그런 상품이 관광객에게 소개되지 않고 있거나 관광객들이 오히려 그 지역에 대해 부정적인 이미지를 형성하고 있는 경우에 긍정적 이미지를 창출해 내기 위한 홍보활동이 필요하다.

관광홍보활동 중 관광객이 그 관광지에서 가장 손쉽게 접할 수 있는 것이 그 지역의 관광안내책자이다. 관광홍보책자는 마케팅의 도구의 하나로서 인쇄물에 의한 광고 중 가장 효과적인 매체의 하나이다. 관광홍보책자는 사진이나 문구에 의하여 무형의 상품을 유형화 내지 가시화 시킴으로써 확정된 관광객 뿐만 아니라 불투명한 잠재관광객을 관광자원으로 연결시켜 주는 역할을 한다.

28) Holloway, J. & R. Plant(1992). Marketing for Tourism(2nd ed.), London : Pitman, 1992. p.148.

2) 觀光弘報冊字의 機能

관광홍보책자의 기능은 지역관광지의 특수한 시설이라든지 관광상품 및 서비스에 대한 정보제공 기능과 잠재관광객을 설득하는 기능을 수행함으로써 관광객시장의 확대를 꾀하며 관광활동을 용이하게 한다. 또한 사진이나 문구에 의해서 관광자원의 가치와 효용성을 잠재관광객에게 전달한다. 또한 관광홍보책자는 어느 특정의 관광상품이나 서비스의 판매와 시설에 대해 관광객이 충분한 시간을 가지고 검토하고 판단케 함으로써 관광객을 유치하는데 효과적인 역할을 한다. 이처럼 제공되는 상품, 서비스에 대해서 올바른 정보를 제공하게 될 경우 그것은 일정의 효과를 가져오며, 특정지역의 관광상품 수요를 환기시키며 합리적인 관광자원의 소개를 訴求하게 되는 것이다. 실제로 Fesenmaier와 Vogt²⁹⁾의 연구에 의하면 관광안내책자가 관광지에 체재기간을 연장하게 하고, 방문계획이 없었던 곳에 방문하게 만드는데 기여했다.³⁰⁾

캐나다의 경제기획단 보고에 의하면, 안내책자의 기능을 3가지로 요약했다.

첫째는 정보기능으로서 디렉토리나 관광안내가 이에 해당된다. 둘째는 판매기능으로서 특정 관광자원이나 관광산업을 판매할 목적으로 작성된다. 셋째는 유인기능으로서 관광지역을 홍보하는 역할을 수행한다.³¹⁾ Wick & Schuett³²⁾는 관광정보 안내물을 요청하는 사람들이 해당지역을 방문할 가능성과 지출액과의 관계를 연구하였다. 이 연구에서는 홍보책자를 통해 방문지역을 비교적 잘 알고 있는 사람일수록 여행계획을 수립하는데 홍보책자를 활용하고 있다고

29) Fesenmaier, D. & C.Vogt, Evaluating the Economic Impact of Travel Information Provided at Indiana Welcome Centers, Journal of Travel Research, 31(3), 1993, pp.33-39.

30) 정정숙, 포커스 그룹 인터뷰 방법을 통한 대구지역 관광안내책자 분석, 관광연구 9집, 대한관광경영학회, 1997. p.3.

31) Getz, D. & I. Sailor, "Design of Destination and Attraction-Specific Brochures," Journal of Travel and Tourism Marketing, 2(3), 1993, pp.111-131.

32) Wicks, D. & M. Schuett, Using Travel Brochures to Target Frequent Travellers and Big-Spenders, In Communication and Channel Systems in Tourism Marketing(M. Uysal & D. Fesenmaier eds.), New York, The Haworth Press, Inc., 1993, pp.77-90.

밝혔다. 즉, 홍보책자는 여행결정과정에서 하나의 참고자료로 쓰인다는 것을 발견하였다.³³⁾ 상품에 관한 관심을 증가시키고 구매욕구를 충동시킬 수 있는 요인은 소비자에게 주는 혜택과 상대적인 이점이 분명하게 기록될 때 가능하다. 이러한 관점에서 Reid³⁴⁾는 다양한 활동을 나타내는 사진이 홍보책자 이용자들의 상상력을 자극시킨다고 주장하면서, 안내책자에서 그림과 설명의 역할은 이미지 형성에 기여한다고 하였다.

홍보책자의 구성은 설명, 간결한 설명을 곁들인 그림, 정보성을 담은 헤드라인, 관광객에게 제공되는 혜택, 서비스 및 매력물 소개로 보고 있다. 상세한 관광정보는 사용자의 편의를 고려하여 관광매력물의 위치, 접근방법, 교통요금, 연락처 등을 담아야 한다.

또한, 디자인에 있어서 중요 창조적인 요인으로서는 경쟁지역과 차별화 될 수 있는 내용을 갖추어야 한다. 관심을 끌고, 중요한 메시지를 전달하기 위해서는 분명하고 읽기 쉬운 설명이 필요하다.

관광홍보책자는 지역관광지의 특수한 시설이나 관광상품 및 서비스를 중점적으로 관광객에게 제공하여 관광객 시장의 확대를 노리고, 관광객의 관광지 선택의 복잡성과 저항의식을 약화시킴으로써 관광활동을 용이하게 한다. 또한 사진이나 문구에 의해서 무형의 상품을 유형화 내지 가시화 함으로써 관광객이 직접 찾아와서 보고, 느끼는 방법밖에 없는 지역 관광자원의 가치와 효용성을 잠재관광객에게 전달할 수 있는 수단이기도 하다. 이와 같이 관광홍보책자는 불투명한 잠재관광객 뿐만 아니라, 이미 확정된 관광객에게도 관광자원과 관광객을 연결시켜주는 매체로서, 관광객에게 제공되는 상품이나 서비스에 대한 올바른 정보를 알려주는 대상으로서의 기능을 가지는 것이다.

33) Wicks, D. & M. Schuett, 전게서, p.3.

34) Reid, R. Hospitality Marketing Management(Second ed.), New York Van Nostrand Reinhold, 1993.

3) 觀光弘報冊字의 構成

Getz & Sailor에 의한 관광홍보책자의 항목구성은 매력성과 유용성의 2가지이다. 매력성 항목의 경우 간결성, 가독성, 칼라, 사진(그림), 독특한 디자인의 항목을 관광홍보책자의 외형상의 형태를 파악하여 피제공자들에게 매력성이 제공되어지는지 알아 볼 수 있는 인쇄규격과 칼라 그리고 사진의 포함으로 가시적인 매력성을 파악하는 항목으로 볼 수 있다. 그리고 관광홍보책자의 성격상 지역의 이미지를 반영한다고 볼 때, 이미지에 대한 매력성이 필요할 것이다. 따라서 표지의 구성이나 표지의 내용에 따른 이미지에 대한 매력의 정도가 제공되어진다.

매력성 항목은 지방자치단체에서 발간하는 관광홍보책자가 그 지역을 관광하는 관광객들과 잠재관광객들에게 지역의 이미지와 지역의 특성전달을 통해 해당지역에 대한 인식의 정도가 높아지도록 하고 해당지역의 관광에 대한 욕구를 가질 수 있도록 하는 항목이다. 그리고 관광객에게 제공되어지는 형태를 통해 관광객에게 제공되는 매력성인 배포방법도 매력성의 중요 항목으로 한다.

유용성항목은 효과적인 지도제작 관광지에 접근하기 용이한 방향안내, 알맞은 관광자원 설명, 비용 등을 다루었으나 본 연구에서 제시하는 관광홍보책자의 유용성은 관광안내지도와 관련한 항목으로 지명과 위치를 설명한 도표, 정확한 방향을 알 수 있는 방위표시 그리고 접근성과 관련한 도로표시로 구성하고, 지역을 대표하는 관광자원의 설명, 외국인 관광객의 지역관광에 필요한 문어표기 수를 세부적인 항목으로 관광객이 해당지역을 관광함에 있어 관광홍보책자를 통해 얼마나 편리하게 관광할 수 있는가에 대한 연구항목으로 유용성을 제시한다.

<표Ⅱ-4>와 <표Ⅱ-5>는 매력성항목과 유용성항목을 통해 예상되는 효과를 세부적으로 살펴본 것이다.

<표Ⅱ-4> 매력성 항목

구 분	매 령 성 항 목		
	항 목		예 상
항 목	가 시 적 매 령 성	인쇄규격	크기에 따라 이동시 사용의 편의성 때문에 지역홍보책자로 매력성을 가지고 이용할 것이다.
		칼 라	단조로운 흑백의 색상은 관광자원의 매력성을 감소시킬 우려성이 있는 반면 다양한 색상의 조화는 관광객의 호기심을 유발할 수 있는 매력요소로 작용할 것이다.
		사 진	상세한 문자의 설명보다는 간결하고 가시적인 그림이나 사진으로 관광객의 관심을 유발할 수 있을 것이다.
	이 미 지 매 령 성	표지구성	홍보책자의 간결성과 관련한 항목으로 표지모델은 관광객의 의사결정에 영향을 미쳐 지역방문에 대한 매력성으로 작용할 것이다.
		표지의 제목	너무 장황한 표지제목은 관광객으로 하여금 관심을 집중시키지 못할 것이다. 따라서 간결하고 함축적인 형태의 지역의 이미지를 대변할 수 있는 제목의 사용은 관광객에게 매력성을 줄 수 있을 것이다.
	배 포 방 법		관광객은 쉽게 구할 수 있는 관광홍보책자를 선호하며, 그에 따라 방문지의 결정에 영향을 미치므로 쉽게 구해 읽을 수 있으면 관광홍보책자는 매력성을 지닐 것이다.

자료 : 정정숙, “포커스 그룹 인터뷰방법을 통한 대구지역 관광안내책자 분석”, 관광연구 9집, 대한관광경영학회, 1997, p.2. 참고하여 논자 재구성

<표Ⅱ-5> 유용성 항목

구 분	유 용 성 항 목		
	항 목		예 상
항 목	관 광 안 내	도 표	단순하고 일목요연한 지도의 포함은 관광객이 방문지를 찾아가는데 매우 효과가 있을 것이다.
		방 위 표 시	생소한 지역에 방문한 관광객에게 자신의 위치를 확인할 수 있도록 함으로써 관광객에게 관광을 행함에 있어 두려움을 감소시킬 수 있을 것이다.
		지 도	자가용을 이용하는 관광객들을 위해 상세한 도로표시를 제시함으로써 관광객들이 그 지역을 관광함에 있어 도로에서 소모하는 시간을 줄일 수 있다.
	관 광 자 원 설 명		자세히 알지 못하는 관광자원에 대한 설명을 첨부함으로써 자신이 방문한 관광자원의 진정한 의미를 확인하게 되고, 이에 따라 재방문의사를 발생시키며, 관광의 진정한 의미인 교육의 효과를 함께 발휘할 수 있을 것이다.
	관 광 비 용		상세한 비용을 명시함으로써 관광객에게 비용에 대한 부담감을 줄일 수 있게 한다.
	편 의 시 설 안 내		관광객이 이용할 수 있는 편의시설들을 상세히 명시하여 관광객들이 필요한 물품이나 휴식의 공간을 쉽게 찾아 관광의 즐거움을 한층 더 높인다.
	문 어 표 기 수		외국인 관광객의 입장에서 타국에서 관광목적지를 방문하기까지 언어소통의 문제는 중요한 요소이다. 이를 극복할 수 있는 방법 중의 하나가 관광홍보책자에 외국어의 수록이다. 이때 여행을 목적으로 하는 외국인 관광객에게는 실용적으로 사용될 것이다. 이를 위해 각 지방자치단체는 다양한 외국어를 사용하여 관광홍보책자를 구성할 것이며, 그 문어표기는 주로 방문하는 관광객을 위주로 이루어질 것이다.

자료 : 정정숙, 전계서, p.2. 참고하여 논자 재구성

Ⅲ. 觀光弘報冊字의 分析

본 장은 관광홍보책자를 외적 형태, 내용구성, 예산구성이라는 세 가지 관점에서 분석해 보았다.

1. 外的 形態分析

관광홍보책자의 외적 형태는 크기, 표지의 제목과 구성, 전체 관광홍보책자의 쪽수, 인쇄규격 등으로 나누어 조사된 것인데, 이 외적 형태를 분석하는 것은 휴대의 간편성, 강렬한 지역이미지의 전달성, 혹은 유인력에 영향을 미친다고 생각했기 때문이다. 관광홍보책자의 형태는 Getz & Sailor(1993)가 측정한 관광홍보책자의 구성항목 중에서 매력성 항목을 중심으로 형태를 분석하였다.

1) 印刷規格

일반적으로 인쇄규격은 관광홍보책자의 휴대 간편성과 관련이 있다. 그러나 너무 작으면 정보의 양에 너무 크면 휴대에 부정적 영향을 미친다.

<표Ⅲ-3>에서 경상북도지역 관광홍보책자의 인쇄규격을 살펴보면 가로가 200mm이상인 지역이 22개 지역 중 16개 지역으로 전체의 약 69.6%에 해당하는 비중을 보이고 세로의 경우 250 mm이상인 지역이 전체의 91.3%에 해당하는 21개 지역으로 전체적으로 규격이 큰 것으로 나타난다. 이를 볼 때 예천군을 제외한 21개 시·군의 관광홍보책자의 규격은 휴대 간편성이 떨어진다고 할 수 있다. 이는 구체적으로 관광정보의 전달보다는 그 지역에 대한 화려한 이미지의 전달에 중점을 두어 전반적으로 큰 인쇄물을 선호하는 결과라 보여진다. 그리고 한국관광공사에서 제공하는 관광홍보책자의 크기³⁵⁾와 비교해 볼

35) 한국관광공사의 관광홍보책자 분류

표현기법 : 사진, 사진몽타쥬의 2가지 표현

크기 : 관광홍보책자 가로*세로=150mm*210mm

때도 가로로 경우 매우 큰 것으로 나타나 휴대의 간편성에 부정적인 영향을 미친다고 할 수 있다.

2) 表紙의 構成

표지의 제목을 정리한 것이 <표Ⅲ-3>이다. 이 표지의 제목들은 간략한 문구를 사용하여 지역의 이미지를 강조할 때 효과적이다. 하지만 지역의 이미지나 지역성은 가시적인 것이 아니라 추상적인 것이므로, 그것의 효율성은 본 연구에서는 추론하기 어려운 사항이다.

그러나, 각 지역에서 사용하는 표지의 제목을 도시명, 산업, 역사·문화, 자연경관, 기타의 5개 항목으로 구분하여 그 빈도를 살펴보면 자연경관(36.4%), 도시명(27.3%), 역사·문화(18.2%) 등의 순으로 나타난다.

이것은 국내 관광객의 관광행동 중 단순한 자연경관 감상이 가장 큰 비중을 차지하는 것과 높은 도시인구율로 인한 자연매력물을 선호하는 데에 기인하기 때문이라고 생각한다.

이와 함께 표지의 구성은 홍보책자의 간결성과 관련한 항목으로 표지에 제시된 그림이나 사진이 시각적인 매력성을 제공하여 지역의 이미지를 창출할 수 있다. 하지만 앞에서 언급한 바와 같이 지역이미지는 추상적인 것으로 조사에 어려움이 있다.

각 지역에서 사용하는 표지의 구성을 살펴보면 지역의 다수의 관광자원을 표지에 복합적으로 제공하는 관광자원 복합형, 산업, 역사·문화, 자연경관, 기타의 5개 항목으로 구분하여 그 빈도를 살펴보면 역사·문화가 8개 지역(36.4%), 자연경관이 7개 지역(31.8%), 관광자원 복합이 4개 지역(18.2%) 등의 순으로 나타난다.

그리고 표지구성에서 복수의 모델이 아니라, 하나의 대상을 관광홍보책자의 모델로 제공한 지역은 김천시를 비롯한 16개 지역으로서 전체의 약 73%를 차지하는데, 이는 단순한 매력성에 초점을 둔 결과라 하겠다.

<표Ⅲ-1> 지역별 표지제목 구분

구분	빈도	비율(%)	누적비율(%)
도시명	6	27.3	27.3
산업	1	4.5	31.8
역사·문화	4	18.2	50.0
자연경관	8	36.4	86.4
기타	3	13.6	100.0
합계	22	100	

3) 쪽수

쪽수가 가장 많은 곳은 역시 경북 최대의 관광도시인 경주로서 104쪽(8.7%)이고, 다음은 포항시 76쪽(6.4%), 영주시 75쪽(6.3%) 순이다. 이는 그 도시에서 차지하는 관광산업의 중요성을 반영하는 것이기도 하지만, 관광자원의 구성비와 대비해 볼 때, 그 지역의 경제력에 의해 영향을 받은 것으로 생각된다.

다음 가장 쪽수가 적은 곳은 의성으로서 12쪽(1.0%)이고, 다음으로는 군위군 16쪽(1.3%), 울진군 32쪽(2.7%)의 순이었다. 쪽수에 있어 시지역의 경우 44-104쪽으로 관광홍보책자가 구성되어져 있으며, 군지역의 경우 12-68쪽으로 구성되어져 있음을 알 수 있듯이 관광홍보에 있어 군지역보다 시지역의 관광홍보책자가 많은 양의 관광정보를 수록하고 있음을 알 수 있다. 특이한 것은 울진의 경우인데, <표Ⅰ-5>와 관련해 살펴보면, 백암온천과 성류굴을 가진 복합관광지로서 경상북도에서는 상대적으로 큰 관광지이나 홍보책자의 쪽수는 그에 매우 못 미친다고 할 수 있다.

<표Ⅲ-2> 관광홍보책자 쪽수 분석

구분	포항시	경주시	김천시	안동시	구미시	영주시	영천시	상주시	문경시	경산시	시계	군위군	의성군	청송군	영양군	영덕군	청도군	고령군	성주군	예천군	봉화군	울진군	울릉군	군계	총계
쪽수	76	104	71	50	63	75	61	56	44	60	660	12	16	68	48	56	43	56	54	44	50	32	52	531	1191
비율	6.4	8.7	6.0	4.2	5.3	6.3	5.1	4.7	3.7	5.0	55.4	1.0	1.3	5.7	4.0	4.7	3.6	4.7	4.5	3.7	4.2	2.7	4.4	44.6	100.0

4) 其他

컬러인쇄나 컬러사진의 활용에 있어서 지역별로 차이가 없어 변별력은 없으나 이를 토대로 제시되어져야 할 부분이 있다. 우선 컬러인쇄의 경우 관광홍보책자는 관광객의 시선을 모아야 그 기능을 수행할 수 있다는 점에서 그것의 활용은 바람직한 방향으로 생각되고, 컬러사진의 경우도 마찬가지일 것이다. 그러나, 이는 제작비의 상승과 관련을 가지고 있으므로, 전체 쪽수를 칼라인쇄로 활용하는 것보다는 차별화 된 강조라는 관점으로 이용하는 것이 바람직하다고 생각한다.

<표Ⅲ-3> 관광홍보책자 형태³⁶⁾

구 분	인쇄규격(mm)		표지구성	표지의 제목	칼라	사진
	가로	세로				
포항시	155	255	관광자원 복합	포항시 관광안내	●	●
경주시	220	285	에밀레종 비천상	경 주	●	●
김천시	210	290	직지사 경내계곡	다시 가고 싶은 김천	●	●
안동시	180	280	이천동석불상	안 동	●	●
구미시	145	260	관광자원 복합	첨단산업과 선진농업의 구미시	●	●
영주시	205	285	부석사 안양루	영 주	●	●
영천시	210	295	조양각	충의의 고장 영천	●	●
상주시	220	295	문장대	맑고 푸르고 풍요로운 상주	●	●
문경시	225	295	관광자원 복합	자연그대로의 문경	●	●
경산시	215	290	갯바위	경 산	●	●
군위군	150	260	삼존석불	역사가 숨쉬는 문화의 고장 군위	●	●
의성군	130	260	빙계계곡	의로운 고장 의성	●	●
청송군	210	290	주왕산, 대전사	푸르고 맑고 깨끗한 청송	●	●
영양군	210	290	고추, 쌍계폭포	산 좋고 물 맑은 영양으로 오십시오.	●	●
영덕군	210	285	강구항	관 광 영 덕	●	●
청도군	210	285	운문지역 경관	청 도	●	●
고령군	210	280	지산동 고분소	대가야의 도읍지 고령	●	●
성주군	210	275	만물상	아름답고 인정이 넘치는 성주	●	●
예천군	110	195	의성호	산 좋고 물 맑은 고장 예천	●	●
봉화군	205	275	청량산	자연이 살아 숨쉬는 봉화	●	●
울진군	205	270	석류굴	동해의 아름다운 고장 울진	●	●
울릉군	205	265	삼선암, 동백꽃	신비의 섬 울릉도	●	●

자료 : 논자작성

36) 범 례 : ● 있다. × 없다.

2. 内容構成 分析

내용구성분석은 관광홍보책자의 내용면과 관광자원별 구성으로 나누어 분석하였다. 먼저 관광홍보책자의 내용면은 관광자원의 설명, 관광비용, 편의시설, 관광안내지도, 외국어 표기수의 5개 항목으로 세분하여 분석하였다.

관광홍보책자의 구성면에서 살펴보면 관광자원에 대한 설명은 22개 시·군에서 약 41%에 달하는 포항시 외 8개 지역만 제공하고 있다. 관광자원의 소개는 관광객들이 그 지역의 매력물들을 이해하는데 도움을 줄 수 있는 정보제공으로 볼 때, 나머지 13개 지역의 관광홍보책자는 그 기능을 제대로 수행하지 못함을 간접적으로 알 수 있는 부분이다. 그리고 관광객이 여행의사결정을 하는데 큰 영향을 미치는 고정여행경비(예 : 교통비, 숙박비, 관광지 입장료 등)와 관련한 관광비용의 경우 관광객에게 제공되어 관광객이 지역방문의 여행계획을 수립하는데 이용할 수 있도록 해야하나 22개 지역에서 전혀 언급하고 있지 않다. 이는 관광객들이 관광을 함에 있어 비용추정에 따른 불만을 가지게 하는 요인으로 나타나는 것이다. 또한 편의시설 또한 22개 지역에서 구성요소로 제공되지 않고 있다. 관광객이 홀로 관광지를 찾아갈 수 있는 관광안내지도는 영천시와 예천군을 제외한 20개 지역이 표시되어 있으나 안내지도에서 방향결정의 요소인 방위표시가 없어 지도자체의 기능을 다하지 못하고 있음을 파악할 수 있다.

외국어 사용에 관련한 문어표기 항목을 살펴보면, 연구대상지역 22개 시·군중에서 포항시만이 1개국어를 사용하고 있으며, 12개 지역에서 2개국어를 나머지 9개 지역은 3개국어의 표기로 외국인들에게 유용한 형태로 나타나고 있다. 그러나 이는 우리 나라를 방문하는 외국인의 주류를 이루고 있는 미국과 일본을 위주로 한 형태가 반영되어 영어, 일본어, 한국어에 한정적인 표기되어져 있다. 따라서 타 국가에서 방문하는 외국인들이 사용하는데는 한계가 있다.

<표Ⅲ-4> 외국어 사용 수

구 분	빈도	비율(%)	누적비율(%)
1개국어	1	4.5	4.5
2개국어	13	59.1	63.6
3개국어	8	36.4	100.0
4개국어 이상	0	0	100.0
합계	22	100.0	

문어표기와 관광자원 설명간의 관계는 외국인 관광객의 불만 중 가장 높은 비중을 차지하는 언어소통³⁷⁾과 관련한 것으로 규정하여 살펴보면 외래 관광객에게 제공되어지는 편익이 부족한 것으로 나타난다.

<표Ⅲ-5> 관광홍보책자 내용구성³⁸⁾

구분	관광안내지도			관광자원설명	관광비용	편의시설안내	문어표기수
	도표	방위표시	도로표시				
포항시	○	×	○	○	×	×	1
경주시	○	×	○	○	×	×	3
김천시	○	×	○	×	×	×	2
안동시	○	×	○	○	×	×	2
구미시	○	×	○	×	×	×	3
영주시	○	×	○	○	×	×	3
영천시	×	×	×	×	×	×	3
상주시	○	×	○	×	×	×	2
문경시	○	×	○	○	×	×	2
경산시	○	×	○	×	×	×	3
군위군	○	×	○	×	×	×	3
의성군	○	×	○	×	×	×	2
청송군	○	×	○	○	×	×	2
영양군	○	×	○	○	×	×	2
영덕군	○	×	○	×	×	×	2
청도군	○	×	○	×	×	×	3
고령군	○	×	○	×	×	×	3
성주군	○	×	○	×	×	×	2
예천군	×	×	×	○	×	×	2
봉화군	○	×	○	○	×	×	3
울진군	○	×	○	×	×	×	2
울릉군	○	×	○	×	×	×	2

자료 : 논자작성

37) 한국관광공사의 외래 관광객 여론조사결과(1996) 언어소통(58.1%), 교통혼잡(51.4%), 화장실 및 음식점 불결(28.8%), 상품강매 행위(16.2%), 택시기사의 서비스(15.8%), 관광정보입수 곤란(8.7%) 등의 순으로 불편을 호소함.

38) ○ : 있다 × : 없다

관광홍보책자의 구성은 관광자원에 대한 정보제공과 홍보를 위주로 해야한다는 관점에서 관광자원별 관광홍보책자의 구성이 어떻게 구성되어져 있는지에 대하여 살펴보고자 한다.

<표Ⅲ-6>에서 제시한 문화관광, 자연관광, 위락관광, 기타관광의 4개의 관광형태별로 관광홍보책자의 구성을 살펴보기 위해 연구방법에서 밝힌 83개 조사항목을 중심으로 분석한다.

<표Ⅲ-6> 주요 관광형태 구분

구 분	관광형태	구성항목
내 용	문화관광	문화관광은 역사적 유물·유적, 건축물과 기념물, 박물관, 교육시설, 국제적 축제, 음악 미술, 전통생활양식, 기타의 홍보를 구성요소로 한다.
	자연관광	자연환경관광 홍보물로는 풍광이 수려한 국립공원과 같은 자연경관, 야생 생태계, 온천, 수변휴양지, 산악휴양지를 구성요소로 한다.
	위락관광	위락관광 홍보물은 스포츠시설, 기념관 및 유원지, 동물원 및 해양수족관, 영화 및 연극, 야경, 전통요리를 구성요소로 한다.
	기타관광	기타관광홍보에는 기후관측시설, 휴양림, 특산물, 기타 독특한 매력요소로 구성항목을 선정하였다.

자료 : 논자작성

1) 文化觀光

문화관광은 다가올 21세기에 가장 각광을 받을 관광부문 중 하나로서 경상북도 지역의 향후 관광산업의 전망을 위해 조사의 필요성이 존재하므로 유물

및 유적, 건축물 및 기념물, 박물관, 교육시설, 국제적 축제, 공예품, 음악, 미술, 전통생활양식, 기타의 10개 요소로 구분하였다.

문화관광에서 특징적인 부분이 옛 문화를 간직하고 있는 경주와 고령이 책자 전체의 50%이상을 적극적인 문화관광자원에 대한 홍보에 치중하고 있다. 울릉군의 경우 전체 52쪽 중 문화관광에 관한 부분은 단 1쪽도 없었다. 그러나 대부분의 경우 지역성을 지닌 지역문화를 위주로 홍보하고 있음을 알 수 있다. 가장 많은 문화관광 홍보를 하는 지역은 역시 천년의 도시인 경주이다. 전체 홍보책자의 약 72.0%를 문화관광자원의 홍보에 대한 구성비를 보이고, 다음은 약 67.9%의 홍보를 보이는 고령군이다. 경주의 경우는 신라유적을 중심으로 지역을 홍보하고 있으며, 고령군의 경우 대가야의 문화 유적을 중심으로 관광홍보책자를 구성하고 있음을 알 수 있다.

울릉군을 제외한 21개 시·군의 문화관광자원의 홍보내용 중 유물·유적홍보가 전반적으로 많은 비중을 두고 홍보하고 있음이 나타났다. 그리고 문화관광자원홍보의 구성이 자연관광, 위락관광, 기타관광보다 대체적으로 많은 비율로 구성하고 있음을 알 수 있다.

시·군별로 살펴볼 때 고령군의 경우 문화관광자원 홍보에 있어 항목별로 고르게 구성되어있다. 그러나 다양한 문화자원이 아닌 가야문화에 대한 한정된 부분만을 제시하고 있다는 단점도 나타난다. 이러한 경향은 경주 역시 마찬가지로 모든 구성항목을 제시하고 있지는 않지만 대부분이 신라시대라는 문화적 배경만으로 구성하고 있다.

이 외에도 안동시의 경우 230개가 넘는 많은 문화재를 보유하고 있는 지방자치단체이지만 문화관광에 대한 홍보가 총 50쪽 중 4쪽만으로 <표 I-3>과 <표 I-4>에서 나타나는 경상북도지역의 문화재 보유 현황에서 보이는 도시와 비교했을 때 미흡한 형태로 이루어지고 있다.

이를 세부적인 항목으로 살펴보면, 유물과 유적은 앞 절에서 나타나는 문화관광자원의 현황과는 관계없이 울릉군을 제외한 21개 전지역에서 최소 2쪽(안동시, 군위군)에서 최다 40쪽(경주시) 분량으로 제시하고 있다. 박물관에 관한

세부항목은 직접적인 입장료 수입이라는 면을 감안해서인지 전체 22개 지역 중 13개 지역에서 최소 1쪽(영천시 외 5개 지역)에서 최고 10쪽까지 제시하고 있다. 건축물·기념물의 경우는 이와 달리 전체지역의 50%에도 미치지 못하는 10개 지역에서 최소 0.5쪽(의성군)에서 최대 13쪽(경주시)에서 까지 제시하고 있다. 문화관광의 구성항목 중 가장 특징적인 부분이 음악과 미술 부분의 홍보이다. 경상북도지역에서 유일하게 음악과 미술에 대한 홍보에 비중을 두고 있는 지역이 고령군이다. 고령군을 제외한 21개 지역에서는 음악과 미술에 전혀 홍보에 관심을 두고 있지 않음을 알 수 있다. 국제적 축제의 경우 경주시가 7쪽으로 국제적인 관광도시임을 알 수 있으며, 문경시, 군위군, 의성군을 제외한 전지역에서 1-4쪽으로 큰 차이 없이 홍보를 구성하고 있다. 교육시설은 영주시가 7쪽으로 교육시설이 많은 경산시의 4쪽과는 달리 상당히 높은 비중을 보이고 있으며 포항시와 안동시는 대학시설 등이 있음에도 불구하고 홍보에서 제외하였음을 볼 수 있다. 그리고 나머지 시·군에서는 1-5쪽 내외의 분량으로 제시하고 있다. 공예품 또한 22개 지역 중에서 경주시가 9쪽으로 제일 많은 비중으로 구성하고 있는데, 이는 경주시가 공예품 단지조성 등 관광상품개발에 많은 관심을 보이고 있음을 알 수 있다. 그리고 영덕군에서 4쪽의 공예품홍보를 하고 있으며, 고령군 외 7개 지역은 1-2쪽 내외로 구성되어 있다. 전통생활양식은 울릉군이 4쪽으로 가장 많은 비중을 두고 있으며, 이는 지역의 특수성에 의한 전통생활양식의 존속을 위한 목적과 관광객에게 제공되어지는 홍보에 있어 울릉도라는 지역적 차별성을 주기 위한 것으로 판단된다. 울릉군 외에도 성주군, 청송군, 영천시가 1-2쪽의 분량으로 전통생활양식에 대하여 홍보하고 있다.

<표Ⅲ-7> 문화관광 구성³⁹⁾

구 분	유물유적		국제적 축제		교육시설		박물관		건축물	
	쪽	전체비율 부분비율	쪽	전체비율 부분비율	쪽	전체비율 부분비율	쪽	전체비율 부분비율	쪽	전체비율 부분비율
포항시	4	5.3 40	2	2.6 20			4	5.3 40		
경주시	40	38.5 53.4	7	6.7 9.3	4	3.8 5.3	2	1.9 2.7	13	12.5 17.3
김천시	13	18.3 68.4	4	5.6 21.1	2	2.8 10.5				
안동시	2	4.0 22.0	4	8.0 44.0			2	4.0 22.0		
구미시	10	15.9 35.6	1	1.6 3.6	5	7.9 17.9	4	6.3 14.3	4	6.3 14.3
영주시	8	10.7 40.0	2	2.6 10.0	7	9.3 35.0				
영천시	12	19.7 44.5	4	6.6 14.8	2	3.3 7.4	1	1.6 3.7	2	3.3 7.4
상주시	8	14.3 53.4	2	3.6 13.3					3	5.4 20.0
문경시	10	22.7 71.5					1	2.3 7.1	2	4.5 14.3
경산시	4	6.7 26.7	4	6.7 26.7	4	6.7 26.7	3	5.0 19.9		
군위군	2	12.5 80.0								
의성군	4	33.3 89.9							0.5	3.1 11.1
청송군	6	8.8 40.0	2	3.0 13.2	1	1.5 6.7	1	1.5 6.7		
영양군	6	12.5 46.1	3	6.3 23.1	1	2.1 7.7	1	2.1 7.7	1	2.1 7.7
영덕군	6	10.7 27.3	4	7.1 18.2			3	5.4 13.6	5	8.9 22.7
청도군	10	23.3 55.6	4	9.4 22.2	2	4.7 11.1				
고령군	17	30.4 44.7	2	3.6 5.3	2	3.6 5.3	10	17.9 26.3	1	1.8 2.6
성주군	12	22.2 52.2	3	5.6 13.0	4	7.4 17.4	1	1.9 4.4		
예천군	9	20.5 56.3	3	6.8 18.7	1	2.3 6.3			3	6.8 18.2
봉화군	9	18.0 56.0	4	8.0 25.0			1	2.0 6.3		
울진군	6	18.8 75.0	1	3.1 12.5						
울릉군			1	1.9 16.7						
총계	198	16.6 47.8	57	4.8 13.8	35	2.9 8.5	34	2.9 8.2	34.5	2.9 8.3

39) 전체비율 = 항목별(유물유적, 건축물 기념물, 박물관, 교육시설, 국제적 축제, 공예품, 음악, 미술, 전통생활양식, 기타) 쪽수 / 전체 쪽수 × 100, 부분비율 = 항목별 쪽수 / 해당 관광부문 쪽수 × 100, 내용구성비율 = 관광부문(문화·전통, 자연환경, 위락, 기타) 쪽수 / 전체 쪽수 × 100

<표Ⅲ-7> 문화관광 구성 계속

구 분	공예품		전통생활양식		음악		미술		기타		계	
	쪽	부분비율 전체비율	쪽	부분비율 전체비율	쪽	부분비율 전체비율	쪽	부분비율 전체비율	쪽	부분비율 전체비율	쪽	내용구 성비율
포항시											10/76	13.2
경주시	9	8.7 12.0									75/104	72.0
김천시											19/71	26.8
안동시	1	2.0 12.									9/50	18.0
구미시									4	6.3 14.3	28/63	44.4
영주시	1	1.3 5.0					2	2.6 10.0			20/75	26.7
영천시	1	1.6 3.7	1	1.6 3.7					4	6.6 14.8	27/61	44.3
상주시									2	3.6 13.3	15/56	26.8
문경시	1	2.3 7.1									14/44	31.8
경산시											15/60	25.0
군위군									0.5	4.1 20.0	2.5/16	15.6
의성군											4.5/12	37.5
청송군	1		1	1.5 6.7					3	4.4 20.1	15/68	22.1
영양군									1	2.1 7.7	13/48	27.1
영덕군	4	3.1 18.2									22/56	39.3
청도군									2	4.7 11.1	18/43	41.9
고령군	2	3.6 5.3			1	1.8 2.6	1	1.8 2.6	2	3.6 5.3	38/56	67.9
성주군	1	1.9 4.4	2	3.7 8.6							23/54	42.6
예천군											16/44	36.4
봉화군									2	3.7 8.6	16/50	32.0
울진군									1	3.1 12.5	8/32	25.0
울릉군	1	1.9 16.7	4	7.7 66.6							6/52	11.5
총계	22	1.8 5.3	8	0.7 1.9	1	0.0 0.2	3	0.3 0.7	21.5	1.8 5.2	414/ 1191	34.8

자료 : 논자작성

2) 自然觀光

도시인구율의 증가에 따라 자연에 대한 관광욕구가 높아지고 있는 최근의 관광동향을 감안한다면 여름철 최대 관광객 방문지인 동해안과 5개의 국립공원을 보유한 경상북도의 자연관광에 대한 매력성은 매우 높다. 따라서 각 지방자치단체의 자연관광에 대한 홍보가 아주 중요하다고 생각한다. 본 연구에서 자연관광은 자연경관, 야생생태계, 온천, 수변휴양지, 산악휴양지 등의 5개 요소로 조사하였다.

자연경관이 탁월하고 육지와는 다른 환경을 지닌 울릉군의 경우 전체 관광홍보책자의 50%에 해당하는 26쪽을 자연환경 관광홍보에 비중을 두고 있다. 그 외에도 문화나 역사 등과 같이 인문적인 환경이 미약한 문경시와 청도군과 같은 경북내륙의 지역도 산악관광자원을 중심으로 자연환경 관광홍보에 중점을 두고 있다.

이를 볼 때 자연관광자원의 홍보비중은 자연자원의 보존이 잘 이루어진 지역일수록 높다는 것을 알 수 있다.

상대적으로 경주, 안동, 고령과 같이 문화관광자원이나 역사관광자원과 같은 인문환경이 뛰어난 지역은 자연관광자원 소개에 대한 비중이 낮았다. 경주의 경우 전체 104쪽 중 단 6쪽만을 제공하여 전체의 6%도 되지 않는 비중을 보이고 있다. 안동과 고령도 이와 유사한 형태로 문화관광자원이나 역사관광자원의 홍보비중에 비해 자연환경 관광홍보가 부족하다.

해안선을 끼고 있는 포항, 영덕, 울진의 경우 해안경관을 위주로 타지역에 비해 많은 비중을 두고 경관관광자원에 대한 홍보를 실시하고 있다. 이는 최근에 동해안의 관광객이 증가하는 경향에 맞추어 해안선을 보유한 지방자치단체들이 동해안을 중심으로 적극적인 홍보를 실시하고 있음을 알 수 있는 부분이다.

자연환경관광의 항목을 세부적으로 살펴보면 다음과 같다.

야생생태계의 경우 경상북도 전체 22개 지역 중 14개 지역이 제시하고 있다. 울릉도의 경우 도서라는 지형적인 특성과 화산의 분출로 지형에 의해 형

성된 타지역과 차별되는 야생생태계를 책자 전체의 약 10%에 해당하는 5쪽을 수록하고 있다.

자연경관에서 특이한 지역은 경주시와 의성군이다. 경주시의 경우 도시전역이 국립공원으로 지정되어져 있는 실정이고, 남산이나 계림, 토함산, 영지 등 많은 자연경관이 있음에도 불구하고 전체 104쪽 중 단 6쪽만 제시하고 있다. 그리고 의성군의 경우 경상북도 내륙의 산악경관이 수려한 지역임에도 불구하고 자연환경에 대한 언급이 전혀 없다. 이는 앞서 언급한 지역내 관광자원의 상대적 중요성을 반영한 데 기인한 것이라 하겠다.

경상북도지역에서 해안선을 보유한 지역을 살펴보면 포항시, 경주시, 영덕군, 울진군, 울릉군의 5개 지역이 있지만 댐과 같은 내수면을 보유한 지역⁴⁰⁾도 있다. 경주시의 경우 해안선을 보유한 지역임과 동시에 감포 관광단지와 같은 대규모 수변관광자원 개발에 관심을 두고 있음에도 불구하고 수변관광에 대한 홍보는 전혀 없다. 그리고 울릉군의 경우 어디서나 해변을 접할 수 있는 도서라는 지형적인 특성을 최대한 활용하여 책자의 25%에 해당하는 13쪽을 수변휴양지의 홍보를 제시하고 있다.

마지막으로 산악휴양지의 경우 <표 I-5>의 관광지현황과 같이 33개 관광지 중에서 산악경관과 관련된 곳이 전체의 약 60%에 해당하는 19개 지역이라는 점과 경상북도의 23개 지방자치단체에서 5개 지역을 제외한 18개 지역이 수변과 관련이 없는 지역이라고 본다면 산악휴양지에 대한 관광홍보에 비중이 매우 높을 것으로 예상되었으나 실제로는 전체 22개 지역 중에서 8개 지역만 산악휴양지에 대한 홍보를 구성하였다. 그리고 이 8개 지역은 1-2쪽 내외만을 구성하였는데, 이는 산악이 많은 경북지역에서 산악을 강조해서는 상대적으로 차별성을 확보하기 어렵다는 데에 기인한다고 하겠다.

40) 안동시 : 안동댐, 영천시 : 임하댐, 청도군 : 운문댐

<표Ⅲ-8> 자연관광 구성

구 분	자연경관		야생생태계		온천		수변휴양지		산악휴양지		계	
	쪽	전체비율 부분비율	쪽	전체비율 부분비율	쪽	전체비율 부분비율	쪽	전체비율 부분비율	쪽	전체비율 부분비율	쪽	내용구성 비율
포항시	4	5.3 20.0			6	7.9 30.0	8	10.5 40.0	2	2.6 10.0	20/76	26.3
경주시	4	3.8 66.7			2	1.9 33.3					6/104	5.8
김천시	2	2.8 40.0	1	1.4 20.0	1	1.3 20.0			1	1.4 20.0	5/71	7.0
안동시	2	4.0 57.1	0.5	1.0 14.3	1	2.0 28.6					3.5/50	7.0
구미시	3	4.8 60.0	1	1.6 20.0			1	1.6 20.0			5/63	7.9
영주시	7	9.3 63.6	2	2.7 18.2			2	2.7 18.2			11/75	14.7
영천시	2	3.3 50.0	2	3.3 50.0							4/61	6.6
상주시	4	7.1 44.4	4	7.1 44.4					1	1.8 11.2	9/56	16.1
문경시	11	25.0 68.7			1	2.3 6.3	3	6.8 18.7	1	2.3 6.3	16/44	36.4
경산시	3	5.0 46.2	1.5	2.5 23.1	1	1.7 15.4			1	1.7 15.3	6.5/60	10.8
군위군	2	12.5 80.0							0.5	3.1 20.0	2.5/16	15.6
의성군					0.5	4.2 100.0					0.5/12	4.2
청송군	22	32.4 93.6	1	1.5 4.3	0.5	0.7 2.1					23.5 /68	34.6
영양군	10	20.8 83.3							2	4.2 16.7	12/48	25.0
영덕군	6	10.7 60.0					4	7.1 40.0			10/56	17.9
청도군	5	11.6 62.5	3	7.0 37.5							8/43	18.6
고령군	2.5	4.5 83.3	0.5	0.9 16.7							3/56	5.4
성주군	9.5	17.6 86.4	1.5	2.8 13.6							11/54	20.4
예천군	0.5	1.1 20.0	2	4.5 80.0							2.5/44	5.7
봉화군	6	12.0 75.0							2	4.0 25.0	8/50	16.0
울진군	2.5	7.8 22.7	2.5	7.8 22.7	2	6.3 18.2	4	12.5 36.4			9/32	34.4
울릉군	8	15.4 30.8	5	9.6 19.2			13	25.0 50.0			26/52	50.0
총계	116	9.7 56.9	28.5	2.3 13.5	15	1.3 7.4	35	2.9 17.2	10.5	0.9 5.1	204/ 1191	17.1

자료 : 논자작성

3) 慰樂觀光

위락관광자원의 경우 도시의 규모와 도시의 산업화 정도에 밀접한 관계를 가지고 구성되어 있다. 위락관광자원은 스포츠시설, 유원지, 동물원, 전통요리의 4개 요소로 조사하였다. 경상북도에서 가장 산업화 정도가 높다고 할 수 있는 포항시의 경우 전체 관광홍보책자의 17%(14쪽)를 위락관광 자원홍보에 비중을 두고 있다.

22개 시·군들 중에서 위락관광자원 홍보에 5%미만의 구성을 보이는 지역은 17개 지역으로 약 70%에 해당하는 비율을 보이고 있다. 그에 비해 10%이상 지면을 할애하는 지역은 포항시 단 한 지역뿐이다. 그리고 위락관광자원에 대한 홍보가 없는 지역은 전체의 약 20%에 가까운 5개 지역(군위군, 의성군, 청도군, 성주군, 봉화군)이다. 이 지역의 특징은 모두 내륙에 위치하여 경상북도지역에서도 접근이 용이하지 않은 지역으로 타지역에 비해 개발의 정도가 낮은 군 지역이다.

그리고 22개 시·군들 중에서 위락관광자원 홍보가 5쪽 이상 차지하는 지역은 포항시와 경주시로 이 지역은 경부 축과 인접하여 개발의 정도가 높은 지역들로 두 지역 모두 산업 또는 관광이 발달된 곳으로 알려진 곳이다.

항목상 특징적인 것은 경상북도 권역내 22개 시·군 중에서 영화나 연극에 관련한 내용을 홍보한 지역이 없다는 점이다. 이는 공연문화가 수도권과 같은 대도시를 중심으로 형성되므로 지방에서 홍보를 실시한다 해도 대도시지역의 잠재관광객에게 전달될 수 없다는 것을 간접적으로 보여주는 부분이다.

위락관광 홍보의 항목을 세부적으로 살펴보면 다음과 같다.

스포츠시설의 경우 도시의 규모나 도시의 산업화정도와 유관한 형태로 나타나고 있다. 경상북도권역 내에서 산업화 정도가 가장 높은 포항시의 경우 전체 책자의 약 13%에 해당하는 10쪽을 스포츠시설의 홍보에 비중을 두고 있다. 이에 비해 경주시의 경우 다수의 골프장과 같은 스포츠시설이 있으나 이를 홍보하는데 전체 104쪽 중 0.5page만으로 1%에도 미치지 못한다.

유원지의 경우 대구를 제외한 경상북도지역에서 유일한 놀이시설인 경주월

드를 보유한 경주지역이 8쪽으로 가장 많은 비중을 차지하고 있다.

동물원은 구미시(2쪽)와 경산시(2쪽)에서만 제시하고 있다. 이는 동물원의 존재여부와 관계되는 것이지만 두 개시 모두 많은 부분의 제시는 아닐지라도 타지역에서 홍보하지 않는 부분을 제공하고 있다는 측면에서 의미가 있다. 이는 경상북도지역 전체가 이 부분의 홍보에 관심을 두고 있지 않거나 시설이 부족한 형태라는 것을 시사한다고 볼 수 있다.

전통요리는 먹거리관광과 관계한 항목으로 해당지역의 지역색을 알아볼 수 있는 항목인데도 불구하고 포항시외 5개 지역에서만 구성하고 있다.

<표Ⅲ-9> 위락관광 구성

구 분	스포츠시설		유원지		동물원		전통요리		계	
	쪽	전체비율	쪽	전체비율	쪽	전체비율	쪽	전체비율	쪽	내용구성 비율
		부분비율		부분비율		부분비율		부분비율		
포항시	10	13.2 71.4					4	5.3 28.6	14/76	18.4
경주시	0.5	0.5 5.9	8	7.7 94.1					8.5/104	8.2
김천시			1	1.4 100.0					1/71	1.4
안동시			1	2.0 100.0					1/50	2.0
구미시	1	1.6 25.0			2	3.2 50.0	1	1.6 25.0	4/63	4.8
영주시			1	1.3 100.0					1/75	1.3
영천시	2	3.3 100.0							2/61	3.3
상주시			0.5	0.9 100.0					0.5/56	0.9
문경시	0.5	1.1							0.5/44	1.0
경산시	3.5	5.8 63.60			2	3.3 36.4			5.5/60	5.8
군위군									0/16	0.0
의성군									0/12	0.0
청송군	1	1.5 50.0					1	1.5 50.0	2/68	2.9
영양군							1	2.1 100.0	1/48	2.1
영덕군			0.5	0.9 100.0					0.5/56	0.9

<표Ⅲ-9> 위락관광 구성 계속

구 분	스포츠시설		유원지		동물원		전통요리		계	
	쪽	전체비율 부분비율	쪽	전체비율 부분비율	쪽	전체비율 부분비율	쪽	전체비율 부분비율	쪽	내용구성 비율
청도군									0/43	0.0
고령군	2	3.6 100.0							2/56	3.6
성주군									0/54	0.0
예천군			2	4.5 100.0					2/44	4.5
봉화군									0/50	0.0
울진군			1	3.1 50.0			1	3.1 50.0	2/32	6.3
울릉군							2	3.8 100.0	2/52	3.8
총계	20.5	1.7 41.4	15	1.3 30.3	4	0.3 8.0	10	0.8 20.2	49.5/ 1191	4.2

자료 : 농작작성

4) 其他觀光

기타 관광부문 홍보물 분석에 있어 가장 특징적인 부분이 특산물과 관련한 것이다. 경주를 제외한 전지역에서 특산물에 관련한 사항을 최소 1쪽에서부터 최대 6쪽까지 홍보하고 있다. 그 중 군위군의 경우 전체 관광홍보책자의 지면이 총 16쪽에 지나지 않으나 특산물에 대한 홍보는 2쪽으로 전체 관광홍보책자의 약 12.5%에 해당하는 비중으로 타지역보다 많은 비중으로 홍보하고 있다. 그러나 지역경제 활성화를 위하여 특산물 홍보는 더 구체적인 형태의 홍보가 절실히 요구되는 바이다.

산림자원의 이용을 통해 관광객들에게 휴식과 안정감을 제공하는 휴양림의 경우 포항시가 4쪽으로 제일 많은 홍보비중을 보이고 있다. 이는 산업도시로서 휴양림에 대한 인식을 높이기 위한 일종의 홍보전략으로 보인다. 휴양림에 관한 홍보는 포항시, 영양군, 예천군, 봉화군, 울진군이 각 2쪽으로 구성되어 있고, 경주시와 경산시는 1쪽으로 구성되어 있다.

기타 관광부문 홍보의 경우 기후와 관련한 기상대나 관측소와 같은 기후관

측시설을 관광자원으로 제시하는 지역은 전체지역 중 13%에 해당하는 포항시 외 2개 지역이 홍보하고 있다.

기타 관광부문 홍보에 있어 가장 많은 지면을 제공한 지역은 포항시로 타지역에 비하면 적게는 2배, 많게는 10배에 가까운 지면을 제공한 것으로 나타나는데 이는 포항제철을 비롯한 다양한 산업시설을 보유한 시의 특성을 홍보하기 위한 것에 기인한다고 보겠다.

경상북도권역에 해당하는 22개 시·군의 전체 관광홍보책자에서 기타 관광부문의 홍보비율을 보면 10%미만인 지역은 9개 지역으로 23개 지역 중 약 41%에 해당한다. 이와 반대로 20%이상의 지역은 영양군 1개 지역이며, 그 외 지역은 대부분이 10 ~ 20%내외로 기타 관광부문 홍보를 하고 있다.

<표Ⅲ-10> 기타관광 구성

구 분	특산물		휴양림		기후관측시설		기 타		계	
	쪽	전체비율	쪽	전체비율	쪽	전체비율	쪽	전체비율	쪽	내용구성 비율
		부분비율		부분비율		부분비율		부분비율		
포항시	2	2.6 15.4	4	5.3 30.7	1	1.3 7.7	6	7.9 46.2	13/76	17.1
경주시			1	1.0 14.3			6	5.8 85.7	7/104	6.7
김천시	3	4.2 42.9					4	5.6 57.1	7/71	9.9
안동시	2	4.0 100.0							2/50	4.0
구미시	1	1.6 100.0							1/63	1.6
영주시	4	5.3 50.0					4	5.3 50.0	8/75	10.7
영천시	3	4.9 42.8			2	3.3 28.6	2	3.3 28.6	7/61	11.5
상주시	1	1.8 33.3					2	3.6 66.7	3/56	5.4
문경시	4	9.1 100.0							4/44	9.1
경산시	4	6.7 80.0	1	1.7 20.0					5/60	8.3
군위군	2	12.5 100.0							2/16	12.5
의성군	1	8.3 50.0			1	8.3 50.0			2/12	16.7
청송군	4	5.9 44.4					5	7.4 55.6	9/68	13.2

<표Ⅲ-10> 기타관광 구성 계속

구 분	특산물		휴양림		기후관측시설		기 타		계	
	쪽	전체비율 부분비율	쪽	전체비율 부분비율	쪽	전체비율 부분비율	쪽	전체비율 부분비율	쪽	내용구성 비율
영양군	6	12.5 60.0	2	4.2 20.0			2	4.2 20.0	10/48	20.8
영덕군	4	7.2 66.7	2	3.6 33.3					6/56	10.7
청도군	4	9.3 100.0							4/43	9.3
고령군	2	3.6 100.0							2/56	3.6
성주군	3	5.6 50.0	1	1.9 16.7			2	3.8 33.4	6/54	11.1
예천군	4	9.1 80.0					1	2.3 20.0	5/44	11.4
봉화군	4	8.0 66.7	2	4.0 33.3					6/50	12.0
울진군	4	12.5 66.7	2	6.3 33.3					6/32	18.8
울릉군	6	11.5 100.0							6/52	11.5
총계	68	5.7 56.2	15	1.3 12.4	4	0.9 3.3	34	2.9 28.1	121/ 1191	10.2

자료 : 논자작성

3. 豫算構成 分析

예산구성분석은 각 지역의 관광홍보책자 제작의 소요예산과 관광홍보책자의 단체장 임기후 사용여부와 제작후 배포방법에 관한 중요성을 분석하였다.

각 지역별 관광홍보책자의 제작부수 총계는 84,500부이며 지역평균 3,840부가 제작되고 있다. 안동시의 경우 20,000부를 다량으로 제작하고 있어 관광홍보에 관심도가 높게 나타났다. 그리고 포항시를 비롯한 경주시외 13개 시·군이 2,000부 내·외 정도로 제작하고 있다. 지역별 관광홍보책자의 제작 부수와 지역별 연간 관광객 수를 비교하여 살펴보면, 영양군(14.0%), 고령군(3.8%), 예천군(3.8%)를 제외한 나머지 19개 지역이 연간 관광객 수의 1%에도 미치지 못하는 제작현황을 보이고 있다. 이는 전지역이 관광객 수에 비해 상대적으로 적게 제작하고 있음을 보여주고 있다.

관광홍보책자의 제작에 소요되는 총예산은 363,900천원으로 1부당 평균 4.31

천원이 소요되는 것으로 나타났다. 이 중 가장 많은 예산을 소요하는 지역은 경주시외 4개 지역으로 1부당 평균 10천원이며, 가장 적은 지역은 안동시로 1.24천원의 예산을 소요하고 있다. 영주시의 경우 40,000천원으로 관광홍보책자 제작에 소요되는 예산을 가장 많은 비중을 두고 있으며, 나머지 지역은 7,400 ~ 15,000천원의 예산을 편성하고 있는 것으로 나타났다. 안동시의 경우 적은 예산으로 많은 책자를 제작한 후 다년간 사용하는 것으로 나타났다.

다음은 단체장의 임기전·후 교체될 경우 관광홍보책자 제작시 지방자치단체장의 인사말이나 사진의 수록으로 향후 관광홍보책자의 사용의 가능성을 알아볼 수 있다.

지방자치단체장의 인사말이 수록된 지역은 포항시의 18개 지역이다. 이중 인사말에 지방자치단체장의 이름이 명시되어 지방자치단체장이 교체될 경우 사용이 불가능한 지역이 포항시의 12개 지역으로 전체 지역의 50%이상을 차지하고 있다. 또한 단체장의 사진을 수록한 김천시의 11개 지역도 동일한 현상으로 지방자치단체장이 교체될 경우 사용이 불가하여 이러한 사항은 관광홍보책자 제작에 많은 문제점으로 나타났다. 인사말이나 사진의 수록으로 이용할 수 없는 지역은 포항시의 14개 지역으로 이런 문제가 발생되면 예산낭비가 초래되는 것이다.

각 지역에서 예산을 소요하면서 제작한 관광홍보책자의 배포방법은 전지역이 직접관공서에 방문하는 관광객만을 대상으로 배부하는 것으로 나타났다. 이것은 관광객이 관공서에 관광홍보책자가 마련되어 있다는 것을 알았을 때, 제공받을 수 있는 방법이므로 각 지역은 관광홍보책자의 효율적인 배포방법이 아니라 생각된다. 따라서 관광홍보책자가 올바르게 제기능을 하기 위해서는 배포방법의 다원화가 필요할 것이다.

<표Ⅲ-11> 관광홍보책자 예산구성 및 지방자치단체장

인사말 · 사진수록 현황

구분	관광홍보책자			지방자치단체장		
	제작 부수(부)	예산액(천원)	단위예산액(천원)	인사말	사진	임기후사용
포항시	2,000	7,400	3.70	○	×	×
경주시	2,000	20,000	10.00	○	×	×
김천시	2,000	20,000	10.00	○	○	×
안동시	20,000	24,800	1.24	○	×	○
구미시	10,000	20,000	2.00	○	○	×
영주시	5,000	40,000	8.00	○	×	○
영천시	2,500	8,300	3.32	○	○	×
상주시	1,500	15,000	10.00	○	×	○
문경시	3,000	10,000	3.33	×	○	×
경산시	1,000	3,900	3.90	○	○	×
군위군	2,000	6,800	3.40	○	○	×
의성군	3,000	26,000	8.67	×	○	×
청송군	3,000	30,000	10.00	○	○	×
영양군	5,000	21,000	4.20	○	○	×
영덕군	2,000	15,000	7.50	○	×	×
청도군	2,000	20,000	10.00	○	×	○
고령군	2,000	9,700	4.85	○	○	×
성주군	2,000	14,000	7.00	○	×	○
예천군	2,500	10,000	4.00	○	○	×
봉화군	5,000	15,000	3.00	○	○	×
울진군	5,000	10,000	2.00	×	×	○
울릉군	2,000	17,000	8.50	○	×	○
총계	84,500	363,900	4.31			

자료 : 경상북도청 통계자료실(97년도), 각 시·군 관광 부서

IV. 綜合分析 및 問題點

본 장에서는 앞서 분석한 외적형태, 내용구성, 예산구성의 3가지 형태의 분석한 결과를 종합하여 보고, 경상북도의 지방자치단체가 발간하는 관광홍보책자에 대한 문제점과 개선방안에 관하여 논의하고자 한다.

1. 綜合分析

관광홍보책자는 마케팅의 도구의 하나로서 인쇄물에 의한 광고 중 가장 효과적인 매체의 하나이며, 각 지방자치단체의 관광지나 시설, 상품, 서비스를 설명하기 위하여 표현되어지는 문구나 그림을 인쇄한 홍보물로서 관광객에게 여러 가지 매력을 제공하는 지역의 대표적인 홍보수단이다.

이러한 관광홍보책자의 중요성을 생각해 볼 때, 각 지방자치단체에서 발간하는 관광홍보책자는 효과적으로 구성·제작되어 관광객에게 전달되어야 한다. 따라서 제 III 장에서 나타난 관광홍보책자의 3가지 형태의 결과를 종합적으로 구성하여 보고자 한다.

외적형태의 분석인 인쇄규격, 표지의 제목과 구성, 전체 관광홍보책자의 쪽수 에 대한 분석결과를 살펴보면 경상북도 지방자치단체에서 발간하는 관광홍보책자의 크기는 다양하나 대체적으로 200*250mm 정도의 크기로 제작되어 한국관광공사가 제작한 관광홍보책자의 크기 150*210mm보다 큰 것으로 나타났다.

지역이미지와 관련한 표지의 제목과 구성은 표지의 제목을 자연경관, 도시명, 문화, 산업, 기타의 5개 항목으로 구분하여 그 빈도를 살펴보면 자연경관(36.4%), 도시명(27.3%), 문화(18.2%) 등의 순으로 나타났다. 그리고 표지의 구성은 문화, 자연경관, 관광자원 복합, 산업, 기타의 5개 항목으로 구분하여 그 빈도를 살펴보았으며 문화가 8개 지역(36.4%), 자연경관이 7개 지역(31.8%), 관광자원 복합이 4개 지역(18.2%) 등의 순으로 나타난다.

외형적인 정보의 양과 밀접한 관계를 보이는 쪽수의 경우 경북 최대의 관광도시인 경주로서 104쪽(8.7%)이고, 다음은 포항시 76쪽(6.4%), 영주시 75쪽

(6.3%) 등의 순이다. 반면 가장 쪽수가 작은 곳은 의성군으로서 12쪽(1.0%)이고, 다음으로는 군위군 16쪽(1.3%), 울진군 32쪽(2.7%)의 순이다. 이와 같이 관광홍보책자의 쪽수에 있어 시지역과 군지역의 차이가 두드러지게 나타난다.

컬러나 사진의 표현에 있어서 지역별로 차이가 없이 동일하게 편집되어 있어 변별력이 없이 나타났다.

내용구성분석을 종합적으로 살펴보면, 관광안내지도는 영천시와 예천군을 제외한 20개 지역에서 모두 제공하고 있다. 그러나 관광지의 위치를 알 수 있는 방위표시는 전무한 상태였다. 또한 관광시설의 이용료, 교통수단의 이용, 휴게소 등 관광비용과 편의시설의 구성도 마찬가지로였다. 이는 관광객이 관광홍보책자를 통하여 목적지까지의 효과적인 접근, 관광비용의 측정, 교통수단의 이용, 각종 편의시설의 제공을 받지 못하고 있는 문제점으로 나타났다. 관광홍보책자의 전체적인 내용구성 비율 중 관광홍보에 대한 구성비율이 대부분 50%이상을 차지하나, 50%미만을 차지하여 관광홍보보다는 일반 행정적 홍보에 치우친 지역은 23개 지역 중 약 17.4%에 해당하는 김천시, 안동시, 상주시, 군위군의 4개 지역이다. 이는 민선지방자치단체장이 일반홍보에 적극성을 보인 단면이라 지적할 수 있다. 관광홍보 소개 비율이 80% 이상인 지역은 약 13%에 해당하는 경주시(92.8%), 울진군(84.4%), 고령군(80.4%)의 3개 지역이다.

그리고 관광형태에 따른 분석에서 문화, 자연, 위락, 기타 부문의 관광에 대한 각 지역의 관광홍보책자의 구성비와 그에 따른 특색이 어떻게 나타나는지 알아보면 다음과 같다.

문화관광은 전체 구성비율 중 34.8%로서 다른 관광자원과 비교하여 볼 때, 가장 많은 비율을 차지하고 있으며, 이는 경상북도지역이 498개의 국가지정 문화재와 820개의 도지정 문화재라는 총 1318개의 문화관광자원을 보유한 지역적인 특색에 의한 결과로 기인한 것으로 보여진다. 이를 지역별로 살펴보면, 경주시가 72.0%로서 문화관광홍보 비율이 가장 높으며, 다음은 고령군으로 67.9% 이다. 나머지 20개 시·군의 경우는 11.5 - 44.4%로 구성하고 있다. 이

는 경주시와 고령군이 문화성향이 강한 지역임을 관광홍보책자의 구성비율로 알 수 있는 부분이다.

자연관광은 전체 구성비율 중 약 17.1%를 차지하고 있는 부분이다.

경상북도는 5개의 국립공원, 4개의 도립공원, 24개의 지정관광지로 33개의 자연관광자원이 지정되어있다. 그리고 경상북도의 지리적 환경이 우리 나라 여름 최다 관광객의 방문지인 동해안과 내륙의 산악지형을 보유하고 있다는 점에서 자연관광의 매력성이 매우 높은 지역이다. 그러나 관광홍보책자의 구성에 있어 17.1%의 비중을 두고 있어 상대적으로 적게 홍보되고 있음을 알 수 있다. 자연관광의 구성이 30%이상인 문경시외 3개 지역과 20%이상인 포항시외 2개 지역으로 나머지는 4.2 - 18.6%로 구성되어 있어 각 지역의 자연관광의 매력성이 높은 점을 감안할 때 홍보의 비중에 있어 미비점으로 나타났다.

위락관광의 경우는 전체 구성비율 중 약 4.2%에 불과하다. 이는 경상북도지역에 존재하는 위락시설이 사실상 적으므로 제시할 수 있는 위락시설이 없다는 것을 고려할 때 4.2%의 비중은 당연한 것으로 보인다. 그리고 위락관광자원에 대한 홍보가 없는 지역은 군위군외 4개 지역으로 이 지역의 특징은 개발정도가 낮은 군지역이다.

기타 관광부문 홍보는 문화관광, 자연관광, 위락관광을 제외한 나머지 관광부문으로서 10.2%의 구성비율을 보이고 있다. 특히 지역의 특산물에 대한 홍보를 15개 지역에서 기타관광부문의 50%이상 홍보함으로써 관광상품홍보에 지방자치단체가 많은 관심을 가지고 있음을 알 수 있다.

이상에서 각 지방자치단체에서 발행하는 관광홍보책자의 구성은 관광 이외의 타 부분의 홍보에도 많이 이용되고 있음을 알 수 있다. 따라서 <표Ⅳ-1>을 통해 각 지역의 관광홍보책자의 구성비율에 대하여 살펴볼 수 있다.

<표Ⅳ-1> 내용구성 종합

구분	관광홍보										일반홍보		총계	
	문화관광		자연관광		위락관광		기타관광		소개					
	쪽	내용구 성비율	쪽	내용구 성비율	쪽	내용구 성비율	쪽	내용구 성비율	쪽	구성비	쪽	구성비	쪽	구성비
포항시	10/76	13.2	20/76	26.3	14/76	18.4	13/76	17.1	57	75.0	19	25.0	76	100.0
경주시	75/104	72.0	6/104	5.8	8.5/104	8.2	7/104	6.7	96.5	92.8	7.5	7.2	104	100.0
김천시	19/71	26.8	5/71	7.0	1/71	1.4	7/71	9.9	32	45.1	39	54.9	71	100.0
안동시	9/50	18.0	3.5/50	7.0	1/50	2.0	2/50	4.0	18.5	37.0	34.5	69.0	50	100.0
구미시	28/63	44.4	5/63	7.9	4/63	4.8	1/63	1.6	38	60.3	18	39.7	63	100.0
영주시	20/75	26.7	11/75	14.7	1/75	1.3	8/75	10.7	40	53.3	35	46.7	75	100.0
영천시	27/61	44.3	4/61	6.6	2/61	3.3	7/61	11.5	40	65.6	21	34.4	61	100.0
상주시	15/56	26.8	9/56	16.1	0.5/56	0.9	3/56	5.4	27.5	49.1	30	50.9	56	100.0
문경시	14/44	31.8	16/44	36.4	0.5/44	1.0	4/44	9.1	34.5	78.4	9.5	21.6	44	100.0
경산시	15/60	25.0	6.5/60	10.8	5.5/60	5.8	5/60	8.3	32	53.3	28	46.7	60	100.0
군위군	2.5/16	15.6	2.5/16	15.6	0/16	0.0	2/16	12.5	7	43.8	9	56.2	16	100.0
의성군	4.5/12	37.5	0.5/12	4.2	0/12	0.0	2/12	16.7	7	58.3	5	41.7	12	100.0
청송군	15/68	22.1	23.5/68	34.6	2/68	2.9	9/68	13.2	49.5	72.8	18.5	27.2	68	100.0
영양군	13/48	27.1	12/48	25.0	1/48	2.1	10/48	20.8	36	75.0	12	25.0	48	100.0
영덕군	22/56	39.3	10/56	17.9	0.5/56	0.9	6/56	10.7	38.5	68.8	11.5	20.5	56	100.0
청도군	18/43	41.9	8/43	18.6	0/43	0.0	4/43	9.3	30	69.8	13	30.2	43	100.0
고령군	38/56	67.9	3/56	5.4	2/56	3.6	2/56	3.6	45	80.4	11	19.6	56	100.0
성주군	23/54	42.6	11/54	20.4	0/54	0.0	6/54	11.1	40	74.1	14	25.9	54	100.0
예천군	16/44	36.4	2.5/44	5.7	2/44	4.5	5/44	11.4	25.5	58.0	18.5	42.0	44	100.0
봉화군	16/50	32.0	8/50	16.0	0/50	0.0	6/50	12.0	30	60.0	20	40.0	50	100.0
울진군	8/32	25.0	9/32	34.4	2/32	6.3	6/32	18.8	25	78.1	5	15.6	32	100.0
울릉군	6/52	11.5	26/52	50.0	2/52	3.8	6/52	11.5	40	76.9	12	23.1	52	100.0
총계	414/ 1191	34.8	204/ 1191	17.1	49.5/ 1191	4.2	121/ 1191	10.2	788.5	66.2	402.5	33.8	1191	100.0

자료 : 논자작성

경상북도에서는 연간 84,500부의 관광홍보책자를 제작하며, 총 소요예산은 363,900천원으로 편성되어 있다. 관광홍보책자의 제작부수와 연간 관광객 수를 비교하면, 평균 1% 수준에도 미치지 못하는 제작현황이 나타난다. 이는 전 지역이 관광객 수에 비해 상대적으로 관광홍보책자의 제작에 예산을 적게 편성하는 것을 나타내는 것이다.

포항시외 14개 지역은 지방자치단체장의 이름이나 사진이 수록되어 단체장이 교체된 후에 사용이 불가능하여 예산의 낭비를 초래하는 문제점을 지닌 지역으로 나타났다.

각 지역에서 예산을 소요하면서 제작한 관광홍보책자의 배포방법 또한 관공서를 직접 방문하는 관광객에게만 제공하는 것으로 나타나 관광홍보책자의 효율적인 이용에 지장을 초래하는 것으로 나타났다. 따라서 배포방법의 다원화

와 같은 효율적인 방안이 강구되어야 할 것이다.

2. 問 題 點

이상에서 살펴본 바와 같이 본 연구는 경상북도 지방자치단체의 관광홍보책자를 대상으로 외적형태, 내용구성, 예산구성에 대하여 구체적으로 알아보았다. 관광홍보책자의 구성은 관광객들이 이용하고자 하는 정보를 자세히 그리고 충분히 표시하는 것과 충분한 관광홍보책자의 수량이 중요하다는 결과를 도출할 수 있는데, 이를 종합적으로 논의하면 다음과 같다.

첫째, 외형적인 분석결과에서 본바와 같이, 관광홍보책자의 인쇄규격이 대부분 가로*세로의 크기가 200*250mm로 관광객이 휴대하기에 큰 것으로 나타나 휴대에 편리한 크기의 제작이 요구된다. 그리고, 외형적인 매력도이다. 겉표지를 매력있게 작성하여 관광객에게 관심을 끌어야 한다. 이를 위해서 사진, 색채, 지면의 구성에 주의를 기울여야 할 것이다. 이러한 기술상의 문제를 극복하기 위해서는 전문화가 요구된다. 각지방자치단체에서는 관광홍보책자의 제작초기단계에서부터 디자인 전문가의 조언을 받을 필요가 있을 것이다.

내용면에서는 관광지도의 방위표시, 관광자원의 자세한 설명, 관광비용과 편의시설 등을 실어줌으로써 관광객의 정보욕구를 만족시켜주어야 할 것이다. 내용의 구성에서 외국인 관광객에게 제공되는 문어표기의 경우 영어, 일어, 한문으로 한정되어져 있다. 이는 외국인 방문객이 주로 미국인과 일본이라는 것을 감안하여 제작되어진 것으로 보인다. 내용구성과 관련한 미비한 사항들은 관광홍보책자의 질적 수준과 직접적인 관계를 가지므로 반드시 개선되어져야 할 것이다.

둘째, 관광홍보책자의 홍보구성비율에서 본 바와 같이, 관광홍보책자는 관광홍보에 큰 비중을 두어야 함에도 관광홍보에 대한 비중을 평균 66.2%로 구성하고 있다. 이를 볼 때 지방자치단체의 관광홍보책자가 올바른 기능을 수행하기 위해 현재 많은 비중을 두고 있는 시정소개의 일반홍보에 대한 비중을 줄이고 관광홍보에 대한 비중을 늘여야 할 것이다.

관광홍보책자의 질적 수준과 관련한 것이 관광자원에 대한 설명과 이와 관련한 정보의 제공이라는 측면에서 경상북도 지방자치단체의 관광홍보 내용 중에서 문화관광이 34.8%, 자연관광이 17.1%, 위락관광이 4.2%, 기타관광이 10.2%로 나타났음을 볼 때, 현재 경상북도가 보유한 문화재와 잠재력이 풍부한 자연관광지에 대한 홍보의 구성이 더 많이 요구된다. 즉, 경상북도를 방문하는 관광객에게 지역의 관광매력성이 충분히 전달될 수 있도록 관광홍보책자의 구성이 이루어져야 할 것이다.

셋째, 관광홍보책자에 대한 지방자치단체의 예산구성에서 본 바와 같이, 지역의 홍보를 위해 발간하는 책자는 제작과 배부가 많을수록 지역의 홍보에 기여도가 높을 것이다. 그러나 지역재정의 한계점을 고려하지 않을 수 없으므로 현재 책정된 예산의 효율성의 제고가 요구된다. 이를 위해 불필요한 홍보책자의 내용을 삭제하고 지속적으로 이용 가능한 관광홍보책자의 제작이 필요할 것이다. 관광홍보책자의 내용에서 지방자치단체장과 관련한 내용의 수록은 지속적인 이용과 지역관광홍보에 있어 불필요한 것으로 단체장의 인사말, 사진 등의 수록을 배제하고 현재 사용하고 있는 관광홍보책자의 증보판이나 개정판 등을 통해 관광홍보책자 제작상의 문제점이 개선되어야 할 것이다. 그리고 각 지역에서는 관광객 수에 1%에도 미치지 못하는 관광홍보책자를 제작하므로 관광객에게 관광홍보의 양적·질적 제공이 이루어지지 않고 있는 실정이다. 따라서 관광홍보책자의 제작에 필요한 예산편성에 관심을 기울여야 할 것이다.

관광홍보책자의 배포방법은 일반적으로 시·군청 방문자에 한정하여 이루어지고 있다. 이는 관광홍보책자의 직접적인 목적인 지역홍보에 있어 문제점이라 할 수 있다. 따라서 책자배부를 관광안내소, 톨게이트, 역, 버스터미널 등 다양한 장소에서 누구나 손쉽게 입수할 수 있도록 방식의 다양화가 필요할 것이다.

본 연구는 위에서 살펴본 각 지역 관광홍보책자의 외적인 형태와 내용구성, 그리고 예산구성을 파악하여, 현재 각 지역에서 발간하는 관광홍보책자의 문

제점과 개선책을 제시하여 향후 지방자치단체가 효율적인 기능을 지닌 관광홍보책자를 제작하여, 이를 지역의 대표적인 관광마케팅 요소로서 활용할 수 있도록 도움이 되고자 하였다.

V. 結 論

이제 본격적인 지방화시대의 시작과 함께 지역경제활성화의 일환으로 관광 산업에 대한 지방자치단체의 관심이 고조되고 있다. 관광산업은 관광의 주체, 객체, 매체가 동시에 조화를 이루고 그 기능을 수행할 때 성공적으로 발전될 수 있다. 관광매체의 하나인 지방자치단체가 발간하는 관광홍보책자에 관하여 외적인 형태와 내용, 제작에 관한 예산편성 등의 효율성 제고를 위해 분석의 필요성이 대두되었다.

따라서 본 연구는 다양화되는 관광객의 욕구에 비해 지방자치단체가 발간하는 관광홍보책자의 외형적 형태가 지니고 있는 매력성, 지역관광자원에 대한 내용구성, 그리고 지방자치단체의 관광홍보예산 중 관광홍보책자에 편성된 예산이 관광객에게 충분한 양의 관광정보를 전달할 수 있는지 체계적으로 분석·정립하였다.

연구방법은 관광홍보물의 현황을 분석하기 위해 필요한 대상을 수집하여 분석하는 사례연구방법과 기존의 연구를 토대로 이루어지는 문헌조사방법, 객관적인 근거의 제시를 위한 통계분석적 연구기법을 사용하였으며, 이 중 사례연구방법과 통계분석적 연구기법을 위주로 병행하여 실시하였다. 이는 본 연구에서 가장 중요한 기초자치단체별 관광홍보책자의 구성을 살펴보는 데 중점을 두고 연구가 이루어졌기 때문이다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 관광홍보책자의 외적형태는 지역이미지 전달과 휴대간편성을 고려하여 볼 때, 전반적으로 긍정적이라 할 수 있다.

둘째, 경상북도의 문화관광지와 자연관광지는 각 지역의 관광홍보책자 내용 구성에 많은 영향을 받지 않는 것으로 나타났다.

셋째, 예산은 해당지역 내 관광산업의 중요성이나 분포된 관광자원의 구성과는 관계없이 편성되고, 운용되고 있다.

따라서 앞서 언급한 개선사항을 정립하여 보면 외적형태부분은 크기, 관광

안내지도, 관광자원설명, 관광비용, 편의시설, 외국어표기 등의 내용이 부족하여 관광홍보책자 제작의 초기부터 전문화가 요구되며, 관광홍보 구성비율은 지방자치단체의 일반홍보측면을 줄이고, 각 지역이 보유한 문화재와 잠재력이 강한 자연관광지에 대한 내용이 증명되어야 할 것이다.

그리고 관광홍보예산 부분은 각 지역의 관광홍보책자 제작이 관광객 수의 1%에도 미치지 못하는 수준이므로 관광객에게 양적 제공이 부족하여 앞으로 관광홍보책자 제작에 대한 예산 증액이 요구되며, 지방자치단체장과 관련한 내용, 즉 사진, 인사말 등은 배제되어야 할 것이다.

앞으로 경상북도 지방자치단체가 발간하는 관광홍보책자는 관광객에게 관광 정보를 제대로 전달될 수 있도록 합리적인 구성과 제작이 필요할 것이다.

끝으로 본 연구에서는 경상북도내 지방자치단체에서 발간하는 관광홍보책자를 중심으로 분석이 이루어짐으로써 연구의 진행에 있어 한계점으로 나타났다. 우선 지역적 범위에서 동일 광역권의 지역을 대상으로 연구가 이루어짐에 따라 지역적인 차별성이 명확하게 나타나지 않았다. 그리고 지방자치단체에서 발간하거나 제작·배포하는 관광홍보물의 범위를 제한하여 지방자치단체의 관광홍보에 대한 관심도를 모두 반영할 수 없었다. 홍보책자의 분석에서 이용한 양적(예 : 쪽수)분석에는 지역이미지에 대한 평가와 같은 질적 가치를 반영하지 못한 단점이 나타났다. 이는 현재까지 질적 평가를 위한 객관적인 척도가 없는 문제점이 있기 때문이다. 이러한 문제점은 본 연구에서 내린 결론에 대한 일반성의 부족을 반영하고 있다. 즉, 본 연구의 결과는 경상북도지역에서만 나타나는 국지적인 현상일 수도 있기 때문에, 미래의 연구에서 본 연구의 분석항목을 중심으로 전국적인 결과를 측정해 볼 필요가 있을 것이다. 또한 다양한 관광홍보물 별로 연구가 이루어진다면 지방자치단체의 관광홍보에 대한 관심도나 현재 발생하는 문제점에 대한 개선책 모색에 도움이 될 것으로 예상된다. 분석에서 현재 마련되지 않은 질적 가치의 정량적 측정에 대한 계량화가 이루어진다면 지역관광홍보물에 대한 실증적 분석을 통한 실용적 가치의 제고를 가져올 것으로 여겨진다.

<참고문헌>

<국내문헌>

- 김대혁, 한국의 관광지도용 기호에 대한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위 논문, 1989.
- 김성혁 譯, 일본의 관광산업, 일신사, 1996.
- 김재관, 관광한국지리, 백산출판사, 1995.
- 박석희, 신관광자원론, 일신사, 1995.
- 손대현, 관광론, 일신사, 1995.
- 신인섭, 광고학입문, 나남출판사, 1997.
- 이향란, 관광출판물 현황과 문제점 연구, 중앙대학교 석사학위논문, 1994.
- 임성영, 관광정보전달체계 정립방안에 관한 연구, 한양대학교 대학원 석사학위논문, 1994.
- 임현국 외 5인, 관광지리(한국편), 백산출판사, 1993.
- 재단법인 미래연구소, 지방자치단체간 갈등관리, 정책연구서 15권, 1988.
- 정간환, 이벤트 관광전략, 일신사, 1996.
- 정소강, 관광객유치를 위한 광고정책에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 석사학위논문, 1977.
- 정재학, 관광목적지 선택행동에 있어 정보원천의 역할에 관한 연구, 세종대학교 대학원 석사학위논문, 1995.
- 정정숙, 포커스 그룹 인터뷰방법을 통한 대구지역 관광안내책자 분석, 관광연구 제 9 집, 대한관광경영학회, 1997.
- 최승이 · 한광중, 관광광고 · 홍보론, 대왕사, 1993.
- 한국과학기술연구원 시스템 공학연구소, 관광정보 데이터베이스 구축에 관한 연구, 1992.
- 홍경선, 우리나라 관광지도의 디자인 방향에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1988.

<국외문헌>

Clare A. Gunn, Tourism Planning, 1979.

Fesenmaier, D. & C. Vogt, Evaluating the Economic Impact of Travel Information Provided at Indiana Welcome Centers, Journal of Travel Research, 31(3), 1993.

Getz, D. & L. Sailor, "Design and Attraction-Specific Brochures", Journal of Travel and Tourism Marketing, 2(3), 1993.

Getz, D. & L. Sailor, "Design of Destination and Attraction-Specific Brochures," Journal of Travel and Tourism Marketing, 2(3), 1993.

Holloway, J. & R. Plant (1992). Marketing for Tourism (2nd ed.), London : Pitman. 1992.

Reid, R. Hospitality Marketing Management (Second ed.), New York : Van Nostrand Reinhold, 1993.

Wicks, B & L. Schuett, "Using Travel Brochures to Target Frequent Travellers and Big-Spenders," in Communication and Channel Systems in Tourism Marketing (M. Uysal & D. Fesenmaier eds.). New York : The Haworth Press, inc., 1993.

附 錄

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

항목별 구 분	관 광 정 보 란					
	인쇄규격	표지의 제목	표지의 구성	목차	칼라	총 페이지
계						1191
포항시		포항시 관광안내	포항시 야경 외5종	○	○	76
경주시		경주	에밀레종 비천상	×	○	104
김천시		다시 가고싶은 김천	직지사 경내계곡	○	○	71
안동시		안동	이천동석불상	○	○	50
구미시		첨단산업과 선진농업의 구미시	선산 낙산 삼층석탑 외 3종	○	○	63
영주시		영주	부석사 안양루	×	○	75
영천시		충의의 고장 영천	조양각	○	○	61
상주시		맑고 푸르고 풍요로운 상주	문장대	×	○	56
문경시		자연 그대로의 문경	쌍흥계곡 외 3종	×	○	44
경산시		경산	갯바위	○	○	60
군위군		역사가 숨쉬는 문화의 고장 군위	삼존석불	×	○	16
의성군		의(義)로운 고장 의성	빙계계곡	×	○	12
청송군		푸르고 맑고 깨끗한 청송	주왕산, 대전사	○	○	68
영양군		산 좋고 물 맑은 영양으로 오십시오	고추, 쌍계폭포	○	○	48
영덕군		관광 영덕	강구항	×	○	56
청도군						
고령군		대가야의 도움지 고령	지산동 고분소	×	○	56
성주군		아름답고 인정이 넘치는 성주	만물상	○	○	54
칠곡군						
예천군		산 좋고 물 맑은 고장 예천	의성포	○	○	44
봉화군		자연이 살아숨쉬는 봉화	청량산	○	○	50
울진군		동해의 아름다운 고장 울진	성류굴	○	○	32
울릉군		신비의 섬 울릉도	삼선암, 동백꽃	×	○	52

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

구 분 항목별	관 광 정 보 란				
	단체장 인사말 수록	단체장 사진 수록	단체장 임기 후 사용 여부	문어표기 (1. 한 2.e 3. に 4. 漢)	시·군상징물 (페이지숫자)
계					
포항시	○	×	×	1	1
경주시	○	×	×	1, 2, 3	0
김천시	○	○	×	1, 2	1
안동시	○	×	○	1, 2	1
구미시	○	○	×	1, 2, 3	1
영주시	○	×	○	1, 2, 3	1
영천시	○	○	×	1, 2	1
상주시	○	×	○	1, 2	
문경시	×	×	○	1, 2, 3	
경산시	○	×	○	1, 2, 3	
군위군	○	×	○	2, 4	
의성군	×	×	○	1, 2	
청송군	○	×	○	1, 2	1
영양군	○	○	×	1, 2	0.5
영덕군	○	×	×	1, 2	1
청도군					
고령군	○	×	○	1, 2, 4	2
성주군	○	○	×	1, 2	1
칠곡군					
예천군	○	○	×	1, 2	2
봉화군	○	○	×	1, 2, 3	0.5
울진군	×	×	○	1, 2	0.5
울릉군	○	×	○	1, 2	0.5

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

구 분	항목별	관 광 정 보 란					
		일반 현황	연혁	문화유적	민속, 박물관 (페이지숫자)	사 찰	전통민속마을
계						2	-
포 항 시	1.5	0.5		4	6		
경 주 시		2	4	8			
김 천 시	1	0.5			13		
안 동 시		1		2	2	0.5	
구 미 시	2	1		4	3		
영 주 시	1	1			8	2	
영 천 시		1			2		
상 주 시		0.5		0.5	3		
문 경 시		2		1	3		
경 산 시		1			2		
군 위 군					2	0.5	
의 성 군				1	2		
청 송 군	1	2					
영 양 군		0.5		3		1	
영 덕 군	1	1			2		
청 도 군				1			
고 령 군		1			1		
성 주 군		1			1	2	
칠 곡 군							
예 천 군	2	1			4		
봉 화 군	2	1			7		
울 진 군					2		
울 룡 군	1						

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

구 분 항목별	관 광 정 보 란				
	전 통 가 옥 (고가촌포함)	산 성	기 념 비 (충렬, 전적비포함)	향 교	서 원
계				-	
포 항 시					
경 주 시					
김 천 시				1	1
안 동 시	0.5				3
구 미 시	1	1		2	3
영 주 시				1	4
영 천 시	0.5			4	1
상 주 시				1	1
문 경 시	0.5			1	
경 산 시				1	
군 위 군	0.5				
의 성 군					
청 송 군	1.5			1	1
영 양 군	3			1	1
영 덕 군	2			1	
청 도 군					
고 령 군	1			1	
성 주 군	3.5			2	
철 곡 군	1				
예 천 군					
봉 화 군					
울 진 군					0.5
울 릉 군					

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

구 분 항목별	관 광 정 보 란				
	정 자	천연기념물	폭 포	일 출	야 경
계		-			
포 항 시				2	1
경 주 시				2	
김 천 시		3		1	
안 동 시					2
구 미 시	1	1	0.5		
영 주 시		1	1	2	2
영 천 시			2		
상 주 시		2	1		
문 경 시					
경 산 시		0.5			
군 위 군					
의 성 군					
청 송 군	4	1	3		
영 양 군	2		1		
영 덕 군	1		0.5		
청 도 군					
고 령 군	1				
성 주 군			1		
칠 곡 군					
예 천 군	2	1			
봉 화 군	2		0.5		
울 진 군	2	0.5	1	1	
울 룡 군			1	2	

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

항목별 구 분	관 광 정 보 란				
	약 수 터	숙 박 시 설	물품판매시설	관 광 농 원	계 곡
계					
포 항 시					
경 주 시		4			4
김 천 시		1			
안 동 시					
구 미 시					
영 주 시		2		1	2
영 천 시					
상 주 시					1
문 경 시					2
경 산 시		0.5			
군 위 군					1
의 성 군	1				
청 송 군		1	1	1	2
영 양 군					2
영 덕 군					
청 도 군					
고 령 군					
성 주 군				1	1
칠 곡 군					
예 천 군					
봉 화 군	2				3
울 진 군		1			1
울 릉 군					

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

구 분 항목별	관 광 정 보 란				
	온 천	휴 양 림	낚 시 지 역	* 명 산	특 산 품
계					
포 항 시	6		10		6
경 주 시	0.5			8	
김 천 시					3
안 동 시			0.5		2
구 미 시				2	0.5
영 주 시		1		2	4
영 천 시					2
상 주 시				1	1
문 경 시	1			6	4
경 산 시	1			1	4
군 위 군				1	1
의 성 군				2	1
청 송 군		2		16	5
영 양 군		2		2	1
영 덕 군		1	0.5	1	5
청 도 군					
고 령 군					4
성 주 군				1	4
칠 곡 군					
예 천 군					4
봉 화 군		2		2	4
울 진 군	2	1			4
울 릉 군		1		1	4

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

구 분 항목별	관 광 정 보 란				
	향토음식	휴게소	레저	문화재지정현 황도표(영문)	등산코스
계					
포항시	2	2			2
경주시			2	2	
김천시					
안동시				4(2)	
구미시	0.5		1	0.5	
영주시				2	
영천시					
상주시		2			
문경시					
경산시			1.5		
군위군					
의성군					
청송군	1			1	2
영양군	1				
영덕군				1	
청도군					
고령군	0.5				
성주군					
칠곡군				1	
예천군					
봉화군					
울진군					
울릉군	2				

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

구 분 항목별	관 광 정 보 란				
	주 차 장	이 정 표	사적지 이용요금안내	* 국·도립공원	해수욕장
계					
포 항 시	×		×		8
경 주 시	×		×		
김 천 시	×		×		
안 동 시	×	○	×		
구 미 시	×	○	×		
영 주 시	×		×		
영 천 시	×		×		
상 주 시	×		×		
문 경 시	×		×		
경 산 시	×		×		
군 위 군	×		×		
의 성 군	×		×		
청 송 군	×	○	×		
영 양 군	×		×		
영 덕 군	×	○	×		2
청 도 군					
고 령 군	×		×		
성 주 군	×		×		
철 곡 군					
예 천 군	×	○	×		
봉 화 군	×		×		
울 진 군	×	○	×		2
울 릉 군	×		×		0.5

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

구 분 항목별	관 광 코 스 별 안 내				
	시간별 코스	1일 코스	2일 코스	3일 코스	
계					
포항시					
경주시	○	○	○		
김천시					
안동시		○	○	○	
구미시					
영주시					
영천시					
상주시					
문경시					
경산시					
군위군		○			
의성군					
청송군					
영양군					
영덕군		○			
청도군					
고령군					
성주군					
칠곡군					
예천군					
봉화군		○	○		
울진군					
울릉군	○				

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

항목별 구 분	관 광 정 보 란				
	특산물 판매소	향토음식점	관광여행사	자동차 정비업소	역, 정류소
계					
포항시	○	○	×	○	×
경주시	×	×	×	×	×
김천시	×	×	×	×	×
안동시	×	×	×	×	×
구미시	×	×	×	×	×
영주시	×	×	×	×	×
영천시	×	×	×	×	×
상주시	×	×	×	×	×
문경시	×	×	×	×	×
경산시	×	×	×	×	×
군위군	×	○	×	×	○
의성군	×	×	×	×	×
청송군	○	×	○	○	○
영양군	×	×	×	○	×
영덕군	×	×	×	○	×
청도군					
고령군	×	×	×	×	×
성주군	×	×	×	×	×
칠곡군					
예천군	×	○	×	×	×
봉화군	×	○	×	×	×
울진군	×	×	×	×	×
울릉군	×	×	×	×	×

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

항목별 구 분	관 광 정 보 란				
	렌트카	주요전화번호	교통편안내	관광지안내	숙박안내
계					
포항시	○	○	○	○	×
경주시	×	×	○	×	×
김천시	×	×	○	×	○
안동시	×	×	×	○	×
구미시	×	×	×	×	×
영주시	×	×	○	○	○
영천시	×	×	×	×	×
상주시	×	×	×	×	×
문경시	×	×	○	○	×
경산시	×	×	×	×	×
군위군	×	×	×	×	○
의성군	×	×	×	×	×
청송군	×	×	○	○	○
영양군	○	×	×	○	○
영덕군	×	○	○	×	×
청도군					
고령군	×	×	×	×	×
성주군	×	×	×	×	×
칠곡군					
예천군	×	×	○	○	○
봉화군	×	○	○	○	○
울진군	×	×	○	×	○
울릉군	×	×	○	×	×

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

구 분 항목별	배 포 방 법				
	시·군 방문손님	민 원 실	터 미 널	고속도로 톨게이트	
계					
포 항 시	○	×	×		
경 주 시	○	×	×	×	
김 천 시	○	×	×	×	
안 동 시	○	×	×	×	
구 미 시	○	×	×	×	
영 주 시	○	×	×	×	
영 천 시	○	×	×	×	
상 주 시	○	×	×	×	
문 경 시	○	×	×		
경 산 시	○	×	×	×	
군 위 군	○	×	×		
의 성 군	○	×	×		
청 송 군	○	×	×		
영 양 군	○	×	×		
영 덕 군	○	×	×		
청 도 군	○	×	×		
고 령 군	○	×	×		
성 주 군	○	×	×		
철 곡 군		×	×		
예 천 군	○	×	×		
봉 화 군	○	×	×		
울 진 군	○	×	×		
울 릉 군	○	×	×		

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

항목별	관 광 안 내 지 도 란				
구 분	축 척	크기(mm*mm)	거 리 표 시	시 간 표 시	관광지표시
계					
포 향 시	×	155*255	×	×	○
경 주 시	×	220*285	×	×	○
김 천 시	×	210*290	×	×	○
안 동 시	×	180*280	×	×	○
구 미 시	×	145*260	×	×	○
영 주 시	×	205*285	×	×	○
영 천 시	안내지도 없음	210*295			
상 주 시	×	220*295	×	×	○
문 경 시	×	225*295		×	○
경 산 시	×	215*290	×	×	○
군 위 군	×	150*260	×	×	○
의 성 군	×	130*260	×	×	○
청 송 군	×	210*290	×	×	○
영 양 군	×	210*290	×	×	○
영 덕 군	×	210*285	×	×	○
청 도 군		210*285			
고 령 군	×	210*280	×	×	○
성 주 군	×	210*275	×	×	○
칠 곡 군					
예 천 군	안내지도 없음	110*195			
봉 화 군	×	205*275	×	×	○
울 진 군	×	205*270	×	×	○
울 룡 군	×	205*265		×	○

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

구 분 항목별	관 광 안 내 지 도 란				
	도로망표시	철도표시	특산물표시	문어표기 (1. 한2. 영3. 한문)	범 례
계					
포 항 시	○	○	○	1	×
경 주 시	○	○	×	1, 2	○
김 천 시	○	○	×	1, 2	×
안 동 시	○	○	○	1, 2, 3	×
구 미 시	○	○	×	1, 2, 3	○
영 주 시	○	×	×	1, 2	×
영 천 시	관광안내지 도없음				
상 주 시	○	○	×	1, 2	○
문 경 시	○	○		1, 2	○
경 산 시	○	○	×	1, 2, 3	○
군 위 군	○	×	×	1, 2, 3	×
의 성 군	○	○	○	3	×
청 송 군	○	×	×	1	○
영 양 군	○	×	×	1, 2	×
영 덕 군	○	×	○	1	○
청 도 군					
고 령 군	○	×	×	1, 2	×
성 주 군	○	×	×	2, 3	×
철 곡 군					
예 천 군					
봉 화 군	○	○	×	1, 2, 3	○
울 진 군	○	×	×	1	×
울 릉 군	○	×	○	1, 2	×

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

항목별 구 분	관 광 안 내 지 도 란				
	도로종류별 구분 (고속도로, 국도, 지방도)	방 위 표 시			
계					
포항시	×	×			
경주시	×	×			
김천시	×	×			
안동시	×	×			
구미시	×	×			
영주시	×	×			
영천시	관광안내지도없음				
상주시	×	×			
문경시	○	×			
경산시	×	×			
군위군	×	×			
의성군	×	×			
청송군	×	×			
영양군	×	×			
영덕군	×	×			
청도군					
고령군	×	×			
성주군					
칠곡군					
예천군	관광안내지도없음				
봉화군	×	×			
울진군	×	×			
울릉군	×	×			

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

구 분 항목별	관 광 안 내 지 도 란				
	문화행사(축제) -Page	레크레이션활동	유통시설	교통요금정보	
계					
포항시	2	×	×	×	
경주시	5	×	×	×	
김천시	4	×	×	×	
안동시	2	×	×	×	
구미시	2	×	×	×	
영주시	2	×	×	×	
영천시	4	×	×	×	
상주시		×	×	×	
문경시		×	×	×	
경산시		×	×	×	
군위군		×	×	×	
의성군		×	×	×	
청송군	2	×	×	×	
영양군		×	×	×	
영덕군	4	×	×	×	
청도군					
고령군	2	×	×	×	
성주군	2	×	×	×	
칠곡군					
예천군		×	×	×	
봉화군	2	×	×	×	
울진군	1	×	×	×	
울릉군		×	×	×	

관 광 홍 보 책 자 조 사 분 석 표

항목별 구 분	관 광 홍 보 책 자 제 작 현 황 란				
	연간예산액	연간제작부수			
계	438,600	84,500			
포항시	7,400	2,000			
경주시	20,000	2,000			
김천시	20,000	2,000			
안동시	24,800	20,000			
구미시	20,000	1,000			
영주시	40,000	5,000			
영천시	83,000	2,500			
상주시	15,000	1,500			
문경시	10,000	3,000			
경산시	3,900	1,000			
군위군	6,800	2,000			
의성군	26,000	3,000			
청송군	30,000	3,000			
영양군	21,000	5,000			
영덕군	15,000	2,000			
청도군	20,000	2,000			
고령군	9,700	2,000			
성주군	14,000	2,000			
칠곡군					
예천군	10,000	2,500			
봉화군	15,000	5,000			
울진군	10,000	5,000			
울릉군	17,000	2,000			

ABSTRACT

**The research for the tourist public relations booklet
made by local self- government**

- In case of Kyong Sang Buk Do -

Kim, heon kuk

Department of Tourism & Development
Graduate School of Kyongju University

(Supervised by Professor Jung, won il)

In 1995, the government got launched on the local autonomous system. At that time, many economist expected that the tourist industry will have a great influence on the local economy. Therefore, each local self-government has actively developed many tourist public relations booklet as well as many tourism attractions. However, publicity activities

for tourist by each local autonomous entity is not systematic until now. Lack of expert knowledge, an estimate and executive support are the reason. Especially, in publicity, although the booklet and pamphlet for tourist are the best way because they present the image of locality and affect tourist to choose a tourist attraction, the local self-government is not understanding the importance. So the local entity should take the booklet's importance into consideration. I want to say local autonomous entity has to provide the professional information booklet and pamphlet for tourist, positively.

This research will show us what the best booklet is. It'll present not only external forms and composition of contents but also the total estimated cost and the reasonable circulation, than it'll draw up a efficient plan.

In conclusion, we were able to find many problems in the booklet and pamphlet for tourist : the size, map, facilities, transcription and operation of information center, etc. These tell us the importance of speciality in making of a tourist public information booklet. Moreover, a ratio of contents for cultural assets and potential tourist attractions is not good enough. Also the booklet and pamphlet's quantity is less than 1% of the number of tourist because the estimated cost to make tourist public relations booklet is too wanting. We need much more money to provide the good quality booklet. Besides, we should exclude personal affairs and pictures for a local self-government because these are not necessary in the tourist public relations. I hope the booklet which is published by kyong sang buk do local self-government provides better quality information to

tourist though a rational composition and production.

This research is just for kyong sang buk do, and it didn't research all of the booklet and pamphlet. So there are regional differences and concern for the booklet. Therefore, there might be different from other region and new information booklet. So it is necessary to research the whole country's. Moreover, if we research various tourist information, we can solve many questions in tourism industry. As was stated above, if we improve on quantitative measurement of qualitative value that we have not prepared, we can get reconsideration of practical value though positive analysis about public relations booklet for tourist.