

국립공원 탐방안내소 기능평가를 통한 이용활성화 방안 연구

- McManus의 커뮤니케이션 이론을 중심으로 -

A Study on the Promoting Use by Evaluation of the Visitor Center
Functions in the National Park, Korea

- Based on McManus's Communication Theory -

오강임^{1*} · 조 우² · 이경재³

¹인천발전연구원 · ²상지대학교 경상대학 관광학부 · ³서울시립대학교 건축도시조경학부

I. 연구배경 및 목적

탐방안내소(Visitor Center)는 국립공원을 찾는 탐방객들에게 해당 국립공원에 대한 생태, 지형, 지질, 역사, 인문사회, 풍속 등 공원자원을 이해토록 하고 탐방에 필요한 각종 자료를 전시 또는 정보를 제공하여 탐방 편의를 제공하기 위한 시설(국립공원관리공단, 1998)로 정의할 수 있다.

탐방안내소에서는 일반인을 위한 전시와 더불어 전문해설원에 의한 자연해설이 이루어지고 공원이용의 다양한 정보와 이용방법을 지도하는 등 이용 편의를 위한 안내활동이 이루어지고 있다. 이러한 활동은 그 자체가 자연보호의 계몽 및 보급활동이며, 환경교육이기 때문에 탐방안내소는 자연학습시설의 하나로 볼 수 있다(민성환, 1998). 탐방안내소에서 이루어지는 자연해설활동이 의도하는 효과를 기대하기 위해서는 탐방객과 전시물과의 효율적인 커뮤니케이션이 전제되어야 하는데 이는 박물관에서 이루어지는 그것과 매우 유사하다. 물론 박물관은 탐방안내소와 규모면에서 차이가 있을 뿐만 아니라 각 시설의 기능면에서도 차이가 있다. 하지만 박물관과 탐방안내소의 전시실을 중심으로 이루어지는 전시활동은 각 전시물과 탐방객과의 커뮤니케이션을 통해 시설의 효과를 발휘한다는 점에서는 매우 유사하다.

McManus(1991)는 관람객이 박물관을 관람하고 박물관에서 의도하는 정보를 습득하는 과정까지 총 5단계의 경로를 거치게 된다고 하였는데 각 단계를 거치는 동안 커뮤니케이션 효과를 저해하는 요소들을 밝혀내고 이를 최소화하는 것이 박물관 관람객에 대한 커뮤니케이션 효과를 증대하는 것이라고 하였다.

1단계는 박물관을 관람하고자 하는 이용자들의 방문유도 요인들을 분석하는 단

계이고, 2단계는 일단 박물관에 들어온 이용자들이 전시물을 관람하기까지 영향을 주는 요인들을 분석하는 단계이다. 3단계는 각 전시물과 관람객과의 상호작용에 영향을 미치는 요소로 박물관 방문시 동반 그룹에 따라 전시물의 이용형태에 영향을 미치므로 이를 분석하는 것이며, 4단계는 각 전시물의 메시지와 관람객과의 일차적인 커뮤니케이션 통로로써 주로 시각적 커뮤니케이션을 바탕으로 평가한다. 마지막 5단계는 관람객이 전시실 관람을 마친 후 전시실에서 의도한 메시지를 충분히 이해하고 있는지에 대한 평가이다.

본 연구에서는 McManus의 커뮤니케이션 이론을 적용하여 국립공원 탐방안내소의 기능강화 및 이용활성화 방안을 제시함으로써 향후 조성될 국립공원 탐방안내소 조성에 필요한 기초 자료를 제공하는 것을 연구의 목적으로 하였다.

II. 연구대상지 및 연구내용

1. 연구대상지

우리나라 국립공원에서 계획에 의해 조성된 탐방안내소는 1997년 개장한 내장산 국립공원 내장사지구 탐방안내소와 2001년 개장한 북한산국립공원 정릉지구 탐방안내소로써 이를 연구대상지로 선정하였다.

2. 연구내용

표는 McManus의 커뮤니케이션 이론의 각 단계에 따른 조사방법 및 조사항목을 나타낸 것으로 이용 후 평가방법을 적용하였다. 조사는 크게 설문조사와 관찰조사, 필기테스트로 이루어졌다.

표. 탐방안내소 이용평가 조사방법 및 조사항목

평가단계	세부항목	조사방법	조 사 항 목
I 일차 관람 유도 평가	이용자 특성 조사	설문조사	▪ 인구학적 조사
	공간이용에 대한 조사	관찰조사	▪ 관람행태 조사(관람동선, 관람 시간, 관람정보 이용방법 등)
II 물리적, 동기 유도 평가	전시물 배치 인지도	필기테스트	▪ 전시공간과 전시물에 대한 기억
	동기 유도 요소 조사	관찰조사	▪ 집객력 ▪ 관람유지력
III 사회 상황 경로 평가	이용성향조사	관찰조사	▪ 이용행태조사
IV 지각 경로 평가	전시물 주제 인지도	설문조사	▪ 시각적 기억
V 메시지 형성 경로 평가	전시물 내용 인지도	필기테스트	▪ 전시내용 질문

내장산국립공원 탐방안내소 이용객에 대한 조사는 2002년 9월 14일 ~16일, 2003년 8월 12일 ~ 14일에 이루어졌으며 북한산국립공원은 2002년 9월 28일 ~ 29일과 2003년 8월과 9월 중 6일간에 걸쳐 실시하였다. 내장산국립공원, 북한산국립공원 각각 157부, 160부를 회수하였으나 이 중 응답하지 않은 부분이 많아 연구 자료로써 부적합하다고 판단되는 설문지를 제외시키고 각 공원별 155부, 156부를 대상으로 spss win 8.0을 이용하여 통계처리 하였다. 공간 이용에 대한 관찰 조사는 조사기간 내 동시에 실시되었으며 내장산국립공원 148그룹, 북한산국립공원 142그룹을 관찰 조사하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 1단계(일차관람 유도평가)

1단계 분석결과 우리나라 국립공원 탐방안내소는 아직 도입의 초기단계이고 국민들이 탐방안내소에 대한 인식이 낮은 것으로 판단할 수 있었다. 따라서 탐방안내소를 홍보하고, 공원 내 탐방안내소를 알리기 위한 각종 이벤트 개최 등을 통해 탐방객들의 관심을 끌 수 있는 다양한 방법들의 시도가 필요할 것으로 생각된다. 특히 시대의 흐름에 발맞추어 인터넷을 통한 홍보의 강화는 필수적인 방법으로 국립

공원관리공단 홈페이지를 비롯하여 각종 관련 사이트를 통해 탐방안내소를 홍보하는 방안과 더불어 잠재탐방객을 대상으로 인터넷, 개인용 휴대전화, 방송 및 정보매체를 통한 정보제공 등의 방안도 고려해야 할 것이다.

2. 2단계(물리적, 동기 유도평가)

2단계 분석결과 첫째, 공간이용에 대한 탐방객 추적조사 결과 내장산국립공원 52%, 북한산국립공원 38.7%가 입·출구에 혼선이 있거나 내부에 들어와서 관람을 하지 않았다. 그러므로 동선의 명확한 표시와 탐방을 시작하기 전에 전시개요 및 전시의 목적을 분명히 인지하고 순서에 의해 관람할 수 있는 안내 사인물 및 팸플릿 등의 배치 및 개선이 필요하겠다.

둘째, 각 전시물에 대한 집객력 및 관람유지력을 높임으로써 전시실의 이용을 증대시킬 수 있을 것이다. 집객력이 있는 전시 주제는 관람연령층과 관람목적 등에 따라 달라질 수 있으므로 다양한 계층의 요구에 효과적으로 대응하기 위해서는 지속적인 탐방객의 인구학적 조사를 통해 시기별 주요 탐방객을 설정하여 이에 대응해야 한다.

셋째, 탐방이 끝난 후 전시배치에 대한 인지도 실기테스트 결과 내장산국립공원은 전체 응답자의 54.8%, 북한산국립공원은 42.9%가 인지하지 못한 것으로 조사되었다. 소주제별로 전시공간의 조명, 바닥패턴, 소개패널 등으로 전시물 간의 내용 차별화를 통해 다양성과 시각적 커뮤니케이션 효과를 증대해야 할 것이다.

3. 3단계(사회상황경로평가)

3단계 분석결과 각 전시내용들이 탐방객들이 갖고 있는 사회적 경험과 관련되도록 하며 특히 어린이들의 흥미를 유도함으로써 가족들의 상호간 커뮤니케이션을 높이는 방안을 유도할 수 있을 것이다.

4. 4단계(지각경로평가)

4단계 분석결과 전시물의 공간 점유 규모나 배치방법, 매체의 선택 등은 탐방객들이 전시물의 가치를 추정하는 요소가 된다. 그러므로 탐방객의 경험과 연계하여 인지 구조를 형성할 수 있는 전시매체를 적극 활용하는 등 전시주제에 맞는 전시매

체의 활용과 우선적으로 전달되어야 하는 전시주제의 면적확보 등을 통해 효율을 높일 수 있을 것이다.

5. 5단계(메시지형성경로평가)

탐방안내소를 방문한 탐방객 개개인의 특성 및 경험에 따른 서로 다른 환경 요인들을 분석하였으나 집단간 차이가 나지 않았다. 이것은 탐방안내소를 방문한 탐방객들이 전시실에서 제공하고자 하는 정보를 인지하기에 충분한 시간을 갖지 않고 탐방하는 것에 원인이 있는 것으로 판단되었다. 전시공간 계획시 각 전시내용과 전시의 연출방법이 탐방객들이 이러한 반응을 고려하지 않았기 때문에 탐방객들의 관심을 유도하지 못했던 것으로 판단된다.

5단계 분석결과 전시물에 대한 각종 설명과 해설에 대한 패널 및 시·지각적인 전시매체를 이용하여 탐방객의 흥미를 유도하는 것이 무엇보다 중요하리라 판단되었다. 너무 일반적인 내용을 담거나 전문적인 내용일 경우, 제공되는 정보의 양이 너무 많을 경우는 탐방객이 흥미를 잃게 하는 원인이 될 수 있으므로(Miles, R. S., 1982) 해설문의 내용을 함축하고 있으면서 흥미를 유도하고 이해하기 쉬운 제목, 단어 선택 및 시지각적으로 시선을 끌 수 있는 해설패널의 구성을 통해 탐방객의 관람을 유도해야 할 것이다.