

빅카인즈를 활용한 안동관광 관련 국내 언론보도 분석

Analysis of Domestic Media Reports Related to Andong Tourism Using Bigkinds

문상정¹

Sang-Jeong Moon¹

요약

본 연구는 빅카인즈를 활용하여 안동관광과 관련한 국내 언론 보도를 분석하는데 연구의 목적이 있다. 연구의 목적을 달성하기 위해 빅데이터 기술을 바탕으로 한 빅카인즈(bigkinds)의 뉴스분석시스템에 안동관광을 핵심 검색어로 하여 2020년 7월 23일부터 2025년 7월 23일까지 보도된 언론보도 16,092개를 추출한 후 분석하였다. 그 결과 첫째, 안동관광 관련 키워드 동향분석 결과는 2024년 3,574건으로 가장 많았다. 둘째, 안동관광 관련 연관어 분석 결과, 경북도, 하회마을, 코로나 19, 경주, 대중교통 순으로 높은 연관성이 나타났다. 마지막으로 안동관광 관련 관계도 분석 결과, 안동, 안동시, 문화관광체육국장, 유네스코, 도산서원 순으로 나타났다. 본 연구는 빅데이터 분석을 통해 연구가 진행되었다는 점에서 선행연구와 차별성을 가진다. 안동관광과 관련하여 언론 기사를 비교 분석한 새로운 시도였으며, 사회과학 분야 및 다른 학문분야에 대한 연구에 도움을 줄 수 있을 것으로 판단된다. 향후 연구에서는 기사 제목과 내용에 대한 분석도 함께 이루어질 수 있도록 설계할 필요성이 있다.

핵심어 : 빅카인즈, 안동관광, 언론보도, 키워드 트렌드, 연관어 분석, 관계도 분석

Abstract

The purpose of this study is to analyze domestic media reports related to Andong tourism using BigKinds. In order to achieve the purpose of the study, 16,092 press reports reported from July 23, 2020 to July 23, 2025 were extracted and analyzed with Andong Tourism as a key search word in Bigkinds' news analysis system based on big data technology. As a result, first, the result of trend analysis of keywords related to Andong tourism was the most common at 3,574 cases in 2024. Second, as a result of analyzing Andong tourism-related words, Gyeongbuk-do, Hahoe Village, Corona 19, Gyeongju, and public transportation showed high correlation in order. Finally, as a result of analyzing the relationship related to Andong tourism, Andong, Andong-si, the Director of Culture, Tourism and Sports Bureau, UNESCO, and Dosanseowon appeared in order. This study differs from previous studies in that research was conducted through big data analysis. It was a new attempt to compare and analyze media articles related to Andong tourism, and it is believed that it will be able to help research in the social science field and other academic fields. In future research, it is necessary to design so that the title and content of the article can be analyzed together.

¹ Division of Liberal Arts, Gimcheon University, Gimcheon, Korea [Assistant Professor]
e-mail: sjmoon@gimcheon.ac.kr

* 이 논문은 2025년 김천대학교 교내학술연구비지원에 의한 것임(GC25027).

Received(August 4, 2025), Review Result(1st: August 25, 2025, 2nd: September 23, 2025), Accepted(December 12, 2025), Published(December 31, 2025)



© 2025 The Authors. Published by NCISS.
This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

Keyword : Bigkinds, Andong Tourism, Media Reports, Keyword Trend, Analysis of Related Words, Analysis of The Relationship

1. 서론

문화는 지역을 불문하고 차별화된 특징을 가지고 있어 문화의 고유성을 보존하고 나아가 지적 재산으로 보존되어야 한다. 이러한 문화자원은 지역문화의 고유성과 정체성을 보여줌으로써 관광 시장에서 지역의 경쟁력을 확보하게 되는 중요한 요소로 작용하고 있다. 안동지역은 성리학의 본고장이라 할 수 있으며, 문화관광, 지붕 없는 박물관, 한국 정신문화의 수도 등 풍부한 역사문화 자원으로서 높은 가치를 인정받고 있다. 특히, 국보 5건, 보물 48건, 국가민속문화유산 35건을 비롯하여 341건의 문화재를 보유하고 있다 [1]. 아울러 안동시는 유네스코 세계 유산 3대 분야인 인류 무형문화유산(하회별신굿탈놀이), 세계문화유산(하회마을, 봉정사, 도산·병산서원), 세계기록유산(유교책판)을 보유함으로써 명실상부한 최고의 문화유산을 가진 도시로 주목받고 있다.

안동지역은 유교문화의 중심지로 향교, 서원 등이 잘 보존되어 있으므로 유교 문화를 상품화할 때 고급문화를 소비하고자 하는 관광객에게 접근할 수 있는 다양한 기회를 지니고 있어 그 가치는 매우 높은 것으로 평가할 수 있다 [2]. 아울러 안동지역과 같이 전통문화가 풍부한 지역의 경우에는 새로운 상품을 만들어내는 것도 좋지만, 기존에 있던 관광콘텐츠를 어떻게 활용할 것인가에 우선적인 초점을 맞추는 것이 중요하다 [3][4]. 안동지역의 차별화된 문화관광자원의 개발은 지역정체성 제고 및 지역 경제 활성화에 기여할 수 있다. 또한, 지역의 문화자원을 개발하고 특성화하여 이미지를 창출하게 되면 사회적 연대감과 대중적 자부심을 이끄는 데 도움이 된다 [5].

안동시는 2020년 문화체육관광부에 의해 ‘지역관광거점도시’로 선정되어 유네스코 세계유산과 유교 중심의 전통문화 자원을 활용해 글로벌 관광도시로 도약하고 있다. 즉, 안동시는 유교를 바탕으로 하는 전통문화와 역사, 자연의 고유가치가 어우러져 오랜 역사의 품격이 지역문화에 녹아든 관광사업을 글로벌화함으로써 내부적으로 주변 도시와의 상생발전을 위한 역할을 하고 있다 [6]. 외부적으로는 유네스코 유산이라는 국제적 자원을 통한 지역문화의 세계화를 추진하여 안동시의 국제적 위상을 높이려는 노력을 추진 중에 있다 [6]. 한편, 한국관광공사는 국제 관광거점도시(부산) 및 지역 관광거점도시(강릉, 전주, 목포, 안동) 지자체들과 함께 2020년 5월 ‘관광거점도시 육성 지원’ 업무 협약을 체결하였다. 그리고 한국관광공사는 업무협약을 통해 관광거점도시 브랜드 구축 및 해외홍보·마케팅 사업을 지원하며, 관광거점도시로 선정된 지자체들도 도시별 장점을 활용한 브랜드 구축에 노력하는 것으로 발표하였다 [7].

언론보도는 사회구성원들에게 정보를 전달하며, 사회적 쟁점에 대한 대중의 가치 판단에 큰 영향을 미치는 측면이 있다. 뉴스 기사를 활용한 분석은 해당 시대의 사건과 이슈를 반영하여 현재 뿐만 아니라 미래의 다양한 트렌드를 예측하고 변화의 방향을 진단하는데 도움이 된다 [8]. 최근에

는 많은 언론보도자료를 분석하는데 빅데이터 기술을 활용하는 경향이 있다. 빅데이터 분석방법은 이전 연구에서 빈도분석을 통해 보도 건수와 주제를 추출하는 선행연구의 한계를 극복하고, 기존의 연구방법으로 알아내기 어려운 패턴 등의 정보를 분석하고, 시각화하는 장점이 있다 [9]. 따라서 본 연구는 대표적인 뉴스 빅데이터 분석 시스템인 빅카인즈(Bigkinds)를 통해 ‘안동관광’ 관련 언론보도를 분석함으로써 이를 언론이 어떤 방식으로 의미화하는지를 탐색하고자 한다. 나아가 본 연구는 빅데이터 기술을 활용하여 안동관광과 관련한 언론보도의 흐름과 특징을 분석함으로써 안동관광의 발전방향을 위한 방안을 마련하는데 기초자료를 제공하고자 한다. 이를 위한 연구 문제는 다음과 같이 설정하였다.

- (연구문제 1) ‘안동관광’관련하여 언론 보도의 키워드 트렌드 분석은 어떠한가?
- (연구문제 2) ‘안동관광’관련하여 언론 보도의 연관어 분석은 어떠한가?
- (연구문제 3) ‘안동관광’관련하여 언론 보도의 관계도 분석은 어떠한가?

2. 연구방법

2.1 분석대상 및 데이터 수집 연도별 ‘안동관광’ 언론보도 추이

본 연구에서 사용한 보도의 매체들은 12개 전국일간지(경향신문, 국민일보, 내일신문, 동아일보, 문화일보, 서울신문, 세계일보, 아시아투데이, 조선일보, 중앙일보, 한겨레, 한국일보), 13개 경제일간지(대한경제, 매일경제, 머니투데이, 메트로경제, 브릿지경제, 서울경제, 아시아경제, 아주경제, 이데일리, 이투데이, 파이낸셜뉴스, 한국경제, 헤럴드경제), 44개 지역일간지(강원도일보, 강원일보, 경기일보, 경남도민일보, 경남신문, 경남일보, 경북도민일보, 경북매일신문, 경북일보, 경상일보, 경인일보, 광남일보, 광주매일신문, 광주일보, 국제신문, 금강일보, 기호일보, 남도일보, 대구신문, 대구일보, 대전일보, 동양일보, 매일신문, 무등일보, 부산일보, 새전북신문, 영남일보, 울산매일, 울산신문, 인천일보, 전남일보, 전라일보, 전북도민일보, 전북일보, 제민일보, 제주일보, 중도일보, 중부매일, 중부일보, 충북일보, 충청일보, 충청타임즈, 충청투데이, 한라일보)이다. 5개 방송사(KBS, MBC, OBS, SBS, YTN)와 10개의 전문지(기자협회보, 디지털타임스, 미디어오늘, 소년한국일보, 시사IN, 일요신문, 전자신문, 주간한국, 한겨레21, 환경일보)이다.

안동관광으로 하여 수집된 총 16,092건의 언론 보도 자료는 빅카인즈 분석에 의해 언론사, 통합 분류, 사건·사고로 분류되어지는 분석이 이루어졌다. 언론사별 보도 자료 분석은 [표 1]과 같다. 안동 관광에 대한 언론 보도중에서 전국일간지 중에서는 아시아투데이가 882건으로 가장 많이 보도하였다. 경제일간지에서는 헤럴드경제가 680건으로 가장 많이 보도하였으며, 지역일간지에서는 매일신문이 1,226건, 경북매일신문이 1,163건, 경북도민일보가 1,141건 등의 순으로 나타났다. 방송사에서는 KBS가 367건으로 가장 높게 보도하고 있음을 알 수 있다. 마지막으로 전문지는 환경일보

가 438건으로 가장 많이 보도하였다.

[표 1] 언론사별 안동관광 관련 보도 개수

[Table 1] Number of reports related to andong tourism by media company

연번	언론사	보도수	연번	언론사	보도수	연번	언론사	보도수
1	경향신문	110	29	경남도민일보	25	57	전라일보	18
2	국민일보	618	30	경남신문	14	58	전북도민일보	27
3	내일신문	89	31	경남일보	17	59	전북일보	20
4	동아일보	129	32	경북도민일보	1,141	60	제민일보	2
5	문화일보	183	33	경북매일신문	1,163	61	제주일보	7
6	서울신문	370	34	경북일보	972	62	중도일보	642
7	세계일보	419	35	경상일보	15	63	중부매일	31
8	아시아투데이	882	36	경인일보	8	64	중부일보	16
9	조선일보	99	37	광남일보	20	65	충북일보	43
10	중앙일보	233	38	광주매일신문	5	66	충청일보	41
11	한겨레	70	39	광주일보	13	67	충청타임즈	18
12	한국일보	302	40	국제신문	34	68	충청투데이	25
13	대한경제	370	41	금강일보	18	69	한라일보	4
14	매일경제	309	42	기호일보	11	70	KBS	367
15	머니투데이	191	43	남도일보	14	71	MBC	8
16	메트로경제	247	44	대구신문	683	72	OBS	9
17	브릿지경제	298	45	대구일보	561	73	SBS	15
18	서울경제	178	46	대전일보	31	74	YTN	103
19	아시아경제	298	47	동양일보	25	75	기자협회보	1
20	아주경제	138	48	매일신문	1,226	76	디지털타임스	52
21	이데일리	177	49	무등일보	12	77	미디어오늘	3
22	이투데이	50	50	부산일보	91	78	소년한국일보	28
23	파이낸셜뉴스	365	51	새전북신문	28	79	시사IN	4
24	한국경제	260	52	영남일보	621	80	일요신문	6
25	헤럴드경제	680	53	울산매일	22	81	전자신문	61
26	강원도민일보	45	54	울산신문	17	82	주간한국	118
27	강원일보	40	55	인천일보	12	83	한겨레21	5
28	경기일보	9	56	전남일보	22	84	환경일보	438
합계							16,092	

2.2 분석 도구 및 분석방법

본 연구는 안동관광에 관한 분석을 위해 국내 언론의 경향을 나타내는 뉴스 보도를 분석자료로 사용하였다. 안동관광에 대한 관련 뉴스를 분석하기 위하여 빅카인즈(Bigkinds)서비스를 이용하였다. 이 플랫폼은 각종 언론사에서 수집한 뉴스로 구성된 통합 데이터베이스를 근거로 하여 빅데이

터 분석 기술을 접목한 뉴스 분석 서비스이다 [10]. 빅카인즈(Bigkinds)는 국내 주요 언론사로부터 수집된 방대한 뉴스 기사 데이터를 기반으로 뉴스 속 주요 이슈, 키워드 관계망, 이슈 동향 분석 정보를 제공하며 정책연구, 학술연구, 이슈 분석, 여론 흐름 예측 등에 활용되고 있다 [10]. 나아가 빅카인즈(Bigkinds)는 비정형화된 텍스트로 구성된 뉴스 콘텐츠를 정형화된 데이터로 바꾸어 사회 현상을 분석할 수 있는 기초로 활용할 수 있다 [10].

빅카인즈(Bigkinds)프로그램의 검색 기간이 5년으로 제한되어 있으므로 검색기간은 ‘안동관광’을 핵심 검색어로 하여 2020년 7월 23일에서 2025년 7월 23일까지의 대상 매체들로부터 이와 관련된 보도를 추출한 후, 첫째, ‘키워드 트렌드 분석’을 통해 안동관광을 키워드로 하는 언론 보도 건수의 추이를 분석하고자 한다. 둘째, ‘연관어 분석’을 통해 핵심 키워드인 안동관광과 관련한 어떤 단어들 이 텍스트 속에 많이 등장하는지를 시각화하여 살펴보았다. 연관어 분석의 가중치는 토픽랭크 알고리즘에 기반해 출력된 결과물로, 토픽랭크는 특정 키워드와 동시에 발생한 키워드의 발생 빈도와 중요도를 계산하여 순위를 매기는 기법이다 [10]. 마지막으로 ‘관계도 분석’을 통해 관련 내용을 분석함으로써 안동관광과 관련하여 언론보도에 나타나는 키워드 간의 정보를 확인하였다.

3. 연구결과

본 연구는 안동관광에 대한 빅카인즈 분석을 근거로 하여 관련 뉴스를 분석하였다. 이를 위하여 안동관광과 관련된 뉴스를 키워드 트렌드 분석, 연관어 분석, 관계도 분석을 실시하였다.

3.1 ‘안동관광’ 관련 키워드 트렌드 분석

한국언론진흥재단에서 제공하는 빅카인즈 분석은 뉴스 검색량 유입이 많아 검색기간을 5년으로 제한하고 있다. 따라서 안동관광 관련 언론 보도의 연도별 키워드 트렌드를 분석하기 위하여 2020년 7월 23일부터 2025년 7월 23일까지 빅카인즈 분석을 실시하였다. 키워드 트렌드는 검색한 키워드가 포함되어 있는 언론 보도 뉴스의 건수를 일간, 주간, 월간, 연간의 기간별로 그래프를 제공하는 서비스이다 [10]. 키워드 트렌드 분석결과를 기간별로 차트를 선택할 수 있어 사회적 트렌드를 분석하는데 용이하다. 이러한 분석으로 안동관광 관련 언론 보도는 총 16,092건이 검색되었으며 연도별 언론 보도 개수는 [표 2]와 같다.

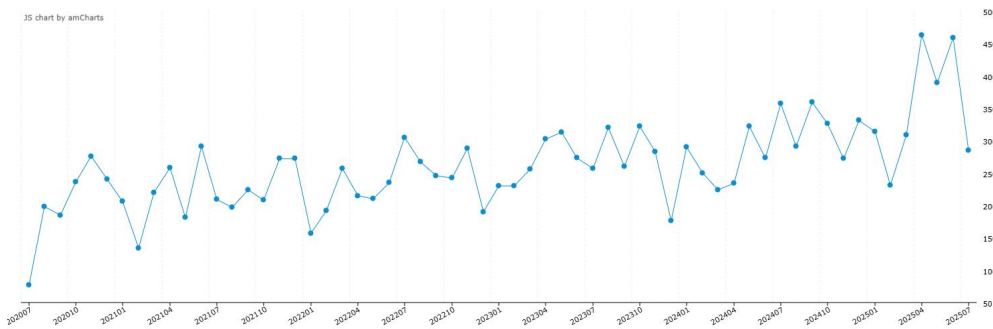
[표 2] 연도별 안동관광 관련 보도 개수

[Table 2] Number of reports related to andong tourism by year

연도	건수
2020	1,226
2021	2,713

2022	2,838
2023	3,263
2024	3,574
2025	2,478
합계	16,092

연도별 키워드 트렌드 분석 결과 2024년에 3,574건으로 가장 높은 보도를 나타내고 있으며, 2023년에 3,263건의 순으로 나타났다. 안동관광 관련 언론 보도 자료의 연간 키워드 트렌드 분석과 연계하여 월간 키워드 트렌드를 분석한 결과는 [그림 1]과 같다.



[그림 1] 안동관광 월간 키워드 트렌드 분석

[Fig. 1] Analysis of the monthly keyword trend of andong tourism

안동관광에 대한 월간 키워드 트렌드를 분석한 결과, 2025년 4월에 463건으로 가장 많은 빈도를 보이고 있으며, 2025년 6월에 459건, 2025년 5월에 389건, 2024년 9월에 359건, 2024년 7월에 357건으로 나타났다. 최근 4개월 동안 안동관광에 대한 보도 건수는 총 1,596건으로 2020년 7월 23일부터 2025년 7월 23일까지 보도된 총 16,092건의 9.9%를 차지하고 있다. 안동관광 관련 언론 보도가 2025년 4월에 최고점을 찍게 된 관련 기사 내용을 살펴보면 다음과 같다.

-경북 안동시, 힐링으로 치유하는 한국문화테마파크 본격 운영-

한국정신문화재단은 ‘도산난장’을 오는 5월 3일을 시작으로 6월까지, 9월부터 11월까지 주말 기간 동안 다양한 콘텐츠를 기반으로 하는 참여형 현장 프로그램을 진행한다. 2024년 첫 시작을 선보인 ‘도산난장’은 양반, 사도, 상인 등 조선시대 캐릭터를 활용하여 관광객에게 즐거움과 추억을 선사하며 활기찬 테마파크를 느낄 수 있는 프로그램이다. 안동시 도산권역의 3대문화권 사업은 한국정신문화의 수도 안동에 아름다운 자연을 배경으로 국내 유일하게 컨벤션센터, 박물관, 테마파크가 함께 조성돼 운영되는 문화·생태·관광 복합 문화관광단지이다 [11].

다음으로 언론 보도의 건수가 높은 시기는 2025년 6월로 나타났으며 관련 기사 내용을 살펴보면 다음과 같다.

안동 관광에 대한 연관어를 분석한 결과를 살펴보면, 첫 번째로 경북도로 가중치는 23.38, 키워드 빈도수는 77로 나타났으며, 두 번째는 하회마을로 가중치는 6.77, 키워드 빈도수는 88이며, 세 번째는 코로나 19로 가중치는 6.48, 키워드 빈도수는 16이다. 전체 연관어의 가중치와 키워드 빈도수는 [표 3]과 같다.

[표 3] 안동관광에 대한 연관어 분석
 [Table 3] Analysis of related words on andong tourism

순번	키워드	가중치	키워드 빈도수	순번	키워드	가중치	키워드 빈도수
1	경북도	23.38	77	18	숙박업소	2	5
2	하회마을	6.77	88	19	코레일 경북본부	1.82	4
3	코로나19	6.48	16	20	SITF(서울 국제관광전)	1.82	1
4	경주	6.22	89	21	캠투어	1.78	22
5	대중교통	5.42	21	22	인구감소지역	1.78	7
6	월영교	4.29	38	23	선성현문화 단지 입구	1.78	2
7	지역경제	3.38	28	24	시내버스	1.75	48
8	도산서원	3.33	21	25	MZ세대	1.75	15
9	DDP(동대문디 자인플라자)	3.27	8	26	개별적	1.75	3
10	차전장군노국 공주 축제	3.27	7	27	경북도 도교사무소	1.75	3
11	유네스코 세계유산	2.76	33	28	헬기 이착륙장	1.75	2
12	散客(산객)	2.67	5	29	인지도	1.71	3
13	지자체	2.57	14	30	수도권	1.67	16
14	싼커	2.53	8	31	매력적	1.67	10
15	전면취소	2.53	5	32	예끼상회	1.67	7
16	대형 산불	2.4	9	33	시티투어	1.6	17
17	군산	2	18	34	입장권	1.6	10

3.3 관계도 분석

본 연구는 안동관광에 대한 빅카인즈의 관계도 분석을 실시한 결과에서 정확도 상위 100건의 뉴스 본문을 대상으로 하여 형태소 분석과 명사 상당어구를 추출하며, 추출된 명사 상당어구는 개체명 본문 알고리즘(SVM: support vector machine)을 적용하게 되며 이를 통해 개체명을 재추출하는 과정을 거친다 [10]. 본 연구의 관계도 분석결과는 가중치 3이상 92이하가 적용된 결과 [그림 3]과 같다. 관계도 분석 결과, 2개의 인물(노란색), 19개의 장소(녹색), 10개의 기관(파란색), 16개의 키워

4. 결론

본 연구는 ‘안동관광’과 관련하여 국내의 언론 보도를 분석하기 위하여 빅카인즈(Bigkinds) 시스템을 활용하였다. ‘안동관광’을 키워드로 하여 2020년 7월 23일부터 2025년 7월 23일까지 언론보도를 수집한 후, 키워드 간의 네트워크 구조를 파악하여 어떠한 연관성을 가지고 있는지 밝혀내기 위하여 연도별 키워드 트렌드, 연관어 분석 및 관계도 분석을 실시하였다.

(연구문제 1)의 경우, 키워드 트렌드 분석을 통해 안동관광과 관련한 언론보도 추이를 살펴본 결과, 2024년 언론보도 건수가 가장 높은 것으로 나타났다. 이는 안동시가 문화체육관광부 공모 사업인 ‘대한민국 문화도시’에 최종 지정되어 화제가 되었던 해이다 [14]. 안동시에 따르면 문화체육관광부가 추진하는 지역중심 문화균형발전 선도모델인 대한민국 문화도시에 경상북도에서 안동시가 유일하게 지정되었다. 또한, 언론은 전라도 지역 주민 특별관광열차 타고 안동 관광-영호남 교류의 장 만들어 [15], 코레일관광 상품 안동 유네스코 세계유산 답사기 운영 [16], 관광거점도시 안동, 항공기 활용 해외홍보 나선다 [17]를 주요 주제로 보도하였다. 이러한 언론 보도는 관광거점도시로서 안동의 주요 문화관광자원에 대한 상세한 정보를 제공해주는 역할을 함으로써 관광객을 유치하는데 도움이 될 것으로 판단된다. 월간 키워드 트렌드 분석을 살펴보면, 2025년 4월부터 안동관광에 관련한 언론보도 건수가 상승하여 4개월 동안 최고점의 언론보도가 있는 것으로 나타났으며, 2020년 7월 23일부터 2025년 7월 23일까지 보도된 총 16,092건의 9.9%를 차지하였다. 2025년 4월의 안동관광 관련 언론보도가 가장 많았는데 이는 안동시에 위치한 한국정신문화재단에서 다양한 콘텐츠를 기반으로 하는 참여형 현장 프로그램을 진행하는 것을 언론을 통해 알아볼 수 있었다. 아울러 경북도청신도시와 유네스코 세계문화유산인 하회마을을 연결하는 진입도로가 개통되어 관광활성화가 기대된다는 보도 내용도 함께 제공되었다.

(연구문제 2)의 경우, 안동관광에 대한 연관어 분석에서 경북도, 하회마을, 코로나 19, 경주, 대중교통 등의 순으로 나타났다. 2025년 3월 22일 경상북도 의성군의 3곳에서 동시다발적으로 발생하여 경북 북부로 확산된 초대형 산불 피해로 인하여 경상북도 북부권의 관광산업이 많은 타격을 입게 되었다. 따라서 경상북도와 경북문화관광공사는 최근 산불 피해를 입은 지역에 대해 다채롭고 특색 있는 캠페인과 정책적 지원을 단계적으로 추진한다고 밝혔다 [18]. 그러므로 경상북도는 산불 피해지역 관광 회복을 위해 제도적으로 뒷받침하는 부분과 안동의 소망을 여실히 드러내는 연관어라고 할 수 있다. 다음은 연관어 분석에서도 나타났듯이 유네스코 세계문화유산인 하회마을에 대한 관광상품 등은 언론에 여러 번 보도되고 있었다 [19].

(연구문제 3)의 경우, 안동관광 관련 관계도 분석에서는 연결 관계가 높은 순으로 보면 안동, 안동시, 문화관광체육국장, 유네스코, 도산서원 등으로 나타났다. 이는 안동관광을 보도하는 언론들의

중요한 관점을 이해할 필요가 있다. 즉 안동관광을 활성화하기 위해서는 안동의 관광정책을 총괄하는 문화관광체육국장의 역할이 무엇보다 중요하다는 것을 시사한다. 안동은 유네스코 인류무형문화유산(하회별신굿탈놀이), 유네스코 세계문화유산(하회마을, 봉정사, 도산서원, 병산서원), 유네스코 세계기록유산(유교책판)을 보유함으로써 유네스코 지정 유산 3대 카테고리를 가진 최초의 지자체이므로 이들 전통문화유산과 관광자원을 활용하여 안동관광을 활성화하는데 안동시의 역할이 무엇보다 중요하다는 것을 보여준다. 예컨대, 안동시가 보유한 독특한 유교문화와 유네스코 세계유산의 가치를 극대화하고 현대적인 트렌드에 맞는 콘텐츠를 지속적으로 개발한다면 세계적인 역사문화 관광도시로 성장할 수 있을 것이다. 한편, 관계도 분석에서 연결 관계가 크게 나타나는 키워드들은 접근성을 의미하는 키워드(e.g. 코레일관광개발, 서울역, 대구국제공항)와 네트워크 관계를 형성하는 것으로 나타났다. 본 연구의 결과를 바탕으로 학문적으로나 실제적으로 여러 가지 시사점을 제공한다. 첫째, 본 연구는 빅데이터 분석을 통해 연구가 진행되었다는 점에서 선행연구와 차별성을 가진다. 국내 최대의 공공 뉴스 데이터베이스에 빅데이터분석 기술을 접목하여 안동관광과 관련하여 언론 기사를 비교 분석한 새로운 시도였으며 사회과학 분야 및 다른 학문분야에 대한 연구에 도움을 줄 수 있을 것으로 판단된다. 둘째, 유네스코 세계유산 3대 분야인 인류무형문화유산(하회별신굿탈놀이), 세계문화유산(하회마을, 봉정사, 도산·병산서원), 세계기록유산(유교책판)을 하나의 문화 스토리라인(storyline)으로 구축하여 통합 브랜드 로고, 통합 홍보물, 통합 해설 앱을 제작하여 안동시만의 일관된 이미지를 구축할 필요가 있다. 셋째, 안동시는 글로벌 마케팅 및 네트워크 강화를 위하여 유네스코 세계유산도시 간 국제교류를 활성화하고 각국의 관광기관 및 해외 여행사를 초청하여 팸투어를 운영할 필요가 있다. 마지막으로, 관광 인프라 및 접근성 개선을 위하여 안동은 KTX 안동역과의 연계 교통을 강화할 필요가 있으며 주요 관광지 간 셔틀버스 노선 확충, 대중교통 정보 시스템을 개선하여 관광객의 이동 편의를 높이는 방안을 강구할 필요가 있다.

이러한 시사점에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계점을 지니고 있다. 빅카인즈 분석 시스템에서 제공하는 결과에만 의존하였기에 다른 통계 프로그램에 비해 다양한 분석 결과를 도출하는데 한계를 지니고 있다. 또한, 키워드 중심의 자료 분석으로 인해 기사의 본래 의도와는 다르게 해석될 가능성이 존재한다. 향후에는 기사 제목과 내용에 대한 분석도 함께 이루어질 수 있도록 설계할 필요성이 있다. 여러 한계에도 불구하고 본 연구는 언론 기사의 역할과 가치를 통해 안동관광 발전을 탐험적으로 접근한 초기의 연구로서 의의를 지니고 있다.

References

- [1] Tourandong, “Cultural Heritage of Andong”, tourandong.com, <https://www.tourandong.com/public/sub4/sub1.csh.html?category=0&page=17>, (accessed June 3, 2025).
- [2] W. K. Lee, J. D. Goo, “A Study on the Realization of Creative Andong City Tourism through Dublin City in Ireland”, *Regional Industry Review*, vol. 41, no. 3, August 2018, pp. 47-66, doi: 10.33932/rir.41.3.3.
- [3] Il. Park, “The Effects of Creative Tourism Experience on Perceived value, Satisfaction and Behavior Intention: Focus on Korean Versus Chinese Tourists”, Doctoral thesis, Department of Business Administration, The Graduate School Changwon National University, Republic of Korea, 2015. [Online]. Available: <https://www.riss.kr/link?id=T13784447>.
- [4] B. M. Lee, “The study on Creative Tourism Contents Development of Cities: The Case Study of Aya-cho, Miyazaki Prefecture, in Japan”, *Journal of Korea Planning Association*, vol. 49, no. 5, August 2014, pp. 205-221, doi: 10.17208/jkpa.2014.08.49.5.205.
- [5] J. Y. Yang, J. G. Sun, H. S. Ko, “A Study on Gagopa Chrysanthemum Festival Activation in Changwon through the Place Asset: Focused on Festival Program”, *Regional Industry Review*, vol. 37, no. 1, February 2014, pp. 102-120.
- [6] B. T. Kim, “A Basic Plan for the Development of Andong Tourism Base City”, *Korea Tourism Policy*, vol. 86, December 2021, pp. 110-120.
- [7] M. R. Kim, “The City Brand and Social Media Big Data in Local Tourism Hub Cities”, Master's thesis, Department of Urban Engineering, The Graduate School Wonkwang University, Republic of Korea, 2022. [Online]. <https://www.riss.kr/link?id=T16080539>.
- [8] S. H. Lee, “Analysis of traditional martial arts report and semantic network analysis through analysis of big data of newspaper”, *Journal of Martial Arts*, vol. 13, no. 4, November 2019, pp. 233-249, doi: 10.51223/kosoma.2019.11.13.4.233.
- [9] J. U. Yoo, H. S. Kim, “Analysis of domestic media reports related to ‘child safety accidents’ using Bigkinds”, *The Journal of Learner-Centered Curriculum and Instruction*, vol. 23, no. 12, June 2023, pp. 863-873, doi: 10.22251/jlcci.2023.23.12.863.
- [10] Korea Press Foundation, “BigKinds User Manual”, Korea Press Foundation, Seoul, Korea, December 2020. [Online]. Available: https://www.bigkinds.or.kr/manual/%EB%B9%85%EC%B9%B4%EC%9D%B8%EC%A6%88_%EC%82%AC%EC%9A%A9%EC%9E%90%EB%A7%A4%EB%89%B4%EC%96%BC.pdf.
- [11] J. G. Lee, “Andong-si, Gyeongsangbuk-do Province, operates a Korean cultural theme park that heals with healing”, viva100.com, <https://www.viva100.com/article/20250429500191>, (accessed April 30, 2025).
- [12] S. H. Choi, “The increase in good tourism in forest fires in Gyeongsangbuk-do Province”, naeil.com, <https://www.naeil.com/news/read/552050>, (accessed June 23, 2025).
- [13] K. H. Kim, “Let's have a round of fun. Andong Mask Dance Festival, Parade, Daedong Nanjang”, hani.co.kr, <https://www.hani.co.kr/arti/area/yeongnam/1160025.html>, (accessed September 27, 2024).
- [14] J. J. Um, “Andong City, Korea's final cultural city designated, the only one in the Gyeongbuk region”,

- imaeil.com, <https://www.imaeil.com/page/view/2024122614563975416>, (accessed December 26, 2024).
- [15] H. J. Pi, “Take a special tourist train for residents in Jeolla-do and tour Andong. Make a venue for exchange between Yeonghonam and Honam”, kbmaeil.com, <https://www.kbmaeil.com/article/202411100410331>, (accessed November 10, 2024).
- [16] J. S. Kim, “Andong City to Operate Korail Tour Package: Andong UNESCO World Heritage Site Tour”, asiatoday.co.kr, <https://www.asiatoday.co.kr/kn/view.php?key=20240626010014521&ref=search>, (accessed June 26, 2024).
- [17] S. H. Yoo, “Andong, a tourism hub, is using aircraft to promote itself overseas”, hidomin.com, <https://www.hidomin.com/news/articleView.html?idxno=559580>, (accessed September 18, 2024).
- [18] J. J. Kim, “Please visit the forest fire-affected areas in Gyeongsangbuk-do Province during the Golden Week in May”, kmib.co.kr, <https://www.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0028023582>, (accessed April 28, 2025).
- [19] H. K. Ji, “Andong operates UNESCO World Heritage Korail tourism products”, idaegu.co.kr, <https://www.idaegu.co.kr/news/articleView.html?idxno=466150>, (accessed June 27, 2024).