

석사학위 논문

관광객의 문화적 고유성 지각에 관한 연구

- 실제문화와 모형문화간 선호요인의 비교 -



제 주 대 학 교 대 학 원

관광개발학과

김 종 기

2003년 12월

석사학위 논문

관광객의 문화적 고유성 지각에 관한 연구

- 실제문화와 모형문화간 선호요인의 비교 -

지도교수 송 재 호



제 주 대 학 교 대 학 원

관광개발학과

김 종 기

2003년 12월

관광객의 문화적 고유성 지각에 관한 연구

- 실제문화와 모형문화간 선호요인의 비교 -

지도교수 송 재 호

김 중 기

이 논문을 관광학 석사학위 논문으로 제출함

2003년 12월 일



제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

김 중 기의 관광학 석사학위 논문을 인준함

심사위원장 _____

심 사 위 원 _____

심 사 위 원 _____

제 주 대 학 교 대 학 원

2003년 12월

A Study on the Tourists' Perception of Cultural Authenticity:

The comparison of preference factors between
real culture and model culture

Jong-Ki Kim

(Advised by Professor Jae-Ho Song)



**A thesis submitted in partial fulfillment for
the requirement of Master Degree of Tourism Science**

2003. 12.

**Department of Tourism Development
GRADUATE SCHOOL
CHEJU NATIONAL UNIVERSITY**

목 차

제1장 서 론	1
제1절 문제 제기	1
제2절 연구 목적	3
제3절 연구 범위 및 방법	4
1. 연구 범위	4
2. 연구 방법	5
제2장 연구의 이론적 배경	8
제1절 문화관광에 대한 논의	8
1. 문화에 대한 관광분야에서의 논의과정	8
2. 문화적 고유성에 대한 논의	14
3. 실제문화와 모형문화의 개념체계	22
4. 관광과 고유성의 관계	31
제2절 관광객 지각과 선호에 대한 논의	33
1. 관광객 지각	33
2. 관광객 선호	36
3. 관광객 지각과 선호의 관계	38
4. 지각과 고유성의 관계	39
제3절 고유성 및 관광객 지각과 선호에 관한 연구동향	41
1. 고유성에 대한 선행연구	41
2. 관광객 지각과 선호에 대한 선행연구	47
제3장 실증 연구의 설계	55
제1절 연구 모형의 설계와 가설의 설정	55
1. 연구 모형	55

2. 가설 설정	56
3. 변수의 조작적 정의	57
제2절 연구 대상지	58
1. 성읍민속마을	59
2. 제주민속촌박물관	61
제3절 조사 설계	62
1. 설문지 구성과 측정	62
2. 조사 방법과 자료 수집	63
3. 자료 분석 방법	66
제4장 실증 분석	67
제1절 실험집단의 구성	67
제2절 측정 척도의 신뢰성 검증	68
1. 성읍민속마을에 대한 고유성 지각 측정척도의 신뢰성 검증	68
2. 제주민속촌박물관에 대한 고유성 지각 측정척도의 신뢰성 검증	69
제3절 측정 척도의 타당성 검증	70
제4절 가설 검증	75
1. 가설 1에 대한 검증	75
2. 가설 2에 대한 검증	76
제5절 분석 결과의 함의	80
제5장 결 론	82
제1절 결론 및 시사점	82
제2절 연구의 한계 및 제언	84
참 고 문 헌	85
설 문 지	91

표 차 례

<표 2-1> 문화관광에 대한 관광분야에서의 관점 변화	10
<표 2-2> 실존적 고유성의 분류	22
<표 2-3> 민속촌·민속마을의 성격	29
<표 2-4> 관광체험에 있어 대상에 따른 고유성의 분류	32
<표 2-5> 관광자의 상황유형	42
<표 2-6> 고유성 관련 연구의 요약	46
<표 2-7> 지각과 선호관련 연구의 요약	54
<표 3-1> 성읍민속마을의 유·무형문화자원	60
<표 3-2> 제주민속촌박물관의 유·무형 문화자원	61
<표 3-3> 설문지의 구성	63
<표 3-4> 실험설계의 구분	64
<표 3-5> 실험설계와 혼란변수의 관계	65
<표 4-1> 설문지 배부 및 회수 현황	67
<표 4-2> 성읍민속마을의 고유성 지각 측정항목의 신뢰성 검증	69
<표 4-3> 제주민속촌박물관의 고유성 지각 측정항목의 신뢰도 분석	70
<표 4-4> 성읍민속마을의 문화적 고유성 지각 변수의 요인분석	72
<표 4-5> 제주민속촌박물관의 문화적 고유성 지각 변수의 요인분석	73
<표 4-6> 측정 요인별 문화적 고유성 지각 차이	76
<표 4-7> 성읍민속마을의 문화적 고유성 지각이 선호에 미치는 영향	78
<표 4-8> 제주민속촌박물관의 문화적 고유성 지각이 선호에 미치는 영향	79
<표 4-9> 가설 검증 결과 요약	81

그림 차례

[그림 1-1] 연구의 개념적 전개 틀	7
[그림 2-1] 문화적 고유성으로 살펴본 실제문화와 모형문화의 개념	26
[그림 2-2] 실제문화와 모형문화의 역할	30
[그림 2-3] 선호의 전개과정	37
[그림 3-1] 연구 모형	56
[그림 3-2] 성읍민속마을과 제주민속촌박물관의 위치	59
[그림 3-3] 성읍민속마을의 구성도	60
[그림 3-4] 제주민속촌박물관의 구성도	62



ABSTRACT

A Study on the Tourists' Perception of Cultural Authenticity

Submitted by Jong-Ki Kim

Supervised by Professor Jae-Ho Song

Department of Tourism Development

Graduate School of Cheju National University

Jeju, Korea(south)



With the pattern of tourism changing these days, the number of tourists looking for cultural authenticity in other areas is also increasing. Cultural authenticity which is taking a growing interest means an unique culture of the area and tourism destinations and tourism industries in many countries are striving to preserve and reproduce the traditional culture as an important part of cultural tourism. This cultural authenticity is shown to tourists in two shapes such as real culture and model culture.

The objects of this study is to examine perception difference of tourists in real culture and model culture formed of cultural authenticity and look into what effect tourists' perception of cultural authenticity have on their preference for real culture or model culture.

Among quasi-experimental design the nonequivalent control group posttest

only design is employed in this study. And architecture factor, exhibition factor and employee factor are used as three primary factors to measure perception of cultural authenticity in real culture and model culture.

This study shows two distinct findings as follows.

First, tourists' perception of cultural authenticity in real culture and model culture shows difference only in exhibition factor.

Second, perception factors of cultural authenticity influencing on tourists' preference are different in real culture and model culture.

Architecture factor plays an important role in real culture but architecture factor and exhibition factor are critical in model culture.

This study leads us to understand both strength and weakness of real culture and model culture and bring about an affirmative effect on cultural tourism of Jeju island for the future.

While the interest in cultural authenticity as the center of cultural tourism is increasing, more studies should be carried out actively as preceding studies in this field are greatly insufficient so far.

제1장 서론

제1절 문제 제기

문화는 조상들로부터 자손들이 학습을 통해서 전승 받은 생활양식으로써 오랫동안 관광객들의 관광대상 즉 관광자원으로 이용되어져 왔다. 이러한 문화에 대한 관광객들의 관심은 20세기 후반에 들어서면서 보다 많은 문화관련 휴식에 대한 욕구가 증가되었고, 이를 충족시킬 수 있는 새로운 시장을 출현시켰다. 다시 말해, 현대 산업사회의 복잡한 일상으로부터 탈출한 관광객들은 일상생활에서 찾을 수 없는 전통문화에 대한 경험을 통해 관광객들의 문화적 고유성에 대한 욕구를 충족시킨다¹⁾. 그것이 바로 문화자원을 바탕으로 한 문화관광이다.

이러한 새로운 패턴에서의 문화관광은 관광객들의 관광목적이나 관광동기가 관광지의 독특한 생활방식이나 문물을 경험하는 문화적 요인을 강조하는 경향이 강해지면서 등장하게 되었다. 즉 관광객들이 단순히 보고 즐기는 것에서 몰랐던 지식을 얻고 색다른 체험이나 그 동안 간과되어져 왔던 문화적 고유성을 다시 근본적으로 추구하려는 관광객들의 변화된 욕구에 기인한 것이다. 이로 인해 세계 각국의 관광지와 관광기업은 그 나라나 지역의 독특하고 고유한 문화를 소재로 한 관광상품 개발에 지대한 관심을 보이고 있다.

그리고 문화관광은 경제적 효과뿐만 아니라 지역주민 간에 그리고 국가간에 문화적 이해의 폭을 넓히고 문화교류의 기회를 증대시킴에 따라 상호간의 이익을 증대시키는데 중요한 역할을 담당할 수 있다. 또한 자국의 입장에서 국민들의 문화 욕구 충족과 원형 발굴 보존 및 전통문화의 계승차원에서 의의가 있다²⁾. 다시 말해 문화관광에서의 중요한 문제 중 하나는 전통문화의 가치를 보존하고 유지하면서 관광객들의 문화적 고유성에 대한 욕구를 충족시키고 그들을 만족시키는 것이다

그러나 문화관광은 급속하게 성장하고 있는 문화관광객들로 인한 문화관광지의 과잉집중,

1) 송재호, 「제주관광의 이해」, 도서출판 각, 2002, pp.11-13.

2) 서태양, 「문화관광론 2판」, 대왕사, 2002, pp.30-31.

문화의 상품화 및 상업화 확대, 단기적 수익확보로 인한 관광객 경험의 질 저하 등으로 인한 많은 위협요인을 지니고 있다³⁾.

또한 산업화와 기술혁신, 여가시간의 증대 및 소득의 증대 등으로 인한 관광의 급속한 확대는 세계화, 국제화를 거치면서 문화변용과 문화변동 및 문화의 균질화 등을 초래하여 전통문화의 훼손 또는 소멸을 겪게 되었다.

즉, 관광에 있어 문화적 고유성에 대한 논쟁은 문화의 상품화가 지역사회의 문화적 기초를 바꾸고 변용시킨다는 의견과 문화가 역동적이고 적응성을 가지기 때문에 지속적으로 보존하거나 재창조해야 한다는 의견으로 나타나고 있다.

이처럼 대량관광으로 인한 훼손 또는 문화의 역동성으로 인해 소멸되어진 문화적 고유성과 정체성 확립을 위한 방안으로 크게 실제문화와 모형문화 두 가지 유형으로 살펴볼 수 있다. 실제문화와 모형문화는 지역의 정체성과 고유성의 보존 및 재창조라는 측면에서 모두 지역의 전통문화를 유지하기 위한 노력이다⁴⁾.

그러나 실제로 실제문화와 모형문화에 있어 부정적인 현상이 나타나고 있다. 실례로 우리나라의 대표적인 실제문화로서 안동하회마을을 살펴보면 전통 민속이 유교문화와 어우러져 전승되어 오고 있는 중요민속자료로서 영국여왕의 방문을 계기로 국내외 관광객이 하면서 이에 따른 주민들의 생활불편과 상행위로 인한 문화자원의 훼손, 관광공간의 과도한 제한에 따른 관광객의 불만증가 등의 제반문제가 급증하고 있어 이에 대한 대책이 절실한 실정이다⁵⁾.

그리고 PCC(Polynesian Cultural Center)의 문화관광을 연구한 Staton은 PCC가 모형문화로서 폴리네시아의 전통적인 예술형태들과 관광자원들을 생생한 모습으로 보존하고, 관광객들에게 종족관광의 욕구를 충족시켜주며, 토착주민들에게 긍정적인 경제적 영향을 줌으로서 하나의 모형문화로서 성공을 거두었다고 하였다. 또한 방문객의 존재가 라이에 주민들의 일상생활을 방해하지 않는다는 점에서 성공적인 모형문화라고 하였다. 하지만 이러한 모형문화는 무대화라는 인위적인 여과과정을 거치면서 변형된 문화로 관광객들에게 전해지면서 문화의 고유성을 침해하는 부정적 영향을 처음으로 지적했다⁶⁾.

3) Swarbrooke, J., Sustainable Tourism Management, CABI Publishing, 1999, pp.308-315.

4) 스티븐 윌리엄스 저, 신용석·정선희 역, 「현대관광의 이론과 실제」, 도서출판 한울, 1999, pp.208-213.

5) 김희엽, “전통민속마을의 관광개발에 관한 연구”, 석사학위논문, 대구대학교 사회복지개발대학원, 2001. p.2.

하지만 실제문화와 모형문화는 부정적인 것만이 아니라 각 국가나 지역의 문화적 전통과 정체성 확립을 위한 하나의 방안으로 인식되어야 할 필요가 있다. 왜냐하면 전통문화가 과거부터 전승되어온 문화를 의미할 때, 문화적 전통은 과거로부터 현재까지 축적되어진 생활양식으로 현재 사회 환경 속에서도 유지되고 있는 문화를 의미하고, 한 문화적 정체성을 부여하는 것은 전통문화보다 문화적 전통이라고 할 수 있기 때문에 전통문화를 현대적으로 재해석하여 관광객의 흥미를 가질 수 있도록 전달하는 것은 문화의 상품화나 고유성을 상실하는 것 이라기보다는 문화적 정체성 확립을 위한 하나의 방안으로 인식할 필요성이 높다고 하겠다.

이러한 문화적 고유성이 국가나 지역의 문화관광에 있어 중요한 경쟁력 임에도 불구하고 관광객들의 문화적 고유성 지각과 선호에 대한 연구는 국내외적으로 미진한 상황이기에 문화적 고유성에 대한 체계적인 조명이 필요하다.

제2절 연구 목적



본 연구에서는 문화적 고유성에 대한 문헌연구와 관광객 지각과 선호에 대한 연구를 종합적으로 고찰하여 분석모형을 도출하고 이를 통해 실제로 실험집단이 문화적 고유성에 대해 어떻게 지각하고, 선호에 영향을 미치는지를 규명하는 것이 궁극적인 목적이다.

특히 본 연구에서의 중요한 문제는 실제문화와 모형문화가 공통적으로 포함하는 문화적 고유성을 형성하는 구성항목은 무엇인지, 그리고 문화적 고유성 구성항목에 대한 관광객들의 문화적 고유성 지각차이와 지각이 선호에 미치는 영향에 대한 분석을 통해 실제문화와 모형문화에 대한 관광객의 지각과 선호와의 관계를 밝힘으로써 향후 관광지 발전에 영향을 미칠 긍정적인 요인과 부정적인 요인을 살펴보고 이에 대한 대책을 제시하고자 한다.

문화적 고유성에 대한 본 연구는 섬이라는 독특한 지역문화를 지닌 제주도의 실제문화와 모형문화의 대상지로 제주도 성읍민속마을과 제주민속촌박물관을 선정하여 관광객들의 문화적 고유성 지각이 어떻게 다르게 나타나는지를 살펴보고, 문화적 고유성 지각이 관광객들의 선호에 영향을 미치는 요인은 무엇인지를 규명하고자 한다. 그리고 분석결과를 통해 얻을 수

6) 전경수, 「관광과 문화」, 일신사, 1994, pp.170-187.

7) 김진수, "문화적 고유성 인식이 관광체험에 미치는 영향", 박사학위논문, 한양대학교 대학원, 2002, p.57.

있는 시사점을 제시하고자 한다.

본 연구는 먼저 실제문화와 모형문화에 관한 이론적 정립을 시도하고, 관광객의 실제문화와 모형문화에 대한 지각 비교를 위해 '문화적 고유성(cultural authenticity)'의 개념을 도입하여 실제문화와 모형문화를 경험한 관광객의 문화적 고유성 지각을 비교하고, 문화적 고유성 지각과 선호와의 관계를 알아보는데 궁극적인 목적이 있다.

이러한 연구의 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 세부 목표를 갖는다.

첫째, 문화관광에 있어 실제문화와 모형문화에 관한 개념정립과 문화적 고유성에 대한 이론을 체계화하여 분석의 준거로 삼고자 한다.

둘째, 문화적 고유성 지각 측정을 위한 측정변수를 파악하고, 방문객이 실제문화와 모형문화에 있어 문화적 고유성 지각에 유의한 차이가 있는지를 규명하고자 한다.

셋째, 실제문화와 모형문화에 대한 관광객의 문화적 고유성 지각이 관광객 선호도에 미치는 영향을 규명하고자 한다.

넷째, 실증분석의 결과를 토대로 실제문화와 모형문화에 대한 관광객의 문화적 고유성 지각과 선호도를 평가하고자 한다.



제3절 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

본 연구에서는 고유성 측정에 관여하는 모든 속성을 다루기에는 한계가 있고, 선행연구가 거의 이루어지지 않아 Moscardo & Pearce⁸⁾의 연구에서 사용된 건축물, 전시/시범, 종업원, 전체 분위기의 4개 측정변수를 사용하여 고유성의 지각 정도를 측정하였다.

연구의 공간적 범위는 실제문화와 모형문화의 대표적인 형태인 민속마을과 박물관을 대상으로 정하였다. 본 연구에서는 독특한 섬 문화를 형성하고 있는 제주도 남제주군 표선면 성읍리와 표선리에 위치한 성읍민속마을과 제주민속촌박물관으로 연구 대상지로 선정하였다. 시간적

8) Moscardo, G. & P. Pearce, "Historic Theme Parks. An Australian Experience in Authenticity", *Annals of Tourism Research*, Vol.13, 1986, pp.467-479.

범위는 2003년 12월로 정하였고 조사대상은 현재 제주대학교에 재학 중인 주·야간 대학생들로 구성된 100명의 실험집단을 대상으로 조사하였다.

본 연구의 내용적 범위는 전체 5장으로 구성되었다.

제 1 장은 서론으로 문제제기를 통한 연구의 필요성과 연구의 목적, 연구의 범위와 방법으로 이루어졌다.

제 2 장은 연구의 이론적 배경으로 문화관광에 있어 고유성의 개념과 문화적 고유성을 중심으로 실제문화와 모형문화의 개념 체계화로 이루어 졌다. 문화관광과 문화적 고유성, 실제문화·모형문화에 관한 문헌적 연구를 통해 문화관광의 대두배경과 문화적 고유성에 대한 개념정립, 실제문화·모형문화의 개념을 체계화하였다. 또한 관광객 지각과 선호에 관한 문헌 연구를 통해 방문객 지각과 선호와의 관계를 파악하였다.

제 3 장은 실증연구의 설계로서 연구모형의 설계 및 가설 설정, 연구의 대상지와 대상 시기 그리고 설문지 구성과 조사방법 및 자료수집, 분석방법 등의 조사설계에 대하여 제시하였다.

제 4 장은 실증조사를 통하여 얻어진 자료의 분석결과와 관광객의 문화적 고유성 측정 결과를 제시하고, 결과에 대한 종합 및 문화적 고유성 측정변수와 선호와의 관계를 제시하였다.

제 5 장은 결론으로서 본 연구의 과정 및 결과를 종합적으로 요약하고, 연구의 한계성과 미래의 연구방향을 제시하였다.

2. 연구 방법

앞에서 제시한 연구의 목적을 효율적으로 달성하기 위해 본 연구에서 채택한 연구방법은 우선 탐색적 연구로 실제문화와 모형문화, 관광객 지각과 선호에 대한 문헌을 검토하여 이론을 고찰하는 한편 실증연구를 통한 설명적 연구를 병행하는데 다음과 같은 방법을 수행하였다.

첫째, 주요 연구기법으로는 문화적 고유성, 그리고 실제문화와 모형문화를 중심으로 문화관광에 대한 연구동향을 중점적으로 분석하였다.

둘째, 문화적 고유성 지각에 대한 이론적 고찰을 위하여 민속학, 문화인류학, 소비자 심리학, 경영학 등 관련 학문 분야의 문헌을 참고하는 다학제적 접근방법을 시도하였다.

셋째, 탐색적 조사연구를 통해 문화적 고유성과 실제문화·모형문화를 개념화하고 이 개념을 조작적으로 정의한 다음 문화적 고유성 지각측정에 대한 속성요인을 추출하여 이를 유형화하였다.

넷째, 설문조사의 타당성을 높이기 위하여 사전조사를 실시하여 응답자의 문제점을 파악하고 설문지의 내용을 일부 수정, 본 설문 시 발생 가능한 오류를 최대한 줄이도록 하였다.

다섯째, SPSS WIN 10.0 통계 패키지프로그램을 이용하여 수집된 실증자료를 과학적으로 분석하고 대안제시의 기본 정보로 활용하였다. 통계방법으로는 신뢰성분석, 요인분석, 분산분석, 회귀분석 등을 실시하였다.

본 연구의 특성상 제주도 남제주군 표선면에 위치한 성읍민속마을과 제주민속촌박물관 모두를 방문한 관광객을 대상으로 조사가 이루어져야 하나, 두 곳을 모두 방문한 관광객을 조사하기에는 제주도 관광상품 대부분의 관광루트가 두 곳 중 한 곳만을 방문하고, 시간적 제약 때문에 조사대상자를 선정하는데 한계가 있어 일정한 체계에 의해 현상을 관찰하고 정보를 획득하는 과학적 조사방법인 실험설계를 채택하였다.

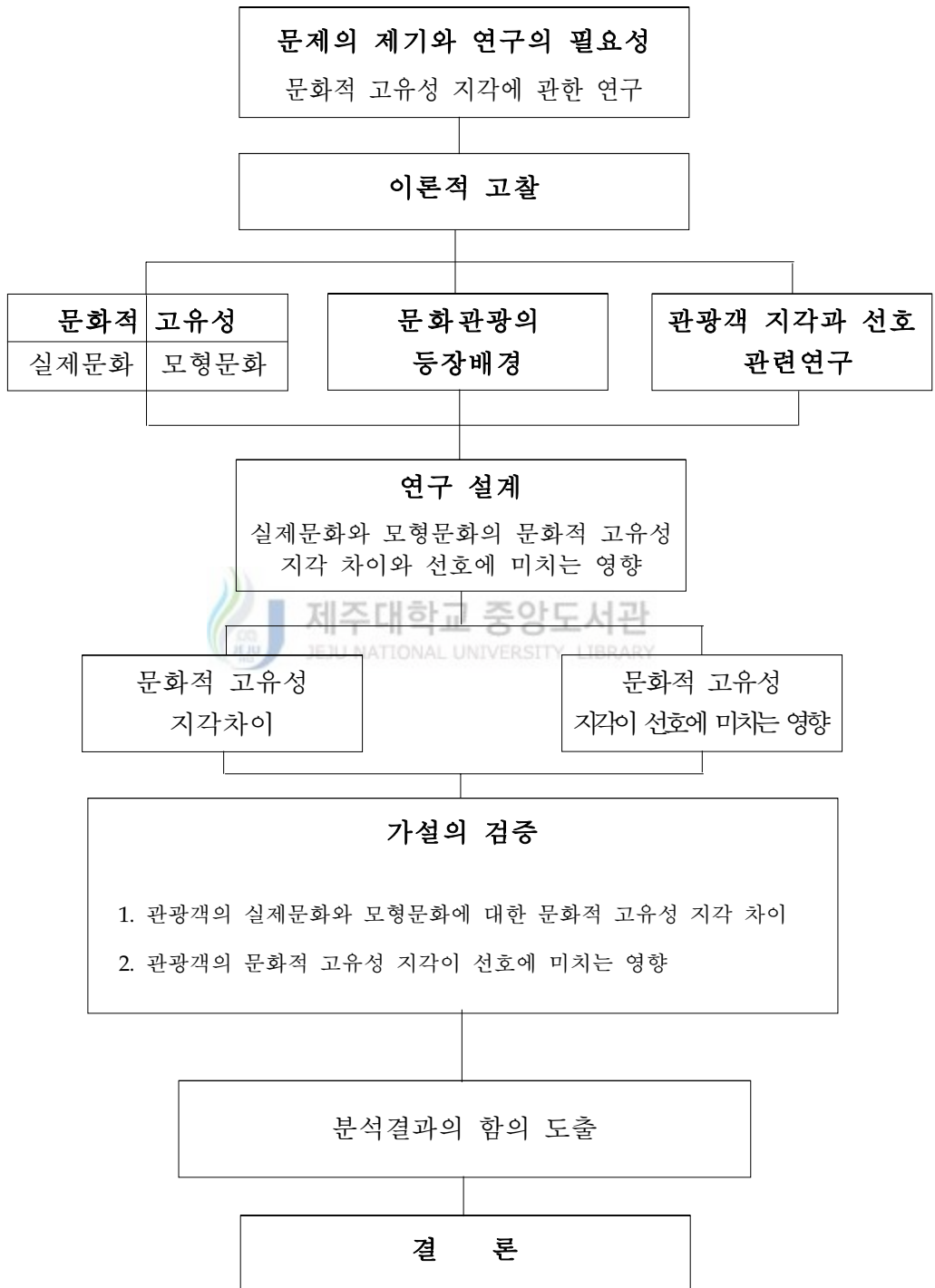
실험설계에는 실험과정에 대한 통제의 정도에 따라 원시실험설계(pre-experimental designs), 순수실험설계(true-experimental designs), 그리고 유사실험설계(quasi-experimental designs)등으로 나뉘어 진다.

본 연구에서는 유사실험설계에 속하는 2집단 사후측정 실험설계(nonequivalent control group posttest only design)를 채택하였다. 2집단 사후측정 실험설계를 택한 이유는 유사실험설계가 원시실험설계보다 풍부한 인과관계에 대한 결과를 제공해주기 때문이다. 또한 모든 실험단위를 완벽하게 랜덤화하지 못하는 경우에 사용될 수 있으며, 시간이나 비용이 적게 든다는 장점을 가지고 있기 때문이다⁹⁾.

하지만 2집단 사후측정 실험설계를 사용하면 집단이 무작위로 선정되지 않았기 때문에 표본의 편중이나 통계적 회귀와 같은 외생변수들의 효과를 제거할 수 없다. 그리고 2집단 사후측정 실험설계가 순수실험설계의 통제집단 사후실험설계보다는 실험결과에 타당성이 떨어지지만, 실제상황에서는 실험대상을 무작위로 추출하거나 피실험자를 통제된 실험상황으로 끌어들이기 곤란한 경우가 많으므로 이 방법이 널리 사용된다.

9) 이균희, 「사회과학연구방법론」, 범문사, 2001, pp.252.

[그림 1-1] 본 연구의 개념적 전개 틀



제2장 연구의 이론적 배경

제1절 문화관광에 대한 논의

1. 문화에 대한 관광분야에서의 논의과정

문화란 자연과 대립되는 개념으로서 인간이 자연 상태에서 벗어나 일정한 목적 또는 생활 이상을 실현하려는 활동과정 및 생활방식과 내용으로 물질적·정신적 소득의 총체를 의미한다¹⁰⁾. 이러한 문화는 자연환경에 의해 절대적인 영향을 받으며, 세계 각국은 이러한 자연환경에 따라 각기 독특한 문화경관과 생활모습을 소유하고 있다. 즉 환경에 적응해야 생존할 수 있으며 적응하는 모습·결과 그 자체가 독특한 문화와 생활모습을 창출하는 것이다.

Wissler는 문화란 “여러 사람들의 생활 방식”, 즉 인간의 생활양식 모두를 문화라고 정의하고 있으며, Herskovit는 “환경 중에서 인간이 만든 부분”으로 규정짓고 있다.

이러한 문화는 인간의 삶을 위한 방편으로서 생존방식 자체를 의미하며, 정신적·물질적 또는 정신과 물질의 혼합으로서, 지역에 따라 차별성을 보이고 있다. 따라서 문화의 근본은 사람이며, 사람이 가장 중요한 문화로서 움직이는 문화, 즉 살아있는 문화이다¹¹⁾.

21세기에 접어들어 세계관광은 문화유산관광(Heritage Tourism)의 붐이 예상되고, 물질적·양적 관광에서 정신적·심리적·문화적 욕구를 추구하는 경향이 나타나고 있다. 그리고 산업사회의 복잡한 일상으로부터 탈출한 관광객들은 일상생활에서 찾을 수 없는 전통사회의 아이덴티티(Identity)는 고유성을 찾는 관광객들의 욕구를 충족시킨다¹²⁾.

이는 물질문명의 가치가 감소되고 있는 가운데 관광에 의한 타문화와의 접촉을 통해서 기쁨을 얻고 인간성이 풍부해지는 연성관광의 도래를 말하고 있다. 이는 관광의 주요매력인

10) 김세천 외, 「문화로 보는 관광학」, 도서출판 소화, 2001, p.15.

11) 서태양(2002): 전계서, pp.21-22.

12) 송재호(2002): 전계서, pp. 11-13.

이문화체험이 세계관광에 주류를 형성하면서, 이를 통한 문화비교는 상대를 알고 자기를 이해하기 위함이다¹³⁾. 이처럼 최근 들어 대중의 관심이 증가되어지고 있는 문화관광의 정의는 학자들의 보는 시각에 따라 다음과 같이 다양하게 정의되고 있다.

문화관광은 사전적인 의미로는 '유적·유물·전통공예·예술 등이 보존되거나 스며있는 지역 또는 사람의 풍요로웠던 과거에 초점을 두고 관광하는 행위'로 정의되는데, 이에 따르면 문화관광이란 과거에 대한 탐구 이상이 아니라는 문제가 있다¹⁴⁾. 세계관광기구(WTO)가 내세운 문화관광의 정의로 협의의 의미로는 '연구여행, 예술, 문화여행, 축제와 문화행사 참여, 기념물과 유적지 방문, 자연·민속·예술연구 여행, 성지순례 등 본질적으로 문화적 동기부여에 의한 사람들의 이동'을 뜻한다고 했으며 광의의 의미로는 '개인의 문화수준을 향상시키고 새로운 지식, 경험, 만남을 증가시키는 등 인간의 다양한 욕구를 충족시킨다는 뜻에서 인간의 모든 행동을 포함하는 것이다'라고 하였다¹⁵⁾.

Tighe는 문화관광을 '사적유적, 역사적 건조물, 공예 및 박물관, 미술관 등의 시간예술, 무대예술을 보거나 경험하기 위한 여행'이라고 정의하고, '여행목적 가운데 여행지문화(향토 문화 혹은 특정한 민족문화를 경험하는 것 포함)박물관, 미술관 등이 그 기본이 된다고 하였다¹⁶⁾.

McIntosh와 Goledner는 '문화관광은 관광객들이 관광지 주민의 삶 또는 사상에 대한 방식 혹은 그 나라의 유산과 역사를 배우는 것과 관계된 여행의 총체이다. 즉, 문화관광객들은 다른 문화의 상품화 과정에 대해 배운다'라고 하였다. ITB(Irish Tourist Board)는 '문화관광은 관광객들이 유럽의 문화자원에 대한 한 개인이 이해를 증진시키기 위해 전적으로 또는 부분적으로 행하는 여행이라 하였으며, Smith는 문화관광은 지방색이나 그림과 같은 아름다움, 인간의 기억에 남아있는 생활양식·흔적 등을 관광대상으로 한 관광형태라 하였으며, Wood는 문화관광이란 관광객이 '이국적 문화환경 내지는 분위기' 즉, 문화를 관광대상으로 그것을 직접 체험하는 것을 목적으로 하는 관광형태라 하였다¹⁷⁾.

결국 문화관광은 어떤 하나의 단순한 유형이라는 측면보다는 인간의 정신과 물질세계 전반을 포함하는 총체적인 개념으로 인식되어야 하며, 지역 또는 국가의 발전을 도모할 수

13) 김진수(2002): 전제논문, p.1.

14) 김명자·이상열, "문화관광정책을 통해 본 민속의 위상", 「민속연구」, 10집, 2000, p.108.

15) 한국관광공사, 「국내문화행사 관광상품화 방안」, 한국관광공사, 1995, p.15.

16) 한국관광공사, "문화관광의 현재와 미래", 「관광정보」, 1992, 1-2월호, p.106.

17) 문병호, "한국 문화관광축제의 서비스품질에 관한 연구", 박사학위논문, 한양대학교대학원, 2000, p.9.

있는 의식의 토대가 되는 것이라 할 수 있다. 따라서 문화관광은 인간이 역사와 함께 과거·현재를 살아오면서 파생시킨 유·무형의 모든 문화적 현상·문화적 양식·문화적 상징 등 정신적·물질적인 모든 요소를 통해서 지식을 습득하고 개인적 만족을 느끼며 자기문화를 보존·전승하는 데 그 목적이 있다¹⁸⁾.

패러다임의 변화로 인한 관광을 바라보는 관점의 변화는 20세기 초반 서구 강대국이 아프리카 및 아시아를 식민지화하면서 무책임하고 지속가능하지 못한 관광을 실행한 것에서, 관광자체를 인간 본연의 기본적 활동으로 이해하고 관광을 미래세대의 욕구를 만족하게 하는 능력을 손상시키지 않으면서 현세대의 욕구를 만족시키는 관광으로 전환하게 된 것이다. 이런 관광의 변화를 문화관광을 중심으로 정리하면 <표 2-1>과 같이 정리될 수 있다.

<표 2-1> 문화관광에 대한 관광분야에서의 관점 변화

전통적 관광(Old Tourism)	형 태	문화 관광(New Tourism)
포디즘(fordist)	중심 담론	포스트 포디즘(post-fordist)
대량적(mass)	규모	개인적(individual)
패키지형 관광(package)	형태	개별적 관광(unpackaged, flexible)
Ss(Sea, Sun, Sand, Sex)	추구	Ts(travelling, trekking, trucking)
비사실적(unreal)	특징	사실적(real)
무책임적(irresponsible)	태도	책임적(responsible)
휴양·오락적(recreation), 우월적·지배적 시각(superiority)	관광객 행동 특징	모험적(adventurous), 이해적 시각(understanding)

자료: Martin Mowforth and Ian Munt, *Tourism and sustainability : New tourism in the Third World*, London and New York, 1998, pp.53-54. 참고하여 연구자 재구성.

이처럼 관광객의 다양한 욕구를 충족시키고 관광객의 만족도를 저하시키지 않는 대안관광의 형태로서 여러 가지 관광형태 중에 문화관광에 대한 관심이 증대되고 있고 각 국가나 각 국의 지방단체에서도 기존의 자연관광자원을 이용한 관광개발에서 탈피하여 문화를 관광자원의 중요한 요소로 생각하는 경향이 증대되고 있다. 이러한 문화관광의 성장은 후기 현대성

18) 홍창식, “전통민속마을의 문화관광상품화 방안에 관한 연구”, 석사학위논문, 경기대학교 대학원, 1996, pp50~51.

(late-modernity) 혹은 포스트 모더니티(post-modernity)로 호칭될 정도로 폭넓은 사회경제적 일련의 추세를 반영한 것이라 할 수 있다¹⁹⁾. 또한 최근의 관광패턴이 단순히 보고 즐기는 자연관광으로부터 몰랐던 지식을 얻고 색다른 체험을 할 수 있는 문화관광으로 바뀌어 감에 따라 문화유산을 관광자원으로 활용하는 방안에 대한 관심이 높아지고 있다. 이러한 변화에 의해 체험의 질과 다양성, 변화 등을 추구하는 관광객들에게 맞추어 고객 중심적인 접근이 언급되고 있는데 관광공급에 있어서 수요중심의 인식을 강조하고 있는 것이다.

이처럼 문화관광에 대한 관심이 증대된 요인을 경제적, 사회·문화적, 정책적의 3가지 측면에서 살펴보면 다음과 같다.

1) 경제적 측면

최근 들어 문화관광이 각광 받게 되는 있는 배경은 바로 문화에 대한 경제적·상업적 가치에 대한 중요성이 증대되기 시작하면서 관광분야에 있어서도 문화를 하나의 상품화하는 경향이 증가하기 시작하며 나타나게 된 것이다. 현대사회는 소비가 사회 전반적인 특성이 됨에 따라 소비형태가 생산형태에 영향을 미치게 된다. 관광객들이 점차 단순히 보고 즐기는 자연 관광으로부터 몰랐던 지식을 얻고 색다른 체험을 할 수 있는 문화관광을 추구하려하고 있다²⁰⁾.

문화산업은 음식, 교통, 숙박 그리고 예술이벤트 참여와 관련된 제 비용을 통해 다른 경제적 활동들을 발생시키고 있다²¹⁾. 관광은 경제적 영향은 내·외국인 관광객의 직·간접적인 소비, 이들의 여행경비, 관광지역에 미치는 다양한 승수효과를 가져온다. 이는 국가의 경제에 중요한 영향을 미치며 지역사회에도 마찬가지로 생산·소득·고용 및 부가가치 창출하며 수입의존도가 낮고 누수효과가 적은 산업으로, 그 중에서도 문화를 이용한 막대한 자본이 요구되지 않고 손쉽게 지역경제에 큰 도움이 되고 있는 사업으로 간주되고 있다²²⁾. 문화관광이 발달한 유럽의 경우에서 보면 경제재건의 수단으로서 문화산업에 접근하는 경향이 유럽 전역에 확산되고 있다.

19) Harvey, D., The Condition of Postmodernity, Basil blackwell, Oxford, 1989.

20) 김진수(2002): 전계논문, pp.1-2.

21) Greg Richard저·조명환 역: 「문화관광론」, 백산출판사, 2000, p.104.

22) 이웅규·김은희, 「관광과 문화」, 대왕사, 2002, p.187.

Bianchini는 문화관광이 문화정책의 주요 목표가 되고 있는 유럽의 도시에 두 가지 특별한 범주가 되고 있다고 주장하였다. 첫째는 '쇠퇴하는 도시들'이다. 이 도시들은 이미지 재건과 경제적 기반의 다양한 전략을 지원하는데 문화정책을 사용해 왔다. 이러한 도시들은 오랜 동안 기반이 되었던 제조업의 소멸과 동시에 도시도 쇠퇴하는 경험을 하게 된 것이다. 예술과 문화 프로젝트에 대한 새로운 투자는 많은 유럽 도시들의 외부적 이미지를 재현하는 수단이 되었다. 목표는 새로운 투자를 유치하고 서비스산업의 확대를 통해 물질적·환경적 재생을 시도하는 것이었고, 예술부분에서의 투자는 경제개발을 위해서는 중요한 촉진제였다

문화관광이 특히 중요시되는 도시에 대해 또 다른 영역으로는 '문화중심지(cultural capitals)들이다. 이러한 도시들은 주요 문화센터로 인식되지만 다른 유럽도시들과의 경쟁 때문에 문화적 하부구조에 집중 투자해 온 도시들이다. 그러한 도시들은 유럽연합에서 그들의 선도력을 유지하는데 투자하고 있다.²³⁾.

2) 사회·문화적 측면

문화관광에 대한 관심이 고조되는 원인을 사회·문화적 측면에서 살펴보면 한나라의 문화는 그 나라를 찾아오는 모든 관광객에게 관심의 대상이 되거나 표적이 되고, 관광이라는 문화적 체험은 그 나라의 정치·사회·문화·예술 등의 사회전반에 관한 폭넓은 식견과 상호이해의 바탕을 구축하는데 매우 유용한 수단이 되고 있다는 점에서 관광과 문화의 밀접한 상관성을 알아 볼 수 있다. 관광의 본질과 대상은 문화나 문물로서 본질적으로 문화권이 다른 사람들간의 광범위한 접촉을 의미하는 문화적 활동이다. 사회학적 의미에서 문화를 사람들과의 '만남'과 '상호작용'이라고 한다면, 관광의 본질은 문화행동(cultural behavior)과 문화접촉(cultural contact)이라고 할 수 있다. 한마디로 문화는 관광의 본질로서, 그리고 관광자체가 문화의 중요한 부분으로서 우리들에게 주는 의미는 매우 크다고 할 수 있다. 이와 같이 문화와 관광의 관계는 과거를 통해 현재를 이해하고 미래를 조명할 수 있다는 의미에서 사회문화 속에 내재한 전통성과 현대성간의 논쟁요소를 해소시킬 수 있는 적극적인 관계로 문화관광은 과거의 단순한 호기심이나 일상생활에서의 도피를 위한 물질적·양적인 차원에서 다양한 정신적·심리적·문화적 욕구를 추구하는 질적 차원의 관광객으로 전환되어지면서 21세기의 특징인 전통사회로의 회귀를 추구하는 현대인들에게 지극히 당연하고 바람직한 형태의 관광이며,

23) Greg Richard저·조명환 역(2000): 전계서, p.107-114.

미래에 가장 발전 가능성이 높은 관광형태로서 자리매김 할 것이다.

한 나라의 문화관광상품은 그 나라의 문화와 정신세계를 상징하는 매개체로서, 나아가 그 나라의 사회·문화의 가치체계와 이데올로기를 제시하는 역할을 한다고 할 수 있다.

3) 정책적 측면

1960년대 이후 관광과 문화소비에 대한 중요성의 증대는 문화의 민주화 그리고 관광과 여가 소비에 대한 관심증대로 인해 국가적 차원에서 문화관광은 고용 창출원으로서 인식되고 왔다. 그리고 경제성장과 사회적 불안정은 새로운 직업들을 창출하고 국가적 자부심을 회복하는 방법으로서 문화유산에 대한 관심을 증가시키도록 국가나 지역적 차원에서 촉구되고 있다. 문화관광이 발달한 유럽의 전역에서는 문화관광 관련 정책들이 다양하게 발전해 왔다.

문화와 관광은 황폐한 도시 내의 공공기능들의 재생과 다민족 공동체의 해방과 사회적 통합을 위한 수단으로서 도시들의 경제부흥을 위해 중요하게 인식되고 있는 만큼 문화와 관광관련 정책들은 각 지역의 도시정책의 주요과제로 부각되고 있다. 그러므로 관광과 문화 정책들은 경제개발전략차원에서 보다 많은 통합이 이루어지고 있고, 문화와 관광의 정의가 내려진 뒤 그들에게 주어진 새로운 경제적 역할까지도 포함하게 된다.

특히 문화관광정책은 지방이나 지역정책으로 도시의 경제적 재구조화하는 주요수단들 가운데 하나이다. 유럽의 도시들은 소비중심지에서 생산중심지로의 전환을 위한 각고의 노력을 기울여 오고 있으며, 문화는 도시 마케팅의 주요 수단이 되었다. 각 국가나 지역에서 문화시설들이 지역주민과 관광객들 모두에게 이득이 될 수 있다는 사실적 소득증대와 고용 기회 창출이 강조되어지면서 관광으로 인한 경제적 이익과 관광시장 점유율 제고를 위한 지역들 간의 경쟁적 환경이 창출되면서 문화관광의 중요성이 부각되기 시작하였다.

지역적 차원에서처럼, 유럽의 국가적 차원에서도 문화관광정책은 경제적 이익창출과 문화 지원이라는 두 가지 목적을 가지고 있다. 19세기 이후 문화는 국가의 정체성과 단결의 감정을 고조시키는 수단으로 이용되어 왔다. 그리고 국가적 문화관광정책들은 지역적 차원에서와 마찬가지로 더 많은 방문객들을 유치하여 더 많은 수입을 창출시켜야 하는 재정적 압력들 때문에 적극적으로 참여하게 되었다. 즉 문화관광을 보다 많은 수입을 발생시키는 수단으로 인식하여 왔다.

그리고 문화관광은 경제발전의 자극 이외에도 관광의 지역적 불균형을 없애기 위한 수단으로 인식되었고, 많은 지역과 국가적 관광정책설정의 계절성의 극복수단으로 이용되어오면서 그 중요성이 부각되어졌다²⁴⁾. 그리고 공공정책에 있어 문화적 목표와 경제적 목표의 결합은 문화관광의 성장을 자극했고 그것은 문화적 생산에 대한 고용창출, 수입 그리고 경제적 지지뿐만 아니라 방문객의 소비와 수용지역이나 국가 외부로부터의 투자유치의 이점을 제공한다.

2. 문화적 고유성에 대한 논의

앞에서 논의된 문화관광은 각 지역의 독특한 생활방식이나 전통문화를 체험하거나 지역문화를 잘 간직하고 있는 역사적 유물을 관람하는 행위로 정의될 수 있다. 다시말해 지역의 문화적 고유성이 문화관광의 중심요소라 할 수 있다.

고유성(authenticity)은 “장소의 인상”을 반영한다. 관광지에서의 관광경험은 그 범위가 한정되어 관광객이 존재하고 있다고 여기는 것은 서로 다른 많은 원천들로부터 얻어지는 것이다. 그리고 관광객들에게 제공되는 관광자원은 그 관광자원의 지각되어진 고유성으로 나타난다. 이처럼 고유한 관광자원의 개발은 지속가능한 개발 전략과 대안관광 형태에 보다 적합하다. 고유성은 현재 존재하는 것이 무엇인지를 제시해 주어서, 문화적, 역사적, 자연적 자원이 고유성을 설정해 주는 기초를 형성시킨다. 대부분의 모든 지역은 이미 어디로든지 재배치 될 수 없는 상당히 많은 장소에 위치해 있다. 그리고 그것들은 지역의 인상으로써 장소를 대표함으로써 관광객에게 관광자원을 지각하게 한다. 하지만 너무 많은 개발 혹은 너무 빠른 개발은 존재하는 것을 변화시키고, 고유성을 변화시키게 된다.

이러한 고유성의 문제를 국내에서 관광분야 연구의 화두로 논의된 사례는 흔하지 않다. 비교적 문학이나 철학분야에서 진정성이란 이름으로 언급되어지는 경우를 보게 된다²⁵⁾. 관광학에서 연구하는 문화관광에는 지역문화의 특징을 잘 나타내는 민속은 당연히 포함되어 있다. 문화관광을 연구하는 관광학자들은 기존의 민속학 연구자들의 이념적 목적으로 접근한 민속에 대한 인식을 그대로 받아들여 문화관광의 일환으로 민속관광의 개발방향에 대해 논의하고 있다. 관광학에서 연구하는 민속관광의 개발방향은 따라서 민속관광을 통하여

24) Greg Richards 저 · 조명환 역(2000): 전계서, pp.119-139.

25) 김진수(2002): 전계논문, p.10.

관광객들에게 민속의 본질을 교육시키며 이를 통하여 민속문화의 지속 및 발전에 기여하는 민속관광 정책 개발을 강조한다²⁶⁾. 인류학과 민속학의 연구목적과 이념이 관광학 연구 특히 문화관광 연구에 준 영향과 문제를 보다 구체적으로 살펴 볼 수 있는 것이 이른바 고유성에 대한 관광학자와 인류학자들의 생각이다.

고유성은 영어의 authenticity의 번역으로서 지역마다 존재하고 있는 문화의 특수성을 의미한다. 관광학자들이 고유성에 대한 관심은 지역문화를 연구하기 위하여 설정한 것이 아니고 관광객들이 지역문화에 관심을 갖는 이유를 분석하기 위하여 설정하였다. 이 용어를 처음 쓴 사람은 관광인류학자의 Dean MacCannell이다. 그는 관광인류학자로서 관광으로 인한 관광객과 관광지 사람들의 문화변화를 연구하였다. 특히 관광객의 문화를 심도있게 분석하였다. 그는 관광은 현대 하나의 종교적 의례로 간주하여 사람들이 관광행위를 하는 것은 탈 근대사회에서 현대인들이 자기 정체성 확보를 위한 의례며 관광객들은 순례자로 규정하였다. 그는 개인 중심의 현대사회에서 자기 정체성을 확보하기 위하여 전근대사회의 문화를 찾게 된다고 주장하였고, 전근대사회 문화 혹은 그 지역 문화를 느낄 수 있는 독특한 분위기를 그는 고유성이라고 규정하였다.²⁷⁾

이러한 지역문화의 특수성은 항상 변하고 있다. 다만 관광객들이 생각하는 고유성은 여러 가지 상황이 관광객들에게 준 영향에 의하여 형성된 것이다. 고유성이란 개념은 결국 인위적으로 형성된 민속촌 혹은 디즈니랜드와 같은 곳을 찾은 관광객 분석 혹은 유사한 놀이공원을 계획하거나 관광객의 유치전략으로 적용될 수 있는 개념이다.²⁸⁾

탁석산은 한국의 정체성 문제를 다루면서 고유라는 말과 관련하여 조지훈의 견해를 인용하고 있다. 첫째, 문화라든지 사상은 이동하고 복합되는 것이 본질이고, 그 이동하고 복합하는 가운데 이루어진 민족문화의 개성적 성격을 '고유'라고 한다. 그러므로 문화 또는 사상이란 것은 인류 일반의 생활과 사고방식의 민족 개성적 양식화란 뜻에서 의의가 있다. 둘째, '고유'라는 말은 문자 그대로 본디부터 있었다는 뜻은 아니다. 다른 것과 같으면서 다른 것과 구별되는, 다른 곳에서 다시 있을 수 없는 것을 '고유'라고 한다고 그는 밝히고 있다.

여기서는 사상에 있어 고유함을 논하는 장으로서, 이의 고유함은 본디부터 있는 사상이

26) 한상일, "한국 민속관광 개발의 방향", 「관광연구」 13집, 대한관광경영학회, 1999, pp. 1-25.

27) MacCannell, D.저·오상훈 역, 「관광객」, 일신사, 1994, pp.111-133.

28) 이상현, "민속학자의 교양여행 전통과 문화관광", 「민속연구」, 제10집, 2000, pp.5-36.

아니라 오늘 이렇게 개성적으로, 주체적으로 있게 된 사상이란 뜻이다. 이는 인류일반 사상의 한국적 존재양식 또는 한국민족의 같은 풍토적 환경에서 공동의 집단생활을 영위해오는 동안 공동으로 발견된, 사물에 대한 공동의 사고방식을 한국의 고유사상이라 부른다는 것이다. 탁석산은 이를 인용하면서 고유성은 시원의 문제가 아니라 개성의 문제이며, 그들만이 갖는 독특함, 개성이 바로 고유성이라고 보고 있다²⁹⁾.

이와 맥을 함께하는 논의로 손대현은 고유성의 여부는 어디까지나 상대적인 것이므로 비록 외래사상의 경우라 하더라도 그것을 자신의 생활에 맞추어 응용하고 창의적으로 변경·개조하면 즉 자기화의 특수요소가 있는지 없는지 그 여부에 있다고 보며, 만약 그것이 있다면 곧 '자국사상'이지 결코 타국사상일 수 없다는 것이다. 그 예로 마치 소가 풀을 먹고 자라지만 그 소고기는 결코 식물성 일 수 없는 것처럼 자국문화의 주변국에 동화되는 독창성을 들고 있다. 이와 같은 고유성의 분류에서 가장 넓은 영역을 차지하난 사회적 생성의 결과인 구성적 고유성에 포함된다³⁰⁾.

세계적으로 확산되고 있는 이 고유성의 문제는 앞에서 논의된 것만 보더라도 관광적 의미에서만 파악한다는 것은 무리이다. 이미 민족문화에 있어서 고유성을 고려한다는 것은 민족간의 생존을 건 정체성(identity)의 확보와 그것을 다른 국가 및 세계에 주장하는 민족문화의 고유성으로 나뉘어 진다.

고유성의 개념과 관련하여 N. Wang의 연구는 종합적으로 고찰되고 있음을 알 수 있다³¹⁾. 인류학자 Handler가 그의 연구에서 고유성의 거대한 참고로 박물관을 꼽고 있으며, 고유성은 '진정' 혹은 '거짓없는 상태'로, 이는 정태적 상황의 고유성이며³²⁾, 이 이후 이와 같은 연구의 비판적 인식의 대표적 연구가 N. Wang의 연구이다.

N. Wang은 기존의 전통적으로 분류되는 객관적 고유성과 구성적 고유성 이외에 실존주의 개념을 인용하고 있다. 여기서 객관적 고유성과 구성적 고유성은 대상과 관련된 고유성이며, 실존적 고유성은 활동과 관련된 고유성이다. 또한 실존적 고유성은 인간내적 고유성과 인간 상호간의 고유성으로도 분류하고 있는 것으로, 아래와 같은 개념은 현재까지의 고유성의 연구

29) 탁석산, 「한국의 정체성」, 책세상, 2001, pp.90-94.

30) 손대현, 「재미론」, 형설출판사, 2000.

31) Wang, N., "Rethinking Authenticity in Tourism Experience", *Annals of Tourism Research*, Vol.26, 1999, pp.349-397.

32) Handler, R., "Authenticity". *Anthropology Today*, Vol.2. No.1, 1986, pp.2-4.

중 가장 진일보한 것으로 보이는 N. Wang의 연구를 중심으로 정리되어진 것이다.

1) 객관적 고유성

이는 대상과 관련된 두 개의 고유성중의 하나로 여기에서의 고유성 체험은 오리지널의 고유성에 대한 인식론적 체험으로 볼 수 있다. 객관적 고유성은 박물관과 관련된 고유성으로, 관광객에 의해 인식되어질 대상의 고유성과 관련이 있다. 이는 관광한 대상의 고유성 인지에 기인하는 고유한 체험이다. 따라서 이는 고유성을 측정하는데 필요한 객관적이고 절대적인 영역이 존재한다. 그리고 관광자가 고유한 경험을 했다고 생각하더라도 실질적으로 만들어진 가짜라면 비고유성으로 판정되어질 수 있다.

객관적 고유성과 관련해서 대표적으로 언급되는 연구로서 문화상품화와 그에 따른 관광 체험의 동질화와 표준화를 비판한 Boorstin의 '가짜사건(pseudo-events)'개념과 MacCannell의 '무대화된 고유성(staged authenticity)'개념이 있다.

문화상품화 하에서 관광매력요소들은 조작된 것, 혹은 가짜 사건이고, 관광객들은 좀처럼 고유한 것을 좋아하지 않는다. 그래서 관광객들은 쉽게 속는다. 이는 관광객들은 이미지나 모방품, 원형처럼 걸칠한 것에 의해 지배받을 준비가 된 사람으로 본다. 이와 같은 Boorstin의 pseudo-event개념은 객관적 고유성개념을 내포한다. 그래서 이것이 원형의 고유성이며, 조작된 매력물들의 고유성을 통해서 이를 볼 수 없기 때문에 관광경험은 pseudo-event의 일종이라 본다³³⁾.

객관적 고유성과 관련해서 무대화된 고유성의 사례를 조명환은 다음과 같이 예시하고 있다. 마을 사람들은 마을 어귀에서 관광객을 위한 환영의례를 베푼다. 이와 달리 주제공원에서는 각 민족으로부터 고용된 사람들이 그 민족의 대표적인 건물에서 공식적인 공연을 관광객들로 하여금 보게 한다. 관광객은 공연자에게 정말로 소수민족 출신인지를 반드시 질문하게 된다. 본래의 마을을 방문하게 되면 진정한 민족문화를 접할 수 있지만, 주제공원이나 각종 팜플릿에서는 제시하고 있는 민족문화의 고유성정도가 약하다고 생각한다³⁴⁾.

위의 예에서 볼 수 있는 것은 '사실'과 '사실적 느낌'의 두 가지 경우이며, MacCannell이 본 '지식으로서의 고유성'과 '느낌으로서의 고유성'의 예가 될 수 있으며, 이는 또한 '체험의

33) Boorstin, D., The Image : A Guide to Pseudo-Events in America, New York, 1964.

34) 조명환, 「국제관광문화」, 백산출판사, 2000, pp.184-196.

고유성'과 '고유한 체험'으로 그 연구대상이 분리되기도 한다. 여기서 고유성의 정도는 근대화 상업화를 어느 정도 배제하고 있는가에 의해 결정되게 된다.

객관적 고유성이 민족관광의 경우 신기성 혹은 모험성을 불러일으키는 요인이지만 근대화 과정에서 이는 정도가 얽어져 가고 있으며, 이에 대한 보완책으로 관련 주제공원이 등장하며 진정한 민족문화를 견지하는 사례를 볼 수 있다. 즉 고유성은 항상 동태적으로 재구성되는 것으로, 관광에 있어서 창조된 전통과 같은 논의로 이어진다.

2) 구성적 고유성

대상을 객관적으로 측정 가능한 질적인 것에 의한 것이 아니고 사회적 생성의 결과이다. 여기서의 고유성은 내면적으로 가지고 있는 고유성이 아니고 관점, 신념, 전망, 권력에 의해 생성되어진다. 그래서 이 개념은 상대적이고, 협상 가능하며, 맥락적으로 정해진다. 이는 각자의 꿈, 정형화된 이미지, 관광대상에 대한 기대의 투사로 볼 수 있다. 이러한 관점에서 관광객들이 찾는 것은 상징적 고유성이다.

Urry는 포스트모던 사회에서는 관광도 하나의 소비되는 상품이 되기 때문에 후기 산업 사회의 소비상품의 특징처럼 시각화되며, 스펙터클화되는 경향이 있음을 지적하고, 관광객은 관광대상의 실체가 아닌 이미지와 기호, 상징을 소비할 뿐이라고 말한다³⁵⁾. 즉 현대사회에서 관광대상의 고유성문제는 역사적인 것이 아니고 시각적인 것이고, 만일 관광대상이 진짜처럼 보이면 그것은 정말 진짜가 되는 것이다.

구성주의자들 사이에서도 고유성에 관한 관점의 차이가 있다. 그 차이를 보면 다음과 같다.

첫째, 절대적 고유성을 가진 절대적이고, 정적인 진품이 존재하지 않는다는 것이다. 즉, 우리는 중간에 사회에 참여하였고, 문화는 항상 어떤 과정이라는 견해이다. 조명환³⁶⁾은 동태적 과정에서의 진정성을 이야기하면서 역사는 갱신되고 민족문화도 또한 전세계적인 흐름 가운데서 변화한다고 적고 있다.

둘째, 전통제안의 접근법으로 최초의 것 혹은 전통들은 현재의 필요성에 의해 스스로 창안 되어지고, 구성되어지며, 이들의 구성에는 권력과 사회적 과정이 관련되어있다.

35) Urry, J., The Tourist Gaze, London : Sage, 1990.

36) 조명환(2000): 전계서, p.194.

셋째, 고유성과 비고유성은 사물을 어떻게 보느냐 그리고 사물을 보는 시각과 해석의 결과이다. 고유성 체험은 대단히 다원론적이고, 정의하는 방식, 체험 그리고 고유성의 해석을 하는 각자의 방식에 따라 상대적이다. 이러한 맥락에서 Cohen은 만약에 단체관광객이 정서적으로 관광대상을 고유한 것을 체험했다면 그들의 관점이 그들의 방식에서 사실이며, 전문가들이 객관적 견해에서 반대적 시각을 보여도 관계없는 것이 된다고 했다³⁷⁾.

넷째, 방문자 자체 혹은 그들의 문화가 다르기 때문에 고유성은 관광객 송출사회 구성원에 의해 갖게 되는 전형적인 이미지나 기대에 의해 방문지 문화에 붙게 되는 상표이다. 여기서 Culler는 기호론적 견해로 이를 설명하고 있다. 즉 가장 일본다운 것은 표상되어진 것이고, 일본에 있으면서도 표상되어지지 않는 것은 이러한 견해로는 일본답지 않으며 따라서 불가치도 없는 것이라고 주장한다³⁸⁾. 그래서 고유성은 관광객 자신의 신념과 기대와 선호, 이미지, 여행대상에 대한 지각이 투영된 것이다. 관광객들의 고유한 체험은 특정지역의 원주민의 실체를 보고자함이 아니고 서구인의 의식의 投影에 있다. 즉 여행지 선택에 있어서도 아프리카의 기아선상의 비참한 모습보다는 허구적 상상 속의 문맹에 때문지 않은 천진난만한 원시적인 모습을 택하고자 한다³⁹⁾.

다섯째, 어떤 것이 처음에는 비고유적으로 혹은 인공적으로 시간의 흐름에 따라 '浮上하는 고유성'이다. 디즈니랜드나 디즈니월드와 같은 경우로 '현재'의 무한한 퇴각이 결국은 고유성이 일어나는 모든 것으로 만든다.

구성주의자들에 있어서 관광객들은 결국 고유성을 찾는 사람들이지만, 그들이 요구하는 것이 아니고 고유성의 표시 혹은 상징으로 인식되는 것이다. 구성적 고유성은 그곳을 떠나서는 거의 사실적 역할을 하지 못한다.

이와 같은 대상을 가지면서 의미의 확대로 고유성을 논의하는 새로운 한 방향으로 N. Wang은 고유성 해석의 포스트 모더니즘적 접근을 소개하고 있다⁴⁰⁾. 이 접근법은 단일의 통일된 그리고 잘 집적된 접근법은 아니다. 반면에 접근방법과 관점의 다양성을 인정한다.

37) Cohen, E., "Authenticity and Commoditization in Tourism" . *Annals of Tourism Research* Vol.15, pp.371-386.

38) Culler, J., "Semiotics of Tourism" . *American journal of Semiotics* 1, 1981, pp. 127-140.

39) Bruner, E., "Transformation of Self intourism" , *Annals of Tourism Research* Vol.18, 1991, pp.238-250.

40) Wang, N., op.cit., pp.349-397.

관광에 있어서 고유성과 관련하여 포스트 모더니즘적 접근법은 고유성의 새로운 해석이다. Boorstin과 MacCannell은 가짜사건 혹은 관광지에서 무대화된 고유성 등으로 비판적이었으나, 포스트모던 연구자들은 비고유성을 문제로 보지 않는다.

관광에 있어서 고유성의 문제와 관련하여 전형적인 포스트모던 입장을 나타내는 말로 ‘초현실(hyper reality)’이란 용어가 있다. 이는 전체적으로 고유성의 개념을 모방과 본질, 표식과 사실 사이의 경계를 깨뜨림을 통해 재해석하고 있다. 이 용어는 Baudrillard의 시뮬레이션 문화개념과 더불어 영향력을 발휘한다. 후기자본주의의 소비상품은 상품의 사용가치를 은폐하고 상품기호가 되는 광범위한 이미지의 상징적인 연상작용을 선택하게 되었다.

이러한 초현실의 전형적인 경우가 상상과 환상을 위해 태어난 디즈니랜드, 디즈니 월드에서 보여지고 있다. 여기서는 포스트모던 가상경험과 스펙터클 경험의 원형을 보여주며, 비교 대상이 되는 원형이 없기 때문에 사실 혹은 허위를 구별하는 것은 부적절하다. 이러한 포스트모던적 탈중심화 경향이 새로운 형태의 여행경험을 이룬다. 이와 함께 후기관광주의자들은 신빙성을 확인할 시간이 없으며, 단지 게임에 지나지 않는다고 보는 현대관광의 확실한 가상성격을 엿볼 수 있다.

위조와 사실사이의 다른 관계에 대해 언급하는 가짜의 세가지 역사적 순서가 있다는 주장도 있다. 첫째는 르네상스부터 산업혁명 초까지의 기간에 나타나는 위조이다. 두 번째는 산업화 시대로 무한기술의 발달에 따라 대상의 정확한 재생산이다. 세 번째는 현대로 시뮬레이션이다. 지금의 세계는 어떠한 비교대상도 존재하지 않으며, 진실과 거짓, 사실과 상상 같은 반박론적 과정은 없어졌다는 것이다. 오늘날의 세계는 원형과 기원, 사실적 비교대상을 인정치 않고, 규범의 원리체계만 인정하는 모의실험이다. 모의실험의 가장 대표적인 예로 디즈니랜드를 들고 있다. 디즈니에서는 가짜와 진짜의 구별이 없으며, 진짜가 가짜가 되기도 하고 그 반대의 경우도 발생한다. 디즈니의 계획은 사실과 허구의 병치이며, 사실과 허구의 경계선이 모호하다.

포스트 모더니즘적 접근에서 응용된 것은 인위적이고, 복제되고, 모방된 것에 대한 정당화이다. Wang의 연구에서 Cohen의 관광에 있어서의 인위적 매력물에 대한 지적을 매우 흥미롭게 보고 있다. 그에 따르면 포스트모던 관광객들은 원형의 고유성에는 덜 관심을 가진다고 한다. 그에 대한 이유를 두 가지로 본다. 첫째, 근대 관광객의 문화적 욕구가 고유성의 요구였다면, 포스트모던 관광객의 문화적 욕구는 ‘즐거움을 위한 유희적 추구’ 혹은 ‘표면의 미적 즐거움’이다. 둘째, 포스트모던 관광객은 파괴되기 쉬운 호스트커뮤니티에 대한 관광충격에 있어

더욱 유연해졌다. 따라서 원형에 대한 대안으로 나온 것이 무대화된 고유성이다.

하지만 이것은 관광산업의 장기적 생존을 위한 그 지역의 이미지와 지역사회에의 영향을 잘 이해하고 개발계획의 장기적 효과를 고려하는 측면이 강한 관광개발의 한 방편으로 보여진다. 무대화된 고유성은 문화적 경험에 바탕을 둔 관광 주객간의 사회적 관계를 유지하고, 목적지 사회의 문화적 보전측면을 동시에 고려하게 된다. 이 무대화된 고유성의 모형문화에 가장 성공적인 작품이 하와이의 폴리네시아문화센터이다. 그것은 실체가 아니라 모형이기 때문에 지역사회에 문화적변을 방지하면서 방문자로 하여금 무대위에 올려진 폴리네시아의 이국적인 생활측면들을 엿볼 수 있게 한다.

실질적으로 근대 기술이 비고유성을 더욱 고유성처럼 보이게 한다. 특히 테이프에 녹음된 반복적으로 틀어줌으로서 실질적으로 새가 우는 것보다 더 효과를 기대할 수 있다. 따라서 이러한 현대적 조건하에서 진정한 가짜 혹은 비고유성에 대한 요구가 정당화 될 수 있다.

3) 실존적 고유성

실존적 고유성은 존재론적 개념을 다루며, 논의의 역사가 비교적 오래된 철학적 내용을 다루고 있다. 이는 자신에게 진실한 존재로서 특별한 상태를 나타낸다. Wang은 이러한 고유성의 일시적 특징을 나타내는데 있어서 Brown의 연구를 인용하여 '쾌락적이고 좋은 시간'이란 말을 사용했다. 실존적 고유성은 대상물과 관계된 것과는 달리 관광대상이 사실이나 아니냐 하는 문제와는 관계없다. 환상적인 느낌이 실존적 고유성을 대단히 특징짓는 느낌이며, 상대적 개념으로서 일상 사회적 제약(법규, 의무, 노동윤리 등)으로부터 일정거리가 떨어져있는 곳에서 발생한다.

또한 Wang은 Daniel의 연구를 통해서 쿠바의 롬바춤의 사례를 인용하여 객관적 고유성과 실존적 고유성을 구분하고 있다. 만약 이 춤이 단지 둘러보는 관광대상으로 취급된다면 MacCannell이 말하는 객관적 고유성의 범주에 들 것이다. 즉, 이 고유성은 전통 롬바춤의 재현이나 아니냐하는 사실에 두게 된다. 하지만 이것이 관광활동의 한 종류로 바뀐다면 이 춤의 전통적인 것의 정확한 재현이나 하는 문제와는 거리가 멀어진다. 여기서는 전통춤에 새로운 요소가 가미되어지며, 이것은 MacCannell의 시각으로는 고유하지 못하고 변형된 것으로 보겠지만 독창적이고 카타르시스적 특징을 가져다 주는 실존적 고유성의 일면을 낳기도 한다. 분석적으로 말하면 실존적 고유성은 인간내부의 고유성과 인간사이의 고유성

으로 <표 2-2>와 같이 분리할 수 있다⁴¹⁾.

<표 2-2> 실존적 고유성의 분류

Intra-Personal	Bodily Feelings	Relaxation, Rehabilitation, Recreation, Entertainment, Play, Excitement
	Self-Marketing	몰입, 등산, 위험한 항해 (일상생활에서의 감각적 초월)
Inter-Personal	Family Ties	부모자식간의 관계
	Touristic Communitas	역치성

자료: 김진수(2002): 전계논문, p.17에서 인용.

3. 실제문화와 모형문화의 개념체계



1) 등장배경

오늘날 국제화 또는 세계화라는 구호가 범람하고 있는 가운데 점차 사회가 획일화된 사고로 바뀌어 짐에 따라 전통문화 단절이 가속화되어가고 있다. 관광부문에서는 시장경제의 원리에 의한 무분별한 관광개발이 이루어지면서 관광의 부정적 영향으로 인해 문화가 훼손되고 파괴되어 가고 있다. 경제적 측면에서의 경제적 불평등으로 인해 문화관광지 지역주민이 상대적 박탈감을 느끼고 자신들도 그곳에서 탈피하고 싶어하는 경향이 나타난다. 사회문화적인 영향으로는 사회적 비대칭성과 문화의 상품화로 인한 문화변동과 문화파괴 내지 문화말살현상이 나타났다. 이러한 현상은 멕시코에서의 통용되는 표현중 하나인 원주민 생활양식의 코카콜라화(cocacolaization)와 스페인 바스크 지역의 알라르데(Alarde) 축제의 상품화 등으로 볼 수 있다. 하지만 최근들어 관광객들은 점차 과거처럼 단순한 호기심이나 일상생활에서의 도피를 위하여 관광상품을 구입하는 물질적·양적 차원에서 다양한 정신적·심리적·문화적 욕구를 추구하는 질적 차원의 소비자로 전환되고 있다. 즉 최근의 국제관광추세가 색다른 생활방식

41) 김진수(2002): 전계논문, p.16.

이나 문물을 경험하는 문화적 요인에 두는 경향이 강해지고, 기술개발로 인한 상품수명주기의 단축 등으로 급변하는 관광객의 욕구에 대응하기 위해 국가나 지역의 문화를 보존·복원 하는데 관심을 갖기 시작하였다. 다시 말해 현대사회는 포스트모던(post-modern) 사회로 일괄포장·소비되고 있고, 생산보다는 소비가 지배적인 현상이 되었으며, 상품의 가치(Commodity)가 전 사회를 지배하게 되는 시대가 되었다⁴²⁾. 문화 또한 마찬가지로 하나의 상품으로 등장하면서 관광이 문화의 경제적 가치를 증가시키는 역할을 한다는 점과 문화적 자원에 대한 수요가 다양한 형태로 증가하고 있다. 이러한 다양한 문화관광수요를 충족시키기 위해서는 문화를 현대적으로 재해석하여 관광자원화 하는 것이 필요하고, 결국은 이러한 노력이 문화적 전통과 정체성 확립에 많은 기여를 할 수 있을 것으로 판단된다.

이러한 문화적 전통과 정체성 확립을 위한 방안으로 실제문화와 모형문화가 존재하고 있다. 실제문화와 모형문화를 대표하는 유형은 전통민속마을과 박물관으로 볼 수 있다.

실제문화로서 전통민속마을은 민속풍속과 생활문화가 비교적 잘 남아있고 자연경관이 수려한 우리 나라의 전통적인 마을로서⁴³⁾ 마을을 구성하는 요소들이 인위적으로 이루어지기 보다는 자연스럽게 계승·보존·유지 되어온 역사의 현장이다. 이러한 전통민속마을은 하나의 마을로서만 가치를 갖는 것이 아니라 민족의 전통적인 신앙, 민간전승, 가족생활, 각종 생활 도구 등 다양한 문화를 내포하고 있는 곳이기에 더욱 중요한 의의를 갖는다. 즉 전통민속 마을은 지역사회의 정체성을 정립할 수 있는 공간으로서, 조상의 생활문화가 훼손되지 않고 전승되어 온 유형·무형의 사회·문화적 요소가 결집되어 온 '살아있는 박물관'으로서 또는 '생동하는 삶의 현장'으로서의 역할을 지닌다⁴⁴⁾.

모형문화의 한 유형인 박물관에 대한 정의는 1964년에 결성된 국제박물관협회(ICOM) 현장에 잘 명시되어 있다. 이에 따르면 "인간과 인간 환경의 물질적인 증거를 수집·보존·연구·전달·전시하여 사회와 사회의 발전에 봉사할 수 있도록 대중에게 공개함으로써 연구·교육·위락에 이바지하는 비영리적이고 항구적인 시설"로서 박물관은 역사와 문화를 이해할 수 있는 중요한 관광자원으로서 존립하고 있다. 박물관은 인간 역사와 문화의 산 교육장이라고 곧잘 표현된다. 이는 박물관에서 조상의 발자취를 탐색하고 문화의 일면을 이해하면서 전승

42) 한국산업사회학회, 「사회학」, 도서출판 한울, 2000, p.79.

43) 한국관광공사, 1989, p.619

44) 김희엽(2001): 전개논문, pp.5-9.

할 수 있기 때문이다. 박물관의 전시물은 조상들의 삶의 소산이라는 점에서 살아 숨쉬는 역사성을 담은 교육 자료이고, 그 자료를 통해서 과거와 현대를 잇게 된다. 문화는 세대에서 세대로 전승되고 끊임없이 변화하면서 대부분 전승이 중단된 채 많은 변화를 거쳐 다른 것으로 대체되어 있다. 이러한 상황에서 박물관은 제한된 공간에 현재에는 사라지고 변화된 역사문화 자원을 집약하고 있다⁴⁵⁾.

전통문화가 과거부터 전승되어온 문화를 의미할 때, 문화적 전통은 과거로부터 현재까지 축적되어진 문화양식으로 현재 사회 환경 속에서도 유지되고 있는 문화를 의미하고, 한 문화적 정체성을 부여하는 것은 전통문화보다 문화적 전통이라고 할 수 있기 때문에 전통문화를 현대적으로 재해석하여 관광객의 흥미를 가질 수 있도록 전달하는 것은 문화의 상품화나 고유성을 상실하는 것 이라기보다는 문화적 정체성 확립을 위한 하나의 방안으로 인식할 필요성이 높다고 하겠다⁴⁶⁾.

2) 실제문화와 모형문화의 개념

실제문화는 동세대 내에 존재하거나, 한 세대에서 다음세대로 전승·전달되는 민족이나 집단의 사상·관습·기술·예술 등의 총체이거나 또는 어떤 특정한 시기에 특정한 민족이나 집단이 지니는 사상·관습·기술·예술 등의 총체를 의미한다. 이러한 실제문화는 구성하는 요소들이 인위적으로 이루어지기 보다는 예로부터의 자연스럽게 계승·보전·유지 되어온 역사의 현장이며, 전통문화 교육의 현장이라고 할 수 있다. 즉 역사적으로 그 시대의 민중의 전통이 계승·보존되고 있고 민족고유의 민속과 민중문화를 대변하는 곳이라 할 수 있다.

실제문화의 본질 및 기능은 다음과 같다.

첫째, 공유성과 상대성이다. 실제문화는 구성원들의 공통된 의견의 일치와 공유된 것이고 각각의 사회의 문화 간 차이에 의해 이문화가 기이해 보이는 문화의 상대성주의(cultural relativism)를 지닌다.

둘째, 학습성과 축적성이다. 실제문화는 후천적인 학습에 의해 이루어진 것이고 윗세대들에 의해 축적되어진 것이 전해지는 것이다.

45) 배영동, "박물관 관광의 의미와 역사·문화의 탐색적 이해", 「민속과 관광」, 민속연구 제10집, pp.38-58.

46) 김규호, "관광의 문화적 환경과 유교문화자원", 「관광학연구」, 제26권 제2호, 2002, pp.12-17.

셋째, 다양성과 가변성을 지닌다. 실제문화는 한 사회집단의 수많은 부분으로 구성된 것이고 시간이 흐름에 따라 변화되어 전해지는 것이다.

넷째, 상징성을 지닌다. 인간은 상징적 사고와 상징적 행동을 하는 심벌의 동물로서 인간 문화 자체가 상징성을 지닌다 할 수 있다⁴⁷⁾.

실제문화는 호스트가 관광을 통하여 근대화나 상품화가 진전되는 가운데, 그 상황을 수용하면서 고유의 문화를 강화하면서 재편성된다. 이와 같은 상황은 McKean(1989)이 발리의 연구사례에서 제시한 “문화적 착잡(Cultural involution)”이라고 하는 개념에 의하여 특징지어진다. 발리에서는 근대화나 상품화가 침투하면서 발리의 고유문화나 근대문명이 복잡하게 얽혀 균형된 사회적·문화적 상황을 나타내고 있다. 이런 상황이 “문화적 착잡”이다. 발리에 있어서 관광문화의 생성은 식민지시대로 거슬러 올라가는데, 이는 발리인 자신만의 창출이 아니라, 복잡한 과정을 거쳐 왔다. 그러나 현재 그 관광문화를 주체적으로 연출하는 것은 발리인 자신이다.

이와 같은 문화관광의 상품화와 고유성을 최적화시켜 문화적 착잡을 창출할 때, 성공사례에서 공통적으로 볼 수 있는 운영방법의 특징은 관광대상이 되는 호스트 자신이 외부에 대한 관광개발을 계기로 했다 하더라도 자기들의 문화나 정체성을 “주체적”으로 구성하여, 관광객에게 공개하고 있다는 것이다.

이는 “연출된 고유성”의 특징을 가지며, Cohen의 “잠재적 관광 공간(convert tourist space)에 적합한 것 같으나, 호스트가 게스트를 향하여 주체적으로 창출한다는 점에서 그것을 “현시적 관광 공간(emergent tourist space)”이라 할 수 있다.

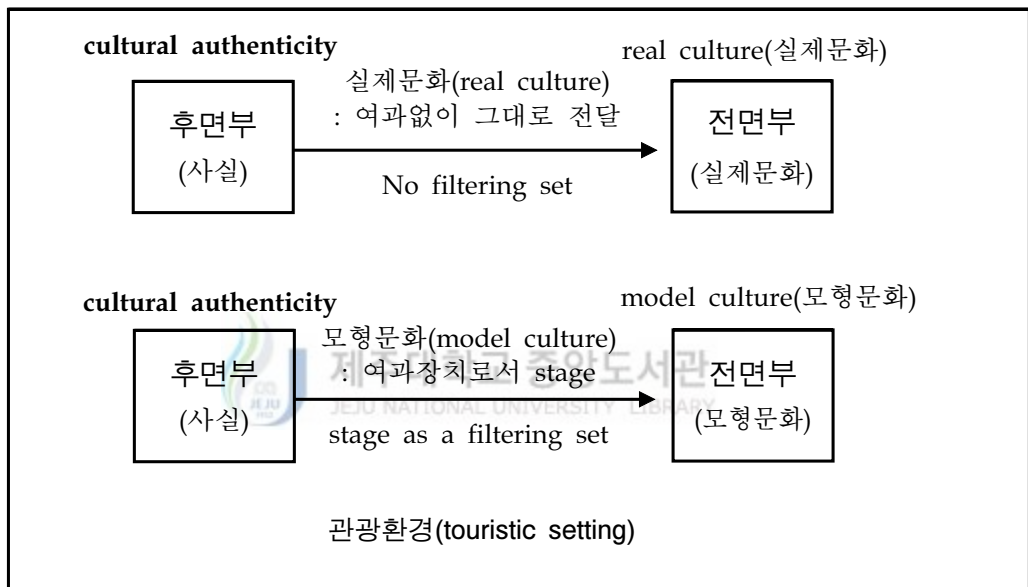
모형문화는 지역의 독특하고 고유한 문화를 무대화라는 문화적 여과기(cultural filter)를 통해 선별하여 관광객들로 하여금 최대한 잘 보여주고자 하는 하나의 문화관광 유형이다. 시간적 제약, 문화적 선호, 개인적 성향 등으로 말미암아 그 지역의 모든 문화를 다 보여줄 수 없기 때문에 일상성에서 벗어나 독특하고 특별한 것을 경험하고자 하는 관광객들에게 문화요소를 선정하는 보여주는 과정에서 하나의 “모조 문화(fake culture)”를 만들어 내는 것이다. 즉 관광을 통해 지역사회의 전통문화가 방해받지 않는다는 중요한 특징을 지닌다.

이러한 모형문화는 지역사회에 대한 고용기회의 제공과 재정적 지원 및 지역의 고유한

47) 이용규·김은희(2002), 전계서, pp.43-47.

전통문화와 문화자원을 생생한 모습으로 보존하는데 목적을 두는 “살아있는 박물관”으로서의 역할을 한다.⁴⁸⁾ 이 모형문화는 20세기의 기술적 진보에 의해 훼손되고 소멸되어지거나 이미 사라져버린 지역의 독특한 전통문화들을 재구성하려는 시도의 결과이다. 즉 전통적인 생활양식이나 예술형태들을 생생한 모습으로 보존함으로써 과거 존재했던 생활양식과 같은 전통문화를 한정된 역사적 측면에서 관광객들에게 보여주려는 의도가 모형문화의 목적이다.

[그림 2-1] 문화적 고유성으로 살펴본 실제문화와 모형문화의 개념



자료 : McCannel, D.저, (1979)·오상훈 역(1994), The Tourist : A New theory of The Leisure Class, 「관광객」, 1994, 일신사, pp.112~133. 참고하여 연구자 재구성

McCannel은 관광배경을 전면에서 후면으로의 하나의 연속선상을 6단계로 구분하였었다. 여기에서 McCannel은 모형문화에 대해 관광객의 만족과 전통문화의 복원이라는 목적을 달성하기위해 창조 또는 재창조라는 문화적 여과기를 거쳐 관광객들이 접하게 되는 무대화된 후면부, 즉 무대화된 고유성으로 표현하였다. 그리고 관광객들에게 진짜라고 간주되는 것이 사실은 실체의 구조에 바탕을 둔 하나의 공연일 수도 있다는 것이라고 하였다.

이러한 모형문화는 mass tourism으로부터 관광대상의 정체성과 문화를 보호하기 위한

48) Stanton, M. E.저·전경수 역, "The Polynesian Cultural Center : A Multiethnic Model of Seven Pacific Culture", 「관광과 문화」, 1994, 일신사, pp.169-187.

운영방법으로⁴⁹⁾, 이것은 관광객이 이해할 수 있도록 연출한 고유성을 설정하는 방법이며, Cohen의 “진정한 관광공간(over tourist space)” 상당한다.

PCC는 폴리네시아 문화의 보존을 목적으로 브리검 영 대학 하와이교가 1963년에 창설한 관광시설이며, 관광객들이 폴리네시아 문화를 체험할 수 있도록 주로 문화의 물질적 측면(주거 카누, 공예품 등)이나 연예(노래, 댄스 등)을 중심으로 구성되어 있다⁵⁰⁾. 이와 같은 문화는 현실로서가 아니라 모델로서 보이기 위하여 문화적 요소를 추출하여 만들어진 “모조문화(fake culture)”이며, 오늘날 폴리네시아 어느 섬에서 찾아볼 수 없는 것들이다⁵¹⁾. 이와 같이 관광목적에 모델화된 문화가 “모형문화”라 불리운다.

이러한 모형문화의 문화관광 상의 운영에 있어서도 중요한 것은 호스트가 주체적으로 그 “모형문화”의 구성에 참여한다는 전제이다. PCC의 경우에는 창설자인 브리검 영 대학이 문화보유자나 전문가의 자문을 받아가면서 모형문화를 구성하고 있다. Stanton에 의하면, PCC에서 모형문화를 연출하는 스텝은 자기들의 문화에 긍지를 가지고 있으며, 모형문화 연출에 대해서도 평가하고 있다고 한다⁵²⁾.

PCC의 성공에 의하여 모형문화에 의한 문화관광 운영은 전 세계적으로 주목되어 적용되기에 이르렀다. 금후 문화관광에 있어서 모형문화가 시사하는 이점은 많다. 특히, 물질적 측면의 전시에는 이 모형문화가 활용될 것으로 전망된다. 이것은 음악이나 무도의 현시적 진정성을 공개하는 장으로 유용한 것이다⁵³⁾.

그러나 모형문화에 대하여 문화의 “박물관화”의 문제가 명기되어야 한다. 현존의 문화는 항상 변화하는 것이며, 그것이 어느 시점에서 모형문화로서 관광객에게 제공되는 것은 박물관에 진열되는 “죽은” 문화와 마찬가지로, 당해 문화의 이미지를 고정화시켜버린다⁵⁴⁾. Stanton은 모형문화를 살아있는 박물관(living museum)이라고 부르고 있으나, 모형문화에서는 어떠한 현시적 진정성을 어떻게 드러내 보일 것인가 하는 것이 중대한 과제가 된다.

49) Stanton, M. E., “The Polynesian Cultural Center : A Multiethnic Model of Seven Pacific Culture” ; smith, V. L.(ed.), 1989, Host and Guest: the anthropology of tourism, 2nd edition, philadelphia: univ. of pennsylvania.

50) Ibid., p.254.

51) Ibid., p.252.

52) Ibid., p.258.

53) 安村 克己, 임주환 외 공역, 「지역발전의 접근과 지속가능한 관광」, 백산출판사, 2001, pp.111-120.

54) MacCannell, D., op.cit., p.388.

3) 실제문화와 모형문화의 유형과 역할

문화 관광지에 있어 고유성 차원의 논의 대상은 '존재양식에 따른 유형'이다. 제주민속촌 박물관이나 용인 한국민속촌처럼 인위적으로 과거를 무대화한 모형문화와 안동 하회마을이나 성읍민속마을처럼 전통적인 민속문화를 계승·유지하여 현재까지 존속되고 있는 실제문화로 구분할 수 있다. 이 중에서 실제문화는 고유성 차원에서 높은 가치를 두고 있음을 알 수 있다. 실제문화로서 전통민속마을은 하나의 마을로서만 가치를 지니는 것이 아니라 민족의 전통적인 신앙, 민간전승, 가족생활, 각종 생활도구 등 다양한 문화를 내포하는 것으로 보고 있다. 또한 유교적 생활문화와 주민단합을 위한 예술적 요소, 양반 상민의 역할분담 등 한국적 민속성을 잘 나타내고 있다⁵⁵⁾.

반면에 모형문화로서 민속촌을 묘사함에 있어서는 “민속촌을 논의할 때 용인 민속촌의 초가집이나 돌담, 주막집만을 생각하지만, 전통민속마을은 마을을 구성하는 이러한 요소들이 인위적으로 이루어지기보다는 예로부터 자연스럽게 계승·보전·유지 되어온 역사의 현장이며, 전통문화교육의 현장⁵⁶⁾”으로 표현함으로써, 민속촌은 천박함, 사실성의 결여, 교육적 대상으로서의 가치가 떨어짐을 암시하고 있다.

즉 실제문화로서 전통민속마을은 교육기회를 제공하고 문화관광의 대상이 되는 곳으로서 '살아있는 박물관' 또는 '생동하는 삶의 현장' 등으로, 생명력이 있는 것으로 표현된다. 반면에 모형문화로서 민속촌의 경우에는 '모조문화(fake culture)' 혹은 '모형문화(model culture)' 등 고유성이 없는 것을 나타내는 단어로 일관되며, 심지어는 '죽은 장터'와 같은 극단적인 표현까지 동원되고 있다.

이 같은 모형문화(model culture)를 나타내는 민속촌들은 세계적으로 다양한 예를 찾아 볼 수 있다. 그 예로 용인의 한국 민속촌, 제주의 제주민속촌박물관, 하와이의 Polynesian Cultural Center(PCC), 영국의 Black Country Living Museum, 말레이시아의 사와락, 태국의 농늑빌리지, 싱가포르의 당dynasty, 미국 캘리포니아 주의 Solvang 덴마크민속마을, LA의 El Pueblo De Los Angeles 등으로 이들은 과거 생활을 재현하거나 특정 시대상황을 연출하며 관광객들을 불러 모으고 있다⁵⁷⁾.

55) 홍창식(1996): 전계논문, pp.36-37.

56) 김희엽(2001): 전계논문, p.5.

57) 김진수(2002): 전계논문, p.52.

이러한 민속촌과 민속마을은 다음의 <표 2-3>과 같이 성격별로 재분류 할 수 있다.

<표 2-3> 민속촌·민속마을의 성격

유형	민속촌		민속마을
성격	모형문화	현실세계속의 모형문화	현실세계·실제문화
사례	한국민속촌, 제주민속촌 박물관	PCC	안동하회마을, 성읍민속마을
건설/지정목적	관광수입	관광수입	전통성의 유지·보전
고유성확보방법	전통의 재현·재창조	전통의 재현·연출	전통의 보전
기능	· 박물관 · 테마파크	· 박물관 · 테마파크 · 완충지대	· 박물관

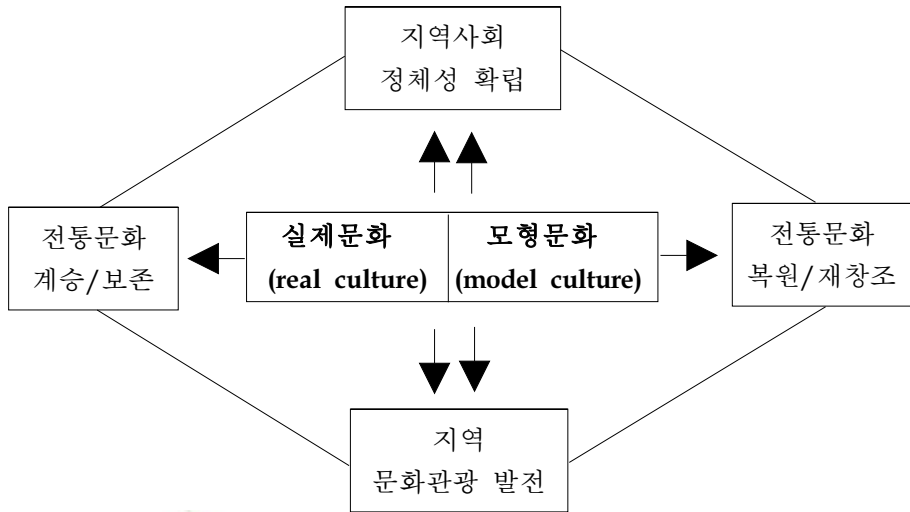
자료: 김진수(2002): 전개논문, p.53.에서 인용.

위의 <표 2-3>에서 나타난 바를 살펴보면 한국민속촌이나 제주민속촌 박물관, PCC 등 민속촌은 사업시설물로서 고유성의 확보가 관건이며, 이를 위해서는 전통적인 모습을 재현하거나 혹은 연출로서 그렇게 보이게 하는 것이다. 이러한 경우에는 관광객의 느낌의 문제로서 얼마나 정확한가에 대한 객관적인 답은 없다. 모형문화(model culture)의 특징이기도 하지만 관광객에게 오랫동안 매력을 지속시키기 위해서는 신비화마저 필요하다. 하지만 이러한 방법이 과해지면 사실을 왜곡하게 될 수 있는데, 이것은 또 하나의 새로운 사실을 낳게 되고 이것이란 부류의 고유성을 형성하게 된다. 이와 같은 대표적인 사례가 과거의 어떠한 역사적 사실에서도 그와 동일한 유형을 찾을 수 없는 디즈니의 공원사례이다.

반면에 전통민속마을은 삶의 한 현장으로서 고유성 확보, 혹은 전통의 보전과 같은 용어는 외부인의 시각과 가치에서 나온 말이다. 이곳이 건축학, 문화인류학, 민속학, 고고학 등 학술적 가치를 가지고, 전통문화 학습과 이문화적 체험의 장이 되기에 보전과 계승의 필요성이 있다는 것이다. 이러한 곳은 주민들의 생활상 그 자체가 고유성을 가지고 있는 곳으로서 관광지화에 따른 여러 가지 폐해가 고유성 확보와 상치되는 부분이다.

이러한 실제문화와 모형문화의 역할은 다음의 [그림 2-2]와 같이 나타난다.

[그림 2-2] 실제문화와 모형문화의 역할



자료: 홍창식(1996): 전개논문, pp.140-141 참고하여 연구자 재작성.

첫째, 실제문화와 모형문화는 지역의 전통문화를 계승하고 보존하고 사라지거나 훼손된 전통문화를 복원하고 재창조하는 역할을 하여야 한다.

둘째, 실제문화와 모형문화는 지역사회의 정체성을 정립할 수 있는 공간이 되어야 한다. 이를 위해서 타지역과 비교되고 특화될 수 있는 문화를 보존·유지·계승할 수 있는 기반이 되어야 한다.

셋째, 실제문화와 모형문화는 문화적 고유성을 찾는 관광객들의 욕구를 충족시켜 지역의 독특한 문화를 이용해 지역의 문화관광 발전에 이바지해야 한다.

다시 말해, 실제문화와 모형문화는 지역의 독특한 문화를 보존하고 재창조하여 전통문화를 유지하면서 다양해지는 관광수요에 대응하여 지역의 문화관광 발전에 이바지해야 하는 역할을 지니고 있다.

4. 관광과 고유성의 관계

고유성은 일반적 의미에 있어서는 Handler의 정의에서 처럼 ‘거짓없는 상태’ 혹은 ‘진정’으로서⁵⁸⁾ 최근에 나온 일본에서의 연구⁵⁹⁾를 보면 비교적 이러한 정의를 따르고 있다. 하지만 이처럼 객관적 사실에 근거한 것은 박물관의 전시품 혹은 전통적으로 전해져오는 문화유산 등에 한정됨으로서 그 범위에 있어서 한계를 보이고 있다.

최근의 고유성관련 연구를 보면 과학기술의 발달, 역사적 고증, 상상에 의한 창출에 이르기 까지 관련 대상으로 보며, 그 기준은 개성적 성격을 중시하고, 객관적 고유성에서 강조하는 ‘오리지널’에 한정되지 않는 것을 볼 수 있다. 즉 고유성의 개념에서 언급했던 것처럼 ‘고유’는 ‘오리지널’에 해당하는 본디부터 있었다는 뜻이 아니라 다른 것과 같으면서 다른 것과 구별되는, 다른 곳에서 다시 있을 수 없는 것으로 보는 탁석산⁶⁰⁾의 정의는 고유성과 관련하여 관광대상에서 논의되는 기존의 연구와 맥을 같이하고 있다.

관광분야에서는 MacCannell의 언급 이후 비교적 빈번한 논의가 이루어졌다. MacCannell은 Goffman의 연구에 더하여 무대화된 고유성이라는 개념을 전개하고 있다. 이것은 주객간의 사회적 관계에서 전면(관광중심지)과 후면(지역주민주거지)간의 연속체 선상에서 중간유형의 지리적 공간을 고유성에 가깝게 연출함으로써 관광객들로 하여금 진짜인 것처럼 느끼게 하는 것이다. 여기서 관광의 대상이 되는 것으로 고유성 논의의 주요 과제는 Wang의 분류에서 보면 구성적 고유성이다. 이는 복원된 고유성 혹은 유사하게 느껴지도록 만들어진 모형으로서 현대과학기술에 의해 무한히 그 범위를 넓혀갈 수 있으며, 오리지널에 접근할 수도 있다.

문화관광에 있어서 관광대상인 문화는 의미의 세계로서 관광여행자체를 상징으로 본다. 앞서도 언급되었지만 구성주의자들에게 있어서 관광객들은 고유성을 찾는 사람들이지만, 그들이 요구하는 것은 객관적 고유성이 아니고, 사회적 생성의 결과인 구성적 고유성이다. 즉, 이들이 경험하는 대상은 진품 혹은 사실에 입각한 고유성을 갖고 있는 것이 아니라 고유성의 표시 혹은 상징으로 인식되는 것이다.

구성적 고유성과 함께 대상에 대한 인식의 새로운 형태로 포스트모더니즘적 견지의 후기

58) Handler, R., op.cit., pp.2-4.

59) 安村 克己, 임주환 외 공역(2001): 전계서.

60) 탁석산(2001): 전계서, p.91.

관광주의자가 보는 시각이 있다. 이는 주로 Urry의 견해로 후기관광주의자들은 신빙성을 확인할 시간이 없으며, 단지 게임에 지나지 않는다고 보며, 시물레이션화된 현대관광의 가상 성격을 볼 수 있다⁶¹⁾.

따라서 현대관광, 특히 문화관광에 있어서는 구성적 고유성이 대상이 되며, 포스트모더니즘 경향과 함께 '실재의 이미지로의 변형'도 관광대상의 뚜렷한 한 양상이다⁶²⁾.

<표 2-4> 관광체험에 있어 대상에 따른 고유성의 분류

대상과 관련된 고유성	활동과 관련된 고유성
<p>객관적 고유성 -진품의 고유성에 관한 언급이며, 고유한 체험은 진품의 고유성에 대한 '인식론적 체험'</p>	<p>실존적 고유성 -관광활동에 의해 활성화되는 존재의 잠재적 실존상태. 관광에서의 고유한 체험은 관광의 한계적 과정 속에서 활성화된 실존적 상태를 얻기 위함이다.</p>
<p>구성적 고유성 -관광객 혹은 관광공급자에 의해 환상, 기대, 선호, 신념, 권력 등이 투영된 관광대상에서의 고유성 -동일한 대상에서도 여러 차원의 고유성이 있으며, 새롭게 생성가능. 따라서 관광대상의 고유성은 상징적 고유성</p>	

자료: 김진수(2002): 전계논문, p.18.에서 인용.

61) 김진수(2002): 전계논문, p.18.

62) 마이클페더스톤, 「포스트모더니즘과 소비문화」, 현대미학사, 1999.

제2절 관광객 지각과 선호에 대한 논의

1. 관광객 지각

지각(perception)은 입력된 정보를 처리하는 일련의 과정으로서 “여러 감각기관을 통해 두뇌로 유입된 자극을 개인의 주관적 기준으로 해석하고 이해하는 과정”으로 정의할 수 있다⁶³).

마케팅 관점에서 보면 제품이나 서비스 그 자체는 본질적인 의미를 갖고 있는 것은 아니다. 제품이란 소비자가 자신의 욕구를 충족시킬 목적으로 지각(perception)될 때 그 의미가 부여된다. 그러나 각 개인의 지각 형성에 영향을 미치는 제품의 물리적 특성은 개인의 환경적 관계와 내적 상황이 다르기 때문에 같은 제품이라도 소비자에게 다르게 지각된다. 손대현과 장병권의 제시에 의하면 개인의 지각은 그의 욕구, 경험, 학습, 개성, 신념, 동기, 관여, 기억 등의 개인적 요소가 복합적으로 작용하여 외적 자극을 선택적으로 수용하여 형성된다.

따라서 지각(perception)은 특정한 감각기관이 포착한 환경과 자극을 언어적인 의미로 전환시켜 의미 있는 정보로 바꿔 활용하면서 지각의 세계를 형성해 가는 과정이다⁶⁴). 관광행동에 있어서 지각은 활동적이면서 선택적으로 지각과정을 거치게 된다⁶⁵). 관광객의 지각은 자신에게 있어서 관광대상에 대해 의미를 부여하기 위하여 정보를 획득하려고 노력하고, 지각된 자극(stimulus)을 선택하고, 주의(attention)를 기울이며, 표현(representation) 및 범주화(categorization)하여 지각적 구조 관계 속에서 관광대상에 대한 총체적인 인상(total impression)을 형성한다는 점에서 중요하다⁶⁶).

관광학 분야에서 지각연구는 관광을 인간행동으로서 사람들에게 인지시키는데 치중해 왔다. 그러나 관광을 대규모의 환경 속에서 인간이 행하는 총체적인 현상으로 파악하고 있는 현시점에서는 이웃, 가족, 관광지, 관광매력 등을 포함한 삶의 모든 부분에서 적용될 수 있는 환경적 지각(environmental perception)과 타인의 지각을 형식적으로 지칭하는 사회적

63) 황용철, 「전략적 응용과 소비자행동론」, 제주대학교 출판부, 1998, p.170.

64) 손대현·장병권 역, 「레저관광심리학」, 백산출판사, 2002, pp.41-62.

65) 손대현, 「사회심리학」, 박영사, pp.55-56.

66) 손대현: 전제서, pp.22-24.

(social perception)에 중점을 두어야 할 것으로 여겨진다. 환경적 지각은 관광객이 느끼는 관광지의 심미적 분위기, 이미지 및 질로써 관광 후 만족과 관련시켜 볼 때 중요하며, 그리고 관광지 개발 계획, 관광지 선호도에도 밀접한 관계를 유지하고 있다⁶⁷⁾. 또한 사회적 지각은 사회적 접촉상황으로 인한 경험 즉, 관광객과 지역 주민과의 접촉과 관광객의 주변에 있는 모든 사회 구성원들 간의 상호관계를 이해하고, 이들 간의 관찰을 통해 관광객과 주민의 동기, 의지, 개성 등을 추론할 수 있다는 것이다.

관광객의 관광지에 대한 지각분석에서 D. Masterson은 첫째, 어떤 관광경험과 추구하는 속성이 관광객 집단을 가장 효율적으로 구분하는가? 둘째, 이러한 속성들을 바탕으로 관광지나 관광관련 기업이 어떻게 포지셔닝을 했는가? 셋째, 이러한 속성들에 관련해서 경쟁자들이 어떻게 포지셔닝을 했는가? 넷째, 경쟁자들과 비교하여 해당 관광지와 관광관련 기업이 포지셔닝을 했는가? 다섯째, 어떻게 속성들을 조합함으로써 관광객들이 운하는 바에 따라 시장세분화를 할 수 있고 어떻게 함으로써 속성들의 조합을 가장 적절한 관광서비스를 표적 시장에 제공할 수 있는가? 라고 지각의 필요성을 제시하고 있다⁶⁸⁾.

관광지의 선택은 관광객의 지각에 의해 결정되는데, 특히 관광상품이나 관광지는 무형성이 강하므로 관광 전에 지각을 측정한다는 것은 문제시된다. 이런 관광상품의 특성상 관광객의 지각을 파악하는 것은 일시적이고, 조작적인 성격을 띠는 경우가 많다는 것을 인식해야 한다⁶⁹⁾. 따라서 관광지를 선택하기 전에 관광객이 갖고 있는 속성에 대한 지각상태 즉 기대수준을 연구하여야 한다. 이런 기대상태는 관광경험 후에 긍정적으로나 부정적으로 신념이 강화되거나 변화의 과정 속에서 새로운 형태의 내적인 지각형태를 만들어 내기 때문이다.

따라서 관광지의 선택은 관광객들에게 달려 있듯이 어떻게 지각하고 있는지를 파악하여 관광촉진을 통한 관광객이 지각된 측면과 관광경험후의 달성하고자 하는 만족측면으로 나누어서 미래의 관광환경변화에 따른 관광객의 욕구변화에 대한 예측은 물론 신중을 기해야 한다. 또한 관광지에 대한 관광객의 지각은 여러 가지 편익(benefit)이나 속성(attributes)을 고려해야

67) Frigen, D., Dimension of Tourism, Michigan:Education Institute Books, 1991, pp.38-40.

68) Ibid., p.30.

69) Masterson, D., "What Business Are We In?", In Carole A.C ongram and Margaret L.Fridmand (eds), the AMA Handbook of Marketing for the Service Industries, (USA:AMACOM), pp.25-38.; 표성수, "관광지계획을 위한 자기인식과정", 경기대학교 부설 여가산업연구소, 여가생활연구, 1993, pp42-53.

할 필요가 있는데 이러한 속성들은 객관적으로 실재하는 것이 아니라 주관적으로 지각하는 것이다. 그러므로 관광지는 관광객들의 지각과정에 소구(appeal)할 수 있는 상품, 가격, 촉진 전략 등 마케팅 믹스전략 등의 여러 가지 정보를 획득하여 관광객에게 대안적 관광지를 차별화해야 한다. 이러한 마케팅 믹스전략을 통해 관광객은 자신의 평가기준에 맞추어 신념이 형성되고, 이것이 관광객의 지각체계내에 자리잡게 되면 관광지의 평가기준이 된다⁷⁰⁾.

지각은 우리가 주변세계를 이해하는 과정으로 간주할 수 있다. 우리는 대상, 사건(event), 그리고 행동을 지각한다. 일단 머릿속에 인상이 형성되면, 그것은 다른 인상과 결합되어 개개인에게 어떤 면에서 의미가 있는 형태로 조직화되어진다. 그러나 지각과정은 즉각적으로 일어나기도 하지만 단순한 것이 아니다. 어떠한 두 사람도 이 세상을 똑같이 보지 않는다. 그리고 두 사람이 함께 동시에 보더라도 다르게 보거나 해석을 달리 할 수 있다⁷¹⁾. 이는 이러한 자극을 조직화하고 이해하는 방법이 각 개인의 욕구, 가치 등에 기초한 매우 개인적인 과정에 의존⁷²⁾하기 때문이다. 다시 말하여, 지각은 특정한 감각기관이 포착한 환경과 자극을 언어적인 의미로 전환시켜 의미 있는 정보로 바꿔 활용하면서 감각의 세계를 형성해 가는 과정이다⁷³⁾. 예컨대, 관광지·속성·광고 등은 자극이다. 이러한 자극은 인간내부의 감각적 수용자인 기관에 의해 수용된다.

관광마케터에게 있어서 지각은 특별한 관심의 대상인데⁷⁴⁾, 왜냐하면 지각은 자기의 서비스와 촉진노력으로 여행자의 의중에 형성된 「총체적 인상(total impression)」을 내포하고, 이러한 총체적 인상에 대한 지각도를 작성함으로써 시장구조의 파악과 효율적인 포지셔닝 전략을 수립할 수 있기 때문이다.

좀더 구체적으로 말하자면 ① 매출과 이익을 극대화시킬 수 있는 시장위치의 결정, ② 소비자 만족수준의 개선 및 매출·이익을 증대시키기 위한 제품, 서비스 믹스의 수정·보완, ③ 경쟁업체에 의해 충족되지 않고 있는 욕구, 즉 시장기호의 발견과 새로운 제품, 서비스믹스의 개발 등⁷⁵⁾의 과업을 성공적으로 달성할 수 있다는 점이다⁷⁶⁾. 총체적 인상은 관광객의 항공기

70) 전정아, "관광지 지각과 선호에 관한 실증적 연구", 석사학위논문, 세종대학교대학원, 1995, pp.18-21.

71) 손대현·장병권(2002): 전게서, p.43.

72) 서성한, 「소비자행동론」, 박영사, 1990, p.203.

73) 손대현: 전게서, pp.55-56.

74) 손대현·장병권(2002): 전게서, p.43

75) Robert D. Reid, *Hospitality Marketing Management*, New York : Van Nostrand Reinhold,

색상, 로마시대 도로의 소음, 숙박요금이 써있는 싸인 등에 대한 의식뿐만 아니라 그 의식이 바뀌거나 해석되는 방법까지도 포함하고 있다⁷⁷⁾.

이 분야의 대표적인 연구는 V. J. Stettlre의 연구에서 찾아볼 수 있다. 그는 커피 또는 스카치 위스키의 맛과 특징을 눈과 귀를 통해 전달된 모양, 색상, 디자인 그리고 포장을 통해서 지도화할 가능성을 지적했다. 그의 연구는 최근 R. N. Shepard와 A. K. Romney, 그리고 S. B. Nelove의 연구에서 다차원 척도(multidimensional scaling) 접근방법에 의하여 실현, 측정 가능성이 있음이 밝혀졌다.

지각에 대한 다양한 선행연구 과정을 거쳐, 인간의 감각양식에 대한 마케팅상의 연구는 개인보다 많은 소비자의 관심을 갖게 되었다. 즉, 표적시장을 구성하는 소비자라 할지라도 그들이 생각하고 있는 제품·속성에 대한 개념은 개개인이 다를 수 있으며 시장을 대상으로 연구하기 위하여 소비자에 대한 가정이 필요하였다. 첫째, 소비자의 지각과정은 제품이 갖고 있는 속성을 나타내기 위해 충분한 평가차원에서 공간상 표시할 수 있다는 가정은 Coombs, Doehlert, Thurs-tone, Torgeson에 의해 이루어졌으며 둘째, 전체시장을 대상으로 하기 위하여 인간은 인간능력의 한계 때문에 많은 요소를 동시에 고려하기 보다는 자신에 중요한 몇가지 속성에 의해 대상을 평가한다는 가정은 Carroll, Cliff, Tucker에 의해 많은 연구가 이루어졌다. 특히 이 분야에 대하여 소비자행동의 지각적 차원에서 연구분석을 다차원척도 접근방법으로 상용화시킨 사람은 P.E. Green과 F.J. Carmone이다⁷⁸⁾.

2. 관광객 선호

어떤 대상물에 대한 개인의 정서적 판단의 기초가 되어 그것에 대하여 좋거나 나쁜 감정을 가지게 되는데, 사람들은 일반적으로 대상, 사람, 혹은 상황에 대하여 호의적 또는 비호의적으로 반응하는 경향을 가지고 있다⁷⁹⁾.

그러므로 관광객이 어느 관광 목적지에 대해서 호의적인 태도를 갖고 있다는 것은 관광지에

1989, pp.109-113.

76) 이선희, 「관광마케팅개론」, 대명사, 1993, p.289.

77) 손대현·장병권(2002): 전개서, p.43.

78) 이애주, “관광지 선택행동에 관한 연구”, 박사학위논문, 세종대학교대학원, 1988, pp.57-59.

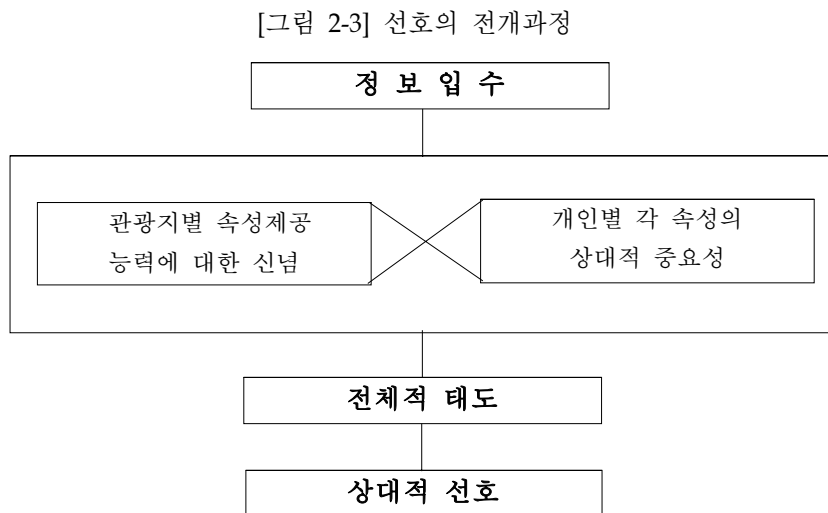
79) 손대현·장병권(2002): 전개서, pp.222.

대한 호의적인 지각과 선호가 형성되어 있다는 것을 의미하므로 관광객은 그 관광지를 방문하고자 하는 행동욕구를 가지게 된다. 따라서 관광지에 대한 선호도는 각 관광지에 관련된 여러 관광지 속성들에 대해서 관광객들이 가지고 있는 태도의 결과라고 하겠다.

선호도에 대한 분석은 지각공간이 존재하는 가정에서 이루어질 수 있으며, Rao는 시간과 비용의 제한점이 없다는 가정 하에서 이상점(ideal product point)이 가장 잘 표시된다는 사실을 알게 되었다. 그러므로 선호도 분석은 이상점 위치를 지각공간상 표시하는데 있으며 이러한 사실은 경영진에게 마케팅상 관광객의 욕구충족의 정보, 즉 어떤 관광지를 선호하는데 대한 정보를 제공해준다. 관광객들은 그들의 선호하는 대상에 따라 다르게 행동한다는 사실에 따라 마케터는 표적시장에게 그들이 원하는 혜택 혹은 속성을 제고하는 노력을 하게 된다.

관광객은 관광지의 속성을 지각하게 되면 선호나 의향을 낳게 되어 관광지 선택에 직접적인 영향을 미치게 된다. 또한 관광객은 특정관광지에 대하여 추구하는 편익의 중요성이 다르기 때문에 대안적 관광지를 고려할 때 어느 정도의 편익을 얻을 수 있는 곳을 선호하므로 관광지의 속성과 선호의 관계는 중요하다.

E. J. Mayo와 L. P. Jarvis는 관광지의 매력속성과 관광객의 속성지각을 통해 관광객의 욕구 충족을 [그림 2-3]과 같이 선호의 전개과정으로 개념적 구조를 제시하였다.



자료 : Mayo, E. J. & Jarvis, L. P., The Psychology of Leisure Travel, Boston: CBI Publishing, 1981, p.197.

[그림 2-3]에서 볼 수 있듯이 관광지가 제공하는 관광속성 즉 매력요소와 관광객이 상대적으로 중요시 평가하는 것에 따라 관광객의 선유경향이 생기고 이에 따라 대안적 관광지에 대한 상대적 선호가 형성됨을 파악할 수 있다.

위의 이론적 개념에서 볼 때, 관광객의 관광지 속성의 지각과 선호도의 중요함을 인식할 수 있다. 따라서 관광지 매력성은 관광활동을 참여하는 동안에 관광객이 느끼는 관광지의 pull-factor라고 하겠다. 이러한 이론은 관광지의 선택에 관광객이 선호하는 속성이 무엇이며, 기대하고 지각하는 속성이 무엇인지를 파악하여 관광지의 매력성을 조사하고, 관광지의 이미지를 제고시키고, 관광지를 차별화 하는데 중요하다.

3. 관광객 지각과 선호의 관계

1964년 Lucas는 미국과 캐나다의 국경에 있는 자연보호 구역에서 행락을 위하여 방문하는 사람들과 관리담당자를 대상으로 이 지역에 대한 인지를 조사한 결과 사람들이 자연상태의 황무지로 생각하는 범위에는 명확한 차이가 있으며 이 격차가 사람들의 행락목적과 밀접한 관계가 있음을 밝혔다⁸⁰⁾. Lucas의 인지에 관한 고전적 연구 이후 관광자원과 시설들에 관한 이용자와 관리자의 인지측정 및 이용자들의 행태에 관한 연구 그리고 여가·행락활동에 관한 연구들이 행하여졌다.

이들 지리적 인지, 선호 및 행태의 연구는 대체로 인지 또는 행태의 범요소, 구조를 보다 구체적인 형태로 파악함과 동시에 그 형성원리와 변화과정을 내용으로 하고 있으며 인지와 선호의 구성요소에 대한 고찰 및 평가를 측정하여 이들과 개인의 요구 및 가치체계와의 관계를 규명하고 있다.

이처럼 관광객들이 관광지를 선택함에 있어서는 개념적인 체계를 거치게 된다. 이 체계는 관광지의 속성과 관광객에 의해서 지각된 관광지의 속성 양자간의 비교 과정을 거쳐, 호의적인 관광지와 비호의적인 관광지로 평가하는 관광객의 태도로 구성되어진다.

이러한 개념적 체계에 따라 관광지 선택과정을 이해할 수 있다. 즉 관광객 지각의 흐름에

80) Lucas, R.C., 1964, "Wilderness perception and use : The example of the boundary Waters Canoe Area", *Nature Resource Journal*, 3, 1964, pp.394-411.

따른 관광지 선택은 관광지에 대한 관광객의 태도에 의해서 영향을 받으며, 관광지에 대한 관광객의 태도는 관광지 속성의 중요도와 그 속성에 대하여 관광객이 어떻게 지각하느냐에 따라 선택대상이 결정된다. 다시 말하면, 관광지 선택은 관광객의 환경이 갖는 영향에 의해 관광객의 지각과정에서 인식이 되면, 이 같은 지각은 선호도를 형성하게 되고, 선호도는 선택행동으로 유도된다.

4. 지각과 고유성의 관계

관광행동에 영향을 미치는 내적 심리요인(internal psychological factors)중 지각(perception)은 각 개인이 좀더 의미있는 세상을 만들기 위해 정보를 선택, 조직, 해석하는 과정이다. 인간은 視·嗅·聽·觸·味覺 등을 가지고 있으며 이를 통해 세상의 사물과 사건을 알게 된다. 감각기관에의 자극은 감각(sensation)을 초래하며 그러한 감각의 해석을 지각 혹은 인식이라 한다. 개인에게 있어서 현실이란 단순히 개인의 욕구·가치·경험 등에 근거를 둔 개인적 현상이다. 즉, 어떤 객관적 현실이 아니라 자신의 지각을 기초로 하여 행동하고 외부의 자극에 반응을 보인다. 여기서 지각에 주목할 점은 '사실 그대로의 세계'가 아니라 '그렇게 여기는 대로'의 주관적 세계인 것이다⁸¹⁾.

소비자만족의 연구에서는 실제적 제품성과(actual product performance)와 지각된 제품성과(perceived product performance)로 나뉘어지고 있다. 여기서 '실제적'이라 함은 객관적인 부분을 말하며, '지각된'은 소비자들이 주관적으로 지각한 것이다. 여기서 문제는 실제와 지각사이에 차이가 있을 수 있는 것이다. 고유성의 연구대상도 지각된 것과 관련이 있다.

자극→감각기관→지각의 과정에 관련된 개념을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 자극이란 감각기관을 자극시켜 유기체에 영향을 미치는 물리적 에너지로서 온갖 빛·소리·열 등이 그것이다. 지각이란 '우리가 우리주위 세계를 보는 방법'이라고 할 수 있다. 즉, 개인이 자극물을 선택·조직화·해석하여 의미있고 조리있는 세계의 참모습으로 전환하는 과정이다. 여기서 지각을 고유성과 관련하여 굳이 논함은 이것이 자극을 객관적으로 받아들이는 감각과는 다르다는 점이다. 지각은 감각기관을 통해 들어온 자극물을 개인이 지닌 가치·경험·욕구

81) 한경수, 「관광객 행동론」, 형설출판사, 1997.

등에 입각하여 의미있는 것으로 조직화하는 기능을 수행한다는 점이다.

지각의 주관적이고 유동적인 특성을 잘 말해주는 연구로 김남조 등은 혼잡지각에 대한 연구에서 Graefe와 Shelby의 연구를 예를 들면서 지각은 방문객이 가진 사회적 규범에 영향을 받고⁸²⁾, Gramann과 Burge의 연구에서는 개인적 특성보다는 물리적 여건에 더 영향을 받는다고 소개하고 있다.

박석희의 연구에서는 영국 방문자들의 지각수준의 차이가 방문자들의 취향과 사전 지식정도의 차이에 기인한다는 연구가설을 검증한 바가 있다. 여기에서 방문자의 지각수준의 차이가 방문자의 취향의 차이에 기인한다는 가설은 채택되고, 방문자의 지각수준의 차이가 방문자의 사전 지식정도의 차이에 기인한다는 가설은 부분적으로 채택된바 있다. 따라서 방문자의 지각수준이 개인의 취향에 따라 영향을 받으며, 사전 지식정도에 따라서도 어느 정도 영향을 받는 것으로 볼 수 있다⁸³⁾.

지각이 개인적 특성(동기·욕구·라이프스타일·과거의 경험·성격·지각스타일 등)에 많은 영향을 받는다는 연구결과가 많은 가운데 한경수는 지각에 영향을 미치는 요인을 다음과 같이 분류하고 있다. 첫째, 기대이다. 일반적으로 보기를 기대하는 것만을 보게 된다. 어떤 것에 대한 기대는 과거의 경험·친숙감 혹은 조건화된 것에 의해 결정된다. 둘째, 동기와 관련된 것으로 사람들이 필요하거나 원하는 것만을 지각하려는 경향이 있다. 욕구가 강할수록 그것과는 무관한 자극을 무시하게 된다. 즉, 배고픈 사람은 음식점 간판에 대해 주의가 높아지며 성적 욕구를 강하게 지닌 사람은 이성이나 상징물에 주의를 기울인다. 셋째, 자극에 대한 자세와 태도로서, 지금까지 경험한 것이 기초가 되어 자극에 대한 특별한 자세나 태도가 형성되어 이것과 동일한 종류의 자극이나 유사한 자극은 다른 것보다 더 잘 인식된다는 것이다⁸⁴⁾.

이와 대별되는 것으로 대상의 특성에 따른 지각의 차이를 볼 수 있다. 마케팅에서 중시되는 내용으로 그 선택의 기초가 되는 몇 가지 조건을 보면 자극의 강도, 자극의 신기성, 자극의 반복 등이 있다. 여기서 고유성 개념과 연결해서 볼 수 있는 내용이 신기성 개념인데, 이는 과거 경험과 현재의 현실에 대한 인식상의 차이로서 설명될 수 있다. 이 연구에서 보면 인지

82) 김남조의, "사회적 수용력의 혼잡기대, 혼잡지각, 만족의 관계에 관한 연구", 「관광학연구」, 제24권 제1호, 2000, pp.243-257.

83) 박석희, "세종대왕릉 방문자의 지각수준 분석", 「관광학연구」, 제18권 제2호, 1996, pp.117-137.

84) 한경수(1997): 전게서, p.282.

되는 신기성의 정도는 그 자극원에 따라 달라지기도 하며, 신기성과 친숙성을 양극으로 하는 연속체로 표현될 수 있다. 이 연속체는 시간의 경과를 물론 자극인지의 주체인 개인의 경험적 요소에 의해 결정된다. 즉 어떤 자극을 접해왔던 기간이나 그 자극이 얼마나 새로운 것인가에 의해 신기성이 결정 된다⁸⁵⁾. 친숙함이나 낯익음 같은 경험의 산물로서 오래 접해온 자극일수록 그 신기성은 줄어들게 마련이다.

이와 같은 신기성 논의를 놓고 볼 때 국내의 관광대상에 대한 지각에 있어서 내국인과 외국인의 지각정도는 차이가 있을 것이란 사실도 추측할 수 있다. 관광객은 자신의 욕구 및 관심사에 관계가 있는 자극에는 주의를 기울인다는 선택적 주의(selective attention)가 있다. 관광객 혹은 일반 상품의 소비자들이 자기의 욕구를 충족시켜 줄 제품이나 서비스의 광고는 눈여겨보겠지만 그렇지 못한 경우에는 무시한다는 것이다. 이문화적 체험에 있어서 관광대상지의 고유성은 방문횟수나 가지고 있는 정보에 따라 신기성의 정도가 다르므로 거기에 대해 갖게 되는 욕구의 정도도 따라서 달라지게 된다.



제주대학교 중앙도서관
제3절 고유성 및 관광객 지각과 선호에 관한 연구동향

1. 고유성에 대한 선행연구

고유성 개념을 처음으로 관광에서 최초로 그리고 주로 사용한 사람이 MacCannell이다. 모든 관광객은 관광체험을 함에 있어서 진짜를 의미하는 고유성을 추구한다는 것이 그의 주장이다. 그에 의하면 관광지의 시설물들은 주로 관광객의 고유성 목표를 성취하지 못하도록 하고 있는 것으로 보고 있다. 그는 Goffman에 의해 개발된 전·후면부 이론을 세분화시켜 6개 지역으로 나누었다.

85) 이태희, "관광객의 신기성 욕구수준에 따른 관광목적지 선호도차이에 관한 연구", 「관광학 연구」, 제22권 제1호, 1998, pp.9-20.

- 1단계 : 고프만의 전면부
- 2단계 : 후면부처럼 장식된 관광객용 전면부
- 3단계 : 전체가 후면부처럼 보이도록 된 전면부
- 4단계 : 외부인에게 개방된 후면부
- 5단계 : 외부인에게 비교적 제한된 후면부
- 6단계 : 고프만의 후면부

여기서 2단계부터 5단계까지는 관광객을 위해 만들어진 공간으로, 그 체험에 있어서 무대화된 고유성이란 말이 언급된다. 여기서 Stage2에서 5사이의 확실한 구별은 어렵다.

MacCannell의 주장이 있는 후 오랜 기간 많은 인용은 있었지만 고유성의 상호작용이나 연출에 대한 실증적 연구는 없었다. 이후 Cohen에 의해서 그의 연구가 더욱 정교히 발전되었다. Cohen은 MacCannell이 장면에 있어 관광객의 인상을 무시한 반면 그는 관광객의 상황인식에 대해 강조점을 더했다. 이는 Goffman의 전면부·후면부 이론과 유사한 것으로 받은 인상이 진짜와 같은지, 연출된 것인지 이다. 이는 상황의 특성이 진짜와 연출된 두 종류에서 받은 인상이 앞의 둘 중 어느 것인가 하는 것으로 관광객들에게 4종류의 상황이 발생하게 된다. 즉, 아래 <표 2-5>와 같이 도식화 할 수 있다.

<표 2-5> 관광객의 상황유형

구 분		장면에 대한 관광객의 인상	
		실제 (real)	무대화 (staged)
장면의 본질	실제 (real)	A. 고유성	C. 고유성의 부정 무대화된 것으로 의심
	무대화 (staged)	B. 무대화된 고유성 연출된 공간을 인식못함	D. 고유성의 부재 연출된 공간으로 인식

자료 : Cohen, E.(1977). Toward a Sociology of International Tourism, *Social Research* Vol.39(1). 연구자 재작성.

- A. 고유성의 경우는 관광객의 수용은 물론 객관적으로도 진짜인데, 관광공간의 바깥이며 고유성을 추구하는 관광객이 가는 곳임.
- B. 연출된 고유성은 MacCannell이 주장한 상황인데, 관광객은 무대화된 면을 눈치채지 못함.
- C. 객관적으로 진짜이나 관광객은 이를 부인함.
- D. 창안된 것은 무대화된 시설이며 관광객도 이를 안다⁸⁶⁾.

MacCannell과 Cohen의 연구에서는 공간인식에 비중을 두고 있으며, 관광시설물에서 사람과의 관계를 통해 고유성을 체험할 수 있다는 가능성에 대해 이들은 인정하지 않는다. 고유성 모델에서 인간에 기초한 카테고리의 개발 필요성은 Pearce 와 Caltabiano(1983)의 연구에서 나타난다. 즉 고유성은 상황적 체험, 인간에 기초한 체험, 혹은 다른 요소들과의 상호작용에서도 얻어질 수 있는 것이다⁸⁷⁾.

이와 같은 체험을 Pearce & Moscardo는 고유성과 관련된 관광체험 장면을 다음과 같이 네 가지 형태로 나눈다.

- ① 고유한 환경에서 고유한 사람들, 즉 후면부 지역에서 후면부 사람
- ② 비고유한 환경에서 고유한 사람들, 즉 전면부 지역에서 후면부 사람
- ③ 비고유한 환경에서 비고유한 사람, 즉 전면부 지역에서 전면부 사람
- ④ 고유한 환경에서 비고유한 사람, 즉 후면부 지역에서 전면부 사람

여기에 후면부 사람, 전면부 사람, 후면부 지역, 전면부 지역, 기타 위의 개념이 통하지 않는 상황의 아홉가지 관광체험으로 분류하고 있다⁸⁸⁾.

여기서 Cohen의 언급처럼 고유성의 정확한 지각이란 보증하기 어려운 문제이다. 체험의 고유성 지각은 관광자 만족에 미치는 중요한 변수이다. 이러한 맥락에서 관련이 있는 변수는 고유성의 관광객 선호도 변수이다. 이는 일부 관광객에게서 나타나는 현상으로 어떤 선택된 관광상황이 연출되었다는 특성을 깨달았을 때 실망한다고 MacCannell은 지적하고 있다. 따라서 관광자의 휴가체험에서 만족 하느냐의 여부는 관광환경의 특성, 그 환경에 대한 관광자 지각 그리고 관광자의 고유성에 대한 요구나 선호도를 종합적으로 고려할 필요가 있다. 예를 들면 환경의 연출된 특성을 지각하고도 체험을 즐긴다면

86) 조명환(2000): 전게서, p.191.

87) Pearce. P. & Caltabiano. M., "Inferring Travel Motivation from Traveler's Experience", *Journal of Travel Research* Vol.12 No.2, 1983, pp.16-20.

88) Pearce. P. & Moscardo. G., "The Concept of Authenticity in Tourist Experiences", *ANZJS* Vol.22, No.1, 1986, pp.121-132.

고유성에 대한 그의 선호도는 낮은 것이다. 그 외에 이와 관련된 가능성은 고유성에 대한 선호도가 높거나 낮을 수 있는데, 이에 관계없이 장면의 연출된 특성을 이해하지 못하는 경우가 있고, 고유성에 대한 선호도가 높으면서 체험을 정확히 고유한 것으로 지각하는 경우이다. 그리고 긍정적 체험과 부정적 체험을 함께 있어서 고유성과 무관한 경우로, 이는 식사, 쇼핑, 도박, 여타활동에 의해 만족하는 경우이다. Pearce & Moscardo의 연구에서는 동기에 따른 시장 세분화와 그에 따른 공급자적 대응의 연구 필요성이 뒤따른다.

McIntosh와 Prentice의 연구에서는 영국관광객이 문화유산관광지 방문을 통하여 고유성을 어떻게 확인하는지를 밝히고 있다. 대영제국시대를 테마로 한 3곳의 관광지를 방문한 1200명의 관광자를 대상으로 그들의 지각된 고유성의 다양성에 중점을 두었으며, 그것을 통해 환경과의 상호작용에서 체험의 특징을 감정적이라 하며, 감정적 과정의 중요성을 밝히고 있다. 즉 문화관광체험은 역사적 정확성에 기초를 둔 지식보다는 정서적이고 인식적인 편익이 더 고려되어야 할 점으로 나타내고 있다. 즉, 관광객들은 체험적 사고과정의 이해와 주변환경에 대한 관광객들의 반응은 방문으로부터 얻어진 사실적 지식보다는 실질적으로 얻어진 것의 특성에 대한 더 높은 통찰력을 제공한다. 이는 Pearce의 연구⁸⁹⁾와 일치한다. 이는 방문자들이 문화관광자원의 방문이후 남는 것은 사실에 대한 회상보다는 거기서 받은 강한 감정적 충격이다. 이에 따라 마케팅연구에서 전통적 기법보다는 감정적 관점의 고려를 강조하고 있다⁹⁰⁾.

Redfoot는 관광객을 4단계로 분류하는데, 1단계는 순수관광객, 2단계는 두려움을 갖는 관광객, 3단계는 인류학적관광객, 4단계는 정신적 관광객으로 분류한다. 그리고 이 분류의 순서는 점진적으로 관광에 있어서 사실(reality)의 탐색정도가 높아짐을 볼 수 있다. 여기서 1단계 순수관광객은 관광지에서의 체험보다는 가족과 친구들과의 관계를 중시하며, 2, 3, 4단계의 비순수관광객(anti-touristic tourist)들은 여타의 사실(reality)에서 고유성을 찾으려 가족, 친구들과의 관계는 완전히 무시한다. 따라서 1단계 관광객은 그 지역에 대해 별로 관심이 없으며 비교적 가족이나 친지와와의 관계에 중점을 두며, 그 보다 높은 단계의 관광객은 사실탐색에 더욱 중점을 둔다.

이 연구에서 관광객을 4단계로 나누면서 두 그룹의 관광객으로 구분하는데, 이는 관광객에 대해 비판적인 Boorsin의 견해와 MacCannell의 견해로 나눌 수가 있다. Boorstin의 견해는 비교적 의식이

89) Pearce. P., "Tourist-Guide Interaction", *Annals of Tourism Research* Vol.11, 1984, pp.129-146.

90) 오정확 · 김유일, "주제공원 이용자의 감정반응에 관한 연구", 「관광학연구」, 제24권 제 3호, 2001, pp.285-305.

없는 가짜 체험을 하는 낮은 실존적 상태의 관광체험으로 격하시키고 있으며, 이는 시장에 판매하기 위해 싼 가격으로 상품화시킨 자본주의의 능력을 비판하고 있기도 하다. 이는 관광의 비고유성 측면에 관점을 둔 것으로, 이와 같은 원인은 부르조아들의 잘못된 의식 혹은 그들의 무교양에 있다고 보고 있다.

그리고 이와 같은 관광적 비고유성은 아직 자유롭지 못한 의식이나 기품의 결핍을 반영하는 것으로 대단히 비판적 시각에서 보고 있다. 그와 대립되는 견해로 MacCannell은 관광객들은 고유성의 탐색을 추구하는 것으로 본다. 이들 관광객들은 무대화된 고유성을 넘어서 사실에 다다르기 위한 지속적인 시도를 하고 있는 것으로 본다.

이러한 견해를 요약하면 한 측면은 “하찮은, 피상적인, 천박한 간접추구, 인위적인 경험”이고, 다른 측면은 “현대인의 고유하고, 순례자적인 진지한 추구”로 나눌 수 있다⁹¹⁾.

Redfoot의 이와 같은 연구는 현대관광객의 형태를 비평과 두둔의 주관적 편견을 배제하면서 분류한 것이며, 사실체험의 2, 3, 4단계 관광객 중 관광과 거리가 먼 부분도 있다.

최초로 관광을 통한 문화상품화를 연구했던 Green wood에 따르면 상품화된 문화상품은 지역주민에게 있어서 본질적 의미와 중요성을 상실하고 있으며, 그들을 생산하기 위한 열의를 잃고 있다고 한다. 그러한 예로 Fuenterrabia의 Alarde라는 대중의식이 관광상품화되고, 지방정부에 의해 방문자를 불러 모으는 수단이 되었으며, 지역주민은 흥미를 잃게 되고 의식의 의미가 사라지게 되었다. 이는 한때 고유성을 간직한 대중의식(ritual)이 무대화된 연행이 되고 문화상품화되는 것을 보여준다⁹²⁾.

이와 같은 관광목적의 문화상품화 과정은 전세계에서 일반적으로 일어나고 있으며, 제의, 행사, 복식, 민속예술은 좋은 상품화재료이다. 또한 상품화 과정이 지역외부의 문화브로커나 관광기업에 의해 주도됨으로서 외부인에 의한 지역과 문화자원의 착취로 이어지기 쉽다. 또한 상품화 과정은 문화상품 자체에도 영향을 미치는데, 외부인의 구미에 맞도록 변질되어 상품주기가 짧아지거나 윤색되고 외부인 지향적으로 되어가기도 한다.

하지만 이와 같은 비판적 견해와는 또 달리 창발적 고유성(emergent authenticity)에 주목할 필요가 있다. 관광에 있어서 창발적 고유성은 사회학자 Cohen⁹³⁾의 주장으로, 고유성의 기준은 원시적으로 주어지는 것이 아니고 상호교섭에서 생기는 ‘창발적 산물’로 받아들여지는 개념이다.

즉, 창발적 고유성이란 관광에 있어 게스트와 호스트가 상호작용해서 점차적으로 발생할 수 있는

91) Cohen. E., "A Phenomenology of Tourism Experience" , *Sociology* 13, 1979, pp.179-201.

92) 전경수(1994): 전계서, pp.193-202.

93) Cohen. E., op.cit., pp.371-386.

가치와 문화, 혹은 거기에 기초한 문화상품과 문화적 표현을 가리킨다. 이는 고유성은 타협적이고 시대에 따라 변화하는 것으로 전통의 창안(invention of tradition)을 강조한 부분으로, 디즈니랜드를 예로 들고 있으며 점진적 고유성의 과정을 통해 이루어진다. 이러한 지적을 통해 창발적 고유성에서 볼 수 있는 것은 관광의 상품화를 통해 문화의 새로운 고유성이 창출될 가능성이 있다. 그 가능성을 포스트모더니즘을 창조하는 계기의 가능성으로도 될 수 있다고 본다.

<표 2-6> 고유성 관련 연구의 요약

연구자	주요 내용
Goffman(1959)	· 사회적 공간을 전면부와 후면부로 구분
Borrorstine(1964)	· Pseudo-event · 비고유성을 추구하는 관광객
MacCannell(1976)	· 고유성의 공간적 분류(6단계) · 연출된 고유성 주장 · 고유성을 관광의 주요동인으로 봄
Pearce & Caltabiano(1983)	· 고유성 모델에서 인간에 기초한 카테고리의 개발 필요성 강조
Redfoot(1984)	· 관광자를 4단계로 분류 · 순수관광객과 탐색적 관광자로 분류
Moscardo & Pearcel(1986)	· 고유성의 공간적분류를 넘어서, 환경, 인간간의 고유성 존재 주장 · 고유성의 측정 · 고유성과 만족간의 관계
Cohen(1988)	· 창발적 고유성개념 도입 · 상품화가 문화상품의 의미를 반드시 파괴하는 것이 아님
Ehrentraut(1993)	· 민속건물의 보존방법과 고유성 · 고유성이 사회계층분류로 연결
Hughes(1995)	· 상징으로서의 고유성을 주요한 함의로 하는 마케팅전략
Prentice et al.(1998)	· 통찰의 과정 : 체험된 사고와 체험된 감정 · 통찰의 결과 : 방문편익
Wang(1999)	· 관광체험에 있어 고유성을 3가지 형태로 분류 · 고유성의 영역을 실존적인 분야로까지 확대

2. 관광객 지각과 선호에 대한 선행연구

관광지에 대한 관광객의 지각과 선호도에 관한 연구는 관광객의 공간적 활동(spatial behavior)이라는 시각에서 70년대초부터 연구되어 왔다. 기존관광지 선택에 관하여 E. J. Mayo 와 J.D. Hunt는 관광지 이미지와 관광개발에 대한 연구를 하였으며⁹⁴⁾, J.R. Thompson과 P.D. Cooper⁹⁵⁾, A. Woodside 와 D. Sherrell⁹⁶⁾, E. Mayo는 관광지 이미지와 선호에 대한 연구를 하였고⁹⁷⁾ 최근에는 A.G. Woodside와 S. Lysenski)에 의해서 일반 관광지선택을 제시하는 경험적 연구를 하였다⁹⁸⁾. 또한 J.A. Manzanec 과 W. Alkier⁹⁹⁾, C. Kaspar¹⁰⁰⁾ 등의 연구에서는 관광지의 포지셔닝 전략과 관광지 이미지 구축을 제시하고 있으며, P. Kotler는 새로운 주제공원에서 시장기회를 탐색하기 위하여 기존 7대 주요공원에 대한 지각과 평가속성에 대한 연구를 하였고, A. Haahti는 관광지로서의 핀란드의 경쟁적 포지션이라는 연구로 관광시장의 세분화와 차별화를 연구하여 지각과 선호도에 관한 준시점을 제시하고 있다¹⁰¹⁾.

관광지의 지각과 선호에 대한 국내의 연구논문으로는 이애주¹⁰²⁾, 윤길진¹⁰³⁾, 서태양¹⁰⁴⁾ 등이

94) Mayo. E. J., "Regional Image and Regional Travel Development" . In 1973 *Travel and Tourism Research Association Proceeding*, pp.211-217.

95) Thompson. J. R. & Cooper. P. D., "Attitudinal Evidence On the Limited Size of Evoked Set of Travel Destination". *Journal of Travel Research*, Vol.18, pp.14-18.

96) Woodside. A. F. & Sherrell. D., "Traveler Evoked Set, In Set and Inert Sets of Vacation Destination", *Journal of Travel Research*, Vol.16, pp.14-18.

97) Mayo. E. J., "Tourism and The National Park : A Psychographic and Attitudinal Study", *Journal of Travel Research*, Vol.14, 1975, p.14.

98) Woodside. A. G. & Lysonski. S., "A General Model of Traveler Destination Choice", *Journal of Travel Research*, Vol.28, 1989, pp.8-10.

99) Mazanec. J. A. & Alkier. W., "Tourism Planning in Highly Developed Mountain Area : Recommend Methology", *Tourism Recreation Research*, Vol.9, pp.7-28.

100) Kaspar. C., "Strategy of Success Position for Tourism", *Review de Tourism*, AIEST, No.2, 1984, pp.14-25.

101) Haahti. A. J, "Finland's Competitive Position as a Destination", *Annals of Tourism Research*, Vol. 13, 1986, p.14.

102) 이애주(1988): 전개논문.

103) 윤길진, "국립공원 관광지에 대한 인지와 선호에 관한 연구", 박사학위논문, 건국대학교 대학원, 1990.

104) 서태양, "관광지 포지션에 관한 연구" 박사학위논문, 인하대학교 대학원, 1991.

있다. 이 연구 논문들은 우리의 실정에 맞게 관광지의 속성을 제시하려 하였다는 점과 관광지에 대한 포지셔닝 전략과 시장 세분화를 관광지의 편익속성(benefit attribute)에 근거하여 분석하였다는 점에서 의의를 갖는다고 할 수 있다.

따라서, 관광지에 대한 관광객의 지각과 선호도에 관한 본 연구의 목적을 달성하고자 다음과 같은 Mayo. E. J., Haahi. A. J., Dybka. J., Gartner. W. C., Rao. S. R. 와 Thomas. E. G., 엄서호와 Crompton, 이재주, 윤길진 등의 선행연구를 분석하고자 한다.

1) Mayo의 연구¹⁰⁵⁾

메이어는 다차원척도(MDS)와 사이코그래픽을 이용하여 관광지로서 국립공원에 대한 관광객의 선호도를 조사하였다. 미국전역에서 24개 지역을 선정하여 670명의 하계자동차 휴가자를 대상으로 관광지를 교육적·역사적 매력, 경치, 상업적 매력 등으로 관광지를 3차원화 하여 휴가목적지로서 국립공원을 어떻게 지각하며 관광지의 선택기준이 무엇인지를 연구하였다.

연구결과 응답자들은 혼잡도, 경치, 기후를 가장 중요한 관광지 선택속성으로 응답하고 있으며, 이상적 관광지는 경치가 아주 좋고 사람과 산업으로 혼잡하지 않은 관광지 그리고 쾌적한 기후를 더 선호하는 것으로 나타났다. 특히 국립공원은 세가지 요소 중에서 경치가 중요한 선택속성으로 분석되었다.

2) Haahti의 연구¹⁰⁶⁾

하아티는 “관광목적지로서 핀란드의 경쟁적 포지션”이라는 논문으로 하계휴양지로서 핀란드를 선택하는 결정인자와 관광지 속성에 대한 관광객의 지각과 선호를 심리공간차원에서 접근하여 핀란드의 상대적 포지션과 하계휴양지로서 선택되는 인지적 구조 모형을 규명하고자 하였다.

이 연구는 독일인, 스칸디나비아인, 네덜란드인, 스위스인, 기타 총 781명을 대상으로 핀란드가 다른 유럽국가와의 경쟁 하에서 볼 때, 어떤 선택기준에 의해 선택을 하며, 그리고 상대적으로 선호하는 관광지 속성이 무엇인지를 다차원척도법으로 규명하였다. 이 연구에서 제시한 관광지 속성은 화폐가치, 접근성, 스포츠 시설, 심야 유흥 및 위락, 평화롭고 조용한 휴가, 친근하고 친절한 사람들, 자연공원 및 캠핑, 문화적 경험, 아름다운 풍경, 새로운 목적지

105) Mayo. E. J., op.cit., pp.14-18.

106) Haahti. A. J., op.cit., pp.11-36.

등의 10개 관광지 속성변수를 이용하여 연구를 하였다.

연구결과 하계휴양지로서 선택차원은 핀란드를 상이한 경험을 위해서 관광지로 선택하며, 스칸디나비아인들 만이 도시와 문화차원에서 핀란드를 선택하는 것으로 분석되었으며 편의성과 경제성차원은 전반적으로 약한 것으로 분석되었다.

3) Dybka의 연구¹⁰⁷⁾

이 연구는 관광객들이 위락여행시장으로써 캐나다를 어떻게 지각하고 선호하는지를 조사한 것으로써 캐나다에 대해서 각국의 관광객(일본, 영국, 서독, 프랑스)이 어떻게 지각하는지에 대해 자택 인터뷰를 통해서 얻은 자료를 가지고 분석하였다.

연구결과를 보면 우선 일본 관광객이 선호하는 관광지는 도시관광, 쇼핑, 식사, 가이드 관광 그리고 뛰어난 경관 등을 즐길 수 있는 목적지로서 유럽(31%)을 가장 많이 선호하고 그 다음으로 극동/아시아(18%), U.S(17%), 하와이/팜/사모아(13%), 호주/뉴질랜드(9%), 캐나다(7%) 순으로 선호하였다. 일본 관광객은 캐나다가 쇼핑시설이 부족하다는 이유로 덜 선호하지만 캐나다의 공원과 숲들은 상당히 일본인들을 매료시킨다.

영국 관광객들은 긍정적인 측면으로 캐나다를 아름다운 자연경관과 다양한 편의시설(교통, 호텔, 청결, 안전, 주민의 친절성 등)을 지닌 관광지로 지각하고 있는 반면에 부정적인 측면으로 기후, 해변 등의 리조트 매력물과 비용 및 가격 등을 제시하고 있다.

독일 관광객들은 캐나다의 관광상품으로 자연경관, 주민의 친절성, 안전 등을 꼽지만 비용이나 화폐가치는 높게 평가되고 있다. 독일 관광객들이 가장 선호하는 관광지는 친절한 주민, 온화한 기후, 편안함 그리고 적절한 비용을 지닌 목적지이다. 독일 관광객은 주로 봄, 여름에 여행을 떠나며 27일정도의 여행을 한다.

프랑스 관광객들이 선호하는 미래여행지는 아시아(27%), 미국(18%), 라틴아메리카(12%), 호주/뉴질랜드(8%), 중앙/남아프리카와 극동(7%), 캐나다(7%)순이다. 프랑스 관광객들은 관광지로써 캐나다를 아름다운 자연경관, 야생생물서식, 국립공원, 숲, 친절한 주민, 안전, 청결, 교통이 편리한 나라로 지각하고 있는 반면에 비용, 기후, 레스토랑, 유람선 등에서는 다소 부정적이다.

107) Dybka. J., "Overseas Travel To Canada : New Research On The Perception And References Of The Pleasure Travel Market", *Journal of Travel Research*, Vol.27, 1988, pp.12-15.

4) Gartner의 연구¹⁰⁸⁾

이 연구는 몬타나주, 콜로라도주, 유타주, 와이오밍주 등의 관광 이미지를 관광속성의 결합체로 보고, 이들 속성들을 측정하기 위해서 다차원척도기법(Multidimensional Scaling Techniques)을 사용하고 있다. 이 연구의 목적은 MDS분석을 이용하여 주 이미지를 평가하고, 관광지에 대한 관광객들이 가지고 있는 친숙성(familiarity)을 해석하여 관광지의 리포지션 전략을 모색하는데 있다.

연구방법은 MDS를 이용하여 응답자들에게 주 내에서 기대하는 활동과 매력을 리커트 5점척도로 조사하였다. 조사에 이용한 관광지 속성은 국립공원, 국유림, 주공원, 도시, 역사 유적지, 스키, 캠핑, 보트타기, 사냥, 낚시, 구경거리, 문화, 야간유희, 주민의 친절함, 음주법 등으로 15개의 속성과 4개의 대상을 자연자원, 문화자원과 사회그룹간의 상호작용차원의 2차원으로 나누어 제시하였다.

연구결과 잠재 관광객에게 몬타나와 와이오밍주는 자연자원의 속성을 지닌 야외 오락 관광지로 이미지가 형성되어 있고, 유타와 콜로라도주는 문화적 속성을 많이 지니고 있지만 자연적 자원에 근거를 둔 관광행동과 속성을 제고하고 있는 것으로 분석되었다. 그리고 사회 그룹간의 상호작용에서는 콜로라도가 스키를 즐기기에 가장 좋은 지역으로 지각되었으며, 특히 그룹간 상호작용의 관광활동속성은 캠핑보다 사냥이 많이 조우하는 것으로 나타났다.

5) Rao & Thomas 등의 연구¹⁰⁹⁾

이 연구는 미국의 outbound 여행자들에게 관광목적지에서 선호활동과 여행활동에 관한 정보를 제공하고, 여행을 하기 위해서 특정 관광지를 선정한다면 미국여행자들이 중요하게 생각하는 관광속성이 무엇인가를 이해하는 것이 중요하다고 제시하고 있다. 이 연구의 목적은 첫째, 관광지선택에 있어서 관광객들이 선호하는 활동이 무엇이며 둘째, 관광객들이 관광지를 선택하는데 있어서 어떤 정보원천을 이용하는가를 연구하고자 하였다.

108) Gartner. W. C., "Tourism Image : Attribute Measurement of State Tourism Products Using Multidimensional Scaling Techniques", *Journal of Travel Research*, Vol.28, 1989, pp.16-20.

109) Rao. S. R. & Thomas. E. G. & Javalgi. R. J., "Activity preference and Trip-Planning Behavior of the U.S. Out bound Pleasure Travel Market", *Journal of Travel Research*, Vol.31, 1992, pp.3-11.

연구방법은 여행형태를 여섯 가지¹¹⁰⁾로 구분하여, 이에 따라 관광속성을 각각 다르게 제시하고 있다. 관광여행은 38개 속성 중에서 유의한 20개 속성을, 도시여행은 28개 속성 중에서 17개 속성을, 야외여행은 28개 속성 중에서 15개 속성을, 휴양지 여행은 43개 속성 중에서 25개 속성을, 유람선 여행은 19개 속성 중에서 12개 속성을 그리고 주제공원과 특별이벤트 여행은 18개 속성 중에서 10개 속성들을 가지고 분석하였다.

이 연구 결과 첫째, 여행형태에 있어서 약간의 차이는 있지만 기후요인이 관광지를 선택하는 가장 중요한 관광속성으로 나타났고, 그리고 식사가 여행형태에서 상대적으로 중요한 속성으로 나타나고 있는데, 이는 다양한 레스토랑에서 식사하고, 향토음식을 선호하는 속성으로 분석되었다. 둘째, 관광객들이 위락여행을 위한 관광지로서 유럽과 카리브 섬을 선택했을 때 캐나다와 멕시코로의 여행보다 다소 여행계획기간을 길게 잡는다는 것을 알 수 있다. 유럽과 카리브 섬을 여행하기 위한 관광객의 20%가 6-11개월 간 여행계획기간을 잡는 반면에 멕시코와 캐나다를 여행하기 위한 관광객의 50%정도가 1개월 이하의 여행계획기간을 갖는다. 전반적으로 관광객의 40%가 여행계획기간을 잡는다고 분석되었다.

6) 엄서호와 Crompton¹¹¹⁾의 연구

이 연구에서는 관광지를 선정하는데 있어서 환기조(evoked set)의 개념을 도입하여 두 가지의 연구목적의 제시하였는데 첫째, 잠재적인 대안집합으로부터 여행목적지 선정단계에서 지각 촉진인자와 지각억제인자의 역할을 규명하고자 하였다.

연구방법은 총 표본 359명으로 2단계로 자료수집이 이루어졌다. 관광목적지를 선택하는데 미치는 영향요인을 세가지의 개인적 및 상황적 차원(personal and situational dimension)으로 측정하기 위하여 다항척도법(multi-item scales)을 이용하였다.

이 연구의 결과는 첫째, 관광지선택 의사결정과정은 연속적인 과정 즉, 모든 가능한 관광지 중에서 잠재적인 인식조(awareness set) -> 환기조(evoked set) -> 선택조(choice set) -> 최종 선택의 단계로 진행된다는 것이다. 초기단계에서는 촉진인자가 중요하고, 후기단계에서는 촉진인자보다는 억제인자가 중요하다는 것이다. 둘째, 관광지 선택은 관광지의 속성에 대한

110) Taylor에 의한 여행형태의 분류(1989)

① 관광여행 ② 도시여행 ③ 야외여행 ④ 휴양지 여행 ⑤ 유람선 여행 ⑥ 주제공원과 특별이벤트 여행

111) S. Um & Crompton. J. L., " The Roles Of Perceived Inhibitors and Facilitators in Pleasure Travel Destination Decisions., *Journal of Travel Research*, Vol.31, 1992, pp.18-25.

선호도와 개인적, 상황적 구속력에 좌우된다고 분석하였다.

7) 이애주의 연구¹¹²⁾

이 연구에서는 관광지를 대상으로 관광객의 지각과 선호를 파악하여 보다 효율적인 관광 정책 및 마케팅 전략의 근거를 검토하기 위해 관광객의 시각을 통해 시장구조를 파악하였다. 또한 다차원척도법을 사용하여 관광객의 관광지에 대한 지각과 선호도의 분석을 하여 향후 관광시장세분화 전략의 가능성을 모색하는 것을 연구목적으로 제시하고 있다.

연구방법은 편의표본추출방법을 이용하여 219명의 총표본을 수집하였다. 관광지에 대한 지각 및 선호도를 조사하기 위하여 조사대상 관광지는 제주도, 한려해상, 설악산, 경주, 부산 등으로 선정하였고, 관광지의 속성은 물과 즐길 수 있는 스포츠 시설, 골프, 테니스를 즐길 수 있는 시설, 역사적, 문화적 흥미, 경치, 주민의 친절함, 휴식과 휴양, 쇼핑시설, 음식, 오락시설, 숙박시설 등을 중심으로 연구가 이루어졌다.

이 연구의 분석결과 관광지의 상대적 위치는 제주도, 한려해상, 부산이 유사하게 지각하고 있으며, 경주와 설악산을 아주 다르게 지각하고 있다.

관광지 속성비교분석은 속성축을 해석하기 위해 다중회귀분석을 하였을 때 1차원은 쇼핑 시설 및 오락시설로 나타났고 2차원은 자연경관이 유의하게 해석되었다. 또한 응답자에 의한 관광지간의 속성결합지각도를 제시하였는데, 관광객들은 오락시설과 쇼핑시설이 많은 관광지의 순위를 부산, 경주, 제주도, 설악산, 한려해상으로 지각하고 있고, 제주도, 설악산, 경주의 순으로 나타났다.

관광지에 대한 선호도의 이상점(ideal point)을 도출한 결과 제주도, 설악산을 가장 선호하고 있으며, 경주와 부산은 비슷하고 한려해상이 가장 덜 선호하는 것으로 나타났다.

8) 윤길진의 연구¹¹³⁾

본 연구의 목적은 관광객들의 기본적인 성향을 근거로 하여 서울, 대전, 대구 거주민들을 잠재적인 관광객으로 간주하여 그들의 관광목적지로서의 국립공원에 대한 인지와 선호구조를 분석하였다. 상기와 같은 연구를 위하여 10개의 국립공원을 선정하였는데 이들 10개의 국립공원은 설악산, 오대산, 경주, 한려수도, 속리산, 계룡산, 내장산, 덕유산, 지리산, 한라산이다.

112) 이애주(1990): 전계논문.

113) 윤길진(1990): 전계논문.

분석을 위하여 인간의 심리를 일차원적으로 분석하는 Thurston의 비교판단의 법칙과 다차원적으로 분해해 내는 다차원척도법 그리고 개개인의 태도를 측정하는 Fishbein의 태도 측정모델등을 이용하여 개별적(disaggregate)으로 또는 총합적(aggregate)으로 분석한다. 아울러 세 지역들간의 분석 결과를 비교하여 잠재적 관광객들의 국립공원에 대한 인지와 선호의 지역적 차이도 구명하였다.

세 도시 응답자들의 국립공원 대한 상대적 선호평가 결과 세 도시에서 거의 공통적으로 설악산, 한라산, 지리산, 한려해상을 선호하였으나 덕유산, 경주 오대산, 계룡산등의 선호도는 상대적으로 낮게 평가되었다. 이를 다차원공간상의 분포를 보면 설악산의 선호는 거의 독보적이며 국립공원의 선호는 경관미와 역사·문화적 경관에 의해 결정되며 특히 경관미에 의해서 선호가 높게 설명되고 있다.

국립공원에 대한 인지와 선호구조간의 관계를 알아본 결과, 인지의 정도가 가장 높은데 반하여 선호의 정도가 상대적으로 아주 낮은 경주와 선호의 정도는 비교적 높은데 반하여 인지의 정도가 아주 낮은 지리산과 오대산으로 인하여 인지의 상대적 순위와 선호의 상대적 순위간의 순위상관분석 결과는 세 도시 모두에게 유의하지 않았다.

10개의 국립공원에 대한 계절별 선호도를 조사한 결과 봄철관광지로 경주가 선호되고 있으며 봄에서 여름으로 선호도가 높은 국립공원은 한려해상이었다. 또한 내장산, 속리산, 지리산은 가을에 주로 선호되는 가을 관광지이며 설악산은 가을에서 겨울에 이르는 시기에 선호도가 높았다.

<표 2-7> 지각과 선호관련 연구의 요약

연구자	주요 내용
Mayo (1975)	<ul style="list-style-type: none"> · 새로운 통계적 방법론을 제시함 · 대안 관광지 선택시 관광지 속성이 관광객의 지각구조로 형성
Haahiti (1986)	<ul style="list-style-type: none"> · 관광지 속성을 관광객의 지각도로 제시 · 인지구조 속에서 속성들의 지각과 선호도를 평가 · 속성들의 집중성 평가와 이미지를 비교
Dybka (1988)	<ul style="list-style-type: none"> · 캐나다의 아름다운 자연경관, 다양한 편의시설, 친절성, 청결성, 안전성 등의 속성 때문에 선호 · 쇼핑시설, 리조트 매력물 부족하다 느낌
이애주 (1990)	<ul style="list-style-type: none"> · 관광지를 바다·해상스포츠, 자연경관과 휴양 및 휴식으로 2차원화 · 관광객들은 자연경관보다 편의시설 속성 더 선호
Gartner (1992)	<ul style="list-style-type: none"> · 다차원척도법을 이용하여 관광지 포지셔닝을 제시 · 관광객들에게 포지션된 관광지의 속성을 이해
Rao & Thomas (1992)	<ul style="list-style-type: none"> · 관광지에 대한 지각이 관광객 선호속성 중심으로 이루어짐 · 선호하는 관광속성을 중심으로 관광지 이미지를 형성하여 차별화전략을 수립
엄서호 & Crompton (1992)	<ul style="list-style-type: none"> · 관광지 선택 초기단계에는 촉진인자 중요하고 후기단계에는 억제인자 중요 · 관광지 선택은 관광지 속성에 대한 선호도와 개인전·상황적 구속력에 좌우
김향자·엄서호 (1997)	<ul style="list-style-type: none"> · 관광목적지를 선택하는 과정에서 행위(Action)에 영향을 주는 요인으로 지각행동조절요인(Perceived Behavioral Control: PBC) 척도개발

제3장 실증 연구의 설계

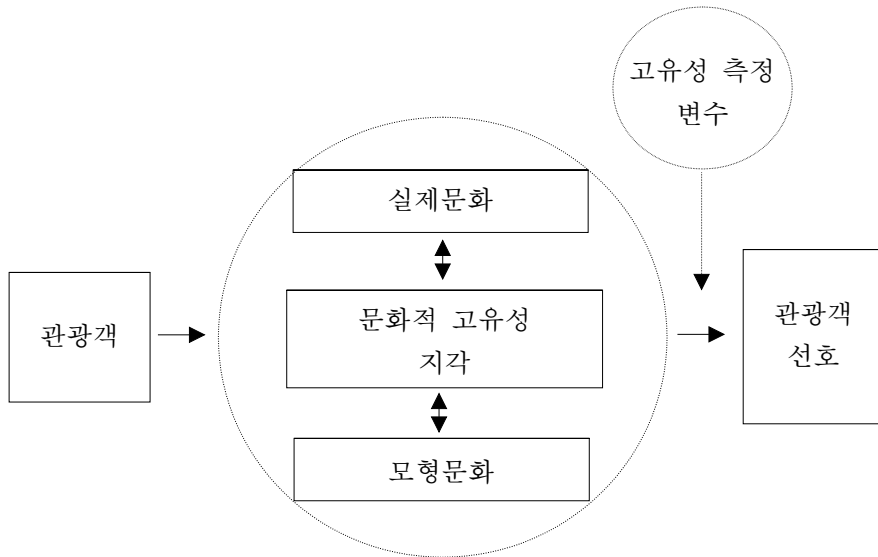
제1절 연구 모형의 설계와 가설의 설정

1. 연구 모형

본 연구는 제주도 문화관광의 경쟁력 강화를 위해 실제문화와 모형문화에 대한 관광객 문화적 고유성 지각차이와 선호와의 관계를 규명하는 것이 목적이다. 기존의 문헌연구 결과를 살펴보면 실제문화와 모형문화에서의 핵심 요소는 바로 문화적 고유성이라는 것을 알 수 있다. 문화적 고유성은 실제문화와 모형문화 두 가지 형태로 볼 수 있는데 실제문화의 대표적 형태인 전통민속마을은 교육기회를 제공하고 문화관광의 대상이 되는 곳으로서 ‘살아있는 박물관’ 또는 ‘생동하는 삶의 현장’ 등으로, 생명력이 있는 것으로 표현되는 곳으로 고유성에 있어 높은 가치를 지닌다. 반면에 모형문화의 대표적 형태인 민속촌의 경우에는 ‘모조문화(fake culture)’ 혹은 ‘모형문화(model culture)’ 등 고유성이 없는 것을 나타내는 단어로 일관되며 고유성을 확보하기 위해 전통문화를 재현하거나 재창조하다. 다시 말해 실제문화와 모형문화는 문화적 고유성을 서로 다른 방식으로 나타내기 때문에 두 곳을 모두 방문한 관광객의 문화적 고유성 지각은 각기 다르게 나타날 것으로 사료된다.

본 연구에서는 이러한 문화적 고유성 지각차이와 선호와의 관계를 규명하기 위해 관광객이 실제문화와 모형문화의 문화적 고유성에 대한 지각의 차이를 알아보고자 한다. 또한 고유성 측정변수 중 어느 요인에서 관광객이 고유성 지각에 차이를 보이고, 이들의 지각 차이가 관광객 선호도에 영향을 미치는지를 알아보고자 한다. 따라서 관광객의 고유성 지각에 대한 측정을 위한 항목은 기존 선행 연구를 토대로 건축물과 종업원, 전시/시범, 전체 분위기의 4개의 항목으로 구분하여 매개변수로 설정하여 연구 모형을 [그림 3-1]과 같이 설계하였다.

[그림 3-1] 연구 모형



2. 가설 설정



위에서 제시된 연구 모형을 토대로 가설을 설정하면 다음과 같다.

<가설 1> : 방문객의 실제문화와 모형문화에 대한 문화적 고유성 지각은 차이가 있을 것이다.

(세부가설 1-1) 종사원 요인에 따라 실제문화와 모형문화에 대한 문화적 고유성 지각은 차이가 있을 것이다.

(세부가설 1-2) 건축물 요인에 따라 실제문화와 모형문화에 대한 문화적 고유성 지각은 차이가 있을 것이다.

(세부가설 1-3) 전시/시범 요인에 따라 실제문화와 모형문화에 대한 문화적 고유성 지각은 차이가 있을 것이다.

(세부가설 1-4) 전체 분위기 요인에 따라 실제문화와 모형문화에 대한 문화적 고유성 지각은 차이가 있을 것이다.

<가설 2> : 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-1) 실제 문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-1-1) 종사원 요인에 따라 실제문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-1-2) 건축물 요인에 따라 실제문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-1-3) 전시/시범 요인에 따라 실제문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-1-4) 전체 분위기 요인에 따라 실제문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-2) 모형문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-2-1) 종사원요인에 따라 모형문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-2-2) 건축물요인에 따라 모형문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-2-3) 전시/시범요인에 따라 모형문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-2-4) 전체 분위기요인에 따라 모형문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

3. 변수의 조작적 정의

본 연구에서 사용된 주요변수의 조작적 정의는 다음과 같다.

첫째, 고유성은 N. Wang의 개념정의 중 구성적 고유성(constructive authenticity)으로 한다. 그리고 문화적 고유성은 전통 문화적 생활상을 전시하고 있으며, 직접 체험할 수 있는 제주 성읍민속마을과 제주 표선 민속촌박물관에서 주관적으로 지각하는 고유성으로 정의하였다.

여기서 구성적 고유성은 두 지역에 대한 지각 정도에 따라 주관적으로 평가되어진다.

둘째, 실제문화와 모형문화로 대표하는 목적지로 제주도 성읍민속마을과 제주민속촌박물관으로 한정하였다. 성읍민속마을의 특성이 실제문화와 공통되는 부분이 많고 제주민속촌박물관은 모형문화와 특성이 비슷하기 때문에 두 지역을 실제문화와 모형문화의 대상지로 선정하였다.

셋째, 연구의 특성상 실제문화와 모형문화 대상지 두 곳을 모두 방문한 관광객을 대상으로 조사하기가 현실적으로 제약조건이 많아 실제문화와 모형문화를 모두 방문한 대학생중심의 실험집단을 대상으로 조사가 이루어져 실험집단을 관광객으로 조작적 정의를 내렸다. 따라서 본 연구에서의 관광객은 실제문화와 모형문화를 모두 방문한 대학생들로 이루어진 실험집단을 의미한다.

제2절 연구 대상지



연구 대상지로는 독특한 지역문화를 지니고 있는 제주도 남제주군 표선면에 위치한 성읍민속마을과 제주민속촌박물관으로 선정하였다. 성읍민속마을과 제주민속촌박물관은 제주도의 많은 유·무형의 문화를 보존·재현한 곳으로 두 곳 모두 제주도의 문화적 고유성으로 이루어진 대표적인 문화관광지이다. 그리고 성읍민속마을과 제주민속촌은 각각 문화적 고유성을 표현하는 형태나 존재목적에 의한 실제문화와 모형문화로서의 역할을 하고 있는 관광지이기도 하다.

다음의 [그림 3-2]는 본 연구의 대상지인 성읍민속마을과 제주민속촌의 위치를 나타내고 있다.

[그림 3-2] 성읍민속마을과 제주민속촌박물관의 위치



1. 성읍민속마을

1) 위치

성읍민속마을은 행정구역상 제주도 남제주군 표선면 성읍1리 일원에 해당되는 해발고도 125m 내외의 산간마을로서, 해안마을인 표선리에서 서북방향으로 약 8km 올라간 곳에 위치하고 있으며, 남원과 성산포 중간지점에 위치하고 있다.

2) 전시구성

성읍민속마을은 정부지정 민속마을로서 민속학적인 색다른 가치와 관광대상지로서 유별난 성격을 지닌다. 1980년 5월 6일 지방민속자료 제 5호로 지정 보호되다가 1984년 6월 7일 국가지정 중요민속자료 제 188호로 지정되었다.

과거 제주도는 방어를 철저히 하기 위하여 1416년 (조선조 태종 16)에서 1914년까지 약 500년 동안 행정구역을 삼분하였다. 한라산 북쪽이 제주목이었으며, 한라산 남쪽은 양분되어 서쪽이 대정현, 동쪽이 정의현이었다. 성읍민속마을은 오랜 세월 정의현의 도읍지였다. 제주도의 전형적인 산간마을이면서 약 500년 동안의 도읍지였다는 점이 주목됨으로써 유·무형 문화재를 오밀조밀 간직하고 있다.

<표 3-1> 성읍민속마을의 유·무형문화자원

구 분	내 용
유형 문화자원	돌과 진흙, 초가 지붕으로 된 3백여 채의 민가군, 일관헌과 정의향교, 느티나무·팽나무(천연기념물 161호), 돌하르방, 성터, 연자매, 옛 관공서 터, 옛 비석 등
무형 문화자원	산간 지대 특유의 향토색 짙은 민요, 민속놀이, 향토 음식, 민간 공예, 방언

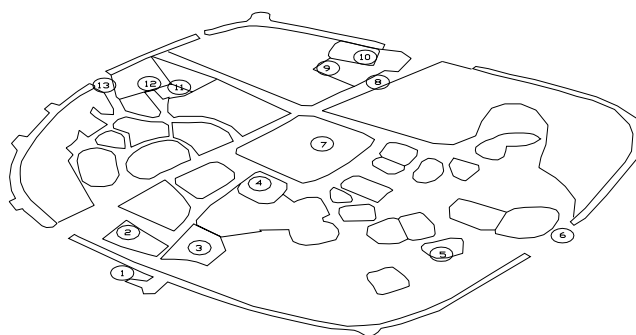
이러한 성읍민속마을은 섬지역인 제주도의 독특한 풍물과 마을 모습을 가장 원형 그대로 보존하고 있는 향토색이 짙은 대표적인 실제문화라 할 수 있다.

3) 부대시설

성곽내부에는 마을의 중심부를 남북으로 관통하고 있는 2차선 도로변을 중심으로 약15가구에 달하는 각종 음식점, 토산품 판매점들이 점유하고 있으며, 그 주변의 많은 공간이 주차장으로 사용되고 있다.

성곽외부에는 남문외곽에 조성된 상가 및 주차장 등의 편의시설이 조성되어 있다. 또한 성곽둘레에는 보행 및 서비스 도로가 조성되어 있다.

[그림 3-3] 성읍민속마을의 구성도



*참고 ①남문 ②고평오 가옥 ③고상은 가옥 ④조일훈 가옥 ⑤한봉일 가옥 ⑥동문지 ⑦객사
⑧천연기념물 ⑨일관헌 ⑩내아지 ⑪이영숙 가옥 ⑫정의향교 ⑬서문

2. 제주민속촌박물관

1) 위치

제주민속촌박물관은 남제주군 표선면 표선리에 위치해 있으며 공항에서 45km, 중문에서 42km 떨어진 곳으로 승용차로 45분에서 60분 정도 걸리는 곳에 위치해 있다.

2) 전시구성

제주민속촌박물관은 오늘에 살아 숨쉬는 제주도 생활 풍속의 현장이며 5만여 평의 광활한 대지위에 100년전인 1890년대를 전시기준으로 하여 한라산을 중심으로 고지에 따라 생활양식이 달랐던 전통취락단지인 산촌, 중산간촌, 어촌 무속신앙촌을 비롯하여 조선왕조 시대의 목사청, 작청, 향청 등의 지방 관아와 귀향 온 유배 죄인들의 배소(配所)가 있다. 또한, 민속놀이 공연장과 민요, 전설, 방언등 대표적인 무형문화재를 보존, 전승하는 무형문화의 집들이 곳곳에 옛 멋 그대로 재현되고 있다. 또한 사라져가는 향토수종을 관찰할 수 있게 해 자연학습장으로서의 역할도 하고 있다. 제주민속촌박물관을 구성하는 모든 전시물들은 모두 오랜 연구와 전문가의 고증을 거쳐 복원된 것들이다.

<표 3-2> 제주민속촌박물관의 유·무형 문화자원

구 분	내 용
유형 문화자원	110여개의 민가(산촌, 어촌, 중산간촌), 제주영문, 농기구전시관, 민속공연장, 가금사육장, 어구전시관 등
무형 문화자원	무형문화의 집, 무속신앙촌 등

이처럼 제주민속촌은 제주도 전래의 민속자료를 총체적으로 재현하여 전시하고 있는 곳이다. 특히 100여체에 달하는 전통 가옥은, 비슷한 모습으로 꾸민 것이 아니라, 실제로 제주도민이 생활하던 집을 돌 하나 기둥 하나에 이르기까지 그대로 옮겨와 거의 완벽하게 복원해 놓은 곳으로 제주도의 대표적인 모형문화라 할 수 있겠다.

3) 편의시설

제주민속촌박물관 정문 방향으로 주차장이 있고, 제주민속촌 내부에는 14곳의 민속음식점으로 이루어진 장터와 편의점, 농수산물점, 토산품점, 휴게실, 컴퓨터 사진관 미니승마장 등 기타 편의시설이 모두 19곳으로 이루어져 있다. 그리고 관람객들의 편의를 위해 트램카(관람열차)를 운영하고 있으며, 음성해설 서비스를 제공하고 있다.

[그림 3-4] 제주민속촌박물관의 구성도



*참고 ①정문 ②무형문화의 집 ③잔디공원 ④산촌 ⑤종가집 ⑥중산간촌 ⑦어촌
⑧제주영문(관아) ⑨무속신앙촌 ⑩장터 ⑪어구전시관 ⑫화장실 ⑬트램카 정류소

제3절 조사 설계

1. 설문지 구성과 측정

본 연구는 자료의 수집과 측정을 위한 조사방법으로 설문지를 사용한 실증적 연구방법을 채택하였다. 설문지의 문항은 크게 5부 문항으로 구성되어 있다. 고유성 측정에 대한 부분의 대기준은 Pearce와 Moscardo가 사용하였던 ①활동과 시범 ②건물 ③종업원 ④전체적 분위기를 기준으로 대분류를 하였다.

본 연구에서는 실제문화로써 성읍민속마을과 모형문화로써의 제주민속촌박물관에 대한 문화적 고유성 지각차이를 비교하고, 문화적 고유성 지각이 선호에 미치는 영향을 규명하기 위해서 건축, 전시/시범, 종업원, 전체분위기 4개의 부분과 재방문 부분, 실험집단의 특성 부분으로 구성되었고 설문지의 내용 및 구성 그리고 척도유형은 <표 3-3>과 같다.

<표 3-3> 설문지의 구성

조사내용		문항수	설문항목	척도
문화적 고유성 지각측정	건축물	5	Q1, Q2, Q3, Q4, Q5	등간(Likert 5점)척도
	전시/시범	3	Q6, Q7, Q8	등간(Likert 5점)척도
	종업원	3	Q9, Q10, Q11	등간(Likert 5점)척도
	전체 분위기	4	Q12, Q13, Q14, Q15	등간(Likert 5점)척도
선호도 측정	향후재방문여부	1	Q16	등간(Likert 5점)척도
실험집단의 특성		4	Q17, Q18, Q19, Q20	명목척도

기존의 연구에서는 직접적으로 대상의 고유성을 측정하고자 시도한 사례는 비교적 보이지 않는다. 따라서 민속마을과 민속촌의 문화적 고유성 측정은 Pearce 등이 연구대상으로 삼은 Heritage Park과 유사한 경우로 그들의 변수적용과 유사한 이유를 여기서 찾을 수 있겠다.

문화적 고유성 지각과 선호에 대한 측정항목은 문헌연구결과에 근거하여 모두 5점 척도로 작성하였다.

2. 조사 방법과 자료 수집

본 연구의 조사를 수행하기 위해서는 실제문화로써 성읍민속마을과 모형문화로써의 제주민속촌박물관 두 곳을 모두 방문한 관광객들을 대상으로 이루어 져야 한다. 하지만 두

관광지를 모두 방문하였다는 사실에 대한 증거가 현실적으로 어렵고 그러한 관광객들을 대상으로 조사하기에는 제약조건이 많기 때문에 실험설계(experimental design)라는 연구방법을 택하였다. 이 연구 방법은 일정한 체계에 의해서 현상을 관찰하고 정보를 획득하는 과학적 조사방법으로 오늘날 실험설계는 조사시행의 복잡성으로 인해 많은 어려움을 가지고 있지만 마케팅 분야에서의 그 활용범위는 점차 넓어지고 있다.

이러한 실험설계는 실험변수의 노출시기 및 대상의 통제정도와 실험결과의 측정시기 및 대상의 통제정도 또한 대상선정의 무작위화에 따라 원시실험설계, 순수실험설계 및 유사실험설계의 세 가지로 구분되는데 이를 구체적으로 보면 다음과 같다.

<표 3-4> 실험설계의 구분

	원시실험설계	순수실험설계	유사실험설계
실험변수의 노출시기 및 대상	×	○	×
실험결과의 측정시기 및 대상	×	○	○
대상선정의 무작위화	×	○	×

자료: 채서일, 「사회과학조사방법론」, 법문사, 1990, p.132.

원시실험설계는 실험자가 실험변수를 조작하기가 어려우며 실험변수의 노출시기와 실험대상을 무작위화할 수 없는 실험설계로 인과관계를 구명하는데는 부적합한 방법이며, 가설의 검증보다는 문제도출을 위하여, 순수한 실험설계를 하기 전에 시험적으로 실시하는 탐색조사의 성격을 지닐 때가 많다.

순수실험설계는 실험대상의 무작위화, 실험변수의 조작, 노출시기 및 결과변수의 측정시기의 통제가 가능한, 실험설계의 외생변수의 영향을 효율적으로 제거할 수 있는 실험설계이다.

유사실험설계는 실험결과의 외적 타당성에 대한 문제점을 해결하기 위해 널리 사용되는 방법이다. 즉 순수실험설계에서 요구되는 조건을 갖추기 위해 실제상황보다는 실험자가 인위적으로 조작한 실험상황에서 이루어지는 경우가 많고 실험결과가 실제상황에서도 그렇게 나타나는지에 대한 실험결과의 외적 타당성에 대한 문제점이 제기되기 때문에 이를 해결하기 위한 방법이 유사실험설계이다¹¹⁴⁾.

따라서 이러한 유사실험설계 중에서 실제상황에서 실험대상을 무작위로 추출하기 어려운 상황에 널리 사용되는 2집단 사후측정 실험설계를 사용하였다. 2집단 사후측정 실험설계는 조사대상을 실험집단과 통제집단으로 나눌 수는 있으나 실험자가 대상자를 무작위로 배정할 수 없는 경우에 행하여지는 실험설계이다. 이 설계방법을 사용하면 우발적 사건, 주시험효과 등의 외생변수들을 통제할 수 있으나, 집단이 무작위로 선정되지 않았기 때문에 표본의 편중이나 통계적 회귀와 같은 외생변수들의 효과를 제거할 수 없다. 순수실험 설계의 통제집단 사후실험 설계보다는 실험결과의 타당성이 떨어지지만, 실제상황에서는 실험대상을 무작위로 추출하거나 피실험자를 통제된 실험상황으로 끌어들이기 곤란한 경우가 많으므로 이 방법이 널리 사용된다.

<표 3-5> 실험설계와 혼란변수의 관계

실험설계 형태	특정 사건의 영향	시간에 따른 성숙 효과	학습 효과	추정도구의 변화	회귀 효과	표본선택 바이어스	연구참여자의 탈락	상호작용 학습 효과
일회성 사례연구	N	N	N/A	N/A	N/A	N	N	N/A
단일그룹 사전사후측정 원시실험설계	N	N	N	N	?	Y	Y	N
두그룹 사후측정 원시실험설계	Y	?	Y	Y	Y	N	N	N/A
두그룹 사전사후측정 순수실험설계	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
솔로몬의 4그룹 순수실험설계	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y
두그룹 사전사후측정 유사실험설계	Y	Y	Y	Y	?	Y	Y	Y
두그룹 사후측정 유사실험설계	Y	Y	Y	Y	Y	?	Y	Y

자료: 이근희, 「사회과학연구방법론」, 범문사, 2001, pp.252-254.

* 참고: N - 혼란변수를 전혀 통제하지 못함 Y - 혼란변수 통제가능
N/A - 혼란변수와 관계가 없음 ? - 혼란변수로서 가능성이 포함

114) 채서일, 「사회과학조사방법론」, 범문사, 1990, pp.118-139.

이러한 실험설계를 통해 총 100명의 실험집단을 대상으로 성읍민속마을과 제주민속촌박물관을 모두 방문한 후 설문조사를 실시하였다.

설문조사 기간은 2003년 12월 11일부터 13일까지 3일 동안 실시하였다.

3. 자료분석 방법

실험설계를 통해 수집된 자료의 통계적 분석을 위하여 데이터 코딩 과정을 거쳐, 통계분석 프로그램인 SPSS 10.0 for Windows 패키지를 활용하여 분석하였다.

분석절차에 따른 구체적인 분석방법은 다음과 같다.

첫째, 조사 대상자의 특징을 파악하기 위해 빈도분석(Frequency analysis)을 실시하였다.

둘째, 설문문항간의 신뢰도 검증을 위해서 내적일관성법 중 크론바하 알파(Chronbach's α) 계수를 활용하였고, 요인분석결과 나타난 항목들에 대해 타당성 검증을 실시하였다.

셋째, 고유성 지각에 대한 측정을 분석하기 위해 대응표본 T-test와 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 분산분석을 실시한 이유는 관광객의 고유성 지각 차이와 선호도를 실제문화와 모형문화의 향후 시사점에 반영하기 위해서다.

넷째, 고유성 지각이 실제문화와 모형문화에 대한 선호에 영향을 미치는지를 분석하기 위해 다중회귀분석(Multiple regression analysis)을 실시하였다.

제4장 실증 분석

제1절 실험집단의 구성

본 연구의 실증 분석을 위한 설문지의 배부 및 회수 현황은 다음의 <표 4-1>과 같다. 성읍민속마을과 제주민속촌박물관 두 곳을 모두 방문한 방문객을 대상으로 설문조사를 실시하기 위하여 본 연구에서는 제주대학교 주·야간 학생 총100명을 대상으로 3일간 성읍민속마을과 제주민속촌박물관을 각각 2시간동안 방문한 후 두 관광지의 고유성 지각정도와 선호도에 대한 설문조사를 실시하였다.

따라서 본 연구에서는 배부한 총 100부를 모두 회수하여 분석에 사용하였다. 이처럼 제주대학교 학생들을 실험집단으로 선정한 이유는 제주도 여행상품의 대부분이 성읍민속마을과 제주민속촌박물관을 모두 방문하지 않고 한 곳만을 선택하는 것이 대부분이기 때문에 실제로 관광객을 대상으로 설문조사를 하기에는 시간과 비용면에서 한계가 있어 제주대학교 학생 100명을 대상으로 조사가 이루어졌다. 이러한 이유로 실험집단이 대학생에 편중되어 일반적인 특징은 분석에 사용하지 않았다.

본 연구의 실증분석에 응답한 100명중 50%인 50명은 남성, 50명은 여성으로 실험집단을 구성하였다. 이 중 과거 성읍민속마을을 방문한 사람은 76명이었고, 제주민속촌박물관을 방문한 사람은 62명이었다. 또한 제주도 출신자와 제주도의 출신자를 각각 50명으로 선정하였고, 설문지를 이용해 고유성을 학습한 사람과 그렇지 않은 사람을 각각 50명으로 구분하여 조사하였다.

<표 4-1> 설문지 배부 및 회수 현황

조사대상		배부된 설문지	회수된 설문지	폐기된 설문지	사용된 설문지
실험집단	매수	100부	100부	-	100부
	%	100%	100%	-	100%

제2절 측정 척도의 신뢰성 검증

신뢰성이란 측정 결과에 오차가 들어 있지 않은 정도, 즉 분산에 대한 체계적 정보를 반영하고 있는 정도를 나타내는 것이다. 신뢰성을 검토하는 하나의 방법은 어떤 속성의 측정치가 어느 정도의 오차를 포함하는가 하는 입장에서이다. 측정치의 점수에 오차가 포함되어 있는 정도가 적으면 적을수록 그 측정치는 신뢰할 수 있게 된다. 신뢰성의 동의어로는 의존성(dependability), 안정성(stability), 일관성(consistency), 예측가능성(predictability), 정확성(accuracy) 등이 있다.

측정치에 신뢰성을 실증적으로 평가하기 위하여 여러 가지 방법이 사용되고 있다. 이러한 방법에는 평행검증법(the parallel form method), 검증-재검증법(test-retest), 내적 일관성을 이용한 방법(internal consistency method), 크론바하 알파(Chronbach's alpha) 등이 있다.

본 연구에서는 크론바하 알파계수를 이용한 신뢰성 검증을 하였다. 이 방법을 이용하여 해당 척도를 구성하고 있는 각 항목들의 신뢰성까지 평가할 수 있다. 문항전체 수준의 경우 크론바하 알파 계수가 0.5 이상, 개별 문항 수준인 경우 0.9 이상 정도면 신뢰도가 높다고 할 수 있다¹¹⁵⁾. 일반적으로 사회과학분야에서는 0과 1사이의 값을 가지며, 사회과학 자료의 경우 0.6 이상이면 비교적 신뢰도가 높은 것으로 보고 있다¹¹⁶⁾.

1. 성읍민속마을에 대한 고유성 지각 측정척도의 신뢰성 검증

본 연구에서 내적일관성에 의한 신뢰성 검증을 실시한 결과는 <표 4-2>와 같다. 성읍민속마을에 대한 고유성 지각 측정항목 전체 신뢰도는 0.8714로 0.8이상으로 나타나고 있어 전반적으로 측정항목에 대한 신뢰도가 만족할만한 수준인 것으로 나타났다.

115) 노형진, 「한글 SPSS 10.0에 의한 조사방법 및 통계분석」, 형설출판사, 2002, pp.553~555.

116) 채서일(1990): 전계서, pp.250~251.

<표 4-2> 성읍민속마을의 고유성 지각 측정항목의 신뢰성 검증

대상지	고유성 지각 측정항목	항목제거시 알파 값	전체 신뢰도
성읍 민속마을	Q1. 건축물의 외관	.8704	.8714
	Q2. 건축물의 내부구조	.8655	
	Q3. 전체 초가집의 구성	.8648	
	Q4. 각종 대문 및 외벽	.8619	
	Q5. 각종 부대시설	.8644	
	Q6. 그릇·농기구 등 각종 전시용 생활도구	.8604	
	Q7. 각종 공연 및 제작시범	.8667	
	Q8. 민요, 민속놀이, 전통술 만들기	.8625	
	Q9. 종사원들의 복장	.8607	
	Q10. 종사원들의 언어 및 행동	.8633	
	Q11. 종사원들의 전체적인 인상	.8589	
	Q12. 전통음식점의 분위기나 음식맛	.8620	
	Q13. 기념품매장의 분위기나 판매물품	.8550	
	Q14. 안내표지판의 디자인	.8667	
	Q15. 돌하루방이나 각종 비석	.8683	

주) 총 분석수는 100개임.

2. 제주민속촌박물관에 대한 고유성 지각 측정척도의 신뢰성 검증

제주민속촌박물관에 대한 신뢰성을 검증한 결과는 <표 4-3>과 같다. 제주민속촌박물관의 고유성 지각 측정항목에 대한 전체 신뢰도에서도 0.8550으로 0.8이상으로 나타나고 있어 측정항목에 대한 신뢰도가 만족할만한 것으로 나타났다.

<표 4-3> 제주민속촌박물관의 고유성 지각 측정항목의 신뢰도 분석

대상지	고유성 지각 측정항목	항목제거시 알파 값	전체 신뢰도
제주 민속촌 박물관	Q1. 건축물의 외관	.8548	.8550
	Q2. 건축물의 내부구조	.8417	
	Q3. 전체 초가집의 구성	.8508	
	Q4. 각종 대문 및 외벽	.8505	
	Q5. 각종 부대시설	.8428	
	Q6. 그릇·농기구 등 각종 전시용 생활도구	.8415	
	Q7. 각종 공연 및 제작시범	.8484	
	Q8. 민요, 민속놀이, 전통술 만들기	.8502	
	Q9. 종사원들의 복장	.8432	
	Q10. 종사원들의 언어 및 행동	.8476	
	Q11. 종사원들의 전체적인 인상	.8480	
	Q12. 전통음식점의 분위기나 음식맛	.8381	
	Q13. 기념품매장의 분위기나 판매물품	.8380	
	Q14. 안내표지판의 디자인	.8512	
	Q15. 돌하루방이나 각종 비석	.8455	

주) 총 분석수는 100개임.

제3절 측정 척도의 타당성 검증

타당성 검증은 실증조사를 위해 사용된 질문의 동일개념에 대한 조작적 정의를 통한 질문의 개념이 얼마나 정확한지를 알아보기 위한 것이다. 본 연구의 설계에서 설정한 실제문화와 모형문화에 대한 문화적 고유성 지각을 측정하기 위한 설문조사 자료를 몇 개의 공통요소로 단순화하여 그 타당성을 분석하는데 요인분석(Factor analysis)을 사용하였다. 요인분석은 상관관계를 계산한 후 요인추출 모형을 결정하고, 요인 수를 결정하여 요인 부하량을 산출한

후 요인 부하량이 요인에 높게 적재되는지 용이하게 파악하기 위해 요인회전방식을 결정하여 결과를 해석해 나간다.

본 연구에서의 요인 분석은 가장 널리 이용되고 있는 주성분 분석법(Principal Components Analysis, PCA)을 사용하였으며, 요인 적재량의 단순화를 위한 요인 회전 방법으로는 직교 회전방법(orthogonal rotation) 중 하나인 베리맥스(varimax)를 실시하였다. 요인의 수는 아이겐 값(eigen value)의 크기를 우선 고려하여 아이겐 값이 '1'이상이 되는 요인의 수와 요인의 설명변량(explained proportion) 등을 고려하여 요인의 수를 결정하였다¹¹⁷⁾.

요인분석에서 적합성을 나타내는 지수로 내부상관계의 정도를 살펴볼 수 있는 Kaiser의 표본적합도는 0.9이상이면 상당히 좋은 값이며, 0.8 이상은 좋은 것이고 0.7 이상은 적당하며, 0.6 이상이면 보통수준이고 0.5 이상이면 빈약한 값이고 0.5 이하이면 요인분석을 시행하기 곤란한 값으로 알려져 있다.¹¹⁸⁾

15개 문화적 고유성 지각 변수의 요인분석 결과 Bartlett의 구형성 검정(근사 카이제곱)으로 살펴본 요인의 적절성이 유의한 값($\chi^2=782.969$, sig.=.000)으로 산출되었다.

실제문화에 대한 요인분석 결과 <표 4-4>와 같이 성읍민속마을의 문화적 고유성 지각 요인은 3개 요인으로 추출되었고, 요인의 총 분산설명력(total variance explained)은 61.366%로 비교적 높은 편이다. 사회과학에서는 자료가 덜 단순하기 때문에 전체분산의약 60%를 설명하는 것이 보통의 기준이다.¹¹⁹⁾

117) 이순목, 「요인분석 I」, 학지사, 1995.

118) 박석희, 「관광조사연구기법」, 일신사, 2000. p.151.

119) 원태연·정성원, 「한글 SPSS 10 통계조사분석」, SPSS 아카데미, 2001. pp.380-384.

<표 4-4> 성읍민속마을의 문화적 고유성 지각 변수의 요인분석

구 분	요인명			communality
	F1	F2	F3	
	종사원	건축물	전시/시범	
x5. 부대시설	.701	3.962E-02	.214	.539
x9. 종사원복장	.811	1.582E-02	.220	.707
x10. 종사원언어	.566	.325	.102	.436
x11. 종사원인상	.877	.176	7.577E-03	.801
x13. 기념품매장	.777	.105	.371	.753
x14. 안내표지판	.773	3.021E-02	-1.52E-03	.598
x1. 추가집외관	-5.47E-02	.732	9.829E-02	.548
x2. 추가집내부	.194	.802	-3.446E-02	.682
x3. 전체구성	4.101E-02	.797	.200	.678
x4. 대문 및 외벽	.197	.724	.191	.600
x15. 돌하르방	9.790E-02	.521	.271	.355
x6. 전시용 도구	.335	.393	.447	.467
x7. 제작·시범	-2.19E-02	.284	.790	.705
x8. 민요·공연	.202	.124	.851	.781
x12. 전통음식점	.373	.106	.638	.558
eigen-value	5.457	2.368	1.380	
분산 %	36.380	15.784	9.202	
누적분산 %	36.380	52.164	61.366	
Cronbach's α	.8657	.8010	.7700	
KMO(Kaiser-Meyer-Olkin).				.698
Bartlett χ^2				782.969(sig=.000)

<표 4-4>와 같은 요인 분석 결과 종사원 요인, 건축물 요인, 전시/시범 요인 3가지 요인으로 추출되었다.

제1요인으로 묶인 'x5 부대시설', 'x9 종사원 복장', 'x10 종사원 언어', 'x11 종사원 인상', 'x13 기념품 매장', 'x14 안내표지판' 항목을 '종사원' 요인으로 명명하였다. 제2요인으로 묶인 'x1 추가집외관', 'x2추가집내부', 'x3전체구성', 'x4대문 및 외벽', 'x15

돌하르방' 항목을 '건축물' 요인으로 명명하였다. 제3요인으로 묶인 'x6 전시용 도구', 'x7 제작·시범', 'x8 민요·공연', 'x12 전통음식점' 항목을 '전시/시범' 요인으로 명명하였다.

그리고 모형문화에 대한 요인분석 결과 <표 4-5>와 같이 제주민속촌박물관의 문화적 고유성 지각 요인도 마찬가지로 3개의 요인으로 추출되었고, 요인의 총 분산설명력(total variance explained)은 64.586%로 비교적 높은 것으로 나타났다.

<표 4-5> 제주민속촌박물관의 문화적 고유성 지각 변수의 요인분석

구 분	요인명			communality
	F1	F2	F3	
	종사원	전시/시범	건축물	
x5. 부대시설	.710	5.654E-02	.233	.561
x10. 종사원언어	.733	.218	-.142	.604
x11. 종사원인상	.862	9.043E-02	-.162	.777
x12. 전통음식점	.779	1.234E-03	.429	.791
x13. 기념품매장	.596	.436	.200	.586
x14. 안내표지판	.861	-.103	-7.06E-02	.757
x2. 초가집내부	8.082E-02	.643	.528	.699
x6. 전시용 도구	.172	.642	.404	.604
x7. 제작·시범	6.901E-02	.718	.154	.544
x8. 민요·공연	-1.52E-02	.781	.151	.633
x9. 종사원복장	.505	.639	-.187	.699
x1. 초가집외관	-.135	.394	.625	.564
x3. 전체구성	-7.47E-02	.254	.826	.753
x4. 대문 및 외벽	.118	1.761E-02	.846	.730
x15. 돌하르방	.394	.221	.426	.386
eigen-value	5.135	3.094	1.459	
분산 %	34.233	20.626	9.727	
누적분산 %	34.233	54.859	64.586	
Cronbach's α	.8661	.7913	.7190	
KMO(Kaiser-Meyer-Olkin).				.775
Barlett χ^2				819.546(sig=.000)

<표 4-5>와 같은 제주민속촌박물관에 대한 문화적 고유성 지각 변수의 요인 분석 결과 성읍민속마을과 마찬가지로 3개의 요인이 추출되었다.

제1요인으로 묶인 'x5 부대시설', 'x10 종사원 언어', 'x11 종사원 인상', 'x12 전통 음식점', 'x13 기념품매장', 'x14 안내표지판' 항목을 '종사원' 요인으로 명명하였다.

제2요인으로 묶인 'x2 초가집내부', 'x6 전시용 도구', 'x7 제작·시범', 'x8 민요·공연', 'x9 종사원 복장' 항목을 '전시/시범' 요인으로 명명하였다.

제3요인으로 묶인 'x1 초가집외관', 'x3 전체구성', 'x4 대문 및 외벽', 'x15 돌하르방' 항목을 '건축물' 요인으로 명명하였다.

이와 같은 탐색적 요인분석은 타당성과 적용성의 확보가 중요하기 때문에 측정척도의 정제가 중요하다. 그런 이유로 본 요인 분석에서는 첫째, 문화적 고유성 지각 척도의 타당성을 높이기 위해 각 척도에 포함된 항목들 가운데 관련 요인 적재값(factor loading)이 0.40 이상인 문항들만 가려내었다. 둘째, 0.40 이상의 요인 적재값이 하나의 요인에만 적재되지 않고 다른 요인에도 함께 적재되어 있으면, 표본의 수가 추가되거나 기타 이유가 발생한다면 다른 요인에도 적재될 가능성이 크고 개념적으로 타당도가 불투명하기 때문에 이러한 항목들도 있는지 살펴보았다. 셋째, 각 변수의 공통성(communality)의 값도 0.4 미만이면 각 요인을 설명하는 해당항목의 설명력이 부족한 것으로 판단하여 이러한 변수가 있는지 고려하였다.¹²⁰⁾넷째, 각 요인의 척도 신뢰도는 Cronbach alpha 계수로 산출하여 alpha 값이 0.60 이상인 척도들을 구성개념 측정척도로 사용하였다.

실제문화와 모형문화에 대한 요인분석결과 <표 4-4>와 <표 4-5>에서 특이한 점을 살펴보면 성읍민속마을에서는 x9. 종사원의 복장 항목이 종사원 요인에 포함되었으나 제주민속촌에서는 전시/시범 요인에 포함되고 있는 것을 볼 수 있다. 이러한 결과는 성읍민속마을에서의 종사원은 실제 거주하는 주민이기 때문에 종사원으로 인식하고, 제주민속촌박물관에서는 종사원의 복장이 또 하나의 전시효과로 관광객들이 인식하는 것으로 볼 수 있다. 그 외의 다른 항목들로서 비슷하게 요인에 포함되는 것으로 나타났다.

120) 윤동구, “관광객만족 구조모형의 개발에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 박사학위 논문, 2000, pp.112-114.

제4절 가설 검증

1. 가설 1에 대한 검증

<가설 1> 방문객의 실제문화와 모형문화에 대한 문화적 고유성 지각은 차이가 있을 것이다.

(세부가설 1-1) 방문객의 실제문화와 모형문화에 대한 문화적 고유성 지각은 종사원요인에서 차이가 있을 것이다.

(세부가설 1-2) 방문객의 실제문화와 모형문화에 대한 문화적 고유성 지각은 건축물 요인에서 차이가 있을 것이다.

(세부가설 1-3) 방문객의 실제문화와 모형문화에 대한 문화적 고유성 지각은 전시/시범 요인에서 차이가 있을 것이다.

(세부가설 1-4) 방문객의 실제문화와 모형문화에 대한 문화적 고유성 지각은 전체분위기 요인에서 차이가 있을 것이다.

위 <가설 1>을 검증하기 위하여 두 개의 상호 관련된 집단간의 평균 차이가 통계적으로 유의미한지를 검증하는 분석기법¹²¹⁾인 대응표본 T-검증(Paired Sample T-Test)을 다음과 같이 <표 4-6>과 같이 실시하였다. 연구의 특성상 실제문화와 모형문화에 대한 고유성 지각을 측정하기 위해 서로 다른 두 변수간의 평균의 차이를 조사하는 대응표본 T-검증을 사용하였다. <표 4-6>과 같은 성읍민속마을과 제주민속촌박물관의 고유성 지각에 대한 평균분석 결과 종사원 요인이나 건축물 요인에서는 평균치의 차이가 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났고, 전시/시범 요인에서만 유의수준 0.01에서 유의미한 것으로 나타났다. 즉 성읍민속마을과 제주민속촌에 대한 고유성 지각은 전시/시범 요인에서 다르게 나타나는 것으로 나타났다. 이는 방문객들은 전시/시범 면에서 성읍민속마을보다 제주민속촌박물관에서 문화적 고유성 지각이 높은 것으로 파악할 수 있다.

121) 원태연·정성원(2001): 전계서. pp.150-152.

<표 4-6> 측정 요인별 문화적 고유성 지각 차이

문항	대상지	N	평균	표준편차	t	유의확률
종사원 요인	성읍민속마을	100	2.9333	.9144	.047	.963
	제주민속촌 박물관		2.9300	.8864		
건축물 요인	성읍민속마을	100	3.2960	.8348	-1.093	.277
	제주민속촌 박물관		3.4150	.7875		
전시/시범 요인	성읍민속마을	100	3.3150	.9209	-7.991	.000**
	제주민속촌 박물관		4.1950	1.0004		

주) **p<0.01

2. 가설 2에 대한 검증



<가설 2> 문화적 고유성 지각은 방문객 선호에 영향을 줄 것이다.

(세부가설 2-1) 실제문화의 문화적 고유성 지각은 방문객 선호에 영향을 줄 것이다.

(세부가설 2-1-1) 종사원요인에 따라 실제문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-1-2) 건축물요인에 따라 실제문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-1-3) 전시/시범요인에 따라 실제문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-1-4) 전체분위기요인에 따라 실제문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-2) 모형문화의 문화적 고유성 지각은 방문객 선호에 영향을 줄 것이다.

(세부가설 2-2-1) 종사원요인에 따라 모형문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-2-2) 건축물요인에 따라 모형문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-2-3) 전시/시범요인에 따라 모형문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

(세부가설 2-2-4) 전체분위기요인에 따라 모형문화의 문화적 고유성 지각은 관광객 선호에 영향을 미칠 것이다.

독립변수로 설정된 3개의 문화적 고유성 지각 측정요인이 방문객 선호에 영향을 줄 것이라는 <가설 2>의 8개의 세부가설을 검증하기 위해 두 개 이상의 연속형 변수 사이에 얼마나 인과 관계가 존재하는가를 설명하고, 원인에 따라 결과를 예측하기 위해 사용되는 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 <표 4-7>과 같이 실시하였다.

분산분석 결과는 회귀식의 유의성(통계적으로 의미가 있느냐 없느냐)을 검토하기 위해서 필요하다. 따라서 여기에서는 F값의 유의확률이 0.000이기 때문에 유의수준 0.01에서 의미가 있다고 하는 결론을 내릴 수 있다.

편회귀계수의 유의성을 판단하기 위하여 t값과 p값(유의확률)이 필요하다. t값이 큰 변수일수록 목적변수를 예측(설명)하는데 있어서의 공헌도가 높다고 생각한다. 또한 p값에 의해서 편회귀계수의 유의성을 판정할 수 있다. 유의하지 않은 변수는 목적변수를 예측하는데 불필요한 변수라고 결론을 짓는다. 모든 변수가 필요한지, 불필요한 변수는 없는지를 검토하는 것이 변수선택의 문제로서 중회귀분석에 있어서 매우 중요하다¹²²⁾.

본 연구에서는 다중회귀분석의 독립투입 방법 중 요인별 상관계수를 0으로 전제하여 표준화된 요인 점수(factor score)를 투입하는 방법을 사용하였다.

독립변수인 성읍민속마을의 문화적 고유성지각이 종속변수인 성읍민속마을 선호를 설명해주는 검정력(power)는 결정계수(R Square, coefficients of determination)의 정도로 파악할 수

122) 노형진(2002): 전계서, p.321.

있는데 분석결과 독립변수로 투입한 종사원, 건축물, 전시/시범 요인은 종속변수에 대해 46.6%(R²는 .466)를 설명해 주고 있다. 그리고 독립변수와 종속변수의 상관계수(R)은 0.679이고 자유도를 고려한 수정된 R제곱(Adjusted R square)은 0.444로 나타났다.

그리고 회귀분석 결과 선형회귀분석과 잔차의 평균제곱값은 21.515와 0.788으로 산출되어 두 값의 비율인 F값 27.315가 통계적으로 0.000수준에서 유의미한 결과를 갖음을 시사하고 있다. 이와 같은 연구 결과 <가설 2>의 하위가설인 (세부가설 2-1)과 (세부가설 2-1-2)는 채택할 수 있고, 다음과 같은 회귀식으로 예측할 수 있다.

<표 4-7> 성읍민속마을의 문화적 고유성 지각이 선호에 미치는 영향

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
상수	-.375	.423		-.885	.378
성읍 fac_x1(종사원)	.152	.112	.117	1.356	.178
성읍 fac_x2(건축물)	.743	.121	.521	6.121	.000**
성읍 fac_x3(전시/시범)	.229	.120	.177	1.913	.059

R=.679, R²=.461, Adjusted R²=.444, F=27.315, Sig=.000**

주) ** p<0.01

$$Y1 = -0.375 + 0.152x1 + 0.743x2 + 0.229x3$$

Y1: 성읍민속마을 선호도, x1: 종사원, x2: 건축물, x3: 전시/시범

독립변수의 항목별로 살펴보면 건축물 요인에서만 유의수준 0.01에서 유의미한 것으로 나타났고 종사원 요인이나 전시/시범 요인에서는 모두 유의하지 않은 것으로 나타났다.

또한 회귀분석에서 독립변수가 여러 개인 경우는 변인간의 상관관계(correlation)에 기초한 상대적 중요도를 비교하기 위한 표준회귀계수(standard regression coefficients, Beta)의 값을 비교해야 한다¹²³⁾. 그 값을 비교해 본 결과 성읍민속마을의 문화적 고유성 지각요인 중 건축물 요인(Factor 2)이 0.544로 독립변수 중 가장 좋은 설명력을 가지고 있고, 그 다음으로 전시/시범

(Factor 3)이 0.177, 종사원(Factor 1)이 0.117 정도의 설명력을 갖는 것으로 나타났다.

다음의 <표 4-8>은 독립변수인 제주민속촌박물관의 문화적 고유성지각이 종속변수인 제주민속촌박물관 선호에 대한 분석결과 독립변수로 투입한 종사원, 건축물, 전시/시범 요인은 종속변수에 대해 51.8%(R²는 .518)를 설명해 주고 있다. 그리고 독립변수와 종속변수의 상관 계수(R)은 0.720이고 자유도를 고려한 수정된 R제곱(Adjusted R square)은 0.503으로 나타났다.

그리고 회귀분석 결과 선형회귀분석과 잔차의 평균제곱값은 15.711와 0.457로 산출되어 두 값의 비율인 F값 34.353이 통계적으로 0.000수준에서 유의미한 결과를 갖음을 시사하고 있다. 이와 같은 연구 결과 (세부가설 2-2)와 (세부가설 2-2-2), (세부가설 2-2-3)은 채택할 수 있고, 다음과 같은 회귀식으로 예측할 수 있다.

<표 4-8> 제주민속촌박물관의 문화적 고유성 지각이 선호에 미치는 영향

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
상수	.249	.360		.693	.490
제주 fac_x1(종사원)	2.173 E -02	.083	.020	.263	.793
제주 fac_x2(전시/시범)	.348	.085	.363	4.116	.000**
제주 fac_x3(건축물)	.547	.102	.449	5.349	.000**

R=.720, R²=.518, Adjusted R²=.503, F=34.353, Sig=.000**

주) ** p<0.01

$$Y_2 = -0.375 + 0.152x_1 + 0.743x_2 + 0.229x_3$$

Y₂: 제주민속촌박물관 선호도, x₁: 종사원, x₂: 건축물, x₃: 전시/시범

제주민속촌박물관에 대한 분석 결과에서는 전시/시범요인과 건축물 요인이 가장 유의미한 것으로 나타났다. 즉 전시/시범요인과 건축물 요인이 종속변수인 선호에 유의미한 영향을 미칠 것이라 예측할 수 있다.

123) 오택섭, 「사회과학데이터분석법」, 나남출판, 1998, pp.299-300.

제주민속촌박물관에 대한 분석 결과에서 표준회귀계수(standard regression coefficients, Beta) 값을 비교해 본 결과 제주민속촌박물관의 문화적 고유성 지각요인 중 건축물 요인 (Factor 3)이 0.449로 독립변수 중 가장 좋은 설명력을 가지고 있고, 그 다음으로 전시/시범 (Factor 2)이 0.363, 종사원(Factor 1)이 0.449 정도의 설명력을 갖는 것으로 나타났다.

가설검증 결과 성읍민속마을에서의 문화적 고유성 지각 요인 중 방문지 선택에 가장 많은 영향을 미치는 것은 건축물 요인임을 알 수 있었고, 제주민속촌박물관에 대한 문화적 고유성 지각 요인 중에는 건축물과 전시/시범이 방문지 선호에 많은 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 이는 실제문화인 성읍민속마을 보다 모형문화인 제주민속촌박물관에서 방문객들은 더욱 다양한 전시/시범들을 볼 수 있고, 실제문화의 건축물과 모형문화의 건축물에서 별 차이를 느끼지 못하는 것으로 파악할 수 있다.

제5절 분석 결과의 함의




본 연구의 가설 검증 결과는 <표 4-9>와 같이 요약할 수 있다. 방문객의 실제문화와 모형 문화에 대한 문화적 고유성 지각은 차이가 있을 것이라는 <가설 1>과 4개의 세부가설에서 요인분석을 통해 추출된 종사원 요인, 건축물 요인, 전시/시범 요인 3개의 고유성 지각 요인이 추출되었다. 그리고 전체 분위기 항목은 요인분석 결과 다른 3개의 요인에 포함되어 요인으로 추출되지 못하였다.

추출된 요인들을 대응표본 T-test를 통해 검증해 본 결과 전시/시범 요인만이 성읍민속마을과 제주민속촌에서 유의한 평균 차이를 보인 것으로 나타나 <가설 1>에서는 (세부가설 1-3)은 채택할 수 있었다. 그리고 종사원 요인과 건축물 요인은 유의한 차이를 보이지 않아 (세부가설 1-1)과 (세부가설 1-2)는 기각되었다. 이처럼 종사원 요인과 건축물 요인에 있어 지각 차이를 보이지 않은 이유로는 성읍민속마을과 제주민속촌박물관의 종사원들은 제주지역의 독특한 문화를 상징할 수 있는 복장이나 언어를 접할 공간이 많지 않았기 때문인 것으로 볼 수 있다. 또한 건축물 요인에서 지각차이를 보이지 않은 이유로는 성읍민속마을의 초가집이

지역주민들의 생활불편으로 인해 창틀이나 내부가 변형되어져 관광객들에게 실제문화로서 고유성을 지각하는데 방해하는 것으로 볼 수 있다. 이로 인해 관광객들은 모형문화인 제주 민속촌과 실제문화인 성읍민속마을에서 비슷한 문화적 고유성을 느낀 것으로 볼 수 있다. 이는 곧 제주관광의 문제점으로 자주 지적되고 있는 하드웨어의 집중개발과 소프트웨어의 개발과 투자가 미흡하기 때문¹²⁴⁾인 것으로 볼 수 있다.

문화적 고유성 지각은 방문객 선호에 영향을 줄 것이라는 <가설 2>와 8개의 세부가설은 고유성 지각측정 요인 3개를 독립변수로 설정하여 다중회귀분석을 통해 고유성 지각과 선호를 분석한 결과 성읍민속마을에서는 건축물 요인만 유의한 것으로 나타났고, 종사원 요인과 전시/시범 요인에서는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 제주민속촌박물관의 분석결과 전시/시범요인과 건축물 요인이 0.01 유의수준에서 유의한 값을 갖고 있는 것으로 나타났다.

위와 같은 결과로 <가설 2>에서는 (세부가설 2-1-2)와 (세부가설 2-2-2), (세부가설 2-2-3)은 채택할 수 있었다.

 <표 4-9> 가설 검증 결과 요약
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

구분	내용	채택여부
가설 1	실제·모형문화 → 문화적 고유성 지각차이	부분채택
1-1	종사원 요인 → 문화적 고유성 지각차이	기각
1-2	건축물 요인 → 문화적 고유성 지각차이	기각
1-3	전시/시범 요인 → 문화적 고유성 지각차이	채택
가설 2	문화적 고유성 지각 → 선호	-
2-1	실제문화 고유성 지각 → 선호	부분채택
2-1-1	문화적 고유성 지각요인(종사원) → 선호	기각
2-1-2	문화적 고유성 지각요인(건축물) → 선호	채택
2-1-3	문화적 고유성 지각요인(전시/시범) → 선호	기각
2-2	모형문화 고유성 지각 → 선호	부분채택
2-2-1	문화적 고유성 지각요인(종사원) → 선호	기각
2-2-2	문화적 고유성 지각요인(전시/시범) → 선호	채택
2-2-3	문화적 고유성 지각요인(건축물) → 선호	채택

124) 현창국, 「제주다위야 제주가 산다」, 도서출판 한울, 2000, pp139-142.

제5장 결 론

제1절 결론 및 시사점

본 연구는 최근에 급속하게 증가하는 문화관광에서 출발하였다. 사회의 복잡화로 인해 문화의 경제적 가치가 증가하고 있고, 일상에서 찾아보기 어려운 과거의 문화적 고유성을 다시 찾으려는 관광객들이 증가하면서 점차 문화적 요소를 관광자원화 하여 관광객들에게 즐거움을 주는 것이 경제적 활동의 하나로 파악되어지고 있다. 그럼에도 불구하고 문화자원이 관광에 제대로 반영되지 않고 있는 실정이다. 이러한 이유 중 하나는 바로 관광으로 인한 문화의 상품화로 지역의 문화적 고유성이 변형되거나 소멸된다는 부정적인 견해 때문이다. 하지만 최근 들어 문화의 상품화나 무대화를 통해 문화적 고유성이 상실되는 것을 배척하기 보다는 전통문화를 현대적으로 재창조하거나 사라진 문화를 복원하자는 의견이 나타나고 있다. 또한 제주도에서도 제주를 방문하는 관광객들의 취향이 바뀜에 따라 제주의 전통문화를 복원하고, 제주의 지방색을 유지하여 제주에서만 느낄 수 있는 독특한 문화의 상품화만이 제주의 문화관광이 살아날 수 있는 길이라고 한다.

본 연구에서는 이러한 추세에 맞추어 문화적 고유성을 찾아 실제문화와 모형문화를 방문하는 관광객들의 문화적 고유성 지각을 비교하고, 이 문화적 고유성 지각이 선호도에 미치는 영향을 규명하기 위해 수행되었다.

따라서 성읍민속마을과 제주민속촌박물관을 모두 방문한 실험집단을 대상으로 하여 2집단 사후 실험설계의 연구방법을 통해 기존의 관련 이론과 선행연구 동향을 파악하여 본 연구의 이론적 틀을 구성하고 여기에서 추출된 문화적 고유성 지각에 대한 4가지 요인을 갖고 연구의 분석을 위한 연구 모형과 연구 설계의 틀을 구성하였다.

2집단 사후 실험설계를 통해 분석한 결과 실제문화와 모형문화의 문화적 고유성 지각 차이에서는 전시 및 시범 요인에서만 차이를 보일 뿐 다른 종사원 요인이나 건축물에서는 유의한 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다. 종사원 요인은 선행연구에서도 나타난 것과 같이 종사원에 대한 투자보다는 건축물위주의 투자로 집중되어 관광객들 또한 이들에 대한

지각의 차이는 거의 없게 나타난 것으로 볼 수 있다.

다시 말해, 성읍민속마을과 제주민속촌박물관은 종사원들에 대한 교육과 투자를 통해 종사원에 대한 고유성을 느낄 수 있도록 해야만 관광객들의 재방문을 유도할 수 있다고 하겠다. 또한 건축물에 대해서는 성읍민속마을의 지역주민들의 생활 불편으로 인한 변형으로 인해 실제문화임에도 불구하고 모형문화인 제주민속촌박물관과 문화적 고유성 지각 차이를 보이지 않는 것으로 나타나 실제문화로서 역할을 다 하기 위해 좀더 적극적인 보호와 지원 및 지역주민에 대한 투자가 이루어져야 하겠다.

반면에 제주민속촌박물관은 모형문화로서 무대화된 고유성을 실제문화처럼 관광객들에게 지각하게 함으로써 그 역할을 충분하게 수행하고 있는 것으로 볼 수 있다.

그리고 실제로 관광객들이 관광지를 선호하는데 있어 가장 영향을 미치는 요인으로는 성읍민속마을과 제주민속촌박물관이 서로 다르게 나타났다. 성읍민속마을의 관광객 선호에 영향을 가장 많이 미치는 고유성 구성요인으로는 건축물에 대한 문화적 고유성 지각인 것으로 나타났다. 즉, 관광객들은 성읍민속마을의 종사원이나 전시 또는 시범에 대한 부분보다는 건축물 내·외부에 대한 지각이 선호에 가장 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다.

제주민속촌박물관에 대한 관광객 선호에 영향을 미치는 요인으로는 건축물과 전시 및 시범에 대한 고유성 지각인 것으로 나타났다. 관광객들은 모형문화의 집약된 전통문화에서 다양한 전시물이나 시범들을 쉽게 접할 수 있었고, 건축물에 있어서도 다양한 민가들을 편리한 동선을 따라 관찰할 수 있었기 때문에 좀더 선호에 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다.

이러한 결과에 따라 성읍민속마을은 관광객들이 높은 수준의 문화적 고유성 지각을 통해 재방문하도록 하기 위해서는 건축물에 대한 지속적인 보존과 다양한 전시 및 시범을 보여줌으로써 제주도의 다양한 문화를 실제 경험할 수 있도록 해야만 경쟁력을 갖출 수 있다고 하겠다. 또한 제주민속촌박물관도 마찬가지로 다양한 건축물과 전시 및 시범을 지속적으로 재현하도록 해야 하겠고, 종사원에 대한 좀더 적극적인 교육과 투자를 통해 관광객들이 종사원들을 통해 문화적 고유성을 높이는 것이 성공적인 모형문화로서 역할을 수행하는 것이라 볼 수 있겠다.

본 연구를 통해 실제문화와 모형문화의 중심인 문화적 고유성이 제주도의 문화관광에 매력을 더해줄 수 있는 중요한 요소로서 지속적으로 관리되기 위한 시사점을 얻을 수 있고, 향후 문화관광을 활성화시키기 위해 문화적 고유성에 대한 연구가 활발히 이루어져야 할 것이다.

제2절 연구의 한계 및 제언

본 연구는 관광객의 문화적 고유성 지각이 선호에 미치는 영향에 대해서 실제문화와 모형 문화간의 선호요인별 차이를 검증하기 위한 탐색적 연구이다. 따라서 본 연구의 최종목적인 실제문화와 모형문화를 경험한 관광객의 문화적 고유성 지각을 비교하고, 이 문화적 고유성 지각이 선호에 미치는 영향에 대해 분석하였다. 그러나 이러한 연구의 최종목적을 달성하였음에도 불구하고, 본 연구가 가지는 한계점이 있다고 하겠다.

위에서 언급한 본 연구의 한계는 조사대상이 실제문화와 모형문화를 모두 방문한 관광객을 대상으로 이루어져야 하나, 두 곳을 모두 방문한 관광객을 조사하기가 시간적·경제적 여건으로 인해 제주대학교 주·야간 대학생 위주의 실험집단으로 조사가 이루어져 20대 대학생에 표본이 편중되어 관광객이라는 모집단을 설명하는데 한계가 있다. 그리고 100명의 실험집단을 3일 간에 걸쳐 실제문화와 모형문화 대상지인 성읍민속마을과 제주민속촌박물관을 모두 방문한 후 조사하는 과정에서 다수의 실험집단에 대한 통제가 현실적으로 어려워 관람에 대한 집중도나 관심도에 차이가 있을 수 있었다.

그리고 충분한 실험집단의 수를 대상으로 조사가 이루어져야 하나, 경제적인 여건으로 인해 실험집단의 수를 100명 이상하기에는 어려움이 따랐다.

또한 실제문화와 모형문화를 대표하는 연구 대상지 간의 대등한 비교를 하기에 어려움이 많았다. 이유는 모든 요인에서 성읍민속마을보다 제주민속촌박물관에서 문화에 대한 다양한 측면을 집약적으로 제공하고 있어 문화적 고유성에 대한 이해에 혼돈을 주기도 하여 조사에 어려움이 많았다. 이러한 이유로 한 가지 요인만을 비교하여 연구하였을 때 더욱 자세하고 명확한 연구결과가 나올 수 있을 것이라 사료된다.

향후 실제문화와 모형문화에 대한 문화적 고유성 연구에서는 다양한 특성을 지닌 관광객들을 대상으로 이루어져야 하겠고, 실제문화와 모형문화에 대한 전반적인 요인에 대해서 관광객들 간의 비교연구를 할 경우 구체적인 개별요인에 대한 파악이 어려움으로 이를 극복하기 위해 개별적 요인들 중 관심이 집중되는 한 가지 특정요인에 관한 구체적인 비교 연구가 이루어져야 하겠다.

참 고 문 헌

1. 국내 문헌

1) 국내 서적

- Greg Richard저 · 조명환 역, 「문화관광론」, 백산출판사, 2000.
- 김성진, 「고가 · 종택 · 전통마을의 보전적 관광자원화 방안」, 한국관광연구원, 2001.
- 김세천외, 「문화로 보는 관광학」, 도서출판 소화, 2001.
- 김용진, 「정치학방법론서설」, 명지사, 2001.
- 노형진, 「한글 SPSS 10.0에 의한 조사방법 및 통계분석」, 형설출판사, 2002.
- Dean MacCannell저 · 오상훈 역, 「관광객」, 일신사, 1994.
- 마이크페더스톤, 「포스트모더니즘과 소비문화」, 현대미학사, 1999.
- 박석희, 「관광조사연구기법」, 일신사, 2000. p.151.
- 서성한, 「소비자행동론」, 박영사, 1990.
- 서태양, 「문화관광론 2판」, 대왕사, 2002.
- 손대현, 「재미론」, 형설출판사, 2000.
- 손대현 · 장병권, 「레저관광심리학」, 백산출판사, 2002.
- 손대현, 「사회심리학」, 박영사.
- 송재호, 「제주관광의 이해」, 도서출판 각, 2002.
- 스티븐 윌리엄스 저, 신용석 · 정선희 역, 「현대관광의 이론과 실제: Tourism Geography」, 도서출판 한울, 1999.
- 안광호 · 임병훈, 「마케팅조사원론 제3판」, 경문사, 2002.
- 安村 克己, 임주환 외 공역, 「지역발전예의 접근과 지속가능한 관광」, 백산출판사, 2001.
- 오택섭, 「사회과학데이터분석법」, 나남출판, 1998.
- 이근희, 「사회과학연구방법론」, 범문사, 2001.
- 이선희, 「관광마케팅개론」, 대명사, 1993.

- 이순목, 「요인분석 I」, 학지사, 1995.
- 이응규·김은희, 「관광과 문화」, 대왕사, 2002.
- 원태연·정성원, 「한글 SPSS 10 통계조사분석」, SPSS 아카데미, 2001.
- 전경수, 「관광과 문화」, 일신사, 1994.
- 조명환, 「국제관광문화」, 백산출판사, 2000.
- 채서일, 「사회과학조사방법론」, 법문사, 1990.
- 한경수, 「관광객 행동론」, 형설출판사, 1997.
- 한국관광공사, 「국내문화행사 관광상품화 방안」, 한국관광공사, 1995.
- 한국관광공사, “문화관광의 현재와 미래”, 「관광정보」, 1-2월호, 1992.
- 한국산업사회학회, 「사회학」, 도서출판 한울, 2000.
- 현창국, 「제주다워야 제주가 산다」, 도서출판 한울, 2000.
- 황용철, 「전략적 응용과 소비자행동론」, 제주대학교 출판부, 1998.
- 탁석산, 「한국의 정체성」, 책세상, 2001.

2) 국내 논문 및 자료



- 김규호, “관광의 문화적 환경과 유교문화자원”, 「관광학연구」, 제26권 제2호, 2002.
- 김남조의, “사회적 수용력의 혼잡기대, 혼잡지각, 만족의 관계에 관한 연구”, 「관광학연구」, 제24권 제1호, 2000.
- 김명자·이상열, “문화관광정책을 통해 본 민속의 위상”, 「민속연구」, 제10집, 2000.
- 김용환·오석민, “전통문화의 보존과 민속마을”, 「비교민속학」, 12집, 1995.
- 김진수, “문화적 고유성 인식이 관광체험에 미치는 영향”, 박사학위논문, 한양대학교 대학원, 2002.
- 김향자·엄서호, “휴가목적지 선택결정 요인으로서 지각행동저절에 관한 연구”, 「관광학연구」, 제21권 제1호, 1997.
- 김희엽, “전통민속마을의 관광개발에 관한 연구”, 석사학위논문, 대구대학교 사회복지개발대학원, 2001.
- 문병호, “한국 문화관광축제의 서비스품질에 관한 연구”, 박사학위논문, 한양대학교 대학원, 2000.

- 배영동, “박물관 관광의 의미와 역사·문화의 탐색적 이해”, 「민속연구」, 제10집, 2000.
- 박석희, “세종대왕릉 방문자의 지각수준 분석”, 「관광학연구」, 제18권 제2호, 1996.
- 서태양, “관광지 포지션에 관한 연구” 박사학위논문, 인하대학교 대학원, 1991.
- 오정학·김유일, “주제공원 이용자의 감성반응에 관한 연구”, 「관광학연구」, 제24권 제3호, 2001.
- 윤길진, “국립공원 관광지에 대한 인지와 선호에 관한 연구”, 박사학위논문, 건국대학교 대학원, 1990.
- 윤동구, “관광객만족 구조모형의 개발에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 박사학위 논문, 2000.
- 이상현, “민속학자의 교양여행 전통과 문화관광”, 「민속연구」, 제10집, 2000.
- 이정규외, “스키리조트의 지각과 선호 분석”, 「관광학 연구」, 제24권 제1호, 2000.
- 이애주, “관광지 선택행동에 관한 연구”, 박사학위논문, 세종대학교대학원, 1988.
- 이태희, “관광객의 신기성 욕구수준에 따른 관광목적지 선호도차이에 관한 연구”, 「관광학 연구」, 제22권 제1호, 1998.
- L. Fridmand (eds), the AMA Handbook of Marketing for the Service Industries, (USA:AMACOM), pp.25-38.; 표성수, “관광지계획을 위한 자기인지과정”, 경기대학교 부설 여가산업연구소, 여가생활연구, 1993.
- 전정아, “관광지 지각과 선호에 관한 실증적 연구”, 석사학위논문, 세종대학교대학원, 1995.
- 한상일, “한국 민속관광 개발의 방향”, 「관광연구」 13집, 대한관광경영학회, 1999.
- 홍창식, “전통민속마을의 문화관광상품화 방안에 관한 연구”, 석사학위논문, 경기대학교 대학원, 1996.

2. 외국 문헌

1) 외국 서적

Boorstin, D., The Image : A Guide to Pseudo-Events in America. New York: Vintage, 1991.

Frigen, D., Dimension of Tourism, Michigan: Education Institute Books, 1991.

Harvey, D., The Condition of Postmodernity, Basil blackwell, Oxfor, 1989.

MacCannell, D., The Tourist-A new theory of the Leisure class, New York : Reprinted Schocken Books Inc, 1989.

McIntosh, R. W. & Goldner, C. R., Tourism : Principles, Practies, Philosophies, New York : John Wiley & Sons Inc, 1990.

Robert D. R., Hospitality Marketing Management, New York : Van Nostrand Reinhold, 1989.

Stanton M. E., "The Polynesian Cultural Center : A Multiethnic Model of Seven Pacific Culture" ; smith, V. L.(ed.), Host and Guest: the anthropology of tourism, 2nd edition, philadelphia: univ. of pennsylvania, 1989.

Swarbrooke, J., Sustainable Tourism Management, CABI Publishing, 1999.

Urry, J., The Visitor Gaze, Leisure and Travel in Contemporary Societies, London : Sage Publication, 1992.

2) 외국 논문 및 자료

Bruner, E., "Transformation of Self intourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 18, 1991.

Cohen, E., "Authenticity and Commoditization in Tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 15, 1988.

Cohen, E., "A Phenomenology of Tourism Experience", *Sociology*, 13, 1979.

- Culler, J., "Semiotics of Tourism". *American journal of Semiotics* 1, 1981.
- Dybka, J., "Overseas Travel To Canada : New Research On The Perception And References Of The Pleasure Travel Market", *Journal of Travel Research*, Vol. 27, 1988.
- Gartner, W. C., "Tourism Image : Attribute Measurement of State Tourism Products Using Multidimensional Scaling Techniques", *Journal of Travel Research*, Vol. 28, 1989.
- Haahti, A. J., "Finland's Competitive as a Destination", *Annals of Tourism Research*, Vol. 13, 1986.
- Handler, R., "Authenticity", *Anthropology Today*, Vol. 2 No.1, 1986.
- Kaspar, C., "Strategy of Success Position for Tourism", *Review de Tourism*, AIEST, No.2, 1984.
- Lucas, R. C., "Wilderness perception and use : The example of the boundary Waters Canoe Area", *Nature Resource Journal* 3, 1964.
- Masterson, D., "What Business Are We In?", In Carole A.C ongram and Margaret Mayo, E. J., "Tourism and The National Park : A Psychographic and Attitudinal Study", *Journal of Travel Research*, Vol. 14, 1975.
- Mayo, E. J., "Regional Image and Regional Travel Development". In 1973 Travel and Tourism Research Association Proceeding.
- Mazanec, J. A. & Alkier, W., "Tourism Planning in Highly Developed Mountain Area : Recommend Methodology", *Tourism Recreation Research*, Vol. 9.
- Moscardo, G. & Pearce, P., "Historic Theme Parks. An Australian Experience in Authenticity", *Annals of Tourism Research*, Vol. 13, 1986.
- Pearce, P. & Caltabiano, M., "Inferring Travel Motivation from Traveler's Experience", *Journal of Travel Research*, Vol. 12 No.2, 1983.
- Pearce, P. & Moscardo, G., "The Concept of Authenticity in Tourist Experiences", *ANZJS*, Vol.22, No.1, 1986.
- Pearce, P., "Tourist-Guide Interaction", *Annals of Tourism Research*, Vol. 11, 1984.

- Rao, S. R. & E. G. Thomas & Rajshekar G. Javalgi, "Activity preference and Trip-Planning Behavior of the U.S. Out bound Pleasure Travel Market", *Journal of Travel Research*, Vol. 31, 1992.
- S. Um & Crompton, J. L., " The Roles Of Perceived Inhibitors and Facilitators in Pleasure Travel Destination Decisions;", *Journal of Travel Research*, Vol. 31, 1992.
- Thompson, J. R. & Cooper, P. D., "Attitudinal Evidence On the Limited Size of Evoked Set of Travel Destination". *Journal of Travel Research*, Vol. 18, 1979.
- Wang, N., "Rethinking Authenticity in Tourism Experience", *Annals of Tourism Research*, Vol. 26, 1999.
- Woodside, A. F. & Sherrell, D., "Traveler Evoked Set, In Set and Inert Sets of Vacation Destination", *Journal of Travel Research*, Vol. 16.
- Woodside, A. G. & Lysonski, S., "A General Model of Traveler Destination Choice", *Journal of Travel Research*, Vol. 28, 1989.



관광객의 문화적 고유성 지각에 관한 연구

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 본 설문조사에 응하여 주신 데 대하여 진심으로 감사를 드립니다.

본 설문지는 저의 석사학위 논문 작성의 일환으로, **실제문화와 모형문화에 대한 문화적 고유성 지각 차이와 선호와의 관계를 비교분석**하기 위하여 작성된 설문지 이오니 부담없이 솔직하게 응답해 주시기 바랍니다. 설문지를 통하여 얻어진 귀하의 고견은 본 연구조사 작업에 귀중한 자료가 될 것입니다.

귀하께서 협조해 주신 자료는 학술적인 연구목적 이외에는 어떤 용도에도 사용하지 않을 것임을 약속드립니다.

응답하시는 질문은 단지 여러분의 의견을 수렴하여 연구 목적에 사용하기 위한 것이므로 정답이 없습니다. 다소 많은 질문 항목이지만 읽어보시고 솔직하게 응답하여 주시면 감사하겠습니다.

아무쪼록 귀하의 가정에 행복이 가득하시기를 기원하며, 귀하의 도움에 진심으로 감사를 드립니다.

2003년 12월

제주대학교 대학원 관광개발학과 석사과정

지도교수 : 송 재 호 (Tel : 064-754-3173)

연구자 : 김 종 기 (CP : 011-287-8879 /e-mail : maeno7811@hanmail.net)

◎ 고유성(authenticity)의 개념

고유성이란 '지역마다 존재하고 있는 문화의 특수성'으로서 이 용어를 처음 쓴 관광 인류학자 Dean Macannell에 의하면 '전근대사회 문화 혹은 그 지역문화에서만 느낄 수 있는 독특한 분위기를 고유성이라 규정하였다. 즉 지역의 인상(sense of place)으로 장소를 대표하는 것을 의미한다.

♣ 다음은 귀하께서 성읍민속마을과 제주민속촌박물관을 방문하시고 느끼신 내용을 묻는 질문입니다. 각 항목에 귀하께서 매우 동의하면 '⑤'에, 전혀 동의하지 않으면 '①'에 √표를 해주십시오.

1. 건축물의 외관에서 조상들의 생활상을 그대로 느낄 수 있었다.

성읍민속마을			제주민속촌박물관		
①	③	⑤	①	③	⑤
----- ----- ----- -----			----- ----- ----- -----		

2. 건축물의 내부구조에서 조상들의 생활상을 그대로 느낄 수 있었다.

성읍민속마을			제주민속촌박물관		
①	③	⑤	①	③	⑤
----- ----- ----- -----			----- ----- ----- -----		

3. 초가집이나 건축물의 전체 구성이 민속마을과 민속촌의 전통적인 분위기에 어울렸다.

성읍민속마을			제주민속촌박물관		
①	③	⑤	①	③	⑤
----- ----- ----- -----			----- ----- ----- -----		

4. 각종 대문과 외벽이 민속마을과 민속촌의 전통적 분위기를 적절하게 나타내고 있다.

성읍민속마을			제주민속촌박물관		
①	③	⑤	①	③	⑤
----- ----- ----- -----			----- ----- ----- -----		

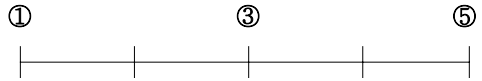
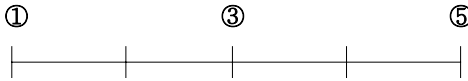
5. 전통음식식당이나 화장실, 기념품 매장 등의 각종 부대시설 내·외관에서 제주도의 독특한 지방색을 느낄 수 있었다.

성읍민속마을			제주민속촌박물관		
①	③	⑤	①	③	⑤
----- ----- ----- -----			----- ----- ----- -----		

6. 전시용생활도구(그릇, 농기구, 다듬이 등)에서 옛날 분위기를 느꼈다.

성읍민속마을

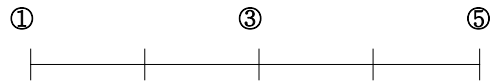
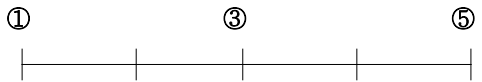
제주민속촌박물관



7. 민간공예나 골웃 등의 무형문화재 전시 및 제작시범에서 전통적 생활상을 느꼈다

성읍민속마을

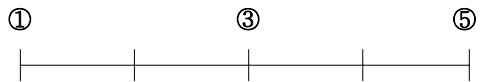
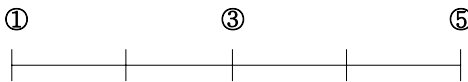
제주민속촌박물관



8. 민요, 민속놀이공연, 전통술 만들기 등의 활동 등은 전통생활상을 느끼게 했다.

성읍민속마을

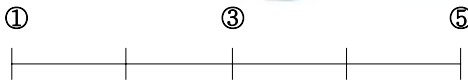
제주민속촌박물관



9. 종사원들의 복장에서 옛 생활을 느낄 수 있었다.

성읍민속마을

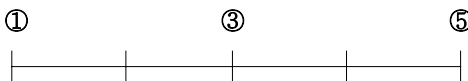
제주민속촌박물관



10. 종사원들의 언어·행동에서 옛 생활을 느꼈다.

성읍민속마을

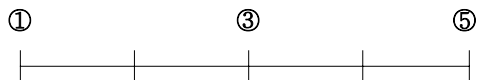
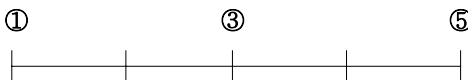
제주민속촌박물관



11. 종사원들에게서 전통적인 제주도의 인상을 느꼈다.

성읍민속마을

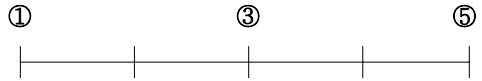
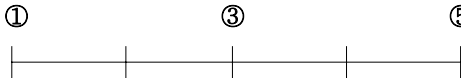
제주민속촌박물관



12. 전통음식점의 음식 종류, 맛, 식기류, 분위기 등에서 전통적인 느낌을 받았다.

성읍민속마을

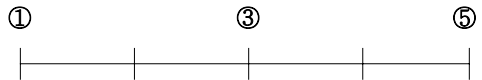
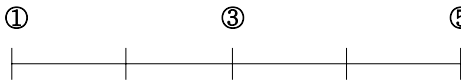
제주민속촌박물관



13. 기념품매장의 판매물품 및 가게 내·외부 분위기에서 옛스러움을 느꼈다.

성읍민속마을

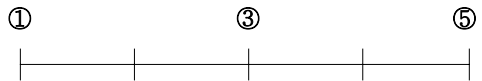
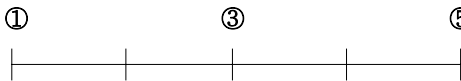
제주민속촌박물관



14. 안내표지판의 디자인, 재질, 글씨체 등에서 옛날의 생활상을 느낄 수 있었다.

성읍민속마을

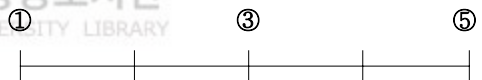
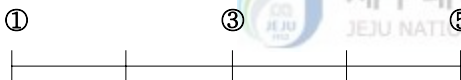
제주민속촌박물관



15. 돌하르방이나 각종 비석 등의 분위기 연출에서 옛날의 생활상을 느꼈다.

성읍민속마을

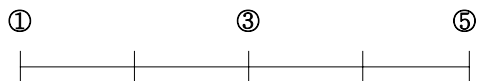
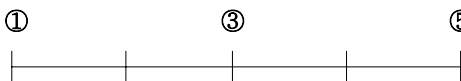
제주민속촌박물관



16. 향후 성읍민속마을과 제주민속촌박물관에 다시 방문하겠다.

성읍민속마을

제주민속촌박물관



♣ 다음은 귀하의 개인적인 사항에 관한 질문입니다. 해당되는 곳에 V표를 해 주십시오.

1	성 별	① 남 () ② 여 ()
2	과거 방문횟수	① 민속마을 ()회 ② 민속촌 ()회
3	출신지	① 제주도내 () ② 제주도 이외 ()
4	고유성 학습여부	① 있다 () ② 없다 ()

설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다