

고궁관광 경험 분석

- 내국인과 외국인의 차이를 중심으로 -

서용석* · 김지선** · 이훈***

Experience in Royal Palace Tourism

- Focusing on Difference between Domestic and Foreign Tourist -

Yongseok Seo* · Jisun Kim** · Hoon Lee***

요약 : 본 연구는 내·외국인이 고궁 관광에서 체험하는 객관적·체험적 진정성이 만족도에 미치는 영향 관계를 구조 분석하기 위한 것이다. 연구 목적을 달성하기 위해 서울 시내에 소재한 경복궁, 덕수궁, 창경궁, 창덕궁, 종묘 등 5개의 궁을 방문한 내국인 349명과 외국인 265명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 구조모형을 통해 분석한 결과, 실존적 진정성과 만족도 간의 인과관계에서 외국인이 내국인에 비해 높은 경로계수를 나타내었다. 한편, 관여도와 만족도 간의 인과관계 비교에서는 내국인이 외국인에 비해 더 높은 경로계수를 보였다. 이로써 고궁 관광 만족도를 결정함에 있어 외국인과 내국인은 관여도 및 진정성에 대해 상이한 인과구조가 나타난다는 사실이 발견되었다. 본 연구결과는 고궁 관광 연구와 마케팅에 활용할 수 있으며, 관광 경험 수준을 높이기 위한 시사점을 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

주제어 : 고궁관광, 문화유산 관광, 진정성, 관여도

ABSTRACT : The purpose of this study is to analyze how authenticity and involvement influence satisfaction of Koreans and foreigners. The tourist survey was conducted of 349 Koreans and 265 foreigners who visited one of the five palaces in Seoul, including Kyungbok Palace, Deoksoo Palace, Changkyung Palace, Changdeok Palace, and Jongmyo Shrine. For the analysis method, frequency analysis, factor analysis, and structural model were applied. The result shows that existential authenticity influences satisfaction of the Korean participants significantly more than of the foreigner participants. Conversely, involvement has considerable effects on satisfaction of the foreigner participants more than of the Korean participants. According to the result, it was found that Koreans and foreigners have different causal structures in terms of authenticity, involvement, and satisfaction. Findings of this study provide important implications, in cross cultural perspective, to cultural tourism studies and marketing strategy of cultural heritages.

Key Words : Palace Tourism, Cultural Heritage Tourism, Authenticity, Involvement

* 사행산업통합감독위원회 전문위원, 관광학 박사(Ph. D. Tourism, Expert Advisor in The National Gaming Control Commission)

** 한양대학교 관광학부 박사 수료(Ph. D. Candidate, Department of Tourism, Hanyang University)

*** 한양대학교 관광학부 교수(Professor, Department of Tourism, Hanyang University),

교신저자(E-mail: hoon2@hanyang.ac.kr, Tel: 02-2220-0863)

I. 서론

문화유산 관광은 과거에 대한 향수와 다양한 문화적 경관과 형태를 경험하고자 하는 욕구를 수반한 특별 관심 분야의 관광(SIT)이라고 할 수 있다. 특히 성(궁)이나 역사적으로 오래된 건물 등의 유산지는 관광객들을 끌어들이는 매력적인 요소로 중요하다(Laws, 1998). 고궁은 시간적으로 과거라는 역사성과 옛 조상으로부터 물려받은 공간 속에 내용적으로는 그 유산과 관련된 독특한 경험을 느낄 수 있는 진정성을 포함한 대표적인 문화유산 중 하나이다. 이처럼 고궁은 역사적 시간 속에 담겨진 스토리를 안고 있어 체험적 매력을 가진 뛰어난 관광 대상이다(김지선·이훈, 2009).

고궁은 내국인에게는 역사의 산실로서 의미 있는 장소이자 교육의 현장이고, 외국인에게는 우리나라 고유의 문화를 체험할 수 있는 독특한 장소이다. 최근 과거의 문화유산은 보존·보호되어야 한다는 패러다임에서 문화유산의 보존과 관리에 관광이 긍정적으로 기여할 수 있다는 패러다임으로 전환되어 문화유산의 관광상품화가 주요 정책사업으로 대두되고 있다(문화재청·한국관광공사, 2009). 문화유산을 관광한다는 것은 역사가 상품화되어 소비하는 양식을 말하고(신용석, 1999), 문화유산의 관광상품화는 옛 과거 사건(의식 또는 의례)을 현대에 그대로 재현함으로써 관광객에게 '고유한 체험'을 제공하는 데 있다.

McKercher and du Cros(2003)는 성공적인 문화유산 관광에는 공통점이 있는데 바로 스토리텔링이 잘 되어 있고, 유산을 살아있는 것으로 만들며, 관광객이 체험에 참여할 수 있도록 하고, 관광 상품의 질(Quality)에 초점을 맞추며, 진정성을 느낄 수 있도록 한다는 것이다. 많은 문화유산

관리자들은 진정성이 성공적인 문화유산 관광의 기본요소임을 강하게 지지하고 있다(Tunbridge and Ashworth, 1996; McKercher et al., 2004: 재인용).

Poria et al.(2003)은 유산지를 방문한 관광객들의 동기와 행동은 유산지에 대해 어떻게 지각하고 있는지와 밀접한 관련이 있기 때문에 유산지를 자신의 유산으로 인지하고 있는 유산관광자(Heritage Tourist)와 단순히 유적지를 방문한 관광객(Tourist)와는 차이가 있다고 하였다. 따라서 유산에 대한 관여 정도는 관광 경험에 있어 진정성의 지각에 영향을 미친다고 할 수 있다.

McKercher and du Cros(2003)도 문화유산 관광지를 방문하는 관광객들의 유형을 3가지로 분류하여 유형에 따라 추구하는 진정성이 다르며, 이는 만족도에도 영향을 미친다고 하였고, Naoi(2004)의 연구에서도 진정성에 대한 지각은 역사적 유적지에 대한 전반적인 평가에 영향을 미치는 결정적인 요소라고 하였는데, 지각 정도는 유산의 관련 정도에 따라 다르게 나타남을 알 수 있다.

이와 같이 진정성은 문화유산 관광에서 만족도에 중요한 결정요인으로 작용하지만 문화유산과 관련된 관여도는 방문한 사람들의 정체성에 따라 다르기 때문에 자국민과 외국인의 만족도는 다르게 나타날 것이다. 그러므로 문화유산 관광에 대한 만족도를 연구할 때 진정성과 관여도를 동시에 살펴볼 필요가 있다.

지금까지 고궁에 대한 연구는 자원의 가치 및 특성(문성민·문성중, 2006; 이원옥·서용은, 2003; 우락기, 1982; 유수현·진병렬, 2002), 고궁 관광의 교육적 기능(유수현, 2003; 2006)과 해설의 기능(박석희, 1994; 박희주, 2006; 백성광, 1997), 고궁 관광자원 개발 및 활용방안(남재경, 2005; 진

병렬, 2005a; 2005b; 2006), 방문객 만족도(박석희·김수라, 1998; 김지선·이훈, 2009) 등 비교적 다양하지만, 고궁을 방문한 내국인과 외국인들의 관광 경험을 비교한 연구는 아직 많지 않다. 따라서 본 연구는 유산에 대한 관여 정도와 진정성이 만족도에 미치는 영향관계를 내·외국인으로 나누어 분석하여 시사점을 도출하고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 내·외국인의 고궁관광 경험 비교

문화유산은 내·외국인 모두에게 매력적인 관광자원이 될 수 있다. 관광객의 자국문화는 여행 목적지에서 관광객의 욕구와 기대, 선호하는 활동을 다르게 결정짓는 요소가 된다(Pizam and Jeong, 1996; Reisinger and Turner, 1998). 내·외국인의 비교 연구는 다른 문화 또는 국가 간 소비자 행동의 유사점과 차이점을 찾아 체계적으로 분류하여 태도, 행동의도, 평가 등으로 소비자 행동을 예측할 수 있다. 따라서 문화적 차이를 이해하고 고려하여 전략을 수립하는 것은 마케팅 차원에서 중요한 문제이다.

문화유산 관광(Cultural Heritage Tourism)은 문화유산을 관광상품화한 것으로, 문화유산 관광의 대표적 목적지로는 성(궁), 요새, 박물관, 갤러리, 전시관, 역사적 유적지, 종교순례지 등이 있다 (<http://www.borealismarketing.de/rise-of-heritage.shtml>).

성(궁)과 같은 역사적 건축물과 환경은 가장 명백한 유산의 표현양식이며, 가장 인기 있는 유산관광의 목적지이다(Chhabra et al., 2003). 우리나라의 5대 고궁은 서울을 방문한 외국인 관광객

들의 47.4%가 방문하고 있으며, 가장 인상 깊은 관광지 2위로 고궁을 꼽고 있다(문화재청·한국관광공사, 2009). 특히 창덕궁과 종묘는 세계문화유산에 등재되어 있는 우수한 문화자원이다. 고궁 관광의 만족도를 높이고 관광자원으로서 가치를 향상시키기 위해서는 고궁 관광을 체험할 수 있도록 집중할 필요가 있다.

유산자원의 매력성은 방문객이 경험하는 질적 수준에 따라 좌우되는데(Frochot and Hughes, 2000; Laws, 1998), 김계섭·안윤지(2004)에 의하면 문화 관광 자원에서 관광객들이 지각하는 매력 속성은 전통문화의 체험을 통한 고유함과 교육성, 역사적 사실의 진정성이라고 하였다. 이는 MacCannell(1976)이 현대 문화관광의 주요 쟁점은 고유한 경험(Authentic Experience) 추구에 있다는 주장을 뒷받침해 주고 있다.

Cohen(1988)에 의하면 모든 사람들은 제각기 다른 시각과 다른 욕구를 가지고 있어 실제로 문화를 경험한 사람과 경험하지 못한 사람 간의 차이가 있다고 주장하였다. 따라서 유산관광지에서 관광객들이 경험하는 진정성에 대한 지각은 그들이 처한 문화적 환경이나 과거 경험에 따라 다르게 나타날 것이다.

이러한 비교문화적 관점에서 이루어진 선행연구를 살펴보면, 김성섭(2004)에 의하면 관광객 국적에 따라 여행목적지에서 선호하는 행위가 다르며 선호하는 관광자원도 다른데, 이는 문화권이 달라서 생기는 현상이라고 말하였다. 손일화·여호근(2009)의 국적별 문화관광 행동 특성의 차이 연구에서 한국인은 '교육성'을, 미국인은 '진정성'을 강하게 지각하는 것으로 나타나 국적에 따라 관광자원에 대한 인식이 다름을 보여주었고, 오정학·허상현(2006)에 의하면 '수원화성'을

방문한 관광객들의 국적별 방문 동기로 미국과 중국인들은 '고유의 전통경관'을 꼽았고, 일본인들은 '잘 알려진 유적지라서'라는 이유로 지역의 명성을 중요시하였으며, 한국인들은 '학습 및 교육적인 효과를 위해서'라고 꼽아 교육적 가치가 중요하다고 분석되었다.

2. 진정성과 만족도

'Authenticity'의 사전적 의미는 '진짜의', '거짓이 없는'의 뜻으로 진정성(眞正性), 고유성(固有性)이라고 불린다. MacCannell(1973)은 관광 동기와 체험을 연구하면서 진정성에 대한 개념을 처음 소개하였다. 그는 관광에서 느낄 수 있는 진정성의 다양한 개념을 객관적 진정성, 구성적 진정성, 포스트모던 진정성, 실존적 진정성 등 네 가지 유형으로 정리하였고, Wang(1999)은 진정성을 객관적·구성적·실존적 등 세 가지로 분류하고 있다. 객관적 진정성과 구성적 진정성은 대상과 관련된 진정성이고, 실존적 진정성은 활동과 관련된 진정성으로 크게는 관광자의 체험과 관광대상물에 대한 진정성으로 나눌 수 있다.

객관적 진정성은 대상이 진짜 진품인지 아닌지에 대한 인식론적 체험이고, 구성적 진정성은 사회적 구성의 결과로 사회적 관점, 신념, 전망, 권력의 견지에서 그런 것처럼 구성되었기 때문에 진정한 것으로 보이는 것이다. 실존적 진정성은 관광대상물이 진정한지(객관적), 아니면 어떻게 진정한지(구성적 혹은 상징적)와는 상관없이 관광자가 단순히 구경꾼으로서가 아닌 참가자가 되었을 때 경험하는 것, 독특하고 진정한 경험이 바로 실존적 진정성이라고 할 수 있다(이훈, 2006). 관광 대상의 진정성은 '역사적(Historic)'인 것이 아

닌 '시각적(Visual)'인 것으로, 만일 관광 대상이 진짜처럼 보이면 그것은 정말 진짜가 되는 것이며 (Pretes, 1995), 문화유산을 관광한다는 것은 역사가 상품화되어 소비하는 양식을 말하므로(신용석, 1999) 문화유산 관광에서 실존적 진정성은 매우 중요하다고 할 수 있다. 장영수·최진철(2007)에 의하면 기장 멸치축제에서 객관적 고유성은 만족에 영향을 주지 않지만, 경험적 고유성은 만족에 영향을 미치는 요인으로 나타난다고 보고하였다.

이처럼 진정성은 유산 관광에서 중요한 속성 중 하나로, 해당 문화유산지에서 진정성의 지각 여부는 만족도를 결정짓는 데 중요한 결정요인으로 작용한다(조태영, 2009; Chhabra et al., 2003; Cohen, 1988; McKercher and du Cros, 2003; Naoi, 2004).

Chhabra et al.(2003)은 스코틀랜드의 하이랜드 게임이라는 축제에서 유산 관광의 질을 측정하고 관광객들의 만족을 결정하는 데 있어 지각된 진정성의 역할을 분석하였다. 영국의 작은 지역이었던 스코틀랜드가 과거에 흩어져 지금의 영국에 정착하였지만 자신들의 유산과 국가에 대한 애정으로 소멸될 수 없는 자신들의 고유한 문화를 영국을 포함하여 캐나다, 미국, 뉴질랜드와 같은 다른 국가에서 문화유산축제로 재생시켰다. 그의 연구에서는 스코틀랜드 고지인의 씨족(Clan)이 방문객보다 진정성에 대한 지각이 높게 나타났으며, 과거에 스코틀랜드를 방문한 경험 유무는 진정성의 지각에 유의한 차이를 보이지 않았다.

대부분의 경우 진정성에 대한 욕구가 강할수록 무대화된 진정성에 불만족할 가능성이 높으며 (Cohen, 1988; McKercher and du Cros, 2003; Naoi, 2004), 진정성을 높게 인지할수록 만족도는

높게 나타난다는 연구 결과가 있었다(김지선·이훈, 2009; 조태영, 2009; Chhabra et al., 2003).

Cohen(1988)은 매트릭스를 이용해 진정성과 만족도의 관련성에 대해서 실제 장면이면서 고유성으로 인식되는 경우와 연출되었어도 연출이라는 것을 인식하지 못할 때가 만족도가 높고, 고유성을 지녀도 의심받는 경우나 연출되어도 고유성을 인식하지 못하는 경우에는 만족도가 낮다고 설명하였고(이훈, 2004), McKercher and du Cros(2003)는 문화유산 관광지를 방문하는 관광객들의 유형을 3가지로 분류하여 깊은 문화적 체험을 추구하는 '문화목적관광객(Purposeful Cultural Tourists)', 주된 방문 목적이 문화이기는 하지만 체험은 약간만 원하는 '문화관광객(Cultural Sightseers)', 문화적으로 동기화되지 않고 오로지 가벼운 체험을 원하는 '가벼운 문화관광객(Casual Cultural Tourists)'으로 구분하였다. '문화목적관광객'은 친숙함보다는 진정성을 더 원하기 때문에 그들이 경험한 것 중 인위적인 요소가 있다면 부정적으로 반응할 가능성이 높으며, '문화관광객'은 만족스런 경험을 위해 반드시 인위적이지 않은 진정성을 필요로 하지는 않는다고 하였다. Naoi(2004)의 연구에서도 방문객 유형 중 진정성에 대한 욕구가 강한 방문객이 역사적 유적지에서 조작된 것이 인지될 경우 불만족할 경향이 높고, 그러한 고안된 요소에 덜 민감한 방문객은 똑같은 장소에 만족할 수도 있다고 하였다. 그래서 진정성 평가가 낮은 그룹은 오히려 보수적이고 엄격한 기준을 가지고 있어 유적지의 만족도 평가에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

반면에 Chhabra et al.(2003)의 연구에서는 지각된 진정성이 문화적 전통 본래의 장소와 멀리 떨어진 곳에서 무대화될 때에도 높게 나타날 수

있음을 보여주었고, 김지선·이훈(2009)의 연구에서는 고궁 관광에서 전반적 만족도에는 객관적 진정성이, 재방문이나 추천의도에는 객관적 진정성보다 실존적 진정성이 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Waite(2000)는 시드니의 'The Rocks'를 대상으로 지각된 진정성을 측정된 결과, 성별이나 거주지, 라이프사이클 단계에 따라 중요한 차이가 나타났는데, 해외거주자가 시드니 거주자나 다른 호주 거주자보다 진정성을 더 높게 지각하는 것으로 나타났다. 연구자는 해외거주자가 호주인보다 환경이나 활동, 건축물에 대해 역사적으로 덜 정확하기 때문에 더 높게 지각하는 것으로 분석했다.

Moscardo and Pearce(1986)는 역사적 주제공원을 대상으로 주된 방문동기가 진정성이며, 진정성과 비진정성을 측정하는 범주를 건축물과 전시, 기념품점, 활동뿐만 아니라 그곳에서 일하는 사람들과 장인, 전체적인 세팅까지 포함시켰고, 진정성을 측정하는 변수로 활동, 전시, 건물, 종업원을 사용하였다. 김진수(2002)는 이를 적용하여 민속촌을 대상으로 건축물, 전시·체험, 종업원, 분위기 요인을 변수로 한 고유성(Authenticity) 영역을 측정하였다. Littrell et al.(1993)은 공예품과 같은 기념품에 대해서도 관광객 유형에 따라 진정성이 제대로 반영되었는지에 대한 다른 욕구가 있는데, 외적 기준의 사람들은 만들어진 시간이나 장소가 명백하게 진짜와 동일함을 증명할 수 있는 것을 추구하고, 내적 기준의 사람들은 집에 돌아가서도 디자인이나 재료, 기술, 또는 내용에서 진정성을 느낄 수 있는지를 따진다고 하였다(Jamal and Hill, 2004). 김계섭·안윤지(2004)에 의하면 관광객들이 문화 관광자원의 매력 중 전통문화 체험을 통한 고유함과 교육성, 사건·인

물·역사적 사실의 진정성을 중요한 요인으로 꼽았다고 하였다. 조태영(2009)에 의하면 문화 관광에서 진정성이 관광 만족에 긍정적인 영향을 미치는데, 그 중에서도 실존적 진정성이 관광의 만족성에 가장 큰 영향을 미친다는 결과를 발표했다.

이처럼 진정성이 관광을 발생시키고 즐거움의 정도를 높이는 데 주요 요소라는 것이 기존 연구 결과를 바탕으로 확인되었으며, 진정성 중에서도 대상과 관련한 객관적 진정성과 체험과 관련한 실존적 진정성 두 요인을 이용하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

1) 내국인 고궁 관광객이 느끼는 진정성은 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

- (1) 내국인 고궁 관광객이 느끼는 객관적 진정성은 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- (2) 내국인 고궁 관광객이 느끼는 실존적 진정성은 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2) 외국인 고궁 관광객이 느끼는 진정성은 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

- (1) 외국인 고궁 관광객이 느끼는 객관적 진정성은 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- (2) 외국인 고궁 관광객이 느끼는 실존적 진정성은 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3. 관여도와 만족도

관여도는 소비자행동에 영향을 미치는 중요한 변수로서 특정 상황에서 일어나는 지각된 관련성이며 특정대상에 대한 개인의 중요성에 대한 지

각 정도를 의미한다(Celsi and Olson, 1988). 즉, 어떤 대상에 대한 관심 정도를 나타내는 것으로서, Bolting and Woodruff(1988)는 관여도가 만족을 이끌어내는 과정에 영향을 미친다고 하였다.

다양한 심리 변수 중 관여도는 특별한 상황에 의해 나타나는 보이지 않는 동기, 자극 혹은 관심 상태라 정의할 수 있으며, 이는 소비자 구매 행동의 선행 변인으로 이해된다(서동구·주현식, 2008; 이미란·주현식, 2005; Zaichkowsky, 1985). 최근 여가연구에서 관광객의 행동을 이해하기 위해 적용되어졌으며, Gross and Brown (2008)은 관여도가 장소 애착도에 미치는 영향을 측정하기 위해 관여도를 매력물(Attraction), 자기표현(Self Expression), 라이프 스타일 중심성(Centrality of Lifestyle)으로 개념화하여 구성하였다. Kyle et al.(2003)은 아팔래치아 트레일의 도보여행자를 대상으로 여가활동에 대한 관여도와 장소애착도와와의 관계를 측정하였고, Bricker and Kerstetter(2000)는 급류타기 레크리에이션에서 모든 문화의 정도를 측정하는 데 관여도를 이용하였다.

국내 연구에서 관여도가 만족도에 영향을 미친다는 연구 결과는 다수 있으나(이미란·주현식, 2005; 서동구·주현식, 2008; 정재훈·한장희, 2009) 문화유산 관광을 대상으로 한 연구는 많지 않다. 유지윤·서용석(2009)에 의하면 방한관광객을 대상으로 조사한 결과 한국음식서비스에 대해 관여도와 만족도 간에 긍정적인 관계가 있다고 검정하였으며, 이민욱(2006)에 의하면 수원화성 유산관광지에 대한 관여도 변화 사후 관여도 중 고관여집단이 성과, 만족, 태도, 재방문의도가 높게 나타났고, 사후 관여도에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로는 '시설과 비용'이며, 관여도 변화

에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로는 '매력성'이라는 연구 결과를 보여주었다. 한편, 서용석 외(2008)에 의하면 지역민의 문화에 충분히 천착되지 않은 신생 도시축제에도 관여도가 만족도와 양의 상관 관계가 있다는 견해도 있다. 이 때문에 관여도는 개인의 욕구에 중요하게 작용하는 것으로 개인의 내면에서 동기를 유발할 수 있는 요인이기 때문에 관광객의 행동을 예측할 수 있는 중요한 변수라고 할 수 있다.

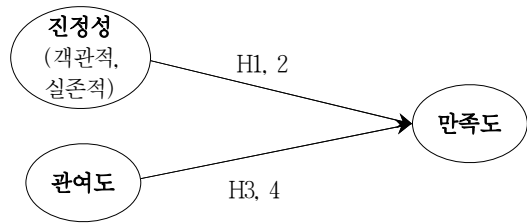
본 연구에서는 이상과 같은 이론적 고찰을 바탕으로 고궁에 대한 관여도가 다른 각각의 내·외국인의 집단에게 있어 진정성과 관여도가 만족도에 어떻게 영향을 미치는지를 구조모형을 통해 분석하고자 한다.

- 1) 내국인의 고궁 관광에 대한 관여도는 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 2) 외국인의 고궁 관광에 대한 관여도는 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

III. 모형 설정 및 연구 방법

1. 연구모형

본 연구 목적을 달성하기 위하여 진정성이 만족도를 결정짓는 데 중요한 결정요인으로 작용한다(Chhabra et al., 2003; Cohen, 1988; McKercher and du Cros, 2003; Naoi, 2004; 조태영, 2009)는 선행연구와 관여도가 만족도에 영향을 미친다는(서동구·주현식, 2008; 서용석 외, 2008; 이미란·주현식, 2005; 유지윤·서용석, 2009; 이민욱, 2006; Bolfing and Woodruff, 1988; Zaichkowsky, 1985) 선행 연구에 근거하여 <그림 1>과 같이 연구모형을 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

2. 표본 추출 및 연구방법

본 연구의 목적을 달성하기 위해 서울 시내에 소재한 경복궁, 덕수궁, 창경궁, 창덕궁, 종묘 등 5개 궁을 방문한 내국인 349명과 외국인 관광객 265명을 대상으로 2009년 11월 2일부터 8일까지 설문조사를 실시하였다. 표본추출방법은 임의 표본추출방법을 이용하였다. 조사방법으로는 훈련된 조사원에 의한 대면 조사 방식(설문지에 의한 자기기입식)으로서 조사 이전에 설문 문항에 대한 자세한 설명을 실시하였다. 조사항목으로는 진정성 관련 항목 8개, 관여도 6개, 만족도 관련 항목 3개(전체적 만족도와 재방문 의도, 추천의사 각 1개), 인구통계적 특성 6개 항목 등이다.

진정성에 대한 측정 항목으로는 Frochot and Hughes(2000), 장경수(2001), 김진수(2002)의 연구를, 관여도는 Bricker and Kerstetter(2000), Kyle et al.(2003), 서용석 외(2008)의 연구를 참고하였으며, 관광학 전공 석사 과정 이상 4명을 대상으로 설문 문항의 타당성을 입증받았다. 진정성과 관여도, 만족도 항목은 7점 척도, 인구통계적 특성은 명목척도를 이용하여 측정하였다. 내국인 표본인 349개 중 결측값, 동일 값 코딩 등으로 인해 구조모형에 적합하지 않은 데이터로 판명된 155개를 제외하여 194개가 채택되었으며(표본 채택률 55.6%), 외국인 표본은 내국인과

같은 기준으로 10개를 제외한 255개의 샘플(표본 채택률 96.2%)을 분석에 이용하였다.

데이터 코딩 및 분석은 SPSS 15.0 및 AMOS 7.0을 이용하였고, 분석기법으로는 빈도분석, 요인분석, 구조모형 분석을 이용하였다. 연구 목적을 달성하기 위하여 내국인과 외국인에 대한 분석을 각각 따로 실시하였다.

IV. 분석 결과

1. 표본 특성

조사대상은 내국인과 외국인으로 크게 나눌 수 있으며, 내국인의 경우 여성의 비율이 66.5% 많은 편이고, 연령은 20대, 직업은 주부와 학생이 많았다. 그리고 학력은 대졸이, 수입은 6천만 원 이상이 가장 많았다. 외국인 역시 여성과 20대가 많았고 직업은 회사원과 전문·관리직의 비율이, 학력은 대졸이, 수입은 6천만 원 이상과 2천만 원

미만이 높았다.

2. 변수의 신뢰도와 타당성 검증

가설 검증 이전에 변수의 신뢰성을 파악하기 위해 진정성과 관여도, 만족도에 대한 신뢰성 분석을 실시하였다. 신뢰성 분석을 위해 크논바하 알파값(Cronbach's α)을 이용했다. 그리고 타당성 검증을 위한 탐색적 요인분석에서는 진정성과 관여도, 만족도에 대해 요인수를 결정하고 동질적인 요인으로 묶기 위해 아이겐값 1을 기준으로 주성분 분석과 직교회전방법인 Varimax를 이용하였다.

먼저 내국인 관광객에 대한 신뢰도 분석에서 관여도의 경우 정체성 변수가 전체 신뢰도를 저해한다고 판단해 분석에서 제외하였다. 탐색적 요인분석에서는 공통값과 KMO, 바틀렛 검증을 통해 합당함이 인정되었다. 자세한 분석 결과는 <표 2>와 같다.

<표 1> 표본의 특성

(단위: 명, %)

변수	구분	빈도			변수	구분	빈도		
		전체 (N=449)	내국인 (N=194)	외국인 (N=255)			전체 (N=449)	내국인 (N=194)	외국인 (N=255)
성별	남성	159	65(33.5)	94(37.8)	학력	중졸 이하	2	2 (1.1)	0(0)
	여성	284	129(66.5)	155(62.2)		고졸	61	26(13.8)	35(14.5)
연령	20대	169	83(42.8)	86(35.0)		대재	138	53(28.2)	85(35.3)
	30대	78	26(13.4)	52(21.1)		대졸	212	99(52.7)	113(46.9)
	40대	81	37(19.1)	44(17.9)	대학원 졸	6	8 (4.3)	8 (3.3)	
	50대	73	33(17.0)	40(16.3)	수입	2천만 미만	63	20(13.2)	43(24.4)
	60대 이상	39	15 (7.7)	24 (9.8)		2천만~3천만	64	36(23.7)	28(15.9)
직업	회사원	118	36(18.8)	82(33.5)		3천만~4천만	54	28(18.4)	26(14.8)
	자영업	28	14 (7.3)	14 (5.7)		4천만~5천만	35	24(15.8)	11 (6.3)
	전문·관리직	73	15 (7.8)	58(23.7)		5천만~6천만	38	17(11.2)	21(11.9)
	주부	102	52(27.1)	50(20.4)	6천만 이상	74	27(17.8)	47(26.7)	
	학생	81	59(30.7)	22 (9.0)	언어권	영어권	-	-	115
	기타	37	18 (8.3)	19 (7.8)		일어권	-	-	140

<표 2> 내국인의 진정성, 관여도, 만족도에 대한 요인 분석과 신뢰도 분석

요인명	요인명	측정문항	평균	요인적재량	분산 비율	아이겐값	α값	
진정성*	객관적 진정성 (M=5.32)	내부구조를 통한 건축문화	5.45	.844	33,005	2,640	.738	.845
		전시용품을 통한 조상생활상	5.04	.841				
		왕 거주 궁궐의 사실성	5.24	.679				
		외관에서의 조선시대 건축양식	5.56	.613				
	실존적 진정성 (M=5.28)	전통적 분위기 느낌	5.59	.797	60,928	2,234	.747	
		일상생활 탈출	5.51	.773				
		옛 과거로 돌아간 느낌	5.21	.744				
		어색하지 않고 자연스러움	4.82	.510				
관여도** (M=5.59)		고궁관람은 중요한 경험임	5.51	.783	65,876	3,953	.913	
		고궁관람은 나에게 의미가 있음	5.44	.836				
		고궁관람은 매력적임	5.66	.867				
		고궁관람은 나에게 기쁨임	5.64	.851				
		고궁관람은 재미있음	5.70	.836				
만족도*** (M=5.84)		추천 의도	6.04	.930	79,378	2,381	.862	
		재방문 의도	6.00	.920				
		전반적 만족도	5.49	.819				

* KMO: 0.818, Bartlett's Test of Sphericity: 811.970(p < 0.000), ** KMO: 0.819, Bartlett's Test of Sphericity: 528.079(p < 0.000), *** KMO: 0.686, Bartlett's Test of Sphericity: 334.602(p < 0.000)

<표 3> 외국인의 진정성, 관여도, 만족도에 대한 요인 분석과 신뢰도 분석

요인명	요인명	측정문항	평균	요인 적재량	분산 비율	아이겐값	α값	
진정성*	객관적 진정성 (M=5.15)	내부구조를 통한 건축문화	5.42	.845	40,848	3,268	.742	.778
		전시용품을 통한 조상생활상	4.92	.655				
		왕 거주 궁궐의 사실성	5.06	.620				
		외관에서의 조선시대 건축양식	5.19	.757				
	실존적 진정성 (M=5.12)	전통적 분위기 느낌	5.77	.572	15,286	1,223	.679	
		일상생활 탈출	4.87	.776				
		옛 과거로 돌아간 느낌	5.12	.779				
		어색하지 않고 자연스러움	4.70	.602				
관여도** (M=5.34)		고궁 관람은 중요한 경험임	5.56	.787	66,450	3,323	.838	
		고궁 관람은 나에게 의미가 있음	5.31	.800				
		고궁 관람은 매력적임	5.47	.850				
		고궁 관람은 나에게 기쁨임	5.07	.834				
		고궁 관람은 재미있음	5.31	.803				
만족도*** (M=5.61)		추천 의도	5.86	.885	68,776	2,063	.862	
		재방문 의도	5.10	.823				
		전반적 만족도	5.88	.776				

* KMO: 0.780, Bartlett's Test of Sphericity: 551.569(p < 0.000), ** KMO: 0.818, Bartlett's Test of Sphericity: 649.063(p < 0.000), *** KMO: 0.656, Bartlett's Test of Sphericity: 218.700(p < 0.000)

외국인 관광객에 대한 탐색적 요인 분석에서 정체성 변수의 공통값이 낮아 분석에서 제외하였다. 그 외 KMO, 바틀렛 검증을 통해 합당함이 인정되었다. 자세한 분석 결과는 <표 3>과 같다.

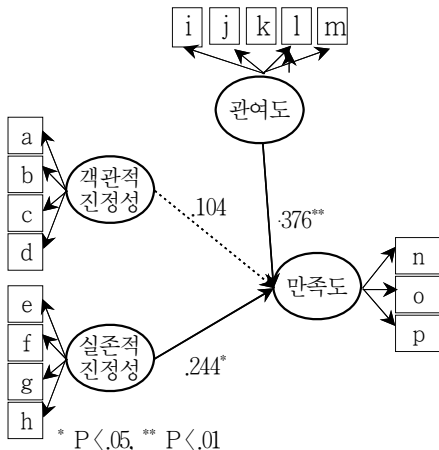
3. 연구모형의 타당성 및 가설검증

1) 연구모형의 타당성 검증

본 연구모형의 타당성과 가설을 검증하기 위하여 AMOS 7.0 프로그램을 이용한 분석을 실시하였다. 외생변수는 객관적 진정성과 주관적 진정성, 관여도이며, 내생변수는 만족도이다.

<표 4> 내국인 구조모형의 적합도 지수

모형	적합도 지수						
	X ²	df	p	GFI	AGFI	NFI	RMR
구조모형	107.911	85	.047	.937	.899	.942	.054



<그림 2> 내국인 구조모형 분석 결과

a: 건축양식, b: 궁궐문화, c: 조상생활상, d: 궁궐사실성, e: 자연스러움, f: 전통분위기, g: 과거회귀, h: 일상탈출, i: 중요 경험, j: 의미 있음, k: 매력적, l: 기쁨, m: 재미, n: 전반적 만족, o: 재방문, p: 추천의도

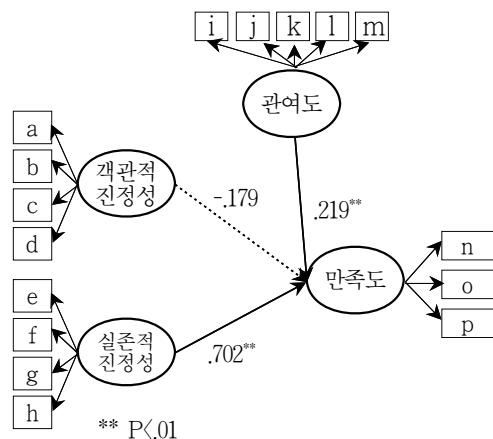
가설검증에 앞서 연구모형의 타당성을 살펴보았다. 먼저 내국인 모형의 경우 적합도를 판단할 수 있는 수치가 X²=107.911(p=0.47), GFI=0.937, AGFI=0.899, NFI=0.942, RMR=0.054로 모형의 적합성 기준을 대체로 충족시켰다.

반면, 외국인 모형의 경우 적합도를 판단할 수 있는 수치가 X²=129.584(p=0.01), GFI=0.944, AGFI=0.911, NFI=0.924, RMR=0.077로 모형의 적합성 기준을 대체로 충족시켰다.

<표 5> 외국인 구조모형의 적합도 지수

모형	적합도 지수						
	X ²	df	p	GFI	AGFI	NFI	RMR
구조모형	129,584	85	.001	.944	.911	.924	.077

구조방정식을 통한 분석 결과는 <그림 3>과 같으며, 실존적 진정성과 만족도, 관여도와 만족도 간에 유의한 인과 관계가 도출되었다.



<그림 3> 외국인 구조모형 분석 결과

2) 가설검증 결과

내국인과 외국인의 진정성, 관여도, 만족도 간 구조모형 분석 결과 실존적 진정성과 만족도, 관여도와 만족도와의 인과관계에서 공통적으로 유의한 결과가 나왔다. 내국인의 경우 만족도를 결정하는 선행변수로서 관여도와 실존적 진정성이 더 크게 작용하는 것으로 나타났다. 이에 반해 외국인은 실존적 진정성이 관여도보다 더 큰 원인 변수가 되는 것으로 분석되었다.

내·외국인 모두 객관적 진정성과 만족도 간 상관관계가 유의하지 않는 것은 고궁의 사실성에 대한 인식 부족인 것으로 보인다. 즉, 관광객들은 대부분 궁궐에서 실제로 살아보지 않았고, 대부분 드라마 등을 통해 재구성된 것을 통해 궁궐에 대한 진정성을 느끼기 때문이다. 외국인 집단에서 객관적 진정성과 만족도 간 상관계수가 음의 경향을 보이는 것은 이질적인 문화에 대한 사실성만 추구하다보면 오히려 만족도를 떨어뜨릴 수 있다는 것으로 해석할 수 있다.

각각의 변수에 대한 인과 관계에 대해 내국인과 외국인 두 집단을 비교한 결과 실존적 진정성과

만족도 간 인과 관계에서 외국인(0.702)이 내국인(0.244)에 비해 3배 정도 더 큰 경로계수를 나타내었다. 그러나 관여도와 만족도 간 인과 관계 비교에서는 내국인(0.376)이 외국인(0.219)에 비해 더 높은 경로계수를 보였다.

V. 결론

본 연구는 고궁 관광의 만족도를 결정하는 선행요인으로 진정성과 관여도가 어떤 역할을 하는지 내국인과 외국인을 비교해 본 연구이다. 연구 결과, 고궁 관광에 대해 내국인과 외국인 관광객으로 나누어 진정성과 관여도 만족도 간의 인과 모형 타당성을 설정한 결과 두 모형 모두 내적·구성적 타당성이 충족되었다는 것이 확인되었다. 그리고 두 모형 모두 객관적 진정성과 만족도와의 인과 관계는 확인되지 않았으며 만족도에 대해 실존적 진정성과 관여도는 각각 선행 인과변수가 됨이 검증되었다. 이는 그동안 문화관광 영역에서 관여도와 만족도 간 상관관계를 보고하였던 여러 연구들(서동구·주현식, 2008; 이미란·주현식, 2005; 유지운·서용석, 2009; Zaichkowsky, 1985)을 뒷받침해 주고 있다. 또한 진정성과 만족도 간의 연구 결과(조태영, 2009; Cohen, 1979)와도 대체로 일맥상통한다. 특히 객관적 진정성과 만족도 간에 두 집단 모두 유의한 상관 관계가 나타나지 않은 것은 장영수·최진철(2007)의 연구 결과를 그대로 지지하는 것으로서, 이는 관광객들이 문화유산의 보존상태가 아무리 우수하고 사실적으로 복원되었다 하더라도 관람 과정에서 전통적 분위기, 일상 탈출 등 실질적으로 느끼는 감흥이 없다면 만족하지 않는다는 사실을 증명해 준다. 이러한 사실은 실존적 진정성과 만족도 간에

<표 6> 연구가설에 의한 구조모형 분석 결과

가설		경로 계수	t값	결과
내국인	[H1-1] 객관적 진정성 → 만족도	.104	1.274	기각
	[H1-2] 실존적 진정성 → 만족도	.244*	2.243	채택
	[H3] 관여도 → 만족도	.376**	3.898	채택
외국인	[H2-1] 객관적 진정성 → 만족도	-.179	-1.344	기각
	[H2-2] 실존적 진정성 → 만족도	.702**	3.891	채택
	[H4] 관여도 → 만족도	.219**	2.876	채택

* P < .05, ** P < .01

는 높은 상관관계가 설정되었다는 점에서 다시 한번 확인해볼 수 있다.

내국인의 실존적 진정성 평균(5.32)이 외국인(5.15)보다 높고 만족도 역시 내국인(5.84)이 외국인(5.16)보다 높음에도 불구하고 만족도 간 관계에서 내국인에 비해 외국인의 상관계수가 월등히 높은 것은 내국인이 자국의 궁궐에 대해 배경 지식이 많고 기대치가 높기 때문인 것으로 풀이된다. 이는 관여도와 만족도 간의 인과 관계가 증명해 준다. 내국인의 관여도 평균이 5.59로 외국인(5.34)보다 높으며 만족도와 상관계수 역시 각각 0.376, 0.219로 나타난 것은 문화유산 관광에 대한 내국인과 외국인의 인식과 기대가 극명하게 차이가 나는 것을 증명해 주고 있다. 관여도가 높다는 것은 진정성에 대한 기대치가 높다는 것을 의미하는데, 이런 결과는 Naoi(2004)가 진정성에 대한 욕구가 상대적으로 강한 방문객은 조작된 것이 인지된 역사적 유적지에서 불만족도가 높다고 지적한 바와 같이 내국인이 외국인에 비해 고궁에 대한 진정성 욕구가 높기 때문인 것으로 풀이된다. 또한 Cohen(1979)이 실제 장면이면서 고유성으로 인식되는 경우와 연출되어도 연출이라는 것을 인식하지 못할 때가 만족도가 높고, 고유성을 지녀도 의심받는 경우나 연출되어도 고유성을 인식하지 못하는 경우에는 만족도가 낮다고 설명한 것과도 맥락이 닿아 있다.

본 연구 결과는 학문적 측면에서 진정성과 관여도가 만족도를 결정짓는다는 것이 문화 관광의 영역인 고궁 관광에도 그대로 적용된다는 사실이 입증됨으로써 진정성과 관여도 이론이 문화 관광의 행동적인 측면에서 여전히 유용한 이론임이 확인되었다는 데 의의를 찾을 수 있다. 특히 내국인과 외국인을 대상으로 유사한 연구설계를 통해

동시에 구조방정식 모형을 살펴본 것은 향후 내·외국인을 비교한 문화 관광 연구를 함에 있어 많은 참고자료가 될 수 있으리라 생각한다. 또한 객관적 진정성이 관광 만족으로 이어지지 않는다는 기존의 연구를 뒷받침해 줌으로써 이에 대한 심층적인 학술적 분석이 진행되어야 함이 도출되었다. 실무적 측면에서는 만족도를 결정함에 있어 실존적 진정성 역할이 내국인과 외국인이 매우 다르게 작용하므로 다른 집단에 대해 차별화된 관람 동선과 이벤트를 제공해야 함을 유추해볼 수 있다. 즉, 외국인들은 고궁의 사실적인 측면보다는 관광을 통해 얻게 되는 체험을 중요하게 생각하므로 고궁을 무대로 한 뮤지컬, 음악회 등을 확대하고 전통음식 만들기 등 체험 프로그램을 강화해야 할 것이다. 또한 고궁 관광의 만족도가 결정에 대한 관여도 부분에서는 내국인이 외국인보다 더 큰 인과 관계를 보이므로 고궁박물관과의 연계를 보다 강화하고 내국인 대상 문화해설사의 수를 더욱 늘여서 고궁 관광에 대한 의미와 역사성 등을 내국인에게 좀 더 심어주는 노력이 필요할 것이다. 또한 고궁에 대한 배경 지식이 높은 사람들을 대상으로 한 특별 관람프로그램을 실시하여 고궁 관광 마니아 육성 등의 정책적 노력도 기울여야 할 것으로 보인다.

연구의 한계점으로는 외국인 관광객을 영어권과 일본어권 두 개의 집단만을 대상으로 했다는 것이며, 향후 연구에서는 외래 관광객의 비율 및 연령 분포 등을 고려하여 좀 더 정교한 국내·외 비교를 시도해야 할 것으로 생각된다. 또한 집단에 따른 차이의 정교한 비교 분석을 위해서는 내·외국인을 조절변수로 설정한 연구 및 다집단 분석(Multi-Group Analysis) 등이 향후 진행되어야 할 것이다. 한편, 고궁 관광 만족을 결정하

는 요인으로 진정성이나 관여도 이외에 다른 변수도 고려해볼 필요가 있겠다.

참고문헌

- 김계섭·안윤지, 2004, “문화관광자원의 매력속성, 자원 해설, 관광 만족 간의 영향관계”, 『관광연구』, 19(1): 247~272.
- 김문경·김민규·박근수·류승호·강효민·이경상·이재규·안민석·이훈·박명욱·박금룡·최미란, 2004, 『여가』, 서울: 일신사.
- 김성섭, 2004, “방한 외래관광객의 비교 문화 연구”, 『관광·레저연구』, 16(1): 9~24.
- 김지선·이훈, 2009, “고궁 관광 평가요인과 만족도 분석: 진정성과 HISTOQUAL을 중심으로”, 『관광학연구』, 33(6): 37~54.
- 김진수, 2002, “문화적 고요성이 관광 체험에 미치는 영향”, 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 남재경, 2005, “종로 지역 문화 관광 자원 개발 및 보존에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 석사학위논문.
- 문성민·문성중, 2006, “경복궁 관람객의 공간인지에 관한 연구”, 『관광·레저연구』, 18(4): 209~228.
- 문화재청·한국관광공사, 2009, 『내 마음에 고궁을 품다』, 고궁 역사문화 관광자원화 계획안.
- 박석희, 1994, “비원의 관광자원 해설체계에 관한 연구”, 『관광학연구』, 18(1): 43~69.
- 박석희·김수라, 1998, “고궁방문자의 이용 후 평가에 관한 연구: 노블티 측면에서”, 『경기대학교 관광종합연구』, 2: 51~72.
- 박영섭, 2008, “중요한 유적지에서의 관광 관리를 위한 국제문화관광현장(1999)”, 『건축역사연구』, 17(2): 127~137.
- 박희주, 2006, “해설서비스가 관광객 만족과 행동의도에 미치는 영향”, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 백성광, 1997, “문화 관광 자원 해설의 개선방안에 관한 연구”, 『관광품질시스템연구』, 3(1): 108~121.
- 서동구·주현식, 2008, “호텔레스토랑의 로하스 이미지와 관여도, 고객만족, 고객충성도와의 영향관계”, 『관광연구』, 23(1): 399~420.
- 서용석·이훈·임동일, 2008, “신생 도시축제의 지역영향 인식 구조모형: 하이서울페스티벌을 대상으로”, 『한국콘텐츠학회 논문지』, 8(10): 328~341.
- 손일화·여호근, 2009, “박물관 방문 관광객의 문화관광 행동특성에 관한 내·외국인 대상 비교 연구”, 『관광연구저널』, 23(1): 145~159.
- 신용석, 1999, “관광상품화에 의한 지역문화유산의 성격 변화: 안동 하회 별신굿 탈놀이를 사례로”, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 오정학·허상현, 2006, “외국인 관광객의 문화관광 행태에 관한 비교 연구: 수원화성을 중심으로”, 『관광연구』, 21(2): 141~154.
- 우락기, 1982, “국제관광지로서 조선왕궁지연구: 특히 경복궁(정궁)을 중심으로”, 『관광학연구』, 6: 242~258.
- 유수현, 2003, “경복궁의 관광자원적 해설에 관한 연구: 해설유형과 관광자원의 가치인식을 중심으로”, 『문명연지』, 4(3): 29~62.
- _____, 2006, “경복궁 문화유산관광의 교육적 기능과 역할평가에 관한 연구”, 『문명연지』, 18: 79~100.
- 유수현·진병렬, 2002, “경복궁의 관광자원적 가치에 관한 연구”, 『문명연지』, 3(3): 109~134.
- 유지윤·서용석, 2009, “방한관광객 음식서비스 품질의 인과모형: 중·미·일 방한관광객을 중심으로”, 『관광·레저연구』, 21(1): 165~182.
- 이미란·주현식, 2005, “컨벤션의 이미지, 지각된 서비스 질, 관여도, 지각된 가치가 고객만족과 고객충성도에 미치는 영향”, 『관광·레저연구』, 17(2): 61~78.
- 이민욱, 2006, “유산관광시 관여도 변화에 미치는 영향요인에 관한 연구: 수원화성 방문객을 중심으로”, 한국관광학회 제60차 학술심포지엄 및 연구논문 발표대회, 376~391.
- 이원옥·서용은, 2003, “덕수궁의 문화관광자원 활성화에 관한 연구”, 『문명연지』, 4(1): 75~106.
- 이훈, 2004, 『여가: 관광』, 서울: 일신사.
- _____, 2006, “축제체험의 개념적 구성모형”, 『관광학연구』, 30(1): 29~46.
- 장경수, 2001, “문화유산관광지의 서비스품질 측정척도에 관한 연구”, 대구대학교 박사학위논문.

- 장영수 · 최진철, 2007, “수산관광축제의 고유성이 방문객 만족도에 미치는 영향: 기장멸치축제를 중심으로”, 『수산경영논집』, 38(2): 103~129.
- 정재훈 · 한장희, 2009, “의료서비스에서 속성별 만족도가 전반적 만족도에 미치는 영향: 상황적 관여도의 조절 효과”, 『기업경영연구』, 30: 243~258.
- 조태영, 2009, “문화적 고유성이 관광 만족과 행동의도에 미치는 영향: 안동 하회마을을 중심으로”, 『관광연구』, 23(4): 59~80.
- 진병렬, 2005a, “경복궁의 고유성 강화를 통한 관광활성화에 관한 연구”, 『문명연지』, 6(2): 125~148.
- _____, 2005b, “경복궁 관광정보의 활성화에 관한 연구: 홈페이지 메뉴를 중심으로”, 『호텔리조트카지노연구』, 4(1): 103~115.
- _____, 2006, “경복궁 문화유산 관광의 교육적 기능과 역할평가에 관한 연구”, 『문명연지』, 7(2): 79~100.
- Bolfing, C. P. and Woodruff, R. B., 1988, “Effects of Situational Involvement on Consumer, Use of Satisfaction / Dissatisfaction Process”, *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 1: 16~24.
- Bricker, K. S. and Kerstetter, D. L., 2000, “Level of Specialization and Place Attachment: An Exploratory Study of Whitewater Recreationists”, *Leisure Sciences*, 22(4): 233~257.
- Celsi, Richard L. and Olson, Jerry C., 1988, “The Role of Involvement in Attention and Comprehension Processes”, *Journal of Consumer Research*, 15(2): 210~224.
- Chhabra, D., Healy, R., and Sills, E., 2003, “Staged authenticity and heritage tourism”, *Annals of Tourism Research*, 30(3): 702.
- Cohen, E., 1979, A phenomenology of tourist experiences, *Sociology*, 13, 170~201.
- _____, 1988, “Authenticity and Commoditization in tourism”, *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371~386.
- Frochot, I. and Hughes, H., 2000, “HISTOQUAL: The development of a historic houses assessment scale”, *Tourism Management*, 21(2): 157.
- Gross, M. J. and Brown, G., 2008, “An Empirical Structural Model of Tourists and Places: Progressing Involvement and Place Attachment into Tourism”, *Tourism Management*, 29: 1141~1151.
- Jamal, T. and Hill, S., 2004, “Developing a Framework for Indicators of Authenticity: The Place and Space of Cultural and Heritage Tourism”, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 9(4): 353~371.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., and Bacon, J., 2003, “Effect of activity involvement and place attachment on recreationists’ perceptions of setting density”, *Journal of Leisure Research*, 36(2): 209~231.
- Laws, E., 1998, “Conceptualizing visitor satisfaction management in heritage settings: an exploratory blueprinting analysis of Leeds Castle, Kent”, *Tourism Management*, 19(6): 545~554.
- Littrell, M., Anderson, L., and Brown, P., 1993, “What makes a craft souvenir authentic?”, *Annals of Tourism Research*, 20: 197~215.
- MacCannell, D., 1973, “Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings”, *The American Journal of Sociology*, 79(3): 589~603.
- _____, 1976, *The visitor: A new theory of the leisure class*, New York: Schocken Books.
- McKercher, B. and du Cros, H., 2003, “Testing a Cultural Tourism Typology”, *International Journal of Tourism Research*, 5: 45~58.
- McKercher, B., Ho, P., and du Cros, H., 2004, “Attributes of popular cultural attractions in Hong Kong”, *Annals of Tourism Research*, 31(2): 393~407.
- Moscardo, G. and Pearce, P., 1986, “Historic theme parks: An Australian experience in authenticity”, *Annals of Tourism Research*, 13: 467~479.
- Naoi, T., 2004, “Visitors’ evaluation of a historical district: The roles of authenticity and manipulation”,

- Tourism and Hospitality Research*, 5(1): 45~62.
- Pizam, A. and Jeong, G. H., 1996, "Cross-cultural tourist behavior-Perceptions of Korean tour-guides", *Tourism Management*, 17(4): 277~286.
- Poria, Y., Butler, R., and Airey, D., 2003, "The core of heritage tourism", *Annals of Tourism Research*, 30(1): 238.
- Pretes, M., 1995, "Postmodern Tourism the Santa Clusus Industry", *Annals of Tourism Research*, 22.
- Reisinger, Y. and Turner, L., 1998, "Cross-cultural Differences in Tourism: A Strategy for Tourism Marketers", *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 7(4): 79~106.
- Tunbridge, G. and Ashworth, J., 1996, *Dissonant heritage: The management of the past as a resource in conflict*, John Wiley & Sons.
- Waite, G., 2000, "Consuming Heritage: Perceived Historical Authenticity", *Annals of Tourism Research*, 27(4): 835~862.
- Wang, N., 1999, "Rethinking authenticity in tourism experience", *Annals of Tourism Research*, 26(2): 349~370.
- Zaichkowsky, Judith L., 1985, "Measuring the Involvement Construct", *Journal of Consumer Research*, 12(3): 341~352.
- <http://www.borealismarketing.de/rise-of-heritage.shtml>

원 고 접 수 일 : 2010년 4월 8일

1차심사완료일 : 2010년 5월 10일

최종원고채택일 : 2010년 5월 31일