



## 저작자표시 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#) 

碩士學位 論文

자연유산해설사의 커뮤니케이션이  
만족에 미치는 영향

- 거문오름 탐방객을 대상으로 -

濟州大學校 大學院

觀光經營學科

金 世 美

2013年 2月

# 자연유산해설사의 커뮤니케이션이 만족에 미치는 영향

- 거문오름 탐방객을 대상으로 -

指導教授 서 용 건

김 세 미

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2013年 2月

金世美의 觀光學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長 \_\_\_\_\_  
委 員 \_\_\_\_\_  
委 員 \_\_\_\_\_

濟州大學校 大學院

2013年 2月

# The Effect of Interpreter's Communication on Visitor's Satisfaction in Natural Heritage

- Focused on Geomunoreum -

Se-Mi Kim

(Supervised by professor Yong-Kun Suh)

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

2013. 2.

This thesis has been examined and approved.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2013. 2.  
.....

Department of Tourism Management

GRADUATE SCHOOL

JEJU NATIONAL UNIVERSITY

# <목 차>

I. 서론 .....	1
1. 문제제기 및 연구의 배경 .....	2
2. 연구의 목적 .....	3
3. 연구의 범위와 방법 .....	4
II. 이론적 고찰 .....	6
1. 해설 및 해설사 .....	6
1) 해설의 정의 및 유형 .....	6
2) 해설사 .....	13
3) 해설 및 해설사에 대한 선행연구 및 동향 .....	15
2. 커뮤니케이션 .....	18
1) 커뮤니케이션의 정의 및 유형 .....	18
2) 언어적 커뮤니케이션 .....	24
3) 비언어적 커뮤니케이션 .....	27
4) 커뮤니케이션에 대한 선행연구 및 연구동향 .....	30
3. 만족 .....	32
1) 만족의 개념 .....	32
2) 해설만족 및 관광객 만족 .....	33
3) 행동의도 .....	35
4. 세계자연유산 .....	37
1) 세계자연유산의 개념 및 분류 .....	37
2) 한국의 세계자연유산 및 연구동향 .....	39
3) 제주도의 자연유산 .....	40

<b>III. 연구 설계</b> .....	43
1. 연구 모형 및 연구가설의 설정 .....	43
1) 연구모형 .....	43
2) 연구가설의 설정 .....	44
3) 변수의 조작적 정의 .....	45
2. 설문지 구성 및 분석방법 .....	48
1) 설문지구성 및 측정방법 .....	48
2) 자료수집 및 분석방법 .....	49
3. 연구대상지 .....	50
<b>IV. 실증분석</b> .....	52
1. 표본의 일반적 특성 .....	52
1) 인구통계학 특성 .....	52
2. 변수의 신뢰성 및 타당성 검증 .....	54
1) 신뢰성 및 타당성 검증 .....	54
2) 커뮤니케이션에 대한 신뢰성 타당성 결과 .....	55
3) 관광 만족의 신뢰성 및 타당성 분석 .....	56
4) 행동의도에 대한 신뢰성 타당성 결과 .....	60
3. 가설검증 .....	58
1) 가설 1의 검증 .....	58
2) 가설 2의 검증 .....	59
3) 가설 3의 검증 .....	59
4) 가설 4의 검증 .....	60
4. 가설검증의 결과 .....	61

V. 결론 .....	62
1. 연구 결과의 논의 .....	62
2. 연구의 시사점 .....	63
3. 연구의 한계 및 제언 .....	64
참고 문헌 .....	66
설문지 .....	74
Abstract .....	78

## <표 차례>

1. <표 2-1> 해설에 대한 정의 .....	8
2. <표 2-2> 인적해설기법의 종류와 내용 .....	11
3. <표 2-3> 비인적해설기법의 종류와 내용 .....	12
4. <표 2-4> 제주지역해설사 현황 .....	14
5. <표 2-5> 국내 해설 및 해설사에 대한 선행연구 및 연구동향 .....	16
6. <표 2-6> 국외 해설 및 해설사에 대한 선행연구 및 연구동향 .....	17
7. <표 2-7> 커뮤니케이션에 대한 정의 .....	19
8. <표 2-8> 커뮤니케이션의 유형 .....	22
9. <표 2-9> 언어커뮤니케이션과 비언어커뮤니케이션 행렬 .....	23
10. <표 2-10> 비언어적 커뮤니케이션의 구성요인 .....	29
11. <표 2-11> 커뮤니케이션에 대한 선행연구 .....	31
12. <표 2-12> 세계유산등재기준 .....	38
13. <표 2-13> 한국의 세계유산 등록현황 .....	39
14. <표 3-1> 설문지 문항 구성 .....	48
15. <표 4-1> 표본의 인구통계적 특성 .....	53
16. <표 4-2> 커뮤니케이션 항목 신뢰성 및 타당성 결과 .....	55
17. <표 4-3> 해설만족, 거문오름 만족 신뢰성 타당성 결과 .....	56
18. <표 4-4> 행동의도에 대한 신뢰성 타당성 결과 .....	57
19. <표 4-5> 커뮤니케이션과 해설만족에 대한 회귀분석결과 .....	58
20. <표 4-6> 해설만족과 거문오름 만족에 대한 회귀분석결과 .....	59
21. <표 4-7> 거문오름만족과 행동의도에 대한 회귀분석결과 .....	59
22. <표 4-8> 커뮤니케이션과 행동의도에 대한 회귀분석결과 .....	60
23. <표 4-9> 실증분석결과 .....	61

## <그림 차례>

1. <그림 1-1> 연구의 흐름 ..... 5
2. <그림 2-1> 언어의 의미삼각형 ..... 25
3. <그림 3-1> 본 연구의 연구모형 ..... 44

# I. 서론

## 1. 문제 제기 및 연구배경

제주도는 지난 2002년 유네스코 생물권 보전지역 지정에 이어 2007년 한라산, 거문오름 용암 동굴계, 성산일출봉 세 지구가 ‘제주 화산섬과 용암동굴’이름으로 유네스코가 주관하는 3대 환경보호제도에 등재되었다. 이에 따라 제주도는 학술적, 경관적, 문화적 가치를 인정받았고, 생물권 보전지역, 세계자연유산지구, 세계지질공원 구역들 중 일부만 개방되어 관광을 허용 하고 있다.

1990년대 중반 이후로 관광의 패턴은 변화 문화체험, 역사유적 탐방 등 ‘참여와 경험을 중시’하는 경향으로 바뀐에 따라 가족단위 여가활동 참여율 증가와 교육의 목적을 담은 문화관광경험과 해설을 동행한 체험을 중심으로 하는 관광이 증가하는 추세이다.<sup>1)</sup> 종묘, 경주불국사, 석굴암, 팔만대장경관, 제주도 화산지질지형 등 세계자연유산과 문화유산지정과 한국방문의 해, 한·일 월드컵 공동개최 등 국제적 행사를 개최하면서 한국의 자연유산, 문화유산에 대한 내국인, 외국인의 관심이 높아지고 있다. 이에 따라 문화관광부에서는 2001년부터 문화유산 해설사 제도를 도입하여 정확한 정보를 제공하고 관광만족을 향상시키고자 하였다.

현재 제주도는 도내 자연에 대한 가치와 문화에 대한 고유성을 관광객들에게 전달하기 위해 제주도내 여러 관광지에서는 해설을 제공하고 있다. 제주도내 해설이 제공되는 관광지는 비자림, 산방산, 우도, 거문오름, 세계자연사박물관, 제주도립미술관, 제주해녀박물관, 서귀포 감귤박물관 등이 있다.

제주특별자치도 세계자연유산관리단에서는 올해 자연공원법 시행으로 지질공원 해설사를 양성하게 됨에 따라 현재 유산지구에서 활동 중인 세계자연유산 해설사와의 통합 운영, 관리의 필요성이 대두되어 통합 해설사 관리운영 지침 개정을 추진하여 세계자연유산 해설사와 지질공원 해설사를 유네스코 3관왕 통합해

1) 진영재(2005). 문화관광해설 프로그램 만족 향상을 위한 커뮤니케이션 방안에 관한 연구 : 문화유산해설사의 해설기법 개선을 중심으로, 『한국관광정보학회』, 20, pp.41-pp.71

실사로 양성할 계획을 밝혔고, 자연유산 해설사는 세계자연 유산지구를 방문한 탐방객들에게 경관적, 지질학적 가치에 대한 전문적인 설명과 함께 그 지역의 역사 문화 등 관광자원을 해설하는 자원봉사자의 역할 수행을 기대하며, 기존 해설사의 활용과 활동량 증가를 위해 2012년 자연유산지구 활동 중인 해설사를 대상으로 하는 보수교육에서 지질, 생물, 생태, 역사, 문화 등 전문적 교육을 실시 매년 해설사 배치 운영계획을 수립하여 통합 해설사를 효율적으로 운영계획과 해마다 증가하는 외국인 관광객들을 대상으로 외국어 가능 해설사도 함께 양성해 나갈 계획 중에 있다.<sup>2)</sup>

또한 2012년 문화관광체육부 업무보고내용 중 전통과 현대, 문화체육관광의 소통과 융화, 미래형 문화, 체육, 관광 산업 육성을 통한 국가경쟁력 강화가 중점 추진과제로 강조하면서 이를 위해 기존의 문화관광해설사 2400명에서 3000명으로 확대하고, 문화관광해설사는 관광진흥법 개정(11. 4. 5.)에 따라 최초로 법제화 되었으며, 역사, 문화, 예술, 자연 등 관광자원 전반에 대한 전문적인 해설 제공하는 해설사를 통해 관광객의 이해와 감상 및 체험 기회를 질을 높이기 위해 문화관광해설사를 확대해 나갈 계획<sup>3)</sup>을 가지고 있다.

이러한 해설사 양성 계획 및 전문적 교육은 해설을 제공하는 관광지를 방문한 관광객들의 관광만족을 제공하기 위해서 실시하는 것으로 볼 수 있다. 현재까지 관광지에서 해설에 관한 선행연구들을 살펴보면, 주로 인문·문화관광지를 대상으로 해설제공에 대한 만족, 해설매체에 따라 관광만족에 대한 연구가 진행되었고,, 문화관광해설사를 관광지 서비스 제공자로 인식하여 해설 서비스 제공자의 비언어적 커뮤니케이션이 관광지만족 미치는 영향에 대한 연구가 있다.

관광학 분야에서 커뮤니케이션에 대한 연구는 항공승무원의 커뮤니케이션이 항공서비스 만족에 대한 연구가 있긴 하지만 아직은 미흡한 실정이며, 커뮤니케이션에 대한 연구는 주로 교육학, 간호학, 서비스, 마케팅 분야에서 진행되어 왔다. 본 연구에서는 기존의 연구와 달리 인문·문화관광지가 아닌 세계자연유산관광지에서 해설사의 커뮤니케이션 요인을 중심으로 어떠한 요인이 해설만족, 관광만족 그리고 향후 행동의도에 영향을 주는지 밝히고자 한다.

2) 제주특별자치도 세계자연유산관리단 보도자료

3) 문화관광체육부 보도자료

## 2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 세계자연유산관광지에서 해설사의 커뮤니케이션이 해설만족과 관광만족, 나아가 향후 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 실증적 검증이다. 이를 위하여 구체적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 기존에 해설에 대한 다양한 개념들 자원해설, 관광자원해설, 관광해설, 문화관광자원해설, 문화유산해설 등의 개념을 해설이라는 개념으로 종합적인 정의를 하고, 해설의 분류기준에 따라 유형을 나눈다.

둘째, 해설의 분류기준에 따라 유형을 나눈 후, 인적해설기법을 중심의 해설을 하는 해설사에 대한 현황과 현재 제주도내 해설사 현황, 해설 및 해설사에 대한 선행연구와 연구동향을 검토한다.

셋째, 커뮤니케이션에 대한 정의를 한 후, 커뮤니케이션을 언어적 커뮤니케이션과 비언어적 커뮤니케이션으로 구분하고, 비언어적 커뮤니케이션 구성요인에 대한 선행연구를 검토한 후 선행연구와 커뮤니케이션에 대한 연구동향을 파악하고자 한다.

넷째, 본 연구에서 가장 중요한 종속변수인 해설만족, 관광만족, 행동의도에 대한 개념적 정의, 각 변수들 간의 관계를 설명하고, 세계유산에 대한 개념 및 분류별로 유형을 나눈다. 유형별로 나눈 세계유산을 중심으로 제주도의 세계자연유산인 거문오름 및 제주도내 자연유산 현황을 정리한다. 본 연구의 연구대상지로 거문오름을 선정하였는데, 거문오름을 선정한 이유는 제주도내에 자연관광지 중에서 해설사를 동행한 관광만을 허용하며, 해설사의 해설이 가장 잘 이루어지고 있는 관광지이기 때문이다.

마지막으로 검증결과를 중심으로 각 변수간의 관계를 설명하고 해설사의 커뮤니케이션 요인들을 요인분석을 통해 확인하고 변수들 간의 영향관계를 확인하여 해설사의 커뮤니케이션이 해설만족과 관광만족 및 행동의도에 대한 의미 있는 전략상 시사점을 도출한다.

기존의 선행연구들은 대부분의 인문·문화관광지를 중심으로 해설매체, 해설사의 동반유무, 해설제공에 따른 관광만족, 해설매체에 따른 교육성 평가, 문화관광

해설사의 전문성, 비전문성에 따른 관광자만족에 대한 연구들이 주를 이루었다. 하지만 본 연구에서는 세계자연유산관광지에서 해설사의 커뮤니케이션의 요인들 중 어떠한 요인이 해설만족과 관광만족 향후 행동의도에 어떠한 영향관계가 있는지 밝혀내고자 한다.

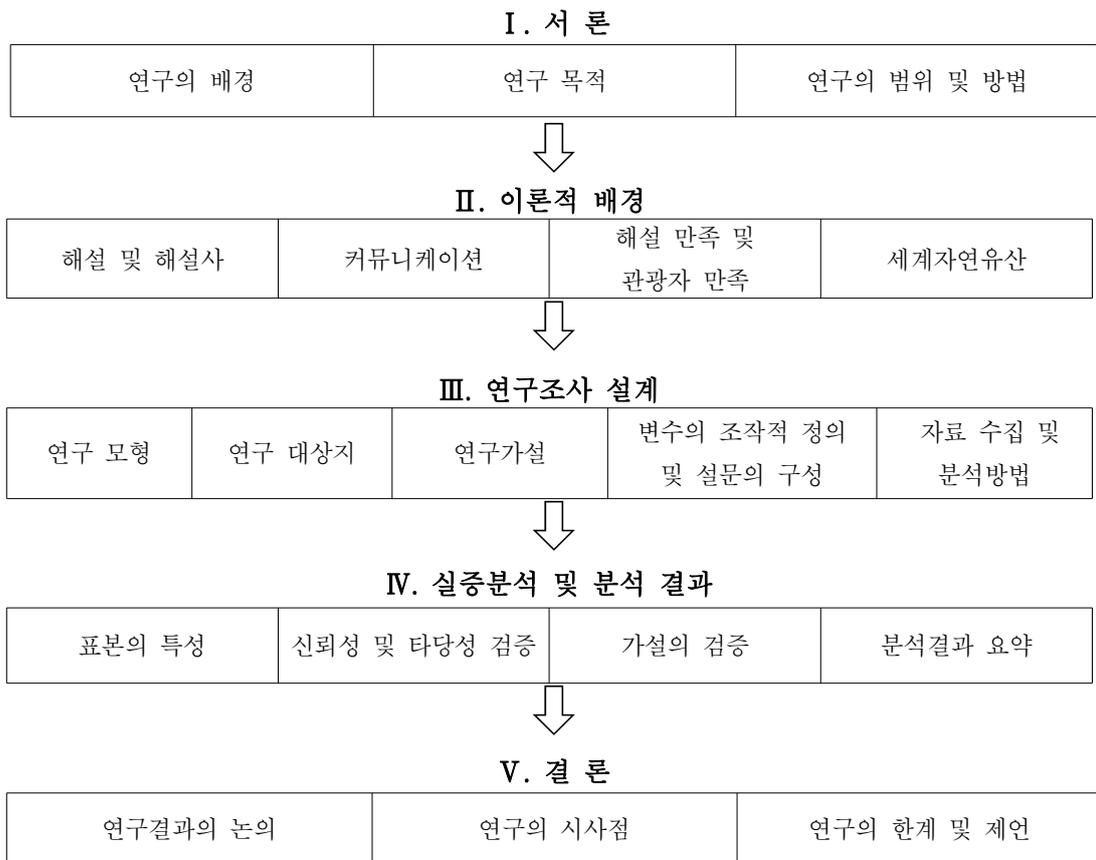
### 3. 연구의 범위와 방법

본 연구를 수행하기 위한 연구방법으로는 문헌적 연구와 경험적 연구를 병행하였다. 먼저 문헌연구에서는 국·내외관련 논문, 관련서적을 활용하였으며, 해설, 커뮤니케이션 및 관광만족, 세계유산에 대한 개념을 정리하고, 지금까지의 연구 흐름을 검토하여 본 연구에서 제시한 가설과 연구 모형에 대한 이론적 근거 설정 하였다. 또한 각종 통계자료 제주특별자치도청 및 국가정부간행물, 발간보고서, 등을 참고하였다.

경험적 연구에서는 문헌 연구를 통해서 도출된 변수들을 가지고 설문지를 구성하였다. 연구의 대상지는 제주도내 해설을 동반한 관광을 허용하는 거문오름이 조사대상지에 적합하다고 판단하여 선정하였으며, 2012년 5월 20일부터 2012년 5월 26일 까지 거문오름 관광객들을 대상으로 예비조사를 실시한 후, 예비조사에서 응답자들에게 혼란을 주는 항목들을 보충하여 다시 설문문항을 작성한 후 2012년 9월 19일부터 2012년 9월 23일 까지 평일, 주말에 걸쳐 개별관광객을 대상으로 자기기입식 설문조사 방법으로 자료를 수집하였다. 표본은 편의표본추출로 선정하여 조사를 시행하였으나, 모집단의 대표성을 최대한 잃지 않기 위해 단체관광객은 조사 대상에서 제외하였으며, 표본의 구성이 남녀노소 고른 분포를 유지하기 위해 노력하였다. 수집된 자료는 SPSS 19.0 통계 패키지를 이용하여 분석하였다.

본 연구의 전체적인 흐름은 <그림 1-1>에서 제시하였다.

<그림 1-1> 연구의 흐름



## II. 이론적 고찰

### 1. 해설 및 해설사

#### 1) 해설의 정의 및 유형

해설의 사전적 의미는 ‘문제나 사건의 내용 따위를 알기 쉽게 풀어 설명함 또는 그런 책이나 글’로 정의 내려지고, interpretation(해설)의 사전적 의미 또한 ‘해석, 이해, 설명, 의미를 설명하다, 특정한 뜻으로 이해하다, 통역하다’라는 의미를 가지고 있다. 관광분야에서의 해설에 대한 선행연구들의 정의를 살펴보면, 자원해설, 관광자원해설, 관광해설, 문화관광자원해설 문화유산해설 등으로 개념을 정의하고 있다.

먼저 자원해설에 대한 학자들의 정의를 살펴보면, 해설은 원래의 물체를 사용하여 단순히 사실적인 정보를 교환하는 것이 아니라 직접적인 경험과 도식적인 매체를 통해 그 속에 내재된 함축적인 의미와의 관계를 드러내는 것을 목적으로 하고, 진품을 보여준다던가, 직접 경험하도록 한다던가 또는 적절한 매체를 사용하여 현상에 내재된 의미와 관련성을 나타내 보이려고 하는 교육적인 활동<sup>4)</sup> 이라고 Tilden은 정의 내렸다.

자원 해설에 대한 또 다른 정의를 살펴보면, 환경이 지고 있는 아름다움, 복잡 미묘함, 다양성 그리고 상호관련성에 대한 오묘함, 경이로움 내지는 알고 싶어 하는 것을 해설가를 통해 관광자도 느끼게끔 도와주는 활동이면서, 관광자가 처한 낯선 환경에서도 편안한 마음을 느끼게 해주는 동시에 관광자의 지각 발달을 도울 수 있어야 한다고 정의(Harold Wallien)<sup>5)</sup>하였다. 해설을 환경보전 측면에서

4) F. Tilden. (1977). *Interpreting Our Heritage*, The University of North Carolina Press. pp24-75.

5) E. Wallin, Harold(1965). Interpretation : A Manual and Survey On Establishing a Naturalist Program, Management. Aids Bulletin. 22. *Americal Institute of Park Executive. National*

정의내린 Don Aldridge은 해설이 방문자가 환경의 상호관련성에 대한 중요성과 환경보전에 대해 기여하고자 하는 욕구를 일깨워줌으로써 자기가 처한 환경을 설명해주는 기술<sup>6)</sup>이라고 하였다.

자원 해설에 대한 정의를 종합해보면, 관광지에서의 해설은 관광자가 직접적인 경험, 체험을 통해 정보 전달 및 적절한 매체를 사용하여 관광자가 낯선 관광지에서도 편안한 마음을 안정을 느끼도록 하여 지각발달에 도움주고, 관광지가 가지고 있는 다양한 의미를 관광자가 알 수 있게 도와주는 교육적 활동과 관광지의 아름다움, 관광지 환경에 대한 중요성과 환경보전에 대한 의식을 심어주는 것이라고 할 수 있다.

관광해설에 대한 정의를 살펴보면, 관광해설은 관광자에게 관광여행상품의 주요소인 관광대상과 자원을 알기 쉽고 매력 있는 요인으로 설명해주는 일련의 교육적 활동, 즉 다시 말하면 방문자에게 자원의 의미를 좋게 전달하는 의미전달<sup>7)</sup>하는 것이며, 관광해설이 교육 및 자기성취, 유희, 방문자관리, 행락 수요의 만족, 관광대상의 촉진, 방문자태도의 영향, 선전 및 홍보, 경제개발 촉진수단의 8가지 동기를 제시(Light)<sup>8)</sup>하였다. Guy(1990) 또한 관광해설은 방문지역에 대해 직접적인 영향을 줄 수 있고, 여행지에서 이용 가능한 관광 매력물, 오락시설 등 이익을 가지기 위해서 관광자들은 관광지에 대한 학습을 받아야 한다<sup>9)</sup>고 하였다.

관광해설에 대해 종합적으로 다시 정의를 내리면, 관광해설은 관광자가 방문한 관광지의 관광 매력물이나 관광인프라 등에 대해 설명 및 학습을 하고, 관광자원에 대해 좋은 의미를 전달함으로써 관광자가 관광지에 대해 가지는 태도를 좋은 방향으로 개선시켜 만족감을 느끼도록 하여 관광지의 경제발전 촉진수단 및 홍보, 선전하는 것이라고 정의 할 수 있다.

---

*Recreation and park Association, Arlington*, 박명희(2000). 관광자원의 해설이 관광자 만족에 미치는 영향 : 여행상품의 기초속성 분석, 대구대학교 박사학위 논문, p.21 ; 안윤지(2003). 문화관광 자원의 매력속성과 자원해설이 관광만족에 미치는 영향, 동아대학교 석사학위논문, p19 재인용

6) A. Don, (1972). Upgrading park Interpretation and Communication With the Public, *Second World Conference on National Parks Grand Teston National Park, Wymoing*. pp.30-pp.32 ; 임정빈(2001), 관광자원해설이 관광 후 평가에 미치는 영향 : 명성황후 생가를 중심으로, 경기대학교 석사학위논문, p-6 재인용

7) D. Light (1987). Interpretation at historic buildings. *Swansea Geographer*, Swansea : University College of Swan, Vol. 24, pp.34-43 ; 박명희(2000), 전계논문 p.41

8) Light, D(1991). The Development of heritage interpretation in Britanin, *Swansea Geographer*, Swansea : University College of Swan, Vol. 28, pp1-13 ; 박명희(2000), 전계논문 p.41

9) B. Guy (1990), Enviromental Learning of First Time Travelers. *Annals of Tourism Research*. 17

문화관광해설의 정의를 살펴보면, 문화관광해설이란 대상지의 특성과 상호관련성을 묘사, 설명하여 목적지에 대한 방문자의 관심, 즐거움 이해를 증진시키는 행위. 관광지를 이용하는 방문객들에게 새로운 이해와 통찰력, 열의, 흥미를 불러일으키는 활동<sup>10)</sup>이라고 정의 내렸다. 문화관광해설을 레저, 환경 교육 분야로 인식하여 정의내린 Mullins은 장소중심적인 레저 환경에서 시행되는 휴양과 동시에 이루어지는 학습, 또는 형식에 구애받지 않는 환경교육의 한 분야<sup>11)</sup>라고 정의하였고, 문화관광해설을 서비스의 한 분야라고 정의한 Sharpe는 문화관광해설을 공원, 산림, 휴양관광지에서 방문지역의 자연자원과 방문지에 대한 문화를 알고 싶어 하는 관광객을 대상으로 이루어지는 서비스라고 정의<sup>12)</sup> 하였다. 문화관광해설을 상호관련성이 중요하다고 정의 내린 Juneville(1978)은 문화관광해설이란 관광객이 있는 곳을 설명해주고, 관광객과 관광자원의 상호관련성을 중요하게 인식시키는 것이라고 정의<sup>13)</sup> 내렸다.

위의 문화관광해설에 대한 선행연구를 다시 정리하여 말하자면, 문화관광해설은 관광대상지에서 관광객의 흥미와 열의를 불러일으키며, 환경에 대한 교육과 관광대상지에 대한 문화를 알려주는 서비스라고 할 수 있다. 이외의 선행연구에서 정의한 관광분야에서 해설에 대해 정의를 살펴보면 다음의 <표 2-1>와 같이 나타낼 수 있다.

<표 2-1> 해설에 대한 정의

선행연구	관광에서 해설에 대한 정의
Roggenbuck(1981)	환경해설이란 방문자가 환경이 지니고 있는 복잡함, 다양함, 상호관련에 대한 민감함, 경이로움, 호기심 등을 느끼고 환경에 대한 편안한 인식을 갖게 하는 활동.
홍성문(1999)	환경해설이란 방문자로 하여금 환경의 상호관련성을 중요하게 인식시킴으로써 환경보전에 대한 필요성을 깨닫고, 행동으로 실천할 수 있도록 도와주는 기술.
Yorke Edwards(1976)	자원해설은 새로운 대상에 대한 관광객의 이해력, 통찰력, 흥미 촉진 시키는 활동으로 정보, 안내, 교육, 여흥, 선전, 영감적서비스의 6가지가 요소가 최적으로 조합된 활동으로 관광 공급측면의 유발요인.

10) 엄서호(2001). 경기도 문화유산 해설사의 의미와 역할. 『관광경영학 연구』, 3, pp95-pp114

11) G. W. Mullins. (1984), The Changing role of the interpreter. *Journal of Environment Education*, 15(4), p1-4,

12) G. W Sharpe, (1982). Interpreting the Enviroment, *New York : John Willy & Sons*.

13) A. Jubenville,(1978). *Outdoor Recreation Management*. W. B. Saunders Co. ; 박명희(2000) 전계논문

박석희(1999)	문화유산해설은 관광객에게 교육적 활동, 지각발달 활동으로 새로운 이해, 통찰력, 열광, 흥미를 유발하는 활동뿐 만 아니라 자원보전에 기여하는 설명기술.
박명희(2000)	관광자원해설이란 방문자에게 해당 관광자원의 특징과 의미설명을 통해 방문자의 관심과 이해, 즐거움을 증진시키는 활동으로 지속가능한 관광지 관리에 기여하는 행위.
엄서호(2001)	문화관광자원에서 해설이란 단순한 사실적 정보를 주고받는 것 보다는 실제의 목적물을 보여주며, 직접적인 경험, 매체를 사용하여 문화자원이 가지고 있는 의미와 관련성을 설명하려는 교육적 활동으로 관광장소, 관광대상, 관광지특성 등에 대하여 이야기를 전개하는 기초 예술.
안윤지(2005)	자원해설이란 정보만 전달하는 행위가 아니라 직접적인 경험, 설명을 매체를 이용하여 의미와 관련성을 발견하여 관광대상에 대한 학습을 통해 지식수준을 향상시키는 교육적 활동.
유수현(2003)	관광자원해설이란 관광객이 관광대상물을 알기 쉽게 매력적 요인을 설명하고 관광대상물에 대한 이해 및 인식을 높여서 이해에 대한 흥미와 매력을 유발시키는 활동.
진영재(2005)	문화유산해설이란 관광자원의 인지확대, 문화유산에 대한 이해 및 통찰력 제공, 관광활동 참여에 있어서 흥미, 관심, 문화유산에 대한 이해촉진 활동을 중심으로 관광객과 문화유산해설사 간의 커뮤니케이션 과정이라고 할 수 있음.
김수경(2010)	문화관광해설이란 관광객에게 문화와 자원에 대한 지각과 이해를 높여 삶의 가치를 갖게 하는 교육적 측면과 관광객에게 역사문화자원의 가치를 전달하여 관광지의 중요성과 문화관광자원 훼손행위를 방지하려는 관리적 측면, 해당지역의 이미지향상, 관광자원 관리에 관광객들을 참여시켜 홍보촉진효과라고 정의함.

자료 : 선행연구들을 바탕으로 연구자 재정리

관광에 관련된 해설의 의미를 정리해 보면 첫째, 관광자의 직접적인 경험, 체험을 통해 정보 전달 및 적절한 매체를 사용하여 관광자가 낯선 관광지에서도 편안한 마음을 안정을 느끼도록 하여 지각발달에 도움주고, 관광지가 가지고 있는 다양한 의미를 관광자가 알 수 있게 도와주는 교육적 활동과 관광지의 아름다움, 관광지 환경에 대한 중요성과 환경보전에 대한 의식을 심어주는 것이다. 둘째, 문화관광해설은 관광대상지에서 관광객의 흥미와 열의를 불러일으키며, 환경에 대한 교육과 관광대상지에 대한 문화를 알려주는 서비스이다. 셋째, 관광자가 방문한 관광지의 관광 매력물이나 관광인프라 등에 대해 설명 및 학습을 하고, 관광자원에 대해 좋은 의미를 전달함으로써 관광자가 관광지에 대해 가지는 태도를 좋은 방향으로 개선시켜 만족감을 느끼도록 하여 관광지의 경제발전 촉진수단 및 홍보, 선전하는 것이라고 할 수 있다.

관광분야에서 해설에 대한 정의를 종합적으로 결론지어 말하자면, 관광활동에 있어서 해설은 관광주체(관광객)와 관광객체(관광대상)를 연결하는 관광매체(해설)으로써, 관광대상지에 관련된 총체적인 정보제공, 흥미유발, 교육적 서비스, 관광대상지의 지속가능한 관광을 할 수 있도록 인식시키고, 관광대상지의 이미지 향상시키는 활동이라고 할 수 있다.

해설의 유형은 인적기법(personal service), 비인적 기법(nonpersonal service), 14), 창조적 해설기법<sup>15)</sup>으로 나눌 수 있다. 해설의 유형에서 인적기법해설은 해설자가 직접 안내하면서 해설하는 안내자 해설이고, 비인적 기법 해설은 오디오, 비디오 등의 전자매체를 이용하는 해설을 말하고, 길잡이 시설 해설은 해설자 없이 관광자가 유인물, 해설간판을 보며 해설 기법이다. 창조적 해설기법은 캐릭터를 창조하여 메시지 전달을 통해 테마를 알 수 있게 하는 해설 기법이다.

#### (1) 인적해설(personal service)

인적해설 기법인 안내자 해설은 현장에서 방문자에게 직접 의사를 전달하는 방법으로 대화기능을 이용하는 담화해설기법, 해설자가 여행객과 동반하여 이동하거나 보행하면서 관람대상을 설명하는 동반해설기법이 있다.<sup>16)</sup> 인적해설은 관광자와 직접적인 의사소통을 하기 위해서 해설자가 특정 관광자원 앞에서 해설하거나(담화), 일정한 프로그램을 가지고 상황을 재현해 보이는(재현), 해설자가 직접 관광자와 함께 동해하면서 해설을 하는 동행기법이 있다.<sup>17)</sup>

인적해설이 성공하기 위해서는 해설자가 해설 계획을 수립해야하고, 해설을 계획에는 다음과 같은 단계로 해설을 해 나아가야한다. 첫 번째 단계는 해설에 대한 주제선택으로 주제는 자신의 이야기를 구성할 수 있어야하고, 두 번째 단계에서 해설에 대한 주제 연구는 창조적인 사고 및 아이디어를 위해 자료를 미리 수집해야한다. 세 번째 단계는 방문객을 파악하여 해설프로그램을 더 잘 준비할 수

14) 박명희(2000), 전계논문, p45

15) 안윤지(2003), 전계논문, p23

16) 박명희(2000), 전계논문 p45

17) 안윤지(2003), 전계논문, p23

있도록 방문객의 나이, 출신, 공통점, 차이점 등에 대하여 미리 파악해야하고, 마지막으로 해설을 할 때, 관광자의 오감과 관련된 것, 유머가 있는 것, 이해하기 쉽고, 최신의 정보, 열정이 담겨 있는 짧고 명료한 해설을 하도록 해야 한다. 이러한 안내자 해설은 담화해설과 동행해설기법이 있다.<sup>18)</sup>

<표 2-2> 인적해설기법의 종류와 내용

인적해설기법의 종류	내용
담화해설기법(talk)	안내자와 관광자가 대화를 통해 해설하는 것으로 말, 몸짓, 표정으로 관광자의 감동을 유도한다. 이 해설의 효과는 해설자의 감수성과 관광자의 이해수준의 상관성을 가지고 있기 때문에 해설자는 관광자의 기대욕구를 파악, 분석하기 위해 필요한 것으로 청중에 대해서 유용한 정보를 획득할 필요성이 있고, 선호적 평가 이미지 구축하기 위해서 단정한 용모, 올바른 자세, 친절한 태도, 유머 있는 인사 및 대화방법 등을 통해 신뢰감을 주고, 담화구조를 체계적으로 해야 한다.
동행해설기법(walks)	해설의 고전적인 기법으로 해설자가 관광자와 동반해서 이동하거나 보행하는 동안 관람대상을 직접적으로 해설하는 것이다. 해설자가 관광자에게 흥미를 제공하고 동기를 부여할 수 있다는 장점이 있다. 관광자의 질문에 대해 해설자는 즉각적으로 대답해야하고, 해설자는 15분전에 해설 장소에 도착하여 해설 장소를 확인, 점검하고 장소변화 가능성에 대비하도록 하고, 해설내용은 간략하고, 정확하고 명료하게 제시해야한다. 또한 해설의 속도를 적정하게 유지하면서 관광도중 출현하는 관광대상에 대해서도 해설을 하고, 해설이 마무리 될 때에는 해설내용을 요약해서 들려준다.

자료 : 선행연구들을 바탕으로 연구자 재정리<sup>19)</sup>

## (2) 비인적해설기법(nonpersonal service)

비인적해설 기법은 자기 안내 탐방로와 같은 길잡이 시설해설과 첨단전자매체를 이용하여 자원을 해설하는 매체이용 해설로 구분된다. 비인적해설기법 종류와 내용에 대해 정리하면 다음의 <표 2-3>와 같이 정리할 수 있다.

18) 박석희(1989) 『신관광자원론』, 서울, 명보출판사

19) 박명희(2001) 전개논문

<표 2-3> 비인적해설기법의 종류와 내용

비인적해설기법의	내용
종류	
길잡이시설 (self-guiding)	<p>관광자가 해설자의 도움이 없는 상태에서 독자적으로 관람대상을 추적하면서 제시된 안내문에 따라 내용을 이해하고, 인식수준을 제고하는 것으로, 특정사건의 역사적 경과, 환경의 변화과정, 생물의 특성 등을 해설대상으로 하고 있다. 길잡이 시설해설 기법은 전문직에 종사하는 사람, 지적욕구가 강한 사람, 교육수준이 높은 사람에게 효과적인 해설기법이며, 해설 내용 구성은 일관성을 유지하며 설수단과 내용의 설정, 관람대상자에 따른 전달 내용이 결정되고, 기본구조의 윤곽에 있어서 해설제목의 결정, 세부내용 끝맺음이 분명하게 나타나야한다. 길잡이 시설해설기법에 있어 해설판의 설계는 매우 중요하므로 해설판의 모양, 글자체, 규격, 위치를 고려하며, 지역분위기와 조화성유지, 기후, 부식상태, 곤충피해, 도난 및 훼손방지등도 주의해야한다.</p> <p>길잡이해설기법의 장점은 비용이 저렴하고 운영, 유지비용의 감소, 이용자별 독해속도의 신속성과 완만성 보장, 독해내용 선택의 임의성 확보, 이정표 기능을 수행으로 관광자의 길잡이 역할, 기념성의 부여로 사진촬영의 대상으로 선택가능, 방문의 증거 등을 수 있지만, 단점으로는 독해자의 인식수준과 정신적 노력이 요구되며, 일방적 의사전달로 쌍방향 질의 응답 능력이 결여, 의문감 해소능력의 부족하며, 길잡이 시설의 풍화작용, 부식, 야생동물, 관광자에 의해 훼손의 가능성이 있다.</p>
매체이용해설 (gadgetry)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 모형 기법 : 형태를 모방한 기법으로 축소모형, 실물모형, 확대모형이 있는데 실물보다 작게 모방하여 형태를 만들어 놓은 것을 축소모형, 실물과 같은 모형, 실물보다 확대하여 형태를 만들어 놓은 것을 확대모형 이라한다.</li> <li>2. 실물기법 : 사실 그대로 재현해 놓은 사실 재현, 유적을 재현해 놓은 유적재현, 유명한 성인, 사상가, 독립운동가 등을 재현한 인물재현, 그리고 인간이 만들어 낸 특이하고 가치 있는 기술을 재현해 놓은 기술재현이 있다.</li> <li>3. 청각기법 : 관광자가 그 때 그때 마다 안내나 설명을 해주는 방송과 미리 녹음해 놓은 녹음테이프, 상황이나 연출에 적절한 음악 등 이 있다.</li> <li>4. 시청각기법 : 직접 가볼 수 없는 장소나 인물 등을 녹화해놓은 비디오 시설, 필요한 해설을 누르면 그 부분을 볼 수 있는 터치스크린, 유명한 장소에 얽힌 설화나 전설, 인물 등을 극화한 영화 등</li> <li>5. 멀티미디어 재현 시설기법 : 디오라마와 애니메이션을 말하는데, 디오라마는 인물이 등장하여, 과거의 체험이나 영웅담을 재현시켜 주는 것이며 애니메이션은 인물대신 만화로서 과거의 체험이나 영웅담을 재현시켜 주는 것이다.</li> <li>6. 시뮬레이션 기법 : 가상체험과 게임시설로 생생하고 직접적인 체험을 하는 기법으로, 생생하고 직접적인 체험과 자극을 줄 수 있다.</li> <li>7. 인쇄물 : 팜플렛, 리우렛, 안내해설서가 있는데 리홀렛은 팜플레과 안내해설서의 중간인 안내서이다.</li> <li>8. 시각물 : 사진, 그림, 지도</li> </ol>

자료 : 선행연구들을 바탕으로 연구자 재정리<sup>20)</sup>

### (3) 창조적 해설기법(creative service)

창조적 해설기법은 관광지가 보유하고 있는 메시지를 관광자에게 전달하는 방법이 관광지가 가지고 있는 역사유적지, 문화 등의 관광지 특성을 살려서 고유캐릭터를 창조해서 장소에 대해 관광자가 공감할 수 있도록 가상의 창조적인 캐릭터를 이용하는 기법이다. 주요 기법으로는 캐릭터 창조, 이야기하기, 안내된 이미지, 인형극, 살아 있는 동물 이용 등의 기법이 있다.<sup>21)</sup>

관광에서 해설은 관광지에서 관광자를 대상으로 제공하는 서비스 또는 정보제공, 하는 것으로 인적기법인 해설자나 비인적 기법인 해설매체를 통해 관광지와 관광자 사이에서 해설사의 해설을 통해 관광자에게 관광만족이나, 영감을 전달하거나 느끼도록 도와주는 것이라 할 수 있다.

## 2) 해설사

한국의 관광형태는 자연환경, 고적을 둘러보는 단순 유흥관광의 형태를 나타내고 있으며, 1997년 정부가 정한 문화유산의 해를 시작으로 전통문화와 자연유산을 테마로 하는 새로운 관광문화가 나타나기 시작하였지만,<sup>22)</sup> 1999년도부터 한국관광공사에서 배출하던 관광종사원 양성과정이 민간 기업의 시장경쟁원리에 맡긴다는 정부의 정책에 따라 중단되었다. 이에 따라 문화관광부에서는 한국에서 열리게 될 국가적 행사인 2001년 한국 방문의 해, 2002년 한·일 월드컵 공동개최, 2005년 부산 APEC 개최 등으로 인해 한국을 찾아올 외국관광객들에게 문화유산을 관광자원으로 홍보할 목적으로 '문화유산 해설사 양성 및 활동사업계획'에 의거하여 문화관광 전문 인력을 선발 하였다.<sup>23)</sup>

관광에서 해설 제공 하는 사람을 지칭하는 용어들에는 숲 해설가, 박물관 큐레

20) 박명희(2001) 상계논문

21) 안윤지(2003), 전계논문

22) 송화섭(2004), 문화관광해설사의 양성방안, 『인문콘텐츠』 3, p.171

23) 이선영(2003), 관광전문인력 교육방향, 한국관광정책, 『한국문화관광정책연구원』, 1(16), p.125

이터, 박물관 안내인, 관광안내인, 자연유산 해설사, 문화유산 해설사, 문화해설가, 관광안내인, 유산 해설사, 문화관광해설사 등이 있다.<sup>24)</sup>

문화관광해설사란 유·무형의 문화재 및 자연유산을 전문적으로 해설하는 지식기술자를 말하며 관광객을 자연환경과 문화유적이 존재하는 공간으로 안내하여 자연생태와 문화재의 의미를 쉽게 풀어서 전달하는 역할을 한다.<sup>25)</sup> 문화유산해설사의 정의는 문화재(고궁, 사찰, 민속, 무형문화, 사적, 천연기념물 등) 및 지역 문화 등을 내·외국인 관광객 대상으로 정확히 설명하고 이해시킴으로써 관광객의 문화체험 및 문화에 대한 이해를 도와주는 사람이라고 할 수 있다.<sup>26)</sup>

다시 정리하여 말하자면, 문화재, 문화유산을 설명하고 이해시키는 문화유산해설사의 개념보다 더 큰 개념으로 볼 수 있는 문화관광해설사는 문화재, 문화유산 뿐만 아니라, 관광지, 관광단지, 생태관광지, 농·어촌 관광지, 자연유산 등을 관광객들에게 해설을 제공한다고 볼 수 있다.

#### (1) 제주도내 해설사 현황

현재 제주지역의 해설사는 문화관광해설사, 세계자연유산 해설사, 한라산 생태해설사, 과학 해설사, 숲해설가, 해양생태 해설사, 길생태 해설사, 오름 해설사, 제주유배문화 해설사, 제주지질공원 해설사, 꽃자왈 해설사, 제주여성 문화 해설사 등 다양한 분야의 해설사들이 활동 중 이다. 제주지역 해설사 현황<sup>27)</sup>을 다음 <표 2-4>와 같이 나타낼 수 있다.

<표 2-4> 제주지역 해설 현황

해설사 명	배치 인원수	교육이수 회원수	양성기관명	근무처	비고
문화관광해설사	137	276	제주민속자연사박물관 제주관광대	27관광지	

24) 조계중(2006), 보호구역 및 국립공원 자연환경해설프로그램 : 한국과 미국의 현황과 미래, 『지역과 전망』, pp.177-pp.213

25) 송화섭(2004), 전개논문

26) 이원희(2003), 문화유산해설사 제도장착 및 활성화 방안, 『한국문화관광정책연구원』. pp.63-pp.83

27) 홍성표(2010), 제주지역 해설사 : 현황과 문제점, 『문화와 현실』, 14, p132

제주세계자연유산해설사	111	190	제주참여환경연대 제주환경연구센터 도인력개발원	거문오름 만장굴 일출봉 한라산 물영아리	환경부 국비
자연환경안내원 (생태해설사)	12	기존해설사 공채	참여환경연대 등		
과학해설사	3	4	한국과학관협의회		2009년 기준
숲해설사	12	도외이수자, 도내이수자 자원활동	숲아카데미, 제주환경운동연합	서귀포휴양림 난대산림연구소 사려니한라생태숲	
해양생태해설사	협의중	121	제주씨그랜트사업단		
길생태해설사	0	19	한국방통대 제주지역대		
오름해설사	자율활동	40	한국방통대 제주지역대		
제주유배문화해설사	협의중	30	제주대사회교육대학원		2005년부터 양성
제주지질공원해설사	0	25	제주대 사라캠퍼스		2010년 첫 양성
곶자왈전문해설사	자율활동	50	사)곶자왈사람들 생태문화연구소		
제주올레길동무	자율배치 80명	450	올레아카데미		
제주여성문화해설사	33	40	설문대 여성문화센터		

자료 : 홍성표(2010). 제주지역해설사 : 현황과 문제점을 바탕으로 연구자 재정리

### 3) 해설 및 해설사에 대한 선행연구와 연구동향

해설에 관련된 연구동향을 살펴보면, 관광에서 해설은 관광자원 매력의 지각수준 강화수단 및 관광자에게 만족도를 증대시킬 수 있는 수단,<sup>28)</sup> 환경해설을 통해 자원을 보호할 수 있는 교육적 측면<sup>29)</sup>을 강조하는 연구가 있다. 해설에 대한 국내, 국외 연구동향 및 선행연구들을 정리하면 다음과 같다.

28) 김주연·이민재·안경모(2011), 해설매체에 따른 방문객의 해설속성평가, 만족도 및 문화유산에 대한 태도의 차이 및 영향관계 : 궁의 문화해설사와 해설관을 대상으로, 『한국콘텐츠학회지』, 11(11), pp.434-pp.443

29) 성수진·김용근(2001), 생태공원에서 환경해설사의 교육적 효과 : 길동 자연생태 공원을 대상으로, 『한국조경학회지』, 28(6), pp.52-pp.61

국내, 국외의 해설에 대한 선행연구 및 연구동향을 살펴보면 관광지에서의 해설은 관광자원의 매력을 강화하는 수단으로써 자원해설의 필요성과 중요성을 강조하였고, 해설은 관광지매력속성 중 교육성을 평가하는 중요한 교육활동이며, 해설을 통해 관광지의 만족과 향후 재방문, 추천의도에 높은 영향관계가 있는 것을 확인 하였다.

<표 2-5> 국내 해설 및 해설사에 대한 선행연구 및 연구동향

연구자	연구 동향 및 선행연구의 결과
박석희(1994)	관광자의 관광지내의 관광자원 매력의 지각수준을 강화하기 위한 수단으로 자원해설의 필요성을 강조 하였고, 관광지 주요시설에 대한 지각 수준을 연구 하면서 해설활동의 중요성을 제기함.
이명진(1998)	관광지내 해설방법의 중요성을 제기하고, 관광지 매력속성 중 교육성을 평가하는 연구에서 해설을 관광지내의 중요한 교육활동으로 강조함
박명희(1999)	관광해설 요인은 관광자 만족 결정요인인 기대와 성과수준 및 불일치에 있어서 관광자의 만족수준과 재구매에 높은 영향관계를 확인 하였고, 관광자원 해설 도입의 중요성을 강조함.
최나리(2000)	관광자원해설에 대한 중요성과 관광태도, 관광만족에 대한 관련성을 파악 하여 관광자원 해설의 중요성 인식을 강조함.
임정빈(2001)	해설을 받은 집단과 받지 않은 집단별로 만족도, 재방문의도, 추천의도를 비교하였는데, 해설을 받은 집단이 받지 않은 집단보다 만족도, 재방문의도, 추천의도가 높은 것을 확인함으로써 해설의 중요성을 강조함
이순자(2004)	문화유적관광지에서 해설의 효율적 운영방안과 관광지활성화에 미치는 영향에 대해 연구함. 해설이 문화유산관광지 특성인식과 만족도, 재방문에 미치는 영향을 규명함.
진영재(2005)	관광객과 해설사간의 커뮤니케이션 활성화 방안을 제시하였는데, 효과적인 커뮤니케이션을 위해서는 흥미 있는 해설, 수요자특성에 맞는 해설, 문화유산의 현대적인 해설이 필요하다고 제시함.
김수경(2010)	해설사의 해설능력 구성요인들 중 만족과 충성도에 미치는 영향을 규명하였고, 해설사들의 해설전달력도 중요하지만, 해설사의 서비스태도가 중요하다고 강조함.
김주연·이민재·안경모 (2011)	해설 매체에 따른 해설효과의 차이를 알아보고, 해설사의 동반 여부에 따른 해설속성과 만족, 관광대상에 대한 인지와 관광객 태도의 차이를 연구함.

자료 : 선행연구를 바탕으로 연구자 재정리

해설 매체, 해설사의 동반 유무, 해설을 받은 집단과 받지 않은 집단을 구별하여 연구한 결과, 다양한 해설매체를 이용하거나, 관광객 개인 특성에 맞는 해설 방법의 차별화를 제시하였고, 전통적인 전시물 보다는 관광객과 상호작용 할 수 있는 전시물을 관광객들이 선호한다는 것을 규명하였다. 또한 지식이 많은 해설사가 관광객의 관광경험을 더 즐거움을 줄 수 있다는 연구결과를 통해 해설사의 역할을 강조하였고, 해설을 받은 집단, 해설사를 동반한 관광객이 관광만족과, 향후 행동의도에 긍정적인 높은 영향관계가 있다는 것을 알 수 있었고, 관광객과 해설사의 커뮤니케이션 활성화 방안을 제시한 연구에서는 해설사의 흥미 있는 해설, 수요자특성에 맞는 해설, 문화유산의 현대적인 해설이 필요하다는 것을 제시하였다.

<표 2-6> 국외 해설 및 해설사에 대한 선행연구 및 연구동향

연구자	연구 동향 및 선행연구의 결과
Gronroos(1967)	해설가들이 관광지내 자연 및 문화경관에 대한 지식이 풍부 할수록 관
Gevea & Goldman(1991)	광객의 관광경험은 더 즐거울 수 있다는 연구결과와 자원해설가의 역할
Roggenbuck(1992)	을 강조함.
Suchman(1967)	해설서비스 평가에 관한 연구에서 해설프로그램 평가기준을 노력, 실
	적, 적절성, 효율성, 과정 등 5가지를 제시함.
Roggenbuck & Propst(1981)	메시지, 자원해설가의 수행, 관광객의 반응 등 관광지내에서 해설에 대
	한 평가기준을 제시함.
Hum(1986)	관광객의 반응에 초점을 맞추면서 해설효과를 판단하기 위해 관광객의
	지식, 느낌, 행동의 변화를 강조함.
Knudson & Cable & Beck(1995)	관광지의 교육성을 높이는데 영향을 미치는 자원해설을 이론적 기반으
	로 인지학습이론을 적용시켜 관광객들의 인지발달 정도에 따라 차별화된
	자원해설 프로그램을 마련해야 관광지의 교육효과가 커진다는 연구결과
	를 도출함.
Priscilla(1995)	문화관광지에서 관광객에게 정보를 제공할 때 자원해설매체들의 특성
	에 관한 연구를 통해 관광지매력에 대해 관광객들에게 정보를 제공하고
	교육시키기 위해서는 다양한 매체를 이용하여야 하고, 관광객 개인 특성
	에 맞게 해설방법을 차별화해야한다고 제시함.
Peward, Jagmin, Maisto & Mcnamara(1974)	박물관과 같은 인문관광지 관광객들 대상으로 질문, 퀴즈가 있는 브로
Korm(1980)	셔, 안내문과 전통적인 브로셔 안내문 두 종류를 통해 학습효과 만족도에
	대해 조사한 결과 기존의 안내문보다는 질문, 퀴즈가 있는 브로셔, 안내

McManus(1985)	문제에 대한 학습효과도 크고 만족도 높다는 것을 규명함.
Borun(1997)	
Borun, Diamon, Smith & Bond (1998)	관광지의 체류시간, 선호도조사에 있어서도 관광객은 전통적인 전시물보다는 상호 작용형 전시물을 더 많이 관람하며, 오랜 시간 체류하고 이를 더 선호한다는 것을 강조함.
Hayward(1998)	
Words(1990)	

자료 : 박미아(2003). 관광자원해설을 통한 관광지활성화에 관한 연구<sup>30)</sup>를 바탕으로 연구자 재정리

지금까지 해설에 대한 선행연구들은 대부분이 문화관광지, 문화유산관광지, 박물관, 미술관 등 인문·문화관광지에서의 해설매체, 해설사에 대한 연구가 주를 이루었다. 하지만 본 연구에서는 자연관광지에서 해설사의 커뮤니케이션이 관광만족에 미치는 영향을 알아보려고 한다.

## 2. 커뮤니케이션

### 1) 커뮤니케이션의 정의 및 유형

라틴어의 ‘communis’에서 유래한 커뮤니케이션(communication)이란 단어는 ‘com-munis’는 ‘공통되는(common)’, 혹은 ‘공유하다(share)’라는 뜻을 가진 의미이며, 여기서 파생된 단어 가운데에는 ‘공동체’를 의미하는 ‘community’가 있다.<sup>31)</sup> 커뮤니케이션은 언어와 같은 공통적으로 공유하고 이해하는 상징의 수단에 의해 행해지는 교환과정이라 할 수 있고,<sup>32)</sup> 우리말로 번역하면 의사소통이라는 의미로 사용된다.<sup>33)</sup> 의사소통은 다양한 방식을 통하여 다른 사람에게 무엇인가를 알려주고자 하는 의도를 가지고 행해지는 의도된 행동이라 할 수 있다. 인간

30) 박미아(2003). 『관광자원해설을 통한 관광지활성화에 관한 연구』, 세종대학교, 석사학위논문, pp.27-pp.33

31) 오미영, 정인숙(2005). 『커뮤니케이션 핵심이론』, 서울특별시, 커뮤니케이션북스, p9

32) 윤대혁(2011). 『인간관계와 커뮤니케이션』, 서울특별시, 탐북스, p.77

33) 홍미나(2007). 『커뮤니케이션 유형과 비언어적 커뮤니케이션 요소가 서비스제공자 평가에 미치는 영향』, 경기대학교 대학원 박사학위청구논문, p9

의 의사소통은 의미 있는 기호를 사용하여 능동적으로 생산해 내는 사람과, 수동적으로 수용하는 사람이 있어야한다.<sup>34)</sup> 의사소통 어원이 가진 의미대로라면 하나 또는 그 이상의 생물개체가 다른 개체와 지식, 정보, 감정 등을 공유하는 행동의 과정이다.<sup>35)</sup>

다시 말하면 communication은 의사소통이란 같은 의미로 공통적으로 공유하고 있는 상징수단이나, 정보, 감정, 지식 등을 다른 사람에게 알리고자하는 의도를 가지고 행동하는 교환과정이라 할 수 있다. 커뮤니케이션이 사람과 사람을 연결시켜주는 교량(bridge)역할을 한다고 했을 때,<sup>36)</sup> 두 사람 혹은 그 이상의 개인들 사이에서 발생하는 대면적 상호작용, 사람과 사람사이에서 가장 기본적인 활동인 상호교환의 시작과 유지, 종결과정을 뜻한다.<sup>37)</sup> 커뮤니케이션은 구성원간의 상호작용을 촉진시키거나, 인간관계 및 사회 안에서 중요한 역할을 하는 매개체로 필수적인 기본요소라 할 수 있다.<sup>38)</sup> 커뮤니케이션에 대한 정의를 다음과 같이 <표 2-7>로 정리할 수 있다.

<표 2-7> 커뮤니케이션에 대한 정의

연구자	커뮤니케이션에 대한 정의
Applbaum(1973)	두 사람 혹은 그이상의 개인들 사이에서 일어나는 대면적 상호작용
Lewis(1975)	송신자와 수신자 사이에 어느 정도 이해가 수반되는 메시지, 사고, 태도의 공유
이상희(1989)	유기체 사이에 공통되는 경험을 매개수단으로 해서 어떤 정보나 내용을 상호교환 하여 공통되는 이미지를 갖고 서로의 지각, 감정, 사고 등에 변화를 가져오는 과정
차배근(1993)	하나 또는 그 이상의 생물개체가 다른 개체와 지식, 정보, 감정 등 공유하는 행동과정
다카하시마사토(1999)	어느 한 마음이 다른 한 마음에 영향을 주는 방법

34) 최명원(2009) 『언어 문화 그리고 커뮤니케이션』 서울특별시, 유로, pp17-18.

35) 차배근(1997). 『커뮤니케이션학개론』, 서울, 세영사 p.30

36) R.M. Fulmer(1989). 『The New Management』, Macmillan, p.255

37) R .L. Applbaum(1973). 『Fundamental Concept in Human Communication』 San Francisco, Carfiels Press 34

38) 윤대혁(2011) 전개서

홍광희(2000)	커뮤니케이션이란 유기체(사람, 동물 등)들이 기호를 통하여 서로 정보를 교환해서 상호간에 공통된 의미를 수립하고, 더 나아가서는 상호간에 영향을 미치는 과정 및 행동.
김광남(2001)	커뮤니케이션은 한사람이 상대방과 관계가 있다고 서로 대화를 나누고자 하는 기본적인 욕구를 공유하고 있음을 전제로 함
서관수(2001)	조직체나 사회집단에 형성되는 두 명이상의 관계 당사자들이 언어적 또는 비언어적 방법을 통하여 서로 의사와 감정을 전달하고 반응을 주고받는 과정으로 대인간의 상호작용을 촉진시킴
이미선(2001)	커뮤니케이션이 발생하고 행위 이상의 어떤 것으로 규정되려면 송신자의 메시지가 어떤 방법으로 모든 수신자에 의해 실제로 해석되어야 하며 ‘해석’ 요소를 포함함으로써 우리는 인간행위와 커뮤니케이션을 구별함
김우룡·장소원(2004)	의미의 공유, 상징성, 의도성, 상호 작용성, 과정으로서 조건을 갖춘 행위
임창희(2005)	두 사람 이상의 사람들 사이에 언어, 비언어 등의 수단을 통해 자신들의 가지고 있는 의사, 감정, 정보를 전달하고 피드백을 받으면서 상호작용하는 과정
최희경(2010)	말, 글, 소리, 표정, 몸짓 따위로 이루어진 사람들의 생각, 느낌, 정보를 주고받는 일로 인간이 이루는 모든 사회조직과 사회현상의 기본을 형성함.

자료 : 추승우(2009)<sup>39)</sup> 및 선행연구들을 참고하여 연구자 재정리

커뮤니케이션에 대해 다시 정의 내리면, 일방적으로 남에게 언어를 통해 의사를 전하는 것은 말하는 것이지, 커뮤니케이션이라 할 수 없다. 커뮤니케이션은 서로 다른 이해와, 사고, 경험, 선호 및 교육적인 배경을 가지고 있는 두 사람 이상의 사람, 즉 어떠한 의미를 전달(송신)하는 자와 전달(수신)받는 자가 특정한 사항에 대한 의미와 이해를 만들고 교환하는 과정을 커뮤니케이션이라고 다시 정의 할 수 있다.

### (1) 커뮤니케이션의 목적 및 이론적 틀

커뮤니케이션의 명제는 기호를 통해 의미를 전달 또는 파악하는 현상인데, 기호는 발생적 근원이나 표현 양식에서 다양한 모습을 나타낸다. 기호의 종류를 두 가지 방법으로 분류하면 기호기원의 축과 의미발생 축으로 분류 된다.<sup>40)</sup> 모든 커

39) 추승우(2009). 『호텔기업의 서비스 커뮤니케이션이 고객 애호도 형성에 미치는 영향 ; 서비스 개인화(SP)의 매개효과를 중심으로』, 동아대학교, 박사학위 논문

커뮤니케이션에는 기호(sings)와 약호(codes)를 수반하고, 기호(sings)란 그 자체가 아닌 다른 어떤 것을 지시하는 행위 혹은 그 결과물을 말한다.

즉 의미를 가지는 구성물을 기호이고, 이 기호들이 집합된 조직체계가 약호이며, 약호는 기호들이 서로 어떤 관계를 맺을 것인지를 결정하는 체계를 뜻한다고 볼 수 있다. 기호와 약호를 통해 타인에게 의미를 전달하거나, 표현양식을 나타낸다고 볼 수 있다. 따라서 기호, 약호는 커뮤니케이션을 할 때 사회적으로 정해진 의미의 표현양식이라고 정의 내릴 수 있다.

커뮤니케이션을 구성하는 기호의 분류방법인 기호기원의 추과 의미 발생측에 대한 정의에 기초하여 커뮤니케이션을 사회적으로 ‘메시지를 통한 사회적 작용(social interaction)’을 의미하며, 커뮤니케이션 연구를 해온 두 개의 학파는 과정학파와 기호학파가 있는데, 과정학파에서는 커뮤니케이션을 ‘메시지의 전달(transmission of messages)’로 인식하며, 기호학파는 ‘의미의 생산과 교환(production and exchange of meanings)’으로 인식 한다.<sup>41)</sup> 따라서 커뮤니케이션을 메시지를 전달하는 기호와 메시지를 통한 사회적 상호작용이라고 볼 수 있다.

커뮤니케이션의 목적에는 여러 가지가 있다. 커뮤니케이션의 목적을 5가지로 정리한 Devito(1996)의 커뮤니케이션 목적은 첫째, 자신과 타인 주위의 세상에 관해 배우거나 알기 위한 목적 둘째, 타인과 관계를 맺기 위한 목적 셋째, 타인을 설득시키거나 타인에게 어떤 식으로 영향을 미치기 위한 목적 넷째, 타인과 놀이하거나 즐기기 위한 목적 다섯째, 타인을 돕기 위한 목적<sup>42)</sup>이라 하였다.

커뮤니케이션을 하기 위해서는 반드시 상대방이 있어야하고, 혼자서 하는 말은 독백이고, 커뮤니케이션이라고 할 수 없다. 올바른 커뮤니케이션은 자신의 의사가 상대방에게 제대로 전달되었는지 확인을 하는 것이 커뮤니케이션의 목적으로 볼 수 있는데, 상대방이 나의 의사를 제대로 인지하지 못했다면 다시 올바른 커뮤니케이션이 가능하도록 의사표현을 하도록 해야 한다.

간단히 메시지의 교환과 해석이라고 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 커뮤니케이션의 목적은 사람들 간의 공통적으로 상징수단을 통해서 상호작용 관계를

40) 홍기선(1998). 인간커뮤니케이션의 조건, 『정보문화연구소』, 17, p.4

41) J. Fiske(2005). 강태완, 김선남 『커뮤니케이션학이란 무엇인가?』, 서울특별시, 커뮤니케이션 북스. p22

42) 추승우(2009). 전개논문

형성 및 유지하고, 지식, 정보, 감정 등을 공유, 교환하는 활동이라 볼 수 있다.

커뮤니케이션에 대한 형태는 논자에 따라 구어적(verbal, oral)인 것, 문서적(written)인 것 비언어적(nonverbal)인 것, 전자적(electronic)인 것,<sup>43)</sup> 또 다른 논자들은 언어적인 것, 비언어적인 것, 청취(listening)등으로 구분<sup>44)</sup>하기도 하며, 분류기준 및 그에 따른 커뮤니케이션 유형에 따라 다음 <표 2-8>과 같이 구분할 수 있다.<sup>45)</sup>

<표 2-8> 커뮤니케이션의 유형

커뮤니케이션 유형	분류
커뮤니케이션의 목적	정보적(information)커뮤니케이션
	교육적(instructional)커뮤니케이션
	오락적(entertaining)커뮤니케이션
메시지의 기호	설득적(persuasive)커뮤니케이션
	언어적(verbal)커뮤니케이션
소구방법(appeal)	비언어적(non-verbal)커뮤니케이션
	논리적 커뮤니케이션(logical communication)
매체의 종류	감성적 커뮤니케이션(emotional communication)
	메스커뮤니케이션, 특수매체 커뮤니케이션, 인쇄/출판 커뮤니케이션, 방송 커뮤니케이션, 통신커뮤니케이션 인터넷 커뮤니케이션
소통에 참여하는 사람 수	일대일(face-to-face)커뮤니케이션
	소집단(small)커뮤니케이션
소통상황	대집단(large group)커뮤니케이션
	비공식적 커뮤니케이션, 공식적 커뮤니케이션
소통의 방향	조직커뮤니케이션, 국제 커뮤니케이션, 문화권간 커뮤니케이션
	일방적 커뮤니케이션, 쌍방적 커뮤니케이션
연구주제	수평적 커뮤니케이션, 수직적 커뮤니케이션
	정치 커뮤니케이션, 발전 커뮤니케이션, 비즈니스 커뮤니케이션 헬스 커뮤니케이션, 산업 커뮤니케이션, 행정 커뮤니케이션 캠페인 커뮤니케이션 등

자료 : 차배근(1987). 커뮤니케이션학 개론, 세영사, 서울, 윤석민(2007) 커뮤니케이션의 이해, 서울, 커뮤니케이션 북스, p35. 재인용

43) S. P. Robbins, Management, Prentice Hall, 1994(4th), 윤대혁, 『인간관계와 커뮤니케이션』, 탐북스, 서울,특별시, p.84. 재인용  
 44) J. A. Pearce & R. B. Robinson, 윤대혁, 『인간관계와 커뮤니케이션』, 탐북스, 서울,특별시, p.84. 재인용  
 45) 차배근(1987). 『커뮤니케이션학 개론』, 세영사, 서울, 윤석민(2007) 『커뮤니케이션의 이해』, 서울, 커뮤니케이션 북스, p35. 재인용

Malandro(1989)<sup>46)</sup>는 언어적 요소와 비언어적 요소로 구성된 커뮤니케이션 행렬을 만들었는데, 커뮤니케이션을 분류하고 설명할 때 이 행렬을 보면 언어적 커뮤니케이션과 비언어적 커뮤니케이션을 좀 더 명확히 이해할 수 있도록 하였다. 먼저 언어(상징적)커뮤니케이션과 비언어(비상징적) 행위로 구분하고, 이것을 다시 음성행위와 비음성행위로 나눈다. 이렇게 나누어보면 네 개의 커뮤니케이션 행위 세트, 언어/음성행위, 언어/비음성행위, 비언어/음성행위, 비언어/비음성 행위로 구성할 수 있다.

<표 2-9> 언어커뮤니케이션과 비언어커뮤니케이션 행렬

	언어(상징)	비언어(비상징)
음성	언어/음성 행위	비언어/음성 행위
비음성	언어/비음성 행위	비언어/비음성 행위

자료 : 이미선(2001) 서비스접점에서 서비스제공자의 비언어적 특성이 고객만족에 미치는 영향

커뮤니케이션 행렬의 첫 번째 언어/음성행위는 우리가 상대방과 커뮤니케이션 할때 선택하는 실제적인 단어 또는 상징으로 구성된다. 예로 큰 소리로 ‘무서워’라고 하면 이 문장속의 실질적인 단어는 언어/음성 요소로 구성된다. 하지만 이 요소는 문장이 표현되는 방식이 없다. 두 번째 행렬 요소인 언어/비음성 행위는 구조화된 상징체계(예 : 수화)를 이용한다. 세 번째 요소는 비언어/음성 행위이다. 비언어/음성행위에서는 실질적 내용을 제외한 구두 및 서면으로 된 언어의 단서들로 구성된다. 말의 뉘앙스, 크기, 속도 목소리의 특징 등이 포함되며, 문장이 어떻게 표현되는가도 여기에 포함된다.

첫 번째 예로 든 ‘무서워’라는 말은 ‘정중하게’ 또는 ‘과장되게’ 등 여러 방식으로 표현될 수 있는데, 이것은 표현되는 방식(내용이 아닌)이 언어/음성 요소를 대표한다고 볼 수 있다. 마지막 행렬요소인 비언어/비음성 행위는 음성에 의한 메시지를 제외한 메시지를 전달하는데 사용된 모든 행위를 말한다. 그 예로 옷,

46) Malandro. L. et. Al(1989). Nonverbal communication(New York : Random House. p.6 이미선(2001) 서비스접점에서 서비스 제공자의 비언어적 특성이 고객만족에 미치는 영향, 고려대학교, 석사학위 논문, 재인용

머리모양, 메시지를 전달하듯이 신체의 생김새, 크기 및 자세가 메시지를 전달한다. 말할 때의 제스처나 표정, 공간의 이용 또한 여기에 포함한다.

대부분의 논자들은 언어적인 것과, 비언어적인 것으로 대별하고 언어적 커뮤니케이션을 다시 구어적(oral)인 것과 문서적(written)인 것으로 구분하여 거론한다.<sup>47)</sup> 본 연구에서도 커뮤니케이션을 언어적 커뮤니케이션과 비언어적 커뮤니케이션으로 분류하여 언어적/비언어적 커뮤니케이션을 중심으로 해설사의 커뮤니케이션이 관광만족에 미치는 영향을 알아보려고 한다.

## 2) 언어적 커뮤니케이션

언어는 메시지의 기호를 통해 인간의 사상이나 감정, 의미, 정보를 남에게 전달하는데, 메시지의 기호에는 언어적 커뮤니케이션과 비언어적 커뮤니케이션으로 구분할 수 있다.<sup>48)</sup> 언어는 사회적으로 제정된 기호체계로써 실제 세계의 사물, 경험 등을 지칭하는 단순한 기호이며, 인간의 음성기관을 통해서 발생하는 음성 기호이다.<sup>49)</sup> 또한 언어는 무질서하게 나오는 것이 아니라 일정한 연결규칙에 의해 이루어지며, 이러한 문법적 구조를 토대로 하여 언어의 의미가 구성된다.<sup>50)</sup>

언어의 본질은 ‘의미의 전달과 표현’<sup>51)</sup>이라 할 수 있는데, 의미는 그 단어가 지시하는 구체적 현상 중에서 공통된 특징을 선별한 추상적 개념이다. 단어의 의미는 중심의미와 연상의미로 나눌 수 있는데, 중심의미는 가장 보편적으로 알고 있는 사전적 정의로 나타낼 수 있다. 중심의미는 의미 삼각형(하나의 단어가 여러 사람들 사이에서 같은 의미로 사용되는 가를 확인 하는 방법)으로 그 뜻을 확일

47) 윤대혁(2011) 전제서, p85

48) 김상희(2007). 『서비스 접점에서 판매원 언어적, 비언어적 커뮤니케이션이 고객감정과 행동의도에 미치는 영향-정서감염현상을 중심으로』, 소비자학 연구, 18(1), p100

49) 이소영(2011). 『항공사 승무원의 언어적, 비언어적 커뮤니케이션이 승객의 감정반응, 고객만족 및 행동의도에 미치는 영향-외국항공사를 이용한 한국인 승객 대상으로』 세종대학교, 일반대학원 석사학위논문, p11

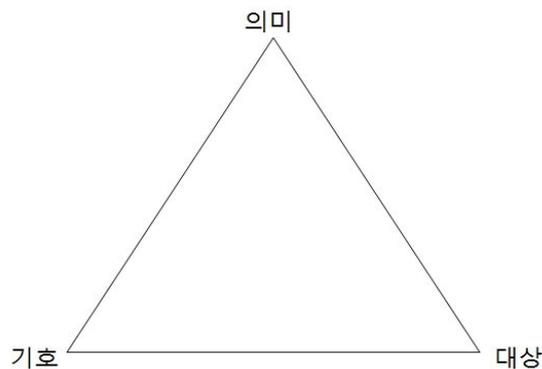
50) 홍기선(1991). 『인간커뮤니케이션의 조건』, 커뮤니케이션 과학, 13, p10

51) Sommerville, Arleen(1982). 『The Presearch Reference Interview : A Step by Step Guide.』 *Data Base*, 5, p34, 김상희(2007) 재인용

할 수 있다. 반면 연상의미란 단어가 상황과 문맥에 따라 의미가 달라지는 것을 말하는데, 한 단어가 함축하고 있는 가치 성향(내포적 의미)나 말하는 사람의 정서 상태를 표현하는 언어(감정적 의미), 같은 현상이라도 표현 방식에 따라 느낌이 달라지는 것(반사의미), 한 단어가 앞뒤로 어떤 단어와 연결되는가에 따라 의미가 바뀌는 현상(배열적 의미)등이 연상의미이다.<sup>52)</sup>

단어의 의미가 다양하게 이용 되거나, 말의 뜻이 고정되어 있지 않고 계속 변하는 것은 인간의 생각과 느낌이 변하기 때문이라고 볼 수 있다. 인간은 언어를 통해 자신의 생각을 나타내고, 거기에 따라 행동을 한다. 따라서 대인관계를 형성할 때 언어적 커뮤니케이션이 중요하다고 할 수 있다.

<그림 2-1> 언어의 의미삼각형



자료 :홍기선(1991). 『인간커뮤니케이션의 조건』, 커뮤니케이션 과학, 13(1), pp10-pp11

이는 언어를 통해서 자신의 의사를 명확히 전달하고 타인의 의사를 전달받기 때문인데, 특히 언어가 설득력을 갖기 위해서는 조직적인 사고력과 분명하고 쉬운 어휘들을 사용해야한다. 이렇게 함으로써 수신자의 마음속에 명확하게 전달할 수 있고, 업무의 효율성을 기여 할 수 있다<sup>53)</sup>. 신뢰를 바탕으로 하는 서비스 산업에서 언어적 커뮤니케이션은 중요한 매개체로 인식되고, 고객 관계 관리에서

52) 홍기선(1991). 『인간커뮤니케이션의 조건』, 커뮤니케이션 과학, 13, pp10-pp11

53) B. J. Wolf. (1956). 『Language, Thought and Reality』, New York, Wiley, 김상희(2007) 재인용, p100

고객과 기업의 상호교류에 있어 언어적 커뮤니케이션은 매우 중요한 요소이다<sup>54)</sup>. 기업과 기업, 제품과 제품 간 경쟁이 치열해짐으로써 마케팅의 일환으로 언어적 커뮤니케이션 프로모션은 소비자 설득에 있어 매우 중요하다. 마케팅 측면에서는 언어의 활용이 많은 비중을 차지하는 콜센터, 불만처리센터, 소비자 상담, 판매가 이루어지는 매장 등이 있다.<sup>55)</sup> 이 중에서 판매가 이루어지는 매장은 판매원과 제품구매자는 정보 교환을 위해 최초로 면대면으로 접촉하는 과정에서 판매원이 제시하는 언어적 커뮤니케이션은 고객 심리나 행동에 반응을 형성한다. 이때, 판매원의 효과적인 커뮤니케이션은 고객으로 하여금 자신의 욕구를 정확히 설명하고, 더 많은 관심을 유도할 수 있다.<sup>56)</sup> 따라서 언어는 단어를 만들어 내는 도구가 아니라, 인간 커뮤니케이션의 상호작용을 도와 송신자와 수신자 서로의 인식에 동참할 수 있게 한다.<sup>57)</sup> 이러한 언어적 커뮤니케이션 연구를 관광 분야에 적용하여 관광지에서 해설사의 커뮤니케이션이 관광객 만족과 심리, 향후 긍정적인 행동반응을 형성 할 수 있고, 언어적 커뮤니케이션은 해설사와 관광객 사이에서 상호작용하며, 관광지에 대해 알고 싶어 하는 관광객의 의문욕구를 해설사가 정확히 설명하고 새로운 인식, 더 많은 관심을 유도할 수 있다.

언어적 커뮤니케이션을 효과적으로 하기 위해서는 커뮤니케이션 과정에서 상대방에 대한 몇 가지 고려사항이 있다. 첫 번째는 청중의 규모를 고려해야 하는데, 이는 대면적 관계를 가질 때 집단의 상황에 따라 다르게 대처해야한다. 집단의 규모가 커질수록 정보교환, 전달이 어려워지기 때문에 적절한 규모의 집단과 정보교환이 필요하다.<sup>58)</sup> 두 번째는 청중의 태도다. 커뮤니케이션 과정에서 청중의 태도는 커뮤니케이션 수용여부를 결정 한다.<sup>59)</sup> 세 번째는 신뢰성 있는 메시지를 전달해야한다. 신뢰성이 있는 메시지를 전달 할 경우, 메시지 효과를 극대화 시킬 수 있기 때문에 언어적 커뮤니케이션을 할 때는 신뢰감을 형성하는 커

54) 최정환, 이유재(2003). 『죽은 CRM, 살아있는 CRM』, 서울, 법문사,

55) 진정근(2005). 『언어학적 기업커뮤니케이션 이론의 기초연구』, 텍스트 언어학, 18, pp1-pp32

56) 김상희(2007). 전개논문. pp.101

57) 오미영, 정인숙(2005). 전개서, pp102-pp103

58) G. Ponterotto, Joseph . P. Brian Rieger, A. Barrett, A. Barrett, & Rickey Sparks(1994). 『Assessing Multicultural Competence : A Review of Instrumentation』 *Journal of Counseling and Development*, 72(3), pp.316-pp.322

59) E. Riggio, Ronal R. Heidi Riggio. Charles Salinas, & J. Emmet Cole(2003). 『The Role of Social and Emotional Communication Skill in Leader Emergence and Effectiveness』 *Group Dynamics:Theory, Research, and Practice*, 7(2), pp.83-pp.103

커뮤니케이션이 되도록 노력해야한다.<sup>60)</sup> 결국 언어적 커뮤니케이션을 통한 효과적인 메시지 전달을 위해서는 메시지 내용, 전달방법, 전달태도, 상대방의 입장에서 고려해야하고,<sup>61)</sup> 청중의 규모를 고려하여 신뢰성 있는 메시지를 통해 청중이 수신자의 커뮤니케이션 태도에 집중할 수 있도록 해야 한다.

### 3) 비언어적 커뮤니케이션

언어적 커뮤니케이션만으로도 의사전달이 충분한 경우도 있겠으나, 언어 표현의 제한으로 인해 전달이 충분하지 못할 경우 짧은 시간에 많은 정보를 전달해야 하는 상황에서는 비언어적 커뮤니케이션을 활용하여 상대의 감정을 읽거나 자신의 의사를 전달하는 경우도 있다.<sup>62)</sup> 다시 말하면, 언어는 인간 커뮤니케이션의 핵심요소 이긴 하지만, 언어적 커뮤니케이션만으로는 의미 전달을 완벽하게 이뤄질 수 없다. 따라서 인간의 비언어적 커뮤니케이션 행위는 언어적 커뮤니케이션을 보강해줄 뿐만 아니라, 비언어적 커뮤니케이션 그 자체로서도 언어적 커뮤니케이션 못지않게 의미를 전달하는 주요 표현 수단이 될 수 있다는 주장<sup>63)</sup>이 제기되면서 비언어적 커뮤니케이션이 새롭게 인식되었다.

비언어적 커뮤니케이션은 감정 표현, 태도를 전달, 자신의 성격을 전할 수 있는 효과적인 커뮤니케이션 도구이다.<sup>64)</sup> 비언어적 커뮤니케이션은 뜻은 말 그대로 언어를 매개로 하지 않는 모든 형태의 기호작용을 말하는데, 비언어적 커뮤니케이션

60) E. Jones, Stanley. & D. Curtis Le Baron (2002). 『Research on the Relationship Between Verbal and Nonverbal Communication : Emerging Integrations』 *International Communication Association*. September, pp499-pp.521

61) L. Worthington Roger. Michael Mobly, P. Robert Franks, & T. Jeffrey Andreas (2002). 『Multicultural Counseling Competencies : Verbal Content Counselor Attributions, and Social Desirability』, *Jornal of Counseling Psychology*. 47(4), pp.460-pp.468

62) James. Corman. Krizek. & Snider(2004). 『Individual Differences and Chances in Nonverbal Behavior : Unmasking the Changing Faces of Deception』 *Communication Research*, 21(5), pp.555-pp.581

63) M. Delmonte. (1991). 『Use of non-verbal construing and netaphor in psychotherapy』, *International Journal of Psychosomatics* 38, pp.1-pp.4

64) M. Argyle. Salter, V. Nicholson, H., Williams, M. & P. Burgess, (1970). 『The communication of inter and superior attitydes by verbal and nonverbal signal』 *British Journal of Social and Clinical Psycholosy*. 9, pp.222-pp.231 ; 이소영 (2011). 전제논문, 재인용

선의 영역은 다양하고 포괄적이며, 비언어적 커뮤니케이션은 언어적 커뮤니케이션과 달리 표현양식이 많기 때문에 언어와 비교하기 어렵다. 또한 비언어적 커뮤니케이션은 언어가 갖고 있는 구조적 안정성과 융통성, 공개성이 없고, 언어적 커뮤니케이션의 의미보다 포괄적이며, 언어보다 사용되는 맥락에 따라 더 크게 영향을 받는다.<sup>65)</sup> 비언어적 커뮤니케이션의 분류는 학자들에 따라 다양하게 분류되고 있는데, 비언어적 커뮤니케이션의 소통수단으로 항상 이용되는 비언어적 요인은 <표 2-10>와 같이 구성되어 있다

비언어적 커뮤니케이션에 대해 진행된 선행연구를 정리해보면 비언어적 커뮤니케이션의 요인은 신체모습, 신체움직임, 의사언어, 공간적 상황 네 가지로 분류할 수 있다. 신체모습은 외모를 통해 전달되는 정보라고 볼 수 있는데, 사람의 체격, 관상, 연령, 건강상태 등을 통해 정보를 알 수 있고, 의상 및 장신구 등을 통해 커뮤니케이션 하는 사람의 사회적 계층이나 사회적 위치, 신분, 문화적 취향 등을 알 수 있다.<sup>66)</sup>

신체움직임은 전체적으로 일관적인 정보를 전달 할 수 있는데,<sup>67)</sup> 신체움직임에는 얼굴표정, 제스처, 눈의 움직임, 바른 자세, 손짓, 발짓 등이 있다. 얼굴표정이나 눈의 움직임 등은 언어보다 더 섬세한 감정, 정서적 변화가 민감하게 표출되는데, 커뮤니케이션하는 사람들은 표정을 감추려고 하거나, 표정을 읽으려고 한다. 이러한 점은 언어적 커뮤니케이션보다 비언어적 커뮤니케이션이 더 쉽게 감정을 드러낼 수 있는 장점 또는 단점을 가진다고 할 수 있다<sup>68)</sup>고 볼 수 있다.

의사언어는 말하는 어조나, 크기, 언어와 관련된 유사언어현상이며, 감탄사, 신음, 침묵 등을 뜻한다. 의사언어는 커뮤니케이션하는 사람들의 친분관계나 출신 성분, 또는 사고방식의 차이를 알려주는 단서가 된다. 또한 커뮤니케이션의 성공 여부를 알 수 있는 척도가 되기도 하는데,<sup>69)</sup> 대화 중 오고간 언어적 내용만이 아니라 커뮤니케이션 내용의 강도를 파악하는데 도움을 준다.<sup>70)</sup> 또한 의사언어의

65) 홍기선(1995). 『비언어 커뮤니케이션 분류에 대한 연구』, 커뮤니케이션 과학 13(15), pp.3-pp.7

66) 홍기선(1995). 전계논문, p.12

67) 홍기선(2002). 『인간커뮤니케이션』, 서울, 나남, p.

68) 추나영(2012). 『무용강사의 비언어적 커뮤니케이션과 고객참여, 고객만족, 고객충성도의 관계』, 부산대학교 대학원 박사학위논문, p.10

69) 홍기선(1995). 전계논문, p.16

70) 김상희(2005). 『서비스접점에서 소비자 감정표현과 판매원 반응에 관한 연구 ; 언어적, 비언어적 커뮤니케이션을 중심으로』 소비자학 연구, 16(2), pp.111-pp.146

목소리 톤, 크기, 어조, 빠르기 정도에 따라 신뢰도를 형성하는데, 큰 목소리는 상대방을 압도하는 인상을 주고, 너무 온화한 목소리는 자신감이 없어보이므로 신뢰감 형성에 도움이 되지 않는다. 말의 속도 역시 커뮤니케이션 과정에서 감정과 태도를 반영하는데, 빨리 말하는 사람은 설득적이지만, 흥분을 전달하고 표현이 풍부하며, 듣는 사람을 긴장하게 만들 수 있다. 말의 속도와 전문성 사이에는 선형관계가 있는데, 사람의 지성, 객관성, 지식과 관련된 능력에 대한 인식을 높이고, 외양성과 권위를 높인다는 연구결과가 있다.<sup>71)</sup>

<표 2-10> 비언어적 커뮤니케이션의 구성 요인

연구자	구성 요인
Harrison(1973)	행위적 코드(얼굴표정, 제스처, 몸의 접촉, 목소리의 높고 낮음 등), 인공적 코드(옷, 화장, 가구배열 등), 상황적 코드(커뮤니케이션의 시간적, 공간적 상황 등)
Knapp(1983)	매개적 코드(커뮤니케이션 정보를 선택하거나 배제하는 기호 등) 신체적 행위, 신체적 특성, 신체접촉 행위, 의사언어, 공간적 행위, 인공물, 환경적 행위
Mc Luhan(1987)	메타언어(어휘, 구문, 구조, 연속성 있는 전개 등), 의사언어(음질, 발성, 한숨, 음의 높이 등), 몸동작에 의한 행위(제스처, 얼굴표정, 행위, 자세 등), 신체적 특성(외모, 일반적인 매력, 피부, 머리카락, 체취, 숨결 등), 접촉행위, 공간언어, 인공물(향수, 의복, 화장, 장신구), 환경적요인(실내장식, 조명, 향기, 색조, 기온)
Malandro & Baker & Baker(1989)	음성행위, 신체형태, 비음성행위
Fatt(1998)	의사전달(메타언어와 의사언어), 신체로부터 지각되는 신체적 움직임과 외모 공간언어(공간의 사용에 따라 접촉, 인공물, 환경적요인 등)
James(1998)	언어분석용 언어(metalanuage), 유사언어(음질, 템포, 발성 등), 동작학(제스처, 손발표현, 얼굴표정, 행동자세 등), 공간학(개인적 거리, 사회적 거리 등), 장식품(향수, 의복, 화장품 등), 환경적 요인(가구, 실내, 인테리어, 조명, 향기 등)
Sundaram & Webster(2000)	신체언어(몸짓, 상대방응시, 얼굴표정 등), 공간언어(접촉, 인테리어, 사무실 분위기 등), 의사언어(음성, 음색, 말의 빠르기 등), 신체적 외모(의복, 머리 모양 등 시각적으로 지각하고 판단하게 되는 것)

71) 홍미나(2007), 전계논문, p.34

이미선(2001)	신체적 언어(눈 맞춤, 끄덕이기, 자세, 복장 등), 공간적 관계(친밀한 거리, 개인적 거리, 대중적 거리 등)
Gabbot & Hogg(2001)	근접성(개인의 공간, 거리의 사용 등), 신체언어(몸짓과 움직임), 시선처리(응시하는 것과 같은 눈 움직임 등), 목소리(톤, 억양과 같은 의사언어)
김상희(2007)	신체적 특성(옷, 냄새, 화장 등 신체적 상태), 표정, 시선(얼굴표정, 미소 등) 자세(응대자세, 적절한 손동작 등), 신체적 외형(외모, 머리모양 등) 의사언어(말의속독, 목소리 톤, 말투, 발음 등), 공간적 행위(공간접근, 거리유지 등)

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 정리

공간적상황이란 일상생활 속에서 사람들이 접촉하는데 육체적 공간거리를 어떻게 유지하고 어떤 의미를 부여하는 것이라고 할 수 있다.<sup>72)</sup> 커뮤니케이션 과정에서 이 공간적 상황은 사람들이 차지하는 공간적 위치에 따라 어떠한 의미를 부여하는데 공간성에 대하여 크게 개인 공간, 영역, 환경의 세 분야로 나누어진 다. 공간적 상황은 크기와 문화권에 따라 차이가 나며, 같은 문화권이여도 상황 이나, 상대에 따라 달라지며, 일정한 크기의 자신만의 공간을 확보 한다.<sup>73)</sup> 이 공 간적 상황에서 냄새는 특정 대상이나 사람, 또는 상황을 떠오르는데, 이러한 연 상 작용을 이용하여 향수나 화장품을 개발하기도 한다.<sup>74)</sup>

#### 4) 커뮤니케이션에 대한 선행연구 및 연구동향

이론적 고찰을 통하여 커뮤니케이션을 할 때에는 공통적으로 공유하고 이해하 는 상징수단 기호를 사용하여 두 사람 혹은 그 이상의 개인들 사이에서 발생하 는 대면적 상호작용을 통하여 지식, 정보, 감정 등을 공유하는 것이라고 할 수 있으며, 커뮤니케이션은 유형을 언어적 커뮤니케이션과 비언어적 커뮤니케이션으

72) 김정욱, 박정무, 이희욱(2006). 『서비스 제공자의 비언어적 커뮤니케이션이 고객의 품질 지각에 미치는 영향』, 마케팅관리 연구, 11(2), pp153-pp.172

73) Hall. E. T.(1968). 『Proxemics』 Current Anthropology, 9, pp.83-pp.95 홍기선(1995), 전계문 재인용

74) 홍기선(1995), 전계문논문 pp.20-21

로 구분 지을 수 있다. 비언어적 커뮤니케이션은 의사를 전달 할 때 전달효과나 과시효과를 위해 얼굴, 손, 눈, 신체의 동작을 통한 몸짓, 자세를 의미한다.

결론적으로 비언어적 커뮤니케이션은 주로 시각적으로 의사를 전달한다고 할 수 있고, 언어적 커뮤니케이션은 주로 음성적으로 의사전달을 한다고 볼 수 있다. 이러한 커뮤니케이션에 대해 진행된 연구 분야를 살펴보면, 교육학, 간호학, 서비스 마케팅 등 많은 분야에서 진행되어왔다. 커뮤니케이션에 대한 선행연구를 정리하면 다음 <표 2-11>와 같이 정리할 수 있다.

<표 2-11> 커뮤니케이션에 대한 선행연구

연구자	연구 내용
진정근(2005)	경제분야에서 일어나는 커뮤니케이션 현상에 대해 언어학적으로 연구가 이뤄져야 한다고 제기함. 기업커뮤니케이션은 크게 내부 커뮤니케이션과 외부커뮤니케이션으로 구분하고 내부커뮤니케이션에는 직원 간 대화, 내부용 문서작성 등을 의미하고, 외부 커뮤니케이션은 광고, 마케팅, 계약서 등의 외부용 문서 작성을 의미함.
김유경·서문식(2006)	의료서비스 분야에서 비언어적 커뮤니케이션의 하위 차원을 신체적 언어, 공간적 행위, 의사언어, 외양 등 네 가지로 구분 하였고, 외양을 제외한 나머지 요인들이 만족에 정(+의 영향을 미침
이정실(2008)	호텔 서비스직원의 비언어적 커뮤니케이션이 고객만족, 충성도에 미치는 영향에 대한 연구에서 비언어적 커뮤니케이션 요인을 신체적 외형, 신체언어, 의사언어, 공간적 행위로 구분하고, 모두 고객만족에 정(+의 영향관계가 있는데 신체언어, 공간적 행위, 신체적 외형, 의사언어 순으로 나타남
김유경·우종필(2008)	커뮤니케이션 요인이 신뢰에 미치는 영향에 대한 연구에서 언어/비언어적 커뮤니케이션 중 공간적 행위와 외형 요인이 신뢰에 정(+의 영향을 미치고, 고객은 서비스 제공자의 언어적 커뮤니케이션 보다 몸동작, 손짓, 표정 등 비언어적 단서에 의해 서비스 제공자를 더욱 신뢰한다는 연구 결과를 제시함.
한혜숙·유시정(2009)	항공서비스에서 비언어적 커뮤니케이션이 감성적 만족 및 고객 충성도에 미치는 영향에 대한 연구에서 신체언어 요인만이 감성적 만족에 유의한 영향을 미치고, 신체적 외양 요인이 충성도에 긍정적인 영향을 미침.

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 정리

위의 선행연구들을 종합해 보면 커뮤니케이션요인을 독립변수로 보고 다른 변수들과의 인과관계를 검증하고 있다. 본 연구에서도 해설사의 커뮤니케이션 요인을 독립변수로 보고 만족도를 종속변수로 하여 위의 선행연구와 마찬가지로 정의 영향을 미치고 있음을 밝히고자 한다.

### 3. 만족

#### 1) 만족의 개념

라틴어의 satis(enough)와 facere(to do or make)에서 만족(satisfaction)의 어원을 찾을 수 있는데, Oliver(1993)는 만족이란 어원이 채우기(filling) 혹은 충족(fulfillment)을 암시하고 있음을 나타낸다고 하였다.<sup>75)</sup> 미국 마케팅 협회(AMA)에 따르면 소비자의 필요와 요구에 의해 생겨난 기대를 충족시키거나 초과 할 때 만족이 발생하고 역으로 기대에 미치지 못할 때 불만족이 발생한다고 하였다. 즉 만족은 사용전의 기대와 사용 후에 느끼는 기대간의 불일치에 대한 소비자의 평가 과정이라고 볼 수 있다.

만족은 많은 산업분야에서 중요시 하는 마케팅 사고의 중심적 개념으로 1972년 미국 농산부에서 농산품에 대한 소비자만족 지수를 측정하여 발표한 이후 마케팅 학계에서 독립된 연구영역으로 현재까지 연구되고 있으며, 여러 행동과학분야에서 인간의 행동을 이해하는데 필요한 핵심요소 인식되고 있다.<sup>76)</sup> 만족의 개념은 기대-불일치 관점에서 본 만족, 투입-산출의 관점에서 본 만족, 감정적 또는 정서적 반응의 관점에서 본 만족, 포괄적인 관점에서 본 만족 등 다음의 4가지 유형으로 분류 할 수 있다.

75) R. L. Oliver. (1993). Cognitive Affective and Bases of the Satisfaction Response. *Journal of Consumer Research*. 20. pp.418-428.

76) 최희경, 정삼권, 이경은(2010).언어, 유사언어, 비언어 커뮤니케이션이 고객만족과 충성도에 미치는 영향 관계 연구 : 항공사 승무원 중심으로, 『한국호텔관광학회』, 12(2)

기대-성과 불일치 관점에서 본 만족은 1970년대 발달하기 시작한 만족-불만족 이론이 지금까지 연구에 영향을 미치고 있는데, 기대 불일치 이론에서는 만족-불만족을 소비자의 제품에 대한 실지 경험이 기대한 수준과 일치하였는가를 평가하는 것이라고 정의<sup>77)</sup>하였고, 투입-산출의 관점에서 본 만족은 공정성 이론에 의한 기대-불일치 이론에 비해 거시적 이라 할 수 있는데, 소비자들이 자신의 거래 상대방과 교환 관계를 분석하여 자신이 상대방에 비해 공정한 대우를 받고 있다고 생각하면 제품에 대하여 만족하고 그렇지 않으면 불만족으로 간주하는 개념이다.<sup>78)</sup>

감정적 또는 정서적 반응의 관점에서 본 만족은 충족된 상태(인지적 판단)가 유쾌한 수준(정서적 판단)에 어느 정도 영향을 주었는가로 본다(Day, 1993 ; Oliver, 1991). 포괄적인 관점에서 본 만족은 고객만족을 서비스 이용에 대한 고객의 전반적인 평가이며, 전반적인 만족이란 제품이나 서비스에 대한 감정적 반응이라고 본다.<sup>79)</sup> 위의 선행연구를 종합해 보면 만족의 개념을 소비자가 제품이나 서비스를 이용하기 전부터 이용하고 난 후에 내리는 전반적인 평가로써 소비자가 제품이나 서비스에 대한 기대에 수준에 따라 만족과 불만족으로 구분지어진다고 할 수 있다.

## 2) 해설만족 및 관광객 만족

해설활동은 관광객에게 관광지에 대한 이해를 주입시키고, 해설사는 관광지에 대한 공감을 제고 시키며 이해력을 높임과 동시에 새로운 방식을 통하여 관광지에 대한 레크레이션 경험을 추구한다고 볼 수 있다.<sup>80)</sup> 해설은 프로그램 일종의

77) R. L. Oliver(1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decision, *Journal of Marketing Research*, 17(september), pp.13-38

78) 이정학(2004). 『관광펜션 이용자의 관여, 선택속성 평가, 만족과 재이용의도 간의 관계 연구』, 동아대학교, 대학원, 박사학위 논문, p37

79) R. A. Spreng, S. B. Mackenzie & R. W. Olshavsky(1996) A Reexamination of the Determinations of Consumer Satisfaction, *Journal of Marketing*, 60, pp.15-32

80) G. Kyle, A. Manning(2005). Spatial variation in level and type of place attachment, *Northeastern recreation resarch Symposium Proceedings* 14-19

활동으로 볼 수 있고, 해설 서비스는 정보제공, 수행활동, 강의, 토의 살아있는 해설 등을 포함한다.

해설 만족을 측정하는데 있어 서비스 품질의 만족으로 측정을 하는데, 소비자 행동 연구방법론을 사용한 Mackay & Crompton(1988)은 공공 및 민간 분야에서 관광객의 여가 만족을 측정하기 위해 SERVQUAL모형을 사용하였다. 이 모델은 서비스 품질이 소비자의 과거 경험과 현행성과 평가에 의해 결정 되는데, SERVQUAL의 서비스 품질을 구성하는 유형성, 반응성, 신뢰성, 감정이입 및 보충성의 다섯 가지 차원을 가지고 이것들에 대한 지각과 기대차이를 측정하여 해설만족을 측정한다.<sup>81)</sup>

만족은 이미 기대하고 있는 수준과 실제로 경험한 결과를 비교하여 감정이나 심리를 표현한다고 볼 수 있는데, 박물관의 도슨트와<sup>82)</sup> 모바일 가이드를 이용한 관람객의 만족도를 비교한 연구에서는 관람자 만족을 관람객이 박물관 유물에 대한 기대치가 관람 후 경험한 결과의 차이에 따라 관람객 만족도가 결정된다고 본다. 박물관은 관람객의 기대치를 잘 이해하고 그에 미치는 관람이 되도록 이끌어야 하며, 관람만족은 개별적인 개개인의 관람행동에 따라 나타나는 심리적인 감정 상태로 박물관을 찾은 많은 사람들은 관람활동의 내적 보상이 충족되었을 때 관람객이 관람만족을 느꼈다고 할 수 있다.<sup>83)</sup>

이러한 관람만족은 개별적인 소비자의 관람행동에 따라 나타나는 심리적인 감정 상태이다. 많은 사람들이 관람활동의 내적보상이 만족스러울 때 관람활동이 적극적으로 나타나고 몰입이 일어나며, 이는 주관적인 지각에 의하여 영향을 받게 되고 미래의 행동에 대한 동기로 작용하여 관람활동에 참가하는 중요한 결정요인으로 작용하게 된다.<sup>84)</sup> 본 연구에서는 만족의 개념을 해설만족과 관람자 만

81) 하동현(2011). 관광목적지 장소애착의 구성요인이 해설만족, 관여 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국사진지리학회지』 21(3), pp1-16

82) 도슨트를 사전에서 찾으면 ‘전시해설가’ 등으로 번역되는데 박물관, 미술관에서 전시물을 설명해주는 해설가를 말함. 시대의 변화에 맞춰서 마케팅 개념이 적극 반영되면서 관람객을 위한 교육프로그램의 일환으로 한국의 도슨트 시작은 1995년 광주 비엔날레에서 처음 도입 되었고, 대학으로는 이화여대박물관이 처음으로 도슨트 제도를 도입했다. 철저하게 자원봉사의 성격으로 전문 도슨트 교육을 통해 설명을 시작한 것은 1996년 삼성미술관에서 처음 시도하였고, 도슨트는 미술관, 박물관을 방문한 관람객들을 대상으로 전시장의 동선을 설정하여 안내하고 대상에 따라 전문적인 용어와 친숙한 용어를 사용하여 이해하기 어려운 관람객들을 쉽게 설명해주는 업무를 담당한다.

83) 김미경(2010). 도슨트와 모바일 가이드가 관람객의 만족도에 미치는 영향 : 관람경력과 박물관 유형에 따라서, 고려대학교 교육대학원 석사학위 논문, p72

84) 고정숙(2008). 전통무용 공연 관람만족요인 및 관여도와 재방문과의 관계, 상명대학교 박사학위 논문,

족의 맥락에서 정의한다면, 해설에 대해 가지고 있던 기대와 실제 경험 후의 비교 평가에 의해 생긴 주관적 심리상태와 자신의 경험에 대한 가치, 자신이 내린 의사결정을 내린 심리상태에 따라 만족의 개념을 정의하고자한다.

### 3) 행동의도

만족은 향후 행동의도의 선행변수로 작용한다는 것을 뒷받침하는 많은 선행연구가 있다.<sup>85)86)87)88)89)</sup> 만족을 구매 후 행동을 포괄하여 정의하는 경우도 있으나, 서로 구분하여 행동의도의 개념을 정의하는 경우가 있다. Geva & Goldman(1991)은 포괄적인 만족 정의가 문제가 있음을 주장하였는데, 만족의 개념은 재방문이나 추천의도와는 다르며 또 만족을 단순히 기대를 충족하는 정도로만 이해할 수 없기 때문이다. 기존의 관광학 연구에서는 행동의도로서 재방문의도와 추천의도를 제시하였다.

#### (1) 재방문 의도

재방문 의도는 관광지 하위속성과 관련한 체험들에 근거한 여가관광의 체험자가 방문하였던 관광지를 재방문 하고 싶은 욕구를 의미하고 있으며, 소비자 행동분야에서 재구매 의도는 서비스 또는 제품에 대하여 재구매 가능성이 있거나 계속 이용할 가능성이 높은 것을 의미하지만, 관광분야에서의 재구매는 관광객이

---

p37

85) P. G. Patterson, & R. A. Spreng,(1997). Modelling the Relationship between Perceived Value, Satisfaction and Repurchase Intentions in a Business to Business, Services Context : An Empirical Examination. *International Journal of Service Industry Management*, 8(5), pp.414-pp.434

86) 이충기·김홍미·안대회(2008). 한국관광에 대한 일본관광객의 지각된 가치가 방문객 만족도와 재방문의사에 미치는 영향연구, 『관광·레저연구』, 20(4), pp.69-pp.85

87) 최환선·조주은(2010). 기내 수행서비스 품질, 지각된 가치, 만족, 행동의도간 인과관계에 관한 연구, 『관광학연구』, 34(5), pp.243-pp.264

88) 전형진·박시사·정철(2011). 여행상품의 지각된 가치가 만족과 행동의도에 미치는 영향, 『관광학연구』 35(7), pp.275-pp.297

89) 최병길(2012). 관광자의 지각된 가치가 관광만족 및 행동의도 미치는 영향, 『관광학연구』, 36(4), pp.101-109

관광지를 다시 방문하거나 계속해서 방문할 가능성이 재구매 의도가 형성된 것으로 간주 할 수 있다. 관광지의 재방문 의도는 방문한 관광객의 평가에 의해 많은 영향을 받게 되며, 평가가 좋으면 재방문 의도가 커질 것이고, 평가가 나쁘면 낮아 질 것이다. 재방문의도에 대한 선행연구를 보면 Whiple & Thach의 연구는 나이아가라 폭포를 방문한 자가용 여행자들의 만족을 측정하였는데 그들은 여행 전 기대, 여행에서의 성과, 기대불일치, 만족 그리고 재구매 등의 변수를 사용하였다. 그 결과 여행자에게 제공된 서비스와 관광자원이 관광자 만족과 재구매 의도에 매우 유의한 영향을 미친다는 사실을 도출<sup>90)</sup> 하였다. Fridgen은 관광객 만족이 관광마케팅 직접 연계될 수 있으며, 만족한 관광객은 관광목적지에 재방문을 하고 싶어 하기 때문에 잠재관광객을 많이 발생시킨다고 주장<sup>91)</sup>하였다.

## (2) 추천의도

추천의도는 소비자 행동연구에서 구전 현상으로 연구해 왔는데, 관광지의 여러 속성과 관련한 여러 체험에 근거하여 여가 관광 체험자가 타인에게 긍정적으로 추천하고 싶은 정도라고 할 수 있다. 경험에 대한 총체적 평가인 만족과 달리, 구전은 개인의 직·간접적 경험을 통한 긍정적 혹은 부정적 정보를 소비자들이 비공식적으로 교환하는 커뮤니케이션 행위 또는 과정으로 정의된다.

구전은 소비자의 생생한 경험에 기초하므로 대중매체를 통한 광고보다 더 큰 효과가 있다. Swan, Oliver는 만족과 구전 간에 상당한 긍정적 관계가 있음을 연구하였고, Getty&Thompson의 연구에서도 추천의도가 만족보다 지각된 전반적 서비스 품질에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.<sup>92)</sup> 추천이 긍정적 구전의 한 종류 이며 추천 의도는 소비자가 자신의 긍정적인 경험을 근거로 구체적인 상품 및 서비스의 정보를 타인에게 알려주고자 하는 정도<sup>93)</sup>라고 할 수 있다.

90) T. W. Whipple, & S. V. Thach, (1988) 'Group Tour Management: Does Good Service Produce satisfied Customers?', *Journal of Travel Research*, 27(2): 16 - 21.

91) J. D. Fridgen (1990), *Dimensions of tourism*, p.361

92) 조은영 (2003) 『관광통역안내원의 외국어 구사능력이 관광객 만족에 미치는 영향』, 신라대학교, 석사학위논문, pp1-73

93) 김두하(1998) 『주제공원 이용자의 만족형성과정에 관한 연구』, 서울대학교 대학원 박사학위 논문, pp.1-113

## 4. 세계자연유산

### 1) 세계자연유산의 개념 및 분류

고대세계문명의 발상지로서 역사유물이 수몰될 위기에 처한 사건을 계기로 인류의 소중한 자연환경, 역사적 문화유산을 보호하려는 국제적 차원의 공감대가 형성되면서 1972년 11월 제 17차 유네스코(UNESCO)<sup>94)</sup> 총회에서는 세계 문화 및 자연유산 보호에 관한 협약(Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage)이 채택되었다. 세계유산 협약은 인류역사상 보편적인 가치를 가지고 있는 문화, 자연유산 해당 소재국의 빈약하고 불안정한 경제적, 정치적 상황으로 인해 심각한 위협에 직면하고 있는 사실에 주목하고, 유산 협약이 의념에 의거하여 소재국의 영역을 막론하고 인류 전체의 세계유산의 일부로서 보존할 필요가 있음을 인식하여 인류 공동자산으로 보호·관리하고자 등록하였다.<sup>95)</sup>

즉 세계유산은 협약에 따라 세계유산위원회(World Heritage Committee Meeting)<sup>96)</sup>가 인류전체를 위해 보호되어야 할 현저한 보편적 가치가 있다고 인정된 유네스코 세계유산 열람표에 등록된 문화재로서 문화유산, 자연유산, 복합유산을 나누어진다. 문화유산에는 유적, 건축물, 장소가 포함되며, 자연유산에는 생물학적 생성물로 이루어진 자연형태, 자연학적 지문학적 생성물 및 동식물, 자연지역 등이 포함된다. 복합 유산은 문화유산과 자연유산의 특징을 동시에 충족하는 유산을 의미한다.

94) UNESCO는 유엔 전문기구로서 국제연합교육·과학·문화기구(United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)의 약자로 교육, 과학, 문화 등 지적 활동분야에서 국제협력을 촉진함으로써 세계 평화와 인류발전을 도모하기 위해 만들어졌다.

95) 문창현(2003). 백령도지역의 유네스코 세계자연유산 등록을 위한 시론적 연구 : 프랑스 코르시카의 지롤라타 곳, 포트 곳과 스칸돌라 자연보호지역과의 비교분석을 중심으로. 『한국관광정책학회』, 9(1), pp99-122

96) 세계문화유산 및 자연유산의 보호에 관한 협약 제 8조에 의거 정부 간 위원회로 설립되었으며 현저하고 보편적가치를 지닌 각국의 유산을 세계유산으로 선정하고 세계유산의 보존조치를 심사하여 위기에 처한 세계유산 목록 작성, 필요시 문화재관련 연구·조사 및 세계유산 기금의 사용결정을 한다.

이러한 유산을 등재하기 위해서는 다음 <표 2-12> 세계유산 등재기준에 적합해야하며 이러한 세계유산 등재 기준은 해당 유산이 진정성이 있어야 하고 유산의 보존을 보장할 수 있는 적절한 법적 보호와 관리체계를 갖추고 효과적 시행도 보장되어야하며 다수 관람자들에게 개방되는 유산의 관리와 그 보존에 대한 적절한 행정적 체계의 증거도 함께 제출 할 수 있어야 한다.

<표 2-12> 세계유산 등재 기준

구분	등재기준	내용
문화유산	1	독특한 예술적 혹은 미적인 업적, 즉 창조적인 재능의 걸작품을 대표할 것
	2	일정한 시간에 걸쳐 혹은 세계의 한 문화권 내에서 건축, 기념물 조각, 정원 및 조경 디자인 관련 예술 또는 인간 정주 등의 결과로서 일어난 발전사항 등에 상당한 영향력을 행사한 것
	3	독특하거나 지극히 희귀하거나 혹은 아주 오래된 것
	4	가장 특징적인 사례의 건축양식으로서 중요한 문화적, 사회적, 예술적, 과학적, 기술적 혹은 산업의 발전을 대표하는 양식
	5	중요하고 전통적인 건축양식, 건설방식 또는 인간주거의 특징적인 사례로서 자연에 의해 파괴되기 쉽거나 역행할 수 없는 사회·문화적 혹은 경제적 변혁의 영향으로 상처받기 쉬운 것이거나 역사적 중요성이나 함축성이 현저한 사상이나 신념, 사진이나 인물과 가장 중요한 연관이 있는 것.
	6	역사적 중요성이나 함축성이 현저한 사상이나 신념, 사진이나 인물과 가장 중요한 연관이 있는 것
자연유산	7	특별한 자연미와 심미적 중요성을 지닌 빼어난 자연 현상이나 지역 생명체의 기록, 지형발달과 관련하여 진행 중인 중요한 지질학적 과정 또는
	8	중요한 지형학적, 지문학적 특징을 비롯하여 지구사의 주요 단계를 보여주는 매우 훌륭한 사례
	9	육상, 담수, 해안 및 해양 생태계와 동·식물군의 진화 및 발달과 관련하여 진행 중인 중요한 생태학적, 생물학적 과정을 보여주는 훌륭한 사례
	10	과학적 또는 보전적 관점에서 뛰어난 보편적 가치가 있는 멸종위기 종을 포함하는 곳을 비롯하여 생물다양성의 현장보전을 위해 가장 중요하고 의미 있는 자연 서식지

자료 : 오상운(2009) 제주세계자연유산의 지속가능한 관광을 위한 지역주민의 갈등지각과 태도에 관한 연구<sup>97)</sup>를 참고하여 연구자 재작성

97) 오상운(2009) 『제주세계자연유산의 지속가능한 관광을 위한 지역주민의 갈등지각과 태도에 관한 연구』, 제주대학교, 대학원, 박사학위 논문, pp.1-152

세계유산은 전 세계 157개국이 보유하고 있는 962점(2012년 8월 현재)에 이른다. 이 가운데 문화유산인 745점, 자연유산이 188점, 복합유산이 29점이다. 이를 대륙별로 나누어보면 전체 세계유산의 50%가 유럽과 북미에 위치하며 아시아와 태평양에는 약 20% 정도 차지하고 있다. 또한 복합 유산이 전체 유산의 2.9%로 극히 적고 자연유산이 약 20%를 차지하여 문화유산에 비해 지정유산이 적은 편이다.

## 2) 한국의 세계자연유산 및 연구동향

한국은 세계유산조약에 1988년에 가입하여 102번째의 가맹국이 되었다. 현재까지 등록된 10건으로 그중 세계문화유산은 9건 세계자연유산은 1건이다. 세계유산은 처음으로 등재된 것은 1995년 종묘, 해인사, 불국사, 석굴암이 동시에 세계문화유산으로 등록되었으며, 최근 2010년 세계문화유산이 하나 더 추가되어 한국의 역사마을로 하회와 양동마을이 등록되었다. 하지만, 문화유산은 자연유산에 비해 많은 반면 세계자연 유산은 현재 1건으로 제주도가 유일하다. 한국의 세계유산에 등록된 현황은 다음 표와 같다.

<표 2-13> 한국의 세계유산 등록 현황

등록된 세계유산	분류	등록년도	소재지
종묘	문화유산	1995. 12	서울
해인사 장경판전	문화유산	1995. 12	경남
불국사와 석굴암	문화유산	1995. 12	경주
창덕궁	문화유산	1997. 12	서울
수원화성	문화유산	1997. 12	수원
경주역사유적지구	문화유산	2000. 12	경주
고창, 화순, 강화, 고인돌 유적	문화유산	2000. 12	전북(고창), 전남(화순), 인천(강화)
제주 화산섬과 용암동굴	자연유산	2007. 12	제주
조선왕릉	문화유산	2009. 6	국내 각지
하회와 양동	문화유산	2010. 8	안동, 경주

자료 : 유네스코 홈페이지를 참고하여 연구자 제작성

현재 한국의 세계 유산을 대상으로 한 연구는 세계유산등록지를 대상으로 한 관광개발에 대한 연구가 많이 진행 되고 있다. 경주지역 문화유산을 이용한 관광 개발 방안에 관한 연구<sup>98)</sup>를 한 전명숙(2003)은 한국 문화관광의 대표지인 경주를 대상으로 문화관광자원의 상품화 방안에 대한 논의를 했는데, 경주지역의 세계유산 등록물을 중심으로 풍부한 문화관광자원을 세계시장에 내놓기 위해서 문화자원의 고유성의 보존과 관광지의 이미지 창출, 문화관광상품의 연출력, 관광시장 마케팅 개념 도입 등이 필요하다고 제시하였다.

황병춘(2008)의 연구<sup>99)</sup>에서는 수원화성 문화관광자들의 문화유산 관광을 통해 얻어진 속성에 따른 편익과 가치를 밝힌 연구의 결과 수원화성을 찾은 문화관광자들이 갖는 궁극적인 목적은 학습과 교육의 의미가 가장 크고, 스트레스 해소, 건강증진, 호기심 해소 등의 마음의 안정부분에 있다고 나타났다. 그리고 세계유산을 통한 교육프로그램 개발의 중요성을 제시하였다.

### 3) 제주도의 자연유산

한국의 제 1호 세계자연 유산인 제주화산섬과 용암동굴은 2007년에 등록되었다. 이는 새로운 브랜드의 획득이라는 의미를 넘어 인류의 보편적 가치로 영원히 후손에 물려주어야 할 유산의 높은 가치를 인정받은 것이며, 제주의 지속가능한 발전을 위한 토대를 마련하게 된 의미를 가진다.<sup>100)</sup>

제주 세계 자연 유산은 한라산 천연보호구역, 거문오름 용암동굴계, 성산일출봉 응회구의 3개의 유산지구로 구분되지만 상호 밀접한 성격을 갖는 유산이며 거문오름용암동굴계의 뛰어난 특이함과 유산지역에서 보이는 다양성과 접근성이 세계화산학계에서도 중요성을 인정받고 있다. 제주화산섬과 용암동굴계의 전체

98) 전명숙(2003) 경주지역 문화유산 관광상품개발 방안 연구, 관광경영학회, 『관광경영연구』, 19, pp.269-289

99) 황병춘(2008) 문화관광자 가치측정 연구 : 수원화성 중심으로, 관광경영학회, 『관광경영연구』 34, pp.160-178

100) 조문수·박시사·오상운·노경국 (2008) 세계자연유산 등재에 대한 제주 지역주민의 인식, 『관광학 연구』, 32(3), pp.167-186

면적은 188.45km<sup>2</sup>이며, 핵심지역 94.75km<sup>2</sup>, 완충지역 90.70km<sup>2</sup>로 구성되어 있다.

한라산은 화산활동에 의해 생성된 순상화산이며, 성산 일출봉은 제주도에 분포하는 360개의 단성화산 중의 하나이고, 수상화산으로서 해안선 근처에 뛰어난 경관을 제공하는 분석구이다. 거문오름 용암 동굴계는 약 10~30만 년 전에 거문오름에서 분출된 용암으로부터 여러 개의 용암동굴이 만들어진 것이며, 세계자연유산으로 지정된 동굴은 뽕뒤굴, 만장굴, 기념굴 용천 동굴, 당처물 동굴 등이다.

제주도의 세계자연유산 등록전과 등록 후의 연구들을 살펴보면, 등록 전에는 세계자연유산 등록 추진을 위한 연구<sup>101)102)</sup>가 진행되었고, 등록 후에는 세계자연유산의 자원특성에 대한 연구<sup>103)104)</sup>가 진행되었다.

선행연구들을 살펴보면, 제주도의 세계자연유산 등록 추진에 대한 관광객의 인식에 대한 연구<sup>105)</sup>는 세계자연유산 추진을 위한 3가지 시사점을 제시하고 있는데, 첫째는 홍보와 관리규정에 대한 강조, 둘째는 지역주민과 관광객 서로에게 환경보호에 대한 인식이 필요하다고 제시하였으며, 세 번째는 학생들을 이끌어낼 필요가 있고 이와 함께 교육 프로그램을 만들 필요성을 제시하였다. 한편 세계자연유산 등록 전의 지역주민의 인식연구<sup>106)</sup>에서는 세계자연유산 등재의 브랜드 가치를 매우 높게 인식하고 있는 것을 밝혀냈고, 등록 추진 후에는 브랜드 가치의 상승을 위한 노력과 더불어 지역민 대상의 자부심 고취를 위한 방안이 요구된다고 제시하였다.

고선영(2009)의 연구에서는 세계자연유산 자원의 보호와 함께 세계자연유산의 지속가능한 활용방법의 첫 활용사례로써 거문오름 국제트레킹 대회 추진의 의미에 대해서 연구한 결과 거문오름 국제 트레킹대회는 지역주민, 제주도민, 관광객에게 고무적인 이벤트가 되었으며, 향후 제주 자연유산 활용의 방향성을 제시를 위한 시범 사례가 되었다.

---

101) 임화순 · 고계성(2007) 세계자연유산 방문객 인식에 따른 관리정책 방향에 관한 연구 : 제주를 중심으로, 『관광연구저널』, 21(3), pp.154-165

102) 고계성(2007) 유네스코 세계자연유산 등재 추진에 따른 지역주민의 관광영향인식 연구, 『호텔관광학연구』, 25, pp.87-97

103) 고선영(2009) 제주 세계자연유산 등재와 생태관광, 『한국지역지리학회지』, 15(2), pp.215-225

104) 권동희(2007) 제주특별자치도의 지형관광자원 : 세계자연유산 지정 후보지로서의 재조명, 『한국사지리학회』, 17(1), pp.9-20

105) 임화순 · 고계성(2007), 상계논문

106) 고계성(2007), 상계논문

제주도가 세계자연유산에 등록된 후에는 지역주민들이 세계자연유산등재에 대해서 어떻게 인식하고 있는지에 대한 연구<sup>107)</sup>에서는 세계자연유산 등록지 가까이 사는 사람, 애착도가 낮은 사람, 성산일출봉과 거문오름용암동굴계가 위치한 성산·김녕·세화 지역주민들이 세계자연유산에 대해 상대적으로 부정적 인식을 가지고 있어서 유산보호와 관광객의 만족도에 영향을 줄 수 있고 그 해결책으로는 지역주민들이 직접적으로 보호에 참여하는 방법을 제안해야 된다고 제시하였다.

---

107) 조문수·박시사·오상운·노경국 (2008) 상계논문

### Ⅲ. 연구 설계

#### 1. 연구모형 및 연구가설의 설정

##### 1) 연구모형

커뮤니케이션과 관련된 연구들은 대부분 서비스제공자와 고객사이의 커뮤니케이션<sup>108)</sup>, 의사와 환자사이에 대한 커뮤니케이션연구<sup>109)</sup>가 진행되었다. 관광분야에서 진행된 커뮤니케이션 관련 연구는 인문·문화관광지를 방문한 관광객 대상으로 해설사의 해설 제공 유무에 따른 관광지만족도 및 행동의도,<sup>110)</sup> 박물관에서 해설서비스제공자의 비언어적 커뮤니케이션이 관광만족에 미치는 영향에 대한 연구<sup>111)</sup>들이 있다.

하지만, 자연관광지를 대상으로 한 해설사의 해설 제공에 따른 관광만족, 해설사의 커뮤니케이션과 관광객사이의 상호작용에 대한 연구는 미흡한실정이다. 이에 따라 본 연구에서는 세계자연유산관광지에서 해설사의 커뮤니케이션이 관광객이 관광 후 어떠한 평가에 미치는 영향에 대해 알아보고자 <그림 3-1>와 같은 연구모형을 제시하였다.

---

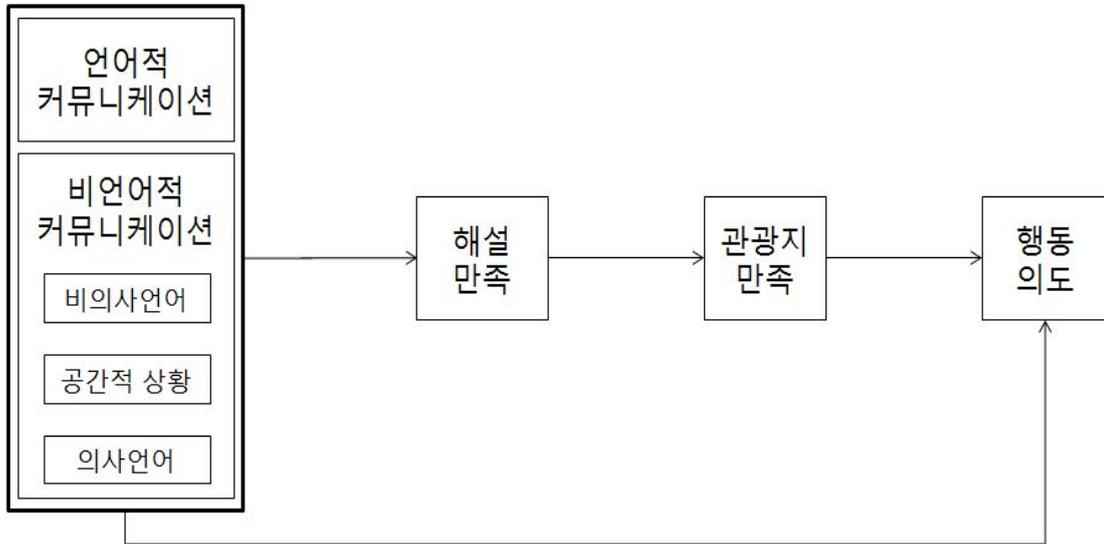
108) 김상희(2007). 전계논문.

109) 김유경(2008). 의료서비스 제공자의 언어적, 비언어적 커뮤니케이션에 관한 연구, 『서비스경영학회지』, 9(1)

110) 임정빈(2001). 『관광자원해설이 관광후 평가에 미치는 영향 : 명성황후 생가를 중심으로』, 경기대학교 석사학위논문.

111) 김영남(2008). 『접점서비스에서 비언어적 소통이 고객만족에 미치는 영향 : 문화관광해설 서비스를 중심으로』, 제주대학교 석사학위논문.

<그림 3-1> 본 연구의 연구모형



## 2) 연구가설의 설정

본 연구에 설계된 연구모형은 관광자가 인식하는 해설사의 커뮤니케이션이 해설만족, 관광만족 향후 행동의도에 영향을 미친다를 가정하고 있다. 따라서 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

가설 1. 커뮤니케이션은 해설만족에 영향을 미칠 것이다.

- 1-1. 언어적 커뮤니케이션은 해설만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 1-2. 비의사 언어는 해설만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- 1-3. 공간적 상황은 해설만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- 1-4. 의사 언어는 해설만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 해설만족은 관광지만족에 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 관광지만족은 행동의도에 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 커뮤니케이션은 행동의도에 영향을 미칠 것이다.

4-1. 언어적 커뮤니케이션은 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

4-2. 비의사 언어는 행동의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

4-3. 공간적 상황은 행동의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

4-4. 의사 언어는 행동의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

### 3) 변수의 조작적 정의

본 연구에서는 검증 될 커뮤니케이션의 요소는 선행연구를 바탕으로 언어적 커뮤니케이션과 비언어적 커뮤니케이션으로 구분하였고, 비언어적 커뮤니케이션의 구성요인을 비의사 언어, 공간적 상황, 의사언어로 다음과 같이 정의하였다.

#### (1) 언어적 커뮤니케이션

해설사의 언어적 커뮤니케이션에는 해설사가 해설을 하는데 있어 이해하기 쉬운 언어나 단어로 해설, 해설대상에 대한 의미, 해설사가 설명하는 의미 등을 말한다. 본 연구에서는 언어적 커뮤니케이션 요소 측정항목을 4개로 구성하였으며, 리커트 5점 척도를 사용하였다. 척도는 1점은 “전혀그렇지 않다”, 5점은 “매우 그렇다”로 측정 하고자 하는 내용 중에서 5점이 긍정적 의미를 나타낸다.

## (2) 비의사 언어

해설사가 착용한 복장, 악세사리, 해설사의 외모, 해설을 할 때 해설사의 제스처, 표정, 눈의 움직임 등을 의미한다. 본 연구에서는 비의사언어 요소 측정항목을 4개로 구성하였으며, 리커트 5점 척도를 사용하였다. 척도는 1점은 “전혀 그렇지 않다”, 5점은 “매우 그렇다”로 측정 하고자 하는 내용 중에서 5점이 긍정적인 의미를 나타낸다.

## (3) 공간적 상황

거문오름에서 해설사와 나와의 거리, 해설대상과의 거리, 해설대상에 대한 해설의 시간, 주변 환경 등을 의미한다. 본 연구에서는 공간적상황 요소 측정항목을 4개로 구성하였으며, 리커트 5점 척도를 사용하였다. 척도는 1점은 “전혀 그렇지 않다”, 5점은 “매우 그렇다”로 측정 하고자 하는 내용 중에서 5점이 긍정적인 의미를 나타낸다.

## (4) 의사언어

의사언어란 해설사가 해설을 할 때 무의식적으로 나오는 말 습관이나, 의성어, 의태어와 같은 상징적인 소리를 의미한다. 본 연구에서는 의사언어 커뮤니케이션 요소 측정항목을 4개로 구성하였으며, 리커트 5점 척도를 사용하였다. 척도는 1점은 “전혀 그렇지 않다”, 5점은 “매우 그렇다”로 측정 하고자 하는 내용 중에서 5점이 긍정적인 의미를 나타낸다.

#### (5) 해설만족

만족은 소비자가 가진 상품이나 서비스에 대한 사전 기대와 사후 내린 평가에 대한 소비자 개인의 감정으로 정의 내려지는데 본 연구에서는 기대불일치 모델을 바탕으로 하여 관광객들이 해설에 대한 사전 기대와 해설을 다 끝난 후 인식하게 되는 사후 해설에 대한 차이를 평가하는 것으로 정의하였다. 해설에 대한 전반적인 만족에 대한 4개의 측정항목을 구성하였으며 설문지 상의 척도는 리커트 5점 척도를 사용하였다. 5점은 “매우 그렇다”로 매우 긍정적인 반응을 의미하고 1점은 “전혀 그렇지 않다”로 내용에 대한 매우 부정적인 반응을 뜻한다.

#### (6) 관광만족

만족은 소비자가 가진 상품이나 서비스에 대한 사전 기대와 사후 내린 평가에 대한 소비자 개인의 감정으로 정의 내려지는데 본 연구에서는 기대불일치 모델을 바탕으로 하여 관광객들이 거문오름에 대한 사전 기대와 거문오름관광을 마치고 난 후의 인식하게 되는 사후 거문오름 관광만족에 대한 차이를 평가하는 것으로 정의하였다. 관광만족에 대한 전반적인 만족에 대한 4개의 측정항목을 구성하였으며 설문지 상의 척도는 리커트 5점 척도를 사용하였다. 5점은 “매우 그렇다”로 매우 긍정적인 반응을 의미하고 1점은 “전혀 그렇지 않다”로 내용에 대한 매우 부정적인 반응을 뜻한다.

## 2. 설문지 구성 및 분석방법

### 1) 설문지구성 및 측정방법

본 연구의 예비조사는 2012년 5월 20일부터 2012년 5월 26일 까지 거문오름 관광객들을 대상으로 자기기입 설문지법으로 예비조사를 실시하였다. 예비조사 설문에서는 커뮤니케이션 항목 16문항, 만족도 및 행동의도 6문항 인구 통계적 9문항 총 31문항으로 구성된 5점 리커트 척도로 측정하여 예비조사를 실시하였다.

본 연구의 예비조사에서 부족한 부분과 응답자들에게 혼란을 주는 항목들을 보충하여 본 연구의 설문조사 문항 구성은 커뮤니케이션에 관한 20문항, 해설만족에 대한 4문항, 거문오름 만족에 관한 4문항, 행동의도에 관한 4문항으로 구성하였고, 각 항목 모두 리커트 5점(1=전혀 아니다, 3=보통이다, 5=매우 그렇다)척도를 사용하여 측정하였고, 거문오름 해설 및 방문에 대한 문항 6문항, 일반적 특성 6문항으로 구성되어 있다. 설문지의 내용과 구성을 살펴보면 다음 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 설문지 문항 구성

측정변수	문항	척도	항목	선행연구
언어적 커뮤니케이션	쉬운 언어, 구체적인 단어, 해설의 의미 해설대상에 대한 의미	리커트 5점척도	4	홍미나(2007) 추승우(2009)
비언어적 커뮤니케이션	해설사의 모습, 착용한 의복, 복장의 단정함,	리커트 5점척도	8	홍기선(1998)
	비의사 언어 해설사의 외모, 해설사의 악세사리, 해설사의 제스처			이미선(2001)
	해설사의 표정, 해설사와 나의 눈을 맞춤 해설사의 바른 자세			김상희(2007) 이소영(2011)
공간적 상황	해설대상과 적절한 거리, 해설대상에 대한 해설시간,	리커트 5점척도	4	추나영(2012)
	해설이 잘 들리는 위치, 해설사와 나의거리를	5점척도		Sundaram & Webstar(2000)
의사 언어	해설사의 말습관, 상징적 소리, 해설사의 발음, 음량, 해설에 대한 호응	리커트 5점척도	4	Sommerville(1992)
해설만족	해설에 대한 전반적 만족, 해설에 대한 기대, 해설을 듣기로 결정, 해설에 대한 가치	리커트 5점척도	4	Oliver(1993)
거문오름만족	거문오름에 대한 전반적 만족, 거문오름에 대한 기대, 거문오름을 관광하기로한 결정, 거문오름에 대한 가치	리커트 5점척도	4	임정빈(2001) 김인호(1993) 신도길(1993)
행동의도	거문오름 재방문, 거문오름을 긍정적 추천, 거문오름해설 재이용, 거문오름해설 긍정적 추천.	리커트 5점척도	4	안윤지(2003)
거문오름 방문	거문오름 세계자연유산등재여부/ 관광지에서의 해설을 받은 경험/ 해설사의 성별/ 거문오름 방문횟수/ 동행인/ 방문 목적	명목 척도	6	
일반적 특성	성별/ 학력/ 연령/ 직업/ 거주지/ 월평균가계소득	명목 척도	6	

## 2) 자료수집 및 분석방법

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 문헌적 연구와 실증적 연구를 병행하였다. 본 연구의 조사기간은 2012년 9월 19일부터 2012년 9월23일까지 평일, 주말에 걸쳐 거문오름 관광자를 대상으로 임의 표본조사를 하였다. 자기기입 설문지법을 이용하여 설문조사를 하였으며, 총 280부의 설문지를 배포하였는데, 이중 불성실하거나 회수가 되지 않은 22부를 제외한 258명의 유효 표본을 최종 분석에 사용

하였다.

통계처리는 SPSS 19.0 통계프로그램을 이용하였는데 이용통계기법으로는 인구 통계적학적 특성과 거문오름 방문에 대한 특성을 파악하기 위해 기술통계분석을 사용하였고, 각 측정항목에 대한 신뢰성과 타당성 분석과 요인분석 및 회귀분석을 실시하였다.

### 3. 연구대상지

연구 대상지 선정과정에서 연구자가 우선 순위로 생각한 것은 본 연구의 목적을 달성하기 위해서는 연구대상지가 기존의 선행연구에서는 인문·문화관광지가 아닌 자연관광지에서의 해설사의 해설이 이루어져야만 했기 때문이다. 이에 따라 연구대상지를 유네스코(UNESCO)에서 ‘세계문화 및 자연유산 보호협약’에 따라 지난 2007년 6월 27일 세계자연유산으로 지정된 ‘제주화산섬과 용암동굴계’ 중 거문오름을 조사대상지로 선정하였다.

연구대상지를 거문오름으로 선정한 이유는 사전예약제로 하루 300명 탐방인원을 제한하여 해설사나 인솔자를 동행한 탐방만을 허용하고 있고, 거문오름에서는 아침 9시부터 12시 까지 탐방이 가능한데, 9시를 기준으로 30분간 해설사 및 인솔자를 동행한 탐방이 시작된다. 하루 5번의 해설사를 동행한 탐방이 시작되고 있고, 관광객들은 해설사와 함께 탐방을 시작한다. 이에 따라 연구자는 해설사의 역할이 중요하기 때문에 거문오름이 조사대상지에 적합하다고 판단했기 때문에 연구대상지로 선정하였다. 한국의 제 1호 세계자연유산으로 지정된 지역인 한라산, 성산일출봉, 거문오름 용암동굴계 3곳으로 지정되어 있다. 이 중 거문오름 동굴계는 지금으로부터 약 10만년 전에서 30만년 전에 거문오름에서 분출된 현무암질의 용암류가 지표를 따라 흘러가면서 형성된 용암동굴 집단으로 제주특별자치도 제주시 조천읍, 선흘리, 구좌읍 김녕리, 월정리, 행원리, 덕천리에 걸쳐 있으며, 유산면적은 22.367km<sup>2</sup> 에 이르고 있다. 사전에 인터넷이나 전화로 예약자에 한하여 탐방을 허용하며, 탐방출입증을 받고, 지정된 탐방시간에 마을주민으로

구성된 자연유산해설사의 안내에 따라 탐방한다. 거문오름을 탐방할 때에는 탐방 출입증을 꼭 지참하여야하고, 문화재보호법에 따라 우산, 스틱 사용금지이며, 탐방시에는 물을 제외한 음식물을 가지고 갈수가 없다.

## IV. 실증분석

### 1. 표본의 일반적 특성

#### 1) 인구통계적 특성

본 연구의 연구방법에 맞춰 연구된 조사 표본의 인구 통계적 특성은 다음 <표 4-1>과 같이 성별, 학력, 연령, 직업, 거주지, 가계소득으로 살펴보았다. 조사표본의 성별구성을 보면 본 연구의 실증분석에 응답한 총 258명의 표본의 성별비율은 남성(125명) 48.4%, 여성(133명) 51.6%로 나타났다. 응답자의 학력은 중졸이하(13명) 5%, 고졸(36명) 14%, 대학재학/졸업(149명) 57.8%, 대학원재학/졸업(60명) 23.2%를 조사되었고, 연령은 20대 이하(37명) 14.4%, 30대(80명) 31%, 40대(55명) 21.3%, 50대(53명) 20.5%, 60대 이상(33명) 12.8%로 조사되었다. 직업은 주부(37명) 14.3%, 자영업(24명) 9.3%, 사무/전문직(114명) 44.2%, 판매/서비스/생산직(19명) 8.4%, 공무원(18명) 7%, 학생(25명) 9.7%, 기타(21명) 8.1%로 나타나며, 거주지역은 제주도(50명) 19.4%, 서울(95명) 36.8%, 경기권(52명) 20.2%, 충청권(19명) 7.4%, 호남권(6명) 2.3% 영남권(32명) 12.4%, 강원/기타(4명) 1.6%로 조사되었다.

본 연구에서 관광자의 일반적인 특성을 종합적으로 살펴보면 거문오름을 관광한 80%이상이 대학재학 이상의 고학력자이며, 40%이상이 사무/전문직에 종사하고 있는 것으로 볼 수 있으며, 수도권에 거주하는 사람들이 거문오름 관광에 50%이상을 차지하는 것으로 조사되었다. 월 평균가계 소득은 400만원 이상(114명) 44.2%로 가장 높았으며, 그다음으로는 200-299만원(65명) 25.2%로 가장 높게 나타났다. 거문오름 방문 동행인은 가족, 친척과 함께 42.6%(110명) 탐방하였고, 그 다음으로 친구와 탐방이 22.9%(59명)한다고 응답했으며, 거문오름 탐방을 하는 목적으로는 여가 및 관람(49.2%)의 응답률이 가장 높은 것으로 조사되었다. 거문오름 관광자의 91.9%(237명)가 첫 방문 이었으며, 2회 이상 방문한 관광객의 비율은 8.1%의 응답률을 나타냈다.

<표 4-1> 표본의 인구 통계적 특성

구분		표본	비율(%)	구분		표본	비율(%)
성별	남자	125	48.4	주부	37	14.3	
	여자	133	51.6		자영업	24	9.3
학력	중졸이하	13	5	직업	사무/전문직	114	44.2
	고졸	36	14		판매/서비스/생산	19	8.4
	대학재학/졸업	149	57.8		공무원	18	7
	대학원재학/졸업	60	23.2		학생	25	9.7
					기타	21	8.1
연령	20대 이하	37	14.4	거주지	제주도	50	19.4
	30대	80	31		서울	95	36.8
	40대	55	21.3		경기권	52	20.2
	50대	53	20.5		충청권	19	7.4
	60대 이상	33	12.8		호남권	6	2.3
동행인	혼자	15	5.8	가계소득	영남권	32	12.4
	가족/친척	110	42.6		강원/기타	4	1.6
	친구	59	22.9		100만 원 미만	18	7
	친목단체	25	9.7		100-199	27	10.4
	직장동료	34	4.3		200-299	65	25.2
	연인/기타	15	5.8		300-399	34	13.2
방문	첫 방문	237	91.9	방문목적	400만 원 이상	114	44.2
	2회 이상	21	8.1		휴양	57	22.1
					관람	64	24.8
					지인과의 즐거운 시간	42	16.3
					여가	63	24.4
			새로운 경험	21	8.1		
			교육/기타	11	4.3		

## 2. 변수의 신뢰성 및 타당성 검증

### 1) 신뢰성 및 타당성 검증

본 연구의 설문조사에서 사용된 항목과 척도가 측정하고자 하는 내용을 정확하게 측정하고 있는지와 측정결과가 통계적 분석을 진행하기에 적합한 것인지 확인하기 위하여 신뢰성 및 타당성 검증이 실시하였다. 신뢰성이란 비교 가능한 독립된 측정 방법에 의해 대상을 측정할 때, 일관성 있는 높은 측정결과를 도출할 수 있는 것을 의미하는데, 이는 측정결과에 대한 오차가 들어 있지 않는 정도를 의미한다고 볼 수 있다.

신뢰도를 분석하는 이유는 크게 두 가지로 나눌 수 있다. 첫째는 측정하고자 하는 개념이 조사대상자로부터 일관되게 측정되었는가를 확인 하는 것이고, 둘째는 조사대상자가 응답할 때, 정확하고 일관된 답을 했는지 확인하기 위해서이다. 보통 여러 개의 측정항목들로 구성된 척도의 경우 신뢰도를 높이기 위해 cronbach's  $\alpha$ (신뢰도계수)를 가장 많이 사용한다. cronbach's  $\alpha$ 는 하나의 개념에 대해 여러 항목으로 구성된 척도들의 내적 일관성 정도를 검증할 수 있다. 통계적 신뢰성은 일반적으로 탐색연구의 경우 0.6이상, 기초연구 분야는 0.8이상 이어야 하나, 일반적으로  $\alpha$ 계수가 0.6이상이면 신뢰성에 문제가 없다고 보고 있다.

타당성은 측정하고자 하는 것을 실제로 측정해 내는 정도를 나타낸 것으로, 방법에 따라 기준타당성, 내용타당성, 개념타당성으로 나누어진다. 기준타당성은 하나의 속성이나 개념의 상태에 대한 측정이 미래 시점에 있어서의 다른 속성이나 개념의 상태를 예측할 수 있는 정도를 뜻하고, 내용타당성은 측정도구 자체가 측정하고자 하는 속성이나 개념을 어느 정도 측정할 수 있는가를 보여주는 것으로 측정하고자 하는 구성개념의 조작적 정의의 적절성 여부를 판단하는 근거자료가 된다. 개념 타당성이란 한 개념이 다른 개념과 구별되는 정도를 설명하는 것으로 요인분석을 통해 설문 자체가 타당한지 양적으로 평가 할 수 있다.

2) 커뮤니케이션에 대한 신뢰성 타당성 결과

<표 4-2> 커뮤니케이션 항목 신뢰성 및 타당성 결과

구 분		평균	공통성	요인 적재량	고유값	분산 설명력	신뢰도 계수
언어적 커뮤니케이션	쉬운 언어로 해설함	4.28	.779	.796	1.373	7.689	.922
	구체적인 단어로 해설함	4.27	.816	.821			
	설명하는 의미를 이해함	4.32	.831	.836			
	해설대상에 대한 의미	4.34	.822	.798			
비언어적 커뮤니케이션	해설사의 의복	4.01	.505	.658	8.804	48.911	.905
	복장의 단정함	4.33	.702	.793			
	해설사의 외모	4.17	.750	.785			
	해설사의 악세사리	4.29	.736	.763			
	해설사 적절한 손동작	4.07	.537	.631			
	해설사의 밝은 표정	4.25	.619	.632			
	해설사의 자연스러운 시선접촉	4.03	.641	.609			
공간적 상황	해설사의 자세	4.35	.625	.664	1.527	8.484	.900
	해설대상과의 거리	4.06	.731	.751			
	해설 시간	3.95	.668	.738			
	해설이 잘 들리는 위치	3.93	.829	.845			
	나와의 거리	4.05	.806	.784			
의사 언어	해설사의 말습관	2.72	.771	.874	1.243	6.904	.680
	상징적 소리	3.03	.779	.851			

KMO = .918    Bartlett's 검정 카이제곱 = 3244.323    총 분산설명력 =71.928    유의확률 = .000

본 연구에서는 커뮤니케이션, 해설만족, 거문오름 만족, 행동의도 항목의 타당성과 신뢰성을 입증하였다. 커뮤니케이션에 대한 신뢰성과 타당성 분석 결과는 <표 4-2>와 같이 나타났다. 요인분석은 베리맥스(varimax)회전법을 통한 주성분 분석을 실시하였으며, 문항 선택 기준은 요인 적재치가 .40이상을 대상으로 하였다.

의사언어요인 4가지 설문문항 요인적재량이 0.4로 기준치에 미달하거나, 중복 적재되는 해설사의 정확한 발음, 해설에 대한 호응 문항을 삭제하여 총 20문항 중 18문항만을 사용하여 4가지 요인이 추출되었다. 이들 요인들은 언어적 커뮤니케이션, 비의사 언어, 공간적 상황, 의사언어로 명하였다.

요인분석의 적합성을 나타내는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)의 표본 적합도 값이 .918로 나타났고, 모형의 적합성 테스트인 Bartlett의 구형성 검정에서도 유의한 값을 갖는 것으로 확인 되었다( $p < .001$ ). 공통성은 .505에서 .831까지 설명되었고, 전체 누적 분산 설명력은 71.928로 나타났다. 요인의 내적 일관성을 나타내는 신뢰도계수(Cronbach's alpha)값은 기준 값 .6보다 높은 .680에서 .922로 나타나 요인분석 결과가 신뢰성과 타당성을 갖추고 있는 것으로 확인 되었다.

### 3) 만족에 대한 신뢰성 타당성 결과

<표 4-3> 해설만족, 거문오름 만족 신뢰성 타당성 결과

구분	평균	공통성	요인적 재량	고유값	분산 설명력	신뢰도 계수
해 설 만 족	해설은 내가 기대한 것보다 만족함	4.10	.799	.851	1.091	13.639
	해설은 투자할 가치가 있음	4.19	.846	.853		
	해설을 들은 것은 잘한 결정이다	4.30	.867	.866		
만 족 거 문 오 름 만 족	거문오름 해설에 대해 전반적 만족	4.28	.793	.813	5.589	69.869
	거문오름은 기대한 것 보다 만족함	4.19	.819	.846		
	거문오름은 투자할 가치가 있음	4.27	.851	.851		
	거문오름관광은 잘한 결정이다	4.37	.853	.872		
거문오름에 대해 전반적으로 만족함	4.33	.853	.859		.937	

KMO = .892 Bartlett's 검정 카이제곱 = 1936.899 총 분산설명력 = 83.508      유의확률 = .000

해설만족과 거문오름 만족에 대한 신뢰성 타당성 검증을 위해 주성분 분석을 실시한 결과 <표 4-3>와 같이 나타났다. 해설만족, 거문오름 만족 KMO값의 표본 적합도 값은 .892로 나타났다. Bartlett의 구형성 검정 값은 1936.899(p<.001)의 유의한 값으로 확인되었다. 공통성은 해설만족이 .799에서 .867까지 설명되었고, 거문오름 만족은 .819에서 .854로 나타났고 전체 누적 분산 설명력은 83.508%라 확인되었다. 각 요인의 내적 일관성을 살펴보는 신뢰도계수(Cronbach's alpha)값 기준 값 .6보다 높은 .929와 .937로 나타나 해설만족, 거문오름 만족 모두 신뢰성을 확보하는 수준으로 확인 되었다.

#### 4) 행동의도 대한 신뢰성 타당성 결과

행동의도에 대한 신뢰성과 타당성 결과 <표 4- >로 나타났다. KMO의 표본 적합도 값은 .772로 나타났다. Bartlett의 구형성 검정값은 612.926(p<.001)의 유의한 값으로 확인되었다. 공통성은 .649에서 .824까지 설명되었고 전체 누적 분산 설명력은 74.299%로 확인되었다. 요인의 내적 일관성을 설명하는 신뢰도계수(Cronbach's alpha)값은 기준 값 .6보다 높은 .877로 나타나 행동의도도 마찬가지로 신뢰성과 타당성을 확보하는 수준으로 확인되었다.

<표 4-4> 행동의도에 대한 신뢰성 타당성 결과

구분	평균	공통성	요인적 재량	고유값	분산 설명력	신뢰도 계수
거문오름 재방문	3.93	.649	.806			
행 동 의 도	거문오름을 지인에게 긍정적 추천	4.25	.824	.908	2.972	74.299
	거문오름 재방문을 하면 또 해설을 이용	4.04	.703	.838		
	거문오름해설을 지인에게 긍정적 추천	4.25	.796	.892		
KMO = .772    brtlett's 검정 = 612.926    총 분산설명력 = 74.299    유의확률 = .000						

### 3. 가설의 검증

#### 1) 가설 1의 검증

가설 1 . 커뮤니케이션은 해설만족에 영향을 미칠 것이다.

1-1. 언어적 커뮤니케이션은 해설만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

1-2. 비의사 언어는 해설만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

1-3. 공간적 상황은 해설만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

1-4. 의사 언어는 해설만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

해설사의 커뮤니케이션이 거문오름 해설만족에 미치는 영향을 알아보기 위하여 회귀분석을 실시하였다. 회귀분석을 수행한 결과 해설사의 언어적 커뮤니케이션, 비의사 언어, 공간적 상황 세 가지 요인이 거문오름 해설만족에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 독립변수들의 상대적인 중요도를 표준화한 베타 값에서 비의사 언어(.328), 공간적 상황(.304), 언어적 커뮤니케이션(.231) 순으로 나타났고, 회귀함수의 결정계수( $R^2$ )은 .579로 나타났다. 즉 해설만족은 세 가지의 커뮤니케이션 요인에 의해 57.9% 설명력을 갖고 있음을 의미한다. 분석 결과가 갖는 의미는 거문오름 해설사의 커뮤니케이션이 해설만족에 영향을 미치는 것을 알 수 있고, 해설사의 비의사 언어가 해설만족에 상대적으로 높은 영향으로 작용하고 있는 것으로 보인다.

<표 4-5> 커뮤니케이션과 해설만족에 대한 회귀분석결과

종속 변수	독립변수	비표준화계수		t값	유의확률	공선성통계량		
		B	표준 오차			공차	VIF	
	(상수)	.188	.234	.806	.421			
해설 만족	언어적 커뮤니케이션	.257	.062	.231	4.124	.000***	.530	1.888
	비의사 언어	.407	.076	.328	5.383	.000***	.447	2.238
	공간적 상황	.290	.055	.304	5.254	.000***	.496	2.015
	의사언어	.023	0.31	.030	.730	.466	.978	1.022
		$R^2 = .579$ 수정된 $R^2 = .573$		$F = 87.122$	$P = .000$			

\* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01

2) 가설 2의 검증

가설 2 . 해설만족은 거문오름 만족에 영향을 미칠 것이다.

<표 4-6> 해설만족과 거문오름 만족에 대한 회귀분석결과

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t값	유의확률	공선성통계량	
		B	표준오차				공차	VIF
거문 오름 만족	(상수)	1.625	.185		8.789	.000		
	해설만족	.631	.043	.674	14.606	.000***	1.000	1.000
		R <sup>2</sup> = .455		수정된 R <sup>2</sup> = .452	F = 213.347	P = .000		

\*p<0.1, \*\*p<0.05, \*\*\*p<0.01

해설만족이 거문오름만족에 미치는 영향에 대한 분석결과는 <표 4-6>로 나타난다. 해설만족은 거문오름 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났으며(t=14.606, p<0.01), 종속변수로서의 거문오름 만족은 45.5%는 독립변수인 해설만족에 의해 설명이 된다는 것을 알 수 있다

3) 가설 3의 검증

가설 3 . 거문오름 만족은 행동의도에 영향을 미칠 것이다.

<표 4-7> 거문오름 만족과 행동의도에 대한 회귀분석결과

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t값	유의확률	공선성통계량	
		B	표준오차				공차	VIF
행동의도	(상수)	.462	.186		2.487	.014		
	거문오름만족	.852	.043	.779	19.905	.000***	1.000	1.000
		R <sup>2</sup> = .607		수정된 R <sup>2</sup> = .606	F = 396.220	P = .000		

\*p<0.1, \*\*p<0.05, \*\*\*p<0.01

거문오름 만족이 행동의도에 미치는 영향에 대한 분석결과는 <표 4-7>와 같은데, 일반적으로 만족은 행동의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 알려져 있다. 본 분석에서는 거문오름 만족이 행동의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(t=19.905, p<0.01), 종속변수의 행동 의도는 독립변수인 관광만족에 대해 60.7% 설명이 된다는 것을 알 수 있다

#### 4) 가설 4의 검증

가설 4 . 커뮤니케이션은 행동의도 영향을 미칠 것이다.

- 4-1. 언어적 커뮤니케이션은 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 4-2. 비의사 언어는 행동의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- 4-3. 공간적 상황은 행동의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.
- 4-4. 의사 언어는 행동의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

<표 4-8> 커뮤니케이션과 행동의도에 대한 회귀분석결과

종속 변수	독립변수	비표준화계수		t값	유의확률	공선성통계량		
		B	표준오차			공차	VIF	
	(상수)	.718	.291	2.486	.014			
행동 의도	언어적 커뮤니케이션	.166	.078	.146	2.143	.033**	.530	1.888
	비의사언어	.500	.094	.394	5.315	.000***	.447	2.238
	공간적상황	.141	.069	.144	2.052	.041**	.496	2.105
	의사언어	.010	.039	.013	.250	.803	.978	1.022
R <sup>2</sup> = .378    수정된 R <sup>2</sup> = .368    F = 38.360    P = .000								

\*p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01

해설사의 커뮤니케이션이 행동의도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 회귀분석을 실시하였다. 회귀분석을 수행한 결과 해설사의 언어적 커뮤니케이션, 비의사 언어, 공간적 상황 세 가지 요인이 행동의도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 독립변수들의 상대적인 중요도를 표준화한 베타 값에서 비의사 언어(.394),

공간적 상황(.144), 언어적 커뮤니케이션(.146) 순으로 나타났고, 회귀함수의 결정 계수( $R^2$ )은 .378로 나타났다. 즉 행동의도는 세 가지의 커뮤니케이션 요인에 의해 37.8% 설명력을 갖고 있음을 의미한다. 분석 결과가 갖는 의미는 거문오름 해설사의 커뮤니케이션이 행동의도에 영향을 미치는 것을 알 수 있고, 해설사의 비의사 언어가 행동의도에 상대적으로 높은 영향으로 작용하고 있는 것으로 보인다.

#### 4. 가설의 검증 결과

<표 4-9> 실증분석결과

가설		채택 여부
가설 1	커뮤니케이션은 해설만족에 영향을 미칠 것이다.	부분 채택
1-1	언어적 커뮤니케이션은 해설만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	채택
1-2	비의사 언어는 해설만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	채택
1-3	공간적 상황은 해설만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	채택
1-4	의사 언어는 해설만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	기각
가설 2	해설만족은 관광지만족에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 3	관광지만족은 행동의도에 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 4	커뮤니케이션은 행동의도에 영향을 미칠 것이다.	부분 채택
4-1	언어적 커뮤니케이션은 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.	채택
4-2	비의사 언어는 행동의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	채택
4-3	공간적 상황은 행동의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	채택
4-4	의사 언어는 행동의도에 긍정적 영향을 미칠 것이다.	기각

## V. 결 론

### 1 연구결과의 논의

본 연구는 세계자연유산 관광지에서 해설사의 커뮤니케이션(언어적 커뮤니케이션, 비언어적 커뮤니케이션)의 4가지 요인을 가지고 자연관광지에서의 해설만족, 관광만족, 향후 행동의도에 미치는 영향을 연구 하였으며, 어떠한 요인이 가장 많은 영향을 미치는 실증연구를 통해 검증 하였다. 연구 방법은 문헌 연구와 경험 연구를 병행 하였으며, 다양한 개념과 많은 선행연구들의 결과를 검토하여 연구모형 및 연구가설을 설정하였다. 이를 검증하기 위해 구조화된 설문지를 이용하여 거문오름 관광객들의 자기기입식 응답을 통해 자료를 수집하였다. 거문오름 관광객들로부터 얻은 자료분석은 SPSS 19.0 통계패키지를 이용하여 통계적 분석을 실시하였으며, 분석방법에는 빈도분석, 기술통계, 신뢰도분석, 요인분석, 회귀분석을 실시하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

의사언어 요인 항목 중 해설사의 발음, 해설에 대한 호응 항목은 요인적재량이 0.4 기준치 이하이거나, 중복 적재가 되어서 삭제하고 해설사의 말습관, 상징적 소리 항목만을 의사언어요인으로 추출하였다.

첫째, 언어적 커뮤니케이션과 비언어적 커뮤니케이션 중 비의사언어, 의사언어, 공간적 상황 총 4가지의 요인으로 분석되었고, 의사언어를 제외한 비의사 언어(해설사의 의복, 외모, 악세사리, 제스처, 시선처리, 자세 등), 공간적 상황(해설대상과의 거리, 해설시간, 해설이 잘 들리는 위치, 나와의 거리), 언어적 커뮤니케이션(쉬운 언어, 구체적인단어, 해설의 의미 등) 순으로 해설만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 해설만족은 거문오름 관광만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이는 해설만족을 한 관광객들은 거문오름 관광만족에도 긍정적인 관계가 있는 것을 알 수 있다. 셋째 거문오름 관광만족 또한 행동의도에 유의한 영향을 미

치는 것을 알 수 있는데, 거문오름 관광만족이 높으면 높을수록 향후 행동의도에 재방문, 긍정적 추천의도가 높다고 볼 수 있다.

넷째, 언어적 커뮤니케이션, 비의사 언어, 의사언어, 공간적 상황, 요인으로 분석된 커뮤니케이션은 행동의도에 부분적으로 유의한 영향을 미친다는 결과를 나타냈다. 의사언어를 제외한 비의사 언어(해설사의 의복, 외모, 단정함, 악세사리, 제스처, 표정 등), 언어적 커뮤니케이션(쉬운 언어, 구체적인 단어, 설명하는 의미, 해설대상에 대한 의미), 공간적상황(해설대상과의 거리, 해설시간, 해설이 들리는 위치 등) 순으로 행동의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

## 2. 연구의 시사점

오늘날 해설사의 해설은 관광지에 대한 정확한 정보제공, 관광자의 지적수준을 강화시키고 이를 통해 관광자의 관광경험의 질을 높여 관광만족을 극대화 시키는 역할로서 해설사의 중요성과 필요성이 기존의 인문·문화관광지를 대상으로 한 연구들에서 입증되었다. 또한 현재 문화체육관광부의 업무보고내용과 제주도 내 해설사 양성계획 및 전문적 교육시행에 더불어 본 연구에서는 세계자연유산 관광지에서 해설사를 동행한 해설사의 커뮤니케이션(언어적 커뮤니케이션, 비의사언어, 의사언어, 공간적 상황)이 해설만족, 관광만족, 행동의도에 미치는 영향을 알아보고자 관련된 문헌조사와 실증조사를 병행한 결과 다음과 같은 시사점을 얻을 수 있다.

세계자연유산 관광지 거문오름에서 해설사의 해설을 들을 때 관광자는 해설사의 모습(해설사가 착용한 의복을 보고 해설사라는 것을 알 수 있음), 해설사의 복장, 해설사의 외모, 해설사의 악세사리, 해설사의 제스처, 해설사의 얼굴표정, 해설사의 시선처리, 해설사의 자세가 해설만족과 향후 행동의도에 긍정적인 영향을 주는 것을 알 수 있다. 이는 해설사의 외형적인 모습을 나타내는 비언어적 커뮤니케이션요인 중 비의사 언어는 관광자들에게 시각적인 의사를 전달함에 있어서 해설만족 향후 행동의도에 긍정적인 영향을 준다는 것을 알 수 있다. 이에 따

라 자연관광지에서 해설사들을 관광객들과 구분 지을 수 있는 해설사 유니폼과 해설사 명찰 등을 착용하도록 하여 관광객들에게 해설사의 전문가다운 이미지를 인식시킴으로써 관광객들의 호기심과 만족, 행동의도를 극대화 시킬 수 있을 것이다.

거문오름관광지에서 해설사는 관광객들과 함께 동행하면서 해설을 하는데, 걸음이 느리거나 주변경관을 둘러보는 관광객들은 해설무리에서 뒤쳐질 수 있다. 해설을 처음부터 끝까지 완벽하게 듣지 못하거나, 해설 중간의 내용부터 듣게 되는데, 이는 본 연구결과에서 공간적상황(해설대상과의 거리, 해설시간, 해설의 잘 들리는 위치, 해설사와 나와의 거리)이 두 번째로 해설만족에 영향을 주는 것으로 나타났다. 해설사가 뒤쳐지는 한 두 명의 관광객을 위해 다수의 관광객을 기다리게 할 수 없기 때문에 해설사는 해설시간 적당히 지켜야한다. 너무 장황한 해설보다는 간단명료한 시간적 여유가 있는 해설을 통하여 관광객들이 자연을 충분히 느낄 수 있는 시간주고, 해설무리에서 뒤쳐지는 관광객들을 위해 브로셔나 팜플렛을 탐방전에 배부하여 해설을 중간부터 듣더라도 관광객이 어느 정도는 이해할 수 있도록 해야 한다. 또한 거문오름은 자연그대로의 공간에서 해설사가 해설을 하기 때문에 해설무리들 중 산만한 관광객, 이외의 외부소리 때문에 해설을 잘 들을 수 있는 위치에서 듣는다고 해도 집중 못할 경우를 대비하여 작은 스피커가 있는 마이크를 사용해서 관광객들이 집중하여 해설을 들을 수 있도록 해야 한다.

### 3. 연구의 한계 및 제언

본 연구를 수행하는 과정에서 다음과 같은 몇 가지 한계점을 내포하고 있다. 본 연구를 조사함에 있어 거문오름 탐방해설은 시간대 마다 다른 해설사에게 해설을 들은 관광객들을 조사했기 때문에 일관성이 배제되었다. 또한 커뮤니케이션에 대한 개념을 설문지에 제시하였지만, 몇 줄의 설명만으로 응답자들에게 언어적 커뮤니케이션, 비언어적 커뮤니케이션 개념을 이해시키기가 쉽지 않았다.

관광자들 중에서 거문오름 해설을 들었음에도 불구하고 해설사의 해설을 제대로 기억해내지 못하는 경우도 있었는데 해설에 집중을 기울이지 않은 관광객들이 주로 설문응답에 어려움을 호소하였다. 또한 해설사와 관광객 사이의 거리차가 벌어지면서 해설대상에 대한 해설을 완전히 듣지 못한 관광객 또한 설문응답에 응답하기 어려워하였다.

향후 연구에서는 실증적 연구에서 부족한 부분을 보완하여 연구가 이루어지고, 해설사의 해설에 따라오지 못하고 뒤쳐지는 관광객을 위해 다양한 해설매체(해설간판, 브로셔 등)을 통해 해설 내용 미리 인지 및 숙지하도록 한 후 해설사의 해설을 들을 수 있는 해설프로그램이 필요하다고 생각된다.

또한 자연관광지와 인문·문화관광지에서의 해설매체 및 해설사에 대한 비교연구가 이루어지고, 언어적·비언어적 커뮤니케이션에 대한 심도 있는 접근과 언어적 커뮤니케이션에 대한 다양한 항목을 추가하여 구체적인 연구가 이뤄지길 기대 해본다.

## 참고문헌

### 1. 국내문헌

#### 1) 서적

- 강태완, 김선남(2005). 『커뮤니케이션학이란 무엇인가?』, 서울특별시, 커뮤니케이션 북스
- 박석희(1989) 『신관광자원론』, 서울, 명보출판사
- 오미영, 정인숙(2005). 『커뮤니케이션 핵심이론』, 서울특별시, 커뮤니케이션북스
- 윤대혁(2011). 『인간관계와 커뮤니케이션』, 서울특별시, 탐북스
- 윤석민(2007) 『커뮤니케이션의 이해』, 서울, 커뮤니케이션 북스
- 차배근(1997). 『커뮤니케이션학개론』, 서울, 세영사
- 최명원(2009) 『언어 문화 그리고 커뮤니케이션』 서울특별시, 유로
- 최정환, 이유재(2003). 『죽은 CRM, 살아있는 CRM』, 서울, 법문사
- 홍기선(2002). 『인간커뮤니케이션』, 서울, 나남

#### 2) 논문

- 고계성(2007) 유네스코 세계자연유산 등재 추진에 따른 지역주민의 관광영향인식 연구, 『호텔관광학연구』, 25, pp.87-97
- 고선영(2009) 제주 세계자연유산 등재와 생태관광, 『한국지역지리학회지』, 15(2), pp.215-225
- 고정숙(2008). 전통무용 공연 관람만족요인 및 관여도와 재방문과의 관계, 상명대학교 박사학위 논문, p37
- 권동희(2007) 제주특별자치도의 지형관광자원 : 세계자연유산 지정 후보지로서의

- 재조명, 『한국사진지리학회』, 17(1), pp.9-20
- 김두하(1998) 『주제공원 이용자의 만족형성과정에 관한 연구』, 서울대학교 대학원 박사학위 논문, pp.1-113
- 김미경(2010). 도슨트와 모바일 가이드가 관람객의 만족도에 미치는 영향 : 관람 경력과 박물관 유형에 따라서, 고려대학교 교육대학원 석사학위 논문, p72
- 김상희(2005). 『서비스접점에서 소비자 감정표현과 판매원 반응에 관한 연구 ; 언어적, 비언어적 커뮤니케이션을 중심으로』 소비자학 연구, 16(2), pp.111-pp.146
- \_\_\_\_\_ (2007) 서비스 접점에서 판매원 언어적, 비언어적 커뮤니케이션이 고객감정과 행동의도에 미치는 영향 : 정서감염현상을 중심으로, 소비자학 연구 18(1), pp.97-pp.131
- 김영남(2008). 『접점서비스에서 비언어적 소통이 고객만족에 미치는 영향 : 문화관광해설 서비스를 중심으로』, 제주대학교 석사학위논문.
- 김유경(2008). 의료서비스 제공자의 언어적, 비언어적 커뮤니케이션에 관한 연구, 『서비스경영학회지』, 9(1)
- 김정욱, 박정무, 이희욱(2006). 『서비스 제공자의 비언어적 커뮤니케이션이 고객의 품질 지각에 미치는 영향』, 마케팅관리 연구, 11(2), pp153-pp.172
- 김주연·이민재·안경모(2011), 해설매체에 따른 방문객의 해설속성평가, 만족도 및 문화유산에 대한 태도의 차이 및 영향관계 : 궁의 문화해설사와 해설관을 대상으로, 『한국콘텐츠학회』, 한국콘텐츠학회지, 11(11), pp.434-pp.443
- 문창현(2003). 백령도지역의 유네스코 세계자연유산 등록을 위한 시론적 연구 : 프랑스 코르시카의 지롤라타 곳, 포트 곳과 스칸돌라 자연보호지역과의 비교분석을 중심으로. 『한국관광정책학회』, 9(1), pp99-122
- 박명희(2000), 관광자원의 해설이 관광자만족에 미치는 영향 : 여행상품의 기초속성 분석, 대구대학교 대학원 박사학위논문
- 박미아(2003). 『관광자원해설을 통한 관광지활성화에 관한 연구』, 세종대학교, 석사학위논문, pp.27-pp.33
- 박석희(1994). 비원의 관광자원 해설체계에 관한 연구, 『관광학 연구』 18(1)
- 성수진·김용근(2001), 생태공원에서 환경해설자의 교육적 효과 : 길동 자연생태

- 공원을 대상으로, 『한국조경학회지』, 28(6), pp.52-pp.61
- 송화섭(2004), 문화관광해설사의 양성방안, 『인문콘텐츠』 3, p.171
- 안윤지(2003) 문화관광자원의 매력속성과 자원해설이 관광만족에 미치는 영향,  
동아대학교 석사학위 논문
- 엄서호(2001). 경기도 문화유산 해설사의 의미와 역할. 『관광경영학 연구』, 3,  
pp95-pp114
- 오상운(2009) 제주세계자연유산의 지속가능한 관광을 위한 지역주민의 갈등지각  
과 태도에 관한 연구, 제주대학교, 대학원, 박사학위 논문, pp.1-152
- 이선영(2003), 관광전문인력 교육방향, 한국관광정책, 『한국문화관광정책연구  
원』, 1(16), p.125
- 이소영(2011). 『항공사 승무원의 언어적, 비언어적 커뮤니케이션이 승객의 감정  
반응, 고객만족 및 행동의도에 미치는 영향-외국항공사를 이용한 한국인  
승객 대상으로』 세종대학교, 일반대학원 석사학위논문, p11
- 이원희(2003), 문화유산해설사 제도장착 및 활성화 방안, 『한국문화관광정책연구  
원』. pp.63-pp.83
- 이정학(2004). 『관광펜션 이용자의 관여, 선택속성 평가, 만족과 재이용의도 간  
의 관계 연구』, 동아대학교, 대학원, 박사학위 논문, p37
- 이충기·김홍미·안대회(2008). 한국관광에 대한 일본관광객의 지각된 가치가 방문  
객 만족도와 재방문의사에 미치는 영향연구, 『관광·레저연구』, 20(4),  
pp.69-pp.85
- 임정빈(2001). 관광자원해설이 관광 후 평가에 미치는 영향 : 명성황후 생가를 중  
심으로, 경기대학교 석사학위논문.
- 임화순 · 고계성(2007) 세계자연유산 방문객 인식에 따른 관리정책 방향에 관한  
연구 : 제주를 중심으로, 『관광연구저널』, 21(3), pp.154-165
- 전명숙(2003) 경주지역 문화유산 관광상품개발 방안 연구, 관광경영학회, 『관광경  
영연구』, 19, pp.269-289
- 전형진·박시사·정철(2011). 여행상품의 지각된 가치가 만족과 행동의도에 미치는  
영향, 『관광학연구』 35(7), pp.275-pp.297
- 조계중(2006), 보호구역 및 국립공원 자연환경해설프로그램 : 한국과 미국의 현황

- 과 미래, 『지역과 전망』, pp.177-pp.213
- 조문수·박시사·오상운·노경국 (2008) 세계자연유산 등재에 대한 제주 지역주민의 인식, 『관광학 연구』, 32(3), pp.167-186
- 조은영 (2003) 『관광통역안내원의 외국어 구사능력이 관광객 만족에 미치는 영향』, 신라대학교, 석사학위논문, pp1-73
- 진영재(2005). 문화관광해설 프로그램 만족 향상을 위한 커뮤니케이션 방안에 관한 연구 : 문화유산해설사의 해설기법 개선을 중심으로, 『한국관광정보학회』, 20, pp.41-pp.71
- 진정근(2005). 『언어학적 기업커뮤니케이션 이론의 기초연구』, 텍스트 언어학, 18, pp1-pp32
- 최병길(2012). 관광자의 지각된 가치가 관광만족 및 행동의도 미치는 영향, 『관광학연구』, 36(4), pp.101-109
- 최환선·조주은(2010). 기내 수행서비스 품질, 지각된 가치, 만족, 행동의도간 인과 관계에 관한 연구, 『관광학연구』, 34(5), pp.243-pp.264
- 최희경, 정삼권, 이경은(2010).언어, 유사언어, 비언어 커뮤니케이션이 고객만족과 충성도에 미치는 영향 관계 연구 : 항공사 승무원 중심으로, 『한국호텔관광학회』, 12(2)
- 추나영(2012). 『무용강사의 비언어적 커뮤니케이션과 고객참여, 고객만족, 고객충성도의 관계』, 부산대학교 대학원 박사학위논문, p.10
- 추승우(2009). 『호텔기업의 서비스 커뮤니케이션이 고객 애호도 형성에 미치는 영향 ; 서비스 개인화(SP)의 매개효과를 중심으로』, 동아대학교, 박사학위논문
- 하동현(2011). 관광목적지 장소애착의 구성요인이 해설만족, 관여 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국사진지리학회지』 21(3), pp1-16
- 홍기선(1991). 인간커뮤니케이션의 조건, 『커뮤니케이션 과학』, 13, pp10-pp11
- \_\_\_\_\_(1995). 비언어 커뮤니케이션 분류에 대한 연구, 『커뮤니케이션 과학』 13(15), pp.3-pp.7
- \_\_\_\_\_(1998). 인간커뮤니케이션의 조건, 『정보문화연구소』, 17, p.4
- 홍미나(2007). 『커뮤니케이션 유형과 비언어적 커뮤니케이션 요소가 서비스제공

자 평가에 미치는 영향』, 경기대학교 대학원 박사학위청구논문, p9  
홍성표(2010), 제주지역 해설사 : 현황과 문제점, 『문화와 현실』, 14, p132  
황병춘(2008) 문화관광자 가치측정 연구 : 수원화성 중심으로, 관광경영학회,  
『관광경영연구』 34, pp.160-178

## 2. 국외문헌

### 1) 서적

Jubenville. A.(1978). 『*Outdoor Recreation Management*』, W. B. Saunders Co.  
Wolf. B. J. (1956). 『*Language, Thought and Reality*』, New York, Wiley  
Tilden. F. (1977). 『*Interpreting Our Heritage*』, The University of North  
Carolina Press  
Sharpe. G. W. (1982). 『*Interpreting the Environment*』, New York : John  
Willy & Sons.  
Fridgen. J. D. (1990). 『*Dimensions of tourism*』, Educational Inst of the Amer  
Hotel  
Malandro. L.(1989). 『*Nonverbal communication*』, New York : Random House.  
R. L. Applbaum(1973). 『*Fundamental Concept in Human Communication*』  
San Francisco, Canfiels Press 34  
R. M. Fulmer(1989). 『*The New Management*』, Macmillan  
S. P. Robbins(1994). 『*Management*』, Prentice Hall,

### 2) 논문

A. Don, (1972). Upgrading park Interpretation and Communication With the  
Public, *Second World Conference on National Parks Grand Teston*

- National Park, Wymoing.* pp.30-pp.32
- B. Guy (1990), Enviromental Learning of First Time Travelers. *Annals of Tourism Research.* 17
- D. Light (1987). Interpretation at historic buildings. *Swansea Geographer, Swansea : University College of Swan* 24, pp.34-43
- E. Jones, Stanley. & D. Curtis Le Baron (2002). Research on the Relationship Between Verbal and Nonverbal Communication : *Emerging Integrations International Communication Association.* September, pp499-pp.521
- E. Riggio, Ronal R. Heidi Riggio. Charles Salinas, & J. Emmet Cole(2003). The Role of Social and Emotional Communication Skill in Leader Emergence and Effectiveness Group Dynamics : *Theory, Research, and Practice,* 7(2), pp.83-pp.103
- E. Wallin, Harold(1965). Interpretation : A Manual and Survey On Establishing a Naturalist Program, Management. *Aids Bulletin.* 22. Americal Institute of Park Executive. *National Recreation and park Association, Arlington*
- G. Kyle, A. Manning(2005). Spatial variation in level and type of place attachment, *Northeastem recreation resarch Symposium Proceedings* 14-19
- G. Ponterotto, Joseph . P. Brian Rieger, A. Barrett, A. Barrett, & Rickey Sparks(1994). Assessing Multicultural Competence : A Review of Instrumentation *Journal of Counseling and Development,* 72(3), pp.316-pp.322
- G. W. Mullins. (1984), The Changing role of the interpreter. *Journal of Environment Education,* 15(4), p1-4,
- Hall. E. T.(1968). Proxemics *Current Anthropology,* 9, pp.83-pp.95
- James. Corman. Krizek. & Snider(2004). Individual Differences and Chances in Nonverbal Behavior : Unmasking the Changing Faces of Deception *Communication Research,* 21(5), pp.555-pp.581

- L. Worthington Roger. Michael Mobly, P. Robert Franks, & T. Jeffrey Andreas (2002). Multicultural Counseling Competencies : Verbal Content Counselor Attributions, and Social Desirability , *Jornal of Counseling Psychology*. 47(4), pp.460-pp.468
- Light, D(1991). The Development of heritage interpretation in Britanin, Swansea Geographer, Swansea : *University College of Swan*, 28, pp1-13
- M. Argyle. Salter, V. Nicholson, H., Williams, M. & P. Burgess, (1970). The communication of inter and superior attitudes by verbal and nonverbal signal *British Journal of Social and Clinical Psycholocy*. 9, pp.222-pp.231
- M. Delmonte. (1991). Use of non-verbal construing and metaphor in psychotherapy, *International Journal of Psychosomatics* 38, pp.1-pp.4
- P. G. Patterson,. & R. A. Spreng,(1997). Modelling the Relationship between Perceived Value, Satisfaction and Repurchase Intentions in a Business to Business, Services Context : An Empirical Examination. *International Journal of Service Industry Management*, 8(5), pp.414-pp.434
- R. A. Spreng, S. B. Mackenzie & R. W. Olshavsky(1996) A Reexamination of the Determinations of Consumer Satisfaction, *Journal of Marketing*, 60, pp.15-32
- R. L. Oliver(1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decision, *Journal of Marketing Research*, 17(september), pp.13-38
- R. L. Oliver. (1993). Cognitive Affrctive and Bases of the Satifacation Resoponse. *Journal of Consumer Research*. 20. pp.418-428.
- Sommerville, Arleen(1982). The Presearch Reference Interview : A Step by Step Guilde. *Data Base*, 5, p34
- T. W. Whipple, & S. V. Thach, (1988) 'Group Tour Management: Does Good Service Produce atisfied Customers?', *Journal of Travel Research*, 27(2): 16 - 21.

### 3. 기타문헌

제주특별자치도 세계자연유산관리단 보도자료

문화관광체육부 보도자료

유네스코 홈페이지

거문오름 홈페이지

# 설 문 지

안녕하십니까,  
 ‘거문 오름 관광지에서 해설사의 커뮤니케이션이 관광 후 평가에 관한 연구’  
 를 위한 설문조사를 하고자 합니다.  
 설문지를 통하여 얻어진 귀하의 소중한 의견은 본 연구에 귀중한 자료가 될  
 것입니다.  
 그리고 귀하의 응답 자료는 무기명으로 처리되며, 순수 통계 처리 이외의 목적  
 으로는 사용되지 않을 것임을 밝혀 드립니다. 귀하의 협조에 감사드립니다.

2012. 9

**지도교수** : 제주대학교 관광경영학과 서용건  
**연구자** : 제주대학교 대학원 관광경영학과 석사과정 김세미  
**연락처** : 010.3789.5002 / E-mail : [semi1017@naver.com](mailto:semi1017@naver.com)

**언어적 커뮤니케이션**      의미전달의 수단으로 글이나 단어 및 기호를 상징하며, 일정한 규칙  
 으로 연결된 문장, 문법을 통해 자신의 생각이나 느낌을 전달함.

**비언어적 커뮤니케이션**      언어를 매개로 하지 않는 모든 형태의 소통을 의미하며, 언어적  
 커뮤니케이션의 보조수단.  
 외모를 통해서 전달되는 정보를 말하며, 체격, 의상, 악세사리 등  
 몸의 움직임(제스처), 얼굴표정, 접촉, 신체언어, 눈의 움직임 등  
 언어자체는 아니지만 음색, 어조, 크기, 말의 속도, 말버릇 등  
 시간이나 공간상의 위치가 어떠한 의미를 내포함.

1. 거문오름 방문 전 세계자연유산등재를 알고 있었습니까?	① 모르고 있었다		② 알고 있었다		
2. 거문오름 방문 전 거문오름에 대해 얼마나 알고 있었습니까?	전혀 몰랐다	몰랐다	보통이다	알았다	많이 알았다
	①	②	③	④	⑤

◆ 다음은 해설사가 제공할 때에 언어적 커뮤니케이션에 대한 질문입니다. 각 항목에 대해 귀하의 생각과 일치하는 곳이나 가장 유사한 곳에 표시(V)해 주십시오.

언어적 커뮤니케이션	전혀 아니다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
해설사는 이해하기 쉬운 언어로 해설을 하였다.	①	②	③	④	⑤
해설사는 구체적인 단어로 해설을 하였다.	①	②	③	④	⑤
해설사는 명확한 문장으로 해설을 하였다.	①	②	③	④	⑤
해설사가 설명하는 의미를 이해 할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
해설 대상에 대한 해설의 의미를 쉽게 파악할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤

◆ 다음은 해설사가 제공할 때에 비언어적 커뮤니케이션에 대한 질문입니다. 각 항목에 대해 귀하의 생각과 일치하는 곳이나 가장 유사한 곳에 표시(V)해 주십시오.

비언어적 커뮤니케이션 - 신체외형-	전혀 아니다	그렇지 않다	보통이 다	그렇다	매우 그렇다
해설사의 모습, 착용한 의복을 보고 해설사라는 것을 알 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
해설사의 복장은 단정하였다.	①	②	③	④	⑤
해설사의 외모는 호감이 가는 외모다.	①	②	③	④	⑤
해설사가 착용한 악세사리(시계, 해설사 배지 등)는 해설하는데 깔끔하였다.	①	②	③	④	⑤
해설사는 해설을 할 때 손으로 해설 대상을 지시하면서 해설을 하였다.	①	②	③	④	⑤
해설사는 해설을 할 때 밝은 표정으로 해설을 하였다.	①	②	③	④	⑤
해설사는 해설을 할 때 나와 눈을 맞추면서 해설을 하였다.	①	②	③	④	⑤
해설사는 해설을 할 때, 바른 자세를 유지하면서 해설을 하였다.	①	②	③	④	⑤
해설사는 해설대상과 적절한 거리에서 해설을 하였다.	①	②	③	④	⑤
해설대상에 대한 해설의 시간은 적당하였다.	①	②	③	④	⑤
해설사는 해설이 잘 들리는 위치에서 해설을 하였다.	①	②	③	④	⑤
해설사는 나와 편안한 거리를 유지하면서 해설을 하였다.	①	②	③	④	⑤
해설을 할 때 해설사의 말습관(어.../에.../음.../ 침묵 등)을 느낄 수 있었다	①	②	③	④	⑤
해설사는 상징적 소리(감탄사, 의성어, 의태어 등)를 내면서 해설을 하였다.	①	②	③	④	⑤
해설사는 해설을 할 때 정확한 발음과 적당한 음량의 크기로 해설을 하였다.	①	②	③	④	⑤
내가 해설사의 해설에 호응(아~,아하!,네. 등)을 할 때, 나의 호응에 응답했다	①	②	③	④	⑤

◆ 다음은 해설에 대하여 귀하가 느낀 관광 후 평가에 관련된 질문입니다. 각 항목에 대해 귀하의 생각과 일치하는 곳이나 가장 유사한 곳에 표시(V)해 주십시오.

관광 후 평가 - 해설 만족 -	전혀 아니다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
나는 해설사의 해설은 내가 기대한 것보다 만족한다.	①	②	③	④	⑤
해설사의 해설은 내가 투자할 가치(시간, 비용 등)가 있었다.	①	②	③	④	⑤
나는 해설사의 해설을 들은 것은 잘한 결정이다.	①	②	③	④	⑤
나는 해설사의 해설에 대해 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤

관광 후 평가 ◆ 거문오름 만족	전혀 아니다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
거문오름은 내가 기대한 것보다 만족한다.	①	②	③	④	⑤
거문오름은 내가 투자할 가치(비용, 시간 등)가 있었다.	①	②	③	④	⑤
거문오름 탐방은 잘한 결정 이었다.	①	②	③	④	⑤
거문오름에 대해 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤

관광 후 평가 - 행동의도 -	전혀 아니다	그렇지 않다	보통이 다	그렇다	매우 그렇다
나는 거문오름 해설에 대하여 주변사람들에게 긍정적으로 이야기할 것이다.	①	②	③	④	⑤
나는 거문오름해설을 지인에게 추천 할 것이다.	①	②	③	④	⑤
나는 거문오름을 재방문 할 것이다.	①	②	③	④	⑤
나는 거문오름을 재방문한다면 또 해설을 이용하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
나는 거문오름을 지인들에게 긍정적으로 추천 할 것이다.	①	②	③	④	⑤

◆ 거문오름 방문에 관련된 질문입니다.

해설사 성별	① 남자      ② 여자	거문오름 방문횟수	① 첫 방문 ② (      )회
동행인	① 혼자   ② 가족·친척   ③ 친구   ④ 친목단체 ⑤ 연인   ⑥ 직장동료   ⑦ 기타		
방문목적	① 교육                      ② 휴양                      ③ 관람                      ④ 지인과 즐거운 시간 ⑤ 여가(레저·트레킹 등)   ⑥ 새로운 경험                      ⑦ 기타		

◆ 다음은 귀하의 일반적 특성에 관련된 질문입니다.

나의 성별	① 남자 ② 여자	학력	① 중학교졸업이하    ② 고등학교 졸업 ③ 대학재학/졸업    ④ 대학원 재학/졸업
연령	① 10대    ② 20대    ③ 30대    ④ 40대    ⑤ 50대    ⑥ 60대 이상		
직업	① 주부    ② 자영업    ③ 사무/전문직    ④ 판매/서비스    ⑤ 공무원 ⑥ 생산직    ⑦ 학생    ⑧ 기타 :		
거주지	① 제주도    ② 서울    ③ 경기    ④ 충청도    ⑤ 전라도    ⑥ 경상도 ⑦ 강원도    ⑧ 기타 :		
월평균 가계소득	① 100만원 미만    ② 100만원~199만원    ③ 200만원~299만원 ④ 300만원~399만원    ⑤ 400만원 이상		

1.지금까지 관광지에서 해설사에게 해설을 받은 경험이 있습니까?	① 오늘처음    ② (        ) 회				
2.거문오름 해설을 들은 후 거문오름에 대해 얼마나 알게 되었습니까?	전혀 모른다	모른다	보통이다	안다	많이 안다
	①	②	③	④	⑤

거문오름 탐방을 했을 때 불편 사항이나, 개선해야할 점 등을  
작성해주세요.

☺ 설문에 응답해주셔서 감사합니다. ☺

## Abstract

# The Effect of Interpreter's Communication on Visitor's Satisfaction in Natural Heritage - Focused on Geomunorem -

Se-Mi Kim

Department of Tourism Management

The Graduate School of Jeju National University

Supervised by Professor Young-Kun Suh

This study examines the degree to which the interpreter's communication has effect on visitor's satisfaction in World Natural Heritage. Already, there are some of the article communication in service marketing, broadcasting and medical service. However, this cannot be said for the tourism industry.

There are few article in tourism industry about communication. Almost study can be said for the visitor's satisfaction, interpretation or tourism resource in World Cultural Heritage. Then there are few researches to focus on the effects for interpretation concern is with investigating influences of interpretation to apply with tourist satisfaction by constructing attributes for tourism product to measure service quality.

This is research about the effect of interpreter's communication on visitor's satisfaction on World Natural Heritage the Geomunorem. The purpose of this study is to examine the effect of interpreter's communication of visitors on tour satisfaction in the Ggeomunorem.

The accomplish the objectives of this study, the theoretical reviews and empirical analysis were carried out together. The data collection of this study was performed at the World Heritage Geomunorem during September, 2012.

Research data were collected from 280 respondents by a simple random sampling method. A total of 258 usable questionnaires were finally used for empirical analysis. Frequency analysis, factor analysis, regression analysis were usee for the statistical analysis.

Findings of the study are that the dimension of the interpreter's communication, such as verbal, kinesics, proxemics(chronemics), physical appearance and para-language, have significant effect on visitor's satisfaction with the Geomunorem.