관광연구논총 제34권 제2호 (통권 71) pp. 53~69
https://doi.org/10.21581/jts.2022.5.34.2.53 한양대학교 관광연구소 2022. 5

다크투어리즘 동기에 관한 연구*

- 봉하마을 방문자를 대상으로 -

An Empirical Study on Dark Tourist Motivation : Focused on Bongha Village

김혜원** · 심창섭***

Kim, Hye-Won · Shim, Chang-Sup

Abstract : This study aims to analyze Bongha village, a hometown of former South Korean president Roh Moo-hyun, from the perspective of dark tourism. This study emploed push and pull motivations, which have long been discussed in tourism studies, to understand why people visit the village. To identify and validate push and pull motivations, we interviewed 17 visitors to identify their motivations and conducted survey with 275 individuals who have visited there. The results show that the push motivations include support/interest, relax/introspection and curiosity/direct experience while the pull motivations include symbolic value and objective attractiveness. This study presents the specific structure of dark tourist motivation and can be used as basic information for helping researchers and businesses in the area of dark tourism by showing how dark tourism is different from traditional type of tourism.

Keywords : Dark tourism, Tourist motivation, Pull motivation, Push motivation, Bongha Village

국문요지 : 본 연구는 故 노무현 대통령의 고향이자 묘소가 위치한 봉하마을을 연구의 공간적 배경으로 다크투어리즘의 시각에서 분석하고자 하였다. 관광연구에서 오랫동안 사용되어 왔던 Push/Pull 관광동기를 연구의 분석틀로 설정하고 다크투어리즘 관광동기에 대한 문헌연구, 봉하마을 방문경험이 있는 17명에 대한 심층면접 및 275명에 대한 설문조사 및 분석을 결합하여 다크투어리즘 목적지로서 봉하마을의 방문자의 관광동기를 도출하였다. 본 연구의 주요 결과는 다음과 같다. 첫째, 다크투어리즘 관점에서 관광객들을 봉하마을로 여행을 떠나게 만드는 Push동기는 지지와 관심, 휴식과 사색, 호기심과 직접경험의 3가지로 나타났다.

* 이 논문은 2020년도 가천대학교 교내연구비 지원에 의한 결과임 (GCU-202002620001)
** 가천대학교 일반대학원 관광경영학과 석사과정, 주저자. e-mail: 1970312@naver.com
*** 가천대학교 관광경영학과 부교수, 교신저자. e-mail: cshim@gachon.ac.kr

둘째, 다크투어리즘 관점에서 봉하마을이 관광객들을 방문하게 만드는 Pull동기는 상징적 가치, 객관적 매력의 2가지로 나타났다. 학술적 측면에서 본 연구는 그동안 Push/Pull동기의 측면에서 체계적으로 구분되지 못한 다크투어리즘의 동기를 정성적, 정량적 방법을 통합하여 도출했다는 의의를 지닌다. 실무적 측면에서 본 연구는 다크투어리즘이 관광산업이 지금까지 주로 다뤄 온 전통적인 관광과는 관광의 대상과 방식에 있어 어떤 차이를 갖는지를 보여줌으로써 향후 다크투어리즘의 산업적 발전을 위한 기초자료로 활용이 가능하다.

열쇠말 : 다크투어리즘, 관광동기, Push동기, Pull동기, 봉하마을

I. 서 론

최근 관광이 현대인의 삶의 필수적 활동으로 자리잡으면서 관광의 총량이 늘어남과 동시에 관광의 목적과 대상도 다변화되고 있다. 관광의 목적은 위락이나 교육뿐만 아니라 웰니스, 맛집탐방, 사진촬영, 정보탐색, 취미활동 등 세분화되고 있으며 이에 따라 관광객이 찾는 관광대상도 자연경관이나 역사유적뿐만이 아니라 기존에 관광대상으로 생각되지 않은 우리 주변의 모든 장소가 관광목적으로 활용되는 소위 “Everything is tourism” (Munt, 1994) 현상이 일어나고 있다. 관광의 범위가 확장되면서 관광산업의 측면에서 새로운 시장과 상품에 대한 잠재력이 기대되는 동시에 전통적인 관광을 대상으로 축적되어 온 기존의 관광이론으로 설명하기 어려운 새로운 유형과 방식의 관광목적지 및 관광활동의 등장은 관광연구자들에게 새로운 도전으로 받아들여지고 있다(민웅기, 2009; 조광익·심창섭, 2019). 즉 관광의 목적과 대상이 확장되는 과정에서 관광의 개념적 정의에 대한 논의도 계속 요구되고 있다.

새롭게 등장하고 있는 다양한 관광의 유형 가운데 재난, 전쟁, 죽음 등과 관련된 장소를 방문하는 관광을 일컫는 다크투어리즘(Dark tourism)은 최근 변화하는 관광의 개념을 잘 보여주는 현상 중 하나라고 할 수 있다. 특정 장소를 다크투어리즘 목적지로 명확하게 구분하는 것은 어렵지만 대표적인 다크투어리즘 목적지로 인식되고 있는 미국 뉴욕의 Ground Zero의 경우 2018년 기준 연간 약 600만 명이 방문하고 있으며, 폴란드 아우슈비츠의 경우 2019년까지 연간 약 200만 명이 방문하고 있는 것으로 나타났다. 국내의 대표적 다크투어리즘 관련 장소인 서대문 형무소 역시 연간 약 70만 명이 찾고 있으며 제주 4.3 평화공원은 연간 약 40만 명이 방문하는 등 다크투어리즘은 관광시장에서 중요한 관광유형으로 자리 잡아가고 있다. 지금까지 위락이나 재미 등 밝은 측면이 관광의 핵심요소로 인식되어 온 점을 고려할 때 비극이나 슬픔 등 어두운 측면이 관광의 대상이 되고 사색이나 자아성찰 등의 경험이 중심이 되는 다크투어리즘은 관광연구자들에게 큰 관심을 받고 있다(심창섭·정철, 2015; Farmaki, 2013; Lenon & Foley, 2000)

다크투어리즘을 이해하기 위해 관광연구자들은 사례 등을 바탕으로 개념연구를 진행하기도 하였고(조광익·한숙영, 2010; Iliev, 2021; Martini & Buda, 2020; Stone & Sharpley, 2008; Stone, 2012; Podoshen, 2013) 정성적 접근, 정량적 접근을 활용하여 관광동기, 진정성, 감정, 시장 세분화 등의 연구를 진행해 오고 있다(심창섭·정철, 2015; 조아라, 2013; Sun & Lv, 2021). 특히 많은 연구자들은 관광연구에서 특정 관광의 유형을 탐색적 차원에서 이해하기 위해 주로 활용되는 관광동기(Tourist motivation)의 측면에서 다크투어리즘을 이해하고자 하였으며 교육, 추모, 성찰 등의 관광동기를 도출하였다(박서현·이민경·정지연, 2021; 이후석, 2012; 장혜원·김태훈·정철, 2011; Ryan & Kohli, 2006; Yan, Zhang, Zhang & Guo, 2016). 그러나 관광시장은 수요의 측면과 공급의 측면으로 구분될 수 있어 관광동기 역시 개인이 관

광을 떠나게 만드는 동기인 Push동기(추진동기)와 특정 관광목적지로 이끄는 동기인 Pull동기(유인동기)로 구분할 수 있는데 다크투어리즘 관련 선행연구에서는 Push/Pull동기에 대한 체계적인 분석이 이루어지지 못하고 있다. 따라서 지금까지의 선행연구에서 도출된 다크투어리즘의 여러가지 관광동기를 포함하여 다크투어리즘의 Push/Pull동기를 종합적으로 정리하는 것은 향후 다크투어리즘 연구를 위한 필수적 과정으로 판단된다.

다크투어리즘의 Push/Pull동기를 도출하는 것을 목적으로 하는 본 연구는 경남 김해의 봉하마을의 방문자를 대상으로 진행되었다. 봉하마을은 故노무현 대통령의 생가 및 묘소가 있는 장소이며 2009년 5월 그의 비극적 죽음 이후 이 장소를 찾는 방문자들의 동기를 고려할 때 다크투어리즘의 성격에 잘 부합하는 장소로 판단되었다. 본 연구에서는 지금까지 다크투어리즘의 동기와 관련되어 수행된 선행연구를 살펴보고 이를 바탕으로 봉하마을을 방문한 경험이 있는 관광객에 대한 정성적, 정량적 분석을 차례로 실시하여 유효한 Push/Pull동기를 도출하였다. 본 연구의 결과는 향후 늘어날 것으로 예상되는 다크투어리즘 현상의 학술적 의미를 이해하고 관광산업에 다크투어리즘 시장에 대한 실무적 시사점을 제시할 것으로 기대된다.

II. 이론적 고찰

1. 다크투어리즘

다크투어리즘은 죽음, 재난, 잔혹행위, 비극 등과 관련된 장소를 방문하는 것으로 정의되며(Lennon & Foley, 1996) 정확한 추산은 어렵지만 주요 다크투어리즘 목적지의 방문자 수가 지속적으로 늘어나는 등 최근 관광시장에서 빠른 성장세를 보이고 있다(Light, 2017). 다크투어리즘이라는 용어를 처음 제시한 Foley and Lennon(1996)은 다크투어리즘을 '후기근대세계의 환경이 빚어낸 산물'이라고 표현하면서 죽음에 대한 막연한 두려움보다는 객관화되고 상품화되는 현상으로 설명하고 있다. '죽음'과 관련된 장소를 방문하는 행위는 순례나 참배 등 관광의 역사 초기부터 등장하고 있으나 그동안은 유산관광이나 역사관광과 크게 구분이 되지 않은 채 접근되어 왔다. 그러나 전쟁유적, 재난장소, 학살장소, 유명인의 무덤 등 관련된 관광의 대상과 방식이 확장되면서 연구자와 산업의 관심이 늘어나고 있으며 다크투어리즘이라는 새로운 유형으로 접근되고 있다(Iliev, 2021; Martini & Buda, 2020).

다크투어리즘과 관련된 다양한 연구가 진행되고 있지만 Stone and Sharpley(2008), Stone(2012) 등에 의해 제시된 죽음학적 관점(Thanatological perspective)은 다크투어리즘이 다른 기존의 관광유형과 구분되는 특징을 잘 보여준다. 이 관점에서 다크투어리즘은 직

접적 또는 상징적으로 죽음과 직면하고자 하는 욕구에서 관련 장소를 여행하는 것으로 정의되며, 다크투어리즘이라는 현상이 발생하는 데에는 '죽음'이 중요한 비중을 차지한다고 본다. 이 관점에 따르면 다크투어리즘은 누구에게나 두려움의 대상인 '죽음'을 객관적인 거리에서 경험하고 사색할 기회를 부여함으로써 그동안 개인의 일상과는 동떨어져 있던 '죽음'을 현실 위로 가져오는 행위이다. 다크투어리즘을 통해 개인은 '죽음'에 대해 스스로의 의미를 재정립하고 존재론적 안정감을 획득하게 된다고 설명된다. 이런 관점에서 다크투어리즘은 대중관광의 시대를 넘어 자기성찰과 자아실현 등 관광의 실존적 측면이 부각되는 현대관광의 특징을 잘 보여주는 현상으로 이해될 수 있다.

위와 같은 다크투어리즘에 대한 포스트모던적 접근에 대해서는 비판적인 시각도 존재하고 있다. 예를들어 Light(2017)은 포스트모던적 시각은 소위 다크투어리즘 목적지로 분류되는 곳을 방문하는 관광객 개인의 동기나 경험에 대해 충분한 설명을 하지 못하고 있으며 이에 따라 해당 관광목적지의 실제 운영에 대한 실무적 시사점을 제공하지 못하고 있다고 평가한다. 또한 다크투어리즘이라는 용어가 처음 등장한 이후에도 다크투어리즘의 정의는 지속적으로 확장되고 있는 상황에서 다크투어리즘을 포괄적인 한 유형의 관광으로 규정짓는 것이 무의미하며 일부 연구자들은 잔혹관광(Atrocity tourism), 병적관광(Morbid tourism), 트라우마관광(Trauma tourism) 등의 개념을 제시하며 다양한 관점으로 설명해오고 있다(Iliev, 2021).

2. 다크투어리즘 동기

동기(Motivation)는 인간이 특정 방식으로 행동하도록 만드는 힘이자 과정으로 사회과학에서는 인간의 행동을 이해하기 위한 핵심 개념으로 많은 연구자들의 관심을 받고 있다. 관광학에서도 동기는 관광객의 행동을 설명하는 과정에 필수적으로 논의되는 개념이며 인간이 왜 관광이라는 행동을 하는가와 같은 근원적 질문부터 특정 관광목적지나 관광활동을 찾는 이유를 이해하기 위한 틀로서 많이 적용되고 있다(이려정·김병용, 2014; 최일선·김민수, 2021). 관광동기에 대해서 초기 연구자들은 Sunlust/Wanderlust(Gray, 1970), Allocentric/Psychocentric(Plog, 1974), 진정성(MacCannell, 1973) 등 보편적인 기제의 측면에서 설명해 왔으나 최근 들어 관광의 목적과 유형이 다양해지면서 보다 세부적인 관광동기를 찾는 방향으로 확장되고 있다. 특히 Crompton(1979) 이후 관광동기는 관광객이 평소의 일상을 벗어나 관광을 떠나는 내적 동기인 Push동기와 특정 관광지를 찾는 동기, 즉 관광목적지의 물리적, 사회문화적, 자연환경적 매력으로 볼 수 있는 Pull동기 구분되어 주로 설명되고 있다. Dean and Suhartanto(2019)는 Push동기를 관광객의 특정 관광활동의 목적이자 얻고자하는 이득으로 설명하고 있으며 Pull동기는 관광객의 Push동기와 일치되는 관광목적지의 실제적 매력으로 관광객을 사로잡는 요소라고 설명한다. 일반적으로 Push동기는 일탈, 휴식, 명성, 배움, 모험, 사교 등이 포함되며 Pull 동기는 문화유산, 자연경관, 음식, 쇼핑, 엔

터테인먼트 등이 포함된다(왕흔동·강형철·심창섭, 2019; 전명숙·하동현, 2015; Chen & Chen, 2011).

다크투어리즘의 동기를 이해하고자 하는 연구도 계속 진행되고 있다. 예를 들어 Ryan and Kohli(2006)은 뉴질랜드의 화산재난마을인 Te Wairoa의 방문자들의 동기를 안전, 편의성, 자연경관, 지식획득 등으로 구분했으며 Biran, Poria and Oren (2011)은 아우슈비츠 수용소 방문자의 다크투어리즘 동기를 분석해 확인하기, 교육, 유명장소방문, 감정적 유적경험 등을 도출하였고, Yan et al.(2017)은 중국의 베이촨 지진유적 방문자의 다크투어리즘 동기를 감정적 동기, 여가적 동기, 호기심 동기로 구분하였다. 국내 연구에도 박상현·이미순(2019)은 부산 UN평화공원 및 기념관 방문자의 다크투어리즘 동기를 교육적 동기, 일상탈출 동기, 추모의 동기, 장소 매력성 동기 등으로 구분하였으며, 김주연·최현주(2021)는 서대문형무소 역사관을 방문한 관광객의 다크투어리즘 동기를 탐구성, 역사성, 일탈과 자아성찰으로 구분하였고, 박서현 외(2021)은 제주 4·3 평화공원 방문자의 다크투어리즘 동기로 여가동기, 교육동기, 호기심동기로 도출하였다. 대부분의 연구에서 다크투어리즘의 동기를 Push/Pull동기로 구분하지는 않았으나 도출된 동기를 Push/Pull동기로 구분해보면 <표 1>과 같다.

<표 1> 다크투어리즘 동기

	세부요인	참고문헌
Push 동기	자아성찰	김주연·최현주(2021)
	추모	박상현·이미순(2019), 장애옥·최병길(2011), Dunkley *et al.* (2011), Walby & Piche(2011)
	교육, 지식획득	박서현 외(2021), 왕길·이승구(2018), 장혜원 외(2011), 주예진·남윤재(2018), Biran *et al.* (2011), Strange & Kempa(2003), Walby & Piche(2011)
	호기심, 확인하기	박서현 외(2021), Brian *et al.* (2011), Dunkley *et al.* (2011), Yan *et al.*(2017), Walby & Piche(2011)
	일탈, 여가	김주연·최현주(2021), 박서현 외(2021), 장애옥·최병길(2011), 장혜원 외(2011), Ryan & Kohli(2006), Strange & Kempa(2003), Yan *et al.*(2017)
	감정경험	Biran *et al.* (2011), Yan *et al.*(2017)
	유명장소 방문	왕길·이승구(2018), Biran *et al.* (2011)
Pull 동기	여가매력	왕길·이승구(2018), 장애옥·최병길(2011), 장혜원 외(2011), 주예진·남윤재(2018)
	안전 및 편의	Dunkley *et al.* (2011), Ryan & Kohli(2006)

III. 연구 방법

1. 연구대상지

본 연구의 대상지인 봉하마을은 경상남도 김해시 진영읍 본산리 일대에 위치하고 있으며 단감과 벼농사를 주로 하는 전형적인 농촌마을인 동시에 故 노무현 대통령의 고향이자 퇴임 후 거주한 사저, 서거 장소, 묘소가 위치하고 있는 장소이다. 노대통령은 이 마을에서 출행해 고교 입학 전까지 성장하였으며 대통령 임기를 마친 2008년 다시 이 마을로 돌아와 거주하였다. 그러나 2009년 비극적인 죽음 이후 그를 애도하는 추모객 및 관광객이 지속적으로 찾고 있는 관광명소로 자리매김하였다. 현재 봉하마을에는 복원된 생가, 대통령의 집, 대통령의 길, 묘역, 추모의 집, 야외전시장, 기념품점 등이 위치하고 있다. 노대통령이 서거한 2009년 한해에만 약 127만 명이 방문하는 등 연평균 약 70만 명이 방문하고 있다. 코로나19 이전인 2019년에는 약 57만 명이 방문한 것으로 나타났으나 코로나19가 발생한 후 2020년에는 약 18만 명으로 감소하였다(문화체육관광부, 2021).

2. 연구의 절차

본 연구는 다크투어리즘 목적지로서 봉하마을 방문자들의 관광동기를 Push/Pull동기의 차원으로 도출하는 것을 목적으로 실증분석은 정성적 단계(Phase I)와 정량적 단계(Phase II)의 두 단계로 구분되어 진행되었다. 정성적·정량적 접근을 통합해 연구목적을 달성하는 통합적 연구방법론(Mixed methods approach)의 관점에서 두 방법론의 장·단점을 상호보완적으로 활용하고자 하였다.

Phase I에서는 봉하마을 방문한 경험이 있는 만 18세 이상 성인 17명에 대한 면접조사를 실시하였다. 면접조사는 2018년 7~8월에 거쳐 봉하마을 현장 및 방문경험자에 대한 대면·전화면접이 병행되었으며 면접은 약 20~60분 가량 소요되었다. 면접조사는 연구자가 직접 진행하였으며 선행연구 검토를 바탕으로 준비된 질문리스트를 기초로 진행하되 자유로운 대화를 통해 이들의 방문동기와 관련된 진술을 확보하였다. 수집된 면접자료는 전사를 거쳐 Dey(1993), Elo and Kynas(2008) 등이 제시한 정성적 자료의 분석절차를 따라 Push/Pull동기로 구분된 세부요인으로 도출되었다.

Phase II에서는 앞선 단계에서 도출된 Push/Pull동기의 세부요인에 대하여 Yoon and Uysal(2005), Huang and Hsu(20009) 등을 참고하여 문항을 도출하고 설문지를 구성하였다. Push동기 12문항 Pull동기 12문항, 인구통계적 특성 4문항 등 총 28문항으로 구성된 설문지를 활용하였으며 2019년 1~4월에 거쳐 숙련된 조사원에 의한 봉하마을 현장설문(43부)과 전문조사업체를 활용한 온라인 설문(232부)을 병행하여 총 275부의 설문지가 최종적

으로 수집되었다. 수집된 자료는 탐색적 요인분석을 통해 일부 문항이 제거되었으며 확인적 요인분석을 통해 최종적인 다크투어리즘의 Push/Pull동기를 구성하는 세부요인이 유효화되었다.

IV. 분석 결과

1. Phase I : 정성적 분석

<표 2> 정성적 분석 결과

구분	세부요인	주요 면접 내용
Push동기	내적 불안 해소	“이렇게 정신없이 사는 게 맞는지 생각해보고 싶었어요” “요즘 고민도 많고 해서 어디 갈까 하다가”
	직접 경험 욕구	“한 번쯤은 꼭 와봐야 한다고 생각했습니다” “사건이 일어난 장소인데 궁금하잖아요”
	가치관 표출	“그 분이 생각날 때마다 와요. 벌써 몇 번을 왔어요” “많은 사람들이 자꾸 가야지 더 좋아지죠”
Pull동기	객관적 진정성	“고인이 직접 살고 죽은 장소이고 묘소도 있고” “실제 노통의 발길이 닿은 곳이죠”
	상징적 의미	“우리 현대사의 많은 부분이 함축된 장소죠” “보통 일이 아니었죠. 지금도 가슴이 먹먹해요”
	여가적 매력	“TV에서 보고 분위기가 좋아 보여서” “아이들도 배울 내용이 많아요. 책보다 낫죠”

1) Push동기

면접조사 결과 면접참가자들이 일상을 떠나 봉하마을로 여행을 가게 된 Push동기는 내적 불안 해소, 직접 경험 욕구, 가치관 표출 등 3가지로 도출되었다.

첫 번째 Push동기는 ‘내적 불안 해소’이다. 면접참가자들은 대부분 도시에 거주하며 바쁜 일상을 보내고 살고 있으며 각자 현재 처한 상황과 역할에 따른 다양한 고민과 막연한 불안감을 직·간접적으로 언급했다. 일상 속에서 지칠 때마다 항상 여행을 떠나고 싶은 마음을 갖고 있었으며 여행이 각자의 고민과 불안을 완전히 해소해주지는 못할지라도 출발 전 설레임, 비일상적 경험, 추억회고 등을 통해 삶을 긍정적 방향으로 이끌게 된 경우가 많았다. 특히 봉하마을의 장소적 특성은 이들이 갖고 있는 내적 불안을 감소시키고 마음의 안식을 찾을 기회를 제공할 것이라는 기대를 갖게 만들었다고 할 수 있다.

두 번째 Push동기는 '직접 경험 욕구'이다. TV나 신문 등 대중미디어는 물론 인터넷 발달로 인한 다양한 온라인미디어 및 개인미디어의 등장은 누구나 쉽게 간접적으로 장소경험을 가능하게 하고 있다. 최근 AR/VR기술의 급성장까지 고려해 일각에서는 관광산업에 부정적 영향을 미칠 것으로 예상하기도 하였다. 그러나 본 연구의 면접참가자들의 경험에 따르면 이들 역시 봉하마을 방문 이전 다양한 미디어를 통해 봉하마을을 접한 것은 사실이나 오히려 간접적 경험이 봉하마을을 직접 방문해 경험하고자 하는 동기가 되었다고 진술한다. 정치적 성격을 배제할 수 없는 봉하마을의 특성상 각 미디어는 저마다 다른 관점으로 봉하마을을 보여주고 있어 관광객은 직접 방문을 통한 현장에서의 여러 인지적·정서적 경험을 통합적 장소경험을 원한다고 할 수 있다.

세 번째 Push동기는 '가치관 표출'이다. 개인이 여행을 하는 장소와 방식은 결코 우연한 결과물이 아니며 개인의 삶을 둘러싼 여러 조건으로부터 비롯된다. 즉 개인이 선택한 관광목적지는 그곳으로의 여행을 결정한 개인의 정체성과 가치관을 드러낸다고 볼 수 있다. 본 연구의 면접참가자들이 봉하마을을 방문하게 된 것은 故 노무현 대통령에 대한 정치적지지나 추모의 마음이 동기가 된 경우가 많았으며 방문 그 자체가 자신의 정치적 견해를 표출하는 것이며 봉하마을의 발전에 대한 무언의 지지라고 인식했다. 일부는 고인에 대한 호불호와 무관하게 정치 및 사회문제에 대한 높은 관심이 동기가 되기도 하였으며, 자녀와 동반해 다녀온 일부 참가자의 주 관심사는 자녀교육인 경우도 있었다.

2) Pull동기

면접조사 결과 면접참가자들이 여러 관광목적지 가운데 봉하마을을 방문하게 된 Pull동기는 객관적 진정성, 상징적 의미, 여가적 매력 등 3가지로 도출되었다.

첫 번째 Pull동기는 '객관적 진정성'이다. 봉하마을은 단순히 관광객을 위해 연출된 공간이 아닌 故 노무현 대통령이 실제 태어나서 성장하였고 퇴임 후 거주했으며 비극적 죽음의 실제 장소이자 현재는 묘소가 있는 '진짜' 장소이다. 관광객은 근원적으로 진정성(Authenticity)을 추구하는 존재로 설명되고 있다는 것을 고려할 때 봉하마을이 지나온 시간 속의 실제 사건들은 관광객을 봉하마을로 이끄는 뚜렷한 매력으로 역할을 하고 있음을 부인할 수 없다. 면접참가자들은 봉하마을에서 고인이 실제 이용했던 장소와 실제 사용한 물건 등을 관람할 수 있다는 사실을 방문의 중요한 동기로 인식하고 있었다.

두 번째 Pull동기는 '상징적 의미'이다. 봉하마을은 이미 우리나라 현대정치사를 설명하는데 있어 빼놓을 수 없는 장소가 되었으며 故 노무현 대통령과 정치적 견해를 같이 하는 정파나 지지자에게는 성지와 같은 신성한 장소로까지 인식되고 있다. 상당수가 고인에 대해 우호적인 태도를 갖고 있는 면접참가자들은 봉하마을을 한번이 아닌 여러차례 또는 정기적으로 방문하는 경우도 많았으며 이러한 행위는 상징적 의미를 지닌 장소로의 '순례(Pilgrimage)'와도 유사한 양상을 보인다. 봉하마을이 겪어온 시간과 사건 그리고 이것을 확대 재생산한 미

디어의 영향 등으로 인해 봉하마을은 동시대의 한국인들이 인생에 한 번은 방문할 필요가 있는 상징성을 통해 지속적으로 방문자들을 이끌게 된다.

세 번째 Pull동기는 '여가적 매력'이다. 모든 면접참가자들에게 있어 봉하마을 방문은 추모의 의미 어느정도 포함하고 있는 것이 틀림없지만 동시에 대부분은 본인의 봉하마을 방문을 관광활동으로 규정하고 있었다. 실제로 봉하마을은 장소의 성격상 위락적 측면이 직접적으로 부각하고 있지는 않지만 지속적으로 많은 방문자들이 찾는 곳으로 만들고자 하는 노력을 지속하고 있다. 방문자가 관심을 가질 수 있는 물품이나 사진의 전시, 흥미를 유발하는 구성, 교육적 가치가 있는 해설 등을 통해 기념공간이나 추모공간뿐만이 아닌 여가공간으로 발전해나가고 있다. 면접참가자들은 여가시간을 보내는 곳으로서도 봉하마을을 매력적인 곳으로 평가하고 있다.

2. Phase Ⅱ : 정량적 분석

1) 표본의 특성

설문조사 참여자의 인구통계적 특성을 분석한 결과 남자는 134명(48.7%) 여자는 141명(51.3%)으로 구성되었으며 연령은 20대가 47명(17.1%), 30대가 49명(17.8%), 40대가 56명(20.4%), 50대가 48명(17.5%), 60대가 39명(14.2%), 70대 이상이 36명(13.1%)으로 구성되었다. 학력은 고졸 이하가 98명(35.6%), 대학 재학/졸업이 147명(53.5%), 대학원 졸업 이상이 30명(10.9%)을 차지하였으며 가계소득은 200만원 미만이 76명(27.6%), 201~400만원이 97명(35.3%), 401~600만원이 85명(30.9%), 600만원 초과가 17명(6.2%)인 것으로 나타났다.

2) 탐색적 요인분석

봉하마을 방문동기와 관련된 Push동기 12문항 및 Pull동기 12문항에 대해 각각 탐색적 요인분석을 실시하였다. 주성분분석과 직교회전(Varimax) 방식을 적용하였다. 분석과정에서 요인적재량이 0.4 이하이거나 복수의 요인에 걸쳐 0.4 이상의 요인적재량을 보이는 항목은 제거되었다. 이에따라 Push동기에서 2문항, Pull동기에서 4문항이 제거되었다. Bartlett의 구형성 검정 결과 KMO값 및 χ^2 값을 통해 표본이 요인분석에 적합함이 확인되었다. Push동기의 경우 3개 요인이 추출되었으며 각각 지지와 관심, 휴식과 사색, 호기심과 직접경험으로 명명하였으며, Pull동기의 2개 요인이 추출되어 각각 상징적 가치, 객관적 매력으로 명명되었다. 각각의 요인에 대한 Cronbach α값은 모두 0.7을 상회하여 내적일관도에서 만족할 만한 수준을 보였다.

<표 3> Push동기의 탐색적 요인분석

요인	문항	적재량	고유값	신뢰도(α)
지지와 관심	고인을 추모하고 추억하기 위해	0.915	3.917	0.826
	이 장소의 발전에 기여하기 위해	0.861		
	나의 정치적 가치관에 부합해서	0.664		
휴식과 사색	바쁘고 복잡한 일상을 벗어나려고	0.792	1.529	0.814
	생각할 시간을 갖기 위해서	0.770		
	마음의 평안을 얻기 위해서	0.743		
	삶과 죽음을 생각해보기 위해	0.694		
호기심과 직접경험	직접 현장을 경험하고 싶어서	0.763	1.105	0.750
	미디어를 통해 접한 곳이 궁금해서	0.718		
	가보지 못한 곳에 대한 호기심에서	0.667		
KMO = 0.798 χ2 =855.098(p<0.001)				

<표 4> Pull동기의 탐색적 요인분석

요인	문항	적재량	고유값	신뢰도(α)
상징적 가치	정치적 의미가 있는 장소이므로	0.812	3.377	0.760
	고인의 가치가 반영된 곳이어서	0.804		
	큰 사건이 일어난 곳이므로	0.700		
	잘 알려진 유명한 장소이므로	0.624		
객관적 매력	고인 관련 장소와 유품이 있어서	0.873	1.442	0.758
	배울 수 있는 것이 많아서	0.786		
	볼거리와 즐길거리가 많아서	0.704		
	자연경관과 분위기가 좋아서	0.543		
KMO = 0.895 χ2 =2884.703(p<0.001)				

3) 확인적 요인분석

탐색적 요인분석을 통해 추출된 Push동기 3개 요인, Pull동기 2개요인의 타당도를 확인하기 위해 확인적 요인분석을 실시하였다. 최종모형은 총 5개의 요인, 18개 항목으로 모든 적합도 지수에서 만족할만한 수준을 보였다. 최종모형을 구성하는 각 요인의 집중타당도 및 판별타당도를 확인하기 위해 개념신뢰도(CR) 및 평균분산추출(AVE)를 계산한 결과 전 문항의 표준화계수가 0.7 이상이며 CR 및 AVE 모두 적정수준으로 타당도를 확보한 것으로 나타났다.

<표 4> 확인적 요인분석

요인	문항	요인적재치	CR	AVE
지지와 관심	고인을 추모하고 추억하기 위해	0.859	0.547	0.780
	이 장소의 발전에 기여하기 위해	0.732		
	나의 정치적 가치관에 부합해서	0.605		
휴식과 사색	바쁘고 복잡한 일상을 벗어나려고	0.884	0.557	0.828
	생각할 시간을 갖기 위해서	0.778		
	마음의 평안을 얻기 위해서	0.619		
	삶과 죽음을 생각해보기 위해	0.658		
호기심과 직접경험	직접 현장을 경험하고 싶어서	0.855	0.560	0.789
	미디어를 통해 접한 곳이 궁금해서	0.748		
	가보지 못한 곳에 대한 호기심에서	0.623		
상징적 가치	정치적 의미가 있는 장소이므로	0.864	0.529	0.816
	고인의 가치가 반영된 곳이어서	0.728		
	큰 사건이 일어난 곳이므로	0.678		
	잘 알려진 유명한 장소이므로	0.617		
객관적 매력	고인 관련 장소와 유품이 있어서	0.855	0.540	0.823
	배울 수 있는 것이 많아서	0.700		
	볼거리와 즐길거리가 많아서	0.691		
	자연경관과 분위기가 좋아서	0.679		

Index	CMIN/DF	RMR	GFI	NFI	IFI	RFI	TLI	CFI	RMSEA
값	2.319	0.045	0.869	0.868	0.925	0.843	0.902	0.921	0.055
기준	P<0.05	<0.05	>0.8	>0.8	>0.9	>0.8	>0.9	>0.9	<0.08

V. 논의 및 결론

최근 관광의 영역이 갈수록 확장되고 있는 가운데 다크투어리즘은 관광의 대상이나 방식에 있어 전통적인 관광과는 상당한 차이를 갖고 있는 것으로 인식되고 있다(Podoshen, 2013). 여전히 이론적으로나 실무적으로 다크투어리즘의 명확한 정의는 부족한 상황이지만 다크투어리즘의 성격을 포함하고 있는 관광현상이 점점 늘어나고 있으며 학술적, 산업적 관심도 점차 높아지고 있다. 이런 상황에서 본 연구는 故 노무현대통령의 고향이자 묘소가 위치한 경남 봉하마을을 연구의 공간적 배경으로 다크투어리즘의 시각에서 분석하고자 하였다. 관광연구에서 오랫동안 사용되어 왔던 Push/Pull 관광동기를 연구의 분석틀로 설정하고 정성적 관점의 심층면접과 정량적 관점의 설문조사 및 분석을 결합하여 다크투어리즘 목적

지로서 봉하마을의 방문자의 동기를 도출하였다. 본 연구의 주요 결과는 다음과 같다.

첫째, 다크투어리즘 관점에서 관광객들을 봉하마을로 여행을 떠나게 만드는 Push동기는 지지와 관심, 휴식과 사색, 호기심과 직접경험의 3가지로 나타났다. 아직 역사적 판단이 명확히 이루어지지 않은 현대사의 중요한 공간이기도 한 봉하마을을 방문하는 많은 사람들은 고인의 정치적 지지자인 경우가 많으며 방문을 통해 추모와 회상, 정치적 의사표명을 하고자 하는 동기를 갖고 있는 것으로 나타났다. 그리고 방문자들은 여러 경로를 통해 봉하마을에 대해 잘 알고 있었으나 기회가 생기면 직접 현장을 방문해서 타인의 시각을 통한 간접적 경험이 아닌 스스로 직접 궁금했던 것을 확인하고 싶은 동기를 갖고 있는 것으로 나타났다. 또한 유명인의 삶과 죽음이 동시에 일어난 봉하마을의 독특한 장소성은 삶에 대한 깊은 고민이 필요한 방문자에게 휴식과 사색의 동기를 야기하고 있는 것으로 보인다.

둘째, 다크투어리즘 관점에서 봉하마을이 관광객들을 방문하게 만드는 Pull동기는 상징적 가치, 객관적 매력의 2가지로 나타났다. 전형적인 농촌마을인 봉하마을이 관광목적지로 많은 사람들의 방문을 이끌어낼 수 있었던 것은 대통령의 고향마을이자 모두를 충격에 빠뜨린 죽음의 장소이며 현재 고인이 잠들어 있는 묘소가 위치하고 있다는 상징성이라는 사실은 조사 결과에도 그대로 나타났다. 그러나 동시에 연구결과에 따르면 봉하마을은 상징적 의미뿐만 아니라 일부러 시간과 비용을 들여 봉하마을을 방문한 사람들이 여가시간을 보람차게 보낼 수 있도록 다양한 노력을 펼치고 있으며 방문을 통해 경험이 가능한 재미, 배움, 경관 등이 다른 관광목적지와도 경쟁할 수 있는 객관적 매력으로 인식되고 있는 것으로 나타났다.

이와 같은 결과를 바탕으로 다음과 같은 학술적, 실무적 시사점이 도출된다. 학술적 측면에서 본 연구는 그동안 Push/Pull동기의 측면에서 체계적으로 구분되지 못한 다크투어리즘의 동기를 정성적, 정량적 방법을 통합하여 도출했다는 의의를 지닌다. 특히 본 연구에서 도출된 Push동기(지지와 관심, 휴식과 사색, 호기심과 직접경험), Pull동기(상징적 가치, 객관적 매력)을 살펴보면 관광의 다양한 세부동기 가운데 다크투어리즘의 동기가 어떤 위치에 있는지 이해하는데 도움이 될 수 있다. 특히 그동안의 다크투어리즘 연구가 많은 병폐를 갖고 있는 현대사회를 살고 있는 주체로서 관광객의 측면, 즉 수요측면에서 주로 접근되었다면 본 연구에서 제시된 새로운 Pull동기의 도출은 제한적이지만 다크투어리즘 목적지의 공급측면에서 보다 많은 학술적 접근이 필요하다는 것을 보여준다.

실무적 측면에서 본 연구는 다크투어리즘이 관광산업에서 지금까지 주로 다뤄 온 전통적인 관광과는 관광의 대상과 방식에 있어 어떤 차이를 갖는지를 보여줌으로써 향후 다크투어리즘의 산업적 발전을 위한 기초자료로 활용이 가능하다. 예컨대, 다크투어리즘의 동기로 본 연구에서 도출된 개념 가운데 사색, 직접경험, 상징성 등은 도시화, 미디어 발달, 이미지 소비 등 현대사회의 특징을 잘 보여주는 개념으로 향후 관광개발, 상품화, 홍보마케팅 등의 과정에서 반영될 수 있다.또한 다크투어리즘의 독특한 성격에도 불구하고 휴식, 호기심, 객관적 매력 등 기존의 관광연구에서 보편적으로 등장한 개념 역시 포함되어 있어 다크투어리즘 목적지 역시 기본적으로 갖추어야 할 관광수용태세가 필요할 수 있다는 것도 보여준다. 본

연구의 대상지인 봉하마을이 지속가능한 관광목적지로 발전하기 위해서는 전통적인 관광개발의 틀을 뛰어넘어 본 연구의 결과를 비롯한 다크투어리즘의 특수성을 고려하는 것이 요구된다고 보여진다.

이와 같은 흥미로운 연구결과와 시사점에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계를 갖는다. 우선 다크투어리즘이 아직 개념적 합의가 부족한 상황에서 본 연구의 대상인 봉하마을을 다크투어리즘 목적지로 분류할 수 있는지에 대해 이견이 있을 수 있다. 다만 본 연구에서는 다크투어리즘을 명확한 경계가 있는 관광유형으로 이해하기보다는 새로운 관광의 흐름으로 전제하였고 본 연구의 결과의 일반화가 목적이기보다는 다크투어리즘의 이해를 높이는 데 기여할 수 있을 것으로 판단하였다. 또한 정치적 성격을 지니기 쉬운 봉하마을 등 다크투어리즘 목적지의 특성상 연구의 수행 과정에서 해당 장소를 바라보는 연구자의 관점이 상당 부분 반영될 수 밖에 없는 한계를 지닌다. 다크투어리즘 분야의 특성상 향후 보다 다양한 관점의 연구자가 여러 방법론을 활용하여 봉하마을을 비롯한 다양한 다크투어리즘 목적지에 대한 분석을 진행하는 것이 더욱 요구된다.

▌참고문헌

김주연 · 최현주(2021). 다크투어리즘 방문동기가 진정성, 감정, 만족 및 태도변화에 미치는 영향: 서대문형무소역사관을 중심으로.『한국콘텐츠학회논문지』, 21(3), 194-204.

문화체육관광부(2021).『주요관광지점 입장객통계』. 세종: 문화체육관광부.

민웅기(2009). 일상생활의 미학화와 관광의 상징적 가치.『관광연구논총』, 21(1), 51-70.

박상현 · 이미순(2019). 다크투어리즘 관광객의 선택속성과 방문동기가 관광지 만족도와 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구 : 부산 UN평화공원 및 기념관을 중심으로.『관광레저연구』, 31(4), 5-24.

박서현 · 이민경 · 정지연(2021). 다크투어리즘 방문 동기가 방문객의 경험, 정서 및 인지적 효과, 행동 의도에 미치는 영향 분석 : 제주 4·3 평화공원 방문객을 중심으로.『관광연구논총』, 33(1), 169-193.

심창섭 · 정철(2015). 다크투어리즘과 죽음 : 봉하마을 관광경험의 근거이론적 분석.『관광학연구』, 39(5), 11-26.

왕흔동 · 강형철 · 심창섭(2019). 중국인의 차이나타운 방문동기에 대한 실증연구 : 밀레니얼 세대를 중심으로.『호텔경영학연구』, 28(3), 109-126.

왕길 · 이승구(2018). 다크투어리즘 목적지 방문객의 제약요인과 방문동기가 브랜드자산 및 행동의도에 관한 연구 : 한·중 기념관의 비교.『호텔경영학연구』, 27(3), 117-134.

이려정 · 김병용(2014). 경복궁 한·중방문객의 방문동기, 만족, 재방문의도 간 관계연구.『호텔경영학연구』, 23(6), 95-111.

이후석(2012). 다크투어리즘 동기 유형에 따른 시장세분화 연구 : 거제 포로수용소 유적공원을 사례로.『관광연구저널』, 26(3), 35-50.

장애옥 · 최병길(2011). 다크투어리즘 방문객의 동기와 특성 : 제주 4.3평화공원 방문객을 대상으로.『관광레저연구』, 23(1), 65-84.

장혜원 · 김태훈 · 정철(2011). 다크투어리즘 참가자의 방문동기 : 제주 4.3평화공원 방문 지역주민과 관광객의 비교.『관광학연구』, 35(6), 79-97.

전명숙 · 하동현(2015). 문화유산관광에서의 Push/Pull 요인이 진정성과 충성도에 미치는 영향에 관한 연구.『관광레저연구』, 27(10), 229-249.

조광익 · 심창섭(2019). 문화관광이란 무엇인가?.『문화관광론』, 서울: 백산출판사

조광익 · 한숙영(2010). 현대사회에서의 위험과 관광 : 다크투어리즘의 경우.『관광학연구』, 34(9), 11-31.

조아라(2013). 다크투어리즘과 관광경험의 진정성 : 동일본대지진의 재난관광을 사례로.『관광학연구』, 19(1), 130-146.

주예진 · 남윤재(2018). 다크 투어리즘 방문동기에 미치는 방송 프로그램 장르의 문화계발 효과.『관광학연구』, 42(10), 191-241.

최일선 · 김민수(2021). 북극 관광객의 관광동기 유형에 따른 시장세분화 연구.『관광연구논총』,

33(2), 47-66.

Biran, A., Poria, Y., & Oren, G. (2011). Sought experiences at (dark) heritage sites. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 820-841.

Chen, L. J., & Chen, J. S. (2011). The motivations and expectations of international volunteer tourists: A case study of "Chinese Village Traditions". *Tourism Management*, 32(2), 435-442.

Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation, *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.

Dean, D., & Suhartanto, D. (2019). The formation of visitor behavioral intention to creative tourism: the role of push - Pull motivation. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(5), 393-403.

Dey, I. (1993). *Qualitative Research. A User-Friendly Guide for Social Scientists*. London: Routledge.

Dunkley, R., Morgan, N., & Westwood, S. (2011). Visiting the trenches: Exploring meanings and motivations in battlefield tourism. *Tourism Management*, 32(4), 860-868.

Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107-115.

Farmaki, A. (2013). Dark tourism revisited: A supply/demand conceptualisation. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7(3). 281-292.

Foley, M., & Lennon, J. J. (1996). JFK and dark tourism: A fascination with assassination. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 198-211.

Gray, H. (1970). *International travel, international trade*, Lexington, Heath Lexington Books.

Huang, S., & Hsu, C. H. (2009). Effects of travel motivation, past experience, perceived constraint, and attitude on revisit intention. *Journal of Travel Research*, 48(1), 29-44.

Iliev, D. (2021). Consumption, motivation and experience in dark tourism: a conceptual and critical analysis. *Tourism Geographies*, 23(5-6), 963-984.

Lennon, J., & Foley, M. (2000). *Dark tourism: The attractions of death and disaster*. London: Thomson.

Light, D. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism Management*, 61, 275-301.

MacCannell, Dean. (1973). Staged Authenticity: Arrangements of Social Place in Tourist Setting. *American Journal of Sociology*. 79. 586-603.

Martini, A., & Buda, D. M. (2020). Dark tourism and affect: Framing places of death and disaster. *Current Issues in Tourism*, 23(6), 679-692.

Munt, I. (1994). The 'Other' postmodern tourism: culture, travel and the new middle classes.

Theory, Culture & Society, 11(3), 101-123.

Podoshen, J. S. (2013). Dark tourism motivations: Simulation, emotional contagion and topographic comparison. *Tourism Management*, 35, 263-271.

Plog, S. C. (1974), Why destination areas rise and fall in popularity? *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14, 55 - 58.

Ryan, C., & Kohli, R. (2006). The Buried village, New Zealand - An example of dark tourism?. *Asia Pacific Journal of Tourism Research,* 11(3), 211-226.

Stone, P. R. (2012). Dark tourism and significant other death: Towards a model of mortality mediation. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1565-1587.

Stone, P., & Sharpley, R. (2008). Consuming dark tourism: A thanatological perspective. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 574-595.

Strange, C., & Kempa, M. (2003). Shades of dark tourism: Alcatraz and Robben Island. *Annals of Tourism Research,* 30(2), 386-405.

Sun, J., & Lv, X. (2021). Feeling dark, seeing dark: Mind - body in dark tourism. *Annals of Tourism Research*, 86, 103087.

Walby, K., & Piché, J. (2011). The polysemy of punishment memorialization: Dark tourism and Ontario's penal history museums. *Punishment & Society*, 13(4), 451-472.

Yan, B. J., Zhang, J., Zhang, H. L., Lu, S. J., & Guo, Y. R. (2016). Investigating the motivation - experience relationship in a dark tourism space: A case study of the Beichuan earthquake relics, China. *Tourism Management*, 53, 108-121.

Yoon, Y., & Uysal, M. (2005), An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty, a structural model, *Tourism Management*, 26(1), 45-56.

2022년 5월 7일 최초투고논문 접수
2022년 5월 18일 1차 심사완료
2022년 5월 18일 최종심사완료일 및 게재확정일 통보
2022년 5월 19일 최종 논문 도착
3인 익명 심사 룔