

다크투어리즘 참가자의 환경지각에 관한 연구

- 제주 4. 3평화공원을 대상으로 -

Study on Dark Tourism Participants's Environmental Perception:
A Focus on JeJu April 3rd Peace Park

장혜원* · 최병길** · 송재호***

Jang, Hye-Won · Choi, Byung-Kil · Song, Jae-Ho

ABSTRACT

This study aims to understand participant's Environmental Psychology on Dark Tourism. As such, we sought to identify the dimensions of environmental perception and in-turn to examine the structural relationship between environmental perception, flow, visiting satisfaction, and recommendation intention. An extensive review of previous literature and empirical research were conducted. The empirical analysis was based on 275 responses. We tested the two-factors of cognitional perception and emotional perception by using Structural Equation Model and found that cognitional perception factor has significant effects on visiting satisfaction and recommendation intention. Further, visitor satisfaction has significant effects on recommendation intention. While emotional perception factor did not make significant effect on visiting satisfaction and recommendation intention. Also, both cognitional perception and emotional perception had significant effect flow. The findings of the study are as follows: 1) Flow is important role of relationship quality with dark tourism environmental and tourist; and 2) Cognitive perception is deeply involve in the sustainability of dark tourism. Theoretical and practical implications based on these findings are enclosed.

핵심용어(Key words) : 다크투어리즘(Dark tourism), 다크투어리즘의 환경 특성
(Characteristics of dark tourism environmental),
환경지각(Environmental Perception), 몰입(Flow),
방문만족(Visit satisfaction), 추천의도(Recommendation intention),
제주4.3평화공원(JeJu April 3rd Peace Park)

* 제주대학교 관광경영학과 강사. e-mail: lovepiano9928@hanmail.net

** 제주대학교 관광경영학과 교수(교신저자). e-mail: choice21@cheju.ac.kr

*** 제주대학교 관광개발학과 교수. e-mail: aaa2000@jejunu.ac.kr

I. 서 론

다크투어리즘은 현대인들의 불안한 심리가 반영된 포스트모더니즘의 현상(Lennon & Foley, 2000)으로서, 이는 비극적 사건을 통한 교육적이고 감성적인 체험을 제공하는 관광을 일컫는다(Henderson, 2000; Lennon & Foley, 2000). 사람들이 재난과 관련된 실제적 장소를 찾는 이유는 매스미디어의 발달과 죽음의 상업화 그리고 미래에 대한 불안 등을 들 수 있으며(Lennon & Foley, 2000; 한숙영·조광익, 2011 재인용), 단순한 호기심에 의한 방문욕구와는 구분되는 순례적 여행(Tarlow, 2005)으로 보고 있다. 하지만 한편으로 방문의도와와는 상관없이 죽음의 상업화라는 윤리적 딜레마를 떠올린다(Ashworth & Hartmann, 2005; Sharpley & Stone, 2009; Wilson, 2008).

따라서 다크투어리즘의 상업화 관점에서 어느 정도의 범위를 비극적 사건에 대한 시장(market)으로 수용해야 하는지를 고민해야 한다. 즉 방문객들이 무엇을 보고 어떻게 반응하는지, 그리고 궁극적으로 어떤 태도가 형성되는지에 대한 문제는 중요하게 다루어져야 할 이슈로서 다크투어리즘의 지속가능성에 관여하게 된다. Li(2003)에 의하면 다크투어리즘의 개발은 환경 중심, 사람 중심, 또는 이 둘의 상호활동을 통해 고유성을 제공해야 한다고 하였다.

이런 측면에서 환경심리는 인간과 환경과의 관계에 대해 체계적인 설명이 가능하기 때문에, 다크투어리즘의 환경에서도 환경과 서로 상호작용을 하면서 영향을 받게 되는 관광자의 심리상태나 관광행동을 예측할 수 있는 접근방법이다. 즉 다른 문화와 사회 그룹에 속해 있는 관광자에 대해 적절한 환경전이를 대비할 수 있다는 의미이다.

Ashworth & Tunbridge(1996)는 다크투어리즘 참여자들의 지각은 같은 대상 일지라도 서로 다르게 나타난다고 하였다. 즉 다크투어리즘 환경을 관광자가 어떻게 지각하는지에 따라 그들의 태도가 결정된다는 의미이다. 하지만 기존의 연구들은 환경과 고객과의 관계에서 인지적 과정과 정서적 반응과 같은 변수들을 고려하지 않고(Ingrid, 2004) 환경과 만족과의 관계를 직접적으로 다루어 왔다(김창수, 2009).

이와 같은 맥락에서 본 연구는 다크투어리즘 환경이라는 자극에 대해 어떻게 반응하고 어떤 태도가 형성되는지를 파악하고자 한다. 즉 환경에 대한 지각이 방문 만족 및 추천의도에 어떻게 작용하는지와 매개변수로서 몰입의 영향정도를 살펴보는 데 목적을 두고 있다. 특히 다크투어리즘에서는 참가자의 과거 경험이나 인지 상태 그리고 상품화차원에서 연출된 대상지의 전시상태 등과 같은 정서적 분위기

에 따라 몰입의 정도가 달라질 수 있을 것이라는 가정에서, 본 연구 결과는 대상지의 관리차원 및 환경심리학적 관점에서도 유용할 것으로 본다.

II. 이론적 배경

1. 환경에서의 지각, 방문만족 및 추천의도와의 관계

1) 다크투어리즘의 환경특성

다크투어리즘의 환경은 교육의 기회가 제공될 수 있도록 설계된 작품 및 장소와 관련되기 때문에 추념과 교육적 메시지가 반영된 죽음과 공포를 중심으로 전개되며 지역적 고유성(authenticity of location)에 따라 차이가 있을 수 있다. 즉 비극적 사건이 일어났던 장소와, 사건이 일어난 후에 새로 조성되는 경우 서로 다르게 접근된다(Cohen, 2011).

Cohen(2011)은 전자의 경우 1차적 장소(in situ or primary sites)로 명명하였다. 이의 대표적인 사례로 폴랜드의 아우슈비츠를 들 수 있는데, 이와 같은 곳은 비극적 사건이 일어났던 그 장소에 기념물이 조성되는 것으로 장소자체의 매력보다는 장소에서의 감정이입을 느끼는 곳이다(서철현, 2009).

후자의 경우에 그는 “in populo” 즉 2차적 장소라는 용어를 제시하였는데, 대표적인 사례로 이스라엘의 야드 바셈(Yad Vashem), 제주4.3평화박물관 등과 같은 기념관이나 박물관 등을 포함하며, 이곳의 전시는 역사적 사실로 규명된 다양한 실증적 자료가 중심이 된다(장해원, 2012). 즉 문헌자료, 증인의 육성, 그림, 사진, 예술품 등 다양한 각도에서 관람객들에게 정보 제공의 기능을 하게 되며, 이를 통해 관람객들은 비극적 사실에 대해 인지하고 더불어 피해자의 고통에 대해 정서적으로 공감하게 된다. 특히 1차적 장소에 비해 전시라는 환경이 조성되기 때문에 조성목적과 부합되는 다양한 메시지 전달이 가능하다.

선행연구에서 다크투어리즘 환경의 주된 요소는 교육과 감성이 도출되고 있는데(Kang et al., 2011), 이에 대한 지각은 같은 대상에 대해서도 각각 다르게 나타나고 있다(Ashworth & Tunbridge, 1996). 즉 단순히 “의미있는” 보다 더 상위의 “자아실현” 또는 “몰입”(Wang, 1999)의 정도에 따라 차이를 보이게 된다. 이와 같이 다크투어리즘 환경은 사건정보에 대한 지각과정인 인지적 측면과 피해자의 아픔을 공감하는 정서적 측면에서 더 깊은 몰입이 유발되도록 연출된 2차적 장소에 대한 환경지각은 방문객들의 사후 태도를 결정짓는 중요한 요소로 작용하게 된다.

2) 환경지각과 방문만족

지각은 개인이 외부세계의 자극에 대해서 선택하고 조직하며 해석하는 과정이다(Berelson & Steiner, 1964). 즉 지각은 물리적 자극의 특성뿐만 아니라 주위환경과 자극과의 관계 그리고 개인의 내적상태에 따라 좌우된다(Kotler & Keller, 2009). 따라서 인간의 행동은 환경과의 상호작용으로 영향을 받으며, 환경에서의 지각 및 인지과정을 통하여 주변 환경을 알고(know), 이해(comprehend)의 과정을 거치게 된다(Feimer, 1981).

인간과 환경과의 관계에 대해 체계적인 설명을 제공하는 환경심리는 주로 환경지각과 인지를 다루고 있다. 환경지각은 환경적 사물을 받아들이는 과정에 초점을 두고 있으며, 반면 환경인지는 아는 과정을 강조한다. 하지만 사람이 사물을 지각할 때 과거의 경험에 따라 인지하기 때문에, 지각과 인지는 거의 동시에 일어나는 상호 융합된 하나의 과정으로 볼 수 있으며(윤승환, 2009), 서로 호환적으로 사용되어 왔다(Ittelson *et al.*, 1974).

Ittelson *et al.*(1974)은 환경지각이 네 가지 구성요소인 인지요소, 감성요소, 해석요소, 평가요소를 내포한다고 밝히고 있다. 우리가 환경을 지각할 때 환경지각에 관련된 인지과정에는 그 상황에 대한 시각상·청각상 그리고 환경에 관한 사고도 포함될 수 있으며, 이런 절차들은 지각에서의 인지와 감성과 관계가 있다는 지적이다. 즉 환경에 대한 자극을 받고 이를 지각한 후 이에 대한 태도가 결정되며, 태도는 선호도나 만족감으로 표현되는 과정이다(Holahan, 1982).

환경지각은 인체의 감각기관을 통하여 환경에 대한 정보를 감지하여 받아들이는 적극적이고 목적있는 과정으로, 그것은 사람들의 동기과 욕구에 의해서 수행된다. 특히 인지는 대상에 대해 사람이 가지고 있는 지식이나 정보에 관련되고, 반면 정서는 대상에 대한 분위기나, 느낌 또는 감정이다.

환경심리에 대한 초기의 연구에서는 정서적 지각은 인지적 지각의 작용으로 형성된다고 보았다(Gartner, 1993). 하지만 최근의 연구에서는 인지와 정서는 한 요소만을 측정하여 분석하는 것은 문제점이 발생할 수 있다는 주장이 제기되어, 환경과 장소는 인지와 정서 모두를 포함해야 한다는 결론을 내리고 있다(Baloglu & Brinberg, 1997). 다크투어리즘 참가자 또한 여행의 기대, 가치, 목표를 충족시키기 위해 환경이라는 자극을 통해 인지적·정서적 지각을 하게 되고, 궁극적으로 사후 행동을 결정하게 된다(Donovan & Rossiter, 1982).

한편 만족은 구체적 거래에 관련된 고객의 태도로서, 구매 후의 평가 및 판단(Oliver, 1993)이다. 따라서 만족을 결정하는 요인은 소비자가 선택한 상품속성

의 품질과 관계된다(Fishbein & Ajzen, 1975; Churchill & Surprenant, 1982; Anderson & Sullivan, 1993; Cronin & Taylor, 1992; Oliver & DeSarbo, 1988; Yuan & Jang, 2008). 특히 전시환경과 만족과의 관계를 검증한 연구에서는 주로 정의 영향관계가 밝혀지고 있다(김철원·임성택, 2003; 김창수, 2009; 윤승원, 2012). 이에 본 연구는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 1] 환경지각은 방문만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설 1-1] 인지적 지각은 방문만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설 1-2] 정서적 지각은 방문만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3) 환경지각과 추천의도

환경에서의 지각은 관람객의 의사결정에 있어 정보처리 과정에 관여한다. Fishbein & Ajzen(1975)은 감성적 경험들이 긍정적 혹은 부정적 신념을 만들고 결과적으로 소비자들의 태도에 영향을 미친다고 하였다. 또한 Ryu(2005)는 물리적 환경이 감성반응과 행동의도에 유의한 영향을 미친다고 하였다. Yu & Dean(2001) 등의 연구에서는 인지적 반응보다 정서적 반응이 긍정적 구전, 전환 행동, 지불의사 등의 행동의도에 더 강한 영향을 미친다고 하였다. 김주연 등(2011)은 문화해설 서비스에 대한 인지적 반응이 감정적 반응보다 방문의도에 더 영향을 미친다고 하였다. 따라서 본 연구는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 2] 환경지각은 추천의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설 2-1] 인지적 지각은 추천의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설 2-2] 정서적 지각은 추천의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

4) 방문만족과 추천의도

추천의도 또는 구전은 개인들 사이에서 일어나는 대인간 커뮤니케이션을 의미한다. 소비자는 상업광고 보다는 친구나 이웃, 가족 등의 인적 정보원에서 제공되는 정보를 더욱 신뢰하려는 경향이 있다(Childers & Rao, 1992). 즉 소비자는 다른 소비자의 경험을 전해 듣거나 그러한 경험으로부터 정보를 획득하게 되며, 특별히 지각된 위험이 많을수록 구전에 의한 정보의 획득은 소비자에게 정보로서 기여를 하게 된다(최승만, 2008).

다크투어리즘의 전시환경은 비극적 사건에 대한 여러 측면을 다루고 있는 것으로, 참여자는 이와 같은 특성이 반영된 관광활동을 선택한 것으로 볼 수 있다. 즉

다크투어리즘의 전시공간은 교육과 회상, 반성 등이 동시에 일어나는 곳으로, 이와 같은 방문 목표에 도달한 만족감은 타인에게 추천할 가능성으로 이어진다. 장혜원(2012)은 다크투어리즘의 전시환경에서의 만족은 재방문의도에 정의 영향을 미친다고 하였다. 이런 관점에서 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

[가설 3] 방문만족은 추천의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2. 환경지각과 몰입과의 관계

몰입(flow)은 동기화이론에서 출발한 개념으로 칙센트미하이(Csikszentmihalyi)에 의해 최초로 개념화 되었다(하은경, 2010). 몰입은 타인에 의해 통제되는 외적 동기에 비해, 개인이 본질적으로 가지고 있는 동기로서, 외부의 보상과는 상관없이 능동적으로 참여할 때 형성된다(황용석, 1999). 즉 행동의 내적 보상으로서 자기 목적적 경험의 상태를 의미한다.

몰입은 개념적 정의에 있어 다소 모호한 측면이 있지만, 대체적으로 개인이 자신의 행위에 몰두하여 최적의 경험을 하게 되는 상태(Csikszentmihalyi, 1975)로 정리되고 있다. 따라서 몰입의 상태는 외적 보상과 관계없이 과제를 수행하는 자체가 커다란 보상, 즉 즐거움이 된다는 것을 전제로 한다.

비록 가상적이긴 하지만 생생한 환경에 대한 현존감은 관광객이 경험하는 이미지와 관객사이의 거리를 없앴으로써 몰입경험을 제공한다(Grau, 2002). 다크투어리즘 환경에서 방문객들은 사건에 대한 이해 및 신뢰 그리고 장소의 필요성 등과 같은 인지적 지각을 하게 되며, 아울러 분노, 절망, 슬픔 등과 같은 정서적 지각을 하게 된다. 이와 같은 인지적·정서적 지각은 어떠한 외적 보상이 없이 체험 자체가 하나의 목적이 되는 것으로 시간이 지남에 따라 몰입의 정도는 깊어진다. 왜냐하면 몰입은 대상보다는 주체로서 개인이 지각하는 상태에 초점을 두고 있기 때문이다(이광옥, 2010). 김주연 외(2011)은 문화해설 서비스에 대한 감정적 반응과 인지적 반응은 방문객의 몰입에 정의 영향관계가 나타난다고 하였다.

[가설 4] 환경지각은 몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설 4-1] 인지적 지각은 몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설 4-2] 정서적 지각은 몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3. 몰입과 방문만족 및 추천의도와의 관계

만족감은 자신의 목표 기대치에 도달한 정도와 관계가 있다. 즉 목표에 근접할 경우 만족하고, 이에 못 미칠 경우 불만족의 결과가 된다. 이런 측면에서 몰입은 내재적 동기가 전제되기 때문에 만족을 이끄는 데 중요한 역할을 하며, 어떤 행위에 대한 최적의 경험을 유도하여 바라는 결과를 극대화시킨다.

다크투어리즘 관람객들은 사건을 재현한 전시를 관람하면서 역사적 사실을 알고, 아픔을 공감하며, 과거로부터 교훈을 얻고자 한다. 관람 몰입은 이와 같은 방문목적에 부합될 경우 최적화된 경험이 가능해져 만족감 상승의 요인이 된다.

몰입(flow)에 대한 연구에서는 대부분의 연구들이 다른 변수에 영향을 미치는 선행변수로 고려되고 있다. 유재경(2007)은 드라마 촬영지 방문객의 몰입경험은 만족에 정(+)의 영향을 미친다고 하였다. 김성수(2008)는 여가활동에 따른 몰입경험이 만족도 및 재방문의도에 영향을 미친다고 하였다.

[가설 5] 몰입은 방문만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

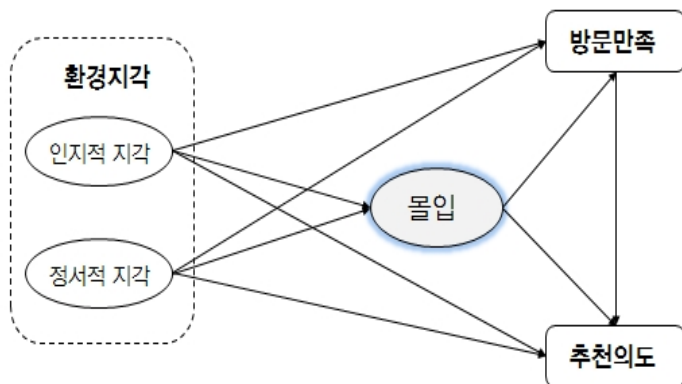
다크투어리즘에서의 추천의도는 다크투어리즘 참가자의 관람과정에서의 품질에 대한 평가를 통해 사후 태도가 결정된 정보처리과정의 결과이다. 선행연구에서 몰입은 구전의도나 재방문의도와와의 관계에서 정의 영향관계를 보이고 있다(박현실, 2010; 김주연 외, 2011). 본 연구는 아래와 같이 가설을 설정하였다.

[가설 6] 몰입은 추천의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

III. 연구방법

1. 연구모형

Ittelson *et al.*, (1974)에 의하면 환경지각은 네 가지 구성요소인 인지요소, 감성요소, 해석요소, 평가요소를 내포한다고 밝히고 있으며, 이에 대한 결과로서 선호도나 만족감이 형성된다고 하였다. Oliver(1993)는 만족은 인지적 요인과 감성적 요인의 결합에 의해서 결정된다고 하였다.



〈그림 1〉 연구모형

이런 관점에서 다크투어리즘의 인지적·정서적 지각과 방문만족 및 추천의도와
의 상관성은 유의미할 것으로 예측된다. 아울러 다크투어리즘은 SIT(특수목적관광)
으로서 자발적 참여가 전제되기 때문에, 최적의 경험으로 유도되는 몰입수준은
방문만족과 추천의도에 영향을 미칠 것이라고 추론할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 다크투어리즘 환경에서의 인지적 지각과 정서적 지각을
중심으로 방문만족 및 추천의도에 미치는 영향관계를 검증하고자 한다. 또한 몰입
관련경로의 영향력을 주의 깊게 관찰하고자 다음과 같은 연구모형을 설정하였다.

2. 연구의 설계

본 연구의 대상으로서 제주4.3평화공원은 제주4.3사건¹⁾의 희생자를 추념하기
위하여 조성되었다. 이곳의 전시는 역사적 사실로서 규명된 다양한 실증적 자료와
부족한 사료의 보안을 위해 아트워크 작품으로 구성되어 있다. 따라서 관람객들은
전시를 관람하며 인지적·정서적 지각을 하게 되며, 품질평가의 과정을 거쳐 장소
와 자신의 관계를 설정하게 된다. 즉, 다크투어리즘 관람에 따른 지각, 방문 만족,
추천의도 그리고 몰입의 구조를 살펴 볼 수 있는 환경을 제공하고 있다.

1) “제주4.3사건”이라 함은 1947년 3월 1일을 기점으로 하여 1948년 4월 3일 발생한 소요사태
및 1954년 9월 21일까지 제주도에서 발생한 무력충돌과 진압과정에서 주민들이 희생당한 사
건을 말한다(4.3특별법 제2조).

〈표 1〉 변수의 조작적 정의

변 수	조작적 정의
인지적 지각	다크투어리즘 환경에서 사건에 대한 지식과 정보 그리고 호기심과 같은 포괄적 지적작용의 과정
정서적 지각	다크투어리즘 환경에서 희생자에 대한 연민과, 비극적 사건을 둘러싼 고통 및 슬픔, 분노와 같은 감정을 느끼는 과정
몰입	다크투어리즘 환경에 대한 집중 및 몰두로 인해 오는 최고조의 상태
방문만족	방문 목표에 도달한 정도
추천의도	관람 종료 후 품질평가를 통해 타인에게 긍정적인 추천의사를 하고자 하는 의향의 정도

설문의 구성은 다크투어리즘 환경에 대한 지각으로 Ittelson *et al.*(1974)의 환경지각 구성요소인 인지요소, 감성요소, 해석요소, 평가요소 중에서 인지 및 감성요소를 중심으로 선정하였다. Izard(1977), Plutchik(1980), 김소윤(2007), 장혜원·최병길(2011), 장혜원 외(2011)를 통해 측정항목을 추출하였다. 인지적 지각은 역사적 사실을 중심으로 한 교육 및 정보, 평화의 필요성, 장소에 대한 호감도 및 신뢰를 포함하고 있으며, 정서적 지각은 전시 관람을 통해 느끼게 되는 공포, 절망, 슬픔과 비참함, 혼란스러움 등 부정적 감정요소들로 구성되었다.

몰입의 척도는 김소윤(2007), 김주연 외(2011) 등의 연구에서 추출하였다. 이들 연구의 측정항목들은 본 연구의 성격에 맞게 수정하였다.

방문만족과 추천의도는 관람 후에 발생하는 평가(만족)와 행동(추천의도)으로, 측정항목은 장혜원(2012)을 중심으로 추출되었다. 위의 모든 항목들은 7점 리커트척도로 측정되었다.

조사기간은 2011년 12월 19일부터 22일까지이다. 조사 대상지는 제주4.3평화공원으로, 설문조사는 1층 로비에서 관람을 마친 방문객을 대상으로 편의표본추출방법으로 하였으며, 몰입 측정의 타당성 제고를 위해 자발적인 방문결정을 한 개별관광객으로 한정하였다. 또한 응답률과 응답내용의 충실도 제고를 위해 소정의 기념품을 제공하였다.

조사원은 설문의 내용에 대해 충분한 교육을 받은 관광경영학을 전공하고 있는 학생 2명과 본 연구자가 함께 참여하였다. 특히 설문의 취지와 내용의 정확한 전달을 위해 조사원과 응답자와의 밀착도 강화를 중요하게 고려하였다.

설문지는 총 280부가 배포되었으며, 이 중 불성실한 5부가 제외되어 최종적으로 275부(98%)가 분석 자료로 활용되었다. 연구의 분석방법은 SPSS(Ver. 17.0) Windows와 AMOS(Ver. 5)로 실행되었다.

〈표 2〉 설문지의 구성

번 수	조작적 정의	선행연구	항목 수
인지적 지각	<ul style="list-style-type: none"> · 사건에 대해 더 알게 됨 · 평화 필요성 인지 · 프로그램의 신뢰성 · 호감도 증가 	Izard(1977), Plutchik(1980), 김소윤(2007), 장혜원 · 최병길(2011)	4
정서적 지각	<ul style="list-style-type: none"> · 공포감이 느껴짐 · 절망적 기분 · 불행한 기분 · 비참한 기분 · 마음이 혼란스러움 	장혜원 외(2011)	5
몰입	<ul style="list-style-type: none"> · 이야기 속의 자신을 상상하게 됨 · 시간이 정지된 느낌 · 감정적으로 영향을 받음 · 생생한 이미지를 떠올림 · 등장인물의 생각과 감정을 동일시 함 	김소윤(2008), 김주연 외(2011)	5
방문만족	<ul style="list-style-type: none"> · 공원 조성은 잘 한 일 · 매우 좋음 · 매우 유익함 	장혜원(2012)	3
추천의도	<ul style="list-style-type: none"> · 다시 방문하고 싶음 · 주변 사람에게 추천할 것임 		2

IV. 실증분석

1. 조사 대상자의 인구통계학적 특성

응답자의 인구통계학적인 특성을 〈표 3〉을 중심으로 살펴보면 다음과 같다. 먼저 성별은 여성(51.6%)이 남성(48.4%) 보다 다소 높게 나타났다. 연령은 20대 이하(31.6%)와 40대(22.9%)가 상대적으로 높은 비율을 보였으며, 직업에서는 학생(28.7%), 사무직/공무원(13.8%), 소득에서는 100만 원 이하(40.4%), 200만 원대(24.0%)에서 높은 빈도를 보였다. 학력은 대재/졸(55.6%)에서 상대적으로 높은 빈도를 보였다.

응답자의 방문행태특성에서는 제주 방문횟수는 처음(56.0%)이 두 번째(16.0%)와 세 번 이상(28.0%) 보다 상대적으로 높은 편이었다. 관광경험에서는 없는 경우가 82.5%로 없는 경우 17.5%보다 높게 나타나 재방문이 어느 정도 유지되는 것으로 나타났다.

〈표 3〉 표본의 인구통계적 특성

항목	구분	빈도(명)	비율(%)	항목	구분	빈도(명)	비율(%)
성별	여성	142	51.6	관람	있다	48	17.5
	남성	133	48.4	경험	없다	227	82.5
연령	10-20대	87	31.6	소득 (만)	100 미만	111	40.4
	30대	55	20.0		100-200	58	21.1
	40대	63	22.9		201-300	66	24.0
	50대	55	20.0		301-400	21	7.6
	60대 이상	15	5.5		401 이상	19	6.9
직업	전문직	35	12.7	학력	초/중/고	108	39.3
	사무/공무	38	13.8		대재/졸	153	55.6
	기술	20	7.3		대학원	10	3.6
	판매/서비스	32	11.6		기타	4	1.5
	학생	79	28.7	제주 방문 횟수	처음	154	56.0
	교원	17	6.2		두 번째	44	16.0
	주부	25	9.1		세번이상	77	28.0
	농수산/기타	29	11.1				

2. 확인적 요인분석 및 상관관계 분석

1) 확인적 요인분석

구성개념에 대해 단일차원성을 측정하는 확인적 요인분석을 실시하였다. 모형의 적합도 측면에서, 설명력이 낮아 적합도를 저해하는 항목, 즉 “전시내용은 신뢰할 만 하였다”, “관람하면서 공원에 대한 호감도가 증가하였다” 등의 인지적 지각 2항목과 “관람하면서 공포감이 느껴졌다”, “관람하면서 절망적인 기분이 들었다” 등의 정서적 지각 2항목, “너무 집중해 있어서 시간이 정지된 것 같았다”의 몰입 1항목을 제거하는 과정을 거쳤다(노형진, 2005). 항목제거 후 결과가 〈표 4〉에 제시되어 있는데, 요인적재치가 .5이상이기 때문에 개념타당도는 확보되었다. 구성개념신뢰도는 .7이상, 수렴타당도는 .5이상으로 권장지수를 충족시키거나 근접하고 있는데, GFI .884, AGFI=.829, CFI .936, RMR .082, RMSEA .097 등으로 나타나 모형의 설계가 적합하였음을 알 수 있다.

〈표 4〉 확인적 요인분석

구성 개념	항목	요인 적재치	표준 적재치	C.R	CCR	AVE
인지적 지각	· 사건에 대해 더 많은 것을 알고 싶어 짐	1.000	.900	-	.72	.57
	· 세계평화가 필요함	.680	.675	9.282*		
정서적 지각	· 불행한 기분이 듦	1.000	.883	-	.80	.57
	· 비참한 기분이 듦	1.147	.960	21.834*		
	· 마음이 혼란스러워 짐	.910	.773	16.272*		
몰입	· 쉽게 상상됨	1.000	.796	-	.84	.70
	· 감정적으로 영향을 받음	1.153	.840	15.528*		
	· 이미지가 상상됨	1.078	.839	15.504*		
	· 감정을 공감함	1.147	.834	15.380*		
방문 만족	· 공원설립은 잘한 일	1.000	.878	-	.78	.75
	· 공원은 매우 좋음	1.001	.872	18.631*		
	· 공원은 유익함	.971	.850	18.653*		
추천 의도	· 공원을 추천 할 것임	1.000	.951	-	.79	.65
	· 공원에 대해 긍정적 전달	.951	.900	20.783*		

$\chi^2 = 291.069$, $df = 81$, $p = .000$, $GFI = .884$, $AGFI = .829$, $CFI = .936$, $RMR = .082$, $NFI = .914$, $RMSEA = .097$

* $p < .001$, CCR=개념신뢰도, AVE=분산추출값

2) 상관관계 분석

가설검증에 앞서 변수들 간의 관련성을 파악하기 위하여 구성개념 간 상관계수를 측정하였다. 검증결과 몰입과 추천의도 .703, 방문만족과 추천의도 .674 등에서 다소 높은 상관관계를 보이고 있다(〈표 5〉 참조).

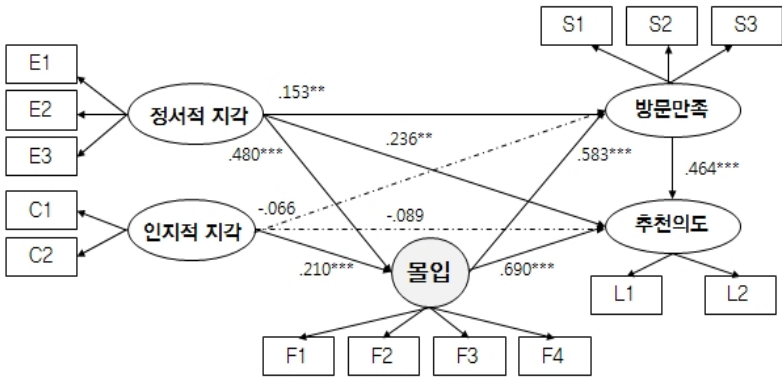
〈표 5〉 상관계수와 AVE

구성개념	AVE	인지적 지각	정서적 지각	몰입	체험만족	추천의도
인지적 지각	.57	-				
정서적 지각	.57	.395**	-			
몰입	.70	.577**	.521**	-		
방문만족	.75	.602**	.350**	.655**	-	
추천의도	.65	.653**	.315**	.703**	.674**	-

** $p < .001$, 판별타당도 검증은 평균분산추출값(AVE)을 통해 검증함.

3. 가설검증

본 연구의 변수간의 관계검증을 위하여 구조방정식 모형을 이용하였다. 전체적인 적합성 여부는 전반적으로 모형 적합지수를 충족시키고 있다(〈그림 2〉 참조).



$\chi^2=227.248$, $df=79$, $p=.000$, $CMIN/DF=2.877$
 $GFI=.903$, $AGFI=.853$, $NFI=.933$, $RMR=.073$, $RMSEA=.083$

주: E1불행한 기분, E2비참한 기분, E3마음 혼란, C1알고 싶음, C2평화 필요, F1쉽게 상상, F2감정적으로 영향을 받음, F3이미지 상상, F4등장인물이 느꼈던 감정 공감, S1공원설립 잘함, S2공원은 매우 좋음, S3공원은 유익함, L1공원 추천, L2공원에 대해 긍정적 구전

〈그림 2〉 연구의 최종모형

〈표 6〉 연구 가설의 검증결과 요약

가 설	Estimate	S.E	C.R	추정치	결과
가설1-1 인지적 지각→ 방문만족	.153	.066	2.340**	.179	지지
가설1-2 정서적 지각→ 방문만족	-.066	.042	-1.580	-.093	기각
가설2-1 인지적 지각→ 추천의도	.236	.080	2.949**	.177	지지
가설2-2 정서적 지각→ 추천의도	-.089	.050	-1.787	-.082	기각
가설3 방문만족→ 추천의도	.464	.109	4.244***	.298	지지
가설4-1 인지적 지각→ 몰입	.480	.072	6.655***	.504	지지
가설4-2 정서적 지각→ 몰입	.210	.052	4.031***	.268	지지
가설5 몰입→ 방문만족	.583	.073	7.936***	.647	지지
가설6 몰입→ 추천의도	.690	.112	6.143***	.492	지지

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

가설검증 결과에서 인지적 지각은 방문만족과 추천의도에 정의 영향을 보였으며, 그 영향력은 정서적 지각 보다 더 큰 것으로 나타났다. 즉 인지적으로 지각할 경우 만족감을 더 느끼며, 타인에게 추천할 의향이 높아진다고 해석된다. 또한 인지적 지각은 몰입으로의 경로에서도 정서적 지각보다 영향력이 더 큰 것으로 나타났다. 반면 정서적 지각은 방문만족과 추천의도에 모두 무의미하게 나타나 가설 1-2, 2-2는 기각되었다. 다만 몰입($C.R=4.031$)에는 유의한 영향을 보여 가설

4-2는 지지되었다. 몰입은 정서적 지각과 방문만족 및 추천의도사이에서 완전매개변수로서의 역할이 확인되었다. 또한 방문만족과 추천의도와의 관계에서도 유의미하였으며, 몰입과 방문만족 및 추천의도와의 검증에서도 유의미하여 만족이 추천의도의 대리변수의 역할을 한다고 볼 수 있다(〈표 6〉 참조).

〈표 7〉 변수간의 직·간접효과

경로	직접 효과	간접 효과	총 효과
인지적 지각→ 방문만족	.153**	.280**	.433**
정서적 지각→ 방문만족	-.066	.122**	.056
인지적 지각→ 추천의도	.236**	.532**	.768**
정서적 지각→ 추천의도	-.089	.171**	.082
방문만족→ 추천의도	.464***	-	.464**
인지적 지각→ 몰입	.480***	-	.480**
정서적 지각→ 몰입	.210***	-	.210**
몰입→ 방문만족	.583***	-	.583**
몰입→ 추천의도	.690***	.271**	.961**

* p<.05, ** p<.01, *** p<.001

이와 같이 다크투어리즘 환경지각에서 몰입의 중요성이 드러나 이에 대해 자세한 영향력을 파악하고자 부트스트래핑(Bootstrapping)을 이용한 직·간접효과의 유의성 검증을 실시하였다. 〈표 7〉에서 알 수 있듯이, 인지적 지각은 방문만족과 추천의도에 직접효과를 가지고 있지만, 몰입을 매개로한 간접효과로서 더 기여하고 있다. 반면 정서적 지각은 방문만족과 추천의도에 직접효과는 없고 몰입에 의해 간접적으로 영향을 미치고 있다. 하지만 이는 인지적 지각의 간접효과보다 낮은 수준이다. 또한 몰입은 추천의도에도 직접효과와 방문만족을 통한 간접효과를 모두 가지고 있지만, 그 효과는 직접효과에 비해 약한 수준이다.

V. 결 론

본 연구는 환경심리학적 접근을 통해 다크투어리즘 참가자의 심리상태와 이로 인한 태도를 파악하고자 수행되었으며, 연구결과 및 시사점은 다음과 같다.

첫째, 인지적 지각의 경로에 따른 결과에서, 먼저 방문만족과 추천의도와의 관계는 유의미하였다. 이는 인지와 만족과의 관계(김창수, 2009; 유양호, 2006; 장혜원, 2012), 인지와 추천의도와의 관계(운승원, 2012; 김주연 외, 2011)에

서 정의 관계를 보인 연구를 지지하는 결과이다. 인지반응이 감정반응보다 추천의도에 더 높은 영향력을 보인 결과는 Yu & Dean(2001)의 연구와는 배치되었지만, 관광해설을 대상으로 한 김주연 외(2011)의 연구에는 지지된 것이다. 따라서 전시와 관련된 관광환경에서 인지적 욕구의 충족은 방문만족과 추천의도를 상승시키는데 효과적이라고 볼 수 있다. 몰입과의 경로에서도 인지적 지각은 직접효과와 간접효과 모두 정서적 지각보다 더 높은 영향력을 보여 김주연 외(2011)의 연구를 지지하였다. 이로서 다크투어리즘 환경에서 인지적 지각은 그 자체의 영향력은 물론 몰입을 거치면서 더 강하게 방문만족과 추천의도에 기여한다고 판단된다.

둘째, 정서적 지각을 중심으로 연구결과를 요약하면, 먼저 방문만족과 추천의도에 무의미하여 매개변수의 투입이 필요한 경로로 확인되었다. 이는 부정적 감정과 만족 및 태도와의 관계에서 부의 영향관계가 나타난 연구(Gouradian, 1988; 이학식·임지훈, 2001; 김상희, 2002; 어문영, 2009) 등과 방향성은 같으나 통계적 유의성은 나타나지 않았다. 이에 대한 해석은 만족이 불만족에 독립적 차원(Watson & Tellegen, 1985)이라는 관점에서 만족의 측정항목이 일차원적으로 인한 결과라는 점도 고려될 필요가 있다. 특히 분노, 슬픔, 연민 등 복잡한 감정구조를 가진 다크투어리즘의 정서에 따른 만족의 측정항목은 다차원적으로 구성되어야 할 필요가 있으며, 이에 대한 후속연구가 제기될 수 있다. 하지만 정서적 지각은 몰입을 거쳤을 경우 방문만족 및 추천의도와와의 관계가 유의미해져, 몰입은 정서적 지각과 방문만족 및 추천의도 간의 매개변수임이 입증되었다.

이상과 같은 연구 결과에서 파악된 시사점은 몰입과 인지적 지각의 중요성으로, 몰입은 다크투어리즘 환경과 관광자와의 관계품질을 결정짓는데 핵심적 역할을 하며, 인지적 지각은 다크투어리즘의 지속성에 깊게 관여한다는 사실이다. 이는 한편으로 다크투어리즘 참가자가 가지고 있는 윤리적 딜레마의 간격으로 추론해 볼 수 있는데, 결국 관광자의 죽음에 대한 호기심(Stone & Sharpley, 2008)이 영적인 관광활동으로의 정당화에 우선한다는 의미이다. 즉 관광자는 심정적(혹은 정서적)으로 재현된 죽음의 목격을 순례적 활동으로 규정하고 싶어 하지만, 그 근처에는 죽음의 상품화(Lennon & Foley, 2000)에 더 흥미를 보이는 이중성이 자리하고 있다는 의미이다. 따라서 향후 다크투어리즘의 지속성은 관광자의 순례자로서의 정당성을 어떻게 충족시키느냐에 따라 그 가치가 결정될 것이다.

본 연구의 실무적 제안으로는, 먼저 인지적 측면에서 교육과 정보를 통한 자극을 극대화할 필요가 있다. 예로서 다른 지역의 유사한 사례를 보여주는 특별관을 개설하거나, 자체적 학술행사에 대한 성과를 강조함으로써 관광자로 하여금 차별

화된 방문목적을 상기시킬 수 있다.

또한 정서적 측면에서는 관광자의 감정관리가 중요한데, 환경에 대한 라포(Rappot)가 형성되도록 스토리텔링을 발굴하거나(장혜원, 2012), 평화체험 프로그램을 제공하여 방문의 정당성을 충족시키는 노력을 고려할 필요가 있다.

몰입의 촉진 방안으로서는 장소에 대한 흥미와 관심을 유발하여 자발적 참여를 자극할 필요가 있다. 이에 온라인 평가 또는 SNS 등을 적극 활용할 수 있다.

본 연구의 한계점으로는 조사 시점이 관람 직후였기 때문에 관람객들의 감정이 고조된 상태에서 응답처리가 되었다. 향후 연구에서는 종단적 연구를 통해 감정과 잉으로 오는 왜곡의 문제를 최소화 할 필요가 있다. 또한 제주4.3평화공원은 이념 및 제노사이드와 관련된 곳이기 때문에, 본 연구의 결과를 모든 다크투어리즘에 적용하기에는 제약이 따른다. 아울러 몰입수준을 평가하는데, 대상에 대한 지식의 정도가 반영되지 않아 이에 대한 타당성 문제가 있을 수 있다.

참고문헌

- 김소윤(2007). 장기기증에 대한 내러티브 메시지와 통계적 설득 메시지의 효과에 관한 연구: 감성반응과 인지반응을 중심으로. 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 김성수(2008). 여가만족과 여가몰입이 심리적 안녕감 및 자아실현에 미치는 영향에 관한 연구: 관광전공 대학생을 중심으로. 안양대학교 대학원 박사학위논문.
- 김상희(2005). 서비스접점에서 소비자 감정표현과 판매원 반응에 관한 연구: 언어적·비언어적 커뮤니케이션을 중심으로. 『소비자학연구』, 16(2), 111-146.
- 김주연·이민재·안경모(2011). 문화관광해설이 인지, 감정, 몰입 및 문화유산 방문의도에 미치는 영향: 경복궁·창덕궁의 문화해설사 서비스이용객을 중심으로. 『관광학연구』, 35(9), 361-381.
- 김창수(2009). 테마파크 환경 지각이 방문객 감정반응 및 사후행동에 미치는 영향. 『관광경영연구』, 40, 43-65.
- 김철원·임성택(2003). 박물관의 물리적 환경이 고객만족과 재방문, 구전의도에 미치는 영향: 2003년 고양시 꽃 박물관을 중심으로. 『관광학연구』, 27(3), 79-95.
- 노형진(2005). 『(SPSS/Amos에 의한) 사회조사분석: 범주형 데이터 분석 및 공분산구조분석』. 서울: 형설출판사.
- 박현실(2010). 커피전문점에서의 고객만족, 고객몰입, 관계성qua에 관한 연구. 『조리학회지』, 16(5), 25-36.
- 서철현(2009). 『관광학 총론』. 서울: 백산출판사.

- 장혜원(2012). 다크투어리즘의 스토리텔링 요소에 관한 연구. 『관광연구』, 27(1), 251-273.
- 장혜원·김태훈·정철(2011). 다크투어리즘 참가자의 방문동기: 제주4.3평화공원 방문 지역주민과 관광객의 비교. 『관광학연구』, 35(6), 79-97.
- 장혜원·최병길(2011). 다크투어리즘 방문객의 동기와 특성: 제주 4.3평화공원 방문객을 대상으로. 『관광레저연구』, 23(1), 65-84.
- _____ (2011). 예술관광에서 감정반응의 역할. 『관광학연구』, 35(9), 425-444.
- 이광옥(2010). 청산도 슬로우걷기축제에 대한 장소성, 몰입, 자긍심 간의 영향관계 연구. 『한국도서연구』, 22(2), 1-18.
- 이학식·임지훈(2001). 소비관련 감정, 만족, 그리고 제품태도간의 구조적 관계. 『경영학연구』, 30(4), 1115-1142.
- 윤승원(2012). 전시박람회 서비스케이프가 감정반응 및 관계지속성에 미치는 영향. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 어문영(2009). 항공서비스 소비관련 감정과 품질이 고객만족과 재구매의도에 미치는 영향. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 유재경(2007). 몰입(flow)경험이 만족도에 미치는 영향. 『관광연구저널』, 21(1), 389-400.
- 유양호(2006). 호텔레스토랑의 서비스스케이프가 종사원 직무만족 및 조직몰입에 미치는 영향. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤승환(2009). 아동의 놀이 행태 및 환경심리를 고려한 놀이터 디자인에 관한 연구. 국민대학교 대학원 박사학위논문.
- 최승만(2008). 호텔 레스토랑의 물리적 환경지각이 감정 반응, 고객만족, 재구매의도 및 추천의도에 미치는 영향. 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 하은경(2010). 디지털미디어에 의한 공간체험의 몰입구조에 관한 연구. 홍익대학교 대학원 박사학위논문.
- 한숙영·조광익(2011). 현대사회에서의 위험과 관광. 『관광학연구』, 34(9), 11-31.
- 황용석(1999). 웹 이용과정에서 플로우(FloW) 형성에 관한 이론적 모델 연구 : Amos를 이용한 구조방정식모델의 구축. 성균관대학교 대학원 박사학위논문.
- Anderson, E. W., & Sullivan, M. W.(1993). The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms. *Marketing Science*, 12(2), 125-143.
- Ashworth, G., & Hartmann, R.(Eds.).(2005). *Horror and human tragedy revisited: The management of sites of atrocities for tourism*. Sydney: Cognizant Communication Corporation.
- Ashworth, G., & Tunbridge, J.(1996). *Dissonant heritage: The resource in conflict*. New York: Wiley.
- Ballantyne, R.(2003). Interpreting apartheid: visitor's perceptions of the

- District Six Museum. *Curator: The Museum Journal*, 46(3), 279-292.
- Baloglu, S., & Brinberg, D.(1997). Affective images of tourism destination. *Journal of Travel Research*, 35, 11-55.
- Berelson, B., & Steiner, G. A.(1964). *Human Behavior: An Inventory of Scientific Findings*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Childers, T. L., & Rao, A. R.(1992). The Influence of Familial and Peer-Based Reference Groups on Consumer Decisions. *Journal of Consumer Research*, 19(2), 198-211.
- Churchill, G. A., & Surprenant, C.(1982). An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19(4), 491-504.
- Cohen, E. H.(2011). Educational Dark Tourism at an in Populo Site: The Holocaust Museum in Jerusalem. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 193-209.
- Cronin J. J., & Taylor S. A.(1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Csikszentmihalyi, M.(1975). *Beyond Boredom and Anxiety*. San Fransisco: Jossey-Bass.
- Donovan, R. J., & Rossiter, J. R.(1982). Store atmosphere: An environmental psychology approach. *Journal of Retailing*, 58(1), 34-57.
- Feimer, N. R.(1981). Environmental Perception and Cognition in Rural Context. In A. W. Childs & G. B. Melton(Eds.) *Rural Psychology*. New York. Plenum Press.
- Fishbein, M., & Ajzen, I.(1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological Bulletin*, 82(2), 261-277.
- Gartner, W. C.(1993). Image Formation Process. *Journal of Travel & tourism Marketing*, 2(3), 191-215.
- Gouradian, K. N.(1988). Bridging Quality back to Commercial Air Travel. *Transportation Journal*, 27(3), 23-29.
- Grau, O.(2002). *Virtuelle Kunst in Geschichte und Gegenwart-Visuelle Strategien*, 2. Auflage, Reimer.
- Henderson, J. C.(2000). War as a tourist attraction: the case of Vietnam. *International Journal of Tourism Research*, 2(4), 269-280.
- Holahan, C. J.(1982). *Environmental Psychology*. New York: Random House, Inc.

- Ingrid, Y. L.(2004). Evaluating a servicescape: the effect of cognition and emotion. *Hospitality Management*, 23, 163-178.
- Ittelson, W. H., Proshansky, H. M., Rivlin, L. G., & Winkel, G. H.(1974). *An Introduction to Environmental Psychology*. Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Izard, C. E.(1977). *Human Emotions*, New York: Plenum Press.
- Kang, E., J., Scott, N., Lee, T. J., & Ballantyne, R.(2012). Benefits of visiting a A dark tourism site: The case of the Jeju April 3rd Peace Park, Korea. *Tourism Management*, 33, 257-265.
- Kotler, P., & Keller, K.(2009). *Marketing Management vol. 13*, Person Education.
- Lennon, J., & Foley, M.(2000). *Dark tourism: The attraction of death and disaster*. London: Continuum.
- Li, Y.(2003). Heritage tourism: The contradictions between conservation and change. *Tourism and Hospitality Research*, 4(3), 247-261.
- Oliver, R. L.(1993). Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction, in *Advances in Services Marketing and Management*, greenwich, CT: JAI Press, 65-86.
- Oliver, R. L., & DeSarbo, W. S.(1988). Response determinants in satisfaction judgments. *Journal of Consumer Research*, 14, 495-507.
- Plutchik, R.(1980). *Emotion: A psycho-evolutionary synthesis*, New York: Harper & Row.
- Ryu, K. S.(2005). *Dinescape. emotion and behavioral intentions in upscale restaurant*, PhD Dissertation. Kansas State University. USA.
- Sharpley, R., & Stone, P. R.(2009). (Re)presenting the macabre: interpretation, kitschification and authenticity. In R. Sharpley, & P. R. Stone (Eds.), *The darker side of travel* (pp. 110-128). Bristol: Channel View.
- Stone, P. R., & Sharpley, R.(2008). Consuming dark tourism: A thanatological perspective. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 574-595.
- Talow, P. E.(2005). Dark tourism: The appealing: dark side of tourism and more. In N. Marina(Ed.). *Niche tourism Contemporary issues, trends and cases*. Oxford: Elsevier.
- Wang, N.(1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26, 349-370.
- Watson, D., & Tellegen, A.(1985). A Toward a Consensual Structure of

Mood. *Psychological Bulletin*, 98, 219-235.

Wight, A. C., & Lennon, J. J.(2007). Selective interpretation and eclectic human heritage in Lithuania. *Tourism Management*, 28(2), 519-529.

Wilson, J. Z.(2008). *Prison: Cultural memory and dark tourism*. New York: Peter Lang.

Yu. Y. T., & Dean. A.(2001). The contribution of emotional satisfaction to consumer loyalty. *International Journal of Service Industry Management*. 12(3/4), 234-250.

Yuan, J., & Jang, S.(2008). The Effects of Quality and Satisfaction on Awareness and Behavioral Intentions: Exploring the Role of a Wine Festival. *Journal of Travel Research*, 46(3), 279-288.

2012년 6월 18일 최초투고논문 접수

2012년 7월 23일 1차 심사완료

2012년 9월 17일 최종심사완료 및 게재확정일 통보

2012년 9월 20일 최종논문 도착

3인 익명심사畢