

제주도 UNESCO 및 UNFAO 세계유산에 대한 인식 비교

- 지역주민과 관광객을 중심으로 -

유원희* · 서세진** · 최병길***

* 제주대학교 대학원 관광경영학과 · ** 제주특별자치도 관광정책과 ·

*** 제주대학교 관광경영학과

A Comparative Study on Residents' and Visitors' Perceptions on Six Heritages in Jeju Designated by UNESCO and UNFAO

You, Won-Hee* · Seo, Se-Jin** · Choi, Byung-Kil***

*Dept. of Tourism Management, Graduate School, Jeju National University

**Tourism Policy Division, Jeju Special Self-Governing Province

***Dept. of Tourism Management, Jeju National University

ABSTRACT

It has been 15 years since Jeju Island first was designated as one of UNESCO Biosphere Reserve areas. Jeju currently holds 5 UNESCO designations and the UNFAO Globally Important Agricultural Heritage (GIAHS). The 5 UNESCO global heritages that Jeju honors are the World Natural Heritage, Biosphere Reserve, Global Geoparks Network, Chilmeoridanggut Intangible Cultural Heritage (ICH) and JejuHaenyeo ICH. The UNFAO GIAHS that Jeju honors is Jeju Batdam Agricultural Heritage System. Those global titles are highly valued and recognized for environmental preservation and those global designations have attracted more visitors to the island. It is essential to see if Jeju global level heritages are recognized as they deserve attentions from home and abroad yet no holistic analysis on those 6 global level designations as a whole has been progressed to see the perception level among residents and visitors. The study aims to see the perception level of Jeju global Heritages, impact of global recognitions and the channels of the perception level. UNESCO World Natural Heritage and Haenyeo ICH have showed the highest perception level due to designation process and the amount of promotion by the managing division of Jeju municipality. The routine survey as per the result of the study regarding the perception level of those global designations could benefit Jeju tourism direction and help to preserve the island and culture.

Key words: Jeju UNESCO Heritages, UNFAO GIAHS Jeju Batdam Agricultural Heritage System, UNESCO Intangible Cultural Heritage of Humanity, Perception

국문초록

제주도는 2002년 유네스코 생물권보존지역 지정을 시점으로 15년간 총 5개의 유네스코 등재와 하나의 UNFAO 세계농업유산(GIAHS)에 등재되었다. 제주가 보유한 5가지 유네스코 타이틀은 생물권보존지역(2002), 세계자연유산(2007년), 칠머리당굿 무형문화유산(2009년), 세계지질공원(2010년), 해녀무형문화유산(2016년)이며, UNFAO의 등재는 세계농업유산 제주밭담(2014년)이다. 이런 세계적 수준의 등재는 고도의 인식과 환경 보호의 가치를 상징하며 더불어 제주방문 관광객을 증가시키고 있다. 그러나, 지금까지 이러한 세계적 유산의 중요성에 비해 제주도민과 방문객 대상의 인식 측정 연구는 매우 부족한 것이 사실이다. 이에 본 연구는 제주도민과 관광객을 대상으로 제주의 세계적인 유산에 대한 인식과 인식 경로, 그리고 로고의 인식 여부와 세계적인 유산 등재에 따른 영향인식에 대해

† **Corresponding Author** : Choi, Byung-Kil. Professor, Dept. of Tourism Management, Jeju National University, 102 Jejudaehak-ro, Jeju-si, Jeju Special Self-Governing province, 63243, Republic of Korea, Tel.: +82-64-754-3136, E-mail: choice21@jejunu.ac.kr

설문조사를 실시하였다. 그 결과, 유네스코 세계자연유산과 가장 최근에 등재된 해녀 무형문화유산에 대한 제주도민과 관광객의 인식 수준이 가장 높았으며 발담과 제주 칠머리당 영등굿에 대한 인식 수준은 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 세계유산 로고에 대한 인식 여부에서는 유네스코 로고에 대한 노출이 가장 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과를 바탕으로 제주가 보유하고 있는 세계적 자연과 유산의 지속적 보호와 더불어 올바른 홍보 방안의 모색이 필요하다.

주제어: 제주유네스코유산, UNFAO 제주발담농업유산, 유네스코 무형문화유산, 인식

I. 서론

유네스코 자연유산과 무형유산 그리고 UNFAO 세계중요농업유산은 보존을 넘어, 그 속에 내재된 지구과학적 가치 및 관련 인문환경 등을 교육하고, 관광으로 활용하는 것이며 유산 지정은 세계적으로 보호할 가치가 있는 유산의 등재를 통해 유산 방문객들이 서로 경험과 이해를 공유하고 동시에 지속적인 유산 보호를 이끌어 내는데 유산지정의 목적을 두고 있다[1]. 또한 유산관광은 방문가치가 높은 역사적 매력물이나 장소를 관광객이 방문하는 행동으로 발생하는 모든 관계와 현상의 총체라고 정의될 수 있다.[2]

제주를 방문하는 국내의 관광객 수는 2016년 기준 1,500만 명에 이르며 제주의 6대 세계적 유산은 관광객들이 제주를 관광목적지로 선택하는 제주의 중요한 관광자원이라 할 수 있다. 이에 본 연구에는 제주의 6대 유산등재 및 유산의 관광 영향에 대한 제주도민과 관광객의 인식을 조사함으로써 현재의 인식 수준을 비교 검토하고 앞으로 제주의 세계적 유산에 대한 홍보 방안과 더불어 보호방안에 대한 발전적 제의를 하고자 한다.

공공재 성격을 가진 문화유산이 훼손되면 이에 대한 대체재가 희소하다는 점에서 문화유산은 이용가치뿐만 아니라 보존 가치가 높고, 역사적 고유성과 문화관광적 자원가치를 가진 문화유산에 대한 사람들의 인식을 살펴보는 것은 중요한 학술적 의미를 지닌다고 할 수 있다.[3] 따라서 유네스코 및 UNFAO 유산 등재는 일반 대중에게 인류의 미래를 위한 보전과 보호가 필요한 지역임을 자연스럽게 설득하게 되며 또한 세계적 유산 등재 보유로 해당지역의 지속가능성을 높일 수 있다.[4]

방문 전에 방문지역의 세계 유산 등재사실을 인지하지 못한 관광객이라도 방문 후 인지를 통해서 방문 지역에 대한 긍정적 감정과 태도를 갖게 되며 이는 세계 유산의 지속가능성을 위해서 매우 중요한 요소가 된다고 할 수 있다.[5] 즉 세계 유산 등재 사실을 인지하도록 방문객에게 노출시키는 것은 해당지역의 브랜드 가치를 홍보함과 동시에 유산의 지속가능성과 지역 발전을 가져오는 아주 중요한 역할을 수행할 수 있는 것이다.

이에 본 연구는 제주도민과 제주도를 방문하는 관광객들이 제주도가 보유한 다양한 유산등재에 대해 인식 수준을 조사하

기 위해 자기 기입식 설문조사를 실시하였으며, 더불어 유산 로고 인지 경로와 제주가 보유하고 있는 세계적 유산에 대한 의미에 대해 제주도민과 관광객들은 어떠한 인식의 차이가 있는지 살펴보는 계기를 마련하고자 한다. 이를 통해 유산 지정의 목적인 지속적인 유산 보호와 더불어 올바른 홍보 방안의 기초를 마련하고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 유네스코 및 UNFAO 유산

유산이란 우리가 선조로부터 물려받아 오늘날 그 속에 살고 있으며, 앞으로 우리 후손들에게 물려주어야 할 자산이며 자연유산과 문화유산 모두 다른 어느 것으로도 대체할 수 없는 우리들의 삶과 영감의 원천이다. 유산의 형태는 독특하면서도 다양하며 세계유산은 특정 소재지와 상관없이 모든 인류에게 속하는 보편적 가치를 지니고 있는 것을 말한다. 유네스코는 이러한 인류 보편적 가치를 지닌 자연유산 및 문화유산들을 발굴 및 보호, 보존하고자 1972년 세계 문화 및 자연 유산 보호 협약(약칭: 세계유산협약)을 채택하였다.[6]

유네스코 세계 유산은 그 특성에 따라 자연유산, 문화유산, 복합유산으로 분류한다. 1972년 11월 제17차 유네스코 정기총회에 참가한 각국의 대표자와 전문가들이 인류 전체를 위해 보호해야 할 현저한 보편적 가치가 있다고 인정한 인류의 소중한 유산이 인간의 부주의로 파괴되는 것을 막기 위해 '세계문화유산 및 자연유산의 보호에 관한 협약(Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage)'을 제정하였으며, 본 협약에서 '인간에게서 탄생되어 전수되어 오고 있는 풍습, 민속, 가치, 철학, 문학' 등을 포함하는 문화유산(Cultural Heritage)과 '산, 바다, 동물과 식물, 공원 등'의 자연유산(Natural Heritage) 및 '자연유산에 인간의 문화적 과정이 어우러져 형성된 복합유산(Mixed Heritage) 등으로 분류하였다.[7]

자연 유산은 본 협약 제2조에 의해 '물리학적 또는 생물학적 생성물 집단과 집단 내 자연적 조형물로 미학적 또는 과학적으

로 탁월한 보편적 가치를 가진 것', '지질학적 및 지문학적 생성물이 속한 지역으로 과학 또는 보존의 관점에서 뛰어난 보편적 가치를 가지고, 위협에 처한 동식물 종의 서식지가 되는 곳', 또는 '자연 유적 지역으로 과학, 보존 또는 자연미의 관점에서 뛰어난 보편적 가치를 보유한 곳'이라 정의하고 있다.[8]

제주도는 한라산 천연보호구역, 성산일출봉, 거문오름 용암 동굴계가 그 가치를 인정받아 국내 최초로 '제주 화산섬과 용암동굴'이라는 명칭으로 2007년 세계 자연 유산으로 등재되었다.

문화유산(Cultural Heritage)은 건축물, 기념물, 유적지, 예술품 등의 유형 문화유산과 전통적 사고방식, 생활습관, 민속, 예술, 의식 등의 무형문화유산으로 구분된다. 유네스코는 1997년 제29차 총회에서 산업화와 지구화 과정에서 급격히 소멸되고 있는 무형문화유산을 보호하고자 '인류 구전 및 무형유산 걸작 제도'를 채택했고 2003년 '무형문화유산 보호 협약'(Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage)을 채택하였다.[9]

유네스코 무형문화유산 협약 제2조 1항에 따르면 무형문화유산은 공동체, 집단 및 개인이 자신의 문화유산의 일부분으로 인식하는 관습, 표현, 지식 및 기술과 이와 관련된 전달 도구, 사물, 공예품 또는 문화 공간을 포함한다. 제주도는 2007년 제주 칠머리당 영등굿과 2016년 제주해녀문화가 탁월한 무형의 고유문화로 인정받아 유네스코 인류무형문화유산으로 지정받아 세계적 차원의 보존을 진행할 수 있는 계기를 마련하였다.

또한 유네스코는 1971년 인간의 거주 인접지역과 해안의 에코시스템을 보호하고 생물종다양성을 보호하기 위해 '생물권보존지역' 제도를 시작했다. 이를 통해 인류와 환경의 밀접한 관계를 이해하고 공생의 방향을 찾아내는 것을 목적으로 하고 있으며 2002년 한라산을 중심으로 영천, 효돈천, 문섬, 범섬, 섯섬 일대가 생물권보전지역으로 지정되었다.

2004년에 시작된 '유네스코 세계지질공원' 제도는 우수한 환경과 지리, 지질 가치를 보유한 지역의 자연유산을 보존하며 동시에 해당지역의 관광 발전을 통해 지역주민의 소득을 증대시킴을 목적으로 운영되고 있으며(UNESCO Operational Guidelines for UNESCO Global Geoparks Network), 제주도는 2010년에 제주도 전역을 지질공원으로 인증받은 바 있다.

UNFAO 세계농업유산 제도는 2002년 아프리카의 요하네스버그에서 인류의 식량공급을 책임지는 지역농업의 보존과 관리를 위해 '세계농업유산시스템 보호조약'을 선정하고 2005년부터 등재를 시작하였다. UNFAO에서 규정한 세계중요농업유산(GIAHS: Globally Important Agricultural Heritage Systems)의 5가지 등재 기준은 1)식량 및 생계수단의 확보(Food and livelihood security), 2)농업생물다양성 및 생태계 기능(Agro-biodiversity and ecosystem function), 3)전통 농업

지식과 기술 보유(Traditional agricultural knowledge and skills), 4)농업문화 및 지역연계(Agri-culture and social organization), 5)경관, 토지이용 및 수자원관리(Landscapes, management features land and water)이다.[10]

제주의 발달을 이용한 농업시스템은 전라남도 완도의 부속 섬 청산도의 구들장과 함께 2014년 세계농업유산으로 등재되며 제주도는 유네스코의 5개 유산등재에 이어 농업자원과 농촌자원이 지닌 농업유산적 가치를 규명하는 연구가 이루어 질 수 있는[11] UNFAO 세계농업유산 GIAHS에 등재되는 계기를 갖게 되었다. 2014년에 등재된 UNFAO GIAHS 제주발담은 비교적 역사가 짧아 다량의 연구는 진행된 바 없으나 GIAHS 관련연구가 활발하고 세계중요농업유산이 많은 중국과 일본 두 나라의 연구[13]를 참고하면서 더욱 발전시켜야 할 것이다. 이는 농업유산에 내재되어 있는 유산의 중요성과 가치를 재해석하고자, 농촌 무형유산의 개념을 "농업을 기반으로 한 공동체와 집단이 자연, 사회, 역사의 상호작용에 따라 끊임없이 재창조해온 지식과 기술, 공연예술, 문화적 표현"으로 규정한 다이나믹스를 연구해야 하는 까닭이다.[14]

유네스코 및 UNFAO 세계적 유산 타이틀은 인류가 지켜내며 후손에게 전수할 가치가 있는 대체 불가능한 소중한 지역임을 의미하며 보유지역의 생물다양성을 홍보할 뿐만 아니라 세계 유산 지역 홍보를 통해 보호할 자연의 존재를 알리고 공유하는 중요한 역할도 수행할 수 있다.[12] 이에 본 연구에서는 제주의 유네스코 및 UNFAO의 세계적 유산과 타이틀 로고에 대한 제주도민과 관광객의 인식을 비교함과 동시에 현재 제주가 보유한 세계적 유산의 등재 영향을 어떻게 인식하고 있는지 살펴봄으로써 제주의 세계적 등재 유산에 대한 앞으로의 홍보 방안과 보호방안을 함께 모색해 보고자 한다.

2. 유네스코 및 UNFAO 세계적 유산의 의미

2002년 유네스코 생물권보전지역 등재를 필두로 2017년 현재 5개의 UNESCO 및 1개의 UNFAO의 세계적 자연경관과 무형문화재, 농업유산 타이틀이 등재되어 있고 유산 관리는 '제주특별자치도 유네스코 등록유산 관리에 관한 조례'로 분리되어 관리되어지고 있다.[15]

해당 조례 3조에 2항은 '제주특별자치도 유네스코 등록유산의 체계적이고 통합적인 관리를 위해 제주세계자연유산센터를 별도 설치, 운영'을 명시하고 있으며, 해당 조례 제4조는 '유네스코 등록유산에 대한 지정, 등재, 인증이 계속 유지될 수 있도록 하여야 한다.'라고 명시하여 조례 내 여러 항목을 통해 홍보, 심볼 사용과 지역브랜드 개발, 교육, 네트워킹 등 다양한 사업이 유네스코 가치를 보존 유지하는 차원에서 도지사령으로 시행될 수 있는 윈스톱 운영 장치를 보유하고 있다. 2014년에 지

정된 UNFAO 발달농업유산의 경우 FAO의 글로벌 레벨, 국가적 레벨, 지역적 레벨로 구분한 관리를 권장하므로[16] 조례에 글로벌 레벨의 발달농업유산을 유산센터와 협업하는 방안을 취한다면 제주의 윈스톱 운영체제는 더욱 효율적 운영을 유지할 수 있을 것이다.

이러한 배경을 근거로 제주도는 유네스코와 UNFAO가 추구하는 철학, 이상, 가치에 가장 근접하고 합리적으로 시행할 수 있으며 동시에 제주도 보유의 세계적 유산을 통해 지역의 자연과 문화의 가치를 한층 배가할 수 있는 시스템을 보유하고 있다. 그러나 이러한 세계적 유산을 다량 보유하고 있는 유일 지역 제주도의 세계적 타이틀 인식 확인을 통해 제주주민과 관광객들이 가지고 있는 세계적 유산 로고에 대한 인식과 세계적 유산의 등재 영향을 제주 관광산업의 영향, 제주 이미지 향상, 자긍심 고취, 관광 기반 시설의 영향, 자연 보호 인식의 영향 등을 통해서 살펴보고자 한다.

방문 지역에 대한 긍정적 행동과 감정은 유산지역의 지속성을 유지하는 측면에 있어서도 매우 중요하기 때문에 유산지역으로 지정된 지역 방문자들의 긍정적 태도를 통해 유산 지역관리의 성공을 가져올 수도 있다는 연구 결과들이 제시되고 있다.[17][18]

또한 세계유산 등재는 해당 지역의 영속적이며 인류적 우수성을 충분히 표시하는 동시에 인류미래를 위한 보존 필수성을 표시하는 상징으로 유네스코 및 UNFAO 유산이라는 것을 관광객이 인식하게 되면 훨씬 높은 관광지에 대한 배려를 보이며 자연중심의 진지한 방문 자세를 갖게 되기 때문에 현재의 제주도민과 관광객의 세계유산 등재에 대한 인식을 살펴보는 것을 유산보호를 위해서도 필요한 부분이라 할 수 있다.

3. 세계적 유산 인식에 대한 선행연구

인식은 인지, 기억, 이미지, 사고, 학습, 평가, 문제해결 및 의사결정 과정을 포괄하며 문화적 배경, 경험, 동기, 가치, 사회관습 등이 다양한 인식과정에 영향을 주며 정보의 수집 이용과 연계된 정신적 과정이라 정의되며, 심리학에서 정보의 노출·주의·해석의 과정으로, 자극을 유의미하고 이치에 맞는 그림으로 선택하고 조직화하고 해석해나가는 과정으로 정의된다. 또한 오감을 통해 외부의 환경 자극을 수용하는 과정을 의미하거나, 인지 즉, 과거로부터의 경험과 기억에 의존하여 현재나 미래의 인간 형태를 연결시켜주는 각성 과정 혹은 사고과정도 포함하여 사용되기도 한다.[19]

유네스코 세계 유산 인식에 대한 King과 Halpenny의 선행 연구를 살펴보면, 우선 호주의 Queensland 는 5개의 세계 유산을 보유하고 있으며 2011년 1천6백만이 넘는 내국인과 5백4십만명의 해외 관광객이 이 지역을 방문하였다. 세계 유산 지역

방문자들을 대상으로 한 그 지역이 유네스코 유산 지역임을 인식한 비율은 전체 방문객의 60%에 해당하며 유네스코 세계 유산 로고에 대한 재인비율은 8%에 그쳤다. 또한 2008년 지정된 하와이의 세계 유산인 하와이 화산 국립공원(Hawaii Volcano National Park) 방문객에 대한 설문 조사 결과, 응답자의 19%만이 자신의 방문지역이 세계 유산 지역임을 인식하고 있었고 유네스코 세계 유산 심볼에 대한 재인 비율은 5%에 그쳤다.

유네스코 세계 유산 등재와 유네스코 심볼은 브랜드로 인식될 수 있으며 방문객들에게 세계 유산 브랜드가 반복적으로 노출되어 재인되고 회상하게 함으로써 방문객들의 호감을 더 크게 향상시킬 수 있다.[20]

Dewar 등은 2005년에 세계유산으로 등재된 마카오역사유산에 대해 365명의 방문객을 대상으로 세계유산의 브랜드인지를 연구했고 참석자의 대다수인 일반적 방문객은 세계유산 자체에 대한 이해가 거의 없는 편이고 유산지역 방문이 관광의 목적도 아니었음을 확인하였다. 오히려 지역의 전반적 문화에 대한 호기심과 마카오역사지역인 St. Paul's Ruin을 꼭 방문할 문화적 대상지역으로 인식하고 있는 것이 연구 결과로 증명되었다.[21] Dewar 등의 연구에 참여한 356명의 설문대상 중 55%에 해당하는 약 200명이 연구시점 기준으로 사전 5년간 유산지역 방문의 경험은 있지만 방문지역의 세계유산등재 여부 인식은 200명의 55%에 해당되는 110명에 그쳤으며, 43%인 90명 정도는 유산지역의 상세내용에 대해서 극심한 혼동현상을 보인 것으로 나타났다. 또한 세계유산의 브랜드 로고 인식 또한 28%에 그치고 있으며 이는 새로운 마케팅 홍보 전략의 시행의 필요성을 대두시킨 계기가 되었다.[22] 또한 Hall과 Higgins는 유럽, 호주, 뉴질랜드의 세계유산들을 다양하게 연구하며 세계유산등재는 논란의 여지도 많지만 미디어에 많이 노출된 후 학습 효과가 극대화되는 경향이 있다는 것을 확인하였다.[23] Terrill은 세계유산등재의 브랜드 가치는 등재 되는 유산의 객체수가 늘어날수록 관광객들에게 세계유산의 가치가 감소할 수 있다고 주장하였다.[24]

현재까지 세계유산등재 인식에 관한 연구는 대부분 문화 유적지를 대상으로 하고 있으며[25] 그 가운데 독일의 Elbe Valley 방문객 72명을 대상으로 한 Hergesell의 연구에서는 참여자의 6%가 세계유산로고를 인식하였고[26], Poria 등이 진행한 이스라엘의 Basilica, Nazareth 유산 인식 연구에서는 참여자 55명 중 10.2%가 유산로고를 인식하였다. 또한 6.5%라는 매우 적은 수의 참여자만이 방문 유적지에 대해 정확히 알고 있었다.[27]

이에 본 연구에서는 세계 유산의 인식에 대한 선행 연구를 토대로 제주가 보유하고 있는 세계적 유산에 대한 인식 정도를 살펴보고 각 로고에 대한 인식 여부와 더 나아가 세계 유산 등재의 영향 인식을 제주 관광산업의 영향, 제주 이미지 향상, 자

금심 고취, 관광 기반 시설에 대한 영향, 자연 보호 인식에 대한 영향 등을 통해서 살펴보고자 한다. 또한 기존 유네스코 세계 유산 지정 지역에 대한 인식 연구가 등재 지역 방문객에 한정하여 진행한 반면 본 연구에서는 세계 유산의 지속성을 위해서 가까이에서 그 유산의 가치를 알고 돌보아야 할 책임이 있는 지역주민인 제주도민을 대상으로 함께 살펴봄으로써 연구의 범위를 더욱 확대하였다.

III. 연구방법

1. 설문조사 내용

본 연구의 설문 문항은 제주도민과 관광객을 대상으로 제주도 고유한 유네스코 및 UNFAO의 세계적 유산에 대한 인식 및 해당 유산에 대한 인식 경로와 세계 유산 로고에 대한 인식 여부 등을 살펴보았으며 마지막으로 세계 유산 등재에 대한 의미를 제주 관광산업에 미치는 영향, 제주 이미지 향상에 미치는 영향, 자금심 고취에 미치는 영향, 제주 관광 기반 시설에 대한 영향과 자연 보호 인식에 대한 영향 등을 통해 살펴보았다.

2. 조사대상과 방법

설문조사 대상은 만 15세 이상의 대한민국 국적의 남녀이며, 제주특별자치도 거주민과 제주도 여행을 마치고 돌아가는 여행객을 대상으로 제주국제공항을 포함한 제주 전역에서 실시하였다.

설문 조사 기간과 방법은 2017년 2월 20일부터 3월 20일까지 실시하였으며 구조화된 질문지에 의한 자기기입방식을 채택하였다. 총 480부를 배포하여 467부를 수거하였고 불성실한 응답지 7부를 제외한 460부를 본 연구에 활용하였다. 설문조사를 통하여 얻어진 총 460부의 유효 표본을 대상으로 통계분석 프로그램인 SPSS Ver. 19(IBM SPSS Statistics)를 사용하여 빈도분석 및 T-test를 실시하였다.

3. 표본의 특성

본 연구에 사용된 유효표본 총 460부에 대한 표본의 특성을 살펴보기 위하여 빈도분석(frequency analysis)을 실시한 결과는 <Table 1>과 같다. 전체 응답자 460명 중 남성은 178명으로 38.7%였으며 여성은 282명으로 61.3%를 차지하였다. 연령대는 10대 5명(1.1%), 20대 93명(20.2%), 30대 114명(24.8%), 40대 101명(22.0%), 50대 104명(22.4%), 60대 이상 44명(9.6%)으로 나타났다.

전체 응답자 중 제주도민은 296명으로 64.3%였으며 관광객은 164명으로 35.7%로 나타났다. 응답자의 학력을 살펴보면 초등학교 졸업 1명(0.2%), 중학교 졸업 22명(4.8%), 고등학교 졸업 120명(26.1%), 대학교 재학이나 졸업 272명(59.1%), 대학원 이상 45명(9.8%)이었다. 설문대상자의 직업을 살펴보면, 학생 89명(19.3%), 사무직 69명(15.0%), 기술직 15명(3.3%), 농림어업 19명(4.1%), 자영업 45명(9.8%), 공무원 31명(6.7%), 주부 65명(14.1%), 서비스직 99명(21.5%), 교직이나 연구직 13명(2.2%), 무직 10명(2.2%), 기타 5명(1.1%)으로 나타났다.

Table 1. Demographic Characteristics of Respondents

characteristic		n(%)	characteristic		n(%)
Gender	Male	178(38.7)	Job	Student	89(19.3)
	Female	282(61.3)		Office Worker	69(15.0)
Age	15-20	5(1.1)		Engineer	15(3.3)
	21-30	93(20.2)		Agriculture and fisheries	19(4.1)
	31-40	114(24.8)		Independent business	45(9.8)
	41-50	101(22.0)		Public officer	31(6.7)
	51-60	104(22.4)		Homemaker	65(14.1)
	Over 61	44(9.6)		Service	99(21.5)
Residence	Visitor	164(35.7)		Profession	13(2.8)
	Jeju	296(64.3)		Jobless	10(2.2)
Education level	Elementary School	1(0.2)		Others	5(1.1)
	Middle School	22(4.8)		Total	460(100)
	High School	120(26.1)			
	University	272(59.1)			
	Graduate school	45(9.8)			
Total	460(100)				

IV. 분석결과

1. 유네스코 및 UNFAO의 세계적 유산 등재인식 수준과 인식 경로

제주에 보유하고 있는 '세계자연유산', '생물권보존지역', '세계지질공원', '밭담농업유산', '제주 칠머리당 영등굿', '제주해녀문화'에 대한 세계적 유산 등재 인식 수준을 살펴보기 위해 5점 리커트 척도(5-point Likert-type scale)를 이용하여 '나는 제주가 유네스코 세계 자연 유산 지정 지역임을 잘 알고 있다'는 항목에 대해 '전혀 그렇지 않다(1점)'에서 '매우 그렇다(5점)'에 표시하도록 하였다.

제주 보유 유산 가운데 '세계 자연 유산'에 대한 응답자의 평균 인식 점수가 4.23점으로 가장 높았으며 '밭담 농업 유산'에 대한 응답자의 인식 점수는 평균 2.87점으로 제주 보유 유산 가운데 가장 낮은 인식 점수를 보였다.

두 번째로 높은 인식 수준을 보이고 있는 유산은 '제주 해녀 문화'로 평균 3.96점을 나타냈으며, 그 다음으로 '생물권보존지역'(3.88점), '세계지질공원'(3.79점), '제주칠머리당영등굿'(2.91점)으로 나타났다.

제주도가 보유하고 있는 세계 유산에 대한 제주도민과 관광객 간의 집단별 평균 인식 점수가 통계적으로 유의한 차이를 보이는지 T-test 분석을 통해 살펴보았다. 먼저 '세계 자연 유산'에 대한 인지도는 제주도민이 4.39점, 관광객이 3.95점으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

'생물권 보존지역'에 대한 인지도를 살펴본 결과, 제주주민이 4.03점, 관광객이 3.59점으로 나타났고, '세계 지질 공원'에 대한 인지도 점수는 제주도민이 4.04점, 관광객이 3.35점으로 나타

이 또한 집단 간 차이가 유의하게 나타났다.

'밭담 농업 유산'에 대한 인식은 제주도민이 2.99점, 관광객이 2.64점으로 나타났으며 '제주 해녀 문화'에 대한 인식은 제주도민이 4.05점, 관광객이 3.80점으로 나타났다. 마지막으로 '제주 칠머리당 영등굿'에 대한 인식은 제주도민이 3.06점, 관광객이 2.65점으로 나타났다.

제주도민이 가장 높은 인식 점수를 보인 유산은 '세계자연유산'(1위)이며, '제주해녀문화유산'(2위), '세계지질공원'(3위), '생물권보존지역'(4위)의 순으로 나타났다. 관광객은 제주도민과 유사하게 '세계자연유산'(1위), '제주해녀문화유산'(2위), '생물권보존지역'(3위), '세계지질공원'(4위)의 순서로 나타났다.

제주도가 유네스코 및 UNFAO 유산 지역이라는 것을 알게 된 인지 경로를 살펴보면, 응답자의 72.6%(334명)가 'TV, 신문, 라디오' 등의 대중매체로 응답하였고, 13.3%(61명)의 응답자가 지도나 홈페이지 등 '지역관광자료'를 통해 제주도가 유네스코 및 UNFAO 유산지역이라는 것을 알게 되었다고 응답하였다. 응답자의 8.7%(40명)는 '지자체 홍보물이나 지역주민회의'를 통해 알게 되었고 '기타 경로'라는 응답 비율은 2.6%(12명)으로 나타났다.

2. 유산 로고에 대한 인식과 로고 접촉 경로

세계 공통으로 사용되는 세계적 유산 로고에 대한 응답자의 인식 여부를 설문지를 통하여 측정하였다. 먼저 유네스코 로고에 대해 '본 적이 있다'고 응답한 비율은 전체 응답자의 75.9%(349명)로 나타났다. 그 다음으로 세계자연유산 로고를 '본 적이 있다'고 응답한 비율이 50.4%(232명), 세계지질공원의 경우 30.2%(139명), 생물권보존지역 로고는 14.6%(67명), 세계농업유산 로고는 11.1%(51명), 세계무형문화유산 로고는

Table 2. T-test Result between Jeju Residents and Visitors

type		no. s	mean	rank	standard deviation	p-value
World Natural Heritage	Jeju Residence	296	4.39	1	.828	.000***
	Visitor	164	3.95	1	1.120	
Biosphere Reserves	Jeju Residence	296	4.03	4	1.018	.000***
	Visitor	164	3.59	3	1.171	
Global Geoparks Network	Jeju Residence	296	4.04	3	1.065	.000***
	Visitor	164	3.35	4	1.267	
GIAHS Jeju Batdam	Jeju Residence	296	2.99	6	1.334	.006**
	Visitor	164	2.64	6	1.218	
JejuHaenyeo ICH	Jeju Residence	296	4.05	2	1.040	.020*
	Visitor	164	3.80	2	1.173	
Jeju Chilmeoridanggut ICH	Jeju Residence	296	3.06	5	1.380	.002**
	Visitor	164	2.65	5	1.300	

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

8.5%(39명)만이 '본 적이 있다'고 응답하였다.

주목할 점은 제주도민과 관광객 모두 세계 유산 중 2위의 인식 수준을 보였던 '제주해녀문화'가 속한 세계무형문화유산 로고는 가장 낮은 인식 순위를 보였다는 점이다.

세계 유산 로고의 접촉 경로를 살펴보면, 'TV 프로그램 또는 TV'를 통해서가 가장 높았으며(106명), 그 다음으로 '관광지내 설치된 안내도'(101명), '도로 표시판을 포함한 거리 표지판'(85명), '제주도청, 제주관광공사, 제주관광협회 등과 같은 제주도내 기관 홈페이지'(48명), '제주관광지도'(36명), '관광지 홈페이지'(25명)의 순으로 나타났다.

이러한 설문결과를 토대로, 세계 유산 로고의 접촉 경로가 가장 높은 TV 프로그램이나 TV 및 관광지내 설치된 안내도에 유네스코 및 UNFAO 로고를 노출시켜 제주도민을 비롯하여 관광객이 방문하는 지역에 해당하는 유네스코 및 UNFAO 로고에 대한 인식 비율을 높이는 방안의 모색이 필요하다고 할 수 있다.

Table 3. Perception level on the global designation symbols

Title	Symbol	Perception level
UNESCO		75.9%
World Natural Heritage		50.4%
Biosphere Reserves		14.6%
Global Geoparks Network		30.2%
UNFAO Globally Important Agricultural Heritage		11.1%
UNESCO Intangible Human Cultural Heritage		8.5%

3. 세계적 유산 등재에 대한 영향인식

기존 세계 유산에 대한 연구들은 대부분 로고의 인식이나 세계적 유산의 등재에 대한 지역주민의 인식을 연구하는 것에 머물러 있는 경우가 많았다. 이에 본 연구에서는 추가적 분석을 통해 제주가 보유하고 자연, 문화유산의 세계적 등재가 제주도민과 제주 방문 관광객들에게 미치는 영향 인식을 다음과 같이 살펴보았다.

1) 제주 관광 산업 발전에 기여

제주도가 보유하고 있는 유네스코 및 UNFAO 유산이 제주 관광 산업 발전에 긍정적 영향을 미쳤는지에 대한 인식을 조사한 결과, 제주도민과 관광객 모두 평균 3.88점으로 나타났다. 또한 새로운 관광명소 발굴에 대한 긍정적 영향을 미치는지에 대한 문항에서는 전체 평균 3.87점(제주도민 3.88점, 방문객 3.87점)으로 유사하게 나타났다. 이는 제주도가 보유한 유네스코 및 UNFAO 유산이 제주의 관광 산업에 긍정적 영향을 미치고 있다고 지역 주민과 방문객 모두 공통된 인식을 하고 있음을 나타낸다.

2) 제주 이미지 향상

제주도가 보유하고 있는 유네스코 및 UNFAO 유산이 제주 이미지 향상에 긍정적 영향을 미치는지에 대한 인식을 조사한 결과, 제주도민은 평균 4.10점, 관광객의 경우 4.04점으로 전체 평균 4.08점이라는 높은 점수를 나타냈다. 이는 제주 보유 유산에 대해 제주도민과 관광객 모두 큰 의미를 부여하는 것이라 할 수 있다. 이러한 결과는 고계성(2007)의 유네스코 세계자연유산 등재 전 제주지역주민의 영향 인식을 조사한 연구에서 '지역 브랜드가치가 높아질 것이다'라는 항목의 점수가 지역경제 활성화나 소득증대보다 높았던 것과 유사한 결과로, 특히 본 연구에서는 제주도가 보유하고 있는 유네스코 및 UNFAO 세계 유산 등재가 제주도민 뿐만 아니라 관광객에게도 제주 이미지 향상에 긍정적 영향을 미치고 있음이 추가적으로 밝혔다는데 의의가 있다.

3) 제주도민의 자긍심 고취

제주도가 보유하고 있는 유네스코 및 UNFAO 유산이 제주도민의 자긍심 고취에 긍정적 영향을 미치는지에 대한 항목에서는 제주도민은 3.90점, 방문객의 경우 3.80점으로 제주도민 스스로가 유네스코 및 UNFAO의 세계적 유산 보유에 대한 자긍심이 높은 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 유네스코 및 UNFAO 등재로 인해 초래되는 혜택으로 지역과 국가적 자부심 증대를 가져올 수 있다는 Hall & Piggin(2003)의 연구 결과와 유사하다고 할 수 있다.[16]

Table 4. Perception of impact from designations

	type	no.	mean	rank	standard deviation	p-value
Advance Jeju tourism	Jeju Resident	296	3.88	3	.827	.944
	Visitor	164	3.88	3	.882	
Positive impact for new tourism attraction development	Jeju Resident	296	3.88	3	.827	.879
	Visitor	164	3.87	4	.883	
Improve Jeju image and impression	Jeju Resident	296	4.10	1	.794	.450
	Visitor	164	4.04	1	.899	
Inspire Jeju residents self-respect	Jeju Resident	296	3.90	2	.854	.921
	Visitor	164	3.89	2	.914	
Improve Jeju tourism infrastructure	Jeju Resident	296	3.76	5	.928	.912
	Visitor	164	3.75	5	.974	
Improve environmental protection	Jeju Resident	296	3.56	7	.962	.449
	Visitor	164	3.63	7	.947	
Vitalize local economy of restaurant, lodging industry, etc.	Jeju Resident	296	3.60	6	1.016	.240
	Visitor	164	3.49	8	1.030	
Train and develop tour guides and tourism industry positions	Jeju Resident	296	3.56	7	.962	.449
	Visitor	164	3.63	6	.947	

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

4) 제주 관광 기반 시설 개선에 대한 영향 인식

제주도가 보유하고 있는 유네스코 및 UNFAO 유산이 제주 관광 기반 시설 개선에 긍정적 영향을 미치는지에 대한 항목에서는 제주도민은 3.76점, 방문객의 경우 3.75점으로 이미지 향상이나 자긍심 고취 보다는 낮은 점수를 보이는 것으로 나타났다.

5) 환경 보호 인식 고취

제주도가 보유하고 있는 유네스코 및 UNFAO 유산이 환경 보호 인식 고취에 긍정적 영향을 미치는지에 대한 항목에서는 제주도민은 3.69점, 관광객의 경우 3.74점으로 유네스코 및 UNFAO 세계 유산 등재가 제주도민보다는 관광객의 환경 보호 인식 고취에 더 큰 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 환경 보호 의식 고취에 대한 인식은 등재로 인해 유산 보호를 위한 책임감 의식 확대를 가져올 수 있도록 유네스코 및 UNFAO 유산의 보전을 위해 제주도민의 환경 보호 인식 고취를 위해 더 노력해야할 필요가 있다는 것을 보여준다.

6) 지역경제 활성화에 미치는 영향 인식

제주도가 보유하고 있는 유네스코 및 UNFAO 유산 등재가 '음식, 숙박업 등 지역경제 활성화'에 긍정적으로 기여하는지에 대한 인식을 묻는 항목에서 제주도민은 3.60점을, 관광객 3.49점이었으며, '해설사 등 관광관련 종사원 양성에 제주 보유 유네스코 및 UNFAO 유산의 기여도는 제주도민이 3.56점, 방문객 3.63점으로 나타났다.

유네스코 및 UNFAO 세계 유산 등재로 인한 영향인식의 순위를 살펴보면, 제주도민과 관광객 모두 유네스코 및 UNFAO 세계 유산 등재가 '제주 이미지 향상'에 크게 기여한 것으로 인식한 것으로 나타났다. 다음으로 유네스코 및 UNFAO 등재가 '제주도민의 자긍심 고취'에 긍정적 영향을 미치는 것으로 인식하고 있으며, '제주 관광 산업 발전에 기여', '새로운 관광명소 발굴에 긍정적 영향'에 대한 인식을 높이 하고 있는 것으로 나타났다.

반면, 유네스코 및 UNFAO 세계유산 등재에 대한 영향인식으로 '환경보호 의식 고취'나 '식당, 숙박업 등 지역경제 활성화 기여', '해설사 등 관광 종사원 양성에 대한 기여'에 대해서는 상대적으로 낮은 영향 인식을 하고 있어 이에 대한 개선방안이 필요한 것으로 나타났다.

V. 결론

본 연구는 제주도가 세계 환경, 문화, 농업유산 제도를 도입한지 만 15년이 지난 현재 제주가 보유하고 있는 세계적 유산에 대한 인식 수준 및 인식 경로, 세계 유산 로고에 대한 인식과 인식 경로 및 세계 유산 등재로 인한 영향 인식에 대해 살펴 보았다.

연구 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 제주 보유 6대 유네스코 및 UNFAO 세계 유산 중 인식이 가장 높은 유산은 '세계자연유산'으로 나타났으며 다음으로 높은 인지도를 보인 유산은 '제주해녀문화'로 나타났다. 특히 '제주해녀문화'의 경우

제주특별자치도가 한차례 등재 실패경험을 겪었고 장기간의 준비를 통하여 도민과 소통하고 해녀와 직접 어려움을 논의하고 협조를 구하는 과정을 통해서 제주도민과 관광객의 인지도가 높아진 것으로 보이며 2016년 12월 등재라는 최근 효과도 작용했을 것이라 여겨진다. 반면 '제주 칠머리당 영등굿'의 경우 '발담농업유산'보다 이전인 2009년에 세계무형유산으로 등재되었음에도 불구하고 제주도민과 관광객의 인식이 낮게 나타났으며 '밭담농업유산'의 경우는 인식 수준이 가장 낮은 것으로 나타나 이 두 유산에 대한 홍보 및 광고 활동을 통해 제주가 보유한 또 다른 세계 유산임을 대내외적으로 알릴 필요가 있다.

둘째, 유네스코 및 UNFAO 세계 유산의 인지 경로 중 가장 영향력이 있는 경로는 대중매체인 것으로 나타났다. 따라서 앞으로 TV, 신문, 라디오를 포함한 대중매체를 통한 꾸준한 홍보가 필요하며 지도나 홈페이지, 지자체 홍보물과 지역주민회의를 비롯하여 온라인 홍보 등 다양한 매체를 통해 지속적으로 제주가 보유한 세계 유산에 대한 제주도민 뿐 아니라 세계인들을 향한 홍보 마케팅 전략이 필요하다. 더불어 유네스코 및 UNFAO 세계 유산에 대한 홍보 뿐 아니라 각각의 세계 유산 로고에 대한 노출을 극대화 하여 로고에 대한 친숙도를 높이는 전략도 요구된다.

마지막으로 제주가 보유한 유네스코 및 UNFAO 유산 등재의 영향인식을 살펴 본 결과, 유네스코 및 UNFAO 유산 등재가 '제주의 이미지 향상'과 '제주도민의 자긍심 고취'에 긍정적 영향을 미쳤다는 것에 대해 제주도민과 관광객 모두 높게 인식하고 있었다. 반면, '환경 보호 인식 고취'와 '해설사 등 관광관련 종사원 양성에 기여' 등에 대한 유네스코 등재 영향은 상대적으로 낮게 인식하고 있었다. 이러한 연구 결과를 토대로, 세계 유산 보호 및 환경 보호 인식을 함께 높여 제주의 청정 자원 보호에 제주도민과 관광객이 함께 동참할 수 있도록 유도하는 전략이 필요하다. 제주는 현재 성산일출봉, 만장굴, 거문오름 등에 자연유산 해설사 제도를 마련하여 탐방객들을 대상으로 유산지구별 특성과 자연유산의 가치를 설명하고 있다. 제주도가 자연유산 해설사라는 직종을 창출을 포함하여 유네스코 및 UNFAO 유산 관련 종사원 양성과 교육에 노력하고 있는 점을 적극 홍보하여 유네스코 및 UNFAO 세계 유산 등재가 제주의 이미지 향상에 기여할 뿐 아니라 제주 지역발전에도 다양하게 기여하고 있음으로 홍보하고 제주가 보유한 6대 세계 유산으로 인해 경제적으로도 혜택을 입고 있음을 홍보를 통해 공유함으로써 제주도민과 관광객이 자발적으로 세계 유산을 보호하고자 하는 인식개선이 이루어질 수 있도록 노력해야 할 것이다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 응답자의 성비 균형이 부족하였고 제주 6대 유네스코 및 UNFAO 세계 유산의 인식 측정에 더 다양한 항목에 대한 측정이 요구된다. 또한 각 유산의

로고 인식과 유산 등재로 인한 영향 인식 간의 관계 파악 등 더욱 깊이 있는 연구가 필요하다. 이러한 한계점에도 불구하고 본 연구는 제주도민과 관광객 대상 제주가 보유한 유네스코 및 UNFAO 유산 전체에 대한 인식 수준을 최초로 비교하여 제시함으로써 앞으로도 제주가 보유하고 있는 세계적 유산에 대한 전반적인 관리와 통합적 홍보 방안 마련의 필요성을 제시하였다는 의의가 있다.

REFERENCES

- [1] UNESCO Convention. (2003). Convention Concerning on the Protection of the World Cultural and Natural Heritage-Article 1 for Definition.
- [2] Yoon, Seol-Min, Song, Hak-Jun, Baek, Joo-A, and Kim, Heung-Ryel. (2010) A Study for Recognition about Cultural Heritage of Visitors in Bukaksan's Seoul Fortress: Focused on Modified New Environmental Paradigm(NEP) Scale. Journal of Tourism & Leisure Research. 22(1): 133-150.
- [3] Yi, Young-Kyoung.(2008). Economic Valuation of Cultural Heritage Resource -In Case of Bulguksa,Seoggulam. Journal of the Korean Institute of Traditional Landscape Architecture. 26(1): 35-43.
- [4] Dewar, K., du Cros, H. and Li, W.(2012). The search for World Heritage brand awareness beyond the iconic heritage: a case study of the Historic Centre of Macao. Journal of Heritage Tourism. 7(4): 323-339.
- [5] King, L. M. and Halpenny, E. A.(2014) Communicating the World Heritage brand: visitor awareness of UNESCO's World Heritage symbol and the implications for sites, stakeholders and sustainable management. Journal of Sustainable Tourism. 22(5): 768-786.
- [6] UNESCO Convention.(2003). Convention Concerning on the Protection of the World Cultural and Natural Heritage-Article 1 for Definition. 32nd session meeting.
- [7] www.unesco.co.kr
- [8] Shackley, M.(1998) Introduction: World cultural heritage sites. Visitor management: Case studies from world heritage sites, Oxford: Betterworth-Heinemann. 1-9.
- [9] UNESCO Convention(2003). Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage.
- [10] <http://www.fao.org/giahs/giahs/features-and-criteria/en>
- [11] Baek, S. S. Moon, Y. S. and Jung, K. H.(2016). A Study on the Valuation Standards for the Korea Agricultural Heritage. Journal of the Korean Institute of Traditional Landscape Architecture. 34(4): 110-118.
- [12] Kotler, P. and Gertner, D.(2002). Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. Journal of brand management. 9(4): 249-261.
- [13] Choi, J. U. Kim, D. Y. Yoon, S. D. and Kwak, M. J.(2016). Perspectives on the Landscape Characteristics and Management Scheme of Sacred Dangsang Forest in Singi-ri, Namwon-si as an Agricultural Heritage. Journal of the Korean Institute of Traditional Landscape Architecture. 34(3): 115-123.
- [14] Baek, S. S. Moon, Y. S. and Jung, K. H.(2016). A Study on the Valuation Standards for the Korea Agricultural Heritage. Journal of

- the Korean Institute of Traditional Landscape Architecture, 34(4): 110-118.
- [15] Jeju Special Self-Governing Provincial Ordinance on Management of UNESCO designated Heritages (2016).
- [16] Baek, S. S.(2017). A Proposal for Conservation and Management Policy on Korea's Important Agricultural Heritage. Journal of the Korean Institute of Traditional Landscape Architecture, 35(2): 98-107.
- [17] Drost, A.(1996) Developing sustainable tourism for world heritage sites. Annals of tourism research, 23(2): 479-484.
- [18] Ryan, J. and Silvanto, S. (2009). The World Heritage List: The making and management of a brand. Place Branding and Public Diplomacy, 5(4): 290-300.
- [19] Kim, Nam-jo.(2001). The Different Perceptions, Attitudes, and Expected Behaviors on the Tourist Destination Between Hosts and Guests. Journal of Tourism Sciences 25(3): 43-62.
- [20] Keller, K. L.(1993) Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. the Journal of Marketing, 1-22.
- [21] [22] Dewar, K., du Cros, H. and Li, W.(2012). The search for World Heritage brand awareness beyond the iconic heritage: a case study of the Historic Centre of Macao, Journal of Heritage Tourism, 7(4): 323-339.
- [23] Hall, C. M. and Piggin, R.(2003) World Heritage sites: managing the brand. Managing visitor attraction. New directions, 203-219.
- [24] Terill G.(2009) Australia ICOMOS from World Heritage Committee Representatives. Unpublished report, Canberra.
- [25] King, L. M. and Halpenny, E. A.(2014) Communicating the World Heritage brand: visitor awareness of UNESCO's World Heritage symbol and the implications for sites, stakeholders and sustainable management, Journal of Sustainable Tourism, 22(5): 768-786.
- [26] Hergesell, A.(2006). Influence of the World Heritage certification on destination choice(Master's thesis). Bournemouth University, Bournemouth, Germany.
- [27] Poria, Y., Reichel, A. and Cohen, R.(2010). World Heritage Site-is it an effective brand name? A case study of a religious Heritage Site. Journal of Travel Research 50(5): 482-495.

원 고 접 수 일: 2017년 10월 31일
심 사 일: 2017년 11월 23일 (1차)
: 2017년 12월 8일 (2차)
게 재 확 정 일: 2017년 12월 13일
3인 익명 심사필, 1인 영문 abstract 교정필