

신생 도시축제의 지역영향인식 구조모형

- 하이서울페스티벌을 대상으로 -

Regional Impacts of Developed City Festival

- The Case of the Hi Seoul Festival -

서용석*, 이 훈**, 임동일***

한국문화관광연구원*, 한양대학교 관광학부**, 한양사이버대학교 부동산학과***

Yong-Seok Seo(tourall@empal.com)*, Hoon Lee(hoon2@hanyang.ac.kr)**,

Dong-Il Lim(limdi@hycu.ac.kr)***

요약

본 연구에서는 신생축제가 지역과 관광의 상생적이고 내발적인 관계가 형성되고 있는지에 대해 밝혀내고자 하였다. 이를 위해 축제에 대한 관여도 및 지역에 대한 애착도를 지역축제로 인한 영향인식 과 만족도와의 인과관계를 증명하고자 하였다. 연구결과 축제관여도와 영향인식과의 관계에서는 양의 상관관계를 보이는 반면 장소애착도와 영향인식과의 관계에서는 음의 상관관계를 보여주는 것을 밝혀냄으로서 신생 축제에 대한 정책적 시사점을 던져주고 있다. 즉, 지역축제 자체가 삶을 영위함에 있어서 중요한 부분을 차지하는 지역주민들은 축제가 대외이미지 향상과 여가편익에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 인식하고 있다. 반면 서울에 대한 장소애착도가 높을수록 신생축제인 하이서울페스티벌에 대해 오히려 부정적인 영향을 미친다고 인식하거나 만족하지 못하는 것으로 나타나고 있었다. 따라서 축제가 지역에 친착하기 위해서는 지속적으로 지역과 소통하는 노력과 장소성을 높이기 위한 노력이 요구됨을 제시하고 있다.

■ 중심어 : | 장소애착도 | 관여도 | 관광영향 | 도시축제 | 하이서울페스티벌 |

Abstract

This study is to analyze impacts of a newly developed festival based on place attachment and involvement theories using SEM. The results are that there are positive relationships between festival involvement and festival impacts, but there are negative relationships between place attachment and the impacts. The results mean that residents may have not enough interaction with the newly developed festival. Therefore, the findings suggest that organizers and managers are need to make efforts to communicate with citizens and to enlarge place attachments with the festival.

■ keyword : | Place Attachment | Involvement | Tourism Impact | City Festival | Hi Seoul Festival |

I. 서론

지역축제는 지역주민과 관광자가 만나는 장으로서

두 주체가 어우러져 다양한 상호작용을 빚어내고 있다.

지역축제는 지역주민의 주거지에서 펼쳐지기 때문에

지역주민이 긍정적으로 생각하지 않는 지역축제는 지

* 본 논문은 2006년 한양대 일반연구 지원 사업으로 연구되었습니다.

접수번호 : #080923-001

접수일자 : 2008년 09월 23일

심사완료일 : 2008년 10월 15일

교신저자 : 임동일, e-mail : limdi@hycu.ac.kr

역주민과 지역정부간의 불신을 야기하고 결국 관광자의 불만족으로 이어질 수 있다는 지적이 여러 선행연구들을 통하여 나타나고 있다[26][31][33][37][42][48][21]. 그동안의 지역축제에 대한 연구는 관광자의 관점에서 축제시장 세분화, 축제이미지, 축제동기, 지역축제 활성화 등에 상당히 기여를 했음에도 불구하고 정작 지역주민의 관점에서의 연구는 미흡한 실정이다[15].

신생축제의 경우 외래관광객 유치에 지나치게 초점을 맞춘 나머지 지역의 역사문화적 여건을 충분히 반영하지 못하고 있다는 비판이 제기되고 있는 실정이다. 특히 현대의 도심축제는 관광매력물로서의 이미지 구축과 더불어 시민여가 진작이라는 측면에서 그 중요성이 커지고 있다[8]. 지역주민이 중심이 되지 못하는 축제, 지역주민이 흥겹고, 자발적 참여와 참가가 이루어지지 않는 축제는 생명력이 고갈되어 가는 현상으로 이어질 수 있다.

지역축제에서 중요하게 여겨지는 한 측면은 애착도 이론으로서 주민이 지역에 대한 애착도에 따라 지역에서 일어나는 개발이나 여타의 현상들에 대한 태도가 달라진다(McCool & Martin, 1994; Kaltborn, 1997; Wichham & Kerstetter, 2001)는 점에서 많은 학자들의 관심영역이 되고 있다[45][41][51].

또한 지역축제에 관심이 높고 삶의 영역에서 차지하는 비중이 얼마나 큰가를 설명해 주는 관여도 이론은 지역주민이 참가해서 즐거워하는 토대에서 지역축제가 발전해 가야 한다는 사실을 설명하며 관광이 야기하는 여러 문제점을 해결하기 위해서는 지역관광의 중심에 지역주민들이 있어야 한다는 필요성(Apostolopoulos & Sonmez, 1999; Mitchell & Reid, 2001; Reed, 1997; Jamal & Getz, 1995)을 뒷받침해 준다[29][46][35].

지금까지의 축제로 인한 영향인식에 대한 연구는 지역주민의 인구통계적 특성 및 심리적 변인에 의한 차이를 분석하거나 장소애착과 축제관여도 한 측면에서만 바라본 것들이 많았다. 이러한 연구 경향들은 축제를 통한 지역의 파급효과를 구조적인 관점에서 바라보는 시각이 부족하고 지역축제 발전의 역동성을 학술적으로 밝혀내는 데 한계점을 드러낸다. 도시(지역)의 축제는 도시(지역)라는 장소성과 축제라는 문화·사회적 현

상이 결합된 결과이다. 그러므로 지역 축제의 파급영향에 대해 장소적 특성 또는 장소에 대한 애착이라는 관점과 축제 자체에 대한 관심과 흥미라는 두 가지 관점을 동시에 통찰적으로 분석할 필요가 있다.

전국의 축제는 2008년을 기준으로 920여개에 달하고 있으며 이 중 서울, 부산, 대구 등 대도시 축제는 278개로 집계되고 있다(문화체육관광부, 2008). 본 연구의 대상이 되는 하이서울페스티벌과 비슷한 시기에 만들어진 신생 도시축제는 26개에 달하며(기초 지자체 단위 개최 축제 제외) 대부분 문화예술과 종합축제를 표방하고 있다. 하이서울페스티벌은 서울광장을 중심으로 도심 곳곳에서 서울의 역사와 전통문화를 재현하는 대규모 행사로서 2003년에 시작된 신생축제이며 서울의 국제성과 전통성을 강조한 종합축제이다. 지역주민의 장소애착과 축제관여도에 따라 축제파급효과를 어떻게 인식하고 있는지 평가하기 위해 적절하다고 판단되어 연구대상으로 선정하였다.

연구의 구체적인 목적으로는 장소애착도와 관여도, 관광영향인식 및 만족도를 지역축제의 관점에서 의미를 규명하고 둘째, 장소애착도 및 관여도를 각각 외생변수로 설정하여 관광영향인식과 만족도와외의 인과관계가 성립하는지 측정해 보고 셋째, 이를 통해 지역축제가 지역주민이 중심이 되어 생명력을 이어갈 수 있는 정책적 시사점을 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 장소애착도

장소(place)는 활동과 상징성 등이 사회·문화적 성격을 포함하여 가치와 의미가 부여된 공간을 지칭한다. 여기에 정체성(identity)와 애착(attachment) 등의 체험적 의미가 형성된 개념이 장소성(placeness)이다 [11][24]. 장소애착도(place attachment)는 한 개인이 특정한 물리적 환경에 대해 감정적인 인지나 상징 혹은 정신적인 반응으로서(Smaldone, Harris, Sanyal & Lind, 2005) 특정 지역에 대한 상호의존, 존경, 감사, 관심과 더불어 가족이나 고향에 대한 개인적인 밀접함과

관련된 용어이다[49].

사람들은 지역에 대한 개인적 애착을 통해 소속감을 갖고 자신의 삶에 대한 의미를 획득한다[30]. 애착도의 형태나 수준은 관광이나 개발에 대한 태도와 관련된다[45][41].

Moore & Creafe(1994)는 옥외 레크리에이션 지역의 이용자들을 중심으로 장소애착도를 측정하여 장소정체성과 장소의존성을 중심으로 설명하였다. 장소 의존성은 개인이 자신을 기능적으로 그 장소 또는 장소군에 연계되어 있다고 인식하는 수준이다. 즉 한 장소가 이용자의 특정 활동을 촉진하거나 저해하는 기능이라고 할 수 있다. 장소정체성은 “태도, 가치, 생각, 믿음, 의미 그리고 행동적 경향의 결합(combinations)으로 감정적 애착을 넘어 특정 장소에 소속되는(belonging) 것”으로 특징짓는다(Proshansky, Fabian, & Kaminoff, 1983, p. 61). 이것은 장소나 공간이용의 고유한 규범(norms), 행동, 규칙(rules), 그리고 규정(regulations)을 구성하는 복잡한 인지적 구조(complex cognitive structure)로 설명된다(Proshansky et al., 1983). 이와 함께 Kaltborn(1997)은 자연환경, 문화환경, 가족과 사회활동, 역사와 전통을 포함하는 장소특성이 지역유대감을 형성하는데 중요하다고 설명하고 있다.”[41]

Um & Crompton(1987)은 거주기간, 출생지, 유적의 관점에서 애착도를 측정하여 애착도와 관광영향은 부정적인 관계임을 분석하였다[50]. Williams, Patterson, Roggenbuck, & Watson(1992)은 감정적 애착과 상징적 애착의 검증을 시도하여 장소애착에 따른 인구통계적 특성과 여행특성을 분석하였다[52]. Jurowski, Uysal, & Williams(1997)은 관광에 대한 지역주민의 반응에서 애착도는 경제적·사회적 영향에 대해서는 긍정적인 관계이지만 환경적인 측면에서는 부정적인 관계를 나타내고 있으며, 전체적으로 애착도가 높은 주민들이 지역 관광에 대해 긍정적으로 반응하고 있다고 지적하였다[39]. 많은 연구에서 장소애착도는 장소정체성과 장소 의존성의 두 측면에서 분류되었다[53][38]. Bricker & Kerstetter(2000)는 장소애착도의 구성요소로 라이프스타일을 추가적으로 제시하였다[30]. 특히 이벤트 분야에서는 Wickham & Kerstetter(2001)가 지역주민 중심

축제연구에서 지역의 애착도와 축제장에서 경험하는 혼잡도 사이의 긍정적인 관계를 입증하였다[51].

국내 연구로는 이훈(2005)이 장소애착도와 여가제약을 연결하여 지역주민의 축제참가에 대해 연구하였고 강신겸·최승담(2002)이 안동지역 주민들의 관광개발태도를 애착도와 연관하여 긍정적 관계가 있음을 밝혀내었다[14][1]. 또한 장성수(2001)가 개념적인 측면에서 애착도를, 박청인(2000)이 국립공원 내 주민의 애착도에 대해 연구하였다[17][6].

선행연구를 토대로 본 연구에서는 지역주민의 장소 애착도가 축제 개최로 인한 영향인식과 만족도에 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정하고자 한다.

2. 관여도

관여도는 사회심리학 관점에서 개발된 것으로서 자아(ego)와 관련이 깊다. Sherif 등이 1965년 사회적 판단이론(social judgment theory)을 연구하면서부터 비롯된 이 개념은 학자들마다 다양한 의견을 보이고 있으나 ‘특정 대상에 대한 개인의 중요성 지각 정도 및 관심 정도이거나 주어진 상황에서 특정 제품에 대한 개인의 관련성 지각 정도’로 정리할 수 있다[27].

관여도에 대해 관광학 관련 분야에서는 Mannell(1980)이 ‘어떠한 이익을 고려함이 없이 지속적인 참여를 유도하고자 하는 동기부여적인 태도의 상태’라고 정의하였고, Havitz & Dimanche(1990)는 특정시점에서 개인과 여행목적지 혹은 여행활동 사이에서 발생하는 개인의 동기, 각성, 흥미의 심리적 상태라고 정의하였다[47][32]. 마케팅 분야에서 Zeichkowsky(1985)는 특정 상황에 있어 어떤 자극에 의해 유발되어 지각된 개인적인 중요성이나 혹은 관심도의 수준으로 소비자가 어떤 대상에 대하여 느끼는 개인적인 관련성이나 관심도를 의미한다고 하였다[54].

관여도는 상징적 관여도와 상황적 관여도로 나눌 수 있으며 상황적 관여도가 개인의 특성에서 비롯된 경우를 지속적 관여도라고 할 수 있다[43]. 축제와 관여도와 관련한 연구로는 김현철·홍경환(2007)이 축제 감정의 인지적 평가모형에서 관여수준의 역할에 대해 연구하였으며 박홍식·이은경(2005)이 축제관여도와 정서적 이

미지가 지역주민의 참여의사에 미치는 영향관계를, 유효순(2004)이 축제관여도가 지역주민의 참여의사에 미치는 영향에 관한 연구를 실시하였다[5][7][10].

표 1. 관광 및 여가레크리에이션 분야 관여도 연구 동향

구분	주요내용	연구자
관광	관광의 영향	Ap(1992)
	시장세분화	김성섭·최상수·전혜진(2004); 김성섭, 김성혁, 정재현(2001); 이태환·이충기(2000); Dimanche, Havitz & Howard(1993); Havitz, Dimanche & Bogle(1994); McIntyre & Pigram(1992); Fesenmaier & Johnson(1989); McIntyre(1989) 등
	불평행위	Twynam(1992) 등
	여행의사	Norman(1991) 등
	가족유가결정	Madrigal, Havitz & Howard(1992) 등
	충성도	Prichard & Howard(1993) 등
	태도 및 행위	장호찬(2000); Jang, Lee, Park & Stokowski(2000) 등
여가레크리에이션	경험과 행동	Gunter & Gunter(1980); Kim, Scott & Crompton(1997); McIntyre(1992) 등
	전문화	Bryan(1977, 1979); Scott & Godbey(1994); Williams & Huffman(1986) 등
	상품구매 또는 지적소유	Bloch & Bruce(1984); Bloch, Black & Lichtenstein(1989) 등
	충성도	Backman & Crompton(1989) 등
	가격에 대한 반응	(McCarville, Crompton & Sell(1993); Manfredo(1989) 등
	의사소통에 반응	Havitz & Crompton(1990) 등
	구매의사결정 과정	Reid & Crompton(1993) 등

장호찬·라선아(2008), 유효순(2004), 김성섭·최상수·전혜진(2004)의 연구를 참고로 연구자 재구성

선행연구에서와 같이 관여도는 축제개최로 인한 파급효과와 만족과 밀접한 관계가 있으므로 본 연구에서도 축제 관여도가 축제 영향인식, 만족도에 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정할 것이다.

3. 관광영향인식

관광영향이란 관광자원 및 시설의 물리적 개발과 관광객과 지역주민의 접촉 등을 포괄하는 것을 말한다(고동완, 1998). 관광으로 인하여 발생하는 영향의 논의는 주로 경제적인 부문에서 이루어졌다. 관광에 대한 파급효과는 관광개발로 인하여 발생하는 영향이 무엇이며 긍정적인 면을 살리는 대안적 방법 강구, 하나의 대안일 경우에는 찬성 혹은 반대 결정, 투자개발의 우선순

위 결정 등을 위한 판단 근거를 제공하기 위해 주로 논의되어 왔다(표성수·장혜숙, 1998).

관광에 있어 지역주민의 영향지각이 중요한 이유는 지역주민의 참여가 관광 정책의 성공여부에 매우 중요한 요소가 될 수 있기 때문이다. “관광이 주민의 참여를 이끌어낼 만한 적절한 ‘인센티브’란 경제성이라고 볼 수 있다.”라는 Rodenberg(1983) 주장처럼, 주민이 관광을 통해 가장 크게 기대하는 부분은 관광이 지역발전을 위해 경제적·사회·문화적 이익을 얼마만큼 가져다주는 것인가 하는 것이다.

관광으로 인한 영향에 대한 선행연구를 살펴보면, 지역주민의 관광의 경제적, 환경적, 사회적 영향을 편익과 비용 측면에서 판단하여 관광영향지각을 형성하는 것을 알 수 있다(Gee et al., 1989; Gunn, 1988; McIntosh & Godlder, 1990; Murphy, 1985).

관광에 대한 긍정적 반응이 경제적 효과와 밀접한 상관관계를 갖고 있다는 점(Millman & Pizam, 1988)을 감안한다면, 부정적 영향 역시 경제적 영향과도 밀접한 관련이 있음을 알 수 있다. 사회적 영향은 대체로 부정적 영향에 관심을 가져온 경우가 많았다. 사회적 영향은 문화적 영향과 엄격한 구분이 어렵다는 점에서 대체로 사회·문화적 영향으로 통합되어 논의되고 있다(고동완, 1998).

관광개발로 인한 지역사회에서 가장 큰 사회·문화적 영향 중 부정적인 영향으로 교통혼잡, 쓰레기 오염 등이 있는데, 최근 관광의 지속가능성에 대한 논의가 활발히 이루어지면서, 관광의 경제적 영향 못지 않게 환경적인 영향에 대한 관심의 비중이 높아지고 있으며, 이러한 현상은 사회적, 문화적, 환경적인 측면에서 다양하게 논의되고 있다.(Kendall and Var, 1984)

국내 연구로는 고승익·오상운·고경실·조문수(2007)가 지역주민의 지역축제 평가에 관한 연구를 애착도와 영향인식의 차이를 중심으로 검증하였고, 조배행·박종진(2007)이 사회교환이론에 입각하여 지역축제의 영향에 대한 지역주민의 지각 차이를 분석하였다[2][22]. 조배행·최영희·김동희(2005)가 거주특성과 관광인식 특징이 지역주민의 관광영향에 대한 집단간 차이를 밝혀 내었으며 최영희·이원철·이훈(2005)은 지역애착심과

관광영향인식에 대한 연구를 하였다[23][25]. 이밖에 서울문화재단·한양대학교(2004)는 축제로 인한 관광영향인식과 만족도 빈도분석을 통한 모니터링연구를 에서 수행한 바 있다[9].

4. 지역축제의 장소애착도, 관여도와 영향인식과의 관계

관광분야에 있어 지역주민의 장소애착도와 관광영향에 관한 연구는 명확한 합의점을 찾지 못하고 있다. Um과 Crompton(1987)은 지역에 대한 애착이 높을수록 관광영향에 대한 긍정적인 인지도가 낮다고 지적하였으며 Jurowski, Usal & Williams(1997)는 지역에 대한 애착이 높은 주민일수록 관광의 경제적 영향과 사회적 영향을 긍정적으로, 환경적 영향은 부정적으로 인식하고 있으며 종합적으로 지역애착이 높을수록 관광영향인식은 긍정적이라고 결론지었다[50][39]. 최영희·이원철·이훈(2005)은 지역애착심이 관광에 대해 지역기반발전 인식에 정의 영향을 지역환경쇠퇴 인식에 부의 영향을 나타낸다고 보고하였다[25]. 한편, McCool과 Martin(1994)은 지역애착심이 관광영향 인식에 영향을 미치지 못한다고 하였다[45]. 고승익·오상운·고경실·조문수(2007)은 대체로 애착도가 높은 집단이 축제로 인한 영향인식과 만족도가 높았고 영향관계 역시 긍정적으로 나타남을 검증하였다[2]. 즉, 축제라는 상황과 관광영향을 보다 정밀하고 풍부하게 검증해볼 필요성이 선행연구를 통해 도출되고 있다.

관여도와 관련하여서는 전희원·문상정(2006)이 환경과 관련한 관여수준과 관광개발 영향지각에 대한 영향관계를 분석한 결과 관여수준이 높을수록 관광개발의 경제적, 사회·문화적, 환경적 영향 모두에 긍정적인 영향을 미친다고 보고하였다[19]. 유효순(2004)은 지역주민의 관여도와 참여의사에 대한 영향요인이 긍정적으로 나타남을 증명함으로써 관여도가 높을수록 지역의 축제에 대해 긍정적으로 인식함을 지적하였다[10].

장소애착도와 관여도는 시민에게 도시축제가 펼쳐진다는 장소적인 의미와 축제라는 새로운 매력창출이 어떤 의미를 갖는지 분석하는 측면에서 중요한 의미를 갖는다. 이 두 변인과 지역영향인식 및 만족도와와의 인과

관계를 통해 지역축제의 발전방안에 대한 정책적 시사점을 도출할 수 있을 것으로 기대한다.

III. 연구설계

1. 연구의 모형

본 연구는 지역주민들이 지역에 대해 가지고 있는 장소애착도와 축제에 대한 관여도 그리고 파급효과 및 만족도에 대한 구조적인 관계를 보기 위한 것이다. 이들 4개 잠재변수들 간의 직·간접적인 영향관계를 알아보기 위하여 앞서 고찰한 주요 이론들을 바탕으로 개념적인 연구모형을 [그림 1]과 같이 제시하였다.

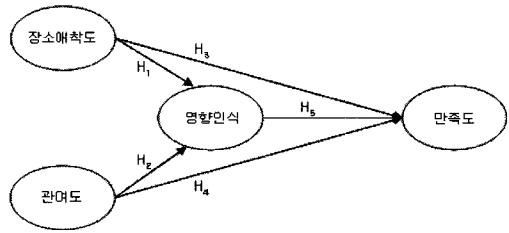


그림 1. 연구모형

2. 가설설정

앞서 설정한 연구모형에 따라 다음과 같이 5개의 가설을 설정하였다.

- [H1] 지역주민의 장소애착도는 축제 파급효과에 영향을 미칠 것이다.
- [H2] 축제 관여도는 축제 영향인식에 영향을 미칠 것이다.
- [H3] 지역주민의 장소애착도는 축제 만족도에 영향을 미칠 것이다.
- [H4] 축제 관여도는 축제 만족도에 영향을 미칠 것이다.
- [H5] 축제 파급효과는 축제 만족도에 영향을 미칠 것이다.

3. 표본추출 및 분석방법

본 연구의 데이터는 2004 하이서울페스티벌 공식 모니터링 과정에서 수집된 것으로서 조사는 서울 시청광

장 및 시민 열린광장 등지에서 5월 8일~5월 9일 동안 이루어졌다. 조사 대상은 축제참가자 중 서울시에 현재 거주하고 있는 사람으로 하였다. 표본추출방법은 통계학적으로 표본이 모집단을 일반화하는 데 이용되는 확률 표본방법 중 참가자 중 K번째 사람을 일정한 간격으로 선정하는 체계적 표본추출방법(Systematic sampling)을 이용하였다. 조사방법으로는 훈련된 조사원에 의한 대면 심층면접조사 방식(설문지에 의한 자기기입식)이다. 설문구성은 선행연구를 바탕으로 하였으며, 세부항목으로 장소생애착도 관련 8개 항목, 관여도 관련 11개 항목, 영향인식 관련 21개 항목, 만족도 관련 6개 항목, 인구통계 및 참가 특성 8개 항목 등이다. 관여도, 장소성, 파급효과, 만족도는 7점 척도를, 인구통계·행동특성은 명목척도를 이용하여 측정하였다.

표 2. 설문 구성

구분	내용	문항수	주요 연구자
장소 애착도	서울의 의미성, 애착, 연관성, 자랑스러움, 즐겁, 거주만족, 중요함, 정주유지 등	8	Williams & Vaske(2003), 강신경, 최승남(2002), Kaltborn(1997), McCool, & Martin(1994) 등
관여도	축제의 매력성, 기쁨, 재미, 즐겁, 우선순위, 내인적 중요, 자아성찰, 삶의 일부, 자기표현 기회, 추구하는 삶 유지 등	11	전희원-문상정(2006), Havitz & Dimanche(1990), Zaichowsky(1985), U m & Crompton(1987), Laurent, & Kapferer(1985) 등
파급효과	시민축제, 시민화합, 배움, 문화생활, 이미지, 정체성, 가족여가, 관광객증가, 축제분위기, 홍보성, 삶의 질, 기반시설, 소음, 공공기물파손, 교통정체 등	21	Ko & Steart(2002), Johnson, Snepenger, & Akis(1994), Allen, Long, Perdue, and Bach, & S. K.(1988) 등
만족도	프로그램, 행사운영, 정보안내, 소량음식, 서비스 등	6	박홍식장은경(2005), 박홍식장은경(2005), 이훈 Kerstetter(1997) 등
인구통계·참가 특성	성별, 연령, 직업, 학력, 가계소득, 교통수단, 직업, 재참가 여부	8	Williams, Patterson, Roggenbuck, & Watson(1992) 등

설문지는 총 258매를 배포하였으며 이 중 불성실한 응답을 보인 23매를 제외하고 서울시가 거주지인 표본만을 선별하여 총 165매를 분석에 이용하였다. 데이터 코딩 및 분석은 SPSS 15.0 및 AMOS 7.0을 이용하였으며 분석기법으로는 빈도분석, 탐색적 요인분석, 확인적 요인분석, 경로분석을 이용하였다.

분석대상을 제 2회 하이서울페스티벌 참가자로 한 것은 신생축제 영향인식에 대한 이론검증 연구를 위해서다. 설문 문항 중 영향인식과 만족도, 인구통계 및 참가 특성을 2004하이서울페스티벌 모니터링에서는 빈도분석으로만 활용하였으며 장소애착도와 관여도는 이론적 점검을 위해 별도로 구성하였다.

IV. 실증분석 결과

1. 표본의 특성

표 3. 표본의 특성

변수	구분	빈도	비율(%)	변수	구분	빈도	비율(%)
성별	남성	84	50.9	직업	생산노동직	4	2.4
	여성	81	49.1		판매직	2	1.2
연령	20대 미만	8	4.8		서비스직	22	13.3
	20대	57	34.5		사무직	32	19.4
	30대	37	22.4		연구기술·전문직	17	10.3
	40대	47	28.5		행정관리직	5	3.0
	50대 이상	16	9.7		가정주부	25	15.2
학력	중졸이하	9	5.5		학생	37	22.4
	고졸	23	14.1		기타	21	12.7
	대재	30	18.4		가계 소득	2천만원 미만	29
	대졸	84	51.5	2천만~3천만원		42	30.2
	대학원 이상	17	10.4	3천만~4천만원		35	25.2
125		75.8	4천만원 이상	33		23.7	
교통 수단	지하철	125	75.8	재참가 여부	처음 참가	115	71.0
	버스	23	13.9		재참가	47	29.0
	자가용	15	9.1			기타	2

본 연구의 실증분석에 사용된 표본의 특성을 살펴보면 성별은 남성이 50.9%, 여성이 49.1%로 나타났으며 연령은 20대가 가장 많은 34.5%를 차지하였고 뒤를 이어 40대(28.5%), 30대(22.4%) 등으로 나타났다. 학력은 대졸이 51.5%로 가장 많았고 다음으로 대재(18.4%), 고졸(14.1%), 대학원이상(10.4%), 중졸(5.5%) 순이었다. 직업은 학생(22.4%), 사무직(19.4%), 가정주부(15.2%), 서비스직(13.3%), 연구기술·전문직(10.3%) 등의 순으로 나타났다. 가계소득은 2천만원대가 30.2%로 가장 많았고 다음으로 3천만원대(25.2%), 4천만원 이상(23.7%), 2천만원 미만(20.9%)으로 집계되었다.

하이서울페스티벌에 대한 재참가 여부로는 처음 참

가가 71%로 재참가자(29%)보다 두 배 이상 많았다. 교통수단으로는 지하철이 가장 많은 75.8%를 차지하였고 다음으로 버스(13.9%), 자가용(9.1%) 등으로 나타났다.

2. 신뢰성과 타당성 검증

본 연구는 분석표본의 신뢰성과 타당성을 검증하고 자료에 대한 가치 있는 특성과 정보를 얻기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 기존 연구의 이론을 토대로 설정한 측정변수들이 이론변수를 지지하고 요인구조가 타당한지를 알아보기 위한 확인요인분석을 동시에 수행하였다.

지역주민의 장소애착도에 대한 요인분석 결과 2개의 요인이 추출되었으며 전체적인 신뢰도 0.942, 총분산 81.574, KMO값 0.870, Bartlett 구형성 검증은 1349.047(p<0.000)로 모든 값이 적절한 것으로 판단되었다. 이에 제 1요인을 장소정체성, 2 요인을 장소의존성으로 명명하였다. 구체적인 결과는 <표 4>와 같다.

표 4. 지역주민의 장소애착도에 대한 탐색적 요인분석

요인명	측정문항	요인 적재 량	분산 비율	eigen value	Cronbach's α	평균
요인1 장소정 체성	서울에 애착이 많음	.883	38.175	2.672	.913	2.78
	서울은 나에게 의미가 많은 곳	.859				2.65
	서울과 정체성 연계	.764				3.07
요인2 장소의 존성	다른 지역보다 서울 사는 것 만족	.899	43.398	3.038	.923	2.81
	다른 지역보다 서울 사는 것 즐겁	.844				2.81
	다른 곳에 사는 것보다 서울 사는 것 중요	.784				2.88
	서울 사는 것 자랑스러움	.720				3.09

전체 신뢰도 : 0.942, 총분산력 : 81.574, KMO : 0.870, Bartlett's Test of Sphericity : 1349.047(p<0.000)

지역주민의 축제참여도에 대한 요인분석 결과 2개의 요인이 추출되었으며 전체적인 신뢰도 0.908, 총분산 72.354, KMO값 0.930, Bartlett 구형성 검증은 1865.754(p<0.000)로 모든 값이 적절한 것으로 판단되었다. 이에 제 1요인을 상징적 참여도, 2요인을 지속적 참여도로 명명하였다. 구체적인 결과는 <표 5>과 같다.

표 5. 지역주민의 축제참여도에 대한 탐색적 요인분석

요인명	측정문항	요인 적재 량	분산 비율	eigen value	Cronbach's α	평균
요인1 상징적 참여도	축제는 내 삶의 일부	.869	43.497	4.785	.931	3.71
	나의 삶은 축제와 관련됨	.836				3.63
	축제참가는 자신을 표현하는 기회	.808				3.89
	축제는 내가 누구인지 알게 해줌	.767				3.85
	축제는 추구하는 삶을 유지하는 데 도움	.735				4.38
	축제는 나에게 중요	.733				4.06
	다른 일보다 축제 참가가 우선	.727				3.84
요인2 지속적 참여도	축제는 나에게 매력적	.862	28.857	3.174	.892	4.94
	축제는 나에게 기쁨을 줌	.912				5.17
	축제는 정말 재미있음	.842				5.05
	축제는 가장 즐기는 일 중의 하나	.620				4.58

전체 신뢰도 : 0.908, 총분산력 : 72.354, KMO : 0.930, Bartlett's Test of Sphericity : 1865.754(p<0.000)

축제개최로 인한 파급효과에 대한 요인분석 결과 3개의 요인이 추출되었으며 전체적인 신뢰도 0.923, 총분산 63.424, KMO값 0.923, Bartlett 구형성 검증은 2313.091(p<0.000)로 모든 값이 적절한 것으로 판단되었다. 이에 제 1요인을 대외 이미지, 2요인을 여가편익, 3요인을 생활환경으로 명명하였다. 구체적인 결과는 <표 6>와 같다.

표 6. 축제개최로 인한 영향인식에 대한 탐색적 요인분석

요인명	측정문항	요인 적재 량	분산 비율	eigen value	Cronbach's α	평균
요인1 대외 이미지	이미지 향상	.769	28.538	4.852	.923	5.35
	서울 대외적 홍보	.746				5.45
	시민 화합에 도움	.736				5.13
	시민을 위한 축제	.716				5.20
	축제분위기 느낌	.702				5.34
	서울에 전반적 긍정적 영향	.669				5.18
	서울시 정체성 강화	.662				5.01
요인2 여가 편익	서울시 관광객 증가	.627	22.157	3.767	.887	5.05
	시민 문화생활 수준 향상	.777				5.06
	제반 문화시설 향상	.775				4.78
	삶의 질 증진 도움	.717				5.09
	배울 수 있는 기회 제공	.680				4.99
가족 단위 여가 기회	.609	5.24				

	제공					
	사민 여가 기회 증가	.559				5.28
요인3	소음 증가	.858				4.86
환경적 영향	도로 교통 정체	.823	12.729	2.164	.766	4.84
	반달리춤 증가	.753				3.88

전체 신뢰도 : 0.908. 총분산력 : 63.424. KMO : 0.923. Bartlett's Test of Sphericity : 2313.091(p<0.000). 환경적 영향 평균값은 역차하지 않은 값임

축제 만족도에 대한 요인분석 결과 1개의 요인이 추출되었으며 전체적인 신뢰도 0.862, 총분산 59.492, KMO값 0.827, Bartlett 구형성 검증은 636.792(p<0.000)로 모든 값이 대체적으로 적절한 것으로 판단되었다. 이에 제 1요인을 상징적 관여도, 2요인을 지속적 관여도로 명명하였다. 구체적인 결과는 <표 7>과 같다.

표 7. 축제 만족도에 대한 탐색적 요인분석

요인명	측정문항	요인적 재량	분산 비율	eigen value	Cronbach's α	평균
요인1 만족도	행사운영에 만족	.844	59.492	3.570	.862	4.60
	정보와 안내에 만족	.819				4.35
	프로그램에 만족	.781				4.71
	쇼핑 및 음식에 만족	.750				4.48
	행사장 배치와 구성에 만족	.742				4.36
	자원봉사자 서비스에 만족	.681				4.82

전체 신뢰도 : 0.862. 총분산력 : 59.492. KMO : 0.827. Bartlett's Test of Sphericity : 636.792(p<0.000)

한편 장소애착도와 관여도, 과급효과 및 만족도에 대한 요인화 작업을 위하여 이론적 배경을 토대로 변수들 간의 기준관계를 설정하고 관계의 성립여부를 검증하고자 다변량 분석기법인 확인적 요인분석을 실시하였다.

확인적요인분석을 통한 적합도 평가 기준으로는 X2, GFI, AGFI, NFI, RMR 등이 있으며 X2는 모형의 불일치도를 나타내며, GFI, AGFI, NFI는 0.9이상이면 적절하다고 판단할 수 있으며 RMR 값은 0에 가까울수록 양호한 값이다. 측정변수가 세 개 이하일 경우에는 모형의 적합도가 계산되지 않는다(이학식·임지훈, 2008).

지역주민의 장소애착도에 대한 확인적 요인분석은

X2=12.9, GFI=0.980, AGFI=0.924, NFI=0.985, RMR=0.047로 모형의 적합성 기준을 충족시켰다. 각 요인별로는 장소의존성이 X2=3.3, GFI=0.993, AGFI=0.965, NFI=0.995, RMR=0.026으로 모형이 적합한 것으로 나타났다.

표 8. 지역주민의 장소애착도에 대한 확인적 요인분석

모형	적합도 지수					
	X ²	p	GFI	AGFI	NFI	RMR
장소애착도	12.9	.012	.980	.924	.985	.047
장소정체성*	0.000	-	1.000	-	1.000	0.000
장소의존성	3.3	.189	.993	.965	.995	.026

* 관측변수가 3개 이하이기 때문에 적합도지수 산출안됨

지역주민의 축제관여도에 대한 확인적 요인분석은 X2=11.1, GFI=0.984, AGFI=0.959, NFI=0.987, RMR=0.065로 모형의 적합성 기준을 충족시켰다. 각 요인별로는 지속적 관여가 역시 X2=11.5, GFI=0.981, AGFI=0.943, NFI=0.984, RMR=0.053으로 모형이 적합한 것으로 나타났다.

표 9. 지역주민의 축제관여도에 대한 확인적 요인분석

모형	적합도 지수					
	X ²	p	GFI	AGFI	NFI	RMR
축제관여도	11.1	.194	.984	.959	.987	.065
상징적 관여도*	0.000	-	1.000	-	1.000	0.000
지속적 관여도	11.5	.042	.981	.943	.984	.053

* 관측변수가 3개 이하이기 때문에 적합도지수 산출안됨

지역주민의 축제관여도에 대한 확인적 요인분석은 X2=12.9, GFI=.937, AGFI=.907, NFI=.924, RMR=0.078로 모형의 적합성 기준을 충족시켰다. 각 요인별로는 대외이미지가 X2=11.6, GFI=.980, AGFI=.940, NFI=0.978, RMR=0.0417로 적합성 기준을 충족했다. 여가편익 역시 X2=13.7, GFI=0.979, AGFI=0.936, NFI=965, RMR=0.046으로 모형이 적합한 것으로 나타났다.

표 10. 축제개최로 인한 영향인식에 대한 확인적 요인분석

모형	적합도 지수					
	χ^2	p	GFI	AGFI	NFI	RMR
파급효과	12.9	.012	.937	.907	.924	.078
대외이미지	11.6	.041	.980	.940	.978	.0417
여가편익	13.7	.017	.979	.936	.965	.046
환경적 영향*	0.000	-	1.000	-	1.000	1.000

* 관측변수가 3개 이하이기 때문에 적합도지수 산출안됨

만족도에 대한 확인적 요인분석은 $\chi^2=12.9$, $GFI=0.977$, $AGFI=0.932$, $NFI=0.969$, $RMR=0.057$ 로 모형의 적합성 기준을 충족시켰다.

표 11. 축제만족도에 대한 확인적 요인분석

모형	적합도 지수					
	χ^2	p	GFI	AGFI	NFI	RMR
만족도	12.9	.012	.977	.932	.969	.057

3. 연구가설의 검증과 결과 해석

앞서 실시한 탐색적, 확인적 요인분석을 기반으로 본 연구에서 제시한 전체적 구조모형(overall model)을 검증하기 위해 AMOS 7.0 프로그램을 이용한 경로분석(path analysis)을 실시하였다. 먼저 인과 모형의 타당성을 살펴보면 $\chi^2=18.5$, $GFI=0.972$, $AGFI=0.886$, $NFI=0.877$, $RMR=0.080$ 으로 모형의 적합성 기준을 대체로 충족시켰다.

표 12. 축제 영향인식 구조모형의 적합도 지수

모형	적합도 지수					
	χ^2	p	GFI	AGFI	NFI	RMR
구조모형	18.5	.012	.972	.886	.877	.064

이에 따라 전체모형의 적합도는 연구개념 간 영향관계를 설명하기에 만족할 만한 수준으로 판단되므로 경로분석을 이용하여 가설검증을 실시하였다. 결과는 <그림 2>와 같다.

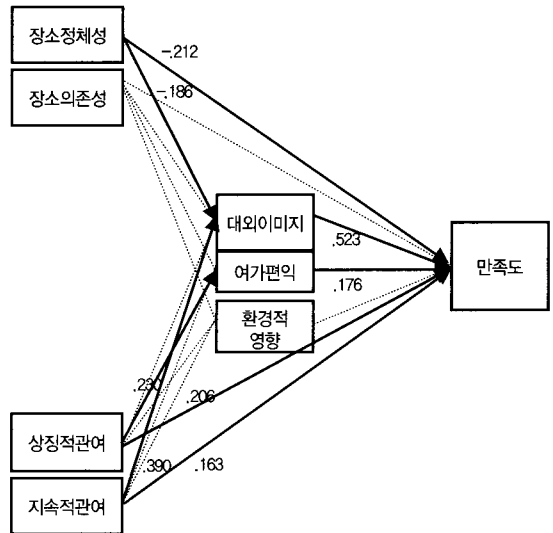


그림 2. 축제 영향인식 연구모형에 대한 경로분석 결과

연구가설에 의한 구조모형 분석 결과 장소정체성의 대외이미지에 대한 경로계수가 -0.186으로 나타났으며 유의수준 5%에서 유의한 영향을 미쳤다. 이로써 [가설 1]은 부분적으로 채택되었다. 이러한 결과는 서울에 애착이 있는 시민들이 하이서울페스티벌을 생경하게 느끼고 있음을 말해준다. [가설 2] 역시 부분적으로 채택되었는데, 상징적 관여도가 여가편익에 경로계수 0.230, 지속적 관여가 대외이미지에 경로계수 0.390 유의수준 5%에서 유의한 영향관계를 나타내었다. 이는 축제 자체에 대한 관여가 높은 시민들에게는 지역축제가 주는 긍정적인 영향들을 인식하고 있음을 뜻한다. 장소애착도와 만족도에 관한 [가설 3]은 장소정체성이 만족도에 대해 경로계수 -0.212, 유의수준 5%에서 유의한 영향을 미쳤으므로 부분적으로 채택되었으며 앞서 검증한 [가설 1]과 같은 맥락으로 해석할 수 있다. 관여도와 만족도에 관한 [가설 4]는 상징적 관여, 지속적 관여의 경로계수가 각각 0.206, 0.163이고 유의수준 5% 이내에서 유의한 영향을 미쳤으므로 모두 채택되었다. [가설 5] 영향인식과 만족도와의 관계는 대외이미지와 여가편익이 만족도와 경로계수 0.523, 0.176 유의수준 5%이내에서 유의한 영향이 있으므로 부분적으로 채택되었다. [가설 1], [가설 3], [가설 5]에서는 장소애착도 및 관여도와 만족도의 인과관계에 영향인식 요인이 매개변인 역할을

한다는 것을 의미하며, 특히 장소애착성이 축제 참가만족으로 이르게 하기 위해서는 축제의 대외적 이미지 강화변인이 중요한 역할을 할 수 있음을 보여주고 있다.

장소정체성 및 의존성과 축제영향인식이 유의한 차이를 보이지 않는 것은 생긴 지 2년 밖에 되지 않은 신생축제가기 때문에 지역주민들에게 아직까지 두 변인간의 관계가 형성되지 않았기 때문으로 풀이할 수 있다. 또한 환경적 영향에 대해 모든 요인에서 유의한 결과를 보이지 않은 것은 서울이 교통이나 소음 등이 일상화되었기 때문에 시민들의 영향인식이 크지 않기 때문이라고 분석된다. 자세한 결과는 <표 13>과 같다.

표 13. 연구가설에 의한 구조모형 분석 결과

가설	경로 계수	표준 계수	S.E.	C.R.	P	검정 결과
H1-1 장소정체성 대외이미지	-.196	-.186	.074	-2.65	.008*	채택
H1-2 장소정체성 여가편익	-.106	-.101	.079	-1.34	.178	기각
H1-3 장소정체성 환경영향	.016	.016	.079	.201	.841	기각
H1-4 장소의존성 대외이미지	.016	-.002	.068	.706	.974	기각
H1-5 장소의존성 여가편익	-.085	-.087	.073	-1.16	.246	기각
H1-6 장소의존성 환경영향	.052	.055	.073	.706	.480	기각
H2-1 상징적 관여 대외이미지	.060	.059	.072	.833	.405	기각
H2-2 상징적 관여 여가편익	.234	.230	.077	3.054	.002*	채택
H2-3 상징적 관여 환경영향	.121	.122	.077	1.575	.115	기각
H2-4 지속적 관여 대외이미지	.427	.390	.077	5.557	.000*	채택
H2-5 지속적 관여 여가편익	.016	.014	.082	.191	.848	기각
H2-6 지속적 관여 환경영향	-.014	-.013	.083	-1.69	.866	기각
H3-1 장소정체성 만족	-.218	-.212	.076	-2.88	.004*	채택
H3-2 장소의존성 만족	.037	.035	.070	.498	.619	기각
H4-1 상징적 관여 만족	.206	.206	.074	2.802	.005*	채택
H4-2 지속적 관여 만족	.176	.163	.079	2.223	.026*	채택
H5-1 대외이미지 만족	7.596	523	.068	7.596	.000*	채택
H5-2 여가편익 만족	2.742	.176	.063	2.742	.006*	채택
H5-3 환경영향 만족	-.063	-.068	.063	-1.082	.279	채택

* p<0.05

V. 결론 및 시사점

지역축제는 지역주민이 중심이 되어 자신들의 지역역사와 산물 그리고 사회적 가치를 드러내고, 함께 즐겨워하며 공동체감을 형성하는 과정에서 지역의 가치

를 보편화하고 매력화하여 관광이라는 사회적 현상과 결합할 수 있다(이훈, 2005).

본 연구에서는 지역 축제의 파급영향에 대해 장소적 특성 또는 장소에 대한 애착이라는 관점과 축제 자체에 대한 관심과 흥미라는 두 가지 관점을 동시에 적용해야 한다는 문제의식 하에 신생축제가 이훈(2005)이 제기한 지역과 관광의 상생적이고 내발적인 관계가 형성되고 있는지에 대해 밝혀내고자 하였다. 이를 위해 축제에 대한 관여도 및 지역에 대한 애착도, 지역축제로 인한 영향인식 및 만족도와의 구조적인 인과관계를 증명하였다. 연구결과 축제관여도와 영향인식과의 관계에서는 양의 상관관계를 보이는 반면 장소애착도와 영향인식과의 관계에서는 음의 상관관계를 보여주는 것을 밝혀냄으로써 축제 파급영향을 해석하고 분석함에 있어 지역애착도와 관여도 이론이 유용한 이론임이 다시 한번 입증되었으며 신생 축제에 대한 정책적 시사점을 던져주고 있다.

즉, 지역축제 자체가 삶을 영위함에 있어서 중요한 부분을 차지하는 지역주민들은 축제가 대외이미지 향상과 여가편익에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 인식하고 있다. 이러한 결과는 전희원·문상정(2006)과 유효순(2004)의 연구결과와 일맥상통한다.

반면 서울에 대한 장소애착도가 높을수록 지역축제가 대외이미지 향상에는 오히려 부정적인 영향을 미친다고 인식하고 있었다. 이러한 결과는 Um과 Crompton(1987)이 검증한 지역에 대한 애착이 높을수록 관광영향에 대한 긍정적인 인지도가 낮다는 연구를 뒷받침하고 있으며 지역애착도와 관광영향에 대한 긍정적인 관계를 보고한 Jurowski, Usal & Williams(1997), 최영희 등(2005)의 연구와는 상반된다. 이는 지역축제 자체의 지역에 대한 영향은 긍정적으로 인식을 하고는 있지만, 하이서울페스티벌이 신생축제인 만큼 지역민의 생활 속에 충분히 천착되어 있지 못한 상황이라는 것을 말해준다. 즉, 조사를 실시한 2004년은 하이서울페스티벌이 개최된 지 2년 밖에 지나지 않은 때였고 본 행사가 서울다움을 충분히 발휘하지 못하는 것으로 평가할 수 있다.

만족도와 관련한 3가지 변수와의 인과관계는 장소정

체성과는 부의 상관관계를, 지속적 관여도와 지속적 관여도와는 양의 상관관계를, 대외이미지와 여가편익과도 양의 상관관계를 나타내는 것으로 증명되었다. 만족은 특히 장소정체성과 만족도와의 음의 상관관계는 앞서 분석한 장소정체성이 대외이미지 영향인식과 음의 상관관계를 갖는 다는 것과 논리적으로 일맥상통한다. 또한 지역주민이 관광객에 비해 지역축에 대해 평가에 더 비판적인 입장을 보인다는 이훈·Kerstetter(1997)의 연구와도 흡사하다. 만족도가 지역축제가 제공하는 여러 가지 서비스와 경제, 사회·문화적 영향인식의 종합적인 결과물이라고 볼 때 지역축제를 통한 지역주민의 여가진작을 위하여 장소애착도와 관여도를 높일 수 있는 방안을 마련해야 할 것으로 보인다. 특히 하이서울페스티벌에 대한 참가 만족도를 높이기 위해서는 축제의 대외적 이미지 강화에 초점을 두어야 할 것이다. 또한 장소성을 높이기 위해 서울과 관련한 주제를 반영한 이야기 등의 프로그램을 구성할 필요가 있다[9].

지역축제로 인한 영향관계에서는 대외이미지와 여가편익적인 측면과 만족도에서 유의한 결과를 보였다. 경로계수를 살펴보면 대외이미지가 여가편익적인 측면보다 더 큰 영향관계가 나타난 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 지역축제를 경제적인 편익 측면에서 중요하다고 지적한 Millman and Pizam(1988), Jurowski, Usal & Williams(1997) 등의 연구를 뒷받침해주는 것으로서 축제 관여도가 높은 지역주민들이 신생 축제에 대해 지역의 대외 이미지 향상을 통해 지역이 발전할 수 있다는 생각을 내재하고 있음을 알려준다.

전체적인 연구결과를 통해 장소애착도와 축제관여도, 축제 영향인식, 만족도와의 부분적인 인과관계를 증명할 수 있었다. 그러나 장소애착도 중 장소정체성과 영향인식 및 만족도와의 인과관계가 모두 검증되지 않았으며 환경적 영향 역시 모든 변인과 인과관계가 검증되지 않았다. 향후 지속적인 연구를 통해 보완해야 할 부분이다.

본 연구를 계기로 향후에는 다른 지역의 신생축제에 대한 비교 연구 및 동일한 축제를 대상으로 5년에서 10년 정도의 시간이 지난 후 종단연구를 실시하는 등 더욱 심층적인 연구가 계속되기를 기대한다.

참고 문헌

- [1] 강신겸, 최승담, “관광지 지역주민의 지역사회 애착도 측정척도 개발”, 관광학연구, 제26권, 제1호, pp.3-117, 2002.
- [2] 고승익, 오상운, 고경실, 조문수, “지역주민의 지역축제 평가에 관한 연구: 지역사회 애착도: 지역축제 영향인식 차이를 중심으로”, 관광학연구, 제31권, 제4호, pp.177-198, 2007.
- [3] 김성섭, 김성혁, 정재현, “관여도에 따른 경마시장 세분화에 관한 연구”, 관광학연구, 제25권, 제2호, pp.57-77, 2001.
- [4] 김성섭, 최상수, 전해진, “관여도 개념을 이용한 지방축제 참가자 시장세분화에 관한 연구: 한국의 술과 떡 잔치 2003 중심으로”, 관광·레저연구, 제16권, 제2호, pp.217-234, 2004.
- [5] 김현철, 홍경환, “축제 감정의 인지적 평가모형에서 관여수준의 역할”, 관광연구, 제22권, 제3호, pp.143-162, 2007.
- [6] 박청인, “국립공원 취락지구 주민의 귀속감이 공원 관리에 미치는 영향의 탐색적 연구: 계룡산 국립공원 취락지구의 사례연구”, 국토계획, 제35권, 제1호, pp.129-138, 2000.
- [7] 박홍식, 장은경, “축제 관여도와 정서적 이미지가 지역주민의 참여의사에 미치는 영향”, 사회과학연구, 제4권, 제2호, pp.55-73, 2005.
- [8] 서용석, 김용근, “진지한 여가로서 수영마니아의 축제체험”, 관광연구논총, 제19권, 제1호, pp.141-155, 2007.
- [9] 서울문화재단, 한양대학교, Hi Seoul Festival 평가보고서, 2004.
- [10] 유효순, “축제 관여도가 지역주민의 참여의사에 미치는 영향”, 한양대학교 석사학위청구논문, 2004.
- [11] 이석환, 황기원, “장소와 장소성의 다의적 개념에 관한 연구”, 국토계획, 제32권, 제5호, pp.169-184, 1997.
- [12] 이충기, 이태희, “전통축제 방문시장 세분화의 기준으로서 관여수준”, 관광학연구, 제24권, 제1

- 호, pp.23-330, 2000.
- [13] 이학식, 임지훈, 구조방정식 모형분석과 AMOS 7.0, 법문사, 2008.
- [14] 이훈, “왜 지역축제에 참가하지 않는가? : 비참여자의 장소애착도와 여가제약이론을 중심으로”, 소비문화연구, 제8권, 제1호, pp.31-47, 2005.
- [15] 이훈, “축제체험의 개념적 구성모형”, 관광학연구, 제30권, 제1호, pp.29-46, 2006.
- [16] 이훈, Kerstetter, “방문자들의 예술축제 경험과 평가분석: 지역주민 참가자와 관광객 비교연구”, 관광연구논총, 제9권, pp.145-155, 1997.
- [17] 장성수, “문화관광자원의 개념과 지연성 척도”, 학술연구 발표논문집, 한국관광학회 제50차 학술심포지움, 2001.
- [18] 장호찬, 라선아, 관광행동론, 한국방송통신대학교출판부, 2008.
- [19] 전희원, 문상정, “환경운동 관여수준에 관한 관광개발 영향지각이 지역주민의 태도에 미치는 영향: 감포관광단지개발 지역주민을 중심으로”, 관광연구저널, 제20권, 제1호, pp.89-104, 2006.
- [20] 정강한, 윤유식, “축제 방문객 만족도가 지역 문화관광에 미치는 영향에 관한 연구: 금산인삼축제를 중심으로”, 관광-레저연구, 제16권, 제2호, pp.287-303, 2004.
- [21] 조광익, 김남조, “관광의 영향이 지역주민의 태도와 관광개발에 미치는 구조효과 분석”, 관광학연구, 제26권, 제2호, pp.31-51, 2002.
- [22] 조배행, 박종진, “지역축제의 영향에 대한 지역주민의 지각 차이 분석”, 한국지역지리학회지, 제13권, 제1호, pp.68-81, 2007.
- [23] 조배행, 최영희, 김동희, “지역주민의 특성에 따른 관광영향지각 차이분석”, 한국지역지리학회지, 제11권, 제5호, pp.426-439, 2005.
- [24] 최막중, 김미옥, “장소성의 형성요인과 경제적 가치에 관한 실증분석: 대학로와 로테오거리 사례를 중심으로”, 국토계획, 제36권, 제2호, pp.153-162, 2001.
- [25] 최영희, 이원철, 이훈, “동굴관광지에 대한 지역주민의 태도 및 영향요인 : 지역애착과 태도이론을 중심으로”, 호텔경영학연구, 제14권, 제1호, pp.193-215, 2005.
- [26] J. R. Allen, P. T. Long, R. R. Perdue, and S. K. Bach, “The impact of tourism development on residents’ perception of community life,” Journal of Travel Research, Vol.27, No.1, pp.16-21, 1988.
- [27] J. H. Antil, “Conceptualization and operationalization of involvement,” Advance in Consumer Research, Vol.11, No.1, pp.203-209, 1984.
- [28] J. Ap, Understanding host resident perceptions of the impacts of tourism through social exchange theory, Unpublished doctoral dissertation. College Station. TX: Texas A&M University, 1992.
- [29] Y. Apostolopoulos and S. F. Sonmez, “From farmers and shepherds to shopkeepers and hoteliers: constituency-differentiated experiences of endogenous tourism in the Greek Island of Zakynthos,” International Journal of Tourism Research, Vol.1, No.6, pp.413-427, 1999.
- [30] K. S. Bricker and Kerstetter, “Personal goals and subjective well-being: A longitudinal study,” Journal of Personality and Social Psychology, Vol.65, pp.1061-1070, 2000.
- [31] K. Cooke, “Guideline for socially, appropriate tourism development in British Columbia”, Journal of Travel Research, Vol.21, No.1, pp.22-27, 1982.
- [32] F. Dimanche, M. Havitz, and D. R. Howard, “Consumer involvement profile (IP) scale in the context of selected recreational and touristic activities,” Journal of Leisure Research, Vol.23, No.1, pp.51-66, 1993.
- [33] D. Davis, J. Allen, and R. Cosenza, “Segmentation local residents by their attitudes, interest and opinions toward tourism;” Journal

- of Travel Research, Vol.27, pp.2-8, 1988.
- [34] M. E. Havitz and F. Dimanche, "Propositions for Testing the Involvement Construct in Recreation and Tourism Contexts," *Leisure Science*, Vol.12, pp.179-195, 1990.
- [35] T. B. Jamal and D. Getz, "Collaboration theory and community tourism planning," *Annals of Tourism Research*, Vol.22, No.1, pp.186-204, 1995.
- [36] H. Jang, B. Lee, M. Park, and P. Stokowski, "Measuring underlying meaning of gambling from the perspective of enduring involvement," *Journal of Travel Research*, Vol.38, pp.230-238, 2000(2).
- [37] J. D. Johnson, D. J. Snepenger, and S. Akis, "Residents perceptions of tourism development," *Annals of Tourism Research*, Vol.21, No.3, pp.629-642, 1994.
- [38] B. Jorgensen and R. Stedman, "Sense of place as an attitude: Lakeshore owners' attitudes toward their properties," *Journal of Environmental Psychology*, Vol.21, pp.233-248, 2001.
- [39] C. Jurowski, M. Uysal, and D. R. Williams, "A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism," *Journal of Travel Research*, fall, pp.3-11, 1997.
- [40] S. Kim, D. Scott, and J. L. Crompton, "An exploration of the relationships among social psychological involvement. Behavioral involvement, commitment and future intentions in the context of birdwatching," *Journal of Leisure Research*, Vol.29, No.3, pp.320-341, 1997.
- [41] B. P. Kaltenborn, "Nature of place attachment: A study among recreation homeowners in Southern Norway," *Leisure Sciences*, Vol.19, pp.175-189, 1997.
- [42] D. W. Ko and W. P. Steart, "A structural equation model of residents' attitudes for tourism development," *Tourism Management*, Vol.23, pp.17-37, 2002.
- [43] G. Laurent and J. N. Kapferer, "Measuring consumer involvement profiles," *Journal of Marketing Research*, Vol.22, pp.41-53, 1985.
- [44] N. McIntyre, "The personal meaning of participation: Enduring involvement," *Journal of Leisure Research*, Vol.21, No.2, pp.167-179, 1989.
- [45] S. F. McCool and S. R. Martin, "Community attachment and attitudes toward tourism development," *Journal of Travel Research*, pp.29-34, 1994.
- [46] R. E. Mitchell and D. G. Reid, "Community integration: Island tourism in Peru," *Annals of Tourism Research*, Vol.28, No.1, pp.113-139, 2001.
- [47] R. C. Mannell, Social psychological techniques and strategies for studying leisure experience. In S.E. Iso-Ahola (Ed.), *Social psychological perspectives on leisure and recreation*, Springfield, IL: C. Thomas, 1980.
- [48] A. Pizam, "Tourism's impacts: the social costs to the destination community as perceived by its residents," *Journal of Travel Research*, Vol.16, No.4, pp.8-12, 1978.
- [49] D. Smaldone, C. Harris, N. Sanyal, and D. Lind, "Place attachment and management of critical issues in Grand Teton National Park," *Journal of Park and Recreation Administration*, Vol.23, No.1, pp.90-114, 2005.
- [50] S. Um and J. L. Crompton, "Measuring resident's attachment levels in a host community," *Journal of Travel Research*, Vol.26, No.1, pp.27-29, 1987.
- [51] T. D. Wickham and D. L. Kerstetter, "The

relationship between place attachment and crowding in an event setting," *Event Management*, Vol.6, pp.167-174, 2001.

[52] D. R. Williams, M. E. Patterson, J. W. Roggenbuck and A. Watson, "Beyond the commodity metaphor: Examining emotional and symbolic attachment to place," *Leisure Sciences*, Vol.14, pp.29-46, 1992.

[53] D. R. Williams and J. J. Vaske, "The Measurement of Place Attachment: Validity and Generalizability of a Psychometric Approach," *Forest Science*, Vol.49, No.6, pp.830-840, 2003.

[54] J. L. Zaichkowsky, "Measuring the involvement construct," *Journal of Consumer Research*, Vol.12, pp.341-352, 1985.

임 동 일(Dong-Il Lim)

정회원



- 1990년 2월 : 한양대학교 도시공학과(공학사)
- 1992년 2월 : 한양대학교 도시공학과(공학석사)
- 1996년 2월 : 한양대학교 도시공학과(공학박사)

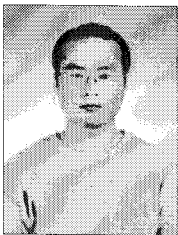
• 2007년 4월 ~ 현재 : 한양사이버대학교 부동산학과 교수

<관심분야> : 도시계획, 도시정보

저자 소개

서 용 석(Yong-Seok Seo)

정회원



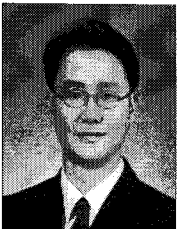
- 2004년 2월 : 한양대학교 관광학과(학사)
- 2006년 2월 : 한양대학교 관광학과(석사)
- 2008년 8월 : 한양대학교 관광학과(박사수료)

• 2007년 8월 ~ 현재 : 한국문화관광연구원 연구원

<관심분야> : 레저심리, 이벤트, 연구방법론

이 훈 (Hoon, Lee)

정회원



- 1990년 2월 : 한양대학교(학사)
- 1992년 8월 : 한양대학교(석사)
- 1997년 8월 : Pennsylvania State University, Leisure Studies (Ph.D.)

• 2001년 9월 ~ 현재 : 한양대학교 관광학부 교수

<관심분야> : 여가관광이론, 축제이벤트론, 생태관광 기획, 관광콘텐츠정보시스템