

# 문화해설사의 역할이 방문객의 축제주제인식과 만족에 미치는 영향

## The Effect of Culture Tourism Interpreter's Role on Visitors' Festival Theme Awareness and Satisfaction

양승훈

신라대학교 국제관광학부

Soung-Hoon Yang(funship88@gmail.com)

### 요약

본 연구는 지역 개발의 가치를 축제 콘텐츠로 화할 수 있는지의 가능성을 발견하는데 목적이 있다. 한국의 축제는 양적인 풍성함에 비하여 질적인 빈곤이라는 비판으로 자유롭지 못하였으며 이를 해결하기 위해서는 축제콘텐츠의 다양화가 요구되고 있다. 이를 위해서 대안적 개발운동으로서 슬로시티에서는 지역주민의 공동체 유지와 방문객의 볼거리 제공차원에서 슬로시티 특화된 축제가 개최되고 있다. 따라서 어떻게 하면 슬로시티 지역 축제에서 문화관광해설사가 개발가치를 전달하고 방문객은 축제주제로서 개발가치를 인식 가능하게 될 것인가를 연구하였다. 이를 위해 영월 슬로시티 김삿갓면에서 개최된 김삿갓축제 방문객 180명을 대상으로 자기기입식 설문조사를 실시하였다. 문화관광해설사의 역할로서 해설형식과 해설내용은 방문객의 축제주제인식에, 축제주제인식은 재방문의도와 실천의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 문화관광해설사의 성공적인 역할 수행은 방문객의 축제주제인 슬로시티 개발가치를 이해하고 만족뿐만 아니라 느낌의 생활운동을 실생활에서 실천해 나가는 선순환 과정을 확보해나갈 수 있다. 이론적, 실무적 시사점 및 연구의 한계점은 논의에 포함시켰다.

■ 중심어 : | 슬로시티 | 지역개발 | 축제 | 콘텐츠 | 해설사 |

### Abstract

This research were aimed to verify possible transferring regional development's value into festival contents. It was widely known that Korean festival's theme has been relatively pale in comparing its abundancy, which were required variety of festival contents. Luckily, local residents in Cittaslow frequently host slow-themed festivals, not only to revitalize their communities but also to serve the visitors. Those phenomenon shed the light to study the culture tourism interpreters' role as the presenter of regional development value to visitors at festival setting. Total 180 of questionnaires were administered to Gimsatgat festival visitors, verifying the relationship of variables, interpreters' role, perception of festival theme, revisit intention and practice intention. Regression analysis revealed that significantly influential relations between variables. Successful interpreters will support visitors' understanding of Cittaslow value, satisfaction and practice in daily life. Theoretical /practical significances and research limitation were included.

■ keyword : | Cittaslow | Contents | Festival | Interpreter | Regional Development |

## I. 서론

지역을 기반으로 하는 축제는 지역주민에게는 정체성을 확인하고 결속을 다지는 계기가 되고 방문객에게 관광콘텐츠로서 볼거리를 제공하는 등 지속가능한 지역 공동체를 만드는데 일조해 왔다. 그럼에도 불구하고 2017년 전국의 지역축제는 733개에 이르고 하루에 2개 꼴로 열려 축제공화국이라고도 불리지만[1] 풍요 속의 빈곤이 우려되는 것이 현실이기도 하다. 영화에 비유하면 작품성과 흥행성을 고루 갖춘 축제를 찾기가 쉽지 않다는 것이다. 콘텐츠의 빈곤에 따른 획일성이 작품성을 떨어뜨리는 것이고 단기적이고 흥미위주의 관행이 지속적 흥행의 지해요소가 된다. 이러한 귀결에 원인이 된 것은 축제를 지역의 경제적 발전 수단으로만 여기고 지역 사회를 변화시킨다는 측면이 간과된 것과 무관하지 않다[2].

축제는 지역주민의 공동체적 단합을 통해 지역사회의 지속가능성을 확보하는데 목적이 있다. 따라서 축제가 방문객을 받아들이는 것은 지역의 얼굴을 알리는 것이며 지역의 통과객은 제2시민, 지역의 관광객은 제3시민이 되어야 한다[3]. 따라서 축제는 커뮤니케이션 측면에서 볼 때 현장성과 상호작용성으로 인해 다른 어떠한 매체보다도 월등한 효과의 메시지 전달성을 보유하고 있다[4]. 따라서 축제는 지역개발의 가치라는 메시지를 전달하는데 매우 좋은 기회라고 볼 수 있으며 또한 축제는 소프트한 측면에서의 개발전략으로서 초기단계에 이해관계자 집단(interest group)의 마인드를 세팅해나가는 데 있어 유효한 역할을 한다.

지역사회를 변화시키는 데 있어 대안적 개발운동으로서 슬로시티 운동(Cittaslow movement)에 주목하고자 한다[5]. 본 운동은 맥도날드화(McDonaldization)로 상징되는 미국 중심의 글로벌화, 대량화, 속도화 등에 반대하여 이탈리아의 작은 마을(Citta)에서 시작된 대안적 지역 개발 패러다임이다. 슬로시티는 느린 삶(slow life)을 추구하면서 제1의 목적이 주민의 삶의 질 향상이고 제2의 목적이 방문객의 만족과 행복을 달성하는데 있다. 2017년 8월 말 현재 전 세계 30여 개국, 230여개 도시가 회원으로 가입되어 있으며 한국에는

2017년 새로 가입한 충남 태안군과 경북 영양군을 포함하여 13개 시·군이 있다. 슬로시티가 추구하는 바는 트리플 바텀라인(triple bottom line)으로서 3E로 요약되는데 환경보존(environment), 지역경제 활성화(economy)와 지역공동체 및 문화의 보존(equity) 등이 있다[6].

지역개발에 대한 가치 관점에서 누가 개발의 주체가 되느냐, 개발의 방식을 어떻게 가져갈 것이냐, 보존과 개발을 어떻게 조화시켜 나갈 것이냐이다. 기존의 개발 방식은 정부 주도하의 하향식(top down)의 개발방식이며 초기단계에서 행정의 강력한 주도권이 요구되고 또 대도시로의 수렴으로 특징 지워진다. 이에 반해 슬로시티는 초기 단계에서 지역주민에 대한 역량을 강화하는데 보다 중점을 두는 상향식(bottom up) 개발방식을 지향하며 또한 과거로의 무조건적인 회귀식 보존을 거부한다.

슬로시티 지역의 축제는 슬로시티로의 철학과 이념을 대내외적으로 구체화시키는 수단이며 또한 방문객 입장에서 볼 때는 단기간에 슬로시티를 이해할 수 있는 수단이 된다. 슬로시티 청산도는 지정된 지 10년이 된 올해 2017년 기준 20만명의 관광객을 유치하였으며 특히 5월의 <해조류박람회>와 <슬로시티 걷기축제>를 활성화하여 500만 관광시대를 열겠다는 의욕을 보여주고 있다[7]. 슬로시티는 슬로투어리즘의 목적지로서 가능성을 보여주고 있으며[8] 특수관심관광(SIT, special interest tourism)에 속한다. 즉 슬로시티에 거주하고 있는 지역민의 느림의 삶이 관광콘텐츠가 되고 따라서 생활관광(life style tourism)으로 명명될 수 있다[9]. 다수의 슬로시티 지역에서 개최되는 축제는 슬로시티 홍보 부스를 설치하고 슬로시티 해설사를 통해 슬로시티에 대한 이해를 돕고 있다. 또한 슬로시티 지자체는 슬로시티 관광자원화 사업의 일환으로 지역주민 교육과 함께 혁신 리더그룹으로서 기존의 문화관광해설사를 중심으로 슬로시티 해설사를 양성해 오고 있다. 본 연구는 비교적 새롭게 대안적 지역개발가치가 주목을 끌고 있는 슬로시티를 대상으로 이러한 가치가 축제 콘텐츠로 활용 가능할 수 있는가를 확인하고자 한다. 보다 구체적인 차원에서 지역개발가치가 가장 잘 표현되고 또한 이해관계자들에게 가장 잘 전달될 수 있는 지역 축

제의 장에서 축제 콘텐츠화의 핵심이라고 할 수 있는 축제 주제가 방문객들에게 잘 전달되고 이를 위해서 문화관광해설사가 어떠한 역할을 해야 하는가를 알아보는 데 있다. 즉 문화관광해설사의 역할이 어떻게 이루어져야 방문객이 지역개발가치로서 축제주제를 이해하고 만족과 긍정적인 행동의도 등 마케팅 성과로 이어질 것인가이며 이러한 선순환구조 확보가 지역개발치의 축제콘텐츠화 여부를 가늠케 하는 것이다.

## II. 이론적 고찰

### 2.1 문화관광해설사 역할

해설사(interpreter)는 자연과 문화의 의미를 방문자에게 전달하는 사람이다. 이 중에서 문화관광해설사는 지역을 방문한 관광객에게 해당지역에 대한 전문성을 바탕으로 주요 관광매력물을 해설하는 사람을 말한다. 명칭에도 나와 있듯이 해설(interpretation)은 해설대상과 관객 사이에 존재하며 쉽게 풀어 이해를 시키는 역할이 가장 중요하다. 경북공과 창덕궁 방문객을 대상으로 한 연구에서 문화해설사를 동반한 경우에 그러하지 않은 경우보다 전반적인 만족이나 문화유산 인지 및 태도에 더 높은 결과가 나온 것과 흥미성과 효과성 측면에서 일반 매체보다 해설사가 높게 나타나고 있는 것 [10]은 해설사의 존재의의를 잘 나타내 주고 있다.

해설사 양성 교육에는 노년층 지역민의 여가활동 차원에서도 실시하고자 하는 주장이 있는바[11] 해설사는 지역에 대한 깊은 이해도와 충성도를 보유하고 있어야 한다는 것을 시사하고 있다. 지역개발을 추진하는 데 있어서 추진 주체로서 지역주민의 마음을 하나로 결집시키는 역할이 무엇보다도 필요한 바[12] 마을을 가장 잘 알고 있고 애착심을 가지고 있는 리더가 필요하다. 초기 단계에서 슬로시티 운동에 대한 인식을 지역사회에 고양시키는데 리더의 역할이 매우 중요하다[13]. 슬로시티 인증지역인 창평면, 청산도, 약양면에 거주하는 지역민을 대상으로 이루어진 연구에 의하면 지역주민이 지역에 대해 애착(attachment)을 형성하면 슬로시티 운동에 우호적인 태도를 형성하는 것으로 나타났다

[14].

한국의 슬로시티는 세계에서 유일하게 국가 주도로 슬로시티해설사 교육을 실시하고 있는데[15] 방문자 지원태세 확보 차원에서 기존의 문화관광해설사를 포함한 주민교육에 역점을 두어왔으며 또한 한국슬로시티 본부 주관으로 관련 자격증 과정을 운영하고 있다[16]. 이러한 움직임은 슬로시티 개발가치를 조기 확산시키는 데 마을의 해설사 역할이 무엇보다도 중요함을 시사하고 있다. 더욱이 문화관광해설사가 성공적인 해설 서비스를 함으로써 본인의 직무만족으로 이어지고 있다는 점에서[17] 이들이 지역개발의 주체로서 역할이 가능하다고 본다. 그렇다면 해설사는 구체적으로 어떠한 역할(role)을 해야 할 것인가?

역할(role)이란 사회적으로 주어진 위치 혹은 지위(status)에서 기대되는 행동을 의미한다. 문화관광해설사의 역할은 일행을 교화시키는 스승의 역할을 강조하고 특정장소 혹은 지역을 창구로서 홍보대사 역할을 하는 것이라고 하였다[18]. 문화관광해설사 역할이 관광객의 만족에 미치는 속성(attribute)을 역할속성은 이라고 할 수 있는데 [19]은 문화관광해설사의 역할에 대한 중요도 및 성취도 분석을 실시하였는데 단정한 외모, 업무지식, 커뮤니케이션, 친절도 등을 제시하였다. [17]은 문화관광해설사의 역할을 단정한 외모, 업무지식, 커뮤니케이션 등으로 제시하였으며 [10]은 해설속성으로 흥미성, 충실성, 교육성, 효과성을 제시하였다. 또한 [20]은 축제서비스품질 중에서 해설사 관련하여 친절한 설명 및 환대, 충분한 안내요원 배치 및 전문성을 들고 있다.

해설사의 역할을 슬로시티 운동 맥락에서 검토하는 이유는 다음과 같다. 첫 번째로 슬로시티운동을 활성화시키기 위해서는 초기 단계에서 주민들이 슬로시티의 가치를 이해하고 공유하는 것이 매우 중요한데 초기에 혁신적 리더의 역할이 매우 중요하다. 그리고 그 역할은 주로 마을에 거주하고 있는 주민을 중심으로 이루어진 자율적인 주민협의체에 의해 이루어진다. 두 번째는 슬로시티의 의인화 문제인데 방문자는 비교적 단시간인 체류기간동안 슬로시티의 철학과 이상에 대하여 이해할 수 없고 막연한 생각을 가질 수 밖에 없기 때문에

슬로시티 운동과 지역을 안내하는 사람으로부터 이미지를 얻어낼 수 밖에 없다. 따라서 문화관광해설사 혹은 마을 대표, 지역의 상인 등은 슬로시티의 화신으로 인식될 수 있다. 세 번째로 국제슬로시티연맹에서 규정한 슬로시티 회원가입 자격 요건 중 5번 항목이 방문객 환대와 지역주민 마인드와 교육(Policy for hospitality, awareness and training)이다. 따라서 슬로시티 지역은 지역주민을 대상으로 체계적이고 상시적인 정보를 제공하여야 하며 동시에 방문객을 환대할 담당주민을 지정하여야 한다[16]. 한국의 슬로시티 운동을 보면 방문자센터에 사무장을 상주시키고 있으며 또한 기존의 문화관광해설사에 상당부분 슬로시티 해설을 요구하고 있다.

문화 해설사의 해설능력과 해설내용이 관광객 만족 및 재방문의도에 영향을 준다[21]. 문화해설사의 역할에 따라서 방문자 만족 및 재방문의도에 영향[17] 생태관광 해설품질은 전라남도 지역을 방문한 관광객의 만족도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다[22]. 본 연구에서는 슬로시티 해설사의 해설서비스를 방문자가 제대로 인식하느냐에 초점을 맞추고자 한다. 따라서 역할과 축제주제인식과의 관계를 다음과 같이 설정하여 [가설1] 문화해설사 역할은 축제 주제 인식에 유의한 영향을 미칠 것이다를 수립한다.

## 2.2 축제 주제 인식

주제는 테마(theme)와 서로 교환적으로 쓰이는데 특정 시공간의 목적과 의의를 말한다. 주제는 이야기를 구성하는 요소 중의 하나인데 이야기의 소비자가 최종적으로 얻어가는 메시지라고도 할 수 있다. 이러한 점에서 축제는 자체로 이야기 일 뿐만 아니라 이야기를 풀어나가는 하나의 방식(storytelling)이기에 방문자에게 명확한 주제 전달이 무엇보다도 중요하며 또한 어떻게 하면 축제에 대한 주제를 잘 인식시킬 것인가에 대한 연출기법을 고민해야 한다. 따라서 주제는 축제를 성립시키고 존재하게 하는 당위성이며 축제와 관련된 모든 수단과 방법은 주제가 제어하고 실현된다[23]. 그리고 그 주제를 구현하는데에는 스토리텔러로서 축제의 장에서 문화관광해설사의 역할이 매우 강조된다고

할 수 있다.

축제주제 인식(perception of festival theme)은 방문객이 특정 축제를 방문하는 주요 목적이 되는데 통일된 주제를 가지고 개최되거나 주제가 독특하거나 고유성을 가질수록 축제에 관심을 갖게 되기 때문이다[24]. 축제는 일상의 가면을 벗어던지는 비일상의 세계이므로 여기에 참석하는 사람은 좀 더 사회적, 정치적 메시지에 쉽게 받아들일 수 있다는 점에서[2] 축제를 통한 지역의 메시지 전달은 매우 효과적이다. 관광행태가 패스트투어리즘이 아니라 슬로투어리즘이라면 해당 목적지가 제공하는 지식에 대한 욕구가 방문동기로 작용한다고 하였는데[25] 여기서 지식은 축제주제와 밀접한 관련을 갖는다. 더구나 축제주제에 대한 인식은 방문객의 만족도에 관련을 주는데 [26]는 슬로를 주제로 하는 영국 슬로시티 몰드 식음료 축제를 대상으로 진행한 연구에서 방문객의 만족을 구성하는 요소로서 슬로를 담은 음식과 음료(slow food and drink)를 이용 할 수 있는지를 제시하였다. 슬로푸드 생활양식을 가지고 있는 사람들은 슬로푸드 축제에 와서도 해당 생활양식(habitus)을 추구하는 경향이 있기 때문이다[27].

방문지에서의 만족에 대한 성과변수는 행동의도이며 구전, 추천, 재방문 등이 있다. 그러나 슬로시티의 주제가 지역민의 생활양식을 보여주는 것 [9]이라면 방문객이 여행을 마치고 일상으로 돌아가서 이를 본인의 삶에 실천하는 것 역시 성과라고 할 수 있다. 산업화된 도시 지역이 직면해 있는 공동체의 공동화(空洞化)를 막을 수 있는 작은 시발점이 될 수 있다고 판단된다. 슬로투어리즘 참여자의 동기중 하나가 여행을 통해 생활에 대한 새로운 관점을 고민하는데 있다는 [25] 측면에서 슬로시티로의 여행은 실천의도가 매우 중요하다고 할 수 있다. 따라서 본 연구는 관광체험에 만족한 관광객은 관광목적지에 다시 한번 재방문하고 싶어한다는 측면에서 유사한 다른 국내·외의 슬로시티 축제로의 재방문과 함께 슬로시티 생활양식을 배워 가고 이를 생활로 실천해나간다는 측면에서 실천의도(practice intention)를 포함시키고자 한다.

재방문 및 실천의도 관련 선행연구는 다음과 같다. [24]는 슬로시티 체전의 <국제한방엑스포>를 방문하

는 방문객을 대상으로 하는 연구에서 축제주제에 대한 인식은 만족도에 간접적으로 영향을 준다고 하였다. 그렇다면 해당 연구에 축제주제에 영향을 주는 선행변수로서 축제품질을 언급하였는바 인적요소로서 운영요원 및 도우미의 친절성 등에 국한하였는바 문화관광해설사의 해설 서비스와 관련지어 연구결과를 검토해 볼 필요가 있다. 터키 슬로시티에 대한 이미지는 방문동기 및 정보수집, 의사결정 등에 영향을 주며 향후 재방문의도에 긍정적인 영향을 준다고 하였다[28]. [26]는 영국 슬로시티 축제의 만족도는 재방문의도에 영향을 준다고 하였다. 중국 슬로시티 가오춘을 방문한 슬로시티 방문객의 만족은 실천의도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다[9]. 이상의 논의를 바탕으로 [가설2] 축제주제인식은 축제만족에 유의한 영향을 미칠 것이다와 [가설 3-1] 축제 만족은 재방문의도에 유의한 영향을 미칠 것이다. [가설 3-2] 축제 만족은 실천의도에 유의한 영향을 미칠 것이다를 다음과 같이 수립한다.

### III. 연구설계

#### 3.1 연구대상

슬로시티를 주제로 하는 축제에서 해설사의 역할 알아보기 위해 <제18회 영월 김삿갓 문화제>에 참석한 축제 방문객을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 한국 내 각 지자체들은 슬로시티 운동을 실천해 나가는 지역 사회의 의지를 방문객들에게 축제를 통해 보여주고 있다. 영월 김삿갓면은 2012년 10월 강원도에서 최초, 한국에서는 11번째 슬로시티로 지정된 바 있다.

조선 후기 방랑시인인 난고 김병연의 별호인 김삿갓이 모친으로부터 집안 내력을 듣고 조상을 욕되게 한 죄인이라는 자책감에 영월군 하동면(현재 김삿갓면)와 석리로 옮겨 은둔 생활을 한 것과 인연이 되었다. 후일 동 지역 노루목 기슭에 이장하여 김삿갓의 복원된 주거지와 묘, 문학관 등이 있다. 본 축제는 김삿갓의 풍류를 구현하고 슬로시티 활성화를 위해 지역주민 협의체를 중심으로 이루어져 왔으며 각종 프로그램을 진행해 왔다[29]. 즉 대안적 지역 개발가치로서 슬로시티를 실천

해 나가는 방법으로서 축제가 있고 축제의 명칭을 슬로시티가 지향하는 느림 삶을 살았던 인물을 축제 명칭으로 사용함에 따라 축제 프로그램에 있어 일관성을 확보하고 또한 방문객들에게 쉽게 소구할 가능성이 높다는 다는 점이다. 2015년 10월 8일 부터 10월 11일 3일 동안 총 200부의 자기기입식 설문지를 현장에서 배포 및 작성케 하였으며 이중 불확실한 응답을 한 설문지를 제외한 180부(회수율 90.0%)를 분석하였다.

#### 3.2 조작적 정의 및 설문지 구성

주요 개념에 대한 조작적 정의는 다음과 같다. 문화해설사 역할이란 방문객이 지각하는 문화해설사의 해설하는 내용과 전달능력 수준[10][17][19-21]이다. 축제주제 인식(perception of festival theme)이란 방문객이 축제의 취지와 내용을 이해하는 정도[23][24], 재방문의도(revisit intension)란 해당 장소를 다시 방문하고자 하는 의향이다[18][24][26]. 실천의도(practice intention)란 특정행동에 대한 의도[9][30].

설문지는 해설사 역할 측정문항 13개, 축제 주제 인식 측정문항 3개, 재방문의도 측정문항 3개, 실천의도 측정문항 3개, 인구통계학 문항 6개 등 총 28개 문항으로 이루어 졌다. 수집된 자료는 PASW 18.0 version 통계 패키지 프로그램을 통해 분석하였으며 사용된 통계 기법으로는 측정항목의 타당도와 신뢰도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석, 표본의 특성을 알아보기 위한 빈도분석, 변수간의 인과관계를 알아보기 위한 회귀분석 등을 실시하였다.

#### 3.3 연구모형

본 연구의 연구모형을 제시하면 [그림 2]과 같다.

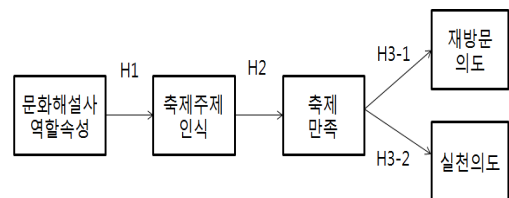


그림 1. 연구모형

### IV. 연구결과

#### 4.1 표본의 특성

표본의 특징은 다음과 같다. 성별은 남성 77명 (42.8%), 여성 103명 (57.2%)이다. 연령은 40대가 60명 (33.3%), 학력은 대졸이 107명(59.4%), 직업은 교육 및 전문직이 52명(28.9%)으로 다수를 차지하였다. 가족 총소득수준은 5천만원대가 29명(16.7%)이고 방문정보 원천으로 친구, 친지, 동료의 권유가 114명(63.3%), 방문형태로 가족 및 친지가 109명(59.4%)이 다수를 구성하였다.

표 1. 표본의 인구통계학적 특성 (N= 180)

개념	범주 수	빈도	%
성별	남	77	42.8
	녀	103	57.2
연령	20세 미만	1	.6
	20세 이상- 29세 미만	25	13.9
	30세 이상- 39세 미만	25	13.0
	40세 이상- 49세 미만	60	33.3
	50세 이상	69	37.3
학력	고졸	58	32.2
	대졸	107	59.4
	대학원졸	14	7.8
직업	교육/전문직	52	28.9
	사무/행정직	39	21.7
	서비스/판매직/생산직	43	23.9
	가사/무직/학생	45	25.0
방문원천 정보	친구, 친지, 동료 권유	114	63.3
	매스컴 보도 및 광고	21	11.7
	인터넷 검색	36	20.90
방문형태	여행사	3	1.7
	단독방문	3	1.7
	가족 및 친지	109	59.4
	친구 및 연인	31	17.2
	직장 동호회	36	20.0

#### 4.2 신뢰도 타당도 분석

신뢰도 분석을 위하여 크론바흐 알파값을 구한 결과 .903-.976 사이로 모두 기준치를 상회하였다. 타당도 분석을 위한 탐색적 요인분석을 실시하였다. 구성요인을 추출하기 위한 주성분 분석을, 요인적재치의 단순화를 위하여 직교회전(varimax)방식을 사용하였으며 고유값이 1.0 이상, 요인적재량 .5이상을 기준으로 하였다.

표 2. 신뢰도와 타당도 분석

구분	요인 명	측정 변수	공통성	요인 적재량	
해설사 역할 속성	해설 형식	슬로시티 잘 알고 있음	.827	.867	
		느림의 여유를 즐기는 것 같음	.867	.867	
		슬로시티 운동을 실천하는 것 같음	.866	.862	
		슬로시티에 사는 것을 자랑스럽게 생각	.851	.859	
		자기 직무에 만족함	.865	.848	
		친절하고 배려심이 깊음	.833	.803	
	해설 내용	단정한 복장과 용모 소유	.839	.785	
		고유값: 5.711, 분산설명력, 43.931			
		유익함	.868	.849	
		이해하기 쉬움	.817	.845	
		흥미로움	.819	.841	
		자세함	.781	.830	
	호기심을 충족시켜줌	.803	.818		
	기억에 남음	.790	.797		
고유값: 5.115, 분산설명력, 39.344					
KMO측도 .930, Bartlett 구형성검증치 2974.441, 유의확률 .000***, 크론바흐 알파 .967					
축제 주제 인식	행사를 통해 슬로시티를 알 수 있었음	.875	.936		
	김삿갓을 통해 슬로시티를 알 수 있었음	.859	.927		
	행사를 통해 김삿갓을 잘 알 수 있었음	.781	.884		
	고유값: 2.768, 분산설명력, 69.188				
KMO측도 .733, Bartlett 구형성 검증치 356.785, 유의확률 .000***, 크론바흐 알파 .903					
축제 만족	행사장 프로그램 안내설명 만족	.824	.908		
	축제내용과 일정을 잘 알 수 있음	.809	.900		
	행사 프로그램 전반에 만족	.758	.871		
	고유값: 2.640, 분산설명력, 87.987				
KMO측도 .733, Bartlett 구형성 검증치 272.371, 유의확률 .000***, 크론바흐 알파 .871					
재방문 의도	다른 사람에게 방문할 것을 권유	.888	.942		
	향후 기회가 되면 다시 방문하고 싶음	.879	.938		
	누구나 한번쯤은 방문해야 함	.872	.934		
	고유값: 2.640, 분산설명력, 87.987				
KMO측도 .767, Bartlett 구형성 검증치 436.174, 유의확률 .000***, 크론바흐 알파 .931					
실천 의도	슬로시티 운동에 대해 더 알기를 원함	.792	.941		
	슬로시티를 생활 속에 실천하고 싶음	.886	.937		
	일상 속에서 느림과 여유를 즐기고 싶음	.878	.890		
	고유값: 2.556, 분산설명력, 85.198				
	KMO측도 .735, Bartlett 구형성 검증치 391.359, 유의확률 .000***, 크론바흐 알파 .913				

요인분석의 결과 문화해설사 서비스 품질은 해설형식과 해설내용 등 두 개의 요인으로 나누어졌다. 이는 [21]의 문화관광해설사의 서비스를 해설 능력과 해설내용과 유사한 결과이다. 축제 주제에 대한 인식, 재방문 의도, 실천의도 등은 단일요인으로 추출되었다. 모형의 적합성 여부를 위해 KMO와 Bartlett의 구형성 검증치를 실시한 결과 모두 문제가 없는 것으로 나타났다.

4.3 연구가설 검증

[가설1] 문화해설사 역할은 축제 주제 인식에 유의한 영향을 미칠 것이다를 검증한 결과 해설사 역할 즉 해설 형식 요인, 해설내용요인 모두 축제주제 인식에 유의한 영향을 주었다. 따라서 [가설1]은 지지되었다.

표 3. 가설1: 해설사 역할과 축제 주제 인식

구분	측정값	표준오차	베타값	t값
요인1	해설 형식 → 축제주제 인식	.084	.289	3.694
요인2	해설 내용 → 축제주제 인식	.089	.461	5.895
수정된. R <sup>2</sup> , .483, 유의확률 .000*** , F: 84.611				

[가설 2]. 축제 주제인식은 축제만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다를 검증한 결과 축제주제 인식은 만족도에 유의한 영향을 주었다. 따라서 [가설 2]은 지지되었다.

표 4. 가설 2: 축제주제인식과 축제만족

구분	측정값	표준오차	베타값	t값
H2	축제주제 인식 → 축제만족	.050	.695	12.914
수정된. R <sup>2</sup> , .481 유의확률 .000*** , F: 166.774				

[가설 3-1]. 축제만족은 실천의도에 유의한 영향을 미칠 것이다를 검증한 결과 축제만족은 실천의도에 유의한 영향을 주었다. [가설 3-1]은 지지되었다.

표 5. 가설 3-1: 축제만족과 재방문 의도

구분	측정값	표준오차	베타값	t값
H3-1	축제만족 → 재방문의도	.061	.609	10.232
수정된. R <sup>2</sup> , .367 유의확률 .000*** , F: 104.694				

[가설 3-2]. 축제 만족은 실천의도에 유의한 영향을 미칠 것이다를 검증한 결과 축제만족은 실천의도에 유의한 영향을 주었다. 따라서 [가설 3-2]은 지지되었다.

표 6. 가설 3-2: 축제만족과 실천의도

구분	측정값	표준오차	베타값	t값
H3-2	축제만족 → 실천의도	.057	.566	9.161
수정된. R <sup>2</sup> , .317, 유의확률 .000*** , F: 83.918				

V. 논의 및 시사점

한국의 축제의 양적 성장에 대비하여 콘텐츠의 부족으로 요약되는 질적 빈곤을 해결하는 방안으로서 지역개발가치와 문화해설사의 역할에 초점을 맞추어 연구를 진행하였다. 축제는 내부적으로 지역사회의 공동체를 유지시켜주는 역할을 해왔으며 외부적으로는 방문객에게 볼거리를 제공하여 특수관심관광으로 외연을 넓혀 나갔다. 축제의 주요 주제는 지역의 자연, 문화 등이 주를 이루어 왔지만 지역 간의 차별화 실패로 축제 기획과 연출을 통해 유사한 축제가 양산되는 등 일부 축제에서 공장 패러다임이 지배하고 있는 것도 사실이다. 따라서 지역축제가 소프트한 지역개발의 유력한 방법이라면 지역축체에 지역개발의 가치를 어떻게 구현하는가 즉 지역개발가치를 지역축제의 주제로서 어떻게 만들어 나가는 것에 대한 고민이 필요하다. 성공적으로 지역개발가치를 축제 주제화 한다면 내부적으로 지역주민 간에 지역개발가치를 명확하게 공유하고 외부적으로는 방문객에게 지역개발가치를 알릴 수 있으며 궁극적으로 지역개발을 가속화 할 수 있기 때문이다.

이러한 측면에서 이탈리아에서 발생한 국제슬로시티 운동은 최근 십여년 동안 한국을 포함하여 국제적인 공감대를 형성하여 대안적 개발가치로서 슬로(느림)를 무색하게 빠른 속도로 공유되고 있으며 국제사회에서 회원수를 늘여가고 있다. 중앙정부 중심의 개발방식(top down) 방식 보다 지역주민 중심의 개발방식(bottom up)을 지향하기 때문에 무엇보다도 초기단계에서 지역주민에게 공감대를 형성하고 그리고 그 전위조직으로서 리더의 역할이 무엇보다도 중요하다. 한국의 슬로시티 회원도시는 전통축제 혹은 인증 후에 새로 느낌을 주제로 하는 축제를 통해 지역이 새로 도입한 슬로시티

의 개발가치를 지역민과 방문객과 공유하기 시작하였다. 따라서 슬로시티가 추구하고 있는 개발가치를 문화관광해설사를 포함하여 브로셔, 홈페이지 및 SNS, 지역주민 교육, 슬로시티를 주제로 하는 관광상품 개발 등 다양한 방법으로 녹여내었다.

본 연구는 이러한 개발가치의 활용에 있어서 사람에게 초점을 맞추고자 하였다. 문화관광해설사는 지역주민으로 구성되며 무엇보다도 지역에 대한 폭넓은 지식과 관심을 가지고 봉사해왔기에 슬로시티의 가치를 공유하는데 있어서 앞장서 온 것이다. 기존 선행연구에서는 다양한 축제품질을 구성하는 요소로서 문화관광해설사 혹은 안내요원의 서비스 수준에 대한 논의가 이루어졌다. 그러나 본 연구에서는 축제주체의 가능성과 그 역할주체로서 문화해설사를 검토하는데 주목적이 있으므로 선행연구를 통해 도출한 문화해설사의 역할에 대한 측정문항을 슬로시티와 축제주체를 염두에 두어 재구성하였다. 또한 축제에 대한 만족변수, 문화관광해설사에 대한 만족변수에 대한 폭넓은 논의를 피하고 해설사 서비스가 축제주체를 명확하게 전달시켰는가를 알아보았다. 그리고 축제주체가 명확히 전달되었을 경우 방문자가 재방문의도와 실천의도를 가지고 있는가를 검토하였다. 특히 실천의도는 슬로시티를 방문하는 관광객이 지역의 느낌의 생활양식을 배우는데 목적이 있으므로 이를 실생활에 실천해 나가는 것이 무엇보다도 중요하다고 판단하여 이를 포함시켰다.

한국의 13개 슬로시티 중에서 연구목적에 부합한다고 판단되는 영월군의 김삿갓축제를 방문한 관광객을 대상으로 연구를 진행하였다. [가설1] 검증 결과 문화해설사 역할은 축제주체 인식에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 선행연구에서는 주로 역할이 만족도를 이끌어 내는 것으로 나타났으나 본 연구는 보다 구체적으로 축제주체 인식에 영향을 주는 것을 규명함으로써 선행연구와의 차별성을 도출하였다. [가설2] 검증결과 축제주체 인식은 재방문의도와 실천의도에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 따라서 축제에서 주제에 대한 명확한 제시가 중요하며 이후 방문객에 대한 재방문 유도에 중요한 변수임을 재확인 할 수 있었다.

본 연구의 이론적 시사점은 다음과 같다. 첫 번째로

첫 번째로 문화관광해설사의 역할에 대한 측정변수를 보다 정교화 하였는데 기존의 친절, 서비스 등과 관련된 측정변수 이외에 스토리텔링의 주체로서 본연의 기능에 충실하여 제반 요소 중의 하나인 주제를 전달하는 능력에 초점을 맞추었다. 두 번째로 관광의 마케팅적 성과변수로서 실천의도의 유효성을 재확인 할 수 있었다. 특히 최근 관광의 관심이 고프만(Erving Goffman)식의 무대의 뒷면으로 옮겨지고 관광객 보다는 생활인으로서 지역민의 생활양식에 동화되어 나가는 추세를 감안하면 더욱더 그러하다. 본 연구의 실무적 시사점은 다음과 같다. 첫 번째로 문화관광해설사 역할을 검토하고 지역 축제를 차별화해나가는 요소로서 문화해설사의 양성교육에 가이드라인, 보다 구체적으로 교육목표로 측정도구화 할 수 있다. 두 번째로 자연과 역사, 문화 중심의 콘텐츠화 전략에서 탈피하여 지역의 개발가치를 축제에 담아냄으로서 차별화된 지역축제를 만들어 나갈 수 있다는 것이다. 따라서 문화관광해설사는 지역축제의 기획뿐만 아니라 지역개발 자체에 깊게 관여함으로써 인적자원화를 이루어야 한다.

본 연구의 한계점으로 당일 김삿갓 축제에서 봉사하였던 문화관광해설사이외에 프로그램, 안내 브로셔, 방문객간의 대화 등 다양한 원천으로 슬로시티의 개발가치에 대한 이해도가 증진될 수도 있고 또한 방문객이 체류시간이 증대됨에 따라 동일하게 이해도가 증진되는 현상이 있으며 이를 해설사 서비스로 착각할 수 있다는 점이다. 또한 김삿갓 축제는 비록 김삿갓이라는 느낌의 미학을 소유한 역사적 인물이 거주했던 김삿갓면에서 개최되었지만 일부 슬로라는 주제와 직결되지 않은 프로그램과 여느 축제에서 볼 수 있는 상업화된 시설 등을 응답자로부터 완벽하게 배제할 수 없었다.

#### 참고 문헌

- [1] 강원도민일보, 지역을 살찌우는 축제를 기다리며, <http://www.kado.net/?mod=news&act=articleView&idxno=867972>, 2017년 8월 10일 검색.
- [2] W. Frost and J. Laing, "Communicating



- persuasive messages through slow food festival,” J. of Travel Research, Vol.19, No.1, pp.67-74, 2013.
- [3] 히라노, 아키오미(정무영 역), *이벤트의 마력*, 서울출판미디어, 2003.
- [4] 조제프 골드블래트(우진영 역), *스페셜이벤트*, 김영사, 1995.
- [5] 백두주, “대안적 지역발전 모델에 관한 연구: 전남 장흥군의 슬로시티 지정지역을 중심으로,” 한국지역개발학회지, 제20권, 제4호, pp.111-139, 2008.
- [6] H. Mayer and P. Knox, *Small town sustainability*, Brikhauser: Basel, Boston and Berlin, 2006.
- [7] [http://www.newsis.com/view/?id=NISX20170602\\_0000001921&cID=10809&pID=10800](http://www.newsis.com/view/?id=NISX20170602_0000001921&cID=10809&pID=10800), 2017.6.2., 2017.08.10검색.
- [8] 김옥희, 민웅기, “슬로관광목적지로서 슬로시티의 정체성과 장소마케팅의 가능성,” 관광연구논총, 제25권, 제3호, pp. 25-47, 2013.
- [9] 왕각, 양승훈, 장희정, “슬로시티 관광의 가능성에 관한 연구,” 관광연구논총, 제27권, 제4호, pp.199-214, 2015.
- [10] 김주연, 이민재, 안경모, “해설매체에 따른 방문객의 해설속성평가, 만족도 및 문화유산에 대한 태도의 차이 및 영향,” 한국콘텐츠학회논문지, 제11권, 제11호, pp.434-443, 2011.
- [11] 김남조, “문화유산해설사 교육프로그램 평가: 중요도-성취도 분석방법을 중심으로,” 관광연구, 제20권, 제2호, pp.307-324, 2005.
- [12] 최문용, 양승훈, “마을장터, 지역개발 공유가치 구현의 장,” 한국프렌차이즈경영학회 학술발표논문집, pp.103-112, 2014.
- [13] S. Pink and T. Lewis, “Making resilience: Everyday affect and global affiliation in Australian Slow Cities,” Cultural Geography, Vol.21, No.4, pp.695-710, 2014.
- [14] 이상권, 박희정, 장희정, “슬로시티 지역주민의 애착도와 공동체의식이 태도에 미치는 영향,” 농어촌관광연구, 제18권, 제1호, pp.1-26, 2011
- [15] [http://www.ksmnews.co.kr/default/index\\_view\\_page.php?idx=174621&part\\_idx=197](http://www.ksmnews.co.kr/default/index_view_page.php?idx=174621&part_idx=197)., 2017.5.16., 2017.08.10검색.
- [16] <http://www.cittaslow.kr>, 2017.08.14검색.
- [17] 이순자, “문화관광 해설사의 역할이 관광객 만족과 재방문의도 및 추천의도에 미치는 영향,” Tourism Research, 제20권, pp.117-137, 2006.
- [18] 최정자, “문화관광해설사의 역할인식에 관한 연구,” 대한관광경영학회 학술연구발표논문집, pp.101-110, 2008.
- [19] 홍수연, *전주한옥마을 문화관광해설사의 역할숙성에 대한 IPA 분석*, 호남대학교 대학원, 석사논문, 2013.
- [20] 박수진, 정봉현, “IPA를 활용한 문화관광축제 서비스 품질평가: 광주 추억의 충장축제를 대상으로,” 한국지역개발학회지, 제28권, 제2호, pp.131-152, 2016.
- [21] 천민호, “문화관광 해설이 관광자 만족에 미치는 영향 연구,” 한국콘텐츠학회논문지, 제11권, 제12호, pp.909-918, 2011.
- [22] 전주영, 임연우, “생태관광 해설품질과 만족의 관계,” 산학기술학회논문집, 제17권, 제2호, pp.520-527, 2016.
- [23] 이건설, “생태관광 해설품질과 만족의 관계,” 산학기술학회논문집, 제17권, 제2호, pp.520-527, 2016.
- [24] 신창열, 송학준, 이충기, “축제품질, 축제주제인식, 지각된 가치, 만족도간의 구조적 관계에 대한 연구,” 한국관광학회 학술대회 발표논문집, pp.346-362, 2011.
- [25] H. Oh, A. Assaf, and S. Baloglu, “Motivation and goal of slow tourism,” J. of Travel Research, Vol.55, No.2, pp.205-219, 2016.
- [26] T. Jung, E. Ineson, J. Kim, and M. Yap, “Influence of festival attribute qualities on slow food tourists’ experience, satisfaction level and revisit intention,” J. of Vacation Marketing,

Vol.21, No.3, pp.277-288, 2015.

[27] K. Lee, N. Scott, and J. Packer, "Habitus and food life style," Annals of Tourism Research, Vol.48, pp.207-220, 2014.

[28] Y. Cosar and M. Kozak "Slow tourism(Cittaslow) influence over visitors' behavior," Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research, Vol.9, pp.21-29, 2014.

[29] <http://slowcityksg.kr>

[30] 임상호, 한무영, "물 재사용에 대한 인식이 물 재 사용 실천의도에 미치는 영향," 산업진흥연구, 제 1권, 제1호, pp.137-142, 2016.

#### 저 자 소 개

양 승 훈(Soung-Hoon Yang)

정회원



- 1988년 2월 : 고려대학교 사회학과(문학사)
- 2001년 2월 : Florida Int'l University(호텔경영학 석사)
- 2008년 2월 : 한양대학교 대학원 (관광학박사)

- 2010년 3월 ~ 현재 : 신라대 국제관광학부 교수  
<관심분야> : 문화콘텐츠와 관광, 크루즈 산업론