

碩士學位 請求論文

전통문화축제의 참여지각요인이  
사후태도에 미치는 영향평가

- 청도 소싸움 축제참여 관광객 대상

慶州大學校大學院

觀光學科

朴宰吉

指導教授 卞優熙

2000

전통문화축제의 참여지각요인이  
사후태도에 미치는 영향평가

- 청도 소싸움 축제참여 관광객 대상

慶州大學校大學院

觀光學科

朴宰吉

이 論文을 碩士學位 論文으로 提出함

指導教授 卞優熙

2002年 8月 日

朴宰吉의 碩士學位論文을 認准함

審査委員長 \_\_\_\_\_ (인)

審査委員 \_\_\_\_\_ (인)

審査委員 \_\_\_\_\_ (인)

2002年 8月 日

慶州大學校 大學院

## 감사의 글

踏雪野中法 不須胡亂行 今日我行跡 遂作後人程 “눈 덮인 들판을 걸어갈 때 함부로 걷지 말지어다. 오늘 내가 걸어간 발자국은 뒷사람의 이정표가(길이) 되리니...” 이 글은 백범 선생님의 만년에 즐겨 썼던 글입니다. 글 한자 한자 읊기 때마다 이 글을 생각하면 썩지만 아직 많은 부족한 점 있어 부끄럽습니다.

먼저, 저의 학문적 길과 열정을 가리켜 주셨고, 저를 호되게 꾸짖기도 하셨지만 언제나 따뜻한 배려로 저의 버팀목이 되어 변우희 지도 교수님과. 그리고 언제나 묵묵히 지켜봐 주신 조현호 교수님께 감사 드립니다. 또한 심사 위원을 맡아 주시고 논문을 위해 지도 편달을 아끼지 않은 고동우 교수님께 죄송한 마음과 감사한 마음을 함께 드립니다.

항상 따뜻한 마음과 관심으로 지켜봐 주신 이상훈 교수님, 학문적인 체계를 가리켜 주신 김규호 교수님, 잘못을 지적하고 바른길을 가리켜 주신 유영준 교수님과 관광학부 모든 교수님께 감사의 말씀을 전합니다

그리고, 학문의 동반자로서 언제나 충고를 해주신 신문기 선배님께도 고마움을 드립니다. 또 힘들 때마다 아낌없는 사랑과 신뢰를 보내 준 그늘 사랑 친구들에게 감사 드립니다. 옆에서 큰 힘이 되어 주었던 조교선생님들에게 감사 드립니다.

마지막으로 저를 위해 모든 것을 희생해 오신 어머니, 아버님과 사랑하는 동생 그리고 하늘 저편에서 믿음이 되어 주신 할머니께 가슴 깊이 사랑한다는 말과 함께 부족한 저의 논문을 받칩니다

감사 드립니다

2002년 경주 효현골에서

愛郎 박 재 길

## <제 목 차 례>

I. 서 론 .....	1
1. 문제의 제기 .....	1
2. 연구의 목적 .....	3
3. 연구 지역 및 대상 .....	4
1) 연구 지역 .....	4
2) 연구 대상 .....	5
II. 이론적 고찰 .....	7
1. 축제의 이해 .....	7
1) 축제의 세 가지 관점 .....	7
2) 전통 문화 축제의 개념 .....	9
3) 전통 문화 축제의 관광자원적 관점 .....	14
4) 전통 문화 축제의 현대적 의의 .....	17
2. 관광객 지각 및 태도에 관한 이론 .....	19
1) 관광객 지각에 관한 일반적 견해 .....	19
2) 관광객 사후 태도의 일반적 견해 .....	23
3. 관광객 행동 연구에 관한 동향 .....	25
1) '관광지 선택 단계' 선행 연구 동향 .....	27
2) 관광지 현지 체험에 관한 선행 연구 .....	32
3) 관광객의 사후 평가에 관한 선행 연구 .....	37
III. 연구의 설계 .....	40
1. 연구의 모형의 정립 .....	40
1) 모형 설계 .....	40

2) 연구 문제의 설정 .....	40
3) 변수의 조작적 정의 .....	40
2. 자료 수집 .....	42
1) 자료의 절차 .....	42
2) 설문지의 구성 .....	43
3. 자료 분석 방법 .....	46
IV. 조사의 분석 .....	47
1. 조사의 분석 .....	47
1) 주요 변수에 대한 분석 .....	47
2) 측정 도구의 신뢰도가 타당도 .....	55
2. 연구 문제의 검증 .....	58
1) 연구 문제1에 대한 검증 .....	58
2) 연구 문제2에 대한 검증 .....	60
3) 연구 문제3에 대한 검증 .....	62
V. 결론 및 시사점 .....	66
1. 연구의 요약 .....	66
2. 연구의 시사점과 한계점 .....	67
참 고 문 헌 .....	69
부록 설문지 .....	75
Abstract .....	78

## <표차례>

표 1-1	청도 소싸움 축제 개요 .....	6
표 1-2	1990년 이후 청도 소싸움 변화 .....	6
표 2-1	우량 관광 이벤트의 종류 .....	10
표 2-2	문화 축제의 분류 .....	11
표 2-3	현대 축제와 전통 축제의 비교 .....	12
표 2-4	축제 동기의 선행 연구 분석 .....	28
표 2-5	관광지 선택 속성 요인에 관한 선행 연구 .....	30
표 3-1	표본의 개요 .....	30
표 3-2	자료 수집 .....	43
표 3-3	설문지 구성 .....	43
표 3-4	분석 절차의 설계 .....	45
표 4-1	인구통계학적 특성 .....	46
표 4-2	동반 형태에 관한 분석 .....	48
표 4-3	방문 횟수에 관한 분석 .....	49
표 4-4	체류 기간에 관한 분석 .....	49
표 4-5	방문 목적에 관한 분석 .....	50
표 4-6	정보 원천에 관한 분석 .....	51
표 4-7	관광객의 출발지에 관한 분석 .....	52
표 4-8	청도 소싸움 축제의 관광객 현지 참여 지각 .....	53
표 4-9	전반적인 행사의 만족도 .....	54
표 4-10	관광객의 재방문 의향 .....	54
표 4-11	청도 소싸움 축제의 추천 의향 .....	54
표 4-12	청도 소싸움 축제의 관광객 지각 요인의 요인 분석 .....	57
표 4-13	인구통계학적·인식 요인간의 차이 검정 .....	59
표 4-14	관광행태에 따른 관광객의 사후 태도 .....	61
표 4-15	청도 소싸움 축제를 찾은 관광객의 지각요인이 사후 관광객 만족도에 미치는가에 대한 회귀분석 .....	63
표 4-16	청도 소싸움 축제를 찾은 관광객의 지각요인이 사후 관광객 재방문 의사에 미치는가에 대한 회귀분석 .....	64
표 4-17	청도 소싸움 축제를 찾은 관광객의 지각요인이 사후 관광객 추천 의향에 미치는가에 대한 회귀분석 .....	65

## <그림차례>

그림 1-1 연구 대상 지역 .....	5
그림 2-1 축제의 유형 .....	13
그림 2-2 다각화 관점 모델 .....	16
그림 2-3 지각 과정 모델 .....	22
그림 2-4 관여도 정도에 따른 행동 효과의 계층 .....	32
그림 2-5 축제 참가자의 관여도 영향 요인 .....	35
그림 3-1 연구의 모형 .....	40

# I. 서론

## 1. 문제의 제기

올림픽 이후 정부 차원에서 그 동안 소비 산업으로 치부되어 온 관광산업을 핵심적인 국가의 전략산업으로 인식하면서 지역 전통 문화를 축제로 승화시키는 작업을 주도하려고 하고 있다. 또한 전통 민속 자원을 활용하고 관광 상품화에 노력이 부족했다는 점을 정부 스스로 지적하였다<sup>1)</sup>. 이에 우리 고유의 특화 된 문화 상품 이미지를 부각시켜 전통 종교 행사와 연계한 유적지 관광을 활성화시키고 전통 예술 공연장 등 문화시설을 집중 육성하고자 하는 관광 정책을 수립하고 있다. 그 동안 지방 정부 및 해당 지역은 지역에서 전승되어 오던 유·무형의 전통 문화를 관광 상품화함으로써 획기적인 지역 발전의 경쟁적 대안으로 활용하고 있다. 이러한 관점에서 축제 혹은 이벤트는 지역의 대안 관광으로 제시하고 있다.<sup>2)</sup>

그러나 당초의 기대와는 달리 전통 문화 축제는 지역마다 비슷한 행사로 일관하고 있으며 장기적인 관점에서의 과학적인 접근보다는 단기적인 지방자치 단체의 치적 행위로 전략하고 있는 것이 현실이다. 이런 이유로 전통 문화 축제는 그 중요성에도 불구하고 앞서 지적한 바와 같이 정치적 수단으로 이용될 뿐 아니라 일회성이나 전시용으로 개최되고 있으며 수동적인 군민 축제로 집안 잔치로 끝나는 경우가 많다. 특히 그 동안 누차 지적되어 온 지역 주민의 무관심과 참여 저조 현상은 지역 전통 문화 축제나 지역 관광 개발의 성공에 가장 큰 걸림돌이 되고 있다. 또한 대부분 지역 축제가 여전히 초기에는 많은 관심과 기대를 가지고 참여 하다가 시간이 경과되면서 점차 무관심해지고 있다. 이러한 현상의 근본적인 문제는 축제로 인한 개발 이익의 편익이나 행사의 의사 결정에 철저히 소외당함으로써 오히려 피해자로 인식되어 축제의 동반자가 아닌 이방인으로 전략하게 되는데 있다.

축제는 놀이, 지적 욕구 충족, 창조성 연출, 만남 기회 등과 같은 필연적 기능<sup>3)</sup>과 문화 사회의 진전에 따른 제 3의 미디어로서 그 중요성이 증대되고 있어 지역 뿐 아니라

- 
- 1) 문화체육부, "세계화 시대에 부응하는 문화와 관광의 연계 방안", 1995. p.2-4.
  - 2) D. Getz, Festivals, Special Events & Tourism, New York: VNR, 1991. p.19.
  - 3) 서태양, 『문화관광론』, 대왕사, 1999, pp. 102-103.

지역 축제의 기능에는 억압된 인간의 감정과 행동 표현의 기회를 제공, 인간 본연의 위치를 발견하는 계기, 모순 사회의 비판 기회, 사회적·종교적 목적의 활동수단, 문화적 의의, 원초적 제의성 보존, 지역 민의 일체감조성, 전통문화의 보존, 경제적·관광적 기능 등으로 나누고, 사회별 구분은 전통 사회의 경우 종교적·윤리적·정치적·예술적·오락적·생산적 기능으로, 산업 사회는 축제를 통한 만남과 지역적 소속 확인, 전통 문화적 보존, 관광기능 등이 강화되고 있다.

국가적 차원에서 육성해야 할 대상이다. 하지만 수많은 지역 축제 가운데 觀光的 價値를 발휘하면서 지역 경제 활성화에 기여하는 축제들은 극소수에 불과하다. 성공적인 지역 축제의 모델로 이천 도자기 축제, 금산 인삼제, 춘천 인형극제 등이 제시될 수 있을 정도이다. 그 외 대다수의 지역 축제들은, 타 지역으로부터 더 나가 외국으로부터 방문자들을 끌어들이지 못한 채 주최층만의 축제를 위한 축제, 1회성의 전시용 행사로 전락하고 있다. 주민 화합을 주목적으로 하는 축제들이 있기는 하지만, 축제를 관광 상품으로 활용, 지방 경제 활성화의 주요 수단으로서 만족할 만한 결과를 얻은 축제들은 아직은 드물다. 이는 행사를 치르는 주최층의 재정 부족, 전문 인력의 부족에 따른 치밀한 기획의 부재, 행사의 사후 평가 부족<sup>4)</sup>으로 인하여 축제가 행해지기 때문이다. 이러한 관점에서 볼 때 유감스럽게도 우후죽순처럼 개최되고 있는 한국의 관광 관련 전통 문화 축제들은 성공과 실패에 따른 평가조차 없이 유행병처럼 전국으로 확산되어 가고 있으며 방관할 경우 축제의 무용론 폐지론까지 대두되고 말 것이다.

관광이란 현장은 일차적으로 관광객과 지역 민이 직접 또는 간접적으로 만나는 상황에서 규정 될 수 있다<sup>5)</sup>. 관광객들이 여행을 해서 다른 지역의 지역 민들과 만나게 되면 이 접촉은 관광객, 지역민 또한 관광 자가 속하는 사회에 영향을 미침으로써 생기는 관광 과정(pan-human touristic process)으로 설명할 수 있다. 더욱이 이러한 관광 과정은 관광 체계(touristic system)로 발전되어 더욱 광범위한 사회적 상황을 설명해 준다<sup>6)</sup>. 특히 전통 문화 축제는 전통 사회와 전통 문화가 상품화되면서 특수한 생활 양식이 관광지의 매력 물로 변화되고 있다. 그 매력 물에 대한 인식은 관광객들에게 태도의 성향이 나타난다. 전통 민속 축제의 평가는 그들이 당해 지역에서 치러지는 행사에 대하여 직·간접적으로 영향을 받고 각각의 인식에 대한 가치를 분 여하고 태도를 보이는 것은 관광객들이기 때문에 주관

4) 한국관광공사, 「국내 문화 행사 관광 상품화 방안」, 1996. p. 35.

5) 게스트와 호스트 ( Guests and Hosts )

관광에 있어서 게스트와 호스트란 각각 “관광지(관광객)”과 “관광지 주민”을 가르킨다. 이 용어는 미국의 문화 인류학자 스미스(Smith, V, L)에 의해 제시되었다. 게스트로서의 관광객이 호스트로서의 관광지 주민에게 어떠한 영향을 미치는가를 문화인류학적 시점에서 고찰하여 “호스트-게스트론”을 탄생시켰다. 관광을 게스트 여가형태의 한 형태라고 하는 개념에서, 호스트와 게스트의 상호작용으로 이루어진 개념에서 그 의미를 넓혀 갔다. 이 이론은 뉴질랜드의 관광 연구자 레이퍼(Leiper)에 더욱 확대되어 “관광지 송출 지역-관광·여행 산업-관광자수입지역”으로 구성되는 관광 시스템의 개념을 제창했다. 관광은 호스트-게스트의 양자를 매개하는 제 3자로 성립된다.

6) Nash, D., “Tourism an Anthropological Subject” ,*Current Anthropology*, 22(5) pp.461-481.

행정부서나 지역 민의 평가와는 상이하게 나타날 수 있다. 이러한 측면에서 축제에 대한 인식과 평가를 더욱더 잘 반영할지도 모른다. 하지만 기존 연구는 관광객들의 축제에 대한 인식과 태도의 평가가 그 중요성이 큼에도 불구하고 연구는 상대적으로 미비한 실정이다. 따라서 본 연구는 이상에서 제기된 지역 축제의 근본적인 문제를 진단하고 평가 하고자 시도되었다. 또한 문제 해결을 위한 구체적인 해법을 찾기 위해 연구 대상인 청도 소싸움 전통 문화 축제에 대한 관광객의 인식과 태도 분석하고 이 결과를 통해 한국 지역 전통 문화 축제가 나아가 할 최적 모형을 정립하고자 하였다.

## 2. 연구의 목적

본 연구의 주요 목적은 전통 문화 축제에 참여한 관광객이 느끼는 지각 요인을 알아봄으로써 사후 태도의 형성 과정에 어떠한 영향을 미치는가에 관해 연구하는데 근본적인 취지를 두고 있다. 즉, 연구의 대상이 되는 전통 문화 축제에서 발생하는 직·간접적인 효과가 관광객에게 어떠한 인식을 주었으며 그 인식으로 인하여 그 지역에 맞는 전통 문화 축제를 모색함으로써 청도 지역의 관광 개발의 극대화 방안을 모색하고자 한다. 하지만 지금까지 대부분의 전통 문화 축제의 연구들은 지역 축제가 지역 경제에 미치는 영향에 대한 연구가 주가 이루고 있어, 실제로 그 지역에 대한 관광객의 인식과 태도가 무시되는 경향이 있다. 막연히 전통 문화 축제의 활성화를 위해 그 지역의 관광 개발이 이루어져 한다는 결론이 아니라 전통 문화 축제에 참여한 관광객의 참여 지각과 사후태도를 알아봄으로써 전통 문화 축제의 세분화 전략을 제시하고자 하였다.

이러한 연구 목적을 달성하기 위한 구체적인 연구의 내용은 다음과 같다.

첫째, 전통 문화 축제의 국내·외 선행 연구들을 종합하여 전통 문화 축제에 대한 개념과 현대적 의미를 알아보고 관광객이 지각 요인과 사후 태도에 대하여 정립하였다.

둘째, 전통 문화 축제의 연구 지역(청도)과 대상(청도 소싸움)의 자료를 수집하여 이를 이용하여 1차적인 분석을 실시한다.

셋째, 이러한 1차 자료에 의해 분석된 자료를 기초로 하여 청도 소싸움 축제의 관람객 (일반 관광객 및 지역 주민)의 설문 조사된 자료를 통해 인식의 차이를 살펴보고, 실제로 지역 축제에 미치는 사후 태도의 차이가 나는지를 조사함으로써 전통 문화 축제의 참여 지각과 사후 태도의 관계를 규명하기 위한 분석을 수행한다.

넷째, 이상에서 분석된 자료를 바탕으로 전통 문화 축제의 세분화 전략을 모색함으로써 전통 문화 축제의 활성화를 위해 나아가 할 방향을 모색한다.

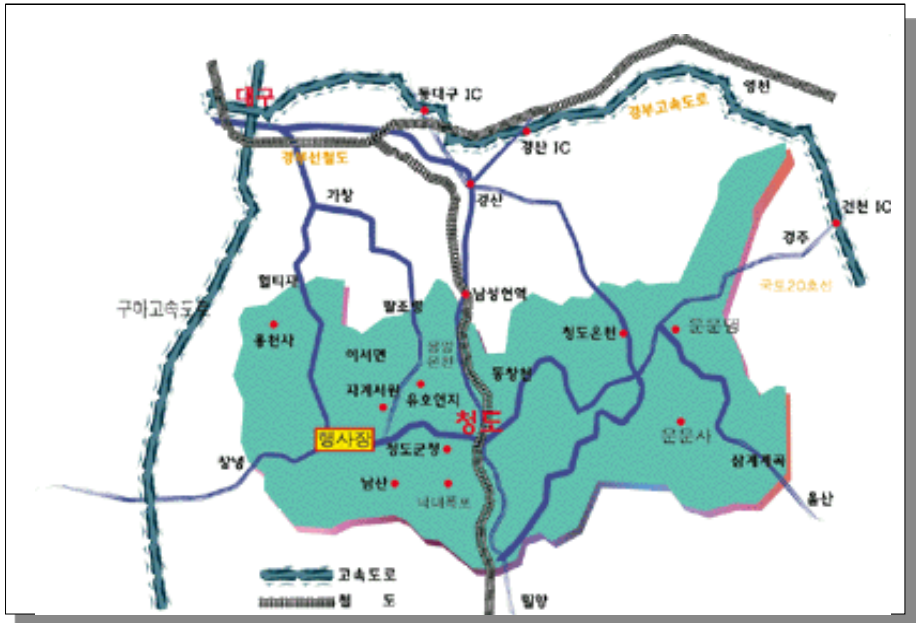
### 3. 연구 지역 및 대상

#### 1) 연구 지역<sup>7)</sup>

청도군은 경상북도 최남단에 위치하고 있으며, 교통은 경부선 철도가 통과하고, 국도 20호선과 25호선이 동서, 남북으로 관통하고 있으며, 지방도 5개 노선, 군도 11개 노선이 펼쳐져 있고, 현재 대구 ~ 김해간 고속 도로가 건설 중에 있어 남부 경북 지역의 교통 요충지라고 할 수 있으며 또한 주변 지역에 대구, 경산 등의 대도시가 입지 해 있어 주변 지역과의 연관성이 높다. 군 전역 오곡백과가 잘 되는 양질 토로써 과수 재배 최적 지로서 수려한 자연경관과 향교, 서원, 유적지 등 많은 문화재 산재해 있는 풍요 되는 도시이다. 동쪽으로 경주에 접해 있으며 서쪽으로는 창녕, 북쪽으로 대구, 남쪽으로 밀양시와 접해 있다.<그림 1-1참조> 신라 유리왕(서기 280년, 중국 백)때부터 이서 군으로 호칭되어 오다 서기 1020년 고려 현종 9년(중국송대) 청도군으로 개칭으로 개칭되었으며 면적은 696.49km<sup>2</sup>이다. 18,955 가구에 인구는 52,497명이고 농업인구가 50 %정도의 농업 도시이다. 그리고 운문사를 포함하여 운문산 국립공원과 운문담 주변, 맑고 깨끗한 동창천과 삼계리, 용암온천, 청도온천과 함께 각종 문화 유적과 휴식 공간이 병존하고 있으며 깊고 깨끗한 계곡이 곳곳에 산재되어 있어 청정 지역으로써의 관광 자원화 잠재력이 매우 높은 편입니다. 이러한 관광의 연계성과 잠재성에 그리고 가치 성에 의해 본 연구의 대상지로 선정하였다.

---

7) <http://www.festival.or.kr>



< 그림 1-1 > 연구 대상 지역

## 2) 연구 대상

본 연구에서 청도 소싸움을 축제 대상으로 선정한 이유는 첫째, 문화관광부 지정 축제인 동시에 지역 축제에서 전국 규모의 축제로 발전하여 향토적인 성격은 물론 국제적인 성격도 가지기 때문이다. 둘째, 청도 소싸움 축제가 상설화 됨에 있어 관광객이 가지는 축제에 대한 태도의 차이가 나타날 것이라고 예상되기 때문이다. 마지막 청도 소싸움 축제를 방문한 방문자들을 대상으로 학술적인 측면에서 조사되거나 수행된 연구 결과를 찾아보기 힘들어 그 희소성 때문에 연구의 대상으로 선정하였다. 청도 소싸움 축제는 1920년 영남 소싸움 대회를 시작으로 매년 3.1일 기념 행사의 일환으로 진행되어 오다가 해마다 규모가 커져 이제는 우리나라의 최대 규모의 소싸움 축제로 발전하게 되었다. 특히 1998년 제9회 대회까지는 전국 민속 투우 대회로만 개최하다가 1999년에 문화관광부 지정 문화 관광 축제로 선정됨에 따라 우리 전통 문화 축제의 대표적인 예로 발전하게 되었다. '2001 청도 소싸움 축제는 주요 행사로 전국 소싸움 대회, 한우 로데오 경기, 한일 친선 소싸움 경기. 사진 촬영 전이 테마 행사로 체험 PARK, 전시 PARK, 청도 PARK의 테마로 이루어 졌었다. 축제 행사 장소는 경북 청도군 이 서면 서원천변 둔치 상설 무대에서 2001년 5월 2일부터5월 6일까지 5일간 행해졌다. 행사 주최 는 청도 소싸움 축제 추진 위원회에서 행사 주관 청

도군에서 문화관 광부 ,한국 관광 공사 ,경상북도가 후원으로 2001청도 소싸움 축제가 실시되었다.

<표 2-1> 청도 소싸움 축제 개요

구 분	내 용
제 목	2001 청도 소싸움 축제
개최 일자	2001년 5월 2일부터 5월 6일까지 5일간
개최 장소	경북 청도군 이 서면 서원천변 둔치 상설무대
주 최 자	청도 소싸움 축제 추진위원회
주요행사	체험 PARK
	전시 PARK
	청도 PARK

자료 : 청도군 자료를 기초로 논자 재구성

< 표 1-2 > 1990년 이후 청도 소싸움 변화

명칭	년도	지정	비고
영남민속투우대회	1990년~1994년		
전국민속투우대회	1995년~1998년		
1999년 청도 소싸움 축제	1999년	문화관 광부 지정(전국10대 문화관광축제지정)	
2000년 청도 소싸움 축제	2000년	문화관 광부 지정(전국7대 문화관광축제지정)	
2001년 청도 소싸움 축제	2001년	문화관 광부 지정(전국5대 문화관광축제지정)	상설화

※논자 재구성

## Ⅱ. 이론적 고찰

### 1. 축제의 이해

#### 1) 축제<sup>8)</sup>의 세 가지 관점

전통적인 축제 분석의 관점은 축제를 일종의 의례로 간주하고, 일상과의 단절 혹은 의례의 한 과정에만 보려는 시각에서 출발한다. 그러나 오늘날 축제는 단순히 이 ‘단절’이라는 개념만으로 설명하기에는 그 한계를 가지고 있으며 복합적인 양상을 띠는 현대의 축제와의 판이하게 다른 관점을 가지고 있다. 현대의 축제는 격변하고 있는 사회의 흐름에 따라 변화, 적응하고 있으며 민속적인 연행<sup>9)</sup>을 띠기도 한다. 일반적으로 현대에서 나타나는 여러 다양한 축제들은 다음과 같은 세 가지 관점에서 분석할 수 있다.<sup>10)</sup>

첫 번째 관점은 축제를 의례나 일상 단절을 나타내는 것으로서, 여기서 축제는 성스러운 것과 세속적인 것을 구분한다는 의미에서 의례적인 사건이나 집단적인 상징으로 분석된다.

축제는 예술적 요소와 제의(祭儀)적 요소를 포함하고 있다. 축제의 시초는 성스러운 종교의 활동의 의미를 가지고 출발했으나 그 의미가 시대적 요구에 따라 유희·놀이적인 요소가 강하게 지니게 되어 종교적인 제의성은 퇴색되고 있다. 우리 축제의 고형(固形)인 제천의례(祭天儀禮)는 농·공시기에 하늘에 제사지낸 후 집단의 결속과 유희를 위해 사람들이 모여 음주가무를 즐기는 것이 관례였다. 하지만 축제는 단순한 놀고 마시는 행사가 아니라 반드시 하늘에 제사를 지냈다는 것이 바로 축제가 신성한 종교행사였음을 말해준다. 오늘날의 축제는 종교성을 상실한 채 유희적이고 놀이적인 모습이 강조되고 있다. 축제는 결코 즉흥적이거나 자의적으로 생기는 일화적인 사건이 아니라 삶의 근원적 리듬에 근거해

---

8) 축제에 해당하는 영어의 개념에는 우리의 잔치 개념으로 볼 수 있는 ‘feast’, 유럽에서 술과 육식을 끊고 수도하기 위해서 사순절 직전 전야에 거행되던 기독교적인 축제인 ‘carnival’ 등 여러 가지 용어가 있으며 우리의 축제 개념에 가장 가까운 용어는 ‘festival’로 이는 바로 예술적인 요소가 종합된 형식의 축제이다

9) 연행(演行, Representation, Performance)

Boyer의 『민족학과 인류학사전』에서 연행을 “표상적인 체계의 표현은 일반적으로 한 사회에 고유한 관념이나 가치의 총체를 말하는 것으로, 이것은 심리학들이 정신적인 표상이나 이미지라고 말하는 독립적으로 존재하는 것이다”이라고 정의하였는데, 여기에서는 류정아의 『전통성의 현대적 발견』에서 사용된 개념을 차용하였다. 즉 류정아는 그의 저서에서 연행을 ①그림이나 상징 ②예술을 통해서 표현하는 행위 ③언어를 통해서 무엇인가 또는 누군가를 환기시키는 행위 ④극장에서와 같이 관중들 앞에서 스펙터클을 펼쳐 보이는 행위 또는 스펙터클 그 자체로 정의하여 Boyer의 규정보다 넓은 의미로 사용하였다.

10) 류정아, 『전통성의 현대적 발견』, 서울대학교출판부, 1998, pp. 21-41

일상성을 재 정렬하는 사회적 성화(聖化)이다<sup>11)</sup>. 흔히 산업화와 세속주의는 축제의 종교성을 박탈하고 세속화를 가속화시켰다. 그러나 축제가 제(祭)가 사라지고 축(祝)만이 남은 것이라고 단언할 수 없다. 축제는 분명히 축(祝)과 제(祭)가 포괄된 문화현상이라고 보아야 한다.<sup>12)</sup>

‘신성 성이 부여되는 시간을 구성시키는 것이라고 축제를 정의하는 것은, 인간을 신성한 수준까지 끌어 올려 초자연적인 것과 접촉하게 함으로써 원시적인 사고를 통합시키고자하는 제안이기도 하다. 축제의 목적은 본래안건의 초월적인 에너지를 접근시키는 것이기 때문이다.<sup>13)</sup>

이러한 시각에서 장 뒤비뇨(Jean Duvignaud, 1921~)는 축제를 규칙에 위반을 넘어서서 그것을 파괴하는 것을 의미하며 인간으로 하여금 탈문화의 세계, 즉 규범이 없는 공포의 공간을 생성시키는 세계와 대면하게 하는 것이라고 말한다. 따라서 축제는 문명들의 변화에 의해 영향을 받는 그 순간 그 문명간의 틈새에 살며시 끼어 든다는 것이다. 이런 변화의 상황에서는 평상시의 인간의 욕구를 만족시켰던 표상이나 상징들은 개인들에게 더 이상 어떤 영향도 미치지 못하게 된다. 즉 축제에서는 모든 용인된 기호들이 변조되고 뒤집히고 파괴되는 쾌감을 맛볼 수 있고, 이 쾌락 안에서 혼미스러우면서 즐겁게 신과 인간 또는 신과 자아 사이의 짝지음이 가능해지는 것이라 했다.<sup>14)</sup>

두 번째 관점은, 축제를 사회변화에의 적응 기제로 간주할 수 있는데, 이 경우에 과거로부터 전해 내려 온 축제들의 총체는 보다 큰 체계라는 새로운 조건의 영향 하에서 변형의 과정을 겪게 된다. 이 과정 속에서 축제는 보다 활성화된 새로운 기능을 획득한다. 축제는 급격한 사회변화에의 적응 기제가 되면서 그것을 가지고 있던 의례적이고 신성한 의미는 부분적이고 상실한 채 일반적인 사회현상중의 하나로서 기능하게 된다.<sup>15)</sup>

---

11) 성시정, "유럽의 전통 축제문화와 그 종교적인 역동성", 형이상학 제 5집, 1997. p.261.

12) 서태양, 전개서, 1999. pp. 100-101.

13) 장 뒤비뇨 지음, 류정아 옮김, 『축제와문명』, 한길사, 1998, pp. 20-21.

축제의 이런 단절의 개념은 사육제와 사순절 사이의 밀접한 관계에서 보다 잘 이해될 수 있다. ‘사육제(carnival)’ 말은 이탈리아어 ‘carnevale’에서 온 것인데, 여기에서 ‘carne’는 동물의 살 즉 고기를 나타내는 용어이다. 사육제는 사순절의 첫날인 ‘재의 수요일’ 앞의 있는 것으로 사순절과 대조적인 의미를 가진다. 그러나 사순절 없이는 사육제도 존재하지 않는다. 사육제는 앞으로 다가올 엄숙하고도 엄격한 시험에 앞서 마지막으로 향연을 베푸는 것이기 때문이다.

14) 장 뒤비뇨 지음, 류정아 옮김, 전개서, 1998. p.23.

15) Papua New Guinea ‘singsing bisins’ 축제가 그 대표적인 예다. 즉 축제가 현대적인 상업행위에 통합되면서 전통적인 ‘돼지축제’가 사라지게 되었고, 경제적인 요소가

마지막으로, ‘민속’의 형태의 변형된 축제를 가리킨다. 여기서 축제는 여전히 전통적인 형태를 유지하고 있기는 하지만 축제 그 자체의 내용과 의미는 그 것이 현재 연회 되고 있는 사회적 · 문화적 · 경제적 맥락과 분리되기 시작한다. 이러한 시각에서 많은 전통 축제들이 새로운 사회적 조건에서 창조되고 변형되며, 점점 더 ‘민 속화 된’ 형태를 띠게 된다. 이것은 또한 ‘지방주의적’, 또는 ‘지역주의적’인 축제현상을 설명하는데 기본적인 시각이 될 수 있다.

축제는 일상생활의 단절에서 시작되며 일상적의 생활의 완전한 분리에서 형성되어 진다. 하지만 현대의 축제는 사회 · 문화적이고 정치적 또는 경제적인 삶을 구성하는 여러 부분의 하나를 형성하고 있는 경우가 자주 나타나 축제 적인 연회 현상을 일상 생활에서 분리시켜서 설명하는 시각은 한계를 가질 수밖에 없다.<sup>16)</sup>

## 2) 전통 문화 축제의 개념

앞 절에서 말한 것과 같이 전통 문화 축제의 개념은 축제의 개념이나 구분 방식에 따라 축제의 형태는 달라진다. 이러한 이유로 전통 문화 축제의 구분은 그 축제가 가지고 있는 의미와 형태에 따라 달라지고 있어 그 구분에 많은 어려움이 따른다.

본 절에서는 전통 문화 축제에 대한 개념을 축제 구분 방식에 따라 정리하여 그 형태와 의미에 대하여 알아보려고 하였다. 다음은 축제 혹은 이벤트에 대한 여러 학자들의 분류로 그 분류된 과정에서 전통 문화 축제의 개념을 찾고자 하였다.

우량 관광 이벤트는 몇 가지 방법으로 분류된다<sup>17)</sup>. <표 2-1>는 그 종교적, 문화적, 상업적, 스포츠적, 정치적 중요성에 따라 우량 이벤트의 분류를 나타내고 있다. 이하는 <표 2-1>의 관점으로부터 본 우량 이벤트의 사회적, 경제적 중요성을 서술하고 있다.

---

의례 속에 통합되면서 다른 형태의 축제로 변화하여 계승되어 진다.

16) 류정아. 전개서, pp.260-261.

17) Colin Michael Hall, 『이벤트 관광학: 이벤트의 효과 · 운영 · 기획』 [Colin Michael Hall, Hallmark Tourist Events: Impacts, Management and Planning, 1992], 유영준 역, 서울 : 대왕사, 1998. pp.35-36.

<표 2-1> 우량 관광 이벤트의 종류

분 류		사 례 와 장 소
종교 이벤트		Haj(Mecca) 船團의 풍어제 聖地의 크리스마스(베들레헴과 예루살렘) 로마 법왕의 순방
문 화 이벤트	카니발과 축제	리오 카니발 태평양 축제 시월 축제(뮌헨, 워터루) 영국 왕실의 결혼식
	역사적 기념 이벤트	미국 200주년 축제(1977) 오스트레일리아 200년 축제(1988) 컬럼버스 항해 500주년 축제(1992)
상업적 이벤트		세계 박람회, 만국 박람회 로얄 농업 축제(시드니)
스포츠 이벤트		올림픽(하계·동계) 영연방 대회 범미 대회 월드컵 축구 월드컵 육상 월드컵 럭비 월드컵 크리켓 오스트레일리아 축구 리그 결승(멜버른) 전미 미식축구 슈퍼 볼 야구 월드 시리즈 FA 컵 최종전 아메리카 컵 그랑프리 레이스 멜버른 컵
정치적 이벤트		정당의 전당 대회 IMF / IBRD 총회

의심할 여지없이 이벤트의 중요성은 조직하는 측, 개최지가 되는 지역사회, 경제적 이해관계자나 관광객, 결국 관객의 시점에서 결정된다는 것을 알 수 있다. 이 중 전통 문화 축제는 문화 이벤트와 밀접한 관계를 갖는다.<표2-2>와 같이 전통 문화 축제는 문화이벤트와 유사한 특징을 가지며 그 분류를 할 수 있다.

문화 이벤트는 관객과 이벤트 제공자 면으로 구분할 수 있다. Wilson과 Udall<sup>18)</sup>이 말하

18) World Tourism Organization, at .el ,1985. p.3.

는 바와 같이, 「조직자의 동기와 미학은 축하하는 것과 같은 정도로 총체적 경험이 중요하다.」 그런 문화적 이벤트의 분류의 경우<표 2-2 참조>, 그 분류는 다음과 같은 것을 보여주고 있다.

<표 2-2> 문화적 축제의 분류

축제 유형	특 징
토착적	특정 문화의 일부이고, 그 문화로부터 생긴 축제. 이 이벤트는 그 문화 전체와 그 문화의 구성원에 의해 관리되고 있다.
토착적 진화적	표현하는 문화로부터 생긴 단일 문화이고, 그 문화와 그 문화의 구성원에 의해 관리되며, 그 문화의 내부에서 관객에게 주로 어필하는 이유로 인해, 토착적 축제와 유사하다. 문화요소를 외부에 적용시킨다는 것과 같이 의식적으로 노력하는 점에서 토착적 축제와 다르다. 이것에는 문화 요소를 그 그룹 이외의 미학에도 적용시키는 것, 이 이벤트나 문화 요소, 쌍방의 다 소의 상업화를 포함한다.
상업화	민속 축제의 상업적 진화. 그 결과, 이 이벤트는 민속문화로부터 계속 지원받고 있지만, 대부분은 통속문화로 이행한다.
비지역사회적, 단일 문화적	제시한 문화의 외부에서 조직한 단일 문화축제. 제시된 문화집 단 중에는 지원기반이 없고, 그 문화의 사람들을 관객의 멤버 로 끌어들이려고 노력도 안 한다.
다문화적	많은 문화의 문화요소를 표현하는 축제. 소수의 예외는 있지만 관객은 제시된 문화의 멤버 이외의 사람으로 성원되는 경향이 있다. 조직 자는 이 민속예술의 연구자나 질충주의적 팬인 경 경우가 많고, 비영리단체가 이벤트를 관리할 가능성이 있다.

자료 : Wilson, J., Udall, L., *Folk festivals : a handbook for organization and management*, University of Tennessee Press, Knoxville, 1982 pp.4~6.재인용.

오늘날의 지역 축제는 전통성과 현대성을 바탕으로 하여 상호 공존과 혼재·혼돈 되는 양상을 보인다고 볼 수 있다. 또한 축제 고유의 성격, 축제의 규모, 축제의 구성내용 등에 따라 서로 다양한 형태를 보이고 있다. 즉, 역사성을 바탕으로 한 전통축제가 시대환경의 변화에 따라 존재가치를 상실하고 있으며 현대축제도 아직 축제의 참된 의미를 제대로 갖추지 못한 상태에서 지역사회를 중심으로 증가하는 추세를 나타내고 있다.

전통축제와 현대축제를 <표 2-3>을 통해 그 특징을 구체적으로 비교해서 알아보기로 한다.19)

19) 이세섭, “지역 축제의 문제점과 개선을 위한 역할분담에 관한 연구”, 석사학위논문, 중앙대학교예술대학원, 1998. p.13.

<표 2-3> 현대 축제와 전통 축제의 비교

구 분	전 통 축 제	현 대 축 제
주 체	· 지역공동체 집단	· 자치단체, 사회단체
개최목적	· 공동체의 안정과 풍요 · 공동체의 협동과 결속	· 전통문화계승, 삶의 질 향상, 경제적 가치창출
구 성	· 제례행사, 민속놀이, 굿판 등	· 제례행사, 민속놀이, 미인대회, 노래자랑, 체육대회 등
개최지역	· 지리적으로 폐쇄된 농·어촌지역	· 개방된 도시화, 산업화지역
참 여 율	· 매우 높다.	· 참여동기 유발이 어렵다.
경비조달	· 구성원의 공동부조	· 정부·자치단체예산, 기업 협찬금, 상품판매수입 등

그리고, 지역 축제의 유형화에 대하여 축제분류방법<sup>20)</sup>을 참조하여 4가지의 유형인 내향형 전통축제, 내향형 현대축제, 외향형 전통축제, 외향형 현대축제로 나누어 살펴보기로 한다. 내부·외부 지향성은 축제의 개최목적이나 목표대상에 따라 구분하고, 전통·현대 지향성은 축제의 소재나 프로그램 구성에서 현상적으로 드러나는 형태에 따라 구분한다고 볼 수 있다.

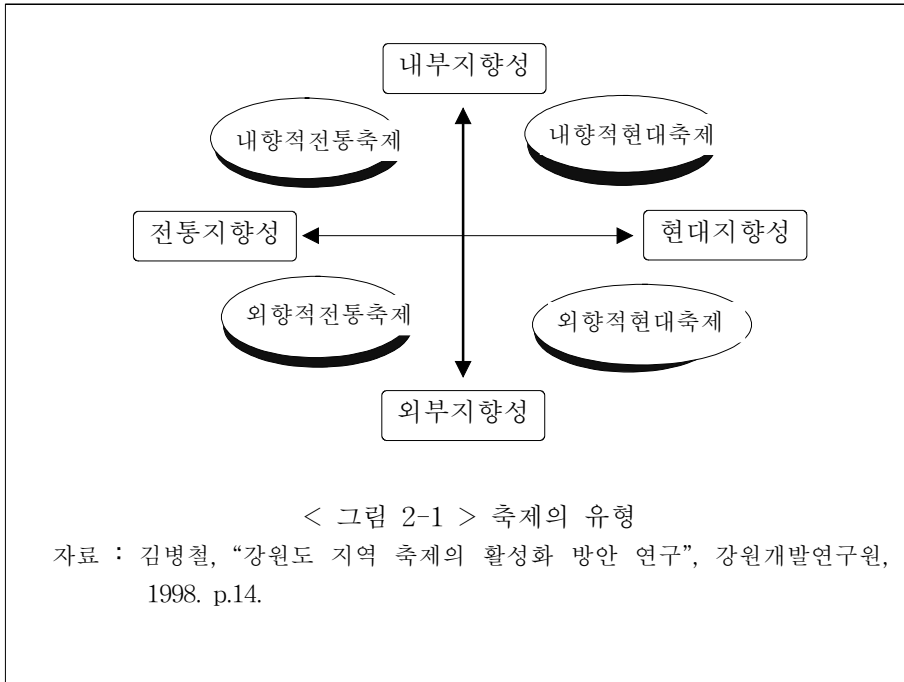
첫째, 내부지향적 축제는 지역 축제에의 참여유도를 통한 지역정체성 확립, 지역공동체 의식의 촉진, 지역에 대한 귀속감과 자긍심 고취, 지역 전통문화의 보전·계승과 지역문화예술의 발전, 지역 주민의 여가기회 확대, 지역커뮤니케이션의 활성화 등을 주된 개최목적으로 하고 있음을 알 수 있다.

둘째, 외부 지향적 축제는 주로 지역사회 외부의 사람들을 주된 대상으로 설정하여 지역 경제를 활성화하고자 개최한다. 즉, 축제를 통한 고용확대 및 소득창출, 지역관광수입의 증대, 지역특화산업의 진흥, 지역정비와 지역개발촉진 등을 목적으로 한다고 볼 수 있다.

셋째, 전통 지향적 축제는 프로그램의 주된 구성요소가 지역공동체의 역사 문화적 전통에서 비롯된 전통문화유산을 기초로 한다.

넷째, 현대 지향적 축제는 지역의 현대문화예술이나 지역의 자연적 특성, 또는 지역특산물과 관련된 독창적인 프로그램을 바탕으로 한 구성형식을 가진 축제라고 할 수 있다.

20) 김병철, “강원도 지역 축제의 활성화 방안 연구”, 강원개발연구원, 1998. pp.55-61.



그리고 <그림 2-1> 지역 축제의 유형화의 특성을 각 유형별로 살펴보기로 한다.

첫째, 내향적 전통 축제는 지역의 전통 문화적 배경을 토대로 개최되는 축제를 말하며 지방자치 단체가 중심이 되어 해당 지역 주민들을 참여시킨다. 그래서 지역 주민의 지역에 대한 귀속감을 높이고 공동체 의식 강화로 지역 활동 참가를 촉진하여 지역 활성화를 목적으로 한다고 볼 수 있다.

둘째, 내향적 현대 축제는 지역의 현대문화적 요소를 중심으로 프로그램이 구성되는 축제이다. 지역 주민의 화합, 지역 문화 예술의 발전, 지역 주민의 문화 접촉 기회 제공 등 사회·문화적인 목적을 가지고 개최되는 축제이다.

셋째, 외향적 전통 축제는 소재나 프로그램의 특이성으로 높은 지명도를 갖춘 전통 축제나 해당 지역의 전통 문화적 소재를 중심으로 구성되는 형식의 축제이다. 즉, 지역 경제에 대한 축제의 파급효과를 목적으로 하는 축제이다. 구체적으로는 지역 축제 자체가 관광 상품으로 기능을 하거나 지역 특산품의 판매촉진, 지역 특화 산업의 진흥, 지역의 지명도 향상 등의 수단으로 활용되는 축제로 볼 수 있다.

넷째, 외향적 현대 축제는 해당 지역의 자연적 조건이나 사회경제적 환경을 중심으로 새

롭게 개발된 현대적 소재로 구성된 축제이다. 관광객 유치 확대를 통한 지역 관광의 활성화나 지역 특화 산업의 육성 등 주로 지역 경제 활성화를 목적으로 한다.

그리고, 오늘날의 전통 문화 축제는 지방자치 단체 중심으로 주로 국내적 소규모로 많이 행해지고 있다. 이러한 현실적 상황에서 우리의 전통 문화 축제가 활성화되기 위해서는 그 지역의 전통 문화에 면밀히 분석과 그 상징적 의미의 가치성 확립, 그리고 지역의 실정에 맞도록 부분적인 축제 방안을 도입이 절실하다고 판단이 된다.

### 3) 전통 문화의 관광 자원적 관점

지역문화는 하위문화로서의 여러 문화가 유기적으로 얽혀 존재하지만, 전통 문화축제는 그들의 하위문화와는 차원을 달리한다. 그것은 일년에 한번, 지역사회의 참여속에서 거의 모든 하위 문화가 동원된 가운데 베풀어지는 것이다. 전통 문화 내용은 오랜 역사를 통해 전해 내려오는 지역 문화의 상징을 핵심으로 한다. 거기에도 전통 문화는 문화로부터 일탈 내지 반전이 있고 신화의 세계를 넘다듬어 있다. 그것은 지역 주민에게 신명과 삶의 새로운 기운을 불러 넣어 주기에 지역문화의 새로운 불씨 혹은 어머니라고 비유해도 좋다.<sup>21)</sup>

전통 문화와 이벤트를 지역 활성화를 위한 관광자원화 관점에서 논의할 때 가장 중요한 5가지의 구성 요소를 도시화한 게츠(Getz, D)의 다각화 관점 모델(A Model of Perspective)이다.

축제나 이벤트의 관광자원화의 목표는 지역주민뿐 아니라 외지에서의 방문객들을 유인하는 관광대상의 역할수행 축제를 통한 지역의 이미지 구축, 지역개발을 촉진하는 촉매역할, 지역 경제 꺾이는 경제적 영향을 들 수 있다.<sup>22)</sup>

축제나 이벤트의 관광자원화구조의 기본적인 구성요인으로는 관광객, 조직자, 이들을 연결 하는 유형적 상품(이벤트, 축제),사회 문화적 효과 및 환경적 효과를 얻는 지역주민으로 이루어진다. 이러한 유형적인 상품은 축제나 이벤트자체의 행사프로그램, 이벤트 전체를 포괄하는 패키지나 단위 이벤트에 대한 개별여행, 그리고 이벤트 기간 중에 소비된 또는 팔린 가시적인 제품들로 구성되어 있다. 이벤트가 지닌 의미는 미술축제 또는 올림픽과 외형상의 이름이나 주제를 반영한다. 이러한 이벤트나 축제들은 주제나 대중을 위해 제공되는 유형 상품이나 행위내용에 열거하여 분류될 수 있다. 그러나 축제나 이벤트는 대부분 조직된 특정목적이라 할 수 있는 관광객 유인, 기금 마련, 선전/홍보수단, 지역 주민의 자부심 고취

21) 조홍윤, “한국적 향토 축제의 정립”, 민속과 문화, 1995.p.61.

22) 정강환, 지역 활성화를 위한 이벤트와 지역축제부흥방안, 지방행정연구 제11호 제3권, 1996. p.61.

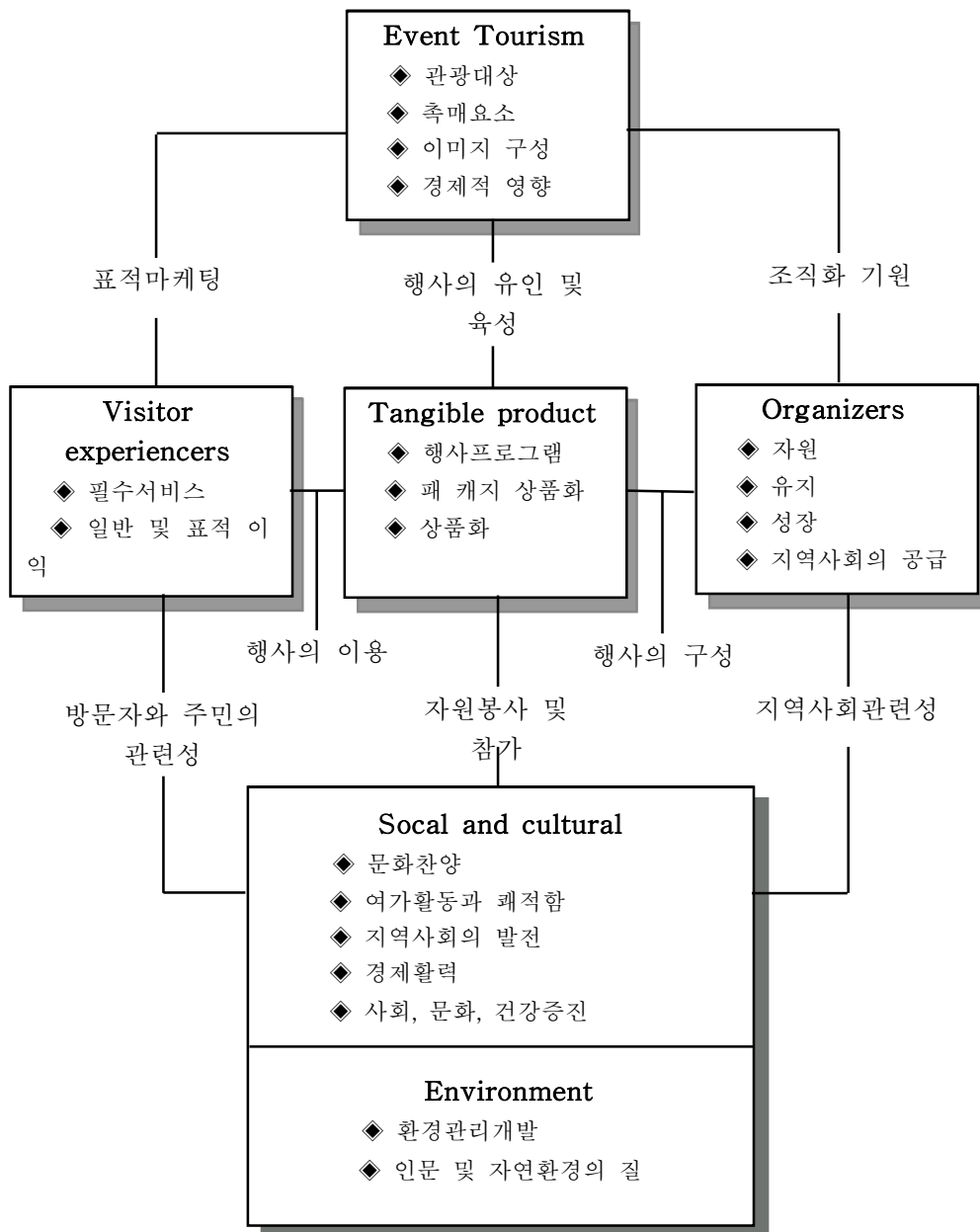
등의 실질적 목적들의 촉진제 역할들이 의도되어 있다.<sup>23)</sup>

특히, 관광객들이 축제나 이벤트에서 일상성에서 벗어나 다양한 문화와 생활 야식을 접하면서 생기는 상이한 경험들이 새로운 지각을 가지게 할 것이다. 따라서 관광객의 관점에서 볼 때 축제는 여가 및 여행동기를 기초로 하여 구성되어져야 하며 축제의 상품적 기능도 필수 서비스, 공통되는 일반적 편익, 관광객을 포함한 특정시장을 목표로 한 표적편익 등으로 세분화되어야 한다.<sup>24)</sup>

---

23) Donald Getz, Festivals Special Events and Tourism, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991. pp.40-42.

24) 전강환, 전계논문, 1996. p.61.



자료: Donald Getz, *Festivals Special Events and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991, p.41.

<그림2-2> 다각화 관점 모델(A Model of Perspective)

#### 4) 전통 문화 현대적 의의

도시화나 산업화가 이루어진 사회나 지역공동체의 경우, 고유성과 전통성이 존재하지 않을 뿐 아니라 제의로서의 특성을 갖출 사회적 여건이 사라졌기 때문에 농업이라는 사회적 여건을 기반으로 하는 전통 문화축제와 구별되어야 한다.

오늘날 상업화·도시화 따른 농촌 공동체의 해체에 따라 전통 축제는 점차 약화되고 있으나 계승 또는 발전을 중요시하는 기능으로 분화하여 산업 사회 속에도 사회구조에 적응하여 수경·전승되어지고 있다고 생각되어진다. 즉 사회적 기반이 약해지고 생활의 변화에 따라 전통 문화의 보존적 기능은 다소 둔화되었으며, 교통의 발달과 문화의 활성화로 인하여 축제의 기능이 점점 변해가고 있다.

현대의 산업 구조가 고도화되고 생산과 소비의 대상이 문화의 영역에 확대됨에 따라 이제 문화가 과정이 아닌 생산품으로 되어 가고 있다. 이로 인해 ‘문화의 산업화<sup>25)</sup>’ 현상은 심화되기 시작하면서 전통 문화축제는 그 의미가 변질되고 변화되었다.

이러한 전통 문화 의미는 인간의 심리적 욕구단계<sup>26)</sup>에 의한 것과 포스트모던사회에서 나타나는 취향<sup>27)</sup>의 다양함에 의해 더욱 그 의미가 달라지고 있다. 특히 30년 만에 새롭게 실시된 지방자치제의 도움으로 전통 문화 축제의 의미는 확대 해석되어 지고 있다. 이러한 관점에서 재정 자립도가 낮은 지역자치체들은 새로운 지역활성화정책의 전략으로 지역의 문

25) 박모역, 『문화연구와 문화이론』, 현실문화연구, 1993. pp.13-14.

레리몬드 윌리엄즈(Raymond Williams)는 문화의 현대적 의미를 세 가지 범주로 정의했다. 즉 첫째 ‘지적, 정신적, 심미적 개발의 일반적인 과정(general process),’ 둘째로 ‘특정한 생활양식(way of life)-지적 미학적 요소가 아닌 여가, 운동, 종교적인 축제까지 포함하는 -을 가리키는 것,’ 셋째, 지적, 예술적 작업들의 결과물이나 실행,’으로서 구분하였다. ‘문화의 산업화’에서 문화의 의미는 이 세 가지의 정의 중 두 번째와 세 번째에 해당된다.

26) 김홍운, “한국의 지방 문화행사를 관광 상품화하는 방향에 관한 연구”, 한국학논집 제10집, 1989. p.287.

김홍운은 매슬로우(Abraham Maslow)의 욕구 단계설(Hierarchy of needs)의 이용하여 인간의 생리적 욕구만족의 저 욕구에서 지적 교양적인 고차욕구로 성장하는 것처럼, 인간의 관광행동도 처음에는 風光관광, 즉 보는 관광에서 史蹟관광, 즉 탐구와 심미적 관광으로 변하고 최종적으로 함께 즐기고 배우고 익히는 교육과 참여의 민속관광을 지향하게 된다고 주장한다.

27) Walle, Alf H, Cultural Tourism : A strategic focus, West view Press, 1998, pp. 25-26.

Walle은 다양성과 절충주의를 특징으로 하는 포스트모더니즘은 차별성을 강조하고 이러한 경향은 차별적 요소가 중요한 매력요인으로 작용하는 문화관광의 발달에 영향을 미친다고 말한다

화자원을 생산자원으로 활용하는 지역문화특화전략을 시도하였다.<sup>28)</sup> 지역문화특화전략에 이용되는 자원들은 각 지역이 가지고 있는 유·무형의 문화재, 생활양식, 독특한 전통과 주거양식, 전통고유기술, 역사적 사건 과 인물 등과 같은 다양한 가치자원들로 관광과 연관되어 구성되어 있다. 지역의 문화적인 자원은 문화적 가치를 넘어서 경제적 가치를 지니는 문화 상품으로 지역 경제의 강화에 중요한 역할을 한다. 이러한 전략은 ,현재 국내에서 펼치고 있는 가장 활발한 관광산업전략이 지역의 각종 문화자원을 이용한 이벤트 혹은 전통 문화이다.<sup>29)</sup> 이러한 이벤트관광 또는 전통 문화축제가 성행하는 이유는 이벤트 관광 또는 전통 문화 축제의 경제적 이점, 즉, 관광상품 개발에 있어 많은 투자비를 필요로 하지 않고, 외부로의 경제적 유출이 적다는 이유와 이벤트관광 혹은 전통 문화가 그 지역을 알리는 강한 홍보효과(image builder)를 가지고 있기 때문이다.

국내에서 지방 자치제 실시 이후 그 수가 급속히 증가하고 있는 “\*\*축제”, “\*\*페스티벌” 등의 행사는 종전에 있어 온 지역 화합 차원의 지역 민을 위한 정례적인 행사와는 성격을 달리하고 있다. 즉 지역 민을 위한 축제라기 보다는 외부관광객을 대상으로 지역경기 활성화를 위한 이벤트적 양상을 보이고 있다.<sup>30)</sup>따라서 이러한 성격의 것들은 자생적인 축제나 페스티벌이 아닌 계획적인 이벤트의 특징을 가지고 있다.<sup>31)</sup>

이러한 전통 문화는 시설 개발을 초래하지 않고 관광객의 만족을 유도 할 수 있는 관광유형이며 ,물리적 환경의 공급과 관광 자의 욕구와 형태를 기초 대안적인 관광이라는 점에서 관광 상품성을 인정받을 수 있을 것이다. 그러나 전통 문화와 같은 이벤트가 관광 상품성을 발휘하기 위해서는 이미 사라져 버린 고유의 전통 문화를 복원·재현하는 과정을 거쳐야

28) 김병철, “문화를 통한 지역 경영-강원지역 문화의 발전 방안”, 문화도시, 문화복지, Vol.30,한국정책개발연구원, 1998. pp.39-40.

지역문화특화전략은 각 자치단체별로 다른 지역에 비해 상대적으로 비교우위를 가진 문화산업을 집중적으로 추진하여 지역의 개성적인 문화이미지를 상충하고 이를 지역 경제활성화와 연계하려는 특성화, 차별 화된 전략을 말한다.

29) Donald Getz. *Event management & Event tourism*, Cognizant Communication Corporation, 1997. p.16.

이벤트 혹은 전통 문화축제는 두 가지 의미를 가지고 있다. 첫째, 이벤트 혹은 전통 문화를 다른 부문의 개발 ,이미지 조성, 지역활성화의 촉매 등으로 활용하기 위해 체계적인 계획, 개발 마케팅 하는 것이며, 둘째, 이벤트 혹은 전통 문화를 참여하기 위해 여행하는 사람들이나 여행 중 이벤트를 참여할 가능성이 있는 사람들이 관광시장에서 차지하는 몫(market segment)을 말한다.

30) 청도 소싸움 축제, 안동 탈춤페스티벌, 봉화 송이축제금산, 금산의 인삼 제가 그 예이다

31) 신용석,“관광 상품화 의한 지역 문화유산의 성격 변화-안동 하회별신굿탈놀이를 사례로”,서울대학교 대학원 학위논문, 1999. pp.26-27.

하며 이러한 인위성을 신중하게 대처하지 않을 때 실패의 여지가 매우 높게 되는 것이다.<sup>32)</sup>

## 2. 관광객 지각 및 태도에 관한 이론

### 1) 관광객 지각에 관한 일반적인 견해<sup>33)</sup>

#### (1) 지각의 견해

지각(perception)이란 심리학적으로는 인간이 사람 또는 사물을 평가하는 것, 즉 온갖 기능을 총 동원하여 환경에 대한 개념을 형성하는데 있어서 외부로부터 들어오는 감각적 자극을 선택(selection)·조직(organization)·해석(interpretation)하는 과정이다. 따라서 각 개인은 사실 자체보다는 지각된 바에 따라, 즉 개인적 지각이라는 과정을 거쳐 현실 세계에 대한 하나의 관점을 가지게 되고 이를 기초로 하여 행동한다.<sup>34)</sup>

다시 말해, 지각이란 물리적 자극과 개인 자신의 특성이라는 두 개의 투입 물이 상호 작용한 것으로 생각된다. 즉, 세상은 개인의 특성에 따라 다르게 인식된다, 개인들이 어떤 자극을 인식하느냐는 극히 선택적이기 때문이다.

어떤 대상이나 제품이 지각되는 방식에는 여러 가지 요인이 영향을 준다. 이러한 요인들은 포괄적이고 복합적인 일뿐 아니라 거의 전부는 밝혀져 있지 않다. 지각에 영향을 주는 것으로 알려진 요인들은 두 가지로 대별 될 수 있다. <그림2-2>는 지각에 영향을 주는 자극 요인과 인적 요인을 나타내고 있다. 이 두 가지 요인은 개별적으로 지각에 영향을 주는 것이 아니라 총체적이고 유기적으로 지각에 영향을 미친다.

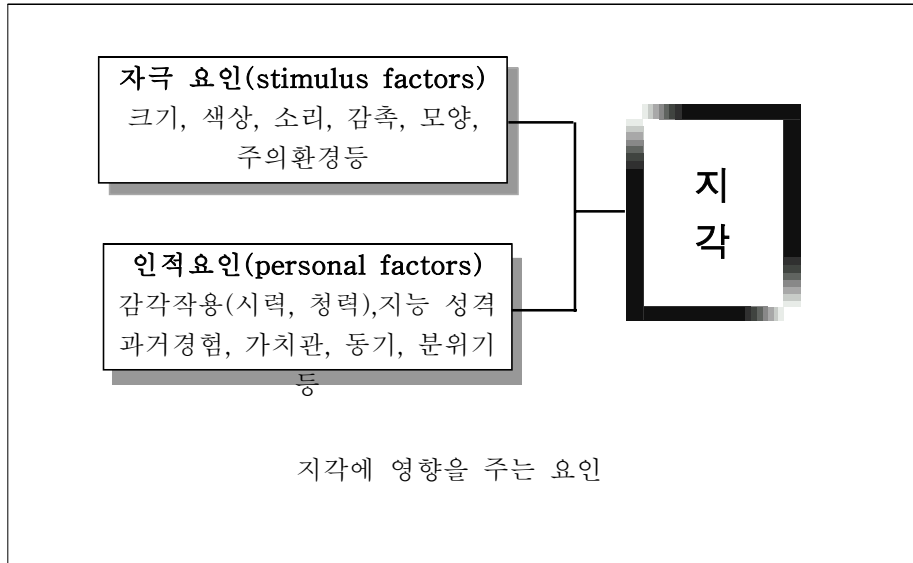
---

32) 변우희, “강원도 폐강 지역의 관광 개발 사업의 인식과 태도”, 관광 개발 논총, 1999. pp.11-13.

33) 환경수, 전개서, 1997. p.137.

인식과 지각은 엄밀히 말해 같은 것이 아니지만 같은 의미로 사용하는 경우가 많이 있다. 본 연구에서도 인식과 지각을 같은 의미로 사용한다. 즉 대상물을 보는 주관적인 견해나 판단을 인식 혹은 지각이라 간주한다.

34) 추헌, 『조직행동론』, 형설 출판사, 1994. p.231.



자극 요인들은 조직화된 전체로서 지각하려는 경향이 있다. 이러한 관점에서 행태심리학자<sup>35)</sup>들은 전체성을 토대로 자극 요인들을 분석하였고, 그에 따르는 많은 법칙성을 발견하였다. 그 중 유사성의 법칙(Law of similarity), 근접성의 법칙(Law of proximity), 대칭성의 법칙(Law of symmetry), 배경성의 법칙(Law of context) 등이 그 대표적인 예이다. 앞에서 말한 바와 같이 지각은 자극 요인과 인적요인들의 유기적 과정 속에 형성된다고 하였다. 지각형성에 있어 자극 요인뿐만 아니라 인적요인의 역할은 그 중요성이 매우 크다고 할 수 있다. 이러한 지각형성에 영향을 주는 인적 요인에는 흥미(interests), 요구(needs), 동기(motives), 기대(executions), 성격(personality), 사회적 지위(social position) 등이 있다.

앞서 언급한자와 같이 인간은 모든 감각 기관을 통해 전달되는 자극에 반응하고 행동한다.

35) 형태 심리학, 게슈탈트 심리학(Gestalt Psychology)이라 불리는 이것은 1912년 독일 Berlin 학파의 한 사람인 Wertheimer에 의해 시작되었다. 이 용어는 Whole이란 전체, 즉 사물을 전체적으로 보는 「統態」, 종합적 전체개념, 조형추구, 조형심리이다. 이의 전체성에 대한 정의는 “전체는 부분의 단순한 합이 아니라 어떤 부분이든 그 자체의 ‘절대적 속성’이 있기보다는 다른 부분의 관계에 의해 결정되는 ‘상대적 속성’이 있다는 것이다.” 다시 말하면 전체는 개개의 조각을 합쳐서 생긴 것이라기보다는 그 전체의 「내적 구조」에 의해서 결정되는 것, 즉 구조를 전체성에 포함시키고 있다.

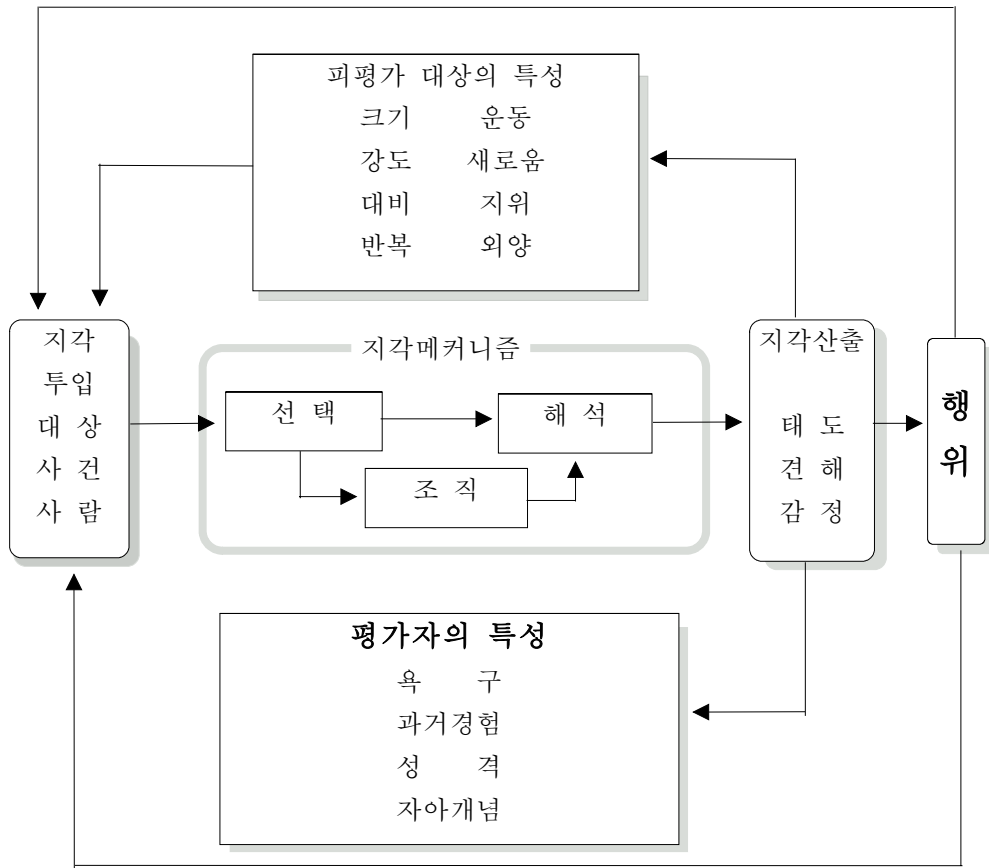
게슈탈트 심리학(Gestalt Psychology)의 이론적 기초 개념들은 처음에는 지각영역에서 발달되었으며 나중에 심리학의 모든 영역에 도입되었다.

그러나 이러한 자극을 정의하는 방법은 과거의 경험으로부터 얻은 것과 현재의 욕구 및 가치에 의존한다. 즉 사물·사상·사람 등의 지각 대상은 지각메커니즘인 선택·조직·해석에 의해 처리되나 지각 자체에 의미 있고 유용한 정보를 제공해 준다. 다시 말해 개인의 행동은 외부의 실제 자극에 의해서 아니라 이러한 자극에 대한 개인의 지각에 의해서 그리고 경험·상황·욕구와 같은 것에 의해 왜곡되어진 지각에 의해서 동기 등이 유발된다. 이러한 체제는 지각 선택·지각 조직·지각 해석의 과정에 의해 이루어진다.<sup>36)</sup> 이러한 지각 체제는 인간이 세계를 보는 방법을 왜곡하고 차단시키기 때문에 매우 중요하다. 사람은 사람과 타인을 그 자신이 기대하는 것처럼 보려고 하기 때문에 대상을 보는 방법에 따라 달라질 수 있다. 이러한 이유 때문에 생동적 태도·현혹 효과·주관의 객관화·기대·선택적 지각·지각 방어·관대화 경향 그리고 귀속 편견 등의 전형 적의 오류가 발생한다.

<그림2-3>은 지각 과정을 도식화 것으로 개방 체계인 사람은 정보 투입을 받아들여 그것을 감각에서 지각으로 변환시키고 그에 관련된 산출을 낸다. 산출은 피드백을 의하여 수정될 수 있다. 이 과정을 보다 체계적으로 이해하기 위하여 행동과 연관시켜 하나의 시스템으로 파악하여 지각 과정을 설명하였다.

---

36) 추한, 전개서, 1994. pp.233-243.



<그림 2-3> 지각 과정 모델

자료 : Chung, K. L. & Leon C., *Megginson Ational Behavior : Developing Managerial Skills* , New York, Harper & Row, Publishers, 1981. p.112.

(2) 관광객 지각의 견해

관광객 지각의 개념은 국외 연구에서는 거리에 대한 지각과 관광목적지에 따른 선택 속성, 여행 행태와 여행태도 등의 연구에서 많이 나타나고 있으며, 국내 문헌에서는 1990년 이후에나 찾아 볼 수 있다. 1980년대의 국내 연구를 보면 관광객의 지각이나 의식을 관광의 태도와 행동과 구분 없이 사용되는 경우가 많았으나, 1990년도 들어와서 관광이 가지는 기능과 중요성과 관광의 영향도가 인식되면서 그 개념이 사용되었다. 이러한 관광 지각에 관한 선행 연구를 살펴보면 연구자 혹은 시대적 상황에 따라 그 개념과 측정 항목에 따라 달리

하고 있다. 이것은 관광객의 지각 요인에 대한 명확한 정의가 내려져 있지 않고 행동, 태도, 관광의 본질, 의의, 관광 영향, 관광인식 등이 관광객의 지각 요인으로 파악하기 때문이다.

대부분의 선행 연구에서는 관광객 지각의 개념을 관광의 영향이나 태도 그리고 중요성 요인들을 측정하여 도출하여 사용하고 있다 하지만 앞에서 언급한바 와 같이 관광객의 지각이 관광 본질이나 의의 그리고 이념에 대한 올바른 이해라고 정의한다면 기존의 측정 항목을 그대로 사용해서는 안 된다. 그러나 기존 연구자의 관광 인식 측정에 대한 연구를 무시할 수 없다. 각 연구자들의 관광객 지각에 대한 정의는 실험적 혹은 경험적으로 측정하기 위해 도출하여 검증 받은 결과가 하나의 기준이 될 수 있기 때문이다.<sup>37)</sup>

## 2) 관광객 사후 태도의 일반적 견해

### (1) 태도의 일반적인 견해

어떤 대상, 생각이나 사람에 대한 태도는 인지적, 감정적 및 행동의 요소들이 갖는 지소적인 지향성이라고 간주된다. 이 태도는 대상에 관한 사실들, 지식들, 신념들로 구성되어 인지 요소와, 모든 감정 등이나 정서들 특히 평가들로 구성되어 있는 감정 요소, 그리고 대상에 대한 사람의 반응 준비성이나 행동 경향성으로 구성되어 있는 행동 요소로 이루어진다<sup>38)</sup>. 즉 태도는 어떤 사람, 대상 또는 이슈에 대한 일반적이며 지속적인 긍정적인 또는 부정적인 감정을 포함한다.

Allport (1935)는“태도는 경험을 통해 조직된 것으로서, 이것에 관련되어 있는 모든 대상들과 상황들에 대한 개인의 반응에 직접적이거나 역동적인 영향을 주는 정신적 및 신경적 준비상태”라고 제안했다. 이러한 정의는 학습적 전통에 의해 많이 영향을 받았기 때문에, 이것은 과거경험이 어떻게 사람의 태도를 형성하는가를 또한 강조했다.

이에 비해서, Krech 와 Crutchfield (1948)는 인지적 관점에 강하게 개입되었던 사람들로써, 태도를 “개인의 세계의 어떤 측면에 대한 동기적·정서적·지각적 및 인지적 과정들의 지속적인 구성체”로서 정의했다. 사람의 현재의 주관적 경험에 관심을 두고 있음을 주목적으로 구성하는 유기체로 본다. 개인의 경험을 강조한다.

오늘날 다소 보편적인 정의는 두 가지 접근에서 나온 요소들을 종합하고 있다. 심리학자들은 태도가 세 가지 구성요소로 이루어지는데 인지, 감정, 행동의 요소로 구분한다.<sup>39)</sup>

37) 최정순, 관광객의 관광에 대한 인식이 관광태도에 미치는 영향에 관한 연구, 한국관광·레저학회 발표논문, 2000. pp.305-306.

38) 홍대식, 사회심리학, 청암미디어, 2001. pp.184-231.

39) Mayo and Jarris, "Chain Loyalty in Lodging Market", *Hotel and Motel Manage*

첫째, 지식요소란 개인이 자신의 환경 내에 있는 다른 사람, 장소, 사건, 생각, 상황, 경험 가운데 어떤 측면에 보유하고 있는 상황이나 의견을 말한다. 이러한 신념이나 의견은 어느 시점에 있어서 개인이 사실을 지각하였던 유형적 증거에 기초를 두게 된다.

둘째, 감정 요소란 어떤 대상에 대한 개인의 정서적 판단으로서 대상에 대한 좋거나 나쁜 정서로 인식하게 된다. 인간에 어떤 대상에 대해 신념을 갖지 않을 경우 그것에 대한 감정을 보유하기 어려운데, 그 이유는 태도적 감정이란 신념이 없는 진공상태에서 존재할 수 않기 때문이다. 그러나 한편 정서가 전혀 혹은 거의 개입되지 않은 대상에 대해서도 신념과 의견을 가질 수 있다.

셋째, 심리학자의 정의에 따르면 상황요소는 대개 어떤 대상, 사람 혹은 상황에 대한 호의적이거나 비호 적으로 반응하는 경향을 말한다. 만약 어떤 대상에 대해 부정적인 태도를 취할 경우, 그 대상이나 그 대상과 관련 된 것을 공격하고 파괴하게 비난하며 무시하거나 혹은 거부할 가능성이 있다. 만약 태도가 긍정적으로 나타난다면, 그 대상을 도와주고 보상을 얻고 또한 구입하거나 감싸주게 될 가능성이 있다. 긍정적이든 부정적이든 어떤 대상에 대하여 이러한 반응을 보이는 경향을 성향이라고 한다.

사람들은 일반적으로 태도의 구성요소인 지식, 감정, 그리고 성향을 조화시키려고 노력한다. 태도의 구성요소인 지식, 감정, 태도는 일치하는 경향이 있지만 불일치의 예도 많이 있다. 태도와 행동이 완전히 일치하는 것은 인간에게 있을 수 없다. 왜냐하면, 거의 모든 사람이 정도의 차이가 있지만, 호기심이 있고 변덕스러우며 충동적이기 때문이다. 이 때문에 인간은 일괄되지 못한 행동을 하게 된다.<sup>40)</sup>

이러한 태도들은 직접 관찰 가능한 실체들이 아니다. 우리는 태도를 시각, 청각 또는 촉각 등으로 알 수 없다. 이 것은 추론되어야만 되는 하나의 저변의 구성 개념이다. 이러한 추론들에 의해서 심리학자들은 그 모두가 사람들의 환경 내의 여러 대상들과 이슈에 대한 그들의 저변의 태도들을 취급하기 위해서 고안된 많은 측정 기법들을 개발해 왔다.<sup>41)</sup>

이러한 척도들에는 써스톤 척도(Thurstone scale), 리커트 척도(Likert scale), 커트만 척도(Guttman scale), 보가더스 척도(Borgadus scale), 어의구별척도(semantic differential scale)등이 대표적인 것이다.<sup>42)</sup>

본 연구에서는 리커트 척도를 사용하여 전통문화축제에 지각요인과 사후태도간의 관계

---

ent p.26-29.

40) 한경수, 「관광객 행동론」, 형설출판사, 1990. p.395.

41) 홍대식, 전개서, 2000. p.192.

42) 이동원, 박옥희 공저, 『사회심리학』, 학지사, 2000. pp.184-189.

를 알아보고자 하였다 리커트 척도(Likert scale)<sup>43)</sup>는 사실에 대한 판단보다는 개인의 가치나 태도를 묻는 항목을 중심으로 하여 보다 간편한 방법으로 이 척도를 고안하였다. 이 척도는 척도를 구성할 문항들을 만든 후에 이에 대하여 응답자들에게 대답하게 한 다음 각 응답자의 전체 점수를 계산하고, 이에 기반 하여 각 문항의 변별력을 파악한 후에 최종적으로 척도를 구성하여 문항들을 선택함으로써 만들어진다. 본 연구에서 관광객의 사후태도를 객관적이고 양적으로 측정하기 위하여 리커트 척도(Likert scale)를 사용하였다. 개별 문항이 타당하려면 척도를 구성하는 다른 문항들과 높은 상관관계가 있어야 하며 척도를 구성하는 문항들에는 내적 일관성이 있어야 한다. 이러한 문제점을 해결하기 위해서 선행연구의 변수들을 본 연구의 연구목적에 맞게 변수들을 추출하여 측정하였다.

## (2) 관광객 사후태도의 견해

관광지에 대한 태도는 일관성 있기 우호적으로 또는 비우호적으로 관광객의 경향을 의미한다고 할 수 있다. 이러한 점에서 관광의 사후태도 연구는 관광개발이나 관광이 지역 사회에 미치는 영향에 대한 지역 주민들의 태도가 대부분이다. 하지만 이러한 연구는 관광태도의 요소 즉 인지, 감정, 행동이라는 요소를 구분하지 않고 복합적으로 측정함으로써 태도 그 자체에 대한 평가는 가능하지만 태도내의 구조적 역학관계와 행동예측을 불가능하게 하였다. 태도 측정의 유효성이 있다고 가정한다면 인지, 감정, 행동이라는 모든 요소를 측정해야 할 것이다. 이러한 관점에서 본 연구는 기존연구에서 다루고 있는 관광태도 요인과 측정항목을 접목하여 관광태도요인의 요인과 측정 항목을 추출하였다.

## 3. 관광객 행동 연구에 관한 동향

관광객 행동 연구를 이해하기 전에 우선 소비자 행동 연구에 대해 간략하게 살펴볼 필요가 있다고 본다. 왜냐하면 관광객행동 연구는 심리학의 한 분야로 그중 소비자행동연구의 연구방법이나 연구대상이 그대로 혹은 일부 수정되어 적용되기 때문이다.

H. L. Hansen 은 소비자 행동에 관한 문제는 사회학 · 심리학 · 사회심리학 · 문화인류학적 견지에서 다루어야 하며, 일반적으로 인간행동에 관심을 두어 특정한 문제해결에 대한 가능성의 시사보다는 인간행동을 이해하는 것이라 말한다.<sup>44)</sup> 또, Scruffman과 Kanuf는

43) 이 척도를 이용한 설문지는 한 개의 리커트 척도(Likert scale)에는 동의나 부동의의 정도를 나타내도록 요구하고 있는 한 세트의 진술문들로 구성되어 있는데 이것을 Likert의 평정치합계법이라고 한다.

44) Harry L, *Hansen Marking*, Homewood, Illinois : Irwin, 1961. p. 2.

소비자 행동이란 소비자가 자기의 욕구 만족시킬 수 있다고 기대하는 상품·서비스·아이디어 등의 탐색, 구매, 사용, 평가를 하기 위해 나타내는 행동이다.<sup>45)</sup> 한편 Engel, Kollat, Blackwell에 의하면 소비자 행동이란 개인이 경제적 재화와 서비스를 입수하고 사용하는 데 직접적으로 관련된 행동을 말하며 여기에 결정에 선행되는 의사결정과정도 포함된다<sup>46)</sup>고 정의되어진다.

이러한 관점에서 관광객행동이란 소비자행동과 연관하여 연관지어 생각할 수 있다. 이러한 관점에서 관광객도 어떤 소비구조를 가지고 행동 할 것이다. 다만 무형의 상품을 구입하는 동시에 유형의 상품도 구입함으로써 일반적으로 소비형태와 다른 행동을 보일 것이라고 예측할 것이다.<sup>47)</sup>

초기 심리학자들 중 에 일부 이미 관광객과 그들의 행동에 관심을 두었다는 것은 주목할 만 한 일이다. 20세기 초에는 Francis Galton이 런던의 박물관을 찾아오는 관광객에 대하여 인간행동과 반응을 기록하는 관찰실험을 하였다. 또 19세기 말 독일에서 Wilhelm Wundt가 시도한 민속 심리학은 문화와 하위문화간의 상호작용이나 그룹의 특성과 관련되어 연구되었으나 그리 중시되지는 않았다. 하지만 Wundt의 연구는 사회심리학, 환경심리학, 비교문화 심리학에 관심을 불러 일으켜, 관광에 대한 심리학적 연구에 효시가 되었다<sup>48)</sup>. 차후 이러한 연구는 국가 간의 비교 문화와 문화충격에 대한 연구로 지대한 관심이 되었고 관광객의 행동연구가 활발히 일어나게 된 계기가 되었다.

그 후 Clawson과 Ketch(1966)는 여가 여행에서 관광객의 상태를 “기대 →목적지로 여행→현지경험→귀가여행→회상”의 다섯 단계의 모형으로 설명 할 수 있다고 제안하였으며 van Raaij 와 Francken(1984,1986) 도 의사결정과 기대 충족의 개념을 중심으로 여행 활동을 “일반적인 결정→대안(목적지)결정→현장활동→만족/불만족”의 모형으로 이해 가능하다고 주장하였다. 또, Mathieson과 Wall(1982,1984)도 여행을 “여행욕구→정보수집 및 평가→여행준비 및 경험→여행 후 평가”의 다섯 단계를 거쳐 이루어진다고 했다. 특히 Fridgen(1984)은 여행과 관련하여 환경심리학, 사회심리학의 여러 문헌을 검토하여 Clawson과 Ketch(1966) 다섯 단계의 모형을 중심으로 개인과 환경의 상호작용을 논의하고 있다.

---

45) Schiffman, L. G. & Kanuf, L. L., *Consumer Behavior*, Englewood Cliffs, N. J.: prentice hall, 1978. p.4.

46) Engel, J. F. & Blackwell, R. D. & Kollat, D. T., *Consumer Behavior*, 3rd ed., New York : The Dryden Press, 1978. p.15.

47) 환경수, 『관광객행동론』, 형설출판사, 1997. p.75.

48) 이연택 편저, 『관광학 연구의 이해』, 서울 : 일신사, 2000. p.298.

이들 학자들의 여행과정모델을 종합하여 보면, 관광경험은 “관광지선택단계의 심리상태→ 관광지에서의 현지 체험지각→ 사후 평가단계”를 거치 다는 것을 알 수 있다.

이 중 기존의 연구들은 “관광지선택 단계의 심리상태”의 주제에 대하여 집중하는 경향이 두드러지게 나타나고 있고 최근에 들어 와서야 “만족도”, “재방문 의사”, “추천의향” 등과 같이 “사후 평가”에 대하여 연구가 활발히 이루어지고 있다. 하지만 관광지에서의 현지 체험 지각에 대한 연구는 미흡한 실정이다.<sup>49)</sup>

이러한 관광객 행동모델들은 관광객의 가지는 특성에 따라 다양하게 연구 될 수 있으나, 본 연구에서 관광객이 전통문화축제에 참여함으로써 생기는 참여 지각이 사후 재방문이나 만족도 그리고 추천의향 등에 대한 태도의 관계를 재조명 하고자 하였다.

### 1) ‘관광지 선택단계’ 선행연구동향

기존의 연구가 관광지 선택 단계의 심리상태에 치위 쳐 연구한 이유는 관광을 경제학적 관점에서만 보려고 하였기 때문이다. 즉 관광객을 산업의 도구로 인식하고 하나의 공급자인 소비자로서 보기 때문이라고 할 수 있다.<sup>50)</sup> 관광객을 산업의 공급자 측면에서만 여기는 이런 경제학적 관점은 여러 가지 한계를 유발하였다. Dann(1979)는 그 한계점에 대하여 첫째, 관광을 산업 현상으로만 인식할 경우, 상품화 된 지역만을 대상으로 삼기 쉽고, 모든 종류의 방문자를 동일한 관광객으로 취급하게 되며 여행목적에 따른 관광현상의 차이를 간과하게 되며, 둘째, 공급자의 연구 이념 하에서는 관광행동의 후속부분 현장체험의 내용, 만족, 재방문 의도, 추천의도 등에 대한 주제를 심도 있게 다루기 어려우며, 따라서 관광자를 제대로 이해할 수 없게 만든다. 왜냐하면 이러한 관점은 현장에서의 체험이나 만족을 사

---

49) 고동우, “관광지 심리적 체험과 만족감의 관계”, 고려대학원 대학원 박사학위논문, 1998. pp.4-5.

50) 사회학자 코헨에 따르면 일시적으로 자원하며 비교적 긴 거리를 위락을 목적적으로 부정기적으로 왕복하는 사람을 관광객이라 정의했으며, 한경수는 관광을 하는 총체적으로 가리키는 말이라고 했다.

앞의 관광객의 정의에서도 보듯이, 관광자와 관광객을 혼용하여 쓰는 경우가 많이 있는데, 이 둘의 구분을 명확히 할 필요가 있다.

마에다 이사무 저, 배석주 역, 『현대 관광학 키워드 사전』에 따르면 관광하는 사람, 즉 관광주체는 일반적으로 관광객으로 불리고 있으나, 관광을 조사 및 연구대상으로 할 경우에는 통상적으로 관광자라는 용어를 사용한다. 그것은 ‘객(客)’이라는 단어가 통상적으로 비즈니스의 대상이 되는 경우 사용되고 있는 반면에, 관광행동의 경우 친척과 친구 혹은 친분관계가 있는 방문하는 경우처럼, 주체 쪽에 관광의도가 있으나 결과적으로 비즈니스의 대상이 되지 않은 경우가 있기 때문이다. 본 연구에서는 관광자는 청도 소싸움 장이라는 특정시설을 이용하는 자로, 관광객 구분하여 정의를 하였다.

전기대나 사건동기의 실험 함수라고 보기 때문에 후속의 개념이나 현상의 심리적 구조를 따로이 설정할 필요가 없기 때문이다.<sup>51)</sup>

여러 이러한 이유로 국내외의 많은 연구들은 관광객의 기대, 선호도, 의사결정, 관광지 선택속성, 동기 등에 관한 연구로 주축을 이루고 있다.

관광객의 축제참여 동기연구에 있어서 Getz(1991)가 축제나 이벤트가 지속 가능한 관광개발에 기여하고 관광객과 지역주민간의 관계를 증진시키는 하나의 대안관광으로서 주장함에 따라, 국제적으로 축제동기에 관한 연구가 관심을 끌기 시작하였다.

관광객의 축제참여 동기요인(Uysal, Gahan, & Martin, 1993 ; Mohr, Backman, Gahan, & Backman, 1993 ; Backman, Backman, Uysal, & Sunshine, 1995 ; Backman, Backman, Uysal, & Sunshine, 1995 ; Scott, 1996 ; Formica & Uysal, 1996 ; Schneider & Backman, 1996 ; Crompton & McKay, 1997 ; Formica & Uysal, 1998)은 전반적으로 유사하게 분리되는 것으로 나타났다. 특히, 동기요인은 보통 5~7개로 나타났다. 명명된 요인 명은 사교성, 가족친화성, 신비성, 일상탈출성, 문화탐구성, 흥분·스릴, 이벤트 매력성, 유흥성 등이었다. 일부 동기요인에 대하여 처음방문객과 재방문객, 지역주민과 비지역주민간에 유의 적인 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 2-4> 축제동기 관련 선행연구분석

연구자	동기요인 분류	주요 속성	축제명 및 지역
Uysal, Gahan, & Martin. (1993)	일상탈출 흥분·스릴 이벤트 신비감 사교성 가족친화성	일상생활에 변화를 주기 위하여, 신기함을 추구하기 위하여, 예술과 공예를 즐기기 위하여, 새로운 것을 경험하기 위하여, 축제참가자들을 만나기 위하여, 다양한 것을 보고 행하기 위하여, 독특한 이벤트를 즐기기 위하여, 여흥을 즐기기 위하여, 친구와 함께 즐기기 위하여, 가족과 함께 즐기기 위하여	"Corn Festival" 미국, 사우스캐롤라이나
Mohr et al. (1993)	사교성 가족친화성 흥분·독특성 일상탈출 이벤트 신비감	친구와 함께 즐기기 위하여, 여흥을 즐기기 위하여, 일상생활에 변화를 주기 위하여, 가족과 함께 즐기기 위하여, 예술과 공예를 즐기기 위하여, 다양한 것을 보고 행하기 위하여, 나와 같은 것을 행하는 사람을 만나기 위하여, 독특한 이벤트를 즐기기 위하여, 축제가 재미있어 보이기 때문에	"Balloon Festival" 미국, 사우스캐롤라이나

51) Dann, G. M. S., Tourist satisfaction : A highly complex variable. *Annals of Tourism Research*, 5, 1979. pp.440-443.

연구자	동기요인 분류	주요속성	축제명 및 지역
Backman et al. (1995)	흥분 외향성 가족친화성 사교성 휴식	스릴과 흥분을 즐기기 위하여, 여흥을 즐기기 위하여, 방문하고 싶던 곳을 방문하기 위하여, 특별한 사람과 시간을 보내고 싶어, 가족과 함께 시간을 보내기 위하여, 친구/친지를 방문하기 위하여, 비슷한 관심을 가진 사람을 만나기 위하여, 휴식을 취하기 위하여, 억압과 책임으로부터 벗어나기 위하여	"Pleasure travel market survey" 미국
Scott (1996)	자연감상 이벤트 사교성 가족친화성 가호기 심탈출 일상탈출	자연을 감상하기 위하여, 지식을 높이기 위하여, 이벤트가 독특하기 때문에, 이벤트가 재미있어 보이기 때문에, 다양한 것을 보고 즐기기 위해, 축제군중을 만나기 위해, 새로운 사람을 만나기 위해, 여흥을 즐기기 위해, 가족과 함께 즐기기 위하여, 신기함을 추구하기 위하여, 새로운 것을 발견하기 위하여, 휴식을 취하기 위하여, 친구와 함께 하기 위하여,	"Bug Fest, Holiday Lights Festival, Maple Sugaring Festival" 미국 오하이오
Schneider & Ba ckman (1996)	가족친화성 사교성 사회여가성 축제속성 일상탈출 이벤트 흥분	가족과 함께 즐기기 위하여, 친구/동료와 함께 하기 위하여, 재미있다고 생각하기 때문에, 색다른 것을 경험하기 위하여, 다양한 것을 보고 행하기 위해, 축제참가자들을 만나기 위해, 축제군중과 함께 하기 위해, 음식을 맛보기 위해, 일상생활로부터 벗어나기 위해, 일상생활에 변화를 주기 위해, 축제가 독특하기 때문에, 신기함을 추구하기 위하여	"Jerash Festival" 요르단
Crompton & McKay (1997)	문화탐구 신비성 ·회귀성 안정성 知人間 사교성 他人間 사교성 군집성	문화이벤트를 참여하기 위하여, 새로운 것을 보기 위하여, 발견의 기쁨을 느끼기 위하여, 관습과 문화를 경험하기 위하여, 문화에 대한 지식을 높이기 위하여, 스릴을 느끼기 위하여, 모험을 추구하기 위하여, 동심으로 돌아가기 위해, 긴장을 완화하기 위해, 지루함을 달래기 위해, 친구와 함께 즐기기 위해, 단체와 함께 즐기기 위해, 나와 같은 것을 즐기는 사람과 함께 하기 위해, 축제참가자들을 만나기 위해, 새로운 사람을 만나기 위해	"Fiesta in San Antonio" 미국 텍사스
Formica & Uysal (1998)	사교·유 흥성 이벤트 매력 ·흥분성 단체친 목성 문화·역사 성 가족친 화성 신비성	나처럼 즐기는 사람과 함께 하기 위해, Night-Life를 즐기기 위하여, 축제군중과 즐기기 위해, 일상생활에 변화를 주기 위해, 독특한 이벤트를 즐기기 위해, 색다른 것을 경험하기 위해, 축제가 재미있다고 생각하기 때문에, 신기함을 추구하기 위해, 독특한 분위기를 즐기기 위해, 친구와 함께 하기 위해, 동료와 함께 하기 위해, 여흥을 즐기기 위해, 사적지에서 음악을 듣기 위해, 가족과 함께 즐기기 위해, 축제참가자들을 만나기 위해	"Spoleto Festival" 이태리

자료 : 이충기 외, "99 강원 국제 관광 엑스포에 대한 방문객 동기 분석",  
호텔경영학연구(12), 한국호텔경영학회, 2000. P.3. 재인용.

관광객들은 관광지를 선택할 때 많은 복합적인 요인과 정보들이 작용하는 것으로 알려졌다. 그러나, 현실적으로 관광객들은 대부분이 구체적·객관적인 정보를 가지고 있지 못하는 경우가 많기 때문에 관광지를 선택할 때 ,일반적·제한적인 관광지 선택요인을 가지고 관광지를 선택하게 된다. 따라서 관광지 선택에 있어, 어떤 요인이 가장 큰 영향이 있으며 어떤 요인을 고려해야 되는가가 중요한 가치를 가지게 된다.

관광객들의 관광지 선택속성요인은 관광지에 대한 개인적 이미지형성 및 선호속성들은 각각의 장소가 갖는 공간 환경의 특성을 반영하는 매력속성(魅力續成)들이 될 수 있으며, 의사 결정권자로 하여금 관광지를 선택하게 하는 유인요인(誘引要因)이 된다.<sup>52)</sup> 이러한 관광지 선택요인의 연구( Bukart & Medlik, 1981 ; Harris, 1972 ; Carlson, 1976 ; Pizam, Neumann & Reichel , 1978, 1979 ; Mathieson & Wall, 1983 ; Yuan & McDonald ,1990 ; 김인원, 1994 ; 김성혁·안대회, 1995 ; 정성채, 1997 ; 최복수·이상경, 2000 )는 관광지 선택에 있어 중요한 요인으로 작용한다.

관광객은 물론 잠재 관광객들의 다양한 관광 경험에 대한 욕구에서 생기는 선택요인들은 관광객의 특성 ,목적지의 특성, 환경적 요인 등에 의하여 영향을 받는 것으로 알려져 있다. <표2-5>는 관광지 선택에 있어 관광객 혹은 잠재 관광객이 가지는 관광지의 선택속성요인에 대한 선행 연구동향에 관하여 요약한 것이다.

---

52) 최복수·이상경, 관광객의 특성에 따른 관광지의 선택속성과 중요도 요인과 만족요인간의 비교연구, 『관광개발논집』, 제12권, 2000. P.234.

<표 2-5> 관광지선택속성요인에 관한 선행연구

연구자	관광지 선택 속성요인
Harris(1972)	안전하고 위생적인 음식,시설,분위기,경관,비용의적절성,환대,기후,생활양식,쇼핑기회,의사 소통, 밤의 유흥, 예술, 박물관 유무 등 13개의 속성
Carlson(1976)	역사·문화·교육, 즐거움·휴식·일상탈출, 타인과의 교류, 색다른 생활양식의 경험, 자연경관,안락함·편리함·쇼핑·소비음식, 접근성·수용력, 새로운경험, 특이함·유일성, 자녀 지향적인 활동, 예술·문화, 호기심·색다름, 스포츠활동, 동반집단, 상거래 상태, 계획조직 등의 16가지 속성
Pizam, Neumann & Reichel (1978, 1979)	숙박시설, 식·음료시설, 근접성, 자연적 경관 및 매력성, 비용, 오락·편의시설, 환대성, 관광정보의 타당성 등
Mathieson &Wall(1983)	관광지에서의 비용, 인위적인 시설, 생태계, 접근성 등
Yuan & McDonald (1990);	관광지에서의 비용, 인위적인 시설, 생태계, 접근성, 이용 가능한 활동유형
김인원,(1994)	기분전환·긴장해소, 교육의 효과, 접근성, 주변 경관, 생태계, 추억·향수, 놀이활동, 가족·친지·친구간의 우의, 음식, 쇼핑, 경제적인 여가활동, 안전하고 쾌적한 장소
김성혁·안대회, (1995)	친절성, 휴식·휴양부문, 내부분위기, 여흥부문, 시설의 편의성, 가격부문
정성채 (1997)	친절함, 안전함, 접근성, 기후, 가격, 경관, 편의시설, 동반 형태, 음식, 역사·문화성, 휴양·리조트시설, 레크레이션·여가시설, 유흥시설등
최복수·이상경, (2000)	풍경·경관, 레크레이션 시설, 유흥·오락시설, 역사적·문화적 시설, 숙박시설, 식음료 시설, 인문적인 관광시설, 접근성, 관광정보의 용이성친절성,,

자료: 최복수·이상경, 전개논문, 2000. P.236.를 참고하여 연구자가 재구성

## 2) 관광지 현지체험에 관한 선행연구

앞에서 말한바와 같이 ‘관광지에서의 현지 체험’에 대한 선행연구들은 매우 미흡한 실정이다. 하지만 관광객 행동 연구에 있어 관여도·혼잡지각·이미지·인지와 같이 현지에서 지각되는 변수들은 관광지 선택단계의 심리상태 혹은 사후태도와 관련하여 중요한 역할을 함으로 간관 해서는 안 된다.



<그림2-4> 관여도 정도에 따른 행동 효과의 계층

자료 :Ray, M. L., *Marketing communication and the Hierarchy-of -Effects*, 1973. p.144-176. ; Loudon, D. L., & Della, A. J., *Consumer Behavior : Concepts and Applications*, 1998, p.390-391. ; 박명희, 소비자 의사 결정론, 학현사, 1996, p.130.

관여도란 특정 상황 내에서 제품과 상표선택에 따른 인지된 관련성 및 개인적 중요성의 정도를 말하는 것으로 주어진 상황에서 특정 대상에 대한 개인의 중요성 지각정도(Perceived Importance) 혹은 관심도(Interest) 혹은 주어진 상황에서 특정 대상에 대한 개인의 관련성 지각정도(Perceived Personal Relevance)라고 정의될 수 있다<sup>53)</sup>. 즉 한 개인에게 있어서 관여의 정도는 대상에 따라 다르며, 한가지 대상에 대한 관여도는 개인에 따라 다르며, 또한 어떤 대상에 대한 개인의 관여도는 상황에 따라 달라진다고 한다. 그러므로 관여도는 개인, 대상 및 상황의 함수이다.

관여는 인식과 태도 행동이 이루어지는 과정에 영향을 끼치는 것으로 자극 - 유기체 - 반응으로 연결되는 속성을 가진다. 이 관여도의 개념은 유무형의 제품을 선택하는데 있어서

53) 배효선, 『소비자행동연구-마케팅 전략적 접근』, 법문사, 1992. pp. 43-46.

의 관광객 행동을 설명하는데 가장 중요한 변수라고 할 수 있다.<sup>54)</sup>

이러한 중요성 때문에 관광관련분야 특히 관광객의 행동연구에 있어서도 관여의 중요성이 대두되고 있다. 또, 이러한 관여도의 연구는 축제의 관광객의 행동분석과 지역주민의 참여 의사에 크다란 공헌을 하였다. 축제의 관여도의 연구는 관여도의 결정요인과 같이 개인의 특성, 축제의 특성, 상황적 특성으로 연구가 이루어져 있다.

우선 제품특성 요인으로 분류된 제품의 속성과 편익, 상징적인 의미, 지각된 위험 등의 요인이 있다. 이 들 중 무형적인 축제의 특성에 의해 축제의 속성과 편익의 측면에서 대비해보면 경제적인 효과 요인, 사회적인 효과 요인, 문화적인 효과 요인 교육적인 효과 요인, 오락적 요인, 그리고 환경 적인 요인 등으로 볼 수 있다.

Mayfield 와 Crompton<sup>55)</sup> 은 지역축제의 개최자들이 그 축제의 개최에 있어서 가져할 관심에 대하여 연구하였다. 이 연구는 축제를 개최할 때 가장 중요한 것인가를 알아보는 관여도의 연구로 Zaichowsky의 분석방법<sup>56)</sup>을 가지고 측정하였다.

이 연구에서는 축제의 개최자는 8개의 영역에 30개의 항목에 대하여 질문을 받았는데 8개의 영역은 다음과 같다. 레크레이션, 사회화, 문화/교육, 관광, 지역내부에 유입된 소득, 자연자원, 녹지, 외부로 유출된 소득, 그리고 지역사회의 자부심/주민의식 등이다.

그 결과 축제의 개최자에서 관여도가 높은 것은 지역 내부로부터 유입된 소득, 교육적 측면, 그리고 지역 사회의 자부심과 주민의식 고취 등이 축제 개최에 있어서 중요한 것으로 나타났다.

관여도에 영향을 주는 개인적인 특성요인은 자아개념<sup>57)</sup>, 욕구와 동기<sup>58)</sup>, 성격, 요구되는

---

54) 김도은, “축제관여도에 영향 요인 관한 연구 - 서울시 축제를 중심으로” 한양대학교 석사학위논문, 1999. p.25.

55) Mayfield, Teri. L. & Crompton, John. L., "Development of an Instrument for Identifying Community Reason for staging a Festival", *Journal of Travel Research*, Winter, 1995. p. 37-44.

56) Zaichowsky는 관여를 “개인의 내적인 욕구, 가치 기준 및 취미에 바탕을 둔 대상물에 대한 지각된 관련성.” 즉, 지각된 개인의 관련성으로 파악하고 20개의 항목의 7점 의미 차이척도로 구성하고 모든 제품범주에 대해 일반화 될 수 있는 측정 방법인 개인적 관여목록을 개발하였다. 즉, 각 항목에 대한 응답자의 점수를 집계한 것이 대상물에 대한 관여수준이다.

원래 Zaichowsky 의 PII은 20개의 항목으로 구성되나, 이 학식은 관여도 측정항목을 우리말로 번역 하는 과정에서 어휘의 어감의 차이에 따라 일부 항목의 우리말로 번역될 때 중복되는 점을 발견하고 이를 12개의 우리말로 정리하여 발표하였다. 다음의 <표>은 우리말로 번역한 Zaichowsky 의 PII의 항목이다.

사회적인 역할 요인 등의 개별요인이 있다. 여기서는 축제 참가자의 특성요인은 관광자의 특성요인으로 찾아 볼 수 있겠다.

관여도에 영향을 미치는 상황적인 특성요인은 구매상황, 사용상황, 사회적 환경 등이 있다. 축제 개최 시 발생할 수 있는 상황적인 특성은 기후조건, 개최시기, 주최자 그리고 다양한 편익 적인 측면 등을 고려해 볼 수 있다. 즉 교통 조건이나 주차시설 참여하는데 비용 등이 포함된다.

이것을 도식화하면 <그림2-9>과 같다.

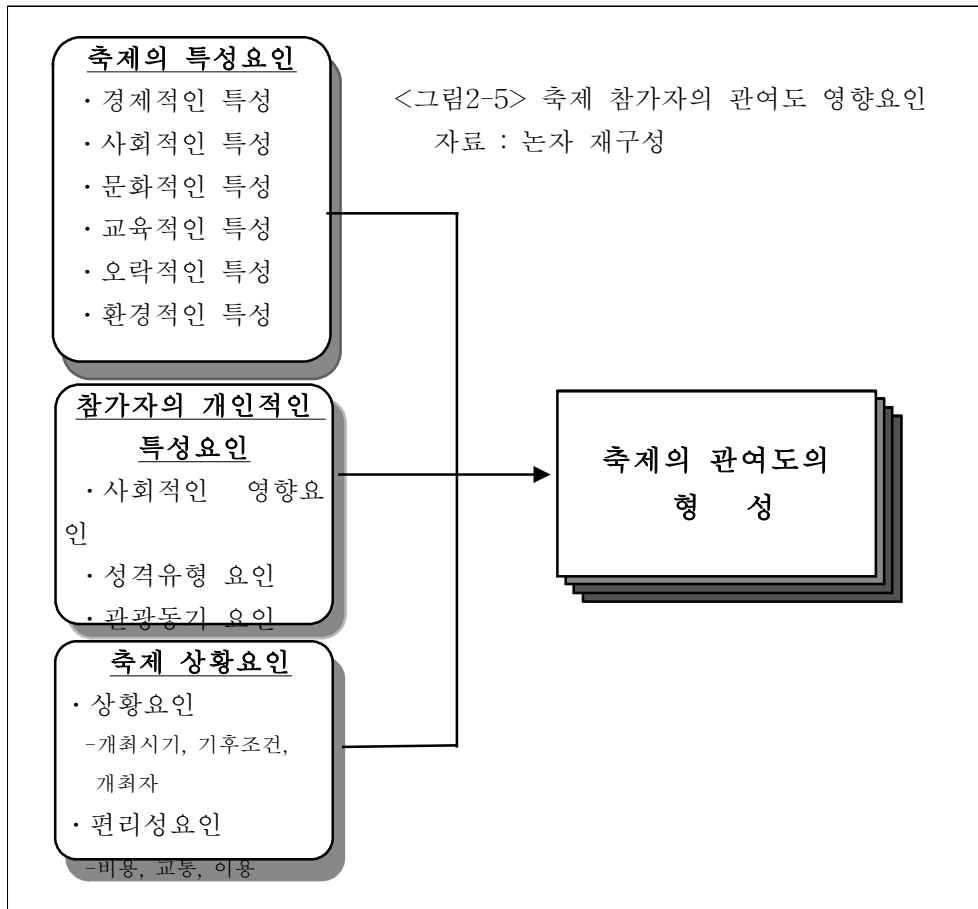
Zaichkowsky 의 PII 의항목

중요하다	__ : __ : __ : __ : __ : __ : __ :	중요하지 않다
관련이 크다	__ : __ : __ : __ : __ : __ : __ :	무관심하다
의미가 크다	__ : __ : __ : __ : __ : __ : __ :	의미가 적다
유용하다	__ : __ : __ : __ : __ : __ : __ :	유용하지않다
가치가 크다	__ : __ : __ : __ : __ : __ : __ :	가치가 적다
중대한것이 많다	__ : __ : __ : __ : __ : __ : __ :	하찮은 것이다
유익하다	__ : __ : __ : __ : __ : __ : __ :	유익하지 않다
관심이 많다	__ : __ : __ : __ : __ : __ : __ :	관심이 없다
매력적인 것이다	__ : __ : __ : __ : __ : __ : __ :	매력적인 것이 아니다
원한다.	__ : __ : __ : __ : __ : __ : __ :	원하지 않는다
바람직하다	__ : __ : __ : __ : __ : __ : __ :	바람직하지 않는다
필요한다	__ : __ : __ : __ : __ : __ : __ :	필요하지 않는다.

57) 관광자의 자아개념과 성격유형을 구분하는 대표적인 것으로는 내향성 성격소유자 또는 외향성격 소유자를 구분하는 것과 유사한 분류 시스템으로 Psychocentric형과 Allocentric형 사람으로 분류하는 방법이 있다. 전자는 자아 중심적이며, 후자는 Allo 어근에서 파생되어 다양성 중심적이란 의미를 내포하고 있다. 전자는 우형을 추구자라고도 하고도 하는데, 이들은 문제를 피하고, 자기적인 것에 관심을 기울이고 일반적으로 보수적이며, 비 모험적인데 비해 후자는 유형을 지도적이라고 하는데, 이들은 모험적, 자기 확신적, 호기심이 많고 진취적이며, 생활에 새로운 경험을 추구하는 형이다.

58) McIntosh는 여행의 기본적인 동기를 다음의 4가지로 구분하였다.

- ① 신체적 동기
- ② 문화적인 동기
- ③ 대인관계동기
- ④ 지위 및 명예 동기



대부분의 이미지연구는 심리학 분야에서 이뤄지고 있으며 다른 분야에서의 연구 또한 심리학의 이미지 이론에 배경을 두고 있다. 심리학에서 이미지는 사전 지각 또는 그 지각을 재배열한 구성요소들의 의식적 표상을 말한다. 그것은 지각(percept)과 비슷하지만 감각을 통해 직접적으로 만들어지지 않는다<sup>59)</sup>는 점에서 지각과 구별된다. 이미지는 경험이나 관련 정보 등의 외부 자극을 감각기관을 통해 받아들이고 그것에 대한 인지체계의 기능으로 형성된다. 인지체계는 개인 경험의 중요한 측면을 이해하고 해석한다. 그럼으로써 인간이 환경으로부터 받은 자극을 개인적인 것으로 해석하여 상징적이고 주관적인 의미를 만들어내는 것이다.<sup>60)</sup>

59) Stuart Sutherland, Macmillan Dictionary of Psychology, The Macmillan Press Ltd., 1989. p.203.

60) Engel, F. J. & Blackwell, D. R. & ,Milliard, W. P., *Consumer Behavior*, The Dryden Press, 1995. p. 63.

이러한 이미지는 관광지에 대한 사후태도에 뿐 아니라 관광목적지 선택에 있어 중요한 변수로 작용하고 있으면 기존의 많은 연구들이 이점을 감안하여 이미지와 관광분야를 접목 시키려고 했다. 기존 연구의 관광이미지 접근 방법은 크게 관광목적지의 이미지분석 (Fakeye & Crompton<sup>61</sup>), Amed<sup>62</sup>, Selby<sup>63</sup> ,Gartner & Hunt<sup>64</sup>Richardson & Crompton<sup>65</sup>, Philipp<sup>66</sup>), 다차원적 접근을 통한 이미지 비교(Goodrich<sup>67</sup>, Yau & Chan<sup>68</sup>) ,자아이미지와 관광목적지 이미지와의 관계(전계성<sup>69</sup>, 김인호<sup>70</sup>) 연구 등으로 구분할 수 있다 .

관광목적지 이미지 분석연구는 주로 방문경험, 거주지역, 그리고 인종, 사회경제적 특성에 따라 비교 문화적 지각차이가 나타난다고 가정하여 연구하였다. 여기에서 Fakeye & Crompton, Amed , Selby ,Gartner & Hunt 등은 방문경험과 거주지역에 따라 유기적 이미지 차이를 검증하고 Richardson & Crompton, Philipp 은 사회 문화적 또는 인종의 차이에 따라 나타나는 이미지의 지각 차이를 검증하였다.

- 
- 61) Fakeye, C. P.& Crompton, L. J., "Image Differences between Prospective, First-Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley", *Journal of travel research*, 1993(Fall), pp.10-16.
- 62) Amed, U. Z., "The need for the Identification of the Constituents of a Destination's Tourist Image; A Promotional Segmentation perspective", *The Tourist Review*,1996(2). pp. 44-57.
- 63) Selby, M. & Morgan, N., "Reconstituting Place Image ; A Case Study of its Role in Destination Market Research", *Tourism Management*, Vol.17(4), 1996. pp. 287-294.
- 64) Gartner, W. C. & Hunt, D. J., "An Analysis of State Image Change Over a Twelve-Year Period", *Journal of Travel Research*, 1987(Fall), pp.15-19.
- 65) Richardson, L. S. & Crompton, L. J., "Cultural Variation in Perceptions of Vacation Attributes", *Tourism Management*, 1988(June). pp. 128-135.
- 66) Philip, F. S., " Racial Differences in the Perceived Attractiveness of Tourism Destinations, Interests, and Cultural Resources", *Journal of Leasure Research*, vol. 25, No.3, 1993. pp. 290-304.
- 67) Goodrich, N. J., "A New Approach to Image Analysis through Multidimensional Scaling", 1978(Winter). pp. 3-7.
- 68) Yau, M. O. & Chan, F. C., "Hong Kong as a Travel Destination in South-East Asia ; a multidimensional approach", *Tourism Management*, 1990(June). pp.123-131.
- 69) Chon, Kye-Sung, "Consumer Satisfaction & Dissatisfaction in Tourism as related to Destination Image Perception", Virginia Polytechnic Institute & State Univ. PHD Dissertation, 1990.
- 70) 김인호, "관광자의 만족/불만족 및 재방문의 평가 합치적 접근", 광운대 경영학과 박사학위논문, 1993.

또, 다차원적 접근을 통한 이미지의 비교 연구에서는 Goodrich가 활동적-수동적 차원과 사회적-개인적 차원으로 구분하여 기하학적 공간 속에 나타난 7개 지역의 이미지를 비교하여. 관광이미지 접근에 새로운 방안을 제시하였다. 또 Yau & Chan 은 동남아시아 7개 도시에 대한 이미지 포지션과 전체만족도의 차이를 검증하여 활동 지향적인 도시-휴양지적인 도시, 가격으로 구분하여 비교하였다.

마지막으로 전계성, 김인호 등은 자아이미지와 관광목적지이미지와 관계를 연구하였다. 특히 김인호는 평가합치이론을 적용하여 관광목적지의 이미지와 관광자의 만족간의 관계를 연구하였는데, 관광자의 자아이미지와 관광목적지의 상징적 이미지는 관광자의 만족·불만족에 관련되어 있음을 실증분석에 통해 검증되었다.

### 3) 관광객의 사후평가에 관한 선행연구

본 절에서는 관광객의 사후평가 혹은 사후태도의 개념과 선행연구들을 살펴봄으로 관광객의 지각요인과 사후태도간의 관계를 재조명하고자 하였다. 그러나 선행연구에 있어서 '재방문의향', '추천의향'의 변수는 '만족도' 라는 심리적 구성 개념에 포함하여 사용되는 경우<sup>71)</sup>가 많고 그 개념들만으로 이루어진 연구가 미비<sup>72)</sup>하여 본 절에서는 축제 혹은 이벤트에 참여한 관광객의 사후태도의 변수 중 '만족도'를 중심으로 논의 할 예정이다.

개인에게 있어서 관광 활동의 궁극적인 목적은 '만족'에 있다고 하여도 과언이 아니다. 즉

---

71) 고동우, 전계논문, 1998. pp.23-25.

만족의 개념을 포괄적으로 정의하여 측정하는 방식은, '재방문의향' 나 '추천의향'와 같은 개념에는 '만족'의 정도가 반영되어 있다고 가정하여 이러한 여러 변수를 하나의 포괄적 구성 개념의 하위요소 측정하는 경우이다. Moscardo와 Pearce(1986)는 만족도 측정에 있어 개인의 즐거운 정도와 친구에게 추천할 의향을 합하여 '만족지수'를 산출하였다. 또 William, Stewart 및 Hull IV(1992)는 만족 측정의 시기를 중심으로 '현지 체험 만족도(on-site satisfaction)'와 '사후만족도(post-hoc satisfaction)'의 개념적 구분을 경험적으로 검증하기 위한 연구에서, 기존의 연구들의 측정 방식에 근거하여, 사후 만족의 하위요소로 '여행 경험에 따른 가치', '재방문의사', '기대충족 정도' 등을 측정하여 그 점수를 합하여 지수화 하였다. 그러나 이러한 측정 방식에는 개념적인 혹은 본질적인 문제가 있다. 만족의 개념은 분명 '재방문의향', '추천의도'와는 다르며 또, 기대충족 정도만으로 그 내용만을 포괄할 수 없기 때문이다.

72) 고동우, 전계논문 .1998. p.25.

재방문 의사와 추천의도에 대해서 이 문제만을 독자적으로 다루는 연구가 거의 없지만 미비하게 그 연구들을 찾을 수 있다. Godboy와 Graefe(1991)는 재방문 현상과 금전 소비 감소 패턴의 관계를 Gitelson과 Crompton(1984)은 재방문 의사와 이완추구의 관계들에 관하여 연구하였다. 하지만 추천의도에 관한 독자적인 연구는 찾아보기가 힘들다.

현장 체험의 기능적 가치는 하나의 체험 단위가 관광 만족 같은 사후 태도의 평가의 원인으로 작용한다는 사실에 있다. 관광객의 만족에 개념은 관광을 하는 동안 또 하고 난 다음에, 자신의 체험에 대하여 개인이 내리는 전반적 평가로서 할 수 있다. 즉 '전반적인 사후 만족(overall post-hoc satisfaction)은 관광 참여자 자신이 관광체험총체에 대한 사후 이미지를 평가하는 것으로서 관광체험에 대한 일종의 태도라고 할 수 있다.<sup>73)</sup>

이러한 관광객의 만족에 대한 연구는 그 접근방식에 있어 구분이 어려우나, Neo<sup>74)</sup>은 관광자의 만족 모델을 동기적 접근, 기대-불일치 접근, 쾌락적인 접근 등으로 그룹화 될 수 있다고 했다. 그에 따르면 동기적 접근 모델은 여가활동에 의해 충족되고 얻어지는 기본적인 욕구, 동기, 개인의 경험이 곧 만족이라 보고 이러한 관점에서 관광자의 내재된 욕구와 욕구의 충족이 만족과 일치한다고 가정하면서 접근하였다. 기대-불일치 접근은 관광자가 지닌 기대와 실제관광지에서의 확인하는 평가와의 차이에 의한 것이다. 관광객 만족에 연구에 있어 지배적인 이 접근방법은 사전 기대에 의존하여 만족을 설명하려는 경향이 있다. 마지막으로 쾌락적인 접근은 여가의 삶의 궁극적으로서 개인의 행복과 복지를 위해 기여하는 필요요소라는 인식을 바탕으로 접근하는 것이다.

앞에서 보는바와 같이 관광객의 만족도의 측정은 그 접근 방식에 따라 달라지는데, 다음은 관광객 만족과 관련된 기존의 연구들을 요약 한 것이다.

Kennth Backman, Sheilla Backman, Karen Mohr, Muzaffer Uysal<sup>75)</sup>등은 방문자의 방문동기와 만족을 연구하면서 이벤트의 첫 방문자, 재 방문자에 따라 만족의 유의한 차이를 있음을 알아내고, 동기를 요인 분석한 결과 사회화, 가족 화합, 독특성과 흥미, 도피 이벤트의 신기성을 통해 이벤트에 대한 만족도가 달라진다고 강조하였다.

Pizam, Neumann, Reichel<sup>76)</sup>등은 관광객의 만족을 관광지가 제공하는 숙박시설, 식음료 시설, 접근성, 매력성, 비용, 청결성, 서비스 정신 등에 의해 결정된다고 보았다. 이 연구는 관광객의 가장 큰 만족요소와 가장 적은 만족 요소를 찾아냄으로써 각 요인들의 유용성을 알아보고자 하였다.

---

73) Lounsbury, J. W. & Polik, J. R., "Leisure needs and vacation satisfaction", *Leisure Science*, 14, 1992. pp.105-119.

74) Neo, F. P., "Measurement Specification and Leisure Satisfaction", *Leisure Science*, Vol.9(3), 1987, pp.165-166.

75) Kennth Backman, Sheilla Backman, Karen Mohr, Muzaffer Uysal, "An Examination of Motivation and Activities", *Festival Management & Event Tourism*, Vol.3 1995. pp.15-24.

76) A. Pizam, Y. Neumann, & A. Reiche., "Dimensions of Tourist Satisfaction With a Destination Area", *Annals of tourism Research*, Vol.5(3), 1978. p.136.

Van Raaji와 Francken<sup>77)</sup>은 관광객의 만족 또는 관광이전의 기대와 관광지에서의 실제 성과간의 차이를 정의하면서 불일치 기대, 비용과 편익의 불공정한 형평성은 결과적으로 불만족을 야기한다고 보았다. 이들은 계층에 따른 관광 만족 도를 조사하여 네 가지 유형<sup>78)</sup>으로 분석하였다. Van Raaji에 따르면, 관광객은 여행에 앞서 관광종사자, 과거경험, 구전 등을 통하여 여행에 대한 기대를 갖는다. 그리고 이러한 기대는 일반기대와 구체적인 기대로 대별 될 수 있는데, 전자는 좋은 기후, 좋은 환경, 좋은 식당 등의 기대를 말하면 구체적인 기대에 비해 확인하기가 쉬운 만큼 관광객은 이에 대해 완전하게 예측할 수 없으며 상기 양자를 가질 수 있다고 했다. 그러나 이는 기대하지 않은 좋은 활동들이 만족을 향상시킨다는 것을 배제한 것 아니라, 기대하지 않은 좋은 활동들은 관광경험에 있어서 지각된 만족 수준을 높여 만족 수준을 높여 주는 것이라고 할 수 있다.

이에 대한 비판으로, Botterill은 완전한 예측과 완전한 기대에 대하여 비판적인 견해를 제시함으로써 기대와 성과의 차이로 관광자의 만족을 논하는 것은 큰 문제점이 있다고 논박하였다.

Mazursky<sup>79)</sup>는 기대불일치 이론에 기초하여 관광객의 만족을 분석하려고 하였다. 그는 기대의 단계에서 과거의 경험과 지식, 복수의 규범이 복합적으로 관광자의 기대에 영향을 미치며, 불일치 단계에서는 과거 경험과의 상호작용, 실제 성과와의 불일치를 지각하고 이는 다시 만족과 재방문 의사에 영향을 미친다고 밝혀냈다. 그는 관광객의 만족을 관광활동 이전의 기대, 관광지에서의 실제성, 그리고 불일치 세 가지 변수로 인하여 설명된다고 주장했다.

77) W. F. Van Raaij & D. A. Francken, "Vacation Decision, Activities and Satisfaction", *Annals of tourism Research*, Vol.11-1. pp.101-112.

78) Van Raaji과 Francken은 관광객 만족/불만족 유형에 있어 176가구를 대상으로 사회적 경제 수준에 따른 상류층, 중류층, 하류층 등 3계층으로 구분하여 분석하였는데, 그 유형은 다음과 같다

만족/ 불만족 유형

		기대	
		낙관적인 성향	비관적인 성향
만족	낮음	창조적 불만족	순불만족
	높음	순만족	체념

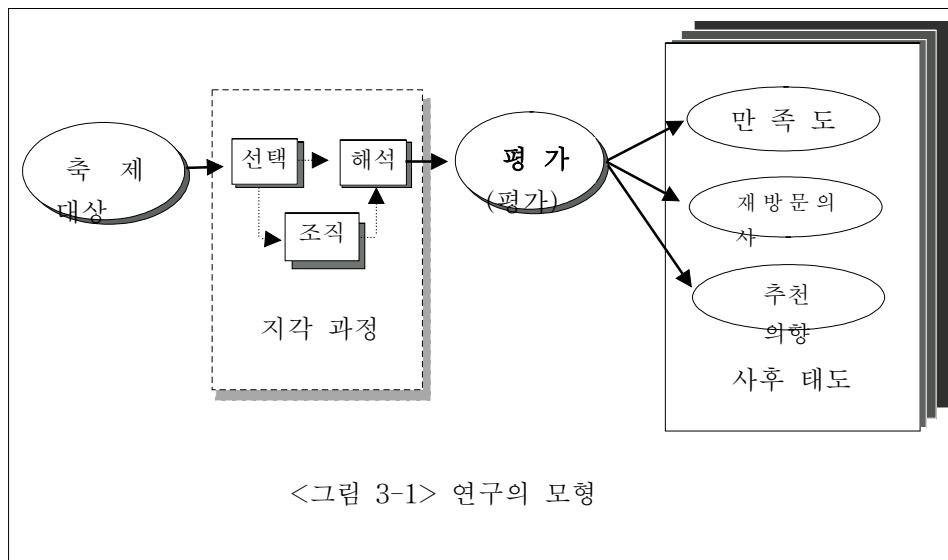
79) Mazursky, D. "Past Experience and future tourism decisions", *Annals of tourism Research*, Vol. 16. pp.333-334.

### Ⅲ. 연구의 설계

#### 1. 연구의 모형의 정립

##### 1) 모형설계

본 연구는 전통 문화 축제의 관광객 태도에 영향을 주는 지각의 과정과 그 후 관광객이 가지는 사후태도간 관계를 실증적으로 파악함으로써 관광객의 태도예측을 파악하는데 있다. 이는 관광객의 축제의 대상에 참여함에 따라 생기는 지각요인 혹은 참여인식이 사후 태도의 구성요인으로 작용한다는 것을 선행 연구를 통해 알 수 있다. 연구의 목적을 위하여 <그림 3-1>과 같이 연구 모형을 설정하였다.



본 절의 연구모형은 Mathieson과 Wall(1982,1984)이 제시한 이론과 Chung, K. L. and Leon C.(1981) 등의 이론을 바탕으로 관광객의 지각요인과 사후태도의 모형을 설계하였다.

##### 2) 연구문제의 설정

본 절에서는 앞에서 설계한 연구모형을 토대로 구체적인 연구문제를 설정하였다. 전통문화축제인 청도 소싸움에 참여한 관광객이 느끼는 지각이 관광객 사후태도에 영향을 미친 요인을 행사 운영성, 홍보적절성, 행사의 가치성, 행사장의 안내 성이라는 논리로 다음과

같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1 : 인구통계학적 특성에 전통문화축제에 참여한 관광객의 지각요인은 유의한 차이를 보일 것이다.

연구문제 2 : 전통문화축제에 참여한 관광객의 사후태도는 관광객의 관광행태에 따라 유의한 차이를 보일 것이다.

연구문제 3 : 전통문화축제에 참여한 관광객의 지각요인은 사후 관광객의 태도에 영향을 미칠 것이다.

### 3) 변수의 조작적 정의

#### (1) 인구통계학적 특성

사회과학에서 흔히 사용되는 인구통계학적 특성으로서 본 연구에서는 성별, 연령, 직업, 학력, 월 소득, 결혼여부로 구분하여 측정하였다.

#### (2) 관광행태

관광 행태에 관한 문항은 심리학적 관점에서 관광에 있어 중요한 역할을 한다. 본 연구에서는 동반행태, 방문일정, 방문횟수, 교통수단, 방문목적, 정보매체, 그리고 출발지로 구분하여 측정하였다.

#### (3) 만족도

만족 도를 관광객 개인 관광지 현장에서 지각 혹은 인지하여 주관적으로 생각하는 만족의 정도로 조작적 정의를 하였다. 이의 측정은 “전반적으로 행사에 만족한다 (아주 그렇지 않다)1~매우 그렇다5” 으로 점수를 부가하여 5점 리커트 척도 중 응답 가능한 1개의 문항에 답하도록 실시하였다.

#### (4) 재방문의사<sup>80)</sup>

‘재방문 의사’ 자체는 응답자가 여러 외재적 조건(경제적·사회적·정치적·개인적인 제약)을 고려하여 형성한 심리 상태일 수 있으므로, 과거 및 현재의 체험, 만족 등과 관련지

---

80) 고동우, 전제논문, 1998. p.47.

어 측정할 때는 이들 여러 조건에 영향을 염두에 두어야 한다. 따라서 본 연구에서는 ‘재방문 의사’를 ‘기회가 될 때, 다시 이 축제에 방문할 자발적인 의지의 정도로 조작적 정의를 하였다, 측정문항에도, “기회가 된다면, 다시 행사에 참여하겠다”라고 조건문을 붙였다.

#### (5) 추천의향

본 연구에서는 추천의향을 ‘ 개인이 참여한 행사(축제)를 다른 사람에게 추천할 의향을 지닌 의향’이라고 조작적 정의를 내렸다. 이의 측정은 5점 리커트 측정에서 응답 가능한 1개의 문항을 실시하였다.

## 2. 자료의 수집

### 1) 자료의 절차

전통문화축제에 대한 관광객 인식과 태도에 관한 국·내외문헌을 검토하여 2001년 청도 소싸움 축제의 평가에 맞는 변수를 선정하여 우선 사전 변수에 대한 예비조사를 청도 온천을 찾은 관광객을 대상으로 실시하였다. 예비조사는 선행논문 및 문헌, 간행물을 등을 참고하여 우선 30명을 대상으로 실시하였으며 조사결과 주요 37개의 관광객의 지각변수로 추출하였으나, 다음과정에서 이미 개발된 국내외의 선행연구의 참조하여 유의한 변수 29개의 변수를 선정하여 연구하였다.

본 연구의 모집단은 ‘2001 청도 소싸움행사장을 찾은 관광객이며 조사범위는 행사장 관람석 및 식당, 출구에서 행사기간(2001년 5월 2일~2001년 5월 6일)동안 주말과 주중으로 나누어 실시하였다. 또한 자료수집방법은 랜덤에 기초한 계통 추출 법을 실시하였으며 설문지는 자기기입방법을 사용하였다. 특히 소싸움 행사가 끝난 뒤 출구에서 나오는 관광객을 대상으로 50명 단위로 조사가 진행되었으며 설문형태는 Likert의 5점 척도를 적용하였다. 결측치를 없애기 위하여 그 자리에서 설문지를 검정한 후 결측 문항에 대하여 재차 체크하도록 하여 연구의 객관성을 최대한 확보하고자 하였다. 그러나, 스스로 설문지를 작성할 수 없는 응답자에 대해서는 조사자가 면접을 통하여 자료를 회수하였다. 최초 400매를 배부하였으나 그중 회수된 표본의 수는 376부를 회수하여 성실한 자료를 제외하고 분석 가능한 360부만을 회수하여 분석에 적용하였다.

<표 3-1> 표본의 개요

연구대상 및 표본단위	2001 청도 소싸움행사장을 찾은 만 18세 이상의 남·여 관광객
조사범위	행사장 관람석 및 식당, 출구
조사기간	2001년 5월 2일 ~ 2001년 5월 6일

<표 3-2> 자료 수집

총표본의 수	회수된 표본의 수	분석에 사용된 표본수
400	376	360

## 2) 설문지의 구성

관광은 다면적 현상이기 때문에 많은 사회과학의 입장뿐 아니라 다양한 전문영역의 조사 연구가 있어야 한다. 관광에 있어서 조사 연구들의 범위는 관광을 인간 경험, 사회행동, 지리적 현상, 사업, 그리고 산업이라는 관광의 특성을 조사함으로써 인식이 가능하다.<sup>81)</sup>

특히 관광자의 태도, 취미, 동기부여, 의사결정, 인식과 가치 등과 같이 심리학적 관점에서 관광객의 행동을 이해하기 위해서는 특화된 도구들이 필요하며 이것은 상당히 복잡하고 어려운 일이다. 그리고 자료의 종류에 따라 특정의 척도와 방법이 달라진다.<sup>82)</sup>

본 연구는 이러한 관광의 연구문제점을 감안하여 자료수집 도구로 이용된 설문지는 기존의 선행연구 결과와 이론을 근거로 구성되었다. 즉 Carlson(1976)의 16개의 관광지 선택속성 요인<sup>83)</sup>과 Getz. D(1991)의 이벤트 평가자료와 측정방법<sup>84)</sup>에 나타난 변수를 중심으로

81) 함석중, "강원 이벤트의 측정 및 평가요인 분석", 관광개발학회 발표논문집, 2000. p.332.

82) Getz. D, 전게서, 1991. p.283

83) 역사·문화·교육, 즐거움·휴식·일상탈출, 타인과의 교류, 색다른 생활양식의 경험, 자연경관, 안락함·편리함·쇼핑·소비음식, 접근성·수용력, 새로운 경험, 특이함·유일성, 자녀 지향적인 활동, 예술·문화, 호기심·색다름, 스포츠활동, 동반집단, 상거래 상태, 계획조직 등의 16가지 속성

84) Getz. D, 전게논문, 1991. pp.285-286.

측제와 특별이벤트의 관광관련 영향과 효과를 평가하는데 필요한 자료형태의 목록과 자료획득 방법을 제시한 것이다. 자료의 주요 속성들은 이벤트의 방문객, 여행이

설문지를 구성하였다.

본 연구를 설문지의 구성은 크게 4개의 부문으로 나누어져 있다.

첫째, 관광객의 관광행태의 설문 항목으로 동반형태, 방문일정, 방문횟수, 교통수단, 방문 목적, 정보매체, 그리고 출발지에 대하여 답변토록 하였다.

둘째, 관광객의 지각요인에 관한 설문항목으로 전통문화축제에 참여시 지각된 항목들에 평가를 묻는 29문항으로 리커트 5점 리커트척도로 답변할 수 있게 하였다.

셋째, 관광객의 사후태도에 관한 항목으로 지각요인이 만족도, 재방문의사, 추천의향을 묻는 항목으로 5점 리커트척도로 답변할 수 있게 하였다.

마지막으로, 일반적인 사항으로 성별, 연령, 직업, 학력, 월소득, 결혼여부의 6문항으로 구성되어 있다.

---

형태, 동기와 마케팅, 활동과 소비액, 그 외에 많은 영향요인들에 대한 것이다. 이러한 주요속성들마다 중요한 자료의 종류, 특정항목, 자료수집방법들을 정리해 놓은 것이다.

< 표 3-3 > 설문지 구성

조사항목	구체적인 내역	
관광행태	1. 동반형태 2. 방문일정 3. 방문횟수 4. 교통수단	5. 방문목적, 6. 정보매체, 7. 출발지
관광객 지각요인	1. 지역특성 2. 국제적가치성 3. 관광상품적가치 4. 행사의흥미성 5. 지역관광지와 연계성 6. 캐릭터가적절하다 7. 시기의 적절성 8. 전통문화적체험 9. 안내정보가풍부 10. 대외적 홍보 11. 행사안내원의 친절성 12. 주차시설 13. 교육적가치성 14. 바가지요금 15. 행사시간의적절성	16. 축제의 참여성 17. 행사의 설명 18. 교통혼잡도 19. 도로시설 20. 새로운 체험성 21. 프로그램 22. 행사장의 청결성 23. 지역환경 24. 입장요금 25. 화장실사용 26. 먹거리 27. 행사장의 미관 28. 휴게시설 29. 기념품
관광객 사후태도	1. 만족도 2. 재방문의사 3. 추천의향	
인구통계학적 특성	1. 성별 2. 연령 3. 직업 4. 학력 5. 월소득 6. 결혼여부	

### 3. 자료분석방법

수집된 데이터의 통계처리는 SPSS/WIN 통계패키지를 활용하여 분석하였다. 또, 연구문제 검증에 위하여 Vincent C. S Heung 와 Raymond Chu의 요인분석과 그에 따른 인구통계학적 차이검정을 본 연구분석 절차를 적용하였다. 이러한 기존 선행연구의 전개과정이 타당하다고 판단되어 이를 참고하여 <표3-4>에 제시된 바와 같이 5가지의 단계로 설계하였다.

첫째, ‘2001년도 소싸움 축제의 관광객에 대한 일반통계학, 여행 특성에 대하여 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 관광객에 느끼는 전반적인 전통 민속축제에 대한 인식은 빈도분석을 통하여 실시하였다.

셋째, 23개의 인식변수를 가지고 요인별 특성을 파악하기 위하여 Varimax 법을 적용한 주성분분석을 실시하였다.

넷째, 추출한 요인에 대하여 인구통계학적변수와 평균 비교를 하여 각 특성을 파악하였다.

이러한 평균 비교는 차후 전통문화축제에 있어 시장 세분화 전략 수립에 유용하게 사용 될 것이라고 예측된다.

마지막으로, 표본의 요인 추출한 변수를 만족도, 재방문의사, 추천의향에 대한 관광객의 태도를 예측 분석함으로써 관광객이 가지는 전통 민속축제의 인식과 태도간의 관계를 예측하였다.

<표 3-4> 분석절차의 설계

1단계	인구통계학, 여행형태에 대한 분석	기술통계
2단계	전반적인 인식에 대한 분석	기술통계
3단계	23개의 변수의 요인분석	요인분석
4단계	추출요인에 대한 인구통계학/여행형태적 평균비교(시장세분화)	F-test, T-test
5단계	만족도, 재 방문, 추천의향에 태도 예측변수와 요인(종속)	회귀분석

## IV. 조사의 분석

### 1. 조사의 분석

#### 1) 주요 변수에 대한 분석

##### (1) 인구통계학적 분석

본 설문조사에 응답한 사람들의 인구통계학적 특성을 분석한 결과는 <표4-1>과 같다. 첫째, 성별 구성은 남성 214명(59.4%), 여성 146명(40.6%)으로 남녀간의 비율에서는 남성이 조금 많은 분포를 보이고 있다.

둘째, 표본의 연령별 구성은 20대가 77명(21.5%), 30대가 126명(35.0%), 40대가 117명(32.5%), 50대가 36명(10.1%), 60대 이상이 4명(1.0%)으로 30대와 40대(67.5%)의 중 장년층, 향수 지향적 관광객이 주를 이루고 있다.

셋째, 표본의 학력별 분포는 고졸이하가 34명(9.5%), 고졸이 149명(41.5%), 대졸이 148명(41.0%), 대졸이상이 29명(8.0%)으로 나타났다. 이처럼 대졸이상(49%)의 고학력자가 큰 분포를 차지하고 있다는 결과는 청도 소싸움 축제의 관광객이 고 학력 층에도 소구역을 가진다는 것을 알 수 있다.

넷째, 표본의 직업은 학생이 27명(7.5%), 주부가 76명(21.0%), 전문직이 32명(9.0%), 자영업이 68명(19.0%), 회사원이 94명(26.0%), 공무원이 18명(5.0%), 기타가 45명(12.5%)의 분포를 보이고 있다. 주부와 회사원이 많이 나타난 이유는 주말과 휴일에 청도 소싸움 축제를 찾는 가족관광객이 많았기 때문이다.

다섯째, 표본의 결혼여부는 기혼이 261명(72.5%), 미혼이 99명(27.5%)으로 나타났다.

여섯째, 표본의 월평균 소득은 100만원이하가 81명(22.5%), 100만원이상 200만원이하가 171명(47.5%), 200만원이상 300만원이하가 77명(21.5%), 300만원이상 400만원이하가 20명(5.5%), 400만원이상이 11명(3.0%)으로 나타났으며, 월평균 소득이 300만원 이하(91.5%)인 중류층의 관광객이 청도 소싸움 축제의 대부분임을 알 수 있다.

<표 4-1> 인구 통계 학 적 특 성

항 목	내 용	표본수	비 율	항 목	내 용	표본수	비 율	
성 별	남	214	59.4	직 업	학 생	27	7.5	
	여	146	40.6		주 부	76	21.0	
연 령	20대	77	21.5		전문직	32	9.0	
	30대	126	35.0		자영업	68	19.0	
	40대	117	32.5		회사원	94	26.0	
	50대	36	10.1		공무원	18	5.0	
	60대이상	4	1.0		기 타	45	12.5	
학 력	고졸이하	34	9.5		소득 (만원)	100이하	81	22.5
	고졸	149	41.5			100-200	171	47.5
	대졸	148	41.0			200-300	77	21.5
	대졸이상	29	8.0	300-400		20	5.5	
결혼여부	미혼	99	27.5	400이상		11	3.0	
	기혼	261	72.5					

(2) 여행형태별에 분석

가. 여행 동반형태에 관한 분석

청도 소싸움 축제를 찾은 관광객의 여행 동방 형태를 분석한 결과, ‘가족/친지와 함께 189명(52.5%)’, ‘친구/동료와 함께 94명(26.1%)’, ‘연인과 함께 47명(13.1%)’, ‘혼자서 13명(3.6%)’, ‘단체/모임에서 13명(3.6%)’, ‘기타가 4명(1.1%)’로 나타났다. 이 결과를 통해 ‘2001 청도 소싸움 축제를 찾은 관광객들은 가족/친지 단위 혹은 친구/ 동료들과 같은 그룹 단위의 방문이 있음을 알 수 있다. 이는 청도 소싸움 축제의 프로그램과 운영에 있어 소싸움 자체만의 볼거리가 아니라, 가족/친지단위의 방문자, 친구들과 그룹단위 방문자들에게 소구할 수 있는 다양한 볼거리의 제공과 관광객이 직접 참여 할 수 있는 참여형의 축제, 즉 다양한 참여형 행사와 관람시설, 그리고 매력적인 연계 관광지의 개발이 청도 소싸움 축제의 활성화에 관건이 될 것임을 보여 준다.

<표 4-2> 동반형태에 관한 분석

동반 형태	빈도 (명)	비율(%)
혼자서	13	3.6
<b>가족/친지</b>	<b>189</b>	<b>52.5</b>
친구/동료	94	26.1
단체/모임	13	3.6
연인	47	13.1
기타	4	1.1
합계	360	100.0

나. 방문 회수에 관한 분석

‘2001 청도 소싸움 축제에 참여한 관광객의 방문횟수를 살펴 본 결과 <표4-3>에서 보는 같이 처음이 185명(51.4%), 2회가 67명(18.6%), 3회가 41명(11.4%), 4회가 22명(6.1%), 5회이상 45명(12.5%)으로 나타난다. 처음방문객이 높은 반면에 재 방문객의 비율이 낮음을 알 수 있다. 어떤 이유에서건 방문객의 재 방문 비율이 낮다는 것은 청도 소싸움 축제에 대한 만족이 낮다는 것을 알 수 있다. 5회이상의 방문객이 12.5%로 높은 이유는 청도지역 민과 청도 소싸움에 직접 참여한 참여객(소싸움에 참여한 상인이나 소싸움의 목적으로 방문객) 때문이라고 할 수 있다.

<표 4-3> 방문횟수에 관한 분석

방문회수	빈도 (명)	비율(%)
<b>처음</b>	<b>185</b>	<b>51.4</b>
2회	67	18.6
3회	41	11.4
4회	22	6.1
5회 이상	45	12.5
합계	360	100.0

다. 체류기간에 관한 분석

‘2001 청도 소싸움 축제 참여한 관광객의 체류 일정을 살펴본 결과 당일여행이 234명(65.0%), 1박2일이 79명(21.9%), 2박3일이 23명(6.4%), 3박4일이 13명(3.6%), 4박이상 11

명(3.1%)으로 나타난다. 이 같은 결과는 청도 소싸움 축제에 참여한 관광객이 체류형이 아니라 주류형의 관광객이라는 것을 암시한다. 즉 숙박시설 등과 같은 인프라시설의 부족과 다른 관광지 연계 부족 그리고 야간행사프로그램 부족 등에 의해서 당일 관광객이 주를 이루고 있다는 것을 알 수 있다. 청도 소싸움축제의 관광객들이 당일관광으로만 그친다면 청도 지역에 대한 청도 소싸움 축제는 경제적뿐 아니라 사회 문화적 관점에서도 큰 영향을 미치지 못할 것이다.

<표 4-4> 체류기간에 관한 분석

체류기간	빈도 (명)	비율(%)
<b>당일</b>	<b>234</b>	<b>65.0</b>
1박 2일	79	21.9
2박 3일	23	6.4
3박 4일	13	3.6
4박이상	11	3.1
합계	360	100.0

라. 방문 목적에 관한 분석

‘2001 청도 소싸움 축제를 찾는 관광객의 방문 목적이 무엇인지를 살펴본 결과 축제에 자체 대한 호기심이 162명(45.0%), 문화체험을 위해 104명(28.9%), 휴식을 목적으로 63명(17.5%), 교육을 목적으로 15명(4.2%), 상업을 목적으로 9명(2.5%), 기타가 7명(1.9%), 그리고 부대/위락시설을 즐기려는 0명(0%)으로 나타났다. 이 같은 결과는 청도 소싸움을 찾는 과반수 정도의 방문객은 축제 자체의 대한 흥미와 호기심으로 찾은 것으로 나타났는데, 이것은 소싸움축제가 그 지역이 갖는 지역성과 향토 성이 잘 반영되었고, 축제에 대한 홍보가 잘되어 이러한 결과가 나온 것 같다. 또 방문목적 중 문화체험을 위해서라는 결과가 28.9%로 나타나 청도 소싸움을 찾은 관광객은 그 자체에 흥미를 가진 방문객이 주를 이루고 있음을 알 수 있다.

‘2001 청도 소싸움 축제를 찾는 관광객의 방문 목적을 보면 매우 흥미로운 데이터가 나오는데 위락/부대시설을 즐기려고 온 관광객의 구성이 매우 낮다는 점이다. 청도 소싸움 축제와 관련하여 인프라 시설은 구축은 적절하다는 것을 알 수 있다. 이러한 시설의 부족으로 인하여 관광객들은 체류형이 아닌 주류형 형태의 관광을 떠며 축제에 참여 한 것으로 사료된다.

<표 4-5> 방문목적에 관한 분석

방문 목적	빈도 (명)	비율(%)
<b>축제자체에 대한 호기심</b>	<b>162</b>	<b>45.0</b>
문화체험	104	28.9
휴식/휴양	63	17.5
부대/위락시설 이용	-	-
교육을 목적으로	15	4.2
상업을 목적으로	9	2.5
기타	7	1.9
합계	360	100.0

마. 정보원천에 관한 분석

‘2001 청도 소싸움 축제를 찾는 관광객의 정보원천에 결과를 분석한 결과 TV/라디오가 164명(45.6%), 구전이 112명(31.1%), 신문이 20명(5.6%), 인터넷/PC가 18명(5.0%), 여행사/관광안내소가 16명(4.4%), 플랜카드/옥외광고가 14명(3.9%), 기타가 16명(4.4%)으로 나타났다. 이러한 결과는 청도 소싸움 축제에 대한 지역 주최자의 매스컴에 홍보전략과 구전을 통한 전달이 관광객의 목적지 결정에 크게 전달한 것을 알 수 있다. 이러한 관점에서 청도 홍보 전략수입시 TV/라디오 등에 의한 전략수립을 활용하는 것과 친구/친지 등을 통한 구전홍보를 병행하는 것이 바람직하다고 생각된다. 그리고 정보매체 중 하나인 인터넷/PC의 홍보 비중이 다른 매체에 비하여 확대 대는 실정이다. 기존의 홍보전략과 새로운 홍보전략이 필요하다고 생각된다.

<표 4-6> 정보원천에 관한 분석

정보 원천	빈도 (명)	비율(%)
<b>TV/라디오</b>	<b>164</b>	<b>45.6</b>
신문	20	5.6
인터넷/PC	18	5.0
여행사/관광안내소	16	4.4
플랜카드/옥외광고	14	3.9
구전	112	31.1
기타	16	4.4
합계	360	100.0

바. 출발지에 대한 분석

‘2001 청도 소싸움 축제를 찾는 관광객을 지역별로 분석해 보면 <표4-7>과 같다.

<표4-7>에서는 경상도 지역의 관광객이 340명(94.6%), 서울·경기지역의 관광객이 9명(2.5%), 충청도가 7명(1.9%), 전라도와 제주도가 각각 2명(0.5%)으로 나타났으며, 경상도를 다시 세분 적으로 구분하면 대구가 105명(29.2%), 경북과 부산이 각각 74명씩(20.6%), 청도가 51명(14.2%), 경남이 22명(6.1%), 울산이 14명(3.9%)순으로 나타났다. 이 분석의 결과로 청도 소싸움을 찾는 관광객의 대부분은 경상도 지역, 그중 대구와 부산, 경북지역으로 편중되어 있는 것을 밝혀졌다. 이러한 이유는 청도 지역의 심적 거리가 실제거리보다 멀리 느껴져 관광객이 청도 지역을 방문하기를 꺼려하기 때문이라고 생각된다. 분석결과를 보면 경상도를 제외한 다른 지역에서 관광객은 전무한 실정이다. 청도 소싸움축제가 전국 축제로 거듭나기 위해서 다른 지역의 참여확대와 새로운 전략 수립이 절실히 필요할 때라고 사료된다.

<표 4-7> 관광객의 출발지에 관한 분석

출발지		빈도 (명)	비율(%)	출발지		빈도 (명)	비율(%)
경상 도	청도	51	14.2	충청도	7	1.9	
	대구	105	29.2	서울/경기도	9	2.5	
	경북	74	20.6	전라도	2	0.5	
	부산	74	20.6	제주도	2	0.5	
	울산	14	3.9				
	경남	22	6.1				
경상도소계		340	94.6	합 계	360	100	

(3) 주요변수의 분석

가. 관광객 현지 지각요인에 관한 분석

청도 소싸움 축제에 참여한 관광객의 현지체험에 대한 지각에 대하여 측정한 결과 전반적으로 긍정적인 반응이 나타났다. 청도 소싸움 축제는 지역특성이 잘 반영된 축제로 관광객들은 지각(3.67)하였으며, 그 다음으로 국제적 가치성(3.66), 관광 상품적 가치성(3.65). 행사의 흥미성(3.55)등 순으로 나타났다. 응답자가 주요 변수에 대하여 긍정적인 반응을 보인 반면에 기념품(2.47), 휴게 시설(2.67), 행사장의 미관(2.68), 먹거리(2.79), 화장실(2.85),

입장요금(2.88)이 청도 소싸움을 찾은 관광객이 축제에 대하여 부정적으로 지각하는 변수로 나타났다.

<표 4-8> 청도소싸움축제의 관광객 현지참여 지각

변수	평균	표준 편차	변수	평균	표준 편차
지역특성	3.67	.89	축제의 참여성	3.20	.94
국제적가치성	3.66	.88	행사의 설명	3.17	.88
관광상품적가치	3.65	.86	교통혼잡도	3.13	.91
행사의 흥미성	3.55	.86	도로시설	3.09	.94
관광지와연계성	3.49	.91	새로운 체험성	3.08	.84
캐릭터가적절하다	3.49	.89	프로그램	3.07	.87
시기의 적절성	3.48	.86	행사장의 청결성	3.04	.96
전통문화적체험	3.47	.90	지역환경	3.00	.98
안내정보가풍부	3.46	.86	입장요금.	2.88	1.11
대외적 홍보	3.44	.84	화장실사용	2.85	1.05
행사안내원의 친절성	3.44	.96	먹거리	2.79	.94
주차시설	3.40	1.12	행사장의마관	2.68	.88
교육적가치성	3.38	.93	휴게시설	2.67	.99
바가지요금	3.32	1.08	기념품	2.47	.91
행사시간의적절성	3.27	.91			

나. 전반적인 만족 도에 관한 분석

청도 소싸움 축제를 찾은 관광객의 전반적인 만족에 관한 분석 결과는 아주 그렇지 않다(0.5%), 그렇지 않다.(14.5%), 보통이다(44.5%), 그렇다(34.5%), 매우 그렇다(6.0%)로 나타났다으며, 85%의 관광객이 전반적으로 만족한다고 나왔다. 결과는 <표4-9>와 같이 나타났다.

<표 4-9> 전반적인 행사의 만족도

변수	아주그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
전반적인 행사의만족도	0.5%	14.5%	44.5%	34.5%	6.0%

다. 재 방문 의사에 관한 분석

청도 소싸움 축제를 찾은 관광객의 재 방문에 의향 관한 분석 결과는 아주 그렇지 않다(3.0%), 그렇지 않다.(11.0%), 보통이다(28.0%), 그렇다(48.5%), 매우 그렇다(9.5%)로 나타났다으며, 86%의 관광객은 다시 청도 소싸움 축제를 찾을 거라고 나타났다. 그 결과는 <표4-10>와 같이 나타났다.

<표 4-10> 관광객의 재방문 의사

변수	아주그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
재 방문 의사	3.0%	11.0%	28.0%	48.5%	9.5%

라. 추천의향에 관한 분석

청도 소싸움 축제를 찾은 관광객의 추천 의향 관한 분석 결과는 아주 그렇지 않다(3.0%), 그렇지 않다.(6.0%), 보통이다(33.5%), 그렇다(44.5%), 매우 그렇다(13.0%)로 나타났다으며, 91%의 관광객은 청도 소싸움 축제를 다른 사람에게 추천할 것이라고 나타났다. 그 결과는 <표4-11>와 같이 나타났다.

<표 4-11> 청도소싸움축제의 추천의향

변수	아주 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
추천의향	3.0%	6.0%	33.5%	44.5%	13.0%

## 2) 측정 변수의 신뢰성과 타당성

본 연구에서는 관광객의 태도 측정 시 순위척도보다는 등간 척도인 5점 척도가 적절하다고 볼 수 있으나 내적 타당도 즉, 측정하고자 하는 바를 측정했는가 하는 연구문제가 불분명하다는 주장<sup>85)</sup>에 따라 신뢰도 검증을 위하여 각 항목별 Chronbach's Alpha계수를 이용하였다. 이러한 Chronbach's Alpha계수 값은 내적 일관성에 관한 것으로 하나의 개념에 대하여 여러 개의 항목으로 구성된 척도를 이용한 경우에 해당문항을 가지고 할 수 있는 가능한 모든 반분 신뢰도(split-half reliability)를 이의 평균치를 산출하는 것으로 이 계수 값이 되는데, 본 연구의 요인들에 대한 Chronbach's Alpha 계수 값은 운영적절성이 0.8259, 가치평가성은 0.7855, 지역문화교육성은 0.7153, 홍보시의성은 0.6808, 안내성은 0.6655, 환경대응성은 0.6583으로 분석되었다. 이러한 신뢰성이 척도인 Chronbach's Alpha의 값이 0.70 이상이면 충분하고 기초 연구분야에서는 0.80이상이어야 한다고 주장하고 있으나 일반적으로 Chronbach's Alpha계수 값이 0.60이상이면 측정도구의 신뢰성에는 별문제가 없다는 것이 일반적인 견해이다<sup>86)</sup>. 따라서 본 논문에서의 지각에 대한 요소에 대한 설문 항목은 최소한의 신뢰성을 확보하였다고 볼 수 있으며, 이것은 해당항목들을 하나의 척도로 종합하여 분석할 수 있다는 것을 의미한다.

‘2001 청도 소싸움 관광객의 지각하고 있는 요소를 요인 분석한 결과 6개의 요인<표 4-11>으로 도출되었다. 관광객의 지각요인에 포함한 변수항목 29개 항목 중 23개를 관광객의 지각요인변수로 분석하였다. 요인적재량이 0.4 이상인 항목으로 요인 분석한 결과 6개의 요인이 도출되었으며, 이들에 의한 총 분산 설명력은 57.942 % 로 나타난다. 여기에서 각 요인 명은 가장 핵심적인 속성들을 대표할 수 있는 이름으로 명명하였다.

도출된 6개의 요인 중 첫 번째 요인은 운영적절성으로 9개의 지각요인으로 구성되었으며 분산설명력은 25.975%로 요인 중 가장 높은 것으로 나타났다. 이는 Factor1 요인을 구성하고 있는 ‘휴게시설’, ‘기념품’, ‘먹거리’, ‘주차시설’, ‘입장요금’, ‘화장실’, ‘도로시설’, ‘안내정보’, ‘행사의 설명’등이 ‘2001 청도 소싸움 축제에 참여한 관광객에게 강한 인식을 심어 줌을 시사하고 있다. 두 번째의 요인은 가치 평가 성으로 3개의 항목으로 9.178%의 분산 설명력을 가진다. 세 번째 요인은 지역 문화 교육 성으로 4개의 항목으로 구성되어 지고 6.307%의 분산 설명력을 가진다. 네 번째 요인은 홍보 시의 성으로 2개의 항목으로 구성되어 있으며 6.186%의 분산 설명력을 가진다. 다섯 번째 요인은 안내 성으로 3개의 항목으로

85) Dann. G. M. S , "Tourist Satisfaction: A highly complex variable", *Annals of tourism Research*. Vol. 5, 1979. pp.440-443.

86) 박정식·윤영식, 『현대통계학』, 서울 : 다산출판사, 1998. p.182.

구성되어 있으며 5.295%의 분산 설명력을 가진다. 마지막 요인은 환경대응 성으로 2개의 항목으로 구성되어 있으며 4.729%의 분산 설명력을 가진다.

<표4-12>청도소싸움축제의 관광객 지각요인의 요인분석

Factor	요인 적재량	고유치	설명된 분산	평균	F	Alpha	prob
Factor1운영적절성		5.774	25.975	2.98	30.175	.8259	.0000
휴게시설	.732						
기념품이	.732						
먹거리	.705						
주차시설	.626						
입장요금	.608						
화장실	.602						
도로시설	.532						
안내정보	.448						
행사의 설명	.427						
Factor2가치평가성		2.111	9.178	3.62	2.5801	.7855	.0783
행사가 흥미	.759						
관광상품적 가치	.739						
국제적 가치	.677						
Factor3		1.451	6.307	3.50	6.2780	.7153	.0004
지역문화교육성							
지역특성	.754						
지역전통문화체험	.616						
지역관광지 연계	.605						
교육적가치	.495						
Factor4홍보시의성		1.423	6.186	3.46	.3221	.6808	.5710
시기의 적절성	.714						
대외적홍보	.686						
Factor5 안내성		1.218	5.295	3.35	11.774	.6655	.0000
캐릭터의 적절성	.778						
교통의 혼잡도	.604						
행사안내원친절성	.430						
Factor6환경대응성		1.088	4.729	3.16	12.667	.6583	.0005
지역환경	.810						
바가지 요금.	.613						
			57.942				

표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도 = .838

총 분산설명력=57.942% P=0.000

## 2. 연구문제의 검증

### 1) 연구문제1에 대한 검증

연구문제 1은 ‘인구통계학적 특성에 전통문화축제에 참여한 관광객의 지각요인은 유의한 차이를 보일 것이다.’라는 연구문제이다. 인구통계학적 특성은 성별, 연령, 직업, 학력, 월소득, 결혼여부로 구성되어 있으며, 관광객 현지참여 지각요인으로 운영적절성, 가치 평가성, 지역문화 교육성, 홍보 시의성, 안내성, 환경 대응성으로 구성되었다.

**연구문제1 : 인구통계학적 특성에 전통문화축제에 참여한 관광객의 지각요인은 유의한 차이를 보일 것이다.**

관광객 현지참여 지각요인 및 인구 통계적 특성에 따라 청도 소싸움 축제를 방문한 관광객의 지각요인에 대한 차이가 있는지를 알아보기 위하여, 일원분산분석 및 t-test를 실시하였다.

그 결과 <표4-12>과 같다. 즉 인구통계학적 특성에 따른 차이검정을 한 결과 성별에 따라 운영적절성이 유의한 결과(.047)가 나타났으며, 연령별로는 환경대응성이 유의(.004)하다고 나타났다. 교육수준에 따른 차이 검정 결과 홍보시의성이 유의(.052)하다고 나타났으며, 월소득에 따른 차이검정에서는 운영적절성이 유의(.048)하다고 분석되었다. 또, 결혼여부에 대한 차이검정에서는 운영적절성(.000)과 지역문화교육성(.044)이 유의 하다고 나타났고, 직업에 대한 차이검정에서도 운영적절성이 유의한(.002)차이가 있다고 나타났다. 성별에 따른 차이검정에서 운영적절성에 대해서는 남자의 만족도가 여자보다 높으며 연령별에서는 환경대응성에서 그 차이가 났다. 즉 20대와 40대는 청도 소싸움 축제의 환경대응적 요인에 대해서는 만족도가 높은 반면 상대적으로 50대이상의 관광객은 청도 소싸움에 대하여 만족도가 낮다는 것을 알 수 있다. 이러한 이유는 청도 소싸움 축제의 상업화로 인한 지나친 바가지 요금과 상설무대 주변의 지역환경의 파괴 때문에 옛 정취나 향토적 프로그램을 보고자 온 50대이상의 관광객이 청도 소싸움에 대하여 흥미를 잃어버렸기 때문이라고 사료된다. 교육수준에 따른 차이 검정에서 홍보시의성에 대하여 유의한 결과가 나타났는데, 학력이 높을수록 만족도가 높은 것을 알 수 있다. 월수입에 차이 검증에서는 운영적절성에 대하여 소득이 높을수록 유의한 결과가 나타났다.

<표4-13> 인구 통계적 · 인식요인간의 차이 검정

인구통계학적 변수	요 인 (F)					
	운영 적절성	가치 평가성	지역문화 교육성	홍보 시의성	안내성	환경 대의성
<b>성 별</b>						
남	3.04	3.04	3.56	3.48	3.36	3.06
여	2.87	3.50	3.41	4.43	3.33	3.27
T	1.977*	.522	1.712	.471	.301	-1.508
<b>결혼여부</b>						
미 혼	2.72	3.52	3.34	3.46	3.23	3.22
기 혼	3.07	3.66	3.56	3.46	3.40	3.13
T	-4.060**	-1.177	-2.040*	.045	-1.797	.698
<b>연 령</b>						
20 대	2.75	3.53	3.35	3.43	3.31	3.26
30 대	3.05	3.67	3.52	3.59	3.40	3.15
40 대	3.06	3.62	3.35	3.41	3.37	3.30
50 대	2.16	3.68	3.52	3.23	3.18	2.53
60 대이상	3.17	4.00	4.13	3.50	3.67	3.00
F	2.214	.333	1.109	1.347	.595	3.994**
<b>교육수준</b>						
고졸이하	2.77	3.44	3.29	3.24	3.33	3.21
고 졸	3.02	3.55	3.49	3.39	3.32	3.10
대 졸	2.96	3.69	3.55	3.52	3.38	3.24
대졸이상	3.06	3.81	3.51	3.81	3.40	2.97
F	.950	1.275	1.821	2.622*	.155	.717
<b>직 업</b>						
학 생	2.64	3.44	3.38	3.33	3.20	3.47
주 부	2.99	3.63	3.44	3.40	3.36	3.30
전문직	2.80	3.41	3.58	3.19	3.28	3.11
자영업	3.22	3.68	3.71	3.43	3.40	3.15
회사원	2.82	3.65	3.37	3.59	3.28	3.07
공무원	3.42	3.80	3.75	3.80	3.50	2.90
기 타	3.04	3.64	3.46	3.44	3.49	3.04
F	3.530*	.563	1.403	1.335	.635	.933
<b>월 수 입</b>						
100이하	2.80	3.49	3.33	3.44	3.24	3.32
100~200	2.96	3.62	3.50	3.45	3.37	3.19
200~300	3.05	3.70	3.57	3.45	3.43	2.95
300~400	3.42	3.88	3.95	3.77	3.51	3.09
400이상	3.04	3.56	3.46	3.25	3.00	3.00
F	2.440*	.856	2.150	.711	1.119	1.279

note: \* P≤.05, \*\* P≤.01,

## 2) 연구문제2에 대한 검증

연구문제 2는 ‘전통문화축제에 참여한 관광객의 사후태도는 관광객의 관광 행태에 따라 유의한 차이를 보일 것이다.’라는 연구문제이다. 관광객의 사후태도로는 만족도, 추천의향, 재방문 의사로 구성되어 있으며, 관광객의 관광 행태는 동반형태, 방문일정, 방문횟수, 교통수단, 방문목적, 정보매체, 6개 항목으로 구분하였다. 관광 행태 중 출발지의 분석은 경상도 지역이 94%이상을 차지하여 다른 지역과의 차이검정이 불분명하여 변수에서 삭제하였다.

**연구문제2 : 전통문화축제에 참여한 관광객의 사후태도는  
관광객의 관광행태에 따라 유의한 차이를 보일 것이다**

전통문화축제에 참여한 관광객의 사후태도는 관광객의 관광행태에 따라 유의한 차가 있는지를 알아보기 위하여, 일원분산분석을 실시하였다.

그 결과 <표4-13>과 같다. 그 결과 방문일정에 따라 관광객의 사후태도(만족도:0.018, 추천의향:0.003, 재방문의사:0.004)는 유의한 차이가 나타났음을 알 수 있다. 또 교통수단에 따른 관광객의 사후태도(만족도:0.057, 추천의향:0.044, 재방문의사:0.036)에서도 유의한 차이를 나타내고 있으며, 방문목적에 따라서는 관광객의 사후 태도중 재방문의사(0.04)에서만 유의한 차이를 나타내고 있다. 방문일정에 따른 차이 검정에서 4박이상의 장기간의 투숙객이 높은 만족을 나타내고 있으며 일정이 적을수록 관광객의 사후태도에 대한 반응이 낮은 것으로 나타났다. 교통수단에 따른 관광객의 사후태도에 대한 차이검증에서는 교통체증과 안내시설의 불편 그리고 도로시설의 부족으로 승용차보다는 버스의 만족도가 높은 것으로 나타났다. 또 방문목적에 따른 차이 검정에서는 문화체험과 축제 자체에 대한 호기심에 대하여 재방문의사가 높게 나타난 반면 상업적으로 찾은 방문객은 2.60이라는 매우 낮은 재 방문 의사를 표현하고 있다.

<표 4-14> 관광행태에 따른 관광객의 사후태도

관광행태 \ 사후태도		변 수		
		만족도	추천의향	재방문의사
동반형태	혼자서	3.14	3.29	3.29
	가족/친지	3.35	3.70	3.59
	친구/동료	3.23	3.43	3.43
	단체/모임	3.57	3.71	3.43
	연인	3.35	3.46	3.38
	기타	2.50	4.00	3.50
F(P)		0.781(0.565)	0.984(0.429)	0.418(0.836)
방문회수	처음	3.25	3.51	3.38
	2회	3.24	3.51	3.41
	3회	3.39	3.78	3.74
	4회	3.33	3.50	3.67
	5회 이상	3.56	3.84	3.88
F(P)		.845(0.498)	1.026(0.395)	2.152(0.076)
방문일정	당일	3.28	3.48	3.42
	1박 2일	3.23	3.61	3.55
	2박 3일	3.50	4.00	3.75
	3박 4일	3.14	3.57	3.14
	4박이상	4.29	4.71	4.71
F(P)		3.065(0.018)	4.027(0.003)	4.027(0.004)
방문목적	축제자체에 대한 호기심	3.31	3.62	3.55
	문화체험	3.45	3.76	3.71
	휴식/휴양	3.14	3.43	3.29
	교육을 목적으로	3.00	3.00	3.11
	상업을 목적으로	2.80	3.20	2.60
	기타	4.00	3.50	3.50
F(P)		1.917(0.093)	1.651(0.148)	2.284(0.040)
정보원천	TV/라디오	3.40	3.60	3.59
	신문	3.45	3.45	3.55
	인터넷/PC	3.60	3.80	3.80
	여행사/관광안내소	3.22	3.67	3.11
	플랫카드/옥외광고	3.00	3.25	3.50
	구전	3.19	3.61	3.47
	기타	3.11	3.33	2.89
F(P)		0.955(0.457)	0.459(0.838)	1.294(0.262)
교통수단	승용차	3.32	3.58	3.56
	시외버스	3.64	3.93	3.71
	관광버스	3.25	3.50	3.00
	기차	2.89	3.17	3.00
	기타	3.80	4.40	3.80
F(P)		2.335(0.057)	2.492(0.044)	2.619(0.036)

### 3) 연구문제3에 대한 검증

연구문제 3은 ‘전통문화축제에 참여한 관광객의 지각요인은 사후 관광객의 태도에 영향을 미칠 것이다.’라는 연구문제이다. 관광객 참여 지각요인으로 운영적절성, 가치 평가성, 지역 문화 교육성, 홍보시의성, 안내성, 환경 대응성으로 구성되었고, 사후 관광객의 태도에는 만족도, 재방문의사, 추천의향 등의 변수로 구성되었다.

**연구문제3 : 전통문화축제에 참여한 관광객의 지각요인은 사후 관광객의 태도에 영향을 미칠 것이다**

세부연구문제 3-1: 전통문화축제에 참여한 관광객의 지각요인은 사후 관광객의 만족도에 영향을 미칠 것이다.

세부연구문제 3-1에서 관광객의 지각요인이 사후 관광객의 만족정도에 유의한 영향을 미치는가를 알아보기 위해 연구문제를 설정하였으며, 이를 평가하기 위하여 선형회귀분석을 이용하여 검증하였다. 특히 독립변수간의 다중 공선성 연구문제를 피하기 위하여 요인점수를 이용하였다.

<표4-15>에서 보는 바와 같이, 청도 소싸움 축제의 관광객의 태도 중 만족 도에 대해 각 독립변수 요인을 투여한 결과 6개의요인(  $R^2=.502$  P <.05)이 채택되었다. 이 운데 운영적절성이 상대적 높은 정(+의 값(B=.510)을 나타냈고 향후 관광객의 만족 도를 제고하기 위해서는 운영적절성, 지역문화교육성, 홍보시의성, 가치평가성, 환경대응성순으로 전략을 개발하여야 나가야 할 것이다.

<표 4-15> 청도 소싸움축제를 찾은 관광객의 지각요인이  
사후 관광객 만족도에 미치는가에 대한 회귀분석

	표준화계수 <i>B</i>	T	유의확률
<b>운영적절성</b>	<b>.510</b>	<b>10.039</b>	<b>.000</b>
가치평가성	.211	4.150	.000
<b>지역문화교육성</b>	<b>.319</b>	<b>6.286</b>	<b>.000</b>
홍보시의성	.223	4.381	.000
안내성	.119	2.341	.020
환경대의성	-.117	-3.479	.001
상수		80.550	.000

Note: R=.780 ; 수정된  $R^2=.486$  ;  $R^2=.502$   
F=32.382 ; 유의확률 F 변화량=.000

세부연구문제 3-2 : 전통문화축제에 참여한 관광객의 지각요인은 사후 관광객의 재방문의사에 영향을 미칠 것이다.

세부연구문제 3-2에서 관광객의 지각요인이 사후 관광객의 재방문의사에 유의한 영향을 미치는가를 알아보기 위해 연구문제를 설정하였으며, 이를 평가하기 위하여 선형회귀분석을 이용하여 검증하였다. 특히 독립변수간의 다중 공선성 연구문제를 피하기 위하여 요인 점수를 이용하였다.

<표4-16>에서 보는 바와 같이, 관광객의 재방문의사에 대하여 독립변수요인을 투여한 결과 지역문화교육성이 상대적 높은 정(+)의 값( $B=.419$ )이 나타났고 관광객의 재방문의향에 있어서는 지역문화교육성, 운영적절성, 가치평가성, 홍보시의성, 안내성, 환경대의성순으로 그 중요성이 나타났음을 알 수 있다.

<표 4-16> 청도 소싸움축제를 찾은 관광객의 지각요인이  
사후 관광객 재방문의사에 미치는가에 대한 회귀분석

	표준화계수 B	T	유의확률
<b>운영적절성</b>	<b>.343</b>	<b>6.407</b>	<b>.000</b>
가치평가성	.229	4.290	.000
<b>지역문화교육성</b>	<b>.419</b>	<b>7.837</b>	<b>.000</b>
홍보시의성	.202	4.901	.000
안내성	.142	2.654	.009
환경대의성	-.119	-2.217	.028
상수		71.531	.000

Note: R=.670 ; 수정된  $R^2=.431$  ;  $R^2=.448$

F=26.141 ; 유의확률 F 변화량=.000

세부연구문제 3-3 : 전통문화축제에 참여한 관광객의 지각요인은 사후 관광객의 추천의 영향을 미칠 것이다.

세부연구문제 3-3에서 관광객의 지각요인이 사후 관광객의 추천의향에 유의한 영향을 미치는가를 알아보기 위해 연구문제를 설정하였으며, 이를 평가하기 위하여 선형회귀분석을 이용하여 검증하였다. 특히 독립변수간의 다중 공선성 연구문제를 피하기 위하여 요인점수를 이용하였다.

<표4-17>에서 보는 바와 같이, 사후 관광객의 추천의향(  $R^2=.462$ ,  $P < .05$ )에 대해서 5개의 요인이 채택되었다. 그 중 운영적절성( $B=.394$ )에 대한 중요도가 가장 높게 나타났고, 사후 관광객의 추천의향에 있어서는 운영적절성, 지역문화교육성, 홍보시의성, 가치평가성, 환경 대응성 순으로 그 중요성이 나타났음을 알 수 있다.

<표 4-17> 청도 소싸움축제를 찾은 관광객의 지각요인이  
사후 관광객 추천의향에 미치는가에 대한 회귀분석

	표준화계수 B	T	유의 확률
운영적절성	.394	7.467	.000
가치평가성	.254	4.814	.000
지역문화교육성	.339	6.421	.000
홍보시의성	.324	6.131	.000
안내성	.099	1.877	.062
환경대의성	-.113	-2.132	.034
상수		75.795	.000

Note: R=.680 ; 수정된  $R^2=.445$  ;  $R^2=.462$

F=27.639 ; 유의 확률 F 변화량=.000

연구 문제에 검정 결과, 전통 문화 축제를 찾은 관광객의 사후 태도 즉, 만족도·재방문의사·추천의향에 중요한 역할을 하는 정(+)적인 요인으로 운영적절성과 지역문화 교육평가성으로 나타났고, 환경대응성은 부(-)정적인 요인으로 작용하고 있다는 것을 알 수 있다.

## V. 결론 및 시사점

### 1. 연구의 요약

본 연구는 전통민속축제에 대한 관광객의 지각요인과 사후태도의 관계를 알아봄으로써 차후 전통민속축제에 일어날수 문제점을 예측하고 그 원인을 규명함으로써 관광객의 욕구를 충족할 수 있는 전통문화축제로 거듭나길 기대하며 본 연구분석 결과를 전개하였다.

따라서 본 연구는 전통 문화의 활성화라는 테마를 가지고 전통 문화축제를 중심으로 과연 이러한 축제가 관광객에게 어떠한 영향을 주었는지 살펴봄으로서, 그 영향에 직접적인 관계를 규명하고자 하였다.

분석결과에서 관광객들이 행사를 주관하고 있는 지방자치단체의 인식에서는 지역축제에 대한 선행연구들의 결과와 상충되는 것으로 긍정적인 측면에서 지역의 경제 및 관광의 활성화, 관광자원의 보존과 개발, 지역 이미지 구축, 교육적인 효과 등에서 긍정적으로 조사되어 2001년 청도 소싸움축제가 성공적인 개최라고 잠정적으로 결론지을 수 있었다. 하지만 지역관광자원이나 환경의 훼손 등에 대하여 축제의 참여한 관광객은 부정적으로 지각하고 있으며 이 지각은 사후태도형성에 부정적인 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

본 연구를 통하여 나타난 결과를 토대로 해서 본 연구를 다음과 같은 요약할 수 있다.

첫째, 본 연구의 목적인 관광객의 사후 태도면 에서는 대부분 참여 관광객은 긍정적인 태도를 가지고 있는 것으로 나타났으며 요인들로 인하여 관광객이 느끼는 영향은 다르게 나타난 것을 알 수 있다. 관광객이 느끼는 관광의 영향으로는 운영적절성에 의하여 전통 민속 축제에 대한 영향의 결과의 비중이 큰 것으로 나타났다. 전통 민속지역축제의 영향에 대한 조사에서는 관광객과 전통 민속 축제에 대한 만족도, 재 방문 의사나 추천 의향을 알아봄으로서 청도 소싸움축제에 대하여 느끼는 관광객의 태도를 분석하였다.

둘째, 청도 소싸움 축제를 찾은 관광객의 주된 방문 목적은 청도 소싸움축제이라는 차별화된 고유의 상품에 그 초점을 두고 방문하고 있다는 점이다. 즉 청도 소싸움 축제는 고유의 차별화된 패러다임 구축에 성공하였다고 할 수 있다. 독특한 청도 지역의 축제인 청도 소싸움이라는 문화상품을 타문화의 상품과 차별화 하면서, 관광객들의 관심과 호기심을 자극하여 그 상품적 가치를 인정받았다고 할 수 있다.

셋째, 연구문제로 선정된 연구문제를 검증한 결과 청도 소싸움 축제를 찾은 관광객의 지각요인은 유의한 차이가 나타났다. 성별에 따른 차이검정에서는 남자의 만족도가 높은 것으로 나타났으며 연령별로는 환경 대응성에서 그 차이가 나타났다. 연령별에서 50대이상의

관광객에게 향토성과 옛 정취를 잃어버려 흥미를 잃어버렸다고 사료된다. 홍보시의성에는 교육수준이 높을수록 만족이 높은 것으로 나타났으며 운영적절성에서는 소득이 높을수록 유의한 결과가 유출되었다.

넷째, 관광객들의 인식조사 결과, 청도 소싸움 축제는 참여도, 인식, 만족도 등이 높게 나타나 전통문화축제로서 기반을 확고 정립하고 있다는 것을 알 수 있다. 특히, 지역의 특성과 차별성이 잘 반영되었고 국제성을 지닌 축제로 인식되었다.

## 2. 연구의 시사점과 한계점

현 지역문화축제는 대부분 지방자치단체 중심의 정치적 논리에서 과시적인 홍보의 역할이 치중하고 있어 지역 민이나 지역 관광객들의 의견을 반영할 수 있는 기회가 없다는 점에서 문제점을 지적할 수 있고, 이러한 행사가 당일관광 위주의 관광형태로 프로그램화되어 있어 관광객은 행사의 성공을 위한 보조 역할만을 하고 있다는 점을 지적하였다. 이러한 관점에서 본 연구는 축제의 직접 참여자인 관광객의 지각요인에 대하여 연구해 봄으로써 지역축제에 대한 전반적인 인식을 재조명하고자하였다. 본 연구에서는 이러한 관점에서 청도 소싸움 축제의 문제점과 이러한 문제점을 보완하기 위한 방안으로 몇 가지를 제시하였다. 지금까지의 청도 소싸움 축제는 조직위원회의 재구성부문에서는 관위주의 행사기획으로 인해 지역 민이나 지역의 관광객 의견이 직접적으로 반영되지 못해 발생하는 행사에 대한 부정적인 시각의 쇄신과 직접적인 행사의 경제적인 효과의 전달을 위해 지역 민과 관광객의 기획단계에 참여할 수 있는 방안의 모색과 1일관광의 형태에서 체류형 관광형태로의 전환을 위한 방안으로 행사장과 지역 관광지를 연계하는 청도나 시내지역과 연계한 시설의 확대와 프로그램의 확대 그리고 지역 민과 관광객의 참여 기회를 확대함으로써, 행사의 경제적인 영향을 직접적으로 제공할 수 있는 방안 모색, 야간 공연장의 운영상의 어려움으로 인해 실시하지 못하는 각종 공연이나 전시 등을 주변에 위치한 관광지의 이용을 통해 야간 시간대를 이용한 공연 행사나 전시는 청도 지역 야간 관광활동의 활성화 등에 대한 방안의 적극적인 모색이 필요할 것이다. 또한 청도 지역의 소싸움과 관련된 지역 특산물의 연계상품의 개발노력도 전통 민속축제 활성화에 아주 중요한 요소로 작용할 것이다.

결론적으로 정치적 논리에서의 지역 축제가 민·관·기업이 함께 하는 행사로 전환하는 노력과 행사의 효과가 지역경제에 대해 직접적으로 전달될 수 있는 방안의 모색, 체류형 관광의 형태로 관광객의 활동을 전환시킬 수 있는 민·관·기업의 협력 하에 적극적인 노력이 요구된다고 할 수 있으며, 가장 중요한 것은 관광객이 흥미를 가지고 행사에 참여할 수

있는 분위기를 조성하는 것이다. 이러한 관광객의 흥미 고취는 경제적인 요인이 많이 작용함으로 여기에 중점을 두어 지역 축제의 기획 하에서 운영에 이르기까지 관심을 가져야 할 것이다.

이상의 연구에서는 지역축제를 단편적인 측면의 효과를 검증하여 그 효용성을 축소화했다는 점에서 많은 비판의 소지가 있을 수도 있지만, 축제의 참여자중 관광객의 지각요인과 사후태도의 관계를 평가함으로써, 미시적인 관점에서 결과가 어떠한 영향을 미치는가를 알아보았다.

## 참 고 문 헌

### 【국내문헌】

#### 1.서적

- 강우열 · 김동혁 · 김철우 · 박재성 공저, 관광과 축제이벤트론, 부산 : 신지서원, 2000.
- 김광웅, 방법론 강의, 서울 : 다우문화사, 2000.
- 김사헌 · 정원일 · 고동우 외 6명, 관광학 연구의 현황과 과제, 서울 : 백산, 2000.
- 김사헌, 관광학 연구 방법론, 서울 : 일신사, 2000.
- 김염제, 소비자 행동, 서울 : 나남도서, 1996.
- 김학윤 · 이호배 공저, 소비자 행동, 서울 : 무역경영사, 1996.
- 류정아, 전통성의 현대적 발견, 서울대학교 출판부, 1998.
- 박모역, 문화연구와 문화이론, 현실문화연구, 1993.
- 박정선, 이벤트 이론과 사례, 서울 : 컴퓨터, 1996.
- 박정식 · 윤영식, 현대통계학, 서울 : 다산출판사, 1998.
- 배효선, 소비자행동연구-마케팅 전략적 접근, 서울 : 법문사, 1992. pp. 43-46.
- 서태양, 문화관광론, 서울 : 대왕사, 1999.
- 세뮤얼 헌팅턴 저, 이희재 역, 문명의 충돌, 서울 : 김영사, 1998.
- 손대현, 관광론, 서울 : 일신사, 1990.
- 안중윤, 관광행정론-공공정책과 경영정책, 서울 : 박영사, 1997.
- 유동근, 소비자 행동론, 서울 : 미래경영, 1992.
- 유영준, 이벤트 관광학 -이벤트의 효과 · 운영 · 기획, 서울 : 대왕사, 1998.
- 이 한, 관광자원론, 서울 : 학문사, 1996.
- 이각규, 21세기 지역 이벤트 전략, 서울 : 커뮤니케이션북스, 2000.
- 이동원, 박옥희공저, 사회심리학, 서울 : 학지사, 2000.
- 이연택 편저, 관광학 연구의 이해, 서울 : 일신사, 2000.
- 장 뒤비노 지음, 류정아 옮김, 축제와문명, 서울 : 한길사, 1998.
- 전경수, 관광과 문학, 서울 : 일신사, 1994.
- 전성환, 실전 이벤트 기획론, 서울 : 예영, 2000.
- 정충영 · 최이규, SPSSWIN을 이용한 통계분석, 서울 : 무역경영사, 1998.
- 추 현, 현대 경영학원론, 서울 : 형설, 1993.
- \_\_\_\_\_, 조직행동론, 서울 : 형설, 1994.

한경수, 관광객 행동론, 서울 : 형설, 1997.  
홍대식, 사회심리학, 서울 : 청암미디어, 2001.

## 2. 논문

- 고동우, “관광지 심리적 체험과 만족감의 관계”, 고려대학원 대학원 박사학위논문, 1998.
- 고동우·부소영, “기획축제 관람자의 소비지출 기제 탐색”, 한국소비자·광고심리학회, 제2권, 제2호, 2001.
- 김규호, “문화행사가 지역의 경제, 사회, 문화 및 환경에 미치는 영향”, 경주세계문화엑스포 평가회, 2001.
- \_\_\_\_\_, “경주 세계문화 엑스포가 지역에 미치는 영향”, 2000년 경주세계문화엑스포 성공을 위한 국제 학술 회의, 2000.
- 김도은, “축제관여도에 영향 요인 관한 연구 - 서울시 축제를 중심으로” 한양대학교 석사학위논문, 1999.
- 김병철, “문화를 통한 지역 경영-강원지역 문화의 발전 방안”, 문화도시, 문화복지, Vol. 30, 한국정책개발연구원, 1998.
- 김병철, “강원도 지역축제의 활성화 방안 연구”, 강원개발연구원, 1998.
- 김상무·송지준, “안동 하회별신굿탈놀이 관광실태와 개선 방안에 관한 연구”, 관광경영학회지 15권 제 2호, 2000.
- 김인호, “관광자의 만족/불만족 및 재 방문의 평가 합치적 접근”, 광운대 경영학과 박사학위논문, 1993.
- 김춘식, “지역개발 전략으로서 전통 문화의 관광상품화”, 관광행정논집 제 11권 제 1장, 1999.
- 김홍운, “한국의 지방 문화행사를 관광 상품화하는 방향에 관한 연구”, 한국학논집 제10지, 1986.
- 노영숙, “지역축제에 대한 기대수준 및 만족도 차이에 관한 연구”, 경희대학교 경영대학원 석사 논문, 2000.
- 문화체육부, “세계화 시대에 부응하는 문화와 관광의 연계 방안”, 1995.
- 문희정, “도시 내부장소 마케팅의 지역적 파급효과” 서울대학교 대학원 석사 청구 논문, 1998.
- 박근수, “'99강원 국제관광엑스포의 지역 주민 역할에 대한 연구”, 강원 비전 포럼 학술보고서, 2000.
- 박상현, “관광축제의 참여동기에 관한 연구”, 한양대학교 대학원 석사 청구논문,

- 1998.
- 박진영, “중요도-성취도 분석을 이용한 지역축제 개선방안에 관한 연구”, 명지대학교 대학원 석사 청구 논문, 1998.
- 변우희, “강원도 폐강지역의 관광개발 사업의 인식과 태도”, 관광개발논총, 1999.
- \_\_\_\_\_, “경주세계문화엑스포의 관광영향도 평가 및 비교분석”, 관광레저연구, 제13권, 1호, 2000.
- 서정태. “‘2000 청도 소싸움 축제 분석 및 평가보고서’ 청도 소싸움 축제 보고서, 2000.
- 성시정, “유럽의 전통 축제문화와 그 종교적인 역동성”, 형이상학 제 5집, 1997.
- 송정일, “지방 자치단체의 지역축제평가에 관한 연구”, 제주대학교 행정대학원 박사 청구논문, 2000.
- 신용석, “관광상품화 의한 지역 문화유산의 성격 변화-안동 하회별신굿탈놀이를 사례로”, 서울대학교 대학원 학위논문, 1999.
- 오순환, “지역축제의 실제와 경제적 효과”, 관광학연구 제22권 제 3호, 1999.
- 이무송, “서울시 거리축제의 성격에 관한 연구”, 서울대학교 대학원 석사 청구논문, 1996.
- 이세섭, “지역축제의 문제점과 개선을 위한 역할분담에 관한 연구”, 석사학위논문. 중앙대학교 예술대학원, 1998.
- 이원태. “지방 자치 단체의 지역문화 축제 운영 방안 연구” 한국 문화정책 개발원, 1995.
- 이정현, “이벤트관광 방문자의 만족에 관한 연구-광주 비엔날렌 케이스를 중심으로”, 한양대학교 석사학위논문, 1998.
- 장희정, “한국의 해외 상품에 대한 관광소비자의 만족에 관한 연구” 한양대학교 박사학위논문, 1996.
- 정강환, 지역활성화를 위한 이벤트와 지역축제부흥방안, 지방행정연구 제11호 제3권, 1996.
- 정의선, “‘99강원 국제관광엑스포 관광객 소비지출의 경제적 파급효과”, 강원 비전 포럼학술보고서, 2000.
- 정준무, “관광산업이 지역 개발에 미치는 영향에 관한 연구”, 서울대학교 대학원, 1994.
- 조홍윤, “한국적 향토 축제의 정립”, 민속과 문화, 1995.
- 최복수 · 이상경, “관광객의 특성에 따른 관광지의 선택속성과 중요도 요인과 만족요인간의 비교연구”, 관광개발논집, 제12권, 2000.

함석중, “강원 이벤트의 측정 및 평가요인 분석”, 관광개발학회 발표논문집, 2000.  
헤이만, “춘천시 축제에 나타난 장소 마케팅의 성격”, 서울대학교 대학원 석사논문, 1998.

## 【국외문헌】

- A. Pizam, Y. N. & Reiche, A., "Dimensions of Tourist Satisfaction With a Destination Area", *Annals of tourism Research* ,Vol.5(3), 1978.
- Amed, U. Z., "The need for the Identification of the Constituents of a Destination's Tours Image; A Promotional Segmentation perspective", *The Tourist Review*, 1996(2).
- Chon, Kye-Sung., "Consumer Satisfaction & Dissatisfaction in Tourism as related to Destination Image Perception", Virginia Polytechnic Institute & State Univ. P Dissertation. 1990.
- Dann, G. M. S., "Tourist satisfaction : A highly complex variable." *Annals of Tourism Research*, vol.5. 1979.
- Dann, G. M. S & Nash, Dennison & Pearce, Philip., "Methodology in Tourism". *Annals of Tourism Research*. vol.15. 1998.
- Getz, D., *Festivals Special Events and Tourism*, Van No strand Reginald, New York, 1991.
- \_\_\_\_\_, Special Events Defining the product, *Tourism Management*, 1990.
- \_\_\_\_\_, *Event management & Event tourism*, Cognizant Communication Corporation, 1997.
- Doxey, G. V., "A Causation theory of Visitor-Resident Irritants' Methodology and Research Inferences" ,Proceedings of the 6th Annual conference of *The Travel Reserch Association*, 1975.
- Neo, F. P., "Measurement Specification and Leisure Satisfaction", *Leasure Science*, 1996(2).
- Fritz Heider, "Attitudes and Cognitive Organization", *Journal of Psychology*, Vol. 21. 1946.
- Frechting, Douglas C., "Assessing the Impacts of Travel and Tourism Measuring Economic Benefits" *Travel, tourism and Hospitality Research*, 1987.

- Gartner, W. C & Hunt, D. J., "An Analysis of State Image Change Over a Twelve-Year Period", *Journal Travel Research*, 1987(Fall). pp. 15 -19.
- Goodrich, N. J., "A New Approach to Image Analysis through Multi-dimensional Scaling", 1978(Winter).
- Engel, J. F. & Blackwell, R. D. & Kollat, D. T., *Consumer Behavior*, 3rd ed, New York : The Dryden Press, 1978.
- Jeremy Boissevain, "Tourism and Development in Malta", *Tourism and Economic Change*, 1978.
- Goodrich, J. N. "The Relationship between Preferences for and Perceptions of Vacation Destination : Application of a Choice Model", *Journal of Travel Research*, Vol. 17. (Fall),1978.
- Kottke, Marvin, "Estimating Economic Impacts of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 15(1), 1988.
- Lanford, Samuel V., & Howard, D. R. , "Development a Tourism Impact Attitude Scale" *Annals of Tourism Research*, 21(1), 1994.
- Leon G. Schiffman & Leslie, L .Kanuf., *Consumer Behavior*, Englewood Cliffs, N. J. prenticeship 1978.
- Liu & Var, "Resident Attitudes To word Tourism Impact in Hawaii", *Annals of Tourism Research*, 13(2). 1986.
- Liu Juanita, C. Pauline J. Sheldon, & Turgut Var. "Resident Perceptions of the Impacts of the Environment Impacts of Tourism" *Annals of Tourism Research*, 14(1), 1987.
- Cohen Erick, "Traditions in the Qualitive Sociology of Tourism", *Annals of Tourism Research*,15(1), 1988.
- Lounsbury, J. W. & Polik, J. R., "Leisure needs and vacation satisfaction", *Leisure Science*,14, 1992.
- Harry, L., *Hansen Marking Homewood*, Illinois : Irwin, 1961.
- Mazursky, D., "Past Experience and future tourism decisions", *Annals of tourism Research*, Vol. 16, 1990.
- Oliver Richard L, "A Cognitive Model of the Antecedents and cones Quences of Satisfaction Decisions", *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, 1980.
- Oliver, Richard L, & John E. Swan, "Equity and Discontinuation Perception

- as Influence on Merchant and Product Satisfactions", *Journal of Consumer Research*, 16. 1989.
- Perdue, Richard R., Patrick T. Long, Lawrence R. Allen "Resident of Support for Tourism Development", *Annals of Tourism Research*, 17(4) 1998.
- Philip, F. S. "Racial Differences in the Perceived Attractiveness of Tourism Destinations, Interests, and Cultural Resources", *Journal of Leisure Research*, vol. 25, No.3, 1993.
- Richardson, L. S. & Crompton, L. J., "Cultural Variation in Perceptions of Vacation Attributes", *Tourism Management*, 1988.
- Ryan Chris, *Recreational Tourism ; A Social Science Perspective*, London: Routledge, 1991.
- Latour, S. A. & Peat, N. C., "Conceptual and Methodological Issues in Consumer Satisfaction Research", *Advances in Consumer Research*, Vol.6, 1988.
- Samremba & Gill, "Value conflicts in Mountain Park settings", *Annals of Tourism Research*, 18(3) , 1991.
- Selby, M. & Morgan, N., "eonstruing Place Image; A Case Study of its Role in Destination Market Research", *Tourism Management*, Vol.17(4), 1996.
- Stuart Sutherland, *Macllan Dictionary of Psychology*, The Macmillan Press Ltd, 1989.
- Engel, F .J. & Blackwell, D. R. & Milliard, W. P. *Consumer Behavior*, The Dryden Press, 1995.
- Raaij, W. F. V., & Francken, D. A., "Vacation Decision, Activities and Satisfaction", *Annals of tourism Research* , Vol, 11-1. 1996.
- Walle, A. H., "Cultural Tourism : A strategic focus", *West view Press*, 1998.
- Weiner, B., "The Cognition Emotion Process in Achievement-Related Context", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 37, 1979.
- Yau, M. O., & Chan, F. C., "Hong Kong as a Travel Destination in South-East Asia; a multidimensional approach", *Tourism Management*, 1990(June), pp. 123-131.



관광인식에 관한 내용

조사내용	아주 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
지역특성이 잘 반영되었다	1	2	3	4	5
새로운 체험을 할수 있었다	1	2	3	4	5
문화적 체험을 할수 있었다	1	2	3	4	5
참여의 기회가 자유롭다	1	2	3	4	5
교육적 가치가 풍부하다	1	2	3	4	5
행사장을 찾기 쉽다	1	2	3	4	5
주인이 친절하다	1	2	3	4	5
안내정보가 풍부하다	1	2	3	4	5
주차시설이 넓다	1	2	3	4	5
행사의 설명이 잘 되었다.	1	2	3	4	5
공연·전시 프로공연이 잘 되었다	1	2	3	4	5
행사의 짜임새가 잘 되었다	1	2	3	4	5
휴게시설이 잘되어있었다	1	2	3	4	5
바가지요금이 있다	1	2	3	4	5
행사 안내원이 친절하다	1	2	3	4	5
행사시간이 잘 지켜진다.	1	2	3	4	5
먹거리의 맛과서비스에 만족한다	1	2	3	4	5
기념품이 다양하고 가격이 적절하다	1	2	3	4	5
화장실의 사용이 용이하다	1	2	3	4	5
매력적인 자연경관이 있다	1	2	3	4	5
입장요금에 만족한다	1	2	3	4	5
행사장이 청결하다	1	2	3	4	5
입장 및 관람질서에 만족한다`	1	2	3	4	5
전반적으로 행사에 만족한다	1	2	3	4	5
기회가 된다면, 다시 행사에 참여하겠다	1	2	3	4	5
다른 사람에게 추천하겠다	1	2	3	4	5

관광영향에 관한 내용

조사내용	아주 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이 다	그렇다	매우 그렇다
행사와 지역과의 연계성이 있다	1	2	3	4	5
행사가 대외적으로 홍보가 잘 되었다.	1	2	3	4	5
행사의 시기가 적절하다고 생각된다	1	2	3	4	5
장애인 시설이 잘되어 있다	1	2	3	4	5
행사장의 미관이 주변의 경관을 해치고 있다	1	2	3	4	5
행사후 지역의 환경오염이 더욱 심각해 질것이다	1	2	3	4	5
행사공연의 대기시간은 적절하다	1	2	3	4	5
행사의 캐릭터가 적절하다	1	2	3	4	5
행사장주변이 안전하다	1	2	3	4	5

일반적인 사항

성별	연령	직업	학력	월소득	결혼여부
1남 2여	120대미만 2 20대 3 30대 4 40대 5 50대 660대이상	1학 생 2주 부 3전문직 4자영업 5회사원 6공무원 7기 타	1고졸이하 2고 졸 3대 졸 4대졸이상	1100이하 2100~200 3200~300 4300~400 5400이상	1미혼 2기혼

## Abstract

### A Study on How the Participatory Recognition of Tourists for Korean Traditional Culture Festival Affects Post Attitude.

- Focusing on Cheongdo Bull Fighting Festival -

by Park, Jae Gil

Department of Tourism Science

The Graduate School of Kyongju University

Kyongju, Korea

#### 1. Purpose

This study mainly intends to research how Korean traditional culture festivals affect tourists afterwards so as to find out countermeasures and strategies for activating traditional culture festival.

Furthermore, the study intends to find out how direct or indirect effects occurring in Cheongdo Bull Fighting Festival affects the recognition of tourists and to seek for any traditional culture festival suitable for each region with such recognition, ultimately to find how to maximize the tourism development in Cheongdo region, Gyeongbuk Province, Korea.

To achieve these goals, the purpose of study was established in detail as follows:

Firstly, look through the concept and the modern significance of existing domestic and foreign studies for traditional culture festival and establish the participatory recognition and post attitude of tourists.

Secondly, collect the data on research area(Cheongdo) and target(Cheongdo Bull

Fighting) in terms of traditional culture festival and then make primary analysis by using the data.

Thirdly, look through the difference in their recognition by submitting questionnaire to audiences of Cheongdo Bull Fighting Festival (general tourists and regional inhabitants), on the basis of the follow-up data analyzed with these primary data as described above, and examine whether there may be differences in post attitude affecting regional festival, and then perform the analysis for establishing the correlation between participatory recognition and post attitude in traditional culture festival.

Finally, search for detailed strategy of traditional culture festival based on the data as analyzed above to show the direction to activated traditional culture festival.

## **2. Establishment of study model and hypothesis**

This study focuses on positively identifying the correlation between the recognition process affecting tourists' attitude and their post attitude in terms of traditional culture festival, thus to forecast their attitude.

In this viewpoint, the study models were designed and the corresponding hypotheses were established in detail based on such models. The factors of tourists' recognition which affects their post attitude with participation in Cheongdo Bull Fighting Festival were logically classified into promotional relevance, event value and convenience in guiding to event place and then the hypotheses could be established as follows:

Hypothesis 1: There might be a significant difference between participatory recognition of tourists who participated in traditional culture festivals, on the basis of demographic features.

Hypothesis 2: There might be a significant difference between post attitudes of tourists who participated in traditional culture festivals depending upon their tourism style.

Hypothesis 3: The participatory recognition of tourists who participated in traditional culture festivals might affect the post attitude of tourists.

### **3. How to analyze data.**

Statistical processing of collected data was analyzed with SPSS/WIN statistical package.

In addition, the factor analysis as presented by Vincent C.S Heung and Raymond Chu and the corresponding demographic difference test were applied to this analysis procedure so as to prove hypotheses as described above.

Based on that the development procedure of the existing studies is considered reasonable, statistical data analysis procedure was divided into 5 steps for its design.

Firstly, the frequency analysis was performed to identify general statistics and tourism features for tourists who participated in 2001 Cheongdo Bull Fighting Festival.

Secondly, the frequency analysis was performed to identify general recognition of tourists for traditional folk festival.

Thirdly, principal component analysis was performed with Varimax method to identify the feature for each factor by using 23 recognition variables.

Finally, each feature of extracted factors was examined by comparing demographic variables and means.

It is expected that this mean comparison will be available for establishing the market fractionation strategy in the next traditional culture festivals.

Ultimately, the correlation between their recognition and post attitude for traditional folk festivals was forecasted by forecasting and analyzing their satisfaction, revisiting plan and attitude for recommendation with using variables extracted from factors of samples.

### **4. Summary**

This study focused on the correlation between tourists' participatory recognition and their post attitude for traditional folk festivals so as to forecast any potential problem in next traditional folk festivals and to establish the reason. Hoping that the existing festivals will be changed to traditional culture festivals which meet the desire of tourists, I developed the result of this analysis.

Accordingly, this study intends to find out how this festival affects tourists and to

establish the direct relationship to the effects, focusing on traditional culture festivals in an effort to activate our traditional culture.

As a result of analysis, it was found that the activation of regional economy and tourism, the preservation and development of tourism resources, the educational effects, etc. were positively examined, which were contradictory to the result of existing studies for regional festivals, in terms of tourists' recognition for local government as a host of regional events. Thus, it could be just concluded that 2001 Cheongdo Bull Fighting Festival was successfully held.

However, it was shown that the tourists who participated in festivals negatively recognized regional tourism resources, environmental damage, and so on. It is shown that this recognition has also a negative effect on building up their post attitude.

Based on the result as shown in this study, the study can be summarized as follows:

Firstly, it was shown that most of tourists who participated in festivals has positive attitudes in terms of their post attitude as one of the purposes of this study. And it is found that there are different effects tourists feel due to different factors.

In the effects of tourism as tourists feel, it was found that effects for traditional folk festival have higher importance on results due to operational relevance. In the study on effects of traditional folk festivals, the attitude of tourists they feel for Cheongdo Bull Fighting Festival was analyzed by finding out their satisfaction for traditional folk festivals, revisiting intention or recommendation.

Secondly, it was shown that tourists who visited Cheongdo Bull Fighting Festival mainly intended to visit the festival focusing on its inherently differentiated locality. That is, it can be deduced that Cheongdo Bull Fighting Festival has succeeded in building up its inherently differentiated paradigm. As a peculiar festival in Cheongdo area, Cheongdo Bull Fighting could be recognized as its value of locality with differentiating from the locality of other cultures and by stimulating their interest and curiosity.

Thirdly, as a result of examining hypotheses as described above, it was shown that there was a significant difference between participatory recognitions of tourists who visited Cheongdo Bull Fighting Festival. In the difference test according to gender, it was shown that male's satisfaction was higher than female's counterpart. And there was difference in environmental adaptation for each age. In terms of age, it can be

judged that tourists over 50 years old lost their interest in festivals, because local features and old sentiment were faded out. For promotional relevance, it was shown that higher educational level led to higher satisfaction. And for operational relevance, it was also shown that higher income led to more significant results.

Finally, as a result of analyzing tourists' recognition, it was shown that there was higher score in participation rate, recognition and satisfaction in terms of Cheongdo Bull Fighting Festival, which was already established as a regional traditional culture festival. In particular, this festival reflected local feature and differential characters so well and was recognized as a festival with the international potential.