

碩士學位論文

메가이벤트에 대한 지역주민의
태도와 영향인식에 관한 연구

-2008 중국 베이징올림픽을 중심으로-

The logo of Jeju National University is a large, stylized 'J' shape. The left vertical stroke of the 'J' is composed of three wavy, overlapping bands in light blue, light green, and light grey. The right vertical stroke is a solid purple. At the top of the 'J' is a small square icon containing a stylized 'U' and 'N'. Below the 'J' is the text 'JEJU' in a bold, sans-serif font, with '1952' underneath it. The entire logo is set against a background of a large, faint watermark that reads 'JEJU NATIONAL UNIVERSITY 1952' and '제주대학교' in Korean.

濟州大學校 大學院

觀光經營學科

韓 笑

2009年 2月

메가이벤트에 대한 지역주민의 애착도와 영향인식에 관한 연구

-2008 중국 베이징올림픽을 중심으로-

指導教授 趙文秀

韓笑

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2009年 2月

韓笑의 觀光學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長
委 員
委 員

서 용 趙
朴 時 文
趙 文 秀



濟州大學校 大學院

2009年 2月

**A Study on Place Attachments and Perceptions
of Local Residents toward Mega Event**

- Focused on 2008 Beijing Olympics-

Xiao, Han

(Supervised by professor Moon-Soo, Cho)

**A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree
of master of tourism management**

2009. 02 .

This thesis has been examined and approved.

DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT

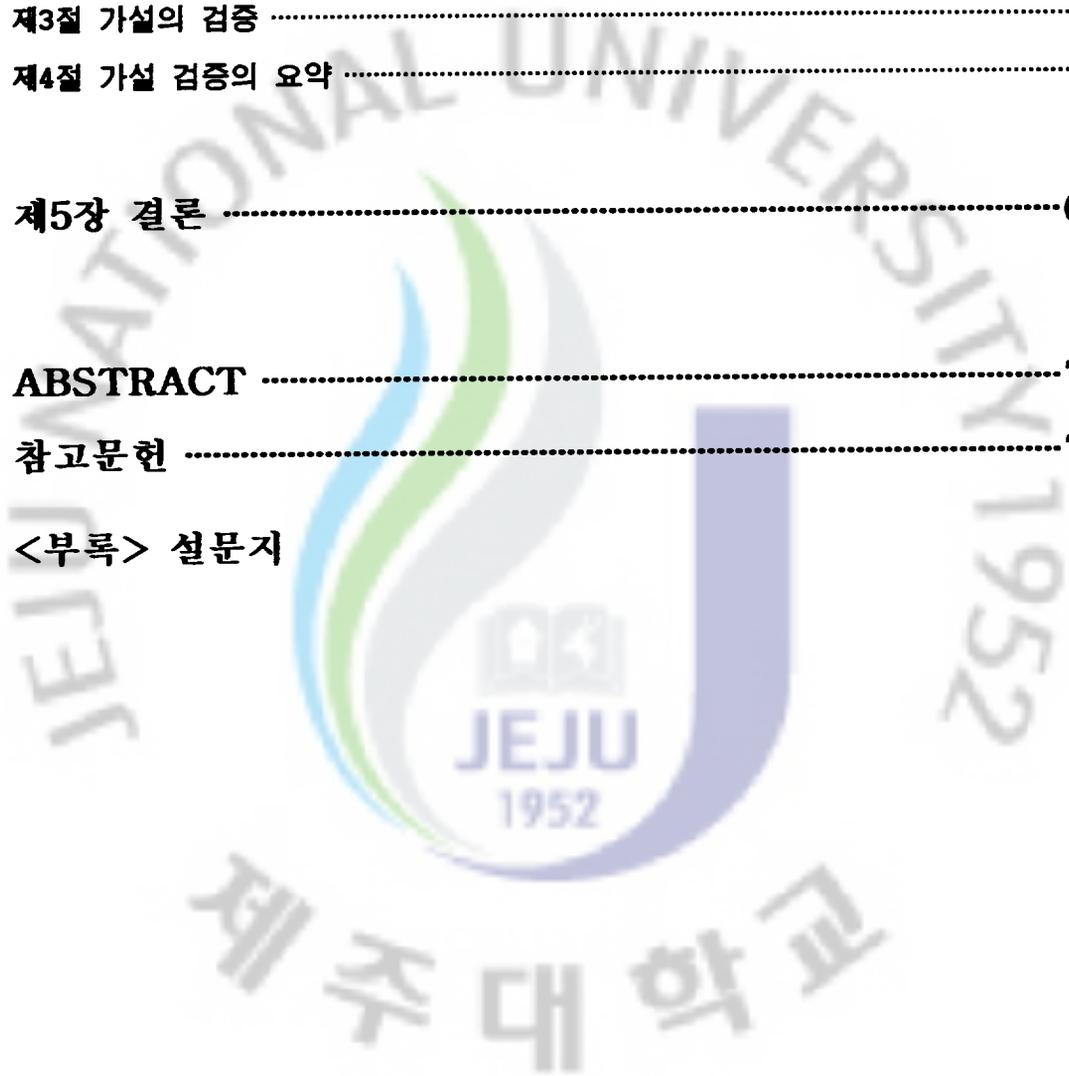
GRADUATE SCHOOL

CHEJU NATIONAL UNIVERSITY

<목 차>

제1장 서론	1
제1절 연구의 배경	1
제2절 연구의 목적	3
제3절 연구의 범위와 방법	4
제2장 이론적 고찰	5
제1절 메가이벤트(Mega Event)	5
1. 메가이벤트의 개념	5
2. 메가이벤트 영향	13
3. 메가이벤트 관련 선행연구	18
제2절 지역사회 애착도와 지역주민의 인식	22
1. 지역사회 애착도	22
2. 지역사회 애착도의 구성요소	27
3. 지역주민의 인식	30
4. 메가이벤트에 대한 지역주민의 인식 관련 선행연구	32
제3장 연구 설계	37
제1절 연구모형 및 가설설정	37
1. 연구모형 및 가설설정	37
2. 용어의 조작적 정의	38
제2절 연구조사 설계	40
1. 설문문의 구성	40
2. 표본추출과 자료수집	41

제4장 실증분석 및 결과	43
제1절 표본의 인구통계적 특성	43
제2절 변수의 신뢰성 및 타당성 분석	45
1. 신뢰성 분석	45
2. 타당성 분석	47
제3절 가설의 검증	51
제4절 가설 검증의 요약	64
제5장 결론	67
ABSTRACT	70
참고문헌	72
<부록> 설문지	



〈표 차례〉

<표 2-1> 메가이벤트의 개념	12
<표 2-2> 홀마크 이벤트의 영향	13
<표 2-3> 이벤트가 지역사회에 미치는 영향	15
<표 2-4> 주요 스포츠 이벤트 연구 사례	20
<표 2-5> 서울올림픽 관련 선행연구 사례	21
<표 2-6> 메가이벤트 영향에 대한 지역주민의 인식 측정	36
<표 3-1> 설문문의 구성	41
<표 4-1> 인구통계적 특성	44
<표 4-2> 애착도 항목 신뢰성 분석 결과	46
<표 4-3> 지역주민의 영향인식 항목 신뢰성 분석 결과	46
<표 4-4> 애착도 측정항목 요인분석 결과	49
<표 4-5> 영향인식 측정항목 요인분석 결과	51
<표 4-6> 직업에 따른 애착도의 차이 검증	52
<표 4-7> 학력에 따른 애착도의 차이 검증	53
<표 4-8> 거주기간에 따른 애착도의 차이 검증	54
<표 4-9> 관광관련성에 따른 애착도의 차이 검증	55
<표 4-10> 직업에 따른 영향인식의 차이 검증	56
<표 4-11> 학력에 따른 영향인식의 차이 검증	57
<표 4-12> 거주기간에 따른 영향인식의 차이 검증	58
<표 4-13> 관광관련에 따른 영향인식의 차이 검증	59
<표 4-14> 베이징지역과 중국 다른 지역 지역주민의 애착도에는 차이 분석 · 60	60
<표 4-15> 베이징지역과 중국 다른 지역 지역주민의 영향인식에는 차이 분석 61	61
<표 4-16> 지역사회 애착도 수준에 따라 환경적 영향인식에 대한 회귀분석 ... 62	62
<표 4-17> 지역사회 애착도 수준에 따라 관광 산업적 영향인식에 대한 회귀분 석	62
<표 4-18> 지역사회 애착도 수준에 따라 경제적 영향인식에 대한 회귀분석 ... 63	63
<표 4-19> 가설 채택여부	64

<그림 차례>

<그림 2-1> 이벤트범주	8
<그림 2-2> 애착이론의 발달	23
<그림 2-3> 지역사회 애착도의 개념 및 구성요인	29
<그림 3-1> 연구모형	37



제1장 서론

제1절 연구의 배경

오늘날 세계 주요도시와 국가에서 발생하는 축제나 이벤트의 붐은 일시적인 현상이기 보다는 세대 간, 지역 간, 계층 간, 이념 간의 벽을 없애는 커뮤니케이션의 통로 역할을 함으로써 개최지역이나 개최 국가의 관광산업에 활력소가 될 뿐만 아니라 개최전후로 발생하는 정치적, 경제적, 사회·문화적, 환경적 영향이 크게 기여하고 있다. 그 사실이 최근의 연구 결과 밝혀지고 있다.

올림픽이나 월드컵이나 엑스포와 같은 메가이벤트는 개최국의 위상을 제고함과 동시에 경제적인 가치로서 무역, 건설, 관광, 기업 홍보, 광고, 정보통신, 스포츠마케팅, 방송 등 경제의 총체적인 부문에서 거대유발효과를 가져 왔다. 무형적인 측면으로는 경제적으로 측정할 수 없는 정치, 사회·문화적 통합 분위기와 개최국에 대한 자부심과 애국심을 고취 시킬 수 있다는 것을 들 수 있다. 예들 들면 메가이벤트 준비에 개최지역의 도시경관이 개선되어 도시의 매력이 증진되고 이벤트 방문객들을 위한 사회기반시설이 확충됨으로 인해 개최지역의 이미지가 개선되어지게 된다. 또한 월드컵이나 올림픽과 같은 메가 스포츠이벤트는 세계인의 관심을 미디어에 집중시키게 하는 미디어 메가이벤트로서 개최기간 동안 전 세계 매체의 주목을 받을 수 있어 개최국의 이미지를 정립하는데 결정적인 영향요인으로 작용할 수 있다.

메가이벤트의 개최에 있어서는 개최 후의 효과가 더 중요시되어야 하고 중요하다는 연구 결과가 이미 발표된 바 있다¹⁾. 기존의 축제에 대한 연구는 여러 부분에서 많은 연구들이 행하여져 왔으며, 일반적인 축제도 지역의 경제적, 사회문화적 측면의 발전 가능성과 효과를 가지고 있다는 것이 이미 입증된 바 있다. 메

1) Roche, M. (1994). "Mega-events and Urban Policy." *Annals of Tourism Research* 21(1): 1-19;
Gitelson, R., D. Kerstetter, et al. (1995). "Evaluating the Educational Objectives of a Short-term Event." *Festival Management & Event Tourism: An International Journal* 3(1): 9-14.

가이벤트 또한 지역축제의 한 부분으로서 유사한 효과를 가지고 있다고 볼 수 있지만, 초대형 메가이벤트로서 가지는 범 분야적인 효과는 훨씬 더 다양하고 크다고 하겠다.

1986서울아시안게임, 1988서울하계올림픽, 2002한·일월드컵축구대회, 2003하계 유니버시아드대회 등과 같은 성공적 사례를 살펴보면 이는 스포츠이벤트를 주관하는 조직위원회 뿐만 아니라 현지의 지역주민들의 적극적인 참여 및 기여가 행사 성공의 중심적인 역할을 한다는 점에서 볼 때 지역주민의 자발적인 참여를 유도할 수 있는 방안이 제시되어야 할 것이다.

지역의 직접적이고 현실적인 문제는 메가이벤트가 개최된 이후에 지역주민의 생활에 어떠한 영향을 미치는가에 대한 문제이다. 메가이벤트 개최의 결과에 대하여 하나의 지역사회 내에서도 관광의 결과에 대하여 긍정적·부정적 평가가 공존할 수 있으며, 또한 지역사회 공동체에서 갈등관계로 나타날 수 있다. 지역주민의 입장에서 메가이벤트의 영향에 대하여 바라볼 필요가 있다.

그러나 지금까지 국내의 선행연구를 보면, 메가이벤트에 대한 관련연구들이 메가이벤트에 대한 일반적 파급효과와 방문객의 만족도 등 사회, 문화, 경제적 영향을 평가한 연구에 국한되어 그 영향을 포괄적으로 다루지 못하는 한계를 가지고 있고, 특히 지역주민의 메가이벤트 영향에 대한 인식에 관한 연구는 매우 부족하고 지역주민의 메가이벤트 영향에 대한 지역사회 애착도와 지역주민의 인식차이에 관한 사후연구는 미흡하다고 볼 수 있다. 이처럼 메가이벤트의 영향에 대한 지역주민의 인식에 관심을 가지는 이유는 이벤트 개최가 그 해당 지역사회에 고려할만한 긍정적·부정적 결과를 가져오기 때문이다. 이러한 이유로 메가이벤트의 영향에 대한 논의를 지역사회라는 틀 안에서 지역사회 애착도와 개최지역주민의 인식에 대한 논의해 볼 가치가 있다고 보아진다.

메가이벤트의 준비과정에서 지역주민의 참여를 유도하고 긍정적인 태도를 형성하기 위해서는 지역주민의 지역사회에 대한 갖는 관심과 애착은 중요한 고려요소이다. 지역사회 애착도는 지역주민의 삶을 구성하는 가장 중요한 요소 가운데 하나로 고려된다. 지역사회 발전 수단으로 개발을 추진하더라도 지역주민들이 지역사회에 대해 갖는 애착도는 지역주민이 해당 지역사회에 대해서 개인적으로 느끼는 심리적 유대감을 의미한다.

제2절 연구의 목적

엑스포, 올림픽, 박람회, 월드컵과 같은 메가 이벤트는 대규모의 이벤트로서 단기간에 엄청난 관광효과를 유발한다는 측면에서 본다면 2008 베이징 올림픽의 개최로 인한 경제적, 사회 문화적, 효과가 커질 것으로 예상할 수 있다. Witt(1988)²⁾는 메가 이벤트가 많은 관광객들을 유인하는 대형 매력물로 여길 수 있다고 주장하였다. 이것은 메가 이벤트의 가장 기본적인 측면이 엄청난 수의 국내, 국제 방문객들을 유인하기 때문일 것이다.

중국에서는 1979년 개혁개방을 채택함으로써 경제적 측면에서 커다란 변화가 진행되고 있으며 문화, 정치측면에서 빠른 속도로 변화와 발전을 해왔다. 20여년간의 변화와 발전을 거쳐서 제1, 2차 산업중심 패턴은 서비스산업인 제3차 산업중심으로 바뀌고 있으며 이제 지속 가능한 발전을 도모하려 하고 있다. 최근에는 국제 컨벤션이나 메가이벤트 등을 대표하는 문화 관광행사를 많이 개최하고 있으며 특히, 2008년 베이징올림픽게임에 이어서 2010년 상해엑스포를 개최함으로써 중국관광산업에 커다란 영향을 미칠 것으로 예상된다.

본 연구는 베이징 올림픽 개최도시의 지역주민을 대상으로 개최지역에 미치는 영향을 문헌연구와 사례를 통하여 조사하고, 메가이벤트인 베이징올림픽의 경제적, 사회·문화적, 물리·환경적, 관광요인에 관한 인식 조사를 통하여 긍정적인 면과 부정적인 면을 조사하고자 한다.

첫째, 메가이벤트의 정의와 중국에서 개최된 메가이벤트의 현황과 지역에 미치는 영향을 조사하고자 한다.

둘째, 개최된 이벤트가 지역에 거주하고 있는 주민의 애착도를 파악하고자 한다.

셋째, 연구과정에서 도출되는 메가이벤트 개최의 문제와 원인을 규명함으로써, 메가이벤트가 지역주민의 기대에 부응하면서 지역발전을 촉진시킬 수 있는 방안을 제시하고자 한다.

2) Witt, S. F. (1988). "Mega-events and Mega-attractions." *Tourism Management*. v9(1): 76-77. 재인용.

제3절 연구의 범위와 방법

본 연구에서는 위와 같은 연구의 목적을 달성하기 위하여 선행연구를 검토하는 문헌연구와 이를 검증하는 실증연구방법을 실시하였다. 문헌연구에서는 관련 서적 및 선행연구자료 등을 중심으로 이론적 고찰을 하고 있으며, 실증연구에서는 문헌연구에서 도출한 변수들을 설문지를 작성하여 2008년 중국 베이징올림픽이 개최된 도시중 베이징, 상해, 심양, 청도 4곳의 도시 지역주민을 중심으로 설문조사를 실시하였다.

본 연구의 실증분석에서 수집된 자료의 통계처리는 통계패키지 SPSS 12.0을 활용하여 분석되었으며, 빈도분석, 신뢰도 및 요인분석, t-test, 일원배치분산분석, 다중회귀분석을 사용하였다.

본 연구의 구성은 아래와 같다.

제1장에서는 연구의 배경과 연구의 목적, 연구의 범위 및 방법을 논의하고 있고, 제2장의 이론적 배경은 메가이벤트, 지역주민 인식과 지역사회 애착도를 이론적으로 규명하였으며,

제3장은 연구의 설계 및 조사방법에 대해서 연구모형의 실제, 연구가설 및 검증방법, 조사 설계를 체계적으로 고찰하고 있다.

제4장은 가설 검증 및 연구 결과 분석을 도출하고자 한다.

제5장은 연구의 결과를 제시하고자 한다.

제2장 이론적 고찰

제1절 메가이벤트(Mega Event)

1. 메가이벤트의 개념

1) 이벤트의 개념

이벤트의 어원은 라틴어의 Events(밖으로 오라)에서 유래되었다. 사전적 의미에서 사전의 뜻으로 경기의 종목 또는 그 경기, 행사 등으로 해석된다. 이벤트란 넓은 뜻으로 기한과 장소 그리고 대상을 제한하여 공통의 목적으로 인도해 나가기 위한 모든 행사를 의미한다. 오늘날에는 어떤 특정한 문제를 야기할지도 모르는 단순한 사건을 의미하고 있다. 즉 주목할 만한 사건으로서 그 내용에 있어서는 하나의 특정행사를 가리키고 있다³⁾.

현대인들은 경제적인 풍요로움, 시간적인 여유 및 사회적인 안정을 누리면서 각자의 개성과 다양화를 추구하려는 감성의 시대에 직면하게 되었다. 이들은 관광활동에 있어서도 과거의 경관감상 등의 수동적 활동에서 벗어나 이벤트에 참여함으로써 비일상적인 경험을 통해 정화감을 느끼기 바라며, 욕구충족과 자기만족을 얻으려 한다.

이러한 이유로 1990년대부터 이벤트는 관광에 있어서 중요한 위치를 차지하게 되었다. 각 국가, 지역사회에서는 이벤트의 개최를 통해 관광객을 끌어들이어 각종 경제, 사회문화, 환경적 혜택을 얻기 위해 노력을 시작하게 되었다⁴⁾.

한국 이벤트 연구회에서는 이벤트란 공의, 기업이의 등 뚜렷한 목적을 가지고 엄밀하게 사전 계획되어 대상을 참여시키는 사건 또는 행사를 총칭하는 말로 정의⁵⁾하고, 일본 이벤트 프로듀스협회에 따르면 “이벤트란 목적을 가지고 일정한

3) Getz, D. (1991). *Festivals, Special Events and Tourism*. New York, Van Nostrand. 5-6.

4) 상계서.

5) 하성용 (1994). 「한국 이벤트산업의 현황과 전망에 관한 연구」, 경희대학교 신문방송대학원 석사학위논문, 12.

기간 동안 특정의 장소에서 대상이 되는 사람들에게 개별적·직접적으로 자극을 체험하게 하는 미디어”⁶⁾라고 현대적 의미로 해석하기도 한다.

한편, 한국이벤트개발원에 의하면 이벤트란 “공익, 기업이익 등 주최자가 뚜렷한 목적과 함께 치밀한 사전계획을 세워 대상을 현장 참여시켜 실현하는 현장 커뮤니케이션 활동을 총칭하는 말”로 정의된다.

종합적인 개념의 이벤트에 대한 정의를 내리기 위해 정강환(2004)⁷⁾은 이벤트의 개념접근을 위한 중요한 요소 네 가지를 파악하여 그 요소들을 중심으로 분야별 국내·외 전문가들이 내린 다양한 이벤트에 대한 정의들을 분류해 보고 통합적인 차원의 이벤트에 대한 정의를 내려 보고자 하였다.

첫째, 사전 계획성을 강조한 정의이다.

이벤트가 가진 중요한 요소인 ‘사전 계획성’을 강조한 정의로서 치밀하게 계획된 이벤트를 일상에서 계획되지 않고 우발적으로 일어나는 사건들과 구분하는 정의이다⁸⁾.

둘째, ‘목적 실현’ 중심의 정의이다.

왜 이벤트를 개최하는가? 궁극적으로 무엇을 실현하기 위해서 이벤트가 필요한가라는 질문에 답변을 해 본다고 할 때 이루어질 수 있는 이벤트 정의이다. 다시 말해 예산을 투입해 가면서 치밀한 계획을 수립한 이벤트는 대부분 특정한 목적을 이루기 위해 실시된다는 것이다.

셋째, 특별성(Specialness) 강조형 정의이다.

이벤트에 있어서 특별성(Specialness)을 강조한 정의로서 특히 관광이벤트적 관점에서 더욱 중요한 요소이자 정의라 할 수 있다. 이벤트의 특별성이란 이벤트의 공급자적 입장(기획자 입장)에서 일상적인 활동에서는 쉽게 느껴볼 수 없는 특별한 요소들로 구성하여, 시간적으로도 1회성 또는 비정기적으로 개최하는 이벤트다. 이벤트의 수요자인 이벤트 관광객 입장, 또는 관광이벤트 관점에서 지역 주민을 포함한 관광객 관점에서는 항상 반복되는 일상생활을 넘어서 평소 느낄

6) 권영모 (1993). 『지역 활성화를 위한 이벤트전략』. 시정연구보고. 9

7) 정강환 (2004). 『관광이벤트』, 월간이벤트.

8) Richards, B. (1992). *How to market Tourist Attractions, Festivals and Special Events*. London, Westgate House. 11

Wilkinson, D. G. (1988). *The Event Management and Marketing Institute*. Ontario, The Wilkinson Information Group.

수 없는 특별한 사회문화적 경험, 또는 일(Work)이 아닌 여가(Leisure)적 성격의 경험을 뜻한다. 이러한 개념에서 단순히 '이벤트'라고 통칭하지만, 사실은 '이벤트'란 단어 앞에 '특별한(Special)'이란 단어가 생략되어 있는 개념을 본다는 것이다. 다시 말해서 '이벤트'라는 단어자체가 '스페셜 이벤트(Special Event)'의 준말이며 일반적으로 생략해서 '이벤트'라고 줄여서 쓰고 있다는 것이다⁹⁾.

넷째, 기본계획(시간, 장소, 대상) 강조형 정의이다.

이벤트 기획서에서 이벤트 '기본 계획'을 수립하기 위해서는 '언제', '어디서', '무엇을', '어떻게' 하는 육하원칙을 배려해야 하고, 그중에서도 특히 시간, 장소, 대상은 더욱 중요한 필수요소이다.

이러한 정의들을 토대로 네 가지 특성을 모두 고려하여 정강환(2004)은 종합적인 관점에서의 이벤트는 "특정한 목적을 이루기 위해 사전에 계획된 프로그램을 가지고 특정한 장소와 시간에서 목표 대상이 되는 사람들에게 특별한 경험의 기회를 제공하기 위해 개최되는 의도된 사건"이란 정의를 내린다.

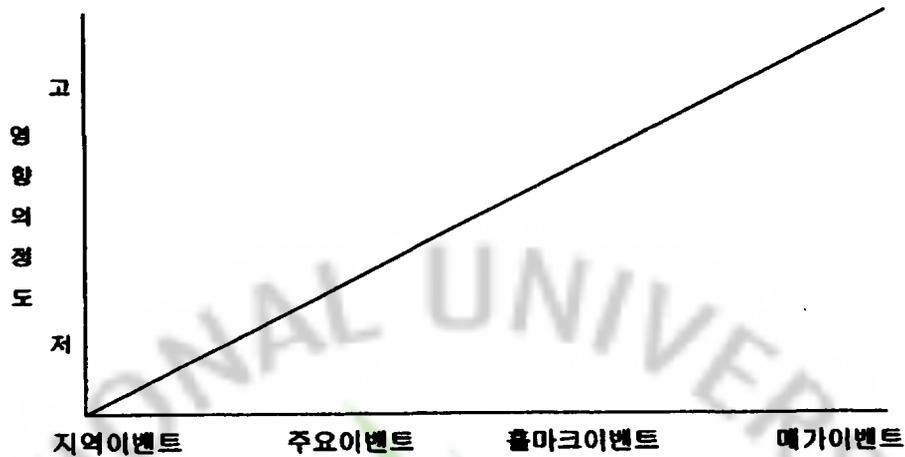
2) 이벤트의 범주

이벤트의 범주는 <그림 1>에서처럼 참가자, 미디어, 기반시설, 비용, 편의 등과 같은 이벤트영향의 정도에 따라 지역이벤트, 주요이벤트, 홀마크이벤트, 메가이벤트로 구분할 수 있다. 그림에서 알 수 있듯이 메가이벤트는 시간경과에 따라서 지역이벤트, 주요이벤트, 홀마크이벤트보다 그 영향력 수준이 월등히 높은 것을 알 수 있다.

9) Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism*. New York, Cognizant Communication Corporation;

이봉석 외 7인 (1998), 「관광사업론」, 서울: 대왕사

<그림 2-1> 이벤트범주



자료: McDonnell, I. (1991). *Festival and Special Event Management*, 11

3) 이벤트의 분류

선행연구자들이 이벤트에 대한 정의도 다양하지만 이벤트의 분류에 있어서도 매우 다양하다. 이벤트 분류방법에 있어서 가장 일반적인 방법은 목적에 의한 분류, 형태에 의한 분류, 주최에 의한 분류, 규모에 의한 분류의 방법이 있다.

목적에 따른 분류로는 공공이벤트, PR이벤트 등으로 분류되는데, 공공기관이나 기업이미지 제고 차원에서 여는 강연회, 박람회, 전시회, 올림픽, 월드컵 등에서 개최하는 문화행사후원이나 협찬 등이 PR이벤트의 대표적인 예이다. 공공이벤트는 정부나 공공기관에서 벌이는 예술제, 문화제, 스포츠행사 등 문화·스포츠이벤트 등이 이에 해당한다. 형태에 따른 분류로는 일반적으로 이벤트라고 불리어지는 것을 대상으로 크게 공연, 전시, 스포츠이벤트 등으로 분류할 수 있고, 주최에 따른 분류로는 국가나 공공기관이 주최하는 공공이벤트, 기업이 주최하는 기업이벤트, 개인이나 단체가 주최하는 사회이벤트로 나눌 수 있다. 마지막으로 규모에 의한 분류를 살펴보면 스페셜이벤트, 메이저이벤트, 메가이벤트 순으로 그 규모가 대형이며, 동·하계올림픽, 엑스포 등이 대표적인 예이다. 이러한 대형규모의 이벤트는 마케팅요소를 기본으로 갖고 있기 때문에 기업이나 공공단체에서 많이 행사를 주최한다.

4) 메가이벤트의 개념

메가(Mega)의 사전적 의미는 '거대한 핵세포', 이벤트(Event)라는 용어는 라틴어의 e-(Out:밖으로)와 venire(To Come:오다)라는 뜻을 가진 Evenire의 파생어인 Eventus로서 '발생'(Occurrence)이나 '우발적 사건'(Happening)과 같은 이벤트란 사건, 시합, 행사라는 사전적 의미를 찾을 수 있다.¹⁰⁾

메가이벤트의 사전적 의미에서 찾을 수 있듯이 메가이벤트는 규모면에서 초대형적인 행사로 올림픽이나 국제박람회와 같이 대규모, 국제적으로 알려진 이벤트라 볼 수 있다.

메가이벤트에 대한 개념 접근방식은 국제적인 관점에서 볼 때 미국을 중심으로 한 서구사회에서 선도적으로 이루어져 왔다. 일본의 경우는 60년대 도쿄올림픽 유치이후 경제성장과 함께 기업의 광고·프로모션 분야에서 이벤트에 대한 개념 접근이 적극적으로 이루어져 왔다¹¹⁾. 중국에서도 1990년대 중반에 이벤트와 이벤트 관광에 착수하기 시작했다. 1990년 북경 아시아게임의 개최로 관광이벤트 개념을 처음으로 이용하여 관광산업이 지속가능한 발전을 모색하였다. 한국에서도 '88 올림픽과 93년에 대전엑스포를 개최하면서 이벤트업종이 급성장하였고, 이에 따라 방송, 예술 산업 분야에서 이벤트에 대한 본격적인 관심이 시작되었다.

올림픽 경기, 월드컵 축구, World Fairs, Exposition등과 같이 특히 국제적 관광시장을 표적으로 하고 있고, Mega가 뜻하는 것처럼 참가자, 표적시장, 정부재정 관여수준, 정치적 효과, 텔레비전 방영이 미치는 정도, 시설구조, 개최지역에 미치는 경제적, 사회적 영향이 Mega이어야 한다¹²⁾고 정의하고 있다.

Marris(1987)¹³⁾에 의하면 메가이벤트(Mega-event)는 방문객 수, 자산액, 정신적 소구력 등의 사항을 통해 측정할 수 있다고 하였다. 관광영향의 측면에서 1백만 명 이상의 방문객, 최소 5백만 달러, 반드시 보아야 하는 중요성을 지녔을 때 성립되며 극대화된 관광수요를 창출하거나 긍정적인 이미지를 고취하는데 기여한다¹⁴⁾고 하였다.

10) 박정선 (1996). 『이벤트론』. 서울: 글로벌.

11) 정강환 (2004). 『관광이벤트』, 서울: 월간이벤트.

12) McDonnell, I. (1991). *Festival and Special Event Management*, 11.

13) 박미정 (2001). 『지역주민의 지연성이 메가 이벤트에 대한 인식과 협력의사에 미치는 영향』 동아대학교 대학원 관광경영학과 박사학위논문.

14) Getz, D. (1991). 전제서.

Ritchie(1984)¹⁵⁾는 메가 이벤트는 홀마크 이벤트(Hallmark event) 속에 포함된다고 주장하는데, 이때 홀마크 이벤트는 제한된 기간 동안 단 한번 열리거나 주기적으로 개최되는 이벤트로서 장기 또는 단기간 그 지역의 인식을 강화시키고 경제적 이익을 증대시키기 위해 개발된 것이다. 이런 이벤트의 성공은 이벤트의 독창성, 명성, 시기적인 특성에 의존한다고 한다. 또한 리치는 홀마크 이벤트의 유형을 7가지로 구분하여 제시하면서 메가 이벤트를 그 유형 가운데 하나로 예시하고 있다. 홀마크 이벤트는 행사 자체의 역사성 또는 자기 고유성을 강조한 점에서 다른 용어의 개념과 구분된다.

Bramwell B(1997)¹⁶⁾는 메가이벤트라는 용어는 세계적으로 중요성을 지닌 대규모의 이벤트로 개최도시에 중요한 영향을 가져오는 것이라고 설명하고 있다.

Roche(1994)¹⁷⁾는 메가 이벤트를 올림픽과 같이 단기간에 개최되는 이벤트지만 개최지역에 장기간의 결과를 가져오는 것이라고 설명하고 있다.

Vanhove & Witt(1987)¹⁸⁾는 메가이벤트를 전 세계에 널리 알려지고 뉴스거리가 되어서 사람들을 유인할 수 있어야 한다고 정의하고 있다. 관광의 관점에서 메가 이벤트는 매력성과 연계되어야 하고 지역과 외래 방문객의 숫자와 비율에 초점을 맞춰 축제와 이벤트를 가지고 있는 매력과 연계해서 이들 방문객 중의 40-50%를 유인할 수 있어야 한다고 설명한다.

Getz(1997)¹⁹⁾는 특히 자주 시행되지 않는 이벤트를 '스페셜이벤트(Special Event)'로서 규정하고, '후원조직이나 조직체의 일상적인 프로그램이나 활동이 아닌 일회성 혹은 비정규적인 행사'로 정의하며, '참가자가 일상적으로 경험할 수 있는 것을 초월한 여가활동 혹은 사회·문화적인 경험을 할 수 있는 기회'라고 말한다. 메가이벤트는 경우에 따라 경비나 규모, 이미지보다는 경제적 효과를 중요시하는 견해와 세계적으로 널리 알려져 있어야 한다는 견해도 있다.

경우에 따라 메가 이벤트는 소요 경비나 규모, 이미지보다는 경제적 효과를 중

15) Ritchie, J. R. B. (1984). "Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues." *Journal of Travel Research* 23: 2-11.

16) Bramwell, B. (1997). "Strategic Planning before and after a Mega-event." *Tourism Management* 18(3): 167-176.

17) Roche, M. (1994). "Mega-events and Urban Policy." *Annals of Tourism Research* 21(1): 1-19.

18) 박미경 (2001). 전계서.

19) Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism*. New York, Cognizant Communication Corporation. 5-6.

요시하는 견해와 세계적으로 널리 알려져 있어야 한다는 견해도 있다.²⁰⁾

박철·손해식(1998)²¹⁾은 지역축제는 지역의 문화가 종합되고 상징화된 행사로서 한 지역을 관광 상품화하는 것으로 정의하고 있다.

조달호(1989)²²⁾는 이벤트를 공익이나 기업이익 등 뚜렷한 사건 또는 행사를 총칭하는 말이라고 정의하고 있다. 결국 이벤트는 특정목적을 갖고 특정기간에 특정한 장소에서, 대상이 되는 사람에게 개별적, 직접적으로 자극을 체험시키는 미디어로 정의하고 있다.

박미정(2001)은 방문객 수와 행사규모, 행사투자비용이라는 측면이 강조된 것으로 이벤트나 스페셜이벤트 개념과는 차이가 있는 것으로, 세계적으로 명성과 중요성을 지닌 규모와 영향력이 있는 대규모인 이벤트라고 하였다²³⁾.

김진권(2007)은 행사의 규모나 방문객 수, 투자비용, 파급효과 등이 국내·외적으로 영향이 크게 미치는 것을 메가이벤트라고 정의²⁴⁾하고 있다.

20) 하현국 (2001). 「신관광사업론」, 서울: 학문사, 360.

21) 박철·손해식 (1998). 지역문화축제에 대한 의례분석적 접근과 관광 상품화 전략, 「관광학연구」, 22(2), 43.

22) 조달호 (1989). 이벤트의 기능과 역할, 광고정보, 27-28.

23) 박미정 (2001). 「지역주민의 지연성이 메가 이벤트에 대한 인식과 협력의사에 미치는 영향」, 동아대학교 대학원 관광경영학과 박사학위논문.

24) 김진권 (2007). 「메가 이벤트의 영향요인과 주민인식에 따른 지역주민의 협력의사에 미치는 요인에 관한 연구」, 홍익대학교 광고홍보대학원 SP. EVENT 전공,

<표 2-1> 메가이벤트의 개념

연구자	개 념
Hall (1992)	올림픽 경기, 월드컵 축구, Fairs, Exposition 등과 같이 특히 국제적 관광시장을 표적으로 하고, 메가가 의미하는 것처럼 참가자, 표적시장, 정부 재정 관여수준, 정치적 효과, 텔레비전 반응이 미치는 정도, 시설구조, 개최지역에 미치는 경제적, 사회적, 영향이 거대한 것이어야 함.
Marris (1987)	Marris에 의하면 메가이벤트(Mega-event)는 방문객 수, 자산액, 정신적 소구력 등의 사항을 통해 측정할 수 있다고 하였다. 관광경영의 측면에서 1백만 명 이상의 방문객, 최소 5백만 달러, 반드시 보아야 하는 중요성을 지녔을 때 성립되며 극대화된 관광수요를 창출하거나 긍정적인 이미지를 고취하는데 기여한다고 하였다.
Ritchie, (1984)	메가이벤트는 홀마크 이벤트(Hallmark event) 속에 포함된다고 주장하는데, 이때 홀마크 이벤트는 제한된 기간 동안 단 한번 열리거나 주기적으로 개최되는 이벤트로서 장기 또는 단기간 그 지역의 인식을 강화시키고 경제적 이익을 증대시키기 위해 개발된 것이다. 이런 이벤트의 유형을 7가지로 구분하여 제시하면서 메가이벤트를 그 유형 가운데 하나로 예시하고 있다.
Law, (1994)	메가이벤트라는 용어는 세계적으로 중요성을 지닌 대규모의 이벤트로 개최도시에 중요한 영향을 가져오는 것이라고 설명하고 있다.
Roche, (1994)	메가이벤트를 올림픽과 같이 단 기간에 개최되는 이벤트지만 개최지역에 장기간의 결과를 가져오는 것이라고 설명하고 있다.
Vanhove & Witt, (1987)	메가이벤트를 전 세계에 널리 알려지고 뉴스거리가 되어서 사람들을 유인할 수 있어야 한다고 정의하고 있다. 관광의 관점에서 메가이벤트는 매력성과 연계되어야 하고 지역과 외래 방문객의 숫자와 비율에 초점을 맞춰 축제와 이벤트를 가지고 있는 매력과 연계해서 이들 방문객중의 40~50%를 유인할 수 있어야 한다고 설명한다.
Gets, (1997)	1백만 명 이상의 방문객, 최소 자본비용 5백만 달러 이상, 반드시 보아야 한다는 명성의 이벤트, 규모와 중요성에 상당한 수준의 관광, 미디어, 명성, 개최지역이나 목적지의 경제적 영향을 미치는 것이라고 설명한다.
박미정, (2001)	방문객 수와 행사규모, 행사투자비용이라는 측면이 강조된 것으로 이벤트나 스포츠이벤트 개념과는 차이가 있는 것으로, 세계적으로 명성과 중요성을 지닌 규모와 영향력이 있는 대규모인 이벤트라고 하였다
김진권, (2007)	행사의 규모나 방문객 수, 투자비용, 파급효과 등이 국내, 외적으로 영향이 크게 미치는 것을 메가 이벤트라고 정의하고 있다.

자료: 논자 재구성

2. 메가이벤트 영향

메가이벤트 영향에 관련된 연구는 학자들마다 약간의 차이가 나지만 주로 영향에 초점이 맞추어 연구가 이루어져 왔다. Ritchie(1984)는 홀마크 이벤트의 영향은 6가지 측면으로 나누어 논의하고 있는데 다음의 <표 2-2>와 같다.

<표 2-2> 홀마크 이벤트의 영향

영향	긍정적	부정적
경제적	-소비증대, 고용창출	-물가상승, 부동산투기
관광/ 산업적	-개최지역의 여행지, 관광지로서 인식증가 -지역 내의 투자와잠재적 고려 증가	-부적절한 시설이나 타락한 관습에 의한 개최지역의 이미지 하락 -지역인력과 정부보조요원을 위한 새로운 경쟁 가능성으로 인한 기존 기업들로부터의 부정적 반응
물리적/ 환경적	-새로운 시설의 건축 -지역기반시설 향상	-환경훼손 -과잉 혼잡
사 회 문화적	-지역에 대한 지속적인 관심증대와 이벤트 관련 활동에 대한 참여율 증가 -지역전통과 자각 증가	-개인적 혹은 사적인 활동의 상업화 -관광에 적용된 이벤트/활동의 본질 변형
심리적	-지역 자긍심과 공동체 정신의 강화 -방문객에 관한 자각 증가	-지역주민을 고려한 방어적인 태도 추세 -오해로 비롯된 지역민/방문객간의 적개심 유발 가능성 증가
정치적/ 관리적	-지역과 지역가치의 국제적 인지도 증가 -주민이나 정부에 의한 정치적 가치 증가	-정치적 엘리트의 야심을 채우기 위한 지역주민의 경제적 노동력의 착취 -축제일의 정치적 시스템의 가치반영으로 인한 이벤트의 본질 왜곡

자료: 정강환 (2004). 「관광이벤트」, 월간이벤트, 19의 내용 재정리

메가이벤트 영향이란 이벤트에 관련된 자원 및 시설의 물리적 개발과 이벤트 방문객과 지역주민의 접촉 등을 포괄하는 이벤트로 인하여 발생하는 모든 결과로 유·무형의 모든 긍정적·부정적 결과들이며 시간적으로는 현재까지의 종단적(Longitudinal) 결과이다. 그리고 지각된 이벤트 영향은 피이벤트 대상인 지역 주민들이 받아들이는 관광현상의 결과들로 축제영향에 대한 주관적 판단에 따른 상대적 개념이라 할 수 있다.

이벤트의 개최가 지역에 미치고 있는 영향은 다음과 같이 다양하다.

첫째, 이벤트는 지역공동체를 결합시키는 힘을 가지며, 행사를 통하여 공동체의 자부심을 높이고 유대감을 제고 시킨다.

둘째, 이벤트는 관광목적지로서 해당지역의 강렬한 이미지를 형성시키고, 그 뿐만 아니라 새로운 볼거리를 제공함으로써 그 지역관광에 활력을 불어넣어주기 때문이다.

셋째, 이벤트는 관광수입을 증대시켜 지역경제 활성화에 기여한다. 이벤트는 개발에 따른 많은 투자비가 소요되지 않으면서도 창의적으로 운영되었을 경우 그 부가가치는 엄청나다.²⁵⁾

25) 노윤구 (2006). 「축제에 대한 지역사회 애착도가 주민의 태도에 미치는 영향」, 대구대학교 대학원 박사학위논문.

<표 2-3> 이벤트가 지역사회에 미치는 영향

구분	긍정적 영향	부정적 영향	연구자
경제적 영향	<ul style="list-style-type: none"> -소득과 생활수준 향상 -지역경제의 개선 -고용기회의 증가 -조세수입의 증가 -투자유치 -기반시설 투자 개선 -교통시설의 개선 -쇼핑기회의 증가 	<ul style="list-style-type: none"> -제품과 서비스의 부족 -물가상승 -지가상승 -세금 부담 확대 -생활비용의 증가 	<ul style="list-style-type: none"> -Liu and Var(1986) -Liu(1986) -Liu, Sheldon & Var(1987) -Milman & Pizam(1988) -Mathison & Wall(1982) -Brougham & Butler(1981) -Thomason, Crompton & Kamp(1979) -Mason & Cheyne(2000)
사회 문화적 영향	<ul style="list-style-type: none"> -사회적 영향 -생활의 질 개선 -레크리에이션 시설 이용기회 증가 -소방시설의 질 개선 -치안유지의 질 개선 -문화적 영향 -타문화의 이해 증진 -문화교류의 증진 -문화적 정체성 보존 -역사적 문화적 관람수요 의 증가 	<ul style="list-style-type: none"> -알코올 중독자의 증가 -범죄의 증가 -긴장의 고조 -사생활 침해 -민속 문화의 상품화 	<ul style="list-style-type: none"> -Belisle & Hoy(1980) -Broughman & Butler(1981) -Sheldon & Var(1984) -Liu, Sheldon & Var(1987) -Milman & Pizam(1988) -Mason & Cheyne(2000) -Long, Perdue & Allen(1990) -Allen et al(1993) -Madrigal(1993) -Johnson, Snepenger & Akis(1994)
환경적 영향	<ul style="list-style-type: none"> -자연적 환경의 보존 -역사적 건축물과 유적보존 -지역환경의 개선 	<ul style="list-style-type: none"> -교통체증의 증가 -혼잡 증가 -소음공해 증가 -쓰레기 증가 	<ul style="list-style-type: none"> -Liu & Var(1986) -Liu, Sheldon & Var(1987) -Milman & Pizam(1988) -Mathison & Wall(1982) -Brougham & Butler(1981) -Thomason, Crompton & Kamp(1979) -Belisle & Hoy(1980) -Mason & Cheyne(2000)

자료: 노윤구 (2006). 축제에 대한 지역사회 예측도가 주민의 태도에 미치는 영향, 대구대학교 대학원, 박사학위논문.

1) 경제적 영향

소비증대, 고용창출 등의 긍정적인 측면과, 물가상승, 부동산 투기 등의 부정적 측면이 있다. 메가이벤트의 개최로 인해 지역경제 활성화의 효과는 가장 큰 의미를 갖는데 이것은 이벤트로부터 창출된 이벤트 수익 및 관광수익이 유치지역 내에서 순환되고 이용되면서 유치지역의 높은 소득증대효과를 발생시킬 수 있다는 것이다.

대형 이벤트 중 올림픽이나 월드컵과 같은 스포츠이벤트의 경제적인 영향은 지대한 것으로 알려져 있으며 애틀란타 올림픽 본부는 경제적인 면에서 투자액은 약 20억불이고 지역사회에 기여하는 전체 경제적 수익은 약 200억불이 될 것이라고 경제적 영향을 추정하여 발표하였다. 이러한 스포츠 이벤트는 경기장 현장에서 발생하는 영향으로는 입장료 수입, 행사장 내의 매출액, 경기장 광고수입, TV 방영권 판매수입 등의 경제적 영향 발생한다. 대형 이벤트를 개최함으로써 건설업, 도·소매업, 음식업, 숙박업, 운수업, 통신업, 서비스업 등에서 소득과 고용창출, 세입증가 영향 등을 기대할 수 있다.

여기에서 알 수 있듯이 메가이벤트는 경제적인 측면에서 국가에 미치는 영향은 대단히 크다고 할 수 있다. 긍정적인 면 뒤에는 부정적인 측면이 따르기 마련이다. 메가이벤트의 개최는 수많은 비용과 정성이 투입된다. 이로 인한 부동산 투기세력이 등장해서 SOC확충, 경기장 건설 등의 과정에서 사회적 비용이 발생하는 측면이 있고, 소비품목에 대한 일시적 소비량의 급증으로 물가가 상승하는 부정적 측면이 발생하기도 한다.

2) 관광·상업적 영향

현재 세계 각국에서 개최되는 여러 가지 유형의 각종 이벤트들은 개최 의도와는 관계없이 사람들을 모으는 유인력을 가지고 있으며, 지역주민들의 비 일상성과 레저 오락성에 대한 욕구를 충족 시킬 뿐만 아니라 관광대상으로 고려되거나 관광마케팅 활동을 촉진시키는 수단이 되고 있다.

개최지역의 여행지가 널리 알려지므로 관광지의 인식이 증대되어 관광수요가 증가하며, 지역 내의 움추렸던 상업적인 활동이 활발해지고 잠재적인 투자력이 증가한다. 반면에 부적절한 시설과 부적절한 관습에 의해 개최지역에 대한 불명

예를 획득할 수 있는 단점이 있다.

특히 매가이벤트는 지역 내에 있는 모든 관광자원 즉, 리조트, 박물관, 사적지, 레크리에이션시설, 고고학 유적지, 시장, 쇼핑센터, 스포츠시설, 컨벤션센터 등을 포함하는 추세로 개최되고 있다. 이러한 현상들은 지역의 역사적인 재현과 함께 문화이벤트를 통하여 공연장 및 관광시설을 활성화시킨다. 이벤트는 일생에 한번 방문으로도 충분하다는 관광객의 인식을 불식시키고 재방문을 유도하는 기능을 하며, 단순히 친구와 친지를 방문하는 사람들을 관광객으로 유인하게 된다.

또한 이벤트는 이를 유치한 지역사회의 이미지를 형성하여 잠재적이 관광목적지로 인식시키는데 중요한 역할을 한다. 비교적 짧은 기간일지라도 행사를 유치한 도시의 홍보매개체에 관심을 집중시키게 되어 홍보 면에서 무한한 가치를 지니고 있다.

한국관광공사(1998)에 따르면, 1994년 미국 월드컵의 경우 전 세계 32억 명, 1998년 프랑스 월드컵의 경우 37억 명의 축구인구가 TV를 시청하는 놀라운 관심을 보인 바 있다. 프랑스의 경우 월드컵을 개최함으로써 프랑스를 방문하지 않을 수도 있는 외국인들이 각국 팀을 응원하기 위해 프랑스를 방문하였으며, 홀리건 난동사건과 같은 일이 벌어졌음에도 불구하고 프랑스를 찾는 외국인들은 대체로 프랑스에 대해 긍정적인 시각을 갖고 있는 것으로 프랑스 일간지 르파리지앵이 보도했다. 한국은 이미 '88서울 올림픽 유치를 통하여 미국의 유명 TV 프로그램 'MASH'로 인해 왜곡된 한국의 6.25이미지와 데모로 인한 정치적이고 부정적인 이미지를 긍정적으로 전환시키는데 큰 효과를 체험했다.

3) 사회문화적 영향

매가이벤트는 그것을 개최하는 지역의 경제를 활성화시키고 산업을 진흥시키는 데에 크게 기여한다. 특히 그 지역문화를 개발하고 발전시키고 대외적으로 지명도 및 이미지 향상을 통하여 외래 관광객의 방문증가를 가져오며 또한 각종 국제행사를 통해 사람, 물자, 정보의 교류가 활발해지게 되어 무역이나 국제교류, 친선도모에 긍정적인 효과가 가져올 수 있으며, 지역 간은 물론 국가 간의 상호 이해증진과 홍보에 도움을 줄 수 있다.²⁶⁾

26) 박정선 (1996). 「이벤트론」, 서울: 글로벨, 147-148.

또한 이벤트의 개최로 지역주민의 역사에 대한 관심을 고조시킴과 동시에 지역의 전통문화와 예술을 발굴, 보조, 육성 및 전승할 수 있는 계기를 마련해 주고 있는데, 이러한 이벤트는 지역민들의 문화의식을 높이고 관광객과의 교류의 장소 역할을 수행하기도 한다. 또 지역주민의 일상적 삶 속에서 그 지역 고유의 음악, 연극, 미술 등을 주제로 한 다양한 문화행사를 통하여 지역주민과 관광객 전체의 문화적 수준을 향상시킬 뿐만 아니라, 고도화, 다양화, 여가지향화 된 개인적 욕구가 일치되어 문화활동의 장을 마련하고, 생활의 질을 높이는 효과가 가져올 수가 있다.

4) 물리 환경적 영향

메가 이벤트의 개최를 위해 개최도시의 지자체나 국가기관에서 시설투자로 건축이나 사회간접자본시설(SOC) 확충을 들 수 있다. 그중에서도 관광기반시설의 개발이 가장 활발히 추진됨은 매우 고무적인 일이다. 그러나 환경문제나 도시의 인구밀도가 증가하며 과잉혼잡을 불러올 수 있다.

아울러 대형 이벤트의 유치는 그 이벤트를 계기로 사회간접자본의 확충을 동반하는 것이 일반적이다. 프랑스 파리의 경우 1855년부터 1900년까지 5차례의 세계박람회를 거의 11년을 개최하였는데 이를 통하여 새로운 공원이 조성되었으며, 세느강 주변의 환경이 정비되고, 교량건설, 지하철시설 등이 확충되었다. 특히 세계적인 관광명소로 각광을 받고 있는 엘펠탑도 파리박람회를 계기로 건설되었다. 이러한 기반시설의 구축이 파리를 세계 제1의 관광도시로 만드는 토대가 되었다. 한국의 경우 '86아시안게임과 '88서울올림픽을 유치한 서울의 경우 한강의 환경정비사업과 도로정비사업, 지하철 개통 등 도시 미화사업 등으로 도시의 외형이 변화되었고, 93년 엑스포를 개최한 대전의 경우에서도 도로정비와 도시 개발 등의 효과가 뛰어났다.²⁷⁾

3. 메가이벤트 관련 선행연구

27) 정강환 (1996). 「대형이벤트 유치 전후비교를 통한 개최지의 관광개발경향 연구-93년 대전 엑스포 사례연구」. 관광학연구, 130.

1) 켈거리올림픽에 관한 연구

메가이벤트와 관련한 연구로는 '80년대 이래로 주로 올림픽을 중심으로 진행되어 왔는데 주로 올림픽 개최지에 대한 인지도나 파급효과에 대한 지각조사 등이 주류를 이루고 있다. 특히 Ritchie(1984)²⁸⁾등은 88켈거리 동계올림픽에 대한 연구 결과를 수년간에 걸쳐 지속적으로 발표한 바 있다. 1981년 10월 켈거리시가 제15차 동계올림픽을 개최하기로 결정되었다.

연구의 통제과정은 올림픽조직위원회와 연구자에게 흥미로운 주제와 몇 가지 요소에 관련된 켈거리 주민의 인지, 지식, 그리고 지각을 분석하는 것이다. 올림픽에 관한 첫 번째 연구는 1984년 Ritchie & Aiken에 의해서 수행되었다. 이 연구의 목적은 1988년 켈거리에서 개최될 동계올림픽의 다양한 장·단기적인 영향을 연구하는 것이었다. 이들의 연구목적은 구체적으로 다음과 같은 여섯 가지 주요 범주로 분류할 수 있다. 첫째, 켈거리와 주변지역의 동계올림픽의 경제적인 효과를 평가하는 것. 둘째, 켈거리와 주변지역 주민의 스포츠 활동 참여도에 대한 동계올림픽의 효과를 평가하는 것. 셋째, 켈거리와 주변지역 주민에 대한 동계올림픽의 사회·문화적인 효과를 평가하는 것. 넷째, 켈거리와 주변지역에 대한 물리적이고 환경적인효과를 평가하는 것. 다섯째, 국제관광목적지로서 그리고 상공업의 중심지로서 켈거리의 매력인지도에 대한 동계올림픽의 장기적인 효과를 결정하는 것이 무엇인지를 분석하는 것. 여섯째, 동계올림픽을 지원하기 위해서 사용하는 지역의 다양한 기반시설의 개선과 관련된 문제를 분석하는 것. 이후 켈거리동계올림픽과 관련한 연구가 3차례에 걸쳐 연차적으로 수행되었는데 주로 개최지에 대한 인지도, 올림픽의 지역파급효과, 그리고 시간경과에 따른 태도나 지각변화 등을 측정하였다. 이는 켈거리동계올림픽을 사례로 한 긴급 상황 관리에 대한 연구결과로 발전되기도 하였다.

28) Ritchie (1984), 전제서.

<표 2-4>주요 스포츠 이벤트 연구 사례

연구자	행사명	주제	개최도시	연구방법
Ritchie(1984)	홀마트 이벤트	홀마트 이벤트 영향평가	-	기술적 접근
Ritchie & Aitken(1984)	1988년 동계올림픽	1988동계올림픽의 영향평가	겔거리	기술적 접근
Ritchie & Aitken(1985)	1988년 동계올림픽	1988동계올림픽에 대한 지역주민의 태도연구	겔거리	설문조사
Ritchie & Lyons(1987)	1988년 동계올림픽	25회 동계올림픽에 대한 지역주민의 태도연구	겔거리	설문조사
Pyo, et al(1988)	과거 개최된 6명의 하계올림픽	하계올림픽 관광개 사장	동경, 멕시코, 뮌헨, 몬트리올, 모스크바, LA	기술적 접근
Chang & Singh(1990)	1988년 동계올림픽	메가이벤트의 위기경영	겔거리	기술적 접근
Ritchie & Smith(1991)	1988년 동계올림픽	메가이벤트가 개최지역 인지도에 미치는 영향에 대한 장기적인 연구	겔거리	설문조사
Bramwell(1997)	1991년 Sheffield 게임	메가이벤트의 전략적 기획	Sheffield	기술적 접근
Bramwell(1997)	1991년 Sheffield 세계학생게임	스포츠 메가이벤트의 지속가능한 관광개발전략	Sheffield	기술적 접근
Gibson(1998)	스포츠 이벤트	적극적인 스포츠 관광에 대한 참여	-	기술적 접근
Mihalik & Simonetta(1999)	1996년 하계올림픽	1996년 하계올림픽에 대한 지역주민의 지각분석	에틀란타	전화여론 조사

자료: 조배행 (1999). "88서울올림픽의 관광에 대한 영향연구", 한국관광연구원, 40-44.

2) 서울올림픽에 관한 연구

서울올림픽은 개최 전후 많은 학자에 의해 연구가 시행되었다. 우선 1987년 한국개발연구원의 연구진에 의해서 수행된 서울올림픽의 국가 발전적 의의라는 연

구보고서와 서울올림픽 개최 후 이루어진 서울올림픽의 의의와 성과를 들 수 있다. 1989년 서울올림픽 개최 후에 수행된 한국개발연구원의 보고서에서는 네 가지 주제에 대한 연구를 수행하였다. 첫째, 서울올림픽이 외교안보에 미친 효과. 둘째, 국민의견조사와 외국인 의견조사를 통한 사회문화발전에 미친 효과. 셋째, 올림픽의 경제 국민경제적 파급효과. 넷째, 정치 행정 그리고 행정인에게 미친 효과를 분석하였다. 이 연구결과는 서울올림픽이 한국이 개발도상국에서 벗어나 선진 산업사회로 향한 도약단계로 들어서고 있는 전환기에 개최되어 한국의 외교, 사회, 문화, 경제 등의 많은 분야에 영향을 주었다는 결론을 내렸다.

<표 2-5> 서울올림픽 관련 선행연구 사례

연구자	주제	연구방법
안중윤(1987)	메가이벤트의 영향 및 역할과 서울올림픽	기술적 접근
정강환(1988)	서울올림픽에 대한 한국인의 관광에 대한 기대	전문가 의견조사
표성수 외(1988)	서울올림픽 방문객 선호도 조사	설문조사
김정만(1989)	한국관광에 미친 서울올림픽 영향에 대한 지역주민의 인식조사	설문조사
안중윤 외(1989)	올림픽 관광객 인지도 조사	설문조사
한국개발연구원(1989)	서울올림픽의 의의와 성과	회귀분석
현진권(1990)	서울올림픽 국내 인바운드 관광에 미친 영향	회귀분석
강용순 & Perdue(1994)	메가이벤트가 지역사회에 미치는 장기적인 영향 (서울올림픽 사례중심)	회귀분석

자료: 조배행 (1999). "88서울올림픽의 관광에 대한 영향연구", 한국관광연구원, 40-44.

제2절 지역사회 애착도와 지역주민의 인식

1. 지역사회 애착도

1) 애착도의 개념

연구대상이 되는 현상을 명확하게 규정함으로써 이를 이용한 의사소통의 정확성을 위하여 용어에 대한 정의가 필요하다. 애착(Attachment)은 고대 프랑스어의 Attacher에서 파생되었으며, 그 사전적 의미로서 단단하게 고착시킴, 사물이나 사람에 일부분이 됨, 감정적으로 하나가 됨 (Webster's Dictionary, 1994) 등으로 해석된다.

교육학 및 심리학에서는 아동의 발달심리와 관련하여 애착을 한 개인이 자신과 부모 및 대리 양육자 등 가장 가까운 사람에 대해서 느끼는 강한 감정적 유대 관계로 정의하고 있다.²⁹⁾ 애착은 근본적으로 선택적인 특성을 갖고 있어서 극히 소수의 제한된 대상에 대해서 형성되며, 애착이 형성된 대상에 대해서는 가까이 다가가고 싶고 근접해 있고 싶은 욕구를 갖게 된다.

유아가 부모나 양육자에게 심리적으로 애착을 느끼는 것이 대표적인 사례이다.³⁰⁾ 애착행동은 애착이 가는 대상과 지속적으로 친밀한 행동을 유지하려는 행동체계로 설명하고 있다. 애착이론은 원래 아동의 애착연구에서 시작되었으나, 지금은 성인의 애착현상까지 포함하여 인간발달과 정신병리에 관한 설명뿐만 아니라 임상개입에의 관점까지 제공하고 있다.

애착이론은 일반적으로 인식되고 있는 것보다 광범위하게 활용되고 있는데 크게 규범적 영역(Normative Component)과 개인차 영역(Individual Difference component)으로 구분된다. 규범적 영역은 모든 인간이 공통적으로 가지는 전형적인 행동양식 및 발달단계를 설명하는 부분이고 개인차 영역은 전형적인 행동과 발달단계로부터 개인의 이탈을 설명하는 부분이다.

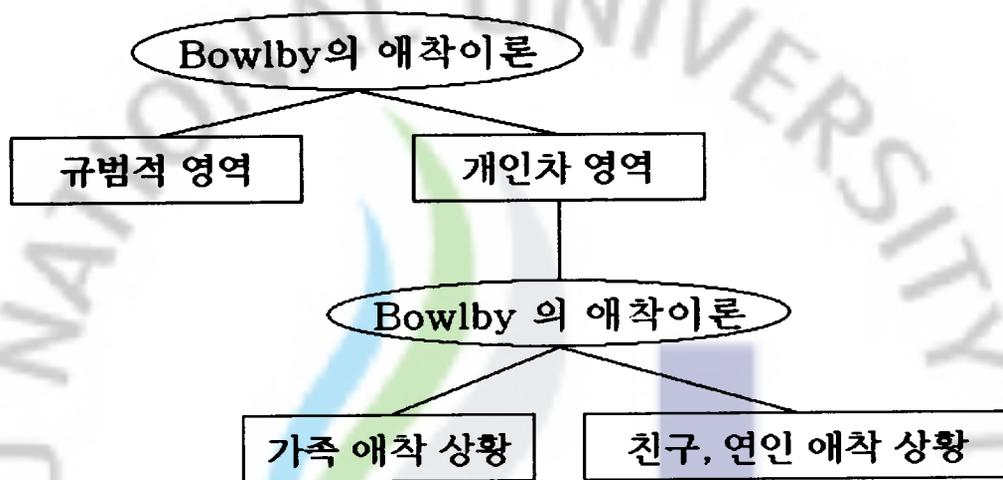
애착이론은 Bowlby에 의해 체계화된 이후, Ainsworth의 낯선 상황이라고 불

29) 이삼연 (2000). 애착이론과 임상사회 사업. 정보보건과 사회사업, 9(1), 97-125.

30) 송명자 (1995). 「발달심리학」, 서울: 학지사.

리는 조직화된 실험실 상황에서 관찰한 결과 가족 애착 상황과 친구, 애인 애착 상황으로 발전되어 왔다(<그림 2-2> 참조). 애착은 인간이 타인과 긴밀한 정서적 유대를 가지려는 성향을 의미하며, 인간과 환경과의 상호작용에 의해 형성된다고 할 수 있다.³¹⁾

<그림 2-2> 애착이론의 발달



자료: 아삼연(2000). 애착이론과 임상사회사업 Attachment theory and clinical social work. 정신보건과 사회사업, 9(1), 97-125.

2) 지역사회 애착도의 개념

애착도의 개념은 주로 유아와 부모 또는 가족, 친구 등 타인과의 관계 속에서 설명되었지만, 인간과 환경의 관계 즉, 특정 장소 또는 지역사회에 대해 갖는 관심을 설명하기 위해서도 적용될 수 있다. 이러한 관점에서 지역사회 애착도는 관광분야에서는 비교적 최근에 등장한 연구주제이지만 사회학, 환경심리학, 인문지리학 등의 관련 분야에서는 비교적 활발히 연구되어온 주제이다³²⁾.

사회학에서는 지역사회 애착도를 심리적 개념으로 간주하고 사람들 간의 친분과 유대(Friendship and network ties) 즉, 사회적 관계망(Social network)이라는 차원에서 지역사회에 참여하는 정도와 형태 그리고 지역사회에 대한 감정으로 정

31) 아삼연 (2000). 전제서.

32) McCool, S. F. and S. R. Martin. (1994). "Community Attachment and Attitudes Toward Tourism Development." *Journal of Travel Research* 32: 29-34.

의하고 있다³³⁾. 도시화가 진행되면서 인구밀도, 도시규모, 거주기간 등에 따라 지역사회의 성격이 어떻게 변화하는지 규명하기 위해 주민의 애착도에 대해 관심을 가지게 되었다. 지역사회는 생태적이고 제도적이며 규범적인 차원을 가지고 있으며, 독자적인 라이프사이클을 갖는 사회적 개념으로 보았다. 지역사회는 사회적 유대관계라는 복잡한 그물망으로 볼 수 있으며, 애착도는 대중사회의 보다 거대한 규모의 관습에 의해 형성되어온 것으로 보았다. 따라서 지역사회 애착도는 관광개발에 있어 주민 참여가 주민들의 삶 속에서 얼마나 중요한 요인으로 위치하고 있는지를 의미한다. 해당 지역사회에 대한 애착이 크면 클수록 주민들이 지역사회 활동에 더 많이 참여하게 될 것이라는 것이다.

애착도를 정의함에 있어 최근에는 다른 방법들이 제시되고 있다. 야외휴양학 분야에서는 사회적인 측면에서 사람간의 관계망이라기보다는 물리적인 장소에 대한 친근함 이란 측면에서 애착을 정의하고 이른바 장소 애착(Place Attachment)에 관심을 두어 왔다. 이것은 초기 사회학적인 지역사회 애착 정의에 초점을 맞추었던 것이다. 최근 관광객이 특정장소에 대해 갖는 애착도는 상이하다는 연구³⁴⁾들이 진행되었다.

환경심리학 및 환경설계 분야에서는 장소성(Sense of Place)란 개념으로 애착을 설명한다.³⁵⁾ 환경심리학자들은 사람들이 그들의 환경과 어떻게 관련되어 있는지 연구해왔다. Russell & Ward(1982)는 장소성을 지리적인 환경을 인식하는 심리적인 단위로 정의하였다. Stokols & Shumaker(1981)는 환경과 인간, 이에 지각되는 장소에 대한 의존상태(The State of Place Dependence)로 애착도의 개념적 정의를 내리고 있다. Altman(1992)³⁶⁾은 애착도를 환경과 인간행동 간에는 인과관계 측면에서 환경에 대한 인지와 실체적 행동이라는 양면이 통합되어 개인적 혹은 집단적으로 표출되는 환경에 대한 반응이라고 설명하였다. 이는 특정 장

33) 노윤구 (2006). 「축제에 대한 지역사회 애착도가 주민의 태도에 미치는 영향」. 대구대학교 대학원 박사학위논문.

34) Moore, R. L. & Graefe, A. R. (1994). Attachment to Recreation Setting: The Case of Rail-trail Users, *Leisure Science*, 16, 17-31,
Williams, D. R., B. S. Anderson, et al. (1995). *Measuring Place Attachment: More Preliminary Result*. MRPA Leisure Research Symposium, TX: San Antonio.

35) Williams, D. R., M. E. Patterson, et al. (1992). "Beyond the Commodity Metaphor: Examining Emotional and Symbolic Attachment to Place." *Leisure Sciences*. 14: 29-46.

36) Altman, I. (1992). *Place Attachment: A Conceptual Inquiry*. New York, Plenum Press.

소에 대한 인간의 인식이 행동에 영향을 미친다는 장소 애착의 기본적인 개념을 제시한 것이다.

인문지리학자들은 지리적인 장소에 대해 개인적 애착을 가짐으로써 사람들은 그들 삶에 의미를 부여하는 소속감과 목표를 갖게 된다고 주장한다. Tuan(1976)³⁷⁾은 일반적인 자연과 특정장소에 대한 인간의 애착을 언급하면서, 인간과 자연 사이에 형성된 복잡한관계속에는 감정적이고 사회적인 유대가 존재한다고 하였다. 가족과 고향을 보호한다는 생각, 조상숭배 또는 고향에 대한 애착과 애국심, 중요한 이벤트가 일어나는 장소에 대한 뿌리의식 등이다. 뿌리의식(Rootedness)은 한 곳에 오랫동안 거주함으로써 생겨나며, 장소성은 어떤 장소를 인식하도록 하는 장소와인간사이의 거리로 정의하였다. 그는 장소를 경험에 의해 형성된 의미의 중심이라고 하면서, 특정한 지리적인 현장(Locale)에 의미가 결부될 때 단순한 물리적인 공간에서 장소가 된다고 하였다. 즉, 물리적 공간에 대해 더 잘 알고 가치를 부여할 때, 차별화 되지 않은 공간이 비로소 의미를 가진 장소가 되는 것이다. 국내 관광학 분야에서는 이론의 탐색 수준에 있으며, 최근 귀속감(歸屬感), 지연성(地緣性) 등의 표현으로 애착도 개념을 소개하고 있다. 장성수(2001)³⁸⁾는 애착도 개념과 측정척도를 소개한 연구에서 애착도를 지연성으로 표현하면서 지연성이란 특정 장소에 대한 인간의 인식이 행동에 영향을 미친다는 가정 하에 그 연루 수준의 차이를 나타내는 개념이라고 정의한 바 있다. 박청인(2000)³⁹⁾은 국립공원 취락지구 주민의 애착도를 측정하면서 귀속감으로 표현한 바 있다. 그러나 이러한 개념 논의는 애착의 개념을 포괄적으로 설명하지 못하며 용어 사용 또한 적절하지 않은 것으로 보인다. Attachment 라는 용어는 새로운 용어가 아니라 이미 사회학, 교육학, 심리학, 관광학 등 관련 연구문헌에서 애착 또는 애착도 라는 표현을 일반적으로 사용해 왔기 때문이다.⁴⁰⁾

37) 노윤구 (2006). 전개서.

38) 장성수 (2001). 문화관광자원의 개념과 지연성(Attachment Level) 척도. 학술연구 발표논문집, 한국 관광학회 제50차 학술심포지움 및 정기학술발표대회. 11-19.

39) 박청인 (2000). 국립공원 취락지구 주민의 귀속감이 공원관리에 미치는 영향의 탐색적 연구- 계룡산 국립공원 취락지구의 사례연구. 국토계획, 35(1), 129-138.

40) 이삼연 (2000). 애착이론과 임상사회사업 Attachment theory and clinical social work. 정신보건과 사회사업. 9(1), 97-125;

송명자 (1995). 「발달심리학」, 서울: 학지사;

장호찬 (2000). 카지노겟블링의 관여도와 그에 따른 재방문 의사와의 관계. 「관광학연구」, 23(2), 99-116.

이상에서 살펴본 바와 같이 지역사회 애착도의 개념은 지역사회와 애착도의 합성어으로써 지역의 특성을 반영한다. 따라서 지역의 개념을 살펴볼 필요가 있다. 지역사회는 공동체라고도 번역되는 영어의 Community를 옮긴 말로서 공동의 뜻을 가진 Common 또는 Communal과 하나의 통합(Union)을 이루게 하는 Unity와의 합성어에 어원을 두고 있다.⁴¹⁾ 지역사회에 대한 정의에서는 사회적 상호작용(Social Interaction), 지역(Area), 공동결속체(Common Tie)라는 개념이 중심이 되어 있다. 공동체를 강조한 이러한 정의 외에 가장 일반적인 정의는 일정한 지리적 영역 안에 거주하면서 서로 간에 사회적인 상호작용을 하고, 심리적인 연대감을 가진 하나의 인간집단 이라는 것이다.⁴²⁾ 지역 사회 개념의 구성요소로는 지역성(Locality), 지역단위에 기초한 사회(Local Society), 지역중심의 일련의 집합적인 실천과정(Process of Locality Oriented Collective Actions) 세 가지가 꼽힌다. 지역 사회는 세 가지 구성요소를 모두 구현하며, 이 구성요소들이 조합됨으로써 지역사회라는 독특한 사회적 단위를 만들어 내는 것이다.

지역사회 애착도는 지역사회를 대상으로 한다는 점에서 일반적인 애착도 개념과 차이가 있다. 즉, 타인과의 관계 속에서 설명되는 애착도와는 달리 일정한 공간적 영역 속에서 구성원 간 상호작용을 하는 지역사회를 대상으로 한다는 점에서 보다 복잡하고 폭넓은 개념이라고 할 수 있다. 지역사회 애착도란 지역주민이 해당 지역사회에 대해서 개인적으로 또는 집단적으로 느끼는 심리적 연대감으로 정의할 수 있다. 사회학에서 강조되는 사람간의 친분과 유대 즉, 사회적 관계망이라는 차원과 환경심리학과 야외 휴양학에서 강조하는 물리적 장소에 대한 친근함 그리고 자긍심이나 소속감이라는 차원을 포괄하는 개념이다. 지역주민이 해당 지역사회에 거주하면서 오랜 시간 동안에 걸쳐 형성된 심리적 연대감을 의미한다. 다시 말하면 지역사회 애착도는 일정한 지리적 영역 속에서 사회적 상호작용과 실천과정을 통해 형성되며, 장소로서 지역사회와 지역 사회 구성원간의 관계가 중요시된다. 따라서 지역사회 애착도는 관광개발에 대한 지역주민의 태도 및 관광개발과정에서 지역주민의 참여를 설명 할 수 있는 심리적인 변수라고 할 수 있다.

41) 정지웅·임상봉 (1997). 『지역사회개발학』, 서울대학교 출판부.

42) 권연옥 (1995). 『지역사회개발론』, 서울: 학문사.

2. 지역사회 애착도의 구성요소

지역주민이 지역사회에 대해 갖는 애착도가 중요하게 다루어져야 하는 이유는 관광목적지라는 특정 장소에 연결된 강한 감성적 연대감(Emotional Ties)은 장소의 환경을 변화시키고자 하는 의지를 약화시키고 어떤 장소의 이용과 관리에 대한 관심을 증가시키기 때문이다. 지역주민들이 관광개발에 대해 갖는 태도를 분석함에 있어 주민들이 지역사회에 대해 갖는 애착도는 다른 변수들과 비교할 때 설득력 있는 변수로 생각할 수 있다. 애착도가 높을수록 관광개발에 대하여 더 많은 관심을 보일 것이며⁴³⁾, 관광개발에 대한 정보획득이나 개발과정에 참여하기 위해서도 관심을 기울일 것이다.

개인과 특정 지역 사회 간에 감정적이거나 감성적인 관계와 관련되어 있는 지역사회 애착은 복합적인 개념이다⁴⁴⁾. 지역사회 애착도는 감성, 인지와 실천의 다양한 개념을 내포하고 있으며, 애착의 주체도 개인, 집단, 문화 등으로 다양하다. 애착이 형성되는 사회적 관계도 개인 간, 집단 간, 문화 간 다양하게 나타날 수 있다. 이러한 관계는 일시적인 기쁨에서부터 오랫동안 지속되어온 애착까지 그 강도에서는 차이가 있다. 지역사회 애착도의 공간적 분석 단위도 규모나 특성에 따라 다양하다.

Williams 등(1992b)⁴⁵⁾은 리커드 척도로 장소애착의 두 가지 이론적 차원 즉 장소정체성과 장소의존성을 측정할 바 있다. Williams 등(1995)⁴⁶⁾은 관여도 척도를 바탕으로 장소애착을 측정하기 위한 항목을 구성하여 의존성(Dependence), 정체성(Identity), 자기표현(Expression), 중심성(Centrality) 등 4가지 차원에서 25개 항목으로 측정척도를 구성하여 측정한 결과 의존성과 정체성 두 가지 요인이 강하게 나타났으며, 15개 항목을 사용한 연구에서도 두 가지 요인 즉 의존성과 정체성이 강하게 나타났고 자기표현과 중심성 항목은 나타나지 않았다고 밝히고

43) McCool, S. F. and S. R. Martin. (1994). "Community Attachment and Attitudes Toward Tourism Development." *Journal of Travel Research* 32: 29-34.

44) Altman, I. (1992). *Place Attachment: A Conceptual Inquiry*. New York, Plenum Press.

45) Williams 등 (1995). 전제서.

46) 상개서.

있다. Moore 등(1994)의 연구에서도 애착을 측정하면서 장소 정체성과 의존성 등 두 가지 요인으로 측정한 바 있다. 사회학에서 강조되는 사람간의 친분과 유대, 지역사회 정서 등을 측정한다 있다.

본 연구에서는 앞서 검토한 문헌연구를 종합한 결과를 바탕으로 지역사회 애착도 구성 요인을 살펴보았다. 지역사회 애착도의 개념은 일반적인 애착의 개념과는 달리 지역사회 구성원으로써 사회적인 지위와 역할, 활동의 범위 등 개인의 사회적 특성에 따라 애착도 수준은 달라진다⁴⁷⁾는 점을 고려할 때 의존성(Dependence)과 정체성(Identity)이외에 사회적 친분(Social Friendship)을 포함할 필요가 있다. 결국 <그림 2-3>에서와 같이 지역사회 애착도의 개념은 의존성과 정체성, 사회적 친분 등 세 가지 차원으로 구성되어 있다고 할 수 있다.

이처럼 지역사회 애착이란 지역주민이 해당 지역사회에 대해서 개인적으로 또는 집단적으로 느끼는 심리적 연대감으로써 정신적인 측면에서의 정체성, 기능적인 측면에서 의존성, 사회적 측면에서의 친분 등으로 구성되어 있는 개념이다. 다시 말하면 지역사회에 대한 자부심과 의미를 느끼는 정체성뿐만 아니라 어떤 목적을 수행하기 적합한 곳이기 때문에 지역사회에 애착을 갖는 의존성, 지역사회 구성원간의 사회적인 친분과 유대 등에 의해서 형성되는 종합적인 개념이라고 할 수 있다.

1) 의존성

의존성은 Stokols(1988)⁴⁸⁾가 주장한 장소 의존성(Place Dependence)과 동일한 개념이다. 기능적 애착(Functional Attachment)으로도 불리며 어떤 장소가 기능적인 이유 즉, 어떤 장소가 특정 활동을 하기에 좋은 곳이기 때문에 평가를 받을 수 있다는 것이다.

의존성의 개념은 '개인의 욕구와 목표를 만족시키는 특정 장소의 잠재력과 관련된 애착유형'이다. 결국 특정 장소 또는 기능적으로 유사한 장소에 대해 강하게 관련되거나 의존하고 있다고 느끼는 정도를 말한다.

47) 상계서.

48) 노윤구 (2006). 전계서.

2) 정체성

지역사회에 대한 정체성은 감성적 애착(Affective Attachment)이라고도 하며 감성적, 상징적 이유로 가치를 갖는 것이다. Prochansky(1978)⁴⁹⁾가 제안한 장소에 대한 소속감(Place Belonging) 또는 장소 정체성(Place Identity)이란 개념과 동일하다. 장소 또는 지역사회에 대한 정체성이란 ‘물리적인 환경과 관련한 개인의 개인적인 정체성을 규정하는 자아의 차원’이다. 주관적인 자아관념(Sense of Self)는 다른 사람과의 관계에 의해서 뿐만 아니라 물리적 환경과의 관계에 의해서도 규정된다는 생각이다. 구체적인 이론을 발전시킨 Korpela(1989)⁵⁰⁾는 환경적인 자아조절(Environmental Self Regulation) 과정으로 장소 정체성의 개념을 연결하였다.

<그림 2-3> 지역사회 애착도의 개념 및 구성요인



자료: Williams (1995). 전게서.

환경은 사회적인 상호작용을 조절하는 중간자 역할 뿐만 아니라 스스로를 형성하고 유지해 가는 수단으로 볼 수 있다. 따라서 장소는 우리자신의 일부로 보

49) 상계서.

50) 노윤구 (2006). 전게서.

아야 하고 결과적으로 장소에 대한 소속감은 장소에 대한 강한 감정적인 애착으로 볼 수 있다.

감성적 애착이란 어떤 사람이 그 곳이 상징하는 것 때문에 어떤 장소에 대해 갖는 중요성이다. 이러한 상징적 의미는 매우 개인적 (어린 시절을 보냈거나)이거나 공유하는 것(역사를 상징하는 문화재 등)일수도 있다. 이러한 감성적 애착의 역할은 참여 동기로서 목적지가 갖는 공통된 의미나 집단 정체성이 중요시되며, 목적지의 문화적 정체성을 형성하고 유지하는 즉, 보전을 위한 논리적 근거를 제공하기도 한다.

3) 사회적 친분성

사회적 친분과 유대 (Social Friendship and Network Ties)는 사람간의 관계를 의미한다. 지역사회는 가족생활과 지속적인 사회화 과정에 뿌리를 둔 친분과 혈연 사회적 관계의 복합적인 체계이며 지역사회는 지속적인 사회적 네트워크 시스템으로 간주된다. 즉 새로운세대와새로운거주자가동화되어가면서 지역사회는 그 자체가 스스로의 라이프 사이클(Life Cycle)을 형성해 가는 시스템이다. 따라서 지역사회 내에서 개인은 사회적 네트워크(Social Networks)로 불리는 상호 연결된 인적관계망을 통해 정보를 주고받으며 개인적인 유대를 형성한다.⁵¹⁾ 이 때문에 사회적 친분의 정도는 지역사회 애착도를 구성하는 주요한 요소로 고려되고 있다.⁵²⁾

3. 지역주민의 인식

이벤트의 인식은 피관광 대상인 지역주민들이 받아들이는 행사의 결과로서 이벤트에 대한 주관적 판단에 따른 상대적 개념이라 할 수 있다. 또한 지각된 이벤트와 동일한 용어로 사용할 수 있다.

관광자와 지역사회 또는 지역주민 사이의 접촉으로 이루어지는 사회현상이라

51) 상계서.

52) Sampson, R. J. (1988). Local friendship ties and community attachment in mass society: a multi-level systemic model. *American Sociological Review*. 53. 766-769.

는 관점에 볼 때, 관광객은 이벤트 활동을 통하여 만족을 얻고, 지역주민은 이벤트 활동의 공간을 제공함으로써 지역사회에 경제적·사회적 편익을 얻는 사회적 교환과정으로 설명될 수 있다. 사회교환이론(Social Exchange Theory)은 관광에 대한 지역주민의 인식을 발전시키는데 적절한 체계로 이용될 것으로 여겨져 왔다. 이 이론은 사회적 관계에 관한 가장 영향력 있는 사회심리학 이론으로, 사회 관계들에서 관계들이 주고받는 보수와 부담에 관심을 갖는다. 보수는 관계로부터 얻는 것으로 특유성의 차원과 구체성의 차원으로 구분된다. 특유성의 차원은 어떤 보수의 가치가 그것을 제공하는 사람에게 얼마만큼 의존되는가에 관한 것이며, 구체성의 차원은 보고, 냄새 맡고, 만질 수 있는 것과 같은 유형의 보수들과崇高나 사회적 안정과 같은 비구체적 또는 상징적 보수들 사이의 구분을 내포한다. 부담은 어떤 관계에서 일어나는 부정적 결과들이다.

사회교환 이론은 사람들은 어떤 특정 관계의 보수들과 부담들을 계산해 두고 있다고 가정 한다. 따라서 자신이 어떤 관계에서 얻는 전체 결과, 즉 차해서 그 관계가 이익이 되는지(보수>부담), 아니면 전반적 손해를 보고 있는지(보수<부담)에 초점을 둔다.⁵³⁾

이벤트의 영향에 대한 지역주민의 인식을 설명하는 적절한 체계로서의 사회적 교환이론의 장점은 이것이 긍정적 인식과 부정적 인식 모두를 설명할 수 있고, 개별적 또는 집합적 수준에서 관련성을 설명할 수 있다는 점에서 이벤트에 대하여 지역주민들이 왜 긍정적 또는 부정적 인식을 가지는지를 설명하는 하나의 이론적 틀을 제공하여 줄 수 있다는 것이다.

John Ap(1992)⁵⁴⁾은 이 사회교환 이론을 적용하여 지역주민과 관광 사이에 자원의 교환(Exchange of Resources; Power 라는 말로 표현된)이 높은 균형을 이루거나, 또는 불균형 관계에 있다고 하더라도 주민 행위자에게 교환의 정도가 높을 때 이벤트의 영향은 지역주민에 의해 긍정적으로 보여 지고, 자원의 교환이 균형에서 어느 한쪽이 낮거나, 또는 교환관계가 불균형일 때 이벤트의 영향은 부정적으로 보여 진다고 보고하고 있다.

53) 홍대식 (1998). 『사회심리학』, 서울: 박영사, 227-294.

54) Ap, J. (1992). "Residents' Perceptions on Tourism Impacts." *Annals of Tourism Research* 19(4): 665-690.

전영철·정병용(1999)⁵⁵⁾은 지역주민들이 관광의 영향에 대하여 왜 긍정적 또는 부정적으로 인식하는지를 이해하는데 있어 사회교환이론의 적용 가능성을 보광 휘닉스파크 리조트 지역의 사례를 중심으로 탐색하였다.

중류나 하류층은 경제적 이익 때문에 관광개발의 촉진에 찬성하고, 상류층은 지역의 사회문화적환경적 비용 때문에 과도하고 통제할 수 없는 개발은 반대한다고 하고 있다. 즉, 지역사회에 있어 관광을 지속시키기 위해서는 특정한 교환이 발생한다. 지역사회의 주민, 시민의 리더, 기업가들에 의한 참여는 관광개발과 관광객의 유치에 있어 발생한다. 지역주민은 다양한 수준을 두고 기획, 개발, 관광기업운영에 참여를 통해 관광으로부터 편익을 창출하는 교환과정에 참여한다. 반면 지역주민의 일부는 관광 지지론자가 되거나 또는 관광객들에 대하여 반대하거나 적대감을 표출하는 경우도 있다.

4. 메가이벤트에 대한 지역주민의 인식 관련 선행연구

메가 이벤트의 영향에 대한 지역주민의 인식에 관한 연구는 종단적 연구와 횡단면적 연구 두 가지 측면에서 이루어져왔다고 할 수 있다. 그리고 연구의 배경으로는 사회교환이론과 사회표현이론이 그 바탕이 되고 있다. 종단면적이어서 사회적 교환이론을 주축으로 한 연구자들의 연구결과를 요약해 보면 다음과 같다.

Bramwell⁵⁶⁾은 1991년 영국 셰필드에서 개최된 세계 학생 경기에서 메가이벤트의 사전 사후 영향을 고려하면서 전략적 계획을 제시하였다. 연구에서 미디어의 관심이 집중되는 시기의 메가이벤트의 영향에 관한 분석도 중요하지만 시간이 상당히 경과한 이후의 메가이벤트 영향에 대한 평가가 중요하다는 것이다.

Mihalik⁵⁷⁾은 1996년 애틀랜타 올림픽이 개최된 조지아 주민을 대상으로 사회교환이론을 근거로 메가이벤트의 영향에 대한 지역주민의 지각된 편익을 종 단적

55) 전영철·정병용 (1999). 사회교환이론의 적용을 통한 관광개발영향에 대한 지역주민 태도측정에 관한 연구, 『문화관광연구』, 1.

56) Bramwell, B. (1997). "Strategic Planning before and after a Mega-event." *Tourism Management* 18(3): 167-176.

57) Mihalik, B. J. and L. Simonetta (1999). "A Midterm Assessment of the Host Population's Perceptions of the 1996 Summer Olympics: Support, Attendance, Benefits, and Liabilities." *Journal of Travel Research* 37: 244-248.

시간비교 연구를 실시하였다. 연구결과 국제적 이미지 제고에 대한 편익이 가장 높게 나타났으며, 가장 지각된 수준이 높았던 편익이 시간이 경과할수록 하락한 것으로 평가되었다.

Gang-Hoan, J. & Faulkner(1996)⁵⁸⁾는 93대전엑스포가 개최지역인 대전시에 준영향을 관광의 관점에서 행사개최의 전후를 비교하는 종단적 시간비교연구를 통하여 개최지역 주민들의 인식에 사회교환이론 적용의 타당성을 검증하였다.

그의 연구결과들을 살펴보면 긍정적 관광개발 측면에서는 도시경관, 도로, 호텔 등과 같은 지역관광시설은 지역주민이 지각하는 관점에서 긍정적으로 나타났고, 지역홍보효과 측면에서는 개최전의 기대치보다 엑스포 이후 조사에서 낮아짐으로서 지역홍보효과는 성공적이지 못했으며, 지역 물가상승, 야간업소의 증가 등 엑스포 개최전의 조사에서는 별로 우려되지 않은 변수들이 문제점으로 평가되었다. 엑스포 유치로 가장 괄목할만한 영향은 엑스포 이후의 영향 평가에 대한 지속적인 모니터링과 다른 메가이벤트와의 비교연구의 중요성이 제시되고 있다.

이주희(1999)⁵⁹⁾ 등도 1997년 2월 무주에서 열린 유니버시아드 대회가 개최지역 인농촌과 산촌에 끼친 파급영향을 다 측면적인 관점에서 분석하였다. 이들의 연구에서는 지역주민들이 지각하는 동계유니버시아드 대회의 파급영향을 긍정적 경제발전, 관광산업, 긍정적 지역개발 및 환경, 부정적 환경, 부정적 사회문화, 부정적 경제 측면의 6개 부문으로 나누어 18개의 측정항목으로 메가 이벤트의 영향에 대한 지역주민의 인식을 평가하였다.

대회개최 시점을 기준으로 전 후 2차례에 걸친 무주군 지역주민 각 300명을 대상으로, 대회전 후 표본 중 동일 표본이 109명(36%), 상이 표본이 191명(64%)으로 표본의 동질성 검정을 실시하여, 두 집단의 분산에 대한 등분산성을 규명하였다.

이 연구에서 긍정적 경제발전 측면에서는 대회전 조사와 비교할 때 지역주민의 기대에 못 미치는 것으로 나타났고, 관광 산업적 측면으로는 대회개최에 따른 관광산업의 발전에 큰 희망을 지닌 것으로 나타났으며, 긍정적 지역개발 및 환경

58) Gang-Hoan, J. and B. Faulkner (1996). "Resident Perception of Mega-event Impact : the Taejon International Exposition Case." *Festival Management & Event Tourism* 4: 3-11.

59) 이주희·한상열 (1999). 대형이벤트 개최에 따른 농·산촌 지역주민의 다측면적 영향평가에 관한 연구, *한국휴양학회지* 88(1), 56-62.

측면에서의 교통편의의 개선, 지역미관개선, 관광위락시설 증가에 대해 긍정적 효과로 인식하는 것을 나타냈다. 자연 환경적 측면에서는 지역주민은 대회를 부정적으로 평가하는 것으로 나타났으며 대회전 우려했던 것보다 환경피해가 더욱 심화된 것으로 평가하였으며, 사회·문화적 측면에서는 긍정적 영향이 미비하며 지역사회의 고유풍속 파괴나 과소비 조장과 같은 부정적인 영향은 없는 것으로 나타났다.

개최지역의 관광산업과 지역개발분야에서는 투자효과가 큰 것으로 나타났으나, 지역경제의 활성화 측면에서는 그다지 크게 성공적이지 못한 것으로 분석되었으며, 또한 개최지역인 덕유산국립공원의 자연환경에 피해를 준 것으로 평가하였다. 유니버시아드대회 개최전후의 경제, 관광, 사회·문화, 환경측면의 영향에 대한 지역주민의 인식에 대한 시간적 종단연구를 실시하려 다음과 같은 2가지의 정책대안을 제시하고 있다.

첫째, 선행연구에서, 지역경제 활성화 측면에서 대회준비를 위한 막대한 투자비용에 대해 지역주민의 기대치에 부응하지 못하는 것으로 나타나 농·산촌 지역에서 메가이벤트를 유치할 경우 지역주민이 인식할 수 있는 직접적인 경제효과 부문에 관한 철저한 계획과 준비가 이루어져야 한다.

둘째, 지역개발에 관한 농촌과 산촌 지역주민의 평가는 대회전의 기대치는 높았으나 대회 후의 평가는 저조한 것으로 나타남에 따라 대회준비과정에서 조성되는 사회간접자본시설이 대회가 종료된 후 대부분이 지역주민들을 위해 이용되지 않기 때문에 메가이벤트 준비과정에서 지역주민의 의견이 적극적으로 반영되어 투자효과를 극대화시켜야 한다는 것을 제시하였다.

한편, 메가이벤트에 대한 지역주민의 인식에 대한 횡단면적 결과들은 다음과 같이 요약할 수 있다.

조배행(1999)⁶⁰은 88서울올림픽이 한국에 미친 전반적인 사후 파급효과와 관광산업발전에 미친 영향을 정치, 외교적 측면, 경제적 측면, 사회·문화적 측면, 환경적 측면 등에서 관광관련 전문가들의 인지도를 분석하였다.

이 연구의 특징은 88서울올림픽의 개최지로 인한 파급효과에 대한 인식을 정치, 외교, 경제, 사회문화, 환경 등의 전반적인 측면에서 전문가를 대상으로 영향

60) 조배행 (1999). "88서울올림픽의 관광에 대한 영향연구", 한국관광연구원, 40-44.

과 파급효과를 분석하고 있다. 정치·외교적 측면에 미친 영향에 대한 전문가들의 평가는 공산권 국가나 제 3세계 국가들과의 관계개선과 국제적 지위향상에 가장 긍정적 영향을 미친 것으로 인식하고, 경제적 영향 측면에서는 전문가들 사이의 의견차가 많은 외국인에게 보여주기 위한 걸치레 치중의 행사를 하였다는 부정적인 인식과 국민들의 사치나 과소비풍조를 조장, 요인 작용으로 관광관련 산업 발전의 촉진을 위한 계기 마련과 세계관광시장에서의 경쟁력 신장에 이바지함과 동시에 한국에 대한 인지도를 고양시키는 계기를 마련하여 관광산업의 발전에 매우 긍정적인 영향을 미친 것으로 나타났다.

선행연구에서 측정한 메가이벤트의 영향에 대한 지역주민의 인식은 다음 <표 2-6>와 같다.



<표 2-6> 메가이벤트 영향에 대한 지역주민의 인식 측정

	Ritchie (1984)	Getz (1991)	정강환 (1994)	이주희 (1999)	조배혜 (1999)	김규호 (2000)	이충기 (2000)	박미정 (2001)	본연구
경제적 영향									
소득 및 생활수준 향상		o	o	o		o	o	o	o
고용기회의 증대	o	o	o	o		o	o	o	o
지역경제 활성화		o	o	o		o	o	o	
물가상승	o	o	o	o	o	o		o	
부동산 가격 상승	o		o	o	o	o	o	o	
생활비 상승		o				o	o	o	
사회·문화적 영향									
문화의 우수성 홍보		o			o	o	o	o	o
국내 이미지 개선	o	o	o	o		o	o	o	o
역사·문화자원 보전기여	o				o	o	o	o	o
지역주민의 자긍심 증대	o	o			o	o	o	o	o
고유문화 이해 증대	o	o			o			o	o
범죄, 강조, 파괴주의 증가	o	o			o				
물리환경 영향									
숙박시설 증가			o					o	o
발전 기숙	o	o	o	o			o	o	
교통 편리		o	o	o				o	
도시 미관의 개선			o	o	o	o	o	o	
도로망의 개선		o	o		o	o	o	o	
식당위생 개선		o	o					o	o
교통표지판 개선			o					o	o
자연환경파괴	o	o	o	o	o	o	o	o	
소음, 환경 악화		o	o	o		o	o	o	
역사문화자원파괴			o	o		o	o	o	

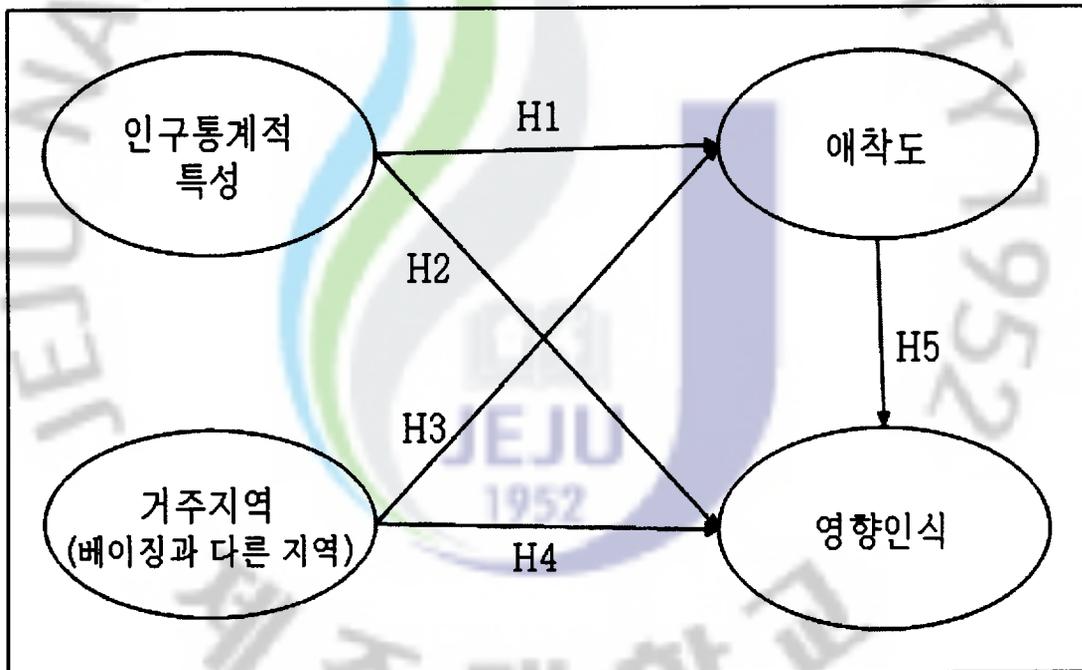
자료: 박미정(2001). 「지역주민의 지연성이 메가 이벤트에 대한 인식과 협력의사에 미치는 영향」 동아대학교 대학원, 관광경영학과 박사학위논문을 인용하여 연구자가 제작함.

제3장 연구 설계

제1절 연구모형 및 가설설정

1. 연구모형 및 가설설정

<그림 3-1> 연구모형



연구모형을 바탕으로 연구가설을 설정하면 다음과 같다.

가설1 : 인구통계적 특성에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이다.

가설1-1 : 직업에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이다.

가설1-2 : 학력에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이다.

가설1-3 : 거주기간에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이다.

가설1-4 : 관광관련에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이다.

가설2 : 인구통계적 특성에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에는 차이가 있을 것이다.

가설2-1 : 직업에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에는 차이가 있을 것이다.

가설2-2 : 학력에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에는 차이가 있을 것이다.

가설2-3 : 거주기간에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에는 차이가 있을 것이다.

가설2-4 : 관광관련에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에는 차이가 있을 것이다.

가설3 : 메가이벤트의 주 개최지였던 베이징지역과 중국 다른 지역 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이다.

가설4 : 메가이벤트의 주 개최지였던 베이징지역과 중국 다른 지역 지역주민의 영향인식에는 차이가 있을 것이다.

가설5 : 지역사회 애착도는 지역주민의 메가이벤트에 대한 인식에 영향을 미칠 것이다.

2. 용어의 조작적 정의

1) 메가이벤트

본 연구에서는 2008년 개최 후 베이징올림픽으로 한정하여 연구하였다.

2) 메가이벤트의 영향요인

본 연구에서의 메가이벤트의 영향이라 함은 Ritchie(1984)⁶¹⁾가 제시한 메가이벤트 파급효과. 즉 경제적 효과, 관광산업적 효과, 물리환경적 효과, 사회문화적 효과, 심리적 효과, 정치적 효과 6가지 항목에 각각의 긍정과 부정적인 효과를 메가이벤트 영향요인으로 정의하였다. 이유는 메가이벤트의 영향이나 파급효과에 대한 많은 연구나 정의 중 가장 널리 보편적으로 알려져 있고, 본 연구대상인 2008베이징하계올림픽의 영향 측면과도 구분이 크게 다르지 않아 영향요인으로 정의하였다.

3) 메가이벤트에 의한 영향에 대한 주민인식

메가이벤트의 영향이라 함은 개인의 가치체계, 생활양식, 안전수준, 도덕적 행위, 표현, 전통적 인식, 지역사회 조직에 미치는 영향을 의미한다. 메가이벤트의 사회적 영향은 개최지 주민의 생활의 질의 변화에 관련되는 것을 말하며, 메가이벤트의 문화적 영향은 문화적 변화를 의미하며, 특히 이벤트에서 사회문화적 영향은 따라 비용과 편익으로 평가되어진다.

4) 지역사회 애착도

지역사회 애착도란 지역주민이 해당 지역사회에 대해서 개인적으로 또는 집단적으로 느끼는 심리적 연대감으로서 “정신적인 측면에서의 정체성”, “기능적인 측면에서의 의존성”, “사회적인 측면에서의 친분성” 등으로 구성되어 있는 개념이다. 다시 말해서 지역사회에 대한 자부심과 의미를 느끼는 정체성뿐만 아니라 어떤 목적을 수행하기 적합한 곳이기 때문에 지역사회에 애착을 갖는 의존성, 지역사회 구성원 간의 사회적인 친분과 유대 등에 의해서 형성되는 종합적인 개념이라고 할 수 있다. 따라서 지역사회 애착도의 변수는 정체성, 의존성, 사회적 친분으로 설정하였다.

61) 김진권 (2007). 『메가 이벤트의 영향요인과 주민인식에 따른 지역주민의 협력의사에 미치는 요인에 관한 연구』, 홍익대학교 광고홍보대학원, SP. EVENT 전공.

5) 의존성

의존성은 개인의 요구와 목표를 만족시키는 특정장소의 잠재력과 관련된 애착 유형을 말한다. 결국, 특정 장소 또는 기능적으로 유사한 장소에 대해 강하게 관련되거나 의존하고 있다고 느끼는 정도를 말한다.

6) 정체성

정체성은 감성적 애착으로서 지역주민 자신의 지역에 대해서 갖는 중요성을 묻는 것이다. 주관적인 자아관념(sense of self)은 다른 사람과의 관계에 의해서 뿐만 아니라 물리적 환경과의 관계에 의해서도 규정된다는 생각이다.

7) 사회적 친분성

사회적 친분성은 사람들 간의 관계를 의미하며, 이것은 지역사회에서 가족생활과 지속적인 사회화 과정에 뿌리를 둔 친분과 혈연, 사회적 관계의 복합적인 체계이며, 지속적인 사회적 네트워크 시스템으로 간주된다. 이 때문에 친분성은 지역사회 애착도를 구성하는 주요한 요소로 고려되고 있다.

제2절 연구조사 설계

1. 설문지의 구성

본 연구는 자료의 수집과 측정을 위한 조사방법으로 설문지를 활용한 실증적 연구방법을 채택하였는데 설문지의 총 문항은 41개 문항으로 구성되었으며 내용상으로는 3개 부분으로 나눌 수 있다.

인구통계적 특성과 관련하여 총 9개 문항, 올림픽 개최 전에 인식과 관련해서는 5점 Likert 척도를 활용한 20개 문항, 지역주민의 애착도와 관련해서는 5점 Likert 척도를 활용한 12개의 문항으로 구성되어 있다.

<표 3-1> 설문지의 구성

조사내용	문항 수	척도	이론적 근거
인구통계적 특성	9	명목, 서열, 등간, 비율척도	
올림픽 개최 후에 인식	20	5점 Likert 척도	박미경(2001) 김진권(2007)
지역주민의 애착도	12	5점 Likert 척도	노윤구(2006)

2. 표본추출과 자료수집

본 논문의 실증분석을 위한 모집단은 베이징, 상해, 심양과 청도 지역주민으로 설정하고 2008년 9월 22일부터 10월 9일까지 총 14일 동안 설문조사를 실시하였으며, 표본추출은 비확률 추출법에 의한 편의표본추출(sampling)을 시행하였다. 설문지는 420부를 조사해서 회수 400부를 회수하게 되었는데 이 중에서 동일한 번호를 중복으로 표기한 것과 많은 문항에 대하여 무응답을 한 40부를 제외한 360부가 최종적으로 분석을 위해 사용되었고 유효회수율은 85.71%이다.

실증조사를 통해 얻은 360부의 설문지를 통계패키지 SPSS 12.0을 활용하여 분석하였으며, 이용통계기법은 표본의 특성분석 및 항목의 특성을 분석하기 위해 빈도분석(Frequency)을 실시하였으며, 설문문항의 신뢰성을 검증하기 위해 신뢰도분석(Reliability Analysis)을 실시하였으며, 분석기법은 Cronbach's alpha계수를 사용하였다. Cronbach's alpha계수를 이용한 신뢰도분석은 항목 내에서 분산이 커서 신뢰도를 떨어뜨리는 항목은 제외시킴으로서 신뢰도가 높은 항목만 선별한다⁶²⁾. 설문항목의 타당성 검증을 위해 요인분석(Factor Analysis)을 사용하였으며, 요인추출은 주성분분석(principle component analysis)을 사용하였으며, 요인회전은 요인 수 및 정보 손실을 최소화하는 직각회전(Varimax)법을 이용하였다⁶³⁾. 지역사회 애착도에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식 차이를

62) 채서일 (1992), 『사회과학 조사방법론』, 법문사, 240-243.

63) 상계서.

알아보기 위하여 t-test분석과 분산분석(ANOVA)을 실시하였으며, 메가이벤트의 주 개최지였던 베이징지역과 중국 다른 지역 지역주민의 애착도에는 차이가 알아보기 위하여 t-test분석을 알아보았다. 마지막으로 지역사회 애착도가 메가이벤트에 대한 영향관계를 알아보기 위해 회귀분석(regression analysis)을 실시하였다.



제4장 실증분석 및 결과

제1절 표본의 인구통계적 특성

본 연구의 응답자들의 분포를 살펴보면, 성별은 남성 203명(56.4%)으로 나타났으며, 여성은 157명(43.6%)이다.

연령별로는 20대가 가장 많은 299명(83.1%)로, 30대는 47명(13.1%), 40대는 7명(1.9%), 10대는 6명(1.7%), 50대 이상은 전체의 1명(0.3%)으로 나타났다.

결혼여부는 기혼자가 84명(23.3%), 미혼자가 276명(76.7%)으로 보였다.

직업별로는 전문직이 120명(33.3%)으로 나타났고, 공무원, 회사원이 110명(30.6%) 학생이 전체의 73명(20.3%)로 나타났고 기타어업에 종사하는 사람이 전체의 57명(15.8%)로 조사되었다.

관광관련별로는 관련 없음이 142명(39.4%), 보통이 76명(21.1%), 전혀 관련 없음과 관련 있음이 각각 66명씩(18.3%)으로 나타났고, 매우 관련 있음이 전체의 10명(2.8%)으로 나타났다.

학력별로는 대학 졸업이 전체의 196명(54.4%)로, 대학 재학이 63명(17.5%), 대학원 재학 또는 졸업이 54명(15%), 고등학교 졸업의 학력을 가진 사람이 전체의 47명(13.1%)으로 나타났다.

고향별로는 본지가 전체의 230명(63.9%), 외지가 전체의 130명(36.1%)으로 나타났다.

거주지역별로는 상해 거주자가 123명(34.2%), 베이징 거주자가 100명(27.8%), 심양 거주자가 71명(19.7%), 청도 거주자가 전체의 66명(18.3%)으로 나타났다.

거주기간별로는 2-5년간이 159명(44.2%), 20년 이상이 121명(33.6%), 6-10년간이 18명(17.2%), 11-20년간이 전체의 18명(5.0%)으로 나타났다.

설문지를 토대로 응답자의 일반적인 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시

한 결과 일반적 특성을 구체적으로 다음 <표 4-1>와 같다.

<표 4-1> 인구통계적 특성

변수	구분	빈도	퍼센트(%)
성별	남	203	56.4
	여	157	43.6
연령	10대	6	1.7
	20대	299	83.1
	30대	47	13.1
	40대	7	1.9
	50대	1	0.3
결혼여부	미혼	276	76.7
	기혼	84	23.3
직업	학생	73	20.3
	공무원, 회사원	110	30.6
	전문직	120	33.3
	기타	57	15.8
관광관련	전혀 관련 없음	66	18.3
	관련 없음	142	39.4
	보통	76	21.1
	관련 있음	66	18.3
	매우 관련 있음	10	2.8
학력	고등학교 졸업	47	13.1
	대학 재학	63	17.5
	대학 졸업	196	54.4
	대학원 재학 또는 졸업	54	15.0
고향	본지	130	36.1
	외지	230	63.9
거주지역	베이징	100	27.8
	상해	123	34.2
	심양	71	19.7
	청도	66	18.3
거주기간	2-5년	159	44.2
	6-10년	62	17.2
	11-20년	18	5.0
	20년 이상	121	33.6
총계		360	

제2절 변수의 신뢰성 및 타당성 분석

1. 신뢰성 분석

본 연구의 설문조사에서 사용된 항목이나 척도가 측정하고자 하는 대상을 정확하게 측정하고 있는지, 그 측정결과가 추가적인 통계적 분석을 진행하기에 적합한 것인지를 확인하기 위하여 신뢰성 분석을 실시하였다.

신뢰성 분석은 동일한 개념에 대한 측정을 반복했을 때 동일한 값을 얻을 가능성이 말하는 것으로 어떤 평가항목을 동일한 현상에 반복 적용하여 동일한 결과를 얻게 되는 정도를 평가항목의 신뢰성이라 한다.⁶⁴⁾

신뢰성을 분석하기 위한 방법으로는 여러 가지 방법이 사용되고 있다. 이러한 검증방법에는 반복측정 신뢰성(test-retest reliability), 여러 가지 측정도구를 이용한 신뢰성 (alternative from reliability), 크론바하 알파(Cronbach's alpha)계수 등이 있다. 여러 측정항목들로 구성된 척도의 경우 크론바하 알파계수가 가장 많이 사용되는 신뢰성 분석방법이므로, 본 연구에서는 크론바하 알파계수는 신뢰성 분석의 개념인 내적 일관성의 정도를 나타내는 것으로 하나의 개념에 대하여 여러 가지의 항목으로 구성된 척도를 이용한 경우에 해당을 가지고 할 수 있는 가능한 모든 반복 신뢰성을 도출하고 이것의 평균치를 산출한 것이 이 계수 값에 해당된다.

크론바하 알파계수는 0과 1사이의 값을 가지며, 통계적 신뢰성은 일반적으로 요구되는 알파값은 0.6이상이면 측정도구의 신뢰성에 큰 문제가 없다고 보고 있다.

1) 애착도에 관한 신뢰성 분석

애착도에 관한 신뢰성분석을 실시한 결과 <표 4-2>과 같은 결과를 얻었다. 전체신뢰도는 Cronbach's α 계수 0.861로 높게 나타나 측정도구의 신뢰도에는 문제가 없는 것으로 나타났다. 그리고 의존성에 관한 신뢰도는 Cronbach's α 계수 0.797로 나타나고, 정체성에 관한 신뢰도는 Cronbach's α 계수 0.748로 나타나고, 사회적 친분성에 관한 신뢰도는 Cronbach's α 계수 0.829로 가장 높게 나타났다.

64) 체서일 (1992), 전계서.

<표 4-2> 애착도 항목 신뢰성 분석 결과

구분	항목	항목제거 시 Cronbach's α	Cronbach's alpha
의존성	다른 곳으로 떠날 기회가 생긴다 해도 이 지역에서 계속 살겠다	.769	.797
	이 지역은 다른 어떤 곳보다 살기 좋다	.731	
	이 지역을 떠나 다른 곳으로 옮겨야 한다면 매우 섭섭할 것이다	.762	
	이 지역은 내가 하고 싶은 일을 하면서 살기에 가장 좋은 곳이다	.745	
	이 지역은 지금 내가 하고 있는 일을 하기에 가장 적합한 곳이다	.781	
정체성	누가 이 지역에 대한 물는다면 많은 것을 얘기해줄 수 있다	.730	.748
	내가 어떤 사람인지 설명할 때 이 지역에 산다고 이야기 한다	.685	
	이 지역에 사는 것은 자랑스럽게 생각한다	.635	
	이 지역에 나에게 매우 특별한 곳이다	.707	
사회적 친분성	편하게 이야기를 나눌 수 있는 이웃 또는 친구들이 있다	-	.829
	이 지역에는 친한 친구들이 많이 거주하고 있다	-	

전체 Cronbach's Alpha = .861 / sample N: 360

2) 지역주민의 영향인식에 관한 신뢰성 분석

지역주민의 영향인식에 관한 신뢰성분석을 실시한 결과 <표 4-3>과 같은 결과를 얻었다. 전체신뢰도는 Cronbach's α계수 0.910로 높게 나타나 측정도구의 신뢰도에는 문제가 없는 것으로 나타났다. 그리고 환경적 영향에 관한 신뢰도는 Cronbach's α계수 0.809로 나타나고, 문화적 영향에 관한 신뢰도는 Cronbach's α계수 0.807로 나타나고, 관광 산업적 영향에 관한 신뢰도는 Cronbach's α계수 0.820로 가장 높게 나타나고, 사회적 영향에 관한 신뢰도는 Cronbach's α계수 0.741로 나타나고, 경제적 영향에 관한 신뢰도는 Cronbach's α계수 0.777로 나타났다.

<표 4-3> 지역주민의 영향인식 항목 신뢰성 분석 결과

구분	항목	항목계거 시 Cronbach's α	Cronbach's alpha
환경적 영향	공공시설이 깨끗하게 변화되었다.	.758	.809
	숙박시설이 증가되었다	.761	
	도로표지판 및 관광안내 표지판의 설치가 증가되었다	.764	
	도시개발 및 재개발이 촉진되었다	.784	
문화적 영향	지역 고유문화의 개발이 이뤄졌다	.767	.807
	자연 및 문화적 자원의 보호가 증대되었다	.758	
	개최지역의 문화적 특성의 고취가 이뤄졌다	.803	
관광 산업적 영향	음식점의 질과 위생이 개선되었다	.706	.820
	중국내 관광시장이 커지게 되었다	.759	
	호텔의 질과 위생이 개선되었다	.733	
	개최도시가 관광지로서 가치가 증대되었다	.811	
사회적 영향	지역주민들의 지역사랑 의식이 증가되었다	.792	.741
	지역주민들의 자긍심이 높아졌다	.758	
	지역주민을 위한 공공시설이 확충되었다	.717	
	지역주민의 적극적 참여가 증가되었다	.680	
	관광분야 투자가 증가했다	.674	
	전통문화의 보존과 새로운 문화 창조에 도움이 되었다	.653	
경제적 영향	고용기회가 증대되었다	.685	.777
	소득이 향상되었다	.722	
	진반적인 생활수준이 향상되었다	.691	

전체 Cronbach's Alpha = .910 / sample N: 360

2. 타당성 분석

타당성이란 측정하고자 하는 것을 실제로 측정해 내는 정도를 나타내는 것으로 그 평가방법에 따라 기준타당성(criterion-related validity), 내용타당성(content validity), 개념타당성(construct validity) 등 세 가지로 나누어진다. 기준타당성은 하나의 속성이나 개념의 상태에 대한 측정이 미래시점에 있어서 다른 속성이나 개념의 상태변화를 예측하는 능력을 의미한다.

내용타당성이란 측정도구 자체가 측정하고자 하는 속성이나 개념을 어느 정도나 측정할 수 있는가를 보여주는 것으로써 측정하고자 하는 구성개념의 조작적 정의의 적절성 여부를 판단하는 근거자료가 된다. 개념타당성은 한 개념이 다른 개념과 구별되는 정도를 설명하는 것으로 요인분석을 통하여 설문 자체의 타당성을 양적으로 평가할 수 있다. 요인분석에 의한 개념에 의한 개념타당성 평가는 서로 상이한 개념에 대하여 각각 여러 가지의 측정수단(항목)들을 이용하여 측정을 실시한 후, 각 항목들에 의한 측정치의 요인을 분석하였을 때 그 결과로 나온 요인들이 원래 의도한 개념을 대표할 수 있는가를 평가하는 것이다.⁶⁵⁾

본 연구에서는 지역주민의 애착도와 영향인식을 요인분석하고 그 구성개념의 타당성을 입증하고자 하였다.

1) 애착도에 관한 타당성 분석

지역주민의 애착도에 영향을 미치는 요인을 구성하는 변수들 각각의 유효성을 고려함으로써 신뢰도를 향상시키고 각 변수들의 설명력을 높일 수 있는 변수를 추출하고자 요인분석을 실시한 결과 <표 4-4>과 같은 지역주민의 애착도에 대한 총 11개의 항목에서 3개의 요인으로 추출하였으며 영향인식에 대한 총 20개의 항목에서도 5개의 요인으로 추출되었다. 이들 요인분석에서 요인패턴의 행렬을 계산하고 공통요인으로 추출된 요인들이 차별적 개념을 나타내는가를 검증하기 위해 각 요인과 변수와의 상관행렬을 계산하였고, 요인분석의 초기 추출방법으로 주성분분석을 사용하였다.

회전방식으로는 직각회전방식 중 베리맥스기법을 채택하여 고유치가 1.0이상인 것을 분석에 이용하였다. 요인의 해석은 일반적인 관계에 따라 0.4이상의 요인부하량을 갖는 변수를 의미 있는 것으로 하여 선정하였다. 추출된 요인이 설명하는 분산이 클수록 그 요인이 전체 요인구성에 차지하는 비중이 크다는 것을 의미하는 총 분산 설명력은 이들 욕구요인과 관련한 3개 요인이 총 분산의 64.04%를 설명하고 있는 것으로 나타났다.

채택된 요인 중 요인부하량 값의 크기를 기준으로, 지역주민의 애착도의 요인1은 “의존성”, 요인2는 “정체성”, 요인3은 “사회적 친분성”로 각각 명명하였는데,

65) 채서일 (1997). 『사회과학 조사방법론』, 서울: 학현사, 365.

요인별고유치(eigen-value)와 각 요인 분산에 대한 설명정도를 보면 요인1은 4.37(39.73%)로 가장 높은 설명력을 가지고 있으며, 그 다음으로 요인2는 1.48(13.41%), 요인3은 1.20(10.93%)의 순서였다. 여기에서 각 변수와 요인 사이의 상관관계 정도를 나타내는 요인부하량은 요인이 해당변수를 설명해 주는 정도를 의미하며, 커뮤널리티(communality)는 초분산 중에서 요인이 설명하는 분산비율을 의미한다. 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 설명되는 정도를 나타내는 KMO(Kaise-Meyer-Olkin)의 값은 0.830으로 변수선택이 타당성을 알 수 있다. 또한 요인분석 모형의 적합성을 나타내는 바르렛(Bartlett)의 구형성검정치가 1427.409이며, 유의확률은 0.000으로 공통요인이 존재한다고 볼 수 있다.

<표 4-4> 애착도 측정항목 요인분석 결과

요인명	측정항목	성분			공통성
		1	2	3	
의존성	다른 곳으로 떠날 기회가 생긴다 해도 이 지역에서 계속 살겠다	.802	-.142	.071	.669
	이 지역은 다른 어떤 곳보다 살기 좋다	.746	.220	.189	.641
	이 지역을 떠나 다른 곳으로 옮겨야 한다면 매우 섭섭할 것이다	.711	.145	.083	.533
	이 지역은 내가 하고 싶은 일을 하면서 살기에 가장 좋은 곳이다	.682	.290	.192	.586
	이 지역은 지금 내가 하고 있는 일을 하기에 가장 적합한 곳이다	.566	.387	.078	.477
정체성	누가 이 지역에 대한 묻는다면 많은 것을 얘기해줄 수 있다	.090	.746	.174	.596
	내가 어떤 사람인지 설명할 때 이 지역에 산다고 이야기 한다	-.057	.736	.228	.596
	이 지역에 사는 것은 자랑스럽게 생각한다	.436	.692	.142	.690
	이 지역에 나에게 매우 특별한 곳이다	.391	.641	-.051	.567
사회적 친분	편하게 이야기를 나눌 수 있는 이웃 또는 친구들이 있다	.128	.113	.915	.867
	이 지역에는 친한 친구들이 많이 거주하고 있다	.225	.243	.847	.827
고유치(eigen-value)		4.370	1.475	1.203	-
분산설명력%		39.727	13.410	10.933	
누적분산설명력%		39.727	53.137	64.070	
KMO값		.830			
Bartlett's검정		카이제곱		1427.409	
		자유도		55	
		유의확률		.000	

2) 지역주민의 영향인식에 관한 타당성 분석

지역주민의 영향인식에 대한 요인분석을 실시한 결과 <표 4-5>과 같은 총 분

산 설명력은 이들 영향인식과 관련한 5개 요인이 총 분산의 64.47%를 설명하고 있는 것으로 나타났다. 채택된 요인 중 요인부하량 값의 크기를 기준으로, 지역주민의 영향인식의 요인1은 “환경적 영향”, 요인2는 “문화적 영향”, 요인3은 “관광산업적 영향”, 요인4는 “사회적 영향”, 요인5는 “경제적 영향”로 각각 명명하였는데, 요인별 고유치(eigen-value)와 각 요인 분산에 대한 설명정도를 보면 요인1은 7.32(36.59%)로 가장 높은 설명력을 가지고 있으며, 그 다음으로 요인2는 1.91(9.53%), 요인3은 1.39(6.97%), 요인4는 1.20(5.98%), 요인5는 1.080(5.40%)의 순서였다. 여기에서 각 변수와 요인 사이의 상관관계 정도를 나타내는 요인부하량은 요인이 해당변수를 설명해 주는 정도를 의미하며, 커뮤널리티(communality)는 초분산 중에서 요인이 설명하는 분산비율을 의미한다. 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 설명되는 정도를 나타내는 KMO(Kaise-Meyer-Olkin)의 값은 0.867으로 변수선택이 타당서함을 알 수 있다. 또한 요인분석 모형의 적합성을 나타내는 바르렛트(Bartlett)의 구형성검정치가 3357.556이며, 유의확률은 0.000으로 공통요인이 존재한다고 볼 수 있다.

<표 4-5> 영향인식 측정항목 요인분석 결과

요인명	측정항목	성분					공통성
		1	2	3	4	5	
환경적 영향	공공시설이 깨끗하게 변화되었다	.765	.264	.155	-.084	.073	.692
	숙박시설이 증가되었다	.765	.098	.074	.083	.205	.649
	도로표지판 및 관광안내 표지판의 설치가 증가되었다	.670	.088	.273	.316	-.007	.630
	도시개발 및 재개발이 촉진되었다	.593	.180	.251	.194	.052	.487
	지역주민들의 지역사랑 의식이 증가되었다	.522	.441	.226	.098	.145	.548
문화적 영향	지역 고유문화의 개발이 이뤄졌다	.247	.759	.036	.100	.130	.665
	자연 및 문화적 자원의 보호가 증대되었다	.095	.754	.245	.230	.107	.702
	개척지역의 문화적 특성의 고취가 이뤄졌다	.119	.584	.265	.205	-.015	.468
	중국내 관광시장이 커지게 되었다	.424	.523	.107	.311	-.003	.562
관광 산업적 영향	지역주민들의 자긍심이 높아졌다	.368	.483	.154	.416	.193	.602
	음식점의 질과 위생이 개선되었다	.168	.302	.790	-.021	.191	.781
	호텔의 질과 위생이 개선되었다	.211	.214	.786	.169	.156	.761
사회적 영향	개척도시가 관광지로서 가치가 증대되었다	.284	.122	.724	.195	.052	.660
	지역주민을 위한 공공시설이 확충되었다	.037	.290	.037	.731	.059	.626
	지역주민의 적극적 참여가 증가되었다	.089	.322	.071	.726	-.009	.645
	관광분야 투자가 증가했다	.335	-.103	.442	.593	.118	.683
경제적 영향	전통문화의 보존과 새로운 문화 창조에 도움이 되었다	.448	.186	.358	.499	.084	.619
	고용기회가 증대되었다	.116	-.017	.030	.118	.832	.721
	소득이 향상되었다	.054	.142	.067	.043	.813	.691
	전반적인 생활수준이 향상되었다	.119	.101	.235	-.033	.787	.700
고유치(eigen-value)		7.317	1.906	1.394	1.196	1.080	
분산설명력%		36.587	9.529	6.970	5.982	5.399	-
누적분산설명력%		36.587	46.116	53.086	59.068	64.467	
KMO값		.867					
Bartlett's검정		카이제곱			3357.556		
		자유도			190		
		유의확률			.000		

제3절 가설의 검증

1) 가설1 : 인구통계적 특성에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이다.

(1) 가설1-1 : 직업에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이다.

직업에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이라는 가설1-1을 검증하기 위하여, 먼저 지역주민의 애착도에 대한 요인분석을 실시하고 메가이벤트 개

최지역 주민의 직업에 대한 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 그 결과는 <표 4-6>과 같다.

<표 4-6> 직업에 따른 애착도의 차이 검증

구분		N	평균	표준편차	F값	유의확률
의존성	학생	73	3.3534(a)	0.73675	3.840	0.010**
	공무원, 회사원	110	3.2473(ab)	0.84024		
	전문직	120	3.0200(b)	0.76714		
	기타	57	3.3368(a)	0.69709		
정체성	학생	73	3.7295(a)	0.74623	2.624	0.050*
	공무원, 회사원	110	3.5886(ab)	0.79027		
	전문직	120	3.4521(b)	0.80980		
	기타	57	3.7149(a)	0.61861		
사회적 친분성	학생	73	3.7055	1.15421	1.426	0.235
	공무원, 회사원	110	3.7500	1.16081		
	전문직	120	3.4958	0.97338		
	기타	57	3.5000	1.08150		

주1) *p<0.05, **p<0.01

주2) 사후검증은 Duncan's 다중검증방법을 이용함(a>b의 각 부집단 형성은 유의수준 5%이내에서 유의한 차이가 있음)

유의수준 0.05이내에서 의존성과 정체성 요인이 집단들 간에 유의한 평균차이가 있었다. 사회적 친분성에 대한 직업 차이를 검증한 결과 통계적으로 유의미한 차이를 보인 항목은 없는 것으로 나타났다. 직업별 지역주민의 의존성에서 학생과 기타가 가장 높은 평균값이 나왔으며, 전문직이 가장 낮게 나왔다. 정체성에서도 학생과 기타가 가장 높은 평균값이 나왔으며, 전문직이 가장 낮게 나왔다.

(2) 가설1-2 : 학력에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이다.

학력에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이라는 가설1-2를 검증하기 위하여, 먼저 지역주민의 애착도에 대한 요인분석을 실시하고 메가이벤트 개 최지역 주민의 학력에 대한 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 그 결과는 <표 4-7>과 같다.

<표 4-7> 학력에 따른 애착도의 차이 검증

구분	N	평균	표준편차	F값	유의확률	
의존성	고등학교 졸업	47	3.4723(a)	0.70208	5.185	0.002**
	대학 재학	63	3.4286(a)	0.78769		
	대학 졸업	196	3.1082(b)	0.79983		
	대학원 재학 또는 졸업	54	3.0778(b)	0.68781		
정체성	고등학교 졸업	47	3.6170	0.63813	0.911	0.436
	대학 재학	63	3.7024	0.76049		
	대학 졸업	196	3.5344	0.80489		
	대학원 재학 또는 졸업	54	3.6481	0.74846		
사회적 친분성	고등학교 졸업	47	3.6915	1.04545	0.086	0.968
	대학 재학	63	3.6111	1.18948		
	대학 졸업	196	3.6020	1.04626		
	대학원 재학 또는 졸업	54	3.6111	1.18428		

주1) *p<0.05

주2) 사후검정은 Duncan's 다중검증방법을 이용함(a>b의 각 부집단 형성은 유의수준 5 %이내에서 유의한 차이가 있음)

유의수준 0.05이내에서 의존성 요인이 집단들 간에 유의한 평균차이가 있었다. 정체성, 사회적 친분성에 대한 학력 차이를 검증한 결과 통계적으로 유의미한 차이를 보인 항목은 없는 것으로 나타났다. 학력별 지역주민의 의존성에서 대학 졸업과 대학원 재학 또는 졸업이 가장 높은 평균값이 나왔으며, 고등학교 졸업과 대학 재학이 낮게 나왔다.

(3) 가설1-3 : 거주기간에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이다.

거주기간에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이라는 가설1-3를 검증하기 위하여, 먼저 지역주민의 애착도에 대한 요인분석을 실시하고 메가이벤트 개최지역 주민의 학력에 대한 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 그 결과는 <표 4-8>과 같다.

<표 4-8> 거주기간에 따른 애착도의 차이 검증

구분		N	평균	표준편차	F값	유의확률
의존성	2-5년	159	2.9925(b)	0.74694	13.658	0.000**
	6-10년	62	3.0516(b)	0.75525		
	11-20년	18	3.4556(a)	0.82834		
	20년 이상	121	3.5322(a)	0.72367		
정체성	2-5년	159	3.3978(b)	0.82351	7.263	0.000**
	6-10년	62	3.6774(ab)	0.64080		
	11-20년	18	3.5417(ab)	0.77768		
	20년 이상	121	3.8099(a)	0.69224		
사회적 친분성	2-5년	159	3.3868(b)	1.02643	5.291	0.001**
	6-10년	62	3.6774(ab)	0.97970		
	11-20년	18	3.5556(ab)	1.18680		
	20년 이상	121	3.8967(a)	1.15094		

주1) *p<0.05, **p<0.01

주2) 사후검증은 Duncan's 다중검증방법을 이용함(a>b의 각 부집단 형성은 유의수준 5%이내에서 유의한 차이가 있음)

유의수준 0.05이내에서 의존성, 정체성, 사회적 친분성 요인이 집단들 간에 유의한 평균차이가 있었다. 거주기간별 지역주민의 의존성에서 11-20년과 20년 이상이 가장 높은 평균값이 나왔으며, 2-5년과 6-10년이 낮게 나왔다. 정체성에서 20년 이상이 가장 높은 평균값이 나왔으며, 2-5년이 가장 낮게 나왔다. 사회적 친분성에서는 20년 이상이 가장 높은 평균값이 나왔으며, 2-5년이 가장 낮게 나왔다.

(4) 가설1-4 : 관광관련성에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이다.

관광관련성에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이라는 가설1-4를 검증하기 위하여, 먼저 지역주민의 애착도에 대한 요인분석을 실시하고 메가이벤트 개최지역 주민의 관광관련성에 대한 t-test를 실시하였다. 그 결과는 <표 4-9>과 같다.

<표 4-9> 관광관련성에 따른 애착도의 차이 검증

구분		N	평균	표준편차	t값	유의확률
의존성	관광관련없음	284	3.1915	0.81605	-0.838	0.004**
	관광관련있음	76	3.2658	0.64695		
정체성	관광관련없음	284	3.5915	0.78270	-0.006	0.421
	관광관련있음	76	3.5921	0.71977		
사회적 친분성	관광관련없음	284	3.6303	1.04015	0.409	0.004**
	관광관련있음	76	3.5658	1.26318		

주) *p<0.05

유의수준 0.05이내에서 의존성, 사회적 친분성 요인이 집단들 간에 유의한 평균차이가 있었다. 정체성에 대한 관광관련성 차이를 검증한 결과 통계적으로 유의미한 차이를 보인 항목은 없는 것으로 나타났다.

2) 가설2 : 인구통계적 특성에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향 인식에는 차이가 있을 것이다.

(1) 가설2-1 : 직업에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향 인식에는 차이가 있을 것이다.

직업에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향 인식에는 차이가 있을 것이라는 가설2-1을 검증하기 위하여, 먼저 지역주민의 영향 인식에 대한 요인분석을 실시하고 메가이벤트 개최지역 주민의 직업에 대한 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 그 결과는 <표 4-10>과 같다.

<표 4-10> 직업에 따른 영향인식의 차이 검증

구분		N	평균	표준편차	F값	유의확률
환경적 영향	학생	73	3.9178	0.59051	1.206	0.308
	공무원, 회사원	110	3.8473	0.62424		
	전문직	120	3.7667	0.69685		
	기타	57	3.7333	0.69110		
문화적 영향	학생	73	3.8795(a)	0.55751	3.096	0.027*
	공무원, 회사원	110	3.7309(ab)	0.62218		
	전문직	120	3.5883(b)	0.76622		
	기타	57	3.7684(ab)	0.62768		
관광산업적 영향	학생	73	3.5068(a)	0.83539	5.926	0.001**
	공무원, 회사원	110	3.3667(a)	0.94492		
	전문직	120	3.0306(b)	0.80729		
	기타	57	3.4211(a)	0.82261		
사회적 영향	학생	73	3.8596	0.63736	2.166	0.092
	공무원, 회사원	110	3.8227	0.62566		
	전문직	120	3.6375	0.77774		
	기타	57	3.7412	0.58050		
경제적 영향	학생	73	3.3607(a)	0.75309	4.221	0.006**
	공무원, 회사원	110	3.0576(b)	0.91634		
	전문직	120	2.9000(b)	0.93145		
	기타	57	3.1345(ab)	0.86341		

주1) *p<0.05, **p<0.01

주2) 사후검정은 Duncan's 다중검증방법을 이용함(a>b의 각 부집단 형성은 유의수준 5%이내에서 유의한 차이가 있음)

유의수준 0.05이내에서 문화적 영향, 관광산업적 영향, 경제적 영향요인이 집단들 간에 유의한 평균차이가 있었다. 환경적 영향, 사회적 영향에 대한 직업 차이를 검증한 결과 통계적으로 유의미한 차이를 보인 항목은 없는 것으로 나타났다. 직업별 지역주민의 문화적 영향에서 학생이 가장 높은 평균값이 나왔으며, 전문직이 가장 낮게 나왔다. 관광산업적 영향에서 학생, 공무원·회사원과 기타가 높은 평균값이 나왔으며, 전문직이 가장 낮게 나왔다. 경제적 영향에서 학생이 가장 높은 평균값이 나왔으며, 공무원·회사원과 전문직이 낮게 나왔다.

(2) 가설2-2 : 학력에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에는 차이

가 있을 것이다.

학력에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에는 차이가 있을 것이라는 가설2-2를 검증하기 위하여, 먼저 지역주민의 영향인식에 대한 요인분석을 실시하고 메가이벤트 개최지역 주민의 학력에 대한 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 그 결과는 <표 4-11>과 같다.

<표 4-11> 학력에 따른 영향인식의 차이 검증

구분	N	평균	표준편차	F값	유의확률	
환경적 영향	고등학교 졸업	47	3.7745	0.73143	.768	.513
	대학 재학	63	3.8063	0.69465		
	대학 졸업	196	3.8582	0.56540		
	대학원 재학 또는 졸업	54	3.7148	0.82196		
문화적 영향	고등학교 졸업	47	3.7617	0.70973	.373	.773
	대학 재학	63	3.7619	0.60199		
	대학 졸업	196	3.7163	0.61863		
	대학원 재학 또는 졸업	54	3.6444	0.86672		
관광 산업적 영향	고등학교 졸업	47	3.5106(a)	0.74811	5.095	0.02*
	대학 재학	63	3.5714(a)	0.91077		
	대학 졸업	196	3.2143(b)	0.87998		
	대학원 재학 또는 졸업	54	3.0556(b)	0.83113		
사회적 영향	고등학교 졸업	47	3.6702	0.76454	.701	.552
	대학 재학	63	3.8492	0.54908		
	대학 졸업	196	3.7564	0.67341		
	대학원 재학 또는 졸업	54	3.7176	0.76177		
경제적 영향	고등학교 졸업	47	3.1135(ab)	0.88267	3.079	0.028*
	대학 재학	63	3.3333(a)	0.90201		
	대학 졸업	196	2.9626(b)	0.87626		
	대학원 재학 또는 졸업	54	3.1728(ab)	0.91055		

주1) *p<0.05

주2) 사후검정은 Duncan's 다중검증방법을 이용함(a>b의 각 부집단 형성은 유의수준 5 %이내에서 유의한 차이가 있음)

유의수준 0.05이내에서 관광산업적 영향, 경제적 영향요인이 집단들 간에 유의한 평균차이가 있었다. 환경적 영향, 문화적 영향, 사회적 영향에 대한 학력 차이를 검증한 결과 통계적으로 유의미한 차이를 보인 항목은 없는 것으로 나타났다. 학력별 지역주민의 관광 산업적 영향에서 고등학교 졸업과 대학 재학이 높은 평균값이 나왔으며, 대학 졸업과 대학원 재학 또는 졸업이 낮게 나왔다. 경제적 영향에서 대학 재학이 가장 높은 평균값이 나왔으며, 대학 졸업이 가장 낮게 나왔

다.

3) 가설2-3 : 거주기간에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에는 차이가 있을 것이다.

거주기간에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에는 차이가 있을 것이라는 가설2-3를 검증하기 위하여, 먼저 지역주민의 영향인식에 대한 요인분석을 실시하고 메가이벤트 개최지역 주민의 거주기간에 대한 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 그 결과는 <표 4-12>과 같다.

<표 4-12> 거주기간에 따른 영향인식의 차이 검증

구분		N	평균	표준편차	F값	유의확률
환경적 영향	2-5년	159	3.7874	0.60449	.731	.534
	6-10년	62	3.8903	0.75676		
	11-20년	18	3.6667	0.56983		
	20년 이상	121	3.8397	0.67410		
문화적 영향	2-5년	159	3.6818	0.68740	.595	.618
	6-10년	62	3.7742	0.74963		
	11-20년	18	3.8667	0.59011		
	20년 이상	121	3.7190	0.61187		
관광산업적 영향	2-5년	159	3.0105(b)	0.82967	21.604	.000**
	6-10년	62	3.0484(b)	0.82944		
	11-20년	18	3.5556(a)	0.94972		
	20년 이상	121	3.7466(a)	0.75034		
사회적 영향	2-5년	159	3.7075(ab)	0.70048	1.496	.215
	6-10년	62	3.8306(a)	0.72397		
	11-20년	18	3.5278(b)	0.86979		
	20년 이상	121	3.8140(ab)	0.58677		
경제적 영향	2-5년	159	2.8491(b)	0.91916	8.110	.000**
	6-10년	62	3.1828(b)	0.82907		
	11-20년	18	2.9259(ab)	0.58918		
	20년 이상	121	3.3499(a)	0.85402		

주1) **p<0.01

주2) 사후검정은 Duncan's 다중검증방법을 이용함(a>b의 각 부집단 형성은 유의수준 5%이내에서 유의한 차이가 있음)

유의수준 0.05이내에서 관광산업적 영향, 경제적 영향 요인이 집단들 간에 유의한 평균차이가 있었다. 환경적 영향, 문화적 영향, 사회적 영향에 대한 거주기간 차이를 검증한 결과 통계적으로 유의미한 차이를 보인 항목은 없는 것으로

나타났다. 거주기간별 지역주민의 관광산업적 영향에서 11-20년과 20년 이상이 높은 평균값이 나왔으며, 2-5년과 6-10년이 가장 낮게 나왔다. 경제적 영향에서 20년 이상이 가장 높은 평균값이 나왔으며, 2-5년과 6-10년이 낮게 나왔다.

(4) 가설2-4 : 관광관련에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에는 차이가 있을 것이다.

관광관련에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에는 차이가 있을 것이라는 가설2-4를 검증하기 위하여, 먼저 지역주민의 영향인식에 대한 요인분석을 실시하고 메가이벤트 개최지역 주민의 관광관련에 대한 t-test를 실시하였다. 그 결과는 <표 4-13>과 같다.

관광관련에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에 대한 인식이 $p < 0.05$ 에서 유의한 차이가 나타나지 않았다.

<표 4-13> 관광관련에 따른 영향인식의 차이 검증

구분		N	평균	표준편차	t값	유의확률
환경적 영향	관광관련없음	284	3.825	0.660	0.498	0.619
	관광관련있음	76	3.784	0.634		
문화적 영향	관광관련없음	284	3.716	0.693	-0.198	0.843
	관광관련있음	76	3.732	0.575		
관광산업적 영향	관광관련없음	284	3.273	0.887	-0.785	0.434
	관광관련있음	76	3.360	0.839		
사회적 영향	관광관련없음	284	3.739	0.695	-0.983	0.328
	관광관련있음	76	3.819	0.617		
경제적 영향	관광관련없음	284	3.038	0.895	-1.707	0.090
	관광관련있음	76	3.232	0.881		

3) 가설3: 메가이벤트의 주 개최지였던 베이징지역과 중국 다른 지역 지역주민의 예측도에는 차이가 있을 것이다.

메가이벤트의 주 개최지였던 베이징과 중국 다른 지역 지역주민의 애착도에
는 차이가 있을 것이라는 가설3을 검증하기 위하여, 먼저 지역주민의 애착도에
대한 요인분석을 실시하고 메가이벤트 개최지역에 대한 t-test를 실시하였다. 그
결과는 <표 4-14>과 같다.

의존성, 사회적 친분성에 대한 베이징지역과 중국 다른 지역 지역주민의 애착
도에는 차이를 검증한 결과 통계적으로 유의미한 차이를 보인 항목은 없는 것으
로 나타났다. 유의수준 0.05이내에서 정체성만 유의한 평균차이가 있었다.

<표 4-14> 베이징지역과 중국 다른 지역 지역주민의 애착도에는 차이 분석

구분		N	평균	표준편차	t값	유의확률
의존성	베이징지역	100	3.324	0.727	1.760	0.079
	다른 지역	260	3.162	0.801		
정체성	베이징지역	100	3.750	0.685	2.440	0.015*
	다른 지역	260	3.531	0.791		
사회적 친분성	베이징지역	100	3.600	1.106	-0.178	0.859
	다른 지역	260	3.623	1.085		

주) *p<0.05

4) 가설4 : 거주지역에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에는
차이가 있을 것이다.

메가이벤트의 주 개최지였던 베이징지역과 중국 다른 지역 지역주민의 인식
에는 차이가 있을 것이라는 가설4를 검증하기 위하여, 먼저 지역주민의 인식에
대한 요인분석을 실시하고 메가이벤트 개최지역에 대한 t-test를 실시하였다. 그
결과는 <표 4-15>과 같다.

<표 4-15> 베이징지역과 중국 다른 지역 지역주민의 영향인식에는 차이 분석

구분		N	평균	표준편차	t값	유의확률
환경적 영향	베이징지역	100	3.990	0.569	3.156	0.002**
	다른 지역	260	3.750	0.673		
문화적 영향	베이징지역	100	3.962	0.547	4.374	0.000**
	다른 지역	260	3.626	0.689		
관광산업적 영향	베이징지역	100	3.416	0.829	1.681	0.094
	다른 지역	260	3.244	0.892		
사회적 영향	베이징지역	100	4.015	0.476	4.619	0.000**
	다른 지역	260	3.656	0.719		
경제적 영향	베이징지역	100	3.377	0.718	4.001	0.000**
	다른 지역	260	2.964	0.929		

주) *p<0.05, **p<0.01

영향인식의 차이에 대한 분석 결과, 관광산업영향 항목을 제외한 모든 항목에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있는 것으로 나타났다.

5) 가설5 : 지역사회 애착도는 지역주민의 메가이벤트에 대한 인식에 영향을 미칠 것이다.

본 연구의 가설5를 검증하기 위하여 요인분석을 통해 추출한 지역사회 애착도 3개 요인을 독립변수로 하여 종속변수로 설정한 영향인식의 3개요인 각각에 대하여 회귀분석을 실시하였다.

다중회귀분석은 변수들 중 하나를 종속변수로 나머지를 독립변수로 하여 변수들 간의 상호관계 본질을 규명하는 통계기법이며 독립변수가 종속변수에 미치는 영향력을 분석하거나 독립변수의 변화에 따라 종속변수 변화를 예측하기 위해서 사용하는 통계기법을 의미한다.⁶⁶⁾ 따라서 본 연구에서는 지역사회 애착도 요인을 독립변수로 영향인식요인을 종속변수로 다중회귀분석을 실시하였다.

먼저, 지역사회 애착도가 영향인식에 미치는 영향을 알아보기 위해 요인분석을 통해 추출된 3개 요인을 독립변수(의존성, 정체성, 사회적 친분성)로 하고, 환경적 영향인식을 종속변수로 회귀분석을 실시한 결과는 다음 <표 4-16>과 같다.

66) 김렬·성도경·이환범·송건섭·조태경·이수창 (2005). 『통계분석의 이해 및 활용』, 서울: 대명도서출판, 179.

<표 4-16> 지역사회 애착도 수준에 따라 환경적 영향인식에 대한 회귀분석

종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	beta		
환경적 영향	(상수)	3.152	.181		17.449	.000**
	의존성	.106	.051	.127	2.074	.039*
	정체성	.032	.053	.037	.602	.548
	사회적 친분성	.058	.035	.097	1.677	.094
수정된 R ² =.036 F값=5.425 Prob=.001*						

주) *p<0.05

본 분석 결과 다중회귀식은 다음과 같다.

$$Y=3.152+.106X_1(\text{의존성})$$

분석결과, 회귀방정식에서 독립변수가 종속변수를 설명해주는 설명력은 3%를 설명하는 것으로 나타났다(R²=.036). 이에 대한 유의성도 유의수준 0.05 수준에서 유의적인 것으로 분석 되었다(F값=5.425). 한편, 각 독립변수 각각이 종속변수인 환경적 영향인식에 미치는 영향력을 살펴본 결과, 의존성(beta=.127)만 p<0.05에서 유의한 것으로 나타났다.

관광산업적 영향인식을 종속변수로 회귀분석을 실시한 결과는 다음 <표 4-17>과 같다.

<표 4-17> 지역사회 애착도 수준에 따라 관광 산업적 영향인식에 대한 회귀분석

종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	beta		
관광산업적 영향	(상수)	-.020	.124		-.161	.872
	의존성	.896	.035	.800	25.520	.000**
	정체성	.009	.036	.008	.256	.798
	사회적 친분성	.112	.024	.139	4.695	.000**
수정된 R ² =.748 F값=35.0353 Prob=.000**						

주) *p<0.05, **p<0.01

본 분석 결과 다중회귀식은 다음과 같다.

$$Y = .896X_1(\text{의존성}) + .112X_3(\text{사회적 친분성})$$

관광산업적 영향인식의 유의성을 살펴보면, 의존성(p=.000, t=25.520)과 사회적 친분성 (p=.000, t=4.695)의 2개 지역사회 애착도가 p<0.01에서 유의적으로 나타났다. 따라서 관광산업적 영향인식에 대하여서는 정체성요인을 제외한 의존성과 사회적 친분성에 의해 영향을 미칠 것이다.

경제적 영향인식을 종속변수로 회귀분석을 실시한 결과는 다음 <표 4-18>과 같다.

<표 4-18> 지역사회 애착도 수준에 따라 경제적 영향인식에 대한 회귀분석

종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차	beta		
경제적 영향	(상수)	1.483	.237		6.249	.000**
	의존성	.176	.067	.154	2.617	.009**
	정체성	.242	.069	.208	3.495	.001**
	사회적 친분성	.045	.046	.055	.986	.325
수정된 R ² =.110 F값=15.758 Prob=.000*						

주) *p<0.05, **p<0.01

본 분석 결과 다중회귀식은 다음과 같다.

$$Y = 1.483 + .176X_1(\text{의존성}) + .242X_2(\text{정체성})$$

분석결과, 회귀방정식에서 독립변수가 종속변수를 설명해주는 설명력은 11%를 설명하는 것으로 나타났다(R²=.110). 이에 대한 유의성도 유의수준 0.05 수준에서 유의적인 것으로 분석 되었다(F값=15.758). 한편, 각 독립변수 각각이 종속변수인 경제적 영향인식에 미치는 영향력을 살펴본 결과, 의존성과 정체성 p<0.01에서

유의한 것으로 나타났다. 이에 대한 유의성도 유의수준 0.01 수준에서 유의적인 것으로 분석 되었다.

제4절 가설 검증의 요약

본 연구의 가설 검증 결과는 실증분석에 따른 가설의 채택여부는 <표 4-19>와 같다.

<표 4-19> 가설 채택여부

가설	가설내용	분석기법	결과
가설1	인구통계적 변수에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이다		
가설1-1	직업에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이다.	ANOVA	부분채택
가설1-2	학력에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이다.	ANOVA	부분채택
가설1-3	거주기간에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이다.	ANOVA	채택
가설1-4	관광관련성에 따라 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이다.	t-test	부분채택
가설2	인구통계적 변수에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에는 차이가 있을 것이다		
가설2-1	직업에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에는 차이가 있을 것이다.	ANOVA	부분채택
가설2-2	학력에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에는 차이가 있을 것이다.	ANOVA	부분채택
가설2-3	거주기간에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에는 차이가 있을 것이다.	ANOVA	부분채택
가설2-4	관광관련성에 따라 지역주민의 메가이벤트에 대한 영향인식에는 차이가 있을 것이다.	t-test	기각
가설3	메가이벤트의 주 개최지였던 베이징지역과 중국 다른 지역 지역주민의 애착도에는 차이가 있을 것이다	t-test	부분채택
가설4	메가이벤트의 주 개최지였던 베이징지역과 중국 다른 지역 지역주민의 영향인식에는 차이가 있을 것이다	t-test	부분채택
가설5	지역사회 애착도는 지역주민의 메가이벤트에 대한 인식에 영향을 미칠 것이다.	다중회귀 분석	부분채택

가설1: 2008베이징올림픽대회에 대한 인구통계적 변수에 따라 지역주민의 애착도 차이가 있는지를 검증하였다. 검증결과 직업에 따라서 의존성과 정체성에 대한 차이가 있다는 것으로 분석되었고 학력에 따라서 의존성만에 대한 차이가 있다는 것으로 분석되었다. 또한 거주기간에 따라서 의존성, 정체성과 사회적 친분성에 대한 전부 다 차이가 있다는 것으로 검증되었다. 관광관련성에 따라서 의존성과 정체성에 대한 차이가 있다는 것으로 검증하였다. 이러한 변수에 따라서 p값이 유의수준 0.05보다는 낮게 나타나서 유의한 차이가 있다는 것이 발견되었는데 세부가설인 1-1, 1-2, 1-4에 대해서는 부분적으로 채택이 되었으며, 1-3에 대해서는 전반적으로 채택되었다.

가설2: 2008베이징올림픽대회에 대한 인구통계적 변수에 따라 지역주민의 영향인식차이가 있는지를 검증하였다. 검증결과 직업에 따라서 관광산업적 영향, 경제적 영향과 문화적 영향에 대한 차이가 있다는 것으로 분석되었고 학력에 따라서 관광 산업적 영향과 경제적 영향에 대한 차이가 있다는 것으로 분석되었다. 또한 거주기간에 따라서 관광 산업적 영향 과 경제적 영향에 대한 차이가 있다는 것으로 검증되었다. 이러한 변수에 따라서 p값이 유의수준 0.05보다는 낮게 나타나서 유의한 차이가 있다는 것이 발견되었는데 세부가설인 2-1, 2-2, 2-3에 대해서는 부분적으로 채택이 되었으며, 2-4에 대해서는 p값이 유의수준 0.05보다 높게 나타나서 이 가설에 대해서는 기각되었다.

가설3: 정체성만 유의한 평균차이가 있었다. 의존성, 사회적 친분성에 대한 베이징지역과 중국 다른 지역 지역주민의 애착도에는 차이를 검증한 결과 통계적으로 유의미한 차이를 보인 항목은 없는 것으로 나타났다.

가설4: 환경적, 문화적, 사회적, 경제적 영향에 대한 베이징지역과 중국 다른 지역 지역주민의 영향인식에는 차이를 검증한 결과 통계적으로 유의미한 차이를 보인 항목은 있는 것으로 나타났다.

가설5: 지역사회의 애착도는 올림픽대회의 환경적, 관광산업적, 경제적 인식에 영향을 미칠 것으로 알 수 있었다.

중국 전반적인 빠르게 성장하고 발전하고 있지만 베이징은 중국의 수도이자 정치·행정·문화의 중심지로서 다른 지역보다 더 직접적으로 환경적, 문화적, 사회적, 경제적 효과를 보인 것으로 인식하고 있다. 그리고 조사한 도시들이 중심도

시라서 일자리도 좋고 기반시설도 좋고 관광가치도 많고 외래인구가 많음으로 인해 친척을 방문하거나 인바운드(in-bound) 관광객이 많다. 또한 베이징은 고대에 연나라의 수도였던 것까지 합치다면 무려 3000년이 넘는 역사를 가지고 있다. 그의 역사문화에게 중국 사람들이 특별한 자랑스러운 감정이 가지고 있다.



제5장 결론

연구결과를 종합해 보면 다음과 같다.

첫째, 2008베이징올림픽대회에 대한 인구통계적 변수에 따라 차이가 있는지를 검증하였다. 인구통계적 특성에 따라 지역주민의 애착도 차이를 알 수 있는데 직업, 학력, 거주기간, 관광관련성에서 그 차이가 보이고 있다. 또한, 인구통계적 특성에 따라 메가이벤트에 대한 영향인식 차이를 알 수 있는데 지역주민이 인식하는 감정은 직업, 학력, 거주지역, 거주기간에서 그 차이가 보이고 있다.

특히, 베이징지역은 중국의 수도로서 2008올림픽의 중요 개최도시로서 다른 지역보다 더 빠르게 직접적으로 환경적, 문화적, 사회적, 경제적 효과를 보인 것으로 인식하고 있으나 베이징과 그 외 지역의 관광산업적 영향인식에 대해서는 지역주민의 차이가 없는 것으로 나타났다.

둘째, 지역사회애착도는 지역주민의 메가이벤트에 대한 관광산업적 영향인식에 가장 높은 결과치가 나타났다. 조사한 도시들이 중심도시라서 일자리도 좋고 기반시설도 좋고 관광가치도 많고 외래인구가 많음으로 인해 친척을 방문하거나 인바운드(in-bound) 관광객이 많다. 또한 다음으로 지역사회애착도는 지역주민의 메가이벤트에 대한 환경적, 경제적 영향인식에도 유의한 결과치를 보였다

노윤구, 김진권 등 선행연구에서 보는 바와 같이 메가이벤트에 대한 지역주민의 영향인식은 경제적, 문화적, 사회적, 관광 산업적, 환경적으로 나타났다. 그리고 역대 올림픽대회의 개최경험을 보면 올림픽 개최준비 및 이에 의한 개최지 경기 부양효과는 매우 크다. 베이징보다 20년 앞서 개최된 88올림픽은 한국의 대외적으로 국제적인 위상과 지위가 급속하게 격상되었고 경제적으로는 첨단기술의 축적, 관광 등 서비스산업의 발전으로 생산력 향상, 고용증대 등의 효과를 도모했다는 것이다. 대내적으로는 경기장시설의 건설, 수도권도로망의 장비, 도시재개발의 실시 등 사회간접자본의 확충으로 지역사회 개발을 촉진시켰고 국민들의 성숙한 시민의식과 공중도덕을 보여 대회 성공개최의 자신감과 민족적인 자긍심을 지니게 됨으로써 선진사회로의 도약의 기초가 되었다. 베이징올림픽은 연대 올림픽과 같은

특징을 지니고 있으나 중국은 세계인구의 20%를 차지하고 있으며 올림픽 금메달 성적에서 1위를 차지함으로써 인해 스포츠강국이라는 이미지를 세계 사람들에게 심어주었다.

중국의 특수한 역사배경, 도시문화, 발전단계에 따라 다른 올림픽 개최도시와 달리 나름대로의 특수한 매력을 가지고 있다.

특히 1978년 덩샤오핑이 시작한 개혁개방에 이어 제2의 개혁이라 말할 수 있는 2008년 베이징 올림픽 개최유치를 계기로 중국은 관광산업에 커다란 영향을 미칠 것으로 파악되었다. 메가이벤트인 올림픽 개최를 통해 중국의 관광시장 잠재력을 충분히 개발하는 것은 중요한 국가적 과제라 할 수 있다. 1995년부터 중국 각 지역에서 지역 특성에 맞춰서 많은 관광상품을 개발해왔고 국가 관광국도 2001년을 ‘중국체육건강관광’(中國體育健身游)년으로 지정하여 60개의 지역특성이 있는 대형관광 프로그램과 11가지의 80개 주제 관광상품을 추진한 바 있다. 개혁개방 이후에 국민의 생활수준 향상과 가처분소득의 증가, 1997년부터 주 5일근무제 실시, 1999년 이후 연휴정책을 실시함으로써 춘절(음력설), 국경절(10월1일) 등 빅2 “황금연휴”는 국내관광의 활성화에 획기적인 계기를 마련하였다.

관련 부문에서 실시한 연구에 따르면, 중국인의 46.46%가 연휴 기간 동안 가장 하고 싶은 일을 ‘관광’이라고 응답한 것으로 보아 관광이 이미 중국 도시인의 휴양 방식 중 하나로 자리 잡았음을 알 수가 있었다. ‘황금’ 연휴기간 동안 호텔 숙박률은 100%를 넘으며, 철도, 항공편 운항은 포화 상태이다. ‘황금연휴’에는 소비 과열현상이 나타나 명승지, 상업, 교통, 항공, 통신, 호텔, 음식점, 오락 등의 업종에 거대한 이윤을 가져다 준다.

그런데 선행연구를 보면 메가이벤트에 대한 지역주민의 기대, 만족도, 동기, 영향인식 등에 관한 논문이 많이 되지만 본 연구에서 지역주민의 영향인식 뿐만 아니라 지역에 대한 애착을 따라서 어떤 차이가 있는지, 지역사회 애착도는 지역주민의 인식에 어떤 영향을 미칠 수 있는지 연구를 됐다.

연구대상을 수집하는 과정에서 조사 대상지역의 인구표본유형과 인구통계학적으로 모집단을 전반적으로 설명할 수 있는 샘플 수인가에 대해 충분히 고려하지 않고 조사하였다는 것은 본 연구의 한계점이라고 지적할 수 있다. 그리고 메가이벤트 개최 전, 후의 영향에 대한 지역주민의 인식에 대해 시간적 종단조사를 실

시하지 못 하는 점 또한 한계점이라고 볼 수 있다. 설문지의 작성에서도 전문 지식과 경험이 부족하여 질문항목이 편중되고 연계성이 떨어졌던 점으로 인해 조사 분석의 결과가 다소 왜곡되거나 착오가 발생할 수 있는 가능성이 있음을 매우 아쉽게 생각하며 향후 연구에서는 위 점들을 보완하여 좀 더 의미 있는 연구가 이루어지길 바란다.

그러나, 중국의 메가이벤트는 지역주민의 인식과 열의 정도에 달려있다고 보았을 때, 향후 중국과 같은 개발도상국에서의 메가이벤트의 성공적 개최를 위해서는 지자체주도의 행사계획과 진행에서 지역주민의 참여를 기초로 한 인식의 전환이 필요하다는 시사점을 주고 있다는 점에서 이 연구는 의의가 있다고 볼 수 있다.



ABSTRACT

**A Study on Place Attachments and Perceptions of Local
Residents toward Mega Event
- Focused on 2008 Beijing Olympics-**

Xiao, Han

Department of Tourism Management

The Graduate School of Cheju National University

(Directed by Professor Moon-Soo, Cho)

Many studies have been conducted on resident attitudes toward tourism and tourism development. However, studies focused on the residents' place attachment and perceptions of mega event are still insufficient. Mega events such as World's Fairs and Olympics can be defined as events which yield extraordinarily high levels of tourism, media coverage, prestige or economic impact for the host community or destination. Since the attitudes of local residents are essential for successful operation of mega events, the main objective of this study is to examine place attachment and perceptions of residents of 2008 Beijing Olympics hosting cities. The definition of mega event and the impacts and influences of mege-events held in China were discussed in the study. The study which based on earlier studies focused on both the positive and the negative of residents'

perceptions of economic, social, cultural, environmental and tourist aspects. Data were collected from residents of Beijing, Shanghai, Shenyang, Qingdao which were the Beijing Olympics hosting cities, from September 22 to October 9 after the 2008 Beijing Olympics. A total of 360 useful samples were collected. SPSS 12.0 for windows was used as data analytic tools. Frequency, factor analysis, reliability analysis, ANOVA, regression analysis and t-tests were utilized to analyze the collected data. The finding revealed that the place attachment is likely to influence host community's perception of impacts and their support. This results of the study may aid in the planning of mega event in the future. Theoretical and managerial implications were also discussed in the study.



참고문헌

1. 국내문헌

1) 서적

- 권연옥 (1995). 「지역사회개발론」. 서울: 학문사.
- 김렬·성도경·이환범·송건섭·조태경·이수창 (2005). 「통계분석의 이해 및 활용」. 서울: 대명도서출판.
- 박정선 (1996). 「이벤트론」. 서울: 글로벌.
- 송명자 (1995). 「발달심리학」. 서울: 학지사.
- 송명자 (1995). 「발달심리학」. 서울: 학지사.
- 이봉석 외 7인 (1998). 「관광사업론」. 서울: 대왕사.
- 정강환 (2004). 「관광이벤트」. 월간이벤트.
- 정지용·임상봉 (1997). 「지역사회개발학」. 서울대학교 출판부.
- 채서일 (1992). 「사회과학 조사방법론」. 법문사.
- _____ (1997). 「사회과학 조사방법론」. 서울: 학현사.
- 하현국 (2001). 「신관광사업론」. 서울: 학문사.
- 홍대식 (1998). 「사회심리학」. 서울: 박영사.

2) 논문

- 장호찬 (2000). 카지노갬블링의 관여도와 그에 따른 재방문 의사와의 관계. 「관광학연구」, 23(2).
- 권영모 (1993). 지역 활성화를 위한 이벤트전략. 시정연구보고. 9.
- 김진권 (2007). 메가이벤트의 영향요인과 주민인식에 따른 지역주민의 협력의사에 미치는 요인에 관한 연구. 홍익대학교 광고홍보대학원, SP. EVENT 전공.
- 노윤구 (2006). 축제에 대한 지역사회 애착도가 주민의 태도에 미치는 영향. 대구대학교 대

학원 박사학위논문.

- 박미정 (2001). 지역주민의 지연성이 메가이벤트에 대한 인식과 협력의사에 미치는 영향, 동아대학교 대학원, 박사학위논문.
- 박철·손혜식 (1998). 지역문화축제에 대한 의례분석적 접근과 관광 상품화 전략, 『관광학 연구』, 22(2).
- 박청인 (2000). 국립공원 취락지구 주민의 귀속감이 공원관리에 미치는 영향의 탐색적 연구, 계룡산국립공원 취락지구의 사례연구, 국토계획, 35(1).
- 이삼연 (2000). 애착이론과 임상사회사업, Attachment theory and clinical social work, 정신보건과 사회사업, 9(1).
- 이주희·한상열 (1999). 대형이벤트 개최에 따른 농·산촌 지역주민의 다측면적 영향평가에 관한 연구, 『한국휴양학회지』, 88(1).
- 장성수 (2001). 문화관광자원의 개념과 지연성(Attachment Level) 척도. 학술연구 발표논문집, 『한국관광학회』, 제50차 학술심포지움 및 정기학술발표대회.
- 전영철·정병용 (1999). 사회교환이론의 적용을 통한 관광개발영향에 대한 지역주민 태도측정에 관한 연구, 『문화관광연구』, 1.
- 조달호 (1989). 이벤트의 기능과 역할, 광고정보.
- 조배행 (1999). 88서울올림픽의 관광에 대한 영향연구, 한국관광연구원.
- 하성용 (1994). 한국 이벤트산업의 현황과 전망에 관한 연구, 경희대학교 신문방송대학원, 석사학위논문.
- 정강환 (1995). 대형이벤트 유치 전후비교를 통한 개최지의 관광개발경향 연구, 『관광학연구』.

2. 외국문헌

- Altman, I. (1992). Place Attachment: A Conceptual Inquiry. New York, Plenum Press.
- Altman, J. (1989). "Tourism Dilemmas for Aboriginal Australians." *Annals of Tourism Research*, 16(4): 456-476.
- Ap, J. (1992). "Residents' Perceptions on Tourism Impacts." *Annals of Tourism Research*

19(4): 665-690.

Bramwell, B. (1997). "Strategic Planning before and after a Mega-event." *Tourism Management* 18(3): 167-176.

Gang-Hoan, J. and B. Faulkner (1996). "Resident Perception of Mega-event Impact : the Taejon International Exposition Case." *Festival Management & Event Tourism*, 4: 3-11.

Getz, D. (1991). *Festivals, Special Events and Tourism*. New York, Van Nostrand.
_____ (1997). *Event Management and Event Tourism*. New York, Cognizant Communication Corporation.

Gitelson, R., D. Kerstetter, et al. (1995). "Evaluating the Educational Objectives of a Short-term Event." *Festival Management & Event Tourism: An International Journal*, 3(1): 9-14.

McCool, S. F. and S. R. Martin (1994). "Community Attachment and Attitudes Toward Tourism Development." *Journal of Travel Research*, 32: 29-34.

McDonnell, I., J. Allen, et al. (2005). *Festival and Special Event Management*. Milton, Qld, John Wiley and Son.

Mihalik, B. J. and L. Simonetta (1999). "A Midterm Assessment of the Host Population's Perceptions of the 1996 Summer Olympics: Support, Attendance, Benefits, and Liabilities." *Journal of Travel Research*, 37: 244-248.

Richards, B. (1992). *How to market Tourist Attractions, Festivals and Special Events*. London, Westgate House.

Ritchie, J. R. B. (1984). "Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues." *Journal of Travel Research*, 23: 2-11.

Roche, M. (1994). "Mega-events and Urban Policy." *Annals of Tourism Research*, 21(1): 1-19.

Sampson, R. (1988). "Local Friendship Ties and Community Attachment in Mass

- Society: A Multilevel Systemic Model." *American Sociological Review* 53: 766-779.
- Wilkinson, D. G. (1988). *The Event Management and Marketing Institute*. Ontario, The Wilkinson Information Group.
- Williams, D. R., B. S. Anderson, et al. (1995). *Measuring Place Attachment: More Preliminary Result*. MRPA Leisure Research Symposium, TX: San Antonio.
- Williams, D. R., M. E. Patterson, et al. (1992). "Beyond the Commodity Metaphor: Examining Emotional and Symbolic Attachment to Place." *Leisure Sciences*. 14: 29-46.
- Witt, S. F. (1988). Mega-events and Mega-attractions, *Tourism Management*. 9(1): 76-77.



올림픽 개최에 따른 지역주민 인식 조사

안녕하십니까?
 본 설문조사는 2008 베이징 올림픽의 개최로 인한 지역주민 인식에 대해 조사하고자 실시한 하는 설문입니다.
 귀하의 의견은 오직 연구만을 위해서 사용될 것을 약속드리며, 의견은 귀중한 자료로 활용될 것입니다. 귀하의 성의 있는 답변을 기대하며 바쁘신 중에도 시간을 내어 주심에 진심으로 감사드립니다.

2008년 09월

지도교수 : 조문수(제주대학교 관광경영학과 교수)
 연구자 : 한샤오(제주대학교 대학원 관광경영학과 석사과정)
 H.P.:010-7618-0728 E-mail : xiao728@hanmail.net

◎ 다음은 귀하의 지역 애착도에 대한 질문입니다. 각 질문에 대하여 주십시오.

매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

1. 내가 어떤 사람인지 설명할 때 이 지역에 산다고 이야기 한다	①	②	③	④	⑤
2. 누가 이 지역에 대해 묻는다면 많은 것을 얘기해줄 수 있다.	①	②	③	④	⑤
3. 이 지역에 사는 것을 자랑스럽게 생각한다	①	②	③	④	⑤
4. 이 지역은 나에게 매우 특별한 곳이다	①	②	③	④	⑤
5. 이 지역은 지금 내가 하고 있는 일을 하기에 가장 적합한 곳이다	①	②	③	④	⑤
6. 이 지역은 다른 어떤 곳보다 살기 좋다	①	②	③	④	⑤
7. 이 지역은 내가 하고 싶은 일을 하면서 살기에 가장 좋은 곳이다	①	②	③	④	⑤
8. 내 생활의 많은 부분이 이 지역을 중심으로 이루어진다	①	②	③	④	⑤
9. 이 지역을 떠나 다른 곳으로 옮겨야 한다면 매우 섭섭할 것이다	①	②	③	④	⑤
10. 다른 곳으로 떠날 기회가 생긴다 해도 이 지역에서 계속 살겠다	①	②	③	④	⑤
11. 이 지역에는 친한 친구들이 많이 거주하고 있다	①	②	③	④	⑤
12. 편하게 이야기를 나눌 수 있는 이웃 또는 친구들이 있다	①	②	③	④	⑤

◎ 2008년 베이징올림픽 개최가 지역에 미치는 영향에 대한 질문입니다.
 올림픽 개최 후에 인식되는 정도를 표시해 주시기 바랍니다.

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

1. 소득이 향상되었다	①	②	③	④	⑤
2. 전반적인 생활수준이 향상되었다	①	②	③	④	⑤
3. 고용기회가 증대되었다	①	②	③	④	⑤
4. 개최도시가 관광지로서 가치가 증대되었다	①	②	③	④	⑤
5. 호텔의 질과 위생이 개선되었다	①	②	③	④	⑤
6. 음식점의 질과 위생이 개선되었다	①	②	③	④	⑤
7. 관광분야 투자가 증가하였다	①	②	③	④	⑤
8. 전통문화의 보존과 새로운 문화 창조에 도움이 되었다	①	②	③	④	⑤
9. 중국내 관광시장이 커지게 되었다	①	②	③	④	⑤
10. 지역주민들의 지역사랑 의식이 증가되었다	①	②	③	④	⑤
11. 지역주민들의 자긍심이 높아졌다	①	②	③	④	⑤
12. 지역 고유문화의 개발이 이뤄졌다	①	②	③	④	⑤
13. 자연 및 문화적 자원의 보호가 증대되었다	①	②	③	④	⑤
14. 개최지역의 문화적 특성의 고취가 이뤄졌다	①	②	③	④	⑤
15. 지역주민의 적극적 참여가 증가되었다	①	②	③	④	⑤
16. 지역주민을 위한 공공시설이 확충되었다	①	②	③	④	⑤
17. 도로표지판 및 관광안내 표지판의 설치가 증가되었다	①	②	③	④	⑤
18. 공공시설이 깨끗하게 변화되었다	①	②	③	④	⑤
19. 숙박시설이 증가되었다	①	②	③	④	⑤
20. 도시개발 및 재개발이 촉진되었다	①	②	③	④	⑤

1. 귀하의 성별은? ① 남 ② 여
2. 귀하의 나이는?
① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 이상
3. 결혼 유무? ① 미혼 ② 기혼
4. 귀하의 직업은?
① 학생 ② 공무원·회사원 ③ 전문직 ④ 기타
5. 귀하의 직업은 관광과 어느 정도의 관련성이 있습니까?
① 전혀 관련 없음 ② 관련 없음 ③ 보통 ④ 관련 있음 ⑤ 매우 관련 있음
6. 귀하의 학력은?
① 고등학교 졸업 ② 대학 재 ③ 대학 졸업 ④ 대학원 재학 또는 졸업
7. 귀하의 고향은? ① 본지 ② 타지
8. 귀하가 현 지역에서 거주하신 기간은?
① 2-5년 ② 6-10년 ③ 11-20년 ④ 20년 이상
9. 귀하의 거주지역은?
① 베이징 ② 상해 ③ 심양 ④ 청도

귀하의 협조는 저희 연구와 관광 발전에 큰 도움이 될 것입니다. 감사합니다!

地区居民对本次奥运会的认识调查

亲爱的先生/女士：

您好！

本问卷旨根据北京奥运会，地区居民对奥运认识的调查。

我们保证您的意见只是用于学术研究，您的意见将成为我们非常宝贵的资料。对于您在百忙之中抽出来的时间，我们真心的感谢您！

2008年9月

韩国济州国立大学 观光经营专业

指导教师：赵文秀

研究者：韩笑 xiao728@hanmail.net

非常不是	不是	一般	是	非常是
①	②	③	④	⑤

◎下面是关于您所在居住地的问题

	①	②	③	④	⑤
1.在做自我介绍的时候，会说我生活在这里	①	②	③	④	⑤
2.如果别人问起关于这个城市的问题，我可以讲很多	①	②	③	④	⑤
3.生活在这里我感到很自豪	①	②	③	④	⑤
4.这里对于我来说是很特别的	①	②	③	④	⑤
5.这里是我现在工作的最适合城市	①	②	③	④	⑤
6.在这里生活比别的地方好	①	②	③	④	⑤
7.这里是最理想的居住城市	①	②	③	④	⑤
8.我大部分的生活主要是在这个城市	①	②	③	④	⑤
9.如果离开这里会觉得很遗憾	①	②	③	④	⑤
10.如果有离开这里的机会，还是会继续留下来	①	②	③	④	⑤
11.您有许多好朋友在这里住	①	②	③	④	⑤
12.在这里有可以聊天的邻居和朋友	①	②	③	④	⑤

◎关于召开北京奥运会对地区影响的问题。请表示出召开之后您的想法意见。

1.个人所得增加了	①	②	③	④	⑤
2.全面性的生活水平上升了	①	②	③	④	⑤
3.就职机会增大了	①	②	③	④	⑤
4.本地作为观光地的价值增大了	①	②	③	④	⑤
5.饭店的服务质量和卫生管理得到了改善	①	②	③	④	⑤
6.餐厅的服务质量和卫生管理得到了改善	①	②	③	④	⑤
7.观光部门的投资增加了	①	②	③	④	⑤
8.对传统文化的保存和新文化的创造有帮助	①	②	③	④	⑤
9.国内的观光市场增大了	①	②	③	④	⑤
10.地区居民对于本地热爱的意识增加了	①	②	③	④	⑤
11.地区居民的自豪感增高了	①	②	③	④	⑤
12.实现了对本地特有文化的开发	①	②	③	④	⑤
13.自然以及文化性的保护增大了	①	②	③	④	⑤
14.对本地文化的特性进行了宣传	①	②	③	④	⑤
15.地区居民的积极参与性增加了	①	②	③	④	⑤
16.为了地区居民的公共设施扩充了	①	②	③	④	⑤
17.路标及导游标示图增加了	①	②	③	④	⑤
18.公共设施变干净了	①	②	③	④	⑤
19.住宿设施增加了	①	②	③	④	⑤
20.促进了城市开发及再开发	①	②	③	④	⑤

◎ 下面是关于您的一般事项的问题

1. 您的性别 ① 男 ② 女
2. 您的年龄 ① 10代 ② 20代 ③ 30代 ④ 40代 ⑤ 50代 以上
3. 婚姻状况 ① 未婚 ② 已婚
4. 您的职业 ① 學生 ② 公務員・會社員 ③ 專門職 ④ 其他
5. 您的职业与观光有多少程度的关联
① 完全没有 ② 没有 ③ 普通 ④ 有 ⑤ 非常有
6. 您的学历 ① 高中毕业 ② 大学在读
③ 大学毕业 ④ 研究生在读及毕业
7. 您的家乡 ① 本地 ② 他地
8. 您的居住地 ① 北京 ② 上海 ③ 沈陽 ④ 青島
9. 您在本地的居住时间 ① 2-5年 ② 6-10年 ③ 11-20年 ④ 20
年以上

您的合作对于我的研究和观光的发展有很大的帮助。

再次表示万分的感谢 ！

