

碩士學位論文

중국 장춘영화제 방문객의 방문동기와
만족도에 관한 연구

濟州大學校 大學院

觀光經營學科

池 玉 花

2009年 2月

碩士學位論文

중국 장춘영화제 방문객의 방문동기와
만족도에 관한 연구



濟州大學校 大學院

觀光經營學科

池 玉 花

2009年 2月

중국 장춘영화제 방문객의 방문동기와 만족도에 관한 연구

指導教授 朴時四

池玉花

이 論文을 觀光學 碩士學位 論文으로 提出함

2009年 2月

池玉花의 觀光學 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長

委員

委員

濟州大學校 大學院

2009年 2月

A Study on Visitor's Motivation and Satisfaction
-Focused on China Changchun Film Festival

Chi Yu Hua

(Supervised by professor Si-Sa Park)

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT
FOR THE DEGREE OF MASTER OF TOURISM SCIENCE

2009. 2.

This thesis has been examined and approved.

DEPARTMENT OF TOURISM SCIENCE

GRADUATE SCHOOL

CHEJU NATIONAL UNIVERSITY

2009. 2

제 목 차 례

제1장 서론	1
제1절 연구의 필요성	1
제2절 연구의 목적.....	3
제3절 연구방법 및 범위.....	4
1. 연구방법	4
2. 연구범위.....	5
제2장 이론적 고찰	7
제1절 축제의 개관.....	7
1. 축제와 이벤트.....	7
2. 축제의 기능·효과 및 유형.....	10
3. 문화축제로서의 영화제.....	16
4. 중국 축제 및 연구 대상지에 대한 개관.....	17
제2절 축제 방문동기 및 만족도.....	22
1. 동기의 개념 과 유형.....	22
2. 축제 방문동기 이론.....	25
3. 축제 방문객의 만족도.....	33
제3절 선행연구 고찰.....	35
1. 축제 방문동기 선행연구.....	35
2. 축제 만족도 선행연구.....	39
제3장 연구의 설계	43
제1절 연구모형 및 연구가설.....	43
1. 연구모형 및 연구가설.....	43
2. 변수의 구성과 측정.....	44

3. 변수의 조작적 정의.....	45
제2절 연구조사의 설계.....	46
1. 자료수집.....	46
2. 자료 분석 방법.....	47
제4장 실증 분석 결과.....	48
제1절 표본의 일반적 특성.....	48
1. 표본의 인구 통계학적 특성.....	48
2. 방문객의 행태별 특성.....	49
제2절 신뢰성 및 타당성 검증.....	52
1. 영화제 방문객의 방문동기에 관한 신뢰성 및 타당성 검증.....	52
2. 영화제 방문객의 만족도에 관한 신뢰성 및 타당성 검증.....	54
제3절 가설의 검증.....	57
1. 영화제 방문객의 일반적 특성에 따른 방문동기와 만족도 차이.....	57
2. 영화제 방문객의 방문동기에 따른 만족도의 차이분석.....	69
제4절 가설 검증결과의 요약	70
제5장 결론.....	72
참고문헌.....	76
ABSTRACT.....	82
부록 - 설문지.....	84

표 차 례

<표 2-1> 축제의 개념 정의.....	8
<표 2-2> 국내 지역축제의 유형.....	14
<표 2-3> 중국 지역축제의 분류주체에 의한 유형	15
<표 2-4> 2005 IFEA(국제축제이벤트협회)에서 심사된 축제.....	18
<표 2-5> 장춘시 2001-2007년도 관광객 수와 관광수입.....	21
<표 2-6> Maslow의 욕구 및 동기와 관련된 표현.....	28
<표 2-7> Iso-Ahola의 탈출(escaping)·추구(seeking).....	29
<표 2-8> Thomas의 관광동기 분류.....	32
<표 2-9> McIntosh의 관광동기 분류.....	33
<표 2-10> 축제 방문동기요인에 관한 선행연구.....	38
<표 2-11> 축제 방문객 방문동기 요인.....	39
<표 2-12> 축제 만족요인에 관한 선행연구.....	41
<표 2-13> 축제 방문객 만족도요인.....	42
<표 3-1> 설문지 구성.....	45
<표 3-2> 자료 수집.....	46
<표 4-1> 영화제 방문객의 인구통계학적 특성.....	49
<표 4-2> 영화제 방문객의 일반 형태별 특성.....	51
<표 4-3> 방문동기요인의 KMO & Bartlett Test.....	52
<표 4-4> 영화제 방문동기 신뢰성 및 타당성 검증.....	54
<표 4-5> 만족도의 KMO & Bartlett Test.....	55
<표 4-6> 영화제 만족도 신뢰성 및 타당성 검증.....	56
<표 4-7> 성별에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과.....	57
<표 4-8> 연령에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과.....	58

<표 4-9> 학력에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과.....	59
<표 4-10> 직업에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과.....	59
<표 4-11> 결혼여부에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과.....	60
<표 4-12> 소득에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과.....	61
<표 4-13> 방문기간에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과.....	61
<표 4-14> 평소 영화관람정도에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과.....	62
<표 4-15> 방문 간 영화관람정도에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과.....	62
<표 4-16> 정보취득에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과.....	63
<표 4-17> 성별에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과.....	64
<표 4-18> 연령에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과.....	64
<표 4-19> 학력에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과.....	65
<표 4-20> 직업에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과.....	65
<표 4-21> 결혼여부에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과	66
<표 4-22> 소득에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과.....	66
<표 4-23> 방문기간에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과.....	67
<표 4-24> 평소 영화관람정도에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과.....	67
<표 4-25> 방문 간 영화관람정도에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과.....	68
<표 4-26> 정보취득에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과.....	68
<표 4-27> 영화제 방문객의 방문동기에 따른 군집분석.....	69
<표 4-28> 방문동기에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과.....	70
<표 4-29> 가설 검증결과 요약.....	71

그림 차례

<그림 1-1> 연구의 흐름도.....	6
<그림 2-1> 연구대상지 지도.....	19
<그림 2-2> 생리적·심리적 동기.....	25
<그림 2-3> Maslow의 욕구 5단계.....	27
<그림 2-4> 추진(push)-흡인(pull)모델.....	30
<그림 3-1> 연구 모형	43



제1장 서론

제1절 연구의 필요성

21세기는 20세기와는 전혀 다른 세상으로서 지식과 정보, 문화와 관광의 세기가 될 것이다. 더구나 21세기가 인간의 삶의 질과 정신문화의 향상 그리고 지식기반사회가 도래할 것이라는 측면에서 관광산업 중에서도 문화관광은 지속가능한 관광(sustainable tourism)으로서 성장세가 가장 빠른 영역으로 부각되고 있으며, 차별화 되고 경쟁력 있는 관광상품으로 인식되고 있다. 세계 각 국은 관광개발을 통하여 외래 관광객을 모객 하기 위한 관광전쟁이라는 말이 나올 정도로 치열한 경쟁을 벌이고 있다.¹⁾

세계관광기구(WTO)의 보고에 의하면 관광산업은 세계 GDP의 10.7%를 차지하며 석유, 자동차, 화공등 산업을 초과하였으며 세계산업체계에서도 중요한 자리를 점유하고 있다고 하였다. 중국 관광산업도 아주 빠른 속도로 발전하고 있다. 세계관광기구의 예측에 의하면 2020년 중국 국외관광 인원은 1.37억 명에 달하며 세계 관광시장의 8.6%를 차지하게 된다고 했다.²⁾ 관광산업이 보여주는 전경은 많은 지역정부의 관심을 갖게 하였다.

세계관광기구(WTO)의 통계에 의하면 전 세계적으로 단순 관광목적인 관광객은 전 관광객의 22.45%를 차지하고 나머지 77.55%는 상업상의 업무, 박람회, 회의, 축제 등에 참석하는 관광객으로 되어 있다고 하였다.³⁾ 특히 축제와 이벤트는 관광산업에서 매우 중요한 부분이기 때문에 국가와 도시들 사이에는 이들을 위해 경쟁이 치열해지고 있다.⁴⁾

90년대부터 중국 관광산업의 발전으로 축제도 각 지역의 홍보와 경제발전의 새로운

1) 이장주(2003). 『地域祝祭 參與動機 模型에 관한 研究 -6個 參與動機 要因을 中心으로-』, 전남대학교 대학원, 박사학위논문, p.1.
2) 閻志剛·趙梅(2004). 『旅行業分析報告』.
3) 王平(2002). 『論發展非觀光旅游与旅游產業的升級:以杭州市爲例』, 中共杭州市委党校學報, pp.28-33.
4) 오상훈(2005). 『관광과 문화의 이해』, 형설출판사, p.283.

수단으로 등장하였다. 현재 까지 중국에서 매년 개최되고 있는 축제는 5000개를 넘었다.⁵⁾ 그러나 각 지역의 축제를 살펴보면 지속적으로 진행되고 있는 축제는 많지 않다. 축제의 개최에서 소비자들의 집중소비는 지역경제를 활성화하며 지역문화의 계승과 발전, 지역 이미지의 향상 등을 가져 올 수 있다. 그러므로 각 지방자치단체에서는 축제 방문객들의 동기(motive)에 기초한 세분화를 통해 방문객들을 지속적으로 만족시킬 수 있는 축제의 운영이 절실히 요구되고 있다고 볼 수 있다.⁶⁾

지금까지 진행되어 있는 지역 축제와 관련된 부분 학자들의 선행연구를 살펴보면 축제 방문객에 대한 방문동기의 연구⁷⁾가 대부분이며, 그리고 축제 만족도에 관련된 연구⁸⁾, 축제 방문동기와 만족도에 관련된 연구⁹⁾ 등이 많이 진행되어있다.

따라서 세부적으로 영화제에 대한 연구를 살펴보면 주로 영화제의 경제적 효과, 활성화 방안과 성공요인에 관한 연구¹⁰⁾, 영화제 방문객 동기에 관한 연구¹¹⁾ 등 영화제를 주제로 한 연구는 많이 있으나 영화제를 관광 시각에서 접근하는 연구는 아직 미흡한 실정이다.

한편 본 연구는 중국 장춘에서 개최하는 영화제 방문객의 방문동기에 따른 만족도에 관한 연구로 중국 축제에 관련된 부분 학자들의 연구를 살펴보면 주로 축제의 브랜드와 영향요인에 관한 연구¹²⁾, 축제 향후 발전에 관한 연구¹³⁾로 이루어 졌고, 동기와 만족도에

-
- 5) 『中國節慶活動國際論壇將舉行』, <http://www1.cei.gov.cn/serve/index/showdoc.asp?blockcode>.
- 6) 서철현·고호석(2008). 문화관광축제 방문동기가 축제매력성에 미치는 영향, 『관광연구』, 22(4), p.224.
- 7) S. Formica & M. Uysal(1998). "Market segmentation of an international cultural-historical event in Italy", *Journal of Travel Research*, 36(4), pp.16-24; 이장주·김병원(2006). 축제개최시기가 참여동기에 미치는 영향에 관한 연구 -放中·放中外 개최되는 축제를 중심으로-, 『관광연구저널』, 20(1), pp.139-151.등.
- 8) 한지훈(2007). 테마파크 이벤트 만족 집단별 테마파크 만족도 차이에 관한 연구, 『관광연구저널』, 21(2), pp.223-235; 함영덕(2007). 2007춘천인형극제 참가자 만족도연구, 『이벤트컨벤션연구』, 3(2), pp.73-23.
- 9) 이훈 & D. L. Kerstetter(1997). 방문자들의 예술축제경험과 평가분석: 지역주민 참가자와 관광객 비교 연구, 『관광연구』, 9, pp.145-156; 허향진·홍성화·송재호(2003). 제주세계섬문화축제의 참여동기에 따른 만족에 관한 연구, 『産經論集』, pp.251-262.
- 10) 조명환·이정실·윤정현·신대중(1998). 관광이벤트로서 부산국제영화제 활성화 방안, 『관광·레저연구』, 11(2), pp.197-209; 임정덕·백충기(2006). 부산국제영화제의 성공요인과 효율성 분석, 『국제지역연구』, 10(1), pp.702-724; 김연형(2008). 지역문화축제의 지역경제과급효과에 관한 연구: 전주 국제 영화제를 중심으로, 『응용통계연구』, 21(1), pp.125-140.
- 11) 전재균(2005). 외국인의 축제 방문 동기에 따른 관광지 평가에 관한 연구 -부산 국제영화제를 중심으로-, 『관광·레저연구』, 17(1), pp.267-283; 송학준·고민경·변정우·이충기(2007). 영화축제 방문객에 대한 시장세분화 연구: 2004 부천국제판타스틱영화제를 중심으로, 『호텔경영학연구』, 16(1), pp.91-103.

대한 연구는 주로 전시회에 방문한 방문객에 대한 연구¹⁴⁾등으로 진행되어 있었다. Dewar, Meyer & Li¹⁵⁾는 중국 하얼빈의 눈축제 방문객 동기에 관련된 연구를 진행 하였으나 전체적으로 보면 축제에 대한 연구는 아직 미흡한 실정이며, 영화제 대한 연구는 부족한 실정으로 볼 수 있다.

본 연구의 대상지인 중국 장춘에서의 장춘영화제(Changchun China Film Festival)는 중국영화제를 대표하는 하나이며 중국 영화의 요람이며, 16년을 진행하여 왔으며 성공적으로 9회를 개최하였다. 장춘영화제는 “우정, 교류, 발전”을 취지로 하여 전문성과 대중성을 결합하는 특징을 부각하며 장춘의 경제 문화와 사회의 발전을 촉진하고 있다. 그러나 영화제에는 참가하는 방문객에 대한 방문동기와 만족도의 정보가 미흡하며 효과적인 축제기획과 프로그램 개발에 한계를 가져올 수 있다고 볼 수 있다. 그러므로 영화제에 참가하는 방문객의 방문동기와 만족에 대한 연구가 필요하다고 제시한다.

제2절 연구의 목적

본 연구는 장춘 영화제 방문객들의 방문동기 항목들에 따라 만족요인에 관한 분석으로 방문객의 만족을 극대화시키고, 영화제 개최를 하는데 있어 지역사회를 발전 시키고 활성화 시키며, 관광객을 지속적으로 유치하기 위한 이론적 근거를 마련하고, 방문객 중심의 기획으로 유도하는 것을 연구 목적으로 두려고 한다.

따라서 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 구체적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 이론적 고찰에 대한 문헌자료를 종합 분석하여 방문객의 방문동기와 만족도에

-
- 12) 姚海琴(2006). 『大衆參與旅游節慶的影響因素研究』, 浙江旅游職業學院學報, 2(4), pp.23-27; 郭玉曉(2008). 『節慶活動的品牌塑造及影響因素研究-以山東省爲例』, 山東師範大學, 碩士學位論文.
 - 13) 陸鳳英(2005). 『甘肅省節慶旅游發展研究』, 西北師範大學, 碩士學位論文; 史小珍(2008). 『舟山市節慶活動優化整合研究』, 現代經濟, 7(4), pp.42-44.
 - 14) 羅秋菊(2008). 『專業觀衆展覽會參觀動機研究-來自東莞的証據』, 暨南學報, 2, pp.47-54; 何天祥(2008). 『我國國際展會專業觀衆滿意度影響因素分析』, 湖南商學院學報, 15(3), pp.27-30.
 - 15) K. Dewar, D. Meyer & Li, Wen Mei(2001). "Harbin, lanterns of ice, sculptures of snow", *Tourism Management*, 22(5), pp.523-532.

대하여 파악한다.

둘째, 선행연구를 바탕으로 얻어진 방문동기요인과 만족요인을 중심으로 실증조사를 통하여 방문객의 영화제에 방문하는 동기와 유의한 영향이 있는 동기요인과 만족요인을 파악한다.

셋째, 실증조사를 통하여 얻은 문제점을 파악하고 방문객의 방문을 활성화하는 시사점을 제시하고자 하며 연구의 한계점을 제시하고자 한다.

제3절 연구방법 및 범위

1. 연구방법

본 연구는 축제 방문객의 방문동기와 만족도에 관련된 문헌연구 및 실증적 연구를 병행하였다.

첫째, 문헌연구를 시행하였다. 국내·외 서적, 논문이나 기타 각종 간행물에서 다루어졌던 이론 방문동기와 만족도에 관한 선행연구들을 정리 하였다.

둘째, 기존 선행연구에 의하여 가설과 모형을 만들었다. 그리고 영화제에 대한 설문지를 작성하고 설문조사를 실시하였다. 여기서 조사대상지역은 중국 장춘영화제를 개최하는 장춘에서 2008년 제9회 장춘영화제를 방문하는 방문객들을 대상으로 하였다.

셋째, 본 연구에서 조사된 자료의 실증분석에 있어서는 사회과학 통계분석 프로그램 12.0(Statistics Package for Social Science 12.0)을 이용하여 빈도분석, 타당성, 신뢰도 분석, 군집분석, 분산분석을 실시하려고 한다.

2. 연구범위

본 연구의 공간적 범위는 영화제가 개최되는 장춘 영화제의 각 행사장으로 한정하였다.

시간적 범위는 영화제가 개최되는 2008년 7월 2일-6일까지 5일 간으로 정하였다.

그리고 내용적 범위는 5장으로 구성되어 졌다.

제1장은 서론으로 본 연구의 필요성과 연구의 목적, 연구의 방법과 범위를 기술 하였다.

제2장은 연구의 이론적 고찰이며 축제, 영화제 및 연구대상대지 개관, 동기와 만족도에 대한 이론 부분, 동기와 만족도의 선행연구로 구성하였다.

제3장은 연구의 설계로 연구모형과 연구가설을 정하였으며 변수의 구성과 측정, 변수의 조작적 정의를 정리하였고 연구 조사의 설계에서는 자료수집과 자료 분석방법을 서술 하였다.

제4장은 실증조사를 통하여 얻어진 자료 분석결과의 요약으로 이루어 졌다.

제5장은 결론으로 본 연구의 전반적인 요약, 시사점과 한계점을 제시하였다.

〈그림 1-1〉 연구의 흐름도



제2장 이론적 고찰

제1절 축제의 개관

1. 축제와 이벤트

축제는 제의(16)의 한 형태로 예술, 문화 및 놀이적인 의미가 가미되어 있다. 즉, 축제는 넓은 의미의 제의(祭儀)의 한 형태로서 구조적으로는 비종교적인 제의성과 예술적, 놀이적 요소를 함께 가지고 있다고 볼 수 있다. 다시 말해서 축제는 일과 놀이, 생산과 유희의 연결 고리로서 상호 보완과 규제 기능을 갖는다고 볼 수 있으며, 일하는 인간에서 놀이하는 인간(homo ludens)으로 바뀌는 것은 바로 축제라는 매체를 통해서 이루어진다. 따라서 축제는 생활공동체 구성원들이 노동과 속박에서 벗어나 풍요를 신에게 기원하며 벌이는 제의임과 동시에 춤과 노래를 통해 자연스런 감정을 털어 놓는 잔치이며 놀이마당이라 할 수 있다.¹⁷⁾

축제에 대한 정의는 시대에 따라 변화되어져 왔다. 서양의 축제를 보면 초기에 종교, 신화적 성격을 지니고 일상적 질서로 부터 신화적 카오스의 세계로 극적 전환을 본질로 하여 이루어지다가 중세와 근세를 거치며 약화되고 세속화되었다. 특히 산업혁명 이후 도시화 산업화되고, 복잡화 다양화되면서 제의적 기능은 줄어들고 일탈 목적의 오락 여흥축제로 변모하고 있다.

축제의 현대적인 사전적 의미를 종합해 보면, 대중적이고 주제가 있는 축하 행사이며, 특별한 관례가 돋보이는 신성하거나 세속적인 축하의 기간, 유명한 사람이나 사건 또는 중요한 생산물의 연례적 기념 또는 축하, 고도의 예술작품의 시리즈 공연을 포함하는 문

16) 국어사전에서 (명사)제사의 의식으로 해석되어 있었다. <http://krdic.naver.com>.

17) 박의서(2005). 『MICE 산업의 이해』, 학현사, pp.383-384.

화적인 행사(이 경우에는 한명의 예술가나 장르에 국한하는 경우가 많다), 박람회, 많은 사람이 모여 즐기는 사교행사, 연주, 연회 등, 통상적인 페스티벌의 형태 또는 주제: 예술(전시 또는 상연), 레크리에이션, 계절, 스포츠, 거리, 기술 등의 의미를 포함하고 있다.¹⁸⁾ 한편 축제에 대한 여러 학자들의 정의에 대하여 알아보면 다음 <표 2-1>과 같다.

<표 2-1> 축제의 개념 정의

학자	개념 정의
Harvey Cox	<ul style="list-style-type: none"> · 일상적인 자질구레한 일들을 걷어치우고 한동안 무엇인가를 경축하고 무엇이든지 좋은 것으로 긍정해 주며 신들이나 영웅들을 기념하는 특수한 시간을 가지는 것이며, 인간적 행위 · 인간만이 지닌 특이한 능력의 발로로서 이를 통하여 인간은 남들의 기쁨과 지난 여러 시대의 경험을 자기의 생명 안에서 융화, 음미하는 것
Roger Callois	<ul style="list-style-type: none"> · 인간적 생명을 구성하고 있는 본능적이고 무계획적인 요소가 자기 표현을 할 수 있도록 일시적으로 허용될 때 일어나는 현상
Josef Pieper	<ul style="list-style-type: none"> · 환희와 긍정의 요소가 들어 있으며, 그것 자체를 목적으로 삼고 추구되는 활동
Fallassi	<ul style="list-style-type: none"> · 축제는 특별한 날로 표시되는 세속적인 어떤 기념의 시간을 의미함.
이창경	<ul style="list-style-type: none"> · 주기적으로 반복을 거듭하면서 참여자들의 삶에 새로운 의미를 부여하고 재충전의 기회가 되기도 함.
심상도	<ul style="list-style-type: none"> · 축제는 좁은 의미로 지역과의 역사적 상관성속에서는 생성, 전승된 전통적인 문화유산을 축제화한 것이며, 넓은 의미로는 전통 축제 뿐 아니라 문화제, 예술제, 민속예술제 경연대회를 비롯한 각 지역의 문화행사 전반이 포괄됨.
박철·손해식	<ul style="list-style-type: none"> · 축제는 지역의 문화가 종합되고 상징화된 행사로서 한 지역을 관광 상품화하는 것.

자료: 박의서(2005). MICE 산업의 이해; 문화관광부(2003), 문화관광축제 현황 보고서 재인용.

한편 이벤트(event)의 어원은 라틴어 'e-'(out)와 'venire'(to come)를 복합한 'evenire'

18) 김선아(2007). 『문화관광 축제 방문동기, 만족도 및 충성도에 관한 연구』, 세종대학교, 석사학위논문, pp.11-12.

의 파생어 'eventus'로 알려져 있으며, 통상 사전적 의미는 '사건, 행사'를 의미하고 있다. 어감 상으로 사건은 좋지 않거나 나쁜 것을 암시하므로 여기에서 이벤트는 사회적으로 좋은 목적을 달성하기 위하여 기획되고 연출된 '행사'쪽에 가까운 말이다.¹⁹⁾ 또한 이벤트란 원래 영어로 일반적으로 중요한 사건, 성과 또는 결과, 그리고 경기분야에서의 종목, 시합을 뜻하는 용어이며, 관광용어 사전에서는 '일반 대중에게 유료 또는 무료로 참가를 유도하기 위해 조직되는 문화적, 예술적, 스포츠 또는 특별하고 독특한 활동'으로도 서술하고 있다.²⁰⁾

서구 학자들은 이벤트의 연구에서 특수 이벤트(special event), 홀마크 이벤트(hallmark event), 메가 이벤트(mega-event)에 대하여 많은 연구를 하고 있다. 특수 이벤트는 2가지 내용이 내포되어 있다. 한가지는 특수 이벤트는 찬조 측이나 주최 측에서 평소에 진행하는 예외의 행사이며 일회성 혹은 비 반복적인 특성을 가지고 있다. 또 하나는 참가자들에게 여가, 사회적, 문화적 경험을 위하여 보기 드문 기회가 된다. 따라서 장단기적으로 관광목적지의 인지도, 매력성, 수익성을 높이기 위해 일정한 기간에 한정하여 일회적으로 개최하는 이벤트를 홀마크 이벤트라 한다. 메가 이벤트는 행사기간에 연 인원 1백만 명이상이 참가하는 대규모의 이벤트로 세계박람회나 올림픽같은 것이 대표적이다. 이것은 주최하는 지역사회나 관광목적지에 대하여 관광, 미디어, 노출, 명성, 경제적 영향 등 상당한 효과를 가져다주는 특성이 강하다.²¹⁾ Getz 이벤트는 짧은 시간에 진행되는 행사의 집합이며 동시에 행사 진행에서의 환경시설, 관리와 사람들의 독특한 조합을 이루는 것이라고 했다.²²⁾

일본에서 동경 올림픽(1864)과 오사카 만국박람회(1970)를 계기로 이벤트라는 용어가 보편화되었고 이러한 국가이벤트를 비롯하여 지역활성화를 위한 공공행사, 기업의 판촉행사, 문화행사, 각종 예술단체의 공연행사 등을 이벤트라는 이름으로 총칭하게 되었다.²³⁾

19) 오상훈(2005). 전계서, p.284.

20) 강학진(2001). 『관광이벤트 참여동기에 따른 참여자의 만족에 관한 연구』, 제주대학교, 석사학위논문, p.5.에서 재인용.

21) 오상훈(2005). 전계서, p.285.

22) D. Gets(1997). Cognizant Communication Corporation, *Event Management & Event Tourism*. New York, pp.84-86.

23) 신협종합연구소(1991). 일본기업의 이벤트전략, pp24-25; 강학진(2001). 전계논문, p.5에서 재인용.

김선아²⁴⁾는 축제와 이벤트에 관련된 용어는 매우 다양하며 그 경계를 명확하게 구분 하는 것은 쉽지 않으며 또한 축제와 이벤트는 구성원의 참여와 관광 상품화의 가능 여부 등에 따라 구분되기도 하지만 축제를 홍보의 목적으로 이벤트라고 부르는 경우가 많다고 했다.

2. 축제의 기능·효과 및 유형

1) 축제의 기능 및 효과

각 지방자치단체에서 축제에 대한 관심이 증가하고 관광형태의 변화로 방문객들의 축제에 대한 관심 또한 증대되면서 문화관광부에서는 축제 긍정적인 효과를 높이고 있으며 따라서 한국관광공사에서의 축제 기능은 다음과 같이 되어 있었다.²⁵⁾

첫째, 축제는 평상시에 억압되고 간과 되었던 인간의 감정과 행동표현의 기회를 제공한다. 축제를 통하여 과거와 현재를 인간들에게 이려주고 축제행위로 부터 미래를 기약하게 하는 기능을 가진다.

둘째, 축제기간 동안에 축제의 참여자들은 일상의 일손을 멈추고 잠시나마 전통과 환상속에 잠김으로써 인간의 고귀함을 일깨워 주고 인간 본연의 위치를 발견하게 한다.

셋째, 사회비판성을 갖고 있다. 역시적인 한계성을 탈피하지 못하는 사회적 구조나 신분의 허망함을 일시적으로 폭로하여 준다. 또한 축제는 표면적으로만 건설하고 질서정연해 보이는 경직된 산업사회에 생명력을 불어 넣어 주고, 인간의 생에 대한 긍정적인 면을 촉진시켜 준다.

넷째, 사회·종교적 목적의 활동 수단이 된다. 개발도상국에 있어서는 지역이나 국가에서나 축제가 하나의 공동사회를 이끌어 가는 사회적 또는 종교적인 기능을 하고 있다.

마지막으로 다섯째, 문화교류의 가교역할을 하고 있다. 인적·문화적인 교류와 병행하여 인간들의 새로운 의식, 새로운 관계, 새로운 혁신 등에 영향을 끼치고 있다.

지역축제를 준비하고 집행하는 과정에서 지역주민들의 유대 강화와 공동체 의식은 응

24) 김선아(2007). 전개논문. pp.11-12.

25) 김선아(2007). 상계논문. p.15.

집력을 형성하고 궁극적으로 지역발전의 동기가 되는 사회적 효과, 지역문화의 저변 및 지역주민들의 문화향유 기회 확대, 지역·국가 간 상호 협력 및 교류를 촉진하여 문화교류의 활성화 등을 이루는 문화적 효과, 지역축제는 관광객을 유치함으로써 지역경제에 전반적으로 긍정적으로 긍정적인 영향을 미치게 하는 지역경제효과 등이 있다.²⁶⁾ 따라서 축제의 효과는 경제적, 사회적, 문화적 관점으로 생각해 볼 수 있다.

(1) 경제적 측면

관광에 의한 수입은 가득률이 높으며, 직접적인 소비효과로서 숙박, 교통, 관광기념품, 쇼핑, 입장료, 기타 위락시설들의 활용에 의한 수입 등이 있고, 간접적인 효과로서 승수효과, 고용효과, 세수효과, 지역개발효과 등이 있다.²⁷⁾ 지금까지 (고성보·황경수·오상훈; 김연형)²⁸⁾ 학자들의 연구에 따르면 축제는 지역의 경제를 활성화하는 자원으로 나타내고 있는 것을 볼 수 있다.

Getz²⁹⁾는 경제효과를 크게 관광객 지출효과와 소득효과 및 고용효과 등으로 구분하여 설명하고 있다. 여기서 관광객 지출은 축제참여 지출과 숙박, 교통, 쇼핑, 인근지역 관광에 대한 지출로 구분된다. 축제를 개최하기 위한 각종 투자는 고용창출 효과를 갖게 된다. 그리고 이러한 관광객 지출과 문화이벤트 투자는 지역주민에 대한 소득효과, 고용효과, 연관 산업과급효과 등을 유발하여 지역경제를 활성화하는데 기여할 수 있다.

지역문화축제가 관광자원으로 지역경제활성화에 기여하는데에는 무엇보다도 문화관광에 대한 수요가 커졌기 때문 일 것이다. 그 동안의 연구에 의하면 여가 및 문화생활에 대한 관심이 높아지면서 문화관광에 대한 수요도 점차 커지고 있는 것으로 나타났다. Association for Tourism and Leisure Education(ATLAS)가 유럽의 26개 지역에서 6500명의 관광객을 대상으로 실시한 조사에 의하면 평소에 일상적인 문화소비 수준이 높을 수록 문화관광에 참여하는 경우가 많은 것으로 나타났다.³⁰⁾ 이장주의 연구에 의하면

26) 박숙주(2005). 『인천음식축제에 대한 고객만족에 관한 연구』, 경기대학교, 석사학위논문, p.14.

27) 서태양(1999). 『제2판 문화관광론』, 대왕사, p.106.

28) 고성보·황경수·오상훈(2001). 지역산업연관 모형을 이용한 2001제주세계섬문화축제의 경제적효과 분석, 『관광정책학연구』, 7(1), pp.273; 김연형(2008). 전개논문, pp.125-140.

29) D. Gets(1991). *Festival, Special Event and Tourism*. New York, Van Nestrand Reinhold, pp.302-304.

Richards는 세계관광기구(WTO)의 통계자료를 인용하여 세계의 전체관광객 중 문화관광객이 37%이며 매년 높은 증가율을 보인다고 하였으며, Sugaya는 국제관광객을 6억 5천만 명으로 볼 때 문화관광객이 차지하는 비중이 2억 4천만 명이라고 추론하고 있으며, Antolovic는 유럽을 여행하는 미국인의 70%가 유럽의 문화유산을 경험하기 위한 문화관광객이라고 하였다.³¹⁾

(2) 사회·문화적 효과

관광객들에게 여행동기를 자극하고 지적, 문화적 용구를 충족시켜 준다. 아울러 타 지역이나 타국가의 문화유산을 경험함으로써 문화유산에 대한 객관적인 비교와 평가를 가능하게 하며, 자신의 거주지역 문화에 대한 자긍심과 타 지역 및 문화유산에 대한 이해의 폭을 넓혀 준다.³²⁾ 또한 축제는 지역주민들에게 자긍심을 고취하고, 지역적 공감대와 정체성을 형성하는데 기여함으로써 지역공동체의 발전에 긍정적인 기능을 한다.³³⁾

지역주민들은 축제가 자기 고장에서 열리는 것에 대하여 자부심을 갖게 되고 그 결과 지역 사회 및 문화에 대하여 한층 더 애정을 갖게 된다. 이러한 지역주민들은 자긍심은 지역주민들로 하여금 지역에 대한 귀속감과 정체성을 갖도록 해 준다.

또한 지역주민들은 공동으로 이러한 지역문화축제를 준비하고 참여함으로써 서로간의 유대를 더 강화 할 수 있고 지역적 공감대를 형성할 수 있다. 현대 도시사회에서 사람들은 자칫 이웃에 누가 살고 있는지조차 모르고 생화하는 경우가 많다. 특히 인구이동이 매우 많아짐에 따라 그 지역에 살면서도 그 지역에 대하여 잘 모를 뿐 만 아니라 지역에 대한 소속감이 없이 살아가는 경우가 많다. 축제는 지역주민들이 서로 만나고 나눌 수 있는 장을 제공한다. 이와 같이 서로 함께하는 나눔의 장을 통하여 지역주민들은 점차 공동체 의식을 갖게 되는 것이다. 이러한 지역 공동체 의식은 시민사회의 기본 규범이면서 동시에 지방화시대에 지역사회를 가꾸어 나가는데 있어서 가장 핵심적인 요소라고 할 수

30) 고영복(1995). 『춘천인형극제의 지역경제·사회문화적 효과』, 한국문화정책개발원, P.33.

31) 이장주(2001). 축제 이미지 측정을 통한 지역축제의 주제별 유형화 -진도영등축제의 참여동기를 중심으로-, 『지역발전연구』, 1, p.25에서 재인용.

32) 서태양(1999). 전계서, p.106.

33) 고영복(1995). 전계논문, pp.34-35.

있다. 이러한 맥락에서 축제는 지방자치제도를 성공적으로 정착시키는데 중요한 역할을 할 수 있다고 볼 수 있다.

한편 축제는 지역과 지역 간의 교류를 촉진하는 매체역할을 할 수 있다. 예컨대 각 지역은 서로의 축제에 참여함으로써 상호 간의 이해를 증진함으로써 친선도모는 물론 무역이나 여타 교류를 활성화시키는 계기가 될 수 있을 것이다. 또한 축제는 일상생활에서 억압되고 간과되었던 인간의 감정과 행동을 표현하는 계기가 될 수 있다.

따라서 축제에 의해서 그때까지 관계가 없었던 문화활동이 그 지역으로 들어와 지역에 내재하고 있던 문화성이 현재화하여 육성되고, 또 문화의 수혜자의 증가에 의한 저변의 확대 또는 문화수준의 향상이라는 형태에서 문화의 향기가 확대된다. 대다수의 축제들은 그 내용적 요소로써 문화·예술을 선택한다. 많은 축제는 그 내용의 일부 혹은 전체가 문화·예술적 요소로 구성된다. 따라서 다양한 축제의 활성화는 문화·예술을 발전시키는 역할을 수행하며, 특별히 관광자원으로서 지역의 고유한 문화적 특성들을 기초로 한 지역 문화관광 축제는 지역사회의 고유한 문화자원을 계승·발전시키는데 중요한 역할을 수행한다. 지역에 고유한 것이나 시민 적인 것 중에 존재하는 문화를 축제로 만드는 과정에서 원형을 발굴·보전하려는 노력이 경주되고, 현대적 상황과 연계된 변화가 나타남으로써 전통문화의 계승도 자연스럽게 이루어진다. 동시에 문화가 축제화함으로써 문화를 통한 지역홍보나 수익성이 보장됨에 따라 소멸의 위험성이 있는 문화의 보존이 가능하게 된다.³⁴⁾

2) 축제의 유형

축제는 점점 다양화, 복합화, 대형화하는 현상을 보이고 있다.³⁵⁾ 따라서 축제에 대하여 분류한 학자에 따라 분류의 방식이나 기준이 다양하다.

정부의 공식적 차원에서 이루어진 가장 대표적인 지역축제 분류는 문화관광부에서 개최 목적과 프로그램 구성형태에 따라 적용하고 있는 분류체이다.³⁶⁾ 먼저 개최목적에 따라

34) 박숙주(2005). 전계논문, pp.17-18.

35) 강중훈(2006). 『성산일출제 참여동기 유형과 만족도에 관한 연구』, 제주대학교, 석사학위논문, p.11.

36) 김병원(2005). 『地域祝祭 參與動機에 關한 比較研究 -곡성심청축제와 무안백련대축제를 중심으로-』, 목포대학교, 박사학위논문, p.10.

서 보면 지역축제를 주민통합축제, 관광축제, 산업축제, 특수목적축제 네 가지로 분류하고 있으며 프로그램 구서에 따라서는 전통문화축제, 예술축제, 종합축제, 기타축제 네 가지로 분류하고 있다. 이봉훈³⁷⁾은 축제를 종교적 감사축제, 예술축제, 부족축제, 계절축제, 스포츠축제 등으로 나누어 분류하였다.

〈표 2-2〉 국내 지역축제의 유형

분류주체	유형	대표 사례	
문화관광부	개최목적에 따라	주민통합축제	구민축제, 와룡문화제
		관광축제	부산바다축제, 백운산 약수제
		산업축제	포도아가씨 선발대회, 감굴 큰잔치
		특수목적축제	춘천국제연극제, 여수 진남제
	프로그램 구성형태에 따라	전통문화축제	진도영등축제, 행주대첩제
		예술축제	녹색도시문화축제, 창원예술제
		종합축제	동래충렬제, 메일꽃 축제
		기타축제	남해바다축제, 이천도자기축제
이봉훈	종교적 감사축제	브라질의 리우 카니발, 독일의 라인 카니발, 이탈리아의 베네치아 카니발, 프랑스의 니스 카니발	
	예술축제	종합예술축제	영국의 에딘버러 축제
		음악축제	잘츠부르크 음악제
		연극축제	영국 셰익스피어 축제, 프랑스 아비뇽 영국축제
		미술축제	베니스 비엔날레, 상파울로 비엔날레, 광주 비엔날레
	영화제	독일의 베를린 영화제, 프랑스의 칸느 영화제, 이탈리아 베니스 영화제	
	부족축제	아프리카의 줄루족 축제, 피그미족 축제	
	계절축제	러시아 백야축제, 스웨덴 하지축제, 미국알래스카 백야제, 일본 삿포로 축제, 네덜란드 튜립축제	
스포츠축제	올림픽, 월드컵, 캐나다 스템퍼드축제, 몽골 나담축제		

자료: 김병원(2005). 『地域祝祭 參與動機에 關한 比較研究-곡성심청축제와 무안백련대축제를 중심으로-』, 목포대학교, 석사학위논문, p.10; 이봉훈(1997). 『이벤트교과서』, 서울: 계백, p.276-278. 재인용.

현재 중국에서는 전국 크고 작은 각종 축제는 5000여 개를 넘었다고 하였다. 많은 전

37) 이봉훈(1997). 『이벤트교과서』, 서울: 계백, pp.276-278.

문가와 학자들도 축제의 유형에 대하여 분류를 진행하였다.

양해홍³⁸⁾은 중국 각 축제를 종합형 예술축제 및 전문형 예술축제, 상품과 특산품 주제의 축제, 지역문화를 캐리어로 한 축제, 자연경관축제, 민속축제, 전통문화 축제 및 법정 명절 축제 등 여섯 가지로 분류 하였다.

서주³⁹⁾는 축제 주제의 다름에 따라 문화예술, 자연생태, 민속풍습, 지역특산, 민족종교, 과학기술스포츠, 종합형 축제 등 일곱 가지로 분류 하였다.

〈표 2-3〉 중국 지역축제의 분류주체에 의한 유형

분류 주체	유형	대표 사례
양해홍	종합형 축제 및 전문형 예술축제	중국예술축제, 중국상해국제예술축제, 중국연극축제, 중국금계백화예술축제 등
	상품과 특산품 주제의 축제	대런국제패션축제, 낙양목단꽃회, 중국청도맥주축제, 경덕진국제도자기축제, 해남국제야자축제 등
	지역문화를 캐리어로한 축제	장사국제서예년회, 안양은상문화축제, 루선문화예술축제, 등
	자연경관 축제	계림산수관광축제, 중국하얼빈국제빙설축제, 북경향산홍엽축제 등
	민속축제	남녕국제민속노래예술축제, 위이방국제연놀이축제 운 남태족물뿌리기축제 등
	전통문화축제 및 나라 축제	춘절, 보름날, 청명절, 단오절, 중추절, '5·1'노동절, '10·1'국경절 등
서주	문화·예술 축제	소흥(烏篷船)배놀이풍정관광축제
	자연·생태 축제	송명삼림관광축제
	민속·풍습 축제	운남태족물뿌리기축제
	지역·특산 축제	낙양목단꽃회
	민족·종교 축제	해남이족·묘족'3월3'축제
	과학기술스포츠축제	중국반지화국제장강관광축제
	종합형 축제	상해관광축제

자료: 연구자 재정리.

38) 楊海虹(2004). 『節會游与太原旅游發展』, 太原大學學報, 5(4), pp.49-51.

39) 徐舟(2005). 『旅游節慶活動的策劃規划方法初探』, 平原大學學報, 22(1), pp.7-10.

3. 문화축제로서의 영화제

1) 문화축제

문화는 유일하게 인간에게만 있는 재산이며, 유전적인 것이 아니고 자신이 속해있는 사회에서 전달되고 습득되는 것이다. 문화산업이란 그 성질에 있어서 무형이며 문화적인 내용의 창작, 생산, 그리고 상업화(commercialization)를 결합한 산업이다. 이러한 내용들은 대체적으로 저작권에 의해 보호되며, 이러한 산업은 상품이나 서비스의 형태를 취한다. 문화산업은 지식 집중적·노동 집중적이며, 고용과 부를 창출하고, 창작성을 배양하기도 함으로써 문화의 다양함을 장려하고 보존한다.

문화상품과 문화서비스는 문화적 가치를 전하고, 구성하고, 문화적 주체를 생산 및 재생하며 사회결합에 기여한다. 동시에 문화상품과 문화서비스는 새로운 지식경제 사회에서의 제약이 없는 주요 요인을 구성한다. UNESCO에서는 문화산업을 문화상품과 문화서비스 두 가지로 나누어 보고 있다. 문화상품은 인쇄, 영화, 책, 오디오-비주얼, 멀티미디어 상품과 같이 아이디어, 상징, 삶의 방법의 뜻을 전하는 소비상품이며, 이러한 문화상품들은 집단적인 주체를 세우고 문화적 활동에 영향을 주기 위하여 알리거나 엔터테인먼트하거나 기여하는 것이다. 반면, 문화서비스는 문화적 관심과 욕구를 만족시켜주기 위한 활동으로 물질적 상품을 갖고 있지는 않은 문화이벤트나 문화정보, 문화의 보존 등을 포함시킨다.⁴⁰⁾ UNESCO의 정의에 의하면 문화이벤트는 문화상품보다는 문화서비스에 포함되겠지만, 본 논문에서는 UNESCO의 문화상품과 문화서비스개념을 모두 문화상품의 개념으로 간주하고자 하며, 이에 따라서 문화축제를 문화상품의 한 종류라 볼 수 있다.

2) 문화축제로서의 영화제

영화제에 대하여 조명환·이정실·윤정현·신대중 학자들은 '다양한 주제 혹은 단일 주제에 대한 영화를 일정한 시기에 상영하여 관객들로 하여금 영화에 대한 인식을 제고

40) 김정아(2005). 관광자원으로서의 문화이벤트에 관한 연구: 국내개최 국제영화제를 중심으로, 『관광정보연구』, 19, pp.131-136.

시키고 영화진흥을 위하여 경쟁, 비 경쟁으로 치르는 영화축제' 이와 같이 개념을 명시하였다. 세계 각 국의 영화제는 일반적으로 두 가지의 목적을 가지고 있다. 첫째는 자국의 영화를 향상 발전시키는 것과, 둘째는 지방 관객들에게 일반극장에서 볼 수 없는 영화를 감상 할 기회를 제고하는 것이다.⁴¹⁾

영화제라는 문화축제를 통하여 관객들에게는 다양한 양질의 영화를 접할 기회를 주며 영화인들에게는 상호교류 및 비즈니스의 장을 제공하는 역할을 한다. 이를 통해 영화예술 및 영화산업의 발전, 문화의 다양성 증진, 나아가 문화의 발전을 꾀할 수 있게 하며, 개최지의 입장에서는 많은 수의 방문자들로 인해 지역의 경제활성화에도 도움이 된다.⁴²⁾

최초의 국제영화제가 이탈리아 베니스에서 1932년에 열린 이래로 현지는 칸, 베를린, 베니스 등 세계 3대 영화제를 비롯하여 도쿄, 홍콩영화제 등 무려 4백여 개가 열리고 있다. 세계 3대 영화제인 칸, 베니스, 베를린 영화제는 세계적으로 성공적인 엔터테인먼트 제공의 문화축제로서의 좋은 예로 많은 관광객을 유치하고 있다.⁴³⁾

4. 중국 축제 및 연구 대상지에 대한 개관

1) 중국 축제에 대한 개관

오늘의 축제와 관광의 결합은 전통적인 대중관광과 달리 관광객들은 지역의 문화 체험과 참여를 더욱 중요시하며 이런 면은 또 하나의 관광발전의 방향을 볼 수 있다. 중국 축제는 80년대부터 시작하게 되었으며 빠르게 발전되게 된 것도 최근 몇 년 전이었다. 2000년도에 중국 관광공사에 등록된 축제는 100개를 넘었고, 2001년도에는 133개의 축제가 國家級 축제로 인정되었으며 중·소형 축제는 거의 매년 각 지역에서도 진행하고 있었다.⁴⁴⁾ 현재까지 중국에서 매년 개최되고 있는 축제는 5,000개를 넘었다.⁴⁵⁾

중국 광둥·절강·산둥·강소·료이닝 5개성의 75개 시급 도시와 절강·산둥·강소 3

41) 조명환·이정실·윤정현·신대중(1998). 전계논문, pp.115-129.

42) 박조원(2006). 우리 나라 국제영화제의 성공요인 분석을 위한 탐색적 연구, 『문화경제연구』, 9(1), p.55.

43) 김정아(2005). 전계논문, p.138.

44) 陸鳳英(2005). 『甘肅省節慶旅游發展研究』, 西北師範大學, 碩士學位論文, p.15.

45) 『中國節慶活動國際論壇將舉行』, <http://www1.cei.gov.cn/serve/index/showdoc.asp?blockcode>.

개성의 196개 현급 도시에 대한 축제 진행의 조사한 결과는 75개의 시급 도시에서는 62개의 도시에서 축제를 개최하고 개최율은 83%를 나타냈으며, 196개의 현급 도시에서는 145개의 도시에서 축제를 개최하고 개최율은 74%를 나타냈다. 축제의 개최로 지역특색인 관광자원과 상품을 이용하여 지역의 홍보와 경제발전을 촉진하는 것은 전국에서 열풍을 이루고 있었다. 그러나 여기에서도 소부분의 도시에서 이익을 얻을 수 있는 외에는 대부분은 투자가 이익보다 컸다. 이것은 많은 지역에서 보편적으로 나타나는 현상이었다.⁴⁶⁾

〈표 2-4〉 2005 IFEA(국제축제이벤트협회)에서 심사된 축제

항목	축제
중국국제영향력있는 10대축제	평요국제촬영진시회, 북경국제관광문화축제, 상해국제예술축제, 중국오교국제곡예예술축제, 닝버국제패션축제, 중국금영TV예술축제, 중국국부국제공자문화축제, 청도국제맥주축제, 위방국제연놀이축제, 남녕국제민요예술축제
중국발전잠재력있는 10대축제	북경대홍수박축제, 중국호화호특소군문화축제, 중국장춘영화제, 중국두부문화축제, 중국강소왕새우축제, 중국의창삼협국제관광축제, 중국성도국제미식관광축제, 중국근명국제문화관광축제, 중국석림햇불축제, 중국천수부의문화관광축제

자료: 胡向澤(2005). 平遙國際攝影大展成爲最具有國際影響力的節慶, 山西晚報.

따라서 통계자료에 의하면 중국에서의 축제 개최에서 연속 3회를 개최하는 축제는 50%이고, 5회 이상을 개최하는 축제는 20%밖에 안 된다고 하였다. 여기서 5회 이상을 개최하는 축제는 비교적 성숙되고 성공적인 축제라고 하였다.⁴⁷⁾ 현재 중국에서 대규모적이고 지역 이미지 홍보 등 면에서 잘 되고 있는 축제는 많지 않았다. 〈표 2-4〉 또 한편 중국의 축제 진행을 살펴보면 해외의 성공적으로 개최되고 있는 축제와 비교 할 때 중국

46) 楊小无(2004). 『文化搭台, 經濟唱戲的理性思考』, 河南安陽戰略思想庫, 河南人民出版社.

47) 成功的市場運作彰顯節慶效益—云岡·恒山旅游節回眸系列報道之一. 大同党政公衆信息网.

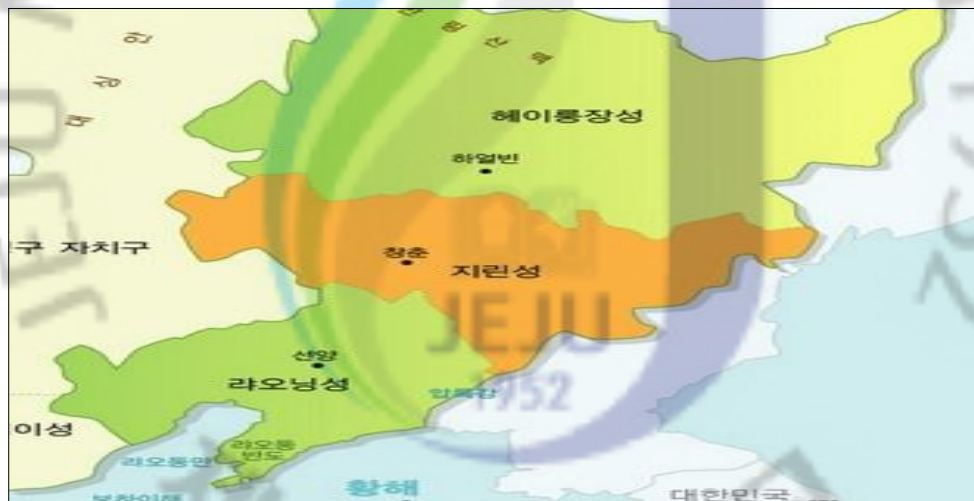
축제는 브랜드 의식이 낮으며, 낮은 지명도, 개최 회수의 짧은 것으로 살펴 볼 수 있다.

2) 장춘의 개관

장춘은 길림(吉林)성의 성도(省都)로 동북지방의 중심에 위치해 있으며, '봄의 도시'라고 불린다.

길림성을 끼고 있으며, 이통강(伊通河) 연안에 있다. 쑹랴오(松遼) 평원 중부지역으로 지린성의 행정·경제·교통·문화의 중심지이다. 또한 장춘시는 자동차의 도시, 삼림의 도시, 영화의 도시, 과학기술의 도시, 북방의 곡창 등으로도 불리고 있다. 전시 토지 면적은 총 20,571Km²이며 4개의 현과 시, 6개의 구를 관할하며 총 868.72만 명이 거주하고 있다. 장춘시 중심지역의 건설은 642.07Km²이며 487.6만 명 인구가 거주하고 있다.

〈그림 2-1〉 연구대상지 지도



자료: 네이버백과사전(<http://100.naver.com>)

장춘시는 풍경이 매우 아름다운 도시로 중국에서 지정한 뛰어난 여행도시 중의 하나이다. 그리고 장춘시 도시 녹지 비율이 줄곧 국내·외 명성이 자자한 녹색도시로 중국 국내 큰 도시 선두를 달리고 있다. 따라서 장춘은 중국 자동차 공업의 요람으로 전국의 주목을 끄는 자동차 도시이다. 一汽자동차그룹은 중국 자동차 공업 중의 규모가 가장 크고 종류가 가장 잘 갖추어져 있으며 기술도 비교적 선진적인 현대 자동차 생산 과학연구의

기반이다. 고정재산이 500여억 원 이상을 가지고 있으며 제품은 重, 中, 輕, 微, 轎, 客 등 6가지 계열의 550여 종이 있다. 이 그룹은 생산, 과학 연구, 마케팅, 대외경영, 대외무역 등을 하나로 하는 대형 기업으로 이미 중국 민족 자동차 공업의 중추가 되어 있다.

또한 장춘은 중국 영화의 요람이다. 1945년 10월 1일 중국 장춘 地下黨 조직으로 인해 동북영화회사가 설립되었다. 1946년 6월 중공 중앙 동북국이 맡아서 관리하기 시작하였다. 그 해 10월 1일, 동북영화제작소로 이름을 바꾸었다[약칭 "동영(東影)"]. 1949년 4월 동영은 다시 장춘시로 옮겨 왔다. 1955년 2월, 공식적으로 장춘 영화 제작소로 개명되었다[약칭 장영(長影)]. 반 세기의 어려운 역정을 거쳐 장춘은 이미 예술, 기술 역량이 크고 설비가 잘 갖추어져 있으며 故事片, 科教片, 美術片, 譯制片, 電視片을 생산할 수 있고 대량의 카피를 인화할 수 있는 중국에서 가장 큰 종합적인 영화 제작 기업이다. 초창기와 초기 발전 중에 중국 영화 역사 상 유명한 많은 인물들이 일찍이 여기서 모이고 배출되고 양성되었다. 중국 영화 사업의 큰 발전을 따라 장영은 전국 각 영화 제작소와 영화 기관에 계속해서 리더십있는 인재와 업무 핵심 인원들을 보내 주었다. 장춘은 각 시기에 촬영한 많은 영화 중에 적지 않은 것들이 이미 중국 영화 역사 상 권위 있는 작품이 되었고 그것은 중국 영화의 발전에 중대한 영향을 끼쳤다.

따라서 장춘영화 산업의 발전으로 장영(長影)에서는 중국에서 최초의 영화를 테마로 하는 공원-‘장영세계성’을 건설하였다. 지금까지 중국에서 최고로 큰 현대화 영화제작기지이며 영상 오락활동의 중심이다. 총 면적은 100평방미터로 창신된 과학기술, 아슬아슬하고 자극적인 느낌, 연극의 체험, 유희예술의 감상 등 4대 영상 구성으로 13개의 오락항목 등을 관광객에게 펼쳐 보여 주고 있다. 장영세계성은 디즈니랜드와 할리우드 영화시티의 정수를 섭취하여 장춘영상문화 관광의 독특한 관광지로 되고 있다.⁴⁸⁾

2006년부터 장춘의 관광산업의 체계는 점점 완벽하게 발전하며 관광업의 전체적인 세력이 현저한 증가를 보이고 있었다. 장춘시는 선후 ‘중국 베스트 텐 회의· 관광목적지’, ‘중국10대최적전시회도시’로 평가 되었으며 따라서 2008년 중국에서 제1회로 개최되는 ‘축제중화상장’의 선정회의에서 장춘영화제는 최적적인 공중참여상장을 획득하였다.

48) 長春旅遊網. <http://www.ccta.gov.cn> .

장춘시에서는 '중국최적적인 관광도시'를 목표로 주로 빙설체험, 여름의 피서, 영화문화, 자동차 문화, 전시회, 위만황제의 유적, 조각예술 등을 관광상품으로 만들며 관광상품과 관련된 호텔, 고객센터센터, 관광지표시 등의 시설의 완벽함을 가속화 하며, 국내·외의 교통수단을 증가하면 전력적으로 관광산업 발전을 추진한다 하였다.⁴⁹⁾

2012년도까지 장춘시에서는 해외입국인 수, 국내관광인 수, 관광업의 총 수입 3개 항목의 목표를 년 평균 20%이상의 증가로 노력하며 한편 장춘을 관광유람, 휴양, 전시회를 한체계로 된 국제관광목적과 주요지역인 관광집산지로 건설하기로 하였다. 따라서 2012년까지 길림성의 관광산업의 총수입을 1,000억 원(인민폐)으로 관광산업을 기간산업으로 발전한다 하였다.

한편 장춘시의 몇 년간 관광객 수와 관광수입에 대하여 정리해 보면 <표 2-5>에서 나타난 것과 같다.

<표 2-5> 장춘시 2001-2007년도 관광객 수와 관광수입

년도	국내·외 관광객 수(만 명)	증가율(%)	관광수입 (억 원·인민폐*)	증가율(%)
2007	3757.95	16.10	350.16	26.9
2006	3229.58	11.80	273.83	20.3
2005	2888.00	10.20	227.53	23.7
2004	2620.00	11.40	184.00	29.8
2003	2352.33	-5.30	141.73	22.8
2002	2484.07	10.28	115.39	37.9
2001	2252.42	23.00	83.68	47.4

자료: 吉林統計信息网. 연구자 정리. *인민폐 1000원은 ₩158,000. (2008년7월 평균 환율기준).

49) 2012年我市將建設成爲國際旅游目的地. 長視網, <http://www.cc.jl.gov.cn>.

제2절 축제 방문동기 및 만족도

1. 동기의 개념 과 유형

1) 동기의 개념

동기(motivation)의 어원은 라틴어의 'movere'에서 유래되었으며 영어의 'to move: 움직이다'의 의미를 가지고 있다. 사전적으로는 동기는 '사람을 움직여 행동을 하게 하는 충동, 감정, 욕망' 또는 '어떤 일이나 행동을 일으키게 하는 계기'이다. 우리말사전에서는 '마음을 먹거나 행동을 하게 하는 원인이나 근거'라고 정의하고 있다. 또 다른 정의로는 '개인에게 목표를 향한 행동을 유발하고 유지하고 유도시키는 개인 내의 긴장상태'가 있다.⁵⁰⁾

동기는 외현적으로 관찰할 수 없는 추상적인 개념인 반면 행동은 직접 관찰할 수 있다. 그러므로 관찰 가능한 행동의 변화를 설명하기 위하여 이 변화에 영향을 주는 심리적, 생리적 변인들을 추론 할 수 밖에 없게 된다. 이러한 추론들이 개인의 목표라던가 욕구, 필요, 의도, 목적과 같은 동기의 개념에 포함되어 있는 것들이다.⁵¹⁾

소비자 행동론에서 동기(motivation)란 “행동을 불리일으키는 개인 내부의 추동력”(趨動力: driving force) 또는 “신체적 에너지를 활성화시켜 외부환경에 존재하는 목표를 달성하도록 지시하는 내적 상태”(內的狀態: inner state)라 한다.

인간은 실제상태(actual state)가 외부의 자극(stimulus)을 받으면 선망상태(desired state)로 되고 싶어진다. 이때 소비자는 무엇인가 부족함을 느끼게 된다. 이를 욕구(欲求: needs)라 한다. 소비자는 자신의 욕구를 충족시키기 위해서 행동을 하게 되고, 이 행동을 통해서 목표(目標: goal)를 달성시킨다. 욕구는 반드시 '목표지향적 행동'(goal directed behavior)을 수반하게 된다. 일반적으로 동기유발과정은 미 충족된 욕구, 긴장(갈등), 추동

50) 강중훈(2006). 전계논문. p.22.

51) 김청자·장선철·최세리·김숙영(2002). 『심리학의 이해』, 동문사, p.89.

(趨動: drive), 행동(이 때, 학습 및 인식과정이 필요함), 목표 및 욕구충족, 긴장감소(해소) 순서로 이루어진다.⁵²⁾

초기에 많은 학자들은 심리학, 사회학 등의 관점에서 동기이론에 대하여 연구해 왔으며 소비자 행동의 영역에서도 선도해 왔다. Assael⁵³⁾는 소비자 동기는 욕구의 만족을 향하는 추동력이라고 제시하였으며, Engel, Blackwell & Miniard⁵⁴⁾는 동기는 상품구매와 소비를 통하여 심리와 생리욕구를 만족하는 추동력이라고 하였다.

동기의 기본적인 속성으로는⁵⁵⁾ 첫째, 인간행동을 활성화시키는 측면 즉, 일정한 방식으로 행동하도록 촉발시키는 개인에의 활성화적인 힘을 가지며 둘째, 인간행동의 방향을 설정하거나 또는 목표를 지향토록 방향을 설정시키는 측면 즉, 행동이 어떤 목표를 지향하여 이루어지는 현상을 나타내며 셋째, 인간행동을 유지시키고 지속시키는 측면 즉, 추동의 강도와 에너지의 방향을 지닌 행동을 계속해서 유지시키려는 힘을 가지고 있다.

2) 동기의 유형

심리학에서 동기(motive)는 행동을 유발하고, 방향을 제시하고, 유지시키는 신체적(생리적), 심리적 상태로 정의될 수 있다고 하였다. 구체적으로 정리하면 다음과 같다.⁵⁶⁾

(1) 내재적 동기와 외재적 동기

동기는 욕구, 흥미, 호기심, 즐거움 등 내적이고 개인적인 요인과 관련되어 있다. 반면 또 다른 설명은 외적이고 환경적인 요인, 즉 보상, 사회적 압력, 처벌 등에 의해 유발되는 경우에 관한 것이다.

특정 행동이 내재적으로 동기화된 것인지 혹은 외재적으로 동기화된 것인지를 관찰에 의해서만 구분하는 것은 불가능하다. 두 종류의 동기화 유형 간의 근본적인 차이는 활동

52) 박시사(2001). 『관광소비자 행동론』, 대왕사, p.225.

53) H. Assael(1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*. South-Western College Publishing.

54) F. J. Engel, R. D. Blackwell, P. W. Miniard(1995). *Consumer Behavior*. New York: Dryden Press.

55) 오문엽(2007). 『골프연습장 이용자의 인구사회학적 특성에 따른 참여동기와 만족도 분석』, 용인대학교, 석사학위논문, p.4.

56) 김청자·장선철·최세리·김숙영(2002). 전게서, pp.90-96.

에 대한 본인 자신의 이유이다. 즉, 어떤 활동을 하는 '원인의 소재(locus of causality)', 다시 말해서 원인의 위치가 그 활동을 하는 사람의 내부에 있는가 혹은 외부에 있는가에 의해서 구분되어 질 수 있다.

(2) 일차적 동기와 2차적 동기

동기는 또 학습되지 않은 일차적 동기(primary motives)와 학습된 2차적 동기(secondary motives)로 구분 할 수 있다. 인간의 동기는 복잡하고 다양하다. 동기의 유형을 분류하고 체계화하려는 학자들의 조력에 의해 여러 가지 범주와 수준으로 구분되었으며 심리학에서 사용하는 기본적인 일차적 생리적 동기, 선천적, 개인 내부적 동기이며, 2차적 심리적 동기, 후천적(학습에 의한), 타인 외부적 동기이다. 진술한 동기이론을 결부 시킨다면 본능이론, 추동감소 이론, 최적각성수준이론은 생리적 동기에 가까우며 유인이론은 심리적 동기와 가깝다고 할 수 있다.

생리적 동기(physiological motives)란 인간을 포함한 모든 유기체가 생리적으로 필요한 대상을 얻고자 목표 지향적으로 행동하는 동기를 의미한다. 모든 유기체가 생명을 유지하려면 음식, 물, 산소, 온도 등의 생리적으로 필요한 물질이 제공되어야 한다. 생리적 동기는 주로 신체적 균형이 깨졌을 때 촉발된다. 예를 들어 체온은 너무 높거나 낮아서는 안 되므로 만약 체온이 떨어지면 옷을 더 입으려 하고, 창문을 닫아 온도를 유지하는 것과 같은 조절행동을 하게 하는 것이다.

생리적 동기는 인간에게만 특별히 나타나는 것이 아니라 동물에게서도 발견되지만 심리적 동기(psychological motivation)는 인간에게 나타나는 독특한 형태의 동기이다. 심리적 동기는 생리적 동기처럼 인간의 생존에 절대적으로 필요한 공급물이 결핍되어서 생기는 동기가 아니고 다른 사람들과의 상호관계를 통하여 학습되는 동기를 의미한다. 따라서 자신이 속한 사회 환경에 따라 영향을 받는다.

다음 <그림 2-2>으로 정리하면 다음과 같다.

〈그림 2-2〉생리적·심리적 동기

생리적 동기	심리적 동기
1차적	2차적
선천적	후천적
개인 내부적	타인 외부적
본능이론, 추동감소이론, 최적각성수준이론	유인이론

자료: 신용일 외(1997). 『심리학 개론』, 동문사, p.89.

2. 축제 방문동기 이론

축제 방문객들의 방문동기는 학자나 연구자의 견해 차이에 따라 다양하게 제시되고 있다. 관광적 측면에서 보면, 축제 방문객도 협의의 측면에서 관광객이라고 볼 수 있다. 이러한 점에서 볼 때 영화제 방문동기에 대한 접근 또한 관광동기 차원에서 설명할 수 있을 것이다. 다수의 영화제 관련 동기연구도 이러한 프레임워크(frame work)에 따른 접근방법을 보여주고 있다. 따라서 본 연구에서는 이들에 의해서 주장되고 있는 관광동기 이론의 시각을 통해 축제 방문동기를 이해하고자 하였다.

1) Abraham Maslow 욕구단계이론

동기이론의 핵심은 인간행동을 이해하는데 가장 유용한 욕구(need)에 있는데, 사람들은 무슨 욕구를 가지고 있으며 그 욕구를 어떻게 충족시키려 하는지 알아야 할 필요가 있다.⁵⁷⁾ 동기에 대한 인본주의적인 해석은 동기의 내재적 근원을 '자아실현'을 위한(Maslow, 1968, 1970), 생득적 '실현 경향성'을 위한(Rogers & Freiberg, 1994), 혹은 '자기결단'을 위한(Deci, Vallerand, Pelletier, & Ryan, 1991) 개인의 욕구라고 설명한다.⁵⁸⁾ 여행의 동기를 논의하기 위하여 Maslow의 욕구단계이론(hierarchy of needs)이 많이 인용되고

57) 오상훈(2005). 전계서, p.99.

58) 김청자, 장선철, 최세리, 김숙영(2002). 전계서. p.98.

있다. 사회의 발전과 삶의 질이 높아짐에 따라 사람들의 욕구는 벌써 Maslow 욕구단계이론의 높은 단계에 도달하였다.

미국 학자 Maslow는 사람의 욕구에 대한 연구에 따라 인간의 욕구를 생리적 욕구(physiological needs), 안전욕구(safety needs), 애정과 사회의 욕구(love or social needs), 존경의 욕구(esteeem needs), 자아실현의 욕구(self-actualization) 다섯 가지로 나누었으며 이 다섯 가지 욕구에서 하위 욕구가 충족되면 다음 단계의 욕구에 의해 동기유발이 된다고 하였다. 즉, 다음 단계의 욕구를 추구하는 것은 행동의 주요 추동력이라고 하였다.⁵⁹⁾

1단계: 생리적 욕구는 의식주에 대한 욕구, 성적 욕구, 수면욕구 등 생리적 균형을 유지하는데 요구되는 기본적 욕구이며 생명을 유지하는 데 없어서는 안 될 중요한 욕구이다.

2단계: 안전욕구는 자기 자신을 외부의 위협으로부터 안전하게 보호하고자 하는 욕구, 육체적 안전과 심리적 안정에 대한 욕구이다.

3단계: 애정과 사회의 욕구는 다른 사람으로부터 사랑을 받고 다른 사람을 사랑하고자 하며 어떤 집단에 소속하여 집단의 구성원으로서의 역할을 수행하고자 하는 것이며 대인관계를 통해 서로 정을 교환하고 소속되기를 바라는 사회적 욕구이다.

4단계: 존경의 욕구는 어떤 중요한 책임을 맡아 이를 잘 수행함으로써 자신의 가치를 스스로 인정하고자하며 다른 사람으로부터도 존경을 받고자 원하는 것. 열심히 노력하여 많은 재산을 축적한 사람이 어느 시기에 가서 자신의 전 재산을 사회단체나 교육기관에 기꺼이 내어 놓는 일은 바로 이러한 욕구에서 나온 행동이다. 자존심을 유지하고 다른 사람으로부터 인정과 존경을 받고 싶어하는 욕구이다.

5단계: 자아실현의 욕구는 자신의 모든 잠재적 능력을 최대한 발휘하여 가치있는 삶을 누리하고자 하는 욕구. 이를 위해서는 아름다움을 추구하고 그 아름다움을 감상하는 심미적 욕구가 충족되어야 하며, 또 이 우주에 대해 더 많은 것을 배워서 알고자 하는 지식과 이해의 욕구도 동시에 충족되어 Maslow는 이들 다섯 가지 욕구들이 유기적 연관성을 맺으

59) R. C. Mill & A. M. Morrison(1998). *The Tourism System* (3rd ed.). Dubuque, IA: Kendall/Hunt Publishing Company; 장호찬·라선아(2008). 『관광행동론』. 한국방송통신대학교출판부. p.242에서 재인용.

면서 욕구로의 우선순위에 따라 계층을 이루고 있다고 본다. 일단 하급의 욕구가 어느 정도 충족되면 충족된 욕구의 동기 유발력은 현저히 약화되거나 잠재화되고 차상급의 욕구가 지배적인 동기요인으로 부각된다. 즉 가장 기본적인 생리적 욕구가 어느 정도 충족되면, 안전에 대한 욕구가 유발된다. 그 다음 애정적 욕구가 어느 정도 충족되면 자존에 대한 욕구가 부각된다. 마지막으로 자존에 대한 욕구가 어느 정도 충족되면 최정상 of 자아 실현욕구가 발현된다.⁶⁰⁾

〈그림 2-3〉 Maslow의 욕구 5단계

현홍준(2006). 『제주지역 테마관광지 유형별 관광객의 욕구 및 만족에 관한 연구 -욕구(need)의 수평적 접근을 중심으로-』, 제주대학교, 석사학위논문, p.39에서 재인용.

따라서 사회가 어느 정도 발전하면 사람들의 하급욕구(생리적 욕구, 안전욕구)가 만족을 느끼면 잠재적인 욕구가 나타나는 것은 필연적이라고 본다. 그러나 이런 현상은 사회의 모든 사람에 대하여 똑같이 나타나는 것이 아니라 자신의 욕구와 외부환경요인에도 제한 받는다고 본다.

또한 관광관련 문헌들은 욕구와 동기 그리고 구 구체적인 대상을 다음 〈표 2-6와 같이 나타내고 있다.

60) 김병원(2005). 전계논문, pp.20-21.

〈표 2-6〉 Maslow의 욕구 및 동기와 관련된 표현

욕구	동기	관광 관련 문헌에 기술된 관광동기
생리적 욕구	휴식	일탈, 탈출, 도피, 휴식, 긴장으로부터 해방, 휴양, 휴가
안전의 욕구	안심감	건강, 재미, 운동, 레크리에이션, 즐거운 기분, 미래를 위한 강한 체력유지
소속의 욕구	사랑	가족화합, 동료의식, 개인적 및 사회적인 유대 관계 형성, 가족에 대한 애정표시, 조상의 뿌리, 인종, 민족
존경의 욕구	지위성취	개인적인 성취감, 품위와 위신, 타인에 대한 자기 과시, 자기향상, 사회적인 인정, 전문 직종 종사
자아실현의 욕구	자신의 본성에 충실	탐구를 통한 자기평가, 자아발견, 내적욕구의 충족
지적 욕구	지식	문화, 교육, 방랑벽
미적 욕구	미의 감상	환경, 경치, 풍경

자료: 정익준(1994). 『觀光學原論講義』, 시그마프레스, p.36.

2) Iso-Ahola 탈출-추구이론

Iso-Ahola는 탈출-추구이론에 대하여 탈출(escaping)은 일상적인 환경에서 벗어나고 싶은 개인적인 욕구이고 추구(seeking)는 새로운 환경에서의 여행을 통하여 심리적 개인적인 보상을 획득하고자 하는 욕구라고 제시하였다.

인간은 개인적인 세계, 즉 개인의 고통문제/복잡함/실패로 부터 벗어나고자 하고, 대인적인 세계, 즉 직장동료/가족/친척/친구/이웃으로 부터 떠나고자 하는 욕망을 가진다. 또 인간은 개인적인 보상, 즉 승리의 감정/이문화 습득/휴식/재충전/기분전환/자아향상을 얻고자 하고, 대인적인 보상, 즉 사회적 관계를 다양하고 확장하는 것/여행 동반자 또는 지역민들과의 관계/새로운 곳에서의 옛친구 또는 익숙한 곳에서의 새 친구와의 상호작용을 추구한다.⁶¹⁾ 관광자는 아래의 4사분면 중의 하나에 속하게 된다. 제1사분면은 사회적 환

61) 강중훈(2006). 전계논문, p.27 재인용.

경에서 탈출하여 개인적인 보상을 추구하는 동기이고, 제2사분면은 개인적 사회적 보상을 추구하는 동기이고, 제3사분면은 개인적 환경에서 탈출하여 사회적 보상을 추구하는 동기이며, 제4사분면은 개인적 환경 및 사회적 환경에서 탈출하는 동기이다.

〈표 2-7〉 Iso-Ahola의 탈출(escaping)·추구(seeking)

구분		보상의 추구	
		개인적	대인적
일상 환경의 탈출	개인적 환경	2사분면	3사분면
	대인적 환경	1사분면	4사분면

자료: 박시사(2001). 『관광소비자 행동론』 대왕사, p.244; 참고 연구자 재작성.

3) 추진(push)-흡인(pull)요인 이론

Dann⁶²⁾에 의하면 추진요인은 관광객의 내부 심리에서 관광욕구를 자극하여 관광행동을 일으키게 하는 관광동기 그 자체이고, 흡인요인은 관광객을 관광지로 끌어들이는 것으로써 목적지에 존재하는 모든 것을 의미한다. 즉 인간은 건강, 호기심 일상탈출 새로움의 추구와 같은 내적인 힘에 의해 추진되고 관광지의 흥미로운 시설, 자연경관, 이벤트 등의 외적인 힘에 의해 유인되어 여행을 떠난다고 한다.

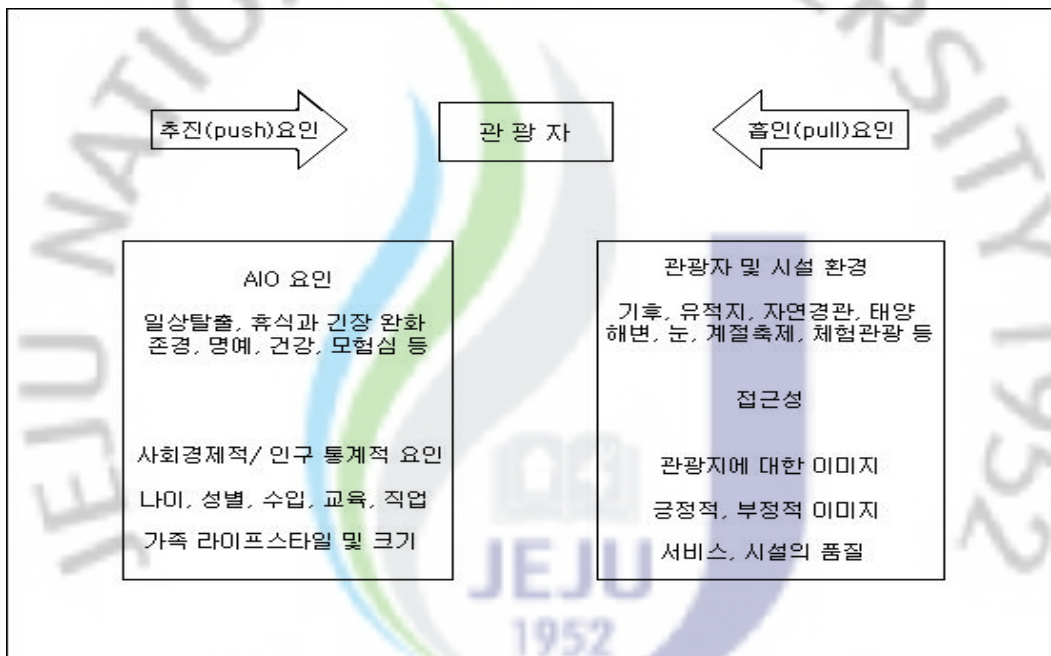
Crompton은 동기에 관한 기본적인 이론을 제시하면서 그는 휴가여행의 동기를 일상 생활권으로부터의 이탈/모험과 자기평가/휴식/우월성/향수/동료의식의 고취/사회적 교류/신기성/교육 등 9가지로 설명하였다. 여기서 Crompton은 앞의 7가지를 심리적 동기로 보고 이러한 동기는 관광객 자신이 외부의 영향을 받아 형성한 추진(push)요인으로 분류하였으며 신기성과 교육요인은 관광으로부터 얻은 흡인(pull)요인으로 분류하였다. 인터뷰를 통하여 얻은 분석결과로 심리적 동기로 된 추진요인이 흡인요인보다 중요하다는 것을 알게 되었다. 또 Crompton은 관광활동은 복합적이고 심리적인 동기에 따르면 사회 심리적

62) 장호찬·라선아(2008). 전게서, pp. 232-233에서 재인용.

욕구와 문화적 욕구를 만족시키고자 단순한 즐거움(pleasure)을 목적으로 여행을 한다면 흡인요인보다 중요시 된다고 주장하였다.

여기서 구체적으로 흡인요인 및 추진요인을 살펴보면 추진요인은 사회·경제적 변수/인구통계변수/AIO(Attitude, Interest, Opinion)를 포함하고 흡인요인은 가시적 자원(tangible resource)/목적지에 대한 지각과 기대를 포함한다. Crompton의 이론을 적용하면 사회·심리적 동기는 추진요인이고, 문화적 동기는 흡인요인이라고 할 수 있다.⁶³⁾

〈그림 2-4〉 추진(push)-흡인(pull)모델



자료: R. A. Cook, L. J. Yale & J. Marqua(2006). *Tourism: The Business of Travel*(3rd ed.). p. 44; 장호찬·라선아(2008), 전계서, p.233.

4) 관광동기에 대한 분류

관광연구에서 중심적인 관심주제는 관광동기로 관광분야 연구자, 마케터 및 업계 종사자가 인간의 관광동기와 특정 목적지의 선택의 관심을 가지는 것은 관광행동의 참가결정과 참가결과를 파악하는데 도움을 줄 뿐만 아니라 관광동기에 관한 정보는 이용자와 편의 간의 갈등을 최소화할 수 있는 프로그램개발자에게 도움을 주기 때문이다.⁶⁴⁾ 그러므로

63) 이장주(2003). 전계논문. p.26재인용.

64) M. J. Manfreda, B. L. Driver & M. A. Tarrant(1996). *Measuring Leisure Motivation: A*

관광동기는 관광객의 행동을 설명할 수 있는 주요 요인이므로 유용한 축제상품을 개발하기 위해서는 방문객들의 관광동기를 파악하는 것이 필수적이라고 볼 수 있다.⁶⁵⁾

王翥의 연구에 의하면⁶⁶⁾ 독일 학자 Glucksmann은 최초로 관광동기에 대하여 분류하였다. 그는 관광동기를 심리적인 동기, 정신적인 동기, 육체적인 동기, 경제적인 동기 등 4가지로 분류하였다. 따라서 일본 학자인 田中喜一는 Glucksmann의 관광동기 분류의 견해에 의하여 위 4가지 분류를 더 자세히 구분하였다. 이는 심리적인 동기에는 고행을 그리워하는 사향심(思郷心)과 여러 지역을 관광하면서 얻게 되는 상호간의 대인관계의 형성을 위하는 마음과 신앙심에 의해서 관광을 하게 되는 경우가 포함하게 된다고 하였다. 정신적인 동기에는 관광을 통해서 타 지역의 문화를 체험함으로써 다른 사람보다 견문을 넓히고 지식을 함양할 수 있는 계기가 된다는 점에서 관광을 하게 되는 동기를 의미하며 이를 통해서 지식과 견문의 욕구를 충족할 수 있다고 하였다. 육체적인 동기에는 관광의 목적이 온천욕, 삼림욕, 해변에서의 레저스포츠 등 일반적으로 보양이나 치료를 위한 건강을 위해서 관광을 하게 되는 동기를 의미한다. 대중관광시대에 흔히 볼 수 있는 관광 형태이다. 경제적인 동기에는 관광의 목적이 상용이거나 쇼핑에 있는 동기를 의미한다고 하였다. 미국 학자 Thomas는 여행 동기를 18개로 정의하고 이를 교육·문화적 동기/휴식과 즐거움 동기/종족지향성 동기/기타 동기 4개로 분류하였다. 여기서 교육·문화적 동기는 다른 지역을 방문함으로써 견문이 확대되고 새로운 명소를 접함으로써 지식을 얻을 수 있다는 동기에서 관광을 하게 된다는 것이다. 휴식과 즐거움 동기는 반복되고 복잡한 일상생활에서 느끼지 못했던 탈일상적 상황에서 즐거운 시간과 휴식을 가져보기 위해서 관광을 하게 된다는 것이다. 종족지향성 동기는 조상들의 삶의 터전을 방문하여 그들의 문화를 체험함으로써 문화를 보존하고자 하는 의미의 관광동기를 의미한다.⁶⁷⁾ 기타 동기에는 기후, 건강, 스포츠, 모험, 경제, 우월성, 동조, 역사의 체험, 세상을 알고자 하는 등 욕구들이 포함된다.

Meta-Analysis of the Recreation Experience Preference Scales, *Journal of Leisure Recreation*. 28(3). pp.188~210. ;안양면(2005). 『21세기 전략적 관광소비자행동론』, 동아대학교 출판부, p.89에서 재인용.

65) 송학준·고민경·변정우·이충기(2007). 전계논문, p.92.

66) 王翥(2006). 『四川國內旅客旅游動機研究』, 成都四川師範大學.

67) 이장주(2003). 전계논문. pp.27-28.

〈표 2-8〉 Thomas의 관광동기 분류

유형	내용
교육문화적 동기	1) 타국의 견문확대, 2) 명소감상, 3) 새로운 것의 이해, 4) 특별행사 참여
휴식과 즐거움 동기	5) 일상탈출, 6) 즐거운 시간, 7) 낭만적 경험 추구
종족지향적 동기	8) 조상의 생활터 방문, 9) 종족 묘지 방문
기타 동기	10) 기휴, 11) 건강, 12) 스포츠, 13) 경제, 14) 모험, 15) 우월성, 16) 동조, 17) 역사체험, 18) 세상을 알고자 하는 욕망

자료: 연구자 재작성.

Mcintosh는 관광동기를 신체적 동기(physical motivation), 문화적 동기(cultural motivation), 대인적 동기(interpersonal motivation), 지위와 명예의 동기(status and prestige motivation) 4가지로 분류하였다.

신체적 동기는 스포츠 활동의 참여, 해변에서의 놀이와 휴식을 취하기, 오락활동 등에 대한 고려를 의미하며, 문화적 동기는 음악, 예술, 민속, 춤과 종교 등 문화활동의 지식을 얻고 싶은 욕구를 말한다. 대인적 동기는 친척과 친구의 방문, 일상적인 환경에서 떠나 새로운 친구 새로운 우정을 만들고 싶은 욕구이며, 지위와 명예의 동기는 사람과의 교류에서 존경/관심을 받거나 자신이 명예에 대한 욕구이다.

또한 Mcintosh는 여행행동에 단 한가지의 동기만으로 개입되어 있는 것으로 보기 어렵다고 강조하며, 여행은 복잡하고 상징적인 형태의 행위로서 여행자는 많은 욕구를 충족시키려고 함을 지적했다.⁶⁸⁾

68) 이장주(2003). 전계논문, pp.25-26에서 재인용.

〈표 2-9〉 McIntosh의 관광동기 분류

유형	내용
신체적 동기	휴식, 스포츠 참여, 해변에서의 오락, 건강 등에 대한 욕구
문화적 동기	미국 음악, 예술, 민속, 춤, 그림, 종교 등을 알고자 하는 욕구
대인적 동기	새로운 사람, 친구, 친척을 만나고 일상·가정·이웃에서 벗어나고자 하는 마음
지위·명예동기	인지, 관심, 명예에 대한 욕구

자료: 연구자 재작성.

3. 축제 방문객의 만족도

일반적으로 만족이란 행동과학에서 인간의 기본적인 필요나 욕구에 의하여 동기, 목표를 달성하는 정도를 나타내는 복합적인 언어개념이다. 만족이란 용어는 일반적으로 응답자의 마음의 상태에 대한 척도평가를 이끌어내기 위한 자극으로서 사용되기도 한다.⁶⁹⁾

만족이란 개념은 오랫동안 중요하게 여겨지는 것으로서 일반적으로 고객이 상품이나 서비스를 경험한 후의 선호와 비선호의 정도에 대한 사후 구매 구성개념으로서 인식되어 오고 있다. 만족은 구매 이전의 기대와 구매이후의 지각된 성과 사이의 지각된 불일치의 반응으로서 어떻게 기대가 생성되고 이러한 기대가 고객의 소비경험에 의해 얼마만큼 영향을 받느냐를 이해하는 것은 기업에 있어서 매우 중요한 일이라 하겠다. 고객만족이란 서비스운영에 있어서 하나의 매개적이고 실제적인 요소이다.⁷⁰⁾ Oliver의 기대성과 불일치 모델(expectancy disconfirmation model)은 관광객의 만족도가 어떤 과정을 통해서 형성되는지를 설명할 때 가장 많이 언급되는 이론이다.⁷¹⁾

인간은 자신이 기대한 수준에 상응하는 생활을 하게 될 때 생활만족도가 높아 진다고 한다. Fornell, Pohl, Borrie, & Patterson⁷²⁾은 전반적인 고객만족을 제공된 상품소비에 대

69) 오문엽(2007). 전계논문, pp.4-5.

70) 박숙주(2005). 전계논문, pp.20-21.

71) D. A. Baker & J. L. Crompton(2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*. 27(3): pp. 785-804.; *ibid.*, p.256.; 장호찬·라선아(2008). 전계서, p.261.

72) 오문엽(2007). 전계논문, p.8.

한 기대라고 하고 이 상품소비에 대한 기대는 과거의 경험과 미래의 예상으로 구성된다 고 하였다. 즉, 만족이란 시간의 경과에 따른 과거의 경험과 미래에 대한 예상평가라고 주장하고 있다. 그러나 Oliver는 만족이란 고객이 자신의 욕구가 얼마나 채워졌는지에 대하여 판단하는 반응이라는 총체적 정의를 제시하며, 이 정의에 대한 만족개념이 분석 수준에 따라 다양한 형태로 나타날 수 있음을 언급하였다.⁷³⁾

Gieses와 Cote는 소비자만족에 대한 개념을 재 정의하려는 시도가 있었다. 그들은 소비자만족 연구를 해온 30년 동안 기존 문헌들에서 제시한 20여 개의 만족정의에 대한 검토를 통해 만족 정의의 공통점들을 찾아내고 소비자의 관점에 기초한 소비자만족 정의의 틀을 제공한 것이다. 그들은 기존 문헌들에서 만족을 정의하는데 있어 유의한 차이를 포함하고 있는 반면, 모든 정의들은 어느 정도 동일한 요소들을 공유하고 있다고 하였다. 그 세 가지 구성요소는 다음과 같다. 첫째, 만족은 감정적 또는 인지적 반응이다. 둘째, 그 반응은 특별한 포커스(기대, 품질, 소비 경험 등)와 관련이 있다. 그리고 마지막으로 그 반응은 특별한 시간(소비 후, 선택 후, 경험된 경험에 기초된)에 일어난다. 또한 불만족에 대해서도 만족의 양극단의 반대쪽으로 묘사되거나, 소비자의 만족과 불만족이 서로 다른 두 차원으로 보여 왔다고 하면서 만족 정의들과 같은 세 가지 구성요소로 구성되어 있다고 제안을 하였다. 즉 소비자들은 때때로 선택/구입 경험의 한 측면에서 만족되어 지지만, 다른 측면으로 불만족스러워지며, 이 경우, 만족과 불만족은 서로 다른 차원으로 간주될 수 있다는 것이다.⁷⁴⁾

지역축제의 만족도는 참가자의 방문동기와 축제에 대한 기대치와 참가자가 가지고 있는 취향과 선호도 등과 같은 다양한 변수로 설명될 수 있다. 같은 대상이나 경험이라도 연령과 성별, 직업 등에 따라 다양하게 표출될 수 있으며 축제의 경험여부나 이전에 경험한 축제와 다른 축제와의 비교분석을 할 수 있는 인지능력 여부에 따라 만족도는 다르게 나타나게 된다. 그러므로 만족이라는 개념은 상대적이며 매우 주관적인 판단이기 때문에 어떠한 하나의 도구나 틀로서 만족도를 정확하게 설명하기는 매우 어려운 실정이다. 다양

73) 유완지(2008). 『한국 관광에 대한 일본인 및 중국인 단체관광객의 중요도-만족도에 관한 비교연구』, 세종대학교, 석사학위논문, p.7.

74) 박숙주(2005). 전계논문, p.22.

한 참가자들은 방문 동기는 만족도를 결정하는 중요한 변수로 작용할 수 있으며 참가자가 방문하기 이전에 가졌던 기대치와의 일치여부에 따라 만족도의 변수는 많은 영향을 받게 된다.

축제의 만족도 개념은 축제를 방문했던 참가자가 축제장에서 느끼는 방문이전의 기대치와 참가하는 과정과 참가 후에 느끼는 만족의 차이의 정도를 나타내는 심리적 현상으로 볼 수 있다.⁷⁵⁾ Mohr의 연구가 축제 방문객의 동기와 만족 간의 관계를 파악하려는 연구의 시초라고 보고, 이 연구에서는 방문객 형태에 따라 축제에 대한 만족을 일원분산분석을 실시한 결과 유의적인 결과가 있는 것으로 밝혀냈다.⁷⁶⁾

제3절 선행연구 고찰

1. 축제 방문동기 선행연구

최근에 축제 방문자의 동기에 관한 연구가 의욕적으로 발표되고 있다. 국내 외 선행연구를 살펴보면 축제 방문동기는 다음과 같이 도출되어 있다.

Backman, Backman, Uysal & Sunshine⁷⁷⁾는 과거에 축제나 이벤트에 참가하였던 방문객들을 대상으로 설문조사하여 방문동기를 분석하였다. 분석결과는 흥분성, 일상탈출성, 가족과 함께, 사교성, 휴식성 5개의 요인으로 도출하였다.

Scott⁷⁸⁾는 Crompton과 Dann의 push-pull 모델을 근거로 하여 오하이오주 클리브랜드

75) 함영덕(2007). 전계논문, p.75.

76) K. Mohr, K. F. Backman, L. W. Gahan & S. J. Backman(1993). An investigation of festival motivations and event satisfaction by visitor type. *Festival Management and Event Tourism*. 1(3). pp.89-97; 고재용·서진우·임영숙(2005). 지역축제의 참여동기와 만족도에 기초한 시장세분화에 관한 연구 -2004 경주 한국의 술과 떡 잔치를 중심으로-, 『호텔관광연구』, 7(2), p.36 재인용.

77) K. Backman, S. Backman, M. Uysal & K. M. Sunshine(1995). "Event tourism: an examination of motivations and activities". *Festival Management and Event Tourism*. 3(1). pp.15-24.

78) D. Scott(1996). A Comparison of Visitors' Motivation to attend three urban Festivals. *Festival Management and Event Tourism*. 3(3). pp.121-128.

의 주립공원에서 개최된 세가지 축제(Bug Fest; Holiday Lights Festival; Maple Sugaring Festival)를 비교하여 연구하였다. 참가한 방문객의 동기를 분석한 결과 사교성, 가족화합성, 일상탈출성, 자연친화성, 흥분성, 신기성 6개의 요인을 도출하였다. 여기서 Scott는 사교성, 가족화합성, 일상탈출성을 Push동기로 보았고, 자연친화성, 흥분성, 신기성을 Pull동기로 보았다.

Formica & Uysal⁷⁹⁾는 이태리 Umbria Jazz Festival에 참가한 방문객을 대상으로 지역주민과 비거주자로 구분하여 방문동기를 분석한 결과 흥분성, 사교성, 유희성, 가족과 함께, 축제자체의 진기함 5개의 요인으로 도출하였다.

이훈 & Kerstte⁸⁰⁾는 미국 센트럴펜실버니아 예술축제에서 지역주민 참여자와 방문객 간의 방문동기, 행사평가, 만족도 차이 연구에서 유희성, 쇼핑성, 예술체험성, 사교성, 의의성 5개의 요인으로 도출하였다.

Crompton & Mckay⁸¹⁾는 미국 텍사스 샌안토니오의 'Fiesta'에 참가한 방문객의 방문동기를 분석한 결과 문화탐구성(cultural exploration), 신비성/희귀성(novelty/regression), 안정성(recover equilibrium), 지인 간 사교성(known-group socialization), 타인 간 사교성(external interaction socialization), 군집성(gregariousness) 6개의 요인으로 도출하였다.

Formica & Uysal⁸²⁾은 이태리'Spoleto Festival' 방문객의 동기를 연구하면서 사교·유희성, 이벤트매력성·흥분성, 단체친목성, 문화·역사성, 가족친화성, 신비성 등 6개 동기요인을 도출하였다.

이충기·이태희⁸³⁾는 경주세계문화엑스포의 방문객을 대상으로 동기요인을 문화경험성, 신기체험성, 가족친화성, 일상탈출성, 사교성 등 5개의 요인으로 도출하였다. 따라서 이를 토대로 군집분석을 실시하여 다목적 경험추구형, 일탈성 문화추구형과 단순 문화추구형 3개의 세분집단으로 분류하였다. 송학준·고민경·변정우·이충기⁸⁴⁾는 부천국제판타

79) S. Formica & M. Uysal, (1996). "A Market Segmentation of Festival Visitors: Umbria Jazz Festival in Italy". *Festival Management & Event Tourism*. 3. pp.175-182.

80) 이훈 & D. L. Kerstetter(1997). 전계논문, pp.145-156.

81) J. Crompton. & S. L. Mackay(1997). "Motives of Visitors Attending Festival Events". *Annals of Tourism Research*. 24(2). pp.425-439.

82) S. Formica & M. Uysal(1998). 전계논문, pp.16-24.

83) 이충기·이태희(2000). 경주세계문화엑스포 대한 축제참가 동기 분석, 『관광연구』, 23(2), pp.84-98.

84) 송학준·고민경·변정우·이충기(2007). 전계논문, pp.91-103.

스틱영화제에 방문하는 방문객을 대상으로 방문동기를 분석한 결과 신기성, 일상탈출성, 가족화합성, 문화체험성, 사교성, 이벤트매력성 6개의 방문동기를 도출하였다.

김병원⁸⁵⁾은 곡성심청축제와 무안백련대축제를 중심으로 방문객의 방문동기를 비교하여 연구한 결과 유희성, 문화성, 친교성, 신기성, 일상탈출성, 화합성 6개의 요인을 도출하였다. 이장주·김병원⁸⁶⁾은 축제개최시기가 방문동기에 미치는 영향에 관한 연구에 17개의 측정항목을 적용한 요인분석을 통하여 탈일상성, 유희성, 화합성, 친교성, 문화성 5개의 축제방문동기를 도출하였다.

선행연구에서 제시된 축제 방문객들의 축제 방문동기요인을 <표 2-10>과 같이 정리할 수 있다.

85) 김병원(2005). 지역축제 참여동기에 관한 유형별 비교분석 -곡성심청축제와 무안백련대축제를 중심으로-, 『문화관광연구』, 7(2).

86) 이장주·김병원(2006). 전계논문, pp.139-151.

〈표 2-10〉 축제 방문동기요인에 관한 선행연구

년도	연구자	축제명	축제 방문 동기
1995	Backman, Backman, Uysal & Sunshine	Pleasure Travel Market Survey	흥분성, 일상탈출성, 가족과 함께, 사교성, 휴식성
1996	Scott	Bug Fest: Holiday Lights Festival; Maple Sugaring Festival	사교성, 가족화합성, 일상탈출성, 자연친화성, 흥분성, 신기성
1996	Formica & Uysal	Umbria Jazz Festival	흥분성, 사교성, 유희성, 가족과 함께, 축제자체의 진기함
1997	이훈 & Kerstter	Art Festival	유희성, 쇼핑성, 예술체험성, 사교성, 의외성
1997	Crompton & Mckay	Fiesta in Antonio	문화탐구성, 신비성, 희귀성, 안정성, 지인간 사교성, 타인간 사교성, 군집성
1998	Formica & Uyasal	Spoletto Festival	사교·유희성, 이벤트매력·흥분성, 단체친목성, 문화·역사성, 가족친화성, 신비성
2000	이충기 이태희	경주세계문화엑스포	문화경험성, 신기체험성, 가족친화성, 일상탈출성, 사교성
2007	송학준외	부천국제판타스틱영화제	신기성, 일상탈출성, 가족화합성, 문화체험성, 사교성, 이벤트매력성
2005	김병원	곡성심청축제와 무안백련대축제	유희성, 문화성, 친교성, 신기성, 일상탈출성, 화합성
2006	이장주외	무안백련대축제와 남도음식문화큰잔치	탈일상성, 유희성, 화합성, 친교성, 문화성

자료: 연구자 재작성

이상의 6개의 외국축제와 4개의 국내축제를 통하여 선행연구에서의 방문객 동기를 종합해 보면 축제의 주제에 관계없이 전반적으로 유사하게 나타났다. 동기요인은 문화체험성, 가족화합성, 일상탈출성, 사교성, 신기성, 흥분성 등 보통 5-6개의 요인으로 나타났다.

따라서 본 연구에서는 선행연구를 통하여 송학준 외(2007), 김병원(2007)의 연구를 위주로 장춘영화제 방문객의 방문동기를 17개 요인으로 정했다. 다음 〈표 2-11〉에서 정리한 것과 같다.

〈표 2-11〉 축제 방문객 방문동기 요인

참고문헌	동기항목
송학준·고민경· 변정우·이충기(2007) 김병원·이장주(2006)	영화제에 대해 많은 지식을 얻기 위해, 영화제에 대해 구체적으로 알기 위해, 영화제(내용)를 경험하고 싶어서, 영화제의 프로그램과 공연을 즐기기 위해서, 새로운 영화를 보기 위해서, 가족과 함께하기 위해서, 온 가족이 영화제를 즐길 수 있기 때문에, 가족의 결속력을 높이기 위해서, 가족의 문화생활의 질을 높이기 위해서, 가족 모두가 영화를 좋아하기 때문에, 매일 같이 반복되는 생활에서 변화를 갖고 싶어서, 생활에서의 책임, 압력, 스트레스를 벗어나고 싶어서, 몸과 마음을 쉬게 하려고, 무료함을 달래기 위해, 특이한 분위기를 느끼고 싶어서, 색다른 것을 구경하고 싶어서, 영화제를 들은 후 재미있다고 생각해서 등

2. 축제 만족도 선행연구

관광자 만족에 대한 연구 중 초기에 이루어졌던 것 중 대표적인 것으로 크라우슨과 크네크(1996), 피셔와 크루틸라(1972) 등의 학자들에 의해 이용 밀도와 만족도 간에 역관계가 존재한다는 ‘만족도 모형(satisfaction model)’을 들 수 있다.⁸⁷⁾

축제 방문객의 만족에 관한 연구는 Mohr(1993) 등이 방문동기와 만족 간의 관계를 규명한 것이 시초이다. 연구결과는 재방문객이 최초방문객보다 축제에 대한 전체 만족도가 높은 것으로 나타났다.⁸⁸⁾ 따라서 고재용·서진우·임영숙⁸⁹⁾은 지역축제의 참여동기와 만족에 기초한 시장세분화에 관한 연구에서 문화체험, 오락성, 신기성, 일탈성, 친목 및 사교성 5개 참여동기로 방문객을 3개의 집단으로 세분화하여 만족에 관한 요인분석을 매력성, 편리성, 경제성, 가치 체험성으로 구성하였다.

한지훈⁹⁰⁾은 테마파크 이벤트 만족 집단별 테마파크 만족도에 차이에 관한 연구에서

87) 강학진(2001). 전계논문. p.41.

88) 김선아(2007). 전계논문. p.36.

89) 고재용·서진우·임영숙(2005). 전계논문. pp.32-46.

90) 한지훈(2007). 전계논문. pp.223-235.

테마 파크 이벤트 만족도에 대한 요인분석으로 이벤트 진행, 이벤트 상품, 이벤트 내용, 이벤트 경험, 이벤트 안내 등 5개요인으로 추출하였으며, 테마파크 이용 만족도에 대한 요인분석으로는 가격, 인적 서비스, 이용환경, 편의시설, 놀이시설 이벤트 등 6개 요인으로 추출하였다.

한편 함영덕(91)92)93)은 국제강릉민속제의 만족도 연구에서 여성이 축제성에 대하여 기대와 만족도가 남성보다 높으며 미혼자들이 기혼자들보다 기대치가 높으며 여가성, 경험성, 축제성에서 만족도가 높은 것으로 나타내고 여가성은 30대, 이문화체험성은 20대 이하에서 높은 기대를 보이고 있다고 하였다. 따라서 2005 충주세계무술축제의 참가자들의 참가동기 및 만족도에 대한 연구에서는 체류기간이 길수록 이문화 체험성과 여가성에 참여 동기가 높고 참여횟수가 낮을수록 경험성에서 높은 만족 동기를 나타내는 반면에 이 문화체험성에는 참여횟수가 높을수록 높은 만족 동기를 제시하고 있었다. 따라서 최근에 2007춘천인형극제 참가자 만족도 연구에서 홍보성, 편의시설성, 프로그램성, 여가성, 주민참여성, 접근성, 개최시기성 7개의 참여만족 요인을 인용하였다.

각 축제마다 만족요인 다소 차이가 있지만, 전반적으로 접근성, 사실성, 주체성, 운영성, 축제매력성, 안내성, 경제성 등을 포함하고 있다. 따라서 다음 학자들의 축제방문객의 만족요인에 대한 선행연구를 살펴보면 <표 2-12>와 같다.

91) 함영덕(2004). 강릉국제민속제 참가자 만족도 연구, 『관광경영학연구』, 9(3), p.568.

92) 함영덕(2005). 충주세계무술축제 참가 동기 및 만족도 연구, 『관광경영학연구』, 9(1), p.499.

93) 함영덕(2007). 전개논문, pp.73-23.

〈표 2-12〉 축제 만족요인에 관한 선행연구

년도	연구자	만족요인	연구대상
1999	신도길 곽재용	가격의 저렴성, 접근성, 휴식공간, 안내서비스, 종사원 친절성, 시설의 다양성, 식음료의 서비스	경주세계문화엑스포
2000	고승익 등	행사장 환경, 행사내용, 행사장시설 및 접근성, 가격(비용), 행사진행	제주세계섬문화축제
2001	박미정	이벤트 매력, 시설성, 경제성, 다양성, 축제속성, 지역성	부산국제아트페스티벌
2002	이용근	축제정보 및 부대시설의 편리성, 운영 및 프로그램의 효율성, 지역문화의 독특성 및 교육성, 행사프로그램의 참여 및 체험성, 쇼핑 및 먹거리의 다양성, 지역주민 및 행사요원의 친절성	문화관광축제
2002	이정실 양일용	축제매력, 경제성, 시설성, 청결 및 유익성, 편의성, 편리성	부산국제아트페스티벌
2002	오정학 허상현 오휘영	행사관리, 주변환경, 부대행사, 지원시설	경부벚꽃마라톤대회
2003	이준엽	서비스편리성, 숙박 및 편의시설, 일상생활탈피, 지역문화 습득	이천도자기축제
2004	송재일	주제성, 관광성, 시설성, 운영성, 정확성	부산국제영화제
2004	차동욱	홍보성, 운영성, 친절성, 영화프로그램성, 음식·상품가격	전주국제영화제

자료: 송재일 외(2004). 축제 방문객의 방문경험에 따른 동기와 만족도에 관한 연구, 『관광연구』, 19(2).

따라서 본 연구에서는 위와 같은 선행연구를 통하여 장춘영화제 방문객의 만족도에 대해 알아보기 위하여, 한지훈(2007)과 함영덕(2007) 등 학자들의 연구를 토대로 다음 〈표 2-13〉과 같은 요인으로 정하였다.

〈표 2-13〉 축제 방문객 만족도요인

참고문헌	만족도 항목
한지훈(2007) 함영덕(2007)	영화제의 진행이 매끄러웠다, 영화제 시설이 안전하였다, 영화제의 진행 기간이 적절하였다, 영화제의 행사 세부 프로그램은 적절하였다, 영화제의 세부내용이 독창적, 영화제의 세부내용이 다양, 공연과 전시회에서 문화적인 경험, 자원봉사자의 활동에 만족, 지역주민의 친절에 만족, 지역주민의 참여가 활발 등



제3장 연구의 설계

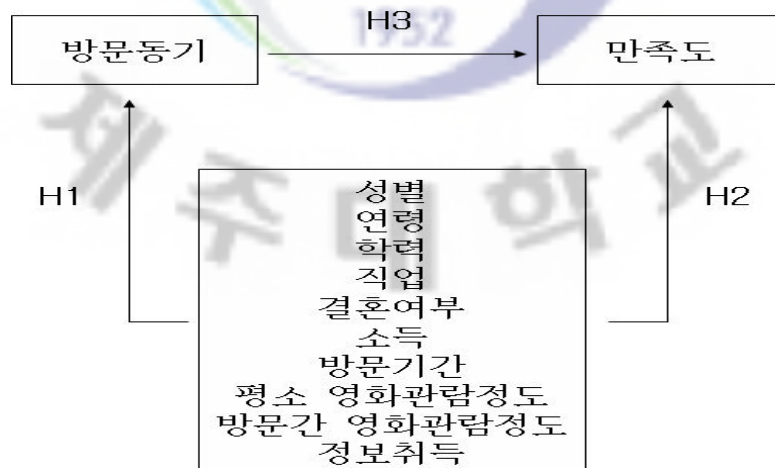
제1절 연구모형 및 연구가설

1. 연구모형 및 연구가설

본 연구에서는 제9회 장춘영화제에 방문한 방문객의 동기에 따라 만족도에 관하여 알아보기 위하여 다음과 같은 연구 모형을 설정하였다.

먼저 방문객의 일반적 특성변인을 성별, 나이, 학력, 직업, 결혼여부, 소득, 방문기간, 평소 영화관람정도, 방문 간 영화관람정도, 정보취득으로 설정하였다. 다음 선행연구의 결과를 토대로 독립변인 방문동기를 설정하였으며, 종속변인 만족도를 설정하여 장춘영화제의 방문객의 방문동기로 의하여 만족도에 차이가 있는지 알아보려고 한다.

〈그림 3-1〉 연구 모형



본 연구에서 규명하고자 하는 연구의 가설은 다음과 같다.

가설 1. 장춘영화제 방문객의 일반적 특성(성별, 연령, 학력, 직업, 결혼여부, 소득, 방문기간, 평소 영화관람정도, 방문 간 영화관람정도, 정보취득)에 따라 방문동기는 유의한 차이가 있을 것이다.

가설 2. 장춘영화제 방문객의 일반적 특성(성별, 연령, 학력, 직업, 결혼여부, 소득, 방문기간, 평소 영화관람정도, 방문 간 영화관람정도, 정보취득)에 따라 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.

가설 3. 장춘영화제 방문객의 방문동기에 따라 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.

2. 변수의 구성과 측정

본 연구에서 이용된 설문항목은 장춘 영화제에 참여한 방문객의 일반적 사항을 알아볼려고 일반적 문항 12문항(인구통계학적 특성 6문항; 방문행태 별 특성 6문항으로 구성)으로 구성하였으며 영화제 참여한 방문객의 방문동기는 '영화제에 대해 많은 지식을 얻기 위해', '영화제에 대해 구체적으로 알기 위해', '영화제(내용)를 경험하고 싶어서', '영화제의 프로그램과 공연을 즐기기 위해서', '새로운 영화를 보기 위해서', '가족과 함께 하기 위해서', '온 가족이 영화제를 즐길 수 있기 때문에', '가족의 결속력을 높이기 위해서', '가족의 문화생활의 질을 높이기 위해서', '가족 모두가 영화를 좋아하기 때문에', '매일 같이 반복되는 생활에서 변화를 갖고 싶어서', '생활에서의 책임', '압력, 스트레스를 벗어나고 싶어서', '몸과 마음을 쉬게 하려고', '무료함을 달래기 위해', '특이한 분위기를 느끼고 싶어서', '색다른 것을 구경하고 싶어서', '영화제를 들은 후 재미있다고 생각해서' 등 송학준·고민경·변정우·이충기; 김병원·이장주 등의 연구를 근거로 축제 방문동기요인을 17개의 문항으로 구성하였다.⁹⁴⁾ 따라서 영화제 방문한 방문객의 만족도는 '영화제의 진행이 매끄

러웠다', '영화제 시설이 안전하였다', '영화제의 진행 기간이 적절하였다', '영화제의 행사 세부 프로그램은 적절하였다', '영화제의 세부내용이 독창적', '영화제의 세부내용이 다양', '공연과 전시회에서 문화적인 경험', '자원봉사자의 활동에 만족', '지역주민의 친절에 만족', '지역주민의 참여가 활발' 등 한지훈과 함영덕의 연구를 근거로 축제 방문 만족도요인으로 10개의 문항으로 구성하였다.⁹⁵⁾ 조사대상의 일반사항을 알아 볼려고 명목척도로 측정하였으며, 축제 참여 동기와 축제 만족도 측정항목의 설문형식은 5점 리커트척도 (5 Point likert scale)에 (1)매우 그렇지 않다/(2)그렇지 않다/(3)보통이다/(4)그렇다/(5)매우 그렇다로 측정을 하였다. 설문지의 구성은 다음 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 설문지 구성

구분	측정척도	문항수
1. 일반문항	명목척도	12문항
2. 축제 참여 동기	5점 리커트척도	17문항
3. 축제 참여 만족도	5점 리커트척도	10문항
총 문항수		39문항

3. 변수의 조작적 정의

1) 축제 방문동기

본 연구에서 축제 방문동기 요인은 축제를 방문하는 동인(driving force)의 의미로 측정하고자 한다.

2) 축제 방문 만족도

94) 송학준·고민경·변정우·이충기(2007). 전계논문. pp.91-103; 김병원·이장주(2006). 지역축제 참여동기에 관한 비교연구: 곡성심청축제와 무안백련대축제를 중심으로, 『관관학연구』, 30(3) 등 참고.

95) 한지훈(2007). 전계논문. pp.223-235; 함영덕(2007). 전계논문. pp.73-23.

축제 방문 만족도는 축제에 참여한 방문객의 축제 참여한 내용/행사 등의 만족 정도를 측정하는 것이다.

제2절 연구조사의 설계

1. 자료수집

본 연구는 제9회 중국 장춘에서 개최되는 영화제를 대상으로 설문조사를 실시하여 자료를 수집하였다. 설문조사는 영화제 개막일인 2008년 7월 2일부터 폐막일 2008년 7월 6일까지 5일 간에 걸쳐 영화제 행사장을 방문하는 방문객을 대상으로 무작위표본추출에 의한 자기기입식면접설문조사 방식을 취하였다. 총 325부의 설문지를 배포하여 이 중에서 많은 문항을 응답하지 않았거나 통계적 처리가 불가능하다고 판단되는 설문지 40부를 제외하고 285부의 유효표본을 최종 선정하였다.

〈표 3-2〉 자료 수집

조사대상	영화제 행사장을 방문하는 방문객
조사장소	영화제 진행하는 각 행사장
조사기간	2008년7월2일-2008년7월6일
총 배포된 설문지 수	325부
폐기된 설문지 수	40부
유효표본의 크기	285부

2. 자료 분석 방법

본 연구는 조사 자료의 통계분석을 위하여 사회과학에서 많이 사용되고 있는 SPSS(Statistics Package for Social Science)12.0 프로그램을 사용하여 일반문항에 대하여 빈도분석을 진행하였으며, 축제 방문동기와 축제 만족도에 대하여 타당성과 신뢰도 검증을 실시하였다. 그리고 방문객의 축제 방문동기와 만족도는 일반적 특성에 의하여 유의한 차이가 있는지, 방문객의 축제 방문동기에 의하여 만족도의 유의한 차이를 알아보기 위하여 일원배치분산분석(Analysis Of Variance: ANOVA)을 실시하였다.



제4장 실증 분석 결과

제1절 표본의 일반적 특성

1. 표본의 인구 통계학적 특성

2008년 제9회 장춘 영화제에 방문한 방문객을 대상으로 한 조사의 인구통계학적 특성을 성별·연령·학력·직업·결혼여부·소득 등으로 나누어 빈도분석을 실시한 결과는 <표 4-1>과 같다.

본 연구의 설문에 응답한 285명의 응답자에서 남성은 124명(43.5%), 여성은 161명(56.5%)을 차지하고 있으며 여성 응답자는 남성 응답자 보다 많은 것으로 나타났다.

연령은 20세 이하는 42명(14.7%), 20-30세는 186명(65.3%), 30-40세는 36명(12.6%), 40-50세는 14명(4.9%), 50세 이상은 7명(2.5%)으로 20-30세는 65.3%로 가장 높은 비율을 차지하고 있는 것을 알 수 있다.

교육수준에서 보면 고졸이하는 56명(19.6%), 대학교 재학 및 졸업은 185명(64.9%), 대학원 이상은 44명(15.4%)으로 대학교 재학 및 졸업한 응답자가 가장 높게 조사 되었다.

직업에서 보면 자영업자는 16명(5.6%), 농·축산업은 1명(0.4%), 회사직원은 93명(32.6%), 공무원은 25명(8.8%), 학생은 126명(44.2%), 주부는 7명(2.5%), 퇴직은 5명(1.8%), 기타는 12명(4.21%)로 학생 44.2% 가장 높은 비율을 차지하였다.

결혼여부에서 보면 미혼자는 197명(69.1%)를 차지하고 기혼자는 88명(30.9%)으로 나타났다.

소득을 보면 1,000원 미만으로는 127명(44.6%), 1,001-2,000원은 67명(23.5%), 2,001-3,000원은 55명(19.3%), 3,000원 이상은 36명(12.6%)의 순으로 나타났다.

〈표 4-1〉 영화제 방문객의 인구통계학적 특성

구분		빈도(명)	비율(%)
성별	남	124	43.5
	여	161	56.5
연령	20세 이하	42	14.7
	20-30세	186	65.3
	30-40세	36	12.6
	40-50세	14	4.9
	50세 이상	7	2.5
학력	고졸이하	56	19.6
	대학교 재학 및 졸업	185	64.9
	대학원 이상	44	15.4
직업	자영업	16	5.6
	농·축산업	1	0.4
	회사직원	93	32.6
	공무원	25	8.8
	학생	126	44.2
	주부	7	2.5
	퇴직	5	1.8
	기타	12	4.2
결혼여부	미혼	197	69.1
	기혼	88	30.9
소득 (인민폐)*	1,000원 미만	127	44.6
	1,001-2,000원	67	23.5
	2,001-3,000원	55	19.3
	3,000원 이상	36	12.6

주) *는 인민폐 1,000원은 ₩158,000. (2008년 7월 평균 환율기준).

2. 방문객의 행태별 특성

본 연구에서는 영화제 방문객의 일반 행태별 특성을 알아보기 위하여 영화제 방문 시의 동반자·동반자수·방문기간·평소 영화 관람정도·영화제 개최기간 영화관람 정도·

정보취득 등에 대하여 빈도분석을 실시하였다.

그 결과는 <표 4-2>와 같이 영화제 방문 시 혼자서 46명(16.1%), 친구/동료는 86명(30.2%), 가족은 74명(26.0%), 연인은 71명(24.9%), 기타는 8명(2.8%)으로 친구/동료의 비율이 많이 차지하였다.

동반자 수는 혼자서 48명(16.8%), 2명은 175명(61.4%), 3명은 42명(14.7%), 4명이상은 20명(7.0%)로 나타났다.

영화제에 방문한 기간은 5일은 28명(9.8%), 4일은 29명(10.2%), 3일은 31명(10.9%), 2일은 60명(21.1%), 1일은 137명(48.1%)이며 가장 높은 비율을 차지하였다.

평소 영화관람정도에서 보면 월 1-2편은 147명(51.6%), 3-4편 80명(28.1), 5편이상은 36명(12.6%), 전혀 안 본다는 22명(7.7%)으로 나타났다.

방문 간 영화관람정도에서 보면 1-2편은 184명(64.6%), 3-4편 73명(25.6%), 5편 이상은 24명(8.4%), 전혀 보지 않았다 에서는 4명(1.4%)으로 나타났다.

정보 취득에서 볼 때는 신문홍보로 75명(26.3%), TV홍보로 86명(30.2%), 인터넷 홍보와 친구·동료 등 지인은 각각 61명(21.4%), 여행사홍보로는 2명(0.7%)으로 조사 되었다.

〈표 4-2〉 영화제 방문객의 일반 형태별 특성

구분		빈도(명)	비율(%)
동반자	혼자	46	16.1
	친구/동료	86	30.2
	가족	74	26.0
	연인	71	24.9
	기타	8	2.8
동반자수	혼자	48	16.8
	2명	175	61.4
	3명	42	14.7
	4명 이상	20	7.0
방문기간	5일	28	9.8
	4일	29	10.2
	3일	31	10.9
	2일	60	21.1
	1일	137	48.1
평소 영화관람정도	월 1-2편	147	51.6
	3-4편	80	28.1
	5편 이상	36	12.6
	전혀 안 본다	22	7.7
방문간 영화관람정도	1-2편	184	64.6
	3-4편	73	25.6
	5편 이상	24	8.4
	전혀 안 보았다	4	1.4
정보취득	신문홍보	75	26.3
	TV홍보	86	30.2
	인터넷홍보	61	21.4
	친구·동료등지인	61	21.4
	여행사홍보	2	0.7

제2절 신뢰성 및 타당성 검증

1. 영화제 방문객의 방문동기에 관한 신뢰성 및 타당성 검증

요인분석(factor analysis)은 실제로 존재하는 어떤 특징 사회현상에 관한 연구를 수행할 때 일련의 관측된 변수들을 근거로 직접 관측할 수 없는 개념을 확인하기 위한 것이다.⁹⁶⁾

본 연구에서는 요인분석을 통해 요인수를 결정하려는 기준에 있어서 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)와 Bartlett의 구형성 검정과 고유치 (eigen value)를 기준으로 사용하여 고유치가 1이상인 경우를 기준으로 요인 수를 결정하였으며 요인 회전방식은 직각 회전방식에서 베리맥스방식을 이용하였다.

요인분석을 통하여 KMO와 Bartlett Test로 변수들간의 요인분석 적용가능성 및 분석의 타당성을 검정하였으며 <표 4-3>에서 제시한 것이다. KMO의 값이 .90이면 상당히 좋은 것이며 .80이상이면 꽤 좋은 것이며 .60이상이면 평범한 것이며 .50이상이면 바람직하지 못한 것이다. 여기서 영화제 방문객의 방문동기 요인의 KMO의 값은 .830이므로 꽤 좋은 것으로 나타났다.

또한 영화제 방문동기의 요인분석 적용가능성의 결과검정치는 1577.527이고 유의수준은 0.000($p < 0.01$)으로 나타나 요인분석의 사용이 타당함을 보여주고 있다.

<표 4-3> 방문동기요인의 KMO & Bartlett Test

Kaise-Meyer-Olkin 측도	근사 카이제곱	자유도	유의수준
.830	1577.527	136	0.000***

*** $p < 0.01$

요인추출을 위하여 요인수를 결정하는 고유치는 요인을 설명해 줄 수 있는 분산의 정

96) 정충영·최이규(1999). 『SPSSWIN을 이용한 통계분석』, 무역경영사, p.136.

도를 의미하는 것으로 고유 값이 1이상인 경우를 기준으로 요인수를 결정하였다. 또한 고유 값이 큰 요인이 중요한 요인이 된다.⁹⁷⁾ 요인 적재량은 각 변수와 요인 간의 상관관계 정도를 나타내며 본 연구에서는 0.4이상이 되면 유의하다고 보고 있다.

신뢰성은 측정항목의 타당성 검정을 통한 하나의 개념에 대해 응답자들이 다시 측정하였을 경우 시간이나 상황에 따라 영향을 받지 않고 유사한 결과를 나타낼 때 이 결과는 믿을 수 있으며 일관성이 있다고 볼 수 있다. 일반적으로, 신뢰도의 척도인 알파값이 .60이상이면 신뢰도가 높다고 보며 전체 항목을 하나의 척도로 종합하여 분석하는 데에 이용할 수 있다.⁹⁸⁾

본 연구에서는 영화제 방문객의 방문동기를 총 17개의 변수로 4개의 요인으로 추출하였다. 각 요인은 추출된 항목의 공통성에 입각하여 문화체험성(요인 1), 가족과 함께(요인 2), 일상탈출(요인 3), 이벤트 매력성(요인 4)으로 정하였다.

첫째, 문화체험성(요인 1)은 '새로운 영화를 보기 위하여', '영화제에 대해 구체적으로 알기 위해', '영화제(내용)를 경험하고 싶어서', '영화제에 대해 많은 지식을 얻기 위해', '영화제의 프로그램과 공연을 즐기기 위해서' 등 5개의 변수로 명명하였다. 이 요인에서는 고유 값이 (3.019) 가장 크며 중요한 요인으로 볼 수 있다. 둘째, 가족과 함께(요인 2)는 '온 가족이 영화제를 즐길 수 있기 때문에', '가족의 결속력을 높이기 위해서', '가족과 함께하기 위해서', '가족 모두가 영화를 좋아하기 때문에', '가족의 문화생활의 질을 높이기 위해서' 5개의 변수로 고유값은(2.963)로 두 번째로 중요한 요인으로 볼 수 있다. 셋째, 일상탈출(요인 3)은 '무료함을 달래기 위해', '생활에서의 책임·압력·스트레스를 벗어나고 싶어서', '매일 같이 반복되는 생활에서 변화를 갖고 싶어서', '몸과 마음을 쉬게 하려고' 등 4개의 변인으로 고유값은 2.104로 세 번째 요인을 구성하였다. 넷째, 이벤트 매력성(요인 4)은 '색다른 것을 구경하고 싶어서', '특이한 분위기를 느끼고 싶어서', '영화제를 들은 후 재미있다고 생각해서'로 방문객의 마지막 요인으로 구성되었다.

추출된 4개요인의 설명력, 즉 총분산 설명력은 58.80%로 나타났다.

따라서 영화제 방문객의 방문동기 요인에 대한 요인적재량·고유값·분산 설명력·신

97) 정충영·최이규(1999). 전계서, p.149.

98) 정충영·최이규(1999). 상계서, pp.162-169.

회도 계수를 다음 <표 4-4>에서 정리한 것과 같다.

<표 4-4> 영화제 방문동기 신뢰성 및 타당성 검증

방문동기		요인 적재량				고유값	분산 설명력	신뢰도 계수
문화 체험성 (f1)	새로운 영화를 보기 위하여	.775	.043	.132	-.045	3.019	17.759	.820
	영화제에 대해 구체적으로 알기 위해	.769	.209	-.030	.129			
	영화제(내용)를 경험하고 싶어서	.758	.077	.061	.091			
	영화제에 대해 많은 지식을 얻기 위해	.741	.260	.013	.212			
	영화제의 프로그램과 공연을 즐기 기 위해서	.635	.031	.280	.107			
가족과 함께 (f2)	온 가족이 영화제를 즐길 수 있기 때문에	.123	.812	.040	.037	2.963	17.431	.818
	가족의 결속력을 높이기 위해서	.098	.740	.239	.123			
	가족과 함께하기 위해서	.169	.730	.032	.116			
	가족 모두가 영화를 좋아하기 때문에	.093	.694	.078	.023			
	가족의 문화생활의 질을 높이기 위해서	.072	.677	.275	.184			
일상 탈출 (f3)	무료함을 달래기 위해	-.067	-.013	.749	.184	2.104	12.374	.680
	생활에서의 책임·압력·스트레스를 벗어나고 싶어서	.051	.207	.709	.183			
	매일 같이 반복되는 생활에서 변화를 갖고 싶어서	.196	.225	.625	.104			
	몸과 마음을 쉬게 하려고	.342	.160	.576	.001			
이벤트 매력성 (f4)	색다른 것을 구경하고 싶어서	.132	.158	.059	.825	1.910	11.234	.691
	특이한 분위기를 느끼고 싶어서	.005	.067	.208	.741			
	영화제를 들은 후 재미있다고 생각해서	.230	.120	.168	.675			

주) 요인 별 분산 설명의 누적 계수는 58.80%이고 요인 적재량은 0.4이상인 변수들을 나타냄.

2. 영화제 방문객의 만족도에 관한 신뢰성 및 타당성 검증

영화제 방문객의 만족도에 관한 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다.

영화제 방문객의 만족도의 요인분석 적용가능성의 결과검정치는 790.565이고 유의수준은 0.000($p < 0.01$)으로 나타나 요인 분석의 사용이 타당함을 보여주고 있다.

요인분석을 통하여 KMO와 Bartlett Test로 변수들 간의 요인분석 적용가능성 및 분석의 타당성을 검정하였으며 여기서 영화제 방문객의 만족도 요인의 KMO의 값은 .844이므로 꽤 좋은 것으로 나타났다. 다음 <표 4-5>에서 제시한 것이다.

<표 4-5> 만족도의 KMO & Bartlett Test

Kaise-Meyer-Olkin 측도	근사 카이제곱	자유도	유의수준
.844	790.565	45	0.000***

*** $p < 0.01$

따라서 영화제 방문객의 만족도 요인 추출을 위하여 각 변수와 요인 간의 상관관계 정도를 나타내는 요인 적재량은 0.4 이상이 되면 유인하다고 보고 고유 값이 1 이상인 경우를 기준으로 요인 수를 결정하였다. 여기서 본 연구에서 추출된 4개요인의 분산설명률의 누적계수는 61.55%로 적절한 변수로 설명 할 수 있다고 볼 수 있다. 다음 각 요인의 신뢰도 척도인 알파값은 .60 이상이므로 신뢰도가 높다고 볼 수 있다.

본 연구에서는 영화제 방문객 만족도의 요인분석과 신뢰도 분석의 진행으로 총 10개의 변수로 3개의 요인으로 추출하였다. 각 요인은 추출된 항목의 공통성에 입각하여 영화제의 행사 진행(요인 1), 주민참여(요인 2), 내용성(요인 3)으로 정하였다.

첫째, 행사 진행(요인 1)은 '영화제 시설이 안전하였다', '영화제의 진행 기간이 적절하였다', '영화제의 진행이 매끄러웠다', '영화제의 행사 세부 프로그램은 적절하였다' 등 4개의 변수로 명명되었다. 둘째, 주민참여(요인 2)은 '지역주민의 친절에 만족하였다', '자원봉사자의 활동에 만족하였다', '지역주민의 참여가 활발하였다' 등 3개의 변수로 명명되었다.

셋째, 내용성(요인 3) ‘영화제의 세부내용이 독창적이었다’, ‘영화제의 세부내용이 다양하였다’, ‘공연과 전시회에서 문화적인 경험을 할 수 있었다’ 등 3개의 변수로 마지막 요인으로 명명되었다.

따라서 영화제 방문객의 만족도 요인에 대한 요인 적재량·고유값·분산 설명력·신뢰도 계수를 다음 <표 4-6>에서 정리한 것과 같다.

<표 4-6> 영화제 만족도 신뢰성 및 타당성 검증

만족도		요인적재량			고유값	분산 설명력	신뢰도 계수
행사 진행 (f1)	영화제 시설이 안전하였다	.809	.257	.123	2.341	23.414	.774
	영화제의 진행 기간이 적절하였다	.739	.067	.174			
	영화제의 진행이 매끄러웠다	.726	.286	.090			
	영화제의 행사 세부 프로그램은 적절하였다	.647	.095	.319			
주민 참여 (f2)	지역주민의 친절에 만족하였다	.169	.816	.102	2.000	20.004	.722
	자원봉사자의 활동에 만족하였다	.159	.798	.106			
	지역주민의 참여가 활발하였다	.203	.661	.261			
내용성 (f3)	영화제의 세부내용이 독창적이었다	.254	.054	.762	1.813	18.131	.645
	영화제의 세부내용이 다양하였다	.124	.125	.749			
	공연과 전시회에서 문화적인 경험을 할 수 있었다	.142	.284	.653			

주: 요인별 분산 설명의 누적계수는 61.55%이고 요인 적재량은 0.4이상인 변수들을 나타냄.

제3절 가설의 검증

1. 영화제 방문객의 일반적 특성에 따른 방문동기와 만족도 차이

본 연구에서 영화제 방문객의 일반적 특성(성별, 연령, 학력, 직업, 결혼여부, 소득, 방문기간, 평소영화 관람정도, 방문 간 영화 관람정도, 정보취득)에 따른 방문동기와 만족도의 차이를 알아보기 위하여 각각 일원배치분산분석(Oneway ANOVA)을 실시하였다.

1) 일반적 특성에 따른 방문동기의 차이분석

가설 1: 영화제 방문객의 일반적 특성에 따라 방문동기는 유의한 차이가 있을 것이다.

먼저, 성별에 따른 영화제 방문동기요인의 차이를 살펴보기 위해 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-7>과 같다. 분석결과, 방문동기 종속변수는 성별에 따라 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 4-7> 성별에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과

종속변수	남	여	T값	P값
	평균값			
문화체험성	3.6177	3.7267	1.605	0.206
가족과 함께	3.6268	3.5995	0.090	0.765
일상탈출	3.6633	3.6739	0.015	0.901
이벤트 매력성	3.7070	3.8075	1.533	0.217

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

연령에 따른 축제방문동기의 차이를 살펴보기 위해 방문동기 4개요인을 종속변수로

연령을 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-8>과 같다.

분석결과를 보면 방문동기 종속변수의 이벤트 매력성($p=0.027$)요인만이 유의수준 $p<0.01$ 수준에서 유의적인 것으로 나타났다. 평균값을 살펴보면 20세 이하의 연령대가 가장 높은 평균값(4.06)을 나타냈으며, 전반적 연령이 낮을수록 이벤트 자체의 매력성이 축제방문의 주요인 것으로 해석되었다.

<표 4-8> 연령에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과

종속변수	20세이하	20-30세	30-40세	40-50세	50세 이상	F값	P값
	평균값						
문화체험성	3.7476	3.7226	3.4944	3.5143	3.400	1.307	0.268
가족과 함께	3.5943	3.6105	3.7289	3.4429	3.4686	0.450	0.773
일상탈출	3.7917	3.6949	3.4236	3.6071	3.6429	1.482	0.208
이벤트 매력성	4.0556	3.7419	3.6389	3.6429	3.4762	2.779	0.027**

주) * $p<0.1$ ** $p<0.05$ *** $p<0.01$

학력에 따른 영화제 방문동기의 차이를 살펴보기 위해 방문동기 4개 요인을 종속변수로 학력을 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-9>와 같다.

분석결과를 살펴보면, 방문동기 요인 중 문화체험성($p=0.001$) 요인만이 유의수준 $p<0.01$ 수준에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 평균값에서 보면 대학교 재학 및 졸업인 학력을 가진 방문객들이 높은 평균값(3.77)을 나타냈다.

〈표 4-9〉 학력에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과

종속변수	고졸이하	대학교 재학 및 졸업	대학원이상	F값	P값
	평균값				
문화체험성	3.6786	3.7665	3.3136	7.333	0.001***
가족과 함께	3.6307	3.6558	3.4000	2.045	0.131
일상탈출	3.7098	3.6784	3.5795	0.454	0.636
이벤트 매력성	3.8333	3.7748	3.6288	1.187	0.307

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

직업에 따른 영화제 방문동기의 차이를 살펴보기 위해 방문동기 4개요인을 종속변수로 직업을 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-10>과 같다.

분석결과를 살펴보면 방문동기 종속변수의 3개요인 중 문화체험성(p=0.048)만이 유의수준 p<0.05수준에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 평균값을 보면 회사직원(3.75)과 학생(3.74)이 대체적으로 높은 평균값을 나타냈다.

〈표 4-10〉 직업에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과

종속변수	자영업	농·축 산업	회사 직원	공무원	학생	주부	퇴직	기타	F값	P값
	평균값									
문화 체험성	3.6125	1.8000	3.7505	3.4160	3.7349	3.4286	3.3200	3.6333	2.025	0.048**
가족과 함께	3.6800	2.8000	3.7785	3.5136	3.5124	3.7829	3.4000	3.5233	1.439	0.239
일상 탈출	3.7969	3.5000	3.6747	3.7400	3.6806	3.4643	3.5000	3.3958	0.812	0.840
이벤트 매력성	3.6458	3.6667	3.7384	3.7733	3.8175	3.5714	3.4000	3.8056	0.488	0.843

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

결혼여부에 따른 영화제 방문동기의 차이를 살펴보기 위해 방문동기 4개요인을 종속변

수로, 결혼여부를 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-11>과 같다.

분석결과를 살펴보면 방문동기 요인 중 문화체험성 요인은(p=0.002) 유의수준 $p < 0.01$ 수준에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고 이벤트 매력성(p=0.040)은 유의수준 $p < 0.05$ 수준에서 유의한 차이를 나타냈다. 따라서 평균값에서 보면 이벤트 매력성(3.82), 문화체험성(3.77)에서 미혼자들의 평균값이 대체적으로 높은 경향을 나타냈다.

<표 4-11> 결혼여부에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과

종속변수	미혼	기혼	T값	P값
	평균값			
문화체험성	3.7665	3.4841	9.628	0.002***
가족과 함께	3.5746	3.6936	1.490	0.223
일상탈출	3.7183	3.5597	3.042	0.082*
이벤트 매력성	3.8190	3.6402	4.258	0.040**

주) * $p < 0.1$ ** $p < 0.05$ *** $p < 0.01$

소득에 따른 영화제 방문동기의 차이를 살펴보기 위해 방문동기 4개요인을 종속변수로 소득을 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-12>와 같다.

분석결과에서 살펴보면 방문동기 종속변수의 이벤트 매력성(p=0.002)은 $p < 0.01$ 수준에서 유의한 차이를 나타냈으며, 가족과 함께(p=0.051)는 $p < 0.1$ 수준에 유의한 차이를 나타내고 있었다. 평균값에서 보면 가족과 함께(3.84)는 팬클럽 수입에서 높은 동기를 보였고 이벤트 매력성(3.88)은 수입이 낮아도 영화제에 방문하는 동기는 높은 경향으로 보였다.

〈표 4-12〉 소득에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과

종속변수	1,000원미만	1,001-2,000원	2,001-3,000원	3,000원이상	F값	P값
	평균값					
문화체험성	3.7717	3.6060	3.6764	3.4944	1.730	0.161
가족과 함께	3.6013	3.4627	3.8422	3.5711	2.624	0.051*
일상탈출	3.7520	3.5858	3.6955	3.4931	1.650	0.178
이벤트 매력성	3.8793	3.6368	3.8606	3.4444	5.248	0.002***

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01; (원)은 인민폐 단위.

방문기간에 따른 영화제 방문동기의 차이를 살펴보기 위해 방문동기 4개요인을 종속 변수로 방문기간을 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 〈표 4-13〉와 같다.

분석결과에서 살펴보면 방문동기 종속변수의 문화체험성(p=0.045)만 p<0.05수준에서 유의한 차이를 나타냈으며 5일(3.90) 간 전부 방문한 방문객의 주요 동기요인인 경향으로 보였다.

〈표 4-13〉 방문기간에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과

종속변수	5일	4일	3일	2일	1일	F값	P값
	평균값						
문화체험성	3.9000	3.6069	3.3871	3.7967	3.6642	2.467	0.045**
가족과 함께	3.7414	3.4028	3.6194	3.7580	3.5629	1.455	0.216
일상탈출	3.6786	3.5086	3.5565	3.8000	3.6697	1.072	0.370
이벤트 매력성	3.9643	3.6667	3.6559	3.8167	3.7445	1.072	0.371

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

평소 영화관람정도에 따른 영화제 방문동기의 차이를 살펴보기 위해 방문동기 4개 요인을 종속변수로 평소 영화관람정도를 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 〈표 4-14〉와 같다.

분석결과에서 나타난 바와 같이 방문객의 평소에 영화를 관람하는 정도에 따라서는 방문동기에 유의한 차이를 나타내지 않는 것으로 나타났다.

〈표 4-14〉 평소 영화관람정도에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과

종속변수	월1-2회	월3-4회	월5회 이상	전혀 안본다	F값	P값
	평균값					
문화체험성	3.6857	3.6175	3.8944	3.5091	1.691	0.169
가족과 함께	3.6419	3.6090	3.5933	3.4455	0.432	0.730
일상탈출	3.7449	3.5656	3.6528	3.5682	1.277	0.283
이벤트 매력성	3.8209	3.7292	3.6389	3.7121	0.861	0.462

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

방문 간 영화관람정도에 따른 영화제 방문동기의 차이를 살펴보기 위해 방문동기 4개 요인을 종속변수로 방문 간 영화관람정도를 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-15>와 같다.

분석결과에서 살펴보면 방문동기 종속변수의 가족과 함께(p=0.003)는 p<0.01수준에서 유의한 차이를 나타냈다. 평균값에서 보면 가족과 함께(3.78)는 3-4편 정도 영화를 관람한 방문객의 높은 방문동기로 보였다.

〈표 4-15〉 방문 간 영화관람정도에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과

종속변수	1-2편	3-4편	5편 이상	전혀 보지 않았다	F값	P값
	평균값					
문화체험성	3.6728	3.5973	4.0083	3.5000	2.095	0.101
가족과 함께	3.5802	3.7786	3.5417	2.4100	4.858	0.003***
일상탈출	3.7120	3.5959	3.6354	3.2500	0.959	0.412
이벤트 매력성	3.7391	3.8037	3.8889	3.4167	0.781	0.505

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

방문객의 정보취득에 따른 영화제 방문동기의 차이를 살펴보기 위해 방문동기 4개요인을 종속변수로 정보취득을 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-16>과 같다. 분석결과에서 살펴보면 방문객의 방문동기는 정보취득에 의하여 차이를 나타내지 않았다.

<표 4-16> 정보취득에 따른 방문동기의 차이에 대한 분석결과

종속변수	신문홍보	TV홍보	인터넷 홍보	여행사 홍보	친구·동 료등지인	F값	P값
	평균값						
문화체험성	3.5413	3.7930	3.6000	3.7000	3.7672	1.650	0.162
가족과 함께	3.6085	3.7707	3.5397	3.9000	3.4525	1.836	0.122
일상탈출	3.7100	3.6366	3.6598	2.6250	3.7090	1.237	0.295
이벤트 매력성	3.6978	3.7791	3.7705	2.8333	3.8470	1.362	0.247

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

이상의 결과에서 나타나듯이 가설 1은 부분 채택되었다.

2) 일반적 특성에 따른 만족도의 차이분석

가설 2. 장춘 영화제 방문객의 일반적 특성에 따라 만족도에 차이가 있을 것이다.

가설 2의 검증은 방문객의 성별, 연령, 학력, 직업, 결혼여부, 소득, 방문기간, 평소영화 관람정도, 참석간 영화 관람정도, 정보취득 등 일반적 특성에 따른 축제방문 만족도 3개 요인과의 차이를 살펴보기 위한 것이다.

먼저, 만족도 3개요인을 종속변수로 성별을 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-17>과 같다. 분석결과를 살펴보면, 만족도 종속변수의 내용성(p=0.058)만이 p<0.1수준에서 유의한 차이를 보이는 만족도 요인으로 나타났다. 평균값에서 살펴보면 여성(3.70)이 남성(3.56)에 비해 상대적으로 높은 평균값을 나타냈다. 따라서 여성이 영

화제 내용성에 대하여 만족을 더 많이 느끼는 것으로 해석 할 수 있다.

〈표 4-17〉 성별에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과

종속변수	남	여	T값	P값
	평균값			
행사진행	3.5625	3.6879	2.470	0.117
주민참여	3.8548	3.9420	1.098	0.296
내용성	3.5591	3.6998	3.633	0.058*

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

연령에 따른 영화제 만족도의 차이를 살펴보기 위해 만족도 3개요인을 종속변수로 연령을 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-18>과 같다.

분석결과를 살펴보면, 영화제에 참여하는 방문객은 연령에 따라 만족도에 대하여 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

〈표 4-18〉 연령에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과

종속변수	20세 이하	20-30세	30-40세	40-50세	50세 이상	F값	P값
	평균값						
행사진행	3.8214	3.6210	3.6042	3.4643	3.3214	1.474	0.210
주민참여	4.0159	3.8710	3.9167	4.0476	3.7619	0.596	0.665
내용성\	3.8492	3.5842	3.6944	3.6190	3.5714	1.680	0.155

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

학력에 따른 영화제 만족도의 차이를 살펴보기 위해 만족도 3개요인을 종속변수로 학력을 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-19>과 같다.

따라서 분석결과를 살펴보면 만족도 종속변수의 행사진행(p=0.000)은 p<0.01 수준에서 유의한 차이가 나타났으며 내용성(p=0.059)은 p<0.1 수준에서 유의한 차이를 보였다. 한편 평균값을 비교해 보면 행사진행(3.79)과 내용성(3.77)에 대한 만족도는 대체적으로 학력이

낮을수록 높은 경향을 보였다.

〈표 4-19〉 학력에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과

종속변수	고졸이하	대학교 재학 및 졸업	대학원이상	F값	P값
	평균값				
행사진행	3.7946	3.6797	3.2330	10.609	0.000***
주민참여	3.9226	3.9405	3.7273	1.699	0.185
내용성	3.7738	3.6360	3.4773	2.855	0.059*

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

직업에 따른 영화제 만족도의 차이를 살펴보기 위해 만족도 3개요인을 종속변수로 직업을 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-20>과 같다.

따라서 분석결과를 살펴 보면 만족도 종속변수의 행사진행(p=0.021) 요인만이 p<0.05 수준에서 유의한 차이를 나타내는 것으로 보였다. 평균값에서 보면 회사직원(3.72)이 행사진행 요인에 대하여 비교적 높은 만족을 나타내는 경향으로 보였다.

〈표 4-20〉 직업에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과

종속변인	자영업	농·축산업	회사직원	공무원	학생	주부	퇴직	기타	F값	P값
	평균값									
행사진행	3.4844	2.0000	3.7204	3.3000	3.6865	3.3929	3.5500	3.6042	2.411	0.021**
주민참여	4.0000	4.3333	4.0179	3.8000	3.8439	3.8571	3.7333	3.8056	0.743	0.635
내용성	3.6042	3.0000	3.6810	3.4800	3.6561	3.4762	3.8667	3.5556	0.658	0.707

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

결혼여부에 따른 영화제 만족도의 차이를 살펴보기 위해 만족도 3개 요인을 종속변수

로 결혼여부를 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-21>과 같다.

분석결과에서 살펴보면 결혼여부에 따른 3가지 만족도 요인 모두 유의한 차이를 나타내지 않았다.

<표 4-21> 결혼여부에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과

종속변수	미혼	기혼	T값	P값
	평균값			
행사진행	3.6764	3.5369	2.655	0.104
주민참여	3.9002	3.9129	0.020	0.887
내용성	3.6667	3.5758	1.307	0.254

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

소득에 따른 영화제 만족도의 차이를 살펴보기 위해 만족도 3개요인을 종속변수로 소득을 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-22>과 같다.

분석결과를 살펴보면 만족도 종속변수 중 주민참여(p=0.062)와 행사진행(p=0.084)이 p<0.1 수준에서 유의한 차이를 나타냈다. 평균값을 비교해 보면 주민참여와 관련해서는 소득이 대체적으로 높을 수록 만족도가 높은 것으로 해석된 반면, 행사진행과 관련해서는 평균값이 소득이 낮을수록 높은 것으로 나타났다. 이것은 소득이 낮을 수록 행사진행과 관련한 만족도를 높게 인식한다고 해석할 수 있다.

<표 4-22> 소득에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과

종속변수	1000원미만	1001-2000원	2001-3000원	3000원 이상	F값	P값
	평균값					
행사진행	3.7323	3.6007	3.5773	3.4306	2.236	0.084*
주민참여	3.8688	3.7811	4.1091	3.9444	2.471	0.062*
내용성	3.6903	3.6517	3.6121	3.4722	1.203	0.309

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01; (원)은 인민폐 단위

방문기간에 따른 영화제 방문객의 만족도 차이를 살펴보기 위해 만족도 3개요인을 종속변수로 방문기간을 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-23>과 같다.

분석결과를 살펴보면 방문객의 방문기간에 의하여 만족도에 유의한 차이를 나타내지 않았다.

<표 4-23> 방문기간에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과

종속변수	5일	4일	3일	2일	1일	F값	P값
	평균값						
행사진행	3.8571	3.4741	3.4677	3.6542	3.6496	1.718	0.146
주민참여	4.1310	3.8621	3.7312	3.9000	3.9075	1.252	0.289
내용성	3.7619	3.5287	3.6559	3.6278	3.6375	0.511	0.728

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

평소 영화관람정도에 따른 영화제 만족도의 차이를 살펴보기 위해 만족도 3개요인을 종속변수로 평소 영화관람정도를 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-24>과 같다.

분석결과를 살펴보면 방문객의 평소 영화관람정도에 의하여 만족도에 유의한 차이를 나타내지 않았다.

<표 4-24> 평소 영화관람정도에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과

종속변수	월1-2회	월3-4회	월5회이상	전혀 안본다	F값	P값
	평균값					
행사진행	3.7228	3.5531	3.5000	3.5455	1.877	0.134
주민참여	3.8866	3.8917	4.0093	3.8939	0.312	0.817
내용성	3.6757	3.5833	3.6574	3.5606	0.511	0.675

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

방문 간 영화관람정도에 따른 영화제 만족도의 차이를 살펴보기 위해 만족도 3개요인을 종속변수로 방문 간 영화관람정도를 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-25>와 같다.

분석결과를 살펴보면 방문객의 방문 간 영화관람정도에 의하여 만족도에 유의한 차이를 나타내지 않았다.

<표 4-25> 방문 간 영화관람정도에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과

종속변수	1-2편	3-4편	5편 이상	전혀 보지 않았다	F값	P값
	평균값					
행사진행	3.6630	3.5377	3.7396	3.3750	1.018	0.385
주민참여	3.8931	3.8676	4.0694	4.0833	0.619	0.603
내용성	3.6196	3.6530	3.7500	3.5833	0.337	0.799

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

정보취득에 따른 영화제 만족도의 차이를 살펴보기 위해 만족도 3개요인을 종속변수로 정보취득을 독립변수로 하여 일원배치분산분석을 실시한 결과는 <표 4-26>과 같다.

분석결과를 살펴보면 만족도 종속변수 중 내용성(p=0.042)이 p<0.05 수준에서 유의한 차이를 나타냈다. 평균값을 비교해 보면 내용성에서는 대체적으로 친구·동료 등 지인으로 나타났다.

<표 4-26> 정보취득에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과

종속변수	신문홍보	TV홍보	인터넷홍보	여행사홍보	친구·동료 등 지인	F값	P값
	평균값						
행사진행	3.5367	3.7122	3.6107	3.2500	3.6762	0.932	0.446
주민참여	3.8222	3.9729	3.8470	3.0000	3.9945	1.686	0.153
내용성	3.5378	3.6473	3.6011	4.6667	3.7541	2.508	0.042**

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

이와 같은 결과를 보면 가설 2는 부분 채택됨을 알 수 있다.

2. 영화제 방문객의 방문동기에 따른 만족도의 차이분석

가설 3: 영화제 방문객의 방문동기에 따라 만족도는 유의한 차이가 있을 것이다.

축제 방문객의 방문동기에 따른 만족도에 대한 차이를 알아보기 위하여 우선 방문객의 방문동기에 대하여 유사한 특성을 지닌 대상을 하나의 집단으로 분류하는 군집분석을 실시하였다.

따라서 이미 추출된 4개의 방문동기(문화체험성, 가족과 함께, 일상탈출, 이벤트 매력성)로 k-means 방법을 이용하여 군집분석을 실시한 결과를 살펴보면 장춘영화제에 방문한 방문객(285명)들을 최종 3개의 군집(군집 1:107명, 군집 2:124명, 군집 3:54명)으로 분류하는 것이 적절한 것으로 분석되었다. 평균값에서 보면 군집1은 ‘문화체험성’과 ‘이벤트 매력성’이 높은 것으로 나타나서 (문화체험·이벤트형)군집으로 정하였고 군집2에서 보면 ‘가족과 함께’와 ‘이벤트 매력성’이 높은 것으로 나타나서 (가족화합·이벤트형)군집으로 정하였으며 군집3은 ‘일상탈출’과 ‘이벤트 매력성’이 높은 것으로 나타나서 (일상탈출·이벤트형)군집으로 정하였다(<표 4-27>).

〈표 4-27〉 영화제 방문객의 방문동기에 따른 군집분석

구분	문화체험성	가족과 함께	일상탈출	이벤트 매력성
군집1 (n=107) 문화체험·이벤트형	3.87	3.26	3.49	3.50
군집2 (n=124) 가족화합·이벤트형	3.97	4.21	4.11	4.21
군집3 (n=54) 일상탈출·이벤트형	2.63	2.93	3.00	3.27
k-means significance	140.243***	140.007***	80.338***	73.920***

주) ***p<0.001; n은 표본수.

따라서 가설 3을 검증하기 위하여 이미 추출된 방문동기에 의한 군집분석결과와 3개 군집(군집 1은 문화체험·이벤트형, 군집 2는 가족화합·이벤트형, 군집 3은 일상탈출·이벤트형)으로 (행사진행, 주민참여, 내용성)의 만족도에 대하여 일원배치분산분석을 실시하였다.

먼저, 3개 군집을 독립변수로 만족도를 종속변수로 일원배치분산분석을 실시한 결과는 다음 <표 4-28>과 같다.

분석결과, 영화제에 방문한 방문객의 3개의 만족도요인은 모두 군집 별로 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 방문객의 방문동기에 따라 방문객의 만족도는 유의한 차이가 있는 것으로 분석되었다.

<표 4-28> 방문동기에 따른 만족도의 차이에 대한 분석결과

종속변수	군집1	군집2	군집3	F값	P값
행사진행	3.5958	3.9335	3.0185	46.814	0.000***
주민참여	3.8380	4.1801	3.4012	29.086	0.000***
내용성	3.5078	3.8817	3.3395	20.691	0.000***

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

따라서 가설 3은 채택되었다.

제4절 가설 검증결과의 요약

본 연구의 연구 목적을 달성하기 위하여 아래와 같은 실증 분석을 진행하였다. 결과를 요약하면 <표 4-29>와 같다.

〈표 4-29〉 가설 검증결과 요약

구분	종속변수				독립변수	채택 여부	
가설 1	방문동기				일반적 특성	부분 채택	
	문화 체험성	가족과 함께	일상 탈출	이벤트 매력성			
							성별
				○			연령
	○						학력
	○						직업
	○		○	○			결혼여부
		○		○			소득
	○						방문기간
							평소 영화관람정도
		○					방문간 영화관람정도
				정보취득			
가설 2	만족도			일반적 특성	부분 채택		
	행사진행	주민참여	내용성				
			○			성별	
						연령	
	○		○			학력	
	○					직업	
						결혼여부	
	○	○				소득	
						방문기간	
						평소 영화관람정도	
			방문 간 영화관람정도				
		○	정보취득				
가설 3	만족도			방문동기	채택		
	행사진행	주민참여	내용성				
	○	○	○			군집 1(문화체험·이벤트형)	
	○	○	○			군집 2(가족화합·이벤트형)	
	○	○	○	군집 3(일상탈출·이벤트형)			

제5장 결론

영화제는 도시의 문화행사로서 기능하는 문화축제이다. 영화제 개최를 위해서는 도시, 지방자치단체, 혹은 지방정부가 영화제의 후원자로서 자리 잡아야 하며 그와 더불어 영화제를 향유, 지원하는 가장 중요한 것은 그 지역의 주민들의 참여가 있어야 한다. 영화제는 관광객의 형태나 자원봉사자의 형태로 참여 하든 간에 상관없이 시민들과 자치단체와 연결이 되어 있을 때 비로소 주체로서의 영화제가 가능하게 된다. 그래서 모든 영화제 앞에 칸느, 베를린, 베니스, 부산, 전주, 상해, 장춘 등과 같이 그 도시명이 붙게 되는 것이다. 문화행사로서의 영화제는 지역주민들의 사기를 높이고 애향심을 고취시킴으로써 지역경제의 활성화와 도시의 낙후된 정체성에서 벗어나게 한다.⁹⁹⁾

따라서 본 연구는 지속적으로 9회까지 개최한 중국 영화의 요람인 장춘영화제를 대상으로 지역이미지를 홍보하고, 지역사회를 발전시키고 활성화시키며, 관광객을 지속적으로 유치하기 위한 효과적인 방안으로 장춘영화제를 더욱 발전시킬 수 있는 방안을 제시하고자 하였다. 특히 본 연구는 영화제에 방문하는 방문객 지향형 축제개발을 위해 주로 방문객의 방문동기와 만족에 대해 살펴보고 의미있는 결과를 도출하고자 하였다.

본 연구를 위하여 우선 문헌연구를 실시하여 축제, 동기, 만족도에 대한 전반적인 이론적 고찰을 하였다. 따라서 이론적 고찰의 토대로 연구모형 및 가설을 도출하였으며 실증분석을 위한 설문조사를 실시하였다.

설문조사는 본 연구의 시간적 범위인 장춘영화제의 개최되는 2008년 7월 2일-6일까지 5일 간 시행하였으며 공간적 범위는 장춘영화제가 개최되는 장춘영화제의 각 행사장을 방문한 방문객을 대상으로 이루어졌다. 또한 변수의 측정을 위해 설문지를 배포하여 총 350부를 배포하였으며, 이중 325부의 설문지를 회수하였다. 이 중에 응답이 부실한 40부를 제외한 285부를 유효표본으로 확정·사용하였다.

실증분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 장춘 영화제에 참가한 방문객의 일반특성을 파악하기 위하여 빈도분석에서 보면 대체적으로 성별은 비슷하나 여성(56.5%) 좀 더 많은 것으로 나타났으며 20-30세(65.3%)

99) 김연형(2008). 전계논문, p.125.

인 대학교 재학이나 졸업(64.9%)한 학생(44.2%)이 높은 비율을 차지하였으며 미혼(69.1%)이고 소득은 1000원 미만(44.6%)으로 낮은 편으로 나타났다. 또한 친구/동료(30.2%)와 같이 참여한 2명(61.4%)인 팀이 많았고 보편적으로 방문기간은 1일(48.1%)이 많았다. 평소에 영화관람하는 정도에서 보면 월 1-2편(51.6%)을 관람하는 방문객이 절반 이상을 차지하였으며, 영화제 참석기간에도 영화관람하는 정도는 1-2편(64.6%)인 것으로 나타났고 방문객이 영화제에 대한 정보취득은 TV홍보(30.2%)가 많은 편으로 분석되었다.

둘째, 본 연구에서 측정척도의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위해 크론바하 알파(Cronbach's Alpha)계수와 요인분석을 통해 검증하였다. 분석결과는 방문동기 요인은 4개의 요인 '문화체험성' '가족과 함께' '일상탈출' '이벤트 매력성'으로 추출되었으며, 만족도 요인은 3개의 요인 '행사진행' '주민참여' '내용성'으로 추출되었다.

셋째, 본 연구에서 설정된 가설검증의 결과, 장춘영화제에 방문한 방문객들의 일반적 특성에 따라 영화제에 참여한 동기에 유의한 차이가 있는 것으로 나타난 결과를 보면, 연령은 낮을 수록 전반적으로 이벤트 자체의 매력성이 축제방문의 주요 동기로 보였고, 학력에서는 대학교 재학이나 졸업한 방문객은 문화의 체험동기에서 주요한 동기로 보였으며, 직업에 의하여 문화체험성이 유의적인 영향을 미치는 것으로 검증되었다. 결혼여부에 따라 영화제에 참여하는 주요 동기는 문화체험성, 이벤트 매력성, 일상탈출로 미혼자가 더욱 높은 평균값을 나타냈다. 또한 수입에서 보면 '이벤트 매력성'과 '가족과 함께'가 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며 '가족과 함께'를 평균값에서 보면 수입이 비교적 높은 방문객의 축제참여 주요동기로 보이고, '이벤트 매력성'은 수입이 낮아도 상관없이 축제방문 주요동기인 것으로 보였다. 방문기간에서 보면 '문화체험성'이 방문객의 주요 동기요인인 경향으로 나타났으며, 방문 간 영화관람정도에서 보면 '가족과 함께'가 주요 방문동기인 것으로 해석될 수 있다.

장춘영화제에 방문한 방문객들의 일반적 특성에 따라 영화제 만족도에 유의한 차이가 있는 것으로 나타난 결과를 살펴보면, 성별에 따라 여성분의 '내용성'에 대한 만족이 높은 것으로 나타났으며, 학력에 따라서는 '행사진행'과 '내용성' 순으로 대체적으로 학력이 낮을 수록 만족도가 높은 경향을 보였다. 그리고 직업에 의하여 '행사진행'의 만족에 유의

한 차이가 있는 것으로 나타났다. 수입에 따라 '행사진행'과 '주민참여'의 만족요인이 유의한 차이를 보이고 있었다. 마지막으로 정보취득에 따라 '내용성'에서 유의한 차이를 나타냈다. 장춘영화제에 방문한 방문객들의 방문동기에 따라 만족도는 유의한 차이가 있는 것으로 나타난 결과를 살펴보면, 방문동기에 따른 3개의 군집으로 각 만족도요인과는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

이와 같은 결과를 바탕으로 영화제의 활성화를 위한 다음과 같은 이론적 시사점을 제시할 수 있다.

먼저, 일반적 특성에 따른 방문동기와 만족도는 각각 어느 정도 밀접한 관계가 있는 것으로 나타났다. 송학준·고민경·변정우·이충기¹⁰⁰⁾, 전재균¹⁰¹⁾의 영화제에 대한 연구에서 살펴보면 수입이 비교적 높은 사람은 문화적인 욕구가 상대적으로 높은 것으로 나타났으며, 보편적으로 보면 20-30세인 대학교 교육수준인 학생 혹은 회사원이 각 요인에 대하여 많은 인식을 나타내는 것으로 보였다. 본 연구에서도 유사하게 나타났다.

그러므로 이런 대상에 대하여 영화제에 방문하는 동기를 파악하여 최대한 만족도를 높이는 것과 방문동기를 충족시키는 것을 중요시 할 필요함을 제시한다. 따라서 본 연구에서 추출된 축제 방문동기의 '문화체험성' '가족과 함께' '일상탈출' '이벤트 매력성' 4개 요인과 만족도의 '행사진행' '주민참여' '내용성' 3개요인은 기존의 연구에서 파악된 것과 어느 정도 유사하게 나타났다.

영화제 참가한 방문객의 방문동기에 따라 축제의 만족에 대하여 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 박조원¹⁰²⁾의 영화제 성공요인 분석에서 영화전문가를 대상으로 연구한 결과를 살펴보면 광주국제영화제와 전주국제영화제는 '주제'와 '프로그램의 질'에 상대적으로 강점을 가진 것으로 나타났으며, 부산국제영화제는 '홍보'와 '영화인 상호 간 및 관객들과의 소통'에 상대적 강점을 가진 것으로 나타났다.

본 연구에서는 방문객에 대한 연구로 결과를 자세히 살펴보면 군집 1'문화체험·이벤트형' 방문객은 주로 '행사진행'과 '주민참여'에 대하여 높은 만족도를 보였고, 군집 2'가족

100) 송학준·고민경·변정우·이충기(2007). 전계논문, pp.91-103.

101) 전재균(2005). 전계논문, pp.267-283.

102) 박조원(2006). 전계논문, pp.51-67.

화합·이벤트형'방문객은 제일 많은 표본 수로 전반적으로 각 만족도에 대하여 높은 만족인 경향을 나타냈으면, 군집 3'일상탈출·이벤트형'방문객은 주로 '주민참여'와 '내용성'에 대하여 높은 만족도를 보였다. 한편 통합적으로 세 군집에서 보면 '주민참여'에 만족도가 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

그러므로 영화제의 활성화를 위하여 지역주민의 참여, 지역주민의 친절, 자원봉사활동 등 면에서의 관리가 있어야 함의 필요성을 시사한다. 즉 영화제에 대해 주민들이 '우리의 영화제', '내가 주인'이라는 것을 인식하게 하는 것이다. 이를 위해서는 영화제 폐막으로 끝난 것이 아니고 자원봉사자 등에 대하여 지속적인 관리, 교육과 주민에 대한 어떤 인센티브나 특별 혜택 등이 있으면 주민들의 사기를 높일 수도 있을 것이다.

마지막으로 본 연구의 한계점을 다음과 같이 밝히고자 한다.

첫째, 설문조사의 설문문항에 대하여 포함된 문항이 전체적인 축제의 내용에 대하여 한계가 있음을 밝힌다. 향후 다양한 문화축제의 연구에서 가능한 설문문항의 개발이 필요하다.

둘째, 설문조사 대상이 장춘영화제 진행의 주행사장을 방문한 방문객을 위주로 행사 부대시설에 참가한 방문은 제외 된 것으로 한정되어 일반화 시키는데 한계가 있었다. 향후 폭넓은 조사로 축제 방문하는 방문객에 대한 더욱 정확히 파악 할 연구가 필요하다.

참고문헌

1. 국내문헌

1) 서적

- 김청자·장선철·최세리·김숙영(2002). 『심리학의 이해』, 동문사.
- 고영복(1995). 『춘천인형극제의 지역경제·사회문화적 효과』, 한국문화정책개발원.
- 박시사(2001). 『관광소비자 행동론』, 대왕사.
- 박의서(2005). 『MICE 산업의 이해』, 학현사.
- 서태양(1999). 『제2판 문화관광론』, 대왕사.
- 신용일 외(1997). 『심리학 개론』, 동문사.
- 안양면(2005). 『21세기 전략적 관광소비자행동론』, 동아대학교 출판부.
- 오상훈(2005). 『관광과 문화의 이해』, 형설출판사.
- 이봉훈(1997). 『이벤트교과서』, 서울: 계백.
- 장호찬·라선아(2008). 『관광행동론』, 한국방송통신대학교출판부.
- 정익준(1994). 『觀光學原論講義』, 시그마프레스.
- 정충영·최이규(1999). 『SPSSWIN을 이용한 통계분석』, 무역경영사.

2) 논문

- 강중훈(2006). 『성산일출제 참여동기 유형과 만족도에 관한 연구』, 제주대학교, 석사학위 논문.
- 강학진(2001). 『觀光이벤트 參與動機에 따른 參與者의 滿足에 關한 研究 濟州地域 漢拏山 눈꽃 및 유채꽃 祝祭를 中心으로-』, 제주대학교, 석사학위논문.
- 고성보·황경수·오상훈(2001). 지역산업연관 모형을 이용한 2001제주세계섬문화축제의 경

- 제적효과 분석, 『관광정책학연구』, 7(1), pp.253-276.
- 고재용·서진우·임영숙(2005). 지역축제의 참여동기와 만족도에 기초한 시장세분화에 관한 연구 -2004경주 한국의 술과 떡 잔치를 중심으로-, 『호텔관광연구』, 7(2), pp.32-46.
- 김병원(2005). 『地域祝祭 參與動機에 關한 比較研究 -곡성심청축제와 무안백련대축제를 중심으로-』, 목포대학교, 박사학위논문.
- _____ (2005). 지역축제 참여동기에 관한 유형별 비교분석 -곡성심청축제와 무안백련대축제를 중심으로-, 『문화관광연구』, 7(2), pp.223-239.
- 김병원·이장주(2006). 지역축제 참여동기에 관한 비교연구: 곡성심청축제와 무안백련대축제를 중심으로, 『관광학연구』, 30(3), pp.135-160.
- 김선아(2007). 『문화관광 축제 방문동기, 만족도 및 충성도에 관한 연구』, 세종대학교, 석사학위논문.
- 김연형(2008). 지역문화축제의 지역경제과급효과에 관한 연구: 전주 국제 영화제를 중심으로, 『응용통계연구』, 21(1), pp.125-140.
- 김정아(2005). 관광자원으로서의 문화이벤트에 관한 연구: 국내개최 국제영화제를 중심으로, 『관광정보연구』, 19, pp. 127-151.
- 박숙주(2005). 『인천음식축제에 대한 고객만족에 관한 연구』, 경기대학교, 석사학위논문.
- 박조원(2006). 우리 나라 국제영화제의 성공요인 분석을 위한 탐색적 연구, 『문화경제연구』, 9(1), pp.51-69.
- 서철현·고호석(2008). 문화관광축제 방문동기가 축제 매력성에 미치는 영향, 『관광연구』, 22(4), pp.223-241.
- 송재일 외(2004). 축제 방문객의 방문경험에 따른 동기와 만족도에 관한 연구, 『관광연구』, 19(2), pp.177-191.
- 송학준·고민경·변정우·이충기(2007). 영화축제 방문객에 대한 시장세분화 연구: 2004 부천국제판타스틱영화제를 중심으로, 『호텔경영학연구』, 16(1), pp.91-10.
- 오문엽(2007). 『골프연습장 이용자의 인구사회학적 특성에 따른 참여동기와 만족도 분석』,

- 용인대학교. 석사학위논문.
- 유완지(2008). 『한국 관광에 대한 일본인 및 중국인 단체관광객의 중요도-만족도에 관한 비교연구』, 세종대학교, 석사학위논문.
- 이장주(2001). 축제 이미지 측정을 통한 지역축제의 주제별 유형화 -진도영등축제의 참여동기를 중심으로-, 『지역발전연구』, 창간호 1, pp.125-146.
- _____ (2003). 『地域祝祭 參與動機 模型에 관한 研究 -6個 參與動機 要因을 中心으로-』, 전남대학교, 박사학위논문.
- 이장주·김병원(2006). 축제개최시기가 참여동기에 미치는 영향에 관한 연구 -放中·放中外 개최되는 축제를 중심으로-, 『관광연구저널』, 20(1), pp.139-151.
- 이충기·이태희(2000). 경주세계문화엑스포 대한 축제참가 동기 분석, 『관광연구』, 23(2), pp.84-98.
- 이훈 & Kerstetter. D. L(1997). 방문자들의 예술축제경험과 평가분석: 지역주민 참가자와 관광지 비교연구, 『관광연구 농촌』, 9, pp.145-156.
- 임정덕·백충기(2006). 부산국제영화제의 성공요인과 효율성 분석, 『국제지역연구』, 10(1), pp.702-724.
- 전재균(2005). 외국인의 축제 방문 동기에 따른 관광지 평가에 관한 연구 -부산 국제영화제를 중심으로-, 『관광·레저연구』, 17(1), pp.267-283.
- 조명환·이정실·윤정현·신대중(1998). 관광이벤트로서 부산국제영화제 활성화 방안, 『관광·레저연구』, 11(2), pp.197-209.
- 한지훈(2007). 테마파크 이벤트 만족 집단별 테마파크 만족도 차이에 관한 연구, 『관광연구저널』, 21(2), pp.223-235.
- 함영덕(2005). 강릉국제민속제 참가자 만족도 연구, 『관광경영학연구』, 9(3), pp.547-571.
- _____ (2005). 충주세계무술축제 참가 동기 및 만족도 연구, 『관광경영학연구』, 9(1), pp.475-501.
- _____ (2007). 2007 춘천인형극제 참가자 만족도연구, 『이벤트컨벤션연구』, 3(2), pp.73-23.
- 허향진·홍성화·송재호(2003). 제주세계섬문화축제의 참여동기에 따른 만족에 관한 연구,

『産經論集』, pp.1-13.

현홍준(2006). 『제주지역 테마관광지 유형별 관광객의 욕구 및 만족에 관한 연구 -욕구 (need)의 수평적 접근을 중심으로-』, 제주대학교, 석사학위논문.

2. 국외문헌

1) 서적

Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Ohio, South-Western College Publishing.

Blackwell, R. D., P. W. Miniard, et al. (1995). *Consumer Behavior*. New York, Dryden Press.

Getz, D. (1991). *Festival, Special Event & Tourism*. New York, Van Nostrand Reinhold.

_____ (1997). *Event management & Event Tourism*. New York, Cognizant Communication Corp.

楊小无(2004). 『文化搭台, 經濟唱戲的理性思考』, 河南安陽戰略思想庫, 河南人民出版社.

2) 논문

Backman, K. F., S. J. Backman, et al. (1995). "Event tourism: An examination of motivations and activities." *Festival Management and Event Tourism* 3(1): 15-24.

Crompton, J. L. & S. L. Mackay (1997). "Motives of Visitors Attending Festival Events." *Annals of Tourism Research* 24(2): 425-439.

Dewar, K., D. Meyer & Li, Wen Mei(2001). "Harbin, lanterns of ice, sculptures of snow." *Tourism Management* 22(5): 523-532.

Formica, S. & M. Uysal (1996). "A market segmentation of festival visitors: Umbria

- Jazz festival in Italy." *Festival Management and Event Tourism* 3(4): 175-182.
- Formica, S. & M. Uysal (1998). "Market Segmentation of an International Cultural-Historical Event in Italy" *Journal of Travel Research* 36(4): 16-24.
- Manfredo, M. J., B. L. Driver, et al. (1996). "Measuring Leisure Motivation: A Meta-analysis of the Recreation Experience Preference Scales." *Journal of Leisure Research* 28(3): 188-213.
- Mohr, K., K. Backman, et al. (1993). "An Investigation of Festival Motivations and Event Satisfaction by Visitor Type." *Festival Management and Event Tourism* 1(3): 89-97.
- Scott, D. (1996). "A comparison of visitors' motivations to attend three urban festivals." *Festival Management and Event Tourism* 3(3): 121-128.
- 郭玉曉(2008). 『節慶活動的品牌塑造及影響因素研究-以山東省為例』, 山東師範大學, 碩士學位論文.
- 羅秋菊(2008). 『專業觀眾展覽會參觀動機研究-來自東莞的証據』, 暨南學報, 2, pp.47-54.
- 史小珍(2008). 『舟山市節慶活動優化整合研究』, 現代經濟, 7(4), pp.42-44.
- 徐舟(2005). 『旅游節慶活動的策劃規劃方法初探』, 平原大學學報, 22(1), pp.7-10.
- 王翌(2006). 『四川國內旅客旅游動機研究』, 成都四川師範大學.
- 王平(2002). 『論發展非觀光旅游与旅游產業的升級--以杭州市為例』, 中共杭州市委黨校學報, pp.28-33.
- 姚海琴(2006). 『大眾參與旅游節慶的影響因素研究』, 浙江旅游職業學院學報, 2(4), pp.23-27.
- 何天祥(2008). 『我國國際展會專業觀眾滿意度影響因素分析』, 湖南商學院學報, 15(3), pp.27-30.
- 楊海虹(2004). 『節會游与太原旅游發展』, 太原大學學報, 5(4), pp.49-51.
- 陸鳳英(2005). 『甘肅省節慶旅游發展研究』, 西北師範大學, 碩士學位論文.

3) 기타

2012年我市將建設成爲國際旅游目的地, 長視網, <http://www.cc.jl.gov.cn>

成功的市場運作彰顯節慶效益—云岡·恒山旅游節回眸系列報道之一. 大同党政公衆信息网.

長春旅遊網. <http://www.ccta.gov.cn>

中國節慶活動國際論壇將舉行,

<http://www1.cei.gov.cn/serve/index/showdoc.asp?blockcode>.

胡向澤(2005). 平遙國際攝影大展成爲最具有國際影響力的節慶, 山西晚報.

閻志剛·趙梅(2004). 『旅行業分析報告』, <http://www.finaceage.com/article8.htm>.

<http://krdic.naver.com>

<http://100.naver.com>



Abstract

A study on visitor's motivation and satisfaction

-Focused on China Changchun Film Festival

Chi Yu Hua

Department of Tourism Science

Graduate School, Cheju National University

Supervised by professor Si-Sa Park

Film Festival plays an important role in facilitating cultural activities participation of urban residents. Also, the film festival as a cultural event functions as revitalization of local economy by improving residents' morale and instilling local patriotism.

The purpose of this study is to examine visitor's motivation and satisfaction and suggest practical implications to festival managers and marketers.

To accomplish the objectives of this study, as the literature review, theories related to festival, motivation and satisfaction were examined and based on the theoretical backgrounds research model and hypothesis were established. In the empirical study, questionnaire survey was carried out for the analysis.

The questionnaire survey was conducted to visitors who participated in Changchun Film Festival from July 2 to 6 in 2008. Total 350 questionnaires were distributed randomly for 5 days and were collected 325 questionnaires. Finally 285 questionnaires were used for the analysis except for 40

questionnaires,

As for the analysis methods, SPSS 12.0 program was employed and also frequency analysis, factor analysis, ANOVA and cluster analysis were used for the statistical analysis.

The results of hypothesis test showed that there were partly significant differences in visit motivation and satisfaction according to demographic characteristics. Also, the results of the analysis revealed the significant differences in visitor's motivation in accordance with satisfaction.

The managerial implications of this study from the results are as follows. First, to revitalize the film festival, local residents should actively participate in the festival. Second, festival managers and marketers should need to educate local residents and volunteers about festival-related details for successful festival and provide residents with incentives or benefits.

Finally, as for the limit of this study, questionnaire items of the study were confined to the Changchun film festival. In the future study, multi-items need to be developed to describe the culture festival. Also, this study focused on the Changchun film festival in China and only conducted to respondents who took part in the Changchun film festival. Therefore, the results of the study could not be generalized.

부록 - 설문지

關於參加長春電影節的動機及滿意度的調查

亲爱的先生/女士：

您好！本问卷旨在深入了解您参加本次第9届长春电影节的目的以及您对这次电影节的满意程度。您的参与对于我们而言很重要。感谢您能抽出您的宝贵时间帮助我们完成调查。您所填写的资料将会匿名，只用于学术研究。问卷调查的结果将会作为硕士毕业论文发表在韩国济州国立大学观光经营系。非常感谢您的参与和配合。

2008年7月

指导教授：朴时四

韩国济州国立大学 观光经营系 smiletour@cheju.ac.kr

研究者：池玉花

韩国济州国立大学 观光经营系 chiyuhua82@hanmail.net

I. 基本資料

1. 您的性別是？ 1) 男 2) 女
2. 您的年齡是？ 1) 20歲以下 2) 20-30歲 3) 30-40歲 4) 40-50歲 5) 50歲以上
3. 您的學歷是？ 1) 高中以下 2) 本科在讀或畢業 3) 研究生以上
4. 您的職業是？
 - 1) 个体 2) 農, 畜產業 3) 公司職員 4) 公務員 5) 學生 6) 家庭主婦 7) 退休 8) 其它

5. 您的婚姻狀況？ 1) 未婚 2) 已婚
6. 您的月收入是多少？
1) 1,000元以下 2) 1,001~2,000元 3) 2,001~3,000元 4) 3,000元以上
7. 您是和誰一起來參加的？ 1) 自己 2) 朋友/同事 3) 家人 4) 戀人 5) 其他
8. 与您同伴來的人數是？ 1) 自己 2) 2名 3) 3名 4) 4名 以上
9. 您參加這次電影節的天數是？ 1) 5天 2) 4天 3) 3天 4) 2天 5) 1天
10. 您每月看電影的次數是？ 1) 1-2次 2) 3-4次 3) 5次或5次以上 4) 根本不看
11. 您在長春電影節期間觀看几部電影？
1) 1-2部 2) 3-4部 3) 5部以上 4) 根本沒有看
12. 您是怎樣知道長春電影節的？ 1) 報紙 2) 電視 3) 網絡 4) 旅行社 5) 通過他人介紹

II. 您參加本屆長春電影節的動機

1. 想學到更多關於電影節的知識	①非常不贊同 ②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
2. 想具體了解電影節	①非常不贊同 ②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
3. 想體驗電影節的內容	①非常不贊同 ②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
4. 來欣賞電影節的節目和演出	①非常不贊同 ②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
5. 想觀看新的電影	①非常不贊同 ②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
6. 想為每天反復的同樣生活帶來些變化	①非常不贊同 ②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
7. 想暫時脫離生活的責任，壓力，壓抑感	①非常不贊同 ②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
8. 想讓身心得到休息	①非常不贊同 ②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
9. 想驅散無聊感	①非常不贊同 ②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
10. 想感受特別的氣氛	①非常不贊同 ②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
11. 想要感受電影節與眾不同的魅力	①非常不贊同 ②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同

12.我覺得電影節會很有意思	①非常不贊同②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
13.因為家人都很喜歡電影	①非常不贊同②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
14.想与家人一起行動	①非常不贊同②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
15.想全家人一起享受電影節	①非常不贊同②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
16.爲了提高家庭的融洽度	①非常不贊同②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
17.想提高家庭文化生活的質量	①非常不贊同②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同

III. 您對電影節的滿意程度

1.電影節進行得很順利	①非常不贊同②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
2.電影節的設施很安全	①非常不贊同②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
3.舉辦電影節的期間（天數）适当	①非常不贊同②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
4.在電影節舉辦的節目恰到好處	①非常不贊同②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
5.電影節的內容（演出，展覽等）別出心裁	①非常不贊同②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
6.電影節的內容（演出，展覽等）種類多樣	①非常不贊同②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
7.在演出，展覽會上表現了獨特的文化	①非常不贊同②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
8.我對志愿者的服務感到滿意	①非常不贊同②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
9.我覺得当地人很親切	①非常不贊同②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同
10.我覺得当地人很積極參加電影節	①非常不贊同②不贊同 ③一般 ④贊同 ⑤非常贊同

非常感謝您在百忙之中對我們工作的支持。祝您身體健康，萬事如意。

I. 아래 질문들은 장춘영화제에 방문시 고려사항에 관한 질문입니다. 영화제 방문 전 고려했던 사항을 해당란에 √표 해 주십시오.				
매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

1. 영화제에 대해 많은 지식을 얻기 위해	①	②	③	④	⑤
2. 영화제에 대해 구체적으로 알기 위해	①	②	③	④	⑤
3. 영화제(내용)를 경험하고 싶어서	①	②	③	④	⑤
4. 영화제의 프로그램과 공연을 즐기기 위해서	①	②	③	④	⑤
5. 새로운 영화를 보기 위해서	①	②	③	④	⑤
6. 매일 같이 반복되는 생활에서 변화를 갖고 싶어서	①	②	③	④	⑤
7. 생활에서의 책임, 압력, 스트레스를 벗어나고 싶어서	①	②	③	④	⑤
8. 몸과 마음을 쉬게 하려고	①	②	③	④	⑤
9. 무료함을 달래기 위해	①	②	③	④	⑤
10. 특이한 분위기를 느끼고 싶어서	①	②	③	④	⑤
11. 색다른 것을 구경하고 싶어서	①	②	③	④	⑤
12. 영화제를 들은 후 재미있다고 생각해서	①	②	③	④	⑤
13. 가족 모두가 영화를 좋아하기 때문에	①	②	③	④	⑤
14. 가족과 함께하기 위해서	①	②	③	④	⑤
15. 온 가족이 영화제를 즐길 수 있기 때문에	①	②	③	④	⑤
16. 가족의 결속력을 높이기 위해서	①	②	③	④	⑤
17. 가족의 문화생활의 질을 높이기 위해서	①	②	③	④	⑤

II. 아래 질문들은 장춘영화제 참여 후 만족에 관한 질문입니다. 영화제에 방문한 후 각 항목에 해당하는 해당란에 √표 해 주십시오.

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

1. 영화제의 진행이 매끄러웠다.	①	②	③	④	⑤
2. 영화제 시설이 안전하였다.	①	②	③	④	⑤
3. 영화제의 진행 기간이 적절하였다.	①	②	③	④	⑤
4. 영화제의 행사 세부 프로그램은 적절하였다.	①	②	③	④	⑤
5. 영화제의 세부내용(공연, 전시 등)이 독창적이었다.	①	②	③	④	⑤
6. 영화제의 세부내용(공연, 전시 등)이 다양하였다.	①	②	③	④	⑤
7. 공연과 전시회에서 문화적인 경험을 할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤
8. 자원봉사자의 활동에 만족하였다.	①	②	③	④	⑤
9. 지역주민의 친절에 만족하였다.	①	②	③	④	⑤
10. 지역주민의 참여가 활발하였다.	①	②	③	④	⑤

설문에 응하여 주신 점 매우 감사합니다.

항상 행복하시고 건강하세요.