

향토문화축제 관광자원 활성화: 허균·허난설헌 축제를 중심으로

김기동

강릉영동대학 관광경영과 교수

kdkim@gyc.ac.kr

.....

본 연구는 강릉지역의 대표적인 향토문화관광축제인 허균·허난설헌 문화제를 대상으로 독특한 정체성과 향토성이 축제관광 프로그램 개발의 질적 향상을 가져다주며, 지역의 특성 및 관광자원을 활용한 프로그램 개발과 지역 활성화의 관점에서 고찰하였다.

그 결과 첫째, 허균·허난설헌 문화제에 대하여 참가자들의 정보는 대부분 옥외 광고물이나 구전 혹은 친지나 동료들에게 들어 참가한 것으로 조사되었다. 둘째, 연령에 따른 만족도에서는 화장실과 편의시설 등의 시설성과 강릉시 이미지 고양 그리고 가족, 친지와 친목도모 등의 효과성에 만족도의 차이를 보이고 있다. 셋째, 각종 행사에 참여한 사람들은 행사의 종류에 따라 만족도에 차이를 보이고 있다. 넷째, 강릉지역에서 개최되는 지역축제에 대하여 미리 인지하고 참여한 참가자는 인지하지 못하고 참여한 참가자보다 대부분 만족도가 높았다.

.....

〈색인어〉 문화축제, 만족도, 추천의향, 재방문 의향

I. 서론

지역축제는 새로운 볼거리와 체험활동을 제공하여 관광객을 유치하고, 관광객의 소비지출로 지역경제를 활성화하는데 기여하고 있다. 지방자치시대를 맞이하고 있는 각 지자체들은 내부적으로는 지역 주민들의 민생 해결을 비롯한 다양한 차별화 전략을 펴고 있으며, 그 중 몇몇 지자체들은 국제화, 세계화에 발맞춰 관광분야에 다각적인 노력을 기울이고 있다. 지역경제 활성화의 주요 대안으로서 지역축제의 개최를 고려하고 있는 각 지방자치단체는 지역만의 독특한 각종 문화행사를 발굴

및 육성하는 소프트웨어 중심의 개발전략을 채택하고 있다. 이는 문화행사를 이용한 지역축제의 개최는 별도의 공연시설이나 전시시설이 필요 없을 뿐만 아니라 자원과 기반시설이 부족한 지역 차원에서 지역고유의 향토색을 잘 활용하기만한다면 손쉽게 관광상품화 할 수 있는 매력이 있기 때문이다. 또한 지역축제를 개최함으로써 관광수요를 환기할 수 있을 뿐만 아니라 자기 고장의 문화를 널리 알리는 기회가 되기 때문이기도 하다. 이러한 지역축제가 성공적으로 개최될 경우에는 지역 이미지 제고로 이어지고 이는 다시 지역 관광산업의 진흥으로 연결되고, 이 과정에서 지역축제의 승수효과가 기대되기 때문이다(배만규, 2002).

하지만 대부분의 지자체들은 단체장의 인식 부족과 지역주민의 참여의식 결여 등으로 인해 관광분야에 대한 투자는 물론 사업계획 자체를 내놓지 못하고 있다. 게다가 일부 지자체의 경우 재정이 바닥나 기초적인 지역주민을 위한 사업 이외에는 엄두도 못 내고 있는 것이 우리나라 지방자치체의 현주소라 할 수 있다. 지자체들이 관광 부문의 개발에 대한 관심이 증폭되고 있는 가장 큰 이유는 세계는 물론 국내의 환경변화에 따른 대책마련이 시급하기 때문으로 풀이되고 있다. 또 재정자립도가 낮은데도 불구하고 관광개발을 서두르고 있는 것은 지역 경제 활성화 및 고용 창출 수단으로 인식하고 관심과 투자가 증대되고는 있지만, 아직도 지자체의 재정자립도가 낮아 관광개발을 위한 재원조달에 어려움을 겪고 있는 실정이다. 한편 지자체 관광 개발의 가장 큰 문제점은 중앙정부의 획일적인 관광개발에 머무르고 있는 실정이며, 지방의 개성을 찾아볼 수 있는 정책과 사업을 찾아보기 어렵다는 점이다. 이러한 문제점을 해결하기 위해서는 지역특성에 맞는 문화와 축제 등 지방고유의 개성 있는 관광 자원을 발굴 육성하고 관광객 수요를 창출해 나가야 하겠다. 이러한 지역축제의 개발노력과 더불어 축제에 대한 학술적 연구는 그렇게 활발하게 진행되지 않았다. 특히 참가자의 만족은 수익성을 제고시키는 중요한 요인인 만큼 지역축제 실무자들은 어떠한 속성이 참가자를 만족시키는지를 확인하여야 할 필요성이 있다.

본 연구에서는 다양한 지방의 문화관광축제가 주민 참여와 지역경제 활성화라는 이상적인 이벤트관광이 창출되기 위해 지역축제 프로그램 참가자들의 인식 수준과 만족도를 비교 분석함으로써 내실 있는 지방문화관광축제의 방향을 제시하고자 한다. 지방문화관광축제가 각 지역 주민과의 거리감을 좁히고 일체감 형성과 지역 활성화라는 기본 취지아래 본 연구는 지역축제 참가자들의 만족 수준을 내용별로 분석하고, 체계적이고 효과적인 지역축제의 방향을 제시하고자 하는 것이다. 따라서 본 연구는 지역축제의 활성화라는 연구의 목적 하에 문헌연구를 통한 지역축제에 대한 이론을 체계화하고, 지역축제인 밀양문화제를 연구대상으로 하여 축제의 현황

을 살펴보고, 참가자들의 인지도와 참여도 및 만족도를 분석하고자 한다. 또 지역축제에 대한 참가자들의 참여수준 및 만족수준을 내용 및 요인별로 비교 분석하여 연구결과를 토대로 그에 대한 시사점을 도출하여 지역주민이 직접 참여할 수 있는 지역축제의 활성화 방안을 모색하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 지역축제와 만족도 개념

지역축제는 한 지역에서의 관광객 유치목적과 현지주민을 위해 행해지는 행사 혹은 기획행사를 말하며(이태희, 1996), 지방자치단체와 관광단체 혹은 민간단체가 추진하는 행사로서 지역 관광자원을 중심으로 영리 및 비영리로 지역의 관광이미지를 창출하기 위해 행해지는 행사이다. 또 Getz(1997)는 축제를 "대중적이며 테마화된 축하행사"라고 정의하였다. 그리고 지역의 특성에 입각한 독창성 있는 기획이면 그 지역의 개성을 쉽게 나타낼 수 있고, 주민이 참가하기 쉬운 환경과 테마를 설정하면 지역주민들의 적극적인 참가를 얻을 수 있으며, 인재육성과 지역의 정체성 고양의 큰 힘을 발휘한다고 할 수 있다.

한편 종합적인 축제를 기획하기 위해서 중장기 "마스터플랜"을 마련해야 하는데 그 이유는 이상적인 축제를 계획, 탄생, 홍보하는데 소요되는 기간을 최소 3년으로 보기 때문이다(Richards, 1992). 고로 몇 가지 축제를 계획하더라도 동시에 하기 보다는 시범적으로 한 두 개를 시험해 보는 신중성이 필요하다.

그러나 축제는 개발기획 전략의 부족으로 자칫 잘못하면 돈만 낭비하고 마는 위험성을 가지고 있으므로 주민과 자치단체 그리고 기업과 방문자 등의 4자간의 협력과 조화가 잘 이루어져야 한다. 기획과정에서 지자체 등의 지시나 규정 등에 의해서 하는 것이 아니고 주민층의 의견을 수렴한 뒤 행정기관 등이 그것을 돕고 기업도 후원하는 것이 바람직하다. 그리고 지역사회와 관광지의 이미지 고양 수단으로서 축제는 가능성을 지니고 있으므로, 되도록 관광지와 축제의 이미지 연계를 담보할 검증된 이벤트(hallmark event)를 개최하는 것이 바람직하다(Getz, 1997).

축제 관광은 개인이나 집단적 관광자의 만족과 바람직한 관광행태를 이끌기 위해 사전에 질서 있고 조직적으로 계획하여 의도적으로 실행하는 참가자와 공급자, 선도자들의 행동계획안이라고 할 수 있다. 최근 여러 지역에서 개최되고 있는 지역축제를 보면, 그 구성과 내용에 있어서 유사한 점이 많다.

성공적인 축제개최를 위한 프로그램 구성에 있어서 가장 중요한 것은 개최하고자 하는 축제의 독특성을 잘 반영할 수 있는 프로그램을 구성하는 것이다. 매년 축제의 구성 및 내용에 전혀 변화가 없이 똑같은 내용을 반복한다는 것은 축제 방문객들의 만족도를 낮추는 지름길이다. 우리 나라와 같이 종래 축제에 대한 개념을 잘 알지 못하여 전국 어디서나 거의 유사한 종목들을 서로 모방해 오면서 짧은 시간에 행사를 치르기에 급급했던 상황으로 결국은 축제이름은 다르나 각 지역문화제의 프로그램 내용들이 미녀아가씨 선발대회, 농악, 노래자랑, 체육대회 등 공통인자들을 포함한 대동소이한 프로그램 구성에서 더욱 심각하다. 예산사정으로 새로운 행사종목을 개발하지 못하고 예년 행사를 거의 그대로 답습하는 실정이라는 재정적 한계도 있지만, 다른 지역문화제들과는 차별성을 둘 수 있는 프로그램에 더 많은 비중을 두는 것이 장기적인 발전전략으로서 중요하다. 프로그램구성에서도 종전처럼 기준 없이 각종 축제를 마구 끌어들이며 종합예술제 형식으로 전개하는 식이어서는 곤란하고, 축제 프로그램 구성은 해당 지역의 문화적 배경 및 지역적 특성을 깊이 고려한 것이어야 한다. 다시 말해서 지역의 전통문화와 현대의 지역문화가 잘 반영된 독창적인 프로그램이 각광을 받을 수 있고 지역 활성화에도 도움이 된다(정강환, 1996).

축제 참가자 만족의 개념은 "동기," "선호도," "심리적 결과," "경험 기대"와 같은 다양한 용어들로 다루어져왔다(Manning, 1986). 이러한 접근방법은 축제 참가자들의 요구에 부합하여 만족하게 될 축제에 대한 요구와 동기, 경험의 유형 등을 인지하는 것으로 가정하고 있으며, 축제 참가자들은 만족, 충족된 심리적 산출 등을 정확히 판단할 수 있다는 것을 의미하고 있다. 참가활동으로부터 파생된 어떠한 경험의 유형과 만족에 대한 선호도는 생물학적으로 또는 사회적으로 학습된 관광 및 여가 요구에 대한 다양성의 존재에 기초하고 있다(Iso-Ahola, 1980).

Bultena and Klessig(1969)은 연구에서 "만족이란 열망과 경험의 지각된 실제 간의 일치 정도에 대한 기능이다."h라고 하였으며, LaPage(1983)는 "고품질의 야외위락 경험은 참가자의 기대에 부합하거나 초과하는 정도이다."로 정의하였다. 평가과정 만족은 요구만족보다도 참가자 만족을 형성하는 지각적, 평가적, 심리적 과정 모두를 검토하는 것과 같은 이점을 가지고 있는 만족개념으로 인식되어 왔으며, 이러한 점 때문에 축제 참가자 만족의 연구에서는 이 관점이 많이 채택되고 있다. 왜냐하면 이것은 참가자 만족은 요구의 완전한 수행이라는 것보다는 더욱 복잡한 구성개념으로 폭 넓게 받아들여졌기 때문이다. Pizam, Neumann and Reichel(1978)은 연구에서 참가자 만족을 "g관광목적지에 대한 사전기대와 참가자의 실제 경험 간의 상호작용에 의한 결과로 보고, 참가자 만족의 구성개념을 여행경험에 있어서 특정

영역에 대한 방문객 태도의 조합"으로 정의하였다. Dann(1979)은 "기대에 대한 불일치를 경험하는 경우의 감정과 관광소비경험에 대해 사전적으로 참가자가 갖는 감정이 복합적으로 야기되는 전체적인 심리상태"로 정의하였다.

2. 지역축제 만족도에 관한 선행연구 동향

지역축제 만족에 관한 국외 연구 내용을 알아보면, Backman, Karen Mour, Muzaffer Uysal(1995)등은 축제 참가자의 참가동기와 만족을 연구하면서 축제 참가자의 동기와 만족은 축제의 첫 참가자와 재 참가자 여부에 따라 차이가 있음을 밝혀냈다. 이들은 참가자의 재참가 여부에 따라 축제 참가자의 주요 동기에 차이가 있음을 알아내고 동기를 요인 분석한 결과 사회화, 가족화, 독특성과 흥미, 도피, 이벤트 신기성 등 다섯 가지 그룹으로 묶었다. 이를 통해 지역축제 참가자의 만족은 참가동기에 따라 달라진다고 한다.

안경모(1994)는 지역문화축제 참가자의 사전기대와 사후평가에 미치는 영향요인, 신념과 촉진 효과 등이 만족에 미치는 영향 요인 등의 변수들이 재방문 의사에 영향을 미치고 있음을 검증하고 상관관계를 규명하였고, 김계섭(1995) 이벤트관광을 구성하고 있는 프로그램이 어떤 매력속성으로 구성되고 있으며 이러한 매력속성에 대한 참가자들의 태도가 어떠한지 규명하였다.

정강환(1996) 축제 방문자들의 동반형태, 방문동기, 정보 원천을 조사, 만족도를 높이기 위해선 프로그램 구성, 마케팅 전략 수립시 가족 지향적이어야 함을 강조하였다.

이훈·Kerstetter(1997)는 지역축제에 참가한 지역주민과 관광객 사이의 참가동기, 축제행사평가, 그리고 만족도를 비교분석, 프로그램 구성시 참가집단의 차이를 고려해야 할 필요성을 제기하였고 조명환(1997) 부산이라는 지역적 특성을 내포하고 있는 자갈치축제의 방문자태도를 고찰, 그에 따른 활성화 방안 연구를 하였다.

오순환(1999)은 축제는 지역의 문화가 종합되고 상징화 된 행사로서 한 지역을 관광상품화 하는 것이므로 관광행동을 유인할 만큼의 매력을 갖고 있으며, 보전이 필요하고 비이동성과 비소모성의 성격을 띄고 있다고 하였으며, 장정룡(2000) 축제에 참가하는 방문객들은 축제를 통해 새롭게 태어나기도 하며, 가장 인간다운 삶의 목표를 축제에서 찾기도 한다고 하였다. 배만규(2002) 지역축제 개최 자체에만 관심이 집중되어 행사결과의 엄정한 평가에는 무관심하여 각 지역의 축제개최를 객관적 평가기준에 의해 비교분석 하였다.

3. 허균·허난설헌 문화제 연혁과 현황

교산 허균(1569-1618) 선생은 초당¹⁾ 허엽의 막내아들로 강릉의 사천 애일당(허균의 외갓댁인 김광철의 집)에서 출생하여 외갓댁인 사천 애일당(지금의 사천면 진리)을 오가면서 둘째형 허봉(1551-1588)의 영향을 가장 많이 받았으며 손곡 이달(둘째형 친구)에게서 난설헌 허초희(1563-1589) 누님과 학문을 배우며 성장하였다.

1997년부터 강원도와 강릉시는 허균·난설헌을 <강원 얼 선양사업>의 일환으로 그의 생애와 문학 그리고 사상을 기리기 위한 프로젝트를 개발하고 있다. 특히, 교산 허균이 “왕권을 뒤엎고 새로운 정권을 창출하려 했다.”는 역모죄로 처형당한지 390여년이 지난 요즘 그의 복권(復權)은 물론(1) 조선왕조의 유교적 정치이념 교조화에 대한 반기로 주장한 민본주의 정치경제사상 그리고 [홍길동] 저자로서의 문학성을 선양하기 위하여 그의 초당 생가터에서 전통유교방식의 추모제와 음악제, 시낭송회 등 술잔을 올리며 진혼곡으로 억울한 넋을 달래고 있다.

또한 강원일보는 2000년 11월의 문화인물로 허균 난설헌을 지정하였으며, 이미 강원도민일보에서는 2회에 걸쳐 허균사상 학술대회를 개최하기도 하였다. 또한 문화관광부에서는 유례없이 허균·난설헌 두 오누이를 2001년 9월의 문화인물로 선정하기도 하였다.

강릉시는 유적지 복원과 [허씨 오문장가 한시 번역]사업을 비롯하여 각종학술대회와 문화축제를 열고 있다. 이와 병행하여 KBS 2TV에서는 [천둥소리]라는 주제의 50부작으로 허균과 난설헌 일대기를 방영함으로써 조선중기 선조-광해군시대의 역사적 사실과 정쟁에 의한 국가위기를 재조명함으로써 그의 사상을 현대적으로 반영하는 계기를 만들고 있다.

허균·난설헌 문화축제는 1997년 12월 5일 강원도민일보 주최 한국민속학회 주관으로 허균 문학의 재조명을 위한 사업의 일환으로 제1회 허균 선양 학술세미나가 그 시효이다. 1998년 11월 28일 강릉시 오죽헌 시립박물관에서 열린 허균선양사업의 과제와 방향이라는 주제의 제2회 허균 선양 학술세미나를 통하여 허균 사상 전파의 문제점과 앞으로의 방향을 제시하였다.

강릉시는 20억원을 들여 초당동의 허균 생가터와 복원과 기념관을 건립함으로써 문화인프라를 구축하였다. 또한 (사)허균·허난설헌 선양사업회와 강원일보 공동으로 허균 문학상을 제정하여 매년 시상하고, 허균학술상도 제정하여 허균·허난설헌의 정치·경제·문학사상을 계승 발전시키고 있다.

1) 허균의 역사적 복권을 위하여 1999년 4월 23일 “해원(解冤) 한마당”이라는 제3회 허균선양 학술세미나를 통하여 학술강연과 전통굿을 통해 허균의 무죄를 선언하고 역사적 복권이 이루어졌음을 선포하는 이벤트를 연출하였다.

이와 같이 허균·난설헌 선양사업을 위해 1999년 10월 2일부터 3일까지 강릉시 주최 [허균·난설헌 선양사업회] 주관으로 제1회 허균·난설헌 문화축제가 열렸으며, 2008년 9월 20-21일까지 강릉시내 일원과 초당 생가터에서 제10회 허균·난설헌 문화축제가 개최되었다.

III. 연구방법

본 연구에서는 지역축제인 허균·허난설헌 문화제 참가자의 만족도를 파악하고 프로그램별 만족도에 대한 차이를 검증해서 지역축제 참가자의 만족도를 제고시킬 수 있는 방향에 대한 시사점을 제시하고자 한다. 따라서 실증조사를 통해서 얻어진 자료를 통계적으로 분석할 수 있도록 다음과 같은 3개의 변수로 측정하였다. 첫째, 행사내용은 허균·허난설헌 문화제의 행사프로그램의 내용과 표현 그리고 프로그램의 독특성에 관한 것이며, 둘째, 시설은 허균·허난설헌 문화제의 화장실 및 주차 공간 그리고 각 시설이용의 가격에 대한 것이며, 셋째, 효과성은 허균·허난설헌 문화제 개최 후 지역의 이미지, 경제활성화 기여 등에 관한 것으로, 본 연구에서는 모두 리커트 5점척도로 측정하였다.

허균·허난설헌 문화제가 개최되는 강릉지역 거주인을 대상으로 조사자가 응답자와의 개별면담 방식으로 설문하게 하였다. 자료수집을 위해 허균·허난설헌 문화제에 참가한 사람들을 대상으로 직접 설문 조사지를 배포하고 회수하는 방법을 택하였다.

배포된 설문지 수는 총 250부였으며, 회수된 설문지는 199였다. 수집된 설문지는 먼저 응답자들의 분포비율을 보기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 또한 각 평가요인들이 과연 본 연구에서 설정한 요인으로 묶이는지를 확인하기 위하여 요인분석을 실시하였으며, 이러한 요인분석은 실증조사 자료의 신뢰성 및 타당성 검증도 병행하였으며, 가설검정을 위해서는 t-test와 분산분석을 실시하였다.

IV. 실증분석

표 <4-1>에서 보는 바와 같이 처음 방문자는 71.4%이고 재방문자는 28.6%로 나타났다. 분석결과 허균·허난설헌 문화제는 초기 방문자가 대부분을 차지하고 있는데, 향후 재방문객 증가에 대한 대안이 마련되어야 한다.

〈4-1〉 방문횟수

구분	빈도	퍼센트
처음방문	142	71.4
재방문	57	28.6
합계	199	100.0

표 <4-2> 는 동반형태를 나타내고 있는데, 허균허난설헌 문화제에 참가자는 가족이 38.4%로 가장 많은 빈도를 나타내고 있으며, 친구 27.8%, 연인 6.1%, 단체 18.7%, 혼자 4.5% 기타 4.5%로 나타났다. 분석결과 허균허난설헌 문화제는 가족과 친구, 단체 방문자가 주를 이루고 있어 지역 향토 축제의 성격이 가족단위 방문객에 맞추어져야 할 것으로 사료된다.

〈4-2〉 방문형태

구분	빈도	퍼센트
가족	76	38.4
친구	55	27.8
연인	12	6.1
단체	37	18.7
혼자	9	4.5
기타	9	4.5
합계	198	100.0

방문목적 표 <4-3> 에서 보는 바와 같이 여유로운 휴식을 취하기 위해와 배움을 얻을 수 있는 기회라서가 각각 19.7%로 나타났으며, 새로운 경험과 도전을 위해가 17.0%, 소중한 추억을 만들기 위해서가 13.8%, 다양한 경험을 통한 보다 나은 자신을 발견하기 위하여가 12.8%로 나타났다. 또한 스트레스 해소는 6.9%, 인간관계(가정의 화목, 애인 등의 화합, 새로운 교제)는 10.1%로 나타났다.

〈4-3〉 방문목적

구분	빈도	퍼센트
스트레스 해소	13	6.9
여유로운 휴식을 취하기위해	37	19.7
새로운 경험과 도전을 위해	32	17.0
소중한 추억을 만들기 위해	26	13.8
배움을 얻을 수 있는 기회라서	37	19.7
자아발견	24	12.8
인간관계를 위해	19	10.1
합계	188	100.0

체험프로그램 만족에 대하여서는 표 <4-4> 에서 보는 바와 같이 홍길동 수공예 체험이 17.9%로 가장 높은 만족 빈도를 나타내었으며, 허균허난설헌 백일장이 16.9%로 나타났다.

<4-4> 체험프로그램 만족

구분	빈도	퍼센트
추모제례	11	5.6
들차회	14	7.2
홍길동 자료전시회	25	12.8
홍길동 수공예체험	35	17.9
홍길동만화상영	6	3.1
허균허난설헌 백일장	33	16.9
사생대회	7	3.6
만화그리기 대회	10	5.1
다문화가정	4	2.1
장기자랑대회	12	6.2
사진찍기대회	1	0.5
보물찾기	17	8.7
딱지증정	8	4.1
2개 체험이상	12	6.2
합계	195	100.0

분석결과 가족단위 방문객에 따른 자녀들의 체험행사에 대한 만족도가 높은 것으로 나타났는데, 향후 방문형태의 다양화에 따른 체험프로그램 만족도 변화할 것으로 예상되어진다.

<4-5> 추천 의향

구분	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀없다	3	1.5	1.5
없다	18	9.0	9.0
보통이다	67	33.7	33.7
많다	68	34.2	34.2
매우많다	43	21.6	21.6
합계	199	100.0	100.0

표 <4-5> 는 허균허난설헌 문화제 추천 의향에 대한 결과로서, 추천할 의향이 많다가 34.2%, 매우많다가 21.6%로 전체 허균허난설헌 문화제를 다른 사람에게 추천

할 의향은 55.8%로 나타났다.

〈4-6〉 재방문 의향

구분	빈도	퍼센트	유효 퍼센트
전혀없다	2	1.0	1.0
없다	11	5.5	5.5
보통이다	67	33.7	33.7
많다	66	33.2	33.2
매우많다	53	26.6	26.6
합계	199	100.0	100.0

재방문 의향에 대해서는 표 〈4-6〉에서 보는 바와 같이 매우많다가 26.6%, 많다가 33.2%로 나타나 향후 허균허난설헌 문화제 재방문의도는 59.8%로 방문자의 대부분이 향후 재방문을 할 것으로 나타났다.

V. 결론 및 시사점

본 연구는 강릉지역의 대표적인 향토문화관광축제인 허균·허난설헌 문화제를 대상으로 허균·허난설헌 문화제가 갖는 독특한 정체성과 향토성이 축제관광 프로그램 개발의 질적 향상을 가져다주며, 지역의 특성 및 관광자원을 활용한 프로그램 개발과 지역 활성화의 관점에서 고찰하였다. 실증분석에서는 만족도에 영향을 주는 요인(행사내용, 시설성, 효과성)에 따라 허균·허난설헌 문화제의 참가자들을 대상으로 축제관광 프로그램만족도를 살펴보고 규명하는데 있었다

본 연구는 한 지역의 축제가 관광행사로서의 생명력을 꾸준히 유지하고 질적 양적 측면에서 확대 성장되기 위해선 먼저 참가자에 대한 연구가 필요하다는데 뜻을 두어 본 연구에서는 허균·허난설헌 문화제참가자를 대상으로 실증조사를 실시했다. 그 결과에 따라 허균·허난설헌 문화제 참가자의 만족도에 대하여 만족요인(행사내용, 시설성, 효과성)과의 분석을 통해 시사점을 살펴보고, 행사내용의 개선방향과 활성화방안을 고찰해 보면 다음과 같다.

첫째, 허균·허난설헌 문화제에 대하여 참가자들의 정보는 대부분 옥외 광고물이나 구전 혹은 친지나 동료들에게 들어 참가한 것으로 조사되었다. 따라서 TV나 신문과 같은 대중매체를 통하여 정보를 들은 사람들이 매우 적는데, 이에 대한 재검토를 할 필요성이 있을 뿐만 아니라 허균·허난설헌 문화제에 대한 개최 취지를 모

른다가 전체 17.6%를 차지하고 있다. 그러므로 언론매체를 통하여 허균·허난설현 문화제의 개최 취지에 대한 홍보가 필요하며, 또한 컴퓨터의 보급이 급격히 증가하고 있는 상황을 감안할 때, 인터넷을 통한 홍보방안도 마련할 필요성이 있다.

대개 가족이나 친구를 동반하여 참여하는 경우가 많으므로 이와 같은 방문 형태에 맞는 프로그램개발이 선행되어야 하겠다. 그리고 조사대상자 대다수가 2번 이상 허균·허난설현 문화제에 참가했으나, 전체만족도는 비교적 낮게 나타났다. 그러나 앞으로의 참여 의향은 대부분이 긍정적으로 나타나 허균·허난설현 문화제에 대한 방문자들의 애착과 관심이 매우 높은 것으로 파악할 수 있다. 따라서 계속적으로 참가할 수 있는 유인책이 필요하며, 이들에게 새롭고, 신기함을 계속적으로 보여주는 다양한 행사 프로그램의 개발이 있어야 할 것이다. 참여일정 또한 참가자의 절반이 하루만 참가한다고 나타나고 있어 이에 대한 전략적인 대책도 필요할 것으로 보인다. 즉, 방문일정을 연장할 수 있도록 볼거리와 숙박시설의 확충이라는 시사점도 제공하고 있다.

둘째, 허균·허난설현 문화제 참가자의 성별과 연령에 따른 만족도의 차이를 검증한 결과 성별에 따른 만족도차이는 나타나지 않았으나, 연령에 따른 만족도에서는 화장실과 편의시설 등의 시설성과 강릉시 이미지 고양 그리고 가족, 친지와의 친목도모 등의 효과성에 만족도의 차이를 보이고 있다. 따라서 차이를 보이는 부분에는 연령에 맞는 차별화 정책을 실시하여 모든 세대가 만족할 수 있도록 축제행사를 준도가 전반적으로 낮게 나타나므로 이에 대한 시정이 필요하다. 그리고 참가자의 동반형태에서는 가족 및 친구와 함께 참여한 사람이 많았으나, 만족도에서는 행사내용과 시설성에서 낮게 나타났다. 그리고 전반적으로 혼자 참가한 경우가 만족도가 낮게 나타났으므로 이에 대한 대비책도 필요할 것으로 보여 진다. 따라서 동반형태를 고려하여 세분화되고 차별화된 프로그램이 필요하다.

셋째, 각종 행사에 참여한 사람들은 행사의 종류에 따라 만족도에 차이를 보이고 있으므로 행사별로 차별화를 통한 만족도를 제고시킬 수 있는 방안이 필요하다는 것을 시사해준다. 다양한 관광행사를 계획하여 그에 맞는 행사내용별 참가자 만족을 높이는 연구가 요구된다고 할 수 있다.

넷째, 강릉지역에서 개최되는 지역축제에 대하여 미리 인지하고 참여한 참가자는 인지하지 못하고 참여한 참가자보다 대부분 만족도가 높았다. 따라서 사전에 인지를 할 수 있도록 홍보를 강화하여야 하며, 참가자들이 미리 행사 내용을 숙지할 수 있도록 행사의 의의와 내용을 소개한 소책자를 홍보용으로 활용할 필요성이 있다.

한편, 허균·허난설현 문화제의 주요 변수에 의한 만족도에선 대다수의 항목에 만족도가 높지 않았으며, 특히 편의시설이나 물건 및 음식점 가격에 대한 견해가

매우 부정적으로 나타났으며, 볼거리 및 독특한 프로그램 개발에 관심을 가지고 강릉시의 지역 이미지 행사를 통해 지역 문화 발전과 지역 경제 활성화에 도움이 되는 축제 행사가 되도록 해야겠다. 문화행사라고 해서 지나치게 예술성만을 강조해 선 참가자의 만족을 거둘 수 없다는 점이다. 허균·허난설헌 문화제의 경우, 가족동반, 친구동반이 큰 비중을 차지하고 있는데, 이는 문화행사 프로그램이라고 해서 예술성추구 기획과 행사 운영에 집중했을 경우, 참가자들의 만족도를 낮추는 결과를 낳을 위험이 있음을 보여준다. 문화예술에 대한 순수 감상의 동기로 방문한 사람도 행사의 취지와 의의에 비취볼 때 중요하지만, 방문자의 대다수를 차지하는 예술 문외한의 참가자들이 만족스런 참여가 될 수 있도록 예술성과 오락성, 유희성이 조화롭게 안배된 축제행사가 되어야 할 것이다.

본 연구는 지역 이미지 제고와 지역축제 활성화 측면에서의 축제관광에 대하여 효과적이고 바람직한 이벤트 관광 창출과 프로그램 개발을 위한 방향을 제시함으로써 허균·허난설헌 문화제의 저변확대와 성장에 기여하고자 하였다. 본 연구에서는 강릉지역축제에 대한 만족도를 조사하였는데, 참가자의 대부분이 강릉시민들이기 때문에 외래 방문자나 외국인의 강릉지역 축제에 관한 인식에 대해 파악할 수 없다는 점과 짧은 일정이지만, 세부적으로 일정별 만족도를 측정하지 못한 한계를 가지고 있다. 차후에는 이와 같은 한계점들을 보완하는 후속연구가 이어졌으면 한다.

참고문헌

- 김계섭(1995), "이벤트 관광의 프로그램 개선방안,"h 관광학연구, 18(2): 159-186.
- 배만규(2002), "지역축제 개최결과와 표준평가속성 개발: 문화관광부선정 문화관광축제를 중심으로,"관광연구, 17(1): 175-194
- 안경모(1994), "향토문화축제의 관광자원화 전략에 관한 연구: 관광지 선택행동을 중심으로," 광운대학교 박사학위 논문.
- 오순환(1999), "지역축제의 실제와 경제적 효과: 이천 도자기 축제를 중심으로,"h 관광학연구, 22(3):202-221.
- 이용기.이덕우.이충기(2003), "지각된 환경단서가 방문객 만족과 충성도에 미치는 영향: 수안보 온천축제의 경우," 관광학연구, 27(1): 85-104.
- 이정자(1997), "이벤트 관광의 이해,"h 산업과 경영, 7(1).
- 이태희(1996), "지역 활성화와 이벤트 전략," 자치행정.
- 이훈.Deborah L. Kerstetter(1997), "방문자들의 예술축제 경험과 평가분석: 지역주민

참여자와 관광

- 자 비교 연구," 한양대 관광연구논총, 9: 126-141.
- 장정룡(2000), "축제와 세시," 한국 축제의 이론과 현장, 월인, 259-269.
- 정강환(1996), "지역 축제의 관광상품화 및 이벤트 개발전략에 관한 연구," 향토사연구, 9.
- (1996), "지역활성화를 위한 이벤트와 지역축제 진흥 방안," 지방행정연구, 11(3).
- 정병웅(2003), "지역축제 활성화 방안: 온양문화제 참가자의 행동 분석을 중심으로," 호텔경영학연구, 12(1): 215-230.
- 조명환(1997), "자갈치축제 활성화 방안," 관광.레저연구, 9(2): 151-168.
- 문화관광부(2003), 2003 문화관광축제 .
- Backman, K, Sh. Backman, M. Uysal, K. Mohr(1995), "An Examination of Motivation and Activities," Festival Management & Event Tourism, 3.
- Bultena, G.L., and L.L. Klessing(1969), "Satisfaction in camping: A Conceptualization and Guide to Social Research," Journal of leisure Research, 1: 348-354.
- Dann, Graham M.S.(1979), "Tourist Satisfaction: A Highly Complex Variable," Annals of Tourism Research, 5: 440-443.
- Gets Donald(1997), "Event Management and Event Tourism," New York: Cognizant Communication Corporation.
- Lapage, W.F.(1983), "Recreation Resource Management for Visitor Satisfaction," Journal of Park and Recreation Administration, 1(2): 37-44.
- Manning, Robert E.(1986), Studies in Outdoor Recreation: Search and Research for Satisfaction, Oregon State University Press.
- Pizam, Abraham, Yoram Neumann and Arie Reichel(1978), "Dimensions of Tourist Satisfaction with a Destination Area," Annals of Tourism Research, 5(3): 314-322.
- Richards Bill(1992), "How to Market: Tourist Attractions," Festivals & Special Events(UK: Longman).

On the Analysis of the Satisfaction of Participant on Regional Culture Festival

Gi-Dong Kim

ABSTRACT

The purposes of this study are the analysis by content of satisfaction level of participants in the event for the systematic, efficient event tourism program. For this analysis, it was researched if there was any difference in satisfaction level of participants in event by demographic characteristics, participation level and content of program. The results of this analysis are as follows: There was a difference in satisfaction level by participants characteristics in the event tourism. There was the more recognition, the higher participation level. There was higher participation and satisfaction level in participational and special program than exhibitory program.

This study has a limit that can't grasp the foreign visitors'f recognition for the event tourism in Gangneung district. But, it is very important to analyze the voluntary participation and interest of local residents and it may be the fruit of this study to of a new program and suggestion point through the analysis of satisfaction level for the Heo-kyun & Heo_Nan_Sul_Hun Cultural Festival.

Key Words: Cultural Festivals, Satisfaction, Intention to Recommend, Intention to Revisit