

스키활동에서 위험지각과 감정적 반응이 만족에 미치는 영향*

The Effect of Users' Perceived Risk and Emotional Response
on Satisfaction in Skiing

고 동 완 **

Ko, Dong-Wan

ABSTRACT

This study tested the structural equation model among skiers' perceived risks, perceived performance, emotional response, and overall satisfaction. The model consisted of 5 latent constructs and 8-path hypothesis, based on 315 questionnaires completed by skiers of Phoenix Park and Sungwoo Ski Resort in Korea. Skiers' positive emotional response and perceived performance were found to be negatively influenced by perceived risk, and overall satisfaction was closely influenced by positive emotional response. Likewise, perceived performance was negatively influenced by negative emotional response. Nonetheless, the hypothesized path relationships between perceived risk and negative emotional response and between perceived performance and positive and negative emotional response were rejected. In conclusion, the skiers' perceived risk and emotional experience could be useful in formulating management strategies for ski resorts and in understanding skiing activities.

핵심용어 : 스키활동, 위험지각, 감정적 반응, 구조방정식모형

* 이 논문은 2002년도 한국학술진흥재단의 지원에 의하여 연구되었음 (KRF-2002-003-B00386).

** 경기대학교 관광학부 관광개발학전공 조교수로 재직 중이며, 지역관광개발, 관광개발계획설계, 환경심리행태 분야에 관심이 있음. E-mail: dwko@kyonggi.ac.kr

I. 서 론

전통적으로 여가활동의 만족도 연구는 여가활동 과정의 감정, 즉 쾌락적 경험(hedonic experience)보다는 여가공간이 이용자에게 제공하는 효용적 가치(utilitarian value)를 중심으로 이루어져 왔는데 이러한 관점은 이용자의 인지적 측면에 초점을 맞춘 것이다. 즉, 인간은 논리적이고 종합적으로 사고하며, 이용자의 행동은 인지적이고 의식적인 정보처리에 의한 것으로 기대의 충족, 물리적 조건, 접근성, 지각된 서비스의 질 등과 같은 인지적 속성을 중심으로 평가하여 선호하거나 만족 또는 불만족 한다는 것이다. 이로부터 기존의 연구들은 주로 기대불일치 이론(expectation-disconfirmation model)에 근거하여 여가활동의 만족이 기대, 성과, 그리고 불일치에 의해 결정되는 것으로 간주하여 왔다. 이러한 경향은 심리학이나 소비자 행동분야의 연구에서도 마찬가지이며, 이는 1960년대 이후 인지이론의 혁명을 계기로 인간을 감성적으로 보기보다는 합리적인 의사결정자로 보는 학문적 전통과 감정은 생리적 반응과 관련된 심리현상으로 간주되었기 때문이다(이성식·전신현, 1995).

여가활동은 다단계(multiphase)의 다차원적(multidimensional) 활동으로 정의할 수 있다(Stewart, 1998). 이는 여가활동을 하는 동안 개인은 환경과 끊임없이 상호작용을 하게 되므로(Fridgen, 1984), 여가활동의 최종적인 성과의 양적 측면뿐만 아니라 여가공간 이용 도중에 발생할 수 있는 이용자의 다양한 심리적인 변화를 반영하는 감정의 경험적 측면에 관심을 가질 필요가 있다는 것이다. 이러한 관점은 1970년대 이후 새롭게 등장한 감정사회학 분야의 연구들과 소비자 연구 분야에서 제품 소비과정에서 발생하는 소비자의 다양한 감정적 반응과 고객만족과의 관련성에 대한 관심(Westbrook & Oliver, 1991; Oliver, 1993)과 같은 맥락이다. 특히, 감정적 측면을 고찰하기 위한 감정적 반응의 활용은 여가활동에서의 서비스 평가 등이 이용자의 주관적 인식에 의하여 좌우되는 경향이 있어 제품의 평가보다 애매모호한 특성이 있기 때문에(이유재, 1997) 상업적 판매 공간보다는 옥외 여가활동 공간에서 더 효율성이 높을 것으로 기대되고 있다.

스키 활동은 그 특성상 다른 여가활동과는 달리 신체적 운동 기능을 포함(전문 기술의 요구)하는 참여형 여가 활동으로 불특정 다수와 제한된 여가 공간을 공유하여야 하는 특성이 있으며, 상해 등의 안전사고의 위험성을 내포하고 있다. Williams와 Basford(1992)는 잠재 이용자를 대상으로 한 연구에서 위험지각이 스

키활동 참여의 기피 원인이라고 보고하고 있다. 이러한 점에서 스키 이용자들은 항상 일정부분 상해 등의 안전사고에 대한 위험을 지각하고 있고, 이러한 위험지각과 스키활동 과정에서의 감정적 반응은 지각된 성과 및 만족의 원인으로 가정할 수 있다.

본 연구는 여가활동에서 감정의 경험적 측면에 입각하여 이용자 만족에 대한 연구의 논의를 확장하기 위한 것이다. 기본적으로는 기존의 기대-불일치 이론으로 대표되는 성과에 대한 인지적 반응 위주의 만족도 모델을 확장하여 여가활동 과정에서의 감정적 반응을 포괄하는 여가활동의 만족모형을 설정하고 실증적으로 검증하는데 목적이 있다. 또한, 주제공원을 대상으로 한 선행연구의 결과를 스키활동으로 확장하여 논의함으로써 여가활동에서의 감정적 반응의 역할에 대한 일반화의 가능성을 검증하는 것을 포함하고 있다.

II. 이론적 배경

인간의 감정에 대한 관심은 1970년대 이후 인간은 인지적이면서 동시에 감정적인 존재라는 점, 그리고 인간행동을 완전하게 이해하기 위해서는 감정의 역할을 이해할 필요가 있다는 점에서 비롯되었다고 할 수 있다. 특히, 1980년대에 들어 일부 소비자행동 연구에서는 마케팅 자극에 대한 소비자의 반응은 인지적 관점보다는 감정적 관점에서 보아야 한다는 주장이 제기되면서 소비자의 구매행동은 합리적이고 논리적인 사고보다는 감정적 동기에서 이루어진다고 보는 경향이 많아졌다.

감정에 대한 정의는 매우 다양하며, 연구자들마다 서로 다른 개념으로 정의하여 사용하기도 한다.¹⁾ 그러나 대부분의 감정에 대한 정의에 있어서는 다음과 같은 네

1) 국내외적으로 '감정'과 '정서', 'Emotion'과 'Affect'를 혼용하거나 다르게 정의하는 경우가 많다. 국내의 경우 대체로 심리학계에서는 'Emotion'을 '정서'로 'Affect'를 '감정'으로 정의하는 경우가 많으나, 경영학계에서는 반대로 사용하는 경향이 많다. 여가·관광학계에서는 아직 소수이나 대체로 'Emotion'을 '감정'으로 'Affect'를 '정서'로 사용하고 있으며, 본 연구도 이에 따랐다. '감정'(emotion)과 '정서'(affect)의 위계와 관련하여서도 정서를 'valenced feeling state'로 정의하고, 이에는 감정(emotion)과 기분(mood)이 있다고 하여 정서를 '감정'보다 더 포괄적으로 보는 경우(Cohen & Areni, 1991)와 반대로 '감정'이 '정서'보다 더 포괄적으로 보는 경우(Holbrook & Barita, 1987)도 있으며 이를 전혀 구분하지 않고 동의어로 사용하는 경우도 있다(Carlson & Hatfield, 1992). 특징적으로 Russel과 Snodgrass(1987)는 '감정(emotion)'은 '정서적 평가(affective appraisal)', '감정적 삽화(emotional episodes)', 그리고 '기분'(mood)으로 구성된

가지의 구성요소를 지닌다고 할 수 있다(Thoits, 1989). 첫째는 감정경험에 있어서는 상황적 자극이나 맥락에 대한 평가가 있다는 점이고, 둘째는 생리학적 혹은 육체적 변화가 있다는 점이며, 셋째는 자유롭긴 혹은 제한적이건 간에 표현의 제스처가 있다는 점이다. 마지막으로 넷째는 이에 대한 문화적 규정이 있다는 점이다. 이 네 요소는 동시에 존재하지 않을 수 있다. 감정(emotion)은 느낌(feeling), 정서(affect), 기분(mood), 그리고 감상(sentiment)과 구분되는데, 일반적으로 느낌과 정서가 문화적 특성과 관련하여 고려될 때 이를 감정이라고 한다(Thoits, 1989; 이성식·전신현, 1995: 33 재인용).

쾌락적·경험적 소비자 행동모형(hedonic and experiential model)은 소비자는 감정적 동기에서 구매행동을 하며, 소비과정에서 즐거움, 쾌락과 같은 좋은 느낌을 경험하고자 한다고 가정한다(Holbrook & Hirschman, 1982). 이러한 시각에서 1980대 이후 미국에서는 소비관련 감정에 대한 연구가 지속적으로 수행되어 오고 있으나 국내에서는 비교적 최근에 활발하게 시도되고 있다(김광수·곽원일, 1998; 이학식·임지훈, 2001; 이학식·임지훈, 2002).

여가활동의 만족도 연구가 소비자행동 연구의 이론적 틀이나 발전과정과 궤를 같이하고 있고, Botterill(1987)과 van Raaij(1987)의 기대불일치 이론 적용의 논쟁, Stewart(1998)의 다단계적 경험으로서의 여가활동의 본질 등에 대한 주장에도 불구하고 감정적 요인에 대한 관심은 미흡한 실정이다. 제한적으로 여가시설 내에서의 감정적 형태의 분석(Unger & Kerman, 1983; 권익현·유창조, 1997; 오정학·김유일, 2001), 래프팅 여행에 있어서 쾌락적 경험의 의미 등의 연구(Arnold & Price, 1993)가 이루어지고 있으며, 관광지 이미지와 관련한 정서적 평가 등의 연구(Baloglou & McCleary, 1999; Kim & Richardson, 2003; 박석희·고동우, 2002)가 이루어지고 있다. 특징적으로 오정학과 김유일(2001)은 주제공원을 대상으로 기대불일치 모형에 감정적 반응을 통합하여 여가활동에서의 감정적 경험을 논의하였는데, 감정적 반응은 성과가 만족에 미치는 영향을 매개하면서 여가활동의 만족에서 중요한 역할을 하는 것으로 밝히고 있다.

다고 하여 '감정'을 상위의 포괄적 개념과 하위의 구체적 개념으로 구분하여 설명하고 있다.

III. 연구방법

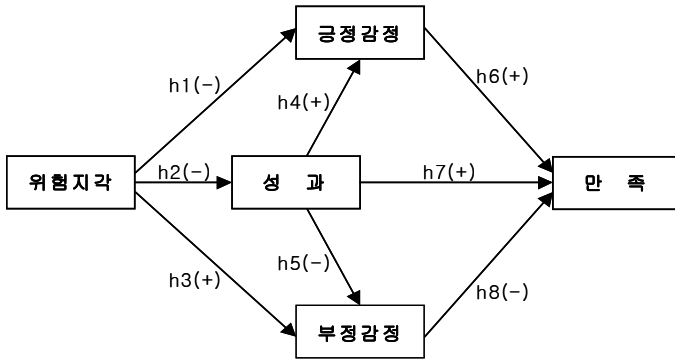
1. 연구모형

본 연구는 '감정적 반응'을 인지적 측면의 '지각된 성과'와 통합함으로써 여가활동의 이용자 만족을 더 잘 설명할 수 있을 것으로 가정하고 인지적 관점의 효용적 가치(utilitarian value)와 감정적 경험의 쾌락적 가치(hedonic value)의 통합적 평가를 시도하고 있다. 이로부터 스키활동에서의 위험지각(perceived risk), 지각된 성과(perceived performance), 감정적 반응(positive and negative emotional response) 및 만족(overall satisfaction)의 5개의 잠재개념간의 연구모형(그림 1)을 설정하고, 잠재개념 사이의 구조적 인과성을 검증하였다. 연구모형은 구체적으로 8개의 인과관계 가설을 포함하고 있다.

스키활동에서의 감정적 반응과 지각된 성과는 스키활동의 특성상 신체적 위험의 '위험지각'에 의하여 영향을 받는 것으로 가정하였다. 즉, 스키활동에서의 위험지각은 '긍정적 감정'을 경험하거나 '성과'의 평가에 부(-)의 영향을 미칠 것이며 (h1과 h2), '부정적 감정'에는 정(+)의 영향을 미치는 것(h3)으로 설정하였다.

'기대-불일치 이론'의 관점에서 보면 제품을 중심으로 한 연구에서도 '기대'와 '기대불일치가 소비자 만족에 영향을 미친다는 주장은 대체로 받아들여지기도 하지만 그와 상반되는 연구 결과(김광수·곽원일, 1998; Churchill & Surpenanat, 1982)도 역시 제시되고 있으며, '기대'의 개념과 존재유무, 역할, 측정방법 등은 중요한 이슈가 되어 있다(Botterill, 1987; van Raaji, 1987; van Raaji & Francken, 1984). 특히, 여가공간은 생산제품(product)이 아닌 이용시설이므로 그 속성상 '사전 기대'의 존재유무와 그 측정의 명확성에 의문이 제기될 수 있다. 또, '기대'가 존재한다고 하여도 여가활동의 다단계(multiphase)적 특성상 '기대'는 '여가공간'에서 측정하는 데는 한계가 있다. 즉, 특정의 여가활동에 대한 '기대'는 '여가공간'에 접근하는 과정(또는 그 이전 단계)에서 이미 변화할 가능성이 있다는 것이다. 따라서 기대의 수준은 기대의 시점에 측정되어야 하며(이학식, 1996; Teas, 1993), 대부분의 기존 연구에서처럼 '성과'와 동일한 시점에서 측정된 '기대'는 '사전 기대'와는 달리 '왜곡된 기대'일 수 있다. 오정학과 김유일(2001)은 이를 보완하기 위하여 주제공원 이용자를 대상으로 입장 시에 '기대'를 측정하고 퇴장 시에 '성과'와 '불일치'를 측정하여 검증한 결과 '기대'와 '불일치'는 '감정'이나 '만족도'에 영향을 미치지

않는 것으로 보고하였다. 대체로 소비자 행동 연구에서 기대가 만족에 직접적으로 영향을 미치지 않는 것은 그 영향력의 대부분이 다른 변수들(예를 들어, 지각된 성과)에 의해 매개되기 때문으로 보고 있다(Spreng, Mackenzie, & Olshacsy, 1996). 이러한 논의에서 '기대'와 '불일치는 만족도에 유의한 영향을 미치는 원인 및 매개 변수에서 제외하였으며, 지각된 성과가 만족도에 미치는 영향(h7)만을 인지적 관점의 효용적 평가의 관계로 설정하였다.



〈그림 1〉 연구모형

여가활동 과정에서 발생하는 쾌락적 경험으로서 '긍정적 감정'과 '부정적 감정'은 각각 '만족도'에 정(+) 또는 부(-)의 유의한 영향을 미치는 것으로 설정하였다(h6과 h8). 그리고 '지각된 성과'는 '긍정적 감정'과 '부정적 감정'은 각각 '만족도'에 정(+) 또는 부(-)의 유의한 영향을 미치는 것으로 설정하였다(h4과 h5). 이는 '긍정적 감정'과 '부정적 감정'이 '지각된 성과'가 '만족도'에 미치는 영향을 중개하는 매개변수의 역할을 포함하는 것으로 이들의 관계는 주제공원을 대상으로 한 선행연구(오정학·김유일, 2001)에서 이미 확인된 바 있다.

2. 조사대상지 및 자료수집

자료수집을 위한 공간적 범위의 조사대상지는 스키장의 입지유형 특성으로서 도시근교권과 리조트형(김지현 외, 1994)의 특성을 검유하고, 시설 등을 고려할 때 우리 나라의 스키활동 공간으로 대표성이 있으면서 유사한 장소적 특성을 가지는 것으로 판단되는 '보광휘닉스파크'와 '현대성우리조트' 스키장을 선정하였다.

설문조사는 주중과 주말의 이용 특성을 반영할 수 있도록 주말과 주중(2003년 1월 19~21일 및 24일)을 포함하여 실시하였다. 표본추출은 각 스키장의 스키하우스, 식당 등에서 만나는 스키장 이용자를 대상으로 임의추출하였고, 조사원에게는 충분한 사전 교육을 통하여 측정의 편의를 최소화하였다. 설문지는 자기기입식 설문지로 폐쇄형 질문을 사용하였으며, 응답자의 인구통계학적 특성(13항목)과 지각된 성과(13항목), 위험지각(15항목), 감정적 반응(10항목) 및 만족 수준(3개 항목)을 5점의 리커트 척도(전혀 그렇지 않다↔매우 그렇다)를 사용하여 측정하였다.

〈표 1〉 표본 및 설문조사

조사 대상지	배부	회수	회수율(%)	비고
보광휘닉스파크	200	164	82.0	
현대성우리조트	200	151	75.5	
소 계	400	315	78.8	

〈표 1〉은 표본 및 설문조사의 내용이다. 응답자(n=315)는 스키 이용자(58.4%, 184명)가 스노우보드 이용자(37.5%, 118명)가 더 많으며, 보호자 또는 동반자로 스키 또는 보드를 하지 않는 응답자는 4.1%(13명)이다. 응답자의 연령은 20~29세가 47.0%(148명), 30~39세가 25.1%(79명)로 전체의 72%를 차지하고, 성별은 남자가 55.2%(174명), 여자가 44.8%(141명)로 남자가 다소 많았다.

교육수준은 대(재)졸 이하가 49.8%(157명)로 가장 많고, 대학원(재)졸 이상은 20.6%(65명)로 응답자의 70.4%가 고학력자이다. 직업은 학생 34.6%(109명), 전문기술직(교원 등) 21.3%(67명), 전문직(의사 등) 11.1%(35명) 순으로 많았다.

거주지역은 서울과 인천·경기도 거주자가 79.0%(249명)로 대부분을 차지하며, 스키장까지의 소요시간은 3시간 이내(78.1%, 246명)가 대부분이고, 체류기간은 2박 3일 92명(29.2%), 1박 2일 91명(28.9%), 당일 이용자 72명(22.9%), 3박 4일 이상의 장기 체류자 60명(19.4%)의 순으로 많았다.

자신의 스키/보드 능력에 대해서는 초보 123명(39.0%), 중급 117명(37.1%)으로 비슷하고, 상급이라고 응답한 사람은 68명(21.6%)이다. 스키장 안전사고를 본인이나 주변사람이 경험했다고 응답한 비율이 59.0%(186명)이며 경험한 적이 없다고 응답한 비율은 41.0%(129명)이다.

IV. 결과 및 고찰

1. 척도의 타당성 검토 및 측정모형의 도출

구조방정식 모형 분석(analysis of structural equation modeling)에 있어서 가장 중요한 문제는 각각의 잠재개념을 잘 지시, 설명하는 측정변수를 구체화하는 것으로, 측정변수가 얼마만큼 각 개념과 연관될 수 있는가의 측정모형(measurement model) 구축의 문제이다. 측정변수의 구체화는 구조방정식 모형이 간명성의 원칙이 유지되고, 측정 척도의 일반화에 초점을 두고 검토하였다.

본 연구의 척도는 기본적으로 선행연구(오정학·김유일, 2001)를 따랐다. 이는 본 연구의 과제인 여가활동에서의 효용적 가치와 쾌락적 가치의 통합적 논의가 부족한 실정에서 선행연구가 매우 의미있는 결과를 제공하였다는 점에서 이를 발전적으로 논의하기 위한 것이다. 구체적으로 주제공원에서 감정적 반응이 성과와 만족의 관계를 매개하는 것으로 밝힌 선행연구의 결과가 여가활동의 특성이 다른 스키활동에서 지지될 수 있는가, 즉 일반화의 가능성을 검증하고자 하였다.

1) 위험지각

위험지각은 선행연구(오정학·김유일, 2001)와는 달리 본 연구에서 외생개념으로 설정되었으며, 측정항목은 탐색적으로 15개 항목을 선정하여 검토하였다. 본 연구에서의 위험지각은 신체적 위험의 지각(perceived physical risk)으로 정의하였고, 항목의 선정은 이와 관련한 선행연구(고동완, 2002)를 토대로 스키활동이 가지는 내재적 위험성, 위험성에 따른 스키 참여의 기피 또는 중단, 활동의 제약, 이용의 통제 및 관리, 그리고 현장에서의 위험상황의 경험의 측면에서 선정하였다. <표 2>는 위험지각의 측정항목에 대한 문항분석, 요인분석 및 신뢰도 분석의 결과를 종합한 것이다.

먼저, 15개 측정항목에 대한 문항분석으로 평균이 지나치게 크거나(4이상) 작으면서(2이하) 동시에 표준편차가 너무 크거나(2이상) 작은 경우(0.5이하)가 있는지를 검토하였으나 모든 항목에서 안정된 범위에 있는 것으로 나타났다. 이러한 항목은 편포된 상태로 수렴되어 변별력이 떨어지거나 응답범위가 넓어 적중력이 떨어지기 때문이다(김철민, 1996).

다음으로 탐색적 요인분석(주성분분석, Varimax 회전)을 실시한 결과 5개의 요

인으로 축약되었으며, 전체의 64%를 설명할 수 있었다. 각 측정항목의 요인적재치를 검토한 결과 일반적 기준인 0.3 이상(Hair et al., 1995)으로 안정된 요인구조를 가지는 것으로 판단하고 각각의 요인을 명명하였다. 요인 1은 스키활동의 내재적 위험과 관련되므로 '내재위험'(29.2%)으로, 요인 2는 스키를 그만두려고 생각하게 하는 위험으로 '기피위험'(11.5%)으로, 요인 3은 조심하라고 권유하는 항목으로 '안전권유'(8.8%)로, 요인 4는 펜스설치 등 안전관리 항목들로 '관리강화'(7.5%)로, 요인 5는 위험한 상황과 경험한 '위험상황'(6.8%)로 명명하였다.

〈표 2〉 위험지각 척도의 타당성 검토

측정항목*	문항분석		요인 분석					신뢰도 계수
	평균	표준편차	요인 1 내재위험	요인 2 기피위험	요인 3 안전권유	요인 4 관리강화	요인 5 위험상황	
스키는 다른 여가보다 위험	2.64	1.07	.764					.76
스키는 위험한 여가활동	2.43	1.05	.762					
스키를 탈 때는 항상 조심	1.77	.72	.675					
나도 사고 당할 수 있다	1.89	.73	.625					
위험 때문에 다른 슬로프 기피	3.34	1.23		.789				.58
스키를 중단하려고 생각해 봄	3.74	1.11		.784				
타인에게 조심하라고 권유	2.22	.92			.724			.59
음주·식할강·과속 안함	1.99	.96			.705			
스키를 안하는 사람이 있음	2.17	.85			.625			
홍보 및 안전요원 활동 강화	1.65	.73				.830		.75
슬로프 관리, 안전펜스 설치	1.61	.74				.805		
더 안전한 곳 이용 고려	1.99	.94				.713		
난폭 이용자 이용 통제 필요	1.73	.80				.525		
나 때문에 사고 위험 유발	3.00	1.08					.831	.57
타인 때문에 사고 위험 경험	2.47	1.16					.803	

주: * '전혀 그렇지 않다(1점) ↔ 매우 그렇다(5 점)'의 리커트 척도로 측정된 후 만족 등의 다른 측정항목과 문맥을 같은 방향으로 하기 위해 1→5, 2→4, 4→2, 5→1로 치환하여 분석함

요인분석의 결과를 토대로 신뢰도 분석을 실시한 결과 요인 1(내재위험)과 요인 4(관리강화)는 신뢰도 계수가 각각 .76과 .75로 안정된 내적합치도를 가지는 것으로 나타났으나, 나머지 3개 요인의 신뢰도 계수는 .57~.59의 수준으로 다소 불만족스러웠다. 그러나 이들 3개 요인에서 항목-총점간 상관은 .31~.40으로 일반적 기준을 상회하고 있으므로 다소 불만족스러운 내적합치도이긴 하지만 각 측정항목을 합산평정하여 구조방정식 모형 분석의 측정변수로 사용하였다.

2) 성 과

본 연구는 성과의 측정항목을 크게 편익과 비용으로 대별한 후, 편익은 물리적인 시설(매력물)과 무형의 서비스(서비스)로 세분하고, 비용은 시간적 비용(접근성)과 경제적 비용(비용)으로 구분하여 다수의 측정항목으로 구성된 선행연구(오정학·김유일, 2001)의 척도를 일부 수정하여 사용하였다. <표 3>은 성과의 측정항목에 대한 문항분석 및 신뢰도 분석의 결과를 종합한 것이다.

지각된 성과 항목은 사전에 4개의 차원으로 구분하여 측정하였기 때문에 요인분석은 실시하지 않았다. 문항분석을 통하여 평균과 표준편차를 검토한 결과 안정된 범위로 판단되어 각 차원별로 신뢰도 분석을 실시하여 내적 합치도를 검토하였다.

<표 3> 성과 척도의 타당성 검토

측 정 항 목	문항분석		신뢰도계수	
	평 균	표준편차		
매 력 물	새롭고 유익한 기회	3.97	.74	.71
	일상과 다른 분위기	4.15	.67	
	스키장 환경의 쾌적성	3.66	.70	
	이용시설의 선호 수준	3.61	.80	
서 비 스	제공되는 장비, 음식의 다양성	2.83	.91	.61
	편의시설의 이용 편리성	3.34	.87	
	서비스의 친절 수준	3.39	.84	
접 근 성	대기시간의 적절성	3.14	.99	.68
	이동 및 접근의 편리성	3.32	.89	
	도달시간 및 접근 용이성	3.25	.98	
비 용	시설이용 비용의 적절성	2.48	.98	.80
	식음료 가격의 적절성	2.11	.92	
	판매상품 가격의 적절성	2.34	.87	

그 결과 3개 측정항목으로 구성된 '서비스' 차원의 경우 .61로 다소 낮았지만 특징적으로 문제되는 항목은 없는 것으로 판단되어 각 차원별로 측정항목을 합산평정하여 구조방정식 모형 분석의 측정변수로 사용하였다.

3) 긍정적/부정적 감정

감정적 반응의 측정은 Izard(1977)의 DES척도를 이용한 선행연구(오정학·김유일, 2001)의 척도를 사용하였다. 이 척도는 (이후에 보완된 DES- II 척도와 더불어) 일상적인 감정 척도라는 비판도 있으나 많은 연구에서 척도의 타당성과 유용성이 확인되었으며(Oliver, 1993; Westbrook & Oliver, 1991), DES- II 척도는 소비감정 척도로 가장 많이 쓰이고 있다(Richins, 1997).²⁾ 다만, 선행연구에서는 주제공원의 특성을 감안하여 '환상적(fantastic)'이라는 긍정적 감정을 추가하여 사용하였으나 본 연구에서는 제외하였다.

Izard(1977)의 DES(Differential Emotions Scale)척도는 기본적인 감정으로 즐거움(enjoyment), 흥미(interest), 놀라움(surprise: 재미/기쁨)의 3개 긍정적 감정과 화남/분노(anger), 반감/싫증/혐오(disgust), 무시/모욕/경멸(contempt), 수치심/부끄러움/창피스러움(shame/shyness), 죄책감/양심의 가책(guilt), 걱정/불안/두려움(fear), 우울/슬픔(distress/sadness)의 7개 부정적 감정을 제안하였는데, DES-II 척도(Izard, 1989)는 이 10개의 감정 당 3개의 형용사를 두어 모두 30개의 항목으로 개발한 것이다.

〈표 4〉 긍정적/부정적 감정 척도의 타당성 검토

측정항목	문항분석		신뢰도계수	
	평균	표준편차		
긍정적 감정	유쾌하고 즐거움	4.00	.69	.80
	흥미 또는 관심	4.16	.75	
	재미있고 기쁨	4.17	.69	
외부적 부정적 감정	화가 나거나 분노	3.17	1.01	.70
	반감이나 싫증	3.02	.98	
	무시나 모욕감	2.17	.91	
내부적 부정적 감정	부끄럽거나 창피스러움	2.17	.94	.75
	죄책감 또는 양심의 가책	1.93	.82	
상황적 부정적 감정	걱정이 되거나 불안감	2.58	1.04	.70
	우울하거나 슬픔	2.07	.94	

2) 감정측정 척도로는 이외에도 Plutchik(1980)의 8-Primary Emotions 척도, Mehrabian & Russel(1974)의 PAD 척도, Watson, Clark, & Tellegen(1988)의 PANAS척도, Batra & Holbrook(1990)의 광고감정 척도, 그리고 Richins(1997)의 CES 척도 등이 사용되고 있다.

〈표 4〉는 긍정적/부정적 감정의 측정항목에 대한 문항분석 및 신뢰도 분석의 결과를 종합한 것이다. 문항분석을 통하여 평균과 표준편차를 검토한 결과 긍정적 감정의 3개 측정항목은 평균값이 4 이상으로 다소 불만족스럽지만 동시에 표준편차가 2를 상회하거나 .5 보다 작지 아니하므로 각각을 구조방정식 모형의 측정변수로 사용하였다. 그리고 각 차원별로 신뢰도 분석을 실시하여 내적 합치도를 검토한 결과 신뢰도 계수는 3개 차원에서 모두 .70 이상으로 일반적 기준을 충족하고 있으므로 각 차원별로 측정항목을 합산평정하여 구조방정식 모형 분석의 측정변수로 사용하였다.

4) 만족

스키활동의 총체적 표현으로서 만족은 3개 항목으로 측정하였다. 문항분석의 결과 평균 및 표준편차의 편포나 과도한 적중률의 문제는 나타나지 않았으며, 신뢰도 분석의 결과 안정된 내적합치도(.77)를 가지는 것으로 나타났다. 각 측정항목은 구조방정식 모형 분석의 측정변수로 직접 사용하였으며, 타당성 검토의 결과는 〈표 5〉에 포함하였다.

〈표 5〉 측정변수의 타당성 검토

잠재개념	측정변수	문항분석		신뢰도분석		
		평균	표준편차	항목-총점간 상관	항목제거시 신뢰도 계수	신뢰도 계수
위험지각	X1 내재위험	2.18	.68	.51	.48	.65
	X2 기피위험	3.53	.98	.30	.60	
	X3 안전권유	2.12	.67	.43	.52	
	X4 관리강화	1.75	.62	.44	.63	
	X5 위험상황*	2.74	.94	.23	.64	
긍정적 감정	Y1 유쾌하고 즐거움	4.00	.69	.51	.86	.80
	Y2 흥미 또는 호기심	4.16	.75	.68	.69	
	Y3 재미있고 기쁨	4.17	.69	.77	.60	
성 과	Y4 매력 물	3.84	.53	.32	.64	.64
	Y5 서비스	3.08	.76	.46	.55	
	Y6 접근성	3.23	.74	.51	.51	
	Y7 비용	2.31	.77	.42	.58	
부정적 감정	Y8 외부적	2.78	.76	.41	.75	.71
	Y9 내부적	2.05	.78	.62	.50	
	Y10 상황적	2.32	.86	.56	.58	
만족	Y11 스키장 선택의 가치	3.95	.65	.64	.64	.77
	Y12 경험의 가치	3.63	.78	.60	.67	
	Y13 종합적 만족의 수준	3.77	.74	.55	.72	

주: *신뢰도 분석 후 제거된 측정변수임

5) 측정모형의 도출

〈표 5〉는 연구모형을 구성하는 5개 잠재개념의 측정항목 척도에 대한 타당성 검토의 결과를 토대로 도출된 구조방정식모형의 측정변수에 대한 문항분석 및 신뢰도 분석 결과이다. 전체적으로 각각의 잠재개념을 구성하는 측정변수에 대한 문항분석의 결과 편포되거나 적중력이 떨어지는 경우는 없으며, 신뢰도분석의 결과 비교적 안정된 내적합치도(신뢰도계수 .64~.80)를 가지는 것으로 나타났다.

그러나 '위험지각' 개념의 '위험상향' 변수(척도의 타당성 검토에서 요인 5)의 경우 비록 이 항목을 제거하여도 신뢰도 계수의 상승을 기대하기는 어렵지만 항목-총점간 상관²이 .23으로 일반적 기준보다 낮았다. 이 측정변수를 구성하는 2개 항목의 평균과 표준편차(표 2)는 다소 적중력이 떨어지며, 신뢰도 분석에서의 낮은 항목-총점간 상관은 구조방정식모형 분석에서 이론변수에 대한 낮은 설명력(요인부하량)으로 나타나게 된다. 따라서 이 측정변수는 측정모형에서 제거하여 '위험지각'의 잠재개념은 최종적으로 4개의 측정변수로 구성하였다. '긍정적 감정' 개념의 '유쾌하고 즐거움'의 변수를 제거하는 경우 신뢰도 계수가 .80에서 .86으로 상승하지만 이미 적절한 기준의 내적 합치도를 가지고 편포되는 등의 문제는 없는 것으로 판단되어 제거하지 않았다.

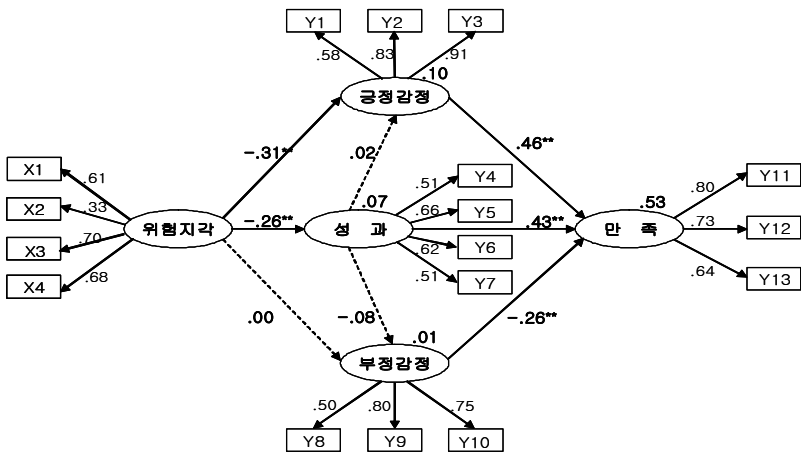
2. 구조방정식 모형의 추정과 부합도 평가

구조방정식 모형 분석의 결과 제안된 연구모형은 회귀적(recursive)이며, 9단계 회전을 거쳐 최소화되어 인정되었으며, 〈그림 2〉는 연구모형의 추정 결과이다.

먼저, 모형 추정의 부합도 지수로서 카이제곱통계량(likelihood ratio Chi-square: χ^2)은 421.3(d.f.=111, p=.000)로 매우 높게 나타났으며, 표준카이제곱값(normed χ^2)은 3.79로 관대한 권장 점합수준(3.0~5.0)이다. 카이제곱 통계량은 표본의 크기에 매우 민감하게 반응하며, 표본크기가 200 이상이면 대부분의 경우 유의적인 차이가 있는 것으로 결과를 제시하기 때문에 다른 부합지수를 종합적으로 고려하는 것이 바람직하다(조선배, 1996).

절대부합지수로서 기초부합지수(GFI=.862)는 권장수준(>.90)에 다소 미치지 못하지만 원소평균자승잔차(RMR=.056)는 권장수준(.05 또는 .08 이하)의 임계 범위이고, 카이제곱 값의 한계점을 보완하기 위해 개발된 근사원소평균자승잔차(RMSEA)도 .093으로 관대한 수준의 범위(<.08)을 벗어났다.

이러한 결과에서 표준화 정산된 연구모형은 일반적 권장 수준의 부합도 지수의 기준에서는 안정적 수준으로 보기에 다소 미흡한 점이 있다. 그러나 부합도 지수는 다양한 평가 기준 중의 하나로 통계적 우위성을 비교하는 것이며, 이외에도 모형의 비교는 이용상의 편리성, 연구·조사시의 편리성 등의 기준이 포함될 수 있다.



주: 1) * $p < .05$, ** $p < .01$
 2) 점선은 $p < .05$ 의 유의수준에서 기각된 경로임

〈그림 2〉 표준화 정산된 연구모형

따라서 제안된 연구모형이 다소 미흡한 부합도 지수를 나타내고 있음에도 불구하고 모형 추정의 결과를 논의하기로 하였다. 이는 본 연구의 목적이 선행연구와의 비교를 포함하고 있다는 점에서 높은 부합도를 가지는 모형의 개발도 중요하지만 그 관련성을 잘 설명할 수 있는 모형이 요구되었기 때문이다. 또한, 확인적 요인분석은 잠재개념의 측정에 대한 척도의 타당성 평가에 유용한 분석방법으로 구조방정식모형에서 이론모형의 추정 이전에 측정변수들간의 인과관계를 사전에 검증하는데 이의가 있다. 분석 결과에서 각 요인에 대한 요인부하량을 살펴보면 모두 요인분석의 일반적 기준의 .30(Hair et al., 1995)을 상회하였다. '위험지각' 개념의 '기피위험'(X2) 변수의 요인부하량이 .33로 다소 낮은 수준(요인분산설명력 11%)이나 '위험지각'만을 대상으로 실시한 확인적 요인분석의 결과는 .374로 측정변수의 구성은 타당성이 있는 것으로 나타났으므로 정산된 구조방정식 모형의 구체적인 결과에 대한 논의는 큰 무리는 없는 것으로 판단된다.

3. 연구모형의 평가

구조방정식 모형 분석의 결과 연구모형에서 설정된 8개의 인과관계 가설 중에서 1개의 가설은 $p < .05$ 의 유의수준에서, 4개의 가설은 $p < .01$ 의 유의수준에서 지지되었으나, 3개의 가설은 $p < .05$ 의 유의수준에서 기각되었다. <표 6>은 독립변수가 종속변수에 미치는 영향을 직접효과와 간접효과로 구분한 것이다.

스키활동에서 위험지각이 긍정적 감정에 미치는 영향(h1: C.R. = -3.46, $p < .001$, Beta = -.306)과 성과에 미치는 영향(h2: C.R. = -2.70, $p < .01$, Beta = -.263)은 부의 관계로 지지되었으나, 부정감정에 미치는 영향(h3)은 기각되었다. 이러한 결과에서 스키활동에서 이용자의 지각된 신체적 위험은 쾌락적 가치인 긍정적 감정의 반응과 효용적 가치의 성과의 지각에 유의한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

<표 6> 독립변수가 종속변수에 미치는 영향

구 분	위험지각 → 긍정감정	위험지각 → 성 과	위험지각 → 부정감정	성 과 → 긍정감정	성 과 → 부정감정	긍정감정 → 만 족	성 과 → 만 족	부정감정 → 만 족
총 효 과	-.311	-.263	-.023	.017	-.083	.465	.457	-.260
직접효과	-.306	-.263	-.001	.017	-.083	.465	.428	-.260
간접효과	-.005	-	.022	-	-	-	.029	-
교정지수*	-3.46**	-2.70**	.01	.22	-.94	6.42**	5.38**	-3.92**

주: 1) 직접효과의 교정지수임. * $p < .05$, ** $p < .01$.

그러나 지각된 위험은 부정적 감정에 영향을 미치지 않는 것으로 나타난 것은 감정관리의 측면에서 이해해 볼 수 있으나 후속연구 등을 통하여 보다 심층적인 논의가 요구된다. 감정관리는 느끼는 느낌과는 다르게 의도적으로 외부에 표현하는 감정표현의 관리 및 조절을 한다는 것으로 감정은 인지적인 경험을 변화함으로써 조절될 수 있다(이성식·전신현, 1995: 196)는 것이다. 또 하나는 본 연구에서 사용한 DES 척도는 그 자체가 내용의 이중성을 내포하고 있으며(DES- II 척도는 이를 보완하여 3개의 형용사로 구분), 본 연구에서 위험지각과 부정적 감정의 관계가 유의하지 못한 것은 이를 포함하여 발전적으로 논의되어야 할 것이다.

지각된 성과가 긍정적 감정에 미치는 영향(h4: C.R. = .22)과 부정적 감정에 미치는 영향(h5: C.R. = -.94)은 기각되었다. 이는 주제공원(애버랜드)을 대상으로 한 선행연구(오정학·김유일, 2001)에서는 강력하게 지지되었으나($p < .001$ 의 수준) 본 연구의 측정항목이 기본적으로 선행연구와 동일하게 사용하였다는 점에서 주목된다.

결과적으로 이러한 결과는 여가활동의 특성과 관련이 있는 것으로 판단된다. 주제공원은 다양한 놀이시설을 중심으로 한 여가활동으로 매력성, 서비스, 접근성, 비용 등의 성과 평가는 감정적 반응에 영향을 미치지만 스키활동은 스키의 숙련을 위한 추가적인 개인의 노력이 요구되고 스키 능력의 향상이 활동의 목적이 될 수 있다는 점에서 이해할 수 있다. 즉, 여가활동에서 지각된 성과가 감정적 반응에 미치는 영향은 여가활동 및 여가공간의 특성에 따라 달라질 수 있다는 것이다.

지각된 성과가 만족에 미치는 영향(h7; C.R.=5.38, $p<.001$, Beta=.428), 긍정적 감정이 만족에 미치는 영향(h6; C.R.=6.42, $p<.001$, Beta=.465) 부정적 감정이 만족에 미치는 영향(h8; C.R.=-3.92, $p<.001$, Beta=-.26)은 지지되었으며, 이는 선행연구와 같은 결과이다. 특히, 긍정적 감정이 만족에 미치는 영향은 지각된 성과가 만족에 미치는 직접효과보다도 높으며(.465).428), 부정적 감정 역시 영향력이 높다는 점에서(-.27) 감정적 반응은 스키활동에서 매우 중요한 만족요인이라고 할 수 있다.

지각된 성과, 긍정적 감정, 그리고 부정적 감정이 만족에 미치는 영향(경로계수)을 선행연구와 비교하여 보면 본 연구에서 성과가 감정적 반응에 미치는 영향이 지각된 것을 이해하는데 도움이 된다. 본 연구에서 지각된 성과가 만족에 미치는 영향은 .457(직접효과 .428, 간접효과 .029)이나 선행연구에서는 .73(직접효과 .34, 간접효과 .38)으로 매우 높았으며, 긍정적 감정이 만족에 미치는 영향은 본 연구의 경우 .465이나 선행연구는 .22로 낮았고, 부정적 감정이 만족에 미치는 영향은 본 연구 -.26, 선행연구 -.25로 비슷한 수준이다. 즉, 주제공원에서의 여가활동은 성과 자체가 중요하고 성과가 만족에 중요한 역할을 한다는 점에서 감정적 반응도 성과에 의하여 영향을 받는 것으로 이해할 수 있으며, 이러한 차이는 기본적으로 여가활동 및 공간 특성의 차이 때문으로 판단된다.

V. 결 론

본 연구는 '감정적 반응'을 인지적 측면의 '지각된 성과'와 통합함으로써 여가활동의 이용자 만족을 더 잘 설명할 수 있을 것으로 가정하고, 스키활동에서의 인지적 관점의 효용적 가치(utilitarian value)와 감정적 경험의 쾌락적 가치(hedonic value)의 통합적 평가를 시도한 것이다. 스키활동에서의 위험지각, 지각된 성과, 긍정적/부정적 감정 및 만족의 5개의 잠재개념 간의 연구모형을 설정하고, 구조방정식 모형 분석을 통하여 구조적인과성(structural causality)을 검증하였다. 이와 관

련하여 주제공원(에버랜드)을 대상으로 한 선행연구와의 비교 논의를 위하여 측정 항목의 구성은 기본적으로 선행연구를 따랐다.

연구 결과 위험지각은 긍정적 감정과 성과에 부(-)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 긍정적 감정과 성과는 만족에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 반면, 부정적 감정은 만족에 부(-)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, 긍정적 감정이 만족에 미치는 직접효과는 성과가 만족에 직접적으로 미치는 총효과보다도 크고(.465).457), 부정적 감정은 다른 경로에 의해 부의 영향(-.26)을 미친다는 점에서 스키활동에서 감정적 경험은 만족의 중요한 요인으로 나타났다(연구모형의 전체 설명력은 52%). 이러한 결과에서 스키활동의 신체적 위험지각은 긍정적 감정의 경험이나 성과의 지각, 그리고 총체적인 표현으로서 만족에 부의 영향을 미치는 외생개념임을 알 수 있었다. 따라서 스키활동에서는 긍정적 감정의 경험을 강화하고 위험지각 및 부정적 감정의 경험을 줄이는 전략이 궁극적으로 만족을 높이는 수단이 될 수 있다.

그러나 주제공원을 대상으로 한 선행연구와는 달리 성과는 긍정적/부정적 감정에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 본 연구가 선행연구와는 달리 기대와 불일치 개념을 포함하지 않은 이유로 볼 수도 있지만 기본적으로는 여가활동 및 여가공간 특성의 차이 때문으로 판단된다. 다른 한편으로는 감정의 측정과 관련하여 생각해 볼 수 있다. 본 연구에서는 선행연구를 고려하여 Izard(1977)의 DES 척도를 사용하였는데, 이 척도는 소비자의 감정을 측정하는데 많이 사용되고 있기는 하지만 심리학적인 일상적인 감정척도로 평가되고 있으며(Richins, 1997), 발전된 DES-II 척도와는 달리 내용의 이중성을 내포하고 있다. 또, 환경심리학적 관점에서 보면 지각된 물리적 환경의 특성과 그에 대한 반응은 장소적 특성을 반영한다. 따라서 하나의 장소적 특성을 가지는 스키장이라는 여가공간에서의 '특정한 성과'와 '일상적인 감정'의 관련성은 낮을 수 있다. 이러한 측면에서 보면 감정자체를 측정하는 DES척도 대신에 환경적 자극(environmental stimuli)에 의해 유도되는 지각된 즐거움(pleasure), 흥분·각성(arousal), 그리고 통제감(dominance)을 측정하기 위한 척도(각 차원당 6개의 의미차별항목을 두어 18개 항목으로 구성)로 감정상태의 기본차원에 관심이 있는 경우 유용한 것으로 평가(Richins, 1997)되고 있는 PAD(Pleasure-Arousal - Dominance)척도(Mehrabian & Russel, 1974)를 사용한다면 다른 결과가 나타날 수도 있을 것으로 판단된다.

따라서 여가활동에서의 감정적 반응의 역할에 대하여 조금하게 일반화하는 것은 문제가 있으며, 향후 PAD 척도를 적용하여 비교하는 등 보다 정교한 후속연구

를 통하여 논의되어야 할 것으로 판단된다. 특히 정적 여가활동에서부터 동적 여가 활동까지 연구 대상을 확대하고, 여가활동 및 여가공간의 특성, 그리고 감정척도의 개발 및 적용의 측면에서 포괄적으로 논의할 필요가 있다.

결론적으로 스키활동에서 위험지각과 감정적 경험은 여러 측면을 종합한 총체적 표현으로서 만족에 중요한 역할을 하고 있으며, 효용적 측면의 성과와 쾌락적 측면의 감정적 반응의 통합적 논의는 매우 유용한 결과를 제공할 수 있었다. 여가활동은 기본적으로 기쁨이나 즐거움의 극대화를 도모한다는 측면이 있다는 점에서 여가활동 과정에서의 감정적 경험에 대한 논의가 확대되기를 기대한다. 그리고 본 연구의 결과는 스키장의 계획 및 운영에 있어서 감정적 측면의 질적 경험을 강화하는 것과 여가활동이 일반 생산품의 소비와 다른 측면이 있고, 감정의 문화적 특질을 고려하면 여가활동의 감정척도 개발이 중요한 과제임을 시사하고 있다.

그러나 본 연구는 측정항목의 내용의 이중성(double-barrelled) 과 두 개의 스키장에서 조사한 후 통합하여 분석하는 과정에서 '장소적 특성'을 무시하였다는 중요한 연구의 한계를 내포하고 있다. 이는 기본적으로 선행연구와의 비교라는 절차의 과정과 입지조건, 이용행태 및 시설특성의 유사성, 그리고 연구결과의 일반화의 측면에서 이루어졌으나(또한, 독립적으로 분석한 결과 유의한 차이는 없었지만) 본 연구는 이러한 약점으로부터 자유롭지 못하며, 연구 결과에 대한 제약이 되고 있다. 특히, 감정적 반응의 측정과 관련한 내용의 이중성은 위험지각과 부정적 감정의 유의하지 않은 관계의 결과에 영향을 미칠 수 있었을 것이라는 점에서 후속연구에서는 이에 대한 고려가 필요하다고 판단된다.

참고문헌

- 고동완(2002). 스키장 이용자의 규범과 안전사고에 대한 태도. 『한국관광학회 제 52차 학술 연구발표 논문집』, 355~366
- 권익현·유창조(1997). 레저시설 내에서의 소비자 감정적 반응에 대한 실증연구. 『소비자학연구』, 8(1): 59~77.
- 김광수·곽원일(1998). 소비자 만족 형성 과정에 대한 감정 반응의 역할. 『한국마케팅저널』, 1: B1~B38.
- 김지현·노정실·김한도·김유일(1994). 스키장 이용실태 및 이용자 만족도에 관한 연구. 『한국조경학회지』, 22(3): 151~162.
- 김철민(1996). 『한국인의 가치관과 소비행동의 관계 연구』, 고려대학교 대학원 박사학위논문.

- 박석희·고동우(2002). 관광지 정서적 이미지 척도 개발: 순정서적 이미지와 준정서적 이미지. 『관광학연구』, 25(4): 13~32.
- 오정학·김유일(2001). 주제공원 이용자의 감정반응에 관한 연구. 『관광학연구』, 24(3): 285~306.
- 이성식·전신현(1995). 『감정사회학』, 한울아카데미: 서울.
- 이유재(1997). 고객만족 형성과정의 제품과 서비스간 차이에 대한 연구. 『소비자학연구』, 8(1): 101~118.
- 이학식(1996). 지각된 서비스품질, 결정요인 및 관여도. 『한국소비자학회 96학술발표회 논문집』.
- 이학식·임지훈(2001). 소비관련 감정, 만족, 그리고 제품태도 간의 구조적 관계. 『경영학연구』, 30(4): 1115~1142.
- 이학식·임지훈(2002). 소비관련 감정척도의 개발. 『마케팅연구』, 27(3): 55~91.
- 조선배(1996). 『구조방정식모델』, 영지문화사: 서울.
- Arnold, Eric J. & L. L. Price(1993). River Magic: Extraordinary Experience and the Extended Service Encounter. *Journal of Consumer Research*, 20(June): 24~45.
- Baloglou, S. & K. W. McCleary(1999). A Model of Destination Image Formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4): 868~897.
- Batra, Rajeev & Morris B. Holbrook(1990). Developing a Typology of Affective Responses to Advertising. *Psychology & Marketing*, 7(Spring): 11~25.
- Botterill, T. D.(1987). Dissatisfaction with a Construction of Satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 14(2): 139~141.
- Carlson, John G. & Elaine Hatfield(1992). *Psychology of Emotion*, Holt, Rinehart and Winston, Inc., Orlando: FL.
- Churchill G. A., Jr., & C. Surprenant(1982). An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19(Nov.): 491~504.
- Cohen, Joel B. & Charles S. Areni(1991). Affect and Consumer Behavior. *Handbook of Consumer Behavior*, eds., Thomas S. Robertson & Harold H. Kassarian, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs: NJ.
- Fridgen, J. D.(1984). Environmental psychology and tourism. *Annals of Tourism Research*, 11: 19~39.
- Hair, J. F. Jr., R. E. Anderson, R. L. Tatham, & W. C. Black(1995). *Multivariate Data Analysis with Readings*, 4th ed. Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, NJ.
- Holbrook, Morris B. & Rajeev Barita(1987). Assessing the Role of Emotions as Mediators of Consumer Behavior Responses to Advertising. *Journal of*

- Consumer Research*, Vol.14(Sep.): 404~420.
- Holbrook, M. B. & E. C. Hirschman(1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. *Journal of Consumer Research*, 9: 132~140.
- Izard, C. E.(1989). Studies of Development of Emotion-Cognition Relations, in Development of Emotion-Cognition Relations, ed., Caroll E. Izard, New York: Plenum, 257~266.
- Izard, C. E.(1977). Human Emotions, New York: Plenum.
- Kim, Hyounggon & Sarah L. Richardson(2003). Motion Picture Impacts on Destination Images. *Annals of Tourism Research*, 30(1): 216~237.
- Mehrabian, Albert & James A. Russel(1974). An Approach to Environment Psychology, MIT Press, Cambridge: MA.
- Oliver R. L(1993). Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response. *Journal of Consumer Research*, 20: 418~430.
- Plutchik, Robert(1980). Emotions: A Psychoevolutionary Synthesis, Harper & Row, New York: NY.
- Richins, Marsha L.(1997). Measuring Emotions in the Consumption Experience. *Journal of Consumer Research*, Vol.24(Sep.): 127~146.
- Russel, James A. & Jacalyn Snodgrass(1987). Emotion and the Environment, Handbook of Environment of Psychology(Vol 2), eds., Stokols, Daniel & Irwin Altman, John Wiley & Sons, Inc., New York: NY.
- Spreng, Richard A., Scott B. Mackenzie, & Richard W. Olshacsy(1996). A Reexamination of the Determinants of Consumer Satisfaction. *Journal of Marketing*, 60(July): 15~32.
- Stewart, W. P.(1998). Leisure as Multiphase Experience: Challenging Traditions. *Journal of Leisure Research*, 30(4): 391~400.
- Teas, R. K(1993). Expectations, Performance Evaluation, and Consumers' Perception of Quality. *Journal of Marketing*, Oct. pp.18~34.
- Teas, R. K. & K. M. Palan(1997). The Realms of Scientific Meaning Framework for Constructing Theoretical Meaningful Nominal Definitions of Marketing Concepts. *Journal of Marketing*, 61(2): 52~76.
- Thoits, T.(1989). The Sociology of Emotions. *Annual Review of Sociology*.
- Unger, L. S. & J. B. Kernan(1983). On the Meaning of Leisure: An Investigation of Some Determinants of the Subjective Experience. *Journal of Consumer Research*, 9(March): 381~392.

- van Raaij, W. F.(1987). Expectation, Actual Experiences, and Satisfaction: A Reply. *Annals of Tourism Research*, 14(2): 141~142.
- van Raaij, W. F. & D. A. Francken(1984). Vocation Decision, Activities and Satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 11(1): 101~112.
- Watson, David, Lee Anna Clark, & Auke Tellegen(1988). Development and Validation of Brief Measure of Positive and Negative Affect: The PANAS Scale. *Journal of Personality and Psychology*. 54(6): 1063~1070.
- Westbrook, R. A. & Oliver(1991). The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Satisfaction. *Journal of Consumer Research*, Vol.18: 84 ~91.
- Williams, W. P. & R. Basford(1992). Segmenting Downhill Skiing's Latent Demand Markets. *American Behavioral Scientist*, 36(2): 222~235.

2003년 4월 30일 원고 접수 · 2003년 8월 25일 수정본 접수
2003년 10월 21일 최종 수정본 접수
3인 익명심사 畢

K C I