



축제참가자의 특성이 결속 및 교량형 사회적 자본에 미치는 영향*

The Effect of the Characteristics of Festival Participation on the Bonding and Bridging Social Capital

김 정 현**

Kim, Jung-Hun

요약 : 연구는 사회적 자본을 네트워크 관점으로 세분화하여 접근하므로 세분화된 사회적 자본의 적용이 유용함을 확인하고자 하였다. 분석결과 결속형 사회적 자본의 영향요인과 교량형 사회적 자본의 영향요인이 다를 수 있었다. 결속형 사회적 자본은 집단내 공동체 강화에 필요한 자본으로 참가유형, 참가경험과 유의한 영향관계에 있는 것으로 나타났다. 그리고 교량형 사회적 자본은 집단 외부와의 관계를 확장하는데 필요한 자본으로 참가경험, 거주지역, 거주기간과 유의한 영향관계에 있는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구는 축제분야에서 사회적 자본에 관한 연구는 결속 및 교량형 사회적 자본으로 세분화하여 진행하는 것이 유용하며 참가경험은 두 유형의 사회적 자본에 모두 영향을 미치는 중요한 변수임을 확인한 것에 의의가 있다. 하지만 축제분야의 연구를 목적으로 개발된 것이 아닌 측정항목을 적용한 것은 연구의 한계로 남는다.

핵심용어 : 축제 참가자, 이해관계자, 결속형 및 교량형 사회적 자본

ABSTRACT : The purpose of this study was to identify the usefulness of subdividing social capital in the study of social capital in the festivals field. Social capital was analyzed by subdividing it into a network perspective. As a result of the analysis, it was confirmed that the influence factors of bonding and bridging social capital were different. Bonding social capital was influenced significantly by participation type and participation experience as capital needed to strengthen community in a group. Bridging social capital was influenced significantly by participation experience, residence area, and residence period as capital needed to expand the relationship. The significance of this study is as follows. First, it is useful to study social capital in festivals by subdividing it into bonding and bridging social capital. Second, participation experiences are important variables that affect both types of social capital. However, the application of measurement items that are not developed for the purpose of festival research remains to be limited.

Keywords : Festival participants, Stakeholder , Bridging and bonding social capital

* 이 논문은 2017년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2017S1A5B5A02024789)

** 경기대학교 관광융합연구소 연구교수. e-mail: quelques@naver.com

I. 서 론

축제는 공동체를 결속시키는 역할(오순환, 2017)을 하기 때문에 축제의 사회·문화적 효과 중 하나인 사회적 자본은 축제분야 연구에서 가능성을 보여주는 이론으로 등장하기 시작했다(Quinn & Wilks, 2013). 사회적 자본은 사회적 관계를 통해 사회에 긍정적인 영향을 줄 수 있기 때문에 오랜 연구 역사를 가지고 있다. 하지만 학자들의 관심과 연구목적에 따라 의미와 유용성은 다르게 해석되고, 구성요인도 다르게 설정되어 복잡하고 다툼이 많은 개념이다(Bourdieu, 1986; Coleman, 1988; 1990; Putnam, 1993). 그러나 주요개념은 신뢰, 네트워크, 규범 등으로 구성되어 있다(김승남·안건혁·김재홍, 2011).

OECD(2001)는 사회적 자본을 '집단내부 혹은 사람과 사람 관계에서의 협력을 촉진시키는 공통의 규범, 가치관, 이해를 동반하는 네트워크'라고 정의한다(Tsuka & Yamamoto, 2010). 즉 OECD는 사회적 자본의 주요개념 중 네트워크를 중심으로 접근하고 있는데 네트워크란 상호 작용하는 사회구성원들이 서로 연결되어 있는 형태를 의미한다. 많은 국외문헌들은 네트워크에 초점이 맞춰져 있다(배귀희·김영환, 2006). 사회적 자본을 네트워크 관점으로 접근하면 긍정적인 효과와 함께 지나치게 폐쇄적인 네트워크에 있는 구성원들은 타인이 들어오는 것을 제한하고 네트워크의 구성원이 아니면 이익의 배분을 거부할 수 있다(Portes, 2001)는 등 부정적인 효과도 공존한다. 이런 부정적인 효과는 사회적 자본의 주요 개념인 네트워크를 세분화하여 접근하게 만들었다(Hawkins & Maurer, 2011).

사회적 자본은 개인·집단, 사적·공적 등 주체의 특성에 따라 구분되기도 하고, 집단내부·외부집단과의 관계 등 관계적 특성에 따라 구분되기도 하는데 최근 들어 많은 연구자들은 관계

적 특성을 반영할 수 있는 결속형(bonding)·교량형(bridging) 관점에서 접근(Kleinhans, Priemus & Engbersen, 2007)하고 있다. 더 나아가 일부학자들은 네트워크 관점에서 주체를 확장하여 개인과 기업의 관계에서는 연결형(Szreter & Woolcock, 2004)을 제시했으며 소셜 미디어에 관한 연구에서는 가상공간에서의 관계특성을 반영할 수 있는 관계유지형(Ellison, Steinfield & Lampe, 2007)과 도구형·표출형(노지영·주효진, 2012)을 제시했다. 그리고 게임 산업에 관한 연구(서태건·정동섭, 2014)에서는 근무환경의 특성을 반영할 수 있는 양면·내적·외적 네트워크형, 무능형 등 4개를 제시했다. 즉 사회적 자본에 관한 연구는 각 집단의 특성에 맞게 다양한 관점과 기준에 의해 네트워크를 더욱 세분화하여 접근하고 있다.

축제분야의 연구를 살펴보면, 축제 방문객의 관점(Arcodia & Whitford, 2007), 지역주민의 관점(우경진, 2017; 이회경·박종관, 2012; Finkel, 2010), 축제 조직의 관점(허성란·노경희, 2011; Mykletun, 2009)등 주체를 중심으로 수행되고 있어 신뢰, 규범, 의사소통 등 주요개념에 국한하여 연구가 진행되었다. 하지만 축제 참여자들은 독립적으로 존재하는 것이 아니라 다양한 참여자들이 상호의존적으로 지역주민들 간의 관계, 지역주민과 방문객 간의 관계 등 서로 관계를 맺으며 존재하며, 이런 다양한 참여자들의 관계에서 형성되는 네트워크 특성은 상이하다. 이에 참여자들의 관계에서 형성되는 사회적 자본 또한 상이할 수밖에 없다. 따라서 사회적 자본에 관한 심도 있는 연구를 위해서는 사회적 자본을 네트워크 관점으로 세분화하여 진행되어야 한다.

따라서 본 연구는 사회적 자본을 네트워크 관점으로 세분화하여 접근하므로 축제분야의 사회적 자본에 관한 연구에 있어 세분화된 사회적 자본의 적용이 유용함을 확인하고자 한다. 이를 위

해서 첫째, 축제 참여자들의 상호작용으로 인한 관계를 통하여 형성되는 네트워크 특성을 파악한다. 둘째, 사회적 자본을 네트워크 관점으로 접근하고 있는 선행연구를 고찰하여 네트워크 관점의 사회적 자본 유형을 파악하고 각 유형별 측정 항목을 도출한다. 셋째, 축제 참여와 사회적 자본의 관계를 바탕으로 축제 참여자들의 네트워크 특성에 따라 형성되는 사회적 자본이 다름을 확인한다. 넷째, 축제 참여자들의 특성에 따라 결속 및 교량형 사회적 자본의 형성 정도에 차이가 있는지를 실증적으로 검증한다. 이를 통하여 축제분야의 사회적 효과 중 하나인 사회적 자본에 관한 연구의 이론적 틀을 제시하고 사회적 자본을 네트워크 관점으로 세분화하여 적용하는 것이 유용함을 제시하여 축제분야의 연구범위를 확장한다.

II. 이론적 배경

1. 축제의 이해관계자

축제 참여자들은 자신들의 욕구를 충족시키기 위해서 상호의존적으로 지역주민들 간, 지역주민과 방문객 간 등 서로 다양한 관계를 형성한다. 이처럼 상호작용을 통해서 형성된 관계를 이해관계자라고 할 수 있다. 주민주도의 지역축제가 강조되면서 다양한 위치의 이해관계자들이 각자의 위치에서 축제를 관여하기 때문에 축제의 지속가능성을 위해서 이들 간의 상호 협력체계와 역할 분담이 매우 중요하게 다뤄지고 있다(오정근, 2012). 그리고 이해관계자에 대한 접근은 다양한 개인 또는 조직이 정책과정에 참여가 점차 확대되면서 중요성이 높아지고 있다(강순화·함우식, 2011).

지역축제는 지역주민과 방문객 등 다양한 이해관계자들이 상호의존적으로 관계를 갖는다. 축

제를 기획 및 운영하는 축제 운영자와 축제의 프로그램을 직접적으로 관여하고 있는 예술인 간의 관계, 축제가 원활하게 운영될 수 있도록 예술인과 축제 운영자를 직접적으로 도와주는 후원자, 매체, 노점상들 간의 관계, 간접적으로 뒷받침해주는 문화기획자와 정치가들 간의 관계 등 다양한 관계가 형성된다(Quinn & Wilks, 2013). 따라서 이해관계자 간의 관계 특징을 파악하는 것이 중요하다. 이해관계자 간의 관계파악을 통해 지역사회의 발전에 기여할 수 있도록 이들의 이익과 목표를 잘 조율해야 축제의 실패를 줄일 수 있다(Getz, 1991). 이때 일부집단의 이익만을 위한 것이 아닌 모든 이해관계자들에게 고르게 이익이 돌아갈 수 있도록 해야 한다.

축제 이해관계자는 연구자의 관점과 연구대상에 따라 매우 다양하게 제시되고 있다. 강순화·함우식(2011)은 이해관계자 간의 신뢰네트워크 파트너십에 따른 축제 로컬거버넌스 형성에 미치는 영향에 관한 연구에서 축제 이해관계자를 지역주민, 관련단체, 지역기업, 전문가, 공무원, 언론/NGO 등으로 제시했고 정우철(2010)은 대구 약령시 축제에서의 이해관계자 간 만족도에 대한 연구에서 내부 이해관계자와 외부 이해관계자로 구분하여 제시했는데 내부 이해관계자에는 대구시공무원, 약령시보존위원회, 약령시 상인, 자원봉사자 등을 포함시켰고, 외부 이해관계자에는 단순한 방문객만을 포함시켰다. Allen, O'Toole, Harris and McDonnell(2008)은 이해관계자를 개최조직, 지역사회, 스폰서, 미디어, 협력업체, 참가자, 관람자 등 6가지 유형으로 제시했고, Hede(2008)는 개인차원과 조직차원으로 구분하여 개인차원에는 직원, 자원봉사자, 방문객, 투자자, 지역주민을 포함시켰으며 조직차원에는 지역사회 단체, 정부, 스폰서, 미디어, 기업을 포함시켜 제시했다(남문희, 2014). 이상에서 알 수 있듯이 축제에는 다양한 이해관계자들이 존재하기 때문에 이해관계자들 간의 네트워크 형

태는 동일하게 나타날 수도 있고 상이하게 나타날 수도 있다. 따라서 이해관계자들 간의 관계에 있어 동일한 형태의 네트워크를 적용하는 것이 아닌 각 관계의 특성을 반영할 수 있도록 네트워크를 세분화하여 적용해야 한다.

김은희(2013)는 문화축제성과에 관한 이해관계자 집단별 인식차이에 대한 연구에서 문화축제 성과를 사회·문화적, 환경적, 경제적, 마케팅, 프로그램으로 구분하였고 이해관계자는 축제관계자, 축제방문객, 지역주민, 지역 상인으로 구분하여 진행하였다. 연구결과를 살펴보면 사회문화적 성과 8항목, 환경적 성과 3항목, 경제적 성과 7항목, 마케팅 성과 6항목, 프로그램 성과 5항목 등 총 29개의 평가항목 중 2개 항목만이 동일하게 인식되고 있는 것으로 나타났다. 또한 이경모(2009)는 '축제 이해관계자의 방문객 만족요인 인식에 관한 비교연구'를 통해 이해관계자별로 인식 정도에 차이가 있음을 확인하였다. 즉 이해관계자들은 서로 추구하는 것이 다르기 때문에 각 집단의 특성이 반영되어야 한다.

2. 사회적 자본

관광은 관계를 바탕으로 하는 대표적인 활동이다. 따라서 사회적 자본을 통하여 관광 구성원들 간의 관계에서 그들의 행동과 관광현상을 이해하는 것은 중요하다(김정헌·고동완, 2016). 사회적 자본에 대한 경험적 연구의 대부분은 대인 신뢰 및 네트워크의 높은 수준에 의해 형성된

긍정적인 효과를 강조하고 있다(Halpern, 2005). 하지만 네트워크 관점의 사회적 자본은 반드시 긍정적인 효과만 있는 것이 아니고 부정적인 효과도 공존한다. 부정적인 효과는 사회적 자본을 네트워크 중심으로 세분화하여 접근하게 만들었다(Hawkins & Maurer, 2011).

사회적 자본 연구에서 네트워크와 관련되어 논쟁되고 있는 것 중 하나는 집단의 '폐쇄성'과 '개방성'이 사회적 자본 형성과 확산에 어떠한 영향을 미치는지에 관한 것이다. 폐쇄성은 외부사람이 못 들어오게 닫힌 상태에서 나타난 특성이고, 개방성은 외부사람이 들어올 수 있게 열린 상태에서 나타난 특성이다. 이런 폐쇄성과 개방성에 연관된 개념으로 Burt(2001)는 닫힌 네트워크(close network)와 구조적 공백(structural holes)으로 구분하였다(배귀희·김영환, 2006). 또한 Putnam(2001)은 폐쇄성과 개방성에 연관된 개념으로 결속형 사회적 자본과 교량형 사회적 자본으로 구분하였다. 즉 폐쇄성과 개방성에 연관된 용어는 <표 1>과 같이 학자마다 다르게 사용하고 있다.

이 용어들은 동일한 개념은 아니지만 서로 연관된 유사한 개념들로, '폐쇄성'은 '강한 유대', '닫힌 네트워크' 그리고 '결속형 사회적 자본'과 연결되어 있고, '개방성'은 '약한 유대', '구조적 공백' 그리고 '교량형 사회적 자본'과 연결되어 있다. 따라서 '강한 유대'는 혈연관계나 민족관계와 같이 강한 신뢰관계와 결합되어 있는 결속형 사회적 자본과 연결되어 있고 '약한 유대'는 지역주

<표 1> 폐쇄성과 개방성의 연관된 유사개념

학자	폐쇄성	개방성
Granovetter(1983)	강한 유대	약한 유대
Burt(2001)	닫힌 네트워크	구조적 공백
Putnam(2001)	결속형 사회적 자본	교량형 사회적 자본

자료 : 선행연구를 바탕으로 연구자 재구성

민과 축제 방문객과 같이 완만한 신뢰와 연결되어 있는 교량형 사회적 자본으로 연결된다. 강한 유대는 기대치 충족을 통해 정보 수용하는 반면 약한 유대는 멤버들의 능력에 대한 신뢰를 통해 정보를 수용한다(김남현, 2018).

초기 연구자들은 사회적 자본의 개념을 구분하지 않았는데, Putnam은 개념을 2개로 구분했다(Kilpatrick, Field & Falk, 2003). 결속형 사회적 자본은 가족이나 친구들과 같이 유사한 배경과 특성을 가진 사람들로 구성된 사회 네트워크에서 형성되는 것이고, 교량형 사회적 자본은 서로 다른 배경을 가진 조직의 구성원이 자발적으로 다른 배경에 있는 구성원 관계를 맺을 때 형성되는 것으로 정의했다(Putnam, 2001). 결속형 사회적 자본과 교량형 사회적 자본은 유대를 바탕으로 하는 네트워크를 중심으로 사람들의 사회 및 경제적 배경 정도의 차이에 기초하여 구별되며, 두 유형의 사회적 자본 역시 서로 연관성이 있어 동시에 형성되고 존재할 수 있다(윤성준, 2013; Putnam, 2001).

결속형 사회적 자본의 개념 역시 기존에 다루었던 사회적 자본과 같이 다양하다. Bourdieu는 특권 사회 집단의 구성원들이 그들의 특권 지위를 유지하기 위해서 그들의 사회적 연결을 사용하는 방법에 대한 설명으로 개인적인 사회적 유대를 통하여 축적되는 자원의 함이라고 하였지만 합리적 선택이론에 근거하고 있는 Coleman은 자신의 관심 목표를 극대화하기 위해 미래 이익을 창출하고, 상호의 기대로 개인들이 협력하여 생산된 자원으로 정의했다(Kilpatrick, Field & Falk, 2003). 결속형 사회적 자본의 정의와 사회적 효과는 학자마다 약간씩 다르게 이해되고 있지만 집단 내에서의 사회적 유대를 바탕으로 한다는 것은 공통적으로 이해되고 있다. 결속형 사회적 자본은 구성원들 사이에 정서적으로 밀접하게 연결된 것으로 서로에 대해서 정서적으로 이해하고 실질적인 도움을 제공하고(Steinfeld,

Ellison & Lampe, 2008), 서로의 통제를 통하여 기회주의의 위험과 외부 환경의 불확실성을 감소시킨다(Uzzi, 1997). 이는 강한 유대의 주요한 특징인 배태성 때문이라 할 수 있다. 배태성이 있는 집단은 폐쇄적으로 구성원들 사이에 범위가 제한된 결속이 형성(박용석·권성복·임일, 2015)되어 구성원 간의 지속적인 상호 교환성(reciprocity)으로 유대는 강화되고 강한 신뢰가 생겨서 서로 의존하게 되고 정서적인 지지를 제공하게 된다(Briggs, 1998). 이와 같이 결속형 사회적 자본은 강한 유대를 반영(Granovetter, 1983)하여 강한 유대를 가진 구성원들은 많은 혜택을 누릴 수 있지만 지나치게 강한 유대는 부정적인 영향을 일으키기도 한다(Portes, 2001). 부정적인 영향은 집단 내 구성원 간의 지속적인 동질성(mobilization)의 축적으로 인하여, 구성원이 아닌 다른 사람들을 배척하게 되고 심지어는 단절과 적대감이 생길 위험성이 커지게 된다(Briggs, 1998; Helliwell & Putnam, 2004). 결속형 사회적 자본을 가진 사람들은 배경의 다양성이 낮고 개인적 연결성은 높은 특징을 갖고 있다(윤성준, 2013).

교량형 사회적 자본도 결속형 사회적 자본과 같이 사회적 관계가 핵심이다. 하지만 교량형 사회적 자본은 서로 다른 배경을 가진 조직의 구성원이 자발적으로 다른 배경에 있는 구성원과 관계를 맺을 때 발생한다(Putnam, 2001). 이러한 조직들은 사회적, 경제적 등 다양한 배경으로 생길 수 있는 인종, 성별, 직업, 소득, 종교 등과 같은 장벽들을 넘어서 서로 다른 배경에 있는 구성원 간의 연결을 가능케 한다(Putnam, 2002). 교량형 사회적 자본이 결속형 사회적 자본보다 더 많은 긍정적인 효과를 발생할 수 있다(Putnam & Gross, 2002). 이는 서로 다른 환경에 있는 개인들의 긍정적인 경험은 특성, 태도, 또는 행동의 관점에서 자신과 유사한 환경에 있는 다른 개인과의 관계보다 일반화된 신뢰를 발전하는데

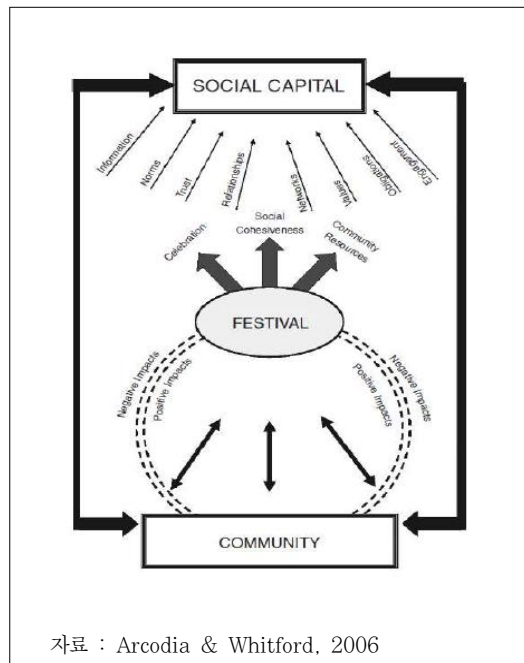
더 큰 영향을 미치기 때문이다(Marshall & Stolle, 2004). 서로 직접적 연결이 없는 구성원들 사이에는 구조적 공백이 존재(Granovetter, 1983)하는데 구조적 공백에서는 서로 제공하는 정보가 다양하고 중복되지 않기 때문에 유용하고 새로운 정보 및 자원 등을 얻을 수 있다(Burt, 1997). 이질적인 배경으로 개인들이 구조적 공백 사이에 있지만 그들은 어려운 사회문제를 해결하기 위해서 여러 조직을 연결하여 협동, 협력, 그리고 자원공유의 가능성을 열어 놓을 것이다. 즉 교량형 사회적 자본은 새로운 정보 및 자원을 쉽게 공유하게 함으로써 유익한 정보를 얻을 수 있는 기회를 제공해주고, 이러한 정보를 통하여 사회적 지평과 세계관을 넓히는데 도움이 된다(심홍진·황유선, 2010). 그러나 교량형 사회적 자본을 형성한 구성원들 사이의 관계는 일시적으로 오래 유지되기 힘들고, 깊이가 결여되는 단점을 갖고 있다(윤성준, 2013). 이러한 단점으로 교량형 사회적 자본은 이질적인 배경의 구성원들 간의 신뢰도가 낮고 상호의존도도 낮다. 또한 공통된 부분이 적어 정서적인 도움을 제공하는 데 있어서 한계가 있을 수 있다(심홍진·황유선, 2010; Agnitsch, Flora & Ryan, 2006).

3. 축제참여와 사회적 자본

장소, 민족, 그리고 지역사회와 같이 정체성의 개념과 밀접하게 연관된 개념들은 사회적 자본과 연결되어 있다(Quinn & Wilks, 2013). 즉 축제는 정체성이 기반이 되는 활동으로 사회적 자본과 연결되어 있는 것이다. 축제분야에서 사회적 자본에 관한 연구들이 점점 늘어나고 있는데 이는 축제에 참여하고 있는 다양한 참여자들 간의 사회적 연결이 어떻게 형성되었는지, 어떠한 특징을 가지고 있는지, 그리고 어디에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 설명할 수 있는 잠재력을

가지고 있기 때문이다.

축제참여는 지역사회에 다양한 긍정적이고 부정적인 영향을 주고 지역사회 자원을 개발하거나 사회통합을 촉진시키거나 또는 공공적인 축하행사의 기회를 지역사회에 제공하므로 사회적 자본을 형성(Arcodia & Whitford, 2006)하는데 이 관계는 <그림 1>과 같다. 축제 참여자들이 지역사회의 자원과 고유성에 대한 인식을 가진 즉, 지역에 대한 마음챙김 상태의 축제참여는 비록 짧은 시간에 형성된 사회적 관계임에도 불구하고 축제 참여자들 간의 강한 상호작용을 장려하기 때문에 축제가 끝난 이후에도 관계가 지속적으로 유지되어 사회적 자본이 형성될 수 있다.



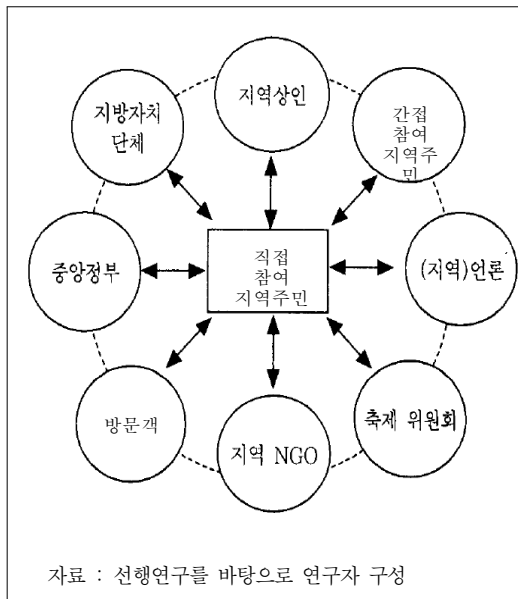
자료 : Arcodia & Whitford, 2006

<그림 1> 축제와 지역사회 및 사회자본의 관계

축제 참여자들은 지역축제를 중심으로 관계를 형성한다(신용석·이태희, 2005). 하지만 관광두레에서 지속가능한 관광 환경을 위한 관광의 4요소에 지역주민을 제시¹⁾했듯이 지속가능한

1) 관광두레 블로그, <https://tourdure.blog.me/220594347039>, 2019.02.08

축제가 되기 위해서는 지역주민이 중심이 되어야 한다. 이를 반영한다면 <그림 2>와 같이 제시할 수 있다. 즉 직접참여 지역주민을 중심으로 지역상인·간접참여 지역주민·언론·축제 위원회·지역NGO·중앙정부·지방자치단체·방문객 등은 서로 관계를 형성한다. 형성된 관계는 상이한 네트워크 특성으로 나타난다. 따라서 각 네트워크의 특성을 반영할 수 있도록 사회적 자본을 세분화하여 접근해야 한다. 예로 지역상인은 지역주민일 수도 있고 외지인일 수도 있다. 따라서 지역주민일 경우의 관계에서는 결속형 사회적 자본을 적용해야하고 외지인일 경우의 관계에서는 교량형 사회적 자본을 적용해야 한다. 그리고 간접참여 지역주민과의 관계에는 결속형 사회적 자본을 적용해야 한다.



<그림 2> 지속가능한 축제의 이해관계자

축제에서 중요한 관계는 지역주민과 방문객 간의 관계이다. 지역주민과 방문객과 같이 문화적 차이가 있는 집단 간의 우연한 만남은 서로 간의 문화를 다르게 이해할 수 있어, 새로운 문

화를 유발할 수 있는데, 이러한 현상을 인류학자들은 서로 상이한 문화적 배경을 가진 집단 간의 접촉을 의미하는 문화접변 현상을 통해 설명하고 있다. 이러한 문화접변은 주인과 손님의 사회적 접촉 현상에 의해 양방향으로 발생하여 서로에 대한 삶의 양식을 변화시킬 수 있다(Nunez, 1989). 따라서 이들의 관계는 교량형 사회적 자본을 적용해야 한다.

Putnam(2001)의 두 가지 개념인 동종 집단 내의 연대를 증대시키는 결속형 사회적 자본과 다양한 개인들 사이의 연결을 증진시키는 교량형 사회적 자본은 축제 연구에 유용한 개념으로(Wilks, 2011), 선행연구들은 결속형 사회적 자본과 교량형 사회적 자본을 별도의 개념으로 정의하고 있으며 효과도 다르다고 제시한다(Beyerlein & Hipp, 2005). 즉 결속형 사회적 자본은 현재의 관계를 유지 및 강화시키고 교량형 사회적 자본은 관계를 확장 시킨다. 하지만 두 유형의 사회적 자본은 서로 연관되어 있다는 연구결과도 제시한다. 따라서 결속형 사회적 자본과 교량형 사회적 자본의 개념과 효과는 구분되어 있지만 두 유형의 사회적 자본은 균형이 잘 이루어지는 것이 지역사회에 바람직하다고 할 수 있다(Tsuka & Yamamoto, 2010).

Ⅲ. 연구방법

1. 분석대상

본 연구는 축제 참여자 간 형성되는 상이한 사회적 자본에 관한 것으로 집단내부의 구성원들 관계에서 형성되는 결속형 사회적 자본과 집단외부 구성원과의 관계에서 형성되는 교량형 사회적 자본이 모두 형성될 수 있기 때문에 사회적 자본을 두 유형으로 구분하여 ‘축제참여자’의 특성에 따라 결속 및 교량형 사회적 자본에 미치는 영

향에 차이가 있다.'라는 가설을 설정하여 검증하였다.

축제분야에서 사회적 자본을 결속형 사회적 자본과 교량형 사회적 자본을 구분하여 진행한

연구는 아직까지 미비한 실정으로 축제분야의 연구를 위한 결속형 사회적 자본과 교량형 사회적 자본의 측정항목이 개발되어있지 않다. 이에 본 연구는 결속형 사회적 자본 10개, 교량형 사회

〈표 2〉 적용한 사회적 자본의 측정항목

요인	측정항목
결속형 사회적 자본	1. 수원화성문화제에서 만났던 사람들이 나의 문제를 해결 하는데 도움을 줄 것이라 믿는다.
	2. 수원화성문화제에서 만났던 사람들에게 나의 중요한 결정에 대해서 조언을 받을 수 있다.
	3. 수원화성문화제에서 만났던 사람들에게 나의 사적인 문제에 대해서 편하게 얘기할 수 있다.
	4. 수원화성문화제에서 만났던 사람들에게 내가 외로움을 느낄 때 편하게 얘기할 수 있다.
	5. 수원화성문화제에서 만났던 사람들은 내가 급하게 작은 돈이 필요할 때 도움을 줄 수 있다.
	6. 수원화성문화제에서 만났던 사람들은 나에게 대해서 다른 사람에게 좋게 말해 줄 것이다.
	7. 수원화성문화제에서 만났던 사람들은 나에게 좋은 정보를 공유해 줄 것이다.
	8. 수원화성문화제에서 만났던 사람들은 나에게 자신의 모든 것을 공유해 줄 것이다.
	9. 수원화성문화제에서 만났던 사람들에게 나는 중요한 일을 맡길 수 있다.
	10. 수원화성문화제에서 만났던 사람들은 불의와 싸우는 나를 도와 줄 것이다.
교량형 사회적 자본	1. 수원화성문화제에 참여한 것은 내가 수원화성에서 일어나는 일에 더욱 관심을 갖게 만들었다.
	2. 수원화성문화제에 참여한 것은 나에게 새로운 것을 시도하게 만들었다.
	3. 수원화성문화제에 참여한 것은 내가 다른 사람이 무엇을 생각하는지에 대해 관심을 갖게 만들었다.
	4. 수원화성문화제에 참여한 것은 내가 나를 다른 장소에 대해 호기심을 갖게 만들었다.
	5. 수원화성문화제에 참여한 것은 나를 단순한 축제 참여자가 아닌 수원시민이라고 느끼게 만들었다.
	6. 수원화성문화제에 참여한 것은 나를 수원시의 전체적인 상황에 연결된 것처럼 느끼게 만들었다.
	7. 수원화성문화제에 참여한 것은 나를 수원시의 모든 사람과 연결되어 있는 것처럼 느끼게 만들었다.
	8. 수원화성문화제에 참여한 것은 내가 수원시를 위한 봉사활동에 기꺼이 시간을 보낼 수 있게 만들었다.
	9. 수원화성문화제에 참여한 것은 내가 또 다른 새로운 사람들과 이야기를 나눌 수 있게 만들었다.
	10. 수원화성문화제에 참여한 것은 내가 더 많은 새로운 사람들과 만날 수 있게 만들었다.

적 자본 10개 등 총 20개로 구성된 Williams (2006)의 측정항목을 <표 2>와 같이 본 연구에 맞도록 내용을 수정하여 적용하였으며, 측정척도는 5점 리커트 척도를 사용하였다.

Williams(2006)의 측정항목은 SNS의 온·오프라인에 적용하기 위한 목적으로 개발되었으나 SNS의 온·오프라인 연구이외의 다양한 분야 연구에서도 사용되고 있다. SNS의 온·오프라인 환경과 축제 환경이 유사하면서도 상이하기 때문에 전문가들의 의견을 수렴하여 우선적으로 20개의 측정항목을 모두 적용하고 분석결과를 통하여 정제하고자 하였다.

2. 자료수집

지역문화를 바탕으로 진행되는 ‘수원화성문화제’를 연구대상으로 하였다. 수원화성문화제는 조선 제22대 정조대왕의 효심과 부국강병의 원대한 꿈으로 축성된 세계문화유산 수원화성에서 수원의 대표적인 전통문화 관광축제이다. 자료를 수집한 2017년은 제54회로 ‘제54회 수원화성문화제’의 주요 프로그램은 정조대왕 능행차, 해경궁 흥씨 진찬연 등 지역문화를 바탕으로 하고 있어 축제 참여자들이 축제의 가치를 알기 위해서는 사전에 지역문화에 대한 이해가 필요하다. 지역문화의 이해를 위해서는 축제 참여자들 간의 상호 문화교류가 있어야 하며, 수원화성문화제는 화성행궁 광장을 메인으로 수원천과 연무대 등 수원화성 일원의 광범위한 축제 공간에서 개최되기 때문에 원활한 축제활동을 위해서는 축제에 대한 정보공유가 필요하다. 이에 축제 참여자들 간의 상호작용이 있을 것으로 기대했고 수원화성문화제는 참여형 프로그램으로 메인 프로그램인 정조대왕 능행차와 해경궁 흥씨 진찬연 등 시민들이 프로그램에 직접 참가할 수 있는 프로그램들을 운영하기 때문에 참가자들 간의 긴밀한 상호교류가 생길 수 있는 기회가 많을 것으로 판단하여

수원화성문화제를 대상으로 선정하였다.

설문조사는 제54회 수원화성문화제에 참가한 참가자들을 대상으로 실시하였다. 참가자는 지원 참가와 일반참가로 구분하였다. 지원참가는 능행차와 같이 시민이 직접참여 할 수 있는 프로그램에 참가자가 지원신청서를 제출하고 참가한 참가자와 자원봉사자를 포함했으며 일반참가는 아무런 신청 없이 단순히 관람하거나 체험 프로그램에 참가한 참가자이다. 조사기간은 수원화성문화제가 열리는 2017년 9월 22일부터 9월 24일까지 3일 동안 진행했으며 조사장소는 화성행궁 내부와 광장을 중심으로 진행하였다. 설문조사를 통하여 총 287부의 설문지를 회수하였으나, 불성실하게 응답한 설문지 5부를 제외하고 총 282부를 분석에 활용하였다. 설문조사는 사전 교육으로 본 연구의 주제와 내용을 이해하고 있는 지인 2명과 함께 진행하였으며 응답자에게 설문지를 나누어 주고 회수하는 방법으로 실시하였다. 설문의 응답률을 높이고 성의 있는 답변을 유도하기 위해 응답자들에게 소정의 기념을 제공하였다.

3. 분석방법

구조화된 설문지를 통해 수집된 자료는 SPSS와 AMOS를 이용하여 연구목적에 맞는 분석 기법을 활용하였다. 응답자의 인구통계학적 특성과 일반적인 특성을 파악하고자 빈도분석을 실시하여 항목의 빈도 및 구성비를 살펴보았으며, 사회적 자본은 선행연구에 의해 검증된 척도를 사용했기 때문에 단일차원성이 확보된 것으로 판단하여 확인적 요인분석을 실시하였으며, 개념신뢰도와 크롬바흐 알파(Cronbach's α) 값을 통하여 신뢰도를 검증하였다.

응답자의 일반적인 특성(참가유형, 참가경험)과 인구통계학적 특성(거주지역, 거주기간)이 결속형 사회적 자본과 교량형 사회적 자본에 미치

는 영향을 파악하기 위하여 회귀분석을 실시하였다. 회귀분석은 독립변수와 종속변수가 등간척도인 경우를 전제로 하는 분석방법이다. 그러나 응답자의 일반적인 특성과 인구통계학적 특성은 명목척도이기 때문에 회귀분석을 실시할 수 없어 일반적인 특성과 인구통계학적 특성을 더미변수로 전환하여 회귀분석을 실시하였다.

IV. 실증분석

1. 응답자의 특성

응답자의 인구통계학적 특성을 살펴보면 <표 3>과 같다. 응답자의 성별은 남성 115명(40.8%), 여성 167명(59.2%)로 나타났으며 연령은 20대 120명(42.6%), 30대 44명(15.6%), 40대

57명(20.2%), 50대 31명(11.0%), 60대 이상 30명(10.6%)로 나타났다. 학력은 고등학교 졸업과 전문대학 재학 또는 졸업이 53명(18.8%)으로 같았고, 대학교 재학 또는 졸업 140명(49.6%), 대학원 재학 또는 졸업 31명(11.0%), 기타 5명(1.8%)로 나타났다. 직업은 의사·법조인 등을 포함하는 전문직 30명(10.6%), 사무직 또는 관리직 52명(18.4%), 판매직 또는 서비스직 20명(7.1%), 생산직 7명(2.5%), 자영업 16명(5.7), 학생 74명(26.2%), 전업주부 49명(17.4%), 기타 34명(12.1%)로 나타났다. 가족 전체의 월 평균 가구 소득은 200만원 미만 28명(9.9%), 200-400만원 미만 133명(47.2%), 400-600만원 미만 71명(25.1%), 600-800만원 미만 26명(9.2%), 800만원 이상 24명(8.5%)으로 나타났다. 수원

<표 3> 인구통계학적 특성

구분	항목	빈도 (명)	구성비 (%)	구분	항목	빈도 (명)	구성비 (%)	
성별	남	115	40.8	직업	전문직	30	10.6	
	여	167	59.2		사무직·관리직	52	18.4	
연령	20대	120	42.6		판매직·서비스직	20	7.1	
	30대	44	15.6		생산직	7	2.5	
	40대	57	20.2		자영업	16	5.7	
	50대	31	11.0		학생	74	26.2	
	60대 이상	30	10.6		전업주부	49	17.4	
학력	고등학교 졸업	53	18.8		기타	34	12.1	
	전문대학 재학 및 졸업	53	18.8		소득	200만원 미만	28	9.9
	대학교 재학 및 졸업	140	49.6			200-400만원 미만	133	47.2
	대학원 재학 및 졸업	31	11.0	400-600만원 미만		71	25.1	
	기타	5	1.8	600-800만원 미만		26	9.2	
			800만원 이상	24		8.5		
거주 지역	팔달구	43	15.2	거주 기간	0년	80	28.4	
	수원시	장안구	68		24.1	1-5년	62	22.0
		권선구	40		14.2	6-15년	48	17.0
		영통구	51		18.1	16년 이상	92	32.6
	수원시 외	80	28.4					

〈표 4〉 일반적인 특성

구분	항목	빈도 (명)	구성비 (%)	구분	항목	빈도 (명)	구성비 (%)
정보 습득	지인	84	29.8	참가 경험	처음참가	156	55.3
	기관 홈페이지	71	25.2		재참가	126	44.7
	SNS(지인, 기관 등)	40	14.2		지원참가	94	33.3
	영상광고	26	9.2	참가 유형	일반참가	188	66.7
	현수막 및 포스터	41	14.5				
	기타	20	7.1				

시 거주자는 202명(71.6%), 수원시의 거주자는 80명(28.4%)으로 나타났다. 수원시 거주자를 거주하고 있는 구로 세분화하여 살펴보면, 팔달구 43명(15.2%), 장안구 68명(24.1%), 권선구 40명(14.2%), 영통구 51명(18.1%)로 나타났다. 또한 수원시 거주기간은 5년 이하 62명(22.0%), 6-15년 이하 48명(17.0%), 16년 이상 92명(32.6%)으로 나타났다.

축제에 참여하기 전 축제에 관한 정보 또는 소식 등의 습득은 참여자가 마음챙김 상태로 축제

를 참여할 수 있게 한다. 수원화성문화제에 참여한 수원화성문화제에 관한 정보 또는 소식의 습득 특성과 관련된 결과를 살펴보면 〈표 4〉와 같다. 지인에게 정보 또는 소식을 습득한 참여자는 84명(29.8%), 수원시청, 수원문화재단 등과 같은 기관 홈페이지에서 습득한 참여자는 71명(25.2%), 지인이나 기관의 SNS에서 습득한 참여자는 40명(14.2%), 버스나 TV등 영상광고에서 습득한 참여자는 26명(9.2%), 거리에 있는 현수막이나 포스터를 통해 습득한 참여자는

〈표 5〉 사회적 자본의 측정항목별 집중타당성

구분	표준화 추정치	C.R.	SMC	구분	표준화 추정치	C.R.	SMC
결속1	0.671	11.038***	0.450	교량1	0.666	-	0.443
결속2	0.764	12.658***	0.584	교량2	0.751	11.244***	0.565
결속3	0.734	12.129***	0.539	교량3	0.731	10.984***	0.535
결속4	0.774	12.827***	0.599	교량4	0.666	10.123***	0.444
결속5	0.68	11.200***	0.463	교량5	0.702	10.606***	0.493
결속6	0.687	11.319***	0.472	교량6	0.783	11.645***	0.613
결속7	0.668	10.982***	0.446	교량7	0.729	10.960***	0.532
결속8	0.718	11.846***	0.515	교량8	0.736	11.039***	0.541
결속9	0.732	12.100***	0.536	교량9	0.781	11.616***	0.610
결속10	0.732	-	0.536	교량10	0.759	11.344***	0.577

41명(14.5%), 공문, 우연히, 택시기사 등 기타가 20명(7.1%)으로 나타났다. 축제의 참가경험은 참가경험 무(無) 156명(55.3%), 참가경험 유(有) 126명(44.7%)로 참가경험이 있는 참여자의 비율이 상당히 높은 것으로 나타났다. 참가 유형은 지원참여 94명(33.3%), 일반참여 188명(66.7%)로 나타났다.

2. 사회적 자본의 타당도와 신뢰도

1) 사회적 자본의 타당도 검증

사회적 자본의 타당도를 검증하기 위하여 확인적 요인분석을 실시했다. 사회적 자본의 측정

항목은 결속형 사회적 자본 10개, 교량형 사회적 자본 10개 등 총 20개로 구성하여 측정항목의 집중타당성을 확인하였다. 결과는 <표 5>와 같이 나타났다. 표준화추정치는 0.68-0.86로 기준치인 0.5보다 높았고, C.R.값은 12.64-19.34로 모든 측정변수에서 ± 1.96이상의 수치를 보였으며, p값은 유의수준(p<0.01)내에서 유의한 것으로 나타났다.

SMC 값은 0.47-0.74로 기준치인 0.40을 상회하고 있어 사회적 자본의 집중타당성은 검증되었으나 간명성을 높이기 위하여 요인을 잘 설명 할 수 있는 측정항목으로 최소화할 필요성이 있다고 판단하여 본 연구에서는 SMC 값의 기준

<표 6> 사회적 자본의 측정항목별 집중타당성

구분	표준화 추정치	C.R.	SMC	구분	표준화 추정치	C.R.	SMC
결속1	0.671	11.038***	0.450	교량1	0.666	-	0.443
결속2	0.764	12.658***	0.584	교량2	0.751	11.244***	0.565
결속3	0.734	12.129***	0.539	교량3	0.731	10.984***	0.535
결속4	0.774	12.827***	0.599	교량4	0.666	10.123***	0.444
결속5	0.68	11.200***	0.463	교량5	0.702	10.606***	0.493
결속6	0.687	11.319***	0.472	교량6	0.783	11.645***	0.613
결속7	0.668	10.982***	0.446	교량7	0.729	10.960***	0.532
결속8	0.718	11.846***	0.515	교량8	0.736	11.039***	0.541
결속9	0.732	12.100***	0.536	교량9	0.781	11.616***	0.610
결속10	0.732	-	0.536	교량10	0.759	11.344***	0.577

<표 7> 수정된 사회적 자본의 측정항목별 집중타당성

구분	표준화 추정치	C.R.	SMC	구분	표준화 추정치	C.R.	SMC
결속2	0.759	12.217***	0.576	교량6	0.767	12.133***	0.588
결속3	0.749	12.054***	0.561	교량7	0.719	-	0.517
결속4	0.789	12.696***	0.623	교량8	0.747	11.835***	0.559
결속8	0.713	11.458***	0.508	교량9	0.834	13.133***	0.696
결속9	0.736	11.837***	0.542	교량10	0.818	12.902***	0.669
결속10	0.733	-	0.537				

을 다소 엄격하게 0.50이상으로 하였다. 0.50 미만인 항목들을 제거하는 3번의 작업을 거친 수정된 사회적 자본의 확인적 요인분석 결과는 <표 6>과 같다. 최종적으로 결속형 사회적 자본은 6개의 측정항목(결속 2, 3, 4, 8, 9, 10)이 남았으며 교량형 사회적 자본은 5개의 측정항목(교량 6, 7, 8, 9, 10)이 남았다.

초기 사회적 자본의 20개 측정항목 중 9개의 측정항목(결속1, 결속5-7, 교량1-교량5)을 삭제하고 나머지 측정항목에 대한 집중타당성을 재확인한 결과는 <표 7>과 같이 나타났다. 표준화 추정치는 0.713-0.834로 기준치인 0.5보다 높게 나타났고, C.R.값은 11.458-13.133로 모든 측정항목에서 ± 1.96이상의 수치를 보였으며, p값은 유의수준(p<0.01)내에서 유의한 것

으로 나타났다. 또한 SMC 값은 0.508-0.696으로 본 연구에서 설정한 기준치인 0.50을 상회하여 수정된 사회적 자본의 집중타당성 역시 검증되었다.

2) 사회적 자본의 신뢰도 검증

사회적 자본의 신뢰도 검증은 개념신뢰도와 크롬바흐 알파(Cronbach's α) 값을 이용하였다. 개념신뢰도는 결속형 사회적 자본 0.899, 교량형 사회적 자본 0.901로 기준치인 0.7보다 높게 나타났다. 그리고 크롬바흐 알파(Cronbach's α) 값은 <표 8>과 같이 나타났다. 결속형 사회적 자본의 크롬바흐 알파(Cronbach's α) 값은 0.882로 나왔으며 교량적 사회자본의 크롬바흐 알파(Cronbach's α) 값은 0.885으로 나왔다.

<표 8> 사회적 자본의 측정항목별 집중타당성

구분	항목전체상관	항목 삭제시 α	Cronbach's α	구분	항목전체상관	항목 삭제시 α	Cronbach's α
결속2	.695	.861	0.882	교량6	.735	.857	0.885
결속3	.692	.861		교량7	.679	.869	
결속4	.730	.855		교량8	.708	.863	
결속8	.672	.866		교량9	.754	.852	
결속9	.693	.861		교량10	.732	.857	
결속10	.677	.864					

<표 9> 참가유형과 사회적 자본의 회귀분석결과

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t값	Sig.
		B	표준오차	베타		
결속형 사회적 자본	(상수)	3.154	.052		60.473	.000
	더미참가유형	-.312	.090	-.202	-3.454	.001
R ² =.041, Adjusted R ² =.037, F값=11.931, p값=.001						
종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t값	Sig.
		B	표준오차	베타		
교량형 사회적 자본	(상수)	3.612	.056		65.012	.000
	더미참가유형	-.039	.096	-.024	-.409	.683
R ² =.001, Adjusted R ² =-.003, F값=.167, p값=.683						

즉 결속형 사회적 자본과 교량형 사회적 자본의 크롬바흐 알파(Cronbach's α) 값은 모두 판단 기준을 넘는 것으로 나타났다. 따라서 개념신뢰도와 크롬바흐 알파 값 모두 각각의 판단기준을 넘는 것으로 나타나 수정된 사회적 자본의 신뢰도는 검증되었다.

3 사회적 자본의 영향관계

1) 참가유형과의 관계

참가유형의 지원참여(=1)를 기준 값으로 설정하였으며 참가유형과 사회적 자본의 회귀분석 결과는 <표 9>와 같다. 참가유형과 결속형 사회적 자본의 영향관계의 R^2 값은 0.041로 회귀모델 설명력은 4.1%(수정된 설명력은 3.7%)로 낮게 나타났으나, F값은 11.931, p값은 0.001로 회귀모델이 적합함을 알 수 있다. 그리고 t값은 -3.454로 나타나 $p < .01$ 수준에서 통계적으로 유의하게 나타났으며 t값(-3.454)이 마이너스 값으로 나타난 것은 일반참가가 결속형 사회적 자본에 더 많은 영향을 미친다는 것을 의미한다.

참가유형과 교량형 사회적 자본의 영향관계의 R^2 값은 0.001로 나타났으며, F값은 0.167, p값은 0.683로 회귀모델이 적합하지 않음을 알

수 있다. 그리고 t값도 -0.409로 나타나 통계적으로도 유의하지 않는 것으로 나타났다. 즉 참가 유형은 일반참가, 지원참가 모두 교량형 사회적 자본에 영향을 미치지 않는 것을 의미한다.

2) 참가경험과의 관계

참가경험 무(無)(=1)를 기준 값으로 설정하였으며 참가경험과 사회적 자본의 회귀분석 결과는 <표 10>과 같다. 참가경험과 결속형 사회적 자본의 영향관계의 R^2 값은 0.026으로 회귀모델 설명력은 2.6%(수정된 설명력은 2.3%)로 낮게 나타났으나, F값은 7.524, p값은 0.006로 회귀모델이 적합함을 알 수 있다. 그리고 t값은 -2.743로 나타나 $p < .01$ 수준에서 통계적으로 유의하게 나타났으며, t값(-2.743)이 마이너스 값으로 나타난 것은 참가경험 유(有)가 결속형 사회적 자본에 더 많은 영향을 미친다는 것을 의미한다.

참가경험과 교량형 사회적 자본의 영향관계의 R^2 값은 0.035으로 회귀모델 설명력은 3.5%(수정된 설명력은 3.1%)로 낮게 나타났으나, F값은 10.013, p값은 0.002로 회귀모델이 적합함을 알 수 있다. 그리고 t값은 -3.164로 나타나 $p < .01$ 수준에서 통계적으로 유의하게 나타났으며, t값(-2.743)이 마이너스 값으로 나타난 것

<표 10> 참가경험과 사회적 자본의 회귀분석결과

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t값	Sig.
		B	표준오차	베타		
결속형 사회적 자본	(상수)	3.181	.064		49.552	.000
	더미참가경험	-.237	.086	-.162	-2.743	.006
$R^2 = .026$, Adjusted $R^2 = .023$, F값=7.524, p값=.006						
종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t값	Sig.
		B	표준오차	베타		
교량형 사회적 자본	(상수)	3.756	.067		56.307	.000
	더미참가경험	-.284	.090	-.186	-3.164	.002
$R^2 = .035$, Adjusted $R^2 = .031$, F값=10.013, p값=.002						

〈표 11〉 거주지역과 사회적 자본의 회귀분석결과

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t값	Sig.
		B	표준오차	베타		
결속형 사회적 자본	(상수)	3.064	.051		59.650	.000
	더미거주지역	-.047	.096	-.029	-4.486	.627
	R ² =.001, Adjusted R ² =-.003, F값=.236, p값=.627					
종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t값	Sig.
		B	표준오차	베타		
교량형 사회적 자본	(상수)	3.719	.052		71.673	.000
	더미거주지역	-.424	.097	-.252	-4.351	.000
	R ² =.063, Adjusted R ² =.060, F값=18.927, p값=.000					

은 참가경험 유(有)가 교량형 사회적 자본에 더 많은 영향을 미친다는 것을 의미한다.

3) 거주지역과의 관계

거주지역은 수원시 거주와 수원시의 거주로 구분하였다. 수원시의 거주(=1)를 기준 값으로 설정하였으며 거주지역과 사회적 자본의 회귀분석결과는 〈표 11〉과 같다. 거주지역과 결속형 사회적 자본의 영향관계의 R²값은 0.001로 나타났으며, F값은 0.236, p값은 0.627로 회귀모델이 적합하지 않음을 알 수 있다. 그리고 t값도 -0.486로 나타나 통계적으로도 유의하지 않는 것으로 나타났다. 즉 거주지역은 결속형 사회적 자본에 영향을 미치지 않는 것을 의미한다.

거주지역과 교량형 사회적 자본의 영향관계의 R²값은 0.063으로 회귀모델 설명력은 6.3%(수정된 설명력은 6.0%)로 낮게 나타났으나, F값은 18.927, p값은 0.000로 회귀모델이 적합함을 알 수 있다. 그리고 t값은 -4.351로 나타나 p<.01 수준에서 통계적으로 유의하게 나타났으며 t값(-4.351)이 마이너스 값으로 나타난 것은 수원시 거주가 교량형 사회적 자본에 더 많은 영향을 미친다는 것을 의미한다.

4) 거주기간과의 관계

거주기간은 단순방문(거주기간 0), 단기거주(거주기간 1-5년), 중기거주(거주기간 6-15년), 장기거주(거주기간 16년 이상)로 구분하였다. 단순방문(=0)을 기준 값으로 설정하였으며 거주기간과 사회적 자본의 회귀분석결과는 〈표 12〉와 같다. 거주기간과 결속형 사회적 자본의 영향관계의 R²값은 0.007로 나타났으며, F값은 0.625, p값은 0.599로 회귀모델이 적합하지 않음을 알 수 있다. 그리고 t값도 단기거주(0.365), 중기거주(-0.463), 장기거주(0.349)로 나타나 통계적으로도 유의하지 않는 것으로 나타났다. 즉 거주기간은 결속형 사회적 자본에 영향을 미치지 않는 것을 의미한다.

거주기간과 교량형 사회적 자본의 영향관계의 R²값은 0.073으로 회귀모델 설명력은 7.3%(수정된 설명력은 6.3%)로 낮게 나타났으나, F값은 7.261, p값은 0.000로 회귀모델이 적합함을 알 수 있다. 그리고 Durbin-Watson 값은 2.094로 잔차에 대한 상관관계가 없는 것으로 나타났다. t값의 경우 단기(2.862), 장기(4.602)는 p<.01 수준에서, 중기(2.455)는 p<.05 수준에서 유의하게 나타났으며 t값이 모두 플러스 값으

〈표 12〉 거주기간과 결속형 사회적 자본의 회귀분석결과

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t값	Sig.	VIF	Durbin-Watson
		B	표준오차	베타				
결속형 사회적 자본	(상수)	3.017	.082		36.940	.000		1.800
	더미단기	.045	.124	.026	.365	.715	1.385	
	더미중기	-.062	.133	-.032	-.463	.643	1.328	
	더미장기	.105	.112	.067	.938	.349	1.449	
$R^2 = .007$, Adjusted $R^2 = -.004$, $F_{값} = .625$, $p_{값} = .599$								
종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t값	Sig.	VIF	Durbin-Watson
		B	표준오차	베타				
교량형 사회적 자본	(상수)	3.295	.082		40.022	.000		2.094
	더미단기	.357	.125	.195	2.862	.005	1.385	
	더미중기	.330	.134	.163	2.455	.015	1.328	
	더미장기	.518	.113	.320	4.602	.000	1.449	
$R^2 = .073$, Adjusted $R^2 = .063$, $F_{값} = 7.261$, $p_{값} = .000$								

〈표 13〉 사회적 자본의 영향관계 분석결과

구분	참가유형	참가경험	거주지역	거주기간
결속형 사회적 자본	채택	채택	기각	기각
교량형 사회적 자본	기각	채택	채택	채택

로 나타나 거주기간은 교량형 사회적 자본에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 상대적 종속변수에 대한 독립변수의 상대적 영향력을 나타내는 Beta계수는 단기(0.195), 중기(0.163), 장기(0.320)로 나타나 장기거주가 교량형 사회적 자본에 가장 많은 영향을 미치는 중요한 변수임을 알 수 있다.

6) 사회적 자본의 영향관계 종합

이상에서 참가유형, 참가경험, 거주지역, 거주기간 등 4개의 특성과 사회적 자본과의 영향관계에 대한 결과를 종합하면 〈표 13〉과 같다. 참가유형은 결속형 사회적 자본에는 유의한 영향을

미치지만 교량형 사회적 자본에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 일반참가가 지원참가보다 결속형 사회적 자본에 더 많은 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 참가경험은 결속형과 교량형 사회적 자본에 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 참가경험이 많은 참가자가 결속형과 교량형 사회적 자본에 더 많은 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그러나 거주지역과 거주기간은 결속형 사회적 자본에 영향을 미치지 않고 교량형 사회적 자본에만 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 수원시에 장기 거주한 참가자가 교량형 사회적 자본에 더 많은 영향을 미친다는 것을 확인하였다.

V. 결론

축제는 다양한 축제 참여자들이 관여하며 이들은 서로 유기적인 관계를 형성한다. 하지만 각 네트워크의 관계정도는 모두 동일한 수준으로 형성되지 않고 각 네트워크의 특성은 서로 상이하게 나타난다. 이는 사회적 자본 연구에서 논쟁되고 있는 집단의 폐쇄성 및 개방성과 연관이 있다. 폐쇄성은 외부사람이 못 들어오게 닫힌 상태에서 나타난 특성이고 개방성은 외부사람들이 들어올 수 있게 열린 상태에서 나타난 특성이다. 폐쇄성은 결속형 사회적 자본과 개방성은 교량형 사회적 자본과 연결되어 있다(Putnam, 2001). 즉 결속형 사회적 자본과 교량형 사회적 자본은 유대를 바탕으로 형성되며 두 유형의 사회적 자본은 서로 연관성이 있어 동시에 형성되고 존재할 수 있다(윤성준, 2013; Putnam, 2001).

축제참여를 통하여 결속 및 교량형 사회적 자본이 형성될 수 있음에도 불구하고 축제분야의 사회적 자본에 관한 연구는 주체 중심으로 신뢰, 네트워크, 규범 등의 주요개념만을 활용하여 진행되고 있을 뿐 결속 및 교량형 사회적 자본으로 세분화하여 진행된 연구는 미비한 실정이다. 결속형 사회적 자본은 지역내 공동체를 강화하는데 중요한 역할을 하며 교량형 사회적 자본은 타 지역과의 관계를 확장하는데 중요한 역할을 한다. 즉 두 유형의 특성이 상이하기 때문에 구분하여 측정해야한다. 따라서 본 연구에서는 결속 및 교량형 사회적 자본으로 세분화하여 축제참여와의 영향관계를 살펴보았다.

본 연구를 통해 도출된 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 응답자의 정보습득 방법은 지인(29.8%)이 가장 높았으며 영상광고(9.2%)가 가장 낮게 나타났다. 즉 수월화성문화제에 참가자들은 지인을 통하여 정보습득을 하는 경우가 많으므로 구전효과가 매우 중요함을 알 수 있다. 반면 영상광고는 많은 비용이 지출됨에도 불구하고

고 이를 통하여 정보습득 하는 경우가 적은 것으로 나타났다. 따라서 영상광고에 대한 비용을 지역주민들이 직접 적극적으로 홍보할 수 있도록 지원하는 것이 더 효율적이며 일반 언론매체를 통한 광보보다 참가자의 만족도를 높여 참가자 스스로가 홍보하는 입소문 마케팅에 초점을 두어야 한다.

둘째, 결속형 사회적 자본은 참가유형, 참가경험과 유의한 영향관계에 있다. 참가유형은 일반참가와 지원참가로 구분하여 결속형 사회적 자본과의 영향관계를 살펴본 결과 일반참가가 결속형 사회적 자본에 더 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구자는 이론적 고찰을 통하여 지원참가가 결속형 사회적 자본에 더 많은 영향을 미칠 것으로 예측하였다. 하지만 예측과는 달리 일반참가가 높게 영향을 미치는 것으로 나타났는데 이는 결속형 사회적 자본에 대한 일반참가(2.84)와 지원참가(3.15)의 차이분석 결과($t=3.45, p=0.001$)를 통하여 지원참가자의 과도한 폐쇄성이 오히려 부정적인 영향으로 나타났음을 유추할 수 있다. 따라서 지원참가의 개방성을 높일 수 있도록 지원참가자들을 대상으로 사전교육을 실시하거나 축제현장에서 일반참가자도 함께 참여할 수 있도록 프로그램을 구성하여 지원참가자들과 일반참가자들이 자연스럽게 교류할 수 있는 기회를 제공해야 한다.

셋째, 교량적 사회적 자본은 참가경험, 거주지역, 거주기간과 유의한 영향관계에 있다. 교량적 사회적 자본은 네트워크의 확장에 초점(Putnam, 2001)이 맞추어져 있으며 장소에 대한 애착(Quinn & Wilks, 2013)과 관련되어 있기 때문에 수원시외에 거주할지라도 참가경험이 많은 참가자는 지역에 대한 애착이 생겨 축제가 끝난 이후에도 지역을 다시 방문할 수 있다. 따라서 이들 만을 위한 관리방안 마련이 필요하다. 수원에 장기 거주한 참가자들의 특성을 살펴보면 교량형 사회적 자본을 가지고 있어 개방성이 높기

때문에 외지인들과의 관계형성에 유리하므로 축제기간 내 민박제공 등과 같이 지역주민과 외지인 간 상호교류를 할 수 있는 다양한 프로그램이 제공된다면, 지역주민과 외지인 모두에게 긍정적인 효과로 나타나게 된다.

본 연구는 축제참여를 통한 결속형 사회적 자본의 영향요인과 교량형 사회적 자본의 영향요인이 다름을 확인하였다. 따라서 축제분야의 사회적 자본에 대한 연구는 결속형 및 교량형 사회적 자본으로 세분화하여 진행하는 것이 더 적합하고 참가경험은 두 유형의 사회적 자본에 모두 영향을 미치는 중요한 변수임을 확인한 것에 의의가 있다. 하지만 본 연구에 적용한 측정항목은 많은 분야의 연구에서 사용되고 있지만 축제분야의 연구를 위한 목적으로 개발된 것이 아니기 때문에 연구의 한계로 남는다. 따라서 후속연구에서는 축제연구에 적용할 수 있는 두 유형의 사회적 자본 측정항목을 개발하여 연구를 진행한다면 더욱 의미 있는 결과를 도출할 수 있을 것으로 기대된다.

참고문헌

- 강순화 · 함우식(2011). 축제 로컬거버넌스 형성을 위한 이해관계자간의 신뢰 · 네트워크 · 파트너십 구조관계 연구. 『한국자치행정학보』, 25(3), 459-480.
- 김남현(2018). SNS 에서의 사회적 관계, 신뢰, 정보수용성이 여행정보 공유의지에 미치는 영향. 『관광학연구』, 42(5), 117-136. <http://dx.doi.org/10.17086/JTS.2018.42.5.117.136>
- 김승남 · 안건혁 · 김재홍(2011). 택지개발이 지역주민의 사회적자본에 미치는 영향. 『국토연구』, 71, 47-68.
- 김은희(2013). 문화축제성과에 관한 이해관계자 집단별 인식차이 연구. 『한국행정논집』, 25(1), 253-281.
- 김정현 · 고동환(2016). 언어 네트워크 분석을 통한 관광분야의 사회적자본 연구동향: 국내 학술지를 중심으로. 『관광학연구』, 40(8), 157-173. <http://dx.doi.org/10.17086/JTS.2016.40.8.157.173>
- 남문희(2014). 『축제이해관계자의 축제개최효과 인식이 문화관광축제 협력과 지지에 미치는 영향: 보령머드축제의 Triple Bottom Line 지각을 중심으로』. 미발행박사학위논문, 배재대학교.
- 노지영 · 주효진(2012). SNS 이용목적이 온라인 사회적 자본에 미치는 영향에 대한 경험적 연구. 『한국자치행정학보』, 26(2), 261-282.
- 박용석 · 권성복 · 임일(2015). SNS(social network service)에서 형성된 연결적 사회적 자본(Bridging)과 결속적 사회적자본(Bonding)이 소비자 구매 행동에 미치는 영향. 『국제경영연구』, 26(3), 1-27.
- 배귀희 · 김영환(2006). 사회적자본과 조직몰입간의 관계에 관한 연구: Burt의 구조적공백(Structural Holes) 이론을 중심으로. 『행정논총』, 44(3), 1-32.
- 서태건 · 정동섭(2014). 게임산업의 사회적 자본유형과 경영성과의 관계. 『멀티미디어학회논문지』, 17(10), 1253-1262.
- 신용석 · 이태희(2005). 지역축제 이해집단 분석틀을 위한 탐색적 연구. 『관광학연구』, 28(4), 295-312.
- 심홍진 · 황유선(2010). 마이크로블로깅 서비스(micro-blogging service)와 사회적자본(social capital). 『한국언론학보』, 54(5), 327-347.
- 오순환(2017). 공동체 환경변화와 축제에 대한 담론. 『관광학연구』, 41(5), 73-89. <http://dx.doi.org/10.17086/JTS.2017.41.5.73.89>
- 오정근(2012). 축제 이해집단 간 의미구조관계 및 역할모형 구축. 『관광학연구』, 36(10), 173-192.
- 우경진(2017). 지역축제 참여요인과 사회적 자본간의 관계 연구. 『호텔경영학연구』, 26(8), 263-279. <http://dx.doi.org/10.24992/KJHT.2017.12.26.08.263>.
- 윤성준(2013). 사회적 자본의 효과에 관한 네트워크

- 크적 접근: Bonding vs. Bridging. 『e-비즈니스연구』, 14(1), 203-224.
- 이경모(2009). 축제 이해관계자의 방문객 만족요인 인식에 관한 비교연구. 『관광학연구』, 33(2), 349-368.
- 이회경·박종관(2012). 사회자본이 지역축제의 주민참여에 미치는 영향. 『한국콘텐츠학회논문지』, 12(12), 192-200.
- 정우철(2010). 지역축제에서의 이해관계자간의 만족도에 대한 비교분석. 『관광연구』, 25(1), 327-347.
- 허성란·노경희(2011). 지역사회자본, 축제파트너십과 축제거버넌스 관계 연구: 안동국제탈춤페스티벌을 중심으로. 『관광경영연구』, 50, 197-221.
- Agnitsch, K., Flora, J., & Ryan, V. (2006). Bonding and bridging social capital: The interactive effects on community action. *Community Development*, 37(1), 36-51. <https://doi.org/10.1080/15575330609490153>
- Allen, O'Toole, Harris., & McDonnell. (2008). *Festival and special event management*. Milton: JohnWilly & SonsAustralia, Ltd.
- Arcodia, C., & Whitford, M. (2006). Festival attendance and the development of social capital. *In Journal of Convention & Event Tourism*, 8(2), 1-18. https://doi.org/10.1300/J452v08n02_01
- Beyerlein, K., & Hipp, J. R. (2005). Social capital, too much of a good thing? American religious traditions and community crime. *Social Forces*, 84(2), 995-1013. <https://doi.org/10.1353/sof.2006.0004>
- Bourdieu, P. (1986) Forms of capital. In J. Richardson (ed.) *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). New York: Greenwood.
- Briggs, X. S., (1998). Brown kids in white suburbs: Housing mobility and the many faces of social capital. *Housing Policy Debate*, 9(1), 177-221. <https://doi.org/10.1080/10511482.1998.9521290>
- Briggs, X. S., Comey, J., & Weismann, G. (2010). Struggling to stay out of high-poverty neighborhoods: Housing choice and locations in moving to opportunity's first decade. *Housing Policy Debate*, 20(3), 383-427. <https://doi.org/10.1080/10511481003788745>
- Burt, R. S. (1997). The contingent value of social capital. *Administrative Science Quarterly*, 42(2), 339-365. <https://doi.org/10.2307/2393923>
- Burt, R. S. (2001). Structural holes versus network closure as social capital. In N. Lin, K. Cook, and R. S. Burt (ed.), *Social capital: Theory and research* (pp. 31-56). Hawthorne, N.Y.: Aldine de Gruyter.
- Coleman, J. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology Supplement*, 94, 95-120. <https://doi.org/10.1086/228943>
- _____ (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA : Harvard University Press.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Finkel, R. (2010). Dancing around the ring of fire: Social capital, tourism resistance, and gender dichotomies at up Gelly Aa in Lerwick, Shetland. *Event Management*, 14(4), 275-285. <https://doi.org/10.3727/152599510X12901814778023>

- Getz, D. (1991). *Festivals, special events, and tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Granovetter, M. S. (1983). The strength of weak ties: A network theory revisited. *Sociological Theory, 1*, 201-233. <https://doi.org/10.2307/202051>
- Halpern, D. (2005) *Social Capital*. Oxford: Polity Press.
- Hawkins, R. L., & Maurer, K. (2011). Unravelling social capital: Disentangling a concept for social work. *British Journal of Social Work, 42*(2), 353-370. <https://doi.org/10.1093/bjsw/bcr056>
- Hede, A (2008). Managing special events in the new era of the triple bottom line. *Event Management 11*(1-2), 13-22. <https://doi.org/10.3727/152599508783943282>
- Helliwell, J. F., & Putnam, R. D. (2004). The social context of well-being. *Biological Sciences, 359*(1449), 1435-1446. <https://doi.org/10.1098/rstb.2004.1522>
- Kleinhans, R., Priemus, H., & Engbersen, G. (2007). Understanding social capital in recently restructured urban neighbourhoods: Two case studies in Rotterdam. *Urban Studies, 44*(5-6), 1069-1091. <https://doi.org/10.1080/00420980701256047>
- Kilpatrick, S., Field, J., & Falk, I. (2003). Social capital: An analytical tool for exploring lifelong learning and community development. *British Educational Research Journal, 29*(3), 417-433. <https://doi.org/10.1080/01411920301859>
- Marshall, M. J., & D. Stolle. (2004) Race and the city: Neighborhood context and the development of generalized trust. *Political Behavior, 26*(2), 125-153. <https://doi.org/10.1023/B:POBE.0000035960.73204.64>
- Mykletun, R. J. (2009). Celebration of extreme playfulness: Ekstrem sportveko at Voss. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 9*(2/3), 146-176. <https://doi.org/10.1080/15022250903119512>
- Nunez, T. (1989). Touristic studies in anthropological perspective. *Hosts and guests: The Anthropology of Tourism, 2*, 265-280.
- OECD(2001). The well-being of nation: The role of human and social capital.
- Portes, A. (2001). Introduction: The debates and significance of immigrant transnationalism. *Global Issues, 1*(3), 181-194. <https://doi.org/10.1111/1471-0374.00012>
- Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- _____ (2001). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Putnam, R., & K. A. Gross (2002). Introduction: in R. Putnam (Ed.). *Democracies in Flux. The evolution of social capital in contemporary society*. New York: Oxford University Press.
- Quinn, B., & Wilks, L. (2013). Festival connections: People, place and social capital, in Richard, G., de Brito, M.P & Wilks, L.(Eds) *Exploring the social impacts of event* (pp. 15-30). Oxon: Routledge.
- Steinfeld C., Ellison, N. & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology, 29*(6), 434-445. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.002>
- Szreter, S., & Woolcock, M. (2004). Health by association? Social capital, social theory,

- and the political economy of public health. *International Journal of Epidemiology*, 33(4), 650-667. <https://doi.org/10.1093/ije/dyh013>
- Tsuka, K., & Yamamoto, S. (2010). Influence on social capital of the festival event: The case of kenka tanabata festival in Kesen cho, Rikuzentakata city, Iwate prefecture. *Journal of Rural Planning Association*, 28, 231-236.
- Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42(1), 35-67. <https://doi.org/10.2307/2393808>
- Wilks, L. (2011). Bridging and bonding: Social capital at music festivals. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 3(3), 281-297. <https://doi.org/10.1080/19407963.2011.576870>
- Williams, D. (2006). On and off the 'Net: Scales for social capital in an online era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 593-628. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00029.x>

2019년 3월 18일 최초투고논문 접수

2019년 4월 15일 최종심사완료 및 게재확정 통보

2019년 4월 16일 최종논문 도착

3인 익명심사 畢