



축제참여의 마음챙김이 정서적 연대와 장소애착에 미치는 영향*

The Effect of Mindfulness on Emotional Solidarity and Place Attachment in Festival Participation

김정현** · 고동완***

Kim, Jung-Hun · Ko, Dong-Wan

요약 : 축제는 상호작용을 전제로 하고 있어 다양한 사람들과 특별한 공간에서 함께하는 것으로 축제연구에서 사람과 장소는 매우 중요한 위치를 차지한다. 즉 축제참여를 통한 상호작용은 사람과의 상호작용과 장소와의 상호작용이 대표적이라 할 수 있다. 사람과의 상호작용으로 정서적 연대가 형성될 수 있고, 장소와의 상호작용으로 장소애착이 형성될 수 있다. 이에 마음챙김, 정서적 연대, 장소애착이 서로 유기적인 관계로 구조적인 영향관계인지를 문헌연구와 실증연구를 통하여 규명하였다. 이를 위해서 기술통계분석, 상관관계분석, 확인적 요인분석, 구조방정식모형분석 등의 분석을 실시하여 마음챙김, 정서적 연대, 장소애착은 유기적인 영향관계로 축제에서 마음챙김은 정서적 연대와 장소애착을 형성시키는 선행변수임을 확인하였다. 즉 축제 참여를 통하여 정서적 연대와 장소애착이 형성되며, 축제 참여자가 축제참여 전 축제에 대한 마음을 챙기는 “정념(正念)의 의식화 과정”은 정서적 연대와 장소애착을 강화시킨다. 따라서 축제에 대한 정교하고 다양한 정보제공으로 축제 참여자들이 축제참여에 앞서 축제에 대한 의식화 과정을 가질 수 있도록 해야 한다. 이러한 의식화 과정은 결과적으로 축제에서 축제 참여자들의 상호작용인 정서적 연대와 축제장소와의 상호작용인 장소애착을 강화한다는 것을 확인하였다.

핵심용어 : 축제, 마음챙김, 정서적 연대, 장소애착, 사회문화적 효과

ABSTRACT : Festivals presuppose interaction. Festivals interact with many people in special spaces, so people and places in festival research are very important. Through festival participation, emotional solidarity can be formed through interaction with people, and place interaction can be formed by interaction with place. The purpose of this study was to investigate the structural influences of mindfulness, emotional solidarity, and place attachment. For the study purpose, literature research, descriptive statistics analysis, correlation analysis, confirmatory factor analysis, and structural equation model analysis were performed. As a result of the research, mindfulness, emotional solidarity, and place attachment proved to be organic influences. In the festival, it was confirmed that mindfulness was an independent variable that formed emotional solidarity and place attachment. In other words, emotional solidarity and place attachment were formed through participating in festivals, and mindfulness in festivals strengthened emotional solidarity and place attachment.

Keywords : Festival, Mindfulness, Emotional solidarity, Place attachment, Socio-cultural effects

* 본 연구는 주저자의 박사학위청구논문(2017)을 수정 보완한 내용임.

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

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

*** 경기대학교 관광개발학과 교수(교신저자). e-mail: dwko@kgu.ac.kr

I. 서 론

우리나라의 지역축제는 공동체를 강화시키는 의식으로 내부지향성이 강했으나 지방자치제 도입 이후 지역경제 활성화 및 지역관광개발 사업의 하나로 접목시키면서 외부지향성이 강해졌다. 외부지향성이 강해지면서 축제의 개최목적도 다양해졌다. 축제는 지역을 기반으로 하는 관광의 하나로 첫째, 참여자의 공동체 의식 강화 및 문화적 혜택 등 참여자 삶의 질을 향상시킨다. 둘째, 참여자들에게 지역문화의 가치 공유를 통하여 지역문화를 보존한다. 셋째, 대내외적인 지역홍보 및 관광객 유치를 통하여 지역경제를 활성화시킨다는 등 다양한 목적을 위해서 개최된다(류정아, 2008).

다양한 개최목적에도 불구하고 수원·화성·오산은 정조를, 장수·문경·청송은 사과를 콘텐츠로 사용 것과 같이 지역 간의 지리적·기후적 유사성 때문에 축제 콘텐츠는 유사할 수밖에 없다. 이에 많은 축제들은 차별성 없이 유사한 형태로 개최된다. 하지만 축제 참여자의 재방문의 사는 축제 및 장소의 특성에 따라 상이하게 나타난다(허용덕, 2012). 축제가 상호작용을 전제(Quinn & Wilks, 2013)로 하기 때문이다. 축제는 직접참여 지역주민을 중심으로 지역상인·축제 위원회·지역NGO·지방자치단체·방문객 등 다양한 이해관계자들이 서로 관계를 형성한다(김정현, 2019). 즉 축제참여로 형성된 다양한 사회적 관계에서의 상호작용 정도에 따라 축제만족 및 효과가 상이하게 인식되고 이에 영향을 받아 재방문의사도 상이하게 나타난다(오정학·한상일 2009).

마음챙김은 외부자극을 통해 습득한 정보를 처리하면서 형성된 마음가짐으로 상호작용할 때 영향을 주거나 받는다. 관광객이 매체, 지역주민, 문화해설사 등과 같은 외부자극을 통해 습득한 축제정보를 처리하면서 형성된 마음챙김은 축제

장소 또는 환경에서 경험을 지향하게 하여 관광객들의 경험을 만족으로 이끌 수 있다(Moscardo, 1992; Van Winkle & Backman, 2009). 즉 축제에 대한 마음챙김은 상호작용을 기반으로 하는 축제에서 상호작용을 촉진시켜 축제에 대한 만족과 긍정적인 효과 인식을 높여 재방문의사를 높이게 된다. 이처럼 마음챙김은 축제분야에서 유용한 이론으로 적용될 수 있다.

축제는 사회적 관계를 통해 유지되는 생활공간(이상훈·고동완, 2017)을 일시적으로 특별한 공간으로 바꿔 다양한 사람들이 어울릴 수 있도록 하는 것으로 축제연구에서 사람과 장소는 매우 중요한 대상이다. 축제참여를 통한 상호작용은 사람과의 상호작용과 장소와의 상호작용이 대표적이라 할 수 있다. 사람과의 상호작용은 개인과 타인의 행위를 통하여 서로 간의 태도에 영향을 준다(황금희, 2013; Pennington, 2002). 지역주민과 축제 방문객 간의 상호작용으로 정서적 연대가 형성될 수 있다(Woosnam, Aleshinloy, Van Winkle & Qian, 2014). 그리고 장소와의 상호작용으로 장소애착이 형성될 수 있다(Small, Edwards & Sheridan, 2005). 이 장소애착은 만족, 재방문, 추천의사 등과 같은 긍정적인 관계를 형성시킬 수 있는 잠재력을 가지고 있다(Quinn & Wilks, 2013).

축제분야에서 정서적 연대와 장소애착에 대한 관심은 최근 들어 갖기 시작했다. 이에 이들에 관한 선행연구들은 명시적이기보다는 암시적으로 진행되어 근거가 부족하고 미비한 상태이다. 특히 정서적 연대와 장소애착을 형성시키는 선행변수로 시간과 경험, 그리고 사회적 상황 등이 제시되고 있지만, 축제의 전제가 되는 상호작용을 촉진시킬 수 있는 변수에 관한 연구는 매우 미비한 실정이다. 따라서 본 연구는 축제참여를 통하여 축제의 사회·문화적 효과로 정서적 연대와 장소애착이 형성될 수 있는지와 정서적 연대와 장소애착의 선행변수로 마음챙김의 적용이 가

능한지를 확인하는데 초점을 맞추었다.

이에 ‘마음챙김, 정서적 연대, 장소애착이 서로 유기적으로 구조적인 영향관계인가?’라는 연구문제를 제기하고 이 연구문제를 실증적으로 규명하므로 축제분야의 이론적인 확장을 모색하고 연구결과를 통하여 축제의 지속가능성을 높일 수 있는 시사점을 제시한다. 연구목적은 구체적으로 제시하면 다음과 같다. 첫째, 축제참여로 사회·문화적 효과인 정서적 연대와 장소애착이 형성되고 이들에 마음챙김이 영향을 줄 수 있음을 확인한다. 둘째, 마음챙김, 정서적 연대, 장소애착 간의 선후 관계를 파악한다. 셋째, 마음챙김, 정서적 연대, 장소애착 간의 구조적 영향관계가 있음을 검증한다.

II. 이론적 배경

1. 마음챙김

마음챙김(mindfulness)은 심리적 구조 또는 정신적 요소인 심리적 상태(Reid, 2011)로 다양한 연구 분야에서 논의되고 적용되면서 지속적인 쟁점이 되고 있다. 우리나라에서는 마음챙김을 ‘念’으로 한역(漢譯)하여 사용하였는데 우리말로 ‘생각하다’로 옮겨오면서 ‘念’에 담겨있는 의미를 온전히 전달하지 못했다(인경, 2001). 마음챙김에 관한 다양한 개념들의 공통점은 ‘알아차림’과 ‘주의’란 성격으로 파악하고 있는 것이고, 차이점은 그 가운데서 경험지향과 같은 의식적인 노력의 존재여부인 것이다(인경, 2001). 즉 마음챙김은 의식적인 노력이 필요없는 ‘알아차림’과 ‘주의’가 핵심인 명상적(meditative) 마음챙김(Yeganeh, 2007)과 의식적인 노력이 필요한 ‘경험지향’이 핵심인 사회-인지적(socio-cognitive) 마음챙김(Pirson, Langer, Bodner & Zilcha, 2012)으로 두 가지의 주요 고전적인 관점으로

구분된다.

사회-인지적 마음챙김은 관광객의 행동과 경험의 본질을 이해하기 위함으로 이를 통하여 관광객의 경험을 강화하는 역할을 한다. 관광객의 경험에 관한 연구에서 사회-인지적 마음챙김을 적용한 것은 관광객, 관광환경 그리고 지역주민들 간의 효과적인 이해와 교류를 향상시키기 위함이다(Frauman & Norman, 2004; Moscardo, 1996, 2009; Moscardo & Pearce, 1986; Van Winkle & Backman, 2009; Woods & Moscardo, 2003). 즉 사회-인지적 마음챙김은 ‘경험지향’이 핵심 요소이다. 이러한 사회-인지적 마음챙김은 하나의 주제에 대하여 주어진 환경이 다양할 때와 상호작용할 때 영향을 주거나 받는다(Frauman, 1999; Langer & Moldoveanu, 2000; Moscardo, 1999). 따라서 사회-인지적 마음챙김은 목표 지향적으로 인지보다는 내부경험의 비판단적 관찰을 포함하고 사람들에게 자신의 행동을 통제하거나 더 많은 기회를 제공 할 수 있게 한다(Langer, 2000).

사회-인지적 마음챙김은 ‘마음챙김-마음놓음’의 이중성 이론에 기초한다(Langer, 1992). Moscardo(1999)는 관광분야에 적용할 수 있도록 제시한 ‘마음챙김의 이중성 이론 모델’은 관광을 포함하여 다양한 분야의 인지 연구에서 사용된다(Langer & Moldoveanu, 2000). 인지적 상태인 마음챙김은 외부자극인 커뮤니케이션 요인들과 내부자극인 방문자 요인들에 영향을 받고, 내부자극인 방문자요인들 역시 커뮤니케이션 요인들에 영향을 받는다. 즉 마음챙김 형성에 있어서 외부자극이 중요한 역할을 한다. 이렇게 외부자극과 내부자극에 영향을 받아 형성된 마음챙김은 방문자가 방문한 관광지에 대해 많이 학습하고 이해하여 높은 만족으로 이어지는 등 긍정적인 결과를 가져온다. 즉 일반적으로 관광의 맥락에서 사회-인지적 마음챙김은 방문자의 정보 회상, 지각 그리고 배움을 강화하는 톨로 볼 수

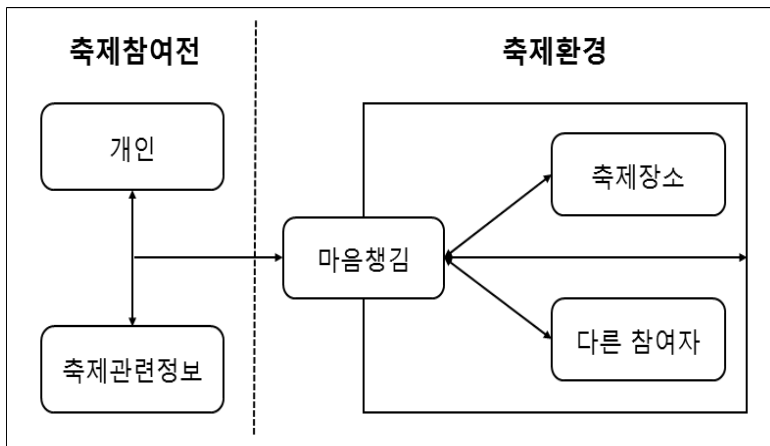
있다(Frauman & Norman, 2004; Moscardo, 1996; Van Winkle & Backman, 2009).

관광분야의 마음챙김에 대한 연구결과를 살펴 보면, Moscardo(1996)의 연구는 세계문화유산이 있는 곳에서는 마음챙김 상태로 관광경험을 할 때, 정교한 해설이 관광객에게는 관광지의 보전에 대한 의식을 갖게하고 지역주민에게는 효과적인 운영 그리고 지속가능한 관광에 대한 의식을 갖게 하여 관광경험의 질을 높일 수 있는 것으로 이것은 마음챙김 상태가 주변에서 무슨 일이 일어나는지에 대한 의문과 정보처리의 과정을 활발하게 하고 감각적으로 반응하기 때문이라는 연구결과를 제시하고 있다.

Frauman and Norman(2004)의 연구결과는 마음챙김 상태의 형성정도는 학습과 흥미 및 정보서비스 지향에 대한 선호와 상관이 있으며, 마음챙김 상태의 관광객은 새로운 것을 발견하고 탐색하려하고, 질문에 답을 찾으려한다고 제시하고 있다. Jennifer Kim Lian Chan(2009)의 연구는 박물관에서 박물관 서비스 경험에 있어서 마음챙김의 역할에 관한 것으로 마음챙김 상태의 방문객이 그렇지 않은 방문객보다 박물관의 서비스 경험에 대해서 더 인지적이고 정서적이며 반

사적인 태도를 보인다는 결과를 제시하고 있다. 축제분야에서 수행한 Van Winkle and Backman(2009)의 연구에서는 축제에 관심이 많은 참여자가 마음챙김의 측정점수가 더 높고, 마음챙김의 수준은 축제에 대한 만족과 자신 감정을 제어하는데 긍정적인 관련이 있다는 연구결과를 제시하고 있다.

이상의 연구결과로 마음챙김이 그 상황과의 활발한 교류를 할 수 있게 하므로 그 상황에 관한 학습과 만족에 영향을 준다는 것을 알 수 있다. 즉 마음챙김이 있는 관광객은 환경과 상호작용하면서 관광경험에 대해서 더 학습하고자 하고, 인지적이며, 만족하는 태도를 나타내고 있는 것이다. 따라서 축제참여 전 축제 참여자가 축제에 관한 정보를 습득하여 처리하면서 형성된 마음챙김 상태로 축제에 참여한다면, 상호작용을 전제로 하는 축제환경에서 상호작용을 촉진시켜, 참여자는 다른 참여자와의 상호작용을 하면서 자기와 다른 참여자를 동일시하고 유대감을 형성하여 정서적 연대를 형성한다. 그리고, 축제장소와의 상호작용으로 축제장소가 가지고 있는 장소성에 영향을 받아 축제에 대해 더 많이 학습하고, 인지하여 장소애착으로 발전할 수 있다. 이러한



〈그림 1〉 축제환경에서 마음챙김의 상호작용

관계를 도식화하면 <그림 1>과 같다.

2. 정서적 연대

정서적 연대(emotional solidarity)는 통합과 연대라는 포괄적인 개념에 집중되어 있던 Durkheim의 담론을 후대 사회학자에 의해 변형 및 발전되었다(이상훈, 2015). 정서적 연대는 자기와 타자의 이분법적 관점과는 반대인 '우리 함께'라는 결속된 개인들의 연대적 느낌(Jacobs & Allen, 2005)으로 지각된 정서적 친밀감과 접촉의 정도에 따라 개인들 경험의 효과적인 결합이다(Hammarstrom, 2005). 실제로 정서적 연대는 공통의 목적을 반드시 달성하기 위한 개인 간의 협력 수준을 나타내는 것이 아니고(Bankston & Zhou, 2002), 집단의 일부로서 개인의 본질을 강화하는 것이다(Bahr, Mitchell, Li, Walker & Sucher, 2004).

정서적 연대의 초기 개념적 구성은 '공유된 신념'과 '공유된 행동' 2개의 속성으로 정서적 연대가 나타났는데, 이후 Collins(1975)에 의해 세 번째 속성인 '상호작용'이 추가되었다(이상훈, 2015). 즉 지역주민과 관광객이 서로 상호작용으로 공유된 신념, 공유된 행동을 갖게 된다면 지역주민과 관광객 사이에 유대가 형성되어 정서적 연대가 나타나게 된다(Woosnam, 2011b). Woosnam(2011a)은 상호작용, 공유된 신념, 공유된 행동이 정서적 연대의 유의한 예측변수라고 제안하면서, 정서적 연대를 구성하고 있는 요소는 환영본성(welcoming nature), 정서적 친근감(emotional closeness), 그리고 호의적 이해(sympathetic understanding)로 3개가 포함되어 있다고 제안했다.

환영본성은 관광객과 관광을 통한 지역주민의 개인적 이익을 의미한다(Woosnam, 2011a). 지역주민들은 지역사회를 안방으로 생각하고, 관광객들에 주인으로서 자신을 보여주기 때문에

(Smith, 1989) 지역주민은 관광객에 비해 환영본성이 상당히 높은 수준을 가지게 된다(Woosnam, 2011a). 축제 환경에서 환영본성은 축제의 사회적 영향인 지역사회 이익과 개인적 이익에 긍정적인 영향을 미친다(Woosnam & Aleshinloye, 2013). 즉 환영본성이 높은 지역주민은 장소정체성이 높아 축제에 더욱 관심을 갖고 축제에 참여하여 축제를 지원하게 된다. 그리고 지역사회에 대한 높은 주인의식으로 방문객들을 잘 맞이하여 방문객들 또한 축제를 즐기면서 지역에 대한 관심을 갖게 할 것이다.

정서적 친근감을 가진 지역주민은 관광객들과 인위적으로라도 친분을 만들려고 하는데, 이러한 친분은 관광을 통해서 얻게 된 사회적 영향 중 가장 중요한 현상이다(Woosnam, 2012). 인위적인 친분이라도 중요한 것은 지역주민들이 관광객과 상호작용을 하면 적대감과 편견이 감소되어(Pizam, Uriely & Reichel, 2000) 서로의 관계와 정서적 친화력이 발전(Woosnam, 2010) 되기 때문이다. 축제에서 정서적 친근감은 개인 간의 관계에서 나타나는 것으로 개인적인 이익에만 긍정적인 영향을 미치고 사회비용에는 부정적인 영향을 미친다(Woosnam & Aleshinloye, 2013). 정서적 친근감이 높은 지역주민은 축제 준비를 통한 지역사회 이익보다는 축제 참여자들과의 관계를 통한 개인적인 이익에 기여한다고 믿어 처음에는 참여자들에게 인위적으로 접근하지만 시간이 지남에 따라 정서적 친화력으로 발전하여 참여자들과 더욱 가까워 질 수 있다. 특히 우리나라 사람들의 본성에는 게마인샤프트의 성향을 가지고 있어 자신도 모르게 호의적인 관계를 유지하려 한다(오순환, 2015).

호의적 이해가 높은 지역주민은 관광개발에 대해 긍정적이고 지지적인 태도를 갖게 된다(Woosnam, 2012). 원칙적으로 사람들이 관광지에 있을 때, 지역주민과 관광객의 마음을 해석하고 깨달을 수 있다(Draper, Woosnam &

Norman, 2011). 축제 환경에서 호의적 이해는 축제의 사회적 영향에서 환영본성과 같이 지역사회 이익, 개인적 이익에 긍정적인 영향을 미치지만 사회비용에는 부정적인 영향을 미친다(Woosnam & Aleshinloye, 2016). 이것은 호의적 이해가 지역사회에 대한 이해, 다른 참여자들에 대한 이해를 모두 포함하기 때문이다. 따라서 호의적 이해가 높은 지역주민은 축제에 대한 긍정적이고 지지적인 태도를 갖고 다른 참여자들의 입장에서 생각하여 그 참여자가 축제를 더 잘 즐길 수 있도록 도와주게 된다.

정서적 연대의 연구들은 사회심리학 및 사회학에서 이루어지고 있으며 관광학 분야에서 정서적 연대에 대한 관심은 2000년대 후반부터 집중적으로 나타났다(Woosnam, 2008; Woosnam & Aleshinloye, 2013). 축제는 상호작용을 전제로 하고 축제 참여자들은 주제를 통하여 공유된 신념을 가질 수 있으며 체험을 통하여 공유된 행동을 하게 된다. 즉 축제참여로 정서적 연대의 선행변수인 상호작용, 공유된 신념, 공유된 행동이 모두 나타나기 때문에 축제참여를 통하여 정서적 연대의 형성이 가능하다. 이에 최근에 축제분야의 연구에서도 정서적 연대에 관심을 갖기 시작했다(Aleshinloye, 2015; Woosnam & Aleshinloye, 2013; Woosnam, *et al.*, 2014). Woosnam 등(2014)의 연구는 지역주민의 거주기간과 축제참여 횟수가 정서적 연대에 미치는 영향을 살펴보았다. 연구결과 거주기간과 축제참여 횟수는 환영본성에 모두 유의한 영향을 미치지 않았지만, 정서적 친근감에는 모두 유의한 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 거주기간은 호의적 이해에 유의한 정적 영향을 미쳤지만, 축제참여 횟수는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이 연구를 통하여 축제참여를 통하여 정서적 연대가 형성될 수 있음을 확인할 수 있다.

Aleshinloye(2015)의 연구는 정서적 연대를

축제의 사회적 영향의 예측변수로 설정하였다. 축제의 사회적 영향의 구성요소는 지역사회 이익, 개인적 이익, 사회비용이었다. 연구결과 정서적 연대는 지역사회 이익과 개인적 이익에 정적 영향을 미쳤고 사회비용에 부의 영향을 미쳤다. Woosnam and Aleshinloye(2013)의 연구를 통하여 일반관광에서는 참여자의 일반적인 특성 모두 정서적 연대에 유의한 영향을 미치지 않았다. 하지만 축제에서는 일반적인 특성의 일부가 정서적 연대에 유의한 영향을 미치는 것을 확인할 수 있다. 이는 축제의 특이성 때문에 개인적인 차이에 영향을 받는 것으로 축제 참여자가 축제에 대하여 어떠한 마음가짐으로 축제에 참여하느냐에 따라 정서적 연대 형성정도에 영향을 준다는 것이다. 즉 축제에 대한 마음챙김이 정서적 연대 형성에 영향을 미치는 것이다.

3. 장소애착

장소애착은 사람들에게 특정 장소에 대해서 기능적·물리적인 측면과 함께 심리학적·감정적인 측면도 존재한다는 인식에서 시작된다(김동근, 2011). 사람들은 시간의 흐름에 따라 특정한 장소와의 관계성을 발전시키면서 그 장소에 대한 감정적 유대를 형성한다(Brocato, 2006). 감정적 유대는 잠재되어 있던 기억을 자극하여 그 장소의 이미지와 일치하게 한다. 이처럼 사람과 장소 간에 나타나는 감정적 유대 또는 결속이 장소애착이다(고동완·황금희, 2015). 관광에서 장소애착은 활동이나 관광지등 특별한 관심대상과 상황적·지속적인 유형 그리고 참여의 높고 낮은 관여를 통한 감정적 애착이다(Trauer & Ryan, 2005). 관광학자들은 다양한 연구를 통해서 관광객들의 행동을 더 많이 이해할 수 있고 더불어 자원관리에 도움을 줄 수 있는 유용한 개념이 장소애착이라고 밝혔다(Moore & Graefe, 1994; Warzecha & Lime, 2001). 이에 관광

분야의 연구에서 더 많은 관심을 받게 되었다.

개개인은 일상 속에서 다양한 장소와 관계성을 가지게 되기 때문에 개개인들이 이용하는 장소에 대한 인식 정도와 긍정적인 정서적 유대감을 나타내는 장소애착이 존재한다(한지훈, 2011). 이러한 관점에서 축제와 장소의 연관성 즉, 축제가 참여자의 장소애착 형성에 중요한 영향을 미친다고 주장하면서 최근 들어 여러 학자들에 의해 연구되기 시작하였다(김시중, 2005; 송화성·윤자연, 2015a, 2015b; 신현식·김창수, 2011; Aleshinloye, 2015). 축제에서 장소애착은 참여자와 장소 간의 상호작용을 통해 물리적 환경인 축제장소와 축제참여자의 감정적 유대 및 결속을 말한다.

김시중(2005)은 문화관광축제 개최지의 장소애착을 지역축제 서비스 품질 및 충성도와의 영향관계를 분석하여 지각된 서비스 품질이 높은 참여자가 장소애착이 높고, 장소애착이 높은 참여자가 재방문의도와 구전에 많은 영향을 준다는 연구결과를 제시하였다. 송화성·윤자연(2015a)은 질적 연구방법 중 근거이론을 통해 축제 방문객의 장소애착을 개념화 및 범주화를 하고 모형을 형성함으로써 장소애착의 형성가능성을 확인하였고, 다른 연구(송화성·윤자연, 2015b)를 통하여 장소애착의 수준별 축제 방문객들의 요구를 파악하였다. 수준이 '상'인 집단은 '방문객 참여 증진'과 관련된 요구를 하였으며, '중'인 집단은 축제에 대한 '철저한 품질 관리'와 같이 축제의 본질에 대해 다양하게 요구하였다. 즉 축제에서 장소애착은 형성될 수 있고 장소애착 수준이 높을수록 참여수준이 높음을 확인할 수 있다.

신현식·김창수(2011)는 지역축제 스토리텔링과 장소애착 및 행동의도와의 영향관계에 대한 연구를 통해 장소애착과 행동의도 간의 영향관계를 규명함으로써 장소애착이 행동의도에 영향을 미친다는 사실을 제시하였다. Trauer and Ryan(2005)는 방문객과 지역주민 간의 교류활동이

방문객으로 하여금 친근감을 만들게 하여 장소애착 형성에 도움을 줄 수 있다는 연구결과를 제시하고 있다. Aleshinloye(2015)의 연구를 통하여 지역사회와 개인이 연관되어 있는 사회적 영향 중 하나인 장소애착에 영향을 미칠 수 있음을 알 수 있다.

관광분야 외의 관련 연구들을 살펴보면, 김상희(2007)의 연구는 상호작용을 통해서 한 사람의 정서상태가 다른 사람의 정서 상태에 영향을 미침으로써 감정의 전염이 발생한다는 결과를 제시하고 있다. 이를 통하여 정서적 연대는 장소애착을 형성 할 수 있음을 유추할 수 있다. 김정구·박승배·김규한(2003)의 연구는 집단 구성원들의 상호작용을 통해 일체감을 높이면 브랜드 애호도가 상승된다는 결과를 제시하고 있다. 이 연구결과는 장소애착을 직접적으로 언급하고 있지는 않지만 상호작용이 어떤 대상에 대한 감정적인 유대에 영향을 미친다는 것을 통하여 간접적이지만 장소애착 형성에도 영향을 줄 수 있다는 것을 알 수 있다. 윤종국(2000)은 사람들 사이의 상호작용이 확대되고, 주민과의 교류가 깊어지면 지역에 대한 애착이 생긴다는 결과를 제시하고 있다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구가설 및 모형설정

제상호(2015)는 농촌체험마을에서 마음챙김이 장소애착과 체험의 질, 정서적 연대에 미치는 영향에 관한 연구에서 마음챙김이 장소애착에 정의 영향을 미친다는 연구결과를 제시하고 있다. 또한 신현식·김창수(2011)는 지역축제 스토리텔링이 방문객의 장소애착과 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구에서 스토리텔링이 장소애착에 정의 영향을 미친다는 연구결과를 제시하고 있

다. 스토리텔링은 마음챙김을 형성시킬 수 있는 외부자극이기 때문에 마음챙김이 장소애착에 정 의 영향을 미친다고 유추할 수 있다. 이상의 연 구들을 통하여 연구가설 H1을 설정하였다.

*연구가설 H1: 마음챙김은 장소애착에 정 (+)의 영향을 미친다.

Moscardo(1996)는 문화유산에서 마음챙김 상태로 관광경험을 할 때, 정교한 해설이 관광경험의 질을 높이는데 이는 마음챙김 상태가 주변에서 무슨 일이 일어나는지에 대한 의문과 정보 처리의 과정을 활발하게 하고 감각적으로 반응하기 때문이라는 연구결과를 제시하였다. 그리고 Woosnam(2008)은 지역주민과 관광객의 상호 작용, 공유된 신념, 공유된 행동이 두 집단 간의 정서적 연대를 형성하는데 주요한 예측변수라고 제시하였다. 축제는 상호작용을 전제로 하기 때문에 마음챙김은 상호작용을 촉진시켜 축제 참여 자들에게 축제의 주제를 통하여 공유된 신념을 갖게 하고, 체험을 통하여 공유된 행동을 하게 한다. 이상의 연구들을 통하여 연구가설 H2를 설정하였다.

*연구가설 H2: 마음챙김은 정서적 연대에 정 (+)의 영향을 미친다.

윤종국(2000)은 사람들 사이의 상호작용이

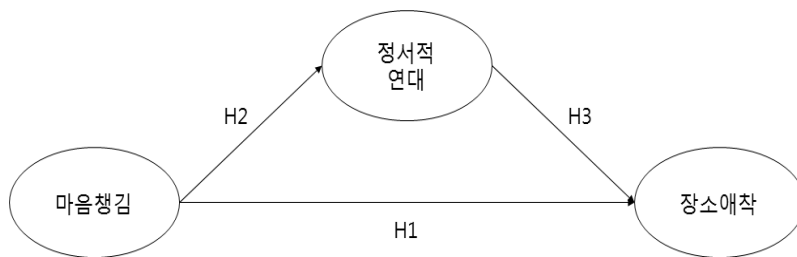
확대되고, 주민과의 교류가 깊어지면 지역에 대한 애착이 생긴다는 연구결과를 제시하였다. 그리고 Trauer and Ryan(2005)은 방문객과 지역주민 간의 교류활동이 방문객으로 하여금 친근감을 만들게 하여 장소애착 형성에 도움을 줄 수 있다는 연구결과를 제시하였다. Aleshinloye (2015)는 정서적 연대를 축제의 사회적 영향의 예측변수로 설정하였으며 연구결과를 통하여 지역사회와 개인이 연관되어 있는 사회적 영향 중 하나인 장소애착에 영향을 미칠 수 있음을 제시 하였다. 이상의 연구들을 통하여 연구가설 H3을 설정하였다.

*연구가설 H3: 정서적 연대는 장소애착에 정 (+)의 영향을 미친다.

이론적 고찰을 통하여 설정한 3개의 연구가설 (H1, H2, H3)을 바탕으로 <그림 2>와 같이 연구모형을 설정하여 연구를 수행하였다.

2. 설문지 구성

설문지 구성은 연구모형에서 제시한 변수를 중심으로 정보습득, 마음챙김, 정서적 연대, 장소애착, 인구통계학적 사항 등 총 5개영역 38문항으로 구성하였다. 마음챙김은 축제 참여자들 간의 공유된 행동과 공유된 신념을 가질 수 있도록 하는 요인임을 감안하여, Van Winkle and



<그림 2> 연구모형

Backman(2009)의 연구에 적용했던 마음챙김의 단일 요인, 총 6개의 측정문항을 수용하였으며 5점 리커트 척도를 사용하였다. 정서적 연대는 마음챙김을 통해 공유된 행동과 신념으로 축제 참여자들 간의 관계에서 심리적 유대감 지각에 영향을 주는 요인임을 감안하여, Aleshinloye (2015)의 연구에 사용된 환영본성, 정서적 친근감, 호의적 이해 등 3개요인, 총 10개의 측정문항을 수용하였으며 5점 리커트 척도를 사용하였다. 장소애착은 축제 참여자가 축제장소와의 상호작용으로 축제 장소에 심리적으로 몰입되고, 축제 참여자 간의 교류가 깊어져 형성되는 요인임을 감안하여, Lee(2009)의 연구에서 사용된 장소정체성, 장소의존성, 사회적애착 등 3개요인, 총 13개의 측정문항을 수용하였으며 5점 리커트 척도를 사용하였다.

3. 자료수집 및 분석방법

설문조사는 수원화성문화제의 주요 행사인 개막연과 폐막연과 수원화성 축성체험, 해경궁 흥씨 진찬연 등 수원화성문화제의 특성이 담겨있는 다양한 행사들이 진행되는 화성행궁 일대에서 축제기간인 2016년 10월 7일부터 9일까지 3일 동안 진행하여 총 352부를 회수하였다. 설문조사는 연구자와 사전 설명을 통해 본 연구의 주제와 내용을 이해하고 있는 경기대학교 여가관광개발학과 대학원생 3명과 관광분야에 근무하고 있는 지인 2명 등 총 6명이 응답자에게 설문지를 배포하고 회수하는 방법으로 실시하였다. 설문지의 응답률을 높이고 성의 있는 답변을 유도하기 위해 소정의 기념품을 제공하였다.

회수된 352부 중에서 불성실하게 응답한 6부를 제외하고 총 346부를 분석에 활용하였다. 분석은 통계패키지 프로그램인 SPSS과 AMOS를 이용하여 전체적인 응답경향과 분포를 살펴보기 위한 기술통계분석, 변수들 간의 다중공선성을

검증을 위한 상관관계분석, 변수들의 집중타당도와 개념 신뢰도를 검증하기 위한 확인적 요인분석, 마음챙김, 정서적 연대, 장소애착으로 구성된 연구모형의 적합성을 검증하기 위한 구조방정식 모형분석 등 다양한 분석을 통하여 연구가설 H1, H2, H3를 검증하였다.

IV. 실증분석

1. 응답자의 특성 및 정보습득 방법

응답자의 특성은 <표 1>과 같이 나타났다. 응답자의 성별은 남성 40.5%, 여성 59.5%로 여성 응답률이 높았다. 응답자의 연령은 25세 이하 28.9%, 26-35세 이하 22.8%, 36-45세 이하 21.4%로 비교적 젊은 층의 참여가 많음을 알 수 있다. 학력은 대학교 재학 또는 졸업 52.6%로 대학교를 재학 중이거나 졸업한 응답자가 가장 많은 것으로 나타났다. 직업은 직종별 유사한 비율로 나타났으나 농업·임업·축산업에 종사하고 있는 응답자는 없었는데 지역적 특성임을 유추할 수 있다. 가족 전체의 월 평균 가구 소득은 200-300만원 미만 22.3%, 300-400만원 미만 21.4%로 응답자 가족 전체의 월 평균 소득은 200-400만원 미만에 집중된 것을 알 수 있다.

주요 참여자의 시장을 알아보기 위해 응답자의 거주지를 확인하였는데, 수원시 거주자는 69.9%, 수원시의외 거주자는 30.1%로 수원시민의 참여율이 높은 것으로 나타났다. 수원시 평균 거주기간은 11년으로 나타났으며 16-20년 이하 10.4%, 21년 이상 21.7%로 장기 거주자들이 상당히 많은 것을 알 수 있다. 응답자의 평균 참여횟수는 2.6번으로 처음 참여한 참여자는 57.2%, 재 참여한 참여자는 42.8%로 재 참여율이 상당히 높은 것으로 나타났다. 재 참여자

〈표 1〉 인구통계학적 특성

구분	문항	빈도 (명)	구성비 (%)	구분	문항	빈도 (명)	구성비 (%)
성별	남	140	40.5		200만원 미만	38	11.0
	여	206	59.5		200-300만원 미만	77	22.3
연령	25세 이하	100	28.9	소득	300-400만원 미만	74	21.4
	26-35세	79	22.8		400-500만원 미만	56	16.2
	36-45세	74	21.4		500-600만원 미만	35	10.1
	46-55세	40	11.6		600-700만원 미만	27	7.8
	56세 이상	53	15.3		700-800만원 미만	5	1.4
학력	고등학교 졸업	60	17.3		800-900만원 미만	9	2.6
	전문대학 재학및졸업	59	17.1		900만원 이상	25	7.2
	대학교 재학 및 졸업	182	52.6		수원시	242	69.9
	대학원 재학 및 졸업	39	11.3		수원시 외	104	30.1
	기타	6	1.7		0년	104	30.1
직업	전문직(의사·법조인등)	35	10.1	거주지	1-5년	70	20.2
	사무직·관리직	64	18.5		6-10년	42	12.1
	판매직·서비스직	24	6.9		11-15년	19	5.5
	생산직	8	2.3		16-20년	36	10.4
	농업·임업·축산업	-	-		21년 이상	75	21.7
	자영업	19	5.5	참여경험	첫방문	198	57.2
	학생	100	28.9		2-3회	93	26.9
	전업주부	57	16.5		4-5회	31	9.0
	기타	39	11.3		6회 이상	24	6.9

〈표 2〉 정보습득유형

문항	빈도(명)	구성비(%)	문항	빈도(명)	구성비(%)
지인	104	30.1	영상광고(버스, TV 등)	29	8.4
기관 홈페이지	84	24.3	현수막 및 포스터	48	13.9
SNS(지인, 기관 등)	54	15.6	기타	27	7.8

중 2-3회 참여 26.9%, 4-5회 참여 9.0%, 6회 이상 참여 6.9%로 재참여 횟수가 점점 줄어들어 4회부터는 급격히 주는 것을 알 수 있다.

축제에 참여하기 전 축제에 관한 정보 또는 소식 등의 습득은 참여자가 마음챙김 상태로 축제를 참여할 수 있게 한다. 수원화성문화제에 참여 전 수원화성문화제에 관한 정보 또는 소식의 습

득 특성과 관련된 결과는 〈표 2〉와 같다. 이를 살펴보면, 지인에게 정보 또는 소식을 습득한 참여자는 30.1%로 가장 높게 나타났으며, 수원시청, 수원문화재단 등과 같은 기관 홈페이지에서 습득한 참여자는 24.3%로 두 번째로 높았다. 버스나 TV 등 영상광고를 통해 습득한 참여자가 8.4%로 가장 낮게 나타났다. 지인을 통하여 정

보습득을 하는 경우가 많은 것으로 나타나 구전 효과가 매우 중요함을 알 수 있다. 따라서 수원 화성문화제에 대한 정보제공은 지역주민 또는 축제 참여자들의 만족을 높여 이들이 스스로 정보를 제공할 수 있는 입소문 마케팅과 기관 홈페이지 활용을 지향하고 비용이 높은 영상광고는 지양하는 것이 바람직하다.

2. 확인적 요인분석

마음챙김의 확인적 요인분석 결과는 <표 3>과

같다. 집중타당성에 대한 분석결과를 살펴보면, 표준화 경로계수는 0.652-0.843으로 기준치인 0.50보다 높게 나타났고, C.R. 값은 11.916-13.050으로 모든 측정변수가 ±1.96이상의 수치를 보였으며, p값은 유의수준 내에서 유의한 것으로 나타났다. 그리고 SMC 값은 0.425-0.711로 기준치인 0.40을 상회하고 있는 것으로 나타났으며, CCR은 0.889로 기준치인 0.70보다 크고, AVE는 0.647로 기준치인 0.50보다 크게 나타났다. 따라서 마음챙김의 집중타당성이 있는 것을 확인하였다.

<표 3> 마음챙김의 확인적 요인분석 결과

구분	표준화경로계수	측정오차	C.R.	SMC	CCR / AVE	
마음 챙김	관심	0.821	0.600	12.797***	0.674	0.916 / 0.647
	궁금	0.843	0.376	13.050***	0.711	
	재미	0.673	0.256	12.293***	0.453	
	흥미	0.805	0.326	12.614***	0.649	
	새로움	0.749	0.162	11.916***	0.561	
	기여	0.652	0.175		0.425	
모형 적합도	CMIN=77.706, p=0.000, CMIN/DF=8.634, GFI=0.926, AGFI=0.828 RMR=0.032, RMSEA=0.149, NFI=0.932, TLI=0.898, IFI=0.939					

<표 4> 정서적연대의 확인적 요인분석 결과

구분	표준화경로계수	측정오차	C.R.	SMC	CCR / AVE	
환영 본성	타인자랑	0.832	0.231	-	0.692	0.953 / 0.670
	타인도움	0.751	0.260	14.993***	0.564	
	타인감사	0.806	0.266	16.344***	0.649	
	타인공정	0.676	0.375	13.160***	0.457	
정서적 친근감	타인친근	0.777	0.357	-	0.604	0.953 / 0.670
	타인친구	0.655	0.636	11.690***	0.429	
호의적 이해	관심사	0.827	0.329	-	0.684	
	동질감	0.845	0.283	18.971***	0.714	
	이해	0.882	0.207	20.284***	0.778	
	애정	0.897	0.195	20.799***	0.804	
모형 적합도	CMIN=163.733, p=0.000, CMIN/DF=5.117, GFI=0.918, AGFI=0.858 RMR=0.047, RMSEA=0.109, NFI=0.929, TLI=0.918, IFI=0.942					

정서적 연대의 확인적 요인분석 결과는 <표 4>와 같이 나타났다. 집중타당성에 대한 분석결과를 살펴보면, 표준화 경로계수는 0.655-0.897로 기준치인 0.5보다 높게 나타났고, C.R. 값은 11.690-20.799로 모든 측정변수에서 ±1.96 이상의 수치를 보였으며 p값은 유의수준 내에서 유의한 것으로 나타났다. 또한 SMC 값은 0.429-0.804로 기준치인 0.40을 상회하고 있는 것으로 나타났고, CCR 값은 0.953로 기준치인 0.70보다 높고, AVE 값 또한 0.670으로 기준치인 0.50이상으로 나타나 정서적 연대의 집중타당성이 있는 것을 확인하였다.

장소애착의 1차 확인적 요인 분석 결과를 살펴보면, SMC 값이 0.237-0.817로 2개의 측정문항(수원화성에서 다른 참여자들과 함께 즐겼다=0.344, 수원화성을 알리기 위해 친구들과 연락 했다=0.237)이 기준치인 0.40보다 낮게 나타나 삭제하였다. 2개 측정문항을 삭제한 11개 측정문항에 대한 2차 확인적 요인분석

결과는 <표 5>와 같이 나타났다. 집중타당성에 대한 분석결과를 살펴보면 표준화 경로계수는 0.736-0.903으로 기준치인 0.50보다 높게 나타났고, C.R. 값은 14.366-21.635로 모든 측정문항에서 ± 1.96이상의 수치를 보였으며, p값은 유의수준 내에서 유의한 것으로 나타났다. 또한 SMC 값을 보면 0.542-0.815로 기준치인 0.40을 상회하고 있는 것으로 나타났고, CCR 역시 0.960으로 기준치인 0.70보다 높고, AVE도 0.685로 기준치인 0.50이상으로 나타나 장소애착의 집중타당성이 있는 것을 확인 하였다.

3. 상관관계 분석

상관관계 분석을 위하여 제안된 연구모형의 잠재변수들을 구성하는 다수의 측정문항들을 합산평정 하였다. 제안된 연구모형을 구성하는 7개의 잠재변수들이 측정척도로서 적합한지를 검

<표 5> 장소애착의 확인적 요인분석 결과

구분	표준화경로계수	측정오차	C.R.	SMC		CCR AVE	
				1차	2차		
장소 정체성	자아가치	0.736	0.447	-	0.543	0.643	
	자아지각	0.816	0.359	14.366***	0.664	0.738	
	자아진정	0.843	0.306	14.754***	0.711	0.812	
장소 의존성	최고장소	0.793	0.379	-	0.628	0.658	
	상기장소	0.841	0.322	17.752***	0.706	0.702	
	우위장소	0.903	0.211	19.556***	0.817	0.815	0.960
	선호장소	0.838	0.307	17.665***	0.702	0.707	/
	추천장소	0.811	0.340	16.901***	0.658	0.629	0.685
사회적 애착	강한애착	0.901	0.206	-	0.795	0.711	
	소속감	0.859	0.304	21.635***	0.730	0.666	
	순간애착	0.801	0.329	19.169***	0.660	0.542	
	지인소개				0.344	삭제	
	타인교류				0.237	삭제	
모형 적합도	CMIN=114.221, p=0.000, CMIN/DF=2.856, GFI=0.945 AGFI=0.910 RMR=0.034, RMSEA=0.073, NFI=0.961, TLI=0.965, IFI=0.974						

증하기 위해서 상관관계 분석을 실시하였다. 각각의 잠재변수들 간의 상관관계 분석결과는 <표 6>과 같이 나타났다. 분석결과를 살펴보면, 모든 잠재변수들 간의 상관관계가 0.349-0.758로 나타났다. 잠재변수들 간의 상관관계를 자세히 살펴보면, 마음챙김-장소의존성(0.707), 장소의존성-사회적애착(0.758), 정서적 친근감-호의적 이해(0.718)은 높은 상관관계를 보이는데, 마음챙김-정서적 친근감(0.349)은 낮은 상관관계를 보인다. 이들을 제외한 나머지 잠재변수들 간의 상관관계는 다소 높은 상관관계를 보이고 있다. 마음챙김-장소의존성(0.707)은 본 연구에서 설정한 구성 개념의 범위를 다소 벗어나고 있지만 다중공선성 문제는 야기되지 않을 것이라고 판단하였다.

4. 연구가설 검증

연구가설 H1, H2, H3인 마음챙김과 정서적 연대 그리고 장소애착 간의 구조적 영향관계에 대해서는 구조방정식모형분석으로 검증하였다. 가설에 대한 적합여부는 고정지수의 임계값인 C.R.(±1.96) 값과 변수 간의 인과관계의 통계적 유의수준을 나타내는 p(<0.05) 값을 판단기준으로 하였다. 3개의 연구가설 분석결과는 <표 7>과 같이 모두 채택되었다.

연구가설 H1을 검증하기 위하여 ‘마음챙김’과 ‘장소애착’에 대한 경로를 살펴보면, 통계적으로 유의(p=.000)하며 C.R 값 또한 7.713으로 기준치를 상회하고 있다. 즉 마음챙김은 장소애착에 정의 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 따라

<표 6> 잠재변수들 간의 상관관계 분석결과

	1	2	3	4	5	6	7
1. 마음챙김	1						
2. 장소정체성	.587**	1					
3. 장소의존성	.707**	.691**	1				
4. 사회적애착	.684**	.675**	.758**	1			
5. 환영본성	.580**	.491**	.596**	.668**	1		
6. 정서적친근감	.349**	.468**	.413**	.485**	.547**	1	
7. 호의적이해	.476**	.571**	.503**	.578**	.613**	.718**	1

** . 상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의합니다.

<표 7> 연구가설 분석결과

	경로계수	표준화계수	S.E.	C.R.	채택여부
마음챙김 → 장소애착	0.441	0.508	0.057	7.713***	채택
마음챙김 → 정서적연대	0.576	0.624	0.064	9.064***	채택
정서적연대 → 장소애착	0.462	0.492	0.060	7.661***	채택

*** p(0.01에서 유의함

서 본 연구에서 제안하고 있는 축제참여 전 축제에 관한 정보 또는 소식을 통하여 축제 참여자에게 형성된 마음챙김이 지역과의 감정적 유대인 장소애착에 정의 영향을 미친다는 연구가설 H1은 채택되었다. 이러한 결과는 축제 참여자들이 축제참여 전 축제에 대한 정보를 통하여 형성된 마음챙김과 축제장에 대한 장소애착이 직접적인 영향관계가 있다고 할 수 있다.

이 결과는 지역축제 스토리텔링이 장소애착에 영향을 미친다는 연구(신현식·김창수, 2011)와 환경에는 다소 차이가 있지만 관광객이 방문한 농촌체험마을의 다양한 요인들에 의해 관광객이 마을을 인식하는 마음챙김이 있다면 관광객은 그 마을에 강한 장소애착을 느낀다는 연구(제상호, 2015) 등의 결과에 부합한다. 또한 김시중(2005)의 연구와는 간접적으로 부합하여 마음챙김이 높으면 어떤 대상에 대해 높게 지각하여 장소애착이 높아질 수 있음을 시사한다. 즉 축제참여 전 마음챙김은 경험지향적 축제참여를 유도하여 적극적인 활동으로 축제 장소에 강한 장소애착을 느끼게 한다.

연구가설 H2를 검증하기 위하여 '마음챙김'과 '정서적 연대'에 대한 경로를 살펴보면, 통계적으로 유의하며($p = .000$) C.R 또한 8.785로 기준치를 상회하고 있다. 즉 마음챙김이 정서적 연대에 정의 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 따라서 본 연구에서 제안하고 있는 축제참여 전 축제에 관한 정보 또는 소식을 통하여 축제 참여자에게 형성된 마음챙김이 축제참여자 간의 호의적 관계에서 형성되는 정서적 연대에 정의 영향을 미친다는 연구가설 H2는 채택되었다.

이 결과는 축제참여 전 축제에 대한 정보를 통하여 형성된 마음챙김의 정도에 따라 다른 참여자와의 관계에 대한 정서적 연대에 직접적인 영향관계가 있다고 할 수 있다. 관광객은 의식화를 통하여 주어진 상황에 적절히 적응하므로 대인관계를 긍정적인 관계로 형성하고자 노력한다고 제

시한 연구(양정임, 2014; 정화숙·정봉교, 2014; Frauman & Norman, 2004; Kabat-Zinn, 1990; Langer & Moldoveanu, 2000; Moscardo, 1999)와 주민과의 교류가 깊어지면 지역에 대한 애착이 생긴다는 연구(제상호, 2015)와 부합한다. 즉 축제참여 전 마음챙김은 경험지향적인 축제참여를 유도하여 적극적인 교류를 통하여 다른 참여자와의 호의적 관계를 맺어 정서적 연대를 느끼게 한다.

연구가설 H3을 검증하기 위하여 '정서적 연대'와 '장소애착'에 대한 경로를 살펴보면, 통계적으로 유의하며($p = .000$) C.R 또한 7.473으로 기준치를 상회하고 있다. 즉 정서적 연대는 장소애착에 정의 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 따라서 본 연구에서 제안한 축제 참여자들 간의 호의적 관계에서 형성할 수 있는 정서적 연대가 장소애착에 정의 영향을 미친다는 가설 H3은 채택되었다.

이 결과는 축제 참여자들이 축제참여를 통하여 다른 참여자와의 관계에서 형성된 정서적 연대는 축제 장소에 대한 장소애착과 직접적인 영향관계가 있다고 할 수 있다. 이는 인간 활동을 통해 장소에 부여된 상징적인 의미를 이해할 때 이 상징적 의미들이 인간 활동의 사회적 맥락에 영향을 미치고 동시에 사회적 관계망이나 사람들 간의 연대가 중요한 역할을 한다는 연구(김상희, 2007; 윤종국, 2002; Aleshinloye, 2015; Trauer & Ryan, 2005)와 부합한다. 즉 축제는 상호작용을 전제로 하고 있기 때문에 다른 참여자와의 긴밀한 상호작용은 서로 간의 긍정적인 관계로서 정서적 연대를 느끼게 하고 더불어 축제 장소에 강한 장소애착도 느끼게 하는 것으로 해석할 수 있다.

변수들의 효과를 명확하게 파악하기 위해서 직접효과와 간접효과, 그리고 총 효과를 확인한 결과는 <표 8>과 같이 나타났다. 변수 간의 영향을 미치는 총 효과 및 직·간접 효과의 분석결과

〈표 8〉 변수 간의 총 효과

효과	마음챙김			정서적 연대			장소애착		
	총	직접	간접	총	직접	간접	총	직접	간접
장소애착	.815	.508	.307	.492	.492				
정서적연대	.624	.624							

를 살펴보면, 마음챙김이 매개변수인 정서적 연대를 통해서 장소애착에 간접적으로 영향을 미치는 간접효과는 0.307이고 마음챙김이 장소애착에 영향을 미치는 총 효과는 0.815이다. 즉 마음챙김이 정서적 연대와 장소애착에 미치는 총 효과를 비교해보면, 정서적 연대(0.624)보다 장소애착(0.815)에 더 많은 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

V. 결 론

본 연구는 지역축제들이 지리적 위치와 기후의 유사성 때문에 지역마다 서로 유사한 콘텐츠가 활용된다. 이에 유사한 성격의 축제가 개최되고 있다. 하지만 개별관광객들은 동일한 지역을 방문하더라도 여행성격에 따라 모든 것이 달라질 수 있어(김정현·정연동, 2018) 축제성격에 따라 참여자의 재방문의사는 상이하다. 그리고 축제효과에 관한 대부분의 연구가 경제적 효과에만 편중되어 있다는 것에 착안하여 시작되었다. 이에 축제참여로 공통된 관심사를 갖게 되면서 공감대를 통한 상호작용으로 일시적이지만 형성된 참여자들의 관계에서 정서적 연대가 형성될 수 있는지 그리고 축제 참여자의 정서가 장소적 특성에 반영되어 장소애착이 형성 될 수 있는지에 관심을 갖았다. 또한 정서적 연대와 장소애착 형성에 마음챙김이 영향을 줄 것이라고 가정하였다. 이를 바탕으로 축제의 사회·문화적 효과 중 사회적 관계를 통하여 사회에 긍정적인 영향을

줄 수 있는 정서적 연대와 장소애착이 형성되는지와 축제참여 전 형성된 마음챙김이 정서적 연대와 장소애착에 미치는 영향관계를 실증적으로 규명하였다.

참여자의 마음챙김은 장소애착(H1)과 정서적 연대(H2)에 정의 영향을 미친다는 가설을 설정하여 검증한 결과, 마음챙김은 장소애착과 정서적 연대에 모두 유의수준 내에서 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 정서적 연대는 장소애착에 정의 영향을 미친다는 가설(H3)을 설정하여 검증한 결과 또한 유의수준 내에서 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 분석결과를 종합해보면, 축제참여 전 축제에 관한 정보 또는 소식을 통하여 형성된 마음챙김은 장소와의 상호작용과 다른 참여자들과의 상호작용을 촉진시켜 장소애착과 정서적 연대에 정의 영향을 미치고, 정서적 연대는 장소애착에 정의 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 이상의 결과를 토대로 다음과 같은 결론과 시사점을 도출하였다.

첫째, 마음챙김-정서적 연대-장소애착으로 이어지는 구조적 관계에서 마음챙김은 장소애착에 직접·간접적으로 영향을 미치고 있어 마음챙김은 독립변수, 장소애착은 종속변수의 역할을 한다. 마음챙김이 장소애착에 미치는 직접적인 영향력은 낮고, 간접적인 영향력이 상대적으로 높게 나타나고 있어 정서적 연대는 독립변수와 종속변수를 이어주는 역할을 일정부분 수행하는 매개변수의 역할을 한다. 즉 축제에서 마음챙김은 정서적 연대와 장소애착을 형성시키는 선행변수이다. 따라서 마음챙김 상태로 축제에 참여하는 것이 정

서적 연대와 장소애착 형성에 영향을 미치므로 축제참여 전 축제에 대한 마음챙김이 형성될 수 있도록 해야 한다.

둘째, 많은 축제 참여자들은 지인을 통해 축제에 대한 정보를 습득한다. 하지만 지인을 통해 습득된 정보는 축제에 대한 상세한 정보가 아닌 대략적인 정보이다. 축제의 대략적인 정보는 축제에 대한 마음챙김을 형성시키거나 높이는 데 한계가 있다. 반면 기관 홈페이지에는 축제에 관한 상세하고 다양한 정보가 있어 축제에 관심이 많은 참여자들에게 축제에 관한 충분한 정보를 제공함으로써 축제에 대한 마음챙김을 형성시키거나 높일 수 있다. 따라서 정서적 연대와 장소애착에 영향을 줄 수 있는 축제에 대한 마음챙김을 형성시키기 위해서는 축제에 관한 상세하고 다양한 정보가 제공되어야 한다.

본 연구는 축제참여를 통하여 축제의 사회·문화적 효과인 정서적 연대와 장소애착이 형성되는지와 마음챙김이 정서적 연대와 장소애착에 미치는 영향을 검증하기 위한 것으로 축제참여 전 입력변수로 마음챙김을 제시하고, 축제를 통한 결론(outcome)변수로 정서적 연대와 장소애착을 제시하고 있다. 하지만 축제참여 중 이루어지는 체험활동 등과 같이 입력변수와 결론변수를 이어주는 결과(output)변수는 제시하고 있지 않아 전체적으로 구조적 공백이라는 한계를 가지고 있다. 이러한 연구의 한계는 결과변수가 정서적 연대와 장소애착에 많은 영향을 미칠 것으로 예상되기 때문에 본 연구에서 검증하려는 마음챙김이 정서적 연대와 장소애착에 미치는 영향에 편이가 발생할 것으로 판단하여 결과변수를 제외하였다. 따라서 추후 연구에서는 축제참여의 결과변수를 포함한 연구를 시도할 필요가 있다. 또한 수원화성문화제에 국한되어 연구가 진행되어 일반화하기에는 다소 무리가 있다. 따라서 일반화하기 위해서 다양한 축제에서 연구를 진행할 필요가 있다.

본 연구의 결과를 종합해보면, 축제 참여를 통하여 정서적 연대와 장소애착이 형성되며, 마음챙김은 축제에 대한 정교하고 다양한 정보를 통하여 형성된다. 축제참여 전 축제에 대한 마음을 챙기는 것 즉, “정념(正念)의 의식화 과정(consciousness)”은 정서적 연대와 장소애착을 강화시킨다. 따라서 축제에 대한 정교하고 다양한 정보제공으로 축제 참여자들에게 축제참여 전 축제에 대한 의식화 과정을 가질 수 있도록 해야 한다. 이러한 의식화 과정은 결과적으로 축제 참여자들 간의 상호작용인 정서적 연대와 축제장소와의 상호작용인 장소애착을 강화한다는 것을 확인하였다는 데에 본 연구의 의의가 있다.

참고문헌

- 고동완·황금희(2015). 문화유산관광 해설에서 장소애착의 역할과 효과. 『관광학연구』, 39(2), 151-166. <http://dx.doi.org/10.17086/JTS.2015.39.1.151>
- 김동근(2011). 단기 주거에서의 장소애착에 대한 연구. 『한국도시계획학회지』, 12(5), 79-90.
- 김상희(2007). 서비스접점에서 판매원 언어적·비언어적 커뮤니케이션이 고객감정과 행동의도에 미치는 영향: 정서감염현상을 중심으로. 『소비자학 연구』, 18(1), 97-131.
- 김시중(2005). 문화관광축제 개최지의 서비스 품질, 장소애착심과 충성도에 관한 인과관계 연구. 『한국경제지리학회지』, 8(2), 315-330.
- 김정구·박승배·김규한(2003). 마케팅활동, 사회적 상호작용, 플로우가 온라인 게임의 애호도와 구전에 미치는 영향에 관한 연구. 『마케팅연구』, 18(3), 93-120.
- 김정현(2019). 축제참가자의 특성이 결속 및 교량형 사회적 자본에 미치는 영향. 『관광학연구』, 43(4), 179-199. <http://dx.doi.org/10.17086/JTS.2019.43.4.179.199>
- 김정현·정연동(2018). 사회연결망분석을 통한 개별관광객의 관광지 접근성 분석: 울산광역

- 시 시내버스 연결망을 중심으로. 『관광학연구』, 42(2), 209-223. <http://dx.doi.org/10.17086/JTS.2018.42.2.209.223>
- 류정아(2008). 축제의 문화가치와 경제효과의 갈등과 조화에 대한 일고. 『공연문화연구』, 17, 135-160.
- 송화성·윤자연(2015a). 축제 방문객의 장소애착 영향 요인과 형성과정: 수원화성문화제 방문객을 대상으로. 『관광레저연구』, 27(9), 321-341.
- 송화성·윤자연(2015b). 축제 방문객의 장소애착 수준별 집단 특성 분석: 수원화성문화제 방문객을 대상으로. 『관광연구』, 30(4), 231-251.
- 신현식·김창수(2011). 지역축제 스토리텔링이 방문객의 장소애착과 행동의도에 미치는 영향. 『관광학연구』, 35(5), 277-298.
- 양정임(2014). 관광객 Mindfulness 상태에 따른 스토리텔링 관광객의 브랜드가치인식 차이연구. 『관광연구』, 28(6), 1-20.
- 오순환(2015). 디지털 게이밍시대의 축제. 『한국관광정책』, 61, 56-63.
- 오정학·한상일(2009). 지역축제 참가자의 만족도의 선행요소와 충성도의 구조적 관계 연구. 『대한경영학회지』, 22(5), 3049-3080.
- 윤종국. (2000). 스포츠 참가자의 사회적 상호작용과 도시 커뮤니티 형성의 관계. 『한국체육학회지-인문사회과학』, 39(3), 139-152.
- 이상훈(2015). 『생활공간의 관광지화에 따른 지역 사회 연대 변화 연구: 감천문화마을을 중심으로』. 미발행박사학위논문, 경기대학교.
- 이상훈·고동완(2017). 생활공간의 관광지화에 따른 지역사회연대 변화 연구. 『관광학연구』, 41(2), 139-161. <http://dx.doi.org/10.17086/JTS.2017.41.2.139.161>
- 인경(2001). 초기불교에서의 지관(止觀)과 사선(四禪). 『보조사상』, 16, 89-119.
- 정화숙·정봉교(2014). 마음챙김에 기초한 관계증진 훈련이 기혼여성의 결혼만족도에 미치는 효과. 『한국심리학회지: 건강』, 19(1), 43-62.
- 제상호(2015). 『농촌체험마을에서 마음챙김이 장소애착과 체험의 질, 정서적 연대에 미치는 영향』. 미발행박사학위논문, 경기대학교.
- 한지훈(2011). 『여가활동 관여도와 장소애착, 만족도, 장소 로열티의 구조관계 연구』. 미발행박사학위논문, 경희대학교.
- 허용덕(2012). 문화관광축제의 지각된 서비스품질과 만족, 재방문 및 추천 의도와 의 관계에서 개인특성요인의 조절효과 분석: 원주한지문화제를 중심으로. 『호텔리조트연구』, 11(2), 165-186.
- 황금희(2013). 『관광자원해설 상호작용의 척도 개발 및 적용』. 미발행박사학위논문, 경기대학교.
- Aleshinloye, K. D. (2015). *Examining residents' and tourists' emotional solidarity with one another at the osun-osogbo festival: A modified durkheimian model*, Unpublished doctoral dissertation, Texas A&M University, Texas.
- Bahr, H., Mitchell, C., Li, X., Walker, A., & Sucher, K. (2004). Trends in family space/time, conflict, and solidarity: Middletown 1924-1999. *City & Community*, 3(3), 263-291. <https://doi.org/10.1111/j.1535-6841.2004.00081.x>
- Bankston, C., & Zhou, M. (2002). Social capital as process: The meanings and problems of a theoretical metaphor. *Sociological Inquiry*, 72(2), 285-317. <https://doi.org/10.1111/1475-682X.00017>
- Brocato, E. (2006). *Place attachment: An investigation of environments and outcomes in a service context*. Unpublished doctoral dissertation. The University of Texas, Arlington.
- Collins, R. (1975). *Conflict sociology: Towards an explanatory science*. New York: Academic.
- Draper, J., Woosnam M., & Norman, W. (2011). Tourism use history: Exploring a new

- framework for understanding residents' attitudes toward tourism. *Journal of Travel Research*, 50(1), 64-77. <https://doi.org/10.1177/0047287509355322>
- Frauman, E. (1999). *The influence of mindfulness on information services and sustainable management practices at coastal South Carolina state parks*. Unpublished doctoral dissertation, Clemson University, South Carolina.
- Frauman, E., & Norman, W. (2004). Mindfulness as a tool for managing visitors to tourism destinations. *Journal of Travel Research*, 42(4), 381-389. <https://doi.org/10.1177/0047287504263033>
- Hammarstrom, G. (2005). The construct of intergenerational solidarity in a lineage perspective: A discussion on underlying theoretical assumptions. *Journal of Aging Studies*, 19(1), 33-51. <https://doi.org/10.1016/j.jaging.2004.03.009>
- Jacobs, S., & Allen, R. (2005). *Emotion, reason and tradition: Essays on the social, political and economic thought of michael polanyi*. Burlington, VT: Ashgate.
- Jennifer Kim Lian Chan. (2009). The consumption of museum service experiences: Benefits and value of museum experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2-3), 173-196.
- Kabat-Zinn, J. (1990). *Full catastrophe living: Using the wisdom of your body and mind to face stress, pain and illness*. New York: Delacorte.
- Langer, E. (1992). Matters of mind: Mindfulness/Mindlessness in perspective. *Consciousness and Cognition*, 1(4), 289-305. [https://doi.org/10.1016/1053-8100\(92\)90066-J](https://doi.org/10.1016/1053-8100(92)90066-J)
- _____ (2000). Mindful Learning. *Current Directions in Psychological Science*, 9(6), 220-223. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00099>
- Langer, E., & Moldoveanu, M. (2000). The construct of mindfulness. *Journal of Social Issues*, 56(1), 1-9. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00148>
- Lee, J. (2009). *Investigating the effect of festival visitor's emotional experience on satisfaction, psychological commitment and loyalty*. Unpublished doctoral dissertation, Texas A&M University, Texas.
- Moore, R., & Graefe, A. (1994). Attachments to recreation settings: The case of rail trail users. *Leisure Sciences*, 16(1), 17-31. <https://doi.org/10.1080/01490409409513214>
- Moscardo, G. (1992). *A mindfulness/mindlessness model of the museum visitor experience*. Unpublished doctoral dissertation, James Cook University, North Queensland.
- _____ (1996). Mindful visitors: Heritage and tourism. *Annals of Tourism Research*, 23, 376-397. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00068-2](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00068-2)
- _____ (1999). *Making visitors mindful: Principles for creating quality sustainable visitor experiences through effective communication*. IL: Sagamore.
- _____ (2009). Understanding tourist experience through mindfulness theory. *Handbook of Tourist Behavior*, 99-115.
- Moscardo, G., & Pearce, P. (1986). Visitor centres and environmental interpretation: An exploration of the relationships among visitor enjoyment, understanding and mindfulness. *Journal of Environmental Psychology*, 6(2), 89-108. [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(86\)80011-1](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(86)80011-1)

- Pennington, D. (2002). *The social psychology of behaviour in small groups*. London: Routledge.
- Pirson, M., Langer, E., Bodner, T., & Zilcha, S. (2012). The development and validation of the langer mindfulness scale—enabling a socio-cognitive perspective of mindfulness in organizational contexts. *Fordham University Schools of Business Research Paper*, 1-54.
- Pizam, A., Uriely, N., & Reichel, A. (2000). The intensity of tourist-host social relationship and its effects on satisfaction and change of attitudes: The case of working tourists in Israel. *Tourism Management*, 21(4), 395-406. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00085-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00085-0)
- Quinn, B. & Wilks, L. (2013). Festival connections: people, place and social capital, in Richards, G., de Brito, M.P. & Wilks, L. (Eds), *Exploring the social impacts of events* (pp. 15-30). Oxon: Routledge.
- Reid, D. (2011). Mindfulness and flow in occupational engagement: Presence in doing. *Canadian Journal of Occupational Therapy*, 78(1), 50-56. <https://doi.org/10.2182/cjot.2011.78.1.7>
- Small, K., Edwards, D., & Sheridan, L. (2005). A flexible framework for evaluating the socio-cultural impacts of a (small) festival. *International Journal of Event Management Research*, 1(1), 66-77.
- Smith, V. (1989). *Host and guests revisited: The anthropology of tourism* (2nd ed). Philadelphia: Univ. of Pennsylvania Press.
- Trauer, B., & Ryan, C. (2005). Destination image, romance and place experience: An application of intimacy theory in tourism. *Tourism Management*, 26(4), 481-491. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.02.014>
- Van Winkle, C., & Backman, K. (2009). Examining visitor mindfulness at a cultural event. *Event Management*, 12, 163-169. <https://doi.org/10.3727/152599509789659731>
- Warzecha, C., & Lime, D. (2001). Place attachment in canyonlands national park: Visitors' assessment of setting attributes on the colorado and green rivers. *Journal of Park and Recreation Administration*, 19(1), 59-78.
- Woods, B., & Moscardo, G. (2003). Enhancing wildlife education through mindfulness. *Australian Journal of Environmental Education*, 19, 97-108. <https://doi.org/10.1017/S0814062600001506>
- Woosnam, K. (2008). *Identifying with tourists: Examining the emotional solidarity residents of beaufort county, south carolina have with tourists in their community*. Unpublished Doctoral dissertation, Clemson University, South Carolina.
- _____ (2010). Testing a model of durkheim's theory of emotional solidarity among residents of a tourism community. *Journal of Travel Research*, 1-13. <https://doi.org/10.1177/0047287510379163>
- _____ (2011a). Testing a model of durkheim's theory of emotional solidarity among residents of a tourism community. *Journal of Travel Research*, 50(5), 546-558. <https://doi.org/10.1177/0047287510379163>
- _____ (2011b). Comparing residents' and tourists' emotional solidarity with one another: An extension of dur-

- kheim's model. *Journal of Travel Research*, 50(6), 615-626. <https://doi.org/10.1177/0047287510382299>
- _____ (2012). New orleans on parade: Tourism and the transformation of the crescent city. *Community Development*, 43(4), 532-533.
- Woosnam, K., & Aleshinloye, K. (2013). Can tourists experience emotional solidarity with residents? Testing Durkheim's model from a new perspective. *Journal of Travel Research*, 52(4), 494-505.
- Woosnam, K., Aleshinloye, K., Van Winkle, C., & Qian, W. (2014). Applying and expanding the theoretical framework of emotional solidarity in a festival context. *Event Management*, 18, 141-151. <https://doi.org/10.3727/152599514X13947236947428>
- Yeganeh, B. (2007). *Mindful experiential learning*. Unpublished doctoral dissertation, Case Western Reserve University, Cleveland.

2019년 7월 15일 최초투고논문 접수
2019년 8월 20일 최종심사완료 및 게재확정 통보
2019년 8월 28일 최종논문 도착
3인 익명심사 畢