

지역축제의 품질인식, 성과인식, 시민관계성의 관계에 관한 연구*

지용승** · 홍준현***

논문 요약

본 연구에서는 지역축제 품질인식이 지역축제 성과인식을 매개로 지방정부-시민 관계성에 미치는 영향을 연구하고자 하였다. 이를 위해 전주시민을 대상으로 설문조사를 실시하였고, 구조방정식 모형을 통해 실증적으로 분석하였다. 분석결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 지역축제 품질인식이 높을수록 성과인식도 높아졌다. 둘째, 지역축제 성과인식은 지방정부-시민관계성에 긍정적인 영향을 미쳤다. 셋째, 지역축제 품질인식이 지방정부-시민관계성에 직접적으로 영향을 미치는 것은 아닌 것으로 나타났다. 지역주민은 지역축제 품질인식 결과를 중심으로 지방정부-시민관계성을 구성하기 보다는 지역주민들의 축제 참여 유도과 주민들과 지방정부가 함께 축제를 어떻게 개최하고, 어떤 성과를 나타내고 있는냐를 중심으로 지방정부-시민관계성이 긍정적으로 구축된다고 판단된다. 즉, 축제 자체의 객관적 평가보다는 지역주민의 입장에서 지역축제에 대한 성과가 나타났을 경우 지방정부에 대한 긍정적인 인식을 만들게 되어, 이러한 성과를 중심으로 지방정부-시민관계성을 형성하게 된다.

주제어: 지역축제 품질인식, 성과인식, 지방정부-시민관계성

* 본 논문은 교신저자의 심층지도하에 작성된 제1저자의 박사논문 일부를 바탕으로 다시 분석틀을 설정하는 등의 수정보완을 통해 학술논문으로 제작성된 것입니다.

** 제1저자

*** 교신저자

I. 서론

우리나라는 1995년 지방자치 실시 이후 개별 지방정부에서 지역축제가 다양한 형태로 개최되고 있으며, 전체 축제 수가 폭발적으로 증가하고 있다(문화체육관광부, 2012; 한국관광공사, 2013). 일반적으로 지역 축제의 효과로는 개최지역의 이미지 제고, 지역 주민의 자긍심 고취, 지역의 고유한 전통문화의 보존과 재발견, 지역주민과 관광객과의 관계 개선 등 사회·문화적 효과와 지역특산물의 판매증가, 지역기반시설의 확대, 지역고용의 증가, 지방정부의 세수입 증가와 같은 경제적 및 도시마케팅 효과를 들고 있다(부숙진, 2008; 이동수박희서, 2007; Lade & Jackson, 2004; Yuan & Jang, 2007).

정책적 관점에서 지역축제는 경제를 위한 도구이며, 그 형성과정은 정치적이다. 즉 한 지역의 경제 활성화와 정체성 확립 및 제고를 위해 지역축제가 동원된 것이고, 그 형성과정에서는 각 주체들의 정치적 이해관계와 역학이 영향을 미치고 있다(황종규·이명숙, 2008). 특히 지방자치제도가 시작한 이후 지방정부도 지역주민들을 위한 적극적인 행정 마케팅과 그들과의 관계를 형성하기 위한 다양한 사회문화적 정책 활동들을 추진하고 있다. 지방정부는 이제 공급자 중심에서 벗어나 행정 수요자인 지역주민들의 욕구를 적극적으로 반영하여 정책을 기획하고 운영해야만 지방정부간의 경쟁력에서 밀려나지 않고 시민의 참여와 지지를 확보할 수 있다는 것이다.

이러한 시대적 흐름에 따라 지방정부는 그동안 언론관계(media relations)를 통하여 지역주민들에게 일방적인 정보를 제공하는 차원에서 근래에는 대화의 파트너로서 다양한 홍보 활동을 추진하고 있다(최용주, 2007). 이러한 차원에서 지방정부와 지역주민의 직접적인 상호작용의 매개공간인 지역축제는 지방정부의 성과향상도 기여할 수 있다. 이는 주민들과 밀착된 의사소통을 필요로 하는 지방정부의 입장에서 보면 지역축제가 지역주민들과의 원만한 관계유지 전략이 되고 있음을 시사하고 있다(강명현·조정열, 2003). 따라서 지역축제가 지역주민의 참여를 통해 공동체의식을 고양하고, 주민상호간 신뢰감을 확보하는 한편, 주민으로서 책임감을 강화하는 수단이 될 수 있다(Zadeh & Ahmad, 2010). 지방정부에서 가장 중요한 시민들과의 관계는 축제라는 도구를 이용하여 그들과의 커뮤니케이션을 통하여 상호 호혜적인 관계를 정립하여 진정한 의미의 지방정부와 시민관계성을 확보할 수 있는 것이다. 결과적으로 지방자치단체와 공중인 시민들 간의 관계성(relationship)은 지역축제의 성공적 운영의 핵심이 될 수 있다.

그런데 정부와 국민 사이의 조직-공중 관계성 관련 연구들은 대부분 공중관계성의

개념 정의나 구성요인의 규명 혹은 측정도구의 검증에 집중하고 있거나, 공중관계성의 효과에 초점을 두고 있고(김정현, 2005; 박현순, 2009; 조삼섭 등, 2008), 공공부문 공중관계성 인식에 영향을 미치는 촉발시키는 전략요인에 대한 연구는 미흡한 현실에 있다. 또한, 공공부문 공중관계성에 영향을 미치는 요인에 관한 연구도 대부분 인터넷이나 SNS 등 의사소통 수단에 초점을 둔 한계를 가지고 있었다(구자은, 2011; 김철원 등, 2012; 문미란·김형욱, 2004).

한편 지역축제와 관련된 대부분의 연구들은 지역축제의 성공요인, 지역축제의 브랜드 가치, 지역축제의 경제적 효과, 주민만족도 내지 지역발전 등에 미치는 영향 등에 초점을 맞추고 있다(김창수·노경희, 2007; 서철현 외, 2009; 서희석·윤정현, 2006; 함석중·박선희, 2009). 따라서 지역축제를 개최하고 있는 지방자치단체와 지역주민 간의 관계성에 대한 연구는 드문 편이다. 최근 지역축제에 대한 품질 인식이 지방정부-시민관계에 미치는 영향과 관련된 연구(지용승·홍준현, 2014)가 발표되기는 했으나, 단순히 지역축제에 대한 품질 인식이 지방정부-시민관계에 미치는 직접적인 영향 이외에 품질 인식을 통한 성과 인식이 지방정부-시민관계에 미치는 영향을 놓치고 있다. 지역축제의 성과를 통한 매개효과로서 초기 연구에서는 주로 지역의 인프라 확충과 지역경제 활성화와 같은 유형의 경제적 효과에 대한 논의가 주를 이루고 있었으나 최근에는 지역의 이미지 제고, 지역주민의 자긍심 확대와 같은 무형의 사회 문화적 효과에 관심이 모아지고 있다(부소영, 2003). 보다 구체적으로 지역축제 성과인식을 중심으로 한 지방정부의 목표 설정과 활동들은 지방정부의 책임성을 제고하고 관리자들이 수행하는 의사결정의 질을 향상시킴으로써(Rogers, 1990, 박기관, 2001) 궁극적으로 지역축제의 경제적·문화적·사회적 성과의 인식을 확대하여 지방정부와 시민과의 상호 이해를 넓히고 신뢰를 구축하는 상호호혜적인 관계를 수립하고 유지하는 활동으로 규정할 수 있다(이수범 외, 2004). 이는 결국 단순히 지역축제에 대한 품질인식 개선이 아닌 지역축제 성과인식을 통한 매개효과로서 지방정부-시민관계에 미치는 영향의 중요성을 파악하는 것이 지역축제의 성공적 운영의 핵심이 될 수 있다.

따라서 본 연구는 지역축제가 지방정부-시민관계성 형성에 어떠한 역할을 수행하고 있으며, 지방정부-시민관계성 발전전략은 무엇인가에 관심을 가지고 전주의 지역축제를 대상으로 지역축제 품질인식, 지역축제 성과인식, 지방정부-시민관계성의 영향경로를 규명하고자 한다.

본 연구는 전주지역의 축제를 대상으로 있는데, 이는 전주가 전통문화도시로서의 이

미지가 강한 도시로서 지역적 공간의 독특한 이미지를 ‘한(韓) 스타일’이라는 브랜드로 표현하면서 다양한 지역문화 정책을 추진하고 있고, 그 일환으로 지역축제를 발전시키고 있어 연구의 방향과 일치하는 것으로 판단하였기 때문이다.¹⁾ 이와 더불어 전주시에서는 매년 26억 5천만원 이상을 축제에 지원하고 있는데, 전주국제영화제(JIFF), 전주단오제, 전주대사습놀이, 전주한지문화축제, 전주비빔밥축제, 전주국제발효식품엑스포, 전주복숭아축제, 아태무형문화유산축제 등 지역의 전통문화를 중심으로 하는 축제, 지역 특산물 축제, 문화콘텐츠를 이용한 문화 예술축제 등 그 성격과 목적이 다양한 축제가 경쟁력 확보에 노력을 기울이고 있다.

본 연구의 목적에 부합하는 전주의 지역축제를 선정하기 위하여 첫째, 정량적 지표를 중심으로 축제의 역사성, 축제 소재, 사회 인지도를 중심으로 축제를 선택하였다. 둘째, 축제의 정성적 평가를 위하여 축제의 주제성, 지역 이미지 및 산업과의 연관성을 비교하여 선택하였다. 이에 따라 역사가 오래되었다고 하더라도 지역 산업과의 연관성이 다른 축제와 비교하였을 때 상대적으로 낮다고 평가된 축제는 연구대상에서 제외되었다. 이러한 평가과정을 통하여 전주시 축제 중에서 연구의 목적에 가장 부합하는 동시에 지역의 문화적 기반을 중심으로 하되 지역 시민들의 참여도가 높고, 전국적 인지도가 높다고 판단되는 전주국제영화제, 전주한지문화축제, 전주비빔밥축제를 연구대상으로 선정하였다. 전주국제영화제²⁾는 2000년에 국제적 규모로 열리기 시작하여 지역주민들의 기대에 맞게 내실 있는 영화축제로 발전하고 있다. 또한 전주한지문화축제³⁾와

- 1) 특히 전주는 전통 문화 산업의 중심 기능 역할을 수행하는 대표적인 장소로서 우리나라에서 전통의 삶과 현대적 생활양식의 독특한 문화를 형성하고 있는 관광지로서 보기 드문 성공 사례로 소개되고 있다.
- 2) 전주국제영화제는 2000년에 최초로 시작되었으며, 매년 4월말부터 5월초까지 전주 영화의 거리 등지에서 개최된다. 본 영화제의 주관은 전주국제영화제조직위원회가 맡아서 하고 있다. 출범 초기 전주국제영화제는 세계 영화의 주요 흐름을 망라한 부산 국제 영화제, 판타스틱 영화로 특화된 부천 국제 판타스틱 영화제와 달리 주류영화가 아닌 대안적이고 혁신적인 영화 형식을 가진 영화들을 소개하는 창구로서 대안 영화와 디지털 영화를 소개하는 부분 경쟁을 도입한 비경쟁 영화제로서의 정체성을 확립해왔다. 2012년도 예산현황을 보면, 21억 천만원의 예산(시비 13억원, 국비 7억, 도비 1억 9천만원)이 소요되었고, 영화제 조직위원회의 자체수입은 2억4천7백만원이었다. 2012년도 성과를 보면, 유료입장객 67,144명, 입장수익 1억8천8백만원으로 411명의 고용유발효과를 보였고, 지역경제과급효과는 2억1천1백만원으로 추정되었다(전주국제영화제 홈페이지 참조).
- 3) 전주한지문화축제는 1999년에 최초로 개최되었고, 전주한지문화축제조직위원회가 주관하고 있다. 전주한지문화축제는 한(韓) 스타일 수도 전주의 홍보, 한(韓)스타일을 이용한 외래 관광객 유치 모델 구상, 한지산업의 경쟁력 확보를 통한 경제적 가치실현, 천년 한지 문화와 전통의 승계를 통한 관광매력 향상, 한지 신수요 창출 및 산업화를 통한 지역경제 활성화 추구를 개최목적으로 하고 있다. 2012년도 예산현황을 보면, 24억7천만원의 예산(전액 전주시 보조)이 소요되었고, 수탁기관의 자체수입은 없는 것으로 나타났다. 2012년도 성과를 보면, 유료입장객이 없었고, 596.8명의 고용유발효과를 보였고, 지역경제과급효과는 444억8천9백만원으로 추정되었다(전주한지문화축제 홈페이지 참조).

전주비빔밥축제⁴⁾는 전주시의 문화적 자산을 잘 활용한 축제로서 민간과 지방정부 상호관계 속에서 축제 운영 주체로서의 특성을 갖고 있다.

선정된 3개의 축제 모두는 전주가 가진 문화적 고유성을 바탕으로 한 축제이다. 또한 축제가 지향하는 바가 지역주민의 화합과 지역사회의 외적인 성장을 추구하는 방식이라는 공통점을 지니고 있다. 따라서 지역의 이미지를 고양시키고, 지역경제 활성화란 목적을 공유하고 있고, 전주시에서도 ‘한(韓) 스타일’ 이벤트로 연계하여 활성화시키고자 노력하고 있다는 차원에서 그 속성이나 내용은 다르지만 전주시민들과 지방정부간의 관계성을 파악하기 위한 연구의 대상이 되기에는 무리가 없다고 판단하였다.

II. 이론적 배경

1. 지역축제의 품질, 지역축제의 성과, 지방정부-시민관계성

1) 지역축제의 품질

축제의 성격은 축제의 상품화 과정을 거치면서 커다란 단일 서비스산업과 상품으로 인식되었고, 이에 따라 축제의 서비스 품질 문제가 대두되었다. 대부분의 서비스 품질 연구에서는 사람들의 주관적 반응에 따른 지각된 품질(perceived quality)의 개념이 사용되고 있다(Thompson, DeSouza & Gale, 1985; Gronroos, 1990). 따라서 축제의 서비스 품질은 객관적인 물리적인 품질이라기보다는 대상자들이 주관적으로 느끼는 반응을 의미한다(박조원, 2008).

지역축제의 품질을 측정한 선행연구들은 주로 축제 품질의 구성요소를 파악하고자 하였다. Wicks & Fesenmaier(1993)는 미국 Chautauqua에서 개최된 예술축제를 대상으로 축제 품질에 대한 요인분석을 통하여 서비스 품질 속성에 대한 지각을 품질 지향, 편익 추

4) 전주비빔밥축제는 2009년에 최초로 시작되었고 매년 10월말에 개최되고 있으며, (사)풍남문화법인 전주비빔밥축제 기획 연출단이 주관하고 있다. 전주 전주비빔밥축제는 찻재, 식도락과 웰빙을 추구하는 음식문화 스타일에 부응하는 한국의 대표적 음식관광지로서 이미지 제고, 둘째, 유서 깊은 전통문화를 바탕으로 한국스타일(한식, 한지, 한옥, 한국음악, 한복)의 세계화를 지향하는 복합문화관광의 메카로 발전, 셋째, 오감으로 만족시키는 4거리(먹거리, 볼거리, 놀거리, 살거리) 비빔축제를 목표를 하고 있다. 2012년도 예산현황을 보면, 3억5천만원의 예산(시비 3억원, 도비 5억원)이 소요되었고, 수탁기관의 자체수입은 없는 것으로 나타났다. 2012년도 성과를 보면, 유료입장객이 없었고, 587명의 고용유발효과를 보였고, 지역경제파급효과는 431억9천4백만원으로 추정되었다(전주비빔밥축제 홈페이지 참조).

구, 공예품 선호, 서비스 선호, 쾌락 추구의 5가지로 구분하였다. Crompton & Love(1995)는 품질의 개념을 통하여 미국 텍사스주의 빅토리아 크리스마스 축제 방문객을 대상으로 축제 고유의 속성을 파악하고 축제품질을 측정하였다. 강순화-문경주(2006)는 구례 산수유꽃 축제를 대상으로 한 연구에서 상품 및 음식, 안내 및 홍보, 행사내용, 편의시설의 4가지 요인을 축제서비스 품질로 선정하였다. 홍경완-김현철(2005)은 경험, 시설, 서비스의 3가지를 축제서비스 품질로 확인하였다. 이경희(2003)는 대전 한밭문화제를 대상으로 행사장 구성, 안내시설 및 체계, 축제홍보, 행사장 편의시설을 서비스 평가항목으로 선정하였다. 박건실(2004)은 함평나비 축제를 대상으로 Parasuraman(1988)이 개발한 유형성, 대응성, 감정이입, 보증성, 신뢰성을 서비스 품질 요인으로 선정하였다. 송건섭(2004)은 2002년 문화관광부가 지정한 지방정부의 축제를 대상으로 역시 Parasuraman 등(1985)이 개발한 SERVQUAL에 기초하여 동조성, 접근용이성, 대응성, 보증성, 신뢰성을 서비스 품질 요소로 선정하였다.

이상의 선행연구를 살펴본 결과, 연구자들은 각자의 측정척도를 개발하여 지역축제의 서비스 품질 측정에 활용하고 있었다. 그러나, 기본적으로는 Parasuraman 등(1985)이 개발한 SERVQUAL에 기초하고 있음을 확인할 수 있다.

2) 지역축제의 성과

지방정부의 성과는 지방정부가 설정한 목표를 지방정부의 활동을 통해서 달성한 정도로 정의될 수 있다(Rogers, 1990). 이렇게 지방정부의 성과를 평가하는 이유는 주민에 대한 지방정부의 책임성을 제고하고 행재정 운영을 개선할 뿐만 아니라 공무원의 의식 개혁에 기여하며 관리자들이 수행하는 의사결정의 질을 향상시킴으로써 궁극적으로 성과자체의 개선에 필요하기 때문이다(박기관, 2001).

지역축제의 성과에 대한 초기 연구에서는 주요 지역사회의 인프라 확충과 축제 개최에 따른 지역경제의 활성화와 같은 경제적 효과를 대상으로 한 논의가 주를 이루고 있었으나, 최근에는 지역이미지 제고, 지역주민의 자긍심 확대와 같은 사회문화적 효과에도 관심이 모여지고 있다(부소영, 2003). 먼저 축제의 경제적 성과는 축제를 통해 지역 이미지가 개선되고 인식이 높아짐으로써 지역을 찾는 관광객이 증가하게 되고 결국 지역경제 활성화로 연결되는 것을 말한다(Murphy & Carmichael, 1991; 윤여진, 2010; 최은혜, 2011; 정석순, 2012). 보다 구체적으로 축제의 경제적 성과는 직접효과, 간접효과, 유발효과로 구분해 볼 수 있다. 직접효과는 축제를 찾는 관광객의 직접 지출과 이로

인한 지역의 소득증가 및 고용 증대 효과를 말하여, 간접효과는 지역축제가 지역사회 준비의 수단으로 작용하는 것을 말한다(장은주, 1996; 송시열, 2003). 유발효과는 축제가 지역관광산업을 진흥시킬 수 있는 계기가 되어 장기적으로 지역 이미지 개선을 통해 지역경쟁력을 강화시키는 것을 말한다(박상수, 1996).⁵⁾

축제의 사회문화적 성과로는 지역민의 자긍심 제고, 지역문화의 계승 및 발전, 지역 간 문화교류, 지역민의 문화향수 제고, 를 들 수 있다. 첫째, 지역축제는 지역주민들에게 자긍심을 고취하고 지역적 공감대를 형성하는데 기여함으로써 지역공동체의 발전에 긍정적인 기능을 한다(Rao, 2001). 둘째, 지역축제는 그 지역만의 독특한 특성을 내포하고 있어 다른 지역과 차별화할 수 있는 경쟁력 있는 문화적 정체성을 실현할 수 있는 문화적 자산으로서 지역 고유의 문화와 전통을 유지하면서 지역의 정체성을 확립하는데 기여한다(남덕현, 2004). 셋째, 지역축제는 문화교류를 목적으로 시행하는 이벤트는 물론 문화교류를 목적으로 하는 축제가 아니더라도, 지방정부 간, 국가 간의 다양한 정보 교류를 통하여 상호 이해와 협력을 증진시킬 수 있고 이를 통해 서로의 관심을 증대시킬 뿐만 아니라 산업분야까지 교류를 확대할 수 있다(전영옥, 2004). 넷째, 지역주민들의 축제 참여는 지역문화 활성화로 이어진다. 즉, 문화의 중앙 집중에서 벗어나 지역간 불균형, 계층화를 해소하여 지역주민에게 문화접촉의 기회를 확대시켜 다양한 문화욕구를 충족시켜주고 문화체험을 통한 교육적 효과도 기대할 수 있다(전영옥, 2004).

축제의 환경적 성과는 지역축제의 매력을 높이기 위해 물리적 환경 개선과 사회간접 시설 및 위락시설 조성에 투자하게 되며 이는 결국 지역주민이 사용하게 되는 편익이 발생하는 것을 말한다(홍경환, 2007; 조배행·박종진, 2007; 박홍식·장은경, 2008; 오남현, 2008; 조병훈, 2009).⁶⁾

3) 지방정부-시민관계성

지방정부-시민관계성의 개념은 조직-공중관계성(organization-public relationship)의 개념에서 파생된 것이다. 일반적으로 관계성은 “개인과 조직들의 둘 이상의 주체가 서로 의

5) 물론 긍정적인 경제적 효과와 더불어 부정적인 효과를 언급하는 연구(Haralambopolous & Pizam, 1996)도 있는데, 축제 개최지역의 주민들의 재화와 용역의 비용이 상승하는 것이 그것이다.

6) 물론 이와 관련하여 부정적 효과를 언급하는 연구(Kern & Rasmussen, 1995; 김철원·이석호, 2001)도 있는데, 지역축제의 개발과정이나 축제 방문객의 행동에서 야기되는 문화유산 훼손, 환경오염, 자연훼손, 교통 혼잡, 소음 등이 그것이다.

존하거나 자원을 교환할 때 발생하는 유형화된 산출물 및 형태(patterned relationship)"로 정의될 수 있고 공중관계는 "조직과 개인 간의 관계형성과 커뮤니케이션 관리"로 이해되고 있다. 조직-공중관계성은 기본적으로 "조직이나 조직에게 중요한 공중들 어느 한 쪽이 상호의 경제적, 사회적, 문화적 또는 정치적 혜택을 위한 역할을 할 때 조직과 주요 공중 간에 존재하는 상태"로 정의된다(Ledingham & Bruning, 1998).

지방정부-시민관계성은 궁극적으로 지방행정조직이 주요 공중인 시민과의 상호이해를 넓히고 신뢰를 구축하는 것을 통해 상호호혜적인 관계를 수립하고 유지하는 활동으로 정의된다(이수범 등, 2004). 대부분 지방정부의 행정홍보활동은 일방적인 것으로 인식되고 있으나, 관계성(relationship)은 쌍방향으로 지방정부와 지역주민의 상호간 혜택이 전제된다(김정현, 2005). 지방정부와 지역주민의 관계성이 성립하려면 지방정부와 시민들이 한쪽의 행위가 상대방의 삶과 경험에 영향을 미친다는 점을 인지해야 한다(김정현, 2010). 따라서 지방정부와 지역주민의 관계성 관리는 지방정부가 다양한 의사소통 활동을 통해 지역주민과 접촉하여 이들의 욕구와 그 해결방안을 모색함으로써 공동 목표를 향해 같이 참여할 수 있는 방법을 모색하는 것이다. 이러한 관계성 관리를 통해 상호신뢰 구축과 관계향상이 이루어지고 궁극적으로 공동목표를 달성할 수 있게 된다(김정현, 2005).

지방정부-시민관계성의 원 개념이 조직-공중관계성에서 공중관계는 단일 차원이 아니라 다양한 차원으로 구성된다고 보고 있다. 조직-공중관계성 이론의 대표적 학자인 Ferguson(1984)은 역동성 대 정체성, 개방성 대 폐쇄성, 조직과 공중의 관계 만족, 관계성에서 힘의 분배 및 견제, 상호이해와 일치를 조직-공중관계성의 속성으로 제시하였고, 이를 토대로 Grunig 등(1992)은 신뢰성과 진설성의 2개 속성을 추가하였다. Ledingham 등(1997)은 경험적 조작화를 통해 신뢰성, 개방성, 관여도, 충실성, 투자의 5가지 요인으로 재구성하였으며, Hon & Grunig(1999)은 상호관계와 신뢰성, 만족도, 충실성, 교환적 관계성, 상호공존적 관계성을 조직-공중관계성의 핵심 요인으로 보았다. 국내 연구에서도 앞에서 제시한 외국 연구를 기초로 국내 실정에 맞게 신뢰성과 타당성이 검증된 요인들을 사용하고 있다. 문미란·김형욱(2004)은 정부 부처의 조직-공중 관계성의 척도로 신뢰성, 헌신성, 만족성, 상호통제성, 평판의 5개 요인을 사용하였으며, 박현순(2009)은 상호통제성, 커뮤니케이션 균형성, 신뢰성, 만족도, 충실성, 친숙도, 상호이해도, 정책동의를 사용하였다. 김형석·이현우(2008)는 몰입, 신뢰, 상호통제성, 공동체 관여, 애착을 주요 요인으로 제시하였다.

2. 지역축제의 품질, 지역축제의 성과, 지방정부-시민관계성 간의 관계

1) 지역축제의 품질과 지방정부-시민관계성 간의 관계

Crompton & Love(1995), Boo & Busser(2006), 손해경·윤유식(2013) 등의 선행연구에서는 축제 품질이 사후 행동의도에 긍정적인 영향을 미친다고 밝히고 있다. 즉, 축제 방문객들의 요구에 부합하는 지역 축제 서비스 품질에 대한 관리는 지역경제 활성화와 관련하여 매우 중요한 요인이며 이는 곧 지역 이미지에도 긍정적인 영향을 미쳐 지방정부에 대한 긍정적인 시민관계성 형성으로 작용할 수 있다는 것이다(박희서, 2008). 또한, 시민들이 긍정적으로 인식하는 지역축제의 품질 관리는 지방정부와 시민 간에 상호이해를 넓히고 신뢰를 구축함으로써 상호 호혜적인 관계를 수립하고 유지하는 활동이라고 정의할 수 있다(최용주, 2007). 이와 유사하게 Grunig 등(1992)은 상호 호혜적인 관계 수립과 상호 신뢰, 상호 이해 등은 조직-공중관계성의 본질로서 측정될 수 있다고 제시하였는데, 이는 결국 본 연구에서 논의하고 있는 지역축제의 품질 인식과 지방정부-시민관계성의 관계 형성 역시 상호간의 호혜성과 이해 그리고 신뢰를 구축하는 것으로 평가할 수 있다.

지금까지 논의된 선행연구결과는 지역축제의 품질인식이 높을수록 지방정부-시민관계성이 보다 긍정적일 수 있다는 사실을 시사하고 있다. 즉, 축제 품질을 논의하면서 지역주민의 중요성 및 역할이 강조되고 결과적으로 지방정부-시민관계성의 중요성도 동시에 강조되고 있는 것이다. 그러나 이렇게도 선행연구에서는 연구의 중요성에도 불구하고, 이를 직접적으로 연구 설계하고 수행한 연구는 부족한 실정이다. 또한 실제적으로 선행연구에서 이를 적극적으로 규명하지 못하였다. 이에 따라 본 연구에서는 이를 연구문제로 설정하여 파악하고자 한다.

2) 지역축제의 품질이 지역축제의 성과에 미치는 영향

지역축제에서 품질인식은 지역축제의 객관적 결과(output)이고, 지역축제에서 성과인식은 지역축제의 결과에 따른 지역주민의 결론적 인식(outcome)라고 볼 수 있다. 이에 따라 두 개 개념의 인식과 관련된 사항은 지역축제의 정책적 방향을 설정하는데 있어 주요한 개념이다. 선행연구는 이를 지역축제의 서비스 품질인식을 지역축제 품질 인식으로, 지역축제에 대한 만족도를 지역축제의 성과 인식으로 측정하여 왔다. 실제적으로

만족도만으로 지역축제의 성과인식을 논의하기에는 부족함이 있는 것이 사실이며, 선행연구는 다음과 같이 이루어져왔다.

수평선축제의 관광영향에 대하여 함석중·박선희(2009)의 연구는 경제적, 사회·문화적, 환경적 영향을 긍정적·부정적 측면으로 구분하고 지역민의 인구통계학적 특성에 따라 실증분석 한 결과 30대와 50대에서 경제적으로 부정적인 영향을 미칠 것이라는 인식이 높았고, 고졸의 환경의 긍정적 영향 인식이 높았다. 남자보다는 여자가 환경적으로 부정적 영향을 미칠 것으로 인식하였다. 2005년과 2006년 무주반딧불축제의 방문객을 대상으로 한 김창수·전대회(2007)의 연구결과 축제 프로그램과 축제 적합성이 방문객의 지역 축제 만족과 지역 이미지 만족에 영향을 미치고 있었다. 2005년 낙안읍성축제 방문객을 대상으로 한 정용악·이중구(2005)의 연구는 다양성, 홍보, 편의 시설의 순으로 축제 만족에 영향을 미치고 있었다. 외국의 지역축제 관련 연구결과도 서비스의 질이 축제의 경쟁력을 결정하는 요인이고, 서비스의 질 향상에 따른 관객의 만족도 증가도 축제의 성공과 지속성에 관건이 되고 있었다. 즉 물리적 시설보다는 축제 프로그램이나 내용임을 일관적으로 보여주었으며, 홍보 요인도 방문객 만족에 영향을 미치는 중요한 요인임을 보여주었다(박조원, 2008).

결국 주민들의 지역축제에 대한 품질인식과 그에 따른 성과인식을 설명한다면, 지역 주민들의 축제에 대한 경험으로부터 얻어진 결과물로 혹은 평가 과정으로서 주민들의 축제에 대한 만족도를 성과인식으로서 정의할 수 있다.

3) 지역축제의 성과가 지방정부-시민관계성에 미치는 영향

기존의 축제에 관한 많은 연구들은 주로 축제의 관광자원화, 이벤트관광 프로그램, 축제이미지, 축제참가 동기 등에 치우쳐 있고 축제에 대한 민간참여는 소홀히 하는 경향을 보였지만, 황종규·이명숙(2008)은 지역축제 연구의 접근이 문화와 경제를 접목한 문화산업적 측면에만 치우치고 있다는 점을 지적하면서 진정한 문화향유와 문화적 분배를 지향하기 위해 지역축제의 문화 정치적 차원의 접근을 통해 향후 지역축제의 바람직한 방향을 제시하였다. 또한 연구 접근의 측면에 있어서 지역축제와 관련된 많은 연구가 수요자를 단순히 타 지역에서 온 관광객만을 중심으로 평가가 이뤄져오고 있으며, 관광객 시장을 세분화하거나 축제의 활성화 방안을 제시하는 흐름의 연구가 이뤄져왔다. 즉, 지역축제의 생산과 서비스를 동시에 담당하고 있는 지역주민에 대한 연구가 많이 이루어지지 못한 측면이 많다(고승익 외, 2007). 따라서 성공적인 지역축제를 개최하

기 위해서는 지역주민의 적극적인 참가가 선행되어야 한다는 점을 인식하고, 지역주민의 지역축제 영향인식을 파악하여야 한다. 동시에 이 지역축제에 대한 영향인식이 지방정부에 대한 관계성, 즉 지방정부-시민관계성에 미치는 영향을 파악할 필요성이 대두된다.

고승익 외(2007)는 지역주민의 지역축제 평가에 관한 연구에서 지역주민은 지역축제의 생산자이자 수요자의 역할을 하고 있기 때문에 지역축제를 방문한 지역주민은 방문객, 즉 수요자의 역할을 하지만, 자신이 거주하는 지역에서 행사가 마련되는 축제에 대한 공급자의 역할을 인식할 수 있기 때문에 지역축제 영향 인식이 높은 것으로 나타났다. 즉, 축제의 성과인식이 높아지는 것이다. 따라서 지역축제에서 지역주민 화합의 장을 마련하고, 지역문화를 계승 발전시킬 수 있는 프로그램을 축제 주체와 일치하도록 개발하여야 한다고 하였다. 이들 연구의 시사점은 즉, 축제의 생산과 소비가 지역주민을 중심으로 일차적으로 이뤄지고 있음을 보여주고 있다. 또한 연구의 시사점을 통하여 지역주민의 지역축제 지명도를 높이기 위해서는 지역축제 영향인식을 긍정적으로 유지하는 것이 매우 중요하다고 논의하였다. 그러므로 축제 관계기관이 축제에 대한 긍정적인 홍보와 촉진 전략을 지속적으로 유지할 때 지역주민의 지역축제 참여도가 증가할 것이라고 하였다. 따라서 지역주민이 축제에 대한 성과인식을 긍정적으로 형성하기 위하여 축제를 지역성을 바탕으로 축제를 기획하는 것과 동시에 지방정부-시민관계성을 긍정적으로 형성하기 위하여 다각도의 노력을 지속하여야 한다는 사실을 알려준다. 즉, 지역축제의 성과인식조차 지방정부-시민관계성을 바탕으로 형성되며, 이것이 다시 지방정부-시민관계성을 긍정적으로 형성하는 근간이 되는 것이다.

지역축제는 스펙터클한 행사를 통해 즐거움과 정체성의 정치가 동시에 이루어지는 공간이어서 축제에 참여하면 거주지역의 정체성을 확인하는 과정을 거치게 된다. 지역축제는 지역주민들의 자긍심을 고취하고 지역적 공감대와 정체성을 제고시키는데 기여함으로써 지역공동체의 발전에 긍정적인 기능을 한다(황종규·이명숙, 2008). 이들은 문화정치 분석요소로 도출된 민주성, 연계성, 정체성의 요소를 중심으로 일부 축제가 민주성과 정체성 차원에서는 어느 정도 긍정적이거나 결국 연계성차원의 추진주체 간 역할관계 측면과 갈등측면에 대하여는 안동과 영주의 경우 지방정부 중심의 역할관계 구조에서 벗어나지 못하고 있다고 하였다.

지역축제 품질인식과 성과인식의 관계에서 논의했듯이 지역주민들의 축제에 대한 경험으로부터 얻어진 결과물로 혹은 평가 과정으로서 주민들의 축제에 대한 만족도를 성

과인식으로서 정의 할 수 있다. 이처럼 지역축제를 참여한 방문객들의 성과인식은 지역축제 품질인식에 의해서 많은 영향을 받는다. 지역축제 성과인식과 지방정부와의 관계를 논의하기 위한 개념으로서 지역 축제 방문자들의 만족도를 높이고 긍정적인 성과인식을 유도하기 위한 노력을 통해 지방정부와 시민들 간의 관계성을 증진시키는 기대 효과가 있을 수 있다. 또한 지역축제라는 매개체가 질 좋은 서비스를 제공하여 품질인식을 높이고 지역 관광 경제 발전에 이바지 할 수 있는 성과인식 측면에서 지역주민들의 지방정부에 대한 만족도와 관계성 제고를 유도하기에 매우 중요한 요소로서 작용할 것이다.

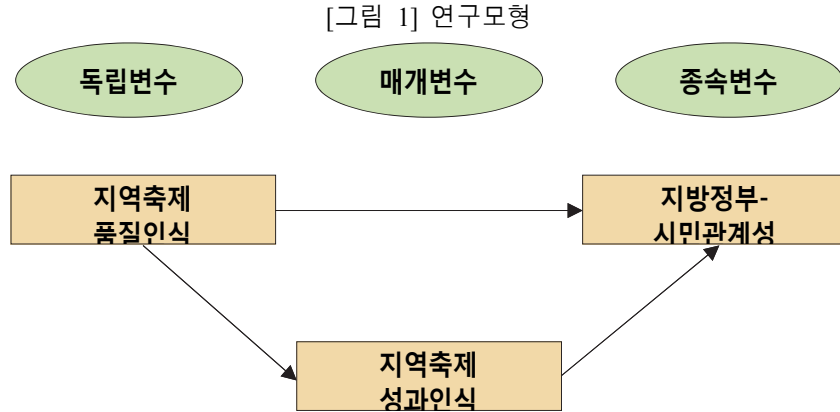
결국 지역축제 품질인식은 지역축제에 참여한 방문객들에게 축제 성과인식을 높이면 지방정부에 대한 긍정적인 이미지를 형성하여 관계성 증진에 기여함을 의미한다. 지방정부-시민관계성은 지방정부를 구성하고 있는 물리적 환경과 지방정부에 대한 총체적 시각뿐만 아니라 지역의 이미지와도 무관하지 않으며 어느 특정 요소에 의해서 영향을 미치는 것이 아니다. 본 연구에서는 지역축제 성과인식이 지역발전성과의 관계를 수행하면서 지방정부에 대한 만족과 그에 따른 지각된 이미지가 지방정부-시민관계성에 미치는 영향 관계를 논의하고자 한다. 다양한 지역축제 연구에서 지역축제 성과인식을 측정하는 차원에서 지역축제 만족도가 축제 서비스품질에 의해서 많은 영향을 미치고 이에 따라 지방정부 이미지 개선과 지역주민들의 지방정부에 대한 상호호혜적인 관계를 측정하는데 다양한 형태로 검증되었다(서철현, 2001; 이충기 외, 2003; 차동욱, 2004; 이장주박석희, 1999; 송건섭, 2004). 선행연구를 통하여 살펴본 지역축제 성과인식과 지방정부-시민관계성은 일방적 관계이기 보다는 양방적 관계로 지속적으로 관리하고 소통하는 노력을 기울여야 하는 것으로 판단된다. 따라서 본 연구에서는 축제의 성과인식과 시민관계성의 세부적인 연관성을 파악하여 실제 축제에서 활용할 수 있는 정책적 시사점을 제시할 수 있도록 하고자 한다.

Ⅲ. 연구설계

1. 연구모형 및 가설의 설정

본 연구에서는 독립변수인 지역축제 품질인식이 매개변수인 지역축제 성과인식을 통

해 종속변수인 지방정부-시민관계성에 미치는 영향의 정도를 분석하고자 하였으며, 이에 대한 연구모형은 [그림 1]과 같다.



이상의 연구모형에 따라 본 연구에서는 다음과 같이 가설을 설정하였다.

- 가설 1. 지역축제 품질인식이 지역축제 성과인식에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2. 지역축제 성과인식이 지방정부-시민관계성에 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3. 지역축제 품질인식은 지방정부-시민관계성에 직접적인 영향을 미칠 것이다.

2. 자료의 수집 및 분석방법

1) 자료의 수집

본 연구에서는 전국의 모든 축제를 대상으로 조사를 하는 것이 시간과 비용상 한계가 있기 때문에 모집단을 전주의 지역축제로 하였고, 이에 따라 전주시민을 대상으로 자료를 설문조사를 통해 자료를 수집하였다. 본 연구를 위해 2013년 11월 25일부터 12월 6일까지 설문조사를 실시하였으며, 설문대상 지역으로 전주시 완산구 및 덕진구 두 개 지역을 모두 포함함으로써 대표성 있는 표본이 구성되도록 하였다. 또한 축제에 참여한 정도를 고르게 반영하기 위해 전주시민 중 일반 관람자와 행사요원 집단을 구분하여 총 850부의 설문지가 배포되었고, 이중 총 802부를 회수하여, 회수율은 총 94.4%였다. 이들 중 응답이 부실한 5개의 설문지를 제외한 797부를 분석대상으로 하였다. 참여자 그리고 축제 행사요원을 제외하고 모집단으로부터 표본의 추출방식은 층화표출과 유의표출추출방법을 사용하였다.

2) 자료의 분석방법

표본의 일반적 특성을 파악하기 위해서는 빈도분석을 실시하였고, 측정도구의 타당성 및 신뢰성 검정을 위하여 요인분석 및 신뢰도 분석을 실시하였다. 본 연구에서 신뢰도 분석결과 크롬바하알파(Cronbach's α) 계수값이 모든 영역에서 그리고 전체 문항에 대해서도 각각 0.8 이상으로 나타나 기준을 만족하였다.

잠재변수와 많은 관측변수의 사용으로 인해 모델 적합도나 경로간의 관계의 결과치가 적합지 않아 이를 해결하기 위하여 Anderson & Gerbing(1988)에 의해 고안된 2단계 접근법(Two-step approach)을 사용하였다. 이 방법은 변수들 간의 확인적 요인분석(CFA) 방법을 실시해서 적합지 않은 변수를 제거한 후에 다시 그 변수들의 평균값 등을 이용하여 하나의 관측변인을 만든 후 다시 관측변인간의 경로분석을 실시하는 방법이다. 또한 다요인척도로 구성된 지역축제 품질인식과 지역축제 성과인식이 다요인척도로 구성된 지방정부-시민관계성에 어떠한 경로로 영향을 미치는지를 규명하기 위하여 연구 모형에 기초한 구조방정식분석(structural equation analysis)을 시행하였다. 구조방정식 모형분석에서 최대 우도법(Maximum Likelihood)을 사용하여 측정된 변수(외생변수)들과 공통요인(내생변수) 간의 상호 인과적 관계 모형을 추정하였으며, 인과모형에서 표준화된 계수들의 유의수준은 .05를 기준으로 하였다. 공분산 구조분석에서 적합성 검증은 모델의 부합지수와 경로계수에 의해 검증하였다(김계수, 2010).

연구모형의 검증은 전반적인 적합도에 대한 평가와 잠재변수들 간의 개별적인 경로계수에 대한 평가로 이루어졌다. 전반적인 모형 적합도를 평가하기 위해 절대적합도 지수인 RMSEA와 상대적합도 지수인 상대- χ^2 , NFI, CFI가 포함되었다. 경로모형의 적합도를 판단하기 위한 적합도지수로는 홍세희(2000)의 논문에서 추천된 통계량 RMSEA, NFI, CFI 등의 적합도 지수를 참고하였다. 일반적으로 각 적합도 지수들의 부합치 들은 .80이상이면 합당한 모형으로 보며, RMSEA는 0.05미만이면 좋은 모형, 0.08보다 작으면 합당한 모형, 0.1보다 크면 나쁜 모형으로 간주한다(홍세희, 2000).

3. 조사도구

1) 조사도구의 구성

지역축제품질과 지방정부-시민관계의 구성 요소와 각 설문문항은 사전 예비조사를

통해 신뢰도와 내용 타당도를 검증하였다. 지역품질을 측정하기 위한 조사도구는 Parasuraman 등(1985)이 제시한 서비스 품질의 구성차원인 유형성(tangibility), 신뢰성(reliability), 대응성(responsiveness), 확신성(assurance), 공감성(empathy)을 토대로 지역축제에 맞게 재구성하여 사용하였다. 지역축제 성과인식은 Ritchie(1984), Chacko & Schaffer(1993), Getz(1997), 배만규(2008), 김한수(2006) 등의 연구를 토대로 지방자치단체에 맞게 수정하여 사용하였다. 지방정부-시민관계의 설문문항은 김형석·이현우(2008)가 사용한 몰입(commitment), 신뢰(trust), 상호통제성(control mutuality), 공동체관여(community involvement), 애착(attachment)을 토대로 지방자치단체에 맞게 수정하여 사용하였다.

이상의 측정도구를 중심으로 만들어진 설문지의 구성을 제시하면 아래 <표 1>과 같다.

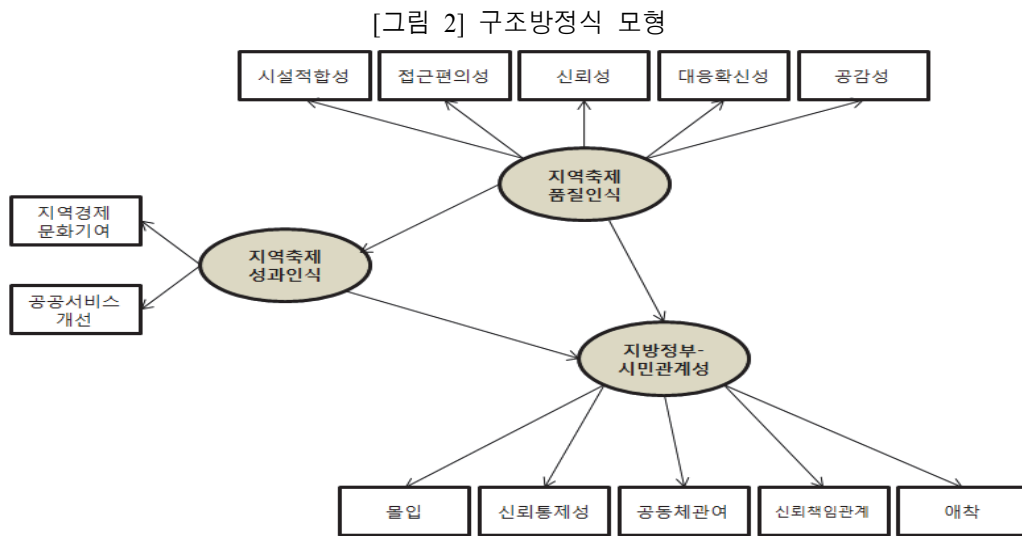
<표 1> 설문지의 구성

측정요인	세부요인	문항수
지역축제 품질인식	유형성	5
	신뢰성	5
	대응성	4
	확신성	4
	공감성	5
지역축제 성과인식	지역경제문화기여	6
	공공서비스개선	4
지방정부-시민관계성	몰입	5
	신뢰	10
	상호통제성	8
	공동체관여	6
	애착	7
인구통계학적 특성	성별, 연령, 결혼여부, 직업, 학력, 연소득, 거주기간	7

그런데, 구조방정식 모형을 분석하기 위해서는 변수 간의 영향력을 살펴보기 전에, 연구모형의 관측변인들을 포함하는 개념들이 적절하게 측정하고 있는 지에 대해 평가해야한다. 따라서 본 연구에서는 연구모형에 포함된 잠재변수인 지역축제 품질인식, 지역축제 성과인식, 지방정부-시민관계성의 각 문항에 대해서 개별적으로 탐색적 요인분석을 실시하였다. 그 결과, 각 개념별로 요인의 수에 있어서는 변화가 없으나 세부요인이 묶이는 방식에 미세한 차이가 발생하였다. 이에 따라, 지역축제 품질인식은 5가지

요인(시설적합성, 접근편의성, 신뢰성, 대응확신성, 공감성)으로 구성하였고, 지역축제 성과인식은 2가지 요인(지역경제문화기여, 공공서비스개선)으로 구성하였으며, 지방정부-시민관계성은 5가지 요인(몰입, 신뢰통제성, 공동체관여, 신뢰책임관계, 애착)으로 구성하였다.

본 연구는 구조방정식모형 분석을 위하여 Amos 21.0 통계프로그램을 이용하였다. 기존의 이론과 경험적 결과를 토대로 분석대상이 되는 변수에 관해서 확증적 모형화(confirmatory modeling)를 시도하였으며, [그림 2]와 같이 모형화하여 적합도를 평가하고자 하였다.



IV. 분석 결과

1. 인구통계학적 특성

본 연구 설문에 응답한 전주시민들의 기본적인 인구통계학적 특성을 보면, 성별은 남성이 342명 42.9%로 여성 455명 57.1%로 나타났고 연령은 평균 35.3세였다. 연소득은 평균 4800만원으로 나타났고, 전수 거주기간은 평균 21.4년으로 나타났다. 결혼 여부는 기혼이 439명 55.1%, 미혼이 358명 44.9%였다. 학력은 대졸이 495명 62.1%로 가장 많았고, 전문대졸이 147명 18.4%, 대학원 이상 73명 9.2%의 순이었다. 직업은 사무전문직이

260명 32.6%로 가장 많았고, 학생이 193명 24.2%, 공무원 100명 12.5%, 전업주부 85명 10.7%의 순이었다. 이상의 표본추출방법에 따라 본 연구 설문에 응답한 전주시민들의 기본적인 인구통계학적 특성은 아래 <표 2>와 같다.

<표 2> 연구대상의 인구통계학적 특성

		N	%
성별	남성	342	42.9
	여성	455	57.1
결혼여부	미혼	358	44.9
	기혼	439	55.1
직업	사무전문직	260	32.6
	판매서비스직	62	7.8
	생산기술직	27	3.4
	농림어업축산업	3	.4
	전업주부	85	10.7
	학생	193	24.2
	공무원	100	12.5
	기타	67	8.4
학력	고졸이하	56	7.0
	전문대졸	147	18.4
	대졸	495	62.1
	대학원이상	73	9.2
	무응답	26	3.3
합계		797	100.0
	N	평균	표준편차
연령	796	35.3년	11.5년
연소득	660	4805.만원	2274.4만원
전주 거주기간	777	21.4년	13.6년

2. 확인적 요인분석

구조방정식 모형을 분석하기 위해서는 변수 간의 영향력을 살펴보기 전에 연구모형의 관측변인들을 포함하는 개념들이 적절하게 측정하고 있는 지, 즉 관측변수들의 일치성을 나타내는 구성개념의 타당성에 대해 평가해야한다. 따라서 본 연구에서는 연구모형에 포함된 잠재변수인 품질인식, 성과인식, 시민관계성의 각 문항에 대해서 개별적으로 탐색적 요인분석을 실시한 결과 5개의 품질인식, 2개의 성과인식, 5개의 시민관계성 등의 관측변수로 요인이 묶여졌다.

집중타당성을 검증하기 위한 세 가지 방법으로는 요인부하량(λ)과 유의성(C.R.), 평균분산추출(AVE), 그리고 개념신뢰도(CR)가 있다. 확인적 요인분석에 대한 결과는 <표 3>과 같이 집중타당성의 요인부하량(λ)이 .607~.884로 기준치인 .5 이상보다 비교적 높게 나왔으며(Bagozzi & Yi, 1998), 유의성(C.R.)도 통계적으로 유의한 수준으로 나타났다. 또한, 개념신뢰도(CR)는 0.799~0.952로 나타났고, 전체적인 평균분산추출(AVE)은 0.666~0.798로 기준치보다 높게 나타나서 집중타당성은 적합한 것으로 나타났다.7) 아울러 구성개념들의 측정도구에 대한 신뢰성을 검증하기 위하여 신뢰도분석을 실시한 결과, 각 구성요인의 신뢰계수(Cronbach's Alpha)는 0.646~0.901으로 기준치인 0.6 보다 높게 나타나서 측정모형의 신뢰성은 만족스러운 것으로 나타났다.

<표 3> 확인적 요인분석

요인명	측정항목	수렴타당도		구성개념 신뢰도		α
		λ	C.R.	CR	AVE	
지역축제 품질인식	시설	0.651	-	0.914	0.685	0.849
	접근	0.607	8.652			
	신뢰	0.884	11.617			
	대응	0.842	11.278			
지역축제 성과인식	공감	0.689	9.644	0.799	0.666	0.646
	지역경제	0.736	-			
정부시민 관계성	공공서비스	0.649	9.248	0.952	0.798	0.901
	몰입	0.777	-			
	신뢰통제	0.868	15.192			
	공동체	0.824	14.267			
	신뢰책임	0.752	12.774			
	애착	0.824	14.262			

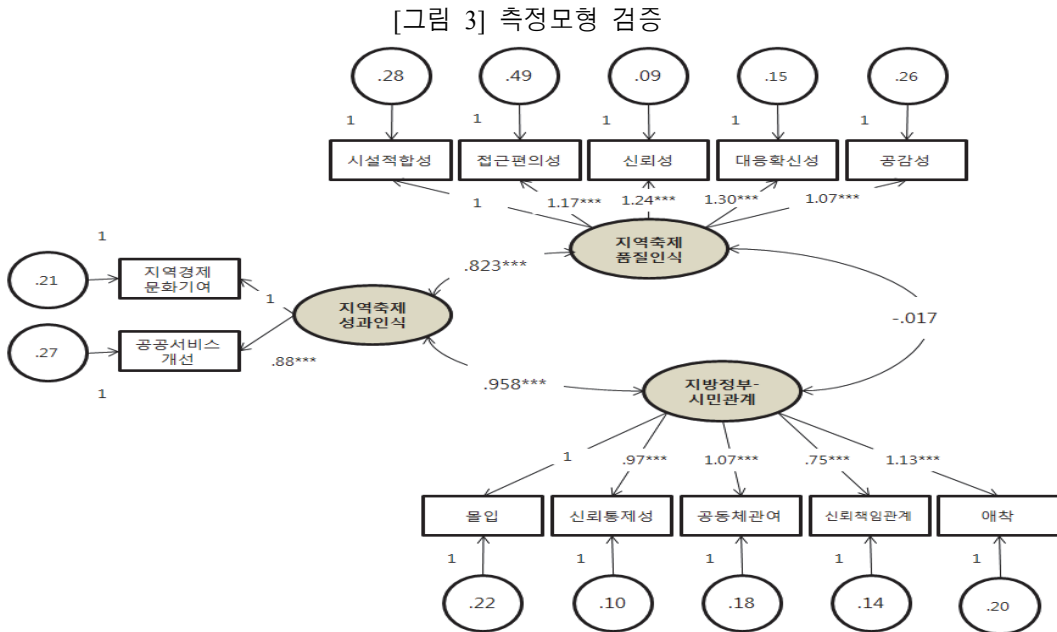
3. 가설 검증

1) 측정모형

본 연구는 구조방정식모형 분석을 위하여 Amos 21.0 통계프로그램을 이용하였다. 기존의 이론과 경험적 결과로부터 분석대상이 되는 변수에 관해서 확증적 모형화(confirmatory modeling)를 시도하여 적합도를 평가하고자 하였다. 잠재변수들 간 공분산 추정치를 살펴

7) 잠재요인의 타당도에 대한 평균분산추출(AVE)의 기준치는 0.5 이상, 개념신뢰도(CR)의 기준치는 0.7 이상이다(이충기·고성규·김진욱, 2014; Fornell & Larcker, 1981; Hair, Black, Babin & Anderson, 2010).

본 결과는 아래 [그림 3]과 같다. 지역축제 품질인식과 지역축제 성과인식간의 상관관계는 .823으로 $p<.01$ 수준에서 통계적으로 유의미하게 나타났으며, 두 변수간에 정(+)의 상관관계가 있음을 알 수 있다. 지역축제 성과인식과 지방정부-시민관계성 간의 상관관계는 .958로 $p<.01$ 수준에서 통계적으로 유의미하게 나타나서 두 변수간의 정(+)의 상관관계가 있음을 알 수 있다. 반면, 지역축제 품질인식과 지방정부-시민관계성간의 직접적인 관계는 -.017로 통계적으로 유의미하게 나타나지 않았으며, 오히려 부(-)의 상관관계가 있음을 알 수 있다.



*** $p<.01$

2) 모형 적합도

본 연구에서는 연구모형 검정을 위해 확인적 요인분석 결과로 도출된 측정모형을 가설에 부합하는 구조방정식 모형으로 재설정하고 AMOS 21.0을 사용하여 분석을 실시하여 설정된 가설의 통계적 유의성을 평가했으며, 이러한 구조방정식에 사용된 모수추정법은 최대우도법(maximum likelihood)을 사용했다. 구조방정식 모형에 대한 분석 결과는 아래 <표 4>와 같다. 우선 모형의 적합도 평가에서 $GFI=.884$, $AGFI=.823$, $NFI=.897$, $CFI=.921$ 로 모두 0.8 이상으로 나타났다. 그리고 $RMR=.027$ 로 0.05 이하로 나타나 본 연

구의 구조방정식 모형은 적합한 것으로 평가되었다.

<표 4> 모형적합도 지수결과

적합도 지수	$\chi^2(df)$	GFI	AFGI	NFI	CFI	RMR
모형 적합도	194.105(51)	.884	.823	.897	.921	.027

3) 측정모형의 분석결과

아래 <표 5>의 측정모형의 분석결과 잠재변수에 대한 측정변수는 모두 $p < .01$ 수준에서 통계적으로 모두 유의한 것으로 나타났다. 따라서 지역축제 품질인식, 지역축제 성과인식, 지방정부-시민관계성의 잠재변수에 대한 측정변수들은 모두 타당하게 구성되었음이 검증되었다.

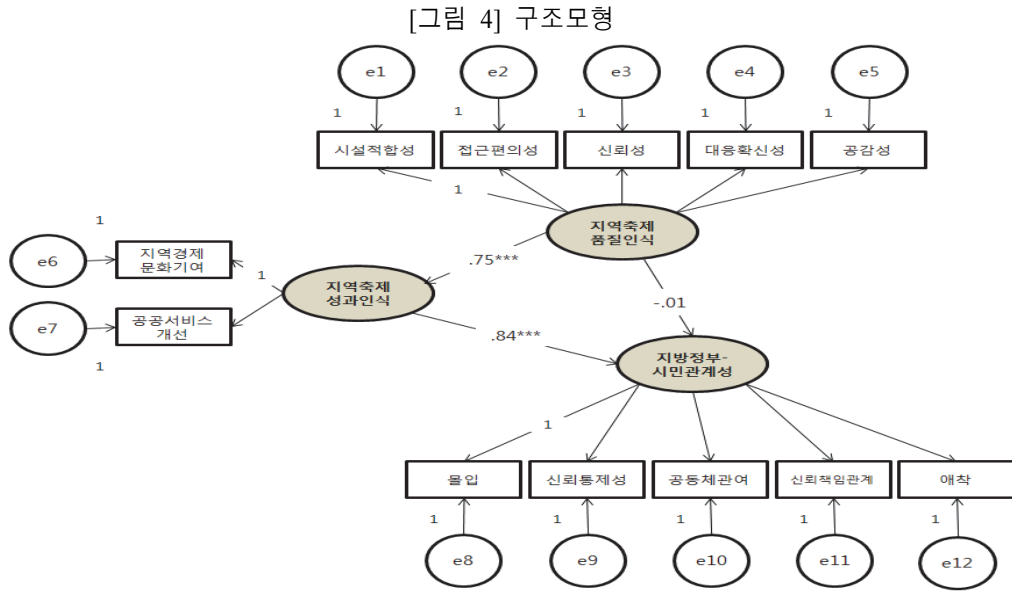
<표 5> 측정모형의 분석결과

잠재변수	측정변수	Estimate	S.E	C.R
		B		
지역축제 품질인식	시설적합성	1	-	-
	접근편의성	1.166	.135	8.652***
	신뢰성	1.237	.106	11.617***
	대응확신성	1.301	.115	11.278***
	공감성	1.070	.111	9.644***
지방정부- 시민관계성	애착	1.134	.080	14.262***
	신뢰책임관계	.751	.059	12.774***
	공동체관여	1.066	.075	14.267***
	신뢰통제성	.968	.064	15.192***
지역축제 성과인식	몰입	1	-	-
	공공서비스개선	.883	.095	9.248***
	지역경제문화기여	1	-	-

*** $p < .01$

4) 구조모형

궁극적으로 지역축제 품질인식인 독립변수가 지방정부-시민관계성에 직접적으로 영향을 미치는 관계와 지역축제 성과인식을 매개로 지방정부-시민관계성에 영향을 미치는 구조모형은 다음 [그림 4]와 같으며, 여기에는 경로계수가 표준화 추정치로 표현되어 있다(<표 6> 참조).



*** p<.01

<표 6> 경로계수

가 설	표준화 계수	t-value	P	채택 여부
지역축제 품질인식→지역축제 성과인식	.749	8.137	.000	채택
지역축제 성과인식→지방정부-시민관계성	.840	4.625	.000	채택
지역축제 품질인식→지방정부-시민관계성	-.014	-.095	.924	기각

첫째, 지역축제 품질인식이 지역축제 성과인식에 미치는 영향에 대한 분석 결과 경로계수(지역축제 품질인식→지역축제 성과인식=.749, t=8.137 p<.01)에 영향을 미치는 것으로 나타나서 가설 1은 지지 되었다. 둘째, 지역축제 성과인식이 지방정부-시민관계성에 미치는 영향에 대한 분석 결과 경로계수(지역축제 성과인식→지방정부-시민관계성=.840, t=4.625 p<.01)에 영향을 미치는 것으로 나타나서 가설 2는 지지 되었다. 셋째, 지역축제 품질인식이 지방정부-시민관계성에 미치는 영향에 대한 분석 결과 경로계수(지역축제 품질인식→지방정부-시민관계성=-.014, t=-0.095 p>.1)에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타나서 가설 3은 기각 되었다. 즉, 지역축제 품질인식이 지방정부-시민관계성에 직접적인 영향을 미치지 않았고 오히려 부의 효과가 나타났으며 이는 지역축제 품질인식이 지방정부-시민관계성에 직접효과로서 미치는 영향보다는 오히려 간접효과로서 지역축제 성과인식이 높으면 지방정부-시민관계성이 긍정적임을 시사하는 바이다.

V. 결론 및 시사점

본 연구에서는 전주국제영화제, 전주한지문화축제, 전주비빔밥축제의 지역축제 품질 인식이 성과인식을 매개로 지방정부-시민관계성에 미치는 영향을 연구하고자 하였다. 이를 위해 전주시민을 대상으로 설문조사를 실시하였고, 구조방정식 모형을 통해 실증적으로 분석하였다.

이 연구는 지역축제 품질 인식, 성과인식, 그리고 지방정부-시민관계성을 구체적으로 파악하기 위하여 시도되었다. 지역축제 품질인식과 성과인식, 그리고 지방정부-시민관계성의 관계에서 지역축제에 대한 품질인식이 높으면 지방정부-시민관계성이 직접적으로 강화될 것으로 가설을 설정하였다. 그러나 연구결과는 이 둘의 관계보다는 지역축제 성과인식이 좋아야 지방정부-시민관계성이 긍정적인 것으로 나타났다. 선행연구에서 지역축제 품질인식을 중심으로 축제의 만족도를 연구하였던 점에 추가적으로 고려할 사항이 축제 성과인식이라는 점이 분석결과 밝혀졌다.

또한 분석결과는 지역축제에 대한 품질인식은 지역축제에 대한 객관적 결과 평가이나 지역축제 성과인식은 축제를 통한 주관적 성과인식으로 파악할 수 있다. 따라서 지역축제를 위한 지방정부의 축제 기획과 관련된 담당자는 축제의 기본적인 품질을 유지하는 동시에 지역주민의 지역축제 성과인식을 염두에 두고 축제를 기획할 필요성이 대두된다. 즉, 축제 품질만을 높인다고 지역주민과의 관계성이 좋아지는 것이 아니라, 실제적으로 지역주민이 인식하는 성과를 염두에 두고 축제를 기획할 때 지역주민이 지방정부에 대한 신뢰, 애착 등 관계성 증진이 이루어질 것이라는 것이다.

본 연구결과를 바탕으로 지역축제를 위한 지방정부의 정책적 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 지방정부는 지역축제 참여 개선 및 확대를 할 필요성이 있다. 지역주민은 지역 축제에 적극적으로 참여하면서 축제 운영자이기도 하며, 소극적으로 관람하는 동안 축제 방문객이 되지만, 근본적으로는 지역주민이다. 따라서 지역주민의 특성에 따른 PR, 축제 품질 및 성과 인식 개선을 위한 전략이 필요하다.

둘째, 지방정부의 지역축제 품질 개선 방향이 요구된다. 지역축제를 위한 지역의 물리적 환경개선과 사회 간접시설 등이 결국 지역주민이 사용하게 되며, 지역축제를 통하여 지역에 파급되는 물리적·환경적 효과가 된다는 연구결과(조배행·박종진, 2007; 오남현, 2008; 조병훈, 2009)를 지방정부는 적극적 관점에서 해석하고 실행하여야 할 필요

성을 제시하여 준다.

셋째, 지방정부의 고유 특성을 반영한 축제를 기획할 필요성이 있다. 즉, 축제의 지향성은 외부지향형으로, 지역주민의 의견을 반영하거나 전주 지역의 전통문화와 지역 특색을 반영하는데 구조적 한계가 있는 실정이다. 따라서 지역의 특성과 전통문화를 반영한 축제로 기획 운영되는 방안을 모색하여야 할 필요가 있다. 이와 더불어 지역과 지역주민의 의견이 적극적으로 반영될 수 있도록 지역축제의 운영을 대행사 중심형에서 민간 중심형으로 변화를 도모하며, 그 과정에서 다양한 형태로 지역주민의 참여를 독려하여야 할 것이다.

넷째, 지방정부는 지역축제 성과인식을 중심으로 한 축제 기획도모가 필요하다. 지역 축제 주최자는 지역축제의 경제적·문화적·사회적 성과에 대한 지역 내 커뮤니케이션을 강화할 필요성이 있다. 또한 객관적 측면에서 지역축제의 개최와 운영에 따른 공공서비스 개선을 좀 더 적극적으로 이루어야 할 것임을 알려준다.

다섯째, 지방정부는 지방정부-시민관계성 증진을 위한 쌍방향 커뮤니케이션 확대가 필요하다. 즉, 지방 행정 PR 수준을 기존의 신문, 방송 등 대중매체 중심의 퍼블리시티 수준에서 인터넷 및 다양한 소통 채널을 활용한 시민 및 언론 관계 관리로 발전시킬 필요성이 있다. 이를 위해 민간포털사이트와의 협력이나 SNS와 같은 새로운 쌍방향 커뮤니케이션 수단을 동시에 활용하여야 한다. 따라서 지방정부인 전주시청은 지방정부-시민관계성을 개선하기 위해서 지역축제 성과인식을 높이는 한편 지역축제 참여자들을 대상으로 지역축제 품질인식에 대해 만족도를 높여야 할 것으로 평가된다.

마지막으로 지방정부는 지방정부-시민관계성 구축을 위한 효과적 전략이 필요하다. 즉, 지방정부의 지방정부-시민관계성 개선방안으로 장소 마케팅(place marketing)의 지역축제의 품질과 성과인식이 중요하고, 이는 지방정부의 도시 이미지의 형성과 제고를 위한 시민관계 전략으로 추진될 수 있음을 시사하고 있다. 또한 정책적으로 지역축제에 대한 품질인식이 지방정부-시민관계성 형성에 어떤 연관성을 갖고 있는지 파악하고, 어떻게 개선할 수 있는가에 대한 실증적 방안을 제시하였다. 이러한 연구 결과는 해당 지자체 공무원 및 관계자가 지역 축제를 개최하고 운영하는데 있어 이해관계자들의 의사소통과 정책 실현의 측면에서 효과적인 기획이 될 수 있을 것임을 보여준다.

≤참 고 문 헌>

- 강명현·조정열(2003). 방송의 로컬리즘과 공중관계성: 문화행사를 중심으로. 「홍보학연구」. 7(2): 43-68.
- 강순화·문경주(2006). 축제방문객 만족도가 재방문의사에 미치는 영향에 관한 연구. 「이벤트 컨벤션연구」. 2(2): 5-18.
- 고승익·오상운·고경실·조문수(2007). 지역주민의 지역축제 평가에 관한 연구: 지역사회 애착도, 지역축제 영향인식 차이를 중심으로. 「관광학연구」. 31(4): 177-198.
- 구자은(2011). 홈페이지의 대화적 관계를 통한 조직-공중관계성이 조직의 이미지에 미치는 영향. 「언론과학연구」. 11(4): 138-173.
- 김계수(2010). 「구조방정식 모형분석」. 서울: 한나래 아카데미.
- 김정현(2005). 지방정부와 시민간의 관계성측정과 자치행정PR전략. 「지방정부연구」. 9(3): 267-289.
- _____ (2010). 지방정부의 공중관계성이 위기인식 및 관리에 미치는 영향 요인 분석. 「한국사회와 행정연구」. 21(2): 241-262.
- 김창수·노경희(2007). 지역축제 서비스품질이 축제 적합성과 지역발전성과에 미치는 영향 연구: 시흥 갯골축제를 중심으로. 「관광학연구」. 31(5): 437-459.
- 김창수·전대회(2007). 지역축제의 서비스 품질과 만족도 평가 비교분석: 2005-2006년 무주반딧불축제를 중심으로. 「관광연구」. 22(2): 265-284.
- 김철원·서현숙·이태숙(2012). 컨벤션 주최자의 SNS 홍보활동이 조직-공중관계성 및 참가만족에 미치는 영향. 「관광학연구」. 36(4): 233-253.
- 김철원·이석호(2001). 「문화관광축제 육성방안」. 서울: 한국문화관광연구원.
- 김한수(2006). 문화관광축제의 확산과정과 특징에 관한 연구. 「문화관광연구」. 8(2): 43-60.
- 김형석·이현우(2008). 한국의 문화적 특성을 반영한 공중관계성 측정도구에 관한 연구. 「한국광고홍보학보」. 10(1): 99-139.
- 남덕현(2004). 축제와 문화적 정체성. 「독일언어문학」. 26(0): 199-215.
- 문미란·김형욱(2004). 정부 부처의 인터넷 PR커뮤니케이션 활동에 대한 인식이 조직-공중관계성 정도에 미치는 영향. 「미디어경제와 문화」. 2(1): 40-73.
- 문화체육관광부(2012). 관광동향에 관한 연차보고서. 서울: 한국문화관광연구원.
- 박건실(2004). 지역축제 서비스품질이 고객만족도에 미치는 영향. 「산업경제연구」. 17(4): 1171-1194.
- 박기관(2001). 지방정부의 행정성과평가 및 적용모형에 관한 연구: 시·군 성과 및 노력도 지표를 중심으로. 「한국지방자치학회」. 13(1): 63-84.

- 박상수(1996). 지역축제와 이벤트. 「지방행정」. 6월호: 29-37.
- 박조원(2008). 전주국제영화제의 서비스 품질과 만족도에 관한 연구: 우리나라 6개 전주국제영화제 종합 분석. 「홍보학연구」. 12(2): 135-163.
- 박현순(2009). 정부기관과 정책공중과의 공중관계성 척도 검증에 관한 연구. 「한국광고홍보학보」. 11(4): 144-170.
- 박홍식·장은경(2008). 지역축제의 물리적 환경이 불거리인식과 방문만족에 미치는 영향: 2008 함평나비 대축제. 「관광연구」. 22(4): 105-116.
- 박희서(2008). 지역축제 서비스품질이 지역경제에 미친 영향: 강진청자문화제 방문객들의 인식 조사를 중심으로. 「한국지방자치연구」. 10(4): 77-94.
- 배만규(2008). 지역축제 활성화를 위한 방문객 집단별 평가 차이 비교: 영천 한약축제를 중심으로. 「관광연구」. 23(1): 81-99.
- 부소영(2003). 축제 지역이미지에 대한 영향관련 내용분석. 「관광학연구」. 27(2): 113-132.
- 부숙진(2008). 축제개최 지역주민의 축제효과요인 인식이 축제참여도 및 만족도에 미치는 영향: 한국 보령시를 중심으로. 「국제지역연구」. 12(3): 567-588.
- 서철현(2001). 지역축제에 대한 사후이미지가 방문객의 만족과 행동의도에 미치는 영향: 청도 소싸움축제를 중심으로. 「관광연구」. 16(2): 56-60.
- 서철현·안현영·김용철(2009). 지역축제의 브랜드가치, 브랜드이미지, 브랜드태도에 관한 연구. 「관광연구」. 24(3): 147-168.
- 서희석·윤정현(2006). 지역축제의 성공요인에 관한 연구: 안동국제탈춤페스티벌, 함평나비축제, 익산서동축제를 중심으로. 「지방행정연구」. 20(4): 207-229.
- 손혜경·윤유식(2013). 충동구매 후의 정서상태가 쇼핑 재 행동에 미치는 영향: 자아존중감과 감각추구성향의 조절효과를 중심으로. 「한국관광연구학회보」. 26(6): 117-136.
- 송건섭(2004). 지방정부의 지역축제의 성과평가. 「한국사회와 행정연구」. 14(4): 89-93.
- 송시열(2003). 광주, 전남지역축제 활성화 방안에 관한 연구. 「지역발전연구」. 8(2): 385-408.
- 오남현(2008). 도시지역의 장소마케팅 분석: 포항불빛축제를 사례로. 「도시행정학보」. 21(1): 287-308.
- 윤여진(2010). 성공요인에 관한 연구: 보령머드축제 및 함평나비대축제를 중심으로. 충남대학교 대학원 석사학위논문.
- 이경희(2003). 축제의 서비스품질평가 분석: 대전한밭문화제를 중심으로. 「문화관광연구」. 5(2): 29-33.
- 이동수·박희서(2007). 지방자치단체의 축제가 지역발전성과에 미친 영향: 강진청자문화제를 중심으로. 「한국지방정부학회 2007년 동계학술대회 발표논문집」.
- 이수범·신성혜·최원석(2004). 시민 관계성이 도시 이미지에 미치는 영향에 대한 연구. 「광고학연구: 일반」. 15(1): 7-31.

- 이장주·박석희(1999). 지역축제의 이미지 측정 척도 개발에 관한 연구: 진도 영등축제를 중심으로. 「관광학연구」. 24(1): 243-261.
- 이충기·고성규·김진옥(2014). 승마체험 동기가 가치와 만족도 및 행도의도에 미치는 구조관계 분석. 「관광연구」. 28(6): 203-226.
- 이충기·이용기·이덕우(2003). 지각된 환경단서가 방문객 만족과 충성도에 미치는 영향: 수안보 온천의 경우. 「관광학연구」. 27(1): 123-130.
- 장은주(1996). 「지방자치단체 이벤트 사업의 활성화 방안」. 서울: 한국지방행정연구원.
- 전영옥(2004). 문화자원 개발과 지역활성화 전략. Issue paper. 서울: 삼성경제연구소.
- 정석순(2012). 축제서비스품질, 축제성과, 고객기반 도시브랜드자산 및 지역애호도의 관계에 관한 연구. 동국대학교 대학원 박사학위논문.
- 정용약·이중구(2005). 축제 방문자 만족요인에 관한 연구: 축제의 홍보, 편의시설, 다양성을 중심으로. 「문화관광연구」. 7(1): 229-242.
- 조배행·박종진(2007). 지역축제의 영향에 대한 지역주민의 지각 차이 분석. 「한국지역지리학회지」. 13(1): 68-81.
- 조병훈(2009). 인구통계적 특성별 축제 만족도 평가: 경주세계문화엑스포2007 주요행사를 중심으로. 「한국정부학회 발표논문집」.
- 조삼섭·정만수·유종숙(2008). 갈등 시 조직-공중 관계성에 대한 공중 인식 연구: 대학등록금 이슈를 중심으로. 「한국광고홍보학보」. 10(3): 248-265.
- 지용승·홍준현(2014). 축제품질 인식이 지방정부-시민 관계에 미치는 영향: 전주 대표 지역축제를 중심으로. 「한국지방자치학회보」. 26(2): 59-86.
- 차동욱(2004). 지역축제 만족도에 의한 방문자의 재방문 및 구전홍보결정요인에 관한 연구: 전주국제영화제를 중심으로. 「관광레저연구」. 16(2): 143-145.
- 최은혜(2011). 지역축제의 서비스 품질, 서비스 가치 및 만족이 내·외국인의 행동의도에 미치는 영향. 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 최용주(2007). 지방정부의 행정PR에 관한 연구: 부천시를 중심으로. 「한국광고홍보학보」. 9(1): 190-222.
- 한국관광공사(2013). 「지역관광 활성화를 위한 축제활용 신규 정책사업 발굴」. 서울: 문화체육관광부.
- 함석중·박선희(2009). 지역축제의 영향에 대한 지역주민 인식: 동해 수평선축제를 사례로. 「관광연구저널」. 23(1): 191-206.
- 홍경완(2007). 지역축제 물리적 환경이 방문객 감정과 만족에 미치는 영향. 「관광연구저널」. 21(1): 41-54.
- 홍경완·김현철(2005). 관광축제 서비스품질·즐거움과 각성 및 방문객 만족에 관한 인과관계 연구. 「관광학연구」. 29(3): 125-144.

- 홍세희(2000). 구조방정식 모형의 적합도 지수 선정기준과 그 근거. 「한국심리학회지」. 19(1): 161-177.
- 황종규,이명숙(2008). 지역축제의 문화정치적 특성에 관한 연구: 안동국제탈춤페스티벌과 영주 풍기인삼축제를 중심으로. 「한국지방자치연구」. 10(1): 95-118.
- Anderson, J. C. & Gerbing, D. W.(1988). Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach. *Psychological Bulletin*, 103(3): 411-423.
- Bagozzi, R. P. & Yi, Y. (1998), On the Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1): 74-94.
- Boo, S. Y. & Busser, J. A.(2006). Impact Analysis of a Tourism Festival on Tourists Destination Images and Satisfaction. *Event Management*, 9(4): 165-181.
- Chacko, H. E., & Schaffer, J. D.(1993). The Evolution of a Festival: Creole Christmas in New Orleans. *Tourism Management*, 14(6): 475-482.
- Crompton, J. L. & Love, L. L.(1995). The Predictive Validity of Alternative Approaches to Evaluating Quality of a Festival. *Journal of Travel Research*, 34(1): 11-24.
- Ferguson, M. A.(1984). Building theory in Public Relations: Inter-Organizational Relationship. Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Gainesville, FL.
- Fornell, C. & Larcker, D. F.(1981), Evaluating Structural Evaluation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1): 39-50.
- Getz, D.(1997). *Event Management and Event Tourism*. Elmsford, NY: Cognizant Communications Corporation.
- Grönroos, C.(1990). *Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Grunig, L. A., Grunig, J. E. & Ehling, W. P.(1992). What is an Effective Organization? In J. E. Grunig(Eds.). *Excellence in Public Relations and Communication Management: Contributions to Effective Organizations*(pp. 65-89). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E.(2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. (7th edition). Upper Saddle River, Pearson.
- Haralambopoulos, N. & Pizam, A.(1996). Perceived Impacts of Tourism: The Case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3): 503-526.
- Hon, L. C. & Grunig, J. E.(1999). *Guidelines for Measuring Relationships in Public Relations*. Gainesville, FL: The Institute for Public Relations.

- Kern, T. J. & Rasmussen, L.(1995). A Sleep at the Wheel: Case study. *Festival Management & Event Tourism*, 3(1): 37-39.
- Lade, C. & Jackson, J.(2004). Key Success Factors in Regional Festivals: Some Australian Experiences. *Event management*, 9(1-2): 1-11.
- Ledingham, J. & Bruning, S.(1998). Relationship Management in Public Relations: Dimensions of an Organization-Public Relationship. *Public Relations Review*, 24(1): 55-65.
- Ledingham, J. A., Bruning, S. D., Thomlison, T. D., & Lesko, C. (1997). The Applicability of the Interpersonal Relationship Dimensions to an Organizational Context: Toward a Theory of Relational Loyalty: A Qualitative Approach. *Academy of Managerial Communication Journal*, 1(1), 23-43.
- Murphy, P. E. & Carmicael, B. A.(1991). Assessing the Tourism Benefits of an Open Access Tournament: The 1989 B.C. Winter Games. *Journal of Travel Research*, 29(3): 32-36.
- Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithamal, V. A.(1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(3): 41-50.
- Parasuraman, A.(1988). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64(1): 12-40.
- Rao, V.(2001). Celebrations as Social Investments: Festival Expenditures, Unit Price Variation and Social status in Rural India. *The Journal of Development Studies*, 38(1): 71-97.
- Ritchie, J. C.(1984). A Holocene Pollen Record of Foreal Forest History from the Travailant Lake Area, Lower Mackenzie River Basin. *Canadian Journal of Botany*, 62(7): 1385-1392.
- Rogers, S.(1990). *Performance Management in Local Government*. London, Longmann.
- Thompson, P., DeSouza, G. & Gale, B. T.(1985). The Strategic Management of Service Quality. *Quality Progress*,. 18(6): 20-25.
- Wicks, B. E. & Fesenmaier, D. R.(1993). A Comparison of Visitor & Vendor Perceptions of Service Quality at a Special Event. *Festival Management & Event Tourism*,. 1(1): 19-26.
- Yuan, J. J. & Jang, S. S.(2007). The Effects of Quality and Satisfaction on Awareness and Behavioral Intentions: Exploring the Role of a Wine Festival. *Journal of Travel Research*, 46(3), 279-288.
- Zadeh, B. & Ahmad, N.(2010). Social Development, Community development and Participation. *Journal of US-China Public Administration*, 7(1): 66-69.

-
- * **지용승(池龍昇):** 중앙대학교에서 행정학 박사학위(제목: 지역축제 품질인식이 지방정부-시민관계성에 미치는 영향에 관한 연구: 전주 대표 지역축제를 중심으로, 2015)를 취득하고, 현재 중앙대학교 국가정책연구소 선임연구원으로 재직하고 있다. 주요 관심분야는 지역축제, 도시마케팅, 지방정부-공중관계 등이고, 최근 논문으로는 “축제품질 인식이 지방정부-시민 관계에 미치는 영향: 전주 대표 지역축제를 중심으로”(공저, 2014)가 있다(enerji70@gmail.com).
 - * **홍준현(洪準賢):** 미국 University of Pittsburgh에서 행정학 박사학위(제목: Dispersal of Public Housing in the U.S.: An Analysis of Intra- and Inter-Metropolitan Variations in the Location of Public Housing, 1995)를 취득하고, 현재 중앙대학교 공공인재학부 교수로 재직하고 있다. 주요 관심분야는 지방자치, 도시정책, 정책분석 등이고, 최근 저서와 논문으로는 <다산의 행정개혁: 현대적 해석과 평가>(공저, 대영문화사, 2010), “산업구조의 다양성과 지역 경제 성장: Jacobs의 산업 다양성 이론을 바탕으로”(공저, 2014), “도심지에 대한 경제적 의존도가 도시 내 지역 간 경제적 격차에 미치는 영향: 서울 3도심과 자치구들간의 관계를 중심으로”(공저, 2014) 등이 있다(jhhong@cau.ac.kr).

논문투고일 : 2015년 8월 25일 / 논문심사일 : 2015년 09월 07일 / 게재확정일 : 2015년 09월 20일