

관광목적지로서 도시관광이미지 측정척도 개발*

최 승 담** · 박 경 렬***

Developing a Measurement Scale of an Urban Image as a Tourist Destination*

Seung-Dam Choi** · Gyeong-Ryeol Park***

요약 : 도시의 관광적 기능 증대를 위하여 도시관광이미지의 제고는 필수적이며, 이미지 증대를 위해서는 도시관광이미지에 대한 정확한 이해가 요구된다. 본 연구에서는 도시관광이미지의 정확한 이해를 위하여 필수적이라 할 수 있는 이미지 척도를 문헌분석과 실증조사를 통하여 개발하였다. 관광지 이미지 및 도시 이미지 관련 문헌분석을 바탕으로 개념적으로 도출된 관광이미지 11개 구성요인과 도시이미지 5개 구성요인을 중심으로 선택 및 조합을 통하여 총 11개의 도시관광이미지 구성요인을 도출하였다. 이중 인지적 이미지의 구성요인으로는 환경성, 관광매력성, 경제성, 접근성, 상징성 및 구조성의 6개 요인이, 정서적 이미지의 구성요인으로는 역동성, 전통성, 독특성, 쾌적성 및 시각성의 5개 요인이 도출되었다. 인지적 이미지 측정을 위한 척도개발을 위하여 개념적으로 도출된 6개 구성요인을 설명하는 26개 잠재항목을 안면타당도 검사, 신뢰도 분석 및 확인적 요인분석과 함께 이론적 타당도 검증을 통하여 최종적으로 6개 요인, 24개 항목으로 구성된 측정척도를 개발하였다. 한편 정서적 이미지 측정을 위한 척도개발도 동일한 절차로 이루어졌는데 최종적으로 5개 요인, 15개 항목으로 구성된 측정척도를 개발하였다.

주제어 : 도시관광, 도시관광이미지, 관광이미지 측정 척도

ABSTRACT : To expand the role of tourism in a city, it is important for it to develop an urban image as a tourist destination. This paper developed the measurement scale of an urban image as a tourist destination through literature review and empirical analysis. Literature regarding urban image were reviewed, and 11 common factors to be considered in developing an urban image were identified. Literature regarding tourist destination image were also reviewed, and 6 common factors to be considered in developing a tourist destination image were identified. By putting together and deleting some of the 17 factors identified, 11 factors to be considered in developing an urban image as a tourist destination were suggested. Among those factors, 6 were cognitive factors and 5 were affective factors. For the cognitive image, a measurement scale consisting of 6 factors and 24 items was developed through a reliability test and factor analysis. These cognitive factors are environment, attractiveness, economy, accessibility, symbolism, and structure. An affective image measurement scale, consisting of 5 factors and 15 items, was also developed through a reliability test and factor analysis. These affective factors are dynamism, tradition, uniqueness, and amenities.

Key Words : urban tourism, urban tourism image, scale of tourism image

* 이 논문은 2002년도 한양대학교 교내연구비에 의하여 연구되었음.

** 한양대학교 관광학부 교수(Professor, Division of Tourism, Hanyang University). 논문 주작성자임.

*** 금호엔지니어링(주) 관광조경사업본부 대리(Deputy Manager, Land & Tourism Development Department, Kumho Engineering Co. Ltd.)

I. 서론

관광목적지의 이미지는 목적지에 대한 관광객 개개인의 생각이나 인상을 의미하는데, 관광객의 관광목적지 선택에 영향을 주는 주요 변수이다. 관광객들은 목적지 선택에 있어 목적지에 대한 객관적 실체가 아닌 주관적인 생각에 큰 영향을 받기 때문이다(Chon, 1991; 이태희, 1997; 이장주·박석희, 1999). 이와 같은 이유로 관광객 행태의 이해나 관광목적지의 유인력 증대 차원에서 이미지의 중요성은 지속적으로 강조되어 왔으며, 이미지에 대한 정확한 측정은 관광학 분야의 주요 연구관심분야 중 하나이다.

이미지의 중요성은 도시관광에 있어서도 예외는 아니다. 관광적 관점에서 도시의 역할은 점차 증대되고 있는데, 이는 도시자체가 유인력이 큰 관광목적지이며, 타 관광목적지로서의 관문으로서 도시의 기능이 커지고 있기 때문이다(Law, 1993; 이후석, 1999). 도시의 관광적 기능의 증대를 위해서도 도시관광이미지의 제고는 필수적이라고 할 수 있는데 이를 위해서는 도시관광이미지에 대한 보다 정확한 이해가 요구된다.

그동안 관광지 이미지 관련 연구는 이미지의 측정 및 평가, 목적지 선택과정에서의 이미지의 영향, 이미지 형성과정, 이미지를 활용한 마케팅 전략수립 등 다양했다(Goodrich, 1978; Fakeye and Crompton, 1991; Ahmed, 1991; Walmsley and Young, 1998; Baloglu and McCleary, 1999). 하지만 관광목적지로서 도시를 대상으로 한 심층적인 연구는 거의 없었다.

관광목적지 이미지의 구성요소는 목적지의 내적, 외적 환경에 영향을 받게 되기 때문에 관광목적지로서 도시의 이미지 속성은 타 유형의 관광목적지와는 많은 차이가 있을 것이다. 이와 같은 이유로 도시관광이미지에 대한 체계적인 연구는 필수적이며, 연구의 초기단계에서 도시관광이미지 측정 및 평가를 위한 정확한 척도의 개발은 무엇보다 중요하다고 할 수 있다.

본 연구의 목적은 관광지 이미지 및 도시 이미지 등 기존 연구들을 바탕으로 도시관광 이미지 측정을 위한 척도를 개발하는 데 있다. 먼저 관광지이미지 구성요인 및 도시이미지 구성요인과 관련된 문헌연구를 바탕으로 개념적 차원에서의 도시관광이미지의 구성요인을 도출하였다. 또한, 개념적으로 도출된 구성요인을 근간으로, 실증분석을 통한 검증과정을 거쳐 도시관광이미지 척도를 개발하였다. 본 연구는 관광이미지 분석대상을 국가나 특정 관광지에 국한하였던 기존 연구들과 달리, 도시라는 공간을 대상으로 하였다는 점에서 차별성을 가진다.

II. 이론적 배경

1. 관광지이미지 구성요인

관광학 및 마케팅분야에서 일반적으로 가장 널리 받아들여지는 관광지이미지의 개념은 사람들이 어떤 장소나 목적지에 대해 가지는 일련의 반응, 생각, 인상의 총체라는 것이다(Crompton, 1979). 한편, 관광지이미지는 인지

적 이미지(cognitive image)와 정서적 이미지(affective image)로 구분되는데 인지적 이미지는 어떤 대상에 대한 지각적 평가이며, 정서적 이미지는 그 대상에 대한 개개인의 느낌이나 감정을 의미한다(Dann, 1996; Baloglu and McCleary, 1999; 이태희, 1997; 박석희·고동우, 2002). 관광지이미지 측정 및 구성요인 도출에 있어 초기 연구는 인지적인 관점에서 접근하였으나, 점차 정서적인 관점에 대한 관심도 증대하고 있는데, 이는 인지적 요인과 정서적 요인이 결합되었을때 이미지에 대한 보다 정확한 이해가 가능하기 때문이다(Russell et al., 1981; Baloglu and Brinberg, 1997; Baloglu and McCleary, 1999).

초기단계의 인지적 이미지 연구들은 관광지의 물리적 속성을 중심으로 이루어졌다. Anderson and Colberg(1973)는 지중해 9개 지역의 이미지에 대한 연구에서 야간 유흥활동, 경관감상, 식음료 시설, 비용, 토착문화, 해변의 아름다움, 기후 등을 제시하였고, Mayo(1975)는 북미지역의 이미지 측정을 위하여 이미지 구성요인으로 식음료 시설, 비용, 토착문화, 기후 등을 사용하였으며, Haahti and Yavas(1983)는 유럽의 주요관광국의 이미지에 대한 연구에서 이미지 구성요인으로 화폐가치, 접근성, 스포츠 시설, 나이트 라이프, 쾌적한 휴식공간 및 자연의 야생성 등을 제시하였다. 한편, Mayo and Jarvis(1981)는 미국의 주요 관광지의 이

미지 연구에서 경치, 기후, 가격 등을 제시하였으며, Embacher and Buttler(1989)의 연구에서는 이미지 구성요인으로 물리적 환경, 경제발전, 날씨, 기후, 지역주민, 문화, 음식, 접근성, 관광기반시설, 인지된 비용 및 전체적 분위기 등을 도출하였다. 조광익(1997)은 쾌적성, 신기성, 접근성, 숙박시설, 활동성, 여행비용 및 매력성 등을 이미지 구성요인으로 제시하였다.

한편, 이미지 대상에 대한 개개인의 느낌이나 감정을 중심으로 한 정서적 이미지를 측정하기 위한 다양한 연구가 시도되었다(Russell et al., 1981; Baloglu and Brinberg, 1997; 박석희 외 2000; 박석희·고동우, 2002). Russell et al.(1981)의 연구에서는 정서적 이미지의 구성요인으로 즐거움, 각성 및 우세함 등을 도출하였다¹⁾. 또한, Baloglu and Brinberg(1997)의 연구에서는 정서적 이미지의 구조로서 유쾌한-불쾌한, 긴장완화-피곤한, 활기있는-활기없는 및 흥미있는-우울한 등을 제시하였으며, 박석희 외(2000)은 이미지의 구성요인으로 역동성, 날씨/촉감, 질서/정돈, 향기/후각, 정적 분위기, 신기성 및 규모/시각 등을 도출하였다.²⁾

한편, 박석희·고동우(2002)의 연구에서는 정서적 이미지를 순정서적 이미지와 준정서적 이미지로 구분하여 설명하고 있다. 순정서적 이미지는 전통적인 정서적 이미지와 유사한 개념으로 편안함, 정동성 및 독특성이 그 구성요인이 된다. 한편, 준정서적 이미지는 인지적

1) 즐거움(성난-기쁨, 불만족한-만족한, 지루한-흥미로운, 절망적인-희망찬 등), 각성(자극적이지 않은-자극적인, 활기없는-활기찬, 시끄러운-조용한 등), 우세함(영향을 받는-영향을 주는),
 2) 역동성(변화무쌍한-단조로운, 흥미로운-지루한 등), 날씨/촉감(차가운-뜨거운, 부드러운-쌀쌀한 등), 질서/정돈(지저분한-깔끔한, 깨끗한-더러운 등), 향기/후각(냄새좋은-냄새가 나쁜, 은은한-자극적인 등), 정적분위기(정적인-역동적인, 고전적인-현대적인 등), 신기성(새로운-오래된, 독특한-익숙한 등), 규모/시각(도시적인-향토적인, 넓은-좁은, 아담한-거대한 등).

이미지와 명확히 구분이 어려운 속성을 가지고 있는데 그 구성요인으로 청결성, 흥미성, 전통성 및 복잡성 등이 포함된다.

<표 1>은 기존의 연구에서 제시된 관광지 이미지의 구성요인을 종합하여 공통되는 항목을 중심으로 정리한 것이다. 기존 연구를 바탕으로 하였을 때 인지적 이미지는 관광매력적 요인 외 5개 요인, 정서적 이미지는 역동성 외 4개 요인이 중심이 되어 구성되어 있다.

2. 도시이미지 구성요인

도시이미지란 도시와 관련지어 형성된 각

개개인의 이미지가 겹쳐진 결과로서 하나의 공적 이미지(public image)로 정의되고 있다(Lynch, 1960). 이는 사람 각자마다 개별적인 도시의 이미지가 존재하며, 이러한 개별적인 이미지가 모여 총체적인 하나의 이미지를 형성하게 된다는 것을 의미한다.³⁾

도시이미지 구성요인 도출을 위한 연구는 오랜기간을 거쳐 이루어졌으나 주로 인지적 관점에서 접근하였고 정서적인 차원의 연구는 거의 없었다.⁴⁾ 도시이미지를 형성하는 물리적 구성요인의 도출을 위한 대표적 연구는 Lynch(1960)에 의해 수행되었는데, Lynch는 도로, 경계선, 지역·지구, 접합점·결절점 및 랜드

<표 1> 관광지이미지 구성요인

구분	구성요인	내용
인지적 이미지	관광매력적 요인	관광지로서의 기능과 역할을 수행하기 위한 인위적인 시설물 및 프로그램과 관련된 요인
	자연환경적 요인	기후, 경치 등과 같은 인위적 요인이 배제된 관광지의 물리적 요인
	경제적 요인	교통비 등 관광지까지 접근하는데 소요된 비용 및 관광지에서의 제반 소비 비용, 화폐 가치 등과 관련된 요인
	접근적 요인	관광객들이 관광목적지까지 접근하는데 소요된 소요시간 및 거리 등과 관련된 요인
	문화적 요인	전통적인 지역의 풍습이나 지역주민들의 생활 등을 포함하여 지역주민들의 관광객에 대한 친절성, 태도 등과 관련된 요인
정서적 이미지	상징적 요인	어떤 구체적 사물, 랜드마크, 캐릭터 등에 의해 관광지가 기억되고 연상하게 되는 요인
	역동성	방문관광지의 활기, 자극 등을 표현한 느낌과 감정
	진통성	방문 관광지의 주변환경 및 관광지에 대한 역사적인 느낌이나 감정
	독특성	관광자원 및 시설 등에 대해 특별하게 다른 느낌이나 감정
	쾌적성	주변환경 및 시설 등에 대한 상쾌하고 즐거운 느낌이나 감정
	시각성	규모나 형태 등과 관련된 외부의 자극에 대한 느낌이나 감정

자료 : Anderson & Colberg(1973), Mayo(1975), Mayo(1981), Haahti(1986), Embacher & Buttler(1989), Russell등(1981), Baloglu & Brinberg(1997), 조광익(1997), 박석희·고동우 등(2000) 등을 중심으로 연구자가 재구성함.

- 3) 도시이미지 관련연구는 연구의 대상이나 관점에 따라 도시공학적 연구(Lynch, 1960), 인지·행동적 연구(Gould P.R. and White, R., 1974), 인문주의적 연구(Zaring, 1977) 등으로 구분될 수 있다. 도시공학적 연구들은 도시공간구조요소들을 주로 연구하였는데, 도시이미지는 도시를 구성하는 요인간의 상호작용에 의하여 형성되는 것으로 보고 있다. 한편, 인지·행동적 연구들은 도시이미지를 구성하는 요인들이 도시방문객이나 거주민들에게 미치는 영향을 연구하고 있으며, 인문주의적 연구들은 도시이미지의 개념과 특성 등을 연구하였다.
- 4) 최근 정서적 관점 연구의 중요성이 강조되고 있는데, 그 이유는 이미지가 대상에 대한 느낌이나 감정이 종합되어 결정되는 것으로 물리적 형태의 특성에 한정된 인지적 관점만으로는 이미지 측정이나 평가가 왜곡될 가능성이 있기 때문이다(Russell et al., 1981; Stern and Krakover, 1993). 그러나, 현재까지 도시이미지를 인지적 이미지와 정서적 이미지로 구분하여 연구한 사례가 찾기 힘들다.

마크가 도시이미지를 구성한다고 보고 있다. 이러한 요인들은 도시의 규모나 유형에 관계 없이 대부분의 도시이미지를 적절히 설명하고 있으며, 상당히 객관적이고 일반적이라는 평가를 받고 있다(金一龍, 1997).

한편, 김현선(1983)에서 재인용한다면, "Norberg and Schulz의 연구에서는 도시 이미지의 구성 요인을 점적 요인(상징물, 시설물, 건축물 등), 선적 요인(가로망, 도로, 도로주변 건축물 등), 면적 요인(도시광장, 도시공원 등)으로 분류하였다. 또한, Southworth는 소리, 냄새도 도시이미지 형성의 중요한 요인으로 포함된다고 주장하였으며, 뉴욕의 건축가협회와 계획가협회에서는 선형요소, 랜드마크, 전망이 좋은 장소, 지리적 패턴 등을, Willian은 조망, 이동의 경험, 파노라마, 스카이라인, 오픈스페이스를 주요 구성요인으로 제시하고 있다." 또한, 金一龍(1997)은 도시이미지의 구성요인으로 기능성, 역사성 및 자연성 등을, 박경애(2004)는 경제수준, 시민성, 보수성 및 발전가능성을 도출하였다.

<표 2>는 기존에 논의된 도시이미지 구성요인 관련 연구를 바탕으로 공통되는 요인을 정리한 것이다. 인지적 관점에서의 도시이미지는

도시구조물적 요인, 상징적 요인, 문화적 요인, 공간환경적 요인 및 도시기능적 요인의 5개 요인으로 설명될 수 있다.

3. 도시관광이미지 구성요인

도시관광이미지는 관광목적지 관점에서 도시에 대하여 가지고 있는 총체적인 인상이기 때문에 도시관광이미지의 구성요소는 관광지 이미지의 구성요소와 도시이미지의 구성요소로부터 선택 및 조합을 통하여 결정될 수 있을 것이다(<표 1>, <표 2> 참조). 한편, 도시관광이미지의 속성상 구성요인의 도출은 인지적 이미지와 정서적 이미지로 구분하여 접근하는 것이 타당할 것이다.

인지적 이미지 구성요인의 경우 관광지 및 도시이미지 연구에서 구성요인이나 측정항목이 중복되거나 유사한 경우 하나로 통합하였다. 관광지 및 도시이미지 연구에서 중복되어 나타나는 상징적 요인은 하나로 통합하였으며, 그 개념이 유사한 자연환경적 요인과 공간환경적 요인은 환경성으로 통합하였다. 또한 도시이미지 중 문화적 요인은 도시가 관광목적지로서 관광객을 유인하는 주요 요인이 되므

<표 2> 도시 이미지구성요인

구분	구성요인	내용
인지적 이미지	도시구조물적 요인	도시의 형성 및 제기능을 수행하기 위해 만들어진 도로, 경계선, 보도 및 도시공원 등과 같은 도시기반시설적 요인
	상징적 요인	기념물, 건축물, 랜드마크, 심볼, 캐릭터 등과 같이 도시를 기억하고 연상하게 하는 요인
	문화적 요인	도시의 역사, 전통, 생활풍습, 축제, 이벤트 등과 같은 비물리적 요인
	공간환경적 요인	도시공간의 오픈스페이스나 건물의 스카이라인 등과 같은 경관적 요인
	도시기능적 요인	도시를 형성하고 있는 인구, 산업구조, 경제발전 정도 등과 같은 사회적 요인

자료 : Lynch(1960), Stern and Krakover(1993), 金一龍(1997), 김현선(1983), 박경애(2004) 등 선행연구를 중심으로 연구자가 재구성함.

로 도시관광이미지에서는 관광매력성에 포함시켰다. 이외에 도시이미지에서는 도출되지 않았던 경제성과 접근성은 관광목적지로서 이미지 구성에 주요한 요인이 되므로 포함하였으며, 도시이미지에서 도시의 제기능 및 형성을 수행하는데 주요한 요인이 되는 도시구조물적 요인은 도시관광이미지에서는 구조성에 포함하였다.

한편, 정서적 이미지의 구성요소는 관광목적지로서 도시를 방문하는 관광객 개개인의 느낌이나 감정으로 일반적인 관광지 이미지에서의 정서적 이미지와 크게 다르지 않다고 판단하여 정서적 관점의 관광지 이미지 연구를 통하여 도출된 5개 요인을 존중하도록 하였다 (<표 1> 참조). <표 3>은 기존 문헌을 바탕으로 개념적으로 도출한 도시관광이미지의 구성요인을 정리한 것이다. 도시관광이미지는 인지

적 이미지 6개 요인과 정서적 이미지 5개 요인으로 정리되어 있다.

III. 연구방법

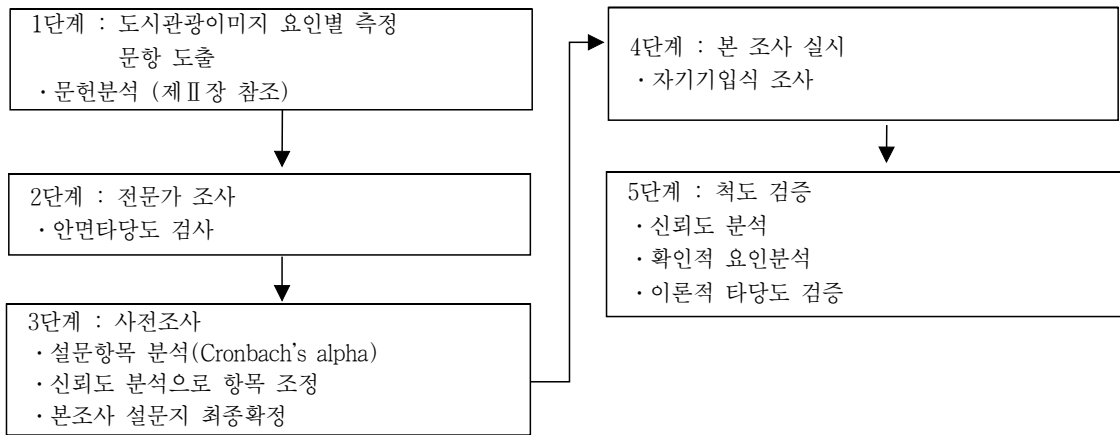
1. 연구절차

이미지 척도 구성의 절차는 가장 일반적인 Churchill(1979)의 제안을 기초로 하였는데, <그림 1>에서 제시된 과정중 제 1단계는 문헌 분석을 통하여 개념적으로 구성요인을 도출하는 과정으로 본 논문의 II장을 통해서 설명하였다. 한편 2, 3, 4, 5단계는 실증적인 분석과정인데, 먼저 2단계에서는 전문가 조사를 통하여 잠재항목들이 측정 항목으로서의 적절성 및 중복성 등을 검증하는 안면타당도를 검사하였

<표 3> 도시관광 이미지 구성요인

구분	구성요인	내용
인지적 이미지	환경성	인위적으로 가하지 않은 기후, 날씨 등의 자연환경과 오픈스페이스, 스카이라인 등과 같은 도시공간환경과 관련된 요인
	관광매력성	관광객들을 도시로 흡입하는 관광자원, 관광시설, 축제 등과 같은 유무형의 인위적 요인
	경제성	관광객들이 방문하는 관광도시의 화폐가치, 물가, 가격 등과 같은 관광객의 지출과 관련된 요인
	접근성	관광지까지의 거리, 소요시간 등 물리적, 심리적 거리와 관련된 요인
	상징성	특징적인 관광도시로서 기억하고 연상하게 하는 랜드마크, 심볼, 캐릭터, 기념물 등과 관련된 요인
	구조성	관광도시로서의 기능 및 도시의 제기능을 수행하기 위한 도시광장, 도로 및 거리 등과 관련된 요인
정서적 이미지	역동성	관광목적지로서 도시의 활기, 자극 등을 표현한 느낌이나 감정
	전통성	관광목적지로서 도시의 역사적인 느낌이나 감정
	독특성	관광목적지로서 도시의 자원 및 시설 등에 대한 특별한 느낌이나 감정
	쾌적성	관광목적지로서 도시의 환경 및 시설 등이 주는 상쾌하고 즐거운 느낌이나 감정
	시각성	관광목적지로서 도시의 규모나 형태 등과 관련된 외부의 자극에 대한 느낌이나 감정

자료 : Lynch(1960), Russell et al.(1981), Embacher and Buttler(1989), Stern and Krakover(1993), Baloglu and Brinberg(1997), 조광익(1997)을 중심으로 연구자가 재작성함.



〈그림 1〉 도시관광이미지 척도 개발 절차

다.5) 3단계에서는 사전조사단계로 신뢰도 분석을 통하여 측정항목을 조정하고,6) 본 조사를 위한 설문지를 최종적으로 확정하였다. 4단계에서는 자기기입식 조사방법을 통해 본 조사를 실시하였으며, 마지막 5단계는 척도 검증 단계로 신뢰도 분석, 확인적 요인분석 및 이론적 타당도 검증을 통하여 최종적인 도시관광 이미지 척도를 개발하였다.

2. 자료수집 및 분석방법

본 연구의 실증분석을 위한 자료는 다음과 같이 수집하였다.

첫째, 조사지역은 우리나라 수도인 서울을 선정하였다. 서울은 방한 외래관광객들의 약 80%가 방문하는 대표적인 도시관광목적지이

며 도시관광을 구성하는 다양한 요인들이 포함되어 있는 곳이다. 둘째, 조사대상자는 편의상 서울방문 외래관광객의 75%를 차지하고 있는 일본관광객으로 하였는데, 인천국제공항에서 출국을 대기하는 일본인 관광객을 대상으로 임의추출방법에 의하여 표본을 추출하였다. 설문장소로 공항출국장을 택한 이유는 방문경험이 총체적 이미지 형성에 큰 영향을 주기 때문이다. 셋째, 조사방식은 설문지를 활용한 자기기입식 설문조사였으며, 사전조사와 본 조사로 구분하여 실시되었다. 사전조사는 2002년 3월, 본 조사는 2002년 4월에 실시되었으며 각각 80부, 215부의 유효설문지가 회수되었다.

5) 전문가 조사 결과, 인지적 이미지에서는 1개 항목(로고 및 심벌)을 제거하고, 1개 항목(놀이시설)을 추가하였으며, 정서적 이미지에서는 의미가 중복되는 2개 항목(청결한-불결한, 절망적인-희망찬)을 제거하고, 의미가 불분명한 1개 항목(아담한-거대한)은 표현을 조정, 2개 항목(흥미있는-지루한, 편안한-거북한)을 추가하였음.
6) 사전조사 신뢰도 분석 결과, 인지적 이미지에서는 1개 항목(도로 및 가로망)을 제거하고, 3개 항목(날씨, 캐리터, 소요시간)은 설문에서 그 표현을 조정하였으며, 정서적 이미지에서는 4개 항목(한가로운-분주한, 오래된-새로운, 저렴한-값비싼, 시끄러운-조용한)을 제거하고 1개 항목(고풍의-현대적인)은 조정하였음.

IV. 분석결과

1. 신뢰도 분석

인지적 이미지와 정서적 이미지에 대한 구
성항목의 내적 일관성을 검토하기 위하여 신

뢰도 분석⁷⁾을 실시하였다. 인지적 이미지는 3
개 구성요인으로 구분되므로 요인을 분리할
때와 통합할 때를 각각 검토하였다. 제시된 척
도의 26개 항목 전체를 통합했을 때는 <표 4>
에 나타난 바와 같이 크론바하 알파값이 0.9016
으로 전체적으로 신뢰도가 높은 것으로 나타

<표 4> 인지적 이미지 측정항목의 신뢰도 분석 결과

항 목	평균	표준 편차	해당항목 (Segregated)		전체항목 (Integrated)	
			항목-전체 상관관계	항목제거시 α	항목-전체 상관관계	항목제거시 α
환경성	-	-	-	.7101	-	-
날씨(기후)	3.93	.8503	.4256	.6988	.4676	.8985
자연경관	3.43	.8376	.5814	.5914	.6101	.8953
오픈스페이스	3.30	.7659	.5744	.6042	.4964	.8978
스카이라인	3.34	.7142	.4272	.6866	.4114	.8995
관광매력성	-	-	-	.8193	-	-
숙박시설	3.48	.9069	.4256	.8118	.4136	.8999
편의시설	3.34	.8081	.5086	.8025	.4890	.8980
쇼핑시설	3.07	.7827	.4956	.8037	.4584	.8986
놀이시설	3.29	.6443	.4224	.8103	.3702	.9001
박물관 및 미술관	3.03	.6967	.5283	.8015	.5563	.8968
이벤트 및 페스티벌	3.17	.6529	.4787	.8060	.4803	.8983
역사유적지	3.60	.8574	.5227	.8010	.4614	.8986
야간관광활동	3.79	.8373	.4629	.8071	.4878	.8980
지역문화(생활풍습)	3.52	.7502	.5037	.8031	.5288	.8972
(야간)도시경관	3.59	.9030	.4902	.8047	.5179	.8974
건축물(역사적 건축물)	3.69	.7693	.5351	.8001	.5860	.8960
접근성	-	-	-	.7805	-	-
교통접근성(소요시간)	3.15	.8958	.6427	-	.3963	.9003
물리적 거리	3.23	.8182	.6427	-	.4846	.8981
상징성	-	-	-	.6328	-	-
기념비(물)	3.31	.6603	.4758	.5223	.6168	.8958
랜드마크	3.25	.6406	.5403	.4795	.5231	.8976
캐릭터	3.12	.6833	.4684	.5248	.3992	.8997
명성도(지명도)*	3.59	.8041	.2300	.7194	.4139	.8996
구조성	-	-	-	.7993	-	-
도시광장	3.28	.6320	.7105	.6592	.4756	.8984
도시공원	3.31	.6700	.7329	.6340	.4766	.8983
거리*	3.29	.7383	.5100	.8753	.5389	.8970
전체 항목 Cronbach's α	-	-	-	-	-	.9016

주1: *항목은 제거하였음

주2: n=155

7) 신뢰도 분석결과 항목-전체간 상관관계는 0.3이하의 경우 제거하는 것이 바람직하며, 항목 제거시 크론바하 알파값이 해당항목을 포함한 전체 크론바하 알파값보다 큰 경우 제거하는 것이 바람직함(최종성, 2001).

났다. 한편, 6개의 구성요인으로 분리할 경우에도 0.6~0.8의 수준으로 일반적 기준 이상으로 잘 구성된 것으로 나타났으나, 상징성 증명성도(지명도), 구조성 중 거리는 해당항목의 전체 크론바하 알파값인 0.6328, 0.7993보다 높은 0.7194와 0.8753으로 제거할 경우, 해당항목의 전체 신뢰도가 향상될 수 있으므로 제거하였다.

정서적 이미지는 5개 요인으로 구성되므로 요인을 분리할 때와 통합할 때의 내적일관성을 각각 검토하였다. <표 5>에서 나타난 바와 같이 16개 항목 전체를 통합했을 경우, 항목-전체간 상관값은 일반적인 기준 이상인 0.8754

로 나타나 전체적으로 항목이 잘 구성된 것으로 보인다. 그러나, 독특성 중 '혼란스러운-안정된'은 항목 제거시 크론바하 알파값이 0.8310으로 해당항목의 전체 크론바하 알파값 0.7932보다 큰 경우이므로 제거하였다.

2. 확인적 요인분석

확인적 요인분석을 통한 측정항목의 타당도 여부는 추정치의 값 및 기각비에 대한 분석과 함께 모형의 적합성과 요인구조의 부합여부를 확인하기 위한 일반적인 검증방식을 통하여 판단하였다. 본 연구에서 도출한 인지적 이미

<표 5> 정서적 이미지 측정항목의 신뢰도분석 결과

항 목	평균	표준 편차	해당항목 (Segregated)		전체항목 (Integrated)	
			항목-전체 상관관계	항목제거시 α	항목-전체 상관관계	항목제거시 α
역동성	-	-	-	.6394	-	-
활기없는-활기찬	4.30	.8456	.4631	.5278	.4818	.8696
정적인-동적인	3.88	.9706	.4878	.4864	.4416	.8719
지루한-흥미있는	4.03	.8130	.4038	.6019	.5168	.8681
전통성	-	-	-	.7642	-	-
고풍의-최신의	3.31	.7577	.6407	.6313	.4296	.8715
오래된-새로운	3.25	.7785	.6178	.6608	.4675	.8701
고전적인-현대적인	3.29	.7983	.5404	.7446	.4995	.8688
독특성	-	-	-	.7932	-	-
자극적이지 않은-자극적인	3.61	.8109	.6650	.7249	.5915	.8649
초라한-번화한	4.06	.9196	.6200	.7383	.5960	.8644
평범한-매력적인	3.69	.8126	.7557	.6925	.6792	.8609
단조로운-다양한	3.61	.7828	.5372	.7653	.5551	.8666
혼란스러운-안정된*	3.26	.7808	.3238	.8310	.4580	.8707
쾌적성	-	-	-	.6875	-	-
불쾌한-유쾌한	3.56	.7885	.5247	.5694	.6644	.8619
지저분한-깨끗한	3.10	.8591	.5107	.5832	.4899	.8693
거북한-편안한	3.35	.8129	.4735	.6319	.3760	.8743
시각성	-	-	-	.8637	-	-
좁은-넓은	3.34	.8115	.7602	-	.4916	.8692
작은-큰	4.50	.8164	.7602	-	.5265	.8676
전체 항목 Cronbach's α	-	-	-	-	-	.8754

주1: *항목은 제거하였음

주2: n=189

지 측정 항목에 대한 확인적 요인분석 결과 각 개 검증방식에서 요구하는 일반적인 기준을 충족시키고 있어 타당도가 있는 것으로 판명되었다. 분석결과, 측정치(estimate)의 값이 표준오차(S.E)값의 2배보다 크고 기각비(C.R)값이 +1.96이상, -1.96미만으로 나타나고 있다 (<표 6>). 한편, 모형의 적합성과 요인구조의 부합여부를 판단하는 주요 지수인 RMSEA의 값이 0.075로 기준치인 0.08보다 작고, 또한, GFI, AGFI, NFI 및 CFI의 값이 1에 가까워 도출된 항목의 타당도를 입증하고 있다.

또한, 정서적 이미지 측정 항목에 대한 확인적 요인분석 결과 측정치(estimate)의 값이 표

준오차(S.E)값의 2배보다 크고 기각비(C.R)의 값이 +1.96이상, -1.96미만으로 나타나고 있다 (<표 7>). 한편, 모형의 적합성과 요인구조의 부합여부를 판단하는 주요 지수인 RMSEA의 값이 0.069로 0.08보다 작고, GFI, AGFI, NFI 및 CFI의 값이 1에 가까워서 도출된 항목의 타당도를 입증하고 있다.

3. 이론적 타당도 검증

이론적 타당도(nomological validity)의 검증을 위하여 도시관광이미지와 이론적으로 연계된 변수로서 재방문 의사와 권유의사를 선정

<표 6> 인지적 이미지의 확인요인분석 결과

항 목		추정치(estimate)	표준오차(S.E.)	기각비(C.R.)
환경성	날씨(기후)	1.000		
	자연경관	1.356	0.200	6.786
	오픈스페이스	1.050	0.162	6.471
	스카이라인	0.721	0.135	5.359
관광매력성	숙박시설	1.000		
	편의시설	1.040	0.191	5.450
	쇼핑시설	0.991	0.182	5.438
	놀이시설	0.771	0.154	4.996
	박물관 및 미술관	0.892	0.158	5.654
	이벤트 및 페스티벌	0.701	0.135	5.208
	역사유적지	1.171	0.197	5.947
	야간관광활동	1.084	0.201	5.386
	지역문화(생활풍습)	0.987	0.178	5.557
	(야간)도시경관	1.187	0.212	5.592
경제성	건축물(역사적건축물)	1.116	0.186	5.993
	비용(가격)	1.000		
접근성	화폐가치	1.024	0.121	8.477
	교통접근성(소요시간)	1.000		
상징성	물리적 거리	1.072	0.127	8.413
	기념비(물)	1.000		
	랜드마크	0.801	0.097	8.385
구조성	캐릭터	0.712	0.105	6.769
	도시광장	1.000		
	도시공원	0.932	0.085	10.951

주1: $\chi^2/df=2.377(p<0.000)$, GFI=0.820, AGFI=0.773, NFI=0.722, CFI=0.814, RMR=0.059, RMSEA=0.075.

주2: n=215.

하여 검증하였다(이장주·박석희, 1999). 기존 문헌에 의하면 관광목적지에 대한 재방문이나 권유 의사는 목적지에 대한 관광이미지가 높은 관광객의 경우 높게 나타나고 있다. 본 연구에서는 도출된 척도의 경우, 분석결과 이론적 타당도가 양호한 것으로 나타났다. <표 8>은 t-test에 의한 이론적 타당도 분석결과를 보여주고 있다. '재방문 의사'와 '권유 의사'가 높은 그룹과 낮은 그룹간의 도시관광이미지값을 비교한 결과 높은 그룹의 이미지값이 높고 통계적으로도 유의한 것으로 판명되었다.

V. 결론

도시관광의 활성화를 위하여 도시의 관광이미지의 제고는 필수적이다. 이미지의 제고를 위하여 선행되어야 할 것은 도시관광이미지의 구성요인에 대한 정확한 이해이고, 이를 위하여 신뢰도와 타당도가 높은 도시관광이미지 척도의 개발은 필수적이다. 그동안 관광이미지 관련 다양한 연구가 수행되었지만 도시를 대상으로 한 연구는 미흡하였고, 도시관광이미지의 정확한 측정을 위한 척도의 개발도 미흡하

<표 7> 정서적 이미지의 확인요인분석 결과

항 목		추정치(estimate)	표준편차(S.E)	기각비(C.R)
역동성	활기없는-활기찬	1.000		
	정적인-동적인	1.060	0.152	6.960
	지루한-흥미있는	1.008	0.144	6.998
전통성	고풍의-최신의	1.000		
	오래된-새로운	1.425	0.194	7.340
	고전적인-현대적인	1.396	0.197	7.077
독특성	자극적이지 않은-자극적인	1.000		
	초라한-번화한	1.196	0.121	9.856
	평범한-매력적인	1.164	0.112	10.354
패적성	단조로운-다양한	0.950	0.107	8.875
	불쾌한-유쾌한	1.000		
	지저분한-깨끗한	0.910	0.111	8.164
시각성	거북한-편안한	0.744	0.108	6.892
	좁은-넓은	1.000		
	작은-큰	1.209	0.089	11.616

주1: $\chi^2/df=1.981(p<0.000)$, GFI=0.911, AGFI=0.867, NFI=0.876, CFI=0.933, RMR=0.043, RMSEA=0.068.

주2: n=215.

<표 8> 이론적 타당도 검증결과

변 수	응답구분	n	평균	표준편차	표준오차	t값	df	P
재방문 의사	높음	182	3.49	0.39	2.90	-2.9	212	0.004
	낮음	32	3.27	0.44	7.79			
권유의사	높음	175	3.52	0.37	2.83	-5.2	210	0.000
	낮음	37	3.15	0.42	6.98			

여 심층적인 도시관광연구의 제약 요인이 되었다. 본 연구에서는 관광지이미지 및 도시이미지 관련 기존연구들의 분석과 실증조사를 중심으로 도시관광이미지 척도를 개발하였다.

관광지이미지 및 도시이미지 관련 문헌분석을 중심으로 개념적으로 도출된 관광지이미지 11개 구성요인과 도시이미지 5개 구성요인을 중심으로 선택 및 조합을 통하여 총 11개의 도시관광이미지 구성요인을 도출하였다. 이 중 인지적 이미지의 구성요인으로는 환경성, 관광매력성, 경제성, 접근성, 상징성 및 구조성의 6개 요인이, 정서적 이미지의 구성요인으로는 역동성, 전통성, 독특성, 쾌적성 및 시각성의 5개 요인이 도출되었다.

인지적 이미지 측정을 위한 척도개발을 위하여 개념적으로 도출된 6개 구성요인을 설명하는 26개 잠재항목을 안면타당도 검사, 신뢰도 분석 및 확인적 요인분석과 함께 이론적 타당도 검증을 통하여 최종적으로 6개 요인 24개 항목으로 구성된 측정척도를 개발하였다. 한편 정서적 이미지 측정을 위한 척도개발도 동일한 절차로 이루어졌는데, 개념적으로 도출된 5개 요인과 16개 항목을 중심으로 인지적 이미지의 경우와 동일한 실증적 분석과정을 통하여 최종적으로 5개 요인 15개 항목으로 구성된 측정척도를 개발하였다.

본 연구의 결과 도출된 도시관광이미지의 구성요인들은 도시의 관광적 기능 제고를 위한 전략수립에 있어 기본방향을 제시하고 있다. 즉 도시의 관광적 역할의 증대를 위해서는 환경성, 접근성 및 구조성 등 물리적 요소를 근간으로 하는 인지적 요인들에 대한 투자와

더불어, 역동성 및 독특성 등 정서적 요인들의 제고를 위한 세심한 도시관광행정이 수반되어야 할 것이다. 또한 이러한 업무의 복합적인 특성상 도시관광이미지의 제고를 위한 업무는 단순히 관광부서에 국한될 것이 아니라 종합적인 도시행정체계하에서 추진하는 것이 바람직 할 것이다.

본 연구의 한계는 관광지이미지는 방문 전과 방문 후의 차이를 보이고 있으나, 방문 후의 관광객들의 이미지를 중심으로 척도를 개발하였다는 점이다. 또한 도시의 관광지이미지의 구성요인은 도시의 특성에 따라 차이가 있으나 본 연구에서의 실증분석의 대상이 서울로 한정되어 있다는 것도 연구의 한계가 되고 있다. 이러한 한계는 향후 도시관광이미지 관련 추가적인 연구를 통하여 조사시점 및 조사대상지의 다양화를 통하여 극복될 수 있을 것이다.

참고문헌

- 김계수, 2001, 「AMOS 구조방정식 모형분석」, 고려정보산업.
- 김현선, 1983, “인지단지를 이용한 서울시 도심부 이미지 분석에 관한 연구”, 서울대 환경대학원.
- 김희원(역), 1984, 「도시의 상」, 녹화출판사(Lynch, K., 1960, *The Image of the City*, MIT Press).
- 박경애, 2004, “국가이미지를 응용한 도시이미지 연구: 대구시를 중심으로”, 『한국지역지리학회』, 10(1): 96~110.
- 박석희·고동우, 2002, “관광지의 정서적 이미지 척도개발: 순정서적 이미지와 준정서적 이미지”, 『관광학연구』, 25(4): 13~32.
- 박석희·고동우·김병국, 2000, “관광지의 정서적 이미지 척도개발연구”, 『한국공원휴양학회지』, 2(2): 149~163.
- 부소영·박석희, 2001, “관광지 프로모션이 이미지 형성에

- 미치는 영향”, 『한국공원휴양학회지』, 3(2): 192~205.
- 성태제, 2000, 『타당도와 신뢰도』, 양서원.
- 오덕성, 1995, “지방자치시대의 도시이미지 형성: 외국 도시의 도시이미지 형성”, 『도시문제』, 30(324): 55~72.
- 이장주·박석희, 1999, “지역축제의 이미지 측정척도 개발에 관한 연구 - 진도 영등축제를 중심으로”, 『관광학연구』, 22(3): 243~261.
- 이태희, 1997, “한국관광지 이미지 측정척도의 개발”, 『관광학연구』, 20(2): 80~95.
- 이후석(역), 1999, 『도시관광』, 백산출판사(Christopher M. Law, 1993, *Urban Tourism: Attracting Visitors to Large Cities*, London: Mansell).
- 임승빈·최형석·변재상, 2004, “도시 이미지 분석 기법에 관한 연구”, 『한국조경학회지』, 32(1): 47~56.
- 조광익, 1997, “국립공원방문자의 관광이미지 구성요인”, 『관광학연구』, 21(1): 231~249.
- 최종성, 2001, 『SPSS ver10을 이용한 현대통계분석』, 북두출판사.
- 한승준, 2003, 『사회조사방법론』, 대영문화사.
- Ahmed, Zafar U., 1991, “The Influence of the Components of a State’s Tourist Image on Product Positioning Strategy”, *Tourism Management*, 12(4): 331~340.
- Anderson, Per and Roger T. Colberg, 1973, “Multivariate analysis in travel package design and market segmentation”, in *Fourth Annual Conference Proceedings, Travel Research Association*, Sun Vally, Idaho.
- Baloglu, S. and Ken W. McCleary, 1999, “A model of destination image formation”, *Annals of Tourism Research*, 26: 868~897.
- Baloglu, S. and D. Brinberg, 1997, “Affective image of tourism destinations”, *Journal of Travel Research*, 35: 11~15.
- Chon, K. S., 1991, “Tourism Destination Image Modification Process: Marketing implications”, *Tourism Management*, Vol(12), 68~72.
- Churchill, G. H. 1979, “A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs”. *Journal of Marketing Research*, 16, 3~7.
- Crompton, J. L., 1979, “Motivation for Pleasure Vacation”, *Annals of Tourism Research*, Vol(6), 408~424.
- Dann, G., 1996, “Tourist images of a destination: an alternative analysis”, in D. R. Fesenmaier, J. T. O’Leary and M. Uysal(Eds.), *Recent Advances in Tourism Marketing Research*, NY: Haworth Press, 41~55.
- Echtner, C. M. and J. R. B. Ritchie, 1993, “The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment”, *Journal of Travel Research*, 31: 3~13.
- Embacher, J. and F. Buttler, 1989, “A Repertory Grid Analysis of Austria’s Image as a Summer Vacation Destination”, *Journal of Travel Research*, 28: 3~7.
- Fakeye, P. C. and J. L. Crompton, 1991, “Image Differences between Prospective, First-time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley”, *Journal of Tourism Research*, 30: 10~16.
- Gartner, W. C., 1989, “Tourism Image: Attribute measurement of state tourism products using multidimensional scaling techniques”, *Journal of Tourism Research*, 28: 16~20.
- Gartner, W. C., 1993, “Image Formation Process”, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2(3): 191~215.
- Goodrich, J. N., 1978, “A new approach to image analysis through multidimensional scaling”, *Journal of Travel Research*, 16(3): 3~7.
- Gould, P. and R. White, 1974, *Mental Maps*, Middlesex: Penguin Books.
- Haahti, A. and U. Yavas, 1983, “Tourists’ perceptions of Finland and selected European countries as travel destinations”. *European Journal of Marketing*, 17(2): 34~42.
- Jasen-Verbeke, M., 1986, “Inner City Tourism: Resources, Tourists and Promoters”, *Annals of Tourism Research*, 13(1): 79~99.
- L. van den Berg, J. van der Borg and J. van der

- Meer, 1995, *Urban Tourism*, London: Mansell Publishing Lit.
- Law, C. M., 1993, *Urban Tourism: Attracting Visitors to Large Cities*, London: Mansell.
- Lynch, Kevin, 1960, *The Image of the City*, Cambridge: MIT Press.
- Mayo, E. J. and L. P. Jarvis, 1981, *Tourism: economic, physical, and social impacts*, New York: CBI Publishing Company.
- Mayo, E. J., 1975, "Tourism and The National Parks: A Psychographic and Attitudinal Study", *Journal of Travel Research*, Vol(14).
- Russell, J. A., L. M. Ward and F. Pratt, 1981, "Affective Quality Attributed to Environments: A Factor Analytic Study", *Environment and Behavior*, 13(3): 259~288.
- Stern, E. and S. Krakover, 1993, "The Formation of a Composite Urban Image", *Geographical Analysis*, 25(2).
- Walmsley, D. J. and M. Young, 1993, "Evaluative image and tourism: the use of personal constructs to describe the structure of destination images", *Journal of Travel Research*, 36(winter): 65~69.
- Zaring, J., 1977, "The Romantic Face of Wales", *Annals of the Association of American Geographers* 67(3), 397~418.
- 金一龍, 1997, 『觀光地診斷法を活用した地域振興の促進方法に関する研究 - 韓國慶州市を中心として -』, 立正大學校 大學院, 博士學位論文.

원 고 접 수 일 : 2004년 11월 22일

1차심사완료일 : 2004년 12월 16일

최종원고채택일 : 2004년 12월 28일