

## 인사동의 물리적 심리적 이미지의 평가\*

조정숙\*\* · 김남조\*\*\*

\*\*한양대학교 관광학과 Post-Doctoral · \*\*\*한양대학교 관광학과 교수

### An Evaluation on the Physical and Psychological Image of Insa-Dong\*

Cho, Jong-Sook\*\* · Kim, Nam-Jo\*\*\*

\*\*Department of Tourism, Post-Doctoral, Hanyang University

\*\*\*Department of Tourism, Professor, Hanyang University

#### ABSTRACT

This study examines the visitors' evaluations of tourism resources in Insa-dong, which the Seoul metropolitan government has improved recently. This study adopted the method of Importance-Performance Analysis by collecting data through questionnaires. A random sampling of visitors to Insa-dong was conducted in June and July, 2001. The survey included questions on the physical and psychological components of Insa-dong's tourism resources.

In the case of physical components, eight factors(ancient arts shop, art gallery, atelier, calligraphy shop, pottery arts, traditional tea house, antique shop, traditional clothes) out of thirteen were categorized as 'keeping up the good work'. None of the physical components was shown as 'low priority' or 'possible overkill'. In particular, four factors(restaurant, heritage, Korean-style house and alley, traditional cultural festival) need to be improved most urgently in terms of visitors' satisfaction. Survey results realize them as high priority in importance but low in performance, thereby designated as, 'concentrate here'. An image of the 'street' showed to be high in importance and identical in performance, so can be categorized between 'keeping up the good work' and 'concentrate here'. The results show that unusual outdoor spaces and the festivals of Insa-dong have a significant meaning to the visitors.

In the case of psychological components, three factors(general atmosphere, experience of unusual atmosphere, appropriateness of stroll time) out of seventeen were categorized as 'keeping up the good work'. One factor (shopping) was designated as 'low priority' and not found to be 'possible overkill'. Thirteen factors (various events, possibility of various activity, various food, richness of play, new experience, education, cultural inheritance,

\* : 이 연구는 한국학술진흥재단의 2001년도 BK21 핵심분야사업의 지원에 의해 이루어졌음.

parking facilities, resting places, green spaces, meeting places, guide map and information, cleanliness of facilities/convenience) need to be improved most urgently in terms of visitors' fulfillment. They are perceived as areas of 'concentrate here'. This confirms that attractive events are essential for the recent visitor satisfaction. Furthermore, visitors are not satisfied with its amenity and access in Insa-dong despite the improvements.

In conclusion, positive impressions, both physical and psychological, should be maintained while factors mentioned to be lacking should be prioritized in order of necessity to improve the image of Insa-dong and solutions need to be found and implemented. The results of this study would be helpful in the planning and management of Insa-dong considering the visitors' requirements.

*Key Words : Image, Physical and Psychological Components, Importance-Performance Analysis*

## 1. 서론

### 1. 연구의 필요성

인간의 필요와 욕구로 인하여 끊임없이 창조와 파괴를 계속하고 있는 결과, 많은 현대 도시들은 고유한 문화 환경의 변형을 야기하고 있으며 서울시도 비슷한 상황에 처해 있다. 한편, 도시인과 관광객은 점점 사라져가고 있는 도시의 전통문화 공간에 대해서 관심이 증가하고 있다(김남조와 최승담, 1999). 서울시 중심부에 위치해 있는 인사동 지역은 도시인들에게 잊혀져 가는 전통문화에 대한 주체성을 자각하게 하며, 선현들의 주거 공간·상업공간에 대한 이해를 높일 뿐만 아니라 옛 공간의 형태에 대한 향수를 불러일으키기 때문에 많은 사람들이 방문하는 장소이다. 따라서 인사동 지역이 도시인과 관광객에게 보다 더 의미 있고, 편리하고, 매력적인 장소로 이용될 수 있도록 지속적인 보전과 개발의 조화가 필요하며, 인사동과 관련된 개발 및 보존 사업도 이러한 맥락에서 추진될 필요가 있다.

전통문화 공간이 있는 도시에 대한 관광은 지역 주민과 관광객에게 경제적·사회적인 측면에서 긍정적으로 나타날 수 있지만 동시에 부정적인 영향도 수반한다. 이러한 도시가 관광객에게 개방됨으로써 지역 주민은 관광객으로부터 경제적인 혜택을 얻을 수 있고 사회·문화적인 교류를 할 수 있지만 반면에 시간이 흐름에

따라 경제적인 측면만 부각하게 되어 전통문화 공간의 특성이 차츰 관광객의 취향에 맞추어지는 공간 특성의 변화, 즉 공간 이미지의 변형이 발생할 수 있다. Prentice(1993)는 관광 개발이 경제적인 혜택뿐만이 아니라 환경적인 혜택도 가져올 수 있도록 개발해야함을 강조하고 있다. 관광객에게 고유성(authenticity)과 쾌적성(amenity)을 느끼게 하는 도시의 전통문화 공간은 도시인과 관광객에게 심미적 편익을 제공하고, 이러한 편익은 곧 이 지역으로의 도시인과 관광객의 재방문을 높여 결국 이 지역의 경제적 지속성을 상승하는 효과를 가져올 수 있다. 그러므로 인사동만이 가지고 있는 고유한 이미지를 더 이상 변형되지 않도록 하는 것은 매우 중요하다.

### 2. 연구의 목적

인사동 지역의 경우 서울시와 중앙 정부에서 많은 관심을 가지고, 개발과 보전의 이분법적 틀 속에서 논의를 거듭하면서 계획을 수립·집행하고 있다. 서울시가 2000년 10월 인사동의 역사·문화 탐방로를 새롭게 조성한 것도 이러한 맥락에서 이해할 수 있는데, 본 연구에서는 관광자원으로서 인사동의 이미지가 방문객에게 어떻게 받아들여지고 있는지에 대하여 밝히고자 한다. 인사동 이미지의 평가는 방문자가 방문 전에 가지고 있던 기대단계의 이미지와 방문 후에 형성된 투입단계의 이미지를 비교·검토하는 것을 의미하며, 인사동의 물

리적 요소와 심리적 요소가 포함된다. 이러한 시도는 장기적으로 인사동 지역에 대한 지속 가능한 도시 관광을 유지하기 위한 연구로서의 의의를 담고 있으며, 연구의 결과는 인사동 지역의 개발과 보전에 대한 유용한 정책적 시사점을 제공해 줄 것으로 기대한다. 또한 전통문화적인 요소를 가지고 있는 도시의 새로운 공간계획에도 도움이 될 것으로 기대한다.

## II. 이론적 고찰

### 1. 관광공간의 이미지

#### 1) 관광의 동기와 공간

· 관광의 동기는 신기성, 고유성, 활동성, 쾌적성, 지식 추구성, 가족·친구와의 유대감, 향수 등의 욕구로부터 형성되며(Dann, 1981; Cohen, 1988; Lee and Crompton, 1992; Fontaine, 1994). 기본적으로 관광은 자연이나 사회적·문화적 유산에 대한 매력으로 인하여 이용자들을 유인한다고 할 수 있다. 한편 공간은 사회적·물리적 요소, 배열 상태 그리고 이들 요소간의 상호관계에 의해 형성된다. 즉, 공간은 한 국가의 지형이나 기후 등의 영향뿐만 아니라, 민족의 정서, 종교, 철학 사상을 기반으로 하는 전통 속에서 형성되므로, 역사적 건축물 같은 문화유산은 공간의 독특한 개성을 보여지게 된다(강영환, 1995; 조정숙과 김남조, 2001). 따라서 고유한 전통을 보존하고 있는 지역은 사람들의 직접 또는 간접적인 경험을 통해서 강한 이미지를 갖게 하며 이것은 관광의 동기를 부여하게 한다.

#### 2) 공간의 이미지와 관광객의 이미지

많은 학자들(Lawson and Baud-Boby, 1977; Kolter, 1980; Assael, 1984; Phelps, 1986; Wilkie, 1986; Gartner 1993)은 이미지를 개인이나 집단이 대상에 대하여 가지고 있는 주관적인 지식, 인상, 상상력 그리고 감정 등을 나타낸 것이며, 자신이 인식하고 중요하게 생각하는 관점에 대한 평가라고 언급하고 있다. 또한 이용자들은 경험했던 전체를 회상하지는 않으며, 인상에 남았던 것들, 즉 흥미 있던 것들을 선택해서 회상하

게 된다(Mansfield, 1992). 환경에 대한 이미지는 개개인의 나이, 성별, 직업, 문화 등의 영향에 따라 차이가 있지만, 근본적이고 생리적인 인간의 본질과 공통적인 문화 등으로 인하여 공통적인 이미지도 형성되는데(Lynch, 1960), 이용자에 의해 인식되는 공간의 이미지는 이용자의 직접적인 지식이나 경험뿐만 아니라, 간접적인 지식과 경험에 의해서도 형성된다(Steinitz, 1968). 따라서 공간의 이미지는 이용자가 환경의 전체적인 형태를 이해하고 식별성을 높이는데 관계가 있다. 더구나 관광객의 이미지는 관광의 동기를 부여해주며 관광지를 결정하는데 중요한 역할을 하고 방문 행동으로 나타나게 한다(신착혁, 1995). 관광객의 이미지는 기대단계, 투입단계, 검토단계의 과정을 통해서 이미지가 형성된다. 기대단계 이미지는 이용자들이 관광을 하기 전에 안내책자, 광고물, 영화, TV, 신문 등 여러 정보나 경험 등에 의하여 관광 대상지를 시각화한 것을 말하며, 투입단계 이미지는 관광지에서 직접적인 관광 활동을 통해서 체험한 느낌이 종합되어 형성된 이미지를 말한다. 검토단계 이미지는 관광지에 대한 최종적인 이미지 형성을 말하는데 이것은 기대된 이미지와 투입단계에서의 이미지와의 부합정도에 의해 형성된다. 따라서 기대된 이미지보다 투입단계에서의 이미지가 클수록 만족감은 커진다.

본 연구에서는 전통문화적인 요소를 많이 가지고 있는 인사동 지역을 관광공간으로 정의하며, 관광객에게 이미지를 형성하는데 중요한 역할을 하는 도시관광 요소들에 대해서는 II장 2절에서 살펴보겠다.

### 2. 이미지를 형성하는 도시관광요소

도시관광은 계절의 변화에 별로 영향을 받지 않는 장점을 가지고 있고, 복합적인 기능을 배경으로 하며, 도시생활환경 자체가 매력의 대상이 된다. 도시관광의 영향은 도시 내에 산재하는 여러 가지 산업과 대대로 이어져오는 독특한 지역 문화와 깊은 연관성이 있으며, 이러한 요소들이 각 도시의 독특한 이미지를 형성하게 된다.

한편, 관광객이 경험하고자 하는 도시관광 대상물은 다양한 매력적인 요소들로 구성되며, Lew(1987)는 관

광의 요소들을 '환경적 특성', '공간적 특성과 수용능력', '방문객의 인식과 경험'과 같이 광의적으로 분류하고 있다. 일반적으로 도시의 중요한 관광 매력 요소는 관광객이 즐길 수 있는 문화·오락장소, 상업·편의시설 등을 들 수 있는데(Smith, 1983; Ashworth, 1984; Jansen-Verbeke, 1985), 이를 세부적으로 보면, 첫째, 문화시설(연극, 영화, 음악회, 화랑, 박물관 등), 오락시설(카지노, Bingo 등)과 축제행사, 그리고 전시회를 들 수 있다. 이러한 것들은 관광객에게 자유로운 시간을 보낼 수 있는 매력적인 '활동 장소'로서의 특성을 나타낸다. 도시의 물리적 환경과 사회·문화적인 특성은 관광객에게 여가환경을 제공해준다. 물리적인 환경은 역사적인 양식, 기념비, 건물, 예술적인 사물, 공원과 녹지 공간 등을 포함하며, 사회·문화적인 특성은 장소의 생동감, 생활의 방법, 언어, 민속, 지역적인 관습 등을 포함한다. 특히 역사적인 유산은 도시 형태의 다양성을 부여하며 많은 역사적인 문화유물을 포함하고 있는데 이러한 특성은 관광객에게 강한 매력을 주는 관광자원일 뿐만 아니라, 국가의 정체성을 유지하고 창조하는데 있어서도 중요하다(Dahles, 1998; Palmer, 1999). Jansen-Verbeke(1986)는 역사적인 환경 뿐만 아니라 녹지공간과 공원 역시 방문객에게 여가환경의 중요한 요소임을 강조했다.

두 번째는 도시에서 관광에 기여하는 매력적인 요소로서 음식점(호텔, 음식점, 커피숍, 나이트 클럽, 디스코 등)과 쇼핑시설(시장 포함)을 들 수 있으며, 대부분 상업적 요소들이다. 접근성, 주차시설, 안내소, 표지판, 안내 등은 도시 관광의 부수적인 역할을 하는 요소들이라 할 수 있다.

위와 같이 도시 관광의 요소는 관광객이 대가를 지불하지 않고 자유롭게 여가를 즐길 수 있는 공공의 편익을 우선적으로 고려하는 요소(역사적인 양식·건물, 도시의 가로 등)와 대가를 지불해야하는 요소(음식, 쇼핑 등)들로 이루어져 있다. 또한 Jansen-Verbeke(1991)는 도시가 여가와 동시에 쇼핑의 기회가 주어지고 안전하다면 훨씬 매력적인 관광지가 될 수 있음을 강조했다. 이러한 관광의 매력적인 요소들은 관광객이 어떤 도시를 방문하는데 결정적인 역할을 할 수 있으며, 강한 이미지를 형성하게 하므로 즐거움과 만족감을 크게 해 줄

수 있다.

본 연구에서 다루고자 하는 인사동 역시 도시에 위치한 관광지이므로 위에서 언급된 대부분의 관광자원들을 포함하고 있다. 이러한 관광자원들을 중심으로 특히 인사동 관광에 기여하는 중요한 속성들을 살펴보고자 하며, 자세한 것은 III장 4절에서 기술한다.

### 3. 관광공간의 이미지 평가의 중요성

앞에서도 언급했듯이 이미지는 경험과 지식을 통하여 사람들에게 형성되는 주관적인 평가이기 때문에 오랫동안 개인의 기억 속에 남고 회상하게 된다. 따라서 관광공간에 대한 이미지는 이용자들에게 방문의 동기를 부여해주는 중요한 요인 중의 하나이며 방문지를 결정하고 실제로 방문 행동으로 나타나게 하는데 영향을 준다. 이것은 결국 관광 대상지의 방문률에 영향을 미치며 방문객의 소비 활동에 의해서 경제적인 측면에서도 영향을 주기 때문에 관광 마케팅 전략 차원에서도 중요하다. 또한 이미지 평가는 그 공간을 방문객이 어떻게 인식하고 행위 하는지를 파악 할 수 있으므로, 새로운 공간을 조성하는데 도움이 될 수 있다(이태희, 1996; 조정숙과 김남조, 2001; Gartner, 1993). 다시 말하면, 이미지 평가에 의하여 공간에 대한 이용자들의 의견을 파악해서 수립할 수 있으므로, 이것은 공간의 현재와 미래에 대한 계획을 수립하는데 중요한 역할을 할 수 있다. 특히 본 연구에서 다루고자하는 인사동은 우리의 고유한 전통과 문화를 경험할 수 있는 도심 속에 있는 관광공간으로 개발과 보존의 굴레 속에서 변화해 오고 있다. 이것은 인사동의 이미지의 변화를 의미하며 부정적 또는 긍정적일 수도 있다. 이러한 관점에서 볼 때 인사동의 이미지 평가는 중요하다고 생각한다.

### 4. 인사동의 물리적 심리적 이미지의 평가의 틀

인사동은 1997년 '차없는 거리행사' 이후에 사회적으로 널리 알려지면서 젊은층은 물론 외국인들을 포함해 많은 사람들이 방문하고 있는 관광공간이다. 유동 인구는 평일 약 5만 명, 주말 약 7만 명, 차없는 거리 행사의 경우인 일요일에는 약 10만 명으로 추산하고 있다.

밀집되어 있는 전통문화업소들과 자유 곡선형의 도로, 좁은 골목길, 한옥 및 역사 문화유적 등이 다른 도시에서는 볼 수 없는 인사동의 고유한 전통적 이미지를 만들고 있는 중요한 관광요소들이다. 그러나 민속자료로 지정된 한옥들 중에 박영효 생가는 남산 한옥촌으로 옮겨졌고, 현재는 경인미술관 정원으로 이용되고 있다. 원형 그대로 보존되고 있는 것은 민익두가 뿐이며 대부분의 한옥이 음식점을 비롯한 다른 용도로 변화하면서 본래 한옥의 구조를 보존하지 못하고 있다. 정부가 지정한 문화재는 승동교회, 이율곡 집터, 민영환 자결터 등의 역사 문화유적이 있으나 일반인들에게는 잘 알려지지도 않았으며 관리도 소홀하게 해왔다. 인사동은 화랑이 108곳, 필방이 85곳, 고미술점이 172곳을 비롯한 전통찻집과 음식점들이 밀집되어 있어서, 거리 자체가 전통문화의 거리로 이용되고 있으며, 이와 같은 전통문화관련업소가 차지하는 비율은 인사동 지역 내에 있는 800여 개의 업소 중에서 약 80%이다. 그러나 최근에는 경기 악화와 환경변화 등으로 보다 수익성이 높은 비문화업종들이 증가하고 있으며, 전통문화관련업소들은 이전하거나 업종을 전환하고 있는 상황이다(한국문화정책개발원, 1999). 더구나 인사동을 상징하고 있는 화랑과 고미술점 등은 점점 줄어들고 있으며, 관광객을 위한 기념품 가게, 음식점, 술집, 오락실, 노점상 등이 늘어나고 있다. 특히 증가하고 있는 노점상들은 방문객이 쾌적한 환경에서 걸어 다닐 수 있는 기회를 방해하고 있을 뿐만 아니라 국적 불명의 기념품들을 팔고 있는 상황이다. 인사동이 먹고 마시는 값싼 관광지로 변해가고 있으며, 길에 버려진 쓰레기와 악취로 인해 불쾌감을 주는 것도 안타까운 일이다. 또한 좁은 도로에 자동차로 인한 소음과 매연으로 불쾌감을 조성하고, 위험에도 노출되어 있다.

본 연구를 위하여 인사동의 이미지를 형성하고 있는 관광요소들 즉 물리적 그리고 심리적 요소들을 도출해 내기 위하여, 앞에서 언급했던 이미지를 형성하는 도시 관광요소를 참고로 했으며, 문헌조사(도시연대, 1997; 한국문화정책개발원, 1999; 조정숙과 김남조, 2001)와 연구자의 현장 방문 결과를 종합해 결정했다.

본 연구에서 인사동의 물리적 요소는 시각적으로 보여 지는 역사성과 고유성을 가진 물리적 환경의 특성을

의미한다. 따라서 인사동의 거리자체와 전통문화축제, 한옥과 골목길, 유적지와 전통문화관련업소를 물리적 요소의 항목으로 채택했다. 전통문화관련업소는 '화랑', '고미술점', '표구점', '필방', '도자공예', '음식점', '골동품', '전통옷', '전통찻집'을 말한다. 심리적 요소는 인사동의 사회·문화적인 환경의 특성과 쇼핑, 편의시설 등을 통해서 방문객이 느끼고, 경험하고, 즐길 수 있는 특징을 의미한다. 따라서 심리적 요소들의 항목은 '전체적인 분위기', '다양한 행사', '다양한 활동이 가능', '먹거리가 다양', '놀거리가 풍부', '새로운 경험', '색다른 분위기 경험', '교육적인 것', '문화유산', '소요시간이 적절', '주차시설', '휴식공간', '녹지공간', '쇼핑', '만남의 장소', '안내판', '시설의 청결/편리'를 포함한다.

### III. 연구방법론

#### 1. 연구 대상지

본 연구는 인사동 지역을 연구 대상지로 선정하였으며, 안국동 사거리에서 탑골공원까지 690m 중심 도로와 공평빌딩에서 낙원상가까지의 375m 지역을 포함한다. 2000년말에 서울시는 인사동의 중심 도로 690m 구간의 도로 정비를 마치고 이 구간을 '역사문화 탐방로'로 지정했다. 도로 정비 후, 길이 새롭게 포장되고 넓어졌으며, 거리에는 앉아서 쉴 수 있는 공간이 마련되었다. 소공원, 야외 공연장, 관광 안내소, 화장실 등이 조성되었으며, 식물, 가로등, 물길, 물동이, 텃밭 등이 설치되었다(<http://www.seoulforum.co.kr>). 인사동은 탐동, 사동으로 불리기도 했으며, 1914년 행정구역 개편 당시 이전의 관인방과 대사동을 합하여 부르기 시작하면서 유래된 이름이다. 조선시대에는 주로 중인과 상류계층들이 살았던 주거지역으로 형성되었으나 일제시대를 거치면서 오늘에 이르러서는 전통문화업소들이 밀집되어 있다. 최근에는 전통문화업소들은 감소하고 비문화업소들의 증가와 개발로 인해 인사동의 모습이 바뀌어 가고 있는 상황이다(그림 1 참조).

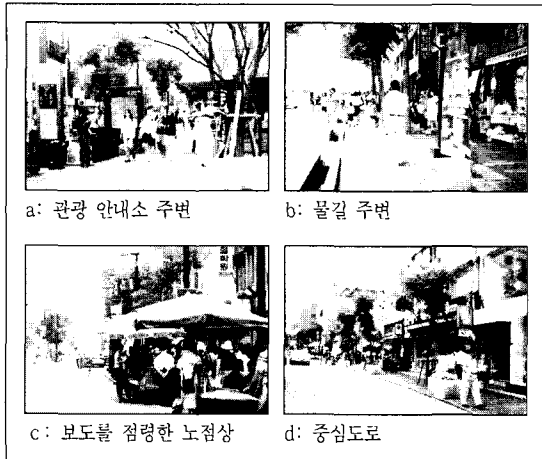


그림 1. 인사동의 모습

## 2. 표본추출의 방법

인사동의 이미지를 형성하고 있는 물리적 요소와 심리적 요소들이 이용자에 의해 어떻게 평가되고 있는지 알아보기 위하여 현지 방문객을 대상으로 설문 조사를 실시했으며, 현지 방문객은 관광의 목적을 가지고 방문한 이용자와 단순히 방문한 이용자도 포함한다. 조사 방법은 단순 무작위 표집을 실시했다.

## 3. 변수의 측정과 자료수집절차

본 연구에서는 인사동의 중요한 물리적 요소 13개와 심리적 요소 17개에 대하여 조사항목을 작성했으며, 각 항목에 대한 중요도와 성취도 판단 정도는 5단계 리커트 척도를 이용했다. 한편, 응답자의 일반적인 배경(성별, 나이, 직업, 학력, 거주지)에 대해서는 명목척도로 평가했다. 설문지는 응답자가 중요도와 성취도에 관한 질문을 동시에 받게 될 때 일어날 수 있는 영향을 최소화하기 위해 중요도에 관한 질문과 성취도에 관한 질문을 각각 다른 페이지에 작성했다(Martilla and James, 1977). 조사 기간은 2001년 6월 27일부터 7월 1일까지 실시했으며, 조사원은 연구자로부터 사전 교육을 받은 관광학과 대학생들이었다. 수집된 설문지 360매 중에서 응답이 불성실한 설문지 12매를 제외한 348매가 분석에 이용되었다.

## 4. 분석방법

본 연구에서는 Window SPSS 7.5(SPSS Inc., 1997)를 이용하여 기술 통계분석을 수행했으며, 이 결과를 '중요도-성취도 분석' 기법에 적용했다. 이것은 마케팅에서 개발된 기법으로 상품이나 서비스가 가지고 있는 특성들을 소비자가 어떻게 인식하고 있는지를 평가함으로써, 향후 경영 진단 법을 찾는 것이다(Martilla and James, 1977). 이용자가 무엇을 중요하게 생각하고 있는지 파악해서 그 중요도를 평가하게 하고, 동시에 같은 항목에 대한 성취도를 평가하게 하여 중요도와 성취도를 비교·검토할 수 있는 방법이다. 이 분석 기법은 이용자 의견을 경영 방침에 반영하기 쉽고 실무적으로 활용도가 높다는 점에서 여가 및 레크레이션의 질적 평가와 경영진단에도 많이 이용된다(구태익, 1995). 따라서 인사동 방문객을 대상으로 인사동의 물리적 요소와 심리적 요소에 대한 이미지 평가에서, 기대단계의 이미지는 중요도가 될 것이며 투입단계의 이미지는 성취도로 될 것이다. 다시 말하면, 이용자가 방문 전에 가지고 있던 인사동의 이미지는 기대된 이미지이며, 현지를 직접 체험하면서 얻어진 이미지는 투입된 이미지이다. 이러한 이미지의 차이점을 찾기 위하여 중요도-성취도 분석 방법을 적용하고자 한다. 중요도-성취도 분석 절차는 네 단계로 볼 수 있다. 첫째는 조사항목 구성이며, 둘째는 설문 조사, 셋째는 중요도-성취도 격자 작성이고 넷째는 격자상에 나타난 항목들을 평가하는 것이다.

중요도-성취도 격자의 작성은 중요도를 수직축, 성취도를 수평축으로 했으며, 각각의 항목에 대한 평균값을 구하여 격자상에 표기했고, 격자의 기준점은 5점 척도의 중간값을 채택했다. 조사항목의 평가는 격자의 4분면상 어느 곳에 위치해 있는가에 따라서 지속적인 노력 필요(1사분면)·우선시정 필요(2사분면)·저 우선순위(3사분면)·과잉노력 지양(4사분면)으로 분석한다(Figure 2 참조). 지속적인 노력 필요(Keep up good work)의 경우는 이용자가 중요하게 생각하며, 실제로도 만족스러운 결과로 나타난 변수들이므로, 현재와 같은 지속적인 노력이 유지되어야 할 것들이다. 우선시정 필요(Concentrate here)의 경우는 이용자가 중요하게 생각하고 있으나, 실제로는 만족스럽지 않은 결과로 나타

난 변수들이므로 개선되어야 할 것들이다. 저 우선순위 (Low priority)의 경우는 이용자가 중요하게 생각하고 있지 않으며, 실제로도 만족스럽지 않은 결과로 나타난 변수들이므로 현재 수준 이상의 노력 투입이 필요하지 않은 것들이다. 과잉노력 지양(Possible overkill)의 경우는 이용자가 중요하게 생각하고 있지 않으나, 실제로는 만족스러운 결과로 나타난 변수들이므로 현재의 노력을 다른 변수에 투입해야 하는 것들이다.

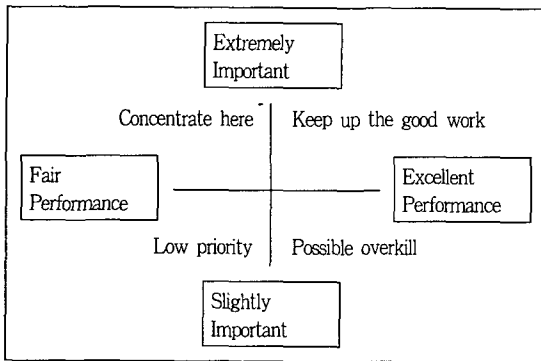


Figure 2. Importance-Achievement Grid  
Source: Martilla J. A. and J. C. James, 1977: 78

### IV. 인사동 이미지의 중요도-성취도 분석

조사 표본의 기술 통계적 특성 결과는 다음과 같다. 성별 구성을 보면 남자는 45.1%이고, 여자는 54.9%로 나타났다. 연령별을 보면, 10대가 7.8%, 20대가 71%, 30대가 14.4%, 40대가 4.9%이며, 50대 이상은 2%를 보였다. 학력은 고졸 이하가 14.7%, 대학생이 42.8%, 대졸은 34.8%, 대학원 이상은 7.8%로 나타났다. 직업을 보면, 학생이 51.1%, 회사원이 15.5%, 공무원이 4.9%, 전문직이 14.7%, 자영업 1.7%, 주부 2.9%, 그 밖의 직업이 9.2%로 나타났다. 거주지는 서울이 74.4% 이었고 경기도가 18.1%, 그 밖의 지역이 7.5%를 차지했다.

#### 1. 물리적 요소의 중요도-성취도 분석

인사동 물리적 요소의 중요도와 성취도의 조사 결과는 아래 표 1과 같다. 13항목의 물리적 요소들은 모두

중요도의 중간값을 상회하고 있다. 한편, '거리'의 경우는 성취도의 값이 중간값과 일치하고 있으며, 성취도의 중간값에 미달하는 요소들은 '음식점', '유적지', '한옥과 골목길', '전통문화축제' 에서 나타났다. 이것은 도심지 안에서 인사동이 가지고 있는 고유한 물리적 특성이 방문객을 유인하는 매우 중요한 요소들을 알 수 있다.

표 1. 물리적 요소의 중요도 및 성취도 결과

	물리적 요소	중요도 (n=347)		성취도 (n=323)	
		평균	표준편차	평균	표준편차
a	고미술점	4.124	0.728	3.110	0.681
b	화랑	4.032	0.802	3.194	0.715
c	표구점	3.679	1.110	3.064	0.657
d	필방	3.890	1.279	3.072	0.686
e	도자공예	4.110	0.931	3.232	0.801
f	음식점	3.421	1.131	2.851	0.890
g	전통찻집	3.968	1.085	3.303	0.871
h	골동품	4.231	0.935	3.320	0.843
i	전통옷	4.100	0.878	3.131	0.842
j	유적지	3.959	1.107	2.615	0.921
k	거리	4.282	1.114	3.001	1.043
l	한옥과 골목길	4.327	0.940	2.842	1.012
m	전통문화축제	4.367	0.867	2.701	0.984

물리적 요소의 중요도-성취도 격차는 항목별 평균분석 값을 좌표 값으로 작성했으며, 좌표의 원점은 5점 척도이므로 중간값인(3, 3)으로 했다(그림 3 참조). 물리적 요소 중 중요도가 중간값을 상회하지만 성취도가 중간값보다 낮으므로 우선적인 시정이 필요한 요소들은 음식점(f), 유적지(j), 한옥과 골목길(l), 전통문화 축제(m)로 나타났다. 이러한 요소들 중에서 중요도와 성취도의 차이가 가장 큰 것은 '전통문화축제'로 중요도가 4.367인데 비하여 성취도는 2.701로 나타났다. 지속적인 노력을 필요로 하는 요소들은 고미술점(a), 화랑(b), 표구점(c), 필방(d), 도자공예(e), 전통찻집(g), 골동품(h), 전통옷(i)을 포함하고 있으며, 중요도와 성취도가 모두 중간값을 상회하고 있다. '고미술점'의 경우는 중요도가 4.124이고 성취도는 3.110로 평가되었으며, 이것은 지속적인 노력을 필요로 하는 요소들 중에서 중요도와 성취도의 차이가 가장 크게 나타났다. 과잉노력을 지양해야 할 요소들과 저 우선순위의 요소들은 하나도 없었다. 한편, '거리'의 경우는 중요도가 4.282이고 성취도가 3.001이므로 축선상에 나타나고 있으며 중요도와 성취도의 차이가

상당히 큰 편이다. 지속적인 노력필요와 함께 동시에 우선시정이가 필요한 요소라 하겠다.

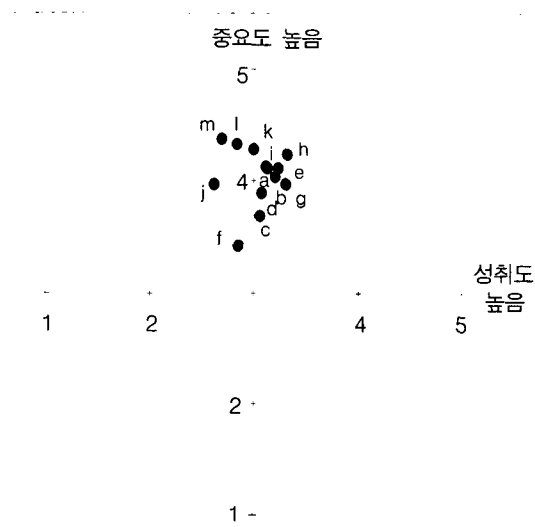


그림 3. 인사동의 물리적 요소의 중요도-성취도 평가

범례: a: 고미술점: b: 화랑: c: 표구점: d: 필방: e: 도자공예:  
f: 음식점: g: 전통차집: h: 골동품: i: 전통옷: j: 유적지:  
k: 거리: l: 한옥과 골목길: m: 전통문화축제

## 2. 심리적 요소의 중요도-성취도 분석

심리적 요소를 조사한 결과는 아래 표 2와 같다. 17 항목 중에서 '쇼핑'을 제외한 모든 요소들이 중요도의 중간값을 상회하고 있다. 한편, 성취도의 중간값에 미달하는 요소는 '전체적인 분위기', '색다른 분위기 경험', '소요시간이 적절'을 제외하고는 나머지 14항목이 모두 포함하고 있다.

인사동의 심리적 요소의 중요도-성취도 격지는 항목별 평균값을 좌표값으로 작성했으며, 좌표의 원점은 5점 척도이므로 중간값인(3, 3)으로 했다(그림 4 참조). 심리적 요소 중 우선시정이가 필요한 요소들은 다양한 행사(b), 다양한 활동이 가능(c), 먹거리가 다양(d), 놀거리가 풍부(e), 새로운 경험(f), 교육적인 것(h), 문화유산(i), 주차시설(k), 휴식공간(l), 녹지공간(m), 만남의 장소(o), 안내판(p), 시설의 청결/편리(q)를 포함하며, 이들 요소들은 중요도가 중간값을 상회하지만, 성취도는 중간값보다 낮다. '안내판'의 경우는 중요도가 4.293이

표 2. 심리적 요소의 중요도 및 성취도 결과

	인식	중요도 (n=316)		성취도 (n=330)	
		평균	표준편차	평균	표준편차
a	전체적인 분위기	4.412	0.703	3.152	0.801
b	다양한 행사	4.024	0.864	2.693	0.751
c	다양한 활동이 가능	3.843	0.893	2.643	0.764
d	먹거리가 다양	3.371	0.916	2.780	0.787
e	놀거리가 풍부	3.412	0.982	2.524	0.763
f	새로운 경험	4.021	0.892	2.953	0.929
g	색다른 분위기 경험	4.223	0.839	3.110	0.946
h	교육적인 것	3.982	0.874	2.941	0.883
i	문화유산	4.231	0.801	2.820	0.944
j	소요시간이 적절	3.472	0.930	3.071	0.864
k	주차시설	3.351	1.233	2.190	0.892
l	휴식공간	4.040	0.842	2.432	0.921
m	녹지공간	3.950	0.945	2.154	0.882
n	쇼핑	2.971	1.024	2.744	0.761
o	만남의 장소	3.471	0.922	2.833	0.903
p	안내판	4.293	0.846	2.323	0.872
q	시설의 청결/편리	4.517	0.736	2.650	0.903

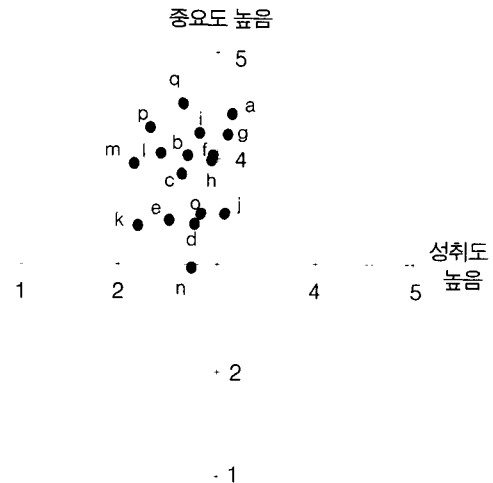


그림 4. 인사동의 심리적 요소의 중요도-성취도 평가

범례: a: 전체적인 분위기: b: 다양한 행사: c: 다양한 활동이 가능: d: 먹거리가 다양: e: 놀거리가 풍부: f: 새로운 경험: g: 색다른 분위기 경험: h: 교육적인 것: i: 문화유산: j: 소요시간이 적절: k: 주차시설: l: 휴식공간: m: 녹지공간: n: 쇼핑: o: 만남의 장소: p: 안내판: q: 시설의 청결/편리

고 성취도가 2.323로 평가되었으며, 이것은 우선시정이가 필요한 요소들 중에서 중요도와 성취도의 차이가 가장 크게 나타났다. 지속적 노력을 필요로 하는 요소들은 전체적인 분위기(a), 색다른 분위기 경험(g), 소요시간



이 적절(j)을 포함하며, 이들은 중요도와 성취도가 모두 중간값보다 높다. 이러한 요소들 중에서 중요도와 성취도의 차이가 가장 크게 나타난 것은 '전체적인 분위기'의 경우로서 중요도가 4.412이고 성취도가 3.152로 평가되었다. 과잉노력을 지양해야할 요소는 없었으며, 저 우선순위의 요소는 쇼핑(n)으로 나타났다. '쇼핑'의 중요도는 2.971이고 성취도는 2.744로서 모두 중간값보다 낮다.

## V. 결론

본 연구는 관광자원으로서 인사동의 물리적, 심리적 이미지를 평가하기 위하여 중요도-성취도 분석 방법을 실시했고, 이미지 평가는 방문객의 입장에서 방문 전에 가지고 있던 인사동의 이미지와 방문 후에 형성된 이미지의 차이가 평가되었으며, 그 결과와 시사점, 연구의 한계 및 장차의 연구는 다음과 같다.

### 1. 연구결과의 요약

물리적 요소 13항목을 분석한 결과, 우선적인 시정이 필요한 요소들은 '음식점', '유적지', '한옥과 골목길', '전통문화 축제'를 포함한다. 이러한 요소들 중에서 중요도와 성취도의 차이가 가장 큰 것은 '전통문화축제'로 나타났다. 지속적인 노력을 필요로 하는 요소들은 '고미술점', '화랑', '표구점', '필방', '도자공예', '전통차집', '골동품', '전통옷'으로 나타났으며, 이 중에서 '고미술점'이 중요도와 성취도의 차이가 가장 크게 나타난 항목이다. 과잉노력을 지양해야 할 요소들과 저 우선순위의 요소들은 나타나지 않았다. 특히 '거리'의 경우는 중요도가 4.282이고 성취도가 3.001으로 중요도와 성취도의 차이가 상당히 큰 편이며, 중요도-성취도 격차에서는 중요도 축선과 일치하게 된다. 따라서 이것은 지속적인 노력필요는 물론 동시에 우선시정이 필요한 요소라 하겠다.

심리적 요소 17항목을 분석한 결과, 우선시정이 필요한 요소들은 '다양한 행사', '다양한 활동이 가능', '먹거리가 다양', '놀거리가 풍부', '새로운 경험', '교육적인 것', '문화유산', '주차시설', '휴식공간', '녹지공간', '만남

의 장소', '안내판', '시설의 청결/편리'를 포함한다. '안내판'의 경우는 우선시정이 필요한 요소들 중에서 중요도와 성취도의 차이가 가장 크게 나타났다. 지속적인 노력을 필요로 하는 요소들은 '전체적인 분위기', '색다른 분위기 경험', '소요시간이 적절'을 포함한다. 이러한 요소들 중에서 중요도와 성취도의 차이가 가장 크게 나타난 것은 '전체적인 분위기'에서 나타났다. 과잉노력을 지양해야할 요소는 없었으며, 저 우선순위의 요소는 '쇼핑'으로 나타났다.

### 2. 연구결과의 시사점

물리적 요소의 중요도-성취도 평가의 결과 모든 요소들이 중요도의 중간값을 상회하고 있으며, 이들 요소들은 지속적인 노력필요와 우선시정이 필요한 요소들에 속하고 있다. 특히, 이러한 결과는 방문객이 인사동의 전통문화 축제와 거리 자체에 많은 관심을 가지고 있음을 알 수 있으며, 전통미와 인간미를 느낄 수 있는 한옥과 골목길에 또한 애정을 가지고 있음을 알 수 있다. 유적지와 음식점도 중요도는 높으나 성취도는 중간값보다 낮으므로 시정이 요구되는 요소들이다. 방문객은 인사동만이 가지고 있는 외부 공간의 색깔과 외부 공간에서 만들어지고 있는 고유한 축제에 상당한 의미를 두고 있으며, 이러한 요소들이 인사동의 방문객을 유인하는 중요한 관광자원임을 알 수 있다. 중요도와 성취도의 중간값을 모두 상회하므로 지속적인 노력이 필요한 요소들인 고미술점, 화랑, 골동품과 같은 전통 문화적인 요소들은 줄어들고 상업성을 가진 기념품 가게, 술집 등이 증가하는 것은 인사동의 고유한 물리적 환경을 파괴하는 일이다. 이러한 요소들이 인사동에서 사라지지 않도록 할 수 있는 정부의 지원을 비롯한 새로운 대책 방안이 요구된다.

심리적 요소의 중요도-성취도 평가의 결과는 대부분의 항목들이 우선시정이 필요한 요소로 나타났다. 이러한 결과는, 차 없는 거리행사가 주말에 이루어지고 있기는 하지만 다양한 전통문화를 보급할 수 있고 방문객이 공유할 수 있는 행사가 될 수 있도록 좀 더 적극적인 투자가 필요하다는 것을 시사하고 있다. 2000년말에 거리정비 이후 '휴식공간', '녹지공간', '안내판' 등이 증가

또는 변화되었지만, 아직까지도 휴식공간과 녹지공간은 충분하지 않으며, 안내판 역시 부족한 상태다. 인사동의 좁은 도로를 통과하고 있는 수많은 자동차들 때문에 위험할 뿐만 아니라 소음으로 인해 불쾌감을 증가시키고 있다. 가능하다면 정부 차원에서 주말에만 차없는 거리가 아니라 항상 사람만을 위한 거리로 전환하는 것이 요구되어진다. 이것이 실행되어진다면 방문객이 보다 쾌적한 환경에서 인사동을 즐길 수 있을 것이다. 또한 거리와 골목길 등의 쓰레기 문제는 빠른 시일 내에 해결하여 인사동의 이미지를 훼손시키지 않아야 한다. 주말에는 노점상들이 거리를 채우고 있고 우리의 것이 아닌 정체불명의 기념품들이 거리를 메우고 있는 것도 사실이다. 이러한 것들이 일시적인 관광지로서의 역할을 할지는 몰라도 방문객에게 크게 실망을 주게 될 것이다.

인사동 지역을 우리 고유의 전통문화 공간인 동시에 세계적인 문화 관광지로서 발전시켜 지속적으로 유지하기 위해서는 정부의 지원 및 투자가 필요할 뿐만 아니라 인사동 지역 주민과 방문객의 적극적인 도움이 필요하다. 또한 향후에 인사동 지역에 대한 환경 조성 계획 및 관리를 할 경우에는 방문객이 인사동의 고유한 모습을 향유할 수 있고 우리 전통문화의 숨소리를 느낄 수 있도록 세심한 주의를 요구되고 있는 것이다. 그래야만 서울시는 세계적인 명소로서의 위치를 점할 수 있을 것으로 사료된다.

### 3. 연구의 한계 및 장차의 연구

본 연구는 설문에서 인사동의 방문 빈도를 조사하지 않았기 때문에 빈도와 타 항목간의 상관관계를 분석하지 못한 한계를 내포하고 있으며, 설문 대상자가 주로 20대에 치우쳐 있어 다양한 연령층이 포함된 연구 결과를 도출하지 못한 한계를 지니고 있다. 다음 연구자는 인사동의 보다 정확한 이미지 평가를 위해서는 방문객과 거주자, 포커스 그룹 면접(focus group interview), 전문가 등을 대상으로 사전 조사를 통해서 그들이 생각하고 있는 인사동의 중요한 속성이 무엇인지를 조사한 다음, 이를 기초로 해서 최종적으로 측정할 변수를 결정해야 할 것이다.

### 인용문헌

1. 강영환(1995) 집의 사회사. 웅진출판.
2. 구태익(1995) 중요도-성취도 분석에 의한 청소년수련시설 운영실태 조사연구. 한국조경학회지 23(2): 137-147.
3. 김남조, 최승담(1999) 문화관광산업이 지역경제에 미치는 경제적 파급효과분석: 서울시 인사동을 중심으로. 사회과학논총 18: 189-215.
4. 도시연대 '견고 싶은 도시만들기 시민연대'(1997) 인사동 거리 활성화 방향과 과제에 대한 조사연구.
5. 이태희(1996) 한국 관광지 이미지 측정척도의 개발. 관광학 연구 20: 80-95.
6. 조정숙, 김남조(2001) 도시관광지로서 전통문화공간의 이미지. 관광개발논총 14: 79-96.
7. 한국문화정책개발원(1999) 문화지구 조성모델 개발 및 정책 방향에 관한 연구. 한국문화정책개발원.
8. 신착혁(1995) 관광지 이미지에 관한 지각구조 분석. 경기대학교 대학원 석사학위논문.
9. Ashworth, G.(1984) Recreation and Tourism. In D. Burtenshaw, ed., Man and Environment. London: Bell-Hyman.
10. Assael, H.(1984) Consumer Behavior and Marketing Action. Boston: Kent Publishing Co.
11. Cohen, E.(1988) Authenticity and Commoditization in Tourism. Annals of Tourism Research 15: 371-386.
12. Dahles, H.(1998) Redefining Amsterdam as a Tourist Destination. Annals of Tourism Research 25(1): 55-69.
13. Dann, G. M. S.(1981) Tourist Motivation an Appraisal. Annals of Tourism Research 8(2): 187-219.
14. Fontaine, G.(1994) Presence Seeking and Sensation Seeking as Motives for International Travel. Psychological Reports 75: 1583-1586.
15. Gartner, W. C.(1993) Image Formation Process. Journal of Travel and Tourism Marketing 2(2).
16. Jansen-Verbeke, M.(1985) Inner City Leisure Resources. Leisure Studies 5: 79-94.
17. Jansen-Verbeke, M.(1986) Inner City Tourism: Resources, Tourists and Promoters. Annals of Tourism Research 13(1): 79-100.
18. Jansen-Verbeke, M.(1991) Leisure Shopping- A Magic Concept for the Tourism Industry. Tourism Management 12(1): 9-14.
19. Kotler, P.(1980) Principles of Marketing. NJ: Prentice Hall.
20. Lawson, F. and M. Baud-Boby(1977) Tourism and Recreational Development. London: Architectural Press.
21. Lee, T. and J. Crompton(1992) Measuring Novelty Seeking in Tourism. Annals of Tourism Research 19: 732-751.
22. Lew, A. A.(1987) A Framework of Tourist Attraction Research. Annals of Tourism Research 14: 553-575.
23. Lynch, K.(1960) The Image of the City. The M.I.T. Press.
24. Mansfeld, Y.(1992) From Motivation to Actual Travel. Annals of Tourism Research 19: 399-419.
25. Martilla, J. A. and J. C. James(1977) Importance-Performance Analysis. Journal of Marketing 41(1): 77-79.
26. Palmer, C.(1999) Tourism and the Symbols of Identity. Tourism Management 20: 313-321.
27. Phelps, Angela(1986) Holiday Destination Image: The

- Problem of Assessment: An Example Developed in Menorca, *Tourism Management* 7(3): 168-180.
28. Prentice, R.(1993) Community-Driven Tourism Planning and Residents' Preferences, *Tourism Management* 14(3): 218-227.
29. Smith, S.(1983) Restaurants and Dining Out: Geography of a Tourism Business, *Annals of Tourism Research* 10(4): 515-549.
30. Steinitz, C.(1968) Meaning and the Congruence of Urban Form and Activity, *AIP*, 34(4): 233-248.
31. Wilkie, W. L.(1986) *Consumer Behavior*, New York: John Wiley & Sons.
32. <http://www.seoulforum.co.kr>

---

원고접수: 2001년 11월 28일

최종수정본 접수: 2002년 4월 23일

3인의명 심사필