

## 지역 문화 콘텐츠의 발전 방안 - 청주직지축제를 중심으로 -

정초시\*, 황신혜\*\*

### 요약

직지는 세계 최고의 역사자산의 가치를 가지고 있으며, 최근 이것을 충북을 대표하는 문화적 브랜드로 만들려는 노력이 이루어지고 있다. 본 논문은 설문조사를 통해 청주직지축제의 포괄적 만족도 및 소비지출결정요인을 분석하였다. 분석결과, 소득과 같은 경제적 변수는 예상했던 대로 양(+)의 결과를 얻었으나, 인구학적 변수는 다소 예상과는 다른 결과를 얻었다. 즉, 남성이 더욱 만족도와 소비지출도 높았으며, 충북 이외의 거주자일수록 만족도와 소비지출과 음(-)의 관계가 있음을 알 수 있었다. 따라서 직지축제가 세계적 축제로 발전하기 위해서는 장기발전계획 및 상설조직화가 필요하다.

## A Study on Developmental Alternatives of Regional Cultural Contents : The case of Chongju Jikji Festival

Cho-See Jung\*, Shin-Hye Whang\*\*

### Abstract

The Jik-ji has been proved as the oldest historical property in the world. And Now we are trying to make Jik-Ji as the representative cultural brand of Chung-buk. This paper analysed deterministic factors of the total satisfaction and consumption expenditure at the Jik-Ji Festival, based on econometric method. We obtained several results. As expected we got positive relation between economic variable like income and satisfaction - expenditure of participants, but we didn't get anticipated results from demographic variables. Or so, men have high degree of satisfaction and expenditure, compared to women. But participants from outside Chung-buk had negative relations to satisfaction and expenditure of the event. Therefore, in order to develop Jik-Ji Festival as world-wide festival, it is necessary to build long term master plan and public organization of Jik-Ji Festival.

Keywords :cultural value, Jik-ji Festival, econometric results

## 1. 서론

최근 주 5일제의 적용이 전 산업에 걸쳐 확산되면서 점차로 '삶의 가치'에 대하여 논의가 이루어지고 있다. 과거 장시간의 노동을 통해 소득을 극대화하려는 노력보다는 이제는 시간배분에 있어서 여가를 선호하는 경향이 두드러지게 나타나고 있다. 특히 삶의 질을 결정하는 중요한

요소로서 문화적 욕구의 충족이 크게 부각되고 있는데, 이러한 경향성은 많은 선진국들이 이미 경험한 내용들이다. 그렇다면 문화상품에 대한 수요가 크게 증가한다는 것은 이론의 여지가 없으나, 문제는 어떠한 문화 콘텐츠가 공급되어야 할 것인가를 결정하는 것이다. 향후 점차로 많은 문화상품들이 시장을 통해 거래된다고 한다면 산업구조에 있어서도 문화산업이 차지하는 비중은 매우 심대해질 것으로 예측할 수 있다.

최근 많은 지방자치단체에서는 경쟁적으로 지역문화 콘텐츠를 개발하며 공급하는데 주력하고 있다. 그러나 지역 주민의 문화적 욕구를 충족시킨다는 소극적 의미도 있지만, 지역문화산업의 육성을 통해 지역경제력을 증진시키려는 적극적인 의도를 가지고 총력을 기울이고 있는 실정이다.

※ 제일저자(First Author): 정초시  
접수일자:2007년08월06일, 심사완료:2007년08월17일

\* 청주대학교 경제학과 교수

[jungc@cju.ac.kr](mailto:jungc@cju.ac.kr)

\*\* 청주대학교 대외협력실 근무

이때 지역 문화정책의 핵심적 과제는 여하히 지역이 가지고 있는 자산을 문화적 브랜드로 정착시키고 확산시킬 것인가이다.

현재 청주는 매년 '직지축제'를 개최하여 이것을 단순한 문화행사의 차원이 아니라 향후 청주를 대표하는 브랜드로 이미지화하려는 목적을 가지고 있다. 직지는 세계 최고(最古)의 금속활자 본으로 역사적 문화자산의 가치 뿐 아니라, 이를 활용하여 청주지역의 대표적인 문화브랜드로서 정착시키고자 최선의 노력을 다하고 있는 것이다. 그러나 여기서 간과해서는 안 될 것은 문화브랜드를 발굴하는 것 뿐 아니라 이것을 어떻게 경제적 효과를 창출할 것인가에까지 확산시켜야 한다는 것이다.

본 논문은 직지라는 문화유산을 어떻게 지역 문화상품으로 정착시켜 그에 따른 경제적·문화적 가치창출을 극대화시킬 수 있는 방법을 모색하는데 목적이 있다. 이를 위하여 지역민들은 '직지문화상품'으로 인하여 얼마만큼 문화적 만족도를 성취하고 있으며, 직지관련 상품들이 지역경제발전에 얼마만큼의 경제적 효과를 나타내고 있는지를 분석해 볼 필요성이 있다. 또한, 청주시가 내세우고 있는 '직지의 고향, 청주'라는 슬로건은 청주시를 대표할 만한 미래적 가치를 얼마만큼 내포하고 있는지 계량적인 분석을 통해 경제적 효과를 측정하고자 한다.

## 2. 직지의 문화적 가치

### 2.1 직지의 가치와 문화상품

#### 2.1.1 직지의 역사적 가치

직지는 현존하는 세계 최고의 금속 활자본으로 2001년 9월 유네스코 세계기록유산에 등재되었으며, 2004년 4월 유네스코는 세계기록유산 부문과 관련해 최초의 시상제도인 직지상(JikJi Memory of the World Prize)을 제정하고 2005년 9월 제1회 유네스코 직지상 시상식을 청주에서 개최함으로써 직지의 위상을 세계적으로 확고히 할 수 있는 토대를 마련하였다. 직지가 지닌 민족유산에서 세계문화유산으로서의 가치를 널리 알리고, 직지 세계화의 체계적이고 단계적인 기반을 마련하는데 초석이 되었다.

그렇다면 과연 직지의 역사적 자산으로서의

가치는 얼마나 될까? 청주 소재의 고인쇄박물관의 자료에 의하면, 직지의 인쇄는 고려 말인 1377년 충청도의 지방 사찰인 흥덕사에서 이루어졌으나, 500여 년이 지난 19세기 말엽(1888-1906)경에 분명치 않은 경로를 거쳐 프랑스로 건너가 현재 프랑스 국립도서관(Bibliothèque Nationale de France)에 소장되어 있다. 구한말인 1886년 5월 3일 '조불수호통상조약(朝佛修好通商條約)'이 체결되고, 프랑스 초대 공사로 부임한 빅트로 끌랭 드 뵈랑시(Victor Collin de Plancy)가 한국에서 수입한 고서 등 골동품을 직지와 함께 프랑스로 가져가 모리스 꾸랑(Maurice Courant)이 '한국서지(LaBibliographie Coréenne)'의 보유편에 수록하여 소개하였고, 이후 뵈랑시의 물품 경매 때 골동품 수집가인 앙리 베베르(Henry Vever)가 구입하여 그의 유언에 따라 프랑스 국립도서관에 기증하여 도서번호 109번 기증번호 9832번으로 현재까지 보관하고 있다.

그러나 '동국이상국집(東國李相國集)'은 1234년부터 1241년 사이에 '상정예문(詳定禮文)' 50권 28부를 금속활자로 인쇄하여 해당관청에 배포하였다는 기록을 담고 있기 때문에 직지가 세계 최초의 금속활자본이라고 할 수 없어 청주가 인쇄문화의 발상지라고 칭하는 데 한계를 내포하고 있다. 그러나 '직지'는 고려시대 한국인이 세계 최초로 금속활자를 발명했다는 유일한 실물 증거이며, 동시에 지구상에 존재하는 금속활자인쇄물 가운데 가장 앞선 유산이다. 미국 시사주간지 '타임(Time)'이 선정한 지난 천년동안 발생한 100대 사건 가운데 구텐베르크(Gutenberg) 인쇄술이 1위를 차지한 사례가 나타나고 있는 바와 같이, 금속활자는 인쇄술의 혁명에 머물지 않고, 종교개혁, 산업혁명, 시민 혁명을 통하여 오늘날 우리가 향유하고 있는 민주주의로 연계되는 파급효과의 진원지를 말해주고 있는 것이다. 문명 혁명의 과정에서 1차 언어, 2차 문자, 3차 금속활자 인쇄술 그리고 4차 컴퓨터에 이르는 네 차례의 정보혁명에서 금속활자 인쇄술은 근대문명에서 현대문명을 연계하는 고리로서의 역할을 하였고, 고려에서 비롯된 직지는 당시 고려가 세계최초의 문화수준과 과학기술을 보유하고 있었다는 점을 예시하고 있다.

충북개발원의 연구결과에 의하면, 조건부 가치 측정법(Contingent Valuation Method, CVM)에

의해 추정된 결과 직지의 사회적·경제적 가치는 환경 및 자원, 공공재 등 비시장재화로부터 발생되는 암묵적 가치로서 약 8,694억 원에 이르는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 가지고 볼 때에도 직지는 역사적 자산으로서의 경제적 가치는 충분하다고 할 수 있다.

2.1.2 직지의 세계화 전략과 문화상품 가치

현재 청주시에 주력사업으로 추진하고 있는 직지세계화 추진의 근본적인 의미를 살펴보면, 직지세계화는 직지의 가치를 세계에 널리 알리고 그 가치에 대한 공감대를 형성하고, 그 가치에 기초하여 청주를 문화적으로 우수한 세계수준의 도시로 만들어 가는 것을 목적으로 하고 있다.

<표 1> 청주시의 직지세계화 전략의 비전 및 목표

구분	내용	
비전	역사도시	직지의 역사적 가치를 구현
	문화도시	문화적 가치
	창조도시	과학 기술적 가치, 혁신성
	정보도시	미래적 가치
목표	청주의 정체성 확립	<ul style="list-style-type: none"> <li>직지라는 역사적, 문화적 가치를 명소화 시킴</li> <li>청주가 가지는 교육도시의 이미지에 직지를 융합시켜 학습도시 구현</li> </ul>
	인지도 제고와 호혜적 관계 형성, 유지, 발전	<ul style="list-style-type: none"> <li>직지와 청주에 대한 인지도 제고</li> <li>국내에서의 직지의 홍보에 주력하여 청주의 위상 제고</li> <li>국제문화외교를 통한 쌍방향 커뮤니케이션으로 세계적으로 인정받는 도시로 성장</li> </ul>
	지역경제의 확대 재생산	<ul style="list-style-type: none"> <li>직지를 통하여 문화적 요소 및 세계화를 통한 지역 관광산업 연계</li> <li>첨단문화산업을 통한 고부가가치의 창출</li> </ul>

이를 위하여 직지의 가치를 미래지향적으로 해석하여 정보의 생산, 공유, 확산의 이미지로 활용하고, 직지의 가치에 대한 학술적 연구 역량에 기초한 세계화, 직지를 만들어낸 우리 민족의 문화적 역량의 도시 정체성으로 구현, 직지에 대한 바른 인식에 기초한 직지 알리기를 중심으로 한 내부적 역량 강화에 기초한 세계화를 추진하고 있다. <표 1>에서 보는 바와 같이 청주시는 직지의 역사적·문화적 가치를 극대화시켜 청주

의 대표적인 브랜드로 정착시키고자 노력하고 있는 모습을 볼 수 있다.

실제적으로 직지문화상품은 청주시와 청주시한국공예관이 직지의 세계화 일환으로 추진하고 있는 사업으로 올해로 4년째를 맞고 있으며 지금까지 개발된 문화상품은 모두 70여종에 이른다. 넥타이, 스카프, 도자기세트, 종, 열쇠고리 등 기념품에서부터 생활소품에 이르기까지 그 종류도 다양하다. 이중 가장 높은 인기를 끌고 있는 것은 직지넥타이는 1회 공예문화상품대전에서 대상, 2회 공예문화상품대전에서 은상, 3회 공예문화상품대전에서 특별상을 수상한 작품을 상품화한 것으로 내국인은 물론 외국인에게도 좋은 반응을 얻고 있다. 또한 한국도자기에서 개발한 직지도자기도 인기인데, 대나무와 매화 등 한국의 전통이미지와 직지서체를 조화 있게 디자인해 한국의 아름다움이 물씬 풍긴다는 반응이다. 신라범종과 양양 낙산사 동종을 복원한 우리나라 최고의 주철장 원광식 옹이 제작한 직지 종은 디자인의 우수성 물론이고 종소리가 맑고 경쾌하며 여운이 깊어 국내에서 시판되는 종 가운데 최고로 평가된다.

특히 2006년 9월 캐나다 밴쿠버에서 열린 직지특별전에서 좋은 반응을 얻은 직지문화상품은 2006년 12월 15일부터 태국 방콕에서 열리는 OTOP박람회에서도 대한민국 문화상품 대표로 참여하였다. 한편, 서울 인사동에 직지문화상품 전문매장을 운영하고 있는데 하루 평균 1천여 명의 국내외 관광객들이 방문하고 있으며, 최근에는 서울 양재동의 대형쇼핑몰인 하이브랜드에도 위탁운영을 하기 시작하는 등 외형확장에 주력하고 있다.

이처럼 직지 상품에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 직지브랜드를 통한 매출액도 크게 증가하고 있다. 처음 시제품 개발을 했던 2004년에는 매출액이 3천만원대에 불과했지만 2004년에는 1억 원 대로, 2005년에는 2억 2천 여 만원의 매출을 기록했으며, 2006년 상반기 중 이미 2억5천 만 원을 초과하고 있어 성장세가 두드러진다.

2.2 직지 축제의 경제적 파급효과

직지의 문화상품으로서의 가치를 실현시키기 위한 지역 행사로서 매년 1회 주최하는 직지축

제의 경제적 파급효과를 추정하는 것이 필요하다. 2006년 10월 청주 직지축제추진위원회가 2006년 청주직지축제성과분석을 하였는데, 여기에서 개략적인 직지축제의 경제적 파급효과를 분석하였다.

직지축제의 경제적 파급효과는 결국 지역총생산(GRDP)의 증가로 나타날 것이다. 그런데 GRDP 파급효과는 직접적으로 투입한 요소에 의한 효과와 더불어 이것이 여타 부문에 미치는 승수효과와의 합으로 이루어질 것이다. 따라서 지역경제의 총 유발효과는 직접유발효과를 통한 승수효과로 계산될 것이다.

먼저 직접 효과로 행사추진에 따른 직접생산효과를 살펴보면, 행사준비과정에서부터 완료되는 시점까지 직접적으로 관계되는 비용소비효과로 362백 만 원으로 조사되었다. 이것을 좀 더 세부적으로 살펴보면, 행사관계자의 숙박, 음식, 교통 등에 의한 소비의 증대효과를 추정한 결과 개략 61백 만 원으로 조사되었으며, 직지축제로 인한 직접 투자지출효과는 행사장시설공사(전시, 환경연출, 텐트), 홍보 등에 의한 생산유발의 추산결과 301백 만 원으로 추정되었다.

다음으로 방문객이 직지 축제에 참여하여 지출한 소비지출 효과를 살펴보면 다음과 같다. 행사 기간 중 축제에 참여한 연 인원은 대략 112,000명으로 추산되었으며, 조사결과 이들의 1인당 평균 소비지출 금액은 대략 10,000원인 것으로 드러났다. 따라서 총 직접소비지출액은 1,120백 만 원이었다.

이와 같은 직접유발효과(생산효과와 소비지출 효과의 합계)는 여타 부문에 영향을 미치는데, 이것이 전형적인 케인즈류의 승수효과를 가진다고 가정하면 총 GRDP 파급효과는 다음과 같이 계산할 수 있을 것이다.

$$\text{총경제적 파급효과} = \frac{1}{1 - \text{한계소비성향}} \times \text{직접유발액}$$

여기에서 지역 단위에서의 한계소비성향을 계산하기가 거의 불가능하므로, 2005년의 평균 저축률이 0.228이므로 이것을 한계 저축성향으로 간주하여 한계소비성향을 0.772로 추정하였으며, 따라서 승수의 크기는 4.386이었다. 이것은 1원을 직접적으로 투자하였을 때 4.386원의 증가효

과가 있음을 의미하는 것이다. 또한 직접 유발액은 직접생산효과 362백 만 원과 직접 소비지출 효과 1,120백 만 원을 합하여 1,482백 만 원을 구하였다.

따라서 2006년 직지축제로 인하여 유발되는 경제적 파급효과는 총 GRDP 증가액으로 환산하여 약 6,500백 만 원으로 추정되었다. 물론 이와 같은 추정방식은 정확도가 매우 떨어지지만 대략적인 추세를 보는 데는 유용성이 있다고 평가된다.

### 3. 직지축제의 계량경제학적 분석

#### 3.1 설문조사의 설계 및 개요

2006년 직지축제에 대하여 수요자의 만족도, 수요자들의 소비 지출의 결정요인, 윈도우 효과(Window Effect) 및 직지축제를 통한 청주의 미래발전 가능성 등을 분석하기 위하여 설문조사를 하였다.

조사 대상은 13세 이상의 직지축제 관람객으로 한정하였으며, 조사기간은 직지축제가 열리는 기간 중인 2006년 9월 1일에서 9월 10일까지로 설정하였다. 조사방법은 면접인력을 직접 동원하여 직접 면접법을 이용하여 조사하는 심층설문법을 활용하였다. 총 표본의 크기는 401명의 유효 표본을 얻었다.

설문의 내용으로는 직지축제에 대한 인식도 및 만족도, 직지축제 참여기간 중 소비지출 조사(식음료, 교통, 숙박 등), 청주 직지축제의 발전 방향 및 직지문화상품의 미래가능성에 대한 설문으로 구성하였다.

#### 3.2 계량경제학적 분석

##### 3.2.1 포괄적 만족도 분석

포괄적 만족도란 관람객이 청주직지축제를 통하여 총체적으로 얼마만큼의 만족을 실현하였는가를 나타내는 척도이다. 관람객의 만족도에 영향을 주는 요인은 여러 가지가 있을 수 있으나, 우선 경제적인 요인 및 인구학적 요인변수를 고려하여 추정모형을 세웠으며, 회귀분석 결과를 가지고 포괄적 만족도에 영향을 주는 결정요인이 무엇인지 측정하고자 하였다. 여기에서 고려한 사회·경제적 요인으로는 나이(AGE), 성별

(SEX), 연령(AGE), 거주지(ADD), 학력수준(LERN), 개인 월평균소득(LY)이었다.

추정에 사용될 변수는 다음과 같이 조사하였다.

U : 직지축제의 관람 후 전체적인 만족도를 5 scale로 설문하였는데 값이 클수록 높은 만족도를 나타냄.

AGE : 연령을 나타내는 변수.

SEX : 남자는 0, 여자는 1의 값을 가지는 이항변수

ADD : 거주지를 나타내며 충청북도 내 거주자를 1, 이외지역은 0의 값을 취하였다.

LERN : 학력을 나타내는 변수로, 고졸이하는 3, 전문대졸 및 대학재학은 5, 대졸은7, 대학원 졸업은 10으로 계산하였다.

LY : 관람객의 개인 월평균 소득의 중간 값을 구하여 log를 취하였다.

이와 같은 변수를 통하여 추정모형을 다음과 같이 설정하였다.

$$U = b_0 + b_1AGE + b_2AGE + b_3ADD + b_4LERN + b_5LY + \varepsilon \quad (1)$$

위의 추정모형으로 OLS를 이용하여 포괄적 만족도를 추정한 결과는 다음과 같다.

$$U = 2.5791^{***} - 0.0053AGE + 0.0516SEX + (7.8099) \quad (-1.0994) \quad (0.7121) \\ 0.1257ADD^* - 0.0860LERN^{***} + 0.0995LY^* \\ (1.7534) \quad (-3.2218) \quad (1.9162)$$

단, \*\*\*, \*\*, \*는 각각 1%, 5%, 10% 이내에서 통계적 유의성을 가지는 것을 의미하며, ( )의 값은 t값을 의미한다.

$$R2 = 0.043863, F \text{ Statistics} = 2.9085, \\ \text{Prob}(F\text{-statistic}) = 0.0139, D/W = 1.9202$$

직지축제 관람객에 대한 포괄적 만족도의 결정요인을 보면, 먼저 학력수준(LERN)의 경우 1% 이내에서 통계적 유의성을 가지면서 회귀계수의 값이 -0.0860으로 추정되어, 학력이 높을수록 오히려 만족도는 감소하는 것으로 추정되었

다. 이러한 사실은 아직 청주직지축제가 고학력 수요자로부터 호응을 얻지 못하고 있음을 알 수 있다. 그러나 통계적 유의성은 작지만 소득수준(LY)이 높을수록 만족도는 증가하는 것으로 나타났는데, 이는 이들 소비자들이 축제에 높은 지출을 하였기 때문으로 풀이된다.

그러나 한 가지 부정적인 모습은 통계적 유의성은 작지만 충북 이외의 거주자일수록 오히려 만족도가 감소하고 있다는 점이다. 이러한 사실은 청주직지축제가 아직은 지역 축제로서의 기능밖에는 하지 못하고 있음을 반증해주는 것으로, 전국적 축제에서 세계적 축제로 발전시켜야 할 숙제를 제시해 준다. 그러나 특이한 것은 통계적 유의성은 없었지만 남성일수록 만족도가 높았다는 점이다. 통상적으로 여가는 노동과 대체관계가 있다는 점에서, 상대적으로 여가시간이 적은 남성이 직지축제에서의 만족도가 높았다는 사실은 향후 직지축제의 발전에 긍정적인 것으로 평가된다.

한편 직지축제행사의 윈도우효과(Window Effect)를 보기 위하여 직지 관련 상품을 구매하였는가에 대한 설문을 하였는데, 응답자의 54.6%가 구매하였다고 응답하였다. 윈도우 효과란 문화상품의 본질적 속성은 유지되면서 여러 단계에 걸쳐 새로운 상품의 출현을 가능하게 하는 것을 의미하는데, 직지축제의 경우 축제 자체는 하나의 문화상품이지만 이것을 통해 새로운 캐릭터 및 공예품 등이 창출되었다면 윈도우 효과가 만들어졌다고 볼 수 있는 것이다. 본 논문에서 직지축제행사의 만족도와 윈도우효과 간의 단순회귀분석을 하였는데, 만족도가 높을수록 직지관련 상품의 구매가 증가하였다는 결과를 얻었다. 이러한 사실로부터 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 문화상품을 지속적으로 개발하여 윈도우 효과를 극대화할 수 있는 방안의 모색이 필요하다.

### 3.2.2 직지축제 참여의 소비지출 결정요인

여기에서는 관람객이 청주직지축제를 관람하면서 지출한 지출액을 통해 지출에 영향을 미치는 결정요인이 무엇이었는가를 분석하고자 한다. 설문자료를 통해 관람객이 행사기간 중 식음료비, 교통비, 숙박비 등 기타 비용을 지출한 비용현황을 통해 지출액에 영향을 준 사회·경제적

인 요인 혹은, 그 이외의 요인이 무엇이었는지를 살펴보고자 한다.

직지축제에 영향을 주는 설명변수로는 성별(SEX), 연령(AGE), 거주지(ADD), 학력수준(LERN), 개인 월평균소득(LY), 직지축제에 대한 만족도(U), 개인이 가지고 있는 직지축제에 대한 미래가능성(EXPEC) 등을 고려하였다.

포괄적 만족도에 새롭게 추가된 설명변수에 대한 내용은 다음과 같다.

LTC : 관람객의 지출비용을 나타내는 값으로, 설문한 값에 Log를 취하였음.

U : 직지축제 관람 후의 만족도를 나타내는 값으로 5 scale의 값으로 설문하였는데, 값이 클수록 만족도가 높음을 의미한다.

EXPEC : 청주직지축제의 미래 발전가능성에 대한 설문을 5scale로 하였으며 값이 클수록 만족도가 높음을 의미함.

OLS에 의해 추정된 추정결과는 다음과 같다.

$$\begin{aligned} LTC = & 10.7137 - 0.4026ADD^{***} + 0.19234U^{***} \\ & (29.9897) \quad (-3.6313) \quad (3.3587) \\ & + 0.0850LY + 0.0086AGE^* - 0.2647SEX^{***} \\ & (1.1239) \quad (1.7778) \quad (-3.6727) \\ & -0.0219LERN + 0.0545EXPEC \\ & (-0.8128) \quad (0.2540) \end{aligned}$$

단, \*\*\*, \*\*, \*는 각각 1%, 5%, 10% 이내에서 통계적 유의성을 가지는 것을 의미하며, ( )의 값은 t값을 의미한다.

$$\begin{aligned} R^2 = & 0.1414, F \text{ Statistics} = 7.0609, \\ \text{Prob}(F\text{-statistic}) = & 0.0000, D/W = 1.7531 \end{aligned}$$

위의 추정결과는 다음과 같은 의미를 가진다.

첫째, 심리적 요인으로 직지행사에 대한 만족도(U)가 클수록, 미래에 대한 낙관적 전망(EXPEC)을 가질수록 행사에 참가하여 더 많은 지출을 하는 것으로 분석되었다. 이것은 매우 자연스러운 결과인데, 소비지출행위가 자신의 만족을 극대화하는 차원에서 이루어짐을 시사해주고 있다. 따라서 직지축제행사를 통하여 지역경제의

파급효과를 증진시키기 위해서는 무엇보다도 참가자들의 만족도 및 긍정적 기대감을 높이는 것이 무엇보다도 중요함을 알 수 있다.

둘째, 주거지(ADD)를 중심으로 보았을 때, 충북 이외의 지역에서 참가한 관람객일수록 더 많은 지출을 한 것으로 드러났다. 그런데 숙박비의 비중이 매우 작기 때문에 충북 내 거주자와 도외 거주자 간의 큰 차이가 없음에도 불구하고 소비지출에서 차이가 나는 것은 이미 그들의 마음에 일정 부분 소비지출을 할 계획을 반영하는 것으로 해석할 수 있다.

셋째 성별 소비지출구조에서 남성일수록 더 많은 소비지출을 하는 것으로 드러났는데, 이는 매우 특이한 현상이다. 아마도 이것은 가족 단위로 직지행사에 참여하는 경우가 많았는데, 이 때 대부분 남성이 지불하였기 때문으로 풀이된다.

넷째, 연령이 많을수록 통계적 유의성은 비교적 작았지만 소비지출에 미치는 효과는 양(+)의 값을 가지는 것으로 드러났다. 설문 응답자의 평균 연령이 32.5세이어서 비교적 청년층이 많았던 점을 감안할 때, 만일 표본이 장년층을 중심으로 조사되었다면 연령효과는 더욱 큰 값을 가졌을 것으로 추측된다.

#### 4. 결론 및 정책적 함축성

청주직지축제는 단순하게 지역축제로서가 아니라 충북의 대표 브랜드로서의 이미지를 세워가고 있다. 그러나 아직 직지축제는 지역성을 극복하고 전국적인 행사로, 세계적 행사로의 발전을 위해서는 넘어야 할 과제가 많이 있다.

청주 직지축제에 대한 사회·경제적인 요인과 개인의 선호 요인 등을 설명변수로 하여 회귀분석을 한 결과를 살펴보면, 축제에 만족한 사람은 직지 관련 상품을 구입했거나, 차후 구입할 의사를 가지고 있는 것으로 나타났고, 또한, 고소득층, 고학력자 일수록 직지축제에 대한 포괄적인 만족도가 높은 것으로 미루어 볼 때, 축제행사가 향후 경제적인 영향력을 행사할 수 있을 것으로 판단된다.

회귀분석 결과에서도 보았듯이 포괄적 만족도가 상승할수록 지출비용도 상승하는 것으로 미루어 청주직지축제는 새로운 시장 속에서 원도

우효과를 볼 수 있는 충분한 원동력을 가지고 있다. 윈도우효과와 측면에서, 청주직지축제 행사장 내에서 “포괄적인 만족도가 높으면 높을수록 직지 상품 구매를 많이 한다.”라는 결과를 도출할 수 있었고, 이는 관람객이 행사자체에 만족할 경우 이를 통하여 직지 상품을 구매할 가능성이 높다고 할 수 있다. 따라서 직지축제를 통해 윈도우 효과를 극대화시키기 위해서는 청주직지축제에 대한 관람객의 포괄적인 만족도를 높여야 한다는 것이다.

직지축제가 아직은 낮은 단계에 머물고 있지만 향후 세계화의 목표를 달성하기 위해서는 직지의 정체성을 바탕으로 충북대표 브랜드로서의 장기발전계획을 수립할 필요가 있다. 청주직지축제는 직지세계화의 한 축으로서의 역할과 순수 문화예술축제라는 이중적 역할에 대한 기대를 가지고 있다. 이와 같은 목표를 달성하는 과정에서 자연스럽게 지역문화축제는 문화관광축제의 모습을 가질 것이며, 이를 통하여 궁극적으로는 지역경제의 활성화에도 기여할 수 있을 것이다.

청주직지축제를 발전시키기 위해서는 전문 인력의 양성 및 재정적인 한계를 극복하게 함으로써, 매년마다 되풀이 되는 직지축제에 부정적 논란을 해결할 수 있을 것으로 보인다. 또한 직지축제를 준비하는 상설기구의 설립이 필요한데, 이는 상시적으로 계획할 뿐 아니라 그 파급효과에 대한 과학적인 분석이 가능해지기 때문이다.

또한 직지축제행사의 다양화 및 현대인의 취향에 적합한 프로그램의 개발이 필요하다. 직지축제에 참여한 관람객의 약 80%가 충북도민이라는 점에서 아직 전국적 규모의 행사가 아니라 지역적 한계를 벗어나고 있지 못한데, 이의 큰 이유는 직지의 교육적 효과 뿐 아니라 “놀이문화 콘텐츠”의 부족도 원인이 되기 때문이다. 따라서 직지축제가 전국적 규모로, 세계적 규모로 발전하기 위해서는 이 시대의 보편적 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 다양한 프로그램의 개발이 필요하다. 이렇게 될 때 직지는 단순하게 지역의 역사적 자산일 뿐 아니라 문화적·경제적 자산으로서의 가치를 가질 것이다.

참 고 문 헌

[1] 권오혁, 지방문화산업 육성방안, 한국지방행정연구원,

2000

[2] 김재범, 문화산업의 이해, 김영사, 2001  
 [3] D. Throsby(성제환 역), 문화경제학, 한울아카데미, 2004  
 [4] 서진수, 문화경제의 이해, 강남대학교 출판부, 2005  
 [5] 이상윤, 21세기 지방자치와 지역문화, 대왕사, 2006  
 [6] 임재해, 지역문화 그 진단과 처방, 지식산업사, 2002  
 [7] 충북개발연구원, 직지의 가치추정 및 활용방안, 2004년 정책과제, 2004  
 [8] 청주고인쇄박물관, 직지와 금속활자의 발자취, 청주시, 2002  
 [9] 청주시, 직지문화산업지구(특구)조성 기본계획수립 및 타당성검토, 2005  
 [10] 청주직지축제추진위원회, 2006 청부직지축제 성과분석 보고서, 2006  
 [11] D. Throsby, "Culture, economics and sustainability", Journal of Cultural Economics, Vol 19, pp 199-206, 1995.  
 [12] M. Hutter, "The Impact of cultural economics on economic theory", Journal of Cultural Economics, Vol. 20, pp 263-268, 1996  
 [13] P. Bendixen, "Cultural tourism-economic success at the expense of culture?", International Journal of Cultural Policy, Vol 4, pp 21-46, 1997

정 초 시



1981년 : 연세대학교 경제학과(석사)  
 1992년 : 연세대학교 경제학과(박사)

1992년~현 재 : 청주대학교 경제학과 교수  
 관심분야 : 문화경제학, 노동경제학

황 신 혜



2001년 : 호주 커틴대학교 수료  
 2007년 : 청주대학교 경제학과(석사)

2006년~현 재 : 청주대학교 대외협력실  
 관심분야 : 문화콘텐츠, 문화경제학