



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

2022년 2월

교육학석사(무용교육)학위논문

무용공연의 사회공헌활동이
지역주민인식 및 지지협력의사에
미치는 영향

조선대학교 교육대학원

무용교육전공

김진경

무용공연의 사회공헌활동이 지역주민인식 및 지지협력의사에 미치는 영향

The effect of social contribution activities of dance performances on awareness of local residents and willingness to support cooperation

2022년 2월

조선대학교 교육대학원

무용교육전공

김진경

무용공연의 사회공헌활동이 지역주민인식 및 지지협력의사에 미치는 영향

지도교수 : 임 지 형

이 논문을 교육학석사(무용교육) 학위신청 논문으로 제출함.

2021년 10월

조선대학교 교육대학원

무 용 교 육 전 공

김 진 경

김진경의 교육학 석사학위 논문을 인준함

위원장 조선대학교 교수 이숙영 인

위 원 조선대학교 교수 백승헌 인

위 원 조선대학교 교수 임지형 인

2021년 12월

조선대학교 교육대학원

목 차

ABSTRACT

I. 서 론	1
1. 연구의 필요성	1
2. 연구목적	3
3. 연구모형	3
4. 연구가설	4
5. 연구제한점	12
6. 용어의 정리	13
II. 연구방법	14
1. 연구대상	14
2. 조사도구	15
3. 자료처리	17
4. 설문지의 타당도 및 신뢰도	18
III. 연구결과	23
IV. 논 의	37
V. 결 론	40
VI. 제 언	41
참고문헌	42

표 목 차

표 1 CSR의 정의	6
표 2 지역주민인식(진정성)	8
표 3 협력의사의 선행연구	10
표 4 인구통계적 특성	15
표 5 설문문항의 구성	16
표 6 분석방법	18
표 7 사회공헌활동의 타당도 및 신뢰도 분석	19
표 8 지역주민인식의 타당도 및 신뢰도 분석	21
표 9 상관관계분석	22
표 10. 성별에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이분석	24
표 11. 연령에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이분석	26
표 12. 공연관람 횟수에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이분석	28
표 13. 거주기간에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이분석	30
표 14. 월 평균소득에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이분석	32
표 15. 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 감정에 미치는 영향	33
표 16. 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 참여에 미치는 영향	34
표 17. 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 협력에 미치는 영향	34
표 18. 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 평가에 미치는 영향	35
표 19. 사회공헌활동이 지지협력의사에 미치는 영향	36
표 20. 지역주민인식이 지지협력의사에 미치는 영향	36

그림 목 차

1. 연구모형	4
---------------	---

ABSTRACT

The effect of social contribution activities of dance performances on awareness of local residents and willingness to support cooperation

jin-kyoung Kim

Adviser : Prof.

Major in Dance Education.

Graduate School of Education, Chosun University

This study was conducted to investigate the effect of social contribution activities for dance performances on the perception of local residents and willingness to support cooperation. The purpose of this study is to prove that dance performance activities are effective contents among various social contribution activities of local governments by examining whether they have an impact. In order to achieve the purpose of this study, the target of the survey was the audience who directly watched the dance performance held with the support of the local government in 2021. The SPSS 23.0 program, a statistical package program used in the social sciences, was used to identify the characteristics of this study sample and

to analyze the differences and influence relationships of variables on research hypothesis testing. got the result

First, it was found that social contribution activities affect the perception of local residents. Specifically, among the sub-factors of the perception of local residents, the impact of social contribution activities on emotion and participation in social contribution activities, cooperation in the public interest, donation and locality, and evaluation on donation and regional influences. Could know. Second, it was found that social contribution activities did not affect the willingness to support cooperation. Third, it was found that the perception of local residents affects the intention to support cooperation. Specifically, it was found that among the sub-factors of local residents' perception, the factors of emotion, cooperation, and evaluation affect the intention to support cooperation.

I. 서 론

1. 연구의 필요성

최근 지자체에서는 지역의 특성과 색깔을 반영해 차별화된 도시문화를 형성하기 위해 다양한 콘텐츠를 개발하기 위한 노력을 하고 있다(이소연, 2014). 이에 지자체는 지역 문화의 특성을 잘 반영할 수 있는 콘텐츠 중 하나로 지역 예술 분야에 관심을 나타내고 있으며, 특히, 창의적 아이디어 창출, 지역 예술인 발굴, 지역 전통문화예술 계승 등을 위해 노력하고 있다(박종임, 김기탁, 2016). 다양한 지역 예술의 콘텐츠를 제공하는 것은 지역민의 삶의 질, 문화적 가치향상을 높이는 데 많은 기여를 할 수 있을 것이란 기대에 지자체에서는 많은 지원과 함께 다각적인 노력을 하고 있다. 이러한 예술 분야의 콘텐츠 중 하나로 무용공연예술을 꼽을 수 있겠다(유진룡, 2009).

지자체는 무용공연예술활동을 다양한 형태로 지원해주기 위해 지역 문화 사업의 일환으로 접근하고 있는데, 특히, 공모전을 활용한 무용공연예술에 대한 지원은 지역의 대표성과 특색을 반영한 작품으로 승화되고 있으며, 지역민들의 정서 순화와 지역 애착심을 고취 시키는 역할을 하고 있다(박승희, 2013). 정부에서 또한 국민의 삶의 질 향상을 위해 문화예술활동에 관심이 높으며, 이를 지원하기 위한 정책이 수립되고 있다. 이렇듯 문화예술 활동의 관심과 필요성이 부각되는 현 시점에서 각 지자체는 무용공연예술활동을 매개로 한 지역의 고유성, 이미지, 고급화 등을 수립하여 지역 차별화 전략 중 하나로 활용하고 있다(유진룡, 2009).

하지만, 지자체의 노력과 국가적 지원에도 불구하고 무용공연예술활동에 나타나는 아쉬움이 있다. 아쉬움에 대해서는 무용공연예술활동에 참여하는 관람자가 공연관계자 중심으로 다소 편중되어있다. 이는 무용공연예술활동에 대한 지역민들의 관심과 인식의 부족, 관람문화 환경 부족, 홍보 부족 등의 이유를 꼽을 수

있다(오윤환, 김동재, 2015). 지자체와 주체자 등은 이를 직시하여 무용공연예술 활동에 대한 공모전을 실시하는 방안을 모색하였고 이를 통해 지역민에게는 지역의 관심과 삶의 질, 지역 애착심을 높이기 위해, 무용공연 단체에는 유명무용수의 타 지역 유출 방지, 지역인재 발굴, 지역 무용공연 발전 등의 긍정적 효과를 기대하여 사회적 공헌활동을 하고 있다(박종임, 김기탁, 2016).

사회공헌활동에 있어 Ells와 Walton(1961)은 특정 집단의 이윤추구에서 발생하는 문제와 윤리원칙에서 사회에 책임을 다해야 한다고 하였고 McGuire(1963)는 특정 집단은 지역의 책임 영역 중 하나로 지역민의 삶의 질을 높여야 한다는 책임을 강조하였다. 한편, Wulfson(2001)은 지역민의 올바른 문화생활 정착과 지역민의 욕구충족을 위해 자발적으로 참여하는 것이라 하였다. 이러한 사회공헌활동을 주장하는 대부분의 학설은 기업의 사회 책임활동과 결부하여 이루어졌는데, 이는 기업의 신뢰, 태도, 이미지 개선 등 소비자의 평가적 차원을 고려해 이루어졌다. 위의 학설을 적용해 본 연구에서는 지자체의 문화예술과 관련된 사회공헌활동 중 하나로 무용공연예술활동을 통해 지역민의 삶의 질 향상과 올바른 문화생활 정착, 지역민의 욕구충족을 담당할 수 있을 것이라 기대되며, 효과적인 측면에서 긍정적인 효과를 제시할 수 있을 것이다. 더불어 지자체에서 실시된 무용공연예술활동을 통해 지역주민이 무용공연예술활동에 대한 인식이 높아질 것이며, 이를 지지협력 할 의사 또한 높아질 것이라 기대된다.

지역주민인식이란, 지연성과 관계가 있는데 Gursoy(2002)는 지역사회에 대한 친밀감, 유대감, 결속력으로 정의하였고 Hay(1998)는 사회적 유대관계와 결속력 등의 개념에 의존성, 표현, 정체성 등을 더한 개념이라 하였다. 지지협력의사는 지역주민의 적극적인 참여와 기여에 중심적인 역할을 한다는 것으로, Zeinabdi와 Salehi(2011)은 주민참여의 자발성을 기준으로 적극적인 참여를 조장하는 것은 주민들에게 영향을 줄 수 있는 정책에까지 참여할 수 있는 행위라 하였다.

따라서 본 연구에서는 무용공연예술활동을 통한 사회공헌활동은 지역민의 인식과 지지협력의사를 향상시킬 수 있을 것이고 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 인과 관계를 입증할 수 있을 것이다.

2. 연구목적

본 연구는 무용공연 사회공헌활동이 지역주민인식 및 지지협력의사에 미치는 영향을 규명하기 위해 연구를 진행하였으며, 지자체에서 실시하고 있는 무용공연 활동에 대한 지역민의 인식과 이를 통해 나타나는 긍정적 효과의 후속 행동인 지지협력의사에 어떠한 영향을 미치는가를 알아봄으로 지자체의 다양한 사회공헌활동 중 무용공연활동이 효과적인 콘텐츠임을 입증하는데 중요한 자료가 될 수 있을 것이라 기대된다.

본 연구의 연구문제를 제시하면 다음과 같다.

첫째, 인구통계적 구성에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사와의 차이를 규명한다.

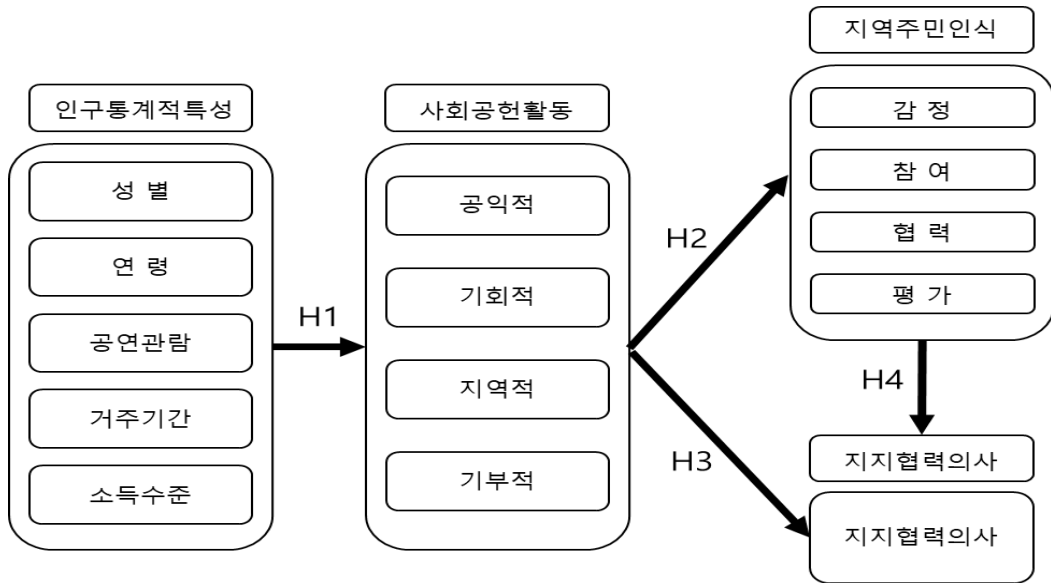
둘째, 무용공연의 사회공헌활동이 지역주민인식에 미치는 영향을 규명한다.

셋째, 무용공연의 사회공헌활동이 지지협력의사에 미치는 영향을 규명한다.

넷째, 지역주민인식이 지지협력의사에 미치는 영향을 규명한다.

3. 연구모형

본 연구의 연구설계를 모형화 하면 <그림 1>과 같다. <그림 1>은 무용공연의 사회공헌활동이 지역주민인식 및 지지협력의사에 미치는 영향을 알아보기 위해, 인구통계적 특성(성별, 연령, 공연관람 횟수, 거주기간, 소득수준), 사회공헌활동의(공익적, 기회적, 지역적, 기부적), 지역주민인식(감정, 참여, 협력, 평가), 지지협력의사로 연구모형을 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

4. 연구가설

본 연구는 무용공연 사회공헌활동이 지역주민인식 및 지지협력의사에 미치는 영향을 알아보기 위해 다음의 가설을 설정하였다.

1) 무용공연의 사회공헌활동과 지역주민인식

사회공헌활동의 시각은 1950년부터 달라졌다. 최초 기업인들은 다양한 이해관계자에 책임을 가져야 한다는 새로운 관점이 생겨났다. 특히 Bowen(1953)은 사회공헌활동은 기업의 의무라 하여 기업의 사회목표와 가치에 대해 올바른 정책을 추구해야 한다 하였고 McGuire(1963)는 기업은 사회에 기술, 경제, 법적 의무 뿐 아니라 사회 전반을 책임져야 한다 주장하였다. 한편, Brown과 Dacin(1997)은 기업의 지속적인 사회공헌활동은 소비자들로부터 긍정적인 인식을 심어주고 그 기업의 제품에 호의적 태도와 긍정적 반응을 나타낸다 하였다.

하지만, 모든 사회공헌활동이 소비자에게 긍정적 평가를 받는 것은 아니다. 소비자는 기업의 숨겨진 다른 의도가 있을 것이라는 생각을 하여 사회공헌활동을 수행한다고 할 수 있다(Mohr & Webb, 2005). 즉, 소비자들이 기업의 사회공헌활동을 인지할 때 위선적으로 인식할 경우 부정적인 생각을 할 수 있다. 이러한 사회공헌활동의 한계점을 인지하여 학계에서는 사회공헌활동의 한계점을 극복할 공유가치창출의 개념을 2011년에 입증하였다. 구체적으로 Porter와 Kramer(2011)는 공유가치창출을 통해 기업은 추구하는 핵심역량을 강화할 수 있으며, 기존의 사회공헌활동을 한계를 넘어 사회, 경제적 가치를 창출할 수 있다고 주장하였다. 즉 공유가치창출은 기업의 사회공헌활동을 적절히 수행하게 하기 위한 노력이며, 기업의 궁극적인 목적을 달성할 수 있는 활동으로 여겨지고 있다. 이처럼 사회공헌활동은 사회적 문제들을 해결하고 경제적, 공익적 가치를 창출하는 형태로 확대되고 있으며, 기업뿐 아니라 다른 영역으로도 재해석되고 있다.

이러한 사회공헌활동을 크게 두 가지 유형으로 구분하여 해석할 수 있는데, 이는 기업의 사회적 책임(CSR : Corporate Social Responsibility)과 공유가치창출(CSV : Creating Shared Value)로 나타낼 수 있다. 두 가지 유형에 대해 구체적으로 살펴보면, CSR은 기업의 궁극적인 목적인 이윤창출과 더불어 사회, 환경, 경제 등의 사회가 요구하는 책임을 수행하는 과정을 뜻한다(박현철, 2015). CSR에 해당하는 노력으로는 기업의 소외층 고용, 장애인 고용, 봉사활동, 기업의 윤리적 경영 등의 문제를 해결하기 위한 것이라 할 수 있다. 이렇듯 기업은 CSR을 통해 사회 구성원 전반의 삶의 질을 향상하게 하며, 사회 및 경제발전에 많은 도움을 준다.

CSR은 여러 학자에 의해 다각적인 관점에서 거론되어왔다. 1970년대는 CSR에 대해 법적, 경제적 의무에서 사회규범과 가치로의 확대해석하였으며(Sethi, 1979), Carroll(1979)은 CSR에 관해 경제, 법률, 윤리, 자유의 재량 등으로 재정리하였다. 80, 90년대는 CSR을 보다 구체화하여 기업성과와 윤리, 사회 반응, 이해관계자 등의 연구로 확대하였으며, Brown과 Dacin(1997)은 CSR을 기업의 동일시와 함께 기업의 연상 효과와도 연관이 있음을 입증하였다. 2000년에 들어서는 기업의

지속적인 발전이 관심사로 떠올랐으며, 지속적인 발전을 위해 CSR이 효과적임을 주장하는 학자가 늘어났다. 특히, Hamann(2003)은 CSR을 지속, 통합, 경제발전, 등을 위해 원동력을 제공해야 하며, 기업 구성원 모두가 지역사회와 대중에 관심을 가져야 한다고 주장하였다. 이러한 CSR을 정의한 학자들을 제시하면 <표 1>과 같다.

<표 1> CSR의 정의

학 자	정 의
Bowen(1953)	사회목표나 가치적 측면에서 바른 정책을 추구하는 것은 의무
McGuire(1963)	기술, 경제, 법적 의무 뿐 아니라 사회 전반에 책임을 다하는 것
Sethi(1975)	법과 경제를 넘어 사회규범과 가치, 사회의 기대를 조화롭게 만들 수 있는 기업의 행위
Carroll(1979)	CSR은 경제, 법률, 윤리적, 자유재량의 책임으로 구분되어 설명할 수 있음
McFarland(1982)	경제, 윤리가치, 도덕이라는 틀 안에서 개인과 조직, 사회제도 간의 상호적인 행동으로 실행하는 것
Brown & Dacin(1997)	사회적 의무에서의 조직상태 또는 그와 관련된 활동
Hamann(2003)	지속과 통합 그리고 공평한 사회를 위한 필수적인 원동력을 제공하는 것이고 기업 주 이외에도 모든 구성원이 지역사회와 일반 대중에게 관심을 갖는 것
Petkoski & Twose(2003)	종사자와 가족 그리고 지역사회의 삶의 질을 향상시키고 지속 가능한 경제발전에 기여하는 활동

CSV란 기업이나 조직의 경제, 사회적 가치를 동시에 추구하는 개념으로 기존의 사회적 책임활동에서 나타난 사회와의 상충된 가치를 초월해 지속 가능한 활동의 개념으로 발전시키는 것이라 하겠다. Porter와 Kramer(2011)는 자본주의 사

회의 부작용을 인식하고 해결할 수 있는 방안인 CSV의 효과성에 대해 제안하여 단기적인 효과에 초점을 둔 CSR 활동과는 달리 CSV 활동은 사회적 가치를 포함한 문제해결에 초점을 두고 있다. 즉, 과거의 기업은 단순히 이윤창출만을 추구해 여러 사회문제를 유발했으나, 이제는 사회와 지역의 상호의존 관계에 있음을 인식하고 성장과 혁신을 도모해야 한다고 주장하였다(유문주, 허희영, 이성근, 2016). 한편, Porter와 Kramer(2011)는 기업이나 단체의 CSV는 경제, 사회적 가치를 함께 이윤추구의 극대화와 혁신적인 경영전략으로 인식되어야 하며, 기존 CSR의 관점에서 나아가 기업의 혁신적인 전략을 강화하여 새로운 패러다임의 창출과 더불어 지속 가능한 기업으로 이끌 수 있다고 주장하였다.

조직과 기업이 CSV에 집중하는 이유를 두가지 측면에서 설명될 수 있을 것이다. 첫째, 자본주의에서 나타났던 문제점을 극복하고 경쟁과 경제 이익에 한계에서 벗어나 새로운 경영 패러다임을 구축하여 지속 가능한 기업으로 도약하는 것이다. 둘째, 기존의 기부 중심의 자선활동에서 탈피하여 경제적 성과로 연결 가능케 하는 것이 CSV 활동이라 하겠다(정주영, 2014).

궁극적으로 CSR과 CSV를 비교해보면, CSR과 CSV는 서로 다른 차원에서 해석하는 것이 아니라 기존의 CSR의 개념에서 보완된 개념으로 재해석하여 보다 진보된 가치를 창출하게 하는 패러다임이 CSV라 생각하는 편이 적합하다(Porter & Kramer, 2011). 구체적으로 나타내면 CSR의 프로세스는 기업성과 - 이익의 공유(사회문제 해결) - 기업 이미지의 구조라면 CSV의 프로세스는 사회문제 해결 - 사회가치 및 기업의 가치 창출 - 기업성과(이미지)라 나타낼 수 있다.

이러한 개념을 바탕으로 본 연구에서는 지자체가 갖는 지역민에 대한 의무로써 지역에서 얻은 긍정적 결과물을 지역민의 욕구충족과 삶의 질 향상 등에 환원할 수 있는 방안 중 하나로 무용공연의 사회공헌활동을 조사하였다.

지역주민인식은 지역민이 지자체의 활동에 갖는 진정성과 같은 개념으로 해석할 수 있다. 지역주민인식을 나타낼 수 있는 지역주민의 진정성의 개념은 관계형성에 있어 자아를 숨긴 거짓된 행동에 반해 진정한 자아를 드러내는 것이라 할 수 있고(Snyder, 1979), 어떠한 행위나 혜택이 부여됐을 때 의무나 책임감으

로 수행하는 것이 아닌 배려와 진정한 자아가 형성되어 수행하는 인식이 진정성이라 하겠다(변찬복, 조선배, 2010). 한편, 이러한 진정성은 사회공헌활동의 성과와 관계가 있는 요인으로 나타내며, 사회공헌활동이 적절히 수행되었는가를 알아보는 판단 기준이 되기도 한다(Beckman, Colwell, & Conninham, 2009). 사회공헌활동에 지역주민의 진정성을 적용해 보면, 지자체의 사회공헌활동에 대한 노력이 지역민들에게 이윤추구와는 관계없는 내용임을 인지할 때 활동의 결과보다는 동기와 의도가 진심인가를 우선 의심하게 된다. 즉 달리 이야기하면 상업적 의도가 높다고 판단되면 진정성이 낮은 반면에 상업적 의도가 낮다고 판단되면 진정성이 높은 것으로 판단한다. 이렇듯 오늘날은 무엇인가 바라고 의도된 거짓의 서비스가 아닌 진정성 있는 서비스를 원하고 있다. 이러한 진정성의 개념을 정리하면 <표 2>와 같다.

<표 2> 지역주민인식(진정성)

학자	정의
Snyder(1979)	타인의 관계 속에 자신을 숨긴 상태로 거짓된 행동을 보이는 것
Price, Arnould, & Tierney(1995)	보상 받는 행위에 대해 사회적 의무감 또는 책임감에 따라 수행하는 것이 아닌 상대를 배려하는 마음에서 수행한다는 인식
Harter(1999)	의도 또는 동기의 내면적 사고가 실제 행동과 부합하는 것
변찬복, 조선배(2010)	형식에 구애받지 않더라도 상대에게 진이 또는 전달되는 감정
유문주, 허희영, 이성근(2016)	기업에 있어 진정성이란 기업의 서비스와 소비자의 욕구가 일치하도록 기업을 표현하는 것
안대천, 서광석, 이지윤(2017)	상대를 의무감에서 나타내는 행동이 아닌 진심을 담은 마음으로 배려하는 것

사회공헌활동과 지역주민인식의 관계에 대한 선행연구를 살펴보면, 사회공헌활동의 지각 정도에 따라 결과가 다르게 나타날 수 있으며, 해당 조직이나 기업에 이타적, 이기적 동기를 나타낼 수 있다(Foreh & Grier, 2003). 박정훈과 전현모(2015)는 국내 외식기업을 주제로 사회공헌활동의 진정성이 소비자 인식에 영향을 미침을 주장하였고 이는 해당 기업의 태도와 신뢰도를 향상시킴을 입증하였다. 한편, 허경석과 최세린(2014)은 국내 프랜차이즈 외식기업의 사회공헌활동이 브랜드 신뢰와 충성도에 미치는 영향을 알아본 결과 사회공헌활동의 하위요인인 윤리, 자선, 환경 요인 모두 진정성에 직접적인 영향이 있음을 입증하였으며, 김종근과 김성진(2012)은 기업의 사회공헌활동이 책임 평가, 기업 이미지, 관계의 질 모두와 인과관계가 있음을 입증하여 본 연구 가설의 당위성을 뒷받침하고 있다.

가설 1. 무용공연의 사회공헌활동이 지역주민인식에 영향을 미칠 것이다.

2) 무용공연의 사회공헌활동과 지지협력의사

지자체의 사회공헌활동 중 하나로 무용공연을 개최하는데 조직위뿐 아니라 지역주민들의 적극적인 참여와 기여가 있을 때 성공적인 사회공헌활동이라 하겠다. 만일 지역주민의 적극적인 참여가 없는 공연은 관료화된 행사의 성격을 가질 수 있다는 점에서 지역민의 협력과 참여는 더욱 중요하다(박미정, 2001). Zeinabadi와 Salehi(2011)은 참여의 자발성을 수동적 참여와 능동적 참여로 구분하여 설명하였다. 수동적 참여(passive form)란 공연 주체자와 주관자들의 정보를 통해 관람하여 공연이나 정책에 대한 소극적 행위와 태도를 취하는 것이며, 능동적 참여(active form)는 주민 스스로 능동적인 참여를 해 어떠한 정책반영과 결정에 적극적으로 참여하는 행위 등을 말한다.

협력의사의 선행연구를 살펴보면, Williams(1979)는 협력의사를 어떠한 정책결정과정에서 지역민이 적극적으로 참여해 직접적인 영향력을 행사하거나, 정책결정과정에 결정자들의 결정에 영향을 미칠 의도로 간접적인 영향력을 행사하는 것으로 구분하여 제시하였고, Getz(1991)는 지역의 관광사업의 협력과 관련된 연

구를 하여 기획의 전반적인 사안을 처리하기 위해 지역민, 조직, 집단 등의 공동 의사결정과정을 통해 협의해야 함을 제시하였다. 한편, Herson과 Bolland(1990)는 협력의사의 개념을 중앙정책과 지방정책으로 구분하여 여러 쟁점의 의견표출 성격이 다름을 제시하였다. 구체적으로 지방에서의 협력의사는 일상생활과 실제적인 쟁점을 지역주민들이 의논하는 것으로 설명하였고, 지자체의 주민참여는 공적 권한을 행사하진 않지만 공공문제의 요구사항에 대해 지자체 정책결정과정에 반영하기 위한 직간접적인 노력으로 정의하고 있다.

국내에서는 박미정(2001)이 지역사회에서 개최되는 메가이벤트의 기획에서 여러 현안을 파악하여 지역민의 상호이익을 전제로 한 자율적인 결정과정이라 하였고 임상호(2008)는 스포츠이벤트개최에 있어 지역민의 협력을 위해 그들이 원하는 문제해결과 더불어 여러 사안을 처리하여 상호이익 될 수 있는 방향으로 결정해야 하는 것으로 정의하고 있다. 이러한 협력의사의 선행연구를 정리하면 <표 3>과 같다.

<표 3> 협력의사의 선행연구

연구자	개념
Williams(1979)	공식적 권한을 부여받지 않은 지역주민들이 정책결정과정에 직접적인 참여를 하거나, 정책 결정자의 행위에 어떠한 영향을 미칠 의도로 간접적인 참여를 하는 것
홍동식(1980)	지역민의 참여는 개인적, 집단적 수준에서 구성원의 관계변화를 유도하여 지역사회의 개발에 기여할 수 있는 것
Getz(1991)	지역에서 개최되는 관광기획의 협력은 관련된 문제해결, 기획, 개발 등의 사안을 처리하기 위해 집단, 조직, 개인 간의 자율적 공동의사결정과정을 하는 것
Herson & Bolland(1990)	참여의 구분을 중앙정치와 지방정치로 구분하여 쟁점에 관한 의견을 표출하는 성격을 띠고 있으며, 지방에서는 일상생활과 실제적인 쟁점에 대해 개인의 관심을 반영하는 것
여호근(1999)	기획과 관련된 문제를 해결하거나 여러사안을 처리하기 위해 지역의 집단, 조직, 당사자 간의 자율적 공동의사결정과정을

통해 이루어지는 것	
박미정(2001)	지역민의 협력을 기반으로 계획된 메가이벤트 기획에서는 문제해결과 개발과정의 여러 사안을 처리하기 위해 지역민의 상호이익이 전제로 자율적인 의사결정과정을 하는 것
임상호(2008)	지역에서 개최되는 스포츠이벤트개최에서 문제해결과 개발 등에 관한 여러 사안을 처리하는데 지역민의 상호이익이 전제된 결정과정을 거치는 것

사회공헌활동과 지지협력의사의 관계에 관한 선행연구를 살펴보면, Gefen(2002)는 기업의 신뢰와 소비자의 반응행동에 대해 연구하여 신뢰는 소비자의 긍정적인 행동을 유발하여 기업의 지지와 구매행동으로 이어진다고 하였고 Ross, Stutts와 Paterson(1991)는 해당 기업의 다양한 홍보활동을 통해 기업의 사회공헌활동에 대한 정보를 얻을 수 있으며, 이러한 정보는 기업의 긍정적인 영향을 미쳐 소비자의 지지행동으로 이어질 수 있음을 나타냈다. 한편, Cone과 Roper(1997)는 기업 간의 동일한 제품에서 별다른 차이가 없을 경우 사회공헌활동을 수행하는 기업을 구매하거나 지지할 확률이 76%를 차지한다고 제시하였다. 본 연구에서는 위의 선행연구 자료를 근거로 본 연구가설의 당위성을 제시하였다.

가설2. 무용공연의 사회공헌활동이 지지협력의사에 영향을 미칠 것이다.

3) 지역주민인식과 지지협력의사

지역주민인식과 지지협력의사는 지역행사에 지역민이 호응하고 공감하여 개최하는 주최의 의도를 공감해야 일원의 목표를 달성할 수 있기에 매우 큰 의미를 가진다. 특히, 사회공헌활동은 주최자인 지자체의 의도를 지역민에게 커뮤니케이션이 가능하게 하는 이상적 도구라 할 수 있다(윤철훈, 2009). 지역주민인식은 지리적으로 지정된 지역에 살며 자신이 거주하는 위치에서 사회적이고 심리적인 유대관계를 지닌 사람들로 정의된다(강용배, 2003). 즉, 같은 지역에서 지역명을

중심으로 상호 간 유대감을 갖고 상호작용이 이루어지는 것이 지역주민인식이라 할 수 있다(서철현, 고희석, 2011). 지자체의 사회공헌활동 중 하나인 무용공연에 대한 지역주민의 인식이 지역민의 복지향상을 도모하고 삶의 질, 여가문화를 위해 중요하다고 인지될 수 있는 노력이 필요하고, 지속 가능한 여가문화 정착을 위해 지역민의 적극적인 참여와 협력의 중요성이 강조된다. 지역주민인식과 지지협력의사의 선행연구를 살펴보면, 박미정(2001)은 메가이벤트 개최지의 지역민의 인식과 협력의사의 인과관계를 규명하였고, 임상호(2009)는 태권도를 소재로 한 이벤트에 대한 지역민의 의식과 협력의사의 관계를 규명하였으며, 최문형과 정문기(2014)는 구성원의 의식은 지역민의 참여에 유의미한 관계가 있음을 입증하여 본 연구가설 일부를 지지하고 있다.

가설3. 지역주민인식이 지지협력의사에 영향을 미칠 것이다.

5. 연구제한점

무용공연의 사회공헌활동의 지역주민인식이 지지협력의사에 미치는 영향을 검증함에 있어 다음과 같이 제한하고자 한다.

첫째, 본 연구는 G지역으로 제한하였으며, G지역 이외의 지역에서 무용공연의 사회공헌활동에 대한 지역민들의 인식에 대한 효과성을 일반화하는데 어려움이 있다.

둘째, 본 연구의 연구대상자는 무용공연의 사회공헌활동을 관람한 경험이 있는 관람자를 대상으로 실시하였으며, 지자체가 실시하는 이외의 사회공헌활동과 연계하여 일반화시키는데 한계가 있다.

셋째, 무용공연의 사회공헌활동을 구성하는 변인(상징성, 사회성, 적합성, 진정성) 이외의 요인이 지역주민인식, 지지협력의사에 영향을 미칠 수 있다는 가능성을 배제하였다.

6. 용어의 정리

1) 사회공헌활동

사회공헌활동의 정의는 Elles & Walton(1961)은 조직이나 단체가 사회와의 관계적 측면에서 바람직한 일에 이들을 투영하고 영위하여 윤리적 원칙을 행하는 것이라 하였고 McGuire(1963)는 사회공헌활동은 기업의 사회에 대한 경제, 법적 의무 뿐 아니라 전체사회에 대한 책임의 범위까지를 사회공헌활동이라 하였다. 나아가서 Bueno & Nichols(1995)는 기업은 기업의 재정을 주관하는 주주뿐 아니라 이해관계자에게 기여해야 하고 경제가치를 초월해 인간의 가치 실현에 공헌하는 것이 사회공헌활동이라 하였다.

2) 지역주민인식

Keller(1993)는 인식에 대한 정의를 평가적 대상에 대해 일관성 있게 긍정적 혹은 부정적으로 반응하는 것으로 학습된 선유경향으로 추상적이고 감정적인 것을 인식이라 정의하였다. 또한 그는 인식은 소비자들의 전반적인 평가를 기초로 정의되어 진다 설명하였다.

3) 지지여부

관람자들은 관람이라는 제품을 구매한 후 만족 또는 불만족을 경험하게 되고, 이에 따라 인식의 변화가 나타나게 되어 지지를 할 것인지에 대한 여부와 주위 사람들에게 권유할 것인가의 여부 등 다양한 형태의 구매 후 행동을 하게 된다(김상우, 2007). 따라서 소비감정을 경험한 후의 미래적 행동의도라 정의할 수 있겠다.

II. 연구방법

1. 연구대상

본 연구의 조사대상은 2021년 지자체의 지원을 받아 진행된 무용공연을 직접 관람한 관람객을 대상을 모집단으로 선정하였으며, 조사는 편의표본추출법을 활용한 표본추출을 하였다. 평가기법은 개별면접조사인 자기평가기법으로 응답하도록 하였으며, 총 350부의 설문을 배포해 불성실한 응답 15부를 제외한 335부를 최종연구에 사용하였다. 설문 대상자의 인구통계적 특성(성별, 연령, 공연관람, 지역 거주기간, 월 평균소득)은 <표 4>와 같다.

본 연구의 유효 표본은 335명의 표본에서, 남성 133명(39.7%), 여성 202명(60.3%)로 나타나 성비는 고르게 분포되었음을 알 수 있고, 연령에서는 19세 이하 27명(8.1%), 20대 125명(37.3%), 30대 75명(22.4%), 40대 79명(23.6%), 50대 이상 29명(8.7%)를 차지해 20대 이상의 비율이 가장 높게 나타났고 40대와 30대의 순으로 나타났다. 연 평균 공연관람은 1번 이하 62명(18.5%), 1-3회 관람 90명(26.9%), 4-6회 관람 90(26.9%), 7-9회 관람 42명(12.5%), 10회 이상 51명(15.2%)로 나타나 1-3회, 4-6회의 공연관람이 가장 많았고 지역 거주기간은 1년 이하 40명(11.9%), 2-3년 59명(17.6%), 4-5년 85명(25.4%), 6-8년 106명(31.6%), 9년 이상 45명(13.4%)으로 5년 이상의 거주민이 다수를 차지했다. 마지막 월 평균소득은 100만원 미만 16명(4.8%), 100-200만원 40명(11.9%), 300-400만원 108명(32.2%), 500만원 이상 171명(51.0%)로 나타나 300만원 이상의 월 평균소득이 다수를 차지했다.

<표 4> 인구통계적 특성

	구분	빈도	%
성별	남	133	39.7
	여	202	60.3
연령	19세 이하	27	8.1
	20대	125	37.3
	30대	75	22.4
	40대	79	23.6
	50대 이상	29	8.7
공연관람	1번 이하	62	18.5
	1 - 3회	90	26.9
	4 - 6회	90	26.9
	7 - 9회	42	12.5
	10회 이상	51	15.2
거주기간	1년 이하	40	11.9
	2 - 3년	59	17.6
	4 - 5년	85	25.4
	6 - 8년	106	31.6
	9년 이상	45	13.4
월 평균소득	100 만원 미만	16	4.8
	100 - 200만원	40	11.9
	300 - 400만원	108	32.2
	500만원 이상	171	51.0

2. 조사도구

본 연구는 선행연구자료를 토대로 크게 세 부분으로 구성하였다. 첫 번째, 사회공헌활동(공익적 4문항, 기획적 4문항, 지역적 3문항, 기부적 4문항)은 총 15문항으로 구성되었고, 지역주민인식(감정 3문항, 참여 4문항, 협력 4문항, 평가 4문항)또한 총 15문항으로 구성되었으며, 지지협력의사는 4문항으로 구성되었다. 마

지막 인구통계적 특성(성별, 연령, 공연관람, 지역 거주기간, 월 평균소득)은 5문항으로 전체 39문항으로 조사하였다.

각 문항의 항목들은 인구통계적 특성의 명목척도를 제외한 모든 문항에서 5점 리커트 척도를 활용하였으며, 설문 문항의 구체적인 측정항목은 <표 5>와 같다.

<표 5> 설문문항의 구성

구성	측정변수	문항수	측정척도	
사회공헌활동	공익적	4문항	등간척도 5점 리커트 척도	
	기획적	4문항		
	지역적	3문항		
	기부적	4문항		
지역주민인식	감정	3문항		
	참여	4문항		
	협력	4문항		
	평가	4문항		
지지협력의사	지지협력의사	4문항		
인구통계적특성	성별, 연령, 공연관람, 지역 거주기간, 월 평균소득	5문항		명목척도
총 문항		39문항		

1) 인구통계적 특성

인구통계적 특성은 박종임, 김기탁(2016)의 무용 사회공헌활동에 관한 연구와 박미정(2011)의 메가이벤트에 관해 지역민을 대상으로 한 연구를 본 연구에 맞게 수정하여 구성하였다.

2) 사회공헌활동

사회공헌활동의 문항은 박종임, 김기탁(2016)의 무용 사회공헌활동에 관한 연

구와 김종근, 김성진(2012)의 기업의 사회적 책임 진정성에 관한 연구, 박정훈, 전현모(2015)의 외식기업의 사회공헌활동에 관한 연구, 오윤환, 김동재(2015)의 무용공연을 활용한 기업의 사회적 책임활동에 관한 연구를 수정하여 본 연구에 활용하였다.

3) 지역주민인식

지역주민인식의 문항은 박미정(2001)의 메가이벤트의 지역주민 인식에 관한 연구와 박정훈, 전현모(2015)의 외식기업의 소비자 인식에 관한 연구, 윤철훈(2009)의 아시안게임 개최에 따른 시민인식에 관한 연구, 임상호(2008)의 태권도 이벤트의 지역사회 의식에 관한 연구를 수정하여 본 연구에 활용하였다.

4) 지지협력의사

지지협력의사의 문항은 박미정(2001)의 메가이벤트의 지역주민의 협력의사에 관한 연구와 임상호(2008)의 태권도 이벤트에 대한 지역사회 협력의사에 관한 연구를 수정하여 본 연구에 활용하였다.

3 자료처리

본 연구 표본에 대한 특성을 파악하고 연구가설 검증에 대한 변인의 차이와 영향 관계를 분석하기 위해 사회과학 분야에서 활용하고 있는 통계 패키지 프로그램인 SPSS 23.0 프로그램을 사용하였다. 구체적으로 살펴보면, 인구통계적 특성과 각 변인의 차이를 분석하기 위해 빈도분석, 독립표본 T검증, 일원배치분산 분석을 사용하였고 설문지 구성의 타당도와 신뢰도 확보를 위해 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 활용하였으며, 변인의 일치성과 방향성을 파악하기 위해 상관관계분석을 실시하였다. 마지막으로 가설검증의 인과관계를 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였으며, 분석방법은 <표 6>과 같다.

<표 6> 분석방법

구분	내용	방법	도구
표본 특성	인구통계적 특성	빈도분석 독립표본 T검증 일원배치분산분석	SPSS23.0
변인의 내적 일관성	상관관계 타당도 신뢰도	상관관계분석 탐색적요인분석 신뢰도분석 (Cronbach's α)	SPSS23.0
연구가설	변수의 인과관계	다중회귀분석	SPSS23.0

4. 설문지 타당도 및 신뢰도

1) 사회공헌활동의 타당도 및 신뢰도

설문지 구성의 타당도 및 신뢰도 확보를 위해 탐색적 요인분석과 신뢰도 (Cronbach's α)를 분석한 결과는 <표 7>과 같다. 탐색적 요인분석의 결과를 살펴 보면 4개의 하위영역(공익적, 기부적, 기획적, 지역적)으로 구분 되었다. 사회공헌활동의 구성은 최초계획한 공익적, 기획적, 지역적, 기부적으로 이루어졌으며, 하위요인들의 타당도와 적절성에서 통계적으로 유의한 값(KMO= .838, BTS=4394.345, $p < .000$) 이 나타났고 82.245%의 설명력을 가지고 있다. 이는 사회공헌활동을 구성한 문항들이 구성적 측면에서 무리가 없음을 알 수 있는 결과라 하겠다. 최초 연구설계와 부합함을 알 수 있다.

설문문항을 구성하는 변인에 대한 신뢰도는 공익적(.971), 기부적(.896), 기획적(.889), 지역적(.901)의 값이 나타나 신뢰도 기준치인 .7 이상의 값이 충족되었음을 알 수 있어 신뢰성 또한 확보된 설문의 구성이라 하겠다.

<표 7> 사회공헌활동의 타당도 및 신뢰도 분석

	공익적	기부적	기획적	지역적
공익적1	.947	.139	.046	.149
공익적3	.947	.157	-.001	.172
공익적2	.937	.170	.056	.127
공익적4	.907	.132	.007	.180
기부적4	.064	.870	-.018	.056
기부적2	.149	.857	-.008	.053
기부적3	.194	.857	.130	.191
기부적1	.142	.844	.055	.028
기획적3	.053	.068	.892	.137
기획적2	.123	.009	.888	.029
기획적4	-.095	.066	.852	.074
기획적1	.019	-.004	.822	.021
지역적2	.181	.082	.046	.925
지역적1	.140	.128	.144	.876
지역적3	.199	.066	.055	.862
합계	3.699	3.064	3.037	2.537
분산	24.659	20.428	20.244	16.914
누적	24.659	45.087	65.331	82.245
신뢰도	.971	.896	.889	.901

KMO= .838, BIS= 4394.345, Sig= .000

2) 지역주민인식의 타당도 및 신뢰도

설문지 구성의 타당도 및 신뢰도 확보를 위해 탐색적 요인분석과 신뢰도 (Cronbach's α)를 분석한 결과는 <표 8>과 같다. 탐색적 요인분석의 결과를 살펴 보면 4개의 하위영역(참여, 협력, 평가, 감정)으로 구분 되었다. 지역주민인식의 구성은 최초계획한 감정, 참여, 협력, 평가로 이루어졌으며, 하위요인들의 타당도와 적절성에서 통계적으로 유의한 값(KMO= .789, BTS=3820.262, $p<.000$) 이 나타났고 78.553%의 설명력을 가지고 있다. 이는 지역주민인식을 구성한 문항들이 구성적 측면에서 무리가 없음을 알 수 있는 결과라 하겠고 최초 연구설계와 부합함을 알 수 있다.

설문문항을 구성하는 변인에 대한 신뢰도는 참여(.910), 협력(.878), 평가(.862), 감정(.957)의 값이 나타나 신뢰도 기준치 .7 이상의 값이 충족되었음을 알 수 있어 신뢰성 또한 확보된 설문의 구성이라 하겠다.

<표 8> 지역주민인식의 타당도 및 신뢰도 분석

	참여	협력	평가	감정
참여3	.906	-.025	.089	.109
참여4	.890	-.068	.087	.064
참여1	.874	.014	.043	.128
참여2	.851	-.043	-.040	.090
협력3	-.058	.905	.133	.078
협력2	-.022	.859	.035	.052
협력4	.013	.830	.125	.073
협력1	-.059	.769	.193	.132
평가2	.112	.224	.889	.039
평가1	.086	.195	.842	.046
평가3	-.049	-.008	.829	.137
평가4	.041	.101	.734	.166
감정2	.149	.113	.124	.949
감정3	.150	.080	.163	.937
감정1	.091	.134	.103	.922
합계	3.186	2.979	2.868	2.750
분산	21.243	19.858	19.120	18.332
누적	21.243	41.101	60.221	78.553
신뢰도	.910	.878	.862	.957

KMO= .789, BTS= 3820.262, Sig= .000

3) 상관관계분석

사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 상관관계 분석은 9개(공익적, 기획적, 기부적, 지역적, 감정, 참여, 협력, 평가, 지지협력의사)의 영역으로 구분되었으며, Pearson이 제시한 상관관계 기준 값인 .8 이하의 값이 나타나 일관성 측면에서 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다.

<표 9> 상관관계분석

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
공익적	1								
기획적	.076	1							
기부적	.323**	.096	1						
지역적	.361**	.171**	.225**	1					
감정	.211**	-.020	.483**	.127*	1				
참여	-.025	-.068	.144**	-.023	.243**	1			
협력	.436**	.109*	.340**	.329**	.219**	-.051	1		
평가	.206**	.061	.230**	.339**	.268**	.113*	.294**	1	
지지협력	.181**	.057	.159**	.171**	.056	.036	.330**	.560**	1

$p < .01$ **

III. 연구결과

1. 인구통계적 특성과 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이분석

1) 성별에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이 분석
 성별에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이를 분석하면 다음과 같다. 성별에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 남과 여의 성비는 남자 133명, 여자 202명으로 나타났으며, 사회공헌활동 하위요인 중 공익적의 남, 여 평균은 남자(3.184)의 평균이, 기회적도 남자(4.220)의 평균이, 기부적 또한 남자(3.216)의 평균이 높게 나타났고 지역적은 여자(2.927)의 평균이 높게 나타났다. 지역주민인식의 하위요인 중 감정은 남자(2.972)의 평균이, 참여는 여자(3.526)의 평균이, 협력과 평가는 남자(2.878, 2.887)의 평균이 높게 나타났으며, 지지협력의사는 남자(2.989)의 평균이 높게 나타났다.

또한, 사회공헌활동의 하위요인 중 지역적은 유의수준이 .044로 유의미한 차이가 나타났고, 지역주민인식의 하위요인 중 참여와 협력의 유의수준은 각각 .007과 .030이 나타나 유의미한 차이가 나타났다. 구체적인 내용은 <표 10>과 같다.

<표 10> 성별에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이분석

		N	M	Sd	P	t 값	
사 회 공 헌 활 동	공익적	남자	133	3.184	.793	.596	.547
		여자	202	3.134	.849		
	기획적	남자	133	4.220	.566	.334	.630
		여자	202	4.177	.638		
	기부적	남자	133	3.216	.820	.812	2.283
		여자	202	3.005	.834		
지역적	남자	133	2.912	.871	.044	-1.147*	
	여자	202	2.927	.994			
지 역 주 민 인 식	감정	남자	133	2.972	.898	.198	.504
		여자	202	2.919	.977		
	참여	남자	133	3.361	.723	.007	-1.935**
		여자	202	3.526	.822		
	협력	남자	133	2.878	.734	.030	2.003*
		여자	202	2.703	.849		
	평가	남자	133	2.887	.836	.332	1.541
		여자	202	2.735	.913		
지지협력의사	남자	133	2.989	.854	.074	.991	
	여자	202	2.887	.954			

***p<.001 , **p<.01, *p<.05

2) 연령에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이 분석

연령에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이를 분석하면 다음과 같다. 연령에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 분포는 20대가 125명, 40대 79명, 30대 75명 순으로 나타났으며, 사회공헌활동 하위요인 중 공익적의 평균은 30대(3.363)의 평균이, 기획적은 50대(4.535)의 평균이, 기부적은 30대(3.237)의 평균이 높게 나타났고, 지역적은 19세 이하(3.222)의 평균이 높게 나타났다. 지역주민인식의 하위요인 중 감정은 30대(3.249)의 평균이, 참여는 40대(3.500)의 평균이, 협력은 30대(3.060)의 평균이, 평가는 50대 이상(3.060)의 평균이 높게 나타났으며, 지지협력의사는 30대(3.220)의 평균이 높게 나타났다.

또한, 사회공헌활동의 하위요인 중 기획적은 유의수준이 .026으로 유의미한 차이가 나타났고, 지역주민인식의 하위요인 중 감정과 협력의 유의수준은 각각 .002와 .000이 나타나 유의미한 차이가 나타났다. 한편, 유의미한 차이가 나타난 결과에 따른 사후검증을 실시한 결과 사회공헌활동의 기획적은 50대 이상과 20대, 30대, 40대 간의 두드러진 차이가 나타났고 지역주민인식의 하위요인 중 감정은 30대와 40대, 50대 이상 간의 두드러진 차이가 나타났으며, 협력은 50대 이상과 19세 이하, 20대, 30대, 40대 간의 두드러진 차이가 나타났다. 지지협력의사는 20대와 50대 이상에서 두드러진 차이가 나타났다. 구체적인 내용은 <표 11>과 같다.

<표 11> 연령에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이분석

		N	M	Sd	P	F 값	post-hoc	
사 회 공 헌 활 동	공익적	19세 이하(a)	27	3.093	.861	.083	2.084	
		20대(b)	125	3.158	.845			
		30대(c)	75	3.363	.732			
		40대(d)	79	3.048	.849			
		50대 이상(e)	29	2.940	.820			
	기획적	19세 이하(a)	27	4.269	.373	.026	2.811*	b-e,
		20대(b)	125	4.154	.632			c-e,
		30대(c)	75	4.127	.728			d-e,
		40대(d)	79	4.171	.520			e-b,c,d
		50대 이상(e)	29	4.535	.494			
	기부적	19세 이하(a)	27	3.157	.925	.083	2.084	
		20대(b)	125	3.092	.852			
		30대(c)	75	3.237	.892			
		40대(d)	79	3.054	.754			
		50대 이상(e)	29	2.724	.628			
	지역적	19세 이하(a)	27	3.222	.983	.150	1.700	
		20대(b)	125	2.790	.981			
		30대(c)	75	2.947	.829			
		40대(d)	79	2.924	1.051			
		50대 이상(e)	29	3.138	.633			
지 역 주 민 인 식	감정	19세 이하(a)	27	3.099	.928	.002	4.254**	c-d,e
		20대(b)	125	2.933	.996			d-c,
		30대(c)	75	3.249	.967			e-c
		40대(d)	79	2.726	.807			
		50대 이상(e)	29	2.609	.817			
	참여	19세 이하(a)	27	3.435	.761	.386	1.041	
		20대(b)	125	3.496	.839			
		30대(c)	75	3.477	.737			
		40대(d)	79	3.500	.715			
		50대 이상(e)	29	3.181	.889			
	협력	19세 이하(a)	27	2.741	.905	.000	9.443***	a-e,
		20대(b)	125	2.766	.807			b-e,
		30대(c)	75	3.060	.709			c-e,
		40대(d)	79	2.794	.740			d-e,
		50대 이상(e)	29	2.026	.705			e-a,b,c,d
	평가	19세 이하(a)	27	2.732	.796	.058	2.312	
		20대(b)	125	2.756	.936			
		30대(c)	75	2.970	.843			
		40대(d)	79	2.617	.919			
		50대 이상(e)	29	3.060	.629			

	19세 이하(a)	27	2.944	.789			
	20대(b)	125	2.882	.896			
지지협력의사	30대(c)	75	3.220	.934	.016	3.113*	c-e, e-c
	40대(d)	79	2.829	.846			
	50대 이상(e)	29	2.621	1.097			

*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$

3) 공연관람 횟수에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이 분석

공연관람횟수에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이를 분석하면 다음과 같다. 공연관람횟수에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 분포는 1-3회와 4-6회가 90명으로 가장 높게 나타났고, 1번 이하가 60명의 순으로 나타났으며, 사회공헌활동 하위요인 중 공익적의 평균은 1번 이하(3.653)의 평균이, 기회적은 4-6회(4.344)의 평균이, 기부적은 1번 이하(3.258)의 평균이 높게 나타났고, 지역적은 1번 이하(3.188)의 평균이 높게 나타났다. 지역주민인식의 하위요인 중 감정은 1번 이하(3.140)의 평균이, 참여는 1-3회(3.619)의 평균이, 협력은 1번 이하(3.105)의 평균이, 평가는 4-6회(3.044)의 평균이 높게 나타났으며, 지지협력의사는 1번 이하(3.129)의 평균이 높게 나타났다.

또한, 사회공헌활동의 하위요인 중 공익적은 유의수준이 .000으로 유의미한 차이가 나타났고 기회적은 .027, 기부적은 .002로 유의미한 차이가 나타났다. 지역주민인식의 하위요인 중 협력과 평가의 유의수준은 각각 .002와 .003이 나타났다. 한편, 유의미한 차이가 나타난 결과에 따른 사후검증을 실시한 결과 사회공헌활동의 공익적은 1번 이하와 1-3회, 4-6회, 7-9회, 10회 이상 간의 두드러진 차이가 나타났고 지역주민인식의 하위요인 중 협력은 1번 이하와 1-3회, 7-9회, 10회 이상 간의 두드러진 차이가 나타났으며, 평가는 4-6회와 7-9회, 10회 이상 간의 두드러진 차이가 나타났다. 구체적인 내용은 <표 12>와 같다.

<표 12> 공연관람 횟수에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이분석

		N	M	Sd	P	F 값	post-hoc
공익적	1번 이하(a)	62	3.653	.931	.000	8.397***	a-b,c,d,e,
	1-3회(b)	90	3.114	.655			b-a,
	4-6회(c)	90	2.994	.868			c-a,
	7-9회(d)	42	2.881	.773			d-a,
	10회 이상(e)	51	3.123	.699			e-a
사회 공 헌 활 동	1번 이하(a)	62	4.089	.492	.027	2.773*	d-c
	1-3회(b)	90	4.153	.741			
	4-6회(c)	90	4.344	.548			
	7-9회(d)	42	4.042	.431			
	10회 이상(e)	51	4.255	.668			
기부적	1번 이하(a)	62	3.258	.768	.002	4.259**	c-d,
	1-3회(b)	90	3.144	.763			d-c,e
	4-6회(c)	90	2.903	.905			e-d
	7-9회(d)	42	3.387	.547			
	10회 이상(e)	51	2.868	.978			
지역적	1번 이하(a)	62	3.188	1.149	.109	1.908	
	1-3회(b)	90	2.844	.790			
	4-6회(c)	90	2.915	1.058			
	7-9회(d)	42	2.714	.661			
	10회 이상(e)	51	2.915	.874			
감정	1번 이하(a)	62	3.140	.900	.197	1.516	
	1-3회(b)	90	2.889	.994			
	4-6회(c)	90	2.900	.885			
	7-9회(d)	42	3.071	.745			
	10회 이상(e)	51	2.752	1.125			
지역 주 민 인 식	1번 이하(a)	62	3.391	.856	.199	1.509	
	1-3회(b)	90	3.619	.705			
	4-6회(c)	90	3.425	.713			
	7-9회(d)	42	3.304	.895			
	10회 이상(e)	51	3.456	.854			
협력	1번 이하(a)	62	3.105	.837	.002	4.239**	a-b,d,e,
	1-3회(b)	90	2.733	.845			b-a,
	4-6회(c)	90	2.769	.742			d-a,
	7-9회(d)	42	2.500	.579			e-a
	10회 이상(e)	51	2.667	.881			
평가	1번 이하(a)	62	2.859	.903	.003	4.049**	c-d,e,
	1-3회(b)	90	2.758	.778			d-c,
	4-6회(c)	90	3.044	.960			e-c
	7-9회(d)	42	2.458	.888			
	10회 이상(e)	51	2.623	.797			

	1년 이하(a)	62	3.129	.786		
	1-3회(b)	90	2.867	.951		
지지협력의사	4-6회(c)	90	3.003	.968	.127	1.808
	7-9회(d)	42	2.691	.866		
	10회 이상(e)	51	2.853	.911		

***p<.001, **p<.01, *p<.05

4) 거주기간에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이 분석

거주기간에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이를 분석하면 다음과 같다. 거주기간에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 분포는 8-10년의 거주가 106명으로 가장 높게 나타났고, 5-7년 거주가 85명의 순으로 나타났으며, 사회공헌활동 하위요인 중 공익적의 평균은 1년 이하(3.575)의 평균이, 기회적은 8-10년, 11년 이상(4.278)의 평균이, 기부적은 8-10년(3.196)의 평균이 높게 나타났고, 지역적은 1년 이하(3.067)의 평균이 높게 나타났다. 지역주민인식의 하위요인 중 감정은 1년 이하(3.158)의 평균이, 참여는 2-4년(3.653)의 평균이, 협력은 1년 이하(3.056)의 평균이, 평가는 1년 이하(3.019)의 평균이 높게 나타났으며, 지지협력의사는 1년 이하(3.019)의 평균이 높게 나타났다.

또한, 사회공헌활동의 하위요인 중 공익적은 유의수준이 .000으로 유의미한 차이가 나타났고 지역적은 .032로 유의미한 차이가 나타났다. 지역주민인식의 하위요인 중 참여는 .026, 협력은 .013, 평가는 .031의 유의미한 차이가 나타났다. 지지협력의사는 .002로 유의미한 차이가 나타났다. 한편, 유의미한 차이가 나타난 결과에 따른 사후검증을 실시한 결과 사회공헌활동의 공익적은 1년 이하와 2-4년, 5-7년, 8-10년 간의 두드러진 차이가 나타났고, 지역적은 2-4년과 8-10년 간의 두드러진 차이가 나타났다. 지역주민인식의 하위요인 중 참여는 2-4년과 5-7년 간의 두드러진 차이가 나타났고, 협력은 1년 이하와 2-4년 간의 두드러진 차이가 나타났으며, 평가는 2-4년과 5-7년 간의 두드러진 차이가 나타났다. 지지협력의사는 1년 이하와 8-10년 간의 두드러진 차이가 나타났다. 구체적인 내용은 <표 13>와 같다.

<표 13> 거주기간에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이분석

		<i>N</i>	<i>M</i>	<i>Sd</i>	<i>P</i>	<i>F</i> 값	<i>post-hoc</i>	
사 회 공 헌 활 동	공익적	1년 이하(a)	40	3.575	.859	.000	7.108***	a-b,c,d,
		2-4년(b)	59	3.030	.686			b-a,e,
		5-7년(c)	85	3.047	.837			c-a,e,
		8-10년(d)	106	2.991	.785			d-a,e,
		11년 이상(e)	45	3.528	.831			e-b,c,d
	기획적	1년 이하(a)	40	4.188	.512	.051	2.385	
		2-4년(b)	59	3.983	.685			
		5-7년(c)	85	4.221	.702			
		8-10년(d)	106	4.278	.537			
		11년 이상(e)	45	4.228	.514			
	기부적	1년 이하(a)	40	2.906	1.001	.203	1.497	
		2-4년(b)	59	2.953	.999			
		5-7년(c)	85	3.079	.718			
		8-10년(d)	106	3.196	.814			
		11년 이상(e)	45	3.194	.644			
지역적	1년 이하(a)	40	3.067	1.107	.032	2.673*	b-d	
	2-4년(b)	59	2.588	.717				
	5-7년(c)	85	2.910	1.008				
	8-10년(d)	106	3.057	.872				
	11년 이상(e)	45	2.933	1.026				
지 역 주 민 인 식	감정	1년 이하(a)	40	3.158	.893	.252	1.347	
		2-4년(b)	59	2.836	1.067			
		5-7년(c)	85	2.808	.830			
		8-10년(d)	106	3.025	1.019			
		11년 이상(e)	45	2.933	.821			
	참여	1년 이하(a)	40	3.369	.888	.026	2.805*	b-c
		2-4년(b)	59	3.653	.782			
		5-7년(c)	85	3.262	.743			
		8-10년(d)	106	3.554	.785			
		11년 이상(e)	45	3.444	.723			
	협력	1년 이하(a)	40	3.056	.715	.013	3.214*	a-b
		2-4년(b)	59	2.576	.940			
		5-7년(c)	85	2.750	.757			
		8-10년(d)	106	2.701	.769			
		11년 이상(e)	45	2.989	.810			
평가	1년 이하(a)	40	3.019	.793	.031	2.684*	b-c	
	2-4년(b)	59	3.004	.617				
	5-7년(c)	85	2.591	.836				
	8-10년(d)	106	2.759	.983				
	11년 이상(e)	45	2.794	1.033				

	1년 이하(a)	40	3.338	.869			
	2-4년(b)	59	3.030	.917			
지지협력의사	5-7년(c)	85	2.662	.887	.002	4.366**	a-c
	8-10년(d)	106	2.974	.938			
	11년 이상(e)	45	2.822	.815			

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

5) 월 평균소득에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이 분석

월 평균소득에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이를 분석하면 다음과 같다. 월 평균소득에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 분포는 500만원 이상이 171명으로 가장 높게 나타났고, 300-400만원의 순으로 나타났으며, 사회공헌활동 하위요인 중 공익적의 평균은 100-200만원(3.219)의 평균이, 기회적은 100-200만원(4.363)의 평균이, 기부적과 지역적은 300-400만원(3.151, 3.099)의 평균이 높게 나타났다. 지역주민인식의 하위요인 중 감정은 100만원 미만(3.271)의 평균이, 참여와 협력은 500만원 이상(3.513, 2.882)의 평균이, 평가는 300-400만원(2.857)의 평균이 높게 나타났으며, 지지협력의사는 100-200만원(3.000)의 평균이 높게 나타났다.

또한, 사회공헌활동의 하위요인 중 기회적은 유의수준이 .004로 유의미한 차이가 나타났고 기부적은 .003, 지역적은 .000으로 유의미한 차이가 나타났다. 지역주민인식의 하위요인 중 감정은 .037, 협력은 .038의 유의미한 차이가 나타났다. 한편, 유의미한 차이가 나타난 결과에 따른 사후검증을 실시한 결과 사회공헌활동의 기회적은 100만원 미만과 100-200만원, 300-400만원과 100만원 미만 간의 두드러진 차이가 나타났고, 기부적은 100만원 미만과 300-400만원, 500만원 이상 간의 두드러진 차이가 나타났으며, 지역적은 100만원 미만과 300-400만원, 500만원 이상, 100-200만원과 300-400만원, 300-400만원과 100만원 미만, 100-200만원, 500만원 이상과 100만원 미만 간의 두드러진 차이가 나타났다. 지역주민인식의 하위요인 중 감정은 100-200만원과 300-400만원 간의 두드러진 차이가 나타났고, 협력은 100-200만원과 300-400만원 간의 두드러진 차이가 나타났다.

<표 14> 월 평균소득에 따른 사회공헌활동, 지역주민인식, 지지협력의사의 차이분석

		N	M	Sd	P	F 값	post-hoc
공익적	100만원 미만(a)	16	2.672	.530	.107	2.047	
	100-200만원(b)	40	3.219	.861			
	300-400만원(c)	108	3.204	.986			
	500만원 이상(d)	171	3.152	.715			
사회 계획적	100만원 미만(a)	16	3.813	.704	.004	4.543**	a-b, c-a
	100-200만원(b)	40	4.363	.653			
	300-400만원(c)	108	4.282	.520			
	500만원 이상(d)	171	4.135	.625			
공헌 활동	100만원 미만(a)	16	2.391	.944	.003	4.695**	a-c,d
	100-200만원(b)	40	2.956	.778			
	300-400만원(c)	108	3.151	.877			
	500만원 이상(d)	171	3.146	.780			
지역적	100만원 미만(a)	16	2.063	.743	.000	7.984***	a-c,d, b-c, c-a,b, d-a
	100-200만원(b)	40	2.583	.617			
	300-400만원(c)	108	3.099	1.042			
	500만원 이상(d)	171	2.969	.905			
감정	100만원 미만(a)	16	3.271	.370	.037	2.866*	b-c
	100-200만원(b)	40	2.583	.853			
	300-400만원(c)	108	3.022	1.170			
	500만원 이상(d)	171	2.942	.819			
지역 주민 인식	100만원 미만(a)	16	3.438	.536	.663	.529	
	100-200만원(b)	40	3.400	.854			
	300-400만원(c)	108	3.403	.900			
	500만원 이상(d)	171	3.513	.714			
협력	100만원 미만(a)	16	2.500	.548	.038	2.837*	b-d
	100-200만원(b)	40	2.550	.628			
	300-400만원(c)	108	2.722	1.043			
	500만원 이상(d)	171	2.882	.672			
평가	100만원 미만(a)	16	2.531	.657	.143	1.823	
	100-200만원(b)	40	2.550	1.019			
	300-400만원(c)	108	2.857	.965			
	500만원 이상(d)	171	2.839	.808			
지지협력의 사	100만원 미만(a)	16	2.641	1.505	.595	.631	
	100-200만원(b)	40	3.000	.881			
	300-400만원(c)	108	2.951	.940			
	500만원 이상(d)	171	2.923	.839			

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

2. 사회공헌활동이 지역주민인식에 미치는 영향

1) 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 감정에 미치는 영향

사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 감정에 미치는 영향을 살펴보면, 기부적(9.155^{***})의 요인을 높게 인식할수록 지역주민인식의 감정이 높아짐을 알 수 있다. 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 감정과의 인과관계에 대한 설명력은 24.2%를 차지하였다. 구체적인 내용은 <표 15>와 같다.

<표 15> 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 감정에 미치는 영향

구분	B	표준오차	베타	t	p
(상수)	1.51	.363		4.165	.000
공익적	.070	.061	.061	1.15	.251
기획적	-.111	.076	-.071	-1.464	.144
기부적	.531	.058	.468	9.155 ^{***}	.000
지역적	.012	.052	.012	.221	.825

$R^2=.242, F=26.337 P=.000$
종속변수 : 감정

2) 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 참여에 미치는 영향

사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 참여에 미치는 영향을 살펴보면, 기부적(3.092^{**})의 요인을 높게 인식할수록 지역주민인식의 참여가 높아짐을 알 수 있다. 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 참여와의 인과관계에 대한 설명력은 8.3%를 차지하였다. 구체적인 내용은 <표 16>과 같다.

<표 16> 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 참여에 미치는 영향

구분	B	표준오차	베타	t	p
(상수)	3.614	.341		10.595	.000
공익적	-.065	.057	-.068	-1.124	.262
기획적	-.097	.071	-.075	-1.369	.172
기부적	.169	.055	.178	3.092**	.002
지역적	-.021	.049	-.026	-.436	.663

$R^2=.083, F=2.817 P=.025$
종속변수 : 참여

3) 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 협력에 미치는 영향

사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 협력에 미치는 영향을 살펴보면, 공익적(5.877***), 기부적(3.943***), 지역적(3.215**)의 요인을 높게 인식할수록 지역주민인식의 협력이 높아짐을 알 수 있다. 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 협력과의 인과관계에 대한 설명력은 26.1%를 차지하였다. 구체적인 내용은 <표 17>과 같다.

<표 17> 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 협력에 미치는 영향

구분	B	표준오차	베타	t	p
(상수)	.595	.306		1.942	.049
공익적	.303	.052	.309	5.877***	.000
기획적	.051	.064	.038	.793	.428
기부적	.193	.049	.199	3.943***	.000
지역적	.142	.044	.166	3.215**	.001

$R^2=.261, F=14.277 P=.000$
종속변수 : 협력

4) 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 평가에 미치는 영향

사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 평가에 미치는 영향을 살펴보면, 기부적(2.727**), 지역적(5.147***)의 요인을 높게 인식할수록 지역주민인식의 평가가 높아짐을 알 수 있다. 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 평가와의 인과관계에 대한 설명력은 14.2%를 차지하였다. 구체적인 내용은 <표 18>과 같다.

<표 18> 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 평가에 미치는 영향

구분	B	표준오차	베타	t	p
(상수)	1.378	.361		3.816	.000
공익적	.059	.061	.055	.976	.330
기획적	-.010	.075	-.007	-.128	.898
기부적	.157	.058	.148	2.727**	.007
지역적	.268	.052	.287	5.147***	.000

$R^2=.142$, $F=13.683$ $P=.000$
 종속변수 : 평가

3. 사회공헌활동이 지지협력의사에 미치는 영향

사회공헌활동이 지지협력의사에 미치는 영향을 살펴보면, 공익적, 기획적, 기부적, 지역적의 요인은 지지협력의사가 영향을 미치지 않음을 알 수 있다. 이는 사회적공헌활동은 지지협력의사에 직접적인 인과관계가 없음을 알 수 있고 지역주민인식을 통해 지지협력의사가 나타나는 것을 알 수 있는 결과이다. 설명력은 5.5%의 설명력을 가지고 있으며, 구체적인 내용은 <표 19>와 같다.

<표 19> 사회공헌활동이 지지협력의사에 미치는 영향

구분	B	표준오차	베타	t	p
(상수)	1.781	.392		4.542	.000
공익적	.121	.066	.109	1.836	.067
기획적	.032	.082	.021	.390	.697
기부적	.107	.063	.098	1.709	.088
지역적	.103	.057	.106	1.815	.070

$R^2=.055, F=4.767 P=.001$
 종속변수 : 지지협력의사

4. 지역주민인식이 지지협력의사에 미치는 영향

지역주민인식이 지지협력의사에 미치는 영향을 살펴보면, 감정(-2.859**), 협력(4.330***), 평가(11.276***)의 요인을 높게 인식할수록 지지협력의사가 높아짐을 알 수 있다. 지역주민인식이 지지협력의사의 인과관계에 대한 설명력은 35.9%를 차지하였다. 구체적인 내용은 <표 20>과 같다.

<표 20> 지역주민인식이 지지협력의사에 미치는 영향

구분	B	표준오차	베타	t	p
(상수)	1.055	.246		4.282	.000
감정	-.132	.046	-.136	-2.859**	.005
참여	.022	.053	.019	.414	.679
협력	.230	.053	.204	4.330***	.000
평가	.553	.049	.535	11.276***	.000

$R^2=.359, F=46.299 P=.000$
 종속변수 : 지지협력의사

IV. 논 의

본 연구는 무용공연의 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인인 감정, 참여, 협력, 평가의 인과관계와 사회공헌활동이 지지협력의사, 지역주민인식이 지지협력의사에 미치는 영향을 연구하였고 그 결과에 따라 논의하면 다음과 같다.

첫째, 사회공헌활동이 지역주민인식에 미치는 영향을 살펴보면, 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 감정에 미치는 영향은 기부적의 공헌활동을 높게 인식할수록 감정이 좋아짐을 알 수 있고 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 참여에 미치는 영향 또한 기부적의 공헌활동에서 참여가 높음을 알 수 있었다. 한편, 사회공헌활동과 협력과의 인과관계를 살펴보면 사회공헌활동의 하위요인 중 공익적, 기부적, 지역적 활동에서 협력이 높음을, 평가와의 인과관계에서는 기부적, 지역적 활동이 높을수록 평가가 높음을 알 수 있었다.

이러한 연구결과는 김병철, 김찬석, 이철한(2009)의 연구결과에서 기업의 사회적 책임성 정도에 따라 소비자 집단 중 대학생의 인식변화에 직접적인 영향이 있다고 하였고 정효선, 이수범, 윤혜현(2009)은 외식기업의 사회적 책임활동은 인식에 영향을 미쳐 고객행동의도에 영향을 미친다 하였으며, 조형오(2006)는 기업의 공익활동 유형 중 자선적 공익활동과 기능적 공익활동에 따라 기업 제품의 인지적 반응에 영향을 미친다고 하여 본 연구를 지지해주는 결과라 하겠다.

본 연구에서는 사회공헌활동을 공익적, 기획적, 기부적, 지역적으로 나누어 구성하였으며, 지역주민인식을 감정, 협력, 참여, 평가로 구분하여 사회공헌활동과 지역주민인식 각 요인에 따른 인과관계에 대해 살펴보았다. 결과에 따르면, 사회공헌활동의 하위요인 중 기부적 요인에서 지역주민인식의 전체 요인에 영향이 있음이 나타났고 그 외 공익적, 지역적 요인도 지역주민인식에 영향이 있음이 나타났다.

이러한 연구결과를 바탕으로 논의하면 다음과 같다. 사회공헌활동 중 지역민의 삶을 향상하게 하는 공익적, 지역의 애착심을 향상할 수 있는 지역적, 지역 단위들의 재능기부 형태의 기부적 요인은 지역주민인식을 높일 수 있는 요인이라 하겠다. 이를 위해 지자체에서는 무용의 사회공헌활동을 계획하고 진행하는데 지역민이 추구하는 무용 프로그램과 요구를 수렴하기 위해 노력해야 하겠고 프로그램 진행의 목적과 취지를 명확히 전달할 수 있는 홍보와 마케팅전략의 접근이 필요하겠다. 구체적으로 제시하면 1단계, 한해 프로그램의 구성을 지역민과 함께 고민하고 계획하는 방법으로 지역민의 의견수렴을 충분히 할 수 있는 창구를 마련해 다각적인 방법으로 소통하여 구성해야 하겠다. 2단계, 계획된 프로그램을 다양한 형태의 마케팅 접근을 활용해 홍보해야겠으며, 무용공연의 목적과 취지에 관한 의미전달을 확대할 수 있는 방안이 모색 되어야겠다. 3단계, 무용공연의 시작 전과 후를 활용해 지역민의 요구사항 수렴과 평가적 측면을 고려한 조사방법이 진행되어야겠다. 이러한 단계적 제시는 무용공연활동을 주관하는 지자체의 노력이 필요할 뿐 아니라 다양한 문화활동에도 이를 위한 노력이 필요하겠다.

둘째, 사회공헌활동이 지지협력의사에 미치는 영향을 살펴보면, 사회공헌활동의 하위요인인 공익적, 기획적, 기부적, 지역적 모두 지지협력의사에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 이은지(2018)의 무용의 사회공헌활동이 재관람의도의 영향을 미친다고 하였고, 김성훈, 정호원(2012)의 사회공헌활동과 구단 평가의 구조적 관계에서 인과관계를 입증하였으며, 이한준, 박종철(2009)는 기업의 사회적 책임활동이 기업평가에 영향이 있음을 입증하여 본 연구결과와 상반된 결과가 나타났다.

본 연구의 무용공연 사회공헌활동은 지지협력의사에 직접적인 영향이 나타나지 않는 것으로 나타났다. 이러한 이유는 여러 가지가 있겠지만 그 중 무용공연활동을 직접 관람하는 관람객은 무용을 통해 사회공헌활동의 일환으로 여기는 것은 주요하지만 행동으로 옮기는 것은 한계가 있음을 나타내고 있다. 더불어 인구통계적 특성에 응답한 구성원들의 차이, 지역적 특색과 특성, 무용공연 주최측인 지자체와의 관계 등 여러 요인으로 인해 인과관계가 나타나지 않았음을 유

추해 볼 수 있겠다. 한편, 무용공연 사회공헌활동은 지역주민인식을 통해서만 지지협력의사에 인과관계를 가질 수 있다고 유추할 수 있고 지역주민인식에 대한 중요성이 강조된다는 것을 시사할 수 있다.

셋째, 지역주민인식이 지지협력의사에 미치는 영향을 살펴보면, 지역주민인식 중 감정, 협력, 평가의 인식이 높을수록 지지협력의사가 높아짐을 알 수 있었다. 이는 김기탁, 신중훈(2019)의 메가스포츠이벤트를 위한 문화행사에 대한 지역주민인식이 지지협력의사에 영향을 미친다고 하였고, 김미경(2012)의 메가이벤트 개최지역의 이벤트 영향인식이 참여의도에 영향을 미친다고 하였으며, 류가연, 차재빈(2017)의 공연관광의 서비스스케이프가 고객 감정 및 행동의도에 영향을 미친다고 하여 본 연구결과를 지지해주고 있다.

본 연구에서는 지역주민인식을 지역민의 감정, 참여, 협력, 평가로 나누어 구성하였으며, 이러한 구성요인과 지지협력의사의 인과관계를 각 요인에 따라 살펴보았다. 결과에 따르면, 지역주민인식의 하위요인 중 감정과 협력, 평가가 지지협력의사에 영향을 미쳤음을 알 수 있었다.

이러한 연구결과를 바탕으로 논의하면 다음과 같다. 지역주민인식의 감정에 있어 지역의 특정 인물이나 사건을 소재로 한 연출로 지역민으로부터 지역의 애정과 자긍심을 자극할 수 있는 작품을 구성했을 때 지지협력의사가 높아질 수 있을 것이며, 지역주민인식의 협력에 있어 지자체의 문화와 관련된 행사 중 무용의 사회적 공헌활동에 있어 다양한 콘텐츠를 활용한 홍보를 통해 무용공연 프로그램을 제시하는 것이 중요할 것이고 특히, 무용공연 프로그램의 구성에 있어 관람객의 니즈 파악과 함께 다각적인 홍보전략이 필요하겠다. 지역주민인식의 평가에 있어선 지자체의 문화활동과 지역민의 신뢰가 확보되어야겠다. 예를 들어, 투명한 예산 활용과 운영의 당위성을 확보하기 위해 전문패널의 도움을 받아 신뢰성 및 당위성을 확보할 방안을 모색해 지역민의 긍정적 평가를 유도할 수 있는 여러 활동에 대해 고려해 봐야겠다.

V. 결 론

본 연구는 무용공연 사회공헌활동이 지역주민인식 및 지지협력의사에 미치는 영향을 규명하기 위해 연구를 하였으며, 지자체에서 실시하는 무용공연활동에 대한 지역민의 인식을 파악하고 긍정적 효과의 지지협력의사에 어떠한 영향을 미치는가를 알아봄으로 지자체의 다양한 사회공헌활동 중 무용공연활동이 효과적인 콘텐츠임을 입증하기 위한 연구의 목적이 있다.

본 연구의 목적을 달성하기 위한 조사대상은 2021년 지자체의 지원을 받아 진행된 무용공연을 직접 관람한 관람객을 대상으로 하였으며, 평가방법은 설문지를 활용한 자기평가기법으로 335부를 최종연구에 활용했다. 본 연구 표본에 대한 특성을 파악하고 연구가설 검증에 대한 변인의 차이와 영향 관계를 분석하기 위해 사회과학 분야에서 활용하고 있는 통계 패키지 프로그램인 SPSS 23.0 프로그램을 사용하였으며, 다중회귀분석을 통해 다음과 같은 결과를 얻었다.

첫째, 사회공헌활동이 지역주민인식에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 사회공헌활동이 지역주민인식의 하위요인 중 감정, 참여에 미치는 영향에서는 사회공헌활동의 기부적에, 협력에 있어서는 공익적, 기부적, 지역적에, 평가는 기부적, 지역적에 영향을 미침을 알 수 있었다. 둘째, 사회공헌활동이 지지협력의사에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 셋째, 지역주민인식이 지지협력의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 지역주민인식의 하위요인 중 감정, 협력, 평가의 요인이 지지협력의사에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 연구결과를 통해 나타난 시사점은 지자체에서는 무용의 사회공헌활동을 계획하고 진행하는데 지역민이 추구하는 무용 프로그램과 요구를 수렴하기 위해 노력해야 하겠고 프로그램 진행의 목적과 취지를 명확히 전달할 수 있는 홍보와 마케팅전략의 접근이 필요하겠다. 한편, 무용공연 활동을 직접 관람하는 관람객은 무용을 통해 사회공헌활동의 일환으로 여기는 것은 주요하지만 행동으로 옮기는 것은 한계가 있음이 나타났다. 마지막으로 지역주민인식의 감정에 있

어 지역의 특정 인물이나 사건을 소재로 한 연출로 지역민으로부터 지역의 애정과 자긍심을 자극할 수 있는 작품을 구성했을 때 지지협력의사가 높아질 수 있을 것이며, 협력에 있어 지자체의 문화와 관련된 행사 중 무용의 사회적 공헌활동에 있어 다양한 콘텐츠를 활용한 홍보를 통해 무용공연 프로그램을 제시하는 것이 중요하겠고 평가에 있어선 지자체의 문화활동과 지역민의 신뢰가 확보되어야겠다.

VI. 제 언

본 연구는 무용공연 사회공헌활동이 지역주민인식 및 지지협력의사에 미치는 영향을 규명하기 위해 연구를 하였으며, 지자체에서 실시하는 무용공연활동에 대한 지역민의 인식파악과 효과성을 검증하기 위해 연구를 진행하였다. 연구를 진행하는데 있어 한계점을 바탕으로 제언하면 다음과 같다.

첫째, 사회공헌활동이 지역주민인식과 지지협력의사에 미치는 영향에 대한 변인을 설정하였으나, 후속연구에서는 사회공헌활동의 긍정적 측면을 검토해 다각적인 변인과의 인과관계를 입증하는 연구가 필요할 것이다.

둘째, 본 연구는 코로나 사태라는 환경적 영향이 심한 상황에서 연구를 진행하여 나타난 결과로 코로나 사태 이전의 연구결과와는 차이가 있을 것이라 판단된다. 이에 코로나 사태 이전과 현 상황을 비교하여 분석하는 연구를 계획하는 것은 의미 있는 연구가 될 수 있을 것이라 판단된다.

셋째, 지자체의 문화활동 중 본 연구는 무용을 바탕으로 연구하였으나 후속연구에는 다양한 문화활동의 소재를 바탕으로 연구를 계획하는 것도 의미있을 것이라 판단된다.

참 고 문 헌

- 강용배(2003). 지역사회 정체성과 사회자본 형성요인 분석-지역사회공동체운동 사례를 중심으로 -, 한국정책과학학회보, 7(2), 189-216.
- 김기탁, 신종훈(2019). 2019광주세계수영선수권대회 문화행사의 환경요인에 따른 지역주민의 인식, 태도, 지지협력의사의 관계. 한국스포츠학회지, 17(4), 1153-1164.
- 김미경(2012). 메가이벤트 개최지역 주민의 지역애착이 이벤트 영향인식과 참여의도에 미치는 영향에 관한 연구. 호텔경영학연구, 21(3), 205-219.
- 김병철, 김찬석, 이철한(2009). 기업의 사회적 책임성 정도에 대한 인식이 기업에 대한 호의도 및 해당 기업 제품 구매시 비용지불의사에 미치는 영향 : 대학생을 중심으로. 광고학연구, 20(2), 37-55.
- 김성훈, 정호원(2012). 팬십, 사회공헌활동, 구단이미지 및 구단 평가와의 관계. 한국스포츠산업경영학회지, 17(5), 67-78.
- 김중근, 김성진(2012). 기업의 사회적 책임 진정성이 기업 사회적 책임 평가, 관계의 질, 그리고 기업 이미지에 미치는 영향. 상품학연구, 30(7), 123-132.
- 박미정(2001). 메가이벤트의 영향에 대한 지역주민의 인식이 협력의사에 미치는 영향에 관한 연구, 관광·레저연구, 13(2), 261-277.
- 박승희(2013). 무용공연의 관람동기, 관람만족도, 재관람의도에 관한 연구 : 광주시립무용단 관람중심. 미간행 석사학위논문. 전남대학교 대학원.
- 박정훈, 전현모(2015). 외식기업의 사회공헌활동 진정성이 소비자 인식과 기업태도 및 제품신뢰에 미치는 영향. 외식경영연구, 18(5), 271-292.
- 박종임, 김기탁(2016). 무용공연의 사회공헌활동에 따른 인식, 태도, 참여의사와의 관계. 한국스포츠학회지, 14(4), 13-21.
- 박현철(2015). 기업의 사회적 책임(CSR) 활동과 부정적 CSR 정보가 브랜드 태도에 미치는 영향: 브랜드 컨셉과 태도 확신성의 조절효과를 중심으로. 미간행 박사학위논문. 숭실대학교 대학원.
- 변찬복, 조선배(2010). 개별여행객의 문화적 동기, 진정성, 충성도의 영향관계: 배낭여행객을 중심으로. 관광연구, 25(4), 245-258.
- 서철현, 고효석(2011). 지역축제 개최지 주민의 공동체의식과 지역애호도의 영향관계: 2009 성

- 주 참여측제를 중심으로, 한국관광·레저학회, 23(1), 447-466.
- 안대천, 서광석, 이지운(2020). 프랜차이즈 기업의 CSR활동이 가맹점심리 및 장기지향성에 미치는 영향: 가맹점주의 진정성 귀인의 영향력을 중심으로. 광고연구, (125), 90-115.
- 여호근(1999). 관광태도 결정요인이 지속 가능한 관광지 선택에 미치는 영향. 미간행 박사학위논문, 동아대학교 대학원.
- 오윤환, 김동재(2015). 무용공연을 통한 기업의 사회적 책임과 문화마케팅 활동이 공연전략, 관람결정, 관람만족에 미치는 영향. 한국사회체육학회지, 62, 219-231.
- 유문주, 허희영, 이성근(2016). CSV와 CSR간의 진정성과 정당성 지각 비교. 문화산업연구, 16(4), 65-77.
- 유진룡(2009). 엔터테인먼트 산업의 이해. 72, 넥서스 BZ.
- 윤철훈(2009). 인천아시아게임 개최에 따른 시민인식이 협력의사, 지지도 및 지역이미지와 관계, 한국체육과학회지, 18(4), 571-580.
- 이소연(2014). 지역문화와 미술관의 역할과 운영에 관한 연구. 미간행 박사학위논문. 서울과학기술대학교 대학원.
- 이은지(2018). 무용공연의 사회공헌활동에 따른 만족, 태도가 재관람의도에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 조선대학교 교육대학원.
- 이한준, 박종철(2009). 기업의 사회적 책임활동이 제품 및 기업평가에 미치는 영향 : 신뢰의 매개역할을 중심으로. 마케팅연구, 29, 231-250.
- 임상호(2008). 태권도이벤트에 대한 지역사회 의식 및 협력의사에 관한 연구, 박사학위청구논문, 단국대학교 대학원.
- 임상호(2009). 태권도이벤트에 대한 지역사회 의식 및 협력의사의 관계. 대한무도학회지, 11(1), 145-157.
- 정주영(2014). 호텔기업의 CSV(공유가치창출)활동이 기업이미지, 신뢰도와 고객의 소비가치에 미치는 영향. 미간행 박사학위논문, 영산대학교 대학원.
- 정호선, 이수범, 윤혜현(2009). 외식기업의 사회적 책임활동에 대한 인식이 고객의 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구 : 고객만족도와 서비스 평가의 매개 역할. 한국조리학회지, 18(6), 129-152.
- 조형오(2006). 기업의 공익활동 유형에 따른 소비자 인식의 차이가 제품 광고에 대한 인지적 반응에 미치는 영향 : 자선적 공익활동과 기능적 공익활동의 특성을 중심으로. 홍보학연구, 10(1), 5-39.
- 최문형, 정문기(2014). 공동체의식이 주민참여에 미치는 영향-서울특별시를 중심으로. 한국정책

- 학회 추계학술발표논문, 465-490.
- 허경석, 최세린(2014). 국내 프랜차이즈 베이커리기업의 사회적책임(CSR) 진정성이 브랜드 신뢰 및 브랜드 충성도에 미치는 영향: 대학생을 중심으로. *외식경영연구*, 17(6), 7-28.
- 홍동식(1980). Education, participation, institutionalization and national development. Dept. of Sociology, Social Work and Anthropology. Utah State University.
- Beckman, T., Colwell, A., & Cunningham, P. H.(2009). The emergency of corporate social responsibility in chile: The importance of authenticity and social networks. *Journal of Business Ethics*, 86(2), 191-206.
- Bowen, T. J.(1953). Social responsibilities of the businessman. New York: Harper & Row.
- Brown, T. J., & Dacin, P. A.(1997). The company and the product: Corporate associations and consumer product responses. *Journal of Marketing*, 61(1), 68-84.
- Carroll, A. B.(1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Cone & Roper(1997). Cause related trends report: Evolution of cause branding. Boston, MA: Cone Inc.
- Ells, R. Walton, C(1961). "Conceptual Foundations of Business" Home-wood, Richard D. Irwin, 457-458.
- Foreh, M. R., & Grier, S.(2003). When is honesty the best policy? The effect of stated company intent on consumer skepticism. *Journal of Consumer Psychology*, 13(3), 349-356.
- Gefen, D.(2002). Reflections on the dimensions of trust and trustworthiness among online consumers. *ACM SIGMIS Database: the DATABASE for Advances in Information Systems*, 33(3), 38-53
- Getz, D. (1991). Assessing the economic impacts of festivals and events: Research Issues. *Journal of Applied Recreation Research*, 16(1), 61-77
- Gursoy, D.(2002), Resident Attitudes: A Structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*, 29, 86.
- Hamann, R.(2003). Mining companies role in sustainable development: The 'why'

- and 'how' of corporate social responsibility from a business perspective. *Development Southern Africa*, 20(2), 237-254.
- Hay, R.(1998). Sense of Place in Developmental Context. *Journal of Environmental Psychology*, 5-29.
- Herson, L. J., & Bolland, J. M. (1990). *The urban web : Politics, policy, and theory*. Chicago : Melson-Hall.
- McFarland, D. E.(1982). *Management and society: An institutional framework*. New York: Prentice Hall.
- McGuire, J. C.(1963). *Business anf Society*, McGraw-Hill, 149.
- Mohr, L. A., & Webb, D. J.(2005). The effects of corporate social responsibility and price on consumer responses. *Journal of Consumer Affairs*, 39(1), 121-147.
- Petkoski, D. & Twose, N. (Eds.)(2003). *Public policy for corporate social responsibility*. Washington, DC: The World Bank.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R.(2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1), 62-77.
- Price, L. L., Arnould, E. J, & Tierney, P.(1995). Going to extreme: Marketing service encounters and assessing provider performance. *Journal of Marketing*, 59(4), 83-97.
- Ross III, J. K., Stutts, M. A., & Patterson, L.(1991). Tactical considerations for the effective use of cause-related marketing. *Journal of Applied Business Research*, 7(2), 58-65.
- Sethi, S. P.(1979). A conceptual framework for environmental analysis of social issues and evaluation of business response patterns. *Academy of Management Review*, 4(1), 63-74.
- Snyder, M.(1979). Self-monitoring processes. In *Advances in Experimental Social Psychology*, 12, 85-128.
- Williams, T. A. (1979). Impact of domestic tourism in host population : The evolution of a model. *Tourist Recreation Research*, 4, 15-21.
- Wulfson, M. (2001). The ethics of corporate social responsibility and philanthropic ventures. *Journal of Business Ethics*. 29(1), 135-145.

Zeinabadi, H. & Salehi, K.(2011). Role of procedural justice, trust, job satisfaction, and organizational commitment in Organizational Citizenship Behavior(OCB) of teachers: Proposing a modified social exchange model, *Social and Behavioral Sciences*, 29, 1472-1481.

안녕하십니까?

이 설문은

무용공연의 사회공헌활동이 지역주민인식 및 지지협력의사에 미치는 영향 을 규명하기 위한 설문지입니다. 이 설문지의 질문에는 정답이 없습니다. 귀하께서 응답하신 내용은 연구목적 이외의 다른 용도로는 절대로 사용하지 않을 것을 약속드립니다. 바쁘신 시간에도 불구하고 설문에 답해주셔서 진심으로 감사드리며 늘 건강하시고 행복하시길 바랍니다. 감사합니다.

2021년 3월 조선대학교 김진경

1. 다음은 귀하의 인구통계학적 특성에 관한 것입니다.

1. 귀하의 성별은?

- ① 남자 ② 여자

2. 귀하의 연령은?

- ① 19세 이하 ② 20 대 ③ 30 대 ④ 40 대 ⑤ 50 대 이상

3. 귀하의 연평균 공연관람 횟수는?

- ① 1번 이하 ② 1-3번 ③ 4-6번 ④ 7-9번 ⑤ 10번 이상

4. 귀하의 거주기간은?

- ① 1년 이하 ② 2 - 4년 ③ 5 - 7년 ④ 8 - 10년 ⑤ 11년 이상

5. 귀하의 월 평균 소득수준은?

- ① 100만원 미만 ② 100 - 200만원 ③ 300 - 400만원 ④ 500만원 이상

2. 다음은 사회공헌활동에 대한 질문입니다.
본인의 생각과 일치하는 곳에 √ 를 해 주시기 바랍니다.

	매우 그렇 다	그렇 다	보통 이다	그렇 지 않 다	매우 그렇 지 않 다	
공 익 적	나는 ○○○을 중요하게 생각한다					
	1. 무용공연활동은 지역의 문화를 선도한다.	⑤	④	③	②	①
	2. 무용공연활동은 지역사회의 문화정착에 기여한다.	⑤	④	③	②	①
	3. 무용공연활동은 지역 공연예술활동에 기여한다.	⑤	④	③	②	①
4. 무용공연활동은 지역민의 삶의 질 향상에 기여한다.	⑤	④	③	②	①	
기 회 적	1. 지역의 젊은 안무가에게 기회를 제공한다.	⑤	④	③	②	①
	2. 지역의 무용수들에게 공연기회 제공한다.	⑤	④	③	②	①
	3. 신인 안무가에게 성장의 발판 제공한다.	⑤	④	③	②	①
	4. 지역 공연문화의 창조와 혁신 증가한다.	⑤	④	③	②	①
지 역 적	1. 지역민의 자부심을 확산한다.	⑤	④	③	②	①
	2. 지역에 대한 애착심 향상한다.	⑤	④	③	②	①
	3. 지역의 이미지가 나아진다.	⑤	④	③	②	①
기 부 적	1. 무용단원의 재능기부	⑤	④	③	②	①
	2. 지역의 사회공헌활동의 일환으로 수행	⑤	④	③	②	①
	3. 지역 공연문화의 공익사업을 위한 노력	⑤	④	③	②	①
	4. 지역의 사회공헌활동은 지역민의 욕구에 부흥	⑤	④	③	②	①

3. 다음은 지역주민인식에 대한 질문입니다.
본인의 생각과 일치하는 곳에 √ 를 해 주시기 바랍니다.

문 항		매 우 그 렇 다	그 렇 다	보 통 이 다	그 렇 지 않 다	매 우 그 렇 지 않 다
감 정	1. 지역의 애정을 갖고 있다.	⑤	④	③	②	①
	2. 이웃들은 동료란 생각이 든다.	⑤	④	③	②	①
	3. 지역에 거주하는 자긍심을 느끼고 있다.	⑤	④	③	②	①
참 여	1. 지역에서 개최하는 행사에 참여할 의사가 있다.	⑤	④	③	②	①
	2. 지자체가 주관하는 축제에 관심이 있다.	⑤	④	③	②	①
	3. 다음 공연일정에 관심이 있다.	⑤	④	③	②	①
	4. 무용공연 외의 문화행사에 관심을 가지고 있다.	⑤	④	③	②	①
협 력	1. 지역민들의 상호협력이 잘 이루어진다.	⑤	④	③	②	①
	2. 지역의 공통문제에 대해 합심한다.	⑤	④	③	②	①
	3. 지역 문화활동에 관심과 참여한다.	⑤	④	③	②	①
	4. 지역에 거주하는 것에 만족한다.	⑤	④	③	②	①
평 가	1. 지역의 사회공헌활동에 만족한다.	⑤	④	③	②	①
	2. 사회공헌활동의 프로그램에 만족한다.	⑤	④	③	②	①
	3. 공연문화활동의 관람에 만족한다.	⑤	④	③	②	①
	4. 공연문화활동의 연간 계획에 만족한다.	⑤	④	③	②	①

4. 다음은 지지협력의사에 대한 질문입니다.
 귀하의 생각과 일치하는 곳에 √ 를 해 주시기 바랍니다.

문 항		매 우 그 렇 다	그 렇 다	보 통 이 다	그 렇 지 않 다	매 우 그 렇 지 않 다
지 지 협 력 의 사	1. 향후에도 지자체의 사회공헌활동에 참여할 의사가 있음	⑤	④	③	②	①
	2. 주변인에게도 적극 추천하겠음	⑤	④	③	②	①
	3. 시간이 되면 직접관람을 하겠음	⑤	④	③	②	①
	4. 공연문화활동의 다양한 프로그램에도 관심을 갖겠음	⑤	④	③	②	①