

의미연결망 분석을 활용한 관광두레사업 이슈 탐색 및 활성화 방안 제언

Exploration of Tour Dure Business Issues and Proposal for Revitalization Using Semantic Network Analysis

한 장 현* · 김 학 준**

Jang-Heon Han · Hak-Jun Kim

--- Abstract ---

Efforts to improve local residents' overall quality of life and revitalize the local economy are continuing. The Tour Dure business started in 2013 to build a sustainable local tourism ecosystem led by local residents, is a tourism policy project centered on processes and relationships to revitalize region-based tourism. This study was conducted to explore issues related to the Tour Dure business by utilizing the semantic network analysis and to suggest ways to activate it in the future. As a result of the study, first, words such as region, tourism, business, Korea Tourism Organization, selection, support, experience, participation, operation, start-up, and promotion were actively discussed. Second, as a result of centrality analysis, culture, residents, businesses, and communities showed high connectivity and eigenvector centrality. Third, as a result of CONCOR analysis, 7 clusters that can represent the Tour Dure business were derived. To further revitalize the Tour Dure business, it is necessary to highlight the region's unique identity, and to develop special experiential programs and storytelling to spread them.

Key Words : Tour Dure, Tourism Community Business, Semantic Network Analysis, Atypical Data Analysis, Exploratory Study

논문 접수일: 2024년 01월 25일, 1차 수정일: 2024년 02월 23일, 게재 확정일: 2024년 02월 28일

* 용인대학교 관광경영학과 조교수, 주저자

** 경희사이버대학교 스포츠경영학과 교수, 교신저자

I. 서 론

지역주민의 전반적인 삶의 질을 개선하고, 지역 경제를 활성화하기 위한 노력은 꾸준히 지속되고 있다(진희영 외, 2021). 이 중 지역이 가지고 있는 현안을 지역주민 스스로의 노력을 통해 개선하고, ‘커뮤니티 비즈니스(Community Business)’ 형태로 발전시켜 수익성을 향상하는 지역자원 활용사업이 주목받고 있다(김경희 외, 2016). 지역 기반 커뮤니티 비즈니스는 지역주민의 자발적 참여를 유발하고, 이를 바탕으로 마을 활성화 촉진 및 지역성 추구라는 두 가지 효과를 얻을 수 있기 때문에 그 의미는 크다(김경희·강신겸, 2020; Hayton, 2000).

지역 기반 커뮤니티 비즈니스를 확대하기 위한 다각도의 관광정책이 추진되고 있으며, 대표적인 관광정책 중 하나인 ‘관광두레사업’이 주목받고 있다. 관광두레사업은 2013년부터 시작되었으며, 기존 정부 중심의 지역시설 개발방식에서 벗어나 사회적 경제를 기반으로 한 개발방식으로 지역의 관광자원을 바탕으로 지역주민이 주도적으로 관광 비즈니스 공동체를 운영하는 형태로 전개된다(박주형, 2016). 관광두레사업은 과거 정부 중심의 지역 시설투자 및 선심성 지역개발을 통해 발생하는 부작용을 방지할 수 있는 대안으로 손꼽히고 있으며, 지역주민이 경제공동체 활동에 적극적으로 동참하고 스스로의 일자리를 창출할 수 있다는 선순환적 특징을 가지고 있다(서현, 2018).

관광두레사업은 문화체육관광부, 한국관광공사, 지방자치단체, 주민사업체 등 다양한 이해관계자들의 협력을 바탕으로 구성된 사업이며, 이들 간의 네트워크 형성 및 활용을

통해서 사업이 지속되는 특징을 가지고 있다(강동호 외, 2020). 관광두레사업을 통해 지역주민은 지역자원을 직접적으로 활용하여 관광상품을 만들고 지역 내에서 관광상품의 소비를 유도하며, 지역의 정체성을 노출할 수 있는 지역특산물, 기념품, 식음 등의 체험상품을 관광객들에게 제공하여 고유한 경험을 제공한다(명유진·박진영, 2023).

이러한 관광두레사업의 중요성에도 불구하고, 관련 연구의 흐름은 지방정부의 역할과 성과평가, 최적화된 성장방안 및 우선순위, 혁신 관점의 사업모델을 제안한 연구들이 주로 진행되었다(김경희·강신겸, 2020; 김남현 외, 2021; 김상민·이소영, 2020; 안덕수, 2021; 손세인·이충기, 2022). 상기 기술된 연구들은 관광두레사업 초기에는 중요한 결과 및 시사점을 제공할 수 있지만, 점차 관련 사업이 고도화되고 있는 현시점에서는 활성화 측면에서 의미를 제공할 수 있는 연구의 확장이 필요하다. 명유진·박진영(2023)의 연구에서 최근 주목받고 있는 위케이션을 통한 관광두레사업 활성화를 논의했지만, 현재 연구의 양적 및 질적 부분에서 부족하다.

아울러 기존 설문조사 및 AHP, 사례조사 방식에서 벗어나 소셜미디어 등을 통해 관광 소비자가 실제로 관심이 있는 영역과 동향을 탐색하는 연구는 다양한 관점에서 관광두레사업에 대한 결과를 제공할 수 있다(장두영·고민환, 2023). 이렇게 도출된 결과를 중심으로 관광두레사업에 활용할 수 있는 실질적인 활성화 방안을 제안하는 연구는 의미가 높을 것으로 사료된다.

따라서 본 연구의 목적은 첫째, 지역관광 영역에서 꾸준히 논의되고 있는 관광두레사업에 대한 다양한 관광소비자의 인식과 동향

을 규명하기 위해 주요 소셜미디어를 대상으로 비정형 데이터를 수집하여 연구를 진행하고자 한다. 둘째, 수집한 비정형 데이터를 바탕으로 의미연결망 분석을 통해 심층적인 결과를 도출 및 활성화 방안을 제언하고자 한다. 셋째, 정리된 결과를 중심으로 지역관광 산업에 적용할 수 있는 실천적 시사점 및 관광학계에서 기초자료로 활용할 수 있는 학술적 시사점을 도출하고자 한다.

II. 이론적 고찰

2.1 커뮤니티 비즈니스와 관광두레사업

‘커뮤니티(Community)’란 인간이 유기체적인 형태로 하나의 조직을 형성하고, 공동으로 추구하는 목표 또는 삶을 살면서 공존해 나가는 공동체’를 의미한다(김수중 외, 2002). ‘커뮤니티 비즈니스(Community Business)’에 대한 광의적 의미는 ‘지역사회 낙후에 대한 대안으로 지역이 가지고 있는 물적, 인적 등의 환경 자원을 통해 지역주민 스스로가 지역 사회를 기업의 형태로 운영하는 것’을 뜻한다(정의선 외, 2014). 커뮤니티 비즈니스는 해당 지역이 고질적으로 가지고 있는 사회적 문제를 해결하기 위한 특별한 접근방법이다(유영심 외, 2014). 커뮤니티 비즈니스는 1970년대 영국 스코틀랜드 지역의 ‘Community Business Scotland(CBS)’라는 중간 위치의 지원활동을 하는 유한회사에서 시작되었으며, 지역사회의 발전과 지역주민의 고용 창출을 중심으로 업무를 진행하였다(김현수·김철원, 2019). 커뮤니티 비즈니스는 지역주민과 지역자원의 활용과 활성화를 통해 삶의 질을 높

이는 방안이며, 시민성, 지역성, 사업성, 지속성, 자립성의 다섯 가지 필요적 요소를 가지고 있는 포괄적인 개념이다(손경주, 2008). 또한 지역사회에서 커뮤니티 비즈니스를 통해 발생한 이익은 다시 그 해당 지역으로 환원시켜야 하며, 직면한 사회경제적 현안은 지역주민 공동체의 활동과 자원 활용을 통해서 해결해 나가야 한다는 특징을 가지고 있다(윤준상 외, 2017).

관광영역에서 관광사업을 지원하기 위한 커뮤니티 비즈니스 정책은 다양한 형태로 운영되고 있으며, 대표적인 정책으로 ‘관광두레’를 손꼽을 수 있다. 관광두레란 ‘관광’과 ‘두레’라는 개념을 합하여 만든 관광정책 사업으로, ‘관광’은 정책사업을 뜻하며 ‘두레’는 주민이 운영하는 사업체를 뜻한다(김경희·강신겸, 2020). 관광두레는 해당 지역이 가지고 있는 고유한 특색이 반영된 숙박, 식음, 체험, 레저, 기념품 등을 생산 및 판매하는 사업체를 창업 및 경영할 수 있도록 밀접하게 지원하는 사업으로서, 지역주민의 자발적 동참과 사업체를 육성 및 지원하는 방식을 의미한다(이민규·유형숙, 2023). 관광두레는 2013년부터 시작되었으며, 문화체육관광부의 3개년 주기 정책사업이다(박주영, 2020). 1차 연도에는 지역주민 공동체 발굴 및 지역관광 콘텐츠 진단, 2차 연도에는 사업체의 역량 강화를 목적으로 한 컨설팅 및 창업, 경영개선 유도, 3차 연도에는 홍보마케팅 지원 및 조직 내 네트워크 강화 지원 등을 시행한다(명유진·박진영, 2023)

2.2 관광두레사업 관련 연구

관광두레사업 관련 연구는 해당 정책이 시

작된 2013년 이후부터 시작되었으며, 최근까지 주요 쟁점을 중심으로 진행되었다. 김경화·강신겸(2020)은 관광두레 주민사업체를 대상으로 거버넌스 구축과 지방정부의 역할에 관한 연구를 진행하였다. 이를 통해, 지역 자원의 불균형 및 문제 인식 공유가 거버넌스 구축의 유인요인으로 적용되었으며, 거버넌스 구축 단계에서 관광두레PD의 리더십과 역할은 매우 중요하다고 강조하였다. 또한 지방정부 역할은 지역의 다양한 행위자 역할과 함께 네트워크를 구성 및 확장하는데 기여해야 한다고 설명하였다. 강동호 외(2020)는 관광두레사업의 협력적 거버넌스 형성요인이 주민 참여와 성과에 미치는 영향을 살펴보았다. 연구 결과, 협력적 거버넌스 형성요인인 네트워크, 파트너십, 이해관계는 주민 참여인 협의와 권한에 유의미한 정(+)의 영향을 미치며, 네트워크와 이해관계는 정보제공에 유의미한 정(+)의 영향을 끼치는 것으로 나타났다. 또한 주민 참여인 권한, 정보제공, 협의는 재무적 성과에는 유의미한 정(+)의 영향을 미치며, 정보제공 및 협의는 비재무적성과에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 김상민·이소영(2020)은 내생적 지역발전 전략으로서의 관광두레사업 성과를 평가하는 연구를 진행하였다. 이를 통해, 관광두레사업 과정의 합리성이 경제적 및 사회적 성과 창출에 가장 큰 영향을 미치며, 관광두레PD의 리더십은 사업 성과에도 매우 의미 있는 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 아울러 현행제도 기반 및 사업운영 요인은 사회적 성과 창출에 긍정적이지 못한 영향을 끼치는 것으로 확인되었다. 안덕수(2021)는 한국형 지역 기반 관광두레의 체계적 성장 방안에 대한 탐색적 연구를 전문가 심층 인터뷰 방식으로

진행하였다. 연구 결과, 관광두레에 대한 이해력을 높이기 위해 다각도의 방안에 대한 고민이 우선 필요하며, 명확한 비전 제시 및 창업을 지원하기 위한 역량 강화 교육을 지원해야 한다고 설명하였다. 또한 관광두레PD의 역량 강화 및 성과 관리를 위해서 다양한 형태의 평가지표를 도입하여 적용하는 것이 필요하다고 강조하였다. 손세인·이충기(2022)는 AHP 분석을 통해 관광두레사업 요인 도출과 우선순위를 분석하는 연구를 진행하였다. 이를 통해, 가장 중요한 관광두레사업 구성 요인은 주민사업체라고 강조하였으며, 그 다음으로는 사업운영, 관광두레PD 역량, 홍보가 중요하다고 설명하였다. 또한 관광두레사업의 지속성을 높이기 위해서는 공공기관의 주도적 업무 진행 보다는 공동체 정신을 바탕으로 하는 지역주민의 적극적인 활동이 중요하다고 설명하였다. 명유진·박진영(2023)은 위케이션 전략을 기반으로 한 관광두레사업 활성화 방안에 대한 연구를 진행하였다. 연구 결과, 관광두레사업과 위케이션 모두 지역 경제에 대한 파급효과가 매우 크며, 관광두레사업과 위케이션의 연계 활동이 중요하다는 의견을 제시하였다. 아울러, 관광두레와 연계한 위케이션 활성화를 위해서는 일과 여가를 함께 즐길 수 있도록 관련 인프라 구축 및 다양한 유형의 체험 프로그램 개발이 관건이라고 설명하였다.

위에서 살펴본 바와 같이, 관광두레사업을 주제로 한 관광분야 연구는 꾸준히 진행되고 있다. 하지만 연구의 진행 방법이 AHP 분석 및 전문가 대상 심층 인터뷰 등 정성 연구도 많은 수를 차지하고 있다. 이에 본 연구에서는 소셜미디어에서 수집한 관광두레사업과 관계성이 높은 단어를 중심으로 의미연결망

분석을 접목하여 연구를 진행하고자 한다.

2.3 의미연결망 분석 개념 및 관련 연구

어느 특정한 개념을 규정하기 위해서는 그 개념과 연결된 ‘마디(Node)’와 ‘연결(Link)’을 통해 구성된 ‘연결망(Network)’을 심층적으로 해석하며 개념을 정립할 수 있다(Collins & Loftus, 1975). 이런 연결망 분석을 통해서 개념들 사이에 관계는 물론, 형성된 ‘내용(Contents)’까지 유추하여 해석할 수 있으며, 추가적인 시각화 형성을 통하여 총체적인 대상 간의 관계를 확인할 수 있다(신배정·장희순, 2014; Woelfel & Barnett, 1982).

‘의미연결망 분석(Semantic network analysis)’은 텍스트 즉, 특정 단어들 사이에 관계를 ‘사회연결망 분석(Social network analysis)’에 접목하여 진행하는 언어네트워크 분석의 한 형태로 설명할 수 있다(Wasserman & Faust, 1994). 의미연결망 분석은 단어 구조의 상호작용을 기반으로 하며, 특정 관계를 바탕으로 세부적인 의미를 해석할 수 있으며, 각각의 단어 사이에 의미론적 연관성을 파악할 수 있다(박한우 & Leydesdorff, 2004). 의미연결망 분석에서는 ‘밀도(Density)’, ‘중심성(Centrality)’, ‘구조적 등위성(Structural Equivalence)’ 등의 결과를 해석할 수 있으며, 대표적인 중심성 분석에서는 ‘연결중심성(Degree Centrality)’과 ‘위세중심성(Eigenvector Centrality)’ 등의 수치데이터를 바탕으로 해당 연구주제에 대한 단어 간의 관계 및 연결 정도 및 강도 등을 해석한다(Bonacich, 1987).

최근 페이스북, 트위터, 유튜브 등 소셜미디어 공간에서 이루어지는 다양한 온라인 활

동과 관계를 비정형 데이터 형식으로 축적하여 연구에 활용하고 있으며, 이러한 비정형 데이터는 작은 관점에서는 개별적 정보에 지나지 않지만, 거시적인 관점에서는 활동성 및 상호작용이 큰 유의미한 데이터로 설명할 수 있다(Luo & Zhong, 2015).

이러한 비정형 데이터를 소셜미디어에서 추출하고 다양한 관광정책과 관광학적인 현상, 관광소비자의 인식 등을 분석하고 각각도의 시사점을 제언하는 연구들이 활발하게 진행되고 있다. 김학선(201)은 음식관광을 주제로 의미연결망 분석을 활용하여 탐색적 연구를 진행하였다. 이를 통해, 음식, 경험, 관광객, 와인, 서비스, 소비자, 교육, 오락, 문화 등의 단어들이 음식관광과 밀접한 관계를 보인다고 설명했으며, 구조적 등위성을 규명하는 분석 방법론인 CONCOR 분석을 통해 총 4가지 와인관광 관련 군집을 도출하였다. 박득희(2021)는 의미연결망 분석을 통해 코로나19 이전과 이후의 안동관광에 대한 변화된 여론에 주목하여 연구를 진행하였다.

이를 통해, 코로나19 이전과 이후의 안동관광에 대한 관광객들의 변화된 인식을 확인하였으며, 특히 QAP 상관분석을 통해 코로나19 이전과 이후의 낮은 상관관계를 규명하였다. 양승훈(2022)은 의미연결망 분석을 활용하여 스포츠 관광 목적지로서의 크루즈를 연구하였다. 연구 결과, 해양, 상품, 산업, 한국, 중국 등의 단어가 중심성이 높은 단어로 확인되었으며, CONCOR 분석을 통해 도출된 군집은 선박 다양화를 통한 스포츠 메뉴 확보 및 SIT 관점의 스포츠매니아 확보 등으로 확인되었다.

본 연구에서는 상기 연구에서 논의된 의미연결망과 CONCOR 분석 등을 활용하여 최근

까지도 관광 분야에서 꾸준히 연구주제로 채택하고 있는 관광두레사업에 대한 이슈 탐색 및 활성화 방안에 대해 제안하고자 한다.

III. 연구방법

3.1 연구문제

지역관광의 핵심 요소로 자리 잡고 있으며, 관광 패러다임 변화에 중심에 서 있는 관광두레사업을 대상으로 연구를 시행하고자 한다. 관광두레사업에 대한 현황을 살펴볼 수 있는 최근 3년(2019년 11월 1일~2023년 10월 31일) 기간을 대상으로 네이버, 구글 등 주요 소셜미디어에서 비정형 데이터를 추출하고자 한다. 수집한 관광두레사업과 연관성이 높은 단어는 대상으로 분석을 진행하고, 결과를 도출하기 위하여 아래와 같이 세부 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1 : 주요 소셜미디어를 활용하여 집한 관광두레사업 관련 단어의 빈도, 심성 분석 결과는 어떠한가?

연구문제 2 : 상기 도출된 결과를 바탕으로 관광두레사업 관련 단어들은 어떠한 개념적 특징을 보여주고 있는가?

연구문제 3 : 관광두레사업 관련 단어의 분석 결과를 통하여 적용할 수 있는 활성화 방안에는 어떠한 부분을 확인할 수 있는가?

3.2 자료수집 및 분석과정

본격적으로 연구를 시행하기 위해 관광두

레사업과 관련성이 높은 단어를 수집하는 것이 필요하다. 효율적인 단어 수집을 위하여 비정형 데이터 수집 사이트인 '텍스톰(Textom)'을 이용하였다. 이는 개별 단어를 수기로 수집할 경우, 오랜 시간이 소요되며 정확성 또한 감소하는 현상이 발생하기 때문에 최근 관광 분야 의미연결망 분석연구에서는 상기 기술한 전문 수집 사이트를 통해 비정형 데이터를 수집하여 관련 연구를 진행한 다(Cho, 2021). 우선 텍스톰 사이트에서 서비스로 제공하는 검색량 추이 분석을 통해서 관광두레사업에 대한 단어의 과거부터 최근 까지 검색 동향을 확인하였다. 확인 결과, 본 연구의 적용에는 무리가 없다고 판단하여 관련 단어 수집 절차를 진행하였다. 단어 검색 부분에 '관광두레'에 대한 단어를 기입하고, 네이버, 구글 등 주요 소셜미디어를 선택한 후 수집을 진행하였다. 이렇게 수집된 비정형 데이터는 3,874개(1.64MG)로 확인되었다. 세부적으로 추출한 데이터 범위는 공식적인 사업내용 등을 보도하는 뉴스를 제외한 블로그, 카페, 지식인, 페이스북 등에서 비정형 데이터를 수집하였다.

수집한 관광두레사업 관련 단어를 총 6단계의 분석과정을 적용하여 연구를 진행하였다. 과거 관광 분야에서 선행된 의미연결망 연구에서 적용한 6단계의 과정을 본 연구에서도 동일한 형태로 반영하였다(지윤호·한장현, 2022; 박태수, 2020). 1~2단계는 관광두레사업과 관련성 높은 단어를 대상으로 빈도수가 높은 유의미한 60개 단어를 최종 선정하고, 의미연결망 분석을 위한 관계형 매트릭스를 구성하는 단계이다. 3~4단계는 구체적인 중심성 분석 등의 주요 결과도출을 위한 분석 단계이다. 이렇게 도출된 결과를 결과의

<표 1> 관광두레사업 관련 의미연결망 분석과정

단 계	분석과정	비 고
1단계	- 관련성 높은 총 60개 단어 확정	
2단계	- 총 60개 단어 대상 관계형 매트릭스 구성	
3단계	- 중심성(연결, 위세), 의미연결망 분석 단계별 시행	
4단계	- 의미연결망 분석 결과 기반 시각화 시행	
5단계	- 구조적 등위성 관련 CONCOR 분석 시행	
6단계	- CONCOR 분석 결과 기반 시각화 시행	

해석의 이해를 돕기 위해 시각화를 시행하였다. 5~6단계는 구조적 등위성을 규명하기 위한 CONCOR 분석을 진행하고, 이를 바탕으로 나타난 결과를 중심으로 시각화를 시행하였다. 관광두레사업 관련 의미연결망 분석을 위한 분석과정은 <표 1>과 같다.

IV. 연구결과

4.1 관광두레사업 관련 분석결과

관광두레사업의 범주에서 관련성이 가장 높고 많이 노출된 단어는 ‘지역(858)’이다. 관광두레사업은 지역주민의 공동체를 기반으로 그 지역이 가지고 있는 특색을 반영하여 창업을 지원하고 육성하는 사업으로 그 사업의 바탕이 지역이기 때문에 나타나는 결과로 보인다. 그다음으로 많이 확인된 단어는 ‘관광(834)’, ‘사업(725)’, ‘한국관광공사(725)’, ‘선정(583)’, ‘주민사업체(569)’, ‘두레(559)’, ‘주민(449)’, ‘모집(438)’, ‘지원(404)’, ‘체험(327)’, ‘여행(311)’, ‘참여(304)’, ‘진행(284)’, ‘운영(246)’, ‘신규(231)’, ‘사업체(206)’, ‘문화체육관광부(204)’, ‘활동(203)’,

‘창업(188)’, ‘홍보(183)’, ‘지역주민(177)’, ‘시작(173)’, ‘시작(173)’, ‘안내(170)’, ‘교육(164)’, ‘공동체(159)’, ‘육성(153)’, ‘카페(153)’, ‘채용(149)’, 서포터즈(144)’, ‘경남(143)’, ‘관광사업(139)’, ‘소개(138)’, ‘공모(137)’ 등으로 나타났다. 관광두레사업과 연관성이 높은 단어의 출현빈도 분석 결과는 <표 2>에 정리하였다.

그다음 분석 절차로 중심성 분석을 진행하였다. ‘중심성(Centrality)’은 한 ‘마디(Node)’ 즉, 단어가 전체 ‘연결망(Network)’ 내에서 얼마나 중심부에 위치하였거나, 다른 단어에 비해서 얼마나 큰 영향력을 가지고 있는가를 확인할 수 있는 지표이다(Bonacich, 1987).

‘연결중심성(Degree Centrality)’은 한 단어가 다른 단어와 잘 연결되어 있는지를 확인할 수 있는 지표이며, 연결중심성 결과를 통해서 단어가 연결망 구조 안에서 어느 정도의 중심에 위치하는 지를 확인할 수 있다(Knoke & Yang, 2019). ‘위세중심성(Eigenvector Centrality)’은 한 단어가 연결망 사이에서 얼마나 큰 영향력을 발휘하고 있고, 중요성이 있는가를 확인할 수 있으며 단어가 연결된 상대에 가중치를 두고 중심 단어와 관계가 강할수록 높은 결괏값을 보여주게 된다(Bonacich,

<표 2> 관광두레사업 관련 빈도분석 결과

단어	빈출빈도	비율	단어	빈출빈도	비율
지역	858	1.091	경남	143	.181
관광	834	1.061	관광사업	139	.176
사업	725	.922	소개	138	.175
한국관광공사	725	.922	공모	137	.174
선정	583	.741	숙박	135	.171
주민사업체	569	.724	대표	135	.171
두레	559	.711	아카데미	133	.169
주민	449	.571	신청	127	.161
모집	438	.557	예비	126	.160
지원	404	.514	상품	124	.157
체험	327	.416	특색	122	.155
여행	311	.395	추진	121	.153
참여	304	.386	행사	120	.152
진행	284	.361	문화	118	.150
운영	246	.313	기념품	115	.146
신규	231	.293	전국	114	.145
사업체	206	.262	청년	114	.145
문화체육관광부	204	.259	관심	113	.143
활동	203	.258	이야기	112	.142
창업	188	.239	고유	110	.139
홍보	183	.232	프로그램	106	.134
지역주민	177	.225	식음	106	.134
시작	173	.220	컨설팅	106	.134
안내	170	.216	주민공동체	105	.133
교육	164	.208	발굴	105	.133
공동체	159	.202	인천	104	.132
육성	153	.194	관광객	103	.131
카페	153	.194	지역관광	101	.128
채용	149	.189	안동	101	.128
서포터즈	144	.183	축제	98	.124

1987).

본 연구에서는 관광 연구에서 주로 적용되고 있으며, 해당 연구주제 결과를 보다 용이하게 해석할 수 있는 연결중심성과 위세중심성 지표를 중심으로 분석을 진행하였다. 관광 분야 의미연결망 선행연구에서는 연결중심성 수치가 .09~.005 수준으로 나타나고 있으며, 위세중심성의 경우도 .2 수준으로 도출되고 있다(박득희, 2021; 한장현, 2023). 덧붙여

본 연구의 연결망 구조는 글로벌한 형태의 단어로 수집 및 분석이 진행되지 않았으며, 로컬한 형태의 단어가 대다수로 수집되어 연구가 진행되었기 때문에 근접중심성 및 매개중심성은 본 연구의 분석과정에서 삭제하였다(차혜경·기영화, 2014).

연결중심성 및 위세중심성 분석을 진행하기 위하여 연결망 분석 프로그램인 ‘UCINET’을 활용하여 분석을 진행하였다. ‘UCINET’에 선

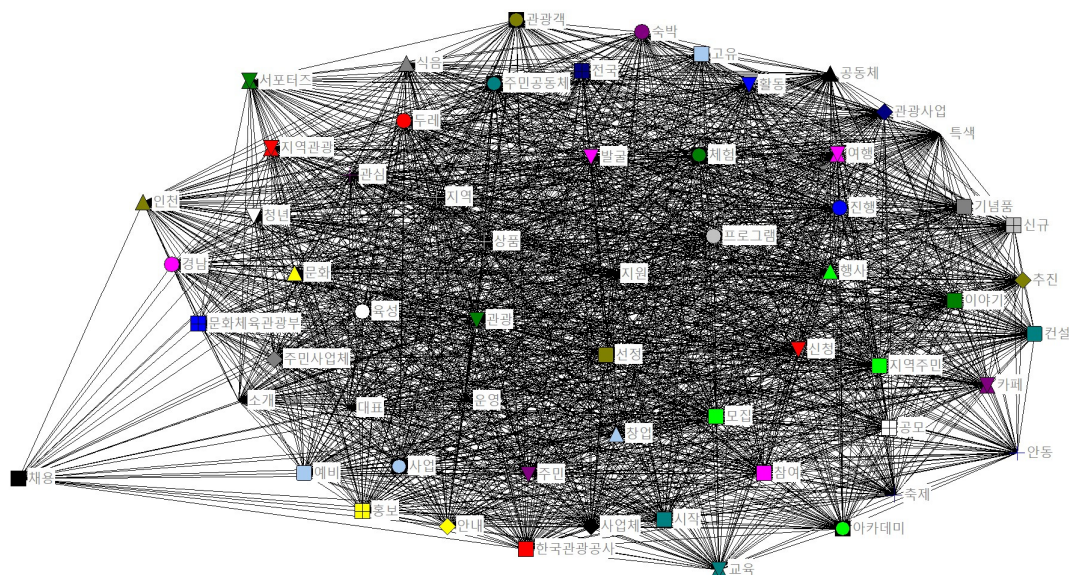
<표 3> 관광두레사업 관련 중심성 분석 결과

단어	연결	위세	단어	연결	위세
지역	.021	.214	경남	.004	.039
관광	.08	.589	관광사업	.005	.047
사업	.039	.365	소개	.002	.018
한국관광공사	.009	.095	공모	.003	.032
선정	.008	.079	숙박	.002	.02
주민사업체	.014	.14	대표	.001	.014
두레	.058	.525	아카데미	.002	.018
주민	.026	.249	신청	.002	.015
모집	.007	.066	예비	.003	.028
지원	.008	.081	상품	.002	.024
체험	.007	.074	특색	.002	.018
여행	.009	.088	추진	.002	.022
참여	.004	.037	행사	.002	.02
진행	.003	.028	문화	.01	.107
운영	.003	.031	기념품	.002	.019
신규	.004	.042	전국	.002	.018
사업체	.02	.194	청년	.002	.021
문화체육관광부	.005	.051	관심	.001	.013
활동	.003	.033	이야기	.001	.01
창업	.003	.031	고유	.002	.017
홍보	.002	.026	프로그램	.001	.011
지역주민	.003	.028	식음	.002	.017
시작	.002	.018	컨설팅	.002	.015
안내	.001	.013	주민공동체	.002	.016
교육	.003	.031	발굴	.002	.016
공동체	.004	.042	인천	.002	.023
육성	.003	.03	관광객	.001	.011
카페	.001	.016	지역관광	.003	.028
채용	.001	.01	안동	.001	.011
서포터즈	.002	.019	축제	.001	.011

정된 60개의 단어 매트릭스를 입력하고, 중심성 결과에 대한 산출 및 결과를 정리하였다.

연결중심성 분석 결과, ‘관광(.08)’, ‘두레(.058)’, ‘사업(.039)’, ‘주민(.026)’, ‘지역(.021)’, ‘사업체(.02)’, ‘주민사업체(.014)’, ‘문화(.01)’, ‘한국관광공사(.009)’, ‘여행(.009)’, ‘선정(.008)’, ‘지원(.008)’, ‘모집(.007)’, ‘체험(.007)’, ‘문화체육관광부(.005)’, ‘관광사업(.005)’, 참여(.004)’, ‘신규

(.004)’, ‘공동체(.004)’ 등의 순서로 나타났다. 위세중심성 분석 결과, ‘관광(.589)’, ‘두레(.525)’, ‘사업(.365)’, ‘주민(.249)’, ‘지역(.214)’, ‘사업체(.194)’, ‘주민사업체(.14)’, ‘문화(.107)’, ‘한국관광공사(.095)’, ‘여행(.088)’, ‘지원(.081)’, ‘선정(.079)’, ‘체험(.074)’, ‘모집(.066)’, 문화체육관광부(.051)’, ‘관광사업(.049)’, ‘신규(.042)’, ‘공동체(.042)’, ‘경남(.039)’ 등의 순서로 나타



<그림 1> 관광두레사업 관련 의미연결망 분석 시각화 결과

났다. 연결중심성 및 위세중심성 분석 결과는 <표 3>에 정리하였다. 연결중심성 및 위세 중심성 분석 결과를 중심으로 의미연결망 분석 결과를 시각화한 이미지는 <그림 1>에 구성하였다.

4.2 관광두레사업 관련 CONCOR 분석결과

관광두레사업과 연관성이 깊은 단어 간의 상관계수를 바탕으로 구조적 등위성 결과를 반영하는 ‘CONCOR(CONvergence of iterated CORrealtion)’ 분석을 진행하였다. CONCOR 분석은 등위적 계층을 규명할 수 있을 뿐만 아니라 단어들의 등위적 관계 형태도 파악할 수 있기 때문에 관광 분야의 의미 연결망 연구에서 추가적인 담론을 해석하기 위하여 진행하고 있다(곽기영, 2017; 박태수, 2020).

관광두레사업 관련 CONCOR 분석을 절차

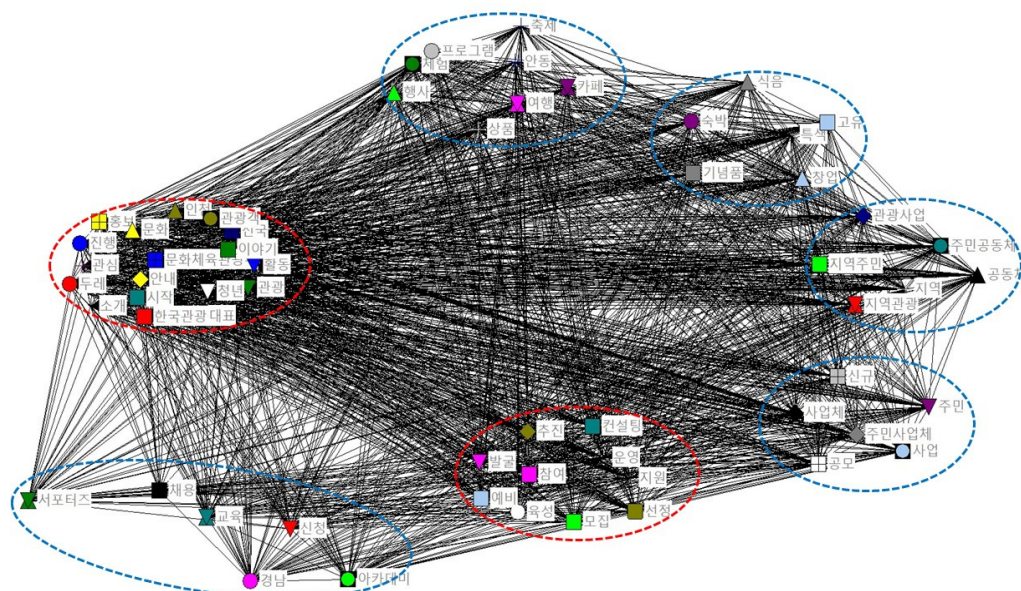
와 같이 시행한 결과, 총 7개의 군집이 형성되었다(R값 : .053). 중심군집은 2개, 주변군집은 5개가 형성되었다. 군집명은 도출된 군집 내 단어들의 속성과 의미, 특징 등을 반영하여 명명하였다. 중심군집 중에 첫 번째 군집은 관광객, 전국, 활동, 관광, 청년, 이야기, 시작, 소개, 관심, 홍보, 문화 등으로 구성되었으며, 군집명은 '대표 성공사례'로 명명하였다. 두 번째 군집은 육성, 모집, 선정, 지원, 운영, 컨설팅, 추진, 예비, 발굴 등으로 구성되었으며, 군집명은 '사업모집 및 컨설팅'으로 명명하였다. 주변군집 중 첫 번째 군집은 축제, 체험, 프로그램, 행사, 상품, 카페, 안동 등으로 구성되었으며, 군집명은 '안동 운영사례'로 명명하였다. 두 번째 군집은 숙박, 식음, 기념품, 창업, 특색 등으로 구성되었으며, 군집명은 '주요 운영상품'으로 명명하였다. 세 번째 군집은 관광사업, 지역주민, 지역관광, 주민공동체 등으로 구성되었으며, 군집명은

<표 4> 관광두레사업 관련 CONCOR 분석 결과

군집명		주요 단어	비 고
중심 군집	대표 성공사례	관광객, 전국, 활동, 관광, 청년, 이야기, 시작, 소개, 관심, 진행, 홍보, 안내, 문화, 인천	
	사업모집 및 컨설팅	육성, 모집, 선정, 지원, 운영, 컨설팅, 추진, 예비, 발굴, 참여	
주변 군집	안동 운영사례	축제, 체험, 프로그램, 행사, 여행, 상품, 카페, 안동	
	주요 운영상품	숙박, 식음, 기념품, 창업, 특색, 고유	
	지역공동체 운영	관광사업, 지역주민, 지역관광, 주민공동체, 공동체	
	주민사업체 공모	신규, 사업체, 주민사업체, 주민, 공모	
	관광두레PD 육성	서포터즈, 채용, 교육, 신청, 아카데미, 경남	

‘지역공동체 운영’으로 명명하였다. 네 번째 군집은 신규, 사업체, 주민사업체 등으로 구성되었으며, 군집명은 ‘주민사업체 공모’로 명명하였다. 다섯 번째 군집은 서포터즈, 채용, 신청, 아카데미 등으로 구성되었으며, 군집명

‘관광두레PD 육성’으로 명명하였다. 관광두레 사업과 관련한 CONCOR 분석 결과는 <표 4>에 정리하였고, CONCOR 분석 결과값을 기반으로 한 시각화 이미지는 <그림 2>에 구성하였다.



<그림 2> 관광두레사업 관련 CONCOR 분석 시각화 결과

V. 결 론

지역주민이 주도하는 지속 가능한 지역관광 생태계 구축을 위해 2013년부터 시작된 관광두레사업은 지역 기반 관광 활성화를 위한 과정 중심 및 관계 기반의 관광정책 사업이다(문화체육관광부·한국관광공사, 2023). 관광두레사업은 공동체성, 지속가능성, 지역성이라는 3대 핵심 비전 및 가치 구현을 위해 주요 관광지역에서 지역주민과 지역자치단체 등이 함께 공동으로 노력하는 사업이다. 이런 지역관광의 자생력 확보를 위해 민관이 함께 추진하는 관광두레사업을 대상으로 본 연구에서는 시대적 중요성 바탕으로 관광두레사업에 대한 다양한 이슈를 탐색하고, 향후 적용 가능한 활성화 방안을 수립하기 위해 진행되었다.

연구 과정을 통해 확인된 연구 결과는 아래와 같다. 첫째, 관광두레사업에 대한 관광소비자의 인식과 동향을 살펴보면, 지역, 관광, 사업, 한국관광공사, 선정, 주민사업체, 두레, 주민, 모집, 지원, 체험, 여행, 참여, 진행, 운영 등이 빈번하게 논의되는 것으로 확인되었다. 관광두레사업은 문화체육관광부와 한국관광공사를 중심으로 지역주민과 주민사업체를 통해서 진행되는 관광정책 사업이며, 지역을 대표하는 다양한 숙박, 식음, 기념품 등 체험 및 여행상품을 통해 관광객의 참여를 증대시켜 지역관광을 활성화시키는 사업이다. 따라서 이와 관련된 내용을 중심으로 관광두레사업과 밀접한 관계가 있는 단어가 높은 출현빈도를 나타낸 것으로 보인다. 둘째, 관광두레사업과 관련성이 큰 단어를 중심으로 연결중심성 및 위세중심성 분석을 시행한 결과, 관광, 두레, 사업 외 주민, 지역, 주민사업체,

문화, 지원, 체험 등이 높은 연결중심성 및 위세중심성 결과를 나타낸 것으로 확인되었다. 특히 빈도분석 결과와는 달리 주민, 사업체, 문화, 공동체 등의 단어는 연결중심성 및 위세중심성 결과가 높게 나타났다. 셋째, CONCOR 분석을 통해 중심군집 2개 및 주변군집 5개를 확인하였다. 도출된 군집명은 대표 성공사례, 사업모집 및 컨설팅, 안동 운영사례, 주요 운영상품, 지역공동체 운영, 주민사업체 공모, 관광두레PD 육성으로 확인되었다. 이러한 군집 도출의 결과를 통해서 최근 관광두레사업에 대한 강한 인식과 이슈를 확인할 수 있었다.

상기 기술한 연구 결과를 중심으로 정리한 학술적 및 실천적 시사점은 아래와 같다. 첫째, 최근까지 진행된 관광두레사업 관련 연구들은 AHP 분석, 전문가 심층인터뷰 등을 활용한 정성 연구 형태와 거버넌스 구축을 통한 지역주민 참여와 성과 등을 살펴보는 연구, 설문조사를 활용한 연구가 주로 진행되었다. 본 연구에서는 관광소비자 관점에서 관광두레사업에 대하여 어떠한 인식을 가지고 있고, 최근 쟁점화되고 있는 부분이 무엇인지를 살펴봐왔기 때문에 향후 활용할 수 있는 연구의 기본자료를 제공했다는 점에서 그 의의가 크다. 둘째, 최근 관광 분야에서 다양한 이슈를 탐색하고, 그 의미를 해석하기 위하여 의미연결망 연구가 점차 확대되고 있다. 지역관광 생태계의 선순환을 이끌 수 있는 관광두레사업 관련 주제를 중심으로 의미연결망 분석을 통해서 주요 단어 간 상관성 및 영향력을 세부적으로 분석하여 결과를 도출했다는 점은 관련 연구의 확장 측면에서 의미가 크다. 셋째, CONCOR 분석 결과에서 도출된 관광두레사업의 대표 성공사례는 관광소비자에게 잘

인식되고 있는 것으로 확인되었다. 또한 사업의 성과를 좌우할 수 있는 모집 및 컨설팅에 대한 부분도 잘 인지되고 있었다. 아울러 안동지역의 ‘몸·맘 힐링’ 카페형 체험장 운영과 관광두레 상품에 대한 부분도 확인할 수 있었다. 관광두레사업을 보다 활성화하기 위해서는 안동지역의 사례와 같이 지역만의 고유한 정체성을 잘 살리고, 그 지역의 향수 및 특색을 스토리텔링화하여 확산시킬 수 있는 다각도의 체험형 프로그램 개발 및 마케팅이 중요할 것으로 보인다. 특히 지역 관광목적지에서 ‘休味樂(휴미락)’을 잘 경험할 수 있도록 지역관광 콘텐츠를 잘 개발하고, 운영 고도화를 통해 효율성을 높이는 것도 중요한 부분이라고 판단된다. 명유진·박진영(2023)의 연구에서처럼 위케이션과 같은 최근 트렌드와 관광두레사업을 연계하여 시너지를 유발시킨다면 다양한 관광객 계층의 유입과 비수기 타개에도 효과적으로 활용될 것으로 보인다. 덧붙여 관광두레사업 선행 연구에서 강조한 바와 같이, 열정적인 관광두레PD의 채용과 교육 등의 인력육성에도 큰 역량을 쏟아야 할 것이다. 우수 관광두레PD 인력을 대상으로 활동기간 보장 및 인센티브 확대를 통해서 동기부여를 확대하는 것도 필요할 것으로 사료된다. 마지막으로 관광두레사업 관련 숙박과 식음 부분 제공에서도 지역 내 고유한 특색이 잘 반영되고, 가능한 범위에서 고품질로 제공할 수 있도록 만반의 준비가 필요할 것이다.

향후 연구 계획은 다음과 같다. 최근 정성 연구의 취약점을 보완하기 위해 혼합연구방법론을 통해 정성 및 정량 연구를 혼합하여 진행하고 있다. 본 연구에서도 확인된 결과를 바탕으로 추가적인 결과를 도출할 수 있도록 정성 연구를 일부 보완하여 연구를 진행한다

면 연구의 완성도 확보에도 기여할 수 있을 것으로 판단된다.

참고문헌

- 곽기영(2017). 『소셜네트워크분석: 2판』. 서울: 청람.
- 강동호·하정우·김창수(2020). 관광두레사업 협력거버넌스 형성요인이 주민 참여와 성과에 미치는 영향. 『관광경영연구』, 98, 27-50.
- 김경희·강신겸(2020). 관광 커뮤니티 비즈니스를 위한 거버넌스 구축 및 지방정부의 역할에 관한 연구-관광두레 주민사업체를 대상으로. 『동북아관광연구』, 16(2), 1-23.
- 김경희·야스모토 아츠코·이연택(2016). 관광 커뮤니티 비즈니스 정책의 협력적 거버넌스 형성 영향요인 -관광두레사업을 대상으로-. 『관광학연구』, 40(6), 11-30.
- 김남현·최정자·주재훈(2021). 사회혁신 관점에서의 지역 공동체기반 관광 모델에 대한 탐색적 연구: 관광두레를 중심으로. 『관광연구저널』, 35(9), 5-22.
- 김상민·이소영(2020). 내생적 지역발전 전략으로서의 관광두레사업 성과평가-주체간 협력과 성과에 대한 참여자 인식을 중심으로. 『한국지방자치학회보』, 32(1), 1-33.
- 김수중·이동희·이봉재·한승완·권용혁. (2002). 『공동체란 무엇인가』, 서울: 이학사.
- 김학선(2017). 빅데이터를 활용한 음식관광 관련 의미연결망 분석의 탐색적 적용. 『Culinary Science & Hospitality

- Research』, 23(4), 22-32.
- 김현수·김철원(2018). 관광두레의 협력적 거버넌스 형성요인과 성과에 관한 연구: 관광두레 PD 역할의 조절효과를 중심으로. 『관광연구저널』, 32(7), 35-50.
- 문화체육관광부·한국관광공사(2023). 2023 관광두레 업무 매뉴얼: 2023.3.30. 개정.
- 명유진·박진영(2023). 위케이션 전략을 통한 지속가능한 관광두레 조성사업 활성화 방안. 『호텔관광연구』, 25(3), 73-87.
- 박득희(2021). 코로나 19 발병 전·후로 나타난 안동관광에 대한 변화된 여론 및 관광니즈의 분석: 소셜미디어 빅데이터를 활용한 텍스트 마이닝과 의미연결망 분석. 『호텔경영학연구』, 30(5), 231-246.
- 박득희(2021). 다 (多) 관광활동 행동에서 관광활동 간의 연결 패턴 조사: 경기도를 사례로. 『GRI 연구논총』, 23(2), 31-53.
- 박주영(2016). 2016 관광두레 전국대회 “진짜 여행의 가치, 관광두레와 같이”. 『한국관광정책』, (66), 87-92.
- 박주영(2020). 『관광두레 법제화 방안 연구』. 한국문화관광연구원.
- 박태수(2020). 해양관광 활성화 방안 도출을 위한 빅데이터 분석 연구. 『관광레저연구』, 32(7), 179-194.
- 박한우·Leydesdorff(2004). 한국어의 내용분석을 위한 KrKwic 프로그램의 이해와 적용. 『Journal of The Korean Data Analysis Society (JKDAS)』, 6(5), 1377-1387.
- 서현(2018). 관광두레의 제약요인에 관한 연구: 중요도-성취도 분석 (Importance Performance Analysis) 을 통하여. 『관광레저연구』, 30(4), 45-59.
- 손경주(2008). 커뮤니티 비즈니스(Community Business) 외. 『국토』, 46-46.
- 손세인·이충기(2022). AHP 를 활용한 관광두레사업 요인 도출과 우선순위 분석. 『관광레저연구』, 34(2), 119-134.
- 신배정·장희순(2014). ‘부동산’용어의 의미연결망 분석. 『주거환경』, 12(1), 101-113.
- 유영심·임관혁·구완희(2014). 관광분야 커뮤니티비즈니스 활성화 전략-강원도를 중심으로. 『관광경영연구』, 62, 301-316.
- 이민규·유형숙(2023). 관광두레 사업의 인지도에 관한 연구: Q 방법론의 적용. 『한국관광레저학회 학술발표대회』, 85-96.
- 윤준상·김성록·김현상·김두순(2017). 농촌 커뮤니티 비즈니스의 리더십과 경영 역량: 조직 형태와 주민 참여율을 중심으로. 『한국지리학회지』, 6(1), 15-30.
- 안덕수(2021). 한국형 지역기반관광 관광두레의 체계적 성장방안에 관한 탐색적 연구: 전문가 심층인터뷰를 중심으로. 『관광경영연구』, 25(2), 257-277.
- 양승훈(2022). 스포츠 관광 목적지로서 크루즈: 의미연결망 분석. 『융합관광콘텐츠연구』, 8(2), 115-128.
- 지윤호·한장현(2022). 관광분야 NFT 패러다임 탐색 및 향후 발전방안 수립 연구: TF-IDF 및 의미연결망 분석을 중심으로. 『인터넷전자상거래연구』, 22(2), 131-146.
- 진희영·이지홍·임주라·박진아·구상화·김영준·김창희(2021). 지역축제 인지도가 효율성에 미치는 영향. 『서비스경영학회지』, 22(1), 91-110.
- 장두영·고민환(2023). 텍스트 마이닝을 활용

- 한 금산인삼축제에 관한 인식 연구. 『관광연구저널』, 37(3), 95-106.
- 정의선·이영진·이광표(2014). 커뮤니티비즈니스형 어촌관광사업의 영향인식과지지도 관계분석-논골담길 공공미술과 어촌체험마을 비교. 『관광학연구』, 38(9), 99-122.
- 차혜경·기영화(2014). 온라인 커뮤니티 참여 고령자 간 공유된 의미구조 분석: 의미연결망 분석을 중심으로. 『사회복지정책』, 41(4), 325-349.
- 한장현(2023). 관광 빅데이터 분석을 활용한 보령머드축제 관련 동향 탐색 연구. 『디지털산업정보학회 논문지』, 19(3), 165-175.
- Bonacich, P.(1987). Power and centrality: A family of measures. *American journal of sociology*, 92(5), 1170-1182.
- Cho, Y. (2021). Awareness and Resolution of Touristification in Korea Using Social Media Big Data Analytics. *Global Business and Finance Review*, 26(1), 68-78.
- Collins, A. M., & Loftus, E. F.(1975). A spreading-activation theory of semantic processing. *Psychological review*, 82(6), 407.
- Drieger, P.(2013). Semantic network analysis as a method for visual text analytics. *Procedia-social and behavioral sciences*, 79, 4-17.
- Hayton, K.(2000). Scottish community business: an idea that has had its day?. *Policy & Politics*, 28(2), 193-206.
- Knoke, D., & Yang, S.(2019). Social network analysis. SAGE applications. CAMBRIDGE publications.
- Luo, Q., & Zhong, D.(2015). Using social network analysis to explain communication characteristics of travel-related electronic word-of-mouth on social networking sites. *Tourism Management*, 46, 274-282.
- Wasserman, S., & Faust, K.(1994). Social network analysis: Methods and UNIVERSITY PRESS.
- Woelfel, J., & Barnett, G. A.(1982). Multidimensional scaling in Riemann space. *Quality and Quantity*, 16(6), 469-491.