

스키장 이용객의 긍정적 노스탤지어가 여가정체성 및 상징적 여가소비에 미치는 영향

윤영선¹

¹대진대학교 교수

The effect of positive nostalgia of ski resort users on leisure identity and symbolic leisure consumption

Yoon, Young-Sun¹

¹Daejin University

Abstract

The purpose of this study was to clarify the influence between positive nostalgia and leisure identity and symbolic leisure consumption of ski resort users. In order to achieve this goal, from December 2019 to February 2020, we visited ski resorts in Gyeonggi-do and Gangwon-do and collected a total of 424 data. The same conclusion was drawn. First, among the sub-factors of positive nostalgia, positive self-esteem, positive emotions, and social solidarity had a significant positive (+) effect on all sub-factors of leisure identity, and the meaning of life was positive (+) only for group identification factors. Influenced. Second, among the sub-factors of positive nostalgia, social solidarity had a significant positive (+) effect on all sub-factors of symbolic leisure consumption, and positive emotions had a positive (+) effect on pleasure and communication factors. Crazy, and the meaning of life had a positive (+) effect only on pleasure factors. Third, emotional attachment among the sub-factors of leisure identity had a significant positive (+) effect on all sub-factors of symbolic leisure consumption, and respect had a positive (+) effect on communication and display factors. . On the other hand, the influence between leisure identity and other important factors was not significant.

Key words : Ski resort users, positive nostalgia, leisure identity, symbolic leisure consumption

주요어 : 스키장 이용객, 긍정적 노스탤지어, 여가정체성, 상징적 여가소비

Address reprint requests to : Yoon, Young-Sun

Daejin University, Hoguk-ro 1007, Pocheon-si, Gyeonggi-do, 11159, Korea

E-mail: yoonys@daejin.ac.kr

Received: November, 9, 2020 Revised: December, 5, 2020 Accepted: December, 17, 2020

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

2020년 현재 우리나라에는 총 16개소(경기 5개소, 강원 9개소, 전북 1개소, 경남 1개소)의 스키장이 있으며 각 지역의 특성과 슬로프 난이도 및 부대시설을 차별화하는 전략으로 겨울철 여가스포츠 활동의 최적 장소임을 홍보하고 있다. 그러나 스포츠마케팅의 영역에서 접근성, 편리성, 비용 및 서비스 측면에서의 전략적 제안은 다수의 선행연구에서 이루어지고 있으나 여가스포츠로서 혹은 여가스포츠 활동 장소로서의 장점을 부각시키기 위한 감성적 측면에서의 접근은 미흡한 실정이다.

‘과거에 대한 감성적 열망’(one’s sentimental longing for the past)으로 정의(Loveland, Smeesters, and Mandel 2010)되는 노스텔지어는 우리나라의 경우 ‘향수’ 혹은 ‘추억’ 등의 단어와 연관 지어져 설명되며 현재 상태에 대한 불안과 불만족 그리고 인생의 전반기에서 정체성의 변화를 경험하며 발생하는 부정적 감성에서 시작된다(Havlena, Holak 1991). 노스텔지어에 대한 정의가 부정적 감성에서 출발하였다면 현시대의 노스텔지어는 ‘역사적 노스텔지어’와 ‘개인적 노스텔지어’로 구분하고 주로 긍정적 측면을 부각시키는 방향으로 설명된다. 역사적 노스텔지어는 과거를 긍정적이고 성공적인 것으로 지각하며(McAdams, et al., 2001) 개인적 노스텔지어는 정서적 측면의 일부분으로 개인적으로 경험한 과거의 장면을 연상하는 것(Baker, Kennedy 1994)을 의미한다.

최근의 선행연구들에서 노스텔지어가 개인적 측면에서 자아존중감(Sedikides et al., 2008)을 높이고 긍정감과 사회적 유대감을 고취시켜(Wildschut et al., 2006) 소비활동을 촉진시킬 수 있는 요인으로 보고되고 있으며 문화, 음악, 미디어, 예술 등의 영역에서 노스텔지어를 유

인전략으로 활용하고 있다.

노스텔지어와 여가스포츠 활동과의 관련성은 김종호, 황선환(2019)의 연구에서 입증된 바 있다. 이를 확대 적용한다면 겨울철 여가스포츠의 대표종목이라 할 수 있는 스키와 스노우보드 참여자가 느끼는 노스텔지어 역시 그들의 건전한 여가생활에 연결고리로 작용함을 예측할 수 있겠다.

여가활동 참여는 개인적 희망에 의하여 자발적으로 이루어지며 이러한 여가활동 경험을 통하여 개개인이 인지하는 개인적 정체성을 여가 정체성이라 할 수 있겠다. 여가정체성은 자기 정체성을 확립하는데 영향을 미치며 여가활동의 유형뿐만 아니라 여가활동을 수행하는 동안, 혹은 수행한 후에 느끼는 재미, 체험 등에 대한 회상도 자신의 정체성 형성에 중요한 요소로 작용한다(도무환, 2009).

또한 여가활동을 통하여 획득된 여가정체성은 여가활동에 대한 지속적 참여와 적극적 여가의 형태로 발전되며 이 과정에서 여가활동에 대한 시간적, 정신적, 경제적 소비활동이 이루어진다. 과거에 비하여 향상된 생활수준과 소득수준은 소비의 개념을 바꾸고 있다. 과거에는 소비의 개념이 열등감의 보상, 신분과 지위의 표현, 낭비 등 부정적 측면이 부각된 반면 현대인의 소비형태는 주관적 측면에서 유형의 물리적 속성을 넘어 추상적 가치, 의미적 가치에 초점을 맞추고 타인의 시선보다는 자신의 내재적 가치를 향상시키기 위한 건전한 소비형태로 변화해 가고 있다. 이러한 소비형태를 상징적 소비라 할 수 있으며 황혜선(2006)은 특정 제품을 구입할 때 그 제품의 실용성, 기능성과 상징적인 가치로 제품을 판단하여 선택하는 것을 상징적 소비라 정의하였다.

따라서 본 연구에서는 스키장을 방문하는 행위 및 스키활동에 참여하는 행위를 무형의 제품으로 가정하고 이용자가 느끼는 긍정적인 노스텔지어가 여가활동에 대한 정체성을 확고히하

고 여가활동에 지속적 참여 및 여가활동에 대한 상징적 소비에 연관성을 찾고자 하였다. 이러한 목적을 달성하고자 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하고 이를 검증하고자 한다.

첫째, 스키장 이용객의 긍정적 노스텔지어는 여가정체성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. 둘째, 스키장 이용객의 긍정적 노스텔지어는 상징적 여가소비에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. 셋째, 스키장 이용객의 여가정체성은 상징적 여가소비에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

II. 연구방법

1. 연구대상

본 연구는 2019년 12월부터 2020년 2월까지 경기도, 강원도 소재 스키장을 직접 방문한 성인을 대상으로 실시하였다. 조사대상의 표집방법은 비확률 표본 추출법 중 편의추출법 (convenience sampling method)을 사용하여 강원도 2곳, 경기 1곳의 스키장에서 각 150명씩 총 450명을 표집하였다.

이 중 불성실하게 응답한 26명의 자료를 제외한 총 424부의 설문지를 최종분석에 사용하였다. 조사에 투입된 인원은 사전에 본 연구의 목적과 설문내용에 대하여 충분히 숙지한 보조 인원 3명과 본 연구자가 스키장을 방문하여 스키장 이용객을 대상으로 자기 평가 기입법(self-administration method)으로 응답하도록 한 후 곧바로 회수하였다.

한편 2020년 2월에는 코로나 감염증19가 확산되기 시작하는 시기였으므로 방역과 전파방지에 대한 교육을 충분히 실시하여 설문을 배포하고 회수하도록 하였다. 전체적인 조사대상자의 구성은 <표 1>과 같다.

표 1. 연구대상자의 일반적 특성

		빈도	퍼센트
성	남	221	52.1
	여	203	47.9
연령	20~30세 미만	135	31.8
	30~40세 미만	118	27.8
	40~50세 미만	96	22.6
	50세 이상	75	17.7
월수입	200만원 미만	39	9.2
	200~300만원 미만	55	13.0
	300~400만원 미만	90	21.2
	400~500만원 미만	63	14.9
	500~600만원 미만	61	14.4
	600~700만원 미만	26	6.1
	700~800만원 미만	17	4.0
	800만원 이상	73	17.2
스키장 이용 목적	피로회복 및 휴식	20	4.7
	스트레스 해소	77	18.2
	건강유지 및 체력증진	211	49.8
	자기만족	80	18.9
	대인관계 및 사고	24	5.7
	새로운 지식 습득	6	1.4
	기타	6	1.4
체류 기간	당일	92	21.7
	1박 2일	103	24.3
	2박 3일	114	26.9
	3박 4일	63	14.8
	4박 이상	52	12.3
월 여가 비용	10만원 미만	38	9.0
	10~20만원 미만	96	22.6
	20~30만원 미만	87	20.5
	30~40만원 미만	34	8.0
	40~50만원 미만	34	8.0
	50~60만원 미만	40	9.4
	60~70만원 미만	16	3.8
	70~90만원 미만	19	4.5
	80~90만원 미만	13	3.1
90만원 이상	47	11.1	
합계		424	100.0

2. 측정도구

1) 긍정적 노스텔지어

본 연구에서 사용한 긍정적 노스텔지어 척도는 김푸름(2013)이 개발한 질문지를 이용하였다. 김푸름(2013)은 노스텔지어가 정서 조절 역할을 할 수 있음을 밝히고자 노스텔지어를 긍정적, 부정적 측면으로 구분하여 연구하였다.

이 중 본 연구에서는 긍정적 측면을 측정할 수 있는 질문지를 수정·보완하여 사용하였다. 본 질문지는 긍정적 자존감, 긍정적 정서, 사회적 연대성, 삶의 의미의 4개 하위요인과 총 16 문항으로 구성하였으며 응답방식은 “전혀 그렇지 않다”에서 “매우 그렇다”의 5점 리커트(Likert) 척도를 이용하여 측정하였다.

2) 여가정체성

여가정체성을 측정하기 위한 도구는 박유진(2002)이 사용한 질문지를 이용하였다. 박유진(2003)은 Callero(1985)와 Laverie(1995)가 사용한 척도를 번안하고 동일시, 존중감, 정서적 애착을 측정할 수 있는 문항을 추가하여 총 21 문항으로 척도를 완성하였다.

본 질문지는 집단 동일시, 존중감, 정서적 애착의 3개 하위요인과 총 21문항으로 구성하였으며 응답방식은 “전혀 그렇지 않다”에서 “매우 그렇다”의 5점 리커트(Likert) 척도를 이용하여 측정하였다.

3) 상징적 여가소비

상징적 여가소비는 신선아(2002)가 재구성한 질문지를 사용하였다. 신선아(2002)는 선행연구를 토대로 4개의 하위요인과 18개의 문항으로 질문지를 구성하여 타당도 검증한 결과 약 84%의 설명변량과 .72~.91의 신뢰도를 확보한 바 있다.

본 연구에서는 신선아(2002)의 연구와 동일하게 쾌락적, 커뮤니케이션적, 과시적, 타인평가 중시적의 4개 하위요인과 총 18문항으로 구성하였으며 응답방식은 “전혀 그렇지 않다”에서 “매우 그렇다”의 5점 리커트(Likert) 척도를 이용하여 측정하였다.

3. 측정도구의 타당도 및 신뢰도

1) 긍정적 노스텔지어

다음의 <표 2>는 긍정적 노스텔지어 측정도

구의 타당성을 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시한 결과이다. 요인부하량이 .6 이상인 16문항과 4개의 하위요인이 도출되어 각각 ‘긍정적 자존감’, ‘긍정적 정서’, ‘사회적 연대성’, ‘삶의 의미’로 명명하였다. 누적된 분산은 64.806으로 나타났으며 K.M.O.의 표준적합도 수치는 .778로 1에 근접하여 상대적으로 높은 적합도를 보이고 있다. 또한 Cronbach's α 값에 의한 신뢰도 검증 결과 .740~.875로 나타나 비교적 안정된 신뢰도 수치를 보여주고 있다.

표 2. 긍정적 노스텔지어의 타당도 및 신뢰도

	성분			
	1	2	3	4
	긍정적 자존감	긍정적 정서	사회적 연대성	삶의 의미
자신을 가치있는 사람이라 느낌	.887	.001	.035	.040
자신이 다수의 좋은 면을 가지고 있다고 느낌	.853	.006	.087	.065
자신을 좋게 느낌	.852	.051	.094	.110
자신을 좋아하게 됨	.788	.003	.040	.026
자신을 행복하게 만들	.055	.874	.081	.050
자신을 차별하게 만들	.036	.846	.078	.077
자신을 더 좋아하게 만들	.012	.812	.089	.063
자신을 활동적으로 만들	.078	.766	.068	.018
자신이 사람들과 연결된 것처럼 느낌	.063	.099	.809	.067
자신이 보호 받는 것처럼 느낌	.177	.092	.771	.044
다른 사람을 믿을 수 있다고 느낌	.129	.022	.726	.099
자신이 사랑 받고 있다고 느낌	.142	.144	.672	.047
삶은 살만한 가치가 있다고 느낌	.014	.090	.063	.835
삶이 의미 있는 것처럼 느낌	.037	.016	.051	.775
삶에 목표가 있는 것처럼 느낌	.089	.077	.149	.695
삶에 큰 목적이 있다고 느낌	.191	.064	.076	.674
고유값	2.990	2.787	2.307	2.286
%분산	18.687	17.416	14.416	14.287
%누적	18.687	36.103	50.519	64.806
신뢰도	.875	.848	.747	.740

K.M.O.측도=.778, Bartlett의 구형성=2578.995, p =.001

2) 여가정체성

다음의 <표 3>은 여가정체성 측정도구의 타당성을 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시한 결과이다. 요인부하량이 .6 이상인 16문항과 3개의 하위요인이 도출되어 각각 ‘정서적 애착’, ‘집단 동일시’, ‘존중감’으로 명명하였다. 누적된 분산은 62.086으로 나타났으며 K.M.O.

의 표준적합도 수치는 .919로 1에 근접하여 상대적으로 높은 적합도를 보이고 있다. 또한 Cronbach's α 값에 의한 신뢰도 검증 결과 .784~.879로 나타나 비교적 안정된 신뢰도 수치를 보여주고 있다.

표 3. 여가정체성의 타당도 및 신뢰도

	성분		
	1	2	3
	정저적 애착	집단 동일시	존중감
주위사람들도 내가 스키장 좋아하는 것을 알고 있음	.730	.223	.229
내가 스키장 오는 것이 자랑스러움	.728	.310	.266
누가 스키장에 대하여 물으면 기분 좋음	.714	.339	.254
더 좋은 직장이라도 스키장 올 수 없다면 아직 포기	.705	.020	.020
주위사람들에게 스키장 권함	.693	.265	.328
다른 활동보다는 스키장 방문	.667	.344	.265
스키장에 대해 이야기하는 것을 좋아함	.612	.096	.324
스키장 그만가라하면 기분 상함	.171	.840	.034
스키장에 없을 때도 스키장 생각남	.173	.794	.094
스키장에 오는 것은 나에게 중요한 일	.244	.742	.137
스키장방문은 다른 것이 대신할 수 없는 특별한 의미	.187	.719	.120
다른 사람들이 나를 스키장과 관련하여 기억해주길 바램	.103	.656	.326
스키장 좋아하는 사람치고 나쁜사람 없다고 생각	.138	.144	.824
스키장 오지 못한 사람은 스키장의 가치를 모름	.327	.257	.684
스키장 좋아하는 사람은 호감이 감	.225	.317	.679
다른 사람도 스키장이 멋있다고 생각하는 것 같음	.240	.035	.677
고유값	3.766	3.418	2.686
%분산	23.540	21.757	16.789
%누적	23.540	45.297	62.086
신뢰도	.879	.850	.784

K.M.O.측도=.919, Bartlett의 구형성=3333.898, p =.001

3) 상징적 여가소비

다음의 <표 4>는 상징적 여가소비 측정도구의 타당성을 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시한 결과이다. 요인부하량이 .5 이상인 15문항과 4개의 하위요인이 도출되어 각각 '쾌락적', '커뮤니케이션적', '과시적', '타인평가중시적'으로 명명하였다. 누적된 분산은 62.285로 나타났으며 K.M.O.의 표준적합도 수

치는 .864로 1에 근접하여 상대적으로 높은 적합도를 보이고 있다. 또한 Cronbach's α 값에 의한 신뢰도 검증 결과 .765~.796으로 나타나 비교적 안정된 신뢰도 수치를 보여주고 있다.

표 4. 상징적 여가소비의 타당도 및 신뢰도

	성분			
	1	2	3	4
	쾌락적	커뮤니케이션적	과시적	타인평가중시적
제품을 사기위해 쇼핑하는 자체가 즐거움을 줌	.747	.147	.160	-.074
기본전환이 필요할 때 쇼핑하고 싶음	.744	.258	.135	.072
쇼핑하는 것을 좋아함	.725	-.011	.193	.178
제품 구입계획이 없어도 상점을 둘러보는 것을 좋아함	.580	.236	-.031	.338
새로운 것을 찾아 쇼핑하는 것을 좋아함	.551	.107	.314	.262
의복·악세사리 등을 잘 갖춘 사람은 타인에게 좋은 인상을 준다고 생각	.181	.821	.174	.086
타인이 착용한 의복·악세사리의 제품으로 그 사람이 평가된다고 판단	.263	.801	.036	.059
착용한 의복·악세사리는 그 사람의 사회적, 경제적 지위 등을 짐작할 수 있게함	.090	.708	.327	.207
사람의 인상이 의복·악세사리에 따라 좌우됨	.058	.552	.272	.133
가능하면 좋은 제품을 사야한다고 생각	.197	.068	.758	.001
품질이 같더라도 비싼 유명메이커를 사고 싶음	.177	.276	.740	-.005
같은 값이면 외제 상품 구매	.155	.175	.740	.188
제품 구입시 유명상표인가 확인	.083	.255	.588	.276
물건 구매에 소비하는 비용이 그 사람의 경제력을 표현	.152	.197	.149	.855
다른 사람에게 인정받기 위하여 좋은 상표의 제품 구입	.178	.110	.129	.840
고유값	2.547	2.503	2.447	1.845
%분산	16.983	16.689	16.314	12.299
%누적	16.983	33.672	49.986	62.285
신뢰도	.771	.787	.765	.796

K.M.O.측도=.864, Bartlett의 구형성=2211.828, p =.001

4. 자료처리 방법

본 연구에서 사용된 측정도구는 질문지이며 회수된 질문지 중 응답내용이 부실하거나 신뢰

성이 없다고 판단되는 자료를 제외시킨 후 IBM SPSS(Win. Ver. 21) 프로그램을 이용하여 다음과 같은 분석기법으로 결과를 도출하였다.

첫째, 연구대상자의 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 설문지의 타당도 검증을 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였으며 인자계수의 추출방법은 주성분분석을 이용하였고, 베리맥스(Varimax) 회전을 통하여 인자행렬을 단순구조화 하였다. 셋째, 각 요인의 신뢰도를 검증하기 위하여 구성요인별로 Cronbach's α 검사를 실시하였다. 넷째, 각 변인 간의 상관정도를 알아보기 위하여 Pearson의 상관분석을 실시하였다. 다섯째, 각 변인의 영향력 관계를 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며 Dubin-Watson의 통계량을 제시하였다. Dubin-Watson의 통계량은 다중회귀분석 시 나타나는 잔차의 독립성을 살펴볼 수 있으며 기준값은 정상분포곡선을 나타내는 2이다. 따라서 2에 가까울수록 잔차에 대한 상관관계가 없음을 의미한다(송지준, 2011).

III. 결과

1. 상관관계분석

다음의 <표 5>는 긍정적 노스텔지어, 여가정체성, 상징적 여가소비의 하위요인 간 상관관계를 살펴보기 위하여 Pearson의 상관분석을 실시한 결과이다. <표 5>에 나타난 바와 같이 긍정적 자존감과 긍정적 정서, 긍정적 정서와 타인평가 중시적, 사회적 연대성과 삶의 의미, 삶의 의미와 정서적 애착, 존중감, 커뮤니케이션적, 과시적, 타인평가 중시적과의 관계를 제외하고 유의한 정(+)의 상관관계가 존재하는 것으로 확인되었으며 상관계수가 .7을 초과하지 않아 상호독립적인 관계를 유지하고 있는 것으로 판단할 수 있다.

표 5. 각 요인의 상관관계

	긍정적 자존감	긍정적 정서	사회적 연대성	삶의 의미	정서적 애착	집단 동일시
긍정적 자존감	1					
긍정적 정서	.041	1				
사회적 연대성	.158**	.199**	1			
삶의 의미	.144**	.036	.022	1		
정서적 애착	.176**	.378**	.397**	.011	1	
집단 동일시	.365**	.416**	.329**	.159**	.526**	1
존중감	.223**	.290**	.273**	.066	.602**	.433**
쾌락적	.129**	.177**	.247**	.134**	.321**	.205**
커뮤니케이션적	.154**	.263**	.313**	.054	.456**	.333**
과시적	.282**	.130**	.323**	.042	.347**	.280**
타인평가 중시적	.110*	.031	.157**	.068	.182**	.162**
	존중감	쾌락적	커뮤니케이션적	과시적	타인평가 중시적	
존중감	1					
쾌락적	.214**	1				
커뮤니케이션적	.410**	.453**	1			
과시적	.361**	.459**	.514**	1		
타인평가 중시적	.182**	.414**	.374**	.346**	1	
중시적	.000	.000	.000	.000	.000	

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

2. 각 변인 간의 영향력 검증

1) 긍정적 노스텔지어와 여가정체성의 영향력 관계

다음의 <표 6>은 스키장 이용객의 긍정적 노스텔지어가 여가정체성에 미치는 영향력을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과이다. 세부적으로 긍정적 노스텔지어가 정서적 애착에 미치는 영향력은 사회적 연대성($\beta = .318, t = 7.332$), 긍정적정서($\beta = .310, t = 7.231$), 긍정적 자존감($\beta = .114, t = 2.661$)의 순으로 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀 결정계수는 총변량의 약 25.6%를 설명하고 있는

며 D.W.의 통계량이 2.062로 2에 근접하고 있어 잔차의 상관성은 없는 것으로 판단된다. F 값은 37.452($p=.000$)인 것으로 조사되었다.

표 6. 긍정적 노스텔지어가 여가정체성에 미치는 영향

독립	종속	표준화 β	t	유의확률
(상수)			9.749	.000***
긍정적 자존감		.114	2.661	.008**
긍정적 정서	정서적	.310	7.231	.000***
사회적 연대성	애착	.318	7.332	.000***
삶의 의미		.009	.221	.825
$R^2=.256, F=37.452, p=.001, d=2.062$				
독립	종속	표준화 β	t	유의확률
(상수)			13.296	.000***
긍정적 자존감		.298	7.394	.000***
긍정적 정서	집단	.366	9.126	.000***
사회적 연대성	동일시	.212	5.226	.000***
삶의 의미		.134	3.360	.001**
$R^2=.346, F=56.968, p=.001, d=1.886$				
독립	종속	표준화 β	t	유의확률
(상수)			13.854	.000***
긍정적 자존감		.173	3.799	.000***
긍정적 정서	존중감	.245	5.384	.000***
사회적 연대성		.198	4.302	.000***
삶의 의미		.055	1.208	.228
$R^2=.159, F=21.043, p=.001, d=1.873$				

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

긍정적 노스텔지어가 집단 동일시에 미치는 영향력은 긍정적정서($\beta=.366, t=9.126$), 긍정적 자존감($\beta=.298, t=7.394$), 사회적 연대성($\beta=.212, t=5.226$), 삶의 의미($\beta=.134, t=3.360$)의 순으로 정(+)^적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀 결정계수는 총변량의 약 34.6%를 설명하고 있으며 D.W.의 통계량이 1.886으로 2에 근접하고 있어 잔차의 상관성은 없는 것으로 판단된다. F 값은 56.968($p=.001$)인 것으로 조사되었다.

긍정적 노스텔지어가 존중감에 미치는 영향력은 긍정적정서($\beta=.245, t=5.384$), 사회적 연대성($\beta=.198, t=4.302$), 긍정적 자존감($\beta=.173, t=3.799$)의 순으로 정(+)^적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀 결정계수는 총변량의 약 15.9%를 설명하고 있으며 D.W.의 통계량이

1.873으로 2에 근접하고 있어 잔차의 상관성은 없는 것으로 판단된다. F 값은 21.043($p=.001$)인 것으로 조사되었다.

2) 긍정적 노스텔지어와 상징적여가소비의 영향력 관계

다음의 <표 7>은 스키장 이용객의 긍정적 노스텔지어가 상징적 여가소비에 미치는 영향력을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과이다. 세부적으로 긍정적 노스텔지어가 쾌락적 요인에 미치는 영향력은 사회적 연대성($\beta=.201, t=4.220$), 삶의 의미($\beta=.141, t=3.014$), 긍정적정서($\beta=.127, t=2.689$), 긍정적 자존감($\beta=.112, t=2.365$)의 순으로 정(+)^적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀 결정계수는 총

표 7. 긍정적 노스텔지어가 상징적 여가소비에 미치는 영향

독립	종속	표준화 β	t	유의확률
(상수)			9.190	.000***
긍정적 자존감		.112	2.365	.019*
긍정적 정서	쾌락적	.127	2.689	.007**
사회적 연대성		.201	4.220	.000***
삶의 의미		.141	3.014	.003**
$R^2=.097, F=12.357, p=.001, d=1.836$				
독립	종속	표준화 β	t	유의확률
(상수)			7.563	.000***
긍정적 자존감		.114	2.476	.014*
긍정적 정서	커뮤니	.206	4.485	.000***
사회적 연대성	케이션적	.252	5.434	.000***
삶의 의미		.058	1.268	.206
$R^2=.146, F=19.011, p=.001, d=1.710$				
독립	종속	표준화 β	t	유의확률
(상수)			15.906	.000***
긍정적 자존감		.234	5.110	.000***
긍정적 정서	과시적	.067	1.466	.143
사회적 연대성		.273	5.907	.000***
삶의 의미		.017	.376	.707
$R^2=.155, F=20.451, p=.001, d=1.850$				
독립	종속	표준화 β	t	유의확률
(상수)			10.918	.000***
긍정적 자존감		.078	1.595	.111
긍정적 정서	타인평가	.001	.028	.977
사회적 연대성	중시적	.146	2.945	.003**
삶의 의미		.060	1.237	.217
$R^2=.027, F=3.880, p=.004, d=1.715$				

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

변량의 약 9.7%로 낮은 설명력을 보이고 있으나 D.W.의 통계량이 1.836으로 2에 근접하고 있어 잔차의 상관성은 없는 것으로 판단된다. F 값은 12.357($p=.001$)인 것으로 조사되었다.

긍정적 노스텔지어가 커뮤니케이션적 요인에 미치는 영향력은 사회적 연대성($\beta=.252, t=5.434$), 긍정적 정서($\beta=.206, t=4.485$), 긍정적 자존감($\beta=.114, t=2.476$)의 순으로 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀 결정계수는 총변량의 약 14.6%를 설명하고 있으며 D.W.의 통계량이 1.710으로 2에 근접하고 있어 잔차의 상관성은 없는 것으로 판단된다. F 값은 19.011($p=.001$)인 것으로 조사되었다.

긍정적 노스텔지어가 과시적 요인에 미치는 영향력은 사회적 연대성($\beta=.273, t=5.907$), 긍정적 자존감($\beta=.234, t=5.110$)의 순으로 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀 결정계수는 총변량의 약 15.5%를 설명하고 있으며 D.W.의 통계량이 1.850으로 2에 근접하고 있어 잔차의 상관성은 없는 것으로 판단된다. F 값은 20.451($p=.001$)인 것으로 조사되었다.

긍정적 노스텔지어가 타인평가 중시적 요인에 미치는 영향력은 사회적 연대성($\beta=.146, t=2.945$)에서 유일하게 유의한 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀 결정계수는 총변량의 약 2.7%로 낮은 설명력을 보이고 있으나 D.W.의 통계량이 1.715로 2에 근접하고 있어 잔차의 상관성은 없는 것으로 판단된다. F 값은 13.880($p=.004$)인 것으로 조사되었다.

3) 여가정체성과 상징적여가소비의 영향력 관계

다음의 <표 8>은 스키장 이용객의 여가정체성이 상징적여가소비에 미치는 영향력을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과이다. 세부적으로 여가정체성이 쾌락적 요인에 미치는 영향력은 정서적 애착($\beta=.283, t=4.546$)에서 유일하게 유의한 정(+)적 영향을 미치는 것으로

표 8. 여가정체성이 상징적 여가소비에 미치는 영향

독립	종속	표준화 β	t	유의확률
(상수)			9.779	.000***
정서적 애착		.283	4.546	.000***
집단 동일시	쾌락적	.046	.832	.406
존중감		.024	.411	.681
$R^2=.099, F=16.483, p=.001, d=1.859$				
독립	종속	표준화 β	t	유의확률
(상수)			4.517	.000***
정서적 애착	커뮤니	.287	5.014	.000***
집단 동일시	케이션적	.098	1.934	.054
존중감		.195	3.612	.000***
$R^2=.238, F=44.980, p=.001, d=1.700$				
독립	종속	표준화 β	t	유의확률
(상수)			11.963	.000***
정서적 애착		.162	2.689	.007**
집단 동일시	과시적	.100	1.871	.062
존중감		.221	3.889	.000***
$R^2=.158, F=27.392, p=.001, d=1.821$				
독립	종속	표준화 β	t	유의확률
(상수)			8.819	.000***
정서적 애착	타인평가	.083	1.297	.195
집단 동일시	중시적	.075	1.317	.189
존중감		.099	1.634	.103
$R^2=.038, F=6.640, p=.001, d=1.759$				

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

나타났다. 회귀 결정계수는 총변량의 약 9.9%로 낮은 설명력을 보이고 있으나 D.W.의 통계량이 1.859로 2에 근접하고 있어 잔차의 상관성은 없는 것으로 판단된다. F 값은 16.483($p=.001$)인 것으로 조사되었다.

여가정체성이 과시적 요인에 미치는 영향력은 사회적 연대성($\beta=.273, t=5.907$), 긍정적 자존감($\beta=.234, t=5.110$)의 순으로 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀 결정계수는 총변량의 약 15.5%를 설명하고 있으며 D.W.의 통계량이 1.850으로 2에 근접하고 있어 잔차의 상관성은 없는 것으로 판단된다. F 값은 20.451($p=.001$)인 것으로 조사되었다.

여가정체성이 커뮤니케이션적 요인에 미치는 영향력은 정서적 애착($\beta=.287, t=5.014$), 존중감($\beta=.195, t=3.612$)의 순으로 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀 결정계수는 총변량의 약 23.8%를 설명하고 있으며

D.W.의 통계량이 1.700으로 2에 근접하고 있어 잔차의 상관성은 없는 것으로 판단된다. F 값은 44.980($p=.001$)인 것으로 조사되었다.

여가정체성이 과시적 요인에 미치는 영향력은 존중감($\beta=.221, t=3.889$), 정서적 애착($\beta=.162, t=2.689$)의 순으로 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀 결정계수는 총변량의 약 15.8%를 설명하고 있으며 D.W.의 통계량이 1.821로 2에 근접하고 있어 잔차의 상관성은 없는 것으로 판단된다. F 값은 27.392($p=.001$)인 것으로 조사되었다.

여가정체성과 타인평가 중시적 요인의 영향력 관계에서는 모든 요인이 유의하지 않은 수치를 보이고 있으며 회귀식에 대한 설명력이 상대적으로 낮은 수치로 나타나 영향력의 해석이 무의미한 것으로 조사되었다.

IV. 논의

1. 긍정적 노스텔지어와 여가정체성의 영향력 관계

긍정적 노스텔지어가 정서적 애착에 미치는 영향력은 사회적 연대성, 긍정적정서, 긍정적 자존감의 순이었으며 집단 동일시에 미치는 영향력은 긍정적정서, 긍정적 자존감, 사회적 연대성, 삶의 의미의 순으로 유의한 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 존중감에 미치는 영향력은 긍정적정서, 사회적 연대성, 긍정적 자존감의 순으로 유의한 정(+)적 영향을 미치는 것으로 조사되었다.

김남옥(2016)은 문화를 통한 노스텔지어가 문화를 공유했던 세대의 “향수의 즐거움”을 제공하고 후속세대로 피트백되어 그들이 정체성 형성에 힘이 될 수 있는 장치가 마련되어야 한다고 주장하여 노스텔지어와 정체성의 연결이 중요함을 강조하였다. 김중호, 황선환(2019)은

유년기의 여가스포츠에 대한 향수가 강하게 남아 있는 참여자는 성인이 되어서도 여가스포츠 활동에 참여하고자 하는 의지가 강하게 각인되며, 이는 보다 높은 전문화의 단계로 발전할 수 있는 촉매의 역할을 담당할 수 있다고 주장하였다. 즉, 여가스포츠 참여로 얻어지는 노스텔지어는 여가활동의 정서적인 애착을 강화시키는 등 여가활동에 대한 정체성을 확고히 하는데 영향을 미치는 변수임을 유추할 수 있을 것이다.

따라서 국내 스키장은 방문객으로 하여금 행복감과 차분함을 동시에 느낄 수 있도록 하여 이용객의 긍정적 정서를 높이려는 노력이 필요하겠다. 또한 방문객 스스로가 자신에 대한 좋은 감성을 자극시켜 긍정적 자존감을 높여 줄 필요성도 고려하여야 할 것이다. 이를 통하여 스키장 방문 자체가 긍정적 여가활동 될 수 있으며 이를 통하여 타인과 동일시하고 여가활동에 대한 정서적인 애착을 갖도록 하여야 할 것이다.

2. 긍정적 노스텔지어와 상징적여가소비의 영향력 관계

세부적으로 긍정적 노스텔지어가 쾌락적 요인에 미치는 영향력은 사회적 연대성, 삶의 의미, 긍정적정서, 긍정적 자존감의 순으로 유의한 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났으며 커뮤니케이션적 요인에 미치는 영향력은 사회적 연대성, 긍정적정서, 긍정적 자존감의 순으로 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 과시적 요인에 미치는 영향력은 사회적 연대성, 긍정적 자존감의 순으로 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났으며 타인평가 중시적 요인에 미치는 영향력은 사회적 연대성만이 유의한 정(+)적 영향을 미치는 것으로 조사되었다.

이러한 결과는 김상록, 조성균(2020)의 연구에서 태권도에 대한 학부모의 긍정적 노스텔지어가 자녀들의 태권도 수련에 영향을 미치며 이는 태권도에 대한 상징적인 소비활동으로 이

어질 수 있고 부모세대의 노스텔지어가 자녀세대대로 투영될 수 있음을 보고하여 본 연구의 결과와 일부 일치하고 있다. 김태형, 김미현(2015)은 문화향수의 수준이 낮은 분야를 대상으로 다양한 콘텐츠 개발과 특성화 방안을 마련하여 지역주민의 향수수준을 높여야 하며 이를 통하여 지역 프로그램에 대한 지속적 참여와 소비를 촉진할 필요가 있다고 주장하였다.

따라서 스키장 이용객으로 하여금 스스로를 가치 있고, 활동적으로 인식하게 유도할 필요가 있겠다. 이는 스키장 이용객의 긍정적, 자존감, 정서, 사회적 연대성을 자극시키는 것이 스키장 방문과 긍정적 소비로 이어질 수 있기 때문일 것이다. 또한 스키장에서 형성된 긍정적 인 노스텔지어는 전반적인 여가활동으로 전이되어 건강하고 상징적인 여가소비형태로 이어짐을 예측할 수 있을 것이다.

3. 여가정체성과 상징적여가소비의 영향력 관계

긍정적 여가정체성이 쾌락적 요인에 미치는 영향력은 정서적 애착 만이 유의한 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났으며 과시적 요인에 미치는 영향력은 사회적 연대성, 긍정적 자존감의 순으로 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 회커뮤니케이션적 요인에 미치는 영향력은 정서적 애착, 존중감의 순으로 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났으며 과시적 요인에 미치는 영향력은 존중감, 정서적 애착의 순으로 유의한 정(+)적 영향을 미치는 것으로 조사되었다.

최영래, 김윤, 유성진(2017)의 연구에서 모터사이클 라이더는 대중매체의 감성적 광고가 라이딩을 여가활동으로 즐기는데 중요한 역할을 하며 상품구입에 대한 욕망을 자극한다고 주장하였다. 이는 광고를 통한 감성의 자극이 모터사이클을 건전한 여가활동으로 인식하고 여가활동에 대한 정체성의 확립으로 이어져 인위적

인 여가 소비가 이루어 질 수 있음을 확인한 결과라 할 수 있겠다.

스키장 이용객의 긍정적 노스텔지어는 단순히 본인의 스키 기술의 향상에 있어 과거 초급 스키어 시절에 대한 회상에서 끝나지는 않을 것이다. 스키장 이용객의 긍정적 노스텔지어는 회상하고자 하는 시기의 환경, 시설, 장비, 동반자, 행동내용 등 많은 요소들을 포함하고 있으며 이 요소들 중 하나가 도화선이 되어 회상하게 되면 이어 다른 장면이 연속적으로 떠오르게 되고 노스텔지어에 이르는 것이라고 할 수 있겠다.

국내 스키장들은 겨울 시즌 동안 스키어 혹은 보더 들의 활동 편의를 위하여 슬로프의 경사와 폭, 리프트 등 시설의 편의성 및 안전성 확보, 업체의 홍보에 우선적 투자가 이루어지고 있다. 그러나 본 연구 결과에서 밝혀졌듯이 스키장에서의 긍정적 노스텔지어는 다만 스키이나 보딩을 통해서만 형성되는 것을 아닐 것이다. 따라서 이용객이 기억에 남을 만한, 추억할 만한 프로그램과 장소 등을 최대한 다수 확보하여 제공하려는 노력이 있어야 하며 이에 대한 과감한 투자도 이루어져야 할 것이다. 지금 현재 스키장에 있는 사람은 가까운 혹은 먼 미래에 현재를 추억하고 노스텔지어를 느낄 것이며 이는 여가활동에 대한 정성을 고취시켜 계절적 영향 없이 사계절 스키장 방문이 가능한 고객으로 전환될 가능성이 높음을 간과해서는 안 될 것이다.

V. 결론 및 제언

1. 결론

본 연구는 스키장 이용객의 긍정적 노스텔지어와 여가정체성 및 상징적 여가소비 간의 영향력을 밝히고자 하였다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 2019년 12월부터 2020년 2월까지 경기도, 강원도 소재 스키장을 직접 방문하여

총 424의 자료를 수집하였으며 SPSS(Win. Ver. 21) 통계프로그램을 이용하여 분석한 결과 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 긍정적 노스텔지어의 하위요인 중 긍정적 자존감, 긍정적 정서, 사회적 연대성은 여가정체성의 모든 하위요인에 유의한 정(+)적 영향을 미쳤으며, 삶의 의미는 집단 동일시 요인에만 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다.

둘째, 긍정적 노스텔지어의 하위요인 중 사회적 연대감은 상징적 여가소비의 모든 하위요인에 유의한 정(+)적 영향을 미쳤으며, 긍정적 정서는 쾌락적, 커뮤니케이션적 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤고, 삶의 의미는 쾌락적 요인에 만 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다.

셋째, 여가정체성의 하위요인 중 정서적 애착은 상징적 여가소비의 모든 하위요인에 유의한 정(+)적 영향을 미쳤으며, 존중감은 커뮤니케이션적, 과시적 요인에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 한편 여가정체성과 타인평가 중시적 요인 간의 영향력은 유의하지 않았다.

2. 제언

본 연구에서는 스키장 이용객의 긍정적 노스텔지어가 참여자들의 여가정체성을 확립시키고 여가활동에 대한 지속적이고 상징적인 소비형태로 이어짐을 확인하고자 하였다. 본 장에서는 본 연구의 결과를 바탕으로 향후 연구에 대한 제언을 하고자한다.

첫째, 본 연구에서는 강원도 및 경기도 소재 스키장 3곳을 선정하여 연구를 진행하여 본 연구의 결과를 일반화하는데 한계가 있을 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 보다 광범위한 지역과 외국의 스키장 이용객을 대상으로 조사하여 비교하는 등 보다 넓은 범위의 연구가 이루어져야 할 필요성이 있다.

둘째, 본 연구에서는 노스텔지어를 긍정적 측면에서 해석한 이론을 바탕으로 연구되었다. 그러나

노스텔지어에 대한 부정적 측면도 존재한다는 연구들이 보고된 바 있어 노스텔지어를 광의의 의미로 해석하고 접근하는 연구가 필요하겠다.

참고문헌

- 김남옥(2016). 80년대 청춘의 초상: 386세대 정체성과 문학적 노스텔지어. *사회사상과 문화*, 19(2), 233-265.
- 김상록, 조성균(2020). 학부모가 인식한 태권도의 긍정적 노스텔지어가 관여도, 충성도, 지속의도에 미치는 영향. *무예연구*, 14(2), 245-266.
- 김종호, 황선환(2019). 여성의 여가스포츠 향수에 따른 레크리에이션 전문화. *한국여가레크리에이션학회지*, 43(2), 105-115.
- 김태형, 김미현(2015). 서울시민의 문화향유 유형에 관한 연구: 문화환경 만족도와 문화향수 수준을 중심으로. *지방정부연구*, 19(3), 1-28.
- 김푸름(2013). *노스텔지어의 내용과 기능의 탐색*. 미간행 석사학위 논문, 서울대학교 대학원.
- 도무환(2009). *테니스 동호인의 여가정체성이 주관적 행복감에 미치는 영향*. 미간행 석사학위논문, 관동대학교 교육대학원.
- 박유진(2002). *여가경험과 여가정체성 현출성이 여가 및 생활만족에 미치는 영향: 적극적 여가를 중심으로*. 미간행 박사학위논문, 중앙대학교 대학원.
- 송지준(2011). *SPSS/AMOS 통계분석방법*. 서울: 21세기사.
- 신선아(2007). *상징적 소비성향 및 신체상과 신체적 여가활동 참여도의 관계*. 미간행 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원.
- 최영래, 김윤, 유성진(2017). *모터사이클 라이더들의 여가소비문화 탐색*. *한국웰니스학회지*, 12(1), 263-272.

- 황혜선(2006). 현대 소비자의 상징적 소비성향. 미간행 석사학위논문, 성균관대학교 대학원.
- Callero, P. L. (1985). Role-identity salience, *Social Psychology Quarterly*, 48, 203-213.
- Havlena, William J., Holak, Susan L. (1991). "The Good Old Days" : Observations On Nostalgia and Its Role In Consumer Behavior, *Advances in Consumer Research*, 18, 22-27.
- Laverie, D. A. (1995). *The influences of identity related consumption, appraisals, and emotions on identity salience: a multi-method approach*. Doctorial dissertation, Arizona State University.
- Loveland, Katherine E, Smeesters, Duck and Mandel, Naomi (2010). "Still Preoccupied with 1995; The Need to Belong and Preference for Nostalgic Products," *Journal of Consumer Research*, 37(3), 393-408.
- McAdams, D. P., Reynolds, J., Lewis, M., Patten, A. H., and Bowman, P. J. (2001). "When bad things turn good and good things turn bad: Sequences of redemption and Contamination in life narratives and their relation to psycho social adaptation in mid life adults and in students," *Personal and Social Psychology Bulletin*, 27, 474-485.
- Sedikides, Constantine, Wildschut, Tim, Gaertner, Lowell, Routledge, Clay., and Arndt, J. (2008). Nostalgia as enabler of Self-continuity. In F. Sani(Ed), *self continuity: individual and Collective perspectives*(pp. 227-239), New York: Psychology press.
- Wildschut Tim, Sedikides, Constantime, Arndt, Jamie, and Routledge, Clay (2006). "Nostalgia: Contents, tiggers, functions," *Journal of Personality and Social Psychology*, 91, 975-993.