

대학축제체험이 축제만족, 재참가의도, 교우관계에 미치는 영향: 대학생활 참여정도를 중심으로

The Effect of College Festival Participants' Experience on Festival Satisfaction, Re-participation and Peer Relation Enhancement: Focusing on College Life Participation

양승훈

신라대학교 국제관광경영학부

Soung-Hoon Yang(shyang@silla.ac.kr)

요약

본 연구는 대학축제의 성과를 일상으로의 확대 가능성을 모색하는데 목적이 있다. 대학축제는 지금까지 구성원의 공동체 결집을 통해 대학문화 창조의 중추적 역할을 해왔다. 그러나 최근에 연예인 공연과 기업의 스폰서십 등 상업화에 대한 비판과 함께 대학축제의 기능회복에 대한 목소리가 높다. 대학축제는 일상의 대학생활이 만들어낸 텍스트이기 때문에 일상과 무관할 수 없으며 대학축제 역시 일상의 회복에 그 역할을 수행하여야 한다. Pine & Gilmore의 체험모델을 적용하여 양질의 대학축제 체험을 통해서 만족과 더 나가 일상과의 연결고리로서 교우관계를 개선한다는 것 그리고 학생들의 학교생활에 대한 참여정도 차이에 따라 축제체험 등이 차별적으로 나타난다는 것을 알아보고자 하였다. 대학축제 참가자 195명을 대상으로 자기기입식 설문조사를 진행하였으며 수집된 자료를 토대로 변수간의 관계를 알아보기 위한 회귀분석, 집단 간의 차이를 알아보기 위한 t검정을 실시하였다. 분석결과 대학축제체험은 축제만족에 유의한 영향을 주고(가설1), 축제만족은 재참가의도와 교우관계(가설2, 가설3)에 유의한 영향을 주었다. 또한 대학생활 참여정도가 높은 집단은 그러하지 못한 집단에 비하여 대학축제체험, 축제만족, 재참가의도, 교우관계에 있어 차이를 보여주었다(가설4). 이론적, 실무적 시사점 및 연구의 한계점은 연구 말미에 포함시켰다.

■ 중심어 : | 교우관계 | 대학생활 | 대학축제 | 축제만족 | 축제체험 |

Abstract

This research aimed to verify possibly expanding college festival's performance to ordinary life. College festivals have consolidated student communities and created college culture. Recently, the festivals have been challenged for commercialization such as celebrity concert and company sponsorship. College festival is a text, which is based on ordinary college life and should served a role to restore college life. Pine & Gilmore's experience model was used to find that quality festival experience leads to satisfaction and satisfaction enhance peer relations. More participate school life, the better experience the festival program. Total 195 of questionnaires were administered to college festival participants and coding data were analyzed by regression and t test. Result found that College festival experience significantly affects festival satisfaction(H1), festival satisfaction affect re-participation(H2) and peer relations(H3). High level of school life participation group showed significant differences in festival experience and other variables in compare with low level group(H4). Theoretical /practical significances and research limitation were included.

■ keyword : | College Festival | College Life | Festival Experience | Festival Satisfaction | Peer Relations |

I. 서론

축제는 인간의 기본적 흐름을 차단하는 것을 파괴하는 것부터 시작하는데 기득권적 권력, 불평등적 모순, 억압과 갈등, 어둠과 희미함을 걷어내고자 하는 문화현상이다[1]. 대학축제 역시 대학구성원을 하나로 결집하는 역할을 해왔다. 대학축제는 대학의 문화중 하나로서 대학에서 열리는 축제이다[2]. 수년간 대학축제는 대학문화의 상징으로 대동제라는 이름하에 사회현상에 대한 대학생 공동체 내의 인식변화를 이끌었다[3]. 대학축제는 구성원들의 정체성을 확인하고 서로 공유하는 역할을 한다. 외국 대학의 이민 2세대들은 혼종적 정체성을 가지고 있는데 대학캠퍼스에서 그들만의 축제를 통해서 이를 표출하고 공유한다[4]. 한국의 대학 축제도 1950년부터 대학의 학생회 조직을 중심으로 정치적인 메시지를 전달하고자 하는 다양한 이벤트를 포함하며 학생운동과 대학내 문화창달의 기능을 수행해 왔다[5].

최근에는 한국의 대학축제가 상업화로 몰들어졌다는 비판이 제기된다[6]. 대학 본연의 순수성이 무색하게도 천편일률적인 축제 프로그램을 찍어내는 이벤트 업체의 고객이 되었고 연예인 공연과 기업협찬이 단골로 등장하기에 이르렀다. 대체적으로 오늘날 학생회를 중심으로 준비되는 공연, 게임, 먹거리 주점 그리고 인기 가수 공연이 동반된다[7]. 대학축제의 상업화는 대학문화의 순수성을 위협한다.

대학축제의 존재의의에 대한 위협 중 또 하나가 대학생들의 개인주의적 성향이다. 2030 밀레니얼 세대에 이어 I세대는 사회가 정한 기준이 아닌 나의 기준에 따라 진정한 삶의 의미를 찾고 남이 침범할 수 없는 나의 경계를 설정하는 경향이 있어 상대적으로 집단 의식이 약하다는 특징이 있다[8]. 축제가 공동체를 유지해나가는 수단이 되어야 하고 역으로 공동체로부터 존재의의를 획득해야 함에도 불구하고 앞에서 살펴본 대학축제의 콘텐츠 빈곤과 축제 참가객인 학생들의 무관심에 즈음하여 대학축제에 대한 재고가 필요한 시점이다.

축제는 세속적인 일상과 구분되어 성스러운 비일상의 시공간적 연출이다. 따라서 축제에 참가하는 사람은 일상의 질서와 억압 속에서 벗어나 해방을 맞으며 가치전도의 카오스를 경험하게 된다. 그러나 이러한 난장판

은 단순한 무질서가 아니라 더 나은 질서로 나가기 위한 인위적인 장치이다[9]. 이러한 점에서 볼 때 대학축제는 대학생활이라는 일상이 원래 가졌던 본연의 모습을 구현하기 위한 유효한 방법이 되어야 할 것이다. 더 나아가 대학축제는 재학생뿐만 아니라 지역사회의 청소년에게 대학생이 롤 모델이 되고 경력개발을 제시할 수 있는 기회가 되는 것을 감안한다면[10] 대학의 지역사회 역할 수행을 위해서라도[11] 대학축제의 기능회복은 매우 절실하다고 할 수 있다.

그럼에도 불구하고 대학축제에 대한 연구가 비교적 과소하게 이루어 졌다[12]. 대학축제와 관련한 연구를 보면 대학축제의 위상에 대한 비판적 고찰[6][12][14], 대학축제 프로그램 개선방안[7][15] 등이 있었다. 대학축제가 변해야 된다는 당위성에 관한 연구와 대학축제 프로그램을 어떻게 만들어 나가야 한다는 것에 관한 연구이다. 전자의 연구들은 축제의 콘텍스트(context)로서 대학사회와의 연계를 검토하였으나 탐색적인 수준에 그친 바 있고 후자의 연구들은 축제 프로그램을 구성하는 변수들의 관계를 실증적으로 검토하였으나 축제의 내부에 초점을 맞추어 축제를 만들어낸 대학생활과의 연계가 아쉬웠다. 박관도, 김학덕[16]의 연구는 축제를 일상의 세계로서 학교생활과 연관 지어 학교애착도가 축제영향과 관계있다는 것을 규명하였다. 또한 정덕업[17]은 대학축제의 체험적 요소에 주목하여 대학생의 자아실현에 영향을 준다는 것을 연구하였다. 두 연구가 축제에 관한 연구의 외연을 확대하여 일상과의 연계 속에 축제의 발전방향을 실증적으로 접근했다는 데 의의가 있다고 볼 수 있다.

그동안 한국의 대학축제가 외부적으로 사회적 메시지를 던지고 내부적으로 학생들의 결집을 통한 대학문화 고유의 기능을 창달하는 기능을 수행하였다면 오늘날 대학 자체의 문화가 희석되고 대학 간의 문화가 동질화되며 심지어 대학과 다른 학생 참여조직 간의 문화에 차별화가 없어질 수도 있다는 문제제기를 하였다.

본 연구는 축제 프로그램의 개선하기 위해 지역축제 관련 선행연구에서 다수 활용된 체험변수를 대학축제 상황에 적용한다. 대학생이 축제를 체험하고 만족하면 재참가 할 것이며 또한 축제에서의 성과변수로서 재참가의도 이외에 일상생활에서의 회귀 시에 일상생활을

바꿀 수 있는 유효한 변수 예를 들면 교우관계 개선 등이 포함될 것이라는 것을 알아보고자 한다. 또한 축제 체험이 만족을 가져오고 비일상의 축제로의 재방문과 일상에서의 교우관계 개선에 이르지만 축제를 만들어 내는 콘텍스트로서 학교에 대한 애착도 정도차이가 텍스트로서 축제체험과 만족 등에 차이를 가져올 수 있다는 것을 포함시켜 논의하고자 한다. 축제는 일상생활을 공간에 표현한 것이고 사회적 실재성을 가지고 있기 때문이다[18]. 이상의 논의를 바탕으로 다음과 같은 문제를 규명하고자 한다.

첫 번째로 대학축제에서 축제체험은 지역축제와 같이 만족과 재참가를 확보할 수 있는가?

두 번째로 대학축제의 성과변수로서 일상생활과 연계되는 교우관계 개선이 포함될 수 있는가?

세 번째로 대학축제가 사회적 실재라면 대학생활 참여정도가 축제체험, 만족 그리고 재방문 성과변수에 영향을 줄 것인가? 등이다.

II. 이론적 고찰

2.1 축제 체험

Pine and Gilmore는 체험을 제품과 서비스의 시대를 지나 나타나는 경제적 가치창출의 동력으로써 고객은 체험의 소비를 통해 잊지 못할 기억을 갖는다고 하였다[19]. 그들이 제시한 체험모델은 고객의 참여정도 즉 수동적과 능동적, 향유의 정도 즉 흡수와 몰입 등 두 개의 특성을 교차 축으로 하여 오락, 교육, 도피, 심미 등 네 가지 영역을 설명하고 있다.

경쟁력 있는 축제가 되기 위해서는 바람직한 축제체험환경 조성이 매우 중요하다[20]. 축제체험(experience)은 축제 프로그램에 참여하여 보고 듣고 겪는 실제의 일 또는 축제의 진행과정에서 얻을 수 있는 지식이나 기능 등을 포함한다[21]. 축제체험에 관한 연구는 비교적 부족한 상황이다[22]. 대학축제에서도 축제체험에 관한 연구가 매우 제한적이었다. 다만 체험모델과 유사한 대학축제 서비스품질 [7][23] 및 대학축제 서비스 차별화[15], 체험모델과 유사한 Schmitt의 5가지 유형 체험모델(SEMs)[24] 등이 논의되었다.

지역축제 연구에서는 [Pine and Gilmore, 1999]의 체험모델이 다수 적용되었으며 축제체험은 만족도, 행동의도 등 성과변수[22][25]에 영향을 주었다. 다만 축제체험이 만족 등에 영향을 미치는 연구를 보면 체험영역이 정확히 네 가지로 구분되지 않기도 하고 또는 일부 체험영역은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 양양송이축제 방문객을 대상으로 하는 연구에서 축제체험 중에서 오락적 체험과 미적체험이 행동의도에 유의한 영향을 주었지만 교육체험과 일탈체험이 행동의도에 영향을 주지 못하였다[22]. 드론영상제 방문객을 대상으로 하는 연구에서 교육경험은 행사만족도에 유의한 영향을 주었으나 체험경험은 행사만족도에 유의한 영향을 주지 못하였다. 특정 체험요소가 강조되는 축제 프로그램과 축제 프로그램 내에 체험요소를 구현하는데 미흡한 것이 원인이 된 것으로 판단된다. 따라서 대학축제 체험요소 역시 각 요인별로 차별적으로 만족 등에 영향을 미칠 수 있음을 예상한다.

축제체험은 지역 이미지[25]와 지역 애호도에 긍정적인 영향이 준다[26]. 이러한 점에서 볼 때 축제가 지역 사회 이미지와 지역 애호도에 영향을 준다면 대학축제 역시 대학의 이미지와 대학 애호도에 영향을 줄 수 있을 것으로 예상할 수 있다.

2.2 축제만족과 재참가의도

축제만족은 방문객이 체험에 대하여 내리는 심리적 감정적 평가로서 시간적 금전적 노력 대비하여 보상 및 이익 등 가치를 판단함으로써 결정된다[27]. 축제 만족에 영향을 주는 선행변수로 축제체험[28] 이외에 환경 단서, 축제이미지, 서비스 품질 등 다양한 요소가 있다. 고품질의 축제를 위해서는 매력적인 축제프로그램이 주는 분위기, 독특함 그리고 이벤트 경험 등 내적 품질도 중요한 바[29] 대학축제 프로그램 관련한 상업화와 대학문화 빈곤 등의 논의를 감안 할 때 축제체험을 변수로 논의하는 것은 의미가 있다. 2-1에서 살펴본 바와 같이 축제체험은 축제만족에 유의한 영향을 준다.

행동의도는 특정행동을 취하기 위한 개인의 준비성과 의지이다. 행동의도는 만족 후에 향후 행동의 반복을 측정하는 매우 중요한 변수인데 지역축제 등의 연구에서는 재방문의도 혹은 재참가의도 등으로 제시되고

있다. 축제 만족도는 행동의도에 영향을 준다[30]. 초등학생이 교내 음악수업이나 음악관련 축제 참가하여 긍정적인 태도를 형성함으로써 향후 참가행동에 긍정적이 될 수 있다[31]. 본 연구에서는 대학축제 참가자가 주로 재학생이기 때문에 재참가의도를 변수화 하였다.

2.3 대학 축제와 교우관계

대학축제는 대학의 중심이 되는 학생들 간의 화합에 도움을 주며 애교심을 고취시키는 역할을 한다[2]. 대학 축제는 대학 내 다양한 비교과 활동중의 하나로서 기능을 수행한다. 대학축제는 비교과활동으로 분류된다. 비교과활동(extracurricular activities; ECA)은 정규교육과정 외에 학생들이 자율적으로 참여하는 다양한 활동으로 동아리, 학생회 참여, 해외연수, 자원봉사 등을 포함한다[32]. 대학생활과 관련한 비교과활동은 학교를 그만두고자 하는 학생들에게 매우 효과적으로 활용된다[33]. 이러한 점은 최근 대학의 성과지표 중 하나로 충원율 및 중도탈락율이 강조되는 점을 감안할 때 정규교과과정이 수행할 수 없는 역할을 비교과활동이 대신할 수 있음을 시사해 준다. 대학 내 다양한 학생 활동들은 정규교육활동이 자리잡아나가는데 도움을 준다[34]라고 하였다.

대학축제를 참가한다면 일상 대학생활에서의 교우관계 변화를 예상해 볼 수 있다. 교우관계는 본인과 교우가 서로 대하는 태도로 공동생활[35], 친밀한 의사교환[36], 호감과 지지[37], 믿고 신뢰할 수 있는 친구의 유무[38] 등을 포함한다.

축제는 참가자 사이의 커뮤니티(communitas)를 자극한다[39]. 커뮤니티란 기존 일상의 구조와 구성원의 위계가 전도되고 구성원 전체가 대등한 존재 속에서 연대감을 획득하는 순간이다. 따라서 일상에서의 교우관계 역시 축제참가 속에서 새롭게 재구성 될 수도 있다. 비교과활동은 새로운 인물들을 만나는 것을 도와준다고[33] 하였다. 대학교 1학년 시기는 부모와의 독립을 추구하고 사회적 관계를 중시하기 때문에 교우관계가 매우 중요시 된다[36]. 축제참가가 주로 저학년을 중심으로 이루어진다는 점에서 대학축제 성과변수로서 교우관계개선을 포함시키는 것은 매우 의미가 있다. 교우관계 측정변수 중에는 학교 스포츠클럽참석[38] 또는

동아리활동[40] 등 간접적으로 축제와 관련이 있는 항목이 포함된다. 교우관계는 대학생활 적응에 유의한 상관관계를 가지고 있다[36].

2.4 대학축제와 대학생활 참여정도

공간은 일상으로 경험하는 생활세계[41]이지만 축제라는 의미가 부여되어 새로운 장소로 탈바꿈한다. 즉 대학은 학생, 교수, 교직원 등 대학주체들의 일상적인 삶이 이루어지는 일상생활공간이자 주체들간의 차이와 삶의 스타일이 함께 녹아 다양한 대학문화를 만들어가는 문화공간이기도 하다[42]. 이러한 점에서 볼 때 대학캠퍼스는 대학생활로서 일상과 비일상으로서 축제가 서로 공유하며 양자 간에는 매우 밀접한 관계를 가지고 있다. 따라서 일상으로서 대학생활 참여를 얼마나 하는냐는 대학축제에 대한 의미부여를 다르게 할 것임을 예상할 수 있다. 조안나, 서선희, 최애경[23]은 대학축제의 성과로서 축제지향성과 뿐만 아니라 대학지향성과를 포함시켰다. 고품질 축제를 통해서 일상생활 개선을 가져와야 한다는 것이다. 학교 내 학생회 등을 포함하는 다양한 조직 활동을 하는 학생은 학업적 성과[43]와 심리적 사회적 발전[44]을 경험한다고 한다. 대학생은 동아리 참여 활동을 통해서 공동체의 일원화되는 과정을 학습한다[45]. 축제와 연관해 볼 때 공동체에 대한 애착이 증가할수록 축제의 장에서 혼잡에 대하여 긍정적인 경험을 한다고 하였다[46].

이러한 점에서 볼 때 대학생활 참여도의 차이는 축제 체험의 차이를 가져올 수 있다. 손선미[47]는 대학교 학과 이벤트가 학생들의 소속감과 학생생활만족을 가져온다고 하였다. 축제참여를 통해서 소속감이 강화[48]되기도 하지만 역으로 소속감이 축제체험을 강화시켜 줄 수도 있다. 대학축제를 기획하는 주체는 대학의 학생회이고 또한 대학축제 프로그램에 동아리 참가가 이루어지기 때문이다. 더욱이 축제의 운영요원이 내부만족을 하면 방문객의 만족도로 이어진다는 [24] 점 역시 참가자에게 양질의 축제체험과 축제만족을 제공할 수 있기 때문이다.

III. 연구설계

3.1 연구대상

2018년 5월30일부터 동월 31일 2일간 부산광역시 소재 S대학 캠퍼스에서 열린 대학축제 참가자를 대상으로 자기기입식 설문조사를 실시하였다. 총 220부가 회수되었으며 195부를 분석자료로 활용하였다. 수집한 자료는 SPSS 21.0 통계패키지를 활용하여 응답자의 인구통계학적 특성을 파악하기 위한 기술통계, 설문지의 신뢰도와 타당도를 확보하기 위한 탐색적 요인분석 및 크론바흐 알파계수 산출, 가설검정을 위해 집단 간의 차이를 알아보는 t검정 및 변수간의 인과관계를 알아보는 회귀분석을 하였다.

3.2 조작적 정의 및 설문지 구성

주요 개념에 대한 조작적 정의는 다음과 같다. 대학 축제 체험이란 대학축제 참가자가 축제 프로그램에 참여하여 얻는 긍정적인 기억으로 새로운 것을 배움, 축제 분위기가 매력적임, 신나는 기분을 느낌 등 11개 측정척도로 구성하였다[19][21][22][25]. 축제만족이란 축제 참가자가 참가 전 사전 기대와 참가 후 실제 체험의 차이 평가로 재미있다, 즐겁다 등 3개 측정척도로 구성하였다[7][27][28]. 재참가의의도는 대학축제 참가자가 향후 축제에 다시 참가하고자 하는 의도로 정의하였으며 내년도 참가의지, 친구추천 등 3개 측정척도로 구성하였다[27][28][49]. 교우관계는 본인과 교우가 서로 대하는 태도로 선후배, 동기간의 친함, 동질감 및 소속감 등 3개 측정척도로 구성하였다[32][35][36][49]. 대학생활 참여정도는 대학생의 공식행사, 집행부, 동아리 등 활동에 대한 관심과 활동정도 등 3개 측정척도로 구성하였다[16][34][45][47]. 각각의 설문문항은 전혀 그러하지 않다 1점에서 매우 그러하다 7점까지 리커트 7점 척도화 하였다. 대학생활 참여도 차이는 응답자 평균을 기준으로 하여 평균을 상회하는 대학생활 참여정도가 높은 집단과 평균이하의 대학생활 참여정도가 낮은 집단으로 나누었다.

3.3 연구모형 및 가설

본 연구의 연구모형 및 가설을 제시하면 [그림 1]과 같다.

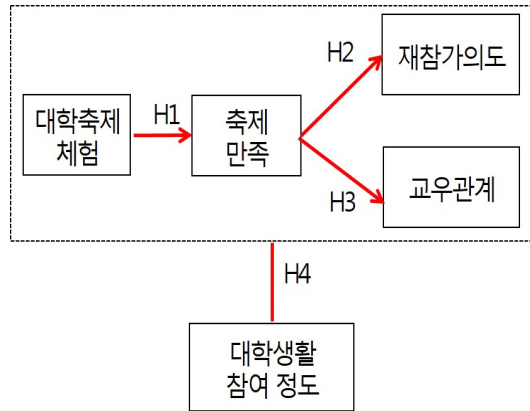


그림 1. 연구모형

[가설1] 대학축제체험은 축제만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설2] 축제만족은 재참가의의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설3] 축제만족은 교우관계개선에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설4] 대학생활 참여정도는 대학 축제체험, 축제만족, 재참가의의도, 교우관계에 유의한 차이를 보일 것이다.

IV. 연구결과

4.1 표본의 특성

표본의 특징은 다음과 같다. 성별은 남학생 48명 (42.5%), 여성 147명 (75.5%)이었으며 연령은 20세가 119명(60.7%)이었는데 저학년 여학생이 주로 축제 참여도가 높은 것으로 알 수 있었다. 학생집행부 활동은 164명(83.7%)이 과거에 하지 않았거나 현재 하고 있지 않았으며 동아리는 112명(57.1%)이 과거에 하였거나 현재 하고 있는 것으로 나타났다. 하루 평균 수업시간 이외에 교내에 머무는 시간은 시간구간 별로 대체적으로 균등하게 나타났다.

표 1. 표본의 인구통계학적 특성 (N= 195)

개념	범주 수	빈도	%
성별	남	48	24.5
	녀	147	75.5
연령	19세 이하	1	4.6
	20세	119	60.7
	21세	28	14.3
	22세	13	6.6
	23세	21	10.7
학생집행부 활동여부	한다/했다	32	16.3
	안한다/안했다	164	83.7
동아리 활동여부	한다/했다	112	57.1
	안한다/안했다	84	42.9
하루평균 수업시간이외 교내에서 머무는 시간	1시간 미만	49	25.0
	1시간-2시간	49	25.0
	3시간-4시간	51	26.0
	5시간 이상	47	24.0

재참가 의도	KMO측도: .766, Bartlett 구형성 검증치: 356.785 유의확률: .000***, 크론바흐 알파 .964		
	내년에도 축제에 참가하고 싶음	.885	.940
	다른 친구들에게 추천하겠음	.856	.925
	학교 축제는 가능한 참여하겠음	.769	.877
고유값: 2.509, 분산설명력: 83.648			
교우 관계	KMO측도: .723, Bartlett 구형성 검증치: 393.827 유의확률: .000***, 크론바흐 알파 .902		
	선후배 동기간에 친해짐	.867	.943
	선후배, 동기간에 동질감을 느낌	.889	.931
	소속감을 느낌	.776	.881
고유값: 2.532, 분산설명력: 84.406			
학교 생활 참여 정도	KMO측도 .726, Bartlett 구형성 검증치: 413.589 유의확률 .000***, 크론바흐 알파 .907		
	학교 공식행사 관심 및 활동 정도	.839	.916
	학교 동아리 관심 및 활동 정도	.716	.846
	학교 집행부 관심 및 활동 정도	.500	.700
	고유값: 2.045, 분산설명력: 68.156		
KMO측도: .580, Bartlett 구형성 검증치: 195.992, 유의확률: .000***, 크론바흐 알파 .744			

4.2 신뢰도 및 타당도 분석

신뢰도 분석을 위하여 크론바흐 알파값을 구한 결과 .744-.964 사이로 모두 기준치를 상회하였다. 타당도 분석을 위한 탐색적 요인분석을 실시하였다. 구성요인을 추출하기 위한 주성분 분석을, 요인적재치의 단순화를 위하여 직교회전(varimax)방식을 사용하였으며 고유값이 1.0 이상, 요인적재량 .5이상을 기준으로 하였다.

표 2. 신뢰도와 타당도 분석

구분	요인명	측정 변수	공통성	요인 적재량	
대학 축제 체험	지식	뭔가 새로운 것을 배움	.816	.850	
		선후배간에 더 많이 알게됨	.786	.824	
		대학생활을 더 많이 알게됨	.786	.803	
		마치 다른 사람이 된 것 같음	.775	.800	
	고유값: 3.313, 분산설명력: 30.119				
	심미	축제분위기가 매력적임	.823	.846	
		축제장에 있는 것만으로 좋음	.802	.834	
		공연분위기가 예술적임	.745	.779	
		완전히 몰입하였음	.701	.589	
	고유값: 2.902, 분산설명력: 26.380				
	엔터테인먼트	신나는 기분을 느낌	.933	.923	
		즐거움 기분을 느낌	.915	.900	
		공연이 내 마음을 사로잡음	.791	.734	
	고유값: 2.657, 분산설명력: 24.156				
KMO측도: .874, Bartlett 구형성검증치: 1754.492, 유의확률: .000***, 크론바흐 알파: .921					
축제 만족	축제가 재미있음	.949	.974		
	축제가 즐거움	.940	.970		
	축제가 대체적으로 만족스러움	.909	.953		
고유값: 2.789, 분산설명력: 93.276					

요인분석의 결과 축제체험은 3개의 요인이 도출되었으며 지식체험, 심미체험, 엔터테인먼트 체험으로 명명하였다. Pine and Gilmore[19] 가 4개의 체험요소를 제시하였으나 축제 자체의 특성과 선행연구를 감안할 때 현실도피(escape)체험은 매우 제한적이라 판단되었다. 또한 원래 모델은 네 가지 체험영역인 4E의 머릿글자를 따서 교육(education)체험으로 명명되었으나 축제적 상황을 감안하여 지식체험으로 변경하였다. 본 연구의 특성상 축제만족, 재참가의도, 교우관계, 학교생활 참여도는 단일요인으로 추출되었다. 모형의 적합성 여부를 위해 KMO와 Bartlett의 구형성 검증을 실시한 결과 모두 문제가 없는 것으로 나타났다.

4.3 연구가설 검증

[가설1] 대학축제체험은 축제만족에 유의한 영향을 미칠 것이다를 검증한 결과 지식요인은 -.349로 통계적 유의수준에서 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 즉 축제체험 중 지식요인은 축제만족과 관련이 없다는 것을 알 수 있다. 심미요인의 t값은 6.159(p=.000)로 통계적 유의수준에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 축제체험 중 심미요인이 극대화되면 축제만족이 높아진다는 것을 발견하였다. 엔터테인먼트 요인의 t값은 10.016(p=.000)으로 통계적 유의수준에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 축제체험 중 엔터테인먼트 요인이 극대화되면 축제만족

이 높아진다는 것이다. 회귀모형은 F값이 p=000에서 126.597의 수치를 보이고 있으며 회귀식에 대한 수정된 $R^2=.659$ 로 65.9%의 설명력을 보였다.

표 3. 가설1: 대학축제체험과 축제만족

구분	측정값	표준오차	베타값	t값
지식 H1-1	지식 → 축제만족	.048	-.019	-.349
심미 H1-2	심미 → 축제만족	.065	.346	6.159
엔터테인먼트 H1-3	엔터테인먼트 → 축제만족	.055	.547	10.016
수정된 R^2 , .659, 유의확률 .000*** , F: 126.597				

[가설 2]. 축제만족은 재참가의도에 유의한 영향을 미칠 것임을 검증한 결과 t값은 16.947로 통계적 유의수준에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 축제만족이 높으면 재참가의도가 높아진다는 것을 발견하였다. 회귀모형은 F값이 p=000에서 287.217의 수치를 보이고 있으며 회귀식에 대한 수정된 $R^2=.595$ 로 59.5%의 설명력을 보였다.

표 4. 가설 2: 축제만족과 재참가의도

구분	측정값	표준오차	베타값	t값
H2	축제만족 → 재참가의도	.048	.773	16.947
수정된 R^2 , .595, 유의확률 .000*** , F: 287.217				

[가설 3]. 축제만족은 교우관계에 유의한 영향을 미칠 것임을 검증한 결과 t값은 10.382로 통계적 유의수준에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 축제만족이 높으면 교우관계가 좋아진다는 것을 발견하였다. 회귀모형은 F값이 p=000에서 100.777의 수치를 보이고 있으며 회귀식에 대한 수정된 $R^2=.354$ 로 35.4%의 설명력을 보였다.

표 5. 가설 3: 축제만족과 교우관계 개선

구분	측정값	표준오차	베타값	t값
H3	축제만족 → 교우관계	.064	.598	10.382
수정된 R^2 , .354, 유의확률 .000*** , F: 100.777				

[가설 4] 대학생활 참여정도에 따라 대학축제체험, 축제만족도, 재참가의도, 교우관계에 차이가 있을 것임을 검증한 결과는 다음과 같다.

표 6. 가설 4: 대학생활 참여정도 집단차이

대학생활 참여정도 집단차이		M	S.D	t	p	
대학 축제 체험	지식	H	4.8632	1.11512	6.498	.000***
		L	3.7589	1.26384		
	심미	H	5.2858	.91198	4.512	.000***
		L	4.6400	1.09193		
	엔터테인먼트	H	5.5698	.91747	4.246	.000***
		L	4.9011	1.28005		
축제만족	H	5.6764	.93233	4.865	.000***	
	L	4.9189	1.24358			
재참가의도	H	5.5651	.91454	5.434	.000***	
	L	4.6567	1.34365			
교우관계	H	5.2509	1.03576	7.460	.000***	
	L	4.0422	1.23261			

집단은 평균보다 높은 쪽이 N=106, 평균보다 낮은 쪽이 N=90이었다. F값의 유의확률을 .05 기준으로 하여 축제체험, 축제만족, 교우관계개선은 등분산이 가정되었고 재참가의도는 등분산이 가정되지 않았다.

축제체험은 요인별로 t값이 각 6.498, 4.512, 4.246으로 대학생활에착도에 따라 차이가 있는 것으로 밝혀졌다. 또한 축제만족도 t값이 4.865, 재참가의도 t값이 5.434, 교우관계 t값이 7.460으로 나타났다. 따라서 [가설 4]는 채택되었다. 구체적으로 대학생활 참여정도가 높은 집단(H)이 낮은 집단(L)보다 모든 변수에서 높은 평균값을 보여 대학생활 참여정도가 높은 집단이 통계적 유의수준 하에서 대학축제체험, 축제만족, 재참가의도, 교우관계가 더 높게 나타났다.

V. 논의 및 시사점

대학축제가 대학구성원의 결집과 대학문화창달이라는 기능을 제대로 하지 못하고 상업화와 동질화 되고 있다는 비판이 있다. 축제가 사회를 변화시키듯이 대학축제가 대학사회의 일상을 변화시킬 수 있는지 그리고 어떻게 하면 대학축제가 그러한 기능을 할 수 있는지를 연구하였다. 일상으로서 대학생활이 존재하지 않으면 대학축제 자체가 존재 불가능하기 때문이다. 대학축제

의 기능회복을 위해 참가자의 축제체험에 초점을 맞추었다. 체험의 질은 제품과 서비스에도 강조되지만 축제 등 이벤트에서는 무엇보다도 중요한데 오래가는 좋은 기억을 만들어 내기 때문이다.

축제 체험을 측정하기 위해서 선행연구를 통해 다수 활용된 Pine and Gilmore [19]의 모델을 적용하여 지방의 모대학 축제 참가학생을 대상으로 연구를 진행하였다. 첫 번째로 대학축제체험, 축제만족, 재참가의도 간에 인과관계가 성립함을 발견하였다[가설 1], [가설 2]. 대학축제의 체험요소가 제대로 구현된다면 축제만족을 가져올 것이고 축제에 만족한 참가자는 다음번 축제에 재참가할 의도를 가진다. 이러한 변수간의 관계는 가설도출을 위한 선행연구를 통해서 밝혀진 바 있다. 다만 체험요인이 연구자에 따라서 연구설계 단계에서 Pine and Gilmore의 모델의 측정척도를 변형하거나 요인분석 결과 4개 유형의 체험과 일치하지 않는 경우가 빈번한데 축제의 특성에 따라 체험의 유형이 달라지기 때문인 것으로 판단된다. 본 연구에서는 3개의 요인으로 추출되어 각각 지식, 심미, 엔터테인먼트로 명명하였다. 축제의 특성상 물리적 공간에서 오래 체류하고 몰입도가 다른 프로그램을 여러 번 접하기 때문에 제4 유형인 현실도피 체험에 까지 이르지 않는다고 본다.

[가설 1]은 부분 채택 되었는데 대학축제체험 요인 중에서 심미체험과 엔터테인먼트 체험은 축제만족에 영향을 주었지만 지식체험은 축제만족에 영향을 주지 않았다. 축제를 통해 새로운 사실과 사람을 알아간다는 것이 충분하지 않게 구현되었기 때문이다. 무주반딧불 축제에서 방문객의 체험요인은 미적체험을 제외하고 만족과 행동의도에 유의한 영향을 미쳤다 [27]은 선행 연구 역시 연구자의 결론과는 별도로 축제의 특성 혹은 해당 체험요소가 충분히 구현되지 않았기 때문에 판단된다. 주로 저녁에 메인이벤트로 열리는 연예인 공연은 가수와 관객으로서 축제참가객간의 상호작용이 이루어지기 때문에 특정 대학이 가진 고유문화, 학생들의 동아리 부스에서의 지식적 체험, 선후배간의 교류 등이 매우 제한적이기 때문에 각각 된 것으로 보인다. 더욱이 연예인 공연은 대학축제에서 약방의 감초로 이루어지는 프로그램으로서 심지어는 지역적으로 인접한 A대학에서의 전날 공연이 B대학에서 다음날 되풀이되기

때문에 말 그대로 새로운 것이 없는 사실의 재연이 되기도 한다.

반면 [가설 1]의 심미 체험과 엔터테인먼트 체험은 축제만족에 유의한 영향을 주었다. 따라서 축제의 현장에서 참가자의 감각을 자극하고 감정을 동하게 하는 체험이 프로그램을 통해 제대로 구현되었다고 본다. 다만 본 체험 역시 사이키델릭한 조명과 스펙타클이 난무하는 연예인 공연으로부터 온 것 역시 부정할 수 없다. 다만 특정일에 각종 개별 프로그램에 대한 총체적 체험 회상이기 때문에 아마추어리즘에 입각하여 학생들이 직접 만들고 참여하는 프로그램의 심미적 엔터테인먼트적 체험도 만족에 영향을 주었다는 것을 추정할 수 있을 뿐이다. 다수의 축제체험 연구들 역시 특정 프로그램이 아니라 프로그램 전반에 대한 체험에 대한 회상을 기술하는 것에 의존하고 있다.

[가설 2] 관련하여 축제에 만족하면 조사 현 시점에서 재참가의도를 보여주고 있음을 알 수 있었다. 다만 대학축제의 특성상 참가자의 연령이 저학년에 분포되어 있는데 고학년으로 갈수록 학업 및 취업 등 이른바 일상의 대학생활로부터 자유롭지 않아 축제참가가 여의치 않을 것으로 보인다. 따라서 대학축제 관련 연구에서는 향후 만족에 따른 유효한 행동의도 측정변수 개발이 필요하다. 이러한 점을 감안하여 본 연구에서 [가설 3] 교우관계를 탐색적 차원에서 포함시켰다.

[가설 3]과 [가설 4]는 축제를 일상과 연계시키려는 시도이다. 대학축제를 통한 높은 체험의 질, 축제 프로그램에 대한 만족, 재참가의도를 통한 애착, 긍정적인 교우관계 등이 이루어지기 위해서 일상에서의 학교생활에 적극 참여하여야 한다는 것을 알 수 있었다. 이를 위해 학교공식행사, 동아리, 집행부에 대한 관심과 활동 정도가 높은 집단일수록 그러하지 못한 집단에 비하여 축제체험, 만족, 재참가의도 및 교우관계에 유의한 차이를 보였다. 대학축제의 기획과 연출이 대학 집행부를 중심으로 이루어지고 동아리 단위에서 세부 프로그램이 이루어지기 때문에 판단된다. 본인이 만든 축제에 대한 관심이 높은 것은 당연하여 대학생활 일상으로부터 자발적 소외를 하는 학생은 비록 축제를 참여하더라도 체험의 질과 만족에서 차별성을 느낄 것이다. 따라서 선행연구에서도 살펴본 바와 같이 대학 비교과과 활

성화를 통해서 학생들로 하여금 학교에 대한 애착과 충성도를 이끌어 내는 것만큼 대학축제의 활성화를 통해서 대학공동체를 재건한다는 방향성 역시 일상의 다양한 비교과과정을 통해 축제참가를 유도하고 양질의 축제체험을 통해서 다시 대학생활 일상을 회복해 나가는 선순환 구조를 확보하는 것이 순서가 될 것이다.

본 연구의 이론적 시사점은 다음과 같다. 지역축제와는 다른 성격을 가진 대학축제의 성과변수이자 축제만족의 행동의도로서 교우관계를 발견하였다. 기존의 연구가 축제가 이루어지는 축제의 시간과 공간 그리고 축제에 참가하는 사람에 초점을 맞추었다. 그러나 축제는 비일상적인 현상으로서 일상과의 단절이기도 하지만 일상을 바꾸고 변화시키는 역할을 수행하기 때문에 일상과 관계가 되는 축제의 성과 변수를 발견하는 것은 의미가 있다. 축제가 지나치게 성과에 치우쳐서 의도적인 기획과 연출이라는 비판도 있다. 즉 축제는 흥청망청하는 무계획성이 오히려 축제의 본질에 가까울 수도 있다. 그러나 축제가 존재의의를 가지려면 일상과의 맥락 속에서 어느 정도 목적지향일 필요가 있다. 본 연구의 실무적 시사점은 다음과 같다. 대학축제가 대학생에 의해 기획되고 대학생을 위해 연출된다면 축제를 기획하는 총학생회는 내부고객으로서 학생 집단에 대한 집객력을 높이기 위해 어떠한 점을 감안하여야 할 것인가에 대한 아이디어를 제시하였다. 예를 들면 축제를 기획하는 집행부는 대학생활 참여정도가 높은 집단과 낮은 집단에 대한 시장세분화를 전제로 차별적인 마케팅을 마련해야 할 것이다. 대학축제를 기획하는 공식적 조직인 학생회와 동아리 집단은 본인들의 참여도 중요

하지만 두 집단에 속해있지 않는 학생들에 대한 적극적인 홍보와 이들을 축제의 장으로 이끌어 내는 노력을 보여야 한다. 두 번째로 축제만족을 한 학생은 교우관계가 개선됨을 보여주었으므로 학생지원처 등 학교행정당국은 축제 직후 다양한 비교과과정 참여 계기를 마련하여야 한다. 이를 위해서 축제의 장 자체가 학교가 준비하고 있는 비교과과정을 홍보하고 이미 진행된 비교과과정에 대한 피드백을 받을 수 있는 곳이 되어야 할 것이다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫 번째로 축제가 3일 동안 걸쳐 진행되었기 때문에 해당일 마다 프로그램이 상이하고 특히 연예인 공연을 관람한 학생의 특정 연예인에 대한 선호도 및 당일 공연분위기에 따라 체험의 질이 달라질 수 있는바 축제일과 축제프로그램간의 엄격한 통제가 이루어지지 못하였다. 기존의 축제연구에서 프로그램에 대한 만족도 측정은 특정 세부 프로그램에 초점을 맞추기 보다는 축제 전체가 구현하고자 하는 컨셉트와 테마를 전제로 하여 세부 프로그램이 모여서 전체 축제를 구성하자는 전제가 있기 때문에 개별프로그램에 대한 분석은 실익이 없다. 또한 축제 체류기간동안에 참가자가 체험한 프로그램에 대한 정확한 통제를 통해 프로그램간의 차별적 체험 효과를 분석하는데에는 기술적 한계가 있다. 그러나 대학축제는 크게 연예인 공연으로 대표되는 외부 기획 프로그램과 동아리 및 학과가 중심으로 만드는 내부 기획 프로그램으로 나눌 수 있으므로 양자 간에 체험 및 만족도 비교를 통해 의미있는 시사점을 도출해 내는 연구도 필요할 것으로 보인다. 두 번째로 표본의 인구통계학적 특성인데

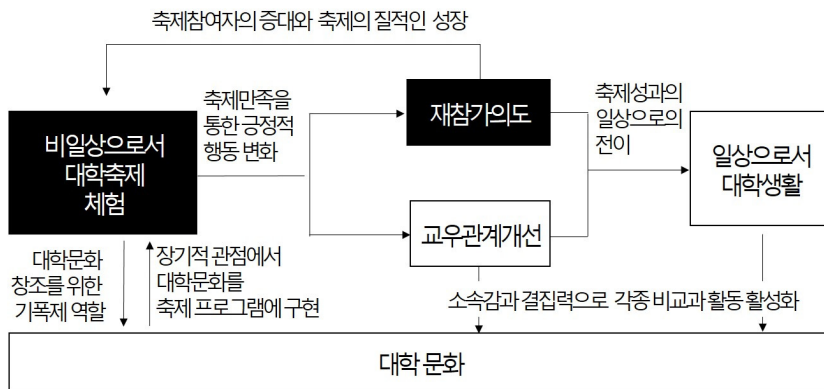


그림 2. 연구내용 정리

비록 남녀공학이지만 설립 당시의 전통이 있어 여학생의 빈도가 높았다. 또한 1학년 학생인 20대 비율이 높았는데 통념상 고학년일수록 축제 참가가 여의치 않았음이 반영되었다.

참고 문헌

- [1] 류정아, *축제인류학*. 서울: 살림출판사, 2013.
- [2] 이제영, 최세인, "지역 대학 축제의 개선방향: Q방법론을 통해 나타난 지역축제에 대한 주관적 인식 분석," *한국소통학보*, 제17권, 제1호, pp.39-63, 2018.
- [3] 한양명, 안태현, "축제 정치의 두 풍경: 국풍81과 대학대동제," *비교민속학*, 제26권, pp.469-498, 2004.
- [4] C. Brettell and F. Nibbs, "Lived hybridity: Second-generation identity construction through college festival," *Global Study in Culture and Power*, Vol.16, No.6, pp.678-699, 2009.
- [5] 오제연, "1960년대 한국 대학축제의 정치풍자와 학생운동," *사림*, 제55권, pp.363-401, 2016.
- [6] 김미란, "80년대 대학의 학생문화: 비판적 지식생산과 문화적 실천의 장," *한국교육사학회 학술발표논문집*, pp.59-60, 2014.
- [7] 김송이, 정철, "대학축제 서비스품질이 방문객의 만족도와 충성도에 미치는 영향: 물리적 요소와 비물리적 요소를 중심으로," *관광연구논총*, 제29권, 제1호, pp.103-123, 2017.
- [8] 대학내일, *요즘 것들은 자기밖에 몰라서 문제라는데...*, 2019.3.13. <https://univ20.com/97159>. 2019년
- [9] 이상일, *축제의 정신*. 서울: 성균관대 출판부, 1988.
- [10] A. Quagliata, "University festival promotes STEM education" *J. of STEM Education*, Vol.16, No.3, pp.20-23, 2015.
- [11] 조찬래, "지역사회를 위한 대학의 역할," *사회과학연구*, 제65권, 제75호, pp.65-75, 2016.
- [12] 김창수, "대학축제의 진단과 대안 모색 연구," *관광연구논총*, 제20권, 제2호, pp.97-113, 2016.
- [13] 류재한, "한국과 유럽의 대학축제 비교연구: 전남대학교 축제 '용봉대동놀이'와 쾰른대학교 축제 '게이마 다스 휘타스'를 중심으로," *유럽문화예술학논집*, 제7권, 제1호, pp.1-22, 2013.
- [14] 임재해, "지역축제 발전을 위한 지역사회와 지역대학의 역할," *비교민속학*, 제20권, pp.151-201, 2001.
- [15] 고경진, 이병찬, "대학 축제 서비스 차별화에 따른 여가만족, 참여지속의사 간 관계 연구," *한국체육과학회지*, 제26권, 제6호, pp.223-232, 2017.
- [16] 박관도, 김학덕, "축제영향인식과 학교애착도가 대학생들의 태도에 미치는 영향," *한국웰니스학회지*, 제12권, 제4호, pp.69-78, 2017.
- [17] 정덕업, *대학축제의 체험요소가 대학생의 자아실현에 미치는 영향*. 동아대학교 문화예술대학원, 석사학위논문, 2017.
- [18] C. Arcodia and M. Whitford, "Festival attendance and the development of social capital," *J. of Convention & Event Tourism*, Vol.8, No.2, pp.1-18, 2006.
- [19] B. Pine and J. Gilmore, "Welcome to the experience economy," *Harvard Business Review*, Jul-August, 1999.
- [20] M. Manthiou, S. Lee, L. Tang, and C. Langlung, "The experience economy approach to festival marketing," *J. of Service Marketing*, Vol.28, No.1, pp.22-35, 2014.
- [21] 장은영, *체험관광의 이론과 실제*. 서울: 백산출판사, 2005.
- [22] 유근준, 이혁진, "체험경제(4Es)이론에 따른 축제방문객의 행동의도와 체험관광개발지지도에 미치는 영향 연구: 양양송이축제를 중심으로," *관광레저연구*, 제26권, 제3호, pp.263-281, 2014.
- [23] 조안나, 서선희, 최애경, "단과대학축제 서비스품질이 Festival-oriented 성과 및 College oriented 성과에 미치는 영향," *호텔경영학연구*, 제28권, 제2호, pp.163-180, 2019.
- [24] 이익수, "축제 운영요원의 내부만족이 방문객의 축제만족에 미치는 영향: 청주직지축제를 중심으로," *한국콘텐츠학회논문지*, 제9권, 제2호, pp.373-380, 2009.
- [25] 권미정, 김중무, "지역축제 행사 체험 유무에 따른 태도가 지역 이미지에 미치는 영향: 2017 용인드론영상제의 축제만족도, 재참가의도, 교육적 효과를 중심으로," *커뮤니케이션디자인학연구*, 제61권, pp.90-98, 2017.
- [26] 박중부, 이수범, "지역축제 체험요소가 축제이미지, 지역이미지 및 지역애호도에 미치는 영향에 관한 연

- 구: 안성 남사당 바우덕이 축제를 중심으로,” 관광연구저널, 제32권, 제8호, pp.163-175, 2018.
- [27] 현혜경, “축제체험요인과 축제만족, 행동의도와의 영향관계: 무주반딧불축제를 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제14권, 제9호, pp.494-502, 2014.
- [28] 임미라, 안대회, “축제의 체험요소가 축제이미지 및 방문객 만족, 재방문의도에 미치는 영향,” 관광레저연구, 제24권, 제3호, pp.43-62, 2012.
- [29] 정승훈, “지역축제의 서비스품질, 지각된 가치, 만족, 충성도의 영향 관계: 제주이호테우축제를 사례로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제10권, 제11호, pp.391-402, 2010.
- [30] 이원형, 전인오, “지역축제 평가속성이 방문객 만족도 및 행동의도에 미치는 영향: 서울특별시 지구촌 나눔 한마당 축제를 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제16권, 제8호, pp.310-321, 2016.
- [31] D. Hedden, "Differences between elementary student participants and nonparticipants in a choral festival," J. of Indexing & Metrics, Vol.25, No.2, pp.47-58, 2007.
- [32] 한안나, “대학 비교과 교육과정의 운영과 성과: D 대학교의 사례를 중심으로,” 교육문제연구, 제30권, 제4호, pp.111-138, 2017.
- [33] E. Massoni, "Positive effects of extra curricular activities on students," ESSAI, Vol.9, pp.84-87, 2011.
- [34] J. Eccles and B. Barber, "Student council, volunteering, basketball, or marching band: What kind of extracurricular involvement matters," J. of Adolescent Research, Vol.14, No.1, pp.10-43, 1999.
- [35] 김영희, 홍경선, “중학교 시기 학교폭력 경험이 고등학교 시기 학교폭력경험 그리고 교우관계에 미치는 영향,” 인문사회21, 제9권, 제5호, pp.1413-1426, 2011.
- [36] 장성화, 천영희, 함성수, “대학생의 교우관계, 역기능가정이 대학생활 적응에 미치는 영향,” 한국콘텐츠학회논문지, 제14권, 제6호, pp.540-548, 2014.
- [37] 유영주, “협동학습 유형 교양무용 수강생의 학습태도가 교우관계와 수업만족도에 미치는 영향,” 한국무용과학회지, 제25권, pp.71-86, 2011.
- [38] 조현민, 최영준, “학교스포츠클럽 활동 참여 중학생의 교우관계, 사회성 및 학교생활만족도의 관계,” 한국체육과학회지, 제24권, 제6호, pp.833-843, 2015.
- [39] J. Laing and J. Mair, "Music festivals and social inclusion: The festival organizers' perspective," J. of Leisure Science, Vol.37, No.3, pp.252-268, 2015.
- [40] 오세이, “동아리활동 참여 대학생의 자기성취감, 교우관계 및 사회기능의 관계,” 한국사회체육학회지, 제51권, 제1호, pp.651-659, 2013.
- [41] 렐프, E. 장소와 장소상실(place and placeness)(김덕현, 김현주, 심승희 공역), 서울: 논형, 2005.
- [42] 이무용, 공간의 문화정치학, 서울: 논형, 2005.
- [43] C. Baker, "Under-represented college students and extracurricular involvement: the effects of various student organizations on academic performance," Social Psychology of Education, Vol.11, No.11, pp.273-298, 2008.
- [44] J. Foubert, "Effect of involvement in clubs and organizations on the psychosocial development of first-year and senior college students," NASPA Journal, Vol.43, No.1, pp.166-182, 2006.
- [45] 윤창국, 이혜선, “대학생의 동아리 활동참여를 통해 본 공동체 진입과정과 의미탐색,” 평생교육학연구, 제20권, 제4호, pp.81-113, 2014.
- [46] T. Wickham and D. Kerstetter, "The relationship between place attachment and crowding in event setting," Event Management, Vol.6, No.3, pp.167-174, 2000.
- [47] 손선미, “대학교의 학과 이벤트가 소속감과 학교생활만족에 미치는 영향: C대학 관광경영학과를 중심으로,” 관광산업연구, 제9권, 제2호, pp.168-183, 2015.
- [48] K. Jaeger and R. Mykletun, "Festival, identities, and belonging," Event Management, Vol.17, No.3, pp.213-226, 2013.
- [49] 이유양, 유병호, “축제체험요소가 즐거움정도, 만족도 및 행동의도에 미치는 영향: 대한민국외인축제를 중심으로,” 관광레저연구, 제27권, 제1호, pp.271-290, 2015.

저 자 소 개

양 승 훈(Soung-Hoon Yang)

정회원



- 1994년 8월 : 고려대학교 사회학과 (문학사)
- 2001년 2월 : Florida Int'l University(호텔경영학 석사)
- 2008년 2월 : 한양대학교 대학원 (관광학박사)
- 2010년 3월 ~ 현재 : 신라대 국제

관광경영학부 교수

〈관심분야〉 : 엔터테인먼트와 관광, 크루즈 경영관리, 슬로 시티 관광지 개발 등