

# 생활무용참여자의 참여만족과 감정, 기억, 충성도, 지속적 참여의도간의 구조적 관계

이정학·이은미\*·임선영 경희대학교

본 연구는 생활무용참여자의 참여만족, 감정, 기억, 충성도, 지속적 참여의도간의 영향 관계를 실증적으로 규명하는데 그 목적이 있다. 연구의 목적을 달성하기 위하여 2018년 현재 서울·경기 지역 소재의 사설 스포츠센터 및 문화센터, 창의적 체험활동 교육과정 내 무용교과 수업, 생활무용 관련 동호회에 직접 참여하고 있는 생활무용 참여자 500명을 모집단으로 선정하여 조사를 실시하였으며, 불성실하게 응답된 30부를 제외한 총 470부의 설문지가 최종 분석에 사용되었다. 최종 분석에 사용된 설문은 SPSS 18.0 및 AMOS 18.0 프로그램을 이용하여 빈도분석, 확인적 요인분석, 신뢰도 분석, 상관관계 분석, 구조방정식 모형을 실시하였으며 그 결과는 다음과 같다. 첫째, 생활무용참여자의 참여만족은 생활무용에 대한 감정과 기억에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 생활무용참여자의 감정은 기억에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 생활무용참여자의 감정과 기억은 충성도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 생활무용참여자의 감정과 충성도는 지속적 참여의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 그동안 생활무용 분야에서 구체적으로 다루어지지 않았던 생활무용참여자의 내재적 특성과 참여만족, 지속적 참여의도간의 관계에 대한 부족한 지식체계를 형성하는데 도움을 줄 수 있다. 또한 개인의 가치관이 중시되는 시대적 상황을 고려해 볼 때, 생활무용참여자의 내재적 특성을 파악하는 것은 참여자의 욕구와 만족을 충족시켜 줄 수 있는 생활무용 프로그램 개발에 효율적인 방법 제시가 가능하다. 이를 통해 오래전부터 무용분야의 고질적인 문제로 지적되어 오던 '무용의 대중화'라는 과제의 해결방안을 생활무용참여자의 저변확대 측면에서 제시함으로써 무용계 전반의 활성화에 기여할 수 있을 것으로 사료된다.

주요어 : 생활무용, 생활무용참여자, 참여만족, 감정, 기억, 충성도, 지속적 참여의도

## I. 서론

### 1. 연구의 필요성 및 목적

최근 Mass media를 통해 무용을 소재로 한 다양한 콘텐츠들이 대중들에게 많은 관심과 사랑을 받고 있다. 이를 통해 대중들은 무용의 다양성과 아름다움에 대해 긍정적으로 인식하게 되는 계기가 되었고 여성과 부유 계층, 전공자들의 전유물로 여겨지던 무용은 서서히 기존의 고정관념에서 벗어나 대중성으로의 가능성을 여는 중요한 터닝포인트를 맞이했다. 과거의 엘리트 에일리가 '춤은 엔터테인먼트'라고 외쳤던 무용의 희열, 기쁨, 오락적 특성이 한국사회 전반에 촉발되기 시작한 것이다(이지원, 2016).

무용에 대한 대중들의 관심은 기존의 순수무용(한국무용, 발레, 현대무용) 이외에도 댄스스포츠, 벨리댄스, 방송댄스, 재즈댄스, 힙합댄스 등의 다양한 생활무용 종목의 활성화로 이어졌으며 남녀노소 구분 없이 다양한

\* 교신저자 : [although2@hanmail.net](mailto:although2@hanmail.net)

계층의 사람들이 무용에 참여하고 이를 통해 예술적 욕구를 해소할 수 있게 되었다(박종원, 이재희, 유용상 2014; 이상일, 김선주, 김서희, 2013; 김규화, 한진욱, 김동규, 김태형, 2016).

이렇듯 현대사회에서의 무용은 더 이상 소수의 부유층과 전공자들만을 위한 예술로 존재하지 않으며, 눈으로만 감상하는 관람형 예술에서 그치는 것이 아니라 몸으로 직접 체험하고 경험하는 참여형 예술로 변화하고 있다(박선우, 한혜원, 2016). 이를 입증이라도 하듯 2017년 국민생활체육참여실태 조사에 따르면 생활체육 종목 가운데 동호인 수가 많은 순서는 수영(11.3%), 축구(11%), 보디빌딩(10.3%), 골프(10.1%), 배드민턴(8.8%), 생활체조(7.3%)로 나타났는데, 생활체조 동호인(7.3%)을 '리듬을 즐기는 동호인'의 개념으로 에어로빅 동호인(4.7%)과 함께 생활무용의 범주에 포함시키면 가장 많은 수의 동호인이 생활무용을 즐긴다는 흥미로운 사실을 확인할 수 있다(문화체육관광부, 2018). 이와 같은 추세를 가속화하기 위해서는 생활무용에 참여하는 참여자의 참여만족을 이끌어 내고 이를 지속적 참여로까지 유도할 수 있는 효율적 전략 수립이 반드시 이루어져야 한다.

선행연구에 따르면, 참여만족은 특정 여가활동을 통하여 개인이 추구하는 목적 및 욕구를 달성했을 때 느끼는 긍정적 인식 또는 주관적인 만족감으로(김도균, 이인수, 2004; 김상구, 임태식, 1999; 정영남, 박인혜, 2004; 신혜숙, 오수일, 2007) 무용 활동 참여자는 비 참여자에 비해 높은 긍정적 자각 및 정서적 안정감, 자신에 대한 신뢰 상승과 더불어 즐거움과 만족감 역시 크게 향상됨을 보고한 바 있다(백정희, 2011; 황재섭, 2011). 이처럼 생활무용의 참여만족은 개인의 삶의 질 향상을 위한 평생체육 및 평생여가의 한 형태로 자리매김할 수 있다는 측면에서 지속적 참여를 유도하는데 매우 중요한 요인으로 작용한다고 할 수 있다(김민지, 박인자, 2018). 이와 관련하여 박세혁, 박장근, 이승로(2010)는 다양한 특성과 욕구를 가진 여가 소비자들을 어떻게 만족시킬 수 있는가에 따라 여가 프로그램의 성패가 좌우된다고 주장하였으며(이건희, 2011), 이에 Morgan, Attaway & Griffin(1996)는 인지·정서 속성 모두를 고려했을 때 비로소 만족을 적절하게 예상할 수 있음을 강조한 바 있다.

한편, 기억에 관한 심리학, 광고, 경영 등의 선행연구에서는 기억을 과거에 대한 회상이라고 정의하였으며 사람의 행동, 말, 개념적, 지식, 능숙한 활동, 사회적 작용, 그리고 소비행동의 조절요인임을 언급하였다(Kronlund & Yoon, 2007). 이에 기억을 체험경제 관점에서 본 Pine & Gilmore(1998)는 기억에 남을 수 있는 체험을 제공하기 위한 요소를 체험의 주제선정, 체험의 긍정적 표현과 조화, 부정적 표현방법 제거, 기억에서의 조합, 오감을 동원한 소비자의 매료로 제시하였으며, 이러한 요인들이 활성화 될 때 비로소 특정한 상품이나 서비스에 대한 기억이 남을 수 있다고 하였다. 또한 송학준, 최영준, 이충기(2011)는 체험에 대한 만족도를 평가할 때, 기억과 즐거움이 영향을 줄 수 있다고 하였다. 이러한 맥락에서 신체활동을 통해 오감을 자극하는 무용 활동은 참여자의 인지적 반응을 자극시켜 긍정적 기억 형성에 도움을 줄 수 있다.

또한 Hirschman & Holbrook(1996)는 특정 브랜드 사용으로 긍정적 감정을 경험한 소비자들은 그 제품이나 서비스에 대해 호의적 태도를 갖게 된다고 주장하였으며 이에 이정학, 김종완, 김옥기(2013)는 브랜드 감정과 브랜드 태도 및 브랜드 충성도간의 정적인 영향 관계의 형성을 연구를 통해 밝혀냈다. 워터파크 체험 요인과 즐거움, 브랜드 충성도, 관계지속의도간의 구조적 관계를 연구한 이정학, 김형근, 김재환(2017) 역시 워터파크의 체험요인과 즐거움, 브랜드 충성도, 관계지속의도 간의 변수들이 서로 유의한 영향을 미치고 있음을 증명하였다. 이처럼 충성도는 동일한 브랜드를 반복적으로 구매하는 것으로 선호하는 제품이나 서비스에 대해 상당한 몰입을 가지고 있기 때문에 특정고객에 대한 거래비용을 증가시킬 수 있으며, 긍정적인 구전광고를 수행할 수 있다(Ladeira, 2018). 이와 관련하여 무용분야에는 서수진, 엄태석(2013)의 연구를 통해 댄스스포츠지도자에 대한 신뢰와 지도효율성이 운동지속 및 고객충성도에 매우 중요한 요인임을 밝힌 바 있다.

이러한 선행연구의 결과를 고려해 볼 때, 생활무용참여자가 생활무용의 참여를 통해 흥미와 즐거움 등의 감

정을 자주 느끼게 된다면 이는 생활무용 참여에 대한 만족감을 향상시킬 수 있다. 즉, 결과적으로 생활무용에 대한 높은 만족은 긍정적 기억과 충성도를 형성하여 지속적 참여로까지 연결될 수 있을 것으로 예측된다.

이렇듯 최근 생활무용에 대한 관심이 증대됨에 따라 생활무용 분야에서는 참여자의 지속적 참여를 유도하기 위한 실질적인 방법론적 접근이 중요한 이슈로 대두되었고 이와 관련된 연구 역시 활발히 진행되고 있다. 하지만 선행된 연구들은 주로 생활무용 참여를 통해 나타나는 단순 변화에 초점을 맞춘 경우가 대부분이며 생활무용 참여자의 내재적 특성을 고려한 참여만족, 지속적 참여의도간의 체계적 관계 연구는 미진한 실정이다. 또한 무용분야에서의 지속적 참여의도에 관한 선행연구를 살펴 본 결과, 학자마다 상반된 연구결과를 보고하고 있는 경우가 있어 아직까지 무용분야에서는 지속적 참여의도에 관한 명확한 결정요인을 제시하지 못하고 있다.

따라서 본 연구는 생활무용참여자의 지속적 참여의도를 다양한 변인(참여만족, 감정, 기억, 충성도)을 통해 규명함으로써 지속적 참여의도의 결정요인을 실증적으로 검증하는데 그 목적이 있다. 이는 그동안 생활무용 분야에서 구체적으로 다루어지지 않았던 생활무용참여자의 내재적 특성을 고려한 참여만족, 지속적 참여의도간의 부족한 지식체계를 형성함과 동시에 생활무용지도자에게는 참여자의 흥미와 만족감을 상승시킬 수 있는 주요 요인을 실증적으로 제시하여 효율적 교수 전략의 이론적 토대를 제공할 것이다. 또한 오래전부터 무용분야의 고질적인 문제로 지적되어 오던 '무용의 대중화'라는 과제의 해결방안을 생활무용참여자의 저변확대 측면에서 제시함으로써 무용계 전반의 활성화에 기여할 수 있을 것으로 사료된다.

## 2. 연구가설의 이론적 근거 및 연구모형

### 1) 참여만족과 감정, 기억의 관계

참여만족은 소비체험으로부터 즉각적으로 발생하는 심리상태를 말하며 구매태도의 선행변수로서 긍정적인 각성과 즐거운 감정이 많이 생길수록 만족이 높아지고, 더 나아가 재 구매의도에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다(Ladeira, 2018). 박수경, 박지혜, 차태훈(2007) 또한 체험의 만족을 높이기 해서는 매장 내에서 긍정적인 감정을 유발해야 하며, 체험의 즐거움은 실무적 시사점을 주는 주요 변수인 재방문 구매의도와 추천의도에도 중요한 단서가 된다고 제시한 바 있다. 또한 기억은 소비자의 다양한 구매방법 혹은 구매과정에 대한 오랜 기억으로부터의 정보를 통해 행동방법과 구매에 대한 전략을 결정하게 된다고 하였다(Bettman, 1979). 때문에 Levin & Edelstein(2009)는 어떠한 상품에 대한 좋은 감정을 형성한 소비자는 긍정적 기억으로 인식되어 향후 구매활동에 영향을 미친다고 하였으며 기업에서 영구적인 기억과 더불어 즐거운 감정을 유발하여 체험을 만들어 내는 것은 높은 만족도와 긍정적인 행동의도를 나타낼 수 있는 핵심적인 능력임을 주장하였다(서민정, 2012). 이러한 선행연구의 결과를 기초로 하여 본 연구에서는 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H1: 생활무용참여자의 참여만족은 감정에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H2: 생활무용참여자의 참여만족은 기억에 유의한 영향을 미칠 것이다.

### 2) 감정과 기억, 충성도의 관계

고객충성도는 제공된 제품과 서비스에 대해 만족한 고객이 해당 제품과 서비스를 지속적이고 반복적으로 이용하려는 고객의 태도 또는 과거의 경험을 바탕으로 교환관계를 지속시키는 고객의 특정한 태도(Pine & Gilmore, 1998)를 의미한다. 안광호, 이하늘(2011)은 쇼핑 과정에서의 내면적 즐거움이 소비자의 긍정적인 감정과 미래의 소비행위 변화에 유용하게 사용되어질 것임을 주장한 바 있으며, Christianson and Loftus(1987)는 특정한 감정 이야기나 사진, 그리고 단어들은 강한 기억을 형성하는데 영향을 미치는 요인임을 제시하였다. 또한 박수정(2012)은 상품에 대한 긍정적 감정이 높은 소비자일수록 호의적인 기억을 형성하

는데 많은 영향을 미치게 되며, 제품 판매 업체나 상품 또는 서비스에 대해 긍정적으로 반응한다고 밝힌 바 있다. 이에 한광석, 이종민(2008) 역시 개인이 제품을 구매하는 정보처리 과정의 관점에서 시각적으로 정보가 제공되지 않거나 볼 수 없을지라도 이전의 본 광고나 제품을 사용했던 기억에 의해 판단되는 경향이 있음을 보고한 바 있다. 이러한 맥락에서 서민정, 임은순(2011)은 관련 연구를 통해 기억이 만족과 충성도의 관계를 매개시켜 주고 있으며, 스쿠버다이빙 활동에 대한 만족도와 다이버들의 충성도를 높이기 위해서는 기억할만한 가치 있는 체험을 제공해야 함을 주장하였다. 뿐만 아니라 하동현(2011), 송학준, 최영준, 이충기(2011)의 연구에서 역시 관광체험에 대한 긍정적 감정의 기억은 만족과 충성도에 영향을 미친다고 제시하고 있다. 이러한 선행연구의 결과를 기초로 하여 본 연구에서는 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

- H3: 생활무용참여자의 감정은 기억에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H4: 생활무용참여자의 감정은 충성도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H5: 생활무용참여자의 기억은 충성도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

### 3) 감정, 기억, 충성도와 지속적 참여의도의 관계

고객만족은 제공된 대한 제품이나 서비스를 경험한 이후의 감정으로 고객 자신의 만족 기준에 합당하거나 그 이상의 것을 제공받았다고 자각하는 경우 발생하게 된다(Ladeira, 2018). 따라서 고객이 제공받은 제품이나 서비스에 대해 긍정적인 감정과 기억을 인식한다는 것은 서비스 제공자와 고객 간의 지속적인 관계가 이루어질 수 있는 밑바탕이 되어 구매 후 소비자행동과 유의한 관계를 맺게 된다는 것이다(김상호, 2008). 또한 서문식(2011)은 고객의 욕구를 효율적으로 파악하기 위해서는 감정적 교감이 잘 이루어질 수 있도록 서비스 제공자의 전문적 교육의 필요성을 주장한 바 있다. 이에 무용 분야에서 역시 무용공연 뿐 아니라 무용학원이나 문화센터를 효율적으로 운영할 수 있는 마케팅 전략에 대한 중요성이 점차 강조되고 있는 추세이다(추나영, 조송현, 2013). 이와 관련하여 최은용(2015)은 무용학원 운영자가 수강생에 대한 소비자 가치를 인식하고 수동적으로 이루어졌던 소비자에 대한 대응 태도를 능동적으로 변화시켜 만족도를 높이는 것이 중요하다고 주장하였으며, 박노현, 김진숙, 김태우(2009)는 무용학원의 서비스품질에 대한 고객만족과 질적 수준이 높을수록 고객 충성도가 높게 나타난다고 보고한 바 있다(추나영, 2012). 이러한 선행연구의 결과를 기초로 하여 본 연구에서는 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

- H6: 생활무용참여자의 감정은 지속적 참여의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H7: 생활무용참여자의 기억은 지속적 참여의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H8: 생활무용참여자의 충성도는 지속적 참여의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

이러한 연구가설을 토대로 설정한 연구모형은 <그림 1>과 같다.

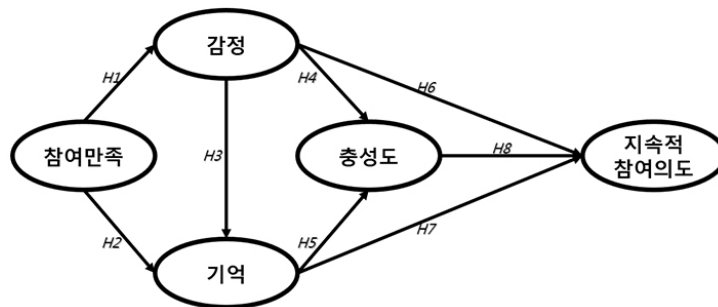


그림 1. 연구모형

## II. 연구방법

### 1. 연구 대상

본 연구의 대상은 서울·경기 지역 소재의 사설 스포츠센터 및 문화센터, 창의적 체험활동 교육과정 내 무용 교과 수업, 생활무용 관련 동호회에 직접 참여하고 있는 생활무용참여자를 모집단으로 선정하였다. 2017년 12월 기준으로 조사된 국민생활체육 참여 실태 통계 자료에 의하면 전국 17개 시·도 중 생활무용 동호회 가입 인구가 높은 상위 지역에 서울, 경기 지역이 포함되어 있는 것을 확인할 수 있었다(문화체육관광부, 2018). 이에 다른 지역에 비해 다양한 연령층 확보와 개인적 특성을 반영할 수 있다고 판단되는 서울, 경기 지역의 생활무용참여자를 모집단으로 선정하였다.

조사대상의 표본은 비확률 표본추출방법(nonprobability sampling) 중 편의표본추출(convenience sampling method)을 활용하여 총 500부의 설문지를 배포하였다. 조사는 연구자가 설문에 앞서 대상자들에게 설문조사의 목적과 방법 등을 충분히 설명한 후, 응답자가 설문항목에 대해 직접 기재하는 자기평가기입법으로 작성하게 하였고 이 중 설문응답 거부자와 이중기입 및 무 기입, 일괄 응답 된 30부를 제외한 총 470부의 설문지를 본 연구의 최종 유효표본으로 선정하여 분석하였다. 연구 대상자의 일반적 특성은 다음의 <표 1>과 같다.

표 1. 연구 대상자의 일반적 특성

특성	수준	빈도	비율(%)
성별	남성	104	22.1
	여성	366	77.9
거주지	서울	248	52.8
	경기	222	47.2
연령	10대	185	39.4
	20대	98	20.8
	30대	70	14.9
	40대 이상	117	24.9
참여 종목	무용(한국, 발레, 현대)	189	40.2
	라인댄스	141	30.0
	방송댄스	140	29.8
참여 경력	1년 미만	138	29.4
	1년 이상-2년 미만	155	33.0
	2년 이상-3년 미만	52	11.0
	3년 이상	125	26.6
참여 횟수	주 1회	177	37.6
	주 2회	162	34.5
	주 3회 이상	131	27.9
합계		470	100

### 2. 조사도구

동기를 측정하기 위한 설문지는 본 연구에 맞도록 수정·보완하여 사용하였다. 하위요인으로 무용(5문항), 건강(4문항), 관계(3문항) 총 12문항으로 구성하였다. 본 연구의 목적을 규명하기 위하여 사용된 조사도구는 설문지이다. 먼저 참여만족을 측정하기 위해 Lee, Lee & Yoo(2000)의 연구에서 사용된 문항을 연구대상인 생

활무용참여자에게 적합한 3문항으로 구성하여 사용하였다. 감정과 기억은 Oh, Fior & Jeoung(2007)의 연구를 토대로 송학준, 최영준, 이충기(2011)가 사용한 문항을 본 연구에 맞게 수정·보완하여 각 3문항으로 구성하였으며, 충성도는 Jacoby, Jacob & Robert Chestnut(1978)의 연구에서 제시한 문항을 3문항으로 재구성하였다. 생활무용의 지속적 참여의도를 측정하기 위한 문항은 정용각(1997)의 연구에서 개발한 척도를 바탕으로 본 연구의 목적과 대상에 부합하도록 수정·보완하여 4문항으로 구성하였다. 본 연구에서 최종적으로 사용된 설문 문항은 참여만족 3문항, 감정 3문항, 기억 3문항, 충성도 3문항, 지속적 참여의도 4문항 및 일반적 특성 6문항을 포함한 총 22문항으로 구성되었으며, 연구대상의 일반적 특성을 제외한 모든 문항은 7점 Likert 척도(1점: 전혀 그렇지 않다, 7점: 매우 그렇다)를 사용하였다.

### 3. 타당도 및 신뢰도

본 연구에서 사용한 조사도구의 타당도를 확보하기 위하여 관련 분야 전문가인 스포츠경영학 교수, 경영학 박사, 생활무용 전문가로 구성된 총 4인의 전문가 집단을 대상으로 내용타당도(contents validity)를 검증하였다. 또한 생활무용참여자 100명을 선정하여 예비조사(pilot test)를 실시하였으며, 이를 통해 설문 문항을 최종 수정·보완하여 신뢰도를 확보하였다. 조사도구의 집중타당도와 판별타당도를 검증하기 위해 전체요인에 대한 확인적 요인분석을 실시한 결과는 <표 2>와 같다.

표 2. 각 변인의 확인적 요인분석 및 신뢰도

변인	문항	비표준화 계수	표준 오차	t	표준화 계수	측정 오차	C.R	AVE	Cronbach's $\alpha$
참여만족	생활무용 참여에 대한 긍정	1.000	-	-	.912	.163			
	생활무용 참여 프로그램에 대한 만족	1.043	.032	32.784	.920	.157	.941	.841	.936
	생활무용 참여 선택에 대한 만족	1.136	.037	30.637	.929	.160			
감정	생활무용 참여를 통한 흥미로움	1.000	-	-	.877	.162			
	생활무용 참여를 통한 자극성	.929	.033	28.224	.899	.187	.921	.796	.892
	생활무용 참여를 통한 유쾌함	.959	.039	25.037	.915	.271			
기억	생활무용에 대한 강한 기억	1.000	-	-	.913	.295			
	생활무용에 대한 지속적 기억	1.005	.042	24.179	.801	.504	.872	.695	.910
	생활무용에 대한 좋은 기억과 추억	.989	.035	28.342	.864	.177			
충성도	생활무용에 대한 긍정적인 조언	1.000	-	-	.784	.352			
	생활무용 추천	1.098	.044	24.759	.838	.328	.849	.653	.877
	생활무용의 재 선택	1.186	.058	20.587	.848	.402			
지속적 참여의도	생활무용 참여를 위한 시간 할애	1.000	-	-	.868	.377			
	생활무용에 대한 강한 참여의지	1.106	.038	29.178	.927	.230	.921	.744	.938
	생활무용의 중요성	.977	.036	27.367	.898	.265			
	생활무용의 지속적 참여의지	.948	.039	24.041	.902	.238			
적합도 $X^2=252.226(df=84, p=0.000)$ , CFI=.979, NFI=.970, TLI=.971, RMR=.030, RMSEA=.065									

분석 결과 모형의 적합도는  $X^2=252.226$ ,  $df=84$ , CFI=.979, NFI=.970, TLI=.971, RMR=.030, RMSEA=.065로 나타나 선행연구(김계수, 2010; Bagozzi & Dholakia, 2002; Bentler, 1990)에서 제시된 수용 수준을 충족시키고 있어 비교적 우수한 모형인 것으로 나타났다. 또한 각 변인별 집중타당성(convergent validity)을 분석하기 위하여 개념 신뢰도(construct reliability)와 평균분산 추출지수(average variance extracted: AVE) 값을 산출한 결과 모든 변인의 개념 신뢰도는 .877~.938, AVE는 .653~.841으로 나타나 김

계수(2010)가 제시한 적합기준치(요인적재치>.5, C.R.>.7, AVE>.5)의 값을 충족시켜 각 변인들은 집중 타당성을 갖는 것으로 나타났다.

#### 4. 자료처리

본 연구의 자료처리를 위하여 SPSS 18.0 및 AMOS 18.0 프로그램을 이용하여 빈도분석(frequency analysis)과 각 변인의 타당도를 검증하기 위한 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)을 실시하였고 내적 일관성 검증을 위한 신뢰도 분석, 변인들 간의 관계를 알아보기 위한 상관관계분석을 실시하였다. 또한 각 변인들간의 구조적 모형을 도출하기 위하여 구조방정식모형(structure equation modeling: SEM)을 실시하였다.

### Ⅲ. 연구 결과

#### 1. 상관관계분석

각 변인간의 상관관계를 확인하기 위해 생활무용참여자의 참여만족, 감정, 기억, 충성도, 지속적 참여의도간의 상관관계분석을 실시한 결과는 <표 3>과 같다.

표 3. 각 변인간 상관관계 분석

변인	참여만족	감정	기억	충성도	지속적 참여의도
1	1				
2	.759**	1			
3	.756**	.750**	1		
4	.720**	.653**	.701**	1	
5	.718**	.663**	.621**	.642**	1

\*\*p<.01

분석결과, 상관계수의 값이 .621~.759까지의 범위에 있어 .8 이상의 높은 상관관계를 보여주는 변수가 없으므로 다중공선성에는 문제가 없는 것으로 나타났으며, 각 하위 요인간의 상관관계가 모두 유의한 것으로 나타났다.

#### 2. 연구모형의 적합도

구조모형의 모수 추정은 최대우도법을 이용하였으며, 연구모형의 적합도를 검증한 결과는 <표 4>와 같다.

표 4. 연구모형의 적합도 분석 결과

구성 개념	$\chi^2$	df	p	CFI	NFI	TLI	RMR	RMSEA
수용 수준	516.961	96	.000	.982	.972	.975	.028	.061

분석 결과, 연구모형의 적합도 지수인  $X^2=516.961(d/f=96, p=.000)$ , CFI=.982, NFI=.972, TLI=.975, RMR=.028, RMSEA=.061으로 나타났다. 일반적으로 모형의 전반적인 적합도를 평가하는 CFI, NFI, TLI의 지표는 .8~.9 이상일 때, RMR과 RMSEA는 .8 이하일 때 좋은 모형로 평가된다고 제시한 김계수(2010), Bagozzi & Dholakia(2002), Bentler(1990)의 연구에 따라 각 변인들의 모형 적합지수 판단에는 문제가 없는 것으로 나타나 본 연구에서 설정한 연구가설과 모형은 실증자료를 비교적 잘 설명하고 있는 것을 확인하였다.

### 3. 생활무용참여자의 참여만족과 감정, 기억, 충성도, 지속적 참여의도간의 가설검증

생활무용참여자의 참여만족과 감정, 기억, 충성도, 지속적 참여의도간의 관계를 규명하기 위해 구조방정식 모형을 분석한 결과는 <표 5>와 같다.

표 5. 가설검증 결과

가설	경로	경로계수	표준오차	t	p	결과
H1	참여만족→감정	.855	.038	21.027	.000***	채택
H2	참여만족→기억	.344	.042	7.150	.000***	채택
H3	감정→기억	.697	.048	13.283	.000***	채택
H4	감정→충성도	-1.456	.388	-4.185	.000***	채택
H5	기억→충성도	2.260	.418	6.522	.000***	채택
H6	감정→지속적 참여의도	.418	.072	5.635	.001**	채택
H7	기억→지속적 참여의도	-.295	.238	-1.340	.180	기각
H8	충성도→지속적참여의도	.700	.283	2.894	.004**	채택

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001

첫째, 생활무용참여자의 참여만족과 감정에 대한 실증적 분석 결과 가설 1( $\beta=.855, t=21.027$ )의 경로계수 값은 통계적으로 유의하게 나타나 '생활무용참여자의 참여만족은 감정에 영향을 미칠 것이다'의 가설이 채택되었다. 이는 생활무용참여자가 생활무용을 경험한 후 느끼는 활동에 대한 주관적 만족이 생활무용에 대한 긍정적 감정 형성에 영향을 미치는 중요한 요인임을 확인 할 수 있다.

둘째, 생활무용참여자의 참여만족과 기억에 대한 실증적 분석 결과 가설 2( $\beta=.344, t=7.150$ )의 경로계수 값은 통계적으로 유의하게 나타나 '생활무용참여자의 참여만족은 기억에 영향을 미칠 것이다'의 가설이 채택되었다. 이러한 결과는 생활무용참여자가 지각한 주관적 만족이 생활무용 참여에 대한 긍정적 기억 형성에 영향을 미치는 중요한 요인으로 작용했음을 확인할 수 있다.

셋째, 생활무용참여자의 감정과 기억에 대한 실증적 분석 결과 가설 3( $\beta=.697, t=13.283$ )의 경로계수 값은 통계적으로 유의하게 나타나 '생활무용참여자의 감정은 기억에 영향을 미칠 것이다'의 가설이 채택되었다. 이처럼 생활무용 참여를 통해 느끼는 즐거움, 흥미로움, 재미 등과 같은 감정적 반응은 생활무용에 대한 긍정적 기억 형성에 영향을 미치는 중요한 요인임 될 수 있음을 확인하였다.

넷째, 생활무용참여자의 감정과 충성도에 대한 실증적 분석 결과 가설 4( $\beta=-1.456, t=-4.185$ )의 경로계수 값은 통계적으로 유의하게 나타나 '생활무용참여자의 감정은 충성도에 영향을 미칠 것이다'의 가설이 채택되었다. 이는 생활무용 참여 과정에서 발생하는 부정적 감정의 반응이 생활무용에 대한 충성도를 저해시킬 수 있는 중요한 요인으로 작용했음을 확인할 수 있다.

다섯째, 생활무용참여자의 기억과 충성도에 대한 실증적 분석 결과 가설 5( $\beta=2.260, t=6.522$ )의 경로계수



값은 통계적으로 유의하게 나타나 '생활무용참여자의 기억은 충성도에 영향을 미칠 것이다'의 가설이 채택되었다. 이와 같이 생활무용에 대한 참여자의 긍정적 기억은 향후 생활무용에 대한 태도나 애착과 같은 충성도를 높일 수 있는 중요 요인임을 확인할 수 있다.

여섯째, 생활무용참여자의 감정과 지속적 참여의도에 대한 실증적 분석 결과 가설 8( $\beta=.418, t=5.635$ )의 경로계수 값은 통계적으로 유의하게 나타나 '생활무용참여자의 감정은 지속적 참여의도에 영향을 미칠 것이다'의 가설이 채택되었다. 이러한 결과는 생활무용 참여를 통해 형성된 긍정적 감정이 참여자의 지속적 참여의도에 영향을 미치는 중요 요인으로 작용했음을 확인할 수 있다.

일곱째, 생활무용참여자의 기억과 지속적 참여의도에 대한 실증적 분석 결과 가설 7( $\beta=-.295, t=-1.340$ )의 경로계수 값은 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타나 '생활무용참여자의 기억은 지속적 참여의도에 영향을 미칠 것이다'의 가설이 기각되었다. 이러한 본 연구의 결과는 생활무용 참여를 통해 인식된 긍정적 기억이 참여자들로 하여금 지속적 참여의도를 결정짓게 하는 중요 요인은 아닌 것을 확인할 수 있었다.

여덟째, 생활무용참여자의 충성도와 지속적 참여의도에 대한 실증적 분석 결과 가설 8( $\beta=.700, t=2.894$ )의 경로계수 값은 통계적으로 유의하게 나타나 '생활무용참여자의 충성도는 지속적 참여의도에 영향을 미칠 것이다'의 가설이 채택되었다. 이처럼 생활무용에 대한 참여자의 충성도는 지속적 참여의도에 영향을 미치는 중요 요인임을 확인할 수 있다.

#### 4. 생활무용참여자의 참여만족과 감정, 기억, 충성도, 지속적 참여의도간의 인과관계 검증

구조방정식 모형에서는 변인간의 전체적인 영향력을 계산할 수 있으며 이는 인과효과(causal effect)가 된다(송정명, 강지현, 전익기, 2012). 전체적인 영향력을 의미하는 인과효과는 직접효과(direct effect)와 간접효과(indirect effect)로 구분되어지는데 직접효과는 어떤 원인변수가 결과변수에 직접적으로 영향을 주는 효과를 의미하며, 간접효과는 원인변수가 어떤 하나 이상의 다른 변수들을 거쳐 결과변수에 영향을 주는 효과를 의미한다(최광희, 2016).

표 6. 변인들 간의 직·간접효과

경로	영향력		
	직접효과	간접효과	인과효과
참여만족→감정	.760	-	.760
참여만족→기억	.443	-	.443
감정→기억	.521	-	.521
감정→충성도	.228	-	.228
기억→충성도	.594	-	.594
감정→지속적 참여의도	.194	.360	.520
기억→지속적 참여의도	.140	.326	.419
충성도→지속적 참여의도	.471	-	.471
총 효과	3.351	.686	4.663

〈표 6〉에서 제시한 인과효과를 간접효과 중심으로 살펴보면 감정( $\beta=.194, \beta=.360$ )과 기억( $\beta=.140, \beta=.326$ )은 지속적 참여의도에 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 생활무용참여자의 감정과 기억은 지속적 참여의도를 유도하기 위한 중요 매개변인임을 확인할 수 있다.

## IV. 논 의

본 연구는 생활무용참여자의 참여만족과 감정, 기억, 충성도, 지속적 참여의도간의 구조적 관계를 분석하였다. 분석된 연구결과를 바탕으로 다음과 같이 논의하고자 한다.

첫째, 생활무용참여자의 참여만족은 생활무용에 대한 감정에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Bagozzi(2002)에 의하면 체험의 즐거움은 심리적 감정 변화를 반영하는 지표 중 하나이며, 이는 체험에 대한 지각뿐만 아니라 체험상품에 대해 긍정적 반응을 이끌어내는 후광효과를 만들어 낸다고 하였다. Ladeira(2018) 역시 제품이나 서비스에 대한 즐거운 감정이 높을수록 구매 후 태도, 추천의사 등과 같은 관계 지속의도에 긍정적 영향을 미친다고 하여 본 연구를 지지하고 있다. 또한 정영남, 박인혜(2004)는 요가센터 이용자의 만족도에 영향을 미치는 요인으로 지도자의 전문성, 시설, 신뢰, 접근 용이성 순으로 제시하고 있다. 이처럼 생활무용참여자의 참여만족이 높을 때, 긍정적 감정이 형성되므로 이를 위해서는 무엇보다 생활무용지도자의 전문성 있는 교육이 우선적으로 이루어져야 하며, 그 외적으로 제공되는 시설의 편의성 즉, 탈의실 및 샤워실 관리, 셔틀버스 운행이나 편리한 주차 공간 확보 등의 부가적인 서비스가 함께 제공되어야 할 것이다.

둘째, 생활무용참여자의 참여만족은 생활무용에 대한 기억에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Pine & Gilmore(1998)에 의하면 일반적으로 사람들은 자신이 경험한 것 중에서 기억에 남는 것들을 다시 구입하게 된다고 언급한 바 있어 결국 이것은 기억에 남아있는 만족감이 경험이 재 구매를 이끌어내게 된다고 하였다. 또한 김지희(2011)는 여행객이 체험을 통해 느낀 만족감을 오래 기억할 수 있도록 만든다면 이는 효율적인 고객창출과 관리에 도움이 된다고 제시하여 본 연구의 결과를 이론적으로 뒷받침해주고 있다. 이와 관련하여 박지훈(2002)은 대형할인점을 대상으로 현대화된 설비 디스플레이, 판매원들의 옷차림, 용모 등이 고객만족도에 영향을 미치는 요인임을 밝힌 바 있다. 따라서 여성 참여자가 상대적으로 높은 비율을 차지하고 있는 생활무용의 특성을 고려한 깨끗한 연습 공간 확보, 인테리어, 다양한 무용소품 및 의상 활용 등과 같은 교육환경이 제공된다면 생활무용의 환경적 요인에서 참여자들로 하여금 높은 만족감을 줄 수 있을 것이다. 또한 생활무용지도자의 용모, 태도, 자세, 언어, 행동 등의 매뉴얼의 개발을 통해 참여자에게 미적인 만족감을 높게 인식하게 하고 이를 오랫동안 기억하게 해야 할 것이다.

셋째, 생활무용참여자의 생활무용에 대한 감정은 기억에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Christianson & Loftus(1987)는 특정한 감정 이야기와 사진, 단어들은 강한 기억을 형성하는데 영향을 미치는 요인임을 주장한 바 있다. 이는 감정적 반응이 기억과 태도에 긍정적 영향을 미친다는 박수정(2012)의 연구결과와 일치하여 본 연구의 결과를 지지해주고 있다. 따라서 생활무용지도자의 우월성 및 무용의 예술적 전문성만을 강조한 프로그램이 운영 된다면 생활무용참여자로 하여금 부정적인 감정들과 그에 따른 기억이 형성될 가능성이 높으며 이는 생활무용참여자의 중도 포기를 증가시키는 원인이 될 수 있다. 즉, 생활무용 참여를 통한 긍정적 감정과 기억의 형성을 통해 생활무용참여자의 충성도를 향상시키기 위해서는 생활무용참여자의 수준에 맞는 동작 구성 및 지도 등의 적절한 예술적 전문성과 함께 재미와 즐거움 등의 오락적 요소를 적절히 융합한 생활무용지도자의 효율적인 지도전략이 수립되어야 한다.

넷째, 생활무용참여자의 무용에 대한 감정은 충성도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Wong(2004)은 소비자의 감정 만족이 고객충성도에 긍정적인 영향을 미친다고 언급한 바 있다. 또한 박선우, 한혜원(2016)은 생활무용의 참여는 공통된 관심사를 가지고 있는 사람들과의 친분을 형성에 도움이 된다고 하였으며 이를 통해 생활무용에 대한 충성도 역시 높아질 수 있다고 하여 본 연구의 결과를 이론적으로 뒷받침하고 있다(임선영, 2018). 생활무용의 경우, 대부분의 프로그램이 한명의 지도자와 다수의 참여자의 형태로

진행되기 때문에 구성된 참여자들 간의 관계형성, 친밀도, 상호교류, 의사소통 등이 수업의 분위기를 좌우하는 중요 요인이 될 수 있다. 따라서 이와 같은 참여자들의 소속감 및 결속력을 높일 수 있는 관련 커뮤니티 형성을 위한 노력이 수반되어야 할 것이다.

다섯째, 생활무용참여자의 무용에 대한 기억은 충성도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 서민정(2012)은 연구를 통해 스쿠버다이빙 참여자들의 감정과 기억은 만족과 충성도를 높이는 중요한 매개요인임을 증명하였으며 이려정, 윤재석, 김병용(2012)은 충성도에 부정적인 영향을 미치는 주요 요인을 분노, 짜증, 후회, 지루함, 불쾌감과 같은 부정적인 감정반응이라고 제시하고 있어 본 연구와 그 맥락을 같이 한다. 이와 관련하여 조남홍(2015)은 생활무용참여자의 긍정적인 감정반응을 유발하고 충성도를 향상시키기 위해서는 지도자의 인적서비스역량을 강화시키는 것이 중요하다고 제시한 바 있다. 따라서 생활무용 운영기관과 지도자는 참여자의 긍정적 호응과 감성을 이해하려는 공감성 측면을 강화하여 참여자들의 요청과 의견을 적극적으로 수렴하려는 노력을 기울여야 한다.

여섯째, 생활무용참여자의 감정은 지속적 참여의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Nagy(1992)는 참여 프로그램이 자신에게 주는 혜택과 배려 등과 같은 감정적 반응은 만족감과 지속적 참여에 영향을 주며 자신의 수준과 능력을 고려한 프로그램의 진행에 의해 쉽게 몰입 할 수 있고 이에 따라 참여율이 결정된다고 하였다(신혜숙, 오수일, 2007). 또한 한혜원(2010)은 생활무용 참여의 재미가 몰입경험과 참여지속의도에 미치는 영향 연구에서 재미가 참여지속에 유의한 영향을 미치며 재미가 운동에 몰입하게 하여 참여를 지속시키는 강력한 변인임을 강조하였으며, 신혜리(2015) 역시 건강 및 안정과 흥미가 무용의 지속 참여의사에 영향을 미친다고 하였다. 이와 관련하여 김윤아(2014)는 신체·심리적 효과가 운동지속의사에 긍정적인 효과가 있다는 연구결과의 도출로 재미가 지속적 참여의도에 유의한 영향을 미친다고 밝혀 본 연구 결과를 지지해주고 있다. 이는 즉, 지속적 참여를 통해 몰입을 경험할 수 있게 하며 수행의 즐거움과 성취의 단계를 끌어올릴 수 있는 효율적 교육방법의 필요성을 제기하고 있다(진현주, 오세이, 2009).

일곱째, 생활무용참여자의 기억은 지속적 참여의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 해양레저스포츠 참가자가 특정한 환경에서 경험하는 긍정적인 감정은 만족으로 이어지고 이러한 감정과 만족의 기억이 타인에게 추천하거나 재 참여의도를 가지게 된다고 보고한 문태영(2010)의 연구와 상반되는 결과이다. 하지만 하동현(2011)은 관광객의 체험이 실망스러울 때 기억이 강화되는 경향이 있고, 관광목적지에서의 부정적 체험은 해당 관광목적지에 대한 부정적인 태도를 야기 시키는 기억을 가져온다고 언급한 바 있으며, Pine & Gilmore(1998) 역시 체험에 대한 부정적인 기억은 체험 목적지에 대한 부정적 태도를 유발한다고 하였다. 이러한 연구결과는 생활무용참여자의 기억이 반드시 긍정적인 측면에서만 강조되는 것이 아님을 의미하고 있어 본 연구의 결과와 부분적으로 일치한다고 볼 수 있다.

여덟째, 생활무용참여자의 충성도는 지속적 참여의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Kotler(1997)는 고객이 어떠한 상품이나 서비스, 경험 등에 대해서 만족하게 되면 긍정적 감정이 형성되고 이러한 긍정적 감정과 기억을 통해 반복구매와 구전효과가 발생하게 된다고 하였다. 이는 해당 기업에서 제공하는 또 다른 제품을 구매하게 되며, 경쟁사의 제품과 광고에 대한 저항심으로 인해 주의를 덜 기울이게 되기 때문에 결과적으로 고객충성도 등의 성과가 향상된다고 제시한 바 있다(정일미, 김육기, 2017). 또한 만족과 고객충성도, 지속적 참여의도에 대한 영향관계를 분석한 김찬미(2006), 서수진, 엄태석(2013) 등의 연구결과와 일치하여 본 연구의 결과를 지지해주고 있다.

이상의 결과를 종합해 보면 생활무용참여자의 참여만족, 감정, 기억, 충성도는 지속적 참여의도에 중요한 변인으로 작용하고 있는 것을 파악할 수 있다.

## V. 결론 및 제언

본 연구는 생활무용참여자의 지속적 참여의도를 다양한 변인(참여만족, 감정, 기억, 충성도)을 통해 지속적 참여의도의 결정요인을 규명함으로써 그동안 생활무용 분야에서 구체적으로 다루어지지 않았던 생활무용참여자의 참여만족과 지속적 참여의도에 관한 부족한 지식체계를 형성하고자 했다. 또한 생활무용지도자에게는 참여자의 흥미, 재미, 즐거움, 만족감 등의 감정적 반응을 상승시킬 수 있는 중요 요인을 실증적으로 제시하여 효율적 교수 전략의 이론적 토대를 제공하는데 그 목적이 있다. 이상의 연구결과와 논의를 바탕으로 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 생활무용참여자의 참여만족은 생활무용에 대한 감정과 기억에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증한 결과 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 생활무용참여자의 높은 참여만족을 통해 생활무용에 대한 긍정적 감정과 기억이 형성된다는 것을 의미한다. 따라서 현재 일률 보편적인 프로그램의 운영이 아닌 생활무용참여자의 성별, 연령, 신체활동 수준 등의 개인적 특징을 고려한 참여자의 수준별 프로그램 개발 및 운영 시스템이 구축되어야 한다. 이러한 체계적 교육 시스템의 운영을 통해 생활무용참여자는 목표 설정에 따른 성취감, 만족감 등의 긍정적 감정과 기억을 형성할 수 있을 것으로 사료된다. 또한 생활무용은 종목의 특성상 여성의 참여가 상대적으로 높은 비율을 차지하고 있기 때문에 생활무용 공간의 인테리어 및 다양한 소품이나 의상을 활용한 생활무용 프로그램을 구성한다면 생활무용참여자의 미적 만족을 보다 충족시킬 수 있을 것으로 사료된다.

둘째, 생활무용참여자의 생활무용에 대한 감정은 기억에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증한 결과 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 생활무용에 대한 긍정적인 감정과 기억을 형성할 수 있도록 생활무용지도자의 전문성 및 효율적 지도전략이 수립되어야 한다. 이는 생활무용지도자 개인적 측면에서의 전문성 신장을 위한 노력뿐만 아니라 생활무용지도자 양성기관의 양질의 교육이 반드시 선행되어야만 할 것이다.

셋째, 생활무용참여자의 생활무용에 대한 감정과 기억은 충성도에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증한 결과 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 운영기관은 생활무용참여자의 충성도를 효율적으로 향상시키기 위해 참여자들의 소속감 및 결속력을 높일 수 있는 커뮤니티 형성 및 소모임 운영 등의 자체적인 노력을 기울여야 한다. 더불어 생활무용과 관련된 단체나 협회 등은 지도자의 인적서비스 향상을 위한 지도자 워크숍, 전문성 교육 등과 같은 교육 프로그램을 개발하고 지속적으로 제공해야 할 것이다.

넷째, 생활무용참여자의 생활무용에 대한 감정과 기억, 충성도는 지속적 참여의도에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증한 결과 기억을 제외한 감정과 충성도는 지속적 참여의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 생활무용의 지속적인 참여를 유도하기 위해서는 생활무용 참여의 즐거움과 성취의 단계를 끌어 올릴 수 있는 운영이 필요하다. 예컨대 생활무용 운영기관의 자체 발표회나 정기공연이 체계적으로 구성되고 운영된다면 이를 통해 참여자는 기술적 향상 뿐 아니라 일상생활에서는 쉽게 경험해 보지 못하는 예술적 욕구의 해소, 무대 위에서의 즐거움과 성취감 등을 동시에 얻을 수 있을 것이다. 또한 생활무용 수업 시, 학습했던 작품 혹은 안무 영상 촬영을 통해 자신의 동작을 모니터 할 수 있는 기회를 제공하고 생활무용지도자는 동작 모니터를 통해 생활무용참여자에게 적절한 피드백을 제공해 주는 것도 효율적인 지도전략이 될 수 있다.

결론적으로 본 연구는 생활무용참여자의 참여만족, 감정, 기억, 충성도, 지속적 참여의도간의 변수들이 대부분 서로 유의한 영향을 미치고 있음을 검증하였다. 이러한 연구결과는 그동안 생활무용 분야에서 구체적으로 다루어지지 않았던 생활무용참여자의 내재적 특성을 고려한 참여만족과 지속적 참여의도에 관한 부족한 지식체계를 형성하는데 도움을 줄 것으로 판단된다. 또한 개인의 개성과 가치관이 중시 되는 시대적 상황을 고려

해 볼 때, 생활무용참여자의 내재적 특성을 파악하는 것은 생활무용이라는 프로그램을 발전시키고 참여의 만족을 높일 수 있는 효율적인 방법으로 제시될 수 있다. 이상을 바탕으로 후속연구를 위한 제언은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 한정된 지역에 소재한 생활무용참여자를 모집단으로 선정하였기에 연구에서 제시한 결과를 일반화 시키는데 한계가 있다. 따라서 후속연구에서는 표집 지역, 연구대상을 확대하여 비교·분석하는 포괄적인 연구가 필요하다. 둘째, 생활무용 참여 종목을 여가로서의 무용(한국무용, 발레, 현대), 라인댄스, 방송댄스로 한정하였기 때문에 본 연구의 결과를 생활무용 전체로 일반화 시키는데 한계가 있다. 추후 연구에서는 다양한 생활무용 종목을 선정 및 종목의 특성을 고려한 연구가 이루어져야 한다. 셋째, 생활무용 참여만족에 대한 감정과 기억을 긍정적 측면에서만 살펴보았기 때문에 폭 넓은 감정 반응과 기억의 요인들을 포함하지 못하고 있다. 이에 향후 연구에서는 참여만족에 영향을 미칠 수 있는 부정적 측면에서의 감정, 기억 요인들을 포함시켜 이들 간의 영향 관계를 파악하는 연구가 필요하다. 넷째, 생활무용의 참여만족과 감정, 기억, 충성도, 지속적 참여의도라는 변수 안에는 본 연구에서 제시한 요인 외에도 다양한 요인들이 존재한다. 때문에 후속 연구에서는 연구대상을 생활무용참여자 뿐만 아니라 생활무용지도자까지 확대하여 참여관찰, 인터뷰법 등의 질적인 연구방법을 활용한 심도 깊은 후속연구가 이루어져야 할 것이다.

## 참고문헌

- 김계수(2010). **AMOS 18.0** 구조방정식모형 분석. 한나래. 서울.
- 김규화, 한진옥, 김동규, 김태형(2016). 무용학원의 서비스스케이프, 감정반응, 재등록의도간의 관계. **한국체육과학회지**, **25**(4), 637-652.
- 김도균, 이인수(2004). 스포츠센터 이용자의 마케팅 믹스 요인이 소비자 만족에 미치는 영향. **한국체육학회지**, **43**(2), 241-246.
- 김민지, 박인자(2018). 교양무용 참여 여대생의 자기효능감이 무용 만족과 지속의도에 미치는 영향. **한국무용연구학회지**, **36**(1), 31-51.
- 김명신(2017). 무용학원 지도자의 변혁적 리더십이 학원생의 감정반응 및 수업만족도에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 이화여자대학교 교육대학원.
- 김상구, 임태식(1999). 상업용 스포츠센터의 서비스 품질에 따른 소비자 만족도. **한국체육학회지**, **38**(4), 731-745.
- 김상호(2008). 외식서비스에서 위계적 서비스품질, 관계 질 및 브랜드충성도의 구조적 관계연구. 미간행 박사학위논문. 경북대학교 대학원.
- 김윤아(2014). 생활체육 참여에 대한 재미요인, 수업만족 및 운동지속의사의 관계 분석. **한국스포츠학회지**, **12**(3), 201-210.
- 김지희(2011). 테마파크의 체험(4Es)요인과 만족도 및 행동의도 간 영향관계 연구 : 체험 콘텐츠 개발에 대한 지불의향을 중심으로. 미간행 박사학위논문. 경희대학교 대학원.
- 김찬미(2006). 자원기반이론(RBV)을 통한 요가센터의 고객만족과 고객충성도 결정요인. 미간행 박사학위논문. 미간행 박사학위논문. 계명대학교 대학원.
- 문태영(2010). 해양레저스포츠 체험환경 요인이 참가자의 감정적 반응, 만족 및 재 참가의도에 미치는 영향. **한국사회체육학회지**, **40**(2), 799-810.
- 문화체육관광부(2018). 국민생활체육참여실태조사. e-나라지표.
- 박노현, 김진숙, 김태우(2009). 무용학원 서비스품질 요인이 성과와 충성도에 미치는 영향. **대한무용학회논문집**, **58**, 61-75.
- 박선우, 한혜원(2016). 생활무용 교육유형이 재미요인과 지속적 참여의지에 미치는 영향. **한국무용과학회지**, **33**(1), 11-22.
- 박세혁, 박장근, 이승로(2010). 여가서비스 이용자들이 조직으로부터 존중받는다는 인식과 감정적 충성도가 지속적 참여의도에 미치는 영향. **한국여가레크리에이션학회지**, **35**(1), 67-75.
- 박수경, 박지혜, 차태훈(2007). 체험 요소(4Es)가 체험즐거움, 만족도, 재방문에 미치는 영향: Pine과 Gilmore의 체험경제이론(Experience Economy)을 중심으로. **광고연구학회지**, **72**, 55-78.

- 박수정(2012). 지각된 경험 가치가 감정, 기억, 태도, 그리고 충성도에 미치는 영향 : 온라인 쇼핑몰과 소셜커머스를 중심으로. 미간행 석사학위논문. 세종대학교 대학원.
- 박종원, 이재희, 유용상(2014). 무용학원의 체험마케팅 활동이 감정반응, 학원이미지 및 행동의도에 미치는 영향. 한국사회체육학회지, 55(1), 309-323.
- 박지훈(2002). 서비스품질 대한 고객만족과 거래성향이 관계지향성에 미치는 영향. 미간행 박사학위논문. 단국대학교 대학원.
- 백정희(2011). 무용참여 여부와 성별에 따른 자기 효능감과 무용 인식도 차이 분석. 한국무용과학회, 23, 1-8.
- 신혜숙, 오수일(2007). 생활무용 참여실태에 따른 참여만족, 여가몰입 및 생활만족과의 관계. 한국사회체육학회지, 30, 951-962.
- 서문식(2011). 고객의 자기결정적 관계발전에 영향을 미치는 환경적 요인과 그 성과. 대한경영정보학회, 30(2), 81-111.
- 서민정(2012). 해양레저스포츠 참여자들의 체험이 감정, 기억, 만족 그리고 충성도에 미치는 영향. 미간행 박사학위논문. 세종대학교 대학원.
- 서민정, 임은순(2011). 체험경제 이론에 따른 기억, 만족, 충성도에 관한 연구: 동해안지역 스쿠버다이빙리조트 방문객을 중심으로. 한국호텔관광학회, 13(3), 43-56.
- 서수진, 엄태석(2013). 댄스스포츠지도자에 대한 신뢰와 지도효율성이 고객충성도에 미치는 영향. 한국무용과학회지, 29, 125-138.
- 송정명, 강지현, 전익기(2012). 국내 마라톤 대회 이벤트 기대효과, 참여만족, 협력의도간의 구조적 관계. 한국스포츠산업경영학회지, 17(4), 59-73.
- 송학준, 최영준, 이창기(2011). Pine과 Gilmore의 체험경제이론에 따른 입체영화 체험, 체험가치 및 만족도에 관한 연구: 영화 '아바타'를 중심으로. 관광레저학회지, 23(5), 281-298.
- 안광호, 이하늘(2011). 지각된 쇼핑가치차원이 점포태도, 쇼핑과정에서의 정서경험, 점포태도, 충성도에 미치는 영향에 관한 연구. 한국마케팅저널, 12(4), 137-164.
- 이건희(2011). 생활무용 참여자의 참여만족에 영향을 미치는 내재적 특성: 확신헤택을 매개변수로. 한국무용학회지, 26, 59-76.
- 이려정, 윤재석, 김병용(2012). 서비스 제공자의 커뮤니케이션이 고객감정과 만족에 미치는 영향. 호텔경영학연구, 21(6), 145-162.
- 이상일, 김선주, 김서희(2013). 무용학원 서비스품질이 고객만족과 재등록 의도에 미치는 영향. 대한무용학회논문집, 71(4), 141-159.
- 이지원(2016). 리얼리티 서바이벌「댄싱9」의 성공요인 분석과 발전방향. 무용예술학연구, 21, 185-211.
- 이정학, 김종완, 김육기(2013). 프로야구 이벤트의 정서, 이미지 일치성, 브랜드 감정, 브랜드 태도 및 브랜드 충성도의 구조적 관계. 한국스포츠산업경영학회지, 18(6), 117-137.
- 이정학, 김형근, 김재환(2017). 체험경제이론을 적용한 워터파크 체험요인과 즐거움, 브랜드충성도, 관계지속의도간의 구조적 관계. 한국체육과학회지, 26(5), 729-743.
- 이윤정, 곽형기(2011). 청소년들의 한국무용관람 경험에 따른 무용이미지 차이 분석. 한국체육학회지, 50(3), 503-511.
- 이해준, 최효진(2011). 무용전공 대학생의 열정과 정서경험의 관계에서 자기 효능감의 매개효과. 한국체육학회지, 52(6), 437-447.
- 임선영(2018). 체험경제이론에 따른 생활무용참여자의 스포츠가치관, 지속적 참여의도의 관계 : 스포츠의 감성적 인식을 중심으로. 미간행 박사학위논문. 경희대학교 대학원.
- 유인애(2011). 무용전공대학생의 신체이미지 지각이 심리적 행복감 및 자아효능감에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 경희대학교 교육대학원.
- 신혜리(2015). 성인발레수업의 지도행동유형이 재미요인과 지속적 참여의지에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 숙명여자대학교 대학원.
- 서수지, 엄태석(2013). 댄스스포츠지도자에 대한 신뢰와 지도효율성이 고객충성도에 미치는 영향. 한국무용과학회지, 29, 125-138.
- 진현주, 오세이(2009). 대학 교양체육수업의 재미와 스포츠 목표성향이 몰입에 미치는 영향. 한국사회체육학회지, 37, 105-114.
- 전병관, 한혜원(2014). 중학생의 한국무용공연관람 경험이 자아탄력성과 학교생활적응에 미치는 영향. 한국무용과학회지, 31(2), 87-101.
- 전미옥(2011). 여자의 언어로 세일즈하라. 갈매나무. 서울.

- 정남영, 박인혜(2004). 요가센터 서비스품질이 고객만족과 구매 후 행동에 미치는 영향 서울지역을 중심으로. 미간행 석사학위논문. 성신여자대학교 대학원.
- 정일미, 김육기(2017). 실외골프연습장 고객의 전환장벽과 고객충성도 및 지속이용의도, 추천의도와와의 관계. 한국골프학회지, **11**(3), 39-54.
- 정용각(1997). 여가운동 참가자의 스포츠 참여 동기, 각성추구, 정서의 요인이 스포츠 몰입행동에 미치는 영향. 미간행 박사학위논문. 부산대학교 대학원.
- 정지윤(2011). 무용관객 개발을 위한 감성마케팅 전략에 관한 연구: 무용축제를 중심으로. 대한무용학회논문집, **65**, 243-264.
- 조남홍(2015). 생활무용지도자의 인적서비스가 수업참여자의 감정반응과 충성도에 미치는 영향. 한국웰니스학회지, **10**(4), 197-212.
- 최광희(2016). 프로배구 구단 지도자의 리더십, 긍정심리자본, 팀 효능감 및 팀성과의 구조적관계. 미간행 박사학위논문. 경희대학교 체육대학원.
- 최은용(2015). 대학 무용전공자의 무용 관여도가 무용몰입 및 성과에 미치는 영향. 한국체육과학회지, **24**(3), 1273-1284.
- 최정원(2014). 초등학교 저학년 학생의 무용수업 만족도와 감성지능과의 관계. 미간행 석사학위논문. 건국대학교 교육대학원.
- 최종필(2011). 리조트 참여자들의 지각된 가치가 서비스품질 및 고객만족에 미치는 영향. 관광연구학회지, **26**(1), 467-487.
- 추나영(2012). 무용강사의 비언어적 커뮤니케이션과 고객참여, 고객만족, 고객충성도의 관계. 미간행 박사학위논문. 부산대학교 대학원.
- 추나영, 조송현(2013). 국내 스포츠산업, 경영학 연구동향 분석. 한국스포츠산업경영학회지, **18**(3), 53-63.
- 하동현(2011). 테마파크에서의 체험요소에 관한 연구. 한국사지리지학회, **19**(1), 37-47.
- 한광석, 이종민(2008). 지식수준에 따른 기억정보의 접근성(Accessibility) 효과. 한국방송학회지, **11**, 4-19.
- 한혜원(2010). 생활무용 참여의 재미가 몰입경험과 참여지속의도에 미치는 영향. 한국무용과학회지, **22**, 1-18.
- 홍운선(2011). 무용전공 대학생의 감정활동기억과 문화소진, 몰입 및 문화성숙도와의 관계. 미간행 박사학위논문. 단국대학교 대학원.
- 황재섭(2011). 다문화가정 이주여성의 무용 참여를 통한 문화적응력 및 자기효능감에 관한 연구. 미간행 박사학위논문. 경희대학교 대학원.
- Bagozzi, R. & Dholakia, U.(2002). Intentional social action in virtual communities. *Journal of Interactive Marketing*
- Beardsley, M.(1960). Aesthetics Experience Regained. *Journal of Aesthetics & Art Criticism*
- Baumgartner, H. & E. M. Steenkamp(1996). Exploratory consumer buying behavior: Conceptualization and measurement. *International Journal of Research in Marketing*
- Bentler, P.(1990) Comparative fit indexes in structural models. *Psychological bulletin*
- Bettman, J.(1979) Memory Factors in Consumer Choice : A Review, *Journal of Marketing*
- Campbell, R.(1978). Economic concepts-inflation. *Forecast for home economics*
- Christianson & Loftus(1987). Memory for traumatic events. *Applied Cognitive Psychology*
- Hirschman & Holbrook(1996). The Semiotics of Consumption. Interpreting Symbolic Consumer Behaviour in Popular Culture and Work of Arts. *Journal of consumer policy*
- Jacoby, Jacob & Robert Chestnut(1978). *Brand Loyalty Measurement and Management*. New York: John Wiley and Sons.
- Kotler, P.(1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, 9th ed., New Jersey: Prentice-Hall.
- Kronlund, A. & Yoon, C.(2007). Consumer Consideration Sets: Altering Memory, Brand Evaluations, and Choice. *Advances in consumer research*
- Ladeira(2018). Effects of belief in luck on the attractiveness of loyalty programmes. *Journal of Consumer Behaviour*
- Lee Haksik, Yongki Lee & Dongkeun Yoo(2000). The Determinants of Perceived Service Quality and Its Relations with Satisfaction, *Journal of Services Marketing*
- Leonard(1980). *A Sociological perspective of sport*.
- Levine, L. & Edelman, R.(2009). Emotion and memory narrowing: A review and goal-relevance approach. *Cognition & emotion*
- Locke(1985). Effect of previously assigned goals on self-set goals and performance. *Journal of applied psychology*
- Morgan, M. Attaway, J. & Griffin, M.(1996). The Role of Product/Service Experience in the Satisfaction Formation Process:

- A Test of Moderation. *Journal of consumer satisfaction, dissatisfaction, and complaining behavior*
- Nagy, J.(1992). *Challenger day in Hungary* In. world sport for All congress: Varna, Bulgaria.
- Oh H, Fiore, A. & Jeoung, M.(2007). Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications, *Journal of Travel Research*
- Pine, B. & Gilmore, J.(1998). Welcome to the Experience Economy, *Harvard Business Review*
- Rolf Jensen(1999). *The dream society : how the coming shift from information to imagination will transform your business.*  
New York, NY : McGraw-Hill.
- Scanlan, T. & Simons, J.(1992). The construct of sport enjoyment. *Motivation in sport and exercise*
- Schmitt, B.(1999). Experiential marketing. *Journal of marketing management*
- Wong, A.(2004), "The role of emotional satisfaction in service encounters," *Managing service quality: An International Journal*



## ABSTRACT

**The structural relationship on participation satisfaction and  
Positive Emotion, Memory, Loyalty, Continuous Participation Intention  
to Dance for All Participants**

Lee, Jeoung-Hak · Lee, Eun-mi · Lim, Sun-Young *KyungHee Univ.*

The purpose of this study was to examine the structural relationship The structural relationship on participation satisfaction and Positive Emotion, Memory, Loyalty, Continuous Participation Intention to Dance for All Participants. To achieve this purpose of the study, we conducted a survey of 500 dance for all participants who participated directly in sports centers and cultural centers in Seoul and Gyeonggi area, dance lessons in creative curriculum, and life dance related clubs. Out of total 500 questionnaires collected, 470 questionnaires were used for final analysis. Frequency analysis, correlation analysis, confirmatory factor analysis and structural equation modeling using SPSS 18.0 and AMOS 18.0 were conducted to analyze the Survey materials. Results of this study are as follows: First, participation satisfaction of Dance for All Participants was a significant effect on Positive Emotion and Memory. Second, Positive Emotion of Dance for All Participants was a significant effect on Memory. Third, Positive Emotion and Memory of Dance for All Participants was a significant effect on Loyalty. Fourth, Positive Emotion and Loyalty of Dance for All Participants was a significant effect on Continuous Participation Intention.

**Key words** : Dance for All, Dance for All Participants, participation satisfaction, Positive Emotion, Memory, Attitude, Loyalty, Continuous Participation Intention.

논문투고일: 2018. 11. 30  
논문심사일: 2019. 01. 10  
심사완료일: 2019. 01. 17

