

무용공연 관람객의 관람 후 감정과 행동 분석

An Analysis of the Post-viewing Emotion and Behavior on the Dance Audience

최청자, 김형남, 심현화
세종대학교 무용과

Chung-Ja Choi(choicj0405@hanmail.net), Hyung-Nam Kim(knam414@hanmail.net),
Hyun-Hwa Shim(sim-h2@hanmail.net)

요약

본 연구에서는 무용공연관람객의 개인적 특성에 따른 관람후 감정과 행동의 차이가 어떠한가를 규명하기 위하여 서울과 경기도에 위치한 무용공연장을 이용하고 있는 관람객을 대상으로 참여자 280명을 표집하여 개인적 특성(직업, 관람횟수, 무용경험, 무용장르), 관람 후 감정(관람감정, 만족도), 관람 후 행동(탐색행동, 재관람 의향)의 변인에 대하여 설문조사 방법으로 SPSS 18.0 을 활용하여 분석되었다. 자료들을 분석한 결과 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 무용공연 관람객의 개인적 특성(직업, 관람횟수, 무용경험, 무용장르)에 따른 관람 후 감정(긍정적 감정, 만족도)의 차이가 관람횟수 변인에서 관람횟수가 높을수록 증가현상이 나타났다.

둘째, 무용공연 관람객의 개인적 특성(직업, 관람횟수, 무용경험, 무용장르)에 따른 관람 후 행동(탐색행동, 재관람 의향)의 차이가 모든 변인에서 유의한 차이가 나타났다. 무용경험이 있는 집단, 관람횟수가 많은 집단, 예술가집단, 현대무용과 한국무용관람 집단에서 증가현상이 나타났다.

■ 중심어 : | 개인적 특성 | 관람 후 행동 | 관람 후 감정 | 무용공연관객 |

Abstract

This study is to analyze the difference of the post-viewing emotion and behavior of the audience at a dance performance by general characteristics of the audience. To attain the goal of the study described above paragraphs, the audience of dance performance located in Seoul and Kyoungki-Do was set as a collected group. Then, using the convenience sampling method, finally drew out and analyzed 280 people in total. statistic analysis techniques were used SPSS 18.0 program.

Based on the statistical methods above, we had the result of data analysis as follows;

First, among the general characteristics(job, viewing frequency, dance experience, and genre), had significantly effect on the post-viewing emotion(positive emotion, satisfaction) Second, among the general characteristics(job, viewing frequency, dance experience, and genre), all the factors had significantly effect on post-viewing behaviors(researching, respectating intention).

■ keyword : | General Characteristics | Post-viewing Behavior | Post-viewing Emotion | Dance Audience |

I. 서론

1.1 연구의 필요성 및 목적

‘공연을 관람하는 것’은 동질(同質)의 경험과 느낌을 공유함과 동시에 그 사실을 인식하는 사회적 활동으로서 단순히 소비하는 것이 아닌 무엇을 만들거나 행한다는 생산과정으로 이해하여야 하며 이러한 활동은 TV, 라디오 등과 같은 개인소비를 촉진하는 매체를 통해서 는 체험할 수 없는 것으로서 젊은 세대의 사회화 과정을 용이하도록 도와준다[1].

문화체육관광부 2008공연예술 실태조사에 따르면 일반적인 시장의 규모 기준으로 볼 때 2001년 이후부터 현재까지 공연시장은 꾸준한 증가추세를 보이고 있으며, 2007년도 공연시장의 총 수입액은 8,500억 원으로 2006년도 8,100억 원에 비교해서 증가한 것으로 나타났다. 이 중 무용공연의 시장점유율은 10%를 차지하고 있는 것으로 나타나고 있으며, 기획공연 분야에서는 무용공연이 공연예술에서 가장 높은 점유율을 보이고 있는 것으로 나타났다. 최근 한국인의 경제문화수준의 향상과 여가에 대한 관심은 공연예술 분야에 성장을 가속시키고 있다[2][3].

이와 같이 현재 21세기의 공연문화는 자원화 되어 고부가가치를 창출하는 주요한 산업으로 부상하고 있으며, 특히 문화예술은 지식산업에서 경제 패러다임의 중요한 부분을 차지하고 있다[4].

예술을 경제적 관점에서 이해하는데 선구적 역할을 한 Baumol & Bowen[5]은 관객(audience) 연구의 중요성에 대해 첫째, 예술이 사회에 긍정적인 영향을 미치는 공공재(good thing)라면 공연 예술에 관객으로 참여하는 것이 개인의 복지에 기여해야 하므로 관객의 특성을 파악하는 것은 정부의 지원 여부와도 관련이 있다는 정책적인 측면과, 시장 예측을 통해 합리적인 의사 결정과 투자 정책을 수립할 수 있는 기초 자료라는 경영적인 측면에서 강조하였다. 또한 이전 20년간 주요 마케팅 저널에 실린 순수예술과 공연예술의 마케팅에 대한 31개의 논문을 정리하고 예술 마케팅연구의 영역을 관객(audience, 수용자)분석과 시장 세분화(segmentation) 연구, 마케팅 믹스 변인(marketing mix

variables), 마케팅 계획과 정책 설정의 세 영역으로 분류한 Thomas & Cutler[6]의 연구와 1970년대부터 1990년대 후반까지 약 20여년에 걸쳐 박물관과 공연예술에 관한 논문을 형성 단계(1975-1984)로서 주로 관객 혹은 수용자(audience) 연구가 주를 이루는 제1기와 박물관과 공연예술 단체에서 전문적인 마케팅 기법을 포용하는 전문화 단계(1985-1994)인 제2기로 구분한 Rebitschler[7]의 연구를 통해서도 공연예술분야에서의 관객연구의 중요성과 필요성에 대해 언급하고 있다[8].

한편, 국내 주요 기업 후원자 정기 간행물인 메세나[9]에서도 예술단체에 대한 메시지에서 공연예술단체 지원을 세금 감면과 마케팅 기회로 인식하고 있는 기업의 관점에서 관객의 규모, 연령, 소득수준, 직업, 교육정도, 참석 빈도, 지리적 분포 등에 대한 정확한 분석 자료에 관심을 가지므로 후원 신청에 있어 이러한 자료를 첨부할 것을 요구하고 있다. 또한 후주의 경우, 후원을 원하는 기업은 발레단을 인지도, 좌석과 위탁시설, 판촉 기회, 그리고 광고시설 등을 기준으로 평가한다[10]. 이와 같이 관객연구는 후원관계 설정을 위해서도 필수적인 자료로 활용됨을 확인할 수 있다.

또한 Feist & Eckstein[11], Kotler & Andreason[12]은 인구학적 연구를 넘어 관람의 동기를 연구함으로써 관객과의 의사소통을 통한 시장 세분화를 기대할 수 있으며, 타 예술 장르보다 동일한 시공간에 관객을 유인해야 하는 제약을 더 크게 받는 무용공연 분야는 정책적 지원의 정당성 확보, 재원 확보, 그리고 제작 목적 설정을 위해서도 관객의 인구 통계적 특성과 관람관련 행태에 대한 이해의 중요성이 요구되고 있다[13][14].

비공연 예술 분야에서 관람 후 행동에 관한 선행연구들은 [15-19]등에서 관람만족과 재관람 행동에 대해 상호 밀접한 관계가 있다고 보고하였으며, 특히 정지연[20]의 연구에서는 프로야구 관람만족이 관람 후 행동에 유의한 영향을 미친다고 밝혔는데, 여기서 관람 후 행동의 하위변인은 재관람 의도와 구전의도로 분류되어 있다[21]. 이와 같이 비공연 예술 분야에서 관객의 관람 후 행동에 관한 연구가 활발히 진행되고 있으며, 관객의 개인적 특성에 대한 기초적 조사와 전략을 설명하고 있다. 무용공연분야에서도 이처럼 관객의 특성에

다른 세분화된 연구 결과들이 경영적 측면에서 강조되어져야 할 것이다.

무용공연 분야에서 관객의 관람 후 행동에 관한 연구로는 국승희[21]의 연구에서 인구통계적 특성이 관람 후 행동에 영향을 미친다고 보고되고 있으나, 연구대상을 공연장 관람석 500명 이상의 공연장으로 제한하고 있어 소극장이나 중극장의 규모에서 많은 공연을 하는 무용공연에 적용하기에는 실제적인 한계가 있다. 즉, 무용공연 관객에 관한 개인적인 특성의 다양한 연구 자료가 아직 미비하며, 이러한 선행연구들의 제한점을 고려한 실제적인 연구 자료가 매우 부족한 실정이다.

위와 같은 연구의 필요성에 따라 본 연구의 목적은 무용공연 관객의 개인적 특성에 따라 관람객의 관람 후 행동과 관람 후 감정을 비교분석해, 무용관객에 관한 실제적인 연구를 하고자 하는 것이다.

이는 무용관람객의 개인적 특성을 파악하여 무용공연의 활성화와 더불어 질 높은 공연 문화를 만들고, 관객연구에 대한 중요성을 인식시키고, 무용공연을 주관하는 여러 단체에서 활용할 수 있는 실증적인 기초 자료를 제공하는데 기여하고자 한다. 또한 이러한 연구결과를 통해 관람객의 공연 관람 후 행동에 관한 유용한 정보를 제공하고 향후 무용공연 경영 및 제작에서 실용적으로 활용하는데 도움을 주고자 한다.

1.2 연구의 가설

본 연구는 무용공연 관람객의 개인적 특성이 관람 후 감정이나 관람 후 행동에 구체적으로 어떠한 차이가 있는지 분석하여 무용공연관람객의 특성과 공연관람 후 행동의 관계를 밝혀보고자 한다.

첫째, 무용공연관람객의 관람 후 감정이 관람 후 행동에 어떠한 상관관계를 갖는지 알아본다.

둘째, 무용공연관람객의 개인적 특성에 따라 관람 후 감정, 관람 후 행동에 어떠한 차이가 있는지 파악한다.

1.3 연구의 범위 및 제한점

첫째, 본 연구는 표집대상을 지역과 관련하여 연구 대상 지역을 서울시와 경기도에 위치하고 있는 무용공

연장으로 한정하였기 때문에 우리나라의 전체 무용관람객을 대표하기에는 다소 제한적일 것이다.

둘째, 본 연구에서는 무용공연관람객의 관람 후 감정(긍정적 감정, 만족도)과 관람 후 행동(탐색행동, 재관람 의향)을 분석하였는데 보다 다양한 분석을 수행하지 못한 것에 대한 아쉬움을 갖는다.

II. 연구방법

1. 연구 대상 및 표집

표 1. 연구대상의 개인적 특성

특성	수준	인원(명)n=280	백분율(%) (100)
성별	남	76	27.1
	여	204	72.9
나이	20세 이하	96	34.3
	21~30세	107	38.2
	31세 이상	77	27.5
학력	고졸이하	90	32.1
	대학생~대졸이하대학원 재학 이상	136	48.6
		54	19.3
직업	학생	138	49.3
	관리/사무직	58	20.7
	예술가	30	10.7
	기타	54	19.3
관람동행인	친구 가족(배우자)	139	49.6
	단체관람 및기타	66	23.6
		75	26.8
관람 횟수	1~2회	132	47.1
	3~9회	82	29.3
	10회 이상	66	23.6
무용 경험 유무	있음	155	55.4
	없음	125	44.6
관람 장르	발레	87	33.5
	현대무용	127	48.8
	한국무용	46	17.7

본 연구는 서울시와 경기도에 위치한 총 4개의 무용공연장에서 무용공연을 관람한 관객을 대상으로 모집단을 선정하여 연구자를 포함한 공연장 스태프와 연구조사원의 도움을 받아 본 연구의 설문지를 총 400부를 배포하였다. 그 중 320부가 회수되었고, 회수된 자료 중에서 불성실하게 응답한 자료로 판단되거나 조사내용 중 일부가 누락된 40부 자료를 제외한 총 280부의 응답에 실제 분석에 사용되었다. 연구대상자의 인구통계적

특성은 [표 1]과 같으며, 표본을 살펴보면 여자가 204명으로 72.9%를 상회하고 있으며, 남자는 76명으로 약 27.1%를 차지하고 있다. 연령에서는 20세 이하가 96명으로 34.3%, 20대가 107명으로 38.2%, 31세 이상이 77명으로 27.5%를 차지하고 있다. 학력에서는 고졸이하가 90명으로 32.1%를 차지하고 있으며, 대학생~대졸이하의 학력이 136명의 48.6%로써 가장 많았으며, 대학원 재학 이상이 54명으로 19.3%를 차지하고 있다. 직업에서는 학생이 138명으로 49.3%의 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 관리/사무직은 58명 (20.7%), 기타는 54명(19.3%), 예술가는 30명으로 (10.7%) 순으로 차지하고 있다. 관람동행인은 친구가 49.6%의 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 가족(배우자)은 66명으로 23.6%, 단체관람 및 기타는 75명으로 26.8%를 차지하고 있다. 관람횟수는 1~2회가 47.1%의 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 3~9회는 82명(29.3%), 10회 이상은 66명(23.6%) 순으로 차지하고 있다. 무용경험여부는 있음이 155명(55.4%)으로서 없음 125명(44.6%)보다 더 많은 비중을 차지하고 있으며, 무용장르에서는 발레, 현대무용, 한국무용 중 현대무용이 127명(48.8%)로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 발레 87명(33.5%), 한국무용 46명(17.7%) 순으로 나타났다.

2. 측정도구

본 연구는 서울시와 경기도에 위치한 무용공연장에서 관람한 관객을 대상으로 400명에게 본 연구의 설문지를 배포하였다. 무용공연관람객의 개인적 특성에 따라 관람후 감정과 행동이 어떠한 차이가 있는지 규명하기 위하여 설문지는 선행연구 지주은[22]의 연구자료를 기초하여 본 연구자가 재구성한 설문지를 사용하였다. 설문지의 구성은 총 72개의 항목으로 구성되어 전체적으로 네 부분으로 구분하였고, 응답형태는 리커트 5점 척도(5-point scale)를 사용하였으며, 본 연구의 분석에 사용한 항목은 다음의 [표 2]와 같다.

한편, [표 2]에 나타난 바와 같이 무용공연 관람객의 개인적 특성에 따른 관람 후 행동의 요인에 대해 결합 패턴 및 타당성을 검증하기 위해 요인분석(factor analysis) 및 신뢰도 검증을 실시하였다.

무용공연관람객의 개인적 특성에 따른 관람 후 감정이 관람 후 행동에 미치는 영향을 규명하기 위해 변수들에 대해 요인분석 한 결과, 관람 후 행동의 12개의 문항에 대해 고유값 기준 1.0 이상 4개의 요인이 추출되었으며, 추출된 요인들의 누적분산비율은 73.34%로 나타났다.

관람 후 감정에 속한 측정변수들에 대해 요인화 된

표 2. 무용공연 관람객의 관람 후 행동에 대한 요인분석 및 신뢰도

설문문항	요인부하량	고유값	분산	α
요인1. 탐색행동		7.675	47.970	.897
새로운 무용공연을 관람하고 싶다.	.844			
다양한 익숙치 않은 공연도 접하고 싶다.	.822			
새로운 무용공연을 확인해보고 싶다.	.809			
최근의 무용공연을 찾아보고 싶다.	.781			
요인2. 만족도		1.670	10.441	.890
관람한 무용수에 대해 만족한다.	.797			
관람한 공연장에 대해 만족한다.	.795			
관람한 공연에 대해 전반적으로 만족한다.	.757			
무용공연 작품에 대해 만족한다.	.756			
요인3. 재관람 의향		1.317	8.234	.869
관람한 공연을 전반적으로 다시 보고 싶다.	.805			
관람한 공연장에서 다시 관람하고 싶다.	.753			
관람한 공연작품을 다시 관람하고 싶다.	.695			
관람한 무용수의 공연을 다시 관람하고 싶다.	.644			
요인4. 긍정적 감정		1.073	6.703	.791
무용공연 관람 후 즐거워졌다.	.794			
무용공연 관람 후 무용이 친근해졌다.	.776			
무용공연 관람 후 행복감이 들었다.	.720			
무용공연 관람 후 기분이 좋아졌다.	.583			

4개의 속성범주들에 대해 탐색행동, 만족도, 재관람 의향, 긍정적 감정 등으로 정의하였으며, 요인 1에서는 탐색행동에 대한 속성으로 47.9%의 설명력을 가지고 있으며, 요인2에서는 만족도에 대한 속성으로 10.4%의 설명력을 가지고 있고, 요인3에서는 재관람 의향에 대한 속성으로 8.2%의 설명력을 가지고 있다. 요인4에서는 긍정적 감정에 대한 속성으로 6.7%의 설명력을 가지고 있다. 신뢰계수(α)는 각각 .897, .890, .869, .791 등으로 모든 차원에서 매우 높은 신뢰도를 보이고 있다.

3. 조사절차 및 자료처리

본 연구에서는 본 연구자를 포함하여 사전에 설문지에 관해 교육을 받은 9명의 연구조사원들이 무용공연장을 직접 방문하여 설문 응답 시 질문의 목적과 내용을 설명한 뒤 조사 대상에게 설문지를 배포한 다음 자기평가 기입법으로 설문에 응답하도록 지시하고 완성된 설문지를 회수하였다. 회수된 설문지는 응답내용이 부실하거나 신뢰성이 없다고 판단되는 자료를 분석대상에서 제외시킨 후 SPSS ver. 18.0 통계 패키지 프로그램을 활용하여 설정된 연구목적에 달성하기 위하여 다음과 같은 통계방법으로서 자료처리 하였다.

첫째, 자료의 신뢰도 검사를 위하여 Cronbach's α 검사를 실시하고, 문항의 특성을 기술하기 위하여 기술 통계 분석을 실시하였다.

둘째, 타당도 검사를 위하여 탐색적 요인분석을 실시하고, 요인분석방법은 주성분분석방법을 이용하였다.

III. 연구결과

1. 상관관계 분석결과

[표 3]은 연구에 투입된 주요 변수들 간 관계의 강도를 제시하고 변수들 간의 대체적인 윤곽을 설명하기 위해서 상관관계분석(correlation analysis)을 실시한 것이다.

분석 결과, 관람 후 행동의 4개의 모든 하위요인들은 서로 정(+)의 상관관계를 갖는 것으로 나타났다.

구체적으로 긍정적 감정은 탐색행동($r=.461$)과 만족

도($r=.553$)와 재관람 의향($r=.578$)의 변수에 $p<.01$ 수준에서 유의적인 정(+)의 상관관계를 갖는 것으로 나타났으며, 탐색행동은 만족도($r=.496$)와 재관람 의향($r=.582$)의 변수에 $p<.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 정(+)의 상관관계를 갖는 것으로 나타났다. 또한 만족도는 재관람 의향($r=.632$)의 변수에 $p<.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 정(+)의 상관관계를 갖는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 무용공연 관람객들의 관람 후 감정과 관람 후 행동의 관계가 서로 높은 상관관계를 갖고 있음을 의미하는 것이다.

표 3. 상관관계 분석

변 인	긍정적 감정	탐색 행동	만족도	재관람 의향
긍정적감정	1.000			
탐색 행동	.461**	1.000		
만족도	.553**	.496**	1.000	
재관람 의향	.578**	.582**	.632**	1.000

**상관계수는 .01 수준(양쪽)에서 유의합니다.

2. 개인적 특성에 따른 관람 후 감정에 대한 지각

개인적 특성에 따른 무용공연관람객의 관람 후 행동에 대한 차이를 알아보기 위해 t-검증(t-test)과 일원분산분석(one-way ANOVA), 사후검정을 실시하였는데, 그 결과는 [표 4]와 같다.

표 4. 개인적 특성에 따른 관람 후 감정 지각

구 분(명)	긍정적 감정	만족감
관람 횟수		
1~2회 (n=132)	3.75 (.56)a	3.76 (.72)
3~9회 (n=82)	3.93 (.57)	3.99 (.59)
10회이상 (n=66)	3.92 (.66)	4.00 (.66)
F값	3.17**	3.98**
사후검정	I-II	I-II, III

a: 평균(표준편차)

* $p<.10$, ** $p<.05$, *** $p<.01$ 인 경우에 유의적임

먼저 관람횟수에 따른 관람 후 감정에 대해 일원분산분석(one-way ANOVA)와 사후검증 한 결과, 긍정

적 감정, 만족감 모두에서 유의수준 5%수준에서 유의적인 집단 간 차이를 보이고 있다.

즉 관람횟수가 적은집단에 비해 관람횟수가 많은 집단이 상대적으로 긍정적 감정과 만족감이 높은 것으로 나타났다. 하지만 I집단(1~2회)과 II(3~9회)집단과의 차이는 있으나 II(3~9회)집단과 III(10회 이상)집단과의 차이가 없는 것으로 보아 관람횟수가 많으면 많을수록 긍정적 감정과 만족감이 높아지는 것은 아니라고 사료된다.

그 외의 개인적 특성변인의 하위요인 중 나이, 학력, 직업, 관람동행인, 무용경험, 무용장르에 따른 관람 후 감정에 대해 일원분산분석(one-way ANOVA)와 사후검증 한 결과, 긍정적 감정과 만족감에 대해서 유의적인 집단 간 차이를 보이지 않고 있는 것으로 나타났다. 즉, 관람 후 감정에 영향을 받지 않는 것을 의미하고 있다.

3. 개인적 특성에 따른 관람 후 행동에 대한 지각

개인적 특성에 따른 관람 후 행동에 대한 차이를 알아보기 위해 t-검증(t-test), 일원분산분석(one-way ANOVA) 및 사후검정을 실시하였는데, 그 결과는 [표

5]와 같다.

먼저 무용경험여부에 따른 관람 후 행동에 대해 t-검정한 탐색행동과 재관람 의향의 요인 모두에서 유의수준 1%수준에서 유의적인 집단 간 차이를 보이고 있다. 즉 무용경험이 있는 집단이 무용경험이 없는 집단에 비해 상대적으로 높은 탐색적 행동과 재관람 의향을 보이는 것으로 나타났다.

다음으로 관람횟수에 따른 관람 후 행동에 대해 일원분산분석(one-way ANOVA)한 결과, 탐색적 행동과 재관람 의향의 요인 모두에서 유의수준 1%수준에서 유의적인 집단 간 차이를 보이고 있다. 즉 관람횟수가 적은 집단에 비해 관람횟수가 많은 집단이 탐색적 행동과 재관람 의향이 높게 나타나고 있다.

하지만 1집단(1~2회)과 2(3~9회)집단과의 차이는 있지만 2(3~9회)집단과 3(10회 이상)집단과의 차이는 없는 것으로 보아 관람횟수가 많으면 많을수록 탐색적 행동과 재관람 의향이 높아지는 것은 아니라고 사료된다.

직업에 따른 관람 후 행동에 대해 일원분산분석(one-way ANOVA)한 결과, 탐색적 행동에 대해서 유

표 5. 개인적 특성에 따른 관람 후 행동 지각

	구 분(명)	탐색행동	재관람의향
무용경험여부	유(n=155)	4.03(.70)a	3.84(.63)
	무(n=125)	3.50(.84)	3.56(.75)
	t-값	5.76***	3.34***
관람횟수	1~2회(n=132)	3.43(.81)	3.48(.73)
	3~9회(n=82)	4.04(.67)	3.81(.55)
	10회이상(n=66)	4.23(.64)	4.03
	p	.000***	.000***
	F-값	31.97	16.44
	사후검정b	I-II, III	I-II, III
직업	학생(n=138)	3.83(.83)	3.72(.79)
	관리/사무직(n=58)	3.70(.73)	3.86(.57)
	예술가(n=30)	4.32(.73)	3.81(.57)
	기타(n=54)	3.52(.74)	3.50(.60)
	p	.000***	.03**
	F-값	6.96	2.84
	사후검정	III-I, II, IV	II-IV
관람장르	발레(n=87)	3.53(.82)	3.55(.73)
	현대무용(n=127)	3.89(.80)	3.81(.68)
	한국무용(n=46)	4.15(.66)	3.86(.68)
	p	.000***	.01**
	F-값	10.19	4.51
	사후검정	I-II, III	I-II, III

a: 평균(표준편차)

* p<.10, ** p<.05, *** p<.01인 경우에 유의적임

b: 사후검정 방법은 Scheffe방법을 적용한 것임.

의수준 1%수준에서 유의적인 집단 간 차이를 보이고 있다. 즉 학생, 관리/사무직, 기타 직업에 비해서 예술가 집단이 상대적으로 높은 탐색적 행동을 보이는 것으로 나타났다. 또한 재관람 의향에 대해서는 유의수준 5% 수준에서 유의적인 집단 간 차이를 보이고 있는 것으로 나타났는데, 관리/사무직 집단에서 가장 높은 재관람 의향을 보이는 반면, 기타 집단이 상대적으로 낮은 재관람 의향을 보이는 것으로 나타났다.

관람장르에 따른 관람 후 행동에 대해 일원분산분석(one-way ANOVA)한 결과, 탐색적 행동에 대해서 유의수준 1%수준에서 유의적인 집단 간 차이를 보이고 있다. 한국무용을 관람한 집단이 탐색행동과 재관람 의향에 대해 가장 높은 지각을 보이는 반면, 발레공연을 본 집단은 탐색행동과 재관람 의향에 대해 가장 낮은 지각수준을 보이는 것으로 나타났다.

그 외의 개인적 특성변인의 하위요인 중 나이, 학력, 관람 동행인에 따른 관람 후 행동의 결과는 유의적인 집단간 차이를 보이지 않고 있는 것으로 나타났다.

IV. 논의

본 연구에서는 개인적 특성에 따른 관람 후 감정과 행동에 대해 어떠한 차이가 있는지 알아보기 위해 실증적으로 연구를 진행하였다. 개인적 특성에 따른 관람 후 감정(긍정적 감정, 만족도)과 관람 후 행동(탐색적 행동, 재관람 의향)에 대한 분석 결과 개인적 특성(무용 경험여부, 관람횟수, 직업, 무용장르)에서 집단 간에 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다.

먼저 관람 후 감정에 대해 개인적 특성에 따른 집단 간 차이를 살펴보면, 관람횟수에 따른 집단에서 유의적인 차이를 볼 수 있다. 이를 구체적으로 살펴보면, 관람 후 감정의 하위 요인인 긍정적 감정에서 관람횟수가 I(1~2회)집단과 II(3~9회)집단 간의 차이가 나타났으며, 관람횟수가 많은 집단이 관람횟수가 적은 집단보다 긍정적 감정이 더 높은 것으로 나타났다. 또한 관람 후 감정의 하위요인인 만족감에서는 관람횟수가 I(1~2회)집단과 II(3~9회)집단 간의 차이와 관람횟수가 I(1~2회)집

단과 III(10회 이상)집단 간의 차이가 유의적으로 나타났다. 즉, 관람횟수가 적은 집단보다 관람횟수가 많은 집단에서 만족감이 더 높다는 것을 의미하는 것이다. 하지만 관람횟수가 높을수록 만족감도 계속 높아진다고 해석할 수 없는데, 이는 관람횟수가 II(3~9회)집단과 III(10회 이상)집단 간의 차이가 없다는 것을 확인할 수 있다.

다음으로 관람 후 행동에 대해 개인적 특성에 따른 집단 간 차이를 살펴보면, 무용경험여부, 관람횟수, 직업, 무용장르에 따른 집단에서 유의적인 차이를 볼 수 있다. 좀 더 구체적으로 살펴보면, 첫째, 무용경험 여부에서는 관람 후 행동은 무용경험이 있는 집단이 무용경험이 없는 집단에 비해 탐색적 행동, 재관람 의향 모두 높게 나타났다. 둘째, 관람횟수에서는 관람횟수가 적은 집단보다 관람횟수가 많은 집단에서 탐색적 행동, 재관람 의향 모두 높게 나타났다. 이것은 선행연구 국승희[21]의 연구에서 인구통계적 특성변인에 따른 관람 후 행동의 차이는 무용을 전공할수록, 공연관람을 많이 하였던 집단일수록 더 높게 나타났다는 결과와 일치하는 것으로 나타났다. 셋째, 직업은 관람 후 행동의 하위요인 중 탐색적 행동에서는 예술가 직업이 학생, 사무직, 기타 직업에 비하여 탐색적 행동이 가장 높은 것으로 나타났으며, 재관람 의향에서는 관리/사무직이 기타 직업보다 재관람 의향이 높은 것으로 나타났다. 즉 예술가 집단은 공연관람 후 탐색적인 행동을 많이 보이며, 관리/사무직은 기타 직업에 비하여 공연관람 후 재관람 의향을 가장 많이 갖는 것으로 해석 할 수 있다. 이것은 선행연구 국승희[21]의 연구에서 비무용집단이 공연관람후 만족도가 더 높다는 결과와 일치하지 않는 것으로 나타났다. 넷째, 무용장르는 발레에 비해 현대무용이나 한국무용을 본 집단에서 탐색적 행동이나 재관람 의향이 더 높게 나타났다. 이것은 선행논문 백순기[23]의 논문에서 언급한 바와 같이 한국무용을 본 관객이 발레를 본 관객보다 더 높은 재관람 의향을 갖는다는 연구결과를 뒷받침하고 있으며 이러한 결과에 대한 궁극적인 이유에 대한 후속연구가 앞으로 필요할 것이다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 무용공연관람객의 개인적 특성이 관람 후 감정이나 관람 후 행동에 구체적으로 어떠한 차이가 있는지 분석하여 무용공연관람객의 특성과 공연관람 후 행동의 관계를 밝혀보고자 한다.

본 연구의 대상은 서울시와 경기도에 위치한 총 4개의 무용공연장에서 무용공연을 관람한 관객을 대상으로 모집단을 선정하여 총 280부의 자료를 최종분석에 사용하였다. 자료처리를 위한 통계분석은 SPSS 18.0을 활용하여 신뢰도 분석(Cronbach's α)과 타당성 검사(요인분석; factor analysis), 상관관계분석(correlation analysis), t-검증(t-test), 일원분산분석(one-way ANOVA)을 실시하여 연구한 결과 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 무용공연 관람객의 개인적 특성(직업, 관람횟수, 무용경험, 무용장르)에 따른 관람 후 감정(긍정적 감정, 만족도)의 차이가 관람횟수 변인에서 증가현상이 나타났다.

둘째, 무용공연 관람객의 개인적 특성(직업, 관람횟수, 무용경험, 무용장르)에 따른 관람 후 행동(탐색행동, 재관람 의향)의 차이가 모든 변인에서 증가현상이 나타났다.

또한 본 연구를 통해 이론 및 분석결과를 보다 효과적으로 제시하기 위해 다음과 같은 제언을 정리하였다. 본 연구는 무용공연 관객의 개인적 특성의 기초적 행태에 제한된 결과로서 무용공연 관객에 관한 기본 자료로서 그 결과가 전이 가능하며, 보다 다양한 폭과 깊이를 더한 조사연구가 후행되어야 할 것이다. 모든 관객의 일반화 대상을 넓히기 위해서는 무용공연의 유형과 공연장의 성격에 따른 폭넓은 조사연구가 특정 세대와 관객의 연령 등 시간에 따라 연동하는 관객의 정기적인 종단적 연구가 후행되어야 할 것으로 사료된다.

참고 문헌

[1] P. Diesing, "A Note on the Performing Arts,"

Journal of Economic Issues, Vol.31, pp.1059-1060, 1997.

- [2] 문화체육관광부, "2008공연예술실태조사", 2008.
- [3] 심현화, "무용공연관객의 관람특성이 플로우(flow)에 미치는 영향", 한국무용과학회지, 제21권, pp.187-199, 2010.
- [4] 황혜영, *공공 공연장 운영 개선방안에 관한 연구*, 서울대학교대학원 석사학위논문, 2000.
- [5] W. J. Baumol and W. G. Bowen, "Performing Arts-The Economic Dilemma," The MIT Press, 1968.
- [6] E. G. Thomas and B. D. Cutler, "Marketing the Fine and Performing Arts: What has Marketing done or the Arts lately," Journal of Professional Service Marketing, Vol.10, pp.181-199, 1993.
- [7] R. Rebitschler, "Museum and Performing Arts Marketing: A Climate of Change," Journal of Arts Management, Law, and Society, Vol.28, pp.83-96, 1998.
- [8] 박재홍, "발레관객 특성이해를 통한 잠재관객 확대방안", 한국무용과학회지, 제14권, 2007.
- [9] 기업의 지원을 확보하는 7단계, 메세나, 제39권, 제11호, pp.53-54, 2001.
- [10] B. J. Joy, "Staffing, Funding and Accounting within Australian Ballet," Australian Accountant, Vol.54, pp.714-718, 1984.
- [11] A. Feist and J. Eckstein, "Cultural Trends," Policy Studies Institutes, 1991.
- [12] P. Kotler and A. R. Anreasion, "Strategic marketing for nonprofit organization," Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1987.
- [13] A. Payne and J. Rickard, "Relationship Marketing, Customer Retention and Service Firm Profitability," Unpublished paper delivered at ANZAM conference, Wellington, New Zealand, pp.8-10, 1994.
- [14] C. Romano and J. Ratnatuga, "The role of marketing: Its impact on small enterprise

research," *European Journal of Marketing*, Vol.29, No.7, pp.9-30, 1995.

[15] 김가영, 무용공연의 환경요인이 관람만족 및 재관람의도에 미치는 영향, 인하대학교대학원, 석사학위논문, 2006.

[16] 문종주, 프로농구 현장 관람요인이 관람만족과 재관람의사에 미치는 영향, 한림대학교대학원, 석사학위논문, 2005.

[17] 안홍철, 프로농구 경기장의 관람요인이 재관람의도에 미치는 영향, 부산대학교대학원, 석사학위논문, 2006.

[18] 정정희, 프로축구 관중의 관람만족과 행동의도 결정요인에 관한 연구, 단국대학교대학원, 석사학위논문, 2006.

[19] 정준호, 프로야구 관중의 의사결정요인에 따른 경기관람만족이 재관람의도에 미치는 영향, 조선대학교대학원, 석사학위논문, 2005.

[20] 정지연, 프로야구 관람유인요인이 관람만족 및 구매 후 행동에 미치는 영향, 단국대학교대학원 석사학위논문, 2005.

[21] 국승희, 무용공연관람객의 공연선택 및 관람 후 행동모형 분석, 한국체육대학교대학원박사학위논문, 2009.

[22] 지주은, 뮤지컬 관객의 성향연구, 단국대학교대학원 석사학위논문, 2008.

[23] 백순기, "무용공연장르별 관람만족과 재관람 의사의 관계", 한국여가레크리에이션 학회지, 제29권, pp.121-132, 2005.

저 자 소 개

최 청 자(Chung-Ja Choi)

정회원



- 1977년 2월 : 수도여자사범대학교 무용과(체육학석사)
- 1998년 2월 : 단국대학교 무용과(이학박사)
- 2010년 9월 ~ 현재 : 세종대학교 무용학과 명예교수

<관심분야> : 무용교육학, 무용인문학

김 형 남(Hyung-Nam Kim)

정회원

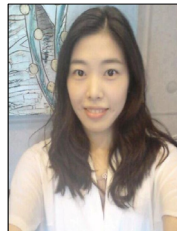


- 1998년 8월 : 세종대학교 무용과(무용석사)
- 2009년 2월 : 세종대학교 무용과(무용학박사)
- 2009년 9월 ~ 현재 : 세종대학교 무용학과 전임교수

<관심분야> : 무용교육학, 무용사회학

심 현 화(Hyun-Hwa Shim)

정회원



- 2009년 2월 : 세종대학교 무용과(무용석사)
- 2011년 8월 : 세종대학교 무용과(무용학박사)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 세종대학교 무용학과 겸임교수

<관심분야> : 무용심리학, 무용사회학