

전시 기획을 위한 관람객 행태와 만족도 간 상관성 분석

Correlation Analysis Between Satisfaction and Behavior of Visitors for Exhibition Plan

목선아, 백준기
중앙대학교 첨단영상대학원

Seonah Mok(garnethj@gmail.com), Joonki Paik(windover60@gmail.com)

요약

본 논문은 전시장에서 관람객의 만족도와 관람 행태에 영향을 미치는 요인을 연구한다. 설문조사를 통해 전시장에서의 관람객의 특성을 인구통계학적, 사회적, 심리적, 문화적 요인으로 분류하여 얻어진 정보를 바탕으로 관람객의 특성이 관람 만족도와 관람행태에 미치는 영향을 분석하였다. 이를 통해 각 요인 별 보편적인 관람객의 특성을 찾을 수 있었으며 향후 전시 기획을 위한 데이터베이스로 활용하여 전시 기획에 효과적으로 사용 가능하다.

■ 중심어 : | 관람객 만족도 | 관람행태 | 관람객의 특성 |

Abstract

We present an in-depth analysis on the factors that influence viewing satisfaction and behavior of visitors in the exhibition. The proposed method consists of two steps including, i) classification of factors into demographic and social, psychological, cultural through surveys and ii) analysis the impact of viewing satisfaction and behavior on the characteristics of visitors. The proposed method can find the characteristics of each factor from the general audience, and can be used in planning and the exhibition in the form of an organized database in the future.

■ keyword : | Audience Behavior | Audience Satisfaction |

I. 서론

첨단기술의 발달로 전시에 사용되는 매체가 다양해지고 있고 여가생활 활성화로 전시장을 관람하는 인수도 점차 증가하고 있다. 이에 따라 관객의 관람 행태가 다양화되고 세분화되고 있으며, 이를 효과적으로 분석하기 위한 연구의 필요성이 대두되고 있다.

‘전시(exhibit)’는 한 전시장 안에 통일된 단위를 이루

는 물품들과 해석 자료들을 모아서 배치하는 것을 가리키는 것으로 일반적으로 박물관/미술관에서 이루어지는 전시회와 교육, 계몽, 홍보, 광고, 판매, 서비스, 감상 등의 정보 전달을 목적으로한 박람회 등이 있다. 본 논문에서 전시는 미술관/박물관/박람회를 통일하여 서술한다[1][2].

관람의 주체인 관람객에 대한 분석은 선행연구를 통해 많이 진행되었다. 로빈슨과 벨튼은 전시장의 물리적

* 본 연구는 문화체육관광부 및 한국콘텐츠진흥원의 문화기술 연구개발 지원사업과 2015년도 정부(미래창조과학부)의 재원으로 정보통신기술진흥센터의 지원을 받아 수행된 연구임 (B0101-15-0525, 대규모 실시간 비디오 분석에 의한 전역적 다중 관심객체 추적 및 상황 예측 기술 개발)

접수일자 : 2015년 03월 03일

수정일자 : 2015년 04월 10일

심사완료일 : 2015년 05월 06일

교신저자 : 백준기, e-mail : windover60@gmail.com

환경이 관람객의 행동에 미치는 영향에 대한 연구를 진행하였는데, 이때 전시장과 각 전시물 앞에서 보낸 시간, 횡수, 관람 동선 등을 조사하여 관람객의 관심도를 측정하였다[3]. 이 연구에서는 같은 작품이라도 진열 방법, 위치, 동선 등과 같은 전시 기법에 따라 관람객의 행동과 관심에 변화가 발생하기 때문에 전시물의 중요도에 따라 위치를 결정하는 것이 관람 효과를 증대시킨다고 말한다[3]. 존 포크와 린 디어킹은 전시를 방문하는 사람들이 대부분 사회집단을 형성하여 방문한다는 사실을 바탕으로 관람객의 유형을 가족 단위의 관람, 학교 현장학습, 기타 등과 같은 세 가지 사회적 맥락으로 구분하였다[4]. 이때 관람객 그룹 구성원 중 관람방향(동선)을 결정하는 주체를 기준으로 결정한다[5]. 이 같은 방법은 기존의 관람행태 연구에서 설명되지 않았던 관람유형들에 대한 이해를 가능하게 한다.

또한 관람객 연구방법은 대표적으로 관람객 설문조사, 프로그램평가, 기초연구로 나눌 수 있다[6]. 기초 연구는 주로 학술적인 목적으로 시행되며 가설을 실험하거나 이론 도출을 통해 전시 경험의 성격과 관람객에 미치는 영향에 대한 조사 목적이다[7]. 관람객 설문조사는 관람객을 이해하고 전시 운영을 개선하기 위한 기초적 자료로서 관람객 자체에 대한 과학적 연구를 통해 관람객의 인구통계학적 정보, 관람동기, 만족도 등을 알아보기 위한 것이다[8]. 프로그램 평가는 실무자나 관련자들에게 프로그램의 가치와 지속여부를 판단하고 프로그램을 개선하는데 유용한 정보 제공을 위해 전시의 특정 프로그램을 측정하고 판별하는 것이다[7][8].

본 연구에서는 위의 세 가지 방법 중 설문조사를 이용한 방법을 사용해서 전시 관람객의 특성에 따른 관람행태와 만족도 간의 상관성을 분석한다. 이는 전시기획단계의 다양한 외부 요인들이 관람행태에 미치는 영향을 분석하고 재해석하는 것에 의의를 두며 향후 효과적인 전시기획을 위한 데이터베이스로 활용하여 전시 기획에 효과적으로 사용 가능하다[9].

또한 선행연구에서는 전시 관람 만족도에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위하여 설문 문항을 개인적 요소, 심리적 요소, 문화적 요소, 사회적 요소로 구분하여 분석하고 이를 통해 박물관 의사결정에 영향력을 미치

는 요인을 분석하였다. 이에 본 연구에서는 관람행태 유형을 기반으로 특정 전시가 아닌 관람객의 보편적 관람행태를 조사하여 이를 인구통계학적, 심리적, 사회적, 문화적 요인으로 분류한다. 결과를 통해 각 요인과의 상관관계를 분석하여 관람객의 행태와 만족도 간의 상관성을 분석하는 것이 본 논문의 목적이다.

본 논문의 구성은 다음과 같다. 2장에서 연구방법에 관하여 서술하고 3장에서 설문조사 결과 분석에 관하여 설명한다. 앞장의 분석결과를 바탕으로 4장에서 관람객에 영향을 미치는 요인 분석하고 5장에서 결론을 맺는다.

II. 연구방법



그림 1. 연구 방법

본 연구는 박물관, 미술관, 박람회 등 다양한 볼특정 전시에서 관람객들의 동선을 검출하고 추적하여 향후 유사한 관람객들의 동선을 예측하기 위한 연구이다. 이에 본 연구는 보편적인 관람객의 전시관람 행태를 분석하고 관람객의 행동패턴에 영향을 미치는 요인을 연구하기 위하여 2015년 1월 27일부터 2015년 1월 31일까지 구글독스(Google Docs) 폼을 사용하여 설문조사를 시행하여 168부의 설문지를 회수하였고, 관람객의 인구통계학적 요인 및 심리적, 사회적, 문화적 요인에 관한 문항으로 이루어졌다. 표본은 미술관, 박물관, 박람회 중 한 곳을 1회 방문한 경험이 있는 10대에서 60대 사이의 남녀를 대상으로 하였다. 이는 특정한 전시에 대한 관람 후 이루어진 것이 아닌 관람객의 평소 관람행태를 조사하기 위한 것으로, 설문조사를 통하여 전시 관람 시 관람객의 행태에 미치는 일반적인 영향 요인을 분석하기 위함이다.

표 1. 설문 문항의 구성

문항 구분	문항 내용	문항 수
인구통계학적 요인	성별, 연령, 직업, 전공, 가계소득, 미술관련 여부, 최종학력, 결혼유무, 자녀유무	9
심리적 요인	방문목적, 전시선택 영향요인, 동선선택 기준, 작품정보 수집, 기대치, 만족도, 만족도 영향요인	7
문화적 요인	전시유형, 연간 평균 관람횟수(박물관, 미술관, 박람회), 입장료	5
사회적 요인	전시정보 수집경로, 관람소요시간, 사진인지, 동행유형	4
총 문항 수	25	

[표 1]과 같이 관람객의 인구통계학적 요인 및 심리적, 문화적, 사회적 요인들에 관한 문항으로 이루어진 설문조사를 통하여 관람객의 전시 관람 행태에 미치는 영향을 조사, 분석한다[2].

본 연구에서는 명목척도, 비율척도, 등간척도를 사용하여 설문지 각 문항에 대한 척도 분류는 [표 2]와 같다.

표 2. 척도 분류

척도	문항
명목척도 (n=14)	성별, 직업, 전공, 미술관련 여부, 최종학력, 결혼유무, 자녀유무, 방문목적, 전시선택 영향요인, 동선선택 기준, 만족도 영향요인, 전시유형, 동행유형, 전시정보 수집경로
비율척도 (n=7)	연령, 가계소득, 관람 소요시간, 입장료, 연간 평균 방문 횟수(박물관, 미술관, 박람회)
등간척도 (n=4)	작품정보 수집, 기대치, 만족도, 사진인지

III. 설문조사 결과 분석

1. 인구통계학적 요인

본 논문에서는 설문조사 문항별 통계를 위하여 빈도 분석을 활용하여 인구통계학적 요인, 심리적 요인, 문화적 요인, 사회적 요인 등 전체 문항에 대한 분석을 실시한다.

본 연구에 사용된 표본 응답자의 특성을 파악하기 위한 빈도분석의 결과는 연령은 19세 이하가 16명(9.5%), 20~29세가 75명(44.6%), 30~39세가 59명(35.1%), 40~49세가 12명(7.1%), 50~59세가 6명(3.6%)로 나타났다. 성별은 남성이 56명(33.3%), 여성은 112명(66.7%)이었고 성별에 따른 연령별 분포 또한 19세 이하(남성 18.8%, 여성 81.3%), 20~29세(남성 34.7%, 여성 65.3%),

30~39세(남성 35.6%, 여성 64.4%), 40~49세(남성 41.7%, 여성 58.3%), 50~59세(남성 16.7%, 여성 83.3%)와 같이 나타났다. 결혼 여부는 미혼 120명(71.4%), 기혼 44명(26.2%), 이혼/사별 4명(2.4%)으로 나타났으며 자녀의 유무에 대한 문항에서는 없다가 142명(84.5%), 1명이 13명(7.7%), 2명이 13명(7.7%)로 나타났다. 이들의 학력수준은 대학졸업이 64명(38.1%)으로 가장 많았으며, 그 다음으로 고등학교 졸업 23명(13.7%), 대학 재학 중 23명(13.7%), 석사학위 소지자 23명(13.7%), 석사과정 재학생 13명(7.7%), 박사과정 재학생 13명(7.7%), 박사학위 소지자 19명(5.4%)의 순으로 나타나 비교적 학력수준이 높았다. 전공은 공학계열이 54명(30.4%)로 가장 많았으며 인문계열 38명(22.6%), 사회계열 23명(13.7%), 예체능계열 20명(11.9%), 교육계열 15명(8.9%), 자연계열 11명(6.5%), 의약계열 10명(6.0%) 순으로 나타났다.

직업분포를 살펴본 결과 대학/대학원생이 46명(27.4%)으로 가장 많았으며, 사무직/기술직 31명(18.5%), 전문직 24명(14.3%), 연구직 20명(11.9%), 학생 16명(9.5%), 전업주부 12명(7.1%), 무직/은퇴 7명(4.2%), 자영업 6명(3.6%), 판매직/서비스직 6명(3.6%)의 순으로 나타났다. 이 중에서 현재 직업 또는 대학에서 전공한 분야와 미술이나 전시와의 관련성 유무를 묻는 질문에는 없다는 응답이 146명(85.7%), 있다는 응답이 24명(14.3%)로 나타났다. 월평균 가구소득은 400만원 이상이 62명(36.9%)로 가장 많았으며, 200~299만원이 31명(18.5%), 300~399만원 30명(17.9%), 잘 모르겠음 28명(16.7%), 100~199만원 14명(8.3%), 100만원 미만 3명(1.8%)의 순서로 나타났다.

이를 통해 남성보다는 여성 관람객이 많고 직업이나 전공이 미술과 관련 없는 일반인으로 비교적 소득이 높으며 학력수준(대졸/대재)이 높은 특성을 가진 일반 대중임을 알 수 있다.

2. 심리적 요인

심리적 요인에 대한 설문조사로써 방문목적, 전시선택 영향요인, 동선선택 기준, 작품정보 수집, 기대치, 만족도, 만족도 영향요인에 영향을 미친 요인에 대한 결과이다.

2.1 방문목적

방문 목적은 관람객이 전시를 방문하는 주된 목적을 알아보기 위한 문항으로 만족도와외의 상관관계를 위한 항목이다. 관람객의 전시관람 목적은 주로 취미(좋아서) 라는 응답이 41.7%로 가장 높게 나타났고, 테이트 및 나들이가 29.8%, 과제 및 연구목적이 10.7%, 학교 및 소속기관의 단체관람 7.7%, 자녀교육 6.5%, 어쩔 수 없이 라는 응답이 3.6% 순으로 나타났다.

관람객들이 과제, 연구, 단체관람 등 의무적인 목적보다 개인적인 목적을 위해 전시를 관람한다는 것을 알 수 있다.

2.2 전시 선택 영향 요인

관람객이 전시를 선택할 때 가장 많은 영향을 받은 요인은 전시 주제가 77명(45.8%)로 가장 높게 나타났다. 평소 좋아하거나 관심 있는 작품이 35명(20.8%), 평소 좋아하거나 관심 있는 작가 20명(11.9%), 전시장 시설 및 접근성 16명(9.5%), 전시 흥행정도 9명(5.4%), 교육으로서의 가치 8명(4.8%), 전시의 희소성 3명(1.8%)의 순으로 나타났다.

2.3 동선선택

관람객이 전시장에서 관람을 위한 동선을 선택하는 기준은 '전시장 동선 가이드(화살표, 가이드 안내 등)에 따라 움직인다'가 86명(51.2%)로 가장 높은 비율을 차지하였다. '관심이 있는 전시물을 중심으로 스스로 동선을 만든다'가 40명(23.8%), '혼잡함을 피해 여유롭게 작품을 감상할 수 있는 동선을 만든다'는 33명(19.6%), '앞사람의 동선을 따라간다'가 9명(5.4%)의 순으로 나타났다.

이를 통해 많은 관람객이 동선을 선택하는 기준은 주로 전시장 안내에 많이 의존하는 것을 알 수 있고, 이 결과는 전시장의 기획 및 안내 방식이 성공적인 전시를 위한 가장 중요한 요소가 됨을 증명한다.

2.4 관람 중 전시 정보 수집

작품정보 수집이란 관람객이 전시를 관람 중이나 관람 후에 그 전시나 작품에 관하여 좀 더 알고 싶어서 설

명(팸플렛, 인터넷 검색 등)을 찾아보는 경우가 얼마나 있는지에 대한 문항이다. 결과는 '조금 있다'가 57명(33.9%), '보통' 41명(24.4%), '별로 없다' 30명(17.9%), '많이 있다' 28명(28%), '거의 없다' 12명(7.1%)의 순으로 나타났다.

많은 관람객들이 전시에 대한 몰입을 위한 도구로서 전시 설명에 관심을 갖고 있으며 관람에 대한 흥미가 정보수집으로 이어지는 것을 알 수 있다.

2.5 기대치 및 만족도

기대치와 만족도는 평소 관람객이 전시를 관람할 때 가지는 기대치와 만족도를 알아보기 위한 문항이다. 기대치는 보통 68명(40.5%), 조금 관심이 있다 59명(35.1%), 관심이 많다 19명(11.3%), 별로 관심 없다 18명(10.7%), 전혀 관심 없다 4명(2.4%) 순으로 나타났다. 이러한 기대치를 가지고 전시 관람 시 만족도에 대한 문항에서는 만족 75명(44.6%), 보통 74명(44%), 약간 불만족 11명(6.5%), 매우 만족 8명(4.85%) 순으로 나타났다.

이를 통해 관람 전 기대치 보다 관람 후 실제 만족도가 소폭 상승 한 것을 알 수 있다. 이 결과를 토대로 관람 전 기대치는 사전 홍보를 통해서 제고되어야 하고, 관람 후 만족도는 전시 기획을 통해서 개선할 수 있음을 알 수 있다.

2.6 만족도 영향요인

만족도 영향요인은 작품(예술성, 다양성, 주제) 112명(66.7%), 전시환경(관람동선, 휴식공간, 관람객 수, 조명 및 실내온도) 32명(19%), 전시장 접근성(교통, 주차, 요금) 13명(7.7%), 직원 서비스(도슨트, 안내) 8명(4.8%), 설명문(공간배치, 글씨크기) 3명(1.8%)의 순으로 나타났다.

만족도와 관련하여 대부분의 관람객은 전시관련 환경 및 서비스 보다는 작품의 주제에 영향을 많이 받는 것을 알 수 있다.

3. 문화적 요인

문화적 요인에 따른 설문조사 항목이며 전시유형, 연

간 평균 관람횟수(박물관, 미술관, 박람회), 입장료에 대한 결과이다.

3.1 전시 유형

전시유형은 관람객이 주로 관람하는 전시의 종류를 알아보기 위하여 박물관, 미술관, 박람회로 나누어 설문하였다. 박람회가 80명(47.6%)으로 가장 많이 나타났고 미술관 59명(35.1%), 박물관 29명(17.3%)의 순으로 나타났다.

전체 전시 관람 중 박람회를 방문하는 관람객이 많은 비중을 차지하는 것을 알 수 있다.

3.2 연간 평균 관람횟수

전시의 관람객 층을 파악하고 관람성향을 분석하기 위하여 연간 평균 관람 횟수를 묻는 문항을 박물관, 미술관, 박람회 별로 실시하였다. 박물관의 경우 연 2회~5회가 68명(46.5%)로 가장 많았고 연 1회 47명(28%), 관람하지 않음 40명(23.8%), 연 6회~10회 10명(6%), 연 11회 이상 3명(1.8%) 순으로 나타났다. 미술관은 연 2회~5회가 89명(47.1%)로 가장 높게 나왔고 연 1회 58명(34.5%), 관람하지 않음 26명(15.5%), 연 6회~10회 3명(1.8%), 연 11회 이상 2명(1.2%) 순으로 나타났다. 박람회의 경우 연 1회가 63명(37.5%)로 가장 많았고 연 2회~5회 56명(33.4%), 관람하지 않음 45명(26.8%), 연 6회~10회 3명(1.8%), 연 11회 이상 순으로 나타났다.

이를 통해 박물관과 박람회에 비해 미술관의 연간 평균 관람횟수가 높게 나타나는 것을 알 수 있다.

3.3 입장료

입장료는 1,000~10,000원이 88명(52.4%)로 가장 많았고 10,000~50,000원 57명(33.9%), 0원(무료관람만 참석) 22명(13.1%), 50,000원 이상이 1명(0.6%)의 순으로 나타났다.

이를 통해 관람객이 전시 관람을 위해 무료 관람보다는 일정 금액 이상의 입장료를 부담하는 것을 알 수 있었다.

4. 사회적 요인

사회적 요인에 따른 설문조사 항목이며 전시정보 수집경로, 관람소요시간, 사전인지, 동행유형에 대한 결과이다.

4.1 전시 정보 수집경로

전시정보 수집경로란 전시 관람 전 전시에 대한 정보를 가장 많이 얻는 곳에 대한 문항이다. 관람객은 인터넷검색이 110명(65.5%)로 가장 많이 나타났고 지인 30명(17.9%), TV, 라디오, 신문광고 18명(10.7%), 작품소개책자 10명(6%) 등의 순으로 나타났다.

인터넷의 발달로 포털이나 블로그 후기 등을 검색하여 전시에 대한 정보를 얻는 관람객이 많아지고 있음을 알 수 있다.

4.2 관람 소요시간

연구대상의 관람소요시간은 1시간~1시간 30분이 64명(38.1%), 30분~1시간 49명(29.2%), 1시간 30분~2시간 33명(19.6%), 2시간 이상 18명(10.7%), 30분 미만 4명(2.4%) 순으로 나타났다.

관람객의 관람소요시간이 1시간~1시간 30분이 가장 높게 나타났으며 30분미만이 가장 비중이 낮은 것을 보아 관람객이 전시 관람에 투자하는 시간이 짧지 않다는 것으로 보여 진다.

4.3 사전 인지

관람 전, 전시에 대해 얼마나 알고 관람하는 지에 대한 문항에서는 보통이 75명(44.6%)로 가장 많이 나타났고 잘 모른다 48명(28.6%), 조금 안다 32명(19%), 전혀 모른다 8명(4.8%), 많이 안다 5명(3%) 순으로 나타났다.

4.4 동행유형

방문 시 주로 동행하는 분의 유형에 대한 응답으로는 친구 및 지인이 57명(33.9%)로 가장 많이 나타났고, 가족 및 친인척 34명(20%), 연인 33명(19.6%), 혼자 25명(14.9%), 단체방문 15명(8.9%), 자녀 4명(2.4%)의 순으로 나타났다.

교육적 목적 보다는 여가의 목적으로 전시 관람을 위한 동반관람이 주로 이루어지는 성향을 알 수 있다.

IV. 관람객에 영향을 미치는 요인과 만족도 분석

1. 인구통계적 요인

1.1 결혼여부와 만족도

표 3. 분산의 동질성 검정

Levene 통계	df1	df2	유의수준
.870	2	165	.421

[표 3]에서 유의확률은 .421으로 .05를 넘어선다. 즉 동질성이 있다는 의미이며, 집단 간 분산분석을 실시할 수 있는 표본으로 확인할 수 있다.

표 4. 일원배치 분산분석

	제곱합	df	평균 제곱	F	유의수준
그룹 사이	3.205	2	1.602	3.447	.034
그룹 내	76.700	165	.465		
총계	79.905	167			

[표 4]에서 유의확률은 .034로 유의하다는 결과를 얻었다. 이는 결혼여부 간의 만족도를 조사하여 비교한 결과, 이들 간에 차이가 나타났다는 의미이다.

표본 간 만족도의 차이가 나타나므로 이에 사후검정을 통해 어떠한 차이가 존재하는지를 확인한 결과, 미혼-기혼, 기혼-미혼에서 모두 유의수준이 .05 이내이므로 차이가 나타남을 확인할 수 있다. 이를 통해 미혼이 전시 만족도가 가장 높다고 판단할 수 있다.

1.2 연령과 만족도

표 5. 연령*만족도 교차표

		만족도				총계	
		불만족	보통	만족	매우만족		
연령	19세 이하	개수	2	4	8	2	16
		연령 내 %	12.5%	25.0%	50.0%	12.5%	100.0%
	20대	개수	3	36	31	5	75
		연령 내 %	4.0%	48.0%	41.3%	6.7%	100.0%
	30대	개수	4	24	31	0	59
		연령 내 %	6.8%	40.7%	52.5%	0.0%	100.0%
	40대	개수	1	6	5	0	12
		연령 내 %	8.3%	50.0%	41.7%	0.0%	100.0%
	50대	개수	1	4	0	1	6
		연령 내 %	16.7%	66.7%	0.0%	16.7%	100.0%
총계	개수	11	74	75	8	168	
	연령 내 %	6.5%	44.0%	44.6%	4.8%	100.0%	

연령과 만족도에 대해 분석한 [표 5]를 살펴보면 모든 연령대에서 매우 불만족 항목을 답한 사람은 없었다. 만족 이상은 19세 이하가 62.5%, 20대 48%, 30대 52.5%, 40대 41.7%, 50대 이상 0.6%로 나타나 50대로 갈수록 만족도가 떨어지는 것을 알 수 있다.

1.3 전공과 만족도

전공과 만족도의 동질성 검정 결과, 유의확률은 .660으로 모두 .05를 넘어선다. 즉 동질성이 있다는 의미이며, 집단 간 분산분석을 실시할 수 있는 표본으로 확인할 수 있다.

표 6. 일원배치 분산분석

	제곱합	df	평균 제곱	F	유의수준
그룹 사이	1.897	6	.316	.653	.688
그룹 내	78.008	161	.485		
총계	79.905	167			

[표 6]에서 유의확률은 .688로 유의하지 않다고 결과를 얻었다. 이는 전공 표본간의 만족도를 조사하여 비교한 결과, 이들 간에 차이가 없다는 것을 의미한다.

2. 사회적 요인

2.1 관람 소요시간과 만족도

표 7. 분산의 동질성 검정

Levene 통계	df1	df2	유의수준
.509	3	164	.677

[표 7]에서 유의확률은 .677로 .05를 넘어선다. 즉 동질성이 있다는 의미이며, 집단 간 분산분석을 실시할 수 있는 표본으로 확인할 수 있다.

표 8. 일원배치 분산분석

	제곱합	df	평균 제곱	F	유의수준
그룹 사이	8.360	3	2.787	2.843	.040
그룹 내	160.782	164	.980		
총계	169.143	167			

[표 8]에서 유의확률은 .040으로 유의하다는 결과를

얻었다. 따라서 관람 소요시간에 따른 만족도는 서로 차이가 난다고 판단할 수 있다.

3. 심리적 요인

3.1 기대치와 만족도

표 9. 대응표본 통계량

구분	평균	N	표준 편차	표준 오차 평균		상관	유의 수준
				기대치	만족도		
대응	3.42	168	.912	.070	.296	.000	
	3.48	168	.692	.053			

표본을 168로 하여 측정된 결과, 관람 전 기대치는 3.42로 측정된 반면 만족도는 3.48로 측정되었다. 기대치/만족도의 표본에 대한 상관관계는 29.6%의 유사성을 가지고 있는 것을 확인되고 이에 대한 유의확률은 .000으로 나타났다.

표 10. 대응표본 검정

	대응차					t	자유도	유의 확률 (양쪽)
	평균	표준 편차	표준 오차 평균	차이의 95% 신뢰구간				
				하한	상한			
기대치 - 만족도	-.054	.968	.075	-.201	.094	-.717	167	.474

전시에 대한 기대치와 만족도의 차이가 -.054 이고 이에 대한 유의확률이 .474로 유의하지 않은 것으로 확인되었다. 따라서 전시 관람 전 기대치와 관람 후 만족도의 차이가 없는 것으로 판단할 수 있다.

4. 문화적 요인

4.1 전시 유형과 만족도

전시관람 유형과 만족도에 대한 일원분산 동질성 검정을 한 결과 유의확률은 .108로 .05를 넘어선다. 즉 동질성이 있다는 의미이며, 집단 간 분산분석을 실시할 수 있는 표본으로 확인할 수 있다.

[표 11]에서 유의수준은 .160으로 유의하지 않다는 결과를 얻었다. 이는 관람유형 간의 만족도를 조사하여 비교한 결과, 이들 간에 차이가 나타나지 않았다고 판단할 수 있다.

표 11. 일원배치 분산분석

	제곱합	df	평균 제곱	F	유의수준
그룹 사이	1.755	2	.877	1.853	.160
그룹 내	78.150	165	.474		
총계	79.905	167			

V. 결론

여가생활의 활성화로 전시관람에 대한 대중의 욕구가 증대되고 있으며 그에 따라 박물관, 미술관, 박람회 등의 다양한 형태의 대형 전시들이 열리고 있다. 그러나 각 전시유형에 따른 관람객의 전시관람 행태에 대한 연구가 부족한 실정이다.

이에 본 논문에서는 불특정 전시에서 보편적인 관람객의 전시관람 행태를 분석하여 관람객의 행동패턴에 영향을 미치는 요인을 연구하였다.

전시 관람에 영향을 미치는 요인들 중 인구통계학적 요인으로써 성별, 연령, 직업, 전공, 가계소득, 미술관련 여부, 최종학력, 결혼유무, 자녀유무대할 결과로는 남성보다는 여성 관람객이 많고 직업이나 전공이 미술과 관련 없는 일반인으로 비교적 소득이 높으며 학력수준(대졸/대제)이 높은 특성을 가진 것을 알 수 있었다.

심리적 요인으로써 관람 목적, 선택 요인, 동선 선택, 정보 수집, 기대치, 만족도, 및 만족도 영향 요인에 대한 분석 결과, 관람객들은 전시 주제에 영향을 많이 받으며 취미 및 데이트 등의 개인적인 목적을 위해 전시를 관람하고 전시 설명에 관심을 갖고 있으며 관람에 대한 흥미가 정보수집으로 이어지는 것을 알 수 있다. 또한 관람 전보다 관람 후 실제 만족도가 소폭 상승하고 있으며 작품의 주제에 영향을 많이 받으며 동선은 주로 전시장 가이드에 많이 의존하는 것을 알 수 있다.

문화적 요인으로써 방문 유형, 연간 평균 관람횟수, 입장료의 분석 결과는 전체 전시 관람 중 박람회를 방문하는 관람객의 비율이 높지만 각 전시 당 연간 평균 관람횟수는 미술관이 높게 나타나며 무료 관람보다는 일정 금액 이상의 입장료를 부담하였다. 이를 통해 전체 관람객의 분포도는 박람회가 높지만 각 전시에 대한 충성도는 미술관이 더 높은 것을 알 수 있다.

사회적 요인으로써 전시정보, 관람소요시간, 사전인

지, 동행유형의 경우, 인터넷의 발달로 포털이나 블로그 후기 등을 검색하여 전시에 대한 정보를 얻는 관람객이 많아지고 있으며 관람객이 전시 관람에 투자하는 시간이 짧지 않으며 전시에 대해 사전에 인지하는 비율이 적은 것으로 나타났다. 또한 여가의 목적으로 전시 관람을 위한 동반관람이 주로 이루어지는 성향을 알 수 있다.

그러나 분산분석, 교차분석 등의 분석 방법을 통한 각 요인 별 상관관계를 면밀히 분석한 결과 불특정 전시에 대한 개인이 느끼는 만족도는 매우 다양하였고 이에 따른 분석결과가 일정한 패턴으로 나타나지 않고 특별한 특징을 발견하기 어려웠다.

본 논문에서는 설문조사 방법을 통해 전시장에서의 관람객의 특성을 인구통계학적, 사회적, 심리적, 문화적 요인으로 분류하여 얻어진 정보를 바탕으로 관람객의 특성이 관람 만족도와 관람행태에 미치는 영향을 분석하였다. 인구통계학적 요인을 통해 관람객의 보편적 성향을 파악하여 이를 통해 심리/사회/문화적 요인간의 상관성을 분석할 수 있다. 문화적 요인 결과를 통해 방문 횟수와 충성도와의 차이를 알 수 있었으며 이를 활용하여 미술전시 기획자는 관람객의 방문 횟수를 높일 수 있는 기획이 필요하며 박물관 기획자는 관람객의 방문 충성도를 높일 수 있는 기획이 필요함을 알 수 있다.

각 요인에서 얻어진 영향요소들은 향후 전시기획을 위한 데이터베이스로 활용할 수 있다. 하지만 본 연구는 관람객의 평균적인 관람행태를 조사했다는 점에서 특정 전시 혹은 특정 작품에 그대로 반영시키기 어려울 수 있다. 또한 표본 수 및 조사 회수에 한계가 있다는 문제점을 가지고 있다. 따라서 분석의 신뢰도를 높이기 위해서는 향후 정보통신(ICT) 기술을 기반으로 자동 객체 검출 및 추적 결과를 활용하여 관람객의 행동 패턴분석을 선행한 후, 그 결과에 기반한 깊이 있는 인터뷰 및 관찰 조사 후 추가적인 설문조사가 필요할 것이다.

참 고 문 헌

[1] 데이비드 딘, *미술관 전시, 이론에서 실천까지*, 학고재, 1998.

[2] 이해영, *전시 관람 만족도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구*, 추계예술대학교 문화산업대학원, 석사학위논문, 2007.

[3] A. Melton and E. Robinson, *Problems of Installation in Museums of Arts*, American Association of Museums, 1935.

[4] John Falk and Lynnn Dierking, *관람객과 박물관*, 북코리아, 2008.

[5] 윤성규, 임채진, "관람객의 방문유형에 따른 전시 환경 인지와 관람행태에 관한 연구", *대한건축학회논문지*, 제25권, 제12호, pp.103-112, 2009.

[6] 양지연, "미술관 마케팅을 위한 관람객 연구", *예술경영연구*, Vol.1, pp.32-61, 2001.

[7] G. Hein, *Learning in the museum*, London, Routledge, 1998.

[8] D. Doening, "Using audience research in exhibition development," In *The audience in exhibition Development*, Washington, D.C. : American Association of Museums, pp.67-77, 1992.

[9] 최숙희, 전인오, "전시회의 물리적 환경이 체험 및 참관객의 만족도에 미치는 영향", *한국콘텐츠학회논문지*, 제12권, 제11호, pp.313-337, 2012.

저 자 소 개

목 선 아(Seonah Mok)

정희원



- 2007년 : 서울여자대학교 언론영상학과
- 2010년 : 중앙대학교 첨단영상대학원 영상공학-예술공학 석사졸업
- 2010년 3월 ~ 현재 : 중앙대학교 첨단영상대학원 영상공학-예술공학 박사과정

<관심분야> : 전시기획, 관람객, 인터랙티브 미디어아트, 상호작용성, 관객 참여

백 준 기(Joonki Paik)

정회원



- 1984년 : 서울대학교 제어계측 공학과 학사 졸업
 - 1987년 : 노스웨스턴대학교 전기 및 컴퓨터 공학과 석사졸업
 - 1990년 : 노스웨스턴대학교 전기 및 컴퓨터 공학과 박사졸업
 - 2008년 ~ 현재 : 중앙대학교 첨단영상대학원 영상공학과 교수
- <관심분야> : 영상복원, 신호처리, 반도체