

발간등록번호: 11-1371000-000699-01

예술관객 확대를 위한 비관객 세분화 전략

제출문

본 보고서를 “예술관객 확대를 위한 비관객 세분화 전략”의
최종 연구 결과보고서로 제출합니다.

2016년 4월 11일

연구수행기관: 서울대학교

책임 연구자: 김상훈(서울대학교 경영대학 교수)

연구 보조원: 이지수(서울대학교 경영대학 연구원),

이유석(서울대학교 경영대학 연구원)

보조원: 서정민(서울대학교 경영대학 연구원)

연구결과 요약

1. 비관객 심층면담 결과 요약

○ 공연 관람 경험

- 경험 비관객(일생 동안 공연관람 1~3회)의 경우, 과거 관람 경험이 대부분 연극, 뮤지컬 장르에 집중되어 있으며 대부분 무료 또는 지인의 초청으로 관람하였음.
- 경험 비관객의 과거 관람 만족도는 대체로 높지 않은 편이며, 당시에는 만족했더라도 시간, 비용, 흥미 부족 등으로 인해 이후 관람으로 이어지지 않았음.

○ 공연 예술 관련 인식

- '오페라'와 '무용'의 경우 떠오르는 이미지를 묘사하는 데에 어려움을 겪었으며, 일부 응답자는 '오페라'와 '뮤지컬'을 구분하지 못함.
- '오페라', '클래식' (일부 참가자는 '무용' 포함) 장르의 경우, 고급스럽고 고상하다는 인식이 많음.
- 공연을 즐겨보는 다른 사람들은 사회적 지위와 교육수준, 부의 수준이 높을 것이라는 답변이 많았으며 이들에 대해 긍정적으로 평가하는 참가자와 부정적으로 평가하는 참가자로 명확히 구분됨.

○ 공연 비관람 요인

- 비용, 시간의 제약과 함께 접근성, 절차의 복잡성, 동행인 문제가 지적됨.
- 공연장의 접근성과 함께 정보의 접근성도 주된 비관람 요인으로 지적, 어떠한 공연이 있는지, 어떠한 공연이 재미있는지를 알기 어렵다는 답변이 많았음.
- 2,30대 참가자의 경우, 영화, TV시청, 게임 등 다른 활동에 비해 상대적으로 재미가 없다는 답변이 많은 데 비해, 50대 참가자의 경우, 함께 갈 사람이 없거나 자신을 위해 선뜻 자발적으로 소비하기 어렵다는 답변이 많았음.

○ 정부정책에 대한 인식

- 참가자 대부분이 '문화가 있는 날', '공연티켓 1+1', '사랑티켓' 등의 제도를 들어본 적이 없음.
- '내가 갈 만한 공연은 할인이 되지 않을 것이다', '경쟁이 치열할 것이다' 등의 이유로 해당 제도 이용 의향에 부정적으로 응답함.

○ 주요 발견

- 비관객 층 내에서도 공연 예술에 대한 태도 및 과거 경험에 따라 명확히 구별되는 이질적 특성이 발견됨.
- 공연 예술에 대해 긍정적 인식을 지닌 비관객이 있는 반면, 공연 예술 자체에 대한 부정적 인식이 강한 비관객도 존재
- 비관객 세분화의 필요성을 재확인하였으며 공연 관람과 관련한 심리적 저항을 주요 요인으로 추출하여 이후 설문조사 설계에 반영함.

2. 설문조사 결과 요약

○ 모집 인원

- 5개 장르(무용, 뮤지컬, 연극, 오페라, 클래식)에 대해 비관객 응답자를 각각 모집하되, 장르 내에서 경험 비관객(일생 동안 공연관람 1~3회)과 순수 비관객(일생 동안 공연관람 0회)이 일정 비율(각 20%, 80%)을 유지하도록 모집함.
- 각 장르별로 무용(215명), 뮤지컬(210명), 연극(204명), 오페라(225명), 클래식(215명)의 비관객이 설문조사에 참여함.

- **성별 및 연령:** 비관객 대상 설문조사에 남성 668명(62.5%), 여성 401명(37.5%)이 참여하였고, 연령대 별로는 20대 13.4%, 30대 17.6%, 40대 19.5%, 50대 25.3%, 60대 24.3%가 참여함.

○ 평상시 선호하는 여가 활동

- 평상시 선호하는 여가 활동을 조사한 결과, 'TV시청'이 가장 높은 비율로 나타났으며, '영화관람', '인터넷검색/SNS/블로그'순으로 나타남.
- 여가활동을 즐기는 주된 목적을 조사한 결과, '마음의 안정과 휴식을 위해'라는 응답이 32.6%로 가장 높은 비율을 차지하였고, '개인의 즐거움을 위해', '스트레스 해소를 위해'순으로 나타났으며, 이는 전체 응답의 약 70%를 차지하는 것으로 나타남.
- 여가활동을 선호하는 주된 이유를 조사한 결과, '혼자서도 할 수 있어서'(25.1%)와 '집에서 할 수 있어서'(23.8%)의 응답이 절반에 가까운 비율을 차지하였으며, 이를 통해 큰 노력을 들이지 않고 손쉽게 할 수 있는 여가활동을 선호하는 것으로 나타남.

○ 공연 예술 관련 인식

- 공연 비관람 이유를 조사한 결과, '티켓가격이 비쌀 것 같다'라는 응답이 가장 높은 비율로 나타났으며, '공연장을 찾아가는 것이 불편할 것 같다', '흥미로운 공연이 없을 것 같다', '공연 내용을 이해하기 어려울 것 같다'의 응답 순으로 나타남.
- 연극의 경우, '공연장을 찾아가는 것이 불편할 것 같다'는 응답이 31.4%의 비율로 가장 높게 나타났으며, 뮤지컬과 오페라의 경우는 '티켓가격이 비쌀 것 같다'가 27.6%와 26.1%, 무용과 클래식의 경우, '공연 내용을 이해하기 어려울 것 같다'는 응답이 31.9%와 38.9%를 차지하며 가장 높은 비율을 보임.
- 각 장르별 호감도는 뮤지컬(4.15)이 가장 높고, 오페라(4.08), 클래식(4.02) 연극(3.92), 무용(3.72) 순으로 나타남.
- 무용과 클래식이 향후 관람의향이 가장 낮고 수용저항이 가장 높은 것으로 나타남.

3. 시장세분화 결과 요약

○ **비관객 세분화 결과:** 본 연구에서는 '공연 예술에 대한 태도'와 '수용저항'이라는 두 변수를 기준으로 군집분석을 실시함. 군집분석 결과, 네 개의 군집으로 나뉠 때 각 군집의 크기가 고르고 응답의 방향성에서 뚜렷한 차이가 나타남.

- 첫 번째 집단은 예술 공연에 대한 태도가 긍정적이고 수용저항이 낮은 집단으로 공연 예술에 전반적으로 호의적인 태도를 보이는 '호의 집단'임.
- 두 번째 집단은 태도는 긍정적인 편이나 수용저항이 다소 높은 집단으로 물리적·심리적 장벽으로 인해 비관객에 머물러 있는 '장벽 집단'임.
- 세 번째 집단은 태도가 부정적이지만 수용저항도 동시에 낮은 집단으로 공연 예술에 대해 관심이 적을 뿐 뚜렷한 반감은 갖고 있지 않은 '무관심 집단'임.
- 마지막 집단은 태도도 부정적이고 수용저항도 매우 높은 집단으로 공연 예술에 대해 강한 회의를 갖고 있는 '회의 집단'임.

○ 세분집단별 인구통계

- 세분집단별 성별 분포는 '호의 집단'에서 여성비율이 높고 '회의 집단'에서 남성비율이 높은 것으로 나타남.
- 연령 분포의 경우 '호의 집단'과 '장벽 집단'에서는 20대가 많고 '무관심 집단'과 '회의 집단'에서는 40대 비율이 높게 나타남.
- 직업 분포는 '호의 집단'에서는 전업주부의 비율이 높고 '회의 집단'에서는

자영업의 비율이 높은 것으로 파악됨.

- 가구소득의 경우 '호의 집단'에서 소득수준이 다소 높은 것으로 드러남.
- 학력의 경우 '호의 집단'과 '장벽 집단'에서 4년제 대학 재/졸의 비율이 상대적으로 높은 반면, '무관심 집단'에서는 고졸 이하의 비율이 상대적으로 높음.
- '호의 집단'과 '장벽 집단'에서는 미혼자 비율이 상대적으로 높고 '무관심 집단'과 '회의 집단'에서는 기혼자 비율이 상대적으로 높게 나타남.
- 미혼일 경우 교제 상대가 있는지를 묻는 응답에서는 '호의 집단'과 '무관심 집단'에서는 있다는 응답이, '장벽 집단'과 '회의 집단'에서는 없다는 응답이 다소 높은 것으로 파악됨.
- 가족형태는 '무관심 집단'에서만 성인 자녀와 동거하는 비율이 상대적으로 높은 것으로 집계됨.

○ 세분집단별 라이프스타일

- 사적 자의식(자신의 내면에 주의를 기울이는 정도)과 공적 자의식(자신의 외적 이미지에 주의를 기울이는 정도) 모두 '호의 집단'에서 상대적으로 높은 값을, '무관심 집단'에서 상대적으로 낮은 값을 가짐.
- 변화에 대한 저항 정도는 '장벽 집단'과 '회의 집단'에서 다소 높은 응답을 기록함.
- 지위 표현 소비 정도는 '장벽 집단'에서 상대적으로 높은 수준을 보임.
- '무관심 집단'이 사회계층 이동 불변성에 대해 두드러지게 낮게 응답함.
- 라이프스타일 문항에 따르면, 모든 집단에서 Thinkers (사색, 배움 추구)의 경향성이 가장 두드러지는 가운데 '회의 집단'에서만 Survivors (위험 회피, 현실 안주형) 경향성이 2순위로 나타남.

○ 세분집단별 여가활동

- 집단 별 선호 여가 활동은 TV 시청, 영화 관람, 인터넷/SNS/블로그의 순으로 나타났으며 비관객 세분집단 간의 차이가 없었음.
- 여가 활동 목적은 '호의 집단'에서 '자기 만족을 위해서'라는 응답이, '무관심 집단'에서는 '가족과 시간을 함께하기 위해서'라는 응답이, '회의 집단'에서는 '남는 시간을 보내기 위해서'라는 응답이 상대적으로 높은 비율을 보임.
- 함께 하는 대상은 공통적으로 '혼자서'라는 응답이 가장 높고, '가족/친인척과 함께'라는 응답이 그 뒤를 이음.

○ 세분집단별 공연 예술 관련 태도(경험 비관객)

- 경험 비관객들을 대상으로 관람 경험에 대한 질문들을 실시한 결과, 공연 관람

- 계기는 '호의 집단'에서만 '내가 보고 싶어서'라는 응답이 절반 이상을 기록함.
- 공연 관람 상황은 '무료 관람 기회가 생겨서'라는 응답이 높은 비율을 보였으며, '회의 집단'에서만 '모임에서 3인 이상 함께'라는 응답이 2순위로 집계됨.
 - 평균 티켓 가격은 '호의 집단'에서 '회의 집단'으로 갈수록 낮아지는 선형적인 패턴을 보였으며, '회의 집단'에서는 무료 관람의 비율이 절반 이상으로 매우 높게 나타남.
 - '호의 집단'에서는 상대적으로 높은 관람 만족도를, '회의 집단'에서는 상대적으로 낮은 만족도를 보임.
 - 첫 관람 경험은 '호의 집단'과 '장벽 집단'이 다른 두 집단에 비해 첫 관람 경험 시기가 상대적으로 빠른 것으로 나타남.

○ 세분집단별 공연 예술 관련 태도(전체 비관객)

- 공연 비관람 이유는 모든 집단에서 '티켓 가격이 비쌀 것 같다'는 응답이 가장 높은 비율을 보인 가운데, '무관심 집단'에서는 '공연장을 찾아가는 것이 불편할 것 같다'는 응답이, '회의집단'에서는 '흥미로운 공연이 없을 것 같다'는 응답이 상대적으로 높은 응답을 기록함. 비관람 이유의 1~3순위 응답을 통합할 경우, '회의 집단'에서 낮은 흥미도와 낮은 이해도가 각각 2순위와 3순위를 기록한 것이 특징적임.
- 자녀 교육이나 기념일 이벤트와 같은 특수 상황에서 비관객들이 공연 예술을 관람할 가능성이 높기는 하지만, '무관심 집단'과 '회의 집단'에서는 이러한 특수 상황에서조차 실제 관람으로 이어질 가능성은 높지 않다는 결과를 확인함.
- 타인이 공연을 관람하는 것을 과시적 소비라고 인식하는 정도는 '호의 집단'과 '장벽 집단'에서 상대적으로 높게 나타남.
- 공연 예술을 권위적 상품으로 인식하는 정도 역시 '호의 집단'과 '장벽 집단'에서 상대적으로 높은 응답을 보임.
- 공연 관람이 자신의 이미지에 긍정적인 영향을 준다고 생각하는 정도는 '호의 집단'에서 '회의 집단'으로 갈수록 선형적으로 감소하는 경향을 보임.
- 공연관람과 자기 이미지와의 일치성 역시 '호의 집단'에서 '회의 집단'으로 갈수록 감소하는 추세가 관측됨.
- 수용 장벽에 대해서는 '호의 집단', '장벽 집단', '무관심 집단'이 수용 장벽(공연을 이해하기 어려울 것이다)에 가장 민감한 반면, '회의 집단'은 가치 장벽(나에게 특별한 가치가 없다)에 가장 민감한 것으로 나타남. 가장 둔감한 장벽으로는 '호의 집단'과 '장벽 집단'은 이미지 장벽(공연관람에 대한 부정적 이미지)을, '무관심 집단'과 '회의 집단'은 관습 장벽(공연관람은 여가활동과 거리가 멀다)을 지적함.

- '장벽 집단'은 정보적 접근성과 물리적 접근성에 대한 우려가 모두 높게 나타났고, '무관심 집단'은 모두 낮게 나타남.
- 핵심 추구 효용은 모든 집단에서 정서적 효용이 가장 높은 응답을 기록함. 차순위 추구 효용으로는 '호의 집단'에서만 예술적 효용이라고 응답한 반면, 나머지 세 집단에서는 실질적 효용이라고 응답함.

○ 세분집단별 정부정책 관련 응답

- 예술 경험은 '호의 집단'에서 '회의 집단'으로 갈수록 감소하는 것으로 나타났음. 교육 시기와 기간, 교육 정도에 있어서는 비관객 세분 집단간 차이가 크지 않음.
- 동호회 활동은 비관객 집단 전체가 저조하게 나타났지만, 정보 탐색 활동의 경우 세분집단간 차이가 발견됨. 즉, '호의 집단'에서는 정보 탐색 활동을 한다는 응답이 42.4%로 상대적으로 높음 (전체 평균은 25.8%)
- 비관객들은 정부 정책에 대해 전반적으로 부정적인 인식을 가지고 있는 것으로 보임. 특히, '회의 집단'에서 두드러지게 낮은 평가를 하고 있음.
- 강화가 필요한 정책으로는 할인 제도 확대, 접근성 확대, 대중매체 홍보확대, 작품 다양성 증대 등이 지적됨. 이는 전술한 비관람 이유와도 상통하는 것으로, 가격 할인 제도를 확대하고 물리적·정보적 접근성을 제고하려는 노력이 필요해 보임.

4. 공연 예술 선택실험 결과 요약

- **컨조인트 분석:** 본 연구에서는 공연 예술 선택상황을 가정하여, 가상의 공연 프로필 중에서 선호하는 공연을 선택하도록 하는 방식의 컨조인트(conjoint) 실험을 실시하였음. 주요 선택 요인으로 가격(5석 기준), 할인을, 출연진, 공연장 규모, 누적 관객수의 5가지 정보를 포함하였으며 각 요인 별로 2~3개의 수준을 달리하여 선택 대안으로 제시하였음. 이를 통해 개인별 효용함수를 추정하였고, 해당 개인이 속한 세분집단 별로 결과를 요약하였음.

○ 세분집단별 공연 예술 선택요인

- 모든 집단에서 공통적으로, '가격'이 낮을수록, '할인' 혜택이 존재할수록, '공연장 규모'가 작을수록, '누적관객수'가 많을수록 선택확률이 증가하는 것으로 나타남.
- '출연진' 요인의 경우, '회의 집단'을 제외한 세 집단에서는 모두 '해당장르 유명인'이 출연하는 경우에 선택확률이 가장 높았으나, '회의 집단' 만 유일하게

'TV 유명연예인' 이 출연하는 경우에 선택확률이 가장 높게 나타남. 이는, 공연예술에 대한 태도가 부정적이고, 수용저항이 큰 비관객층에 있어서는 상대적으로 친숙도가 높은 TV 유명 연예인을 공연에 기용하는 것이 효과적인 전략이 될 수 있다는 점을 시사함.

- 모든 집단에서 공통적으로 '가격' 요인의 상대적 중요도가 가장 높게 나타남. 또한, 공통적으로 '가격', '공연장 규모', '출연진'의 상대적 중요도가 '할인율'이나 '누적관객수'의 중요도에 비해 높게 나타남.
- '호의 집단'의 경우, 타 장르에 비해 무용 장르 선택 시에는 '공연장 규모', 뮤지컬 장르 선택 시에는 '누적 관객수', 연극 장르 선택 시에는 '출연진', 오페라 장르 선택 시에는 '가격' 요인을 중요하게 고려함.
- '장벽 집단'의 경우, 타 집단에 비해 '할인율'에 대한 민감도가 높음. 또한, 무용 장르 선택 시에는 '할인율', 연극 장르 선택 시에는 '가격', 클래식 장르 선택 시에는 '누적 관객수' 요인을 타 장르 대비 중요하게 고려함.
- '무관심 집단'의 경우, 무용 장르 선택 시에는 '가격'과 '누적 관객수', 뮤지컬 장르 선택 시에는 '할인율'과 '누적관객수', 연극 장르 선택 시에는 '출연진', 오페라 장르 선택 시에는 '공연장 규모', 무용 장르 선택 시에는 '가격' 요인을 타 장르 대비 중요하게 고려함.
- '회의 집단'의 경우, 무용 장르 선택 시에는 '누적관객수', 뮤지컬 장르 선택 시에는 '가격'과 '출연진', 오페라 장르 선택 시에는 '공연장 규모', 클래식 장르 선택 시에는 '할인율'에 타 장르 대비 민감하게 반응하는 것으로 나타남.

목 차

연구결과 요약.....	i
I. 연구 개요	1
제 1절. 연구의 배경 및 필요성	3
1. 연구의 배경	3
2. 연구의 필요성	4
제 2절. 연구 범위 및 방법.....	5
1. 연구 범위.....	5
2. 연구 방법.....	5
제 3절. 문헌 연구.....	7
1. 공연 관람 현황 조사.....	7
1) 공연 시장 현황.....	7
2) 공연 관람 실태.....	7
2. 관객 개발 연구	9
1) 공연 예술 소비자의 특성.....	9
2) 예술 관객 세분화.....	10
3) 해외 관객 개발 연구.....	11
II. 비관객 심층면담	13
제 1절. 비관객 심층면담 개요.....	15
1. 조사 목적.....	15
2. 조사 설계.....	15
제 2절. 비관객 심층면담 주요 결과.....	16
1. 결과 요약.....	16
2. 시사점	19
III. 비관객 공연관람 행태 및 태도조사.....	21
제 1절. 비관객 설문조사 개요.....	23
1. 조사 목적.....	23
2. 조사 설계.....	23
제 2절. 비관객 설문조사 주요 결과.....	25
1. 표본 요약.....	25
2. 인구 통계.....	26

3. 여가 활동 및 공연 관람 실태	29
4. 공연 예술 인식 및 비관람 요인	33
5. 정부 지원 정책	42
제 3절. 지각도 분석	46
IV. 비관객 세분화 및 세분시장 특성 분석	49
제 1절. 공연 예술 비관객 세분화	51
1. 비관객 세분화 기준	51
2. 비관객 세분화 결과	51
제 2절. 비관객 세분집단(segment) 특성	53
1. 세분집단별 인구통계	53
2. 세분집단별 라이프스타일	55
3. 세분집단별 여가활동	56
4. 세분집단별 공연 예술 관련 태도	58
5. 세분집단별 예술교육 경험 및 정부정책 관련 태도	63
6. 세분집단별 프로파일(Profile)	66
제 3절. 비관객의 공연 예술 선택	67
1. 공연 예술 선택실험	67
2. 세분집단별 공연 예술 선택요인	69
V. 결론	83
제 1절. 시사점	85
제 2절. 연구의 한계 및 후속연구 제안	90
1. 연구의 한계	90
2. 후속연구 제안	91
첨부1. 비관객 심층면담 참가자별 답변 요약	95
첨부2. 설문조사 설문지	107
첨부3. 설문지 응답 기초통계	143
첨부4. 군집분석 결과 상세	179

I. 연구 개요

I. 연구 개요

제 1절. 연구의 배경 및 필요성

1. 연구의 배경

- 예술행사 참여율이 매년 증가하고 있음에도 불구하고, 공연 예술 분야의 참여도는 여전히 낮은 수준임.
 - 『2014 문화향수실태조사』에 따르면, 지난 1년간 예술행사를 직접 관람한 경험이 있는 응답자의 비율은 71.3%로, 예술행사 참여율이 매년 높아지고 있음(직접 관람률 기준, 2010년 67.2%, 2012년 69.6%, 2014년 71.3%).
 - 그러나 예술행사 참여경험의 대부분이 '영화(65.8%)'와 '대중음악/연예(14.4%)'부문에 치중되어 있으며 상대적으로 '공연 행사'를 관람한 비율은 매우 낮은 수준임(서양음악 4.9%, 연극 12.6%, 뮤지컬 11.5%, 무용 2.4%).
 - 또한, 응답자들은 한 해 동안 평균 5.0회의 예술행사에 참가하였는데, 이 중 공연 행사 연평균 관람횟수는 1.68회(무용, 뮤지컬, 연극, 서양음악 평균)에 불과함¹.
 - 『2014 국민여가활동조사』에 따르면 전체 국민 중에서 공연 관람을 주된 여가활동으로 즐기는 사람의 비중 역시 상당히 낮음².
- 공연 예술시장의 성장규모 대비 공연 관객 증가율은 정체되어 있는 상태
 - 공연 예술시장은 2003년 1,000억 원대에서 2013년 3,000억 원대로 10년간 200% 이상 증가하였으나 2003년 이래 연극과 뮤지컬의 관람 증가율은 각각 1.5%와 0.4%에 불과함³.
 - 매년 열리는 공연횟수(2013년 기준, 198,465회)는 증가하고 있으나 회당 관객 수는 2010년 224명, 2011년 217명, 2012년 204명, 2013년 200명으로 오히려 감소하고 있음⁴.
- 공연 예술산업의 지속 가능한 발전을 위해 관객기반의 확대가 필요.
 - 낮은 객석 점유율로 인한 수익성 악화는 예술인들의 창작활동 사기를 저하시키고 나아가 예술산업의 발전을 저해하는 결과를 초래함. 예술 상품의 질을 높이고 지속적인 창조활동을 가능케 하기 위해 관객기반 확대가 요구됨.

¹ 참고로, 영화의 관람횟수는 평균 5.44회, 대중음악/연예 행사의 관람횟수는 3.44회임.

² 주된 여가활동으로 '휴식활동(62.2%)', '취미오락활동(21.1%)'을 응답, 상대적으로 '문화예술 관람 및 참여활동'에 대한 응답 비율(1.8%)은 매우 낮았음.

³ 『기획조정부, 관객개발 국내외 선행연구 검토 및 시사점』 인용

⁴ 『조복행(2014), "공연예술의 경제적 딜레마", 연극과 인간』 151쪽 참조

2. 연구의 필요성

- 공연 예술의 관객기반 확대를 위해서는 기존의 관객뿐 아니라 공연을 즐겨 찾지 않는 대다수의 국민, 즉, 비관객들의 관람 장애요소를 파악하여 관람 유도 방안을 모색할 필요가 있음.
- '관객'에 대한 연구에 비해, 상대적으로 '비관객'을 대상으로 한 관객 개발 연구는 미흡한 상태임.
 - 공연 소비자와 관련한 기존 연구에서는 주로 '관객'에 집중하여 조사가 이루어져 '비관객'을 연구 대상으로 다루지 않은 경우가 많았음. 뿐만 아니라, 상당한 규모임에도 불구하고 비관객 집단은 하나의 동질적인 집단으로 분류되었음.
 - 관객 세분화를 통해 관람 빈도가 낮은 집단의 하위 분류를 제시한 해외 연구 사례가 있으나, 공연 예술분야에 국한하여 국내 실정에 맞게 진행된 관객 개발 연구는 찾아보기 힘들
- 비관객의 관람 유도를 위해서는 공연 관람/비관람 여부를 결정짓는 선행 요인들을 다각적으로 탐구할 필요가 있음.
 - 비용과 시간 등의 물리적 제약 외에도, 공연관람에 대한 태도, 심리적 수용 저항 등 공연 비관람에 영향을 미치는 다양한 심리적 요인을 파악할 필요가 있음.
- 비관객의 특성을 이해하기 위해서는 개인의 가치관 및 라이프스타일에 대한 전반적인 이해가 전제되어야 함.
 - 기존 연구에서는 인구통계적 변수 및 공연과 관련한 행동변수(공연관람 빈도 등)를 중심으로 관객 특성을 기술하였음. 그러나, 인구통계적 변수는 변화를 유도하기 어려운 고정적 속성으로, 연구 결과를 실무에 적용하기가 어려움. 게다가, 비관객의 경우에는, 공연 관람과 관련된 행동변수에 대한 데이터 자체가 존재하지 않음.
 - 따라서, 인구통계적 변수, 공연 관람 관련 행동변수 외에 개인의 가치관, 라이프스타일 등을 중심으로 하는 비관객 연구가 이루어질 필요가 있음.
- 예술 비관객 세분화 연구는 비관객의 이질적(heterogeneous) 특성을 비교, 분석함으로써 비관객 접근 전략을 도출하는 데에 도움을 줄 수 있음.
 - 비관객의 규모로 미루어보았을 때, 비관객을 하나의 동질적(homogeneous) 집단이라고 보는 것은 무리가 있음.
 - 이에, 전체 비관객을 수 개의 하위집단으로 분류하는 세분화 연구를 통해 다양한 관점에서 비관객의 유형을 비교함으로써 비관객 집단에 대한 이해를 높일 필요가 있음.
 - 나아가, 세분집단의 분석을 통해 각 집단의 특성에 맞는 접근 방안을 파악함으로써 실무적, 정책적 시사점을 도출할 수 있음.

제 2절. 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

○ 대상적 범위

- 본 연구는 다음과 같은 5개 공연 예술 장르를 대상으로 함
- 무용, 뮤지컬, 연극, 오페라, 클래식(서양음악)

○ 내용적 범위

- 공연 예술 관람 실태에 대한 기존 문헌 조사
- 공연 예술 비관객의 관람 행태 및 태도 특성 조사
- 공연 예술 비관객 비관람 요인 파악
- 비관객 세분화를 통한 세분집단별 관람 유도전략 제시

○ 비관객의 정의

- 본 연구는 비관객(non-audience)을 대상으로 하며, 비관객을 다음과 같은 2가지 유형으로 구분함.
- 순수 비관객: 일생 동안 공연 직접관람 경험이 전혀 없는 사람
- 경험 비관객: 일생 동안 공연 직접관람 경험이 1~3회 있는 사람
- 순수 비관객과 경험 비관객은 각 장르별로 정의됨.

2. 연구 방법

○ 문헌조사

- 기 발간 보고서 및 학술연구 자료 조사
- 공연 예술시장의 현황 및 관람실태를 파악하고, 기존의 관객개발 연구를 기반으로 본 연구의 방향성을 정립함.

○ 비관객 심층면담

- 예술 관람 경험이 전혀 없거나(순수 비관객), 제한적 경험을 지닌 응답자(경험 비관객)를 대상으로 공연 예술과 관련한 태도 및 비관람 요인을 파악, 이를 비관객 설문조사 설계에 참조함.

○ **비관객 설문조사: 탐색적 분석**

- 비관객의 인적특성 및 관심사, 라이프스타일, 공연 예술과 관련한 태도 및 비관람 요인을 조사함.
- 예술산업 지각도 분석 (Perceptual Mapping): 공연 예술 관람에 있어 각 장르별 유사성 인지정보를 기반으로 한 지각도를 도출함.

○ **비관객 설문조사: 심층적 분석**

- 군집분석 (Cluster Analysis): 전체 비관객을 집단 내 유사성을 갖고 세분집단간 유의미한 차이를 가지는 수 개의 세분집단으로 분류함.
- 컨조인트 분석 (Conjoint Analysis): 비관객의 공연 예술 관람 선택시 주요 선택 요인을 파악하고 선택 요인에 따른 개인의 효용가치를 추정함.

제 3절. 문헌 연구

1. 공연 관람 현황 조사

1) 공연 시장 현황⁵

○ 공연 시장 규모

- 2013년 기준 공연시설의 수는 984개, 공연장 수는 1,227개, 종사자 수는 총 11,838명, 매출액은 4,142억 원으로, 2012년 대비 공연시설 및 공연장 수, 종사자 수, 매출액 규모 모두 증가하였음.

○ 공연 실적

- 2013년 기준, 공연 건수 45,198건, 공연 일수 119,342일, 공연 횟수 198,465회, 관객수 3,965만명으로, 전반적인 공연 실적이 전년 대비 증가하였음.
- 공연 건수, 일수, 횟수 및 관객수 모두 뮤지컬과 연극장르가 타 장르에 비해 높음. 장르별 공연 실적 요약은 다음의 표 참조.

공연 장르	공연건수 (건)	공연일수 (일)	공연횟수 (회)	관객수 (명)
무용 ⁶	2,475	4,164	5,226	1,876,742
뮤지컬	5,255	30,425	57,027	12,810,939
연극	8,194	50,272	83,103	7,301,640
오페라	416	758	1,028	520,730
클래식(서양음악)	12,819	13,128	14,518	5,044,779

2) 공연 관람 실태⁷

○ 공연 장르별 (비)관람률

- 『2014 문화향수실태조사』에 따르면, 공연 예술 각 장르의 '관람률⁸'이 연극 12.6%, 무용 2.4%, 뮤지컬 11.5%, 서양음악(클래식 및 오페라) 4.9%임. 이로부터 각 장르의 지난 1년 간 '비관람률'을 역산하면, 연극 87.4%, 무용 97.6%, 뮤지컬 88.5%, 서양음악 95.1%로, 대다수의 국민이 지난 한 해 동안 공연 예술을 한번도

⁵ 『2014 공연예술실태조사』 참조

⁶ 원 조사에서는 '무용'과 '발레' 장르를 나누어 조사하였으나, 본 연구에서는 '무용' 장르로 통합하여 계산

⁷ 『2014 문화향수실태조사』 참조

⁸ 지난 1년간(조사시점: 2014.08- 2014.09) 공연 예술을 직접 관람한 경험이 있는지를 기준으로 측정

관람하지 않은 것으로 집계됨.

- 각 장르 공통, 남성 응답자 내 비관람자 비율(네 장르 평균 93.2%)이 여성 응답자 내 비관람자 비율(네 장르 평균 83.6%)에 비해 높으며 연령이 높을수록 응답자 내 비관람자 비율이 높음.

○ 공연 장르별 관람 횟수

- 지난 1년간 공연 예술 직접 관람횟수는 응답자 전체 평균 연극 0.2회(관람자 대상 1.43회), 무용 0.05회(관람자 대상 2.08회), 뮤지컬 0.2회(관람자 대상 1.57회), 서양음악 0.1회(관람자 대상 1.43회)로 나타남.
- 관람 횟수를 기준으로 볼 때, 여성 응답자 및 20, 30대 응답자가 상대적으로 공연 예술을 활발히 관람하고 있으며, 남성 응답자 및 기타 연령대의 응답자의 공연 관람 빈도는 매우 낮음.

○ 공연 관람 의향

- 향후 1년 내에 공연 예술을 관람할 의향이 있는지를 조사한 결과, 연극(25.2%), 뮤지컬(25.2%), 서양음악(10.0%), 무용(7.8%)순으로 나타남(복수응답). 이는 영화(77.7%), 대중음악 및 연예(30.1%) 대비 상대적으로 낮은 수치임.
- 향후 지출을 늘리고 싶은 예술행사 조사에 있어서도, 서양음악(1.0%)과 무용(1.1%)장르에 대한 응답률이 매우 낮았으며, 연극 및 뮤지컬(9.2%)장르도 높지 않은 응답률을 보임.
- 이를 통해, 공연 예술에 대한 현재 참여율이 낮을 뿐 아니라 향후 참여 및 관람 의향 역시 낮은 수준임을 알 수 있음.

○ 예술행사 선택요인

- 일반적으로, 예술행사를 관람 시 '예술행사의 내용'과 '관람 비용의 적절성'을 주된 선택기준으로 고려함. 이 중 '예술행사의 내용'에 관한 중요도는 20, 30, 40대에서 높은 반면, '관람 비용의 적절성'은 10, 20대에서 높게 나타남. 한편, '접근성'의 중요도는 50대 이상에서 높음. 이를 통해, 연령대에 따라 공연 선택 요인이 달라질 것으로 예상할 수 있음.

○ 예술행사 비관람 요인

- 예술행사에서 보완이 필요한 부분으로, 응답자의 34.2%가 '관람비용을 낮춰야 한다'고 응답. 이 외에 '작품의 질을 높여야 한다(25.9%)' 및 '가까운 곳에서 열려야 한다(18.7%)' 등의 의견이 존재.
- 예술행사 관람과 관련한 어려운 점으로, '비용(35.5%)'과 '시간(19.1%)' 및

‘관련정보 부족(17.2%)’이 주된 요인으로 조사됨.

- 연령별로 보면, 10대, 20대, 30대는 ‘비용’문제를 가장 많이 지적한 반면, 50대 이상은 ‘관심있는 프로그램’이나 ‘근처의 시설’이 없다는 점을 주로 지적함.

2. 관객 개발 연구

관객 개발 연구는 크게 공연 예술 소비자의 특성에 관한 연구와 공연 예술 관객 세분화 및 관객 개발연구로 나눌 수 있음. 그 중 대표적인 연구의 주요 결과를 아래에 요약함.

1) 공연 예술 소비자의 특성

○ 유은영, 진현정(2014)의 연구⁹

- 이 연구는 인구통계적 변수와 공연 관람 관련 행동변수에 따라 공연 예술 소비자를 분류하였음.
- 관여도와 지식수준이 높은 집단에서 공연 관람률이 가장 높았고, 저관여 집단 및 40대 집단은 공연 관람률이 낮은 것으로 나타남.
- 또한, 지식수준이 높은 여성 소비자들이 주로 가장 높은 등급의 공연 좌석을 선택하는 반면, 소득이 낮은 편에 속하는 40대 소비자들이 주로 가장 낮은 좌석등급을 선택하는 것으로 나타남.

○ 배영(2013)의 연구¹⁰

- 개인의 속성이 공연 소비에 미치는 영향을 분석한 결과, 여가활용방식과 개인의 교육 수준에 따라 공연 소비가 달라지며, 여성이 남성에 비해 뮤지컬 관람에 적극적 소비를 하고 있는 것으로 조사됨.
- 전반적으로 경제적 자원보다는 문화적 자원의 소유가 공연 소비에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타남.

○ 남인용, 백경옥(2012)의 연구¹¹

- 성별, 연령, 학력, 소득에 따라 최근 관람한 공연장르 및 입장권 구매시기, 공연 선택시 고려요인 등이 다른 것으로 조사됨.
- 공연소비자의 유형(무관심관객, 관심관객, 열성관객)에 따라 선호하는 장르나 정보획득 및 구매방법에 유의한 차이를 보임.

⁹ 『유은영, 진현정(2014), "의사결정나무모형을 이용한 공연예술시장의 소비자그룹 분석, 소비자학연구, 제 25권 제 6호, 65쪽-90쪽』

¹⁰ 『배영(2013), "여가 활동에서 문화 콘텐츠 소비에 영향을 미치는 요인에 대한 연구-클래식, 뮤지컬, 영화 관람에 대한 개인속성요인과 문화자본 요인을 중심으로-", 한국사회, 제14집 1호, 73쪽-100쪽』

¹¹ 『남인용, 백경옥(2012), "공연소비자의 관람행태와 미디어 이용", 예술경영연구, 21, 5쪽-29쪽』

2) 예술 관객 세분화¹²

○ Morison, Fliehr의 분류

- 예술 참여 정도에 따라 전체 인구를 2~5%의 참여 관객층(Yeses), 12~15%의 잠재 관객층(Maybes), 30%의 참여 불가능 관객층(Ineligibles), 50~55%의 거부층(Noes)으로 분류함 (참여 불가능 관객층과 거부층 합계는 80%가 넘음)
- 참여 관객층은 공연 상품의 시즌관객이거나 개별작품의 티켓을 종종 구입하는 비정기 관객으로, 예술을 생활의 중요한 부분으로 받아들이는 집단임.
- 잠재 관객층은 예술의 중요성에 관해 확신을 갖지 못하는 사람들로, 예술에 대해 일종의 위화감을 느끼는 집단임.
- 참여 불가능 관객층은 나이, 군대 등의 문제로 공연장에 갈 수 없는 사람들로, 스스로 공연에 참여할 가능성이 없는 집단임.
- 거부층은 예술에 대한 취향 형성의 기회를 놓친 사람들로, 의식적 혹은 무의식적으로 삶에서 예술을 배제한 채 듣거나 보려고도 하지 않는 집단임.

○ Strang, Gutman(1980)의 분류

- 관객집단을 크게 열성관객(enthusiasts), 관심관객(interested), 비참여관객(non-attenders)으로 분류함.
- 열성관객은 자발적으로 예술에 대한 적극적 지원을 아끼지 않는 집단임.
- 관심관객은 잠재적으로 예술의 후원자가 되고자 하는 사람들로, 특정 장르를 선호하기보다는 전반적으로 다양한 예술 프로그램에 참여하는 집단임.
- 비참여관객은 예술 참여에 대해 진지하게 관심을 가져본 적이 없는 집단으로 예술에 대해 아는 것이 거의 없는 집단을 의미함.

○ Andreasen(1998)의 분류

- 공연 예술을 수용하는 과정을 '무관심-관심-시도-긍정적 평가-수용-확신'의 6단계로 분류하고 해당하는 단계에 따라 공연 소비자를 분류하였음.
- 이와 같은 6단계 분류는 이상적인 공연 수용과정을 보여주고 있으며, Andreasen은 개인에 따라 각 단계간 전진 및 후퇴형태가 달라질 수 있음을 주장하였음.

- 이용관(2013)은 예술 관객을 아래의 표와 같이 구분하였는데, 본 조사의 연구대상인 '비관객'집단은 이 중 C영역과 D영역에 해당함.

¹² 『이용관(2013), "관객을 만드는 예술경영", 커뮤니케이션북스』 참조

A		B		C	D
참여 관객 (시즌 관객)		참여 관객 (비정기 관객)		잠재관객	참여거부/ 불능층
열성관객		관심관객		비참여관객	
확신	수용	긍정적평가	시도	관심	무관심

3) 해외 관객 개발 연구

○ 영국 ACE(2011)의 연구¹³

- 영국 전역의 성인집단을 예술의 관여도 측면에서 3개의 집단(highly engaged, some engaged, not currently engaged)으로 나누고, 세부 특성에 따라 하위 13개 집단으로 분류하였음.
- 또한 각 하위 집단별로 인구통계학적 속성, 여가시간 활용, 미디어소비, 라이프 스타일, 예술 참여 요인 등을 기술함으로써 집단의 특성에 맞는 예술 참여유도 방안을 제시하였음.
- 예술참여에 영향을 줄 수 있는 다양한 변수를 종합적으로 고려하고, 집단별 마케팅 및 홍보전략을 구체화했다는 점에서 본 연구에 시사하는 바가 많음.

○ 미국 NEA(2015)의 연구¹⁴,

- 예술 행사 참여에 관심은 있지만 실제 참여도는 낮은 사람들(Interested non-attendees)을 중심으로 공연 관람의 주요 동기와 장애요소를 파악함.
- 그 결과, 사교(socializing)가 공연 관람의 가장 주된 동기이며, 시간의 부족이 가장 큰 장애요인임을 밝힘.
- 또한, 인구통계학적 생애주기뿐 아니라 사회경제적 지위와 계급 정체성, 그리고 개인적 가치가 예술 참여에 중요한 차이를 유발한다는 점을 지적함.
- 해당 연구는 개인의 가치 및 정체성 등 다양한 변수를 활용하여 공연 관람 행태와의 상관관계를 심층적으로 분석하였다는 점에서 본 연구와 일맥 상통함.

¹³ 『Arts Council England (2011), "Arts Audiences: Insight"』

¹⁴ 『National Endowment for the Arts (2015), "When going gets tough: Barriers and Motivation Affecting Arts Attendance"』

Ⅱ. 비관객 심층면담

Ⅱ. 비관객 심층면담

제 1절. 비관객 심층면담 개요

1. 조사 목적

- 비관객의 기본적 특성, 관심사, 공연관람과 관련된 심리적 저항요인을 심도 있게 파악하고자 함.
- 비관객 개인간의 차이를 대조함으로써 심층면담 결과를 비관객 세분화를 위한 설문조사 설계에 활용하고자 함.

2. 조사 설계

- **조사 대상:** 공연 관람 경험이 전혀 없거나 제한적인 경험을 지닌 비관객 12명
 - 공통 요건: 공연 예술(연극, 뮤지컬, 오페라, 클래식, 무용)을 최근 1년 내에 단 한번도 관람하지 않은 자
 - 개별 요건: 아래의 각 요건에 해당하는 응답자를 1명씩 모집함
 20대/ 여성/ 대학생, 20대/ 여성/ 직장인,
 20대/ 남성/ 대학생, 20대/ 남성/ 직장인,
 30대/ 여성/ 미혼, 30대/ 여성/ 기혼,
 30대/ 남성/ 미혼, 30대/ 남성/ 기혼,
 40대/ 여성, 40대/ 남성,
 50대 이상/ 여성, 50대 이상/ 남성
- **조사 기간:** 2016년 1월 13일(수) – 1월 14일(목)
- **조사 주체:** 와이즈인사이트 (리크루팅) / 본 연구진 (인터뷰 진행)
- **조사 방법:** 참여자 1인당 50분간 대면 면담 진행
- **조사 항목**
 - 취미생활 및 여가활동
 - 공연관람 경험

- 공연 예술에 대한 전반적인 인식
- 공연 비관람 요인
- 정부정책에 대한 인식 및 의견

제 2절. 비관객 심층면담 주요 결과

1. 결과 요약

○ 취미생활 및 여가활동

- 인터뷰 참가자 대부분이 '영화관람', 'TV시청'을 주된 취미활동으로 응답
- 일부 참가자는 '게임', '친구 또는 연인과 만남'으로 여가시간을 보내고 있음.

○ 공연관람 경험

- 참가자 전원이 최근 1년 내 공연 직접 관람이 없으나, 일생 동안 공연관람 경험 여부에 따라 순수 비관객(4명)과 경험 비관객(8명)으로 구분됨.
- 경험 비관객의 경우, 과거 관람 경험이 대부분 연극, 뮤지컬 장르에 집중되어 있으며 대부분 무료 또는 지인의 초청으로 관람하였음.
- 경험 비관객의 과거 관람 만족도는 대체로 높지 않은 편이며, 당시에는 만족했더라도 시간, 비용, 흥미부족 등으로 인해 이후 관람으로 쉽게 이어지지 않았음.
- 주요 답변:
"수년 전 회사 지원으로 동료들과 갔으나 재미가 없어서 중간에 뛰쳐나왔다"(50대, 남, 윤00)
"당시 뮤지컬은 이해하기가 어려웠으며 가격대비 가치가 있다고 느껴지지 않았다"(20대, 여, 장00)

○ 공연 예술에 대한 인식

- '오페라'와 '무용'의 경우 떠오르는 이미지를 묘사하는 데에 어려움을 겪었으며, 일부 응답자는 '오페라'와 '뮤지컬'을 구분하기 어려웠음.
- '연극'의 이미지는 대부분의 참가자가 구체적으로 묘사해냈지만 다른 장르에 비해 영화와 가장 많이 대비되어 상대적으로 불거리가 없다는 부정적 인식이 지배적이었음.
- '오페라', '클래식' (일부 참가자는 '무용' 포함) 장르의 경우, 고급스럽고 고상하다는 인식이 많음.

- 공연을 즐겨보는 다른 사람들은 사회적 지위와 교육수준, 부의 수준이 높을 것이라는 답변이 많았으며 이들에 대해 긍정적으로 평가하는 참가자와 부정적으로 평가하는 참가자로 명확히 구분됨.
- 주요 답변:
 " 오페라, 무용, 클래식은 관람하려면 배경지식이 필요할 것 같다. 일반인보다는 경제력이 있는 사람들이 주로 관람할 것 같고 서민문화와는 거리가 멀어 보인다" (20대, 여, 고00)
 " 모임에서 누군가가 제안했을 때, 그 사람이 진짜 좋아하는지도 잘 모르겠고, '있어 보이려고' 제안하는 것 같은 느낌을 받을 때가 많았다" (40대, 여, 박00)
 " 공연을 즐겨보는 사람은 문화적 허영심에 빠져있고 자신의 수준을 과시하고자 하는 것 같다. 나는 이런 사람들을 경멸하는 편이다" (40대, 남, 윤00)
 "공연을 관람한다는 것은 아무래도 차별화된 경험이 될 것 같고, 공연을 관람함으로써 나의 가치가 올라간다고 느껴질 것 같다" (20대, 여, 고00)

○ 공연 비관람 요인

- 비용, 시간의 제약과 함께 접근성, 절차의 복잡성, 동행인 문제가 지적됨
- 공연장의 접근성뿐 아니라 정보의 접근성도 주된 비관람 요인으로 지적되었으며, 어떠한 공연이 있는지, 어떠한 공연이 재미있는지를 알기 어렵다는 답변이 많았음.
- '영화'처럼 보고싶을 때 가까운 곳에서 즉흥적으로 결정 내릴 수 없다는 점을 주로 지적함.
- 2,30대 참가자의 경우, 영화, TV시청, 게임 등 다른 활동에 비해 상대적으로 재미가 없다는 답변이 많은 데 비해, 50대 참가자의 경우, 함께 갈 사람이 없거나 자신을 위해 선뜻 자발적으로 소비하기 어렵다는 답변이 많았음.
- 주요 답변:
 " 영화에 비해 구매하기 위해 드는 노력이 크고 예매절차가 복잡한 반면에, 관람으로 인한 가치와 만족도는 낮을 것 같다"(30대, 남, 이00)
 " 전문가나 관객의 평가도 잘 찾을 수 없고 단순히 스토리 위주로 정보가 나와 있는데, 그것만으로는 재미있을지 알 수 없다" (30대, 남, 홍00)
 " 가정주부들은 나한테 선뜻 돈을 쓰거나 혼자 관람하려 맘먹기가 어렵다. 무용과 같은 장르는 나의 현실과는 동떨어진 느낌이 든다. 정보도 한번 들으면 자꾸 잊어버리고, 여러 번 반복적으로 알려줘야 기억한다" (50대, 여, 이00)

○ 정부정책에 대한 인식 및 의견

- 참가자 대부분이 '문화가 있는 날', '공연티켓 1+1', '사랑티켓' 등의 제도를 들어본

적이 없음.

- '내가 갈 만한 공연은 할인이 되지 않을 것이다', '경쟁이 치열할 것이다' 등의 이유로 해당 제도이용 의향에 부정적으로 응답함.

- 주요 답변:

"시간이 맞는다면 이용해보겠지만 할인혜택 때문에 일부러 공연관람가지는 않을 것 같다" (30대, 남, 이00)

"아무리 할인을 많이 해주더라도 유명한 공연이 아니라면 안 가게 될 듯 하다" (30대, 여, 김00)

"대부분의 할인 정책이 일부 사람들에게만 가는 혜택이라는 점에서 불필요하다고 생각한다" (20대, 남, 김00)

○ 기타 의견

- 인터넷이나 대중매체를 활용한 적극적, 지속적 홍보를 해줄 것을 희망함.
- 유명 연예인이 출연한다면 관람의향 상승할 것이라고 응답함.
- 볼거리 측면에서 흥미를 유발하는 장치가 필요하다고 생각함.
- 어떠한 물리적 제약이 해결된다 하더라도 전혀 흥미가 없고, 볼 생각이 없다는 참가자도 존재하는 반면, 자발적으로 가기보다는 갈 상황(주변인의 권유, 흥미로운 공연, 무료공연 등)이 된다면 고려해보겠다는 참가자도 존재함.

- 주요 답변:

"카카오톡이든 블로그든 '정보 노출'을 활발히 했으면" (30대, 여, 권00)

"TV예능 같은 곳에서 연극배우가 소개를 해주면 흥미가 생길 것 같다" (30대, 남, 이00)

"꼭 고상하지 않더라도 스트레스 해소를 해준다든지, 객석에 있는 사람들과 소통하든지 해서 공연의 이미지 자체가 나와 동떨어진 느낌을 주지 않았으면" (50대, 여, 이00)

"공짜 표가 생긴다 해도 어느 장르도 관람할 의향이 없다. 나에게 있어 공연 관람은 다른 취미에 비해 가치가 전혀 없다" (20대, 남, 박00)

2. 시사점

○ 비관객 내 태도, 관심, 의견 간의 이질성 분포

- 비관객 층 내에서도 공연 예술에 대한 태도 및 과거 경험에 따라 명확히 구별되는 이질적 특성이 발견됨.
- 공연 예술에 대해 긍정적 인식을 지닌 비관객이 있는 반면, 공연 예술 자체에 대한 부정적 인식이 강한 비관객도 존재함.
- 심층면담 조사를 통해, 비관객 세분화의 필요성을 재확인하였으며, 조사결과 도출된 공연 관람과 관련한 심리적 저항을 주요 요인으로 추출하여 이후 설문조사 설계 시 반영함.

○ 비관객 관람유도 방안

- 기존 조사에서 비용과 시간 등의 물리적 요인을 주된 비관람 요인으로 열거한 반면, 본 심층면담에서는 기본적으로 '관심과 흥미의 부재'가 관람에 영향을 미치는 주요한 요인으로 지적됨.
- 공통적으로, 다른 취미, 여가 활동(TV시청, 영화관람, 게임)과 비교했을 때 공연 관람을 하기 위해 투자해야 하는 비용은 많은 반면 그로 인한 기대 효용이 낮다고 응답함.
- 이는 디지털 매체의 발달(예: VOD서비스, 실시간 스트리밍서비스 등)로 인해 원하는 시간에 즉각적으로 소비할 수 있는 여가 활동이 많아짐에 따라 해당 활동들에 대한 선호가 높게 형성된 것으로 볼 수 있으며 현시성 및 접근성이 떨어지는 공연 예술은 상대적으로 열위에 있을 수 밖에 없음.
- 물리적 접근성뿐 아니라 정보탐색 및 구매과정에서의 정보접근성도 중요한 장애요인으로 파악됨. 정보탐색과 예매, 지불절차를 간단하고 신속하게 제공함은 물론이고, 해당 절차의 신속성에 대해 '알리는' 노력도 필요할 것으로 생각됨. 이와 함께 다른 여가 활동 대비 상대적 효용을 중심으로 하는 설득전략이 필요함을 시사함.
- 참가자 모두 공연과 관련한 정보를 찾기가 어렵다는 점을 지적하였음. 대중매체에 이미 공연에 대한 상당한 정보가 제공되고 있음을 감안할 때, 이는 비관객들이 기본적으로 정보를 탐색하고자 하는 의지가 부족하기 때문인 것으로 사료됨.
- 따라서, 비관객에게 공연 관련 정보가 도달하기 위해서는 타의에 의해서라도 반복적으로 정보에 노출되는 환경을 조성하는 것이 중요함. 이를 위해서 대중매체뿐 아니라 SNS, 모바일 애플리케이션, 블로그 등의 매체를 다각적으로 활용하여 일상생활에서 자연스럽게 공연 정보를 접하게 할 필요가 있을 것으로 생각됨.

Ⅲ. 비관객 공연관람 행태 및 태도조사

Ⅲ. 비관객 공연관람 행태 및 태도조사

제 1절. 비관객 설문조사 개요

1. 조사 목적

- 대표성을 지닌 표본을 대상으로 공연 예술 비관객의 특성을 다양한 측면에서 조사하고 공연 비관람 요인을 파악
- 설문조사 응답결과를 토대로 공연 예술 분야의 비관객을 세분화하여 세분집단별 특성을 파악함으로써 효과적인 관람 유도전략 도출

2. 조사 설계

- **조사 대상:** 서울, 경기 및 주요 광역시에 거주하는 공연 비관객 1,069명
 - 공연 편의시설의 분포를 고려하여 서울, 경기 및 광역시에 거주하는 만 20세 이상 70세 미만의 성인남녀 1,069명을 층화표집(stratified sampling)하여 모집
- **조사 제외 대상**
 - 본인 또는 가족 중에 광고기획/대행 및 홍보회사, 시장조사 및 여론조사 기관 또는 공연 예술 관련 단체 및 기업 종사자가 있는 경우
 - 공연 관람이 가능한 경제적 조건 및 연령대를 고려하여 20세 미만이거나 70세 이상인 경우
 - 서울, 경기 및 주요 광역시가 아닌 다른 지역(강원도, 경상북도, 경상남도, 충청북도, 충청남도, 전라북도, 전라남도, 제주도 및 기타 지역)의 거주자인 경우
 - 조사 대상 장르의 평생 공연 관람횟수가 3회를 초과하는 경우
- **조사 기간:** 2016년 2월 5일(금) – 2월 14일(일)
- **조사 업체:** 마크로밀 엠브레인
- **조사 방법:** 층화표집된 랜덤표본을 대상으로 온라인 설문조사

○ 조사 항목

- 일반적인 취미생활 및 여가활동 실태
- 공연 관람 경험
- 공연 예술에 대한 전반적인 인식
- 공연 비관람 요인
- 공연 관람 의향
- 정부 정책에 대한 인식 및 개선점 제안
- 인구 통계 변수 및 개인의 가치관

○ 조사 체계

- 층화표집된 랜덤포본을 대상으로 온라인 비관객 응답자 모집
- Screening 설문을 거친 유효 응답자 1,069명을 모집하여 무용 장르(215명), 뮤지컬 장르(210명), 연극 장르(204명), 오페라 장르(225명), 클래식 장르(215명)로 나누어 1차 설문조사 진행
- 1차 설문을 완료한 전체 응답자 중 랜덤포본 718명을 추출하여, 2차 설문조사(지각도, 컨조인트) 진행

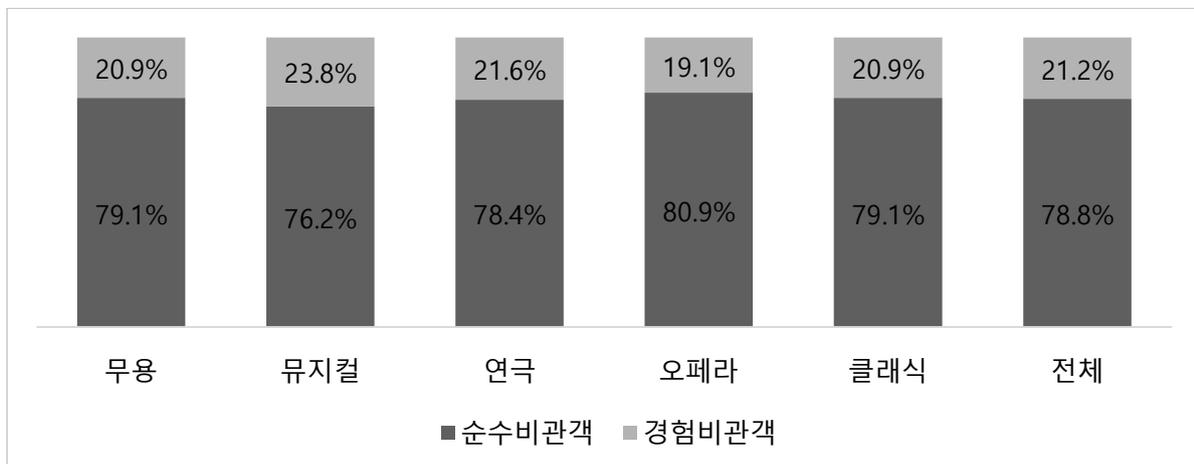


제 2절. 비관객 설문조사 주요 결과

1. 표본 요약

○ 장르 별 경험 비관객 대 순수 비관객 모집 비율

- 5개 장르(무용, 뮤지컬, 연극, 오페라, 클래식)에 대해 비관객 응답자를 각각 모집하되, 장르 내에서 경험 비관객과 순수 비관객이 일정 비율(각 20%, 80%)을 유지하도록 모집함.
- 각 장르별로 무용(215명), 뮤지컬(210명), 연극(204명), 오페라(225명), 클래식(215명)의 비관객이 모집됨.

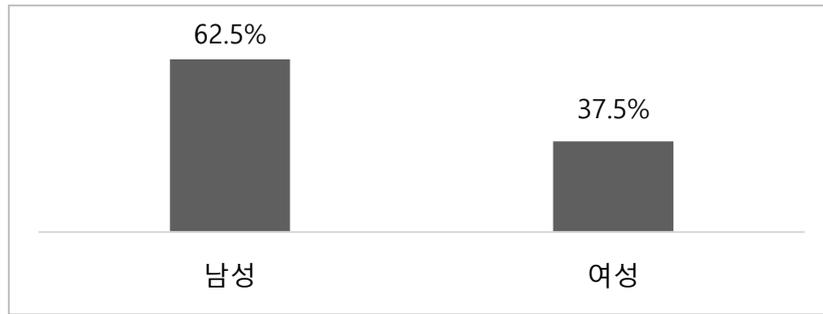


구분	무용	뮤지컬	연극	오페라	클래식	합계
경험 비관객	45	50	44	43	45	227
순수 비관객	170	160	160	182	170	842
합계	215	210	204	225	215	1,069

2. 인구 통계

○ 성별

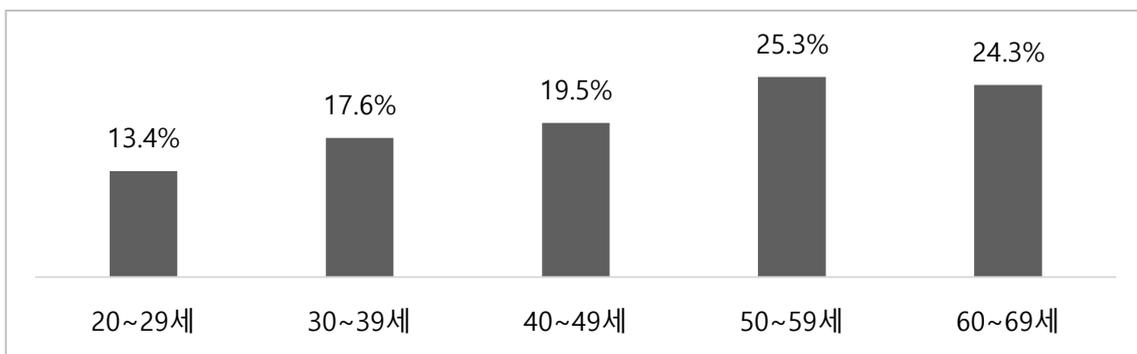
- 전체 응답자는 남성 668명(62.5%), 여성 401명(37.5%)이 참여하였고, 남성 비관객이 여성 비관객보다 더 높은 비율로 나타남.



구분	남	여	합계
응답자수	668	401	1,069

○ 연령

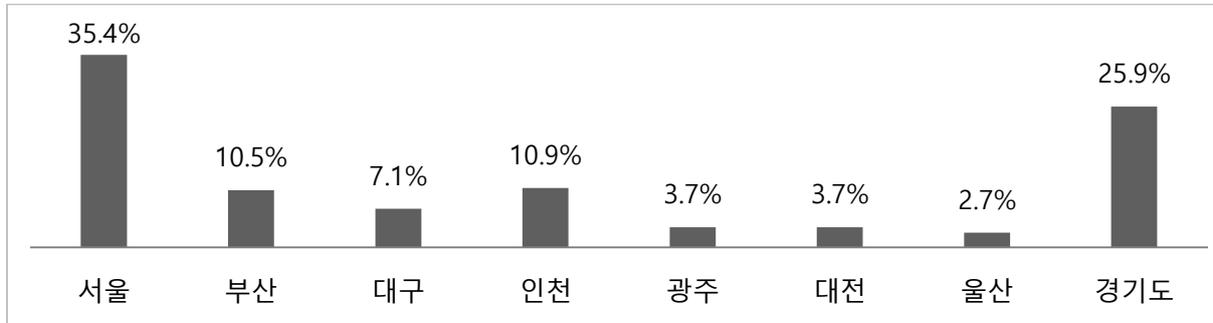
- 전체 응답자의 연령 구성은 20~29세(13.4%), 30~39세(17.6%), 40~49세(19.5%), 50~59세(25.3%), 60~69세(24.3%)에 해당함.



구분	20~29세	30~39세	40~49세	50~59세	50~69세	합계
응답자수	143	188	208	270	260	1,069

○ 거주지

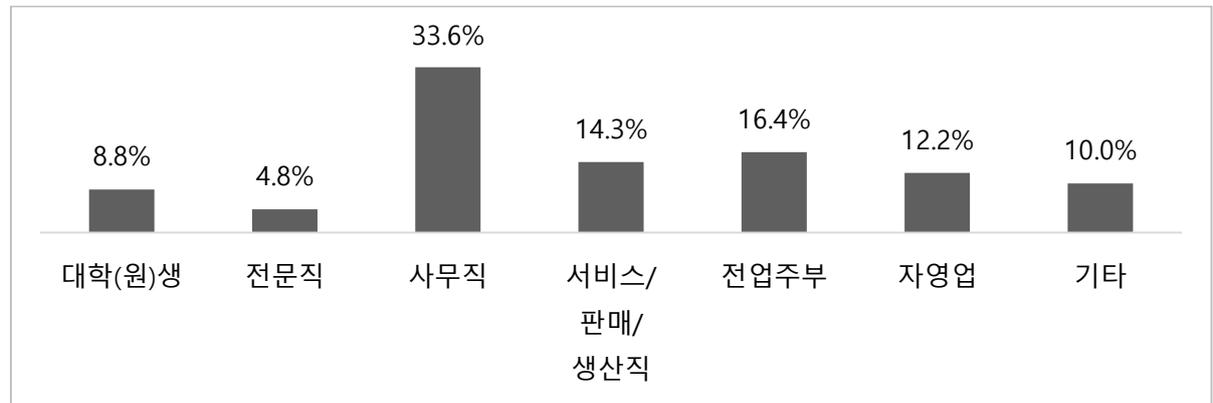
- 전체 응답자 중, 서울 지역에 거주하는 응답자가 35.4%로 가장 높은 비율로 모집되었고, 경기도(25.9%), 인천(10.9%), 부산(10.5%) 순으로 나타남.



구분	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기도	합계
응답자수	378	112	76	117	40	40	29	277	1,069

○ 직업

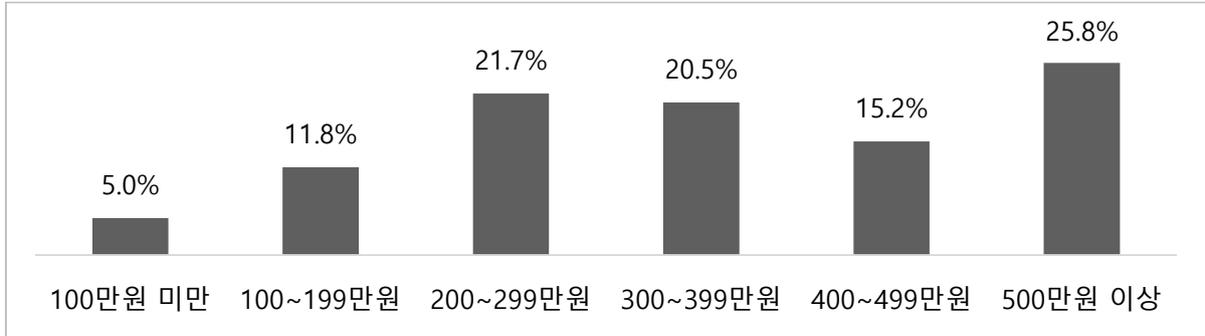
- 전체 응답자의 33.6%는 사무직에 종사, 이 외 전업주부(16.4%) 및 서비스/판매/생산직(14.3)에 종사하는 응답자의 순으로 나타남.



구분	대학(원)생	전문직 (의사/변호사/교수 등)	사무직 (강사/교사/공무원 포함)	서비스/판매/생산직	전업주부	자영업	기타	합계
응답자수	94	51	359	153	175	130	107	1,069

○ 가구 월 평균 수입

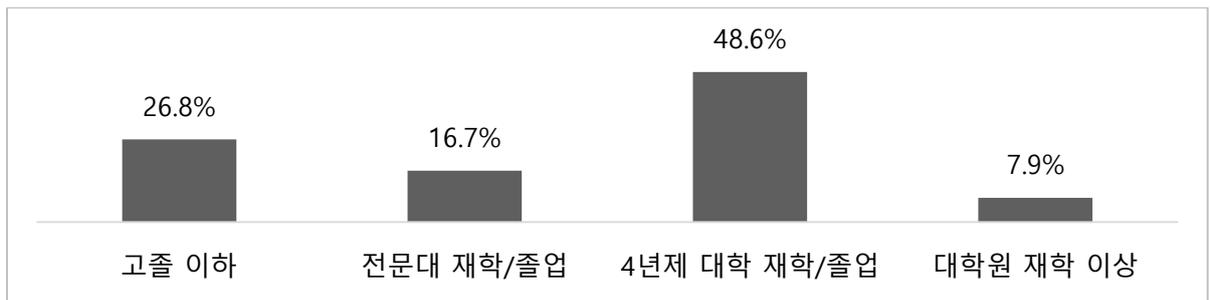
- 전체 응답자 중, 25.8%에 해당하는 응답자는 가구 월 소득이 500만원 이상이었으며, 응답자 중 83.2%가 가구 월 소득이 200만원 이상이라 응답함.
- 가구 월 소득 200만원 미만의 응답자는 16.8%에 해당하는 것으로 나타남.



구분	100만원 미만	100~199만원	200~299만원	300~399만원	400~499만원	500만원 이상	합계
응답자수	53	126	232	219	163	276	1,069

○ 응답자 학력수준

- 전체 응답자 중, 최종학력이 4년제 대학 재학 및 졸업자인 응답자의 비율이 48.6%로 가장 높게 나타남.
- 고졸 이하의 응답자는 26.8%의 비율을 차지하였고, 전문대 재학 및 졸업자인 응답자가 16.7%이며 대학원 재학 이상의 응답자는 7.9%에 해당함.

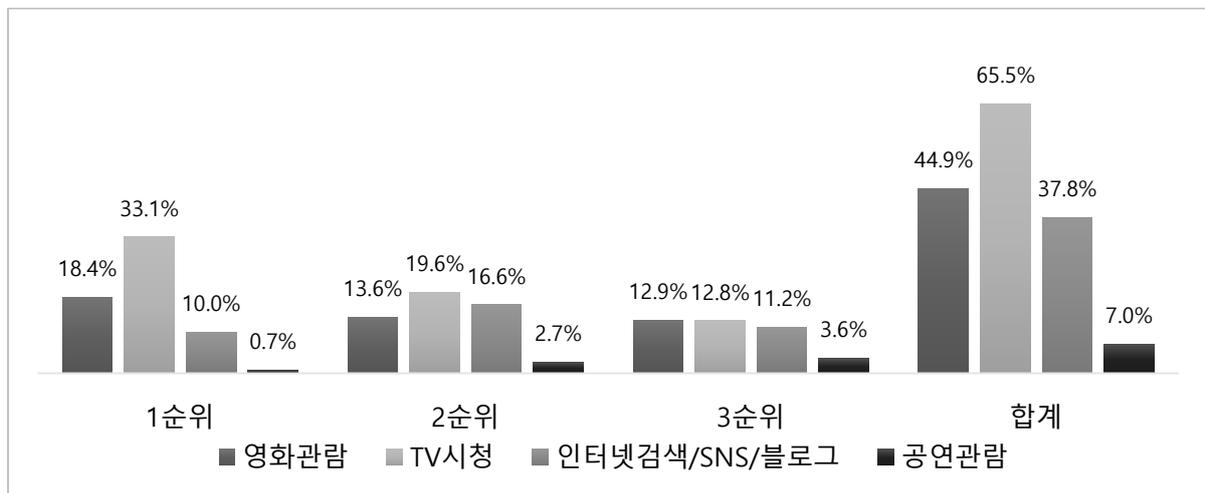


구분	고졸 이하	전문대 재학/졸업	4년제 대학 재학/졸업	대학원 재학 이상	합계
응답자수	287	178	520	84	1,069

3. 여가 활동 및 공연 관람 실태

○ 평상시 선호하는 여가 활동

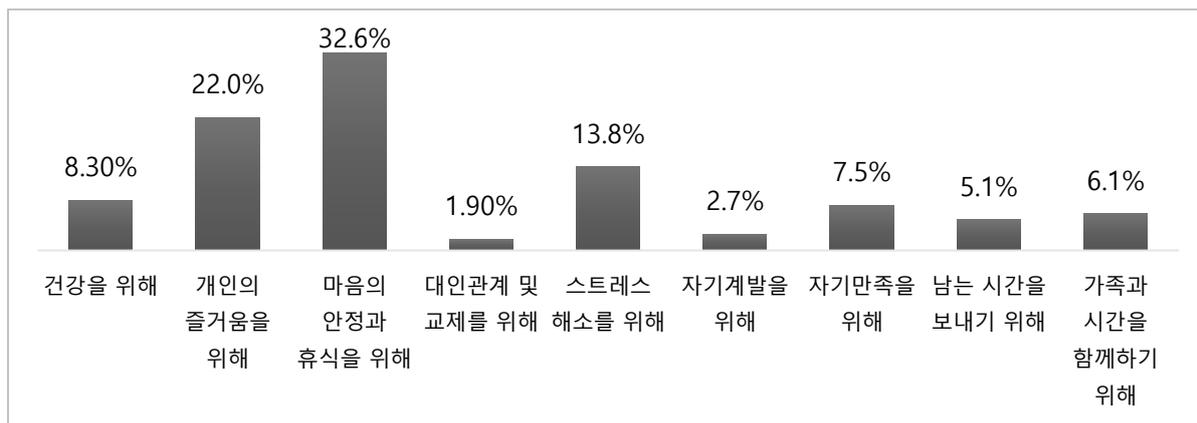
- 평상시 선호하는 여가 활동을 1순위, 2순위, 3순위에 걸쳐 조사한 결과, 'TV시청'이라는 답변이 가장 높은 비율을 차지했으며, '영화관람', '인터넷검색/SNS/블로그'등의 답변이 많았음.
- 또한, 'TV시청', '영화관람', '인터넷검색/SNS/블로그'활동을 선호하는 비율이 1, 2, 3순위 모두에서 과반수의 높은 비율을 차지함.
- 'TV시청'의 경우, 1순위에서 33.1%로 다른 여가 활동들에 비하여 압도적으로 높은 비율을 차지하였지만, 2순위와 3순위에서는 다른 여가 활동들과 비슷한 비율로 나타남.
- '영화관람'의 경우, 1순위에서 두 번째로 높은 비율인 18.4%를 차지하였고, 3순위에서 'TV시청'보다는 다소 높은 12.9%로 가장 높게 나타남.
- '인터넷검색/SNS/블로그'의 경우, 2순위에서 16.6%로 두 번째로 높은 비율로 나타남.
- '공연관람'의 경우, 1순위에서 0.7%, 2순위에서 2.7%, 3순위에서 3.6%의 미미한 비율을 차지하였지만, 1순위에서 3순위로 갈수록 조금씩 선호도가 상승하는 것으로 나타남.



구분	영화관람	TV시청	인터넷검색/SNS/블로그	공연관람	기타	합계
응답자수	1순위	197	354	107	7	1,069
	2순위	145	210	177	29	1,069
	3순위	138	137	120	38	1,069
	합계	480	701	404	74	3,207

○ **여가활동 주된 목적**

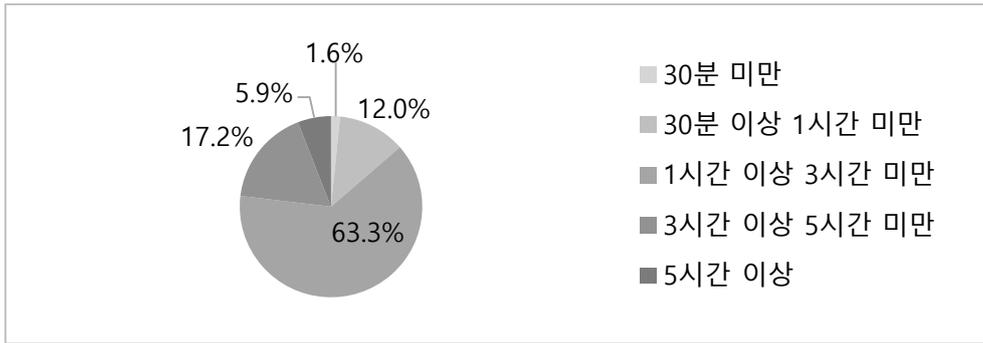
- 여가활동(1순위 응답)을 즐기는 주된 목적을 조사한 결과, '마음의 안정과 휴식을 위해'라는 응답이 32.6%로 가장 높은 비율을 차지하였고, '개인의 즐거움을 위해', '스트레스 해소를 위해'순으로 나타났으며, 이는 전체 응답의 약 70%를 차지하는 것으로 나타남.



구분	응답자수
건강을 위해	89
개인의 즐거움을 위해	235
마음의 안정과 휴식을 위해	348
대인관계 및 교제를 위해	20
스트레스 해소를 위해	148
자기계발을 위해	29
자기만족을 위해	80
남는 시간을 보내기 위해	54
가족과 시간을 함께하기 위해	65
기타	1
합계	1,069

○ **여가 활동 1회 소요시간**

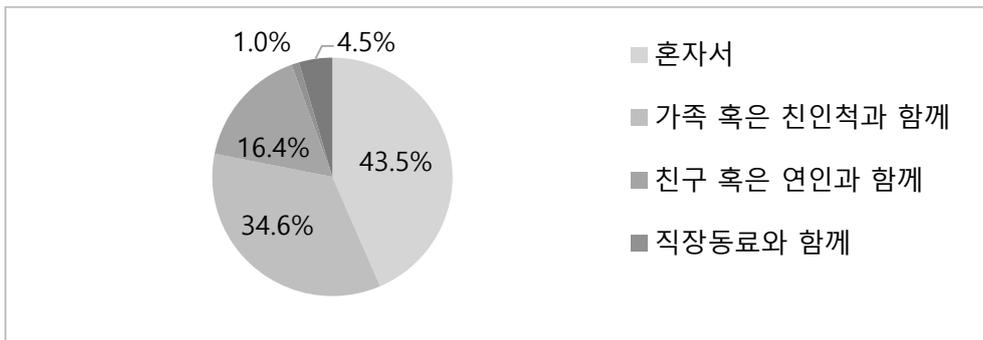
- 여가 활동(1순위 응답) 1회 소요시간을 조사한 결과, 평균 '1시간 이상 3시간 미만'의 응답이 63.3%로 가장 높게 나타났고, '3시간 이상 5시간 미만', '30분 이상 1시간 미만', '5시간 이상', '30분 미만'의 순으로 나타남.
- 약 80%에 해당하는 높은 비율의 응답자가 '1시간 이상 5시간 미만'의 시간을 여가 활동에 투자하는 것으로 나타남.



구분	30분 미만	30분 이상 1시간 미만	1시간 이상 3시간 미만	3시간 이상 5시간 미만	5시간 이상	합계
응답자수	17	128	677	184	63	1,069

○ 여가 활동 동반자

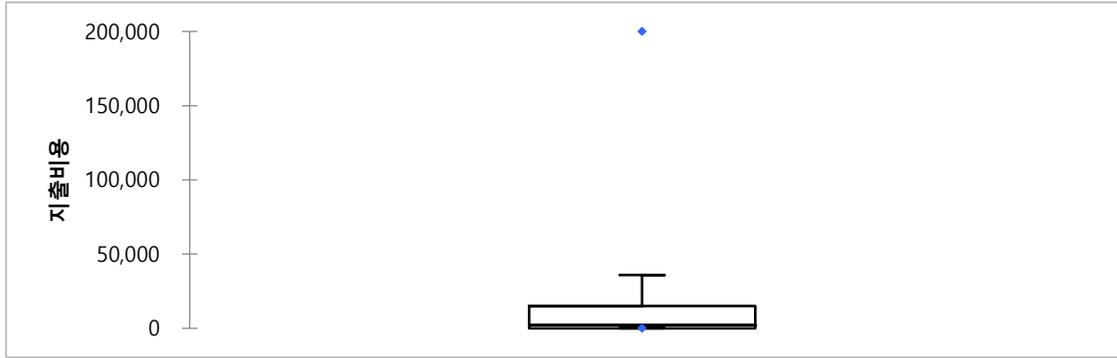
- 응답자의 43.5%는 '혼자서'(1순위에 응답한) 여가활동을 즐기고 있으며, 가족 및 친인척과 함께 즐긴다는 응답자의 비율도 34.6%로 높게 나타남.



구분	혼자서	가족 혹은 친인척과 함께	친구 혹은 연인과 함께	직장동료와 함께	동호회(종교단체 등 포함) 회원과 함께	합계
응답자수	465	370	175	11	48	1,069

○ 여가활동 1회 평균 지출비용

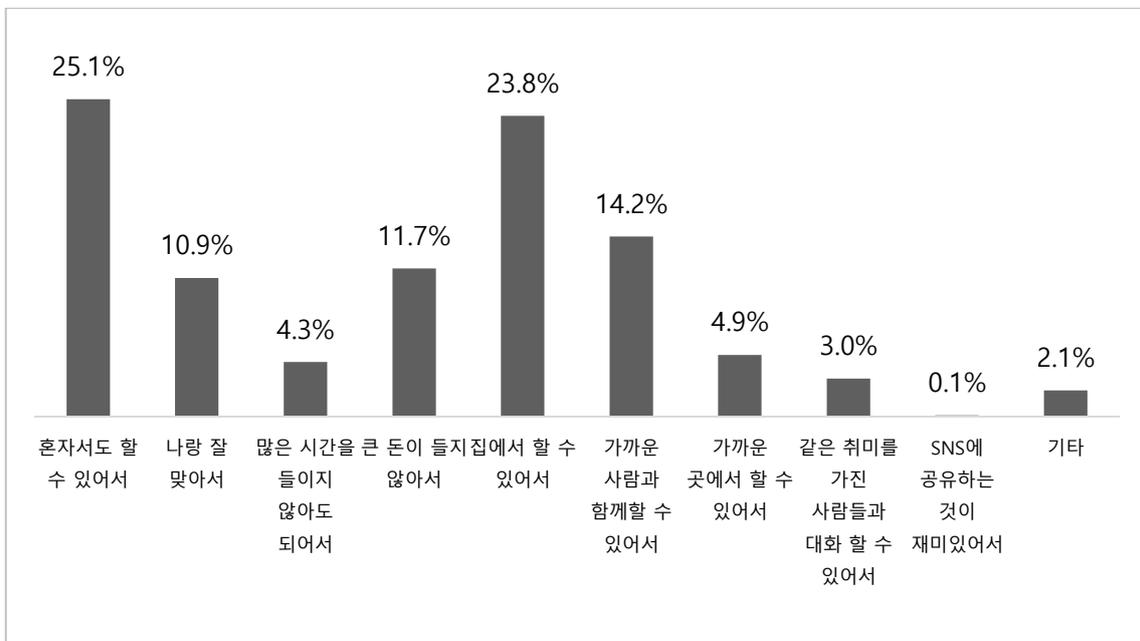
- 평균적으로, 가장 선호하는 여가활동을 1회 하는 데에 약 ₩10,800의 금액을 지출하는 것으로 응답함. 지출비용은 응답자 별로 편차가 상당히 크게 나타나며, 절반 가량의 응답자는 1회당 ₩2,000이하의 금액을 지출하는 것으로 조사됨.



구분	최소값	1사분위수	중간값	3사분위수	최대값	평균	응답자수
지출비용	₩0	₩0	₩2,000	₩15,000	₩200,000	₩10,803	1,069

○ 여가활동 선호 이유

- 여가활동(1순위 응답)을 선호하는 주된 이유를 조사한 결과, '혼자서도 할 수 있어서(25.1%)'와 '집에서 할 수 있어서(23.8%)'의 응답이 절반에 가까운 비율을 차지하였음. 이를 통해 큰 노력을 들이지 않고 손쉽게 할 수 있는 여가활동을 선호하는 것을 알 수 있으며, 최근에 혼자서 문화를 소비하는 트렌드가 확산되고 있음을 (예: 영화, 뮤지컬) 감안할 때 예술관객 확대에 시사하는 바가 큼.
- 그 다음으로는, '가까운 사람과 함께할 수 있어서(14.2%)' 또는 '큰 돈이 들지 않아서(11.7%)'라는 답변도 많았음.



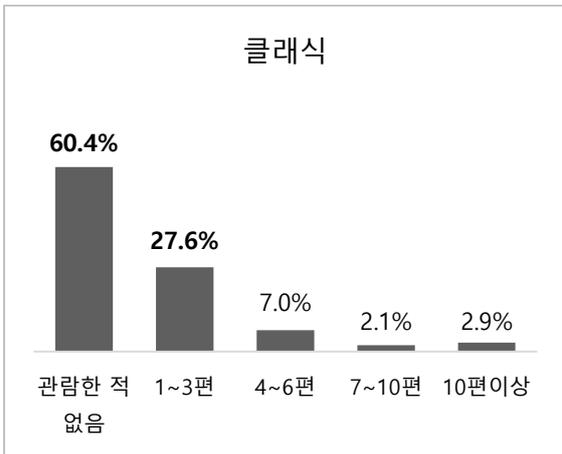
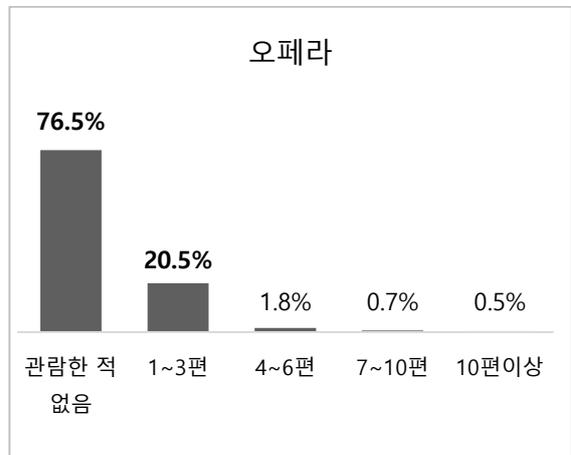
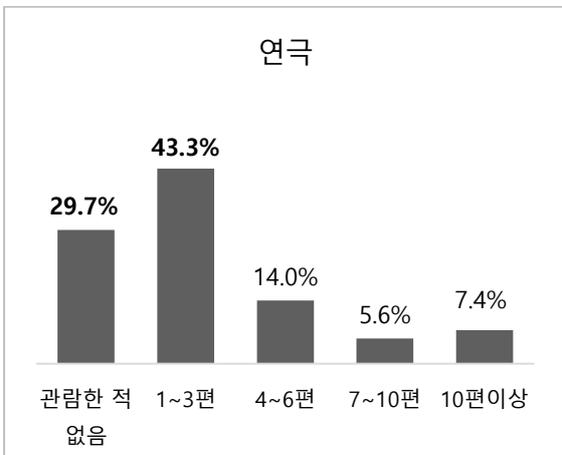
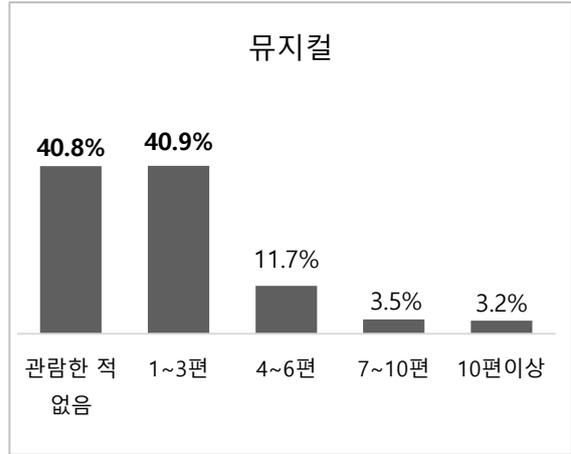
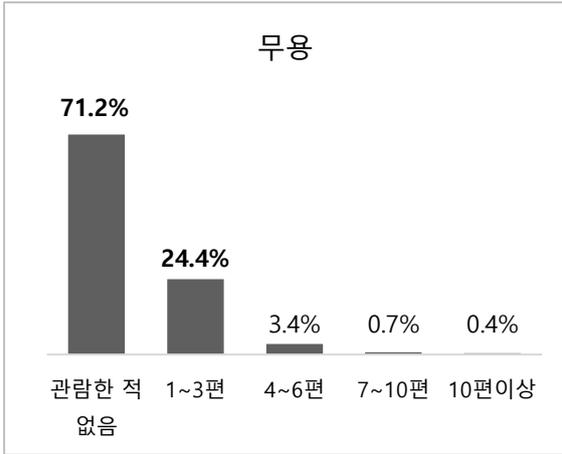
구분	응답자수
혼자서도 할 수 있어서	268
나랑 잘 맞아서	117
많은 시간을 들이지 않아도 되어서	46
큰 돈이 들지 않아서	125
집에서 할 수 있어서	254
가까운 사람(친구, 연인, 가족)과 함께할 수 있어서	152
가까운 곳에서 할 수 있어서	52
같은 취미를 가진 사람들과 대화할 수 있어서	32
SNS(인스타그램, 페이스북, 블로그)에 공유하는 것이 재미있어서	1
기타	22
합계	1,069

4. 공연 예술 인식 및 비관람 요인

○ 장르별 직접관람 경험

- 전체 응답자 1,069명을 대상으로 장르별 직접관람 경험에 대해 조사한 결과, 해당 장르를 평생동안 관람한 경험이 전혀 없는 순수 비관객의 비율은 오페라(76.1%), 무용(71.1%), 클래식(60.4%), 뮤지컬(40.8%), 연극(29.7%) 순으로 높게 나타남.
- 한편, 해당 장르를 평생동안 1~3회 관람한¹⁵ 경험이 있는 경험 비관객의 비율은 연극(43.4%), 뮤지컬(40.9%), 클래식(27.6%), 무용(24.4%), 오페라(20.5%) 순으로 높게 나타남.

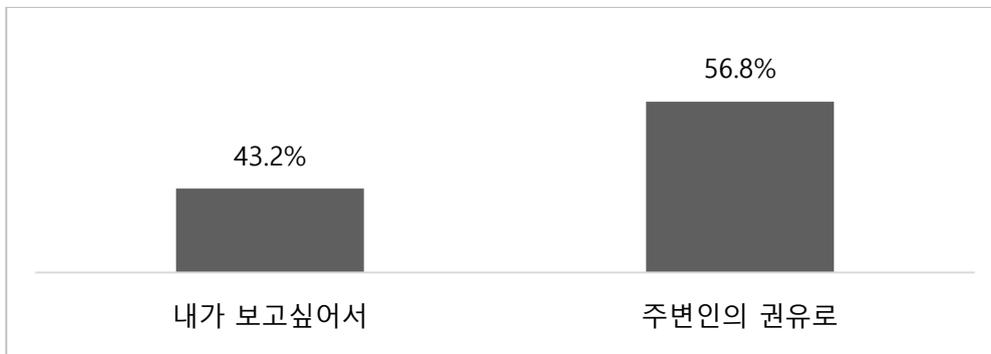
¹⁵ 설문은 각 장르별로 경험 비관객(20%)과 순수 비관객(80%)을 모집하였으나, 본 문항에서는 전체 응답자를 대상으로 5개 장르의 관람 경험을 질문함. 따라서, 한 장르의 순수 비관객으로 모집되었더라도 다른 장르는 관람한 경험이 많을 수 있음. (예: 오페라 순수 비관객의 뮤지컬 5회 관람 경험)



구분		무용	뮤지컬	연극	오페라	클래식
응답자수	관람한 적 없음	761	436	317	818	646
	1~3편	261	437	463	219	295
	4~6편	36	125	150	19	75
	7~10편	7	37	60	8	22
	10편 이상	4	34	79	5	31
	합계	1,069				

○ **경험 비관객 공연관람 계기**

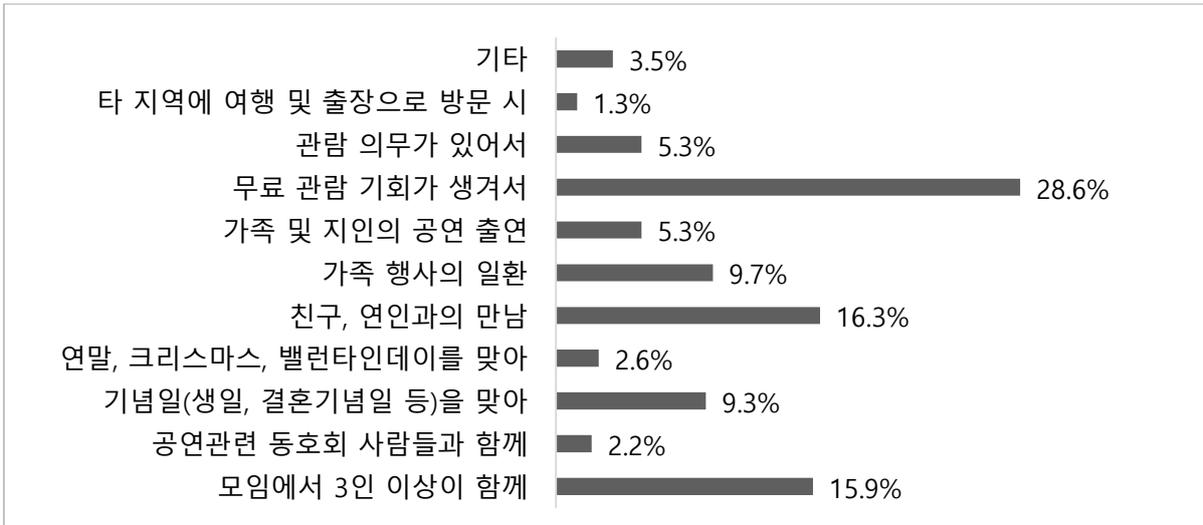
- 전체 응답자 중 경험 비관객 227명을 대상으로 공연관람 계기에 대해 조사한 결과, 주변인의 권유로 해당 장르를 관람한 응답자는 56.8%, 자신의 의지에 의해 관람한 응답자는 43.2%에 해당함.
- 경험 비관객의 과거 관람 경험 시 주변인의 권유에 의해 관람을 한 응답자가 다소 많았음.



구분	내가 보고 싶어서	주변인의 권유로	합계
응답자수	98	129	227

○ **경험 비관객 공연관람 상황**

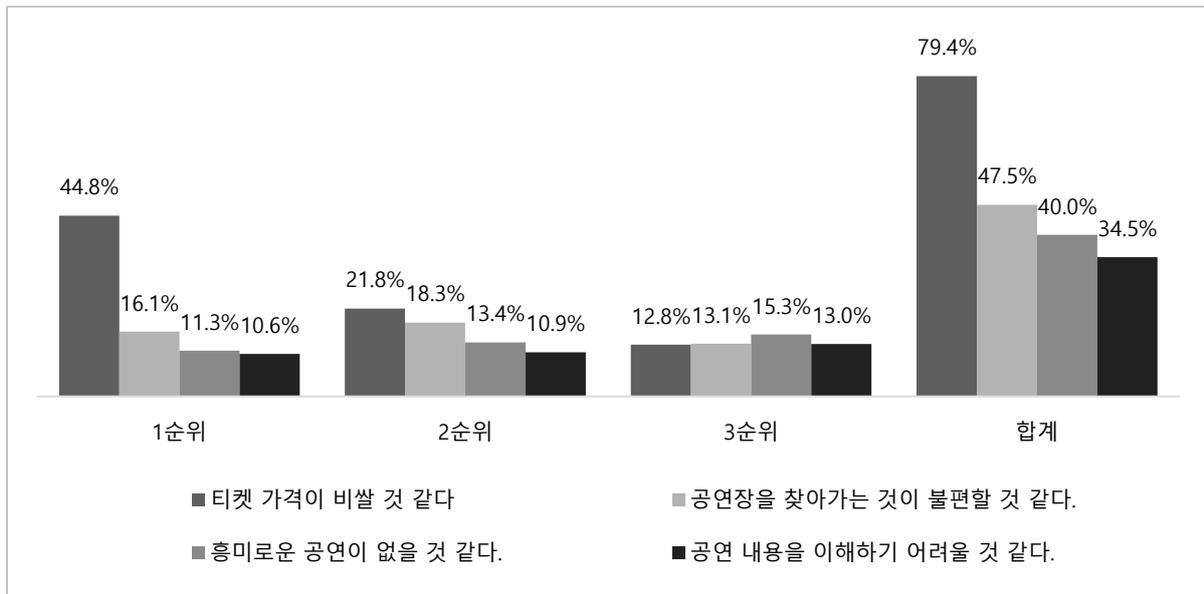
- 경험 비관객의 공연관람 상황에 대하여 조사한 결과, '초대권 등 무료 관람 기회가 생겨서' 해당 장르를 관람하였다는 응답이 28.6%의 비율로 가장 높게 나타남.
- 이어서, '친구, 연인과의 만남'(16.3%), '3인 이상이 함께하는 모임'(15.9%)에서 관람하게 되었다는 응답도 높은 순위로 나타남.



구분	응답자수
모임(친목, 회사)에서 3인 이상이 함께	36
공연관련 동호회 사람들과 함께	5
기념일(생일, 결혼기념일 등)을 맞아	21
연말, 크리스마스, 밸런타인데이를 맞아	6
친구, 연인과의 만남	37
가족 행사의 일환 (졸업 연주회, 학예 발표회 등 포함)	22
가족 및 지인의 공연 출연	12
무료 관람 기회가 생겨서 (예: 초대권, 무료공연)	65
관람 의무가 있어서 (학교 과제, 업무상)	12
타 지역(국내 및 해외)에 여행 및 출장으로 방문 시	3
기타	8
합계	227

○ 공연 비관람 이유

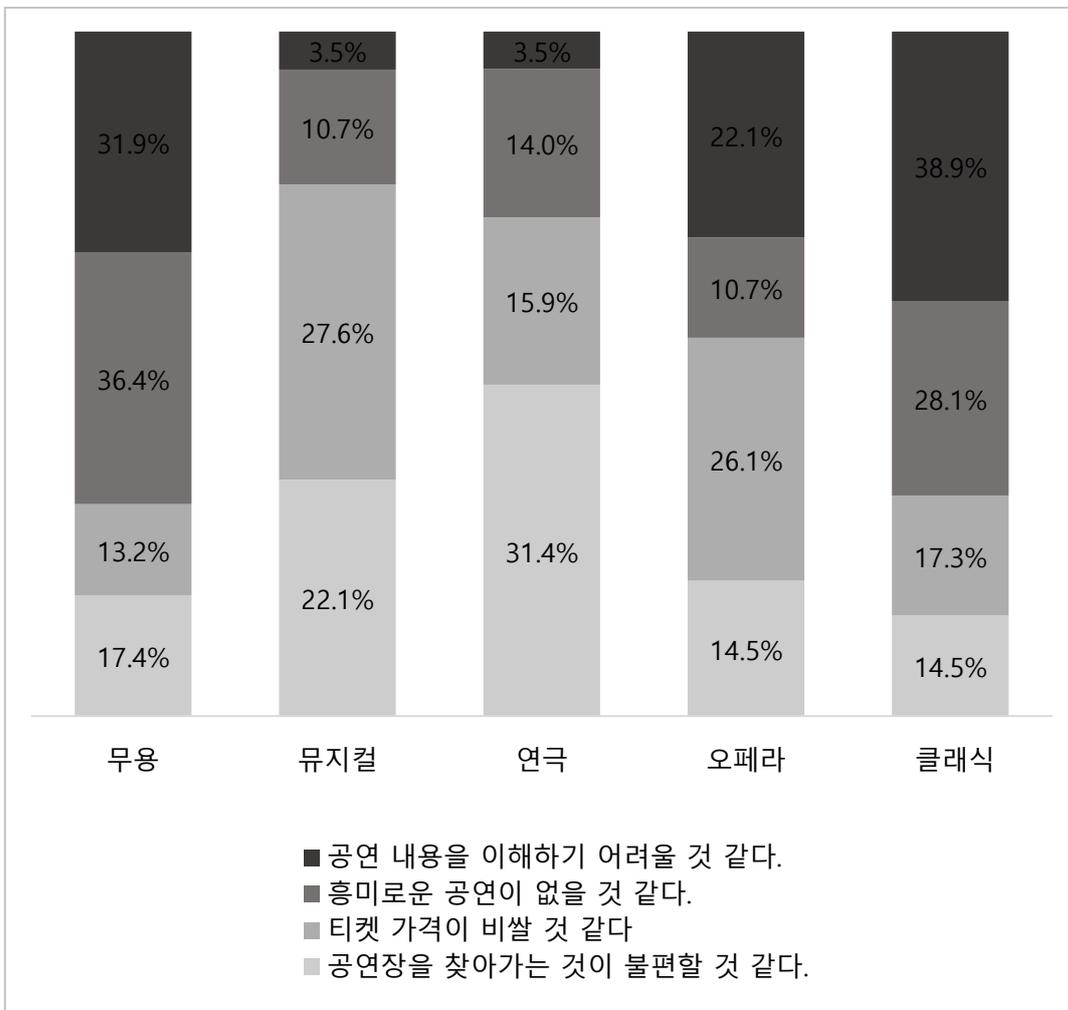
- 공연을 비관람 이유를 조사한 결과, '티켓가격이 비쌀 것 같다'라는 응답이 가장 높은 비율로 나타났으며, '공연장을 찾아가는 것이 불편할 것 같다', '흥미로운 공연이 없을 것 같다', '공연 내용을 이해하기 어려울 것 같다'의 응답 순으로 나타남.
- '티켓가격이 비쌀 것 같다'의 경우 1순위에서 44.8%로 다른 비관람 이유에 비하여 압도적으로 높은 비율을 차지하였지만, 2순위에서 다른 비관람 이유와 비슷한 비율인 21.8%로 가장 높게 나타남.
- '공연장을 찾아가는 것이 불편할 것 같다'의 경우 1순위에서 두 번째로 더 높은 비율인 14.4%에 해당하였고, 2,3순위에서도 두 번째로 높은 비율로 나타남.
- '흥미로운 공연이 없을 것 같다'의 경우, 3순위에서 15.3%로 가장 높은 비율을 차지하는 것으로 나타남.



구분	티켓 가격이 비쌀 것 같다	공연장을 찾아가는 것이 불편할 것 같다.	흥미로운 공연이 없을 것 같다.	공연 내용을 이해하기 어려울 것 같다	기타	합계
응답자수	1순위	479	172	121	113	1,069
	2순위	233	196	143	117	1,069
	3순위	137	140	164	139	1,069
	합계	849	508	428	369	3,207

○ 장르별 공연 비관람 이유

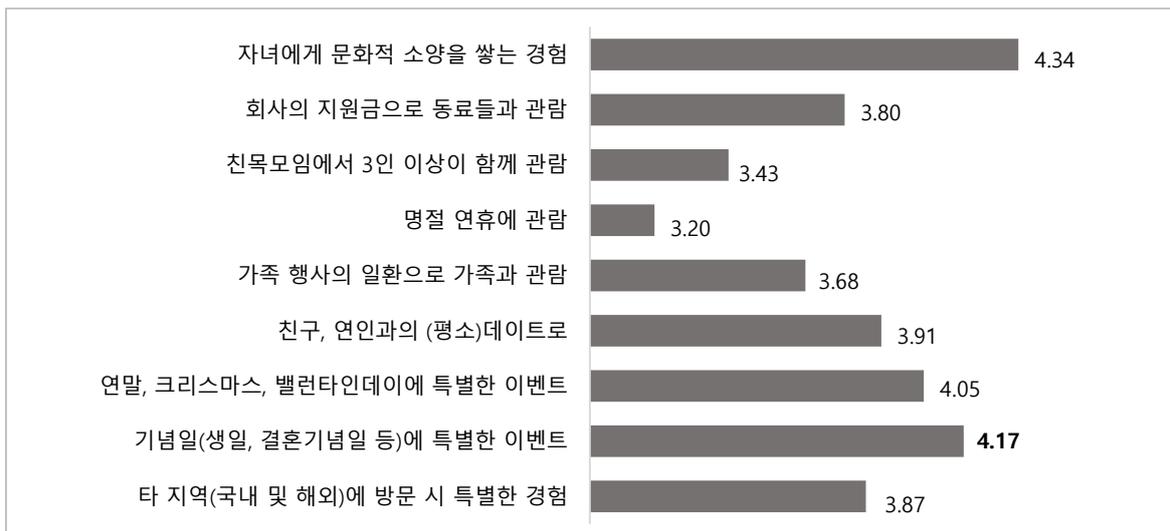
- 공연 비관람 이유를 장르별로 나누어 조사한 결과, 각 장르별 차이가 뚜렷하게 나타남.
- 연극의 경우, '공연장을 찾아가는 것이 불편할 것 같다'는 응답이 31.4%의 비율로 가장 높게 나타났는데, 이는 대부분의 연극 공연장이 일부 지역(예: 대학로)에 밀집된 것과 관련이 있는 것으로 유추됨.
- 뮤지컬과 오페라의 경우, '티켓가격이 비쌀 것 같다'는 응답이 각각 27.6%와 26.1%의 비율로 가장 높게 나타남.
- 반면에 무용과 클래식인 경우, '공연 내용을 이해하기 어려울 것 같다'는 응답이 각각 31.9%와 38.9%를 차지하며 높은 비율을 보였고, '흥미로운 공연이 없을 것 같다'는 응답 역시 각각 36.4%와 28.1%로 높게 나타남.



구분		공연장을 찾아가는 것이 불편할 것 같다.	티켓 가격이 비쌀 것 같다	흥미로운 공연이 없을 것 같다.	공연 내용을 이해하기 어려울 것 같다.	기타	합계
응답자수	무용	30	63	44	36	42	215
	뮤지컬	38	132	13	4	23	210
	연극	54	76	17	4	53	204
	오페라	25	125	13	25	37	225
	클래식	25	83	34	44	29	215

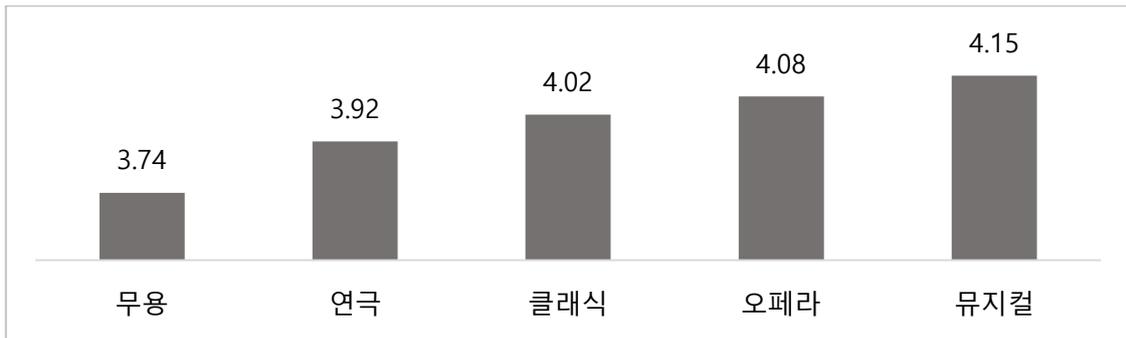
○ 상황 별 공연관람에 대한 흥미

- 전체 응답자를 대상으로 비용, 시간 등의 모든 물리적 제약이 해결되었다는 가정 하에, 제시된 각 관람 상황 별로 얼마나 흥미가 있는지를 1(전혀 흥미가 없다)에서 7(매우 흥미가 있다)의 7점 척도로 측정하였음.
- 제시된 9가지 상황 중 '자녀에게 문화적 소양을 쌓는 경험(4.34)' 을 위한 관람에 대한 흥미가 가장 높은 것으로 조사됨.
- 다음으로, '기념일(생일, 결혼기념일 등)에 특별한 이벤트(4.17)'; '연말, 크리스마스, 밸런타인데이에 특별한 이벤트(4.05)' 로 관람하는 상황에 대한 흥미 정도가 높은 것으로 나타남.



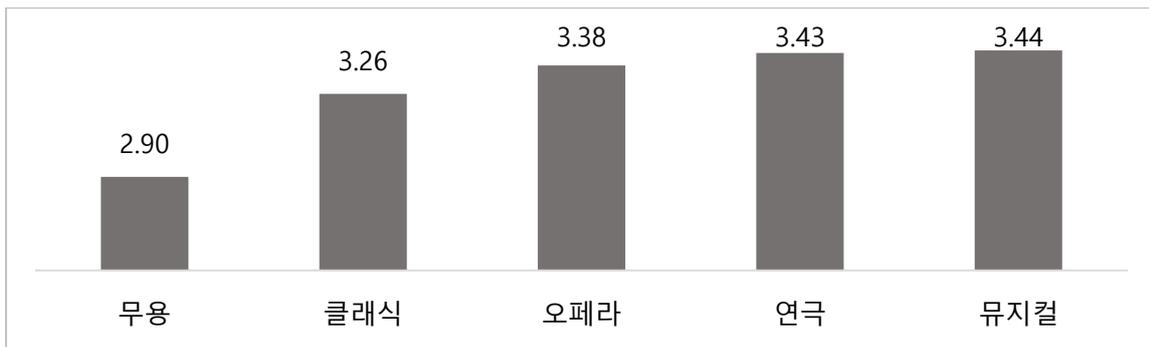
○ 공연 장르별 호감도

- 전체 응답자를 대상으로 각 장르에 대한 호감도를 1(호감이 가지 않는다)에서 7(호감이 간다)의 7점 척도를 기준으로 조사하였고, 전체 응답자의 평균값을 아래의 그래프에 요약하였음.
- 각 장르별 호감도는 뮤지컬(4.15)이 가장 높고, 오페라(4.08), 클래식(4.02) 연극(3.92), 무용(3.72) 순으로 나타남.¹⁶



○ 향후 관람의향

- 전체 응답자를 대상으로 각 장르에 대한 향후 관람 의향을 1(매우 낮다)에서 7(매우 높다)의 7점 척도를 기준으로 조사한 결과, 응답자 전체의 평균 응답값은 아래와 같음.
- 각 장르별 향후 관람의향은 뮤지컬(3.44)과 연극(3.43)이 가장 높고, 오페라(3.38) 클래식(3.26), 무용(2.90) 순으로 나타남.



¹⁶ 오페라 장르에 대한 호감도가 상대적으로 높게 나온 것은 비관객 응답자의 일부가 뮤지컬과 오페라를 혼동하는 경우가 많았기 때문인 것으로 판단됨 (예: 오페라의 유령)

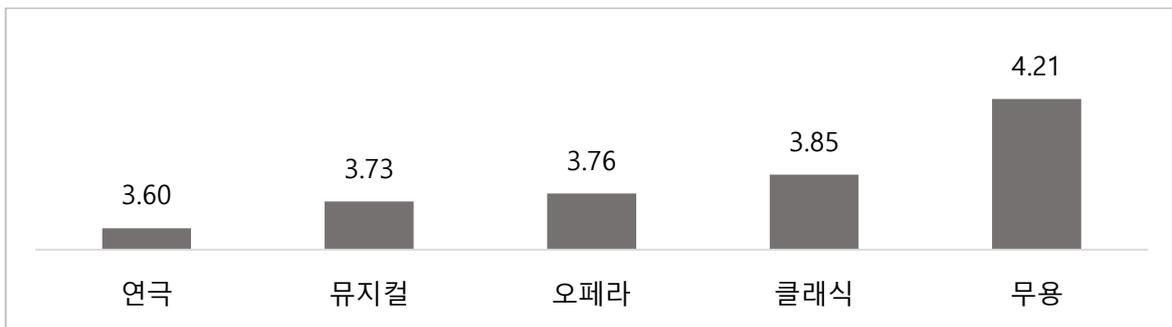
○ 공연 장르별 최대 지불 용의 금액

- 전체 응답자를 대상으로 각 장르에 대한 최대 지불 용의 금액을 1만원에서 30만원 사이에서 금액을 제시하게 하였고, 전체 응답의 평균값은 다음과 같음.
- 각 장르별 최대 지불 용의 금액은 오페라(₩58,580)가 가장 높게 제시되었고, 클래식(₩46,470), 뮤지컬(₩41,430) 무용(₩40,610), 연극(₩33,140) 순으로 나타났음. 각 장르별로 티켓 가격의 시세가 반영된 응답으로 생각됨.



○ 공연 장르별 수용저항

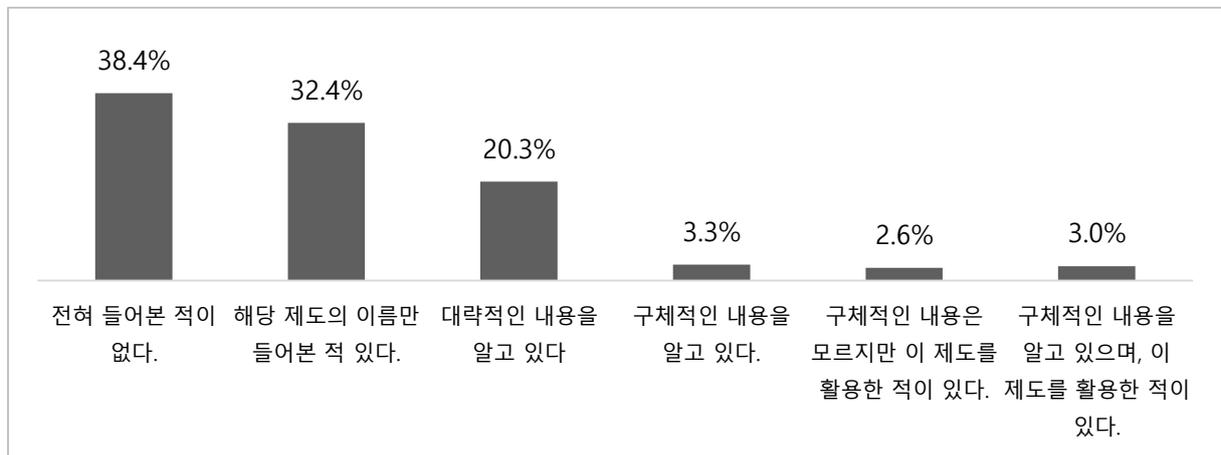
- 전체 응답자를 대상으로 각 장르의 예술 공연을 관람할 의향이 '얼마나 없는지' 거부 의사를 7점 척도를 기준으로 조사하였고, 전체 응답의 평균값을 제시함
- 각 장르별 수용저항은 무용(4.21)이 가장 높고, 클래식(3.85), 오페라(3.76) 뮤지컬(3.73), 무용(3.60) 순으로 나타남.



5. 정부 지원 정책

○ '문화가 있는 날' 정책 인지도

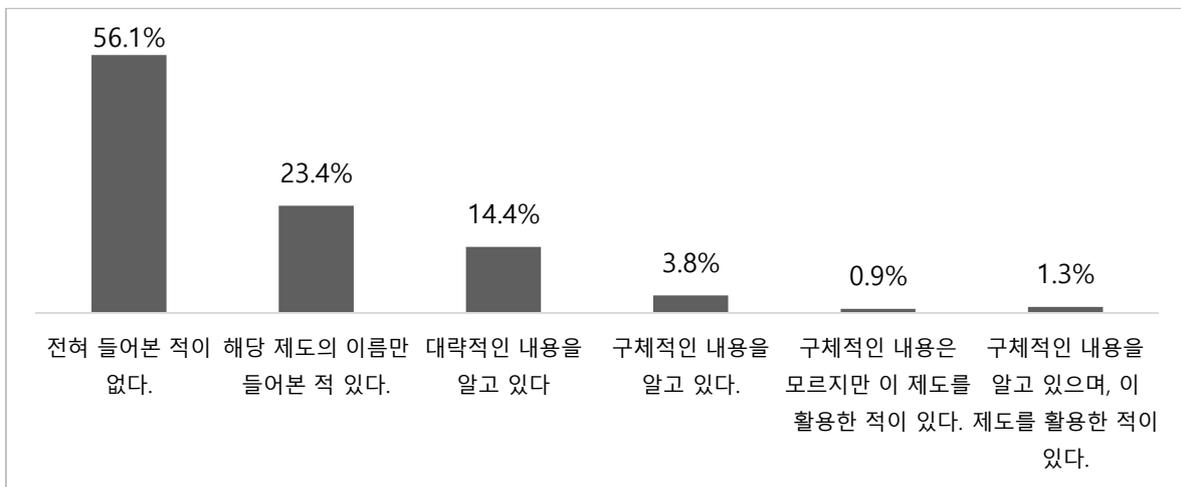
- 정부 지원 정책 인지도를 조사한 결과, '문화가 있는 날' 제도에 대해 전혀 들어보지 못한 응답자가 38.4%로 가장 높았고, 제도의 이름만 들어보았다는 응답이 비슷한 비율인 32.4%로 나타남.
- 해당 제도에 대하여 대략적인 내용을 알고 있는 응답자는 20.3%, 구체적인 내용을 알고 있는 응답자는 3.3%로 나타남.
- 70% 이상의 응답자가 해당 제도에 대하여 잘 모르고 있었으며, 26.6%의 응답자는 제도에 대하여 알고는 있지만 직접 활용한 적은 없는 것으로 나타남.
- 직접 제도를 활용한 경험이 있는 응답자들은 5.6%의 불과함.



구분	응답자수
전혀 들어본 적이 없다.	411
해당 제도의 이름만 들어본 적 있다.	346
대략적인 내용을 알고 있다.	217
구체적인 내용을 알고 있다.	35
구체적인 내용은 모르지만 이 제도를 활용한 적이 있다.	28
구체적인 내용을 알고 있으며 이 제도를 활용한 적이 있다.	32
합계	1,069

○ '공연티켓 1+1' 정책 인지도

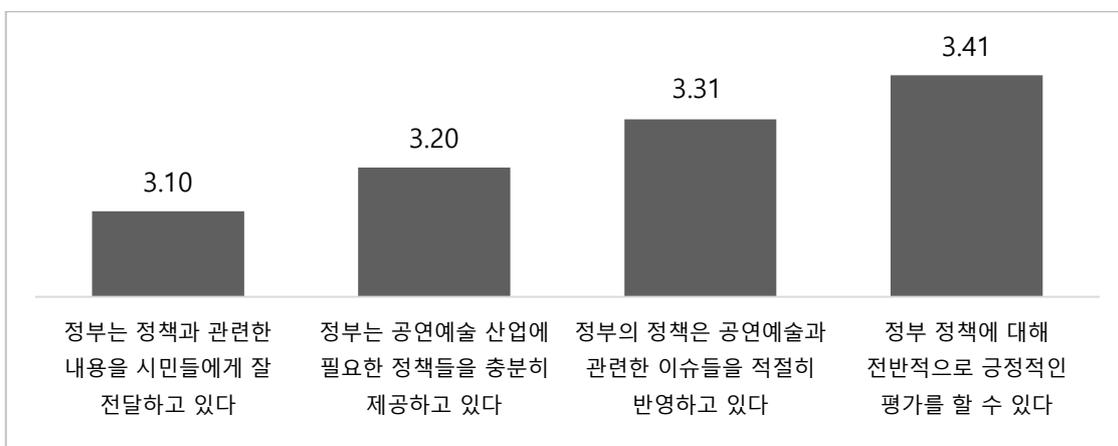
- 전체 응답자 중 '공연티켓 1+1' 제도에 대해 전혀 들어보지 못한 응답자가 절반 이상의 비율인 56.1%로 가장 높았고, 제도의 이름만 들어보았다는 응답이 23.4%로 나타남.
- 해당 제도에 대하여 대략적인 내용을 알고 있는 응답자는 전체의 14.3%, 구체적인 내용을 알고 있는 응답자는 전체의 3.8%로 나타남.
- 약 80%에 해당하는 높은 비율의 응답자가 제도에 대하여 잘 모르고 있었으며, 18.2%에 해당하는 응답자들이 제도에 대하여 알고 있지만 직접 활용한 적은 없는 것으로 나타남.
- 직접 제도를 활용한 경험이 있는 응답자들은 2.2%의 매우 낮은 비율을 차지함.



구분	응답자수
전혀 들어본 적이 없다.	600
해당 제도의 이름만 들어본 적 있다.	250
대략적인 내용을 알고 있다.	154
구체적인 내용을 알고 있다.	41
구체적인 내용은 모르지만 이 제도를 활용한 적이 있다.	10
구체적인 내용을 알고 있으며 이 제도를 활용한 적이 있다.	14
합계	1,069

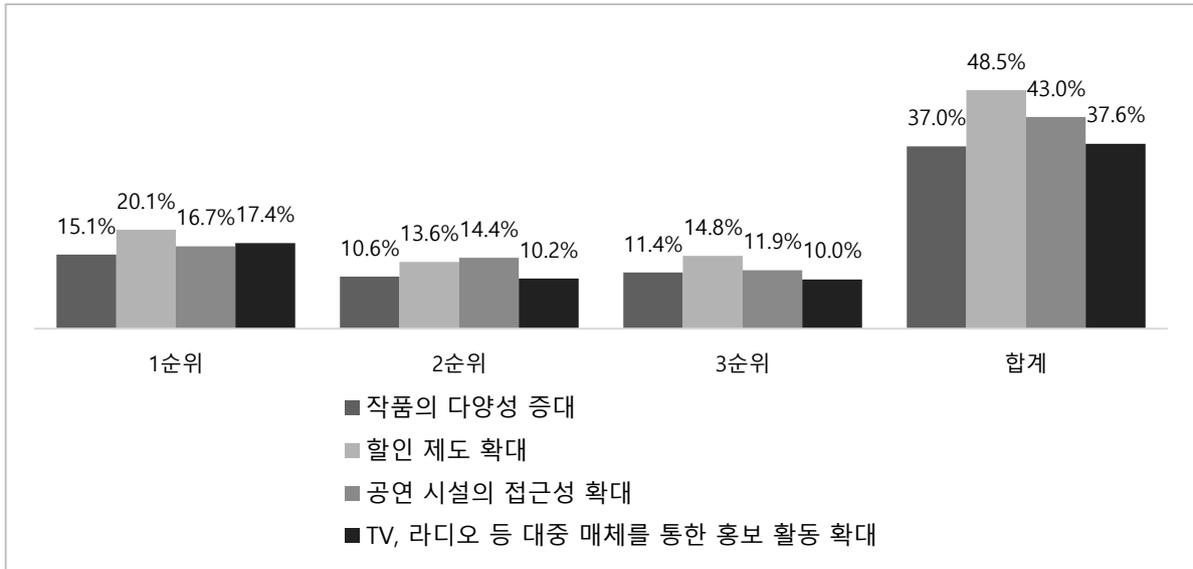
○ 전반적인 정부 정책 관련 동의하는 정도

- 전체 응답자를 대상으로 정부 정책에 대하여 얼마나 동의하는 지를 1(전혀 그렇지 않다)에서 7(매우 그렇다)의 7점 척도를 기준으로 조사하였고, 전체 응답의 평균값은 아래와 같음.
- '정부 정책에 긍정적인 평가를 할 수 있다(3.41)', '정책과 관련한 내용을 시민들에게 잘 전달하고 있다(3.10)', '공연 예술산업에 필요한 정책들을 충분히 제공하고 있다(3.20)', '정책은 공연 예술과 관련한 이슈들을 적절히 반영하고 있다(3.31)'의 순으로 나타남.
- 전반적인 정부 정책에 대한 평가는 다소 부정적인 수준으로 나타남.



○ 정부정책에 바라는 점

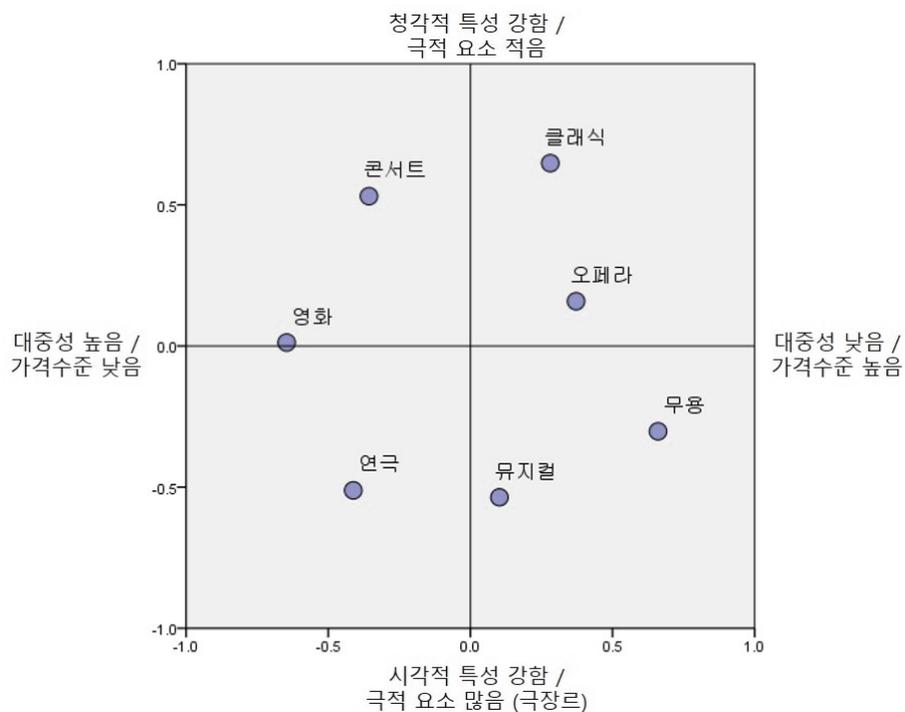
- 정부정책 측면에서 보다 보완되기를 희망하는 요소로는 '할인제도 확대'가 전체의 48.5%를 차지하며 가장 높게 나타났으며, '공연 시설의 접근성 확대', '대중 매체를 통한 홍보활동 확대', '작품의 다양성 증대'순으로 나타남.
- '할인제도 확대'의 경우, 1순위, 3순위에서 가장 높은 비율을 차지하였고 2순위에서도 두 번째로 높은 비율로 나타남.
- '공연 시설의 접근성 확대'의 경우, 2순위에서 '할인 제도 확대'보다 더 높은 비율인 14.4%에 해당하였고, 3순위에서도 두 번째로 높은 비율로 나타남.
- '대중 매체를 통한 홍보활동 확대'의 경우, 1순위에서 두 번째로 높은 비율인 17.4%에 해당하는 것으로 나타남.



항목		작품의 다양성 증대	할인 제도 확대	공연 시설의 접근성 확대	TV, 라디오 등 대중 매체를 통한 홍보 활동 확대	그 외 응답	합계
응답자수	1순위	161	215	179	186	328	1,069
	2순위	113	145	154	109	548	1,069
	3순위	122	158	127	107	555	1,069
	합계	396	518	460	402	1,431	3,207

제 3 절. 지각도 분석

- **지각도 분석(perceptual mapping) 절차:** 공연 예술 각 장르에 대한 비관객의 인식(perception)을 파악하기 위하여 5개 장르 및 영화, 콘서트 관람과 관련하여 각 행위가 얼마나 유사하게 느껴지는지의 '장르간 유사성'을 7점 척도로 평가하도록 함. (대중문화와의 상대적 위치를 파악하기 위해 분석에 영화와 콘서트를 포함시킴)
- **지각도 설문 표본:** 비관객 설문조사 응답자 1,069명 중 랜덤으로 선정된 응답자 355명이 2차 설문조사에서 지각도 설문에 응답하였음.
- **지각도 분석 결과**
 - 도출된 지각도를 세로 축(Y축)을 기준으로 나누어 보았을 때, 좌측에는 상대적으로 대중성이 높고 가격수준이 낮은 장르(영화, 연극, 콘서트)가 위치한 반면, 우측에는 대중성이 낮고 가격수준이 높은 장르(무용, 오페라, 클래식, 뮤지컬)가 위치함.
 - 즉, 비관객들은 장르별 유사성 및 차이를 인식함에 있어 대중성 및 가격 수준을 주된 기준으로 활용함을 유추할 수 있음.
 - 한편, 아래 그림의 지각도를 가로 축(X축)을 기준으로 나누어 보았을 때, 상부 측에



는 상대적으로 청각적 속성이 강한 동시에 극적요소가 적은 특성을 지닌 장르(클래식, 콘서트, 오페라)가 위치한 반면, 하부 측에는 시각적 속성이 강한 동시에 극적요소가 많은 장르(뮤지컬, 연극, 무용)가 위치함.

- 이를 통해 공연 예술의 형태적 특성이 비관객의 공연 예술 구분에 주된 기준으로 활용됨을 알 수 있음.

○ 영화, 콘서트와의 대비

- 지각도 분석 시 대중문화인 '영화'와 '콘서트'를 함께 포함하여 분석함으로써 예술 공연 장르들과의 유사성 인식을 측정함.
- '영화 관람'을 기준으로 보았을 때, 연극과 뮤지컬이 상대적으로 가까이 위치한 반면, 다른 공연 예술 장르는 먼 거리에 위치함. 이는 영화 관객을 연극 및 뮤지컬 관객으로 유도하는 방안이 효과적일 수 있음을 시사함(예: 영화를 소재로 한 연극이나 뮤지컬 기획).
- '콘서트 관람'행위를 기준으로 보았을 때, 가까이에 클래식과 오페라 장르가 위치함. 이를 통해 대중음악 콘서트 관람의 대체재로 고려할 수 있는 공연 예술 분야가 클래식 및 오페라라는 점을 알 수 있으며 마찬가지로 콘서트 관람객이 클래식 공연의 잠재고객이 될 수 있음을 시사함.

IV. 비관객 세분화 및 세분시장 특성 분석

IV. 비관객 세분화 및 세분시장 특성 분석

제 1절. 공연 예술 비관객 세분화

1. 비관객 세분화 기준

○ 군집분석의 정의와 적용

- 군집분석(cluster analysis)은 연구대상이 가지고 있는 다양한 특성을 고려하여, 비슷한 특성을 가진 그룹으로 묶는 통계적 방법이며, 하나로 묶여진 그룹을 군집(cluster)이라고 함. 군집분석은 변수가 취하는 값들의 움직임을 파악하여, 변수의 특성에 따라 그룹을 어떻게 나누는 것이 바람직한 것인지에 분석의 초점이 맞추어져 있음. 마케팅 분야에서는 소비자를 대상으로 비슷한 소비유형을 갖는 집단을 파악함으로써, 시장이 어떻게 세분화되어 있는지(market segmentation)를 확인하기 위해 군집분석을 활용하고 있음. 본 연구에서는 공연 예술에 대한 태도와 인식을 기준으로 군집분석을 실시함.

○ 군집분석 기준 변수

- **기준 변수 1: '공연 예술에 대한 태도'** - 어의차이 척도(semantic differential scale)를 활용해 '호감이 가지 않는다/호감이 간다', '흥미롭지 않다/흥미롭다', '나쁘다/좋다', '매력적이지 않다/매력적이다'의 총 네 가지 항목을 7점 척도로 측정 후 평균값 계산
- **기준 변수 2: '수용저항'** - 리커트 척도(Likert scale)를 활용해 '나는 공연을 볼 마음이 생기지 않는다', '나는 공연을 보고 싶지 않다', '나는 공연에 대한 관심이 없고 보기 귀찮다', '주변인이 공연 관람을 권유하더라도 나는 거절할 것이다'의 총 네 가지 항목을 '매우 동의하지 않는다/매우 동의한다'의 7점 척도로 측정 후 평균값 계산

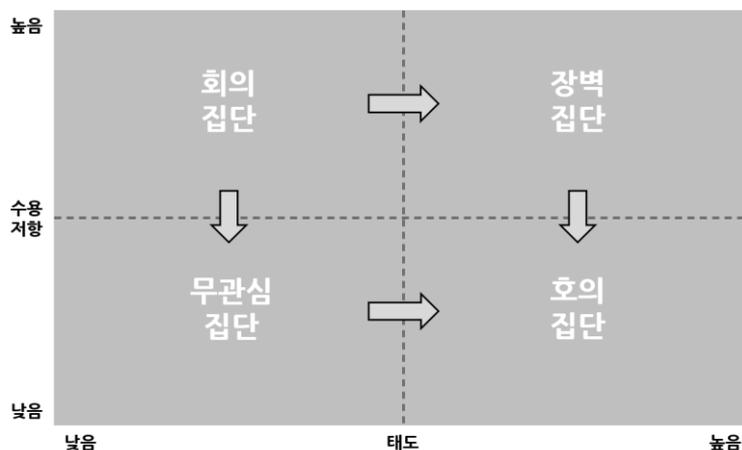
2. 비관객 세분화 결과

- '공연 예술에 대한 태도'와 '수용저항'의 두 변수를 기준으로 군집분석을 한 결과, 공연 예술 비관객을 네 개의 군집으로 나눌 때 각 군집의 크기가 고르고 응답의 방향성에서 뚜렷한 차이가 나타남.
 - 첫 번째 집단은 태도가 긍정적이고 수용저항이 낮은 집단으로 공연 예술에

전반적으로 호의적인 태도를 보이는 집단임.

- 두 번째 집단은 태도는 긍정적인 편이나 수용저항이 다소 높은 집단으로 물리적·심리적 장벽으로 인해 비관객에 머물러 있는 집단임.
- 세 번째 집단은 태도가 부정적이지만 수용저항도 동시에 낮은 집단으로 공연 예술에 대해 관심이 적을 뿐 뚜렷한 반감은 갖고 있지 않은 집단임.
- 마지막 집단은 태도도 부정적이고 수용저항도 매우 높은 집단으로 공연 예술에 대해 강한 회의를 갖고 있는 집단임.
- '호의 집단'이 예술관객 확대를 위해 가장 먼저 공략해야 하는 집단이며, '장벽 집단'과 '무관심 집단'이 차 순위로 고려될 집단임. 장벽 집단을 관객으로 전환하기 위해서는 수용저항을 제거해야 하며, 무관심 집단을 관객으로 전환하기 위해서는 공연에 대한 편견을 없애는 등 태도변화를 유도해야 함 (아래 그림의 화살표 방향 참조)
- '회의 집단'은 관객 전환에 상당한 시간과 노력이 필요한 집단임.

항목	군집			
	호의 집단 (211명)	장벽 집단 (462명)	무관심 집단 (189명)	회의 집단 (207명)
태도	매우 높음 (5.61)	높음 (4.25)	낮음 (2.95)	낮음 (2.68)
수용저항	낮음 (2.09)	높음 (4.19)	낮음 (2.43)	매우 높음 (6.10)
순수비관객	낮음 (7.6%)	차이 없음 (16.5%)	높음 (25.4%)	높음 (23.2%)



제 2절. 비관객 세분집단(segment) 특성¹⁷

1. 세분집단별 인구통계

항목	군집			
	호의 집단 (211명)	장벽 집단 (462명)	무관심 집단 (189명)	회의 집단 (207명)
성별	여성 비율 높음 (48.3%)	차이 없음	차이 없음	남성 비율 높음 (71.5%)
연령 (객관식)	20대 비율 높음 (18.0%)	20대 비율 높음 (16.2%)	40대 비율 높음 (24.9%)	40대 비율 높음 (23.7%)
연령 (주관식)	46.27세	46.05세	47.70세	48.57세
직업 ¹⁸	전업주부 비율 높음 (22.7%)	차이 없음	차이 없음	자영업 비율 높음 (17.9%)
가구 소득 ¹⁹ (월 평균)	약간 높음 (43.1%)	차이 없음 (40.9%)	차이 없음 (40.2%)	차이 없음 (40.1%)
학력 ²⁰	4년제 재/졸 비율 높음 (49.8%)	4년제 재/졸 비율 높음 (50.6%)	고졸이하 비율 높음 (32.8%)	차이 없음
부모 학력 ²¹	차이 없음	4년제 재/졸 비율 높음 (50.6%)	차이 없음	차이 없음
혼인 상태	미혼 비율 높음 (32.7%)	미혼 비율 높음 (31.4%)	기혼 비율 높음 (72.5%)	기혼 비율 높음 (69.1%)
교제 상대 유무 (미혼 기준)	있음 비율 높음 (39.1%)	없음 비율 높음 (71.0%)	있음 비율 높음 (34.0%)	없음 비율 높음 (72.7%)
가족 형태	차이 없음	차이 없음	성인 자녀와 동거 비율 높음 (34.9%)	차이 없음

¹⁷ 비율 및 평균값의 높고, 낮음은 전체 응답자 기준에 비해 해당 군집에서의 비율이나 평균이 상대적으로 높고 낮음을 의미함. 각 항목별 세부 통계치는 부록(Appendix)을 참고.

¹⁸ 모든 군집에서 '사무직(강사/교사/공무원 포함)'으로 응답한 비율(평균 33.6%)이 가장 높음.

¹⁹ 객관식 문항 중 '400~499만원', '500만원 이상'으로 응답한 비율.

²⁰ 모든 군집에서 '4년제 대학 재학/졸업'으로 응답한 비율(평균 48.6%)이 가장 높음.

²¹ 모든 군집에서 '고졸 이하'로 응답한 비율(평균 48.6%)이 가장 높음.

- **성별:** 전체 응답자 중 남성의 비율이 62.5%로 나타난 가운데, 세분집단별 성별 분포는 '호의 집단'에서 여성비율이 높고 '회의 집단'에서 남성비율이 높은 것으로 나타남.
- **연령:** 전체 응답자의 연령 분포는 50대(25.3%), 60대(24.3%), 40대(19.5%) 순으로 높게 나타났으며, '호의 집단'과 '장벽 집단'에서는 20대가 많고 '무관심 집단'과 '회의 집단'에서는 40대 비율이 높게 나타남. 이 결과는 여성과 젊은 층에서 상대적으로 공연 예술에 대한 관심이 높다는 기존 연구결과와 상통한다고 볼 수 있음.
- **직업:** 전체적으로 사무직(강사/교사/공무원 포함)이 33.6%로 가장 높았는데, '호의 집단'에서는 전업주부의 비율이 높고 '회의 집단'에서는 자영업의 비율이 높은 것으로 파악됨.
- **가구 소득:** 가구 소득의 경우 500만원 이상(25.8%), 200만원대(21.7%) 순으로 집계된 가운데, '호의 집단'에서 소득수준이 다소 높은 것으로 드러남. 이를 통해, 여가시간이 많고 소득수준이 높을수록 공연 예술에 대한 태도가 긍정적일 것임을 간접적으로 유추할 수 있음.
- **학력 및 부모 학력:** '호의 집단'과 '장벽 집단'에서 4년제 재/졸의 비율이 상대적으로 높은 반면, '무관심 집단'에서는 고졸이하의 비율이 상대적으로 높음. 부모의 학력은 '장벽 집단'에서 4년제 재/졸의 비율이 다소 높은 것으로 나타남. 기존 연구에서는 대표적인 사회적자본인 본인 학력과 부모의 학력이 공연 예술 소비에 선형적인 영향을 미친다는 결론이 많았으나, 본 군집분석 결과에서는 비관객 세분집단 사이에 뚜렷한 상관성을 포착하기 쉽지 않음.
- **혼인 상태 및 교제 상대 유무:** 전체 응답자 중 기혼의 비율이 67.4%로 나타난 가운데, '호의 집단'과 '장벽 집단'에서는 미혼자 비율이 상대적으로 높고 '무관심 집단'과 '회의 집단'에서는 기혼자 비율이 상대적으로 높게 나타남. 미혼일 경우 교제 상대가 있는지를 묻는 응답에서는 '호의 집단'과 '무관심 집단'에서는 있다는 응답이, '장벽 집단'과 '회의 집단'에서는 없다는 응답이 다소 높은 것으로 파악됨.
- **가족 형태:** '무관심 집단'에서만 성인 자녀와 동거하는 비율이 상대적으로 높은 것으로 집계됨. 이는, 가사의 부담이 적은 미혼자일수록 공연 예술에 대한 태도가 긍정적일 것이라는 해석이 가능하나, 교제 상대의 유무나 가족 형태가 공연 예술에 대한 태도와는 뚜렷한 상관성을 보이지는 않는다고 볼 수 있음.

2. 세분집단별 라이프스타일

항목	군집			
	호의 집단 (211명)	장벽 집단 (462명)	무관심 집단 (189명)	회의 집단 (207명)
사적 자의식 ²²	높음 (5.15)	보통 (4.61)	낮음 (4.19)	보통 (4.72)
공적 자의식 ²³	높음 (4.67)	보통 (4.41)	낮음 (4.01)	보통 (4.42)
변화에 대한 저항 ²⁴	보통 (4.00)	약간 높음 (4.14)	낮음 (3.58)	약간 높음 (4.18)
지위 표현 소비 ²⁵	약간 낮음 (3.24)	높음 (3.52)	약간 낮음 (3.21)	낮음 (3.01)
사회계층 이동성 관련 인식 ²⁶	보통 (3.99)	약간 높음 (4.21)	낮음 (3.56)	약간 높음 (4.26)
사회적 지위 관련 인식 ²⁷	약간 높음 (4.73)	보통 (4.81)	약간 높음 (4.71)	낮음 (4.96)
라이프 스타일 ²⁸	Thinkers (4.63) Innovators (4.44)	Thinkers (4.30) Innovators (4.18)	Thinkers (3.74) Innovators (3.61)	Thinkers (3.99) Survivors (3.81)

- 사적/공적 자의식: 전체 응답자의 사적 자의식 정도는 4.66으로 나타난 가운데, '호의 집단'에서 상대적으로 높은 응답을 '무관심 집단'에서 상대적으로 낮은 응답을 보임. 공적 자의식 정도는 평균적으로 4.39 수준의 응답을 보였으며, 사적 자의식과 마찬가지로 '호의 집단'에서 높은 응답을, 그리고 '무관심 집단'에서 낮은 응답을 보임.

²² 타인이 직접적으로 관찰할 수 없는 자신의 내적 측면에 주의를 기울이는 정도.

²³ 타인에게 직접적으로 보여지는 자신의 외적 이미지에 주의를 기울이는 정도.

²⁴ 지속성과 안정성을 지키려는 것이 새로운 변화와 발전에 저항하는 힘이 되는 경우를 말함.

²⁵ 사회적 지위를 갖는 상품을 구매하고자 하는 정도.

²⁶ "개인의 일생 동안 그 사람이 속한 사회계층은 거의 변하지 않는다"라는 문장에 동의하는 정도. 해당 응답이 '높음'인 경우, 사회계층이동성을 낮게 인식하는 것을 의미함.

²⁷ 현재 본인의 사회적 지위에 대한 응답으로 7점 척도로 측정하였으며, 1점에 가까울수록 상위 지위에 속하는 것을 의미.

²⁸ VALS 문항의 일부를 발췌하여 측정하였으며, 크게 1. Innovators (새로움, 모험 추구형) / 2. Experiencers (유행 추구형) / 3. Makers (DIY 추구형) / 4. Achievers (리더십 추구형) / 5. Thinkers (사색, 배움 추구형), 6. Survivors (위험 회피, 현실 안주형)로 구분됨.

이 결과는 '호의 집단'에서 자기 자신의 내·외적인 면에 더 많은 주의를 기울이는 반면, '무관심 집단'에서는 자신의 내·외적인 면에 상대적으로 관심이 적다고 해석할 수 있음.

- **변화에 대한 저항:** 전체 응답자의 변화에 대한 저항 정도는 4.02로 나타났으며, '장벽 집단'과 '회의 집단'에서 다소 높은 응답을 기록함. 변화에 대한 저항이 높을수록 공연 예술에 대한 수용저항 또한 높은 것이라 해석할 수 있는데, 비관객은 기존에 향유하지 않던 공연 예술을 관람하는 행위 또한 삶을 살아가는 방식의 변화로 인식하는 것으로 판단됨.
- **지위 표현 소비:** 평균적으로 3.31로 낮은 응답을 기록했지만, '장벽 집단'에서 상대적으로 높은 수준을 보임. 평상시 지위를 표현하기 위한 소비 경향성과 공연 예술에 대한 태도 사이에는 뚜렷한 상관성이 포착되지 않음.
- **사회계층 이동성 관련 인식:** 평균적으로 4.06로 나타났으며, '무관심 집단'에서 두드러지게 낮은 응답을 기록함. 다시 말해 '무관심 집단'에서는 사회계층 이동이 가능하다고 생각하는 비율이 상대적으로 높음. 현재 자신이 속한 사회적 지위에 대한 응답은 평균적으로 4.81로 나타났으며, 마찬가지로 '회의 집단'에서 낮은 응답치를 보임. 두 항목 모두 공연 예술에 대한 태도와 뚜렷한 상관성을 찾기 어려움.
- **라이프 스타일:** 마지막으로 VALS를 축약한 라이프스타일 문항에 따르면, 모든 집단에서 Thinkers의 경향성이 가장 두드러지는 가운데 '회의 집단'에서만 Survivors 경향성이 2순위로 나타남. 이는, '회의 집단'의 위험 회피적이고 현실 안주적인 경향성이 공연 예술에 대한 회의적인 태도와 연관성이 있음을 시사함.

3. 세분집단별 여가활동

항목	군집			
	호의 집단 (211명)	장벽 집단 (462명)	무관심 집단 (189명)	회의 집단 (207명)
선호 여가 활동 (1순위)	TV 시청 (31.3%)	TV 시청 (33.1%)	TV 시청 (30.7%)	TV 시청 (37.2%)
	영화 관람 (18.5%)	영화 관람 (17.7%)	영화 관람 (23.8%)	영화 관람 (15.0%)

선호 여가 활동 (1-3순위 통합)	TV 시청 (19.9%) 영화 관람 (14.4%) 인터넷/SNS/블로그 (13.1%)	TV 시청 (22.2%) 영화 관람 (15.4%) 인터넷/SNS/블로그 (13.0%)	TV 시청 (21.3%) 영화 관람 (16.2%) 인터넷/SNS/블로그 (10.8%)	TV 시청 (23.7%) 영화 관람 (13.5%) 인터넷/SNS/블로그 (12.9%)
여가 활동 목적	자기 만족을 위해 비율 높음 (9.5%)	차이 없음	가족과 시간을 함께하기 위해 비율 높음 (9.5%)	남는 시간을 보내기 위해 비율 높음 (8.2%)
1회 소요 시간²⁹	약간 높음 (27.1%)	차이 없음 (23.4%)	약간 낮음 (18.5%)	차이 없음 (22.7%)
함께 하는 대상	혼자서 (45.5%) 가족/친인척 (36.5%)	혼자서 (43.5%) 가족/친인척 (33.1%)	혼자서 (39.2%) 가족/친인척 (34.9%)	혼자서 (45.4%) 가족/친인척 (35.7%)
1회 지출 비용	약간 낮음 (10,100원)	차이 없음	약간 높음 (11,600원)	차이 없음
선호 이유	집에서 할 수 있어서 (22.7%) 혼자서 할 수 있어서 (20.9%)	혼자서 할 수 있어서 (29.4%) 집에서 할 수 있어서 (22.9%)	집에서 할 수 있어서 (23.3%) 혼자서 할 수 있어서 (20.6%)	집에서 할 수 있어서 (27.1%) 혼자서 할 수 있어서 (23.7%)

- **선호 여가 활동:** 집단 별 선호 여가 활동은 1순위 응답 만을 고려했을 때 TV 시청과 영화 관람의 순으로 나타났으며, 1~3순위 응답을 통합했을 때 TV 시청, 영화 관람, 인터넷/SNS/블로그의 순으로 나타나 비관객 세분집단간의 차이가 없었음.
- **여가 활동 목적:** 전반적으로 마음의 안정과 휴식을 위해(32.6%), 개인의 즐거움을 위해(22.0%)라는 응답이 가장 높은 비율을 보임. 집단별로는 '호의 집단'에서 자기 만족을 위해서라는 응답이, '무관심 집단'에서는 가족과 시간을 함께하기 위해서라는 응답이, '회의 집단'에서는 남는 시간을 보내기 위해서라는 응답이 상대적으로 높은 비율을 보임.
- **1회 소요 시간:** 3시간 이상이라 응답한 비율은 23.1%로 나타난 가운데, '호의

²⁹ 객관식 문항 중 '3시간 이상 5시간 미만', '5시간 이상'으로 응답한 비율.

집단'에서 약간 높고 '무관심 집단'에서 약간 낮은 비율을 보임. 함께 하는 대상은 공통적으로 혼자서라는 응답이 가장 높고, 가족/친인척과 함께라는 응답이 그 뒤를 이음.

- **1회 지출 비용:** 평균적으로 1만 800원 수준으로 집계되었으며, '호의 집단'에서 약간 낮고 '무관심 집단'에서 약간 높게 나타났으나 큰 차이 없음.
- **선호 이유:** 전체 응답자를 기준으로 혼자서도 할 수 있어서(25.1%)와 집에서 할 수 있어서(23.8%)라는 응답이 높은 비율을 보임. 집단별로 1순위와 2순위가 뒤바뀌는 경우도 있지만 비율상 큰 차이는 나타나지 않음.

4. 세분집단별 공연 예술 관련 태도

항목	군집			
	호의 집단 (211명)	장벽 집단 (462명)	무관심 집단 (189명)	회의 집단 (207명)
경험 비관객만 응답				
공연 관람 계기	내가 보고 싶어서 (60.5%)	주변인의 권유로 (62.6%)	주변인의 권유로 (65.4%)	주변인의 권유로 (76.9%)
공연 관람 상황	무료 관람 기회 (25.0%) 친구, 연인과의 만남 (18.4%)	무료 관람 기회 (30.3%) 친구, 연인과의 만남 (15.2%)	무료 관람 기회 (30.8%) 친구, 연인과의 만남 (23.1%)	무료 관람 기회 (30.8%) 모임에서 3인 이상 함께 (23.1%)
평균 티켓 가격	약간 높음 (7만원 이상 18.3%)	약간 높음 (5만원 이상 31.4%)	차이 없음	낮음 (무료 57.7%)
만족도	높음 (5.42)	약간 낮음 (4.59)	차이 없음 (4.81)	낮음 (3.96)
최초 관람 시기	약간 빠름 (고졸 이내 26.3%)	약간 빠름 (고졸 이내 28.3%)	약간 늦음 (고졸 이내 23.1%)	약간 늦음 (고졸 이내 19.2%)
전체 비관객 응답				
과거경험 (다섯 장르 평균)	높음 (1.84)	보통 (1.64)	낮음 (1.58)	낮음 (1.56)

공연 비관람 이유 (1순위)	가격 저항 높음 (②, 55.0%)	가격 저항 높음 (②, 47.2%)	접근성 저항 높음 (①, 19.6%)	흥미도 낮음 (⑤, 20.3%)
공연 비관람 이유 (1-3순위 통합)	가격 저항 (27.3%) 물리적 접근성 (17.5%) 정보적 접근성 (15.2%)	가격 저항 (26.5%) 물리적 접근성 (16.3%) 낮은 흥미도 (14.0%)	가격 저항 (26.5%) 물리적 접근성 (14.1%) 정보적 접근성 (12.2%)	가격 저항 (25.6%) 낮은 흥미도 (19.0%) 낮은 이해도 (14.7%)
동기 부여 상황	자녀 교육 (5.35) 기념일 이벤트 (5.27) 연말/성탄절 이벤트 (5.00)	자녀 교육 (4.45) 기념일 이벤트 (4.31) 연말/성탄절 이벤트 (4.18)	자녀 교육 (4.02) 기념일 이벤트 (3.86) 연말/성탄절 이벤트 (3.85)	자녀 교육 (3.37) 기념일 이벤트 (3.04) 연말/성탄절 이벤트 (2.94)
예상 티켓 가격 (다섯 장르 평균)	높음 (7.55만원)	약간 낮음 (7.05만원)	약간 낮음 (7.08만원)	차이 없음 (7.24만원)
과시적 소비³⁰ (타인 기준)	약간 높음 (3.55)	높음 (3.79)	낮음 (3.15)	매우 낮음 (2.96)
권위적 상품³¹	높음 (3.76)	높음 (3.75)	낮음 (3.15)	매우 낮음 (2.67)
자기표현³²	높음 (3.90)	높음 (3.81)	낮음 (3.18)	매우 낮음 (2.73)
자기이미지 일치성³³	매우 높음 (3.60)	높음 (3.16)	낮음 (2.72)	매우 낮음 (1.85)
가장 민감한 장벽³⁴	사용장벽 (3.91)	사용장벽 (4.35)	사용장벽 (4.12)	가치장벽 (4.89)
가장 둔감한 장벽	이미지장벽 (3.03)	이미지장벽 (3.81)	관습장벽 (3.06)	관습장벽 (3.58)

³⁰ 공연을 관람하는 타인이 과시적 목적으로 공연을 관람한다고 인식하는 정도

³¹ 공연 관람을 사회적으로 '권위'있는 것, 혹은 '사회생활'의 수단으로 인식하는 정도

³² 공연 관람이 타인에게 보여지는 자신의 이미지에 긍정적인 영향을 준다고 여기는 정도

³³ 공연 관람이 자신의 이미지와 잘 어울린다고 생각하는 정도

³⁴ 1. 사용장벽(공연을 이해하기 어려울 것이라는 예상) / 2. 가치장벽(다른 활동과 비교했을 때 자신에게 특별한 가치가 없다는 예상) / 3. 위험장벽(컨텐츠 품질에 대한 우려) / 4. 관습장벽(공연 관람이 보편적 여가활동과는 거리가 멀다는 인식) / 5. 이미지장벽(공연 관람에 대한 부정적 이미지)

정보적 접근성에 대한 우려	약간 낮음 (3.60)	높음 (4.00)	낮음 (3.22)	차이 없음 (3.72)
물리적 접근성에 대한 우려	약간 높음 (4.47)	약간 높음 (4.47)	낮음 (3.62)	약간 높음 (4.45)
핵심 추구 효용 ³⁵	정서적 효용 (5.09) 예술적 효용 (4.68)	정서적 효용 (4.16) 실질적 효용 (4.02)	정서적 효용 (3.55) 실질적 효용 (3.37)	정서적 효용 (2.50) 실질적 효용 (2.43)
구매 의도	매우 높음 (4.85)	약간 높음 (3.45)	약간 낮음 (3.11)	매우 낮음 (1.46)
지불 의도	매우 높음 (5.89만원)	차이 없음 (4.42만원)	차이 없음 (4.39만원)	매우 낮음 (3.00만원)

- **공연 관람 계기:** 해당 장르에 대해 일생 동안 1~3회의 관람 경험이 있는 경험 비관객들을 대상으로 관람 경험에 대한 질문을 실시함. 공연 관람 계기는 전체적으로 주변인의 권유로라는 응답이 56.8%의 비율을 보인 가운데, '호의 집단'에서만 내가 보고 싶어서라는 응답이 절반 이상(60.5%)을 기록함.
- **공연 관람 상황:** 전체 응답자를 기준으로 무료 관람 기회가 생겨서(28.6%)와 친구, 연인과의 만남(16.3%)이 높은 응답을 보였으며, '회의 집단'에서만 모임에서 3인 이상 함께라는 응답이 2순위로 집계됨.
- **평균 티켓 가격:** '호의 집단'에서 '회의 집단'으로 갈수록 낮아지는 선형적인 상관성을 보였으며, '회의 집단'에서는 무료 관람의 비율이 절반 이상(57.7%)로 매우 높게 나타남. 즉, 능동적으로 공연 예술을 관람하고 높은 비용을 지불한 경험이 있을수록 공연 예술에 대한 태도가 긍정적인 것으로 해석할 수 있음.
- **만족도:** 평균적으로 4.82로 나타난 가운데, '호의 집단'에서는 상대적으로 높은 만족도(5.42)를, '회의 집단'에서는 상대적으로 낮은 만족도(3.96)를 보임. 즉, 과거 관람 경험의 만족도가 높을수록 현재 공연 예술에 대한 태도가 긍정적일 수 있음을 시사함.

³⁵ 공연 관람을 통해 얻고자 하는 혜택으로 예술적 효용 / 실질적 효용 / 정서적 효용 / 과시적 효용 등으로 구분됨

- **최초 관람 시기:** 전체 응답자 기준 고등학교 재학 시절 이전에 첫 관람 경험을 가진 비율은 26.0%로 나타났으며, '호의 집단'과 '장벽 집단'이 다른 두 집단에 비해 첫 관람 경험 시기가 상대적으로 빠른 것으로 나타남. 이 결과는, 경험 시기가 빠를수록 현재 공연 예술에 대한 태도가 긍정적일 것이라는 해석이 가능함.
- **과거경험:** 비관객 전체 응답자를 대상으로 다섯 장르에 대한 과거 경험을 조사한 결과, '호의 집단'에서 '회의 집단'으로 갈수록 경험 수준이 낮은 것으로 나타남.
- **공연 비관람 이유:** 모든 집단에서 티켓 가격이 비쌀 것 같다(44.8%)는 응답이 가장 높은 비율을 보인 가운데, '무관심 집단'에서는 공연장을 찾아가는 것이 불편할 것 같다(19.6%)는 응답이, "회의집단"에서는 흥미로운 공연이 없을 것 같다(20.3%)는 응답이 상대적으로 높은 응답을 기록함. 비관람 이유의 1~3순위 응답을 통합할 경우 공통적으로 가격에 대한 저항이 가장 높은 비율을 보였으나, 2순위와 3순위 응답에서는 적지 않은 차이가 나타남. 특히, '회의 집단'에서 낮은 흥미도와 낮은 이해도가 각각 2순위와 3순위를 기록한 것이 특징적임. 즉, 모든 집단에서 가격이 가장 큰 장애 요인으로 작용하고 있으나, '호의 집단'에서는 가격에 대한 장벽을 낮추면 관객으로 전환될 확률이 높은 반면, 다른 집단에서는 다른 요인에 대해서도 추가적으로 저항을 낮춰야 할 필요가 있음. 구체적으로, '무관심 집단'은 물리적·정보적 접근성에 민감하게 반응하고 있고, '회의 집단'은 공연 예술 자체에 흥미가 낮다는 점에 주목해야 함.
- **동기 부여 상황:** 어떤 상황에서 공연 예술 관람을 긍정적으로 고려할 것이냐는 질문에 대해서는 공통적으로 자녀 교육(4.34), 기념일 이벤트(4.17), 연말/성탄절 이벤트(4.05)의 순으로 긍정적인 응답을 기록함. 그러나, '호의 집단'에서 '회의 집단'으로 갈수록 각 항목에 대한 응답치가 낮아지는 경향성이 포착됨. 이는, 자녀 교육이나 기념일 이벤트와 같은 특수 상황에서 비관객들이 공연 예술을 관람할 가능성이 높기는 하지만, '무관심 집단'과 '회의 집단'에서는 이러한 특수 상황에서조차 실제 관람으로 이어질 가능성은 높지 않다고 볼 수 있음.
- **예상 티켓 가격:** 다섯 장르 평균값을 기준으로 '호의 집단'에서 다소 높게, '장벽 집단'과 '무관심 집단'에서 다소 낮게 집계되었으나 공연 예술에 대한 태도와는 뚜렷한 상관성이 포착되지 않음.
- **과시적 소비:** 타인의 과시적 소비 성향에 대한 응답은 전체 응답자 기준 3.47로 다소 낮은 것으로 나타난 가운데, '호의 집단'과 '장벽 집단'에서 상대적으로 높은 응답이

관측됨.

- **권위적 상품:** 공연 예술을 권위적 상품으로 인식하는 정도 역시 평균 3.42로 다소 낮게 측정되었지만, '호의 집단'과 '장벽 집단'에서 상대적으로 높은 응답을 보임. 이 결과는, 공연 예술의 권위적이고 과시적인 속성에 민감하게 반응하는 것이 공연 예술에 대한 태도를 부정적으로 만들기 보다는 오히려 긍정적으로 만들 수도 있다는 근거가 될 수 있음.
- **자기표현:** 공연관람이 타인에게 보여지는 자신의 이미지에 긍정적 영향을 준다는 문장에 대해 동의하는 수준은 전체 응답자 평균 3.51로 다소 낮은 가운데, '호의 집단'에서 '회의 집단'으로 갈수록 선형적으로 감소하는 경향성을 보임.
- **자기이미지일치성:** 자기이미지일치성 역시 전체 평균은 2.92로 낮지만, '호의 집단'에서 '회의 집단'으로 갈수록 감소하는 추세가 관측됨. 즉, 비관객 집단에서 공연 예술을 자기 표현의 수단으로 삼거나 공연 예술과 자아 이미지가 일치한다고 인식하는 정도는 전반적으로 낮지만, 그 수준이 높을수록 공연 예술에 대해 긍정적인 태도를 형성하고 있다고 해석할 수 있음.
- **가장 민감한/둔감한 수용 장벽:** 다섯 가지 수용 장벽에 대해서는 '호의 집단', '장벽 집단', '무관심 집단'이 수용 장벽에 가장 민감한 반면, '회의 집단'은 가치 장벽에 가장 민감한 것으로 나타남(다섯 가지 수용 장벽의 의미는 각주 참조). 가장 둔감한 장벽으로는 '호의 집단'과 '장벽 집단'은 이미지 장벽을, '무관심 집단'과 '회의 집단'은 관습 장벽을 지적함. 즉, 전반적으로 비관객의 내용적 이해를 돕기 위한 노력이 필요하다고 볼 수 있으며, '회의 집단'은 공연 예술 자체에 가치를 느끼지 못하고 있음을 재차 확인할 수 있음.
- **정보적/물리적 접근성에 대한 우려:** 전체 응답자 기준으로 정보적 접근성에 대한 우려는 3.73이고, 물리적 접근성에 대한 우려는 4.32로 나타남. '장벽 집단'은 두 접근성에 대한 우려가 모두 높게 나타났고, '무관심 집단'은 모두 낮게 나타남. 즉, 비관객을 관객으로 전환하기 위해서는 공연장 수를 늘리고 교통 연결성을 제고하는 노력이 필요함. 특히, '장벽 집단'을 관객으로 개발하기 위해서는 두 가지 접근성을 개선함으로써 수용저항을 낮추는 접근 방법이 바람직해 보임.
- **핵심 추구 효용:** 네 가지 효용 (예술적, 실질적, 정서적, 과시적 효용) 중 핵심 추구 효용은 모든 집단에서 정서적 효용(3.91)이 가장 높은 응답을 기록함. 차순위 추구

효용으로는 '회의 집단'에서만 예술적 효용이라고 응답한 반면, 나머지 세 집단에서는 실질적 효용이라고 응답함. 주목해야 할 점은, 1순위인 정서적 효용에 대해서도 집단별 평균값에 상당한 편차가 나타난다는 것임. 즉, '무관심 집단'과 '회의 집단'에서는 공연 예술을 통해 특별히 어떤 효용을 누릴 수 있을 것이라 기대하지 않고 있다고 해석하는 것이 보다 바람직함.

- **구매/지불 의도:** 구매의도는 전체 응답자 평균 3.28을 기록한 가운데, '회의 집단'에서 '회의 집단'으로 갈수록 선형적으로 감소하는 추세를 보임. 지불 의도의 평균은 4.43만원이었으며, 마찬가지로 '회의 집단'에서 '회의 집단'으로 갈수록 지불 의도가 낮아짐을 확인할 수 있음.

5. 세분집단별 예술교육 경험 및 정부정책 관련 태도

항목	군집			
	회의 집단 (211명)	장벽 집단 (462명)	무관심 집단 (189명)	회의 집단 (207명)
교육 경험 ³⁶	높음 (43.6%)	차이 없음 (34.2%)	차이 없음 (31.2%)	낮음 (21.7%)
교육 시기 ³⁷	초등학교 재학 (44.6%)	초등학교 재학 (38.0%)	초등학교 재학 (42.4%)	초등학교 재학 (53.3%)
	성인 (21.7%)	고등학교 재학 (20.9%)	성인 (23.7%)	성인 (17.8%)
교육 기간 ³⁸	3년 이상 (29.4%)	3년 이상 (27.2%)	3년 이상 (27.1%)	3년 이상 (40.0%)
교육 정도 ³⁹	중고등 전공 이상 (12.0%)	중고등 전공 이상 (13.9%)	중고등 전공 이상 (13.6%)	중고등 전공 이상 (8.9%)
동호회 활동 ⁴⁰	약간 높음 (16.6%)	차이 없음 (13.9%)	높음 (18.0%)	낮음 (9.7%)

³⁶ 객관식 문항 중 '한 가지', '두 가지', '세 가지', '네 가지 이상'으로 응답한 비율

³⁷ 응답 비율 기준으로 1, 2순위를 기록. 교육 유경험자만 응답

³⁸ 객관식 문항 중 '3년 이상 5년 미만', '5년 이상 7년 미만', '7년 이상 10년 미만', '10년 이상'으로 응답한 비율. 교육 유경험자만 응답

³⁹ 객관식 문항 중 '중고등학교 전공', '대학 입시 대비', '대학(원) 전공', '기타'로 응답한 비율. 교육 유경험자만 응답

⁴⁰ 객관식 문항 중 '1시간 미만', '1시간 이상 3시간 미만', '3시간 이상 5시간 미만', '5시간 이상'으로 응답한

정보탐색 활동 ⁴¹	높음 (42.2%)	차이 없음 (24.2%)	차이 없음 (26.5%)	낮음 (12.1%)
문화가 있는 날 인지 정도 ⁴²	높음 (38.8%)	차이 없음 (30.3%)	차이 없음 (27.5%)	낮음 (18.3%)
문화가 있는 날 정책 평가	높음 (5.57)	차이 없음 (4.91)	낮음 (4.61)	낮음 (4.55)
공연티켓 1+1 인지 정도 ⁴³	높음 (27.0%)	차이 없음 (20.5%)	차이 없음 (23.3%)	낮음 (11.1%)
공연티켓 1+1 정책 평가	높음 (5.91)	차이 없음 (5.16)	낮음 (4.94)	낮음 (4.96)
정부정책 평가	높음 (3.39)	높음 (3.55)	낮음 (3.06)	매우 낮음 (2.65)
강화 요구 정책 (1순위)	대중매체 홍보확대 (22.7%) 할인 제도 확대 (17.1%)	할인 제도 확대 (22.1%) 접근성 확대 (16.2%)	접근성 확대 (22.2%) 할인 제도 확대 (20.1%)	대중매체 홍보확대 (20.3%) 할인 제도 확대 (18.8%)
강화 요구 정책 (1-3순위 통합)	할인 제도 확대 (16.3%) 접근성 확대 (14.5%) 대중매체 홍보확대 (13.9%)	할인 제도 확대 (17.1%) 접근성 확대 (14.5%) 작품 다양성 증대 (12.3%)	접근성 확대 (14.6%) 할인 제도 확대 (14.3%) 작품 다양성 증대 (12.9%)	할인 제도 확대 (15.6%) 접근성 확대 (13.5%) 대중매체 홍보확대 (12.7%)

- **예술교육 경험:** 예술교육 경험에 대한 응답은 '호의 집단'에서 '회의 집단'으로 갈수록 그 비율이 낮아지는 경향성이 나타남. 교육 유 경험자 가운데 교육 시기는 전체 응답자 기준으로 초등학교 재학 중(42.4%)과 성인(18.9%)의 비율이 높게 나타났으나,

비율

⁴¹ 객관식 문항 중 '1시간 미만', '1시간 이상 3시간 미만', '3시간 이상 5시간 미만', '5시간 이상'으로 응답한 비율

⁴² 객관식 문항 중 '대략적인 내용을 알고 있다', '구체적인 내용을 알고 있다', '구체적인 내용은 모르지만 이 제도를 활용한 적이 있다', '구체적인 내용을 알고 있으며, 이 제도를 활용한 적이 있다'로 응답한 비율

⁴³ 객관식 문항 중 '대략적인 내용을 알고 있다', '구체적인 내용을 알고 있다', '구체적인 내용은 모르지만 이 제도를 활용한 적이 있다', '구체적인 내용을 알고 있으며, 이 제도를 활용한 적이 있다'로 응답한 비율

집단별 차이는 뚜렷하지 않음. 교육 기간은 '호의 집단'에서 다소 높게, '회의 집단'에서 높게 나타남. 교육 정도는 대부분 취미 교양 수준(87.3%)인 것으로 집계됨. 즉, 예술 교육과 관련한 변수들 중에서는 교육 경험의 유무만이 공연 예술에 대한 태도와 유의미한 상관성을 보였으며, 교육 시기, 교육 기간, 교육 정도 등은 뚜렷한 상관성이 포착되지 않음.

- **동호회/정보탐색 활동:** 공연 예술과 관련한 동호회 활동은 전혀 하지 않는다는 응답이 85.9%로 압도적인 가운데, '호의 집단'과 '무관심 집단'에서 상대적으로 높은 활동률을 보임. 공연 예술과 관련한 정보탐색 활동 역시 전혀 하지 않는다는 응답이 74.2%로 매우 높게 나타났으며, '호의 집단'에서는 정보 탐색 활동을 한다는 응답이 42.2%로 높게 나타남. 즉, 보다 적극적이라 할 수 있는 동호회 활동은 비관객 집단에서 전반적으로 매우 저조하지만, 정보 탐색 활동의 경우 세분집단간 뚜렷한 차이를 보임.
- **개별 정부정책 관련 응답:** 정부정책과 관련해서는 일반 관객들을 대상으로 현재 시행중인 대표적인 정책으로 '문화가 있는 날'과 '공연티켓 1+1'에 대한 인식을 측정함. 영화관람권이나 박물관입장권 등 활용 범위가 더 넓은 '문화가 있는 날'에 대한 인지도가 '공연티켓 1+1'에 대한 인지도에 비해 더 높은 것으로 나타났으나, 두 정책에 대해 전혀 들어본 적이 없다는 응답 역시 38.4%와 56.1%로 높게 나타남. 두 정책에 대한 인지도는 '호의 집단'에서 '회의 집단'으로 갈수록 감소하는 경향성을 보임. 인지도와 달리 정책에 대한 평가 측면에서는 '공연티켓 1+1'에 대한 평가가 더 높게 나타났으며, 이 역시 '호의 집단'에서 '회의 집단'으로 갈수록 감소하는 추세가 확인됨. 즉, 공연 예술에 대한 긍정적인 태도를 가진 집단일수록 정부 정책에 대한 인지도와 평가가 높은 것으로 해석할 수 있음.
- **정부정책 전반에 대한 평가:** 전체 응답자 평균 3.25로 나타나 비관객들은 정부 정책에 대해 전반적으로 부정적인 인식을 가지고 있는 것으로 보임. 특히, '회의 집단'에서 두드러지게 낮은 평가를 하고 있음. 강화가 필요한 정책으로는 할인 제도 확대, 접근성 확대, 대중매체 홍보확대, 작품 다양성 증대 등이 지적됨. 이는 전술한 비관람 이유와도 상통하는 것으로, 가격 할인 제도를 확대하고 물리적·정보적 접근성을 제고하려는 노력이 필요해 보임.

6. 세분집단별 프로파일(Profile)

항목	군집			
	호의 집단 (211명)	장벽 집단 (462명)	무관심 집단 (189명)	회의 집단 (207명)
별칭	Curious Dog (호기심 많은 강아지)	Doubtful Cat (의심 많은 고양이)	Apathetic Sloth (무관심한 나무늘보)	Skeptic Hedgehog (회의적인 고슴도치)
이미지				
Who	20대 여성 대학생/주부 4년제 졸 미혼/신혼	20대 남성 대학생/사무직 4년제 졸 미혼(교제상대없음)	40대 여성 서비스/판매업 고졸 기혼(성인자녀와 동거)	50대 남성 자영업 4년제 졸 기혼(성인자녀와 동거)
Concern	난 어떤 사람일까? 다른 사람은 날 어떻게 생각할까?	성공하고 싶어! 열심히 일해서 꼭 성공해야지!	오늘 저녁 반찬은 뭘 하지?	평범하게 사는게 복이야~ 물 흐르듯 그렇게 사는 거지~
Leisure	이번 주말엔 밀렸던 드라마 몰아 봐야지!	주말엔 역시 버라이어티가 최고!	주말에 애들과 TV보려면 과일이라도 사 놓자!	여보~ 리모콘~! 아빠 뉴스 보고 있다.
Activity	대학생 시절 학교 친구와 뮤지컬(A석)을 관람하고 상당히 만족함	대학생 시절 여자친구가 보고 싶다는 소극장 뮤지컬을 본 적이 있는데 불만했음	동창회에서 친구 권유로 연극을 봤었는데 간만의 문화생활인지라 만족함	음대 다니는 조카의 졸업연주회에 친척들 다같이 간 적이 있는데 적잖이 지루했음
Interest	공연관람은 나를 표현하는 수단이지, 교양 수준도 높아지는 것 같고	공연 예술을 관람하면 내가 좀 더 가치 있어 보일거야	애들 교육을 위해서라면 가끔 공연 예술도 봐야지	나는 당최 왜 공연 예술을 돈 주고 보러 가는지 이해가 안돼
Opinion	용돈만 좀 여유 있으면 더 자주 볼 텐데...	그런데, 결혼하려면 돈도 모아야 하고, 주말엔 쉬고 싶기도 하고...	그런데, 우리 형편에 무슨 공연이야. 시내 나가는 것도 번거롭고, 예매도 어렵고...	나는 공짜로 보여 준 대도 싫어. 관심도 없고, 이해도 안 되더라고...

제 3절. 비관객의 공연 예술 선택

1. 공연 예술 선택실험

- **컨조인트 분석(Conjoint Analysis)의 정의:** 컨조인트 분석은 제품 또는 서비스가 보유한 주요 속성에 대한 응답자의 효용수준을 측정하는 계량 분석 기법으로, 가상의 프로파일에 대해 순위를 매기거나(순위형 컨조인트), 점수를 매기거나(점수형 컨조인트), 혹은 가장 선호하는 프로파일을 선택하는(선택형 컨조인트) 실험의 형태로 진행됨. 주로 마케팅 분야에서 신제품 컨셉 개발, 가격전략, 시장세분화 등의 광범위한 의사결정에 활용되고 있음.
- **컨조인트 분석의 적용:** 본 연구에서는 설문에 참여한 비관객을 대상으로 공연 예술 선택 상황을 가정하는 선택형 컨조인트 실험을 진행하였음. 이를 통해 공연 예술을 선택에 영향을 미치는 주요 속성간의 상대적 중요도를 비교하고, 각 속성의 수준 변화에 따른 개인별 효용을 추정하여 '비관객의 공연 선택'과 관련한 선호 분포를 파악하였음.
- **공연 예술 선택요인:** 본 연구에서는 선행연구 및 비관객 심층면담결과를 종합하여 비관객들이 공연 관람을 고려하는 데에 영향을 미칠 수 있는 주된 요인을 가격, 할인율, 출연진, 공연장 규모, 누적관객수의 5개 요인으로 도출하였으며 컨조인트 분석을 위한 각 요인별 하위수준을 다음의 표와 같이 정의하였음.

선택 요인	하위 수준
가격(S석 좌석 기준)	2만원, 5만원, 10만원
할인율	정보 미제공 / 30% 할인
출연진	정보 미제공/ 해당 장르 유명인 / TV 유명 연예인
공연장 규모	200석/ 500석/ 1000석
누적 관객수	정보 미제공/ 5만명/ 30만명

- **공연 예술 프로파일:** 제시한 5개 요인과 각 수준의 조합은 총 162(=3*2*3*3*3)개에 해당함. 그러나 모든 조합을 프로파일로 구현할 경우 응답자의 피로도가 높을 수 있다는 점을 감안하여 팩토리얼 디자인(factorial design)에 의해 16개의 가상 공연 프로파일을 도출하였음. 각 프로파일의 세부 요인 및 수준은 다음의 표를 참조.

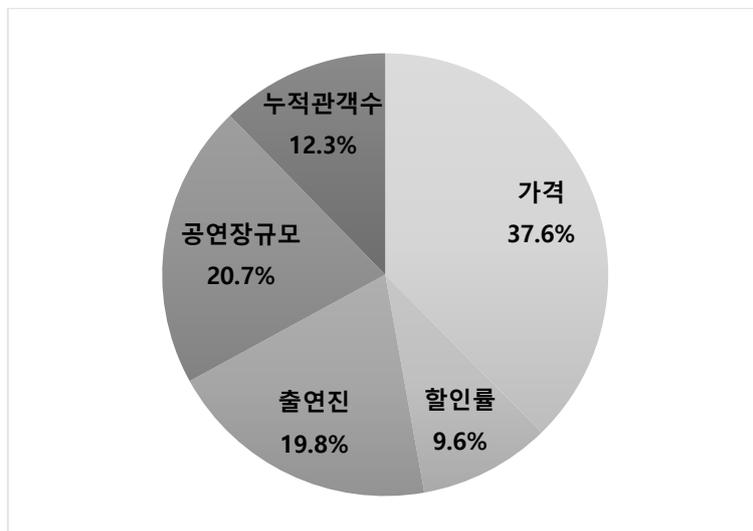
프로파일	가격	할인율	출연진	공연장규모	누적관객수
1	10만원	30%할인	-	200석	5만명
2	2만원	-	해당 장르 유명인	200석	-
3	5만원	30%할인	-	500석	-
4	5만원	-	-	1000석	5만명
5	2만원	-	-	1000석	-
6	2만원	30%할인	TV 유명 연예인	500석	30만명
7	2만원	-	-	500석	30만명
8	10만원	30%할인	-	200석	30만명
9	5만원	-	해당 장르 유명인	200석	30만명
10	2만원	30%할인	해당 장르 유명인	1000석	5만명
11	2만원	-	TV 유명 연예인	200석	5만명
12	10만원	-	TV 유명 연예인	1000석	30만명
13	5만원	30%할인	TV 유명 연예인	200석	-
14	10만원	-	TV 유명 연예인	500석	-
15	10만원	-	해당 장르 유명인	500석	5만명
16	10만원	30%할인	해당 장르 유명인	1000석	-

- **표본:** 비관객 설문조사에 응답자 1,069명 중 각 장르별로 선택실험에 랜덤 배정된 응답자가 실험에 참여, 최종적으로 무용 71명, 뮤지컬 75명, 연극 71명, 오페라 74명, 클래식 72명의 총 363명이 공연 예술 선택실험에 참여하였음.
- **선택실험 절차:** 공연 예술을 직접 관람하는 상황을 가정하였을 때, 제시된 두 가지 가상의 공연 예술상품 프로파일 중에서 보다 선호하는 하나의 프로파일을 선택하도록 하는 질문을 응답자 개인별로 총 21회에 걸쳐 진행함.

2. 세분집단별 공연 예술 선택요인

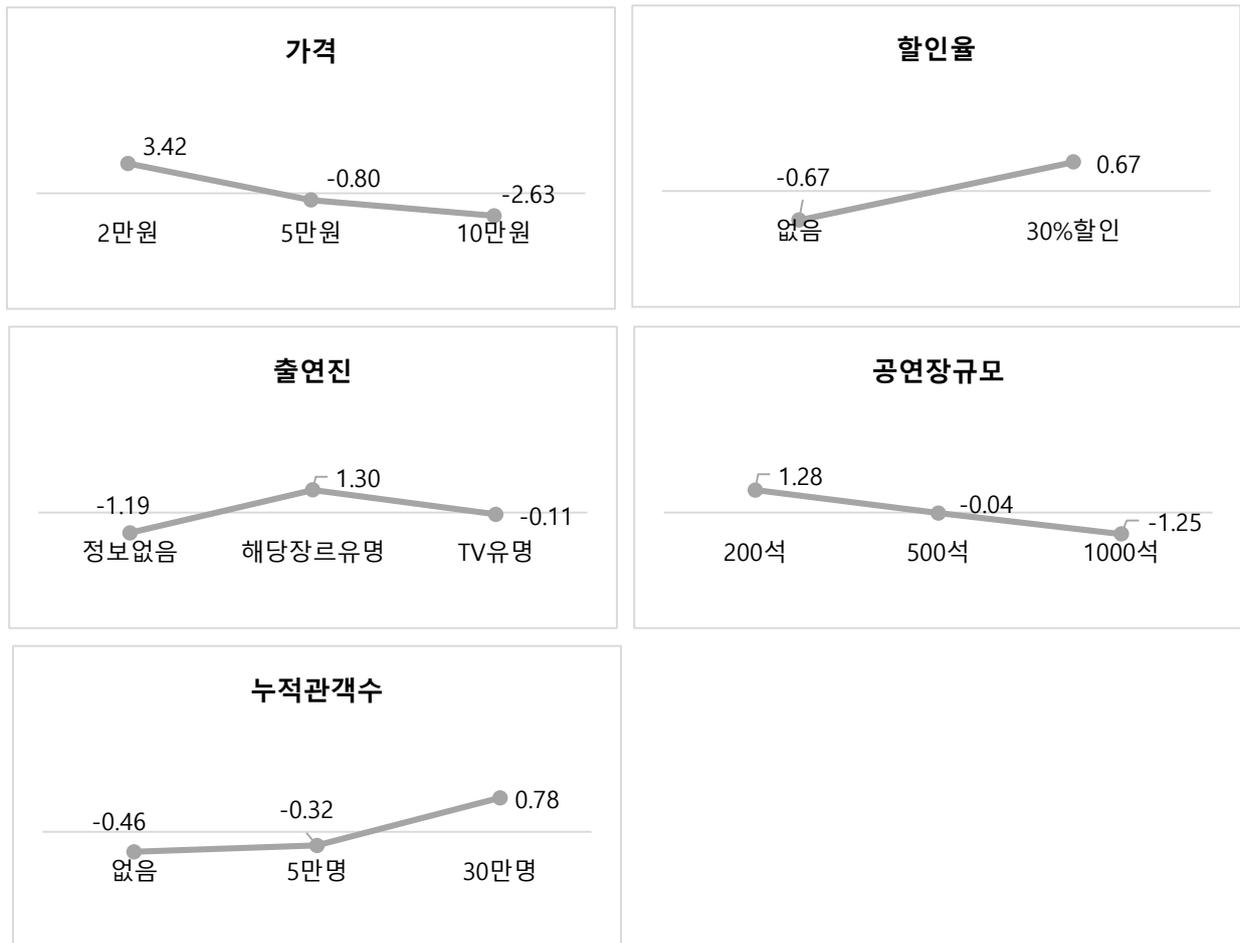
○ '호의 집단'의 공연 예술 선택요인 (장르 통합)

- '호의 집단'에 속한 응답자 중 컨조인트 실험에 참여한 응답자 71명의 결과를 장르 구분 없이 종합하면 다음과 같음.
- **선택요인 중요도:** '호의 집단'의 비관객은 공연 예술 선택 시 가격(38%)과 공연장 규모(21%) 및 출연진(20%)을 주된 선택 기준으로 활용함. 누적관객수 정보(12%)와 할인 유무(9%)가 공연 예술 선택에 미치는 영향력은 상대적으로 낮음. 다른 세분 집단에 비해서 가격의 중요도가 가장 낮은 반면, 공연장 규모와 출연진의 중요도는 가장 높음.



- **선택요인의 수준별 효용:** 각 선택요인별로는, 가격이 저렴할수록 해당 공연의 선호도가 증가하며 TV유명 연예인이 출연하는 공연보다는 해당 공연 장르의 유명인이 출연하는 공연인 경우에 해당 공연에 대한 선호도가 증가함. 또한, 많은 수의 누적관객수를 보유한 공연에 대한 선호도가 높은 것으로 조사됨⁴⁴. 공연장 규모는 작을수록 선호도가 높아지는 것으로 나타났는데, 이는 비관객의 경우 공연장 규모에 대한 지식이 부족하거나, 저렴한 좌석에 앉을 경우 대형 공연장의 경우 관람에 불편을 겪을 것을 감안한 응답일 것으로 생각됨.

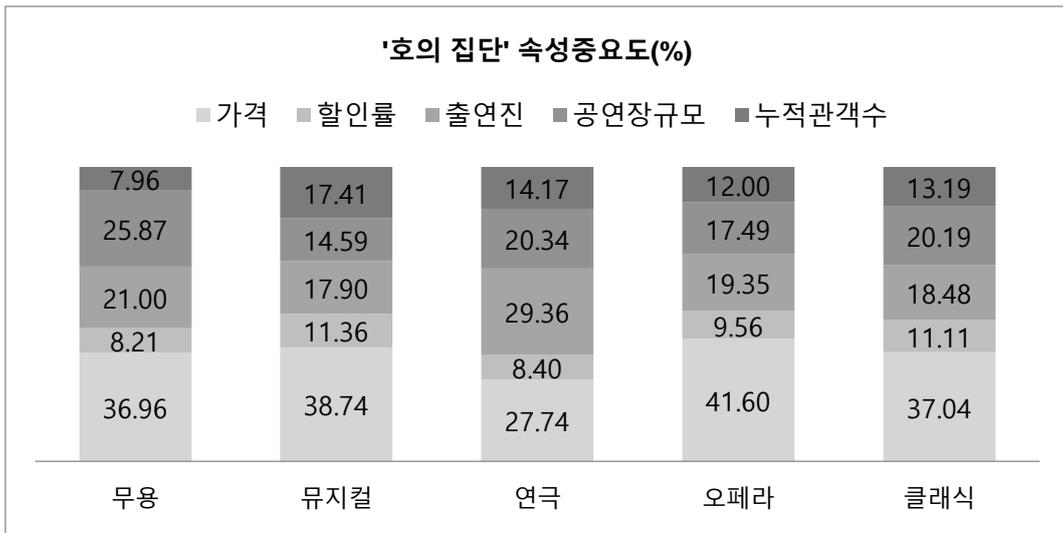
⁴⁴ 그림의 각 수치는 개인별 효용계수의 집단 내 평균값을 나타냄. 해당 수치가 클수록 선택확률이 높음. 평균값 0으로 표준화 된 값이므로 음(-)과 양(+)⁴⁴의 부호는 의미 없음.



○ '호의 집단'의 공연 예술 선택요인 (장르 구분)⁴⁵

- **무용 장르(9명 응답):** 타 장르에 비해 무용 장르를 선택할 때는 '공연장 규모' 요인의 중요도가 높음. 특히 1000석 규모의 대규모 공연장에서 상연되는 무용 공연에 대한 비선호 경향이 뚜렷하게 나타남.
- **뮤지컬 장르(21명 응답):** 타 장르에 비해 뮤지컬 장르를 선택할 때는 '누적 관객수' 요인의 중요도가 높음. 구체적으로, 누적관객수 정보가 없거나 5만명으로 제시된 경우에는 선택 확률이 감소하고 30만명으로 제시된 경우에 선택 확률이 크게 상승함. 누적 관객수 수치가 상당 수준 이상 되는 '유명한' 혹은 '장기 상연되는' 공연에 대한 선호경향이 강한 것을 알 수 있음.
- **연극 장르(12명 응답):** 타 장르에 비해 연극 장르 선택 시 '출연진' 요인에 대한 중요도가 높은 것으로 조사됨. 유명한 배우 또는 TV 유명 연예인이 출연하는

⁴⁵ 세분집단별로 각 장르에 해당하는 선택실험에 참가한 응답자의 비중은 장르별로 고르지 않으며 각 셀(cell)의 샘플 수가 크지 않아 일반화 시에는 결과 해석에 유의해야 함.



속성	수준	'호의 집단' 장르별 선택요인 효용 ⁴⁶				
		무용 (N=9)	뮤지컬 (N=21)	연극 (N=12)	오페라 (N=11)	클래식 (N=18)
가격	2만원	4.19	4.70	2.64	6.89	4.03
	5만원	-1.20	-0.75	-0.75	-1.19	-0.92
	10만원	-2.99	-3.96	-1.89	-5.71	-3.11
할인율	없음	-0.82	-1.23	-0.47	-1.38	-0.93
	30%할인	0.82	1.23	0.47	1.38	0.93
출연진	정보없음	0.06	-0.31	-2.75	0.52	-1.69
	해당장르유명	2.08	2.03	0.66	2.56	1.40
	TV유명	-2.14	-1.72	2.09	-3.08	0.29
공연장규모	200석	2.41	0.53	1.70	2.41	1.22
	500석	0.65	0.33	-0.49	0.03	0.25
	1000석	-3.06	-0.86	-1.21	-2.43	-1.46
누적관객수	없음	-0.27	-1.30	-0.76	-1.28	0.10
	5만명	0.34	-0.86	-0.34	-0.32	-0.57
	30만명	-0.08	2.15	1.10	1.60	0.47

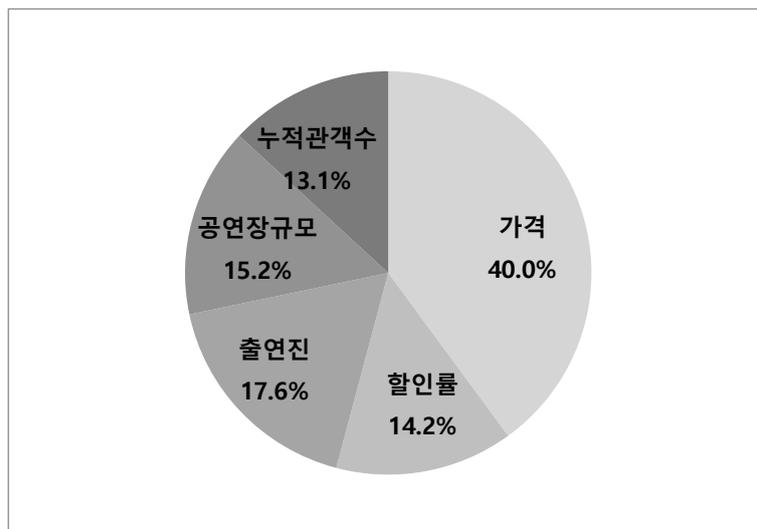
⁴⁶ <표>의 각 수치는 개인별 효용계수의 평균값을 나타냄. 해당 수치가 클수록 선택확률이 높음. 해당 수치가 양(+)의 부호인 경우에는 선택확률에 양의 영향을, 음(-)의 부호인 경우에는 선택확률에 음의 영향을 미치는 것을 의미함.

연극 공연인 경우 선택확률이 큰 폭으로 증가함.

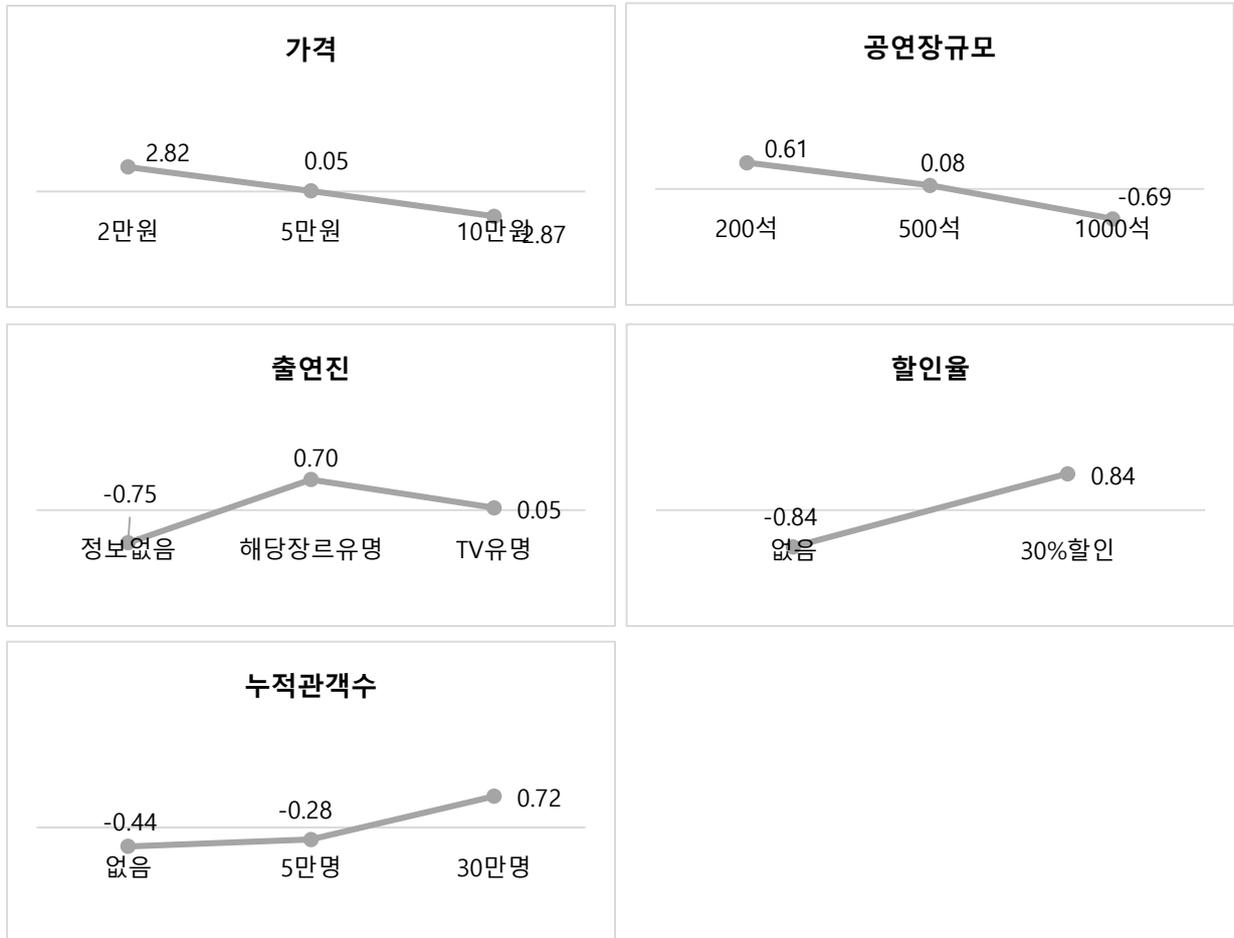
- 오페라 장르(11명 응답): 타 장르에 비해 '가격'요인의 중요도가 가장 높음. 가격 수준이 2만원으로 제시된 경우(6.89)에 비해 5만원(-1.19) 또는 10만원(-5.71)으로 제시된 경우의 비선호 경향이 강하게 대비됨. 즉, 오페라 장르에 대한 지불용의 금액이 전반적으로 낮은 수준임을 알 수 있음.
- **클래식 장르(18명 응답)**: 누적관객수 정보가 없는 경우(0.1)에 비해 5만명의 누적관객수 정보가 제시된 경우(-0.57)의 효용이 낮아지는 것이 특징. 즉, 클래식 공연을 홍보함에 있어 특정 수준 미만의 누적관객수 정보는 오히려 품질에 대한 부정적 추론을 야기하여 선택확률을 감소시킬 수 있음을 시사함.

○ '장벽 집단'의 공연 예술 선택요인 (장르 통합)

- '장벽 집단'에 속한 응답자 중 컨조인트 실험에 참여한 응답자 147명의 결과를 장르 구분 없이 종합하면 다음과 같음.
- **선택요인 중요도**: '장벽 집단' 구성원들의 경우, 공연 예술 선택 시에 가격(40%), 출연진(18%), 공연장 규모(15%), 할인율(14%), 누적관객수(13%) 순으로 주요 요인을 고려하는 것으로 나타남. '장벽 집단'은 타 집단에 비해 할인에 가장 민감한 집단으로, 가격할인을 이용한 프로모션을 실시했을 때 가장 반응도가 높은 집단으로 볼 수 있음.

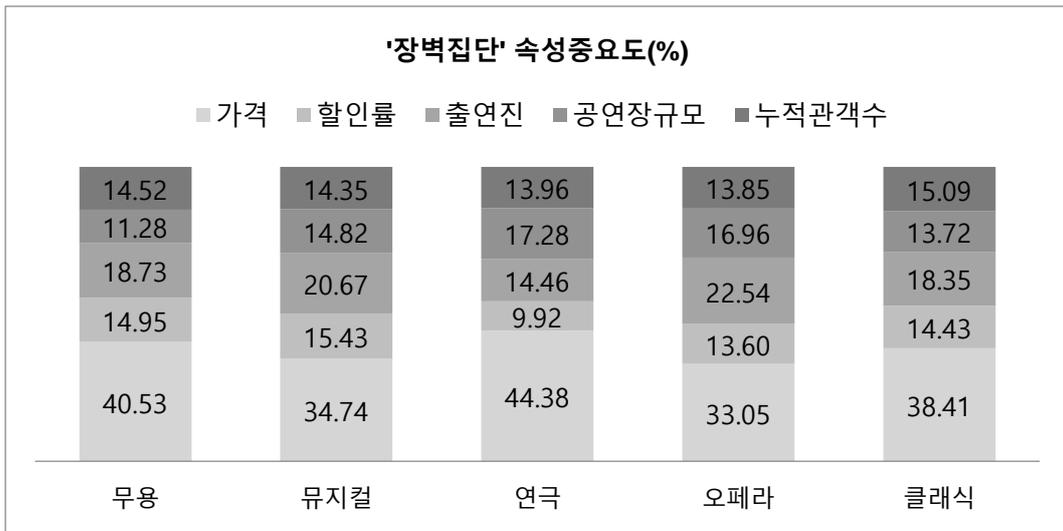


- **선택요인 수준별 효용:** 각 수준별로는, 가격이 낮을수록, 할인이 제공될수록, 해당 장르의 유명인이 출연한 공연일수록, 소규모 공연장일수록, 누적관객수가 일정수준 이상일수록 선택확률이 증가함.



○ '장벽 집단'의 공연 예술 선택요인 (장르 구분)

- **무용 장르(29명 응답):** 무용 공연 선택 시에는 타 장르 대비 '가격' 및 '할인율' 요인의 중요도가 특히 높음. 이로부터 무용 공연에 대한 지불용의금액이 낮음을 유추할 수 있음. 또한, 30만명 이상의 누적관객수를 보유한 공연에 대한 호감도가 높게 나타남.
- **뮤지컬 장르(19명 응답):** 뮤지컬 공연 선택 시 가격민감도는 낮은 반면, 할인민감도는 높은 것으로 나타남. 또한 유명한 뮤지컬 배우가 등장하는 경우에 선호도가 증가하는 반면, TV 유명 연예인이 출연하는 공연에 대해서는 선택확률이 감소하고 비선호 경향이 뚜렷함.
- **연극 장르(28명 응답):** 반면, 연극 공연 선택 시에는 가격민감도는 높은 반면,



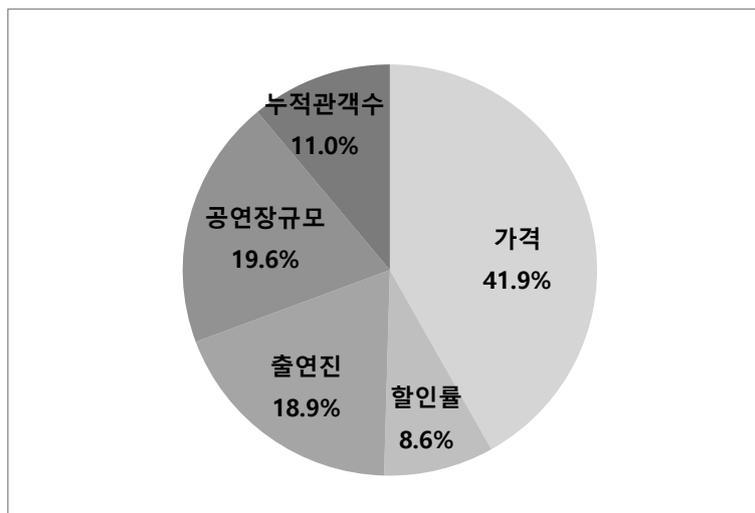
속성	수준	'장벽 집단' 장르별 선택요인 효용				
		무용 (N=29)	뮤지컬 (N=19)	연극 (N=28)	오페라 (N=40)	클래식 (N=31)
가격	2만원	3.68	3.41	4.28	2.76	2.87
	5만원	0.43	-0.58	-0.12	-0.03	0.13
	10만원	-4.11	-2.83	-4.16	-2.73	-3.00
할인율	없음	-1.22	-1.30	-0.81	-0.99	-1.03
	30%할인	1.22	1.30	0.81	0.99	1.03
출연진	정보없음	-1.25	-1.17	-0.36	-1.01	-0.85
	해당장르유명	1.57	1.43	0.39	0.53	0.55
	TV유명	-0.32	-0.25	-0.03	0.48	0.30
공연장규모	200석	0.45	0.83	0.84	0.83	0.36
	500석	0.11	0.13	0.26	0.04	0.07
	1000석	-0.56	-0.96	-1.10	-0.87	-0.43
누적관객수	없음	-0.92	-0.54	-0.22	-0.52	-0.55
	5만명	-0.42	-0.43	-0.56	-0.38	-0.14
	30만명	1.35	0.97	0.78	0.90	0.69

할인민감도는 낮은 것으로 나타남. 또한 대규모 공연장(1000석 규모)에서의 연극 공연에 대한 비선호 성향이 뚜렷하며 공연장 규모에 대한 중요도 역시 높은 편임.

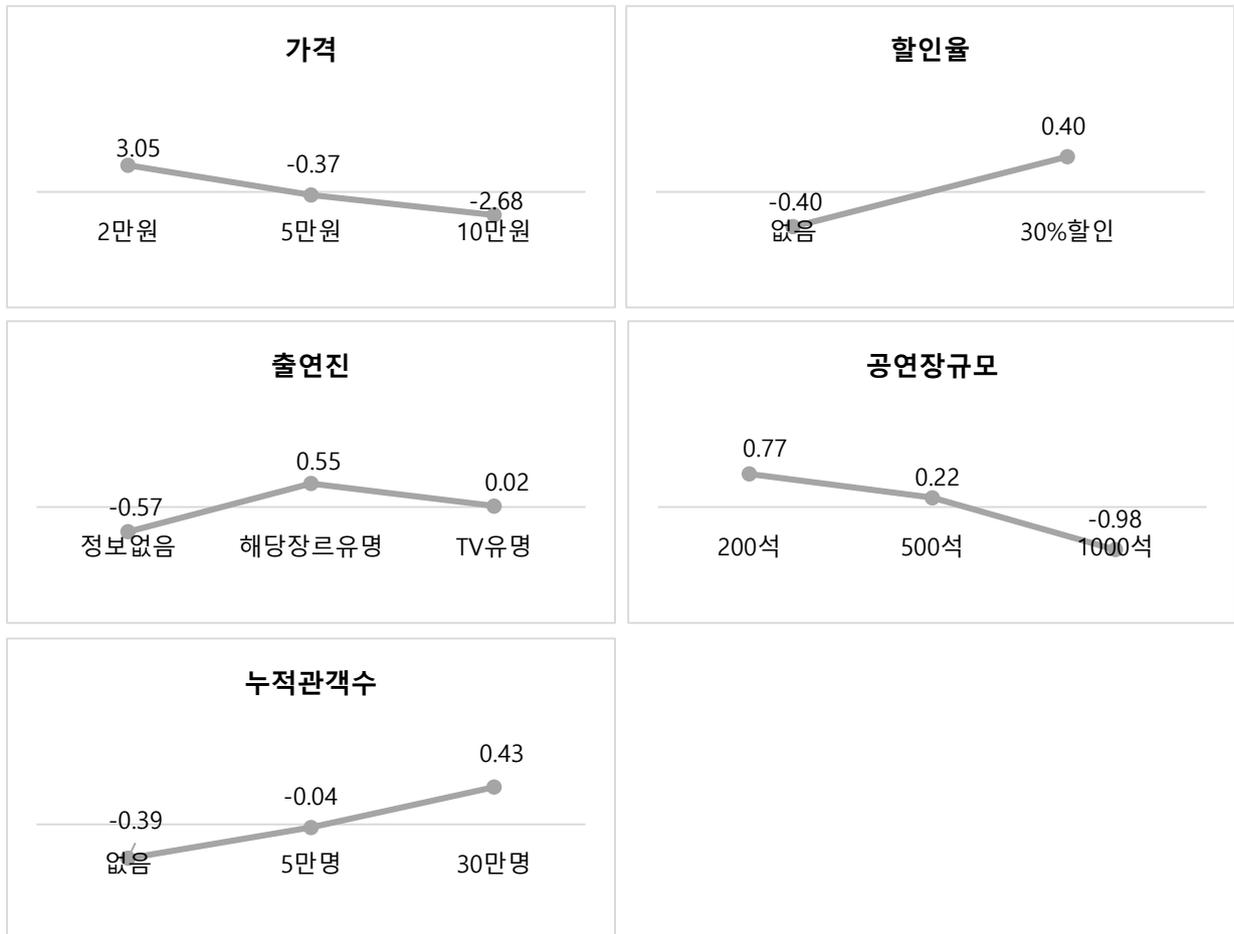
- **오페라 장르(40명 응답):** 뮤지컬, 연극 등의 장르와 마찬가지로, 오페라 공연 선택 시에는 소규모의 공연장(200석)에 대한 선호도가 높음. 또한, 오페라 장르의 유명 출연진뿐 아니라 TV 유명 연예인이 출연하는 경우에 있어서도 호감도가 높은 편임.
- **클래식 장르(31명 응답):** 클래식 공연 선택 시에는 타 장르에 비해 누적관객수 요인의 중요도가 매우 높음. 또한, 오페라 장르와 유사하게 클래식 장르 유명 출연진뿐 아니라 TV 유명 연예인이 출연하는 경우에 있어서도 비교적 호의를 지니는 것으로 나타남.

○ '무관심 집단'의 공연 예술 선택요인 (장르 통합)

- '장벽 집단'에 속한 응답자 중 컨조인트 실험에 참여한 응답자 67명의 결과를 장르 구분 없이 종합하면 다음과 같음.
- **선택요인 중요도:** '무관심 집단' 구성원들은 공연 예술 선택 시에 가격(42%), 공연장 규모(20%), 출연진(19%), 누적관객수(11%), 할인율(8%) 순으로 주요 요인을 고려함. '무관심 집단'은 '회의집단' 다음으로 '가격'에 민감하며 '할인율'에 있어서는 가장 둔감한 집단임.

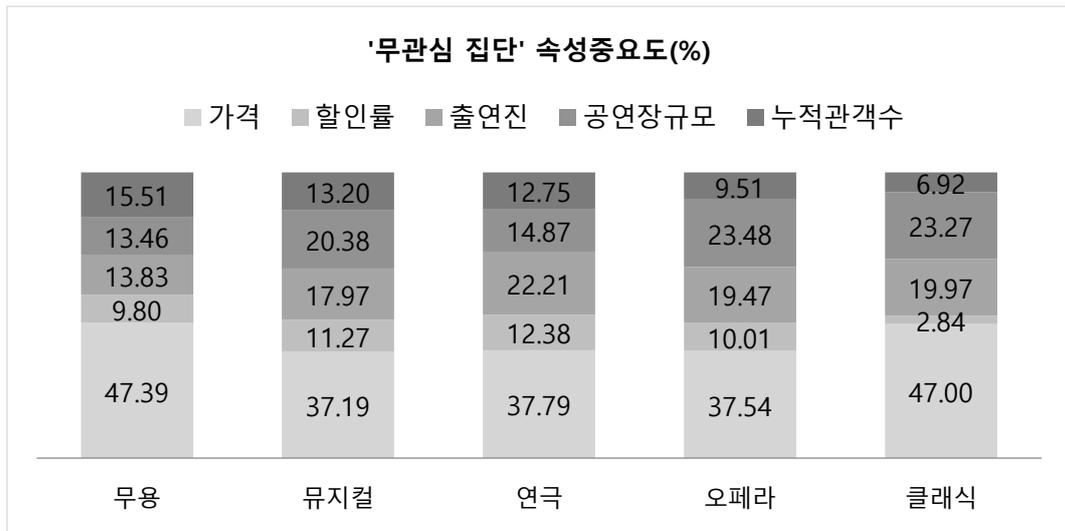


- **선택요인 수준별 효용:** 각 요인의 수준별로는, 타 집단과 마찬가지로 가격이 낮을수록, 할인이 제공될수록, 해당 장르의 유명인이 출연한 공연일수록, 소규모 공연장일수록, 누적관객수가 일정수준 이상일수록 선택확률이 증가함.



○ '무관심 집단'의 공연 예술 선택요인 (장르 구분)

- **무용 장르(11명 응답):** 무용 공연을 선택하는 경우, 타 장르 대비 '가격'과 '누적 관객수'에 매우 민감함. 특히, 충분치 않은 누적관객수 정보(5만명)가 제시되는 경우에는 선택확률이 크게 감소하는 경향이 있음.
- **뮤지컬 장르(16명 응답):** 타 장르 대비, 뮤지컬 공연 선택 시에는 '할인율'유무와 '누적관객수' 정보에 민감한 반면, 상대적으로 '가격'에는 덜 민감한 편임.
- **연극 장르(19명 응답):** 연극 공연 선택 시에는 타 장르 대비 '출연진'을 중요하게 고려하며 '가격'에 대한 민감도는 상대적으로 낮은 편. 특히, TV유명 연예인이 출연하는 경우, 공연에 대한 호감도가 크게 감소하는 것으로 나타남.
- **오페라 장르(13명 응답):** 오페라 공연 선택 시 '공연장 규모' 요인이 타 장르에 비해 중요하게 고려됨. 특히, 중간 규모(500석)의 공연장을 선호하는 경향이 강함.

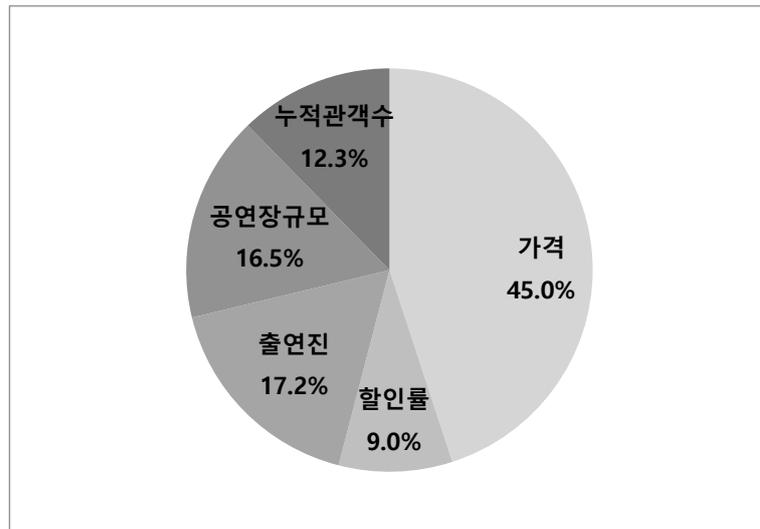


속성	수준	'무관심 집단' 장르별 선택요인 효용				
		무용 (N=11)	뮤지컬 (N=16)	연극 (N=19)	오페라 (N=13)	클래식 (N=8)
가격	2만원	4.61	3.35	3.36	3.52	4.49
	5만원	-0.11	-0.66	-0.10	-0.43	-0.03
	10만원	-4.49	-2.69	-3.26	-3.10	-4.46
할인율	없음	-0.39	-0.80	-1.03	-0.81	0.19
	30%할인	0.39	0.80	1.03	0.81	-0.19
출연진	정보없음	-0.28	-0.88	-0.29	-0.43	-0.91
	해당장르유명	0.47	1.02	1.82	1.52	-0.10
	TV유명	-0.19	-0.14	-1.54	-1.09	1.01
공연장규모	200석	0.35	1.11	0.47	0.77	1.57
	500석	0.61	-0.31	0.32	0.90	0.40
	1000석	-0.96	-0.81	-0.80	-1.67	-1.97
누적관객수	없음	-1.01	-0.55	-0.80	-0.80	-0.41
	5만명	-0.53	0.13	0.10	0.17	0.50
	30만명	1.54	0.42	0.70	0.63	-0.10

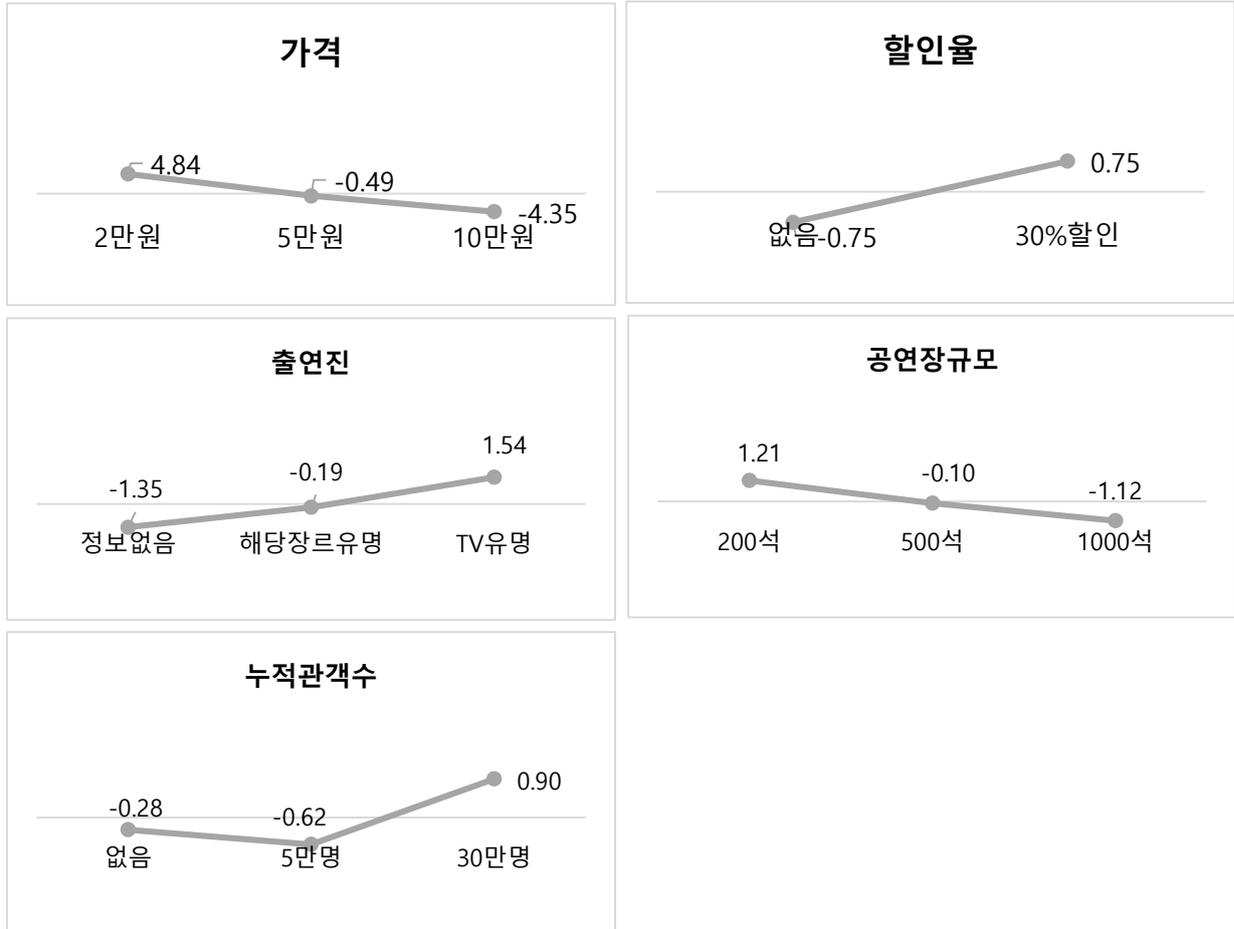
- **클래식 장르(8명 응답):** 클래식 공연 선택 시에는 가격, 공연장규모, 출연진 요인이 중요하게 고려되며 상대적으로 할인율과 누적관객수의 중요도는 타 장르대비 매우 낮음. 즉, 할인이나 누적관객수 정보를 앞세운 홍보전략은 '무관심 집단'의 관심 유발에 크게 효과적이지 않을 수 있음. 또한, 클래식 장르 내 유명한 출연진보다도 TV 유명인이 등장하는 클래식 공연에 대한 선호가 더 높다는 점이 가장 큰 특징임.

○ '회의 집단'의 공연 예술 선택요인 (장르 통합)

- '회의집단'에 속한 응답자 중 컨조인트 실험에 참여한 응답자 78명의 결과를 장르 구분 없이 종합하면 다음과 같음.
- **선택요인 중요도:** '회의집단' 구성원들은 공연 예술 선택 시에 가격(45%), 출연진(17%), 공연장 규모(17%), 누적 관객수(12%), 할인율(9%) 순으로 주요 요인을 고려함. 타 집단 대비 '가격'중요도가 가장 높은 집단으로, 지불용의금액이 낮고 공연 상품의 가격에 가장 민감한 집단임.

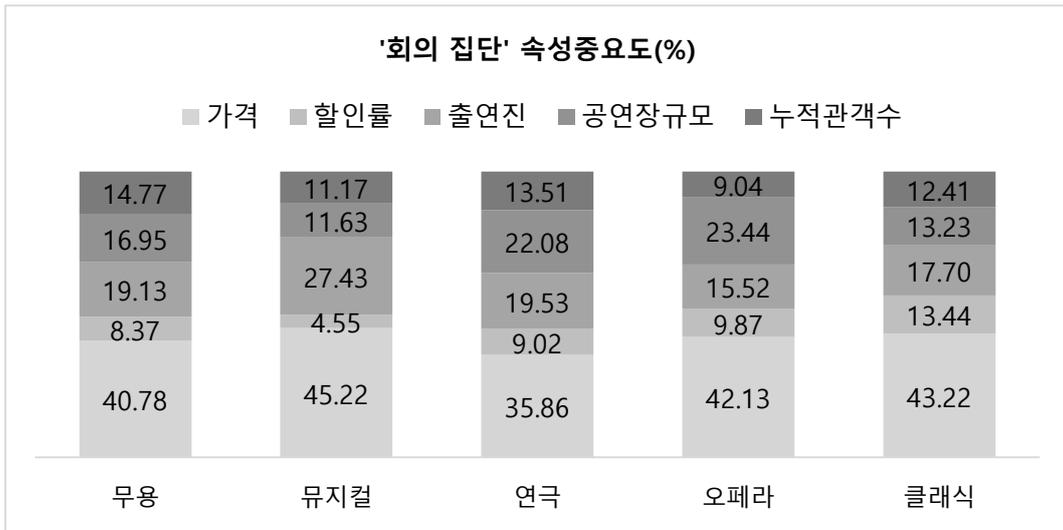


- **선택요인 수준별 효용:** 각 요인의 수준별로는, 가격이 낮을수록, 할인이 제공될수록, 소규모 공연장일수록, 누적관객수가 일정수준 이상일수록 선택확률이 증가함. 특히 해당 장르의 유명인이 출연하는 경우보다도 TV 유명 연예인이 출연하는 경우의 선호도가 더 높은 유일한 집단임.



○ '회의 집단'의 공연 예술 선택요인 (장르 구분)

- **무용 장르(22명 응답):** 무용 공연 선택 시, 타 장르에 비해 '누적관객수'정보에 대한 의존도가 높은 편. 또한 무용 공연에 TV 유명 연예인이 출연하는 상황을 가정했을 때에 선택확률이 증가함.
- **뮤지컬 장르(15명 응답):** 뮤지컬 공연 선택 시, 타 장르에 비해 '가격'과 '출연진'요인의 중요도가 가장 높게 나타남. 구체적으로, 10만원 상당의 가격 수준에 대해 비선호 성향이 뚜렷한 반면, 2만원 상당의 가격 수준인 경우에는 선호 성향이 강하게 나타남. 또한, TV 유명 연예인이 출연하는 뮤지컬에 대한 선호도가 매우 높음.



속성	수준	'회의 집단' 장르별 선택요인 효용				
		무용 (N=22)	뮤지컬 (N=15)	연극 (N=15)	오페라 (N=11)	클래식 (N=15)
가격	2만원	3.62	12.76	7.82	7.14	5.13
	5만원	0.14	-0.81	-2.37	-1.45	-1.07
	10만원	-3.76	-11.95	-5.45	-5.69	-4.06
할인율	없음	-0.56	-0.94	-1.09	-1.46	-1.24
	30%할인	0.56	0.94	1.09	1.46	1.24
출연진	정보없음	-0.99	-7.12	-3.23	-1.62	-1.31
	해당장르유명	-0.53	-1.12	2.58	-1.00	-0.37
	TV유명	1.51	8.24	0.65	2.62	1.68
공연장규모	200석	1.32	3.63	4.29	0.82	0.78
	500석	-0.03	-1.64	-0.61	0.21	-0.06
	1000석	-1.29	-1.99	-3.68	-1.02	-0.72
누적관객수	없음	-0.16	-0.43	-0.80	-0.23	-0.02
	5만명	-0.20	-2.94	-1.12	-0.09	-0.57
	30만명	0.35	3.37	1.91	0.31	0.59

- **연극 장르(15명 응답):** 연극 공연을 선택하는 상황에 있어서 200석 규모의 소규모 공연에 대한 강한 선호를 지니며 공연장 규모가 증가할수록 선호도가 급감하는 특징을 지님.
- **오페라 장르(11명 응답):** 오페라 공연 선택 시, 공연장 규모에 대한 중요도는 높은 반면, 누적관객수 정보에 대한 상대적 중요도는 낮은 편. 소규모의 공연장에서 상연되는 공연을 선호하는 경향이 강하며 TV 유명 연예인이 출연하는 공연에 대한 호감도가 높은 편.
- **클래식 장르(15명 응답):** 클래식 공연 선택 시, '가격'과'할인율'에 매우 민감하게 반응하는 편. 연극을 제외한 타 장르와 마찬가지로 TV 유명 연예인이 출연하는 공연에 대한 선호도가 높은 것으로 추정됨.

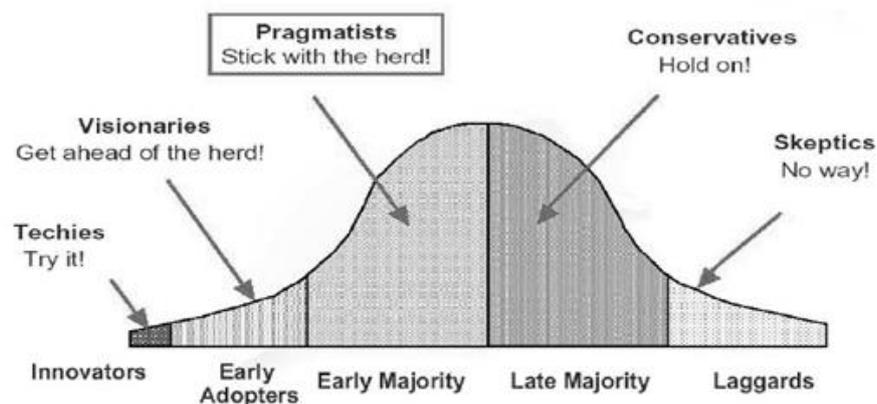
V. 결론

V. 결론

제 1절. 시사점

- **비관객의 이질성:** 조사 결과, 비관객도 다양한 유형으로 나누어 질 수 있으며 상당한 이질적 특성을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 우리나라 공연 예술 비관객 집단은 공연 예술에 대한 태도와 수용저항을 기준으로 '호의 집단', '장벽 집단', '무관심 집단', '회의 집단'의 네 집단으로 세분화할 수 있음.
- **비관객의 관객전환:** 예술 공연관객 확대를 위한 일차적인 타겟은 '호의 집단' 비관객이며, '장벽 집단'과 '무관심 집단'도 관객으로 전환될 가능성을 가지고 있음. '호의 집단'의 경우 시간, 비용 등의 물리적 제약을 해결해 줄 필요가 있으며, '장벽 집단'은 동기부여를 통한 심리적 수용 저항의 제거, '무관심 집단'의 경우 교육, 경험 기회 제공을 통한 공연에 대한 태도 변화유도 등의 노력을 통해 잠재적 관객으로 전환할 수 있음.
- **공연 예술과 기술수용주기 모형:** 네 개의 비관객 세분집단에 '관객 집단'을 합치면 공연 예술 전체 시장의 구조를 파악할 수 있는데, 이러한 시장 구조는 사회학자 에버릿 로저스(Everett Rogers)가 제안한 기술수용주기 모형(Technology Adoption Life Cycle)과 유사함.
 - 기술수용주기는 혁신기술을 채택하는 데에 걸리는 시간에 따라 소비자를 혁신수용자(innovators), 얼리어답터(early adopters), 조기다수 수용자(early majority), 후기다수 수용자(late majority), 지각 수용자(laggards)의 5개 집단으로 분류함.

Technology Adoption Life Cycle (Rogers)



- 제프리 무어(Geoffrey Moore)는 하이테크 시장의 얼리어답터와 조기다수 수용자 사이의 간극을 '캐즘(chasm)'이라 명명하였는데, 공연 예술시장에서도 (소수의 열성적인) 관객과 (다수의 무관심한) 비관객의 간극을 유사한 맥락에서 이해할 수 있음.



- 비관객 집단을 심층적으로 분석한 본 연구의 결과는 관객 집단과 비관객 집단 사이에 존재하는 이른바 '캐즘'을 뛰어넘을 수 있는 다양한 정책적 시사점을 제공함.
- **공연 예술 확산의 어려움:** 공연예술 상품은 경험재로서 소비 이전에 그 품질을 가늠하기 어렵고, 잘못된 선택에 따르는 기회 비용이 매우 크다는 측면에서 신중한 구매가 이루어지므로, 소비자들의 선택을 유도하기 위한 전략적 접근이 필요함.
- 공연예술 시장이 전반적으로 관객 고착화가 되어 확대가 이루어지지 않는 데에는 소비자의 '수용저항'이 역할을 하고 있음. 따라서 예술관객 확대를 위해 기존 관객 집단의 소비를 늘리기 위한 정책뿐 아니라 비관객 집단의 수용저항을 낮추기 위한 정책이 요구됨.
- **'호의 집단'의 중요성:** 제프리 무어는 캐즘을 뛰어넘기 위해서는 캐즘 이후에 존재하는 시장에서 틈새시장(niche) 하나를 선정해 이에 전력을 집중하는 이른바 '볼링 앨리(Bowling Alley)' 전략이 필요하다고 주장함.
- 이는 특정 세분집단의 고객을 감동시키고, 이들의 강력한 구전효과를 발판으로 삼아 인접시장으로 확장해 나가는 전략임.
 - 이때, 중요한 점은 세분집단 고객의 구체적 니즈에 부합하는 '완전완비제품(whole product)'를 제공해야 한다는 것임.
 - 즉, 본 연구의 관점에서 비관객의 관객화를 도모하기 위해서는 '호의 집단'에 소구할 수 있는 완전완비제품이 어떠한 속성을 가져야 하는지 연구할 필요가

있음.

- **‘호의 집단’ 공약을 위한 정책 개발:** ‘호의 집단’은 전술한 프로파일에서도 알 수 있듯이 공연 예술에 대해 긍정적인 태도를 가지고 있지만, 가격, 시간 등의 물리적 제약으로 인해 원하는 만큼 예술을 향유하지 못하는 집단으로 생각할 수 있음. 따라서, 가격 할인, 관람 시간 확대 등의 정책이 효과적일 것으로 예상됨.
 - 그러나, ‘호의 집단’ 구성원들이 공적 자의식이 높고 공연 예술을 권위적 상품으로 인식하는 정도가 높다는 점을 간과해서는 안됨.
 - 다시 말해, 관객 집단과의 가격 차별화를 통해 ‘호의 집단’을 공연장으로 유인해야 하더라도, 할인된 가격으로 공연을 관람함으로써 해당 공연의 권위적 이미지가 훼손되었다는 자각을 갖지 않도록 장치를 마련해야 함.
 - 구체적으로는 불특정 다수를 대상으로 한 할인 정책이 아닌 개개인에 특화된 할인 정책을 제시하거나, 정상가격으로 관람한 후 사후적인 절차를 통해 일정 금액을 환급 받는 형식의 할인 정책이 가능함.

- **‘장벽 집단’ 공약을 위한 정책 개발:** ‘장벽 집단’은 긍정적인 태도를 형성하고 있지만, 수용저항 또한 높기 때문에 수용저항을 낮추는 접근법이 필요함. 이를 위해서는 이 집단의 수용저항이 어디에서 비롯된 것인지를 파악할 필요가 있음.
 - ‘장벽 집단’은 사용장벽에 가장 민감하며 다른 집단에 비해 민감도도 높은 것으로 보아 공연 내용의 이해와 관련한 심리적 장벽이 높을 수 있음.
 - 또한, 정보적 접근성에 대한 우려도 상대적으로 높은 것으로 나타났으므로, 공연 예술에 흥미는 있지만 최적의 선택을 내리는 데에 자신이 없는 집단으로 이해할 수 있음.
 - ‘장벽 집단’에 소구하기 위해서는 해설이 동반된 공연을 기획하거나, 무료 자료집을 공개해 사전·사후적으로 콘텐츠에 대한 이해도를 높일 수 있는 장치를 마련해야 함.
 - 또한, 개별 콘텐츠에 대한 자세한 정보를 함께 제공함으로써 공연 선택에도 도움을 줄 수 있어야 함.

- **‘무관심 집단’ 공약을 위한 정책 개발:** ‘무관심 집단’은 이와 달리 수용저항은 낮지만, 태도가 부정적이기 때문에 예술공연에 대한 태도를 긍정적으로 전환시킬 수 있는 접근법이 필요함.
 - 지금까지는 이러한 ‘무관심 집단’을 대상으로 공연 예술을 향유하고 즐길 수 있는 방법과 내용에 대한 교육을 실시함으로써 흥미도를 제고하는 접근법을

고수해 왔음.

- 이러한 예술 교육의 효과는 장기에 걸쳐 나타나므로, 교육과 더불어 단기적인 차원의 정책도 뒷받침이 되어야 함.
- 전술한 바와 같이, '무관심 집단'은 가족과 함께 하는 여가생활을 중시하고, 자녀 교육 목적의 공연 관람에 호의적인 응답을 보임.
- 즉, 다양한 연령대가 공감할 수 있는 콘텐츠를 기획하고, 가족단위를 대상으로 하는 가격할인 정책도 유효할 수 있음.
- 더 나아가, 유아나 초등학생을 넘어 중·고등학생의 교육에도 도움이 될 수 있는 콘텐츠를 개발한다면 이러한 '무관심 집단'의 호응도 기대해볼 수 있음.

○ **'회의 집단' 공략을 위한 정책 개발:** '회의 집단'은 공연 예술에 대한 태도도 낮고, 수용저항 또한 높다는 의미에서 관객으로 전환시키기에 가장 어려운 집단이라 볼 수 있음. 그러나, '회의 집단'의 부정적 태도와 높은 수용저항은 실제 경험이 아닌 편견에서 비롯된 것일 수 있다는 점에 주목할 필요가 있음.

- 실제로 '회의 집단'의 과거 경험 수준은 네 집단 중 가장 낮은 수준이었으며, 그마저도 타인의 권유에 의한 무료 관람이 대부분임.
- 다시 말하면, 이 집단의 태도는 외부에서 주입된 편견이나 부정적인 경험에 기인한 것으로 짐작할 수 있음.
- 따라서 '회의 집단'의 태도를 바꾸기 위해서는 만족스러운 관람 경험이 필수적임.
- 현재도 정부 정책의 일환으로 다양한 무료 공연을 제공하고는 있지만, 실제로는 작품성, 무대장치, 캐스팅 등 대부분의 측면에서 유료 공연에 비해 수준이 떨어지는 것이 일반적임.
- 이러한 낮은 품질의 무료 공연은 오히려 '회의 집단'을 양산할 수 있으므로, 무료 공연을 남발하기 보다는 예산을 집중해 유료 공연 못지 않은 고품질의 공연을 무료로 관람할 수 있는 기회를 제공하는 것이 더 효과적일 수 있음.

○ **비합리적 소비 심리 자극의 필요성:** 집단별 정책적 시사점과 더불어 본 연구의 분석 결과는 추가적인 통찰을 제공함. 기존의 연구들은 대체로 과시적 소비, 충동적 소비, 강박적 소비, 반복적 소비와 같은 비합리적인 소비가 시장을 왜곡시킬 수 있기 때문에 지양되어야 한다고 주장해 옴.

- 그러나, 앞서 기술한 바와 같이, 공연 예술 관람을 과시적 소비로 인식하는 경향성이 공연 예술에 대한 태도와 정(+)의 상관성을 보임을 확인할 수 있음.
- 즉, 한국 공연 예술시장에서는 공연 상품이 권위적 상품으로 인식되고 있지만, 이를 소비하는 것이 자신의 이미지 형성에 긍정적인 영향을 미친다는 믿음이

확산되어 있다고 볼 수 있음.

- 따라서, 대중화를 빌미로 공연 예술의 사회적 지위를 무작정 끌어 내리기 보다는 비합리적으로 보일지라도 공연 예술을 소비하는 과시적 심리를 관객 확대로 연결 지을 수 있는 접근법이 필요함.

○ **새로운 공연관람 트렌드 조성의 필요성:** 비관객 집단이라 할지라도 자녀 교육, 기념일, 성탄절 혹은 연말과 같은 특수 상황에서는 공연 예술에 대한 구매의도가 증가한다는 점에 주목해야 함. 다시 말해, 일상적으로 공연을 관람하는 열성 관객 집단과 달리 비관객 집단에게는 일상적인 소비가 아닌 특수한 상황에서의 소비를 촉발시키는 정책이 필요함.

- 따라서, 다양한 연령대에 맞는 콘텐츠를 개발하고, 기념일이나 연말을 즐길 수 있는 부가제품 개발에도 공을 들여야 함. 더 나아가, 특수 상황에서 공연 예술을 관람하는 트렌드를 확대해 나가는 노력도 필요함. 실제로 연말 시즌에 콘서트나 공연을 보는 문화도 근래에 정착된 것으로 볼 수 있음.
- 최근에는 기업 회식을 건전화한다는 차원에서 술자리를 공연 단체 관람으로 대신하는 경우도 주목 받고 있는데, 정부 차원에서도 이러한 트렌드가 확대 정착될 수 있도록 다양한 지원 정책을 모색해야 함.
- 이 외에도, 생일 선물로 공연 티켓을 선물하는 문화와 같은 기존에 없던 새로운 문화도 기획할 수 있음.
- '공연은 반드시 지인과 함께 관람해야 한다'는 인식으로부터 '혼자보러 가는 공연'으로의 인식 전환도 관객확대에 도움이 될 것으로 보임 (공연티켓 1+1 제도는 오히려 기존의 인식을 강화하는 경향이 있음). 공연을 2인 이상이 관람할 경우 상당한 티켓 비용이 부담으로 작용할 수 있으므로 1인 관람의 문화는 비용의 장벽을 낮추는 효과도 있음.

제 2절. 연구의 한계 및 후속연구 제안

1. 연구의 한계

- 본 연구는 무작위 표본(random sample)을 대상으로 하였으므로, 설문조사 응답 표본의 인구통계 분포가 고르지 못했음.
 - 응답자 내 '남성(62.5%)' 및 '고 연령대(40세 이상이 69.1%)'의 비중이 상대적으로 높음. 이는 장르별 비관객을 모집하는 조사의 특성상, 상대적으로 비관객 비중이 높은 성별과 연령대가 더욱 많이 모집되었기 때문인 것으로 추정됨.
 - 향후 연구에서는 층화 표본(stratified sampling)을 통해 표본 내 성비 및 연령대 구성을 고르게 하거나, 부스터 샘플(booster sample)을 통해 특정 관심 집단(예: 20~30대)에 대한 비중을 높여 연구할 것을 제안함.
- 조사범위가 5개의 장르(무용, 뮤지컬, 연극, 오페라, 클래식)에 국한되어, 각 장르의 개별적 특성 반영에 한계가 존재함.
 - 본 연구에서는 공연 예술의 대표적 장르를 모두 포괄함으로써 장르별 비관객 특성 비교가 가능했으나, 각 장르 내 하위 장르(가령, 무용 장르의 경우, 현대무용 / 전통무용/ 발레 등)를 구분하고 각 특성을 반영하기는 어려웠음.
 - 향후 연구에서는 조사 목적에 맞춰 개별 장르의 특성을 상세히 반영한 연구를 진행할 것을 제안함.
- 본 연구에서 적용한 정성적(심층면담), 계량적(설문조사) 조사기법 외에도 보다 다양한 조사기법을 향후 연구에 활용할 것을 제안함.
 - 본 연구의 정성적 조사 방법인 심층면담 이외에 FGI, ZMET, Laddering 등 다양한 정성적 방법론을 적용한다면 비관객 집단의 내적동기를 보다 심도있게 파악할 수 있을 것으로 기대함.
 - 횡단적 설문조사는 시간에 따른 태도 및 행동변화를 추적하기가 어렵다는 한계가 존재함. 이에, 정책의 유효성 검증을 위해서는 관객 및 비관객 패널을 구성하여 태도 및 행동변화를 동적으로 추적하는 연구를 진행할 것을 제안함.
 - 한편, 구체적 정책개발 단계를 위한 사전조사로서, 본 연구에서 진행한 공연 예술 선택실험과 같이, 공연 관람과 관련한 자극물에 따른 평가를 측정하는 다양한 실험 연구기법을 적용할 것을 제안함.

2. 후속연구 제안

○ 관객과 비관객의 비교 연구

- 본 연구는 비관객만을 대상으로 이들의 특성에 집중하였으나, 그 대상을 보다 확장하여 관객과 비관객을 아우르는 포괄적인 범위의 관객연구를 진행할 것을 제안함.
- 특히 이번 조사에 포함된 '경험 비관객(일생동안 1~3회 관람 경험자)'과 '관객(3회 이상 관람자)'간의 가치관 및 라이프스타일을 비교하는 후속 연구를 통해 공연 예술 관람과 관련한 전체 시장의 구조를 파악하고, 관객과 비관객 사이의 간극(갭)을 실증적으로 확인할 것을 제안함.

○ 문학, 미술, 전통음악 등 타 예술 장르의 관객/비관객(비고객) 연구

- 문화예술 산업의 확대를 위해 비고객에 대한 지속적인 연구가 필요할 것으로 생각됨.
- 본 연구에서 제외된 문학, 미술 등 비공연 예술 분야에 대한 관객/비관객 조사도 추가로 진행될 필요가 있음.

○ 특정 세분집단을 대상으로 하는 심층 연구

- 관객화가 가장 유력한 비관객 세분집단을 대상으로, 공연 관람과 관련한 해당집단의 구체적인 니즈(needs)를 파악하는 연구를 진행할 것을 제안함.
- 새로운 문화소비 계층으로 부상하고 있는 50대 이상 시니어 고객을 대상으로 한 연구나, 문화소비의 사각지대에 있는 고객(예: 40대 남성, 10대 청소년)을 대상으로 한 연구 등도 의미 있는 연구가 될 것임.
- 이러한 연구는 공연 예술 마케팅 측면에서 포지셔닝 전략을 개발하기 위한 구체적 실행방안을 도출하는 데에 도움을 줄 수 있을 것으로 기대됨.

○ 주요 정책의 실효성을 실증적으로 검증하는 연구

- 공연 예술 산업 진흥을 위해 실시되고 있는 다양한 정부 정책들이 관객 개발 측면에서 얼마나 영향을 미치는지 그 효과를 계량화하여 비교할 필요가 있음.
- 가령, 구매가격을 낮추는 정책(공연티켓 1+1, 문화가 있는 날) 내에서도 그 형태에 따라 실효성을 미치는 관객/비관객 집단 및 효과의 정도에 차이가 있을 것으로 예상됨.
- 가격 정책뿐 아니라 문화 진흥을 위한 다양한 홍보 문구(예: 슬로건)에 대한 평가도 필요함.
- 이를 통해 주요 정책들이 관객 개발에 미치는 효과의 차이를 측정, 비교함으로써 정책 지속여부 및 새로운 정책 개발에 대한 시사점을 제공할 수 있음.

첨부

첨부1. 비관객 심층면담 참가자별 답변 요약

④장OO 님 (20대여성, 대학생, 부모님과 일산 거주)

- 취미생활 및 여가활동: 영화관람(한 달에 5-6편 정도 관람)
- 공연 관람 경험
 - 2014년도에 뮤지컬(캣츠), 연극(빌리엘리엇) 관람(가격: 10만원/1인)
 - 당시 뮤지컬은 이해하기가 어려웠으며, 가격대비 가치가 있다고 느껴지지 않았음. 연극은 스토리의 연결성이 높아 이해가 쉬웠음.
- 공연예술에 대한 인식
 - 연극: 가격대가 합리적, 영화의 대체재가 될 수 있다고 생각
 - 뮤지컬: 음악, 스토리, 무대 볼거리가 가장 많음.
 - 무용: 무언의 공연(발레) 공연수의 예쁘고 아름다운 선과 모습이 흥미로움. 매력적인 내용이라면 볼 의향이 있음.
 - 오페라: 배경지식이 없다면 오랜 시간 동안 보기 어려울 듯. 부유하고 나와는 자라온 배경이 다른 (계속 오페라와 같은 문화를 향유하거나 해당 문화에 노출되어 온) 사람들만이 즐길 듯.
 - 클래식: 눈길을 끌지 않음. 음악적 지식이 있는 사람만 친근하게 느낄 것.
- 공연 비관람 요인
 - 사치라고 느껴짐. 많이 들이지 않아도 할 수 있는 것들이 많음.
 - 마음을 움직일만한 재미있는 공연이 별로 없다고 생각함.
- 정부정책에 대한 인식 및 의견
 - 정부 정책들은 사람들이 몰릴 것 같아 이용 안 하게 됨.
 - 인터넷 이벤트로 저렴하게 보기 때문에 굳이 정부정책을 활용하진 않음.
 - 블로그 또는 지인의견, 추천이 훨씬 더 영향력 있다고 생각
- 기타의견
 - 특별함이 중요하다고 생각(연말, 외국여행 중 경험 등이 특별하게 다가옴)
 - 광고노출, 유명 배우진, 인스타그램 등의 SNS 홍보 등이 중요하다고 생각
 - 2, 30대가 호감 가질 재미있는 콘텐츠로 대중화가 필요

②고OO 님 (20대 남성, 대학생, 서대문구 자취)

- 취미생활 및 여가활동: 게임, 웹 서핑, 독서, 여행, 영화(한 달에 1~2번, 영화도 혼자 보는 것 선호하고 사람 많은 곳 피하는 편.

- 공연관람 경험
 - 아주 어릴 적 부모님을 따라 마당놀이 공연을 관람. 그 외에는 없음.

- 공연예술에 대한 인식
 - 연극: 라이어, 옥탑방 고양이 들어본 적 있음. 무료나 저가라면 관심 있음. 눈 앞에서 펼쳐지고 사람과 대사 외에 아무 것도 없는 느낌
 - 뮤지컬: 대중가요를 접목해서 신선하고 참신한 이미지
 - 무용: 발레복 입고 뛰는 동작, 난해하고 어려움, 무엇을 하는지 모르겠음.
 - 오페라: 오페라의 유령, 화려하고 웅장한 느낌, 볼거리가 많음.
 - 클래식: 조용하고 잔잔함.
 - 공연을 즐겨 찾는 사람은 돈 좀 있고, 시간이 남는 사람들일 것 같음.

- 공연 비관람 요인
 - 가격도 비싸고 망원경으로 봐야 한다고 해서 포기함.
 - 대학로는 멀고 교통도 불편
 - 공연은 영화에 비해 시간대가 제한적
 - 사람 많은 곳은 답답하고 신경 쓰이는 부분이 많아서 싫어함.

- 정부정책에 대한 인식 및 의견
 - 정부 정책에 대해 들어본 적 없음.
 - 사람들의 평가가 좋고 장기간 반복된 공연이라면 관심이 갈 것.
 - 신기술을 접목한 공연처럼 새로운 시도가 많아졌으면 함.

- 기타의견
 - 공연 예술을 통해 사람들과 사교 및 교양도 쌓을 수 있을 것 같음.
 - 집에서 스트리밍으로 볼 수 있다면 2~3천 원에 볼 의향이 있음.

③고OO 님 (20대 여성, 화장품 회사 근무, 가족과 서초구 거주)

- 취미생활 및 여가활동: 혼자 영화관람, 친구들과 맛있는 것 먹거나 카페방문, 음악감상, 독서
- 공연관람 경험
 - 펜타포트 락페스티벌, 청춘페스티벌, 뮤지컬 해를 품은 달 관람 (무료 표)
 - 뮤지컬의 경우, 내용은 만족했으나 배우(아이돌 가수)의 연기가 미흡하다고 느껴 크게 와 닿지는 않았음. 돈을 내고 간다면 5만원 정도 낼 의향이 있음.
- 공연예술에 대한 인식
 - 연극: 친구 소개로 관람한 적 있지만 내용이 공감 가지 않아 이후 관람으로 이어지지 않았음.
 - 뮤지컬: 영화의 연장선인 작품들에 관심이 있음. 가격의 문제가 해결되고 흥미로운 작품이라면 볼 의향 있음.
 - 오페라/무용: 배경지식이 필요할 것 같음. 일반인보다는 경제력이 있는 사람들이 주로 관람할 것 같음. 서민문화와는 거리가 멀.
 - 클래식: 배경지식이 있으면 훨씬 더 좋을 것 같음. 뉴에이지 클래식 공연에는 마음이 열려있는 편. 유명한 연주자의 내한공연의 경우, 상대적으로 가치가 더 높게 느껴짐.
- 공연 비관람 요인
 - 집 근처에 영화관이 있어서 영화를 자주 봄
 - 배우를 직접 볼 수 있다는 요인은 매력적이지 않음(TV로 봐도 됨).
 - 가장 큰 이유로 수입이 넉넉지 않아 비싸게 느껴짐.
 - 티켓을 예매하는 과정이 수고스럽다고 느껴짐.
 - 심리적으로 사람들이 많은 곳에 가고 싶지 않음.
 - 어렸을 때부터 이런 공연문화에 접할 기회가 없어서 익숙지 않음.
- 정부정책에 대한 인식 및 의견
 - 정부에서 시행하고 있는 정책 많이 들어봄
 - 가격할인정책은 그 자체가 매력 있게 느껴지지 않음. 아주 유명한 작품의 경우에만 가격할인 정책이 유효할 것.
 - TV 황금 시간대에 잠깐이라도 틀어주는 식으로 지속적 노출이 필요함.
 - 해외 아티스트들을 많이 초청하면 좋을 듯

○ 기타 의견

- 공연관람은 희소성이 있고, 차별화된 경험이라고 인식, 나의 가치가 올라간다고 느껴짐. 이 점을 강조할 필요가 있음.
- 공연이 무료라면, 그리고 시간 및 접근성 등 모든 요건이 충족될 경우에 자주 갈 것 같음.

④ 박OO 님 (20대 남성, 프로그래밍 직종, 미혼, 홀로 동작구 거주)

○ 취미생활 및 여가활동: TV스포츠 관람, 당구장, 영화관(월2편), 박물관 방문

○ 공연관람 경험

- 친구가 하는 동호회 오케스트라공연 외 직접관람 경험 전무.

○ 공연예술에 대한 인식

- 공짜 표가 생긴다 해도 어느 장르도 관람할 의향이 없음. 가치가 전혀 없음.
- 굳이 고른다면, 익숙하지 않고 내가 모르는 것을 하는 것이 흥미가 느껴짐.
- 무용: 몸짓으로부터 아름다움을 느낀다는 것의 의미를 도무지 이해 못함. 조용한 느낌.
- 뮤지컬: 그나마 가장 볼거리가 많을 것 같음. 화려하고 생기 넘치는 이미지
- 오페라: 아는 바가 전혀 없음. 뮤지컬과 다른 점도 모르겠음.
- 연극: 스토리가 있는, 볼만한 이미지가 떠오름.

○ 공연 비관람 요인

- 야근으로 인해 절대적 시간이 부족
- 영화나 독서 등 다른 저렴하고 흥미로운 콘텐츠에 비해 가치를 못 느낌.
- 연극은 자리가 안 좋으면 잘 안보일 것 같음.
- TV나 영화가 훨씬 화려하고 다양한 볼거리가 많음.

○ 정부정책에 대한 인식 및 의견

- 아는 바 없음.
- 일부 사람에게만 돌아가는 혜택이라 생각.
- 공연장 무상대여 등의 정책은 필요할 수 있으나 공연관람자를 위한 혜택은 불필요하다고 생각. 돈이 없어서 공연을 못 가는 사람은 전혀 없을 것.
- 질 좋은 콘텐츠만 살아남고 비인기공연은 줄어야 한다고 생각함.

⑤ 김OO 님 (30대 여성, 전산관련 사무직, 미혼, 부모님과 노원구 거주)

- 취미생활 및 여가활동: 평일에는 TV시청, 주말에는 남자친구와 영화관람 또는 근교 여행, 등산 동호회활동을 2-3개월에 한번씩 참여
- 공연관람 경험
 - 4년 전 연극(룸넘버13) 관람. 대학로에서 하는 공연홍보에 의해 즉흥적으로 표 구매. 당시에는 재미있게 봤으나 그 후 일부러 또 갈 생각은 안 듬.
- 공연예술에 대한 인식
 - 뮤지컬/연극: 인지도 있는 배우들이 하니까 좀더 대중적이고 흥미가 생김.
 - 클래식/오페라/무용: 유명한 사람이 안 나와서 관심이 없음. 연령대가 높은 느낌. 나에게서는 '잘생긴 배우'가 나오는 것이 중요함.
 - 무용: '댄싱나인'보고 이미지가 좋아짐. 열심히 하는 모습이 흥미로움.
 - 공연을 좋아하는 사람들은 책을 많이 읽고 깊은 관심이 있는 사람들일 것.
 - 정말 즐기는 사람이 절반이라면, '있어 보이고 싶어서' 보는 사람도 절반 정도 될 것이라 생각. 자존감을 높이기 위해 갈 것 같음.
 - '-있어 보이려는 경향'은 '오페라-클래식-무용'순일 것.
- 공연 비관람 요인
 - 실내활동보다는 야외활동이 좋음.
 - 영화에 비해 접근성이 낮음. 대학로가 멀게 느껴짐.
 - 공연에 관한 이벤트나 순위 정보가 공개된 것이 없고 정확하지 않은 느낌
- 정부정책에 대한 인식 및 의견
 - 사랑티켓, 공연티켓1+1: 들어본 적 없음.
 - 아무리 할인해주더라도 '유명한'공연이 아니면 안 갈 듯.
- 기타의견
 - 시각적인 재미가 중요함. 젊고 잘생긴 사람이 나오는 것이 좋음.
 - 접근성과 정보가 가장 중요함.
 - 영화 시사처럼 한번 체험해보는 기회가 필요하다고 생각함.

⑥ 권OO님 (30대 여성, 무직, 기혼, 송파구 거주)

- 취미생활 및 여가활동: TV예능 시청. 주말에는 영화관(월 1-2편) 또는 쇼핑, 공원산책이나 헬스장처럼 혼자 하는 활동을 선호

- 공연관람 경험
 - 2년전 대학로 소극장 뮤지컬 관람. 연말모임에 송년회 겸 미리 예매하고 관람. 친구들과 추억 만든다는 점에서 좋았던 경험이었음.
 - 여행지(시드니 오페라하우스)에서 발레공연 관람. 상징적인 건물 안에서 특별한 경험이라 좋았음.

- 공연예술에 대한 인식
 - 연극, 클래식, 뮤지컬 외에 다른 장르는 흥미가 없음.
 - 연극을 제외한 장르는 모두 '차려 입고' 가야 할 것 같은 느낌
 - 클래식: 상류층이 누리는 고급스러운 느낌. 악기가 주는 감동과 웅장함.
 - 연극: 대사의 깊이가 좀더 있어서 연기를 보는 재미가 있을 것 같음.
 - 무용: TV로 봐도 지루한 것 같음. 이해가 잘 안감.
 - 공연을 즐기는 사람들은 마음에 여유가 있고, 무엇보다도 부지런한 사람들 일 것. 학력수준이 높아서 주변에 공연정보도 많은 경우일 것 같음.
 - 반대로, 공연을 안가는 사람들은 심심하고 제한된 삶을 사는 듯한 느낌임.

- 공연 비관람 요인
 - 공연장이 가깝지 않음.
 - 다른 사람이 권유하지 않아서.
 - 정보도 없고 정보를 찾아볼 의향도 없음. (방송광고 보더라도 쉽게 잊혀짐)
 - 영화에 비해 부담스러움. 멀고, 옷차림도 갖춰야 하는 점.
 - 품질에 대한 우려

- 기타의견
 - 카톡이든 블로그든 '정보 노출'을 활발히 하는 것이 중요함. 정보를 자발적으로 찾기보다는 타의적으로 반복 노출될 경우 태도가 변할 수 있을 것.

⑦홍OO 님 (30대 남성, 사무직, 기혼, 강남구 거주)

- 취미생활 및 여가활동: 영화 관람, 산책, TV 시청, 영화 다운로드, 게임, 교회, 드라이브, 월 1회 영화관 방문
- 공연관람 경험
 - 평생 딱 한 번, 회사에서 직원들과 문화 활동 차원에서 회사 지원비로 관람 (7~8년 전). 연극의 내용이나 감상에 대한 기억 전혀 없음.
- 공연예술에 대한 인식
 - 연극: 평소에 영화도 CG도 들어가고 볼거리가 많은 것을 선호하는 편인데, 연극은 2~3명 나와서 대화만 한다는 점이 재미없을 것 같음.
 - 클래식: 재미 없고 지루할 것 같음. 오케스트라처럼 웅장한 공연은 그나마 괜찮을 것 같음.
 - 무용: 발레 같은 건 내용이 너무 어려움. 아름다운 것 같긴 한데, 내용을 모르겠음. 해설을 해줘도 알아듣지 못하겠음.
 - 공연관객들은 좋아하는 배우를 가까이서 볼 수 있어서 가는 것 같음. 나는 오히려 부담스럽고 좋지 않음. 관객과의 소통도 꺼려지고, 그냥 극장처럼 편안하게 보는 것이 좋음.
 - 공연관객은 아마도 돈이 조금 많은 사람들일 것 같음. 사회적 지위와도 관련이 있을 것. 특히 오페라나 클래식은 큰 공연장에서만 하고, 못해도 10만원이 넘는다고 알고 있음. 오페라, 클래식, 무용은 고상하게 다른 문화를 즐기는 것을 즐기며 사교적인 모임으로 가는 경우도 있는 듯.
- 공연 비관람 요인
 - 재미가 없을 것 같음.
 - 가격이 비쌌.
 - 공연을 볼 수 있는 곳은 한정적이고, 이동의 불편함도 있음. 싸고 가까운 공연에 대해서는 전혀 들어본 바 없음.
 - 유명하지 않은 연극이나 뮤지컬은 전문가나 관객의 평가도 잘 찾을 수 없음. 단순히 스토리만 나와 있는데, 그것만으로는 재미있을지 알 수 없음.
 - 대부분의 공연장이 좁고 불편한 공간일 것이라고 생각함.
- 정부정책에 대한 인식 및 의견
 - 문화가 있는 날 알고 있으나, 반값 할인까지 되지는 않고 대부분의 공연장이

강남에서 많.

- 유명 배우가 나오거나 인기 있는 공연들은 할인이 안됨.
- 가까운 주민센터 공연은 어르신들 대상으로 하는 복지 차원일뿐.
- 직접 검색을 하지 않는 이상 정보를 접하기 어려움.

⑧이00 님 (30대 남성, 공기업 인턴, 미혼, 부모님과 강남구 거주)

- 취미생활 및 여가활동: TV드라마 시청, 평일에 영어학원, 영화관(1-2달에 1회), 주말에는 가족과 경기도 외곽으로 외식, 여자친구와 데이트, 축구 동호회 활동
- 공연관람 경험
 - 소극장 뮤지컬 초대권 관람, 사람이 많지 않아 표정이 보여 좋았음.
 - 코엑스에서 중형 뮤지컬 관람, 연예인을 봤다는 것뿐, 내용상으로는 와 닿지 않고 흥미롭지 않았음. 내 돈 내고는 안 갔을 것 같음.
- 공연예술에 대한 인식
 - 클래식: 내용을 몰라 공감을 할 수 없을 것. 내 시간을 들여 앉아있을 이유가 없음. 가사가 들리는 음악을 더욱 선호.
 - 뮤지컬과 오페라의 차이를 모름.
 - 어렸을 때 음악을 배웠거나 감성적인 사람들이 공연을 좋아할 것 같음.
 - 클래식은 사회적 지위와도 관련 있을 것 같음.
- 공연 비관람 요인
 - 영화는 당일 결정 및 구매가 편한 반면, 공연은 장소가 멀고 정보가 없음.
 - 구매하기 위해 드는 노력이 크고 예매절차가 복잡, 반면에 가치는 낮음.
 - 비용, 거리, 접근성(공연장이 강남구에 많았으면...)
- 정부정책에 대한 인식 및 의견
 - '문화가 있는 날'은 영화관을 통해 알고 있으나, 공연할인도 있다는 것은 알지 못함.
 - 시간이 맞는다면 이용해보겠지만, 할인혜택 때문에 일부러 공연관람가지는 않을 것.
- 기타의견
 - TV예능 같은 곳에서 연극배우가 소개를 해주면 흥미가 생길 듯.
 - 스마트폰 등으로 정보를 얻게 되면 유용할 듯.

⑨ 박OO 님 (40대 여성, 화장품 회사 근무, 기혼, 성북구 거주)

- 취미생활 및 여가활동: 집에서 휴식, 월 2회 가족들 혹은 혼자 영화관 방문
- 공연관람 경험
 - 아이와 뮤지컬 관람. 아이 과제 때문에 클래식 공연도 간 적 있음
평소에 채우지 못하는 정서적 만족을 주고 아이들 교육에 좋다고 생각함.
스트레스를 풀거나 카타르시스를 느끼는 것은 영화만 못하지만, 문화적 경험의 측면에서 아이에게 도움이 될 것이라 생각.
- 공연예술에 대한 인식
 - 클래식은 보통 부유층이 향유하는 느낌. 경제력과 시간적 여유가 많은 사람들이 갈 것 같음.
 - 사교적인 목적으로 억지로 가거나, 과시욕으로 가는 경우도 있는 듯.
 - 모임에서 누군가가 제안했을 때, 그 사람이 진짜 좋아하는지도 잘 모르겠고, '있어 보이려고' 제안하는 것 같은 느낌을 받음.
- 공연예술 비관람 요인
 - 선호도와 가격이 반비례하는 것 같음. 광고를 보고 괜찮아 보여서 탐색을 하면 비싼 경우가 많음. 중간 자리 기준으로 2~3만원대면 분기에 1회 정도 방문할 듯.
 - 클래식, 무용, 오페라 등은 이해력이 필요함, 직접 체험할 수 있거나 해설이 동반되는 공연이라면 더 좋을 것.
 - 지금은 너무 딱딱한 이미지, 관객 참여를 유도하거나 이벤트 같은 것으로 재미를 줘야 함.
- 기타의견
 - 입소문이 나거나 관객들이 많이 찾는 것을 선택함.
 - 유명한 배우의 출연 여부도 중요함.
 - 공연을 본다면, "나도 이런 걸 누렸다", "나도 시간과 경제력이 풍부한 사람들과 비슷하다" 라는 느낌과 함께 교양 수준이 높아지는 느낌이 들 것 같음. 그러나 만약, 클래식 공연이 무료라면 대중화됐다는 느낌이 들어서 "나도 이런 걸 누렸구나"라는 느낌이 줄어들 것 같음.

⑩ 윤 00 님 (40대 남성, 학원 경영, 기혼, 양천구 거주)

- 취미생활 및 여가활동: 여가 시간 많지 않음, 조깅, 배드민턴, 축구, 바둑, TV 시청, 영화 다운로드
- 공연관람 경험
 - 14~5년 전 <아가씨와 건달들> 뮤지컬 관람, 연극도 두 번 정도 관람경험 있으나 재미가 없었음, 스토리가 유치했고 연기력도 형편 없었음.
- 공연예술에 대한 인식
 - 연극: 가난, 연극 배우는 가난한 학생이 떠오름.
 - 뮤지컬: 댄스, 멈춰있지 않고 계속 움직임, 밝고 발랄함.
 - 무용: 여자들 발레 하는 모습, 무식함.
 - 오페라: 무겁고 정적인 화면이 많음. 뮤지컬과 달리 음악이 중후하고 느낌.
 - 클래식: 정적인 느낌
 - 공연을 즐겨보는 사람은 문화적 허영심에 빠져있고 자신의 수준을 과시하고자 하는 것 같음. 정말로 좋아하고 이해하고 보는 것이 아닐 것.
100프로는 아니겠지만, 대부분은 그런 허영심에 빠져 있었음. 90프로 정도는 과시하고자 하는 사람들이라 생각. 콤플렉스를 감추기 위해 다른 면에서 뛰어나다는 것을 드러내고자 하는 것.
 - 공연 자체에 대해 경멸하는 것은 아니지만, 관객들은 경멸하는 편.
- 공연예술 비관람 요인
 - TV에서 실황 중계를 해도 안 볼 것 같음. 정신적 만족이 없을 듯.
 - 배우나 무용수들이 작가의 메시지를 이해하고 공연하는지 회의가 있음. 창작자의 의도를 제대로 표현해 내기에는 전달 능력이 부족할 것이라고 생각.
- 정부정책에 대한 인식 및 의견
 - 대중화가 목적이라면 TV를 통해 노출을 많이 시켜야 할 것. 수익성 개선이 목표라면 초기에 관람료를 낮게 책정해서 입소문을 타게 한 후 장기적으로 가격을 인상해야 함.

⑩ 이OO 님 (50대 여성, 무직, 기혼, 동작구 거주)

- 취미생활 및 여가활동: TV시청, 독서, 친구들과 수다. 영화관람은 집에서 영화채널로 보거나, 2-3달에 1회 영화관에서 관람(가족 또는 친구들과 함께)
- 공연관람 경험
 - 2014년도에 합창공연(무료 표) & 뮤지컬 시카고(자녀와 함께, 5만원이상/1인)
 - 합창공연은 아는 곡이 없어서 지루했음. 뮤지컬은 젊은 사람들이 좋아할 만한 공연이라고 생각. 배우(아이비)가 예쁘지만 감정이 이입되어 안쓰러운 기분이 들음. 영화 시카고가 더 재미있다고 느껴짐. 영화관에 가는 편리함과 달리 교통편이 불편하고 공연장도 복잡함. 가격대비 만족도는 낮았음. 배우들의 연기를 직접 관람하면서 배우에 대한 이미지 상승, 감동을 주는 연기에 만족, 생동감이 느껴진 부분은 좋았음.
- 공연예술에 대한 인식
 - 연극: 배우들에게 감정이입이 되어 나라면 저렇게 할 수 있을까? 하는 생각이 들. 친근함.
 - 뮤지컬: 주변에 같이 갈 사람이 많다면 '내가 언제 한번 이런 거 가 보겠어?' 하면서 갈 것 같음.
 - 오페라: 유명한 오페라는 듣기 좋은데, 고상한 척 하는 것 같은 느낌. 돈 내고 볼 일은 없을 것. 단, 세계적인 사람(조수미)의 경우라면 5만원 정도 낼 의향 있음.
 - 무용: 나와는 많이 동떨어진 이미지. 무용수를 보면 예쁘고 날씬한데 나는 왜 이럴까 질투심이 생김. 내가 시도해볼 수 없는 분야라 더 멀게 느껴짐.
 - 클래식: 진짜 좋아하는 사람들이 갈 것 같음. 나는 공짜 표가 생기면 갈 것 같음. 경제력, 시간, 걱정이 없는 사람들이 즐길 수 있는 분야. 주로 나이대가 좀 있는 사람들이 선호할 것 같음. 고상하다는 인식.
- 공연 비관람 요인
 - 가정주부들은 나한테 선뜻 쓰기거나 혼자 관람하려 맘먹기가 어려움.
 - 관련정보가 많이 없음. 여러 차례 반복적으로 홍보해줘야 기억함.
 - 영화처럼 다양한 시간대에 공연이 없음. (브런치 공연 등이 필요)
- 정부정책에 대한 인식 및 의견
 - 알고는 있지만 경쟁률이 세서 잘 안 하게 됨.

- 다양한 이벤트를 통해 정책이 다양한 사람들에게 분배되면 좋겠음.
(가령, 원숭이띠인 사람들만, 당일에 생일인 사람들만 등)
- 우리나라 정서에 맞는 내용의 공연이 더 많았으면 좋겠음.
- 꼭 고상하지 않더라도 공감할 수 있는 내용/스트레스 해소용 내용 등 객석에 있는 사람들과 소통하고, 공연의 이미지 자체가 나와 동떨어진 느낌을 주지 않으면 좋겠음.
- 나이 든 사람들에게도 동기부여를 해줄 수 있으면 좋을 것 같음.

⑫ 윤OO 님 (50대 남성, 회계직종 사무직, 기혼이지만 홀로 생활, 강남구 거주)

- 취미생활 및 여가활동: 평일에는 아무것도 안 함. 스키와 보드, 영화관은 혼자 가도 되니까 독립영화들을 즐겨보는 편.
- 공연관람 경험
 - 리콜레토: 십 수 년 전에 초대권 관람. 내용을 몰라서 중간에 뛰어나옴.
 - 대학로 소극장 연극: 수 년 전 회사 지원으로 동료들과 갔으나 재미가 없어서 중간에 뛰어나옴.
- 공연예술에 대한 인식
 - 클래식/오페라: 뭔가 고상하고 교양 있는 느낌. 우리 사회에서는 이런 장르를 즐기는 것이 사회적 지위를 대변해준다고 생각
 - 무용: 여자 무용수들을 보러 간다는 점에서 남자라면 모두 좋아할 것.
 - 함께 갈 사람이 있다면 모든 장르에 대해 호의적. 다양한 경험 측면.
- 공연 비관람 요인
 - 혼자 갈 수 없어서. 주변의 시선을 의식하게 됨.
 - 회사에서 지원해주지 않으면 내 돈 내고는 안 가게 됨.
 - 50대들 사이에서도 방송에서 '이것이 트렌드다'라고 부추겨주면 관심이 생길 수 있을 것.
- 정부정책에 대한 인식 및 의견
 - 할인정책은 회사 업무상 들어본 적이 있음.
 - 특정지역뿐 아니라 다양한 공연으로의 순회가 있기를 바람.
 - 회사에서 비용까지 지원해주는 형식의 정책 계속 펴야 함.

첨부2. 설문조사 설문지⁴⁷

공연예술 관련 소비자 인식조사
<p>안녕하십니까?</p> <p>서울대학교 경영대학입니다. 현재 공연예술 관련 소비자 인식조사를 진행중입니다.</p> <p>답변해 주신 모든 내용은 통계처리를 위해서만 사용되며, 통계법 제13조와 14조에 의거해 개인 정보가 철저히 보호됨을 약속 드립니다.</p> <p>바쁘시더라도 잠시 시간을 내어 설문에 응해 주시면 대단히 감사하겠습니다</p>

SCREENING QUESTIONS

SQ0. 귀하 또는 귀하의 가족 중에 다음 직업에 종사하시는 분이 계십니까?

- 1) 광고기획/대행 및 홍보회사 ▶ 조사중단
- 2) 시장조사 및 여론조사 기관 ▶ 조사중단
- 3) 공연예술(뮤지컬, 연극, 클래식, 오페라, 무용 등) 관련 단체 및 기업 ▶ 조사중단
- 4) 없음

SQ1. 귀하의 **성별**은 어떻게 되십니까? ▶ **층화표집**

- 1) 남성 2) 여성

SQ2. 귀하의 **연령**은 **만**으로 어떻게 되십니까? 만()세 ▶ **층화표집**

- 1) 20세 미만 ▶ 조사중단
- 2) 20~29세
- 3) 30~39세
- 4) 40~49세
- 5) 50~59세
- 6) 60~69세
- 7) 70세 이상 ▶ 조사중단

SQ3. 귀하께서 현재 거주하고 계신 **지역**은 어디입니까? ▶ **층화표집**

- 1) 서울 2) 부산 3) 대구 4) 인천 5) 광주 6) 대전 7) 울산 8) 경기도
- 9) 강원도 ▶ 조사중단 10) 경상북도 ▶ 조사중단 11) 경상남도 ▶ 조사중단
- 12) 충청북도 ▶ 조사중단 13) 충청남도 ▶ 조사중단 14) 전라북도 ▶ 조사중단
- 15) 전라남도 ▶ 조사중단 16) 제주도 ▶ 조사중단 17) 기타 ▶ 조사중단

⁴⁷ 설문지의 경우, 장르 명 외에는 내용이 동일한 총 5개의 버전(무용, 뮤지컬, 연극, 오페라, 클래식)이 존재하며, 그 중 '무용' 장르의 설문지만 첨부함

※ 다음은 무용에 대한 설명입니다.

무용(서양무용/한국무용/현대무용): 사람의 몸을 소재로 하여 육체의 내적, 외적 행동을 통해 감정과 정경, 상황을 표현하는 공연예술 (예: 발레, 춤)

SQ4. 귀하께서 지금까지 일생 동안 공연장에서 직접 관람하신 무용 공연은 대략 몇 편입니까?

- 1) 관람한 적 없음 ▶ 80%(160명) 배분 2) 1~3편 ▶ 20%(40명) 배분
3) 4~6편 ▶ 조사중단 4) 7~10편 ▶ 조사중단 5) 10편 이상 ▶ 조사중단

Section A	여가생활 관련 인식 및 행태
------------------	------------------------

※ 지금부터는 귀하의 평상시 여가생활과 관련된 질문입니다.

AQ1. 귀하는 평상시 여가시간(평일 여유시간, 퇴근 후 저녁시간, 주말 등)을 어떻게 보내십니까?

실제로 하시는 활동 중, 가장 선호하는 활동을 1순위부터 3순위까지 번호로 응답해 주십시오.

- 1) 영화관람
- 2) TV시청
- 3) 게임
- 4) 인터넷검색/SNS/블로그
- 5) 독서
- 6) 운동
- 7) 공연관람
- 8) 박물관 관람
- 9) 전시회 관람(미술, 사진, 디자인 등)
- 10) 스포츠경기 직접 관람
- 11) 산책
- 12) 음악감상
- 13) 라디오 청취
- 14) 신문/잡지 읽기
- 15) 종교활동
- 16) 친구들과의 모임
- 17) 이성친구(배우자)와 데이트
- 18) 쇼핑
- 19) 기타 (직접 응답:)

1순위: _____ **2순위:** _____ **3순위:** _____

AQ2. 귀하께서 여가활동을 하는 주된 목적은 무엇입니까?

- 1) 건강을 위해
- 2) 개인의 즐거움을 위해
- 3) 마음의 안정과 휴식을 위해
- 4) 대인관계 및 교제를 위해

Section B	공연예술 일반 관련 인식 및 행태
------------------	---------------------------

※ 지금부터는 공연예술 일반과 관련된 질문입니다.

[BQ0에 해당하는 문항들은 SQ4에서 2)번으로 응답한 20%만 노출]

BQ0. 귀하께서 무용 공연을 관람한 경험에 대해 회상해 주십시오.

BQ0-1. 귀하께서 무용을 보게 된 계기는 주로 무엇이었습니까?

- 1) 내가 보고 싶어서
- 2) 주변인의 권유로

BQ0-2. 귀하께서 무용을 관람한 상황은 주로 어떤 상황이었습니까?

- 1) 모임(친목, 회사)에서 3인 이상이 함께
- 2) 공연관련 동호회 사람들과 함께
- 3) 기념일(생일, 결혼기념일 등)을 맞아
- 4) 연말, 크리스마스, 밸런타인데이를 맞아
- 5) 친구, 연인과의 만남
- 6) 가족 행사의 일환
- 7) 가족 및 지인의 공연 출연 (졸업 연주회, 학예 발표회 등 포함)
- 8) 무료 관람 기회가 생겨서 (예: 초대권, 무료공연)
- 9) 관람 의무가 있어서 (학교 과제, 업무상)
- 10) 타 지역(국내 및 해외)에 여행 및 출장으로 방문 시
- 11) 기타 (직접 응답:)

BQ0-3. 귀하께서 무용을 관람할 때 지불한 티켓 1장의 가격은 평균적으로 어느 정도였습니까?

- 1) 무료(초대권, 타인이 티켓을 구입해 줌)
- 2) 2만원 미만
- 3) 2만원 이상 - 5만원 미만
- 4) 5만원 이상 - 7만원 미만
- 5) 7만원 이상 - 10만원 미만
- 6) 10만원 이상 - 15만원 미만
- 7) 15만원 이상 - 20만원 미만
- 8) 20만원 이상

BQ0-4. 귀하께서 지금까지 관람한 무용 공연들의 종합적인 만족도는 어느 정도입니까?

매우 불만족			보통			매우 만족
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

BQ0-5. 귀하께서 가장 처음으로 무용을 관람한 시기는 언제입니까?

- 1) 초등학교 입학 이전
- 2) 초등학교 재학 중
- 3) 중학교 재학 중
- 4) 고등학교 재학 중
- 5) 고등학교 졸업 이후 성인이 되어서

[BQ1부터는 모든 응답자에게 노출]

BQ1. 귀하께서 무용을 즐겨보지 않는 이유는 다음 중 무엇입니까? 가장 주된 이유에 대해 1순위부터 3순위까지를 번호로 응답해 주십시오.

- 1) 공연장을 찾아가는 것이 불편할 것 같다.
- 2) 티켓 가격이 비쌀 것 같다.
- 3) 어떤 공연을 하는지 정보를 찾는 것이 어려울 것 같다.
- 4) 같이 갈 사람을 구하기가 어려울 것 같다.
- 5) 흥미로운 공연이 없을 것 같다.
- 6) 공연관람에 투자할 시간이 없을 것 같다.
- 7) 과거에 관람했을 때 만족하지 못해서, 다음 번에도 만족하지 못할 것 같다.
- 8) 공연 내용을 이해하기 어려울 것 같다.
- 9) 공연장의 시설이 불편할 것 같다.

1순위: 2순위: 3순위:

BQ2. 물리적 제약(교통, 비용, 동행인, 시간 등)이 해결된다고 가정했을 때, 귀하께서는 다음 각 상황의 **무용 관람에 대해** 얼마나 흥미가 있으십니까?

	전혀 흥미 가 없다						매우 흥미 가 있다
타 지역(국내 및 해외)에 방문 시 특별한 경험이 될 수 있는 관람	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
기념일(생일, 결혼기념일 등)에 특별한 이벤트로 관람	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
연말, 크리스마스, 밸런타인데이에 특별한 이벤트로 관람	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
친구, 연인과의 (평소)데이트로 관람	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
가족 행사의 일환으로 부모님/자녀/형제와 관람	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
명절 연휴에 관람	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
친목모임에서 3인 이상이 함께 관람	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

회사의 지원금으로 동료들과 함께 관람	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
자녀에게 문화적 소양을 쌓는 경험을 시켜주기 위해 관람	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

※ 다음은 공연예술의 대표적인 다섯 가지 장르에 대한 설명입니다.

무용(서양무용/한국무용/현대무용): 사람의 몸을 소재로 하여 육체의 내적, 외적 행동을 통해 감정과 정경, 상황을 표현하는 공연예술 (예: 발레, 춤)

뮤지컬: 노래가 중심이 되어 무용과 연극적 요소가 조화를 이루는 현대적인 음악극으로, 말하는 형식의 대사극과 가창이 함께 이루어지고, 극적인 의미를 지닌 춤이 첨가된 공연예술

연극: 연극자가 각본에 따라 어떤 사건이나 인물을 말과 동작으로 실연하여 관객에게 보여주는 공연예술

오페라: 작품 전체가 작곡되고 모든 대사가 말하는 형식이 아닌 노래로 표현되는 규모가 큰 음악극으로, 아리아(영창)와 함께 이야기 하듯이 노래 부르는 형식의 독창, 주요 대화의 부분으로 쓰이는 중창, 군중이 노래하는 합창, 극 전체의 성격을 암시하는 관현악을 사용하는 공연예술

클래식: 서양의 전통적 작곡기법이나 연주법에 의한 음악을 시연하는 행사로, 성악가가 노래를 부르는 성악과 연주자가 악기를 연주하는 기악으로 구분됨. 관현악, 교향곡, 협주곡, 실내악, 종교음악 형태의 공연예술

BQ3. 귀하께서는 지금까지 일생 동안 다음의 공연예술을 공연장에서 직접 관람한 경험이 **대략 몇 번 정도** 있습니까?

[현재 응답 중인 무용을 제외한 네 가지 장르만 노출]

	전혀 없다	1~3회	4~6회	7~10회	10회 이상
뮤지컬	①	②	③	④	⑤
연극	①	②	③	④	⑤
오페라	①	②	③	④	⑤
클래식	①	②	③	④	⑤

BQ4. 귀하께서는 다음의 각 공연예술 장르에 대한 평균적인 티켓 가격이 대략적으로 얼마라고 예상하십니까? 희망 가격이 아닌, 현재 판매되는 티켓 가격의 예상치를 응답해주세요.

[1만원에서 30만원 사이에서 직접 눈금을 위치시키는 방식, 만원 단위]

BQ5. "무용을 즐겨보는 사람"을 상상하였을 때, 귀하께서 다음의 문장에 대해 동의하시는 정도를 숫자로 표시해 주십시오.

동의하지 않을수록 1점에 가깝게, 동의할수록 7점에 가깝게 응답해 주세요.

	전혀 그렇지 않다							매우 그렇다
그는 다른 사람들에게 보여지는 자신의 이미지를 향상시키기 위해 무용을 관람할 것 같다	①	②	③	④	⑤	⑥		⑦
그는 더 특별해지기 위해 다른 사람들이 잘 소비하지 않는 무용을 관람할 것 같다	①	②	③	④	⑤	⑥		⑦
그는 무용 관람을 통해 자신이 더 가치 있는 사람이 된다고 생각할 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥		⑦
그는 다른 사람들에게 자신을 돋보이게 하거나 자랑하기 위해 무용을 관람할 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥		⑦
그는 무용을 관람하는 것이 일종의 사회적 지위를 상징한다고 생각할 것 같다	①	②	③	④	⑤	⑥		⑦
그는 무용 관람이 성공 또는 명예를 상징한다고 생각할 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥		⑦
그는 무용을 관람함으로써 자신의 경제적 능력을 보여줄 수 있다고 생각 할 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥		⑦
그는 무용 관람 외 다른 평범한 문화생활은 좋아하지 않을 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥		⑦

그는 무용 관람이 다른 활동에 비해 큰 돈이 필요하다는 이유만으로도 무용을 관람할 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
-----------------------------------------------------	---	---	---	---	---	---	---

BQ6. 무용에 관한 귀하의 인식은 어떻습니까? 다음의 문장에 **동의하시는 정도**를 숫자로 표시해 주십시오.

동의하지 않을수록 1점에 가깝게, 동의할수록 7점에 가깝게 응답해 주세요.

	전혀 그렇지 않다						매우 그렇다
일반적으로 사람들은 무용을 관람하는 것을 높게 평가한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
일반적으로 무용을 관람하는 것은 권위있는 것으로 여겨진다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용은 중요한 모임이나 사회생활에서 훌륭한 대화소재이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용을 관람하는 것은 지인들의 나에 대한 믿음을 증대시켜 준다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

BQ7. 무용을 관람한다는 것에 관한 귀하의 인식은 어떻습니까? 다음의 문장에 **동의하시는 정도**를 숫자로 표시해 주십시오.

동의하지 않을수록 1점에 가깝게, 동의할수록 7점에 가깝게 응답해 주세요.

	전혀 그렇지 않다						매우 그렇다
무용을 본다는 것이 남들에게 나의 좋은 면을 보여주는 데에 도움이 된다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
내가 무용 관람을 즐긴다면, 다른 사람이 나의 이미지를 좋게 볼 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

무용을 즐겨본다는 것이 나를 표현하는 데에 도움이 된다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
---------------------------------	---	---	---	---	---	---	---

BQ8. 그렇다면, 귀하께서 무용을 관람한다는 것에 관한 인식은 어떻습니까? 다음의 문장에 대해 **동의하시는 정도**를 숫자로 표시해 주십시오.

동의하지 않을수록 1점에 가깝게, 동의할수록 7점에 가깝게 응답해 주세요.

	전혀 그렇지 않다						매우 그렇다
무용 관람은 나와 잘 어울릴 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용을 관람한다는 것이 내가 누구인지를 잘 말해줄 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나와 유사한 성격을 지닌 사람들은 무용을 즐겨볼 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용은 나의 이미지를 잘 나타내 줄 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용을 즐겨보는 사람들은 나와 대체로 유사할 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

BQ9. 귀하께서 **무용을 관람하는 상황을 고려했을 때**, 다음의 문장에 대해 **동의하시는 정도**를 숫자로 표시해 주십시오.

동의하지 않을수록 1점에 가깝게, 동의할수록 7점에 가깝게 응답해 주세요.

	전혀 그렇지 않다						매우 그렇다
무용의 내용을 이해하기 쉬울 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
어떠한 공연이 있는지 알기가 어려울 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
공연 할인정보를 찾는 것이 어려울 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
공연 예매를 하는 절차가 복잡할 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

나의 다른 취미와 비교했을 때, 무용을 보는 것은 가치가 없을 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용을 보는 것이 나의 여가시간을 보다 잘 활용하는 데에 도움을 줄 수 있을 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
혹시 내가 재미없는 무용 공연을 선택할까 걱정이 된다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
공연 관람평을 신뢰하기 어려울 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
내가 무용을 보러 간다면, 주위 친구들의 시선을 의식하게 될 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용은 보편적으로 사람들이 많이 즐기는 문화생활과는 거리가 멀다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 무용을 보는 사람들에 대해 긍정적인 이미지를 갖고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용을 보는 것은 사치스럽다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용을 보는 것이 부담스럽게 느껴진다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 무용에 대해 부정적인 이미지를 갖고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
공연장은 대체로 집에서 멀 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
공연장을 찾아가는 교통편이 불편할 것 같다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

BQ10. 만약 귀하께서 **무용을 관람다면**, 어떠한 동기가 주요하게 작용할까요?

다음의 문장에 대해 **동의하시는 정도**를 숫자로 표시해 주십시오.

동의하지 않을수록 1점에 가깝게, 동의할수록 7점에 가깝게 응답해 주세요.

	전혀 그렇지 않다						매우 그렇다
무용을 관람함으로써 예술적 욕구를 표출하고 싶다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용 작품의 내용적 우수성을 느끼고 싶다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용 작품을 통해서 현실과 다른 환상의 세계를 경험하고 싶다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용 작품의 내용에 공감하고 싶다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용을 관람함으로써 교양을 쌓고 싶다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용을 관람함으로써 사고방식을 전환하고 싶다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용을 관람함으로써 창의적 발상을 경험하고 싶다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용을 통해 스트레스를 해소하고 싶다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용 관람을 통해 일상에서 벗어나 기분전환을 하고 싶다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
정서 안정과 순화를 위해 무용을 관람하고 싶다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용을 통해 다른 사람에게 나를 교양 있는 사람으로 보이고 싶다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용을 관람함으로써 무용을 즐기는 사람들과 어울리고 싶다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용을 관람함으로써 사회계층의 상승을 느끼고 싶다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

BQ11. 귀하께서 **무용**이라는 공연예술 장르에 대해 어떻게 평가 하시는지 숫자로 표시해 주십시오. **왼쪽 문장에 가깝게 평가하실수록 1점에 가깝게, 오른쪽 문장에 가깝게 평가하실수록 7점에 가깝게** 응답해 주세요.

호감이 가지 않는다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	호감이 간다.
흥미롭지 않다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	흥미롭다.
나쁘다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	좋다.
매력적이지 않다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	매력적이다.

BQ12. 귀하께서 향후 **무용**이라는 공연예술 장르를 **관람하실 의향**을 숫자로 표시해 주십시오.

	매우 낮다						매우 높다
내가 무용 공연을 관람할 의향은~	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
내가 무용 공연을 관람할 가능성은~	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
내가 무용 공연 관람을 고려할 확률은~	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

BQ13. 귀하께서는 무용 관람을 위해 티켓 가격(1인 기준)으로 얼마를 지불하실 의향이 있으십니까?

[1만원에서 30만원 사이에서 직접 눈금을 위치시키는 방식, 만원 단위]

BQ14. 귀하께서 다음의 문장에 대해 동의하시는 정도를 숫자로 표시해 주십시오.

동의하지 않을수록 1점에 가깝게, 동의할수록 7점에 가깝게 응답해 주세요.

	전혀 그렇지 않다						매우 그렇다
나는 무용을 볼 마음이 생기지 않는다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 무용을 보고싶지 않다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 무용에 대한 관심이 없고 보기 귀찮다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
주변인이 무용 관람을 권유하더라도 나는 거절할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

Section C

예술 관련 교육 및 정부 정책에 대한 인식

※ 지금부터는 예술 관련 교육 및 정부 정책과 관련된 질문입니다.

CQ1. 귀하께서는 지금까지 공연예술과 관련한 교육(성악 및 발성, 악기연주, 무용 등)을 얼마나 다양하게 받으셨습니까?

- 1) 전혀 없음 ▶ CQ5로
- 2) 한 가지
- 3) 두 가지
- 4) 세 가지
- 5) 네 가지 이상

CQ2. 귀하께서는 공연예술과 관련한 교육(성악 및 발성, 악기연주, 무용 등)을 주로 언제 받으셨습니까? 가장 집중적으로 교육을 받은 시기를 말씀해 주십시오.

- 1) 초등학교 입학 이전
- 2) 초등학교 재학 중
- 3) 중학교 재학 중
- 4) 고등학교 재학 중
- 5) 대학(원) 재학 중
- 6) 학교 졸업 후 일반인으로서
- 7) 기타

CQ3. 귀하께서는 공연예술과 관련한 교육(성악 및 발성, 악기연주, 무용 등)을 얼마나 오랫동안 받으셨습니까? 여러 가지 교육을 받으신 경우 전체 교육기간을 합쳐서 말씀해 주십시오(예: 피아노 3년 + 발레 2년 = 총 5년).

- 1) 1년 미만
- 2) 1년 이상 3년 미만
- 3) 3년 이상 5년 미만
- 4) 5년 이상 7년 미만
- 5) 7년 이상 10년 미만
- 6) 10년 이상

CQ4. 귀하께서는 공연예술과 관련한 교육(성악 및 발성, 악기연주, 무용 등)을 얼마나 전문적으로 받으셨습니까? 가장 전문적으로 받은 교육에 대해 말씀해 주십시오.

- 1) 취미·교양 수준
- 2) 중·고등학교 전공
- 3) 대학 입시 대비
- 4) 대학(원) 전공
- 5) 기타

CQ5. 귀하께서는 현재 공연예술과 관련한 온·오프라인 동호회활동(예: 정보공유 커뮤니티, 취미활동을 위한 모임, 공연배우 팬클럽 등)을 하고 계십니까? 일주일에 얼마나 시간을 투자하고 계십니까?

- 1) 전혀 하지 않는다
- 2) 1시간 미만
- 3) 1시간 이상 3시간 미만
- 4) 3시간 이상 5시간 미만
- 5) 5시간 이상

CQ6. 귀하께서는 현재 공연예술과 관련한 정보(예: 현재 공연중인 작품에 대한 정보, 전문가 평가, 관객 리뷰, 할인 정보 등) 탐색 활동을 하고 계십니까? 일주일에 얼마나 시간을 투자하고 계십니까?

- 1) 전혀 하지 않는다
- 2) 1시간 미만
- 3) 1시간 이상 3시간 미만
- 4) 3시간 이상 5시간 미만
- 5) 5시간 이상

CQ7. 귀하께서는 문화체육관광부에서 시행하고 있는 ‘문화가 있는 날(매주 마지막 수요일에 영화, 공연, 전시, 스포츠 등에 대한 할인 혜택 제공)’에 대해 얼마나 알고 계십니까?

- 1) 전혀 들어본 적이 없다.
- 2) 해당 제도의 이름만 들어본 적 있다.
- 3) 대략적인 내용을 알고 있다.
- 4) 구체적인 내용을 알고 있다.
- 5) 구체적인 내용은 모르지만 이 제도를 활용한 적이 있다.
- 6) 구체적인 내용을 알고 있으며, 이 제도를 활용한 적이 있다.

CQ8. 귀하께서는 ‘문화가 있는 날’ 정책에 대해 어떻게 생각하십니까?

매우 좋지 않은 정책이다			보통이다			매우 좋은 정책이다
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

CQ9. 귀하께서는 문화체육관광부에서 시행하고 있는 ‘공연티켓 1+1(뮤지컬, 연극, 콘서트 등 선정된 공연 작품에 대해 티켓 한 장 가격에 총 두 장의 티켓을 구매할 수 있는 혜택 제공)’에 대해 얼마나 알고 계십니까?

- 1) 전혀 들어본 적이 없다.
- 2) 해당 제도의 이름만 들어본 적 있다.
- 3) 대략적인 내용을 알고 있다.
- 4) 구체적인 내용을 알고 있다.
- 5) 구체적인 내용은 모르지만 이 제도를 활용한 적이 있다.
- 6) 구체적인 내용을 알고 있으며, 이 제도를 활용한 적이 있다.

CQ10. 귀하께서는 '공연티켓 1+1' 정책에 대해 어떻게 생각하십니까?

매우 좋지 않은 정책이다			보통이다			매우 좋은 정책이다
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

CQ11. 귀하께서 공연예술과 관련한 정부 정책에 대해 동의하시는 정도를 숫자로 표시해 주십시오.

동의하지 않을수록 1점에 가깝게, 동의할수록 7점에 가깝게 응답해 주세요.

	전혀 그렇지 않다						매우 그렇다
정부는 정책과 관련한 내용을 시민들에게 잘 전달하고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
정부의 정책은 공연예술과 관련한 이슈들을 적절히 반영하고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
정부는 공연예술 산업에 필요한 정책들을 충분히 제공하고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
정부 정책에 대해 전반적으로 긍정적인 평가를 할 수 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

CQ12. 귀하께서는 향후 문화체육관광부에서 어떠한 측면에서 정책을 강화해야 한다고 생각하십니까? 가장 필요하다고 생각하시는 정책에 대해 1순위부터 3순위까지를 번호로 응답해 주십시오.

- 1) 작품의 다양성 증대
- 2) 작품의 질적 향상
- 3) 할인 제도 확대
- 4) 공연 시설의 접근성 확대
- 5) 공연 시설의 질적 향상
- 6) 공연 시설 내 편의 시설(탁아실, 수유실 등) 확대
- 7) 관련 정보 획득의 용이성 향상
- 8) TV, 라디오 등 대중 매체를 통한 홍보 활동 확대
- 9) 전문 인력 양성
- 10) 유명인의 공연 출연 확대
- 11) 티켓 예매 과정의 편의성 향상
- 12) 작품에 대한 해설이 수반된 공연 작품 확대
- 13) 관객 참여형 작품 확대
- 14) 임직원들에게 문화생활을 지원하는 기업에 대한 재정적 지원 확대
- 15) 기타 (직접 응답:)

1순위: **2순위:** **3순위:** _____

Section D	생활 양식 관련 질문
------------------	--------------------

※ 지금부터는 귀하의 평소 생활 양식과 관련된 질문입니다.

DQ1. 귀하께서 다음의 문장에 대해 **동의하시는 정도**를 숫자로 표시해 주십시오.

동의하지 않을수록 1점에 가깝게, 동의할수록 7점에 가깝게 응답해 주세요.

	전혀 그렇지 않다						매우 그렇다
나의 내면의 감정에 주의를 기울이는 편이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 내 자신에 대해 아주 많은 생각을 한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
어떤 일을 할 때, 내 행동의 이유에 대해 늘 생각한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
내가 남들에게 어떻게 비추어질지에 대해 의식하게 된다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
다른 사람들에게 나를 어떻게 보여줄지 신경을 많이 쓰는 편이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
어떻게 하면 다른 사람들에게 좋은 인상을 줄 수 있을까 걱정을 하는 편이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

DQ2. 귀하께서 다음의 문장에 대해 **동의하시는 정도**를 숫자로 표시해 주십시오.

동의하지 않을수록 1점에 가깝게, 동의할수록 7점에 가깝게 응답해 주세요.

	전혀 그렇지 않다						매우 그렇다
나는 일반적으로 '변화'란 좋지 않은 것으로 생각한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

나는 새롭고 다른 것을 시도하기보다는 기존의 것을 기존 방식대로 하는 것이 더 좋다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
일 처리 방식에 있어 새로운 변화가 생긴다면 나는 아마 스트레스를 받을 것이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
일들이 계획대로 진행되지 않을 때, 나는 스트레스를 많이 받는 편이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나에게 어떤 것이 도움이 된다는 걸 알면서도 굳이 변화시키려고 하지 않을 때가 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 대체로 일관성 있게 견해를 펼치는 편이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

DD3. 귀하께서 다음의 문장에 대해 **동의하시는 정도**를 숫자로 표시해 주십시오.

동의하지 않을수록 1점에 가깝게, **동의할수록 7점에** 가깝게 응답해 주세요.

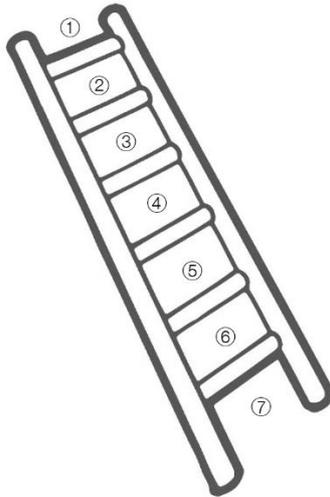
	전혀 그렇지 않다						매우 그렇다
어떤 상품이 소수만 사용하는 것이라면 나에게 더 가치가 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 사회적 지위를 가지는 신제품에 흥미를 갖는 편이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 어떤 상품이 사회적 지위를 갖는다면 더 많은 돈을 지불할 의향이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
상품이 갖는 사회적 지위는 나와 상관이 없다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 상품을 구매할 때 단순히 그 상품이 사회적 지위를 가지고 있기 때문에 사는 편이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

DQ4. 귀하께서 다음의 문장에 대해 **동의하시는 정도**를 숫자로 표시해 주십시오.

동의하지 않을수록 1점에 가깝게, 동의할수록 7점에 가깝게 응답해 주세요.

	전혀 그렇지 않다						매우 그렇다
개인의 일생 동안 그 사람이 속한 사회계층은 거의 변하지 않는다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

DQ5. 아래의 사다리는 대한민국의 사회적 지위를 형상화하고 있습니다. 사다리의 최상단(①)은 재력, 학력, 직업의 측면에서 가장 상위의 사람들이 위치합니다. 반면, 최하단(⑦)은 재력, 학력, 직업의 측면에서 가장 하위의 사람들이 위치합니다. 귀하께서는 다음의 그림에서 현재 본인의 사회적 지위와 가장 어울리는 위치가 어디라고 생각하시는지 숫자로 응답해 주십시오. ()



DQ6. 귀하께서 다음의 문장에 대해 **동의하시는 정도**를 숫자로 표시해 주십시오.

동의하지 않을수록 1점에 가깝게, 동의할수록 7점에 가깝게 응답해 주세요.

	전혀 그렇지 않다						매우 그렇다
나는 현상을 설명하는 이론이나 학설에 종종 관심을 가진다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 옷, 바캉스와 같은 소비에 대한 의사결정을 내릴 때 종종 다른 사람들에게 조언을 구한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 내가 매일 사용하는 물건을 만드는 것을 좋아한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 최신 트렌드나 패션 정보에 관심이 많다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 그룹의 리더가 되는 것이 좋다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 아트, 문화, 역사에 대하여 배우는 것을 좋아한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 종종 흥분되는 일을 갈망한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 아주 소수의 분야에만 관심이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 사는 것보다 직접 만드는 것이 좋다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 대부분의 사람들보다 패션감각이 뛰어나다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 대부분의 사람들보다 능력이 뛰어나다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 내 스스로를 지식인이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 새로운 것을 시도하는 것을 좋아한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 엔진과 같은 기계들의 작동원리에 관심이 많다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 최신 유행하는 패션 스타일대로 옷을 입는다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 다른 사람들을 이끌어주는 것을 좋아한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 내 인생이 흥미진진하기를 원한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 나의 관심사들의 범위가 다소 좁고 제한적이라는 것을 인정한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 패션감각이 뛰어난 사람이라고 보여지길 원한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 내가 한번도 해보지 않은 것에 도전하는 것을 좋아한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 내 손으로 무언가를 만드는 것을 좋아한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

예술관객 확대를 위한 비관객 세분화 전략

나는 스릴 넘치는 활동을 추구한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 새롭고 다른 활동을 하는 것을 좋아한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
나는 매일 뉴스 기사를 읽는다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

Section E

인구 통계적 질문

※ 마지막으로 통계분석용 질문입니다.

EQ1. 귀하의 **직업**은 다음 중 어디에 해당되십니까?

- 1) 대학(원)생
- 2) 전문직(의사/변호사/교수 등)
- 3) 사무직(강사/교사/공무원 포함)
- 4) 서비스/판매/생산직
- 5) 전업주부
- 6) 자영업
- 7) 기타 ()

EQ2. 귀하의 **월평균 소득은 보너스나 기타 소득을 모두 합쳐서** 어느 정도 되십니까?
(동거중인 가족 구성원 모두의 소득을 합산)

- 1) 100만원 미만
- 2) 100~199만원
- 3) 200~299만원
- 4) 300~399만원
- 5) 400~499만원
- 6) 500만원 이상

EQ3. 귀하의 **최종학력**은 다음 중 어디에 해당되십니까?

- 1) 고졸 이하
- 2) 전문대 재학/졸업
- 3) 4년제 대학 재학/졸업
- 4) 대학원 재학 이상

EQ4. 귀하의 부모님의 **최종학력**은 다음 중 어디에 해당되십니까? (부모님 중 최종학력이 더 높은 분의 학력을 응답)

- 1) 고졸 이하
- 2) 전문대 재학/졸업
- 3) 4년제 대학 재학/졸업
- 4) 대학원 재학 이상

EQ5. 귀하의 **혼인상태**는 다음 중 어디에 해당되십니까?

- 1) 미혼 ▶ EQ5-1으로
- 2) 기혼 ▶ EQ5-2으로
- 3) 기타

EQ5-1. 귀하께서는 현재 교제 중인 분(데이트 상대)이 있으십니까?

- 1) 있다
- 2) 없다

EQ5-2. 귀하의 가족 형태는 다음 중 어디에 해당되십니까?

- 1) 부부만 동거 - 자녀가 아예 없는 경우, 신혼부부
- 2) 자녀와 동거 - 미취학 자녀만 있는 경우
- 3) 자녀와 동거 - 유치원, 초등학생 자녀가 있는 경우
- 4) 자녀와 동거 - 중학생, 고등학생 자녀가 있는 경우
- 5) 자녀와 동거 - 대학생, 성인 자녀가 있는 경우
- 6) 부부만 동거 - 자녀와 따로 살고 있으며 부부 중 1인 이상이 경제활동을 하는 경우
- 7) 부부만 동거 - 자녀와 따로 살고 있으며 부부 모두 경제활동에서 은퇴한 경우
- 8) 배우자 없이 자취 - 경제활동을 하는 경우
- 9) 배우자 없이 자취 - 경제활동에서 은퇴한 경우

PARTII-A	여가생활 및 공연예술 관련 인식
※ 지금부터는 귀하의 여가생활 및 공연예술에 대한 인식과 관련된 질문입니다.	

Q1. 귀하께서 다음의 일곱 가지 '관람' 활동(무용, 뮤지컬, 연극, 영화, 오페라, 콘서트, 클래식)을 떠올릴 때, 다음의 두 장르를 관람한다는 것이 얼마나 유사하게 느껴지는지를 숫자로 표시해 주십시오. 유사하지 않을수록 1점에 가깝게, 유사할수록 7점에 가깝게 응답해 주세요.

	전혀 유사하지 않다						매우 유사하다
무용 - 뮤지컬	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용 - 연극	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용 - 영화	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용 - 오페라	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용 - 콘서트	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무용 - 클래식	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
뮤지컬 - 연극	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
뮤지컬 - 영화	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
뮤지컬 - 오페라	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
뮤지컬 - 콘서트	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
뮤지컬 - 클래식	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
연극 - 영화	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
연극 - 오페라	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
연극 - 콘서트	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
연극 - 클래식	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
영화 - 오페라	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
영화 - 콘서트	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
영화 - 클래식	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
오페라 - 콘서트	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
오페라 - 클래식	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
콘서트 - 클래식	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

PARTII-B	공연예술 관련 인식
<p>※ 지금부터는 두 가지 종류의 무용 공연 정보를 보시게 됩니다. 귀하가 직접 티켓을 구매해서 관람하는 상황을 가정했을 때, 두 무용 공연 중 더욱 선호하는 공연을 골라주세요. (총 20문항)</p>	

1. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1

대한민국 무용계를 이끄는 A 출연
 1000석 규모 공연장
 누적관객 수 5만 명
 2월 한 달간 30% 할인
 S석 가격: 20,000원

1) 1번 무용공연

2

대한민국 무용계를 이끄는 A 출연
 200석 규모 공연장
 누적관객 수 30만 명
 S석 가격: 50,000원

2) 2번 무용공연

2. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1

인기 연예인 B 출연
 500석 규모 공연장
 S석 가격: 100,000원

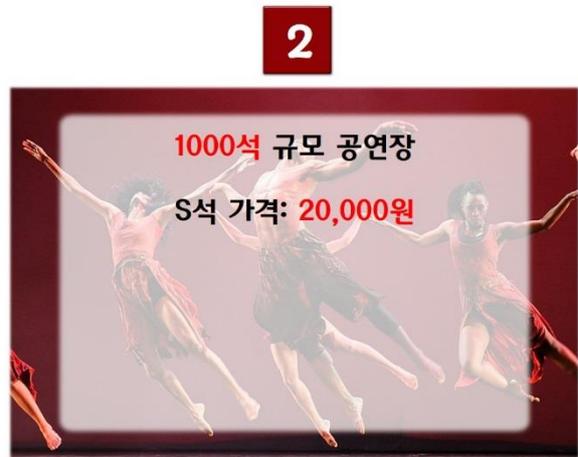
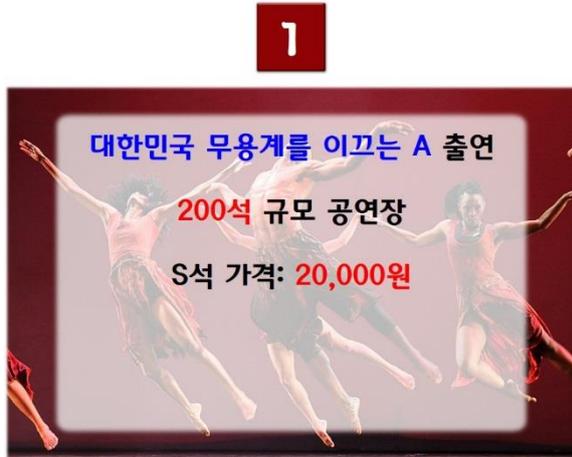
1) 1번 무용공연

2

인기 연예인 B 출연
 1000석 규모 공연장
 누적관객 수 30만 명
 S석 가격: 100,000원

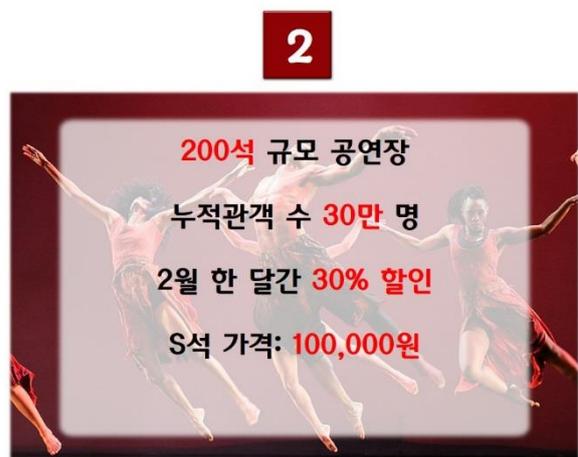
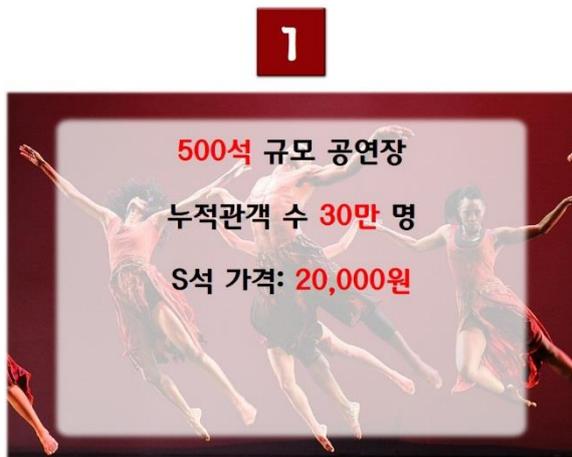
2) 2번 무용공연

3. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.



1) 1번무용 공연 2) 2번무용 공연

4. 귀하 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.



1) 1번 무용공연 2) 2번 무용공연

5. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1



200석 규모 공연장
누적관객 수 5만 명
2월 한 달간 30% 할인
S석 가격: 100,000원

2

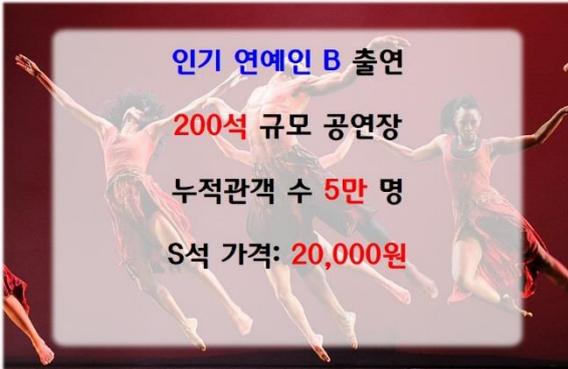


대한민국 무용계를 이끄는 A 출연
500석 규모 공연장
누적관객 수 5만 명
S석 가격: 100,000원

1) 1번 무용공연 2) 2번 무용공연

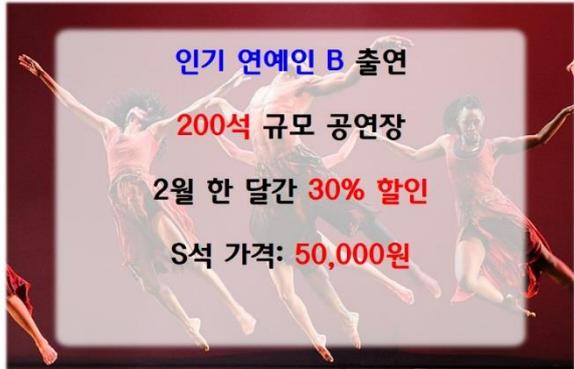
6. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1



인기 연예인 B 출연
200석 규모 공연장
누적관객 수 5만 명
S석 가격: 20,000원

2

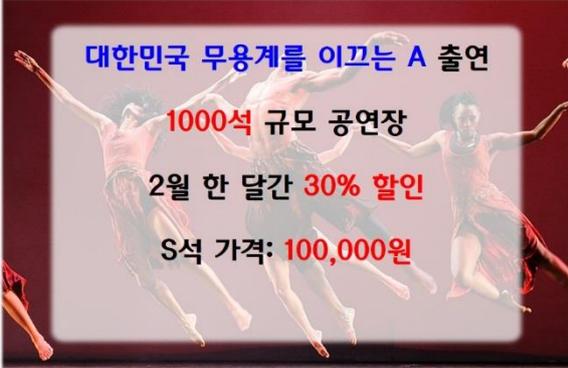


인기 연예인 B 출연
200석 규모 공연장
2월 한 달간 30% 할인
S석 가격: 50,000원

1) 1번 무용공연 2) 2번 무용공연

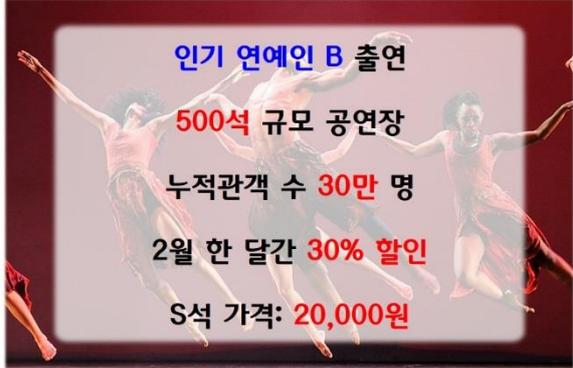
7. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1



대한민국 무용계를 이끄는 A 출연
1000석 규모 공연장
2월 한 달간 30% 할인
S석 가격: 100,000원

2



인기 연예인 B 출연
500석 규모 공연장
누적관객 수 30만 명
2월 한 달간 30% 할인
S석 가격: 20,000원

1) 1번 무용공연 2) 2번 무용공연

8. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1



1000석 규모 공연장
누적관객 수 5만 명
S석 가격: 50,000원

2

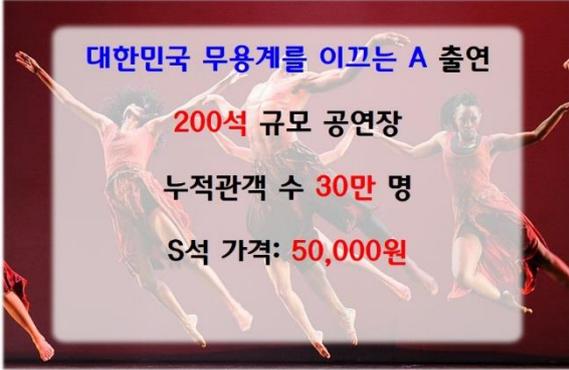


500석 규모 공연장
2월 한 달간 30% 할인
S석 가격: 50,000원

1) 1번 무용공연 2) 2번 무용공연

9. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1



대한민국 무용계를 이끄는 A 출연
200석 규모 공연장
누적관객 수 30만 명
S석 가격: 50,000원

2



1000석 규모 공연장
누적관객 수 5만 명
S석 가격: 50,000원

1) 1번 무용공연 2) 2번 무용공연

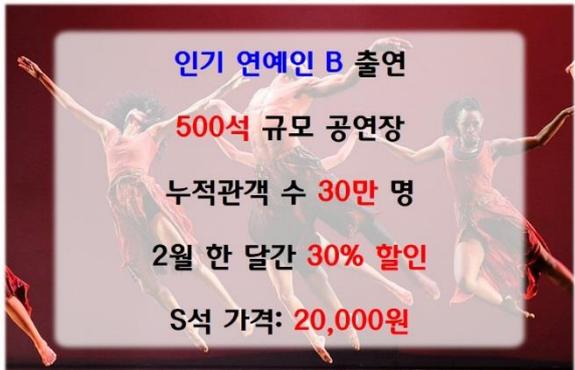
10. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1



1000석 규모 공연장
S석 가격: 20,000원

2

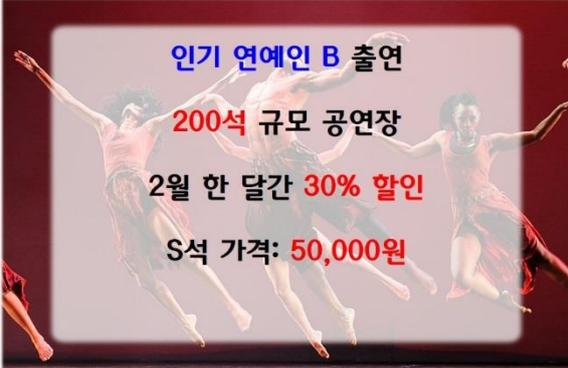


인기 연예인 B 출연
500석 규모 공연장
누적관객 수 30만 명
2월 한 달간 30% 할인
S석 가격: 20,000원

1) 1번 무용공연 2) 2번 무용공연

11. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1



인기 연예인 B 출연
 200석 규모 공연장
 2월 한 달간 30% 할인
 S석 가격: 50,000원

2



인기 연예인 B 출연
 500석 규모 공연장
 S석 가격: 100,000원

1) 1번 무용공연 2) 2번 무용공연

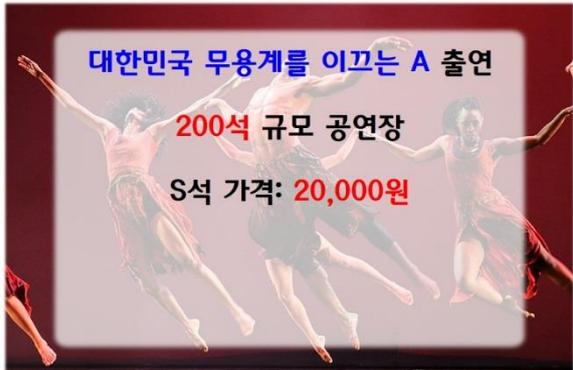
12. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1



200석 규모 공연장
 누적관객 수 5만 명
 2월 한 달간 30% 할인
 S석 가격: 100,000원

2



대한민국 무용계를 이끄는 A 출연
 200석 규모 공연장
 S석 가격: 20,000원

1) 1번 무용공연 2) 2번 무용공연

13. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1

200석 규모 공연장
누적관객 수 **30만 명**
2월 한 달간 **30% 할인**
S석 가격: **100,000원**

2

대한민국 무용계를 이끄는 **A 출연**
1000석 규모 공연장
누적관객 수 **5만 명**
2월 한 달간 **30% 할인**
S석 가격: **20,000원**

1) 1번 무용공연 2) 2번 무용공연

14. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1

대한민국 무용계를 이끄는 **A 출연**
500석 규모 공연장
누적관객 수 **5만 명**
S석 가격: **100,000원**

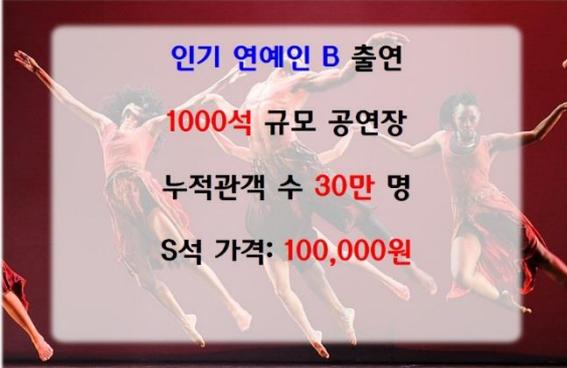
2

대한민국 무용계를 이끄는 **A 출연**
1000석 규모 공연장
2월 한 달간 **30% 할인**
S석 가격: **100,000원**

1) 1번 무용공연 2) 2번 무용공연

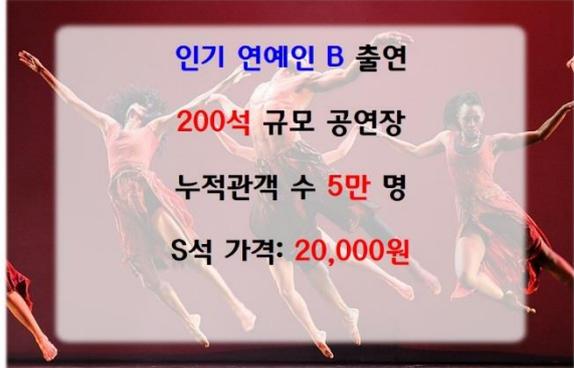
15. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1



인기 연예인 B 출연
1000석 규모 공연장
 누적관객 수 **30만 명**
 S석 가격: **100,000원**

2



인기 연예인 B 출연
200석 규모 공연장
 누적관객 수 **5만 명**
 S석 가격: **20,000원**

1) 1번 무용공연 2) 2번 무용공연

16. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1



500석 규모 공연장
 2월 한 달간 **30% 할인**
 S석 가격: **50,000원**

2



500석 규모 공연장
 누적관객 수 **30만 명**
 S석 가격: **20,000원**

1) 1번 무용공연 2) 2번 무용공연

17. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1



대한민국 무용계를 이끄는 A 출연
200석 규모 공연장
S석 가격: 20,000원

2

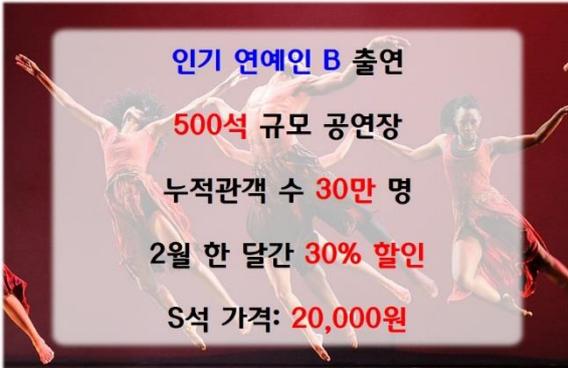


500석 규모 공연장
2월 한 달간 30% 할인
S석 가격: 50,000원

1) 1번 무용공연 2) 2번 무용공연

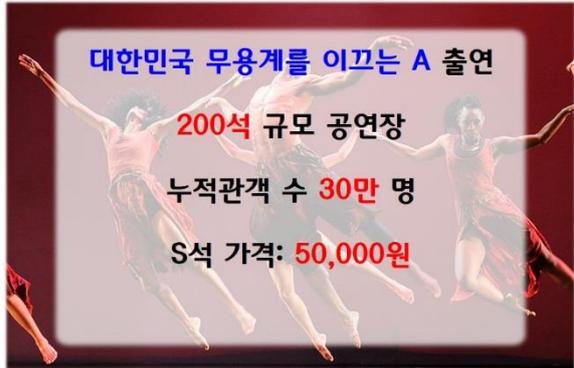
18. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1



인기 연예인 B 출연
500석 규모 공연장
누적관객 수 30만 명
2월 한 달간 30% 할인
S석 가격: 20,000원

2



대한민국 무용계를 이끄는 A 출연
200석 규모 공연장
누적관객 수 30만 명
S석 가격: 50,000원

1) 1번 무용공연 2) 2번 무용공연

19. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1



1000석 규모 공연장
S석 가격: **20,000원**

2



200석 규모 공연장
누적관객 수 **5만 명**
2월 한 달간 **30% 할인**
S석 가격: **100,000원**

1) 1번 무용공연

2) 2번 무용공연

20. 다음의 두 가지 무용 공연에 대한 정보를 보시고, 귀하께서 직접 관람하는 상황을 가정했을 때 더욱 선호하는 공연을 골라주세요.

1



1000석 규모 공연장
누적관객 수 **5만 명**
S석 가격: **50,000원**

2



500석 규모 공연장
누적관객 수 **30만 명**
S석 가격: **20,000원**

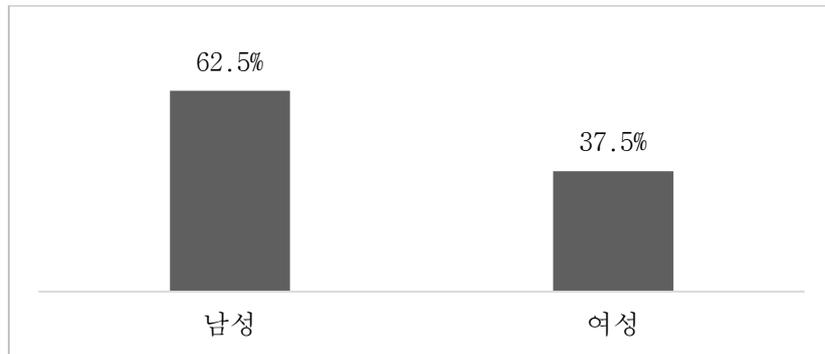
1) 1번 무용공연

2) 2번 무용공연

첨부3. 설문지 응답 기초통계

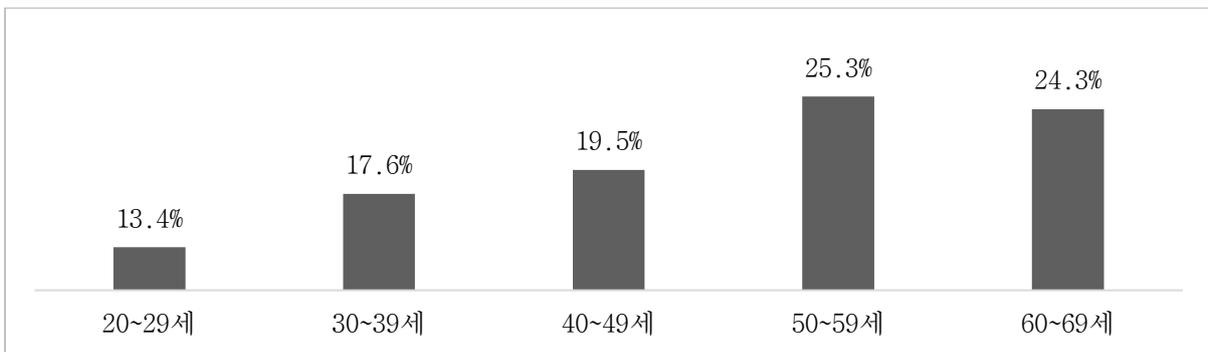
I. Screening Questions

SQ1. 응답자 성별



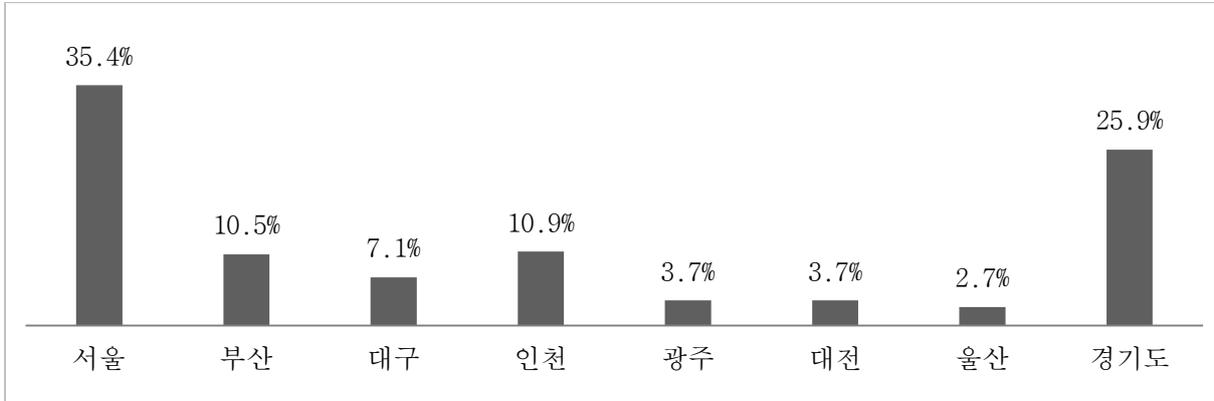
구분	남	여	합계
응답자수	668	401	1,069

SQ2. 응답자 연령



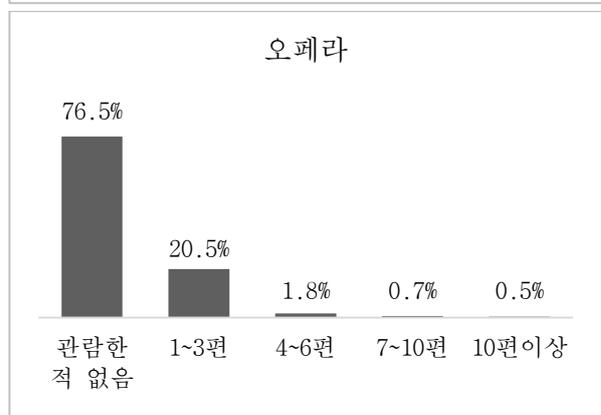
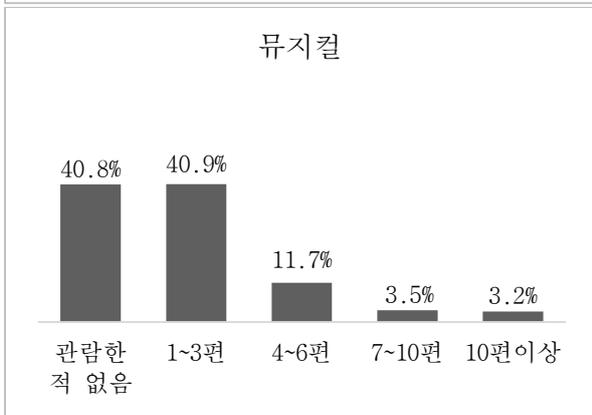
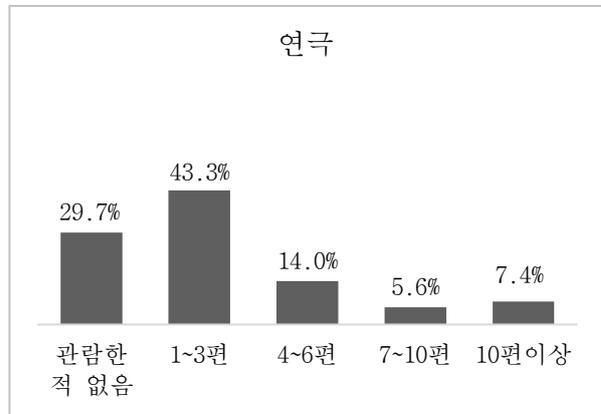
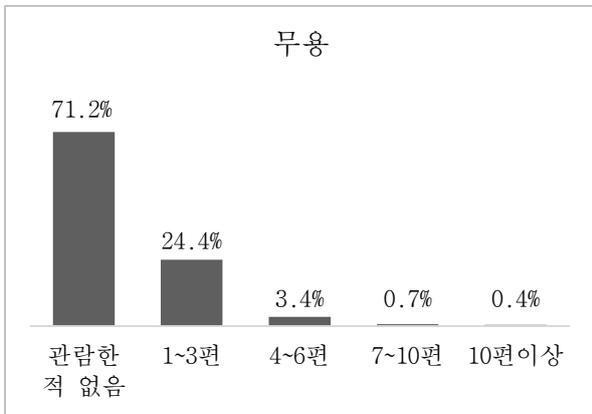
구분	20~29세	30~39세	40~49세	50~59세	50~69세	합계
응답자수	143	188	208	270	260	1,069

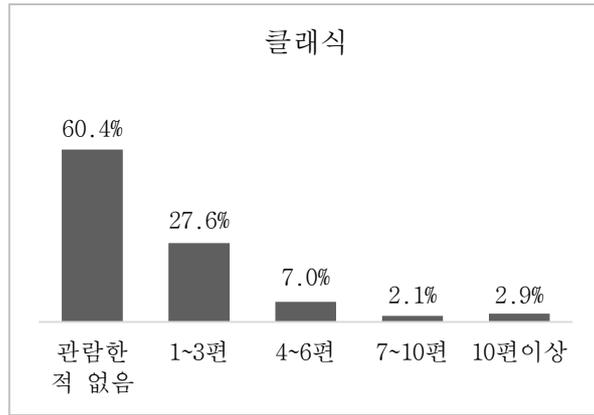
SQ3. 응답자 거주지



지역	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기도	합계
응답자수	378	112	76	117	40	40	29	277	1,069

SQ4. 장르 별 공연예술 관람 경험 관련 문항

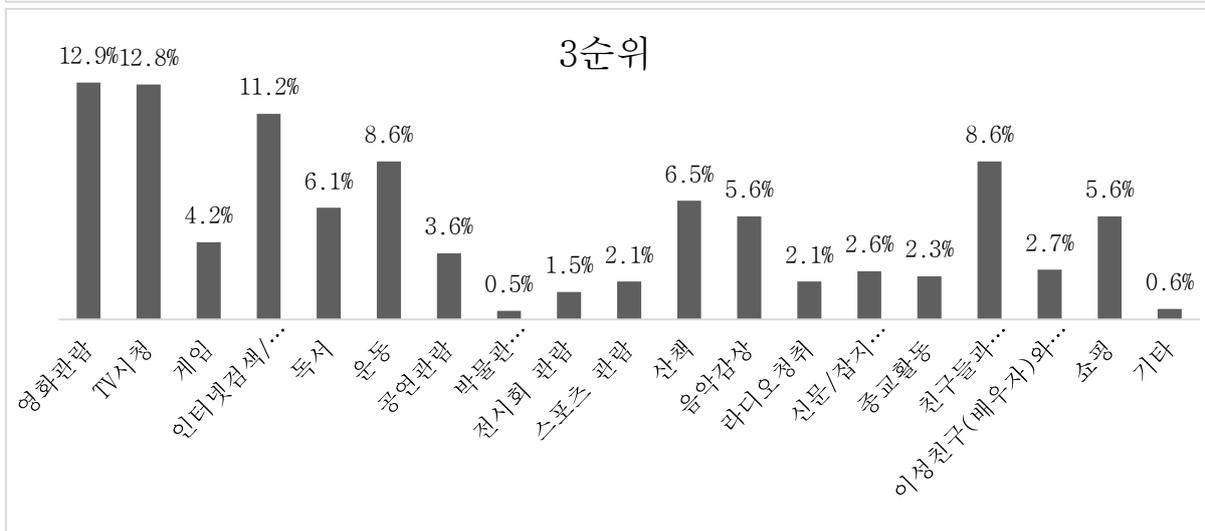
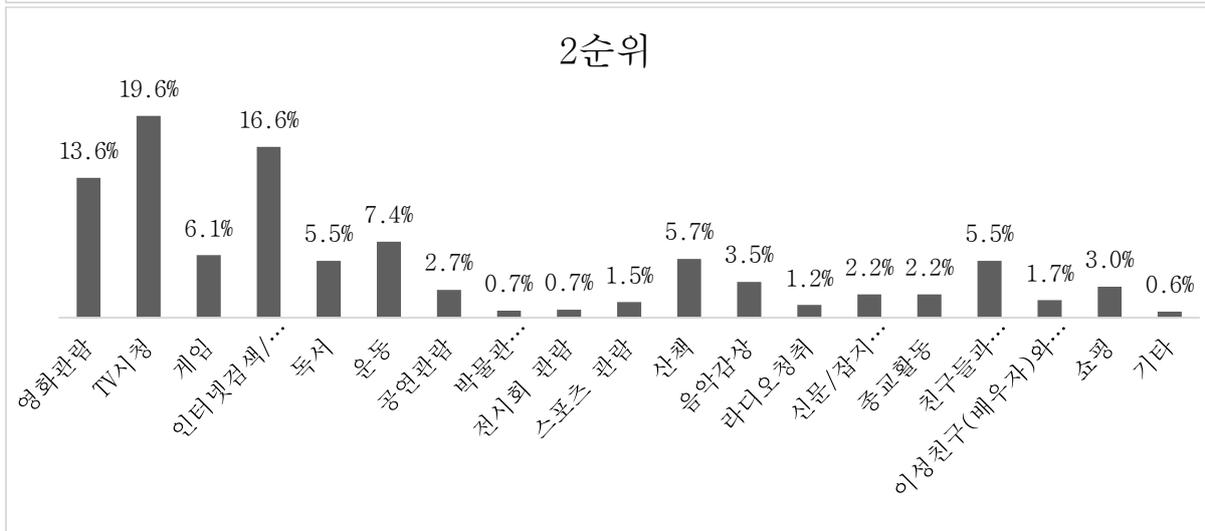
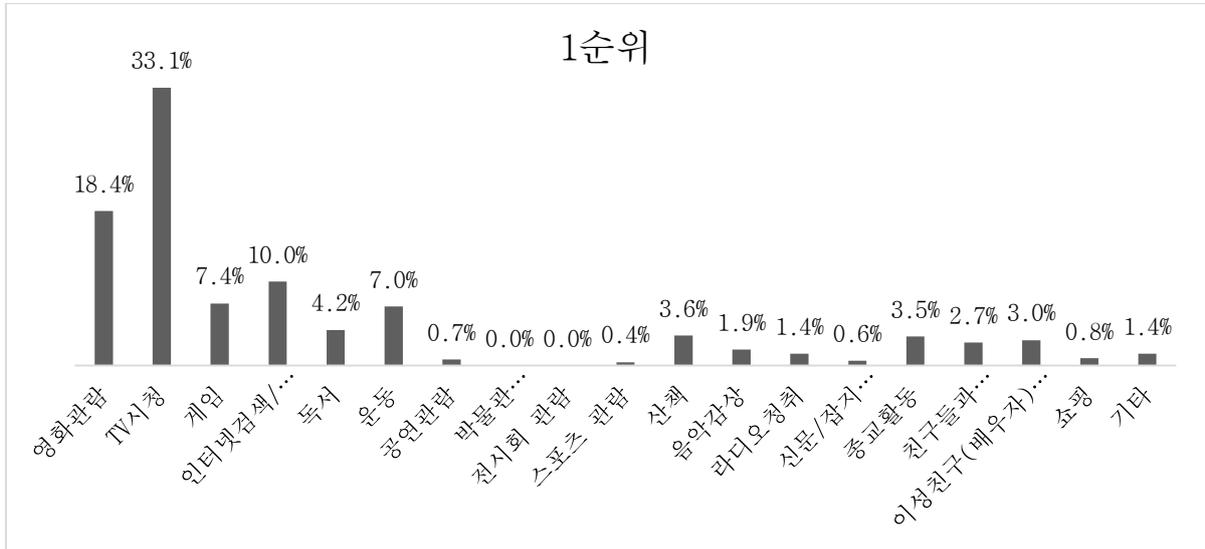




구분	무용	뮤지컬	연극	오페라	클래식
관람한 적 없음	761	436	317	818	646
1~3 편	261	437	463	219	295
4~6 편	36	125	150	19	75
7~10 편	7	37	60	8	22
10 편이상	4	34	79	5	31
전체	1,069	1,069	1,069	1,069	1,069

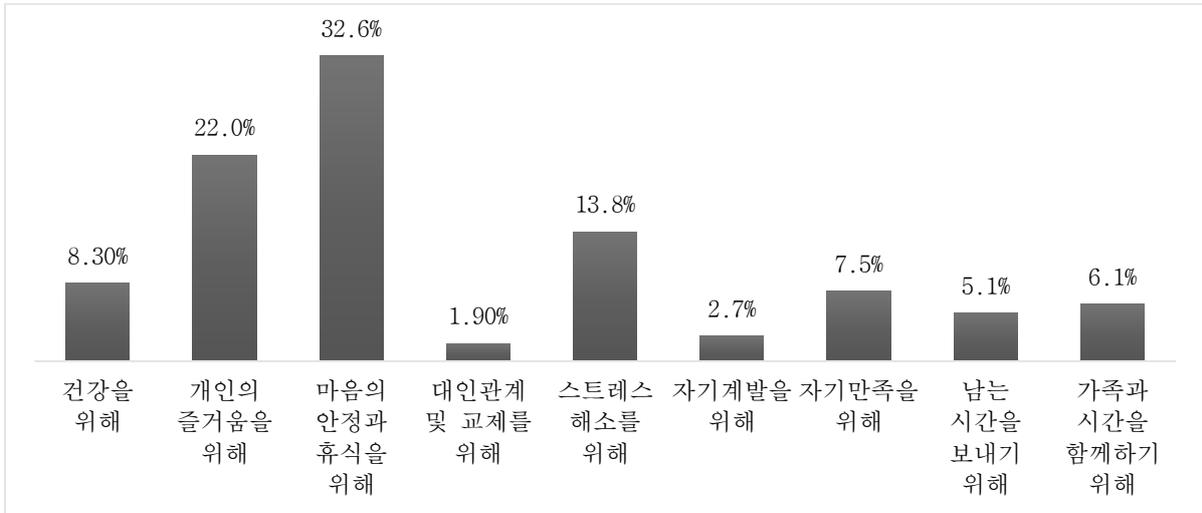
II. 여가생활 관련 인식 및 행태

AQ1. 평상시 선호하는 여가활동 관련 문항



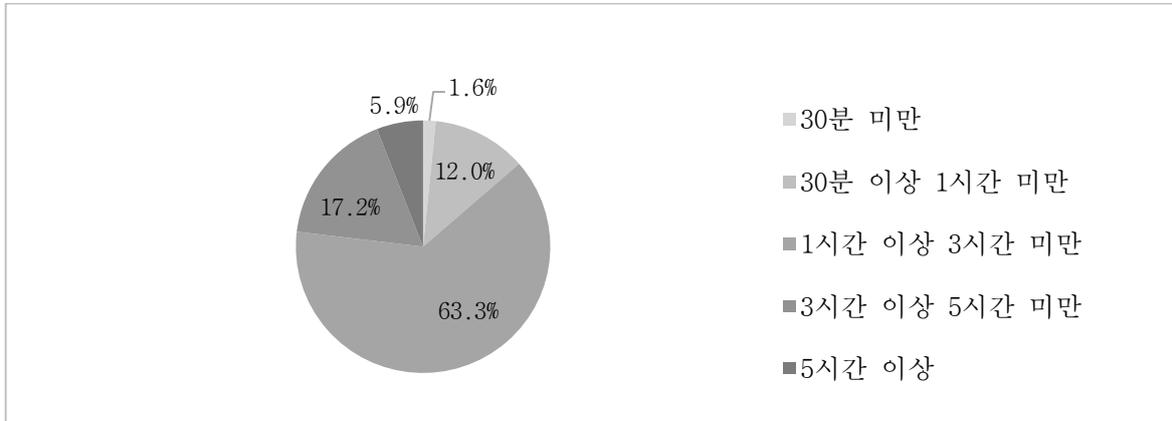
구분	1순위	2순위	3순위
영화관람	197	145	138
TV시청	354	210	137
게임	79	65	45
인터넷검색/SNS/블로그	107	177	120
독서	45	59	65
운동	75	79	92
공연관람	7	29	38
박물관 관람	0	7	5
전시회 관람	0	8	16
스포츠 관람	4	16	22
산책	38	61	69
음악감상	20	37	60
라디오청취	15	13	22
신문/잡지 읽기	6	24	28
종교활동	37	24	25
친구들과 모임	29	59	92
이성친구(배우자)와 데이트	32	18	29
쇼핑	9	32	60
기타	15	6	6
합계	1,069	1,069	1,069

AQ2. 여가활동 주된 목적 관련 문항



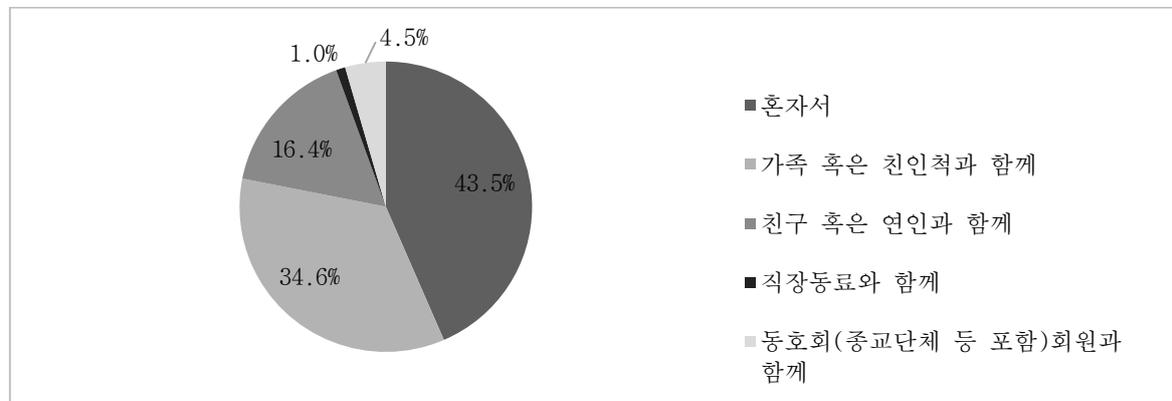
구분	응답자수
건강을 위해	89
개인의 즐거움을 위해	235
마음의 안정과 휴식을 위해	348
대인관계 및 교제를 위해	20
스트레스 해소를 위해	148
자기계발을 위해	29
자기만족을 위해	80
남는 시간을 보내기 위해	54
가족과 시간을 함께하기 위해	65
합계	1,068

AQ3-1. 여가활동 1회 소요시간 관련 문항



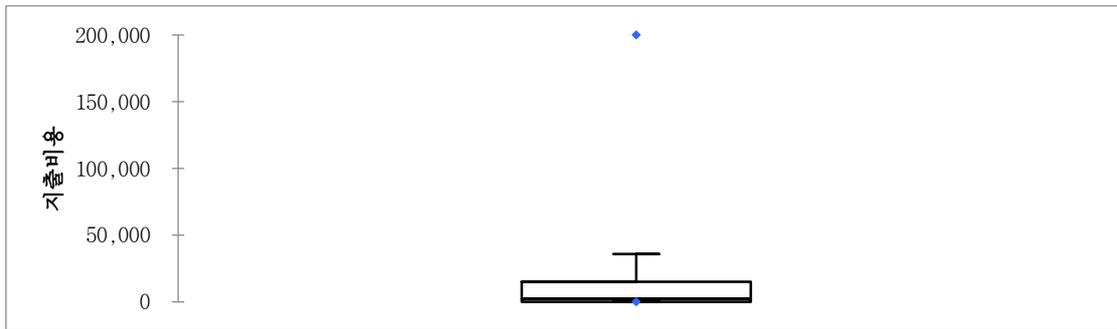
소요 시간	30분 미만	30분 이상 1시간 미만	1시간 이상 3시간 미만	3시간 이상 5시간 미만	5시간 이상	합계
응답자수	17	128	677	184	63	1,069

AQ3-2. 여가활동 동반자 관련 문항



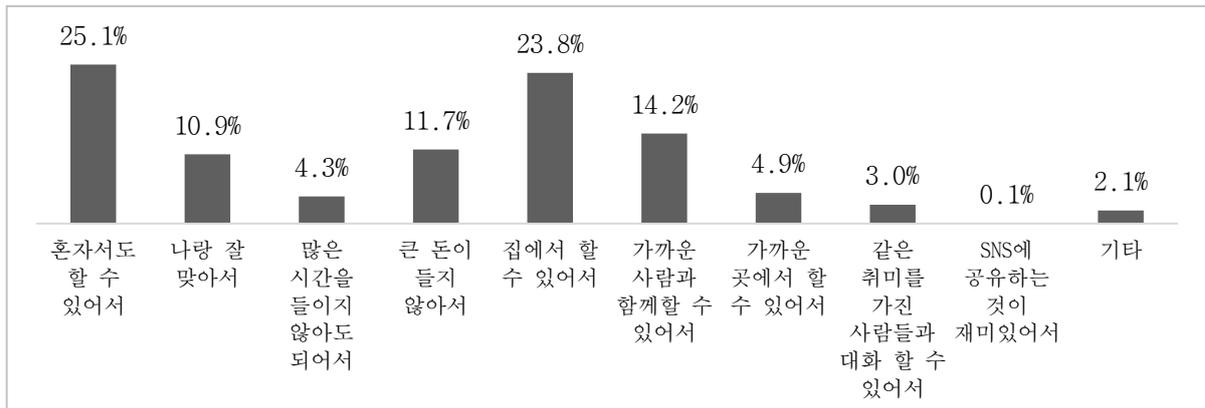
동반자	혼자서	가족 혹은 친인척과 함께	친구 혹은 연인과 함께	직장동료와 함께	동호회 회원과 함께	합계
응답자수	465	370	175	11	48	1,069

AQ3-3. 여가활동 1회 평균 지출비용 관련 문항



구분	최소값	1사분위수	중간값	3사분위수	최대값	평균	응답자수
지출비용	₩0	₩0	₩2,000	₩15,000	₩200,000	₩10,803	1,069

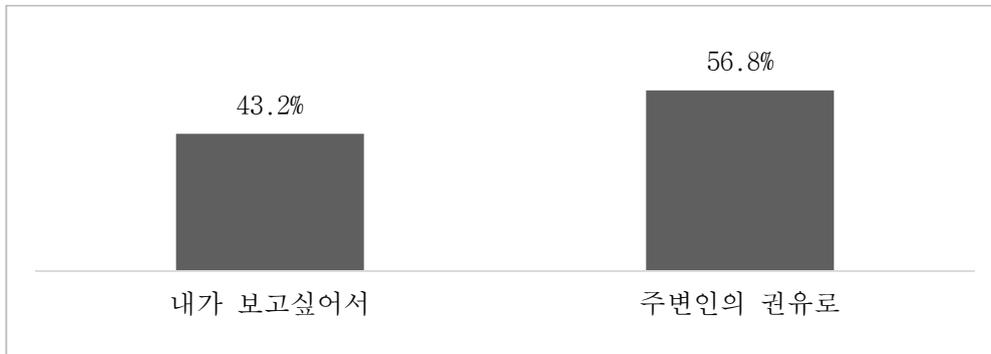
AQ3-4. 여가활동 선호 이유 관련 문항



선호 이유	응답자수
혼자서도 할 수 있어서	268
나랑 잘 맞아서	117
많은 시간을 들이지 않아도 되어서	46
큰 돈이 들지 않아서	125
집에서 할 수 있어서	254
가까운 사람과 함께할 수 있어서	152
가까운 곳에서 할 수 있어서	52
같은 취미를 가진 사람들과 대화할 수 있어서	32
SNS에 공유하는 것이 재미있어서	1
기타	22
합계	1,068

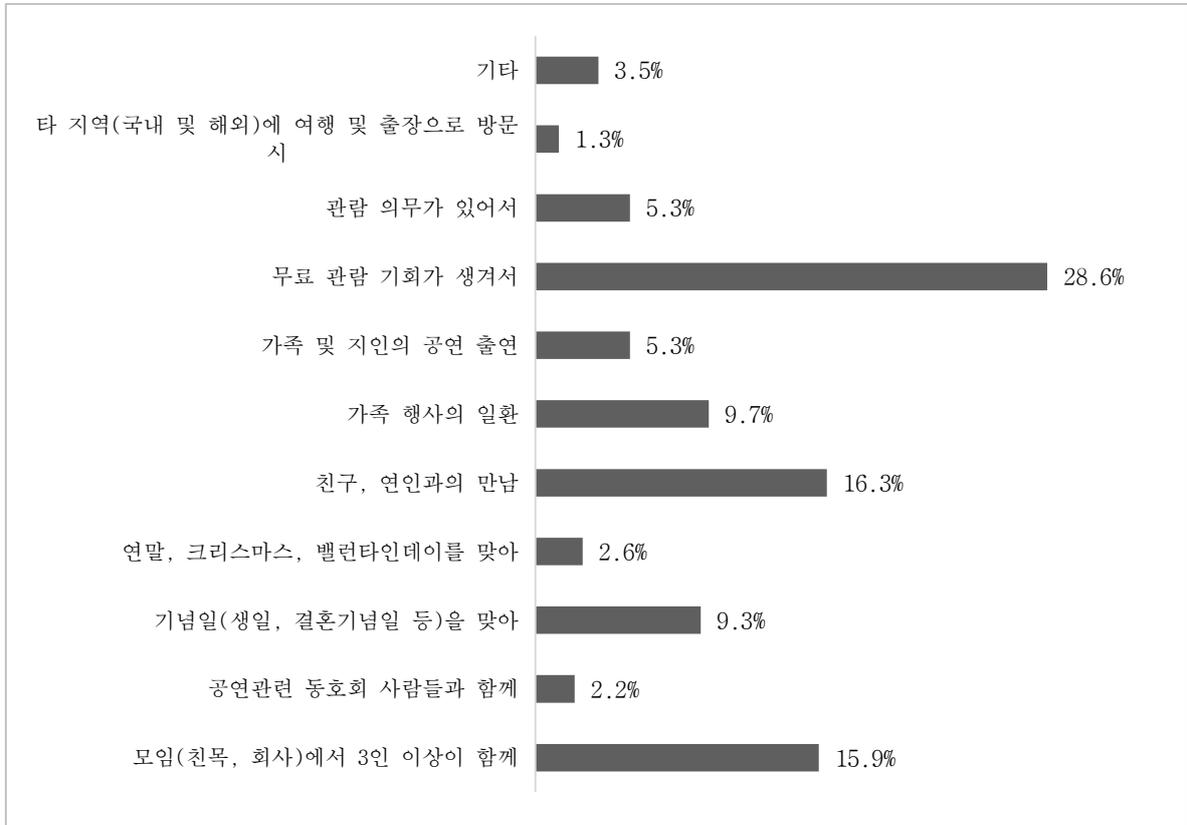
III. 공연예술 일반 관련 인식 및 행태

BQ0-1. 경험 비관객 공연관람 계기 관련 문항



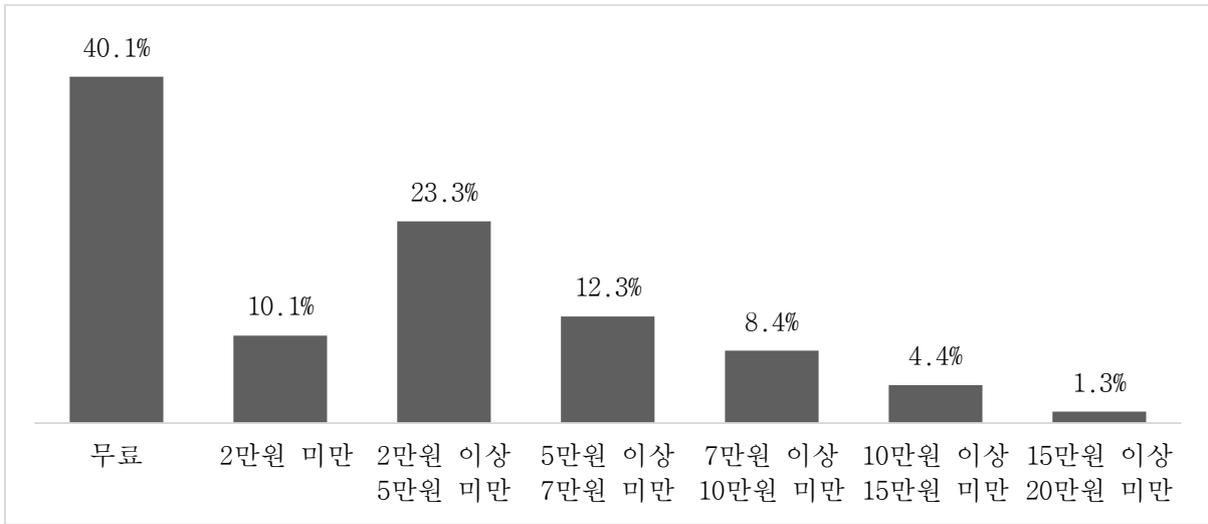
구분	내가 보고 싶어서	주변인의 권유로	합계
응답자수	98	129	227

BQ0-2. 경험 비관객 공연관람 상황 관련 문항



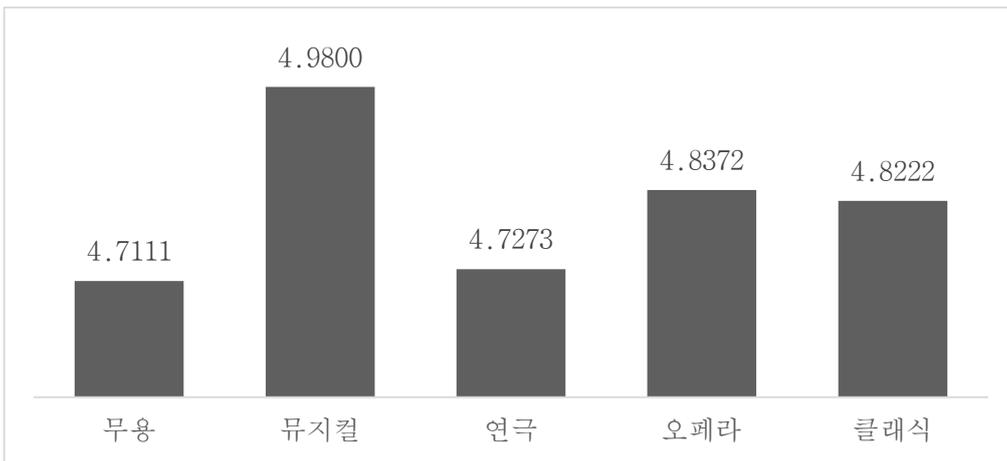
관람 상황	응답자수
모임에서 3인 이상이 함께	36
공연관련 동호회 사람들과 함께	5
기념일을 맞아	21
연말, 크리스마스, 밸런타인데이를 맞아	6
친구, 연인과의 만남	37
가족 행사의 일환	22
가족 및 지인의 공연 출연	12
무료 관람 기회가 생겨서	65
관람 의무가 있어서	12
타 지역에 여행 및 출장으로 방문 시	3
기타	8
합계	227

BQ0-3. 경험 비관객 공연관람 평균 지불 금액 관련 문항



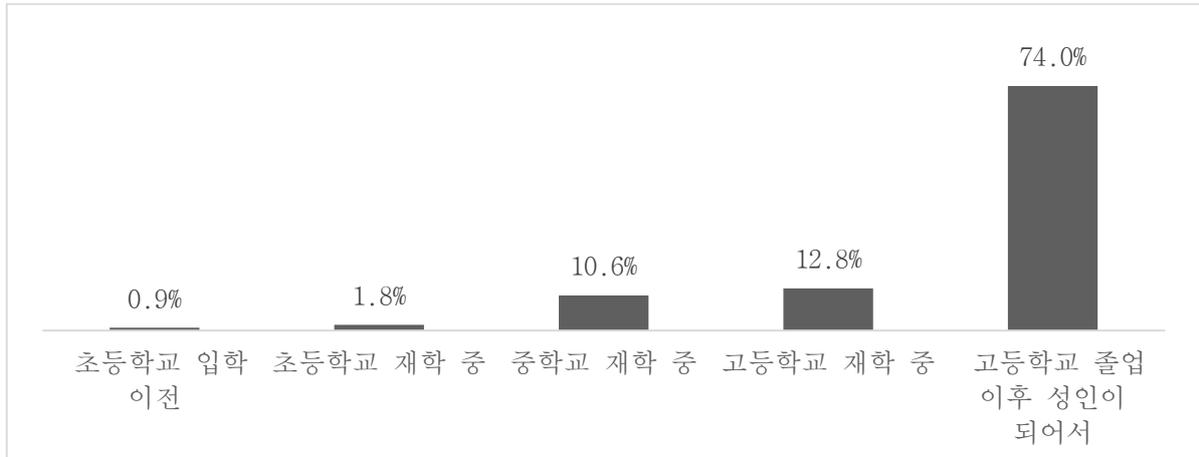
구분	무료	2만원 미만	2만원 이상 5만원 미만	5만원 이상 7만원 미만	7만원 이상 10만원 미만	10만원 이상 15만원 미만	15만원 이상 20만원 미만	합계
응답자수	91	23	53	28	19	10	3	227

BQ0-4. 경험 비관객 장르별 만족도 관련 문항



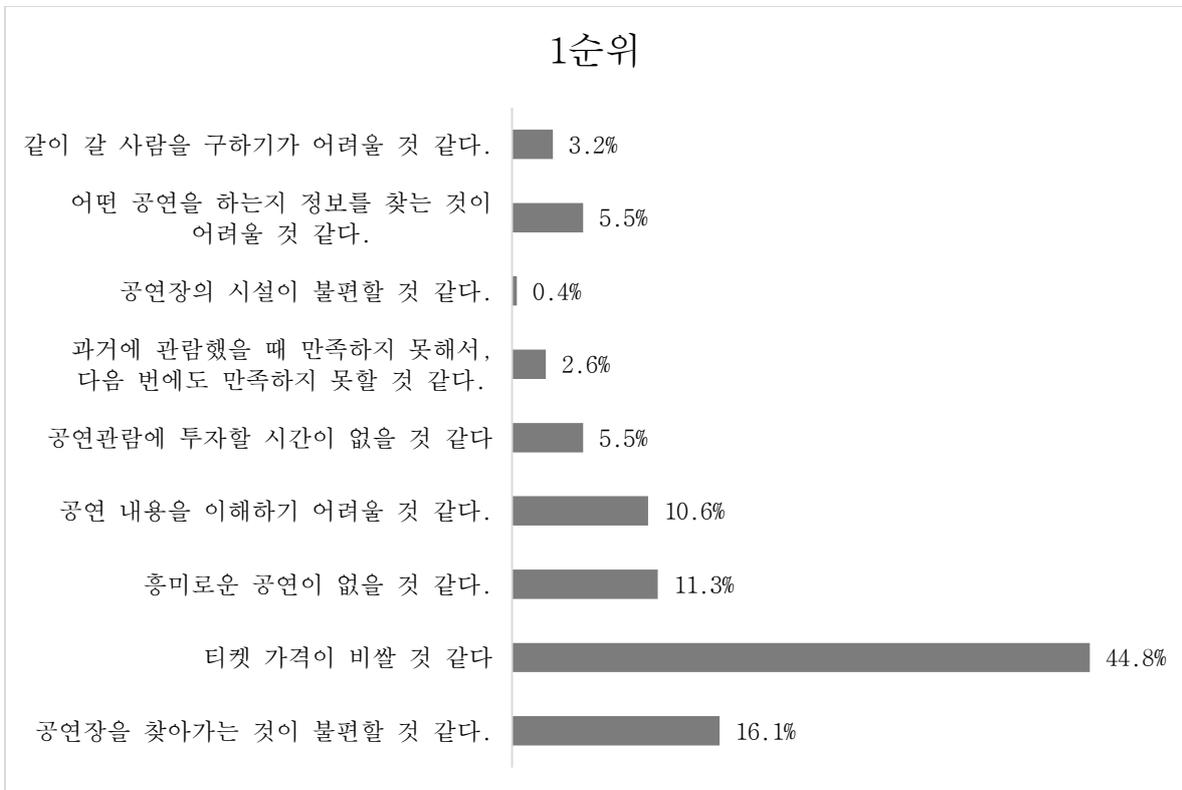
구분	무용	뮤지컬	연극	오페라	클래식	합계
응답자수	45	50	44	43	45	227

BQ0-5. 공연예술 첫 관람시기 관련 문항

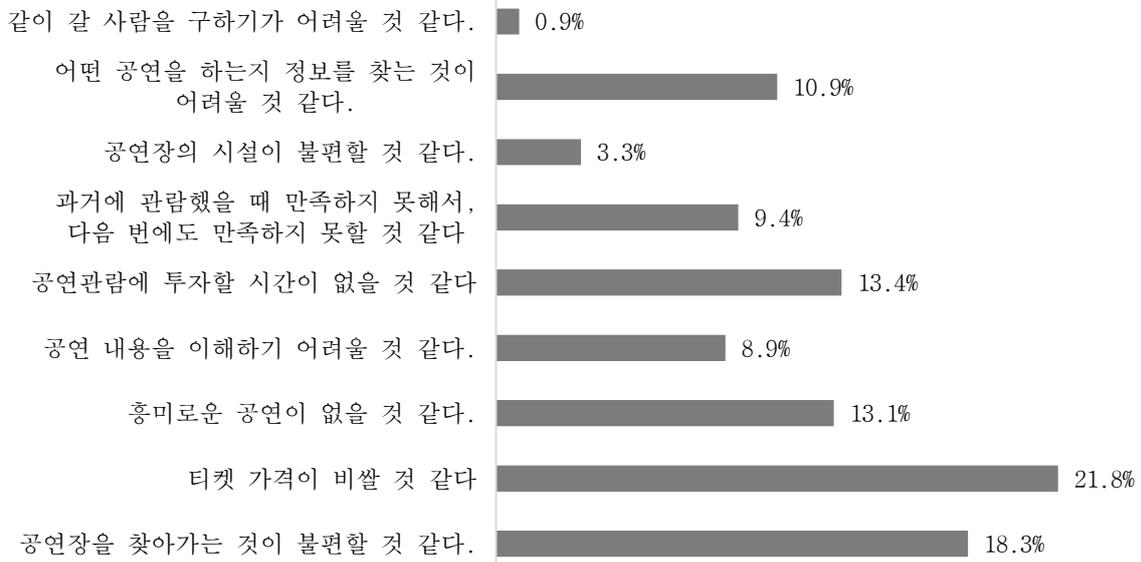


구분	초등학교 입학 이전	초등학교 재학 중	중학교 재학 중	고등학교 재학 중	고등학교 졸업 이후 성인이 되어서	전체
응답자수	2	4	24	29	168	227

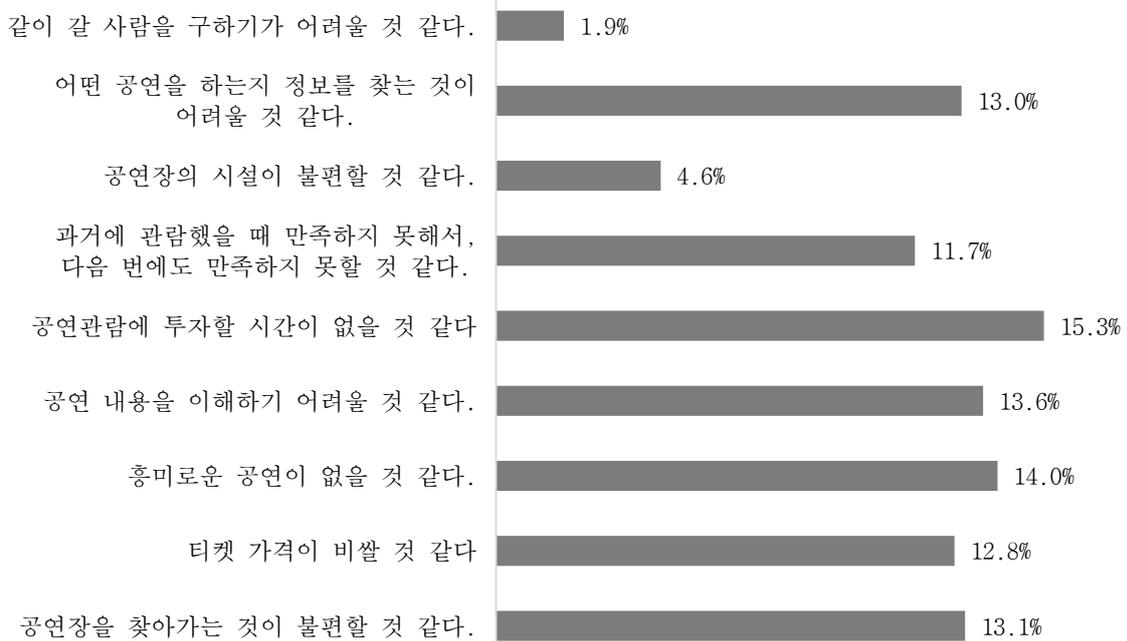
BQ1. 공연예술 비관람 이유 관련 문항



2순위

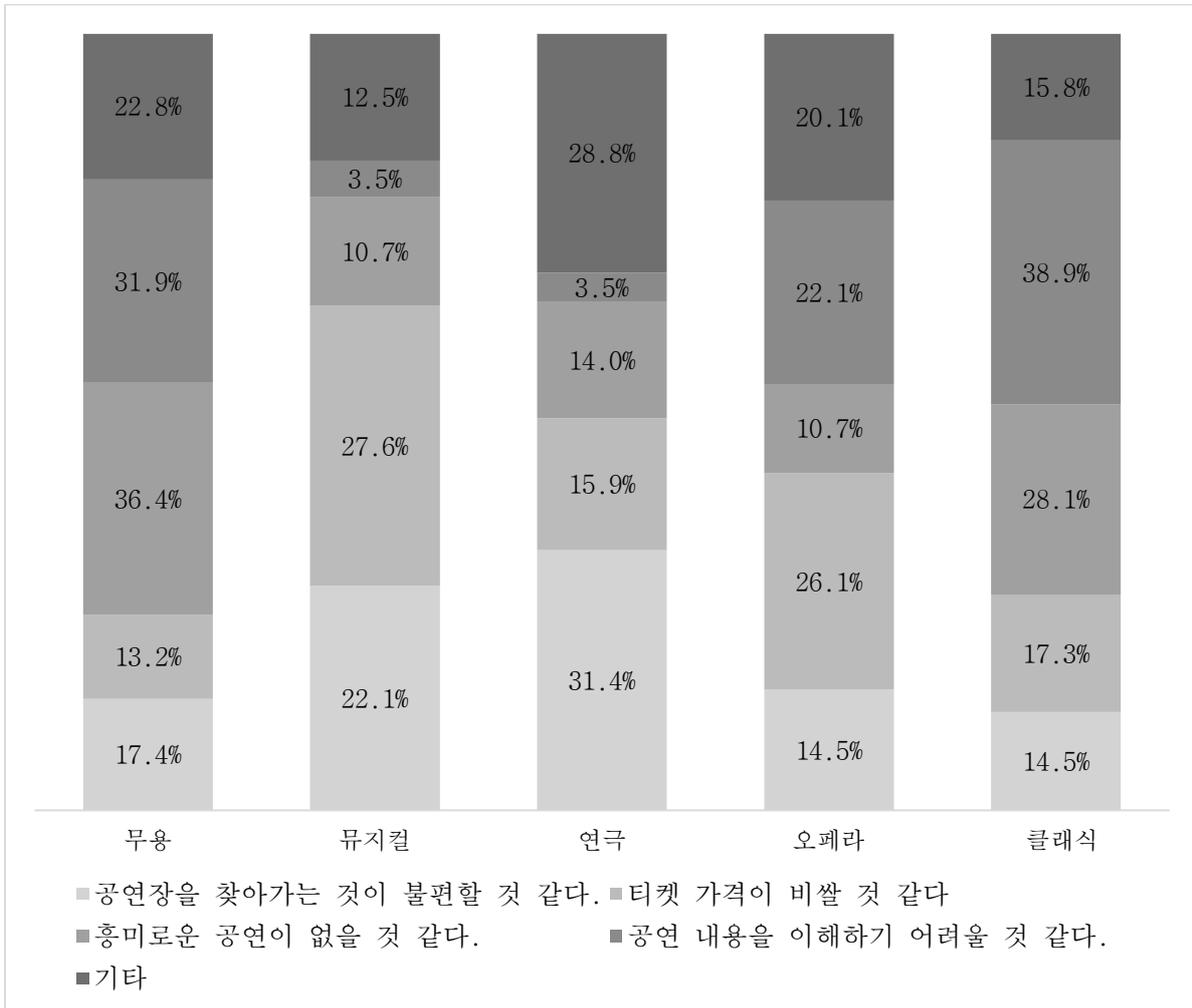


3순위



구분	1 순위	2 순위	3 순위
공연장을 찾아가는 것이 불편할 것 같다.	172	196	140
티켓 가격이 비쌀 것 같다	479	233	137
흥미로운 공연이 없을 것 같다.	121	140	150
공연 내용을 이해하기 어려울 것 같다.	113	95	145
공연관람에 투자할 시간이 없을 것 같다	59	143	164
과거에 관람했을 때 만족하지 못해서, 다음 번에도 만족하지 못할 것 같다.	28	100	125
공연장의 시설이 불편할 것 같다.	4	35	49
어떤 공연을 하는지 정보를 찾는 것이 어려울 것 같다.	59	117	139
같이 갈 사람을 구하기가 어려울 것 같다.	34	10	20
합계	1,069	1,069	1,069

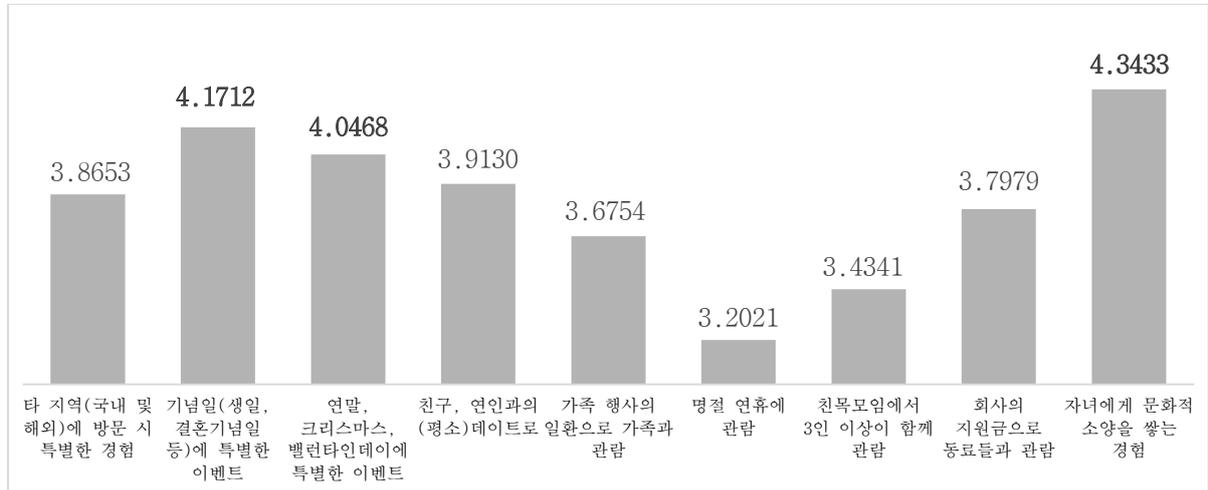
BQ1. 장르 별 공연예술 비관람 이유



구분		무용	뮤지컬	연극	오페라	클래식
응답자수	공연장을 찾아가는 것이 불편할 것 같다.	30	38	54	25	25
	티켓 가격이 비쌀 것 같다	63	132	76	125	83
	흥미로운 공연이 없을 것 같다.	44	13	17	13	34
	공연 내용을 이해하기 어려울 것 같다.	36	4	4	25	44

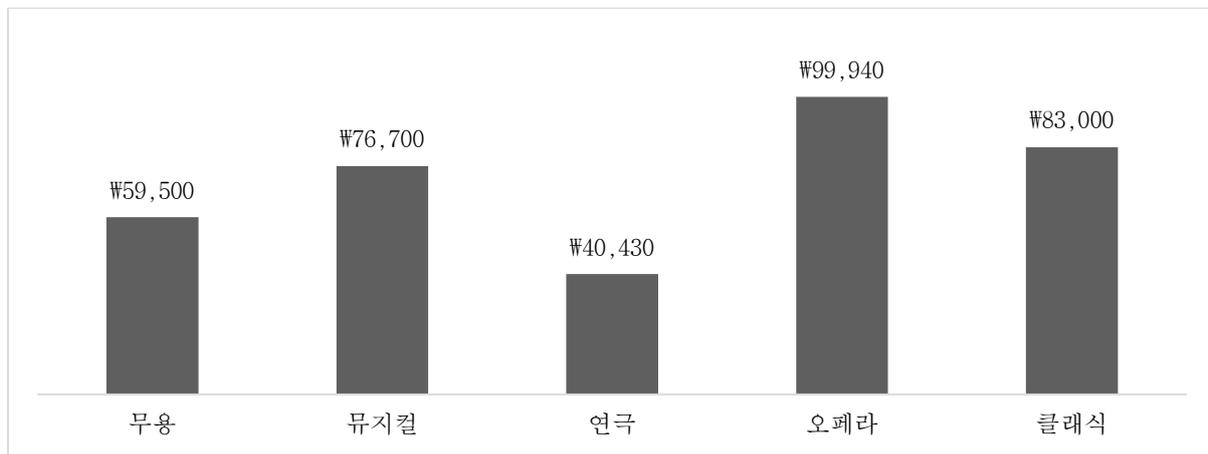
	기타	42	23	53	37	29
	합계	1,069				

BQ2. 상황 별 공연관람에 대한 흥미 관련 문항



순위	내용
1 순위	자녀에게 문화의 소양을 쌓는 경험
2 순위	기념일(생일, 결혼기념일 등)의 특별한 이벤트
3 순위	연말, 크리스마스 발렌타인데이에 특별한 이벤트

BQ4. 장르 별 평균 티켓 가격 예상 관련 문항



구분	무용	뮤지컬	연극	오페라	클래식	합계
응답자수	215	210	204	225	215	1,069

BQ5. 장르 별 공연예술 관람자의 과시소비 성향 인식 관련 문항

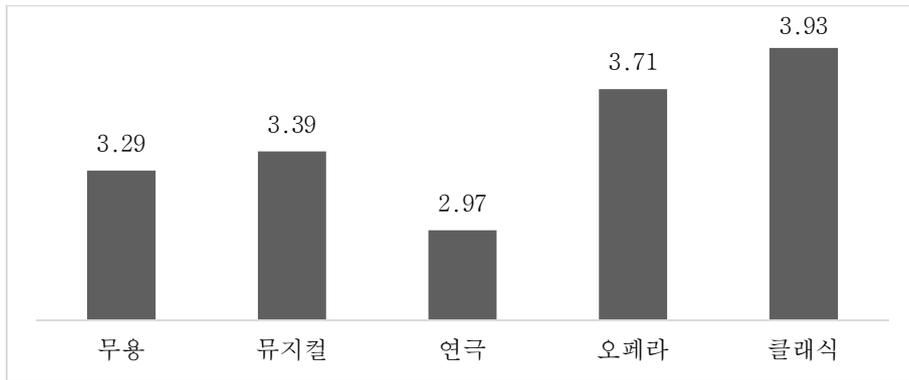
- 과시소비 성향 측정을 위해 하위 문항 전체의 평균값을 계산함.

물질적 쾌락주의: 문항 1, 2, 3

그룹에 소속감/그룹으로부터 차별화 수단: 문항 4

사회적 지위 표현: 문항 5, 6, 7

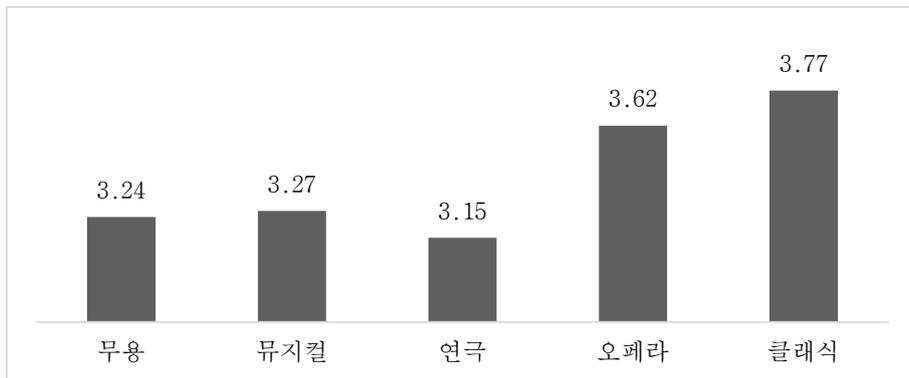
과시: 문항 8,9



구분	무용	뮤지컬	연극	오페라	클래식	합계
응답자수	215	210	204	225	215	1,069

BQ6. 장르 별 공연예술 관람의 권위적 상품 인식 관련 문항

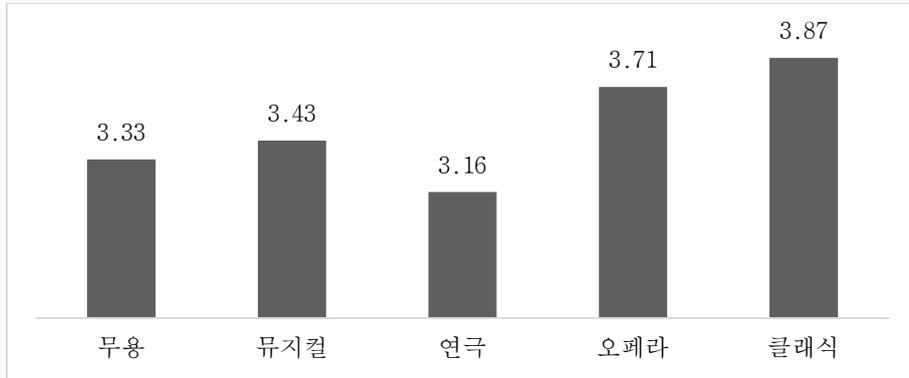
- 권위적 상품 인식 측정을 위해 전체문항의 평균값을 계산함.



구분	무용	뮤지컬	연극	오페라	클래식	합계
응답자수	215	210	204	225	215	1,069

BQ7. 장르 별 공연예술 관람의 자기표현 인식 관련 문항

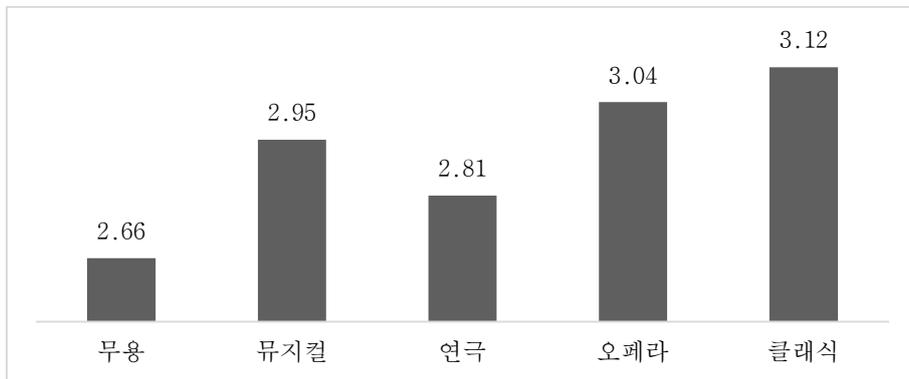
- 자기표현 인식 측정을 위해 전체문항의 평균값을 계산함.



구분	무용	뮤지컬	연극	오페라	클래식	합계
응답자수	215	210	204	225	215	1,069

BQ8. 장르 별 공연예술 관람의 자기이미지 일치성 관련 문항

- 자기이미지 일치성 측정을 위해 전체문항의 평균값을 계산함.



구분	무용	뮤지컬	연극	오페라	클래식	합계
응답자수	215	210	204	225	215	1,069

BQ9. 장르 별 공연예술의 수용장벽 관련 문항

- 수용장벽 측정을 위해 하위 문항 각각의 평균값을 계산함.

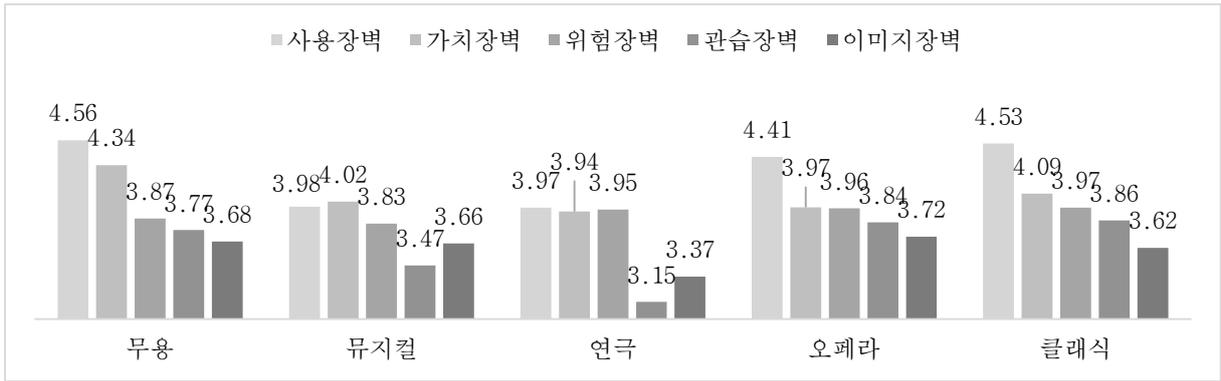
사용장벽: 문항 1, 2

가치장벽: 문항 5, 6

위험장벽: 문항 7, 8

관습장벽: 문항 9, 10

이미지장벽: 문항 11, 12, 13, 14



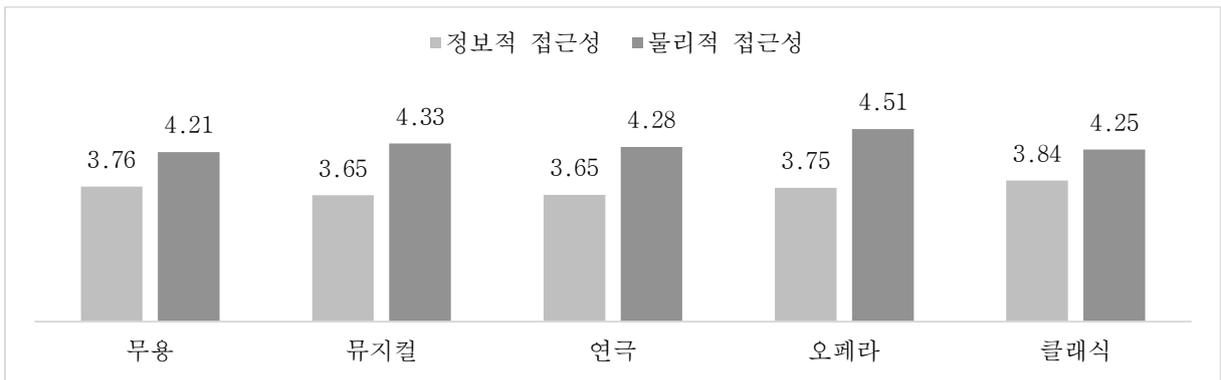
	무용	뮤지컬	연극	오페라	클래식	합계
사용장벽	4.5558	3.9786	3.9706	4.4111	4.5279	4.2947
가치장벽	4.3395	4.0214	3.9363	3.9733	4.0907	4.0730
위험장벽	3.8744	3.8310	3.9534	3.9644	3.9698	3.9191
관습장벽	3.7744	3.4667	3.1495	3.8422	3.8581	3.6258
이미지장벽	3.6756	3.6583	3.3689	3.7178	3.6198	3.6113
응답자수	215	210	204	225	215	1,069

BQ9. 장르 별 공연예술의 접근성 장벽 관련 문항

- 접근성 장벽 측정을 위해 하위 문항 각각의 평균값을 계산함.

정보적 접근성: 문항 2, 3, 4, 8

물리적 접근성: 문항 15, 16



구분	무용	뮤지컬	연극	오페라	클래식	합계
정보적 접근성	3.7640	3.6476	3.6532	3.7456	3.8407	3.7315
물리적 접근성	4.2116	4.3262	4.2794	4.5111	4.2465	4.3171
응답자수	215	210	204	225	215	1,069

BQ10. 장르 별 공연예술의 핵심 추구 효용 관련 문항

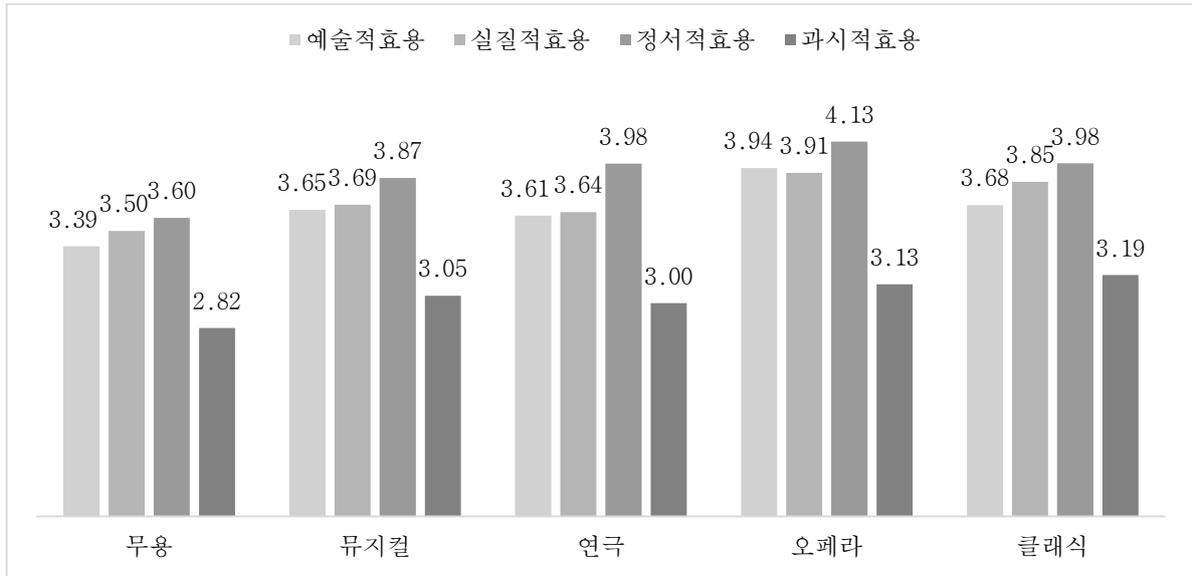
- 핵심 추구 효용 측정을 위해 하위 문항 각각의 평균값을 계산함.

예술적효용: 문항 1, 2, 3, 4

실질적효용: 문항 5, 6, 7

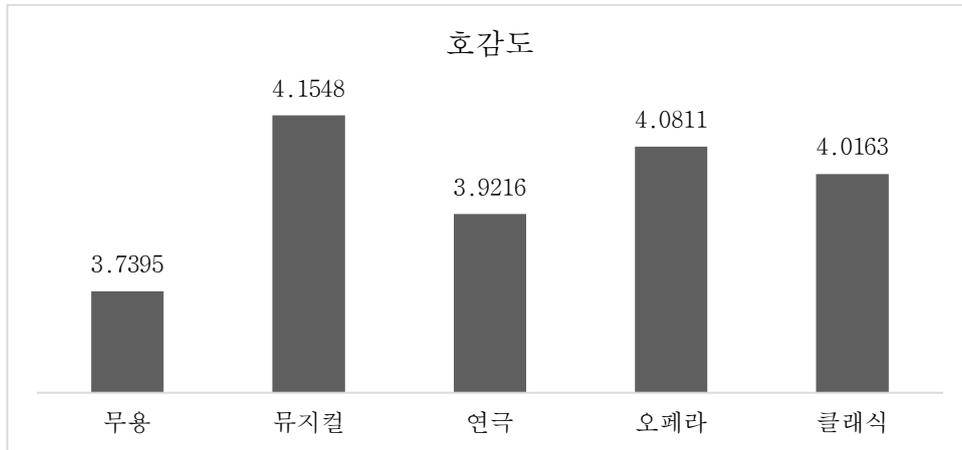
정서적효용: 문항 8, 9, 10

과시적효용: 문항 11, 12, 13



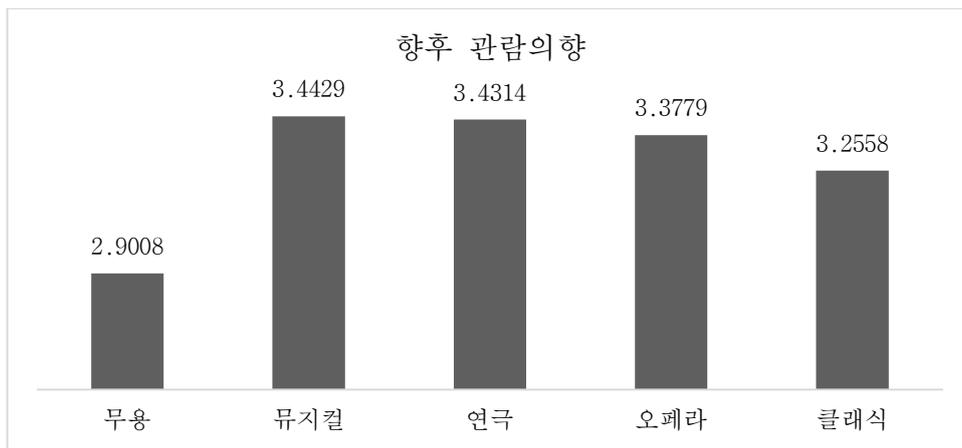
	무용	뮤지컬	연극	오페라	클래식	합계
예술적효용	3.3942	3.6512	3.6091	3.9444	3.6849	3.6600
실질적효용	3.5023	3.6857	3.6356	3.9096	3.8465	3.7187
정서적효용	3.5953	3.8746	3.9755	4.1304	3.9767	3.9121
과시적효용	2.8217	3.0476	2.9967	3.1289	3.1938	3.0390
응답자수	215	210	204	225	215	1,069

BQ11. 장르 별 공연예술 호감도 관련 문항



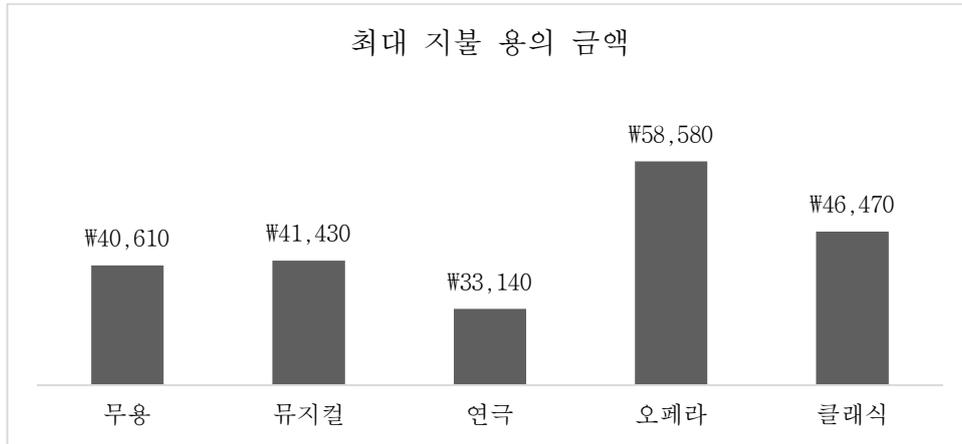
구분	무용	뮤지컬	연극	오페라	클래식	합계
호감도	3.7395	4.1548	3.9216	4.0811	4.0163	3.9834
응답자수	215	210	204	225	215	1,069

BQ12. 장르 별 공연예술 향후 관람의향 관련 문항



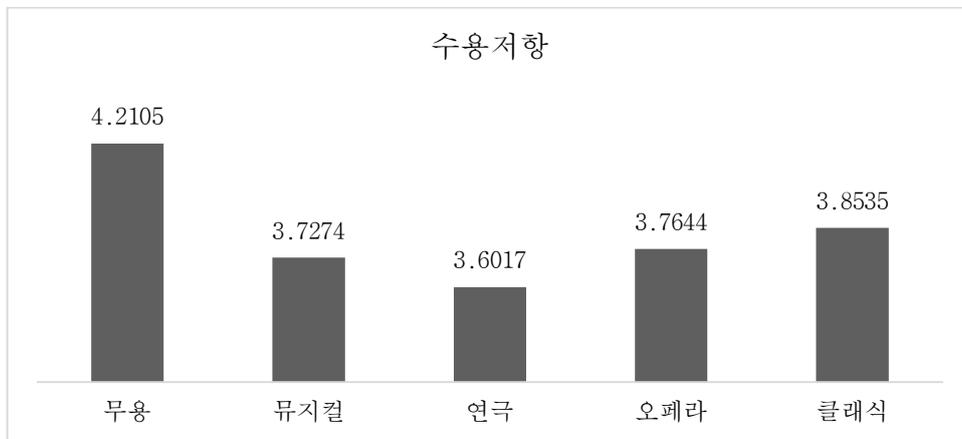
구분	무용	뮤지컬	연극	오페라	클래식	합계
향후 관람의향	2.9008	3.4429	3.4314	3.3778	3.2558	3.2803
응답자수	215	210	204	225	215	1,069

BQ13. 장르 별 공연예술 최대 지불 용의 금액 관련 문항



구분	무용	뮤지컬	연극	오페라	클래식	합계
최대 지불 용의 금액	₩40,610	₩41,430	₩33,140	₩58,580	₩46,470	₩44,300
응답자수	215	210	204	225	215	1,069

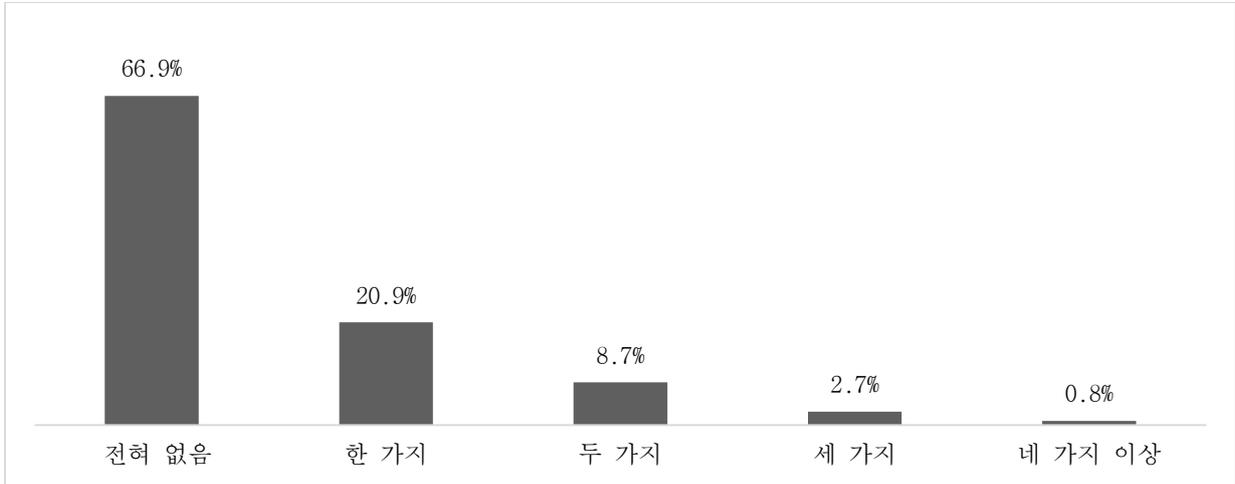
BQ14. 장르 별 공연예술 수용저항 관련 문항



구분	무용	뮤지컬	연극	오페라	클래식	합계
수용저항	4.2105	3.7274	3.6017	3.7644	3.8535	3.8337
응답자수	215	210	204	225	215	1,069

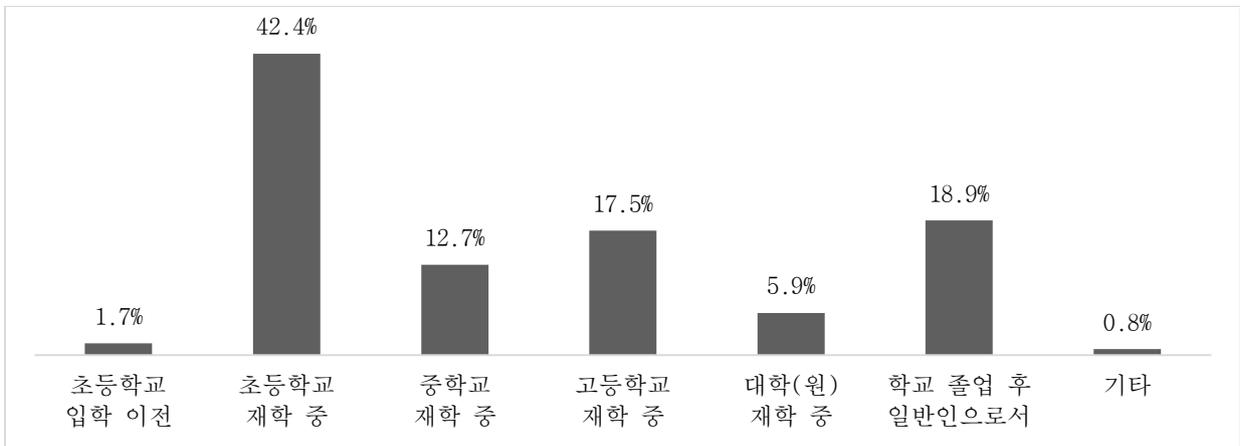
IV. 예술 관련 교육 및 정부 정책에 대한 인식

CQ1. 공연예술 교육 이수 관련 문항



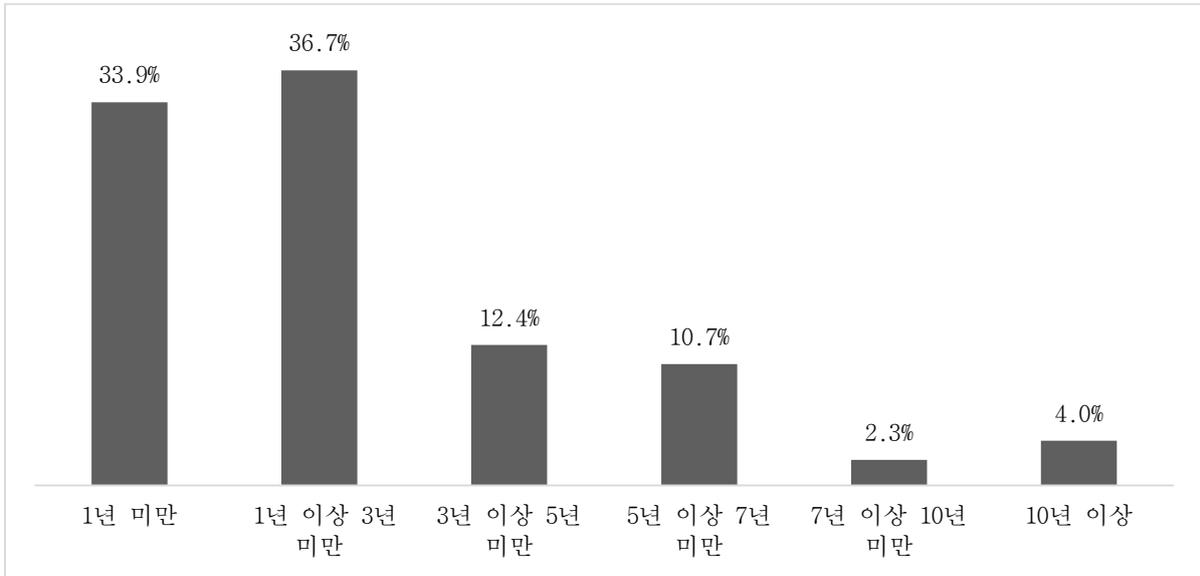
구분	전혀 없음	한 가지	두 가지	세 가지	네 가지 이상	합계
응답자수	715	223	93	29	9	1,069

CQ2. 공연예술 교육 이수시기 관련 문항



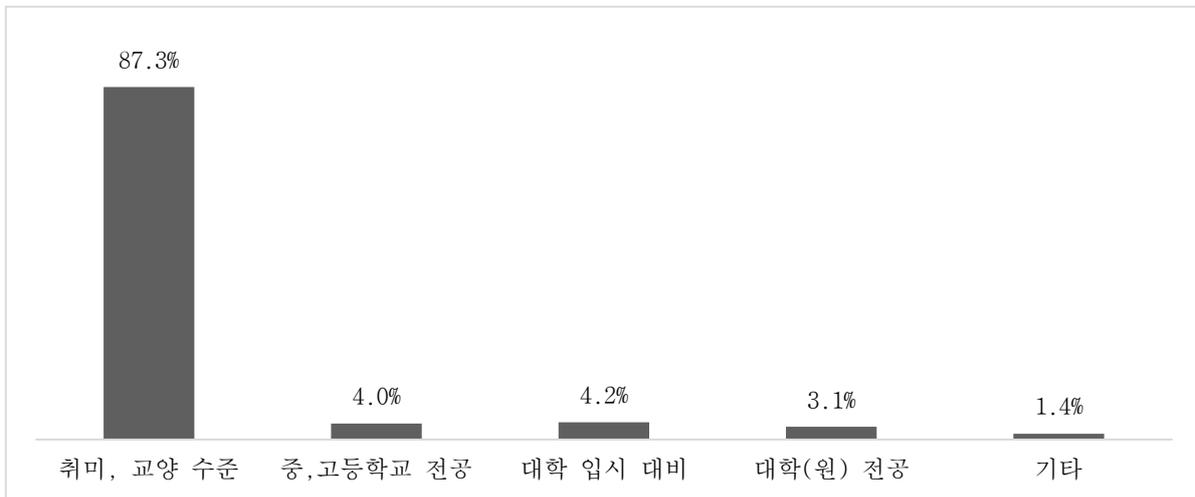
구분	초등학교 입학 이전	초등학교 재학 중	중학교 재학 중	고등학교 재학 중	대학(원) 재학 중	학교 졸업 후 일반인으로서	기타	합계
응답자수	6	150	45	62	21	67	3	354

CQ3. 공연예술 교육 이수기간 관련 문항



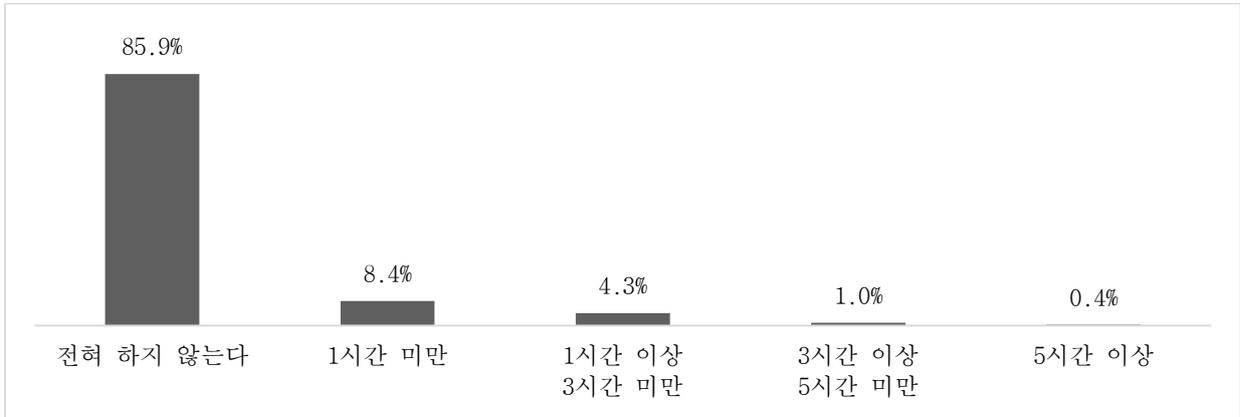
구분	1년 미만	1년 이상 3년 미만	3년 이상 5년 미만	5년 이상 7년 미만	7년 이상 10년 미만	10년 이상	합계
응답자수	120	230	44	38	8	14	354

CQ4. 공연예술 교육의 전문성 관련 문항



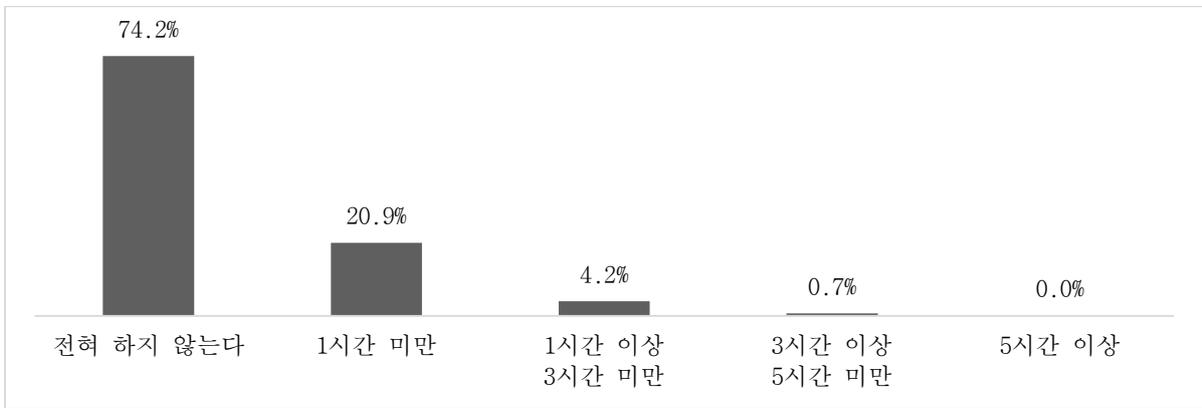
구분	취미, 교양 수준	중,고등학교 전공	대학 입시 대비	대학(원) 전공	기타	합계
응답자수	309	14	15	11	5	354

CQ5. 공연예술 온,오프라인 동호회 활동 관련 문항



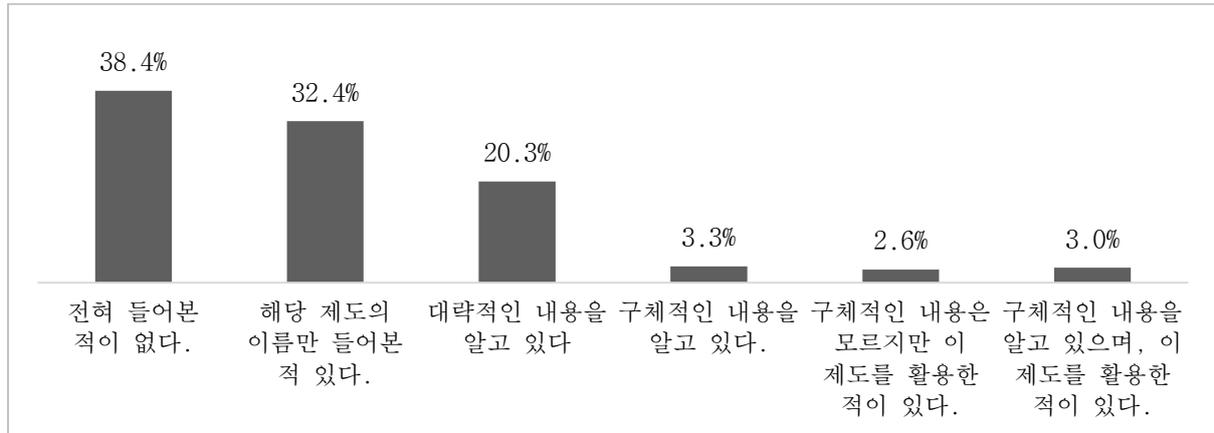
구분	전혀 하지 않는다	1시간 미만	1시간 이상 3시간 미만	3시간 이상 5시간 미만	5시간 이상	합계
응답자수	918	90	46	11	4	1,069

CQ6. 공연예술 정보탐색 활동 관련 문항



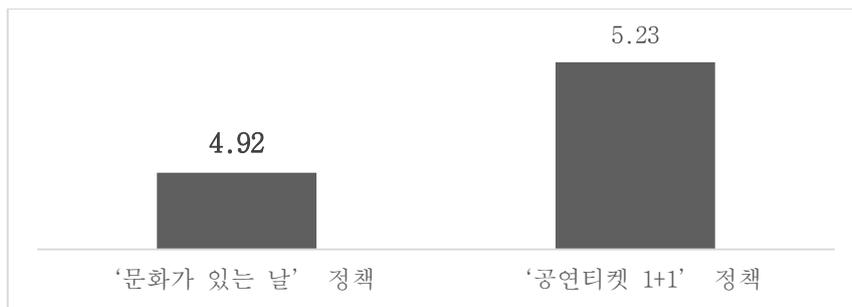
구분	전혀 하지 않는다	1시간 미만	1시간 이상 3시간 미만	3시간 이상 5시간 미만	5시간 이상	합계
응답자수	793	223	45	8	0	1,069

CQ7. '문화가 있는 날' 정책 인지도 관련 문항

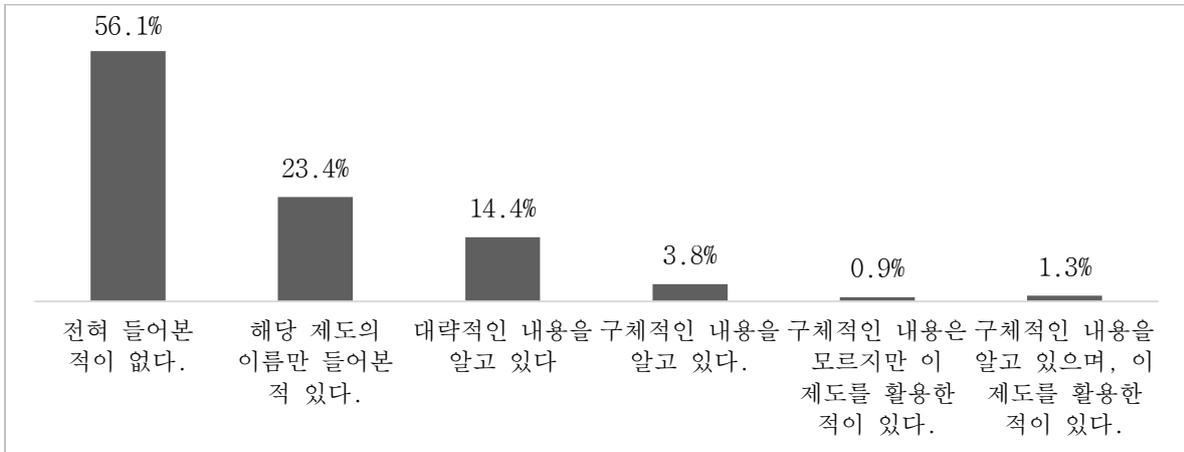


구분	응답자수
전혀 들어본 적이 없다.	411
해당 제도의 이름만 들어본 적 있다.	346
대략적인 내용을 알고 있다.	217
구체적인 내용을 알고 있다.	35
구체적인 내용은 모르지만 이 제도를 활용한 적이 있다.	28
구체적인 내용을 알고 있으며, 이 제도를 활용한 적이 있다.	32
합계	1,069

CQ8. '문화가 있는 날' 정책 평가 관련 문항

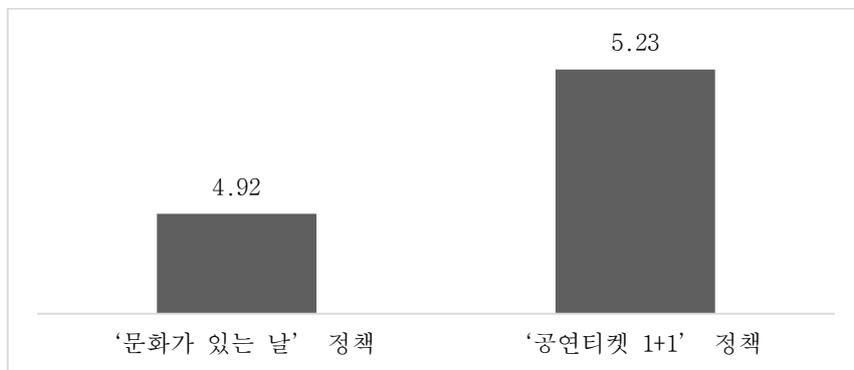


CQ9: '공연티켓 1+1' 정책 인지도 관련 문항

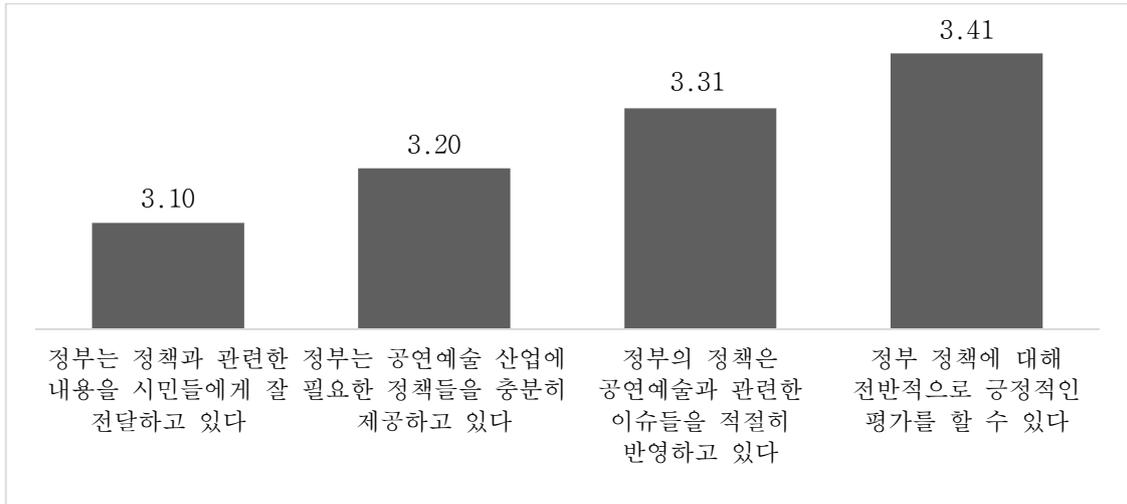


구분	응답자수
전혀 들어본 적이 없다.	600
해당 제도의 이름만 들어본 적 있다.	250
대략적인 내용을 알고 있다	154
구체적인 내용을 알고 있다.	41
구체적인 내용은 모르지만 이 제도를 활용한 적이 있다.	10
구체적인 내용을 알고 있으며, 이 제도를 활용한 적이 있다.	14
합계	1,069

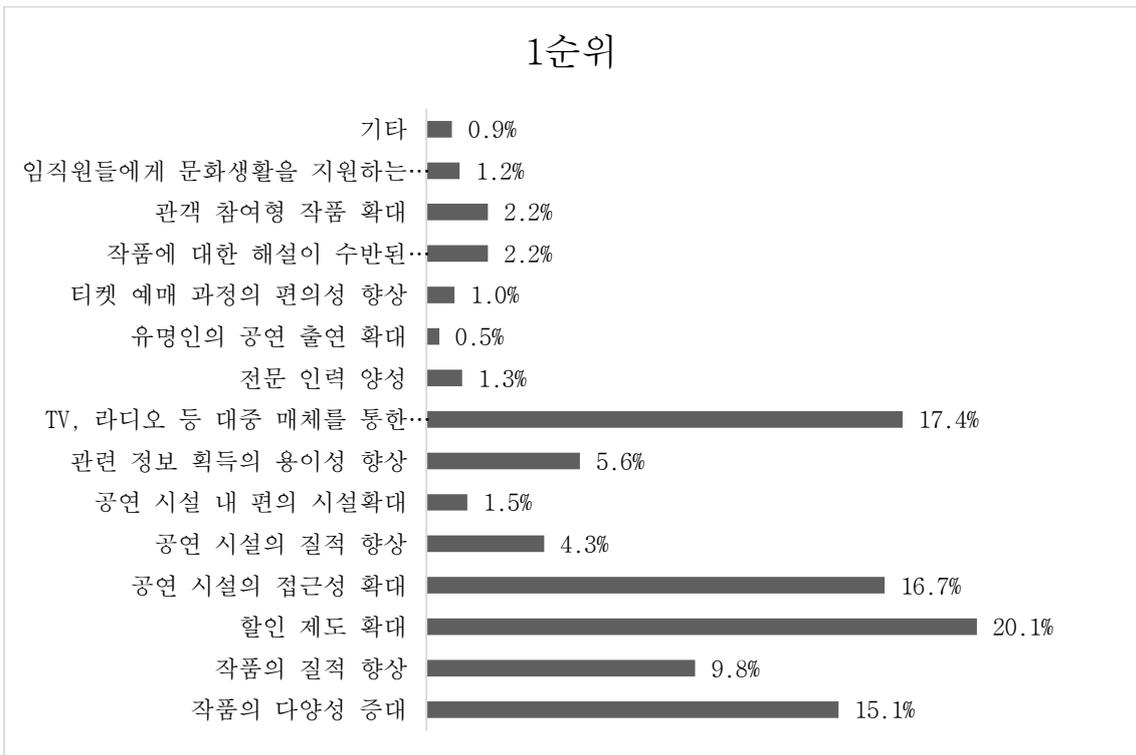
CQ10: '공연티켓 1+1' 정책 평가 관련 문항



CQ11. 정부 정책 전반에 대한 평가 관련 문항



CQ12. 희망 정부정책 관련 문항



2순위



3순위



구분	1순위	2순위	3순위
작품의 다양성 증대	161	113	122
작품의 질적 향상	105	121	79
할인 제도 확대	215	145	158
공연 시설의 접근성 확대	179	154	127
공연 시설의 질적 향상	46	86	70
공연 시설 내 편의 시설확대	16	32	37
관련 정보 획득의 용이성 향상	60	104	92
TV, 라디오 등 대중 매체를 통한 홍보 활동 확대	186	109	107
전문 인력 양성	14	27	34
유명인의 공연 출연 확대	5	20	31
티켓 예매 과정의 편의성 향상	11	54	62
작품에 대한 해설이 수반된 공연 작품 확대	24	45	57
관객 참여형 작품 확대	24	34	58
임직원들에게 문화생활을 지원하는 기업에 대한 재정적 지원 확대	13	25	31
기타	10	0	4
합계	1,069	1,069	1,069

V. 생활 양식 관련 질문

DQ1~2. 자의식 인식, 변화에 대한 저항 관련 문항

- 자의식 인식 측정을 위해 하위 항목의 응답 평균을 계산함.

사적 자의식: 항목 1, 2, 3

공적 자의식: 항목 4, 5, 6

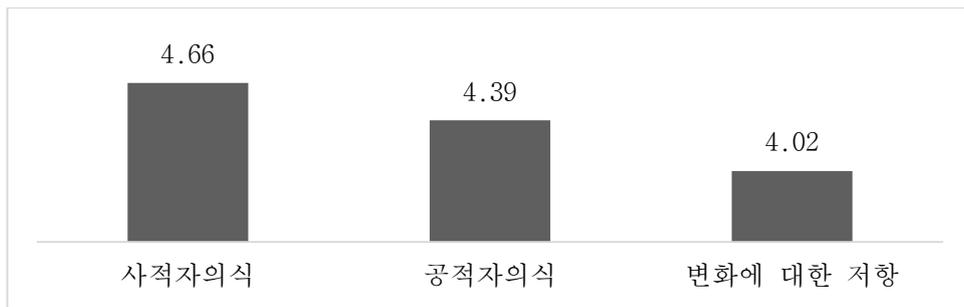
- 변화에 대한 저항 측정을 위해 하위 항목의 응답 평균을 계산함.

Routine seeking: 항목 1,2

Emotional Reaction: 항목 3,4

Short-term thinking: 항목 5

Cognitive Rigidity: 항목 6



DQ3~5. 지위표현 소비 목적, 사회계층 이동성 인식, 사회적 지위의 인식 관련 문항

- 지위표현 소비 목적 측정을 위해 전체항목(DQ3)의 평균을 계산함.

- 사회계층 이동성 측정을 위해 전체항목(DQ4)의 평균을 계산함.

- 사회적 지위의 인식 측정을 위해 전체항목(DQ5)의 평균을 계산함.



DQ6. 생활양식 전반 관련 문항

- 생활양식의 측정을 위해 하위 항목의 응답 평균을 계산함.

Innovators (새로움/모험 추구형): 항목 7, 13, 17, 20, 22, 23

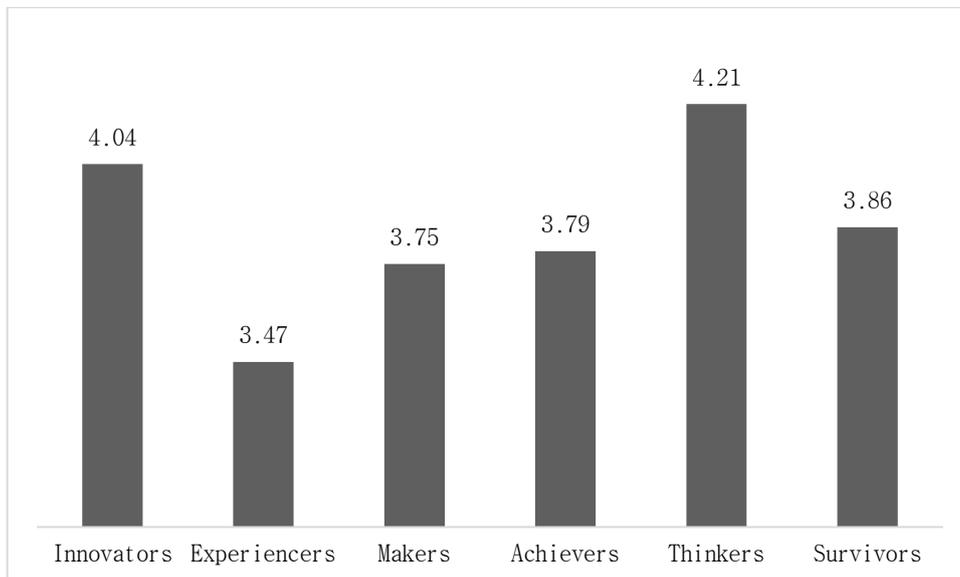
Experiencers (유행 추구형): 항목 4, 10, 15, 19

Makers (DIY 추구형): 항목 3, 9, 14, 21

Achievers (리더십 추구형): 항목 5, 11, 12, 16

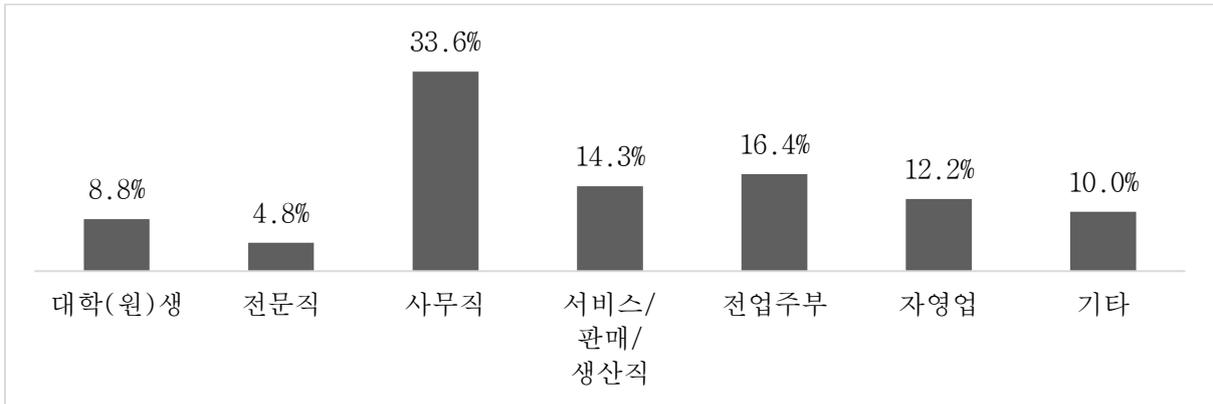
Thinkers (사색/배움 추구형): 항목 1, 2, 6, 24

Survivors (위험 회피/현실 안주형): 항목 8, 18



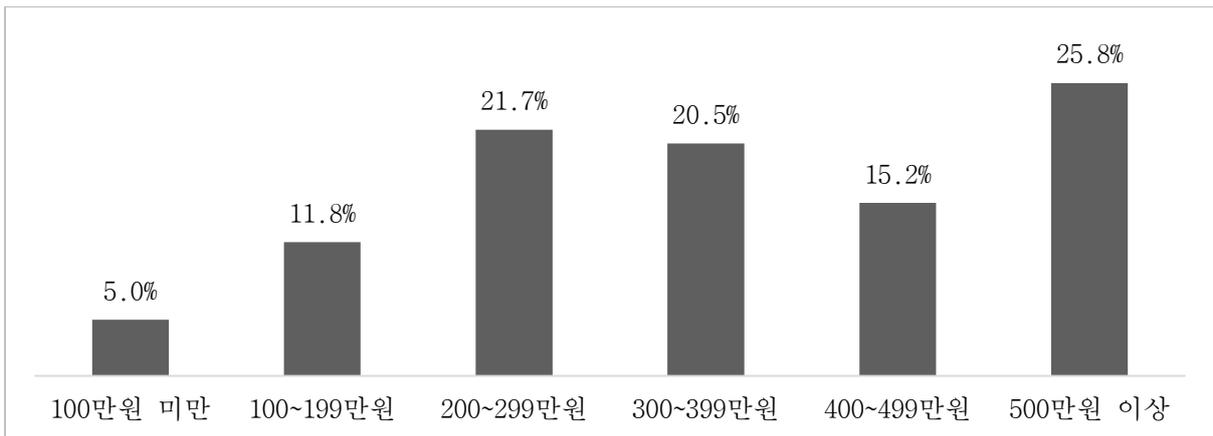
VI. 인구통계적 질문

EQ1. 직업



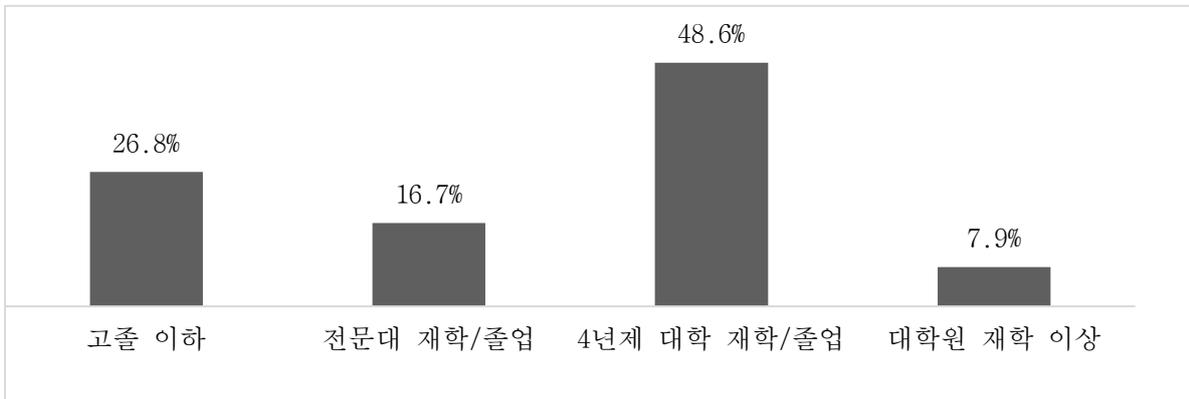
구분	대학(원)생	전문직(의사/변호사/교수 등)	사무직(강사/교사/공무원 포함)	서비스/판매/생산직	전업주부	자영업	기타	합계
응답자수	94	51	359	153	175	130	107	1,069

EQ2. 가구 월 평균 수입



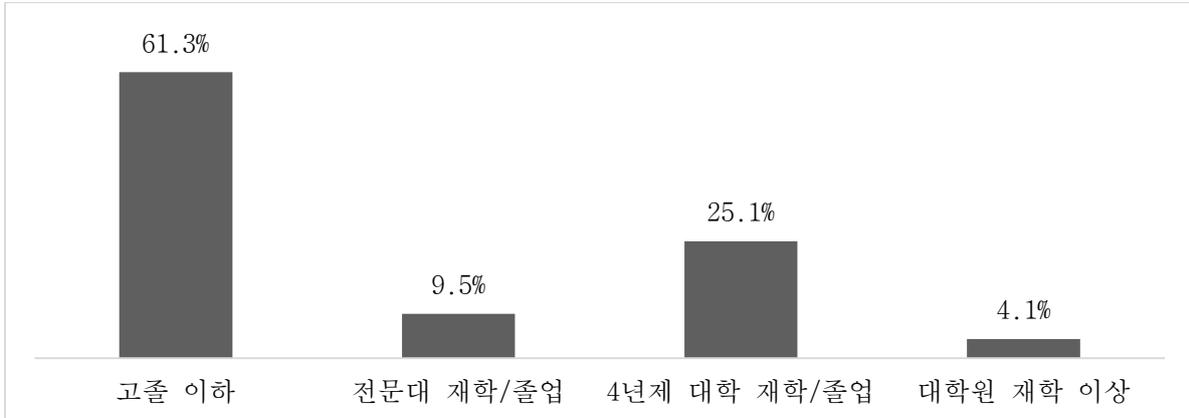
	100만원 미만	100~199만원	200~299만원	300~399만원	400~499만원	500만원 이상	합계
응답자수	53	126	232	219	163	276	1,069

EQ3. 응답자 학력수준



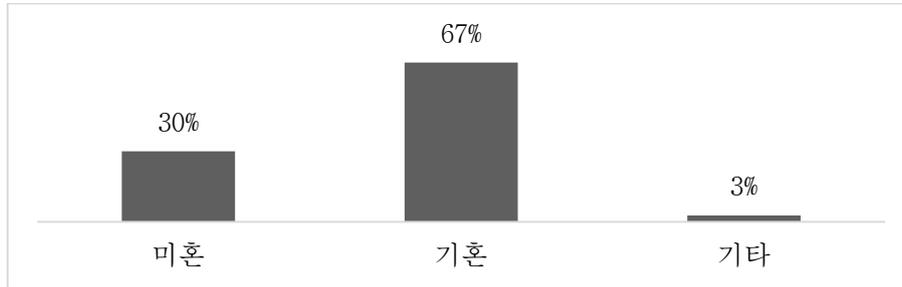
	고졸 이하	전문대 재학/졸업	4년제 대학재학/졸업	대학원 재학 이상	합계
응답자수	287	178	520	84	1,069

EQ4. 응답자 부모님 학력수준



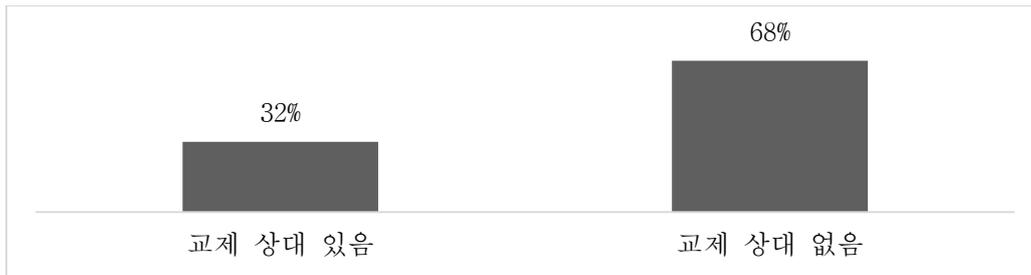
	고졸 이하	전문대 재학/졸업	4년제 대학 재학/졸업	대학원 재학 이상	합계
응답자수	655	102	268	44	1,069

EQ5. 응답자 혼인여부



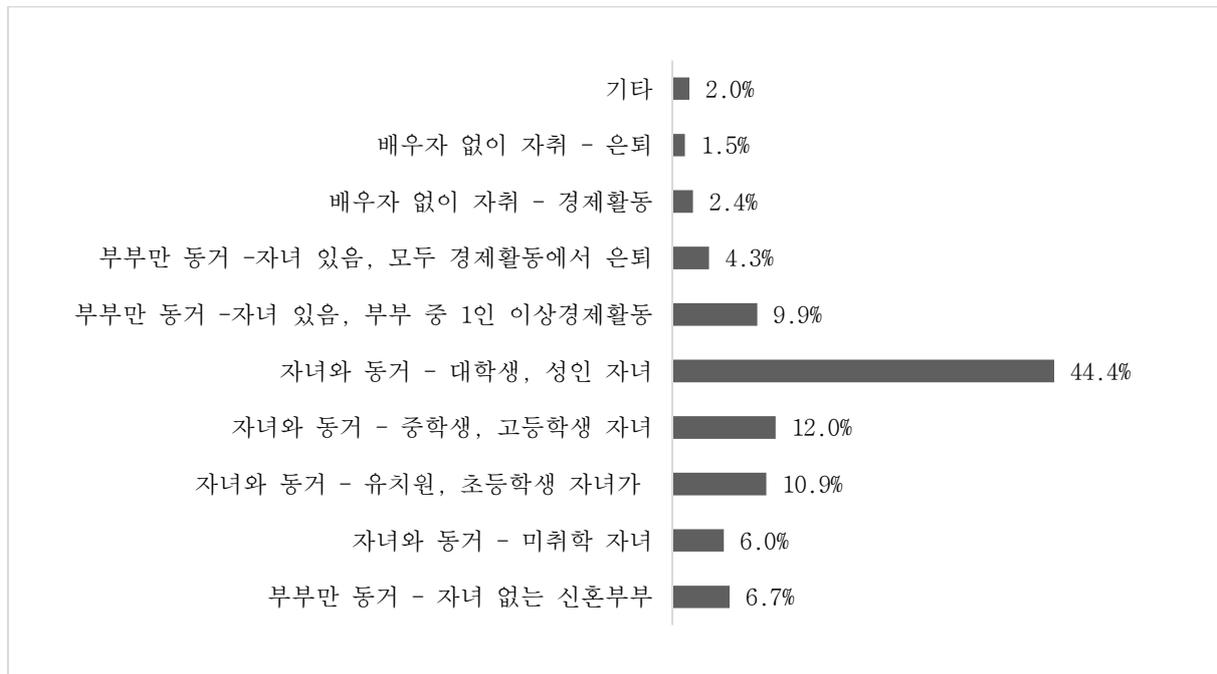
	미혼	기혼	기타	합계
응답자수	319	721	29	1,069

EQ5-1. 미혼자 교제여부



	교제 상대 있음	교제 상대 없음	합계
응답자수	101	218	319

EQ5-2. 기혼자 가족형태



구분	응답자수
부부만 동거 - 자녀 없는 신혼부부	50
자녀와 동거 - 미취학 자녀	45
자녀와 동거 - 유치원, 초등학교 자녀가	82
자녀와 동거 - 중학생, 고등학생 자녀	90
자녀와 동거 - 대학생, 성인 자녀	333
부부만 동거 -자녀 있음, 부부 중 1인 이상 경제활동	74
부부만 동거 -자녀 있음, 모두 경제활동에서 은퇴	32
배우자 없이 자취 - 경제활동	18
배우자 없이 자취 - 은퇴	11
기타	15
합계	750

첨부4. 군집분석 결과 상세

SQ1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 남성	빈도	113	148	298	109	668
	케이스 군집 번호 중 %	59.8%	71.5%	64.5%	51.7%	62.5%
2) 여성	빈도	76	59	164	102	401
	케이스 군집 번호 중 %	40.2%	28.5%	35.5%	48.3%	37.5%
전체	빈도	189	207	462	211	1069
	케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

SQ2. 귀하의 연령은 만으로 어떻게 되십니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
2) 20-29세	빈도	18	12	75	38	143
	케이스 군집 번호 중 %	9.5%	5.8%	16.2%	18.0%	13.4%
3) 30-39세	빈도	29	39	86	34	188
	케이스 군집 번호 중 %	15.3%	18.8%	18.6%	16.1%	17.6%
4) 40-49세	빈도	47	49	78	34	208
	케이스 군집 번호 중 %	24.9%	23.7%	16.9%	16.1%	19.5%
5) 50-59세	빈도	50	60	111	49	270
	케이스 군집 번호 중 %	26.5%	29.0%	24.0%	23.2%	25.3%
6) 60-69세	빈도	45	47	112	56	260
	케이스 군집 번호 중 %	23.8%	22.7%	24.2%	26.5%	24.3%

전체	빈도	189	207	462	211	1069
	케이스 군집 번호	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	중 %					

기술통계

SQ2. 귀하의 연령은 만으로 어떻게 되십니까?

	N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값
					하한	상한		
					무관심 집단	189		
회의 집단	207	48.5700	11.72557	.81498	46.9633	50.1768	20.00	69.00
장벽 집단	462	46.0455	13.90330	.64684	44.7743	47.3166	20.00	69.00
호의 집단	211	46.2749	13.99661	.96357	44.3754	48.1744	20.00	69.00
전체	1069	46.8718	13.34719	.40823	46.0708	47.6729	20.00	69.00

EQ1. 귀하의 직업은 다음 중 어디에 해당되십니까? * 케이스 군집 번호 교차표

	빈도	케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 대학(원)생	14	7	46	27	94	
케이스 군집 번호	7.4%	3.4%	10.0%	12.8%	8.8%	
2) 전문직(의사/변호사/교수 등)	8	14	17	12	51	
케이스 군집 번호	4.2%	6.8%	3.7%	5.7%	4.8%	
3) 사무직(강사/교사/공무원 포함)	69	74	160	56	359	
케이스 군집 번호	36.5%	35.7%	34.6%	26.5%	33.6%	
4) 서비스/판매/생산직	31	29	68	25	153	
케이스 군집 번호	16.4%	14.0%	14.7%	11.8%	14.3%	

5) 전업주부	빈도	29	29	69	48	175
	케이스 군집 번호 중 %	15.3%	14.0%	14.9%	22.7%	16.4%
6) 자영업	빈도	19	37	52	22	130
	케이스 군집 번호 중 %	10.1%	17.9%	11.3%	10.4%	12.2%
7) 기타	빈도	19	17	50	21	107
	케이스 군집 번호 중 %	10.1%	8.2%	10.8%	10.0%	10.0%
전체	빈도	189	207	462	211	1069
	케이스 군집 번호	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	중 %	%	%	%	%	%

EQ2. 귀택의 월평균 소득은 보너스나 기타 소득을 모두 합쳐서 어느 정도 되십니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 100만원 미만	빈도	8	9	26	10	53
	케이스 군집 번호 중 %	4.2%	4.3%	5.6%	4.7%	5.0%
2) 100~199만원	빈도	22	23	60	21	126
	케이스 군집 번호 중 %	11.6%	11.1%	13.0%	10.0%	11.8%
3) 200~299만원	빈도	48	51	95	38	232
	케이스 군집 번호 중 %	25.4%	24.6%	20.6%	18.0%	21.7%
4) 300~399만원	빈도	35	41	92	51	219
	케이스 군집 번호 중 %	18.5%	19.8%	19.9%	24.2%	20.5%
5) 400~499만원	빈도	28	27	77	31	163
	케이스 군집 번호 중 %	14.8%	13.0%	16.7%	14.7%	15.2%
6) 500만원 이상	빈도	48	56	112	60	276

	케이스 군집 번호 중 %	25.4%	27.1%	24.2%	28.4%	25.8%
전체	빈도	189	207	462	211	1069
	케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

EQ3. 귀하의 최종학력은 다음 중 어디에 해당되십니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 고졸 이하	빈도	62	55	112	58	287
	케이스 군집 번호 중 %	32.8%	26.6%	24.2%	27.5%	26.8%
2) 전문대 재학/졸업	빈도	33	36	81	28	178
	케이스 군집 번호 중 %	17.5%	17.4%	17.5%	13.3%	16.7%
3) 4년제 대학 재학/졸업	빈도	82	99	234	105	520
	케이스 군집 번호 중 %	43.4%	47.8%	50.6%	49.8%	48.6%
4) 대학원 재학 이상	빈도	12	17	35	20	84
	케이스 군집 번호 중 %	6.3%	8.2%	7.6%	9.5%	7.9%
전체	빈도	189	207	462	211	1069
	케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

EQ4. 귀하의 부모님의 최종학력은 다음 중 어디에 해당되십니까? (부모님 중 최종학력이 더 높은 분의 학력을 응답) * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 고졸 이하	빈도	118	129	280	128	655
	케이스 군집 번호 중 %	62.4%	62.3%	60.6%	60.7%	61.3%
2) 전문대 재학/졸업	빈도	18	18	44	22	102
	케이스 군집 번호 중 %	9.5%	8.7%	9.5%	10.4%	9.5%
3) 4년제 대학 재학/졸업	빈도	43	51	125	49	268
	케이스 군집 번호 중 %	22.8%	24.6%	27.1%	23.2%	25.1%
4) 대학원 재학 이상	빈도	10	9	13	12	44
	케이스 군집 번호 중 %	5.3%	4.3%	2.8%	5.7%	4.1%
전체	빈도	189	207	462	211	1069
	케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

EQ5. 귀하의 혼인상태는 다음 중 어디에 해당되십니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 미혼	빈도	50	55	145	69	319
	케이스 군집 번호 중 %	26.5%	26.6%	31.4%	32.7%	29.8%
2) 기혼	빈도	137	143	302	139	721
	케이스 군집 번호 중 %	72.5%	69.1%	65.4%	65.9%	67.4%
3) 기타	빈도	2	9	15	3	29
	케이스 군집 번호 중 %	1.1%	4.3%	3.2%	1.4%	2.7%
전체	빈도	189	207	462	211	1069

케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
------------------	--------	--------	--------	--------	--------

EQ5-1. 귀하께서는 현재 교체 중이신 분(데이트 상대)이 있으십니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 있다	빈도 케이스 군집 번호 중 %	17 34.0%	15 27.3%	42 29.0%	27 39.1%	101 31.7%
2) 없다	빈도 케이스 군집 번호 중 %	33 66.0%	40 72.7%	103 71.0%	42 60.9%	218 68.3%
전체	빈도 케이스 군집 번호 중 %	50 100.0%	55 100.0%	145 100.0%	69 100.0%	319 100.0%

EQ5-2. 귀하의 가족 형태는 다음 중 어디에 해당되십니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 부부만 동거 - 자녀가 아예 없는 경우, 신혼부부	빈도 케이스 군집 번호 중 %	5 2.6%	12 5.8%	27 5.8%	6 2.8%	50 4.7%
2) 자녀와 동거 - 미취학 자녀만 있는 경우	빈도 케이스 군집 번호 중 %	6 3.2%	10 4.8%	21 4.5%	8 3.8%	45 4.2%
3) 자녀와 동거 - 유치원, 초등학생 자녀가 있는 경우	빈도 케이스 군집 번호 중 %	17 9.0%	10 4.8%	38 8.2%	17 8.1%	82 7.7%
4) 자녀와 동거 - 중학생, 고등학생 자녀가 있는 경우	빈도 케이스 군집 번호 중 %	18 9.5%	21 10.1%	34 7.4%	17 8.1%	90 8.4%
5) 자녀와 동거 - 대학생, 성인 자녀가 있는 경우	빈도 케이스 군집 번호 중 %	66 34.9%	62 30.0%	138 29.9%	67 31.8%	333 31.2%

6) 부부만 동거 - 자녀와 따로 살고 있으며 부부 중 1인 이상이 경제활동을 하는 경우	빈도 케이스 군집 번호 중 %	15 7.9%	17 8.2%	24 5.2%	18 8.5%	74 6.9%
7) 부부만 동거 - 자녀와 따로 살고 있으며 부부 모두 경제활동에서 은퇴한 경우	빈도 케이스 군집 번호 중 %	3 1.6%	5 2.4%	18 3.9%	6 2.8%	32 3.0%
8) 배우자 없이 자취 - 경제활동을 하는 경우	빈도 케이스 군집 번호 중 %	3 1.6%	7 3.4%	7 1.5%	1 0.5%	18 1.7%
9) 배우자 없이 자취 - 경제활동에서 은퇴한 경우	빈도 케이스 군집 번호 중 %	4 2.1%	2 1.0%	4 0.9%	1 0.5%	11 1.0%
10) 기타	빈도 케이스 군집 번호 중 %	52 27.5%	61 29.5%	151 32.7%	70 33.2%	334 31.2%
전체	빈도 케이스 군집 번호 중 %	189 100.0%	207 100.0%	462 100.0%	211 100.0%	1069 100.0%

AQ1. 귀하는 평상시 여가시간을 어떻게 보내십니까? 가장 선호하는 활동을 응답해 주십시오 - 1순위 * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 영화관람	빈도 케이스 군집 번호 중 %	45 23.8%	31 15.0%	82 17.7%	39 18.5%	197 18.4%
2) TV시청	빈도 케이스 군집 번호 중 %	58 30.7%	77 37.2%	153 33.1%	66 31.3%	354 33.1%
3) 게임	빈도 케이스 군집 번호 중 %	6 3.2%	18 8.7%	36 7.8%	19 9.0%	79 7.4%
4) 인터넷검색/SNS/블로그	빈도 케이스 군집 번호 중 %	19 10.1%	15 7.2%	52 11.3%	21 10.0%	107 10.0%
5) 독서	빈도 케이스 군집 번호 중 %	7 3.7%	12 5.8%	19 4.1%	7 3.3%	45 4.2%
6) 운동	빈도 케이스 군집 번호 중 %	14 7.4%	14 6.8%	36 7.8%	11 5.2%	75 7.0%
7) 공연관람	빈도 케이스 군집 번호 중 %	1 0.5%	0 0.0%	3 0.6%	3 1.4%	7 0.7%
10) 스포츠경기 직접 관람	빈도 케이스 군집 번호 중 %	0 0.0%	3 1.4%	1 0.2%	0 0.0%	4 0.4%
11) 산책	빈도 케이스 군집 번호 중 %	11 5.8%	6 2.9%	16 3.5%	5 2.4%	38 3.6%
12) 음악감상	빈도 케이스 군집 번호 중 %	2 1.1%	1 0.5%	10 2.2%	7 3.3%	20 1.9%
13) 라디오 청취	빈도	4	1	8	2	15

	케이스 군집 번호 중 %	2.1%	0.5%	1.7%	0.9%	1.4%
14) 신문/잡지 읽기	빈도	0	1	2	3	6
	케이스 군집 번호 중 %	0.0%	0.5%	0.4%	1.4%	0.6%
15) 종교활동	빈도	5	8	14	10	37
	케이스 군집 번호 중 %	2.6%	3.9%	3.0%	4.7%	3.5%
16) 친구들과의 모임	빈도	6	5	11	7	29
	케이스 군집 번호 중 %	3.2%	2.4%	2.4%	3.3%	2.7%
17) 이성친구(배우자)와 데이트	빈도	5	9	13	5	32
	케이스 군집 번호 중 %	2.6%	4.3%	2.8%	2.4%	3.0%
18) 쇼핑	빈도	2	2	2	3	9
	케이스 군집 번호 중 %	1.1%	1.0%	0.4%	1.4%	0.8%
19) 기타	빈도	4	4	4	3	15
	케이스 군집 번호 중 %	2.1%	1.9%	0.9%	1.4%	1.4%
전체	빈도	189	207	462	211	1069
	케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

AQ1. 귀하는 평상시 여가시간을 어떻게 보내십니까? 가장 선호하는 활동을 응답해 주십시오 -
순위통합 * 케이스 군집 번호 교차표

	케이스 군집 번호	케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 영화관람	빈도	92	84	213	91	480
	케이스 군집 번호 중 %	16.2%	13.5%	15.4%	14.4%	15.0%
2) TV시청	빈도	121	147	307	126	701
	케이스 군집 번호 중 %	21.3%	23.7%	22.2%	19.9%	21.9%
3) 게임	빈도	27	34	88	40	189

	케이스 군집 번호 중 %	4.8%	5.5%	6.3%	6.3%	5.9%
4) 인터넷검색/SNS/블로그	빈도 케이스 군집 번호 중 %	61 10.8%	80 12.9%	180 13.0%	83 13.1%	404 12.6%
5) 독서	빈도 케이스 군집 번호 중 %	22 3.9%	40 6.4%	72 5.2%	35 5.5%	169 5.3%
6) 운동	빈도 케이스 군집 번호 중 %	49 8.6%	46 7.4%	110 7.9%	41 6.5%	246 7.7%
7) 공연관람	빈도 케이스 군집 번호 중 %	13 2.3%	7 1.1%	32 2.3%	22 3.5%	74 2.3%
8) 박물관 관람	빈도 케이스 군집 번호 중 %	4 0.7%	1 0.2%	4 0.3%	3 0.5%	12 0.4%
9) 전시회 관람(미술, 사진, 디자인 등)	빈도 케이스 군집 번호 중 %	2 0.4%	0 0.0%	11 0.8%	11 1.7%	24 0.7%
10) 스포츠경기 직접 관람	빈도 케이스 군집 번호 중 %	7 1.2%	7 1.1%	24 1.7%	4 0.6%	42 1.3%
11) 산책	빈도 케이스 군집 번호 중 %	37 6.5%	30 4.8%	71 5.1%	30 4.7%	168 5.2%
12) 음악감상	빈도 케이스 군집 번호 중 %	17 3.0%	21 3.4%	49 3.5%	30 4.7%	117 3.6%
13) 라디오 청취	빈도 케이스 군집 번호 중 %	12 2.1%	7 1.1%	20 1.4%	11 1.7%	50 1.6%
14) 신문/잡지 읽기	빈도 케이스 군집 번호 중 %	11 1.9%	12 1.9%	19 1.4%	16 2.5%	58 1.8%
15) 종교활동	빈도	19	15	30	22	86

	케이스 군집 번호 중 %	3.4%	2.4%	2.2%	3.5%	2.7%
16) 친구들과의 모임	빈도	35	41	74	30	180
	케이스 군집 번호 중 %	6.2%	6.6%	5.3%	4.7%	5.6%
17) 이성친구(배우자)와 데이트	빈도	12	19	34	14	79
	케이스 군집 번호 중 %	2.1%	3.1%	2.5%	2.2%	2.5%
18) 쇼핑	빈도	21	24	39	17	101
	케이스 군집 번호 중 %	3.7%	3.9%	2.8%	2.7%	3.1%
19) 기타	빈도	5	6	9	7	27
	케이스 군집 번호 중 %	0.9%	1.0%	0.6%	1.1%	0.8%
전체	빈도	567	621	1386	633	3207
	케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

AQ2. 귀하께서 여가활동을 하는 주된 목적은 무엇입니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 건강을 위해	빈도	20	11	44	14	89
	케이스 군집 번호 중 %	10.6%	5.3%	9.5%	6.6%	8.3%
2) 개인의 즐거움을 위해	빈도	41	48	100	46	235
	케이스 군집 번호 중 %	21.7%	23.2%	21.6%	21.8%	22.0%
3) 마음의 안정과 휴식을 위해	빈도	62	70	140	76	348
	케이스 군집 번호 중 %	32.8%	33.8%	30.3%	36.0%	32.6%
4) 대인관계 및 교제를 위해	빈도	0	2	14	4	20
	케이스 군집 번호 중 %	0.0%	1.0%	3.0%	1.9%	1.9%
5) 스트레스 해소를 위해	빈도	26	27	68	27	148

	케이스 군집 번호 중 %	13.8%	13.0%	14.7%	12.8%	13.8%
6) 자기계발을 위해	빈도	4	2	15	8	29
	케이스 군집 번호 중 %	2.1%	1.0%	3.2%	3.8%	2.7%
7) 자기만족을 위해	빈도	13	16	31	20	80
	케이스 군집 번호 중 %	6.9%	7.7%	6.7%	9.5%	7.5%
8) 남는 시간을 보내기 위해	빈도	5	17	23	9	54
	케이스 군집 번호 중 %	2.6%	8.2%	5.0%	4.3%	5.1%
9) 가족과 시간을 함께하기 위해	빈도	18	14	27	6	65
	케이스 군집 번호 중 %	9.5%	6.8%	5.8%	2.8%	6.1%
10) 기타	빈도	0	0	0	1	1
	케이스 군집 번호 중 %	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.1%
전체	빈도	189	207	462	211	1069
	케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

AQ3_1. 이 활동을 1회 하는 데에 소요되는 시간은 어느 정도입니까? * 케이스 군집 번호 교차표

	케이스 군집 번호	케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 30분 미만	빈도	9	1	7	0	17
	케이스 군집 번호 중 %	4.8%	0.5%	1.5%	0.0%	1.6%
2) 30분 이상 1시간 미만	빈도	29	22	51	26	128
	케이스 군집 번호 중 %	15.3%	10.6%	11.0%	12.3%	12.0%
3) 1시간 이상 3시간 미만	빈도	116	137	296	128	677
	케이스 군집 번호 중 %	61.4%	66.2%	64.1%	60.7%	63.3%
4) 3시간 이상 5시간 미만	빈도	28	36	84	36	184

	케이스 군집 번호 중 %	14.8%	17.4%	18.2%	17.1%	17.2%
5) 5시간 이상	빈도	7	11	24	21	63
	케이스 군집 번호 중 %	3.7%	5.3%	5.2%	10.0%	5.9%
전체	빈도	189	207	462	211	1069
	케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

AQ3_2. 이 활동을 주로 누구와 함께 하십니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 혼자서	빈도	74	94	201	96	465
	케이스 군집 번호 중 %	39.2%	45.4%	43.5%	45.5%	43.5%
2) 가족 혹은 친인척과 함께	빈도	66	74	153	77	370
	케이스 군집 번호 중 %	34.9%	35.7%	33.1%	36.5%	34.6%
3) 친구 혹은 연인과 함께	빈도	32	30	83	30	175
	케이스 군집 번호 중 %	16.9%	14.5%	18.0%	14.2%	16.4%
4) 직장동료와 함께	빈도	4	1	6	0	11
	케이스 군집 번호 중 %	2.1%	0.5%	1.3%	0.0%	1.0%
5) 동호회(종교단체 등 포함)회원과 함께	빈도	13	8	19	8	48
	케이스 군집 번호 중 %	6.9%	3.9%	4.1%	3.8%	4.5%
전체	빈도	189	207	462	211	1069
	케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

기술통계

AQ3_3. 이 활동을 1회 하는 데에 1인당 지출하는 비용은 어느 정도입니까?

	N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값
					하한	상한		
무관심 집단	189	11597.8836	15918.91675	1157.93081	9313.6767	13882.0905	.00	100000.00
회의 집단	207	10707.7295	22729.68715	1579.82247	7593.0357	13822.4232	.00	200000.00
장벽 집단	462	10822.6190	20472.32755	952.45888	8950.9200	12694.3181	.00	200000.00
호의 집단	211	10144.7867	16458.16909	1133.02709	7911.2223	12378.3511	.00	100000.00
전체	1069	10803.6483	19458.43166	595.13978	9635.8723	11971.4242	.00	200000.00

AQ3_4. 이 활동을 선호하는 이유는 무엇입니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 혼자서도 할 수 있어서	빈도	39	49	136	44	268
	케이스 군집 번호 중 %	20.6%	23.7%	29.4%	20.9%	25.1%
2) 나랑 잘 맞아서	빈도	19	23	45	30	117
	케이스 군집 번호 중 %	10.1%	11.1%	9.7%	14.2%	10.9%
3) 많은 시간을 들이지 않아도 되어서	빈도	10	11	19	6	46
	케이스 군집 번호 중 %	5.3%	5.3%	4.1%	2.8%	4.3%
4) 큰 돈이 들지 않아서	빈도	25	20	60	20	125
	케이스 군집 번호 중 %	13.2%	9.7%	13.0%	9.5%	11.7%
5) 집에서 할 수 있어서	빈도	44	56	106	48	254
	케이스 군집 번호 중 %	23.3%	27.1%	22.9%	22.7%	23.8%
6) 가까운 사람(친구, 연인,	빈도	30	29	59	34	152

가족)과 함께할 수 있어서	케이스 군집 번호 중 %	15.9%	14.0%	12.8%	16.1%	14.2%
7) 가까운 곳에서 할 수 있어서	빈도 케이스 군집 번호 중 %	9 4.8%	8 3.9%	22 4.8%	13 6.2%	52 4.9%
8) 같은 취미를 가진 사람들과 대화할 수 있어서	빈도 케이스 군집 번호 중 %	8 4.2%	3 1.4%	11 2.4%	10 4.7%	32 3.0%
9) SNS(인스타그램, 페이스북, 블로그 등)에 공유하는 것이 재미있어서	빈도 케이스 군집 번호 중 %	1 0.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.1%
10) 기타	빈도 케이스 군집 번호 중 %	4 2.1%	8 3.9%	4 0.9%	6 2.8%	22 2.1%
전체	빈도 케이스 군집 번호 중 %	189 100.0%	207 100.0%	462 100.0%	211 100.0%	1069 100.0%

BQ0-1. 귀하께서 공연을(를) 보게 된 계기는 주로 무엇이었습니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 내가 보고 싶어서	빈도 케이스 군집 번호 중 %	9 34.6%	6 23.1%	37 37.4%	46 60.5%	98 43.2%
2) 주변인의 권유로	빈도 케이스 군집 번호 중 %	17 65.4%	20 76.9%	62 62.6%	30 39.5%	129 56.8%
전체	빈도 케이스 군집 번호 중 %	26 100.0%	26 100.0%	99 100.0%	76 100.0%	227 100.0%

BQ0-2. 귀하께서 공연을(를) 관람한 상황은 주로 어떤 상황이었습니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 모임(친목, 회사)에서 3인 이상이 함께	빈도 케이스 군집 번호 중 %	4 15.4%	6 23.1%	15 15.2%	11 14.5%	36 15.9%
2) 공연관련 동호회 사람들과 함께	빈도 케이스 군집 번호 중 %	0 0.0%	2 7.7%	3 3.0%	0 0.0%	5 2.2%
3) 기념일(생일, 결혼기념일 등)을 맞아	빈도 케이스 군집 번호 중 %	2 7.7%	2 7.7%	11 11.1%	6 7.9%	21 9.3%
4) 연말, 크리스마스, 밸런타인데이를 맞아	빈도 케이스 군집 번호 중 %	1 3.8%	0 0.0%	2 2.0%	3 3.9%	6 2.6%
5) 친구, 연인과의 만남	빈도 케이스 군집 번호 중 %	6 23.1%	2 7.7%	15 15.2%	14 18.4%	37 16.3%
6) 가족 행사의 일환	빈도 케이스 군집 번호 중 %	3 11.5%	2 7.7%	9 9.1%	8 10.5%	22 9.7%
7) 가족 및 지인의 공연 출연	빈도 케이스 군집 번호 중 %	2 7.7%	2 7.7%	5 5.1%	3 3.9%	12 5.3%
8) 무료 관람 기회가 생겨서	빈도 케이스 군집 번호 중 %	8 30.8%	8 30.8%	30 30.3%	19 25.0%	65 28.6%
9) 관람 의무가 있어서	빈도 케이스 군집 번호 중 %	0 0.0%	1 3.8%	7 7.1%	4 5.3%	12 5.3%
10) 타 지역(국내 및 해외)에 여행 및 출장으로 방문 시	빈도 케이스 군집 번호 중 %	0 0.0%	1 3.8%	1 1.0%	1 1.3%	3 1.3%

11) 기타	빈도	0	0	1	7	8
	케이스 군집 번호	0.0%	0.0%	1.0%	9.2%	3.5%
	중 %					
전체	빈도	26	26	99	76	227
	케이스 군집 번호	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	중 %					

BQ0-3. 귀하께서 공연을(를) 관람할 때 지불한 티켓 1장의 가격은 평균적으로 어느 정도였습니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 무료(초대권, 타인이 티켓을 구입해 줌)	빈도	10	15	37	29	91
	케이스 군집 번호	38.5%	57.7%	37.4%	38.2%	40.1%
	중 %					
2) 2만원 미만	빈도	3	2	9	9	23
	케이스 군집 번호	11.5%	7.7%	9.1%	11.8%	10.1%
	중 %					
3) 2만원 이상 - 5만원 미만	빈도	7	6	22	18	53
	케이스 군집 번호	26.9%	23.1%	22.2%	23.7%	23.3%
	중 %					
4) 5만원 이상 - 7만원 미만	빈도	2	3	17	6	28
	케이스 군집 번호	7.7%	11.5%	17.2%	7.9%	12.3%
	중 %					
5) 7만원 이상 - 10만원 미만	빈도	3	0	8	8	19
	케이스 군집 번호	11.5%	0.0%	8.1%	10.5%	8.4%
	중 %					
6) 10만원 이상 - 15만원 미만	빈도	1	0	6	3	10
	케이스 군집 번호	3.8%	0.0%	6.1%	3.9%	4.4%
	중 %					
7) 15만원 이상 - 20만원 미만	빈도	0	0	0	3	3
	케이스 군집 번호	0.0%	0.0%	0.0%	3.9%	1.3%
	중 %					
전체	빈도	26	26	99	76	227
	케이스 군집 번호	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	중 %					

기술통계

BQ0-4. 귀하께서 지금까지 관람한 공연들의 종합적인 만족도는 어느 정도입니까?

	N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값
					하한	상한		
무관심 집단	26	4.8077	1.02056	.20015	4.3955	5.2199	2.00	7.00
회의 집단	26	3.9615	1.14824	.22519	3.4978	4.4253	1.00	6.00
장벽 집단	99	4.5859	.90362	.09082	4.4056	4.7661	2.00	7.00
호의 집단	76	5.4211	.75301	.08638	5.2490	5.5931	4.00	7.00
전체	227	4.8194	1.01666	.06748	4.6864	4.9524	1.00	7.00

BQ0-5. 귀하께서 가장 처음으로 공연을(를) 관람한 시기는 언제입니까? * 케이스 군집 번호 교차표

	빈도	케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 초등학교 입학 이전	0	0	0	2	2	
케이스 군집 번호 중 %	0.0%	0.0%	0.0%	2.6%	0.9%	
2) 초등학교 재학 중	1	1	1	1	4	
케이스 군집 번호 중 %	3.8%	3.8%	1.0%	1.3%	1.8%	
3) 중학교 재학 중	2	2	11	9	24	
케이스 군집 번호 중 %	7.7%	7.7%	11.1%	11.8%	10.6%	
4) 고등학교 재학 중	2	3	16	8	29	
케이스 군집 번호 중 %	7.7%	11.5%	16.2%	10.5%	12.8%	
5) 고등학교 졸업 이후 성인이 되어서	21	20	71	56	168	
케이스 군집 번호 중 %	80.8%	76.9%	71.7%	73.7%	74.0%	
전체	26	26	99	76	227	
케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

기술통계

SQ4_과거경험_avg

	N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값
					하한	상한		
무관심 집단	189	1.5778	.62614	.04555	1.4879	1.6676	1.00	3.80
회의 집단	207	1.5633	.52824	.03671	1.4909	1.6357	1.00	3.60
장벽 집단	462	1.6411	.54438	.02533	1.5914	1.6909	1.00	4.40
호의 집단	211	1.8427	.68611	.04723	1.7495	1.9358	1.00	4.20
전체	1069	1.6546	.59417	.01817	1.6190	1.6903	1.00	4.40

BQ1. 귀하께서 공연을(를) 즐겨보지 않는 이유는 다음 중 무엇입니까? - 1순위 * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 공연장을 찾아가는 것이 불편할 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	37 19.6%	29 14.0%	81 17.5%	25 11.8%	172 16.1%
2) 티켓 가격이 비쌀 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	75 39.7%	70 33.8%	218 47.2%	116 55.0%	479 44.8%
3) 어떤 공연을 하는지 정보를 찾는 것이 어려울 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	11 5.8%	3 1.4%	30 6.5%	15 7.1%	59 5.5%
4) 같이 갈 사람을 구하기가 어려울 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	15 7.9%	2 1.0%	10 2.2%	7 3.3%	34 3.2%
5) 흥미로운 공연이 없을 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	13 6.9%	42 20.3%	53 11.5%	13 6.2%	121 11.3%
6) 공연관람에 투자할 시간이 없을 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	12 6.3%	18 8.7%	14 3.0%	15 7.1%	59 5.5%

7) 과거에 관람했을 때 만족하지 못해서, 다음 번에도 만족하지 못할 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	5 2.6%	8 3.9%	12 2.6%	3 1.4%	28 2.6%
8) 공연 내용을 이해하기 어려울 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	19 10.1%	34 16.4%	43 9.3%	17 8.1%	113 10.6%
9) 공연장의 시설이 불편할 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	2 1.1%	1 0.5%	1 0.2%	0 0.0%	4 0.4%
전체	빈도 케이스 군집 번호 중 %	189 100.0%	207 100.0%	462 100.0%	211 100.0%	1069 100.0%

BQ1. 귀하께서 공연을(를) 즐겨보지 않는 이유는 다음 중 무엇입니까? - 순위통합 * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 공연장을 찾아가는 것이 불편할 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	80 14.1%	91 14.7%	226 16.3%	111 17.5%	508 15.8%
2) 티켓 가격이 비쌀 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	150 26.5%	159 25.6%	367 26.5%	173 27.3%	849 26.5%
3) 어떤 공연을 하는지 정보를 찾는 것이 어려울 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	69 12.2%	37 6.0%	147 10.6%	96 15.2%	349 10.9%
4) 같이 갈 사람을 구하기가 어려울 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	62 10.9%	29 4.7%	107 7.7%	76 12.0%	274 8.5%
5) 흥미로운 공연이 없을 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	65 11.5%	118 19.0%	194 14.0%	51 8.1%	428 13.3%
6) 공연관람에 투자할 시간이 없을 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	52 9.2%	65 10.5%	109 7.9%	58 9.2%	284 8.9%
7) 과거에 관람했을 때 만족하지 못해서, 다음 번에도 만족하지 못할 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	17 3.0%	28 4.5%	49 3.5%	18 2.8%	112 3.5%
8) 공연 내용을 이해하기 어려울 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	62 10.9%	91 14.7%	173 12.5%	43 6.8%	369 11.5%
9) 공연장의 시설이 불편할 것 같다.	빈도 케이스 군집 번호 중 %	10 1.8%	3 0.5%	14 1.0%	7 1.1%	34 1.1%
전체	빈도 케이스 군집 번호 중 %	567 100.0%	621 100.0%	1386 100.0%	633 100.0%	3207 100.0%

기술통계

		N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값
						하한	상한		
BQ2. 타 지역(국내 및 해외)에 방문 시 특별한 경험이 될 수 있는 관람	무관심 집단	189	3.6243	1.55797	.11333	3.4008	3.8479	1.00	7.00
	회의 집단	207	2.7343	1.61964	.11257	2.5124	2.9562	1.00	7.00
	장벽 집단	462	3.9632	1.42824	.06645	3.8326	4.0938	1.00	7.00
	호의 집단	211	4.9763	1.53821	.10590	4.7675	5.1851	1.00	7.00
	전체	1069	3.8653	1.66889	.05104	3.7651	3.9655	1.00	7.00
BQ2. 기념일(생일, 결혼기념일 등)에 특별한 이벤트로 관람	무관심 집단	189	3.8571	1.60972	.11709	3.6262	4.0881	1.00	7.00
	회의 집단	207	3.0435	1.64082	.11404	2.8186	3.2683	1.00	7.00
	장벽 집단	462	4.3052	1.30739	.06083	4.1857	4.4247	1.00	7.00
	호의 집단	211	5.2654	1.42284	.09795	5.0723	5.4585	1.00	7.00
	전체	1069	4.1712	1.61850	.04950	4.0741	4.2683	1.00	7.00
BQ2. 연말, 크리스마스, 밸런타인데이에 특별한 이벤트로 관람	무관심 집단	189	3.8519	1.57076	.11426	3.6265	4.0772	1.00	7.00
	회의 집단	207	2.9420	1.65069	.11473	2.7158	3.1682	1.00	7.00
	장벽 집단	462	4.1840	1.36215	.06337	4.0594	4.3085	1.00	7.00
	호의 집단	211	5.0047	1.49443	.10288	4.8019	5.2076	1.00	7.00
	전체	1069	4.0468	1.62254	.04963	3.9494	4.1441	1.00	7.00
BQ2. 친구, 연인과의 (평소)데이트로 관람	무관심 집단	189	3.7989	1.53047	.11133	3.5793	4.0185	1.00	7.00
	회의 집단	207	2.7440	1.62420	.11289	2.5214	2.9665	1.00	7.00
	장벽 집단	462	4.0584	1.37014	.06374	3.9332	4.1837	1.00	7.00
	호의 집단	211	4.8436	1.53039	.10536	4.6359	5.0513	1.00	7.00
	전체	1069	3.9130	1.62463	.04969	3.8155	4.0105	1.00	7.00
BQ2. 가족 행사의 일환으로 부모님/자녀/형제와 관람	무관심 집단	189	3.5185	1.60316	.11661	3.2885	3.7486	1.00	7.00
	회의 집단	207	2.5894	1.55809	.10829	2.3759	2.8029	1.00	7.00
	장벽 집단	462	3.7900	1.37109	.06379	3.6647	3.9154	1.00	7.00
	호의 집단	211	4.6303	1.63178	.11234	4.4089	4.8518	1.00	7.00
	전체	1069	3.6754	1.63539	.05002	3.5773	3.7735	1.00	7.00
BQ2. 명절 연휴에 관람	무관심 집단	189	3.1164	1.47215	.10708	2.9052	3.3276	1.00	7.00
	회의 집단	207	2.1063	1.29911	.09029	1.9283	2.2843	1.00	7.00

	장벽 집단	462	3.3918	1.37540	.06399	3.2660	3.5175	1.00	7.00
	호의 집단	211	3.9384	1.63037	.11224	3.7171	4.1596	1.00	7.00
	전체	1069	3.2021	1.55015	.04741	3.1090	3.2951	1.00	7.00
BQ2. 친목모임에서 3인 이상이 함께 관람	무관심 집단	189	3.3386	1.51645	.11031	3.1210	3.5562	1.00	7.00
	회의 집단	207	2.2802	1.40690	.09779	2.0874	2.4730	1.00	7.00
	장벽 집단	462	3.5779	1.39933	.06510	3.4500	3.7059	1.00	7.00
	호의 집단	211	4.3365	1.51988	.10463	4.1302	4.5428	1.00	7.00
	전체	1069	3.4341	1.58605	.04851	3.3389	3.5292	1.00	7.00
BQ2. 회사의 지원금으로 동료들과 함께 관람	무관심 집단	189	3.5238	1.65533	.12041	3.2863	3.7613	1.00	7.00
	회의 집단	207	2.7874	1.67889	.11669	2.5574	3.0175	1.00	7.00
	장벽 집단	462	3.9913	1.43701	.06686	3.8600	4.1227	1.00	7.00
	호의 집단	211	4.6114	1.66495	.11462	4.3854	4.8373	1.00	7.00
	전체	1069	3.7979	1.67945	.05137	3.6972	3.8987	1.00	7.00
BQ2. 자녀에게 문화적 소양을 쌓는 경험을 시켜주기 위해 관람	무관심 집단	189	4.0212	1.72268	.12531	3.7740	4.2684	1.00	7.00
	회의 집단	207	3.3720	1.72413	.11984	3.1357	3.6082	1.00	7.00
	장벽 집단	462	4.4502	1.36929	.06371	4.3250	4.5754	1.00	7.00
	호의 집단	211	5.3507	1.43103	.09852	5.1565	5.5449	1.00	7.00
	전체	1069	4.3433	1.64755	.05039	4.2444	4.4422	1.00	7.00

기술통계

	N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값	
					하한	상한			
예상 티켓 가격 - 무용	무관심 집단	189	5.7672	4.41935	.32146	5.1331	6.4013	1.00	30.00
	회의 집단	207	5.8841	3.96539	.27561	5.3407	6.4274	1.00	20.00
	장벽 집단	462	5.8983	3.90123	.18150	5.5416	6.2549	1.00	30.00
	호의 집단	211	6.2938	4.06950	.28016	5.7416	6.8461	1.00	30.00
	전체	1069	5.9504	4.04080	.12359	5.7079	6.1929	1.00	30.00
예상 티켓 가격 - 뮤지컬	무관심 집단	189	7.5026	5.16187	.37547	6.7620	8.2433	1.00	30.00
	회의 집단	207	7.6618	4.84434	.33670	6.9980	8.3257	1.00	30.00
	장벽 집단	462	7.4913	4.48895	.20884	7.0809	7.9017	1.00	30.00
	호의 집단	211	8.2180	4.69345	.32311	7.5811	8.8550	1.00	30.00
	전체	1069	7.6698	4.72487	.14451	7.3862	7.9533	1.00	30.00

예상 티켓 가격 - 연극	무관심	189	4.3651	4.35268	.31661	3.7405	4.9896	1.00	30.00
	집단								
	회의 집단	207	3.8986	2.66847	.18547	3.5329	4.2642	1.00	15.00
	장벽 집단	462	3.9632	2.56473	.11932	3.7287	4.1977	1.00	15.00
	호의 집단	211	4.0711	2.89164	.19907	3.6787	4.4635	1.00	15.00
	전체	1069	4.0430	3.03599	.09286	3.8608	4.2252	1.00	30.00
예상 티켓 가격 - 오페라	무관심	189	9.6085	6.57891	.47855	8.6645	10.5525	1.00	30.00
	집단								
	회의 집단	207	10.4300	6.62327	.46035	9.5224	11.3376	1.00	30.00
	장벽 집단	462	9.5758	6.02577	.28034	9.0248	10.1267	1.00	30.00
	호의 집단	211	10.8294	6.14347	.42293	9.9956	11.6631	1.00	30.00
	전체	1069	9.9944	6.28103	.19211	9.6174	10.3713	1.00	30.00
예상 티켓 가격 - 클래식	무관심	189	8.1693	6.27329	.45631	7.2692	9.0695	1.00	30.00
	집단								
	회의 집단	207	8.3188	5.31756	.36960	7.5902	9.0475	1.00	30.00
	장벽 집단	462	8.3268	5.76730	.26832	7.7996	8.8541	1.00	30.00
	호의 집단	211	8.3412	5.36986	.36968	7.6125	9.0700	1.00	30.00
	전체	1069	8.3003	5.69320	.17413	7.9586	8.6420	1.00	30.00

기술통계

	N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한		최소값	최대값	
					95% 신뢰구간				
					하한	상한			
BQ5_과시적소비 _avg	무관심	189	3.1529	1.32653	.09649	2.9625	3.3432	1.00	6.78
	집단								
	회의 집단	207	2.9571	1.61982	.11259	2.7351	3.1790	1.00	7.00
	장벽 집단	462	3.7852	1.19106	.05541	3.6763	3.8941	1.00	7.00
	호의 집단	211	3.5487	1.53712	.10582	3.3401	3.7573	1.00	6.67
	전체	1069	3.4664	1.41625	.04332	3.3814	3.5514	1.00	7.00
BQ6_권위적상품 _avg	무관심	189	3.1495	1.33132	.09684	2.9584	3.3405	1.00	6.25
	집단								
	회의 집단	207	2.6691	1.38662	.09638	2.4791	2.8591	1.00	7.00
	장벽 집단	462	3.7051	1.13644	.05287	3.6012	3.8090	1.00	6.50
	호의 집단	211	3.7583	1.31257	.09036	3.5802	3.9364	1.00	6.75
	전체	1069	3.4167	1.32631	.04057	3.3371	3.4963	1.00	7.00

BQ7_자기표현_avg	무관심 집단	189	3.1834	1.48570	.10807	2.9702	3.3966	1.00	6.33
	회의 집단	207	2.7262	1.41276	.09819	2.5327	2.9198	1.00	6.00
	장벽 집단	462	3.8124	1.18760	.05525	3.7038	3.9210	1.00	7.00
	호의 집단	211	3.8957	1.52325	.10486	3.6890	4.1025	1.00	7.00
	전체	1069	3.5073	1.43019	.04374	3.4215	3.5932	1.00	7.00
BQ8_자기이미지일 치성_avg	무관심 집단	189	2.7206	1.19620	.08701	2.5490	2.8923	1.00	6.00
	회의 집단	207	1.8531	.89512	.06222	1.7305	1.9758	1.00	5.40
	장벽 집단	462	3.1628	1.12591	.05238	3.0598	3.2657	1.00	6.80
	호의 집단	211	3.5962	1.35379	.09320	3.4125	3.7799	1.00	6.80
	전체	1069	2.9166	1.28742	.03938	2.8393	2.9938	1.00	6.80

기술통계

	N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값	
					하한	상한			
BQ9_사용장벽_avg	무관심 집단	189	4.1243	.84999	.06183	4.0024	4.2463	2.00	7.00
	회의 집단	207	4.7198	1.13045	.07857	4.5649	4.8747	1.00	7.00
	장벽 집단	462	4.3485	.84722	.03942	4.2710	4.4259	1.50	7.00
	호의 집단	211	3.9123	1.06933	.07362	3.7672	4.0574	1.50	7.00
	전체	1069	4.2947	.98926	.03026	4.2353	4.3540	1.00	7.00
BQ9_가치장벽_avg	무관심 집단	189	3.9259	.76826	.05588	3.8157	4.0362	1.50	6.50
	회의 집단	207	4.8889	1.04845	.07287	4.7452	5.0326	3.00	7.00
	장벽 집단	462	4.1537	.73654	.03427	4.0863	4.2210	2.00	7.00
	호의 집단	211	3.2275	.95014	.06541	3.0985	3.3564	1.00	7.00
	전체	1069	4.0730	1.00225	.03065	4.0128	4.1331	1.00	7.00
BQ9_위험장벽_avg	무관심 집단	189	3.3704	1.35481	.09855	3.1760	3.5648	1.00	7.00

	회의 집단	207	3.8285	1.62005	.11260	3.6065	4.0505	1.00	7.00
	장벽 집단	462	4.1991	1.10036	.05119	4.0985	4.2997	1.00	7.00
	호의 집단	211	3.8863	1.18677	.08170	3.7252	4.0473	1.00	7.00
	전체	1069	3.9191	1.31070	.04009	3.8404	3.9977	1.00	7.00
BQ9_관습장벽_avg	무관심 집단	189	3.0556	1.20982	.08800	2.8820	3.2292	1.00	7.00
	회의 집단	207	3.5845	1.45527	.10115	3.3851	3.7840	1.00	7.00
	장벽 집단	462	3.9405	1.07436	.04998	3.8423	4.0387	1.00	7.00
	호의 집단	211	3.4882	1.23292	.08488	3.3208	3.6555	1.00	6.50
	전체	1069	3.6258	1.25209	.03830	3.5507	3.7010	1.00	7.00
BQ9_이미지장벽_avg	무관심 집단	189	3.3730	.84529	.06149	3.2517	3.4943	1.50	6.00
	회의 집단	207	3.9686	1.05560	.07337	3.8239	4.1133	1.25	7.00
	장벽 집단	462	3.8139	.67652	.03147	3.7520	3.8757	1.50	6.00
	호의 집단	211	3.0308	.85266	.05870	2.9151	3.1465	1.00	5.25
	전체	1069	3.6113	.89461	.02736	3.5576	3.6650	1.00	7.00

기술통계

	N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값
					하한	상한		
BQ9_2348_정보적접근성_avg	189	3.2235	1.10124	.08010	3.0655	3.3816	1.00	6.00
	207	3.7150	1.37162	.09533	3.5270	3.9029	1.00	7.00
	462	4.0049	.89078	.04144	3.9234	4.0863	1.00	6.50
	211	3.6043	1.06728	.07347	3.4594	3.7491	1.25	6.50

	전체	1069	3.7315	1.10638	.03384	3.6651	3.7979	1.00	7.00
BQ9_1516_물리적접근성_avg	무관심 집단	189	3.6217	1.58484	.11528	3.3943	3.8491	1.00	7.00
	회의 집단	207	4.4493	1.73585	.12065	4.2114	4.6871	1.00	7.00
	장벽 집단	462	4.4729	1.23963	.05767	4.3596	4.5863	1.00	7.00
	호의 집단	211	4.4692	1.49212	.10272	4.2667	4.6717	1.00	7.00
	전체	1069	4.3171	1.49280	.04566	4.2275	4.4067	1.00	7.00

기술통계

	N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값	
					하한	상한			
BQ10_예술적효용_avg	무관심 집단	189	3.2844	1.38337	.10063	3.0859	3.4829	1.00	6.50
	회의 집단	207	2.3031	1.13295	.07875	2.1479	2.4584	1.00	6.75
	장벽 집단	462	3.9545	.96078	.04470	3.8667	4.0424	1.00	7.00
	호의 집단	211	4.6825	1.12435	.07740	4.5299	4.8351	1.00	7.00
	전체	1069	3.6600	1.36285	.04168	3.5782	3.7418	1.00	7.00
	BQ10_실질적효용_avg	무관심 집단	189	3.3651	1.42136	.10339	3.1611	3.5690	1.00
회의 집단		207	2.4316	1.28535	.08934	2.2554	2.6077	1.00	6.33
장벽 집단		462	4.0245	1.02529	.04770	3.9308	4.1183	1.00	6.67
호의 집단		211	4.6288	1.21221	.08345	4.4642	4.7933	1.00	7.00
전체		1069	3.7187	1.40154	.04287	3.6346	3.8029	1.00	7.00
BQ10_정서적효용_avg		무관심 집단	189	3.5450	1.54824	.11262	3.3228	3.7671	1.00

	회의 집단	207	2.4960	1.39457	.09693	2.3049	2.6871	1.00	7.00
	장벽 집단	462	4.1609	1.09397	.05090	4.0609	4.2609	1.00	7.00
	호의 집단	211	5.0853	1.14646	.07893	4.9297	5.2409	1.67	7.00
	전체	1069	3.9121	1.51108	.04622	3.8214	4.0028	1.00	7.00
BQ10_과시적효용_avg	무관심 집단	189	2.7513	1.28958	.09380	2.5663	2.9364	1.00	6.00
	회의 집단	207	2.0370	1.15106	.08000	1.8793	2.1948	1.00	7.00
	장벽 집단	462	3.3896	1.16580	.05424	3.2830	3.4962	1.00	7.00
	호의 집단	211	3.5118	1.58072	.10882	3.2973	3.7264	1.00	7.00
	전체	1069	3.0390	1.39026	.04252	2.9555	3.1224	1.00	7.00

기술통계

	N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값	
					하한	상한			
					BQ12_구매의도_avg	무관심 집단			189
	회의 집단	207	1.4589	.63203	.04393	1.3723	1.5455	1.00	4.00
	장벽 집단	462	3.4488	1.05941	.04929	3.3519	3.5456	1.00	7.00
	호의 집단	211	4.8515	1.10413	.07601	4.7017	5.0013	1.00	7.00
	전체	1069	3.2803	1.51676	.04639	3.1893	3.3714	1.00	7.00
BQ13. 지불 의도	무관심 집단	189	4.3915	3.53028	.25679	3.8850	4.8981	1.00	20.00
	회의 집단	207	3.0000	2.84383	.19766	2.6103	3.3897	1.00	20.00
	장벽 집단	462	4.4221	3.21220	.14944	4.1284	4.7158	1.00	20.00
	호의 집단	211	5.8863	4.03395	.27771	5.3388	6.4337	1.00	20.00
	전체	1069	4.4303	3.49613	.10693	4.2205	4.6401	1.00	20.00

CQ1. 귀하께서는 지금까지 공연예술과 관련한 교육을 얼마나 다양하게 받으셨습니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 전혀 없음	빈도 케이스 군집 번호 중 %	130 68.8%	162 78.3%	304 65.8%	119 56.4%	715 66.9%
2) 한 가지	빈도 케이스 군집 번호 중 %	38 20.1%	33 15.9%	99 21.4%	53 25.1%	223 20.9%
3) 두 가지	빈도 케이스 군집 번호 중 %	13 6.9%	9 4.3%	43 9.3%	28 13.3%	93 8.7%
4) 세 가지	빈도 케이스 군집 번호 중 %	6 3.2%	3 1.4%	13 2.8%	7 3.3%	29 2.7%
5) 네 가지 이상	빈도 케이스 군집 번호 중 %	2 1.1%	0 0.0%	3 0.6%	4 1.9%	9 0.8%
전체	빈도 케이스 군집 번호 중 %	189 100.0%	207 100.0%	462 100.0%	211 100.0%	1069 100.0%

CQ2. 귀하께서는 공연예술과 관련한 교육을 주로 언제 받으셨습니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 초등학교 입학 이전	빈도 케이스 군집 번호 중 %	0 0.0%	0 0.0%	5 3.2%	1 1.1%	6 1.7%
2) 초등학교 재학 중	빈도 케이스 군집 번호 중 %	25 42.4%	24 53.3%	60 38.0%	41 44.6%	150 42.4%
3) 중학교 재학 중	빈도	8	6	21	10	45

	케이스 군집 번호 중 %	13.6%	13.3%	13.3%	10.9%	12.7%
4) 고등학교 재학 중	빈도 케이스 군집 번호 중 %	7 11.9%	5 11.1%	33 20.9%	17 18.5%	62 17.5%
5) 대학(원) 재학 중	빈도 케이스 군집 번호 중 %	5 8.5%	1 2.2%	12 7.6%	3 3.3%	21 5.9%
6) 학교 졸업 후 일반인으로서	빈도 케이스 군집 번호 중 %	14 23.7%	8 17.8%	25 15.8%	20 21.7%	67 18.9%
7) 기타	빈도 케이스 군집 번호 중 %	0 0.0%	1 2.2%	2 1.3%	0 0.0%	3 0.8%
전체	빈도 케이스 군집 번호 중 %	59 100.0%	45 100.0%	158 100.0%	92 100.0%	354 100.0%

CQ3. 귀하께서는 공연예술과 관련한 교육을 얼마나 오랫동안 받으셨습니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 1년 미만	빈도 케이스 군집 번호 중 %	22 37.3%	16 35.6%	55 34.8%	27 29.3%	120 33.9%
2) 1년 이상 3년 미만	빈도 케이스 군집 번호 중 %	21 35.6%	11 24.4%	60 38.0%	38 41.3%	130 36.7%
3) 3년 이상 5년 미만	빈도 케이스 군집 번호 중 %	5 8.5%	7 15.6%	21 13.3%	11 12.0%	44 12.4%
4) 5년 이상 7년 미만	빈도 케이스 군집 번호 중 %	6 10.2%	7 15.6%	17 10.8%	8 8.7%	38 10.7%
5) 7년 이상 10년 미만	빈도	2	1	2	3	8

	케이스 군집 번호 중 %	3.4%	2.2%	1.3%	3.3%	2.3%
6) 10년 이상	빈도	3	3	3	5	14
	케이스 군집 번호 중 %	5.1%	6.7%	1.9%	5.4%	4.0%
전체	빈도	59	45	158	92	354
	케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

CQ4. 귀하께서는 공연예술과 관련한 교육을 얼마나 전문적으로 받으셨습니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 취미 교양 수준	빈도	51	41	136	81	309
	케이스 군집 번호 중 %	86.4%	91.1%	86.1%	88.0%	87.3%
2) 중고등학교 전공	빈도	3	2	6	3	14
	케이스 군집 번호 중 %	5.1%	4.4%	3.8%	3.3%	4.0%
3) 대학 입시 대비	빈도	3	1	7	4	15
	케이스 군집 번호 중 %	5.1%	2.2%	4.4%	4.3%	4.2%
4) 대학(원) 전공	빈도	2	1	6	2	11
	케이스 군집 번호 중 %	3.4%	2.2%	3.8%	2.2%	3.1%
5) 기타	빈도	0	0	3	2	5
	케이스 군집 번호 중 %	0.0%	0.0%	1.9%	2.2%	1.4%
전체	빈도	59	45	158	92	354
	케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

CQ5. 귀하께서는 현재 공연예술과 관련한 온오프라인 동호회활동을 하고 계십니까? 일주일에 얼마나 시간을 투자하고 계십니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 전혀 하지 않는다	빈도	155	189	398	176	918
	케이스 군집 번호 중 %	82.0%	91.3%	86.1%	83.4%	85.9%
2) 1시간 미만	빈도	19	9	42	20	90
	케이스 군집 번호 중 %	10.1%	4.3%	9.1%	9.5%	8.4%
3) 1시간 이상 3시간 미만	빈도	10	8	14	14	46
	케이스 군집 번호 중 %	5.3%	3.9%	3.0%	6.6%	4.3%
4) 3시간 이상 5시간 미만	빈도	3	0	8	0	11
	케이스 군집 번호 중 %	1.6%	0.0%	1.7%	0.0%	1.0%
5) 5시간 이상	빈도	2	1	0	1	4
	케이스 군집 번호 중 %	1.1%	0.5%	0.0%	0.5%	0.4%
전체	빈도	189	207	462	211	1069
	케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

CQ6. 귀하께서는 현재 공연예술과 관련한 정보 탐색 활동을 하고 계십니까? 일주일에 얼마나 시간을 투자하고 계십니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 전혀 하지 않는다	빈도	139	182	350	122	793
	케이스 군집 번호 중 %	73.5%	87.9%	75.8%	57.8%	74.2%
2) 1시간 미만	빈도	41	17	90	75	223
	케이스 군집 번호 중 %	21.7%	8.2%	19.5%	35.5%	20.9%
3) 1시간 이상 3시간 미만	빈도	8	7	17	13	45

	케이스 군집 번호 중 %	4.2%	3.4%	3.7%	6.2%	4.2%
4) 3시간 이상 5시간 미만	빈도	1	1	5	1	8
	케이스 군집 번호 중 %	0.5%	0.5%	1.1%	0.5%	0.7%
전체	빈도	189	207	462	211	1069
	케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

CQ7. 귀하께서는 문화체육관광부에서 시행하고 있는 '문화가 있는 날(매주 마지막 수요일에 영화, 공연, 전시, 스포츠 등에 대한 할인 혜택 제공)'에 대해 얼마나 알고 계십니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 전혀 들어본 적이 없다.	빈도	76	113	163	59	411
	케이스 군집 번호 중 %	40.2%	54.6%	35.3%	28.0%	38.4%
2) 해당 제도의 이름만 들어본 적 있다.	빈도	61	56	159	70	346
	케이스 군집 번호 중 %	32.3%	27.1%	34.4%	33.2%	32.4%
3) 대략적인 내용을 알고 있다.	빈도	32	29	97	59	217
	케이스 군집 번호 중 %	16.9%	14.0%	21.0%	28.0%	20.3%
4) 구체적인 내용을 알고 있다.	빈도	8	2	16	9	35
	케이스 군집 번호 중 %	4.2%	1.0%	3.5%	4.3%	3.3%
5) 구체적인 내용은 모르지만 이 제도를 활용한 적이 있다.	빈도	6	3	12	7	28
	케이스 군집 번호 중 %	3.2%	1.4%	2.6%	3.3%	2.6%
6) 구체적인 내용을 알고 있으며, 이 제도를 활용한 적이 있다.	빈도	6	4	15	7	32
	케이스 군집 번호 중 %	3.2%	1.9%	3.2%	3.3%	3.0%
전체	빈도	189	207	462	211	1069
	케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

기술통계

CQ8. 귀하께서는 '문화가 있는 날' 정책에 대해 어떻게 생각하십니까?

	N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값
					하한	상한		
무관심 집단	189	4.6085	1.37033	.09968	4.4118	4.8051	1.00	7.00
회의 집단	207	4.5507	1.27183	.08840	4.3764	4.7250	1.00	7.00
장벽 집단	462	4.9113	1.11911	.05207	4.8089	5.0136	1.00	7.00
호의 집단	211	5.5687	1.11217	.07656	5.4178	5.7197	2.00	7.00
전체	1069	4.9177	1.24625	.03812	4.8429	4.9925	1.00	7.00

CQ9. 귀하께서는 문화체육관광부에서 시행하고 있는 '공연티켓 1+1(뮤지컬, 연극, 콘서트 등 선정된 공연 작품에 대해 티켓 한 장 가격에 총 두 장의 티켓을 구매할 수 있는 혜택 제공)'에 대해 얼마나 알고 계십니까? * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 전혀 들어본 적이 없다.	빈도	94	146	253	107	600
	케이스 군집 번호 중 %	49.7%	70.5%	54.8%	50.7%	56.1%
2) 해당 제도의 이름만 들어본 적 있다.	빈도	51	38	114	47	250
	케이스 군집 번호 중 %	27.0%	18.4%	24.7%	22.3%	23.4%
3) 대략적인 내용을 알고 있다.	빈도	32	17	70	35	154
	케이스 군집 번호 중 %	16.9%	8.2%	15.2%	16.6%	14.4%
4) 구체적인 내용을 알고 있다.	빈도	5	5	13	18	41
	케이스 군집 번호 중 %	2.6%	2.4%	2.8%	8.5%	3.8%
5) 구체적인 내용은 모르지만 이 제도를 활용한 적이 있다.	빈도	5	0	4	1	10
	케이스 군집 번호 중 %	2.6%	0.0%	0.9%	0.5%	0.9%
6) 구체적인 내용을 알고 있으며, 이 제도를 활용한 적이 있다.	빈도	2	1	8	3	14
	케이스 군집 번호 중 %	1.1%	0.5%	1.7%	1.4%	1.3%

전체	빈도	189	207	462	211	1069
	케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

기술통계

CQ10. 귀하께서는 '공연티켓 1+1' 정책에 대해 어떻게 생각하십니까?

	N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값
					하한	상한		
무관심 집단	189	4.9365	1.39001	.10111	4.7371	5.1360	1.00	7.00
회의 집단	207	4.9614	1.26509	.08793	4.7880	5.1347	1.00	7.00
장벽 집단	462	5.1645	1.16297	.05411	5.0582	5.2708	1.00	7.00
호의 집단	211	5.9052	1.01911	.07016	5.7669	6.0435	1.00	7.00
전체	1069	5.2311	1.24819	.03818	5.1561	5.3060	1.00	7.00

기술통계

CQ11_정책평가_avg

	N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값
					하한	상한		
무관심 집단	189	3.0582	1.24303	.09042	2.8798	3.2366	1.00	7.00
회의 집단	207	2.6473	1.22079	.08485	2.4801	2.8146	1.00	6.75
장벽 집단	462	3.5455	1.12388	.05229	3.4427	3.6482	1.00	7.00
호의 집단	211	3.3874	1.42451	.09807	3.1941	3.5808	1.00	7.00
전체	1069	3.2542	1.27360	.03895	3.1778	3.3306	1.00	7.00

CQ12. 귀하께서는 향후 문화체육관광부에서 어떠한 측면에서 정책을 강화해야 한다고 생각하십니까? - 1순위 * 케이스 군집 번호 교차표

		케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 작품의 다양성 증대	빈도	30	28	73	30	161
	케이스 군집 번호 중 %	15.9%	13.5%	15.8%	14.2%	15.1%
2) 작품의 질적 향상	빈도	17	18	50	20	105
	케이스 군집 번호 중 %	9.0%	8.7%	10.8%	9.5%	9.8%
3) 할인 제도 확대	빈도	38	39	102	36	215
	케이스 군집 번호 중 %	20.1%	18.8%	22.1%	17.1%	20.1%
4) 공연 시설의 접근성 확대	빈도	42	32	75	30	179
	케이스 군집 번호 중 %	22.2%	15.5%	16.2%	14.2%	16.7%
5) 공연 시설의 질적 향상	빈도	11	5	21	9	46
	케이스 군집 번호 중 %	5.8%	2.4%	4.5%	4.3%	4.3%
6) 공연 시설 내 편의 시설(탁아실, 수유실 등) 확대	빈도	3	3	7	3	16
	케이스 군집 번호 중 %	1.6%	1.4%	1.5%	1.4%	1.5%
7) 관련 정보 획득의 용이성	빈도	6	12	30	12	60

항상	케이스 군집 번호 중 %	3.2%	5.8%	6.5%	5.7%	5.6%
8) TV, 라디오 등 대중 매체를 통한 홍보 활동 확대	빈도	30	42	66	48	186
	케이스 군집 번호 중 %	15.9%	20.3%	14.3%	22.7%	17.4%
9) 전문 인력 양성	빈도	1	2	5	6	14
	케이스 군집 번호 중 %	0.5%	1.0%	1.1%	2.8%	1.3%
10) 유명인의 공연 출연 확대	빈도	2	1	1	1	5
	케이스 군집 번호 중 %	1.1%	0.5%	0.2%	0.5%	0.5%
11) 티켓 예매 과정의 편의성 향상	빈도	3	2	4	2	11
	케이스 군집 번호 중 %	1.6%	1.0%	0.9%	0.9%	1.0%
12) 작품에 대한 해설이 수반된 공연 작품 확대	빈도	0	7	13	4	24
	케이스 군집 번호 중 %	0.0%	3.4%	2.8%	1.9%	2.2%
13) 관객 참여형 작품 확대	빈도	4	9	8	3	24
	케이스 군집 번호 중 %	2.1%	4.3%	1.7%	1.4%	2.2%
14) 임직원들에게 문화생활을 지원하는 기업에 대한 재정적 지원 확대	빈도	1	4	4	4	13
	케이스 군집 번호 중 %	0.5%	1.9%	0.9%	1.9%	1.2%
15) 기타	빈도	1	3	3	3	10
	케이스 군집 번호 중 %	0.5%	1.4%	0.6%	1.4%	0.9%
전체	빈도	189	207	462	211	1069
	케이스 군집 번호 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

CQ12. 귀하께서는 향후 문화체육관광부에서 어떠한 측면에서 정책을 강화해야 한다고 생각하십니까? - 순위통합 * 케이스 군집 번호 교차표

	케이스 군집 번호	케이스 군집 번호				전체
		무관심 집단	회의 집단	장벽 집단	호의 집단	
1) 작품의 다양성 증대	빈도	73	70	170	83	396

	케이스 군집 번호 중 %	12.9%	11.3%	12.3%	13.1%	12.3%
2) 작품의 질적 향상	빈도 케이스 군집 번호 중 %	56 9.9%	58 9.3%	128 9.2%	63 10.0%	305 9.5%
3) 할인 제도 확대	빈도 케이스 군집 번호 중 %	81 14.3%	97 15.6%	237 17.1%	103 16.3%	518 16.2%
4) 공연 시설의 접근성 확대	빈도 케이스 군집 번호 중 %	83 14.6%	84 13.5%	201 14.5%	92 14.5%	460 14.3%
5) 공연 시설의 질적 향상	빈도 케이스 군집 번호 중 %	38 6.7%	40 6.4%	88 6.3%	36 5.7%	202 6.3%
6) 공연 시설 내 편의 시설(탁아실, 수유실 등) 확대	빈도 케이스 군집 번호 중 %	12 2.1%	16 2.6%	46 3.3%	11 1.7%	85 2.7%
7) 관련 정보 획득의 용이성 향상	빈도 케이스 군집 번호 중 %	39 6.9%	52 8.4%	118 8.5%	47 7.4%	256 8.0%
8) TV, 라디오 등 대중 매체를 통한 홍보 활동 확대	빈도 케이스 군집 번호 중 %	67 11.8%	79 12.7%	168 12.1%	88 13.9%	402 12.5%
9) 전문 인력 양성	빈도 케이스 군집 번호 중 %	14 2.5%	14 2.3%	26 1.9%	21 3.3%	75 2.3%
10) 유명인의 공연 출연 확대	빈도 케이스 군집 번호 중 %	14 2.5%	14 2.3%	21 1.5%	7 1.1%	56 1.7%
11) 티켓 예매 과정의 편의성 향상	빈도 케이스 군집 번호 중 %	31 5.5%	24 3.9%	47 3.4%	25 3.9%	127 4.0%
12) 작품에 대한 해설이 수반된 공연 작품 확대	빈도 케이스 군집 번호 중 %	26 4.6%	31 5.0%	50 3.6%	19 3.0%	126 3.9%
13) 관객 참여형 작품 확대	빈도	18	28	56	14	116

	케이스 군집 번호 중 %	3.2%	4.5%	4.0%	2.2%	3.6%
14) 임직원들에게 문화생활을 지원하는 기업에 대한 재정적 지원 확대	빈도 케이스 군집 번호 중 %	13 2.3%	11 1.8%	24 1.7%	21 3.3%	69 2.2%
15) 기타	빈도 케이스 군집 번호 중 %	2 0.4%	3 0.5%	6 0.4%	3 0.5%	14 0.4%
전체	빈도 케이스 군집 번호 중 %	567 100.0%	621 100.0%	1386 100.0%	633 100.0%	3207 100.0%

기술통계

		N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값
						하한	상한		
						DQ1_사적자의식 _avg	무관심 집단		
	회의 집단	207	4.7198	1.24500	.08653	4.5492	4.8904	1.33	7.00
	장벽 집단	462	4.6068	.88779	.04130	4.5256	4.6879	2.00	7.00
	호의 집단	211	5.1548	1.03394	.07118	5.0145	5.2951	2.00	7.00
	전체	1069	4.6632	1.10840	.03390	4.5967	4.7298	1.00	7.00
DQ1_공적자의식 _avg	무관심 집단	189	4.0123	1.37453	.09998	3.8151	4.2096	1.00	7.00
	회의 집단	207	4.4171	1.35000	.09383	4.2321	4.6021	1.00	7.00
	장벽 집단	462	4.4062	1.01054	.04701	4.3138	4.4986	1.33	7.00
	호의 집단	211	4.6682	1.38911	.09563	4.4797	4.8568	1.00	7.00
	전체	1069	4.3904	1.24303	.03802	4.3158	4.4650	1.00	7.00
DQ2_변화에대한저항	무관심 집단	189	3.5811	1.00818	.07333	3.4365	3.7258	1.00	6.00

_avg	회의 집단	207	4.1755	.94769	.06587	4.0457	4.3054	1.00	7.00
	장벽 집단	462	4.1382	.72076	.03353	4.0723	4.2041	2.00	6.33
	호의 집단	211	3.9961	.87157	.06000	3.8778	4.1143	1.00	6.00
	전체	1069	4.0189	.87789	.02685	3.9662	4.0716	1.00	7.00
	DQ3_지위표현소비_avg	무관심 집단	189	3.2074	.85187	.06196	3.0852	3.3296	1.20
	회의 집단	207	3.0077	1.12636	.07829	2.8534	3.1621	1.00	5.80
	장벽 집단	462	3.5225	.98182	.04568	3.4327	3.6123	1.00	6.40
	호의 집단	211	3.2379	1.21455	.08361	3.0731	3.4027	1.00	6.40
	전체	1069	3.3109	1.05770	.03235	3.2475	3.3744	1.00	6.40

기술통계

DQ4. 귀하께서 다음의 문장에 대해 동의하시는 정도를 숫자로 표시해 주십시오 - 개인의 일생 동안 그 사람이 속한 사회계층은 거의 변하지 않는다

	N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값
					하한	상한		
무관심 집단	189	3.5556	1.48515	.10803	3.3425	3.7687	1.00	7.00
회의 집단	207	4.2609	1.69510	.11782	4.0286	4.4932	1.00	7.00
장벽 집단	462	4.2121	1.24904	.05811	4.0979	4.3263	1.00	7.00
호의 집단	211	3.9858	1.59904	.11008	3.7688	4.2028	1.00	7.00
전체	1069	4.0608	1.47737	.04519	3.9721	4.1495	1.00	7.00

기술통계

DQ5. 귀하께서는 다음의 그림에서 현재 본인의 사회적 지위와 가장 어울리는 위치가 어디라고 생각하시는지 숫자로 응답해 주십시오

	N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값
					하한	상한		

무관심 집단	189	4.7143	1.13121	.08228	4.5520	4.8766	1.00	7.00
회의 집단	207	4.9565	1.25916	.08752	4.7840	5.1291	1.00	7.00
장벽 집단	462	4.8117	1.15089	.05354	4.7065	4.9169	1.00	7.00
호의 집단	211	4.7299	1.02261	.07040	4.5911	4.8686	1.00	7.00
전체	1069	4.8064	1.14694	.03508	4.7375	4.8752	1.00	7.00

기술통계

	N	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값	
					하한	상한			
					DQ6_Innovators_avg	무관심 집단			189
	회의 집단	207	3.7029	1.24371	.08644	3.5325	3.8733	1.00	6.83
	장벽 집단	462	4.1764	.92231	.04291	4.0921	4.2607	1.33	6.83
	호의 집단	211	4.4384	1.07171	.07378	4.2929	4.5838	1.83	7.00
	전체	1069	4.0355	1.11665	.03415	3.9685	4.1026	1.00	7.00
DQ6_Experiencers_avg	무관심 집단	189	3.2116	1.12168	.08159	3.0507	3.3726	1.00	6.25
	회의 집단	207	3.0857	1.39267	.09680	2.8949	3.2766	1.00	7.00
	장벽 집단	462	3.6867	1.07648	.05008	3.5883	3.7851	1.00	6.50
	호의 집단	211	3.6090	1.31066	.09023	3.4311	3.7869	1.00	6.50
	전체	1069	3.4710	1.22397	.03744	3.3975	3.5445	1.00	7.00
DQ6_Makers_avg	무관심 집단	189	3.3889	1.15153	.08376	3.2237	3.5541	1.00	6.25
	회의 집단	207	3.5399	1.31963	.09172	3.3590	3.7207	1.00	7.00
	장벽 집단	462	3.9372	.98145	.04566	3.8475	4.0270	1.00	6.75
	호의 집단	211	3.8720	1.24077	.08542	3.7037	4.0404	1.00	7.00
	전체	1069	3.7505	1.15652	.03537	3.6811	3.8199	1.00	7.00
DQ6_Achievers_avg	무관심 집단	189	3.4339	1.11845	.08135	3.2734	3.5943	1.00	6.00
	회의 집단	207	3.5435	1.24559	.08657	3.3728	3.7142	1.00	7.00
	장벽 집단	462	3.9410	.96939	.04510	3.8524	4.0296	1.00	6.75
	호의 집단	211	4.0036	1.11603	.07683	3.8521	4.1550	1.00	7.00
	전체	1069	3.7867	1.10593	.03383	3.7203	3.8531	1.00	7.00
DQ6_Thinkers_avg	무관심 집단	189	3.7407	1.20238	.08746	3.5682	3.9133	1.00	6.25
	회의 집단	207	3.9940	1.13726	.07904	3.8381	4.1498	1.00	7.00

	장벽 집단	462	4.2982	.77374	.03600	4.2274	4.3689	1.50	6.50
	호의 집단	211	4.6339	.94215	.06486	4.5060	4.7617	2.50	7.00
	전체	1069	4.2070	1.01182	.03095	4.1462	4.2677	1.00	7.00
DQ6_Survivors _avg	무관심 집단	189	3.4021	1.02090	.07426	3.2556	3.5486	1.00	6.00
	회의 집단	207	3.8502	1.20347	.08365	3.6853	4.0152	1.00	7.00
	장벽 집단	462	4.0065	.89767	.04176	3.9244	4.0886	1.00	6.50
	호의 집단	211	3.9336	1.03641	.07135	3.7930	4.0743	1.00	7.00
	전체	1069	3.8550	1.03408	.03163	3.7929	3.9171	1.00	7.00

- 발행처: 문화체육관광부
- 주소: 세종특별자치시 갈매로 388 정부세종청사 15동
- 연락처: 044-203-2712
- 연구기관: 서울대학교 경영대학
- 연구진
책임연구자| 김상훈(서울대학교 경영대학 교수)
연구보조원| 이지수(서울대학교 경영대학 연구원), 이유석(서울대학교 경영대학 연구원)
보조원| 서정민(서울대학교 경영대학 연구원)
- 발행일: 2016년 4월

