

2022

ARKO 조사연구 2022-01

공연예술 관객개발을 위한 인식조사 연구



한국문화예술위원회

2022 공연예술 관객개발을 위한 인식조사 연구

한국문화예술위원회



공공누리

출처표시
상업용금지

공공저작을 자유이용허락

ARKO 조사연구 2022-01

**공연예술 관객개발을 위한
인식조사 연구**

2022. 12

제 출 문

한국문화예술위원회 귀하

본 보고서를 「공연예술 관객개발을 위한 인식조사 연구」의 최종보고서로 제출합니다.

2022년 12월 15일

주 관 기 관 : 한국문화예술위원회
연구 책임자 : 김유미((주)케이스탯컨설팅)
참여 연구원 : 이경호(홍익대학교)
박기영(홍익대학교)
이윤정(홍익대학교)
배수연(홍익대학교)
채혜은((주)케이스탯컨설팅)
고동진((주)케이스탯컨설팅)

제1장. 연구 개요

제1절 연구 배경과 목적	1
1. 연구 배경	1
2. 연구의 목적	2
제2절 연구 범위와 방법	3
1. 연구 범위	3
2. 연구 방법	4

제2장. 공연예술 관객개발 연구 동향

제1절 국내외 관객개발 선행연구 분석	7
1. 국내외 관객개발 선행연구	7
2. 공연 관람 동기 및 공연 만족도 조사 선행연구	36
3. 관객개발 및 공연예술 활성화(확대, 향유) 방안 선행연구	44
4. 관객개발 심층 연구	56
제2절 소결	66
1. 관객의 정의	66
2. 관객개발을 위한 변수와 시사점	67

제3장. 공연예술 관객 인식조사

제1절 관객 인식조사 개요	75
1. 조사 목적	75
2. 조사 개요	75
3. 조사 수행 프로세스	75
4. 응답자 특성	80
제2절 관객 인식조사 결과 분석	90
1. 주요 조사 결과 분석	90
2. 공연예술 관객 유형 분류	138
3. 공연예술 관객개발 전략	157

제4장. 결론

제1절 연구의 시사점	167
1. 다양한 복합 변수를 고려한 관객개발 전략 수립	167
2. 공연예술 단체 또는 기관(또는 정부 기관)의 관객 서비스 확장	167

제2절 관객 개발 전략 제안	168
1. 한국문화예술위원회의 관객개발 전략	168
2. 그 외 제안	170

참고문헌

[부록] 설문지

표 목차

[표 1-1] 과업의 구성	3
[표 2-1] 국내외 관객개발 선행연구 유형	7
[표 2-2] 모델·가설·연구 문제·변수	9
[표 2-3] 변수와 특징	10
[표 2-4] 공연예술 6단계 수용이론 모델 해설	10
[표 2-5] 관객 유형 분류	12
[표 2-6] 관객 유형 분류에 영향을 미치는 변수	13
[표 2-7] 관객 유형 분류	13
[표 2-8] RAND MODEL 단계와 변수	15
[표 2-9] 단계별 변수 유의 여부	16
[표 2-10] 예술 참여 프로그램 분류	19
[표 2-11] 시청자 참여 단계 체제 분류	20
[표 2-12] 예술 참여 프로그램 10가지 유형	21
[표 2-13] 관객 유형 분류	23
[표 2-14] 전문화수준에 따른 집단 간 연극관람 동이 차이 분석 결과	23
[표 2-15] 전통예술 공연 관객 유형 분류	25
[표 2-16] 관객 유형별 인구통계 특성	25
[표 2-17] 관객 유형별 공연 구매 행동 차이	26
[표 2-18] 전통예술 공연 관람 빈도 항상 영향요인 및 관심도 항상 영향요인	26
[표 2-19] 전통예술 공연 관심과 관람 빈도 간 상호 결정 영향요인	26
[표 2-20] 비 관람객 유형 분류	28
[표 2-21] 변수의 유의 여부	28
[표 2-22] 관련 변수의 영향력	29
[표 2-23] 선행연구에서 논의한 변수	30

[표 2-24] 6가지 요인 분석	31
[표 2-25] 변수에 대한 유의 여부	32
[표 2-26] 공연예술 세분 시장	34
[표 2-27] 세분 시장별 조건부 관람 확률	34
[표 2-28] 세분 시장별 변수 결과(프로파일)	35
[표 2-29] 영리·비영리 공연과 변수(관람 동기) 비교	38
[표 2-30] 영리·비영리 공연과 전반적 만족도	38
[표 2-31] 관람 동기가 전반적인 만족에 미치는 영향	38
[표 2-32] 11개의 가설	39
[표 2-33] 변수	40
[표 2-34] 확인적 요인 분석	40
[표 2-35] 상관관계 분석 결과	41
[표 2-36] 가설 검정 결과	42
[표 2-37] 관객 만족도 분석	43
[표 2-38] 예술교육과 사회인구통계학적 특성이 예술 참여에 미치는 효과	45
[표 2-39] 학교 내 예술교육과 예술기관 예술교육이 예술 참여에 미치는 효과	45
[표 2-40] 학교 외 예술교육과 예술기관 예술교육이 예술 참여에 미치는 효과	46
[표 2-41] 변수와 유의 여부	46
[표 2-42] 변수와 특징	48
[표 2-43] 변수와 특징	50
[표 2-44] 변수와 특징	52
[표 2-45] 설문조사 구조도 및 관객·전문가 FGI 항목	53
[표 2-46] 설문조사 결과 분석	54
[표 2-47] 관객·전문가 FGI 결과 분석	55

[표 2-48] 설문조사를 위한 변수와 항목 세분류	56
[표 2-49] 관객 유형에 따른 변수와 특징 및 전략	58
[표 2-50] 선행연구에서의 관객 정의	66
[표 3-1] 조사 항목	77
[표 3-2] 전국 공연시설 정보 수집 결과	78
[표 3-3] 분기별 공연장 규모별 평균 입장권 판매액 비교 (입장권 판매액 총액 / 입장권 판매 수)	78
[표 3-4] 지역별 공연장 추출 현황	80
[표 3-5] 응답자의 거주지 분포 및 조사에 응답한 공연장의 위치 분포 비교	82
[표 3-6] 공연 관람 동기 비교	83
[표 3-7] 공연 관람 경험의 비교	84
[표 3-8] 공연 관람 빈도의 비교	85
[표 3-9] 연극 공연 관람/참여 성향의 비교(복수응답)	86
[표 3-10] 뮤지컬 공연 관람/참여 성향의 비교(복수응답)	86
[표 3-11] 음악(양악) 공연 관람/참여 성향의 비교(복수응답)	87
[표 3-12] 전통예술 공연 관람/참여 성향의 비교(복수응답)	87
[표 3-13] 무용 공연 관람/참여 성향의 비교(복수응답)	88
[표 3-14] 다원/장르혼합 공연 관람/참여 성향의 비교(복수응답)	88
[표 3-15] 응답자 특성	89
[표 3-16] 성별, 연령별, 거주지, 학력 수준별 공연 관람객의 최근 1년간 공연 관람 경험 비교	90
[표 3-17] 월평균 가구소득별, 가족 구성별 공연 관람객의 최근 1년간 공연 관람 경험 비교	91

[표 3-18] 월평균 문화 여가에 지출하는 비용 수준별 공연 관람객의 최근 1년간 공연 경험 비교	92
[표 3-19] 장르별 공연 관람 경험이 많은 응답자의 인구통계학적 특성 -문화예술 분야 전공자/종사자 제외	92
[표 3-20] 공연 장르별 최근 1년간 공연 관람 빈도	93
[표 3-21] 성별, 연령별, 거주지, 학력 수준별 공연 관람 빈도 비교	94
[표 3-22] 성별, 연령별, 거주지, 학력 수준별 공연 관람 빈도 비교	95
[표 3-23] 성별, 연령별, 거주지, 학력 수준별 공연 관람 빈도 비교	96
[표 3-24] 공연 관람 장르 개수	97
[표 3-25] 응답자 특성별 공연 관람 빈도와 관람 장르 개수 교차 유형	101
[표 3-26] 공연 장르별 공연 관람 형태 비교(복수 응답)-연극공연 관람자	103
[표 3-27] 공연 장르별 공연 관람 형태 비교(복수 응답)-뮤지컬 공연 관람자	104
[표 3-28] 공연 장르별 공연 관람 형태 비교(복수 응답)-음악 공연 관람자	105
[표 3-29] 공연 장르별 공연 관람 형태 비교(복수 응답)-전통예술 공연 관람자	106
[표 3-30] 공연 장르별 공연 관람 형태 비교(복수 응답)-무용공연 관람자	107
[표 3-31] 공연 장르별 공연 관람 형태 비교(복수 응답) -다원/장르 혼합 공연 관람자	108
[표 3-32] 공연 장르별 관람 지출 비용 수준 비교-연극 및 뮤지컬 공연 관람객	109
[표 3-33] 공연 장르별 관람 지출 비용 수준 비교-음악 및 전통예술 공연 관람객	110
[표 3-34] 공연 장르별 관람 지출 비용 수준 비교 -무용 및 다원/장르 혼합 공연 관람객	111
[표 3-35] 평소 관람 동반자의 비교-연극, 뮤지컬 장르 공연 관람객	113
[표 3-36] 평소 관람 동반자의 비교-음악, 전통예술 장르 공연 관람객	114
[표 3-37] 평소 관람 동반자의 비교	

-무용, 다원/장르 혼합 장르 공연 관람객	115
[표 3-38] 관람 성향에 대한 요인 분석 결과 KMO와 Bartlett의 검정	116
[표 3-39] 공연 관람의 적극성에 대한 요인 분석 결과	116
[표 3-40] 관람/참여 성향의 비교	118
[표 3-41] 응답자 특성별 향후 공연 관람 의향의 비교	119
[표 3-42] 공연 관람 장르별 향후 의향이 없는 경우 관람 태도 비교	
-각 장르 공연 관람 의향이 없는 관람객	120
[표 3-43] 응답자 특성별 온라인 공연 관람 경험 비교	121
[표 3-44] 오프라인 공연 관람 경험별 온라인 공연 관람 경험 비교	122
[표 3-45] 응답자 특성별 유료 온라인 공연 관람 경험 비교	123
[표 3-46] 오프라인 공연 관람 경험별 유료 온라인 공연 관람 경험 비교	124
[표 3-47] 응답자 특성별 향후 온라인 공연 관람 의향	125
[표 3-48] 오프라인 공연 관람 경험별 향후 온라인 공연 관람 의향	126
[표 3-49] 온라인 공연 관람 경험별 향후 온라인 공연 관람 의향	126
[표 3-50] 공연 관람 장애물에 대한 요인 분석 결과 KMO와 Bartlett의 검정	128
[표 3-51] 공연 관람 장애물에 대한 요인 분석 결과(주성분 요인회전)	128
[표 3-52] 응답자 특성별 공연 관람 장애요인에 대한 평균 비교	129
[표 3-53] 공연 관람의 장애요인별 공연예술 관람을 위해 필요한 지원	130
[표 3-54] 공연 관람의 장애 요인별 필요한 공연 관련 정보(복수 응답)	131
[표 3-55] 공연 관람의 장애 요인별 공연 입장권 구매 관련 지원의 유용성 비교	131
[표 3-56] 공연 관람 유형별 공연 입장권 구매 관련 지원의 유용성 비교	132
[표 3-57] 문화예술 종사자, 전공자, 그 외 관람객의 공연 관람 경험의 비교	133
[표 3-58] 문화예술 종사자, 전공자, 그 외 관람객의 공연 관람 빈도의 비교	133
[표 3-59] 장르별 공연 관람 경험이 많은 응답자의 인구통계학적 특성	

-문화예술 분야 전공자/종사자 제외	134
[표 3-60] 응답자 특성별 공연 관람 장애요인에 대한 평균 비교	135
[표 3-61] 공연 관람의 장애 요인별 공연예술 관람을 위해 필요한 지원	136
[표 3-62] <공연예술 관객 유형 분류> 설계를 위한 변수	138
[표 3-63] 단계별 공연예술 관객 유형의 구분	139
[표 3-64] 공연예술 관객 유형별 특성	139
[표 3-65] 인구통계학 특성별 군집 내 응답자 구성비 비교	142
[표 3-66] 군집별 공연 관람 경험 비율 비교	143
[표 3-67] 군집별 관람 성향의 비교-연극공연 관람 성향 비교	144
[표 3-68] 군집별 관람 성향의 비교-뮤지컬 공연 관람 성향 비교	144
[표 3-69] 군집별 관람 성향의 비교-음악 공연 관람 성향 비교	145
[표 3-70] 군집별 관람 성향의 비교-전통예술 공연 관람 성향 비교	146
[표 3-71] 군집별 관람 성향의 비교-무용공연 관람 성향 비교	146
[표 3-72] 군집별 관람 성향의 비교-다원/장르 혼합 공연 관람 성향 비교	146
[표 3-73] 군집별 공연 관람 개수의 비교-각 장르 관람자	147
[표 3-74] 군집별 공연장까지의 소요 시간 비교	147
[표 3-75] 군집별 공연 지출 비용 구성비 비교	148
[표 3-76] 군집별 온라인 공연 관람 경험 비율 비교	149
[표 3-77] 군집별 유료 온라인 공연 관람 경험 비율 비교	149
[표 3-78] 군집별 향후 온라인 공연 관람 의향	149
[표 3-79] 공연 관람의 적극성에 대한 요인별 평균 비교	150
[표 3-80] 공연 관람의 적극성에 대한 항목별 점수 비교	151
[표 3-81] 공연 관람 장애물에 대한 요인별 평균 비교	152
[표 3-82] 공연 관람 장애물에 대한 항목별 평균 비교	153

[표 3-83] 공연 관람 시 필요한 지원 요인 분석 결과 KMO와 Bartlett의 검정	153
[표 3-84] 공연 관람 시 필요한 지원에 대한 요인 분석 결과(주성분 요인회전)	154
[표 3-85] 공연 관람 시 필요한 지원별 평균 비교	154
[표 3-86] 군집별 입장권 구매 관련 지원의 유용성 비교	155
[표 3-87] 군집별 공연 관람을 위해 사전에 필요한 정보 비교(복수 응답)	156
[표 3-88] 구조모형의 외생변수 설명	157
[표 3-89] Baseline Comparisons	157
[표 3-90] RMSEA	157
[표 3-91] Regression Weights	157
[표 3-92] Standardized Regression Weights	158
[표 3-93] <공연예술 관객개발 모델> 기본 전략	161
[표 4-1] 한국문화예술위원회 사업 현황	169

그림 목차

[그림 1-1] 분야별 문화예술행사 직접관람 비율 추이	1
[그림 1-2] 공연예술통합전산망 공연건수 및 티켓판매액 추이	1
[그림 1-3] 공연예술통합전산망 장르별 공연건수 추이	2
[그림 1-4] 과업 범위 요약	3
[그림 2-1] RAND MODEL	15
[그림 2-2] 시청자 참여 단계 체제	20
[그림 2-3] 코로나19 이후 온라인 문화활동 참여도	64
[그림 2-4] 팬데믹 이후 삶의 위기의식을 느끼는 정도	64
[그림 2-5] 코로나19를 기점으로 이전과 이후의 문화활동 참여 습관의 변화 비율	65
[그림 3-1] 공연장 정보의 총화	79
[그림 3-2] 성별/연령별 응답자 특성	81
[그림 3-3] 응답자의 거주지 분포 및 조사에 응답한 공연장의 위치 분포 비교	81
[그림 3-4] 가구소득별 가구원 구성별 응답자 특성	82
[그림 3-5] 응답자 특성별 공연 관람 장르 개수와 관람 빈도 교차	99
[그림 3-6] 공연 장르별 공연 관람 형태 비교	102
[그림 3-7] 평소 관람 동반자의 비교-각 장르 공연 관람객	112
[그림 3-8] 온라인 공연 불만족 이유-불만족 응답자	127
[그림 3-9] 2019년 3분기~2022년 1분기 공연 장르별 공연 건수 추이	137
[그림 3-10] 군집별 관람 성향의 비교-연극공연 관람 성향 비교	143
[그림 3-11] 군집별 관람 성향의 비교-뮤지컬 공연 관람 성향 비교	144
[그림 3-12] 군집별 관람 성향의 비교-음악 공연 관람 성향 비교	145
[그림 3-13] 군집별 관람 성향의 비교-전통예술 공연 관람 성향 비교	145
[그림 3-14] 군집별 입장권 구매 관련 지원의 유용성 비교	155
[그림 3-15] 군집별 공연 관람을 위해 사전에 필요한 정보 비교(복수 응답)	156

제1장

연구 개요

제1절 연구 배경과 목적

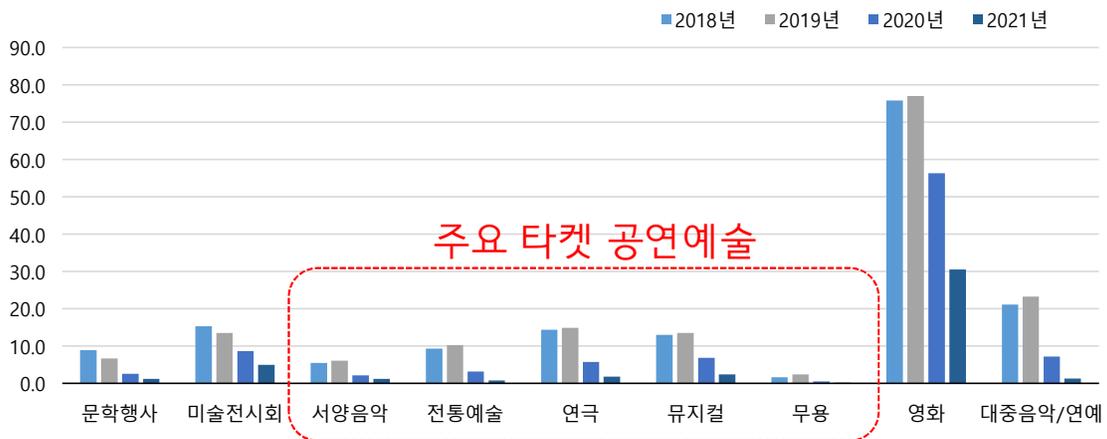
1. 연구 배경

■ 연구 배경 및 과업 목적

- 공연예술계는 2019년까지 공연의 증가와 더불어 관람객 수 역시 양적으로 증가하였으나, 팬데믹 이후 거의 모든 부분에서 관람률이 급감하였음

[그림 1-1] 분야별 문화예술행사 직접관람 비율 추이

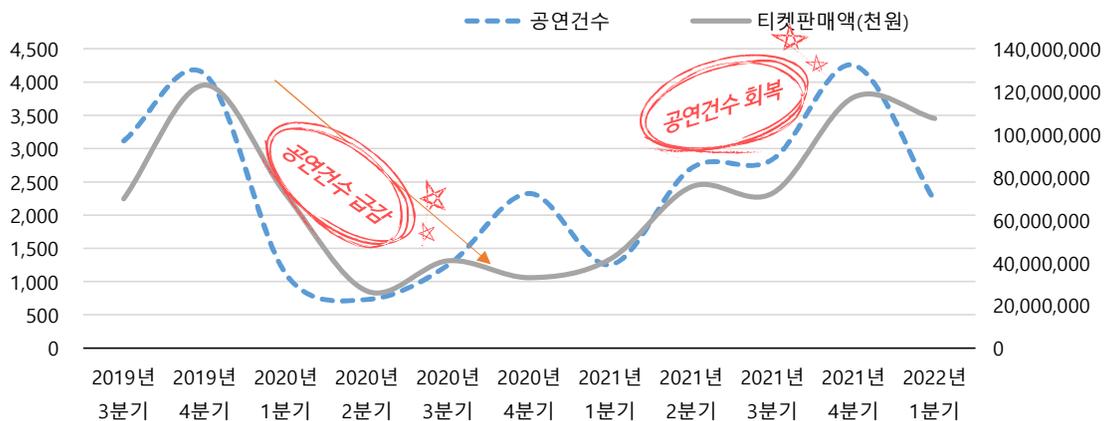
(단위: %)



출처 : 『국민문화예술활동조사』, 문화체육관광부

- 2019년 4분기를 정점으로 2020년 1분기~2분기에 공연은 급감했으나 2020년 3분기 이후 점진적으로 공연 건은 회복

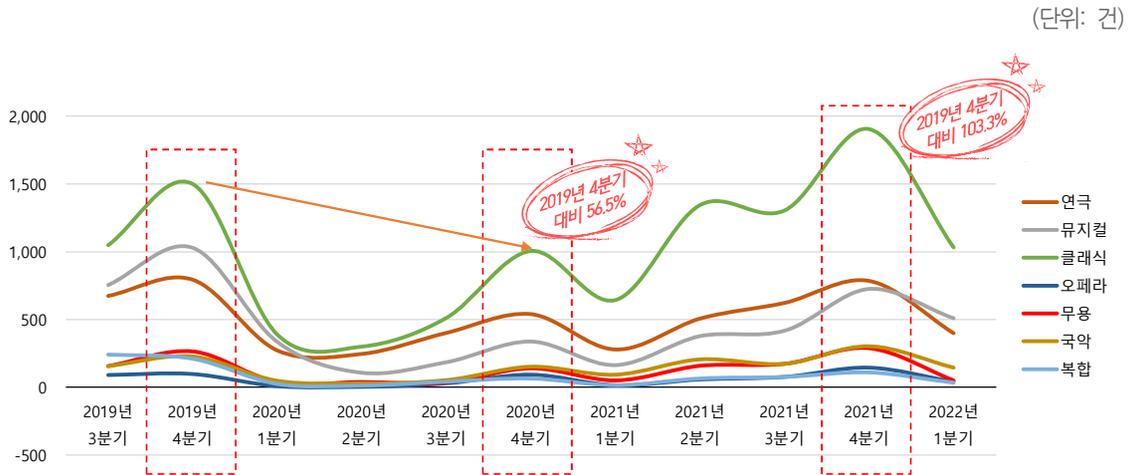
[그림 1-2] 공연예술통합전산망 공연건수 및 티켓판매액 추이



출처 : 공연예술통합전산망 종합통계자료, 예술경영지원센터 (162개 예매처, 공연시설 티켓시스템과 연계 중)

- 전체 공연 건수는 클래식 공연이 리딩하고 있으며 그 외 장르는 2019년 수준으로는 회복하지 못하고 있음

[그림 1-3] 공연예술통합전산망 장르별 공연건수 추이



출처 : 공연예술통합전산망 종합통계자료, 예술경영지원센터

2. 연구의 목적

- 장기화된 팬데믹 이후 공연예술계 생태계 회복을 위한 정책개발이 필요한 상황. 공연예술 향유 양상과 의향을 이해하고 분석하여, 향후 전략 수립 및 사업 개발개선을 위한 근거 마련 필요
- 자생적인 예술생태계 구축을 위한 고객으로서의 '관객' 분석 필요성이 제기되고 있으나, 예술기관 자체에서 정기적 관객 조사 및 관련 자료를 구축하는 사례가 부재함에 따라 선행적인 관객 조사 수행이 요구됨
- 본 연구를 통해 자생적 공연예술 생태계 구축의 관점에서 관객의 개념 및 유형을 설정하고, 관객의 특성과 요구를 파악하기 위한 근거자료를 구축

제2절 연구 범위와 방법

1. 연구 범위

- 연구는 관객의 개념 및 정의 세분화, 관람객 인식조사 및 분석, 관객개발 전략 도출 및 자료 활용을 위한 제언의 형태로 구성됨

[표 1-1] 과업의 구성

과업 구분	세부 내용	세부 내용
관객 개념 정의 및 세분화	관객 연구의 필요성 및 관객 개념화	- 공연예술을 둘러싼 환경 분석 및 향유 부문 정책개발의 필요성 도출 - 공연예술 생태계에서 향유 부문의 의미 및 관객의 개념화
	선행연구 및 사례분석을 통한 관객 조사 분석틀 도출	- 국내외 관객 조사 동향 및 주요 내용조사 결과 분석 - 관객 조사 결과를 활용한 관객개발적용 사례조사 - 관객개발전략 모색에 필요한 관객 조사 시사점 도출 : 관객 유형화, 조사항목 등
관람객 인식조사 및 분석	관람객 인식조사(안) 설계	- 관객의 예술 경험의 동기/결과에 대해 분석 가능한 항목 - 예술 경험 지형과 동향을 파악할 수 있는 항목 - 관객 유형화를 위한 항목 등
	공연장 Pool의 구성	- 국내 공연예술계 국공립예술기관 및 민간공연장Pool 구성 - 표본 설계의 타당성 확보 및 조사의 오차를 줄이기 위한 구체적인 조사 표본설계
	관람객 인식조사 시행 및 분석	- 충분한 유효표본의 확보 - 조사결과 분석 및 관객 세분화와 시사점 도출
관객개발 전략 도출 및 관객 자료 축적을 위한 제언	- 관객개발전략 도출을 위한 시사점 및 제언 - 관객 자료 지속 축적 및 고도화를 위한 제언 - 한국문화예술위원회 창작지원사업의 관객 조사 항목개발제언	

[그림 1-4] 과업 범위 요약



2. 연구 방법

- 기존의 연구/문헌 자료를 바탕으로 공연예술 관객개발을 위한 이론적 토대 정리 및 관객 개발방식, 관객 유형에 대한 벤치마킹 → 조사를 통한 실증을 토대로 중장기적인 관점에서의 관객개발 및 자료 축적을 목표로 진행

가. 문헌 자료 분석 및 전문가 의견 수집

- 공연 관객에 관한 기초 문헌/선행연구자료의 수집
- 관객 유형에 대한 주요 개념 및 국내외 분류 자료 확인
- 관객 유형 분류 및 분석을 위한 1차 조사표 작성
- 공연단체/공연시설, 학계 연구진 대상 조사 내용 및 조사 대상에 대한 자문회의 및 조사 내용 확정

나. 관객 조사 진행

- 공연장 Pool 자료의 수집 및 중복성 검토
- 표본설계 및 추출
- 조사 공연장별 공연 일정 확인 및 사전 접촉
- 조사 시스템 개발(TAPI) 및 테스트
- 관객 대상 조사 진행 및 공연 DB 매칭 등 자료 처리

다. 조사 결과의 분석 및 자료 축적방안 제언

- 조사항목별 기초 통계분석 진행
- 관객 유형에 대한 분석 및 관객 유형화 시도
- 조사 결과에 대한 2차 자문 진행 및 추가 검토 의견 수집
- 결과 보고서 작성
- 향후 활용성을 고려한 자료 축적방안에 대한 자료 검토 및 제언

제2장

공연예술 관객개발 연구 동향

제1절 국내외 관객개발 선행연구 분석

1. 국내외 관객개발 선행연구

가. 개요

- 우리나라는 국민의 문화생활 실태를 파악하기 위해 1988년 한국문화예술진흥원에서 「문화예술 수용 및 향수능력실태조사」를 처음 시행(미승인)하였고 1991년 통계청 승인으로 「문화향수실태조사」가 시작되어 2019년 「국민문화예술활동조사」로 변경되면서¹⁾ 점차 관객에 대한 다양한 정보가 수집되고 있음
- 그동안 공연예술 분야는 이러한 정보 수집에 따른 연구 활성화로 다양한 장르 또는 분야별로 연구 영역을 확장하고 있으며, 그에 따라 선행연구는 관객 유형 분류 및 관객개발 선행연구, 공연 관람 동기 및 공연 만족도 선행연구, 관객개발 및 공연예술 활성화(확대, 향유) 방안 3가지로 분류할 수 있음
- 한편 국외 관객개발 선행연구는 1960년대부터 미국과 영국을 중심으로 전 세계로 확장되고 많은 연구자가 활용했으며, 최근까지 활발하게 이어지고 있음
- 전 세계적으로 관객개발의 대표 연구자나 기관은 많지만, 이 연구에서는 자문회의 시 현직 종사자들의 의견을 수렴하여 지금까지 국내 연구에서 가장 많이 활용하고 있는 Alan R. Andreasen(1991), Kevin F. McCarthy, Kimberly Jinnett(2001), Alan S. Brown, Jennifer L. Novak-Leonard, in partnership with Shelly Gilbride(2011), Eric Kolhede and J. Tomas Gomez-Arias(2017), The Audience Agency(2022)의 연구 중심으로 검토함
- 그에 따라 선행연구는 관객 유형 분류 및 관객개발 선행연구, 공연 관람 동기 및 공연 만족도 선행연구, 관객개발 및 공연예술 활성화(확대, 향유) 방안 선행연구, 관객개발 심층 연구 4가지로 분류할 수 있음

[표 2-1] 국내외 관객개발 선행연구 유형

선행연구 유형 구분	연구 제목
관객 유형 분류 및 관객개발 선행연구	<ul style="list-style-type: none"> • Alan R. Andreasen(1991), Expanding the Audience for the Performing Arts, Washington, D.C.: National Endowment for the Arts • 강남임·김소영·지주은(2010). 「공연예술 관람객 유형화 및 유형별 특성에 관한 연구」, 2010 한국문화산업학회 경제학 공동학술대회 • Kevin F. McCarthy, Kimberly Jinnett(2001), A New Framework for Building Participation in the Arts • Alan S. Brown, Jennifer L. Novak-Leonard, in partnership with Shelly Gilbride, Ph.D.(2011). 「Getting In On the Act : How arts groups are creating

1) 한국문화관광연구원·(주)한국리서치(2021). 「2021 국민문화예술활동조사」, 문화체육관광부, pp. 3~4.

	<p>opportunities for active participation», The James Irvine Foundation</p> <ul style="list-style-type: none"> • 안범용(2012). 「전문화수준에 따른 연극관람객의 관람동기 차이», 관광연구논총, 24권 4호 통권 33호 • 임승희 (2014). 「전통예술 공연 시장 확대를 위한 관객 유형화와 관객 유형 변화 요인에 관한 연구», 문화산업연구, 14권 4호 • 손지영·정재월(2016). 「공연예술 비관람객 유형에 따른 요구도 분석», 한국무용연구, 34권 3호 • Eric Kolhede and J. Tomas Gomez-Arias(2017), Distinctions Between Frequent Performing Arts Consumers: Implications for Segmentation and Positioning, International Journal of Arts Management • 이유석·이지수·김상훈(2020). 「잠재계층 분석과 의사결정나무 분석을 활용한 공연 예술 시장세분화 연구: 저빈도 관객을 중심으로», 소비자학연구, 31권 3호
공연 관람 동기 및 공연 만족도 선행연구	<ul style="list-style-type: none"> • 김지영(2009). 「예술관광으로서 클래식 공연의 관람동기 분석: 영리, 비영리 공연 비교 연구」, 관광연구논총, 21권 1호 • 임규혁·정환호·이혜영·정정화·강은주·한주희(2010). 「공연예술 관람객의 감성지능이 관람동기와 만족도, 스트레스 해소에 미치는 영향 : 뮤지컬과 클래식 관람객을 대상으로」, 여가학연구, 8권 2호 • 강여주(2010). 「국립국악원 공연 마케팅 활성화를 위한 관객 만족도 분석, 국악원논문집, 제25집
관객개발 및 공연예술 활성화(확대, 향유) 방안 선행연구	<ul style="list-style-type: none"> • 이용관(2004). 「관객개발을 위한 예술교육과 그 효과에 관한 연구 : 미국과 한국의 공연예술기관을 중심으로」, 성균관대학교 대학원 박사학위논문 • 박재홍(2007). 「발레관객의 특성 이해를 통한 잠재관객 확대방안, 한국무용과학회지, 14권 • 박정배(2009). 「예술교육을 통한 관객개발 연구」, 미디어와 공연예술 연구, 4권 2호 • 이선화·송선영(2011). 「한국 무예 공연의 발전가능성과 관객개발 관리 구축」, 무예연구, 5권 1호 통권 8호 • 윤혜란·장현선·유미나(2016). 「공연예술 관람객 향유 확대방안 연구, 한국문화예술위원회
관객개발 심층 연구	<ul style="list-style-type: none"> • The Audience Agency(2022), Audience Spectrum

나. 관객 유형 분류 및 관객개발 선행연구

1) Alan R. Andreasen(1991), Expanding the Audience for the Performing Arts 요약²⁾

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 관객의 계층적 모델을 설계하고 데이터 세트를 분석하여 예술 분야 관리자들에게 관객개발 권고안 제시
- 연구 범위: 공연예술 6단계 수용이론 모델, 조사(SPPA) 자료 분석, 관객개발 전략

2) Andreasen, Alan R.(1991). 「Expanding the Audience for the Performing Arts」, Washington, D.C.: National Endowment for the Arts.

■ 분석 대상과 시기

- 대상: 미국에서 시행한 국민 참여 공공 조사(이하 SPPA) 참여자(설문지 2,607부)
- 시기: 1982년 11월~12월

(2) 가설/변수/연구 문제 등

■ 관객개발 의사 결정 기준

- 첫째, 시장을 하나 이상의 마케팅 개입 초점이 될 수 있는 상호 배타적인 대상 집단으로 나누는 방법
- 둘째, 각 부분(비 노력 여부 포함)의 마케팅에 어느 정도의 노력을 할당해야 하는지
- 셋째, 마케팅 활동에 지출할 비용(예: 가격 인하, 광고 인상, 제안 변경)
- 넷째, 특정 전략에 관한 부분으로 접근할 때
- 위와 같은 의사 결정 기준을 기반해 관객개발 프로세스의 계층적 모델 정의와 2차 단면 자료를 활용 해 소비자가 무관심함에서 예술에 대한 높은 관심으로 전환하는 과정을 분석

■ 모델·가설·연구 문제·변수

- 관객 측면에서 공연예술은 흥미와 참석이라는 두 가지 단어로 척도가 결정되므로 관객 계층을 분석할 때 “선택(수용) 과정” 이론을 적용하여 모델 설계

[표 2-2] 모델·가설·연구 문제·변수

구분	내용
계층적 모델	<ul style="list-style-type: none"> • 무관심(Disinterest) ⇨ 2단계: 관심(Interest) ⇨ 3단계: 시도(Trial) ⇨ 4단계: 긍정적인 평가(Positive evaluation) ⇨ 5단계: 수용(Adoption) ⇨ 6단계: 확인(Confirmation)
가설	<ul style="list-style-type: none"> • 관객개발은 대상 소비자가 단계별 과정과 관련하여 서로 다른 단계에 있다는 것을 인식함으로써 가장 잘 촉진됨(광범위한 개입에 대한 완전한 무관심) • 공연예술 선택 과정은 단계와 진행 순서에 대한 합리적인 사양 • 청중 개발을 위한 가장 합리적인 목표는 각 부분을 가장 큰 참여 단계로 직접 이동하기보다는 다음 단계로 이동하는 것
연구 문제	<ul style="list-style-type: none"> • 공연예술 선택 과정의 각 6단계에서 개인들을 묘사하는 특징은 무엇인가? • 공연예술 선택 과정에서 인접한 단계에 있는 사람들 사이에 차별되는 특징은 무엇인가? • 이 구별되는 변수들은 개인이 한 단계에서 다음 단계로 이동하는 과정에 대해 무엇을 설명하고 있는가? • 이러한 연구 결과는 공연예술을 위한 관객 확대를 추구하는 매니저들에게 무엇을 추천할 수 있는가?
변수	<ul style="list-style-type: none"> • 변수는 SPAA 자료에 의해 측정된 변수 7개: 아동 사회화, 성인 사회화, 생활방식, 근무상태, 가족생활 주기, 참여장벽, 그리고 인종·성별·소득과 같은 기타 사회경제적 특징 • 변수 집합은 아래와 같을 때 참여 증가가 발생할 수 있다는 개념에 기초함 <ol style="list-style-type: none"> 1. 개인은 공연예술을 감상하는 방법을 어느 정도 배웠다. 2. 개인은 공연예술에 참여하는 것을 포함하거나 이에 양립하는 생활 양식이 있다. 3. 개인이 다른 매체의 오락에 대한 욕구를 완전히 충족시키는 것은 아니다. 4. 개인은 아직 참석에 만족하지 않는다. 5. 개인은 참석자 증가에 대한 주요 장벽을 인식하지 못한다.

(3) 연구 결과/시사점(전략)/관객 정의

■ 연구 결과

○ 설문조사 자료 분석으로 변수에 따른 결과 및 공연예술 6단계 수용이론 모델은 아래와 같음

[표 2-3] 변수와 특징

변수	항목	결과	유의 여부
사회경제적	인종	사회경제적 변수와 생활방식 변수의 집합은 예술 참석에 대해 가장 많이 영향받음 등	○
	성별		
	학력		
	소득		
	거주지		
	가구 규모		
아동 사회화	-	예술을 처음 접한 시기 예술 참석에 대해 강하게 영향받음(부모에 의한 예술 참여 권유 및 격려)	○
성인 사회화	-	대학에서 또는 동료 학생들에 의해 예술 참석에 대해 영향받음(라이브 공연 참석이 가장 효과적)	○
생활방식	-	충분한 여가 활동은 예술 참석에 대해 영향받음(문화예술 감상 및 활동)	○
근무상태	-	일하는지 안 하는지에 따라(또는 어떤 직업인지에 따라) 예술 참석에 영향받음	○
가족생활 주기	-	생활주기에 따라 예술 참석에 영향받음(가족 규모, 자녀 또는 배우자 여부 등)	○
참여장벽	-	질병, 비용, 시간 부족, 여행과 관련된 문제, 개인적인 장벽(동반자 없음, 베이비시터 문제, 범죄 등)	○

[표 2-4] 공연예술 6단계 수용이론 모델 해설

단계	내용
1단계 무관심	12개월 동안 6개 공연예술 장르 중 참석 사실 없고 참석에 관심 없음
2단계 관심	12개월 동안 6개 공연예술 장르 중 참석 사실 없지만, 참석에 관심이 있음
3단계 시도	12개월 동안 6개 공연예술 장르 중 하나 이상 참석했지만, 더 많은 참석에 관심 없음
4단계 긍정적 평가	12개월 동안 6개 공연예술 장르 중 하나 이상 참석했으며, 더 많이 참석하려고 함
5단계 수용	12개월 동안 6개 공연예술 장르 중 하나 이상의 공연에 두 번 이상 참석했지만, 더 많이 참석하는 것에는 관심 없음
6단계 확신	12개월 동안 6개 공연예술 장르 중 하나 이상의 공연에 두 번 이상 참석했고 더 많이 참석하기를 원함

- 연구에서 분석한 여러 가지 중요한 변수들을 고려하여 마지막 4개의 방정식을 해석(관객 이동을 위한 유의점 등)
- 결과 1. 시도: 다른 변수들이 일정하게 유지되는 상황에서, 시도 단계로 이동하는 것은 어린 시절 미술에서 부모의 격려와 연관되지 않고, 대학에 가는 것과 긍정적으로 연관될 수 있음. 수용 단계로 이동하는 사람들은 나이가 더 많거나, 최근에 결혼하지 않았거나, 6세 미만의 자녀가 없는 사

람들일 가능성이 큼. 6세 미만의 아이를 갖는 것은 첫 행사에서도 실제 참석을 분명히 억제함. 시도 단계로 넘어가고 더 멀리 이동하는 것에 관심을 보이지 않는 사람들은 박물관 방문, 하이킹 또는 캠핑, 영화 보기와 같은 다른 활동에 참여 가능성이 있으며, 그들은 무대 뒤에서 연극을 하거나 스스로 그림을 그리고 조각하는 것과 예술 참석의 균형을 잡는 편

- 결과 2. 긍정적 평가: 시도 단계 후 예술적 관심의 증가에 관한 관심을 키우는 것은 동기부여와 억제 모두의 문제로 판단. 부모의 격려와 표준 대도시 지구(SMSA)에서 사는 것은 더 많은 참석을 원하게 만들고, 3만 달러 이상의 수입이 분명히 더 깊이 관여할 수 있는 수단을 제공하는 데 도움이 됨. 다만, 6세 미만의 자녀를 두거나 결혼하는 것은 여러 행사에 참석하는 것을 방해함(4단계). 그 결과, 이 그룹은 기록물이나 테이프를 들고 유적지를 방문하는데, 이는 아마도 어린 자녀들과 함께하기 때문. 가정생활은 그림, 조각, 공예품을 덜 허용하고 보드게임을 장려함. 이 단계에 있는 사람들은 성인 예술 수업에 참여함으로써 예술에 관한 관심을 유지함
- 결과 3. 수용: 여러 행사에 참석하기 위해 이동하는 것은 부모의 격려와 미술관에 가는 것과 그림 그리고 조각과 관련이 있지만, 유적지를 방문하거나 운동하거나 조깅 하는 것과는 관련이 없음. 수용 단계에서 여성은 자선 사업과 연관될 가능성이 더 큼. 남성은 현재의 참석 수준을 넘어서는 것을 원하지만 다른 의무에 의해 억제되는지가 중요함. 확산 단계로 이동하는 것은 라디오에서 예술에 대한 더 큰 관심과 음반이나 테이프에서 예술에 대한 더 적은 관심과 관련이 있음
- 결과 4. 확산: 다수의 참석을 넘어 더 많은 참여를 원하는 움직임도 다시 동기부여와 억제자의 기능. 이 경우 부모의 격려보다는 학교 내 조기 예술 수업의 형태로 아동 사회화가 다시 중요함. 이전 전환과 마찬가지로 수명 주기 요인은 더 이상 중요하지 않음. 확산 단계로의 이동은 미술 수업 참석의 감소와 유적지 방문과 운동 또는 조깅의 증가와 관련 있음. 더 중요한 것은 여성이 남성보다, 표준 대도시 지구(SMSA) 거주자가 비표준 대도시 지구(SMSA) 거주자보다 예술에 대한 장기적인 헌신을 가질 가능성이 큼

■ 시사점(전략)

○ 시사점

- 직접적인 목표: 단계를 전환할 수 있도록 사람들의 상황을 명확히 식별하고 자원 집중 필요
- 자기 선택: 단계마다(그룹마다) 어떤 얘기를 하고 있는지 다양한 의견 수렴

○ 전략

- 평가 유도: 예술 참여를 통한 평가 유도
- 긍정적인 참석 장려: 예술 관련 참석 추천
- 채택 장려: 안내서(brochure), 메시지 등을 제공
- 확인 유도: 정기 관람(구독) 유도 등

■ 관객 정의

- 공연예술 6단계 수용이론으로 관객에 대해 정의함

2) 강남임·김소영·지주은(2010), 「공연예술 관람객 유형화 및 유형별 특성에 관한 연구」 요약³⁾

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 관객 유형화의 새로운 기준(관람 횟수, 관람한 장르)을 토대로 다양한 변수를 사용해 공연 예술 관객을 다각적으로 분석하고 공연예술 관객 기초 정보를 제공하며 마케팅 방안 제시
- 연구 범위: 관객 유형화 기준, 공연예술 관람 횟수 증가와 관람 장르 확대 방안
- 분석 대상과 시기
 - 공연 관람객과 일반인(273부 분석(SPSS 12.0, Mixture Model 사용))
 - 2010년

(2) 가설/변수/연구 문제 등

- 변수와 그에 따른 세부 요인
 - 인구통계학적 변수: 성별, 교육 수준, 나이, 소득 수준
 - 행동적 변수: 공연 관람 횟수(의도), 추구 편익, 공연 선택요인, 공연 태도, 공연 장르
 - 사회 심리학적 변수: 생활방식
 - 환경적 변수: 예술교육, 부모님에 의한 사회 변수

(3) 연구 결과/시사점(전략)/관객 정의

- 연구 결과
 - 관객 유형 분류 결과값과 관객 유형 분류에 영향을 미치는 변수는 아래와 같음

[표 2-5] 관객 유형 분류

구분		공연 무관심형	공연 선호형	공연 마니아형	공연 슈퍼 마니아형	전체 시장	Wald 값(p-value)
공연 관람 횟수	최근 1년간 공연 관람 총횟수	1.22	4.31	10.36	29.69	10.52	246.61
공연 관람 장르 수	없음	38.0%	0%	0%	0%	4.4%	40.42
	1개 장르	61.1%	23.0%	4.3%	0.1%	16.9%	
	2개 장르	0.5%	59.0%	20.2%	3.2%	28.9%	
	3개 장르 이상	0.4%	18.0%	75.5%	96.7%	49.8%	
계		11.5%	36.1%	34.7%	17.6%	100%	

3) 강남임·김소영·지주은(2010). 「공연예술 관람객 유형화 및 유형별 특성에 관한 연구」, 2010 한국문화산업학회 경제학 공동학술대회 요약.

[표 2-6] 관객 유형 분류에 영향을 미치는 변수

구분	유의한 변수	유의하지 않은 변수
인구통계학적 변수	• 성별, 직업, 학력	• 나이, 결혼 여부, 가계 소득
행동적 변수	• 공연정보 원천, 공연 선택 속성, 공연 관람 제안자, 공연 관람 결정자, 입장권 구매 방법 • 관람 횟수, 선호 장르, 관람 동기, 관람 장애요인, 추구 편익, 공연예술 관련 동호회 가입 여부	• 공연 결정 영향자, 공연 관람 구매자, 공연 관람 동반자
사회 심리학적 변수	• 생활방식	
환경적 변수	• 부모님의 공연 관람 동반 여부, 부모님의 공연 관람 정도, 예술 전공, 성년기 예술교육, 유년기 예술교육	• 유년기 관람 정도

■ 시사점(전략)

○ 관객 유형별 특징 및 시사점(전략)은 아래 표와 같음

[표 2-7] 관객 유형 분류

유형	특징 및 시사점(전략)
공연 무관심형	공연 관람에 매우 소극적, 교제를 위해, 특별한 날 기념으로 공연 관람 → 공연 자체에 대한 인식 전환 필요
	인터넷과 TV/라디오를 통해 공연정보 획득 → 대중매체 활용 공연 홍보로 새로운 잠재고객 개발
	대부분 남성(61.8%) → 남성 특별 이벤트 시행
	공연 관람 제안자 친구/연인 → 동반 관람 이벤트 시행으로 관람 기회 확대
	비 관람 장르(무용/발레, 오페라)에 대한 새로운 관심 필요 → 이해하기 쉽고 재미있는 작품 초대권 제공 및 다양한 행사 초대
공연 선호형	문화생활을 즐기기 위해 공연을 관람하는 세분 시장
	공연 관람 횟수가 매우 높지만 이미 공연예술 기호 형성됨, 초대권 관람 → 공연에 관한 관심과 관여도를 높일 방안연구, 작품 질을 향상하고 작품에 대한 기호를 형성해 실제 구매가 이루어질 수 있는 마케팅 전략 수립
	주부들의 생활방식에 맞는 공연 시간 활용과 제휴 마케팅
	할인제공과 다양한 행사에 초대
공연 마니아형	공연 관람을 문화생활로 즐기는 동시에 전공과 업무 관련 공연 관람
	공연 관람 정도가 높은 유형
	유년기, 성년기 예술교육 경험을 통해 자연스럽게 공연 관람
	주변 사람들의 추천에 영향받음 → 동호회, 커뮤니티 등을 통한 구전 마케팅 활용, 공연 후기 활용
	편중된 장르의 공연 관람보다 다양한 장르의 공연 관람 유도 → 특별 할인과 혜택으로 동반/단체 관람 유도
공연 슈퍼 마니아형	가장 적극적으로 공연을 관람하는 유형
	뮤지컬, 연극 다음으로 무용/발레 장르 선호 → 무용/발레 장르는 슈퍼 마니아층을 대상으로 집중 홍보마케팅 시행
	전공/업무 관련 공연 관람도 있음
	공연예술 관련 동호회 특별 관리와 혜택 제공
	유년기와 성년기의 예술교육 경험으로 공연에 관한 관람 빈도 매우 높음
	선택 속성: 공연 관람료 < 공연 자체의 예술적 완성도, 단체/출연진의 유명도 → 국내외 완성도 높고 예술성이 뛰어난 작품을 제공하여 흥미를 유발하고 만족도 극대화 노력 필요
지속적 서비스 만족도 조사 시행으로 요구에 민감하게 대응하여 충성도 유지 필요	

■ 관객 정의

- 4가지 관객 유형을 분류하여 정의함

3) Kevin F. McCarthy, Kimberly Jinnett(2001), A New Framework for Building Participation in the Arts⁴⁾ 요약

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 관객의 예술 참여 의사 결정 과정의 행동 모델 제시. 예술기관들에 관객이 예술 관람에 참여하게 만들기 위한 효과적 전략 설계를 사용할 수 있는 틀 제공
- 연구 범위: 예술 참여 구축, 설문조사(SPPA), 관객개발 프로그램 전략, 시청자 참여 행동 모델 개발
- 분석 대상과 시기
 - 미국 윌리스 리더 다이제스트 기금의 지원을 받고 기금에서 참여 구축 활동을 활발히 한 단체 13개 예술기관 현장 방문 조사 : 2001년
 - 미국 윌리스 리더 다이제스트 기금과 기사 재단으로부터 지원받았거나 받는 102개 예술 단체 전화 설문조사 : 2001년

(2) 가설/변수/연구 문제 등

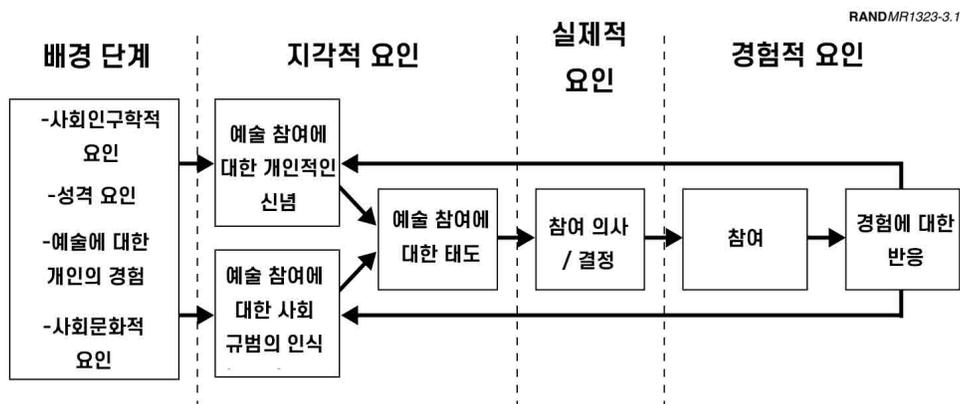
- 가설과 변수
 - 관객의 예술 참여 결정은 단순히 이분법적(참여 혹은 비참여) 행동이 아니라 여러 가지 개별적인 고려 사항 또는 단계가 내재해 있고, 단계별로 다양한 요인이 영향을 미치는 복합적인 과정을 수반함
 - 가설
 - 의사 결정 과정에 대한 특정 요인의 영향은 가장 관련성이 높은 단계에 따라 다르게 작용함
 - 연구 모델과 변수는 아래와 같음

4) Kevin F. McCarthy, Kimberly Jinnett.(2001). 「A New Framework for Building Participation in the Arts」, RAND Corporation.

[표 2-8] RAND MODEL 단계와 변수

단계(변수)	하위 변수
배경 단계	<ul style="list-style-type: none"> • 사회인구학적 요인 - 개인의 사회적(교육, 소득, 직업 등) 특성과 인구 통계학적(나이, 성별, 생애주기 단계) 특성
	<ul style="list-style-type: none"> • 성격 요인 - 개인이 가지는 고유한 요인
	<ul style="list-style-type: none"> • 예술에 대한 개인의 이전 경험 - 개인의 집단 소속과 정체성을 설명하는 요인
	<ul style="list-style-type: none"> • 사회문화적 요인 - 개인의 집단 소속과 정체성을 설명하는 요인(초기에는 각 배경 요인들이 이미 확립되어 있으므로 참여 결정에 외부 변수로 작용할 수 있음)
1단계: 지각적 요인(개인이 예술에 참여하려는 성향을 형성하는 단계)	<ul style="list-style-type: none"> • 편익과 비용에 대한 인식을 포함한 예술 참여에 대한 개인적인 신념 • 예술 참여에 대한 개인이 동일시하는(가족, 친구 등) 사회 집단의 규범에 대한 이해 - 예술 참여의 편익과 비용, 그리고 개인이 선택할 수 있는 다양한 유형의 예술과 참여 형태를 평가할 가능성이 큼 - 이 단계에서 참여에 대한 반대의 성향이 있는 개인은 참여 촉진을 위한 어떠한 조치를 해도 그 성향을 변경하는 데 많은 시간이 소요되거나 어려울 수 있으며 때로는 개인의 성향을 바꾸기 위해 사회 집단의 태도를 바꿔야 할 수도 있음
2단계: 실제적 요인(예술에 참여한다고 결정한 개인들의 특정 참여 기회에 대한 평가 단계)	<ul style="list-style-type: none"> • 예술 프로그램에 대한 정보 • 비용 및 시기 • 편의성(장소) • 시간적 여유 - 예술에 실제로 참여하기 전 각 요인에 대한 장벽이 있다면 사전에 그 문제를 해결해야 하며, 장벽을 극복하는 정도는 개인 성향의 정도에 따라 달라짐
3단계: 경험적 요인(개인의 실제 참여 경험과 참여 의지에 대한 후속 평가 단계)	<ul style="list-style-type: none"> • 예술 참여 경험 - 특정 예술 경험은 예술에 대한 개인의 기대를 바꿀 수 있으며 기존 사회 집단에도 영향을 미칠 수 있음. 나아가 개인의 기존 사회 집단을 바꾸게 할 수도 있음 - 개인의 실제 참여 경험의 결과가 긍정적이든 부정적이든 예술 경험은 개인의 전반적인 경험으로 피드백되어 개인의 태도와 가치를 바꾸고 향후 예술 참여 결정에 영향을 미침

[그림 2-1] RAND MODEL



(3) 연구 결과/시사점(전략)/관객 정의

■ 연구 결과

- 단계별 하위 변수는 모두 유의함

[표 2-9] 단계별 변수 유의 여부

단계(변수)	하위 변수	유의 여부
배경 단계	• 사회인구학적 요인	○
	• 성격 요인	
	• 예술에 대한 개인의 이전 경험	
	• 사회문화적 요인	
1단계: 지각적 요인	• 예술 참여에 대한 개인적인 신념	○
	• 사회 집단의 규범에 대한 이해	○
2단계: 실제적 요인	• 예술 프로그램에 대한 정보	○
	• 비용 및 시기	○
	• 편의성(장소)	○
	• 시간적 여유	○
3단계: 경험적 요인	• 예술 참여 경험	○

■ 시사점(전략)

- (결과 1) 참여 목표와 목표 집단을 기반으로 참여 구축에 사용할 수 있는 전략: 예술 단체의 참여 구축 방법: 각 참여 목표는 적합한 특정 대상이 있고 특정 목표 대상이 관련되어있는 요인을 파악하여 효과적인 전략 구축 필요
 - 예술 단체의 참여 구축 방법
 - 참여의 다양화 : 참여 의향이 없는 개인에게 가장 적합함. 지각적 장벽을 극복하고 예술에 대한 개인의 태도를 바꾸는 것이 중요함(지각적 요인)
 - 참여의 확대 : 참여하려는 경향이 있지만, 현재 그렇게 하고 있지 않은 개인에게 적합함. 예술 프로그램의 정보, 높은 비용, 공연 장소의 접근성 등 실제적 장벽을 극복할 수 있는 전략제시가 중요함(실제적 요인)
 - 참여 심화 : 현재 참여하고 있는 개인에게 가장 적합함. 세미나, 워크숍, 공연 전 및 후 토론 제공 등 예술에 대한 지식을 높이고 개인의 예술 경험을 보람있게 만드는 것이 중요함(경험적 요인)
 - 단체가 개인에 대해 필요로 하는 정보
 - 목표 인구의 성향: 현재 참여하는 사람과 그렇지 않은 사람의 구별, 참여하려는 경향이 있는 비참가자와 그렇지 않은 비참가자 구별이 가능해야 함
 - 동기부여: 참여하려는 사람들이 예술에 참여를 결정하기 이전에 예술에 직접적으로 참여, 개인 활동, 사회적 활동 등 어떠한 예술 참여 형태를 선호하는지에 대한 정보
 - 관객 요구: 잠재적 참가자들의 생활 양식, 관심사, 여가 활동에 대한 정보 등
 - 개인이 단체에 대해 필요로 하는 정보: 참여 의사 결정 과정에서 개인이 어느 단계에 위치하는가

에 따라 필요로 하는 단체가 제공하는 정보가 다름

- 참여 의향이 없는 개인: 예술과 개인의 이익을 의식하게 하는 정보가 필요함(전략의 예 : 타 여가 활동에 비해 예술이 제공하는 이점을 강조한 기관의 메시지 프레임화)
- 참여 의향이 있지만, 현재 참여하고 있지 않은 개인: 예술이 언제, 어디서, 얼마에 제공되는지 등 제공하는 활동에 대한 기본 정보가 필요함(전략의 예 : 개인의 특정 관심사와 예술 활동을 연결하는 프로그램을 통한 마케팅)
- 현재 참여하고 있는 개인: 예술에 대한 이해와 지식을 높여 참여 경험을 보람있게 만들 수 있는 정보가 필요함

- 개인에게 정보를 전달하는 방법(개인의 세 가지 유형으로 구분하지 않고 조사)

- 정보 전달 기술: 입소문, 무료 미디어, 다이렉트 메일, 커뮤니티 그룹에 대한 프레젠테이션, 커뮤니티 협력자, 유인물, 유료 미디어, 인터넷, 개인 전화, 광고판 등 10가지 홍보 기술 항목(10개 중 7개는 약 90%의 조직에서 사용, 50% 미만의 조직에서는 어떠한 기술도 사용되지 않음)
- 기술 조사 결과: 단체는 주로 그들의 예술 활동을 홍보하는 것에 우선순위를 두고 있었으며, 모든 단체가 입소문과 무료 미디어 홍보에 의존했고, 대부분의 단체가 다이렉트 메일을 사용했으며, 80~95%가 커뮤니티 그룹, 커뮤니티 협력자, 유인물, 미디어 내 유료 광고, 인터넷 프레젠테이션을 사용함. 가장 적게 사용되는 것은 개인 전화와 광고판
- 기술 효과: 입소문과 다이렉트 메일이 가장 효과적인 것으로 평가되었지만 전체의 40%의 단체만이 높은 효과로 평가함. 두 가지 기술은 단체와 참여자들 사이에 이미 확립된 연결에 의존한다는 공통점이 있음(입소문 - 가족과 친구 사이의 연락에 의존, 다이렉트 메일 - 이미 참여했거나 다른 단체에서 얻은 메일링 목록에 의존). 또한 지역 언론에서 예술 단체나 프로그램에 관한 기사 형태의 무료 언론 홍보와 유료 광고도 상당한 수의 단체에 의해 효과적이라고 평가됨
- 시사점: RAND Model이 제시하는 단체와 개인의 양방향 정보 교환의 중요성과 실제 예술 단체의 정보 수집과 보급 전략에 불일치가 있음을 시사함. 대체로 단체는 개인의 정보를 수집하기 위해 공식적인 기술보다 비공식적인 기술(직원 간의 토론)에 의존하는 경향이 많음. 이는 단체가 일반적으로 참여 구축을 위한 목표 집단의 정보보다 현재 참가하고 있는 개인의 정보를 훨씬 더 많이 알고 있는 이유를 설명할 수 있음

○ (결과 2) 참여 구축을 위한 통합적 접근 방식: 단체의 참여 구축 활동이 단체의 목적과 임무 요소, 가용 자원(예산), 그리고 그들이 운영하는 공동체 환경에 어떻게 부합하는지 고려할 필요가 있음. 이러한 고려 사항의 균형을 맞추려면 단체의 모든 주요 활동이 궁극적인 목적에 부합해야 한다는 가정의 통합적 접근법 필요

- 통합적 접근 방식의 단계

- 참여 구축 활동의 핵심 가치 및 목적 연계
 - ✓ 목적 및 사명에 따른 단체 유형: 특정 예술 형태의 규범을 지원(규범 중심 단체), 예술을 매개로 하여 그들의 지역사회를 개선(지역사회 중심 단체), 개인을 창의적 과정에 참여시키고 새로운 예술가를 훈련(창의성 중심 단체)
- 정보에 기반한 목표 그룹 식별 및 전략 개발
 - ✓ 대상 그룹 식별: 일반적으로 단체가 활동하는 지역사회, 즉 지리적인 요인을 고려. 또는 지

역사회 공동체 내에서 가장 부족하거나 혹은 가장 빠르게 성장하고 있는 활동을 고려하여 대상을 선택하거나, 단체의 중요한 목적과 임무 요소를 고려하여 이에 따라 목표 대상을 선택할 수도 있음

- ✓ 대상 그룹 정보 수집: 대상 그룹의 예술에 대한 인식, 참여 동기, 참여 방해 요인(지각적, 실제적, 경험적 장벽) 등의 정보를 수집해야 함
- ✓ 적절한 전술 개발: 대상 그룹이 가질 수 있는 지각적, 실제적, 경험적 장벽 요인에 적절한 전술을 개발해야 함
- 단체의 자원 이해
 - ✓ 내부 자원: 직원 채용, 교육 및 동기부여, 예산 운영, 거버넌스, 변화에 대한 적응 등 단체의 기본적인 요구와 참여 구축 전략을 시행하기 위한 자원의 균형을 맞추려면 단체 내 갈등이 생길 수 있음. 이는 단체 규모나 연혁 등에 따라 갈등의 정도가 다른 것으로 나타남
 - ✓ 다른 단체와의 협업: 대부분의 단체가 가용 자원을 확장하는 방법으로 지역사회 내의 다른 기관 및 개인과 전략적 제휴를 구축하는 것의 중요성을 인식하고 있음. 이러한 제휴 및 협업의 효과가 발생하려면 협업단체의 임무 요소가 상호 보완적이어야 하며 각 단체의 노력에 대한 기대와 자원이 명시되어야 함
- 피드백 및 자체 평가를 위한 프로세스 수립
 - ✓ 참여 구축 프로그램이 진행됨에 따라 예술 활동이 조정될 수 있도록 운영 계획과 진행 상황을 모두 평가하는 적절한 프로세스가 구축되어야 함

■ 관객 정의

- 비 참여자에서 참여자가 되는 과정의 3단계로 정의

4) Alan S. Brown, Jennifer L. Novak-Leonard, Shelly Gilbride, Ph.D.(2011), Getting In On the Act : How arts groups are creating opportunities for active participation 요약⁵⁾

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 예술 참여에 대한 사례 연구를 중심으로 실천 참여체계 분석
- 연구 범위: 참여형 예술 프로그램 사례분석, 생태학, 시청자 참여 단계 체제 모델, 사례 연구
- 분석 대상과 시기
- 참여형 예술 프로그램(70개 분석), 2011년 진행

5) Alan S. Brown, Jennifer L. Novak-Leonard, in partnership with Shelly Gilbride, Ph.D.(2011). 「Getting In On the Act : How arts groups are creating opportunities for active participation」, The James Irvine Foundation.

(2) 본론 요약

■ 본론 요약

- 2008년부터 시작된 지속적 경기침체, 공연 입장권 가격의 상승, 소셜 미디어의 발전, 디지털 콘텐츠의 확산, 관객의 맞춤형 경험에 대한 기대 증가는 적극적인 예술 참여를 위한 환경 변화로 나타남
- 이러한 환경 변화에 따른 관객의 예술 참여 형태 변화는 예술 단체들이 다양한 방식으로 대중을 적극적으로 참여시키는 예술 참여 프로그램의 제작으로 이어짐
- 관객개발을 위해 예술 단체들은 변화하는 환경에 맞추어 관객의 참여형 예술 프로그램을 재고할 필요가 있음
 - 차세대 관객과 방문객을 유치하기 위해서는 더 나은 마케팅뿐만 아니라 프로그래밍의 변화가 필요함
- 예술 참여 프로그램은 크게 2가지로 유형화하여 6가지로 세분할 수 있음

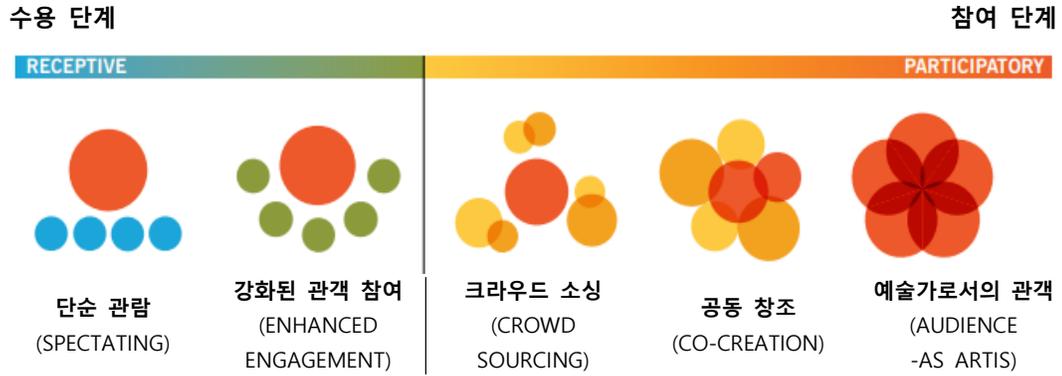
[표 2-10] 예술 참여 프로그램 분류

구분		내용
의도된 청중에 따른 분류	청중 기반 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> • 예술 프로그램과 예술 제작 참여 이상의 관객개발 프로그램과 프로젝트를 포함 - ex. 프로와 아마추어 연주자의 혼합형 클래식 콘서트, 커뮤니티 기반 연극 이벤트 등
		<ul style="list-style-type: none"> • 예술 제품의 소비에 초점
	참가자 기반 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> • 참여자에게 창의적 경험을 제공하는 것이 주목적인 예술 프로그램과 프로젝트를 포함 - ex. Bal Moderne, 사교댄스, Stetch Crawl, 드로잉, 마라톤 등
		<ul style="list-style-type: none"> • 예술 창작 과정에 초점
목표나 결과에 따른 분류	지역사회의 요구 혹은 사회적 목표에 따른 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> • 사회 정의, 소외된 지역사회에 목소리를 내는 것과 같은 특정 목표를 중심으로 설계된 참여형 예술 프로그램 - ex. 신흥 비주얼 아티스트 센터가 주관하는 필라델피아의 청소년과 노인들이 참여하는 일련의 참여형 아트 프로젝트인 Art is Ageless 프로그램, 사회서비스 기관인 New Courtland Network
	예술적 비전을 지원하거나 보완하기 위한 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> • 예술적 결과보다 참여하는 과정이 중요한 예술 프로그램 - ex. 샌프란시스코 심포니의 음악 제작자 공동체 프로그램(San Francisco Symphony's Community of Music Makers) • 예술 단체 조직의 사명에 대한 충성심과 참여 형성, 공동체 의식 함양에 유용함
	예술 프로세스 혹은 제작을 위한 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> • 관객이 실제로 예술을 창작할 수 있는 상황이 포함된 프로그램 - ex. 웨일스 국립극장이 제작한 'The Passion'은 출연진과 승무원을 총 1,000명 이상의 자원봉사자로 구성
	기본적 참여를 위한 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> • 관객과 예술가가 하나가 되는, 관객의 활동 참여가 중요한 프로그램 • 예술적 결과는 참여의 부산물로, 예술적 결과는 불확실하며 대부분 참가자에 의해 결정됨

- 예술 참여 프로그램을 참고한 시청자 참여 단계 체제는 관객의 예술 참여의 성격과 정도에 따라 분

류한 것으로, 5가지 단계로 구분할 수 있음

[그림 2-2] 시청자 참여 단계 체제



[표 2-11] 시청자 참여 단계 체제 분류

구분		내용
<수용 단계> 관객들이 예술 작품을 수동적으로 관람하는 형태로 관객이 공연에 참여하는 것을 포함하지 않음	단순 관람	완성된 예술 작품을 단순 관람하는 행위. 참여형 예술 학습 (art practice)의 영역 밖에 있음
	강화된 관객 참여	창의적 정신을 활성화할 수 있지만 창의적인 표현은 포함하지 않음
<참여 단계> 관객의 자발적이고 적극적인 행위가 수반됨	클라우드 소싱	인터넷 IT 기술의 발전으로 디지털 콘텐츠의 공유가 가능하게 되면서 관객이 전문 예술가에 의해 창작되는 예술 작품에 기여할 때 발생
	공동 창조	관객이 전문 예술가들의 창작과 경험에 직접적으로 참여할 때 발생
	예술가로서의 관객	관객이 예술 제작에 많은 부분에 관여할 때 발생하며, 예술 작품의 결과는 관객의 예술성에 따라 달라짐. 아마추어예술 행사들이 이러한 유형에 속함

(3) 연구 결과/시사점(전략)/관객 정의

■ 연구 결과

- 예술 프로그램의 다양한 특징을 반영하기 위해 약 70개의 예술 참여 프로그램과 행사 사례를 분석한 결과 이를 10가지 유형으로 분류할 수 있음

[표 2-12] 예술 참여 프로그램 10가지 유형

구분	내용
지역사회가 제공하는 예술 행사	제도적 관련성을 구축하고 예술 단체의 역할을 창의성의 촉매제로 전환
지역사회 활성화 극장 프로그램	예술에 지역사회 구성원을 초대하여 창작 및 관람하게 함으로써 예술을 일상생활의 일부나 공동체 형성의 도구로 사용
참여형 예술 행사	예술 창작을 통해 예술 참여를 장려
스토리텔링 이벤트	모든 계층의 사람들이 그들의 삶을 예술적으로 표현하고 공유하는 개별 이벤트
가상 활성화 프로그램	창의적 표현을 장려하고 촉진하는 대화형 웹 기반 프로그램
공공 댄스 행사	누구나 배우고 춤을 출 수 있는 프로젝트를 제작함으로써 춤을 삶의 일부로 인식하게 하고, 공동체 형성에 기여
공동 창작 프로그램	관객과 예술가 사이의 깊은 상호작용을 활성화하며 관객을 창작 과정에 참여시킴. 창의적 프로세스에 참여하고 상호작용하는 예술가와 기업 포함
공동체 음악 만들기	관객은 직접 연주하고 노래하며 자신만의 음악을 만들어내는 등의 참여적인 예술 경험을 함. 전문적 아마추어 활동을 하는 교향악단, 오페라 및 실내악 그룹 포함
시민적 가치 참여 프로그램	지역사회의 활력과 예술에 대한 대중의 지지를 형성하는 프로그램
참여형 예술 네트워크	이벤트를 통해 사람들이 참여할 수 있는 플랫폼을 제공함으로써 지역사회 네트워크를 활성화하고 예술에 대한 제작을 촉진하고 지원

■ 시사점(전략)

- 향후 사례 연구를 통해 활동적인 예술 프로그램을 개념화하고 구현하려면 다음과 같은 점(변수)을 고려하여 연구해야 함
 - 어떤 형태의 예술적 표현(예: 춤, 음악, 조각, 구어체)에 참여할 것을 제안하는가?
 - 어떤 규모의 영향을 미칠 것을 목표로 하고 있는가?
 - 기술을 사용하여 영향력을 확장하는 방법은 무엇인가?
 - 참가자 결과, 청중 결과 및 지역사회 결과 측면에서 무엇을 달성하기를 희망하는가?
 - 활동은 어느 정도까지 지역사회에 보이는 예술적 결과를 가져올 것인가?
 - 프로젝트에 참여할 수 있는 커뮤니티 파트너는 무엇인가?
 - 청중 구성원 또는 참가자에게 필요한 기술적 숙련도는 어느 정도인가?
 - 활동이 단독 참여(예: 가정), 사회적 참여 또는 둘 다를 허용하는가?
 - 전문 예술가와 큐레이터는 어느 정도까지 참여할 것인가? 그들은 어떤 자격이 필요한가?
 - 프로젝트/활동 진입점을 몇 개까지 만들 수 있는가? 그 활동은 신체적으로 참석할 수 없는 사람들이 접근할 수 있는가?

■ 관객 정의

- 전통적으로 관객이라는 용어는 공연을 관람하면서 관찰 또는 수용적 참여(즉, 라이브 또는 녹화된 예

술 프로그램을 관람하거나 소비하는 것)와 관련 있지만, 참여적 실천의 영역에서 예술가와 관객 사이의 경계는 뚜렷하지 않음

- 때로는 관객들이 적극적인 참가자가 되기도 하고, 때로는 참가자들이 춤을 추고 다른 사람들이 춤추는 것을 보는 스트리트 댄스와 같은 행사에서 이 두 역할을 전환하기도 함. 또한 적극적으로 참여하는 이들을 넘어 관객이 없는 사례도 있음
- 그래서 미래에는 전통적인 관객의 의미와 달리 관객이 더 표현적인 의미가 될 수 있음

5) 안범용(2012), 「전문화수준에 따른 연극관람객의 관람동기 차이」 요약⁶⁾

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 연극공연 관객을 전문화수준에 따라 세분하여 관람 동기 측면 차이를 고찰하고 마케팅 시사점 제시
- 연구 범위: 공연예술 관람 동기 간 관계 분석, 여가 레크리에이션 전문화 분석, 전문화수준 집단 분류
- 분석 대상과 시기
 - 부산광역시에 있는 극장 연극공연 관객 대상(설문지 337부(SPSS 19.0 사용))
 - 2012년 4월 2일~10일

(2) 가설/변수/연구 문제 등

- 정의
 - 연극 전문화수준은 연극에 대한 관람객의 전문성 정도로 정의함
- 전문화수준의 변수
 - 행동적 차원 5개: 연극관람 기간, 연간 연극관람 횟수, 방문한 연극공연장 수, 연평균 연극 관련 지출액, 연극 관련 매체/프로그램 정기 시청/구독 수
 - 정서적 차원 6개: “연극관람은 나에게 있어 중요하다.”, “연극에 대해 다른 사람과 이야기하는 것은 즐겁다.”, “연극은 나에게 많은 의미가 있다.”, “연극에 관한 한 나는 많은 이야기를 할 수 있다.”, “연극은 나의 주된 관심사이다.”, “나는 연극에 대한 신문/잡지/인터넷/ 기사 혹은 방송은 꼭 챙겨본다.”
 - 일반적인 특성: 성별, 나이, 교육 수준, 직업, 월평균 소득, 결혼 여부, 동반자
- 가설
 - “연극관람객의 전문화수준에 따라 연극관람 동기는 차이가 있을 것이다.”

(3) 연구 결과/시사점(전략)/관객 정의

6) 안범용(2012). 「전문화수준에 따른 연극관람객의 관람동기 차이」, 관광연구논총, 24권 4호 통권 33호 요약.

■ 연구 결과

- 변수에 해당하는 행동적 차원 5개와 정서적 차원 6개 총 11개 항목의 표준점수(z-score)를 산출하여 합산(-18.71~21.97)하고, 여가 레크리에이션 전문가 선행연구들의 결과에서 전문화수준이 높은 집단이 대체로 20% 내외로 나타났음을 고려해 구간을 영역별로 나누어 관객 유형 분류

[표 2-13] 관객 유형 분류

구분	구간	표준점수합산 범위
전문화수준 낮은 집단	표준점수합산 1%~30% 영역(하위 30%)	-18.71~-3.60
전문화수준 보통 집단	표준점수합산 31~80% 영역	-3.57~5.08
전문화수준 높은 집단	표준점수합산 81%~100% 영역(상위 20%)	5.17~21.97

- “연극관람객의 전문화수준에 따라 연극관람 동기는 차이가 있을 것이다.” 가설 채택

[표 2-14] 전문화수준에 따른 집단 간 연극관람 동기 차이 분석 결과

연극관람 동기	집단	N	평균	F	p	Scheffe
일상탈출 및 자아 정립	전문화수준 낮은 집단	96	2.51	26.901	.000**	1 2 3
	전문화수준 보통 집단	160	2.85			1 * *
	전문화수준 높은 집단	54	3.37			2 *
	합계	310	2.83			3
타인과의 교제 및 지식습득	전문화수준 낮은 집단	96	2.70	10.283	.000**	1 2 3
	전문화수준 보통 집단	160	2.88			1 *
	전문화수준 높은 집단	54	3.32			2 *
	합계	310	2.90			3
문화 향유 욕구 충족	전문화수준 낮은 집단	96	3.24	18.796	.000**	1 2 3
	전문화수준 보통 집단	103	3.63			1 * *
	전문화수준 높은 집단	53	3.92			2 *
	합계	312	3.56			3

*: $p < .05$, **: $p < .01$

○ 추가 분석

- 첫째: 연극관람객은 행동적 차원과 정서적 차원에서 다양한 전문화수준이 나타남. 연극에 대한 전문화수준에 따라 분류했을 때 연극관람 동기의 모든 하위차원에서 통계적으로 유의한 차이가 집단 간 존재하고 전문화수준이 높아질수록 모든 측면의 동기 역시 더 강하게 작용함
- 연극에 대한 전문화수준이 높아지면서 사회화과정을 통해 관련 지식 증가, 해당 활동에 대한 태도 및 선호도 변화가 이루어졌고, 이러한 변화가 연극관람 동기 측면의 변이를 가져왔기 때문으로 추정
- 둘째: 연극의 전문화수준에 상관없이 “일상탈출 및 자아 정립” 또는 “타인과의 교제 및 지식습득” 보다 “문화 향유 욕구 충족” 동기가 강하게 작용하여 연극을 관람하는 것으로 나타남
- 최근 들어 연극관람이 일상 생활권 내에서 점차 증가하고 있는 문화 향유 욕구 충족에 적절한 여

가 활동으로 인식되고 있기 때문에 추정

■ 시사점(전략)

- 첫째: 이 연구는 여가 레크리에이션 전문화 개념이 연극관람과 같은 여가 활동 참여와 관련해 사람들의 행동적, 인지적 정서적(혹은 관여) 측면 역시 다양한 방식으로 발전함을 입증
- 둘째: “여가 향유 욕구 충족” 동기의 중요성을 고려할 때 연극시장의 확대를 위해서는 연극관람이야말로 여가 향유 욕구 충족에 효과적이라는 점을 연극에 관한 홍보활동에 적극적으로 활용해야 함. 지역 단위의 자생적이고 자율적인 연극단체의 육성·지원을 통해 지역주민의 삶 속에 더 많은 연극을 관람할 기회 확대와 전문화수준 높이는 노력 필요

■ 관객 정의

- 관객에 대한 이론적 정의는 없음

6) 임승희(2014), 「전통예술 공연 시장 확대를 위한 관객 유형화와 관객 유형 변화 요인에 관한 연구」 요약⁷⁾

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 전통예술 시장 확대를 위해 관객층을 유형화하여 관객 유형별 차이 규명
- 연구 범위: 전통예술 공연에 대해 소극적 관객층을 더욱 적극적인 관객층으로 변화시키는 요인 규명, 전통예술 공연시장 활성화 전략적 시사점 도출
- 분석 대상과 시기
 - ‘A’ 공연장 방문객 대상(설문지 1,004부(SPSS 19.0 사용))
 - 2014년

(2) 가설/변수/연구 문제 등

- 정의
 - 관객의 심리적 특성과 행동적 변수 조합이 전통 공연 관객의 의미 있는 유형화 기준에 해당함으로 정의
- 연구 문제
 - 관객을 행동 변수인 관람 빈도와 심리적 변수인 관심도에 따라 유형화
 - 연구 문제1: 전통예술 공연 관객은 전통예술 관람 빈도와 관심도에 따라 어떻게 유형화되는가?
 - 인구 통계적 특성, 공연 구매 행동 차이(공연 구매 전-공연 구매 단계)
 - 연구 문제2: 전통예술 공연 관객 유형에 따라 인구 통계적 특성과 공연 구매 행동(공연 구매 전-공연 구매 단계 행동)은 어떠한 차이가 있는가?
 - 전통예술에 관한 관심 변화와 전통예술 공연 관람 빈도 유형 변화와의 관계

7) 임승희 (2014). 「전통예술 공연 시장 확대를 위한 관객 유형화와 관객 유형 변화 요인에 관한 연구」, 문화산업연구, 14권 4호 요약.

- 연구 문제3: 전통예술 공연 관객 유형을 저 관람자에서 고 관람자, 또는 저 관심자에서 고 관심자로 전환하는 데 영향을 미치는 요인은 무엇인가?

(3) 연구 결과/시사점(전략)/관객 정의

■ 연구 결과

- 연구 문제1: 전통예술 공연 관객은 전통예술 관람 빈도와 관심도에 따라 어떻게 유형화되는가?
 - 전통예술 공연 관람 빈도와 전통예술 공연 관심도의 중간값을 기준으로 집단 유형화
 - 전통예술 공연 관람 빈도의 연평균 2회 이하 관람자를 '저빈도', 3회 이상 관람자를 '고빈도' 관람자로 구분. 전통예술 공연에 대한 관심도는 중간값인 4점을 기준으로 '고관심' 관객과 '저관심' 관객 구분

[표 2-15] 전통예술 공연 관객 유형 분류

전통 공연 관람 빈도	고	유형 1 고빈도 관람-고관심형	유형 2 고빈도 관람-저관심형
	저	유형 3 저빈도 관람-고관심형	유형 4 저빈도 관람-저관심형
		고	저
		전통 공연 관심도	

- 연구 문제2: 전통예술 공연 관객 유형에 따라 인구 통계적 특성과 공연 구매 행동(공연 구매 전-공연 구매 단계 행동)은 어떠한 차이가 있는가?

[표 2-16] 관객 유형별 인구통계 특성

관객 유형	특성
유형 1 고빈도 관람-고관심형	<ul style="list-style-type: none"> • 여성과 29세 이하의 젊은 층의 비율 높음 • 대학원 이상 고학력자 비율 가장 높음 • 미혼자와 가계 소득 월 300만 원 이하 집단 비율 높음
유형 2 고빈도 관람-저관심형	<ul style="list-style-type: none"> • 여성 비율 높음 • 50세 이상 고령층 비율 높음 • 고졸 이하 전업주부 비율 높음 • 기혼자 비율 가장 높음 • 월 600만 원 이상 가계 소득이 있는 고소득자 비율 가장 높음
유형 3 저빈도 관람-고관심형	<ul style="list-style-type: none"> • 40대 중년층 비율 다소 높음 • 대졸 이상 학력으로 전문직과 사무직 비율 높음 • 월 400만 원 이상의 소득을 가진 중산층 이상 가구 비율 높음
유형 4 저빈도 관람-저관심형	<ul style="list-style-type: none"> • 남성 비율 다소 높지만, 20대 학생의 비율이 높음 • 미혼 비율 가장 높음

[표 2-17] 관객 유형별 공연 구매 행동 차이

관객 유형	정보 탐색	공연 상품 속성 중요도	공연 구매 단계 행동 차이
유형 1 고빈도 관람-고관심형	<ul style="list-style-type: none"> 공연장 홈페이지, 공연장에서 제공하는 원천을 통해 정보 획득 	<ul style="list-style-type: none"> 공연 작품의 내재적 요인: 공연 완성도, 유익성, 출연진의 역량, 전문가 평가 	<ul style="list-style-type: none"> 연 5회 이상 전통예술 공연 관람 혼자 공연 관람하는 비율이 높고 공연장 홈페이지를 통해 입장권 할인 구매 비율이 높음
유형 2 고빈도 관람-저관심형	<ul style="list-style-type: none"> 주변 지인이나 대중매체 광고와 같이 공연 정보 탐색의 목적 지향성이 낮은 정보 원천 이용 	<ul style="list-style-type: none"> 공연 작품의 광고, 공연장 부대시설 	<ul style="list-style-type: none"> 연 3~4회 정도 전통예술 공연 관람 단체관람과 문화 릴레이, 교원할인 등 기타 할인 프로그램 이용 비율 높음
유형 3 저빈도 관람-고관심형	<ul style="list-style-type: none"> TV나 라디오 공연 관련 프로그램 	<ul style="list-style-type: none"> 입장권 가격의 적정성 	<ul style="list-style-type: none"> 연 2회 이하 전통예술 공연 관람 친구 또는 동료나 가족 동반 관람 비율 높음 정가에 VIP 좌석 구매 비율 높음
유형 4 저빈도 관람-저관심형	<ul style="list-style-type: none"> 인터넷 예매 사이트 	<ul style="list-style-type: none"> 전통예술 공연 속성에 대한 중요도 낮음 	<ul style="list-style-type: none"> 연 2회 이하 전통예술 공연 관람 단체관람과 저렴한 좌석 구매 비율 높음

- 연구 문제3: 전통예술 공연 관객 유형을 저 관람자에서 고 관람자, 또는 저관심자에서 고관심자로 전환하는 데 영향을 미치는 요인은 무엇인가?

[표 2-18] 전통예술 공연 관람 빈도 향상 영향요인 및 관심도 향상 영향요인

변수	요인 분석
정규교육 이외 문화예술교육 경험	<ul style="list-style-type: none"> 저빈도 관객을 고빈도 관객으로 전환하는 데 영향 미침 전통예술 관심도가 낮은 관객층을 관심도가 높은 관객층으로 전환하는 데 유의미한 영향 미침
전통 문화예술 관련 동호회 참여 경험	<ul style="list-style-type: none"> 저빈도 관객을 고빈도 관객으로 전환하는 데 영향 미침 전통예술 관심도가 낮은 관객층을 관심도가 높은 관객층으로 전환하는 데 유의미한 영향 미침 관람 빈도와 관심도 향상에 영향을 미침

[표 2-19] 전통예술 공연 관심과 관람 빈도 간 상호 결정 영향요인

변수	요인 분석
전통 문화예술 관심 증가(심리적 요인)	<ul style="list-style-type: none"> 전통예술 공연의 저빈도 관객을 고빈도 관객으로 유형 변화하는 데 영향을 미침
전통 문화예술 관람 빈도 증가(행동적 요인)	<ul style="list-style-type: none"> 전통 문화예술 저관심 관객을 고관심 관객으로 전환하는 데 영향을 미침

*심리적 요인과 행동적 요인은 상호 영향 요인이라는 것이 입증됨

■ 시사점(전략)

- 전통예술 공연시장 활성화 전략 수립 시 전체 관객이 아닌 고객의 이질성을 분석하여 특정 유형의 관객을 목표 고객으로 설정하고 그들의 욕구와 특성을 전략에 반영해야 효과적
- 고빈도 관객의 재관람 유도 전략
 - 우수 관객 대상 '연간·월간 프로그램 정보'와 같은 주기적 정보 제공, '월간 잡지' 등과 같은 정보지 제공은 관람 행동을 보다 강화할 수 있음

- 저빈도 관객의 관심과 관람 행동을 촉진하는 전략
 - 동호회 참여를 유도하여 관객 유형을 저관심-고관람 관객으로 전환하고 이러한 행동 촉진을 통해 관심을 제고시켜 저관심-고관람 관객을 고관심-고관람 관객으로 전환하는 단계적 접근 전략 시도
- 관객 정의
- 4가지 유형으로 관객을 정의

7) 손지영·정재왈(2016)「공연예술 비관람객 유형에 따른 요구도 분석」 요약⁸⁾

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 공연예술 비 관람객의 생활방식 유형에 따라 공연 관람에 대한 요구도는 무엇인지 변수 간의 영향력을 검증
- 연구 범위: 공연예술 비 관람객의 공연 관람 요구도 분석
- 분석 대상과 시기
- 동대문구 거주 20세 이상 남·여로 최근 1년간 자발적 공연예술 관람자가 아닌 사람(설문지 100부 (SPSS 22.0 사용)/Life Style AIO 분석기법)
- 2015년 9월 15일~22일

(2) 가설/변수/연구 문제 등

- 연구 문제
- 그동안 공연예술 비 관람객 또는 비소비자 연구가 활발히 이루어지지 않았으므로 체계적 근거 제시는 어려움
 - 연구 문제: 비 관람객의 생활방식 유형에 따라 공연 관람에 대한 요구도는 무엇인가?
- 변수
- <J.T.Plummer> Life Style AIO 이용 측정변수: 행동, 관심, 의견
 - 인구통계학: 성별, 나이, 전공, 학벌, 직업, 거주지역, 거주 형태, 결혼 여부, 월 소득
 - 요인 1: 공연장 내·외부 시설 고급화 추구에 대한 요구
 - 요인 2: 문화예술 지원 추구에 대한 요구
 - 요인 3: 편의시설 추구에 대한 요구
 - 요인 4: 서비스 편리성 추구에 대한 요구
 - 요인 5: 우월적 만족감 추구에 대한 요구

8) 손지영·정재왈(2016). 「공연예술 비관람객 유형에 따른 요구도 분석」, 한국무용연구, 34권 3호 요약.

(3) 연구 결과/시사점(전략)/관객 정의

■ 연구 결과

- KMO, Bartlett의 구형성 가정 그리고 표본 타당도(MSA)를 분석한 결과 비 관람객을 5개 유형으로 구분할 수 있음

[표 2-20] 비 관람객 유형 분류

구분	특징
보수적 고립형	부모가 자식을 위해 희생하는 것은 당연함. 집안의 중요한 일은 가장이 해결해야 한다는 보수적인 사고방식. 맞벌이해도 집안일은 주부의 책임이라는 고립된 사고방식 소유
개방적 자유형	자유분방하고 남들과 어울리는 것을 좋아함. 직장동료 및 상사와 관계가 매우 원만함
감각적 성실형	쇼핑을 매우 좋아하고 물건을 구매할 때 디자인에 중점을 두며, 새로운 유행이나 패션을 빨리 받아들임
외향적 활동형	여러 사람과 어울리는 것을 좋아하고 모임을 통해 아이디어를 얻고 에너지를 충전함. 좋아하는 취미활동을 충실히 함
진보적 보수형	문화예술 교육을 받아보거나 활동해본 경험이 있는 사람으로 직접 다룰 수 있는 악기가 하나 이상 있음

- 비 관람객 요구도 분석에 대한 타당도 및 신뢰도 검증 결과로 추출한 5개 변수 중에서 변수 5를 제외하고 신뢰도 높음

[표 2-21] 변수의 유의 여부

변수	유의 여부	
요인 1	공연장 내·외부 시설 고급화 추구에 대한 요구(.902)	○
요인 2	문화예술 지원 추구에 대한 요구(.855)	○
요인 3	편의시설 추구에 대한 요구(.812)	○
요인 4	서비스 편리성 추구에 대한 요구(.818)	○
요인 5	우월적 만족감 추구에 대한 요구(.263)	×

- 보수적 고립형은 서비스 편리성에 대한 요구 $\beta=.015$, 우월적 만족감 추구 $\beta=.133$ 이므로 대개는 다른 사람과 어울리고 사귀지 않거나 도움받지 못하여 외톨이와 같은 특성을 갖는 유형으로 서비스 추구에 대한 요구로 판단 → 우월적 만족감을 느낄 수 있도록 공연 관람 시 관람객의 성향을 파악하여 팬 사인회나 사진 촬영 등 서비스 제공 필요
- 개방적 자유형은 공연장 시설 고급화에 대한 요구($\beta=.193$), 문화예술 지원 추구에 대한 요구 $\beta=.100$ 으로 나타났고, 감각적 성실형: 편의시설에 대한 요구 $\beta=.087$, 진보적 추구형은 공연장 시설 고급화에 대한 요구 $\beta=.096$, 문화예술지원 추구에 대한 요구 $\beta=.216$, 편의시설 추구에 대한 요구 $\beta=.174$, 서비스 편리성에 대한 요구 $\beta=.222$, 우월적 만족감 추구에 대한 요구 $\beta=.153$ 으로 나타나 유의한 영향을 미침
- 따라서 독립변수인 생활방식이 보수적 고립형, 개방적 자유형, 감각적 성실형, 외향적 활동형, 진보적 추구형 각각 유형들에 의해 종속변인 5개의 요구도 모두 정(+)의 영향을 받음

[표 2-22] 관련 변수의 영향력

		요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	요인 5
		B(β)	B(β)	B(β)	B(β)	B(β)
인구통계학적 변인	성별	.240(.147)	.053(.036)	-.113(-.057)	.262(.145)	.283(.149)
	나이	.123(.151)	.116(.159)	.065(.066)	-.123(-.138)	.101(.107)
	직업	.060(.144)	.100(.268)	.093(.184)	.006(.014)	.001(.002)
	학력	.153(.242)	.026(.046)	-.017(-.023)	.173(.250)	-.110(-.150)
	결혼 여부	-.231(-.161)	-.168(-.131)	-.154(-.089)	-.244(-.154)	-.275(-.165)
	월 소득	.002(.004)	-.058(-.142)	-.146(-.266)	.055(.110)	.013(.024)
생활방식 유형	보수적 고립형	-.016(-.021)	-.097(-.140)	-.045(-.049)	.015(.018)	.133(.148)
	개방적 자유형	.193(.186)	.100(.108)	-.070(-.056)	-.043(-.038)	.147(.121)
	감각적 성실형	-.074(-.101)	-.012(-.019)	.087(.100)	-.001(-.002)	-.034(-.041)
	외향적 활동형	.002(.002)	.059(.074)	-.006(-.005)	-.151(-.154)	.108(.105)
	진보적 추구형	.096(.150)	.216(.375)	.174(.225)	.222(.314)	.153(.204)
R	460a	.508a	.344a	.530a	.329a	
R ²	.212	.259	.118	.281	.108	
수정된 R ²	.113	.166	.008	.191	-.003	
상수	2.359	2.666	3.556	2.829	1.945	
Durbin-Watson	1.672	2.904	2.013	1.991	2.434	
F비(유의확률)	2.148(.025)	2.790(.004)	1.070(.394)	3.128(.001)	.971(.479)	

■ 시사점(전략)

○ 비 관람객 유형은 개인의 취향과 생활방식 등 취미, 여가, 활동, 삶의 방식 등과 문화예술 교육 여부 등에 따라 다른 결과로 나타남

- 첫째, 공연예술 비 관람객은 저소득, 저학력, 기혼자로 한정할 수 없고 비 관람 요인은 개인의 취향, 삶의 방식이며, 이에 따라 보수적 고립형, 개방적 자유형, 감각적 성실형, 외향적 활동형, 진보적 추구형 5개 유형으로 구분 가능
- 둘째, 공연예술에 대한 비 관람객의 요구도는 공연장 내·외부 시설 고급화, 문화예술 경제적 지원, 편의시설 추구에 대한 요구, 서비스 편리성 추구, 우월적 만족감 추구 순으로 나타남
- 셋째, 비 관람객 유형이 요구도에 미치는 관련 변수의 영향력은 독립변수인 삶의 방식이 보수적 고립형, 개방적 자유형, 감각적 성실형, 외향적 활동형, 진보적 추구형 각각 유형들에 의해 종속변인 5개의 요구도 모두 정(+)의 영향을 받음

○ 비 관람객이 공연예술 작품의 정확한 정보를 쉽게 찾아볼 수 있도록 정보 제공 필요

○ 국가의 문화행정 기관이나 공연예술단체, 기획사의 협력 거버넌스 체계를 구축해 공연예술 관람 할인 및 서비스의 현실화 실현 시 공연예술 관객개발에 긍정적 영향을 미칠 수 있음

■ 관객 정의

○ 5가지 유형으로 관객을 정의

8) Eric Kolhede and J. Tomas Gomez-Arias(2017), Distinctions Between Frequent Performing Arts Consumers: Implications for Segmentation and Positioning, International Journal of Arts Management 요약⁹⁾

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 예술 분야의 광범위한 관객(수요자) 하위 집단의 포괄적 약력을 확인하고 집단별 차별화된 마케팅 접근 방식 확인
- 연구 범위: 예술 분야 관객(후원자) 세분화, 표적 시장 전략, 마케팅 믹스 전략
- 분석 대상과 시기
 - 관객(수요자) 세분화 및 목표 시장 전략 접근법 선행연구(35개 분석): 1974년(Nielsen and McQueen)~2014년(Urrutiaguer)
 - Contra Costa County, San Francisco, California 18세 이상 주민(설문지 835부): 2017년 기준

(2) 가설/변수/연구 문제 등

- 변수
 - 예술 분야 관객(후원자) 세분화를 위해 선행연구에서 참조한 변수

[표 2-23] 선행연구에서 논의한 변수

변수	항목	내용
행동 및 인구통계학	성별	보통 인구통계학적 특성은 예술 소비자 부문의 포괄적 약력을 개발하기 좋지만 다른 요인들과 결부해야 풍부한 자료를 얻을 수 있음
	인종	
	학력	
	소득	
서비스 품질	핵심 서비스	프로그램, 공연자, 제작의 기술적 측면을 포함한 예술적 공연의 모든 요소: 핵심 서비스와 주변 서비스의 복합 변수 고려
	주변 서비스	편의시설, 주차, 편리한 입장권 구매, 공연장 접근성: 핵심 서비스와 주변 서비스의 복합 변수 고려
관객(후원자)의 약속	기존 관객	단순한 입장권 반복 구매뿐 아니라 서비스 품질에 대한 관객(후원자)의 평가
	다른 곳의 참석자들	
	스위처(switchers)	
사회적 영향	정규 예술 교육과 가족 구성원의 격려	예술 행사에 지속적 욕구를 유발하는 지적, 감정적 자극을 경험할 기회 제공: 장기적인 관점으로 교육 프로그램 제공이 효과적
	참조 그룹 구성원과 기타 외부 영향	참조 그룹의 영향을 받거나 광고 등 외부 영향에 민감하게 반응할 수 있음

- 해당 연구에 사용하는 변수

9) Eric Kolhede and J. Tomas Gomez-Arias.(2017). 「Distinctions Between Frequent Performing Arts Consumers: Implications for Segmentation and Positioning」, International Journal of Arts Management, Vol. 20, No. 1, pp. 31~35.

- 행동 및 인구통계학적 변수
- 공연예술 행사 참석 빈도 변수
- 공연예술 행사 참여에 대한 동기 변수(22개)
 - 문화적 풍요로움, 스트레스 풀기, 개인적인 예술 감상, 공연예술에 대한 개인 배경/학력, 우리 지역사회의 공연예술 지원, 자선 또는 대의와 관련된 행사, 행사의 품질, 매력적인 장소, 행사 날짜/시간, 편리한 입장권 구매, 적절한 주차, 인근 식당·상점·매점과의 근접성, 저렴한 입장권 가격, 가격 할인, 행사의 근접성(집과 가까움), 기억에 남는 광고, 입소문, 좋은 평가, 유명 연주자, 스타 잠재력을 지닌 유망한 연기자, 사교 모임/교류, 타인의 격려

(3) 연구 결과/시사점(전략)/관객 정의

■ 연구 결과

- 설문조사 분석 결과 관람 빈도가 잦은 관객과 관람 빈도가 보통인 관객으로 분류 가능
 - 관람 빈도 잦은 관객(286명): 연간 7회 이상 행사 참석
 - 관람 빈도 보통 관객(241명): 연간 3~6회 행사에 참석
- 연구 결과 6가지 요인이 추출되었으며 이에 대한 설명은 아래와 같음

[표 2-24] 6가지 요인 분석

구분	내용
요인 1 개인적 동기부여자	공연예술 행사 참석과 관련된 개인적인 동기부여는 문화적 풍요로움, 스트레스 해소와 개인적 즐거움, 그리고 행사의 품질(양질의 공연 중요성)에 대한 개인적인 평가임. 이러한 동기부여는 심미적 소비를 통해 추구하는 본질적 가치와 관련 있음. 관객이 내재적 가치 제공으로 동기 부여되는 정도는 하나의 예술교육과 관련 있음
요인 2 유통/편의적 동기부여자	이 요인에 높은 부하를 가하는 동기부여의 공통점은 마케팅 혼합 요소와 관련됨. 소매업의 관점에서 이러한 동기부여는 장소의 매력, 행사 날짜/시간, 편리한 입장권 구매, 주차 접근성, 식당, 바, 쇼핑 등 시간과 장소의 효율 문제를 다룸
요인 3 경제적 동기부여자	입장권의 저렴한 가격과 할인 혜택을 포함하여 이 요소에 대한 X^rrible 로딩은 관객들이 예술 단체 마케팅믹스의 가격 전략 요소에 두는 중요성과 관련이 있으며, 더 넓게는 경제적 동기부여에 해당. 이 요소(한 개 거주지의 가까운 곳에서 열리는 예술 행사)에 높은 부하를 가한 세 번째 변수는 예술 행사 참석의 경제성에 기여하고 경제적 동기부여이기도 함
요인 4 홍보의 동기부여자	이 요인에 수렴되는 변수는 홍보와 관련이 있으며 응답자들을 술 이벤트로 끌어들이기 위해 다양한 마케팅 커뮤니케이션 방법, 즉 기억에 남는 광고, 입소문 및 호의적인 평가에 두는 중요성을 포함
요인 5 상품의 동기부여자	이러한 변수(유명한 출연자와 스타 잠재력이 있는 신인 출연자)는 예술 단체의 핵심 서비스 제공의 출연자 측면과 관련된 제품 제공과 관련됨
요인 6 사회적 동기부여자	다른 사람들이 예술 행사에 참여하도록 장려하는 것은 예술 관객들에게 참조 그룹이 영향을 미치는 것과 관련됨. 이 요인에는 사교 모임의 사회적 동기부여와 참석의 상호 작용 편익이 포함

[표 2-25] 변수에 대한 유의 여부

변수	항목	유의 여부
행동 및 인구통계학적 세분화	성별	○ (요인 1~5와 결합하여 해석 가능)
	인종	
	학력	
	소득	
공연예술 행사 참여에 대한 22개 동기	문화적 풍요로움	○(요인 1)
	스트레스 해소	○(요인 1)
	개인적인 예술 감상	○(요인 1)
	공연예술에 대한 개인 배경/학력	○(요인 1)
	우리 지역사회의 공연예술 지원	○(요인 1)
	자선 또는 대의와 관련된 행사	○(요인 1)
	행사의 품질	○(요인 1)
	매력적인 장소	○(요인 2)
	행사 날짜/시간	○(요인 2)
	편리한 입장권 구매	○(요인 2)
	주치의 접근성	○(요인 2)
	인근 식당, 상점, 매점과의 근접성	○(요인 2)
	저렴한 입장권 가격	○(요인 3)
	가격 할인	○(요인 3)
	행사의 근접성(집과 가까움)	○(요인 3)
	기억에 남는 광고	○(요인 4)
	입소문	○(요인 4)
	좋은 평가	○(요인 4)
	유명 연주자	○(요인 5)
	스타 잠재력을 지닌 유명한 연기자	○(요인 5)
사교 모임/교류	○(요인 6)	
타인의 격려	○(요인 6)	

■ 시사점/전략

- 표적시장 전략을 위해서는 관객개발과 관계 마케팅이 대표적
 - 관객개발: 핵심 관객의 전형적 약력에 꼭 들어맞지 않는 집단으로부터 새로운 예술 관객을 끌어들이기 위한 것
 - 관계 마케팅: 예술 관객 사이의 초기 교환을 넘어 상호 이익이 되는 장기적 관계 발전(적은 비용으로 재구매 촉진 가능)
- 결과적으로 공연예술 행사 참여에 대한 22개 항목 중 요인마다 현저한 차이가 발생하므로 차별화된 마케팅 종합 전략과 차별화 필요함
 - 상품전략: 각 그룹(요인별 그룹)의 품질 해석을 평가하고 기대치를 차등적으로 해결
 - 가격 전략: 경쟁력 있는 입장권 가격이나 유인물로 공략
 - 유통전략: 예술 단체들에 우호적인 부문과 관계를 강화하기 위해 할인된 가격으로 편의시설 제공 전략

- 홍보 전략: 적절한 소셜 미디어 플랫폼을 선정하여 홍보
- 차별화: 문화적 풍요와 스트레스 해소와 같은 개인적인 이익을 제공하는 차별화 전략

■ 관객 정의

- 관람 빈도에 따라 2가지 관객으로 정의

9) 이유석·이지수·김상훈(2020), 「잠재계층 분석과 의사결정나무 분석을 활용한 공연 예술 시장세분화 연구: 저빈도 관객을 중심으로」 요약¹⁰⁾

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 잠재 계층분석(latent class analysis)을 활용해 자료 특성에 근거한 전체 응답자 세분화와 저빈도 관객 중 시장성이 상대적으로 높은 표적시장을 식별하기 위한 의사결정나무 분석 시도로 인구 통계 변수를 중심으로 표적시장 구별 접근법 제공
- 연구 범위: 공연예술 관객 시장세분화, 공연예술 시장의 양적·질적 확대 방안
- 분석 대상과 시기
- 평생 총 15회 미만의 무용, 뮤지컬, 연극, 오페라, 클래식을 관람한 20세 이상 70세 미만 남녀(설문지 881부(잠재 계층 분석(latent class analysis) Mixture Model 활용))
- 별도로 시기를 언급하지 않아 논문을 게재한 2020년으로 추정

(2) 가설/변수/연구 문제 등

■ 변수

- 공연 관람 경험: 무용, 뮤지컬, 오페라, 연극, 클래식 관람 경험
- 공연예술에 대한 태도 및 관람 의향: 특정 공연 장르 선호도, 특정 공연 장르 관람 의향
- 인지된 사회적 지위 및 문화자본: 자신의 사회적 지위, 직업, 가구소득, 최종학력, 예술교육 이수 경력
 - 연구 모형은 5가지 공연예술 장르 관람 경험 여부를 토대로 저빈도 관객 집단을 복수의 세분된 집단으로 분류하기 위해 잠재 계층분석 적용

(3) 연구 결과/시사점(전략)/관객 정의

■ 연구 결과

- 공연예술 관객 유형(세분 시장)과 관람 확률, 변수 결과는 아래와 같음

10) 이유석·이지수·김상훈(2020). 「잠재계층 분석과 의사결정나무 분석을 활용한 공연 예술 시장세분화 연구: 저빈도 관객을 중심으로」, 소비자학연구, 31권 3호 요약.

[표 2-26] 공연예술 세분 시장

세분 시장	내용
옴니보어(Omnivore)	공연예술 모든 분야에 조건부 관람 확률이 가장 높은 소비자
식자층(Highbrow)	양악과 무용 분야 관람 확률이 높은 소비자
대중성(popular)	대중성이 강한 연극과 뮤지컬 관람 확률이 높은 소비자
비 관객(Non-attendee)	공연예술 모든 분야 조건부 관람 확률이 가장 낮은 소비자

[표 2-27] 세분 시장별 조건부 관람 확률

공연예술 장르	Omnivore (284명, 32.24%)	Highbrow (221명, 25.09%)	Popular (188명, 21.34%)	Non-attendee (188명, 21.34%)
연극	0.848	0.730	0.730	0.170
뮤지컬	0.885	0.000	0.871	0.000
클래식	0.578	0.504	0.153	0.002
무용	0.528	0.214	0.000	0.000
오페라	0.336	0.057	0.123	0.000

[표 2-28] 세분 시장별 변수 결과(프로파일)

변수		Omnivore	Highbrow	Popular	Non-attendee	평균
태도(Attitude)		4.10	3.99	4.00	3.60	3.94
		F(3, 877) = 6.334, p < .001				
관람 의향(Attendance Intention)		3.42	3.27	3.31	2.83	3.23
		F(3, 877) = 6.028, p < .001				
인지된 사회적 지위		3.32	3.05	3.13	2.92	3.13
		F(3, 877) = 5.021, p = .002				
나이		47.69	47.01	42.76	46.22	46.15
		F(3, 877) = 5.633, p = .001				
성별	남	56.00%	67.00%	62.80%	68.60%	62.90%
	여	44.00%	33.00%	37.20%	31.40%	37.10%
직업	대학생/대학원생	12.70%	6.30%	11.20%	8.00%	9.80%
	전문직	4.90%	4.50%	3.20%	3.20%	4.10%
	사무직	32.40%	35.30%	39.40%	27.70%	33.60%
	서비스/판매/생산직	9.90%	16.70%	13.80%	20.20%	14.60%
	전업주부	22.50%	12.70%	12.20%	14.40%	16.10%
	자영업	10.20%	12.20%	9.00%	16.00%	11.70%
	기타	7.40%	12.20%	11.20%	10.60%	10.10%
가구소득	1백만 원 미만	3.90%	6.30%	3.70%	7.40%	5.20%
	1백만 원 이상~2백만 원 미만	12.00%	11.30%	14.90%	16.00%	13.30%
	2백만 원 이상~3백만 원 미만	20.40%	19.90%	21.80%	27.10%	22.00%
	3백만 원 이상~4백만 원 미만	16.90%	22.60%	22.90%	18.60%	20.20%
	4백만 원 이상~5백만 원 미만	16.20%	16.30%	13.80%	12.80%	15.00%
	5백만 원 이상	30.60%	23.50%	21.80%	18.10%	24.30%
최종학력	고졸	22.20%	30.30%	22.30%	36.70%	27.40%
	전문대졸	13.00%	19.90%	19.90%	22.30%	18.40%
	대졸	55.30%	42.50%	49.50%	39.40%	47.40%
	대학원 재학 또는 졸업	9.50%	7.20%	7.40%	1.60%	6.80%
부모 최종학력	고졸	60.60%	67.00%	58.50%	62.80%	62.20%
	전문대졸	7.00%	10.40%	10.10%	13.80%	10.00%
	대졸	28.50%	19.50%	26.60%	21.80%	24.40%
	대학원 재학 또는 졸업	3.90%	3.20%	4.80%	1.60%	3.40%
혼인상태	미혼	27.50%	32.10%	39.40%	27.10%	31.10%
	기혼	70.10%	66.10%	58.00%	68.10%	66.10%
	기타	2.50%	1.80%	2.70%	4.80%	2.80%
예술교육이수경력	없음	54.20%	75.10%	72.30%	81.40%	69.10%
	한 가지	30.30%	18.60%	17.00%	12.20%	20.70%
	두 가지	10.90%	4.10%	7.40%	4.30%	7.00%
	세 가지 이상	4.60%	2.30%	3.20%	2.10%	3.20%

- 공연예술의 태도는 옴니보어 시장이 가장 높고 집단에 따라 평균적 태도에 유의한 차이가 있음. 즉, 저빈도 관객 중 옴니보어 시장에 속한 소비자가 실질적인 관객으로 전환 가능성이 가장 큰 것을 의미함
- 인지된 사회적 지위는 옴니보어 시장이 가장 높고 비 관객 시장이 가장 낮음
- 문화자본이 풍부할수록 옴니보어 시장에 속할 가능성이 크고 직업 관련 옴니보어 시장은 전문직 비율이 높고 서비스/판매/생산직 비율이 낮으며, 가구소득은 5백만 원 이상의 비율이 옴니보어 시장에서 가장 큼
- 최종학력은 옴니보어 시장이 대졸 이상의 비율이 높고 부모의 최종학력은 차이가 작지만 옴니보어 시장이 상대적으로 높은 수준을 보임
- 예술교육 이수 경력이 한 가지 이상인 응답자는 옴니보어 시장에서 다른 집단의 두 배 가까운 수준으로 비율이 높음
- 시사점(전략)
- 분석 결과를 이용한 표적시장 선정은 옴니보어 집단에 도달하기 위해 예술교육 이수 경력이 있는 소비자를 주목해야 하는데 만약 이수 경력이 없다면 나이가 43세를 초과하는 중장년층에 초점을 맞추어야 함
 - 나이 34세 초과 59세 이하 중년층 소비자 중 월 가구소득 4백만 원 이상은 옴니보어 집단일 가능성이 크고, 나이 59세 이상인 장년층 소비자 중 사무직 종사자와 전업주부 중 60% 확률로 옴니보어 집단으로 기대할 수 있음
- 연구의 학문적 시사점은 첫째 저빈도 관객층을 선별한 세분화, 둘째 공연예술 시장세분화 연구에서 활용이 적었던 잠재 계층분석 도입, 셋째 표적시장에 해당하는 옴니보어 시장을 식별하는 기준 변수 검증
- 문화자본 관련 요인에서 예술교육 이수 경력이 표적시장 식별에 가장 핵심적 요인
- 관객 정의
- 4가지 유형으로 관객을 정의

2. 공연 관람 동기 및 공연 만족도 조사 선행연구

- 공연예술 분야에서 관객의 관람 동기와 공연 만족도는 관객개발로 이어지는 중요한 변수로 작용할 수 있음
- 즉, 관람 동기와 공연 만족도로 인해 지금과 같은 관객으로 남을지, 충성 관객으로 전환할지, 또는 관객이 아닌 다른 여가 분야로 이탈할지 결정하는 변수로 작용
- 이하 선행연구는 공연 관람 동기나 공연 관람 만족도를 변수로 적용한 대표적 사례에 해당

1) 김지영(2009), 「예술관광으로서 클래식 공연의 관람동기 분석: 영리, 비영리 공연 비교 연구」 요약¹¹⁾

11) 김지영(2009). 「예술관광으로서 클래식 공연의 관람동기 분석: 영리, 비영리 공연 비교 연구」, 관광연구논총,

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 클래식 공연 참가자들의 관람 동기와 만족도 조사로 영리 공연과 비영리 공연의 차이 분석
- 연구 범위: 관광산업과 예술관광, 클래식 영리 공연과 비영리 공연 관람 동기 분석
- 분석 대상과 시기
 - 대상
 - 20세 이상 공연 관람객(설문지 334부(잠재 계층 분석(SPSS 14.0 사용))
 - 시기
 - 영리 공연: 2009년 5월 1일 대구시립교향악단 제355회 정기연주회/2009년 5월 21일 'MAESTRO 정명훈 초청 연주회'
 - 비영리 공연: 2009년 5월 19일 '경북도립교향악단 제103회 정기연주회'/2009년 6월 9일 '경북도립교향악단 제104회 정기연주회'

(2) 가설/변수/연구 문제 등

- 가설
 - 관람 동기는 영리·비영리 공연에 따라 차이가 있음
 - 만족도는 영리·비영리 공연에 따라 차이가 있음
 - 영리 공연과 비영리 공연 관람 동기에 따라 전반적 만족에 미치는 영향은 달라짐
- 변수
 - 관람 동기는 내적 동기(Swanson & Davis, Zhao(2008) 연구의 동기 항목 및 전문가 FGI 활용)에 해당하는 탈출/오락, 예술, 사회 지위, 교육, 사회 친화를 5가지를 변수로 설정

(3) 연구 결과/시사점(전략)/관객 정의

- 영리·비영리 공연의 변수(관람 동기) 비교
 - 탈출/오락 동기, 예술적 동기, 사회 지위 동기 $p < .001$ 수준에서 유의한 차이가 나타남: 영리 공연 관객이 비영리 공연 관객보다 더 강한 동기를 가짐
 - 사회 친화적 동기 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이가 나타남: 비영리 공연 관객이 영리 공연 관객보다 더 강하게 지각하고 있음
 - 교육적 동기는 공연 유형에 상관없이 유의한 차이가 없음

[표 2-29] 영리·비영리 공연과 변수(관람 동기) 비교

변수(관람 동기)	구분	영리 공연	비영리 공연	t	p	유의 여부
탈출/오락	평균	3.78	3.36	5.108	.000***	○
	표준편차	.66	.82			
예술	평균	3.97	3.49	5.354	.000***	○
	표준편차	.73	.88			
사회 지위	평균	2.07	2.40	-3.308	.001**	○
	표준편차	.90	.99			
교육	평균	3.96	3.52	1.968	.50	×
	표준편차	.80	.82			
사회 친화	평균	3.49	3.31	1.982	.048*	○
	표준편차	.82	.83			

- 영리·비영리 공연의 전반적 만족도를 비교하면, 비영리 단체의 공연 보다는 영리 단체의 공연이 더 만족스러웠던 것으로 분석됨

[표 2-30] 영리·비영리 공연과 전반적 만족도

관람 동기	구분	영리 공연	비영리 공연	t	p	유의 여부
전반적 만족	평균	4.11	3.65	5.583	.000***	○
	표준편차	.64	.85			

- 관람 동기가 전반적 만족에 미치는 영향 분석
 - 영리 공연: 예술적 동기, 사회 지위 동기가 유의함
 - 비영리 공연: 사회 지위 동기, 사회 친화 동기가 유의함

[표 2-31] 관람 동기가 전반적인 만족에 미치는 영향

종속 변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수 베타	t	유의확률	공차한계	VIF
		B	표준오차					
영리 공연 전반적 만족도	(상수)	2.698	.294		9.181	.000		
	탈출/오락	.106	.078	.109	1.351	.178	.581	1.722
	예술	.220	.071	.249	3.098	.002**	.586	1.706
	사회 지위	-.210	.046	-.293	-4.594	.000** *	.932	1.073
	교육	.078	.058	.098	1.354	.177	.727	1.375
	사회 친화	.082	.053	.105	1.563	.120	.845	1.183
비영리 공연 전반적 만족도	(상수)	1.514	.335		4.520	.000		
	탈출/오락	.143	.091	.138	1.572	.118	.621	1.611
	예술	.155	.094	.161	1.655	.100	.511	1.958
	사회 지위	-.151	.061	-.179	-2.491	.014*	.937	1.068
	교육	.171	.091	.166	1.886	.061	.624	1.602
	사회 친화	.263	.084	.260	3.135	.002**	.702	1.424

- 3개의 가설 채택

■ 시사점(전략)

○ 비영리 공연단체 대응 전략

- 비영리 공연일 때 고객지향적 마케팅 전략 필요: 매체를 통해 알려진 익숙한 음악 연주와 스크린 설치나 해설 등을 추가해 관객 호응도와 만족도를 높여야 함. 가족 단위 관객을 고려해 어린이들에게 친숙한 노래나 음악 연주가 필요함. SMS나 이메일 발송 등 회원제를 적극적으로 활성화해야 함

■ 관객 정의

- 관객에 대한 이론적 정의는 없음

2) 임규혁·정환호·이혜영·정정희·강은주·한주희(2010), 「공연예술 관람객의 감성지능이 관람동기와 만족도, 스트레스 해소에 미치는 영향 : 뮤지컬과 클래식 관람객을 대상으로」 요약¹²⁾

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 공연 관객 감성지능이 동기에 미치는 영향력과 심리적 만족감이 스트레스에 미치는 영향 탐색
- 연구 범위: 공연예술, 감성지능과 관람 동기, 관람 동기와 만족도, 심리적 만족과 스트레스
- 분석 대상과 시기
 - 서울 소재 공연장 관람객(설문지 400부(SPSS 17.0 & AMOS 7.0 사용))
 - 2010년 5월 13일~17일

(2) 가설/변수/연구 문제 등

- 11개의 가설과 5개의 변수는 아래와 같음

[표 2-32] 11개의 가설

가설	내용
가설 분류	1-1: 자기 감성 인식은 감성적 관람 동기에 정(+) ¹⁾ 의 영향을 미침
	1-2: 타인 감성 인식은 감성적 관람 동기에 정(+) ¹⁾ 의 영향을 미침
	1-3: 자기 감성 활용은 감성적 관람 동기에 정(+) ¹⁾ 의 영향을 미침
	1-4: 자기 감성 통제는 감성적 관람 동기에 정(+) ¹⁾ 의 영향을 미침
	2-1: 자기 감성 인식은 이성적 관람 동기에 정(+) ¹⁾ 의 영향을 미침
	2-2: 타인 감성 인식은 이성적 관람 동기에 정(+) ¹⁾ 의 영향을 미침
	2-3: 자기 감성 활용은 이성적 관람 동기에 정(+) ¹⁾ 의 영향을 미침
	2-4: 자기 감성 통제는 이성적 관람 동기에 정(+) ¹⁾ 의 영향을 미침
	3: 감성적 동기의 충족은 심리적 만족에 정(+) ¹⁾ 의 영향을 미침
	4: 이성적 동기의 충족은 심리적 만족에 정(+) ¹⁾ 의 영향을 미침
	5: 심리적 만족은 스트레스에 부(-) ¹⁾ 의 영향을 가짐

12) 임규혁·정환호·이혜영·정정희·강은주·한주희(2010). 「공연예술 관람객의 감성지능이 관람동기와 만족도, 스트레스 해소에 미치는 영향 : 뮤지컬과 클래식 관람객을 대상으로」, 여가학연구, 8권 2호 요약.

[표 2-33] 변수

변수	내용
감성지능	자기 감성 인식: 자신의 정서를 이해하는 능력 타인 감성 인식: 자신 주변의 타인에 대한 감성을 인식하고 이해하는 능력 자기 감성 활용: 자신의 정서적 상태를 행동과 능동적인 활동에 적용하는 능력 자기 감성 통제: 자신의 정서를 통제하고 상황에 따라 적절하게 행동으로 표현하는 능력
관람 동기	감성적 동기: 개인의 즐거움과 흥분 등 정서적 만족을 나타내는 동기 이성적 동기: 단순한 재미의 추구보다 지적 요인 충족과 사고의 확장을 추구하는 동기
심리적 만족	새로운 경험에 대한 욕구 추구, 자발성, 성취감: 자유, 즐거움, 참여, 지적인 도전 등
스트레스	감정을 유발하고 생리적 변화를 촉발하는 개인에 의해 지각되는 내적·외적 자극

(3) 연구 결과/시사점(전략)/관객 정의

■ 연구 결과

- 감성지능, 공연 관람 동기, 심리적 만족, 스트레스 4개 변수 간 타당성 검증을 위해 측정모형검증 시행으로 확인적 요인 분석 결과 모든 적합도 지수가 권장치 충족

[표 2-34] 확인적 요인 분석

변수	내용	Estimate	적합도				
			GFI	AGFI	CFI	NFI	RMSEA
감성지능	자기 감성 인식	.637~.876	.940	.915	.972	.949	.054
	타인 감성 인식	.677~.931	chi-square/df 206.409/96				
	자기 감성 활용	.687~.893					
	자기 감성 통제	.667~.825					
관람 동기	감성적 동기	.551~.728	.945	.909	.940	.918	.077
	이성적 동기	.459~.837	chi-square/df 133.358/40				
만족감		.711~.863					
스트레스		.415~.763	.982	.946	.972	.961	.074
			chi-square/df 22.112/7				

○ 변수 간 상관관계 분석 시행 결과

- 자기 감성 인식은 타인 감성 인식, 자기 감성 활용, 자기 감성 통제와 정(+)의 상관관계를 가짐
- 타인 감성 인식은 감성 활용, 감성 통제와 정(+)의 상관관계를 가지며, 자기 감성 활용과 자기 감성 통제도 정(+)의 상관관계를 가짐
- 감성적 동기와 이성적 동기는 정(+)의 상관관계를 가짐
- 감성적 동기는 자기 감성 인식, 타인 감성 인식, 자기 감성 활용과 정(+)의 상관관계를 가짐
- 이성적 동기는 자기 감성 인식, 타인 감성 인식, 자기 감성 활용, 자기 감성 통제와 정(+)의 상관관계를 가짐
- 심리적 만족은 감성지능의 하위 요소인 자기 감성 인식, 타인 감성 인식, 자기 감성 활용, 자기 감성 통제와 정(+)의 상관관계를 가짐
- 심리적 만족은 정서적 동기 및 이성적 동기와 정(+)의 상관관계를 가지며, 스트레스와 부(-)의 상관관계를 가짐
- 스트레스는 자기 감성 인식, 타인 감성 인식, 자기 감성 활용, 자기 감성 통제와 부(-)의 상관관계를 가짐

[표 2-35] 상관관계 분석 결과

구분		평균	SD	1	2	3	4	5	6	7	8
감성지능	자기 감성 인식	5.07	.82	1							
	타인 감성 인식	4.91	.98	.519**	1						
	자기 감성 활용	4.88	.93	.515**	.417**	1					
	자기 감성 통제	4.43	.99	.420**	.299**	.452**	1				
동기	감성적 동기	5.46	.85	.233**	.154**	.167**	.082	1			
	이성적 동기	4.59	1.03	.136**	.204**	.209**	.099*	.327**	1		
	심리적 만족	5.16	.93	.288**	.208**	.286**	.293**	.563**	.287**	1	
	스트레스	3.36	.80	-.433*	-.272*	-.458*	-.504*	-.051	-.072	-.152*	1

1: N=400 / 2: **: p<.01, *: p<.05

○ 가설 검정 결과 7개 가설 채택

- 가설 1-1, 가설 1-3, 가설 2-2, 가설 2-3, 가설 3, 가설 4, 가설 5 채택

[표 2-36] 가설 검증 결과

가설	항목	Estimate	S.E.	적합도
가설 1-1	감성적 동기←자기 감성 인식	.223	2.735	chi-square/df 599.484/331 GFI 0.910 AGFI 0.882 CFI 0.955 NFI 0.906 RMSEA 0.045
가설 1-2	감성적 동기←타인 감성 인식	.039	.583	
가설 1-3	감성적 동기←자기 감성 활용	.134	1.665	
가설 1-4	감성적 동기←자기 감성 통제	-.033	-.418	
가설 2-1	이성적 동기←자기 감성 인식	.059	.721	
가설 2-2	이성적 동기←타인 감성 인식	.159	2.329	
가설 2-3	이성적 동기←자기 감성 활용	.203	2.447	
가설 2-4	이성적 동기←자기 감성 통제	-.079	-.989	
가설 3	심리적 만족←감성적 동기	.606	8.510	
가설 4	심리적 만족←이성적 동기	.178	3.265	
가설 5	스트레스←심리적 만족	-.145	-4.159	

■ 시사점/전략

- 자기 감성 인식이 강한 사람은 자신 감정과 느낌 파악이 중요하며, 공연을 선택하면서 즐거움과 재미를 충족하는 대중 공연을 선호하는 감성적 동기 발생
- 타인 감성 인식 요인이 이성적 동기에 영향력을 나타낸 결과는 공연 관람이 꼭 개인 감성적 즐거움을 위해 하지 않음을 의미
- 자기 감성 활용은 감성적, 이성적 동기에 영향을 미치므로 이러한 사람은 대중예술과 작가주의 작품에 대해 긍정적 견해를 가질 가능성이 큼
- 자기 감성 통제 능력은 모든 동기에 영향을 미치지 않으므로 경제적 부담과 시간 제약 문제가 해결되어야 예술에 관심이 발생
- 공연 관람에서 관객의 직접적 관람 동기는 공연 관람을 이용한 개인의 심리적 만족이 선행요인: 관객 개발 측면에서 관객의 본질적 동기를 더욱 우선해야 할 필요성이 있음
- 관객은 공연 관람을 통해 심리적 만족을 느끼고 이 만족감은 개인의 스트레스를 감소하는 요인으로 작용

■ 관객 정의

- 관객은 공연예술의 기본적인 요소이며 예술경영의 궁극적 대상

3) 강여주(2010), 「국립국악원 공연 마케팅 활성화를 위한 관객 만족도 분석」 요약¹³⁾

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 국립국악원 공연 관객의 공연 관람 특성과 공연 만족도 분석을 통해 공연 활성화 방안 모색

13) 강여주(2010). 「국립국악원 공연 마케팅 활성화를 위한 관객 만족도 분석」, 국악원논문집, 제25집, pp. 1~22. 요약.

- 연구 범위: 인구통계학적 특성에 따른 공연 관람 특성·만족도 분석, 공연 마케팅 활성화 STP 전략 도출
- 분석 대상과 시기
- 국립국악원 자체 공연(대표 브랜드, 기획공연, 상설공연, 절기 공연) 관객(설문지 1,737부)

(2) 가설/변수/연구 문제 등

- 변수
 - 변수 1: 인구통계학적 특성에 따른 공연 관람 특성 차이
 - 공연 장르별 관람, 공연 관람 빈도, 공연 관람 동기, 공연정보 획득 경로
 - 변수 2: 인구통계학적 특성에 따른 공연 만족도
 - 성별, 나이, 학력, 직업
 - 변수 3: 공연 장르에 따른 공연 만족도
 - 관람 의향, 공연 흥미, 공연 이해

(3) 연구 결과/시사점(전략)/관객 정의

■ 연구 결과

[표 2-37] 관객 만족도 분석

변수	항목	내용
인구통계학적 특성에 따른 공연 관람 차이	공연 장르별	<ul style="list-style-type: none"> • 성별 유의 수준(χ^2값 40.672) • 나이 유의 수준(χ^2값 370.883) • 학력 유의 수준(χ^2값 125.140) • 직업 유의 수준(χ^2값 426.333)
	공연 관람 빈도	<ul style="list-style-type: none"> • 성별 유의 수준(χ^2값 10.512) • 나이 유의 수준(χ^2값 127.425) • 학력 유의 수준(χ^2값 77.395) • 직업 유의 수준(χ^2값 178.778)
	관람 동기	<ul style="list-style-type: none"> • 성별 유의 수준(χ^2값 37.173) • 나이 유의 수준(χ^2값 785.848) • 학력 유의 수준(χ^2값 129.067) • 직업 유의 수준(χ^2값 635.037)
	공연정보 획득 경로	<ul style="list-style-type: none"> • 성별 유의하지 않음(χ^2값 4.148) • 나이 유의 수준(χ^2값 131.213) • 학력 유의 수준(χ^2값 51.480) • 직업 유의 수준(χ^2값 136.219)
인구통계학적 특성에 따른 만족도 차이	성별	<ul style="list-style-type: none"> • 관람 의향($t=-2.164, p<.001$) 만족도 여성이 남성에 비해 높음 • 공연 흥미($t=.173$)·공연 이해($t=-1.922$) 만족도는 유의한 차이가 나타나지 않음
	나이	<ul style="list-style-type: none"> • 관람 의향($F=11.793, p<.001$) 만족도 유의한 차이가 나타남 • 공연 흥미($F=5.684, p<.001$) 만족도 유의한 차이가 나타남 • 공연 이해($F=20.345, p<.001$) 만족도 유의한 차이가 나타남
	학력	<ul style="list-style-type: none"> • 관람 의향($F=13.967, p<.001$) 유의한 차이 나타남 • 공연 흥미($F=3.469, p<.05$) 유의한 차이 나타남 • 공연 이해($F=3.604, p<.05$) 유의한 차이 나타남

	직업	<ul style="list-style-type: none"> • 관람 의향(F=10.577, p<.001) 유의한 차이 나타남 • 공연 흥미(F=8.123, p<.001) 유의한 차이 나타남 • 공연 이해(F=18.295, p<.001) 유의한 차이 나타남
공연 장르에 따른 공연 만족도 차이	관람 의향	• (F=28.645, p<.001) 유의한 차이 나타남
	공연 흥미	• (F=23.514, p<.001) 유의한 차이 나타남
	공연 이해	• (F=65.357, p<.001) 유의한 차이 나타남

■ 시사점(전략)

- 첫째, 대표 브랜드 공연은 전통예술뿐 아니라 우리 문화, 역사 등 전통성 기반 세계화 공연으로 기획이 필요함. 또한, 공연 문화가 가진 악가무(樂歌舞) 일체의 통합적, 총체적 공연 연구를 기반으로 창작 공연물 개발 필요
- 둘째, 기획공연은 성별, 연령별 특성 고려와 공연 장르, 공연내용도 국악의 선택과 집중이 반영된 특성화된 공연물 필요
- 셋째, 학생 관람이 높은 상설 공연은 초심자를 위한 내용으로 국악의 이해를 높일 수 있는 계기를 마련 필요
- 넷째, 절기 공연은 다양한 세시풍속을 다루는 축제형 관객 참여 공연기획 필요

■ 관객 정의

- 관객에 대한 이론적 정의는 없음

3. 관객개발 및 공연예술 활성화(확대, 향유) 방안 선행연구

1) 이용관(2004), 「관객개발을 위한 예술교육과 그 효과에 관한 연구」 요약¹⁴⁾

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 우리나라 공연예술 기관의 비체계적 마케팅 관행을 극복하고 예술교육이라는 새로운 관객 개발 방식을 도입하여 항구적인 관객지원 기반 구축
- 연구 범위: 국내외 예술교육 사례와 효과, 예술교육 활용 관객개발 비전
- 분석 대상과 시기
 - 미국 예술교육프로그램과 문화정책, 한국 예술교육프로그램과 문화정책
 - 논문 발표 시기인 2004년 기준

14) 이용관(2004). 「관객개발을 위한 예술교육과 그 효과에 관한 연구: 미국과 한국의 공연예술기관을 중심으로」, 성균관대학교 대학원 박사학위논문 요약.

(2) 사례 연구/변수/연구 결과

■ 관객개발의 정의

- 관객개발이란 참여 단계별로 관객의 신규 참여를 유도하고 참여 빈도를 높이는 것, 그리고 그 규모를 점차 확대하고 유지하는 것. 즉, 관객개발을 위한 예술교육 프로그램 효과를 분석

■ 관객개발과 예술교육 사례분석

- 미국 예술교육 사례
 - DSP(Dynamic Subscription Promotion, 적극적인 정기 관객 촉진), SELL(Strategy to Encourage Lifelong Learning, 평생 학습 전략), Guthrie Theatre 예술교육프로그램
- 미국 NEA 예술교육 사례 효과 측정
 - NEA 연구에서 발표 활동을 제외하면 예술 참여에 강력한 영향을 미치는 것으로 분석됨
 - 예술교육은 예술 참여 증가에 가장 강력한 영향을 미치며 그중 지역 예술기관에 의한 교육이 가장 중요한 요소. 특히 어린 시절부터 예술교육을 받은 사람들이 다양한 예술 형태의 고객이자 창조자에 해당

[표 2-38] 예술교육과 사회인구통계학적 특성이 예술 참여에 미치는 효과

	문화 생산활동		문화 소비활동			
	발표 활동	창작활동	공연 관람	비디오 보기	오디오 듣기	인쇄자료 읽기
	beta	beta	beta	beta	beta	beta
사회인구통계학적 특성	-.003	.03*	.08***	-.005	.13***	.09***
예술교육의 정도	-.01	.19***	.32***	.16***	.42***	.40***
R ²	.01**	.08***	.12***	.02**	.22***	.21***

*p≤.05 **p≤.01 ***p≤.001

원본 출처: Louis Bergonzi & Julia Smith(1996), 'Effects of Arts Education on Participation in the Arts', NEA Research Division Report #36, p. 15.

[표 2-39] 학교 내 예술교육과 예술기관 예술교육이 예술 참여에 미치는 효과

	문화 생산활동		문화 소비활동			
	발표 활동	창작활동	공연 관람	비디오 보기	오디오 듣기	인쇄자료 읽기
	beta	beta	beta	beta	beta	beta
학교 내 예술교육	-.003	.11***	.09***	-.03*	.19***	.03*
학교 밖 예술교육	-.01	.07**	.17***	.10***	.19***	.08***
R ²	.01**	.07***	.08***	.01**	.16***	.05***

*p≤.05 **p≤.01 ***p≤.001

원본 출처: Louis Bergonzi & Julia Smith(1996), 'Effects of Arts Education on Participation in the Arts', NEA Research Division Report #36, p. 31.

[표 2-40] 학교 외 예술교육과 예술기관 예술교육이 예술 참여에 미치는 효과

	문화 생산활동		문화 소비활동			
	발표 활동	창작활동	공연 관람	비디오 보기	오디오 듣기	인쇄자료 읽기
	beta	beta	beta	beta	beta	beta
일반교육의 기간	.02	-.02	.10***	.04*	.16***	.15***
예술교육의 정도	-.01	.19***	.28***	.14***	.37***	.35***
R ²	.01**	.08***	.13***	.02*	.24***	.23***

*p≤.05 **p≤.01 ***p≤.001

원본 출처: Louis Bergonzi & Julia Smith(1996), 'Effects of Arts Education on Participation in the Arts', NEA Research Division Report #36, p. 36.

○ 한국 예술교육 사례

- 예술강좌, 해설식 공연, 극장 밖의 프로그램, 교사를 위한 프로그램, 탐방 프로그램 5가지 유형이 있음
- 한국 예술교육은 관객개발 목적에 부합하지 않음, 단순한 유형의 프로그램이 대다수, 예술교육프로그램이 보편화되지 못함, 관객개발을 위한 교육적 실효성 낮음, 극장과 예술 단체의 정기공연 관객 확장과 연결되는 치밀한 관리 부재

○ 한국 예술교육 사례 효과 측정 자료는 없음

■ 연구 결과

○ 관객개발을 위한 예술교육의 변수

[표 2-41] 변수와 유의 여부

변수		유의 여부
문화 생산활동	발표 활동	×
	창작활동	○
문화 소비활동	공연 관람	○
	비디오 보기	○
	오디오 듣기	○
	인쇄자료 읽기	○

(3) 시사점(전략)/관객 정의

■ 시사점(전략)

- 공연예술은 장기간 일정한 기호(취향)가 형성되어야 소비가 가능해지는 재화: 즉, 기호를 형성하는 수단의 대표적 사례는 예술교육
 - 예술교육은 관객 규모의 확장뿐 아니라 항구적이고 충성스러운 관객확보에 필수적 조건
- 한국의 예술교육 개선 방안
 - 예술기관은 관객지원 기반 구축을 위한 예술교육의 도입을 위해 전문적인 운영체제를 갖추고 분명한 사명(mission)을 규정하고 프로그램과 마케팅의 전문화 필요

- 예술교육을 위한 중장기 전략과 구체적 추진 계획, 효과적인 예술교육 프로그램 도입 필요
- 예술교육 정책의 구체적 목표 설정과 목표에 따른 하위 지원 정책의 수립 필요
- 지원 대상의 신중한 선정과 적절한 지원 규모와 기간 보장 필요
- 기존 예술 프로그램의 평가 개선과 예술교육 결과에 대한 평가시스템 개발 필요
- 예술교육 기획인력 양성과 배치, 연구 기능 확보
- 예술교육 인식의 확산과 예술교육 핵심 주체인 예술기관의 예술적·경영적 여건 조성을 위한 지원 필요

■ 관객 정의

- 공연의 요소로서 관객
 - 관객은 공연이 무대에서 이루어질 때 하나의 요소로 기능함: 즉 관객은 공연이 가능해지는 요소이자 생략할 수 없는 조건¹⁵⁾
- 예술적·경제적 지원자로서 관객
 - 관객은 공연예술이 지속적 생명력을 유지하기 위한 예술적·경제적 지원자: 예술 단체 공연 감상과 예술적 비전이나 지향에 지지를 보내주는 존재의 의미이며, 공연예술이 예술적·경제적 생존 수단의 필수 요건

2) 박재홍(2007), 「발레관객의 특성 이해를 통한 잠재관객 확대방안」 요약¹⁶⁾

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 발레공연 관객과 공연예술 관객 특성 비교분석으로 발레관객 확대 방안 모색
- 연구 범위: 발레공연 관객 특성, 공연예술 관객 특성
- 분석 대상과 시기
 - 2개의 발레공연 관객(설문지 268부(SPSS 12.0 사용))
 - 별도로 시기를 언급하지 않아 논문을 게재한 2007년으로 추정

(2) 가설/변수/연구 문제 등

- 변수
 - 인구통계학: 성별, 나이, 교육 수준, 직업
 - 관람 빈도: 지난 12개월간 전체 공연예술 관람, 지난 12개월간 발레 관람
 - 관람 동기: 최초 관람 계기, 당일 관람 동기
 - 입장권 가격
 - 공연정보 입수경로

15) 정진수(1998). 「현대연극의 이해」, 서울:예음, p. 9

16) 박재홍(2007). 「발레관객의 특성 이해를 통한 잠재관객 확대방안」, 한국무용과학회지, 14권 요약.

(3) 연구 결과/시사점(전략)/관객 정의

■ 연구 결과

- 조사 결과 변수는 모두 유의한 것으로 분석됨

[표 2-42] 변수와 특징

변수		결과	유의 여부
인구통계학	성별	남성(20%) 관객보다 여성(80%) 관객 비율 높음	○
	나이	20~30대가 전체의 70% 내외를 차지함	
	교육 수준	사회경제적 수준과 밀접한 관계가 있으며 대학재학 이상이 많으므로 교육 수준은 매우 높음	
	직업	학생, 사무직, 주부가 고른 분포로 조사됨	
관람 빈도	지난 12개월간 전체 공연예술 관람	1~2회, 6회 이상, 3~5회 순서	○
	지난 12개월간 발레 관람	75%가 본 적이 없거나 1~2회 이하	
관람 동기	최초 관람 계기	S 공연장과 G 공연장 여성은 관련자/초대권이 남성은 예술 취미가 많았음	
	당일 관람 동기	S 공연장은 여성과 남성 모두 예술 취미가 많았음. G 공연장은 남성·여성 모두 관련자/초대권이 많았음(관객 분포가 20대 여성에 편향되어 나온 결과)	
입장권 가격		S 공연장은 매표가의 중앙값 G 공연장은 저가를 선호	
공연정보 입수 경로		아는 사람(40%)을 통한 공연정보 입수경로가 높음	

■ 시사점(전략)

- 발레공연 관객은 남성보다 여성이 많고, 높은 교육 수준, 사무직의 일반적 특성을 공유함. 여성, 주부, 학생의 비율과 교육 수준이 일반 공연예술 관객보다 더 높은 특징이 나타남
- 남성 관객은 비율이 낮고 수동적 관람 경향을 보이며, 여성 관객은 계기와 관련 없이 최초 관람 후 취미로 발전할 가능성이 큰 것으로 나타남
- 이에 따라 학교, 지역사회 예술교육이나 참여 프로그램 확대 운영이나 남성을 위한 프로그램 제공을 고려해야 함
- 관객의 직업은 학생, 사무직, 주부 고른 분포를 보이므로 관객 특성에 따라 다양한 생활 방식(life style)에 따른 시간대를 고려해 공연기획 필요
- 공연정보 입수경로는 입소문과 평판이 관람 의사 결정에 중요한 기준으로 작용하므로 공연의 질적 수준을 고려해 기획 필요

■ 관객 정의

- 관객에 대한 이론적 정의는 없음

3) 박정배(2009), 「예술교육을 통한 관객개발 연구」 요약¹⁷⁾

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 예술 단체의 관객개발 프로그램 및 홍보마케팅전략 방안 제시
- 연구 범위: 문헌 연구와 실증연구 병행(국내외 예술교육 관련 문화정책, 관객개발을 위한 관객마케팅, 소비자 개발, 관객 관여도, 관객 행동)
- 분석 대상과 시기
 - 예술교육을 받은 사람과 받지 않은 사람 20~30대와 40~50대(설문지 206부)
 - 2009년 2월 20일~3월 19일

(2) 가설/변수/연구 문제 등

- 개념적 정의
 - 예술교육의 정의: 모든 국민의 문화예술 향유와 창조력 함양을 위한 교육의 지향인 공연 마케팅 요소
 - 관객개발의 정의: 공연예술 시장을 세분화하고 관객 수용과정을 분석해 표적시장을 선택하여 공연예술 상품을 관객이 선택할 수 있도록 하는 과정
- 가설
 - ‘예술교육은 관객개발에 유의한 영향을 줄 것이다.’
- 변수
 - 인구통계학적 특징: 성별, 나이, 교육 수준, 거주지
 - 관람 빈도: 평소 공연 관람 빈도
 - 예술교육: 예술교육 경험, 예술교육이 공연 관람에 도움 되는지, 예술교육을 통한 삶의 질 향상

(3) 연구 결과/시사점(전략)/관객 정의

- 연구 결과
 - 가설 ‘예술교육은 관객개발에 유의한 영향을 줄 것이다.’ 채택
 - 설정했던 변수와 그 결과는 아래와 같음

17) 박정배(2009). 「예술교육을 통한 관객개발 연구」, 미디어와 공연예술 연구, 4권 2호 요약.

[표 2-43] 변수와 특징

변수		결과	유의 여부
인구통계학	성별	남성(44.2%) 관객보다 여성(55.8%) 관객 비율 높음	○
	나이	30~40대가 전체의 64% 내외를 차지함	
	교육 수준	전문대졸 이상이 87.9%로 많아 교육 수준은 매우 높음	
	거주지	수도권과 지방 거주 비율을 유사함	
관람 빈도	평소 공연 관람 빈도	1~5회, 6~10회 순서	○
예술교육	예술교육 경험	70% 이상 예술교육을 받은 경험이 있지만 관객개발로 이어지지 못함	×
	예술교육이 공연 관람에 도움 되는지	그렇다 65.5%, 매우 그렇다 23.3%, 그저 그렇다 8.7%, 전혀 그렇지 않다 1.4%, 그렇지 않다 0.7% 순으로 나타남	○
	예술교육을 통한 삶의 질 향상	그렇다 49.2%, 매우 그렇다 39%, 그저 그렇다 9.7%, 전혀 그렇지 않다 1.4%, 그렇지 않다 0.4% 순으로 나타남	○

■ 시사점(전략)

- 예술교육은 관객개발에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타남
- 예술기관 및 단체는 수준과 나이에 맞는 교육프로그램을 더욱 세분화 및 전문화해야 함
- 지역 예술단 및 예술센터와의 연계성이 필요함
- 예술 단체와 지역민들이 동질성을 느낄 수 있는 파트너십 구축

■ 관객 정의

- 공연예술 관객은 공연예술의 기본 요소이자 생존을 좌우하는 예술적·경제적 지원자

4) 이선희·송선영(2011), 「한국 무예 공연의 발전가능성과 관객개발 관리 구축」 요약¹⁸⁾

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 한국 무예 공연의 공연 관람 행태를 조사와 지속적 관객 유도 방안 모색 및 공연산업 활성화 도모
- 연구 범위: 공연예술과 한국 무예 공연, 무예 공연 관객개발을 위한 실태조사
- 분석 대상과 시기
 - 제5회 무예공연예술제, 점프, 타다인 붓다, 흥길동 공연 관객(설문지 244부(SPSS 12.0 사용))
 - 2010년 9월 20일~10월 20일

18) 이선희·송선영(2011). 「한국 무예 공연의 발전가능성과 관객개발 관리 구축」, 무예연구, 5권 1호 통권 8호 요약.

(2) 가설/변수/연구 문제 등

■ 연구 문제

- 첫째, 한국 무예 공연 관객의 관람 인식은 어떠한지?
- 둘째, 한국 무예 공연 관객의 관람 실태는 어떠한지?
- 셋째, 한국 무예 공연 발전 가능성은 어떠한지?

■ 변수

- 인구통계학적 특성: 성별, 나이, 직업, 학력, 문화생활 비용(한 달)
- 무예 공연 인식도: 무예 공연 관람 빈도, 무예 공연 관람 계기, 무예 공연 선택 기준, 무예 공연의 이점
- 무예 공연 실태: 무예 공연에서 인상 깊은 것, 무예 공연을 관람하고 싶은 대상, 무예 공연을 관람하고 싶을 때, 무예 공연 희망 시간대, 무예 공연을 통해 얻고자 하는 것, 무예 공연 관람 시 걱정되는 문제점, 무예 공연 입장권 구매 시 결제 방법, 무예 공연 초대권 수령 시 활용도, 무예 공연 입장권 선물 여부, 무예 공연 관련 정보 주요 획득처

(3) 연구 결과/시사점(전략)/관객 정의

■ 연구 결과

- 관객들이 한국 무예 공연을 관람하는 이유
 - 한국 정서에 부합한 공연
 - 퓨전적인 흥미로움
- 기존의 공연물과 한국 무예 공연의 차이점
 - 대중적
 - 내용 공감
- 향후 발전 가능성
 - 발전 가능성이 있음
- 설정했던 변수와 그 결과는 아래와 같음

[표 2-44] 변수와 특징

변수		결과	유의 여부
인구 통계학	성별	남성(31.1%) 관객보다 여성(68.9%) 관객 비율 높음	○
	나이	20대(50.8%), 30대(47.5%), 40대(1.6%) 순으로 나타남	
	직업	학생(39.3%), 회사원(31.1%), 문화예술 관련 종사자(16.4%), 기타(9.8%), 주부(3.3%) 순으로 나타남	
	학력	대졸(또는 대학 재학)이 82%로 교육 수준은 매우 높음	
	문화생활 비용(한 달)	5만 원 이하(34.4%), 10~30만 원(34.4%), 5~10만 원(31.1%)	
무예 공연 인식도	관람 빈도	1회(36.1%), 2회(27.9%), 3회(16.4%), 기타(19.7%) 순으로 나타남	
	관람 계기	호기심(29.5%), 입장권이 생겨서(21.3%), 친지·아는 사람의 출연으로(18.0%), 친구의 권유(16.4%), 공연에 관심 있어서(13.1%), 기타(1.6%) 순으로 나타남	
	공연 선택 기준	친구의 권유(41.0%), 자신 판단의 관람(34.4%), 다른 뮤지컬 내용이 식상해서(9.8%), 기타(8.2%), 의무적 관람(6.6%) 순으로 나타남	
	공연의 이점	의상과 대사의 친숙함(31.1%), 한국적 정서와 한을 느낄 수 있어서(29.5%), 공감대가 형성되어서(19.7%), 다른 뮤지컬의 내용이 식상해서(14.8%), 기타(4.9%) 순으로 나타남	
무예 공연 실태	인상 깊은 것	배우들의 무예 능력(44.3%), 배우의 연기력(23.0%), 한국적인 음악(19.7%), 배우들의 의상 및 기타 각각(6%) 순으로 나타남	수치나 문장 등으로 유의 결과를 제시하지 않음
	공연을 관람하고 싶은 대상	이성 친구(45.9%), 가족, 선배, 후배가 각각(14.8%), 동성 친구(13.1%), 혼자(9.8%), 직장동료(1.6%) 순으로 나타남	
	공연을 관람하고 싶을 때	기회가 있을 때는 언제나(42.6%), 공휴일이나 주말(29.5%), 보고 싶은 작품이 생겼을 때(18.0%), 평일 시간이 날 때(6.6%), 특별한 기념일에(3.3%) 순으로 나타남	
	공연 희망 시간대	오후 8시~오후 11시(52.5%), 오후 5시~오후 8시(29.5%), 오후 2시~오후 6시(14.8%), 오후 11시~오후 2시(3.3%) 순으로 나타남	
	공연을 통해 얻고자 하는 것	관람의 즐거움(37.7%), 무술적 감동(36.1%), 정신적 만족감(13.1%), 오락적 재미(9.8%), 친목 도모(3.3%) 순으로 나타남	
	걱정되는 문제점	교통/주차(27.9%), 입장권 가격 및 배우들의 실력이 각각(24.6%), 공연 시작 시간 및 관객들의 관람 태도가 각각(8.2%), 공연예약 방법 및 절차와 공연 안내 서비스 및 공연장 직원들의 태도가 각각(3.3%) 순으로 나타남	
	공연 입장권 구매 시 결제 방법	신용카드(59.0%), 현금(21.3%), 문화상품권(11.5%), 포인트 적립의 사용(8.2%) 순으로 나타남	
	공연 초대권 수령 시 활용도	본인이 직접 관람(75.4%), 주변 사람에게 양도(13.1%), 활용하지 못하고 폐기(9.8%), 기타(1.6%) 순으로 나타남	
	공연 입장권 선물 여부	없다(44.3%), 있다없지만 고려해 본 적은 있다 각각(27.9%) 순으로 나타남	
	공연 관련 정보 주요 획득처	PC통신, 인터넷의 문화정보 공개란(41.0%), 가족 친구 동호인 모임(19.7%), 라디오·TV 등의 전파매체(18.0%), 신문의 문화면에 예술 관련 잡지(16.4%), 광고 전단지(4.9%) 순으로 나타남	

■ 시사점(전략)

- 첫째, 마케팅 믹스 4P 이론 접목으로 체계적 계획 수립 필요
- 둘째, 대중매체를 적극적으로 활용해 대중성 확보
- 셋째, 타 업종 간 제휴 마케팅으로 서비스 확장 필요
- 넷째, 관객에게 다양한 이벤트를 이용해 재미와 감동 선사

■ 관객 정의¹⁹⁾

- 과거: 연극이나 운동경기 같은 여러 종류의 볼거리를 구경하는 사람들의 무리
- 현재: 여러 종류의 예술 작품을 접하는 소비자와 수용자

5) 윤혜란·장현선·윤미나(2016), 「공연예술 관람객 향유 확대방안 연구」 요약²⁰⁾

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 침체한 공연예술 시장 활성화를 위해 공연예술 관객 향유 확대 방안 제시
- 연구 범위: 선행연구, 설문조사, 대학로 공연예술 관련 FGI, 대학로 공연 관객 확대 방안
- 분석 대상과 시기
 - 대학로 유동 인구(설문지 700부): 2016년 10월 27일~11월 2일(오후 2시~저녁 8시)
 - 관객 그룹 1개 및 전문가 그룹 1개: 2016년 12월 5일, 2016년 11월 30일

(2) 가설/변수/연구 문제 등

■ 설문조사 구조도 및 FGI 항목

- 설문조사를 토대로 전문가 FGI 운영 시 이에 대한 의견과 전문가의 시각에서 활성화 방안 등을 모색

[표 2-45] 설문조사 구조도 및 관객-전문가 FGI 항목

설문조사 구조도	관객-전문가 FGI 항목
대학로 방문 목적 대학로 공연 입장권 사전 구매자 행태 대학로 공연 입장권 사전 비구매자 행태 전반적인 공연 관람 행태 대학로 공연 차별점	대학로 공연 관람 관련 행태 및 욕구 파악 최근 대학로 이미지 및 차별점 파악 대학로 공연 관람객 활성화를 위한 아이디어

19) 김꽃잎(2006). 「관객확보를 위한 무용공연 마케팅 연구」, 대전대학교 문화예술대학원 석사학위논문 참조.
 20) 윤혜란·장현선·윤미나(2016). 「공연예술 관람객 향유 확대방안 연구」, 한국문화예술위원회 요약.

(3) 연구 결과/시사점(전략)/관객 정의

■ 연구 결과

[표 2-46] 설문조사 결과 분석

설문조사 구조도	내용
인구통계	<ul style="list-style-type: none"> • 대학로 유동 인구의 약 50%가 20대이며 상대적으로 방문 나이 편중이 있음. 대학생(37%), 사무직 종사자(23%), 전업주부(10%), 중·고등학생(9%) 등의 순 • 주중에는 20대 대학생이 주로 방문하고 주말에는 중·고등학생들과 사무직 종사자들이 많이 방문 • 유동 인구 중 공연예술 종사자는 전체 유동 인구의 4% 차지(주로 대학로 소극장에 출연 중인 배우나 제작자) • 7:3 정도로 서울과 비서울 지역 유동 인구가 구분되며 서울에서도 특히 4호선 지하철노선을 따라 인구 유입
대학로 방문 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 대학로 방문 유동 인구의 약 80%는 목적성 방문 형태(개인적 모임, 가족, 직장 모임 등) • 전체 유동 인구의 약 32.3%(조사 당일 목적성 방문자 중 39.8%)는 공연 관람을 위해 대학로 방문
대학로 공연 입장권 사전 구매자 행태	<ul style="list-style-type: none"> • 대학로 전체 유동 인구의 27.7%(조사 당일 공연 관람자 중 85.8%)는 대학로 방문 전 이미 공연 입장권 사전 구매함 • 전체 유동 인구의 24.6%(조사 당일 사전 입장권 구매자 중 88.7%)는 유료 공연 관람자였으며, 이들 대부분은 온라인을 통한 구매를 했던 것으로 파악 • 공연정보 인지 경로는 인터넷 검색, 주위 사람 순으로 나타남
대학로 공연 입장권 사전 비구매자 행태	<ul style="list-style-type: none"> • 대학로에 주중 오후 방문자에 해당하며, 즉흥적으로 공연 관람을 결정했기 때문 • 비구매자 입장권 구매처는 공연장 입구 입장권 부스, 현장에서 모바일 활용 예매사이트 이용 순으로 나타남
전반적인 공연 관람 행태	<ul style="list-style-type: none"> • 전반적으로 대학로 유동 인구는 전국 조사 대비 공연문화 경험률이 높은 편 • 최근 1년 이내 연극공연 관람 비율 75.0%, 뮤지컬 37.4%, 무용 4.9% 수준 • 전반적으로 여성의 경험률이 남성보다 높은 편이고 나이에 따른 경험을 차이는 큰 폭이 아님 • 공연 관람 빈도는 연극 기준 1인당 1년 평균 3.5회로 일반적인 전국기준 응답자보다 문화예술 경험 및 빈도가 높은 사람들로 판단 • 전체 공연 관람 빈도는 30대가 가장 높고 40대 이상은 낮은 편 • 대학로 공연 관람 빈도는 연극 및 뮤지컬이 주로 20~30대 여성에 편중되어 있음
대학로 공연 차별점	<ul style="list-style-type: none"> • 다른 상업지 대비 대학로의 차별점은 다양한 소극장이 모여 있으며 다양한 공연이 많아 선택의 폭이 넓다는 점, 교통이 편리한 점, 공연뿐 아니라 다양한 상업시설 및 볼거리가 많아 좋다는 점, 문화예술적이며 젊은 분위기를 가진 공간이며 마로니에 공원 등으로 인해 다른 상업지보다 복잡하지 않고 편안한 분위기를 즐길 수 있다는 점 등이 있음 • 대학로 공연의 매력도가 증가한 이유로는 다양하고 수준 높은 공연이 증가했다는 점, 이전보다 관객과 소통하는 공연이 많아졌다는 점이었으며, 매력도가 감소한 이유는 상업적인 공연이 증가했으며 신작 없이 이전과 같은 공연이 많다는 점, 공연의 질이 더 저하되었다는 점이 주요하게 언급되었음

[표 2-47] 관객·전문가 FGI 결과 분석

관객·전문가 FGI 항목	구분	내용
대학로 공연 관람 관련 행태 및 욕구 파악	관객	<ul style="list-style-type: none"> • 공연 관람은 사람을 만나는 수단으로 활용 • 첫 공연 관람 입문은 지인으로부터 얻은 초대권 • 주로 보는 공연 장르는 연극, 로맨틱 코미디류 • 일부 응답자 제외 재관람률 낮음 • 주 동행자는 친구, 연인 • 대학로 방문 10회 중 8회 이상 공연 관람 목적 • 공연 선택 전 정보 검색 횟수 많음 • 공연 관람전 온라인 사전예매를 많이 함 • 동행인 취향을 고려해 그때마다 장르 선택
	전문가	-
최근 대학로 이미지 및 차별점 파악	관객	<ul style="list-style-type: none"> • 공연 전문, 특히 전문 연극 공연을 위한 곳 • 젊고 편하면서 대학로 특유의 분위기 존재 • 변화하지 않는 분위기도 일부 존재 • 공연 이외 상업시설 부족과 노후화된 시설로 불편한 공연시설 개선 필요
	전문가	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 관객을 대체할 새로운 관객층 유입 • 건강한 생태계 조성이 안 되는 상황 • 민간공연 단체 및 민간기획사의 제작 여건 점차 악화하는 현실
대학로 공연 관람객 활성화 위한 아이디어	관객	<ul style="list-style-type: none"> • 1회성 홍보, 이벤트가 아닌 중앙정부의 적극적이고 통합적인 홍보 수단 필요 • 비 관람층을 끌어들이 수 있는 세분된 마케팅 활동 필요 • 시설 개선 필요 • 대학로 가격 안정화 및 신뢰도 회복 필요 • 대학로 공연 품질, 장르 수를 관리할 체계 필요 • 대학로 연극에 대한 이미지 개선 • 특정 상업시설과의 마케팅 연계는 비효율적
	전문가	<ul style="list-style-type: none"> • 인생 첫 공연 경험이 중요하므로 중고등학교 좋은 공연 추천 목록 등 정보 제공이 우선되어야 함 • 공연을 자주 보는 사람 대상 마케팅이 필요 • 신규 관객 유치 홍보 필요 • 대학로 문화지구에 적합한 활성화 대책 필요 • 문화예술 지원 정책: 수혜자창작자 지원 간 균형 필요, 수준 높은 민간제작사 공연 지원도 검토 필요, 수혜자창작자를 위한 전반적 지원 정책 검토 필요한 시점, '좋은 공연 안내소' 역할 고민

■ 시사점(전략)

- 체계적인 학교 현장 체험 활동 연계 지원 필요
- 기업마케팅 필요
- 지역사회 및 기타
- 비 관람객 확대를 위해 정부 차원의 통합 홍보·마케팅 지원 시스템 필요
- 극단간 공동마케팅 시도
- 대학로 전체 상업시설과 공동마케팅 시도
- 가격에 대한 신뢰 회복 필요
- 정책적 측면: 수혜자와 창작자 간 지원 균형 필요(특히 수준 높은 민간단체를 위한 지원 절실), 문화 지구 혜택 확대 및 향후 문화 특구를 위한 노력 필요

■ 관객 정의

- 관객에 대한 이론적 정의는 없음

4. 관객개발 심층 연구

가. The Audience Agency(2022), Audience Spectrum²¹⁾ 요약

(1) 연구목적/연구 범위/연구 방법/분석 대상과 시기

- 연구목적: 관객개발을 위한 변수를 다양하게 설정하여 관객 유형을 분류하고 그에 따른 특성을 분석하여 전략제시
- 연구 범위: 관객 유형 분류, 전략제시
- 분석 대상과 시기
 - 영국에 사는 전 국민
 - 2022년 기준

(2) 가설/변수/연구 문제 등

- 변수
 - 설문조사를 위한 각 변수와 항목 그에 따른 세분류는 아래와 같음

[표 2-48] 설문조사를 위한 변수와 항목 세분류

변수		항목
약력	인구통계학	나이
		가족 구성원
		인종
		특정 언어 사용
		질병
	사회경제학	교육 수준
		직업
		전문성
		소득
		거주 형태
	생활방식	디지털과 아날로그 선호도
		디지털 기기 친숙도
		참여하는 여가 활동 종류
		특정 여가 활동 단체 회원 여부
건강 상태		
태도	우선순위	문화예술의 필요성
		문화예술 개최 장소 선호도
		문화예술 참여 이유나 목표
		문화예술 이해도(또는 전문지식)
		문화예술 참여 주변 권유
		문화예술 관련 서비스
		문화예술 참여 이동 수단

21) <https://www.theaudienceagency.org/audience-finder-data-tools/audience-spectrum> 사이트 내 Audience Spectrum 요약.

	지출	문화예술에 가처분소득(실소득)을 지출하는 비율
		문화예술에 지출하는 이유
		예술 작품 또는 예술 관련 상품 구매 여부
		구매한 예술 작품이나 상품
		멤버십 가입 이유
	자선과 봉사	입장권 가격
		입장권 구매 방법
		예술가(예술 단체) 후원 여부
		후원 금액과 횟수
		예술 외의 후원 여부
경제 활동 분야	범위	후원하는 문화예술 장르
		자원봉사 여부
		자원봉사 동반자 여부
		자원봉사 횟수
		선호하는 문화예술 주제
	예술 양식	문화예술 프로그램 구성 선호도
		선호하는 문화예술 관람 시간대
		무료 문화예술 관람 선호 여부
		문화예술 관람보다 다른 대안을 선택하는지 여부
		선호하는 문화예술 세부 장르
참여	문화예술 관람 횟수	
	문화예술을 관람해야 하는 이유	
	한 번에 여러 가지 문화예술을 관람하는지 여부	
장소	위치	전문적인 멤버십 프로그램 가입 여부
		문화예술 관련 직접 참여 여부
	공급	문화예술 참여 주변 권유
		사는 지역
		사는 지역의 주변 환경
		문화예술 관람 장소와 사는 지역의 접근성이 좋은지 여부
	지역사회	지역사회를 위해 자원봉사 하는지
		지역사회 자원봉사는 연중 몇 번 참여했는지 여부
		지역사회 행사 참여 여부
		지역사회 행사에 참여한다면 누구의 권유로 참여하는지 여부
디지털 활동	일반 현황	지역사회 행사에 참여한다면 누구의 권유로 참여하는지 여부
		제일 선호하는 디지털 기기는 무엇인지
		스스로 얼리 어답터라고 생각하는지
		스마트폰을 사용해 가장 많이 사용하는 앱은 무엇인지
		구독형 서비스 감상 여부
	예술과 문화	온라인 쇼핑 횟수
		소셜 미디어 활동 여부
		문화예술 정보를 디지털 기기를 통한 검색 여부
		문화예술 정보를 어떤 매체를 통해 검색하는지
		문화예술 온라인 감상 여부
소통 수단	성향	문화예술 홍보(광고) 시 선호하는 소통방식
	채널	문화예술 정보를 찾아보는 이유
		문화예술 정보 획득을 선호하는 유형

(3) 연구 결과/시사점(전략)/관객 정의

■ 연구 결과

- 약력, 태도, 경제 활동 분야, 장소, 디지털 활동, 소통 수단 6가지 변수를 검증한 결과 모두 유의하며, 대표적인 10개 관객 유형(유형별 하위 2개로 분류)으로 분류
 - 관객 유형별 변수와 특징 그리고 전략은 아래 표와 같음

[표 2-49] 관객 유형에 따른 변수와 특징 및 전략

유형 구분	변수	특징 및 전략
대도시 문화인(Metroculturals) ① M1: 나이가 많고 돈을 많이 쓰는 전문 엘리트 ② M2: 젊고 모바일 및 신형 대도시의 전문가	약력	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 문화적 배경 확보 • 높은 교육 수준(그룹의 70% 이상이 학사 학력 이상) • 도시의 문화를 즐기며 외식문화와 여행 선호
	태도	<ul style="list-style-type: none"> • 문화가 그들의 지적인 가치관에 중요한 요소임을 인식 • 활발한 네트워크를 통해 문화적 트렌드를 감지하고 경험함 • 그룹의 14%가 예술기관에 기부하며 특히 박물관에 많이 기부함
	경제 활동 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 공연예술과 문화 활동에 적극적인 소비 • 문화 적응력이 뛰어나 틈새 문화도 흡수함 • 관객으로 몰입도가 높으며 적극적이고 창의적으로 문화를 관람
	장소	<ul style="list-style-type: none"> • 런던 중심 대도시 중심가와 주변 교외 지역 거주 • 문화장소의 근접성으로 인해 10개 그룹 중 가장 낮은 자동차 주행거리 확보: 대중교통을 선호 • 사회 정의에 대한 의식이 있으며, 해외 재난 구호 기금 등 글로벌하고 지역적인 사회 참여
	디지털 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 기술을 일찍 사용해왔으며 디지털 문화에 익숙함 • 온라인 스트리밍과 디지털 아트가 미래에 중요한 예술이라는 상황을 인식 • 코로나 기간에 디지털로 변화된 문화 콘텐츠를 수용할 가능성이 매우 큼
	소통 수단	<ul style="list-style-type: none"> • 바쁜 사회생활 속에서도 트렌드를 빨리 인식하고 세련된 관심을 공유 • 다른 사람들과 정보를 공유하는 것에 관여하여 네트워크의 파급력이 좋음 • 첨단 문화에 관심이 많고 뉴스와 논평에서 예술에 관한 의견을 존중
역세권 문화애호가(Commuterland Culturebuffs) ① C1: 주요 도시 중심의 통근 지역에 거주하는 번영하는 가족 ② C2: 더 많은 시골 지역에서 편안한 생활 방식을 가진 부유한 부부	약력	<ul style="list-style-type: none"> • 45세에서 70세 사이로 자녀가 출가한 상태가 대다수 • 고급 관리 및 전문적인 직종에서 일하며 47%가 학사 이상 교육받은 • 스포츠 활동을 즐기며 여기에 독서를 하며 복지를 추구함
	태도	<ul style="list-style-type: none"> • 친구와 가족과 함께 친밀감 형성을 목적으로 문화 활동에 참여 • 독창적 수공예품을 중요시하며 할인에 민감한 편 • 박물관, 갤러리를 좋아하고 예술 단체에 기부할 의지가 높음
	경제 활동 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 고전적이고 전통적인 문화유산과 공연예술작품을 선호 • 문화 및 창작활동에 관심이 많아 경험하고 참여하는 것을 선호 • 거리 축제, 카니발, 참여 욕구가 높음
	장소	<ul style="list-style-type: none"> • 교외 및 그린벨트 지역에 거주하며 도심 통근 범위에 거주 • 건강에 관심이 많고 대중교통과 자가용을 잘 활용 • 자원봉사 기회에 참여할 확률이 가장 높은 그룹
	디지털 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 기꺼이 문화 콘텐츠를 보거나 다운로드하여 관람 • 지역에 이미 익숙한 경험이 있어 소셜 네트워크 등을 통해 지역 정보를 얻지 않음 • 예술에 대한 중요성을 인식하여 온라인으로 예술을 감상하는 데 적극적
	소통 수단	<ul style="list-style-type: none"> • 문화기관의 고품질 시설 및 고객 서비스를 중요하게 여김 • 가족 친화적 기능에 민감한 콘텐츠를 선호하며 시사에 관심이 많음 • 문화행사는 친목 도모를 목적으로 진행하는 편

<p>경험 추구자(Experience Seekers)</p> <p>① E1: 다양한 예술적 취향과 사교적 태도를 가진 중년 전문가</p> <p>② E2: 다양한 도시 지역에 모험심이 강한 학생이나 졸업생</p>	약력	<ul style="list-style-type: none"> • 젊은 가족, 50세 미만 중년 전문직 종사자가 대부분이며 영국 백인 이외의 다양한 민족으로 구성 • 전문성을 위한 개발 활동에 관심이 많은 고등교육을 받음(이 그룹의 49%가 고등교육 이수자) • 카페, 바, 레스토랑 선호하며 교육적 관심 많고 직업 개발에 관심이 있음
	태도	<ul style="list-style-type: none"> • 특이한 장소에서 몰입형 경험을 기대하며 사교 기회를 즐김 • 동료들 사이에서 중요한 영향력 행사 정보로 예술관심사를 공유 • 문화 종합 패키지나 1+1과 같은 구매 기회에 흥미있어하며 일반적으로 문화예술 방면에 낮은 수준의 일회성 기부금을 냄
	경계 활동 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 문화에 대해 심오한 경지는 아니나 서양 전통을 깨는 작업을 선호 • 루프탑 시네마, 특정 문화유산 부지의 축제 등에 관심이 많고 재즈, 전자 예술, 현대적인 춤 등에 흥미를 느낌 • 적극적으로 관찰하는 참여자로 축제 행사에 참여율이 높고 개인적으로 예술의 시도를 해 본 경험이 있는 편
	장소	<ul style="list-style-type: none"> • 런던 남부에 위치해 도심 접근이 유리하고 도보, 자전거, 대중교통 의존 • 자원봉사에 관심이 있으며 관심사가 같은 그룹과 함께 지역사회 활동에 긍정적으로 참여함 • 도심 주변에 있는 조건에 의해 다양한 예술, 박물관, 문화유산에 접근이 쉬워 자주 관람
	디지털 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 시대에 태어난 세대로 디지털 적응력이 가장 높으며 소셜 미디어 의존도 높음 • 채팅이나 콘텐츠 게시물을 통해 문화적 경험을 공유함 • 조직의 웹사이트를 활용하여 입장권 구매부터 후기까지 정보를 얻음
	소통 수단	<ul style="list-style-type: none"> • 명확한 정보를 통해 쇼나 이벤트에 참여하고 문화 활동하는 결정을 내림 • 판매나 광고성 정보에 치중하지 않는 듯한 새로운 기회를 소개하는 이벤트에 관심을 보임 • 온라인에서 정보를 찾는 편이라 재미있는 소셜 미디어 콘텐츠가 뒷받침되는 디지털 소통을 선호
<p>동네 지킴이(Dormitory Dependables)</p> <p>① D1: 미래를 위해 투자하는 통근 가족</p> <p>② D2: 지역 생활을 즐기는 정착자, 편안한 거주자</p>	약력	<ul style="list-style-type: none"> • 건강에 관심이 많은 백인 중산층 수준의 성숙한 부부로 구성된 그룹 • 개인 소유의 집 등의 주택에 상당한 애정이 있으며 안정된 기술직 혹은 감독직에 종사 • 영화관람과 스포츠를 선호하며 공연예술이나 문화생활은 가끔 즐기는 엔터테인먼트로 여김
	태도	<ul style="list-style-type: none"> • 사교 행사로 문화생활을 하는 편이며 특별히 관람을 원할 시에는 서비스 등이 제공되는 유인책이 있어야 가능 • 일회성 기부자가 대부분이며 국제 지원 자선단체 등에 관심이 많으니 그쪽을 통해 공연예술 기회를 제공하면 효과적 • 경험을 중시하는 그룹으로 특별한 시간을 들여 여행하고 공연을 관람하는 경향이 있음
	경계 활동 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 대중적이고 주류적인 이벤트에는 관심이 많지만, 고전이나 공연문화는 그다지 관심이 없음 • 록과 팝과 같은 음악 분야에 관심이 많으며 뮤지컬, 라이브 음악에 열정적 • 관객참여형 문화가 인기 많음
	장소	<ul style="list-style-type: none"> • 교외 마을과 영국 전역의 도시 가장자리에 거주. 런던과 맨체스터 주변 주택에 몰려있음 • 스포츠 자선 행사에 관심이 많으며 자원봉사는 전체 그룹의 1/4 내외 참여하는 정도 • 그들의 거주지에서 가까운 곳에 문화기관이 부족한 편이라 쉽게 접근할 수 있는 지역 문화시설이 좋은 호응을 얻을 가능성이 큼
디지털 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나 록다운 기간에 넷플릭스와 같은 플랫폼을 통해 더 스트리밍 서비스를 더 많이 이용함 • 소셜 네트워킹과 스트리밍 사이트 이용률이 높으며 특히 음악 스트리밍 플랫폼은 인기가 많음 	

		<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 사용률은 높지만, 예술 및 문화 콘텐츠를 볼 가능성은 작음 • 공감을 얻어야 참여할 수 있는 문화와 공연예술이 아니면 충분한 이유가 없다면 받아들이지 않는 편 • 입소문에 의존하는 편이며 SMS 메시지에 잘 반응하는 편 • 이 그룹의 2/3가 스포츠와 운동에 정기적으로 참여하기 때문에 이들과의 동반관계를 창출할 기회를 찾아 문화를 제공하는 것이 효과적
<p>가정적 여행가(Trips & Treats)</p> <p>③ T1: 미래를 건설하는 현대의 젊은 가족</p> <p>④ T2: 안정된 생활 방식으로 정착한 가족</p>	약력	<ul style="list-style-type: none"> • 중년으로 학령기 또는 젊은 성인 자녀의 부모이며 적어도 두 명의 자녀가 있음 • 주택담보대출로 집을 장만하여 중간 수준의 교육 수준과 대출비용으로 인한 고정적 지출이 있으나 10개의 그룹 중 가장 열정적인 쇼핑객
	태도	<ul style="list-style-type: none"> • 자녀의 관심사에 가족이 맞추는 경향이 있으며 교육적 이유가 있어야 예술과 문화를 즐기는 편 • 가성비 있는 가치를 우선시하며 가족 입장권의 할인을 환영하는 그룹 • 이 그룹의 기부 의도는 약하며 일회성 프로젝트나 이벤트에 참여하는 정도
	경제 활동 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 가족 친화적이고 교육적이면 흥미를 느낌 • 뮤지컬과 대중 드라마 선호와 박물관, 갤러리 등의 방문도 참여하는 편 • 창의적인 활동을 직접 참여하는 것에 개방적이며 문화생활과 경험을 직접 체험하는 것에 흥미를 보임
	장소	<ul style="list-style-type: none"> • 영국 전역에 분포되어 있고 고령자들은 친척과 가까운 곳에 거주하는 편 • 도시와 멀기 때문에 마트나 생활품을 사기 위해 자동차를 주 교통수단으로 이용하는 편이라 주차시설이 중요함 • 자원봉사를 하고 있지만 이 그룹의 1/4 정도뿐이며 지역 활동은 어린이 센터, 도서관 등의 프로그램 참여로 제한적
	디지털 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 스마트폰 사용을 통한 앱을 통해 디지털 활동을 하는 편 • 웹사이트를 이용하여 자신의 여가 활동과 관심사에 대한 정보 수집 • 코로나 이후 이전에 사용하지 않았던 문화기관의 디지털 콘텐츠를 사용하기 시작
	소통 수단	<ul style="list-style-type: none"> • 자신들에게 익숙하고 친숙한 분야에 관심을 보이며 기념일이나 연휴 행사를 통해 문화적 향유 속에서 인간관계를 맺으려는 경향이 있음 • 광고 및 마케팅 메시지에 적극적이며 규모가 클수록 반응이 큰 편 • 학교는 청소년을 위한 문화 활동을 시작하면 효과적
<p>실거주 안정자(Home & Heritage)</p> <p>① H1: 정착한 교외 시니어</p> <p>② H2: 시골 목가의 부유한 거주자</p>	약력	<ul style="list-style-type: none"> • 97% 이상이 60세 이상의 백인으로 구성된 영국 기독교 장로회의 종교적 특성이 있는 극도로 동질화 되어 있는 그룹 • 1/4이 고등교육 또는 전문자격을 갖추고 있음 • 가정집이 주로 활동하는 공간이며 텔레비전 선호도가 높음
	태도	<ul style="list-style-type: none"> • 그룹의 3/4 이상이 예술의 중요성을 깨닫고 있고 지역 유산이 보존되어야 한다고 믿음 • 저렴한 할인도 프리미엄 가격의 입장권도 관심 없고 다만 명확한 이유의 일체형 패키지가 구매함 • 거의 은퇴 후 시간을 보낼 수 있는 환경을 찾으므로 지역 인근의 고급 카페나 레스토랑 선호
	경제 활동 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 취향이 보수적이며 역사적 사건에 관심 많고 저녁 활동 관심이 적은 편 • 당일 여행을 선호하며 극장에서는 마티네 또는 주간 행사를 선호함 • 유적지를 방문하는 데 관심이 높으며 박물관과 갤러리를 선호
	장소	<ul style="list-style-type: none"> • 런던의 인구밀도가 가장 낮은 지역 주요 도시와 도시 외곽 시골 지역 거주 • 골수 여행 광도 아니며 자동차 사용이 적고 대중교통도 제한되어 예술 및 문화 활동에 제약이 있음 • 그룹의 1/4이 자원봉사 활동했고 특히 문화유산의 보존을 위한 봉사에 관심이 있음
	디지털 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 조사항목 없음
	소통 수단	<ul style="list-style-type: none"> • 이 그룹은 지역 미디어의 친숙함을 바탕으로 소비를 자극해야 함 • 개인적인 접촉, 전화 통화, 우편물, 대면 접촉이 유리함

		<ul style="list-style-type: none"> 인터넷 사용자는 기술 공포증이 있으며 소셜 네트워킹 이용이 가장 낮은 그룹
<p>도시의 은퇴자(Up Our Street)</p> <p>① U1: 마을 변두리에 반쯤 거주하는 중년의 주민들</p> <p>② U2: 건물 밀집 지역의 테라스와 아파트에 거주하는 고령자</p>	약력	<ul style="list-style-type: none"> 자녀가 없는 독신으로 구성된 중년 후반 장년층으로 75% 이상 50세 이상 90%가 백인 영국인으로 적당한 연금으로 생활 주로 집에서 TV를 보거나 사교 클럽이나 낚시 등을 하며 정원을 가꾸며 가끔 빙고 및 복권과 같은 도박도 즐김
	태도	<ul style="list-style-type: none"> 친구들과 술을 즐기며 대화하거나 검소한 소비 습관이 있음 저렴한 입장권 구매할 확률 높고 무료 야외 축제 이벤트 등은 흥미가 있음 멤버십, 단골고객 우대 등은 효과가 미약할 수 있으며 환불 전략도 이들에게 익숙하지 않고 흥미를 보이지 않는 경우가 많음
	경제 활동 분야	<ul style="list-style-type: none"> 대중적 예술 양식을 선호하며 무료 또는 저렴한 체험 이벤트 선호 뮤지컬, 무언극, 공예품 전시회, 카니발에도 흥미를 보임 그러나 거주지에서 떨어진 유적지는 방문은 꺼림 자수, 뜨개질 등의 수공예 기술을 활용하는 활동을 선호하고 실제로 수제공예품을 구매하는 것을 선호. 악기 연주, 연극 발레 공연 활동에 참여율이 저조함
	장소	<ul style="list-style-type: none"> 북부와 중부 산업 지역의 작은 도시와 마을에 거주 평균적으로 자동차 소유율이 낮고 생활 반경이 지역 내에 국한되며 지역사회를 위한 자원봉사 활동은 저조함 유명 뮤지컬 등 일회성 연례행사를 위해서는 더 큰 마을이나 도시로 기꺼이 여행을 떠날 수 있지만 버스 시간 등 교통 서비스시간과 장애인 시설 등의 제한 사항을 고려해야 함
	디지털 활동	<ul style="list-style-type: none"> 일반 사람 보다 제한적으로 디지털 활동을 하며 주로 페이스북 정도만 이용 조직 내 웹사이트를 이용할 가능성이 작으며 온라인으로 입장권을 구매할 확률도 낮음 인터넷 사용의 제한과 조직 내의 예술 문화에 관한 관심이 낮아 지역 이벤트에 대한 정보 정도만 관심 있는 편
	소통 수단	<ul style="list-style-type: none"> 합리적으로 친숙하고 편안한 개념의 활동이 관심을 끌 수 있지만 참여도가 낮음 스스로 예술적이라고 여기지 않기 때문에 야외 페스티벌, 연극, 라이브 스트리밍 이벤트에 관심이 없음 방문 빈도를 높여 참여할 수 있도록 설득하는 활동이 요구되어 미디어, 상점, 클럽, 교회 그룹 및 의료 제공자의 사회서비스와 함께 문화 활동을 진행하면 효과적일 수 있음
<p>최전선 가족들(Frontline Families)</p> <p>① F1: 어려움에도 불구하고 잘 버티는 나이 든 가족들</p> <p>② F2: 젊고 현금이 부족한 가족과 커플</p>	약력	<ul style="list-style-type: none"> 다양한 인종으로 구성된 임대 가족이고 가장 어린 연령층은 81%가 26~50세이며 67%는 대부분 5~11세 자녀가 있음 교육 수준이 낮고 재정적으로 압박 받는 그룹으로 실업자나 고등학교 미만 학생이 많음 재택활동을 할 경우가 많고 애완동물도 소유한 가정이 많으며 휴가는 여윌돈이 아닌 "예산"의 의미
	태도	<ul style="list-style-type: none"> 자신을 예술가라고 생각할 가능성이 가장 적은 그룹이며 가족 친화적인 예술 문화에 참여는 가능하지만 익숙하지 않으면 참여도가 낮을 수 있음 무료 행사나 가족프로그램을 통하여 지역행사장이나 박물관으로 가는 기회를 자주 마련한다면 효과적일 수 있음 기부문화는 거의 없지만 자녀나 지역사회를 통해 개인적인 연결이 있는 경우 기부할 가능성이 큼
	경제 활동 분야	<ul style="list-style-type: none"> 주로 자녀들의 즐거움을 보장할 수 있는 활동에 관심이 많음 영화, 뮤지컬, 카니발, 서커스, 라이브 음악 등 가족 중심의 문화 활동에 관심이 많지만, 가족 친화적인 커뮤니티 활동이 활성화되면 효과적 지역사회 활동은 부모의 의지로 인해 가족이 적극적으로 참여할 수 있으며 청소년들에게는 직업 전망에 도움 되는 프로그램이 효과적
	장소	<ul style="list-style-type: none"> 도시 교외와 영국 전역의 주변 자리에 거주하며 대중교통 인프라가 열악한

		<p>환경으로 주로 임대주택에 거주</p> <ul style="list-style-type: none"> • 소유한 승용차가 없으며 대중교통에 의지하는 편이라 지역사회 문화 활동에 의지할 가능성이 큼 • 주로 스포츠 활동에 자원을 많이 하는 편이나 나이가 많은 회원이 주축이 되어 지역사회가 발전하는 경향이 있음
	디지털 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 이 그룹은 10개의 그룹 중에서 인터넷과 이메일을 가장 많이 사용하며 매일 페이스북을 사용하는 편 • 일부는 지역 도서관의 컴퓨터를 통해 정보를 검색 • 유선전화를 소유하고 있지 않아 휴대전화는 통신 채널이자 생명선
	소통 수단	<ul style="list-style-type: none"> • 인터넷 사용률은 높지만, 문화 활동은 그다지 활발하지 않음 • 동료, 가족 친화적이며 소통의 재미를 추구해 소셜 네트워크를 활발히 사용 • 디지털 세대의 일부로서 자신의 의견을 공유하기를 원하며 디지털 콘텐츠가 소통의 방법임을 인지하고 있고 즐겁게 소통하고 싶은 욕구로 지역 대표자에게 의존하는 경향도 있음
<p>변화무쌍한 모험가(Kaleidoscope Creativity)</p> <p>① K1: 정착한 다양한 도시 공동체</p> <p>② K2: 도시의 사회적 소유 아파트에 거주하며 힘들게 사는 독신</p>	약력	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 인종으로 구성되며 35세 이상의 광범위한 연령대를 포함하고 독신이거나 고령자 가족 • 교육 수준이 낮고 저소득층 세입자가 주를 이루며 일로 인해 여행이나 문화 활동이 제약됨 • 낮은 소득으로 인해 레스토랑에서 외식하거나 술집을 가는 횟수가 드물며 일부는 자신의 음악과 시를 씀
	태도	<ul style="list-style-type: none"> • 예술은 “모두를 즐겁게 해야 한다”라는 전통적인 규정을 거부하는 경우가 많으나 공식 예술 및 문화행사에도 참석하려는 의지를 보이는 부조화가 나타남 • 비싼 입장권은 지출하지 않고 무료 창의 활동에 참여함 • 이들은 무료로 파트너를 구하여 수익을 낼 수 있는 기관의 자원봉사 기회가 생기면 효과적
	경제 활동 분야	<ul style="list-style-type: none"> • 지역사회 또는 외부에서 이루어지는 행사의 대중적인 문화행사에 접근하는 편이며 전통 문화기관이 제공하는 행사는 거부하는 편 • 박물관이나 문화유산보다 라이브 음악 공연과 다양한 거리 예술에 관심이 많으며 유명 뮤지컬과 같은 무료 지역 이벤트를 기대함 • 문화적으로 특이한 반응을 보일 관객을 찾으려면 이 그룹의 참여를 목표로 하면 효과적
	장소	<ul style="list-style-type: none"> • 주로 런던 도심 지역이나 대도시 교외의 국가 보조 주택 아파트에서 거주 • 문화적 기회를 누릴 수 있는 위치에 있지만 저소득실업으로 제한이 있음 • 이들은 강한 커뮤니티 유대가 있어 각 커뮤니티를 이해하고 개발하는 과정이 필요하며 그들의 관심사를 문화행사에 들여오는 노력이 필요함
	디지털 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 대부분 스마트폰을 이용해 일상생활 영위 • 넷플릭스, 디즈니 플러스 등을 구독하며 자신의 콘텐츠를 제작하는 것보다 블로그를 찾아 다운로드하여 공유함 • 문화 단체의 웹사이트에 대한 참여도가 매우 낮으며 디지털 방식으로 접근하여 ‘푸쉬’알람으로 예술 및 문화 활동을 알리지 않는 한 관심이 없음
	소통 수단	<ul style="list-style-type: none"> • 이 그룹이 지역사회와 관계를 구축하려면 노력과 시간과 돈이 필요하지만, 이들의 독특한 창의성을 찾으려면 입소문을 통해 참여를 독려해야 함 • 인스타그램이나 틱톡과 같은 소셜 미디어 네트워킹을 통해 스마트폰으로 알림을 보내야 이들의 참여를 유도할 수 있음 • 지역사회 클럽, 청소년 프로그램, 종교기관, 의료 제공자, 상점 및 서비스 등을 이용하여 이 그룹의 문화 활동을 유도하면 효과적
<p>도움 대상자(Supported Communities)</p> <p>① S1: 젊고 비활 동적이며 힘든 생활을 하고 종종 복지에</p>	약력	<ul style="list-style-type: none"> • 백인 영국인 노년 집단이지만 건강 장애가 있는 독신의 Z 세대 하위 집합도 포함 • 18세 미만의 미혼모이거나 사회의 관리가 필요한 언어, 청각, 시력 등의 질병 장애인이 많음 • 대다수는 일하지 않고 은퇴해 저소득으로 생활하며 제한된 사회활동 함
	태도	<ul style="list-style-type: none"> • 예술과 문화에 관심은 있지만 건강과 장애가 참여의 장애 요소로 작용 • 재정적으로 어려운 사람이 대다수이기 때문에 이 그룹이 실제로 참여할 수 있는 것은 무료 활동이 지배적

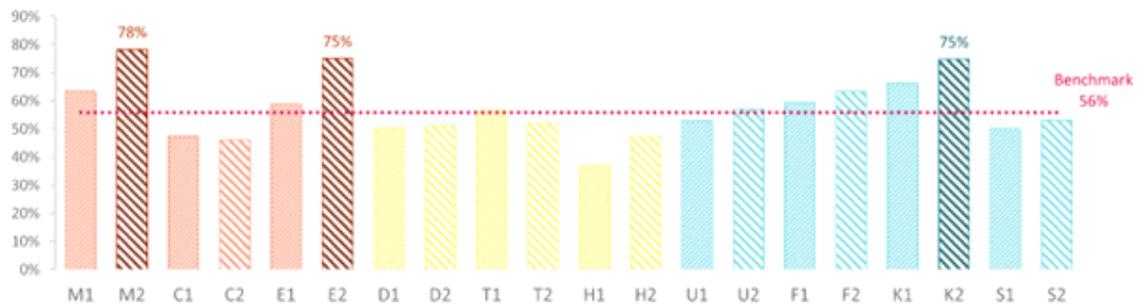
의존하는 생계 유지자 ② S2: 보호 주택에 사는 건강이 약화된 노인 거주자		<ul style="list-style-type: none"> 저소득층이긴 하나 예술 이외의 분야에서 기부 및 자선활동은 노인이나 동물과 함께 일하는 단체와 연결되어 있음
	경계 활동 분야	<ul style="list-style-type: none"> 이 그룹은 문화와 예술 활동에 참여할 가능성이 가장 낮은 그룹이며 특정한 행사에도 참여율이 저조함 예술 활동에 참여율이 저조하지만, 대중적이고 주류를 이루는 뮤지컬, 라이브 음악, 드라마, 카니발 등에는 분명한 선호도가 있음 신체적인 장애나 재정적인 문제로 창의적 참여 기회가 없어서 주로 가정 기반, 교회 주도 및 지역사회에서 공연과 같은 관심사나 취미활동을 중심으로 이들의 잠재적 흥미를 자극하고 있음
	장소	<ul style="list-style-type: none"> 영국 북부 해안 도시에 거주하며 국가에서 제공하는 아파트에서 생활함 교통편이나 신체적 장애로 인한 이동의 불편함 등의 이유로 문화 활동에 어려움이 있음 이 그룹에 교통편을 제공하거나 요양원, 사교 클럽 등을 제공하고 자막, 오디오 시스템 등의 도움도 필요하며 이들에게 특별히 맞춤형 활동을 개발할 수도 있음
	디지털 활동	<ul style="list-style-type: none"> 10개 그룹 중 디지털 참여도가 가장 낮음(그룹의 40% 이상이 인터넷을 사용하지 않음) 온라인으로 입장권을 예약하거나 디지털 미디어 콘텐츠를 다운로드할 확률이 매우 낮음 젊은 구성원은 온라인 게임 및 콘텐츠 스트리밍 서비스를 즐김
	소통 수단	<ul style="list-style-type: none"> 이 그룹의 문화를 접하고자 하는 욕구가 확인되어 꾸준한 접근이 필요 이 그룹이 예술 활동에 참석하지는 않지만, 예술과 관련된 문화잡지 출판물을 읽는 것을 즐김 텔레비전이 영향력이 있으며 입소문도 중요한 정보의 수단이고 이들이 신뢰하는 사람을 통해 네트워크를 연결하거나 소통 창구를 마련하면 효과적

- 관객 정의
 - 10가지 관객 유형을 분류하고 정의함

(4) 코로나19 이후 동향 조사

- Audience agency에서는 코로나19 시작 지점부터 2022년 가을까지 관객의 문화 활동 참여도에 관련한 연구를 영국 전체의 인구를 대상으로 통계를 도출하려고 시도했으며, 그중 10가지 관객 유형에 해당하는 그룹도 함께 조사함
- 코로나19 이후 새로운 문화환경이 어떤 모습일지 예측하기 위한 단서를 얻기 위해 시작되었고 젊고 대도시에서 사는 사람들이 실황 공연을 보고 싶어 할 것으로 예측했지만, 꼭 그렇지는 않았고 오히려 장애를 지닌 관객들을 위한 프로그램이 소홀하게 진행되는 점을 알게 되었으며 재택근무 환경이 앞으로 지속될 수 있으므로 이러한 환경 속에서 적용이 가능한 문화 활동을 연구할 필요성이 대두됨
- 2020년 가을부터 4계절로 나누어서 조사를 시행하였으며 2022년 가을까지 총 7회에 걸친 조사로 진행
 - 2020년 10월 6,055명이 응답, 2021년 2월 1,503명, 2021년 6월 2,002명, 2021년 9월 2,025명, 2021년 11월 6,057명, 2022년 3월 3,197명, 2022년 9월 3,557명이 응답

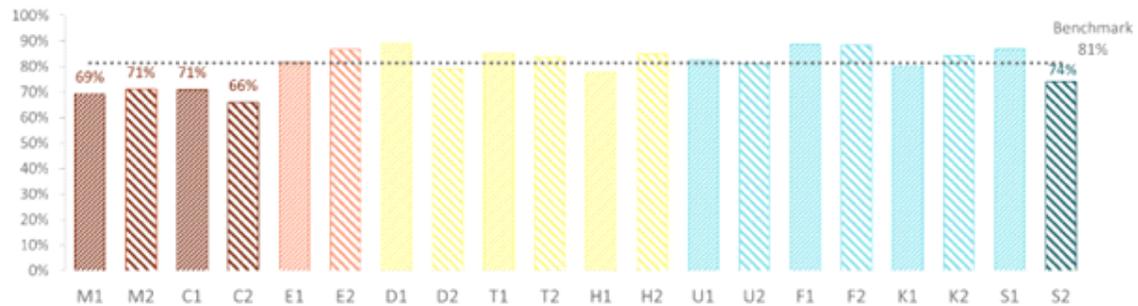
[그림 2-3] 코로나19 이후 온라인 문화활동 참여도



- 1순위: M2 대도시 문화인은 이벤트 녹화와 스트리밍을 주로 감상
- 2순위: K2: 변화무쌍한 모험가는 온라인 전시물을 주로 감상
- 3순위: E2: 경험 추구자는 소셜 미디어를 통한 아트 프로젝트를 관람
 - 꾸준한 문화 활동을 이어간 그룹은 위의 세 그룹 중에서도 젊은 그룹이라는 것에 주목할 필요가 있음

[그림 2-4] 팬데믹 이후 삶의 위기의식을 느끼는 정도

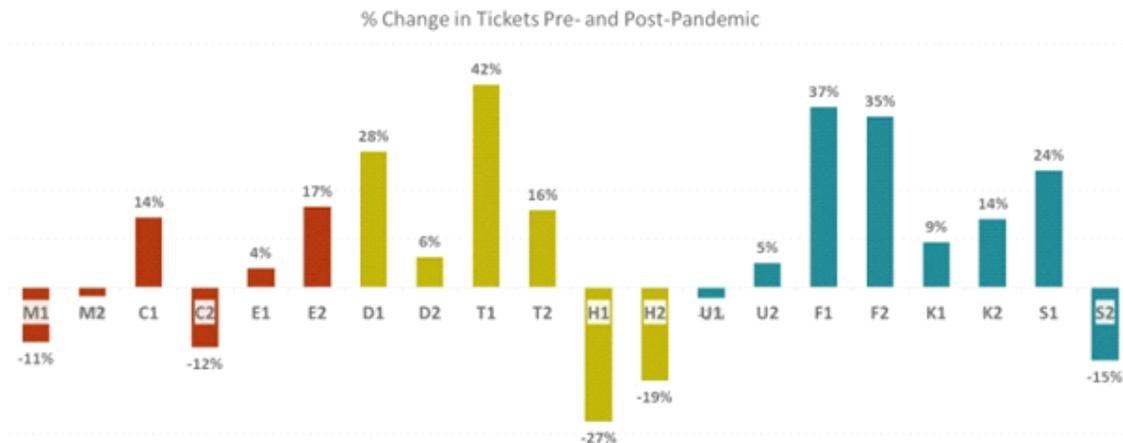
M1 and C2 are less likely to be worried about the cost of living crisis
 Net % Agree minus Disagree : "I am worried about the 'cost of living crisis' and its effect on me/my household"



- 대도시 문화인과 역세권 문화애호가 그룹은 상대적으로 다른 그룹에 비해 삶의 위기의식을 덜 느끼는 편
 - 반면, 최전선 가족들, 가정적 여행가, 동네 지킴이, 경험 추구자 그룹은 생활비의 지출을 우려하고 가족 단위와 도심지에서 먼 거리에서 사는 그룹은 집 근처의 문화생활의 문화 활동 비용 외에 다른 여타의 문화지출은 가장 많이 줄일 것으로 예상됨
- 코로나 팬데믹 이후 관객의 지출 및 문화 활동 참여 습관이 어떻게 변했는지
- 전체적으로 모든 유형의 그룹이 팬데믹 이전의 수준으로 회복되고 있음
 - 문화기관의 전반적 매출은 팬데믹 이후 거의 회복되었지만 인플레이션 증가와 막대한 에너지 비용상승으로 관객의 실질 소득 수준이 하락함. 특히 런던을 포함한 일부 지역의 티켓 판매는 다른 지역보다 회복 속도가 느린 편. 그중 M1은 예상보다 회복력이 매우 떨어짐

- 젊은 가족이 있는 관객인 D1과 T1 그리고 F2가 문화 활동에 지출을 주도하지만, M1, C2, S2, 는 문화 활동에 대한 회의적인 반응을 보임. 특히 H1과 H2는 이전의 문화적 참여 수준으로 돌아가기를 건강상 등의 이유로 더욱 기피 하는 경향을 보임
- 팬데믹 이후 뮤지컬 극장 및 어린이 쇼와 같은 가족 중심 예술 형식의 입장권 판매가 많이 증가 했지만, 연극/드라마 및 문학 행사 판매는 감소하였고 그 이유는 프로그램의 변화 때문일 것이라 예측

[그림 2-5] 코로나19를 기점으로 이전과 이후의 문화활동 참여 습관의 변화 비율



- 분석에 따르면 최전선 가족들과 가정적 여행가들의 입장권 지출 비율이 증가
- 그러나 나이가 많은 노년 그룹들은 팬데믹 이전과 같지 않으며 특히 대도시 문화인, 도움 대상자, 역세권 문화애호가, 도시 은퇴자들은 입장권 지출 비율이 현저하게 감소함
- 이전 청중 내에서 20개의 세부적 유형의 상대적인 비율을 감안할 때 눈에 띄게 활발한 유형은 가정적 여행가이고, 그다음이 동네 지킴이, 그리고 최전선 가족들. 참여율이 가장 저조한 유형은 실 거주 안정자에 해당. 그러나 가장 드라마틱하게 전환된 유형은 팬데믹 이전에 문화 활동 참여율이 가장 높았던 대도시 문화인과 역세권 문화애호가의 감소추세

○ 결론

- 아직 코로나 팬데믹이 진행 중이지만 앞으로 이 팬데믹이 점차 감소할 것이라고 예상하는 관객이 늘어나고 있으며 동시에 코로나가 점차 감소하는 추세에 맞추어 계속해서 문화 활동에 참여할 것을 밝힘
- 생활비용이 코로나19 이후 문화 활동을 저해하는 가장 큰 요소이며 대도시 문화인과 역세권 문화 애호가층을 제외하면 나머지 그룹은 생활비와 문화생활 지출에 우려를 나타냄

제2절 소결

1. 관객의 정의

■ 관객의 개념

[표 2-50] 선행연구에서의 관객 정의

관객 정의	'무관심-관심-시도-긍정적 평가-수용-확신' 관객 유형화에서 무관심과 관심은 공연에 참석한 경험이 없는 집단이며 이를 관객으로 정의함
	'공연 무관심형-공연 선호형-공연 매니아형-공연 슈퍼 매니아형' 관객 유형화에서 공연 무관심형은 공연에 참석한 경험이 없는 집단이며 이를 관객으로 정의함
	'배경 단계-1단계:지각적 요인-2단계:실제적 요인-3단계:경험적 요인'은 공연에 참석한 경험이 없는 배경 단계를 포함하고 이러한 단계(집단)도 관객으로 정의함
	'단순 관람-강화된 관객 참여-크라우드 소싱-공동 창조-예술가로서의 관객' 관객 유형화에서 공연 관람 경험이 없는 집단은 관객으로 분류하지 않음. 향후 지금보다 더욱 적극적인 관객이 발생할 수 있는 점을 고려해 미래의 관객은 더 표현적인 의미로 정의될 수 있다고 설명함
	관객은 공연예술의 기본적인 요소로 정의되고, 예술적 경제적 지원자로 정의되기도 함
	관객은 여러 종류의 예술 작품을 접하는 소비자와 수용자

- 전통적인 관객의 정의는 예술(또는 스포츠)을 관람하는 사람을 의미하여 관람 경험이 없는 사람은 관객으로 정의하지 않음
- 그러나 선행연구에서는 관객개발을 위해 공연예술을 관람하지 않은 비 관객도 관객의 유형으로 분류하고 있음
 - 국내 연구뿐 아니라 영국의 The Audience Agency에서도 영국 전 국민이 관객이라는 개념을 기반으로 관객 유형화를 시도함
- 한편 최근 과학기술의 발전에 따라 발생한 뉴미디어를 통해 공연을 영상으로 관람한 집단(공연 직접 관람 경험 없는 집단)도 관객으로 볼 수 있음
- 선행연구와 관객개발의 관점을 고려하여 이 연구에서 정의하는 관객의 개념은 공연 직접 관람 경험이 있는 집단과 공연 직접 관람 경험이 없는 집단을 모두 포함하여 관객으로 정의함
 - 다만 이 연구는 공연 관람객 대상으로 조사를 시행하였으므로 비 관람객은 <공연예술 관객개발 모델>의 분류에 포함하고 별도의 분석은 시도할 수 없음을 유의

2. 관객개발을 위한 변수와 시사점

■ Alan R. Andreasen(1991)

○ 유의한 변수

- 사회경제적 변수, 아동 사회화 변수, 성인 사회화 변수, 생활방식 변수, 근무상태 변수, 가족생활 주기 변수, 참여장벽 변수

○ 관객 유형화에 영향을 주는 변수와 시사점

- 사회경제적 변수와 생활방식(관람 횟수) 변수는 관객 유형화를 위한 기준에 해당하며, 이를 통해 '무관심-관심-시도-긍정적 평가수용-확신'으로 분류
- 평가 유도, 긍정적인 참석 장려, 채택 장려, 확인 유도 전략으로 관객 유형마다 상위 단계로 진입 할 수 있음

■ 강남임·김소영·지주은(2010)

○ 유의한 변수

- 인구통계학적 변수: 성별, 직업, 학력
- 행동적 변수: 공연정보 원천, 공연 선택 속성, 공연 관람 제안자, 공연 관람 결정자, 입장권 구매 방법, 관람 횟수, 선호 장르, 관람 동기, 관람 장애요인, 추구 편익, 공연예술 관련 동호회 가입 여부
- 사회 심리학적 변수: 생활방식
- 환경적 변수: 부모님의 공연 관람 동반 여부, 부모님의 공연 관람 정도, 예술 전공, 성년기 예술교육, 유년기 예술교육

○ 관객 유형화에 영향을 주는 변수와 시사점

- 행동적 변수(공연 관람 횟수, 공연 관람 장르 수)는 관객 유형화를 위한 기준에 해당하며, 이를 통해 '공연 무관심형-공연 선호형-공연 마니아형-공연 슈퍼 마니아형'으로 분류
- 작품 초대권 제공, 할인제공과 다양한 행사 초대, 특별 할인 혜택으로 동반/단체 관람 유도, 지속적 서비스 만족도 조사로 민감한 대응을 한다면 관객 유형별로 상위 단계 진입 가능

■ Kevin F. McCarthy, Kimberly Jinnett(2001)

○ 유의한 변수

- 배경 단계 변수
 - 사회인구학적 요인: 교육, 소득, 직업, 나이, 성별, 생애주기 단계
 - 성격 요인
 - 예술에 대한 개인의 이전 경험
 - 사회문화적 요인
- 1단계: 지각적 변수
 - 예술 참여에 대한 개인적 신념
 - 사회 집단 규범에 대한 이해
- 2단계: 실제적 변수
 - 예술 프로그램에 대한 정보

- 비용 및 시기
- 편의성(장소)
- 시간적 여유
- 3단계: 경험적 변수
 - 예술 참여 경험
- 각 단계에 영향을 주는 변수와 시사점
 - 이 연구는 관객 유형을 분류한 것이 아니라 고정 관객으로 진입하면서 발생하는 변수를 설명하고 있음
 - 이에 단계별로 ①참여 목표와 목표 집단을 기반으로 참여 구축에 사용할 수 있는 전략과 ②참여 구축을 위한 통합적 접근 전략으로 변수에 대응한다면 효과적 관객개발 전략 구축 가능
- Alan S. Brown, Jennifer L. Novak-Leonard, Shelly Gilbride, Ph.D.(2011)
- 유의한 변수
 - 의도된 청중에 따른 프로그램 변수
 - 청중 기반 프로그램, 참가자 기반 프로그램
 - 목표나 결과에 따른 프로그램 변수
 - 지역사회의 요구 혹은 사회적 목표에 따른 프로그램, 예술적 비전을 지원하거나 보완하기 위한 프로그램, 예술 프로세스 혹은 제작을 위한 프로그램, 기본적 참여를 위한 프로그램
- 관객 유형화에 영향을 주는 변수와 시사점
 - 프로그램 변수는 관객 유형화를 위한 기준에 해당하며, 이를 통해 ‘단순 관람-강화된 관객 참여-크라우드 소싱-공동 창조-예술가로서의 관객’으로 분류
 - 단순 관람 집단=청중 기반 프로그램 변수
 - 강화된 관객 참여 집단=참가자 기반 프로그램 변수
 - 크라우드 소싱 집단=지역사회의 요구 혹은 사회적 목표에 따른 프로그램 변수, 예술적 비전을 지원하거나 보완하기 위한 프로그램 변수
 - 공동 창조 집단=예술 프로세스 혹은 제작을 위한 프로그램 변수
 - 예술가로서의 관객 집단=기본적 참여를 위한 프로그램 변수
 - 향후 사례 연구를 보완하여 활동적 예술 프로그램을 개념화하는 과정이 필요함
- 안범용(2012)
- 유의한 변수
 - 행동적 차원 변수
 - 연극관람 기간, 연간 연극관람 횟수, 방문한 연극공연장 수, 연평균 연극 관련 지출액, 연극 관련 매체/프로그램 정기 시청/구독 수
 - 정서적 차원 변수
 - “연극관람은 나에게 있어 중요하다.”, “연극에 대해 다른 사람과 이야기하는 것은 즐겁다.”, “연극은 나에게 많은 의미가 있다.”, “연극에 관한 한 나는 많은 이야기를 할 수 있다.”, “연극은 나의 주된 관심사이다.”, “나는 연극에 대한 신문/잡지/인터넷 기사 혹은 방송은 꼭 챙겨본다.”
 - 일반적인 특성 변수
 - 성별, 나이, 교육 수준, 직업, 월평균 소득, 결혼 여부, 동반자

- 관객 유형화에 영향을 주는 변수와 시사점
 - 행동적 차원 변수와 정서적 차원 변수의 표준점수(z-score)를 산출하고 합산한 점수가 관객 유형화를 위한 기준에 해당하며, 이를 통해 ‘전문화수준 낮은 집단(1%~30%)-전문화수준 보통 집단(31%~80%), 전문화수준 높은 집단(81%~100%)’으로 분류
 - 연극관람이 여가 향유 욕구 충족에 효과적이라는 점을 연극에 관한 홍보활동에 적극적으로 활용하여 관람 기회 확대와 전문화수준 높이는 노력 필요

■ 임승희(2014)

- 유의한 변수
 - 인구통계학적 변수: 성별, 나이, 학력, 직업, 혼인, 가계 소득
 - 행동 변수: 관람 빈도
 - 심리 변수: 관심도
- 관객 유형화에 영향을 주는 변수와 시사점
 - 행동 변수와 심리 변수는 관객 유형화를 위한 기준에 해당하며, 이를 통해 ‘고빈도 관람·고관심형-고빈도 관람·저관심형-저빈도 관람·고관심형-저빈도 관람·저관심형’으로 분류
 - 저관심자에서 고관심자로 전환하는 데 영향을 미치는 요인은 정규교육 이외 문화예술교육 경험과 전통 문화예술 관련 동호회 참여 경험에 해당
 - 이에 따라 고빈도 관객의 재관람 유도과 저빈도 관객의 관심과 관람 행동을 촉진하는 전략 필요

■ 손지영·정재왈(2016)

- 유의한 변수
 - 인구통계학: 성별, 나이, 전공, 학벌, 직업, 거주지역, 거주 형태, 결혼 여부, 월 소득
 - 요인 1: 공연장 내·외부 시설 고급화 추구에 대한 요구
 - 요인 2: 문화예술 지원 추구에 대한 요구
 - 요인 3: 편의시설 추구에 대한 요구
 - 요인 4: 서비스 편리성 추구에 대한 요구
- 관객 유형화에 영향을 주는 변수와 시사점
 - KMO, Bartlett의 구형성 가정과 표본 타당도(MSA) 결과가 관객 유형화를 위한 기준에 해당하며, 이를 통해 ‘보수적 고립형-개방적 자유형-감각적 성실형-외향형 활동형-진보적 보수형’으로 분류
 - 위와 같은 모든 유형을 통합하는 변수는 생활방식에 해당하므로 관객을 유형화하는 기준은 생활방식으로 볼 수 있음
 - 비 관람객이 공연예술 작품의 정확한 정보를 쉽게 찾아볼 수 있도록 정보 제공이 필요하고 공연 예술 관람 할인 및 서비스 제공이 관객개발에 효과적

■ Eric Kolhede and J. Tomas Gomez-Arias(2017)

- 유의한 변수
 - 인구통계학적 변수: 성별, 인종, 학력, 소득
 - 공연예술 행사 참석 빈도 변수
 - 공연예술 행사 참여에 대한 22개의 동기 변수
 - 문화적 풍요로움, 스트레스 풀기, 개인적인 예술 감상, 공연예술에 대한 개인 배경/학력, 우리 지역사회의 공연예술 지원, 자선 또는 대의와 관련된 행사, 행사의 품질, 매력적인 장소, 행사

날짜/시간, 편리한 입장권 구매, 적절한 주차, 인근 식당·상점·매점과의 근접성, 저렴한 입장권 가격, 가격 할인, 행사의 근접성(집과 가까움), 기억에 남는 광고, 입소문, 좋은 평가, 유명 연주자, 스타 잠재력을 지닌 유망한 연기자, 사교 모임/교류, 타인의 격려

○ 관객 유형화에 영향을 주는 변수와 시사점

- 공연예술 행사 참석 빈도 변수가 관객 유형화를 위한 기준에 해당하며, 이를 통해 '관람 빈도가 잦은 관객-관람 빈도가 보통 관객'으로 분류
- 공연예술 행사 참여에 대한 22개 항목 중 요인마다 현저한 차이가 발생하므로 차별화된 마케팅 종합 전략과 차별화가 필요함

■ 이유석·이지수·김상훈(2020),

○ 유의한 변수

- 공연 관람 경험 변수: 무용, 뮤지컬, 오페라, 연극, 클래식 관람 경험
- 공연예술에 대한 태도와 관람 의향 변수: 특정 공연 장르 선호도, 특정 공연 장르 관람 의향
- 인지된 사회적 지위 및 문화자본 변수: 자신의 사회적 지위, 직업, 가구소득, 최종학력, 예술교육 이수 경력

○ 관객 유형화에 영향을 주는 변수와 시사점

- 공연 관람 경험 변수가 관객 유형화를 위한 기준에 해당하며, 이를 통해 '옴니보어-식자층-대중성-비 관객'으로 분류
- 문화자본 변수에서 예술교육 이수 경력이 표적시장 식별에 가장 핵심적 요인이므로 이에 따른 전략 수립 필요

■ 김지영(2009)

○ 유의한 변수

- 탈출/오락 동기
- 예술 동기
- 사회 지위 동기
- 사회 친화 동기

○ 관람 만족도에 미치는 변수와 시사점

- 영리 공연: 예술적 동기, 사회 지위 동기
- 비영리 공연: 사회 지위 동기, 사회 친화 동기
 - 비영리 공연일 때 고객지향적 마케팅 전략이 필요함

■ 임규혁·정환호·이혜영·정정화·강은주·한주희(2010)

○ 유의한 변수

- 감성지능 변수: 자기 감성 인식, 타인 감성 인식, 자기 감성 활용, 자기 감성 통제
- 관람 동기 변수: 감성적 동기, 이성적 동기
- 심리적 만족 변수: 새로운 경험에 대한 욕구 추구, 자발성, 성취감
- 스트레스 변수: 내적·외적 자극

○ 관람객 감성지능 변수가 관람 동기와 만족도, 스트레스에 미치는 영향

- 자기 감성 인식·자기 감성 활용은 감성적 동기에 영향을 미침
- 타인 감성 인식·자기 감성 활용은 이성적 동기에 영향을 미침

- 감성적 동기·이성적 동기는 심리적 만족에 영향을 미침
- 심리적 만족은 스트레스에 영향을 미침

■ 강여주(2010)

○ 유의한 변수

- 인구통계학적 특성에 따른 공연 관람 특성 차이
 - 공연 장르별 관람(성별, 나이, 학력, 직업)
 - 공연 관람 빈도(성별, 나이, 학력, 직업)
 - 공연 관람 동기(성별, 나이, 학력, 직업)
 - 공연정보 획득 경로(나이, 학력, 직업)
- 인구통계학적 특성에 따른 공연 만족도 변수
 - 성별(관람 의향)
 - 나이(관람 의향, 공연 흥미, 공연 이해)
 - 학력(관람 의향, 공연 흥미, 공연 이해)
 - 직업(관람 의향, 공연 흥미, 공연 이해)
- 공연 장르에 따른 공연 만족도 변수
 - 관람 의향
 - 공연 흥미
 - 공연 이해

○ 관람 만족도에 미치는 변수와 시사점

- 관람 만족도를 파악하기 위해서는 인구통계학적 특성 변수에 따른 공연 관람 특성 변수를 고려해야 하는데 이러한 교차분석은 마케팅 활성화를 위한 전략으로 활용될 수 있음

■ 이용관(2004)

○ 유의한 변수

- 예술교육의 문화 생산활동 변수: 창작활동
- 예술교육의 문화 소비활동 변수: 공연 관람, 비디오 보기, 오디오 듣기, 인쇄자료 읽기

○ 관객개발에 미치는 변수와 시사점

- 공연예술 분야 관객개발은 예술교육의 문화 생산활동 변수와 문화 소비활동 변수가 영향을 미치므로 기관이나 단체의 전문적인 운영체제와 효과적인 예술교육 프로그램 도입 전략 필요
- 더불어 예술교육 정책 수립과 지원, 예술교육 평가시스템 개발, 인력 양성과 배치 및 연구 기능 확보 등 다양한 여건 조성이 필요함

■ 박재홍(2007)

○ 유의한 변수

- 인구통계학: 성별, 나이, 교육 수준, 직업
- 관람 빈도: 지난 12개월간 전체 공연예술 관람, 지난 12개월간 발레 관람
- 관람 동기: 최초 관람 계기, 당일 관람 동기
- 입장권 가격
- 공연정보 입수경로

○ 관객개발에 미치는 변수와 시사점

- 인구통계학적 변수에서 발레관객의 특성상 남성보다 여성이 많고 높은 교육 수준, 사무직이라는 특성이 있음
- 이에 따라 학교, 지역사회 예술교육이나 참여 프로그램 확대 운영이나 남성을 위한 프로그램 제공을 고려해야 하고 관객의 직업이 고른 분포를 보이므로 다양한 시간대를 고려해 공연을 기획할 필요가 있음

■ 박정배(2009)

○ 유의한 변수

- 인구통계학적 특징: 성별, 나이, 교육 수준, 거주지
- 평소 공연 관람 빈도: 기존의 공연 관람 빈도
- 예술교육: 예술교육이 공연 관람에 도움이 되는지, 예술교육을 통한 삶의 질 향상

○ 관객개발에 미치는 변수와 시사점

- 예술교육 변수는 관객개발에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나며, 프로그램을 수준과 나이에 맞게 개발하고 기관 또는 단체와 지역민들의 파트너십을 구축해야 함

■ The Audience Agency(2022)

○ 유의한 변수

- 약력: 인구통계학, 사회 경제학, 생활방식
- 태도: 우선순위, 지출, 자선과 봉사
- 경제 활동 분야: 범위, 예술 양식, 참여
- 장소: 위치, 공급, 지역사회
- 디지털 활동: 일반 현황, 예술과 문화
- 소통 수단: 성향, 채널

○ 관객 유형화에 영향을 주는 변수와 시사점

- 약력, 태도, 경제 활동 분야, 장소, 디지털 활동, 소통 수단의 모든 변수는 관객 유형화를 위한 기준에 해당하며, 이를 통해 '대도시 문화인-역세권 문화애호가-경험 추구자-동네 지킴이-가정적 여행가-실거주 안정자-도시의 은퇴자-최전선 가족들-변화무쌍한 모험가-도움 대상자'로 분류

제3장

공연예술 관객 인식조사

제1절 관객 인식조사 개요

1. 조사 목적

- 코로나19 팬데믹 이후 예술창작 및 향유 부문 모두에서 공연예술 생태계는 큰 어려움을 겪어옴
- 팬데믹의 장기화로 공연예술계 생태계 회복을 위한 정책개발이 필요한 상황이나, 공연예술 향유 양상과 의향을 이해하고 분석하여, 이와 관련된 향후 전략을 개발하기 위한 근거가 미미함
- 자생적인 예술생태계 구축을 위한 고객으로서의 '관객' 분석 필요성이 제기되고 있으나, 예술기관 자체에서 정기적 관객 조사 및 관련 데이터를 구축하는 사례가 부재함에 따라 선행적인 관객 조사 수행이 요구됨
- 본 조사는 공연예술 생태계 구축의 관점에서 관객의 개념 및 유형을 설정하고, 이들의 특성과 요구를 파악하기 위한 근거자료 마련하기 위해 기초 데이터를 수집하는 데 그 목적을 두고 있음

2. 조사 개요

- 조사 대상 : 조사 기간에 공연이 개최된 공연장의 공연 관람객
- 조사 기간 : 2022년 12월 7일~12월 31일(약 20일간)
- 유효표본 : 1,038명
- 조사 방법 : TAPI(Tablet PC)를 활용한 면접조사

3. 조사 수행 프로세스

가. 조사 내용의 구성

- 공연을 관람하러 온 사람들이 어떤 특성이 있는지를 파악하여 실제 “관객개발 전략 도출 및 관객 자료 축적”을 위해 다음의 사항들을 확인하고자 하였음
 - 공연은 왜 관람하는가?
 - 어떤 것이 우리가 표적화하는 관객이 되는 데 영향을 미치는가?
 - 관객의 예술 가치 인식에 미치는 영향요인은 무엇인가?
 - 우리가 표적화하는 관객이 되는데 장애물은 무엇인가?
 - 장애물 중 한국문화예술위원회에서 개선할 수 있는 점은 무엇인가?
- 관객을 유형화하고 관객개발 전략을 도출하는 데 영향을 미치는 요인과 관련한 선행연구들을 검토한 결과, 개인적 요인의 구성 2가지와 관객 형성 요인의 구성 3가지, 총 5가지 내용을 구성

○ 개인적 요인의 구성

- “관객”을 정의하기 위해 공연예술 관람객의 문화예술에 대한 경험과 행태를 통해 경험의 다양성이 “관객”을 정의하는 데 있어서 어느 정도의 영향을 미칠지 확인
 - 공연예술 외 문학, 시각예술, 문화예술 관련 동호회/커뮤니티 활동, 문화예술교육 경험 등을 예술 경험의 범위로 보고 공연예술 외 분야의 예술을 경험한 관람객은 공연예술을 관람만을 목적으로 하는 것이 아닌, 더욱 적극적인 참여자로 분류할 수 있을지, 이에 영향을 미치는 부분이 무엇인지를 확인
- 내부요인으로써 예술 가치(개인적, 사회적, 경제/도구적)에 영향을 미치는지를 확인, 외부요인으로 관람할 공연을 선택하는 기준, 예술지원에 대한 인식 등을 확인

○ 관객 형성 요인의 구성

- 공연 관람 동기/목적과 관람 성향 파악을 통해 자발적 관객이 되기 위한 조건 또는 영향을 미치는 요인을 확인
 - 핵심 요인 : 공연예술 작품
 - 실제 요인 : 내가 좋아하는 예술인(스타)이 출연하는지, 특정 작품 자체인지, 브랜드인지, 연출 스타일인지, 장르인지, 이야기(story)인지 등
 - 확장요인 : 공연 공간의 중요성(무대 공간, 음향시설), 관객을 위한 편의성(주차장, 휴게시설, 비디오 상영, 식음료 시설 등), 작품 캐릭터 상점, 이벤트 개최, 사후 서비스 등
 - 기타요인 : 선입견, 재정(소비력), 시간, 대중교통 편의성, 물리적 거리, 개인만의 특정 동기, 소속 집단의 공연예술 관심도 등
- 관객이 되는데 장애물은 무엇인지에 대한 파악
 - 관객이 되기까지의 장애물은 재정(소비력), 시간, 대중교통 편의성, 물리적 거리 등
 - 관객이 되는 데 영향을 미치는 요인이 반대로 장애물로도 사용될 수 있음
 - 응답자 개인적인 요인 외 인프라적 요인(대도시에 공연장 밀집 현상으로 접근성의 어려움, 대중교통 편의성, 공연정보 획득의 한계 등)도 큰 장애물에 해당
- 향후 한국문화예술위원회에서 개선 할 수 있는 부분에 관한 확인
 - ‘더 많은 공연 관람 기회의 제공’, ‘더 다양한 공연 장르의 관람 기회의 제공, 지역의 소도시 단위로 더 많은 공연예술 체험 기회 제공과 교육 기회 제공 필요 등
 - 공급 고도화(관객에 대한 사전 정보 제공의 범위 등) 필요 부분 확인

나. 세부 조사 항목의 구성

[표 3-1] 조사 항목

구분	주요 조사 내용
관람 공연 선택요인 및 만족도	<ul style="list-style-type: none"> - 오늘 관람한 공연의 관람 이유 - 오늘 공연 관람의 동반자 - 오늘 공연에 대한 정보 습득 경로 - 출발지로부터 공연장까지의 소요 시간 - 오늘 공연을 관람하기 위해 지출한 금액 - 오늘 공연에 대한 만족도(작품성, 외부요인, 기타요인) - 오늘 공연에 대한 타인 추천 의향, 재관람 의향
문화예술관람 및 참여 형태	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 1년간 문화예술 활동 참여 형태 (경험 여부, 참여 형태, 참여 빈도, 1회 평균 지출 금액, 1회 최대 지출 가능 금액, 관람/참여 동반자, 관람/참여 형태, 향후 관람/참여 의향) - 문화예술 관련 교육 경험 및 시기 - 최근 1년간 공연 직접 관람 형태 (경험 여부, 참여 형태, 참여 빈도, 1회 평균 지출 금액, 1회 최대 지출 가능 금액, 관람/참여 동반자, 관람/참여 형태, 향후 관람/참여 의향) - 온라인 공연 관람 형태 (온라인 관람 경험, 관람 형태, 관람 빈도, 유료 관람 여부, 관람 만족도, 향후 온라인 공연 관람 의향, 온라인 공연에 대한 불만족 요인) - 공연 관람을 위해 필요한 정보
관람 성향 및 인식 비교	<ul style="list-style-type: none"> - 관람 유형별 동의 정도 - 문화예술에 대한 인식(개인적 가치/효과, 사회적 가치/효과, 경제적 가치/효과)
공연예술관람의 장애요인	<ul style="list-style-type: none"> - 공연예술 작품 선택 시 장애요인(경제적 요인, 접근성, 개인적 요인) - 공연 입장권 구매 시 유용한 지원 - 공연 관람을 위해 필요한 지원
응답자 특성	<ul style="list-style-type: none"> - 성별, 연령 - 거주지역 및 거주지역의 규모 - 학력 및 직업 - 월평균 가구소득 - 혼인상태 및 가족 구성원, 자녀의 수 - 월평균 문화 여가에 지출하는 비용 규모

다. 조사 대상 공연장 표본설계 및 추출

1) 공연장 정보의 수집

- 공연장에 대한 정보는 문화체육관광부의 『2020 전국문화기반시설총람』 자료(2021년 1월 기준 262개 문예회관)와 (재)예술경영지원센터에서 운영하는 공연예술통합전산망 등록 공연장 DB(2022년 7월 20일 기준 1,621건), 한국문화예술위원회 자체 보유 DB를 통합하여 구축
 - 장기화하는 팬데믹의 영향으로 공연이 더 이상 진행되지 않거나, 폐업한 공연시설 등을 제외하였으

며, 1개의 시설에서 여러 개의 공연장을 보유하고 있는 경우 각각을 개별 공연장으로 집계하여 총 1,338개의 공연장을 정리

- 공연장의 규모는 좌석 수를 기준으로 300인 미만 좌석은 소극장, 300~999인석 공연장은 중극장, 1,000석 이상은 대극장으로 분류

[표 3-2] 전국 공연시설 정보 수집 결과

(단위: 개)

	1. 소극장	2. 중극장	3. 대극장	총합계
서울	326	101	32	459
부산	48	19	9	76
대구	48	20	16	84
인천	26	17	4	47
광주	25	12	4	41
대전	21	9	4	34
울산	7	8	1	16
세종	5	1	1	7
경기	85	83	21	189
강원	35	28	5	68
충북	9	14	1	24
충남	24	22	3	49
전북	25	17	7	49
전남	12	24	2	38
경북	15	39	8	62
경남	37	30	11	78
제주	9	7	1	17
합계	757	451	130	1,338

2) 조사 대상 공연장의 추출

- 공연예술통합전산망(KOPIS) 자료에 따르면 공연장 규모별로 평균 입장권 구매액에 차이가 있으며, 이는 관객 유형을 결정하는 데 영향을 줄 것으로 예상
- 공연장 규모별로 주력 공연의 내용에도 차이를 보이므로 공연 인프라 측면에서 다양한 형태의 공연장이 추출되는 것이 필요

[표 3-3] 분기별 공연장 규모별 평균 입장권 판매액 비교(입장권 판매액 총액 / 입장권 판매 수)

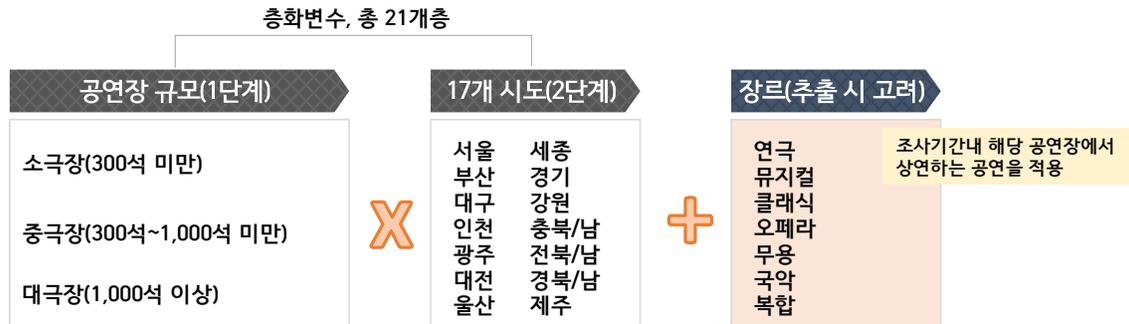
(단위: 천원)

	2020 년 1분기	2020 년 2분기	2020 년 3분기	2020 년 4분기	2021 년 1분기	2021 년 2분기	2021 년 3분기	2021 년 4분기	2022 년 1분기	총합계
소극장 (300석미만)	14.3	19.4	15.1	15.4	16.9	16.4	13.9	15.3	15.2	14.7
중극장 (~1,000석)	26.8	29.0	32.2	24.9	33.0	24.2	25.9	24.9	31.2	24.8
대극장 (1,000석 이상)	71.6	89.5	71.2	57.5	76.2	70.0	67.7	67.8	81.2	65.6

출처 : 공연예술통합전산망 공연통계 중 좌석 규모별 공연정보 재가공

- 따라서 공연장은 지역과 공연장 규모를 교차하여 층화하고, 해당 공연장에서 공연 장르를 내재적 변수로 활용하여 층화 진행
 - 지역은 권역으로 층화하는 것이 아닌 17개 시도로 층화하고 분석 시 유의성을 위해 권역으로 구분하여 분석 진행

[그림 3-1] 공연장 정보의 층화



- 공연장 규모 → 지역의 2단계로 층화하여 조사 대상 공연장을 추출하게 되므로 추출된 공연장이 많을수록 오차가 감소함(집락 간 분산 감소)
 - 공연장 규모와 비례하여 추출되는 공연장의 표본 수를 결정(공연장별 20명 내외 수준)
 - 공연장은 각 층에서 K-means 방식을 적용하여 추출하되, 공연 관람객에 대해서는 현장의 특정 지점을 중심으로 순차적으로 추출하는 방식 적용
 - 다만, 대관 공연의 경우 공연기획사 등의 협조가 필요하고 공연장 환경에 따라 조사를 할 수 없는 사례가 있으므로 추출한 공연장에 대해 사전 전화 접촉을 통해 조사 가능 여부를 확인 후, 필요시 추출 공연장과 동일한(또는 유사한) 규모의 공연장으로 대체하여 진행
 - 지역에 공연장이 있어도 조사 기간(12월 7일~12월 31일 중)에 공연이 진행되지 않는다면 조사 대상에서 제외함

[표 3-4] 지역별 공연장 추출 현황

(단위: 개)

지역	1. 소극장	2. 중극장	3. 대극장	합계
합계	15	23	14	52
서울	3	3	2	8
경기	1	3	2	6
인천	1	1	1	3
부산	1	2	1	4
경남	1	2	1	4
울산	-	1	-	1
전남	-	1	1	2
전북	1	1	1	3
광주	1	1	-	2
대전	1	1	1	3
세종	-	-	-	-
충남	1	2	1	4
충북	-	-	-	-
대구	1	1	1	3
경북	1	2	1	4
강원	1	1	1	3
제주	1	1	-	2

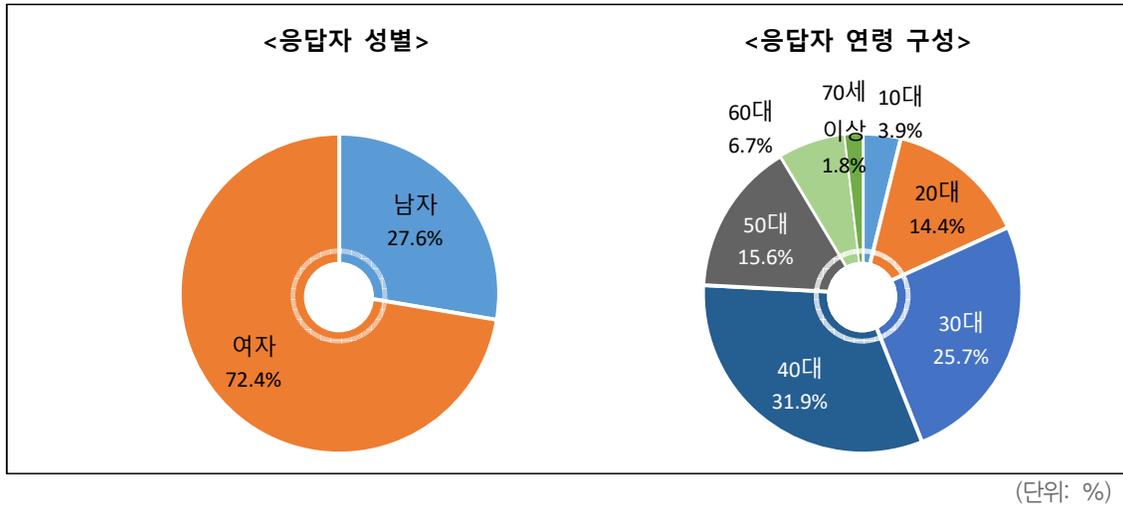
- 공연을 관람한 관람객들을 대상으로 100여 개 문항에 대한 조사가 Intercept 형태로 진행되어야 하므로 짧은 시간 내에 효과적으로 진행하기 위해 태블릿 PC를 활용한 TAPI 조사로 시스템을 개발하여 활용
- 조사페이지는 필요에 따라 응답자의 핸드폰으로 접속하여 응답할 수 있도록 반응형 웹으로 구현하여 진행

4. 응답자 특성

가. 전체 응답자 특성

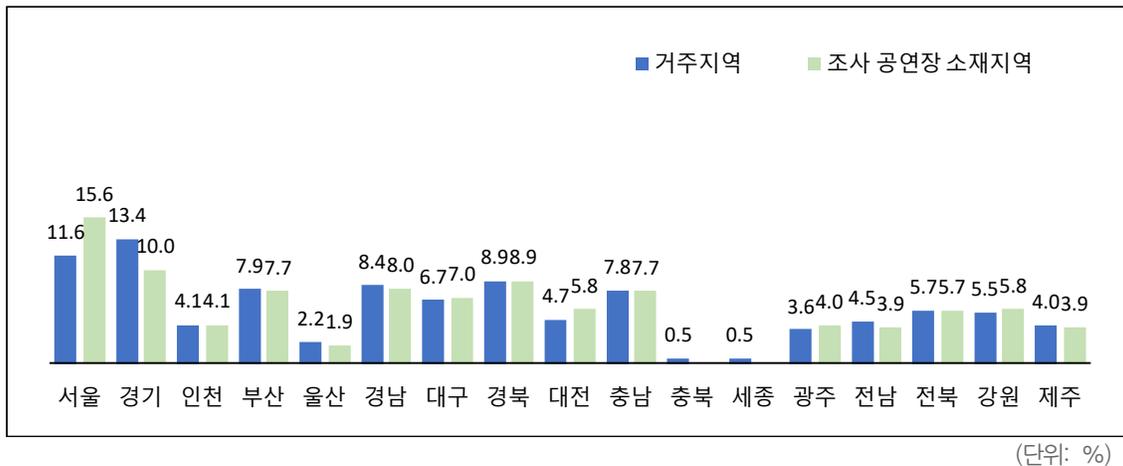
- 1,038명에 대한 조사가 완료됨
 - 관람객 조사 대상 중 남자가 27.6%, 여자가 72.4%로 구성
 - 응답자 중 40대 31.9%, 30대 25.7%, 50대 15.6% 해당

[그림 3-2] 성별/연령별 응답자 특성



- 전체 응답자 중 예술 분야를 전공했거나 현재 해당 분야에서 종사하고 있는 사람의 비율은 6.8%
- 응답자의 기혼 상태로 보면, 미혼(30.0%)인 경우보다 기혼(67.4%)인 경우가 좀 더 많았고, 혼자 거주하는 경우(12.7%)보다 부부가 거주하거나(32.6%), 부모+자녀 형태로 거주(50.1%)하고 있는 응답자의 비중이 높았는데, 12월에 조사가 진행된 부분이 영향을 미쳤을 것으로 보임
- 응답자의 거주지는 주로 경기(13.4%), 서울(11.6%), 경북(8.9%), 경남(8.4%), 부산(7.9%), 충남(7.8%) 등이었으며, 조사 공연장이 소재한 지역은 표본설계에 따라 서울 소재 공연장에서 응답한 비율이 15.6%로 가장 많았음

[그림 3-3] 응답자의 거주지 분포 및 조사에 응답한 공연장의 위치 분포 비교



- 응답자의 거주지와 공연장 소재 지역을 교차해서 비교해보면, 서울 지역 거주자들의 79.2%가 서울에 소재하고 있는 공연장에서 공연을 관람했지만, 경기도 거주자 중 22.3%, 인천 거주자 중 48.8%가 서울에 소재하고 있는 공연장에서 공연을 관람하여 다른 지역에 비해 거주지역 외 지역에서 공연을 관람하는 비중이 높은 편이었음

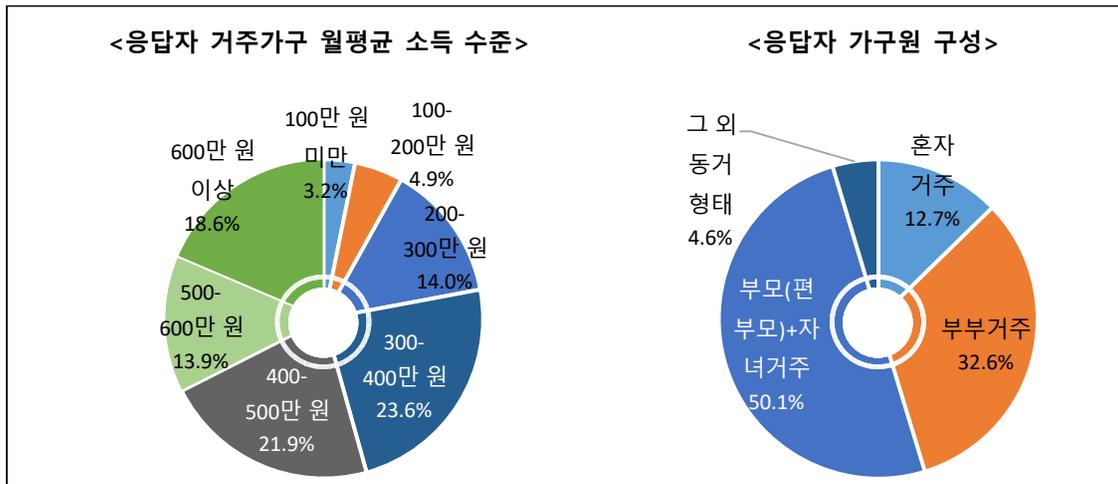
[표 3-5] 응답자의 거주지 분포 및 조사에 응답한 공연장의 위치 분포 비교

(단위: %)

		공연장 소재지역																
		서울	경기	인천	부산	울산	경남	대구	경북	대전	충남	충북	세종	광주	전남	전북	강원	제주
응답자 거주 지역	서울	792	6.7	100	-	-	-	-	1.7	1.7	-	-	-	-	0.8	-	-	-
	경기	223	68.3	6.5	-	-	-	-	0.7	0.7	-	-	-	-	0.7	-	0.7	-
	인천	488	-	51.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	부산	2.4	-	-	96.3	-	-	-	-	1.2	-	-	-	-	-	-	-	-
	울산	4.3	-	-	-	87.0	-	-	8.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	경남	3.4	-	-	1.1	-	95.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	대구	-	-	-	-	-	-	97.1	2.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	경북	1.1	-	-	-	-	-	5.4	92.4	-	-	-	-	-	-	-	1.1	-
	대전	-	-	-	-	-	-	-	-	93.9	6.1	-	-	-	-	-	-	-
	충남	2.5	-	-	-	-	-	-	-	3.7	93.8	-	-	-	-	-	-	-
	충북	-	-	-	-	-	-	-	-	600	200	-	-	-	-	-	200	-
	세종	-	-	-	-	-	-	-	-	800	-	-	-	-	-	-	200	-
	광주	2.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	94.6	2.7	-	-	-
	전남	4.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14.9	78.7	2.1	-	-
	전북	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	98.3	1.7	-
	강원	3.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	96.5	-
제주	2.4	2.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	95.2	

- 응답자가 속한 가구 중 월평균 가구소득이 400만 원 이상인 가구가 54.3%(400만 원~500만 원 21.9%, 500~600만 원 13.9%, 600만 원 이상 18.6%)이며, 응답 가구의 절반 정도가 부모+자녀 형태로 구성된 가구에 해당

[그림 3-4] 가구소득별 가구원 구성별 응답자 특성



(단위: %)

나. 문화예술 관련 종사자/전공자와 일반 관람객의 구분

- 전체 응답자 중 문화예술 관련 분야 종사자는 38명(3.7%), 관련 분야 전공자는 32명(3.1%)으로 별도의 할당과 추출 없이 관람객 대상 조사를 진행하였을 때 전체 관람객 중 약 7% 정도가 문화예술 관련 분야 종사자 또는 관련 분야 전공자로 조사됨
- 문화예술 관련 종사자나 전공자의 경우 문화예술과 관련이 없는 일반 관람객과 비교했을 때, 공연 관람 동기, 공연 관람 빈도, 공연 관람 장르, 공연 관람의 성향에서 큰 차이를 보이고 있음

1) 관람 동기의 차이

- 관람 동기의 내용을 비교해보면, 관련 종사자의 경우 일반 관람객보다 “무료 초대권을 받아서”, “공연 관계자가 아는 사람이라서”, “공연 관계자의 추천”, “선호하는 제작사 작품”, “직업과 관계가 있어서” 등의 목적으로 관람한 비율이 2배 가까이 높았음. 관련 전공자도 “ 공연 관계자가 아는 사람이라서”, “ 직업과 관계가 있어서” 관람한 비율이 일반 관람객에 비해 높아 일반 관람객의 관람 동기와 차이를 보임

[표 3-6] 공연 관람 동기 비교

(단위: 명, %)

	응답자 수	가족, 지인 등의 관람 권유로	선호하는 장르의 작품 관람	공연 관련 정보를 보고 관심이 생겨서	평소 관심 있는 작품 관람	타인과 관람 경험을 공유 하기 위해	특별한 날 이벤트 성으로	선호하는 출연자의 작품 관람	무료 초대권을 받아서
관련 종사자	38	44.7	44.7	31.6	28.9	13.2	13.2	13.2	28.9
관련 전공자(또는 전공중인 학생)	32	34.4	50.0	21.9	21.9	21.9	15.6	15.6	6.3
그 외 일반 관람객	968	51.8	42.7	35.0	24.0	18.3	16.4	16.4	12.7

	지역의 공연예술 활성화에 기여	공연 관계자가 아는 사람이라서	공연 후기를 보고 관심이 생겨서	공연 관계자의 추천으로	근처에 왔다가 우연히 관람	선호하는 제작사의 작품 관람	소속된 모임에서 관람	직업과 관계가 있어서
관련 종사자	18.4	39.5	2.6	13.2	10.5	10.5	7.9	21.1
관련 전공자(또는 전공중인 학생)	18.8	21.9	9.4	9.4	6.3	3.1	-	15.6
그 외 일반 관람객	11.4	10.5	9.8	9.0	6.5	6.5	4.8	2.7

2) 공연 관람 경험 및 빈도의 차이

- 문화예술 관련 종사자와 관련 분야 전공자, 일반 관람객의 공연 장르별 관람 경험과 관람 장르의 개수를 비교한 결과, 일반 관람객보다 관련 종사자와 관련 전공자가 더 많은 장르를 더 많이 관람한 것으로 나타남
 - 연극과 뮤지컬 공연과 관련하여 관련 종사자와 관련 분야 전공자 중 절반 이상이 해당 장르의 공연을 관람한 경험이 있고, 전통예술, 무용공연 역시 관련 분야 종사자와 전공자가 일반 관람객보다 더 많이 관람하였음
 - 관람 장르의 개수를 비교하더라도 관련 종사자는 평균 3.7개, 관련 분야 전공자는 4.1개 장르의 공연을 관람했지만, 일반 관람객은 평균 2.7개 장르의 공연을 관람하여 차이를 보임

[표 3-7] 공연 관람 경험의 비교

(단위: 명, %)

	응답자 수	연극 공연	뮤지컬 공연	음악 (양악) 공연	전통 예술 (국악 포함) 공연	무용(현대무용, 발레 등) 공연	다원/장르 혼합 공연	관람 장르 개수 (개)
관련 종사자	38	52.6	55.3	34.2	31.6	18.4	26.3	3.7
관련 전공자(또는 전공중인 학생)	32	71.9	53.1	56.3	25.0	15.6	12.5	4.1
그 외 일반 관람객	968	44.4	47.6	40.2	19.4	12.1	13.9	2.7

- 문화예술 관련 종사자와 관련 전공자, 일반 관람객들의 공연 관람 빈도를 비교해보면, 연극, 뮤지컬, 전통예술, 무용 장르 공연은 일반 관람객보다 관련 분야 종사자나 전공자가 더 자주 관람하는 것으로 나타남
 - 특히 연극과 뮤지컬의 경우 연 4회 이상 관람하는 비율이 관련 분야 종사자는 일반 관람객보다 2배 이상 많이 관람하고 있으며, 관련 전공자 역시 일반 관람객보다 10%p 이상 관람 비율이 높게 나타남
 - 음악 공연은 관련 분야 전공자가 관련 종사자나 일반 관람객보다 2배 이상 더 많이 관람
 - 다만 다원/장르 혼합 공연의 경우 관련 종사자나 관련 전공자, 일반 관람객의 관람 빈도 간 차이는 크지 않은 것으로 보임

[표 3-8] 공연 관람 빈도의 비교

(단위: 명, %)

	응답자 수	연극			뮤지컬			음악(양악)		
		연4회 이상	연 2회 이하	관람 하지 않음	연4회 이상	연 2회 이하	관람 하지 않음	연4회 이상	연 2회 이하	관람 하지 않음
관련 종사자	38	31.6	21.1	47.4	39.5	15.8	44.7	10.5	23.7	65.8
관련 전공자(또는 전공중인 학생)	32	40.6	31.3	28.1	28.1	25.0	46.9	28.1	28.1	43.8
그 외 일반 관람객	968	18.3	26.1	55.6	18.3	29.3	52.4	11.7	28.5	59.8

	응답자 수	전통예술			무용			다원/장르혼합		
		연4회 이상	연 2회 이하	관람 하지 않음	연4회 이상	연 2회 이하	관람 하지 않음	연4회 이상	연 2회 이하	관람 하지 않음
관련 종사자	38	15.8	15.8	68.4	5.3	13.2	81.6	2.6	23.7	73.7
관련 전공자(또는 전공중인 학생)	32	9.4	15.6	75.0	3.1	12.5	84.4	3.1	9.4	87.5
그 외 일반 관람객	968	6.9	12.5	80.6	3.8	8.3	87.9	3.8	10.1	86.1

3) 공연 관람/참여 성향의 비교

○ 문화예술 관련 종사자와 관련 분야 전공자, 일반 관람객의 공연 장르별 관람 형태를 비교한 결과, 스스로 티켓/입장권을 구매하여 관람하거나 해당 행사의 스태프/출연진 등으로 참여하는 등 적극적으로 참여하는 경우는 관련 분야 종사자, 전공자가 일반 관람객보다 “공연 관련 콘텐츠 제작 및 공유”, “공연 관련 수업/교육과정을 이수하거나 교육에 참여”, “작품 제작에 스태프/서포터즈/출연진/연주자 등으로 참여” 등의 적극적인 형태로 참여하는 비율이 2배 가까이 많았음. 다만 공연 장르별 참여 형태에는 차이가 있음

- 공연 장르별로 연극, 뮤지컬, 음악, 무용공연의 경우 관련 종사자 또는 관련 전공자가 일반 관람객보다 “공연 관련 콘텐츠 제작 및 공유”, “공연 관련 수업/교육과정을 이수하거나 교육에 참여”, “작품 제작에 스태프/서포터즈/출연진/연주자 등으로 참여” 등의 형태로 참여하는 비율이 매우 높았음
- 그러나 전통예술 장르는 오히려 일반 관람객이 위와 같은 형태로 참여하는 경우가 많았고, 다원/장르 혼합 공연의 경우 관련 분야 종사자, 전공자, 일반 관람객 간 차이는 크지 않았음

[표 3-9] 연극 공연 관람/참여 성향의 비교(복수응답)

(단위: 명, %)

	응답자 수	사전 정보 없이 즉흥적 또는 주변의 권유로 관람	스스로 사전 정보 확인 후 관람	관련 굿즈/기념품 등을 구입	문화예술 관련 정기/비정기 후원	공연/출연진/작가/공연장 관련 팬카페에 가입하거나 정기적으로 후원
관련 종사자	20	35.0	55.0	-	5.0	10.0
관련 전공자(또는 전공중인 학생)	23	34.8	56.5	17.4	4.3	-
그 외 일반 관람객	430	34.4	46.0	7.4	5.8	5.1

	공연 관람 후 게시판이나 SNS등에 후기/감상문 작성	작품 관련 다른 창작물도 찾아서 봄	공연 관련 콘텐츠제작 및 공유	공연 관련 수업/교육과정을 이수하거나 교육에 참여	작품 제작에 스태프/서포터즈/출연진/연주자 등으로 참여
관련 종사자	10.0	5.0	10.0	5.0	15.0
관련 전공자(또는 전공중인 학생)	13.0	26.1	-	13.0	-
그 외 일반 관람객	17.2	10.5	14.4	1.9	1.9

[표 3-10] 뮤지컬 공연 관람/참여 성향의 비교(복수응답)

(단위: 명, %)

	응답자 수	사전 정보 없이 즉흥적 또는 주변의 권유로 관람	스스로 사전 정보 확인 후 관람	관련 굿즈/기념품 등을 구입	문화예술 관련 정기/비정기 후원	공연/출연진/작가/공연장 관련 팬카페에 가입하거나 정기적으로 후원
관련 종사자	21	28.6	66.7	14.3	4.8	14.3
관련 전공자(또는 전공중인 학생)	17	35.3	58.8	23.5	5.9	-
그 외 일반 관람객	460	28.9	54.8	11.5	7.4	7.8

	공연 관람 후 게시판이나 SNS등에 후기/감상문 작성	작품 관련 다른 창작물도 찾아서 봄	공연 관련 콘텐츠제작 및 공유	공연 관련 수업/교육과정을 이수하거나 교육에 참여	작품 제작에 스태프/서포터즈/출연진/연주자 등으로 참여
관련 종사자	28.6	19.0	19.0	9.5	14.3
관련 전공자(또는 전공중인 학생)	23.5	23.5	5.9	5.9	5.9
그 외 일반 관람객	13.9	11.7	10.4	1.3	1.5

[표 3-11] 음악(양악) 공연 관람/참여 성향의 비교(복수응답)

(단위: 명, %)

	응답자 수	사전 정보 없이 즉흥적 또는 주변의 권유로 관람	스스로 사전 정보 확인 후 관람	관련 굿즈/기념품 등을 구입	문화예술 관련 정기/비정기 후원	공연/출연진/작가/공연장 관련 팬카페에 가입하거나 정기적으로 후원
관련 종사자	13	46.2	38.5	7.7	7.7	15.4
관련 전공자(또는 전공중인 학생)	18	22.2	61.1	16.7	11.1	11.1
그 외 일반 관람객	389	32.1	51.2	9.0	6.7	7.5

	공연 관람 후 게시판이나 SNS등에 후기/감상문 작성	작품 관련 다른 창작물도 찾아서 봄	공연 관련 콘텐츠제작 및 공유	공연 관련 수업/교육과정을 이수하거나 교육에 참여	작품 제작에 스태프/서포터즈/출연진/연주자 등으로 참여
관련 종사자	15.4	15.4	7.7	15.4	23.1
관련 전공자(또는 전공중인 학생)	22.2	5.6	11.1	11.1	5.6
그 외 일반 관람객	17.7	12.3	13.9	1.8	1.3

[표 3-12] 전통예술 공연 관람/참여 성향의 비교(복수응답)

(단위: 명, %)

	응답자 수	사전 정보 없이 즉흥적 또는 주변의 권유로 관람	스스로 사전 정보 확인 후 관람	관련 굿즈/기념품 등을 구입	문화예술 관련 정기/비정기 후원	공연/출연진/작가/공연장 관련 팬카페에 가입하거나 정기적으로 후원
관련 종사자	12	41.7	83.3	-	-	-
관련 전공자(또는 전공중인 학생)	8	37.5	62.5	12.5	12.5	-
그 외 일반 관람객	188	27.1	44.7	9.6	5.3	11.7

	공연 관람 후 게시판이나 SNS등에 후기/감상문 작성	작품 관련 다른 창작물도 찾아서 봄	공연 관련 콘텐츠제작 및 공유	공연 관련 수업/교육과정을 이수하거나 교육에 참여	작품 제작에 스태프/서포터즈/출연진/연주자 등으로 참여
관련 종사자	8.3	-	-	-	8.3
관련 전공자(또는 전공중인 학생)	-	-	-	12.5	-
그 외 일반 관람객	30.3	11.7	18.1	2.1	2.7

[표 3-13] 무용 공연 관람/참여 성향의 비교(복수응답)

(단위: 명, %)

	응답자 수	사전 정보 없이 즉흥적 또는 주변의 권유로 관람	스스로 사전 정보 확인 후 관람	관련 굿즈/기념품 등을 구입	문화예술 관련 정기/비정기 후원	공연/출연진/작가/공연장 관련 팬카페에 가입하거나 정기적으로 후원
관련 종사자	7	28.6	42.9	-	28.6	14.3
관련 전공자(또는 전공중인 학생)	5	20.0	60.0	20.0	-	20.0
그 외 일반 관람객	117	32.5	53.0	7.7	6.8	5.1

	공연 관람 후 게시판이나 SNS등에 후기/감상문 작성	작품 관련 다른 창작물도 찾아서 봄	공연 관련 콘텐츠제작 및 공유	공연 관련 수업/교육과정을 이수하거나 교육에 참여	작품 제작에 스태프/서포터즈/출연진/연주자 등으로 참여
관련 종사자	14.3	14.3	-	-	14.3
관련 전공자(또는 전공중인 학생)	-	-	20.0	20.0	20.0
그 외 일반 관람객	10.3	5.1	5.1	1.7	1.7

[표 3-14] 다원/장르융합 공연 관람/참여 성향의 비교(복수응답)

(단위: 명, %)

	응답자 수	사전 정보 없이 즉흥적 또는 주변의 권유로 관람	스스로 사전 정보 확인 후 관람	관련 굿즈/기념품 등을 구입	문화예술 관련 정기/비정기 후원	공연/출연진/작가/공연장 관련 팬카페에 가입하거나 정기적으로 후원
관련 종사자	110	50.0	60.0	10.0	10.0	10.0
관련 전공자(또는 전공중인 학생)	4	50.0	100.0	-	-	-
그 외 일반 관람객	135	33.1	48.1	5.3	9.0	6.8

	공연 관람 후 게시판이나 SNS등에 후기/감상문 작성	작품 관련 다른 창작물도 찾아서 봄	공연 관련 콘텐츠제작 및 공유	공연 관련 수업/교육과정을 이수하거나 교육에 참여	작품 제작에 스태프/서포터즈/출연진/연주자 등으로 참여
관련 종사자	10.0	-	10.0	-	-
관련 전공자(또는 전공중인 학생)	-	-	-	-	-
그 외 일반 관람객	12.8	9.0	12.8	3.8	3.8

- 이상의 결과를 종합했을 때, 예술 관련 분야 종사자와 관련 분야 전공자의 경우 그 외 관람객보다 더 다양한 장르의 공연을 더 자주 관람하고, 참여 형태 역시 단순 관람이 아닌 직접 제작 또는 참여하는 경우가 더 많은 것으로 나타남
- 다만, 그 표본 수가 충분하지 않기 때문에 본 연구에서는 해당 표본은 제외하고 일반 관람객들의 자료를 활용하여 분석을 진행하였음. 일반 관람객의 특성은 다음과 같음

[표 3-15] 응답자 특성

		응답 자수	구성비(%)
전체		968	100.0
성별	남자	257	26.5
	여자	711	73.5
연령	10대	37	3.8
	20대	123	12.7
	30대	248	25.6
	40대	317	32.7
	50대	159	16.4
	60세 이상	84	8.7
	거주 지역	서울,경기,인천	265
부산,울산,경남		190	19.6
대구,경북		156	16.1
대전,충북, 충남,세종		138	14.3
광주,전남,전북		138	14.3
강원		45	4.6
제주		36	3.7
지역 규모	동 지역	835	86.3
	읍/면지역	133	13.7
학력	중졸이하	21	2.2
	고졸이하	160	16.5
	대졸/대학재학	727	75.1
	대학원졸/재학	60	6.2
직업	관리/전문직	119	12.3
	사무직	353	36.5
	판매/서비스직	121	12.5
	단순노무직	19	2.0
	전업주부	233	24.1
	학생	70	7.2
	무직	36	3.7
	기타	17	1.8

		응답 자수	구성비 (%)
월평균 가구 소득	200만원 이하	74	7.6
	200-300만 원	133	13.7
	300-400만 원	229	23.7
	400-500만 원	217	22.4
	500-600만 원	137	14.2
	600만 원 이상	178	18.4
결혼 여부	미혼	275	28.4
	기혼	668	69.0
	기타(이혼, 사별 등)	25	2.6
가족 구성 원	혼자 거주	115	11.9
	부부거주	317	32.7
	부모(편부모)+ 자녀거주	493	50.9
	그 외 동거 형태	43	4.4
	자녀 의 유무	자녀 없음	349
	자녀 있음	619	63.9
자녀 의 연령 대	미취학아동	78	12.6
	초등학생	202	32.6
	중학생	80	12.9
	고등학생 이상	259	41.8
월평균 여가 지출 비용	1만원 이하	139	14.4
	5만원 이하	336	34.7
	5-10만원	319	33.0
	10만원 이상	174	18.0

제2절 관객 인식조사 결과 분석

1. 주요 조사 결과 분석

가. 공연 관람 경험 및 형태 비교

1) 공연 관람 경험의 비교

- 본 조사에 응답한 관람객들이 공연 장르별로 얼마나 관람했는지를 비교하였음
 - 뮤지컬 공연을 제외하면 관람객의 성별에 따라 공연 장르별로 관람 경험이 크게 차이가 나지 않는 것으로 분석됨
 - 연령별로는 전통예술 공연을 제외하면 공연 관람 경험에 차이가 있는 것으로 나타났는데, 연극공연은 20대와 40대, 뮤지컬 공연은 30~40대, 음악 공연은 10대와 50대, 무용과 다원/장르 혼합 공연은 10대가 가장 많이 관람한 것으로 나타남
 - 응답자의 학력 수준별로도 일부 공연에서 관람률에 차이를 보이는데, 연극, 뮤지컬, 무용공연은 학력 수준이 높을수록 더 많이 관람하는 것으로 나타남

[표 3-16] 성별, 연령별, 거주지, 학력 수준별 공연 관람객의 최근 1년간 공연 관람 경험 비교

(단위: 명, %)

		응답자 수	연극	뮤지컬	음악	전통예술	무용	다원/장르 혼합
전체		968	44.4	47.6	40.2	19.4	12.1	13.9
성별	남자	257	41.6	37.4	42.4	16.0	11.3	14.4
	여자	711	45.4	51.3	39.4	20.7	12.4	13.8
	F값	-	1.100	14.993**	0.721	2.691	0.212	0.059
연령별	10대	37	43.2	37.8	56.8	27.0	21.6	29.7
	20대	123	56.1	39.8	44.7	9.8	8.9	14.6
	30대	248	44.8	53.6	35.5	22.6	10.9	10.5
	40대	317	48.3	57.1	37.5	19.6	12.6	14.8
	50대	159	34.6	32.1	48.4	18.9	17.6	15.7
	60세 이상	84	31.0	39.3	34.5	21.4	3.6	9.5
	F값	-	4.291**	7.679**	2.843*	2.119	3.304*	2.455*
거주지 규모	동지역	835	43.7	43.6	41.3	20.4	12.2	14.3
	읍면지역	133	48.9	72.9	33.1	13.5	11.3	12.0
	F값	-	1.236	41.195**	3.241	3.420	0.095	4.471
학력 수준	고졸이하	181	33.1	34.3	36.5	19.9	7.7	15.5
	대졸	727	46.9	50.3	41.1	18.4	12.1	12.9
	대학원졸	60	48.3	55.0	40.0	30.0	25.0	21.7
	F값	-	5.803**	8.334**	0.655	2.390	6.385**	1.980

*p<0.05, **p<0.01

- 월평균 가구소득과 공연 관람 경험이 연극, 음악, 전통예술에 차이를 보이거나 소득이 높을수록 공연 관람 경험률이 높아지기보다는 각 공연 관람자의 특성과 더 관련성이 있는 것으로 보임
- 응답자의 결혼 상태별로 공연 관람에 차이가 있는지를 확인하였으나, 뮤지컬 공연을 제외하면 다른 장르 공연의 경우 결혼 상태와 관람에 큰 차이는 없는 것으로 나타남. 기타 상태를 제외하고 미혼과 기혼인 경우만 비교하면, 연극과 음악 공연의 경우만 미혼이 기혼보다 공연을 더 많이 관람한 것으로 나타남
- 뮤지컬 공연은 부모+자녀 형태인 응답자가, 전통예술은 혼자 또는 부부만 거주하는 경우가 더 많이 관람
- 자녀의 연령대가 초등학생이면 연극, 뮤지컬 공연을 가장 많이 관람하고, 무용공연은 미취학아동을 둔 응답자가 가장 많이 관람
- 최근 1년간 문학, 시각예술 관련 행사에 참여하였거나 관람한 경우, 문화예술 관련 동호회나 커뮤니티 활동을 한 경우, 문화예술 관련 교육을 받은 경우가 그렇지 않은 경우와 비교했을 때, 공연을 더 많이 관람하는 것으로 나타남

[표 3-17] 월평균 가구소득별, 가족 구성별 공연 관람객의 최근 1년간 공연 관람 경험 비교

(단위: 명, %)

		응답자 수	연극	뮤지컬	음악	전통예술	무용	다원/ 장르 혼합
전체		968	44.4	47.6	40.2	19.4	12.1	13.9
월평균 가구 소득	200만 원 이하	74	50.0	51.4	41.9	28.4	16.2	18.9
	200~300만 원	133	46.6	49.6	46.6	27.1	9.8	12.8
	300~400만 원	229	41.9	48.5	32.8	17.0	11.8	15.3
	400~500만 원	217	48.4	49.3	36.4	17.5	8.8	12.4
	500~600만 원	137	50.4	44.5	44.5	19.0	12.4	13.1
	600만 원 이상	178	34.3	43.8	45.5	15.7	16.3	13.5
	F값	-	2.526*	0.498	2.436*	2.348*	1.425	0.504
결혼 여부	미혼	275	49.8	38.9	44.0	20.0	12.0	17.1
	기혼	668	42.5	51.6	38.8	18.6	12.3	12.4
	기타 (이혼, 사별 등)	25	36.0	36.0	36.0	36.0	8.0	20.0
	F값	-	2.478	7.112**	1.200	2.386	0.208	2.162
가족 구성원	혼자 거주	115	46.1	41.7	40.9	26.1	8.7	16.5
	부부거주	317	41.6	43.2	40.1	22.7	9.5	13.6
	부모(편부모)+ 자녀거주	493	45.4	53.1	40.0	15.8	14.6	13.0
	그 외 동거 형태	43	48.8	32.6	41.9	18.6	11.6	20.9
	F값	-	0.554	4.715**	0.028	3.205*	2.087	0.933
자녀 연령대	미취학아동	83	41.0	67.5	32.5	18.1	21.7	10.8
	초등학생	198	58.1	72.2	33.3	13.6	15.2	10.1
	중학생	80	45.0	50.0	45.0	18.8	3.8	16.3
	고등학생 이상	258	34.1	38.0	41.5	19.0	12.4	14.3
	F값	-	9.170**	21.893**	1.958	0.842	4.077**	0.994
문화예술 활동 경험	경험하지 않음	492	36.4	35.0	33.5	16.9	5.1	12.4
	경험함	476	52.7	60.7	47.1	22.1	19.3	15.5
	F값	-	26.865**	68.775**	18.722**	4.172*	48.427**	1.998

*p<0.05, **p<0.01

- 월평균 문화 여가에 지출하는 비용이 많은 응답자일수록 공연 관람 경험률 역시 높게 나타남. 특

히 뮤지컬 공연과 무용공연은 월평균 문화 여가를 위해 1만 원 이하를 지출하는 경우보다 10만 원 이상을 지출하는 응답자의 관람 경험률이 2배 이상 많은 것으로 나타남

[표 3-18] 월평균 문화 여가에 지출하는 비용 수준별 공연 관람객의 최근 1년간 공연 경험 비교

(단위: 명, %)

		응답자 수	연극	뮤지컬	음악	전통예술	무용	다원/장르 혼합
전체		968	44.4	47.6	40.2	19.4	12.1	13.9
월평균 문화 여가에 지출하는 비용	1만 원 이하	139	31.7	25.2	36.0	31.7	3.6	11.5
	5만 원 이하	336	39.9	45.8	42.6	19.0	14.3	11.0
	5~10만 원	319	49.2	51.7	37.3	13.5	11.6	14.4
	10만 원 이상	174	54.6	61.5	44.3	21.3	15.5	20.7
	F값	-	7.560**	15.328**	1.372	7.090**	4.359*	3.270*

*p<0.05, **p<0.01

- 이상의 결과를 정리하면, 본 조사에 응답한 관람객의 특성 중 나이, 학력 수준, 월평균 가구소득 수준, 가족 구성원, 자녀의 연령대, 월평균 문화 여가에 지출하는 비용의 수준별, 공연 외 문화예술 활동 경험 여부마다 최근 1년간 공연 관람 경험에 차이를 보이며, 그 외 특성들은 공연 관람 경험과 관련성이 크지 않은 것으로 보임
 - 다만 관객의 나이와 공연 관람의 경험률은 관련성은 있으나 관객 나이가 낮을수록 또는 높을수록 공연 관람률이 높다거나 낮은 상관성을 보이기보다 공연이 목표하는 연령대별로 관람 경험이 다른 것으로 분석됨
 - 가구소득이나 가족 구성원, 자녀 연령대 역시 공연의 장르별로 경험률이 상이하였음
 - 월평균 문화 여가에 지출하는 비용 정도만 공연 관람 경험과 정의 상관관계를 보임. 즉 문화 여가 비용으로 지출하는 비용이 많을수록 공연을 더 많이 관람함
- 공연 관람 경험률은 공연의 장르별로 경험률이 많은 관람객과 적은 관람객이 서로 다른 특징을 가지고 있는 것으로 정리되어 '공연 관람객의 특징'으로 통칭하는 것은 한계가 있으며, 장르별로 공연 관람 경험률이 높은 관람객과 경험하지 않은 관람객은 다음과 같이 정리됨

[표 3-19] 장르별 공연 관람 경험이 많은 응답자의 인구통계학적 특성-문화예술 분야 전공자/종사자 제외

(단위: 명, %)

	나이	학력 수준	월평균 가구소득 수준	가족 구성원	자녀의 연령대	월평균 문화 여가에 지출하는 비용
연극	20대	1. 대학원졸 2. 대졸 3. 고졸이하	200만 원 이하 500-600만 원	차이 없음	초등학교 이하	지출 비용이 많을수록
뮤지컬	30~40대		차이 없음	부모+자녀		
음악	20대, 50대		500만 원 이상	차이 없음	차이 없음	차이 없음
전통예술	나이 차이 없음		300만 원 이하	혼자, 부부거주		
무용	10대		차이 없음	차이 없음	초등학교 이하	지출 비용이 많을수록
다원/장르 혼합					차이 없음	

2) 공연 관람 빈도에 따른 특징 분류

- 본 조사에 응답한 일반 관람객들이 각 공연 장르별로 얼마나 자주 공연을 관람하는지를 확인하였음
 - 최근 1년간 가장 많이 관람한 공연 장르는 뮤지컬 > 연극 > 음악 > 전통예술 > 다원/장르 혼합 > 무용공연 순으로 전체 응답자 중 40% 이상이 최근 1년간 연극, 뮤지컬, 음악 관련 공연을 관람한 경험이 있는 것으로 나타남
 - 관람 빈도가 가장 잦은 공연은 뮤지컬 공연으로 주 1회 이상 관람하는 비율이 1.7%, 월 3~4회 이상 관람하는 비율은 3.7%로 월 1회 이상 관람하는 비율이 5.4%로 다른 공연에 비해 관람 빈도가 상대적으로 잦았음
 - 반면 관람 빈도가 가장 낮은 공연은 다원/장르 혼합 공연으로 월 1회 이상(주 1회 이상 + 월 3~4회 이상) 관람한 비율이 1.1% 수준
 - 일회성으로 관람하는 것이 아닌 연 1회 이상 관람한 비율은 뮤지컬이 40.0%, 연극 36.3%, 음악 33.5%였으며, 전통예술 공연을 일회성이 아닌 연 1회 이상 주기적으로 관람하는 비율은 14.5%, 무용 9.4%, 다원/장르 혼합 공연은 10.0%로 나타남

[표 3-20] 공연 장르별 최근 1년간 공연 관람 빈도

(단위: 명, %)

	주 1회 이상	월 3~4회 이상	연 4~5회 이상	연 1~2회	일회성으로 우연히 관람	관람하지 않음
연극	1.2	2.2	14.9	18.0	8.2	55.6
뮤지컬	1.7	3.7	12.9	21.7	7.6	52.4
음악	1.0	1.4	9.2	21.9	6.6	59.8
전통예술	0.9	0.6	5.4	7.6	4.9	80.6
무용	0.5	1.0	2.3	5.6	2.7	87.9
다원/장르 혼합	0.3	0.8	2.7	6.2	3.9	86.1

- 인구통계학적인 특성별로 공연 관람 빈도에 차이가 있는지를 확인한 결과, 연극과 뮤지컬 공연은 관람객의 나이, 거주지 규모, 학력 수준, 자녀의 연령대, 월평균 문화 여가 지출 비용의 규모에 따라 공연 관람 빈도에 차이가 있음이 확인되었음
 - 음악 공연은 월평균 가구소득, 월평균 문화 여가 지출 비용의 규모별로, 전통예술 공연은 학력 수준과 월평균 문화 여가 지출 비용 규모, 무용공연은 학력, 월평균 가구소득, 자녀 연령대, 월평균 문화 여가 지출 비용의 규모별로 관람 빈도에 차이가 있었음
 - 다원/장르 혼합 공연의 경우 인구통계학적 특성별 차이는 통계적으로 유의미하지는 않았음
- 다만 차이가 있는 공연의 경우에도 월평균 가구소득 또는 월평균 문화 여가에 지출하는 비용을 제외한 나머지 특성별 관람 빈도는 상관관계가 순차성을 띠기 보다(예를 들어서 나이가 낮을수록 공연을 자주 관람) 각 공연 장르별로 자주 관람하는 특성이 있는 것으로 보임
 - 연극의 경우 20대가 다른 연령대에 비해 연 3회 이상 관람하는 비율이 가장 높았고, 뮤지컬 공연은 30~40대가 가장 자주 관람
 - 연극과 뮤지컬 공연 모두 초등학교 이하 자녀를 둔 관람객이 가장 자주 관람

[표 3-21] 성별, 연령별, 거주지, 학력 수준별 공연 관람 빈도 비교

(단위: 명, %)

		응답자 수	연극			뮤지컬		
			연 3회 이상	연 2회 이하	관람하지 않음	연 3회 이상	연 2회 이하	관람하지 않음
전체		968	18.3	26.1	55.6	18.3	29.3	52.4
성별	남자	257	15.2	26.5	58.4	12.8	24.5	62.6
	여자	711	19.4	26.0	54.6	20.3	31.1	48.7
	χ^2	-	2.354			15.495**		
연령별	10대	37	13.5	29.7	56.8	13.5	24.3	62.2
	20대	123	27.6	28.5	43.9	15.4	24.4	60.2
	30대	248	21.0	23.8	55.2	21.8	31.9	46.4
	40대	317	19.2	29.0	51.7	23.3	33.8	42.9
	50대	159	11.9	22.6	65.4	12.6	19.5	67.9
	60세 이상	84	7.1	23.8	69.0	6.0	33.3	60.7
	χ^2	-	28.945**			44.295**		
거주지 규모	동지역	835	16.0	27.7	56.3	15.1	28.5	56.4
	읍면지역	133	32.3	16.5	51.1	38.3	34.6	27.1
	χ^2	-	22.616**			54.237**		
학력 수준	고졸이하	181	17	43	121	10.5	23.8	65.7
	대졸	727	144	197	386	19.5	30.8	49.7
	대학원졸	60	16	13	31	26.7	28.3	45.0
	χ^2	-	17.273**			19.235**		
월평균 가구소득	200만 원 이하	74	17.6	32.4	50.0	23.0	28.4	48.6
	200~300만 원	133	20.3	26.3	53.4	19.5	30.1	50.4
	300~400만 원	229	17.9	24.0	58.1	18.3	30.1	51.5
	400~500만 원	217	22.1	26.3	51.6	19.4	30.0	50.7
	500~600만 원	137	16.8	33.6	49.6	15.3	29.2	55.5
	600만 원 이상	178	14.0	20.2	65.7	16.3	27.5	56.2
	χ^2	-	19.298			4.572		
가구 구성원	혼자 거주	115	25.2	20.9	53.9	14.8	27.0	58.3
	부부거주	317	13.6	28.1	58.4	15.8	27.4	56.8
	부모(편부모)+ 자녀거주	493	19.9	25.6	54.6	21.1	32.0	46.9
	그 외 동거 형태	43	16.3	32.6	51.2	14.0	18.6	67.4
	χ^2	-	10.823			14.636*		
자녀 나이대	미취학아동	78	17.9	24.4	57.7	28.2	41.0	30.8
	초등학생	202	24.8	32.7	42.6	31.7	40.1	28.2
	중학생	80	22.5	22.5	55.0	27.5	22.5	50.0
	고등학생 이상	259	9.7	24.3	66.0	9.7	28.2	62.2
	χ^2	-	31.661**			71.849**		
월평균 문화 여가 지출 비용	1만 원 이하	139	6.5	25.2	68.3	6.5	18.7	74.8
	1~5만 원	336	16.1	23.8	60.1	17.3	28.6	54.2
	5~10만 원	319	19.7	29.5	50.8	21.6	30.1	48.3
	10만 원 이상	174	29.3	25.3	45.4	23.6	37.9	38.5
	χ^2	-	35.476**			46.253**		

*p<0.05, **p<0.01

[표 3-22] 성별, 연령별, 거주지, 학력 수준별 공연 관람 빈도 비교

(단위: 명, %)

		응답자 수	음악			전통예술		
			연 3회 이상	연 2회 이하	관람하지 않음	연 3회 이상	연 2회 이하	관람하지 않음
전체		968	11.7	28.5	59.8	6.9	12.5	80.6
성별	남자	257	14.0	28.4	57.6	5.1	10.9	84.0
	여자	711	10.8	28.6	60.6	7.6	13.1	79.3
	χ^2	-	1.925			2.998		
연령별	10대	37	13.5	43.2	43.2	8.1	18.9	73.0
	20대	123	17.1	27.6	55.3	1.6	8.1	90.2
	30대	248	10.1	25.4	64.5	7.7	14.9	77.4
	40대	317	10.7	26.8	62.5	7.9	11.7	80.4
	50대	159	11.9	36.5	51.6	7.5	11.3	81.1
	60세 이상	84	10.7	23.8	65.5	7.1	14.3	78.6
	χ^2	-	17.903			12.650		
거주지 규모	동지역	835	11.5	29.8	58.7	7.4	12.9	79.6
	읍면지역	133	12.8	20.3	66.9	3.8	9.8	86.5
	χ^2	-	5.109			3.807		
학력 수준	고졸이하	181	7.7	28.7	63.5	8.8	11.0	80.1
	대졸	727	12.0	29.2	58.9	5.8	12.7	81.6
	대학원졸	60	20.0	20.0	60.0	15.0	15.0	70.0
	χ^2	-	8.185			9.540*		
월평균 가구소득	200만 원 이하	74	20.3	21.6	58.1	12.2	16.2	71.6
	200~300만 원	133	12.0	34.6	53.4	10.5	16.5	72.9
	300~400만 원	229	9.6	23.1	67.2	5.7	11.4	83.0
	400~500만 원	217	7.4	29.0	63.6	6.9	10.6	82.5
	500~600만 원	137	10.2	34.3	55.5	5.1	13.9	81.0
	600만 원 이상	178	16.9	28.7	54.5	5.1	10.7	84.3
	χ^2	-	27.059*			14.272		
가구 구성원	혼자 거주	115	15.7	25.2	59.1	11.3	14.8	73.9
	부부거주	317	12.9	27.1	59.9	7.9	14.8	77.3
	부모(편부모)+ 자녀거주	493	10.1	29.8	60.0	5.7	10.1	84.2
	그 외 동거 형태	43	9.3	32.6	58.1	2.3	16.3	81.4
	χ^2	-	4.414			12.422		
자녀 나이대	미취학아동	78	9.0	20.5	70.5	3.8	14.1	82.1
	초등학생	202	12.4	21.8	65.8	5.4	8.4	86.1
	중학생	80	7.5	37.5	55.0	8.8	10.0	81.3
	고등학생 이상	259	10.4	31.3	58.3	6.6	12.4	81.1
	χ^2	-	12.134			4.600		
월평균 문화 여가 지출 비용	1만 원 이하	139	5.8	30.2	64.0	7.9	23.7	68.3
	1~5만 원	336	10.1	32.4	57.4	6.0	13.1	81.0
	5~10만 원	319	14.1	23.2	62.7	7.2	6.3	86.5
	10만 원 이상	174	14.9	29.3	55.7	7.5	13.8	78.7
	χ^2	-	14.889*			29.112**		

*p<0.05, **p<0.01

[표 3-23] 성별, 연령별, 거주지, 학력 수준별 공연 관람 빈도 비교

(단위: 명, %)

		응답자수	무용			다원/장르 혼합		
			연 3회 이상	연 2회 이하	관람하지 않음	연 3회 이상	연 2회 이하	관람하지 않음
전체		968	3.8	8.3	87.9	3.8	10.1	86.1
성별	남자	257	4.7	6.6	88.7	3.1	11.3	85.6
	여자	711	3.5	8.9	87.6	4.1	9.7	86.2
	χ^2	-	1.834			0.934		
나이별	10대	37	5.4	16.2	78.4	8.1	21.6	70.3
	20대	123	3.3	5.7	91.1	3.3	11.4	85.4
	30대	248	4.0	6.9	89.1	4.8	5.6	89.5
	40대	317	3.5	9.1	87.4	3.8	11.0	85.2
	50대	159	5.0	12.6	82.4	3.1	12.6	84.3
	60세 이상	84	2.4	1.2	96.4	1.2	8.3	90.5
	χ^2	-	16.739			17.382		
거주지 규모	동지역	835	3.5	8.7	87.8	3.6	10.7	85.7
	읍면지역	133	6.0	5.3	88.7	5.3	6.8	88.0
	χ^2	-	3.631			2.620		
학력 수준	고졸이하	181	2.8	5.0	92.3	3.3	12.2	84.5
	대졸	727	3.6	8.5	87.9	3.4	9.5	87.1
	대학원졸	60	10.0	15.0	75.0	10.0	11.7	78.3
	χ^2	-	13.894**			8.110		
월평균 가구소득	200만 원 이하	74	8.1	8.1	83.8	9.5	9.5	81.1
	200~300만 원	133	3.8	6.0	90.2	4.5	8.3	87.2
	300~400만 원	229	2.6	9.2	88.2	2.6	12.7	84.7
	400~500만 원	217	2.3	6.5	91.2	2.8	9.7	87.6
	500~600만 원	137	4.4	8.0	87.6	3.6	9.5	86.9
	600만 원 이상	178	5.1	11.2	83.7	3.9	9.6	86.5
	χ^2	-	24.694*			12.816		
가구 구성원	혼자 거주	115	3.5	5.2	91.3	4.3	12.2	83.5
	부부거주	317	2.8	6.6	90.5	2.5	11.0	86.4
	부모(편부모)+ 자녀거주	493	4.9	9.7	85.4	4.7	8.3	87.0
	그 외 동거 형태	43	0.0	11.6	88.4	2.3	18.6	79.1
	χ^2	-	8.851			8.428		
자녀 연령대	미취학아동	78	5.1	16.7	78.2	5.1	6.4	88.5
	초등학생	202	5.4	9.9	84.7	3.5	6.4	90.1
	중학생	80	0.0	3.8	96.3	6.3	10.0	83.8
	고등학생 이상	259	4.2	8.1	87.6	2.7	11.6	85.7
	χ^2	-	13.629*			6.978		
월평균 문화 여가 지출 비용	1만 원 이하	139	1.4	2.2	96.4	2.2	9.4	88.5
	1~5만 원	336	3.9	10.4	85.7	3.0	8.0	89.0
	5~10만 원	319	3.4	8.2	88.4	4.4	10.0	85.6
	10만 원 이상	174	6.3	9.2	84.5	5.7	14.9	79.3
	χ^2	-	14.936*			10.473		

*p<0.05, **p<0.01

3) 공연 관람 장르 개수

- 본 조사에 응답한 관람객들은 몇 개 정도의 장르를 관람하는지를 확인하였음
 - 최근 1년간 1개의 장르만을 관람한 경우는 남성이 62.6%, 여성은 52.3%로 여성은 평균 1.8개, 남성은 평균 1.6개 정도 장르의 공연을 관람하여 여성이 남성보다 더 다양한 장르의 공연을 관람
 - 50대 관람객의 62.9%, 60대 이상 관람객 중 70% 이상이 최근 1년간 1개의 장르 공연만을 관람한 데 비해, 그 이하 연령대는 좀 더 다양한 장르의 공연을 관람하고 있었음
 - 학력 수준이 높을수록 더 다양한 장르의 공연을 관람

[표 3-24] 공연 관람 장르 개수

(단위: 명, %)

		응답 자수	1개	2개	3개	4개	5개	6개	평균 관람 장르 수 (개)
전체		968	55.1	28.0	8.5	4.0	1.5	2.9	1.8
성별	남자	257	62.6	25.3	5.4	2.3	1.6	2.7	1.6
	여자	711	52.3	29.0	9.6	4.6	1.5	3.0	1.8
	F값	5.588*							
나이	10대	37	51.4	27.0	5.4	-	2.7	13.5	2.2
	20대	123	45.5	41.5	7.3	4.9	0.8	-	1.7
	30대	248	57.3	25.4	8.1	4.0	2.0	3.2	1.8
	40대	317	47.9	30.3	12.3	5.7	0.9	2.8	1.9
	50대	159	62.9	23.9	5.7	1.9	1.9	3.8	1.7
	60대	66	77.3	12.1	4.5	3.0	3.0	-	1.4
	70세 이상	18	72.2	27.8	-	-	-	-	1.3
	F값	3.101**							
학력	고졸이하	181	72.9	18.8	3.9	0.6	0.6	3.3	1.5
	대졸/재학	727	51.2	30.7	9.4	5.0	1.7	2.2	1.8
	대학원졸/재학	60	48.3	23.3	11.7	3.3	3.3	10.0	2.2
	F값	9.050**							

(계속→)

- 자녀가 미취학아동이거나 초등학생인 경우, 그 외 연령대의 자녀를 둔 경우보다 더 많은 장르의 공연을 관람
- 대체로 월평균 문화여가에 지출하는 비용이 클수록 관람한 공연 장르의 개수도 많았음
- 최근 1년 이내 공연 외 문화예술활동을 경험한 관람객이 그렇지 않은 관람객 보다 더 다양한 장르의 공연을 관람
- 공연 관람 빈도가 잦은 관람객이 관람 빈도가 낮은 관람객 보다 더 다양한 장르의 공연을 관람하고 있음

(단위: 명, %)

		응답 자 수	1개	2개	3개	4개	5개	6개	평균 관람 장르 수 (개)
직업	관리/전문직	60	48.3	23.3	11.7	3.3	3.3	10.0	2.2
	사무직	119	52.1	22.7	10.9	6.7	3.4	4.2	2.0
	판매/서비스직	353	53.5	30.3	9.1	3.7	0.6	2.8	1.8
	단순노무직	121	57.0	29.8	5.0	4.1	3.3	0.8	1.7
	전업주부	19	57.9	36.8	5.3	-	-	-	1.5
	학생	233	56.7	24.5	9.9	4.7	1.7	2.6	1.8
	무직	70	48.6	41.4	1.4	1.4	1.4	5.7	1.8
	기타	36	69.4	11.1	13.9	2.8	-	2.8	1.6
F값		1.020							
자녀 나이 대	미취학아동	78	60.3	16.7	9.0	3.8	5.1	5.1	1.9
	초등학생	202	42.6	35.1	10.9	4.5	2.5	4.5	2.0
	중학생	80	53.8	28.8	5.0	11.3	-	1.3	1.8
	고등학생 이상	259	66.0	20.5	7.7	1.9	1.9	1.9	1.6
F값		5.259**							
월평균 문화 여가 지출 비용	소요 비용 없음	20	80.0	15.0	-	-	-	5.0	1.4
	1만 원 내외	119	69.7	23.5	5.9	-	-	0.8	1.4
	5만 원 이하	336	59.8	25.0	6.0	4.2	2.1	3.0	1.7
	5~10만 원	319	51.4	31.3	9.7	4.7	1.3	1.6	1.8
	10~30만 원	139	38.8	32.4	15.8	5.8	1.4	5.8	2.2
	30만 원~50만 원	25	36.0	32.0	8.0	8.0	4.0	12.0	2.5
	50만 원 이상	10	60.0	30.0	-	-	10.0	-	1.7
F값		6.869**							
문화 예술 활동 경험	경험 없음	492	68.1	25.8	5.1	0.8	0.2	-	1.4
	경험 있음	476	41.6	30.3	12.0	7.4	2.9	5.9	2.2
	F값		123.467**						
공연 관람 빈도	주 1회 이상	28	10.7	25.0	14.3	14.3	7.1	28.6	3.7
	월 3~4회 이상	61	27.9	42.6	6.6	11.5	3.3	8.2	2.4
	연 4~5회 이상	291	41.6	33.7	13.7	5.5	1.7	3.8	2.0
	연 1~2회	462	62.3	27.3	6.3	1.9	1.3	0.9	1.6
	일회성으로 우연히 관람	126	82.5	11.1	4.0	2.4	-	-	1.3
F값		44.673**							

*p<0.5, **p<0.01

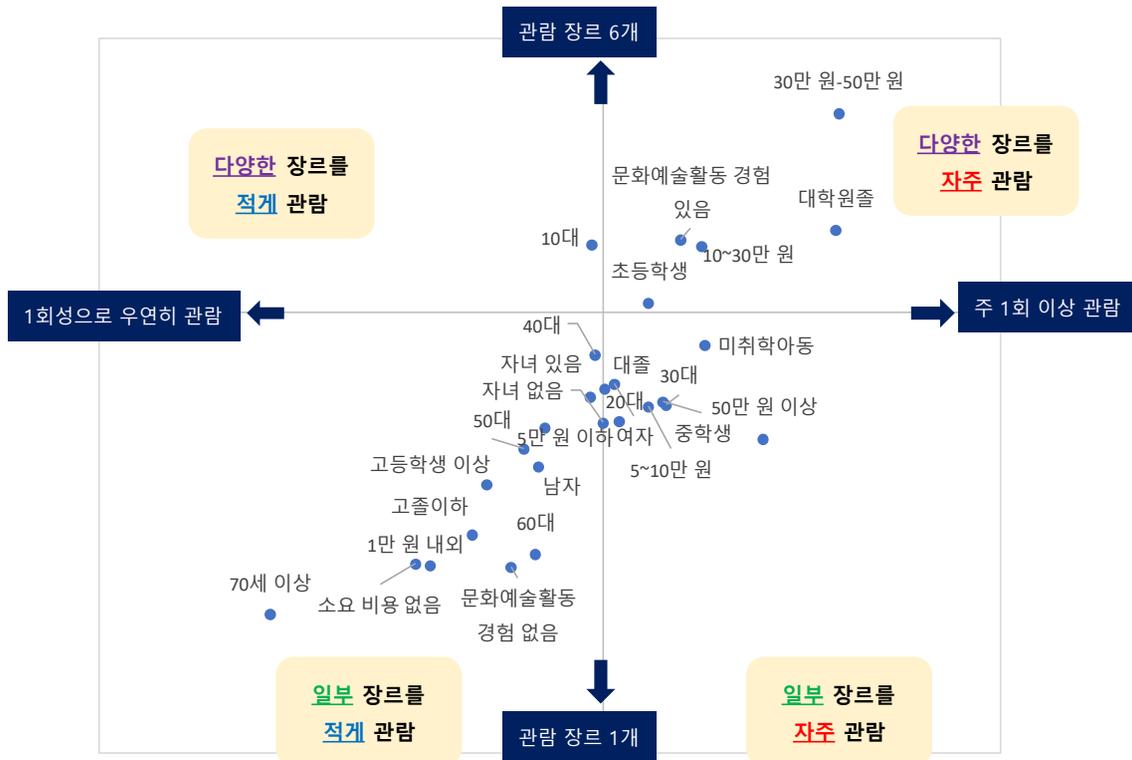
4) 공연 관람 장르 개수와 관람 빈도의 교차 비교

- 본 조사에 응답한 관람객의 관람 장르 개수와 관람 빈도를 교차하여 비교하였음(x축의 교차점은 연 1~2회, y축의 교차점은 2개 장르임)
 - 평균 2개 이상의 장르를 관람하고, 연 2회 이상 공연을 관람하는 관람객은 월평균 문화 여가 활동비를 10만 원 이상 지출하고, 학력은 대학원 졸업 이상, 최근 1년 이내 공연 외 문화예술 활동을 경험한 적이 있으며, 자녀가 있는 경우 초등학생 자녀를 둔 경우가 많았음
 - 관람하는 빈도는 연 1~2회 정도이지만 평균 2개 이상의 장르를 관람하는 경우는 10대인 경우가

많았음

- 반면, 1~2개 정도의 장르만을 자주 보는 경우는 문화 여가 활동비로 5~10만 원 수준, 또는 50만 원 이상을 지출하는 경우로 특정 장르만 집중해서 관람하고 있으며, 연령대로는 20~30대, 대졸 학력자이고, 자녀가 있는 경우 중학생 수준인 것으로 나타남
- 일부 장르를 적게 관람하는 경우, 즉 1~2개의 장르를 연 2회 미만 또는 우연히 관람한 경우가 많이 포함된 영역에는 나이는 40대 이상, 공연 관람 외 다른 문화예술 활동 경험이 없으며, 문화 여가 활동비로 지출하지 않거나 1만 원 이하로 지출하고, 학력은 고졸 이하인 경우가 많이 분포하고 있었음

[그림 3-5] 응답자 특성별 공연 관람 장르 개수와 관람 빈도 교차



- 위 교차 내용을 바탕으로 응답자의 분포를 보면 다음과 같음
 - 전체 응답자 중 문화예술 분야 종사자와 전공자를 제외한 일반 관람객 중 11.2%는 2개 이상의 장르를 연 2회 이상 관람하고 있으며, 28.1%는 1~2개 정도의 장르를 연 2회 이상 관람, 55.0%는 1~2개의 장르를 연 2회 이하 관람하거나 우연한 기회에 1회성으로 관람한 것으로 나타남
 - 성별로는 남성보다는 여성이 다양한 장르를 자주 관람한 비율이 높았음
 - 연령별로는 10대와 40대가 다른 연령에 비해 다양한 장르를 자주 관람한 비율이 높았고, 50대 이상 중 60% 이상은 일부 장르만을 연 2회 이하 또는 우연히 관람한 경우가 많았음
 - 학력 수준이 높을수록 다양한 장르를 자주 관람한 비율이 높게 나타났는데, 특히 고졸 이하 학력자보다 대학원졸 이상 응답자가 다양한 장르를 자주 관람하는 비율이 4배 가까이 높게 나타남
 - 자녀의 연령대가 미취학아동~중학생인 경우가 고등학생 이상의 자녀를 둔 경우보다 다양한 장르의 공연을 자주 관람하는 비율이 높았음
 - 월평균 문화 여가 비용의 수준이 10~50만 원 수준이면 다양한 장르를 자주 관람한 비율이 가장 높았고, 비용을 거의 지출하지 않는 경우는 주기적이라기보다는 일회성으로 공연을 관람한 비율이 높았음
 - 공연 외 문화예술 활동을 경험한 관람객이 경험하지 않은 관람객에 비해 다양한 장르를 자주 관람한 비율이 4배 이상 높게 나타났는데, 관람의 빈도, 관람 장르 개수 모두 문화예술 활동 경험자가 미경험자보다 더 높게 나타남
- 이상의 내용을 정리해보면, 성별로는 여성이, 연령대는 10대와 그의 부모 세대인 40대, 대학교 이상의 학력자, 미취학아동~중학생까지의 자녀가 있고, 월평균 문화 여가 비용으로 10~50만 원 수준을 지출하고 있으며, 공연 외에도 최근 1년 내 문학 행사, 시각예술 행사에 참여하였거나 문화예술 관련 동호회나 커뮤니티 활동, 문화예술 관련 교육을 받은 경험이 있는 관람객이 그 외 관람객에 비해 다양한 장르를 더 자주 관람하는 것으로 나타나고 있음
- 향후 관객개발의 관점에서 조사 결과를 분석하기 위해, 앞으로의 분석은 앞서 정리한 4가지 유형을 중심으로 유형별 응답자들이 어떤 이유로 공연을 관람하고 있는지, 공연 관람 성향에는 어떤 차이를 보이는지, 공연 관람의 장애물은 어떤 것이 있는지, 예술에 대한 인식에는 어떤 차이가 있는지 등도 함께 분석하였음

[표 3-25] 응답자 특성별 공연 관람 빈도와 관람 장르 개수 교차 유형

(단위: 명, %)

		응답자 수	다양한 장르를 자주 관람 (2개 이상의 장르를 연 3회 이상 관람)	다양한 장르를 적게 관람 (2개 이상의 장르를 연 2회 이하 관람)	일부 장르를 자주 관람 (1~2개의 장르를 연 3회 이상 관람)	일부 장르를 적게 관람 (1~2개의 장르를 연 2회 이하 관람)
전체		968	11.2	5.8	28.1	55.0
성별	남자	257	8.2	3.9	26.5	61.5
	여자	711	12.2	6.5	28.7	52.6
	χ^2	8.007*				
나이	10대	37	13.5	8.1	18.9	59.5
	20대	123	9.8	3.3	37.4	49.6
	30대	248	12.1	5.2	32.3	50.4
	40대	317	12.3	9.5	27.4	50.8
	50대	159	10.1	3.1	21.4	65.4
	60대	66	7.1	1.2	21.4	70.2
	70세 이상	18	-	-	11.1	88.9
χ^2	36.386**					
학력	고졸이하	181	4.4	3.9	23.2	68.5
	대졸/대학재학	727	12.0	6.2	28.2	53.6
	대학원졸/재학	60	21.7	6.7	41.7	30.0
	χ^2	33.720**				
직업	관리/전문직	119	18.5	6.7	28.6	46.2
	사무직	353	11.3	4.8	26.9	56.9
	판매/서비스직	121	7.4	5.8	33.1	53.7
	단순노무직	19	5.3	0.0	26.3	68.4
	전업주부	233	11.6	7.3	27.0	54.1
	학생	70	4.3	5.7	31.4	58.6
	무직	36	13.9	5.6	19.4	61.1
	기타	17	5.9	5.9	35.3	52.9
χ^2						
자녀 나이대	미취학아동	78	19.2	3.8	28.2	48.7
	초등학생	202	18.3	4.0	31.2	46.5
	중학생	80	13.8	3.8	33.8	48.8
	고등학생 이상	259	12.4	1.2	19.7	66.8
	χ^2	26.385**				
월평균 문화 여가 비용 지출 규모	1만 원 이하	139	3.6	2.9	15.8	77.7
	1~5만 원	336	8.6	6.5	25.9	58.9
	5~10만 원	319	11.9	5.3	34.2	48.6
	10만 원 이상	174	20.7	7.5	31.0	40.8
	χ^2	62.202**				
문화예 술 활동 경험	경험 없음	492	2.8	3.3	29.1	64.8
	경험 있음	476	19.7	8.4	27.1	44.7
	χ^2	91.146**				

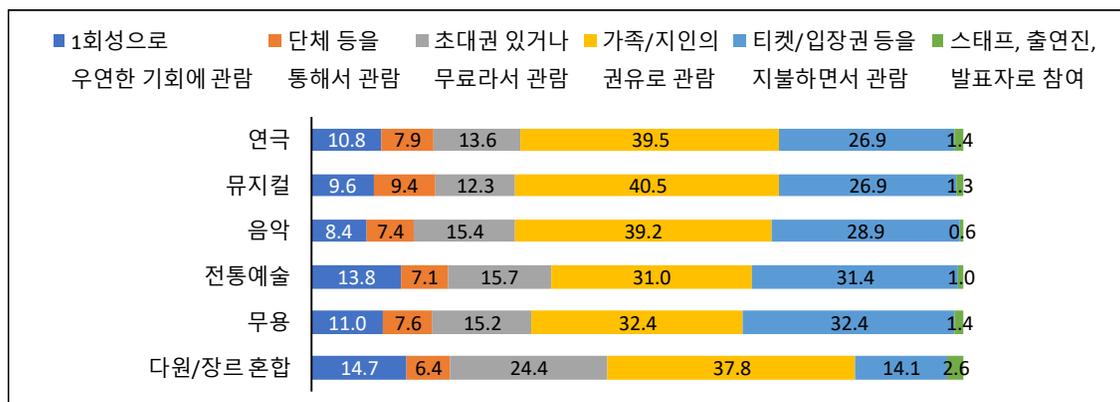
*p<0.5, **p<0.01

5) 공연 관람의 형태 비교

- 공연 장르별로 주로 어떤 형태로 관람하는지를 비교하였음. 비교를 쉽게 하려고 복수 응답으로 질문한 결과를 응답 사례를 기준으로 구성비 형태로 재가공하여 비교함
 - 일회성으로 우연히 관람하는 경우는 다원/장르 혼합 공연이 가장 많았고, 연극, 뮤지컬과 음악 공연은 다른 장르의 공연에 비해 가족/지인의 권유로 관람하는 비율이 높았음
 - 전통예술 공연이나 무용공연 관람객의 30% 이상이 티켓/입장권 등을 스스로 지급하여 관람하는 경우가 많았지만, 다원/장르 혼합의 경우 초대권이 있거나 무료라서 관람한 비율이 높았음
 - 다원/장르 혼합 공연은 초대권이나 무료라서, 또는 가족/지인의 권유로 일회성으로 관람하는 공연이 타 장르의 공연에 비해 많은 것으로 보임

[그림 3-6] 공연 장르별 공연 관람 형태 비교

(단위: %)



- 공연 장르별로 스스로 티켓/입장권을 구매하여 관람하거나 해당 행사의 발표자/스태프로 참여(능동적 참여)하는 관람객의 특성이 다르게 나타남
 - 연극의 경우 성별, 연령별, 자녀의 연령대별 특징은 해당 공연 관람 형태와 큰 관련성이 없는 반면, 고졸 이하인 경우보다 대학원졸 이상자가, 월평균 문화 여가 지출 비용이 많을수록, 공연 외 문화예술 활동 경험이 있는 경우가, 1~2개의 장르만을 관람하는 경우보다 2개 이상의 장르를 관람한 경험이 있는 응답자가 그 외 응답자 보다 능동적인 형태로 참여하는 비율이 높은 것으로 나타남
 - 뮤지컬 공연은 관람객의 성별, 나이, 학력 수준, 자녀의 나이대별로 능동적 참여의 비율은 차이가 크지 않았고, 월평균 문화 여가 지출 비용의 규모가 클수록, 공연 외 문화예술 활동 경험이 있는 관람객이, 2개 이상의 장르를 관람한 경험이 있는 관람객이 그 외 관람객보다 능동적으로 참여하는 경우가 더 많았음
 - 음악 공연은 다른 장르의 공연과 달리 능동적 참여와 관련성이 있는 변수는 자녀의 나이대 외에는 차이가 유의미하지 않았고, 자녀가 초등학교생인 관람객이 다른 연령대의 자녀를 둔 관람객보다 능동적으로 참여하는 경우가 많았음
- 즉, 스스로 티켓/입장권을 구매하여 관람하거나 해당 공연에 직접 참여하는 경우는 응답자의 인구통계학적 특성보다는 문화예술 활동 경험, 다양한 장르의 공연을 관람하고 있는 관람객이 그렇지 않은 관람객에 비해 더 적극적으로 참여하고 있는 보임

[표 3-26] 공연 장르별 공연 관람 형태 비교(복수 응답)-연극공연 관람자

(단위: 명, %)

		응답자 수	일회성으로 우연한 기회에 관람	단체 등을 통해서 관람	초대권 있거나 무료라서 관람	가족, 친구, 지인의 권유로 관람	스스로 티켓/입장권 등을 지급하면서 관람	해당 행사의 스태프, 출연진, 발표자로 참여	능동적 참여 (티켓 구매+ 발표 참여)
전체		430	12.8	9.3	16.0	46.7	31.9	1.6	32.3
성별	남자	107	15.9	11.2	12.1	43.9	31.8	0.9	32.7
	여자	323	11.8	8.7	17.3	47.7	31.9	1.9	32.2
	F값	0.010							
나이	10대	16	6.3	37.5	6.3	50.0	31.3	-	31.3
	20대	69	13.0	13.0	18.8	43.5	24.6	1.4	26.1
	30대	111	12.6	8.1	18.9	50.5	34.2	3.6	34.2
	40대	153	9.8	7.2	15.7	41.2	36.6	0.7	37.3
	50대	55	18.2	7.3	9.1	50.9	32.7	1.8	32.7
	60세 이상	26	23.1	3.8	19.2	61.5	11.5	-	11.5
	F값	1.661							
학력	고졸 이하	60	18.3	13.3	15.0	61.7	11.7	1.7	13.3
	대졸/대학재학	341	11.4	8.5	16.1	44.6	33.1	1.2	33.4
	대학원졸/재학	29	17.2	10.3	17.2	41.4	58.6	6.9	58.6
	F값	10.006**							
자녀 나이대	미취학아동	33	9.1	12.1	9.1	48.5	39.4	3.0	39.4
	초등학생	116	11.2	6.9	18.1	40.5	37.1	0.9	37.1
	중학생	36	11.1	-	25.0	44.4	33.3	2.8	36.1
	고등학생 이상	88	19.3	8.0	13.6	52.3	25.0	1.1	25.0
	F값	1.384							
월평균 문화 여가 비용 지출 규모	1만 원 이하	44	13.6	4.5	27.3	25.0	34.1	2.3	36.4
	1~5만 원	134	13.4	9.0	20.1	53.0	23.9	0.7	23.9
	5~10만 원	157	15.3	7.6	10.2	51.6	26.1	1.3	26.8
	10만 원 이상	95	7.4	14.7	14.7	40.0	51.6	3.2	51.6
	F값	8.033**							
문화예술 활동 경험	경험 없음	179	12.3	6.7	15.6	55.9	21.8	-	21.8
	경험 있음	251	13.1	11.2	16.3	40.2	39.0	2.8	39.8
	F값	16.076**							
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	93	8.6	15.1	21.5	40.9	44.1	5.4	44.1
	다양한 장르를 적게 관람	41	24.4	12.2	12.2	29.3	43.9	-	43.9
	일부 장르를 자주 관람	131	3.8	9.2	18.3	51.1	27.5	0.8	28.2
	일부 장르를 적게 관람	165	19.4	5.5	12.1	50.9	25.5	0.6	26.1
	F값	4.199**							

*p<0.5, **p<0.01

[표 3-27] 공연 장르별 공연 관람 형태 비교(복수 응답)-뮤지컬 공연 관람자

(단위: 명, %)

		응답자 수	일회성으로 우연한 기회에 관람	단체 등을 통해서 관람	초대권 있거나 무료라서 관람	가족, 친구, 지인의 권유로 관람	스스로 티켓/입장권 등을 지급하면서 관람	해당 행사의 스태프, 출연진, 발표자로 참여	능동적 참여 (티켓 구매+ 발표 참여)
전체		460	11.3	11.1	14.6	47.8	31.7	1.5	32.3
성별	남자	95	15.8	8.4	13.7	48.4	30.5	1.1	31.3
	여자	365	10.1	11.8	14.8	47.7	32.1	1.6	32.6
	F값	0.459							
나이	10대	14	35.7	28.6	7.1	35.7	14.3	-	14.3
	20대	49	8.2	4.1	16.3	61.2	34.7	2.0	36.7
	30대	132	6.1	17.4	19.7	44.7	35.6	2.3	35.3
	40대	181	12.2	9.4	13.8	43.6	32.6	-	32.6
	50대	51	11.8	5.9	3.9	56.9	33.3	5.9	37.3
	60세 이상	33	21.2	6.1	15.2	54.5	12.1	-	12.1
	F값	1.977							
학력	고졸 이하	62	19.4	11.3	9.7	46.8	21.0	3.2	24.2
	대졸/대학재학	366	9.8	10.4	14.8	49.5	32.8	1.1	33.1
	대학원졸/재학	32	12.5	18.8	21.9	31.3	40.6	3.1	39.4
	F값	1.358							
자녀 나이대	미취학아동	53	7.5	24.5	15.1	49.1	28.3	1.9	27.8
	초등학생	145	9.0	13.1	18.6	40.0	33.8	0.7	33.8
	중학생	40	12.5	7.5	15.0	52.5	22.5	-	22.5
	고등학생 이상	98	14.3	5.1	9.2	54.1	27.6	2.0	28.6
	F값	0.759							
월평균 문화 여가 비용 지출 규모	1만 원 이하	35	8.6	14.3	8.6	51.4	14.3	5.7	20.0
	1~5만 원	154	14.9	10.4	21.4	41.6	22.1	-	22.1
	5~10만 원	164	7.3	12.8	11.6	52.4	35.4	1.2	35.2
	10만 원 이상	107	13.1	8.4	11.2	48.6	45.8	2.8	46.7
	F값	7.116**							
문화예술 활동 경험	경험 없음	172	9.3	8.7	17.4	61.6	15.7	0.6	16.3
	경험 있음	288	12.5	12.5	12.8	39.6	41.3	2.1	41.9
	F값	34.558**							
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	101	12.9	10.9	18.8	46.5	39.6	5.0	40.6
	다양한 장르를 적게 관람	49	12.2	10.2	16.3	34.7	44.9	-	44.9
	일부 장르를 자주 관람	132	0.8	17.4	16.7	46.2	26.5	0.8	27.1
	일부 장르를 적게 관람	178	18.0	6.7	10.1	53.4	27.5	0.6	28.1
	F값	3.322*							

*p<0.5, **p<0.01

[표 3-28] 공연 장르별 공연 관람 형태 비교(복수 응답)-음악 공연 관람자

(단위: 명, %)

		응답자 수	일회성으로 우연한 기회에 관람	단체 등을 통해서 관람	초대권 있거나 무료라서 관람	가족, 친구, 지인의 권유로 관람	스스로 티켓 입장권 등을 지급하면서 관람	해당 행사의 스태프, 출연진, 발표자로 참여	능동적 참여 (티켓 구매+ 발표 참여)
전체		389	10.3	9.0	18.8	47.8	35.2	0.8	35.5
성별	남자	109	9.2	7.3	18.3	51.4	29.4	-	29.4
	여자	280	10.7	9.6	18.9	46.4	37.5	1.1	37.9
	F값	2.479							
연령	10대	21	9.5	14.3	4.8	57.1	33.3	-	33.3
	20대	55	7.3	9.1	20.0	47.3	34.5	-	34.5
	30대	88	14.8	9.1	21.6	47.7	33.0	2.3	33.0
	40대	119	10.1	8.4	16.0	39.5	42.0	0.8	42.9
	50대	77	9.1	10.4	20.8	50.6	35.1	-	35.1
	60세 이상	29	6.9	3.4	24.1	69.0	17.2	-	17.2
	F값	1.477							
학력	고졸 이하	66	12.1	6.1	10.6	51.5	30.3	-	30.3
	대졸/대학재학	299	10.0	8.7	19.4	47.8	35.8	0.7	36.1
	대학원졸/재학	24	8.3	20.8	33.3	37.5	41.7	4.2	41.7
	F값	0.611							
자녀 연령대	미취학아동	23	17.4	13.0	39.1	34.8	34.8	4.3	34.8
	초등학생	69	5.8	7.2	14.5	42.0	52.2	-	52.2
	중학생	36	19.4	8.3	16.7	41.7	36.1	2.8	38.9
	고등학생 이상	108	10.2	8.3	25.0	51.9	28.7	-	28.7
	F값	3.415*							
월평균 문화 여가 비용 지출 규모	1만 원 이하	50	6.0	2.0	16.0	52.0	34.0	-	34.0
	1~5만 원	143	10.5	10.5	16.1	49.0	33.6	-	33.6
	5~10만 원	119	11.8	6.7	21.8	45.4	37.8	-	37.8
	10만 원 이상	77	10.4	14.3	20.8	46.8	35.1	3.9	36.4
	F값	0.194							
문화예술 활동 경험	경험 없음	165	7.9	6.7	13.9	60.6	31.5	-	31.5
	경험 있음	224	12.1	10.7	22.3	38.4	37.9	1.3	38.4
	F값	1.963							
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	97	10.3	18.6	25.8	32.0	37.1	2.1	37.1
	다양한 장르를 적게 관람	49	20.4	2.0	6.1	46.9	34.7	2.0	36.7
	일부 장르를 자주 관람	67	-	10.4	16.4	47.8	40.3	-	40.3
	일부 장르를 적게 관람	176	11.4	5.1	19.3	56.8	32.4	-	32.4
	F값	0.517							

*p<0.5, **p<0.01

[표 3-29] 공연 장르별 공연 관람 형태 비교(복수 응답)-전통예술 공연 관람자

(단위: 명, %)

		응답자 수	일회성으로 우연한 기회에 관람	단체 등을 통해서 관람	초대권 있거나 무료라서 관람	가족, 친구, 지인의 권유로 관람	스스로 티켓 입장권 등을 지급하면서 관람	해당 행사의 스태프, 출연진, 발표자로 참여	능동적 참여 (티켓 구매+ 발표 참여)
전체		188	15.4	8.0	17.6	34.6	35.1	1.1	36.2
성별	남자	41	4.9	9.8	12.2	39.0	41.5	2.4	43.9
	여자	147	18.4	7.5	19.0	33.3	33.3	0.7	34.0
	F값	1.353							
연령	10대	10	40.0	20.0	10.0	30.0	-	-	-
	20대	12	16.7	-	33.3	33.3	41.7	-	41.7
	30대	56	23.2	10.7	14.3	32.1	37.5	-	37.5
	40대	62	8.1	8.1	12.9	25.8	46.8	1.6	48.4
	50대	30	13.3	-	23.3	40.0	33.3	3.3	36.7
	60세 이상	18	5.6	11.1	27.8	66.7	5.6	-	5.6
	F값	3.662**							
학력	고졸 이하	36	11.1	8.3	22.2	47.2	19.4	-	19.4
	대졸/대학재학	134	17.2	6.0	15.7	31.3	39.6	-	39.6
	대학원졸/재학	18	11.1	22.2	22.2	33.3	33.3	11.1	44.4
	F값	2.819							
자녀 연령대	미취학아동	14	42.9	21.4	14.3	28.6	28.6	-	28.6
	초등학생	28	14.3	10.7	10.7	21.4	53.6	3.6	57.1
	중학생	15	13.3	-	40.0	33.3	20.0	-	20.0
	고등학생 이상	49	12.2	6.1	20.4	32.7	36.7	2.0	38.8
	F값	2.307							
월평균 문화 여가 비용 지출 규모	1만 원 이하	44	9.1	2.3	9.1	27.3	52.3	2.3	54.5
	1~5만 원	64	18.8	12.5	18.8	32.8	23.4	-	23.4
	5~10만 원	43	9.3	9.3	20.9	51.2	27.9	-	27.9
	10만 원 이상	37	24.3	5.4	21.6	27.0	43.2	2.7	45.9
	F값	4.833**							
문화예술 활동 경험	경험 없음	83	7.2	6.0	13.3	38.6	41.0	-	41.0
	경험 있음	105	21.9	9.5	21.0	31.4	30.5	1.9	32.4
	F값	1.475							
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	70	18.6	12.9	25.7	30.0	28.6	1.4	30.0
	다양한 장르를 적게 관람	27	29.6	3.7	14.8	25.9	48.1	-	48.1
	일부 장르를 자주 관람	34	2.9	5.9	17.6	55.9	20.6	2.9	23.5
	일부 장르를 적게 관람	57	12.3	5.3	8.8	31.6	45.6	-	45.6
	F값	2.509							

*p<0.5, **p<0.01

[표 3-30] 공연 장르별 공연 관람 형태 비교(복수 응답)-무용공연 관람자

(단위: 명, %)

		응답자 수	일회성으로 우연한 기회에 관람	단체 등을 통해서 관람	초대권 있거나 무료라서 관람	가족, 친구, 지인의 권유로 관람	스스로 티켓 입장권 등을 지급하면서 관람	해당 행사의 스태프, 출연진, 발표자로 참여	능동적 참여 (티켓 구매+ 발표 참여)
전체		117	13.7	9.4	18.8	40.2	40.2	1.7	41.9
성별	남자	29	3.4	10.3	27.6	55.2	37.9	-	37.9
	여자	88	17.0	9.1	15.9	35.2	40.9	2.3	43.2
	F값	0.243							
연령	10대	8	25.0	12.5	25.0	25.0	12.5	-	12.5
	20대	11	27.3	9.1	-	36.4	36.4	-	36.4
	30대	27	11.1	11.1	14.8	40.7	48.1	3.7	51.9
	40대	40	15.0	5.0	15.0	30.0	52.5	-	52.5
	50대	28	7.1	10.7	28.6	57.1	28.6	3.6	32.1
	60세 이상	3	-	33.3	66.7	66.7	-	-	-
	F값	1.891							
학력	고졸 이하	14	7.1	7.1	35.7	42.9	28.6	-	28.6
	대졸/대학재학	88	14.8	9.1	15.9	40.9	40.9	2.3	43.2
	대학원졸/재학	15	13.3	13.3	20.0	33.3	46.7	-	46.7
	F값	0.601							
자녀 연령대	미취학아동	17	29.4	-	11.8	41.2	29.4	-	29.4
	초등학생	31	9.7	9.7	16.1	22.6	58.1	-	58.1
	중학생	3	33.3	-	-	33.3	33.3	-	33.3
	고등학생 이상	32	6.3	12.5	37.5	62.5	31.3	-	31.3
	F값	2.055							
월평균 문화 여가 비용 지출 규모	1만 원 이하	5	-	40.0	20.0	40.0	-	-	-
	1~5만 원	48	16.7	6.3	20.8	43.8	33.3	2.1	35.4
	5~10만 원	37	8.1	10.8	18.9	51.4	45.9	-	45.9
	10만 원 이상	27	18.5	7.4	14.8	18.5	51.9	3.7	55.6
	F값	2.307							
문화예술 활동 경험	경험 없음	25	12.0	4.0	20.0	36.0	36.0	-	36.0
	경험 있음	92	14.1	10.9	18.5	41.3	41.3	2.2	43.5
	F값	0.446							
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	42	19.0	21.4	16.7	28.6	33.3	2.4	35.7
	다양한 장르를 적게 관람	21	14.3	4.8	14.3	33.3	47.6	-	47.6
	일부 장르를 자주 관람	14	-	7.1	21.4	50.0	64.3	-	64.3
	일부 장르를 적게 관람	40	12.5	-	22.5	52.5	35.0	2.5	37.5
	F값	1.383							

*p<0.5, **p<0.01

[표 3-31] 공연 장르별 공연 관람 형태 비교(복수 응답)-다원/장르 혼합 공연 관람자

(단위: 명, %)

		응답자 수	일회성으로 우연한 기회에 관람	단체 등을 통해서 관람	초대권 있거나 무료라서 관람	가족, 친구, 지인의 권유로 관람	스스로 티켓/입장권 등을 지급하면서 관람	해당 행사의 스태프, 출연진, 발표자로 참여	능동적 참여 (티켓 구매+ 발표 참여)
전체		135	17.0	7.4	28.1	43.7	16.3	3.0	18.5
성별	남자	37	16.2	8.1	29.7	48.6	18.9	2.7	18.9
	여자	98	17.3	7.1	27.6	41.8	15.3	3.1	18.4
	F값	0.005							
연령	10대	11	27.3	9.1	18.2	36.4	9.1	-	9.1
	20대	18	16.7	11.1	22.2	27.8	22.2	11.1	27.8
	30대	26	23.1	11.5	42.3	34.6	19.2	3.8	23.1
	40대	47	12.8	6.4	27.7	51.1	19.1	-	19.1
	50대	25	8.0	4.0	32.0	48.0	12.0	4.0	16.0
	60세 이상	8	37.5	-	-	62.5	-	-	-
	F값	0.781							
학력	고졸 이하	28	14.3	7.1	32.1	50.0	7.1	-	7.1
	대졸/대학재학	94	19.1	7.4	24.5	45.7	16.0	3.2	18.1
	대학원졸/재학	13	7.7	7.7	46.2	15.4	38.5	7.7	46.2
	F값	4.710*							
자녀 연령대	미취학아동	9	22.2	-	55.6	22.2	22.2	11.1	33.3
	초등학생	20	20.0	15.0	30.0	40.0	25.0	-	25.0
	중학생	13	7.7	7.7	15.4	53.8	23.1	-	23.1
	고등학생 이상	37	8.1	2.7	29.7	56.8	13.5	2.7	16.2
	F값	0.491							
월평균 문화 여가 비용 지출 규모	1만 원 이하	16	18.8	12.5	37.5	56.3	-	-	-
	1~5만 원	37	24.3	5.4	24.3	40.5	13.5	-	13.5
	5~10만 원	46	10.9	8.7	32.6	47.8	21.7	2.2	21.7
	10만 원 이상	36	16.7	5.6	22.2	36.1	19.4	8.3	27.8
	F값	2.249							
문화예술 활동 경험	경험 없음	61	9.8	-	29.5	57.4	13.1	1.6	14.8
	경험 있음	74	23.0	13.5	27.0	32.4	18.9	4.1	21.6
	F값	1.038							
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	38	23.7	10.5	23.7	28.9	23.7	2.6	26.3
	다양한 장르를 적게 관람	17	23.5	-	35.3	29.4	23.5	5.9	29.4
	일부 장르를 자주 관람	24	4.2	16.7	45.8	37.5	8.3	4.2	12.5
	일부 장르를 적게 관람	56	16.1	3.6	21.4	60.7	12.5	1.8	12.5
	F값	1.606							

*p<0.5, **p<0.01

6) 공연 관람 시 지출 비용의 수준 비교

- 공연 관람 지출 비용과 관련성을 갖는 것으로 월평균 문화 여가 지출 비용이 많을수록, 공연 외 문화 예술 활동 경험이 있는 경우, 다양한 장르를 관람하기보다, 얼마나 자주 관람하는지가 그 외 경우와 비교했을 때 공연 관람 시 더 큰 비용을 지출하는 것으로 나타남

[표 3-32] 공연 장르별 관람 지출 비용 수준 비교-연극 및 뮤지컬 공연 관람객

(단위: 명, %)

		연극				뮤지컬			
		1만 원 이하	1~3만 원	3~5만 원	5만 원 이상	1만 원 이하	1~3만 원	3~5만 원	5만 원 이상
전체		18.4	35.3	33.5	12.8	20.0	26.0	30.6	23.4
성별	남자	22.4	31.8	27.1	18.7	27.1	25.0	24.0	24.0
	여자	17.0	36.5	35.6	10.8	18.1	26.3	32.3	23.3
	χ^2	7.403				8.624			
나이	10대	18.8	12.5	37.5	31.3	21.4	14.3	28.6	35.7
	20대	18.8	42.0	34.8	4.3	18.4	30.6	24.5	26.5
	30대	15.3	41.4	31.5	11.7	18.0	25.6	35.3	21.1
	40대	19.0	35.3	30.7	15.0	18.8	25.4	30.4	25.4
	50대	18.2	25.5	40.0	16.4	11.8	27.5	33.3	27.5
	60세 이상	26.9	26.9	38.5	7.7	48.5	27.3	18.2	6.1
	χ^2	19.448				34.616			
학력	고졸 이하	20.0	38.3	30.0	11.7	35.5	29.0	21.0	14.5
	대졸/대학재학	18.2	35.2	34.0	12.6	18.9	26.0	31.7	23.5
	대학원졸/재학	17.2	31.0	34.5	17.2	3.0	21.2	36.4	39.4
	χ^2	1.192				21.115*			
자녀 나이대	미취학아동	12.1	21.2	33.3	33.3	9.3	20.4	35.2	35.2
	초등학생	18.1	38.8	36.2	6.9	21.4	23.4	34.5	20.7
	중학생	13.9	50.0	19.4	16.7	22.5	27.5	30.0	20.0
	고등학생 이상	26.1	26.1	34.1	13.6	27.6	27.6	22.4	22.4
	χ^2	26.268**				21.748			
월평균 문화 여가 비용지출 규모	1만 원 이하	34.1	45.5	15.9	4.5	40.0	28.6	31.4	0.0
	1~5만 원	22.4	40.3	30.6	6.7	30.5	30.5	29.2	9.7
	5~10만 원	18.5	32.5	37.6	11.5	13.9	25.5	34.5	26.1
	10만 원 이상	5.3	28.4	38.9	27.4	7.5	19.6	26.2	46.7
	χ^2	55.214**				87.871**			
문화예술 활동 경험	경험 없음	10.6	44.7	32.4	12.3	16.9	28.5	39.5	15.1
	경험 있음	23.9	28.7	34.3	13.1	21.8	24.6	25.3	28.4
	χ^2	22.914**				17.464**			
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	20.4	33.3	35.5	10.8	15.8	28.7	31.7	23.8
	다양한 장르를 적게 관람	17.1	36.6	29.3	17.1	18.4	18.4	26.5	36.7
	일부 장르를 자주 관람	13.0	35.1	40.5	11.5	12.0	28.6	40.6	18.8
	일부 장르를 적게 관람	21.8	36.4	27.9	13.9	28.7	24.7	23.6	23.0
	χ^2	8.592				31.104**			

*p<0.5, **p<0.01

[표 3-33] 공연 장르별 관람 지출 비용 수준 비교-음악 및 전통예술 공연 관람객

(단위: 명, %)

		음악				전통예술			
		1만 원 이하	1~3만 원	3~5만 원	5만 원 이상	1만 원 이하	1~3만 원	3~5만 원	5만 원 이상
전체		34.2	28.3	20.3	17.2	54.8	22.3	16.0	6.9
성별	남자	37.6	29.4	16.5	16.5	58.5	19.5	17.1	4.9
	여자	32.9	27.9	21.8	17.5	53.7	23.1	15.6	7.5
	χ^2	3.009				1.986			
나이	10대	42.9	23.8	9.5	23.8	60.0	10.0	10.0	20.0
	20대	36.4	21.8	23.6	18.2	16.7	25.0	50.0	8.3
	30대	30.7	30.7	20.5	18.2	48.2	33.9	12.5	5.4
	40대	30.3	26.9	21.8	21.0	59.7	19.4	14.5	6.5
	50대	36.4	32.5	18.2	13.0	53.3	20.0	16.7	10.0
	60세 이상	44.8	31.0	20.7	3.4	83.3	5.6	11.1	-
	χ^2	21.209				44.435*			
학력	고졸 이하	48.5	30.3	9.1	12.1	77.8	11.1	8.3	2.8
	대졸/대학재학	32.8	27.4	21.7	18.1	53.0	24.6	16.4	6.0
	대학원졸/재학	12.5	33.3	33.3	20.8	22.2	27.8	27.8	22.2
	χ^2	24.250**				24.303**			
자녀 나이대	미취학아동	26.1	26.1	8.7	39.1	35.7	7.1	14.3	42.9
	초등학생	31.9	24.6	24.6	18.8	42.9	35.7	17.9	3.6
	중학생	25.0	27.8	16.7	30.6	66.7	20.0	13.3	-
	고등학생 이상	39.8	35.2	16.7	8.3	61.2	20.4	14.3	4.1
	χ^2	30.024*				36.373**			
월평균 문화 여가 비용 지출 규모	1만 원 이하	58.0	28.0	8.0	6.0	84.1	15.9	-	-
	1~5만 원	39.2	37.1	14.7	9.1	67.2	20.3	7.8	4.7
	5~10만 원	27.7	24.4	28.6	19.3	27.9	32.6	32.6	7.0
	10만 원 이상	19.5	18.2	26.0	36.4	29.7	21.6	29.7	18.9
	χ^2	65.544**				62.837**			
문화예 술 활동 경험	경험 없음	33.9	25.5	20.6	20.0	66.3	19.3	13.3	1.2
	경험 있음	34.4	30.4	20.1	15.2	45.7	24.8	18.1	11.4
	χ^2	3.300				13.248*			
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	34.0	30.9	20.6	14.4	38.6	28.6	20.0	12.9
	다양한 장르를 적게 관람	30.6	14.3	30.6	24.5	44.4	22.2	22.2	11.1
	일부 장르를 자주 관람	23.9	35.8	29.9	10.4	70.6	17.6	11.8	-
	일부 장르를 적게 관람	39.2	27.8	13.6	19.3	70.2	17.5	10.5	1.8
	χ^2	31.546**				28.716*			

*p<0.5, **p<0.01

[표 3-34] 공연 장르별 관람 지출 비용 수준 비교-무용 및 다원/장르 혼합 공연 관람객

(단위: 명, %)

		무용				다원/장르 혼합			
		1만 원 이하	1~3만 원	3~5만 원	5만 원 이상	1만 원 이하	1~3만 원	3~5만 원	5만 원 이상
전체		17.9	35.9	29.1	17.1	29.6	33.3	23.0	14.1
성별	남자	13.8	37.9	34.5	13.8	21.6	32.4	27.0	18.9
	여자	19.3	35.2	27.3	18.2	32.7	33.7	21.4	12.2
	χ^2	4.385				5.234			
나이	10대	25.0	25.0	25.0	25.0	45.5	36.4	-	18.2
	20대	9.1	9.1	63.6	18.2	38.9	27.8	11.1	22.2
	30대	14.8	55.6	29.6	-	34.6	38.5	19.2	7.7
	40대	20.0	20.0	32.5	27.5	19.1	31.9	34.0	14.9
	50대	14.3	53.6	14.3	17.9	28.0	28.0	28.0	16.0
	60세 이상	66.7	33.3	-	-	37.5	50.0	12.5	-
	χ^2	39.310*				30.843			
학력	고졸 이하	35.7	35.7	7.1	21.4	35.7	39.3	14.3	10.7
	대졸/대학재학	17.0	33.0	34.1	15.9	29.8	31.9	24.5	13.8
	대학원졸/재학	6.7	53.3	20.0	20.0	15.4	30.8	30.8	23.1
	χ^2	20.774*				15.256			
자녀 나이대	미취학아동	5.9	23.5	35.3	35.3	11.1	33.3	11.1	44.4
	초등학생	25.8	25.8	29.0	19.4	35.0	30.0	25.0	10.0
	중학생	33.3	33.3	33.3	-	7.7	30.8	46.2	15.4
	고등학생 이상	21.9	50.0	15.6	12.5	27.0	37.8	27.0	8.1
	χ^2	19.742				19.399			
월평균 문화 여가 비용 지출 규모	1만 원 이하	20.0	60.0	20.0	-	50.0	43.8	6.3	-
	1~5만 원	22.9	50.0	22.9	4.2	37.8	48.6	8.1	5.4
	5~10만 원	13.5	21.6	45.9	18.9	19.6	28.3	37.0	15.2
	10만 원 이상	14.8	25.9	18.5	40.7	25.0	19.4	27.8	27.8
	χ^2	31.743**				38.323**			
문화예 술타동 경험	경험 없음	20.0	8.0	56.0	16.0	32.8	21.3	31.1	14.8
	경험 있음	17.4	43.5	21.7	17.4	27.0	43.2	16.2	13.5
	χ^2	17.839**				1.057			
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	26.2	38.1	19.0	16.7	28.9	44.7	13.2	13.2
	다양한 장르를 적게 관람	23.8	19.0	33.3	23.8	47.1	5.9	17.6	29.4
	일부 장르를 자주 관람	7.1	28.6	50.0	14.3	25.0	45.8	25.0	4.2
	일부 장르를 적게 관람	10.0	45.0	30.0	15.0	26.8	28.6	30.4	14.3
	χ^2	17.333				11.836			

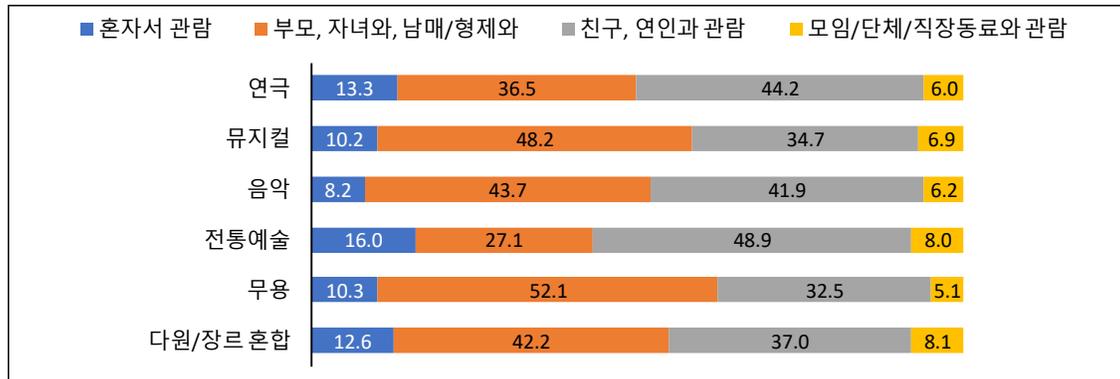
*p<0.5, **p<0.01

7) 관람 동반자의 비교

- 연극, 전통예술 관련 공연은 다른 장르에 비해 혼자서 관람하는 비중이 높지만, 뮤지컬, 음악, 무용공연의 경우 가족이나 친구/연인과 함께 관람하는 경우가 80% 이상
 - 전통예술 공연은 친구/연인과 함께 관람하는 경우가 가장 많았고, 뮤지컬, 무용공연 관람객의 약 절반 정도는 부모/자녀 등 가족과 함께 관람하는 경우가 많았음

[그림 3-7] 평소 관람 동반자의 비교-각 장르 공연 관람객

(단위: %)



- 공연 관람 시 동반자는 주로 관람객의 나이, 월평균 문화 여가 지출 비용의 규모, 공연 외 문화예술 활동 경험 여부마다 차이를 보임
 - 연극, 뮤지컬, 음악 공연은 관람객의 나이가 10대이거나 혹은 해당 연령대의 자녀를 둔 40대의 관객은 부모/가족과 함께 공연을 관람하는 비중이 매우 높았으나, 그 외 장르에서는 응답자의 연령별로 관람 동반자에 큰 차이가 없었음
 - 월평균 문화 여가 지출 비용의 규모가 클수록, 공연 외 다른 문화예술 활동 경험이 있는 관객이 그 외 관객보다 “혼자서” 관람하는 것에 대해 더 수용적인 것으로 분석됨

[표 3-35] 평소 관람 동반자의 비교-연극, 뮤지컬 장르 공연 관람객

(단위: 명, %)

		연극				뮤지컬			
		혼자서	부모/가족	친구/연인	모임/단체	혼자서	부모/가족	친구/연인	모임/단체
	전체	13.3	36.5	44.2	6.0	10.2	48.2	34.7	6.9
성별	남자	12.1	39.3	43.0	5.6	10.4	49.0	35.4	5.2
	여자	13.6	35.6	44.6	6.2	10.1	47.9	34.5	7.4
	χ^2	0.516				0.546			
나이	10대	18.8	62.5	12.5	6.3	14.3	78.6	7.1	-
	20대	23.2	7.2	63.8	5.8	12.2	10.2	71.4	6.1
	30대	12.6	30.6	50.5	6.3	11.3	42.9	35.3	10.5
	40대	8.5	51.6	34.6	5.2	6.1	60.2	27.1	6.6
	50대	16.4	27.3	45.5	10.9	13.7	49.0	31.4	5.9
	60세 이상	7.7	53.8	38.5	-	18.2	45.5	36.4	-
	χ^2	60.251**				61.161**			
학력	고졸 이하	6.7	50.0	33.3	10.0	12.9	59.7	24.2	3.2
	대졸/대학재학	14.1	34.0	46.3	5.6	9.6	45.9	37.2	7.4
	대학원졸/재학	17.2	37.9	41.4	3.4	12.1	51.5	27.3	9.1
	χ^2	10.082				7.569			
자녀 나이대	미취학아동	3.0	63.6	27.3	6.1	1.9	72.2	18.5	7.4
	초등학생	6.0	56.0	35.3	2.6	2.8	61.4	24.8	11.0
	중학생	8.3	36.1	47.2	8.3	12.5	52.5	32.5	2.5
	고등학생 이상	13.6	38.6	39.8	8.0	15.3	50.0	31.6	3.1
	χ^2	15.958				29.025**			
월평균 문화 여가 비용지출 규모	1만 원 이하	2.3	31.8	52.3	13.6	5.7	40.0	42.9	11.4
	1~5만 원	12.7	44.0	37.3	6.0	12.3	44.2	37.7	5.8
	5~10만 원	8.9	34.4	50.3	6.4	6.7	51.5	32.7	9.1
	10만 원 이상	26.3	31.6	40.0	2.1	14.0	51.4	30.8	3.7
	χ^2	32.113**				12.214			
문화예술 활동 경험	경험 없음	8.9	34.6	51.4	5.0	4.1	57.0	32.0	7.0
	경험 있음	16.3	37.8	39.0	6.8	13.8	42.9	36.3	6.9
	χ^2	8.741*				15.120**			
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	15.1	39.8	43.0	2.2	12.9	41.6	42.6	3.0
	다양한 장르를 적게 관람	24.4	22.0	34.1	19.5	14.3	42.9	34.7	8.2
	일부 장르를 자주 관람	13.0	38.2	42.7	6.1	9.0	49.6	31.6	9.8
	일부 장르를 적게 관람	9.7	37.0	48.5	4.8	8.4	52.2	32.6	6.7
	χ^2	25.145**				10.464			

*p<0.5, **p<0.01

[표 3-36] 평소 관람 동반자의 비교-음악, 전통예술 장르 공연 관람객

(단위: 명, %)

		음악				전통예술			
		혼자서	부모/가족	친구/연인	모임/단체	혼자서	부모/가족	친구/연인	모임/단체
	전체	16.0	27.1	48.9	8.0	16.0	27.1	48.9	8.0
성별	남자	7.3	34.1	51.2	7.3	7.3	34.1	51.2	7.3
	여자	18.4	25.2	48.3	8.2	18.4	25.2	48.3	8.2
	χ^2	3.400				3.490			
나이	10대	20.0	50.0	20.0	10.0	20.0	50.0	20.0	10.0
	20대	33.3	8.3	50.0	8.3	33.3	8.3	50.0	8.3
	30대	14.3	19.6	57.1	8.9	14.3	19.6	57.1	8.9
	40대	14.5	33.9	43.5	8.1	14.5	33.9	43.5	8.1
	50대	16.7	26.7	53.3	3.3	16.7	26.7	53.3	3.3
	60세 이상	11.1	27.8	50.0	11.1	11.1	27.8	50.0	11.1
	χ^2	59.453**				12.643			
학력	고졸 이하	11.1	41.7	41.7	5.6	11.1	41.7	41.7	5.6
	대졸/대학재학	14.2	23.1	53.7	9.0	14.2	23.1	53.7	9.0
	대학원졸/재학	38.9	27.8	27.8	5.6	38.9	27.8	27.8	5.6
	χ^2	16.260*				13.545*			
자녀 나이대	미취학아동	7.1	35.7	50.0	7.1	7.1	35.7	50.0	7.1
	초등학생	14.3	53.6	28.6	3.6	14.3	53.6	28.6	3.6
	중학생	13.3	13.3	60.0	13.3	13.3	13.3	60.0	13.3
	고등학생 이상	8.2	26.5	59.2	6.1	8.2	26.5	59.2	6.1
	χ^2	7.919				12.049			
월평균 문화 여가 비용지 출 규모	1만 원 이하	2.3	20.5	65.9	11.4	2.3	20.5	65.9	11.4
	1~5만 원	10.9	35.9	45.3	7.8	10.9	35.9	45.3	7.8
	5~10만 원	16.3	27.9	48.8	7.0	16.3	27.9	48.8	7.0
	10만 원 이상	40.5	18.9	35.1	5.4	40.5	18.9	35.1	5.4
	χ^2	18.538*				28.869**			
문화예 술 활동 경험	경험 없음	14.5	18.1	56.6	10.8	14.5	18.1	56.6	10.8
	경험 있음	17.1	34.3	42.9	5.7	17.1	34.3	42.9	5.7
	χ^2	11.758**				8.026*			
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	17.1	34.3	45.7	2.9	17.1	34.3	45.7	2.9
	다양한 장르를 적게 관람	25.9	29.6	29.6	14.8	25.9	29.6	29.6	14.8
	일부 장르를 자주 관람	14.7	23.5	50.0	11.8	14.7	23.5	50.0	11.8
	일부 장르를 적게 관람	10.5	19.3	61.4	8.8	10.5	19.3	61.4	8.8
	χ^2	17.745*				14.227			

*p<0.5, **p<0.01

[표 3-37] 평소 관람 동반자의 비교-무용, 다원/장르 혼합 장르 공연 관람객

(단위: 명, %)

		무용				다원/장르 혼합			
		혼자서	부모/가족	친구/연인	모임/단체	혼자서	부모/가족	친구/연인	모임/단체
	전체	10.3	52.1	32.5	5.1	10.3	52.1	32.5	5.1
성별	남자	-	55.2	34.5	10.3	-	55.2	34.5	10.3
	여자	13.6	51.1	31.8	3.4	13.6	51.1	31.8	3.4
	χ^2	6.116				3.024			
나이	10대	25.0	62.5	-	12.5	25.0	62.5	-	12.5
	20대	18.2	36.4	45.5	-	18.2	36.4	45.5	-
	30대	7.4	40.7	44.4	7.4	7.4	40.7	44.4	7.4
	40대	7.5	70.0	22.5	-	7.5	70.0	22.5	-
	50대	10.7	42.9	35.7	10.7	10.7	42.9	35.7	10.7
	60세 이상	-	33.3	66.7	-	-	33.3	66.7	-
	χ^2	20.018				16.345			
학력	고졸 이하	14.3	50.0	28.6	7.1	14.3	50.0	28.6	7.1
	대졸/대학재학	10.2	52.3	31.8	5.7	10.2	52.3	31.8	5.7
	대학원졸/재학	6.7	53.3	40.0	-	6.7	53.3	40.0	-
	χ^2	1.698				7.035			
자녀 나이대	미취학아동	5.9	64.7	29.4	-	5.9	64.7	29.4	-
	초등학생	3.2	67.7	25.8	3.2	3.2	67.7	25.8	3.2
	중학생	-	66.7	33.3	-	-	66.7	33.3	-
	고등학생 이상	9.4	46.9	34.4	9.4	9.4	46.9	34.4	9.4
	χ^2	5.405				10.456			
월평균 문화 여가 비용지출 규모	1만 원 이하	-	40.0	40.0	20.0	-	40.0	40.0	20.0
	1~5만 원	6.3	50.0	37.5	6.3	6.3	50.0	37.5	6.3
	5~10만 원	5.4	70.3	18.9	5.4	5.4	70.3	18.9	5.4
	10만 원 이상	25.9	33.3	40.7	-	25.9	33.3	40.7	-
	χ^2	19.711*				9.970			
문화예술 활동 경험	경험 없음	-	64.0	36.0	-	-	64.0	36.0	-
	경험 있음	13.0	48.9	31.5	6.5	13.0	48.9	31.5	6.5
	χ^2	5.871				1.057			
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	16.7	38.1	42.9	2.4	16.7	38.1	42.9	2.4
	다양한 장르를 적게 관람	4.8	57.1	23.8	14.3	4.8	57.1	23.8	14.3
	일부 장르를 자주 관람	-	64.3	28.6	7.1	-	64.3	28.6	7.1
	일부 장르를 적게 관람	10.0	60.0	27.5	2.5	10.0	60.0	27.5	2.5
	χ^2	13.251				12.736			

*p<0.5, **p<0.01

8) 관람/참여 성향의 비교

- 평소 관람 성향을 비교하기 위해 17개의 항목 중 “예술분야 종사자 또는 전공자가 있다” 항목을 제외한 나머지 항목을 기준으로 요인 분석을 시행. 총 3가지 요인으로 분류되었음
- 요인 분석을 실행한 결과, KMO 값은 0.942, 유의확률은 0.000으로 신뢰도가 매우 높게 나타남

[표 3-38] 관람 성향에 대한 요인 분석 결과 KMO와 Bartlett의 검정

표본 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도		.942
Bartlett의 구형성 검정	근사 카이제곱	6927.459
	자유도	120
	유의확률	.000

- 첫 번째 요인은 공연 관련 정보 탐색과 관련한 부분이며, 2번째 요인은 공연 관람 시 중요하게 고려하는 요인, 3번째 요인은 공연 관람 적극성에 대한 요인으로 분류됨

[표 3-39] 공연 관람의 적극성에 대한 요인 분석 결과

	성분		
	1 (공연 관련 정보 탐색)	2 (공연 관람시 중요 요인)	3 (공연 관람의 적극성)
Q16_1 평소 나는 공연 관련 정보를 자주 알아보는 편이다	0.598	0.318	0.207
Q16_2 공연 선택 시 출연진의 정보를 반드시 확인 후 선택하는 편이다	0.733	0.249	0.135
Q16_3 관람하는 공연 출연진의 숫자에 대해 정확히 파악하는 편이다	0.771	0.122	0.211
Q16_4 관람하는 공연의 스태프, 오케스트라의 정보를 사전에 확인한다	0.765	0.217	0.101
Q16_5 좋아하는 출연진의 작품은 동일 작품이라도 여러 번 관람하는 편이다	0.605	0.201	0.349
Q16_6 좋은 작품은 출연진별로 관람하는 편이다	0.688	0.091	0.352
Q16_7 관람하는 공연의 원작(소설 등)이 있다면 꼭 읽어보는 편이다	0.525	0.232	0.378
Q16_9 작품 본연의 줄거리/스토리가 좋다면 선호하는 출연진이 출연하지 않더라도 관람한다	0.240	0.635	0.335
Q16_10 작품 본연의 줄거리/스토리가 좋다면 유명한 배우가 출연하지 않더라도 관람한다	0.215	0.694	0.281
Q16_11 공연을 관람할 때 출연진들의 실연 능력(연기, 연주, 노래, 춤 등)이 매우 중요하다고 생각한다	0.145	0.782	0.162
Q16_12 공연을 관람할 때 무대 시설, 음향 등 공연장 환경이 매우 중요하다고 생각한다	0.151	0.793	0.108
Q16_17 어렸을 때 예술 관련 교육을 받은 것은 공연을 관람할 때 도움이 된다고 생각한다	0.293	0.600	0.230
Q16_8 보고 싶은 작품은 동반자가 없어도 관람하는 편이다	0.375	0.352	0.452
Q16_13 여유가 된다면 고급적 공연은 VIP석이나 S석 등 출연진들을 가까이 볼 수 있는 자리를 구매한다	0.160	0.270	0.769
Q16_14 입장권 가격이 비싸더라도 선호하는 출연진이나 작품이라면 조금 무리해 서라도 관람하는 편이다	0.312	0.229	0.739
Q16_15 보고 싶은 작품이라면 거주지에서 멀리 있어도(다른 시/도 등 다른 권역) 가서 보는 편이다	0.382	0.273	0.623

- 평소 관람 성향과 관련하여 성별 차이는 크지 않았으며, 연령별로 공연 관련 정보를 탐색하거나 알아보는 것도 큰 차이는 없었음. 그러나 공연 관람 시 중요하게 고려하는 요인과 공연 관람의 적극성 부분에서 연령별 차이가 있음이 확인되었으며, 학력, 자녀의 연령대, 월평균 문화 여가 지출 비용의 규모, 문화예술 활동 경험, 공연 관람 형태별로 성향에 차이가 있는 것으로 나타남
 - 나이가 낮을수록 공연 관람 시 실연 능력, 무대 환경, 스토리 등을 더 중요하게 고려하고 있으며, 보고 싶은 작품이라면 비싸거나, 먼 지역의 공연을 관람하는 적극성과 관련한 부분도 더 높게 평가하고 있음
 - 학력이 높을수록, 월평균 문화 여가 지출 비용의 규모가 클수록, 공연 외 문화예술 활동 경험이 있는 관람객이, 자주 보기보다 다양한 장르의 공연을 관람하는 관람객이 공연 관련 정보의 탐색, 공연 관람의 적극성 부분이 더 높았고, 공연 관람과 관련한 스토리, 실연 능력, 무대 환경의 중요성에 대해서도 동의하고 있는 경우가 더 많았음

[표 3-40] 관람/참여 성향의 비교

(단위: 명, 점/5점)

		응답자 수	1 (공연 관련 정보 탐색)	2 (공연 관람 시 중요 요인)	3 (공연 관람의 적극성)
전체		968	3.53	3.92	3.65
성별	남자	257	3.47	3.92	3.57
	여자	711	3.54	3.92	3.67
	F값	-	1.130	0.000	1.982
나이	10대	37	3.63	4.12	3.86
	20대	123	3.62	4.05	3.80
	30대	248	3.51	3.95	3.64
	40대	317	3.57	3.89	3.72
	50대	159	3.50	3.91	3.56
	60세 이상	84	3.28	3.66	3.24
	F값	-	1.720	2.879*	4.625**
학력	고졸 이하	181	3.32	3.76	3.42
	대졸/대학재학	727	3.56	3.93	3.67
	대학원졸/재학	60	3.70	4.19	4.03
	F값	-	5.857**	7.075**	10.273**
자녀 나이대	미취학아동	78	3.47	3.73	3.58
	초등학생	202	3.60	4.00	3.81
	중학생	80	3.77	4.00	3.94
	고등학생 이상	259	3.35	3.80	3.38
	F값	-	5.19**	3.598*	11.591**
월평균 문화 여가 비용지 출규모	1만 원 이하	139	3.42	3.67	3.54
	1~5만 원	336	3.51	3.92	3.56
	5~10만 원	319	3.50	3.96	3.65
	10만 원 이상	174	3.69	4.02	3.90
	F값	-	2.547	5.379**	5.406**
문화예 술 활동 경험	경험 없음	492	3.47	3.76	3.57
	경험 있음	476	3.59	4.08	3.73
	F값	-	4.119*	37.198**	7.090**
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	108	4.05	4.29	4.25
	다양한 장르를 적게 관람	56	3.78	4.26	3.94
	일부 장르를 자주 관람	272	3.65	3.93	3.73
	일부 장르를 적게 관람	532	3.33	3.80	3.45
	F값	-	23.704**	15.269**	25.861**

*p<0.5, **p<0.01

9) 향후 공연 관람 의향의 비교

○ 향후 공연 관람 의향에 대한 부분은 성별, 나이, 학력 등 인구학적 특성별로는 큰 차이가 없음

[표 3-41] 응답자 특성별 향후 공연 관람 의향의 비교

(단위: 명, %)

		연극공연	뮤지컬 공연	음악 공연	전통예술 공연	무용공연	다원/장르 혼합 공연
전체		97.2	97.6	96.4	87.8	91.5	91.1
성별	남자	95.3	95.8	98.2	90.2	86.2	94.6
	여자	97.8	98.1	95.7	87.1	93.2	89.8
	F값	1.860	1.679	1.356	0.297	1.350	0.757
나이	10대	100.0	100.0	95.2	90.0	87.5	81.8
	20대	98.6	100.0	98.2	75.0	100.0	94.4
	30대	97.3	98.5	97.7	89.3	88.9	92.3
	40대	96.7	97.2	95.0	82.3	92.5	91.5
	50대	94.5	96.1	96.1	93.3	96.4	88.0
	60세 이상	100.0	93.9	96.6	100.0	33.3	100.0
	F값	0.643	0.902	0.349	1.432	3.345**	0.497
학력	고졸 이하	95.0	96.8	93.9	94.4	92.9	92.9
	대졸/대학재학	97.7	97.5	96.7	85.1	92.0	91.5
	대학원졸/재학	96.6	100.0	100.0	94.4	86.7	84.6
	F값	0.685	0.499	1.050	1.575	0.252	0.393
자녀 나이대	미취학아동	90.9	94.4	95.7	71.4	94.1	100.0
	초등학생	96.6	98.6	97.1	82.1	87.1	95.0
	중학생	97.2	95.0	91.7	60.0	100.0	84.6
	고등학생 이상	97.7	96.9	96.3	93.9	90.6	94.6
	F값	1.108	1.032	0.618	3.971*	0.314	0.823
월평균 문화 여가 비용지출규모	1만 원 이하	100.0	94.3	92.0	93.2	80.0	93.8
	1~5만 원	97.0	98.1	96.5	87.5	89.6	91.9
	5~10만 원	95.5	97.6	97.5	81.4	97.3	84.8
	10만 원 이상	98.9	98.1	97.4	89.2	88.9	97.2
	F값	1.316	0.635	1.137	0.961	0.957	1.368
문화예술 활동 경험	경험 없음	97.8	96.5	94.5	95.2	92.0	93.4
	경험 있음	96.8	98.3	97.8	81.9	91.3	89.2
	F값	0.348	1.429	2.850	7.846	0.012	0.740
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	98.9	99.0	96.9	81.4	83.3	92.1
	다양한 장르를 적게 관람	100.0	100.0	98.0	81.5	95.2	88.2
	일부 장르를 자주 관람	96.2	98.5	95.5	97.1	92.9	87.5
	일부 장르를 적게 관람	96.4	95.5	96.0	93.0	97.5	92.9
	F값	1.041	1.970	0.210	2.651	1.977	0.266

*p<0.5, **p<0.01

- 각 장르 공연 관람자 중 향후 관련 장르의 공연을 관람하지 않겠다고 응답한 경우의 관람 태도를 비교한 결과, 가족/지인의 권유로 경험한 경우, 초대권/무료 관람한 경우가 대부분
 - 그러나 뮤지컬 공연과 음악 공연의 경우 스스로 공연 입장권을 구매하여 관람하였음에도 향후 관련 장르의 공연을 관람하지 않겠다고 응답한 비율이 높았는데, 초등학교 이하의 자녀가 있고 부모/자녀와 함께 관람한 경우가 이에 해당하는 경우가 많았음. 즉 스스로 사전 정보를 확인하고 입장권을 구매하여 관람하였음에도 가족(자녀)과 함께 관람하기 위해 해당 공연을 관람한 경우, 향후 가족(자녀)의 관람 의지가 없다면 관련 장르를 관람하지 않으리라고 예상

[표 3-42] 공연 관람 장르별 향후 의향이 없는 경우 관람 태도 비교-각 장르 공연 관람 의향이 없는 관람객

(단위: 명, %)

	응답자 수	일회성으로 우연히 관람	단체 관람	초대권/무료 관람	가족/지인 권유	스스로 입장권 구매	발표자 등으로 참여
연극	12	25.0	25.0	-	50.0	8.3	-
뮤지컬	11	18.2	-	-	45.5	36.4	18.2
음악	14	21.4	7.1	35.7	42.9	42.9	-
전통예술	23	26.1	4.3	34.8	8.7	21.7	4.3
무용	12	41.7	-	41.7	16.7	16.7	-
다원/장르 혼합	10	20.0	10.0	40.0	20.0	30.0	-

10) 온라인 공연 관람 경험 비교

(1) 온라인 공연 관람 경험

- 온라인 공연 관람 경험은 성별 차이는 크지 않았으나, 인터넷 활용 비율과 밀접한 연령대별로는 관람률에 유의미한 차이를 보이는 것으로 나타남. 그 외 학력, 월평균 문화 여가 비용 지출 규모, 공연 외 문화예술 활동 경험, 다양한 장르의 경험 여부와 관련이 있는 것으로 분석됨
 - 온라인 공연은 연령대가 낮을수록 많이 관람하여 모든 장르에서 10대가 가장 많이 관람하였음. 다만 전통예술 공연과 무용공연, 다원/장르 혼합 공연의 경우 20대의 관람률이 가장 낮고 30대 이상부터 관람률이 다시 높아지는 형태를 보이는데, 20대는 오프라인 공연도 연극, 뮤지컬, 음악 공연을 중심으로 관람하고 그 외 장르의 경우 관람률 자체가 매우 적어 마찬가지로 해당 장르의 온라인 공연 역시 적게 관람하는 것으로 보임
 - 학력 수준이 높을수록 온라인 공연을 관람한 비율이 높았고, 특히 연극과 무용공연은 고졸 이하 관람객보다 대학원졸 이상자가 5배 이상 많이 관람한 것으로 나타남
 - 월평균 문화 여가 비용의 지출 규모가 클수록 대체로 온라인 공연을 많이 관람함
 - 공연 외 문화예술 활동 경험과 다양한 장르를 관람한 경험이 있는 관람객이 그 외 관람객보다 온라인 공연에 대한 관람 경험도 많은 것으로 나타남

[표 3-43] 응답자 특성별 온라인 공연 관람 경험 비교

(단위: 명, %)

		연극공연	뮤지컬 공연	음악 공연	전통예술 공연	무용공연	다원/장르 혼합 공연
전체		11.2	10.0	10.1	5.4	4.2	4.1
성별	남자	12.1	10.9	11.7	5.1	3.9	4.7
	여자	10.8	9.7	9.6	5.5	4.4	3.9
	F값	0.289	0.296	0.922	0.068	0.102	0.254
나이	10대	21.6	18.9	21.6	16.2	13.5	13.5
	20대	11.4	10.6	8.1	1.6	0.8	0.8
	30대	12.5	10.5	10.1	4.4	4.0	4.4
	40대	12.3	11.4	8.5	4.4	5.0	3.8
	50대	8.8	6.9	11.9	8.2	4.4	5.7
	60세 이상	2.4	4.8	10.7	7.1	2.4	2.4
	F값	2.492*	1.654	1.488	3.219**	2.551*	2.697*
학력	고졸 이하	5.5	5.5	8.8	6.1	3.3	3.3
	대졸/대학재학	11.7	10.7	10.0	4.7	3.7	4.0
	대학원졸/재학	21.7	15.0	15.0	11.7	13.3	8.3
	F값	6.408**	3.066*	0.950	2.780	6.624**	1.508
자녀 나이대	미취학아동	16.7	15.4	16.7	9.0	10.3	9.0
	초등학생	10.4	10.9	6.9	5.0	6.4	5.0
	중학생	16.3	11.3	13.8	7.5	3.8	3.8
	고등학생 이상	5.4	6.6	9.7	5.4	3.1	3.9
	F값	4.604**	2.120	2.384	0.700	2.478	1.213
월평균 문화 여가 비용지출규모	1만 원 이하	3.6	2.9	7.9	5.0	0.7	0.7
	1~5만 원	10.1	8.6	9.5	5.4	3.6	3.6
	5~10만 원	10.3	9.4	9.4	4.7	4.7	4.4
	10만 원 이상	20.7	19.5	14.4	6.9	7.5	7.5
	F값	8.359**	8.942**	1.502	0.368	3.105*	3.118*
문화예술 활동 경험	경험 없음	2.4	2.0	4.7	1.6	0.8	1.6
	경험 있음	20.2	18.3	15.8	9.2	7.8	6.7
	F값	83.149**	76.239**	33.721**	28.371**	29.772**	16.095**
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	41.7	44.4	41.7	28.7	24.1	24.1
	다양한 장르를 적게 관람	37.5	30.4	19.6	19.6	14.3	10.7
	일부 장르를 자주 관람	8.5	5.1	5.9	2.6	1.5	1.1
	일부 장르를 적게 관람	3.6	3.4	4.9	0.6	0.6	0.9
	F값	70.177**	84.094**	56.652**	66.741**	55.034**	51.865**

*p<0.5, **p<0.01

○ 오프라인으로 해당 장르의 공연을 관람한 관람자가 미 관람자보다 해당 장르의 온라인 공연을 더 많이 보는 것으로 분석됨

- 이런 경향은 모든 장르에서 나타나고, 해당 장르가 아닌 타 장르의 공연 관람 경험자라도 오프라인 공연을 관람한 경험이 있는 관람객이 미 관람객보다 타 장르의 온라인 공연도 더 많이 관람하였음. 즉 오프라인 공연 관람의 경험 자체가 장르와 상관없이 온라인 공연 관람에도 영향을 미치는 것으로 보임

[표 3-44] 오프라인 공연 관람 경험별 온라인 공연 관람 경험 비교

(단위: 명, %)

		연극공연	뮤지컬 공연	음악 공연	전통예술 공연	무용공연	다원/장르 혼합 공연
전체		11.2	10.0	10.1	5.4	4.2	4.1
연극	미 관람자	2.8	3.9	7.8	2.0	1.5	0.9
	관람자	21.6	17.7	13.0	9.5	7.7	8.1
	F값	93.682**	52.909**	7.186**	27.060**	23.048**	32.346**
뮤지컬	미 관람자	4.9	1.8	4.7	2.0	0.4	0.8
	관람자	18.0	19.1	16.1	9.1	8.5	7.8
	F값	43.414**	87.353**	35.159**	24.772**	40.254**	30.936**
음악	미 관람자	6.9	4.8	2.4	1.4	0.9	0.9
	관람자	17.5	17.7	21.6	11.3	9.3	9.0
	F값	26.912**	44.857**	103.932*	47.237**	42.060**	40.400**
전통 예술	미 관람자	6.9	5.9	6.3	0.8	1.3	1.3
	관람자	28.7	27.1	26.1	24.5	16.5	16.0
	F값	78.362**	81.983**	69.707**	201.944*	94.637**	89.829**
무용	미 관람자	8.7	7.4	7.8	2.7	0.9	1.6
	관람자	29.1	29.1	27.4	24.8	28.2	22.2
	F값	44.942**	56.518**	45.348**	109.656*	233.619*	123.768*
다원/장르 혼합	미 관람자	8.5	7.9	8.5	2.9	1.9	1.6
	관람자	27.4	23.0	20.0	20.7	18.5	20.0
	F값	43.590**	29.987**	17.078**	78.669**	85.727**	110.930*

*p<0.5, **p<0.01

(2) 유료 온라인 공연 관람 여부

- 유료 온라인 공연 관람 경험은 성, 나이, 학력, 자녀 연령대 등 응답자 개인의 인구통계학적 특성보다는 월평균 문화 여가 지출 비용의 규모, 공연 외 문화예술 활동 경험, 다양한 장르의 경험, 오프라인 공연 관람 경험 등과 관련성이 있는 것으로 나타남
 - 월평균 문화 여가 지출 비용의 규모가 클수록 연극공연과 전통예술 공연은 유료 관람 비율이 높게 나타나고, 뮤지컬 공연과 음악 공연도 1만 원 이하 지출 규모자와 비교하면 유의미한 정도로 차이를 보이고 있음
 - 유료 온라인 공연 관람은 공연 외 문화예술 활동 경험이 있는 관람객이 경험이 없는 관람객보다 2배 가까이 많이 관람
 - 일부 장르를 집중도 있게 관람하는 경우보다 다양한 장르의 공연을 관람한 경험이 있는 관람객이 유료 온라인 공연에 대한 수용도도 더 좋았음

[표 3-45] 응답자 특성별 유료 온라인 공연 관람 경험 비교

(단위: 명, %)

		연극공연	뮤지컬 공연	음악 공연	전통예술 공연	무용공연	다원/장르 혼합 공연
전체		71.3	66.0	69.4	59.6	73.2	80.0
성별	남자	83.9	60.7	63.3	69.2	90.0	75.0
	여자	66.2	68.1	72.1	56.4	67.7	82.1
	F값	3.403	0.478	0.736	0.648	1.904	0.256
나이	10대	87.5	100.0	87.5	66.7	100.0	100.0
	20대	57.1	53.8	60.0	50.0	-	100.0
	30대	71.0	69.2	68.0	54.5	70.0	81.8
	40대	66.7	58.3	88.9	64.3	56.3	66.7
	50대	85.7	81.8	63.2	69.2	100.0	88.9
	60세 이상	100.0	50.0	22.2	33.3	100.0	50.0
	F값	0.997	1.416	3.666**	0.497	2.332	0.846
학력	고졸 이하	80.0	80.0	56.3	63.6	100.0	100.0
	대졸/대학재학	70.6	61.5	74.0	55.9	74.1	75.9
	대학원졸/재학	69.2	88.9	55.6	71.4	50.0	80.0
	F값	0.204	1.846	1.414	0.323	2.284	0.877
자녀 나이대	미취학아동	76.9	66.7	76.9	42.9	62.5	85.7
	초등학생	61.9	63.6	85.7	70.0	76.9	80.0
	중학생	69.2	44.4	90.9	33.3	-	33.3
	고등학생 이상	85.7	64.7	56.0	64.3	87.5	80.0
	F값	0.839	0.433	2.344	0.946	3.354*	1.179
월평균 문화여가비용 지출규모	1만 원 이하	20.0	25.0	54.5	28.6	100.0	100.0
	1~5만 원	70.6	62.1	65.6	44.4	75.0	66.7
	5~10만 원	84.8	63.3	76.7	66.7	60.0	71.4
	10만 원 이상	66.7	76.5	72.0	91.7	84.6	100.0
	F값	3.450*	1.667	0.714	3.787*	0.828	1.903
문화예술 활동 경험	경험 없음	66.7	30.0	34.8	25.0	50.0	50.0
	경험 있음	71.9	70.1	80.0	65.9	75.7	87.5
	F값	0.139	6.744*	20.067**	4.975*	1.118	6.218*
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	86.7	79.2	86.7	67.7	84.6	88.5
	다양한 장르를 적게 관람	71.4	76.5	81.8	72.7	75.0	83.3
	일부 장르를 자주 관람	56.5	50.0	37.5	28.6	25.0	66.7
	일부 장르를 적게 관람	52.6	33.3	53.8	-	33.3	40.0
	F값	3.885*	5.553**	6.926**	3.289*	3.420*	2.345

*p<0.5, **p<0.01

- 오프라인 공연 관람 경험자가 유료 온라인 공연도 더 많이 관람하고 있고, 해당 장르가 아닌 타 장르의 유료 온라인 공연도 그 외 관람객에 비해 더 많이 관람하고 있어 오프라인 공연 관람 경험은 장르에 상관없이 유료 온라인 공연 관람에도 영향을 미치는 것으로 보임

[표 3-46] 오프라인 공연 관람 경험별 유료 온라인 공연 관람 경험 비교

(단위: 명, %)

		연극공연	뮤지컬 공연	음악 공연	전통예술 공연	무용공연	다원/장르 혼합 공연
전체		71.3	66.0	69.4	59.6	73.2	80.0
연극	미 관람자	60.0	42.9	52.4	18.2	50.0	40.0
	관람자	73.1	72.4	82.1	70.7	78.8	85.7
	F값	1.077	6.693*	10.919**	11.828**	2.769	6.333*
뮤지컬	미 관람자	48.0	55.6	58.3	10.0	-	50.0
	관람자	78.3	67.0	73.0	71.4	76.9	83.3
	F값	9.202**	0.473	1.825	16.089**	6.341*	2.533
음악	미 관람자	55.0	35.7	14.3	25.0	40.0	60.0
	관람자	80.9	78.3	78.6	65.9	77.8	82.9
	F값	8.760**	18.853**	30.023**	4.975*	3.292	1.407
전통 예술	미 관람자	61.1	47.8	57.1	33.3	30.0	50.0
	관람자	81.5	82.4	81.6	63.0	87.1	90.0
	F값	5.660*	14.500**	7.291**	1.944	17.216**	8.769**
무용	미 관람자	63.5	50.8	62.1	30.4	37.5	50.0
	관람자	88.2	94.1	84.4	82.8	81.8	96.2
	F값	7.299**	22.337**	5.188*	19.493**	7.270*	16.510**
다원/장르 혼합	미 관람자	63.5	50.8	62.1	30.4	37.5	50.0
	관람자	88.2	94.1	84.4	82.8	81.8	96.2
	F값	0.520	17.966**	10.242**	10.542**	8.274**	9.849**

*p<0.5, **p<0.01

(3) 향후 온라인 공연 관람 의향

- 향후 온라인 공연 관람 의향은 온라인 공연 관람 경험과 달리 응답자의 인구통계학적 특성뿐만 아니라 문화예술 활동 경험, 관람 형태가 크게 관련성이 없는 것으로 나타남
- 오프라인 공연을 관람하였거나, 온라인으로 해당 공연을 관람한 관람자도 미 관람자와 비교했을 때, 향후 온라인 공연 관람 의향에 큰 차이는 없었음
 - 다만, 뮤지컬 공연의 경우 오프라인으로 뮤지컬 공연을 관람한 경험이 있는 관람자가 미 관람자보다 향후 온라인으로 뮤지컬 공연, 음악 공연을 관람할 의향이 더 많은 것으로 나타났고, 오프라인 무용공연 관람자도 미 관람자보다 전통예술과 무용공연을 온라인으로 관람할 의향이 더 많은 것으로 나타남
 - 온라인으로 공연을 관람했던 경험이 향후 공연 관람 의향으로 이어지지는 않는 것으로 보임

[표 3-47] 응답자 특성별 향후 온라인 공연 관람 의향

(단위: 명, %)

		연극공연	뮤지컬 공연	음악 공연	전통예술 공연	무용공연	다원/장르 혼합 공연
전체		89.8	94.8	93.9	78.8	85.4	90.0
성별	남자	96.8	92.9	83.3	84.6	90.0	91.7
	여자	87.0	95.7	98.5	76.9	83.9	89.3
	F값	2.309	0.313	8.957**	0.335	0.217	0.050
나이	10대	75.0	100.0	100.0	83.3	100.0	100.0
	20대	100.0	100.0	90.0	100.0	100.0	100.0
	30대	90.3	96.2	96.0	63.6	90.0	81.8
	40대	87.2	91.7	85.2	64.3	75.0	91.7
	50대	92.9	90.9	100.0	92.3	100.0	100.0
	60세 이상	100.0	100.0	100.0	100.0	50.0	50.0
	F값	0.821	0.479	1.276	1.416	1.149	1.218
학력	고졸 이하	70.0	90.0	93.8	90.9	100.0	100.0
	대졸/대학재학	94.1	96.2	95.9	73.5	85.2	89.7
	대학원졸/재학	76.9	88.9	77.8	85.7	75.0	80.0
	F값	4.413*	0.692	2.325	0.845	0.831	0.585
자녀 나이대	미취학아동	84.6	91.7	100.0	57.1	87.5	71.4
	초등학생	81.0	90.9	85.7	80.0	92.3	90.0
	중학생	92.3	88.9	90.9	33.3	33.3	100.0
	고등학생 이상	100.0	94.1	96.0	92.9	87.5	90.0
	F값	1.114	0.075	0.893	3.395*	2.456	0.639
월평균 문화 여가 비용지출규모	1만 원 이하	80.0	100.0	90.9	71.4	100.0	100.0
	1~5만 원	82.4	89.7	96.9	72.2	91.7	83.3
	5~10만 원	93.9	93.3	90.0	73.3	66.7	85.7
	10만 원 이상	94.4	100.0	96.0	100.0	100.0	100.0
	F값	1.352	1.265	0.536	1.405	2.530	0.777
문화예술 활동 경험	경험 없음	91.7	80.0	91.3	100.0	75.0	87.5
	경험 있음	89.6	96.6	94.7	75.0	86.5	90.6
	F값	0.050	5.191*	0.340	2.564	0.366	0.066
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	88.9	95.8	93.3	83.9	88.5	92.3
	다양한 장르를 적게 관람	90.5	100.0	100.0	63.6	87.5	100.0
	일부 장르를 자주 관람	95.7	100.0	87.5	85.7	75.0	33.3
	일부 장르를 적게 관람	84.2	83.3	96.2	66.7	66.7	100.0
	F값	0.509	2.285	0.689	0.794	0.440	5.192**

*p<0.5, **p<0.01

[표 3-48] 오프라인 공연 관람 경험별 향후 온라인 공연 관람 의향

(단위: 명, %)

		연극공연	뮤지컬 공연	음악 공연	전통예술 공연	무용공연	다원/장르 혼합 공연
연극	미 관람자	86.7	95.2	90.5	81.8	87.5	80.0
	관람자	90.3	94.7	96.4	78.0	84.8	91.4
	F값	0.186	0.008	1.471	0.071	0.035	0.613
뮤지컬	미 관람자	88.0	77.8	83.3	80.0	100.0	75.0
	관람자	90.4	96.6	97.3	78.6	84.6	91.7
	F값	0.115	6.165*	6.426*	0.010	0.346	1.086
음악	미 관람자	87.5	89.3	92.9	87.5	60.0	80.0
	관람자	91.2	97.1	94.0	77.3	88.9	91.4
	F값	0.366	2.501	0.029	0.412	3.005	0.613
전통 예술	미 관람자	90.7	93.5	93.9	66.7	70.0	70.0
	관람자	88.9	96.1	93.9	80.4	90.3	96.7
	F값	0.099	0.329	0.000	0.587	2.532	6.609*
무용	미 관람자	93.2	93.7	92.4	60.9	37.5	78.6
	관람자	82.4	97.1	96.9	93.1	97.0	96.2
	F값	3.050	0.517	0.733	9.078**	31.221**	3.221
다원/장르 혼합	미 관람자	93.0	93.9	91.5	66.7	68.8	76.9
	관람자	83.8	96.8	100.0	89.3	96.0	96.3
	F값	2.243	0.341	2.441	4.126*	6.425*	3.826

*p<0.5, **p<0.01

[표 3-49] 온라인 공연 관람 경험별 향후 온라인 공연 관람 의향

(단위: 명, %)

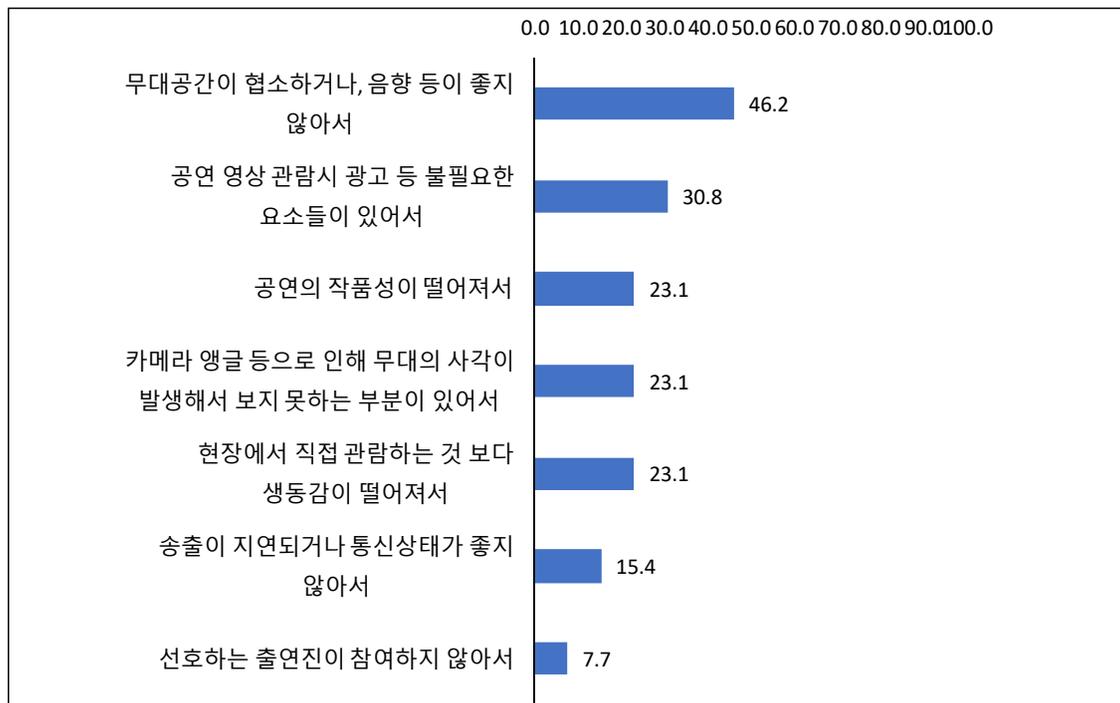
		연극공연	뮤지컬 공연	음악 공연	전통예술 공연	무용공연	다원/장르 혼합 공연
연극	미 관람자	-	93.3	90.4	75.0	77.8	84.6
	관람자	89.8	95.5	97.8	80.6	87.5	92.6
	F값	-	0.199	2.360	0.198	0.512	0.599
뮤지컬	미 관람자	82.9	-	90.9	75.0	62.5	83.3
	관람자	94.0	94.8	96.3	80.6	90.9	92.9
	F값	3.474	-	1.214	0.198	4.404*	0.822
음악	미 관람자	88.7	90.7	-	100.0	80.0	100.0
	관람자	91.3	98.1	93.9	73.8	87.1	87.1
	F값	0.191	2.739	-	3.412	0.292	1.267
전통 예술	미 관람자	87.5	93.4	89.3	-	80.0	100.0
	관람자	94.4	97.2	100.0	78.8	87.1	86.2
	F값	1.257	0.652	4.397*	-	0.292	1.672
무용	미 관람자	89.5	93.8	91.0	66.7	-	86.7
	관람자	90.6	97.0	100.0	87.1	85.4	92.0
	F값	0.032	0.454	2.987	3.206	-	0.284
다원/장르 혼합	미 관람자	90.1	94.2	91.0	73.9	68.8	-
	관람자	88.9	96.4	100.0	82.8	96.0	90.0
	F값	0.033	0.198	2.987	0.585	0.015*	-

*p<0.5, **p<0.01

- 온라인에 대해 불만족한 이유로는 주로 “무대 공간이 협소하거나, 음향 등이 좋지 않아서”, “공연 영상 관람 시 광고 등 불필요한 요소들이 있어서” 등의 이유임
 - 향후 연극공연, 다원/장르 혼합 공연을 관람하지 않겠다고 응답한 관람객의 경우 “현장에서 직접 관람하는 것보다 생동감이 떨어져서” 관람하지 않겠다고 응답한 비율이 높았으며, 전통예술, 무용 장르의 공연 관람객 중 향후 관람 의향이 없는 관객 중 절반 정도는 “공연의 작품성”이 부족한 부분을 불만족 이유로 응답함

[그림 3-8] 온라인 공연 불만족 이유-불만족 응답자

(단위: %)



나. 관람 성향 및 관람의 장애물에 대한 인식 비교

1) 공연예술 관람의 장애요인에 대한 인식 비교

- 응답자의 특성별 주요 장애요인을 확인하기 위해 공연 관람의 장애물(문 18번)에 대해 요인 분석을 시행한 결과, KMO 값은 0.925, 유의확률은 0.000으로 신뢰도가 매우 높게 나타났음

[표 3-50] 공연 관람 장애물에 대한 요인 분석 결과 KMO와 Bartlett의 검정

표본 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도		0.925
Bartlett의 구형성 검정	근사 카이제곱	5179.271
	자유도	78
	유의확률	0.000

- 스크리도표상 3개 정도의 요인으로 추출하는 것이 적절하여 아래와 같이 3개의 요인으로 분류하였음

[표 3-51] 공연 관람 장애물에 대한 요인 분석 결과(주성분 요인회전)

	성분		
	1 (개인적 요인)	2 (경제적/거리적 요인)	3 (정보 접근성)
공연 입장권 가격이 비싼 것	0.155	0.634	0.359
공연장까지 이동 거리가 긴 것	0.208	0.820	0.188
공연장까지 교통수단의 불편함	0.197	0.829	0.133
공연에 대한 사전적인 정보를 얻기가 어려움	0.199	0.316	0.650
거주지 근처에서 공연이 자주 개최되지 않음	0.194	0.182	0.797
공연 관련 교육을 받을 기회가 많지 않음	0.337	0.142	0.585
공연을 같이 볼 사람이 없음	0.701	0.295	-0.007
관람을 위한 시간을 내기가 어려움	0.672	0.219	0.192
공연이 나에게 별로 필요하다는 생각이 들지 않음	0.795	0.140	0.145
공연보다 다른 취미 활동에 더 관심이 많음	0.755	0.147	0.186
결혼, 가족 증가 등으로 공연 외 다른 활동 시간 필요	0.704	0.102	0.314
질병 등으로 공연 관람이 어려움	0.734	0.097	0.309
이전의 공연 관람 경험이 만족스럽지 않음	0.700	0.140	0.315

- 공연 관람 장애요인으로 크게 개인적 요인, 경제적/거리적 요인, 정보 접근성 등으로 구분되며, 남성 보다는 여성, 월평균 문화 여가 지출 비용이 거의 없는 경우, 문화예술 활동 경험이 없는 경우, 다양한 장르보다는 일부 장르를 중심으로 관람하는 경우가 이들 요인을 장애요인으로 더 많이 인식하고 있는

것으로 나타남

- 평소 문화 여가 비용을 많이 지출하는 관람객일수록 공연을 선택하고 관람하는데 해당 요인들이 장애요인으로 작용하지 않는 것으로 보임
- 공연 관람과 관련한 장애요인 중 개인적 요인은 공연 외 문화예술 활동 경험이 없고, 일부 장르의 공연만을 관람한 관람객이 장애라고 인식하는 비율이 더 높았음

[표 3-52] 응답자 특성별 공연 관람 장애요인에 대한 평균 비교

(단위: 명, 점/5점)

		응답자 수	1 (개인적 요인)	2 (경제적/거리적 요인)	3 (정보 접근성)
전체		968	4.09	3.94	3.58
성별	남자	257	3.97	3.85	3.53
	여자	711	4.13	3.98	3.59
	F값	-	7.734**	4.261*	0.861
연령	10대	37	4.12	3.80	3.46
	20대	123	4.13	3.90	3.55
	30대	248	4.06	3.90	3.50
	40대	317	4.07	4.02	3.59
	50대	159	4.15	3.96	3.72
	60세 이상	84	4.06	3.87	3.59
	F값	-	0.378	1.231	1.143
학력	고졸 이하	181	4.08	3.88	3.57
	대졸/대학재학	727	4.10	3.97	3.61
	대학원졸/재학	60	3.89	3.77	3.20
	F값	-	1.860	2.445	4.950*
자녀 연령대	미취학아동	78	3.97	3.79	3.37
	초등학생	202	4.16	4.15	3.75
	중학생	80	3.99	4.06	3.50
	고등학생 이상	259	4.10	3.92	3.65
	F값	-	1.511	5.424**	3.885**
월평균 문화여 가비용 지출규 모	1만 원 이하	139	4.19	4.00	3.84
	1~5만 원	336	4.12	4.00	3.66
	5~10만 원	319	4.12	3.97	3.63
	10만 원 이상	174	3.89	3.74	3.10
	F값	-	4.550**	4.341**	20.361**
문화예 술탐동 경험	경험 없음	492	4.19	3.95	3.61
	경험 있음	476	3.98	3.94	3.54
	F값	-	15.816**	0.013	1.504
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	108	3.89	4.02	3.63
	다양한 장르를 적게 관람	56	4.03	3.92	3.40
	일부 장르를 자주 관람	272	4.05	3.97	3.59
	일부 장르를 적게 관람	532	4.15	3.92	3.58
	F값	-	3.611*	0.627	0.754

*p<0.5, **p<0.01

2) 공연예술 관람을 위해 필요한 지원

- 지금보다 더 많이 공연을 관람하는 데 필요한 지원으로 “거주지 근처에서 더 많은 공연의 개최” > “집 근처 공연장이 많아진다면” > “공연에 대한 정보를 얻기 쉬워진다면” > “입장권 가격을 더 낮춘다면” 등이 필요한 지원으로 응답함
- 앞서 공연 관람의 장애요인과 교차해서 비교하면, 개인적인 부분을 공연 관람의 장애로 인식하는 관람객은 “공연장까지의 이동 교통수단의 편리”, “관람 동반자”, “관람을 위한 시간”이 확보가 된다면 지금보다 더 많이 관람하겠다고 응답하였음. 즉, 개인적인 요인으로 분류되었던 공연예술 관람의 장애요인이 해소된다면 더 많이 공연을 관람할 수 있을 것으로 기대하고 있음
 - 다만, 경제적/거리적 요인이 공연 관람에 장애요인인 것으로 응답한 관람객이라도 교통수단의 편리성이나 거주지 근처 공연장에 대한 수요는 장애 인식 여부와 큰 관련성이 없었고, 오히려 공연 관련 정보의 접근성이 더 쉬워진다면 공연을 더 많이 관람할 것으로 기대함
 - 공연 관련 정보의 접근성, 공연장까지의 접근성을 공연 관람의 주요 장애요인으로 인식하고 있는 관람객의 경우 해당 요인에 대한 문제가 해결되면 더 많이 관람할 것으로 기대함

[표 3-53] 공연 관람의 장애요인별 공연예술 관람을 위해 필요한 지원

(단위: 명, 점/5점)

		응답자 수	입장권 가격을 낮춘다면	거주지 근처에서 공연을 볼 수 있다면	집에서 갈 수 있는 공연장이 많아진다면	공연장까지 이동 편리	공연에 대한 사전 정보를 얻기 쉬워진다면	공연 관련 교육을 받을 기회가 제공된다면	같이 관람할 사람이 있다면	관람을 위한 시간을 내기가 쉬워진다면
전체		968	2.60	2.63	2.61	2.59	2.60	2.42	2.43	2.58
개인적 요인	장애 아님	117	2.53	2.60	2.53	2.46	2.52	2.50	2.28	2.49
	장애로 인식	851	2.61	2.63	2.62	2.61	2.61	2.41	2.45	2.60
	F값		1.824	0.494	3.396	7.728**	2.654	1.960	7.453**	4.402*
경제적/거리적 요인	장애 아님	139	2.63	2.62	2.56	2.53	2.47	2.46	2.40	2.54
	장애로 인식	829	2.59	2.63	2.62	2.60	2.62	2.42	2.43	2.59
	F값		0.451	0.069	1.601	2.382	9.638**	0.623	0.299	1.0089
정보 접근성	장애 아님	263	2.68	2.69	2.68	2.62	2.55	2.42	2.30	2.55
	장애로 인식	705	2.56	2.61	2.59	2.58	2.61	2.42	2.48	2.59
	F값		8.888**	4.938*	6.975**	0.861	2.583	0.002	14.725**	1.281

*p<0.5, **p<0.01

- 공연 관람을 위해 사전적으로 필요한 정보는 주로 “공연작품에 대한 정보”, “입장권 구매 관련 할인제도”임

[표 3-54] 공연 관람의 장애 요인별 필요한 공연 관련 정보(복수 응답)

(단위: 명, %)

		응답자 수	출연진 정보	연출자, 스태프 정보	공연작품에 대한 정보	입장권 구매 관련 할인 제도	공연장 내 편의시설 여부	공연장까지의 접근성	기타
전체		968	36.1	23.5	56.5	50.4	19.0	25.4	0.2
개인적 요인	장애 아님	117	40.2	20.5	48.7	47.0	26.5	14.5	-
	장애로 인식	851	35.5	23.9	57.6	50.9	18.0	26.9	0.2
경제적/거리적 요인	장애 아님	139	25.9	10.1	46.8	45.3	17.3	30.9	-
	장애로 인식	829	37.8	25.7	58.1	51.3	19.3	24.5	0.2
정보 접근성	장애 아님	263	36.5	17.9	55.1	52.9	21.3	32.3	-
	장애로 인식	705	35.9	25.5	57.0	49.5	18.2	22.8	0.3

- 공연 입장권을 직접 구매하는 데 필요한 지원을 확인한 결과 “문화의 날」 공연 입장권 가격 할인제도의 확대”, “적절한 상연 시간 확보”에 대한 요구도가 가장 많았음
 - 공연예술 관람의 장애요인으로 공연 입장권 가격 등을 응답한 경우(경제적/거리적 요인) “포인트 적립제도”, “재관람 공연에 대한 할인 확대”에 대해 필요하다는 응답이 많았음
 - 공연예술 관람 관련 요인들이 장애로 인식되지 않는다고 평가한 응답자들이 장애요인으로 응답한 관람객에 비해 “문화의 날」 공연 입장권 가격 할인제도의 확대”가 필요하다고 응답한 경우가 더 많았음

[표 3-55] 공연 관람의 장애 요인별 공연 입장권 구매 관련 지원의 유용성 비교

(단위: 명, %)

		응답자 수	「문화의 날」 공연 입장권 가격 할인제도의 확대	포인트 적립제도	재관람 공연에 대한 할인 확대	적절한 상연 시간 확보	공연장까지의 접근성/대중교통 확보	기타
전체		968	28.2	15.8	21.4	21.6	12.8	0.2
개인적 요인	장애 아님	117	29.9	14.5	17.9	24.8	12.0	0.9
	장애로 인식	851	28.0	16.0	21.9	21.2	12.9	0.1
경제적/거리적 요인	장애 아님	139	31.7	10.1	19.4	22.3	15.8	0.7
	장애로 인식	829	27.6	16.8	21.7	21.5	12.3	0.1
정보 접근성	장애 아님	263	36.1	11.4	14.4	22.8	14.8	0.4
	장애로 인식	705	25.2	17.4	24.0	21.1	12.1	0.1

- “재관람 공연에 대한 할인 확대”에 대한 요구는 다양한 장르를 관람하는 관람객보다는 일부 장르에 집중하는 관람객이 더 유용하다고 보고 있으며, 일부 장르의 공연을 자주 보는 관람객은 “문화의 날, 공연 입장권 가격 할인제도의 확대”보다 재관람 공연에 대한 할인이 더 필요하다고 응답
 - 일부 장르의 공연을 주로 관람하는 관람객들은 다양한 장르의 공연을 관람하는 관람객에 비해 “공연장까지의 접근성/대중교통 확보”가 필요하다고 응답한 비율이 높았고, 다양한 장르의 공연을 관람하는 관람객은 “적절한 상연 시간 확보”가 필요하다고 응답한 비율이 상대적으로 더 많았음

[표 3-56] 공연 관람 유형별 공연 입장권 구매 관련 지원의 유용성 비교

(단위: 명, %)

	응답자 수	「문화의 날」 공연 입장권 가격 할인제도의 확대	포인트 적립제도	재관람 공연에 대한 할인 확대	적절한 상연 시간 확보	공연장까지의 접근성/대중교통 확보	기타
전체	968	28.2	15.8	21.4	21.6	12.8	0.2
다양한 장르를 자주 관람	108	27.8	17.6	17.6	28.7	8.3	-
다양한 장르를 적게 관람	56	33.9	16.1	16.1	26.8	7.1	-
일부 장르를 자주 관람	272	23.9	16.2	25.7	19.5	14.7	-
일부 장르를 적게 관람	532	29.9	15.2	20.5	20.7	13.3	0.4

다. 소결

1) 문화예술 관련 종사자와 일반 관람객의 차이 존재

- 별도의 표본설계 없이 관람객 조사를 진행했을 때 전체 관람객 중 약 7% 내외는 예술 관련 분야 종사자와 관련 분야 전공자로 구성되어있으며, 이들의 경우 그 외 일반 관람객과 비교했을 때, 더 다양한 장르의 공연을 더 자주 관람하고, 공연 외 문화예술 활동 역시 관람 보다는 직접 참여하는 경우가 많았음

[표 3-57] 문화예술 종사자, 전공자, 그 외 관람객의 공연 관람 경험의 비교

(단위: 명, %)

	응답자 수	연극 공연	뮤지컬 공연	음악(양악) 공연	전통 예술(국악 포함) 공연	무용(현대무용, 등) 발레 등 공연	다원/장르 혼합 공연	관람 장르 개수 (개)
관련 종사자	38	52.6	55.3	34.2	31.6	18.4	26.3	3.7
관련 전공자(또는 전공 중인 학생)	32	71.9	53.1	56.3	25.0	15.6	12.5	4.1
그 외 일반 관람객	968	44.4	47.6	40.2	19.4	12.1	13.9	2.7

[표 3-58] 문화예술 종사자, 전공자, 그 외 관람객의 공연 관람 빈도의 비교

(단위: 명, %)

	응답자 수	연극			뮤지컬			음악(양악)		
		연 4회 이상	연 2회 이하	관람 하지 않음	연 4회 이상	연 2회 이하	관람 하지 않음	연 4회 이상	연 2회 이하	관람 하지 않음
관련 종사자	38	31.6	21.1	47.4	39.5	15.8	44.7	10.5	23.7	65.8
관련 전공자(또는 전공 중인 학생)	32	40.6	31.3	28.1	28.1	25.0	46.9	28.1	28.1	43.8
그 외 일반 관람객	968	18.3	26.1	55.6	18.3	29.3	52.4	11.7	28.5	59.8

	응답자 수	전통예술			무용			다원/장르 혼합		
		연 4회 이상	연 2회 이하	관람 하지 않음	연 4회 이상	연 2회 이하	관람 하지 않음	연 4회 이상	연 2회 이하	관람 하지 않음
관련 종사자	38	15.8	15.8	68.4	5.3	13.2	81.6	2.6	23.7	73.7
관련 전공자(또는 전공 중인 학생)	32	9.4	15.6	75.0	3.1	12.5	84.4	3.1	9.4	87.5
그 외 일반 관람객	968	6.9	12.5	80.6	3.8	8.3	87.9	3.8	10.1	86.1

- 그동안 문화예술 관련 종사자뿐만 아니라 현재 현업에서 일하고 있지 않지만 관련 분야 전공자가 그 외 관람객보다 공연예술 관람에 좀 더 적극적인 것으로 예상한 부분이 확인되었으며, 향후 충분한 데이터가 축적된다면, 이들이 어떻게 예술에 관심을 가지게 되었고, 예술을 향유하고 있는지를 분석하여, 관람객 고도화의 아이디어를 확인할 수 있을 것으로 보임

2) 관람객의 인구통계학적 특성보다 중요한 문화 여가에 대한 수용도

- 일부 선행연구에서 관람객의 성별과 나이, 거주지와 공연장까지의 접근성, 결혼 여부, 월평균 가구소득 등의 인구통계학적 특성별로 관람객 유형을 구분하고 있음
- 그러나 앞서 통계분석을 통해 공연 관람의 경험, 공연 관람의 성향, 공연예술 관람의 장애요인 등은 응답자의 인구통계학적인 특성보다 과거 공연 외 문화예술 관련 교육을 받거나, 동호회/커뮤니티 활동하거나, 시각예술이나 문학 행사 등에 참여한 경험이 있는지, 평소 얼마나 다양한 장르의 공연을 자주 또는 적게 보는지가 공연 관람의 행태와 밀접한 관련성을 가진 것을 확인할 수 있었음. 즉 공연 관람이 아니라더라도 다른 문화예술 관련 경험이 공연에 대한 수용도에 영향을 미치는 것으로 분석할 수 있음
- 이러한 특성 때문에 영국의 사례와 같이 관람객의 성별, 나이, 거주지, 소득 수준 등의 일반적인 특성으로 관람객을 유형화하는 것에 한계가 있으며, 각 공연 장르별로도 관람객의 성향이 달라 “공연 관람객”이라고 통칭하여 분석하는 것이 적절한지에 대한 검토가 필요
- 아래 표에서 제시하는 바와 같이 각 공연 장르별로 주 관람객의 연령대, 관람객의 가구 구성원 등에 차이가 있으며, 관람한 공연의 장르뿐만 아니라 공연의 특성에 따라 가족 구성원, 관람객의 자녀의 연령대, 문화 여가 지출 비용에서도 차이를 보임
- 본 조사가 12월에 진행되어 가족극 중심의 공연이 다수 진행된 점과 전체 표본 수가 약 1,000 표본 정도 되는 점을 감안하면, 일반화하는 데 일부 한계가 있을 수 있으나, 공연 관람의 경험만 비교하더라도 공연 장르, 공연의 특성별로 주 관람객의 성향에 큰 차이가 있는 것을 확인할 수 있음.

[표 3-59] 장르별 공연 관람 경험이 많은 응답자의 인구통계학적 특성-문화예술 분야 전공자/종사자 제외

(단위: 명, %)

	나이	학력 수준	월평균 가구소득 수준	가족 구성원	자녀의 연령대	월평균 문화 여가에 지출하는 비용
연극	20대	4. 대학원졸 5. 대졸 6. 고졸 이하	200만 원 이하 500~600만 원	차이 없음	초등학교 이하	지출 비용이 많을수록
뮤지컬	30~40대		차이 없음	부모+자녀		
음악	20대, 50대		500만 원 이상	차이 없음	차이 없음	차이 없음
전통예술	나이 차이 없음		300만 원 이하	혼자, 부부가족		
무용	10대		차이 없음	차이 없음	초등학교 이하	지출 비용이 많을수록
다원/장르 혼합					차이 없음	

- 본 조사가 수행되기 전 진행되었던 전문가 자문회의에서도 공연 장르별로 공연 관람객의 성향이 모두 달라서 관람객 1인을 어느 1가지 유형으로 분류하는 것은 자료 활용에 한계가 있음을 공유한 것처럼, 관람객의 identity를 배타적인 유형으로 분류하는 것 보다 공연 장르별로 구분하여 정리하는 것을 검토할 필요가 있음

3) 공연예술 관람 유인을 위해 필요한 지원

- 공연예술 관람의 장애요인과 공연예술 관람을 위해 필요한 지원에 관한 분석 결과, 이미 공연에 대한 수용도가 높은 관람객의 경우 공연을 선택하고 관람하는데 고려되는 여러 요인이 장애로 인식되지 않는 경우가 많았고, 이 때문에 이들 부분에 대한 지원이 이뤄지더라도 가시적으로 더 많이 관람하겠다고 응답하는 비율도 높지 않았음
- 현재 소극적으로 공연을 관람하고 있는 관람객이 주로 어떤 부분에서 공연 관람을 어려워하는지를 분석해보면, 공연 입장권 가격이 비싸거나, 공연장까지의 이동시간이 길거나, 교통수단의 불편함보다 공연을 같이 관람할 사람이 없거나, 시간 내기가 어렵거나, 공연 외 다른 활동 시간이 필요하거나 질병 등의 이유로 공연 관람이 어려운 상황 등 개인적인 상황으로 인해 공연 관람이 어렵다는 응답이 더 많았음

[표 3-60] 응답자 특성별 공연 관람 장애요인에 대한 평균 비교

(단위: 명, 점/5점)

		응답자 수	1 (개인적 요인)	2 (경제적/거리적 요인)	3 (정보 접근성)
전체		968	4.09	3.94	3.58
관람 형태	다양한 장르를 자주 관람	108	3.89	4.02	3.63
	다양한 장르를 적게 관람	56	4.03	3.92	3.40
	일부 장르를 자주 관람	272	4.05	3.97	3.59
	일부 장르를 적게 관람	532	4.15	3.92	3.58
	F값		3.611*	0.627	0.754

- 입장권 가격을 지금보다 낮추거나, 공연장까지의 접근성이 좋아지거나, 공연에 대한 사전 정보의 접근이 쉬워진다면 지금보다 더 많이 공연을 관람할 것으로 기대되고 있고, 공연을 관람하기 위한 동반자가 생기거나, 공연 관람 시간이 확보된다면 지금보다 더 많이 공연을 관람할 것으로 기대되고 있음. 그러나 이런 지원 효과는 이미 다양한 장르의 공연을 관람하고 있는 관람객에서 더 높게 나타날 것으로 분석되고 있어 현재 제시되고 있는 공연 관람의 유인책들은 공연에 관해 관심이 없거나 일회성으로 우연히 관람한 관람객 보다 이미 공연에 대한 수용도가 높은 관람객에 더 효과가 좋은 정책이 될 것으로 예상됨
- 따라서 향후 관객개발의 대상이 될 수 있는 소극적 공연 관람객의 경우 입장권 가격 인하나 인프라 확장 등의 직접적인 지원과 더불어, 공연 외 문화예술 활동 경험의 축적으로 공연에 대한 수용도를

높이는 것이 병행되어야 할 것으로 보임

[표 3-61] 공연 관람의 장애 요인별 공연예술 관람을 위해 필요한 지원

(단위: 명, 점/5점)

	응답자 수	입장권 가격을 지금보다 낮춘다면	거주지 근처에서 더 많은 공연을 볼 수 있다면	집에서 갈 수 있는 공연장이 많아진다면	공연장까지 이동 시 교통수단이 편리해진다면	공연에 대한 사전 정보를 얻기 쉬워진다면	공연 관련 교육을 받을 기회가 제공된다면	같이 관람할 사람이 있다면	관람을 위한 시간을 내기가 쉬워진다면
다양한 장르를 자주 관람	108	2.80	2.76	2.70	2.68	2.69	2.67	2.48	2.71
다양한 장르를 적게 관람	56	2.66	2.71	2.71	2.70	2.55	2.46	2.41	2.68
일부 장르를 자주 관람	272	2.65	2.64	2.57	2.61	2.61	2.40	2.46	2.62
일부 장르를 적게 관람	532	2.52	2.59	2.60	2.55	2.57	2.38	2.41	2.53
F값	-	8.978 **	4.137 **	2.413	2.639 *	1.574	7.295 **	0.722	5.202 **

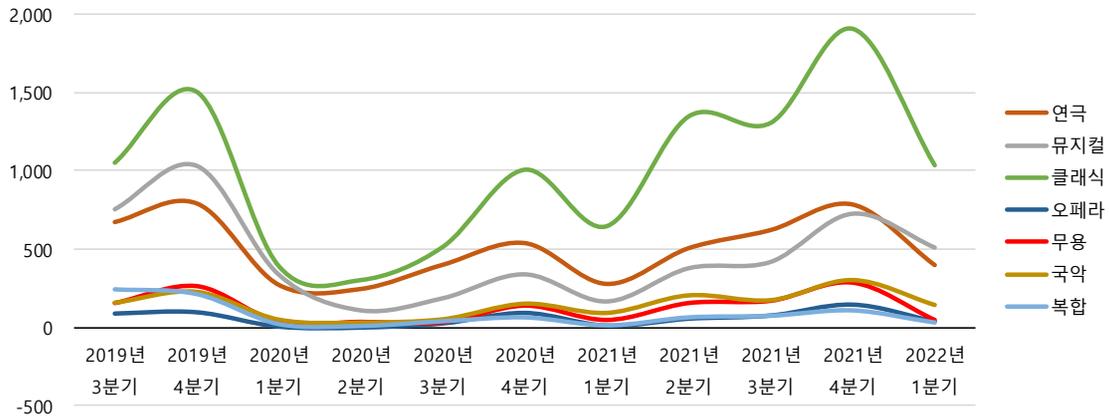
*p<0.5, **p<0.01

4) 향후 관객 데이터 축적을 위해 고려가 필요한 사항

(1) 조사 지역별, 상연 시기별, 공연 장르별 데이터 수집 필요

- 본 조사가 12월에 진행되었고, 코로나 이후 공연 회복 시기에 진행되어 일부 지역의 경우 공연장이 폐쇄되었거나 상연되는 공연이 없는 사례들은 조사 표본에서 제외되었음
- 그러나 응답자 특성별 분석에 확인하였던 것처럼, 일부 지역은 공연장까지의 접근성, 관람객의 성향에서 차이를 보이는 지역들이 있는 것이 확인되었음. 그런데도 본 조사에서 지역별 자료를 분석에서 제외한 이유는, 지역별 표본 수가 100명 내외로 매우 한정적이고, 이들 역시 특정 공연에 집중되어 있다는 점에서 “관객”으로 일반화하는 데 한계가 있었기 때문
- 더불어, 조사가 12월에 진행되면서 가족극 중심의 뮤지컬이나, 무용공연의 관람객이 주요 조사 대상에 포함되어 이들 관람객이 다양한 공연 관람객의 특징을 대표하는 데 한계가 있었음. 특히 가족/아동극이 많이 이뤄지는 이른바 공연 성수기(연말, 방학, 5월 등)와 비성수기는 공연의 특성부터 매우 차이가 크게 나기 때문에, 분기별로는 공연 관람객의 데이터를 수집하여 비교 분석하는 것이 꼭 필요함

[그림 3-9] 2019년 3분기~2022년 1분기 공연 장르별 공연 건수 추이



- 따라서 향후 조사 또는 관람객 대상 조사 진행 시 공연장 소재 지역과 공연 시기에 대한 부분을 충분히 고려하는 것이 필요
- 앞서 언급한 바와 같이, 공연 장르별로 관람객의 특성이 매우 다르게 나타남. 따라서 장르별 교차분석이 가능한 수준으로 충분한 데이터를 수집하는 것이 필요함

(2) 문화예술 관련 종사자와 전공자에 대한 고려

- 이번 연구의 분석에서는 제외되었으나 공연 관람객 중 일부는 문화예술 관련 종사자나 전공자로 구성된 것을 확인하였음
- 특히 문화예술 관련 전공자의 경우 관련 종사자 보다는 적지만 일반 관람객과 비교하면 더 다양한 장르를 더 많이 관람하고 있으며, 관람 성향 자체도 좀 더 적극적인 것으로 분석되었음
- 향후 관객 고도화 전략 수립 시 문화예술 전공자가 어떻게 예술에 관해 관심을 두게 되었는지, 해당 부분에 영향을 미치는 요인은 무엇인지를 파악하여 활용한다면, 중장기적인 관점에서 관객개발 전략을 수립하는 데 도움이 될 수 있을 것으로 예상됨

2. 공연예술 관객 유형 분류

가. 관객 유형 분류 방법

1) <공연예술 관객 유형 분류> 설계를 위한 변수

- 선행연구에서 관객 유형화에 영향을 미쳤던 변수
 - 사회경제적 변수, 생활방식 변수, 행동적 변수, 경험적 변수, 프로그램 변수, 정서적 차원 변수, 심리 변수, 공연예술 참석 빈도 변수, 인구통계학적 변수, 예술교육의 문화 생산활동 변수, 예술교육의 문화 소비활동 변수, 태도 변수, 경제 활동 분야 변수, 장소 변수, 디지털 활동 변수, 소통 수단 변수
 - 용어는 다르지만 중복되는 의미의 변수들이 있음
- <공연예술 관객개발 모델>과 관련 있는 변수의 설정
 - 선행연구에 관객의 조건에서 가장 핵심이 되면서 유의했던 인구통계학 변수, 예술 경험 변수, 공연 관람 태도 변수를 중심으로 하위 변수를 다음과 같이 설정

[표 3-62] <공연예술 관객 유형 분류> 설계를 위한 변수

구분	변수
인구통계학	• 나이, 학력 수준, 월평균 문화 여가 지출 비용 수준
예술 경험	• 공연예술 관람(참여) 빈도, 관람 장르의 개수, 향후 관람 의향, 공연장까지의 소요 시간, 공연 외 문화예술 활동 경험 여부
공연예술 태도	• 월평균 문화 여가 지출 비용 규모, 평소 공연 관람 성향, 공연 관람 장애물 인식 수준, 공연 관람을 위해 필요한 지원

- 관객 유형을 총 3단계로 분류하고 하위 5개의 집단을 세분화
 - 1단계 비수용(무관심층)
 - 공연에 관심이 없고 공연을 관람한 적이 없는 집단
 - 2단계 수용(단순 관람 관객층/관심 관객층)
 - 공연을 타의(일회성)로 관람하는 집단이나 자의적으로 관람하는 집단
 - 3단계 참여(적극적인 관객층/참여형 관객층)
 - 공연 관람과 문화예술 활동을 비교적 적극적으로 하는 집단과 공연 관람 횟수도 많고 문화예술 활동도 적극적인 집단

- 주로 고등학생 자녀가 있으며, 친구나 연인 등 타의에 의해 공연을 관람하는 편이라 군집 중 문화 여가 관련 비용이 제일 낮고 저렴한 공연을 보는 편
- 향후 오늘 관람한 장르를 기회가 된다면 볼 의향이 있는 수준이며, 공연 사전 정보 수집에 소극적인 태도를 보임

○ 군집 2

- 주로 단일 장르의 공연을 관람하며, 공연 관람 외 다른 문화예술 활동 경험이 거의 없는 고등학교~대학교 졸업 학력을 가진 집단
- 군집 2는 주로 1개 또는 2개 공연 장르를(연극, 뮤지컬, 음악 등 다양함) 연 4회 이하 특별한 날 이벤트로 관람하는 편이며, 공연 외 다른 문화예술 활동 경험이 없는 집단
- 초등학생 자녀가 있어서 아직은 자녀와 함께 공연을 관람할 때가 많고 공연 사전 정보 수집에는 소극적인 편
- 군집 1과 유사하지만, 자녀(또는 가족 단위)와 함께 조금 더 자주 공연을 관람하고 군집 1보다 문화 여가 비용이나 공연 관람 비용을 더 많이 지출하는 태도를 보임

○ 군집 3

- 여러 장르의 공연을 관람하며, 공연 관람 외 다른 문화예술 활동 경험이 있는 대학~대학원 졸업 학력을 가진 집단
- 군집 3은 1~2개 공연 장르를(주로 연극과 뮤지컬) 연 4회 이하 주로 특별한 날 이벤트로 관람하는 편이며, 공연 관람 외 다른 문화예술 활동 경험이 1개 이상인 집단
- 중학생~고등학생 자녀가 있으며 자녀와 공연을 관람하기보다 주로 혼자 공연을 관람하는 편이라서 비교적 고가의 공연 관람과 굿즈나 기념품도 수집하는 편
- 향후 다양한 장르의 공연 관람보다 현재 관람하는 장르의 공연 관람을 희망하는 편이며, 공연 사전 정보를 자의적으로 수집하는 태도를 보임

○ 군집 4

- 여러 장르의 공연을 관람하며, 공연 관람 외 다른 문화예술 활동 경험이 있는 대학교 졸업 학력을 가진 집단
- 군집 4는 특정 장르에 국한되지 않고 2개 이상의 공연 장르를 연 4회 이하 주로 특별한 날 이벤트로 관람하는 편이며, 공연 관람 외 다른 문화예술 활동 경험이 1개 이상인 집단이라 군집 3과 유사함
- 다만 군집 3에 비해 자녀 연령대가 조금 더 낮고(초등학생~중학생) 혼자서 공연을 관람하기보다 어린 자녀와 함께 관람한다는 차이가 있음
- 향후 관람 경험이 있는 공연 장르를 중심으로 재관람을 희망하며, 공연 사전 정보 수집에 자의적인 유형과 즉흥적인 유형이 혼합되어 있음

○ 군집 5

- 여러 장르의 공연을 관람하며, 공연 관람 외 다른 문화예술 활동 경험이 있는 대학교~대학원 졸업 학력을 가진 집단
- 군집 5는 2개 이상의 공연 장르를(주로 연극, 뮤지컬, 전통예술) 연 4회 이하 특별한 날 이벤트로 관람하는 편이며, 공연 관람 외 다른 문화예술 활동 경험이 1개 이상인 집단
- 중학생~고등학생 자녀가 있지만, 주로 혼자서 비교적 고가의 공연을 관람하고 굿즈나 기념품도

수집하는 편이라 평소 문화 여가에 큰 비용을 지출하고 있음

- 군집 3처럼 주로 혼자 공연을 관람하고 대학교~대학원 졸업 학력이 같지만, 군집 3처럼 1~2개의 공연 장르에 집중하기보다 2개 이상 다양한 공연 장르를 선호하는 편
- 향후 다양한 공연 장르 관람을 희망하는 편이어서 군집 6과 같이 다양한 공연 장르 관람에 대해 수용적 태도를 보임

○ 군집 6

- 여러 장르의 공연을 관람하며, 공연 관람 외 다른 문화예술 활동 경험도 활발하게 하는 대학 졸업 학력을 가진 집단
- 군집 6은 3개 이상의 공연 장르를(연극, 뮤지컬, 음악 또는 전통예술) 월 4회 이상 관람하는 편이며, 공연 관람 외 다른 문화예술 활동 경험이 2개 이상인 집단
- 미취학~초등학생 자녀가 있으며, 자녀(또는 가족 단위)와 함께 공연 관람을 즐기는 편
- 향후 다양한 장르의 공연 관람을 희망하며, 공연 사전 정보를 자의적으로 수집하는 등 공연 관람과 문화예술 활동에 대해 매우 적극적인 태도를 보임

나. 공연예술 관객 유형별 특징

1) 관객 유형별 인구통계학적 특징 비교

- 최근 1년간 3개 이상 장르의 공연을 관람하였으며, 공연 외 다른 문화예술 활동도 2개 이상을 경험하였으며, 다른 군집과 비교했을 때 가장 자주 공연을 관람하고 있는 군집 6에 해당하는 응답자들은 주로 40대 대졸자 여성이며, 약 38%가 초등학생 이하 자녀를 두고 있음
- 향후 관객개발의 대상이 될 수 있는 군집 1은 주로 30대 이상에 해당하며, 36.2%가 고졸 이하의 학력을 가지고 있고, 자녀는 주로 고등학생인 경우가 31.2%. 문화 여가를 위한 비용을 거의 지출하지 않으며, 76.8%가 최근 1년간 공연 관람 외 다른 문화예술 활동을 경험한 적이 없는 것으로 나타남
- 군집 1과 더불어 향후 적극적인 관객개발의 대상이 될 수 있는 군집 2에 해당하는 관람객은 주로 30대 이상이고, 77.3%가 대졸자이며, 자녀는 초등학생 또는 고등학생 이상인 경우로 월평균 5~10만 원 정도의 문화 여가 비용을 지출하고 있음

[표 3-65] 인구통계학 특성별 군집 내 응답자 구성비 비교

(단위: 명, %)

		군집 1	군집 2	군집 3	군집 4	군집 5	군집 6
전체		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
응답자 수		138	555	10	139	25	101
성별	남자	29.7	26.8	20.0	25.9	24.0	22.8
	여자	70.3	73.2	80.0	74.1	76.0	77.2
나이	10대	8.0	3.1	10.0	2.2	-	5.0
	20대	6.5	12.6	30.0	20.1	20.0	7.9
	30대	20.3	27.7	10.0	23.7	28.0	24.8
	40대	31.2	30.5	30.0	38.8	20.0	42.6
	50대	19.6	16.2	10.0	12.9	32.0	14.9
	60세 이상	14.5	9.9	10.0	2.2	-	5.0
학력	고졸 이하	36.2	19.5	10.0	9.4	4.0	7.9
	대졸	63.0	77.3	60.0	77.0	72.0	79.2
	대학원졸	0.7	3.2	30.0	13.7	24.0	12.9
자녀 나이대	미취학아동	3.6	7.6	-	12.9	8.0	10.9
	초등학생	17.4	22.5	10.0	16.5	4.0	27.7
	중학생	2.9	8.3	10.0	11.5	-	12.9
	고등학생 이상	31.2	29.9	20.0	14.4	32.0	19.8
월평균 문화여가비용 지출규모	1만 원 이하	100.0	-	-	-	-	1.0
	5만 원 이하	-	52.3	-	-	-	45.5
	5~10만 원	-	47.7	-	-	-	53.5
	10만 원 이상	-	-	100.0	100.0	100.0	-
문화예술 활동 경험	경험하지 않음	76.8	56.9	50.0	38.8	36.0	2.0
	경험함	23.2	43.1	50.0	61.2	64.0	98.0

2) 관객 유형별 공연 관람 형태 비교

(1) 장르별 공연 관람 경험 비율

- 공연 외 다른 문화예술 활동에 가장 수용적인 태도를 보이는 군집 6은 최근 1년간 평균 3.7개의 공연 장르를 관람하였으며, 80% 이상이 연극, 뮤지컬, 음악 공연을 관람하였고, 약 절반 정도는 전통 예술 관련 공연을 관람하였음
 - 향후 관객개발의 대상이 될 수 있는 군집 1과 군집 2는 평균 1.4개 장르의 공연을 관람하였으며, 군집 3은 주로 연극과 뮤지컬 공연을, 군집 5는 주로 연극, 뮤지컬, 전통예술 공연을 관람

[표 3-66] 군집별 공연 관람 경험 비율 비교

(단위: 명, %)

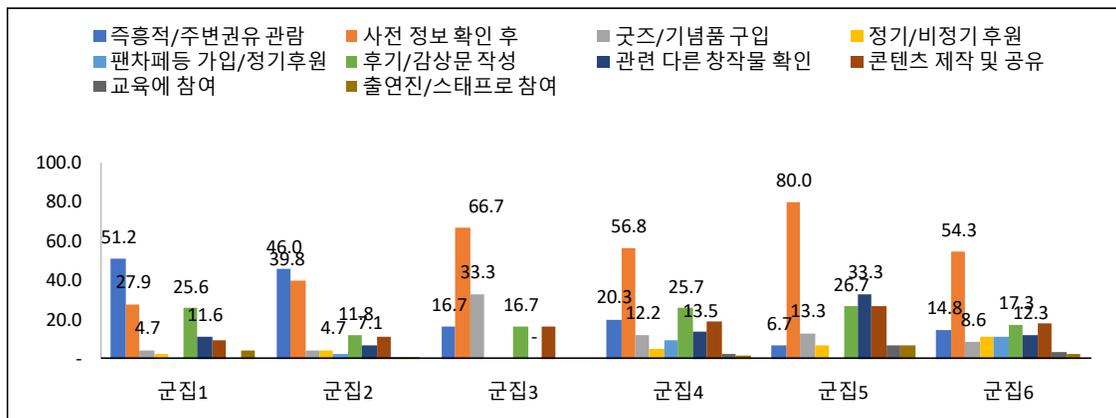
	응답자 수	연극	뮤지컬	음악	전통 예술	무용	다원/장르 혼합	관람 장르 개수 (개)
군집 1	138	31.2	24.6	35.5	31.2	2.9	10.9	1.4
군집 2	555	38.0	41.8	32.1	9.5	9.9	9.5	1.4
군집 3	10	60.0	60.0	20.0	20.0	10.0	-	1.7
군집 4	139	53.2	60.4	48.2	17.3	15.1	21.6	2.2
군집 5	25	60.0	68.0	32.0	44.0	20.0	24.0	2.5
군집 6	101	80.2	87.1	84.2	54.5	30.7	30.7	3.7

(2) 공연 관람 성향의 비교

- 공연과 다른 문화예술 활동에 비교적 수용적인 군집 5와 군집 6은 스스로 사전 정보를 확인하여 공연을 관람하는 경우가 많지만, 공연 외 다른 문화예술 활동을 하지 않거나 낮은 빈도로 공연을 관람하는 군집 1과 군집 2의 경우 즉흥적 또는 주변의 권유로 공연을 관람하며, 그 외 굿즈를 구매하거나 관련 정기/비정기 후원, 관련 교육에 참여 등의 활동은 거의 하지 않는 것으로 나타남

[그림 3-10] 군집별 관람 성향의 비교-연극공연 관람 성향 비교

(단위: %)



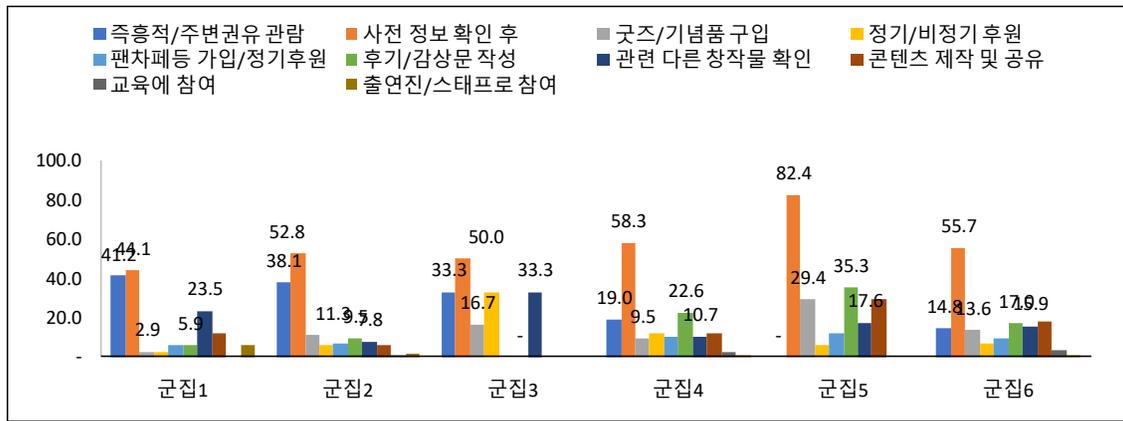
[표 3-67] 군집별 관람 성향의 비교-연극공연 관람 성향 비교

(단위: 명, %)

		즉흥적/주변 권유 관람	사전 정보 확인 후	굿즈/기념품 구매	정기/비정기 후원	팬카페 등 가입/정기후원	후기/감상문 작성	관련 다른 창작물 확인	콘텐츠 제작 및 공유	교육에 참여	출연진/스태프로 참여
연극	군집 1	51.2	27.9	4.7	2.3	-	25.6	11.6	9.3	-	4.7
	군집 2	46.0	39.8	4.7	4.7	2.8	11.8	7.1	11.4	0.9	0.9
	군집 3	16.7	66.7	33.3	-	-	16.7	-	16.7	-	-
	군집 4	20.3	56.8	12.2	5.4	9.5	25.7	13.5	18.9	2.7	1.4
	군집 5	6.7	80.0	13.3	6.7	-	26.7	33.3	26.7	6.7	6.7
	군집 6	14.8	54.3	8.6	11.1	11.1	17.3	12.3	18.5	3.7	2.5

[그림 3-11] 군집별 관람 성향의 비교-뮤지컬 공연 관람 성향 비교

(단위: %)



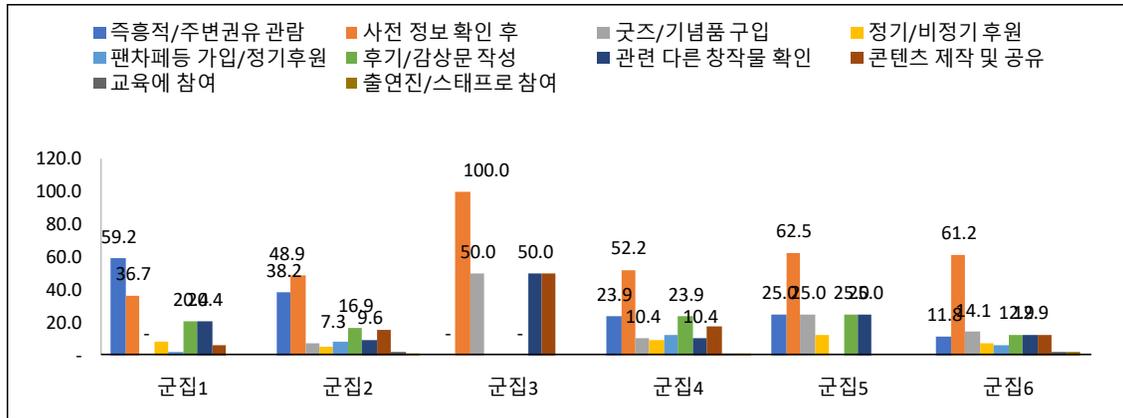
[표 3-68] 군집별 관람 성향의 비교-뮤지컬 공연 관람 성향 비교

(단위: 명, %)

		즉흥적/주변 권유 관람	사전 정보 확인 후	굿즈/기념품 구매	정기/비정기 후원	팬카페 등 가입/정기후원	후기/감상문 작성	관련 다른 창작물 확인	콘텐츠 제작 및 공유	교육에 참여	출연진/스태프로 참여
뮤지컬	군집 1	41.2	44.1	2.9	2.9	5.9	5.9	23.5	11.8	-	5.9
	군집 2	38.1	52.8	11.3	6.1	6.5	9.5	7.8	5.6	0.4	1.3
	군집 3	33.3	50.0	16.7	33.3	-	-	33.3	-	-	-
	군집 4	19.0	58.3	9.5	11.9	10.7	22.6	10.7	11.9	2.4	1.2
	군집 5	-	82.4	29.4	5.9	11.8	35.3	17.6	29.4	-	-
	군집 6	14.8	55.7	13.6	6.8	9.1	17.0	15.9	18.2	3.4	1.1

[그림 3-12] 군집별 관람 성향의 비교-음악 공연 관람 성향 비교

(단위: %)



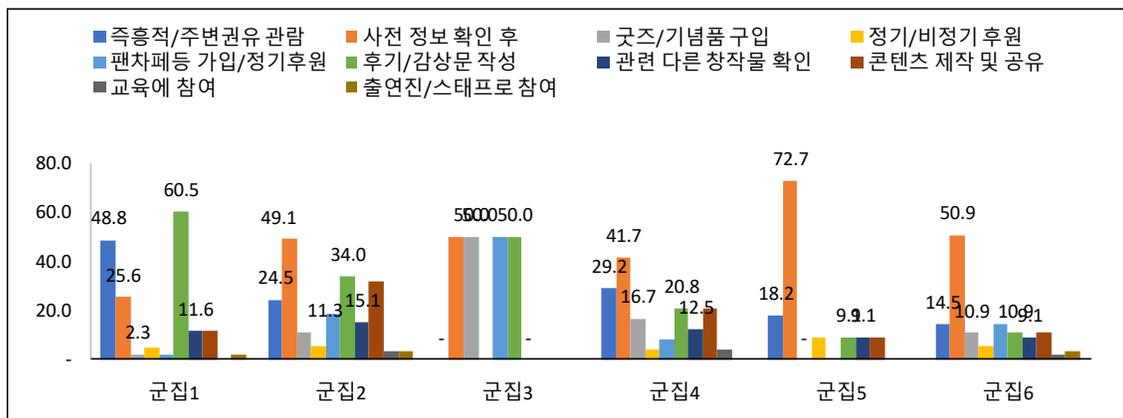
[표 3-69] 군집별 관람 성향의 비교-음악 공연 관람 성향 비교

(단위: 명, %)

		즉흥적/주변권유 관람	사전 정보 확인 후	굿즈/기념품 구매	정기/비정기 후원	팬카페 등 가입/정기후원	후기/감상문 작성	관련 다른 창작물 확인	콘텐츠 제작 및 공유	교육에 참여	출연진/스태프로 참여
음악	군집 1	59.2	36.7	-	8.2	2.0	20.4	20.4	6.1	-	-
	군집 2	38.2	48.9	7.3	5.1	8.4	16.9	9.6	15.2	2.2	1.1
	군집 3	-	100.0	50.0	-	-	-	50.0	50.0	-	-
	군집 4	23.9	52.2	10.4	9.0	11.9	23.9	10.4	17.9	1.5	1.5
	군집 5	25.0	62.5	25.0	12.5	-	25.0	25.0	-	-	-
	군집 6	11.8	61.2	14.1	7.1	5.9	12.9	12.9	12.9	2.4	2.4

[그림 3-13] 군집별 관람 성향의 비교-전통예술 공연 관람 성향 비교

(단위: %)



[표 3-70] 군집별 관람 성향의 비교-전통예술 공연 관람 성향 비교

(단위: 명, %)

		즉흥적/주변 권유 관람	사전 정보 확인 후	굿즈/기념품 구매	정기/비정기 후원	팬카페 등 가입/정기후원	후기/감상문 작성	관련 다른 창작물 확인	콘텐츠 제작 및 공유	교육에 참여	출연진/스태 프로 참여
전통 예술	군집 1	48.8	25.6	2.3	4.7	2.3	60.5	11.6	11.6	-	2.3
	군집 2	24.5	49.1	11.3	5.7	18.9	34.0	15.1	32.1	3.8	3.8
	군집 3	-	50.0	50.0	-	50.0	50.0	-	-	-	-
	군집 4	29.2	41.7	16.7	4.2	8.3	20.8	12.5	20.8	4.2	-
	군집 5	18.2	72.7	-	9.1	-	9.1	9.1	9.1	-	-
	군집 6	14.5	50.9	10.9	5.5	14.5	10.9	9.1	10.9	1.8	3.6

[표 3-71] 군집별 관람 성향의 비교-무용공연 관람 성향 비교

(단위: 명, %)

		즉흥적/주변 권유 관람	사전 정보 확인 후	굿즈/기념품 구매	정기/비정기 후원	팬카페 등 가입/정기후원	후기/감상문 작성	관련 다른 창작물 확인	콘텐츠 제작 및 공유	교육에 참여	출연진/스태 프로 참여
무용	군집 1	50.0	25.0	-	25.0	-	-	-	-	-	25.0
	군집 2	40.0	58.2	-	1.8	1.8	5.5	-	3.6	-	1.8
	군집 3	-	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-
	군집 4	38.1	42.9	4.8	4.8	4.8	23.8	4.8	9.5	-	-
	군집 5	-	80.0	-	20.0	-	40.0	20.0	20.0	-	-
	군집 6	19.4	48.4	22.6	12.9	12.9	6.5	12.9	3.2	6.5	-

[표 3-72] 군집별 관람 성향의 비교-다원/장르 혼합 공연 관람 성향 비교

(단위: 명, %)

		즉흥적/주변 권유 관람	사전 정보 확인 후	굿즈/기념품 구매	정기/비정기 후원	팬카페 등 가입/정기후원	후기/감상문 작성	관련 다른 창작물 확인	콘텐츠 제작 및 공유	교육에 참여	출연진/스태 프로 참여
다원장르 혼합	군집 1	60.0	26.7	-	13.3	6.7	6.7	6.7	-	-	-
	군집 2	35.8	50.9	5.7	7.5	5.7	11.3	1.9	22.6	3.8	5.7
	군집 3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	군집 4	27.6	51.7	-	6.9	-	17.2	3.4	10.3	3.4	6.9
	군집 5	40.0	40.0	20.0	-	-	-	20.0	20.0	-	-
	군집 6	19.4	51.6	9.7	12.9	16.1	16.1	25.8	3.2	6.5	-

(3) 공연 관람 장르의 개수 비교

- 군집별로 공연 관람 방법의 개수를 비교한 결과, 공연 관람과 그 외 문화예술 활동을 비교적 활발하게 하는 군집 5는 연극과 뮤지컬 관람 시 2~3개 정도의 방법을 통해 공연을 관람하고 있으나, 군집 1과 군집 2의 경우 다른 군집에 비해 1가지 또는 2가지 방법으로 공연을 관람하여 주변의 권유에 의한 공연 관람 외 공연 관람을 위한 다른 행위는 거의 하지 않는 것으로 보임

[표 3-73] 군집별 공연 관람 개수의 비교-각 장르 관람자

(단위: 명, 개)

	연극	뮤지컬	음악	전통 예술	무용	다원/장르 혼합
군집 1	1.37	1.44	1.53	1.70	1.25	1.20
군집 2	1.30	1.39	1.53	1.98	1.13	1.51
군집 3	1.50	1.67	2.50	2.00	2.00	-
군집 4	1.66	1.58	1.63	1.58	1.33	1.23
군집 5	2.07	2.12	1.75	1.27	1.80	1.17
군집 6	1.54	1.56	1.44	1.33	1.45	1.61

(4) 공연장까지 이동 소요 시간 비교

- 공연장까지 이동시간이 군집별로 차이가 있는지 비교해보면, 다른 군집에 비해 소극적으로 공연을 관람하고 있는 군집 1은 1시간 이상 이동하는 비율이 8.7%, 군집 2는 15.5%로 다른 군집과 비교 시 이동시간이 짧은 편
 - 반면, 군집 5는 전체 응답자 중 48.0%가 1시간 이상 이동하는 것으로 나타나 가장 긴 거리를 이동하여 공연을 관람

[표 3-74] 군집별 공연장까지의 소요 시간 비교

(단위: 명, %)

	응답자 수	30분 이내	30분~1시간 이내	1~2시간 이내	2시간 이상	평균 소요 시간 (분)
군집 1	138	31.2	60.1	8.0	0.7	33.3
군집 2	555	48.8	35.7	12.6	2.9	36.6
군집 3	10	50.0	20.0	30.0	-	33.5
군집 4	139	33.1	47.5	14.4	5.0	42.9
군집 5	25	12.0	40.0	40.0	8.0	67.1
군집 6	101	50.5	35.6	9.9	4.0	35.6

(5) 공연 관람 시 지출 비용의 구성

- 공연 관람 시 지출하는 비용의 구성을 비교한 결과, 가장 다양한 장르의 공연을 자주 관람하고 있는 군집 6의 경우 조사 당일 관람한 공연에 약 4만 원 정도를 지출하였으며, 가장 큰 비용을 지출한 경우는 군집 3(5만 8천 원), 군집 5(6만 2천 원)
 - 군집 6은 전체 공연 관련 비용 중 6.0%가 기획상품 등을 구매하는 데 사용하고 있으며, 34.4%를 외식 등 기타 경비로 사용하고 있어 다른 군집에 비해 기타 경비의 비중이 높은 편
 - 군집3은 지출 비용 중 62.7%를 입장권 구매비로 지출하고 있어, 군집 4, 군집 5와 함께 비교적 고가의 공연을 관람하였으며, 7.0%를 기획상품 등을 구매하는 데 사용하고 있어 다른 군집과 비교했을 때 기획상품 등을 구매하는 비중이 가장 높았음
 - 다른 군집 대비 비교적 소극적으로 공연을 관람하고 있는 군집 1은 전체 관람 비용 중 20.7%를 교통비로 소비하고 있으며, 입장권이 차지하는 비중은 47.0%로 다른 군집의 관람객에 비해 입장권에 사용하는 비용이 가장 적은 편. 기획상품 역시 거의 구매하지 않는 것으로 나타남
 - 군집 2는 공연 관련 비용 중 외식 등 기타 경비로 사용하는 비중이 29.4%로 군집 1에 이어 가장 큰 비중이 해당 부분을 차지하고 있는데, 주로 가족과 함께 공연을 관람한다는 부분에서 해당 부분의 경비가 많이 발생하고 있는 것으로 보임

[표 3-75] 군집별 공연 지출 비용 구성비 비교

(단위: 명, %)

	응답자 수	교통비	입장권 구매비	기획상품 등 구매비	외식 등 기타 경비	총비용 (원)
군집 1	138	20.7	47.0	0.4	31.9	22,231
군집 2	555	9.4	59.4	1.8	29.4	38,367
군집 3	10	5.2	62.7	7.0	25.1	57,295
군집 4	139	7.6	62.0	3.3	27.1	49,038
군집 5	25	10.2	63.3	3.1	23.4	62,262
군집 6	101	7.9	50.8	6.0	34.4	39,817

(6) 온라인 공연 관람 경험

- 온라인 공연 관람과 관련하여 소극적으로 오프라인 공연을 관람하고 있는 군집 1과 군집 2는 다른 군집에 비해 온라인으로 공연으로 관람한 비율도 매우 적음
 - 반면 오프라인으로도 공연을 다양하게 관람하고 있는 군집 5와 군집 6은 온라인 공연 관람 비율도 높았으며, 군집 6에 해당하는 관람객 중 30% 이상이 연극, 뮤지컬, 음악 공연을 관람한 경험이 있어 다른 군집과 비교했을 때 온라인으로도 매우 활발하게 공연을 관람

[표 3-76] 군집별 온라인 공연 관람 경험 비율 비교

(단위: 명, %)

	응답자 수	연극공연	뮤지컬 공연	음악 공연	전통예술	무용공연	다원/장르 혼합 공연
군집 1	138	2.9	2.2	7.2	4.3	-	-
군집 2	555	4.5	4.0	4.5	0.9	1.1	0.9
군집 3	10	10.0	-	-	-	-	-
군집 4	139	20.1	19.4	14.4	5.8	6.5	7.2
군집 5	25	28.0	28.0	20.0	16.0	16.0	12.0
군집 6	101	42.6	37.6	37.6	28.7	21.8	21.8

- 군집 6은 유료 온라인 공연 관람 비율이 가장 높았고, 대부분의 공연 장르에서 유료로 온라인 공연을 관람한 경험이 있어 가장 다양하게 온라인 공연을 관람하고 있는 것으로 나타남
- 군집 2는 군집 1과 비교했을 때 연극, 음악 공연을 중심으로 유료 온라인 공연을 관람한 경험이 있고, 그 외 장르에서도 적은 비율이지만 유료 온라인 공연을 관람하여 군집 1에 비해 유료 온라인 공연에 대해서는 비교적 수용적인 태도를 보임

[표 3-77] 군집별 유료 온라인 공연 관람 경험 비율 비교

(단위: 명, %)

	응답자 수	연극공연	뮤지컬 공연	음악 공연	전통예술	무용공연	다원/장르 혼합 공연
군집 1	4	-	-	50.0	16.7	-	-
군집 2	25	64.0	31.8	60.0	20.0	16.7	20.0
군집 3	1	100.0	-	-	-	-	-
군집 4	28	67.9	77.8	65.0	100.0	77.8	100.0
군집 5	7	57.1	71.4	100.0	75.0	100.0	100.0
군집 6	43	86.0	81.6	78.9	62.1	81.8	81.8

- 온라인 공연을 관람한 경험이 있다면, 대부분 향후 관람 의향이 있으나 전통예술 장르의 경우는 다른 장르의 공연에 비해 향후 관람 의향이 다소 낮게 나타남

[표 3-78] 군집별 향후 온라인 공연 관람 의향

(단위: 명, %)

	응답자 수	연극공연	뮤지컬 공연	음악 공연	전통예술	무용공연	다원/장르 혼합 공연
군집 1	4	75.0	100.0	90.0	66.7	-	-
군집 2	25	84.0	86.4	88.0	100.0	66.7	80.0
군집 3	1	100.0	-	-	-	-	-
군집 4	28	92.9	100.0	95.0	100.0	100.0	100.0
군집 5	7	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
군집 6	43	90.7	94.7	97.4	69.0	81.8	86.4

3) 평소 관람 유형의 비교

- 군집 5와 군집 6의 경우 다른 군집에 비해 공연 관람의 적극성과 관련한 모든 항목이 가장 높은 편이며, 특히 혼자서 다양한 공연을 관람하는 군집 5의 경우 동반자가 없어도, 출연진들을 가까이 보기 위해 더 비싼 입장권을 구매하고, 보고 싶은 작품이 있다면 다른 지역으로 이동해서라도 공연을 관람하는 경우가 가장 많았음
 - 군집 5는 앞서 분석과 같이 공연장까지 이동하는 시간이 1시간 이상인 경우도 가장 많았음
 - 반면 소극적으로 공연을 관람하고 있는 군집 1과 군집 2는 모든 부분에서 적극성이 가장 낮았으며, 군집 1은 평소 공연정보를 알아보는 것, 관람하는 공연의 스태프/오케스트라 확인 등에 특히 소극적인 것으로 나타남. 군집 2 역시 공연 출연진의 숫자 확인, 출연진별로 관람하는 경우는 많지 않았음
 - 군집 3은 관람하는 공연 장르의 개수는 적으나 공연 관련 정보를 알아보는 것, 좋은 작품은 출연진별로 관람하는 것, 공연장 컨디션의 중요성, 좋은 작품은 무리해서라도 관람하는 등의 항목에서 가장 적극성을 보여 회전문 관객과 비슷한 성향을 보임

[표 3-79] 공연 관람의 적극성에 대한 요인별 평균 비교

(단위: 점/5점)

	응답자 수	1 (공연 관련 정보 탐색)	2 (공연 관람 시 중요 요인)	3 (공연 관람의 적극성)
군집 1	138	3.42	3.68	3.55
군집 2	555	3.43	3.88	3.51
군집 3	10	3.71	3.88	4.05
군집 4	139	3.66	3.97	3.81
군집 5	25	3.83	4.36	4.31
군집 6	101	3.93	4.24	4.13
F값	-	6.858**	7.534**	11.868**

*p<0.05, **p<0.01

[표 3-80] 공연 관람의 적극성에 대한 항목별 점수 비교

(단위: 점/5점)

		군집 1	군집 2	군집 3	군집 4	군집 5	군집 6
1	Q16_1 평소 나는 공연 관련 정보를 자주 알아보는 편이다	3.22	3.49	4.50	3.86	4.20	4.09
	Q16_2 공연 선택 시 출연진의 정보를 반드시 확인 후 선택하는 편이다	3.43	3.54	3.80	3.85	4.12	4.13
	Q16_3 관람하는 공연 출연진의 숫자에 대해 정확히 파악하는 편이다	3.46	3.32	3.10	3.51	3.36	3.83
	Q16_4 관람하는 공연의 스태프/오케스트라의 정보를 사전에 확인한다	3.33	3.43	3.20	3.45	3.48	4.07
	Q16_5 좋아하는 출연진의 작품은 동일 작품이라도 여러 번 관람하는 편이다	3.41	3.42	3.70	3.63	3.84	3.79
	Q16_6 좋은 작품은 출연진별로 관람하는 편이다	3.58	3.30	4.30	3.63	3.84	3.74
	Q16_7 관람하는 공연의 원작(소설 등)이 있다면 꼭 읽어보는 편이다	3.51	3.49	3.40	3.71	3.96	3.86
2	Q16_9 작품 본연의 줄거리/스토리가 좋다면 선호하는 출연진이 출연하지 않더라도 관람한다	3.64	3.75	3.70	3.77	4.16	4.20
	Q16_10 작품 본연의 줄거리/스토리가 좋다면 유명한 배우가 출연하지 않더라도 관람한다	3.65	3.88	3.70	4.01	4.52	4.25
	Q16_11 공연을 관람할 때 출연진들의 실연 능력(연기, 연주, 노래, 춤 등)이 매우 중요하다고 생각한다	3.69	3.96	4.00	4.14	4.52	4.33
	Q16_12 공연을 관람할 때 무대 시설, 음향 등 공연장 환경이 매우 중요하다고 생각한다	3.78	4.00	4.50	4.18	4.48	4.22
	Q16_17 어렸을 때 예술 관련 교육을 받은 것은 공연을 관람할 때 도움이 된다고 생각한다	3.63	3.82	3.50	3.78	4.12	4.22
3	Q16_8 보고 싶은 작품은 동반자가 없어도 관람하는 편이다	3.62	3.55	4.00	3.78	4.44	4.09
	Q16_13 여유가 된다면 가급적 공연은 VMP석이나 S석 등 출연진들을 가까이 볼 수 있는 자리를 구매한다	3.51	3.49	3.80	3.83	4.40	4.12
	Q16_14 입장권 가격이 비싸더라도 선호하는 출연진이나 작품이라면 조금 무리해서라도 관람하는 편이다	3.51	3.47	4.30	3.83	4.12	4.21
	Q16_15 보고 싶은 작품이라면 거주지에서 멀리 있어도(다른 시/도 등 다른 권역) 가서 보는 편이다	3.54	3.52	4.10	3.79	4.28	4.10

4) 관객 유형별 공연 관람의 장애물에 대한 인식 비교

- 공연예술 관람과 관련하여 각각의 요인들이 장애요인으로 얼마나 중요한지를 평가하도록 한 결과, 소극적으로 공연을 관람하고 있는 군집 1과 군집 2에서 관련 요인들을 장애요인으로 인식하는 경우가 가장 많은 것으로 나타남
 - 특히, 군집 1의 경우 입장권 가격과 이동 거리, 교통수단 등의 이유가 장애요인으로 인식하는 경우가 가장 많았음
 - 공연 관련 정보를 얻지 못하거나 근처에서 개최되지 않는 등 접근성에 대한 부분은 비교적 공연을 활발하게 관람하고 있는 군집1에서 가장 중요한 장애요인으로 인식되고 있음
 - 반면 군집 3과 군집 6은 개인적인 요인이 공연예술의 장애가 되지 않는다고 평가한 경우가 많았음

[표 3-81] 공연 관람 장애물에 대한 요인별 평균 비교

(단위: 점/5점)

	응답자 수	1 (개인적 요인)	2 (경제적/거리적 요인)	3 (정보 접근성)
군집 1	138	4.19	4.00	3.85
군집 2	555	4.16	3.98	3.65
군집 3	10	3.70	3.83	2.93
군집 4	139	3.93	3.80	3.18
군집 5	25	3.75	3.41	2.70
군집 6	101	3.90	4.02	3.63
F값	-	4.812**	3.607**	13.514**

*p<0.05, **p<0.01

- 세부 항목별로 군집 1이 다른 군집에 비해 아래 요인들이 공연예술 관람의 장애요인으로 인식하는 경우가 많았으며, 공연 관련 교육을 받을 기회가 많지 않음을 제외하면 모든 항목에서 군집 3에 해당하는 관람객이 해당 요인들을 중요 장애요인으로 인식하는 비율이 가장 높았음
 - 비교적 활발하게 다양한 장르의 공연을 관람하고 있는 군집 6의 경우 정보의 접근성 부분이 공연 관람의 중요 장애요인으로 인식하는 경우가 많아 이들 군집을 대상으로 하는 충분한 정보 제공이 공연 관람의 유인 요인이 될 수 있을 것으로 보임

[표 3-82] 공연 관람 장애물에 대한 항목별 평균 비교

(단위: 점/5점)

		군집1	군집2	군집3	군집4	군집5	군집6
2	공연 입장권 가격이 비싼 것	4.21	4.16	3.60	3.94	4.04	3.84
	공연장까지 이동 거리가 긴 것	4.19	4.15	3.60	3.86	3.60	3.87
	공연장까지 교통수단의 불편함	4.18	4.16	3.90	3.99	3.60	4.00
3	공연에 대한 사전적인 정보를 얻기가 어려움	4.06	4.06	3.90	3.82	3.68	4.11
	거주지 근처에서 공연이 자주 개최되지 않음	4.09	4.05	3.80	3.93	3.36	4.00
	공연 관련 교육을 받을 기회가 많지 않음	3.86	3.82	3.80	3.64	3.20	3.95
1	공연을 같이 볼 사람이 없음	3.80	3.39	2.00	2.83	2.32	3.40
	관람을 위한 시간을 내기가 어려움	4.05	3.72	3.50	3.39	2.76	3.71
	공연이 나에게 별로 필요하다는 생각이 들지 않음	3.83	3.56	2.50	3.21	2.44	3.68
	공연보다 다른 취미 활동에 더 관심이 많음	3.93	3.75	2.90	3.17	2.76	3.58
	결혼, 가족 증가 등으로 공연 외 다른 활동 시간 필요	3.86	3.74	2.70	3.14	3.00	3.71
	질병 등으로 공연 관람이 어려움	3.68	3.68	3.10	3.24	2.76	3.58
	이전의 공연 관람 경험이 만족스럽지 않음	3.82	3.72	3.80	3.28	2.88	3.71

5) 관객개발을 위해 필요한 지원의 비교

(1) 공연 관람을 위해 필요한 지원

- 공연 관람 시 필요한 지원(20번)에 대해 요인 분석을 시행한 결과, KMO 값은 0.807 확률은 0.000으로 신뢰도가 매우 높게 나타났음

[표 3-83] 공연 관람 시 필요한 지원 요인 분석 결과 KMO와 Bartlett의 검정

표본 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도		0.807
Bartlett의 구형성 검정	근사 카이제곱	1293.884
	자유도	28
	유의확률	0.000

- 스크리도표상 2개의 요인으로 추출하는 것이 적절하여 아래와 같이 3개의 요인으로 분류하였음

[표 3-84] 공연 관람 시 필요한 지원에 대한 요인 분석 결과(주성분 요인회전)

	성분	
	1	2
입장권 가격을 지금보다 낮춘다면	0.587	0.295
거주지 근처에서 더 많은 공연을 볼 수 있다면	0.378	0.589
공연에 대한 사전 정보를 얻기 쉬워진다면	0.667	0.164
공연 관련 교육을 받을 기회가 제공된다면	0.704	0.087
같이 관람할 사람이 있다면	0.571	0.147
집에서 갈 수 있는 공연장이 많아진다면	-0.002	0.844
공연장까지 이동 시 교통수단이 편리해진다면	0.193	0.645
관람을 위한 시간을 내기가 쉬워진다면	0.394	0.542

- 공연 관람 시 필요한 지원과 관련하여 소극적인 공연 관람 집단인 군집 1은 공연 관련 교육의 제공, 공연 관람 동반자가 확보된다면 지금보다 더 많이 관람하겠다고 한 비율이 다른 항목에 비해 많았고, 군집 2는 거주지 근처에서 공연 관람, 공연에 대한 사전 정보 획득에 대한 지원이 이뤄질 때 더 많이 공연을 보겠다고 평가
 - 일부 장르에 집중하여 관람하는 군집 2의 경우 공연장까지의 소요 시간이 1시간 이상인 경우도 상당수로, 공연장까지의 이동하는 교통수단이 편리해진다고 해서 더 많이 관람하지는 않는 것으로 나타남. 반면 이들에 대해서는 공연에 대한 정보 제공, 공연 관련 교육받을 기회의 제공이 더 중요한 지원인 것으로 분석됨

[표 3-85] 공연 관람 시 필요한 지원별 평균 비교

(단위: 점/3점)

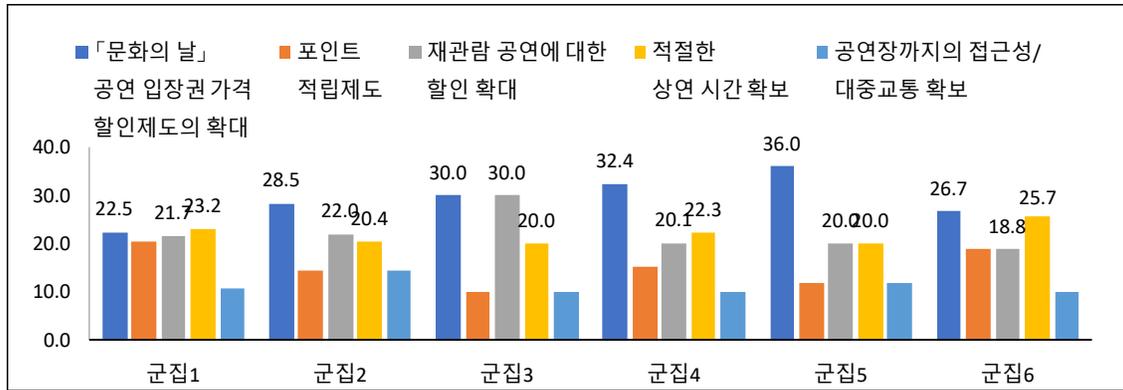
		군집 1	군집 2	군집 3	군집 4	군집 5	군집 6
1	입장권 가격을 지금보다 낮춘다면	2.46	2.55	2.40	2.79	2.88	2.70
	거주지 근처에서 더 많은 공연을 볼 수 있다면	2.46	2.63	2.60	2.71	2.80	2.73
	공연에 대한 사전 정보를 얻기 쉬워진다면	2.41	2.61	2.70	2.76	2.84	2.63
	공연 관련 교육을 받을 기회가 제공된다면	2.53	2.55	3.00	2.70	2.80	2.63
	같이 관람할 사람이 있다면	2.51	2.59	2.60	2.65	2.60	2.65
2	집에서 갈 수 있는 공연장이 많아진다면	2.33	2.39	2.10	2.48	2.68	2.61
	공연장까지 이동 시 교통수단이 편리해진다면	2.38	2.47	1.90	2.33	2.24	2.50
	관람을 위한 시간을 내기가 쉬워진다면	2.40	2.58	2.30	2.68	2.76	2.71

(2) 공연 입장권 구매를 위해 필요한 지원

- 공연 입장권 구매와 관련한 지원들이 군집별로 얼마나 유용할지를 비교한 결과, 공연 입장권 가격 할 인제도의 확대 외 군집 1은 상연 시간 확보, 군집2는 재관람 공연 할인 확대 등인 것으로 나타남
 - 일부 장르의 공연을 주로 관람하는 군집 2에는 재관람 공연에 대한 할인 확대가 중요

[그림 3-14] 군집별 입장권 구매 관련 지원의 유용성 비교

(단위: %)



[표 3-86] 군집별 입장권 구매 관련 지원의 유용성 비교

(단위: 명, %)

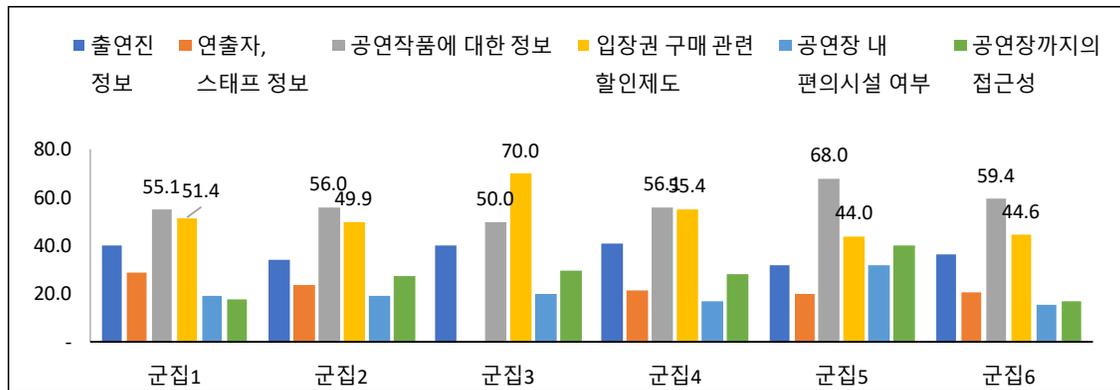
	응답자 수	「문화의 날」 공연 입장권 가격 할인제도의 확대	포인트 적립제도	재관람 공연에 대한 할인 확대	적절한 상연 시간 확보	공연장까지 접근성/ 대중교통 확보
군집 1	138	22.5	20.3	21.7	23.2	10.9
군집 2	555	28.5	14.6	22.0	20.4	14.6
군집 3	10	30.0	10.0	30.0	20.0	10.0
군집 4	139	32.4	15.1	20.1	22.3	10.1
군집 5	25	36.0	12.0	20.0	20.0	12.0
군집 6	101	26.7	18.8	18.8	25.7	9.9

(3) 공연 관람을 위해 사전에 필요한 정보

- 공연 관람을 위해 사전에 필요한 정보로 주로 “공연작품에 대한 정보”, “입장권 구매 관련 할인제도에 대한 정보가 필요
 - 군집별로 필요한 정보에는 큰 차이가 없었음. 즉, 군집의 특성과 상관없이 가장 시급하게 제공되어야 하는 정보로 모든 군집에서 “공연작품에 대한 정보”, “입장권 구매 관련 할인제도에 대한 정보가 필요함

[그림 3-15] 군집별 공연 관람을 위해 사전에 필요한 정보 비교(복수 응답)

(단위: %)



[표 3-87] 군집별 공연 관람을 위해 사전에 필요한 정보 비교(복수 응답)

(단위: 명, %)

	응답자 수	출연진 정보	연출자, 스태프 정보	공연작품에 대한 정보	입장권 구매 관련 할인제도	공연장 내 편의시설 여부	공연장까지 접근성
군집 1	138	39.9	29.0	55.1	51.4	19.6	17.4
군집 2	555	33.9	23.6	56.0	49.9	19.3	27.6
군집 3	10	40.0	-	50.0	70.0	20.0	30.0
군집 4	139	41.0	21.6	56.1	55.4	17.3	28.1
군집 5	25	32.0	20.0	68.0	44.0	32.0	40.0
군집 6	101	36.6	20.8	59.4	44.6	15.8	16.8

3. 공연예술 관객개발 전략

가. 공연예술 관람에 영향을 미치는 요인의 분석

○ 어떤 요인들이 공연예술에 대한 수용도에 영향을 미치는지를 확인하기 위해 SPSS를 통한 구조모형 분석을 시행하였음

[표 3-88] 구조모형의 외생변수 설명

구분		세부 내용
관람객 인구통계학적 특성	ID	- 연령, 학력, 월평균 가구소득, 월평균 문화여가비용 지출규모, 자녀의 연령대
문화예술활동 경험	culture	- 문학, 시각예술, 문화예술 관련 동호회/커뮤니티활동, 문화예술교육경험
공연관람 경험	art_exp	- 공연관람 장르의 개수, 공연관람 빈도
공연 관람의 성향	attitude	- 공연 관련 정보의 탐색, 공연 관람시 중요 공연 관람의 적극성
공연 관람의 장애물	barrie	- 개인적 요인, 경제적/거리적 요인, 접근성 요인

[표 3-89] Baseline Comparisons

	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	0.914	0.887	0.926	0.902	0.926
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

[표 3-90] RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	0.076	0.068	0.084	0.000
Independence model	0.243	0.237	0.25	0.000

[표 3-91] Regression Weights

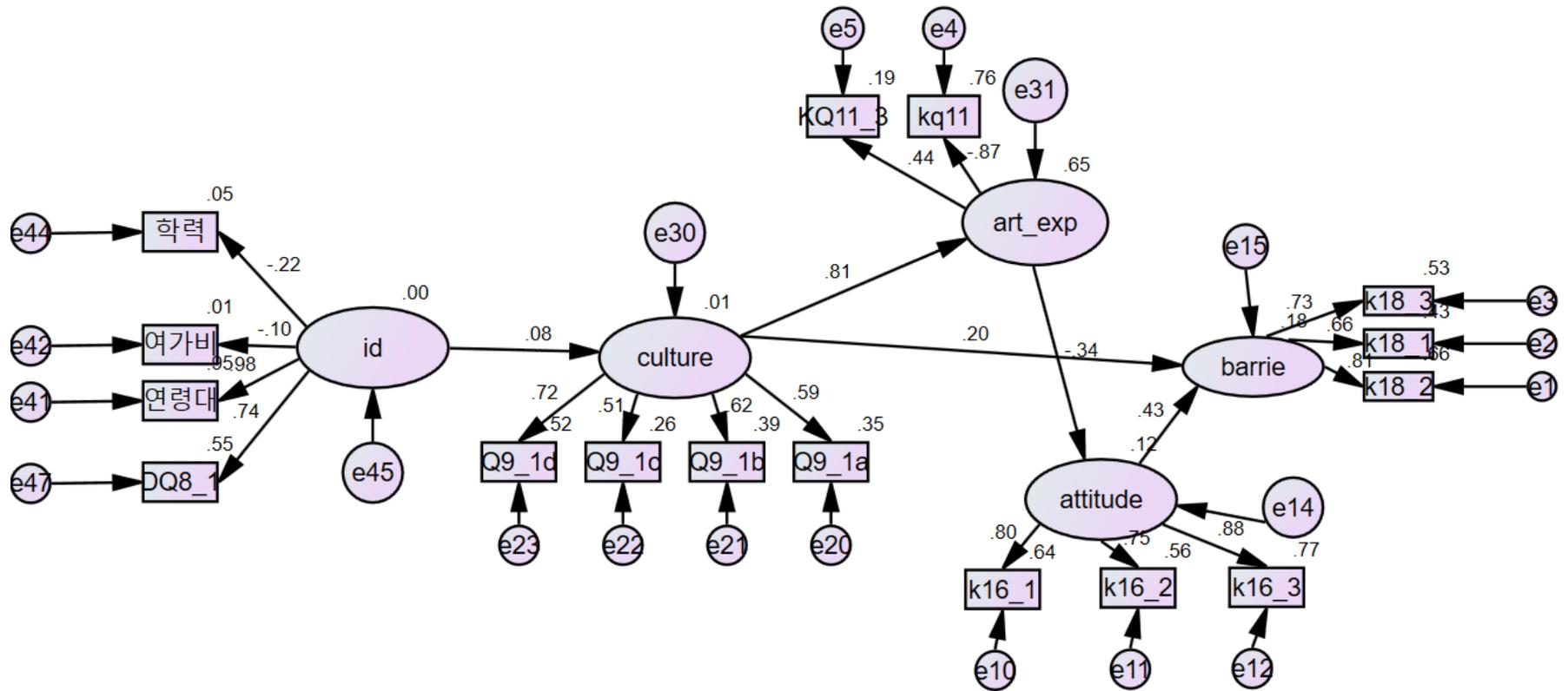
			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
art_exp	<---	culture	-1.277	0.137	-9.352	***	par_9
attitude	<---	art_exp	-0.728	0.096	-7.581	***	par_12
barrie	<---	attitude	0.359	0.035	10.183	***	par_10
barrie	<---	culture	-0.574	0.12	-4.773	***	par_11
k18_3	<---	barrie	1				
k18_1	<---	barrie	0.765	0.044	17.282	***	par_1
k18_2	<---	barrie	0.948	0.052	18.27	***	par_2
KQ11_3	<---	art_exp	1				
kq11	<---	art_exp	-2.583	0.238	-10.873	***	par_3

k16_3	<---	attitude	1				
k16_2	<---	attitude	0.725	0.03	24.502	***	par_4
k16_1	<---	attitude	0.881	0.034	26.083	***	par_5
y9_1	<---	culture	1				
y9_2	<---	culture	1.122	0.079	14.223	***	par_6
y9_3	<---	culture	0.954	0.077	12.396	***	par_7
y9_4	<---	culture	1.041	0.067	15.472	***	par_8

[表 3-92] Standardized Regression Weights

			Estimate
art_exp	<---	culture	-.805
attitude	<---	art_exp	-.338
barrie	<---	attitude	.434
barrie	<---	culture	-.203
k18_3	<---	barrie	.726
k18_1	<---	barrie	.659
k18_2	<---	barrie	.812
KQ11_3	<---	art_exp	.439
kq11	<---	art_exp	-.871
k16_3	<---	attitude	.877
k16_2	<---	attitude	.747
k16_1	<---	attitude	.800
y9_1	<---	culture	.593
y9_2	<---	culture	.623
y9_3	<---	culture	.513
y9_4	<---	culture	.724

[그림 3-16] 공연예술 관람 영향요인 구조모형 분석



- 앞서 통계 분석 결과에서 확인한 바와 같이, 관람객의 인구통계학적 특성들은 공연 예술 관람과 큰 연관이 없는 것으로 분석되었음. 이것은 실제로 응답자의 특성이 공연 관람 여부와 관련성이 없다기 보다는 공연 장르별로 주 관람객의 인구통계학적인 특성이 모두 달라 “일반적인 관람객”으로 분류하는 경우 관련성이 없는 것으로 분석되었다고 보임
- 공연 예술 관람에 영향을 미치는 변수를 공연 외 문화예술활동의 경험(culture), 공연 관람 경험(art_exp), 관람 성향(attitude)로 설정하고 구조모형 분석을 실시하였으며, 표3-91에서 보듯이 공연 외 문화예술활동의 경험, 공연 관람 장르 개수와 공연 관람 빈도, 공연 관람의 성향이 모두 공연 예술 관람의 장애요인에 영향을 미치는 것으로 분석됨
 - 문학 행사 참여, 시각예술 행사 참여/관람, 문화예술 관련 동호회/커뮤니티 활동, 문화예술교육을 이수한 경험은 공연 관람 장르의 개수와 공연 관람 빈도에 영향을 주고 있음. 즉 공연 외 다양한 문화예술 활동 경험이 풍부할수록 더 다양한 장르의 공연을 자주 관람하는 데 영향을 주는 것으로 해석됨
 - 또한 이러한 문화예술 활동 경험은 공연 관련과 관련하여 장애로 인식될 수 있는 부분에도 영향을 미치고 있는데, 다양한 문화예술 활동 경험을 한 응답자가 그렇지 않은 응답자보다 공연예술 관람의 장애요인을 장애가 아닌 것으로 인식, 즉 공연 관람에 대한 수용도가 더 좋은 것으로 분석됨
 - 다만 공연 외 다양한 문화예술 관련 경험이 공연 관람의 성향에 직접적인 영향을 주지는 않는 것으로 분석되지만, 향후 관객 데이터가 충분히 확보된다면 이들 간의 상관성도 확인이 될 것으로 보임
- 공연 관람 경험은 어떻게 참여했느냐보다는 얼마나 다양한 장르의 공연을 관람하였는가, 얼마나 자주 관람하였는가가 좀 더 상관성이 있는 것으로 분석됨
 - 다양한 장르의 공연을 관람하고 자주 관람하는 관람객이 일부 장르만 관람하거나 공연을 적게 관람하는 관람객 보다 공연 관람 성향이 더 적극적인 것으로 분류됨. 더불어, 공연 관람 경험에는 얼마나 자주 보느냐보다는 얼마나 다양한 장르의 공연을 관람하였는가가 더 영향을 미치고 있어, 결과적으로 다양한 장르의 공연을 경험한 관람객이 그 외 관람객보다 관람 성향 자체가 더 적극성을 보이는 것으로 분석됨
 - 다만 공연 관람 경험 자체가 공연 관람에 대한 수용도(여러 방해 요인들을 공연 관람의 장애로 인식하지 않는 것)에 직접 영향을 주는 것은 상관 정도가 매우 낮게 분석되었으나, 직접 관련이 없다기 보다는 공연 장르별로 주 관람객의 관람 빈도 등에 차이가 있으므로 향후 장르별 충분한 데이터가 확보된다면 공연 관람 경험이 공연 관람 수용도에 미치는 영향을 좀 더 상세하게 분석할 수 있을 것으로 보임
- 이상의 결과를 종합하면, 공연 장르별 특성으로 관람객의 인구통계학적 특성이 공연 관람객의 유형을 분류하는 데 직접 활용하기 어려운 것으로 보이나, 향후 충분한 데이터가 축적되어 장르별 분석이 가능해진다면 주 관람객의 특성 변인으로 인구통계학적 특성을 활용할 수 있을 것으로 예상됨
- 공연 외 다양한 문화예술 활동 관련 경험은 공연의 관람과 공연 관람에 대한 수용도에 긍정적인 영향을 미치기 때문에 관객개발 전략에서 문화예술 관련 다양한 경험이 매우 중요한 역할을 할 것으로 보임
- 공연은 자주 보는 것 보다는 얼마나 다양한 장르를 관람하였는가가 더 영향을 미치는 것으로 보이지만, 공연 장르별로 “자주”의 기준이 다를 수 있으므로, 이 부분 역시 장르별 데이터가 확보된 이후 추가 분석이 필요할 것으로 보임

나. 공연예술 관객개발 전략 제안

- 관객개발을 위한 효과적인 전략은 단계마다 또는 관객층마다 다르게 수립해야 하지만, 군집끼리 통일된 세부 전략이 필요한 사례도 있음
- 다만 인구통계학적 특징에서 저학력자가 많은 집단일수록 관객의 단계가 낮아지고 고학력자가 많은 집단일수록 단계가 높아진다는 이론이(대표 선행연구 Alan R. Andreasen 등) 이 연구에서도 입증되었으므로 학력의 한계를 극복하여 상위 단계로 이동하는 교육 경험(또는 체험) 전략이 수반되어야 함
- 군집 1~6 모두 남자보다 여자 관객이 상당히 높은 편이지만(군집 1 남자(29.7) 여자(70.3), 군집 2 남자(26.8) 여자(73.2), 군집 3 남자(20.0) 여자(80.0), 군집 4 남자(25.9) 여자(74.1), 군집 5 남자(24.0) 여자(76.0), 군집 6 남자(22.8) 여자(77.2)) 남성 관객을 표적으로 전략을 수립할 필요는 없음
- 왜냐하면, 공연예술 향유에 배타적이거나 적극적이지 않은 성향이 큰 남자 관객을 직접 공략하는 것보다 여자 관객에게 홍보를 확장하여 남자 관객 동반을 유도하는 편이 오히려 효과적

[표 3-93] <공연예술 관객개발 모델> 기본 전략

구분	세분류	군집	전략
1단계 비수용	-	-	장기적 관점의 공연예술 홍보 전략
2단계 수용	단순 관람 관객층	1, 2	공연예술 관람 흥미 유도 전략
	관심 관객층	3	다양한 공연예술 향유 방법 제공 전략
3단계 참여	적극적인 관객층	4	참여형 소비자 유인전략
	참여형 관객층	5, 6	질 높은 공연예술 혜택과 다양한 정책 참여 전략

- 1단계 비수용 세부 전략
 - 앞서 살펴본 선행연구에서는 공연 경험이 없고 관심도 없는 무관심층 집단에 대해 전략을 제시하지 않은 사례가 많았음(대표 선행연구 Alan R. Andreasen 등). 그만큼 이러한 집단을 2단계 수용으로 끌어올리는 계기를 만드는 방법이 어려운 편
 - 예술 단체는 1단계 비수용 집단 대상 가령 특별한 날을 위한 혜택 제공 등을 장기적으로 홍보해야 하는데 특히 무관심층은 공연 관람 경험이 없고 첫 공연에서의 이미지가 중요하므로 첫 회 입장권 무료 제공 혜택, 추후 몇 번의 무료 공연 입장권 제공 등 구체적 세부적 유인전략 필요
 - 문화예술위원회처럼 국가를 대표하는 예술정책·행정기관은 문화 혜택을 통해 국민의 삶이 어떠한 변화가 일어날 수 있는지 콘셉트 영상을 제작하여 무관심층의 관심 전환 계기를 제공해야 함. 특히 무관심층처럼 선행학습이 없었던 집단의 심리상태 변화는 단기간에 이루어지지 않으므로 일회성 기획으로 끝내는 것이 아니라 나라마다 관련 사례들을 꾸준히 소개하는 등 다양한 콘셉트와 장기적 관점의 전략 필요
- 2단계 수용 세부 전략

- 단순 관람 관객층
 - 군집 1~2는 30~40 관객이 많고 여자 비율이 높아서 미혼은 공연 관람과 여가를 이어줄 전략이 필요하고 기혼자는 가족(또는 자녀) 동반 관람 프로그램 추천 전략 필요
 - 군집 1~2는 단순 관람 관객층으로 일회성 관람, 타의에 의한 관람이 주를 이루는 편. 그래서 10대/20대, 30대/40대, 50대/60대 이상 나이대별 묶음 전략 필요
 - 가령 10대/20대는 이성 교제라는 키워드를 주요 전략으로 삼아 공연 관람뿐 아니라 공연 관람을 통한 즐거운 데이트 코스 계획을 설계해 주는 등 서비스 강화 전략 필요
 - 또한, 다른 관객층보다 공연 관람 비용을 적게 지출하고 있으므로 작품성이 높은 공연을 저렴한 가격으로 혜택받을 수 있는 할인 혜택도 고려해야 함
 - 관심 관객층
 - 군집 3은 20대 30대 관객이 많고 여자 비율이 높는데 주로 연극과 뮤지컬 관람률이 높고 문화 여가 비용지출이 높으므로 정기/비정기 후원을 유도할 수 있는 전략 필요
 - 정기/비정기 후원 유도는 초대권 또는 입장권 할인제공 혜택이나 무료 교육 참여 프로그램 소개로 이어질 수 있는 서비스 확장 전략이 될 수 있음
 - 또한, 정기/비정기 후원 유도는 출연진 또는 제작 관련 팬카페에 스스로 가입할 수 있는 여건 조성을 해주기 때문에 팬카페 등에서 공연 관련 팬 사인회나 의미 있는 장소 방문 등 기회 제공이 마련될 수 있으므로 적극적인 관객층으로 전환할 효과적 전략이 될 수 있음
 - 단순 관람 관객층과 관심 관객층은 문화예술위원회처럼 국가를 대표하는 예술정책·행정기관이 정부에서 시행하는 다양하고 질 높은 공연 초대권 증정 이벤트 소개와 교육프로그램 무료 참여 등 공연 예술 향유에 흥미를 느끼고 적극적인 관객으로 전환할 계기 마련 전략 필요
- 3단계 참여 세부 전략
- 적극적인 관객층
 - 군집 4는 뮤지컬, 연극, 음악 순으로 관람률이 높고 혼자서 관람하는 편인데 혼자서 관람할 때는 시즌제 정규회원 혜택 홍보 유인전략과 만약 관람 시 동행 자녀가 있다면 체험형 프로그램 홍보를 제공하는 전략 필요
 - 특히 적극적인 관객층은 팬카페 가입률이 18.0%로 높지 않은 편인데 기존에 운영되는 가입된 회원이 많고 활발한 교류가 진행되는 팬카페 유입 세부 전략 필요
 - 문화예술위원회처럼 국가를 대표하는 예술정책·행정기관은 공연 관련 역사적 장소의 체험형 프로그램을 추천하고 이를 통해 유료 공연 관련 교육 인원을 확보한다면 창작이나 실연에 더욱 깊은 관심을 보일 가능성이 있으므로 이러한 심층적인 세부 전략 필요
 - 참여형 관객층 세부 전략
 - 이미 관객 유형에서 최상위 단계에 있는 군집 5~6은 군집 3~4의 전략도 일부 적용해야 하지만 그보다 질 높은 작품을 통한 만족도를 유지해야만 상위 단계에 머무를 확률이 높아짐
 - 조사 결과에 의하면 군집 6은 문화예술 활동 개수가 군집 5보다 높지만, 콘텐츠 제작 및 공유가 군집 5보다 낮고 월평균 문화예술 관련 지출 규모 또한 군집 5보다 적으므로 이를 다음과 같이 활용
 - 가령 창작 또는 실연에 직접 참여하는 교육프로그램 기회 증가는 콘텐츠 제작 유료 프로그램 참여를 유도하는 전략이라서 참여형 관객층이 더욱 질 높은 작품을 열정적으로 찾아볼 방법으

로 이어질 수 있는 효과적 전략으로 활용될 수 있음

- 문화예술위원회처럼 국가를 대표하는 예술정책·행정기관은 참여형 관객층의 준-전문성을 인정하여 다양한 정부 지원 사업 정책 수립이나 평가에 참여하도록 하는 등 이들의 준-전문성을 높이 대우하는 전략 수립 필요

제4장

결론

제1절 연구의 시사점

1. 다양한 복합 변수를 고려한 관객개발 전략 수립

- 이 연구의 <공연예술 관객개발 모델>은 선행연구에서 추출한 변수 중 관객개발에 가장 많은 영향을 미치는 인구통계학적 변수, 예술 경험 변수, 공연 관람 태도 변수 3가지를 설정하여 수립하였음
- 인구통계학적 변수는 성별, 나이 등의 특성을 파악하는 것이 중요하며, 예술 경험 변수는 공연예술 관람(참여) 빈도, 관람 장르의 개수, 향후 관람 의향, 공연 외 문화예술 활동 경험 여부 등으로 공연 예술 관심 영역에 대한 특성 파악이 중요함
- 또한, 공연 관람 태도 변수는 월평균 문화 여가 지출 비용 규모, 평소 공연 관람 성향, 공연 관람 장애물 인식 수준 등을 고려해 관객의 흥미를 유발할 수 있는 요인 파악이 중요함
- 즉, 인구통계학적 변수, 예술 경험 변수, 공연 관람 태도 변수 3가지와 하위 변수들은 관객개발에 있어서 단일 변수 활용이 아닌 복합 변수 활용이 관객 확장에 가장 효과적일 수 있음
- 가령 관객은 공연을 관람하기 위한 내적, 외적 동기가 존재하는데 경제적 측면 한 가지만 고려하여 관객개발 전략을 수립한다면, 개인의 가처분소득이 낮아지거나 경기침체 등 개인의 경제 상황이 좋지 않을 때 공연예술 관람 횟수가 낮아지고 결국 현재 관객의 위치(또는 단계)에서 이탈 가능성이 커짐
- 그래서 개인의 경제 여건이 나빠질 때 공연예술 관심도에 휴지기가 없도록 무료 공연예술 파일럿 프로그램 체험 제공이나 공연예술 관련 팬카페 가입 활동/동호회 프로그램 체험 제공 등 다양한 방법으로 관객의 삶에서 공연예술을 멀리하지 않고 현재 자신의 단계를 유지할 전략을 지속해서 개발해야 함

2. 공연예술 단체 또는 기관(또는 정부 기관)의 관객 서비스 확장

- 공연예술을 관람하는 관객은 관객 서비스에 대해 개인이나 단체 간 입소문이나 온라인 등으로 확인하는 관극평(평론가나 관람자의 비평 등)을 통해 관객 서비스를 일차적으로 확인하므로 예비 관객의 관람 의사 결정에 중요한 요인으로 작용할 수 있음
- 가령 공연예술 작품 내용이 좋더라도 이를 뒷받침하는 단체 또는 기관의 서비스 품질이 낮다면 결국 관객의 이탈률은 높아지기 마련
- 특히 최근 온라인에 누적되는 관극평은 다양한 플랫폼을 통해 확장하는 특징이 있어서 주최사의 반복된 실수로 혹평 자료가 누적된다면 관객은 작품 선택에 있어서 고민이 되기 마련
- 그러므로 관객 서비스 확장의 가장 기본은 공연 운영 시 관객들의 요구를 신속하게 반영하는 피드백 시스템 운영이 필수적
- 피드백 시스템은 공연 관람 시 관객에게 제공되는 서비스 확장에 활용될 수 있는데 기존에 조사된

선행연구나 이 연구의 데이터를 활용한다면, 단체 또는 기관이 사전 전략을 수립하는데 효율성을 높일 수 있고 이는 관객의 공연예술 충성도를 높일 수 있는 도구로 활용될 수 있음

- 한편 정부(또는 공공) 기관의 관객 서비스 확장에서 가장 유의해야 할 점은 두 가지로 구분할 수 있음
 - 첫째, 상업 공연 대비 비전문적인 운영 방안을 고도화하는 작업이 필요함. 이는 정부 기관의 특성상 예술가보다 행정가가 많아 공연 제작 시스템을 이해하지 못할 때 발생하므로 전문가 또는 전문위원회를 적극적으로 활용해야 관객 서비스 확장 전략에 효과적일 수 있음
 - 둘째, 상업 공연 대비 낮은 품질의 작품 즉, 공연예술에서 가장 근본이 되는 품질 높은 작품 제작은 관객 서비스의 기본 조건이므로 기관 예산 활용을 위한 단순 작품 제작이나 지원이 아니라 상업 공연에 준하는 엄격한 제작 과정을 통해 작품의 품질 개선에 노력해야 함

제2절 관객 개발 전략 제안

1. 한국문화예술위원회의 관객개발 전략

■ 한국문화예술위원회의 사업 분석

- 한국문화예술위원회에서 운영하는 사업은 11개 대분류와 38개 소분류로 구분할 수 있음
 - 사업 유형은 창작, 복지, 후원, 교육, 정보 제공, 시설 운영 등 사업 수혜 대상이 주로 예술인, 예술 단체에 초점을 맞춘 사업으로 운영됨
 - 수혜 대상 중 소외계층과 저소득층 등도 있지만, 이는 공연예술에 여가를 활용할 의향이 있는 잠재적인 관객으로 볼 수 없으므로 관객개발 대상에 해당하지 않음
- 관객개발을 시행하지 못하는 사업의 한계점
 - 예를 들어 공공미술 프로젝트 사업이나 미술관 조성·운영 사업 같은 경우 지역문화재단에서 유사한 사업들을 운영하고 있는데 관객개발의 일률적인 기준이 없고 운영사(또는 사업의 수혜자)의 역량에 따라 달라지므로 관객개발 효과의 편차가 커질 수 있음
 - 특히 위와 같은 사업뿐 아니라 운영사(또는 사업의 수혜자)가 예술가 개인일 경우 전문적인 지식의 부재와 인력 부족 문제 등 적극적인 관객개발을 하지 못하는 한계도 존재함
- 한국문화예술위원회는 문화예술진흥을 위한 예술가 또는 예술 단체의 사업화 활동 지원 기관이므로 직접적인 관객개발 전략보다 운영하는 주요 사업에서 활용할 수 있는 관객개발 정책이나 비전 제시가 중요함
- 위와 같은 점을 종합하면, 한국문화예술위원회가 주요 사업을 운영하면서 사업 수혜 대상에게 현재 한국문화예술위원회의 관객개발 정책 또는 비전을 제시하고 수혜 대상이 사업 운영 시 정책을 반영해야 한다는 단서를 달아야 함
 - 가령 사업 공고 시 지원 신청서 또는 제안 요청서 등에 한국문화예술위원회 <공연예술 관객개발 모델>을 제시하고 이를 토대로 운영사(또는 사업의 수혜자)가 관객개발 세부 전략을 수립하고 시

행할 수 있도록 사업 운영 방법을 개선해야 함

- 또한, 운영사(또는 사업의 수혜자)의 관객개발 결과물을 수집하여 한국문화예술위원회 사업 평가 지표에 반영하는 등 자료 분석을 통해 더욱 효과적인 활용 방법 모색도 요구됨

[표 4-1] 한국문화예술위원회 사업 현황

구분	세부 사업	관객개발 전략 응용 여부
창작 지원	창작 지원	사업 결과물(공연 등) 발표 시 관객개발 전략을 도입하여 운영할 수 있음
	인력 지원	
문화 복지	신나는 예술여행	신나는 예술여행 등에서 사업 결과물(공연 등) 발표 시 관객개발 전략을 도입하여 운영할 수 있음
	통합문화이용권(문화누리카드)	
	나눔 티켓	
	여가 친화 기업 선정·지원	
	문화 다양성 보호 및 증진	
후원 활성화	ARKO 기부금 사업	해당 없음
	예술나무 운동	
	크라우드펀딩	
	문화예술 후원 매개 단체 및 후원 우수기관 인증사업	
	기업과 예술의 만남 활성화	
	문화로 인사합시다	
교육	한국예술창작 아카데미	사업 결과물(교육 등) 발표 시 관객개발 전략을 도입하여 운영할 수 있음
	아르코 챔프 아카데미	
	무대예술 현장 전문가 연수	
	무대 기술 LAB	
	인생 나눔 교실	
정보 제공/디지털 아카이빙	국가문화예술지원시스템	공공미술 프로젝트는 지역 문화 재생으로 관객개발 전략을 도입하여 운영할 수 있음
	해외예술정보 DB	
	미술주간	
	공공미술 프로젝트	
	예술기록 아카이브	
시설 운영	예술가의집 운영	아르코미술관, 공연장, 작은 미술과 조성운영 사업은 관객개발 전략을 도입하여 운영할 수 있음
	아르코미술관	
	인사미술공간	
	한국문화예술위원회 공연장	
	아르코 예술기록원	
	아르코 예술인력개발원	
	베니스비엔날레 한국관	
	공연 연습 공간조성 운영	
	작은 미술관 조성 운영	
문학 나눔 도서 보급	해당 없음	
도서관 상주 작가 지원 사업		
공연예술 창작산실		
국제교류 사업		한국 예술 국제교류 지원
		예술가 해외 레지던스 지원
문학 주간		

한국문화예술위원회 홈페이지 주요 사업을 재구성, <https://www.arko.or.kr>

■ <공연예술 관객개발 모델>에 기반한 한국문화예술위원회 관객개발 전략 정책 키워드

- 1단계 비수용 관객개발 전략

- 지속적인 영상 제작 홍보 전략
 - 한국문화예술위원회 홍보, 지원 사업 홍보 등
- 2단계 수용 관객개발 전략
 - 적극적인 국민 문화 향유를 위한 정보 통합 사이트 구축 전략
 - 입장권 혜택, 이벤트, 체험 또는 교육프로그램 소개 등
- 3단계 참여 관객개발 전략
 - 국민의 예술정책 및 평가사업 참여 전략
 - 전문가와 예술 이해도가 높은 국민의 예술 참여 정책으로 참여의 강도 강화

2. 그 외 제안

- 공연 관련 각종 팬카페와 동호회 지원 활성화
 - 공연예술 분야 성장에 큰 영향력을 미치는 요소는 스타 시스템으로 제작된 작품들의 인지도도 있지만, 이러한 스타들을 간접적으로 홍보하고 마케팅하는 팬카페와 동호회의 역할도 중요함
 - 상업 단체와 달리 정부(또는 공공) 기관에서 제작한 다양한 공연이나 프로그램은 팬카페와 동호회 활성화 정책을 통해 관객개발을 효율적으로 수립해야 함
 - 특히 팬카페나 동호회 회원은 생산자이면서 소비자인 프로슈머(prosumer)가 많이 발견되는 집단으로 이를 적극적으로 활용한다면 생산자와 소비자를 매개하는 역할을 할 것이며 이를 이용해 공연예술 시장의 성장을 가속할 수 있음
- 관객개발 연구가 지속될 수 있는 환경 마련
 - 디지털 전환으로 인한 기술의 발전으로 대부분을 스마트 기기로 소비하는 시대이므로 미래의 공연은 온라인 공연과 오프라인 공연 또는 온라인 관객과 오프라인 관객의 경계가 더욱 희미해질 수도 있음
 - 또한, 관객이라는 개념이 과거와 달리 창작, 실연 등에 직간접적으로 참여하며 경계를 넘나드는 사례가 증가하고 있음
 - 이처럼 공연이나 관객은 더욱 다양한 개념으로 확장할 수 있으므로 관객개발 연구를 지속하여 새로운 변수를 찾아내고 관객을 확장하는 수단으로 활용되어야 함

참고문헌

<국내 단행본>

1. 정진수(1998). 「현대연극의 이해」, 서울:예음

<국내 문헌>

2. 강남임·김소영·지주은(2010). 「공연예술 관람객 유형화 및 유형별 특성에 관한 연구」, 2010 한국문화산업학회 경제학 공동학술대회
3. 강여주(2010). 「국립국악원 공연 마케팅 활성화를 위한 관객 만족도 분석」, 국악원논문집, 제 25집
4. 김지영(2009). 「예술관광으로서 클래식 공연의 관람동기 분석: 영리, 비영리 공연 비교 연구」, 관광연구논총, 21권 1호
5. 김꽃잎(2006). 「관객확보를 위한 무용공연 마케팅 연구」, 대진대학교 문화예술대학원 석사학위논문
6. 박재홍(2007). 「발레관광객의 특성 이해를 통한 잠재관광객 확대방안」, 한국무용과학회지, 14권
7. 박정배(2009). 「예술교육을 통한 관객개발 연구」, 미디어와 공연예술 연구, 4권 2호
8. 손지영·정재왈(2016). 「공연예술 비관람객 유형에 따른 요구도 분석」, 한국무용연구, 34권 3호
9. 안범용(2012). 「전문화수준에 따른 연극관람객의 관람동기 차이」, 관광연구논총, 24권 4호 통권 33호
10. 이용관(2004). 「관객개발을 위한 예술교육과 그 효과에 관한 연구 : 미국과 한국의 공연예술 기관을 중심으로」, 성균관대학교 대학원 박사학위논문
11. 이유석·이지수·김상훈(2020). 「잠재계층 분석과 의사결정나무 분석을 활용한 공연 예술 시장 세분화 연구: 저빈도 관객을 중심으로」, 소비자학연구, 31권 3호
12. 이선화·송선영(2011). 「한국 무예 공연의 발전가능성과 관객개발 관리 구축」, 무예연구, 5권 1호 통권 8호
13. 임규혁·정환호·이혜영·정정희·강은주·한주희(2010). 「공연예술 관람객의 감성지능이 관람동기와 만족도, 스트레스 해소에 미치는 영향 : 뮤지컬과 클래식 관람객을 대상으로」, 여가학연구, 8권 2호
14. 임승희 (2014). 「전통예술 공연 시장 확대를 위한 관객 유형화와 관객 유형 변화 요인에 관한 연구」, 문화산업연구, 14권 4호
15. 윤혜란·장현선·윤미나(2016). 「공연예술 관람객 향유 확대방안 연구」, 한국문화예술위원회
16. 한국문화관광연구원·(주)한국리서치(2021). 「2021 국민문화예술활동조사」, 문화체육관광부

<국외 문헌>

17. Alan S. Brown, Jennifer L. Novak-Leonard, in partnership with Shelly Gilbride, Ph.D.(2011). 「Getting In On the Act : How arts groups are creating opportunities for active participation」, The James Irvine Foundation.
18. Andreasen, Alan R.(1991). 「Expanding the Audience for the Performing Arts」, Washington, D.C.: National Endowment for the Arts
19. Eric Kolhede and J. Tomas Gomez-Arias.(2017). 「Distinctions Between Frequent Performing Arts Consumers: Implications for Segmentation and Positioning」, International Journal of Arts Management, Vol. 20, No. 1
20. Kevin F. McCarthy, Kimberly Jinnett.(2001). 「A New Framework for Building Participation in the Arts」, RAND Corporation
21. Louis Bergonzi and Julia Smith.(1996). 「Effects of Arts Education on Participation in the Arts」, Research Division Report of National Endowment for the Arts, California : Seven Locks Press
22. Swanson, S. R., Davis, J. C. & Zhao, Y.(2008). 「Art for art's sake? an examination of motives for arts performance attendance」, Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 37(2)

<기사 및 웹사이트>

23. 국립극단 온라인 극장. <https://on.ntck.or.kr>
24. 국립극단 홈페이지 공지사항. <https://www.ntck.or.kr/ko/content/board/notice/47019/form>
25. 국립극단 홈페이지 공지사항. <https://www.ntck.or.kr/ko/content/board/notice/47020/form>
26. 국립극단 홈페이지 공지사항. <https://www.ntck.or.kr/ko/content/board/notice/47021/form>
27. 국립정동극장 홈페이지 공지사항. <https://www.jeongdong.or.kr/portal/bbs/B0000240/view.do?nttlid=6418&menuNo=200015>
28. 국립현대무용단 온라인 플랫폼 '댄스 온 에어', <https://kncdc-theater.kr/>
29. 서울국제공연예술제 홈페이지. <http://spaf.or.kr/2022/>
30. The Audience Agency(2022).「Audience Spectrum」, The Audience Agency, <https://www.theaudienceagency.org/audience-finder-data-tools/audience-spectrum>

<부록> 설문지

ID			-			
----	--	--	---	--	--	--

공연예술 관객개발을 위한 관객인식 및 참여 정도 조사

안녕하십니까?

한국문화예술위원회는 코로나19 이후 어려움을 겪어온 공연예술계 생태계 회복을 위해 관객의 개념 및 유형을 설정하고 관객의 특성과 요구를 파악하기 위한 연구를 수행하고 있습니다.

본 조사는 공연을 관람하시는 관객들을 대상으로 관객의 인식과 참여 정도를 파악하는데 그 목적을 두고 있습니다.

많이 바쁘시더라도 공연예술 생태계의 회복에 큰 도움이 될 수 있도록 응답을 부탁드립니다. 응답하신 개별 응답자의 내용은 통계법 33조, 34조에 의해 비식별 처리되어 비밀을 보장할 것임을 약속드립니다. 감사합니다

2022.12

한국문화예술위원회

제33조(비밀의 보호)

①통계의 작성 과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.

②통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

제34조(통계종사자 등의 의무) 통계종사자, 통계종사자이었던 자 또는 통계작성 기관으로부터 통계작성 업무의 전부 또는 일부를 위탁받아 그 업무에 종사하거나 종사하였던 자는 직무상 알게 된 사항을 업무 외의 목적으로 사용하거나 다른 자에게 제공하여서는 아니 된다.9

조사 주관기관

한국문화예술위원회

조사 수행기관

(주)케이스탯

담당 : 김유미부장(02-6188-6111)

<개인정보 수집 동의> ①동의합니다 ②동의하지 않습니다

한국문화예술위원회는 「개인정보보호법」에 따라, 아래와 같은 내용으로 개인정보를 수집하고 있습니다.

귀하께서는 아래 내용을 자세히 읽어 보시고, 모든 내용을 이해하신 후에 동의 여부를 결정해 주시기 바랍니다.

I. 개인정보의 수집 및 이용 동의서

이용자가 제공한 모든 정보는 다음의 목적을 위해 활용하며, 하기 목적 이외의 용도로는 사용되지 않습니다.

① 개인정보 수집항목 및 수집이용 목적

가) 수집항목 (필수항목) - 연락처	나) 수집 및 이용 목적 - 설문 후 답례품 증정용, 응답 자료 확인용
-------------------------	--

② 개인정보 보유 및 이용 기간

수집이용 동의 일로부터 상품 발송 완료시까지(상품 발송 완료 후 파기)

③ 동의 거부관리

- 귀하께서는 본 안내에 따른 개인정보 수집, 이용에 대하여 동의를 거부하실 권리가 있습니다.

다만, 귀하가 개인정보의 수집/이용에 동의를 거부하시는 경우에는 사례품 발송이 어려우니 정확한 기재를 부탁드립니다.

조사원 기입	S1. 관람하신(실) 공연은 무엇입니까? (공연명 기재)	
-----------	------------------------------------	--

3. 오늘 공연에 대한 정보는 어떻게 알게 되셨습니까? 알게 된 경로를 모두 선택하여 주십시오.

- 1) TV, 라디오, 신문 등 매체를 통해
- 2) 관련 잡지 또는 책을 통해
- 3) 우편물, 종이 광고지 등을 통해
- 4) 대중교통(지하철, 버스, 택시 등) 광고, 옥외광고를 통해
- 5) 인터넷 기사/인터넷 광고 등을 통해
- 6) 인터넷 정보 검색을 통해(포털사이트, 공연장 및 단체 홈페이지 등)
- 7) SNS를 통해(SNS, 카페, 블로그 등)
- 8) 뉴스레터, 이메일 등 정기적으로 제공되는 공연관람 정보를 통해
- 9) 친구, 동료, 가족 등 주변의 소개
- 10) 사전 정보 없이 즉흥적으로 관람하였음
- 11) 기타 경로()

4. 오늘 공연을 보기 위해 출발지로부터 공연장까지 시간은 얼마나 소요되었습니까?
 약 _____ 분

5. 오늘 공연을 관람하기 위해 지출한 총금액은 얼마 정도 됩니까?

모든 금액은 응답자 1인 기준입니다. 예를 들어 입장권을 타인이 결제를 한 경우에도 본인이 원래 지불해야 하는 금액으로 기재하시면 됩니다. 자가용을 이용해 이동하신 경우에는 교통비는 0원으로 기재하여 주십시오.

- 1) 교통비(버스, 지하철, 택시, 기차, 비행기 등 대중교통에 한해서 응답) _____ 원
- 2) 입장권 구매비 : _____ 원
- 3) 기획상품(Goods) 등 구매비 : _____ 원
- 4) 외식 등 기타경비 : _____ 원

6. 오늘 공연에 대해 아래 항목별로 얼마나 만족하시는지 각각 체크하여 주십시오.

구분	NO	항목	매우 만족	만족하는 편	그저 그러함	불만족하는 편	매우 불만족
작품	1	공연의 작품성	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	2	공연 출연진	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
외부	3	무대공간, 음향 등 공연 환경	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	4	공연장내 시설 이용의 편리성	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	5	공연장까지의 접근성(이동시간, 교통수단)	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
기타	6	공연 소요시간	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	7	공연에 대한 사전 정보 확보의 편리성	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	8	티켓 가격	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
전체	9	오늘 공연에 대한 전반적인 만족도	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

7. 가족이나 친구, 주변 사람들에게 오늘 본 공연을 추천하시겠습니까?

- 1) 예, 추천하겠습니다
- 2) 아니오, 추천하지 않겠습니다

8. 오늘 관람한 공연을 향후 재관람하실 의향이 있습니까?

- 1) 네, 다시 볼 의향이 있습니다
- 2) 아니오, 다시 보지 않겠습니다

B. 문화예술관람 및 참여 형태

9. 귀하는 최근 1년간 아래와 같은 문화예술 활동과 관련하여 관람하거나 직접 참여한 경험이 있습니까?
아래 항목별로 그 경험을 체크하여 주십시오.

NO	문화예술 활동 구분	9-1. 경험여부	9-2. 참여 형태 (복수응답)	9-3. 참여 빈도	9-4. 평균 지출 금액 (1회기준)	9-5. 최대 지출가능액 (1회기준)
			보기1	보기2	보기3	보기3
1	문학(시, 시조, 소설, 아동/청소년 문학, 수필, 평론, 희곡 등) 관련 발표회/북콘서트 등 관람/참여	<input type="checkbox"/> 1) 경험함 → <input type="checkbox"/> 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)
2	시각예술(전시, 아트페어, 비엔날레 등) 행사 관람/참여	<input type="checkbox"/> 1) 경험함 → <input type="checkbox"/> 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)
3	문화예술(문학, 시각, 공연) 관련 동호회/커뮤니티 활동 경험	<input type="checkbox"/> 1) 경험함 → <input type="checkbox"/> 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)
4	문화예술(문학, 시각, 공연) 관련 교육(정규/비정규) 경험	<input type="checkbox"/> 1) 경험함 → <input type="checkbox"/> 2) 경험하지 않음 ↓	/	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)

보기1(복수응답)	보기2	보기3
1) 1회성으로 우연한 기회에 관람 2) 지역 커뮤니티, 학교, 회사 등 단체 등을 통해서 관람 3) 초대권 있거나 무료라서 관람 4) 가족, 친구, 지인의 권유로 관람 5) 스스로 티켓/입장권 등을 지불하면서(또는 정보를 찾아서) 관람 6) 해당 행사의 스태프, 출연진, 발표자로 참여	1) 매일 2) 주 1회 이상 3) 월 3~4회 이상 4) 연 4~5회 이상 5) 연 1~2회 6) 1회성으로 우연한 기회에 관람	1) 지출하지 않음 2) 1만원 이하 3) 1~3만원 수준 4) 3~5만원 수준 5) 5~10만원 수준 6) 10~30만원 수준 7) 30만원 이상

9. 귀하는 최근 1년간 아래와 같은 문화예술 활동과 관련하여 관람하거나 직접 참여한 경험이 있습니까?
아래 항목별로 그 경험을 체크하여 주십시오.

NO	문화예술 활동 구분	9-6. 관람/참여 동반자	9-7. 관람/참여행태 (복수응답)	9-8. 향후 관람/참여 의향
		보기4	보기5	보기6
1	문학(시, 시조, 소설, 아동/청소년 문학, 수필, 평론, 희곡 등) 관련 발표회/북콘서트 등 관람/참여	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)
2	시각예술(전시, 아트페어, 비엔날레 등) 행사 관람/참여	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)
3	문화예술 관련 동호회/커뮤니티 활동 경험	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	/	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)
4	문화예술(문학, 시각, 공연) 관련 교육(정규/비정규) 경험	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	/	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)

보기4	보기5	보기6
1) 혼자서 관람/참여 2) 부모, 자녀와, 남매/형제와 3) 친구, 연인과 관람/참여 4) 모임/단체/직장동료와 관람/참여	1) 사전 정보 없이 관람 2) 사전 정보 확인 후 관람 3) 관련 굿즈/기념품 등을 구입 4) 공연/출연진/작가 관련 팬카페에 가입하거나 정기적으로 후원 5) 작품 제작에 스태프/서포터즈/출연진으로 참여	1) 관람/참여하겠음 2) 관람/참여하지 않겠음

10. (9번에서 4. 교육 경험자만) 문화예술 관련 교육은 언제 경험하셨습니다까?

NO	시기 구분	10-1. 경험 여부	10-2. 문화예술 교육의 경로(복수응답)
1	유아기(~7세)	<input type="checkbox"/> 1) 경험함 → <input type="checkbox"/> 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3)
2	청소년기(8세~19세)	<input type="checkbox"/> 1) 경험함 → <input type="checkbox"/> 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3)
3	성인기(20세 이상)	<input type="checkbox"/> 1) 경험함 → <input type="checkbox"/> 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3)

보기7
1) 학교 정규과정(학점인정, 수업) 참여 2) 가족, 친구, 지인 등의 권유로 학원, 문화센터 강좌, 유튜브 강좌 등 비정규과정 참여 3) 스스로 알고 싶어서 학원, 문화센터 강좌, 유튜브 강좌 등 비정규과정 참여

11. 귀하는 최근 1년간 아래 장르의 공연을 직접 관람한 경험이 있습니까?

NO	문화예술 활동 구분	11-1. 경험여부	11-2. 관람 형태 (복수응답)	11-3. 참여빈도	11-4. 평균 지출 금액 (1회 기준)	11-5. 최대 지출 가능액 (1회 기준)
			보기1	보기2	보기3	보기3
1	연극 공연	<input type="checkbox"/> 1) 경험함 → <input type="checkbox"/> 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)
2	뮤지컬 공연	1) 경험함 → 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)
3	음악(양악) 공연	1) 경험함 → 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)
4	전통예술(국악 포함) 공연	1) 경험함 → 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)
5	무용(현대무용, 발레 등) 공연	1) 경험함 → 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)
6	다원/장르 혼합 공연	1) 경험함 → 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7)

보기1(복수응답)	보기2	보기3
1) 1회성으로 우연한 기회에 관람 2) 지역 커뮤니티, 학교, 회사 등 단체 등을 통해서 관람 3) 초대권 있거나 무료라서 관람 4) 가족, 친구, 지인의 권유로 관람 5) 스스로 티켓/입장권 등을 지불하면서(또는 정보를 찾아서) 관람 6) 해당 행사의 스태프, 출연진, 발표자로 참여	1) 매일 2) 주 1회 이상 3) 월 3~4회 이상 4) 연 4~5회 이상 5) 연 1~2회 6) 1회성으로 우연한 기회에 관람	1) 지출하지 않음 2) 1만원 이하 3) 1~3만원 수준 4) 3~5만원 수준 5) 5~10만원 수준 6) 10~30만원 수준 7) 30만원 이상

12. 귀하는 최근 1년간 아래 장르의 공연을 직접 관람한 경험이 있습니까?

NO	문화예술 활동 구분	11-6. 관람 동반자	11-7.관람/참여성향 (복수응답)	11-8. 향후 관람/참여 의향
		보기4	보기5	보기6
1	연극 공연	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7) <input type="checkbox"/> 8) <input type="checkbox"/> 9) <input type="checkbox"/> 10)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)
2	뮤지컬 공연	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7) <input type="checkbox"/> 8) <input type="checkbox"/> 9) <input type="checkbox"/> 10)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)
3	음악(양악) 공연	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7) <input type="checkbox"/> 8) <input type="checkbox"/> 9) <input type="checkbox"/> 10)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)
4	전통예술(국악 포함) 공연	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7) <input type="checkbox"/> 8) <input type="checkbox"/> 9) <input type="checkbox"/> 10)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)
5	무용(현대무용, 발레 등) 공연	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7) <input type="checkbox"/> 8) <input type="checkbox"/> 9) <input type="checkbox"/> 10)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)
6	다원/장르 혼합 공연	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4) <input type="checkbox"/> 5) <input type="checkbox"/> 6) <input type="checkbox"/> 7) <input type="checkbox"/> 8) <input type="checkbox"/> 9) <input type="checkbox"/> 10)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)

보기4	보기6
1) 혼자서 관람 2) 부모, 자녀와, 남매/형제와 3) 친구, 연인과 관람 4) 모임/단체/직장동료와 관람	1) 관람하겠음 2) 관람하지 않겠음
보기5	
1) 사전 정보 없이 즉흥적 또는 주변의 권유로 관람 2) 스스로 사전 정보 확인 후 관람 3) 관련 굿즈/기념품 등을 구입 4) 문화예술 관련(특정 공연이나 예술행사 아닌 문화예술일반, ex. 예술나무) 캠페인 또는 모금활동에 정기/비정기적으로 후원 5) 공연/출연진/작가/공연장 관련 팬카페에 가입하거나 정기적으로 후원 6) 공연 관람 후 게시판이나 SNS등에 후기/감상문 작성 7) 작품 관련 다른 창작물(소설, 웹툰, 드라마, 영화 등)도 찾아서 봄 8) 공연 관련 콘텐츠(블로그 등 SNS작성, 유튜브 등 동영상 업로드) 제작 및 공유 9) 공연 관련 수업/교육과정을 이수하거나 교육에 참여 10) 작품 제작에 스태프/서포터즈/출연진/연주자 등으로 참여	

13. 귀하는 최근 1년간 아래 장르의 공연을 온라인으로 관람한 경험이 있습니까?

NO	문화예술 활동 구분	12-1. 온라인 관람 여부	12-2. 관람 형태	12-3. 관람 빈도	12-4. 유료 관람 여부	12-5. 관람 만족도	12-6. 향후 관람 의향
			보기8	보기2	보기9	보기10	보기6
1	연극 공연	<input type="checkbox"/> 1) 경험함 → <input type="checkbox"/> 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)
2	뮤지컬 공연	<input type="checkbox"/> 1) 경험함 → <input type="checkbox"/> 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)
3	음악(양악) 공연	<input type="checkbox"/> 1) 경험함 → <input type="checkbox"/> 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)
4	전통예술(국악 포함) 공연	<input type="checkbox"/> 1) 경험함 → <input type="checkbox"/> 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)
5	무용(현대무용, 발레 등) 공연	<input type="checkbox"/> 1) 경험함 → <input type="checkbox"/> 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)
6	다원/장르 혼합 공연	<input type="checkbox"/> 1) 경험함 → <input type="checkbox"/> 2) 경험하지 않음 ↓	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2) <input type="checkbox"/> 3) <input type="checkbox"/> 4)	<input type="checkbox"/> 1) <input type="checkbox"/> 2)

보기8	보기2	보기9
1) 유튜브, 네이버TV등을 통한 실시간 중계로 관람 2) 유튜브, OTT, VOD 등을 통한 녹화중계 관람	1) 매일 2) 주 1회 이상 3) 월 3~4회 이상 4) 연 4~5회 이상 5) 연 1~2회 6) 1회성으로 우연한 기회에 관람	1) 있음 2) 없음

보기 10	보기 6
1) 매우 만족 2) 만족하는 편 3) 만족하지 못하는 편 4) 매우 불만족	1) 관람하겠음 2) 관람하지 않겠음

14. (13에서 관람 만족도 3~4항목 응답자만) 불만족한 이유는 무엇입니까? 해당 되는 부분을 모두 선택하여 주십시오.

- 1) 공연의 작품성이 떨어져서
- 2) 선호하는 출연진이 참여하지 않아서
- 3) 무대공간이 협소하거나, 음향 등이 좋지 않아서
- 4) 송출이 지연되거나 통신상태가 좋지 않아서
- 5) 카메라 앵글 등으로 인해 무대의 사각이 발생해서 보지 못하는 부분이 있어서
- 6) 공연 영상 관람시 광고 등 불필요한 요소들이 있어서
- 7) 현장에서 직접 관람하는 것 보다 생동감이 떨어져서
- 8) 기타()

15. 공연 관람을 위해 사전에 알고 싶은 정보가 있다면 아래 중 무엇입니까? 해당하는 부분을 모두 선택하여 주십시오.

- 1) 출연진 정보
- 2) 연출자, 스태프 정보
- 3) 공연작품에 대한 정보(스토리, 브랜드, 수상 경력 등)
- 4) 입장권 구매 관련 할인제도
- 5) 공연장 내 편의시설 여부(카페, 수유시설 등)
- 6) 공연장까지의 접근성(대중교통, 주차장 여부 등)
- 7) 기타()

16. 귀하의 평소 관람 유형은 아래 항목별로 어떤 유형에 더 가깝다고 생각하십니까? 가장 가깝다고 생각되는 부분에 체크하여 주십시오.

NO	항목	매우 그렇다	그런 편이다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1	평소 나는 공연관련 정보를 자주 알아보는 편이다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
2	공연 선택시 출연진의 정보를 반드시 확인 후 선택하는 편이다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
3	관람하는 공연의 출연진의 숫자에 대해 정확히 파악하는 편이다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
4	관람하는 공연의 스태프,오케스트라의 정보를 사전에 확인한다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
5	좋아하는 출연진의 작품은 동일 작품이라도 여러번 관람하는 편이다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
6	좋은 작품은 출연진 별로 관람하는 편이다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
7	관람하는 공연의 원작(소설 등)이 있다면 꼭 읽어보는 편이다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
8	보고 싶은 작품은 동반자가 없어도 관람하는 편이다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
9	작품 본연의 줄거리/스토리가 좋다면 선호하는 출연진이 출연하지 않더라도 관람한다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
10	작품 본연의 줄거리/스토리가 좋다면 유명한 배우가 출연하지 않더라도 관람한다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
11	공연을 관람할 때 출연진들의 실연능력(연기, 연주, 노래, 춤 등)이 매우 중요하다고 생각한다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
12	공연을 관람할 때 무대시설, 음향 등 공연장 환경이 매우 중요하다고 생각한다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
13	여유가 된다면 가급적 공연은 VVIP석이나 S석 등 출연진들을 가까이 볼수 있는 자리를 구매한다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
14	티켓 가격이 비싸더라도 선호하는 출연진이나 작품이라면 조금 무리해서라도 관람하는 편이다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
15	보고싶은 작품이라면 거주지에서 멀리 있어도(다른 시/도 등 다른 권역) 가서 보는 편이다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
16	주변에 예술분야 종사자 또는 전공자가 있다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
17	어렸을 때 예술관련 교육을 받은 것은 공연을 관람할 때 도움이 된다고 생각한다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

17. 귀하는 평소 공연예술을 포함한 문화예술에 대해 어떻게 생각하고 계십니까?

17-1. 예술 분야 개인적 가치/효과

NO	개인적 가치 항목	전혀 효과 없다	효과가 없는 편이다	보통이 다	효과가 있는 편이다	매우 효과 있다
1	예술활동은 개인의 창조성과 상상력을 풍부하게 한다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
2	예술활동은 심신의 안정을 되찾고, 건강을 회복하며, 휴식의 시간을 준다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
3	예술활동을 통해 개인은 학습하고 성장할 수 있으며, 도전의식이 높아지는 효과가 있다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
4	예술활동은 개인에게 성찰과 자아인식의 계기가 된다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
5	예술활동은 전반적으로 개인에게 가치있는 영향을 준다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

17-2. 예술 분야 사회적 가치/효과

NO	사회적 가치 항목	전혀 효과 없다	효과가 없는 편이다	보통이 다	효과가 있는 편이다	매우 효과 있다
1	예술활동은 표현력과 커뮤니케이션 역량 향상에 긍정적인 영향을 준다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
2	예술활동을 통해 사회적 유대감/소속감이 증대된다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
3	예술활동은 범죄 예방에 효과가 있다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
4	예술활동을 통해 소외대상에 대한 관심이 증대될 수 있다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
5	예술은 전반적으로 사회에 가치있는 영향을 준다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

17-3. 예술 분야 도구적/경제적 가치/효과

NO	도구적/경제적 가치 항목	전혀 효과 없다	효과가 없는 편이다	보통이 다	효과가 있는 편이다	매우 효과 있다
1	예술은 고용창출 효과가 있다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
2	예술은 지역경제 활성화 효과가 있다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
3	예술은 문화산업 발전의 효과가 있다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
4	예술은 국가브랜드 정립의 효과가 있다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
5	예술은 전반적으로 경제적인 가치가 있다	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

C. 공연예술관람의 장애요인

18. 공연예술 작품을 선택하고 관람하는데 아래의 사항들이 얼마나 걸림돌로 작용한다고 생각하십니까?
각각이 얼마나 영향을 미치는지에 대해 4점 척도로 평가하여 주십시오.

구분	NO	항목	매우 중요 함	중요 한 편임	별로 중요 하지 않은 편임	전혀 중요 하지 않음
경제적 요인	1	공연 티켓 가격이 비싼것	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
접근성	2	공연장까지 이동거리가 긴 것	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	3	공연장까지 교통수단의 불편함	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	4	공연에 대한 사전적인 정보를 얻기가 어려움	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	5	거주지 근처에서 공연이 자주 개최되지 않음	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	6	공연 관련 교육을 받을 기회가 많지 않음	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
개인	7	공연을 같이 볼 사람이 없음	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	8	관람을 위한 시간을 내기가 어려움	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	9	공연이 나에게 별로 필요하다는 생각이 들지않음	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	10	공연보다 다른 취미 활동에 더 관심이 많음	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	11	결혼, 가족 증가 등으로 공연 외 다른 활동시간 필요	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	12	질병 등으로 공연 관람이 어려움	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	13	이전의 공연 관람 경험이 만족스럽지 않음	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

19. 공연 입장권을 직접 구매하는데 다음의 지원이 얼마나 유용하겠다고 생각하십니까?

- 1) 「문화의 날」 공연 입장권 가격 할인제도의 확대
- 2) 포인트 적립제도(다른 공연 입장권 결제 시 해당 포인트 사용 가능)
- 3) 재관람 공연에 대한 할인 확대
- 4) 적절한 상연 시간(저녁, 주말...) 확보
- 5) 공연장까지의 접근성/대중교통 확보
- 6) 기타()

20. 어떤 부분에서 지원이 이뤄진다면 지금보다 더 많이 공연을 관람하시겠습니까?

구분	NO	항목	더 많이 관람 하겠다	관람을 고려 하겠다	관람에 전혀 영향이 없다
경제	1	티켓 가격을 지금보다 낮춘다면	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
접근성	2	거주지 근처에서 더 많은 공연을 볼 수 있다면	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	3	집에서 갈 수 있는 공연장이 많아진다면	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	4	공연장까지 이동시 교통수단이 편리해진다면	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	5	공연에 대한 사전 정보를 얻기 쉬워진다면	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	6	공연 관련 교육을 받을 기회가 제공된다면	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
개인	7	같이 관람할 사람이 있다면	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
	8	관람을 위한 시간을 내기가 쉬워진다면	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

D. 응답자 특성

DQ1	거주지역	서울/수도권	<input type="checkbox"/> 1) 서울 <input type="checkbox"/> 2) 경기 <input type="checkbox"/> 3) 인천
		부산/울산/경남	<input type="checkbox"/> 4) 부산 <input type="checkbox"/> 5) 울산 <input type="checkbox"/> 6) 경남
		대구/경북	<input type="checkbox"/> 7) 대구 <input type="checkbox"/> 8) 경북
		대전/충청/세종	<input type="checkbox"/> 9) 대전 <input type="checkbox"/> 10) 충남 <input type="checkbox"/> 11) 충북 <input type="checkbox"/> 12) 세종
		광주/전라	<input type="checkbox"/> 13) 광주 <input type="checkbox"/> 14) 전남 <input type="checkbox"/> 15) 전북
		강원/제주	<input type="checkbox"/> 16) 강원 <input type="checkbox"/> 17) 제주
DQ2	거주지 지역규모	<input type="checkbox"/> 1) 동 지역 <input type="checkbox"/> 2) 읍지역 <input type="checkbox"/> 3) 면지역	
DQ3	학력	<input type="checkbox"/> 1) 중졸이하 <input type="checkbox"/> 2) 고졸이하 <input type="checkbox"/> 3) 대졸/대학재학 <input type="checkbox"/> 4) 대학원졸/재학	
DQ4	직업	<input type="checkbox"/> 1) 관리/전문직 <input type="checkbox"/> 2) 사무직 <input type="checkbox"/> 3) 판매/서비스직 <input type="checkbox"/> 4) 단순노무직 <input type="checkbox"/> 5) 전업주부 <input type="checkbox"/> 6) 학생(소득이 없는) <input type="checkbox"/> 7) 무직 <input type="checkbox"/> 8) 기타	
DQ5	월평균 가구소득	<input type="checkbox"/> 1) 100만 원 미만 <input type="checkbox"/> 2) 100-200만 원 <input type="checkbox"/> 3) 200-300만 원 <input type="checkbox"/> 4) 300-400만 원 <input type="checkbox"/> 5) 400-500만 원 <input type="checkbox"/> 6) 500-600만 원 <input type="checkbox"/> 7) 600만 원 이상	

DQ6	결혼여부	□1) 미혼 □2) 기혼 □3) 기타(이혼, 사별 등)		
DQ7	가족 구성원	□1) 혼자 거주 □2) 부부거주 □3) 부모(편부모)+자녀거주 □4) 그 외 동거 형태		
DQ8	자녀의 유무	□1) 자녀 없음↓ □2) 자녀 있음→	DQ8-1. 자녀의 연령대	(자녀가 여러명인 경우 첫아이 기준) □1) 미취학아동 □2) 초등학생 □3) 중학생 □4) 고등학생 이상
DQ9	월평균 문화여가에 지출하는 비용	□1) 소요 비용 없음 □4) 5~10만 원 □7) 50만 원 이상	□2) 1만 원 내외 □5) 10~30만 원	□3) 5만 원 이하 □6) 30만 원-50만 원

♣ 설문에 응답해 주셔서 대단히 감사드립니다.

공연예술 관객개발을 위한 인식조사
연구

발행인 : 정병국

발행처 : 한국문화예술위원회

58217 전라남도 나주시 빛가람로 640

전화 061-900-2100, 2200

팩스 061-900-2362

홈페이지 www.arko.or.kr

인쇄일 : 2023.02.24.

발행일 : 2023.02.24.

인쇄인 : (주)케이스탯컨설팅

