Journal of Next-generation Convergence Information Services Technology Vol.11, No.2, April (2022), pp.221-230
ISSN 2508-9099(p) 2672-1198(e) *http://dx.doi.org/10.29056/jncist.2022.04.10*

공연 및 전시 관람의 결정요인에 관한 탐색적 연구

An exploratory study on the determinants of performance and exhibition viewing

최순화[1]

Soonhwa Choi[1]

요 약

본 연구는 「2019 사회조사」를 사용하여 문화예술 공연, 전시 관람에 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 기존 연구를 바탕으로 문화, 경제, 사회자본과 인구통계학적 특성을 예측변수로 고려하였으며, 모형적합도 검사에 따라 영과잉음이항 모형을 분석하였다. 공연, 전시 관람은 공통적으로 학력, 독서량, 계층의식 등 문화자본과 사회관계망과 같은 사회자본의 영향을 받는 것으로 나타났다. 공연의 경우 고소득층일수록 관람할 가능성은 크나 관람 빈도는 낮아졌으며, 여성과 수도권에 거주할수록 관람을 더욱 자주 하는 것으로 파악되었다. 전시의 경우 고소득층, 여성의 관람 가능성이 큰 것은 공연과 유사하나, 신문을 주기적으로 보는 습관이 있을수록 관람 빈도가 유의하게 많아지는 것을 알 수 있었다. 본 연구는 문화예술 시장을 공연, 전시로 구분하여 관람 가능성과 빈도의 결정요인을 비교하고, 문화, 경제, 사회자본의 영향력을 종합적으로 분석하였다는 점에서 의의가 있다. 또한 연구 결과를 바탕으로 대중문화에 치우친 문화소비가 다양한 공연, 전시 관람으로 확장될 수 있도록 시사점을 제안하였다.

핵심어 : 공연 관람, 전시 관람, 문화자본, 경제자본, 사회자본

Abstract

This study analyzed factors affecting cultural art performance and exhibition viewing using 「2019 Social Survey」. Based on previous studies, cultural, economic, social capital and demographic characteristics were considered as predictor variables, and the Zero-Inflated Negative Binomial model was analyzed according to the model fit test. It was found that both performances and exhibition viewing are affected by cultural capital, such as education, reading, and class consciousness, and social capital such as social network. In the case of performances, the higher the income, the greater the likelihood of watching, but the lower the frequency of viewing. In the case of exhibitions, high-incomers and women were more likely to visit the exhibition, similar to the performance, but the frequency significantly increased for the regular newspaper readers. This study is meaningful in that it compared the determinants of viewing possibilities and frequency of performances and exhibitions and comprehensively analyzed the influence of culture, economy, and social capital. And implications to expand cultural consumption, which is biased towards popular culture, to to various performances and exhibitions were suggested.

Keyword : Performances viewing, Exhibition viewing, Cultural capital, Economic capital, Social capital

1 Department International Business, Dongduk Women's University, Seoul, Korea [Associate Professor]
e-mail: schoi@dongduk.ac.kr

Received(March 10, 2022), Review Result(1st: March 25, 2022), Accepted(April 13, 2022), Published(April 30, 2022)

© 2022 The Authors. Published by NCISS.
This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. To view a copy of this license, visit http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/.

1. 서론

일과 생활의 균형을 추구하는 소비자가 증가함에 따라 문화예술 시장이 꾸준히 성장하여 2019년에는 매출 8,530억 원을 기록하였다 [1]. 최근 업계는 코로나19 확산의 여파로 위기에 처했으나, 2020년 하반기 이후 회복세를 보이기 시작하였으며 정부의 문화계 일상 회복 지원이 강화됨에 따라 시장이 활기를 되찾을 것으로 예상된다 [2]. 한편 문화산업이 전반적으로 성장하는 중에도 문화소비는 영화, TV 관람 등 대중문화, 대중매체 소비에 치우친다는 우려가 존재한다. 2019년 영화관람률은 77%로, 서양음악 6.1%, 미술전시회 13.5%, 뮤지컬 13.5%, 무용 2.4% 등 순수예술 분야 관람률과 큰 차이를 보인다 [3]. 순수예술과 대중문화를 포괄하는 문화예술 향유 다양성은 산업의 균형적 성장을 촉진할 뿐 아니라 개인의 감성을 풍요롭게 하고 사회가 개방적, 포용적으로 발전하도록 한다 [4]. 문화소비의 질적 향상과 다양성 증대를 위해 문화예술의 하위 분야에 관한 연구의 필요성이 증대하고 있으나, 대부분의 기존 연구는 대중문화와 순수예술 또는 고급문화의 구분에 한정되어 진행된 경향을 보인다 [5-7].

본 연구는 문화예술을 공연과 전시 분야로 분류하여 분야별 관람에 영향을 미치는 요인을 분석하고자 한다. 공연 관람은 음악회, 연극, 뮤지컬 등 무대에서 실연하는 예술 활동을 관람하는 것이며, 전시 관람은 미술관, 박물관 등에서 작품의 표현을 관람하는 것으로, 예술적 가치의 전달방식과 관객의 역할, 성향 등이 차이를 지니는 것으로 설명된다 [8-11]. 본 연구는 공연과 전시 관람의 결정요인을 파악하고 차이를 살펴보기 위해 문화자본론과 선행연구를 바탕으로 문화, 경제, 사회자본과 인구통계학적 요인을 설명변수로 설정하였으며, 「2019 사회조사」 자료를 사용하여 모형을 분석하였다. 본 연구는 문화소비를 공연과 전시로 구분하고 다차원적인 영향요인을 종합적으로 분석한다는 점에서 문화자본을 중심으로 진행되었던 기존 연구와 차별된다.

향후 문화예술 시장은 생태계 회복을 위한 정부와 업계의 노력과 함께 코로나19로 인해 억눌렸던 문화소비 욕구가 분출되어 빠른 성장세를 되찾을 것으로 전망된다 [2]. 본 연구를 통해 회복기 속에서 대중문화에 편향된 문화소비가 다양한 공연, 전시 분야로 확장되는 데 도움이 되는 정보를 제공하고 관련 연구가 체계적으로 발전할 수 있는 기초자료를 제공할 수 있기를 기대한다.

2. 문헌연구

2.1 문화예술 관람의 정의 및 유형

문화예술 산업은 유무형의 창작물을 생산하는 산업을 의미하며, 문화예술적 가치를 지닌 상품이 기획, 제작, 유통, 소비되는 전반적인 과정을 통칭한다 [6]. 일반적으로 문화산업은 순수예술과 대

중문화 분야로 구분된다. 순수예술은 클래식, 오페라, 무용, 미술 등 감상을 위해 정규 또는 비정규 교육과 경험으로 축적한 지식과 정보, 취향이 필요한 문화로 설명된다. 반면 영화, TV 관람을 포함하는 대중문화는 특별한 교육이나 감상 능력이 없어도 공감할 수 있는 문화를 의미한다 [12].

순수예술 분야는 공연과 전시로 분류할 수 있으며 [8-11], 공연은 음악회, 연극, 뮤지컬 등 공연장 관람 형태로, 전시는 미술, 사진, 유물 등 미술관, 박물관을 통한 관람 형태로 제공된다. 공연이 무대 위에서 예술 상품을 실연하여 공중이 관람하도록 한다면, 전시는 작품을 한 곳에서 표현되도록 하여 현실을 재구성하는 활동이다 [11]. 또한 공연은 허구적 공간인 무대와 현실적 공간인 객석이 구분되어 진행되는 경우가 일반적이며, 전시는 관람자의 움직임과 시선에 따라 작품의 가치가 달라지는 특성을 가진다. 최근에는 관객이 적극적으로 참여하는 공연, 작품의 동적인 전시 등 다양성이 증대하고 있다 [8].

공연과 전시의 가치는 작품 자체의 품질, 부수적인 속성 수준 등의 영향을 받는다. 공연 관람의 가치는 시설의 우수성, 명성, 편의성, 부가서비스 등에 따라 결정되며 [13], 전시 관람의 가치는 시설 편의성과 인적 서비스의 영향이 주효한 것으로 나타난다 [14]. 또한 공연 서비스의 경우 외관과 인테리어, 부대 및 편의시설 등 시설 요인과 공연 정보 및 할인 혜택 등 고객관리, 편리한 예매 절차와 같은 서비스 요인이 관람객 만족에 유의한 영향을 미치며, 전시 서비스는 시설, 신속하고 친절한 고객 응대, 고객관리 등의 요인이 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다 [10]. 이처럼 전시와 공연은 예술적 가치가 전달되는 과정과 방식, 서비스 속성 차원에서 이질성을 보이므로 문화예술의 하위 분야에 관한 다차원적인 비교 분석이 필요한 것으로 설명된다 [9][15].

2.2 문화예술 관람의 결정요인

문화소비는 문화자본에 의해 결정된다는 점에서 타 소비 영역과 차별화된다. 문화자본은 문화를 이해하고 소비하는 데 필요한 정보와 지식, 관행으로 성장과 사회화 과정에서 축적된다 [16]. 문화자본은 주로 학력과 문화적 소양 수준 등으로 설명되며, 학력이 높고 문화예술 교육을 경험한 소비자일수록 고급문화를 관람하는 가능성과 빈도가 커지는 것으로 나타난다 [17]. 또한 문화의 중요성을 크게 인식할수록, 자신이 높은 계층에 속한다고 평가할수록, 독서량이 많고 신문을 습관적으로 볼수록 순수예술 관람에 더욱 적극적인 것으로 분석되었다 [18][19].

문화관람은 여가활동의 주요 영역 중 하나로, 소비자의 구매력과 직접적으로 연관된 경제적 자본의 영향을 받는다. 경제자본은 개인의 금전적 자원 수준으로 설명되며, 소득이 대표적인 변수로 사용된다. 문화관람을 포함한 여가활동을 예측하는 데에는 개인의 노동 시간을 줄이고 여가 투입 시간을 확보해주는 가구소득의 영향이 주효한 것으로 나타난다 [6]. 일반적으로 고소득층일수록 순수예술 공연과 전시 관람 가능성과 빈도가 커지는 것으로 분석된다 [5][19].

또한 문화서비스는 동반자와 함께 관람하는 경우가 많고 관람 경험을 공유하고 정보를 교환하

는 과정을 통해 서비스 가치와 만족도가 높아지는 특성을 가진다 [20]. 따라서 문화소비는 경제적, 문화적 자원과 함께 타인과의 관계, 즉 사회자본의 영향을 받는 것으로 이해할 수 있다. 사회자본은 개인이나 집단 간 관계를 바탕으로 구축되는 자원으로, 사회자본이 풍부할수록 타인과의 교류를 통해 다양한 여가활동에 참여하여 삶의 질이 향상되는 경향을 보인다. 사회관계망이 넓을수록 고급문화 관람 빈도가 높아지는 것으로 분석된 바 있으나, 사회자본과 문화관람의 관계를 다룬 연구는 매우 부족한 상황이다 [20].

성별, 연령, 거주지역과 같은 인구통계학적 특성도 문화관람에 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 전반적으로 여성일수록, 연령대가 낮을수록, 그리고 수도권이나 대도시에 거주할수록 고급 또는 대중문화 소비 횟수가 커지는 것으로 파악된다 [4][17]. 또한 수도권에 거주하고 학력과 소득수준이 높을수록 공연, 전시 관람 가능성이 커지는 것으로 나타났다 [9]. 공연의 경우 여성이거나 연령대가 낮을수록 관람 가능성이 증대하였고, 전시는 연령이 많을수록 관람 빈도가 커지는 것으로 분석된 바 있다. 즉 문화예술 관람 행동은 경제, 문화, 사회자본과 인구통계학적 특성의 영향을 받는 것으로 이해할 수 있으며, 본 연구는 다음과 같은 연구문제를 제시하고자 한다.

1. 문화, 경제, 사회자본과 인구통계학적 특성은 공연, 전시 관람에 어떠한 영향을 미치는가?

2. 공연, 전시 관람의 결정요인은 어떠한 차이를 보이는가?

3. 연구방법

3.1 연구자료 및 측정도구

본 연구는 통계청에서 제공하는 「2019 사회조사」 자료를 사용하여 모형을 분석하였다. 동 조사는 매년 5개 부문의 조사로 진행되며, 2019년 조사는 문화와 여가, 사회참여, 소득과 소비 등의 내용을 포함한다. 같은 내용의 조사가 2021년에도 실시되었으나, 조사대상 기간인 2020년은 코로나19의 확산으로 대다수 공연과 전시가 취소되고 소비심리가 크게 위축되는 등 환경적, 심리적 영향을 배제하기 어려우므로 2019년 자료를 사용하는 것이 더욱 적합하다고 판단되었다. 본 연구는 문화관람, 여가, 사회관계망, 인구통계학적 정보 등 관련 자료를 추출하여 결측값을 제외한 20세 이상 성인 12,652명의 자료를 사용하였다.

문화관람 중 공연 관람은 지난 1년간(2018.5.~2019.5.) 음악회/연주회/콘서트, 연극/뮤지컬/마당극, 무용 공연을 관람한 총횟수로, 전시 관람은 박물관(유물 전시회 등), 미술관(공예, 서화 전시회 등)을 관람한 총횟수로 측정하였다. 경제자본은 소득과 경제활동 참여 여부를 포함하며, 소득은 월평균 가구소득으로, 경제활동 참여는 지난 1주일간 1시간 이상 소득 목적의 일을 한 여부로 측정하였다. 문화자본은 학력과 계층의식, 독서량, 신문보기, 계층의식 변인을 포함한다. 학력은 고졸 이하, 대졸 이상으로 구분되고, 계층은 본인의 사회경제적 지위에 대한 주관적 평가로 정의되어 6점

척도(하하~상상)로 측정되었다. 독서량은 1년간 읽은 교양서적과 생활, 취미, 정보 도서의 총 권 수로, 신문보기는 지면 또는 인터넷 신문을 2주 1회 이상 보는 여부로 측정되었다. 사회자본 중 가족, 친척 사회관계망은 동거인을 제외하고 평소 대면, 전화, 인터넷 등으로 연락하는 가족이나 친척의 수로, 가족 이외 관계망은 업무상 접촉을 제외한 교류 대상의 수로 측정하였다. 인구통계학적 특성은 성별, 연령(만 나이), 거주지역을 포함하며, 거주지역은 수도권(서울시, 인천시, 경기도)과 기타 지역으로 구분하여 분석하였다.

3.2 기초통계 분석

연구 대상자의 인구통계학적 특성은 [표 1]과 같다. 여성이 54.7%를 차지하며 평균 만 나이는 43.7세로 파악되었다. 대졸 이상 학력자가 59.6%이며, 소득은 300만 원 미만, 300~599만 원, 600만 원 이상이 고르게 분포되어 있다. 비수도권에 거주하는 비중은 67.2%로 나타났다. 다음으로 상관관계 분석이 이루어졌으며, 결과는 [표 2]와 같다.

[표 1] 인구통계학적 특성

[Table 1] Demographic characteristics

특성	구분	빈도 (%)	특성	구분	빈도 (%)
성별	남성	5,735 (45.3)	소득	300만 원 미만	4,156 (32.8)
	여성	6,917 (54.7)		300~599만원	4,352 (34.4)
연령	만 나이	M: 43.72, SD: 13.83		600만 원 이상	4,144 (32.8)
학력	고졸 이하	5,114 (40.4)	거주지역	수도권	4,144 (32.8)
	대졸 이상	7,538 (59.6)		비수도권	8,508 (67.2)

[표 2] 상관관계 분석

[Table 2] Analysis of correlations

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	1												
2	-.21**	1											
3	.06**	-.02*	1										
4	.31**	-.11**	.03**	1									
5	.30**	-.33**	.02**	.17**	1								
6	.15**	-.06**	-.01	.10**	.19**	1							
7	.06**	-.10**	.01	.06**	.07**	.02**	1						
8	.09**	-.09**	.02	.08**	.06**	.02**	.52**	1					
9	-.38**	-.03**	.03	-.21**	-.12**	-.07**	.03**	-.10**	1				
10	-.08**	.02**	.02*	-.10**	-.02*	-.23**	-.01	-.04**	-.01	1			
11	.05**	.04**	.01	.01	.08**	-.01	.04**	.02**	-.04**	.01	1		
12	.09**	-.10**	.12**	.05**	.07**	-.01	.08**	.08**	-.02*	.11**	.03**	1	
13	.14**	-.11**	.14**	.09**	.09**	-.01	.08**	.07**	-.01	.06**	.03**	.27**	1

1. 학력, 2. 계층의식, 3. 독서량, 4. 신문보기, 5. 소득, 6. 경제활동, 7. 사회관계망(가족), 8. 사회관계망(가족 외), 9. 연령, 10. 성별, 11. 수도권 거주, 12. 공연 관람, 13. 전시 관람 **p<.01,

4. 연구결과

본 연구에서 종속변수로 사용된 공연, 전시 관람 총횟수는 한 번도 관람하지 않은 0값이 많은 가산 자료이므로 OLS, 로지스틱 모형을 사용할 경우 정보가 왜곡될 가능성이 크다 [21]. 따라서 최적 모형을 파악하기 위해 포아송(P), 음이항(NB), 영과잉포아송(ZIP), 영과잉음이항(ZINB) 모형의 적합도를 분석하였으며 결과는 [표 3]과 같다. AIC, BIC 값이 적을수록 우수한 것으로 판단되므로 [22], 공연과 전시 관람 모두 영과잉음이항 모형이 선택되었다.

[표 3] 모형적합도 분석

[Table 3] Analysis of model fit test

	공연 관람			전시 관람		
	AIC	BIC	Log Likelihood	AIC	BIC	Log Likelihood
Poisson	49,135.06	49,231.85	-24,554.53	53,928.36	54,025.15	-26,951.18
ZIP	39,942.66	40,136.24	-19,945.33	40,448.23	40,641.81	-20,198.11
NB	36,408.90	36,513.14	-18,190.45	37,205.25	37,309.49	-18,588.63
ZINB	36,184.85	36,385.88	-18,065.43	36,768.38	36,969.41	-18,357.19

영과잉음이항 모형의 분석 결과는 [표 4]와 같다. Logit 모형은 관람에 참여하는 가능성을, NB 모형은 관람의 빈도를 결정하는 요인을 분석하는 것으로 해석된다. 공연 관람의 경우, 대졸 이상이 고졸 이하보다, 계층의식이 높을수록, 독서량이 많을수록, 소득 600만 원 이상이 300만 원 미만보다, 수도권 거주자가 비수도권 거주자보다 관람 가능성이 커지는 것으로 나타났다. 공연 관람 빈도는 대졸 이상이거나 계층의식이 높을수록, 독서량이 많고 사회관계망이 넓을수록, 소득 300만 원 미만이 600만 원 이상보다, 여성이 남성보다 큰 것으로 분석되었다. 전시의 경우, 대졸 이상, 계층의식이 높을수록, 독서량이 많고 신문을 주기적으로 볼수록, 소득 600만 원 이상이 300만 원 미만보다, 여성이 남성보다 관람 가능성이 커지는 것으로 확인되었다. 전시 관람 횟수는 대졸 이상, 계층의식이 높을수록, 독서량이 많고 신문을 주기적으로 볼수록, 그리고 사회관계망이 넓을수록 증가하는 것으로 나타났다.

[표 4] 영과잉음이항 모형 분석

[Table 4] Analysis of zero-inflated negative binomial model

		공연				전시			
변수	구분	Logit		NB		Logit		NB	
		β	p	β	p	β	p	β	p
문화 자본	[학력] 대졸 이상	.554	.000	.123	.002	.545	.000	.224	.000
	계층의식	.250	.000	.102	.000	.126	.001	.075	.000
	독서량	.120	.000	.009	.000	.088	.000	.006	.000
	신문보기	.089	.621	.084	.182	.311	.005	.170	.008

경제 자본	[소득] 300~599만원	.112	.377	-.056	.223	.013	.872	.074	.098
	[소득] 600만원~	.589	.000	-.103	.031	.222	.014	.014	.763
	경제활동 참여	.021	.871	.051	.201	-.065	.392	-.047	.232
사회 자본	사회관계망(가족)	.021	.369	.023	.003	.022	.163	.021	.010
	사회관계망(가족외)	-.010	.483	.021	.000	.001	.995	.012	.028
인구 통계 특성	연령	.002	569.	.001	.969	.006	.012	.002	.271
	남성	-1.078	.000	-.231	.000	-.518	.000	-.047	.217
	수도권 거주	.071	.553	.099	.009	.024	.735	.061	.099
Cons.		-.194	.512	-.173	.117	-1.088	.000	.010	.932
lnalpha		.421				.170			
Chi2		208.22				170.98			
no. of '0' obs.		7,338				7,639			
no. of non '0' obs.		5,314				5,013			
N		12,652				12,652			

주: 기준 변수로 학력 고졸 이하, 소득 300만 원 미만, 경제활동 미참여, 비수도권 거주, 여성을 사용하였음

5. 결론

본 연구는 「2019 사회조사」 자료를 사용하여 공연, 전시 관람에 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 종합적으로 볼 때 학력과 독서량, 계층의식은 공연, 전시 관람 가능성과 빈도에, 사회관계망은 관람 빈도에 긍정적으로 영향을 미치는 주요 변인임을 알 수 있었다. 공연 관람의 경우 고소득층이 저소득층보다 관람 가능성은 크나 빈도는 유의하게 낮아지는 것으로 나타났는데, 이는 고소득층일수록 시간의 가치가 높아지고 여가에 소요하는 시간이 제한되어 일정한 관람 시간을 요구하는 공연을 빈번하게 관람하기 어렵기 때문으로 해석된다. 또한 남성보다 여성의 공연 관람 가능성과 빈도가 유의하게 커지는 것은 뮤지컬, 연극 등 공연시장의 주 고객이 여성이라는 점을 방증한다. 전시 관람의 경우 고소득층과 여성의 관람 가능성이 큰 것은 공연 관람과 유사하나, 신문을 보는 습관이 있을수록 관람 가능성과 빈도가 유의하게 커지고 소득이 관람 빈도에 유의한 영향을 미치지 않는다는 차이를 보였다.

문화 향유에 관한 기존 연구가 대부분 대중, 순수예술 문화 구분으로 이루어졌으나, 본 연구는 순수예술의 두 유형인 공연, 전시 분야를 구분하여 관람 가능성과 빈도의 영향요인을 분석하였다는 점에서 의의가 있다. 연구 결과 두 유형의 관람 결정요인이 공유하는 공통점과 차이점을 발견하였으며, 이는 관련 연구가 더욱 체계적으로 발전할 수 있는 근거를 제공한다. 또한 독서와 신문보기, 사회관계망 등 기존 연구에서 주로 다루지 않은 문화 및 사회자본의 영향력을 확인함으로써 문화 향유 연구의 범위를 확장하는 데 기여하였다.

본 연구는 다음과 같은 실무적 시사점을 제공한다. 먼저 전반적인 공연, 전시 시장을 활성화하기 위해서는 저소득, 저학력층을 대상으로 문화교육을 강화하여야 한다. 현재 문화 소외층에게 제공되는 문화바우처, 문화누리카드 등의 사용이 영화관람에 치우치고 있으므로, 이들이 연극, 전시

회 등을 친숙하고 쉽게 여길 수 있도록 맞춤화된 프로그램을 제공할 필요가 있다. 또한 문화관람에 미치는 독서의 영향력이 유의하므로 문화예술, 출판업계와 정부가 공동으로 독서의 가치를 전달하는 캠페인을 진행하는 등 노력을 기울여야 한다. 한편 사회관계망이 공연, 전시 관람의 빈도를 결정하는 핵심 변수라는 점을 고려하여 1인 가구, 독거노인 등 사회자본이 제한된 소비자를 대상으로 관계망 구축과 문화정보 제공을 동시에 지원하는 방안을 마련하여야 한다.

공연시장에서는 저소득층의 관람 가능성이 유의하게 낮으므로, 무료 관람 또는 할인 혜택을 제공하여 진입장벽을 낮추는 것이 중요하다. 반면 고소득층의 경우 공연 관람을 위한 시간이 부족할 수 있으므로 전문직 종사자가 주로 근무하는 기업, 기관과 연계하여 다양한 공연 관람 기회를 제공한다면 효과적일 것이다. 비수도권 거주자의 공연 관람 빈도를 높이기 위해서는 지역별 공연 프로그램의 다양성을 강화하는 노력이 필요하다.

전시시장에서는 독서와 함께 신문을 보는 습관을 지닌 소비자를 핵심고객으로 정의할 수 있으므로, 사회적 이슈, 환경 변화에 관심이 많은 이들의 특성을 고려하여 전시상품과 이벤트를 기획하고 신문을 통해 주기적으로 정보를 제공한다면 효과적일 수 있다. 또한 고소득층은 저소득층보다 전시를 관람할 가능성은 크나 빈도는 차이를 보이지 않았으므로, 공연에 비해 관람 시간을 자유롭게 선택할 수 있다는 전시의 상대적 이점을 활용하여 고소득층이 관심을 가질만한 주제를 발굴하여 전시를 기획한다면 시장을 확대하는 데 도움이 될 것이다.

본 연구는 2차 자료를 사용하여 자료의 신뢰성과 일반성을 확보하는 반면 변수 선정이 한정적이라는 한계를 지닌다. 향후 연구에서는 순수예술 관람객과 비관람객의 차이를 보다 심층적으로 이해하기 위해 문화예술에 대한 인식, 태도 등 심리적 변인을 고려할 필요가 있다. 또한 젊은 층을 중심으로 디지털기기를 통한 문화관람이 확산하고 있으므로 이들의 행태를 분석하거나 팬데믹 이후 관람 행동과 결정요인의 변화를 파악한다면 급속한 환경 변화 속에서 문화예술 시장이 활성화되고 안정적으로 성장할 수 있는 정보를 제공할 수 있을 것으로 예상된다.

References

[1] Ministry of Culture, Sports and Tourism, “2021 Survey on the performing art”, gokams.or.kr, https://www.gokams.or.kr/05_know/data_view.aspx?Idx=1139, (accessed March 5, 2022).

[2] Korea Performing Arts Box Office Information System, “Performing statistics”, kopis.co.kr, https://www.kopis.or.kr/, (accessed March 8, 2022).

[3] Ministry of Culture, Sports and Tourism, “2019 National art and culture activity survey”, mcst.go.kr, https://www.mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pSeq=1769&pDataCD=0406000000&pType=02, (accessed March 5, 2022).

[4] D. Kim, H. Kum, “A study on diversity of cultural consumption: With focus on the dimensions of hybridity

and equality", Journal of Cultural Policy, vol. 32, no. 2, August 2018, pp. 115-144, doi: 10.16937/jcp.2018.08.32.2.115.

[5] C. Baik, S. Heo, "Cultural attendance differentials between baby-boomers and eco-boomers: Focusing on Oaxana-Ransom descomposition method, Review of Culture and Economy, vol. 23, no. 2, August 2020, pp. 135-166, doi: 10.36234/kace.2020.23.2.135.

[6] J. Park, H. Shin, "An analytical comparison of cultural capital and omnivore perspectives: Applying Peterson(1992)'s model", Journal of Cultural Policy, vol. 32, no. 2, August 2018, pp. 57-86, doi: 10.16937/jcp.2018.08.32.2.57.

[7] S. Jang, "Features and influential factors of the cultural omnivorousness: Jeollabukdo province case", Korean Journal of Local Government & Administration Studies, vol. 30, no. 4, December 2016, pp. 283-301, doi: 10.18398/kjlgas.2016.30.4.283

[8] N. Park, "A study on the comparison between exhibit and performance spaces in relation to characteristics of time-space and the possibility of converging", Journal of Korean Society of Communication Design, vol. 17, no. 2, December 2014, pp. 51-60.

[9] H. Park, S. Heo, "A study on the determinants of demand for arts and culture in Korea: Focus on the comparison between performance and exhibition", Journal of Arts Management and Policy, vol. 44, November 2017, pp. 69-93.

[10] Y. Ju, Y. Hong, "The effect of the cultural service attributes and cultural consumption propensity on the cultural services satisfaction: Focused on performance and exhibit", Journal of the Korea Contents Association, vol. 16, no. 12, December 2016, pp. 244-257, doi: 10.5392/JKCA.2016.16.12.244.

[11] H. Joo, "Comparative study of time/space in art exhibits and theatrical performances", Korea Society of Exhibition Design Studies, vol. 8, no. 1, January 2011, pp. 31-41.

[12] J. Sung, "A study of effect of cultural consumption capital on consumption of artistic-cultural goods", Review of Culture and Economy, vol. 15, no. 1, April 2012, pp. 67-93.

[13] J. Nam, S. You, "Comparison of the perceptions of professionals and consumers on the product attributes of and the expected benefits from performing Arts", Journal of the Korea Contents Association, vol. 15, no. 5, May 2015, pp. 66-77, doi: 10.5392/JKCA.2015.15.05.066.

[14] D. Jung, H. Kim, "A study on the effect of museum art exhibition service quality on customer satisfaction", Asia-Pacific Journal of Convergent Research Interchange, vol. 7, no. 5, May 2021, pp. 41-50, doi: 10.47116/apjcri.2021.05.05.

[15] S. Yoon, S. Heo, "The job satisfaction of artistic workers: An application of work-preference model", Journal of Cultural Policy, vol. 30, no. 2, August 2016, pp. 66-91, doi: 10.16937/jcp.30.2.201608.66.

[16] P. Bourdieu, Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste, Harvard University Press, 1984, doi: 10.4324/9781315680347-10.

[17] D. Kim, S. Heo, "A comparison of determinants of cultural attendance through new media and on-site", Review of Culture and Economy, vol. 23, no. 3, December 2020, pp. 33-60, doi: 10.36234/kace.2020.23.3.33.

[18] R. Peterson, "Understanding audience segmentation: From elite and mass to omnivore and univore", Poetics, vol. 21, no. 4, August 1992, pp. 243-258, doi: 10.1016/0304-422X(92)90008-Q.

[19] E. You, H. Jin, “The impact of cultural capital and economic capital on the consumption of cultural arts among baby boomer generation of South Korea”, Journal of Consumer Studies, vol. 27, no. 6, December 2016, pp. 79-193.

[20] E. Nam, J. Yee, M. Kim, “Do leisure activities make people happier?: The role of social capital and social leisure”, Korean Journal of Sociology, vol. 46, no. 5, October 2012, pp. 1-33.

[21] P. Zaninotto, E. Flalschetti, “Comparison of methods for modelling a count outcome with excess zeros: Application to activities of daily living”, Journal of Epidemiology & Community Health, vol. 65, no. 3, 2011, March 2011, pp. 205-210, doi: 10.1136/jech.2008.079640.

[22] J. Long, Regression Models for Categorical and Limited Dependent Variables, Sage, 1997.