

* 최 선 경

목차	Abstract
	I. 서론
	II. 이론적 배경
	III. 연구방법
	IV. 가설검증 및 결과
	V. 결론
	참고문헌

* 대구가톨릭대학교 공연예술학과 박사과정

논문투고일 : 2015.04.30.

심사일 : 2015.05.30.

게재확정일 : 2015.06.5.

A study on the effects of the audience satisfaction of the cultural experience of the Chong dong theater on the behavioral intentions

Choi, Sun-kyung
Catholic University of Daegu

This study aims at figuring out effects of the traditional culture experiences in theater on the audience's satisfaction and the behavioral intentions, re-viewing and the recommendation with the survey on the domestic and the foreign audiences who visited the Chong dong Theater. As a result of the analysis, first, the traditional culture experiences in the theater had positive influences on the audience's satisfaction and the behavioral intentions. Second, for the audience's satisfaction had positive influences on the audience's re-viewing and the recommendation the intentions.

Considering these, the various approaches and the experience programs for the Chong dong Theater, which is one of the main traditional performance theaters in Korea, should be continuously developed, and development of creative and an active experience program is urgent in order to satisfy changing demands of the domestic and the foreign audiences.

Starting from this study, an importance of the cultural experience program to raise satisfaction of both the domestic and the foreign audience, who visits theater, should be recognized. Furthermore, studies in various sociocultural perspectives should be done in order to prompt excellency of Korean culture and to induce concerns for Korean culture and Korea by developing more diverse and higher-quality cultural experience programs.

key words > theater, traditional cultural experience, audience satisfaction, behavioral intention

주요어 > 극장, 전통문화체험, 관람만족도, 행동의도

급속한 경제 성장과 함께 과학기술이 발달하고 교육수준이 향상되면서 삶의 목표와 방식도 달라졌으며, 의식주에 국한되었던 인간의 욕구는 문화적 욕구로 변화하고 있다. 이러한 욕구와 함께 문화에 대한 사회인식의 변화로 문화상품은 경쟁력을 갖게 되었으며 음악, 미술, 무용, 연극, 영화, 뮤지컬, 콘서트 등 다양한 문화예술 장르가 시대의 흐름과 대중들의 욕구에 맞춰 상품으로서의 가치를 높이고 있다. 특히 우리의 문화상품 중 하나인 한국전통무용은 서양의 춤과 구분되어지는 특색과 차별적인 매력을 지니고 있으며, 지난날로부터 계승되어져 내려온 고유의 무용으로서 우리민족의 역사와 문화를 담고 있다(황경숙, 2008:231-233). 하지만 아직까지도 외국에서 바라보는 한국은 문화 분야나 문화산업이 크게 발달한 선진국에 비하면, 매우 과소평가되는 경향을 접하곤 한다(최석렬, 2012:1). 이는 우리 문화가 우수하지 못해서가 아니라 외국인을 대상으로 하는 문화홍보 및 마케팅에서 전략적이지 못할 뿐만 아니라 관련 전통문화 프로그램이 부재하기 때문이다. 이처럼 다른 문화예술 장르에 비해 재정적 어려움을 겪고 있는 한국무용공연 시장의 현실을 파악하여 중장기적인 계획을 세우고 실행하는 것이 중요하며, 현 시장에서의 개발과 연구를 벗어나 새로운 수요를 창출해 낼 수 있는 틈새시장을 개발하고 투자하여 점차적인 발전을 해야 한다. 하지만 한국무용공연 시장의 환경으로 보았을 때, 한국무용 공연 자체만으로는 문화소비자의 관심 유도는 어려운 실정이다. 아무리 우수한 콘텐츠와 기획력 그리고 규모가 갖추어진 한국무용 공연이라 할지라도 근본적인 문제를 해결하지 못한다면 한국무용공연의 활성화는 어려울 것으로 보인다. 결국, 새로운 시장을 확보하지 못한 상황에서 한국무용공연의 부흥을 기대하기는 어렵다고 할 수 있다. 이 같은 근본적인 문제의 해결방안은 한국무용공연 시장에 새로운 수요를 창출해낼 수 있는 시장을 확장하는 것으로 방한 외국인 관광객을 활용하는 것이다. 한국관광공사의 「한국관광통계」(2011)에서는 2020년 2천만 명의 외국인 관광객이 한국을 방문할 것으로 전망하고 있으며, 이처럼 수많은 외국인 관광객을 단순 관광을 목적으로 한 관광객으로만 보는 것이 아니라 문화 소비자로 전환하여 공연예술 관객으로 확보하는 것이다. 그러기위해 외국인 관광객의 흥미를 유발시키고 정보를 제공하는 마케팅 전략이 필요하다(김혜진, 2013:2).

공연예술은 공연작품과 극장을 분리하여 생각할 수 없는 현장예술로 공연 예술의 완성도 제고 및 경쟁력 강화 차원에서 극장은 그 의미와 중요성을

더해가고 있다. 최근에는 극장이 문화 교류의 장, 체험 공간의 장으로서의 역할이 필요시 되면서, 국내 극장에서는 매년 다양한 교육프로그램과 예술프로그램, 체험프로그램을 개발하여 열린교육을 지향하고 있다. 그러나 현재 국내 극장의 교육, 예술, 체험프로그램은 내국인을 대상으로 하는 것이 대부분이며, 한국의 문화와 예술을 향유하고 배우기 위해 극장을 찾는 외국인을 위한 문화체험프로그램은 거의 마련되어 있지 않고, 그에 대한 연구도 거의 이루어지지 않고 있는 실정이다(최선경, 2012:2).

김혜진(2013:105)은 외국인 관광객의 공연관람 선택 요인으로 한국문화체험이 유의한 영향을 미친다고 하였으며, 이는 전통문화체험이 극장을 방문한 외국인 관광객들에게 중요하게 적용함을 시사해주고 있다.

따라서 본 논문은 한국무용이 보다 많은 대중과 소통할 수 있는 방법을 모색하는데 그 목적을 두며, 국내외 널리 선전하고 있는 정동극장을 방문한 관광객들을 대상으로 극장의 전통문화체험이 관객의 관람만족도와 행동의도 즉 재 관람의사와 추천의사에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 살펴보고자 한다.

이를 통해 문화체험공간으로서 극장의 역할과 국내외 관객을 대상으로 하는 전통문화체험프로그램의 중요성을 인식하고 나아가 국내관광산업의 경쟁력을 강화시킬 수 있는 더 다양하고 수준 높은 극장의 문화체험프로그램의 개발과 연구에 대한 필요성을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 정동극장의 전통문화체험

1) 정동극장과 '미소' 공연

정동극장(Chong-dong theater, 貞洞劇場)은 1995년 6월 17일에 개관한 객석 400석의 중규모 공연장으로, 신극과 판소리 전문 공연장으로 문을 열었던 '원각사의 복원'을 이념으로 설립되어 한국의 전통 공연의 명맥을 이어오고 있는 주요한 극장이다. 국립극장의 부설로 설립된 정동극장은 1997년 재단법인으로 독립하면서 문화공연의 상품화라는 맥락 아래 극장 안에 마케팅 팀을 만들어 '전통 예술무대'를 기획하였다.

공연장으로서는 최초로 전통예술을 관광 상품화한 정동극장의 상설국악공연인 '전통예술무대'는 1997년부터 14년간 3,700회가 넘는 공연으로, 전 세계 65만 관객을 모았다. 그 후 2008년 한국의 사계절을 소재로 한 '미소(美笑, MISO)'로 공연명을 바꾼 뒤, 2010년에는 한국 고전소설인 춘향전을 뮤지컬 형태로 각색한 '미소2-춘향연가'를 무대에 올리고 있으며, 외국인 관객들의 열띤 호응으로 국·시립 단체로는 처음으로 전용관을 개관하였다.

한국 전통 춤과 소리, 기악 연주, 사물놀이 등 전통적인 장르를 종합 예술형태로 드라마틱하게 재구성한 '미소'는 세계유네스코 세계대회 초청공연, 상해엑스포 폐막 초청공연, 한·일축제한마당 특별초청 공연, 한·아세안특별정상회의 특별공연, KBS G20 축하공연 등 각종 국제행사 및 해외공연에도 초청되어 세계적으로 호평을 받고 있는 공연이다.

한국 관광 필수코스 자리 잡은 '미소' 공연은 2010년 8월 18일 대만 타이페이 Taipei International Convention Center(TICC)에서 가수 신혜성의 크로스오버 공연 'Korean Crossover Miso & Shin Hea Sung'으로 대만 관객에게 K-POP 한류를 넘어 가장 한국적인 문화로 전통 한류를 선보였으며, 또한 2011년 11월에 열린 아시아 최대 규모의 2011 국제 관광 박람회(TITF)에서는 61개국 850개 단체가 참가한 가운데 정동극장의 전통뮤지컬 '미소'가 최우수작품상을 수상하였다.

이러한 결과는 한국전통문화의 우수성과 공연예술이 문화관광 상품으로서의 역할을 할 수 있다는 것을 확인 할 수 있는 좋은 사례이며, 나아가 공연예술의 관광 상품화를 통해 국가 이미지 제고, 사회적 기여, 경제적 기여 등의 다양한 가능성을 제시하고 있다(정동극장).

표 1. 정동극장 연혁

년도	내용
2011	정동극장-경주세계문화엑스포 MOU 체결(경주미소공연제작)
2010	최정임 극장장 취임
2010	정동극장 '미소'전용관 운영
2010	'미소' 4시 공연 신설 (하루 2회 공연 운영)
2010	정동극장-경주시 MOU 체결(경주미소공연제작)
2009	SFCC (서울외신기자클럽)의 2009 공연작품상 수상
2008	공연명 '미소' 변경
1997	전통예술무대 상설공연 시작
1996	문화관광부 관리위탁(사단법인 국립중앙극장예술진흥회)
1995	개관(국립중앙극장 분관체제로 운영)

2) 정동극장의 전통문화체험프로그램

정동극장은 지난 10여 년 동안 다양한 전통 공연으로 관객에게 가까이 다가가는 노력을 기울여 왔다. 전통예술의 발전과 보급을 중요한 운영목표로 삼아 한국의 아름다운 전통문화를 국내외 관객들에게 널리 알리며, 동시에 다양한 문화체험의 기회를 제공하고 있다(정동극장).

정동극장은 관객의 70~80%인 외국인 관객들을 위하여 공연 중에는 영어·일본어·중국어 자막서비스를 제공하며, 외국인 관객들이 참여할 수 있는 장구체험과 전통의상체험 프로그램을 연중 상설 운영하고 있다.

장구체험은 공연 시작 1시간 전에 신청자에 한해 장구를 직접 쳐볼 수 있으며, 외국인 관객을 위한 통역서비스를 제공하고 있다. 장구체험은 직접 공연에 출연하는 장구전문가가 교육을 하며, 1인당 1개의 장구를 직접 만져보고 설명을 들을 수 있으며 장구의 특징과 한국 전통 가락인 굿거리, 자진모리, 휘모리, 인사굿 장단을 배울 수 있다. 또한 체험이 끝난 후에는 정동극장에서 발급하는 정동극장 공식 수료증을 받을 수 있다.

전통의상체험은 공연이 시작하기 전 미리 도착한 관객들에게 체험의 기회를 제공한다. 왕과 왕비의 의상부터 전통혼례의상까지 다양한 한국 전통의상을 체험해볼 수 있으며, 각 의상에 대한 설명도 들을 수 있다. 또한, 전통의상을 입고 사진 촬영도 가능하다(최선경, 2012:33).

<p>장구교실</p>   <p>신명나는 사물장단을 출연자에게 직접 배울 수 있는 특별한 시간입니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> · 시간 : 연중내내 15:00~15:30 / 19:00~19:30(2회) -매주 일요일 휴관- · 장소 : 정동극장 무대 · 예약 : 정동극장 고객지원실 02-751-1500 -체험이 끝나면 장구교실 수료증을 드립니다. -8개월 전 오전 10시까지 예약 필수 · 가격 : 15,000원 	<p>전통의상체험교실</p>   <p>왕과 왕비의 의상부터 전통 혼례의상까지 다양한 한국 전통 의상을 체험 하실 수 있습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> · 시간 : 연중내내 15:00~16:00 / 19:00~20:00(2회) -매주 일요일 휴관- · 장소 : 정동극장 무대 · 내용 : 전통의상 50벌 상시 구비(어린이용 의상 별도 포함) · 예약 : 정동극장 고객지원실 02-751-1500 · 가격 : 5,000원
--	---

그림 1. 정동극장의 전통문화체험프로그램(정동극장 홈페이지)

2. 관람만족도와 행동의도

1) 관람만족도

고객만족은 마케팅활동의 중요한 목표로, 소비자의 태도 변화, 충성도, 추천의도 등과 같은 구매 후 현상과의 연결고리 역할을 수행하며, 고객만족도는 고객의 필요와 기대에 부응한 결과로서 상품과 서비스의 반복구매가 이루어지고, 고객의 신뢰감이 연속되는 상태라고 할 수 있다.

이와 같이 공연에 있어서의 고객만족, 즉 관람만족도는 개별적인 소비자의 관람 행동에 따라 나타나는 심리적인 감정 상태로, 관객이 공연을 관람한 후 느끼는 정도라고 정의할 수 있겠다. 많은 사람들은 관람활동의 내적 보상이 만족스러울 때, 그 활동에 대하여 더욱 적극적이 되며 쉬운 물입이 일어난다. 이는 주관적인 지각에 의하여 많은 영향을 받게 되고 미래행동의 동기로서 작용하여 관람활동에 참가하는 중요한 결정요인으로 작용하게 된다(이정직, 2011:40).

이처럼 관람만족이 중요한 이유는 그것이 공연에 대한 소비자의 태도 변화, 충성도, 행동의도 즉 재 관람의사와 추천의사 등에 영향을 미치기 때문이다. 그러므로 공연을 담당하는 마케팅 관리자들은 관객의 관람만족을 우선으로 하여 마케팅 전략을 수립하고, 보다 체계적이고 적극적인 노력을 기울여야 한다.

2) 행동의도

행동의도는 고객이 어떤 대상에 대한 태도를 형성하여 특정 미래의 행동을 보이거나 하는 개인의 의지와 신념이며(Boulding, Kalra, Saelin, & Valarie, 1993), 행동을 예측하기 위한 중요한 요인으로 개인의 주관적 감정이다(Ajzen & Fishbein, 1977).

재 관람의사는 개인의 계획된 미래 행동을 의미하는 것으로, 본 연구에서 재 관람의사는 재 구매의도와 같은 개념으로 서비스 및 품질 관람환경에 대한 고객의 평가에 따라 결정되는 관람자의 행동을 의미한다. 즉, 공연 관람 후에 일정 기간 동안 지속적으로 해당 공연장을 방문하고 공연을 다시 관람하고자하는 반응을 의미한다.

고객만족이 재 구매의도에 긍정적 영향을 끼친다는 의견을 입증하는 연구결과에 대해 많은 연구자들이 동의하고 있는 것이 현실이다. Newman & Werbel(1973)은 만족 고객이 불만족 고객보다 재 구매가능성이 현저하게 높다

는 것을 보여주었고, Anderson & Sullivan(1993)은 만족이 재 구매의도에 긍정적인 영향을 끼치는 결과를 보여주었다. Bitner(1990)는 만족도와 재 이용의도와는 매우 밀접한 관계가 형성된다고 하였는데 이를 토대로 관람만족도는 재 관람의사에 영향을 미치는 요인으로 설명될 수 있을 것이다.

추천의사라는 개념은 1954년 Fortune지에 소개된 William의 고전적 마케팅 연구에서 비롯되었다. 추천은 구전현상의 하나로 개인적 경험을 통해 얻어진 긍정적인 내용과 부정적인 내용이 내포되어 있는 정보를 교환하는 커뮤니케이션 행위로, 추천의사는 장기적 관점에서 기업의 이윤이나 성과에 있어 가장 핵심적인 개념으로 인식되고 있다.

고객만족의 결과로 얻어지는 효과는 기업의 지속적인 성장과 수익성에 매우 중요하다. 만족한 고객은 재 구매를 하며 고정고객이 되고 만족한 고객이 전하는 구전효과는 신규고객을 만들 수 있다(이유재, 1994:202-213). 그러므로 관람객의 긍정적 구전활동은 극장운영자와 마케팅 관리자에 매우 중요한 성과지표가 될 수 있다.

Ⅲ. 연구방법

1. 가설설정

본 연구에서는 극장의 전통문화체험이 관객의 관람만족도와 행동의도 즉, 재 관람의사와 추천의사에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고, 관람만족도가 행동의도에 미치는 영향관계를 알아보고자 한다.

가설 1 극장의 전통문화체험은 관객의 관람만족도와 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1 극장의 전통문화체험은 관객의 관람만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2 극장의 전통문화체험은 재 관람의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3 극장의 전통문화체험은 추천의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2 관람만족도는 관객의 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1 관람만족도는 관객의 재 관람의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2 관람만족도는 관객의 추천의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2. 연구대상

본 연구는 전통문화체험프로그램을 시행하고 있는 정동극장을 방문한 국내의 관객들을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

정동극장은 우리나라 최초의 근대식 극장 원각사를 복원한다는 역사적 소명을 가지고 탄생한 극장으로 한국 공연예술에 있어 근대 예술정신의 시초이며, 전통과 현대가 어우러지는 문화적 완충지대의 현장이다.

이러한 역사적 의미와 예술정신을 바탕으로 정동극장은 지난 10여 년 동안 다양한 전통공연으로 관객에게 가까이 다가가는 노력을 기울여 왔으며, 관객들에게 전통문화체험의 기회를 제공하고 있다(정동극장).

또한, 관객의 70-80%인 외국인 관객들을 위하여 공연 중에는 영어·일본어·중국어 자막서비스를 제공하며, 외국인 관객들이 참여할 수 있는 장구체험과 전통의상체험 프로그램을 연중 상설 운영하고 있다.

3. 조사 및 분석방법

본 연구논문의 목적을 수행하기 위해 정동극장을 방문한 국내외 관객을 대상으로 설문조사를 실시하였고, 이를 위해 영어, 일본어, 중국어로 번역된 공통된 설문지를 작성하였다.

본 조사를 하기에 앞서 3일간의 예비조사를 먼저 실시하였고, 예비조사로 도출된 결과를 바탕으로 연구의 목적에 맞지 않는 문항이나 문제가 제기된 문항을 수정·보완하여 설문지를 재조정하였다.

본 조사는 편의표본추출법 *convenient sampling method*을 사용하여 7일간 총 250부의 설문지를 배포하여 분석하였으며, 이 중 부분적인 무응답 설문지와 불성실한 응답을 제외한 235부가 최종 분석에 사용되었다.

입력된 자료는 SPSS 18 통계 프로그램을 활용하여 자료를 분석하였으며,

분석방법은 빈도분석frequency, 신뢰도분석reliability analysis, 독립 t-검증, 상관관계분석correlation analysis, 단순회귀분석simple regression analysis을 실시하였다.

IV. 가설검증 및 결과

1. 표본 특성분석

표본 대상의 분포는 235명의 표본 중 외국인이 178명(75.7%)으로 한국인 57명(24.3%)보다 약 3배 정도 많았고, 국가별로 살펴보면 중국이 70명(29.8%)으로 가장 많았으며, 한국 57명(24.3%), 일본 44명(18.7%), 미국 21명(8.9%), 유럽 10명(4.3%), 대만 9명(3.8%)순으로 나타났으며, 위에 있는 국가를 제외한 이용객이 24명(10.2%)을 차지하는 것으로 나타났다. 중국인들이 많은 분포를 차지하는 것은 한국이 아시아 대륙에 속해 있으며, 국가별로도 일본 및 중국과 가까운 거리에 접해 있기 때문에 한국을 방문하는데 타 지역 외국인들보다 수월하기 때문으로 해석할 수 있다.

남성과 여성의 비율은 각각 78명(33.2%)와 157명(66.8%)인 것으로 조사되었으며, 연령대는 20대가 63명(26.8%)으로 가장 많았으며, 30대가 50명(21.3%), 40대가 44명(18.7%), 50대가 35명(14.9%), 60대 이상이 31명(13.2%), 19세 미만이 12명(5.1%)인 것으로 나타났다. 직업에 있어서는 회사원이 58명(24.7%)으로 가장 높았으며 다음으로 가정주부 37명(15.7%), 학생 29명(12.3%), 전문직 26명(11.1%), 자영업 22명(9.4%), 공무원 17명(7.2), 교육직 13명(5.5%), 기타 33명(14%)의 순으로 나타났다. 결혼여부는 기혼이 131명(55.7%)이고 미혼이 95명(40.4%), 기타 9명(3.8%)으로 나타나 결혼을 한 가족 동반 관광객이 많음을 알 수 있다. 월 소득 분포에서는 200-299만원이 63명(26.8%)으로 가장 많았으며, 다음으로 300-399만원, 100-199만원, 100만원 미만, 400만원 이상의 순으로 나타났다.

조사대상자의 정동극장 이용 현황의 빈도 분석 결과, 처음 방문이 199명(84.7%), 다수 방문이 36명(15.3%)으로 나타났으며, 정동극장의 전통문화 체험

프로그램의 이용 현황에 대한 빈도 분석 결과, 장구체험이 28명(11.9%), 전통 의상체험이 39명(16.6%), 두 가지 모두 체험이 32명(13.6%), 무 체험이 136명(57.9%)으로 전체 조사대상자 235명 중 99명(42.1%)이 정동극장의 체험프로그램에 1개 이상 참여하였고, 나머지 136명(57.9%)은 정동극장의 체험프로그램에 참여하지 않았다.

2. 변수의 신뢰도 분석

신뢰도 분석(reliability analysis)이란 한 대상을 유사한 측정도구로 여러 번 측정하거나 한 가지 측정 도구로 반복 측정했을 때 일관성 있는 결과를 얻은 것을 말한다. 여러 측정항목들로 구성된 척도의 경우 Cronbach's α 가 가장 많이 사용되는 신뢰성 검증방법이므로, 본 연구에서는 Cronbach's α 를 측정하여 내적 일관성에 의한 신뢰성을 검증하였다. 신뢰도 분석 결과, <표 1>과 같이 Cronbach's α 값은 .903으로 비교적 높게 나타났으므로 문항들의 신뢰도가 확보되었다고 판단하고 추후 분석을 실시하였다.

표 2. 관람만족도에 대한 신뢰도 분석

관람만족도	Cronbach's α
공연에 대해 전반적으로 만족한다.	.903
공연의 작품 내용은 재미있고 흥미로웠다.	
공연의 작품 내용을 쉽게 이해할 수 있었다.	
공연을 통해서 한국 전통문화를 이해하는데 도움이 되었다.	
공연은 연주자/무용수가 조화를 이루어 작품의 완성도가 훌륭했다.	
공연과 무대의상이 조화를 이루었다.	
공연의 악기구성 및 음색이 좋았다.	
공연을 보고 기대했던 것만큼의 감동을 받았다.	
공연은 오랫동안 기억에 남을 것 같다.	
공연의 가격은 적당하였다.	

3. 가설검증 및 결과

가설을 검증하기 전에 변수들이 어느 정도의 관련성을 갖는 지를 알아보기 위해 상관관계분석을 실시하였다. 상관관계분석을 실시한 결과, 아래 <표 3>

에서 나타난 바와 같이 재 관람의사와 추천의사에서의 상관관계가 .564로 가장 높게 나타났고, 관람만족도와 재 관람의사는 .554, 그리고 관람만족도와 추천의사는 .508로 가장 낮게 나타났으며, 모든 변인들에서 통계적으로 유의한 상관관계가 나타났다($p < .01$).

표 3. 각 변수간의 상관관계 분석

	관람만족도	재관람의사	추천의사
관람만족도	1		
재관람의사	.554**	1	
추천의사	.508**	.564**	1

** $p < .01$

가설 1 극장의 전통문화체험은 관객의 관람만족도와 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1 극장의 전통문화체험은 관객의 관람만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2 극장의 전통문화체험은 재 관람의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3 극장의 전통문화체험은 추천의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

극장의 전통문화체험에 따른 관람만족도, 재 관람의사, 추천의사의 차이를 규명하기 위해 독립 t-검정을 실시하였으며, 그 결과는 <표 4>과 같다. 분석 결과, 극장의 전통문화체험이 관객의 관람만족도와 행동의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 유의수준 .005하에서 통계적으로 유의한 결과를 보여 모두 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설1 극장에서의 전통문화체험은 관객의 관람만족도와 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 채택되었다.

표 4. 전통문화체험에 따른 관람만족도, 재 관람의사, 추천의사의 차이 검증

	체험유무	N	평균	표준편차	t 값	유의확률
관람만족도	체험	99	4.0525	.60598	7.476	.000
	무 체험	136	3.4243	.65710		
재관람의사	체험	99	4.0525	.747	8.268	.000
	무 체험	136	3.4243	.908		
추천의사	체험	99	4.34	.745	9.419	.000
	무 체험	136	3.22	1.001		

가설 2 관람만족도는 관객의 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

관객의 관람만족도가 행동의도 즉, 재 관람의사와 추천의사에 미치는 영향을 분석하기 위하여 단순회귀분석을 실시하였다. 아래의 <표 5>에 의하면 관람만족도는 재 관람의사에 30.7%($R^2 = .307$)로 관람만족도는 유의한 영향력($\beta = .554$)을 미치는 것으로 나타났으며, 관람만족도는 추천의사에 25.8%($R^2 = .258$)로 관람만족도는 유의한 영향력($\beta = .508$)을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 유의수준 .005하에서 통계적으로 유의한 결과를 보여 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설2 관람만족도는 관객의 재 관람의사, 추천의사에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 채택되었음을 알 수 있다.

표 5. 관람만족도에 따른 재 관람의사, 추천의사에 대한 단순회귀분석

독립변수	종속변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	R ²	F
		B	표준오차	β				
관람만족도	재관람의사	.547	.278	.554	1,969	.050	.307	103.026
		.750	.074		10,150	.000		
재관람의사	추천의사	.888	.317	.508	2,799	.006	.258	81.075
		.761	.084		9,004	.000		

V. 결론

최근 들어 한국을 방문하는 외국인 관광객 수가 꾸준히 증가하고 있으며, 특히 한국 방문 시 전통문화예술 공연, 전통문화체험, 역사문화탐방 등을 희망하는 관광객의 수가 증가하고 있다.

한국전통문화에 대한 지속적인 관심과 극장의 방문객을 늘리는 방법으로 체험은 매력적인 요인이 될 수 있다. 이에 본 연구는 정동극장 방문객을 대상으로 극장에서 배우고 즐길 수 있는 전통문화체험프로그램이 관객의 관람만족도와 행동의도에 어떤 영향을 미치는지를 확인하고자 하였다.

본 연구의 목적을 달성하기 위해 관련 문헌 검토를 통한 이론적 고찰과 선행 연구 검토를 통해 이론적 토대를 세우고, 설문을 통한 실증조사와 그 결과에 대한 분석을 실시하였다.

연구가설 검증결과를 살펴보면 아래와 같다.

첫째, 극장의 전통문화체험이 관객의 관람만족도와 행동의도에 미치는 영향에 대해 분석한 결과, 극장의 전통문화체험이 관객의 관람만족도와 행동의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 선행연구에서 이재만(2009:377)은 체험프로그램의 다양성이 관광객의 만족도에 정의 영향을 미친다고 하였으며, 조태영과 서태양(2009:368)은 문화관광체험은 행동의도에 정의 영향을 미친다고 보고하고 있다.

둘째, 관객의 관람만족도와 행동의도의 관계에서 영향력을 검증한 결과 행동의도 즉, 재 관람의사와 추천의사는 모두 관람만족도에 영향을 받는 것으로 나타났으며, 이러한 결과를 토대로 관객의 관람만족도는 행동의도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다. 이재만(2009:377)은 축제체험프로그램의 만족이 재 방문의사에 유의한 영향을 미친다고 하였으며, 조선휘(2005:95)는 무용공연에서 나타나는 소비자들의 관람만족은 재 관람의도에 정의 영향을 미친다고 보고하였다. 또한, 박은영(2012:89)은 관람만족은 추천의도에 정의 영향을 미친다고 보고하고 있다.

이상과 같은 연구의 결과를 종합하여 보면, 극장에서의 문화체험은 관람객의 관람만족도와 행동의도에 긍정적인 영향을 미치고 있으며, 관람만족은 재 관람의사와 추천의사로 이어지는 중요한 요소이기에 극장을 방문한 관람객에 대한 전반적인 만족도를 높여 재 관람과 추천의사를 높일 수 있도록 국내외 관람객을 위한 더 다양한 문화체험프로그램이 많이 개발되어야 할 것으로 사료된다.

또한, 앞으로는 한국의 대중문화뿐 아니라 한국 고유의 문화, 생활양식 등 한국 전반에 대해 관심을 가지고, 한국의 전통문화를 체험할 수 있는 다양한 문화체험프로그램을 개발하여 우리 문화의 우수성을 세계에 알리고, 한국문화 자체에 대한 관심과 한국이라는 국가에 대한 관심 증가로 이어지도록 다양한 차원에서의 연구와 개발이 이루어질 필요가 있다.

마지막으로 본 연구는 특정 극장만을 조사 분석한 연구로 표본의 일반화에 대한 제한적 이해와 해석이 요구되어지며, 이러한 점을 고려한 다양한 극장에서의 분석이 이후의 연구에서는 보다 세부적으로 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- 김혜진(2013). "방한 외국인 관광객 대상 한국무용공연 마케팅 전략 연구", 미간행, 석사학위논문, 세종대학교 대학원.
- 박은영(2012). "무용공연관광객의 마케팅믹스와 관여도, 관람만족, 추천의도의 관계분석", 미간행, 박사학위논문, 동신대학교 대학원.
- 서태양, 조태영(2009). "안동 하회마을 문화관광체험이 관광만족과 행동의도에 미치는 영향", **한국콘텐츠학회, 한국콘텐츠학회논문지**, 9(7), 361-370.
- 이유재(1994). "고객만족의 결과 변수에 대한 이론적 연구", 서울대학교 경영연구소, **서울대학교 경영논집**, 28(3·4), 129-162.
- 이재민(2009). "지역축제 체험프로그램 만족이 재방문의사에 미치는 영향", **한국콘텐츠학회, 한국콘텐츠학회논문지**, 9(9), 370-379.
- 이정직(2011). "뮤지컬·발레 공연 관람 만족도와 충성도를 위한 공연이벤트에 관한 연구", 미간행, 박사학위논문, 세종대학교 대학원.
- 조선하(2005). "무용 공연예술산업 활성화를 위한 관객 유입 전략", 미간행, 박사학위논문, 목포대학교 대학원.
- 최석렬(2012). "정동극장 상설공연 '미소'에 대한 성공요인분석", 미간행, 석사학위논문, 단국대학교 대학원.
- 최선경(2012). "극장의 전통문화체험유무와 국적에 따른 관람만족도의 차이에 관한 연구", 미간행, 석사학위논문, 홍익대학교 대학원.
- 한국관광공사(2011). **한국관광통계**.
- 황경숙(2008). "한국전통무용의 대중화 방안", 한국체육철학회, **한국체육철학회지**, 16(3), 229-239.
- Ajzen, I. & Fishbein, M.(1977). "Attitude-behavior relations", *Psychological Bulletin*, 84(5), 888-918.
- Anderson, E. W. & Sullivan, M. W.(1993). "The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms", *Marketing Science*, 12(2), 125-43.
- Bitner, M. J. Booms, B. M. & Tetreault, M. S.(1990). "The Service Encounter : Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents", *Journal of Marketing*, 54(1), 71-84.
- Boulding, W. ,Kalra, A. , Saelin, R.& Valarie, A. Z.(1993). "A dynamic process model of service quality", *Journal of Marketing Research*, 1(20),7-27.
- Newman, J. W. & Werbel, R. A.(1973). "Multipartite Analysis of Brand Loyalty for Major House hold Appliances", *Journal of Marketing Research*, 10, 404-409.
- 정동극장 홈페이지, www.chongdong.com