

김 미 숙 교수지도

석사학위 청구논문

클래식 음악공연 티켓가격의
적정성 조사 연구

2007

성신여자대학교 교육대학원

교육학과 음악교육전공

김 윤 전
클래식 음악공연 티켓가격의
적정성 조사 연구

김 미 숙 교수지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2007년 5월

성신여자대학교 교육대학원
교육학과 음악교육전공

김 윤 전

인 준 서

김 윤 전의 석사학위 논문으로 인준함.

심사위원 _____ 인

심사위원 _____ 인

심사위원 _____ 인

성신여자대학교 교육대학원

논문 개요

이 연구는 평소에 좋아하는 유명 연주가의 음악회를 고가의 티켓가격으로 인해 관람여부를 망설인 실제 사례에 대한 문제의식에서 출발한 실태조사 연구이며, 클래식 음악공연의 활성화를 위한 티켓가격 적정성의 여부를 알아보는 데 목적이 있다. 단행본과 논문자료, 언론기사 등을 통한 문헌 연구를 실시하여 예술교육의 당위성과 클래식 음악공연의 필요성에 관한 이론적 근거를 제시하였다. 그리고 연구보고서를 통하여 현재 한국의 클래식 공연문화의 실태와 서양에서 시작 된 클래식 음악공연인 점을 고려하여 외국의 사례를 비교분석 함으로써 앞으로 나아갈 방향을 제시하고자 하였다.

연구 목적 달성을 위한 실태조사는 서울지역의 20대~40대의 일반인을 상대로 학교, 공공장소, 회사 등에서 실시하였으며 조사 결과는 다음과 같다.

1. 응답자의 인적사항은 191명의 응답자 중 20대 67명, 30대 61명, 40대 63명으로 조사되어 상대적으로 20대의 응답자가 많이 차지하고 있는 것으로 나타났다.
2. 문화생활의 실태에서 20대의 응답자는 약 한 달에 한번 문화생활을 하는 사람이 가장 많았고, 30대와 40대 응답자의 대다수는 약 서너 달에 한 번씩 문화생활을 하는 것으로 나타났다. 선호하는 공연 장르는 응답한 모든 연령대에서 영화를 가장 많이 보는 것으로 나타났다. 하지만 연령대가 높을수록 영화보다는 연극과 클래식 공연을 선호하는 비율이 상대적으로 높아지는 것으로 나타났다. 선호하는 이유는 '경제적으로 부담되지 않은 가격'이라는 의견이 가장 많았다.
3. 클래식 음악의 관심도에서 응답자의 대다수는 클래식 음악에 대해서 '교육적이고 유익하며 정서적으로 좋은 문화의 하나'로 생각하는 것으로 나타났고, 상당수가 무료로 감상할 기회가 주어진다면 가겠다고 응답하여

클래식 음악에 대한 관심이 높은 것으로 나타났다. 반면, 알고 있는 클래식 음악가의 수는 비교적 많지 않은 것으로 나타나 높은 관심도와는 다른 결과가 나왔다.

4. 클래식 음악공연의 티켓가격에 관한 견해에서 응답자들 다수는 좋아하는 연주가의 공연이라도 비싸다면 가지 않겠다고 응답했고, 비싼 공연의 매진에 대하여 경제적으로 구매받지 않는 사람들이 부럽다고 했으며, 특권의식의 상징이라고 답한 응답자도 있었다. 특히 응답자의 희망 적정가격은 최근 유명 음악가의 연주회 티켓가격과 현저한 차이를 나타내고 있는 것으로 조사 되었다.

비싼 티켓 가격은 대중들에게 높은 벽으로 작용하고, 현실적으로는 클래식 공연을 가까이하기 부담스럽고 거리감을 느끼는 것으로 나타나, 클래식 공연의 활성화와 대중들에게 유익한 문화를 제공하기 위해서는 반드시 해결해야 할 과제이다.

목 차

논문 개요

I. 서론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	1
2. 연구의 내용 및 방법	3
3. 연구의 제한점	4
II. 이론적 배경	5
1. 예술교육의 가치	5
2. 클래식 공연의 필요성	7
3. 티켓가격의 정의 및 특성	9
4. 한국의 클래식 공연문화	12
5. 외국의 클래식 공연문화	17
III. 연구방법 및 절차	26
1. 연구대상 및 범위	26
2. 연구 도구	26
IV. 조사결과 분석	28
1. 응답자의 연령분포	28
2. 공연관람 실태	28

3. 클래식 음악공연의 관심도와 견해	31
4. 클래식 음악공연의 티켓가격에 관한 견해	34
5. 기타의견	40
V. 결론 및 제언	42

참 고 문 헌

ABSTRACT

부 록

표 목 차

〈표 1〉 유명 오케스트라 티켓가격 비교	10
〈표 2〉 2005년 양악공연 연도별 부문별 현황	13
〈표 3〉 국내 공연장 객석 규모 현황	14
〈표 4-1〉 예술의 전당 클래식 음악회 티켓가격	16
〈표 4-2〉 세종문화회관 클래식 음악회 티켓가격	17
〈표 5〉 일본의 공연 참여인구	21
〈표 6〉 가계지출에서 문화여가 지출비의 비율	24
〈표 7〉 내용별 설문지 문항 분류	27
〈표 8〉 응답자의 연령분포	28
〈표 9〉 공연관람 횟수	29
〈표 10〉 선호하는 공연 장르	30
〈표 11〉 선호하는 공연 선택의 이유	31
〈표 12〉 클래식 음악에 대한 견해	32
〈표 13〉 클래식 음악의 관심도	33
〈표 14〉 클래식 공연에 관한 관심도	34
〈표 15〉 좋아하는 연주가의 비싼 공연 티켓가격	35
〈표 16〉 매진된 고가의 클래식 공연에 대한 입장	36
〈표 17〉 40만원의 클래식 음악공연에 대한 견해	37
〈표 18〉 티켓가격과 청중들 매너 및 수준의 연관성	37
〈표 19〉 가격이 클래식 공연 감상에 미치는 영향	38
〈표 20〉 클래식 공연의 희망 적정가격	40

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

20세기를 산업발달의 시대로 정의를 내린다면, 21세기는 문화의 시대가 될 것이라는 사회학자들의 주장과 예측들이 쏟아지고 있는 오늘날¹⁾, 수많은 장르의 예술 공연들이 이미 대중들의 삶에 깊숙이 자리를 잡아가고 있다. 주5일 근무제 시행이 점차 확산 되어감에 따라 과거 그 어느 때보다 여가 시간에 대한 선택권이 커지면서 각종 문화 공연계에서는 다양한 소비자를 확보하기 위한 치열한 경쟁을 하고 있다. 또한 각종 비도덕적인 사회 문제들로 심각한 후유증을 앓고 있는 요즘 클래식 공연계에서는 인성 교육에 대한 회의와 함께 그 필요성에 대한 목소리를 높이고 있어 클래식 시장의 성장에 대한 잠재력으로 활용할 수 있으리라는 기대감이 작용하고 있다. 오늘날 새롭게 각광을 받고 있는 음악치료법에서도 클래식 음악을 통해 사람을 치료하는 방법을 활용함으로써 클래식 음악의 진가를 더욱 확실히 하고 있다.

그러나 이러한 클래식 음악을 공연장에서 자주 즐겨 듣는 것이 한국 공연계 실정에 비추어 볼 때 쉬운 일만은 아니다. 해마다 수많은 공연장에서 다양한 클래식 음악공연을 대중들에게 제공하고 있지만 티켓가격은 결코 대중적이지 않는 것이 현실이기 때문이다. 특히 외국의 유명 오케스트라나 연주자들이 내한공연을 할 경우 터무니없이 높은 가격으로 책정되어, 비난의 시선을 받고 있는 사례들이 늘어나고 있다.

최근 바이올리니스트 장영주와 빈 필하모닉의 내한공연에서 최고 40만

1) 김성우(1998). 「문화의 시대」, 민음사 p.53

원에 티켓가격이 책정되어 대중들은 물론 이 공연의 연주자들까지도 놀라게 했던 것이 그 대표적인 사례라 할 수 있다. 이는 해외의 클래식 공연 실정과 비교를 하더라도 유례없이 비싼 가격임을 알 수 있는데 최근 영국 런던의 바바칸 센터에서 빈 필하모닉 연주회는 65파운드(약 12만원)면 가장 좋은 자리에서 볼 수 있었다. 이번에 내한공연을 갖는 빈 필하모닉은 서울 공연을 마친 뒤 홍콩(24~25일), 시드니(27~30일)에서 공연을 하는데 그곳에서는 최고가 티켓이 21만~22만 원선이다. 같은 단체의 연주회인데도 서울이 홍콩, 시드니보다 두 배나 비싼 것이다.²⁾

공연주최 측에서는 좌석에 등급을 만들어 등급별로 가격을 다르게 책정하여 대중들에게 부담을 줄이고 클래식 공연의 대중화를 위해 노력하고 있다고 하지만 좌석 배치도를 살펴보면 고가의 좌석 등급이 전체좌석의 60~70%에 달하고 있어 본래의 명분이 퇴색되고 있는 실정이다.

클래식 음악공연은 남녀노소 할 것 없이 누구나 즐길 수 있고 교육적으로도 그 필요성이 강조되고 있지만 매번 지나치게 고가로 책정되어, 대중들에게 유익한 문화콘텐츠인데도 대중들로 하여금 신뢰를 얻고 있지 못할 뿐만 아니라 클래식 음악의 대중화에도 어려움을 겪고 있다. 여러 예술 문화 활동 중 그 어느 것보다 가장 오래 된 역사성을 가지고 있는 클래식 음악공연이 대중들에게 가장 가깝고 친숙한 문화 활동으로 인식되지 못하고 부담과 사치스러운 문화 활동으로 인식되는 현상은 대중들 모두에게 안타까운 일이다.

따라서 이 연구에서는 한해에 각 공연장에서 연주되는 클래식 음악공연의 종류와 그 티켓가격의 실태를 먼저 알아본 다음 부적절하게 높은 가격으로 판매된 공연에 대한 문제점을 지적하고 개선할 수 있는 방안에 대해서 모색하고자 한다. 이 연구의 목적은 클래식 음악공연의 활성화를 위하여 티켓가격 적정성의 여부를 알아보는 것이다. 문화의 시대라 불리는 21세기에

2) 중앙일보. 2006-9-20 “장영주도 놀란 티켓 값” [2면]

클래식 음악공연이 다른 장르의 예술 활동과 더불어 문화의 메카로 자리 잡아, 클래식 공연의 대중화와 질적으로도 보다 발전할 수 있는 기틀을 마련하고 더 이상 특권계층의 문화생활의 하나로 전락하지 않기 위해서 반드시 이러한 연구와 노력이 필요 할 것이다.

2. 연구의 내용 및 방법

이 연구에서는 클래식 음악의 필요성과 대중들에게 미치는 긍정적인 측면을 먼저 알아보고, 논란이 끊이지 않는 클래식 음악공연 티켓가격의 위화감 조성에 관한 비난과 문제점을 살펴본다. 이것은 대중들에게 더욱 가까이 다가갈 수 있는 계기를 마련하기 위한 연구이며 다음과 같은 연구 문제를 고찰한다.

첫째, 예술교육의 가치와 클래식 음악의 중요성을 살펴보고 클래식 음악공연의 필요성을 알아본다.

둘째, 한국 클래식 음악공연시장의 실태와 해외의 사례를 비교 분석하여 한국의 티켓가격 문제점과 외국의 구조적 차이를 살펴본다.

셋째, 클래식 음악공연에 대한 일반 대중들의 인식과 높은 티켓가격에 대한 체감지수를 제시한다.

넷째, 높은 티켓가격으로 인한 문제점을 살펴보고 해결할 수 있는 대안을 제시한다.

이 연구에서는 위의 연구 문제점들을 알아보기 위하여 클래식 음악과 관련된 논문, 기사, 서적 및 단행본 등을 통한 문헌연구를 하여 이론적 배경을

고찰한다. 이를 바탕으로 하여 대중들의 클래식 음악공연에 관한 견해와 특히, 공연 티켓가격에 관한 의견을 수렴하기 위하여 서울지역의 무작위로 선정된 사람들에게 설문 조사를 실시한다. 설문 조사는 학교, 회사, 공공장소 등 여러 장소에서 실시하며 회수 된 자료는 백분율로 분석한다.

3. 연구의 제한점

이 연구에서는 전국의 모든 클래식 공연장의 수와 공연의 종류를 일정기간동안 조사하기에 어려운 점이 있어 서울 지역에서 연주된 일부 공연으로 범위를 제한한다. 또한 이 연구의 현장조사는 서울지역의 20대~40대사이의 연령대로 제한했으며 일부의 대중들을 대상으로 실시되었으므로, 일반화하거나 확대 해석하는 데에는 무리가 있다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 예술교육의 가치

예술교육은 좁은 의미로 말하면 예술 그 자체의 창작과 감상, 기예를 가르치는 행위가 되지만, 넓은 의미로 해석하면 예술적 정신이나 기법이 활용되는 모든 형태의 교육을 포괄하는 것으로 심미적 체험을 통한 인격교육이다. 심미적 경험은 어떤 대상을 아름답다거나 추하며, 경건하거나 숭고하다는 등 한 대상을 뜻있는 정서의 표현으로 지각할 때 어디서나 일어난 경험을 말하는데 예술교육의 중심은 심미적 경험에서 비롯되어야 하며, 그것이 갖추어 질 때 예술 특유의 인식과 지적 형태(Form of Cognition)로 이루어질 수 있고, 정서와 지각으로 교육될 수 있으며 이것이 바탕이 되어 도덕성과 인격도 이루어질 수 있는 것이다.³⁾

오늘날 사회가 급격하게 변화하면서 현대인들은 이전에 경험하지 못한 새로운 혜택을 향유하고 있지만 수많은 사회적 부작용들이 나타나면서 늘어나는 생활의 풍요로운 혜택만큼이나 입는 피해도 적지 않다. 그 중 ‘인간성 상실’은 그 무엇보다 심각하며 여러 사회문제를 초래하고 있는데 이것을 회복하기 위해서는 인간의 분석적 사고나 이론적 사고가 아닌 조화적인 사고, 창조적인 사고의 교육이 더욱 필요한 것이다. 그러므로 창조성의 개발은 인간성 상실에 대한 대안으로서도 중요하며 이는 예술교육만이 지니는 교육적인 의의가 있다.⁴⁾

예술 활동은 그 무엇보다도 인간의 감성과 관련 있는 것으로 인간의 정서

3) 한명희(2002). 「교육의 미학적 탐구」, 집문당 p.113

4) 공병역(2004). 「현대사회에 있어서의 예술교육의 역할에 관한 연구: 인격형성을 중심으로」, 중앙대학교 산업예술대학교 대학원 p.48

에 많은 영향을 미치기 때문에 대중들은 신중하게 선택해야 하며 제작과정에서도 이러한 점을 고려해야 한다. 예술 활동의 하나인 예술 교육 역시 한국을 비롯하여 세계에서도 많은 연구나 정책들이 그 가치와 유용성을 뒷받침 하고 있고, 국제적인 문화 경쟁력을 갖기 위해서 예술인의 육성 부분도 그 필요성을 더 해가고 있다. 한국 축구가 국제무대에서 오랜 축구 강국들과 어깨를 나란히 할 수 있는 것은 일찍 해외에서 선진 축구를 익혀온 선수들의 몫이 컸다고 할 수 있는데 예술가의 해외 진출은 대개 10대와 20대 초반에 결정 난다는 점에서 스포츠선수보다도 이르다. 또 스포츠는 선수로서의 생명이 상대적으로 짧지만, 예술가는 세계적인 거장이 될 경우, 연륜이 높아질수록 예술적 명성이 더욱 커지는 특성을 감안할 때 어린 예술가의 국제적 자질을 양성할 수 있는 국가적 지원도 요구된다.⁵⁾

인간은 최소한의 기본적인 물질적 가치가 충족되었을 때, 물질주의를 대체하고 인간의 존재를 정당화 할 수 있는 다른 가치를 필요로 하며, 바로 미적인 것(the aesthetic)에서 그것을 찾을 수 있다. 예술의 생명이 ‘미적인 것’에 있고, 예술이 삶의 가능성을 표현한다는 점에서 인간의 일상적 경험의 세계를 기반으로 하고 있으며, 이러한 특성은 예술이 현실세계의 변화와 개조에 자극을 줄 수 있다는 점에서 교육 원래의 목적에 부합한다는 것이다. 교육의 목적은 사회의 바람직한 변화와 개조에 있기 때문이다. 또한 예술교육은 자유로운 정신과 창조적 통찰력을 표현하게 하는 등 조화로운 인성발달에 기여하므로 예술교육은 교육적 가치를 충분히 가지고 있다.⁶⁾

5) 한국문화관광연구원(2006). 「OECD 주요국가의 문화경쟁력 분석」, 한국문화관광연구원 p.257

6) 이용관(2004). 「관객개발을 위한 예술교육과 그 효과에 관한 연구: 미국과 한국의 공연예술기광을 중심으로」, 성균관대학교 대학원 박사학위 논문 p.25

2. 클래식 공연의 필요성

21세기가 시작된 오늘날, 문화의 시대라는 화려한 수식어와 함께 다양한 장르의 예술 공연들이 대중들에게 다가가고 있다. 그만큼 대중들이 문화 활동을 하는데 있어 다양한 선택이 가능해졌고 문화가 단순히 예술 활동을 넘어서 한 국가를 대표하는 문화산업으로 세계시장에서도 중요한 역할을 하는 사례가 늘어나고 있어, 그 위상을 높이고 있다. 한 예로 한국의 토종 ‘난타’ 공연이 국내에서의 대성공을 계기로, 국경을 넘어 브로드웨이에 진출 하여 부가가치 창출과 함께 한국문화를 알리는 문화사절단으로써의 역할도 분명하게 하고 있다.

그러나 대중들에게 선보이는 많은 예술 공연 중에는 지나치게 자극적인 전자음악 소리를 매체로 하거나 선정적인 내용들을 소재로 하여 오히려 사람들에게 해가 되는 예술 공연 또한 증가 하고 있어 문화 상업주의라는 비판과 함께 우려의 목소리가 높아지고 있다. 이렇게 급부상하는 새로운 장르의 예술 공연들과 함께 클래식 공연은 오래전 과거에서부터 지금까지 문화 활동의 가장 전통 있는 중요한 예술의 하나로 자리매김을 해오고 있다.

하지만 현대인들, 특히 청소년들은 클래식 공연에 대하여 지루하고 재미 없는 것으로 생각하고 기피하는 현상이 나타나고 있는데, 어릴 적부터 클래식 공연에 대한 경험부족에서 나타나는 결과라 할 수 있다. 이것은 공연산업의 특징 중 반복적인 경험을 통해 일정한 기호가 형성될 때 비로소 소비가 시작되는 경험재의 성격을 가진다는 것과 같은 맥락이라 할 수 있다.⁷⁾ 많은 청소년들이 즐겨 듣는 가요와 pop 음악이 비교적 자극적인 음색과 내용을 소재로 하고 있다는 사실을 언론에서도 방송을 통해 심각성을 보도한 바 있다. 이미 많은 청소년들의 정서가 자극적인 것에 노출되어 있어 무자

7) 고정민(2003). 「산업화에 접어든 공연예술(2003)」, 삼성경제연구소 p.1

극적인 클래식 공연은 상대적으로 재미없고 지루하며 싱겁게 느껴질 수밖에 없는 것이다. 이러한 자극적인 음악에 노출되어 즐겨 듣는 것은 정서적으로도 부정적인 결과와 부작용을 초래 할 수 있다.

최근 비도덕적인 사회 범죄들과 함께 특히 청소년들의 비행에 관한 연구 조사에 의하면 청소년 범죄율이 지난 30년 동안 약 3배 이상 증가하였고, 특히 단순한 인원수의 증가뿐만 아니라 인구규모의 변화를 고려한 인구 비에 있어서도 증가하고 있다.⁸⁾ 이 같은 결과를 볼 때 지금 청소년들에게 건전한 정서활동이 그 어느 때보다 필요하며 이는 교육적으로도 중요한 문제이다. 가족단위로 클래식 공연장을 자주 찾는 것은 정서적으로 좋은 기억과 함께 감성을 풍성하게 해주며 인성교육까지도 가능하게 한다. 따라서 클래식 음악공연에 대한 경험은 어린 시절부터 중요한 역할을 하며 특히 감수성이 예민한 청소년기에는 더 많은 영향을 미친다.

하지만 클래식 공연은 남녀노소를 불문하고 많은 사람들에게 이로운 것으로, 단지 그 중요성이 청소년에게만 국한 되는 것이 아니라 모든 이들이 동참하고 즐길 수 있다. 과거에 비해 현대인들이 여러 정신질환으로 고생을 하는데 이러한 현상 역시 건전한 정서적 활동이 부족한데서 오는 결과의 하나이며, 취미생활로써의 클래식 공연은 이러한 현상의 좋은 해답을 제공 할 수 있다.

문화의 시대에 걸맞게 다양한 문화 공연들이 새롭게 만들어지고 대중들에게 다가가고 있지만 모든 문화 공연들이 예술적이고 미학적인 것은 아니며 인간에게 정서적으로 부정적인 영향을 미치는 것도 있다. 이러한 시점에서 클래식 공연의 필요성과 중요성은 더욱 증가하고 있다.

8) 이장현(2004). 「청소년범죄의 동향에 관한 연구」,
論文集(PYONGTAEK REVIEW) p.40

3. 티켓가격의 정의 및 특성

관객은 객관적인 가치 측정이 어려운 예술 작품에 대해 가치를 가격으로 대체해 관람 결정을 하기도 하는데 예술에서 가격은 일반 제품의 가격 그 이상의 상징적인 의미를 지니기 때문에 예술 작품의 가격은 그것의 질을 나타내는 주요 지표이다.⁹⁾

따라서 가격 정책은 관객들이 소비하고자 하는 예술 작품을 파악하고, 예술 작품 관람과 관련된 기존의 경험을 토대로 해서 관람할 작품을 비교 결정 할 수 있는 기준을 제시하는 것이다. 그래서 소비자들이 구입하는 것은 작품 그 자체뿐만이 아니라 공연장의 분위기, 공연장의 위치, 편의성, 공연장의 명성 그리고 규모 등 매우 복잡적이라는 것도 감안해야 한다.¹⁰⁾ 그러므로 티켓가격은 예술 공연의 여러 요소 중에서 가장 중요하고 민감한 부분이다.

그러나 일부 예술문화 공연에서는 문화의 대중성이라는 이름이 무색할 만큼 티켓가격의 지나친 고가 현상이 나타나고 있는데 이것은 특히 클래식 음악 공연에서 부각되고 있다. 지난 9월21일 ‘빈 필하모닉’오케스트라 내한 공연 티켓은 최고 40만원에 판매되어 논란이 제기되기도 했는데 이것은 단지 고가이기 때문만이 아니라 문화적 위화감을 조성하고 있다는 것에서 비롯된 것이며, 같은 연주가의 공연이라도 외국에 비해 한국에서 티켓가격이 지나치게 비싸기 때문이다(표 1).¹¹⁾

9) 박선기(2006). 「클래식 공연상품 제작에 관한 연구: 음악전공자와 음악대학원의 방향성 모색」, 경희대학교 대학원 p.21

10) 위의 글 p.21

11) 중앙일보. 앞의 글 [2면]

<표 1> 유명 오케스트라 티켓가격 비교

	한국	일본	중국	대만	호주	영국
2005 베를린 필하모닉	45 만원	31 만원	24 만원	-	-	-
2006 빈 필하모닉	40 만원	25 만원	22 만원	-	21 만원	12 만원
2006 말러 체임버	14 만원	-	-	10 만원	-	-
2006 BBC 심포니	16 만원	-	10 만원	-	-	-
2006 콘첼투스 무지쿠스빈	30 만원	18 만원	-	-	-	-

※ R석 기준

예술 작품의 가격은 예술 작품의 질과 가치를 상징하는 외적인 지표이며, 고객은 예술 작품 소비 결정에 여러 가지 유형적, 무형적 가치를 함께 고려해야 하기 때문에 예술 분야의 가격결정은 일반 경제 모델에 비해서 복잡하고 어렵다. 대부분의 예술 작품에 대한 가격 결정에는 고객이 예술 작품을 감상하기 위해서 지불하는 가격뿐만 아니라 고객이 기울이는 물리적, 심리적인 노력도 포함되며 이는 돈으로 환산하기 힘들지만 중요한 요소임에 틀림없다.¹²⁾ 이와 같이 예술을 소비하는 데에는 심리적이고 경제적인 노력이 투자되므로 고객을 안심시킬 수 있는 효과적인 전략을 수립해야 한다.

공연예술제품의 가격결정은 단일가격(unit pricing)과 단계별 가격(multiple pricing)으로 이루어지며 가격 전략은 비용중심 가격책정(cost-based pricing), 수요중심 가격책정(demand-based pricing)으로

12) 박선기, 앞의 글 p.23

실행된다.¹³⁾

단일가격은 매우 제한된 가격구조를 가지는 것으로써 좌석이나 공연 시간과는 무관한 가격책정이며 단계별 가격은 좌석의 위치, 공연시간, 관람객의 연령 등에 따라서 가격을 차별화 시키는 가격결정이다. 이러한 일반적인 사례 외에도 단체예약, 다양한 혜택 부여, 판촉을 위한 특별할인, 비수기 및 심야 할인, 시사회 등 여러 가지 방법을 통하여 가격 차별화 전략을 구사할 수 있다.

가격 차별화의 경우 공연상품의 가격 전략에 있어서 매우 중요한 요소로 작용하게 되는데 즉 가격을 책정할 때 어떠한 계층의 관객들이 어느 수준의 가격까지 부담할 수 있는지를 반드시 고려해야 한다는 것이다. 예를 들어 학생, 군인, 저소득층과 같이 많은 돈을 부담할 수 없는 관객들도 프로그램에 접근이 용이하도록 하는 것이다. 가격 차별화를 위해서 사용되는 방법에는 계단식 가격책정, 지원금이나 후원자의 보조를 통한 낮은 입장료 책정 등이 있다.¹⁴⁾

공연을 무대에 올리기까지 연주자와 많은 제작진들의 노력이 필요하지만 주최사 또는 다른 기관들의 후원은 공연의 성공여부에 중요한 역할을 하며 후원의 여부와 정도에 따라 티켓가격의 책정이 달라 질 수 있기 때문에 대중들에게도 직접적인 영향을 미치는 부분이기도 하다. "가난한 예술은 그저 낭만일 뿐입니다. 순수 예술에도 경영과 마케팅 등을 접목해 대중의 눈과 귀를 사로잡아야만 문화강국으로 발전할 수 있습니다"¹⁵⁾ (주)인사이드컬처스의 홍성준 대표의 인터뷰 중 일부 내용에서도 알 수 있듯이 성공적인 공연을 위해서는 재정적인 투자가 중요한 요소이다. 클래식 음악의 좋은 이미

13) 크레이그 드리즌 외(1997). 「예술경영, 어떻게 할 것인가」, 이은옥, 용호성 옮김
민음사 p.185

14) 위의 글 p.185-186

15) 한국경제 2006-10-30 "(주)인사이드컬처스, '순수예술' 수익화 모색 '블루오션' 개척"
[33면]

지를 후원 기업에서 사들여 기업의 이미지를 홍보하고 대중들 역시 클래식 음악공연을 보다 저렴한 가격에서 즐길 수 있는 윈-윈(win-win) 효과를 기대 할 수 있는 것이다.

지난 10월26일, “기업과 예술의 만남”이라는 타이틀 아래 삼성 LG 등 국내 대표기업 CEO들과 서울시향, 국립극장 등 예술단체장들이 한자리에 모였다. ‘기업과 예술의 만남’은 재정적인 어려움을 겪고 있는 문화예술단체와 이들 문화예술단체를 지원할 기업들을 서로 연결해 주는 사업으로 이날 9쌍의 결연이 성공적으로 이루어져 많은 이들의 관심을 불러 모았다.¹⁶⁾

그러나 아직 한국에서는 클래식 시장이 상대적으로 외국시장에 비해 작고 열악하여 기업이나 공공기관의 후원을 받는 것이 쉬운 일만은 아니다. 특히 최근 몇 년 사이에 눈부신 발전을 거듭하고 있는 뮤지컬이 대중들 사이에서 인기몰이를 하고 있어 기업들의 예술 지원이 뮤지컬에 편중 되고 있고 클래식 시장이 설 자리를 잃어가고 있다는 우려의 목소리도 높아지고 있다. 티켓의 가격은 당연히 제작비를 고려하여 결정되어야 하는 것이므로 클래식 공연과 같은 순수예술에 대한 후원이 인색한 한국의 문화에서는 클래식 공연의 고가 논란이 계속될 수 밖에 없으며 이는 클래식 공연과 대중사이의 괴리감을 초래할 수 있다.

21세기를 맞이하고 있는 클래식 공연이 다양한 고객과 대중들 없이 문화의 시대에 살아남기란 불가능 한 일이며 대중들의 관심과 사랑이 끊이지 않을 때 중요한 문화콘텐츠의 하나로 입지를 확실히 굳힐 수 있을 것이다.

4. 한국의 클래식 공연문화

문화 복지국가 실현의 문화정책을 모토로 하고 있는 한국은 21세기에 들

16) 매일경제. 2006-10-26 [34면] “기업과 예술 찰떡궁합이네요” [34면]

어 문화정책 환경이 조직 내 외적으로 크게 변화하고 있다. 외부적인 요인으로는 문화적 가치가 사회전반으로 확산되고 있어 경제적 효율성만을 추구하는 단일 가치기준에서 문화적 다양성을 사회의 새로운 가치기준으로 제시하여야 할 정책적 수요가 점증하고 있다. 내부적 요인으로는 정책영역이 종래의 문화, 예술시설 중심에서 정신, 생활, 역사, 공간 문화 등 새로운 영역으로 확산되고 있다.¹⁷⁾

한국의 클래식 음악공연은 2005년도를 기준으로 총 4444회로 집계되었다. 이 현황을 연도별 부문별로 나타낸 수치가 <표 2>에 수록되어 있다. 이 수치는 작곡발표회, 기악 공연, 성악 공연, 기타 공연을 포함한 것으로 2004년도에 비해 8.9%가 늘어난 것이다. 1999년 5.9%, 2000년 11.0% 2001년 7.1%로 증가되는 양상을 보이다가, 2002년 -2.1%, 2003년 -0.4%, 2004년에는 -15.6%로 나타났다. 2005년도에는 적은 수치지만 다시 상승세를 보이고 있다.¹⁸⁾

<표 2> 2005년 양악공연 연도별 부문별 현황¹⁹⁾

구분	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년
작곡	117	110	133	107	82	77	108
기악	2328	2597	2725	2747	2760	2330	2731
성악	915	1038	1159	1098	1091	826	870
오페라	120	133	150	125	141	173	168
기타 (총합)	688	750	790	778	760	676	567
계	4168	4628	4957	4855	4834	4082	4444
증가율	5.9	11.0	7.1	-2.1	-0.4	-15.6	8.9

17) 한국문화관광연구원. 앞의 글 p.117~118

18) 김정희(2006). 「문예연감 2006」-2005년 양악 분야 현황분석, 한국문화예술위원회 (www.arko.or.kr)

19) 위의 글.

그러나 국내 공연시장규모는 여전히 공연인구의 부족 및 공연문화의 비활성화로 선진국에 비해 매우 작은 실정이다.²⁰⁾ OECD 국가 중 문화예술 영역에서 최상위권인 스웨덴과 비교할 때 1천 명당 음악예술인의 경우 1/7, 음악행사 수의 경우는 1/9 수준에 불과하다. 이러한 결과는 OECD국가 중 동아시아 3개국을 비교할 때, 이미 선진국형의 문화 경쟁력을 갖춘 일본에 각종 지표에서 뒤지고 있을 뿐만 아니라 후발 주자인 중국과의 비교에서도 결코 우위라고 보기 어렵게 만든다.²¹⁾ 대중들은 선진국에 비해 상대적으로 적은 수의 예술가들을 통해 문화적 상상력과 창의성의 샘물을 공급받고 있는 셈이다. 또한 한국의 공연예술 관객의 경우 연간 한번이상 관람한 인구 비율이 17.2%이고, 인당 연평균관람횟수는 0.45회에 불과한 것으로 영화의 경우 2.5회인 것에 비해 1/6 수준이다.²²⁾ 경제지상주의, 소위 말하는 자본주의 사회에서 문화예술 분야가 왕성하게 활동하는 것은 국민들의 정서를 안정되고 풍요로운 삶으로 선도할 수 있으며 예술인들에 대한 존경과 관심은 곧 국민들의 정신적 풍요를 보여주는 잣대로 작용한다.

클래식 공연을 감상할 수 있는 국내 공연장은 예술의 전당, 국립극장, 세종문화회관, LG아트센터를 비롯하여 총 399개로 집계되었다. 이중 1000석 이상이 53개, 800~1000석이 40개, 500~800석이 88개, 500석 미만 소공연장이 218개로 구성되어 있다 (표 3).²³⁾

<표 3> 국내 공연장 객석 규모 현황

1,000석 이상	800~1000석	500~800석	500석 미만	계
53	40	88	218	399

출처: 문화관광부(2005). 「문화저책백서2004」 345쪽

20) 고정민. 앞의 글 p.3

21) 허은영(2006) 「문화예술인 실태조사」, 한국문화관광연구원 p.18

22) 위의 글 p.59

23) 임연철(2005). 「공연예술 웹 사이트 재방문 의도에 영향을 미치는 요인 연구」, 성균관대학교 대학원 박사학위논문 p.16

각 공연장들은 더 많은 관객을 유치하기 위해 다양한 홍보활동과 마케팅 전략을 펼치고 있는데 이 가운데 예술의 전당은 음악 생산자 입장에서 음악 소비자를 더 많이 음악회 현장으로 불러들이기 위한 노력을 하고 있다. 그 중 하나로 지하철을 이용하는 관객의 편의를 위하여 셔틀버스 운영을 확대 실시하며, 30대의 주부 관객 유치를 위하여 탁아시설을 개설하는 등 관람객의 이용 편의 서비스를 대폭 확대하는 노력을 보이고 있다.²⁴⁾ 이러한 노력에도 클래식 음악공연의 관람률은 해마다 감소치를 보이고 있는데 비싼 티켓가격이 큰 원인이다.

서양의 음악회는 궁정 음악, 거실에서 연주되었던 귀족의 가정 음악회에서 차츰 정치, 경제 발전에 따른 중산 계층의 크기 변화로 인한 공개연주회로 형태가 달라졌으며, 이와 같은 공개연주회에의 발전은 본질적으로는 모든 사람을 위한 음악회가 아닌 경제적 부를 소유한 중산 계층으로의 확산이기 때문에 귀족에서 부르주아 계급으로 주도권이 넘어간 것에 지나지 않았다. 이는 일반 서민과 경제적 부를 축적한 중산계층 사이의 의식성, 곧 부르주아 의식이란 새로운 틀을 만들어 놓기에 이르렀으며, 이러한 현상이 오늘날 한국의 음악문화에 까지 이어진 것이다.²⁵⁾

최근 예술의 전당 콘서트홀과 세종문화회관 대극장에서 열린 일부 클래식 음악회의 티켓가격을 살펴보면 다음과 같다(표 4).

24) 남승연(1998). 「음악회 청중의 음악적 성향에 관한 연구: 예술의 전당과 세종문화회관 청중을 중심으로」, 이화여자대학교 교육대학원 p.16 재인용

25) 이장직(1988). 「음악과 사회」, 청하 p.133-147

<표 4-1 > 예술의 전당 클래식 음악회 티켓가격²⁶⁾

장르	공연	날짜	가격
오페라	오텔로	2006 4/29~5/2	VIP:20만원/R:15만원/S:10만원 /A:7만원/ B:5만원/C:3만원
	나비부인	5/24~ 5/27	VIP:20만원/R:15만원/S:10만원 /A:7만원/ B:3만원
	나부코	10/5~ 10/9	VIP:20만원/R:15만원/S:10만원 /A:6만원/ B:3만원
성악	조수미독창회	2006 9/27	R:16만원/S:12만원/A:8만원/B:5만원
	호세 카레라스 크리스마스 콘서트	12/18	VIP:22만원/R:17.6만원/S:13.2만원 / A:8.8만원/B:5.5만원
	드레스덴 필하모니&성십자가합창단	2007 3/3	VIP:20만원/R:15만원/S:10만원 /A:6만원/ B:3만원
	테너 주세페 자코미니 내한공연	3/11	VIP:20만원/R:15만원/S:10만원 /A:7만원 /B:3만원
기악	안네-소피무터 바이올린 리사이틀	2006 6/18	R:16만원/S:12만원/A:8만원/B:5만원
	NHK 교향악단	6/20	VIP:22만원/R:18만원/S:13만원 /A:5만원/ B:2.5만원/C:1만원
	베를린 필 12첼리스트 내한	7/15	VIP:12만원/R:10만원/S:8만원/A:6만원/ B:4만원
	빈 필하모닉 오케스트라 내한	9/21	R:40만원/S:30만원/A:20만원/B:10만원/ C:5만원
	뉴욕 필하모닉	11/15	R:25만원/S:20만원/A:15만원/B:8만원/ C:3만원
	드레스덴 슈타츠키펠레 내한	11/18	VIP:16.5만원/R:14.3만원/S:11만원 / A:9.9만원/ B:7.7만원/C:5.5만원

26) 예술의전당: www.sac.or.kr

<표 4-2> 세종문화회관 클래식 음악회 티켓가격²⁷⁾

장르	공연	날짜	가격
오페라	프라하스테드니 오페라극장의 카르멘	2006 5/25	VIP:20만원/R:15만원/S:10만원 /A:7만원/B:5만원/C:3만원
	레나토 브루손, 다니엘라 데시 첫 내 한 오페라 토스카	2006 11/13	VIP:33만원/R:28만원/S:23만원 /A:18만원 B:15만원/C:8만원/D:5만원
기악	런던심포니 오케스트라 내한공연	2006 3/18	R:27만5천원/S:22만원/A:16만5천 원/B:9만9천원 C:5만5천원
	오케스트라 드레스덴슈타츠키펠레	2006 11/17	VIP:15만원/R:13만원/S:10만원 /A:9만원/B:7만원/C:5만원(VAT 별도)

5. 외국의 클래식 공연문화

문화의 영역에서 벤치마킹²⁸⁾ 할 수 있는 선진적 사례를 보여주는 국가군을 선정하기 위해 OECD의 나라들을 선정하였다.

(1) 미국의 클래식 공연문화

미국은 2001년 911테러사건 이후 ‘문화외교’정책과 ‘재난 경영’프로그램

27) 세종문화회관: www.sejongpac.or.kr

28) 벤치마킹: 어떤 목표를 달성하기 위해 설정하는 측정기준

에 집중하고 있으며 문화예술국가건설이라는 비전아래 예술 및 문화가 국민들의 삶, 지역경제에 미치는 긍정적인 영향 확대에 초점을 두고 있다. 다른 국가들과 비교했을 때 가장 두드러지는 특징으로 문화예술행정기관이 연방정부와 독립적으로 설치 운영되고 있는 것이다.²⁹⁾

미국 연방정부가 실시하고 있는 문화예술진흥을 위한 중심기관은 국립예술기금(NEA: National Endowment for the Arts)으로, 가장 중추적인 예술 지원 기구이다. 이 기관은 미국의 문화정책 비전인 문화예술국가건설의 실현을 위한 전략적 목표로 접근성, 창조성, 예술교육, 보존, 조직의 안정성, 지역사회의 예술개발, 파트너십, 조직혁신 등에 중점을 두고 있다. 그러나 문화예술 활동에 정부가 개입하는 것보다 민간이 자율적으로 추구해나가야 한다는 이념을 가지고 있으며, 문화예술이 어느 정도의 공공재적 성격을 가지고 있다는 점을 인정하여 정부가 민간 문화예술 활동을 지원해 주는 수준에서 문화예술 지원 활동이 이루어지고 있다.³⁰⁾

공연단체는 약 7,000여개, 매월 관객은 약 600만 명으로 매년 50억 달러의 수익 창출로 하나의 산업으로서도 튼튼한 입지를 확보하고 있다.³¹⁾ OECD 국가들 중에서 음악가의 수를 비교 했을 때 미국은 2005년 기준으로 249,000명으로 가장 많았고 한국의 음악가가 32,600명으로 조사된 것에 비해 7배 이상 차이가 나는 것으로 집계됐다. 예술행사 개최횟수가 가장 많은 국가부문에서도 미국이 38,182 건으로 가장 많았으며, 한국보다 5배 이상 높은 수치인 것으로 나타났다. 많은 대중문화가 발달 된 미국의 공연 예술은 대중적 공연예술은 물론이고 순수공연 예술도 포괄하고 있다.

29) 한국문화관광연구원. 앞의 글 p.79

30) 위의 글 p.80~82

31) 고정민. 앞의 글 p.19

(2) 독일의 클래식 공연문화

문화산업 중 가장 큰 규모를 차지하는 공연산업을 자랑하는 독일은 ‘더 나은 민주주의를 실행하자’ 라는 모토 아래 문화정책 패러다임을 시민권 문화로 전환하고 자유로운 대안적 문화운동을 전개하면서 문화민주화, 문화민주주의에 역점을 둔 문화정책을 전개하고 있다. 예술과 문화행사들은 가능한 많은 사람들이 접할 수 있게 하는 것에 주력하고 있으며 ‘인류 유산’ 이라는 고전적인 예술형식과 ‘일상생활문화’라는 새로운 형식의 개념에 그 기반을 두고 있다. 문화정책 구조가 지방자치단체 주도형인 독일은 연방정부 조직에 문화관련 부서가 없을 뿐만 아니라 지방자치단체의 문화정책에 연방정부가 전여 간여하거나 개입하지 않는다.

그 결과 문화 활동의 사기업화가 철저히 보장되고 있으나, 문화공연과 관련하여 사전신고, 허가 제도를 사용하지 않아 연극, 음악, 뮤지컬 등 독일 전체 연간 문화공연 건수를 추정하기는 사실상 불가능 하다.

독일 전역의 문화시설은 약 220개의 연극공연장, 5000개 정도의 박물관, 약 1,000개의 음악학교 및 고등학교, 14,000여개의 공공 도서관을 보유하고 있어 유럽국가 중 가장 많은 문화공연 인프라를 구축하고 있는 것으로 알려져 있다. 독일 문화산업의 지원현황을 보면 독일 연방정부, 각종 이익단체, 조합 등이 유기적인 공조체제하에 민관 차원의 각종 문화산업 지원 육성정책을 효율적으로 추진하고 있다.³²⁾

32) 한국문화관광연구원(2003). 「해외 각국의 예술정책 지원체계현황」, 한국문화관광정책연구원 p.12-13

(3) 일본의 클래식 공연문화

일본에서는 2001년 말에 ‘문화예술진흥기본법’이 성립되었다. 이에 근거하여 2002년 12월에는 문화예술진흥에 관한 시책을 종합적으로 추진하기 위해 「문화예술진흥에 관한 기본적인 방침」이 각료회의에서 결정되었다. 이 방침은 앞으로 5년간을 전망한 일본의 문화예술진흥 기본지침으로 지금까지 일본인은 경제 분야에만 관심이 치우쳐 있었으나, 문화예술에 더 많은 관심을 가져 문화예술분야가 활성화되고 다양한 형태로 문화예술에 힘을 쏟아 가는 것이 국민의 마음을 풍요롭게 하며, 경제면에서도 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 문화관이 반영되어 있다.

예술진흥과 관련된 예술정책은 종래의 지원 시책을 재구축해서 2002년부터 새롭게 추진한 <문화예술창조플랜>으로서 고급 예술의 창조를 목표로 오페라, 발레, 영화 등에 대하여 중점지원을 하고, 예술창조 활동의 생활화 지원을 도모 하고 있다. 고급예술 공연, 전통예술, 영화제작 등에 관하여 중점지원과 음악, 무용, 연극의 국제 페스티벌, 예술에 의한 국제교류를 추진하고 세계수준의 예술가의 양성 등에 대한 다양한 지원을 하고 있다. 또한 문화의 보급 개념으로 지역문화시설을 통해 문화예술 활동을 활성화 시키고 인재를 육성하며, 순회공연과 순회전시를 진행하여, 문화예술작품의 감상 기회를 확보시키는 것에 주력을 하고 있다.³³⁾

OECD 국가들을 상대로 문화예술 분야의 비교조사를 살펴보면 음악가의 경우 2005년을 기준으로 했을 때, 120,400명으로 미국, 영국에 이어 세 번째로 많은 것으로 나타났다. 인구 천 명당 음악가 수치를 환산한 기준으로는 미국보다도 많은 수를 확보하고 있는 것으로 조사됐다. 예술행사 개최횟

33) 한국문화관광연구원. 앞의 글 p.110~116

수에 대한 조사로는 일본이 미국에 이어 두 번째로 많은 수치로 22,712건이었으며 한국 7,129건에 비해 상당히 많은 것으로 나타났다.

일본의 공연은 1950년대의 신극을 시작으로 개성 있는 장르를 형성하여 발전하고 있으며 일본역사 속에서 발전한 가부끼를 비롯한 전통 극에 뮤지컬이 조화를 이루면서 일본만의 독특한 예술문화를 창조해 나가고 있으며 세계유명 무용단과 발레 스타들의 공연을 적극 유치하여 수준 높은 공연을 통한 무용예술의 대중화를 시도하고 있다. 동시에 공연예술의 메카인 뉴욕 맨해튼 한복판에 전용공연장을 설립, 일본 무용가들의 해외진출을 돕는 전진기지로 활용하고 있다.

공연예술이 시민사회에 깊숙이 자리 잡은 미국이나 유럽에 비하면 일본의 순수예술 공연의 인구는 결코 많지 않으며 연간 일인당 관람 횟수도 상대적으로 낮은 편이다. 그러나 일본의 공연산업은 한국보다 전문화 되어 있고 기업의 규모도 매우 커 공연산업 발전이 탄탄한 기반을 가지고 있다(표 5).³⁴⁾

<표 5> 일본의 공연 참여인구

	참가인구 (만 명)	참가율 (%)	연간평균 활동일수(회)	연간평균 비용 (만 엔)	1회당 비용 (엔)
연극	1,280	11.7	3.8	18.4	4,840
음악회	2,460	22.5	4.5	16.4	3,640

자료: 재단법인 자유 시간 디자인협회, 일본레저백서 2002

일본의 티켓피아의 예를 들면, 이곳은 일본 최대의 티켓판매 전문회사로 일본 전국에 600여 곳의 영업소와 편의점의 단말기를 이용해서 티켓예약과 판매

34) 삼성경제연구원, 앞의 글 p.28~29

를 하고 있으며 이곳에서 취급하는 티켓은 공연, 스포츠 관람, 기타 엔터테인먼트 관련 티켓 등으로 연간 5,000억 원의 수익을 올리고 있다. 최근에는 한국 업체와도 제휴하여 일부 티켓을 판매하고 있다.³⁵⁾

일본은 'ART PLAN 21'과 예술문화진흥기금을 통해 공연산업을 지원하고 있다. 'ART PLAN 21'은 문화청이 21세기 문화입국을 위해 창조적 예술 활동의 활성화를 추진하기 위해 실시하였으며 무용, 연극, 음악 등의 단체가 실시하는 예술창조의 소프트기반을 정비하는 활동을 지원한다. 또한 각 분야(음악, 무용, 연극, 미술, 무대예술 등)의 젊은 예술가를 해외에 파견하여 전문분야의 실천적인 연수기회를 제공하고 있으며 해외의 젊은 예술가를 초청하여 일본 예술가와의 교류의 장을 열어주고 있다.

예술문화진흥기금은 예술문화의 진흥 보급을 촉진시키기 위해 1990년 3월에 설치되었으며 2005년 총642억 엔(정부로부터 출자금530억 엔, 민간으로부터 출원금 약 112억 엔)의 운용금으로 다양한 분야의 예술문화 활동의 조성금으로 충당되어 있다. 또 조성의 충실을 위해서 기금의 기부금도 수시로 모집하고 있다.³⁶⁾

(4) 영국의 클래식 공연문화

19세기부터 정부의 문화에 대한 지원으로 자유방임주의를 원칙으로 하고 있는 영국은 정부의 기능이 시장의 자유화를 촉진하는데 한정해야 한다는 정책을 오랫동안 펴오고 있다. 최대한 많은 국민들이 삶에서 좋은 것을 얻을 수 있도록 하는 것이 문화정책의 근원적인 목적으로 두고 1947년 세계 최초로 예술지원기관인 대영예술진흥원을 설립하여 주요 정책들을 수행하고

35) 위의 글 p.30

36) 한국문화관광연구원. 앞의 글 p.115

있으며 비정부공공기관(NDPB)³⁷⁾들을 통하여 문화예술지원 업무를 수행하고 있다.³⁸⁾

정부는 예술과 문화를 포함하여 공공 서비스는 제공자들의 필요와 기대에 부응하여 제공되어야 한다고 주장하고 있어 서비스의 주요 제공자인 지방정부 역시 그에 따라 문화적 서비스가 제공될 수 있도록 노력하고 있다. 결과적으로 예술과 문화단체들은 경영의 효율성에 근거하여 체계적인 마케팅 전략을 내세우고 있으며 이것은 판매기술 뿐 아니라 예술 활동의 중심에 고객들을 위치시키는 경영철학을 낳고 있다.

영국은 OECD 국가를 비교조사 한 결과 2005년 기준으로 음악가의 수가 122,000명으로 조사 되었고, 미국에 이어 두 번째로 많은 음악인을 보유한 것으로 나타났다. 특히 인구 천 명당 수치를 환산했을 때는 미국보다도 더 많은 음악인을 배출하고 있는 것으로 나타났다. 영국인의 문화지출 가운데 공연예술에 대한 지출은 극단의 입장수입을 기준으로 할 때 영화(6.2%)와 문화유적(4.7%)보다 그 규모가 큰 6.4%(3억 3,000만 파운드)에 달하는 것으로 조사됐다.³⁹⁾ 이는 극단의 입장료만을 기준으로 하더라도 그 규모는 3억3천만 파운드에 달한다.

(5) 여가활동과 문화지출 비교

가계지출에 있어서 문화여가를 위한 지출비율이 가장 큰 나라는 영국이었고, 2위 미국, 3위 캐나다, 4위 스웨덴, 5위 스페인으로 유럽과 미주지역이 상위권을 차지하고 있다. 일본의 경우 경제대국이면서 문화여가비로 지출이

37) Non-Department Public Bodies의 약자

38) 한국문화관광연구원. 앞의 글 p.93~94

39) 한국문화 경제학회(2001). 「문화경제학 만나기」, 김영사 p.83

6위로 비교적 낮은 순위를 차지하고 있으며 한국의 경우 11개국 중 10위로 하위권에 속한다(표 6).⁴⁰⁾

<표 6> 가계지출에서 문화여가 지출비의 비율

	가계지출에서 문화여가 지출비의 비율	순위
영국	7.9	1
미국	6.3	2
캐나다	5.8	3
스웨덴	5.7	4
스페인	5.6	5
일본	5.3	6
프랑스	5.2	7
독일	5.0	8
이탈리아	4.4	9
한국	4.0	10
멕시코	1.9	11
평균	5.19	

한국문화관광연구원에서 실시한 문화향수 실태조사에서 여가 비 지출비용은 한 달 평균 ‘10만원 미만’ 이라고 답한 비율이 43.1%로 가장 많았고, 그 다음으로 ‘10~15만원 미만(20.2%)’, ‘15~20만원 미만(12.3%)’, ‘20~25만원 미만(10.9%)’, ‘25~30만원 미만(5.9%)’, ‘30~40만원 미만(4.2%)’, ‘40~50만원 미만(2.1%)’, ‘50만원 이상(1.3%)’의 순으로 나타나 비교적 문

40) 한국문화관광연구원. 앞의 글 p.165

화생활이 적은 것으로 드러났다. 여가시간 활용은 ‘텔레비전 보기(15.9%)’, ‘집에서 쉰다/낮잠(13.1%)’, ‘가족과 대화/외식(10.0%)’, ‘산책/스포츠(8.3%)’, ‘친구만나기/모임(7.9%)’, ‘인터넷/게임(5.6%)’, ‘여행(5.6%)’ 등으로 나타났으며 예술 감상 부분은 1.5%로 조사되었다. 그러나 희망하는 여가활동에 대한 실태조사에서 ‘예술 감상’에 무려 8.8%의 결과가 나타났으며 여가활동의 걸림돌을 조사한 결과 ‘시간부족(46.1%)’, ‘경제적 부담’(36.2%)의 순서로 나타난 것으로 보아 예술 감상을 경험하지 못하는 이유로 경제적 부담이 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 “예술행사를 관람하고자 할 때 가장 중요한 기준이 무엇인지”를 질문한 결과 ‘예술행사의 내용과 수준’ 이라고 응답한 비율이 42.1%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 ‘관람비용의 적절성(39.3%)’으로 조사되어 역시 경제적 측면이 크게 작용하는 것을 알 수 있다.⁴¹⁾

41) 한국문화관광연구원(2006). 「문화향수실태조사」, 한국문화관광정책연구원 p.7-25

Ⅲ. 연구방법 및 절차

1. 연구대상 및 범위

이 연구에서는 클래식 공연의 티켓가격에 대한 일반 대중들의 의견을 알아보고 그 의견을 토대로 앞으로 해결해야 할 문제점에 대한 방법을 모색하고자 한다. 따라서 클래식 공연 티켓가격에 대한 일반 대중들의 체감지표 및 적정가격에 관한 의견을 서울지역 20 30 40대의 남녀 성인 191명을 대상으로 설문 조사를 통해 알아보았다.

2. 연구도구

이 연구를 위하여 실시되는 설문 조사는 사회 조사 연구의 한 방법이다. 사회 조사 연구에서는 사회학 및 심리학적 변인 사이의 상호, 영향력, 분포, 관계성을 결정하고 현재의 상태를 알아보기 위하여 사회학적 사실(facts), 행동(behaviors), 태도(attitudes) 및 의견(opinions) 등을 중점적으로 연구한다.⁴²⁾ 문화생활 및 클래식 음악 공연의 견해에 관한 질문으로 20대 이상 일반인을 상대로 실시하였으며 이 설문지는 모두 16개의 문항으로, 3개의 주관식 문항을 제외하고 5지선다의 객관식 문항으로 구성되어 있다.

응답자의 인적사항은 연령별 문화생활의 차이점과 견해를 알아보기 위해 연령대에 관하여 한 개의 문항을 작성하였고 응답자의 문화생활과 관련된

42) F. N. 켈링거(1985). 「사회·행동과학 연구방법의 기초」, 고희하, 김현수, 백영승 옮김, 도서출판 성원사 p.527-29

예술 공연에 관한 질문은 3문항으로 구성하였다. 클래식 음악에 대한 관심도와 평소의 견해에 관한 질문으로 3개의 문항이, 클래식 음악 공연의 가격에 대한 생각과 입장에 관하여 8개의 문항이 배치되었다(표 7).

클래식 음악을 포함한 대다수의 문화공연이 특정계층을 위한 것이 아니라 대중들이 소비하는 점을 감안하여 대학생, 회사원, 가정주부 등의 일반인들에게 임의로 정한 장소에서 2007년 4월 한 달 동안 실시되었다.

<표 7> 내용별 설문지 문항 분류

영역	내용	문항번호
인적사항	연령	1
문화생활 실태	문화생활 횟수	2
	선호하는 장르	3
	선호하는 이유	4
클래식 음악의 관심도	클래식 음악의 견해	5
	무료 클래식 공연의 감상 여부	6
	관심 있는 음악가 유무	7
클래식 음악공연의 티켓가격에 관한 견해	비싼 티켓가격에 대한 견해	8,9,10
	티켓가격과 청중들 매너의 연관성	11
	타당한 가격의 클래식 공연 관람 여부	12
	희망 적정가격	13,14,15
기타의견	-	16

IV. 조사결과 분석

1. 응답자의 연령분포

응답자의 연령 분포대는 20대 35.1%, 30대 31.9%, 40대 33.0% 로 나타났다으며 응답자의 연령별 빈도와 백분율은 다음과 같다.

<표 8> 응답자의 연령분포

연령	빈도(명)	백분율(%)
20대	67	35.1
30대	61	31.9
40대	63	33.0
합계	191	100

2. 공연관람 실태

연극, 영화, 뮤지컬, 음악공연 등과 같은 문화생활의 횟수에 대해서는 ‘일 주일에 한번’ 이 20대에서 9.0%, 30대에서 4.9%, 40대에서 3.2% 가 응답했고, ‘한 달에 한번’ 간다는 응답이 20대에서 61.2%로 과반수를 차지하였고 30대에서 34.4%, 40대에서 14.3%로 나타났다. ‘서너 달에 한번’ 간다는 응답에 20대에서 22.3%, 30대에서 37.7%, 40대에서 54.0%, ‘일 년에 한번’ 간다는 응답이 20대에서 3.0%, 30대에서 13.2%, 40대에서 19.0%로

나타나 연령층이 높을수록 상대적으로 문화공연을 관람하는 횟수가 적은 것으로 나타났다. ‘거의 없다’라는 응답이 20대에서 4.5%, 30대에서 9.8%, 40대에서 9.5%로 나타났다.

<표 9> 공연관람 횟수

	20대		30대		40대	
	빈도 (명)	백분율 (%)	빈도 (명)	백분율 (%)	빈도 (명)	백분율 (%)
일주일에 한번	6	9.0	3	4.9	2	3.2
한 달에 한번	41	61.2	21	34.4	9	14.3
서너 달에 한번	15	22.3	23	37.7	34	54.0
일 년에 한번	2	3.0	8	13.2	12	19.0
거의 없다	3	4.5	6	9.8	6	9.5
합계	67	100.0	61	100.0	63	100.0

공연관람을 할 때 가장 선호하는 장르에 대하여 ‘연극’을 선호하는 응답자가 20대에서 6.0%, 30대에서 8.2%, 40대에서 11.1%로 나타나 연령대가 높을수록 연극을 더 선호하는 것으로 나타났다. ‘영화’를 선택한 응답자의 20대는 무려 82.1%로 나타나 거의 모든 20대가 영화를 문화생활에서 가장 선호하는 것으로 나타났다. 30대는 63.9%, 40대는 44.4%로 조사됐다. 다른 공연 장르에 비하여 모든 연령대에서 영화를 가장 선호하는 것으로 나타나고 있지만 연령대가 높아질수록 상대적으로 영화에 대한 선호도가 낮아지는 것을 알 수 있다. 클래식 공연에 대한 응답으로는 20대가 4.5%, 30대가 14.8%, 40대는 17.5%로 나타났다. ‘영화’ 선호도와는 반대로 젊은 연령층

일수록 클래식 공연을 기피하는 현상이 뚜렷하고 연령층이 높을수록 상대적으로 클래식 공연을 더 선호하는 것으로 나타났다. ‘뮤지컬’을 선호하는 응답자중 20대는 7.4%, 30대는 8.2%, 40대는 22.2%로 조사됐으며, 기타(가수들의 공연, 콘서트 등)에서는 30대에서 4.9%, 40대에서 4.8%로 집계됐다. 한 가지 흥미로운 결과는 젊은 사람들의 전유물이라 인식되어 온 가수들의 콘서트와 같은 문화생활을 20대의 응답자들이 하지 않은 것으로 조사된 것이다(표10).

<표 10> 선호하는 공연 장르

	20대		30대		40대	
	빈도 (명)	백분율 (%)	빈도 (명)	백분율 (%)	빈도 (명)	백분율 (%)
연극	4	6.0	5	8.2	7	11.1
영화	55	82.1	39	63.9	28	44.4
클래식공연	3	4.5	9	14.8	11	17.5
뮤지컬	5	7.4	5	8.2	14	22.2
기타	-	-	3	4.9	3	4.8
합계	67	100.0	61	100.0	63	100.0

응답자가 선택한 공연 장르를 선호하는 이유에 대해서는 <표 11> 과 같이 전체 응답자의 35.1%가 ‘경제적으로 부담되지 않은 가격이므로’라고 응답했으며 ‘내용이 어렵지 않고 쉽게 받아들일 수 있어서’를 선택한 응답자는 25.6%, ‘평소에 관심이 많은 분야라서’라는 응답자는 21.5%로 나타났다. ‘자기개발의 일환으로’ 공연을 선택한다는 응답자는 전체의 11.5%이며, ‘기

타'의 6.3% 응답자들은 스트레스 해소, 접근용이, 시간부족, 아이들과 함께 할 수 있어서 등의 의견을 답하였다. 흥미로운 것은 '영화'를 선호한 대부분의 응답자들은 '경제적으로 부담되지 않은 가격이므로' 선택한다는 응답을 했으며 '연극'과 '클래식 공연'을 선호하는 응답자들은 대부분 '자기개발의 일환' 이나 '평소에 관심이 많은 분야라서'라는 문항에 응답한 것으로 나타났다.

<표 11> 선호하는 공연 선택의 이유

공연 선택의 이유	빈도(명)	백분율(%)
평소에 관심이 많은 분야라서	41	21.5
경제적으로 부담되지 않은 가격이므로	67	35.1
내용이 어렵지 않고 쉽게 받아들일 수 있어서	49	25.6
자기 개발의 일환으로	22	11.5
기타	12	6.3
합계	191	100.0

3. 클래식 음악공연의 관심도와 견해

대중들이 가장 많이 선호하는 예술장르는 '영화'라는 응답이 가장 많았다. 이와는 별도로 클래식 음악공연의 관심도와 견해를 알아보기 위하여 평소

클래식 음악의 견해에 대한 질문의 응답으로 전체 응답자의 51.3%가 ‘교육적이고 유익하며 정서적으로 좋은 문화이다’라고 응답했고, ‘기회가 되면 나의 취미로 만들고 싶은 장르이다’에 23.6%가 응답을 한 것으로 나타나 클래식 음악에 대해서 긍정적인 견해를 가지고 있는 대중들이 상대적으로 많은 것으로 나타났다. ‘다른 여러 문화공연들과 똑같은 하나의 장르일 뿐이다’의 견해를 가진 응답자는 16.2%, ‘관심 없다’라고 응답한 사람은 7.3%로 나타났으며 ‘기타’로 패션디자인 작업을 할 때 영감을 얻는다는 의견이 조사되었다(표 12).

<표 12> 클래식 음악에 대한 견해

클래식 음악에 대한 견해	빈도 (명)	백분율 (%)
교육적이고 유익하며 정서적으로 좋은 문화이다	98	51.3
기회가 되면 나의 취미로 만들고 싶은 장르이다	45	23.6
다른 여러 문화공연들과 똑같은 하나의 장르	31	16.2
관심 없다	14	7.3
기타	3	1.6
합계	191	100.0

클래식 공연의 관심도를 알아보기 위해 클래식 음악계에서 알거나 좋아하는 음악가가 몇 명 정도 있는가의 간접적인 질문을 통해 알아본 결과 ‘1~2명 있다’의 응답자는 가장 많은 30.7%로 집계됐으며 ‘3~5명 정도 있다’는 응답자는 22.5%로 나타났다. ‘5명 이상 있다’는 응답자는 20.6%, ‘아무

도 없다’의 응답에 16.8%가 나타났고, ‘10명 이상 있다’는 응답자는 전체 응답자중 가장 적은 9.4%가 답하였다. <표 12>에서와 같이 클래식 음악에 대한 긍정적인 견해가 높은 반면에 실질적인 관심도는 상대적으로 낮은 것으로 조사됐다. 특히 젊은 연령층인 20대에서 ‘1~2명 있다’와 ‘아무도 없다’에 많은 응답을 하여 젊은 사람들의 클래식음악에 대한 관심도가 많이 부족한 것으로 나타났다.

<표 13> 클래식 음악의 관심도

클래식 음악계에서 알고 있는 음악가	빈도(명)	백분율(%)
10명 이상 있다	18	9.4
5명 이상 있다	40	20.6
3~5명 정도 있다	43	22.5
1~2명 있다	58	30.7
아무도 없다	32	16.8
합계	191	100.0

클래식 음악공연에 대한 대중들의 관심도를 알아보기 위한 질문으로 무료로 클래식 공연을 감상할 수 있는 기회가 주어진다면 ‘반드시 간다.’는 응답자는 24.6%로 집계됐고, ‘가능한 갈려고 노력 한다’는 의견에 49.7%가 응답했다. 즉, 가격에 구애를 받지 않는 상황에서 대중들의 74.3%가 클래식 공연을 관람하겠다고 응답하여 비교적 클래식 공연에 대한 관심이 높은 것으로 나타났다. ‘갈 수 없으면 다른 사람에게 양도 한다’는 의견에 18.8%가 응답했고 클래식공연에 거의 관심이 없는 응답자들은 ‘그래도 안 간다’라는

의견에 6.4%가 답하였고 무응답도 한 명 있었다.

<표 14> 클래식 공연에 관한 관심도

무료로 클래식공연을 감상할 수 있는 기회가 주어진다면	빈도(명)	백분율(%)
반드시 간다	47	24.6
가능한 갈려고 노력 한다	95	49.7
갈 수 없으면 다른 사람에게 양도 한다	36	18.8
그래도 안 간다	12	6.4
기타	1	0.5
합계	191	100.0

4. 클래식 음악공연의 티켓가격에 관한 견해

클래식 음악공연의 티켓가격에 관한 대중들의 견해를 알아보기 위한 질문 중 좋아하거나 아는 연주가의 공연이 있을 때 티켓가격이 비싸다면 어떻게 할 것인가에 대한 응답으로 ‘티켓가격이 비싸면 가지 않는다’라는 응답이 전체의 43.5%로 조사되었다. ‘저렴한 가격의 좌석을 구입해서 감상 한다’고 응답한 사람은 30.4%로 나타났고, ‘잘모르겠다’라고 답한 응답자는 13.6% ‘부담이 되더라도 고가의 좋은 좌석을 선택 한다’의 응답은 10.4%로 나타났다. 주목할 점은 대중들은 상대적으로 저렴한 가격을 선호하며 비싼 티켓가격의 공연은 기피하는 것으로 나타나 티켓가격은 중요한 변수인 것으로 나타났다. 특히 대부분의 20대와 30대의 젊은 연령대에서 ‘티켓가격이 비싸면

가지 않는다'라고 응답하여 클래식 음악공연의 장기적인 발전을 위하여 젊은 관객을 위한 가격정책이 개선되어야 함을 수치로 보여주고 있다.

<표 15> 좋아하는 연주가의 비싼 공연 티켓가격

응답	빈도(명)	백분율(%)
부담이 되더라도 고가의 좋은 좌석을 선택	20	10.4
저렴한 가격의 좌석을 구입해서 감상	58	30.4
티켓 값이 비싸면 가지 않는다	83	43.5
잘 모르겠다	26	13.6
기타	4	2.1
합계	191	100.0

비싼 가격 때문에 가지 못한 클래식 공연이 매진된 사실에 대한 의견을 물어본 결과 '경제적으로 구애받지 않고 마음껏 클래식공연을 즐길 수 있는 사람들이 부럽다'라는 의견에 <표 16>에서와 같이 가장 많은 44.0%가 응답한 것으로 나타나 비싼 공연에 대하여 계층 간의 위화감이 조성될 수 있음을 시사하고 있다. '역시 클래식은 가치가 높다고 생각한다.'에 19.9%가 응답했고, '본인의 선택에 대하여 후회하며 다음에는 꼭 갈 것이다'라는 응답자는 전체 응답자의 18.3%가 응답하였다. 이와는 대조적으로 '부적절한 행태이다'라는 의견에 전체 응답자의 14.7%가 응답했고, '기타'의견으로는 후회하지는 않지만 약간은 아쉽다는 의견과 각자의 가치에 따라 구매하는 것이므로 개의치 않는다 등의 의견이 나왔다.

<표 16> 고가의 클래식 공연이 매진된 상황에 대한 입장

응답	빈도 (명)	백분율 (%)
본인의 선택에 대하여 후회하며 다음에는 꼭 간다	35	18.3
역시 클래식은 가치가 높다고 생각 한다	38	19.9
부적절한 행태이다	28	14.7
경제적으로 구매받지 않고 마음껏 클래식공연을 즐길 수 있는 사람들이 부럽다	84	44.0
기타	6	3.1
합계	191	100.0

실제적인 사례를 통하여 대중들의 티켓가격에 대한 생각을 알아보기 위하여 최근 유명 오케스트라와 음악가의 공연이 최대 40만원이라는 가격에 판매된 사례에 대하여 ‘특권의식의 상징이다’라는 의견에 가장 많은 38.7%가 응답해 지나치게 비싼 티켓가격은 열등감을 느끼게 할 수 있고 클래식 음악에 대하여 잘못된 인식을 가질 수 있는 것으로 나타났다. ‘비싼 편이지만 이해할 만한 수준의 가격이다’라는 의견은 29.3%가 응답했고, ‘너무 상업적이다’라는 의견에는 19.4%가 응답했다. ‘세계적인 음악가들의 공연이므로 당연한 가격이다’라는 의견은 전체의 10.5%가 응답했고 ‘기타’의견으로는 초대권이 남발되는 현 상황에서 어쩔 수 없는 부분도 있다고 들었지만 적절한 가격이라고 보기 어렵다는 의견이 있었다.

<표 17> 40만원의 클래식 음악공연에 대한 견해

응답	빈도 (명)	백분율 (%)
세계적인 음악가들의 공연이므로 당연한 가격이다	20	10.5
비싼 편이지만 이해할 만한 수준의 가격이다	56	29.3
너무 상업적이다	37	19.4
특권의식의 상징이다	74	38.7
기타	4	2.1
합계	191	100.0

티켓가격과 청중들의 매너 및 수준의 연관성에 관한 질문에는 ‘조금은 관련이 있다’라는 응답에 가장 많은 45.5%로 조사되었고, ‘관련 없다’라고 생각하는 응답자는 전체의 26.2%인 것으로 나타났다. ‘깊은 관련이 있다’고 응답한 사람이 14.7%로 응답했고, ‘티켓가격이 높을수록 수준과 매너가 높다’라는 응답에 12.0%가 답하였다(표 18).

<표 18> 티켓가격과 청중들 매너 및 수준의 연관성

응답	빈도(명)	백분율(%)
깊은 관련이 있다	28	14.7
조금은 관련이 있다	87	45.5
티켓가격이 높을수록 수준과 매너가 높다	23	12.0
관련 없다	50	26.2
기타	3	1.6
합계	191	100.0

클래식 공연이 지금보다 타당해진다면 대중들은 어떻게 생각하는지에 대하여 질문한 결과 ‘지금보다 더 자주 갈 것이다’의견에 20대의 50.7%가 응답했고 30대는 44.3%, 40대는 50.8%가 그렇다고 응답했다. ‘공연계를 위해서 환영할 일이다’라는 의견에 20대는 32.8%가 응답을 했고 30대는 36.1%, 40대는 30.2%가 응답하여 모든 연령층의 상당수가 긍정적으로 생각하고 있는 것으로 나타났다. 반면, ‘공연수준이 우려 된다’라는 의견에 20대는 4.5%가 응답했고, 30대는 13.1%, 40대는 9.5%로 집계됐다. ‘가격과는 상관없다’는 의견에 20대는 11.9%가 응답했고, 30대는 6.6%, 40대는 7.9%로 조사되어 긍정적인 의견이 압도적으로 높은 것으로 나타났다(표 19).

<표 19> 가격이 클래식 공연 감상에 미치는 영향

	20대		30대		40대	
	빈도 (명)	백분율 (%)	빈도 (명)	백분율 (%)	빈도 (명)	백분율 (%)
지금보다 더 자주 갈 것이다.	34	50.7	27	44.3	32	50.8
공연계를 위해서 환영할 일이다.	22	32.8	22	36.1	19	30.2
공연수준이 우려된다.	3	4.5	8	13.1	6	9.5
가격과는 상관없다.	8	11.9	4	6.6	5	7.9
기타	-	-	-	-	1	1.6
합계	67	100.0	61	100.0	63	100.0

클래식 공연가격에 대한 견해나 입장에 관한 의견을 수렴한 후 실질적인 희망가격을 알아보고 현 공연실정에서 판매되고 있는 가격과의 격차를 비교하기 위하여 대중들에게 공연장 규모에 따라 소규모(200석 내외), 중규모(500~1000석 내외), 대규모(1000석 이상)로 나누어 적정가격에 대하여 물어본 결과 20대 응답자들은 소규모 공연장의 티켓가격에 대하여 최소 1만7천원에서 최대 2만9천원으로 응답하였다. 30대 응답자들은 1만9천원에서 최대 4만9천원으로 응답했고, 40대 응답자들은 최소 2만4천원에서 최대 5만2천원이 적당하다고 응답하였다. 상대적으로 경제활동이 적은 20대의 응답자들이 다른 연령층에 비하여 저렴한 가격을 적정가격으로 생각하고 있는 것으로 나타났다.

중규모 공연장에 대한 티켓가격으로는 20대의 응답자들이 최소 2만3천원에서 4만9천원으로 응답했고, 30대는 3만8천원에서 9만원, 40대는 3만5천원에서 7만8천원이 적당하다고 응답했다. 대규모 공연장에 대한 티켓가격으로는 20대의 응답자들이 4만8천원에서 최대 10만2천원으로 응답했고, 30대는 최소 7만1천원에서 최대 13만4천원으로 적정가격을 생각하고 있는 것으로 나타났다. 40대는 최소 5만4천원에서 15만4천원으로 적정가격을 응답하였다. 대규모 공연장에 대한 티켓가격에서 40대보다 30대가 1만 7천원 높게 나타난 것은 응답자 중 100만원과 50만원으로 응답한 경우가 있기 때문이다(표 20).

<표 20> 클래식 공연의 희망 적정가격

	소규모		중규모		대규모	
	최소	최대	최소	최대	최소	최대
20대	1만7천원	2만9천원	2만3천원	4만9천원	4만8천원	10만2천원
30대	1만9천원	4만9천원	3만8천원	9만원	7만1천원	13만4천원
40대	2만4천원	5만2천원	3만5천원	7만8천원	5만4천원	15만4천원
평균	2만원	4만3천원	3만2천원	7만2천원	5만8천원	13만원

5. 기타의견

기타의견은 20대의 응답자의 다수가 ‘질이 높고 가격이 적당하다면 언제라도 관람하고 싶다.’고 응답하였다. ‘상업적인 공연보다 관객의 마음을 잡을 수 있는 공연이 되길 희망 한다.’, ‘가격을 낮추자’의 의견에 많은 응답자가 공감했으며 ‘한국에서는 클래식 음악공연이란 부유한 사람들이 즐기는 장르로 인식되어 있는데, 외국처럼 누구나 부담 없이 즐길 수 있도록 자리 잡아서 모두가 클래식의 좋은 점을 공유할 수 있기를 바란다.’는 의견과 ‘어렵고 쉽게 다가가기 힘든 이미지를 극복하기 위해서 공연의 적정가격을 낮추고, 다양한 시대의 음악과 프로그램으로 발전하였으면 한다.’ ‘관객들 중 핸드폰을 끄지 않거나 끝나자마자 바로 박수를 치는 등 낮은 관객문화를 개선하기 위해 무료로 관객문화에 대한 강연 같은 것을 실시했으면 한다.’

‘대중에게 친숙한 이미지를 주기위해 광고를 잘 해야 한다.’ ‘관객의 수준을 높게만 보지 말고 설명을 곁들인 연주회를 통해 대중들에게 다가가는 공연 문화가 정착 되었으면 한다.’ ‘아마추어 음악가들의 공연이 활성화되기를 기대한다.’등의 의미 있는 의견도 있었다. ‘참여기회나 초대권도 많아지면 좋겠다.’는 의견도 조사되어, 초대권 문화의 재인식이 필요한 것으로 나타났다. 한편 ‘즐음이 오지 않을 정도의 자극이 있으면 좋겠다.’는 의견이 눈길을 끌었다.

30대 응답자들은 ‘아이들이 학교에서 접할 수 있었으면 좋겠다.’ 의견에 다수가 응답하였고, ‘음악은 모두가 좋아하지만 클래식은 고위계층의 허례허식문화로 생각되므로 대중화에 노력해야 할 것이다’라는 의견에 많은 응답자들이 공감하여 클래식 공연의 위화감 조성이 우려되는 것으로 나타났다. 20대의 응답자와 같이 ‘공연가격이 저렴해지기를 바란다.’는 의견이 많이 조사되어 대중들이 현재의 클래식 공연 가격에 불만이 많은 것으로 나타났고, ‘전공자나 악기를 다루지 않는 사람들도 편안하게 다가 갈수 있기를 바란다.’ ‘홍보를 많이 해서 대중들에게 친근하게 접근해야 한다.’는 의견에 다수가 공감하는 것으로 나타났다. 소수의 의견으로 ‘TV에서도 클래식 공연을 많이 접할 수 있기를 바란다.’ ‘길거리 공연에서 클래식 공연을 자주 볼 수 있었으면 좋겠다.’ ‘공연장 주변의 교통 혼잡을 개선해야 한다.’ 등의 의견이 있었다.

40대 응답자들도 공연가격의 적정성과 보다 저렴한 가격에 대한 의견이 상당수 조사되어 모든 연령층에서 현재 클래식 음악공연의 가격이 비싸다고 생각하는 것으로 나타났다. ‘대중들이 잘 접할 수 있도록 홍보를 많이 했으면 좋겠다.’ ‘어렵다는 인식을 바꿀 수 있게 저변확대가 필요하다는 생각이 다.’ ‘문턱을 낮춰 주기를 바란다.’ ‘전공자를 위한 공연이 아니라 일반인을 위한 해설 있는 음악회가 많이 열리기를 바란다.’ ‘라디오에서 많이 들을 기회가 있었으면 좋겠다.’ 등의 의견이 조사되었다.

V. 결론 및 제언

이 연구는 대중들에게 유익하고 건전한 문화콘텐츠인 클래식 음악공연의 활성화를 위하여 티켓가격의 적정성 여부를 알아보는 목적으로 문화생활의 실태를 조사하고, 티켓가격에 대한 대중들의 견해와 적정 가격을 제시하기 위하여 작성된 조사 연구이다. 문헌 연구를 통하여 클래식 음악공연의 필요성과, 외국과 한국의 공연문화 비교 및 설문지의 내용에 관한 이론적 근거를 제시하여 실태 조사의 타당성을 마련하였다. 연구 목적 달성을 위한 설문조사는 서울지역의 20대~40대의 일반인을 상대로 학교, 공공장소, 회사, 성당 등에서 실시하였으며 조사 결과는 다음과 같다.

1. 응답자의 인적사항은 191명의 응답자 중 20대 67명, 30대 61명, 40대 63명으로 조사되어 상대적으로 20대의 응답자가 많이 차지하고 있는 것으로 나타났다.
2. 문화생활의 실태에서 20대의 응답자는 약 한 달에 한번 문화생활을 하는 사람이 가장 많았고, 30대와 40대 응답자의 대다수는 약 서너 달에 한 번씩 문화생활을 하는 것으로 나타났다. 선호하는 공연 장르는 응답한 모든 연령대에서 영화를 가장 많이 보는 것으로 나타났다. 하지만 연령대가 높을수록 영화보다는 연극과 클래식 공연을 선호하는 비율이 상대적으로 높아지는 것으로 나타났다. 선호하는 이유는 '경제적으로 부담되지 않은 가격'이라는 의견이 가장 많았다.
3. 클래식 음악의 관심도에서 응답자의 대다수는 클래식 음악에 대해서 '교육적이고 유익하며 정서적으로 좋은 문화의 하나'로 생각하는 것으로 나타났고, 상당수가 무료로 감상할 기회가 주어진다면 가겠다고 응답하여 클래식 음악에 대한 관심이 높은 것으로 나타났다. 반면, 알고 있는 클

래식 음악가의 수는 비교적 많지 않은 것으로 나타나 높은 관심도와는 다른 결과가 나왔다.

4. 클래식 음악공연의 티켓가격에 관한 견해에서 응답자들 다수는 좋아하는 연주가의 공연이라도 비싸다면 가지 않겠다고 응답했고, 비싼 공연의 매진에 대하여 경제적으로 구애받지 않는 사람들이 부럽다고 했으며, 특권 의식의 상징이라고 답한 응답자도 있었다. 특히 응답자의 희망 적정가격은 최근 유명 음악가의 연주회 티켓가격과 현저한 차이를 나타내고 있는 것으로 조사 되었다.

조사 결과, 대중들은 각자 선호하는 문화공연의 장르와는 상관없이 클래식 음악공연은 건전하고 유익한 문화콘텐츠라는 견해를 가지고 있었으며, 다수의 응답자는 기회가 된다면 취미로 만들고 싶어 하는 것으로 나타났다. 그러나 응답자들의 희망 적정가격과 최근의 유명 음악가들의 연주회 티켓가격이 현저한 격차가 있는 것으로 조사되었다. 이는 전문적인 요소를 배제한 대중들의 희망가격이므로 타당한 가격이라고 판단하기에는 무리가 있지만 지나치게 비싼 티켓가격은 대중들에게 높은 벽으로 작용하고, 현실적으로는 클래식 공연을 가까이하기에 부담스럽고 거리감을 느끼는 것으로 나타나, 클래식 공연의 활성화와 대중들에게 유익한 문화를 제공하기 위해서는 반드시 해결해야 할 과제로 남아있음을 시사하고 있다.

한편, 클래식 음악공연 중에는 전공자나 애호가를 중심으로 한 적정가격의 좋은 음악공연도 해마다 많이 열리고 있다. 일부 지나친 고가의 공연으로 클래식 음악공연의 전반적인 인식이 대중들에게 부정적으로 받아들여지는 것은 한국의 클래식 음악이 해결해야 할 또 다른 과제이며, 이 분야에 관한 연구도 보다 활발히 이루어져야 할 것이다.

문화의 시대를 맞이하여 기존의 문화공연은 물론, 여러 장르의 문화공연들

이 새롭게 선보이고 있어 대중들에게 선택의 폭은 커지고 있지만 모두에게 유익하고 건전한 공연을 찾아 감상하는 데에는 다양해진 선택의 기회만큼 여러 가지 어려움도 발생하고 있다. 많은 사람들이 문화의 홍수 속에서 보다 유익하며 교육적이고 정서적으로 좋은 클래식 음악을 경제적으로 구매 받지 않으며 자주 접할 수 있는 기회를 제공받고, 클래식 공연의 활성화를 위하여 제 분야의 연구가 더욱 활발히 이루어지기를 기대한다.

참 고 문 헌

단행본

- 김성우(1998). 「 문화의 시대 », 민음사
- F. N. 킬링거(1985). 「사회·행동과학 연구방법의 기초」, 고흥하, 김현수,
백영승 옮김, 도서출판 성원사
- 크레이그 드리즌 외(1997). 「예술경영, 어떻게 할 것인가」,
이은옥, 용호성 옮김, 민음사
- 한명희(2002). 「교육의 미학적 탐구」, 집문당

연구보고서

- 삼성경제연구소(2003). 「산업화에 접어든 공연예술」
- 삼성경제연구소(2004). 「문화자원 개발과 지역 활성화 전략」
- 한국문화관광연구원(2003). 「주요국가 문화예술 지원프로그램 연구」
- 한국문화관광연구원(2004). 「문화예술통계」
- 한국문화관광연구원(2006). 「문화향수실태조사」
- 한국문화관광연구원(2006). 「OECD 주요국가의 문화경쟁력 분석」

국내학술지

- 유민영(1999). 「21세기 문화 예술의 경영과 정책: 문화산업과 인프라 문제」,
정책과 지역발전
- 이월수(1993). 「기업의 문화예술지원에 대한 방안」, 最高管理者課程論文集
- 이장현(2004). 「청소년범죄의 동향에 관한 연구」, 論文集(PYONGTAEK REVIEW)
- 차경욱(2003). 「가게유형에 따른 소비지출행동 분석」, 한국가정관리학회지
- 홍승찬(2000). 「공연예술의 마케팅 전략2」, 한국음악학학회

학위논문

- 공규현(2003). 「공연예술시장 활성화를 위한 국내 아트마켓 육성 방안연구」,
추계예술대학교 예술경영대학원 석사학위 논문
- 공병역(2004). 「현대사회에 있어서의 예술교육에 관한 연구:인격형성을 중심으로」,
중앙대학교 산업예술대학교 대학원 석사학위 논문
- 권빈나(2004). 「오페라 공연의 마케팅 전략수립을 위한 관객특성에 관한 연구」,
추계예술대학교 예술경영대학원 석사학위 논문
- 김은영(2004). 「음악적 자극이 개인의 뇌파 변화에 미치는 영향」,
숙명여자대학교 음악치료대학원 석사학위 논문
- 김은향(1999). 「한국 공연예술의 활성화에 관한 연구」, 연세대학교
언론홍보대학원 석사학위 논문
- 김정은(2002). 「라이프스타일 유형에 따른 예술상품 소비행태에 관한 연구」,

이화여자대학교 대학원 석사학위 논문

- 나윤주(2000). 「서비스마케팅믹스를 이용한 국내 공연 예술경영 현황에 관한 연구」, 상명대학교 대학원 석사학위 논문
- 남승연(1997). 「음악회 청중의 음악적 성향에 관한 연구: 예술의전당과 세종문화회관 청중을 중심으로」, 이화여자대학교 교육대학원 석사학위 논문
- 박선기(2006). 「클래식 공연상품 제작에 관한 연구: 음악전공자와 음악대학(원)의 방향성 모색」, 경희대학교 대학원 석사학위 논문
- 박완숙(2001). 「우리나라의 입장권 표준전산망 사업 운영에 관한 연구」, 명지대학교 대학원 석사학위 논문
- 박지은(2005). 「대중음악에 대한 청소년들의 인식 및 또래집단의 영향조사」, 이화여자대학교 교육대학원 석사학위 논문
- 백지혜(2003). 「기업의 문화예술지원에 관한 연구: 삼성의 문화예술지원 활동을 중심으로」, 단국대학교 산업경영대학원 석사학위 논문
- 신미경(2006). 「공연예술분야 관객조사 실태 연구」, 추계예술대학교 예술경영대학원 석사학위 논문
- 양정욱(2003). 「기질에 따른 음악선호도 분석」, 이화여자대학교 교육대학원석사학위 논문
- 우문호(2001). 「거시적 경제환경의 변화가 외식산업에 미치는 영향에 관한 연구」, 동아대학교 대학원 박사학위 논문
- 윤보람(2003). 「관객의 사회 경제적 지위가 공연예술 관람에 미치는 영향에 관한 연구」, 세종대학교 언론홍보대학원 석사학위 논문
- 윤성인(2001). 「도시 가계의 소비지출구조변화」, 한양대학교대학원 석사학위 논문
- 이신혜(2005). 「음악회 참석에 영향을 미치는 요인에 관한 조사」, 서울대학교대학원 석사학위 논문
- 이용관(2004). 「관객개발을 위한 예술교육과 그 효과에 관한 연구: 미국과 한국의 공연예술기관을 중심으로」, 성균관대학교 대학원 박사학위 논문

- 이진선(2003). 「인터넷 마케팅 촉진이 공연예술 소비자 의사결정에 미치는 영향」, 단국대학교 산업경영대학원 석사학위 논문
- 임연철(2005). 「공연예술 웹 사이트 재방문 의도에 영향을 미치는 요인 연구: 세종 문화회관, 예술의 전당, LG아트센터 사례를 중심으로」 성균관대학교 대학원 박사학위 논문
- 장미혜(2001). 「소비 양식에 미치는 문화자본과 경제자본의 상대적 효과: 서울지역의 사례를 중심으로」, 연세대학교 대학원 박사학위논문
- 장희진(2003). 「문화예술분야에서의 디지털 콘텐츠 활용 방안에 관한 연구」, 단국대학교 산업경영대학원 석사학위 논문
- 정미경(2002). 「관객개발을 위한 마케팅 방안연구: 정기예약 회원 제도를 중심으로」, 중앙대학교 예술대학원 석사학위 논문
- 정희정(2006). 「중년기 여성 소비자의 공연예술 구매동기에 관한 연구」, 경희대학교경영대학원 석사학위 논문
- 최순화(2005). 「문화지표의 변천과 발전방안 연구」, 추계예술대학교 예술경영대학원 석사학위 논문
- 황영선(2005). 「예술경영 측면에서 본 음악공연기획의 현황 및 효율적 운영방안에 관한 연구」 건국대학교 일반대학원 석사학위 논문
- 황윤미(2004). 「문예회관 재정구조의 효율화 방안」, 숙명여자대학교 정책대학원 석사학위 논문

기타자료

중앙일보 2006.9.20

매일경제 2006.10.26

한국경제 2006.10.30

문화관광부.	http://www.mct.go.kr
한국문화예술위원회.	http://www.arko.or.kr
한국문화예술진흥원.	http://www.kcaf.or.kr
한국문화정책개발원.	http://www.kcpi.or.kr
예술의전당.	http://www.sac.or.kr
세종문화회관.	http://www.sejongpac.or.kr

ABSTRACT

The Study on the Idealistic Concert Ticket Price of Classical Music Performances for the Public

Kim, Yun Jeon

Department of Music Education

Graduate School of Education

Sungshin Women's University

This study, which is a survey, was conducted due to problems that aroused based upon actual experiences of hesitation of purchasing an expensive performance of a famous musician. The purpose of this study is to pin-point the barrier that prevents the public, especially aged twenty to forty, from being exposed to classical music. This study points out the theoretical importance of classical music and of art education by examining research articles, media articles, and a public survey. Also compared the current culture of classical music performances in Korea to the current culture of classical music performances in Western countries, where classical music was first established.

This was achieved by interviewing individuals from schools, public locations, and offices of various companies in Seoul. Interviewee ages ranged from early-twenties to mid-forties. The content and the results of the questionnaire used for this survey are following.

1. With a total of 191 interviewers, 67 individuals were in their twenties, 61 individuals were in their thirties, 63 were individuals in their forties which points out the abundance of interviewers in their twenties.
2. When examining the cultural life of the public, the interviewers that were in their twenties mostly claimed to experience a cultural life in approximately every once a month while interviewers in their thirties and forties mostly claimed to experience a cultural life in approximately every once in three to four months. The type of genre that was preferred among all ages of the interviewers was movies. However as the age of the interviewers increased, their preference of genre gradually shifted from movies towards plays and classical music performances. The most common opinion of preference of certain genres were based upon 'a prices that is economically affordable.'
3. Focusing the interest in classical music, most interviewers had an impression of classical music as 'a cultural experience which is educational and intellectual.' However, contrasting to their high interest in classical music, most interviewers were familiar with very little number of classical musicians.
4. Among the various opinions from the interviewers regarding classical music performance tickets, some claimed that they would not attend the concert if the tickets are too expensive regardless of the famous performer. They also claimed that they envied individuals that were not financially affected by the expensive concert ticket prices. Some also claimed that expensive classical music performances symbolized the privilege of upper class. Especially, the idealistic concert ticket price among these interviewers revealed to be extremely deviated

from the ticket prices of recent concerts of famous performers.

The expensive concert ticket prices produced a great wall for the public audience, and made the public audience to realistically feel distanced and apprehensive to classical music performances. In conclusion, in order to allow classical music performances to become an active cultural experience among the public and to further allow the public to gain this rewarding cultural experience, the problems of pricy concert tickets must be resolved.

<부록>

설문지

안녕하십니까? 이 설문지는 여러분께서 다양한 문화 공연, 특히 클래식 음악공연에 대한 인식과 앞으로 클래식 음악공연이 해결하고 나아가야 할 방안에 대하여 모색하는데 여러분의 의견을 수렴하기 위해 작성된 것입니다. 이 설문지에 응답하신 사항은 연구의 매우 귀중한 자료로 사용될 것입니다. 다소 귀찮으시더라도 성심껏 답해 주시기를 부탁드립니다. 바쁜 시간을 내 주셔서 감사합니다.

성신여자대학교 교육대학원 음악학과 김윤전

1. 연령대는?

(1)20대 (2)30대 (3)40대 (4)50대 (5)60대 이상

2. 연극, 영화, 뮤지컬, 음악공연 등과 같은 문화생활의 횟수는?

(1)일주일에 한번 (2)한 달에 한번 (3)서너 달에 한번
(4)일 년에 한번 (5)거의 없다.

3. 문화생활을 할 때 가장 선호하는 장르는?

(1)연극 (2)영화 (3)클래식공연 (4)뮤지컬
(5)기타(가수 공연 포함)

4. 선택하신 문화생활을 선호하는 이유는?

- (1)평소에 관심이 많은 분야라서
- (2)경제적으로 부담되지 않은 가격이므로
- (3)내용이 어렵지 않고 쉽게 받아들일 수 있어서
- (4)자기 개발의 일환으로
- (5)기타()

5. 평소 클래식 음악에 대한 견해는?

- (1)교육적이고 유익하며 정서적으로 좋은 문화의 하나이다.
- (2)기회가 되면 나의 취미로 만들고 싶은 장르이다.
- (3)다른 여러 문화공연들과 똑같은 하나의 장르일 뿐이다.
- (4)관심 없다.
- (5)기타()

6. 무료로 클래식공연을 감상할 수 있는 기회가 주어진다면?

- (1)반드시 간다.
- (2)가능한 갈려고 노력한다.
- (3)갈 수 없으면 다른 사람에게 양도한다.
- (4)그래도 안 간다.
- (5)기타()

7. 클래식 음악계에서 알거나 좋아하는 음악가는?

- (1)10명이상 있다. (2)5명이상 있다. (3)3~5명 정도 있다.
- (4)1~2명 있다. (5)아무도 없다.

8. 좋아하거나 아는 연주가의 공연이 있을 때 티켓가격이 비싸다면?

- (1)부담이 되더라도 고가의 좋은 좌석을 선택한다.
- (2)저렴한 가격의 좌석을 구입해서라도 감상한다.
- (3)티켓 값이 비싸면 가지 않는다.
- (4)잘 모르겠다.

(5)기타()

9. 비싸서 가지 못한 클래식 공연이 매진되었다면?

- (1)본인의 선택에 대하여 후회하며 다음에는 꼭 갈 것이다.
- (2)역시 클래식은 가치가 높다고 생각한다.
- (3)부적절한 행태이다.
- (4)경제적으로 구애받지 않고 마음껏 클래식 공연을 즐길 수 있는 사람들이 부럽다.
- (5)기타()

10. 최근 유명 오케스트라와 음악가의 공연이 최대 40만원이라는 가격에 대하여?

- (1)세계적인 음악가들의 공연이므로 당연한 가격이다.
- (2)비싼 편이지만 이해할 만한 수준의 가격이다.
- (3)너무 상업적이다.
- (4)특권의식의 상징이다.
- (5)기타()

11. 티켓가격과 청중들의 매너 및 수준의 연관성은?

- (1)깊은 관련이 있다. (2)조금은 관련이 있다. (3)티켓가격이 높을수록 수준과 매너가 높다.
- (4)관련 없다. (5)기타()

12. 클래식 공연의 가격이 타당해진다면?

- (1)지금보다 더 자주 갈 것이다. (2)공연계를 위해서 환영할 일이다.
- (3)공연수준이 우려된다. (4)가격과는 상관없다.
- (5)기타()

13. 소규모(200석 내외 ex:금호아트홀)클래식 공연의 적정가격은?

최소 _____ ₩최대 _____ ₩

14. 중규모(500석~1000석 ex: 세종문화회관 소강당) 클래식 공연의 적정가격은?

최소 _____ ₩ 최대 _____ ₩

15. 대규모(1000석 이상 ex: 예술의전당 콘서트홀) 클래식 공연의 적정가격은?

최소 _____ ₩ 최대 _____ ₩

16. 클래식 음악공연의 발전을 위하여 한 말씀 해주세요.

수고하셨습니다. 질문에 답해주셔서 대단히 감사합니다.ㄷ