

공연 관객 SNS 활동 실태

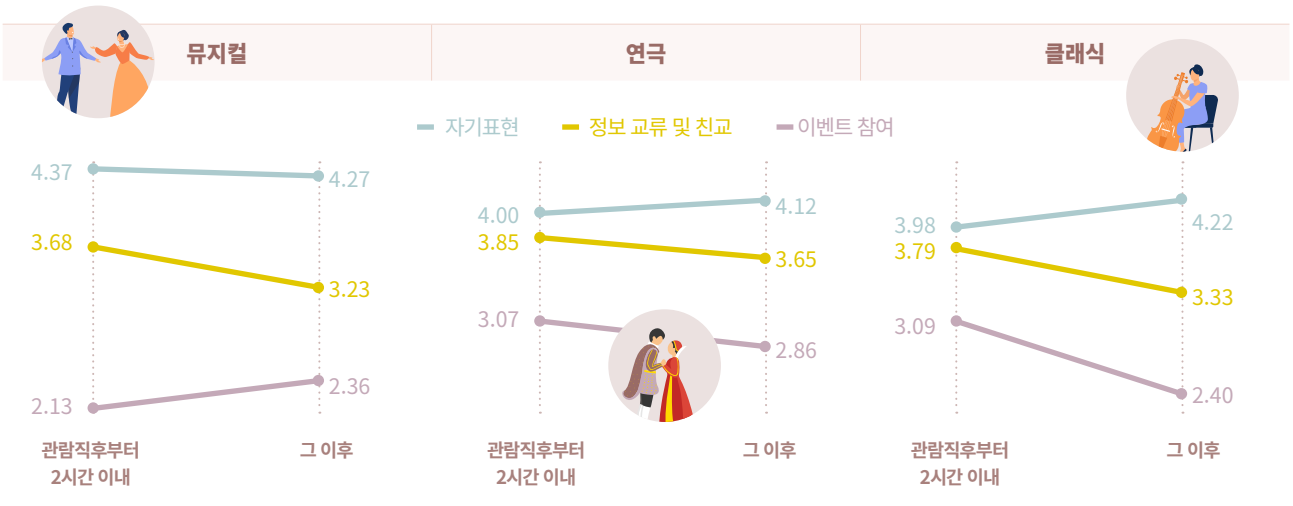
페이스북, 인스타그램, 트위터 이용자 분석(2부)

1부에서는 공연 관객 응답자 총 1,427명을 대상으로 장르별 공연 관객은 SNS(페이스북, 인스타그램, 트위터)를 통해 어느 시점에, 어떤 목적, 어떤 내용으로 소통하는지를 살펴보았다. 2부에서는 뮤지컬, 연극, 클래식 세 장르의 설문조사 응답결과 데이터를 바탕으로 SNS이용과 공연 관람 선택에 미치는 영향, SNS이용 시점에 따른 목적과 내용 변화 등에 대해 분석해 보고자 한다.

1부(10월호) | 전체 응답자 조사 결과 2부(11월호) | 연관성 분석 결과

Q1. 공연 관람 후 시간이 지남에 따라 SNS 이용 목적은 어떻게 달라질까?¹⁾

	관람 직후	그 이후
뮤지컬	자기 표현 정보 교류 및 친교	이벤트 참여
연극	정보 교류 및 친교 이벤트 참여	자기 표현
클래식		

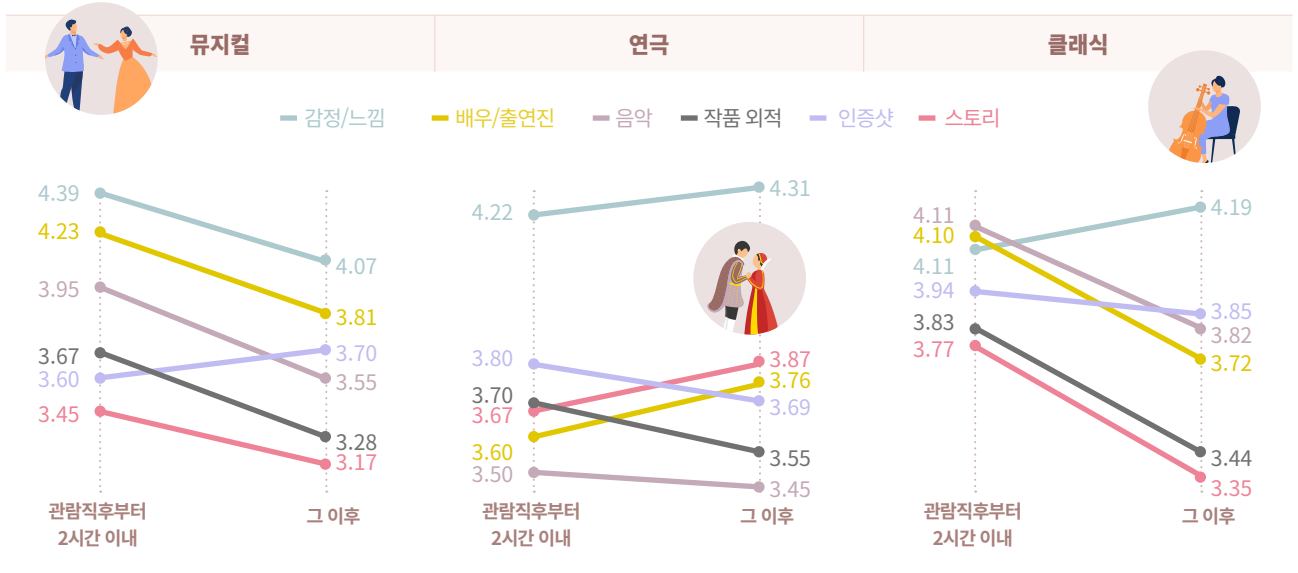
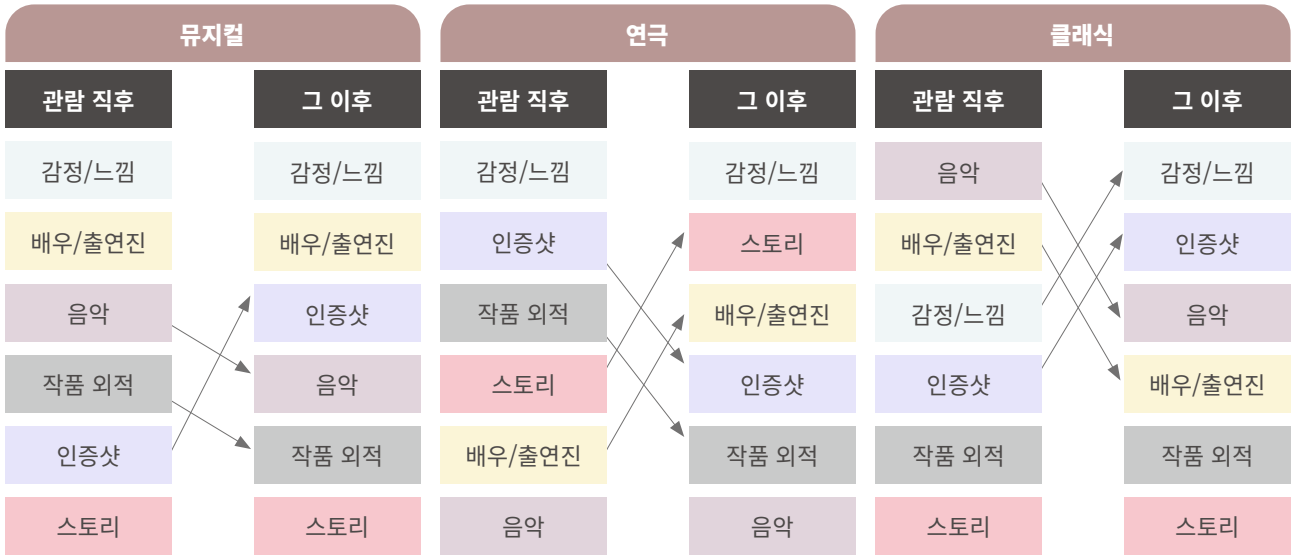


SNS 소통 시점에 따라 뮤지컬 관객은 연극·클래식 관객과 다른 목적으로 SNS를 사용하고 있음

- **뮤지컬 관객은 보자마자 자랑부터:** 취미 생활 기록, 개인 만족용 리뷰 작성 등 ‘자기 표현’을 위해 SNS를 이용할 때, 뮤지컬 관객은 관람 직후에, 연극과 클래식 관객은 그 이후에 하는 경우가 많음
- **남들과 함께 공유하고 싶을 때는 최대한 빨리:** 추천, 관련 정보 공유 등 ‘정보 교류 및 친교’를 위해 SNS를 이용할 때, 모든 장르 관객이 관람 직후에 하는 경향이 있음
- **SNS 이벤트가 있다면? 연극·클래식 관객은 잊어버리기 전에 먼저:** ‘이벤트 참여’를 위해 SNS를 이용할 때 연극과 클래식 관객은 관람 직후에, 뮤지컬 관객은 그 이후에 이용하는 경향이 있음

1) 본산분석을 시행했으며, 그래프의 수치는 평균비교를 통해 통계적으로 유의한 값에 대한 평균점수 값임(종속변수의 측정척도: 1점 전허 작성 안함 ~ 5점 매우 작성함)

Q2. 공연 관람 후 시간이 지남에 따라 SNS에 작성하는 내용은 어떻게 달라질까?²)

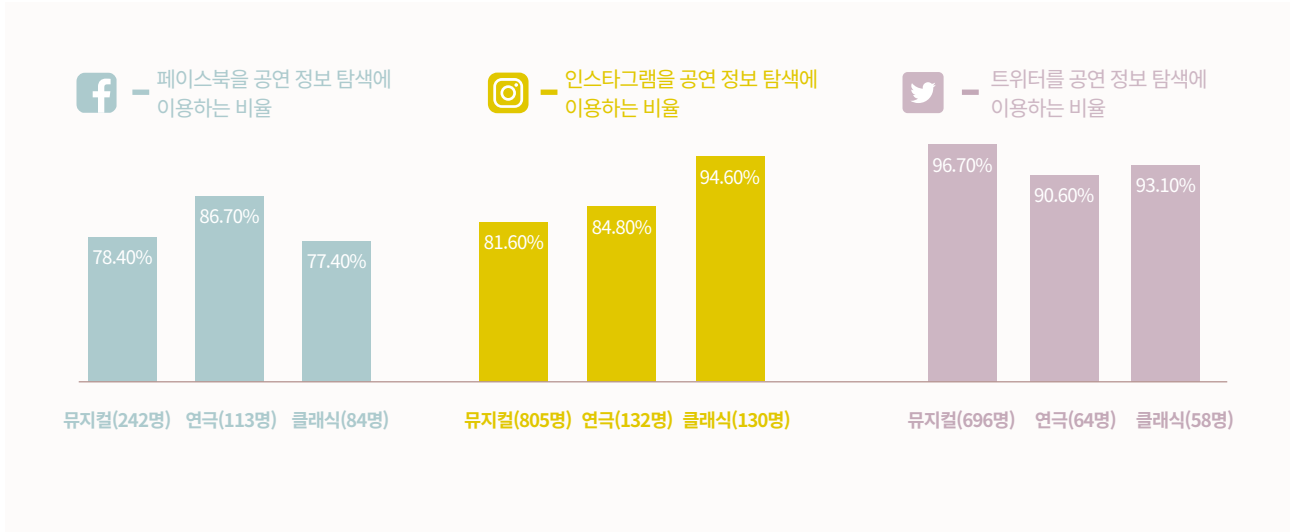


모든 장르 관객이 시간이 지남에 따라 SNS에 작성하는 내용이 달라짐

- 뮤지컬 관객은 개인적인 느낌과 배우와 음악에 대한 이야기를 먼저하고, 인증샷은 천천히 작성: SNS로 소통할 때 대부분의 내용을 관람 직후에 작성하는 경향이 크며, ‘인증샷’ 이외에는 시간이 지나면서 언급량이 줄어들음.
- 연극 관객은 개인적인 느낌을 가장 많이, 시간이 지나면서 더 많이 작성함: ‘인증샷’, ‘작품외적’ 내용은 관람 직후에 주로 작성하고, ‘감정/느낌’, ‘스토리’, ‘배우’에 대해서는 관람 직후보다 그 이후에 더 많이 언급함. ‘감정/느낌’에 대해 이야기하는 비율이 지배적임.
- 클래식 관객은 음악과 출연진에 대한 이야기를 먼저하고, 느낀 감정에 대해서는 천천히 작성: 모든 항목이 관람 직후 작성하는 비중이 높았으나, ‘감정/느낌’만 그 이후에 더 많이 언급.

2) 분산분석을 시행했으며, 그래프의 수치는 평균비교를 통해 통계적으로 유의한 값에 대한 평균점수 값임(종속변수의 측정척도: 1점 전혀 작성 안함 ~ 5점 매우 작성함)

Q3. 공연 후기를 SNS에 남긴 이용자들은 공연 정보를 찾을 때에도 해당 SNS를 이용하고 있을까?³⁾



트위터, 인스타그램, 페이스북 순으로 공연 관람 전 정보 탐색에 사용됨

- **페이스북 사용자 10명 중 2-3명은 페이스북에서 굳이 정보 탐색하지 않아:** 페이스북은 다른 SNS에 비해 상대적으로 공연 관람 전 정보 탐색에 이용하지 않는 편.
- **트위터는 소통을 위해 사용하면서 또한 정보를 얻기 위해 이용:** 트위터 사용자 중 거의 대부분(90% 이상)이 공연 관람 전에도 정보 탐색을 위해 트위터를 이용함.

3) 교차분석을 실시했으며, 각 장르 관객 중 공연 관람 후 SNS 활동 여부에 “예”라고 답한 응답자 중 공연 관람 전 정보 탐색에 SNS를 이용 여부에 “예”라고 답한 응답자 비중을 %로 표현함

Q4. SNS를 통해 정보탐색을 할 때 누구의 글에 가장 영향을 많이 받을까?⁴⁾

	 페이스북	 인스타그램	 트위터
뮤지컬	유명인/인플루언서 글	유명인/인플루언서 글	지인/친구/주변인 글
연극	지인/친구/주변인 글	세 가지 작성자 유형 중 특별히 영향을 주는 유형이 나타나지 않음 ⁵⁾	
클래식	공연관계자/평론가 글		

공연 관람과 정보 획득에 SNS 이용 시 가장 영향을 많이 주는 글은 ‘지인’의 글, 하지만, 매체와 장르별로 일부 차이를 보임

- **페이스북은 장르별로 가장 영향을 주는 SNS 작성자 유형이 달라:** 뮤지컬은 ‘유명인’이 쓴 글이, 연극은 ‘지인’이 쓴 글이, 클래식은 ‘공연관계자’가 쓴 글이 공연 정보 탐색에 영향을 가장 많이 줌
- **트위터는 언제나 ‘지인’의 글이 중요:** 인스타그램은 뮤지컬에 한해서 ‘유명인’이 쓴 글이 공연 정보 탐색에 영향을 주는 반면, 트위터는 모든 장르에서 ‘지인’이 쓴 글이 공연 정보 탐색에 영향을 줌

4) 회귀분석을 실시했으며, 통계적으로 유의한 회귀계수가 도출된 관계만을 제시함(독립변수의 측정척도: 1점 전혀 영향 없음 ~ 5점 매우 영향 받음, 종속변수의 측정척도: 1점 전혀 이용하지 않음 ~ 5점 매우 이용함)

5) 회귀모형이 유의수준 0.05여서 통계적으로 무의미한 것으로 나타남