

K-Pop콘서트 체험요소(4Es) 및 여가만족 차이분석: 방문시 동행자, 관람횟수를 중심으로

박연지¹ · 김영재²

¹중앙대학교 박사수료 · ²중앙대학교 교수

Analysis of Differences in Experience Factors(4Es) of K-Pop Concerts and Leisure Satisfaction: Focusing on Persons to Accompany During the Visit and the Frequency of Attendances

Park, Yeon-Ji¹ · Kim, Young-Jae²

¹Chung-Ang University, Ph.D. Candidate · ²Chung-Ang University, Professor

Abstract

In order to investigate differences in experience factors(4Es) of K-Pop concerts and leisure satisfaction, this study targeted people who enjoy K-pop concerts as leisure activities. Prior to the study, the purpose of investigation was explained to the participants and self-administered questionnaires using the SNS-based online(Google) survey system were distributed to them. A total of 241 questionnaires were used for the final analysis and the following results were obtained. First, significant differences were found in sub-factors of experience(4Es) when the participants were accompanied by others during K-Pop concerts, and only emotional and educational factors of leisure satisfaction showed significant differences. The groups of people who attended K-Pop concerts by themselves had more entertainment and escapist experience factors than the group of those that attended K-Pop concerts with friends of the same sex, and emotional and educational leisure satisfaction was found. Second, in relation to differences in experience factors(4Es) depending on the number of K-Pop concert attendances, entertainment, educational and escapist factors excepting esthetic factors showed significant differences, and there were significant differences in sub-factors excepting physical factors of leisure satisfaction. Also, the group of people that attended K-Pop concerts more than three times had more entertainment and escapist experiences than the group of those that attended K-Pop concerts for the first time, and social and emotional leisure satisfaction was found. In conclusion, it is considered that based on this study, there is a need to empirically research the attendance at K-pop concerts as a kind of leisure activities and develop an experience scale which reflects Pine & Gilmore's experience factors.

Key words : K-Pop Concert, Leisure Satisfaction, Pine & Gilmore's Experience Factors(4Es), Experience Economy

주요어 : K-Pop 콘서트, 여가만족, 파인과길모어, 체험경제이론, 체험요소

이 논문은 2019년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 인문사회분야 중견연구지원사업의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2019S1A5A2A01049423).

Address reprint requests to : Kim, Young-Jae

Chung-Ang University, Heukseok-ro 84, Dongjak-gu, Seoul, Korea

Tel: +82-2-820-5382, Fax:+82-812-2729, E-mail: yjkim@cau.ac.kr

Received: February, 10, 2020 Revised: March, 2, 2020 Accepted: March, 19, 2020

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

K-Pop(Korean Popular Music)은 소셜네트워크서비스(SNS)를 중심으로 전 세계적으로 팬덤(fandom)을 조성하고 있으며, 이를 기반으로 글로벌 문화경쟁력을 구축하여 성장하고 있다(최수빈, 이소현, 2019). 한국의 K-Pop은 대형 기획사의 마케팅 전략의 성공으로 볼 수 있으며, 서정적인 가사를 포함한 한국적 음악과 화려한 퍼포먼스, 가창력, 춤 실력, 외모 등을 겸비한 아이돌 스타로 이루어졌다(김하림, 2019). 현재는 팬(fan)들의 관심에 따라 K-Pop 스타의 성공 여부를 평가(최수빈, 이소현, 2019)할 수 있을 정도로 팬덤(fandom)에 대한 영향력이 커졌다.

2018 국민여가활동조사에 따르면 다양한 문화생활에 대한 소비가 증가하였으며, 그중 2016년 대비 대중음악 및 연예에 대한 관람률 증가폭이 높은 것으로 나타났다(문화체육관광부, 2018). 이는 한류 문화로 자리 잡은 K-Pop 콘서트 관람이 특정 팬들뿐만 아니라 대중적인 관심으로 증대되고 있으며, 콘서트 관람은 다양한 연령층의 여가활동 체험으로 이어지는 것으로 해석될 수 있다(김정은, 박희정, 2018).

한편 최근 국내의 K-Pop콘서트는 3D홀로그램 기술을 도입한 체험형 콘서트(김지형, 2016)가 기획되고 있어 단순히 관람하는 것만이 아닌 체험형 콘서트로 변모하고 있다. 실제로 콘서트장에서는 한국의 전자기술력을 동원한 5G기반 K-Pop VR 체험 부스가 운영되고 있다(디지털타임즈, 2019.07.15.). 또한 2019년 광주FINA세계수영선수권대회 성공기원을 위해 개최된 K-Pop 콘서트에서는 한국문화 체험장이 마련되었으며(김천규, 2019.04.29.), 세계 각국에서는 K-Pop커버댄스 대회 및 플래시몹 행사가 열리고 있다(김민하, 2019.09.22.). 이처럼 K-Pop 콘서트는 관람객들에게 볼거리, 즐길 거리 등을

제공할 수 있게 기획되고 있다(이승엽, 2001). 이는 K-Pop을 매체로 여가 및 소비, 문화와 교육, 관광은 밀접한 관련이 있음을 시사한다.

이와 같이 오늘날 소비자들이 제품 및 서비스 상품을 단순히 구입하는 것이 아니라 오랫동안 기억할 수 있는 감성체험을 희망하며, 만족스러운 경험과 추억을 가질 수 있다면 기꺼이 비용을 지불하여 충성스러운 고객이 된다는(김태훈, 주영환, 2019; Pine & Gilmore, 1999) 점을 알 수 있다.

Pine & Gilmore(1998)는 “체험경제(Experience economy)”를 통해 일찌감치 체험과 경험을 중시하는 소비문화 트렌드가 도래할 것이라 하였다. 그는 체험은 오락적, 교육적, 일탈적, 심미적 측면을 포함한 4가지 체험요소(4Es: Entertainment, Educational, Escapist, Esthetic)가 존재한다고 하였으며, 이러한 체험이 조화롭게 이루어졌을 때 이상적 위치(sweet spot)가 나타난다고 하였다.

실제로 2019년 인터파크 조사에서는 1년 동안 한명이 여러 번 구매한 이력이 조사되어 K-Pop 콘서트에 대한 수요는 꾸준히 증가하고 있는 것으로 나타났다(신성아, 2020.02.06.). 이는 참가자가 서비스를 체험하고 그 품질과 성과에 대한 만족을 느끼는 결과라고 할 수 있다(한수정, 2015). 그러나 K-Pop 콘서트에서 관람객들이 구체적으로 어떠한 체험을 통해 만족을 경험하는지에 대한 연구는 부족한 실정이다(김지형, 2016).

개인이 경험한 여가활동을 통해 기대감이 충족될 시 행복감이나 즐거움, 성취감, 건강증진, 자기표현의 기회 및 자기발전의 기회와 같은 보상을 느낄 수 있으며, 이때 만족스러운 여가 경험을 느끼게 된다(Beard & Ragheb, 1980). 이와 같은 여가 경험의 결과는 여가만족으로 인식되어 왔다(Dirver & Knopf, 1977).

이처럼 여가만족은 여가활동을 선택하고, 참가를 지속 시킬 수 있는 중요한 변인이다(Guinn, 1980). 이에 K-Pop콘서트 관람활동에 대해 참여 지속을 규정하고 흥미를 결정하는 중요한 요소로서 체험 후 만족을 측정할 필요가 있다.

체험요소(4Es)와 만족에 관한 연구는 이용객들의 체험 경험을 도출하여 만족 및 재방문 의도를 파악하기 위해 주로 경제학과 관광학 분야에서 연구되고 있다. 문화관광 및 축제체험이 체험 만족과 행동의도, 재방문의도와 관계 연구(용석홍, 박철호, 한수정, 2019; 장동동, 민보영, 2019; 류병덕, 2016) 및 전시체험요소와 여가만족과의 관계 연구(정석순, 2013)가 진행되었다.

그러나 K-Pop 콘서트 관람객들은 특정계층(팬덤)의 문화로만 인식되어 여가학 분야에서 주목받지 못하고 있다. 대부분 K-Pop의 음악 및 콘서트, 굿즈 등의 문화상품을 직접적으로 소비하여 인기를 지속시키는 팬덤 문화에 대한 연구가 주를 이루고 있는 것이다(김하림, 2019; 베르비기에 마티유, 조영한, 2017).

또한 K-Pop을 향유하는 집단은 주로 연령(성인, 청소년으로의 구분), 성별(여성, 남성)로 구분하여 한정적으로 연구되고 있다(살여라, 2019; 이은별, 2019; 이지원, 2019). 그러나 최근 한국 사회는 개인 단위의 여가활동과 동반자가 함께하는 여가활동이 여가시간 및 여가참여유형에 영향을 미치는 것으로 보고되고 있어(김고은, 최막중, 2019; 윤소영, 2015) 인구통계학적 요소 중 방문시 동행자에 대해 주목할 필요가 있다.

이에 본 연구는 K-Pop콘서트 관람객을 대상으로 Pind & Gilmore(1998)가 제시한 체험요소(4Es)와 여가만족에 대해 알아본 뒤 인구통계학적 구분에 따른 차이를 검증하고자 한다. 이러한 실증적 분석을 바탕으로 여가활동으로써 K-Pop 콘서트를 관람하는 자들에 대한 이해를 도모할 수 있을 것이다. 이에 본 연구는 관람형 여가활동참여 확대에 대한 기초자료를 제공하는데 목적이 있다.

이와 같은 목적을 규명하기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

첫째, K-Pop콘서트 관람자의 인구통계학적 요소(방문시 동행자, K-Pop 콘서트 관람횟수)에 따른 체험요소(4Es)는 차이가 있을 것이다.

둘째, K-Pop콘서트 관람자의 인구통계학적 요소(방문시 동행자, K-Pop 콘서트 관람횟수)에 따른 여가만족은 차이가 있을 것이다.

II. 연구방법

1. 연구대상 및 자료수집방법

본 연구는 K-Pop콘서트의 체험요소(4Es) 및 여가만족의 차이를 조사하기 위해 K-Pop이라는 특정 대중문화를 여가활동으로 즐기는 대상자를 선정하였다. 이에 유의표집법(purposive sampling)을 사용하여 K-Pop콘서트 관람자들을 대상으로 설문을 진행하였다. 설문조사는 SNS를 메신저를 통해 온라인(Google)설문을 활용한 자기 기입 방식으로 진행되었으며, 260부 중 불성실한 응답을 제외한 총 241부의 설문지를 최종 분석에 사용하였다. 연구대상의 인구통계학적 특성은 김지형(2016)과 류병덕(2016)의 연구를 토대로 구분하였으며, 결과는 <표 1>과 같다.

결과를 살펴보면 성별은 여자 171명(71.0%), 남자 70명(29.0%) 순으로 나타났고, 나이는 20세 이상-23세 미만 105명(43.6%)으로 가장 많았다. 이들은 대부분 서울 118명(49.0%)과 경기 90명(37.3%)으로 거주하는 것으로 나타났으며, K-Pop 콘서트 방문시 동행자는 동성친구 117명(48.5%), 혼자 64명(26.6%), 이성친구 43명(17.8%) 순으로 나타났다. K-Pop콘서트 관람횟수는 네 번 이상이 82명(34.0%)으로 가장 많았으며, 첫 번째 71명(29.5%), 세 번째 45명(18.7%), 두 번째 43명(17.8%) 순으로 관람한 것으로 나타났다. 지난 1년간 콘서트 관람횟수는 1회-5회 149명(61.8%)으로 나타나 참가자들은 대부분 관람 후 재참여하는 것으로 해석할 수 있다. 아들은 주로 여가활동목적 226명(93.8%)으로 K-Pop콘서트를 관람하는 것으로 나타나 여가만족의 나타날 수 있음을 시사한다.

표 1. 연구대상자의 인구통계학적 특성

구분		N	%
성별	남	70	29.0
	여	171	71.0
나이	14세-16세	57	23.7
	17세-19세	39	16.2
	20세-23세	105	43.6
	24세 이상	40	16.6
거주 지역	서울	118	49.0
	경기	90	37.3
	인천	10	4.1
	강원	4	1.7
	충청	13	5.4
	전라	3	1.2
	제주	1	0.4
	기타	2	0.8
	방문시 동행자	혼자	64
가족		5	2.1
이성친구		43	17.8
동성친구		117	48.5
K-pop 콘서트 관람횟수	단체(학교 등)	12	5.0
	첫 번째	71	29.5
	두 번째	43	17.8
	세 번째	45	18.7
	네 번 이상	82	34.0
지난 1년 콘서트 관람 횟수	없다	75	31.1
	1회-5회	149	61.8
	6회-10회	13	5.4
	11회 이상	4	1.7
방문목적	여가활동목적	226	93.8
	교육목적	2	0.8
	견학목적	4	1.7
	기타	9	3.7
total		241	100.0

2. 조사도구

1) Pine & Gilmore 체험요소(4Es)

K-Pop콘서트 관람활동에서 나타나는 체험요소를 알아보기 위해 Pine & Gilmore(1998)가 제시한 4가지 체험요소(4Es: Entertainment, Educational, Escapist, Esthetic)를 기반으로 국내·외 연구자(류병덕, 이정열, 2015; 최영덕, 정대영, 윤지환, 2014; 정석순, 이준엽, 2011; 하동현, 2009; 박수경, 박지혜, 차태훈, 2007; 한숙영, 엄서호, 2005)가 연구를 진행한 척도를 류병덕(2016)이 연구에서 활용하여 검증한 척도를

사용하였다. 이를 여가학 교수 1인, 문화예술학 교수 1인, 예술경영 박사 1인으로 구성된 전문가 3인에게 내용 타당도를 거쳐 K-Pop 콘서트 관람자에게 적용할 수 있도록 문항을 수정 및 보완하였다. 구체적으로 엔터테인먼트 6항목, 교육 4항목, 현실도피 6항목, 심미적 5항목으로 구성하였으며, 리커트 5점 척도(1= 전혀 그렇지 않다, 5= 매우 그렇다)로 구성하였다.

2)여가만족

K-Pop 콘서트 관람활동에 어느 정도 만족하고 있는가를 측정하기 위해 여가만족을 측정하였다. 여가만족의 측정도구는 기존의 Beard와 Ragheb(1980)가 개발한 여가만족척도(Lss)를 문화적 차이를 고려하여 김영재(2004)가 개발한 한국형 여가만족척도 설문지를 사용하였다. 설문지의 구성은 여가활동을 통해 경험할 수 있는 사회적 만족 6문항, 정서적 만족 5문항, 신체적 만족 5문항, 환경적 만족 4문항, 교육적 만족 4문항으로 총 24문항으로 구성되어 있으며, 리커트 5점 척도(1= 전혀 그렇지 않다, 5= 매우 그렇다)로 측정하였다.

요인분석과정에서 요인적재량이 기준($r < .40$)보다 낮았거나 다른 요인에 적재된 문항(다른 사람들의 행동을 보면서 즐거움을 느꼈다-엔터테인먼트 문항6, K-Pop콘서트의 관람과 체험은 상당히 교육적이다-교육적체험 문항4, 콘서트의 관람과 체험을 통해 또 다른 나의 모습<다른 성격으로의 역할을 하고 있음>을 발견하게 되었다-현실도피 문항4, K-Pop 콘서트 현장에 있는 것만으로도 아주 즐거웠다-심미적 문항4)은 삭제하였다(김계수, 강병서, 2007). 총 17문항을 분석에 사용하였다.

3. 조사도구의 타당도와 신뢰도 검증

실증적 분석에 앞서 각 변수들의 타당도 검증을 위하여 확인적 요인분석(Confirmatory

Factor Analysis)을 통해 구성타당도 검증을 실시하였다. 이후 측정모형의 적합도를 알아보기 위해 카이자승(χ^2), 증분적합지수(CFI, TLI), 절대적합지수(RMSEA)를 측정하였다. Pine & Gilmore의 체험요소(4Es) 확인적 요인분석 결과는 <그림 1>과 같고, 여가만족 조사도구의 확인적 요인분석 결과는 <표 2>와 같다.

그 결과 Pine & Gilmore 체험요소는 $\chi^2 = 476.766(p<.001)$, CFI = .927, TLI = .912, RMSEA = .116으로 나타났다. 이은경, 류은정, 김경희(2011)은 사례수가 많지 않은 경우 RMSEA값이 .15 이하일 때 비교적 모형이 적합한 것으로 볼 수 있다고 하였다. 본 연구의 대상자는 241명으로 절대적합지수는 다소 만족할만한 수준이 아니지만 연구 모형이 실제 데이터와 얼마나 간극이 있는지 파악하는 지표(TLI, CFI)인 증분적합지수는 만족할 만한 수준으로 나타났기 때문에 연구를 진행하였다(김계수, 강병서, 2007). 여가만족 측정모형의 적합도는 $\chi^2 =$

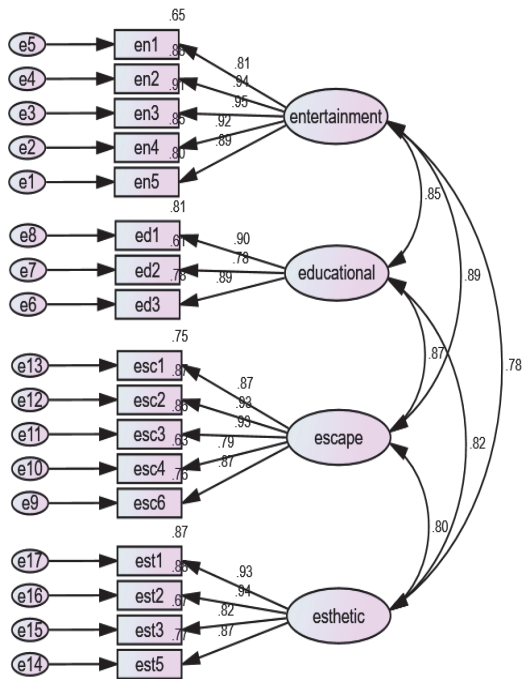


그림 1. Pine&Gilmore 체험요소 확인적 요인 분석 결과

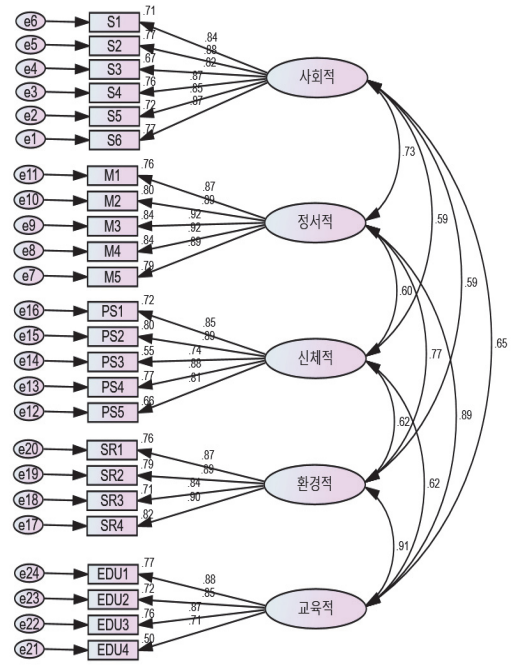


그림 2. 여가만족 확인적 요인 분석 결과

747.308($p<.001$), CFI = .916, TLI = .904, RMSEA=.093으로 나타나 측정도구의 타당도가 만족할 만한 수준인 것으로 확인되었다.

또한 측정문항의 신뢰도 검증을 위해 Cronbach's α 및 개념 신뢰도(C.R.), AVE 값을 산출하였다.

그 결과 Pine & Gilmore의 체험요소(4Es)의 Cronbach's α 계수는 전체 평균 .972로 나타났고, 각 하위요인의 신뢰도를 살펴보면 엔터테인먼트 .951, 교육적 .891, 현실도피 .938 심미적 .936으로 나타났다. 또한 여가만족의 Cronbach's α 계수 측정결과 전체 .965로 나타나 높은 신뢰성을 확보하였으며, 사회적 .941, 정서적 .953, 신체적 .919, 환경적 .929, 교육적만족 .892로 나타나 각 요인별 내적신뢰성 값이 확보되었다. 이후 요인적재량의 유의성인 평균분산추출지수(AVE) 및 개념신뢰도(C.R.)를 확인하였다. 분석결과 개념신뢰도는 .858~.980의 범위로 모두 .7 이상으로 나타났으며, 평균분산추출지수(AVE)

표 2. 신뢰도 검사결과

요인	엔터테인먼트	교육적 체험	현실도피	심미적	전체	사회적	정서적	신체적	환경적	교육적 만족	전체
Cronbach's α	.951	.891	.938	.936	.972	.941	.953	.919	.929	.892	.965
C.R.	.962	.859	.929	.933	.980	.897	.942	.858	.923	.870	.977
AVE	.834	.672	.723	.776	.744	.591	.764	.548	.749	.628	.644

는 .548~.834의 범위로 나타나 모두 .5이상으로 나타나 본 연구에서 사용한 측정문항의 집중타당성은 기준치 이상의 값(Hair et al., 2010)을 보여 전반적으로 우수한 것으로 확인되었다. 자세한 사항은 <표 2>와 같다.

4.자료처리방법

본 연구는 K-Pop 콘서트 관람자의 체험요소(4Es) 및 여가만족의 차이를 알아보기 위하여 연구가 진행되었다. 이를 위해 온라인 설문조사가 진행되었으며, 이를 분석하기 위해 Windows용 SPSS 25.0과 Amos 25.0 프로그램을 이용하여 연구의 목적에 따라 분석하였다. 첫째, 연구참여자의 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다. 둘째, K-Pop콘서트 관람자의 체험요소(4Es)와 여가만족의 구성요인을 살펴보기 위하여 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis)을 실시하였다. 셋째, 설문항목의 내적 일관성 및 신뢰도 검증하기 위해 Cronbach's α 계수 및 개념 신뢰도, AVE 지수를 검증하였다. 넷째, K-Pop콘서트 관람자의 일반적인 특성(방문시 동행자, K-Pop콘서트 관람횟수)에 따른 차이를 살펴보기 위해 일원배치분산분석(One-way ANOVA)을 실시한 후 유의미한 결과를 알아보기 위해 사후검증(scheffe)을 실시하였다.

Ⅲ. 결과

K-Pop콘서트 관람자의 일반적인 특성(방문시동행자, K-Pop콘서트 관람횟수)에 따른 차이

를 알아보고자 하였으며, 결과는 다음과 같다.

1. K-Pop콘서트 방문시 동행자에 따른 차이분석

K-Pop 콘서트 방문시 동행자 분류에 따른 체험요소(4Es)의 차이를 살펴보면 체험요소(4Es)의 엔터테인먼트($F=6.278, p<.01$), 교육적체험($F=3.385, p<.05$), 현실도피($F=6.325, p<.01$), 심미적($F=4.402, p<.05$) 요인에 모두 유의한 차이가 나타났다. 사후검증을 통해 집단별 평균 차이에 대한 비교를 살펴본 결과 엔터테인먼트요소의 경우 혼자($M=4.7031, SD=.64438$) K-Pop 콘서트 관람을 참여한 집단이 이성친구($M=4.0977, SD=1.17868$)와 동성친구($M=4.3265, SD=.92349$)와 함께 참여한 집단의 평균보다 높은 것으로 나타났다. 현실도피도 혼자($M=4.6219, SD=.67717$) 참여한 집단이 이성친구($M=4.0372, SD=1.16231$), 동성친구 ($M=4.1863, SD=.96158$)와 함께 참여한 집단보다 평균이 높은 것으로 나타났다. 심미적 체험요소는 혼자($M=4.5352, SD=.67973$) 참여한 집단이 동성친구($M=4.1603, SD=.94997$)와 함께 참여한 집단보다 평균이 높은 것으로 나타났다. 따라서 K-Pop 콘서트 체험요소(4Es)는 방문시 혼자 참여한 집단과 이성친구 및 동성친구와 함께 참여한 집단과 차이가 존재하는 것으로 나타났다.

또한 K-Pop 콘서트 방문시 동행분류에 따른 여가만족의 차이를 살펴본 결과 정서적($F=5.066, p<.01$), 교육적($F=3.584, p<.05$) 요인에만 유의한 차이가 나타났다. 사후검증을 통해 집단별 평균의 차이를 살펴본 결과 여가만족의 정서적 요인은 혼자($M=4.5625, SD=.63932$) 관람을 참여한 집단이 이성친구($M=4.0372, SD=1.19224$) 및 동

표 3. K-Pop콘서트 방문시 동행자에 따른 차이 분석결과

		M	SD	F/p	Scheffe	
체험 요소 (4Es)	엔터	혼자(a)	4.7031	.64438		
	테인	이성친구(b)	4.0977	1.17868	6.278**	a>b,c
	먼트	동성친구(c)	4.3265	.92349		
	교육 적	혼자(a)	4.333	.8357		
		이성친구(b)	3.860	1.1980	3.385*	-
		동성친구(c)	4.026	.9680		
	현실 도피	혼자(a)	4.6219	.67717		
		이성친구(b)	4.0372	1.16231	6.325**	a>b,c
		동성친구(c)	4.1863	.96158		
	심미 적	혼자(a)	4.5352	.67973		
		이성친구(b)	4.1105	.98998	4.402*	a>c
		동성친구(c)	4.1603	.94997		
사회 적	혼자(a)	3.8500	1.14310			
	이성친구(b)	3.5163	1.19222	1.195	-	
	동성친구(c)	3.7966	1.16115			
정서 적	혼자(a)	4.5625	.63932			
	이성친구(b)	4.0372	1.19224	5.066**	a>b,c	
	동성친구(c)	4.1692	.97295			
여가 만족	혼자(a)	3.5469	1.22836			
	이성친구(b)	3.3721	1.38053	.726	-	
	동성친구(c)	3.6274	1.09005			
환경 적	혼자(a)	4.1250	.79182			
	이성친구(b)	3.8779	1.01532	1.027	-	
	동성친구(c)	3.9872	.90547			
교육 적	혼자(a)	4.0056	.89732			
	이성친구(b)	4.2617	.75911	3.584*	a>b	
	동성친구(c)	3.8081	1.03486			

* α .05, ** α .01, *** α .001

성친구(M=4.1692, SD=.97295)와 함께 참여한 집단의 평균보다 높은 것으로 나타났다. 교육적 여가만족은 혼자(M=4.0056, SD=.89732)참여한 집단이 이성친구(M=4.2617, SD=.75911)와 함께 참여한 집단보다 평균이 높은 것으로 나타났다. 따라서 K-Pop 콘서트 방문시 동행자에 따른 여가만족은 혼자 참여한 집단과 이성친구 및 동성친구와 함께 참여한 집단과 차이가 있는 것으로 나타났다. 자세한 결과는 <표 3>과 같다.

2. K-Pop콘서트 관람횟수에 따른 차이분석

K-Pop 콘서트 관람횟수 분류에 따른 체험요소(4Es)의 차이를 살펴본 결과 엔터테인먼트($F=10.446$, α .001), 교육적체험($F=3.627$, α .01),

현실도피($F=5.928$, α .001) 요인에 유의한 차이가 나타났다. 사후검증결과 엔터테인먼트, 현실도피 체험요인에서 K-Pop 콘서트를 첫 번째 관람을 한 경우보다 세 번째와 네 번 이상 관람한 그룹에서 높은 점수가 나타났다. 또한 K-Pop 콘서트 관람횟수 분류에 따른 여가만족의 차이를 살펴본 결과 사회적($F=5.482$, α .001), 정서적($F=5.910$, α .001), 환경적($F=3.166$, α .05), 교육적($F=2.731$, α .05) 요인에 유의한 차이가 나타났다. 사후검증결과 여가만족의 사회적 하위요인에는 첫 번째(M=3.3718, SD=1.17949)참여한 집단

표 4. K-Pop콘서트 관람횟수에 따른 차이 분석결과

		M	SD	F/p	Scheffe	
체험 요소 (4Es)	엔터	첫 번째(a)	3.8732	1.13804		
	테인	두 번째(b)	4.3767	.80381		
	먼트	세 번째(c)	4.7289	.61223	10.446***	a<c,d
	교육 적	네 번 이상(d)	4.5780	.92162		
		첫 번째(a)	3.751	1.0657		
		두 번째(b)	4.256	.8724	3.627**	-
	현실 도피	세 번째(c)	4.281	.8039		
		네 번 이상(d)	4.146	1.1320		
		첫 번째(a)	3.8507	1.09894		
	심미 적	두 번째(b)	4.3814	.76197		
		세 번째(c)	4.5333	.76634	5.928***	a<c,d
		네 번 이상(d)	4.3854	1.06518		
사회 적	첫 번째(a)	3.9965	.98606			
	두 번째(b)	4.2733	.79022			
	세 번째(c)	4.4778	.70876	2.518	-	
정서 적	네 번 이상(d)	4.2652	1.09668			
	첫 번째(a)	3.3718	1.17949			
	두 번째(b)	3.4744	1.20477	5.482***	a<d	
여가 만족	세 번째(c)	3.8933	1.04237			
	네 번 이상(d)	4.0659	1.19673			
	첫 번째(a)	3.7803	1.07818			
환경 적	두 번째(b)	4.2977	.88196			
	세 번째(c)	4.4933	.74541	5.910***	a<c,d	
	네 번 이상(d)	4.3098	1.10270			
교육 적	첫 번째(a)	3.3887	1.19134			
	두 번째(b)	3.6372	1.16067			
	세 번째(c)	3.4222	1.23157	.737	-	
현실 도피	네 번 이상(d)	3.6293	1.23133			
	첫 번째(a)	3.7077	1.04880			
	두 번째(b)	4.1628	.74778	3.166*	-	
교육 적	세 번째(c)	4.1833	.66870			
	네 번 이상(d)	3.9726	1.06936			
	첫 번째(a)	3.7324	1.01623			
심미 적	두 번째(b)	4.0523	.87212			
	세 번째(c)	4.1944	.75920	2.731*	-	
	네 번 이상(d)	4.0793	1.02279			

* α .05, ** α .01, *** α .001

보다 네 번 이상($M=4.0659$, $SD=1.19673$) 참여한 집단의 점수가 높은 것으로 나타났고, 정서적 하위요인에는 첫 번째($M=3.7803$, $SD=1.07818$) 참여한 집단보다 세 번째($M=4.4933$, $SD=.74541$), 네 번 이상($M=4.3098$, $SD=1.10270$) 참여한 집단의 점수가 높은 것으로 나타났다. 자세한 결과는 <표 4>와 같다.

IV. 논의

본 연구는 K-Pop 콘서트 관람객들에게 Pine & Gilmore(1998)의 체험요소(4Es)를 적용하여 콘서트 관람 체험요소 및 여가만족의 차이를 분석하고자 하였다. 도출된 결과를 토대로 다음과 같은 논의를 하고자 한다.

첫째, K-Pop 콘서트 방문시 동행자 분류에 따른 차이는 체험요소(4Es)의 하위요인인 엔터테인먼트, 교육적체험, 현실도피, 심미적 요인 모두에 유의한 차이가 나타났으며, 혼자 관람에 참여한 집단이 이성친구, 동성친구와 함께 참여한 집단보다 즐거움에 해당하는 엔터테인먼트와 현실도피 체험요소가 높은 것으로 나타났다. 또한 심미적 체험요소는 혼자 참여한 집단이 동성친구와 함께 참여한 집단보다 평균이 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 K-Pop 콘서트에 혼자 관람을 하는 사람이 이성친구 및 동성친구와 함께 관람하는 사람들보다 상대적으로 일상생활에서 벗어나 재미와 즐거움을 느끼며, 콘서트 공연장의 시설에 대해 민감하게 반응하고 있는 것을 의미한다. 이는 K-Pop 콘서트에서 ‘혼자 즐기는 사람’, 즉, 나홀로족의 관람이 체험요소가 높은 것으로 해석할 수 있다. 정혜민(2017)의 연구에 따르면 기존부터 클래식 분야의 공연의 경우 혼자 공연을 보는 관객이 많았지만 최근 대중문화콘서트의 1인 관객에 대한 혜택이 증가하면 2-3개월에 한번 혼자 콘서트를 관람 할 정도로 수요가 높아졌

다고 하였다. 또한 혼자 관람을 참여하는 이유로 자신과 동일한 취향이 맞는 사람을 찾기 어려우며, 시간을 맞추기가 어렵기 때문에 혼자 관람을 한다고 하여 본 연구의 결과를 부분적으로 지지해준다. 그러나 김정은 및 박희정(2018)은 동료 혹은 가족과 함께 관람에 참여하는 사람일수록 삶의 질이 향상된다고 하여 본 연구와 상반된 결과를 나타내었다. 이와 같이 K-Pop 콘서트는 방문시 동행자에 따라 체험요소가 달라질 수 있음이 확인된 점에서 의미가 있다. 이에 K-Pop의 콘서트의 관람객뿐만 아니라 다양한 문화예술 공연을 향유하는 나홀로 관람객 및 관람시 동행자에 대한 분석을 시도하여 지속적인 관람형 여가활동에 대한 방안 모색이 필요할 것으로 생각된다.

K-Pop 콘서트 방문시 동행자 분류에 따른 여가만족의 차이를 살펴본 결과 정서적, 교육적 하위요인에만 유의한 차이가 나타났다. 또한 여가만족의 정서적 요인은 혼자관람에 참여한 집단이 이성친구, 동성친구와 함께 참여한 집단의 평균보다 높은 것으로 나타났으며, 교육적 요인은 혼자 참여한 집단이 이성친구와 함께 참여한 집단보다 평균이 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 혼자 K-Pop 콘서트를 관람하는 경우가 이성친구 및 동성친구와 관람하는 경우보다 정신적 안정을 통해 회복감과 마음의 여유를 느끼는 것으로 볼 수 있으며, 현실에서 경험할 수 없는 간접경험을 통해 새로운 정보 및 문화를 습득하는 것으로 해석할 수 있다. 실제로 배현주(2013)는 아이돌 그룹의 콘서트 방문이 생활의 활력소 기능을 하고, 스트레스 해소에 기여한다고 하였다. 김솔내(2019)는 현실의 대인관계에서는 에너지가 많이 소모되는 반면 자신이 좋아하는 아이돌의 콘서트를 찾으면서 주기적인 팬 활동을 하는 사람들은 정서적 만족을 느낄 수 있다고 하여 본 연구를 부분적으로 지지한다. 한편 이현울 및 지혜민(2015)의 연구에서 K-Pop 콘서트 관

람을 통해 이루어질 수 있는 팬 활동은 단순히 연예인의 공연을 관람하는 것이 아니라 콘서트 관람이라는 매개를 통해 정서적 만족과 사회적 관계 형성으로 나타낸다고 하였지만 본 연구에서는 사회적 여가만족 요인에는 유의미한 결과가 나타나지 않았다. 따라서 본 연구를 기반으로 K-Pop콘서트의 관람시 동행자가 어떠한 여가만족을 나타낼 수 있는지에 대한 추후 연구가 진행되어야 할 것이다.

둘째, K-Pop 콘서트 관람횟수 분류에 따른 체험요소(4Es)의 차이를 살펴본 결과 심미적체험 요인을 제외한 엔터테인먼트, 교육적체험, 현실도피 요인에 유의한 차이가 나타났다. 공연장의 물리적 환경 중 심미성이 관람객에게 매우 중요한 요소이지만 본 연구에서는 의미가 없는 것으로 나타났다. 이는 전재홍 및 김건휘(2018)의 연구결과와 상반되는 결과이다. 또한 엔터테인먼트, 현실도피 체험요인에서 K-Pop 콘서트를 첫 번째 관람을 한 경우보다 세 번째와 네 번 이상 관람한 그룹에서 높은 점수가 나타났다. 현실도피는 오락적 즐거움을 주면서 참여자의 몰입을 유도한다(Pine & Gilmore, 1998). K-Pop콘서트를 처음 관람하는 것보다 횟수를 거듭할수록 콘서트에 대해 더욱 재미와 즐거움을 느낄 수 있으며, 적극적으로 참여하게 되어 다른 세계로 몰입할 수 있음을 의미한다. 실제로 K-Pop 팬들의 충성도와 참여도를 통해 즐거움과 만족을 유추해 볼 수 있으며(베르비기에 마티유, 조영한, 2017), 체험 즐거움이 재방문 행동 의도에 긍정적인 영향을 미치고 있기 때문에(김지형, 2016) 지속적인 K-Pop관람을 도모하려면 엔터테인먼트를 활용한 콘텐츠를 개발해야 할 것이다.

K-Pop 콘서트 관람횟수 분류에 따른 여가만족의 차이를 살펴본 결과 신체적 요인을 제외한 사회적, 정서적, 환경적, 교육적 하위요인에 유의한 차이가 나타났다. 여가만족의 사회적 요인에는 첫 번째 참여한 집단보다 네 번 이상

참여한 집단의 점수가 높은 것으로 나타났고, 정서적 요인에는 첫 번째 참여한 집단보다 세 번째, 네 번 이상 참여한 집단의 점수가 높은 것으로 나타났다. 이는 K-Pop콘서트 관람에 지속적으로 참여할수록 공통적인 주제를 같이 공유할 수 있는 사람을 만날 수 있으며, 이를 통해 사람들과 친목을 도모하는 것으로 볼 수 있다. 김정은 및 박희정(2018)여가생활로써 콘서트 관람은 1회 이상 지속적으로 참여하는 연속성을 보이고 있다고 하였으며, 콘서트를 지속적으로 관람함으로써 여가활동에 대한 중요성 인식 및 건강상태 향상과 삶의 만족도에 직접적이고 긍정적 영향을 미치는 것을 보고하였다. 또한 박연지 와 김영재(2019)는 K-Pop콘서트를 자주 관람하는 자들은 사회적, 정신적, 신체적, 환경적 여가만족에 유의미한 결과를 나타내었다고 하여 본 연구결과를 부분적으로 지지해주고 있다. 따라서 K-Pop콘서트 관람의 여가활동행태에 대해 다양한 접근이 필요하며, 콘서트 관람이라는 문화예술 여가활동을 연구하기 위해 행동적 요소인 뿐만 아니라 심리적 요소 또한 중요하게 다루어져야 함을 시사한다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 K-Pop콘서트 관람자들에게 Pine & Gilmore(1998)가 제시한 엔터테인먼트, 교육적체험, 현실도피, 심미라는 4가지 체험요소(4Es)와 여가만족에 대해 알아본 뒤 관람자의 일반적인 특성에 따라 차이를 분석하고자 하였다. 본 연구를 통해 도출된 결론은 다음과 같다.

첫째, K-Pop 콘서트 방문시 동행자 분류에 따른 체험요소(4Es)의 차이는 하위요인인 엔터테인먼트, 교육적체험, 현실도피, 심미적 요인 모두에 유의한 차이가 나타났다. 특히 혼자 관람에 참여한 집단이 이성친구, 동성친구와 함께 참여한 집단보다 엔터테인먼트와 현실도피 체

험요소가 높은 것으로 나타났다. 심미적 체험요소는 또한 혼자 참여한 집단이 동성친구와 함께 참여한 집단보다 평균이 높은 것으로 나타났다. 따라서 K-Pop 콘서트는 혼자 관람하는 집단이 체험요소(4Es)가 더욱 높은 것으로 나타났다. 이러한 현상은 K-Pop콘서트가 단순히 관람하는 현상이 아닌 체험을 할 수 있는 성격을 지니고 있으며, 특정 팬들의 문화가 아닌 대중적 여가문화로 형성되어가는 과정이 반영된 결과라 볼 수 있다. 따라서 K-Pop에 관련한 여가문화 연구들이 지속적으로 선행되어야 할 것이다.

K-Pop 콘서트 방문시 동행자 분류에 따른 여가만족의 차이를 살펴본 결과 정서적, 교육 하위요인에만 유의한 차이가 나타났다. 또한 여가만족의 정서적 하위요인에 혼자 관람에 참여한 집단이 이성친구, 동성친구와 함께 참여한 집단의 평균보다 높은 것으로 나타났으며, 교육적 요인은 혼자 참여한 집단이 이성친구와 함께 참여한 집단보다 평균이 높은 것으로 나타났다. 즉, 혼자 관람을 하는 집단이 이성친구, 동성친구와 함께 관람을 참여하는 집단에 보다 여가만족이 높은 것을 확인하였다.

둘째, K-Pop 콘서트 관람횟수 분류에 따른 체험요소(4Es)의 차이를 살펴본 결과 엔터테인먼트, 교육적체험, 현실도피 요인에만 유의한 차이가 나타났다. 엔터테인먼트, 현실도피 체험요인에서 K-Pop 콘서트를 첫 번째 관람을 한 경우보다 세 번째와 네 번 이상 관람한 그룹에서 높은 점수가 나타났다. K-Pop콘서트 관람에 거듭 참여할수록 적극적인 체험이 가능한 것을 알 수 있었다. 따라서 K-Pop콘서트 관람의 다양한 체험연구를 통해 여가활동으로서의 콘서트 관람 연구가 활성화되어야 할 것이다.

K-Pop 콘서트 관람횟수에 따른 여가만족의 차이를 살펴본 결과 사회적, 정서적, 환경적, 교육적 하위요인에 유의한 차이가 나타났다. 또한, 여가만족의 사회적 요인에는 첫 번째 참여한 집단보다 네 번 이상 참여한 집단의 점수

가 높은 것으로 나타났고, 정서적 요인에는 첫 번째 참여한 집단보다 세 번째, 네 번 이상 참여한 집단의 점수가 높은 것으로 나타났다. 그동안 K-Pop은 팬덤이라는 공동체적 활동으로 인해 여가로서 향유하는 대중들에 대한 연구는 미비했다. 이에 K-Pop이 어떠한 위치까지 왔는지 실증적인 연구가 이루어질 필요가 있다.

따라서 본 연구를 통해 후속연구를 위한 제언은 다음과 같다. 첫째, K-Pop의 세계적인 성장에도 불구하고 콘서트 관람객들에 대한 실증적 연구는 미비한 실정이다. 이에 여가로서 콘서트를 즐기는 관람객들에 대한 다각적인 이론을 접목한 후속연구가 필요하다고 생각된다. 둘째, Pine & Gilmore의 체험요소(4Es)를 토대로 구성된 체험영역 모델은 연구자들마다 이론적 토대 없이 서술되어 측정 문항에 차이가 있기 때문에 여가학이나 여타학문에 대한 체험척도가 개발되어야 할 것이다.

참고문헌

- 김계수, 강병서(2007). *사회과학 통계분석*. 한나래, 서울.
- 김고은, 최막중(2019). 한국사회의 나홀로 여가 특성. *국토계획*, 54(1), 18-29.
- 김민하(2019.09.22.). K팝 사랑을 커버댄스공연으로 - UNSW K-Pop Society KPOP Core 공연-. 한국국제문화교류진흥원. http://kofice.or.kr/c30correspondent/c30_correspondent_02_view.asp?seq=17490
- 김솔내(2019). *연예인 팬의 팬 활동 동기에 따른 유형과 특성: Q방법론적 접근*. 미간행 석사학위논문, 한국교원대학교 대학원.
- 김영재(2004). 한국형 여가만족척도 개발과 타당화 검증. *한국체육학회지*, 43(1), 291-299.
- 김정은, 박희정(2018). 여가 생활로서 콘서트 관람객의 개인적 특성, 참가동기가 주관적 건

- 강인지도에 미치는 영향. *관광경영연구*, 22(7), 77-95.
- 김지형(2016). 3D 홀로그램 콘서트의 체험요소와 기술이 체험즐거움, 행동의도에 미치는 영향: Pine 과 Gidmore의 체험경제이론을 중심으로. 미간행 석사학위논문, 한양대학교 대학원.
- 김천규(2019.04.29.). 광주세계수영선수권대회 성공기원 콘서트 성료. *매일일보*. <http://www.m-i.kr/news/articleView.html?idxno=517961>
- 김태훈, 주영환(2019). 리조트 속성, 체험 즐거움, 경험 기억, 전반적 만족, 충성도 간의 구조적 관계에 관한 연구. *관광진흥연구*, 7(2), 59-81.
- 김하림(2019). 일본 K-pop 적극적 수용자의 수용특징과 소비행태에 대한 연구 케이팝 공연 관람자의 소비조사를 중심으로. 미간행 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원.
- 디지털타임즈(2019.07.15.). NIPA, 2만명 운집한 한류 콘서트에서 VR콘텐츠 체험 부스 성료. http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2019071502109923005010&ref=naver
- 류병덕(2016). PINE & GILMORE의 이론을 적용한 물고기마을 방문자에 대한 만족도 조사 연구. 미간행 박사학위논문, 군산대학교 대학원.
- 류병덕, 이정열(2015). 물고기마을의 체험요소가 방문자의 즐거움과 만족도에 미치는 영향. *산업경제연구*, 28(5), 2249-2276.
- 문화체육관광부(2018). 2018 문화향수실태조사.
- 박수경, 박지혜, 차태훈(2007). 체험 요소(4Es)가 체험 즐거움, 만족도, 재방문에 미치는 영향: Pine과 Gilmore의 체험경제이론(Experience Economy)을 중심으로. *광고연구*, 76, 한국방송광고공사 광고연구소, 55-78.
- 박연지, 김영재(2019). K-pop 스타 팬덤활동이 여가만족에 미치는 영향. *미래융복합건강환경연구소지*, 1(1), 1-16.
- 배현주(2013). 성인여성의 아이돌 그룹 팬 경험에 관한 문화기술적 연구. 석사학위논문, 인하대학교.
- 베르비기에 마티유, 조영한(2017). 케이팝(K-pop)의 한국 팬덤에 대한 연구. *한국언론정보학보*, 81, 272-298.
- 살여라(2019). 방탄소년단 팬덤활동이 심리적 행복감 및 일상생활에 미치는 영향에 관한 비교연구 : 한·중 여성 팬을 중심으로. 미간행 석사학위논문, 동국대학교 대학원.
- 신성아(2020.02.06.). 2019년 공연 예매자 72% 여성... 연평균 9.4% 성장. *뉴데일리*, <http://www.newdaily.co.kr/site/data/html/2020/02/06/2020020600032.html>
- 용석홍, 박철호, 한수정(2019). 문화관광축제의 체험경제요소, 체험만족, 행동의도간의 관계 연구. *관광레저연구*, 31(2), 151-172.
- 윤소영(2015). 여가활동의 동반자 '한국의 사회 동향 2015'. *통계개발원*, 213-217.
- 이승엽(2001). *극장경영과 공연제작*. 역사넷: 서울.
- 이은경, 류은정, 김경희(2011). 항암 화학요법을 받는 암 환자의 적응 구조모형. *중앙간호학회지*, 11(2), 101-107.
- 이은별(2019). 튀니지의 한류 팬덤 연구: 20대 여성 수용자를 중심으로. 미간행 박사학위논문, 고려대학교 대학원.
- 이지원(2019). 케이팝이 만들어가는 인종과 젠더의 새로운 역동성 : 방탄소년단의 흑인 여성 팬덤 분석을 중심으로. 미간행 석사학위논문, 서울대학교 대학원.
- 이현울, 지혜민(2015). 팬덤 내의 계층 구별에 대한 연구. *미디어, 젠더 & 문화*, 30(4), 5-40.
- 장동동, 민보영(2019). 체험경제이론을 중심으로 한 테마파크 체험, 몰입, 러브마크, 재방문 의도 및 추천의도간 영향 연구: 한·중관광

- 객을 대상으로. *MICE관광연구*, 19(3), 133-151.
- 전재홍, 김건휘(2018). 공연장의 물리적환경이 관람만족에 미치는 영향. *한국엔터테인먼트산업학회논문지*, 12(5), 1-12.
- 정석순, 이준엽(2011). 전시의 체험요소(4Es), 방문가치, 행동의도에 관한 연구. *관광연구저널*, 25(2), 175-193.
- 정석순(2013). 전시 체험요소(4Es)와 여가만족과의 관계연구-트리아트 전시장을 방문한 주부들을 대상으로. *이벤트컨벤션연구*, 9(1), 75-90.
- 정혜민(2017). 혼자 공연을 보는 관객(혼공족) 연구. 미간행 석사학위논문, 한국예술종합학교.
- 최수빈, 이소현(2019). K-POP 주요 성공 요인 분석: 텍스트마이닝 기반 혼합 방법론. *한국경영정보학회 학술대회*, 529-534.
- 최영덕, 정대영, 윤지환(2014). 농촌체험마을의 체험요소, 방문가치, 행동의도 간의 관계분석: 한반도 뗏목마을을 중심으로. *관광레저연구*, 26(3), 95-112.
- 하동현(2009). 대구경북 외래 관광객의 체험이 체험의 즐거움, 체험 만족 및 애호도에 미치는 영향: Pine과 Gilmore의 체험경제이론(Experience Economy)을 중심으로. *관광연구*, 24(5), 359-380.
- 한수정(2015). 박람회 체험요소(4Es), 즐거움, 만족, 재참가의도 간의 관계 연구 - 2015 하나투어 여행박람회 참가자를 대상으로. *무역전시연구*, 10(2), 175-196.
- 한숙영, 엄서호(2005). Pine과 Gilmore의 체험영역모델에 관한 검증. *관광연구*, 29(2), 31-148.
- Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1980). Measuring leisure satisfaction. *Journal of leisure Research*, 12(1), 20-33.
- Dirver, B. L., & Knopf, R. C. (1977). Personality, outdoor recreation, and expected consequences. *Environment and Behavior*, 9, 169-193.
- Guinn, R. (1980). Elderly recreational vehicle tourists: Life satisfaction correlates of leisure satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 12, 198-204.
- Pine, B. J. II and Gilmore, J. H.(1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, July-August, 97-105.
- Pine, B. J. II and Gilmore, J. H., The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage. Boston, MA: *Harvard Business School Press*, 1999.