

무용의 무대 공연예술 경영의 합리적 운영방안에 관한 연구(I)

한 윤 희

용인대학교 예술대학 무용학과 교수

I. 서 론

II. 무대 공연예술 경영에 대한
이론적 배경

III. 연구결과

IV. 논 의

V. 결 론

참고문헌

ABSTRACT

I. 서 론

최근 10년 사이에 우리 나라는 정치·경제·사회측면에서 괄목할만한 성장과 발전을 이룩해 왔다. 그러나 문화예술분야만은 아직도 후진성을 면치 못하고 있으며 외국문화의 개방과 무비판적인 도입으로 인해 문화의 전통성까지 위협을 당하고 있는 실정이다. 한 나라의 문화속에서 예술이 차지하는 비중은 실로 막중한 것이며, 문화적인 낙후를 극복하지 못하는 나라는 장래를 기대하기 힘들다. 민족문화의 우수성이 그 나라의 국력을 판단할 수 있는 하나의 척도라고 볼 때 그 민족의 예술이 갖는 우수성은 매우 중요하다고 볼 수 있다(신재우 1990, Lewis 1990).

현대 서구사회의 사회이론과 문화연구의 흐름에서 두드러진 하나의 특징은 경제적 기능의 연구에서 문화적 기로연구의 이행이라고 말 할 수 있다. 그것은 대체로 생산, 효용성, 기능성보다는 교환, 기호 상징성 등이 인간적 삶의 본질

을 규정한다는 접근 방식이다. 즉 문화적인 것이 물질성내지 사회경제적인 것을 규정하는 힘을 갖는다는 논리이다(김성기 1991).

그러나 문화예술측면에서 특히 무대 공연예술분야에서 그 발전의 정도가 양적으로는 팽창했음지는 모르나 질적으로 발전의 속도가 굉장히 느린 형편이다(김의경 1989, 유진룡 1993, Elizabeth 1965).

이러한 전문화되지 못한 무대 공연예술은 시간과 제작비만 낭비하게 되고 결국에 가서는 만족스럽지 못한 상황에 이르게 된다. 앞으로의 시대는 ‘문화의 시대’ 라고 말한다. 예술의 대량소비시대, 문화폭발의 시대에 살고 있는 것이다. 우리 무대 공연예술분야도 더 이상 흥행에 있어서 요행을 기대하거나 자신의 주변 사람들만을 고객으로 동원하고 적자공연을 벗어나지 못하는 가족 잔치 수준에서 머무를 수만은 없다(김재형 1986). 또한 요즘 추세로 본다면 우리 나라 예술 시장도 해외의 선진 예술 공연상품의 수입을 전면 개방해야할 입장에 처하게 되므로 이러한 위기 상황을 슬기롭게 극복하지 못하고 그 대책을 튼튼하게 세우지 못한 상태로 구태의연하게 지낸다면 우리의 무대 공연예술시장은 막대한 자본과 체계적인 전략을 보유하고 있는 선진 외국의 무대 공연문화상품에 잠식당하고 말 것이다(이효영 1995).

우리의 무대 공연예술 경영은 이제 시작단계라고 해도 과언이 아닐 만큼 역사가 일천하고 조직과 사업규모 등이 영세하다(이종인 1987). 게다가 그들의 활동을 뒷받침할 공연시장이 열악하여 많은 애로를 겪고 있다.

무대 공연예술에 있어서의 관객의 중요성은 수입증대를 통한 재정의 안정성과 예술적 완성도의 기여에 있는데, 정부나 민간의 지원보다 중요한 것이 관객들의 입장수입이며 이것이 바로 예술품의 수요를 창출해 준다. 그렇기 때문에 어떻게 관객을 개발하고 가격을 정하며 재정을 관리해야 하는지 그 방법이 필요하다(Assale 1984).

우리 나라는 문화 예술계의 오랜 동안의 노력 속에 문화 입국을 실현하겠다는 슬로건을 내걸고, 문화 예술 진흥에 대한 정책적 차원에서 실천적 의지를 보이기 시작했다. 즉 1990년 문화공보부가 문화부로 바뀌면서 문예진흥기금 중 2백억원 출연을 계기로 매년 3백억원씩의 국고 출연을 요청, 1993년까지 3천억원의 기금을 조성토록 한다는 것이다(한국문화예술진흥원 1991). 이렇듯 문화

예술이 정책적 차원에서 관심의 대상이 된 것은 우리 국가의 경제적 향상에 따른 우리 국민들의 사회적 요청임과 동시에 전 세계적인 문화 예술 정책의 흐름이기도 하다(Arthur 1982, Girard 1983, Milton 1986).

이러한 사회적 요청과 시대적 흐름에 비하면 우리 나라 무용의 무대 공연예술 경영의 전문성은 매우 미미하다고 하겠다. 앞으로 우리 나라의 문화예술 정책을 펼쳐 나가는 데에 실로 커다란 문제점이 아닐 수 없다. 무용 무대 공연예술 경영의 전문성이 미미하게 된 몇 가지 원인을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 무대 공연예술 경영에 대한 무용인들의 인식부재를 들 수 있다.

둘째, 무대 공연예술 경영전문인의 부재이다. 세종문화회관에는 총체적인 시각에서 공연예술을 기획, 제작, 운영할 전문인이 없다. 서울 시립교향악단, 서울 시립 국악 관현악단, 서울 시립무용단, 서울시립 가무단 등 전속 단체별로 기획 전문단원을 두고 각기 기획 업무를 보고 있으나 회관의 운영을 유기적으로 종합해 낼 수 있는 전문인은 없는 것이다.

셋째, 무대 공연예술 경영에 대한 사회 전반적인 이해 부족을 들 수 있다. 그동안 공연 예술이 관리, 경영, 행정의 대상이 될 수 있음을 인식하지 못하고, 예술 창조자들의 전유물로만 인식되어졌고, 따라서 예술의 사회적 기능 등을 고려한 무대 공연예술 경영에 대한 연구가 거의 없었던 것이다.

넷째, 위와 같은 이유로 해서 무대 공연예술 경영에 대한 교육이나 연구가 거의 이루어지지 않았고, 정책 차원에서의 지원도 미비했던 점을 지적할 수 있다.

이상 무대 공연예술 경영의 전문성이 미미할 수밖에 없는 몇 가지 원인들을 살펴보았다. 많은 과제들이 무대 공연예술 행정에 산재해 있지만 사회적 요청과 시대적 흐름에 부응하는 문화예술정책이 실현되기 위해서는 무엇보다도 무대 공연예술 경영을 위한 이론적 정립과 현실에 대한 인식, 그리고 미래에 대한 대안이 필요하다고 본다. 따라서 본 연구자는 이와 같은 무대 공연예술 경영의 필요성에 입각하여 무용의 무대 공연예술 경영의 현상을 짚어보고 발전적인 무용의 무대 공연예술이 되기 위한 합리적 운영방안을 제시하고자 한다.

II. 무대 공연예술 경영에 대한 이론적 배경

1. 무대 공연장의 조건

무대 공연예술이 이루어지는 공간의 공연장은 공연이라는 예술 창작의 표현 바탕으로서, 그리고 예술창조자의 체험바탕으로서, 그 중요함을 아무리 강조해도 지나침이 없다(한국문화예술진흥원 문화발전연구소, 1992). 이 구체적 만남의 공간 즉 공연장은 단순한 구조물 이상의 의미를 지닌 바로 예술 창조자들의 생계를 보장해 주는 삶의 터전이자, 그들의 예술세계를 펼치는 곳이다, 즉, 공연장은 공연예술이 이루어지는 예술 공간이자, 무대라는 공간에 무대 디자이너, 조명과 음향, 연기자를 꾸며주는 의상과 분장, 그리고 연기라는 모든 예술을 담을 무대 공연예술 그 자체이기도 하다. 더욱이 공연장은 무대 공연예술 창조자가 공연예술 향수자와 만나는 장소임과 동시에, 무대 공연 예술의 교육과 훈련이 이루어지는 교육기관이라는 점이다(Paul 1976).

이러한 공연장은 관리적 측면에서 물적 관리와 인적관리로 나누어 살펴보고자 한다.

1) 물적 관리

공연장 시설은 크게 관객 공간, 공연자 공간, 장치 및 제작 공간, 행정공간으로 나눌 수 있다.

가. 관객공간

- 외 관 : 교통조건, 주차설비, 큰길에서 보이는 조건, 외등, 소화전, 차양, 광고판 등.
- 현 관 : 입구의 위치와 크기, 조명, 냉난방 장치, 비상구, 다용도 여부, 광고판, 스피커나 모니터용 텔레비전, 공연시작을 알리는 장치, 엘리베이터 등
- 휴게실 : 객석과의 거리, 화장실, 수도, 비상구, 환기장치, 의자 등
- 객 석 : 문의 크기, 비상구, 객석 수, 음향장치, 바닥의 경사, 냉난방 장치, 객석번호, 다용도성 여부, 실내장치 등

나. 공연자 공간

- 무 대 : 크기, 냉난방 장치, 비상구, 다용도성 여부, 각종 통로, 석면 커튼, 막 커튼, 천장의 조종실 각종 수동장치와 자동장치, 무대 옆 공간, 간이 의상실, 무대 바닥(반드시 나무여야함) 장치, 무대 앞면 공간, 푸트라이트(footlight), 전선과 조명기구들, 영사실, 조정실, 사이크로라마(cyclorama), 방음장치, 무대 감독실, 음향장치, 오케스트라 공간, 오케스트라 엘리베이터 등
- 분장실 : 크기, 개수, 냉난방 장치, 각종 통로, 게시판, 편지함, 장식전화, 음료수, 부대로 통하는 엘리베이터, 합창단 분장실, 무용가 분장실, 지휘자 대기실, 조명 시설, 거울, 가발, 옷걸이, 싱크대, 샤워실, 휴게실 기능, 의상실 등
- 연습실 : 무대 크기의 마루, 냉난방 시설, 분장실과의 통로, 거울 휴게실, 샤워실 등

다. 장치 및 제작 공간

- 장치 제작실 : 크기, 무대와의 통로, 작업공간, 전시배선, 냉난방 시설, 습도조절 시설, 내화재료, 공연중의 사용 가능성, 목재 저장 능력, 장치와 능력, 물감탱크와 싱크대, 작업대, 도구함, 통치장치 등
- 무대 전기실 : 크기, 무대 조명사 사무실, 안전시설, 극장과 무대와의 통로, 극장무대와의 통로, 안전장치, 소품감독 사무실, 작업 공간, 보관실, 소품목록 등
- 소 품 실 : 크기, 극장무대와의 통로, 안전장치, 소품감독 사무실, 작업 공간, 보관실, 소품 목록 등
- 의상 제작실 : 크기, 극장무대와의 통로, 안전장치, 디자이너 사무실, 작업공간, 재단 테이블, 재봉틀, 다리미, 옷감 명세서, 의상 명세서, 보관실 등
- 매 표 소 : 크기, 안전시설, 냉난방 시설, 내화제, 방음장치, 사무실과의 가까운 거리, 개수, 통치장치 작업공간 등

이상에서 관객공간, 장치 및 제작 공간, 행정공간의 최소한의 필요한 시설들에 대하여 제시하였는데, 이러한 것들이 서로 유기적으로 교통될 수 있도록 효율적인 설계가 이루어져야 한다(Stephen 1974)

2) 인적관리

무대 공연예술이란 많은 사람들이 공동작업에 의해 나타나는 결과이다. 무대 위에서 직접 공연에 참여하는 예술가 등을 제외하고도, 간접적으로 공연에 참여하거나 공연장의 일을 돕는 전문인들은 상당수에 이른다. 공연장의 업무는 인력관리, 재정관리, 시설관리 등으로 나눌 수 있으나, 그 중 인력관리가 우선적으로 중요하다(김문식 1992). 왜냐하면, 무대 공연예술 사업은 노동집약적인 사업의 형태를 띠고 있으므로 해서 효율적인 인력관리가 사업 성패의 최대관건이라 할 수 있다. 또한 공연장에 아무리 훌륭한 시설을 갖추어 놓는다고 할지라도 관리자에게 문제가 생기면, 그것들은 무용지물에 불과하다는 것은 말 할 것도 없을 것이다(이유재 1994, 이종인 1987).

공연장의 모든 부서는 작업 수칙서에 명백하고도 세심한 규정들을 기재하여야 한다.

담당자가 갑자기 자리를 비운 사이에도 어느 누구라도 그 수칙서에 의해 일을 수행할 수 있어야 한다. 공연장의 모든 직원들에게는 정당한 대우를 해주고, 각 개인의 지능과 능력을 구별해서 끊임없이 업무를 조정하여 작업을 통해 성취감을 갖도록 해 주어야 한다(조효순 1991). 한편, 공연장은 전문인을 양성하기 위한 교육 실습장으로 활용되어야 한다. 점차 무대 공연 예술분야에 종사하고자 하는 젊은이나 학생들에게는 전문요원의 보조자 역할을 해보도록 함으로써 실무를 익히게 할 수 있다. 무대 공연예술가를 역시 노조법에 의해 보호를 받고 있지만, 이들의 성격이 특수하다는 점을 인정하고 인격적인 우대를 해 주어야 한다. 그들은 사회에 특별한 봉사를 하는 존재이며, 천부적인 재능과 엄격한 훈련을 통해서 완성된다. 그들의 재능을 발전시키기 위해 영양을 공급하고 보호하여야 함에도 불구하고, 공연장의 주인이나 제작자에게 하인처럼 취급받기가 일쑤이다. 무대 공연예술가들이 재능을 인정받고 대우를 받게 될 때, 무대 공연 예술은 더욱 발전할 수 있을 것이다(심영희 1993, 오경자 1988).

2. 무대 공연예술 경영의 개념

일반적으로 경영학은 경영체의 경영활동을 합리적으로 수행하기 위한 제반 법칙을 수행하기 위한 제반법칙을 연구하는 학문으로 정의된다(유동근 1985, Enis 1979). 경영체란 경영활동을 영위하는 조직체를 일관하여 일컫는 명칭이다. 경영체의 내용의 매우 광범위하며, 기업뿐만 아니라 관청, 학교, 병원, 노동조합 등을 포함하는 광의의 목적조직체를 의미한다. 경영활동이란 경영에 관한 여러 가지 활동, 즉 관리적 활동, 사회적 활동, 법률적 활동, 공학적 활동 등을 의미한다(Baumol 1968, Buzzel et al 1969).

제반적이란 경영 활동의 법칙성을 파악하는 것을 의미한다. 이론과 실천의 양면에서 과학적인 방법과 기술과 원리를 규명, 수립하는 연구가 필요하다. 예술활동이 경영학의 대상이 될 수 있는가하는 문제는 논란의 여지가 많다(Baumol 1968, Curry 1982). 예술품의 창조과정은 타 분야의 활동과 본질적으로 성격이 매우 다를 뿐 아니라 그것의 수요와 공급, 향수방법 역시 특별한 차이가 있으므로 일반 경영학의 대상으로서 쉽사리 동일시하거나 기존의 방법론으로 해결할 수 없는 특수성이 있음은 사실이다. 그러나 넓은 의미에서 보면, 예술의 보급과 수용, 예술의 보급과 수용, 예술과 관련되는 제반활동도 인간의 사회활동의 일환이므로 일단 경영학의 한 대상 내지 분야로 간주할 수 있다. 예술경영학이라는 개념은 이렇게 예술적인 특수성과 경영이라는 보편성을 조화 있게 창조적으로 포괄하고자 하는 취지와 의미를 지니고 있다(Hirschman 1983).

무대 공연예술 경영은 예술에 관한 제반 활동을 합리적, 능률적, 창조적으로 수행하기 위한 경영체의 활동을 의미한다. 무대 예술경영체란 좁게는 각종 예술단체, 공연장, 전시장, 예술조합 등을 들 수 있고 넓게는 공연업무 대리회사, 전시업무 대리회사, 예술관계 광고회사, 출판사, 잡지사, 서점, 예술 도서관, 예술회관, 각종 예술인을 위한 복지시설 등이 포함된다. 예술단체에는 각종 극·무용단, 연주단, 합창단 등 예술활동에 주체가 되는 집단이 모두 포함된다(Lakzniak 1980).

일반적으로 경영이란 기본적으로 공통성을 지니고 있다. 첫째, 구조개념으로서의 경영을 보면, 생산을 행하는 협동시스템 그 자체(경영체)를 대상으로 삼

게 된다.

복수인의 협력에 의한 생산활동이 수행되고 그 생산물이 타인들에 의해 소비되고 향수 됨으로써 생산의 계속과 발전이 이루어지게 된다. 이러한 협력체의 활동이 본질적으로 경영이라는 것인데, 예술에 관련된 협동체도 작품의 생산(창조)을 위한 복수인의 구조라는 점에서 동일하다(Langeard 1994).

둘째, 행동개념으로서의 경영을 보면, 시설의 관리나 조직의 운영을 대상으로 삼게 된다. 즉, 경영체를 구체적으로 움직여 나갈 것인가 하는 실제적인 과정이 중시된다. 공연장, 공연에 필요한 제반도구 소도구, 의상, 세트) 등 과학적인 기재 등의 관리와 각종 단체나 기구의 조직적 운영이 이에 해당한다.

셋째, 전략개념으로서의 경영을 보면, 능률적이고 장기적이고 발전적인 의사결정의 기능을 대상으로 삼게된다. 즉, 이 기능을 담당하는 경영자가 중시된다. 유능한 예술경영자는 예술인과 더불어 예술의 질적 향상, 저변확대, 미래에 관한 대응방안 등을 확고하게 다져주고 열어주는 역할을 하게 된다. 우리는 흔히 위대한 예술 뒤에 숨어있는 유능한 동반자들을 망각할 수 없는데, 바로 그들이 예술 경영의 선구자들인 셈이다.

무대 공연예술 경영을 논할 때 반드시 염두해 두어야 할 중요한 사항이 있다(Lakzniak 1980). 공연예술 경영에 있어서 목적과 수단의 왜곡의 경계되어야 할 가장 위험한 요소이다.

그 목적은 어디까지나 예술인으로 하여금 훌륭한 작품의 창출이 가능하도록 도와주고, 향수자(청중·관객)들에게는 원활하게 작품을 공급함으로써 그들의 정신 세계 영역을 넓힐 수 있도록 도와주는데 있는 것이다. 요컨대 예술행위에 대한 발전적이고 창조적인 기여로서, 협동으로서의 경영이다. 만약 무대 공연예술 경영이 이윤추구를 위한 수단으로 전략된다면, 그것은 일시적인 기술로서 한때의 욕망충족을 가능하게 할 수 있을지라도, 결과적으로 예술행위 자체를 타락시키고 향수자들로부터 작품의 수요를 저하시키게 될 것이다. 경제적인 용어를 빌면 향수자들로 하여금 작품에 대한 구매력을 저하시켜 결국 예술인이나 향수자 경영자 자신에게 모두 피해가 미치게 될 것이다(Lutz 1974).

무대 공연예술 경영이 작품의 창조성을 높이고, 그러한 예술성이 결과적인 이득을 가져오게 하여, 다시 새로운 작품의 생산성을 높이게 하는 발전적이고

변증법적인 원리로서의 경영이야말로, 우리들이 추구하는 이상적인 방법이요 바람직한 지표이다.

III. 연구결과

무용의 무대 공연예술 경영에 관한 질문지 각 문항들에 대해서 전체적인 응답분포를 알아보고, 이것이 성별, 연령별, 전공별, 월수입별, 학력별로 얼마나 다른 분포를 나타내는지 알아보기 위해 χ^2 검증을 하였다.

1. 무용의 무대 공연예술 경영의 개관

1) 무용의 무대 공연예술 경영의 개념에 관한 인지 여부

무대 공연예술 경영의 의미에 대한 인지여부를 성별, 연령별, 전공별, 학력별, 비교한 결과가 <표 1>, <표 2>, <표 3>, <표 4>에 각각 제시되어 있다. <표 1>에 보면 전체적으로 무대 공연예술 경영에 관한 의미를 들어본 적은 있었으나 자세히 몰랐다고 응답한 경우가 59.4%, 알고 있었다라고 응답한 경우가 27.4%로 대부분을 차지했으며, 전혀 모르고 있었다라고 응답한 경우는 13.1%로 대부분 무대 공연예술 경영에 대해서는 알고 있었지만 구체적으로 알고 있지 못하고 있음을 할 수 있었다.

이를 성별로 어떤 차이가 있는지 비교한 결과, 남자는 들어본적은 있었으나 자세히 몰랐다는 경우가 55.3%, 알고 있었다라고 응답한 경우가 25.9%, 전혀

<표 1> 성별 무대 공연예술 경영의 개념에 관한 인지 여부 (%)

성 별	남	여	전 체
· 알고 있었다	22 (25.9)	82 (27.9)	104 (27.4)
· 전혀 모르고 있었다	16 (18.38)	34 (11.6)	50 (13.1)
· 들어본 적이 있었으나 자세히 몰랐다	47 (55.3)	178 (60.5)	225 (59.4)
전 체	85 (100.0)	294 (100.0)	379 (100.0)

$\chi^2 = 22.89 \quad df = 2 \quad p < .001$

〈표 2〉 연령별 무대 공연예술 경영의 개념에 고나한 인지 여부 (%)

연령	20세이하	21-30세	31-40세	41-50세	전체
· 알고 있었다	9 (10.8)	75 (28.6)	12 (28.6)	8 (40.0)	104 (27.5)
· 전혀 모르고 있었다	11 (22.9)	42 (15.6)	15 (35.7)	4 (20.0)	50 (13.2)
· 들어본 경험이 있으나 자세히 몰랐다.	28 (58.3)	152 (56.5)	15 (35.7)	8 (40.0)	225 (59.4)
전체	48 (100.0)	269 (100.0)	42 (100.0)	20 (100.0)	379 (100.0)

$$\chi^2 = 23.21 \quad df=6 \quad p<01$$

〈표 3〉 전공별 무대 공연예술 경영의 개념에 관한 인지 여부 (%)

전공별	한국무용	현대무용	발레	전체
· 알고 있었다	45 (27.6)	51 (29.8)	8 (17.4)	104 (27.4)
· 전혀 모르고 있었다	59 (36.6)	46 (26.9)	25 (54.3)	130 (34.3)
· 들어본 적이 있으나 자세히 몰랐다	57 (35.4)	74 (43.3)	14 (30.4)	145 (38.3)
전체	162 (100.0)	171 (100.0)	46 (100.0)	379 (38.3)

$$\chi^2 = 15.35 \quad df = 3 \quad p<01$$

〈표 4〉 학력별 무대 공연 예술 경영의 개념에 관한 인지 여부

학력	대학원졸	대졸	대제	고졸	중졸	국졸	전체
· 알고 있었다	21(50.0)	48(30.6)	25(22.3)	5(20.0)	4(26.7)	1(25.0)	104(29.3)
· 전혀 모르고 있었다	5(11.9)	12(7.6)	16(14.3)	8(32.0)	4(26.7)	2(50.0)	47(13.2)
· 들어본 적이 있으나 자세히 몰랐다	16(38.1)	97(61.8)	71(63.4)	12(48.0)	7(46.7)	1(25.0)	204(57.5)
전체	42(100.0)	157(100.0)	112(100.0)	25(100.0)	15(100.0)	4(100.0)	355(100.0)

$$\chi^2 = 16.89 \quad df = 14 \quad p<01$$

모르고 있었다라고 응답한 경우가 18.8% 순이었고, 여자는 들어본 적은 있었지만 자세히 몰랐다고 응답한 경우가 60.5%, 알고 있었다고 응답한 경우가 27.9%, 전혀 모르고 있었다라고 응답한 경우가 11.6%순으로 나타났다. 이러한 결과는 남·녀 모두 무대 공연예술 경영개념을 더 많이 알고 있음을 알 수 있다.

다음으로 무대 공연예술 경영개념에 관한 인지여부를 연령별로 비교한 결과를 보면 20세 이하에서는 들어본 경험이 있으나 자세히 몰랐다고 응답한 경우가 58.3%, 전혀 모르고 있었다라고 응답한 경우는 22.9%, 알고 있었다라고 응답한 경우는 18.8%로 나타났으며, 20세에서 30세이전에서는 들어본 경험은 있으나 몰랐다고 응답한 경우가 56.5%, 알고 있었다고 응답한 경우가 27.9%, 전혀 모르고 있었다라고 응답한 경우가 15.6%로 나타났다. 또한 30세에서 40대이전에서는 전혀 모르고 있었다라고 응답한 경우와 들어본 경험은 있으나 자세히 몰랐다고 응답한 경우가 각각 35.7%, 알고 있었다라고 응답한 경우는 28.6%로 나타났으며, 40세에서 50세에서는 알고 있었다고 응답한 경우와 들어본 경험은 있으나 자세히 몰랐다고 응답한 경우가 각각 40%, 들어본 경험은 있으나 자세히 몰랐다고 응답한 경우가 20%로 나타났다.

이러한 결과는 모든 연령층에 걸쳐 무대 공연예술 경영개념에 대해서 알고 있으나 특히 30세이후 50세에서 무대 공연예술 경영개념을 잘 알고 있음을 알 수 있었다. 또한 전공별로 무대 공연예술 경영개념의 인지여부를 비교한 결과 현대무용, 한국무용, 그리고 발레순으로 무대 공연예술 경영개념을 알고 있었다. 그리고 무대 공연예술 경영의 개념에 관한 인지여부를 학력별로 알아본 결과 알고 있었다라고 응답한 결과가 대학원졸 50.0%, 대졸 30.6%, 대재 22.3%, 고졸 20.0%, 중졸 36.7%, 국졸 25.0%로 나타나 대체적으로 학력이 높을수록 무대 공연예술 경영의 개념을 알고 있는 것으로 나타났다.

2) 무대 공연예술 경영의 필요성

무대 공연예술 경영의 필요성에 대해 어떻게 생각하는지를 성별로 비교한 결과 <표 5>에 제시되었다. <표 5>를 보면 전체적으로 무대 공연예술 경영이 꼭 필요하다고 응답한 경우가 66.8%, 어느 정도 필요하다고 응답한 경우가 22.4%로 대부분을 차지 했으며, 전혀 필요 없다고 응답한 경우는 10.8%로 나타났다.

이를 성별로 어떤 차이가 있는지 비교한 결과, 남자는 꼭 필요하다고 응답한 경우가 60.0%, 어느 정도 필요하다고 응답한 경우가 21.2%, 전혀 필요없다고 응답한 경우가 18.8% 순이었고, 여자는 꼭 필요하다고 응답한 경우가 68.7%, 어느

〈표 5〉 성별에 따른 무대 공연예술 경영에 대한 필요성

(%)

성 별	남	여	전 체
· 꼭 필요하다	51 (60.0)	202 (68.7)	253 (66.8)
· 어느 정도 필요하다	18 (21.2)	67 (22.8)	85 (22.4)
· 전혀 필요 없다	16 (18.8)	25 (8.5)	41 (10.8)
전 체	85 (100.0)	294 (100.0)	379 (100.0)

$$\chi^2 = 23.45 \quad df = 2 \quad p < .001$$

〈표 6〉 연령에 따른 무대 공연예술 경영에 대한 필요성

(%)

연 령	10-20대	21-30대	31-40대	41-50대	전 체
· 꼭 필요하다	28 (58.3)	205 (76.2)	12 (28.6)	8 (40.0)	253 (66.8)
· 어느 정도 필요하다	11 (22.9)	42 (15.6)	21 (50.0)	10 (50.0)	84 (22.2)
· 전혀 필요 없다	9 (18.7)	22 (8.2)	9 (21.4)	2 (10.0)	42 (11.1)
전 체	48 (100.0)	269 (100.0)	42 (100.0)	20 (100.0)	379 (100.0)

$$\chi^2 = 12.56 \quad df = 6 \quad p < .01$$

〈표 7〉 전공에 따른 무대 공연예술 경영에 대한 필요성

(%)

전 공 별	한국무용	현대무용	발 레	전 체
· 꼭 필요하다	72 (44.7)	105 (61.4)	25 (54.3)	202 (53.2)
· 어느 정도 필요하다	53 (32.9)	41 (24.0)	15 (32.6)	109 (28.8)
· 전혀 필요 없다	36 (22.4)	25 (14.6)	6 (13.0)	67 (17.7)
전 체	162 (100.0)			379 (100.0)

$$\chi^2 = 14.40 \quad df = 3 \quad p < .01$$

정도 필요하다고 응답한 답한 경우가 22.8%, 전혀 필요 없다고 응답한 경우가 10.8%순으로 나타났다. 이러한 결과는 남·녀 모두 무대 공연예술 경영의 필요성을 인정하고 있으며 여자가 남자에 비해 더 많은 필요성을 느끼고 있다는 것을 말해준다고 할 수 있다.

다음으로 무대 공연예술 경영의 필요성에 대해 어떻게 생각하는지를 연령별로 비교한 결과를 보면 20세 이하에서는 꼭 필요하다고 응답한 경우가 58.3%,

〈표 8〉 학력에 따른 무대 공연예술 경영에 대한 필요성

(%)

학 력	대학원졸	대 졸	대 재	고 졸	중 졸	국 졸	전 체
· 꼭 필요하다	30(71.4)	52(33.1)	72(64.3)	13(52.0)	7(46.7)	3(75.0)	177(49.9)
· 어느 정도 필요하다	2(4.8)	13(8.3)	14(12.5)	7(28.0)	4(26.7)	0(0.0)	40(11.3)
· 전혀 필요 없다	10(23.8)	92(58.6)	26(23.2)	5(20.0)	4(26.7)	1(25.0)	138(38.9)
전 체	42(100.0)	157(100.0)	112(100.0)	25(100.0)	15(100.0)	4(100.0)	355(100.0)

$$\chi^2 = 25.67 \quad df = 14 \quad p < .001$$

어느 정도 필요하고 응답한 경우는 22.9%, 전혀 필요 없다고 응답한 경우는 18.7%로 나타났으며, 20세에서 30세 이전에서는 꼭 필요하다고 응답한 경우는 56.5%, 어느 정도 필요하다고 응답한 경우가 15.6%, 전혀 필요 없다고 응답한 경우가 8.2%나타났다. 또한 30세에서 40대 이전에서는 어느 정도 필요하다고 응답한 경우가 50.0%, 꼭 필요하다고 응답한 경우가 28.6%, 전혀 필요 없다고 응답한 21.4%로 나타났다.

또한 40세에서 50세에서는 어느 정도 필요하다고 응답한 경우가 50.0%, 꼭 필요하다고 응답한 경우가 40.0%, 전혀 필요 없다고 응답한 경우는 10.0%로 나타났다. 이러한 결과는 모든 연령층에 걸쳐 무대 공연예술 경영의 필요성을 인정하고 있으나 특히 10대와 20대의 젊은 층에서 무대 공연예술 경영의 필요성을 더 강하게 느끼고 있음을 알 수 있었다. 다음으로 전공에 따른 무대 공연예술 경영의 필요성을 비교한 결과 현대무용 61.4%, 발레 54.3%, 한국무용 44.7% 순으로 무대 공연예술 경영이 꼭 필요하다고 응답하였다. 그리고 무대 공연예술 경영의 필요성을 학력별로 알아본 결과 꼭 필요하다고 응답한 결과가 국졸 75.0%, 대학원졸 71.4%, 대재 64.3%, 고졸 52.0%, 중졸 46.7%, 국졸 33.10%로 나타나 학력에 관계없이 무대 공연예술 경영의 필요성을 느끼고 있는 것으로 나타났다.

IV. 논 의

무용활동은 정신적인 내용을 신체의 아름다움을 통해 표현하는 일연의 과정으로서 심신을 건강하게 하고 건전한 사회를 조성하게 하는 활동으로서, 무용의 무대 예술의 대중화는 단순히 신체적 아름다움의 표현에 국한되지 않고 복지국가를 추구하는데 그 의의를 두고 있다. 또한 합리적이고 효율적인 무용의 무대예술 경영은 기계문명과 고도산업 사회화의 과정에서 나타나는 부작용을 정화시키며 무용인의 적극적인 무용활동을 도모하는데 반드시 필요한 것이다. 여기서는 본 연구의 결과를 토대로 하여 무용의 무대 공연예술 경영이 합리적 운영방안에 관하여 논의를 하고자 한다.

1. 무용의 무대 공연예술 경영의 제고

무용의 무대 공연예술 경영이란 무용활동을 활성화하고 우수한 무용인을 양성하기 위해 무용관련 전문가들이 효율적으로 무용활동을 하기 위한 제반 활동이다. 이러한 무용 경영은 일반 경영학과 같이 원론적 입장과 관리론적 입장을 갖는다(Enis 1979). 즉 무용 산업의 사회 경제적 측면과 일반적 원리를 고려한 경영원론의 입장이다. 본 연구에서는 무용경영의 입장에서 무대 공연예술의 합리적 운영을 통해 무용활동의 질적·양적 활성화를 도모하도록 하며, 나아가 보다 폭넓은 문화생활의 보급을 진작시키는 역할을 수행한다.

실제로 본 연구결과 무용 무대 공연예술 경영의 개념에 대해 알고 있거나 들어본 적이 있는 경우가 86.8%로 나타났으며, 무용 공연예술 경영이 필요하다고 응답한 경우도 89.2%나 되는 등 무용의 무대 공연예술 경영의 개념과 필요성에 대한 인식은 매우 높은 것으로 나타났다. 또한 무용 무대 공연예술 경영이 필요한 이유로는 비용절감(31.1%)을 이유로 둔 사람이 가장 많고, 무용공연의 합리화(24.31%), 공연예술의 전문화(22.7%), 무용의 대중화(12.15), 기타(9.8%)순으로 나타났다. 이러한 결과를 통해서 볼 때, 무용의 무대예술 경영의 가치와 필요성을 인식하고 있지만 실제 무용현장에서 무대 공연예술 경영이 합리적으로 운영되고 있는지 조사해 본 결과 매우 합리적으로 운영되고 있다고

생각하는 사람은 8.4%에 지나지 않았으며 대부분은 사람들이(64.1%) 합리적으로 운영되고 있지 않다고 생각하고 있었다. 따라서 무용의 무대 공연예술의 합리적 경영을 위해 필요한 사항을 알아본 결과 공연예술 관계자의 인식전환(39.6%)을 첫 번째로 필요하며, 두 번째로는 무용 경영교육(30.3%), 세 번째로는 정부의 정책적 지원(18.2%), 네 번째로는 무용전문가의 노력(12.9%)을 합리적 무용경영을 위해 시급히 요구되는 것으로 나타났다, 이러한 관점에서 볼 때 무용 공연예술의 활성화를 위해서는 기초적으로 무대 무용경영 교육과 무대 공연예술 관계자의 인식변화와 정책적 지원이 요구되며 아울러 무용관계자의 헌신적 노력이 뒷받침되어야 할 것이다.

V. 결 론

본 연구는 무용전문가들을 대상으로 설문지를 사용하여 무용의 무대 공연예술의 합리적 운영방안에 관해서 알아보도록 무용공연의 문제점을 분석하고 무대 예술의 보편화하고 활성화하기 위한 목적을 가지고 연구한 결과 다음과 같은 결론을 얻었다.

1. 무용의 무대 공연예술 경영의 개관

- 1) 무대 공연예술의 경영의 개념에 관한 인지여부는 전체적으로 무대 공연예술 경영에 관한 의미를 들어본 적은 있었으나 자세히 몰랐다 라고 응답한 경우가 59.4%, 알고 있었다 라고 응답한 경우가 13.1%로 나타났으며 성별($\chi^2 = 22.89$), 연령별($\chi^2 = 23.21$), 학력별($\chi^2 = 16.89$) 대부분 무대 공연예술 경영에 대해서는 알고 있었지만 구체적으로 알고 있지 못하고 있음을 알 수 있었다.
- 2) 무대 공연예술 경영의 필요성은 전체적으로 무대 공연예술 경영이 꼭 필요하다고 응답한 경우가 66.8%, 어느 정도 필요하다고 응답한 경우가 22.4%로 대부분을 차지했으며, 전혀 필요 없다고 응답한 경우는 10.8%로

나타났으며 성별($\chi^2=23.45$), 연령별($\chi^2 = 12.56$), 전공별($\chi^2=14.40$), 학력별($\chi^2=25.67$) 대부분 무대 공연예술 경영의 필요성을 인정하고 있었다.

- 3) 무대 공연예술 경영의 필요성에 관한 이유는 전체적으로 효율적 비용절감을 이유로든 사람이 31.1%로 가장 많았으며, 다음으로 무용공연의 합리화(24.315), 공연예술의 전문화(22.7%), 무용의 대중화(12.1%), 기타(9.8%) 순으로 나타났다.

■ 참고문헌

- 1) 강현두(1987). 『대중문화론』. 서울: 나남.
- 2) 김문식(1992). 『한국예술전문직에 관한 연구 - 한국형 Conservatory 중심으로』, 한양대학교 행정대학원.
- 3) 김병익(1982). 『예술사회학의 이론과 전개』. 서울: 미진사.
- 4) 김성기(1991). 『포스트모더니즘과 비판사회과학』. 서울: 문학과 지성사.
- 5) 김옥동 편(1987). 『포스트모더니즘과 예술』. 서울: 청하.
- 6) 김의경(1989). 『공연예술의 경영의 선행조건』. 서울: 예술과 비평.
- 7) 김재형(1986). 『우리들의 소극장 어제와 오늘』. 서울: 한국연극.
- 8) 김지운(1992). 『미디어 경제학』. 서울: 나남신서.
- 9) 문예진흥원(1988). “예술과 그 경제적 영향”, 『문화예술자료』, 문화예술통계자료집.
- 10) 문예진흥원(1988). “공연예술과 가격형성”, 『문화예술자료』, 문화예술 통계자료집.
- 11) 문예진흥원(1988). “사회발전과 문화”, 『문화예술자료』, 문화예술통계자료집.
- 12) 문예진흥원(1988). “문화정책과 예술의 재원개발모델”, 『문화예술자료』, 문화예술통계자료집
- 13) Adorno, T., Bernstein, J. M.(1991). *The Culture Industry*. London: Routhledge.
- 14) Andersen, A. R., Russell, W. B.(1980), Predictors of Attendance at the Performing Arts, *Journal of Consumer Research*, 7(September).
- 15) Arthur, S.(1982). *Public Policy and Arts*. New York: WEstreview Press Inc.

- 15) Arthur, S.(1982). *Public Policy and Arts*, New York: WEstreview Press Inc.
- 16) Assael, H.(1984), *Consumer Behavior and Maketing Action*, Boston: Kent Publishing Company.
- 17) Baumol, W. G., Bowen, W.G.(1968). *Performing Arts - Economic Dilemma*, M.I.T. Press.
- 18) Beals, H., Cmazis, M., Salop, S. C., Staelin, S.(1981), Consumeer Searcher and Public Policy, *Journal of Consumer Research*, 8(June).
- 19) Bell, D.(1990). "The Cultural Contradictions of Capitalism", 『자본주의의 문화적 모순』, 서울: 나남.
- 20) Bettman, J. R., Jacob, J.(1976). Patterns Processing in Consumer Information Acquisition, *Advanced in Consumer Research*, 3.
- 21) Buzzel, R. D., Cox, D. F. and Brown, R. U.(1969). *Marketing Research and Information Systems: Text and Cases*, New York: McGraw-Hill.
- 22) Collins, R.(1991). *Media, Culture and Society*, London: Stage.

ABSTRACT

The Study on Rational Management of Performance Art of Stage in Dance(I)

Yun Hee Han

Professor

Department of Dance, Yong-In University

The purpose of this Study was to investigate rational management of performance art of stage in Dance. It is necessary to build a scientific management strategy for the promotion of performing arts. With the advent of a mass society and the development of capitalistic production, the public can have easy access to culture and the arts.

Subjects of this were the purpose sampling composed students, teachers (assistants, professor., et al) member of dance as relative dance which are experienced performance of stage in dance. The distribution of gender and major study in sampling 379 persons in all were composed men is 85 persons, women is 294 persons; Korean dance is 162 persons, modern is 171 persons and ballet is 46 persons. Questionnaire distributed are 500 copies, withdrawn are 379 copies in all. The rate of withdrawal is 75.8%.

A preliminary survey was conducted to test the reliability and the validity of the questionnaire. Next the main survey tests using χ^2 and frequency distribution with the data were collected from 379 persons.

Generally speaking a cultural industry is held to exist when cultural goods and services are produced, stored, or distributed on industrial lines, that is to say on a large scale than any concern for culture development.

The art management of performing art groups, however, is still staying the basic step since the performing art group lack of a speciality like organization and human resources, they have many problems introducing the management for the development of audience. Therefore, if the management is to be introduced to our performing art groups, the following efforts should be preceded.

First, The thought of the highest manager class of dance performing art groups

should be transformed to be management oriented.

Second, The education of management for the members of dance performing art groups is needed.

Third, It is necessary to segment consumes by socio-demographic analysis and preferential interests in performing arts.

Forth, The performing arts consumers tend to regard such as news paper, TV programs, magazines as the most important one for information search, and the most critical item in searching ito information.

Fifth, Regarding the field of performing art, we should consider the industrial side f culture.

Afterwards, the management is prospected to place itself as the important function also in the field of performing art. Now there is no time o delay the introduction of th management for performing art. Because the performing art groups which ave a hard time to menage due to a chronic deficit should achieve financial stability though and artistic perfection to advance a continual development through the management for the development of audience.