

한국 무용공연시장 연구 동향 분석

- 키워드 네트워크를 중심으로 -

이희영*

I. 서론

II. 이론적 배경 및 선행연구 검토

III. 연구방법

IV. 연구결과

V. 결론 및 제언

참고문헌

Abstract

I. 서론

공연시장은 예술 생산물이 관객에게 공급되어 소비되는 장(場)으로, 공급 측면의 창작·제작과 수요 측면의 관람·소비가 교차하는 영역이다. 이 시장이 형성되고 유지되기 위해서는 관객의 존재가 전제되어야 하므로, 잠재 관객을 실제 관객으로 전환하고 기존 관객의 참여를 심화·확장하려는 체계적인 활동을 뜻하는 관객개발(audience development)이 공연시장 연구의 중심 문제로 자리 잡아 왔다(McCarthy & Jinnett, 2001, pp. 3-5). 무용공연은 공연예술의 한 영역으로서 창작과 향유가 시장이라는 매개를 통해 만난다. 무용공연시장은 이러한 공연시장 가운데 거래되는 예술 생산물이 무용공연으로 특징되는 영역으로, 무용공연시장에서도 관객개발은 연구의 중심 문제로 자리 잡아 왔다. 공연예술실태조사가 2005년 처음 시행되어 2007년 국가승인통계로 지정되는 등 공연시장의 제도적 기반이 정비되면서, 무용 분야에서 무용공연시장의 관객개발과 관람만족·소비를 다룬 실증적 연구가 이어져 왔다(박미진, 박태승, 2020; 서정환, 2022; 이정학, 이용건, 이지혜, 2012; 정다운, 김용호, 문윤지, 2022; 제갈숙영, 조남규, 2024 등).

이처럼 연구가 일정 규모로 축적되면 개별 연구를 넘어 그 흐름과 지식 구조 전체를 조망하는 작업이 요구된다. 그러나 무용공연시장 연구를 조망하는 작업은 무용학 전반의 연구동향 분석으로 대체되기 어렵다. 그 근거로 다음 세 가지를 제시할 수 있다. 첫째, 무용공연시장 연구는 무용학과 예술경영·소비자행동·문화경제학 등 인접 학문이 교차하는 학제적 영역이므로, 무용학 내부의 분류 체계를 따르는 전반적 동향분석에서는 하나의 하위 범주에 속할 뿐 그 내부 구조가 식별되지 않는다. 둘째, 시장은 수요와 공급이 교차하는 영역이므로 그 연구의 축적이 수요와 공급 어느 쪽으로 기울어 있는지는 개별 연구 단위가 아닌 영역 전체의 지식 구조 수준에서 판별되어야 한다. 셋째, 관객개발이라는 실천적 과제가 제기되었음

* 한양대학교 ERICA 예체능대학 무용예술학과 겸임교수, heeyoung.lee2015@gmail.com

에도(최현주, 2001) 그에 대한 학술적 대응이 어느 정도 축적되어 왔는지는, 무용학 전반의 동향 속에서는 드러나지 않고 무용공연시장 연구 영역의 지식 구조를 별도로 조망해야 확인할 수 있다. 요컨대 무용공연시장은 독립된 연구 영역으로서 그 지식 구조를 별도로 규명할 필요가 있다.

연구 영역의 지식 구조를 조망하는 전통적 방식인 내러티브 문헌 검토는 연구자의 주관적 선택에 의존하기 때문에 전체 구조를 객관적으로 포착하기 어렵다는 한계를 지닌다. 이에 대한 대안으로 다량의 문헌에 나타난 키워드를 노드(node, 분석의 기본 단위가 되는 개별 키워드)로 삼고 두 키워드가 한 논문에 함께 부여되는 동시출현(co-occurrence) 관계를 연결선으로 삼아, 연구 영역의 지식 구조를 정량적으로 가시화하는 키워드 네트워크 분석이 활용된다(이수상, 2014, pp. 53-54). 이 방법은 어떤 키워드가 논의의 중심에 있는지(중심성)와 키워드들이 어떤 하위 주제군으로 묶이는지(군집)를 재현 가능한 절차로 드러내므로, 한 영역의 연구 축적이 어디에 집중되고 어디가 비어 있는지를 판별하려는 본 연구의 목적에 부합한다. 무용 분야에서도 이러한 계열의 방법론은 대중의 무용 인식(손재현, 2017), 무용학의 몸 담론(한혜원, 김영미, 2025), 무용학 전반의 동향(현보람, 김정식, 2022), 무용과학의 지식 구조(임준희, 2025)를 규명하는 데 적용되어 그 유효성이 확인되었다. 그러나 이러한 연구들은 대중 인식, 특정 주제, 무용학 전반, 무용과학 등에 집중되어 있어 무용공연시장이라는 연구 영역 자체의 지식 구조를 규명하는 작업은 아직 이루어지지 않고 있음을 알 수 있다.

이에 본 연구는 2010년부터 2025년까지 발표된 무용공연시장 관련 학술논문을 대상으로 키워드 네트워크 분석을 수행하여, 해당 연구 영역의 핵심 키워드와 지식 구조를 규명하고 그 함의를 도출하고자 한다. 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 무용공연시장 연구의 핵심 키워드와 중심성 구조는 어떠한가?

연구문제 2. 키워드 군집을 통해 나타나는 무용공연시장 연구의 하위 주제 영역은 어떻게 구성되는가?

연구문제 3. 무용공연시장 연구의 지식 구조는 수요와 공급의 관점에서 어떻게 나타나며, 이로부터 도출되는 향후 연구과제는 무엇인가?

II. 이론적 배경 및 선행연구 검토

1. 무용공연시장의 개념과 연구 범위

I 장에서 규정하였듯 무용공연시장은 공연시장 가운데 거래되는 예술 생산물이 무용공연으로 특정되는 영역으로, 공급 측면의 창작·제작과 수요 측면의 관람·소비가 교차하는 장(場)이다. 이 정의는 공연시장 일반의 구조를 공유하되 거래되는 재화가 무용공연이라는 점에서 구별된다. 무용공연은 무용수의 신체 수행을 통해 현장에서 실연되는 예술 생산물로서, 그 소비는 관객이 공연 현장에 참석하여 실연을 관람하는 행위로 이루어진다. 따라서 이 시장에서 공급은 작품의 창작과 제작, 공연의 기획과 유통을 포괄하고, 수요는 관객의 관람 선택과 그 경험에 대한 평가로 나타난다. 국내에서도 무용공연을 서비스재로 규정하고 무용공연시장의 관객개발 과제를 제기한 개념적 논의가 일찍이 이루어진 바 있으며(최현주, 2001, pp. 256-259), 본 연구는 이 가운데 수요 측면, 즉 무용공연이 관객에게 수용·소비되고 시장이 형성·

유지되는 과정에 초점을 두었다.

공연예술은 그것을 구매하기 전에는 그 가치를 확인하기 어려운 경험재(experience goods)로서, 소비자가 사전에 제품의 품질을 판단할 정보가 제한된다는 특성을 지닌다(이희영, 박인자, 2014, p. 119; Nelson, 1970, pp. 311-312). 무용공연에서 이 특성은 더욱 두드러진다. 공연은 생산과 소비가 같은 시간·공간에서 이루어지는 비분리성을 지니고 있어 관람 이전에 재화를 미리 확인할 수 없고, 회차마다 출연진 구성과 무용수의 신체 수행이 달라지는 이질성으로 인하여 동일한 작품이라도 품질이 표준화되지 않는다. 나아가 무용공연은 언어적 서사가 아니라 신체 표현 중심이기 때문에 시놉시스·출연진 정보와 같은 사전 정보가 실제 관람 경험의 질을 예고하는 정도가 낮다. 관람 가치의 상당 부분이 현장에서의 심미적 경험으로만 확인되는 것이다. 이러한 정보의 비대칭은 신규 관객의 진입을 제약하고, 시장이 기존 애호 관객을 중심으로 순환하게 만드는 구조적 요인으로 작용하기도 한다.

이에 수요 기반을 확장하려는 관심은 관객개발 논의로 이어졌다. McCarthy와 Jinnett(2001, pp. 23-28)은 관객의 참여 결정을 단일 선택이 아니라 단계적 과정으로 설명하는 행동 모형을 제시하였다. 이 모형에서 참여는 배경(background) 단계에서 인구사회학적 특성·성격·과거 예술 경험·사회문화적 요인이 예술에 대한 일반적 태도를 형성하고, 지각(perceptual) 단계에서 참여의 편익과 비용에 대한 개인적 신념과 준거집단의 규범 지각이 참여 성향을 결정하며, 실행(practical) 단계에서 정보·비용·시간과 같은 실제적 요인이 구체적 참여 기회의 선택을 좌우하고, 경험(experience) 단계에서 실제 관람 경험에 대한 평가가 다시 태도로 환류되는 과정으로 이해된다(모형의 도식은 p. 24 참조). 곧 태도가 참여 의도로, 의도가 참여 행동으로 이어지고 그 경험이 태도를 갱신하는 이 경로는, 관객의 참여를 인지·태도·행동의 차원에서 설명하는 분석 틀이라 요약할 수 있다. 한편 공연예술 소비는 학습된 취향과 문화자본에 의해 매개되므로(Bourdieu, 1984), 관객 형성은 가격·접근성의 문제를 넘어 문화적 성향의 축적이라는 문제로 이해할 수 있다.

수요 측면의 실증 연구는 주로 서비스품질과 소비가치가 관람만족을 거쳐 재관람의도로 이어지는 인과 구조에 집중되어 왔으며(Baker & Crompton, 2000; Cronin, Brady & Hult, 2000; Oliver, 1980), 국내 무용 분야에서도 무용공연의 환경요인과 공연선택요인이 관람만족 및 재관람의도에 미치는 영향이 반복적으로 검증되었다(김가영, 유원용, 2008, pp. 48-49; 박미진, 박태승, 2020, pp. 525-526; 최윤영, 2020, pp. 219-220). 이때 ‘만족’은 무용공연의 관람·관객을 대상으로 한 개념으로 일관되게 조작화되며, 이는 무용 수업·여가활동 참여자를 대상으로 한 만족과 구분된다.

공급 측면에서는 공연단체의 기획·제작과 재원조성·공공지원을 다루는 예술경영 논의가 전개되어 왔다. 다만 마케팅과 관객개발은 공급 주체가 수행하는 활동이되 그 목표가 수요의 형성과 확장에 있으므로 수요 측면의 논의로 이해되며, 이는 공연조직이 작품 지향에서 관객 지향으로 전환하여 관객을 개발해야 한다는 예술경영의 문제의식과 맞닿는다(코틀러, 세프 저, 용호성 역, 2007, pp. 82-83). 무용공연시장 또한 시장이라는 장(場)을 상위의 틀로 하여 그 안에서 수요와 공급의 논의가 교차하는 영역이며, 본 연구는 이를 포괄하되 분석의 초점을 관객·시장·소비를 중심으로 한 수요 측면에 두었다.

2. 무용 분야 빅데이터·네트워크 선행연구

무용 분야에서 대량 텍스트를 정량적으로 분석한 연구는 점차 늘고 있으며, 그 연구들은 분석 대상의 범위에 따라 구분된다(<표 1> 참조). 무용학 분야 전반을 대상으로 한 연구로, 이정민, 전은자, 채정민(2016)은 무용학 자료 10,231편의 원문 텍스트에서 개체명을 추출하고 사회연결망 분석을 수행하여 무용학의 지식 구조를 제시하였으며, 현보람, 김경식(2022)은 KCI 등재 무용 논문 2,874편을 대상으로 중심성 분석과 토픽모델링을 병행하여 무용학 전반의 연구동향을 분석하였다.

무용교육은 이 중에서도 가장 두텁게 축적된 영역이다. 김지영, 홍애령(2019)은 1968년부터 2019년까지의 무용교육 학술논문 1,162편에서 유효 핵심어 3,497개를 추출하여 다섯 구간의 지식 구조 변화를 규명하였고, 홍애령(2019)은 영유아 무용교육 연구 329편의 저자 핵심어를 대상으로 동시출현 빈도를 산출하고 연결정도 중심성, 매개 중심성, 근접 중심성을 분석하여 네 시기의 주제 변화를 제시하였다. 김민지, 김영미, 박혜진(2025)은 대학무용교육 연구 333편에 토픽모델링을 적용하여 시기별 주제 추이를 비교하였다.

장르나 개별 주제를 한정된 연구도 이어졌다. 김미경(2020)은 ‘한국무용’ 장르 학술논문 2,483편에서 정제한 키워드 4,569개를 대상으로 동시출현 빈도와 연결중앙성을 산출하고 네 구간의 변화율을 비교하였으며, 박재근, 홍애령(2019)은 비만·섭식장애를 다룬 무용학 연구에서 153편의 핵심어 구조를 세 시기로 나누어 분석하였다. 한혜원, 김영미(2025)는 학술논문 1,938건을 대상으로 텍스트마이닝을 실시하여 무용학에서 ‘몸·담론’의 지식 구조를 규명하였고, 이예슬, 윤지은, 한혜원(2020)은 융복합을 주제로 한 연구 145편의 주제 구조를 분석하였다. 특히 임준희(2025)는 본 연구의 투고 대상 학술지에 게재된 무용과 학 동향분석으로 방법적 근접성이 크다. 그러나 무용수의 수행·상해·심리·재활에 한정된다는 점에서 무용공연시장 중심의 본 연구와 주제가 명확히 구분된다.

분석 대상을 특정 자료원으로 설정한 연구도 있다. 안성우, 최종환(2025)은 한국무용학회지에 2015년부터 2024년까지 게재된 논문 295편의 제목을 대상으로 키워드 빈도와 토픽을 분석하였으며, 안병주, 최일영(2016)은 해외 학술 데이터베이스에 수록된 무용/동작치료 논문 55편을 두 시기로 나누어 네트워크의 밀도와 평균거리, 연결정도 중심성, 컴포넌트를 분석하였다. 손재현(2017)은 학술 문헌이 아닌 소셜미디어 텍스트에 나타난 대중의 무용 인식을 분석하였다.

이들 연구가 채택한 분석 절차는 대체로 공통된 양상을 보인다. 저자가 부여한 핵심어를 추출·정제하여 동시출현 관계로 네트워크를 구성하고 중심성 지표로 주요 노드를 판별하는 방식이며, 이정민 등(2016), 홍애령(2019), 김미경(2020)이 공통적으로 이수상(2012)을 그 방법적 근거로 삼고 있다. 다만 네트워크의 규모·밀도·성분 구조와 같은 전체 네트워크 수준의 속성까지 함께 보고한 연구는 해외 문헌을 대상으로 한 안병주, 최일영(2016)에 그친다.

무용 분야의 연구동향 분석은 분야 전반을 조망하거나, 교육·과학·담론·융복합 등 개별 주제 영역을 한정하거나 특정 발표 매체와 비학술 텍스트를 대상으로 삼는 방식으로 이루어져 왔다. 그러나 무용공연시장이라는 연구 영역의 지식 구조를 독립적·종합적으로 규명한 작업은 미비하다. 본 연구는 분석 대상을 무용공연시장으로 한정하고 그 결과를 시장 구조·관계형성의 관점에서 해석한다는 점에서 차별성을 가진다.

〈표 1〉 무용 분야 연구동향 분석 선행연구의 분석 대상별 분류

분석 범위	선행 연구	분석 기법	본 연구와의 차이
무용학 전반	이정민 등(2016), 현보람, 김경식(2022)	개체명 인식, 사회연결망, 중심성, 토픽모델링	무용학 전체의 거시 동향을 조망함
무용교육	김민지 등(2025), 김지영, 홍애령(2019), 홍애령(2019)	동시출현 네트워크, 중심성, 토픽모델링, CONCOR	교육이라는 실천 영역의 지식 구조를 다룸
주제·영역·장르	김미경(2020), 박재근, 홍애령(2019), 이예슬 등(2020), 임준희(2025), 한혜원, 김영미(2025)	동시출현 네트워크, 중심성, 토픽모델링, CONCOR	장르 또는 개별 주제 영역에 한정됨
특정 자료원	손재현(2017), 안병주, 최일영(2016), 안성우, 최종환(2025)	연결정도 중심성, 컴포넌트, CONCOR, 토픽모델링	단일 학회지·해외 문헌·소셜미디어 등 자료원을 기준으로 대상을 설정함

3. 키워드 네트워크 분석

키워드 네트워크 분석은 문헌에 나타난 키워드를 노드(node)로, 두 키워드가 한 문헌에 함께 부여되는 동시출현(co-occurrence) 관계를 엣지(edge)로 하여 연구 영역의 구조를 시각화·계량화하는 방법이다(이수상, 2012, pp. 90-91). 여기서 노드는 네트워크를 구성하는 기본 단위로서 하나의 키워드, 곧 그 영역에서 다루어진 하나의 연구 개념을 나타내고, 엣지는 두 개념이 같은 연구 안에서 함께 다루어진 이력을 나타낸다. 동시출현이 여러 문헌에서 반복될수록 두 개념의 결합은 그 영역에서 확립된 조합이라 볼 수 있으므로, 네트워크 전체는 개별 연구들이 누적적으로 형성해 온 개념들의 결합 구조, 곧 연구 영역의 지식 구조를 드러낸다.

키워드의 중요도는 중심성(centrality) 지표로 측정된다. 중심성은 한 노드가 전체 네트워크에서 중심에 위치하는 정도를 표현하는 지표로(이수상, 2012, p. 255), 관점에 따라 여러 유형으로 구분된다. 연결정도 중심성은 한 키워드가 다른 키워드와 직접 연결된 정도를, 매개 중심성은 한 키워드가 다른 키워드들 사이에 위치하여 중개 역할을 수행하는 정도를 나타내며, 근접 중심성은 한 키워드가 네트워크의 다른 모든 키워드와 얼마나 근접하게 연결되어 있는가를 나타낸다(이수상, 2012, pp. 257-261). 아울러 네트워크 안에서 상대적으로 조밀하게 결속된 키워드 집합인 군집(community)을 탐지하면, 연구 영역이 어떤 하위 주제군으로 조직되어 있는지를 확인할 수 있다.

본 연구가 이 방법을 채택한 근거는 세 가지이다. 첫째, 본 연구의 물음은 개별 연구의 내용 평가가 아니라 영역 전체의 구조 파악이며, 전통적 내러티브 검토는 선별한 문헌에 의존하므로 수백 편 규모의 분석 대상에서 전체 구조를 재현 가능한 절차로 포착하기 어렵다. 키워드 네트워크 분석은 수집·정제·산출의 각 단계를 명시적 규칙으로 수행하므로 이 한계를 보완할 수 있다. 둘째, 이 분석이 산출하는 중심성과 군집은 본 연구의 연구문제 1(핵심 키워드와 중심성 구조)과 연구문제 2(하위 주제 영역)에 각각 직접 대응한다. 셋째, II-2에서 검토한 선행연구들은 이 계열의 분석이 무용 분야의 연구 동향을 규명하는 데 유효함을 보여준다.

III. 연구방법

1. 분석 대상 및 자료 수집

본 연구는 무용공연시장 연구의 구조를 규명하기 위해 국내 대표 학술 데이터베이스인 학술정보서비스(RISS)와 한국학술지인용색인(KCI)에 수록된 문헌을 수집하였다. 자료의 시기적 범위는 2010년 1월 1일부터 2025년 12월 31일까지로 설정하였으며, 분석 언어는 국문으로 한정하였다. 이는 본 연구가 한국 무용공연시장의 국내 연구 동향을 대상으로 하기 때문이며, 또한 저자키워드를 분석 단위로 하는 동시출현 네트워크에서 국문과 영문 키워드를 결합할 경우 동일 개념이 별개의 노드로 분할되거나 번역 과정에서 주관이 개입되어 중심성·군집 구조의 타당도가 저해될 수 있기 때문이다. 분석 시기를 2010년 이후로 설정한 근거는 다음과 같다. 첫째, 공연예술실태조사가 2005년 시행되어 2007년 국가승인통계로 지정되면서, 공연시장을 시장 단위로 관찰하고 논의할 수 있는 통계적·제도적 기반이 2000년대 후반에 정비되었다. 둘째, 이러한 기반 위에서 무용공연시장의 관객·관람·소비를 다룬 실증 연구가 연속적으로 축적되기 시작한 것은 2010년 이후로, 최종 분석 대상의 연도별 분포에서도 2010년부터 2025년까지 매년 15편에서 39편(연평균 약 26편)이 산출되어 관찰 구간 전체에 걸쳐 축적이 끊이지 않고 이어졌음이 확인된다. 즉 2010년은 제도적 변화가 일어난 시점 자체가 아니라, 그 변화가 실증 연구의 축적으로 이어진 이후의 안정적 관찰 구간(16개년)을 확보하기 위한 기점이다. 다만 무용공연시장의 관객개발 과제를 일찍이 제기한 최현주(2001) 등 초기 개념적 논의는 분석 대상이 아니라 이론적 배경에서 다루었다. 자료 유형은 국내 학술지 논문과 석·박사 학위논문을 모두 포함하였고, 검색은 각 데이터베이스의 제목·초록·키워드 필드를 대상으로 수행하였다.¹⁾ 검색은 무용공연시장이라는 연구 영역을 포괄하기 위해 ‘무용’을 기본어로 하여 시장·관객·관람·소비·예술경영(마케팅)·만족의 여섯 개 시드 키워드와 결합한 복수의 검색식을 각각 수행한 뒤 결과를 통합하고 중복을 제거하였다. 여섯 개 시드의 선정 근거는 두 가지이다. 이론적으로는 II-1에서 규정한 무용공연시장의 개념을 검색 가능한 주제어로 옮긴 것으로, 시장이라는 장 자체(시장), 수요의 주체(관객), 수요의 행위(관람·소비), 공급 주체의 관객 지향 활동(예술경영·마케팅), 수요의 성과(만족)가 이에 해당한다. 선행연구 측면에서는 I장과 II-1에서 검토한 무용공연시장 실증 연구들이 제목·주제어로 사용해 온 핵심 용어와 대응한다. 한편 ‘수용’은 수용미학·기술수용·고유수용감각 등 이질적 개념이 한 표기에 혼재하여 시드에서 제외하였다(<표 2> 참조).

수집된 문헌에는 다음의 포함 기준을 적용하였다. ① 무용공연의 시장·관객·관람·소비·예술경영(마케팅)·만족을 주요 연구 주제로 다룰 것, ② 국내에서 발행된 학술지 논문 또는 석·박사 학위논문일 것, ③ 국문으로 작성되어 있을 것, ④ 분석에 필요한 저자키워드가 제공될 것으로 기준을 설정하였다.

동시에 다음의 제외 기준을 적용하였다. ① 무용수·전공생의 신체·심리·수행을 다룬 연구, ② 무용교육 및 무용·동작치료 연구, ③ 작품 분석·미학·기호학 중심의 연구, ④ 무용과 무관한 일반 공연시장(연극·뮤

1) 학술지 논문과 학위논문을 통합하여 분석한 것이 결과에 미친 영향을 점검하기 위해, 학술지 논문 251편만으로 동일한 정제 기준($df \geq 3$)을 적용하여 네트워크를 재구성하였다. 그 결과 41개 노드와 121개 엣지의 단일 성분 네트워크가 산출되었고, 반복 추정에서 5개 군집으로의 분할이 가장 안정적으로 나타나(최대 $Q=0.373$) 본문의 해석과 부합하였다. 반면 학위논문만으로 구성한 네트워크는 20개 미만의 노드에 그쳐 독립적인 군집 분석이 어려웠다. 이에 본 연구는 두 자료 유형을 통합한 네트워크를 분석 대상으로 유지하였다.

지컬 등) 연구, ⑤ 학술논문이 아닌 단행본·보고서·서평·공연 리뷰 등 비정규 학술자료이다. 즉 본 연구는 공급자(무용수·공연 작품)나 교육·치료가 아닌 수요자(관객·시장) 측면의 연구로 분석 대상을 한정하였으며, 이는 무용공연시장이라는 연구 영역을 명확히 하기 위한 것이다.

이상의 일반 기준을 여섯 개 시드 키워드별로 구체화한 조작적 정의와 경계·판독 규칙은 <표 2>와 같으며, 이는 제목·초록 검토를 통한 주제 관련성 판정의 기준으로 사용되었다.

<표 2> 시드 키워드별 조작적 정의와 선별 기준

시드	포함 (조작적 정의)	제외 규칙	경계·판독
시장	무용공연을 재화·서비스로 보고 수요·공급·규모·구조·유통·산업·세분화 등 시장 차원을 다룬 연구	비유적 ‘시장’(취업·노동시장), 무용을 포함하지 않는 타 장르 시장	‘공연예술시장’은 무용을 사례·대상에 포함하면 포함, 순수 연극·음악만 다루면 제외
관객	무용공연의 수용 주체로서 관객을 분석한 연구 (관객개발·관객층·동기·태도·경험·신규/충성 관객·관객 형성)	관객이 배경어에 그치고 실제 분석 대상이 창작자·작품·기법인 연구	무용교육 연구의 발표회 관람객은 소비·수용 분석이면 포함, 교육효과 분석이면 제외
관람	무용공연 관람 행위·경험·의도를 다룬 연구 (관람동기·관람행동·재관람의도·관람객)	영화·전시·스포츠 등 타 분야 관람, 무용과 무관한 관람	‘감상’이 미적·교육적 감상(감상교육)이면 제외, 공연 소비로서의 관람이면 포함
소비	무용공연을 소비재로 본 연구 (문화소비·공연소비·소비행동·소비성향·소비가치·지불의사·티켓 구매)	칼로리·에너지 소비(무용과학), 공연과 무관한 일반 소비론	‘문화예술 소비’는 무용이 사례에 포함되는지 본문에서 확인
예술경영 (마케팅)	무용·공연단체 및 공연의 경영·기획·마케팅·재원조성·홍보·브랜딩·가격정책을 다룬 연구	일반 기업경영, 미술관·순수미술 경영 중심 연구	축제·메가이벤트 기획은 무용공연이 핵심 콘텐츠면 포함, 행사운영 일반이면 제외
만족	무용공연·관람·관객을 대상으로 한 만족 (관람만족·공연만족·관객만족·관람객 만족도, 재관람·충성도 연계 만족)	참여자·학습자·종사자 대상 만족(수업·교육·수강 만족, 여가·생활무용 참여만족, 생활만족, 직무만족, 전공만족)	‘생활무용 참여자의 공연경험’관련 연구는 소비·관람 맥락이면 포함, 참여·몰입 맥락이면 제외

여섯 개 시드에 공통으로 적용한 상위 판정 규칙은 다음과 같다. 경계 사례에 대해서는 해당 연구가 무용공연을 관객이 소비·수용하는 시장재로 다루는지, 아니면 교육·훈련·창작 활동으로 다루는지를 기준으로, 수요·소비·관객·경영 측면은 포함하고 공급·창작·교육·참여 측면은 제외하였다. 이러한 규칙에 따라 개념은 단일하되 대상이 상이한 ‘만족’은 시드로 유지하여 대상 기준으로 분류하였고, 한 표기에 수용·미학·기술수용·고유수용감각 등 이질적 개념이 혼재하는 ‘수용’은 시드에서 제외하였다.

중복 처리는 두 단계로 이루어졌다. 첫째, 두 데이터베이스에 중복으로 수록된 문헌은 1편만 남기고 제거하였다. 둘째, 학위논문과 이를 게재한 학술지 논문이 동일 연구자·동일 주제로 중복되는 경우 학술지 논문을 우선하여 1편만 포함하였다. 한편 KCI는 학위논문을 색인하지 않으므로, 학위논문은 RISS에서,

학술지 논문은 RISS와 KCI에서 각각 수집한 후 통합하였다.

이상의 절차에 따른 단계별 자료 선별 과정은 <표 3>과 같다. 형식 요건(1차)을 적용한 후 제목과 초록을 검토하여 주제 관련성(2차)을 판정하였다. 판정의 일관성을 확보하기 위해 시드별 조작적 정의와 포함·제외 결정 규칙을 사전에 문서화하여 적용하였다. 2차 선별은 각 문헌의 제목과 초록을 <표 2>의 조작적 정의에 대응시키는 방식으로 이루어졌으며, 규칙으로 즉시 판정되지 않는 경계사례 45편은 별도 목록으로 분리한 뒤, 해당 연구가 무용공연을 관객이 소비·수용하는 시장재로 다루는지 아니면 교육·훈련·창작 활동으로 다루는지를 상위 판정 규칙에 비추어 개별적으로 재검토하여 분류하였다. 경계사례는 생활 무용 참여자의 활동 만족을 다룬 연구, 축제 일반의 운영·성과를 다룬 연구, 무용이 아닌 공연 장르의 감상을 다룬 연구의 세 유형이었다. 이들은 시드 키워드와는 부합하나 무용공연을 관객이 소비·수용하는 시장재로 다루지 않는다는 점에서 모두 제외로 판정되어 최종 분석 대상에 포함되지 않았다.

<표 3> 자료 선별 과정

단계	편수	비고
초기 검색	6,614	RISS·KCI ‘무용 AND 시드’ 통합 (학술지 3,927·학위논문 2,687)
1차 선별(‘무용’ 적합)	3,196	제목·주제어에 ‘무용’ 미포함 문헌 제외 (학술지 1,741·학위논문 1,455)
중복·주제무관 제외 후 잔존	2,053	DB간·게재본 중복 및 강한 주제무관 (미학·치료·교육·작품분석 등) 제외 (학술지 927·학위논문 1,126)
2차 선별(시장 관련성)	422	시드 조작적 정의 기반 시장의미 선별 → 최종 분석 대상 (학술지 251·학위논문 171; 경계 45편 별도)

2. 자료 정제

본 연구에서는 분석 단위로 각 논문의 저자키워드(author keywords)를 사용하였다. 저자키워드는 본문의 원자료가 아니라 연구자가 자기 연구의 핵심 개념을 압축하여 의도적으로 부여한 주제 표지로서, 연구가 다룬 주제를 가장 직접적으로 대표한다. 함께 출현한 용어들의 관계가 한 연구 영역의 개념 구조를 드러낸다는 발상은 공동단어 분석(co-word analysis)의 전통에서 비롯되었다. Callon, Courtial, Turner와 Bauin(1983)은 문헌에 쓰인 단어들의 동시출현을 추적하면 한 분야의 연구 문제들이 어떻게 연결되고 조직되어 있는지를 재구성할 수 있음을 보였으며, 이 접근은 이후 계량서지학에서 키워드 동시출현 네트워크 분석으로 발전하였다. 국내에서도 이 접근은 키워드 네트워크 분석, 동시단어 분석 등의 이름으로 여러 학술 영역에서 활용되어 왔으며, 학술논문을 대상으로 할 때에는 저자가 부여한 키워드를 노드로 삼고 논문 한 편을 동시출현의 범위로 하는 방식이 일반적이며, 무용 분야에서도 연구동향의 규명에 적용되어 왔다(이수상, 2014, pp. 54-62; 임준희, 2025; 현보람, 김경식, 2022). 저자 부여 키워드는 저자가 자기 연구의 주제를 스스로 압축한 표현이므로, 초록이나 본문 전체에서 단어를 추출하는 방식에 비해 배경 서술이나 방법 관련 어휘가 섞여 들어갈 여지가 적다.

최종 분석 대상 422편 가운데 저자키워드가 부여된 356편이 네트워크 구성에 사용되었다. 수집된 논문의 저자키워드를 추출한 후 분석의 타당성을 높이기 위해 정제 과정을 거쳤다. 저자키워드를 표기 단위로 분리한 뒤, 띄어쓰기 변이형(‘무용 공연’/‘무용공연’, ‘서비스 품질’/‘서비스품질’, ‘재관람 의도’/‘재관람 의도’, ‘마케팅 믹스’/‘마케팅믹스’ 등 6쌍)을 동일 키워드로 통합하고 영문 단독 표기를 제외하여 국문 키워드로 한정하였다. 분석의 안정성을 위해 출현 빈도 3회 이상($df \geq 3$)인 키워드를 노드로 채택하였다. 이 기준에 따라 문서빈도 3회 이상이면서도 분석에서 제외된 영문 표기 키워드는 12개였다. 다만 이들 대부분은 무용공연(dance performance), 무용(dance), 마케팅(marketing), 한국무용(Korean dance) 등 이미 노드로 포함된 국문 키워드의 영문 병기에 해당하며, 제외로 인한 누락은 크지 않은 것으로 판단된다. 이 기준은 출현이 1~2회에 그치는 저빈도 키워드가 우연적 동시출현으로 군집 구조에 잡음을 유발하는 것을 억제하면서도, 네트워크가 지나치게 축소되어 하위 주제의 식별이 어려워지지 않도록 하는 균형점으로 설정한 것이며, 예외 없이 일괄 적용하였다. 한편 ‘q방법론’은 $df \geq 3$ 기준을 충족하여 노드로 산입되었으나, 방법어를 주제 키워드로 다루지 않는다는 정제 원칙에 따라 중심성·군집 해석에서는 제외하였다. 결과 분석에 사용된 최종 키워드(노드)는 63개로 확정되었다.

3. 분석 방법 및 도구

키워드 간 동시출현 행렬을 바탕으로 무방향 가중 네트워크를 구성하였다. 키워드의 중요도는 연결정도 중심성, 매개 중심성, 근접 중심성으로 측정하되, 해석의 일관성을 위해 이진 네트워크를 기준으로 0~1 범위로 정규화하였으며, 동시출현 강도는 가중연결정도로 별도 산출하였다. 하위 주제 군집의 도출에는 Louvain 모듈래리티 최적화 알고리즘(Blondel, Guillaume, Lambiotte & Lefebvre, 2008)을 사용하였으며, 모듈래리티 Q값을 함께 보고하였다. 분석 도구로는 Python 3.12.3 환경에서 네트워크 분석의 표준 라이브러리인 NetworkX 3.6.1을 사용하여 동시출현 행렬로부터 네트워크를 구성하고 세 가지 중심성(연결정도 중심성, 매개 중심성, 근접 중심성)을 산출하였으며, 군집 탐지는 Louvain 알고리즘의 공개 구현체인 python-louvain 0.16(communitiy) 라이브러리로 수행하였다.²⁾ 네트워크 시각화는 NetworkX와 Matplotlib을 활용하였다. 아울러 군집 분할의 안정성과 해석의 타당성은 알고리즘 시드를 달리한 200회 반복 추정, 의미가 인접한 키워드를 병합한 재추정, 핵심 노드를 제거한 검증의 세 가지 보조 분석을 통해 IV장에서 점검하였다.

IV. 연구결과

IV-2는 핵심 키워드의 중심성 구조를(연구문제 1), IV-3은 키워드 군집이 구성하는 하위 주제 영역을(연구문제 2) 결과와 그에 대한 분석으로 함께 서술하며, 지식 구조에 대한 수요·공급 관점의 종합(연구문제 3)은 V장에서 다룬다. 해석에 앞서 유의할 점은, 본 네트워크 전체가 곧 무용공연시장이라는 연구 영역에 해당하며 개별 키워드(노드)는 그 영역 내부에서 다루어진 구체적 개념을 나타낸다는 것이다. 따라서 ‘무용공연시장’은 특정 노드가 아니라 네트워크 구조 전체로 표상된다.

2) 군집 탐지의 재현성을 확보하기 위해 시드값은 임의의 값(86)으로 고정하였다.

1. 네트워크의 기본구조

최종 네트워크는 63개 노드와 224개 엣지로 구성되었다. 네트워크는 단일 컴포넌트로 연결되어 고립 노드가 없었으며, 밀도는 0.115, 평균 연결정도는 7.11로 나타났다. 이는 무용공연시장 연구 키워드들이 비교적 조밀하게 상호 연결된 단일 담론 구조를 형성하고 있음을 의미한다.

2. 키워드 중심성 분석

키워드의 구조적 위상을 파악하기 위해 세 가지 중심성을 산출하였다(<표 4> 참조). 연결정도 중심성은 ‘무용공연’(0.548)이 가장 높았고 ‘공연예술’(0.339), ‘관람만족’(0.306), ‘무용’(0.290)이 뒤를 이었다. 매개 중심성과 근접 중심성에서도 ‘무용공연’(각 0.298, 0.646)이 최상위를 차지하였다. 세 지표 모두에서 ‘무용공연’이 핵심 위상을 점하여, 무용공연시장 연구의 담론이 ‘무용공연’을 정점으로 공연예술·관람만족이 보조하는 중앙집중형 구조임이 확인되었다.

<표 4> 키워드 중심성 분석 결과 (상위 키워드)

순위	키워드	연결정도 중심성	매개 중심성	근접 중심성
1	무용공연	0.548	0.298	0.646
2	공연예술	0.339	0.174	0.574
3	관람만족	0.306	0.064	0.549
4	무용	0.290	0.132	0.559
5	재관람의도	0.274	0.041	0.534
6	마케팅믹스	0.258	0.029	0.525
7	한국무용	0.258	0.128	0.534
8	관람동기	0.210	0.013	0.496

세 지표 모두에서 ‘무용공연’이 정점을 점한 것은 새로운 발견이라기보다는, 무용공연시장 관련 문헌을 전수 수집한 본 연구의 설계에서 비롯된 구조적 산물로 이해되어야 한다. 따라서 분야명에 해당하는 키워드(무용공연·무용·공연예술)를 제외하고 보면, 네트워크의 실질 중심 노드는 관람만족·재관람의도·마케팅믹스·관람동기로 수렴한다. 이는 무용공연시장 연구의 축적이 작품·창작이라는 공급 측면보다 관객의 만족과 재관람이라는 수요 측 주제에 집중되어 왔음을 시사한다. 더욱이 이 네 중심 노드는 흩어진 키워드가 아니라, 해당 영역의 선행연구들이 공유해 온 모형 구조, 즉 관람동기와 마케팅믹스를 투입으로, 관람만족을 핵심 매개로, 재관람의도를 결과로 하는 만족-의도 패러다임으로 수렴한다. 실제로 관람만족을 핵심 매개로 한 만족-의도 모형은 그 일부 선행연구에서 확인되며(김찬희, 2023; 김채윤, 김형남, 김은혜, 2020), 다른 연구도 설명변수와 분석틀은 다르지만 분석이 재관람·추천 등 수요 측 행동의 도로 귀착된다는 점에서 같은 방향으로 수렴한다(박미진, 박태승, 2020; 정다윤 등, 2022; 최윤영, 2020). 즉 마케팅믹스·경험가치·라이프스타일·관람동기·공연선택요인 등 독립변수의 다양성에도 불구하고, 결

과변수는 관람만족·재관람의도로 수렴한다. 이러한 수렴은 이 분야의 분석적 관심이 수요 측 성과에 집중되어 왔음을 시사하며, 이 집중은 공연예술이 사전에 품질을 판단하기 어려운 경험재라는 특성(이희영, 박인자, 2014, p. 119; Nelson, 1970, pp. 311-312)과, 관객의 참여를 인지·태도·행동 차원에서 설명한 관객 개발 틀(McCarthy & Jinnett, 2001, pp. 23-28)에 비추어 이론적으로 해석할 수 있다.

3. 군집 분석

Louvain 알고리즘 적용 결과 5개의 군집이 도출되었으며 모듈래리티 Q값은 0.361이었다(<그림 1> 참조). Q값은 군집 내부의 연결이 무작위 연결에 견주어 얼마나 조밀한지를 나타내는 지표로, 군집 구조가 뚜렷한 네트워크에서 대체로 0.3에서 0.7 사이의 값이 관찰된다(Newman & Girvan, 2004). 본 네트워크의 0.361은 이 범위의 하단에 해당하므로, 하위 주제군으로의 분화는 확인되지만 그 경계가 뚜렷하다고 보기는 어렵다. 다만 핵심 키워드(무용공연·공연예술·관람만족)를 중심으로 조밀하게 연결된 단일 핵심 부를 공유하므로, 아래 군집은 완전히 분리된 영역이라기보다 핵심 담론 내부의 상대적 군집화 경향으로 해석함이 타당하다.³⁾ 각 군집의 명칭은 군집 내 연결정도 중심성 상위 노드와 내부 엣지의 결속 구조를 기준으로 대표 주제를 도출하여 부여하였다. 다섯 군집의 수요-공급 위치를 <표 5>로 요약한 뒤, 각 군집을 차례로 살펴보면 다음과 같다.

<표 5> 군집별 수요-공급 위치와 집중 구조와의 관계

군집 (주제 영역)	수요-공급 위치	집중 구조와의 관계
1. 예술경영과 관객개발	수요·공급 교차(주제=공급, 목표=관객형성·수요확장)	공급 측에서도 수요 지향을 재확인함
2. 관람만족과 재관람의도	전형적 수요-집중 중심부	만족·의도 패러다임 수렴을 가장 직접적으로 표상함
3. 무용 소비행동과 관객 인식	수요(군집 2의 선행 심리로 분화)	수요 측 내 세분화-집중을 약화시키지 않음
4. 서비스품질과 관객충성도	수요(서비스마케팅 인과, 군집 2와 이론적 맥락 공유)	동일 분석틀에 구성개념만 교체·반복
5. 한국무용 장르의 이미지와 관람의도	수요(장르적 특화 수용)	수요 주제이되 전용 측정 패러다임으로 분화

주: ‘수요-공급 위치’와 ‘집중 구조와의 관계’는 네트워크 분석의 산출값이 아니라, II-1의 수요-공급 구분에 따른 본 연구의 해석적 분류이다.

군집 1(18개)은 공연예술, 무용, 예술경영, 관객개발, 마케팅, 공연기획, 관객, 대중화, 공연장, 공연예술 시장, 소셜미디어, 무용마케팅 등으로 구성되며, ‘예술경영과 관객개발’로 명명하였다. 활동의 주체는 공

3) 군집 경계의 해상도 민감성을 점검하기 위해 ① 의미상 인접한 키워드 토큰(관람만족/관람만족도, 관람의도/재관람의도 등)을 병합해 재추정하고 ② 200개 seed로 분할 안정성을 측정하였다. 한국무용 이미지 군집은 보수적·공격적 병합 모두에서 주류 만족·재관람 군집과 분리된 채 유지되었다(전용군집 유지율 85~92%, 한국무용·만족 동거율 0~8%, Q=0.347~0.361). 다만 유지율이 100%가 아닌 점은 중간 수준 Q에서 오는 분할 불안정성을 반영한다.

급 측(공연단체·기획)이나 그 지향점은 관객 형성과 수요 확장이다. 공연장·공연예술시장 같은 공급 기반 노드가 포함되었음에도 군집의 무게중심은 ‘시장 구조 자체’가 아니라 ‘관객을 만드는 활동’에 실려 있다. 따라서 이 군집은 공급 측에 속하면서도 내적 지향이 수요로 향하며, 작품 지향에서 관객 지향으로의 전환을 제기한 예술경영의 문제의식(코틀러, 세프 저, 용호성 역, 2007, pp. 82-83)과 맞닿아 있다. 공급에 기반한 노드조차 그 지향점이 수요 형성에 있다는 점에서,

이 군집은 분야 전반의 수요 측 집중이 공급 측 내부에서도 이어지고 있음을 보여준다.

군집 2(14개)는 무용공연, 관람만족, 재관람의도, 마케팅믹스, 관람동기, 마케팅전략, 관람객, 추천의도, 관람가치, 성인발레 등으로 구성되며, ‘관람만족과 재관람의도’로 명명하였다. 이 군집은 분야명 키워드를 제외했을 때 드러나는 실질 중심 노드(관람만족·재관람의도·마케팅믹스·관람동기)를 모두 포함하는 집중 중심부이다. 주목할 것은 이 군집이 단지 중심 노드를 많이 가졌다는 점이 아니라, 그 내부 구조 자체가 분야의 표준 연구 분석틀이라는 점이다. 즉 마케팅믹스·관람동기를 투입으로, 관람만족을 매개로, 재관람·추천의도를 결과로 하는 틀이 이 한 군집 안에 응축되어 있다. 더욱이 마케팅믹스·마케팅전략은 본래 공급 주체의 활동임에도 여기서는 수요 반응(만족)을 끌어내기 위한 투입변수로 흡수되어 있어, 공급 측 개념조차 수요 성과의 예측인자로 배치되고 있음을 드러낸다. 이러한 집중은, 공연예술을 경험재로 보는 관점에서 만족·재관람이 곧 경험재 소비를 조작화하는 경로였다는 점(Nelson, 1970, pp. 311-312), 그리고 관객 참여를 인지·태도·행동으로 설명하며 재관람의도를 그 행동적 귀결점으로 둔 관객개발 틀(McCarthy & Jinnett, 2001, pp. 23-28)과 맞물린다. 이처럼 조밀하고 중심적인 군집 2의 구조는, 공급·유통·산업 등 다른 연구 대상이 독립된 주제 영역으로 자리 잡기 어렵게 만드는 요인으로 작용했을 수 있다.

군집 3(11개)은 관람태도, 공연만족, 무용관객, 무용소비행동, 현대무용, 전통무용공연, 무용산업, 무용콘텐츠, 무용인식 등으로 구성되며 ‘무용 소비행동과 관객 인식’으로 명명하였다(방법에 ‘q방법론’은 노드 수에는 포함되나 III-2의 자료 정제 원칙에 따라 해석에서는 제외한다). 이 군집에서는 관람태도와 공연만족이 상위 노드를 이루되, 이들은 군집 2의 만족·의도 인과관계에서 선행하는 단계에 해당한다. 즉 군집 2가 만족에서 의도로 이어지는 인과관계에 집중하는 데 비해, 이 군집은 그 인과관계의 앞자리에 해당하는 소비 행태·인식·태도로 분화되어 있다. 무용산업 같은 공급·산업 노드가 일부 포함되나 소수에 그치고, 그 세분화 역시 수요라는 한 측면 안에서 이루어진다. 따라서 주제의 다양화에도 수요 측으로의 집중은 약화되지 않는다.

군집 4(11개)는 서비스품질, 충성도, 소비행동, 관여도, 고객만족, 무용학원, 감정반응, 메세나, 무용극 등으로 구성되며, ‘서비스품질과 고객충성도’로 명명하였다. 서비스품질·고객만족·충성도가 중심 노드를 이루고 메세나·무용극·무용학원은 주변 노드이다. 이 군집의 서비스품질에서 고객만족을 거쳐 충성도로 이어지는 구조는 군집 2의 투입에서 만족을 거쳐 의도로 이어지는 구조와 이론적으로 동일하며, 그 이론적 배경은 공연 마케팅이 아니라 만족을 기대와 성과의 불일치로 설명해 온 서비스마케팅 전통(Oliver, 1980)에 닿아 있다. 곧 군집 2와 군집 4는 하나의 분석틀을 서로 다른 구성개념으로 두 번 구현한 것에 가깝다. 다만 네트워크 분석이 직접 확인해 주는 것은 두 군집의 구성 노드와 그 동시출현 결속 구조까지이며, 두 구조를 동일한 인과 분석틀의 반복으로 읽는 것은 두 군집의 구성개념이 공유하는 이론적 배경에 근거한 본 연구의 해석임을 밝혀 둔다. 이러한 해석을 따르면, 분야는 새로운 대상(공급·유통·산업)을 여는 방식이 아니라 동일한 분석틀을 유지한 채 구성개념만 교체하며(군집 2의 재관람의도가 군집 4에

서는 충성도로, 마케팅믹스가 서비스품질로 바뀐다) 같은 구조를 반복하는 방식으로 확장되어 온 것으로 볼 수 있다. 즉 변수의 구성이 외형적으로 다양해 보이더라도 그 기저의 인과관계 구조는 협소하게 유지되고 있는 것이다. 덧붙여, 본래 재원·후원이라는 공급 측 개념인 메세나가 독립된 공급 군집을 이루지 못하고 군집 4의 주변부에 놓였다는 점은, 공급 측 개념조차 독자적 연구 영역으로 자라지 못하고 수요 프레임에 흡수되는 경향을 시사한다.

군집 5(9개)는 한국무용, 관람의도, 관람만족도, 행동의도, 지각된 가치, 한국무용인식·이미지·태도, 무용학으로 구성되며, ‘한국무용 장르의 이미지와 관람의도’로 명명하였다(여기서 ‘한국무용’은 현대무용·발레와 구분되는 장르 명칭으로, 표제의 ‘한국 무용공연시장’이 가리키는 국가 범위와 구별된다).

이 군집은 다섯 군집 가운데 유일하게 특정 장르명이 군집의 조직 원리로 작동하는 영역이다. 9개 노드는 한국무용을 축으로 ‘지각된 가치·태도·관람의도·행동의도’로 이어지는 측정 구성개념과, 한국무용 이미지·한국무용인식·한국무용태도처럼 장르명이 구성개념과 결합한 전용 노드로 짜여 있다. 이러한 장르 결합형 노드는 다른 군집에서는 나타나지 않는다. 타 군집의 이미지·인식·태도 노드는 관람태도·무용인식처럼 장르에 국한되지 않은 일반 노드이기 때문이다. 이는 한국무용 연구에 한해 장르 자체가 측정 단위로 조작화되어 온 연구 관행을 반영한다.

이 군집의 결속이 단일 중심 노드(한국무용)에 주변 노드들이 의존하는 형태가 아님은 노드 제거 분석으로 확인된다.⁴⁾ 한국무용 노드를 제거해도 군집 내부 엣지의 53.3%(8/15)가 유지되며, 특히 한국무용 이미지·인식·태도 세 노드는 서로 모두 연결되어 한국무용 키워드를 경유하지 않고 독립적으로 결속한다. 다만 이 노드를 제거하면 군집은 세 부분으로 나뉘어, 이 세 구성개념의 묶음과 지각된 가치·관람의도·행동의도로 이어지는 측정 연쇄가 각각 분리되고 무용학은 고립 노드가 된다. 따라서 한국무용 노드는 군집의 유일한 중심이라기보다 두 하위 묶음을 잇는 교량 노드로 기능한다고 보는 편이 정확하다.

다른 장르 노드들의 배치를 보면 이 군집의 특수성이 한층 분명해진다. 성인발레는 발레 장르 전용의 이미지·태도·인식 구성개념을 동반하지 않은 채 매개 기능이 거의 없는 주변 노드로 군집 2의 일반 관람만족·재관람의도 구조에 약하게 결합된다. 현대무용은 소비행동·인식 군집인 군집 3에 배치되고, 실용무용은 독립 노드로 나타나지 않는다. 한국무용을 제외한 장르들이 전용 구성개념을 형성하지 못한 채 일반 수요 구조에 흡수되는 반면 한국무용만이 전용 측정 패러다임으로 분화하였으며, 이는 한국무용 연구가 축적해 온 측정 관행이 네트워크 구조에 남긴 흔적으로 볼 수 있다.

주제 층위에서 다섯 군집을 종합하면, 넷(군집 2·3·4·5)이 관람·소비·만족·장르수용이라는 수요 측면에 귀착되고 공급·경영 활동은 군집 1에 집중된다. 무용산업·공연장·공연예술시장처럼 시장의 공급·산업구조를 직접 가리키는 노드는 소수에 그치고 여러 군집에 흩어져 독립된 주제 영역으로 분화하지 못하였다. 이 구도는 IV-2에서 확인한 수요 측 집중을 군집 수준에서 재확인해 준다.

4) 군집 내부의 결속이 단일 노드에 대한 의존인지를 점검하기 위해, 해당 군집에서 한국무용 노드를 제거한 뒤 군집 내부 엣지의 잔존율과 잔여 네트워크의 연결 성분 수를 산출하였다.

V. 결론 및 제언

이상의 결과를 수요와 공급의 관점에서 종합하면(연구문제 3) 다음과 같다. 중간 수준의 모듈래티는 무용공연시장 연구가 다섯 하위 영역으로 분화되어 있음을 보여주지만, 동시에 조밀하게 연결된 공유 핵심부는 수요 측 주제로의 집중을 드러낸다. 이 집중은 연구 영역의 미성숙이 아니라 주제의 집중으로 해석하는 것이 타당하다. 서론에서 전제하였듯 무용공연시장 연구는 이미 일정 규모로 축적되었으며, 다만 그 축적이 관람만족·재관람의도 계열에 집중된 반면 시장의 공급·산업 구조 차원은 상대적으로 미탐구 영역으로 남아 있다. 무용공연시장의 관객개발 과제를 일찍이 제기한 최현주(2001) 이래 그 과제는 주로 수요 심리의 실증 연구로 다루어져 왔으며, 공연의 제작·유통·재원조성과 시장의 산업 구조에 대한 분석은 향후 연구가 메워야 할 공백으로 남는다.

이 결론의 적용 범위는 다음과 같이 한정된다. 본 연구의 시드 키워드(관객·관람·소비·만족 등)가 주요 축 용어를 다수 포함하므로, 관찰된 집종의 일부는 연구설계에서 비롯되었을 가능성이 있다. 따라서 본

연구가 확인한 것은 수요 측 주제의 절대적 과잉이 아니라, 수요 측 용어를 포함한 시드로 수집된 문헌 안에서조차 공급·산업 구조 주제가 독립된 군집으로 분화하지 못하였다는 구조적 관찰이며, 이는 해당 주제의 연구가 아직 독자적인 영역으로 축적되지 않았음을 보여준다.

이러한 결과는 무용공연시장의 결정요인을 수요와 공급의 통합적 관점에서 분석한 이희영, 박인자, 김세준(2016)과 시계열 자료로 한국 무용공연시장의 규모·성장 추이와 장르 구조를 분석한 이희영(2021)이 개별 시장 지표 수준에서 시도한 거시적 분석을, 연구 영역 전체의 지식 구조 수준으로 확장한 것이다. 또한 대중 인식(손재현, 2017), 몸 담론(한혜원, 김영미, 2025), 무용학 전반의 동향(현보람, 김경식, 2022), 무용과학(임준희, 2025)을 다룬 선행 동향 연구와 달리, 본 연구는 무용공연시장을 독립된 연구 영역으로 한정하고 그 내부 구조를 규명하였다는 점에서 차별점과 기여를 지닌다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 지닌다. 저자키워드를 분석 단위로 삼았기 때문에 키워드가 부여된 문헌만이 네트워크에 포함된다. 분석 대상은 국문 문헌으로 한정하였으며, 데이터베이스 수록 범위에 따른 제약이 존재한다. 또한 수요와 공급을 구분하는 기준은 중립적으로 주어진 것이 아니라 해석적 분류에 해당하며, 특히 마케팅·관객개발처럼 공급 주체가 수행하되 그 목표가 수요의 형성·확장에 있는 활동을 수요 측면으로 귀속시킨 선택은 본 연구의 해석을 일부 강화했을 수 있다. 자료 선별의 주제 관련성 판정이 단일 연구자에 의해 이루어져 분석자 간 신뢰도를 산출하지 못한 점 또한 한계로 남으며, 이는 사전에 문서화한 시드별 조작적 정의와 포함·제외 규칙을 일관되게 적용함으로써 보완하고자 하였다. 끝으로 본 연구의 네트워크는 분석 기간 전체를 하나로 누적한 구조이므로, 수요 측 집중이 시기에 따라 어떻게 형성·강화되어 왔는지는 보여주지 못한다.

이상의 결과를 바탕으로 후속 연구에 대해 다음과 같은 제언을 덧붙인다. 첫째, 시기를 구분한 네트워크 비교 분석은 수요 측 집중이 언제 형성되고 강화되었는지를 규명할 수 있으며, 국제 문헌과의 비교 분석은 이러한 구조가 한국적 특수성인지 분야 전반의 경향인지를 판별하는 근거를 제공할 것이다. 둘째, 공연의 제작·유통·재원조성과 시장의 산업 구조를 직접 다루는 연구가 축적될 필요가 있다. 이는 개별 연구자의 주제 선택에 맡길 문제라기보다, 공급 측 자료의 접근성과 분석 단위의 표준화를 포함한 연구 기반의 문제이기도 하다. 셋째, 본 연구가 확인한 집중은 이 영역이 축적해 온 경로의 결과이므로, 향후 과제는 기존의 연구 성과를 대체하는 데 있는 것이 아니라 그동안 다루어지지 않은 주제 영역을 함께 확립하는 데 있다.

본 연구는 무용공연시장 연구의 지식 구조를 키워드 네트워크로 가시화함으로써, 개별 연구를 하나씩 검토하는 방식으로는 드러나지 않던 수요 측 집중을 영역 전체의 수준에서 확인하였다. 연구 주제의 다양화가 곧 연구 영역의 확장을 뜻한다는 통념과는 달리, 본 연구의 결과는 동일한 인과 분석틀 안에서 구성 개념만 교체되는 방식의 확장이 가능함을 보여준다. 무용공연시장을 독립된 연구 영역으로 설정하고 그 내부 구조를 계량적으로 규명하였다는 점에서 본 연구의 의의를 찾을 수 있다.

■ 참고문헌

- 이수상(2012). **네트워크 분석 방법론**. 논형.
- 코틀러, P., 세프, J.(2007). **전석 매진: 필립 코틀러의 공연예술 마케팅 전략** (용호성 역). 김영사. (원저출판 1997).
- Bourdieu, P.(1984). **Distinction: A social critique of the judgement of taste**. Harvard University Press.
- McCarthy, K. F. & Jinnett, K.(2001). **A new framework for building participation in the arts**. RAND.
- 김가영, 유원용(2008). 무용공연의 환경요인과 관람만족 및 재관람의도의 관계. **한국무용기록학회지**, 14, 39-60.
- 김미경(2020). '한국무용' 장르 연구의 시계열적 동향분석. **한국체육측정평가학회지**, 22(2), 1-13.
- 김민지, 김영미, 박혜진(2025). 텍스트 마이닝을 활용한 대학무용교육 연구의 동향분석. **한국무용학회지**, 24(4), 93-106. <<https://doi.org/10.26743/kaod.2025.24.4.008>>.
- 김지영, 홍애령(2019). 무용교육학(Dance Pedagogy)의 학문적 정체성 탐색: 시계열 관점의 키워드 네트워크 분석을 중심으로. **디지털융복합연구**, 17(9), 439-450. <<https://doi.org/10.14400/JDC.2019.17.9.439>>.
- 김찬희(2023). 실용무용 공연 관람객의 경험가치가 재관람의도에 미치는 영향 연구: 관람몰입, 관람 만족의 매개효과 검증. **한국실용무용학회지**, 1(1), 41-50.
- 김채윤, 김형남, 김은혜(2020). 국립무용단의 컨버전스 공연을 통한 마케팅믹스가 관람만족과 재관람의도에 미치는 영향. **한국무용학회지**, 20(2), 25-39. <<https://doi.org/10.26743/kaod.2020.20.2.003>>.
- 박미진, 박태승(2020). 무용공연 관람객의 공연선택요인이 재관람행동에 미치는 영향. **한국스포츠학회지**, 18(3), 521-529. <<https://doi.org/10.46669/kss.2020.18.3.046>>.
- 박재근, 홍애령(2019). 비만 및 섭식장애 관련 국내 무용학 연구동향 분석. **예술교육연구**, 17(4), 137-150.
- 서정환(2022). 무용공연 관객개발을 위한 관람만족요인분석과 정책적 접근: (재)부산문화회관 사례를 중심으로. **영남춤학회지**, 10(2), 133-158. <<https://doi.org/10.23003/skds.2022.10.2.006>>.
- 손재현(2017). 빅데이터를 활용한 무용의 인식변화. **한국무용연구**, 35(4), 205-227. <<https://doi.org/10.15726/jkd.2017.35.4.008>>.
- 안병주, 최일영(2016). 키워드 네트워크 분석을 이용한 무용/동작치료의 해외연구동향. **한국체육과학회지**, 25(3), 1053-1062.
- 안성우, 최종환(2025). 텍스트 마이닝을 활용한 한국무용학회지 연구 동향 분석 - 2015년부터 2024년까지 게재된 학술 연구 논문 중심으로. **한국무용학회지**, 25(2), 57-66. <<https://doi.org/10.26743/kaod.2025.25.2.005>>.
- 이수상(2014). 언어 네트워크 분석 방법을 활용한 학술논문의 내용분석. **정보관리학회지**, 31(4), 49-68. <<https://doi.org/10.3743/KOSIM.2014.31.4.049>>.
- 이예슬, 윤지은, 한혜원(2020). 텍스트 마이닝을 통한 무용의 융복합 연구주제 분석. **한국무용학**

- 회지, 20(3), 83-90. <<https://doi.org/10.26743/kaod.2020.20.3.007>>.
- 이정민, 전은자, 채정민(2016). 텍스트 마이닝을 기반으로 한 무용학 자료의 빅데이터 분석. **무용역사기록학**, 42, 191-212.
- 이정학, 이용건, 이지혜(2012). 무용공연장 마케팅믹스 요인이 공연 관람객만족과 재관람 의도에 미치는 영향. **한국사회체육학회지**, 48, 279-289.
- 이희영, 박인자(2014). 경제적·사회적 요인에 의한 무용공연 시장 수요분석. **무용예술학연구**, 50(5), 115-135. <<https://doi.org/10.16877/kjds.50.5.201409.115>>.
- 이희영, 박인자, 김세준(2016). 한국 무용공연시장의 결정요인 분석. **예술경영연구**, 38, 27-54.
- 이희영(2021). 시계열 자료에 기반한 한국 무용공연시장에 대한 분석. **무용예술학연구**, 84(4), 113-130. <<https://doi.org/10.16877/kjds.84.4.202112.113>>.
- 임준희(2025). 텍스트 마이닝을 활용한 국내 무용과학 연구 동향 분석: 2021년~2025년 국내 학술자료를 중심으로. **무용예술학연구**, 102(5), 209-225. <<https://doi.org/10.16877/kjds.102.5.2025.12.209>>.
- 정다운, 김용호, 문윤지(2022). 무용공연 관람객의 관람동기가 인지된 가치와 행동에 미치는 영향. **문화산업연구**, 22(4), 149-158.
- 제갈숙영, 조남규(2024). 전통무용공연의 디지털 서비스의 수용 요인이 지각된 가치와 관람 만족에 미치는 영향. **한국무용과학회지**, 41(4), 89-103. <<https://doi.org/10.21539/Ksds.2024.41.4.89>>.
- 최윤영(2020). 무용공연 관객의 라이프 스타일에 따른 관람만족 및 재관람 의도의 차이 분석. **무용역사기록학**, 58, 203-228. <<https://doi.org/10.26861/sddh.2020.58.203>>.
- 최현주(2001). 무용공연시장의 관객개발을 위한 마케팅 전략 연구. **한국여성체육학회지**, 15(2), 255-272.
- 한혜원, 김영미(2025). 빅데이터 기반 텍스트 마이닝을 활용한 무용학에서의 몸 담론에 대한 지식구조 분석: 2000년 이후 연구물 중심으로. **한국무용학회지**, 24(4), 107-123. <<https://doi.org/10.26743/kaod.2025.24.4.009>>.
- 현보람, 김경식(2022). 사회연결망 분석 및 토폴로지모델링을 활용한 한국 무용학의 연구동향 규명. **융합과 통섭**, 5(3), 283-299. <<https://doi.org/10.33090/SFCC.5.3.20>>.
- 홍애령(2019). 키워드 네트워크 분석을 활용한 영유아 무용교육의 연구동향 및 과제 탐색. **우리춤과 과학기술**, 47, 9-27.
- Baker, D. A. & Crompton, J. L.(2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804. <[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00108-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00108-5)>.
- Blondel, V. D., Guillaume, J.-L., Lambiotte, R. & Lefebvre, E.(2008). Fast unfolding of communities in large networks. *Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment*, 2008(10), P10008. <<https://doi.org/10.1088/1742-5468/2008/10/P10008>>.
- Callon, M., Courtial, J.-P., Turner, W. A. & Bauin, S.(1983). From translations to problematic networks: An introduction to co-word analysis. *Social Science Information*, 22(2), 191-235.

<<https://doi.org/10.1177/053901883022002003>>.

Cronin, J. J., Brady, M. K. & Hult, G. T. M.(2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218. <[https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(00\)00028-2](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(00)00028-2)>.

Nelson, P.(1970). Information and consumer behavior. *Journal of Political Economy*, 78(2), 311-329. <<https://doi.org/10.1086/259630>>.

Newman, M. E. J. & Girvan, M.(2004). Finding and evaluating community structure in networks. *Physical Review E*, 69(2), 026113. <<https://doi.org/10.1103/PhysRevE.69.026113>>.

Oliver, R. L.(1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469. <<https://doi.org/10.1177/002224378001700405>>.

논문투고일 2026. 08. 07.

심사일 2026. 08. 19.

심사완료일 2026. 09. 20.

An Analysis of Research Trends in the Korean Dance Performance Market

– Focusing on Keyword Network Analysis –

LEE, Heeyoung

Adjunct Professor, Hanyang University ERICA

This study examines the knowledge structure of research on the Korean Dance Performance Market through keyword co-occurrence network analysis. From the RISS and KCI databases, 422 journal articles and theses (2010–2025) were collected, and a network of 63 author-keyword nodes and 224 edges was constructed. Degree, betweenness, and closeness centralities were computed, and sub-themes were derived via Louvain modularity optimization ($Q=0.361$). Excluding field-general terms, the substantive core nodes converged on viewing satisfaction, revisit intention, marketing mix, and viewing motivation, indicating a concentration on demand-side psychology. Four of the five clusters concerned viewing, consumption, satisfaction, and genre reception, whereas the market's supply and industrial structures rarely formed independent themes. The findings indicate that scholarship on the Dance Performance Market has developed primarily around demand-side themes, leaving supply-side and industrial dimensions as an underexplored gap for future research.

Keywords: Dance Performance Market (무용공연시장), Keyword Network Analysis (키워드 네트워크 분석), Knowledge Structure (지식 구조), Research Trends (연구동향), Audience Development (관객개발)