

21세기 초 한국 성인들의 예술문화소비에 관한 연구

박은희*, 최혜경**

이화여자대학교 소비자학 전공*, 이화여자대학교 소비자학과**

A Study on Cultural Consumption of Korean Adults of the early 21st Century

Eun-Hee Park*, Hye-Kyong Choi**

Dept. of Consumer Studies of Ewha Womans University*

Dept. of Consumer Studies of Ewha Womans University**

요약 본 연구의 목적은 문화관광부와 한국문화정책개발원이 발표한 <문화향수실태조사>를 원 자료로 하여 21세기 첫 10년간 한국 성인들의 문화소비의 특성을 규명하려는 것이다. 우선 2000년에서 2010년까지의 한국 성인들의 문화소비의 전체적인 과정은 지속적으로 향상되어왔음을 알 수 있다. 특히 이 기간은 20, 40, 60대 모든 성인세대에 있어서 대중문화가 그들의 문화소비에 있어서 가장 보편화된 문화로 전환되는 시기였다. 그밖에 주목할 수 있는 것은 성인초기인 20대가 한국문화소비의 핵심세대로 부상했다는 점이다. 이 밖에 성별차나 교육수준, 소득수준, 예술문화교육의 경험유무가 예술문화관람의향에 유의미한 영향을 주고 있다는 점이 밝혀졌다.

주제어 : 한국성인, 문화소비, 문화참여, 고급문화, 대중문화

Abstract The purpose of this research is to study characteristics of Korean adults in the cultural consumption in the first decade of the early 21st century based on <Investigation on Realities of Cultural Enjoyment>. The whole course of the cultural consumption of Korean adult from 2000 to 2010 has been steadily on the upswing. For Korean adults, the first decade of the early 21st century is the time when mass culture had been generalized in their cultural consumption, regardless of any generations. Besides, the twenties have been proved to be the core generation of the cultural consumption in Korean society.

Key Words : Korean adult, cultural consumption, high-class culture, mass culture, cultural participation

1. 문제제기

우리가 살고 있는 이 시대는 문명발달사 측면에서는 산업 사회에서 정보 사회로, 경제적 내지 사회적 활동 측면에서는 생산 중심 사회에서 소비자 중심 사회로 변화

하였다(Zygmunt Bauman, 1988)[1]. 생산이 양적(quantity) 차원이자면 소비는 삶의 질(quality) 차원과 관련이 깊다고 볼 수 있으므로 이러한 소비자 중심사회로의 변화는 무엇보다 삶의 질에 대한 관심과 결부되어 있다고 할 수 있다(R.J. Rogerson, A.M. Findlay,

* 본 논문은 주저자의 박사학위논문의 일부임

Received 22 July 2014, Revised 28 August 2014

Accepted 20 September 2014

Corresponding Author: Eun-Hee Park(Dept. of Consumer Studies of Ewha Womans University)

Email: bom177@hanmail.net

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

R.Paddison, A.S. Morris(1996) (Zygmunt Bauman, 1988)[2] 및 William Kilbourne, Pierre McDonagh, Andrea Prothero(1997)[3].

한국의 경우, 1960년대 이후 산업화와 경제 발전을 통한 양적 성장에 집중해왔으나, 2000년대 이후 점차 선진국형 사회로 접어들면서 본격적으로 사회 전반의 질적 성장에 대한 관심이 높아지기 시작했다. 이러한 관심은 성장보다는 균형, 산업보다는 환경, 발달 보다는 복지, 그리고 생산보다는 소비에 대한 관심으로 이어졌다. 특히, 앞선 학자들의 주장과 마찬가지로 소비는 단순히 소유하기 위한 소비가 아닌 향유하기 위한 소비, 즉 물질적 풍요를 위한 소비가 아닌 삶의 질과 가치를 높이기 위한 소비로 그 패러다임이 전환되고 있다(김난도, 이준영, 전미영, 이향은, 김서영, 2012)[4]. 한편, 삶의 질에 대한 관심이 높아지면서 이를 측정하기 위한 척도에 대한 논의도 활발하게 이루어지고 있는데, 대표적인 삶의 질 척도로서 안전, 주거환경, 생활수준, 건강 외에 최근 예술문화 참여가 중요하게 고려되고 있다(Geraldene Kirchner, Kathy Karas, 1989; 장영식, 고경환, 손창근, 이수현, 2007) [5][6]. 높은 삶의 질은 일반적으로 시간이나 외부적 요인에 의해 수동적으로 쫓기는 삶이 아니라 능동적이고 주체적으로 즐기는 삶과 직결되며, 직업적인 시간 보다는 여유로운 여가의 시간과 관련된다. 예술문화 참여는 이러한 여가의 시간을 즐기는 데 있어 필수적인 요소이므로 삶의 질이 중요시되는 현 시대에 있어 예술문화 참여가 지니는 의미는 크다고 할 수 있다.

2000년대 이후 노인 대상 복지 및 삶의 질에 대한 관심이 높아지면서 이들을 대상으로 하는 예술문화 프로그램이 점차 증가하고 있다. 노인복지관을 통해 이루어지는 공연, 예술문화 교육, 실버예술단 등의 다양한 프로그램은 예술문화 참여에 있어서의 연령상 경계를 허무는데 중요한 역할을 한 것으로 밝혀졌다(한형수, 2011; 이기홍, 2006)[7][8]. 뿐만 아니라, 최근에는 성인 중기 및 후기 세대들이 20대의 전유물로 여겨지던 대중문화 공연에 활발하게 참여하거나, 클래식 공연을 찾는 20대 젊은이들이 많아지는 것도 예술문화 참여에 있어서의 연령의 경계가 무너지고 있음이 보도되었다(대학 내일, 2012)[9]. 또한 가사와 육아에 전념하느라 여가 생활을 누리지 못했던 중년 여성들이 자녀의 독립과 함께 예술문화 참여를 늘리는 것 역시 이러한 변화의 흐름을 보여주는 주요

현상이라고 할 수 있다. 물론 아직까지는 예술문화소비가 전 연령층에 걸쳐 보편화되지는 않았을지라도 점차적으로 증가하고 있다는 것은 분명해 보인다. 하지만 예술문화소비의 괄목할만한 변화가 일어났다고 보기에는 아직도 높은 비율이 참여하는 것은 아닌 것으로 유추된다.

예술문화 참여의 이전과 다른 또 하나의 현상은 수동적 관람에서 능동적 참여로의 변화이며, 그에 따라 예술문화 교육에 대한 관심도 높아졌다. 예술문화 프로그램을 일시적으로 경험하는 것이 아니라, 그 분야에 대한 전문적 지식을 갖추고 더욱 높은 수준의 참여를 하고자 하는 욕구가 많아지면서 자연스럽게 관련 교육에 대한 관심도 증대하게 된 것이다. 따라서 예술문화 참여 정도를 알아보기 위해서는 관련 교육에 대한 관심과 경험 정도를 살펴볼 필요가 있다.

한편, 생산기반 사회에서 소비기반 사회로 전이하면서 개인의 정체성을 나타내는 수단 역시 변화하였다. 즉, 기존 생산기반 사회에서는 ‘내가 하는 일’이 정체성을 표현했다면, 소비기반 사회에서는 ‘내가 소비하는 것’ 즉, 소비 행위 및 소비의 결과물이 정체성을 나타내는 수단이 되었다. 이러한 맥락에서 예술문화소비를 통해서도 통해 그것을 향유하고자 하는 개인의 정체성을 파악할 수 있다. 즉, 한국 성인들이 어떠한 예술문화를 소비하고 얼마나 참여하는지 등을 통해 한국 성인들의 문화적 정체성을 유추해볼 수 있을 것이다. 따라서 본 연구에서는 한국 성인들이 참여하는 예술문화의 종류를 고급예술, 대중예술로 구분하여 세대별 참여도를 살펴봄으로써 이들의 문화적 정체성을 파악해보고자 한다. 예술문화를 하나로 보지 않고 세분화하여 살펴보는 이유는 21세기에 들어오면서 예술문화의 분야가 지속적으로 다양해지고 분야별 관심도 및 중요도가 변화하고 있기 때문이다. 예를 들어, 포스트모더니즘의 영향으로 예술문화의 주변에 머무르던 대중문화는 예술문화의 중심으로 이동하여 10대, 20대 젊은이들 뿐 아니라 40대, 50대, 60대도 함께 즐기는 대표적인 예술문화 분야로 자리 잡았다(Mike Featherstone, 1999)[10]. 때문에 최근 학계에서도 성인세대의 대중문화 선호도와 참여도에 대한 관심이 높아지고 있다(권택영, 1991)[11].

2.1 2000년도 이후 우리나라 예술문화정책의 변화

2000년 이후 우리나라의 문화예술정책을 살펴보면 정부가 나름대로 문화예술을 진작시키고 사각지대가 없이 국민 모두가 예술문화를 향유하도록 줄곧 노력을 해 온 것을 볼 수 있다. 2000년 당시의 국민의 정부는 ‘창의적 복지국가’를 표방하고 10대 중점과제 가운데 ‘문화 복지의 실질적 구현을 통한 삶의 질 향상’을 내세웠다. 그리고 21세기에 접어들면서 <문화비전 2001(2001, 문화관광부)[12]>을 표방하여 예술문화분야에서의 복지정책을 적극적으로 추진하였다.

2004년 이래의 참여정부는 ‘예술의 힘’이라는 가치를 내걸고, 예술의 사회적 가치를 인식하고 각 분야별 실현 가능한 목표들을 제시하였다. 이 로드맵에 따르면 모든 국민이 예술을 배우고 즐기는 ‘창의적 시민’, 모든 지역이 고유한 예술의 본산지가 되고, 예술이 지역주민의 화합을 이루고 지역경제를 활성화시키는 동력이 되는 ‘창의적 지역공동체’, 그리고 민족적이며 동시대적인 예술의 창조를 통해 세계문화에 기여할 수 있게 하는 ‘창의적 국가’가 추구목표이다.

그렇게 하므로 기본적인 방향은 ‘향유자 중심의 예술 활동 증진’을 내세워 예술교육을 통한 문화향유능력 개발, 생활 속의 예술참여 활성화 등을 추진한다고 표방하였던 것이다.

그리고 2010년 <문화예술정책백서>에 표명된 문화정책의 방향을 보면 예술지원체계 개선, 사회적 취약계층의 문화향유기회 확대 등이 나타난다[13]. 과제와 목표로는 문화 불균형 해소, 문화 환경 개선 등이 있고, 특히 교육에 중점을 두어 사회문화 예술교육사업, 시민문화 예술교육사업, 특수계층 문화예술교육 지원 사업 등을 내세웠다. 무엇보다 중요하게 펼친 문화정책으로는 사회 취약계층에 문화향유 기회를 증진시키기 위하여 1)문화 바우처 사업, 2)소외지역을 찾아가는 문화순회사업, 3)문학 나눔 운동 등의 사업을 펼쳤는데, 그것들로서 소득간 문화향유격차가 크다고 보고 이러한 문화 불균형을 해소하기 위하여 노력하였던 것이다.

이러한 정부의 노력으로 월 소득 100만원 이하가구의 예술공연횟수가 전체평균보다 2008년도에는 9배차이가 났는데, 2010년도에는 4.5배차이로 줄어들 정도로 문화향유의 사각지대가 점차 감소하고 있음이 보고되었다(<문화예술정책백서>, 2010)

2.2 세대별 예술문화소비관련 선행연구

먼저, 권상희, 홍종배(2007)[14]의 연구에 따르면, 한국의 소비자들은 젊은 세대일수록 개인 중심의 여가문화소비활동을 활발하게 하는 반면, 노년층의 경우 관계중심의 여가문화소비활동을 중시하지만 실제로는 미디어나 소일거리형 여가문화소비를 가장 많이 하는 것으로 나타났다.

한국 소비자들의 문화예술상품에 대한 가치인식과 추구혜택에 관한 이영선, 신은주(2011)[15]의 연구를 살펴보면, 문화소비자를 대표할 수 있는 10대부터 50대까지의 남녀58명을 12개의 그룹으로 나누어 표적 집단면접(FGI)을 실시하였다. 한국 소비자들은 문화예술상품을 ‘실제적·개인적 가치제’, ‘미학적·감각적 경험제’, ‘사회적 공공제’로 가치 인식하고 있는 것으로 나타났다. 또한 문화예술상품에 대한 소비자들의 추구혜택은 ‘개인적 유익지향’, ‘예술적 특성지향’, ‘사회적 관계지향’이라는 개념 구조로 설명된다. 즉, 한국의 소비자들은 문화예술상품에 대해 일반적인 서비스 상품과는 달리 소비자 개인의 정신과 삶에 유익하게 작용하며 사회적 가치를 창출하는 상품으로 인식하고 있으며, 그것을 소비하는 것에 정당성과 자부심을 지니는 것으로 나타났다. 또한 문화예술상품에 대한 소비자의 가치 인식은 문화예술상품 소비 추구혜택에 유의미한 영향을 주는 것으로 나타났다. 그리고 문화예술상품소비 추구혜택은 연령별로 차이가 나타나지 않았으나 그것에 대한 선호와 소비동기에 있어서는 연령별로 차이가 나타났다.

한 가지 더 고려할 연구는 세대별 소비문화에 관계된 김경자(2013)[16]의 연구에서는 우리나라 성인들의 세대별 소비문화의 공통점과 차이점을 명쾌하게 서술하고 있다.

그는 우리나라 성인들을 노인세대(1955년 이전생), 베이붐세대(1955~63년생), X세대(1967~78년생), N세대(1970년대 후반~1997년생)로 구분하고, 각 세대가 살아온 시대적 배경, 가치관에 영향을 미친 가치들, 현재 지향하는 가치, 성공의 기본, 그리고 소비가치로 나눠서 각 세대의 소비가치와 소비문화의 특징을 서술하고 있다. 그는 먼저 세대 차이는 어느 시대, 어느 지역에서나 보편적으로 존재하는 집단 간의 차이라고 보았고 그것이 소비 형태에서도 특징화되어있다고 하였다.

이 연구에서 예술문화소비적 시사점이 있는 내용으

로는 노인세대는 필요한 것에만 소비하는 형태, 베이브 세대는 앞의 세대와 같이 실용적 소비가치를 중시하지만, 먼저 저축하고 나중에 소비하는 형태이고, X세대는 취미와 여가생활을 중시하는 유형, N세대는 능력이 된다면 현재를 즐기는 유형이라고 특징 지었다. 이러한 설명에 따르면 예술문화에서 X세대와 N세대가 가장 활발할 것임을 암시한다. 다만 N세대는 즉흥적이고 감성적인 예술문화소비를 보일 수 있다면, X세대는 비교적 계획적이고 안정된 소비 형태를 보일 수 있다는 점이 시사된다. 결론적으로 그는 각 세대는 다른 세대의 소비문화를 비판하면서도 공통된 소비문화요소를 갖고 있기도 한다고 소개하고 있다.

2.3 고급문화 vs 대중문화

예술문화의 본질에 관한 논의를 살펴보면, 크게 두 가지 관점에서 논의가 이루어지고 있음을 알 수 있다. 먼저, 예술의 본질은 본래 고상하고 고급스러운 향유물이라고 보는 관점으로, 이는 예술문화에 대한 엘리트주의적 관점과 관련된다. 따라서 이 관점에 따르면 예술문화는 다수의 대중이 즐기는 것이 아니라 소수의 사회적 상류층의 전유물이라고 볼 수 있다. 반대로, 예술의 본질에 대한 다른 관점에서는 예술문화를 일반대중이 즐기는 보통의 즐길 거리로 보며, 이는 취향주의적 관점과 관련된다. 예술문화는 다수 대중이 누려야 하며, 따라서 대중적 참여가 없는 예술문화는 생명력이 없는 것으로 여겨진다. Gans(1974)[17]는 현대 사회는 다원적 민주시민사회이며, 예술문화 역시 소수의 전유물이 아닌 다수 시민에 의해 수용되고 소비되어야 한다고 주장하였다. 또한 예술문화에 있어 고급예술과 대중문화는 동일한 존재 가치와 의미를 지니는 것으로 보았다. 그는 모든 예술문화는 그것에 참여하고 그것을 소비하는 향유 시민(taste public)을 전제하고 있다고 주장하며, 문화 다원주의 차원에서 대중문화를 옹호하는 입장을 취했다.

한편, 예술문화의 본질과 계층론에 관한 논의들은 예술문화의 구분에 대한 논의로 이어진다. 먼저, Bourdieu(1984)[18]는 문화를 고급문화(Highbrow)와 하급문화 혹은 대중문화(Lowbrow)로 구분한 바 있으며, Russell Lynes(1954)[19]은 고급문화와 하급문화 사이에 중급문화(Middlebrow)를 넣고 이를 높은 중급(upper-middlebrow)과 낮은 중급(lower-middlebrow)으

로 다시 한 번 세분화하기도 하였다. 이러한 예술문화 구분에는 그것을 향유하는 사회적 계층의 개념이 내포되어 있다고 주장하는 학자들은 고급문화는 과거 귀족층에 해당하는 상류층이, 하급문화는 일반대중들이, 중급 문화는 중산층이 선호하는 분야로 간주한다. 이에 대한 반박으로 Peterson(1992; 1996)[20]은 문화잡식성 및 편식성 이론을 통해 오늘날 예술문화 향유는 계층에 따라 구분되는 것이 아니라 잡식성 및 편식성(omnivore & univore)에 의해 일어난다고 주장하였다. 그에 따르면, 사회 계층에 따라 예술문화에 대한 선호도가 나뉘는 것이 아니라 다양성과 비다양성 차원에서 선호도가 결정된다. 그는 예술문화소비성향을 실증적으로 조사한 연구에서 직업적으로 상류층에 속하는 것으로 분류된 사람들이 교향악과 같은 고급음악이나 엘리트적 취향의 예술 활동만 선호하는 경향이 있는 것이 아니라, 다양한 종류의 음악을 즐기며 여러 비엘리트적 예술문화 활동에도 직접 참여하고 있음을 밝혀냈다. 이를 통해 상류층이 고급음악 중심의 편식성 예술문화소비 유형에서 잡식성 유형으로의 변화를 나타내고 있다고 주장하였다(Peterson, 1992; Peterson & Simkus, 1992; Peterson & Kern, 1996)[21][22].

위에서 살펴본 예술문화의 본질과 계층론, 그리고 분류에 관한 여러 논의를 바탕으로 본 연구에서는 다음과 같은 예술문화 분류를 통해 한국 성인들의 예술문화소비를 보다 실증적으로 탐구하고자 한다. 먼저, 예술문화의 본질에 대한 관점과 관계없이 많은 학자들이 예술문화를 구분한 기준인 고급예술과 대중예술로 분류하여 살펴보려 한다. 본 연구에서 사용되는 고급예술과 대중예술의 개념은 이전 논의에서 다루어진 일반적인 개념과 다르지 않다. 즉, 고급문화는 본래 상류층에서 향유하던 문화적 전통을 이어받아 지성인들이 소비하는 문화로 심미적, 예술적, 사상적 성격을 지닌 것을 의미하며, 대중문화는 일반 대중사회를 기반으로 탄생하고 소비되는 문화로 보편적으로 향유되는 성격을 지닌 것으로 간주한다. 또한 본 연구에서는 고급예술, 대중예술 분야로 두고 살펴보고자 한다.

또한 본 연구에서는 예술문화를 고급예술, 대중예술로 큰 범주로 구분함과 동시에 각각의 범주의 세부영역별 예술문화소비에 대해서도 살펴보고자 한다. 이를 위해 고급예술 분야는 오페라나 클래식 공연과 같은 음악회,

시화전, 도서전시회, 작가와의 대화 등의 문학행사, 사진, 서예, 건축, 디자인을 포함한 미술전시회, 그리고 서양무용, 한국무용, 현대무용과 같은 무용 분야로 세부영역을 구분하였다. 또한 대중예술 분야에는 영화, 뮤지컬을 포함한 연극, 그리고 대중가요 콘서트를 포함하였다.

3. 연구방법

3.1 분석자료

본 연구의 원 자료인 <문화향수실태조사>는 한국에서 시행되는 문화향수 관련조사 가운데 가장 광범위하게 이루어지고 있는 이 조사로서 1998년부터 2006년까지는 3년 주기로, 그리고 2006년부터는 2년 단위로 실시되고 있다.

모집단의 대상은 전국 16개 시, 도에 거주하는 15세 이상의 국민이다. 여기서 제주도는 2010년에 처음으로 포함되었다. 표본은 다단계층화무작위표집법을 이용하여 추출하였으며, 표본 크기는 보다 신뢰할 만한 결과를 산출하기 위하여 점차 확대되었다. 2003년까지는 2,000명, 2006조사에서는 3,000명, 2008년 조사에서는 4,000명을 대상으로 하였으며, 2010년에는 5,000명을 대상으로 하였다.

3.2 분석대상

본 연구에서는 <문화향수실태조사> 데이터를 이용한 심층적인 2차 분석을 통하여 한국 성인세대들 20대(2,287명), 40대(2,431명), 60대(1,007명)의 예술문화 참여 정도, 관심, 취향, 성격, 방향성 등을 4개 기준 연도(2000년, 2003년, 2006년, 2010년)에 따라 살펴보고자 한다.

분석대상자의 일반적인 특성을 살펴보면, 성별은 20대와 40대에서는 남성과 여성이 비슷한 비율로 나타나다가 60대에서는 남성보다 여성의 비율이 높게 나타났다. 교육수준은 2010년으로 올수록 점차 상승하는 경향을 보이며, 20대의 교육수준이 가장 높고 60대의 교육수준이 가장 낮은 것으로 나타났다. 직업의 경우, 모두 무직/기타가 가장 높은 비율로 나타났는데 이는 무직에 학생과 주부, 자영업 등이 포함되어 있기 때문으로 볼 수 있다. 소득수준은 2010년으로 올수록 증가하는 추세를 보이며, 연령별로는 20대와 40대는 비슷한 수준으로 나타나다가 60대에서 급격히 감소하는 것으로 나타났다.

3.3 자료 분석

본 연구에서는 <문화향수실태조사>의 설문지들을 먼저 검토하여 2000년, 2003년, 2006년, 2010년의 공통문항을 추출하고 편집한 후, 4개 년도를 합하여 SPSS 18.0 프로그램을 통해 다음과 같이 분석하였다.

첫째, 연도별·세대별 예술문화 참여도의 차이를 구체적으로 알아보기 위하여 각 세부문화 영역별·연도별·세대별로 참여도에 대한 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 한국 성인들의 예술문화 참여에 영향을 미치는 요인들을 파악하기 위해 예술문화 참여 여부를 종속변수로, 주요 사회·인구학적 특성, 예술문화 교육 경험 유무를 독립변수로 두고 로지스틱 회귀분석을 실시하였다.

셋째, 한국 성인들의 앞으로 예술문화에 참여할 의향에 영향을 미치는 요인들을 파악하기 위해 예술문화 참여의향을 종속변수로, 주요 사회·인구학적 특성, 예술문화교육 경험 유무, 예술문화 참여 여부를 독립변수로 두고 로지스틱 회귀분석을 실시하였다.

4. 연구결과

4.1 한국 성인들의 예술문화 참여도

2000년 이래 한국 성인들의 예술문화 참여에 있어서 세대적 층화가 어떻게 나타나는지 살펴보고자 한다. 이에, 다음에서 성인 초기, 중기, 후기를 각각 대표하는 20대, 40대, 60대를 중심으로 각 예술문화 분야 즉, 고급예술, 대중예술에의 세대별 참여도를 연도별로 분석하였다. 여기서 세대별 참여도는 각 세대(20대, 40대, 60대)에서 한번이라도 각 예술분야에 참여한 사람들의 비율이다.

한국 성인들의 고급예술문화 및 대중예술문화 분야 참여도를 살펴보기 위해 빈도분석을 실시한 결과 먼저 세대별로는 고급예술문화와 대중예술문화 모두 20대의 참여도가 가장 높은 것으로 나타났다. 그리고 다음이 40대와 60대의 순이다.

그러나 고급예술문화의 경우는 20대와 40대의 참여도가 거의 비슷한 대신 대중예술문화의 경우 20대의 참여율이 80%이상으로 큰 폭의 차이를 보인다.

<Table 1> Degree of participation on high-class & mass culture by generations and years

N(%)

	2000			2003			2006			2010		
	h	m	N (all)	h	m	N (all)	h	m	N (all)	h	m	N (all)
20s	104 (22)	336 (73)	457 (100)	93 (21)	382 (84)	437 (100)	88 (15)	523 (90)	579 (100)	143 (17.5)	733 (90.0)	814 (100)
40s	73 (20)	121 (33)	362 (100)	57 (14)	181 (43)	383 (100)	73 (16)	380 (59)	635 (100)	168 (16.4)	661 (64.3)	1051 (100)
60s	5 (4.0)	17 (13)	124 (100)	6 (5.4)	16 (14)	112 (100)	25 (5.2)	83 (17)	481 (10)	51 (7.4)	142 (21.1)	290 (100)

* h: high-class culture; m: mass culture

대중예술분야에 대한 세대별 참여도에서 나타난 주요한 특징 중 하나는 40대와 60대의 참여도 증가이다. 이는 기존에 대중예술분야에서 크게 주목받지 못했던 성인 중기와 후기의 소비자들이 점차 이 분야의 중심 소비주체로 부상하고 있음과 동시에 10대와 20대의 전유물로 여겨지던 대중예술에 대한 연령의 벽이 점차 허물어지고 있음을 보여준다. 이는 그동안 40대 이상의 중장년층도 대중문화 향유의 욕구는 있었지만 그것을 충족시킬 만한 시간적, 공간적 여유가 없어 제대로 즐기지 못했다면, 최근에는 복고 문화의 부활이나 다양한 형태의 대중예술문화 등장으로 이전보다 쉽게 받아들이고 적극적으로 참여할 수 있게 된 데 따른 것으로 볼 수 있다(박경은, 강수진, 2011)[24].

연도별로 나타난 고급예술분야 참여도의 특징을 살펴보면, 20대와 40대의 경우 2000년에 가장 높은 참여도를 보이다가 점차 감소하여 2006년에 크게 감소하는 동일한 패턴을 나타냈다. 2000년이 가장 높은 참여도를 보이는 것은 새로운 밀레니엄을 맞아 다양한 고급예술문화 행사가 개최되는 등 참여의 기회가 증가했기 때문으로 보이며, 반면 2003년과 2006년에 참여도가 감소한 가장 큰 이유는 경제 상황 악화와 그에 따른 소비 심리 위축과 관련된 것으로 볼 수 있다. 특히, 2006년의 경우 내수 부진, 근로자 실질소득 감소, 기업 수익성 악화와 같은 경제적 위기가 고조되던 시기로 상대적으로 비용과 시간에 있어서의 접근성이 낮은 고급예술분야에 대한 참여도가 감소한 것으로 판단된다. 한편, 60대의 경우 2000년 이후 고급예술분야에 대한 참여도가 점진적으로 증가하는 추세를 보이는데, 이는 노인 대상 복지프로그램을 통한 고급예술문화 참여가 더욱 확대되고, 생산 활동에서 벗어난 은퇴

시기이므로 20대와 40대에 비해 사회적, 경제적 변화에 상대적으로 적은 영향을 받기 때문인 것으로 볼 수 있다.

연도별로 대중예술분야 참여도에서 나타나는 특징은 지속적인 상승세로, 경제 위기 및 사회 불안 요소가 큰 시기에 뚜렷한 감소 현상을 보인 고급예술분야 참여도는 상반되는 결과라고 할 수 있다. 이영미(1985)[24]는 모든 예술이 감상 또는 참여를 통해 카타르시스와 정신적 해방감을 느끼게 해주지만 그 중에서도 대중예술이 그러한 성격을 더욱 강하게 지니고 있다고 주장하였는데, 이러한 대중예술의 내적 상처를 치유하고 억압된 갈망을 해소해주는 특징이 오히려 어려운 상황 속에서 사람들에게 더 많이 받아들여질 수 있었던 요인으로 작용했다고 볼 수 있다. 또한 2000년대 중반은 경제적으로는 위기가 감이 고조되던 시기이지만, 대중예술문화 측면에서는 유례 없는 발전과 호황이 이루어지던 시기이기도 하다. 대중음악과 드라마 등은 우리나라 뿐 아니라 해외에서 큰 인기를 누리며 한류 열풍을 주도하였고, 대중예술에 대한 재조명과 함께 국내에서의 참여도를 높이는 데에도 기여하였다. 또한 영화의 경우, 국내에서 부산국제영화제, 전주국제영화제, 부천판타스틱영화제 등의 국제적 규모의 영화제가 개최되고 해외의 유수의 영화제에서 수상하는 한국 영화가 증가하면서 대중의 관심과 참여도 함께 높아졌다.

이상에서 살펴본 한국 성인들의 세대별·연도별 예술문화 참여도를 종합해 보면, 20대의 경우, 대중예술분야에 대한 뚜렷한 참여도를 드러내며, 40대는 20대와 60대의 세대적 중간층에 속하는 만큼, 예술문화 참여에 있어서도 중립적 양상을 나타내는 것으로 볼 수 있다. 그리고 대중예술분야는 해를 거듭할수록 전 연령대에서 고르게 증가하는 추세를 보이지만 고급예술분야는 2000년도를 정점으로 점점 감소하는 추세이다. 이는 경제 위기 및 사회적인 불안의 요소가 큰 시기에 정신적 위안을 주는 대중문화예술의 특성으로 기인한 듯하다.

4.2 한국 성인들의 예술문화 참여에 영향을 미치는 요인들

한국 성인들의 예술문화 참여에 영향을 미치는 요인을 살펴보기 위해 연도로는 2000년 이후 사회적 상황이 변화가 있었던 즉 경제적 불황이 시작되었던 2006년과

2010년을 비교하고, 세대는 참여율이 가장 저조한 60대를 제외한 20대와 40대를 선별하여 분석을 한다. 그리고 사회인구학적 특성 변수들인 성별, 교육, 소득과 더불어 예술문화교육 경험이 예술문화 참여에 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다.

4.2.1 사회인구학적 특성이 예술문화 참여에 미치는 영향

먼저 사회인구학적 특성이 예술문화 참여에 미치는 영향을 파악하기 위해 로지스틱 회귀분석을 실시하였다. 고급문화예술 분야에 참여하는 사회인구학적 특성으로는 소득 보다는 교육이 더 유의미한 영향을 미쳤다. 그러나 대중예술문화 분야에 참여도에는 교육과 더불어 소득도 대체로 유의미한 영향을 주고 있었다. 그리고 2006년의 40대를 제외하고는 고급예술문화 참여가 대중예술문화 참여 보다 더 유의미한 영향력을 보여주고 있다. 그런데 왜 2006년 40대만 유일하게 대중예술문화 참여에 사회인구학적 특성이 예술문화 참여에 모두 유의미한 것으로 나타나는가? 하는 의문이 제기 된다. 이는 경제 불황

의 시작이었던 2006년의 시대적 상황 심리적 압박 등이 경제 주축인 40대에게 영향을 미쳐 이러한 시대에 더 영향력을 미치는 대중예술을 통해 위안을 얻으려 한 것으로 추측된다. 이때 고급예술 또한 여전히 그 참여도가 유의미한 것은 Peterson(1992)[25]의 문화잡식성 이론에 따라 상류층조차도 고급음악 중심의 편식성 예술문화소비 유형에서 다양한 종류의 음악을 즐기는 여러 비 엘리트적 예술문화 활동에도 직접 참여하고 있는 잡식성 유형으로 변화를 나타내고 있음을 엿볼 수 있다.

4.2.2 예술문화교육경험이 예술문화 참여에 미치는 영향

1) 예술문화교육 경험

예술문화교육 경험의 유무를 2006년과 2010년의 20대와 40대를 중심으로 비교해 보면 20대가 더 높은 참여율을 보인다. 특히 대중문화예술 분야에서 더 큰 차이를 보이고 있다. 고급문화예술 분야의 교육 참여는 조금 증가하는 추세이나 대중문화예술교육의 참여는 오히려 2006년보다 감소하고 있다.

<Table 2> Influences of socio- demographical feature on cultural participation

Independent variable	B	Wald	Exp (B)	B	Wald	Exp (B)
20s						
(2006)						
	high-class culture			mass culture		
constant	-4.967	22.512	.007***	-.501	.180	.606
Sex	.736	9.348	2.087**	-.135	.226	.874
Education	.270	3.911	1.310*	.212	1.731	1.236
Income	.079	.637	1.082	.317	7.352	1.373**
(2010)						
	high-class culture			mass culture		
constant	-4.442	26.909	.012***	-1.397	2.253	.247
Sex	.447	5.716	1.563*	.353	2.135	1.424
Education	.333	8.014	1.395**	.266	4.284	1.305*
Income	.021	.098	1.021	.264	10.217	1.302***
40s						
(2006)						
	high-class culture			mass culture		
constant	-4.923	27.948	.007***	-3.825	37.636	.002***
Sex	.565	4.605	1.759*	.457	6.776	1.580**
Education	.374	8.326	1.453**	.425	23.060	1.529***
Income	-.019	.026	.981	.234	7.993	1.263**
(2010)						
	high-class culture			mass culture		
constant	-5.808	77.757	.003***	-4.284	81.557	.014
Sex	.524	8.366	1.688**	.776	28.558	2.173
Education	.443	28.168	1.558***	.438	47.466	1.549
Income	.137	4.210	1.147*	.236	20.322	1.266

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

<Table 3> Existence and Nonexistence of experiences of cultural education

	2006		2010	
	education of high-class culture	education of mass culture	education of high-class culture	education of mass culture
20s	112(19.3%)	452(78%)	173(21.2%)	561(68.9%)
40s	60(9.5%)	203(32%)	115(11.1%)	279(27.15)

note: corresponding proportion(%)

2) 예술문화교육 경험이 예술문화 참여에 미치는 영향
 예술문화교육 경험이 예술문화 참여에 미치는 영향을 파악하기 위하여 로지스틱 회귀분석을 실시하였다. 20대의 고급예술문화교육을 받은 경험이 고급예술문화 분야에 참여에 가장 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것으로 예술문화 참여율이 가장 높고 다른 연령대에 비해 고급 예술문화교육을 가장 많이 받은 20대는 고

급예술문화교육이 고급예술문화교육 참여에 유의미한 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

40대의 경우는 2006년은 예술문화교육 경험이 예술문화 분야 참여에 유의미한 영향을 미치고 있었으나 2010년에는 유의미 하지 않게 나타났다. 20대에서의 2006년과 달리 2010년도 대중예술문화 분야의 참여에서도 대중 예술문화교육이 유의미한 영향을 미치지 못했다. 이는 세월이 흐를수록 예술문화교육을 받은 경험은 예술문화 참여에 그다지 영향을 미치지 않고 있음을 나타내고 있다.

그리고 사회인구학적 변수들이 예술문화에 미치는 영향이 예술문화교육 참여여부 변수가 없을 때와 비교해서 거의 변화가 없었다. 이는 예술문화교육 참여가 사회인구학적 특성은 예술문화에 참여에 미치는 영향을 매개로 하지 않고 있다는 것이다. 즉, 교육수준이나 소득수준이 높은 사람들과 문화예술교육을 더 많이 받고, 그래서 예술문화 참여를 보인 더 보인다고는 볼 수 없다는 것이다.

<Table 4> Influences of experiences of cultural education on cultural participation

Independent variable	20s			40s		
	B	Wald	Exp (B)	B	Wald	Exp (B)
20s (2006)	Education of high-class culture			Education of mass culture		
constant	-5.011	22.001	.007***	-.798	.457	.450
Sex	.717	8.554	2.049**	-.050	.030	.951
Education	.249	3.312	1.283	.152	.892	1.165
Income	.069	.461	1.071	.312	6.941	1.366**
Education of culture	.884	18.498	2.421***	.747	6.679	2.112*
20s (2010)	Education of high-class culture			Education of mass culture		
constant	-4.604	27.994	.010***	-1.408	2.193	.245
Sex	.468	6.184	1.597*	.354	2.137	1.425
Education	.331	7.676	1.392**	.266	4.288	1.305*
Income	.018	.074	1.018	.264	10.214	1.302***
Education of culture	.560	10.605	1.751***	.014	.003	1.014
40s (2006)	Education of high-class culture			Education of mass culture		
constant	-4.377	20.754	.013***	-3.761	35.831	.023***
Sex	.470	2.953	1.601	.489	7.579	1.630**
Education	.266	3.917	1.304*	.373	17.163	1.452***
Income	-.028	.051	.973	.231	7.646	1.259**
Education of culture	1.347	28.515	3.844***	.671	10.253	1.853**
40s (2010)	Education of high-class culture			Education of mass culture		
constant	-5.795	77.360	.003***	-4.284	81.585	.014***
Sex	.523	8.347	1.687**	.776	28.560	2.174***
Education	.441	27.776	1.554***	.437	47.034	1.548***
Income	.136	4.099	1.145*	.236	20.224	1.266***
Education of culture	.091	.187	1.095	.014	.008	1.014

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

이로써 사회인구학적 특성 중에서 교육이 예술문화 참여에 유의미한 영향을 미쳤으며 문화예술교육 부분에서는 전체적으로는 20대의 고급문화예술교육의 참여가 고급예술문화 참여에 가장 영향을 미치는 것으로 나타났다.

그리고 2006년의 문화예술교육의 참여도와 예술문화 참여에 예술문화교육 참여여부가 주는 영향이 2010년 보다 더 유의미하게 나타난 것은 경제위기나 사회적 불안의 시기에 예술문화로부터 정신적 해방감을 얻기 위한 시대적 영향요인이 관련이 있다는 문화예술 분야의 참여도와 같은 결과를 보여주고 있다.

4.3 예술문화 관람의향에 영향을 미치는 요인들

이번에는 예술문화 관람을 지속하려는 의향에 영향을 미치는 요인들을 규명함으로써 예술문화 관람의 과정을 탐색하려 한다.

여기서 예술문화라고 함은 고급예술문화와 대중예술문화를 모두 포함한 것으로서 예술문화에 직접 참여하는 상황이 아닌 단지 관람할 의향이 있는지에 대한 것이다.

예술문화 관람의향에 영향을 미치는 요인들을 살펴보기 위해 관람 의향을 나타내는 빈도를 분석하여 분포가

치우치지 않는 세대 및 연도인 2010년의 40대(83.8%)를 분석대상으로 하여 로지스틱 회귀분석을 실시하였다.

<Table 5>와 같이 먼저 예술문화 관람의향에 영향을 미치는 사회인구학적 특성은 성별과 교육, 소득 모두이다. 그리고 두 번째 로짓분석에서 고급과 대중예술문화교육 변수를 포함했더니 소득의 영향력이 사라지면서 고급예술문화교육이 관람의향에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 소득수준이 높은 사람들이 고급예술문화교육을 더 많이 받아서 예술문화 관람의향이 더 높아진다고 볼 수 있다는 것이다.

마지막으로 고급예술과 대중예술 참여변수를 더 첨가하여 로짓분석을 실시하였더니 사회인구학적 특성과 고급예술문화교육 경험의 영향력은 모두사라지고 고급예술 및 대중예술에 참여 했던 경험만이 예술문화 관람의향에 유의미한 것으로 나타났다.

이 결과는 성별은 물론, 교육수준과 소득수준이 높은 사람들로서 고급예술문화교육 경험이 있는 성인이 고급, 대중예술문화에 더 많이 참여하고 나아가 예술문화 관람의향에 더 적극성을 보인다는 것이다.

<Table 5> Variables influenced on the intention of cultural consumption of forties in 2010

Independent variable	B	Wald	Exp (B)	B	Wald	Exp (B)	B	Wald	Exp (B)
constant	-2.124	18.265	.120***	-2.136	.497	.118***	-1.072	4.012	.342*
Sex	.659	13.114	1.934***	.664	.182	1.943***	.325	2.587	1.384
Education	.332	21.195	1.394**	.331	.072	1.392**	.119	2.258	1.126
Income	.188	8.465	1.207***	.185	.065	.203	.076	1.119	1.079
Education of high-class culture				.285	.269	1.330***	.004	.000	1.004
Education of mass culture				.027	.016	1.027	.096	.174	1.101
Participation in high-class culture							1.52	7.844	3.499**
Participation in mass culture							2.465	109.277	11.768***

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

5. 논의 및 결론

본 연구는 한국 성인들의 삶의 질 향상에 있어서 문화 소비의 중요성을 인식하고 21세기 첫 십년동안 한국 성인들의 예술문화소비의 특성을 논구해 본 것이다. 연구 결과로 밝혀진 첫 번째 중요한 사실은 한국 성인들에게 21세기의 첫 10년간은 20, 40, 60대 등 어떤 성인세대에서든지 그들의 문화소비에 있어서 대중예술문화가 보편화 되어진 시기라는 점이다. 다음으로 이 성인 세 세대 가운데 20대야말로 한국사회에서 성인문화소비의 중심 세대임이 실증되어졌다는 점이다.

그 밖에 성별차나 교육수준, 소득수준, 예술문화교육의 경험유무가 예술문화관람의향은 물론 실제적인 문화 소비에서도 유의미한 영향을 주고 있다는 점이다. 말하자면 높은 교육수준이나 소득수준이 있는 이들이 문화향수에 대한 관심을 더욱 더 가지고 문화소비활동을 더 활발하고 있다는 점이다.

이러한 논의들은 문화소비정책에서 여러 가지 실제적인 시사점을 던진다. 우선 예술문화 분야에 대한 참여도가 어느 한 분야에 편중되지 않도록 참여도가 미약한 분야에 대한 지원 정책을 강화할 필요가 있다. 연구결과로 잘 드러난 바처럼 한국 성인들의 예술문화 참여도는 대중예술문화 분야에 크게 편중되어 있는 것으로 나타났다. 이러한 현상은 문화편식을 강화시키고 문화소비의 편향성을 보여준다. 말하자면 고급예술문화와 같은 다른 분야에 대한 참여도를 약화시키고 전반적인 예술문화의 기조를 지나치게 한 분야로 집중시켜 예술문화의 균형잡히고 건전한 발전을 저해하는 위험성을 내포하고 있다.

나아가 연구결과에서 예술문화 참여에 대한 세대 간 차이가 존재함을 확인할 수 있었는데, 이 문제해결을 위해서는 예술문화 참여에 대한 세대별 고찰을 통해 각 세대에 맞는 예술문화정책을 모색할 필요가 있다. 특히, 전반적인 예술문화의 참여에 있어 가장 낮은 참여도를 보이는 60대의 경우, 이들이 보다 쉽게 예술문화에 접근할 수 있도록 지역사회와 연계한 예술문화 육성 내지 지원 프로그램을 확충하는 한편, 이들을 대상으로 하는 지속적인 예술문화 교육프로그램 및 바우처 제도 등을 적극 활용하는 등의 방안이 마련되어야 한다.

끝으로, 문화적 계층화를 해소하고 문화 민주화(cultural democratization)를 이룰 수 있는 방안을 모색

해야 한다. 이를 위해 다양한 장르의 예술문화 공연단체에 대한 지원과 함께 예술문화에 실제로 참여하는 소비 자들에 대한 지원 역시 강화되어야 한다. 정부 및 관련 기관, 민간문화 단체들은 단순히 예술문화를 양적으로 늘리기 보다는 모든 국민들이 문화편식을 하지 않고 다양한 예술문화를 고르게 향유할 수 있도록 하는 데 관심을 가져야 할 것이다. 이를 위해서는 다양한 계층의 국민들이 제약이나 어려움 없이 원하는 예술문화 공연은 물론, 관련 교육 프로그램에 자유롭게 참여할 수 있도록 하는 기반이 마련되어야 한다. 본 연구에서 살펴본 바와 같이 예술문화공연에 대한 참여의향은 높게 나타났으나 그에 비해 실제 참여도는 크게 떨어지는 점을 감안하여 정부나 관련기관에서는 시민들에게 예술 문화 프로그램을 단순히 제공하는 차원에서 그치는 것이 아니라, 사람들이 실제로 참여할 수 있도록 참여도를 높이는 방안을 적극 모색해야 할 것이다.

ACKNOWLEDGMENTS

Basic Research Material: Investigation on Realities of Cultural Enjoyment, Ministry of Culture and Tourism and Korean Institute of Development of Cultural Strategies, 2000, 2003, 2006, 2010.

REFERENCES

- [1] Zygmunt Bauman, *Work, consumerism and the new poor*, Philadelphia, 1998.
- [2] R.J. Rogerson, A.M. Findlay, R.Paddison, A.S. Morris, *Class, consumption and quality of life*, Pergamon Press, 1996.
- [3] William Kilbourne, Pierre McDonagh, Andrea Prothero, *Sustainable Consumption and the Quality of Life: A Macromarketing Challenge to Dominant Social Paradigm*, in: *Journal of Macromarketing*, Spring 1997 vol. 17 no. 14-24, 1997.
- [4] N.D. Kim, J.Y. Lee, M.Y.Chun, H.E. Lee & S.Y. Kim, *Trend Korea 2013*, Analytical Center of Consumption Trend, SNU, Window of Future, Seoul, 2012.

[5] Geraldene Kirchner, Kathy Karas, Culture, recreation, and health- ensuring the quality of life, International City Management Association, 1989.

[6] Y.S. Jang, K.H. Koh, C.K. Son, S.H. Lee, A Study on Dimension of Quality of Life, KIHASA, Seoul, 2007.

[7] H.S. Han, A Study on Quality of Life of Urban Elderly in Korean Society, Seoul, 2011.

[8] G. H. Yi, Cultural Capital and Social Capital of the Korean Elderly, Journal of the Korea Gerontological Society, Vol.25 No.3, 2005.

[9] University tomorrow, Seoul, 2012.

[10] Mike Featherstone, Consumer culture & postmodernism, trans. by S.K. Jung, Seoul, 1999.

[11] T. Y. Kwon, Postmodernism and Culture, Seoul, 1991.

[12] Culture Vision 2001, Ministry of Culture and Tourism, Seoul, 2001.

[13] A White Paper of Strategies of Culture and Art, Ministry of Culture and Sports, Seoul, 2010.

[14] S.H. Kwon, J.B. Hong, A Study on Patterns of Leisure Culture Consumption and on Degree of Satisfaction according to Generation, Journal of Communication Research, 46(1), 63-97, 2007.

[15] Y.S. Lee, E.J. Shin, Qualitative Research on Value Cognition and Pursuit Benefits of Consumer on cultureart product, Korea Marketing Journal, 12(4), 27-54, 2011.

[16] K.J. Kim, Consumptive culture - How and Why different? 2013 Spring Academic Conference of Korean Home Management Association, 111-115, Seoul, 2013.

[17] Herbert J. Gans, Popular Culture and High Culture: An Analysis and Evaluation of Taste, trans. by E.H. Lee, 1996, Seoul, 1974

[18] P. Bourdieu, La Distinction: A Social Critique of Judgement of Taste, trans. by J.C. Choi, 2005, Seoul, 1984.

[19] Russell Lynes, *The Tastemakers*. New York: Harper, 1954.

[20] Richard A. Peterson, Understanding audience

segmentation: From elite and mass to omnivore and univore, in: Poetics, Volume 21, Issue 4, August 1992, 243 - 258, 1992. ; Richard A. Peterson & R.M. Kern, Changing highbrow taste: From snob to omnivore. American Sociological Review, 61(5), 900~907, 1996.

[21] ibid. Richard A. Peterson & A. Simkus, How musical tastes mark occupational status groups. In: Lamont & Fournier (eds.), Cultivating differences: Symbolic boundaries and the making of inequality, Chicago: University of Chicago Press, 152~186, 1992.

[22] Richard A. Peterson & R.M. Kern, Changing highbrow taste: From snob to omnivore. American Sociological Review, 61(5), 900~907, 1996.

[23] K.E. Park, S.J. Kang, "Expansion of mass culture in middle aged generation", Kyunghyang Shinmun, 2011.3.21, 2011.

[24] Y.M. Lee, Madang Play, Relaism, Nationalist Theater, Seoul, 1985.

[25] Peterson, op.cit, 1992.

박 은 희(Park, Eun-Hee)



- 2008년 2월 : 이화여대 소비자인간 발달학과(문학석사)
- 2013년 2월 : 이화여대 소비자과(문학박사)
- 관심분야 : 노인소비자, 노인복지
- E-mail : boml77@hanmail.net

최 혜 경(Choi, Hye Kyong)



- 1985년 2월 : 이화여대 가정 관리학과(석사)
- 1992년 1월 : Cornell University Human Development and Family Studies(박사)
- 1992년 3월 ~ 현재 : 이화여자대학교 소비자학과 교수
- 관심분야 : 소비자트렌드, 노인소비자
- E-Mail : chk@ewha.ac.kr