

문화자본과 확장된 '문화소비'

무엇을 소비하는가에서 어떻게 소비하는가로*

김은미 서울대학교 언론정보학과 교수**

권경은 서울대학교 언론정보학과 박사수료***

이 연구는 문화자본과 문화소비 행위의 연관성을 보았던 기존 연구에서의 '문화소비' 개념이 오늘날에도 타당한가 하는 문제의식으로 시작되었다. 디지털미디어가 등장한 후 문화소비자들은 단순히 '소비'라고 지칭하기 어려운 다양한 행위들에 참여한다. 이렇게 다변화된 문화소비의 양상들을 다루기 위해서, 기존의 분석틀, 즉 무엇을 선호하거나 관람하였는가(노출되었는가)라는 문제 중심으로 구성된 '문화소비' 개념을 수정할 필요가 있다고 보았다. 우리는 문화소비에 있어 '무엇'보다는 '어떻게'라는 측면에서 나타나는 차이를 보기 위해, 공연관람뿐 아니라 공연 정보를 읽는 행위인 정보소비, 공연 후기를 쓰는 정보생산, 실기학습 및 참여행위인 아마추어 생산, 그리고 동호회 활동인 교류 등을 이론적으로 검토하고 문화자본인 학력과 청소년기 문화경험과 문예교육이 미치는 효과를 비교하였다. 음악장르 소비에 대한 설문 자료를 분석한 결과, 학력은 공연관람에서만 효과가 나타난 반면, 청소년기 문화경험과 문예교육은 공연관람 뿐 아니라 문화소비 전반에 있어 영향력이 나타난다. 구체적으로, 청소년기 문화경험은 정보소비와 정보생산에서, 문예교육은 아마추어 생산에서 효과가 크게 나타난다. 한편 소득은 공연관람에서만 효과를 보인다. 연구의 결과, 청소년기 문화경험은 공연관람에서보다는 관련 읽기와 쓰기에서, 문예교육은 아마추어 생산에서 영향력이 보다 크게 나타나므로 문화자본에 따라 문화소비 취향이 구별되는 차원을 관련 커뮤니케이션 행위 및 아마추어 생산 활동까지도 포함하여 생각할 필요가 있다는 함의를 갖는다.

KEYWORDS 문화자본, 문화소비, 문화생산, 음악, 디지털미디어

* 본 연구는 미래창조과학부 및 정보통신기술진흥센터의 정보통신·방송 연구개발사업의 일환으로 수행하였음. [2013-005-002-013, ICT 기반 창조적 콘텐츠 생태계 구축 방안 연구과 한국연구재단의 지원을 받은 연구의 일환으로 수행하였음(NR-2010-32A-B00121).

** eunmee@snu.ac.kr

*** happina@snu.ac.kr, 교신저자

1. 서론

문화소비란 무엇인가? 부르디외(Bourdieu, 1984)는 예술작품으로 간주되는 대상을 인지하고 음미하는 방식으로 보았고 추상적, 심미적인 향유방식에 주목하였다. 이후 '문화소비'는 추상화 전시회에 가는 사람들과 영화관에 가는 사람들의 선택의 차이와 같은, 선호나 소비대상이라는 측면에서 규정되어 왔는데 이 연구에서는 이러한 기존의 '문화소비' 개념을 검토한 후 재개념화한 문화소비에 문화자본이 미치는 효과를 검증한다.

90년대 이후 한국사회에서 문화소비를 포함한 여가문화가 급격하게 대중화되며, 이제 여가는 노동 후 쉬는 시간, 혹은 노동에 수반되는 부차적 활동이 아니라, 자신을 표현하고 대인관계를 강화하고 새로운 사람을 알아갈 수 있는 기능을 한다(권상희·홍종배, 2009). 이러한 변화를 염두에 두고 사람들이 어떻게 문화를 향유하는가를 살펴보면, 문화소비를 보다 폭넓은 관점에서 정의할 필요가 있음을 느끼게 된다. 과거 공연장이나 미술관을 가는 식의 문화소비는, 상류 계층의 사치나 과시의 일환으로 여겨지기도 했었지만 이제는 비교적 대중적 여가활동으로 자리 잡았다(정영찬·이중식·김은미·신동엽, 2014). 또한 문화적 욕구가 큰 사람들은 공연장이나 미술관에 가는 것에 만족하지 않고 디지털미디어를 활용해 문화소비를 연장한 활동에 참여하기 때문이다. 이들은 인터넷으로 정보를 검색하고 블로그에 글을 쓰고 동호회 등을 통해 아마추어 활동에 참여하는 열성을 보이는 등 문화행사관람경험을 PC와 스마트폰 등을 통해 공유하므로 문화소비 관련 활동은 늘상 어디에서나 할 수 있는 일이 되었다.

문화소비 행위가 이렇게 연장되고 다양해지는 양상을 보이는데 이에 대한 연구는 그다지 활발하지 않다. 그 이유는 이러한 행위가 문화사회학과 미디어학의 분야에서 문화소비 행위를 각각의 전통에 따라서 논의했고 이들이 서로 배타적으로 이루어졌기 때문이라고 본다. 문화소비 연구는 생산과 소비라는 이분법적 개념을 통해 틀지어져 왔을 뿐 아니라, 소비행위와 계급적 속성과의 연관성을 통해 계급의 작동기제를 밝히는 데 초점을 맞추어 왔다. 그래서 종속변수인 문화소비 자체보다는, 보이지 않는 사회적 요인을 규명하는데 보다 무게를 둔 채, 무엇을 좋아하는지를 주로 측정해 왔다(양종희, 2009; Bourdieu, 1984; Chan & Goldthorpe, 2010; Peterson & Simkus, 1992). 한편 미디어 연구 안에서는 주로 대중문화를 중심으로 미디어를 통해 전달되는 문화콘텐츠의 소비에 관한 연구가 이루어져 왔다. 문화연구 영역에서는 대중매체 수용자가 미디어 텍스트를 해석하고 이해하는 과정에 대한 관심이 주가 되었고 경험적인 연구에서는 어떤 장르를 얼마나 이용하는가에 초점이 맞추어져 왔다(Alexander, 2003; Fisk, 1991).

우리는 오늘날 디지털미디어 환경에서 가시화된 다양한 문화소비 행위와 그 의미에 대해 고찰하고 이러한 확장된 개념에서의 문화소비 행위들이 문화자본과 어떤 관련성이 있는지를 보고자 한다. 만약 문화자본이 이들 행위들과 관련성이 높다면 문화자본과 문화소비 행위의 패턴을 고찰함에 있어 무엇을 소비하는가뿐 아니라 어떻게 소비하는가를 함께 보아야 한다는 점을 시사하기 때문이다.

2. 문헌 검토 및 연구문제

1) 문화자본과 문화소비

문화자본으로 인해 문화소비에서 차이가 발생하는가? 문화소비를 설명하는 대표적 이론인 부르디외(1984)의 문화자본론에 의하면, 경제, 문화자본에 따라 사회적 위치가 결정되며 생활양식이 달라진다(조돈문, 2005; Bourdieu, 1986, 2006; López-Sintas & García-Álvarez, 2006; Prieur et al., 2008). 문화소비는 사회집단의 표식처럼 기능하므로 상층계급간의 상호면식, 교류 및 결속이 수월해지면서 이들 집단의 자본의 우위가 더욱 다져지게 된다.

문화자본론이 제시된 이후 문화소비에 관한 경험적 연구 결과는 크게 두 가지 주장으로 정리할 수 있다. 사회적 위치에 따른 특징적인 문화소비 패턴이 있다는 주장과 그렇지 않다는 개인화(individualization) 가설이다. 앞의 주장은 다시 상층 계층의 문화소비 패턴을 무엇으로 보느냐에 따라 상동성(homology) 가설과 옴니보어(omnivore) 가설로 구분된다. 상동성 가설은 상층 계급/계층 사람들은 클래식, 오페라, 추상화 등 고급 장르(highbrow) 취향을 갖는다는 내용, 즉 사회적 위치와 장르 위계 간의 상동성 관계가 존재한다는 모델에 기반한다(Bourdieu, 2006). 한편 옴니보어 가설은 상층계층의 취향이 고급 장르 뿐 아니라 대중적 장르도 좋아하는, 폭넓은 양상으로 바뀌었다는 내용으로(Peterson & Simkus, 1992; Peterson & Kern, 1996), 역으로 이러한 패턴의 문화소비가 상층 계층의 유지에 도움이 된다는 것을 암시한다. 사회가 다원화되어 가면서 폭넓은 문화소비 행위는 폭넓은 사교행위로 이어질 수 있기 때문이다. 반면 개인화 가설에서는, 사회적 불평등성은 여전히 존재하지만 생산양식이 다원화되면서 사회적 위치가 문화예술 소비 패턴에 미치는 영향력은 줄었다고 본다(Chan & Goldthorpe, 2010; Giddens, 2001). 심지어 바우만(Bauman, 2011)은 부르디외의 이론이 당대에만 적용될 수 있는 스냅샷에 불과하다고 주장한다.

이러한 주장에 근거한다면, 문화자본론은 더 이상 사회현상을 설명하는 데 유용한 틀이 아니다. 그러나 상동성 가설이 지배적이던 시기에 문화소비 장르의 차이를 보는 것이 아니라 장르의 폭을 보아야 한다는 문제의식으로 옴니보어 가설이 제기되었던 것을 생각해 보면, 문화소비 행위에 관련 커뮤니케이션이나 교류행위를 포함했을 때 문화자본이 여전히 영향을 끼치는지를 한 번 점검해 볼 필요가 있을 것이다. 만약 그 연관성이 있다면 기존연구에서 주로 측정해왔던 ‘무엇을 소비하는가’에서의 차이는 더 이상 문화자본에서만 비롯되지 않지만 ‘어떻게 소비하는가’에 있어서 관련이 있다고 생각할 수 있기 때문이다.

한국에서 문화자본론을 검증한 결과를 살펴보면, 장미혜(2001)와 조돈문(2006)은 계급과 취향의 관련성이 높다고 보았고 양종회(2009), 그리고 한신갑과 박근영(2007)은 연령, 성별, 거주지, 종교 등의 효과가 보다 크다고 주장하였다. 그리고 문화자본이 취향에 미치는 효과를 검증한 연구들에서는, 지속적으로 학력이 음악선호에 미치는 효과가 검증되긴 했지만(양종회, 2009; 한신갑·박근영, 2007; 한준·한신갑·신동엽·구자숙, 2007) 어떤 특징적 패턴이 나타나는가에 대해서는 연구자별로 의견이 다르다. 최셋별(2006, 2012)의 연구에서는 상동성 가설이 지지되었지만(최셋별, 2006; 최셋별·이명진, 2012), 남은영과 홍두승(2011)의 연구에서는 옴니보어 가설이 지지된 바 있다(Nam & Hong, 2011). 한편 한 준 등(2007)은 음악 선호가 고급-대중 장르의 축이 아니라 서양-전통 장르의 축으로 분화되는 양상을 보고했는데, 양종회(2009)의 연구에서는 이러한 패턴이 검증되지 않았다.

이러한 연구들을 종합해 보면, 자본의 보유 정도와 문화소비의 관련성이 없다고 단언할 수는 없다. 그렇다면 문화자본의 영향력은 다만 약화되고 있는 것일까? 기존의 이론적 틀로만 현실을 재단하려고 하면 눈앞에서 일어나고 있는 사회적 변화를 놓칠 위험성을 수반할 수 있다(Peterson, 1994). 그렇다면 기존의 연구가 문화소비 행위의 내용을 너무 제한적으로 -‘무엇’을 소비하는가에 국한하여- 보았기 때문에 설명력이 떨어지는 것은 아닌가?

2) ‘무엇’이 아니라 ‘어떻게’ 소비하는가?

문화자본과 문화소비 경험-양이나 다양성 등-의 관계는 오늘 날보다 복잡해지고 있다. 공연에 가거나 전시회를 가는 일이 과거처럼 일부만 할 수 있는 특별한 일이 아니므로 문화소비를 한다 혹은 몇 회를 간다 하는 식의 차이를 넘어서는 문화소비 행위의 규정이 있어야 하지 않을까? 문화자본이라는 개념이 여전히 유용하다면, 자본의 차이가 문화소비의 어떤 행태와 여전히 관련이 있을 것이고 그것은, 무엇을 소비하는가 하는 표면적 차이가 아니라

어떻게 소비하는가, 즉 소비 경험의 질적인 특징으로 나타나지 않을까?

부르디외(1986)의 정의에 따르면 문화자본이란 지배적(dominant) 문화에 대한 친숙함으로, 대상을 미학적으로 감상할 수 있는 성향 등의 체화된 형태 또는 학위, 자격증 등의 제도화된 기관을 통한 인증, 혹은 예술품 같은 소유물의 형태로 존재한다(Sullivan, 2002). 같은 글에서 부르디외는 사회자본이나 경제자본을 포함하여 '자본' 자체의 의미에 관해 논하는데 자본이란 축적되어 다른 맥락에서 활용될 수 있는 것이라고 기술했다. 그러므로 한번 쓰고 소진되어, 효용이 없어지는 것은 자본이라 할 수 없다. 가정이나 학교에서의 교육이 문화자본인 이유는, 전수받은 사람들에게 문화예술을 향유할 수 있는 능력과 태도가 축적되거나 어느 정도 지속적인 영향력을 가지기 때문이다. 그리고 축적이 되었을 때 사회자본이나 경제자본으로 치환이 가능해지고 사회적 우위를 지속적으로 유지하는 데 보탬이 된다(Bourdieu, 1986).

예컨대, 반 고흐의 전시를 보러 가더라도 주말에 시간이 있어 단순히 방문한 것과 작품에 대한 정보를 찾아보고 가는 것은 자본 축적적 행위인가 하는 측면에 있어서는 서로 다른 문화소비행위다. 표면적으로 '무엇'을 소비하는지는 동일하지만 해당 관람행위가 다시 문화자본의 축적에 기여하는가 하는 이론적 관점에서 판단할 때, 후자의 사례는 사전 지식을 통해 작품에 보다 관심을 갖고 관람경험에 더 몰입하게 할 수 있으므로 문화자본의 축적에 상대적으로 더 많은 기여를 할 수 있을 것이다. 따라서 일회성 소비로 끝날 수 있는 문화소비행위와, 지식의 습득 및 취향의 지속적 계발로 이어지는 연결고리 역할을 하는 문화소비행위는 다르다. 그리고 후자의 경우가 더욱 문화자본과의 연관성이 높을 것이라고 가정할 수 있다.

이렇게 정보소비가 선행되었을 때, 관람 경험에서 얻는 효용과 이해도가 높아진다(Caves, 2000). 케이브스(Caves, 2000)는 일반 문화소비와 정보활동이 결합된 문화소비(informed cultural consumption)는 질적으로 다른 행위임을 강조한다. 경험재는 아는 만큼 보이고 즐길 수 있으므로 정보의 양에 따라 경험의 만족도가 높아지며, 추가적인 사고와 논의를 이어갈 수 있는 정도도 달라진다(Radbourne et al., 2009). 문화자본 연구자들도 이러한 점을 지적했다. 루즈와 스티첼(Roose & Stichele, 2010)은 문화자본을 무엇이 정당한(legitimate) 문화인지 감지하는 것과 그 장르를 해독할 수 있는 정보처리능력이라고 정의했고 부르디외(1986)는 말년에 문화자본보다 정보자본이라는 명칭을 선호했다(Bennet et al., 2009; Bourdieu & Wacquant, 1992).

또한 관람경험에 대한 타인과의 정보의 교환은 사회자본의 축적으로 연결된다. 공연 중 관객들끼리 나누는 대화 또는 공연을 본 후의 대화를 통해서 집단적 참여가 발생할 때

관람경험의 지식적, 정서적 만족도가 높아진다. 공연관람은 작품을 보기 위한 목적도 있지만 다른 사람과 함께하는 활동이라는 의미도 있으므로 함께 할 때 즐거움이 배가되는 것을 우리는 흔히 경험한다. 개인의 문화소비 경험은 지속적 대화 등 상호작용적 활동을 통해서 재구성되며 집단으로서의 연대감, 소속감이 생겨나므로 다른 관객과의 유대는 공연에서 얻을 수 있는 또 다른 즐거움이다(Hollebeek, 2011; Radbourne et al., 2009). 어울려 여가를 즐기는 관계형 여가를 하는 사람들은, 정보와 지식 수준, 정서적 만족도가 증가한다(남은영 · 이재열 · 김민혜, 2012; Becchetti, Ricca, & Pelloni, 2012).

이러한 문화소비 행위의 특징은 질적 연구자들이 상당기간 논의하여 왔다(Abercrombie & Longhursts, 1998; Radbourne et al., 2009). 정보소비와 교류에 대해 이 시점에서 다시 관심을 가져야 하는 이유는, 1990년대 이후 인터넷의 확산이 문화소비 행위가 증가하고 다양해지는 현상과 깊이 연관되어 있기 때문이다. 한국에서는 1990년대 전시, 공연을 포함한 문화소비가 대중화되는 동시에 디지털미디어가 보급되면서 문화정보에 대한 접근성이 높아지며 가족, 학교뿐 아니라, 인터넷을 통해서 문화소비를 위한 정보를 습득하고 작품 감상의 태도와 안목을 키울 수 있게 되었다(이호영 · 박현주 · 음수연, 2005; 서우석 · 이호영, 2010). 이러한 면에서 정보소비와 교류는 디지털미디어를 매개로 한 문화소비의 차원에서의 차이를 보여주는 지표라고 볼 수 있다.

부르디외의 문화자본론이 등장한 프랑스 사회는 사회적으로 우월적 위치에 있는 사람들만이 고등교육을 받고 이를 바탕으로 특정한 취향을 계발하고 관련 지식을 축적하였다. 그리고 교류관계 역시 폐쇄적으로 이루어진 결과 계층별로 특징적인 라이프스타일과 취향이 나타났다고 볼 수 있다. 하지만 현재 한국에서는 이러한 현상과 병행하여 인터넷을 통해서 만난 이질적인 사람들이 취향을 기반으로 서로 교류하고 이를 통해 서로의 문화소비 경험을 증강시키고 활발히 정보생산에도 참여하는 모습을 보인다.

3) 확장된 문화소비로서의 문화생산

문화생산은 문화소비의 연속선상에 있는 활동이지만 그간 문화자본론을 검증한 연구들에게서, 선호나 소비의 차원에서의 효과에 대한 논의가 주가 되어 왔다. 생산은 소비경험이 집적되었을 때 이루어지는 보다 능동적인 행위다(최셋별 · 이명진, 2012; Hall, 1993). 그러므로 문화자본의 효과가 생산에서 보다 현저하게 나타날 수 있다는 점에 주목할 필요가 있다.

매클루언과 네빗(McLuhan & Nevitt, 1972)은 기술이 발달하면 소비자들이 '생산자가 될 것(become the producer)'이라는 예견했는데 디지털미디어가 등장한 후 문화소비자들

의 생산 활동은 활발해졌다. 이러한 생산자-소비자 간의 융합현상을 고려하면, 토플러(Toeffler, 1980)가 제시한 '프로슈머(prosumer)'라는 개념을 문화자본 연구에도 적용할 필요가 있다. 디지털미디어를 통해 문화소비자는 누구나 불특정 다수가 읽고, 듣고, 볼 수 있는 콘텐츠를 만들어 공유할 수 있게 되었기 때문이다(Schradie, 2011; DiMaggio, Hargittai, Neuman, & Robinson, 2001).

생산에 있어서 문화자본의 효과를 본 연구는 소수이지만 문화자본의 효과가 검증되었다. 하지타이와 왈레코(Hargittai & Walejko, 2008)의 연구에서는 부모의 교육수준이 높을수록 오프라인이나 온라인을 이용해 음악이나 문학 등의 창작 활동을 할 확률이 높게 나타났다. 이상수(2013)의 연구에서는 다양한 소비와 다양한 생산을 함께 하는 집단의 경우 소득과 학력이 높은 것으로 나타났다. 소비중심형 옴니보어의 경우 소득과 학력이 효과를 미치며, 혼합형 옴니보어의 경우 소득, 본인학력, 아버지 학력과 계급의 효과가 유효하게 나타났다(이상수, 2013).

이러한 연구에서는 문화생산은 이질적인 장르와 행위가 혼재되어 있는데¹⁾ 생산을 좀 더 구분하여 생각해 볼 필요가 있다. 공연관람에 대한 후기쓰기는 정보를 생산하는 것이라고 할 수 있고, 연주나 춤추기 등의 실연에 참여하는 행위나 음악이나 영상 같은 콘텐츠를 창작하는 것은 보다 직접적으로 아마추어 활동에 참여하는 행위라고 볼 수 있다. 이렇게 생산의 차원을 구분하고 문화자본의 효과를 추론해 보면, 우선 정보생산의 경우 오히려 정보의 양이 증가하고 빠르게 공급되는 맥락에서, 문화자본을 가진 사람들은 보다 효율적으로 정보를 찾고 지식을 축적하고, 글을 쓰는 데 있어 보다 유리할 것으로 추측해 볼 수 있다(이호영·장미혜·박현주, 2006). 또한 축음기, TV 등의 전통적 미디어를 통한 시청 및 청취에 비교해보면 온라인에서는 특정 시공간에 공존하지 않아도 대화가 발생하고 관계가 형성되므로 문화에 대한 질 좋은 정보를 쓰고 찾는 능력을 통해, 자신의 문화소비를 가시화시킬 수 있다(DiMaggio & Ostrower, 1990; Siefert, 1994; Spigel, 1992; Roose & Stichele, 2010). 이렇게 명성과 평판, 교류관계가 형성되는 기능은 과거 유럽사회에서 상층계급끼리 서로 편식을 쌓는 사교의 장이 되었던 공연장의 작용과 유사해 보인다. 다음으로 실연이나 창작활동은, 과거 예술 및 문예교육을 받은 경험의 연장선상의 행위일 수 있다. 특정 유형의 음악에 흥미를 갖게 된 사람은 좀 더 전문적 식견을 쌓거나 일정 수준 이상

1) 하지타이와 왈레코(2008)는 생산을 음악, 사진, 동영상 등의 콘텐츠를 창작하는 행위로 조작화하였고, 이상수는 시/소설 쓰기 등 콘텐츠 창작과, 연주나 춤 등의 실기 행위를 생산으로 보았다. 이상수는 소비를 지난 1해 동안의 공연이나 영화를 본 경험으로 정의하였고, 생산은 악기 연주, 미술활동, 시/소설 쓰기, 사진찍기, 춤추기 경험으로 측정하였다.

으로 악기를 연주하기 위해 직업음악가, 즉 전문적 생산자와 같은 경험을 추구하기 때문이다. 실연 경험이나 학습 등 아마추어 생산 활동을 해 본 소비자들은 소비 경험에 대한 이해도가 높고 연마된(sophisticated) 감식안을 가지므로 동일한 관람 경험을 통해서도 그렇지 않은 사람들에 비해 보다 높은 효용을 얻을 수 있다(Benkler, 2006; DiMaggio & Ostrower, 1990).

이상과 같이 공연관람에 관련된 정보소비, 정보생산, 아마추어 생산, 교류 경험으로 시야를 넓히면, 무엇을 보거나 듣는 것이 어떤 의미를 가진 행위인지를 종합적으로 이해할 수 있다. 물론 정보소비보다 아마추어 생산이 더 심층적인 경험이라거나 혹은 교류가 정보소비보다 더 깊어 있다거나 하는 등을 생각해 볼 수도 있으나 이러한 비교를 할 논리적 근거를 찾기는 아직 어렵다. 이들 행위들이 특정한 잠재적 요인이 발현되어 단계별로 나타나는 것이라고 볼 수 없기 때문이다. 하지만 이들은 분명 서로 연관되어 있는 소위 ‘애호가적 문화소비 활동을 구성하는 주요한 측면이라고 볼 수 있다(Abercrombie & Longhurst, 1998).

그렇다면 문화소비가 대중화되고 다양한 미디어를 통해서 정보를 습득하고 취향을 키울 수 있게 된 환경에서는, 문화자본에 따라 문화소비의 대상이 무엇인지가 달라진다고 보다, 어떻게 문화소비를 하는가 혹은 생산하는가 하는 차이로 나타날 수 있을 것이라고 예측해 볼 수 있다.

이상의 내용을 요약하면, 이 연구는 기존 연구에서 문화소비 행동 자체에 대한 기술과 이해가 미흡했던 점과 오늘 날 문화소비 행위를 관찰해 볼 때 어떤 장르를 얼마나 소비하는가를 보는 것은 매우 제한적인 개념임을 지적하였다. 그리고 문화소비행위는 단순한 관람 혹은 노출뿐 아니라 이에 수반하는 정보소비, 정보생산과 아마추어 생산 및 교류가 수반되고 있음과 그러한 행동의 의미에 주목하였다. 따라서 이 연구는 문화자본이 오늘날의 확장된 문화소비 행위와 연관되어 있다고 예측하고 다양한 문화소비 행위들에 끼치는 문화자본의 영향력을 검토해 보고자 한다.

연구문제 1: 문화자본은 확장된 문화소비 행위(정보소비, 정보생산, 아마추어 생산, 교류)에 영향을 미치는가?

연구문제 2: 문화자본이 각 문화소비 행위별로 미치는 영향력은 어떻게 다른가?

3. 분석대상 및 방법

1) 분석대상

이 연구의 자료는 2012년 실시한 한국의 문화소비자 1,000명을 대상으로 한 설문 조사 결과이다. 이 조사는 1년간 문화예술(미술, 클래식/국악, 뮤지컬/연극/오페라, 무용) 행사를 적어도 1회 이상 관람한 경우를 문화소비자로 규정하고 성, 연령, 지역, 소득에 따른 할당 비율을 정해 자료를 수집하였다. 설문 참여자의 연령은 20세에서 60세까지며, 거주 지역은 수도권 및 5대 광역시이고 기타 인구사회학적 특성은 <표 1>과 같다.¹⁾

표 1. 분석대상 패널의 인구통계학적 특성

구분	항목	비율(%)
성별	남자	50.2
	여자	49.8
연령	20-24	5.1
	25-34	31.2
	35-44	32.7
	45-54	22.9
	55-59	8.1
교육	중학교 졸업 이하	0.8
	고등학교 졸업	21.5
	전문대졸업	15.4
	대학졸업	53.3
	대학원 졸업	9.0
지역	서울·수도권	73.2
	부산	10.6
	대구	7.2
	광주	4.4
	대전	4.6

1) 이 조사는 2012년 학술진흥재단 연구 프로젝트의 일환으로 실시된 것이며 전문조사기관인 입소스가 실사를 담당하였다. 2012년 8월 28일부터 9월 15일까지 약 3주간에 걸쳐 문화예술소비 행태에 대한 온라인 패널 조사가 이루어졌다. 패널 약 20,000명에게 본 조사에 대한 참여 권유메일을 발송하고, 패널 웹 페이지에 공지하였다. 젊은 세대의 문화 소비 참여율이 높고, 50대 미만 세대에서 문화자본의 효과가 상대적으로 명확하게 나타나는 선행연구(장미혜, 2001)에 따라 조사 연령은 20세에서 60세까지로 하였다. “미술전시, 클래식/국악 음악 공연, 뮤지컬/연극/오페라, 무용공연, 대중음악콘서트의 문화예술 중 지난 1년 동안 보신 적이 있는 장르를 모두 선택해 주십시오.”라는 질문을 던져, ‘대중음악 콘서트’와 ‘관람한 적 없음’으로 응답한 경우는 중도에 설문을 마감하였다. 설문대상을 공연관람 1회 이상자로 한정된 결과, 50대 이상에서 고학력 과표집이 나타나 연령수준에 따라 나누어 분석을 시행하였고, 전체집단과 연령별 집단에 대한 결과가 유사하여 이 논문에는 전체집단에 대한 분석결과를 제시하였다.

이 연구에서는 문화소비와 관련해 기존 연구가 가장 많이 이루어진, 음악장르에 대한 소비를 측정하였다. 음악은 장르의 구분이 뚜렷해 취향은 지위 뿐 아니라 지위 집단의 경계를 표시하는 기능을 하며(Peterson & Simkus, 1992; van Eijck, 2001; 양중희, 2009) 상징적, 의례적(ritual) 힘을 가지므로 국가, 팬 등 다양한 수준의 집단에서 사회적 통합과 문화적 저항의 기제로 역할을 한다(Bryson, 1996).

2) 주요 변인의 구성과 기술적 통계

(1) 문화자본, 경제자본, 사회자본

이 연구에서는 문화자본을 학력과 함께, 청소년기 가정에서 축적된 문화경험으로 구성하였다. 가정에서 축적된 문화자본은 ‘청소년기 문화경험’과 ‘문예교육’이다(Achaffenburg & Maas, 1997; De Graaf, Graaf, & Kraaykamp, 2000). 청소년기 문화경험은 중학교 3학년 때 순수예술장르에 대한 관람 경험 및 관련 대화의 정도를 측정하였다(De Graaf, Graaf, & Kraaykamp, 2000)(〈표 2〉 참조).

문화자본의 상대적 효과를 검증한 연구들을 살펴보면, 경제, 사회, 문화자본의 효과를 명확하게 분리하기 어려운 특성을 보인다. 경제자본은 구매 습관, 소비하는 방식에, 문화자본(학력)은 소비 장르에, 사회자본은 청취 미디어 및 장르에 영향을 준다고 보고되어 왔다(López-Sintas, Garcia-Alvarez, & Filimon, 2008; van Eijck & van Rees, 2000; van Rees & van Eijck, 2003). 또한 경제자본과 문화자본의 경우 상대적 수준에 따라 여가활동에 대한 관여도가 달라지는 것으로 나타난다(Warde & Tampubolon, 2002). 이러한 중첩적인 효과 때문에 경제자본과 사회자본을 통제변수로서 사용하였다. 현재의 경제자본은 월 평균 가구 소득 수준($M = 4,236,000$ 원, $SD = 239,821$ 원)을, 과거의 경제자본은 중 3때 생활수준($M = 4.86$, $SD = 1.93$)을 최하 0점부터 최상 10점으로 응답하도록 하였다. 사회자본은 강한 유대의 규모와 약한 유대의 규모를 측정하였는데 강한 유대는 한 달에 한 번 이상 만나는 지인수($M = 11.60$, $SD = 14.29$), 약한 유대는 6개월이나 1년에 한 번 이상 만나는 지인수($M = 25.30$, $SD = 29.76$)로 조작화하였다.

표 2. 문화자본에 대한 측정 항목

변수 정의		측정	M (SD) 또는 비율
학력		무학(1), 초등학교(2), 중학교(3), 고등학교(4), 전문대(5), 대학(6), 대학원 이상 졸업(7)	5.48 (0.963)
청소년기 문화경험	중학교 3학년 때 부모님의 순수문화 예술 행사(미술전시, 클래식 공연, 무용 공연 등) 관람의 정도	전혀 그렇지 않다(1), 그렇지 않은 편이다(2), 보통이다(3), 그런 편이다(4), 매우 그렇다(5), 해당없음(부모님이 안계셨음)	2.03 (0.997)
	중학교 3학년 때 부모님의 자녀 동반 순수문화예술 행사(미술전시, 클래식 공연, 무용 공연 등) 관람 정도	위와 동일	2.03 (1.025)
	중학교 3학년 때 부모님과의 문화/예술에 관한 대화의 정도	위와 동일	2.26 (1.074)
문예교육	태어나서 지금까지 정규 교육 외 문예 교육을 받은 적 있는지?(미술/서예, 음악, 무용 등의 장르)	없음(0), 있음(1)	57.70%

(2) 확장된 문화소비 행위: 공연관람, 정보소비와 정보생산, 아마추어생산, 교류

문화소비는 공연관람, 정보소비, 정보생산, 아마추어 생산, 교류로 구성된다. 개인의 문화적 선호보다는 실질적인 문화 활동을 측정했는데, 이는 문화자본은 시간과 비용이 소요되는, 실질적인 실천에서 드러난다는 관점에 기반한 것이다(Lopez-Sintas & Katz-Gerro, 2005). 공연관람은 지난 1년간 관람한 공연 횟수를 측정하였는데 1회 이상 공연을 관람한 비율은 고전음악(클래식/국악)이 26.7% (관람 빈도 $M = 0.87$, $SD = 1.90$)이며 대중음악은 46.8%(관람 빈도 $M = 1.18$, $SD = 1.97$)다. 정보소비는 TV, 인터넷, 신문 등을 통해 음악 공연 관련 소식을 얻기 위해 노력하는 정도를 5점 척도로 측정하였다(고전음악 $M = 2.95$, $SD = 0.86$, 대중음악 $M = 3.16$, $SD = 0.81$).

생산은 후기쓰기인 정보생산과 직접 예술행위에 참여하는 아마추어 생산으로 구분된다. 정보생산은 SNS 등 매체에 감상 비평, 후기를 남기는 정도(고전음악 $M = 2.43$, $SD = 0.87$, 대중음악 $M = 2.63$, $SD = 0.87$)를 5점 척도로 측정하였고 아마추어 생산은 지난 1년 동안 고전음악 장르나 대중음악과 관련된 활동을 배우거나 했는지(고전음악 13.8%, 대중음악 10.8%) 여부를 이항변수로 측정하였다. 교류는 현재 동호회에 가입(고전음악 10.4%, 대중음악 10%)되어 있는지를 질문하였다. 각 종속변수의 척도가 달라 기술통계를 <표 3>과 <표 4>로 나누어 제시한다.

공연관람과 정보소비와 정보생산만 보면 대중음악 소비가 말 그대로 더 대중적이지

만, 아마추어 생산은 고전음악에서 오히려 높게 나타나며 동호회 가입율은 고전음악과 대중음악이 유사하다는 점을 눈여겨볼 만하다. 소비, 생산, 교류 행위의 패턴이 일관되게 나타나지는 않는다. 이는 부분적으로 소비와 생산, 교류가 소비자의 관여도 혹은 경험의 심층성 측면에서 하나의 차원에 위치될 수 있는 것은—예컨대 소비가 심화되면 교류, 그것이 심화되면 생산 하는 식으로—아닐 것이라는 점을 알려준다.

다음으로 공연관람, 정보소비, 정보생산, 그리고 아마추어 생산과 교류가 서로 어떤 관련성이 있는지를 보기 위해 상관관계와 아마추어 생산과 교류집단별 평균을 살펴보았다. 공연관람 빈도, 정보소비, 정보생산 간의 상관분석 결과(〈표 3〉 참조), 고전음악과 대중음악 모두에서 정적 방향의 상관관계가 나타난다. 다만 공연관람 빈도와 정보소비, 공연관람 빈도와 정보생산 간의 상관관계는 .26 - .33 정도로 유의미하지만 높지는 않다. 단 정보소비와 정보생산 간에는 .6 정도의 비교적 높은 상관관계가 나타난다. 정보소비 및 정보생산 등의 관련 활동은 공연을 관람한다는 것(공연관람 빈도)과 서로 다른 차원의 활동임을 알 수 있다.

표 3. 관람빈도, 정보소비, 정보생산의 평균, 표준편차, 상관관계

	1	2	3	4	5	6
1. 고전음악 관람빈도						
2. 고전음악 정보소비	.33***					
3. 고전음악 정보생산	.28***	.59***				
4. 대중음악 관람빈도	.19***	.17***				
5. 대중음악 정보소비	.04	.36***	.21***	.31***		
6. 대중음악 정보생산	.09**	.30***	.53***	.26***	.47***	
<i>M</i>	0.87	3.05	2.43	1.18	3.39	2.63
<i>SD</i>	1.9	0.9	0.87	1.97	0.9	0.87

주. $N = 1000$.

*** $p < .001$.

다음으로 이항변수로 측정된 아마추어 생산과 교류여부로 집단을 구분해 공연관람과 정보소비, 정보생산의 평균값을 살펴보았다(〈표 4〉 참조). 고전음악 아마추어 생산이나 교류 활동을 하는 경우 공연관람, 정보소비, 정보생산의 평균값이 그렇지 않은 사람들에 비해 모두 높다. 이는 고전음악의 아마추어 생산이나 교류활동을 하는 사람들은 공연을 더

표 4. 아마추어 생산과 교류활동자의 관람빈도, 정보소비, 정보생산의 평균과 표준편차

	고전음악 생산		고전음악 교류		대중음악 생산		대중음악 교류	
	0	1	0	1	0	1	0	1
관람 빈도	0.70 (1.57)	2.35 (3.34)	0.70 (1.57)	1.95 (3.07)	1.01 (1.66)	2.71 (3.42)	1.06 (1.79)	2.15 (2.93)
정보 소비	2.94 (0.03)	3.68 (0.05)	2.96 (0.02)	3.75 (0.06)	3.34 (0.03)	3.81 (0.07)	3.32 (0.03)	4.06 (0.07)
정보 생산	2.33 (0.82)	3.31 (0.78)	2.32 (0.83)	3.15 (0.79)	2.54 (0.84)	3.44 (0.82)	2.55 (0.86)	3.25 (0.82)

주. 괄호 밖의 수치는 M , 괄호 안의 수치는 SD , 1이 참여자

보러 가고 정보소비와 정보생산에 있어서 더 활발하다는 것을 보여준다. 마찬가지로 대중음악의 아마추어 생산이나 교류활동을 하는 사람들의 공연관람, 정보소비, 정보생산의 평균값은 하지 않는 사람들보다 높다. 이러한 차이를 t 검증한 결과 모두 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($p < .01$ 또는 $p < .001$).

3) 분석방법

문화자본의 설명력을 비교하기 위해 공연관람, 정보소비, 정보생산, 아마추어 생산, 교류 변수의 척도를 범주형(0, 1)으로 변환한 후, 이항로지스틱회귀(Binary Logistic Regression)의 모형을 사용해 분석하였다.

종속변수인 문화소비 행위들은 빈도, 5점 척도, 이항형으로 다른 척도로 측정되었는데, 문화자본이 각 종속변수들에 미치는 효과를 비교하기 위해, 척도를 이항변수로 통일한 후 동일한 분석법을 사용하였다.¹⁾

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

모형은 두 가지로 구성하였는데 독립변수들을 단계적으로 통계제한 상태에서 문화자본이 확장된 문화소비 행위들에 미치는 영향력을 비교하였다. 구체적으로, <모델 1>에서는

1) 분석결과를 종합적으로 비교하는 것이 이 연구의 목적이므로 종속변수를 모두 이항변수로 전환하여 이항로지스틱 회귀분석을 수행하였다. 보완적으로 이항변수로 변환하지 않고 분석을 수행하였는데 -0값이 50% 이상을 차지한 관람 빈도는 음이항회귀분석으로 정보소비와 생산은 선형 회귀분석으로 분석하였는데 -그 결과가 이 논문에 보고된 결과와 큰 차이가 없었다.

연령, 성별, 결혼상태, 지역과 함께, 현재와 과거의 경제자본과 사회자본을 투입하였고 <모델 2>에서 문화자본을 투입하여 학력, 중 3때 문화경험, 문예교육이 끼치는 영향을 분석하였다.¹⁾

4. 연구 결과

1) 문화자본이 공연관람 및 정보소비에 미치는 영향력

<표 5>는 문화자본이 공연관람에 미치는 영향력을 분석한 결과이다. 최종모델에서, 고전음악의 경우 10%, 대중음악의 경우 7%의 설명력(Nagelkerke R^2)을 보이는데 총설명력의 양에서 문화자본이 차지하는 비중은 고전음악은 40% 정도, 대중음악은 20% 정도다.

문화자본은 고전음악과 대중음악 모두에서 공연소비를 하는 데 있어 유의미한 정적 효과를 보이나 효과 크기는 크지 않다. 청소년기 문화경험이 한 단위 증가할 때, 공연관람이라는 사건(event)이 발생할 기댓값은 고전음악은 0.3배($\text{Exp}(.27) - 1$) $p < .01$, 대중음악은 0.2배($\text{Exp}(.18) - 1$) $p < .05$ 정도 증가한다. 문예교육은 받은 경우 안 받은 경우에 비해 고전음악은 0.6배($\text{Exp}(.48) - 1$) $p < .01$, 대중음악은 0.4배($\text{Exp}(.33) - 1$) $p < .05$ 정도 증가한다. 학력은 고전음악에서만 정적 효과를 보이는데 교육받은 해가 1년 늘어나면 공연 관람을 할 확률은 안 할 확률에 비해 0.1배($\text{Exp}(.11) - 1$) $p < .01$ 올라가므로 효과가 매우 작다고 볼 수 있다. 소득은 고전음악과 대중음악 공연관람 모두에서 정적인 효과를 보인다.

통제변수 중에는 고전음악에서는 연령이 정적 효과를, 대중음악에서 성별과 결혼 여부가 부적 효과를 보인다. 남성일수록, 미혼상태일수록 대중음악 공연을 볼 확률이 높다.

이러한 결과를 종합하면, 공연관람에서는 두 장르 모두에서 청소년기에 축적된 문화자본의 효과가 나타나며, 학력은 고전음악에서만 효과가 나타난다.

1) 정보소비와 정보생산은 '전혀 하지 않는다'는 응답을 0으로, 나머지 응답은 1로 변환하였고, 학력은 교육받은 연수로 변환하여 분석에 투입하였다. 또한 문화자본으로 부모의 학력을 포함하였다가 효과가 나타나지 않아 최종분석에서는 제외하였다.

표 5. 문화자본이 공연관람에 미치는 영향에 관한 이항로지스틱회귀분석 결과

	고전음악		대중음악	
	모델 1	모델 2	모델 1	모델 2
상수	-2.48***	-4.17***	-1.14***	-1.09
연령	0.02*	0.025**	0.01	0.01
성별(남=0)	-0.31*	-0.23	-0.30*	-0.31*
결혼(미혼=0)	0.15	0.19	-0.36*	-0.34*
지역(서울=0)	-0.06	-0.02	-0.02	0.02
소득	0.00***	0.00*	0.01***	0.01***
청소년기 생활수준	0.05	-0.06	0.04	-0.02
강한유대	0.01	0.01	0.00	0.00
약한유대	0.00	0.00	0.00	0.00
학력		0.11**		0.00
청소년기 문화경험		0.27**		0.18*
문예교육		0.48**		0.33*
Nagelkerke R ²	7.8***	10.29***	5.89***	7.23***

주. N = 1000, B(비표준화회귀계수) 값, 소수점 2자리 이하 숫자는 생략

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

(표 6)은 문화자본이 정보소비에 미치는 영향력을 분석한 결과다. 최종모델에서, 고전음악의 경우 18%, 대중음악의 경우 11%의 설명력(Nagelkerke R²)을 보이며, 총설명력의 양 중에서 문화자본이 차지하는 비중은 고전음악은 45% 정도, 대중음악은 16% 정도다.

문화자본은 고전음악에서만 정보소비를 하는 데 있어 유의미한 정적 효과를 보인다. 청소년기 문화경험이 한 단위 증가하면 정보소비를 할 확률이 아닐 확률에 비해 2.2배 ($\text{Exp}(1.16) - 1$) $p < .001$ 증가하는 것으로 나타난다. 한편 대중음악에서는 문화자본의 설명력은 나타나지 않으며 통제변인인 결혼여부만 영향을 주는 것으로 나타난다. 정보소비에서 모델의 설명력은 공연관람에서보다 높지만 문화자본은 대중음악 정보소비에 영향력을 미치지 않는 것으로 나타난다.

표 6. 문화자본이 정보소비에 미치는 영향에 관한 이항로지스틱회귀분석 결과

	고전음악		대중음악	
	모델 1	모델 2	모델 1	모델 2
상수	0.46	0.48	3.11*	2.91
연령	0.04*	0.05*	0.01	0.01
성별(남=0)	-0.52	-0.36	-0.33	-0.29
결혼(미혼=0)	0.42	0.52	-1.81*	-1.74**
지역(서울=0)	-0.01	0.07	-0.03	0.04
소득	0.00	0.00	0.00	0.00
청소년기 생활수준	0.09	-0.11	0.17	0.06
강한유대	0.05*	0.05*	0.02	0.02
약한유대	-0.01	-0.01	0.01	0.01
학력		0.07		0.03
청소년기 문화경험		1.16***		0.42
문예교육		0.30		0.49
Nagelkerke R ²	9.7***	17.5***	9.4**	11.3**

주. N = 1000, B(비표준화회귀계수) 값
 * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

2) 문화자본이 정보생산 및 아마추어 생산에 미치는 영향력

〈표 7〉은 문화자본이 정보생산에 미치는 영향력을 보여준다. 고전음악에 대한 설명력은 11%, 대중음악은 13% 정도이다. 전반적인 설명력은 높지 않지만 과거의 자본을 투입한 후 늘어난 설명력이 각각 80%, 55%로 대부분을 차지해 문화자본의 영향력이 크을 알 수 있다.

문화자본의 효과는 두 장르 모두에서 나타난다. 청소년기 문화경험이 한 단위 증가할 때 고전음악 후기쓰기를 할 확률은 안 할 확률에 비해 1.4배($\text{Exp}(.88) - 1$) $p < .001$, 대중음악은 1.6배($\text{Exp}(.96) - 1$) $p < .001$ 증가한다. 문예교육을 받은 경우 안 받은 사람에 비해 고전음악에서 후기쓰기를 할 확률은 0.5배($\text{Exp}(.43) - 1$) $p < .05$ 증가한다. 흥미로운 점은 과거의 경제자본은 고전음악 정보생산에 있어 부적 효과를 보인다는 점이다. 청소년기 생활수준이 한 단위 올라갈 때 정보생산을 할 확률은 0.15배($1 - \text{Exp}(-.15)$) 낮아진다.

통제변인 중에는 대중음악에서 연령만 효과를 보인다. 즉 연령이 어릴수록, 대중음악

표 7. 문화자본이 정보생산에 미치는 영향에 관한 이항로지스틱회귀분석 결과

	고전음악		대중음악	
	모델 1	모델 2	모델 1	모델 2
상수	0.94	1.53	2.92	4.19***
연령	0.02	0.02	-0.026*	-0.028*
성별(남=0)	-0.24	-0.17	-0.44	-0.40
결혼(미혼=0)	-0.11	-0.05	-0.49	-0.46
지역(서울=0)	-0.08	0.03	-0.07	0.04
소득	0.00*	0.00	0.00	0.00
청소년기 생활수준	0.04	-0.15**	0.14*	-0.04
강한유대	0.01	0.00	0.02	0.02
약한유대	-0.01	0.00	0.00	0.01
학력		0.01		-0.02
청소년기 문화경험		0.88***		0.96***
문예교육		0.43*		0.22
Nagelkerke R ²	2.1	11.1***	6***	13.2***

주. N = 1000, B(비표준화회귀계수) 값

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

후기를 쓸 가능성이 높다.

〈표 8〉은 문화자본이 아마추어 생산에 미치는 영향력을 보여준다. 최종모델에서 두 장르 모두 설명력은 16% 정도이다. 이 중 문화자본의 설명력은 고전음악은 75%, 대중음악은 60% 정도로 전체 설명력의 상당부분을 차지한다.

최종모델에서 문화자본의 효과는 두 장르 모두에서 통계적으로 유의미한 정적 효과를 보인다. 청소년기 문화경험이 한 단위 증가할 때 아마추어 생산에 참여할 확률이 아닐 확률에 비해 두 장르 0.7배 정도(고전음악 $\text{Exp}(0.55) - 1$) $p < .01$, 대중음악 $\text{Exp}(0.53) - 1$) $p < .01$ 증가한다. 문예교육을 받은 경우 고전음악은 2.6배($\text{Exp}(1.28) - 1$) $p < .01$, 대중음악은 2.8배($\text{Exp}(1.34) - 1$) $p < .01$ 아마추어 생산을 할 확률이 증가한다. 과거의 경제자본은 〈모델 1〉에서는 정적 효과를 보이다 문화자본이 투입되자 더 이상 효과가 유의미하지 않다.

통제변수 중에는, 대중음악에서는 성별과 지역의 효과가 나타난다. 남자인 경우 또는 서울 이외의 대도시에 거주하는 경우 서울거주자에 비해 아마추어 생산 활동을 할 가능성

표 8. 문화자본이 아마추어 생산에 미치는 영향에 관한 이항로지스틱회귀분석 결과

	고전음악		대중음악	
	모델 1	모델 2	모델 1	모델 2
상수	-2.24***	-3.99***	-2.10	-1.27
연령	-0.01	0.00	-0.02	-0.01
성별(남=0)	-0.37	-0.35	-0.82***	-0.93***
결혼(미혼=0)	-0.08	0.00	-0.01	0.10
지역(서울=0)	-0.25	-0.15	0.37	0.53*
소득	0.00	0.00	0.00	0.00
청소년기 생활수준	0.17***	-0.04	0.13*	-0.05
강한유대	0.01	0.01	0.01	0.01
약한유대	0.00	0.00	0.00	0.00
학력		0.10		-0.08
청소년기 문화경험		0.55***		0.53***
문예교육		1.28***		1.34***
Nagelkerke R ²	3.9**	15.5***	6.2***	16***

주. N = 1000, B(비표준화회귀계수) 값
 * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

이 높다.

생산에서 문화자본의 효과를 정리하면, 문화자본은 정보생산과 아마추어 생산에서 두 장르 모두에서 효과를 보이며, 전체설명력에서 문화자본이 차지하는 정도는 55% - 80% 정도로 나타나 공연관람 및 정보소비에서의 비중보다 높다.

3) 문화자본이 교류에 미치는 영향력

<표 9>는 문화자본이 교류에 미치는 영향력을 보여준다. 최종모델에서, 고전음악의 경우 12%, 대중음악의 경우 10%의 설명력을 보이는데 총설명의 양 중에서 문화자본의 설명력의 비중은 고전음악은 56% 정도, 대중음악은 25% 정도다.

문화자본의 영향력은 두 장르 모두에서 나타난다. 청소년기 문화경험 경험 정도가 높거나 문예교육을 받은 경우, 고전음악과 대중음악 장르 모두에서 교류 활동을 할 가능성이 높다. 최종모델에서 청소년기 문화경험과 문예교육의 효과가 유의미하게 나타난다. 청소년기 문화경험이 한 단위 증가할 때 교류활동을 할 확률은 안 할 확률에 비해 0.7배

표 9. 문화자본이 교류에 미치는 영향에 관한 이항로지스틱회귀분석 결과

	고전음악		대중음악	
	모델 1	모델 2	모델 1	모델 2
상수	-2.72***	-2.27*	-1.66**	-1.27
연령	-0.01	-0.01	-0.02	-0.02
성별(남=0)	-0.48*	-0.52*	-0.64**	-0.68**
결혼(미혼=0)	0.02	0.09	-0.57*	-0.52
지역(서울=0)	-0.22	-0.12	-0.07	-0.01
소득	0.00	0.00	0.00	0.00
청소년기 생활수준	0.23***	0.06	0.16***	0.07
강한유대	0.00	0.00	-0.01	-0.01
약한유대	0.00	0.00	0.00	0.00
학력		-0.03		-0.03
청소년기 문화경험		0.53***		0.29*
문예교육		0.88***		0.59*
Nagelkerke R ²	5.4***	12.3***	7.3***	9.8***

주. N = 1000, B(비표준화회귀계수) 값

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

(Exp(.53) - 1) $p < .001$, 대중음악은 0.3배(Exp(.292) - 1) $p < .05$ 증가한다. 문예교육은 고전음악에서 1.4배(Exp(.88) - 1) $p < .001$, 대중음악에서 0.8배(Exp(.587) - 1) $p < .05$ 증가한다.

최종모델에서 두 장르 모두에서 통제 변인 중 성별은 부적 방향의 효과가 나타난다. 즉 남성일수록 동호회 가입을 할 가능성이 높다. 과거의 경제자본은 <모델 1>에서 정적 효과를 보였으나 문화자본이 투입되자 영향력이 사라진다.

종합해 볼 때 문화자본은 공연관람, 정보소비, 정보생산, 아마추어생산, 교류활동에 모두 영향을 미치고 있었다. 그러나 문화자본의 영향력을 비교해 볼 때 공연관람보다는 이 연구에서 확장된 문화소비행위라고 보았던 나머지 문화소비 행위들이 문화자본과의 관련성이 더 높게 나타났다. 이들 중에서 문화자본의 상대적 영향력은 정보생산이나 아마추어생산 등 생산 활동에서 가장 높게 나타났고 그 다음이 교류활동이었다. 공연관람과 정보소비 등의 활동에서는 상대적으로 문화자본의 영향력이 낮았다.

5. 결론

뮤지컬을 비롯한 각종 공연이 내국인들 뿐 아니라 외국 관광객들이 즐겨찾는 한국의 대표 문화콘텐츠로 자리 잡았고 과거 고급예술이라고 여겨지던, 대중과는 거리가 먼 것만 같았던 교향악단이나 오페라 감상이 사람들의 화젯거리가 되었다. 이제 우리는 유명한 전시의 표를 구하기 위해 미리 예매를 하거나 길게 줄을 서 몇 시간이고 기다리는 장면들에 제법 익숙해졌다. 분명 최근 10년 여 간 문화소비는 하나의 열풍과도 같이 널리 확장되었으며 각종 동호회 활동, 지역 아마추어 예술가들의 단체활동들도 증가하고 있다. 이렇게 문화소비 행위가 대중화, 다양화, 심화된 현상은 경제수준이 올라가고 기본적인 요구가 충족되면서 자기실현을 위한 문화활동에 대한 관심과 참여가 증가한다는 일반적인 명제만으로 충분히 설명하기 어려워 보인다. 그리고 이러한 변화가 디지털미디어의 확산과 이를 통한 정보와 교류의 확대와 무관하지 않다는 서우석과 이호영(2010)의 지적은 큰 의미를 갖는다. 더 나아가 디지털미디어의 이용 여부 혹은 이용시간이 어떠한 변화를 가져왔다는 좁은 틀에서 벗어나 디지털미디어의 사회적 확산이라는 거시적 변화를 통해 문화소비 행위의 향유가 전사회적으로 어떻게 변화하고 있는지는 중요한 문제이다(DiMaggio, Hargittai, Neuman, & Robinson, 2001).

다양한 문화소비의 양상이 가시화된 맥락에서 우리는 무엇이 문화소비 행위를 설명하는가 하는 사회구조적인 측면보다는 과연 오늘날 문화소비를 한다는 것은 무엇인가 하는 점을 다시 생각해 볼 필요가 있다고 보았다. 문화소비 행위가 사회구조적 요인에 의해 어떻게 규정되는지를 연구하는 데서 한 발짝 떨어져 문화소비란 무엇이며 어떻게 개념화할 것인가의 문제를 다시 한 번 검토해 보자는 것이다.

이 연구가 제안해 보고자 하는 점은 문화소비의 개념을 장르 선호나 단순소비 행위 이상으로 확장해 보자는 것이다. 예컨대 텔레비전을 2시간 시청하는 두 사람의 미디어 이용 행위에 대해, 그 이용 동기나 수용자의 성향의 차이에 따른 연구결과들을 고려한다면, 동일한 시간을 시청한다는 것만으로 같은 행위라고 단정할 수 없을 것이다. 문화소비에도 유사한 차이가 존재한다. 그동안 문화소비 행위를 연구해왔던 기존연구들이 단순한 문화소비와 정보활동이 결합된 문화소비(informed cultural consumption)의 질적인 차이를 꾸준히 지적해왔음에도 불구하고 기존연구에서의 문화소비 행위는 전시나 공연에 가는 것에 머물러 있었다. 물론 문화소비자라면 단순한 문화소비자로서의 행위가 반복되면서 보다 더 관여도 높은 소비자(informed consumer)로 전이될 것이다. 또 한 편으로는 단순소비자로서만 남는 사람들도 있으며 만약 남들에게 보이기 위한 행위로만 문화소비가 지속된다

면 보다 더 관여도 높은 소비자로의 전이는 이루어지지 않을 수도 있다. 그러므로 이 두 유형의 문화소비는 어느 정도 구분될 수 있다고 본다.

이 연구에서 살펴 본 확장된 문화소비 행위의 일면들은 물론 관람여부와 높은 상관관계를 가지고 있다. 정보소비, 정보생산, 아마추어 생산, 교류활동 등은 관람행위에 부수적으로 이루어지는 행위들이다. 하지만 역으로 문화소비 관련 정보를 전달하는 미디어가 다변화되고 정보의 양이 증가하고 취향을 가진 사람들의 이야기를 쉽게 듣고 자신의 이야기를 공유하면서 문화소비 취향의 깊이가 더해지면서 관람이 증가하기도 하므로 문화소비의 다양한 행위들은 서로 깊이 연관되어 있다.

그동안 한국인의 문화소비 행위, 특히 고급문화의 향유가 과소소비적 성향을 띠는 연구와 지적들은 대부분 경제자본이 고급문화예술의 향유행위를 설명한다는 주장에 기반하고 있다(최항섭, 2003, 2004). 그러나 이 연구에서는 경제자본이나 사회자본을 통제하고 보았을 때 문화자본은 확장된 문화소비행위의 다양한 측면들을 상대적으로 더 잘 설명하고 있다는 것을 보여주었다. 그러므로 문화자본 개념은 여전히 유용하다는 것을 확인할 수 있는 있었고 대학졸업율이 70% 이상인 한국사회에서 학력은 문화자본으로서의 영향력이 제한되어 있다는 점을 알 수 있었다.

분석 결과, 문화자본 중 학력은 공연관람에서만 효과가 나타난 반면, 청소년기 문화경험과 문예교육은 공연관람뿐 아니라 문화소비 전반에 있어 영향력이 나타난다. 구체적으로, 청소년기 문화경험은 정보소비와 정보생산에서, 문예교육은 아마추어 생산에서 효과가 크게 나타난다. 이러한 결과를 또 다른 차원에서 종합해 보자면 전반적으로 문화자본의 설명하는 바가 전체 설명량 중에서 차지하는 비중은 소비행위보다는 생산행위의 차원에서 높게 나타났다.

구체적으로 청소년기 문화경험은 정보소비와 정보생산과, 문예교육은 아마추어 생산과 관련이 높다. 이러한 결과를 통해 상속되는 것, 즉 시간이 지나도 지속되는 것은 소비의 대상이 아니라 습관화된 행위라는 추측을 할 수 있다. 청소년기 문화경험은 가족과 함께 고전 및 순수 예술 장르에 대한 전시, 공연을 관람하거나 이에 관한 대화를 하는 행위를 포함하는데, 정보소비와 정보생산에서 가장 큰 효과를 보인다. 이러한 결과는 청소년기의 문화행사 관람 경험에 대한 커뮤니케이션 행위는 이후에도 관람경험을 언어화하는 행위, 즉 읽고 쓰는 행위로서 지속된다는 것을 뜻한다. 그리고 문예교육은 고전 및 순수예술장르에 대한 실기학습인데 두 장르 모두에서 아마추어 생산과 관련성이 높게 나타나, 행위의 대상은 바뀔 수 있지만 행위는 지속성이 있는 것으로 해석할 수 있다.

이 연구에서는 대중문화와 고전문화의 차이도 볼 수 있었다. 기술적 통계를 통해서

보자면 공연관람과 정보소비와 지식생산만 보면 대중음악 소비가 말 그대로 더 널리 많이 이루어지고 있다. 하지만, 아마추어 생산은 고전음악에서 오히려 높게 나타나며 동호회 가입율은 고전음악과 대중음악이 유사하다는 점을 눈여겨볼 만하다. 한편, 문화자본은 유일하게 대중문화의 정보소비에 영향을 끼치지 않았다. 고급문화와 대중문화의 차이를 규정하는 기준 중의 하나를 관련된 지식이나 담론의 체계들이 누적되어 왔는가의 문제라고 한다면 대중문화에 관한 정보소비와 생산활동이 활발해질 때, 두 영역의 차이를 좁히는 결과가 발생하지 않을까 하는 기대를 해 볼 수도 있다. 확장된 문화소비 행위를 통해 사람들이 어떻게 문화소비를 하는가는 대중문화와 고급문화의 차이와 관련해서도 후속연구가 진행될 만하다.

또 하나 흥미로운 점은 경제자본의 효과는 공연관람을 제외하고는 나타나지 않는다는 점이다. 현재의 소득은 공연관람에는 영향을 끼치지만 고전음악이나 대중음악이나를 불문하고 다른 어떤 확장된 문화소비 행위에 영향을 미치지 않았다. 과거의 경제자본이라고 볼 수 있는 청소년기 생활수준은 지식생산에서 약하기는 하지만 심지어 부적 방향의 효과를 보인다. 정보소비와 정보생산, 교류활동은 특히 온라인상에서 이루어지는 경우가 많은데 이러한 차원의 문화소비가 경제자본과 관련성이 낮게 나타났으므로 디지털미디어가 등장하면서 부르디외식 문화소비가 전제하고 있는 경제자본과 문화자본의 연결고리가 느슨해지고 있는 것은 아닌가라는 흥미로운 질문을 제기할 수 있다. 부르디외(1986)식의 문화소비는 가정에 돈이 있어야 노동에 투입되는 시간을 줄여, 교육을 받고, 특정 취향을 취득하는 문화향유에 시간을 투자할 수 있을 때 이루어졌다. 그러나 오늘날은 문화자본과 함께 디지털미디어의 활용 능력이 정보 소비와 정보생산, 교류형 문화소비를 하는 데 있어서 중요한 요인이 되며 이는 반드시 경제자본과 밀접하게 관련되지 않을 수도 있다고 추측해 볼 수 있다.

그러나 동시에 이 연구의 결과는 유년기의 문예교육이나 문화소비 경험이 미치는 강한 영향력을 말해주고 있다. 청소년기의 생활수준이 별도로 분석에 포함되어 어느 정도 통제되었다고 할지라도 유년기의 문예교육이나 문화소비 경험은 당시 부모님이 보유한 경제자본과 문화자본이 함께 작동한 것이라고 볼 수 있다. 그렇다면 한국의 경제자본이 문화자본으로 전환되는 하나의 과정을 이 연구 결과를 통해서 유추할 수 있다. 이는 최섯별(2002)이 부모의 경제적인 자본에 근거한 체화된 문화자본이 서양고전음악에 대한 교육을 통로를 통해 사회적으로 인정받는 제도화된 문화자본으로 전환되고 다시 상류층과의 결혼을 통해 자녀의 경제자본으로 전환된다고 주장한 바와도 부합한다.

우리의 논의는 다음과 같은 이론적, 정책적 의미를 갖는다. 우선 기존의 문화자본과

문화소비에 대한 연구의 흐름을 검토해보면, 더 이상 문화자본으로 문화소비 행위를 설명하기 어렵다는 경험적 연구 결과들이 축적되면서 문화소비는 개인마다 다르다는 개인화가설이 강하게 대두되고 있다. 그러나 개인화가설을 지지하는 연구들도 대부분 장르별 선호와 소비에 국한해 문화소비 행위를 규정하고 있다. 이러한 맥락에서 이 연구는 오늘날의 문화소비 행위의 의미를 다시 검토해 보고 문화소비 행위의 재개념화를 통해 이들이 문화자본과 밀접한 관련이 있다는 점을 보여주었다. 이는 앞으로의 자본과 문화소비의 연관성에 대한, 그리고 문화소비 행위 자체에 대한 연구에 하나의 방향을 제시한다는 점에서 의미를 둘 수 있다.

또한 이 연구의 결과는 정책적 함의를 지닌다. 소득양극화 현상이 나타나며 문화격차 현상이 심화됨에 따라 이를 해소하기 위한 정책이 추진되고 있다. 문화격차의 요인은 가구 소득, 문화교육 경험, 지역 등이 꼽히는데 이 연구의 결과는 이러한 불평등을 해소하는 데 하나의 실마리를 제공할 수 있다고 본다(정광호·최병구, 2006). 분석결과 청소년기에 경험한 문화행사 관람 및 교육은 이후 심도 있는 문화소비 활동을 추구하는 데 영향을 미친다는 점이 확인되었으므로 청소년기의 자녀가 있는 가정을 정책 수혜자 중 우선순위로 책정할 필요가 있다. 또한 지속적인 문화예술 향유를 위해 문화행사관람도의 제고뿐 아니라 지식, 생산과 교류의 차원을 통합적으로 고려할 필요가 있다.

특히 이러한 맥락에서 미디어를 활용한 확장된 문화소비행위를 앞으로의 정책 입안 과정에서 고려해야 한다. 문화행사 관람에서의 격차는 미디어 이용격차 및 정보격차 등과도 관련되어 있으므로 정책부서 간의 연계 협력의 문제가 중요하다고 할 수 있다. 나폴리(Napoli, 2008)는 미국의 문화와 미디어 정책이 별도로 구분된 분야로 존재한다는 점을 문제라고 지적하면서 사실 두 영역이 상당부분 유사하며, 중첩됨을 지적한 바 있다. 그리고 두 영역의 통합적으로 작동할 수 있는 기제(mechanism)를 개발할 필요성이 있다고 주장하였다. 한국의 정책 영역 및 연구 분과에서도 문화와 미디어가 이분화되어 있는 상황이므로 이러한 조언은 귀 기울여 들을 필요가 있다고 본다.

이 연구에서 직접 다루지는 못했지만 디지털화된 문화콘텐츠 생산이 증가하면서 네트워크적인 문화향유가 증가하고 있다는 점을 생각할 때(이호영·장미혜·박현주, 2006), 문화 리터러시는 디지털미디어 리터러시와 연계할 때 보다 효과적으로 향상시킬 수 있을 것이다. 미디어를 통한 문화자본의 축적은 특히 참여문화와 관련하여 생각해 볼 때 사회적으로 인정받는 문화적 요소를 경험하고 향유하는 것을 넘어서 대중의 수평적 상호작용을 통해 당대에 인정받는 문화적 요소를 스스로 만들어간다는 측면에서도 의미를 둘 수 있을 것이다.

연구의 한계로는, 우선 연구주제 및 목적으로 인해 조사의 대상을 최소한의 문화소비를 한 사람, 즉 지난 해 전시나 공연 관람을 1회 이상 한 사람으로 제한한 점이다. 또한 앞서 기술했듯이 대안적인 정보매체이며 사람들과의 자유롭게 연결망을 형성할 수 있는 인터넷이 보급되며 문화자본은 경제자본이나 사회자본에 따라서 좌지우지되기보다 자율적으로 획득, 축적할 수 있는 가능성이 생겼다. 하지만 미디어 효과를 직접적으로 측정할 수 있는 인터넷 이용 행위와 관련된 변인이 포괄적으로 포함되어 있지 않아 문화자본과 디지털미디어의 체계적 활용은 추후의 연구과제로 남는다. 특히 디지털미디어를 통한 확장된 문화소비를 측정할 수 있는 인터넷 이용 척도를 개발할 필요가 있다. 또한 이 연구에서는 사회자본을 강한 유대, 약한 유대로만 정의하였는데 문화소비와 미디어를 통해 교류가 활발해진 오늘날의 환경을 고려하면, 사회자본의 개념과 척도의 문제도 추후 연구자들의 관심이 필요한 부분이다. 또한 이 연구에서는 음악 장르를 중심으로 확장된 문화소비를 개념화하고 조작화했는데 다른 문화예술장르에서는 어떻게 적용될 수 있는지에 대한 논의 및 문화자본의 영향력에 대한 장르 간 비교가 필요하다고 본다. 미디어를 통한 문화자본의 축적은 특히 참여문화와 관련하여 생각해 볼 때 사회적으로 인정받는 문화적 요소를 경험하고 향유하는 것뿐 아니라 대중의 수평적 상호작용을 통해 당대에 인정받는 문화적 요소를 스스로 만들어 간다는 측면에서도 앞으로 연구가 이루어져야 할 것이라고 본다.

참고 문헌

- 권상희·홍종배 (2009). 세대별 여가문화소비유형과 삶의 만족도 연구: 여가소비경향, 자기정체성, 대인관계, 여가소비만족도, 삶의 만족도간 관계를 중심으로. <언론정보연구>, 46권 1호, 63-97.
- 남은영·이재열·김민혜. (2012). 행복감, 사회자본, 여가. <한국사회학>, 46권 5호, 1-33.
- 양종희 (2009). 문화적 취향의 분화와 계급: 음악장르를 중심으로. <한국사회학>, 43권 5호, 170-209.
- 서우석·이호영 (2010). 네트워크화된 문화소비자와 문화자본. <사이버커뮤니케이션학보>, 27권 1호, 94-137.
- 이상수(2013). 문화 참여의 유형과 그 결정요인에 관한 연구. <한국사회학회 사회학대회 논문집>, 933-950.
- 이호영·박현주·음수연 (2005). <디지털 시대의문화적 수용에 관한 연구>. 정보통신정책연구원, 1-189.
- 이호영·장미혜·박현주 (2006). <문화자본이 정보불평등에 미치는 영향>. 서울: 정보통신정책연구원.
- 장미혜 (2001). 문화자본과 소비양식의 차이. <한국사회학>, 35집 3호, 51-81.
- 정광호·최병구 (2006). 문화격차 분석과 문화바우처 정책설계. <지방정부연구>, 10권 4호, 63-89.
- 정영찬·이중식·김은미·신동엽 (2014). 한국 중 하위계층의 고급예술 소비 연구. <예술경영연구>, 30권, 219-242.
- 조돈문 (2005). 한국사회의 계급과 문화. <한국사회학>, 39집 2호, 1-33.
- 최셋별 (2002). 상류계층 광고화에 있어서의 상류계층 여성과 문화자본. <한국사회학>, 36권 1호, 113-144.
- 최셋별 (2006). 한국인에게 문화자본은 존재하는가. <문화와 사회>, 1권, 123-158.
- 최셋별·이명진 (2012). 한국의 문화자본 지형도 구성을 위한 척도개발 기초연구. <조사연구>, 13권 1호, 61-87.
- 최향섭 (2003). 명품에 대한 사회학적 해석. <한국사회과학>, 25권, 225-261
- 최향섭 (2004). 상류 사회의 연결망과 문화적 자본. <사회와 역사>, 66권, 118-150.
- 한신갑·박근영 (2007). “구별짓기”의 한국적 문법: 여가활동을 통해 본 2005년 한국사회의 문화지형. <한국사회학>, 41권 2호, 211-239.
- 한준·한신갑·신동엽·구자숙 (2007). 한국인의 문화적 경계와 문화적 위계 구조. <문화와 사회>, 2권, 29-53.
- Abercrombie, N., & Longhurst, B. (1998). *Audiences: Sociological theory of performance and imagination*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Alexander, V. D. (2003). *Sociology of the arts*. Wiley-Blackwell.
- Aschaffenburg, K., & Maas, I.(1997). Cultural and educational careers: The dynamics of social reproduction. *American Sociological Review*, 62(4), 573-587.
- Bauman, Z. (2011). *Culture in a liquid modern world*. Cambridge: polity.

- Becchetti, L., Ricca, E. G., & Pelloni, A. (2012). The relationship between social leisure and life satisfaction: Causality and policy implications. *Social Indicators Research*, 108(3), 453–490.
- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. Boston: Yale University Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In John G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–254). Westport: Greenwood Press.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. J. D. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bryson, B. (1996). Anything but heavy metal: Symbolic exclusion and musical dislikes. *American Sociological Review*, 884–899.
- Caves, R. (2000). *Creative industries*. MA: Harvard University Press.
- Chan, T. W., & Goldthorpe, J. H. (2010). Social status and cultural consumption. In Tak Wing Chan (Ed.), *Social Status and Cultural Consumption* (pp. 1–27). New York: Cambridge University Press.
- De Graaf, N. D., De Graaf, P. M., & Kraaykamp, G. (2000). Parental cultural capital and educational attainment in the Netherlands: A refinement of the cultural capital perspective. *Sociology of Education*, 73(2), 92–111.
- DiMaggio, P., & Ostrower, F. (1990). Participation in the arts by black and white Americans. *Social Forces*, 68(3), 753–778.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Neuman, W. R., & Robinson, J. P. (2001). Social implications of the internet. *Annual Review of Sociology*, 27(2001), 307–336.
- Fiske, J. (1991). *Understanding popular culture*. Unwin Hyman.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity*. Cambridge: Polity, 109.
- Hall, S. (1993). Encoding, decoding. *The cultural studies reader*, 4, 90–103.
- Hargittai, E., & Walejko, G. (2008). The participation divide: Content creation and sharing in the digital age. *Information, Community and Society*, 11(2), 239–256.
- López-Sintas J., & García-Álvarez E. (2006). Patterns of audio-visual consumption: The reflection of objective divisions in class structure. *European Sociological Review*, 22(4), 397–411.
- López-Sintas, J., Garcia-Alvarez, M. E., & Filimon, N. (2008). Scale and periodicities of recorded music consumption: Reconciling Bourdieu's theory of taste with facts. *The Sociological Review*, 56(1), 78–101.
- López-Sintas, J., & Katz-Gerro, T. (2005). From exclusive to inclusive elitists and further: Twenty years of omnivorousness and cultural diversity in arts participation in the USA. *Poetics*, 33(5), 299–319.
- McLuhan, M., & Nevitt, B. (1972). *Take today: The executive as dropout*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Napoli, P. M. (2008). Bridging cultural policy and media policy. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 37(4), 311–332.
- Toffler, A. (1980). *The third wave*. New York: Morrow, 27–28.
- Peterson, R. A., & Simkus, A. (1992). How musical tastes mark occupational status groups. In Michele Lamont and Marcel Fournier (Eds.), *Cultivating differences* (pp.152–168). Chicago: University of Chicago Press.

- Peterson, R. A. (1994). Measured markets and unknown audiences: Case studies from the production and consumption of music. In James. S. Ettema and D. Charles Whitney (Eds.), *Audience-making: How the media create the audience* (pp. 171-185). Thousand Oaks, California.: Sage Publications.
- Peterson, R. A., & Kern, R. (1996). Changing highbrow taste: From snob to omnivore. *American Sociological Review*, 61(9), 900-907.
- Prieur, A., Rosenlund, L., & Skjott-Larsen, J. (2008). Cultural capital today: A case study from Denmark. *Poetics*, 36, 45-71.
- Radbourne, J., Johanson, K., Glow, H., & White, T. (2009). The audience experience: Measuring quality in the performing arts. *International Journal of Arts Management*, 16-29.
- Roose, H. & Stichele, A. (2010). Living room Vs. concert hall: Patterns of music consumption in Flanders. *Social Forces*, 89, 185-207.
- Schradie, J. (2011). The digital production gap: The digital divide and Web 2.0 collide. *Poetics*, 39(2), 145-168.
- Sullivan, A. (2002). Bourdieu and education: How useful is Bourdieu's theory for researchers?. *Netherlands Journal of Social Sciences*, 38(2), 144-166.
- Siefert, M. (1994). The audience at home: The warly recording industry and the marketing of musical taste. in *James. S. Ettema & D. Charles Whitney (Ed.), Audience-making: How the media create the audience* (pp.186-214). Thousand Oaks, CA.: Sage Publications.
- Spigel, L. (1992). *Make room for TV: Television and the family ideal in postwar America*. Chicago: University of Chicago Press.
- Van Eijck, K. (2001). Social differentiation in musical taste patterns. *Social forces*, 79(3), 1163-1185.
- Van Eijck, K., & Van Rees, K. (2000). Media orientation and media use television viewing behavior of specific reader types From 1975 to 1995. *Communication Research*, 27(5), 574-616.
- Van Rees, K., & Van Eijck, K. (2003). Media repertoires of selective audiences: The impact of status, gender, and age on media use. *Poetics*, 31(5), 465-490.

투고일자: 2014. 11. 30. 게재확정일자: 2015. 01. 17. 최종수정일자: 2015. 01. 19.

Cultural Capital and Expanded Musical Consumption

From What to How

Eun-mee Kim

Professor, Department of Communication, Seoul National University

Kyung-eun Kwon

Doctoral Candidate, Department of Communication, Seoul National University

The purpose of this study is to suggest that cultural consumption practices are changing with social and media changes and re-conceptualize 'cultural consumption' beyond attendance or exposure to high culture genres. We look at four types of musical consumption - news reading, posting a review, amateur participation, interaction with others - as expanded musical consumption. We expect expanded musical consumption to be closely associated with cultural capital than with attendances at musical events since high-culture events gets popularized, musical information abundant and cultural interaction easier. We explore the question of the relationship between inherited cultural capital and cultural consumption using recent survey data. More evident are positive relationships between cultural capital and production than attendance.

KEYWORDS cultural capital, consumption, production, digital media, music