

1인가구 문화예술 소비에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

최순화

동덕여자대학교 국제경영학과 부교수

A Study on the Determinants of Culture and Art Consumption of One Person Households

Soonhwa Choi

Associate Professor, Dept. of International Business, Dongduk Women's University

요약 본 연구의 목적은 「2019 국민문화예술활동조사」 자료를 사용하여 1인가구의 문화예술 소비에 영향을 미치는 요인을 파악하는 것이다. 기존 연구를 바탕으로 문화자본, 경제자본, 건강 인식, 거주지역 등을 문화예술 소비의 선행인자로 설정하였으며, 1인가구 1,755명의 문화예술관람, 문화예술교육, 인구통계학적 자료를 추출하여 영향 관계를 분석하였다. 본 연구는 문화예술 관람 횟수가 '0'인 응답자가 다수라는 자료의 특수성을 고려하여 영과잉음이항 모형을 적용하였다. 1인가구의 학력은 순수 및 대중예술 관람 가능성과 횟수에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면 유아동기 및 청소년기 문화예술 교육, 소득, 건강 인식, 거주지역은 문화예술 유형별 소비 가능성과 소비량에 선별적인 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 여기에는 다양한 경험을 적극적으로 추구하는 1인가구의 고유한 특성이 작용한 것으로 해석된다. 본 연구는 1인가구에 집중하여 문화예술 소비의 결정변수를 파악함으로써 관련 연구의 발전에 기여하고, 관련 시장을 활성화하기 위한 실무적, 정책적 시사점을 제공한다. 끝으로 심리사회적 변수 도입 등 후속 연구를 위한 방안을 제시하였다.

주제어 : 1인가구, 문화예술 소비, 문화자본, 경제자본, 건강 인식, 거주지역

Abstract This study aims to analyze the determinants of culture and art consumption of one person households using 「2019 National Art and Culture Activity Survey」. Based on previous research, cultural and economic capital, health perception, and residence were selected as independent variables, and 1,755 single household data on cultural attendance, art education, and demographics were extracted to analyze the relationships. Zero-inflated negative binomial model was employed as cultural attendance variable includes many zeros. It was found that education has a significant impact on cultural attendance possibility and frequency. However, art education in childhood, income, health perception, and residence were found to have selective effects, and unique characteristics of single households influences the findings. This study contributes to developing relevant research by focusing on the single households and provides implications to boost cultural consumption. Finally, directions for future research, such as considering psychographic variables, were suggested.

Key Words : One Person Households, Culture and Art Consumption, Cultural Capital, Economic Capital, Health Perception, Residence Area

1. 서론

1인가구가 빠른 속도로 증가하며 사회와 시장의 변화를 이끌고 있다. 다인가구에 비해 시간, 금전적 자원이 자유로운 1인가구는 다양한 상품 시장에서 영향력 있는 소비층으로 부상하였다. 특히 최근에는 자발적으로 독립생활을 선택한 1인가구가 증가함에 따라 이들이 추구하는 가치와 라이프스타일이 시장 전반에 새로운 트렌드를 형성하며 변화를 만들고 있다[1].

주관적인 경험 가치가 중요한 문화예술 상품은 개인의 취향과 라이프스타일이 밀접하게 연결된 소비 영역이다. 또한 문화예술 상품 소비는 많은 시간 투자를 요구한다는 특성을 지닌다. 따라서 새롭거나 독특한 체험을 위해 투자를 아끼지 않고[2], 자녀를 비롯한 가족 구성원 부양에 대한 시간, 심리적 부담이 적은 1인가구는 문화예술 시장의 핵심 고객층이라 할 수 있다. 실제로 서울시 조사에 의하면 청년 1인가구는 같은 연령대의 다인가구보다 연간 문화예술 관람 횟수와 비용이 크게 높은 것으로 나타났다[3].

일과 생활의 균형을 중시하는 사회환경이 조성되고 1인가구가 문화예술을 비롯한 여가 시장의 주요 소비층으로 부상함에 따라 관련 연구의 필요성이 커지고 있다. 하지만 1인가구의 문화예술 소비에 관한 연구는 매우 한정적으로 이루어졌다. 최근 베이비부머, 에코세대 등 세분 시장에 초점을 맞춘 연구가 진행되었으나[4], 1인가구에 초점을 맞춘 관련 연구는 매우 부족한 실정이다.

본 연구의 목적은 여가시장의 핵심 소비층으로 부상하고 있는 1인가구의 문화예술 소비에 영향을 미치는 요인을 분석하는 것이다. 1인가구는 한국의 대표적인 가구 유형으로 자리 잡고 있으며, 소비에 적극적이라는 특성이 뒷받침되어 문화예술 산업의 성장을 견인하는 주요 시장으로 인식된다, 그러나 이들의 문화예술 소비를 분석한 학술적 연구는 매우 부족하여, 시장을 활성화하고 소비 환경을 개선하기 위한 실제적인 방안을 모색하기에 어려움이 있었다. 따라서 본 연구는 1인가구 문화예술 소비의 선행요인을 파악하여 관련 연구 및 산업 발전을 위한 시사점을 제공하고자 한다.

구체적으로 본 연구는 1인가구의 문화예술 소비를 순수문화예술, 대중문화예술 분야로 구분하여 관람 여부 및 횟수에 영향을 미치는 요인을 파악하고자 한다. 문화예술 소비에 관한 기존 연구는 문화자본과 경제자본의 영향력을 분석하는 데 집중하였다. 예술 소비에 필요한 지식, 취향 등을 의미하는 문화자본은 개인의 성장 과정에서 공

식, 비공식적 교육을 통해 축적되어 영향을 미치는 것으로 나타난다[5-8]). 임금, 자산 등 경제자본도 문화예술 소비의 주요 결정요인으로 검증된 바 있다[4,6,9]. 따라서 본 연구는 문화 및 경제자본이 1인가구의 문화예술 소비에 미치는 영향을 확인하고자 한다. 나아가 본 연구는 1인가구의 문화예술 관람에 영향을 미치는 요인으로 소비자의 건강에 대한 인식을 고려한다는 점에서 기존 연구와 차별된다. Becker(2007)는 삶의 질과 조직 생산성을 향상하는데 필요한 인적자본으로서 건강을 설명하였으며[10], Grossman(1972)은 행복한 시간을 창출하는 주요 자원으로서 건강의 중요성을 강조하였다[11]. 즉 신체적, 심리적 건강은 다양한 활동을 통해 얻을 수 있는 결과물인 동시에 만족스러운 소비생활을 누리기 위한 필수 자원으로 해석할 수 있다. 특히 문화예술 소비는 시간, 금전적 투자와 함께 물리적 이동, 능동적 참여 등 신체적 노력을 요구하는 활동이므로, 본 연구에서는 경제, 문화자본과 함께 문화예술 향유에 필요한 소비 자원으로서 건강의 영향력을 살펴보고자 한다. 또한 문화예술 직접 관람은 매체를 통한 관람과 달리 시설, 프로그램의 다양성 등 환경 요인에 의해 결정될 가능성이 크므로, 소비자의 거주지역이 문화소비 행동에 미치는 영향력을 분석하고자 한다. 따라서 본 연구는 1인가구의 문화예술 소비에 대한 문화, 경제, 건강, 환경 요인의 영향을 파악하는 데 목적을 둔다.

본 연구는 문화체육관광부가 실시한 「2019 국민문화예술활동조사」 자료를 사용하였다. 최근 2020년 조사 자료가 공개되었으나, 코로나19 확산으로 인해 이동이 제한되고 많은 행사가 취소되는 등 문화예술 수요와 공급이 급감한 특수 시기일 뿐 아니라[12], 다양한 심리적, 환경적 변수의 영향이 발생할 가능성이 크다는 점을 고려하여 2019년 자료를 사용하였다. 또한 본 연구는 종속변수인 문화예술 직접 관람의 값이 '영(0)'인 경우가 매우 많고 평균보다 분산이 큰 과산포 형태를 지니는 특성을 감안하여 영과잉음이항(Zero Inflated Negative Binomial) 분석을 실시하였다. 대부분의 기존 연구는 자료의 특수성을 고려하지 않고 OLS, 로짓 모형을 사용하였으나, 이는 분석과정에서 정보가 왜곡 또는 손실되는 문제가 있어 부적합하다는 지적이 존재한다[5,7,9,13]. 본 연구는 로짓과 음이항 모형을 혼합한 영과잉음이항 모형을 분석함으로써 1인가구 문화예술 소비를 보다 명확하고 체계적으로 파악하고자 한다.

본 연구는 여가시장의 핵심 소비층으로 부상한 1인가구의 문화예술 소비를 분석함으로써 관련 연구에 필요한

기초자료를 제공할 수 있을 것으로 예상된다. 또한 순수 문화, 대중문화 등 각 분야의 관련 기관이 1인가구 시장을 확장하고 문화예술 소비를 활성화하는 데 도움이 되는 시사점을 제안할 수 있을 것으로 기대한다.

2. 이론적 배경

2.1 문화예술의 정의 및 유형

문화예술은 감정의 미적 표현이며, 예술가 또는 제작자가 창작한 결과물을 전시, 공연 등의 유통 과정을 거쳐 소비자에게 전달하는 활동 전반을 의미한다[14,15]. 문화예술은 소비자가 자금과 시간, 신체적 노력 등 자원을 투자하는 소비 대상으로, 실제 경험을 통해 상품 가치가 확인되는 경험재의 특성을 지닌다. 따라서 다양한 경험을 바탕으로 축적된 개인의 문화 지식과 취향이 소비 의사 결정 과정에 중대한 영향을 미친다[9].

전통적으로 문학, 음악 등 순수예술, 고급문화로 인식되었던 문화예술은 사회가 다변화되고 시장이 성장함에 따라 다양한 가치와 표현방식을 포괄하는 활동으로 영역이 확장되었다[5,16]. 특히 소득 증가와 대중매체의 발달, 정보화는 상류층의 전유물로 여겨지던 문화예술 시장의 질적, 양적 발전을 촉진하는 주요 요인으로 작용하였다. 이와 함께 오늘날 문화예술은 추구하는 가치, 표현방식, 유통 채널 등의 측면에서 상품으로서 복합적인 특성을 보인다.

문화예술은 표현방법, 생산과정, 실연방식 등에 따라 하위 영역으로 분류될 수 있다. 일반적으로 미술, 연극, 무용, 연극 등 순수예술과 대중음악, 영화와 같은 대중예술로 구분하는 경우가 많으며, 표현방식에 따라 공연 또는 전시예술로 분류할 수도 있다[17,18]. 류희진, 허식(2018), 홍윤미, 이명우, 윤기웅(2015)은 클래식, 미술전시, 오페라, 무용, 연극, 문학, 뮤지컬 등을 순수예술로, 대중음악, 영화 등을 대중예술 분야로 구분하였다[5,19].

2.2 한국 1인가구와 문화예술 소비

2020년 한국의 1인가구는 600만 가구를 넘어 전체 가구의 30% 이상을 차지하며 대표적인 가구 형태로 자리 잡고 있다. 또한 앞으로 매년 약 15만 이상의 1인가구가 생성될 것으로 전망되어 이들의 가치와 생활방식, 소비패턴은 시장과 사회 전반에 큰 영향을 미칠 것으로 예상된다[20]. 오늘날 1인가구는 기존의 비자발적 1인가구

와 달리 자발적, 계획적으로 독립생활을 선택하고 자신의 삶을 주도적으로 관리한다는 특성을 보인다[2]. 이들은 패션, 식품, 관광 등 다양한 제품, 서비스 시장에서 변화를 주도하는 역할을 하고 있다. 특히 다인가구에 비해 시간 사용이 자유롭고 경제적 역할 부담이 적은 1인가구는 경제뿐 아니라 문화, 사회적 흐름을 만들어가는 주체로 부상하였다.

최근 발표된 한국의 1인가구 조사에 의하면, 이들은 여가를 중시하고 다양한 형태의 여가생활을 추구하는 성향을 보인다. 또한 새롭고 독특한 경험에 높은 가치를 부여해 기꺼이 시간과 돈, 노력을 투자할 의향이 높다. 구체적으로 20대 남성과 여성 1인가구 중 각각 44.1%, 49.1%가 여가생활에 적극적으로 투자하고 다양한 활동을 시도하려는 의향을 지닌 것으로 조사되었다[2]. 특히 청년 1인가구는 다인가구보다 문화예술의 중요성을 크게 인식하고 관심도가 높을 뿐 아니라, 문화예술 관람 횟수, 관람 비용 등 소비활동에도 적극적인 것으로 조사되었다. 한편 1인가구 노년층의 경우 청년층에 비해 문화예술 소비가 위축되는 것으로 나타나 경제적, 신체적 여건 또는 동반자 부재 등의 이유로 충분한 문화예술 소비를 향유하지 못하는 것으로 분석되었다. 전반적으로 1인가구 중 젊은층은 문화예술 관람을, 장노년층은 문화 동호회 참여를 선호하는 것으로 나타났다[3].

2.3 문화예술 소비의 영향요인

문화예술 소비에 관한 대부분의 기존 연구는 개인의 문화자본과 경제자본을 주요한 선행요인으로 설정하였다. 문화자본은 성장 과정에서 사회화를 통해 습득한 지속성 있는 습관, 취향으로 정의되며, 문화소비를 포함한 전반적인 생활 및 소비양식을 결정하는 핵심 요인이다[8]. 성제환(2012)은 개인의 자원을 특정 분야에 특화되지 않은 보편적 자본과 문화예술 영역에 특화된 문화자본으로 구분하여 설명한 바 있다[6]. 문화자원은 정규 또는 비정규 교육과정을 통해 습득한 자원으로, 어린 시절에 문화예술 교육을 경험했거나 최종 학력이 높을수록 문화예술 관람 확률과 빈도가 커지는 것으로 밝혀졌다.

경제자본은 임금, 상속 등을 바탕으로 개인이 보유하게 된 물질적 자원으로, 장기간에 걸쳐 획득되는 문화자본에 비해 비교적 단기적으로 확보되고 변동성이 높다는 특징을 지닌다[21]. 대표적인 경제자본인 소득은 문화예술 소비에 유의한 영향을 미치는 것으로 발견되었다. 문화예술 분야에 따라 소득 효과는 차이를 보이는데, 대중

문화 관람의 경우 소득 효과의 유의성 분석 결과는 혼재되어 있다[5]. 문화 및 여가생활에 미치는 자본의 영향력을 비교한 연구에 의하면 문화자본이 경제자본에 비해 영향력이 큰 것으로 발견된 바 있다[21].

미국, 네덜란드, 캐나다 등 해외 연구에서도 어린 시절 예술 공연 관람, 교육 등 문화자본은 문화예술 수요를 결정하는 주요 요인으로 나타난다[22-24]. 최근 들어서는 상류층의 문화소비 폭이 클래식, 미술 등 전통적 고급 분야에서 대중적 장르로 확장되는 옴니보어(omnivore) 가설, 문화 서비스 및 매체의 다양화와 함께 문화예술 소비에 미치는 사회계층의 영향력 변화 등에 관한 연구도 활발하게 진행 중이다[25-27]. Vanzell-Yang(2018), Chan & Goldthorpe(2007)은 교육 및 소득 수준이 높을수록 더욱 다양한 문화예술 행사를 관람하는 경향이 있음을 밝힌 바 있다[24,25].

소비자가 인지하는 건강 수준 또한 문화예술 향유에 영향을 미치는 주요 요인으로 고려할 수 있다. 국내외 선행연구는 문화예술 관람, 활동 참여가 신체적 건강과 정신적 안정에 영향을 미친다는 결과를 보고하였다[28,29]. 나아가 문유정(2020), Wang, Mak, & Fancourt(2020) 등은 문화예술 관람이 많을수록 삶의 만족도, 행복감이 향상하는 것으로 분석하였다[30,31]. 한편 개인의 건강은 긍정적인 생활에 따른 결과물인 동시에 건강한 생활의 원동력이다. 건강은 개인 삶의 질과 나아가 조직 생산성을 향상하는 중요한 인적 자원의 한 유형이기 때문이다[10,11]. 개인이 인식하는 주관적 건강 상태가 문화예술 관람과 활동적인 여가생활에 유의한 영향을 미친다는 기존 연구 결과도 이를 뒷받침한다[21]. 또한 문화예술 소비는 여타 필수 소비 영역보다 개인의 능동적 행동 의지가 더욱 중요하므로, 개인의 건강 인식이 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있다.

문화예술 소비는 거주환경의 영향을 받는 것으로 나타난다. 대도시 소비자가 농어촌 지역보다 문화비 지출, 관람 횟수 등이 크고[19], 수도권 소비자가 비수도권보다 문화예술 관람 가능성과 횟수가 많다는 점이 발견되었다[9]. Savage & Hanquinet(2018)은 영국과 벨기에에서 실시한 설문조사를 바탕으로 문화예술 인프라가 발달한 대도시와 같은 지역적 환경이 새로운 문화자본의 원천으로 작용한다는 점을 밝혔으며[32], Ateca-Amestoy & Castiglione(2016)은 지역별 디지털 격차, 정보격차가 문화예술 소비에도 영향을 미친다고 설명하였다[29].

3. 연구방법

3.1 연구대상

본 연구는 문화체육관광부가 국민의 문화 활동 향유 실태를 파악하기 위해 실시한 「2019 국민문화예술활동조사」 자료를 사용하였다. 국민문화예술활동조사에 사용된 설문지는 ① 문화예술관람 및 참여, ② 문화예술교육, ③ 문화예술활동 공간이용, ④ 문화관련 활동, ⑤ 역사문화 유적지 및 축제, ⑥ 일반적 특성, ⑦ 경제활동 사항으로 구분되어 세부 영역별 응답자의 경험 여부, 참여 의향, 상황 등에 관한 구체적인 질문으로 구성된다.

본 연구는 문화예술 소비에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위해 문화예술 관람 및 참여, 문화예술교육, 일반적 특성 및 경제활동 영역에서 관련 자료를 추출하였다. 문화예술관람 및 참여의 경우 문학행사, 미술전시회, 서양음악, 전통예술, 연극, 뮤지컬, 무용, 영화, 대중음악·연예 등의 행사를 관람한 횟수와 만족도, 향후 1년 이내 관람 의향과 관람지역, 방법, 동행자, 시간, 정보출처 등 구체적인 관람 현황에 관한 항목을 포함한다. 문화예술교육은 유아기, 청소년기의 문화예술교육 경험 및 교육기관, 보완점 등 현황에 관한 질문들로 구성된다.

동 조사는 국가승인통계로 공공데이터포털에서 취득할 수 있으며, 전문가의 설계 하에 수집되어 신뢰도와 타당도가 인정되어 전반적인 실태 파악은 물론 여러 목적의 학술적 연구에 활용되고 있다[6]. 2019년 조사는 전국의 만 15세 이상 10,102명을 대상으로 9월~11월 동안 1:1 가구방문 면접조사를 통해 진행되었다[11]. 본 연구는 1인가구 문화예술 소비의 영향요인을 분석하는 데 목표를 두므로 가구구성원 수가 1명인 1,755명의 자료를 선별하여 분석에 사용하였다.

3.2 연구모형 및 가설 설정

본 연구의 목적은 문화예술 시장의 주요 소비층으로 부상한 1인가구에 집중하여 문화예술 소비의 영향요인을 분석하는 데 있다. 본 연구는 선행연구에서 주로 다루었던 문화 및 경제 자본에 더해 건강과 거주환경 요소의 영향을 함께 분석하고자 한다. 즉 문화, 경제, 건강, 거주환경 등 복합적 자원이 뒷받침될 때 문화예술 소비가 촉진될 수 있다는 전제하에 1인가구의 경우 어떠한 요인이 유의한 영향을 미치는지를 파악하고자 한다. 구체적으로 본 연구는 종속변수로 전체 및 순수, 대중 문화예술 관람 횟수를 설정하였으며, 독립변수로 문화자본(문화예술 교

육 경험, 최종 학력), 경제자본(소득), 건강(건강 인식) 및 거주지역(수도권 거주) 요소를 구성하였다. 성별과 연령은 통제변수로 사용되었다. 본 연구가 제시하는 연구모형과 가설은 다음과 같다.

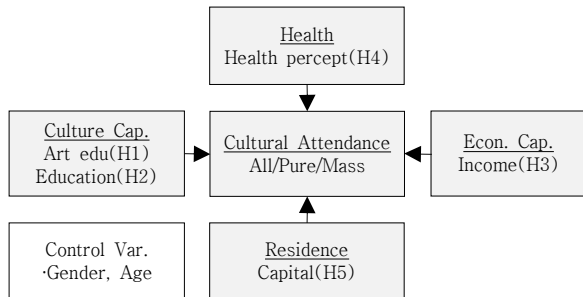


Fig. 1. Research Model

- H1. 1인가구의 문화예술 교육 경험은 문화예술 소비에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H2. 1인가구의 최종 학력은 문화예술 소비에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H3. 1인가구의 소득은 문화예술 소비에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H4. 1인가구의 건강 인식은 문화예술 소비에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H5. 1인가구의 수도권 거주는 문화예술 소비에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3.3 변수의 정의

본 연구는 문화예술 소비를 문화예술 행사를 직접 관람한 경험의 정도로 정의하며, 1인가구의 문화예술 소비 분석을 위한 종속변수로 지난 1년간 문화예술 행사를 직접 관람한 총 횟수, 순수예술 행사를 관람한 횟수, 대중예술 행사를 관람한 횟수를 사용하였다. 국민문화예술활동 조사는 총 9개 분야의 관람 횟수를 조사하고 있으며, 본 연구는 기존 연구를 바탕으로 문학행사, 미술전시회, 서양음악, 전통예술, 연극, 뮤지컬, 무용을 순수예술로, 영화, 대중음악·연예를 대중예술로 분류하였다[9,19].

문화예술 소비를 설명하는 선행변수로 문화자본, 경제자본, 건강 인식, 거주지역을 설정하였으며, 성별과 연령을 통제변수로 포함하였다. 문화자본은 유아동기 문화예술교육 경험 여부, 청소년기 문화예술 교육 경험 여부, 최종 학력을 활용하여 분석하였다. 대부분의 기존 연구가 학력을 문화자본을 측정하는 대표적인 변수로 사용하고 있으며, 유아동기, 청소년기의 문화예술 교육 경험의 경

우 비정규 상속자본으로 설명한 바 있다[8]. 경제자본은 월평균 가구소득으로 정의되며, 100만원 미만부터 500만원 이상까지 100만원 단위로 측정된 자료를 사용하였다. 거주지역은 수도권과 비수도권으로 구분되고, 건강 인식은 평소 자신의 건강에 대한 생각으로 정의되어 매우 나쁘다~매우 좋다는 7점 척도로 측정되었다.

4. 분석결과

4.1 인구통계학적 특성

Table 1은 본 연구의 분석에 사용된 연구 대상자의 문화 및 경제자본, 거주지역, 기타 인구통계학적 특성의 분포와 문화예술 전 분야 및 순수예술, 대중예술 관람 횟수, 응답자가 인식하는 건강 수준의 평균 및 표준편차를 보여준다. 유아동기, 청소년기 문화예술 교육을 경험한 비중은 각각 15.7%, 13%이며, 학력은 중졸 이하, 고졸,

Table 1. General Characteristics of the Sample

Variables	Classification	N	%
Art education	Childhood	275	15.7
	Adolescence	229	13.0
Education	Under middle school	538	30.7
	High school	681	38.8
	College graduate	536	30.5
Income	Under 100	619	35.3
	100~200	395	22.5
	200~300	450	25.6
	300~400	208	11.9
	400~500	47	2.7
	Over 500	36	2.1
Residence	Capital	450	25.6
	Non capital	1305	74.4
Gender	Male	872	49.7
	Female	883	50.3
Age	Under 30s	395	22.5
	30s	249	14.2
	40s	222	12.6
	50s	266	15.2
	60s	244	13.9
	Over 70s	379	21.6
		M	SD
Cultural attendance	All areas	5.85	8.46
	Pure art areas	1.21	2.90
	Mass art areas	4.64	7.07
		Health perception	4.90 1.42

대졸 이상이 고르게 분포된 것을 알 수 있다. 월평균 소득의 경우 200만원 미만의 비중이 상대적으로 크게 나타났는데, 2019년 1인가구 월평균 소득이 176만원으로 조사되었으므로 타당하다고 볼 수 있다[19]. 수도권에 거주하는 비중이 25.6%를 차지하며, 연령대는 30대 미만과 70대 이상의 비중이 상대적으로 큰 것으로 나타났다. 문화예술 관람 횟수는 전 분야의 평균이 5.85회였고, 순수예술, 대중예술 관람 횟수의 평균은 각각 1.21회, 4.64회로 조사되었다.

4.2 모형적합도 분석

본 연구에서 종속변수로 사용한 문화예술 관람 횟수는 0보다 큰 가산자료이며, 평균보다 분산이 큰 과산포 특성을 보인다. 또한 특정 기간 내 문화예술 관람 경험이 전무한 '영(0)' 빈도가 높다는 특성을 지닌다. 이러한 경우 평균과 분산의 동일성을 전제하는 포아송 모형 또는 음이항회귀모형(Negative Binomial Model)을 사용하면 왜곡된 결과를 얻을 가능성이 커진다[4,9,33,34]. 따라서 본 연구는 자료의 특성을 고려하여 문화예술 전 분야와 순수예술, 대중예술 각 분야의 관람 횟수에 관한 포아송(Poisson), 영과잉포아송(ZIP), 음이항(NB), 영과잉음이항회귀분석(ZINB) 모형의 적합도를 비교하여 최적의 모형을 판단하고자 하였다.

Table 2는 전체, 순수, 대중 문화예술 관람 횟수에 관한 각 모형의 적합도를 보여준다. 일반적으로 AIC, BIC 값이 적을수록 우수한 모형으로 판단할 수 있으므로 [4,9], 영과잉과 과대분산을 모두 고려한 영과잉음이항(ZINB) 모형이 가장 적합한 것으로 나타나 최종 모형으로 사용하였다.

Table 2. Results of Model Comparison

	Model	AIC	BIC	Log Likelihood
All	Poisson	15533.7	15582.9	-7757.8
	ZIP	12325.9	12511.9	-6128.9
	NB	9185.2	9239.9	-4582.6
	ZINB	8779.3	8954.4	-4357.7
Pure	Poisson	6882.5	6931.8	-3432.3
	ZIP	4971.8	5157.8	-2451.9
	NB	4536.1	4590.8	-2258.1
	ZINB	4407.9	4599.3	-2168.9
Mass	Poisson	13991.0	14040.2	-6986.5
	ZIP	10884.2	11070.2	-5408.1
	NB	8411.8	8466.5	-4195.9
	ZINB	8017.5	8203.4	-3974.7

4.3 분석 결과

1인가구의 문화예술 소비에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위한 영과잉음이항모형 분석 결과는 Table 3에 나타난 바와 같다. Logit 모형 분석에서 값이 정(+)이면 문화예술 관람 횟수가 영(0)일 가능성, 즉 관람하지 않을 가능성으로 설명되고, NB 모형 분석에서 값이 정(+)이면 관람 횟수가 증가하는 것으로 해석된다[4,7,9].

분석 결과, 선행요인과 문화예술 소비의 영향 관계는 문화예술 분야에 따라 상이하게 나타났다. 문화자본 중 학력은 순수 및 대중 문화예술 소비에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 H2가 채택되었으며, 어린 시절 문화예술 교육 경험, 소득, 건강, 거주지역 요인은 분야에 따라 영향력이 달라지므로 H1, H3, H4, H5는 부분적으로 채택되었다. 각 영향 관계에 관한 구체적인 분석 결과는 다음과 같다.

먼저 전체 문화예술 소비에 관한 분석 결과를 살펴보면, 관람 가능성에는 최종 학력과 소득, 성별이, 관람 횟수에는 청소년기 문화예술 교육 경험과 학력, 소득, 건강 인식, 연령이 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 구체적으로 중졸 이하의 학력에 비해 고졸 이상의 소비자가, 월소득 100만원 미만에 비해 400만원대 1인가구 소비자가, 남성보다 여성이 문화예술 행사를 직접 관람할 가능성이 유의하게 크다. 또한 청소년기 문화예술 교육 유경험자, 고학력자, 젊은층, 건강 인식이 긍정적인 소비자일수록 문화예술 행사 관람 횟수가 증가하는 것으로 분석되었다.

순수 문화예술 소비에 대한 모형 분석 결과, 유아동기 및 청소년기 문화예술 교육 경험이 있는 경우, 대졸 이상의 학력을 보유한 경우, 월소득 400만원 이상인 경우, 수도권에 거주하는 경우, 여성의 경우 관람 가능성이 커지고 40~60대는 20대에 비해 관람 가능성이 유의하게 낮은 것으로 나타났다. 순수 문화예술 관람 횟수는 학력이 높을수록 증가하고, 수도권에 거주할 경우 하락하는 것으로 파악되었다. 한편 문화예술 교육 경험과 소득, 성별과 연령은 순수 문화예술 관람 빈도에는 유의한 영향을 미치지 않는 것을 알 수 있었다.

마지막으로 대중 문화예술 관람의 경우 학력이 높을수록, 자신의 건강을 긍정적으로 인식할수록, 여성일수록, 그리고 연령대가 낮을수록 관람 가능성이 커지는 것을 알 수 있다. 또한 학력 수준이 높을수록, 건강 인식이 긍정적일수록, 젊은층일수록 관람 횟수가 증가하는 것으로 분석되었다. 대중 문화예술 관람 횟수에 미치는 소득의 효과는 부분적으로 유의하게 나타났는데, 월소득 200만원대 1인가구 소비자는 100만원 미만 소비자에 비해 대중문화 관람 횟수가 유의하게 낮은 것을 알 수 있었다.

Table 3. Results of Zero-inflated Negative Binomial Regression

		All		Pure		Mass	
		Logit	NB	Logit	NB	Logit	NB
Art education	Childhood	-1.040	0.073	-0.641*	0.159	-0.353	0.036
	Adolescence	-1.653	0.173*	-1.403***	0.195	-0.533	0.079
Education	High School	-0.599*	0.524***	-0.371	0.597**	-0.572*	0.522***
	College	-1.419***	0.808***	-1.034**	0.758**	-0.899**	0.818***
Income	200~300	-0.119	-0.168*	0.022	-0.144	-0.055	-0.186*
	300~400	-0.433	-0.002	-0.034	0.274	-0.464	-0.083
	400~500	-0.986*	-0.043	-0.644*	0.166	-0.609	-0.1105
	500~	-0.624	0.035	-1.431**	0.091	-0.330	-0.045
Residence	Capital	-0.171	0.061	-0.682***	-0.214*	-0.260	0.070
	Health perception	-0.103	0.098***	0.088	-0.015	-0.193**	0.140***
Gender	Women	-0.657***	0.071	-0.779***	0.101	-0.670***	0.019
Age	30s	20.51	-0.265***	0.407	-0.214	18.43***	-0.268***
	40s	21.67	-0.356***	0.792**	0.082	19.37***	-0.421***
	50s	22.18	-0.236*	0.715*	0.280	19.96***	-0.353***
	60s	22.07	-0.544***	0.896**	0.065	19.91***	-0.660***
	70s~	22.10	-0.481***	0.681	0.088	20.32***	-0.472***
	Cons.	-20.90	1.096***	0.634	0.233	-18.40***	0.778***
	lnalpha	-.506***		-0.049		-0.433***	
	Chi2	314.4***		65.48***		282.60***	
	no. of '0' obs.	549		1,185		627	
	no. of non '0' obs.	1,206		570		1,128	
	N	1,755		1,755		1,755	

5. 결론

본 연구는 「2019 국민문화예술활동조사」 자료를 사용하여 1인가구의 문화예술 소비에 영향을 미치는 요인을 파악하고자 하였다. 자료의 특성을 고려하여 모형적합도 분석이 이루어졌으며, 영과잉음이항(ZINB) 모형이 선택되어 분석에 사용되었다. 1인가구의 문화예술 전 분야, 순수예술, 대중예술 관람 행동을 설명하는 요인을 분석한 결과, 다음과 같은 시사점을 도출할 수 있었다.

먼저 본 연구는 1인가구라는 특정 시장에 집중하여 문화예술 소비의 선행변수를 분석하여 하위시장의 특수성을 파악하였다는 점에서 학문적 시사점을 제시하고 관련 연구의 심화, 발전에 기여한다. 1인가구 소비자의 학력은 분야에 상관없이 문화예술 관람 가능성과 관람 횟수에 유의한 영향을 미치는 것으로 파악되었으나, 유아동기, 청소년기 문화예술 교육 경험은 순수예술 관람 가능성을 제외한 관람 여부와 횟수에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다. 유아동기, 청소년기에 경험한 문화예술 교육은 상속자본이자 개인의 문화자본을 형성하는 주요 요인으로 정의되어 전반적인 문화소비에 영향을

미치는 핵심 변수로 검증된 바 있으나[7], 본 연구의 결과는 1인가구 시장에서는 그 영향이 축소된다는 점을 보여 준다. 정보 접근성이 높아진 현대사회에는 개인이 필요에 따라 다양한 정보를 쉽게 습득할 수 있으므로, 성장기에 특정 문화예술 교육을 받지 않더라도 일상적으로 관련 지식을 획득하는 것이 가능하다. 특히 다인가구에 비해 시간 사용이 자율적인 1인가구는 다양한 매체, 활동을 통해 문화예술 관련 정보와 지식을 접할 기회가 많으므로 성장 과정에 경험하는 교육의 영향력이 상대적으로 축소되는 것으로 해석할 수 있다.

또한 1인가구의 경우 소득, 즉 경제자본이 문화예술 소비에 미치는 영향력은 제한적인 것으로 나타났다. 소득은 순수예술 분야의 관람 가능성을 높이는 데 긍정적인 영향을 미치는 것으로 파악되었으며, 대중예술 분야의 소비에 미치는 영향은 매우 한정적이었다. 이는 문화예술 관람 가능성과 빈도를 결정하는 소득의 영향력을 강조한 기존 연구와 차이를 보이는데[7,9], 여기에도 1인가구 고유의 특성이 작용한 것으로 해석할 수 있다. 오늘날 1인가구는 기존의 비자발적 1인가구와 달리 계획적으로 독립생활을 선택하고 독특한 체험을 위해 아낌없이 투자하

는 성향이 강하다[2]. 따라서 경험 가치가 분명한 문화예술 영역에서는 1인가구의 소비에 영향을 미치는 경제자본의 효과가 축소된 것으로 설명된다.

1인가구의 대중문화예술 소비에는 건강에 대한 인식이 유의한 영향을 미친다는 점이 밝혀졌다. 즉 스스로 건강하다고 인식할수록 대중문화를 관람할 가능성이 커지고 관람 횟수도 증가하는 것을 알 수 있었다. 일반적으로 순수예술보다 대중문화 소비에 더 활동적인 참여와 노력이 요구되는 경향이 있으므로, 건강 인식이 소비를 결정하는 주요 요인으로 작용한다고 볼 수 있다. 또한 이러한 결과는 문화예술 연구가 문화, 경제자본은 물론 건강자본을 함께 고려해야 함을 시사한다.

한편 1인가구의 문화예술 소비에 대한 거주지역의 영향력은 복합적으로, 수도권에 거주할수록 순수예술 관람 가능성은 증가하지만 관람 횟수는 줄어드는 것을 알 수 있었다. 이는 지역에 따른 소비시장 환경의 차이로 이해할 수 있다. 문화예술 관람 시설이 다양하고 콘텐츠가 풍부한 수도권은 비수도권 지역보다 관람 기회가 상대적으로 많다. 동시에 문화예술 이외에도 여가를 즐길 수 있는 다양한 대체 상품이 존재하므로 경쟁이 치열하다. 따라서 수도권 소비자가 문화예술 관람 경험이 '0'일 가능성은 비수도권 소비자에 비해 적지만, 대체 상품이 많으므로 관람 빈도가 증가하기는 쉽지 않다. 반면 비수도권의 경우 문화예술 시설이 상대적으로 부족하므로 관람 경험 자체가 없을 가능성은 크지만, 여가 상품의 다양성이 제한적이므로 경험 집단의 관람 횟수는 증가하는 것으로 해석할 수 있다.

본 연구는 문화예술 소비 연구의 발전에 기여할 뿐 아니라 관련 기관이 1인가구 시장을 활성화하는 과정에서 고려할 수 있는 실무적 시사점을 제시한다. 먼저 순수예술, 대중예술 각 분야의 기관들이 1인가구 소비자를 대상으로 문화예술 시장의 저변을 확대할 수 있도록 정보를 제공한다. 예를 들어 남성, 40대 이상 1인가구의 경우 순수예술문화 관람 경험이 없는 비고객(non market) 시장일 가능성이 크므로, 이들의 문화소비 욕구를 심층적으로 파악하여 프로그램을 기획한다면 시장을 확장할 수 있을 것이다. 물론 순수문화예술 관람 빈도가 높은 고학력 집단, 대중문화 관람 빈도가 높은 젊은층 등 각 시장의 핵심 소비층이 더욱 적극적으로 문화예술 소비에 참여하고 만족할 수 있도록 그들의 불충족된 욕구를 심층적으로 이해하는 노력도 지속되어야 할 것이다.

문화예술 향유는 국민 삶의 질, 행복을 향상하는 주요 요인으로, 능동적 참여를 유도하는 정책적 지원이 필요하

다[35]. 본 연구가 제안하는 정책적 시사점은 다음과 같다. 수도권 이외 지역에서 순수예술 관람 가능성이 유의하게 낮은 것은 그만큼 소비 환경이 뒷받침되지 않는다는 점을 시사한다. 따라서 순수문화예술을 관람할 수 있는 공공시설을 확충하고 콘텐츠를 풍부하게 제공하는 등 지역별 문화소비 격차를 해소하는 정책적 지원이 필요하다. 한편 대중문화 시장의 경우, 건강 문제로 관람 기회를 얻지 못하는 1인가구 소비층을 대상으로 물리적 접근성을 향상하는 방안을 마련할 필요가 있다.

본 연구는 정부 기관의 주도로 전문가가 수집한 전국 단위 자료를 사용하여 연구자료의 신뢰성, 일반성을 확보할 수 있었지만, 심리사회적 요인 등 문화예술 소비를 결정하는 다양한 변수를 충분히 활용하지 못한다는 한계를 지닌다. 따라서 향후 1인가구의 문화예술 소비를 구체적으로 묘사할 수 있는 변수를 추가한다면 연구의 완성도를 높일 수 있을 것이다. 한편 1인가구의 라이프스타일이 다원화됨에 따라 시장을 더욱 세분화하여 특성을 파악한다면 학문적, 실무적으로 더욱 가치 있는 정보를 제공할 수 있을 것으로 기대된다. 나아가 코로나19의 확산에 따른 분야별, 매체별 문화예술 관람행태 변화를 분석하는 등 거시적 환경의 영향을 파악하는 연구 또한 의미 있는 시사점을 제공할 것으로 예상된다.

REFERENCES

- [1] Kwon, Y., & Lee, W. (2021). A Study on the Characteristics & Consumption Patterns of Single-person Households. *Journal of Korea Regional Economics*, 19(1), 51-78.
- [2] Chung, I., & Oh, S. (2020). *2020 One Person Household Report*. Seoul: KB Research.
- [3] Seoul Foundation of Art and Culture (2019). *2018 Cultural Enjoyment Survey of Seoul Citizens*. Seoul.
- [4] Baik, C., & Heo, S. (2020). Cultural Attendance Differentials Between Baby-Boomers and Eco-Boomers: Focusing on Oaxaca-Ransom Decomposition Method. *Review of Culture and Economy*, 23(2), 135-166. DOI : 10.36234/kace.2020.23.2.135
- [5] Ryu, H., & Heo, S. (2018). The Determinants of Demand for Fine Arts according to Cultural Capitals by Periods and Activities: Focusing on the Comparison of Exhibition and Performing Arts. *Journal of Cultural Policy*, 32(2), 87-113.
- [6] Sung, J. (2012). A Study of Effect of Cultural Consumption Capital on Consumption of Artistic-cultural Goods. *Review of Culture and*

- Economy*, 15(1), 67-93.
- [7] Jung, J. (2016). Research on the Influence of Arts and Culture Education in Childhood and Teenager Years on the Consumption of Arts and Culture: Focus on the Zero-inflated Negative Binomial Model. *Journal of Product Research*, 34(2), 67-75.
- [8] Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- [9] Kim, D., & Heo S. (2020). A Comparison of Determinants of Cultural Attendance through New Media and On-site. *Review of Culture and Economy*, 23(3), 33-60.
DOI : 10.36234/kace.2020.23.3.33
- [10] Becker, G. S. (2007). Health as Human Capital: Synthesis and Extensions. *Oxford Economic Papers*, 59, 379-410.
DOI : 10.1093/oep/gpm020
- [11] Grossman, M. (1972). On the Concept of Health Capital and the Demand for Health. *Journal of Political Economy*, 80(2), 223-255.
- [12] Lee, S. The Impact of Covid-19 on the Performing Arts Sector and the Responses Needed. *Journal of Digital Convergence*, 19(3), 453-363.
- [13] Zaninotto, P., & Falaschetti, E. (2011). Comparison of Methods for Modelling a Count Outcome with Excess Zeros: Application to Activities of Daily Living (ADL-s). *Journal of Epidemiology & Community Health*, 65(3), 205-210.
- [14] Ryu, T. (2008). A Comparative Study of Cultural Development of the Korean Seven Metropolitan Cities: Focusing on the Functions of Cultural Productions, Cultural Circulation and Cultural Consumption of the Cities. *The Korean Civic Ethics Society*, 21(2), 203-222.
- [15] Kim, C. (2017). The Effects of Emphatic Value Expectation of Culture & Art Education and Social Intention have on Eliminating Controlled Mechanism. *Journal of Digital Convergence*, 15(4), 427-441.
- [16] Kim, E., & Kwon, K. (2015). Cultural Capital and Expanded Musical Consumption. *Korean Journal of Communication & Information*, 69, 111-138.
- [17] Park, E., & Choi, H. (2014). A Study on Cultural Consumption of Korean Adults of the Early 21st Century. *Journal of Digital Convergence*, 12(9), 433-443.
DOI : 10.14400/JDC.2014.12.9.433
- [18] Rhee, Y., & Shin, E. (2011). Qualitative Study about Value Cognition and Benefits of Consumer on Culture-Art Products. *Asia Marketing Journal*, 12(4), 27-54.
- [19] Hong, Y., Yoon, K., & Lee, M. (2015). A Study on the Determinants of Consumption of Art and Culture. *GRI Reviews*, 17(1), 185-212.
- [20] Statistics Korea (2020). *One Person Household Report*. Daejeon.
- [21] Choi, S., & Choi, S. (2012). A Study on Leisure Capital and Policy Application: Focusing on the Generation of 3050. *Journal of Women and Economics*, 9(1), 177-193.
- [22] DiMaggio, P., & Ostrower, F. (1990). Participation in the Arts by Black and White Americans. *Social Forces*, 68(3), 753-778.
- [23] De Graaf, N. D., De Graaf, P. M., & Kraaykamp, G. (2000). Parental Cultural Capital and Educational Attainment in the Netherlands. *Sociology of Education*, 73(2), 92-111.
- [24] Vanzella-Yang, A. (2018). The Stratification of Attendance at Cultural Activities in Canada. *Canadian Review of Sociology*, 55(3), 476-494.
- [25] Chan, T. W., & Goldthorpe, J. H. (2007). Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England. *European Sociological Review*, 23(1), 1-19.
- [26] Ateca-Amestoy, V., & Prieto-Rodriguez, J. (2013). Forecasting Accuracy of Behavioral Models for Participation in Arts. *European Journal of Operational Research*, 229(1), 123-131.
- [27] Bauman, Z. (2011). *Culture in a Liquid World*. Cambridge: Polity.
- [28] Fancourt, D., Steptoe, A., & Cadar, D. (2018). Cultural Engagement and Cognitive Reserve. *British Journal of Psychiatry*, 213(5), 661-663.
- [29] Weziak-Białowolska, D. (2016). Attendance of Cultural Events and Involvement with the Arts. *Public Health*, 139, 161-169.
- [30] Moon, Y. (2020). Effects of Cultural Activities on Life Satisfaction. *Journal of Welfare and Counselling Education*, 9(1), 195-224.
- [31] Wang, S., Mak, H. W., & Fancourt, D. (2020). Arts, Mental Distress, Mental Health Functioning & Life Satisfaction. *BMC Public Health*, 20(1), 1-9.
- [32] Savage, M., Hanquinet, L., Cunningham, N., & Hjellbrekke, J. (2018). Emerging Cultural Capital in the City: Profiling London and Brussels. *International Journal of Urban and Regional Research*, 42(1), 138-149.
- [33] Cox, D. R. (1983). Some Remarks on Overdispersion. *Biometrika*, 70, 269-274.
- [34] Khan, A., Ullah, S., & Nitz, J. (2011). Statistical Modeling of Falls Count Data with Excess Zeros. *Inquiry Prevention*, 17(4), 266-270.
- [35] Bae, I. (2018). The Effects of Cultural Arts on the Improvement of Happiness Index of Seoul Citizens. *Journal of Digital Convergence*, 16(11), 89-96.

최 순 화(Soonhwa Choi)

[정회원]



- 2000년 5월 : 퍼듀대학교 소비자학 전공 (소비자학 박사)
- 2000년 7월 ~ 2011년 8월 : 삼성경제연구소 수석연구원
- 2011년 9월 ~ 현재 : 동덕여자대학교 국제경영학과 부교수
- 관심분야 : 마케팅, 소비자행동, 문화

예술 소비

· E-Mail : schoi@dongduk.ac.kr