

# 디지털 시대 문화취향과 문화변동 인식에 관한 연구

연구원 박 현 주\*

최근 인터넷은 한 사회의 총체적인 문화를 반영하는 일종의 거울과도 같아서 인터넷을 사용하는 대부분의 젊은 층들이 향유하고 있는 문화적 기호나 취향과 깊은 연관을 맺고 있다. 이용자들은 인터넷을 이용하여 문화정보들을 검색하고, 관심 동호회에 가입하여 활동을 할 뿐만 아니라 기존의 수동적 수용자의 입장에서 능동적 수용자, 즉 프로슈머(prosumer)로서의 역할을 하고 있다. 본 고에서는 이러한 환경변화를 이해하기 위해 문화예술 활동에 대한 관심수준, 음악장르, 영화장르에 따른 문화취향 집단을 분류하여 인터넷이 가져온 사회변동에 대한 집단별 인식을 분석하였다.

## 목 차

- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>I. 문제제기</li> <li>II. 이론적 고찰                         <ul style="list-style-type: none"> <li>1. 문화수용이론</li> <li>2. 취향이론</li> </ul> </li> <li>III. 연구방법                         <ul style="list-style-type: none"> <li>1. 사회인구학적 변수</li> <li>2. 인터넷으로 인한 문화변동</li> <li>3. 문화취향에 따른 군집</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>IV. 연구결과                         <ul style="list-style-type: none"> <li>1. 사회인구학적 변수에 따른 문화취향 집단간의 차이</li> <li>2. 인터넷 활용도에 따른 문화취향 집단간의 차이</li> <li>3. 문화취향집단별 문화변동을 받아들이는 인식 차이</li> </ul> </li> <li>V. 나오며</li> </ul> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## I. 문제제기

슈스터(Schuster)는 문화를 “사회 혹은 사회집단을 특징짓는 독특한 정신적, 물질적, 지적, 감정적 특질로서 예술과 문학 외에도 생활양식, 기본적 인권, 가치체계, 전통과 신념, 혹은 존재와 행위의 근거를 인간에 제공하는 일련의 가치를 포함하는 것”으로 폭넓게 정의한 바 있다.<sup>1)</sup> 이러한 포괄적인 문화의 개념은 좁은 의미에서 문화생활 또는 문화활동(cultural acti-

연락처: \* 디지털미래연구실 (02) 570 - 4307, hjpark@kisdi.re.kr

vities)이라 칭할 수 있는데, 개인의 의지나 취향에 따라 비교적 자유롭게 행동할 수 있는 여가활동이나 취미·오락생활 등이 이에 속한다고 할 수 있다.

디지털기술의 발달과 초고속 통신망의 확대, PC의 성능향상 및 인터넷 보급은 개인의 여가나 문화생활에 있어 인터넷이 차지하는 비중을 매우 높였다. 그 가운데서도 젊은 층에게 정보습득이나 오락수단으로서 인터넷은 다른 어떤 미디어보다 여가활동의 한 부분으로 밀접한 관계를 맺고 있다. 이는 인터넷이 단순히 기능적인 차원에서의 도구가 아니라 사용자들의 감정과 정서를 구성하는 주요한 매체가 되어 가고 있음을 의미한다고 할 수 있다. 즉, 교육, 소비, 일, 오락, 비즈니스 등 전반적인 부분에서 나타나고 있는 다양한 인터넷 활용 양상은 디지털 기술과 일상 문화가 결합하는 방식에 대해 시사점을 제공하고 이를 활용하는 집단 간의 차이를 살펴봄에 있어 의미를 둘 수 있다.

최근 인터넷은 한 사회의 총체적인 문화를 반영하는 일종의 거울과도 같아서 인터넷을 사용하는 대부분의 젊은 층들이 향유하고 있는 문화적 기호나 취향과 깊은 연관을 맺고 있다. 디지털 미디어 이용자들은 인터넷을 이용하여 문화정보들을 검색하고, 관심 동호회에 가입하여 활동을 할 뿐만 아니라 직접적인 문화소비 및 문화콘텐츠를 재생산하는 역할도 하고 있다. 이러한 환경변화를 이해하기 위해서는 인구사회학적 속성에 따른 기술적 연구에만 그치는 것이 아니라 미디어 이용과 관련된 수용자의 개별적 또는 환경적 변인으로 세분화시킨 설명적 연구로 전환해야 한다는 점을 시사한다.

본 연구는 이러한 문화적 배경의 수용자 속성과 연구방법상의 제고가 필요하다는 배경을 가지고 만 15세 이상 40대 이하의 서울시민 700명을 대상으로 문화예술 활동에 대한 관심 수준, 음악장르, 영화장르에 따른 문화취향 집단을 분류하여 인터넷이 가져온 사회변동에 대한 집단별 인식을 분석하고자 하였다. 본 연구의 독립변인은 수용자의 인구사회학적 속성과 인터넷 활용도로써 문화취향 집단에 따라 어떠한 차이가 나타나는지 살펴보고, 그러한 집단이 사회변동을 받아들이는 인식에 대해 분석하기로 하였다. 본 연구가 다루고자 하는 연구문제는 다음과 같다.

- 1) 인터넷 활용도는 문화취향에 따른 각각의 집단들에서 차이가 나타날 것이다.
- 2) 문화취향에 따른 각각의 집단은 문화변동을 받아들이는 인식에 차이가 있을 것이다.

---

1) 이호영, 박현주, 음수연, 2005, “디지털 시대의 문화적 수용에 관한 연구”, KISDI

## II. 이론적 고찰

### 1. 문화수용이론

문화수용에 관한 연구는 1980년대 이후 활발히 이루어져 왔다. 대중에 대한 새로운 인식이 싹트고 사람에 대한 문화론적 가치가 대두되면서 또 한편으로는 광고나 문화 소비자로서의 수용자에 대한 상업적 관심의 증대로 수용자에 대한 연구가 활발해진 것이다. 학문적인 영역에서는 미국을 중심으로 미디어의 영향을 개인적인 차원에서 다루고자 한 미시적 연구가, 그리고 유럽에서는 수용의 문제를 계급과 권력을 중심으로 설명하려는 거시적 연구가 각각 이루어졌다.

수용자 연구로 대표되는 이용과 충족이론(Uses and Gratification Theory)의 핵심은 수용자의 동적이고 적극적인 역할에 있었다. 할로란(Halloran, 1970)의 표현처럼 미디어는 사람들에게 어떤 영향을 미치고 있는가 보다도 사람들이 미디어와 무엇을 하는가가 보다 중요하다. 이용과 충족이론에서의 핵심은 종래의 효과연구가 가정하고 있었던 미디어 내용의 수용자에 대한 무차별적인 효과에 반대하고 있다는 것으로, 이용과 충족이론의 주요 목적은 특정한 매체나 메시지의 활용에 따른 수용자의 경험이나 충족을 특별화하는 것이었다. 한편 문화연구에서의 수용자 연구는 수용자가 텍스트를 어떻게 해독하는가 하는 것에 초점이 맞추어져 있었다. 기존의 연구에서 텍스트가 고정된 의미를 생산하는 것으로 생각되었으나 수용자에 대한 의미의 다원성이 새로이 고려되면서 종래의 텍스트에 대한 시각이 변화되었다. 디마지오(Dimaggio)는 엘리트 계층이 자신들의 사회적 지위를 유지하기 위해 추구해 온 고급문화와 저급문화의 경계선이 역사적으로 변화하고 있다고 주장한다. 이 같은 입장에서 보면 의미란 것은 미디어 소비에 의해 창조되며 수용자는 문화의 질을 창조할 수 있는 것이다.

오늘날의 수용자는 단순히 텔레비전이나 라디오의 시청자, 문화의 소비자가 아니다. 그들은 가족의 구성원이며 사회와 국가에 속하는 사람들이고, 또한 성으로 분화되어 있고 나이나 교육정도, 사회적인 계급이나 경제적 계층으로도 구분되는 존재들이다. 그들은 나름대로의 취향을 갖고 선택적으로 문화생활을 향유하고 있다. 뿐만 아니라 그들은 텔레비전을 시청하면서도 다른 일을 하고 있고 시간과 장소에 따라 시청행태나 문화적 선택이 다를 수 있는 특성을 지니고 있다. 이렇게 볼 때, 수용자가 최종적으로 선택하게 되는 그의 문화적 취향이나 기호에 미치는 미디어의 영향 하나만을 말한다 해도 일상생활에서의 수용자를 둘러싸고 있는 사회, 경제, 정치, 문화, 기술 등 갖가지 요소들이 함께 종합적으로 고려되어야 한다는 것은

의문의 여지가 없다.<sup>2)</sup>

## 2. 취향이론

취향(taste)이라는 용어는 일반적으로 개인적인 수준에서 이해된다. 그것은 선택의 과정에서 나타나는 개인의 어떤 특정한 선호를 의미하는 것으로 이러한 입장은 반성적 취향과 감각적 취향을 분리하고 순수한 '취향능력'을 본래 타고난 어떤 능력으로 보는 칸트 이래의 정태적 미학론에 기반하고 있다.<sup>3)</sup>

그러나 취향이라는 용어에 대한 이러한 용법은 지극히 개별적인 차원의 취향을 언급하고 있기 때문에, 각 개인이 가진 경험의 다양성만큼 취향도 다양할 것이라고 말하는 것에서 멈추고 만다. 하지만, 취향의 개념은 개인적 경험의 차원을 벗어나 사회적 차원에 위치하고 있다고 할 수 있다(김민규, 1995).

부르디외(P. Bourdieu)는 문화적 취향의 사회계급 내지 계층에 따른 차이에 주목하고, 그것의 사회학적 의미에 대한 나름대로의 독창적인 이론을 세우고 있다. 그는 취향의 차이가 바로 행위자들이 경험하는 일상생활의 차이에서 기인하는 것이라고 한다. 이러한 일상생활의 차이는 무엇보다 행위자들 사이의 물질·비물질 존재조건의 차이에 의해서 크게 영향을 받는다. 즉, 문화적·미적 판단의 기준이 결코 절대적인 타당성을 가지는 것이 아니라 기존의 미적 기준이란 것이 결국 사회적으로 형성된 관습적 체계에 지나지 않는다는 것이다. 이는 지금까지의 심미성 문제에 대해 이야기해 온 사람들이란 결국 사회적 위계의 상층부에 위치한 사람들이고 문화적으로는 대부분 고급문화의 수혜자들이었기 때문에 고급문화의 미적 기준이 마치 보편타당한 것처럼 인식되어 왔다고 할 수 있다(김창남, 1998). 따라서 바로 취향은 개인적 선호를 넘어서서 행위자들이 사물을 구분하고, 구별되는 기호로 변화시키는 실행자인 것이다.

한편 부르디외(P. Bourdieu)의 이론과 경험연구 결과들에서 계급(계층)에 따른 문화적 취향을 구별짓는 가장 중요한 요인으로 교육이라는 문화자본(cultural capital)을 꼽고 있다. 취향개념에 깊이 있는 연구를 했던 겐스(H. Gans)의 경우에도 교육은 취향을 결정하는 사회경제적 수준 가운데 가장 중요한 요소로, 그것은 모든 문화적 내용이 교육정도를 전제로 하고 있고, 현대사회에서 심미적 수준과 취향은 가정과 학교에서의 학습과정을 통해서 이루어지기 때문이라고 주장하였다. 또한 미국과 같은 현대사회에서 다양한 취향과 미감이 공존하며 수

---

2) 박명진, 1998, "문화향유체계", 학술진흥재단

3) 현택수 외, 1998, "문화와 권력: 부르디외 사회학의 이해", 나남출판

용된다고 주장하였는데, 그에 따르면 “더욱 중요한 것은 여러 종류의 심미적 기준들이 있어 사람들은 이들 중에 어떤 것을 고를 기회가 공평하게 제공되어 있다는 점이다. 그에 따라 사람들은 스스로에게 적절한 심미적 기준의 것을 선택할 수 있게 되어 있다”. 그는 또 소비자 집단의 여가와 문화 행태를 보면 각 선택들 간에는 일정한 상호관계가 있다고 말한다. 예컨대 특정한 잡지의 선택과 드라마의 선택, 음악적 선호, 스포츠의 선호에는 일정한 상관관계가 있는데 이는 이 문화적 영역들이 유사한 가치나 심미적 기준을 반영하고 있기 때문이다. 이처럼 특정한 문화들을 선택하게 하는 가치와 기준이 갠스(H. Gans)가 말하는 취향문화론의 기저를 이루는 것이며 공통의 기준과 미학을 가지고 유사한 문화내용을 선택하는 사람들이 이른바 취향 공중(taste public)을 이룬다는 것이다.<sup>4)</sup>

본 고에서는 지금까지 살펴본 문화수용이론과 취향이론에 근거하여 이루어진 연구 결과들에 대한 검토를 토대로 변수들을 선정하였다. 먼저 문화예술에 대한 관심도, 좋아하는 영화·음악장르를 통해 문화취향 집단 변수를 생성하였고, 이러한 집단의 인터넷 주요 활용도가 무엇인지를 파악하였다. 또한 디지털 기술의 발달로 인한 사회문화변동을 인식하는 정도를 인구사회학적 변수와 문화취향집단 변인을 사용하여 종합적으로 검증하였다.

### III. 연구방법

본 연구의 관심은 문화취향 집단들의 인터넷 주요 활용도에 따른 디지털 기술의 도입으로 인해 변화된 사회변동에 대한 인식의 차이를 살펴보기 위함이다. 이번 연구를 위한 조사 대상자의 모집단은 만 15세 이상 40세 미만의 서울시민이며, 다단계층화 비례할당 표집(multistage stratified Proportionate quota sampling)의 방법에 의해 선정하였다. 조사대상자의 연령을 제한한 이유는 연령별 격차보다는 디지털 기기의 사용에 있어서의 불평등을 보여주기 위함이다. 조사는 2005년 9월 27일부터 10월 18일까지 약 3주간에 이루어졌으며, 구조화된 설문지에 대해 전문 면접인이 개별가구 방문조사(face to face interview)를 실시하였다. 그 결과 최종적 유효표본의 수는 700명이었고 표본오차는 95% 신뢰수준에서  $\pm 3.7\%$ 였다. 이 자료들을 가지고 문화취향 집단별 인터넷 활용도, 사회변동 인식 정도를 검증하기 위하여 빈도분석, 교차분석, ANOVA분석, 군집분석, 상관분석, 중다회귀분석을 실시하였다.

4) 허버트 J 갠스, 강현두 역. 1998, “대중문화와 고급문화”, 나남

### 1. 사회인구학적 변수

사회인구학적 변수의 범위와 평균 및 표준편차가 <표 1>에 제시되어 있다. 성별은 여성이 0, 남성을 1로 측정하였고, 연령은 10대가 1, 20대가 2, 30대가 3이다. 교육수준은 중·고재학생이 1, 고졸이 2, 대학재학생이 3, 대졸이 4이다. 직업은 화이트칼라가 1, 블루칼라가 2, 주부가 3, 학생이 4, 무직/기타를 5로 측정하였다.

<표 1> 사회인구학적 변수의 범위 및 평균(N=700)

사회인구학적 변수	범위	평균(표준편차)
성별	0-1	0.51(0.50)
연령	1-3	2.29(0.71)
교육수준	1-4	2.86(1.09)
직업	1-5	2.75(1.20)

### 2. 인터넷으로 인한 문화변동

인터넷으로 인한 문화변동의 변수들은 대부분이 리커트 타입의 항목들로 구성된 척도로, 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)을 통해 요인부하량이 현저하게 떨어지는 문항을 제거한 후 다시 요인분석을 시도하는 방식으로 타당성을 검증하였다. 또한 문항들의 신뢰도를 함께 살펴보고, 이들이 내적일관성을 유지할 경우에 척도구성에 적합한 것으로 판단, 산술평균을 이용해 척도를 구성했다.

인터넷으로 인한 문화변동을 살펴보기 위하여, 기존 문화전문가의 권위 하락, 음반업계의 불황 초래, 한류 확산에 도움, 10·20대의 문화적 주류로의 상승, 한국 영화산업의 성장에 도움, 우리나라의 공연관객의 증가, 외국문화의 유입속도, 소수자에 대한 이해의 폭 확대, 문화 편식 현상의 증대, 세대간 문화격차의 차이 증대, 신곡 감소, 기존 소설의 형식 변화, 독서량 감소에 대한 생각을 물어보았다.

분석결과는 <표 2>와 같다. 외국문화의 유입속도의 증가에 대한 동의율은 84.3%, 10·20대의 문화적 주류 성장에 84.1%, 한류 확산에 도움을 주었다는 의견 동의에 82.8%를 보여주었고, 인터넷으로 인한 우리 사회의 문화변동에 있어 기존 문화전문가의 권위 하락을 제외한 모든 문항에서 50% 이상의 동의율을 보여주었다.

한편 인터넷으로 인한 문화변동에 대한 요인분석 결과는 <표 3>에서 보듯 2가지 요인으로 나뉘는데 요인 1은 문화변동의 긍정적 측면에 관한 경우, 요인 2는 문화변동의 부정적 측면

에 관한 경우임을 알 수 있다. 각 요인 아래에 있는 문항들간의 내적일관성은 신뢰할 만하다. 한편 요인 1에 포함되는 문항을 합산한 후 문항수로 나누어 산출한 평균을 이용해 ‘문화변동 긍정’이라는 변수를 구성하였다. 이 변수의 평균은 3.3점, 표준편차는 0.55이다. 또한 요인 2에 포함되는 문항을 합산한 후 문항수로 나누어 산출한 평균을 이용해 ‘문화 변동 부정’이라는 변수를 구성하였다. 이 변수의 평균은 3.0점, 표준편차는 0.66이다.

〈표 2〉 인터넷으로 인한 문화변동 인식

	적극 반대	반대	동의	적극 동의	의견없음
기존 문화전문가의 권위가 떨어졌다	4.9%	38.4%	37.7%	9.7%	9.3%
음반업계의 불황을 초래했다	3.1%	19.4%	48.1%	24.3%	5.0%
한류의 확산에 도움을 주었다	0.6%	11.3%	47.4%	35.4%	5.3%
10·20대가 문화적 주류로 떠올랐다	0.4%	11.0%	48.0%	36.1%	4.4%
한국 영화산업의 성장에 도움을 주었다	0.9%	15.6%	50.9%	26.9%	5.9%
우리나라의 공연관객이 늘어났다	0.6%	18.7%	50.1%	24.1%	6.4%
외국문화의 유입속도가 빨라졌다	0.1%	10.9%	47.0%	37.3%	4.7%
문화편식 현상이 심해졌다	2.7%	23.1%	43.1%	25.3%	5.7%
세대간 문화격차가 더 많이 벌어졌다	2.4%	18.6%	43.7%	30.7%	4.6%

〈표 3〉 인터넷으로 인한 문화변동에 대한 요인분석 및 신뢰도 결과

인터넷으로 인한 문화변동 측정문항	요인		$\alpha$
	1	2	
(문화변동 긍정)			.796
한류의 확산에 도움을 주었다	.745		
10·20대가 문화적 주류로 떠올랐다	.734		
한국 영화산업의 성장에 도움을 주었다	.743		
우리나라의 공연관객이 늘어났다	.711		
외국문화의 유입속도가 빨라졌다	.712		
(문화변동 부정)			.691
기존 문화전문가의 권위가 떨어졌다		.589	
음반업계의 불황을 초래했다		.664	
문화편식 현상이 심해졌다		.806	
세대간 문화격차가 더 많이 벌어졌다		.757	

\* 요인추출 방법: 주성분 분석.

\* 회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.

### 3. 문화취향에 따른 군집

문화취향을 구분하기 위하여 문화예술 관심정도, 음악 선호장르, 영화 선호장르의 문항을 사용하였다.

〈표 4〉 문화 취향의 측정을 위해 사용한 변수

		최소값	최대값	평균	표준편차
문화예술 관심도	문학작품(시, 소설, 희곡) 읽기	-2.00	2.00	0.12	1.30
	교양도서(역사, 인문, 철학) 읽기	-2.00	2.00	-0.07	1.32
	만화책 읽기	-2.00	2.00	-0.07	1.38
	전시회 관람	-2.00	2.00	-0.28	1.20
	문화유적 답사	-2.00	2.00	-0.29	1.29
	영화 관람	-2.00	2.00	1.19	0.99
	뮤지컬 관람	-2.00	2.00	0.00	1.24
	연극 관람	-2.00	2.00	0.04	1.24
	무용 관람	-2.00	2.00	-0.65	1.20
	클래식 음악연주회, 오페라 관람	-2.00	2.00	-0.45	1.25
	대중음악 가수의 콘서트 관람	-2.00	2.00	0.52	1.23
	전통예술공연(사물놀이, 국악) 관람	-2.00	2.00	-0.41	1.22
음악 선호장르	재즈	-2.00	2.00	-0.15	1.13
	클래식 중 관현악 등 기악	-2.00	2.00	-0.34	1.21
	클래식 중 가곡, 아리아 등 성악	-2.00	2.00	-0.37	1.18
	뉴에이지, 퓨전, 월드뮤직	-2.00	2.00	-0.25	1.21
	오페라	-2.00	2.00	-0.49	1.16
	뮤지컬	-2.00	2.00	-0.10	1.20
	국악	-2.00	2.00	-0.49	1.20
	가요, 팝(댄스곡)	-2.00	2.00	1.11	0.90
	가요, 팝(발라드)	-2.00	2.00	1.29	0.83
	가요, 팝(록, 헤비메탈, 전자음악)	-2.00	2.00	0.54	1.26
가요(트로트)	-2.00	2.00	0.47	1.18	
영화 선호장르	공포/호러	-2.00	2.00	0.25	1.34
	드라마/멜로물	-2.00	2.00	0.75	1.13
	미스터리/스릴러	-2.00	2.00	0.62	1.21
	예술영화/다큐멘터리	-2.00	2.00	0.00	1.29
	액션/어드벤처	-2.00	2.00	0.76	1.17
	SF/판타지	-2.00	2.00	0.72	1.15
	코미디	-2.00	2.00	0.96	1.12
	무협영화	-2.00	2.00	0.27	1.28
	애니메이션	-2.00	2.00	0.25	1.22
	성인영화(에로물)	-2.00	2.00	-0.10	1.30



문화예술 관심정도를 알아보기 위한 문항으로 “문학작품 읽기, 교양도서 읽기, 만화책 읽기, 전시회 관람, 문화유적 답사, 영화 관람, 뮤지컬 관람, 연극 관람, 무용 관람, 클래식 음악 연주회, 대중음악 가수의 콘서트 관람, 전통예술공연 관람”에 대한 문항을 사용하였고, ‘매우 관심이 많다’에 2점, ‘어느 정도 관심있다’에 1점, ‘별로 관심이 없는 편’에 -1점, ‘전혀 관심이 없다’에 -2점, ‘모른다 혹은 무응답’에 0점을 부여하였다.

음악 선호장르로는 “재즈, 클래식중 기악, 클래식중 성악, 뉴에이지, 오페라, 뮤지컬, 국악, 댄스, 발라드, 락, 트로트” 등 모두 11가지의 장르를 제시한 후 이에 대한 선호도를 물어 보았다. ‘매우 좋아한다’에 2점, ‘좋아하는 편이다’에 1점, ‘싫어하는 편이다’에 -1점, ‘매우 싫어한다’에 -2점, ‘모른다 혹은 무응답’에 0점을 부여하였다.

영화 선호장르로는 “공포/호러, 드라마/멜로물, 미스터리/스릴러, 예술영화/다큐멘터리, 액션/어드벤처, SF/판타지, 코미디, 무협영화, 애니메이션, 성인영화” 등 모두 10가지의 장르를 제시한 후 이에 대한 선호도를 물어보았고, 이에 대한 측정은 음악 선호장르의 방식과 동일하다.

한편 군집에 따른 문화취향의 차이는 <표 5>에 잘 나타나 있다. 군집 1은 문화예술 관심도, 음악 선호장르, 영화 선호장르 모든 부문에 있어 평균 이하의 낮은 관심수준을 보이고 있다. 또한 대중적인 문화활동보다 고급문화 활동에 다른 군집보다 상대적으로 매우 낮은 관심수준을 보였다. 이 군집은 영화관람, 댄스·발라드 음악장르 선호, 드라마/멜로, 액션/어드벤처, 코미디 영화장르를 선호하는 것으로 나타났다. 따라서 군집 1을 무관심형으로 구분하였다.

군집 2는 군집 4와 달리 특별히 선호하는 장르나 관심이 있는 것이 아니라 모든 문화활동에 있어 평균적인 관심도만을 가지고 있다. 고급문화 활동에서는 평균을 조금 상회하는 정도의 관심수준을 보이고 있으나 대중적인 문화활동 및 선호장르에 있어 평균보다 낮게 나타났다. 따라서 군집 2를 중간형이라고 명명하였다.

군집 3은 문화예술 관심도에 있어 전시회, 문화유적 답사, 무용·오페라·전통예술 공연 관람 등에, 음악 선호장르에 있어 클래식, 오페라, 국악 등을 제외한 대중적인 문화활동에 더 큰 관심을 보이는 것으로 나타났다. 또한 영화 선호장르로는 예술영화와 성인영화를 제외한 모든 장르를 더 선호하는 것으로 나타났다. 이러한 점에서 군집 3을 오락선호형이라고 명명하였다.

군집 4는 문화예술 관심도, 음악장르 선호도, 영화장르 선호도 모두 다른 군집에 비해 비교적 높은 관심수준을 보였다. 이 군집은 고급문화 활동뿐만 아니라 대중적인 문화활동에서도 높은 관심수준을 보였고, 만화책 읽기와 클래식중 성악, 국악, 성인영화에 대한 관심수준이 다른 관심수준보다는 낮게 나타났다. 이 군집 4를 문화대식가형으로 구분하였다.

<표 5> 군집에 따른 문화 취향의 차이

		평균	군집1 (N=140, 20.0%)	군집2 (N=188, 26.9%)	군집3 (N=184, 26.3%)	군집4 (N=188, 26.9%)	F검정*
문화 예술 관심도	문학작품(시, 소설, 희곡) 읽기	0.12	-0.87	0.24	-0.25	1.09	94.400
	교양도서(역사, 인문, 철학) 읽기	-0.07	-1.26	0.07	-0.23	0.85	100.461
	만화책 읽기	-0.07	-0.29	-0.74	0.47	0.26	33.161
	전시회 관람	-0.28	-1.27	-0.06	-0.61	0.56	97.618
	문화유적 답사	-0.29	-1.42	-0.09	-0.55	0.62	101.076
	영화 관람	1.19	0.97	1.05	1.34	1.34	6.595
	뮤지컬 관람	0.00	-1.07	0.28	-0.46	0.96	131.577
	연극 관람	0.04	-1.04	0.20	-0.22	0.95	106.529
	무용 관람	-0.65	-1.66	-0.69	-1.04	0.53	176.196
	클래식 음악연주회, 오페라 관람	-0.45	-1.41	-0.48	-1.02	0.85	199.143
	대중음악 가수의 콘서트 관람	0.52	0.33	0.39	0.23	1.08	19.645
전통예술공연(사물놀이, 국악) 관람	-0.41	-1.41	-0.22	-0.97	0.70	167.845	
음악 선호 장르	재즈	-0.15	-1.12	-0.15	-0.21	0.62	88.743
	클래식 중 관현악 등 기악	-0.34	-1.43	-0.20	-0.64	0.62	124.954
	클래식 중 가곡, 아리아 등 성악	-0.37	-1.44	-0.19	-0.64	0.49	112.545
	뉴에이지, 퓨전, 월드뮤직	-0.25	-1.35	-0.26	-0.20	0.53	90.071
	오페라	-0.49	-1.56	-0.46	-0.84	0.63	185.628
	뮤지컬	-0.10	-1.14	0.18	-0.45	0.74	107.326
	국악	-0.49	-1.54	-0.27	-0.76	0.32	97.513
	가요, 팝(댄스곡)	1.11	0.92	0.79	1.40	1.29	21.054
	가요, 팝(발라드)	1.29	1.16	1.02	1.52	1.43	15.171
	가요, 팝(록, 헤비메탈, 전자음악)	0.54	-0.54	0.36	0.98	1.11	72.673
가요(트로트)	0.47	-0.04	0.32	0.62	0.85	18.208	
영화 선호 장르	공포/호러	0.25	-0.36	-0.45	0.94	0.72	64.515
	드라마/멜로물	0.75	0.63	0.70	0.58	1.05	6.519
	미스터리/스릴러	0.62	-0.25	0.21	1.15	1.16	72.443
	예술영화/다큐멘터리	0.00	-1.06	-0.02	0.18	0.63	59.882
	액션/어드벤처	0.76	0.54	0.04	1.36	1.06	55.967
	SF/판타지	0.72	0.48	-0.18	1.32	1.21	96.444
	코미디	0.96	1.00	0.24	1.36	1.26	45.251
	무협영화	0.27	-0.29	-0.45	0.92	0.76	70.635
	애니메이션	0.25	-0.51	0.03	0.57	0.72	39.212
성인영화(에로물)	-0.10	-0.37	-0.06	-0.04	0.01	2.636	

\* F 검정결과는 0.05% 수준에서 모두 통계적으로 유의미함.

## IV. 연구결과

### 1. 사회인구학적 변수에 따른 문화취향집단간의 차이

사회인구학적 변수에 따른 문화취향집단간 교차분석 결과 성별, 연령, 교육수준, 직업 변수 모두에서 통계적으로 유의미한 결과가 나타났다.

먼저 성별에 따른 문화취향 집단간 교차분석 결과, 여성은 문화대식가형과 중간형에서, 남성은 오락선호형 집단에서 높은 비율을 보여주었다. 이러한 분석은  $\alpha=0.05$  수준에서 통계적으로 유의미( $\chi^2=41.567$ , 유의확률 .000)한 연관관계를 지니는 것으로 나타났다.

연령에 따른 문화취향 집단간 분석결과에서는 오락선호형 집단에서는 10대가, 문화대식가형 집단의 경우는 20대에서, 30대 연령에서는 중간형 집단이 높은 비율을 보여주었다. 이는 연령이 낮을수록 오락선호적 문화취향을 보여준다고 할 수 있다. 이 결과 또한  $\alpha=0.05$  수준에서 통계적으로 유의미( $\chi^2=39.735$ , 유의확률 .000)한 연관관계를 지닌다.

〈표 6〉 사회인구학적 변수와 문화취향 집단간 교차분석

사회인구학적 변수		문화취향 집단				$\chi^2$
		무관심형	중간형	오락추구형	문화대식가형	
성별	남성	48.6%	39.9%	70.7%	44.1%	41.567 (p=.000)
	여성	51.4%	60.1%	29.3%	55.9%	
연령	10대	17.1%	6.4%	23.9%	12.2%	39.735 (p=.000)
	20대	33.6%	37.8%	43.5%	48.9%	
	30대	49.3%	55.9%	32.6%	38.8%	
교육수준	중·고재학	16.4%	6.9%	23.9%	11.7%	59.983 (p=.000)
	고졸이하	33.6%	25.5%	23.4%	18.1%	
	대학재학	22.1%	13.3%	20.1%	31.4%	
	대졸이상	27.9%	54.3%	32.6%	38.8%	
직업	화이트칼라	15.0%	30.9%	20.1%	14.9%	57.648 (p=.000)
	블루칼라	27.9%	23.4%	24.5%	21.8%	
	주부	18.6%	25.0%	8.2%	16.5%	
	학생	37.9%	20.2%	44.0%	43.1%	
	무직/기타	0.7%	0.5%	3.3%	3.7%	

교육수준에 따른 문화취향 집단간 분석결과에서는 중·고등학교 재학생의 경우 오락선호형 집단에서 높게 나타났고, 대학 재학생의 경우 문화대식가형에서, 대졸 이상인 경우 중간형 집단에서 그 비율이 더 높게 나타났다. 또한 문화대식가형의 경우 대학 재학 이상의 학력을 지닌 이들에게서 그 비율이 더 높게 나타났다. 이러한 결과는 교육수준과 문화취향 집단간에 유의미한 연관관계가 있음을 뜻한다( $\chi^2 = 59.983$ , 유의확률 .000).

직업변수에 따른 문화취향 집단간 분석결과에서는 오락선호와 문화대식가, 무관심형 집단에서 모두 학생이 가장 높게 나타났고, 중간형 집단에서는 화이트칼라 직업군이 가장 높은 비율을 나타내었다. 이러한 결과는  $\alpha=0.05$  수준에서 통계적으로 유의미( $\chi^2 = 57.648$ , 유의확률 .000)한 연관관계를 지닌다.

## 2. 인터넷 활용도에 따른 문화취향집단간의 차이

문화취향 집단들의 인터넷 사용목적으로 전 집단 모두 정보검색을 1순위로 꼽았다. 그러나 오락이라는 응답에 있어서는 무관심형과 오락선호형 집단이, 카페/동호회/홈피를 하기 위해서라는 응답에 있어서는 문화대식가형이 다소 높게 나타났다.

〈표 7〉 인터넷 활용도와 문화취향 집단간 교차분석

인터넷 사용목적	군집				전체
	무관심형	중간형	오락선호형	문화대식가형	
정보 검색	32.9%	51.1%	35.3%	47.9%	42.4%
쇼핑/예약	12.9%	13.8%	4.9%	11.2%	10.6%
오락(게임, 파일다운 포함)	34.3%	9.6%	35.9%	11.7%	22.0%
메일/메신저/채팅	4.3%	7.4%	6.0%	6.9%	6.3%
카페/동호회/홈피	7.9%	6.9%	9.2%	12.2%	9.1%
업무/학업	7.1%	10.1%	8.2%	10.1%	9.0%
기타	0.7%	1.1%	0.5%	0.0%	.6%
전체	140 (100.0%)	188 (100.0%)	184 (100.0%)	188 (100.0%)	700 (100.0%)

위와 같은 차이 분석 결과는  $\alpha=0.05$  수준에서 통계적으로 유의미( $\chi^2 = 73.837$ , 유의확률 .000)한 연관관계를 지니는 것으로 나타났다.

### 3. 문화취향집단별 문화변동을 받아들이는 인식 차이

〈표 8〉은 문화취향에 따른 군집과 사회인구학적 변수가 문화변동의 긍정적 측면과의 상관관계를 분석한 것이다. 분석결과 연령은 문화취향에 따른 군집, 인터넷 활용도에 있어 통계적으로 부(-)의 방향으로 유의미한 것으로 나타났다. 또한 교육수준의 경우 문화변동의 긍정적 측면, 인터넷 활용도에 있어 통계적으로 부(-)의 방향으로 유의미하게 나타났고, 연령과는 정(+)의 방향으로 유의미하게 나타났다. 직업의 경우 문화취향에 따른 군집과 문화변동의 긍정적 측면에 있어 통계적으로 정(+)의 방향으로 유의미하게 나타났으며, 성별, 연령, 교육수준과 부(-)의 방향으로 유의미하게 나타났다.

〈표 8〉 문화취향에 따른 군집과 문화변동의 긍정적 측면, 인터넷 활용도간의 상관 계수

	군집	문화변동 긍정	인터넷 활용도	성별	연령	교육수준	직업
군집	1.000						
문화변동 긍정	.033	1.000					
인터넷 활용도	.006	.032	1.000				
성별	.038	-.066	.015	1.000			
연령	-.096*	-.059	-.126**	.009	1.000		
교육 수준	.041	-.081*	-.097*	.068	.527***	1.000	
직업	.110**	.133***	.063	-.170***	-.555***	-.441***	1.000

\* :  $p < .05$ : 양측검정, \*\* :  $p < .01$ : 양측검정, \*\*\* :  $p < .001$ : 양측검정

한편 문화취향에 따른 군집과 사회인구학적 변수가 문화변동의 부정적 측면과의 상관관계를 분석한 결과 연령은 문화변동의 부정적 측면, 인터넷 활용도에 있어 통계적으로 부(-)의 방향으로 유의미한 것으로 나타났다. 또한 교육수준의 경우 문화취향에 따른 군집, 인터넷 활용도에 있어 통계적으로 부(-)의 방향으로 유의미하게 나타났고, 연령과는 정(+)의 방향으로 유의미하게 나타났다. 직업의 경우 문화취향에 따른 군집과 문화변동의 부정적 측면에 있어 통계적으로 정(+)의 방향으로 유의미하게 나타났으며, 성별, 연령, 교육수준과 부(-)의 방향으로 유의미하게 나타났다.

〈표 9〉 문화취향에 따른 군집과 문화변동의 부정적 측면, 인터넷 활용도간의 상관 계수

	군집	문화변동 부정	인터넷 활용도	성별	연령	교육수준	직업
군집	1.000						
문화변동 부정	.071	1.000					
인터넷 활용도	.013	.006	1.000				
성별	.033	.038	.015	1.000			
연령	-.030	-.096*	-.126**	.009	1.000		
교육 수준	-.103**	.041	-.097*	.068	.527***	1.000	
직업	.095*	.110**	.063	-.170***	-.555***	-.441***	1.000

\* : p < .05; 양측검정, \*\*: p < .01; 양측검정, \*\*\*: p < .001; 양측검정

이러한 상관계수는 단지 변인과 변인간의 상관의 정도만을 나타내는 지수에 불과하므로, 이것은 엄밀히 말해서 변인간의 인과관계를 판단하는 자료가 되지 못한다. 때문에 그와 같은 한계를 고려하고, 본 연구 설계상의 인과관계 모형에 대한 타당성 평가와 아울러 연구모형 하에서 문화취향군집별 인터넷 활용도와 사회인구학적 변수가 인터넷으로 인한 문화변동 인식과의 관계를 분석하기 위하여 중다회귀분석을 실시하였다. 분석결과는 〈표 10〉과 같다.

〈표 10〉 문화취향군집별 인터넷 활용도와 사회인구학적 변수가 인터넷으로 인한 문화변동 인식에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과

단위: 표준화계수( $\beta$ )

	문화변동의 긍정적 측면				문화변동의 부정적 측면			
	무관심형	중간형	오락 선호형	문화 대식가형	무관심형	중간형	오락 선호형	문화 대식가형
인터넷 활용도 (사회인구학적변수)	-.063	-.086	.067	.117	-.097	.040	-.017	.030
성별 <sup>a</sup>	-.180	-.073	-.017	-.099	.086	.106	-.071	.055
연령	-.037	-.045	.023	.228	-.052	.200*	.101	.059
교육수준	-.011	.033	-.011	-.018*	.062	-.098	-.282**	.009
직업	-.051	.155	.033	.301***	.194	.148	-.067	.141
$R^2$	.033	.045	.021	.091	.048	.057	.053	.018
adjusted $R^2$	-.003	.018	-.007	.067	.013	.031	.027	-.009

참고: 유의도 수준(\*: p < .05; \*\*: p < .01; \*\*\*: p < .001)

a: 성별은 더미변수임. 0=여성, 1=남성

먼저 인터넷으로 인하여 문화변동에 긍정적인 변화를 가져왔다는 인식 결과에서 무관심형과 중간형, 오락선호형 집단의 경우 인과관계가 밝혀지지 않았다. 반면 문화대식가형의 경우 교육수준과 부(-)의 효과를 미치는 것으로 밝혀졌는데, 이는 교육수준이 낮을수록 문화변동에 부정적인 인식을 가지고 있음을 의미한다. 한편 직업변수의 경우 정(+)의 효과를 나타내었다. 이러한 문화대식가형의 경우 사회인구학적 변수와 인터넷 활용도가 문화변동에 대해 긍정적으로 인식하는 정도에 대한 설명력이 9.1%로 나타났다.

다음 인터넷으로 인하여 문화변동에 부정적인 변화를 가져왔다는 인식 결과에서도 무관심형의 경우 인과관계가 밝혀지지 않았다. 또한 문화대식가형의 경우도 문화변동의 부정적인 변화와 인과관계가 없는 것으로 나타났다. 반면 중간형의 경우 연령에서 정(+)의 효과를 미치는 것으로 밝혀졌는데, 이는 연령이 높을수록 인터넷으로 인한 문화변동에 부정적인 변화를 가져왔다는 인식을 하고 있음을 설명해준다. 이에 대한 설명력은 5.7%로 나타났다. 한편 오락선호형 집단의 경우 교육수준 변수와 부(-)의 효과가 나타났다. 이러한 것은 교육수준이 낮을수록 인터넷으로 인한 문화변동에 긍정적으로 인식하고 있음을 보여주는 것으로, 설명력은 5.3%로 나타났다.

## V. 나오며

디지털 기술의 발전에 따른 인터넷 보급의 확산과 함께 수용자의 문화적 수준이나 취향이 보다 다양화되어감에 따라 문화 미디어로서의 인터넷의 역할과 기능이 더욱 강조되고 있다.

본 연구는 그런 일환으로 우선 수용자의 문화예술 관심도에 따라 문화취향의 집단을 구분하였고, 이들이 인터넷 활용도에 있어 집단간 어떠한 차이가 있는지를 고찰하였다. 이는 취향 이론가인 갠즈(H. Gans)의 시각<sup>5)</sup>을 반영한 결과로 무관심형 집단과 오락선호형 집단의 경우 인터넷 사용목적으로 오락이라는 응답을, 문화대식가형 집단의 경우 카페/동호회,홈피 사용을 하기 위해서라는 사용목적에 보임으로써 본 고에서 유의미한 결과를 얻을 수 있었다.

또한 집단별 인터넷으로 인한 사회변동에 대한 인식에 대해서도 살펴봄으로써 문화취향에 따라 수용자가 받아들이는 정도의 차이를 알아볼 수 있었다. 즉, 문화대식가형의 경우 교육수준과 직업에서 인터넷으로 인한 사회변동의 긍정적인 측면에서 유의미한 결과를 보여주었고, 부정적인 측면에서 중간형의 경우 연령에서, 오락선호형 집단의 경우에서 교육수준과 연관관계가 있음을 보여주었다.

5) 공통의 기준과 미학을 가지고 유사한 문화내용을 선택하는 사람들이 이른바 취향공중을 이룬다.

한편 사회인구학적 변수와 문화취향집단간 교차분석 결과에서 성별, 연령, 교육수준, 직업이 모두 유의미한 결과가 나타났다. 특히 교육수준이 높은 경우 문화대식가형 집단에서 두드러지게 나타났는데 이는 부르디외(P. Bourdieu)가 주장한 사회문화적 위치와 예술적 취향 사이에 밀접한 상관관계가 있음을 의미한다고 할 수 있다. 이러한 분석결과는 앞으로의 수용자 연구가 다각적으로 접근해 나아가야 한다는 방향성을 제시하였다고 할 수 있다.<sup>6)</sup>

#### 참고문헌:

- [1] 김민규, 1995, “노동자계급의 문화취향에 관한 연구,” 고려대학교 사회학과 석사학위 논문
- [2] 김창남, 1998, “대중문화의 이해”, 한울아카데미
- [3] 박명진, 1998, “문화향유체계”, 학술진흥재단
- [4] 이호영 · 박현주 · 음수연, 2005, “디지털 시대의 문화적 수용에 관한 연구”, KISDI
- [5] 허버트 갠스, 강현두 역, 1998, “대중문화와 고급문화”, 나남
- [6] 현택수 외, 1998, “문화와 권력: 부르디외 사회학의 이해”, 나남출판
- [7] Halloran, J, 1970, “The Effects of Television. London”: Panther Books.

---

6) 위와 같은 분석결과에도 불구하고 이 연구가 가지고 있는 한계점은 두 가지로 요약될 수 있다. 먼저 이 연구의 자료를 수집하는 과정에서 표본의 대표성 문제를 지니고 있다. 즉 이 연구의 자료는 서울지역으로 조사대상이 제한되어 있기 때문에 표본의 지역적 편중의 문제를 지니고 있는 것이다. 둘째, 디지털 미디어의 활용정도에 따른 표본추출을 위해 연령을 만 15세 이상 40세 미만으로 제한한 점을 들 수 있다.