



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

주 영 애 교수 지도

석사학위 청구논문

어머니의 문화소비성향과
자녀 양육태도가 어린이 문화이벤트
선호 및 만족에 미치는 영향

2017

성신여자대학교 문화산업예술대학원

문화산업예술학과 CP&M 전공

김 재 원

어머니의 문화소비성향과
자녀 양육태도가 어린이 문화이벤트
선호 및 만족에 미치는 영향

주 영 애 교수 지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2017년 5월

성신여자대학교 문화산업예술대학원

문화산업예술학과 CP&M 전공

김 재 원

인 준 서

김재원의 석사학위 논문으로 인준함

2017년 5월

심사위원장 (인)

심사위원 (인)

심사위원 (인)

성신여자대학교 문화산업예술대학원

논문개요

창의적 인재에 대한 시대적 요구에 따라 창의력이 자녀양육의 화두가 되면서 자녀의 문화예술 경험에 대한 관심과 욕구가 높아졌다. 어린이의 문화예술 경험은 학교 안팎으로 이루어 질 수 있으며, 특히 여가시간을 활용한 문화이벤트의 소비를 통해 더욱 풍부하게 실현될 수 있다.

주로 어머니의 소비로 이루어지는 어린이 산업의 특성을 반영하여 본 연구는 어린이 문화이벤트 시장의 실질적 소비자인 어머니의 개인적 문화소비성향과 자녀 양육태도가 어린이 문화이벤트 선호 및 만족에 미치는 영향을 알아보려고 한다. 그럼으로써 주 소비자인 어머니 역할의 중요성을 재검증해보려고 하며, 나아가 어린이들의 문화이벤트 향유 기회를 확대할 수 있는 방안을 찾아보려고 한다. 더불어 실질적 소비자인 어머니들의 만족을 높이고 어린이 문화이벤트 시장의 발전에 필요한 기초자료를 제공하고자 한다.

연구 목적에 따른 구체적인 연구 문제는 다음과 같다.

1. 어린이 문화이벤트 소비실태는 어떠한가?
2. 어머니의 문화소비성향, 자녀 양육태도, 어린이 문화이벤트 선호 및 만족의 실태는 어떠한가?
3. 어머니의 문화소비성향과 자녀 양육태도가 어린이 문화이벤트 선호에 어떠한 영향을 미치는가?
4. 어린이 문화이벤트 만족에 미치는 제 변인의 영향력은 어떠한가?

본 연구는 실증분석을 위해 서울 소재 어린이집, 유치원에 다니는 만4세, 5세 자녀를 둔 어머니들을 대상으로 2017년 3월 10일부터 2017년 4월 17일까지 조사가 이루어졌다. 구글 온라인 설문을 배포하였고, 추가적으로

1:1 스노우볼 샘플링(snowball sampling) 방식으로 표본 추출하였으며 총 220부를 배포하여 회수된 설문지 217부 중 유효한 207부를 최종 분석을 위한 자료로 사용하였다.

수집된 자료의 분석을 위해 SPSS v. 21.0을 활용하였고, 빈도분석, 탐색적 요인분석, 신뢰도검사, t-test 및 일원변량분석(One way ANOVA), 다중회귀분석, 위계적 회귀분석을 실시하였으며 연구의 결과는 다음과 같다.

1) 어린이 문화이벤트 소비실태

자녀를 위한 어린이 문화이벤트 소비 횟수는 1년에 2~3회가 34.3%로 가장 많았고, 4~5회 26.1%, 10회 이상 21.3%, 6~9회 12.1%의 순서로 나타났다. 주된 참여형태는 어머니와 자녀가 함께 참여하는 형태가 47.3%, 가족 모두 참여하는 형태가 45.4%였으며 자녀만 참여하는 경우는 드물었다. 어린이 문화이벤트를 가장 많이 소비하는 시점은 시즌에 구애받지 않음이 66.2%로 가장 많았으며 다음으로 여름·겨울 방학, 어린이날, 생일, 크리스마스 순으로 나타났다. 어머니의 어린이 문화이벤트 소비의 가장 큰 장애 요인으로는 시간부족이 38.2%였고, 자녀의 문화이벤트에 대한 무관심이 21.3%로 두 번째 장애요인으로 나타났으며, 경제적 부담이 18.8%였다. 어머니들은 어린이 문화이벤트에 대한 정보를 인터넷 커뮤니티를 통해 얻는 경우가 47.3%로 가장 많았고 다음은 주변사람을 통해 18.4%, 광고지·포스터 10.1% 순으로 나타났다. 1년 평균 경비는 5~10만원 미만이 27.5%로 가장 많았고, 10~20만원이 22.2%로 다음이다.

2) 어머니의 문화소비성향, 자녀 양육태도, 어린이 문화이벤트 선호 및 만족의 실태

첫째, 어머니들의 전반적인 문화소비성향은 합리적 계획구매 성향이 가장 많았고, 고품격 품질우선 성향, 주도적 유행추구 성향 순으로 나타났으며 과시적 주변외시 성향은 상대적으로 가장 낮게 나타났다. 어머니의 일반적 특성에 따른 문화소비성향 차이는 최종 학력, 자녀수, 성격유형에 따라 유의미한 차이를 보였는데, 자녀수가 2명 이하에 비해 3명 이상인 경우 합리적 계획구매 성향이 높게 나타났고, 고졸 이하에 비해 대졸, 대학원졸 이상의 경우 고품격 품질우선 성향이 높게 나타났으며, 성격유형이 외향적인 경우 내향적 성향에 비해 합리적 계획구매 성향, 고품격 품질우선 성향, 주도적 유행추구 성향이 높은 것으로 나타났다.

둘째, 어머니들의 전반적인 자녀 양육태도는 애정적 태도가 가장 많았으며, 자율적 태도, 통제적 태도 순이었고, 거부적 태도가 상대적으로 가장 낮게 나타났다. 어머니의 일반적 특성에 따른 자녀 양육태도 차이는 연령, 자녀 수, 월 평균 소득, 성격유형에 따라 유의미한 차이를 보였는데, 어머니의 연령이 40대 이상인 경우 30대 이하에 비해 거부적 태도가 높게 나타났고 또한 자녀수가 1명에 비해 2명, 3명 이상의 어머니에게서 거부적 태도가 높게 나타났다. 월 평균 소득이 300만원 미만에 비해 300만원 이상의 경우 상대적으로 통제적 태도가 높았고, 어머니 성격유형이 외향적인 경우 내향적 성향에 비해 자율적 태도가 높게 나타났다.

셋째, 어머니들의 전반적인 어린이 문화이벤트 선호는 체험형이 관람정보다 높게 나타났고, 어머니의 일반적 특성에 따른 어린이 문화이벤트 선호 차이는 연령, 시간, 성격유형에 따라 유의미한 차이를 보였다. 어머니의 연령이 30대 이하의 경우 40대 이상에 비해 체험형 문화이벤트 선호가 높게 나타났고, 자녀와 함께 하는 시간이 많을수록, 어머니의 성향이 외향적인 경우 체험형 문화이벤트의 선호가 높았다.

넷째, 어머니들의 전반적인 어린이 문화이벤트 만족은 평균 3.72점으로 나타났고, 어머니의 일반적 특성에 따른 어린이 문화이벤트 만족 차이는 최종학력, 자녀와 함께 보내는 시간, 성격유형에 따라 유의미한 차이를 보였다. 최종학력이 고졸이하나 대학원졸 이상에 비해 대졸의 경우 문화이벤트 만족이 상대적으로 높았고, 자녀와 함께 보내는 시간이 1시간 이하에 비해 2시간 이상인 경우, 어머니의 성격유형이 외향적인 경우 상대적으로 만족이 높았다.

3) 어머니의 문화소비성향과 자녀 양육태도가 어린이 문화이벤트 선호에 미치는 영향

첫째, 어머니의 문화소비성향이 관람형 어린이 문화이벤트 선호에 미치는 영향을 살펴보면 고품격 품질우선 성향, 합리적 계획구매 성향, 주도적 유행 추구 성향이 높을수록 관람형 어린이 문화이벤트 선호가 높아지는 것으로 나타났고, 그 중에서도 고품격 품질우선 성향이 관람형 어린이 문화이벤트 선호에 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 어머니의 문화소비성향이 체험형 어린이 문화이벤트 선호에 미치는 영향을 살펴보면 합리적 계획구매 성향, 고품격 품질우선 성향이 높을수록 체험형 어린이 문화이벤트 선호가 높아지는 것으로 나타났고, 그 중 합리적 계획구매 성향이 체험형 어린이 문화이벤트 선호에 더 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 어머니의 자녀 양육태도가 관람형 어린이 문화이벤트 선호에 미치는 영향을 살펴보면 애정적 태도, 통제적 태도가 높을수록 관람형 어린이 문화이벤트 선호가 높아지는 것으로 나타났다.

넷째, 어머니의 자녀 양육태도가 체험형 어린이 문화이벤트 선호에 미치는 영향을 살펴보면 자율적 태도, 애정적 태도가 높을수록 체험형 어린이 문화이벤트 선호가 높아지는 것으로 나타났다.

4) 어린이 문화이벤트 만족에 미치는 제 변인의 영향력

어머니의 일반적 특성, 문화소비성향, 자녀 양육태도, 어린이 문화이벤트 선호를 순서대로 투입 한 최종 모델을 통해 어린이 문화이벤트 만족에 미치는 제 변인의 상대적인 영향력을 비교한 결과, 어린이 문화이벤트 선호 중 체험형의 선호가 가장 큰 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 자녀 양육태도 중 통제적 태도 또한 정적인 영향을 미치고 있었다. 한편 자녀 양육태도 중 거부적 태도는 어린이 문화이벤트 만족에 부적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

목 차

논문개요

I. 서론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	1
2. 용어의 정의	4
II. 이론적 배경	6
1. 문화소비성향	6
1) 문화의 개념	6
2) 문화의 소비와 문화소비성향	9
2. 자녀 양육태도	15
1) 양육태도의 개념	15
2) 양육태도의 유형	17
3. 문화이벤트	21
1) 문화이벤트의 개념	21
2) 어린이 문화이벤트와 어린이 산업의 특성	24
4. 선행연구 고찰	30
1) 문화소비성향	30
2) 자녀 양육태도	32
3) 문화이벤트	33
4) 어린이 산업의 특성	35

III. 연구방법	36
1. 연구문제	36
2. 조사도구	37
1) 조사도구	37
2) 측정도구의 타당성 및 신뢰도 검증	39
3. 조사대상 및 자료수집	47
4. 자료 분석방법	47
IV. 연구결과 및 분석	49
1. 조사대상자의 일반적 특성	49
2. 자녀를 위한 어린이 문화이벤트 소비실태	51
3. 어머니의 문화소비성향, 자녀 양육태도, 어린이 문화이벤트 선호 및 만족의 실태	53
1) 문화소비성향	53
2) 자녀 양육태도	56
3) 어린이 문화이벤트 선호	59
4) 어린이 문화이벤트 만족	62
4. 각 변수 간 상관관계 검증	64
5. 어머니의 문화소비성향과 자녀 양육태도가 어린이 문화이벤트 선호 및 만족에 미치는 영향	66
1) 어린이 문화이벤트 선호에 미치는 영향	66
2) 어린이 문화이벤트 만족에 미치는 제 변인의 영향력	70
V. 결론 및 제언	73
1. 결론	73
2. 제언	79

참 고 문 헌

ABSTRACT

부 록

표 목 차

<표Ⅱ-1> 문화예술행사 관람률 변화추이	9
<표Ⅱ-2> 예술문화소비 형태	11
<표Ⅱ-3> Bourdieu의 문화자본 하위범주	13
<표Ⅱ-4> 형태별 이벤트 분류	22
<표Ⅲ-1> 설문지의 구성	38
<표Ⅲ-2> 문화소비성향에 대한 타당성 및 신뢰도 검증	41
<표Ⅲ-3> 자녀 양육태도에 대한 타당성 및 신뢰도 검증	43
<표Ⅲ-4> 어린이 문화이벤트 선호에 대한 타당성 및 신뢰도 검증	45
<표Ⅲ-5> 어린이 문화이벤트 만족에 대한 타당성 및 신뢰도 검증	46
<표Ⅳ-1> 조사대상자의 일반적 특성	50
<표Ⅳ-2> 어린이 문화이벤트 소비실태	52
<표Ⅳ-3> 전반적인 문화소비성향	53
<표Ⅳ-4> 조사대상자의 일반적 특성에 따른 문화소비성향의 차이	55
<표Ⅳ-5> 전반적인 자녀 양육태도	56
<표Ⅳ-6> 조사대상자의 일반적 특성에 따른 자녀 양육태도의 차이	58
<표Ⅳ-7> 전반적인 어린이 문화이벤트 선호	59
<표Ⅳ-8> 조사대상자의 일반적 특성에 따른 어린이 문화이벤트 선호의 차이	61
<표Ⅳ-9> 전반적인 어린이 문화이벤트 만족	62
<표Ⅳ-10> 조사대상자의 일반적 특성에 따른 어린이 문화이벤트 만족의 차이	63

<표IV-11> 각 변수간 상관관계 검증	65
<표IV-12> 어머니의 문화소비성향이 관람형 문화이벤트 선호에 미치는 영향	67
<표IV-13> 어머니의 문화소비성향이 체험형 문화이벤트 선호에 미치는 영향	68
<표IV-14> 어머니의 자녀 양육태도가 관람형 문화이벤트 선호에 미치는 영향	69
<표IV-15> 어머니의 자녀 양육태도가 체험형 문화이벤트 선호에 미치는 영향	70
<표IV-16> 어린이 문화이벤트 만족에 미치는 제 변인의 영향력	72

그림 목 차

<그림 II-1> Symonds(1949)의 양육태도 모형	18
<그림 II-2> Schaefer(1959)의 양육태도 모형	19

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

최근 우리 사회는 4차 산업혁명과 지능정보사회로의 진입을 앞두고 있다. 이러한 시대적 흐름에 대비하여 ‘창의력’의 중요성이 더욱 강조되고 있다. 이미 오래 전 OECD 보고서는 자본과 노동 외에 창의력이 국가의 생산량에 영향을 미치는 중요한 개념이며 이는 문화와 예술의 향유를 통해 개발될 수 있다고 하였다(이은정, 2007, 재인용). 이처럼 ‘창의력’이 국가를 이끄는 핵심 가치이자 경쟁력으로 부각되고 있고, 이에 따라 정부와 기업은 문화예술 활동을 통한 창의적 인재 양성에 관심을 모으고 있다.

정부는 2005년도부터 아동·청소년 대상 학교문화예술교육 지원 사업으로 예술 강사를 파견하고 있으며 학교 밖 문화기반시설을 통한 문화예술 프로그램인 꿈다락 토요문화학교 사업을 시행하고 있다. 또한 유아기부터 문화예술교육의 중요성을 인지하여 2008년도부터 유치원에 예술 강사를 파견하는 유아 문화예술교육지원사업을 추진하면서(최지윤, 2016) 문화예술의 중요성을 시사함에 따라 자녀를 양육하는 어머니들의 관심도 더불어 높아졌다. 이제 자녀 교육에 있어서도 창의력은 빠질 수 없는 논제로 언급되고 있으며 앞으로의 삶을 살아가는데 있어 필수적 능력이 되었다.

어린이들의 문화예술 활동은 학교 안팎에서 이루어질 수 있는데, 특히 여가시간을 활용한 다양한 문화이벤트 소비를 통해 더욱 풍부하게 실현될 수 있다. 주 5일제의 시행으로 부모와 어린이들의 여가시간이 증가함에 따라 문화 욕구가 증가했고 이는 문화교실, 문화축제, 공연이나 전시 등 어린이 문화이벤트 시장 규모의 증가로 이어졌다.

출산율의 저하에도 어린이 산업은 지속적 상승세를 보이고 있으며 한 자녀 가정이 증가하여 자녀에 대한 관심이 커지면서 아이를 위한 지출을 아끼지 않는 소비문화가 형성되고 있다. 이러한 소비문화는 육아용품과 의류 같은 산업의 범위를 넘어서 문화예술의 영역까지 확장되었고(김태희, 2013), 어머니들은 자녀에게 다양한 문화경험을 제공하고자 어린이 문화이벤트 소비를 하고 있다.

특히 어린이 산업의 소비과정에 어머니의 성향이 반영된다는 논거는 선행 연구를 통해 알 수 있는데, 한국방송공사에서 실시한 소비자 조사에서 어린이 제품의 구매 시 구매자와 사용자가 불일치하는 경우가 많았고, 이러한 대행구매는 여전히 어머니의 고유한 영역으로 보고 있다(김지연, 2011). 아울러 어머니의 의복소비성향이 유아복 구매행동에 영향을 미치며(송영진, 2003), 어머니의 소비성향에 따라 베이비 화장품의 구매 형태도 달라지는 것을 확인할 수 있다(김영배, 2011).

또한 어머니의 양육태도가 자녀의 놀이 행동에 영향을 미치며, 자녀의 학습에 영향을 미친다는 사실을 박강학(2004), 박영도(2005), 신명희(2004), 윤용희(2013), 이광희(2015)의 연구를 통해 확인하였고, 어린이 문화이벤트도 놀이와 학습의 일환이기 때문에 어머니의 양육태도가 어린이 문화이벤트 선호에 영향을 미칠 것이라 예견할 수 있었다.

어린이 문화이벤트에 대한 수요가 증가했지만 이와 관련한 소비자 연구는 부족한 실정이다. 어린이를 위한 문화이벤트이지만 소비의 주체는 어머니이므로 기획단계에서 어머니들의 문화소비성향과 양육태도를 파악할 필요가 있다.

본 연구에서는 어머니의 자녀를 위한 어린이 문화이벤트 소비실태를 파악하고, 어머니의 개인적 문화소비성향과 자녀 양육태도가 어린이 문화이벤트 선호 및 만족에 미치는 영향을 알아보려고 한다. 그럼으로써 어린이 문화이

벤트의 주 소비자인 어머니 역할의 중요성을 재검증해보고자 하며, 나아가 어린이들의 문화이벤트 향유 기회를 확대할 수 있는 방안을 찾아보고자 한다. 더불어 어린이 문화이벤트의 실질적 소비자인 어머니들의 만족을 높이고 어린이 문화이벤트 시장의 발전에 필요한 기초자료를 제공하는데 목적을 두고 있다.

2. 용어의 정의

1) 문화소비성향

노은영·박은정(2014)의 정의에 따라 문화소비란 개인의 문화경험을 통해 형성된 문화취향이 가진 가장 일반적인 형태로, 소비자가 문화활동에 참여하기 위해 지출을 하는 경우를 말하며, 문화소비성향이란 문화소비의 상황에서 나타나는 개인적 성향을 의미한다. 본 연구에서는 박종구·공자원(2006) 연구의 척도를 사용하여 문화소비성향을 과시적 주변외의식 성향, 합리적 계획구매 성향, 주도적 유행추구 성향, 고품격 품질우선 성향으로 분류하였다.

2) 자녀 양육태도

장성덕(2007), 문채덕(2010), 김민화(2016)의 정의에 따라 양육태도란 양육자가 속한 사회문화 안에서 자녀를 양육하며 일반적으로 취하는 내현적·외현적 태도 및 행동양식으로, 본 연구에서는 김민화(2016)가 사용한 척도를 사용하여 애정적, 거부적, 자율적, 통제적 양육태도 4가지 유형으로 분류하였다.

3) 문화이벤트

김희진(2013)의 정의에 따라 문화이벤트란 문화를 소재로 시행하는 이벤트이며 음악, 연극, 미술과 같은 예술적 활동과 문예활동을 비롯해 세미나, 심포지엄, 콘테스트, 문화전시회, 문화교실, 영화제, 축제 등 폭넓은 영역을 대상으로 한다.

4) 어린이 문화이벤트

국립국어원의 표준국어대사전과 임선영(2010), 김태희(2013)의 연구에서 정의한 어린이의 연령에 따라 어린이 문화이벤트란 만3세부터 12세까지의 어린이만을 위해 기획되거나 가족이 함께 참여할 수 있는 형태의 문화이벤트로 정의하였으며, 본 연구에서는 어린이 문화이벤트를 소극적 참여형태인 관람형과 적극적 참여형태인 체험형으로 분류하였다.

II. 이론적 배경

1. 문화소비성향

1) 문화의 개념

기술이 중요하게 여겨지던 과거 산업사회와는 달리 21세기는 문화가 국가의 경쟁력이 되는 시대이다. 인간의 삶에 있어 문화의 중요성이 커지면서 문화는 많은 학자들에 의해 연구되었고, 다양하게 정의되어 왔다.

문화라는 용어를 일상에서도 흔히 사용하지만 구체적 상황과 목적에 따라 다르게 사용될 수 있으므로 통일된 개념으로 명확하게 정의하는 것은 어려운 일이다.

문화의 어원을 통해 그 의미를 살펴보면, 문화(culture)는 밭을 ‘경작하다’, 신체를 ‘훈련하다’의 뜻을 가진 colo(형용사 cultus, 명사 cultura)를 어원으로 하며, 처음에는 정신적인 의미를 내포하지 않았지만 로마시대부터 영혼과 마음을 돌보고 도덕적인 정신을 함양하는 활동으로 여겨지기 시작했다(노은영, 박은정, 2014). 또한 학문과 철학의 기원을 설명한 로마의 Cicero가 사용했던 영혼의 경작을 의미하는 ‘cultura animi’라는 용어를 통해서 인간의 영혼을 개발하는 것과 문화가 밀접한 관련이 있음을 알 수 있다(박은희, 2013).

문화는 시대의 흐름에 따라서도 그 의미가 조금씩 변해왔고 오늘날에 이르러 더 넓고 포괄적인 의미를 갖게 되었다. 문화를 단지 밭을 경작하고 가축을 기르는 행위로만 보았던 봉건시대와는 달리 18세기에는 문화를 정신적이고 심미적인 발전의 과정으로 이해하였으며, 19세기에는 인간의 지적·

예술적 활동의 실천 및 산물로 정의하였다. 20세기 들어 문화를 한 인간이나 동시대 집단에서 일반적으로 공유하고 있는 특정한 생활양식으로 정의하였으며, 20세기 후반에는 문화란 사회질서가 전달·재생산·체험·탐구의 과정을 거치며 공유된 의미체계라고 정의하였다(허인정, 2010 재인용).

현대 사회에서의 문화의 사전적 정의를 보면 ‘자연 상태에서 벗어나 일정한 목적 또는 생활이상을 실현하고자 사회 구성원에 의하여 습득, 공유, 전달되는 행동 양식이나 생활양식의 과정 및 그 과정에서 이룩하여 낸 물질적·정신적 소득을 통틀어 이르는 말이며, 의식주를 비롯하여 언어, 풍습, 종교, 학문, 예술, 제도 따위를 모두 포함한다.’ (<http://krdic.naver.com>)고 하였다.

이렇듯 시대가 발전하면서 문화의 개념이 우리 삶을 둘러싼 전반적인 것을 포함하며 더욱 방대한 개념으로 확대되어 왔음을 확인할 수 있다.

Raymond Williams(1983)는 예술·예술적 활동으로서의 문화, 삶의 방식으로서의 문화, 과정과 발전으로서의 문화로 구분하여 문화의 개념을 정의하기도 했는데, 본 연구에서는 문화의 특성을 고려한 개념인 생활양식으로서의 문화, 상징체계로서의 문화, 지적·정신적·예술적 산물로서의 문화(노현희·홍현진, 2009) 세 가지로 정리하였다.

(1) 생활양식으로서의 문화

생활양식으로서의 문화는 사회학이나 문화인류학에서 주로 다루고 있는 광의의 개념으로 한 사회나 집단의 구성원들 사이에 공유되며 사회와 집단을 특징짓는 가치관이나 관습, 제도, 규범 등을 포함하는 개념이다(노현희·홍현진, 2009).

(2) 상징체계로서의 문화

인간은 상징을 사용하여 어떤 대상, 관계, 관념에 의미와 가치를 부여하고 그 상징적 의미를 공유하며 소통하게 된다(노현희·홍현진, 2009). 즉, 상징체계로서의 문화는 기호, 언어, 종교적인 표식 등 다양한 형태의 표현에 따른 것을 의미하며 종교나 국적에 따라 상징체계가 다르기 때문에 같은 기호나 문자를 보고도 각자 다른 반응을 보이게 된다(이정화, 2015).

(3) 지적·정신적·예술적 산물로서의 문화

지적·정신적·예술적 산물로서의 문화는 협의의 문화 개념으로, 창의성을 바탕으로 만들어진 문화 산물(노은영·박은정, 2014)을 의미한다. 이는 우리가 흔히 알고 있는 문화콘텐츠나 문화예술로서의 문화를 의미하는 것으로 창조적 산물인 그림, 조각, 음악, 문학, 공연, 영화, 게임 등을 포함한다(이정화, 2015).

흔히 일상에서 문화는 문화산업, 문화콘텐츠, 문화이벤트 등 다른 단어와 결합된 형태로 사용되며(노은영·박은정, 2014) 협의로는 지적·정신적·예술적 산물로서의 문화로 사용하는 경우가 많다. 본 연구에서도 어머니의 문화소비성향을 살펴보기 위해 소비의 경제적 개념을 적용할 수 있는 문화 산물로서의 문화로 그 개념을 한정하고자 한다.

2) 문화의 소비와 문화소비성향

문화를 경제적 가치를 지닌 상품의 관점에서 접근했을 때 소비의 개념을 적용할 수 있다. 유무형의 모든 것이 하나의 상품으로 판매되는 자본주의 사회에서 문화도 소비의 형태로 나타나게 되었다(노은영·박은정, 2014). 문화가 발달하면서 소비할 수 있는 문화예술상품이 증가했고 과거에 비해 접할 수 있는 기회가 많아졌으며 소비욕구도 증가했다. 또한 국민소득의 증가와 가치를 지향하는 현대인의 소비는 개인의 삶의 질을 우선으로 생각하는 라이프 스타일의 확산과 더불어 공연, 전시 등의 문화산업에 대한 수요의 증가를 이끌었다(주영애·홍영운, 2017). 이처럼 우리나라 국민들의 문화활동 참여와 문화향수 수요가 높아졌음은 문화예술행사 관람률의 변화를 통해 확인할 수 있는데, 문화체육관광부와 한국문화관광연구원에서 실시한 2016년 문화향수실태조사에 따르면 문화예술행사 관람률은 2016년 79.3%(역사, 철학강의 및 역사탐방 포함)로 2014년보다 8.0% 높아졌고, 2003년 이후 지속적으로 상승하고 있으며 2003년 대비 16.9% 증가한 것을 알 수 있다.

<표Ⅱ-1> 문화예술행사 관람률 변화추이

예술행사	2003 년	2006 년	2008 년	2010 년	2012 년	2014 년	2016 년	전년대비 증감률 (%p)
전체	62.4	65.8	67.3	67.2	69.6	71.3	78.3 79.3	8.0
문학행사	4.0	4.4	4.0	3.8	6.1	6.2	5.8	-0.4
역사, 철학 강의 및 역사탐방	-	-	-	-	-	-	11.4	-
미술전시회	10.4	6.8	8.4	9.5	10.2	10.6	12.8	2.2

예술행사	2003 년	2006 년	2008 년	2010 년	2012 년	2014 년	2016 년	전년대비 증감률 (%p)
서양음악	6.3	3.6	4.9	4.4	4.8	4.9	4.5	-0.4
전통예술	5.2	4.4	4.4	5.7	6.5	5.7	7.6	1.9
연극	11.1	8.1	11.0	11.2	11.8	12.6	13.0	0.4
뮤지컬					11.5	11.5	10.2	-1.3
무용	1.1	1.4	0.7	1.4	2.0	2.4	1.3	-1.1
영화	53.3	60.3	58.9	60.3	64.4	65.8	73.3	7.5
대중음악/연예	10.3	7.6	10.0	7.6	13.5	14.4	14.6	0.2

출처: 문화체육관광부(2016), 문화향수실태조사

이는 여가시간과 소득의 증가, 문화예술의 중요성을 강조하는 사회적 상황 때문이라 볼 수 있겠다.

이제 문화소비는 개인의 가치를 높이기 위해 현대를 살아가는 필수적 요소라고 할 만큼 이루어지고 있으며 일상의 중요한 부분으로 자리 잡았다. 문화에 대한 경제적 접근이 시작되면서 문화상품의 연구에 있어서도 소비자 분석을 위해 개인의 문화소비성향을 파악하려는 시도들이 증가하고 있다.

문화소비란 소비자가 지적·정신적·예술적 산물로서의 문화 상품을 소비하는 것이라 할 수 있는데, Robinson(2011)에 의하면 문화는 자기 정체성과 서로 관련되어 있기 때문에 문화소비를 통해 자기 정체성을 형성하고 표현하며 유지하게 됨(이병관, 서희주, 2016)을 알 수 있다. 또한 노은영·박은정(2014)은 문화소비란 개인의 문화경험을 통해 형성된 문화취향이 가진 가장 일반적인 형태라고 정의하였고, 흔히 소비자가 문화활동에 참여하기 위해 지출을 하는 경우라고 할 수 있다.

현대인의 문화소비는 주로 예술문화의 소비로 나타나며 소비자가 예술문화활동에 참여하는 형태에 따라서 ‘관람적 문화소비’와 ‘참가적 문화소

비' 로 분류할 수 있는데, 관람적 문화소비는 소극적 방식으로 문화활동에 참여하는 것을 의미하며, 참가적 문화소비는 적극적 방식으로 소비자가 직접 문화활동에 참여하는 것을 의미한다(박은희, 2013).

<표 II -2> 예술문화소비 형태

형태	내용
관람적	소극적 문화참여 형태이며 도서관, 박물관, 유적지, 영화관, 극장, 연주회장 등의 장소에 방문하여 일정한 시간동안 관련 활동에 참여하는 문화 활동
참가적	적극적 문화참여 형태이며 시각예술, 공연예술, 공예작업, 음악연주, 문예활동 등에 직접 능동적으로 참여하고 체험하는 문화 활동

자료: 박은희(2013), 한국 성인들의 예술문화소비에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 박사학위논문, p.7

문화소비는 하나의 소비 형태로 나타나지만 일반적인 생활의 필수품이나 내구소비재의 소비 같은 필수소비와는 다르다. 이것은 최저생활과 일상생활을 초월하여 개인을 발전시키고 삶의 질을 높이기 위해 행하는 육체적·정신적인 충전을 위한 소비이므로 개인에 따라 수요의 탄력성이 크다(서정교, 2003).

21세기 들어 과거의 고급문화와 대중문화로 나누던 기준이 점차 사라졌고, 소비의 상황에서 문화소비자들의 기호와 취향이 중요하게 부각되었다(김원영, 2004). 그렇기 때문에 비슷한 경제적 능력을 가진 사람들 간에도 문화 소비에 대한 차이가 나타날 수 있어 경제적 자본만으로 현대인의 문화 소비를 이해하는 것은 한계가 있다.

Bourdieu의 문화자본은 문화소비를 설명하는 중요한 개념으로 “부모와

의 삶과 사회화의 과정으로부터 무의식적으로 습득되는 가치, 신념, 기술”(Mannuel, R. L, 2003)을 의미한다. 문화자본은 취향과 선호에 영향을 주며 문화소비에 영향(Kantz-Gerro, 2004)을 주기 때문에 문화소비의 결정적 요인이 될 수 있고, 사회·경제적 조건이 동일한 상황에서의 차별화된 문화소비를 설명할 수 있다(김원영, 2004).

예를 들어 두 사람의 경제적 자본량이 비슷하더라도 개인이 가진 문화자본에 따라 비슷한 아파트의 실내를 장식하는 문화소비에 있어 차이를 보일 수 있다. 이는 문화자본의 축적으로 개인에게 내면화된 가치체계인 ‘취향’이 각자 다르기 때문이며, 이 취향은 다른 사람 혹은 집단과 차별적인 정체성을 가지게 함으로써 특정 대상에 대한 전유를 통해 구체적으로 실현되는데, 일반적으로 문화소비행위를 통해 표현되며(최영섭, 김민규, 2000), 이는 개인의 문화소비성향으로 드러난다.

이 과정에서의 차별적인 문화적 취향은 ‘직접적이고 본능적이고 미적 가치를 판단하는 능력’(Bourdieu, 1995)이라 할 수 있고, 이러한 문화 취향의 습득은 오랜 기간 동안 이루어지며 개인 간 문화적 취향의 차이는 생산의 영역보다 소비의 영역에서 더욱 뚜렷하게 나타난다(김성수, 2007).

또한 한 개인은 자신의 경험과 감성에 따라 문화를 소비하므로 교육과 경험 등이 문화소비에 영향을 미치게 되고, 개인의 문화소비성향은 문화예술 상품의 소비를 설명하는 중요한 변수가 된다(주영애·홍영운, 2016).

즉, 문화소비성향이란 문화를 선택하여 소비하는 상황에서 나타나는 개인적인 성향을 의미하며, 개인 간 문화자본의 차이가 취향의 차이를 만들고 문화소비에 있어 성향의 차이를 만들게 되는 것이다(이정화, 2015).

Bourdieu의 문화자본 유형은 자본 획득 경로에 따라서 상속자본과 획득자본으로 분류되며, 형태에 따라 체화된 문화자본, 객관화된 문화자본, 제도화된 문화자본 세 가지로 분류된다. 먼저 상속자본은 한 개인이 사회화 과

정을 통해 자연스럽게 습득하게 된 성향을 의미하며, 획득자본은 공식적인 기관 등을 통한 교육과 훈련을 통해서 얻게 된 자질을 의미한다(김미정, 2012).

<표 II-3> Bourdieu의 문화자본 하위범주

기준	구분	예시
획득 경로	상속자본	사회화 과정을 통해 습득된 성향
	획득자본	공식적인 교육과 훈련을 통해 얻어진 자질
형태	체화된 형태	몸짓, 외모, 자세, 표정, 걸음걸이, 억양 등
	객관화된 형태	도서, 그림, 악기 등
	제도화된 형태	공식적인 교육을 통해 획득되고 측정되는 학위나 자격증

출처: 김미정 (2012), 문화자본이 상징적 여가소비에 미치는 영향 : 지위불일치 유형을 중심으로, 한양대학교 대학원 석사학위논문, p.21

문화자본을 형태에 따라 분류했을 때, 체화된 형태의 문화자본은 유아시절부터 오랜 시간동안 내면화되는 것으로 부모가 가진 문화자본의 영향을 많이 받으며, 사람에게서 풍기는 품위, 교양, 세련됨을 의미한다. 구체적 형태로는 지식, 교양, 몸짓, 자세, 억양 등이 있다. 객관화된 형태의 문화자본은 그림, 책, 사진, 악기, 기계 등과 같은 문화적 상품을 말하며, 제도화된 형태의 문화자본은 개인의 능력을 상징하는 지표이자 사회적 지위를 보장받을 수 있는 공식적인 학위나 자격증을 의미한다(김은미, 2012).

Bourdieu는 이 세 가지 문화자본 중에서도 체화된 문화자본을 가장 중요한 자본으로 인식하였다. 개인이 속한 사회와 가정의 아비투스(habitus)나 교육을 통해 문화자본의 체화가 이루어지게 되는데, 아비투스란 “사회의 인식과 지각이 구조화되어 개인의 특정한 지각·사유·행동으로 발현되는

체화된 성향(dispositions) 체계” 를 의미하는 것으로 생애 초기의 교육과 경험이 체화의 결정적 요인이 된다(이정화, 2015). 즉, 아비투스란 한 개인에게 삶의 경험과 교육을 통해 내면화되어 일정한 방식으로 사물이나 현상을 인지하고 판단하며 행동하도록 하는 성향체계(류향곤, 2004)라고 할 수 있다.

체화된 문화자본은 오랜 시간동안 사회화를 통해 내면화되면서 개인의 고유한 감상과 이해의 틀을 구성하게 되고, 흔히 예술의 선호, 문화콘텐츠의 선택 같은 문화자본에 있어 차이를 드러낸다(이정화, 2015). 이렇듯 삶을 통해 문화자본이 지속적으로 체화되기 때문에 개인의 문화적 성향과 선호는 선천적인 것이 아닌 어린 시절부터 부모를 통해 축적된 문화경험이 현재의 문화활동과 문화성향에 영향(현진·강신겸, 2012, 재인용)을 미친다고 정리할 수 있다.

선행연구를 종합했을 때, 문화에 대한 개인의 성향과 취향은 후천적으로 습득되는 것이며, 한 가정에서 소유한 문화자본이 자녀에게 체화되어 지속적인 성향체계를 형성하기 때문에 부모의 문화자본은 매우 중요함을 알 수 있었다. 또한 유아시기의 교육과 초기 경험이 중요하게 작용하여 성인이 되었을 때 개인의 문화적 취향과 문화소비성향이 발현되기에 이른다.

2. 자녀 양육태도

1) 양육태도의 개념

어린 자녀가 일상생활에서 가장 오랜 시간을 함께 지내는 사람은 바로 어머니이다. 자녀는 어머니와의 상호작용을 통해 신체적·정신적 성숙을 이루고 어머니를 보며 많은 것을 따라하면서 자연스럽게 학습하게 된다.

어머니는 어린 자녀에게 가장 중요한 존재이며 성장 과정에서 필요한 바람직한 인성을 길러주고 보호와 사랑을 제공한다(박정희, 2016). 즉 가정이라는 작은 사회에서 자녀의 성장과 발달에 직접적인 영향을 미치는 존재이다. 그러므로 생의 초기에 가장 처음 맺는 어머니와의 관계는 자녀의 인생을 결정할 만큼 중요하며, 자녀는 어머니의 관심과 자극에 반응하면서 가치관을 형성하고 사회를 배워간다(양은주, 2010). 이처럼 자녀가 세상을 경험하고 한 사회의 구성원으로 살아가기 위해서는 올바른 부모의 양육태도 아래 성장해야 한다(김미정, 2016).

어머니의 양육태도에 따라 자녀와의 의사소통과 자녀의 놀이성향이 많이 달라지고, 자녀의 성격과 정서발달에도 많은 차이를 보이게 되며 자녀의 성장에 있어 각기 다른 결과를 가져올 수 있다. 이와 같은 사실은 어머니의 양육태도가 자녀에게 미치는 영향과 관련된 일련의 연구들(이달석·김재현, 1999; 김경숙, 2001; 이정순, 2002; 박정미, 2010; 신미숙, 2010; 문채덕, 2011; 이명란, 2013; 이광희, 2015)을 통해 확인할 수 있었다.

부모와 상호작용하는 시간이 가장 많은 시기인 생애 초기의 경험이 중요하게 다뤄지면서 많은 학자들이 부모와 자녀 관계에 대해 연구하기 시작했고, Freud학파의 연구 또한 이를 뒷받침 하고 있다.

Freud(1938)는 그의 연구에서 유아의 인격형성은 어렸을 때 부모가 자

녀와 상호작용하는 기본적 태도인 양육태도로부터 이루어진다고 보았다(장성덕, 2007). 즉, 어머니의 양육태도는 어린 자녀와 어떠한 관계를 형성하는가를 결정하고 자녀가 성장함에 있어 많은 영향을 미치는 중요한 요인이 된다. 또한 아동은 다양한 환경과 상호작용을 하지만, 어머니와 가장 많은 시간을 보내는 만큼 올바른 인성을 형성하는데 어머니의 특성과 양육태도가 매우 중요한 역할을 한다고 할 수 있다(박영애·최영희·박인전, 2002).

이처럼 어머니의 양육태도와 행동은 자녀에게 많은 영향을 미치며 아동의 발달과 관련된 환경요인 중에서도 매우 중요하기 때문에 여러 학자들에 의해 지속적으로 연구되어 왔다.

Becker(1964)는 부모의 양육태도란 ‘부모 또는 양육자가 자녀를 양육함에 있어 보편적으로 나타내는 태도’라고 정의했으며 자녀의 성격과 행동 발달에 영향을 미치는 중요한 요인이라 하였다(김근화, 2005). 또한 Fisbein(1975)은 ‘양육태도는 하나의 문화 양식이며 자녀의 성장과 발달을 위해 양육자가 기르고 가르치는 태도이자 행동에 대한 경향성과 반응양식’(류현강, 2007)이라고 정의하였다.

국내의 정의를 살펴보면 한국유아교육학회(1996)에서는 양육태도를 양육자가 자녀를 대하는 일반적인 태도와 행동이며, 유아기의 훈육과 생활훈련 및 전반적인 유아 행위에 대한 부모의 태도라고 정의하였고, 이영주(2006)는 부모가 한 사회문화의 테두리 내에서 자녀를 양육하며 나타내는 어떠한 경향성을 가진 태도라고 하였으며, 장성덕(2007)은 부모 또는 양육자가 자녀의 성장과 발달을 위해 기르고 가르칠 때 일반적으로 나타내는 외형적·내형적 행동이라고 정의한 바 있다. 또한 문채덕(2010)은 양육태도는 부모가 속한 문화양식 내에서 자녀에 대해 취하는 내현·외현적 태도의 경향이자 보편적인 행동양식이라고 정의하였고, 정택용(2016)은 자녀에게 애정을 가지고 교육하는 구체적·계획적인 행동이나 태도라고 정의하였다. 이처럼

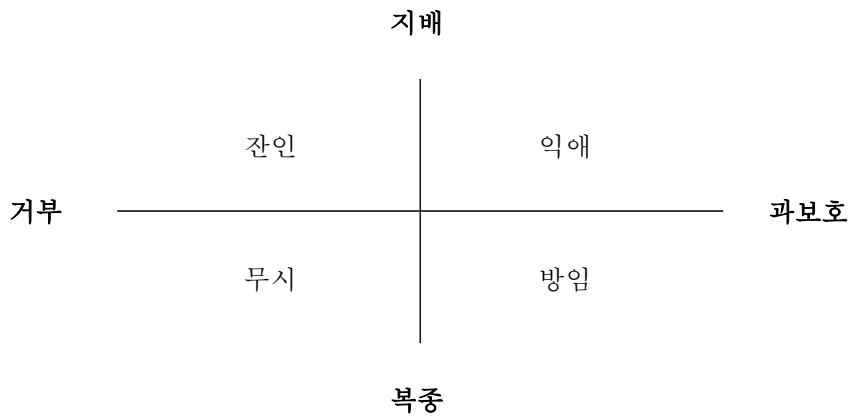
양육태도는 한 가정의 부모가 자녀에게 보이는 태도이기 때문에 가정의 사회·경제적 지위, 사회문화적 배경, 부모와 자녀의 개인적 요소와 깊게 관련되어 있음(Fisbein & Ajzen, 1975)을 알 수 있다.

선행연구들을 종합해 볼 때 양육태도는 양육자가 자신의 가치관에 따라 자녀를 대하는 보편적인 태도이자 외형적·내형적 행동양식으로, 자녀의 성장과 발달에 직접적인 영향을 미쳐 자녀의 삶의 질을 결정짓는 중요한 환경적 요인이라고 정리할 수 있으며, 어머니의 양육태도는 자녀와 관련된 현상들을 파악할 때 꼭 필요한 변인임을 확인할 수 있었다.

2) 양육태도의 유형

부모의 양육태도에 대한 중요성이 커지면서 학자들은 양육태도 유형을 분류하려고 시도했다. 자녀에 대한 부모의 양육태도를 처음 체계화하여 분류한 사람은 Symond(1949)이다.

Symond(1949)는 부모의 양육태도를 거부-보호, 지배-복종 두 가지로 분류하였다. 부모가 자녀의 행동과 요구에 대해 비판 없이 수용하는지 거부하는지에 따라 수용-거부의 차원을 나타내고, 부모가 자녀를 자신의 의지로 지배하는지 자녀의 의지에 복종하는지에 따라 지배-복종의 차원으로 나누어(김민화, 2016) 부모의 양육태도를 간섭형, 과보호형, 엄격형, 방임형으로 분류했으며, 각 차원의 중간적인 태도로 양육하는 것을 가장 바람직한 부모와 자녀의 관계로 보았다(문채덕, 2010). Symonds의 이론은 정신분석학의 임상사례에 근거하여 부모의 양육태도를 부정적으로만 설명했다는 비판을 받기도 한다(장성덕, 2007).



<그림 II -1> Symonds(1949)의 양육태도 모형

출처 : 김민화(2016), 어머니의 양육태도와 유아의 기질이 유아의 교육기관 적응에 미치는 영향, 동국대학교 교육대학원 석사학위논문 p.10

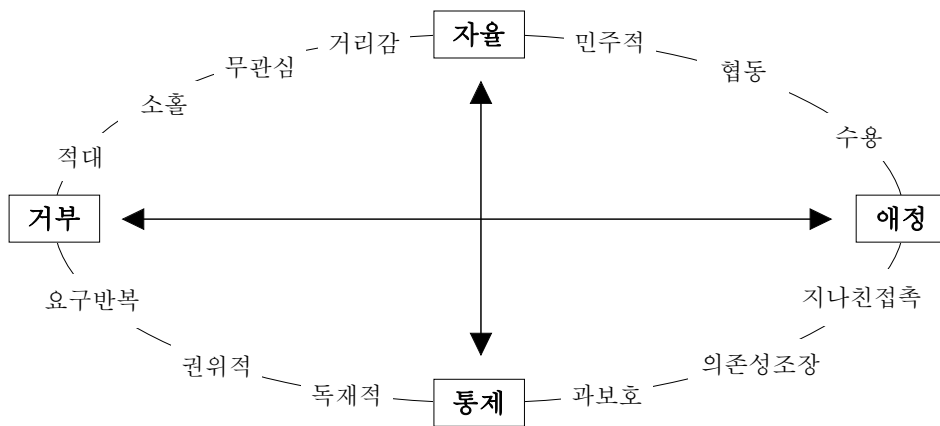
반면 Schaefer(1959)는 신생아 초기에서 초기 청년기까지의 발달과 정상적인 부모의 양육태도를 함께 연구하였다(김근화, 2005). Schaefer는 부모의 양육태도를 애정-적대, 자율-통제 두 축의 양극적 모형으로 설명하였는데, 그가 제시한 모형은 각종 변수들 간의 상관관계를 검증하고 그 변수들 중에서 서로 밀접한 요인과 대립되는 요인들을 고려하여 각 변수의 위치를 나타낸 것이 특징이다(정인, 2000).

Schaefer(1959)의 양육태도 유형에 따른 특징을 정리하면 다음과 같다.

① 애정적-자율적 양육태도

자녀에게 애정을 가지고 인격적으로 존중하는 태도로 가장 이상적인 부모의 양육태도이다(김민화, 2016). 애정적이고 자율적인 태도의 부모는 자녀에게 자유와 함께 그에 따른 책임을 부여하며 자유와 방임을 혼돈하지 않는

다. 이러한 양육태도에서 자라는 자녀는 부모로부터 타인을 존중하는 마음과 책임감을 배우고(제경숙,2015), 독립적이고 능동적으로 행동하며 사회성이 높아 다른 사람들과 잘 어울리는 특성을 갖는다(유종남, 2014).



<그림 II-2> Schaefer(1959)의 양육태도 모형

출처 : 장성덕 (2007), 어머니의 양육태도 및 취업이 유아교육기관 적응에 미치는 영향, 중앙대학교 교육대학원 석사학위논문, p.10

② 애정적-통제적 양육태도

부모가 자녀를 사랑하지만, 자녀의 삶을 자신의 힘으로 통제하고자 하는 경향이 강한 양육태도로 이는 신체적인 체벌, 언어적·심리적 통제 등으로 나타난다(제경숙, 2015). 이러한 태도의 부모는 자녀를 소유하고자 하는 마음이 크기 때문에 과보호하게 되고, 자녀가 독립적인 행동을 못하도록 통제하며 자녀의 행동에 간섭을 많이 한다(유종남, 2014). 이러한 양육태도에서 자라는 자녀는 스스로 시행착오의 과정을 겪지 못해 어른에게 매우 의존적

이고 타인과 잘 어울리지 못하며 창의성이 부족하게 된다(제경숙, 2015).

③ 거부적-자율적 양육태도

자녀에게 무관심하고 자녀가 자신의 인생을 방해한다고 생각하여 수용하는 마음을 갖지 못해 자녀 마음대로 행동하도록 방임하는 태도이다(김윤수, 2003). 이러한 태도의 부모는 자녀에게 살아가는데 필요한 바른 행동의 기준을 교육하지 않고 자녀 마음대로 행동하도록 내버려두는 경우가 많다(제경숙, 2015). 이러한 양육태도에서 자라는 자녀는 정서가 불안정하고, 자기를 통제하는 능력이 부족하여 타인에게 공격적인 성향을 보인다(유종남, 2014).

④ 거부적-통제적 양육태도

자녀에게 권위적이고 독재적으로 대하며 자녀의 행동에 관대하지 않아 신체적 체벌이나 심리적인 체벌을 가하는 양육태도이다(양은주, 2010). 이러한 양육태도에서 자라는 자녀는 타인에게 적대적이며 자기방어를 위해 거짓 말을 자주 한다. 또한 주체적 태도와 창의성이 부족하여 자신감이 없어지며 내면적인 갈등과 고민을 해결하지 못해 경우에 따라 자학적, 퇴행적인 행동을 보이기도 한다(문채덕, 2011).

3. 문화이벤트

1) 문화이벤트의 개념

오늘날 현대인들은 심리적·정신적 가치를 추구하기 시작하면서 문화욕구도 높아졌다. 이는 문화이벤트에 대한 관심과 참여의 증가에서 알 수 있는데, 여가시간을 활용해 문화이벤트에 참여하게 되면서 지자체와 기업은 지역 축제에서 예술 전시, 공연에 이르기까지 다양한 문화이벤트를 기획하고 있다. 문화이벤트의 개념을 정의한 선행연구는 많지 않지만 그 의미를 크게 문화를 소재로 하여 기획되고 판매되는 이벤트로 볼 수 있다. 문화의 개념이 포괄적이며 다양하게 정의되듯이 문화이벤트 또한 넓은 의미로 사용되고 있다. 문화이벤트는 이벤트의 한 종류이기 때문에 이벤트의 개념과 분류를 통해 살펴볼 필요가 있다.

일상적 이벤트에서부터 정부나 지자체, 대기업에서 진행하는 이벤트에 이르기까지 현대사회의 이벤트는 다양한 분야에서 활용되며 대중과 직접 소통하는 하나의 방식으로 자리 잡았다. 크고 작은 이벤트가 존재하는 만큼 이벤트의 의미 또한 매우 다양하며 포괄적인 개념으로 사용되어 왔다.

이벤트의 사전적 의미는 ‘불특정의 사람들을 모아 놓고 개최하는 잔치, 여러 경기로 구성된 스포츠 경기에서 각각의 경기를 이르는 말’로 정의할 수 있다(<http://stdweb2.korean.go.kr>).

서양과 동양에서 이벤트의 의미에 대한 접근은 차이가 있다. 먼저 서양에서는 주로 축제와 스페셜 이벤트를 중심적인 개념으로 다루고 있는데, Getz(1997)는 이벤트란 ‘일시적으로 발생하며, 기간, 세팅, 관리 및 사람의 독특한 혼합’이라고 정의하였고, Goldbaltt(1990)의 정의에 따르면 이벤트는 ‘특정한 필요를 충족시키는 의식과 절차가 일어나는 순간’이며,

항상 계획에 의해 사람들의 기대감을 유발시키는 것임을 알 수 있다(이경모, 2013). 한편 동양에서는 주로 일본에서 이벤트 관련 연구가 많이 이루어 졌고 제례, 미디어, 판매촉진으로서의 접근 등 다양한 형태로 정의되는데, 일본 통산산업성 이벤트연구회(1987)에서는 이벤트란 ‘무엇인가 목적을 달성하기 위한 수단으로서의 행사’ 라고 정의했으며, 이벤트프로듀서협회(JEPC)에서는 ‘뚜렷한 목적을 가지고 특정기간에 특정장소에서 대상이 되는 사람들에게 각각 개별적이고 직접적인 자극을 느끼게 해주는 미디어’ 라고 정의하였다(류인평, 2010).

한편 국내 학자들에 의해 연구된 이벤트의 개념을 종합해보면, 이경모(2013)는 이벤트를 주어진 기간 동안에 특정 장소로 사람들을 모이게 하여 사회·문화적인 경험을 제공하는 행사 또는 의식으로 정의하면서 긍정적인 참여를 위하여 비일상적으로 특별히 계획된 활동이라 하였다. 류인평(2010)은 이벤트란 일상적이지 않은 어떠한 긍정적인 일이라 정의하였고, 예를 들어 스포츠 경기, 축제, 생일 파티, 전시회 등을 의미한다고 하였다.

또한 이벤트는 대중과 소통하기 위해 계획된 행사로서 구성 요소인 기간, 설치, 관리체계, 참가자들의 상호작용을 통해 이루어지며 제한된 시간 동안 참가자들이 몰입할 수 있는 매력물을 제공하는 것(윤세목, 2002)이라고 할 수 있다. 이러한 이벤트는 목적, 주최, 형태 등에 따라 다양하게 분류되는데, 그 중 형태에 따른 분류를 통해 문화이벤트의 정의를 살펴보고자 했다.

<표 II-4> 형태별 이벤트 분류

분류	형태
전시형 이벤트	국제박람회, 국제견본시, 업계전시회, 신제품발표회 등
컨벤션	국제, 국내회의 행정, 기업, 사적회의

문화이벤트	음악, 예술, 영화제, 과학, 기술제
관측 이벤트	기업 관측 활동, 상품 설명회
스포츠 이벤트	올림픽, 선수권대회, 프로리그
지역 이벤트	전통 축제, 창작 축제, 거리 축제

출처 : 김희진(2001) “IMC시대의 이벤트 기획론”, 서울:커뮤니케이션북스, p.144

이벤트는 형태에 따라 전시형 이벤트, 컨벤션, 문화이벤트, 관측 이벤트, 스포츠 이벤트, 지역 이벤트로 분류할 수 있으며, 그 중에서도 문화이벤트는 음악, 무용, 영화제, 그 외의 모든 문화 예술 관련 이벤트를 포함하는 것으로 정리할 수 있다(김희진, 2001).

Richards(1996)는 문화이벤트 혹은 문화 관광을 ‘문화에 대한 관심 및 매력으로 더 많은 정보와 경험을 함으로써 문화적 욕구를 충족시키기 위한 여행 및 이동’ 이라고 했고, Foo & Rossetto(1998)는 문화 관광의 하위 6개 분류 중에서 두 분류인 ‘축제’와 ‘공연’은 문화이벤트로 속하는 것으로 볼 수 있으며, ‘문화 공연 및 전시’ 역시 문화이벤트에 속한다(김은진, 이희정, 윤유식, 2015)고 설명하였다.

일본이벤트산업진흥협회에서는 문화이벤트를 크게 ‘민간단체나 기업을 스폰서로 하는 음악·연극이벤트 및 특별미술전, 지자체가 주도하는 일반적인 문화이벤트’라고 정의하였고(신혜진, 2015), 고사카 센지로는 음악, 예능, 연극, 영화, 예술·과학 등을 포함하는 이벤트로 분류하였다(이경모, 2013). 또한 김희진(2013)은 문화이벤트란 문화를 소재로 시행하는 이벤트이며 일반적으로 음악, 연극, 미술 같은 예술활동과 문예활동을 비롯하여 세미나, 심포지엄, 콘테스트, 문화 전시회, 문화 교실, 영화제 등 폭 넓은 영역을 대상으로 한다고 하였다.

이렇듯 문화이벤트는 문화를 소재로 개최되는 특별한 행사로 정의 할 수 있으며 경제적 부가가치를 창출하기 위해 다양한 문화 활동을 통해 참여자들의 문화적 욕구를 실현시켜주는 이벤트라고 할 수 있다.

본 연구에서는 선행연구의 정의를 참고하여 문화이벤트란 소비자가 개인의 삶을 윤택하게 하고 문화적 욕구를 실현시키기 위해 참여하는 예술적 활동을 비롯해 문화를 소재로 개최되는 세미나와 심포지엄, 문화 전시회, 문화교실 등 폭 넓은 영역을 대상으로 하는 이벤트라고 정의하였다.

2) 어린이 문화이벤트와 어린이 산업의 특성

(1) 어린이 문화이벤트

2013년도 보건복지부가 시행한 아동종합실태조사의 ‘유형별 사회활동 참여율’ 을 보면 9~11세 어린이가 참여하는 사회활동 중 문화·예술 활동이 69.5%로 가장 높은 것을 알 수 있다(<http://kostat.go.kr>).

2005년도부터 정부는 아동·청소년 대상 학교문화예술교육 지원사업으로 예술 강사를 파견하고 있으며 학교 밖 문화기반시설을 통한 문화예술 프로그램인 꿈다락 토요문화학교 사업(최지운, 2016)을 시행함에 따라 문화예술의 긍정적 측면들이 강조되면서, 어머니들은 자녀의 정서적, 학습적 효과를 높이기 위한 문화경험에 관심을 쏟고 있다. 또한 주5일제의 시행으로 여가시간이 증가하여 문화교실, 문화축제, 공연이나 전시 등 어린이 문화이벤트 시장의 규모도 증가하였다.

문화·예술에 대한 기호와 선호는 단시간에 형성되는 것이 아니라 성장과정에서 양육과 교육을 통해 후천적으로 형성되기 때문에(이정화, 2014)

어린 시절의 문화 경험이 매우 중요하며 다양한 문화 활동의 기회를 많이 가져야 한다. 어린 시절의 문화적 경험은 가정과 학교 내에서도 이루어질 수 있지만 다양한 문화이벤트의 소비를 통해 더욱 풍부하게 실현될 수 있다. 최근에는 단순히 눈으로 감상하는 소극적 관람의 형태에서 직접 몸으로 활동하는 적극적인 체험의 형태에 이르기까지 어린이를 위한 문화이벤트는 소비자의 기대와 요구에 맞추어 점차 발전하고 있다.

우리나라에서 어린이는 영아기 이후에서 청소년 전 시기까지로 볼 수 있고 유아와 아동을 포함한 개념으로 쓰이며, 연령상으로 만 3세부터 12세까지를 포함할 수 있다(임선영, 2010). 또한 <영유아보육법>에 따라 ‘영유아’는 6세 미만인 자로 규정하며, 일반적으로 14세부터 19세까지를 청소년으로 정의하므로 6세 이상부터 13세의 초등학교까지를 어린이로 정의할 수 있다(김태희, 2013).

그러므로 본 연구에서는 어린이 문화이벤트란 만3세부터 12세까지의 어린이만을 위해 기획되거나 가족이 함께 참여할 수 있는 형태의 문화이벤트로 정의하였다.

① 연극

어린이 연극은 어린이공연예술의 역사에서 가장 오래된 장르이다. 아동문학가들에 의해 시작(임선영, 2010)된 어린이 연극은 최근 들어 과거의 단순한 형식에서 변화하여 3D, 버블쇼, 샌드 애니메이션 등을 활용하며 창작의 다양화를 시도하고 있고, 소재 또한 성, 환경, 올바른 식습관, 성범죄 예방 등으로 다양해지고 있다. 또한 한국 부모의 교육열을 증명하듯 영어, 한자, 과학, 수학, 역사, 경제, 음악, 미술 등 학습의 일환이 되는 어린이 연극이 많아졌으며 인기를 끌고 있다(김영래, 2014). 어린이 연극은 어린이의 사회에 대한 이해를 돕고 배우를 통해 다양한 감정을 느낄 수 있는 경험을

제공한다.

② 뮤지컬

뮤지컬은 미국에서 발달한 대중적 예술로 무대에서 노래, 춤, 연기가 함께 조화를 이루는 공연양식을 갖추고 있으며 노래를 중심으로 춤과 드라마가 펼쳐지는 종합공연물이다. 어린이 뮤지컬은 90년대에 본격적으로 시작되었고 신나는 노래와 반복적인 후렴구는 어린이들에게 인기를 끄는 요소이다(임선영, 2010). 과거 동화를 각색하여 제작하는 것이 주를 이루었지만 최근에는 어른들에게 호응을 받았던 뮤지컬을 어린이 뮤지컬로 각색하기도 하며(박찬수, 2015), 인기 있는 만화가 뮤지컬로 제작되어 흥행하기도 한다.

③ 애니메이션 영화

애니메이션 영화 관람은 어린이들이 가장 흔하게 참여하며 인기 있는 문화이벤트 중 하나로, 캐릭터를 기반으로 한 창의적 스토리의 영상에 몰입하여 감상함으로써 감정이입을 통해 교훈을 얻고 상상력을 키울 수 있다. 최신 애니메이션 영화는 극장에서 관람할 수 있으며 오래 전 개봉되었지만 인기 있는 애니메이션 영화는 도서관이나 어린이 관련 시설에서 개최하는 영화상영회 문화이벤트를 통해 즐길 수 있다.

④ 음악회

음악 감상은 자신의 음악적 지식과 이해를 바탕으로 하는 심미적 경험을 의미한다(이경혜, 2009). 어린이들을 위한 음악회는 국악, 클래식, 동요 등 다양한 장르의 음악을 어린이의 눈높이에 맞춰 공연하며, 창의적 대본과 함께 스토리를 접목하여 구성하기도 하고, 어린이들의 이해를 돕기 위해 영상이나 해설과 함께 공연하는 형식으로 진행되기도 한다. 어린이들은 음악 감

상을 통해 정서적 안정감을 느끼고 예술적 감수성을 키울 수 있다.

⑤ 전시

전시는 사물을 펼쳐 보임으로써 관람객에게 공개하고 알리는 행위의 결과물이며, 관람객과 전시 대상물 사이에 상호작용을 통해 새로운 소통 체계를 구축할 수 있도록 의미의 공유를 유발시키는 역할을 한다(김선옥, 2011).

유명 작가의 미술작품, 그림책, 역사 등을 주제로 미술관, 박물관 등에서 열리는 관람형의 일반적 전시는 어린이들이 눈으로 작품을 감상하는 행위를 통해 미적 감각을 키우고 다양한 자료에서 새로운 지식을 습득하게 하는 학습적 효과가 있다.

⑥ 체험전시

체험전시는 오감을 활용하여 전시품과 직접 상호 작용하고 사람들의 체험을 유도하는 전시로, 능동적인 학습 태도를 형성할 수 있고 전시품의 교육 목적을 보다 쉽게 이해할 수 있다. 체험전시에서 어린이들은 전시품을 만져 보고 냄새 맡고 직접 조작해보기도 하며 스스로 주인공이 되어 연기하는 경험을 할 수도 있다(고도재, 2003). 어린이의 학습 효과를 높이기 위해 효과적인 전시 형태로 과학전시에서 부터 문화, 예술 등의 분야(최정은, 2008)까지 체험전시를 확대하여 부모와 어린이 모두에게 인기를 얻고 있다.

⑦ 축제

축제는 ‘축하하여 벌이는 큰 규모의 행사’이며 축제의 가장 기본적인 요소는 주제에 맞는 프로그램이다. 축제의 체험프로그램은 어린이로 하여금 직접 만지고, 느끼고, 체험하는 행위를 통해 지식이나 기능을 얻도록 하며(조영희, 2014) 사회성 발달에도 긍정적인 영향을 미친다.

어린이를 위한 축제는 주로 어린이날 시즌에 맞춰 기획되는 경우가 많고, 지역문화축제에서는 지역의 문화를 주제로 어린이가 즐길 수 있는 프로그램을 마련하기도 한다. 어린이 축제는 어린이와 그 가족을 중심으로 진행되며 지자체, 문화시설, 놀이공원 등에서 전통문화, 예술문화, 놀이문화 등의 다양한 주제로 기획된다.

⑧ 문화교실

문화교실은 각 지역의 단체나 어린이 관련 시설, 도서관, 기업, 박물관 등에서 어린이를 대상으로 문화 프로그램을 기획하여 정해진 기간 동안 어린이들이 직접 배우고 체험할 수 있도록 하는 문화이벤트이다. 자연생태체험, 독서, 미술, 음악, 건강 등 다양한 주제로 문화를 배우고 체험하는 활동을 할 수 있으며 어린이들은 문화교육의 경험을 통해 창의력을 키울 수 있다.

⑨ 키즈파티

키즈파티는 어린이를 대상으로 기획되는 이벤트 성격을 지닌 문화이며, 정보교류와 교감을 바탕으로 사교적 문화 공간을 형성한다(허정은, 2012). 어린이날, 크리스마스 등 시즌별 파티에서는 미술, 요리, 음악, 게임 등의 프로그램을 진행하기도 하며 놀이 체험을 통해 친구들과 친목을 다질 수 있다. 야외에서 진행되는 팜파티는 도시민을 대상으로 파티와 체험, 이벤트가 결합된 형태(박한주, 2016)이며 어린이들이 농촌의 문화를 체험할 수 있어 최근 관심을 받고 있다.

⑩ 테마파크 이벤트

테마파크는 일상생활을 초월하여 독특한 분위기를 느낄 수 있는 공간으로 동물, 역사, 직업, 놀이 등 다양한 주제를 가지고 있다. 테마파크 내에서는

시즌에 따른 정기적 이벤트와 특별 이벤트가 열리며 주제에 맞는 이벤트를 활용하여 게임, 경연대회, 레포츠 등 직접 체험하는 활동을 통해 어린이들의 즐거움과 감성을 자극한다(김인호, 2012).

(2) 어린이 산업의 특성

2000년대 이후 출산율이 급격히 저하되었음에도 어린이 산업은 꾸준히 상승세를 보이고 있으며 아이를 덜 낳는 만큼 정성과 노력이 배로 증가함에 따라 어린이 산업은 경기 불황 속에서도 엔젤(angel) 비즈니스라고 불리고 있다(김난도 외, 2015).

어린이 산업은 의류나 장난감과 같은 어린이 용품, 외식업, 교육, 엔터테인먼트 등 큰 시장을 형성하고 있으며, 일반적으로 0~14세를 대상으로 하는 산업(이임관, 2010)이기 때문에 주로 부모 중 어머니의 구매로 소비가 이루어지는 경우가 많다.

어린이 산업에서 어린이 소비자는 만2세에서 만12세까지를 말하며, 어린이가 소비하는 방법과 정도는 부모의 양육태도에 따라서 다르게 나타난다(이태원·정지윤, 2012). 현대 사회에서 어린이 소비자는 상품을 직접 구매하는 구매자의 역할, 상품 구매에 직접 또는 간접적 영향을 미치는 영향력 행사자의 역할, 구매자가 구매한 상품을 소비하는 사용자로서의 역할을 한다. 직접 구매자로서의 어린이 소비자의 영향력이 커지고는 있지만 아직까지 어린이들은 어머니에 의해 구매된 상품을 사용하는 편이다(김태희, 2013).

자녀교육을 담당하는 어머니들의 경제적 능력이 과거에 비해 향상되었고 자녀의 소질 및 재능 개발에 대한 관심도 높아지면서 자녀의 여가활동 참여

에 대한 어머니의 영향이 더 커졌다(채현미·이연숙, 2003). 여가활동의 일환인 어린이 문화이벤트도 다른 어린이 관련 산업과 마찬가지로 구매자와 사용자가 일치하지 않는 경우가 대부분으로, 직접적인 소비의 주체가 어머니인 경우가 많고 선택에 있어서도 어머니의 영향력이 상당히 크다.

최근 들어 어린이의 구매 의사결정 영향력은 증가하고 있지만 실제적으로 구매하는 과정에 많은 영향을 주는 어머니를 간과할 수 없기 때문에(최승연, 2009) 어린이 산업의 기획과 마케팅 활동에 있어서 구매자인 어머니의 성향과 선호까지 반드시 고려해야 한다.

4. 선행연구 고찰

1) 문화소비성향

문화소비성향 관련 연구에서 주영애·홍영운(2016)은 문화소비성향과 문화서비스 속성이 문화서비스 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 소비자의 문화소비성향을 ‘합리적 계획’, ‘체면과시’, ‘유행선도’, ‘고품질선호’로 분류하였고, 모든 성향이 대체로 평균보다 낮은 집단을 ‘소극적소비형’, 모든 성향이 평균보다 높은 집단을 ‘적극적소비형’, 합리적 계획 성향이 평균보다 월등히 높고 체면과시와 유행선도 그리고 고품질선호 성향이 평균보다 낮은 집단을 ‘합리적소비형’으로 유형화하였다. 결혼 유무와 연령에 따라 유형별 차이가 나타났는데, 기혼은 합리적 문화소비성향을 가지고 있었고 미혼은 적극적이고 합리적인 문화소비성향을 보였다. 20대와 30대는 합리적이면서 적극적인 문화소비성향을 가지고 있는 반면 40대는 합리적 문화소비성향이, 50대 이상은 소극적 문화소비성향이 높게 나타났다으며, 이와 같은 결과를 통해 기혼과 미혼은 결혼과 출산, 자녀양육에

따라 문화활동이 달라진 것으로 보았다.

노은영·박은정(2014)은 문화소비성향을 기준으로 하여 문화예술상품 소비자를 집단으로 분류함으로써 각 집단별 하이브리드 문화예술상품에 대한 인식을 파악하고자 하였다. 문화소비성향을 ‘가치 소비’, ‘우월적 소비’, ‘합리적 소비’, ‘유행 추구적 소비’, ‘정보공유적 소비’, ‘상징적 소비’, ‘자기만족적 소비’로 분류하였고, 문화소비성향의 차원을 기준으로, 소비자를 ‘상징적 소비형’, ‘우월적 소비형’, ‘자기주도적 소비형’ 세 집단으로 분류했는데, 먼저 ‘상징적 소비형’은 주변 사람들과의 관계 유지와 특별한 날을 기념하기 위하여 문화예술 상품을 소비하는 경향이 높은 집단으로 광고와 정보의 영향을 많이 받는 것으로 나타났다. ‘우월적 소비형’은 유행을 따르고 타인의 시선을 의식하여 품위를 유지하기 위해 문화예술상품을 소비하는 경향이 높은 집단이며, ‘자기주도적 소비형’은 작품성과 예술성을 중요시하여 문화예술상품을 선택하는 경향이 있고 관련 정보를 적극적으로 수집하는 경향이 높게 나타났다.

조연옥(2010)은 소비자들의 외식기업 문화마케팅에 대한 활동 인식과 선호도를 알아보기 위해 소비자들의 문화소비성향을 ‘합리체계획구매성향’, ‘과시적주변의식성향’, ‘주도적유행추구성향’, ‘고품격품질우선성향’으로 분류한 뒤 군집분석을 실시하여 ‘문화소비고성향집단’, ‘문화소비중성향집단’, ‘문화소비저성향집단’으로 유형화 하였다. ‘문화소비고성향집단’은 남성의 비율이 높고 서비스직종의 비율이 다른 군집보다 높았으며 문화소비에 있어 주변을 의식하여 소비하는 집단이었고, ‘문화소비중성향집단’은 남성보다 여성의 비율이 높으며 다른 군집보다 자영업 직종의 비율이 높았고 계획적으로 구매하면서도 품질을 중시하는 문화소비 성향을 지녔다. ‘문화소비저성향집단’은 여성의 비율이 높고 전문직과 사무직, 주부의 비율이 높게 나타났으며 어떠한 문화소비성향에도 특별한 성향을 나타

내지 않는 집단으로 분석되었다.

문화소비성향은 문화소비자의 만족도, 문화예술 관람객의 시장세분화, 문화마케팅 연구에 있어 유용한 도구로 사용되고 있다. 각 선행연구 모두 소비자 세분화의 중요성을 인지하여 소비자가 문화를 소비함에 있어 나타내는 성향을 분류하고 유형화함으로써 각 유형의 특성을 파악하였고, 성별, 연령, 결혼유무, 직업 등 개인적 사항에 따라 문화소비성향에 차이가 있다는 것을 알 수 있었다.

2) 자녀 양육태도

윤용희(2013)는 어머니의 양육태도 및 학습관여와 아동의 창의적 인성과의 관계를 확인하고자 어머니의 양육태도를 ‘애정적’, ‘거부적’, ‘자율적’, ‘통제적’ 양육태도로 분류하였다. 어머니의 교육정도가 높을수록 자율적 양육태도를, 가계소득이 높을수록 애정적 양육태도를 많이 보임으로써 어머니의 양육태도는 어머니의 교육정도와 가계소득에 따라 유의한 차이가 있음을 알 수 있었다. 또한 어머니의 애정적 양육태도는 아동의 창의적 인성의 모든 변인과 정적인 상관관계를 보이며 어머니의 양육태도가 아동의 창의적 인성 발달에 영향을 미치는 중요한 변인임을 규명하였다.

김민화(2016)는 어머니의 양육태도를 ‘애정적’, ‘거부적’, ‘자율적’, ‘통제적’ 양육태도로 분류하여 어머니의 양육태도와 유아의 기질이 유아의 교육기관 적응에 미치는 영향을 알아보았다. 어머니의 일반적 배경에 따라 어머니의 양육태도에 차이가 있는지 알아본 결과, 최종학력과 경제적 수준에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 어머니의 최종학력이 4년제 이하일 때 애정적 태도와 자율적 태도가 높게 나타났고, 4년제 이상일 때 통제적 태도와 거부적 태도가 더 높게 나타났다. 어머니의 경제적 수준이 중 이하일 때 애정적 태도가 높게 나타났고, 중 이상일 때 거부적 태도와

통제적 태도가 더 높게 나타났다. 또한 어머니의 양육태도가 유아의 교육기관 적응에 미치는 영향을 분석한 결과 어머니의 애정적이고 자율적인 양육태도가 유아의 교육기관 적응에 긍정적 영향을 주는 태도임을 시사하였다.

신윤옥(2007)의 연구에서 어머니의 취업여부는 양육태도에 영향을 미치고 있었으며, 결과에 따르면 취업모가 비취업모에 비해 자율적 양육태도를 지니고 있었는데 이는 취업모가 상대적으로 자녀와 떨어져 있는 시간이 많기 때문에 자녀 스스로 결정하게 하고 독립적으로 양육하려는 것으로 판단하였다. 또한 양육태도와 유아의 정서지능과의 관계를 살펴본 바에 따르면 애정적, 자율적 양육태도일수록 자녀의 정서지능에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

어머니의 양육태도는 자녀의 발달과 관련된 여러 요인 중에서도 매우 중요하게 여겨지며 아동·청소년의 학습, 정서, 행복감을 연구하는 중요한 도구로 활용되고 있다. 선행연구에서 어머니의 양육태도는 애정적, 거부적, 자율적, 통제적 네 유형으로 분류되었고, 어머니의 교육 수준, 경제적 수준, 취업여부에 따라 자녀 양육태도에 차이가 있음을 알 수 있다.

3) 문화이벤트

소지영(2010)은 20세 이상 소비자의 인구통계학적 특성과 라이프스타일, 공연예술상품관람 소비가치에 따른 소비자의 공연예술상품관람 행태와 요구도에 미치는 영향력을 알아보았다. 그 중 인구통계학적 변수에 따른 소비자의 공연예술상품관람 총 횟수를 살펴보면 고학력층과 월평균가계소득이 높을수록 총 횟수가 높은 것으로 나타나 소비자의 개인적 경제 수준에 따라 차이가 있음을 확인하였고, 국가 문화행정기관에서 저소득층과 고연령층 등 사회적 약자를 배려하는 것이 소비자의 공연예술상품관람을 활성화하는 방안이 될 수 있음을 시사했다.

한현숙(2009)의 문화이벤트 참여제약 요인이 참여에 미치는 영향 연구에서는 문화이벤트 참여 제약요인을 심리적 제약, 재정 및 시간 제약, 프로그램 제약, 대인적 제약, 이동 제약, 체력적 제약으로 분류하였다. 6가지 제약요인이 실제적인 참여에 영향을 미치는지 알아 본 결과 심리적 제약, 프로그램 제약, 대인적 제약, 체력적 제약이 실제적 참여에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고 재정 및 시간제약, 이동제약은 참여에 장애요인이 되지 않는 것으로 나타났다. 이를 통해 사람들의 문화이벤트 참여를 위해 기획 시 교통과 비용의 문제보다는 차별화된 프로그램, 동행자, 심리적 문제를 해결하는 것에 중점을 두어야 함을 알 수 있었다.

임선영(2010)은 어린이 공연예술시장의 특성을 살펴본 후 어린이 공연예술에 대한 수요를 파악하고 관객의 특성을 알아보았다. 최근 1년간 자녀의 어린이공연예술 관람 횟수를 조사 한 결과 유아 자녀는 6~9편이 가장 많았으며 관람 동기는 교육적 목적이 가장 많았고 휴식과 여가활동이 다음이었다. 정보의 습득방법은 인터넷 사이트가 가장 많았으며 TV광고 등 영상매체, 신문 등 활자매체, 포스터 등 홍보물 순이었다. 시즌별 관람 선호 시기는 여름·겨울방학 시즌이 가장 높았고, 다음은 어린이날 시즌, 크리스마스 시즌, 시즌에 구애받지 않음 순으로 나타났다. 관람 장애요인으로는 공부 등 학업 부담이 가장 많았고 다음으로 관심부족, 정보부족, 비용부담의 순이었다. 관람 형태는 자녀와 보호자의 관람 형태가 가장 많았고, 자녀만 관람, 단체관람, 가족모두관람 순으로 나타났다.

소비자들의 참여와 관련된 문화이벤트 선행연구들을 통해 전반적인 소비자의 참여 행태를 살펴볼 수 있었고 개인적 특성에 따라 문화이벤트 참여 행태와 요구, 선호 등에 차이가 있다는 점을 확인할 수 있었다.

4) 어린이 산업의 특성

구매자와 사용자가 다른 어린이 소비시장의 특성이 반영된 연구 중 송영진(2003)은 유아의 의복 구매 시 유아 자신의 의지로 선택하는 것이 어렵기 때문에 어머니의 영향으로 의복행동을 한다는 점을 고려하여 주된 유아 의복 소비자인 어머니들에 대한 심층적 연구를 하였다. 어머니의 의복 소비성향을 유행지향적, 실용적, 충동적, 심미적, 과시적 소비성향으로 분류하였고 어머니의 의복소비성향과 유아복 소비성향에 대한 상관관계를 분석하고 유아복 구매행동에 미치는 영향을 살펴보았다. 그 결과 유아복 구매 행동 시 어머니 자신의 의복소비성향이 유아복 구매행동 시에도 거의 비슷하게 반영됨을 확인하였고 좀 더 유아의 체형적 특징과 정서적 측면을 고려하여 구매 할 필요가 있다고 제안하였다.

김태희(2013)는 어린이공연의 관람자는 어린이지만 일반적으로 부모가 구매한다는 특성을 파악하여, 구매자와 사용자가 다른 상황의 소비에서 각자 선호가 다를 것이라 보고 구매자와 사용자의 어린이 공연에 대한 선호요소 차이를 연구하였다. 그 결과 선호하는 공연 장르, 공연 목적, 선호하는 공연 시기, 관람 장애요인에 대한 인식에 있어 유의한 차이를 보였다. 이를 통해 구매자와 사용자가 다른 어린이 공연시장에서 구매자인 부모와 사용자인 자녀간의 선호 차이가 존재함을 확인함으로써 부모와 자녀를 모두 만족시킬 수 있는 기획과 마케팅이 필요함을 시사하고 그에 필요한 자료를 제공하는 바 있다.

어린이 산업의 특성 중 하나는 구매자와 사용자가 일치하지 않는 것이다. 선행연구를 통해 어린이 산업의 기획과 마케팅을 위해 사용자인 어린이뿐만 아니라 구매자인 어머니를 반드시 고려해야 함과 어머니가 자녀 관련 소비에 많은 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

창의적 인재에 대한 시대적 요구와 여가시간의 증가, 저 출산의 영향으로 자녀에 대한 관심과 소비가 증가함에 따라 어머니들의 자녀를 위한 문화이벤트 소비 욕구도 높아졌다. 그러므로 본 연구에서는 어린이 문화이벤트 시장의 실질적 소비자인 어머니들의 문화소비성향과 자녀 양육태도가 어린이 문화이벤트 선호 및 만족에 미치는 영향을 알아보려고 하였다. 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

[연구문제 1] 어린이 문화이벤트 소비실태는 어떠한가?

[연구문제 2] 어머니의 문화소비성향, 자녀 양육태도, 어린이 문화이벤트 선호 및 만족의 실태는 어떠한가?

[연구문제 3] 어머니의 문화소비성향과 자녀 양육태도가 어린이 문화이벤트 선호에 어떠한 영향을 미치는가?

[연구문제 4] 어린이 문화이벤트 만족에 미치는 제 변인의 영향력은 어떠한가?

2. 조사도구

1) 조사도구

본 연구에서는 조사 도구로 설문지법을 사용하여 연구문제를 수행하였다.

2017년 3월 2일부터 2017년 3월 8일까지 만4~5세 자녀를 둔 어머니 30명을 대상으로 예비조사를 실시하여 문항을 수정 보완한 결과, 최종 설문지는 조사대상자의 일반적 특성에 관한 문항(7문항), 자녀를 위한 어린이 문화이벤트 소비실태에 관한 문항(6문항), 문화소비성향에 관한 문항(15문항), 자녀 양육태도에 관한 문항(20문항), 어린이 문화이벤트 선호에 관한 문항(10문항), 어린이 문화이벤트 만족에 관한 문항(6문항) 등 총 64문항으로 구성하였다.

본 연구의 조사대상자인 어머니의 일반적 특성은 연령, 학력, 가정의 월평균 소득, 직업, 양육시간, 자녀수, 성격유형 총 7문항으로 구성하였고, 자녀를 위한 어린이 문화이벤트 소비실태는 김태희(2013), 허인정(2010)의 연구를 참고하여 소비횟수, 참여형태, 소비시즌, 소비 장애요인, 정보수집, 소비 경비 총 6문항으로 구성하였다.

문화소비성향에 관한 문항은 박종구·공자원(2006), 조연옥(2010)의 연구를 바탕으로 재구성하였고, 문화소비성향의 요인인 과시적 주변인식 성향 4문항, 합리적 계획구매 성향 4문항, 주도적 유행추구 성향 4문항, 고품격 품질우선 성향 3문항을 포함하여 총 15문항으로 구성하였다.

자녀 양육태도에 관한 문항은 김민화(2016)의 연구를 바탕으로 재구성하였고, 양육태도의 요인인 애정적 태도, 거부적 태도, 자율적 태도, 통제적 태도 각각 5문항씩 총 20문항으로 구성하였다.

어린이 문화이벤트 선호에 관한 문항은 선행연구가 없는 관계로, 서울 소

재 유치원, 어린이집의 만 4~5세 자녀를 둔 어머니 100명을 대상으로 조사를 실시하여 최근 1년 동안 어머니들이 소비한 적 있는 어린이 문화이벤트 중 소비 횟수가 많고 특성이 뚜렷한 어린이 문화이벤트 10개를 선별하였다. 그 결과 문화소비의 형태적 분류에 따라 소극적으로 참여하는 관람적 형태와 능동적으로 활동하는 참가적 형태로 분류할 수 있었는데, 본 연구에서는 ‘관람형 어린이 문화이벤트’와 ‘체험형 어린이 문화이벤트’로 명명하였다. 어린이 문화이벤트 선호와 관련한 문항은 관람형 어린이 문화이벤트로 분류한 연극, 뮤지컬, 애니메이션 영화, 음악회, 전시 5문항과, 체험형 문화이벤트로 분류한 체험전시, 축제, 문화교실, 키즈파티, 테마파크 이벤트 5문항을 포함하여 총 10문항으로 구성하였다.

어린이 문화이벤트 만족은 즐거움, 지적호기심, 상호작용, 환경, 시간, 어머니의 결정에 대한 만족 등 총 6문항으로 구성하였다.

어머니의 일반적 사항과 자녀를 위한 어린이 문화이벤트 소비실태에 관한 문항은 명목척도를 이용하였고, 문화소비성향, 자녀 양육태도, 어린이 문화이벤트 선호, 어린이 문화이벤트 만족에 관한 항목은 5점 리커트(Likert) 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 구성하였다.

본 연구에서 사용한 설문지 구성은 <표Ⅲ-1>와 같다.

<표Ⅲ-1> 설문지의 구성

설문 항목	변수	문항 수	척도
일반적 사항	연령, 학력, 월 평균소득, 직업, 양육시간, 자녀수, 성격유형	7	명목척도
자녀를 위한 어린이 문화이벤트 소비실태	소비횟수, 참여형태, 소비시즌, 소비 장애요인, 정보수집, 소비경비	6	명목척도
문화소비성향	과시적 주변인식 성향, 합리적 계획구매 성향, 주도적 유행추구 성향, 고품격 품질우선 성향	15	리커트 5점 척도

자녀 양육태도	애정적 태도, 거부적 태도 자율적 태도, 통제적 태도	20	리커트 5점 척도
어린이 문화이벤트 선호	연극, 뮤지컬, 애니메이션영화, 음악회, 전시회, 체험전시, 축제, 문화교실, 키즈파티, 테마파크이벤트	10	리커트 5점 척도
어린이 문화이벤트 만족	즐거움, 지적호기심, 상호작용, 환경, 시간, 어머니의 결정	6	리커트 5점 척도

2) 측정도구의 타당성 및 신뢰도 검증

본 연구에서 사용된 측정항목에 대해 타당성을 검증하고, 공통요인을 찾아내 변수로 활용하기 위해 탐색적 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였다. 요인분석은 일련의 관측된 변수에 근거하여 직접 관측되지 않은 요인을 확인하기 위한 것으로 수많은 변수들을 적은 수의 몇 가지 요인으로 묶어줌으로써 그 내용을 단순화하는 것이 목적이다. 그러한 각 문항을 몇 가지 소수의 요인으로 묶어줌으로써 각 문항들이 동일한 개념을 측정하는지 곧 타당성이 있는지를 파악할 수 있다. 본 연구에서는 요인추출법으로 주성분법(Principle Components)을 실시하였으며, 지정한 고유치 이상의 값을 갖는 요인만을 추출하였다. 요인회전과 관련하여 베리맥스(Varimax)회전을 실시하였다. 베리맥스는 요인을 단순화하기 위한 방법으로 일반적으로 널리 사용되는 방법이다. 각 변수의 요인간의 상관관계의 정도를 나타내는 요인적재량(factor loading)의 수용기준은 보통 .30이상이면 유의하다고 보지만 보다 엄격한 기준은 .50이상이다. 본 연구에서는 .40이상을 기준으로 선택하였다. 요인분석은 분석방법의 특성상 각 항목들 간의 상관관계가 높아야 하는데 KMO 측도와 Bartlett의 구형성 검정은 각 항목들 간의 상관행력을 확인함으로써 사용 항목들이 요인분석에 적합한가를 나타내주는 방법이다.

Kaise-Mayer-Olkin(KMO)는 변수쌍들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되어지는 정보를 나타내는 것이므로 이 측도의 값이 작으면 요인 분석을 위한 변수 선정이 좋지 않음을 나타낸다. 보통 KMO값이 .90이상이면 아주 좋은 것이고 .50이하이면 변수로서 받아들일 수 없는 것으로 보았다. 또한 신뢰성 분석을 위하여 내적일관성 분석방법으로 Cronbach's α 값을 측정하였다. 내적일관성 분석방법은 동일한 개념을 특정하기 위한 다수의 문항을 이용할 때, 신뢰도를 저해하는 문항을 제외시킴으로써 신뢰도를 높이는 방법이다. 일반적으로 신뢰도는 .60 이상이면 신뢰도가 검증된 것으로 판단한다.

(1) 어머니의 문화소비성향에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

어머니의 문화소비성향에 대한 타당성 및 신뢰도 검증 결과는 <표Ⅲ-2>와 같다. 먼저 Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2 = 1394.965$ ($p=0.000$)이므로 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO 값이 0.765로 나타났으며, 공통성 등을 점검한 결과에서도 측정 자료의 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 실시하였다. 그 결과 총 4개의 요인이 도출되었고, 각 요인을 구성하는 문항들의 중심개념을 바탕으로 요인 명을 부여하였다. 요인 1(18.827%)은 ‘과시적 주변 의식 성향’으로 명명하였고, 요인 2(18.254%)는 ‘합리적 계획구매 성향’으로 명명하였다. 또한 요인 3(15.515%)은 ‘주도적 유행 추구 성향’으로 명명하였고, 요인 4(14.778%)는 ‘고품격 품질우선 성향’으로 명명하였다. 이 4개의 요인 적재 값이 ± 0.40 이상으로 나타나 추출된 요인은 타당성이 확보된 것으로 분석되었으며, 신뢰도 또한 .60 이상으로 나타나 신뢰할만한 수준인 것으로 볼 수 있다.

<표Ⅲ-2> 문화소비성향에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

요인명	측정항목	요인 적재치	고유 값	신뢰도 계수	분산 설명 (%)	누적 설명 (%)
요인 1. 과시적 주변의식 성향	나는 체면 때문에 어쩔 수 없이 공연을 관람하는 경향이 있다.	0.848	2.824	0.807	18.827	18.827
	나는 유행을 따르기 위해서 공연, 전시 관람을 하는 편이다.	0.790				
	나는 새 옷이나 최근 유행쇼핑몰품을 자랑하는 기회로 공연 전시장을 찾는다.	0.762				
	나는 예술에 대한 관심을 과시하기 위하여 공연장을 찾는다.	0.724				
요인 2. 합리적 계획구매 성향	나는 공연·전시물 관람을 할 때 가격과 공연의 질을 잘 따져보고 구입하는 편이다.	0.831	2.738	0.823	18.254	37.081
	나는 공연물을 선택할 때 공연에 관한 여러 가지 정보를 충분히 고려하는 편이다.	0.794				
	나는 좀 더 싸고 좋은 공연관람을 위해 여러 공연 광고물을 꼼꼼히 비교해 본다.	0.779				
	나는 내가 원하는 공연 전시물을 보기 위해서 미리 계획을 세워놓고 티켓을 구입하는 편이다.	0.775				
요인 3. 주도적 유행추구 성향	나는 새로운 패션과 유행은 빨리 받아들인다.	0.823	2.327	0.755	15.515	52.596
	나는 새로운 상품이 나오면 남보다 먼저 사는 편이다.	0.776				
	나는 공연 전시시설을 관람한 후 자신의 기분이나 생각을 거리낌 없이 남에게 말한다.	0.695				
	나는 남을 의식하지 않고 자기가 느낀 대로 행동하는 편이다.	0.592				
요인 4. 고품격 품질우선 성향	나는 공연 전시 관람 작품을 선택할 때 작품이 좋다면 가격이 비싼 것을 산다.	0.830	2.217	0.802	14.778	67.374
	나는 가격이 비싸더라도 예술성이 높은 공연예술을 선택하는 편이다.	0.805				
	나는 공연예술 관람에는 돈을 아끼지 않는 편이다.	0.804				

(2) 어머니의 자녀 양육태도에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

어머니의 자녀 양육태도에 대한 타당성 및 신뢰도 검증 결과는 <표Ⅲ-3>과 같다. 먼저 Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2 = 1995.047$ ($p=0.000$) 이므로 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본 적합도 점검결과 KMO 값이 0.830으로 나타났으며, 공통성 등을 점검한 결과에서도 측정 자료의 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 실시하였다. 그 결과 총 4개의 요인이 도출되었고, 각 요인을 구성하는 문항들의 중심개념을 바탕으로 요인 명을 부여하였다. 요인 1(27.053%)은 ‘애정적 태도’로 명명하였고, 요인 2(13.514%)는 ‘거부적 태도’로 명명하였다. 또한 요인 3(12.923%)은 ‘통제적 태도’로 명명하였고, 요인 4(8.827%)는 ‘자율적 태도’로 명명하였다. 이 4개의 요인 적재 값이 $\pm .40$ 이상으로 나타나 추출된 요인은 타당성이 확보된 것으로 분석되었으며, 신뢰도 또한 $.60$ 이상으로 나타나 신뢰할만한 수준인 것으로 볼 수 있다.

<표Ⅲ-3> 자녀 양육태도에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

요인명	측정항목	요인 적재치	고유 값	신뢰도 계수	분산 설명 (%)	누적 설명 (%)
요인 1. 애정적 태도	자녀가 보이는 흥미, 관심거리에 대해서 자녀와 이야기를 자주 하여 도움을 준다.	0.863	5.411	0.878	27.053	27.053
	자녀들의 행동이 자랑스럽게 느껴지고 또 칭찬도 하는 편이다.	0.856				
	자녀의 행동이나 자녀가 성취해 낸 일(그림, 만들기 등)에 늘 관심을 갖는 편이다.	0.846				
	자녀와 함께 보내는 시간을 즐거워하는 편이다.	0.754				
	자녀의 요구를 다 들어주는 편이다.	0.671				
요인 2. 거부적 태도	자녀의 요구를 무시하는 편이다.	0.866	2.703	0.941	13.514	40.568
	자녀양육이 즐거울 때보다 짐스러운 때가 많다고 생각한다.	0.860				
	자녀가 클 때까지 다른 사람이 좀 키워주었으면 좋겠다는 생각을 할 때가 있다.	0.814				
	자녀가 잘못했을 경우 일부러 쌀쌀맞게 대하고 따끔하게 이야기 하는 편이다.	0.644				
	자녀가 속을 썩이는 행동을 보일 때 참으려 하다가 와락 성을 내거나 큰 소리를 치는 때가 있다.	0.609				
요인 3. 통제적 태도	자녀가 마음대로 하게 되면 버릇들이기가 힘들게 되기 때문에 표현이나 움직임을 엄격히 제한할 필요가 있다고 생각한다.	0.848	2.585	0.792	12.923	53.491
	부모를 어렵게 알고 두려워할 줄 알아야 한다고 생각한다.	0.768				
	자녀들은 부모의 말에 절대적으로 순종해야 한다고 생각한다.	0.708				
	가정 내의 질서를 유지하기 위해 규칙과 규율을 많이 설정해야 한다고 생각한다.	0.688				
	자녀가 놀거나 공부할 때 되도록 집안에서 하도록 한다.	0.544				
요인 4. 자율적 태도	어머니의 도움을 거절하고 자녀 혼자 무엇을 하겠다고 할 때 그냥 내버려 두겠다.	0.815	1.765	0.773	8.827	62.318
	자녀를 일일이 돌봐주지 않고 자기 혼자서 자리를 찾아 놀게 하는 편이다.	0.767				
	자녀가 할 수 있다면 비록 힘든 일이라도 혼자서 하도록 한다.	0.713				
	집이나 부모를 떠나 자녀가 혼자 행동하는 것을 관대하게 봐주는 편이다.	0.657				
	자녀가 마음대로 행동하도록 자유를 줄 용의가 있다.	0.582				

(3) 어린이 문화이벤트 선호에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

문화이벤트 선호에 대한 타당성 및 신뢰도 검증 결과는 <표Ⅲ-4>와 같다. 먼저 Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2 = 831.992$ ($p=0.000$)이므로 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO 값이 0.829로 나타났으며, 공통성 등을 점검한 결과에서도 측정 자료의 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 실시하였다. 그 결과 총 2개의 요인이 도출되었고, 각 요인을 구성하는 문항들의 중심개념을 바탕으로 요인 명을 부여하였다. 요인 1(39.078%)은 ‘체험형’으로 명명하였고, 요인 2(22.373%)는 ‘관람형’으로 명명하였다. 이 2개의 요인 적재 값이 $\pm .40$ 이상으로 나타나 추출된 요인은 타당성이 확보된 것으로 분석되었으며, 신뢰도 또한 .60 이상으로 나타나 신뢰할만한 수준인 것으로 볼 수 있다.

<표Ⅲ-4> 어린이 문화이벤트 선호에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

요인명	측정항목	요인 적재치	고유 값	신뢰도 계수	분산 설명 (%)	누적 설명 (%)
요인 1. 체험형	주제에 따라 다양한 프로그램을 체험할 수 있는 축제를 선호한다.	0.869	3.908	0.870	39.078	39.078
	이색적이고 활동적인 체험을 할 수 있는 테마파크 이벤트를 선호한다.	0.816				
	다양한 체험을 통해 문화를 경험하고 배울 수 있는 문화교실을 선호한다.	0.796				
	놀이 체험을 통해 친목을 다지는 키즈 파티를 선호한다.	0.785				
	직접 체험을 통해 오감을 만족시킬 수 있는 체험전시를 선호한다.	0.744				
요인 2. 관람형	작품 감상을 통해 새로운 지식을 습득할 수 있는 전시회 관람을 선호한다.	0.792	2.237	0.802	22.373	61.451
	정서적 안정감을 느끼고 예술적 감수성을 키우는 음악회 관람을 선호한다.	0.790				
	사회에 대한 이해와 감정을 느낄 수 있는 연극 관람을 선호한다.	0.746				
	음악과 함께 화려한 무대를 감상할 수 있는 뮤지컬 관람을 선호한다.	0.686				
	인기 캐릭터를 볼 수 있는 애니메이션 영화 관람을 선호한다.	0.678				

(4) 어린이 문화이벤트 만족에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

문화이벤트 만족에 대한 타당성 및 신뢰도 검증 결과는 <표Ⅲ-5>와 같다. 먼저 Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2 = 607.912 (p=0.000)$ 이므로 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO 값이 0.873으로 나타났으며, 공통성 등을 점검한 결과에서도 측정 자료의 요인분석 가정을 만족시키므로 다음과 같이 요인분석을 실시하였다. 그 결과 총 1개의 요인이 도출되었고, 요인 1(63.226%)은 ‘문화이벤트 만족’으로 명명하였다. 이 1개의 요인 적재 값이 ± 0.40 이상으로

나타나 추출된 요인은 타당성이 확보된 것으로 분석되었으며, 신뢰도 또한 .60 이상으로 나타나 신뢰할만한 수준인 것으로 볼 수 있다.

<표Ⅲ-5> 어린이 문화이벤트 만족에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

문항	성분
	문화이벤트 만족
2. 선택한 어린이 문화이벤트는 자녀의 지적 호기심을 충족시켜 주었다.	0.837
6. 어린이 문화이벤트를 선택한 나의 결정에 만족한다.	0.799
5. 선택한 어린이 문화이벤트는 어린이들이 즐기기에 적절한 시간을 소요했다.	0.793
1. 선택한 어린이 문화이벤트는 자녀의 즐거움을 충족시켜 주었다.	0.789
3. 선택한 어린이 문화이벤트는 참여한 어린이간의 상호작용에 도움을 주었다.	0.780
4. 선택한 어린이 문화이벤트는 안전하고 쾌적한 환경을 갖추고 있었다.	0.771
고유값	3.794
분산설명(%)	63.226
누적설명(%)	63.226
신뢰도	0.883

KMO=.873, Bartlett's test $\chi^2=607.912$ (df=15, p=.000)

3. 조사대상 및 자료수집

본 연구에서는 어머니가 소비의 주체인 어린이 소비시장의 특성에 따라 서울 소재 어린이집, 유치원에 다니는 만4~5세 자녀를 둔 어머니를 조사대상으로 선정하였다. 조사기간은 2017년 3월 10일부터 2017년 4월 17일까지 조사가 이루어졌다. 구글 온라인 설문을 배포하였고, 추가적으로 1:1 스노우볼 샘플링(snowball sampling) 방식으로 표본 추출하였다. 설문지는 총 220부를 배포하였고 회수된 217부 중 유효한 207부를 최종 분석을 위한 자료로 사용하였다.

4. 자료 분석방법

수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩(data coding)과 데이터 크리닝(data cleaning)과정을 거쳐, SPSS(Statistical Package for Social Science) v. 21.0 통계 패키지 프로그램을 활용하여 분석하였다. 본 연구에서는 구체적으로 다음과 같은 분석을 실시하였다.

첫째, 조사대상자의 일반적 특성 및 자녀를 위한 어린이문화이벤트 소비 실태를 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 측정도구의 타당성을 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 신뢰도 검증을 위하여 Cronbach's α 계수를 산출하였다.

셋째, 어머니의 문화소비성향과 자녀 양육태도, 어린이 문화이벤트 선호 및 만족에 대해 알아보고, 조사대상자의 일반적 특성에 따라 차이가 있는지를 알아보기 위하여 독립표본 t-test 및 일원변량분석(One way ANOVA)을 실시하였으며, 사후검정으로 Duncan Test를 실시하였다.

넷째, 각 변수간 상관관계를 알아보기 위하여 상관관계분석을 실시하였다.

다섯째, 어머니의 문화소비성향과 자녀 양육태도가 어린이 문화이벤트 선호에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

여섯째, 어머니의 일반적 사항, 문화소비성향, 자녀 양육태도, 어린이 문화이벤트 선호가 어린이 문화이벤트 만족에 미치는 영향을 알아보기 위하여 위계적 회귀분석을 실시하였다.

IV. 연구결과 및 분석

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과는 <표IV-1>과 같다. 분석결과 연령은 30대 이하 106명(51.2%), 40대 이상 101명(48.8%)으로 나타났고, 최종학력은 고졸이하 26명(12.6%), 대졸 143명(69.1%), 대학원졸 이상 38명(18.4%)으로 나타났다.

월평균 소득은 300만원 미만 28명(13.5%), 300-400만원 미만 41명(19.8%), 400-500만원 미만 61명(29.5%), 500만원 이상 77명(37.2%)으로 나타났고, 직업은 전문직 61명(29.5%), 전업주부 60명(29.0%), 사무직 24명(11.6%), 공무원 16명(7.7%), 판매·서비스직 14명(6.8%)으로 나타났다.

자녀와 함께 보내는 시간은 1시간 이하 27명(13.0%), 2-3시간 61명(29.5%), 4-5시간 55명(26.6%), 6-7시간 25명(12.1%), 8시간 이상 39명(18.8%)으로 나타났고, 자녀수는 1명 81명(39.1%), 2명 110명(53.1%), 3명 이상 16명(7.7%)으로 나타났다. 성격유형은 내향적 109명(52.7%), 외향적 98명(47.3%)으로 나타났다.

<표IV-1> 조사대상자의 일반적 특성

구분		빈도	퍼센트(%)
연령	30대 이하	106	51.2
	40대 이상	101	48.8
최종학력	고졸이하	26	12.6
	대졸	143	69.1
	대학원졸 이상	38	18.4
월평균 소득	300만원 미만	28	13.5
	300-400만원 미만	41	19.8
	400-500만원 미만	61	29.5
	500만원 이상	77	37.2
직업	전문직	61	29.5
	공무원	16	7.7
	사무직	24	11.6
	판매·서비스직	14	6.8
	전업주부	60	29.0
	기타	32	15.5
자녀와 함께 보내는 시간	1시간 이하	27	13.0
	2-3시간	61	29.5
	4-5시간	55	26.6
	6-7시간	25	12.1
	8시간 이상	39	18.8
자녀수	1명	81	39.1
	2명	110	53.1
	3명 이상	16	7.7
성격유형	내향적	109	52.7
	외향적	98	47.3
전체		207	100.0

2. 자녀를 위한 어린이 문화이벤트 소비실태

자녀를 위한 어린이 문화이벤트 소비실태에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과는 <표IV-2>와 같다. 분석결과 1년 소비횟수는 1회 이하 13명(6.3%), 2-3회 71명(34.3%), 4-5회 54명(26.1%), 6-9회 25명(12.1%), 10회 이상 44명(21.3%)으로 나타났고, 주된 참여형태는 본인과 자녀 참여 98명(47.3%), 가족 모두 참여 94명(45.4%), 자녀만 참여 15명(7.2%) 순으로 나타났다.

가장 많이 소비하는 시즌은 시즌에 구애받지 않음 137명(66.2%), 방학(여름, 겨울) 시즌 41명(19.8%), 어린이날 시즌 17명(8.2%), 생일 7명(3.4%), 크리스마스 시즌 5명(2.4%) 순으로 나타났고, 문화이벤트 소비시 장애요인은 시간 부족 79명(38.2%), 자녀의 무관심 44명(21.3%), 경제적 부담 39명(18.8%), 교통 및 이동의 불편함 29명(14.0%), 체력이나 건강의 문제 10명(4.8%), 정보의 부족 6명(2.9%) 순으로 나타났다.

문화이벤트에 대한 정보원은 인터넷 커뮤니티 98명(47.3%), 주변사람 38명(18.4%), 광고지·포스터 21명(10.1%), SNS 19명(9.2%), 신문·잡지 12명(5.8%), TV·라디오 10명(4.8%), 공공기관 9명(4.3%) 순으로 나타났고, 1년 평균 경비는 5만원 미만 13명(6.3%), 5-10만원 미만 57명(27.5%), 10-20만원 미만 46명(22.2%), 20-30만원 미만 30명(14.5%), 30-40만원 미만 31명(15.0%), 40만원 이상 30명(14.5%)으로 나타났다.

<표IV-2> 어린이 문화이벤트 소비실태

구분		빈도	퍼센트(%)
1년 소비횟수	1회 이하	13	6.3
	2-3회	71	34.3
	4-5회	54	26.1
	6-9회	25	12.1
	10회 이상	44	21.3
주된 참여형태	자녀만 참여	15	7.2
	본인과 자녀 참여	98	47.3
	가족 모두 참여	94	45.4
가장 많이 소비하는 시즌	어린이날 시즌	17	8.2
	크리스마스 시즌	5	2.4
	생일	7	3.4
	방학(여름, 겨울) 시즌	41	19.8
	시즌에 구애받지 않음	137	66.2
문화이벤트 소비 시 장애요인	경제적 부담	39	18.8
	시간 부족	79	38.2
	자녀의 무관심	44	21.3
	정보의 부족	6	2.9
	교통 및 이동의 불편함 체력이나 건강의 문제	29 10	14.0 4.8
문화이벤트에 대한 정보원	신문, 잡지	12	5.8
	TV, 라디오	10	4.8
	광고지, 포스터	21	10.1
	인터넷 커뮤니티	98	47.3
	공공기관	9	4.3
	주변사람 SNS	38 19	18.4 9.2
1년 평균 경비	5만원 미만	13	6.3
	5-10만원 미만	57	27.5
	10-20만원 미만	46	22.2
	20-30만원 미만	30	14.5
	30-40만원 미만	31	15.0
	40만원 이상	30	14.5
전체		207	100.0

3. 어머니의 문화소비성향, 자녀 양육태도, 어린이 문화이벤트 선호 및 만족의 실태

다음은 어머니의 문화소비성향과 자녀 양육태도, 어린이 문화이벤트 선호 및 만족에 대해 알아보고, 조사대상자의 일반적 특성에 따라 차이가 있는지를 알아보기 위하여 독립표본 t-test 및 일원변량분석(One way ANOVA)을 실시한 결과이다. 사후검증 방법으로는 Duncan test를 실시하였다.

1) 문화소비성향

(1) 전반적인 문화소비성향

전반적인 문화소비성향을 알아보기 위하여 기술통계분석을 실시한 결과는 <표IV-3>과 같다. 분석결과 '합리적 계획구매 성향'(M=3.43)이 가장 높게 나타났고, '고품격 품질우선 성향'(M=2.95), '주도적 유행추구 성향'(M=2.85) 순으로 나타났으며, '과시적 주변외시 성향'(M=1.79)는 상대적으로 가장 낮게 나타났다. 이는 주영애·홍영운(2016)의 연구에서 기혼은 합리적 문화소비성향을 나타내는 것과 일치하는 결과이다.

<표IV-3> 전반적인 문화소비성향

구분		평균(M)	표준편차(SD)
문화소비성향	과시적 주변외시 성향	1.79	.732
	합리적 계획구매 성향	3.43	.826
	고품격 품질우선 성향	2.95	.913
	주도적 유행추구 성향	2.85	.819

(2) 조사대상자의 일반적 특성에 따른 문화소비성향의 차이

일반적 특성에 따라 문화소비성향에 차이가 있는지를 분석한 결과는 <표 IV-4>와 같다. 분석결과 먼저 최종학력에 따라서는 문화소비성향의 하위요인별 고품격 품질우선 성향에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며 ($p < .001$), 고졸이하에 비해 대졸, 대학원졸 이상의 경우 상대적으로 고품격 품질우선 성향이 높은 것으로 나타났다.

자녀수에 따라서는 문화소비성향의 하위요인별 합리적 계획구매 성향에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며 ($p < .05$), 2명 이하에 비해 3명 이상인 경우 상대적으로 합리적 계획구매 성향이 높은 것으로 나타났다.

성격유형에 따라서는 문화소비성향의 하위요인별 합리적 계획구매 성향, 고품격 품질우선 성향, 주도적 유행추구 성향에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며 ($p < .05$), 외향적인 경우 내향적인 경우에 비해 상대적으로 합리적 계획구매 성향, 고품격 품질우선 성향, 주도적 유행추구 성향이 높은 것으로 나타났다.

이 외에 연령, 월평균 소득, 직업, 자녀와 함께 보내는 시간에 따라서는 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다 ($p > .05$).

<표IV-4> 조사대상자의 일반적 특성에 따른 문화소비성향의 차이

구분		문화소비성향							
		과시적 주변의식 성향		합리적 계획구매 성향		고품격 품질우선 성향		주도적 유행추구 성향	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
연령	30대 이하	1.82	.774	3.53	.793	2.98	.830	2.93	.823
	40대 이상	1.75	.687	3.32	.849	2.93	.996	2.76	.810
	<i>t-value(p)</i>	.719(.473)		1.853(.065)		.396(.693)		1.489(.138)	
최종학력	고졸이하	1.84	.857	3.19	1.047	2.40 ^a	.919	2.59	.860
	대졸	1.72	.717	3.42	.819	2.97 ^b	.925	2.84	.819
	대학원졸 이상	2.01	.664	3.60	.643	3.29 ^b	.672	3.06	.752
	<i>F-value(p)</i>	2.462(.088)		1.890(.154)		7.906 ^{***} (.000)		2.628(.075)	
월평균 소득	300만원 미만	1.50	.645	3.62	1.079	2.74	.983	2.71	.917
	300-400만원 미만	1.81	.726	3.45	.603	2.80	.975	2.73	.781
	400-500만원 미만	1.82	.746	3.52	.846	2.87	.852	2.91	.714
	500만원 이상	1.84	.742	3.27	.795	3.17	.871	2.92	.880
	<i>F-value(p)</i>	1.674(.174)		1.753(.157)		2.579(.055)		.827(.480)	
직업	전문직	1.95	.750	3.43	.796	3.23	.883	2.95	.760
	공무원	1.59	.464	3.61	.387	2.90	.850	2.67	.637
	사무직	1.61	.608	3.35	.807	3.03	.754	2.86	.844
	판매·서비스직	1.55	.502	2.96	.595	2.74	.926	3.16	1.027
	전업주부	1.87	.804	3.59	.832	2.87	.937	2.86	.868
	기타	1.65	.777	3.28	1.045	2.66	.971	2.59	.772
	<i>F-value(p)</i>	1.759(.123)		1.757(.123)		2.162(.060)		1.367(.238)	
자녀와 함께 보내는 시간	1시간 이하	1.57	.672	3.15	.928	2.69	1.154	2.69	1.020
	2-3시간	1.89	.823	3.41	.777	3.13	.805	2.88	.782
	4-5시간	1.78	.616	3.46	.847	2.93	.913	2.80	.785
	6-7시간	1.59	.649	3.73	.633	3.00	.887	3.09	.728
	8시간 이상	1.89	.794	3.39	.873	2.86	.891	2.84	.828
	<i>F-value(p)</i>	1.561(.186)		1.676(.157)		1.223(.302)		.882(.475)	
자녀수	1명	1.87	.769	3.47 ^{ab}	.691	3.11	.758	2.94	.748
	2명	1.76	.712	3.33 ^a	.913	2.86	.981	2.81	.872
	3명 이상	1.53	.638	3.86 ^b	.695	2.79	1.074	2.67	.784
	<i>F-value(p)</i>	1.646(.195)		3.075 [*] (.048)		2.049(.132)		1.004(.368)	
성격유형	내향적	1.75	.731	3.30	.865	2.83	.886	2.67	.749
	외향적	1.82	.735	3.56	.760	3.10	.926	3.06	.848
	<i>t-value(p)</i>	-.678(.499)		-2.315 [*] (.022)		-2.140 [*] (.034)		-3.547 ^{***} (.000)	
전체		1.79	.732	3.43	.826	2.95	.913	2.85	.819

*p<.05, ***p<.001

Duncan : a<b

2) 자녀 양육태도

(1) 전반적인 자녀 양육태도

전반적인 자녀 양육태도를 알아보기 위하여 기술통계분석을 실시한 결과는 <표IV-5>와 같다. 분석결과 전체적으로 볼 때, '애정적 태도'(M=3.92)가 가장 높게 나타났고, '자율적 태도'(M=3.37), '통제적 태도'(M=3.01) 순으로 나타났으며, '거부적 태도'(M=2.63)는 상대적으로 가장 낮게 나타났다.

<표IV-5> 전반적인 자녀 양육태도

구분		평균(M)	표준편차(SD)
양육태도	애정적 태도	3.92	.710
	거부적 태도	2.63	.861
	자율적 태도	3.37	.680
	통제적 태도	3.01	.771

(2) 조사대상자의 일반적 특성에 따른 자녀 양육태도의 차이

일반적 특성에 따라 양육태도에 차이가 있는지를 분석한 결과는 <표IV-6>과 같다. 분석결과 먼저 연령에 따라서는 양육태도의 하위요인별 거부적 태도에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($p < .05$), 40대 이상의 경우 30대 이하에 비해 상대적으로 거부적 태도가 높은 것으로 나타났다. 이 같은 결과는 연령이 어머니의 낮을수록 거부적 태도를 보인 배현

진(2009)의 연구결과와 차이를 보이며, 또한 어머니의 연령에 따라 양육태도에 유의미한 차이가 없었던 윤용희(2013), 윤나경(2013), 이명진(2014)의 연구와 차이가 있다.

월평균 소득에 따라서는 양육태도의 하위요인별 통제적 태도에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($p < .05$), 300만원 미만에 비해 300만원 이상의 경우 상대적으로 통제적 태도가 높은 것으로 나타났다. 이는 경제적 수준이 중 이상인 경우 통제적 태도에 더 강하게 작용한 김민화(2016)의 연구와는 일치하는 결과인 반면 윤용희(2013)의 연구에서는 가계소득이 높을수록 애정적 태도가 높게 나타나 다소 다른 결과이다.

자녀수에 따라서는 양육태도의 하위요인별 거부적 태도에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($p < .05$), 1명에 비해 2명, 3명 이상의 경우 상대적으로 거부적 태도가 높은 것으로 나타났다. 이명진(2014)의 연구에서는 자녀수가 1명, 2명인 어머니가 3명 이상인 어머니에 비해 자율적 양육태도를 보였고, 자녀수가 1명인 어머니가 3명 이상인 어머니보다 애정적 양육태도를 보여 자율적, 애정적 태도에 유의미한 차이가 없었던 본 연구와는 다른 결과이다.

성격유형에 따라서는 양육태도의 하위요인별 자율적 태도에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($p < .05$), 외향적인 경우 내향적인 경우에 비해 상대적으로 자율적 태도가 높은 것으로 나타났다.

이 외에 최종학력, 직업, 자녀와 함께 보내는 시간에 따라서는 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다($p > .05$). 이는 어머니의 최종학력에 따라 양육태도가 차이를 보였던 공경혜(2003), 박희영(2010), 윤용희(2013), 김민화(2016)의 연구와 다른 결과이다.

<표IV-6> 조사대상자의 일반적 특성에 따른 자녀 양육태도의 차이

구분		양육태도							
		애정적 태도		거부적 태도		자율적 태도		통제적 태도	
		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
연령	30대 이하	3.88	.684	2.50	.837	3.35	.655	2.98	.763
	40대 이상	3.97	.737	2.76	.870	3.38	.708	3.04	.782
	<i>t-value(p)</i>	-.961(.338)		-2.129*(.034)		-.310(.757)		-.562(.575)	
최종학력	고졸이하	3.66	.835	2.87	.843	3.38	.642	2.95	.714
	대졸	3.94	.706	2.60	.880	3.34	.708	2.99	.762
	대학원졸 이상	4.03	.600	2.56	.790	3.45	.602	3.11	.852
	<i>F-value(p)</i>	2.290(.104)		1.207(.301)		.364(.696)		.430(.651)	
월평균 소득	300만원 미만	4.02	.854	2.51	1.003	3.34	.722	2.67 ^a	.813
	300-400만원 미만	3.79	.752	2.54	.751	3.54	.646	3.20 ^b	.737
	400-500만원 미만	3.99	.548	2.60	.751	3.25	.683	3.01 ^b	.756
	500만원 이상	3.91	.746	2.74	.941	3.38	.674	3.03 ^b	.760
	<i>F-value(p)</i>	.829(.479)		.742(.528)		1.454(.228)		2.675*(.048)	
직업	전문직	3.93	.664	2.83	.943	3.33	.685	3.09	.722
	공무원	3.81	.771	2.69	.969	3.46	.765	2.74	.809
	사무직	3.95	.608	2.44	.713	3.32	.598	2.92	.575
	판매·서비스직	3.71	.876	2.30	.705	3.27	.616	3.13	1.031
	전업주부	4.03	.652	2.63	.806	3.30	.686	2.92	.698
	기타	3.83	.864	2.49	.862	3.59	.696	3.18	.950
	<i>F-value(p)</i>	.720(.609)		1.528(.183)		1.013(.411)		1.122(.350)	
자녀와 함께 보내는 시간	1시간 이하	3.64	.932	2.62	.979	3.21	.784	3.04	.771
	2-3시간	3.99	.575	2.59	.795	3.38	.636	3.04	.651
	4-5시간	3.88	.745	2.79	.928	3.37	.726	3.12	.853
	6-7시간	4.15	.712	2.34	.690	3.43	.652	2.87	.814
	8시간 이상	3.93	.640	2.65	.860	3.41	.638	2.87	.802
	<i>F-value(p)</i>	1.897(.112)		1.250(.291)		.430(.787)		.807(.522)	
자녀수	1명	3.94	.602	2.44 ^a	.798	3.29	.643	2.95	.742
	2명	3.88	.794	2.74 ^b	.857	3.43	.688	3.04	.807
	3명 이상	4.16	.581	2.83 ^b	1.055	3.34	.806	3.10	.681
	<i>F-value(p)</i>	1.149(.319)		3.306*(.039)		.890(.412)		.391(.677)	
성격유형	내향적	3.85	.729	2.63	.857	3.28	.662	2.96	.781
	외향적	4.01	.682	2.62	.869	3.47	.688	3.06	.761
	<i>t-value(p)</i>	-1.590(.113)		.073(.942)		-2.068*(.040)		-.965(.336)	
전체		3.92	.710	2.63	.861	3.37	.680	3.01	.771

*p<.05

Duncan : a<b

3) 어린이 문화이벤트 선호

(1) 전반적인 어린이 문화이벤트 선호

전반적인 어린이 문화이벤트 선호를 알아보기 위하여 기술통계분석을 실시한 결과는 <표IV-7>과 같다. 분석결과 전체적으로 볼 때, '체험형'(M=3.59), '관람형'(M=3.27) 순으로 나타났다.

<표IV-7> 전반적인 어린이 문화이벤트 선호

구분		평균(M)	표준편차(SD)
문화이벤트 선호	관람형	3.27	.759
	체험형	3.59	.783

(2) 조사대상자의 일반적 특성에 따른 어린이 문화이벤트 선호의 차이

일반적 특성에 따라 어린이 문화이벤트 선호에 차이가 있는지를 분석한 결과는 <표IV-8>과 같다. 분석결과 체험형 문화이벤트 선호에서 조사대상자의 연령, 자녀와 보내는 시간, 성격유형에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다. 먼저 연령에 따라서는 어린이 문화이벤트 선호의 하위요인별 체험형에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($p < .01$), 30대 이하의 경우 40대 이상에 비해 상대적으로 체험형 문화이벤트 선호가 높은 것으로 나타났다.

자녀와 함께 보내는 시간에 따라서는 어린이 문화이벤트 선호의 하위요인별 체험형에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($p < .001$), 1시간

이하에 비해 2시간 이상에 비해 상대적으로 체험형 문화이벤트 선호가 높은 것으로 나타났다.

성격유형에 따라서는 어린이 문화이벤트 선호의 하위요인별 체험형에 대해 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($p < .001$), 외향적인 경우 내향적인 경우에 비해 상대적으로 체험형 문화이벤트 선호가 높은 것으로 나타났다.

최종학력, 월평균 소득, 직업, 자녀수에 따라서는 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다($p > .05$).

<표IV-8> 조사대상자의 일반적 특성에 따른 어린이 문화이벤트 선호의 차이

구분		문화이벤트 선호			
		관람형		체험형	
		M	SD	M	SD
연령	30대 이하	3.28	.759	3.73	.718
	40대 이상	3.25	.762	3.44	.824
	<i>t-value(p)</i>	.372(.710)		2.673**(.008)	
최종학력	고졸이하	2.95	.979	3.32	1.039
	대졸	3.29	.712	3.65	.740
	대학원졸 이상	3.38	.728	3.52	.715
	<i>F-value(p)</i>	2.753(.066)		2.236(.109)	
월평균 소득	300만원 미만	3.23	.915	3.74	.933
	300-400만원 미만	3.25	.603	3.58	.689
	400-500만원 미만	3.15	.708	3.65	.644
	500만원 이상	3.38	.807	3.49	.868
	<i>F-value(p)</i>	1.095(.352)		.910(.437)	
직업	전문직	3.36	.642	3.70	.647
	공무원	3.30	.849	3.30	1.078
	사무직	3.37	.626	3.67	.565
	판매·서비스직	3.13	1.037	3.57	.866
	전업주부	3.29	.750	3.59	.781
	기타	3.01	.875	3.46	.950
	<i>F-value(p)</i>	1.138(.341)		.887(.491)	
자녀와 함께 보내는 시간	1시간 이하	3.02	1.025	2.98 ^a	.917
	2-3시간	3.36	.659	3.63 ^b	.702
	4-5시간	3.22	.724	3.59 ^b	.703
	6-7시간	3.43	.830	4.06 ^b	.662
	8시간 이상	3.25	.677	3.63 ^b	.760
	<i>F-value(p)</i>	1.302(.271)		7.174***(.000)	
자녀수	1명	3.34	.611	3.55	.716
	2명	3.20	.842	3.58	.802
	3명 이상	3.34	.835	3.85	.959
	<i>F-value(p)</i>	.879(.417)		1.023(.361)	
성격유형	내향적	3.21	.726	3.39	.802
	외향적	3.33	.793	3.81	.700
	<i>t-value(p)</i>	-1.131(.259)		-4.001***(.000)	
전체		3.27	.759	3.59	.783

p<.01, *p<.001

Duncan : a<b

4) 어린이 문화이벤트 만족

(1) 전반적인 어린이 문화이벤트 만족

전반적인 어린이 문화이벤트 만족을 알아보기 위하여 기술통계분석을 실시한 결과는 <표IV-9>와 같다. 분석결과 전체적으로 볼 때, 문화이벤트 만족은 평균 3.72점으로 나타났다.

<표IV-9> 전반적인 어린이 문화이벤트 만족

구분	평균(M)	표준편차(SD)
문화이벤트 만족	3.72	.593

(2) 조사대상자의 일반적 특성에 따른 어린이 문화이벤트 만족의 차이

일반적 특성에 따라 어린이 문화이벤트 만족에 차이가 있는지를 분석한 결과는 <표IV-10>과 같다. 분석결과 최종학력, 자녀와 함께 보내는 시간, 성격유형에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다($p < .05$). 먼저 최종학력에 따라서는 고졸이하나 대학원졸 이상에 비해 대졸의 경우 상대적으로 문화이벤트 만족이 높은 것으로 나타났고, 자녀와 함께 보내는 시간에 따라서는 1시간 이하에 비해 2시간 이상의 경우 상대적으로 문화이벤트 만족이 높은 것으로 나타났다. 또한 성격유형에 따라서는 외향적인 경우 내향적인 경우에 비해 상대적으로 문화이벤트 만족이 높은 것으로 나타났다.

이 외에 연령, 월평균 소득, 직업, 자녀수에 따라서는 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다($p > .05$).

<표IV-10> 조사대상자의 일반적 특성에 따른 어린이 문화이벤트 만족의 차이

구분		평균(M)	표준편차(SD)	t/F-value	p
연령	30대 이하	3.76	.613	.885	.377
	40대 이상	3.69	.571		
최종학력	고졸이하	3.54 ^a	.671	3.766*	.025
	대졸	3.80 ^b	.592		
	대학원졸 이상	3.57 ^a	.485		
월평균 소득	300만원 미만	3.85	.736	1.407	.242
	300-400만원 미만	3.83	.537		
	400-500만원 미만	3.69	.497		
	500만원 이상	3.65	.627		
직업	전문직	3.72	.534	.040	.999
	공무원	3.73	.537		
	사무직	3.73	.633		
	판매·서비스직	3.77	.846		
	전업주부	3.73	.577		
	기타	3.69	.639		
자녀와 함께 보내는 시간	1시간 이하	3.41 ^a	.723	3.341*	.011
	2-3시간	3.75 ^b	.507		
	4-5시간	3.68 ^b	.552		
	6-7시간	3.97 ^b	.571		
	8시간 이상	3.80 ^b	.619		
자녀수	1명	3.66	.566	1.172	.312
	2명	3.74	.601		
	3명 이상	3.90	.655		
성격유형	내향적	3.63	.618	-2.472*	.014
	외향적	3.83	.547		
전체		3.72	.593		

*p<.05

Duncan : a<b

4. 각 변수간 상관관계 검증

각 변수간 상관관계를 알아보기 위하여 상관관계 검증을 실시한 결과는 <표IV-11>과 같다. 분석결과 문화소비성향의 하위요인별 과시적 주변 의식 성향, 합리적 계획구매 성향, 고품격 품질우선 성향, 주도적 유행추구 성향은 문화이벤트 선호의 하위요인별 관람형과 통계적으로 유의미한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났고($p < .001$), 문화소비성향의 하위요인별 합리적 계획구매 성향, 고품격 품질우선 성향, 주도적 유행추구 성향은 문화이벤트 선호의 하위요인별 체험형과 통계적으로 유의미한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다($p < .01$).

또한 자녀 양육태도의 하위요인별 애정적 태도, 통제적 태도는 문화이벤트 선호의 하위요인별 관람형과 통계적으로 유의미한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났고($p < .01$), 양육태도의 하위요인별 애정적 태도, 자율적 태도는 문화이벤트 선호의 하위요인별 체험형과 통계적으로 유의미한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났고($p < .001$).

마지막으로 어린이 문화이벤트 선호의 하위요인별 관람형, 체험형은 어린이 문화이벤트 만족과 통계적으로 유의미한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났고($p < .001$).

<표IV-11> 각 변수간 상관관계 검증

구분		문화소비성향				자녀 양육태도				어린이 문화이벤트 선호		어린이 문화이벤트 만족
		과시적 주변외식 성향	합리적 계획구매 성향	고품격 품질우선 성향	주도적 유행추구 성향	애정적 태도	거부적 태도	자율적 태도	통제적 태도	관람형	체험형	
문화 소비성향	과시적 주변외식 성향	1										
	합리적 계획구매 성향	-.100	1									
	고품격 품질우선 성향	.264***	.227***	1								
	주도적 유행추구 성향	.272***	.236***	.392***	1							
자녀 양육태도	애정적 태도	-.049	.312***	.258***	.384***	1						
	거부적 태도	.095	-.067	-.068	-.053	-.357***	1					
	자율적 태도	-.029	.119	.075	.156*	.247***	-.123	1				
	통제적 태도	.196**	-.021	.028	-.016	-.159*	.319***	-.204***	1			
어린이 문화이벤트 선호	관람형	.214***	.298***	.518***	.385***	.330***	-.087	.087	.231**	1		
	체험형	.014	.318***	.236**	.205**	.289***	-.094	.309***	-.049	.270***	1	
어린이 문화이벤트 만족		-.067	.329***	.179*	.260***	.352***	-.213**	.169*	.041	.315***	.485***	1

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

5. 어머니의 문화소비성향과 자녀 양육태도가 어린이 문화이벤트 선호 및 만족에 미치는 영향

본 연구에서는 상관관계분석을 실시하여 앞서 제시한 각 항목변수의 관계를 검증하였고, 상관관계분석을 통하여 검증된 어머니의 문화소비성향과 자녀 양육태도, 어린이 문화이벤트 선호 및 만족 간의 관계를 알아보기 위해 선형회귀분석을 실시함으로써 각 변수들의 인과관계를 검증하였다.

1) 어린이 문화이벤트 선호에 미치는 영향

(1) 어머니의 문화소비성향이 관람형 문화이벤트 선호에 미치는 영향

어머니의 문화소비성향이 관람형 문화이벤트 선호에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표IV-12>와 같다. 분석결과 회귀식의 설명력은 33.7%로 나타났고, 회귀모형은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($F=25.719$, $p<.001$). 독립변수별로는 고품격 품질우선 성향($\beta=.391$, $p<.001$), 합리적 계획구매 성향($\beta=.178$, $p<.01$), 주도적 유행추구 성향($\beta=.168$, $p<.01$)이 관람형 문화이벤트 선호에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 어머니의 문화소비에 있어 고품격 품질우선 성향, 합리적 계획구매성향, 주도적 유행추구 성향이 높을수록 관람형 문화이벤트 선호도 높아지는 것으로 볼 수 있다.

<표IV-12> 어머니의 문화소비성향이 관람형 문화이벤트 선호에 미치는 영향

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.153	.241		4.778	.000
과시적 주변의식 성향	.085	.064	.082	1.332	.184
합리적 계획구매 성향	.163	.056	.178	2.913**	.004
고품격 품질우선 성향	.325	.054	.391	6.063***	.000
주도적 유행추구 성향	.155	.060	.168	2.589*	.010

R²=.337, Adj. R²=.324, F-value=25.719***, p=.000

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

(2) 어머니의 문화소비성향이 체험형 문화이벤트 선호에 미치는 영향

어머니의 문화소비성향이 체험형 문화이벤트 선호에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표IV-13>과 같다. 분석결과 회귀식의 설명력은 13.6%로 나타났고, 회귀모형은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다(F=7.966, p<.001). 독립변수별로는 합리적 계획구매 성향($\beta = .261$, p<.001), 고품격 품질우선 성향($\beta = .147$, p<.05)이 체험형 문화이벤트 선호에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 어머니의 문화소비에 있어 합리적 계획구매성향, 고품격 품질우선 성향이 높을수록 체험형 문화이벤트 선호도 높아지는 것으로 볼 수 있다.

<표IV-13> 어머니의 문화소비성향이 체험형 문화이벤트 선호에 미치는 영향

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	표준오차	베타		
(상수)	2.163	.284		7.609	.000
과시적 주변인식 성향	-.026	.076	-.025	-.347	.729
합리적 계획구매 성향	.247	.066	.261	3.745***	.000
고품격 품질우선 성향	.126	.063	.147	1.998*	.047
주도적 유행추구 성향	.088	.071	.093	1.252	.212

R²=.136, Adj. R²=.119, F-value=7.966***, p=.000

*p<.05, ***p<.001

(3) 어머니의 자녀 양육태도가 관람형 문화이벤트 선호에 미치는 영향

어머니의 자녀 양육태도가 관람형 문화이벤트 선호에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표IV-14>와 같다. 분석결과 회귀식의 설명력은 19.7%로 나타났고, 회귀모형은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다(F=12.408, p<.001). 독립변수별로는 애정적 태도($\beta = .346$, p<.001), 통제적 태도($\beta = .316$, p<.001)가 관람형 문화이벤트 선호에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 어머니의 양육태도에 있어 애정적 태도, 통제적 태도가 높을수록 관람형 문화이벤트 선호도 높아지는 것으로 볼 수 있다.

<표IV-14> 어머니의 자녀 양육태도가 관람형 문화이벤트 선호에 미치는 영향

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	표준오차	베타		
(상수)	.792	.462		1.714	.088
애정적 태도	.370	.074	.346	4.999***	.000
거부적 태도	-.051	.062	-.057	-.814	.417
자율적 태도	.066	.074	.059	.890	.375
통제적 태도	.311	.066	.316	4.677***	.000

R²=.197, Adj. R²=.181, F-value=12.408***, p=.000

***p<.001

(4) 어머니의 자녀 양육태도가 체험형 문화이벤트 선호에 미치는 영향

어머니의 자녀 양육태도가 체험형 문화이벤트 선호에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표IV-15>와 같다. 분석결과 회귀식의 설명력은 14.5%로 나타났고, 회귀모형은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다(F=8.577, p<.001). 독립변수별로는 자율적 태도($\beta = .260$, p<.001), 애정적 태도($\beta = .234$, p<.01)가 체험형 문화이벤트 선호에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 어머니의 양육태도에 있어 자율적 태도, 애정적 태도가 높을수록 체험형 문화이벤트 선호도 높아지는 것으로 볼 수 있다.

<표IV-15> 어머니의 자녀 양육태도가 체험형 문화이벤트 선호에 미치는 영향

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.424	.492		2.895	.004
애정적 태도	.258	.079	.234	3.280**	.001
거부적 태도	.009	.066	.010	.131	.896
자율적 태도	.300	.078	.260	3.818***	.000
통제적 태도	.039	.071	.039	.554	.580

R²=.145, Adj. R²=.128, F-value=8.577***, p=.000

p<.01, *p<.001

2) 어린이 문화이벤트 만족에 미치는 제 변인의 영향력

어머니의 문화소비성향과 자녀 양육태도 및 어린이 문화이벤트 선호가 어린이 문화이벤트 만족에 미치는 영향을 검증하기 위하여 위계적 회귀분석을 실시한 결과는 <표IV-16>과 같다.

먼저 일반적 특성을 투입한 모델 I의 설명력은 10.1%로 나타났고, 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다(F=3.186, p<.01). 독립변수별로는 자녀와 함께 보내는 시간($\beta = .219$, p<.01)이 어린이 문화이벤트 만족에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 월평균 소득($\beta = -.162$, p<.05), 성향($\beta = -.166$, p<.05)이 어린이 문화이벤트 만족에 통계적으로 유의미한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 자녀와 함께 보내는 시간이 많을수록, 월평균 소득이 적을수록, 성향이 외향적일수록 어린이 문화이벤트 만족이 높은 것으로 볼 수 있다.

문화소비성향을 추가적으로 투입한 모델Ⅱ의 설명력은 22.9%로 12.8%가 추가적으로 증가하였고, 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다($F=5.251$, $p<.001$). 즉, 합리적 계획구매 성향($\beta=.219$, $p<.01$), 주도적 유행추구 성향($\beta=.194$, $p<.01$)이 어린이 문화이벤트 만족에 통계적으로 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

자녀 양육태도를 추가적으로 투입한 모델Ⅲ의 설명력은 30.3%로 7.4%가 추가적으로 증가하였고, 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다($F=5.539$, $p<.001$). 즉, 통제적 태도($\beta=.166$, $p<.05$), 애정적 태도($\beta=.159$, $p<.05$)가 어린이 문화이벤트 만족에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 거부적 태도($\beta=-.185$, $p<.01$)는 어린이 문화이벤트 만족에 유의미한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

어린이 문화이벤트 선호를 추가적으로 투입한 모델Ⅳ의 설명력은 38.8%로 8.5%가 추가적으로 증가하였고, 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다($F=7.039$, $p<.001$). 즉, 추가적으로 투입된 체험형($\beta=.329$, $p<.001$)이 어린이 문화이벤트 만족에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

최종 모델Ⅳ을 통해 종속변수인 어린이 문화이벤트 만족에 미치는 독립변수들의 상대적인 영향력을 비교한 결과, 체험형($\beta=.329$, $p<.001$), 통제적 태도($\beta=.133$, $p<.05$)가 어린이 문화이벤트 만족에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 거부적 태도($\beta=-.181$, $p<.01$)는 어린이 문화이벤트 만족에 유의미한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표IV-16> 어린이 문화이벤트 만족에 미치는 제 변인의 영향력

구분		모델 I			모델 II			모델 III			모델 IV		
		β	t	p	β	t	p	β	t	p	β	t	p
일반적 특성	연령(d)	.027	.364	.716	.002	.029	.977	.013	.188	.851	-.039	-.597	.551
	최종학력	.031	.430	.668	-.054	-.780	.436	-.091	-1.356	.177	-.079	-1.251	.213
	월평균 소득	-.162	-2.285*	.023	-.131	-1.909	.058	-.106	-1.600	.111	-.076	-1.212	.227
	직업(d)	.115	1.463	.145	.134	1.793	.075	.135	1.852	.066	.092	1.330	.185
	자녀와 함께 보내는 시간	.219	2.750**	.007	.205	2.755**	.006	.202	2.789**	.006	.133	1.909	.058
	자녀수	.119	1.663	.098	.122	1.803	.073	.128	1.932	.055	.089	1.420	.157
	성향(d)	-.166	-2.441*	.016	-.075	-1.132	.259	-.059	-.921	.358	-.012	-1.197	.844
문화 소비성향	과시적 주변인식 성향				-.095	-1.387	.167	-.081	-1.183	.238	-.093	-1.436	.153
	합리적 계획구매 성향				.219	3.099**	.002	.185	2.671**	.008	.117	1.758	.080
	고품격 품질우선 성향				.115	1.567	.119	.086	1.206	.229	-.004	-.053	.958
	주도적 유행추구 성향				.194	2.676**	.008	.141	1.894	.060	.136	1.912	.057
자녀 양육태도	애정적 태도							.159	2.075*	.039	.093	1.265	.207
	거부적 태도							-.185	-2.624**	.009	-.181	-2.705**	.007
	자율적 태도							.049	.756	.451	-.020	-.319	.750
	통제적 태도							.166	2.474*	.014	.133	1.998*	.047
어린이 문화이벤트 선호	관람형										.101	1.343	.181
	체험형										.329	4.743***	.000
<i>F-value(p)</i>		3.186**(.003)			5.251***(.000)			5.539***(.000)			7.039***(.000)		
R ²		.101			.229			.303			.388		
Change of R ²		-			.128			.074			.085		

가변수 : 연령=30대 이하(1), 40대 이상(0), 직업=유(1), 무(0), 성향=내향적(1), 외향적(0)

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

V. 결론 및 제언

1. 결론

어린이를 위한 문화이벤트이지만 실질적 소비자가 어머니라는 점에 착안하여, 본 연구에서는 어머니의 자녀를 위한 문화이벤트 소비실태를 파악하고, 어린이 문화이벤트 소비 상황에서 어머니의 영향을 확인함으로써 어린이 문화이벤트 기획에 필요한 기초자료를 제시하고자 했다. 이를 위해 어머니의 문화소비성향과 자녀 양육 태도가 어린이 문화이벤트 선호 및 만족에 미치는 영향을 분석하였다.

연구의 목적을 달성하기 위하여 기존의 선행연구와 국내외 서적을 통한 문헌연구를 하였으며 연구문제를 분석하기 위해 실증연구를 병행하였다.

실증연구를 위해 서울 소재 어린이집, 유치원에 다니는 만4세, 5세 자녀를 둔 어머니를 대상으로 2017년 3월 10일부터 2017년 4월 17일까지 조사가 이루어졌다. 구글 온라인 설문을 배포하였고, 추가적으로 1:1 스노우볼 샘플링(snowball sampling) 방식으로 표본 추출하였으며 총 220부 배포하여 회수된 설문지 217부 중 유효한 207부를 최종 분석을 위한 자료로 사용하였다.

응답자 207명의 설문을 본 연구의 목적에 따라 SPSS(Statistical Package for Social Science) v. 21.0 통계 패키지 프로그램을 활용하여 분석하였다. 먼저 조사대상자의 일반적 특성 및 자녀를 위한 어린이문화이벤트 소비실태를 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였고, 측정도구의 타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 신뢰도 검증을 위하여 Cronbach's α 계수를 산출하였다. 또한 본 연구의 목적에 따라 독립표본 t-test 및 일원변량분석(One way ANOVA)을 실시하였고, 각 변수간의 상

관관계분석과 다중회귀분석, 위계적 회귀분석을 실시하였으며 사후검정으로 Duncan Test를 실시하였다.

본 연구의 결과를 토대로 한 결론은 다음과 같다.

1) 어린이 문화이벤트 소비실태

어린이 문화이벤트 1년 소비 횟수는 2~3회가 34.3%로 가장 많았지만 10회 이상 소비하는 경우도 21.3%로 나타난 것으로 보아 각 가정에 따라 편차가 큰 것으로 보인다. 어린이 문화이벤트는 주로 어머니와 함께 참여하거나 온 가족이 함께 참여하고 있었고, 자녀 혼자 참여하는 경우는 드물었다. 또한 어린이 문화이벤트는 시즌에 구애받지 않고 소비하는 경우가 가장 많았는데, 이와 같은 결과는 본 연구에서 만 4~5세 자녀로 연령을 제한하여 시기적 제약으로부터 비교적 자유롭기 때문으로 보이며, 상대적으로 성숙하고 혼자 참여가 가능하며 학교생활과 학업의 부담으로 인해 시기적 제약이 있는 초등학생의 연령까지 대상을 확대했을 경우 다소 다른 결과가 나올 수 있을 것이라 예상한다. 하지만 어린이날과 크리스마스의 특별한 시즌에 소비가 다소 적은 것으로 나타나 특별한 날을 기념하고 즐길 수 있도록 가족이 함께 참여할 수 있는 어린이 문화이벤트의 기획과 홍보에 힘써야 할 것으로 사료된다.

어린이 문화이벤트 소비의 장애 요인으로는 시간부족이 가장 높았는데, 만 4~5세 어린이의 경우 보호자가 동반해야하므로 어머니의 시간부족이 큰 장애요인이 된 것으로 보인다. 두 번째로 높은 장애요인은 자녀의 무관심으로, 문화예술에 대한 기호와 선호 및 효용은 선천적으로 타고나는 것이 아니라 경험의 축적과 학습에 의해 후천적으로 형성(이정화, 2014)되는 것에 비추어 볼 때, 어린이의 문화이벤트에 대한 관심도 경험과 학습이 중요하게

작용할 것이므로 자녀의 관심 부족은 평소 가정이나 학교를 통한 문화이벤트 경험이 부족했음을 시사한다.

어머니들은 어린이 문화이벤트에 대한 정보를 인터넷 커뮤니티를 통해 얻는 경우가 가장 많았고, 그 다음으로 주변사람을 통해 직접 정보를 듣고 있었다. 이는 육아 정보를 공유하는 인터넷 카페 등의 활성화로 인해 다른 어린이상품의 소비와 마찬가지로 어린이 문화이벤트 소비도 어머니들 사이의 정보교류에 영향을 많이 받는 것으로 보인다. 좋은 구전효과를 위해서 어린이의 만족과 더불어 어머니를 만족시키기 위해 기획 단계부터 어머니들의 기호와 선호를 파악 할 필요가 있음을 뒷받침하는 결과이다.

2) 어머니의 문화소비성향, 자녀 양육태도, 어린이 문화이벤트 선호 및 만족의 실태

어머니들의 문화소비성향은 가정을 이루고 자녀를 양육하는 상황인 만큼 질과 가격에 대한 정보를 꼼꼼히 따져보고 계획을 세워 구매하는 합리적 계획구매 성향이 가장 많았다. 자녀수가 2명 이하에 비해 3명 이상인 경우 합리적 계획구매 성향이 더 높게 나타났는데, 이는 자녀수가 많아질수록 가격과 계획에 더 민감해지기 때문이라 사료된다. 최종 학력에 따라서는 고졸 이하에 비해 대졸, 대학원졸 이상의 경우 고품격 품질우선 성향이 높게 나타났는데, 학교를 통해 문화예술에 대한 교육과 경험이 상대적으로 많아지면서 관련 지식의 축적과 수준의 향상으로 예술성을 중시하는 성향을 가지게 된 것으로 볼 수 있다.

어머니들은 전반적으로 자녀와 이야기를 많이 하며 관심을 갖고 칭찬으로 양육하는 애정적 태도가 가장 많았고, 자녀의 요구를 무시하고 양육을 매우 힘들게 생각하는 거부적 태도는 가장 낮게 나타났다. 어머니의 연령이 40대

이상인 경우 30대 이하에 비해 거부적 태도가 높게 나타났고 또한 자녀수가 1명에 비해 2명, 3명 이상의 어머니에게서 거부적 태도가 높게 나타났는데, 이는 연령이 높아지고 자녀수가 많을수록 정서적·체력적으로 힘들게 되므로 자녀의 요구를 무시하거나 양육이 힘들게 느껴지는 경우가 많기 때문일 것이라 사료된다. 어머니의 성격유형이 외향적인 경우 내향적 성향에 비해 자율적 태도가 높았으며 대체로 외향적 성향의 경우 자유롭게 다양한 외부 활동을 즐기는 경우가 많다는 점에 비추어 봤을 때 어머니의 성향이 양육태도로 반영되었음을 확인할 수 있다.

어머니들은 관람형 보다 체험형 어린이 문화이벤트를 더 많이 선호하고 있었고, 어머니의 연령이 30대 이하인 경우 40대 이상에 비해 체험형 문화이벤트 선호가 높게 나타났는데, 30대 이하의 어머니는 40대 이상의 어머니에 비해 상대적으로 자녀와 함께 활동적 참여를 할 수 있는 에너지가 많기 때문이라 생각된다. 또한 어머니의 성격 유형이 외향적인 경우 체험형 문화이벤트의 선호가 높았고, 자녀와 함께 하는 시간이 많을수록 체험형 문화이벤트를 선호하는 것으로 나타났다. 자녀를 위한 문화이벤트이지만 선호에 있어 어머니를 둘러싼 특성들이 많이 반영되고 있음을 확인할 수 있다.

어린이 문화이벤트 만족에 대한 평균 점수는 3.72점으로 나타났으며, 어머니들은 전반적으로 어린이 문화이벤트에 보통 이상의 만족을 하고 있다는 것을 확인할 수 있었다.

3) 어머니의 문화소비성향과 자녀 양육태도가 어린이 문화이벤트 선호에 미치는 영향

어머니의 문화소비성향에서 고품격 품질우선 성향, 합리적 계획구매 성향, 주도적 유행추구 성향이 높을수록 관람형 어린이 문화이벤트 선호가 높

아지는 것으로 나타났고, 그 중에서도 고품격 품질우선 성향이 관람형 어린이 문화이벤트 선호에 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 전시회, 음악회, 뮤지컬 등 작품 감상과 문화 예술적 지식을 습득하는 특징을 가진 관람형 어린이 문화이벤트의 경우 작품성과 예술성을 중시하고 문화소비에 돈을 아끼지 않는 고품격 품질우선 성향의 어머니가 더 많이 선호함을 알 수 있었다. 어린이 문화이벤트이지만 공연과 작품의 질을 높여야 하며, 문화·예술적 지식과 교양의 습득을 중심으로 한 고품격의 문화이벤트 경험을 제공하는 것을 우선으로 해야 하겠다.

어머니의 문화소비성향에서 합리적 계획구매 성향, 고품격 품질우선 성향이 높을수록 체험형 어린이 문화이벤트 선호가 높아지는 것으로 나타났고, 그 중 합리적 계획구매 성향이 체험형 어린이 문화이벤트 선호에 더 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 축제, 문화교실, 체험전시 등 관련 정보를 찾고 미리 계획을 세워 참여해야 하는 경우가 많은 체험형 어린이 문화이벤트의 경우 가격을 고려하고 정보를 충분히 탐색하며 미리 계획을 세우는 합리적 계획구매 성향의 어머니가 더 많이 선호함을 알 수 있었다. 체험형 어린이 문화이벤트 기획자들은 구체적인 정보의 제공과 홍보를 통해 소비자가 미리 계획하는데 도움을 주도록 하며, 합리적인 가격과 이를 통해 경험할 수 있는 문화적 활동들을 자세히 제시할 필요가 있다.

어머니의 자녀 양육태도에서 애정적 태도, 통제적 태도가 높을수록 관람형 어린이 문화이벤트 선호가 높아지는 것으로 나타났다. 관람형 어린이 문화이벤트는 어머니의 통제와 규제 아래 이루어지는 경우가 많은 소극적이고 정적인 관람의 형태이기 때문에, 자녀에게 관심을 많이 갖고 이야기를 많이 하며 함께 보내는 시간을 즐겨워하는 애정적 태도와 자녀의 움직임과 표현을 제한하고 엄격하며 규칙을 중시하는 통제적 태도의 어머니가 더 많이 선호하는 것으로 보인다.

또한 어머니의 자녀 양육태도에서 자율적 태도, 애정적 태도가 높을수록 체험형 어린이 문화이벤트 선호가 높아지는 것으로 나타났다. 체험형 어린이 문화이벤트는 자녀들의 자유로운 움직임과 동적인 활동으로 이루어지는 경우가 많은 적극적인 체험의 형태이므로, 자녀 스스로 행동하게 내버려 두고 자유로운 활동을 허용하는 자율적 태도의 어머니가 더 많이 선호하는 것으로 사료된다.

4) 어린이 문화이벤트 만족에 미치는 제 변인의 영향력

어머니의 문화소비성향과 자녀 양육태도, 어린이 문화이벤트 선호가 어린이 문화이벤트 만족에 미치는 영향을 검증 한 결과, 어린이 문화이벤트 선호 중 체험형 문화이벤트의 선호가 가장 큰 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면 자녀 양육태도 중 거부적 태도는 부적인 영향을 미치고 있었다. 거부적 태도의 어머니는 자녀의 요구를 무시하고 자녀 양육을 힘들어 하며 자녀와의 시간을 즐기지 않기 때문에 자녀의 문화이벤트 참여와 활동에 관심이 없거나 부정적 평가를 내리며 만족스럽지 못한 것으로 보인다.

활동적이고 호기심이 많은 연령인 만큼 어린이들은 적극적이고 자유로운 체험을 통해 즐거움과 호기심을 충족시킬 수 있으며 또래 간 상호작용에도 긍정적 효과를 얻을 수 있기 때문에 체험형을 선호하는 어머니의 만족이 더 높아지는 것으로 사료된다. 어린이 문화이벤트 시장에서 어머니 소비자의 만족을 높이기 위해 어린이들이 활동적으로 참여할 수 있는 다양한 프로그램으로 구성된 체험형 문화이벤트를 더 많이 기획할 필요가 있다.

2. 제언

어린이는 어머니와 가장 많은 시간을 보내고 어머니를 통해 배우며 성장하기 때문에 어머니의 역할이 매우 중요하다. 또한 어머니의 관심은 곧 자녀에게 전달되므로 어린이 문화이벤트 향유 기회 확대를 위해서 일차적으로 어머니의 관심이 필요해 보인다. 창의교육에 대한 중요성이 부각되면서 어린이 문화이벤트 소비가 증가하고 있지만 아직 어머니들의 관심은 학원이나 학교를 통한 학습에 치우쳐 있다. 그러므로 어린이 문화이벤트 경험의 긍정적 측면과 필요성에 대한 인식을 높이도록 관련 기사 및 연구 자료 등을 제공하도록 하며 어머니들의 관심을 끌 수 있는 양질의 문화이벤트 기획과 홍보에 힘써야 하겠다.

또한 어린이 문화이벤트 소비의 가장 큰 장애요인이 어머니의 시간부족인 만큼 어머니의 동반이 어려운 어린이들을 위해 지역의 아동센터나 어린이 도서관, 문화회관 등에서 문화이벤트를 기획하고 또래 친구들이 함께 다른 곳의 문화이벤트에 참여할 수 있는 프로그램을 마련함으로써 어린이들의 문화이벤트 향유 기회를 확대할 수 있을 것이다.

본 연구를 통해 어린이 문화이벤트 소비의 상황에 어머니의 문화소비성향과 양육 태도가 반영됨을 확인하였다. 이는 어머니의 선택으로 인한 문화경험이 자녀가 성인이 되었을 때 문화적 취향과 선호로 이어질 수 있음을 나타내는 것이며, 따라서 어머니들은 자신의 성향위주로 선호하는 편중된 문화소비를 하는 것보다는 자녀의 문화욕구 충족을 위한 다양한 종류의 문화이벤트를 소비할 필요가 있다고 사료된다.

어린이 산업은 어머니의 영향력이 상당히 큰 분야로, 어린이만을 위한 산업으로 볼 수 없다. 어린이 문화이벤트 시장 역시 실질적 소비자는 어머니이기 때문에 어린이들의 선호도 중요하지만 어머니가 어떤 소비를 하는지

파악하여 기획과 마케팅에 반영해야 하며, 어린이와 어머니 모두를 만족시키기 위한 방향으로 전략에 초점을 두어야 할 것이다.

최근 사회적으로 창의력의 중요성이 강조되며 문화예술교육을 그 대안으로 제시하는 만큼 자녀를 위한 문화이벤트의 관심과 욕구가 증가하였지만, 그와 관련 소비자 연구는 매우 부족하다. 본 연구는 성장하는 어린이 문화이벤트 시장의 실질적 소비자가 어머니라는 점에 착안하여 어머니의 문화소비성향과 자녀 양육태도가 어린이 문화이벤트 선호 및 만족에 미치는 영향을 분석함으로써 소비자에 대한 연구가 부족했던 어린이 문화이벤트 시장에서 어머니의 소비를 이해하고 기획과 마케팅에 필요한 기초 자료를 제공하였다는 점에 의의를 두고자 한다.

그러나 본 연구를 수행에 있어 다음과 같은 한계점이 있음을 밝히며, 후속 연구에서 보완되어 보다 발전적인 연구가 진행되길 바란다.

먼저 어린이 문화이벤트의 대상은 만 3~12세로 초등학생을 포함하지만, 본 연구에서는 만 4~5세 자녀를 둔 어머니로 연구 대상을 제한하였고, 조사 지역이 서울시로 한정되었기 때문에 확대해석의 어려움이 있다. 또한 어린이 문화이벤트 만족을 조사하기 위해 구성된 설문에서 어린이의 즐거움과 지적 호기심 충족에 대한 만족사항도 어머니를 통해 측정하였기 때문에 어린이 스스로 지각하는 만족과는 다소 차이가 있을 수 있다.

따라서 후속 연구에서는 지역에 따른 어머니들의 어린이 문화이벤트 선호를 살펴 볼 필요가 있으며, 좀 더 이해의 폭이 넓은 초등학생 자녀를 가진 어머니를 대상으로 한 연구도 필요하다고 판단된다. 또한 어머니의 문화이벤트 선호와 자녀의 선호를 비교해보는 연구와 더불어 어머니의 선호에 따른 자녀의 만족을 살펴보는 연구도 문화소비선호 연구에서 추가적으로 수행되어야 할 것으로 본다.

참 고 문 헌

국내문헌

김난도 외(2015), 트렌드코리아 2016, 서울:미래의창

김평수 · 윤홍근 · 장규수(2016), 문화콘텐츠산업론, 서울:커뮤니케이션북스

김희진(2001), IMC시대의 이벤트 기획론, 서울:커뮤니케이션북스

김희진(2013), 이벤트, 서울:커뮤니케이션북스

노현희 · 홍현진(2009), 문화, 스포츠관련 국제기구 지식정보원, 파주:한국
학술정보

류인평(2010), 이벤트경영론, 서울:기문사

문화체육관광부(2016), 문화향수실태조사.2016, 서울:문화체육관광부

서정교(2003), 문화경제학, 서울:한울출판사

윤세목(2002), 국제회의론, 서울:현학사

이경모(2013), 이벤트학원론, 서울:백산출판사

이정화(2014), 문화예술교육의 이해, 서울:커뮤니케이션북스

이정화(2015), 문화소비, 서울:커뮤니케이션북스

정두진 · 임상규(2006), 이벤트론, 서울:대명출판사

제경숙(2015), 현대사회의 부모와 자녀, 고양:파워북

학위논문

- 고도재(2003), 어린이 디자인 체험전시관의 공간구성 및 전시연출에 관한 연구, 홍익대학교 산업대학원 석사학위논문
- 공경혜(2003), 어머니의 자아개념 및 양육태도와 자녀의 자아개념과의 관계 : 초등학교 고학년 자녀를 중심으로, 광운대학교 교육대학원 석사학위논문
- 김경숙(2001), 부모의 양육태도가 아동의 감성지능에 미치는 영향에 관한 연구, 경기대학교 교육대학원 석사학위논문
- 김근화(2005), 어머니의 양육태도와 유아의 기질이 유아의 사회성 발달에 미치는 영향, 중앙대학교 사회개발대학원 석사학위논문
- 김미정(2012), 문화자본이 상징적 여가소비에 미치는 영향 : 지위불일치 유형을 중심으로, 한양대학교 대학원 석사학위논문
- 김미정(2016), 어머니의 양육태도와 정서표현이 유아의 스트레스 행동에 미치는 영향, 성신여자대학교 생애복지대학원 석사학위논문
- 김민화(2016), 어머니의 양육태도와 유아의 기질이 유아의 교육기관 적응에 미치는 영향, 동국대학교 교육대학원 석사학위논문
- 김선옥(2011), 미술관 전시 및 교육프로그램이 관람객 수 변화에 미치는 영향 연구 : 국립현대미술관을 중심으로, 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문
- 김성수(2007), 문화자본이 식생활 소비양식에 미치는 영향, 경기대학교 일반대학원 석사학위논문

- 김영래(2014), 한국 어린이 연극의 개선방향연구, 한양대학교 대학원 석사학위논문
- 김영배(2011), 어머니의 소비성향에 따른 베이비화장품 구매 형태에 관한 연구, 성신여자대학교 문화산업대학원 석사학위논문
- 김원영(2004), 문화소비 성향분석을 통한 도심형 복합문화공간 도입에 관한 연구, 추계예술대학교 예술경영대학원 석사학위논문
- 김윤수(2003), 어머니의 양육태도에 따른 영유아 발달수준의 차이 연구, 중앙대학교 사회개발대학원 석사학위논문
- 김은미(2012), 문화자본이 중학생의 학업성취도와 자아존중감에 미치는 영향에 대한 연구, 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문
- 김인호(2012), 테마파크 이벤트품질과 선택속성이 만족 및 행동의도에 미치는 영향연구, 우송대학교 경영대학원 석사학위논문
- 김지연(2011), 아동복 구매행동에 있어 구매자-사용자 자기일치성과 행동의도모델, 한양대학교 대학원 석사학위논문
- 김태희(2013), 어린이공연에서 구매자와 사용자의 선호요소 차이에 관한 연구, 홍익대학교 경영대학원 석사학위논문
- 김화리(2016), 초등학교 저학년 자녀 학부모의 문화자본과 양육행위 및 교육실천 : 강남지역과 비강남지역 간 차이를 중심으로, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문
- 류향곤(2004), 문화자본 · 학업성취 · 교육열의 관계, 한국교원대학교 교육대학원 석사학위논문
- 류현강(2007), 어머니의 양육태도 및 유아의 기질과 부적응행동, 전남대학교 대학원 석사학위논문

- 문채덕(2011), 어머니 양육태도와 유아 리더십과의 관계, 경원대학교 교육대학원 석사학위논문
- 박강학(2004), 부모의 양육태도와 학습관여 형태가 중학생의 학습동기에 미치는 영향, 계명대학교 교육대학원 석사학위논문
- 박영도(2005), 청소년이 지각한 부모의 학습관여와 양육태도가 학습동기에 미치는 효과, 계명대학교 교육대학원 석사학위논문
- 박은희(2013), 한국 성인들의 예술문화소비에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 박사학위논문
- 박정미(2010), 부모양육태도, 자기통제력, 자기주도 학습과의 관계, 한양대학교 교육대학원 석사학위논문
- 박정희(2016), 어머니 양육태도 및 DISC 행동유형과 유아자녀 도덕성의 관계, 영남대학교 교육대학원 석사학위논문
- 박한주(2016), 국내 키즈파티에 대한 어머니들의 인식연구, 성신여자대학교 문화산업대학원 석사학위논문
- 박희영(2010), 유아 및 어머니 변인에 따른 어머니의 양육태도, 유아의 기질, 유아의 놀이성에 관한 연구, 동아대학교 교육대학원 석사학위논문
- 배현진(2009), 어머니의 양육태도와 유아의 사회성발달 및 일상스트레스의 관계, 광운대학교 교육대학원 석사학위논문
- 소지영(2010), 소비자의 공연예술상품관람 소비행태 및 요구도에 관한 연구, 건국대학교 대학원 석사학위논문
- 손원성(2011), 문화이벤트 이미지-자아이미지 일치성이 관람객 만족 및 행동의도에 미치는 영향 : 관여도를 매개변수로, 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문

- 송영진(2003), 어머니의 의복소비성향이 유아복 구매행동에 미치는 영향, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문
- 신명희(2004), 어머니의 양육태도와 유아 놀이행동 관계 연구, 성균관대학교 교육대학원 석사학위논문
- 신미숙(2010), 부모의 양육태도가 의사소통 및 자존감에 미치는 영향, 아세아연합신학대학교 교육대학원 석사학위논문
- 신윤옥(2007), 어머니의 취업여부에 따른 양육태도와 유아 정서지능과의 관계, 성균관대학교 대학원 석사학위논문
- 신혜진(2015), 문화이벤트에 대한 만족도가 고객의 전환비용 및 관계몰입에 미치는 영향에 관한 연구 : 국내 카드사를 중심으로, 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문
- 양은주(2010), 어머니의 양육태도 및 영아교사의 애착형성과 어린이집 적응과의 관계, 아주대학교 교육대학원 석사학위논문
- 유종남(2014), 어머니 양육태도와 유아의 기질, 자아존중감 및 자기조절능력 간의 관계, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문
- 윤나경(2013), 어머니의 양육태도와 양육행동이 유아의 자기조절능력에 미치는 영향, 아주대학교 대학원 석사학위논문
- 윤용희(2013), 어머니의 양육태도 및 학습관여와 아동의 창의적 인성과의 관계, 서울여자대학교 교육대학원 석사학위논문
- 이경혜(2009), 청소년 음악회 조사연구 : 서울·경기지역을 중심으로, 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문
- 이광희(2015), 어머니의 양육태도, 유아의 놀이성 및 리더십과의 관계, 광주교육대학교 교육대학원 석사학위논문

- 이명란(2013), 모의 양육태도와 자녀와의 의사소통이 유아의 자기주도 학습력에 미치는 영향, 동아대학교 교육대학원 석사학위 논문
- 이명진(2014), 어머니의 특성에 따른 자녀기대감 · 양육태도 · 유아행동 문제 비교, 중앙대학교 대학원 석사학위논문
- 이영주(2006), 부모의 하나님 개념과 신앙생활 및 양육태도가 유아의 하나님 개념에 미치는 영향, 이화여자대학교 대학원 박사학위논문
- 이은정(2007), 소비자원과 소비동기가 문화상품 소비에 미치는 영향, 서울대학교 대학원 석사학위논문
- 이임관(2010), 키즈마케팅 전략에 대한 연구 - 키즈소비자 행동분석과 사례분석 중심으로, 경희대학교 대학원 석사학위논문
- 이정민(2010), 문화예술교육 소비자의 시장세분화에 관한 연구, 숙명여자대학교 정책산업대학원 석사학위논문
- 이정복(2008), 외식업체의 문화이벤트에 따른 고객만족 및 재방문 의사, 연세대학교 생활환경대학원 석사학위논문
- 이정순(2002), 부모의 양육태도와 유아의 사회 · 정서적 발달과의 관계, 세종대학교 교육대학원 석사학위논문
- 임선영(2010), 어린이공연예술시장의 특성에 관한 연구 : 어린이 연극을 중심으로, 추계예술대학교 문화예술경영대학원 석사학위 논문
- 장성덕(2007), 어머니의 양육태도 및 취업이 유아의 유아교육기관 적응에 미치는 영향, 중앙대학교 교육대학원 석사학위논문
- 정인 (2000), 부모의 양육태도와 중학생의 성취동기와의 관계, 연세대학교 교육대학원 석사학위논문

- 정택용(2011), 부모의 권위주의 양육태도가 청소년의 심리사회적 적응에 미치는 영향, 경기대학교 교육대학원 석사학위논문
- 정택용(2016), 부모의 양육태도와 부모-자녀 간 의사소통 및 학교생활 적응 관계에서 또래애착과 사회적 지지의 매개효과, 경기대학교 일반대학원 박사학위논문
- 조연옥(2010), 문화소비성향에 따른 외식기업 문화마케팅에 대한 소비자의 인식, 세종대학교 대학원 석사학위논문
- 조영희(2014), 축제 체험프로그램이 어린이 감정반응과 사회성 발달에 미치는 영향 연구, 경기대학교 일반대학원 석사학위논문
- 최승연(2009), 키즈마켓에서 아동의 구매유형에 따른 Marketing PR의 효과연구, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문
- 최정은(2008), 어린이 기획전시의 유형별 특징에 따른 체험프로그램 연구, 국민대학교 디자인대학원 석사학위논문
- 허인정(2010), 대학생의 문화소비 성향과 발레공연 관람분석, 세종대학교 대학원 박사학위논문
- 허정은(2012), 테마별 키즈파티 스타일링에 관한 색채연구 : 생일파티 장식을 중심으로, 홍익대학교 산업대학원 석사학위논문

학회지

- 김은진 · 이희정 · 윤유식(2015), 문화이벤트 참여태도에 따른 문화이벤트 만족도 및 충성도, 한국과학예술포럼, 21, 117-128

- 노은영 · 박은정 (2014), 문화소비 유형에 따른 하이브리드 문화예술상품 인식과 소비의도 비교, 한국디자인문화학회지, 20(4), 247-264
- 박영애 · 최영희 · 박인전 (2002), 어머니의 성격특성이 양육행동에 미치는 영향-양육행동에 대한 어머니와 아동의 지각 차이를 중심으로
- 박종구 · 공자원 (2006), 문화소비성향, 라이프스타일별 문화마케팅 7P를 활용한 여가소비촉진방안, 관광학연구, 30(6), 11-32
- 박찬수 (2015), 뮤지컬의 어린이 뮤지컬로의 장르 전환 전략 연구, 문화예술콘텐츠, (15), 197-222
- 손상희 (2008), 아동소비자의 상품선호와 브랜드요구 : 어린이가 원하는 크리스마스 선물을 중심으로, 소비문화연구, 11(4), 147-166
- 이달석 · 김재현 (1999), 지각된 부모의 양육태도가 자기존중감과 의사소통에 미치는 영향, 생활지도연구, 19, 93-114
- 이병관 · 서희주 (2015), 문화소비성향이 문화소비가치 및 무용예술태도에 미치는 영향, 대한무용학회논문집, 73(1), 189-208
- 이태원 · 정지윤 (2012), 초등학생의 의복구매행동에 영향을 미치는 요인 분석, 한국실과교육학회지, 25(4), 59-81
- 주영애 · 홍영윤 (2016), 문화소비성향과 문화서비스속성이 문화서비스만족도에 미치는 영향, 한국콘텐츠학회논문지, 16(12), 244-257

- 채현미 · 이연숙(2003), 초등학교 아동의 여가활동 참여와 여가인식 - 아동과 어머니에 대한 심층면접을 중심으로, 한국가족자원경영학회지, 7(2), 59-79
- 최영섭 · 김민규(2000), 한국인의 문화 소비 결정요인에 대한 일 고찰 : 부르디외의 문화자본론에 대한 실증분석을 중심으로, 문화정책논총, 12, 229-260
- 최지윤(2016), 유아 문화예술교육 지원 정책의 추진 현황과 방향, 육아정책포럼, 47, 27-32
- 한현숙(2009), 문화이벤트 참여제약 요인이 참여에 미치는 영향, 이벤트컨벤션 연구, 5(1), 71-89
- 현진 · 강신겸(2012), 문화소비성향과 라이프스타일에 따른 문화시설의 관객 세분화, 문화경제연구, 15(2), 79-101

국외문헌

- Getz, D. (1997), Event Management & Event Tourism. Cognizant Communication Corporation.
- Goldblatt J. (1997), Special Events: Best Practice in Modern Event Management Van Nostrand Reinhold.
- Fishbein, M. & Aizen, L. (1975), Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research Reading. MS: Addison-Wesley, 6.27.

Katz-Gerro, T. (2004), Cultural consumption research: Review of methodology, theory, and consequence. *International Review of Sociology*, 14(1), 11-29.

Manuel, R. L. (2003), “Re-conceiving student departure using event history analysis: The role of social and cultural and cultural capital.(Doctoral dissertation, New York University)”

사이트

국립국어원 표준국어대사전 <http://stdweb2.korean.go.kr/main.jsp>

네이버사전 <http://dic.naver.com/>

통계청 <http://kostat.go.kr>

ABSTRACT

The Effect of mother' s Cultural Consumption Tendency and Child-rearing Attitude on Preference and Satisfaction of Children's Cultural Events

Kim, Jae Won

Celebration Planning & Management Major

Department of Cultural Industry and Arts

Graduate School of Cultural Industry and Arts

Sungshin University

As creativity has become a hot topic of child rearing according to the demand of the times for creative talents, the interest and desire for children's art and culture experience have increased. Children's culture and art experiences can be one both inside and outside the school, and can be realized more abundantly, especially through the consumption of cultural events using leisure time.

Reflecting the characteristics of the children industry mainly composed of mother's consumption, this study is to find out the effect of the personal cultural consumption tendency and child-rearing attitude of mothers who are actual consumers of the children's cultural event market on the preference and satisfaction of children's cultural events for children. By doing so, this study is

to reexamine the importance of the role of mother, a main consumer, and look for ways to expand opportunities to enjoy children's cultural events. In addition, we are to increase the satisfaction of mothers who are actual consumers of children's cultural events and to provide basic data required for the development of children's cultural event market.

The specific research questions according to the research purpose are as follows:

1. What is the consumption situation of children's cultural events?
2. What is the actual condition of mother's cultural consumption tendency, child-rearing attitude and preference and satisfaction of children's cultural events?
3. How does mother's cultural consumption tendency and child-rearing attitude affect the preference of children's cultural events?
4. What are the influences of various variables on the satisfaction with children's cultural events?

For the empirical analysis, this study was carried out for 220 mothers with 4-year-olds and 5-year-olds attending Daycare Center, kindergartens located in Seoul from March 10, 2017 to April 17, 2017. Google online questionnaires were distributed and additional samples were extracted in the 1: 1 snowball sampling manner. A total of 220 copies were distributed and valid 207 copies of collected 217 questionnaires were used for the final analysis.

SPSS v. 21.0 was used for the analysis of collected data and

frequency analysis, exploratory factor analysis, reliability test, t-test, one way ANOVA, multiple regression analysis, and hierarchical regression analysis were carried out and the results of the study are as follows:

1) Actual condition of children's cultural events consumption

For the number of children's cultural events consumption for children, 2~3 times a year was 34.3% followed by 4~5 times 26.1%, more than 10 times 21.3% and 6~9 times 12.1%. In the case of the main forms of participation, the participation of mother and her child together was 47.3% and the participation of all family members was 45.4% and the participation of only children was rare. For the season of consuming children's cultural events the most, 'Do not care about the season' was found to be the most, 66.2% followed by summer and winter vacation, Children's Day, Birthday, Christmas. The biggest obstacle to mother's children's cultural event consumption was the lack of time, 38.2% followed by indifference to the children's cultural events 21.3% and economic burden 18.8%. Mothers obtained the most information about children's cultural events through the Internet community, 47.3% followed by 18.4% through people nearby and fliers · posters 10.1%. The average cost per year of less than 50,000 ~ 100,000 won was the most, 27.5% followed by 100,000 ~ 200,000 won, 22.2%.

2) Actual condition of mother's cultural consumption tendency, child-rearing attitude, preference and satisfaction of children's cultural events

First, mothers' overall cultural consumption tendency was the most likely to purchase based on reasonable planning followed by high-class, high-quality priority tendency, leading fashion pursuit tendency and conspicuous tendency was found to be relatively low.

The differences in cultural consumption tendency according to the general characteristics of mothers showed a significant difference depending on the final educational background, number of children and personality type and mothers with more than 3 children showed a higher reasonable plan purchase tendency compared to those with less than 2 children and those who graduated from university or graduate school showed a higher high-class high-quality, high-quality priority tendency compared to those who graduated from high school and mothers with an extroverted personality type were found to have a higher reasonable planning purchase tendency, high-class quality priority tendency, leading fashion pursuit tendency compared to introverted tendency.

Second, in the case of overall child-rearing attitudes of mothers, affectionate attitude was the most followed by autonomous attitude, controlled attitude and the rejective attitude was found to be relatively low. The child-rearing attitude according to mother's general characteristics showed significant differences depending on age, number of children, average monthly income, personality type and mothers in their 40s or older showed a higher rejective attitude

than those in their 30s or younger and higher rejective attitude was found to be high in mothers with more than 2, 3 children compared to those with 1 child. Mothers with average monthly income of more than 3 million won had relatively higher controlled attitude compared to those with less than 3 million won and mothers with extroverted personality type showed a higher autonomous attitude than those with an introverted tendency.

Third, mothers were found to prefer experiential children's cultural events to watching events and the difference in cultural events preference according to general characteristics of mothers showed significant differences depending on age, time and personality type. Mothers in their 30s or younger preferred higher experiential cultural events compared to those in their 40s or older and the more time to spend with children, the more extroverted mother's tendency, the higher the preference for experiential cultural events.

Fourth, mothers' overall satisfaction with children's cultural events was found to be average 3.72 points and the differences in the satisfaction of children's cultural events according to their general characteristics showed a significant difference depending on final level of background, time spent with their children, personality type. Mothers who graduated from university were satisfied with cultural events relatively higher compared to those who graduated from high school lower or graduate school or higher and mothers who spend more than 2 hours with their children and who have the extroverted personality type were satisfied relatively higher than those who spend less than 1 hour and who are introverted.

3) The effect of mother's cultural consumption tendency and child-rearing attitude on the preference for children's cultural events

First, the review of the effect of mother's cultural consumption tendency on the preference for watching children's cultural events showed that the higher high class quality priority tendency, reasonable planning purchase tendency, leading fashion pursuit tendency, the higher preference for watching children's cultural events. Among them, the high class quality priority tendency was found to have the most influence on the preference for watching children's cultural events.

Second, the review of the effect of mother's cultural consumption tendency on the preference for experiential children's cultural events showed that the higher reasonable planning purchase tendency, high class quality priority tendency, the higher preference for experiential children's cultural events. Among them, the reasonable planning purchase tendency was found to have a more influence on the preference for experiential children's cultural events.

Third, the review of the effect of mother's child-rearing attitude on the preference for watching children's cultural events showed that the higher affective attitude, controlled attitude, the higher preference for watching children's cultural events.

Fourth, the review of the effect of mother's child-rearing attitude on the preference for experiential children's cultural events showed that the higher autonomous attitude, affectionate attitude,

the higher preference for experiential children's cultural events.

4) Influence of various variables on the satisfaction of children's cultural events

The relative influences of various variables on the satisfaction of children's cultural events were compared through the final model that puts mother's general characteristics, cultural consumption tendency, child-rearing attitude, preference for children's cultural events in order and the results showed that the preference for the experience type of preferences for children's cultural events has the greatest static impact and the controlled attitude of child-rearing attitudes also had a static effect. On the other hand, the rejective attitude of child-rearing attitudes was found to have a negative influence on the satisfaction of children's cultural events.

부 록 목 차

- <부록 1> 어머니의 문화소비성향과 자녀 양육태도가 어린이 문화이벤트 선호 및 만족에 미치는 영향 조사 설문지

NO.□□□

설문지

안녕하십니까?
귀중한 시간을 허락해 주셔서 감사드립니다.

본 설문은 2017년 성신여자대학교 석사학위논문 ‘어머니의 문화소비성향과 자녀 양육태도가 어린이 문화이벤트 선호 및 만족에 미치는 영향’의 자료 수집을 위해 구성되었습니다.
어린이들의 문화이벤트 향유 기회 확대와 더불어 어린이 문화이벤트의 발전과 소비자의 만족도를 높이기 위한 설문입니다.

귀하께서 평소에 생각하신대로 솔직하게 빠짐없이 응답해 주시길 바랍니다. 설문에 대한 귀하의 응답은 무기명으로 실시되며 귀하에 관한 정보는 철저히 보호됩니다.
또한 설문은 본 연구의 목적 외에 다른 용도로 절대 사용되지 않을 것임을 약속드립니다.

문화이벤트란?
삶을 윤택하게 해주는 음악, 연극, 미술 등의 예술이나 문예 활동을 비롯해 세미나와 심포지엄, 문화 전시회, 문화 교실, 축제, 파티 등의 폭넓은 영역을 대상으로 하며, 문화를 소재로 시행하는 모든 이벤트를 말합니다.

2017. 03

성신여자대학교 문화산업예술대학원
지도교수 주 영 애
연구자 김 재 원
jaewonny91@gmail.com

I . 어머니들의 일반적 사항에 관련된 내용입니다.

I -01. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 이상

I -02. 귀하의 최종 학력은 어떻게 되십니까?

- ① 고졸이하 ② 대졸 ③ 대학원졸 이상

I -03. 귀댁의 월 평균 소득은 어떻게 되십니까?

- ① 300만원 미만 ② 300만원 이상 ~ 400만원 미만
③ 400만원 이상 ~ 500만원 미만 ④ 500만원 이상

I -04. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- ① 전문직 ② 공무원 ③ 사무직
④ 판매·서비스 ⑤ 전업주부 ⑥ 기타()

I -05. 귀하는 하루 몇 시간 정도 자녀와 함께 시간을 보내십니까?

- ① 1시간 이하 ② 2~3시간 ③ 4~5시간
④ 6~7시간 ⑤ 8시간 이상

I -06. 귀하의 자녀수는 몇 명입니까?

- ① 1명 ② 2명 ③ 3명 이상

I -07. 귀하의 성격유형은 어느 편에 속합니까?

- ① 내향적 ② 외향적

II-06. 귀하 자녀를 위한 어린이 문화이벤트 경비는 일 년 평균 어느 정도입니까?

(한 자녀 중심으로 / 두 자녀 이상일 경우, 비용을 많이 투자하는 자녀 중심으로)

- ① 5만원 미만 ② 5~10만원 미만 ③ 10~20만원 미만
 ④ 20~30만원 미만 ⑤ 30~40만원 미만 ⑥ 40만원 이상

III. 어머니의 양육태도와 관련된 내용입니다.

다음 질문에 대해 귀하의 생각과 일치하는 항목에 √표 해 주십시오.

NO.	설 문 문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다
1	자녀의 요구를 다 들어주는 편이다.	①	②	③	④	⑤
2	자녀가 할 수 있다면 비록 힘든 일이라도 혼자서 하도록 하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
3	자녀가 잘못했을 경우 일부러 쌀쌀맞게 대하고 따끔하게 이야기 하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
4	자녀가 클 때까지 다른 사람이 좀 키워 주었으면 좋겠다는 생각한다.	①	②	③	④	⑤
5	자녀가 마음대로 하게 되면 버릇들이기가 힘들게 되기 때문에 표현이나 움직임을 엄격히 제한할 필요가 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
6	자녀가 놀거나 공부할 때 되도록 집안에서 하도록 한다.	①	②	③	④	⑤
7	자녀가 마음대로 행동하도록 자유를 줄 용의가 있다.	①	②	③	④	⑤
8	자녀를 일일이 돌봐주지 않고 자기 혼자서 자리를 찾아 놀게 하는 편이다.	①	②	③	④	⑤

NO.	설 문 문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그런 편이다	매우 그렇다
9	자녀양육이 즐거울 때보다 짐스러운 때가 많다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
10	자녀가 보이는 흥미, 관심거리에 대해서 자녀와 이야기를 자주하여 도움을 준다.	①	②	③	④	⑤
11	자녀의 행동이나 자녀가 성취해 낸 일 (그림, 만들기 등)에 늘 관심을 갖는 편이다.	①	②	③	④	⑤
12	가정 내의 질서를 유지하기 위해 규칙과 규율을 많이 설정해야 한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
13	자녀의 요구를 무시하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
14	자녀와 함께 보내는 시간을 즐거워하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
15	자녀들의 행동이 자랑스럽게 느껴지고 또 칭찬도 하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
16	자녀가 속을 썩이는 행동을 보일 때 참으려 하다가 와락 성을 내거나 큰 소리를 치는 때가 있다.	①	②	③	④	⑤
17	집이나 부모를 떠나 자녀가 혼자 행동하는 것을 관대하게 봐주는 편이다.	①	②	③	④	⑤
18	어머니의 도움을 거절하고 자녀 혼자 무엇을 하겠다고 할 때 그냥 내버려 둔다.	①	②	③	④	⑤
19	부모를 어렵게 알고 두려워할 줄 알아야 한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
20	자녀들은 부모의 말에 절대적으로 순종해야 한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

IV. 어머니의 문화소비성향과 관련된 내용입니다.

다음 질문에 대해 귀하의 생각과 일치하는 항목에 √표 해 주십시오.

NO.	설 문 문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 예술에 대한 관심을 과시하기 위하여 공연장을 찾는다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 체면 때문에 어쩔 수 없이 공연을 관람하는 경향이 있다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 유행을 따르기 위해서 공연 전시 관람을 하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 새 옷이나 최근 유행쇼핑물품을 자랑하는 기회로 공연 전시장을 찾는다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 공연물을 선택할 때 공연에 관한 여러 가지 정보를 충분히 고려하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 공연·전시물 관람을 할 때 가격과 공연의 질을 잘 따져보고 구입하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 좀 더 싸고 좋은 공연관람을 위해 여러 공연 광고물을 꼼꼼히 비교해 본다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 내가 원하는 공연 전시물을 보기 위해서 미리 계획을 세워놓고 티켓을 구입하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
9	나는 가격이 비싸더라도 예술성이 높은 공연 예술을 선택하는 편이다.	①	②	③	④	⑤

NO.	설 문 문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
10	나는 공연 전시 관람 작품을 선택할 때 작품이 좋다면 가격이 비싼 것을 산다.	①	②	③	④	⑤
11	나는 공연예술 관람에는 돈을 아끼지 않는 편이다.	①	②	③	④	⑤
12	나는 남을 의식하지 않고 자기가 느낀 대로 행동하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
13	나는 새로운 패션과 유행은 빨리 받아들인다.	①	②	③	④	⑤
14	나는 새로운 상품이 나오면 남보다 먼저 사는 편이다.	①	②	③	④	⑤
15	나는 공연 전시시설을 관람한 후 자신의 기분이나 생각을 거리낌 없이 남에게 말한다.	①	②	③	④	⑤

V. 어머니의 어린이 문화이벤트 선호와 관련된 내용입니다.

다음 질문에 대해 귀하의 생각과 일치하는 항목에 √표 해 주십시오.

NO.	설 문 문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	사회에 대한 이해와 감정을 느낄 수 있는 연극 관람을 선호한다.	①	②	③	④	⑤
2	음악과 함께 화려한 무대를 감상할 수 있는 뮤지컬 관람을 선호한다.	①	②	③	④	⑤

NO.	설 문 문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
3	인기 캐릭터를 볼 수 있는 애니메이션 영화 관람을 선호한다.	①	②	③	④	⑤
4	정서적 안정감을 느끼고 예술적 감수성을 키우는 음악회 관람을 선호한다.	①	②	③	④	⑤
5	작품 감상을 통해 새로운 지식을 습득할 수 있는 전시회 관람을 선호한다.	①	②	③	④	⑤
6	직접 체험을 통해 오감을 만족시킬 수 있는 체험전시를 선호한다.	①	②	③	④	⑤
7	주제에 따라 다양한 프로그램을 체험할 수 있는 축제를 선호한다.	①	②	③	④	⑤
8	다양한 체험을 통해 문화를 경험하고 배울 수 있는 문화교실을 선호한다.	①	②	③	④	⑤
9	놀이 체험을 통해 친목을 다지는 키즈 파티를 선호한다.	①	②	③	④	⑤
10	이색적이고 활동적인 체험을 할 수 있 는 테마파크 이벤트를 선호한다.	①	②	③	④	⑤

VI. 어린이 문화이벤트 만족과 관련된 내용입니다.

다음 질문에 대해 귀하의 생각과 일치하는 항목에 √표 해 주십시오.

NO.	설 문 문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	어린이 문화이벤트는 자녀의 즐거움을 충족시켜 주었다.	①	②	③	④	⑤
2	어린이 문화이벤트는 자녀의 지적 호기심을 충족시켜 주었다.	①	②	③	④	⑤
3	어린이 문화이벤트는 참여한 어린이간의 상호작용에 도움을 주었다.	①	②	③	④	⑤
4	어린이 문화이벤트는 안전하고 쾌적한 환경을 갖추고 있었다.	①	②	③	④	⑤
5	어린이 문화이벤트는 어린이들이 즐기기에 적절한 시간을 소요했다.	①	②	③	④	⑤
6	어린이 문화이벤트를 선택한 나의 결정에 만족한다.	①	②	③	④	⑤

끝까지 응답해 주셔서 감사합니다.