

코로나 팬데믹 이후, 서울 문화활동의 재구성: 소득계층별 차이를 중심으로*

주익현**

김소연***

국문초록

본 연구는 코로나 팬데믹 사태로 인한 사회적 거리두기가 종료된 이후, 서울 시민들의 문화활동 패턴의 변화와 특성을 파악할 것을 주요 연구목적으로 설정한다. 구체적으로 온·오프라인 문화활동의 횟수와 비용, 문화생활 만족도에 영향을 미치는 요인을 검토하는 것이다. 주요 결과는 다음과 같았다. 첫째, 가구소득이 높을수록 오프라인 문화활동 빈도가 늘어난 반면, 온라인 빈도는 감소하였다. 둘째, 전반적인 온·오프라인 문화활동 빈도는 상호 비례 관계를 보였다. 셋째, 문화활동 지출이 많을수록, 비용만족도가 높아졌다. 종합하면, 소득계층별로 문화활동이나 문화상품에 대해 서로 다른 전략을 구사하며, 각기 다른 의미를 형성할 가능성이 높은 상태라 볼 수 있다.

주제어: 문화활동 빈도, 문화활동 지출, 만족도, 사회적 거리두기, 코로나 팬데믹

* 본 논문은 2024년 후기인구학회 발표논문을 일부 수정 재구성한 것입니다.

** 주익현_연세대학교 사회발전연구소 연구원(ihjoo798@naver.com), 주저자

*** 김소연_한국문화관광연구원 부연구위원(kimsoy@kcti.re.kr), 교신저자

© Copyright 2025 Social Integration Research Center, Kangwon National University.

This is an Open-Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

I. 서론

전 세계적으로 창궐한 COVID-19 팬데믹 사태에 대한민국 정부는 2020년 2월 29일부터 2022년 4월 18일까지, 약 2년간 사회적 거리두기를 통해 확진자의 대량발생을 최소화하면서 의료붕괴를 막고, 감염병 전파자를 관리 가능한 수준에서 유지하고자 하였다(Moon, 2022). 2021년 전반기부터 mRNA 백신 등 접종이 시작되면서 코로나 감염으로 인한 사망률이 낮아지기 시작했고, 2024년 6월부터 질병관리청에서는 코로나 19 위기단계를 ‘주의’에서 ‘관심’으로 낮춰 관리 중이다.

코로나 사회적 거리두기로 인해 이 기간동안은 특별히 사람들의 삶의 방식에 많은 변화가 있었다. 특히 문화예술분야에서는 주된 오프라인 문화활동인 공연, 전시회, 영화 상영 등 대면 문화활동이 제한되었다. 이는 관객 수 감소와 프로그램 축소로 이어졌으며, 많은 사람들이 대규모 모임 금지나 사회 및 생활 공간의 폐쇄를 수용했으나, 이러한 조치의 수용성은 전세계적으로 지역이나 문화적 배경에 따라 다르게 나타났다(Eshun-Wilson et al., 2021).

문화활동에 대한 수요는 사회적 거리두기 환경 아래에서도 자유롭고 다양한 형태로 문화활동의 방식을 진화시켰다. 예를 들어 많은 문화기관과 예술가들이 온라인 플랫폼에서 스트리밍 공연, 가상 전시회, 온라인 워크숍 등을 제공하게 되었으며, 이는 물리적 거리두기를 유지하면서도 문화활동을 지속할 수 있는 대안으로 자리 잡았다. 특히 한국에서는 디지털 경제가 문화, 관광 산업의 통합을 촉진하며, 이러한 온라인 전환이 더욱 가속화되었다(Yang, 2021).

이와 동시에 다양한 디지털 형식의 콘텐츠가 개발되었으며, 이는 관객들에게 새로운 경험을 제공했다. 360도 가상 투어나 증강현실(AR)을 활용한 전시 등이 그 대표적인 예가 될 수 있으며, 이는 특히 청년 세대 인구집단과 기술 친화적인 소비자들에게 인기를 끌었다(Lee, 2021).

사회적 거리두기를 거치며 나타난 또 하나의 새로운 문화활동 양상으로, 소규모 야외활동 증가가 있다. 대규모 실내 행사가 어려워지면서, 소규모 야외 공연이나 드라이브-인 시네마와 같은 대안적 형태의 문화활동이 증가했으며, 이는 안전한 환경에서의 문화 경험을 제공하기 위한 노력이었다(Baek, et al., 2020). 이러한 변화는 지역 사회와의 협력을 통해 커뮤니티 중심의 문화활동이 활발해지는 결과를 가져왔다(Park, 2022). 지역 주민들이 직접 참여하거나 기여할 수 있는 작은 규모의 프로젝트로 이어졌으며, 이러한 변화는 지역 내의 문화적 참여도를 높이고, 지역 경제에도 긍정적인 영향을 미쳤다(Ahn & Kim, 2021). 동시에 예술가들도 이 기간동안 새로운 창작 방식을 모색하고, 창의적인 협업과 새로운 기술 사용을 통해 독창적인 작품을 탄생시키는 계기가 되기도 하였다(Hong, 2024).

하지만 코로나 팬데믹이 종식되고, 일상을 '재구성'¹⁾하고 있는 현 상황에서 이러한 온라인 문화활동 패턴이 앞으로도 계속 유지될 수 있을 것인지, 아니면 팬데믹 이전의 상황으로 회귀할지에 대해서는 예단하기 어려운 상황이다. 온라인 기반의 문화활동들은 타인과 물리적 거리를 형성한다는 점에서 감염병 예방 또는 개인화된 문화 향유에 강점을 가지지만, 그와 동시에 사회연결망과 같은 '관계 자본'의 형성에 부정적인 영향을 미칠 수도 있기 때문이다.

본 연구는 이러한 문제의식을 바탕으로 코로나 팬데믹 이후 현재 한국 사회, 특히 글로벌 문화 중심지로 부상하고 있는 수도권 서울에서 오프라인 기반의 문화활동 패턴이 코로나 팬데믹 이전 시기로 돌아가고 있는지, 아니면 온라인 기반의 새로운 문화활동 중심으로 구조가 재편되고 있는지, 집중적으로 살펴볼 것을 연구목적으로 한다.

1) 엔데믹 이후 일상으로의 복귀라는 맥락에서 '회복'이라는 용어가 적절하다고도 볼 수 있겠으나, 본 논의에서 다루는 문화활동은 다시 이전 상태로 되돌아가는 것이 아닌, 전환점을 맞아 다른 양상으로 전개되는 것으로, 그에 따라 '재구성'이라는 용어로 대체함.

II. 이론적 논의와 연구문제

개인의 문화적 참여와 사회적 위치를 종합적으로 이해하는 데 소득 정보는 핵심적인 역할을 한다. 이와 관련하여 대표적으로, 문화자본 이론은 소득과 같은 경제적 자원이 문화향유와 소비의 패턴 뿐만 아니라, 문화 다양성에도 영향을 미친다고 설명하며, 이들의 상호작용은 다양한 측면에서 연구되어 왔다. 소득과 문화활동 참여의 관계에 대한 연구들로는 주로 다음과 같은 내용들이 다뤄져 왔다.

문화자본은 피에르 부르디외가 제시한 개념으로, 개인이 문화적 활동에 참여하고 이해하는 능력을 의미한다. 이는 체화된 상태(개인의 취향과 습관), 객관화된 상태(문화적 물품과 자산 등), 제도화된 상태(학위나 자격 등)로 나타난다(Sullivan, 2008). 이러한 문화자본은 사회 계층화와 깊이 관련되어 있으며, 주로 교육과 사회적 지위의 결정 요인으로 작용한다(Chan & Goldthorpe, 2007).

소득은 문화자본의 획득뿐만 아니라, 활용에도 중요한 영향을 미친다. 소득수준은 높을수록 더 많은 문화 경험과 교육 기회를 제공하여 개인의 문화자본을 증대시키는 반면, 낮은 소득은 이러한 기회에 대한 접근성을 제한한다(Throsby, 1999). 또한, 소득 불평등은 문화적 참여의 차이로 이어져, 구조적으로 사회 불평등을 심화시킬 수 있다(Tubadji et al., 2021).

교육도 문화자본 형성의 중요한 요소로 작용하며, 이는 소득과 밀접하게 연관되어 있다. 교육 수준이 높을수록 더 나은 직업 기회를 얻을 가능성이 높고, 이는 다시 소득 증가로 이어져 문화자본의 확장을 돕는다(Noble & Davies, 2009). 나아가 교육은 문화적 인식과 비판적 사고 능력을 강화하여 문화적 참여를 촉진한다.

문화자본은 세대 간 전승되는 경향이 있다. 이는 소득과 교육의 세습과도 깊은 관련이 있다. 부모의 문화자본은 자녀의 교육과 문화적 참여에

영향을 미치며, 이러한 전승이 사회 계층의 재생산을 촉진할 수 있는 것이다(Willekens & Lievens, 2014).

따라서 문화자본의 불평등을 완화하기 위해서는 교육 기회의 확대와 문화 접근성 향상이 필요하다. 예를 들어, 공공 문화 프로그램의 확대, 교육 시스템의 개선, 저소득층을 위한 문화 혜택 제공 등이 해당될 수 있다(O'Hagan, 1996).

이상의 논의를 종합적으로 고려하면, 가구소득이 온라인·오프라인 문화활동 빈도, 지출 비용, 만족도에 영향을 미칠 것이라 가정해 볼 수 있다. 보다 구체적인 이론적 논의로 들어가서 가구소득과 문화자본의 관계를 살펴보면, 부르디외는 경제자본이 문화자본으로 변환되는 과정을 강조한다. 높은 가구소득은 교육 기회 확대나 여가 시간 확보를 통해 체화된 문화자본(예: 고전 예술에 대한 취향)을 형성하며, 이는 세대 간 전승을 통해 불평등을 재생산한다. 예를 들어, 고소득 가구는 자녀에게 미술관 방문이나 사교육을 제공할 수 있어 문화자본의 누적적 이점을 창출하지만, 저소득 가구는 이러한 접근이 상대적으로 제한되어 문화자본의 부족을 초래한다. 이같은 변환의 메커니즘은 문화자본이 경제자본의 '은폐된 형태'로 작동함을 보여주며, 단순한 재정적 자원이 아닌 사회적 구별의 도구로 기능한다(Bourdieu, 2018: 78-92).

이러한 관계는 문화활동의 빈도에 직접적으로 영향을 미칠 수 있다. 높은 가구소득은 경제적 여유를 통해 문화자본의 축적을 촉진하여, 개인들이 더 빈번하게 문화활동(예: 공연 관람, 박물관 방문 등)에 참여하도록 유도한다. 부르디외의 문화자본론 관점에서, 문화자본이 높은 개인은 문화적 장(field)에서 자연스럽게 적응하며 빈도를 증가시키지만, 이는 가구소득이 제공하는 초기 투자에 의존한다. 연구에 따르면, 부모의 교육 수준(상속된 문화자본)과 읽기 습관(체화된 문화자본)이 높은 경우, 문화 이벤트 참여 빈도가 유의미하게 증가하며, 이는 고소득 가구에서 더 두드러진다. 반대로, 저소득 가구는 경제적 제약으로 인해 빈도가 낮아지며, 이는

사회적 배제를 강화하는 순환 구조를 형성한다(Pinto et al., 2024).

지출 측면에서도 가구소득은 문화자본의 활용에 영향을 준다. 경제자본이 풍부한 가구는 객관화된 문화자본(예: 고가 티켓 구매)을 통해 지출을 증가시킬 수 있으며, 이는 문화자본의 희소성 가치를 통해 상징적 이익을 창출한다. 부르디외는 문화 소비 지출이 단순한 경제 행위가 아니라 구별 전략으로 작동한다고 보는데, 고소득 가구는 문화자본을 바탕으로 고품질 활동에 더 많은 지출을 함으로써 사회적 지위를 공고히 한다는 것이다. 실증적으로, 가구소득과 문화 이벤트 지출은 긍정적 상호관계를 형성하며, 지출 수준이 높을수록 빈도가 증가하는 패턴이 관찰된다. 그러나 저소득 가구는 지출 장벽으로 인해 공공 무료 프로그램 의존성이 높아지며, 문화자본의 축적이 제한된다(Bourdieu, 2018: 78-92).

만족도는 문화자본과 가구소득의 상호작용에서 유래한다. 부르디외 이론에서 '만족' 개념은 문화활동의 '적합성'에서 비롯되며, 높은 문화자본(취향과 지식의 획득이나 일치)은 경제자본의 지원으로 강화되어 더 높은 만족을 가져온다. 예를 들어, 고소득 가구의 체화된 문화자본은 활동의 깊이를 높여 만족도를 증대시키지만, 이는 경제·사회 자본과의 조건부적 상호작용으로 설명된다. 연구에서 체화된 문화자본이 삶의 만족도와 긍정적으로 연관되며, 이는 문화활동에서 유사하게 적용될 수 있다. 반면, 저소득 가구는 자본 부족으로 활동의 질적 만족이 낮아지며, 이는 불평등의 심화로 이어진다(Mudd et al., 2023; Sabatini et al., 2023). 이상의 이론적 논의를 바탕으로 다음 연구가설들을 도출하였다.

- 연구가설 1. 가구소득이 높을수록 문화활동 빈도가 증가할 것이다.
- 연구가설 2. 가구소득이 높을수록 문화활동 지출 비용이 증가할 것이다.
- 연구가설 3. 가구소득이 높을수록 문화활동 만족도가 증가할 것이다.

한편, 문화활동은 코로나 팬데믹 상황을 겪으며, 큰 변화를 맞이하였다. 사회적 거리두기로 인해 주로 오프라인 공간에서 활발했던 문화예술

공연 관람이 어려워지자 온라인 문화활동의 폭발적인 성장, 온라인과 오프라인 융합형 문화활동의 등장과 확장 등이다. 디지털 기술의 발전은 이러한 접근성을 글로벌 범위로 확대할 수 있는 기회를 제공하며, 이는 문화활동의 통합을 촉진할 수 있을 것으로 기대되었다(Li et al., 2022).

코로나 팬데믹 상황에서 사회적 거리두기가 시행되면서 이에 적응하기 위해 국내 문화산업계에서도 더 다양한 형태의 온라인 문화 콘텐츠가 생산되어 일반에 공개되었다. 코로나 팬데믹 상황 동안은 줄어든 오프라인 문화활동을 온라인 문화활동이 대체하는 방식으로 작동하였지만, 코로나 팬데믹 상황이 종료되면서 오프라인 문화활동이 다시 예전 수준으로 점차 돌아가는 양상을 보이면서, 장기적으로 이러한 온·오프라인 문화활동 양상이 어떤 변화를 보일지에 대해서는 뚜렷한 전망이 어려운 상태다. 오프라인 문화활동이 증가하면 제한된 여가시간으로 인해 온라인 문화활동은 필연적으로 감소할 수밖에 없다는 예상과 더불어, 현재의 온라인 문화활동은 예전처럼 오프라인 문화활동과 상호배타적인 개념이 아니라, 오프라인 문화활동과 상호보완적인 관계를 갖기 때문에 오히려 더 증가할 것이라는 반대 의견이 공존하고 있는 상태인 것이다(Nupus, 2021).

문화자본 이론은 전통적으로 오프라인 중심의 사회적 재생산을 설명해 왔다. 그러나 이제는 디지털 시대와 코로나 팬데믹 이후 온라인 활동의 부상으로 인해 온라인-오프라인 활동의 상호관계가 새로운 맥락에서 논의되고 있다. 문화자본은 체화된 상태(개인의 취향, 습관, 지식), 객관화된 상태(문화적 물품 소유), 제도화된 상태(학위나 자격)로 구성되며, 이는 경제자본과 사회자본을 상호 변환하며, 사회적 불평등을 재생산하기에 이른다.

팬데믹 기간 동안 온라인 활동은 오프라인 문화참여의 대체재로 기능하면서도 장기적으로 상호보완성을 발휘할 수 있는 메커니즘으로 재해석되며, 이러한 논의는 문화자본의 디지털 확장과 재구성으로 이어진다. 예를 들어, 디지털 자본은 문화자본의 하위 형태로 제안되며, 온라인 기술과 관련된 자원(디지털 리터러시, 장치 접근성)이 기존 문화자본을 보완하거나 대체하는 역할을 한다는 것이다. 이러한 이론적 논의는 온라

인 활동이 단순한 대체가 아닌, 오프라인 문화자본의 변환 도구로 작동함을 강조한다(Calderon, 2021).

상호보완성의 측면에서, 온라인 활동은 오프라인 문화참여를 강화하는 보완적 역할을 한다. 부르디외의 관점에서 문화자본은 사회적 장(field)에서 누적되며, 온라인 플랫폼은 이러한 장을 확장하여 문화자본의 축적을 가속화할 수 있다. 팬데믹 중 대학생들의 온라인 학습 경험을 보면, 줌(zoom) 같은 도구를 통해 오프라인 대면 수업의 제약(예: 비언어적 단서 부족)을 보완하며, 채팅 기능이나 이모지 사용으로 사회적 상호작용을 풍부하게 만들었다. 이는 체화된 문화자본(디지털 리터러시)을 재구성하여 오프라인으로의 기술 이전을 촉진한다 - 예를 들어, 온라인에서 형성된 자신감 또는 개방성은 오프라인 교실로 되돌아갈 때 더 적극적인 참여로 이어진다. 또한, 온라인 문화활동(예: 가상 문화 투어, 다문화 웨비나)은 오프라인 접근성의 한계를 넘어 문화자본의 다각화를 가능하게 하기도 하는 것이다. 이는 물론 고소득·고문화자본 계층에서 더 효과적으로 작동하여 불평등을 심화시킬 가능성을 잠재하고 있다. 디지털 자본의 변환 메커니즘으로 볼 때, 온라인 활동은 오프라인 문화자본을 보완하는 '브릿지 자본'으로 기능하며, 예를 들어 청소년들의 경우 온라인 정보 탐색이 오프라인 지식 축적으로 이어져 문화자본의 순환을 형성한다(Gu & Huang, 2022).

반대로, 대체성의 측면에서는 온라인 활동이 오프라인을 직접 대체하는 경우가 관찰되며, 이는 특히 자본 부족 계층에서 두드러진다. 부르디외 이론에서 문화자본의 불평등은 접근성 격차로 나타나는데, 팬데믹 기간 온라인 활동은 오프라인 문화참여의 물리적 제한(사회적 거리두기)을 대체하지만, 이는 일시적이고 불완전한 대안으로 작동한다. 예를 들어, 저소득 청소년들은 스마트폰만으로 온라인 활동을 수행하며 오프라인 네트워킹을 대체하지만, 이는 프록시 사용(타인에게 의존)으로 이어져 개인적 문화자본 축적을 제한한다. 대학생 사례에서도 온라인 학습은 오프라인 다언어 코드 스위칭을 영어 중심의 서면 영어로 대체하여 다문화 자본을 약화시켰으나, 개인 플랫폼(유튜브)에서 다언어 콘텐츠 제작으로 이를 회

복하려는 시도가 나타났다. 이는 온라인-오프라인의 대체가 문화자본의 재생산을 재편하지만, 기존 불평등을 재강화할 수 있음을 시사한다. 고자본 계층은 온라인을 통해 더 많은 이득을 얻지만, 저자본 계층은 대체적 사용으로 자본 누적 기회를 상실할 수 있는 것이다(Calderon, 2021).

결론적으로, 부르디외의 문화자본 이론은 온라인-오프라인 활동의 상호보완성과 대체성을 자본 변환의 동역학으로 설명하며, 팬데믹 이후 디지털 상호작용을 통한 문화자본의 재구성이 불평등 완화나 심화의 양면성을 드러낸다. 상호보완성은 온라인을 통해 문화참여의 범위를 확대하지만, 대체성은 접근성 격차를 강조하여 정책적 개입(예: 디지털 리터러시 교육 확대)을 요구하며 이상의 논의에 근거한다. 이에 다음과 같은 연구문제를 설정해서 분석결과를 살펴보고자 한다.

연구문제 1. 온라인·오프라인 문화활동은 어떤 조건에서 상호보완적인 관계를 갖는가?

연구문제 2. 온라인·오프라인 문화활동은 어떤 조건에서 상호대체적인 관계를 갖는가?

III. 연구방법

1. 자료와 표본

본 연구는 앞서 설명한 바와 같이, 코로나 팬데믹으로 인한 사회적 거리두기가 종료된 현 시점에서 서울시민들의 문화활동 현황을 살펴보고, 코로나 팬데믹 기간 동안 활발한 문화소비의 한 형태로 급부상한 온라인 문화 여가활동이 계속 유지되고 있는지, 아니면 코로나 팬데믹 상황이 종료되면서 사라지거나 또는 또 다른 방식으로 변화하고 있는지

살펴볼 것을 주요 연구목적으로 삼는다.

지역별로 문화활동 패턴은 상이한데, 이는 문화시설 등 하드 인프라가 지역별로 다르고, 문화예술활동에 대한 태도나 실천 행위 등 소프트 인프라에도 차이가 있기 때문이다(Park, 2022). 본 연구에서는 문화활동이 가장 활발한 수도권, 특히 서울 지역 거주자들을 대상으로 이들의 문화활동에 영향을 미치는 주 요인이 무엇인지 살펴보고자 한다.

이를 위해 2023년 서울서베이 자료를 분석에 활용하였다. 서울서베이 자료는 서울시 주관 조사통계 자료로 조사원이 2만 가구를 방문해서 15세 이상 가구원들을 대상으로 진행한 조사 결과이다. 조사 간격은 1년이며, 조사기준 다음 해 5월에 조사결과가 발표된다. 문화 관련 조사내용으로는 문화환경 만족도, 문화예술 및 스포츠 관람률과 관람 비용, 문화활동 동반인 등이 포함된다.

문화 여가활동을 하기 위해서는 경제적 자원이 뒷받침되어야 한다는 점과 더불어, 청장년층과 노년층의 여가활동 패턴이 매우 상이하다는 점을 감안하여, 본 연구에서는 응답자를 20대 이상 60세 미만으로 설정하였다. 이는 소득활동이 여가활동에 미치는 효과를 살펴보기 위해서는 경제활동집단을 분석대상으로 삼아야 하고, 2013년부터 60세 정년이 법률로 규정되어 있음을 감안하여, 경제활동에 활발하게 참여하는 연령 범위를 고려한 결정이었다. 이에 따라 분석 표본 규모는 21,804명이었으며, 이 중에는 남편과 아내로 구성된 부부 6,064쌍이 포함되었다.

2. 주요 변수와 분석방법

본 연구의 종속변수는 크게는 서울시민 응답자들의 문화활동이라 할 수 있다. 구체적으로는 온라인 문화활동 빈도(횟수), 오프라인 문화활동 빈도(횟수), 문화활동 지출 비용(만원 단위), 문화활동 시설에 대한 만족도(5점), 문화활동 프로그램에 대한 만족도(5점), 문화활동 비용에 대한 만족도(5점)였다.

이러한 종속변수의 특성을 고려하여 다음과 같은 분석을 적용하였다. 첫째, 온·오프라인 문화활동 빈도는 음이항 회귀분석, 둘째, 문화활동 지출 비용은 일반회귀분석, 셋째, 문화활동 만족도에 대해서는 서열 로짓 분석을 실시하였다.

독립변수인 가구소득은 1점부터 22점까지로 구성되어 있다. 본 연구에서 통제변수는 성별, 연령, 배우자 유무, 직업, 가구소득 대비 개인 소득 비율, 최종학력, 가구주 여부, 자녀수 등이었다. 변수들의 코딩내역은 다음과 같다. 온오프라인 문화활동빈도는 횟수를 변수값으로 입력하였으며, 문화활동 지출은 만원 단위의지출금액을 연속형 변수로 코딩하였다. 문화환경 시설, 프로그램, 비용 만족도는 5점 척도로 측정되었으며, 1점은 매우 불만족, 2점은 불만족, 3점은 보통, 4점은 만족, 5점은 매우 만족을 의미한다. 연령은 만 나이 연속형 변수로 적용하였다. 교육은 1점 중졸 이하, 2점 고졸 이하, 3점 대졸 이하, 4점 대졸 이상인 범주형 변수인데, 응답자 대부분이 대졸자인 분포를 고려해서 회귀분석에서는 0 대졸 이상(준거변수), 1 고졸 이하(가변수)로 분석하였다. 직업은 1 고위전문직, 2 사무직(준거), 3 판매서비스직, 4 단순조립기능직, 5 무직(학생주부 포함)으로 코딩하였다. 가구소득은 1점부터 22점까지의 서열형 변수이며, 자녀의 수는 동거하는 자녀의 수를 변수값으로 입력하였다. 각 변수들의 기술통계량은 <표 1>과 같다.

IV. 분석결과

본 <표 2>는 20세 이상 60세 미만 서울 시민 21,804명을 대상으로, 가구소득 등 응답자의 인구사회학적 특성들이 온·오프라인 문화활동 빈도, 문화활동 비용, 문화활동 만족도에 미치는 효과를 검증한 분석결과를 요약한 것이다. 이에 따르면 다음과 같은 내용을 알 수 있다.

〈표 1〉 표본의 인구사회학적 특성 (N=21,804)

구분	평균	표준편차	최소	최대
온라인 문화활동 빈도(회)	2.5	5.1	0.0	103.0
오프라인 문화활동 빈도(회)	2.8	3.8	0.0	200.0
문화활동 지출(만 원)	7.2	11.0	0.0	322.0
문화환경 시설 만족도(5점)	3.6	0.7	1.0	5.0
문화환경 프로그램 만족도(5점)	3.4	0.7	1.0	5.0
문화환경 비용 만족도(5점)	3.1	0.8	1.0	5.0
만 연령(세)	42.6	10.2	20.0	59.0
교육(4점)	2.8	0.4	1.0	4.0
가구소득(22점)	11.5	3.5	1.0	21.0
자녀수(명)	2.6	0.9	1.0	7.0
성별				
여성	(53.5)	-	-	-
남성	(46.5)	-	-	-
직업				
고위전문직	(9.2)	-	-	-
사무직	(38.9)	-	-	-
판매서비스직	(25.7)	-	-	-
단순조립기능직	(5.9)	-	-	-
무직(학생주부 포함)	(20.4)	-	-	-
동거하는 배우자				
없음	(28.4)	-	-	-
있음	(71.6)	-	-	-
가구주 여부				
비해당	(49.4)	-	-	-
해당	(50.6)	-	-	-

() : 범주형 변수의 비율 값을 괄호 안에 제시.

첫째, 가구소득이 높을수록 오프라인 문화활동 빈도가 늘어난 반면, 온라인 문화활동 빈도는 감소하였다. 이는 연구가설1을 부분적으로 지지하는 결과이다. 한편, 소득과 온·오프라인 문화활동 빈도는 반대되는 관계를 보였다. 가구소득이 온라인 문화활동에는 통계적으로 유의미한 수

〈표 2〉 문화활동에 영향을 미치는 요인들 - 전체 (N=21,804)

구분	온라인 문화활동 빈도		오프라인 문화활동 빈도		문화활동 지출		문화활동 만족도 시설		문화활동 만족도 프로그램		문화활동 만족도 비용	
온라인 문화활동 빈도			.014 ***	(.001)	.127 ***	(.013)	.031 ***	(.003)	.005 ***	(.003)	-.009 ***	(.003)
오프라인 문화활동 빈도	.033 ***	(.006)			1.452 ***	(.017)	.039 ***	(.005)	.025 ***	(.005)	-.024 ***	(.004)
문화활동 비용	.017 ***	(.002)	.061 ***	(.001)			-.003 ***	(.002)	.001 ***	(.002)	.006 ***	(.001)
문화환경 만족도-시설	.258 ***	(.026)	.141 ***	(.012)	-.108 ***	(.109)			1.624 ***	(.025)	.709 ***	(.023)
문화환경 만족도 -프로그램	.089 ***	(.025)	.079 ***	(.011)	.015 ***	(.101)	1.547 ***	(.024)			.747 ***	(.022)
문화환경 만족도-비용	-.083 ***	(.021)	-.071 ***	(.010)	.401 ***	(.088)	.614 ***	(.020)	.657 ***	(.020)		
남자 (ref=여자)	.105* ***	(.041)	-.082 ***	(.020)	-.588 ***	(.176)	-.038 ***	(.040)	-.054 ***	(.039)	-.031 ***	(.037)
연령	-.023 ***	(.002)	-.012 ***	(.001)	-.052 ***	(.008)	-.003 ***	(.002)	-.000 ***	(.002)	-.002 ***	(.002)
고졸이하 (ref=대졸이상)	-.230 ***	(.043)	-.116 ***	(.021)	-.823 ***	(.176)	-.026 ***	(.040)	-.079* ***	(.039)	.064 ***	(.037)
직업(ref=사무직)												
고위 전문직	.034 ***	(.055)	-.115 ***	(.026)	1.537 ***	(.232)	-.061 ***	(.052)	.041 ***	(.051)	-.128 ***	(.049)
판매 서비스직	-.095* ***	(.041)	-.124 ***	(.019)	-.181 ***	(.170)	-.057 ***	(.039)	-.051 ***	(.038)	-.096 ***	(.036)
단순조립 기능직	-.237 ***	(.072)	-.149 ***	(.035)	-.058 ***	(.292)	-.011 ***	(.066)	-.021 ***	(.065)	-.237 ***	(.062)
무직 (학생주부 포함)	-.118* ***	(.048)	-.149 ***	(.022)	.556 ***	(.196)	-.132 ***	(.045)	.041 ***	(.043)	-.115 ***	(.041)
가구소득	-.013* ***	(.005)	.007 ***	(.002)	.330 ***	(.021)	.008 ***	(.005)	.005 ***	(.005)	.027 ***	(.004)
배우자 (ref=없음)	-.029 ***	(.040)	.005 ***	(.019)	-.778 ***	(.166)	.106 ***	(.038)	.011 ***	(.037)	.060 ***	(.035)
가구주 (ref=비해당)	.254 ***	(.045)	-.025 ***	(.022)	.355 ***	(.193)	-.044 ***	(.044)	.083* ***	(.042)	.039 ***	(.040)
자녀 수	.102 ***	(.020)	.027 ***	(.009)	-.624 ***	(.084)	-.043* ***	(.019)	-.042* ***	(.019)	-.056 ***	(.018)

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

준에서 부정적인 영향을 미치는 반면, 오프라인 문화활동에는 긍정적인 영향을 미치는 양상을 확인할 수 있었다.

온라인 문화활동 빈도와 오프라인 문화활동 빈도가 서로 비례한다는 분석 결과는 흥미로운 지점으로 보여진다. 이는 가구소득과 같은 경제적 자원이 오프라인 문화활동을 증가시키고, 온라인 문화활동은 감소시키지만, 오프라인 문화활동 그 자체는 온라인 문화활동과 상호보완적인 관계를 형성하기 때문일 수 있다.

실제로 코로나 팬데믹 상황에서 사회적 거리두기로 인해 많은 문화 콘텐츠가 온라인으로 전환되었으며, 공연·전시·영화 등 기존에는 주로 오프라인 기반의 서비스로 제공되었던 많은 내용들이 스트리밍 플랫폼을 통해 제공되었다. 오프라인 행사와 온라인 콘텐츠를 결합한 하이브리드 모델이 보편화되면서 문화예술에 대한 새로운 소비 방식이 생겼났고, 이는 더 넓은 관객층에게 시간과 공간의 제약을 넘어 문화예술에 대한 더 넓은 접근 기회를 제공한다는 평가를 받기도 하였다(Yang, 2021).

하지만 주로 고소득층은 오프라인 문화활동을, 저소득층은 온라인 문화활동을 한다는 패턴은 응답자 절반 이상의 온라인 문화활동 빈도가 0이었다는 점, 응답자 30% 이상의 오프라인 문화활동 빈도가 0이었다는 사실에 비춰보면, 다소 설득력이 떨어지는 측면이 있는데, 이는 논의 부분에서 더 자세하게 후술하도록 한다.

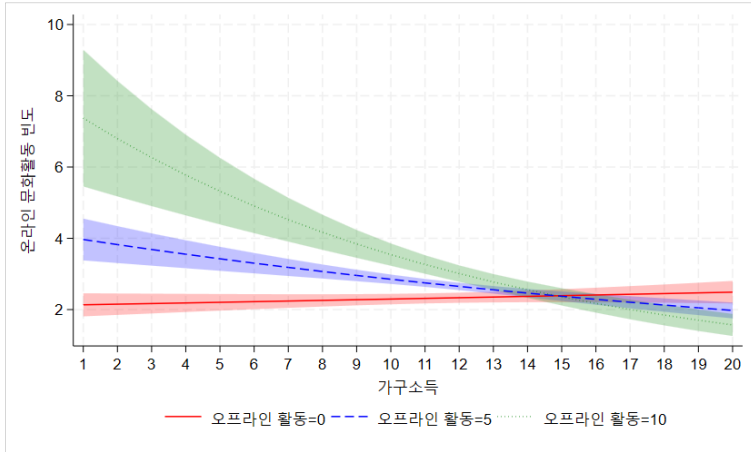
둘째, 가구소득이 증가할수록 문화활동 지출 비용은 증가하였다. 이는 연구가설 2을 지지하는 분석결과이다. 예술경제학 분야에서는 수요의 소득탄력성에 근거하여, 문화예술활동에 참여하는 비용은 대개의 경우 소득수준이 높아질수록 증가한다고 설명한다(Heilbrun & Gray, 2001: 14). 이에 따르면 생활수준이 향상되면 더 많은 사람들이 일상생활에 필요한 필수재 소비를 더 이상 늘리지 않고, 공연관람 등 문화예술 여가 활동에 대한 지출을 늘린다. 그 결과, 문화활동에 대한 지출 비용은 소득보다 빠르게 증가하며, 결과적으로 문화활동 수요의 소득탄력성은 1보다

커져, 문화활동은 소비지출 비용 편성에 있어서 사치품에 속하게 된다. 즉, 소득수준이 높을수록 문화활동이 증가하게 되는 것이다.

물론 문화활동에 대한 소득탄력성이 생각보다 크지 않을 것이라는 견해도 존재한다. 문화활동을 하기 위해서는 경제적 자원뿐만 아니라, 시간 자원도 투입되어야 하는데, 소득수준이 높은 이들의 경우 여유시간이 부족한 편이기 때문이다. 하지만 고소득 인구집단은 적은 시간을 소비하면서 많은 비용이 투입되는 오프라인 문화상품 등을 집중적으로 소비할 수 있다는 점에서 본 연구의 분석결과를 수용할 수 있을 것으로 보인다.

셋째, 가구소득이 높을수록 비용에 대한 문화활동 만족도가 증가하는 것으로 나타났다. 이는 연구가설3을 부분적으로 지지하는 분석결과이다. 시설이나 프로그램에 대한 만족도와 응답자의 경제적 자원이 통계적으로 유의미한 수준에서 관계가 있는 것으로 나타나지 않은 이유 중 하나는 문화활동에 투입된 경제적 자원은 주로 가격 대비 소비활동에 대한 심리적 만족도에 영향을 미치는 반면에 시설이나 프로그램에 대한 만족도는 소비된 문화활동의 경험 또는 상품의 질로부터 오는 것이기 때문일 수 있을 것이다.

다음 <그림 1>은 온라인 문화활동 빈도를 종속변수로 하는 분석에서 오프라인 문화활동 빈도와 가구소득의 상호작용이 어떻게 나타나는지를 검증한 결과이다. 가구소득 15점은 700만 원 이상 750만 원 미만이고, 누적 퍼센트가 87.9%로, 서울시민들 중 9명은 1~15점 사이에 분포되어 있다. 이에 따르면 고소득층은 온라인·오프라인 문화활동 모두 빈약하며, 저소득층은 온라인·오프라인 문화활동이 둘 다 빈약한 인구집단과 둘 다 왕성한 집단으로 구분될 수 있는 것처럼 보인다. 그리고 저소득층이 수차례 참석할 수 있는 오프라인 문화활동의 유형을 감안해 보면 고소득층은 오프라인 문화활동, 저소득층은 온라인 문화활동이라는 프레임은 더 이상 유효하지 않은 것으로 보인다.



〈그림 1〉 온라인 문화활동에 대한 오프라인 활동과 가구소득 효과

V. 논의

본 연구의 목적은 사회적 거리두기가 종료된 시점에서, 서울시민들의 문화활동 현황을 중점적으로 살펴보고, 코로나 팬데믹 기간 동안 경험한 결과로 급부상한 새로운 문화소비의 한 형태인 온라인 문화 여가활동이 계속 유지되고 있는지, 아니면 코로나 팬데믹 상황 종료 이후 사라지거나 또는 또 다른 방식으로 패턴이 변화되고 있는지 살펴보는 것이었다. 이를 위해 2023년 서울서베이 자료를 분석한 결과는 아래와 같은 결과들을 도출할 수 있었다.

전체 응답자들을 대상으로 설정했을 때, 가구소득과 같은 경제적 자원이 풍부할수록 오프라인 문화활동 빈도, 문화활동 지출 비용, 비용에 대한 문화활동 만족도가 모두 증가하였다. 이는 소득이 증가할수록 필수재 지출 비중이 줄고, 사치재 지출가능 예산 비중이 증가한다는 전형적인 경제학적 설명과 일치하는 분석결과이다.

한편, 가구소득이 증가할수록 온라인 문화활동 빈도가 감소하는 현상은 일반적으로 오프라인 문화활동에는 시간과 금전적 비용이 많이 들고, 온라인 문화활동에는 적게 든다는 점과 더불어, 소득수준이 높은 이들은 대체로 여가시간이 부족한 경향이 있다는 사실을 고려해서 기존 연구들은 다음과 같이 설명을 해왔다(Jung & Choi, 2007). 소득수준이 높아질수록 문화활동에 대한 수요는 증가하지만, 부족한 여가시간으로 인해 이들 인구집단은 문화활동의 빈도를 높이는 대신 문화활동의 질적인 측면에 대한 자원 투입을 증가시켜서 만족도를 높이려는 전략을 구사한다는 것이다. 시간은 빈부에 상관없이 누구나 하루 24시간을 가질 수 있는 자원이라는 점에서 늘어난 오프라인 문화활동 시간만큼 온라인 문화활동은 감소할 수밖에 없다. 물론 이러한 관점은 온·오프라인 동시행위 발생 가능성을 제한했을 때를 기준으로 한 경우에 해당한다. 이로 인해서 가구 소득 수준이 증가할수록 오프라인 문화활동 빈도는 증가하고, 온라인 문화활동 빈도는 감소하는 것이다.

하지만 고소득층은 주로 오프라인 문화활동을, 저소득층은 온라인 문화활동을 주로 한다는 그간의 주된 관점은 분석자료 응답자 절반 이상이 온라인 문화활동 빈도가 0이었고, 응답자 30% 이상이 오프라인 문화활동 빈도가 0이라는 점에 비춰보면 다소 설득력이 떨어지는 측면이 있다.

본 연구의 이론적 함의는 온라인 문화활동과 오프라인 문화활동의 보완 또는 대체 관계를 가구소득과 같은 경제적 자원을 통해 설명할 수 있는 이론적 단편을 찾아 검토하려는 부분에서 찾을 수 있을 것이다. 실천적 함의로는 문화활동을 기준으로 서울시민들의 문화생활 패턴을 유형화함으로써 맞춤형 정책과제를 찾을 수 있는 단초를 제공하는 부분에서 찾을 수 있을 것이다. 다만 이러한 목적들을 실질적으로 달성하기 위해서는 보다 장기간동안 정밀한 정보를 축적하여 연구에 활용할 수 있는 종단적 자료에 대한 검토가 필수적으로 있어야 할 것이다. 동시에 온·오프라인이 융합된 문화활동에 대한 이론의 개발 또는 검토를 통한

추가적인 보완이 필요하다. 즉, 시기적인 특징을 다루고 있는 만큼 부분적이거나 시기적인 차이를 설명할 수 있는 가능성을 확보하기 위한 자료 확충과 제시가 되어야 할 것이다. 예를 들어 ‘코로나 이전-코로나 시기-코로나 엔데믹’ 시기적 차이를 검토할 수 있어야 논의의 방향을 더욱 확실하게 제시할 수 있을 것이다.

참고문헌

- Ahn, H. R., Kim, C. H. (2021). A case study on the local culture festival in the contact-free era. *Journal of Digital Convergence*, 19(11). 425-438.
- Baek, S. H., Lee, J. H., Jo, Y. J. (2020). The prospects and challenges of non-face-to-face performing arts in the post-COVID era. *The Seoul Institute*, 307, 1-30
- Bourdieu, P. (2018). *The forms of capital*. In *The sociology of economic life*. Routledge.
- Calderon Gomez, D. (2021). The third digital divide and Bourdieu: Bidirectional conversion of economic, cultural, and social capital to (and from) digital capital among young people in Madrid. *New Media & Society*, 23(9), 2534-2553.
- Chan, T. W., & Goldthorpe, J. (2007). The social stratification of cultural consumption: Some policy implications of a research project. *Cultural Trends*, 16, 373-384.
- Eshun-Wilson, I., Mody, A., McKay, V., Hlatshwayo, M., Bradley, C., Thompson, V., ... & Geng, E. H. (2021). Public preferences for social distancing policy measures to mitigate the spread of COVID-19 in Missouri. *JAMA Network Open*, 4(7), e2116113-e2116113.
- Gu, M. M., & Huang, C. F. (2022). Transforming habitus and recalibrating capital: University students' experiences in online learning and communication during the COVID-19 pandemic. *Linguistics and Education*, 69, 101057.
- Heilbrun, J., & Gray, C. M. (2001). *The economics of art and*

- culture*. Cambridge University Press.
- Hong, A. R. (2024). An analysis of foreign cases and plans for local arts and culture festivals in the era of COVID-19 endemic. *Interdisciplinary Research in Arts and Culture, IRAC*, 5(1), 5-23.
- Jung, K. H., Choi, B. G. (2007). An empirical study of cultural divide and policy design for culture voucher. *The Korean Journal of Local Government Studies*, 10(4), 63-89.
- Lee, B. K. (2021). The metaverse world and our future. *Journal of Digital Convergence*, 19(1), 13-17.
- Li, X., Liang, X., Yu, T., Ruan, S., & Fan, R. (2022). Research on the integration of cultural tourism industry driven by digital economy in the context of COVID-19—Based on the data of 31 chinese provinces. *Frontiers in Public Health*, 1.
- Moon, S. C. (2022). The effect analysis of COVID-19 vaccination on social distancing. *Journal of the Korea Convergence Society*, 13(2), 67-75.
- Mudd, A. L., Oude Groeniger, J., Bal, M., Verra, S. E., van Lenthe, F. J., & Kamphuis, C. B. (2023). Testing conditionality with Bourdieu's capital theory: How economic, social, and embodied cultural capital are associated with diet and physical activity in the Netherlands. *SSM-Population Health*, 22, 101401.
- Noble, J., & Davies, P. (2009). Cultural capital as an explanation of variation in participation in higher education. *British Journal of Sociology of Education*, 30, 591-605.
- Nupus, H. (2021). Online culture during the covid-19 pandemic.

- Journal of Applied Linguistics and Literacy*, 5(2), 419-123.
- O'Hagan, J. (1996). Access to and participation in the arts: the case of those with low incomes/educational attainment. *Journal of Cultural Economics*, 20, 269-282.
- Park, J. Y. (2022). Differences in happiness by types of cultural and leisure activities according to socioeconomic conditions. *Korean Society of Culture Industry*, 22(2), 31-39.
- Park, S. S. (2022). A study on the online distribution of performing arts contents - Focused on the digital transformation policy of local cultural foundations after COVID-19 - *Journal of Drama/Theatre and Education*, 41, 43-73.
- Pinto, M. A. X., Viana, F. D. F., & Silva, I. R. (2024). The relationship between cultural capital, economic capital, and social capital and the attendance to cultural events: An analysis through ordinal logistic regressions. *Revista EconôMica Do Nordeste*, 55(2), 144-163.
- Sabatini, S., Martyr, A., Gamble, L. D., Jones, I. R., Collins, R., Matthews, F. E., & Clare, L. (2023). Are profiles of social, cultural, and economic capital related to living well with dementia? Longitudinal findings from the IDEAL programme. *Social Science & Medicine*, 317, 115603.
- Sullivan, A. (2008). Cultural capital, cultural knowledge and ability. *Sociological Research*, 12(6), 91-104.
- Tubadji, A., Gheasi, M., Crociata, A., & Odoardi, I. (2021). Cultural capital and income inequality across Italian regions. *Regional Studies*, 56, 459-475.
- Throsby, D. (1999). Cultural capital. *Journal of Cultural Economics*

23, 3-12.

Willekens, M., & Lievens, J. (2014). Family (and) culture: The effect of cultural capital within the family on the cultural participation of adolescents. *Poetics*, 42, 98-113.

Yang, Y. K. (2021). A study on the effective convergence dynamics of online exhibition appreciation for the vulnerable to cultural access in new normal. *The Korean Society of Science & Art (KSAF)*, 39(1), 269-288.

(논문 접수: 2025.09.18. / 수정본 접수: 2025.10.25. / 게재 승인: 2025.11.01.)

Redefining Seoul's Cultural Activities after the COVID-19 Pandemic: Focusing on Differences by Income Level

Ik Hyun Joo, Yonsei University

So Yeon Kim, Korea Culture & Tourism Institute

Abstract

This study aims to research changes and characteristics in Seoul citizens' cultural activity patterns following the end of social distancing measures imposed during the COVID-19 pandemic. Specifically, it examines factors influencing the frequency and cost of both online and offline cultural activities, as well as satisfaction with cultural activities. Key findings are as follows: First, higher household income was associated with increased frequency of offline cultural activities, while online activity frequency decreased. Second, the overall frequency of both online and offline cultural activities showed an proportional relationship. Third, higher expenditure on cultural activities correlated with greater satisfaction with the cost. In summary, it is likely that different income groups employ distinct strategies regarding cultural activities and products, forming different meanings for them.

Keywords: Frequency of Cultural Activities, Expenditure on Cultural Activities, Satisfaction, Social Distancing, COVID-19 Pandemic