

I. 서론

1. 연구목적 및 필요성
2. 연구내용
3. 연구방법
4. 용어정의
5. 연구의 기대효과

I. 서 론

1. 연구목적 및 필요성

우리는 흔히 대중문화를 아무런 부담없이 누구든지 쉽게 접할 수 있고 즐기는 것이라고 이해하고 있으며, TV나 라디오, 잡지 등과 같은 대중매체를 통해서 이루어진다고 생각한다. 지금의 10대들은 1980년대 중반이 후에 태어나 기존의 기성세대와는 다르게 경제적으로 어려움 없이 성장하였고, 잡지나 신문 등과 같이 문자를 통한 문화보다는 TV나 컴퓨터를 통한 이미지 영상매체를 통하여 보고 즐기는 것에 훨씬 익숙한 영상세대이다.

우리 나라의 청소년들은 입시 때문에 학교에서 너무 많은 시간을 보내고 있다. 그래서 실제로 우리나라 대부분의 청소년들은 학교생활이외의 다른 문화에 접할 수 있는 기회와 시간을 충분히 갖지 못하고 있다. 그 때문에 청소년들은 TV나 잡지, 컴퓨터 등을 통해서 접근 가능하게 되며 한정된 측면의 대중문화에 대부분의 여가시간을 할애하고 있으며, 청소년들은 더 깊게 대중문화 속에 빠져들고 있다. 이러한 대중문화를 통해 대중스타들이 생기고 또 대중스타들을 좋아하는 팬들이 생긴다. 또 이들 대중문화 특히 대중스타들은 청소년들의 소비행태와 규모에 매우 큰 영향을 주고 있다.

청소년들이 대중문화를 위해 직·간접적으로 소비하고 있는 규모는 매우 클 것으로 예상된다. 대중문화에 청소년의 구매력을 단적으로 보여주는 것은 대중가요라고 할 수 있다는데, 청소년들이 대중가요의 음반판매량 중 70%를 차지하고 있다는 것은 청소년이 대중문화 소비에 매우 큰 부분을 차지하고 있다는 것을 보여주는 것이다. 이처럼 직접적으로는 음반을 구입하거나 영화를 보는 등의 소비뿐만 아니라 대중스타들의 캐릭터 용품부터 스타들이 착용하였던 브랜드의 악세사리와 의상들을 구입하

는 것까지를 포함한다면 청소년의 대중문화 소비는 실로 엄청난 것이다. 또 청소년들의 소비 성향이 대중매체(대중스타)의 영향으로 브랜드를 선호하는 소비형태와 또래집단의 영향으로 유행에 민감한 소비행태를 보이고 있으며, 이러한 청소년들의 소비성향은 상업적으로 이용되어 X세대니 Y세대니 하면서 청소년들을 공략하는 마케팅 전략의 주요 대상이 되고 있다. 그런데 10대 청소년을 겨냥한 무분별한 홍보와 광고는 청소년들로 하여금 무분별하고 충동적인 소비 행태를 가져오게 하며, 이러한 무계획적이고 감각적인 소비생활에 익숙해지고 이러한 경향이 성인기에까지 계속 이어질 수 있다는 우려를 낳고 있다. 또한 청소년의 소비 행태가 충동적이고 고가의 브랜드를 선호하고 또래집단의 유행에 민감하기 때문에, 청소년들은 이러한 비용을 조달하는 데 많은 관심을 쏟고 있으며 충족되지 못하는 소비를 위해 가끔 일부 청소년들 사이에서는 문제행동이나 비행으로 이어지기도 한다.

본 연구에서는 지금의 대중문화가 성인기를 준비하는 청소년에게 잘못된 습관과 비행을 일으킬 수 있다는 문제점을 인식하고 청소년들이 대중매체(대중스타)의 영향으로 하게 되는 소비의 유형을 살펴보고 그 소비비용의 규모를 추정할 것이다. 이를 통해 보다 건전한 청소년 소비 문화를 위한 몇 가지 제안을 하고자 한다.

2. 연구내용

1) 대중문화(대중매체)의 의의 및 기능

- (1) 대중문화의 정의
- (2) 대중문화(대중매체)의 유형
- (3) 대중문화(대중매체)의 기능: 순기능과 역기능

- 2) 청소년의 대중문화(대중스타)와 소비
 - (1) 청소년의 대중문화 : 대중스타문화를 중심으로
 - (2) 대중문화(대중스타)와 청소년의 소비
- 3) 청소년의 대중문화 소비행태 및 규모 분석
 - (1) 청소년 대중문화(대중스타) 소비행태 및 규모 분석을 위한 자료 조사
 - (2) 자료 입력 및 통계분석
 - (3) 청소년의 대중문화(대중스타) 소비행태 및 규모 :
 - 대중스타 분야별(가수, 탤런트, 운동선수등),
 - 연령별, 성별, 지역별
 - 소비유형별: 직·간접적 소비
- 4) 결론 및 제언
 - (1) 청소년 대중문화의 문제점 및 개선방향
 - (2) 정책적 시사점

3. 연구방법

- 1) 문헌분석 및 논의
- 2) 샘플 서베이
- 3) 총 소비규모 파악을 위한 수리추정

4. 용어정의

- 1) 청소년: 본 연구에서는 학교청소년(youth at school)으로 한정하며, 연령/학년상으로는 초등학교 5-6학년생(10-11세), 중학교 1-3학년생(12-14세), 고등학교 1-3학년생(15-17세)이다.
- 2) 대중문화소비: 본 연구에서는 대중문화를 문화산업의 여러 범주 중에서 학교청소년이 대표적으로 참여하여 소비하는 분야로 한정한다. 즉 대중음악, 영화, 스포츠 및 pc게임 네 분야로 한정하고 각 분야별로 직접적 참여형태(관람, 음반 구입)와 간접적 참여형태(캐릭터구입 등)로 구분한다. 연구자의 관점이나 연구목적에 따라 이 범위는 달라질 수 있을 것이나 본 연구는 이 분야에서 시도되는 초기 연구라는 한계상 비교적 개념적 한계가 분명하고 조사가 용이한 부분으로 한정하였다.

5. 연구의 기대효과

현재 대중매체 특히 스타라고 하는 연예인들이 청소년 소비에 미치는 영향과 규모를 파악하여 건전한 청소년 소비문화를 정착하는 데 필요한 정책적 판단 자료를 얻을 수 있을 것으로 기대한다.

본 연구의 구체적인 기대 효과는 다음과 같다.

첫째, 청소년의 대중문화(대중스타)에 참여하는 유형과 그 정도를 파악하여 현재 대중문화(대중스타)가 청소년에게 어떠한 영향을 어느 정도 미치고 있는지를 알 수 있다.

둘째, 청소년의 대중문화(대중스타) 소비의 행태와 규모를 파악하는 과정에서 비용의 조달 방법과 소비성향을 살펴봄으로써 청소년의 보다 건전한 대중문화 소비를 할 수 있도록 시사점을 발견할 수 있다.

따라서 본 연구의 결과는

첫째, 청소년의 대중문화 소비의 규모를 통해 사교육비의 지표로 간접 활용될 수 있으며,

둘째, 청소년의 대중문화 소비행태와 규모에 따른 문제점을 개선하기 위한 노력의 시작과 건전한 청소년 소비문화 관한 연구의 출발점으로 활용될 수 있을 것이다.

Ⅱ. 문화산업과 소비규모

1. 문화산업의 의미와 종류
2. 청소년 관련 문화산업 시장 규모

II. 문화산업과 소비규모

1. 문화산업의 의미와 종류

문화산업은 각 나라의 문화적 위상의 상이함과 문화개념 자체의 모호성으로 인해 각 나라마다 그 범위가 다를 뿐 아니라 디지털 기술이 전 산업에 적용됨으로써 문화산업의 포괄범위는 확대되고 있는 추세이다(문화산업백서, 2001: 5). 국내에서 사용되고 있는 문화산업의 개념은 문화예술진흥법과 문화산업진흥기본법에 의해 구체적으로 정의되고 있으며 <표 1>과 같이 정리할 수 있다.

<표 1> 문화산업 범위에 속하는 업종들

구 분	항 목 명
출판산업	출판업
	인쇄업
	서적, 잡지 및 신문 유통업
음반산업	음반 제작 및 복제업
	음악 출판업 및 저작권 관리업
	음반 유통업
게임산업	게임 기기 및 소프트웨어 제작업
	게임 기기 및 소프트웨어 유통업
	오락장 운영업
영화산업	영화 및 비디오물 제작업
	영화 및 비디오 제작 관련 서비스업
	기록매체 복제업
	영화 및 비디오물 배급 및 유통업
	영화 및 비디오물 상영업
방송업	공중파 방송업
	유선 및 위성 방송업
공연산업	공연시설 운영업
	공연단체
	자영 예술가
	공연관련 산업

구 분	항 목 명
기타 문화산업	건축 및 조경설계 서비스업
	사진촬영 및 처리업
	전문디자인업
	광고업
	공예품 및 한복 제조업
	공예품 및 한복 유통업
	뉴스제공, 도서관, 박물관 및 기타 문화관련 산업
	(예술 및 문화본부) 교육서비스업

출처: 이민희, 이동연, 김상우, 『청소년의 문화산업 참여여건 조성방안에 관한 연구』(서울: 한국청소년개발원, 2001), p. 55

21세기 지식산업사회의 도래는 종래 소비영역에 속해 있던 문화를 생산영역으로 옮기고 있다. 즉 문화산업은 이제 각 나라마다 기간 산업으로서 자리를 잡아가고 있다. 이에 따라 각 나라들은 문화산업의 진흥에 남다른 관심과 투자를 아끼고 있지 않다.

<표 2>는 1998년 및 1999년의 문화산업 추정규모와 2003년의 예측 규모를 나타낸 것이다. 여기서 보면 1999년 추정액은 약 20조원이며, 2003년은 36조원에 해당된다. 이는 최근 우리 나라의 GDP 규모를 약 400조원으로 보았을 때 5%에서 10%에서 이르는 막대한 규모임을 알 수 있고, 문화산업의 증대추세가 매우 급속하게 이루어지고 있기 때문에 이러한 비율은 전통적인 1차 산업이나 2차산업의 규모보다 커질 것으로 보인다.

<표 2> 문화산업 시장규모

분야	국내시장(억원)			세계시장(1998추정, 억불)
	1998(추정)	1999(추정)	2003(예측)	
출판·인쇄	43,000	54,000	65,880	801
영화	2,584	3,114	6,000	630
비디오	3,090	3,500	5,425	358
애니메이션	3,200	2,700	4,050	736
게임	6,250	6,800	13,000	1,086
음반	3,530	3,800	7,360	387
신문·잡지	25,200	36,000	40,000	849
방송	25,244	30,750	87,820	1,535
광고	34,846	42,000	80,640	3,004
캐릭터·공예등	5,000	32,200	53,520	800
총계	152,244	214,864	363,695	10,186

출처: 이민희, 이동연, 김상우, 『청소년의 문화산업 참여여건 조성방안에 관한 연구』(서울: 한국청소년개발원, 2001), p. 54

2. 청소년 관련 문화산업 시장 규모

청소년의 문화활동 참여 역시 최근에 들어서는 소비적 측면보다는 생산적 측면에서 논의되기 시작하고 있다. 전통적으로 청소년은 대중문화산업의 주요 목표시장으로 인식되면서 청소년들의 문화참여는 부정적 측면과 긍정적 측면을 동시에 안고 있었다. 즉 청소년들이 지나치게 대중문화에 참여하거나 대중문화상품들을 소비함으로써 건전한 발달에 장애를 받는다는 지적이 있어온 것이 사실이다. 그러나 문화산업이 이처럼 중요한 산업으로 등장하면서 보다 근본적으로 청소년들의 대중문화 참여와 소비에 대한 검토가 필요하게 되었다.

청소년 관련 문화산업은 <표 1>의 전체 문화산업 중 몇 가지 특징적 분야에 집중되는 경향을 보인다. 이른바 대중문화에 집중되는 경향이 이것이다. 대표적으로 음반산업과 관련이 있는 대중음악이며, pc게임산업,

그리고 영화산업 및 공연산업 등이 그것이다.

여기서는 이와 같이 대표적인 청소년 관련 대중문화산업의 규모를 살펴 봄으로써 우리 나라의 학교청소년들이 참여하고 소비하게 될 대상에 대한 이해를 돕고자 한다.

1) 영화시장

2000년 현재 영화시장은 <표 3>에서 보면 총 관객수 6,500만여명에 흥행수입은 3,453억원에 이른 것으로 조사되었다. 특징적인 현상으로는 최근에 들면서 한국영화의 관객 및 흥행수입 점유율이 점차로 커간다는 점이다.

<표 3> '96~2000 방화와 외화의 관객수 및 흥행수입(전국기준)

구 분		1996년		1997년		1998년		1999년		2000년	
관객 (만명)	한국영화	976	23.1%	1,212	25.5%	1,259	25.1%	2,098	36.1%	2,126	32.7%
	외국영화	3,250	76.9%	3,540	74.5%	3,758	74.9%	3,712	63.9%	4,375	67.3%
	계	4,226	100%	4,752	100%	5,017	100%	5,810	100%	6,501	100%
흥행 수입 (억원)	한국영화	459	22.4%	600	25.2%	629	24.3%	1,089	35.8%	1,119	32.4%
	외국영화	1,582	77.6%	1,784	74.8%	1,955	75.7%	1,951	64.2%	2,334	67.6%
	계	2,041	100%	2,384	100%	2,584	100%	3,040	100%	3,453	100%

출처: 문화관광부, 2000년도 문화산업진흥연차보고서, p.20

2) 음반시장

<표 4>에서 보면 음반수요의 가장 큰 수요집단은 10대임을 알 수 있다. 즉 전체의 47%가 10대이다. 따라서 청소년은 음반시장 혹은 대중음악 관련 산업에서 주도적인 참여층임을 알 수 있다.

<표 4> 연령별 음반수요 형태

10대	20대	30대	기타
47%	31%	16%	6%

출처: 문화관광부, 2000년도 문화산업진흥연차보고서, p.29

<표 5>는 국내음반시장의 규모를 나타낸 것인데, 2001년 현재 약 3,700억원 규모로 나타나고 있으며, 이 규모는 매년 지속적인 성장세를 보이고 있다.

<표 5> 국내음반시장의 규모

(단위: 억원)

구 분	'95	'96	'97	'98	'99	2000	2001
시장규모	3,790	4,045	4,160	3,530	3,800	4,104	3,700

출처: 문화관광부, 2000년도 문화산업진흥연차보고서, p.29

<표 6>은 국내 음반시장에서의 생산물량 및 매출액을 조사해본 것인데 국내제작사 기준으로 2001년 현재 약 2조 8000만장 정도이며 매출액 규모도 2,000억원 규모로 파악된다.

<표 6> 음반 국내매출액 및 생산량 (국내제작사 기준)

(단위: 백만원, 만개)

구 분	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
생산물량	18,408	18,783	23,626	20,080	25,989	28,328	28,667
매출액	137,890	150,361	196,362	166,900	183,590	205,620	196,572

출처: 문화관광부, 2000년도 문화산업진흥연차보고서, p.29

3) 게임시장

<표 7>은 국내게임시장 현황 및 전망치인데, 여기서 보면 총 게임 시장은 2003년 추정치로 약 1조 5천억원 규모에 이를 것으로 보인다. 이 중에서 성장률이 제일 높은 것은 온라인게임으로서 약 50%의 성장률을 보이고 있으며, 시장규모도 전체의 30% 가까운 4,856억원으로 추정된다. 이 분야 역시 주로 청소년들이 가장 많이 참여할 것으로 보이므로 이 분야에 대한 정확한 실태 파악은 매우 흥미로운 주제이다.

<표 7> 국내 게임시장 현황과 전망 : 출하규모기준

(단위:억원)

구분		아케이드 게임	PC게임	온라인 게임	비디오 게임	모바일 게임	합계
2000		5,129	1,162	1,915	125	27	8,359
2001	금액	5,642	1,278	2,873	250	70	10,113
	성장률	10%	10%	50%	100%	160%	21%
2002	금액	6,770	1,534	3,735	375	182	12,596
	성장률	20%	20%	30%	50%	160%	25%
2003	금액	7,786	1,841	4,856	563	688	15,734
	성장률	15%	20%	30%	50%	278%	25%

* 자료: 2001 대한민국 게임백서, (재) 게임종합지원센터, 2001

4) 공연시장

<표 8>은 공연예술시장의 규모 추정액이다. 2000년 현재 약 800억원 이 추정된다.

<표 8> 우리나라 공연예술시장 규모

구 분	1995	1996	1997	1998	1999	2000
규모추정액 (억원)	520	650	740	650	820	800

Ⅲ. 연구방법

1. 조사대상
2. 분석방법
3. 조사도구 제작

III. 연구방법

1. 조사대상

본 연구에서는 전국의 모든 초·중·고등학생을 연구의 모집단으로 하여 서울과 대도시, 지방의 비율을 균등하게 하여 표집하였다. 연구대상으로 총 1000명을 표집하고 설문을 실시하고 있다. 설문지는 2002년 6월 20 - 7월 10일 사이에 방문조사를 통해 수집하였는데, 최종 수집되어 분석에 사용된 사례는 <표 9>에서 보듯이 초등학생 270명, 중학생 181명, 고등학생 381명, 총 832명이었다.

<표 9> 청소년 문화소비조사 분석사례수

(단위: 명)

지역	성별	초등학생	중학생	고등학생	전체
서울	남학생	42	54	102	198
	여학생	46	36	104	186
	전체	88	90	206	384
광역시	남학생	46	-	30	76
	여학생	46	60	59	165
	전체	92	-	89	181
기타	남학생	45	61	27	133
	여학생	45	30	59	134
	전체	90	91	86	267
전국	남학생	133	115	159	407
	여학생	137	126	222	485
	전체	270	181	381	832

2. 분석 방법

본 연구에서는 설문지 조사에 의한 분석과 조사된 결과를 중심으로 우리 나라 전체 청소년들이 소비하는 대중문화소비액 총규모를 산출하기 위한 수리모델링을 하였다.

1) 집단별 차이 분석

학교급별, 지역별, 성별, 그리고 학생들의 성적 수준별로 소비행태를 분류하고 학생1인당 소비액을 추정하였다. .

2) 총규모 추정을 위한 수리모델링

총규모 추정을 위한 수리모델링은 지역별, 학교급별, 성별 학생1인당 액수를 추정하여 전국 학생분포값에 적용함으로써 우리 나라 학교청소년들의 총 대중문화 소비액수를 추정하였다.

3. 조사도구 제작

본 연구에서는 대중문화 소비실태 조사지를 만들기 위해 두 가지 절차를 택하였다. 일차적으로는 관련문헌에 대한 검토를 바탕으로 예비문항을 설정한 후 D 지역의 중학생 5명과 함께 집담회를 통해 예비설문지를 작성하였다. 그리고 이 예비설문지에 근거하여 남학생 11명과 여학생 17명을 대상으로 예비조사를 실시하였다. 예비 분석 결과는 4장 연구결과에 제시하였다. 이차적으로는 이 예비분석 결과를 참조하고 다시 중고생 각 5명과 대학교 1학년생들 5명의 검토를 거쳐서 최종 설문지를 작성하였다. 조사지의 내용은 부록에 제시되었다.

IV. 청소년의 대중문화 소비 행태

1. 공연관련 소비
2. 팬클럽 관련 소비 행태
3. 운동 경기 관람 행태
4. 음반류 관련 소비 행태
5. 영화관람 관련 소비 행태
6. 캐릭터 용품 구입 행태
7. PC방 및 핸드폰 등 기타 소비 행태

IV. 청소년의 대중문화 소비 행태

1. 공연관련 소비

<표 10>은 청소년들의 대중문화 공연 관람횟수 조사 결과이다. 대체적으로 약 10%에서 25%의 학생들이 공연을 관람하고 있으며, 초등학생보다는 중학생과 고등학생들이 참여율이 보다 높고, 서울과 광역시 지역 학생들이 기타 도지역 학생들보다 많은 것으로 나타나고 있다.

<표 10 > 대중문화 공연 관람횟수

(단위: 명,%)

학년	지역	성별	0회	1~2회	3~4회	5회이상
초등학교	서울 ($\chi^2=1.575$)	남학생	32(76.2)	7(16.7)	2(4.8)	1(2.4)
		여학생	35(76.1)	5(10.9)	5(10.9)	1(2.2)
		전체	67(76.1)	12(13.6)	7(8.0)	2(2.3)
	광역시 ($\chi^2=2.258$)	남학생	38(82.6)	5(10.9)	1(2.2)	2(4.3)
		여학생	37(80.4)	4(8.7)	4(8.7)	1(2.2)
		전체	75(81.5)	9(9.8)	5(5.4)	3(3.3)
	기타 ($\chi^2=1.012$)	남학생	41(91.1)	4(8.9)	-	-
		여학생	40(88.9)	4(8.9)	1(2.2)	-
		전체	81(90.9)	8(8.9)	1(1.1)	-
중학교	서울 ($\chi^2=13.733$)	남학생	46(85.2)	5(9.3)	2(3.7)	1(1.9)
		여학생	18(50.0)	10(27.8)	3(8.3)	5(13.9)
		전체	64(71.1)	15(16.7)	5(5.6)	6(6.7)
	광역시 -	남학생	38(63.3)	15(25.0)	2(3.3)	5(8.3)
		여학생	38(63.3)	15(25.0)	2(3.3)	5(8.3)
		전체	38(63.3)	15(25.0)	2(3.3)	5(8.3)
	기타 ($\chi^2=2.603$)	남학생	57(93.4)	3(4.9)	1(1.6)	-
		여학생	27(90.0)	2(6.7)	-	1(3.3)
		전체	84(92.3)	5(5.5)	1(1.1)	1(1.1)
고등학교	서울 ($\chi^2=9.806$)	남학생	74(72.5)	22(21.6)	5(4.9)	1(1.0)
		여학생	58(55.8)	37(35.6)	3(2.9)	6(5.8)
		전체	132(64.1)	59(28.6)	8(3.9)	7(3.4)
	광역시 ($\chi^2=4.137$)	남학생	22(73.3)	6(20.0)	2(6.7)	-
		여학생	31(52.5)	21(35.6)	5(8.5)	2(3.4)
		전체	53(59.6)	27(30.3)	7(7.9)	2(2.2)
	기타 ($\chi^2=5.302$)	남학생	19(70.4)	4(14.8)	2(7.4)	2(7.4)
		여학생	48(81.4)	9(15.3)	2(3.4)	-
		전체	67(77.9)	13(15.1)	4(4.7)	2(2.3)

참여 횟수 측면에서 살펴보면 대체적으로 1~2회가 대부분이며, 5회 이상 참여하는 학생들도 초등학교의 경우 2~3%, 중고등학교 경우는 7~8%로 나타나고 있다.

<표 11> 공연티켓 가격

(단위: 명,%)

학년	지역	성별	3만원 이하	3~4만원	6만원 이상	8만원 이상
초등학교	서울 ($\chi^2=3.997$)	남학생	4(50.0)	4(50.0)		
		여학생	10(90.9)	1(9.1)	-	-
		전체	14(73.7)	5(26.3)	-	-
	광역시 ($\chi^2=1.250$)	남학생	4(57.1)	2(28.6)	1(14.3)	-
		여학생	5(62.5)	3(37.5)	-	-
		전체	9(60.0)	5(33.3)	1(6.7)	-
	기타 ($\chi^2=3.214$)	남학생	2(50.0)	2(50.0)	-	-
		여학생	5(100.0)	-	-	-
		전체	7(77.8)	2(22.2)	-	-
중학생	서울 ($\chi^2=0.026^*$)	남학생	5(55.6)	4(44.4)	-	-
		여학생	10(58.8)	7(41.2)	-	-
		전체	15(57.7)	11(42.3)	-	-
	광역시	여학생	8(36.4)	12(54.5)	2(9.1)	-
		전체	8(36.4)	12(54.5)	2(9.1)	-
	기타 ($\chi^2=2.917$)	남학생	2(50.0)	2(50.0)	-	-
		여학생	-	2(66.7)	1(33.3)	-
		전체	2(28.6)	4(57.1)	1(14.3)	-
고등학교	서울 ($\chi^2=14.102$)	남학생	17(65.4)	7(26.9)	2(7.7)	-
		여학생	12(25.5)	34(72.3)	1(2.1)	-
		전체	29(39.7)	41(56.2)	3(4.1)	-
	광역시 ($\chi^2=5.421$)	남학생	5(71.4)	1(14.3)	1(14.3)	-
		여학생	16(57.1)	12(42.9)	-	-
		전체	21(60.0)	13(37.1)	1(2.9)	-
	기타 ($\chi^2=3.896$)	남학생	3(37.5)	3(37.5)	-	2(25.0)
		여학생	3(27.3)	8(72.7)	-	-
		전체	6(31.6)	11(57.9)	-	2(10.5)

* $p < 0.05$ 이하인 것

<표 11>은 공연티켓 가격에 대한 조사결과이다. 초등학교들의 경우는 3만원 이하의 경우가 60~70%를 차지하고 있는데 비해 중고등학교들의 경우는 그보다 약간 많은 3~4만원 공연티켓을 사고 참여하고 있는 것으

로 나타나고 있다. 한편 중고생의 경우는 6만원 이상 티켓을 사고 참여하는 경우도 약 2~3%의 비율로 나타나고 있다. 지역별로 볼 때는 대체로 서울지역 학생들이 광역시나 기타 도에 비해, 성별로는 여학생들이 약간 비싼 가격의 티켓을 사는 것으로 보인다.

<표 12>는 공연참가를 위해 소요하는 각종 부대비용들을 조사한 것인데, 이러한 비용에는 교통비와 각종 팬시용품들이 포함된다. 자료의 신뢰성에 전혀 문제가 없지는 않지만 대체로 보아 남녀 학생을 평균으로 서울의 초등학생은 약 22,866원, 중학생은 34,000원, 고등학생은 20,040원으로 나타났다. 조사결과상의 초중고 생들간의 차이는 약간 의심스러우며, 특히 초등학생의 경우 성별에 따라서 공연참가 부대 비용이 극심한 차이를 보임으로 인해 여학생의 응답에 의문이 있다고 판단된다. 따라서 최종적으로 총 문화소비액을 추정함에 있어서는 남학생 자료에 의존하고자 한다.

<표 12> 공연참가 부대비용

(단위: 원)

학년	지역	성별		평균
		남학생	여학생	
초등학생	서울	55,000	6,800*	22,866
	광역시	45,500	60,000	50,333
	기타	19,400	6,000*	12,700
중학생	서울	28,000	40,000	34,000
	광역시	-	56,651	56,651
	기타	23,003	-	23,003
고등학생	서울	11,733	32,500	20,040
	광역시	-	27,000	27,000
	기타	80,000	20,000	50,000

2. 팬클럽 관련 소비 행태

<표 13>은 초중고생들의 연예인 대상 팬클럽 가입 실태를 조사한 결과이다. 가입 경험을 살펴 보면 초등학생들의 경우는 대체로 10% 내외이며, 여학생들의 경우가 약간 많은 것으로 나타났으며, 중학생과 고등학생들은 서울의 여중학생들이 17% 수준, 그리고 고등학생들의 경우는 광역시 여학생의 경우 26.9%에 이르기까지 꽤 높은 것으로 나타나고 있다. 현재 가입되어 있는 경우도 거의 비슷한 수준으로 나타나고 있으며, 현재는 아니지만 장래에 가입의사가 이는 학생들의 경우도 10 ~ 20% 수준으로 나타나고 있어서 초중고생들의 팬클럽 가입에 대한 관심이 비교적 높은 것임을 알 수 있다.

<표 13> 팬클럽 가입 실태

(단위: 명,%)

학년	지역	성별	전혀 없다	가입해 본 경험이 있다	현재 가입되어 있다	가입경험이 없지만 가입 의사가 있다
초등학생	서울 ($\chi^2=8.418$)	남학생	32(88.9)	1(2.8)	3(8.3)	-
		여학생	29(64.4)	5(11.1)	5(11.1)	6(13.3)
		전체	61(75.3)	6(7.4)	8(9.9)	6(7.4)
	광역시 ($\chi^2=6.705$)	남학생	42(93.3)	2(4.4)	1(2.2)	-
		여학생	33(76.7)	4(9.3)	1(2.3)	5(11.6)
		전체	75(85.2)	6(6.8)	2(2.3)	5(5.7)
	기타 ($\chi^2=14.666$)	남학생	40(97.6)	-	-	1(2.4)
		여학생	29(65.9)	6(13.6)	6(13.6)	3(6.8)
		전체	69(81.2)	6(7.1)	6(7.1)	4(4.7)
중학생	서울 ($\chi^2=16.936$)	남학생	43(84.3)	2(3.9)	5(9.8)	1(2.0)
		여학생	15(42.9)	6(17.1)	9(25.7)	5(14.3)
		전체	58(67.4)	8(9.3)	14(16.3)	6(7.0)
	광역시 -	남학생	-	-	-	-
		여학생	30(50.8)	4(6.8)	12(20.3)	13(22.0)
		전체	30(50.8)	4(6.8)	12(20.3)	13(22.0)
	기타 ($\chi^2=12.021$)	남학생	45(84.9)	5(9.4)	1(1.9)	2(3.8)
		여학생	18(62.1)	1(3.4)	3(10.3)	7(24.1)
		전체	63(76.8)	6(7.3)	4(4.9)	9(11.0)
고등학생	서울 ($\chi^2=14.099$)	남학생	74(77.9)	16(16.8)	3(3.2)	2(2.1)
		여학생	56(56.0)	22(22.0)	15(15.0)	7(7.0)
		전체	130(66.7)	38(19.5)	18(9.2)	9(4.6)
	광역시 ($\chi^2=6.226$)	남학생	21(75.0)	2(7.1)	1(3.6)	4(14.3)
		여학생	31(59.6)	14(26.9)	4(7.7)	3(5.8)
		전체	52(65.0)	16(20.0)	5(6.3)	7(8.8)
	기타 ($\chi^2=1.852$)	남학생	17(68.0)	4(16.0)	3(12.0)	1(4.0)
		여학생	35(62.5)	10(17.9)	4(7.1)	7(12.5)
		전체	52(64.2)	14(17.3)	7(8.6)	8(9.9)

<표 14>는 팬클럽 회비 실태 조사 결과인데, 여기서 보면 초등학교 가입자들의 80% 이상은 1만원 이하의 회비를 내는 팬클럽에 가입하는 경향이 있으며, 중고등학생들의 경우는 이보다 약간 비싼 1~3만원이 소요되는 클럽에 가입하며 중학생들의 경우는 그 이상의 3~5만원의 클럽에도 가입하는 경향이 있는 것으로 조사되었다.

<표 14> 팬클럽 회비 실태

(단위: 명,%)

학년	지역	성별	1만원 이하	1~3만원	3~5만원	5만원 이상
초등학생	서울 ($\chi^2=0.069$)	남학생	4(80.0)	1(20.0)	-	-
		여학생	6(85.7)	1(14.3)	-	-
		전체	10(83.3)	2(16.7)	-	-
	광역시 ($\chi^2=2.357$)	남학생	4(100.0)	-	-	-
		여학생	4(57.1)	3(42.9)	-	-
		전체	8(72.7)	3(27.3)	-	-
	기타 -	여학생	7(87.5)	1(12.5)	-	-
		전체	7(87.5)	1(12.5)	-	-
중학생	서울 ($\chi^2=1.477$)	남학생	2(33.3)	3(50.0)	1(16.7)	-
		여학생	2(11.8)	12(70.6)	3(17.6)	-
		전체	4(17.4)	15(65.2)	4(17.4)	-
	광역시 -	여학생	2(8.3)	16(66.7)	6(25.0)	-
		전체	2(8.3)	16(66.7)	6(25.0)	-
	기타 ($\chi^2=4.275$)	남학생	3(60.0)	1(20.0)	1(20.0)	-
		여학생	-	2(50.0)	1(25.0)	1(25.0)
		전체	3(33.3)	3(33.3)	2(22.2)	1(11.1)
고등학생	서울 ($\chi^2=16.008$)	남학생	9(60.0)	5(33.3)	1(6.7)	-
		여학생	3(8.3)	29(80.6)	3(8.3)	1(2.8)
		전체	12(23.5)	34(66.7)	4(7.8)	1(2.0)
	광역시 ($\chi^2=2.991$)	남학생	2(66.7)	1(33.3)	-	-
		여학생	3(18.8)	13(81.3)	-	-
		전체	5(26.3)	14(73.7)	-	-
	기타 ($\chi^2=5.540$)	남학생	3(37.5)	4(50.0)	-	1(12.5)
		여학생	1(7.1)	13(92.9)	-	-
		전체	4(18.2)	17(77.3)	-	1(4.5)

<표 15>는 팬클럽 가입동기를 조사한 결과이다. 고등학생들의 경우는 연예인이 좋아서 가입하는 경우가 대부분을 차지하는 반면, 중학생에서 초등학생들로 옮겨갈수록 팬클럽에서 제공하는 각종 혜택이나 친구들의 영향으로 가입하는 경우도 많은 것으로 보인다.

<표 15> 팬클럽 가입 동기

(단위: 명,%)

학년	지역	성별	가입 경험 없음	연예인이 좋아서	팬클럽 가입 혜택	주위 친구들 의 영향
초등학생	서울 ($\chi^2=2.845$)	남학생	8(72.7)	2(18.2)	1(9.1)	-
		여학생	10(58.8)	7(41.2)	-	-
		전체	18(64.3)	9(32.1)	1(3.6)	-
	광역시 ($\chi^2=1.332$)	남학생	12(75.0)	2(12.5)	1(6.3)	1(6.3)
		여학생	9(69.2)	3(23.1)	-	1(7.7)
		전체	21(72.4)	5(17.2)	1(3.4)	2(6.9)
	기타 ($\chi^2=2.550$)	남학생	1(100.0)	-	-	-
		여학생	4(25.0)	11(68.8)	1(6.3)	-
		전체	5(29.4)	11(64.7)	1(5.9)	-
중학생	서울 ($\chi^2=0.881$)	남학생	2(25.0)	5(62.5)	-	1(12.5)
		여학생	3(18.8)	11(68.8)	1(6.3)	1(6.3)
		전체	5(20.8)	16(66.7)	1(4.2)	2(8.3)
	광역시	여학생	14(48.3)	11(37.9)	4(13.8)	-
		전체	14(48.3)	11(37.9)	4(13.8)	-
	기타 ($\chi^2=2.956$)	남학생	8(57.1)	5(35.7)	-	1(7.1)
		여학생	1(20.0)	4(80.0)	-	-
		전체	9(47.4)	9(47.4)	-	1(5.3)
고등학생	서울 ($\chi^2=5.999$)	남학생	1(6.7)	14(93.3)	-	-
		여학생	-	29(78.4)	2(5.4)	6(16.2)
		전체	1(1.9)	43(82.7)	2(3.8)	6(11.5)
	광역시 ($\chi^2=4.861$)	남학생	5(62.5)	3(37.5)	-	-
		여학생	4(20.0)	15(75.0)	-	1(5.0)
		전체	9(32.1)	18(64.3)	-	1(3.6)
	기타 ($\chi^2=3.603$)	남학생	7(58.3)	4(33.3)	-	1(8.3)
		여학생	7(36.8)	12(63.2)	-	-
		전체	14(45.2)	16(51.6)	-	1(3.2)

3. 운동 경기 관람 행태

<표 16>은 초중고등생들의 운동경기 관람횟수를 조사한 결과이다. 가장 많이 가는 학생들은 서울지역에 사는 남학생들로 밝혀졌으며, 고등학생들의 경우는 초중생들에 비해 매우 적은 학생들만 관람하는 것으로 보여진다. 또한 운동경기를 관람하는 경우에도 대부분이 1~2회에 그치고 있으며, 초등학생들의 경우 3회 이상 경기를 관람하는 것으로 나타났다.

<표 16> 운동경기 관람 횟수

(단위: 명, %)

학년	지역	성별	안감	1~2회	3~4회	5회이상
초등학생	서울 ($\chi^2=7.522$)	남학생	20(47.6)	15(35.7)	4(9.5)	3(7.1)
		여학생	33(71.7)	9(19.6)	4(8.7)	-
		전체	53(60.2)	24(27.3)	8(9.1)	3(3.4)
	광역시 ($\chi^2=2.529$)	남학생	28(60.9)	6(13.0)	6(13.0)	6(13.0)
		여학생	31(67.4)	8(17.4)	5(10.9)	2(4.3)
		전체	59(64.1)	14(15.2)	11(12.0)	8(8.7)
	기타 ($\chi^2=0.345$)	남학생	43(95.6)	2(4.4)	-	-
		여학생	44(97.8)	1(2.2)	-	-
		전체	87(96.7)	3(3.3)	-	-
중학생	서울 ($\chi^2=4.163$)	남학생	34(63.0)	15(27.8)	3(5.6)	2(3.7)
		여학생	29(80.6)	5(13.9)	2(5.6)	-
		전체	63(70.0)	20(22.2)	5(5.6)	2(2.2)
	광역시	여학생	45(76.3)	11(18.6)	3(5.1)	-
		전체	45(76.3)	11(18.6)	3(5.1)	-
	기타 ($\chi^2=4.481$)	남학생	46(75.4)	12(19.7)	3(4.9)	-
		여학생	28(93.3)	2(6.7)	-	-
		전체	74(81.3)	14(15.4)	3(3.3)	-
고등학생	서울 ($\chi^2=6.158$)	남학생	72(70.6)	26(25.5)	3(2.9)	1(1.0)
		여학생	85(81.7)	14(13.5)	5(4.8)	-
		전체	157(76.2)	40(19.4)	8(3.9)	1(0.5)
	광역시 ($\chi^2=13.647$)	남학생	11(36.7)	12(40.0)	2(6.7)	5(16.7)
		여학생	36(61.0)	16(27.1)	7(11.9)	-
		전체	47(52.8)	28(31.5)	9(10.1)	5(5.6)
	기타 ($\chi^2=1.979$)	남학생	20(74.1)	6(22.2)	1(3.7)	-
		여학생	51(86.4)	7(11.9)	1(1.7)	-
		전체	71(82.6)	13(15.1)	2(2.3)	-

<표 17>에서 운동경기 관람 관련 부대비용을 조사한 결과는 기타 도 지역의 경우는 조사가 안되었는데, 서울을 기준으로 초등학생은 약 3,800 원, 중고생은 10,000원을 약간 웃도는 것으로 나타났다. 한편 광역시 학생들의 경우 부대비용이 약간 더 높게 나타나고 있는데, 이것은 상대적으로 경기장의 접근이 어려운 광역시 학생들의 경우 교통비 및 1회 관람비용이 많기 때문인 것으로 판단된다.

<표 17> 운동경기관람 총 부대비용

(단위: 원)

학년	지역	성별		
		남학생	여학생	평균
초등학생	서울	4,600	3,000	3,800
	광역시	21,000	6,500	13,750
중학생	서울	11,600	-	11,600
고등학생	서울	15,000	6,200	10,600
	광역시	23,000	-	23,000

4. 음반류 관련 소비 행태

<표 18>은 초중고생들의 음반류 관련 소비행태를 조사한 것이다. 고등학생들의 경우는 80~90%의 학생들이 음반류를 연간 최소 1개 이상 구입하는 것을 볼 수 있으며, 상대적으로 초등학생들의 경우는 구입 비율이 낮은 것을 알 수 있다. 일반적으로 남학생들보다는 여학생들의 구입비율이 높은 것으로 나타나고 있으며, 지역별로는 서울지역보다는 광역시나 기타도의 학생들의 구입비율이 더 높은 것으로 나타나고 있다.

<표 18> CD 혹은 음악테이프 등의 음반구입 실태

(단위: 명, %)

학년	지역	성별	구입하지 않는다	구입한다
초등학생	서울 ($\chi^2=9.063$)	남학생	29(69.0)	13(31.0)
		여학생	17(37.0)	29(63.0)
		전체	46(52.3)	42(47.7)
	광역시 ($\chi^2=11.215$)	남학생	29(63.0)	17(37.0)
		여학생	13(28.3)	33(71.7)
		전체	42(45.7)	50(54.3)
	기타 ($\chi^2=0.045^*$)	남학생	20(44.4)	25(55.6)
		여학생	19(42.2)	26(57.8)
		전체	39(43.3)	51(56.7)
중학생	서울 ($\chi^2=7.013$)	남학생	27(50.0)	27(50.0)
		여학생	8(22.2)	28(77.8)
		전체	35(38.9)	55(61.1)
	광역시 -	여학생	11(18.3)	49(81.7)
		전체	11(18.3)	49(81.7)
	기타 ($\chi^2=8.712$)	남학생	32(52.5)	29(47.5)
		여학생	6(20.0)	24(80.0)
		전체	38(41.8)	53(58.2)
고등학생	서울 ($\chi^2=0.165$)	남학생	25(24.5)	77(75.5)
		여학생	23(22.1)	81(77.9)
		전체	48(23.3)	158(76.7)
	광역시 ($\chi^2=10.720$)	남학생	11(36.7)	19(63.3)
		여학생	5(8.5)	54(91.5)
		전체	16(18.0)	73(82.0)
	기타 ($\chi^2=0.018^*$)	남학생	3(11.1)	24(88.9)
		여학생	6(10.2)	53(89.8)
		전체	9(10.5)	77(89.5)

* $p<0.05$ 이하인 것

<표 19>는 CD 및 오디오테이프를 구분하여 평균 구입량을 조사한 것인데, 광역시를 중심으로 볼 때 초등학생은 연평균 CD 2.1장, 테이프 2.4장을 구입하며, 중학생은 각각 2.8장, 2.7장으로 약간 많게 구입하고, 고등학생은 훨씬 많은 4.5장과 3.4장을 구입하는 것으로 나타났다. 남학생과 여학생을 비교해보면 일반적으로 여학생들이 더 많이 구입하는 것으로 나타나고 있는데, 서울의 고등학생 기준으로 남학생은 CD 4.7장임에 비해 여학생은 5.2장으로 나타나고 있다. 그러나 중학생의 경우, 또 지역에 따라서 남녀 학생들의 이러한 경향은 약간씩 서로 다르게 나타나고 있다. 그러나 여기에는 본 조사연구의 한계로 인한 신뢰성 문제에 기인할 수도 있기 때문에 전반적인 경향으로만 해석되어야 할 것이다.

<표 19> CD 및 TAPE 평균 구입량

(단위: 갯수)

학년	지역	CD			TAPE		
		남학생	여학생	평균	남학생	여학생	평균
초등학생	서울	0.6	1.6	1.1	1.3	1.8	1.5
	광역시	1.1	3.6	2.1	.9	4.3	2.4
	기타	1.3	0.9	1.1	.8	1.6	1.2
중학생	서울	4.4	3.5	3.8	3.3	2.7	2.9
	광역시		2.8	2.8		2.7	2.7
	기타	0.7		1.7	1.6	6.3	3.2
고등학생	서울	4.7	5.2	4.9	4.3	4.7	4.5
	광역시	4.4	4.6	4.5	1.6	4.3	3.4
	기타	7.7	6.4	6.8	4.2	4.0	4.1

<표 20>은 음반류 구입동기를 조사한 것인데, 대체적으로는 노래가 좋아서 구입하지만, 초중생의 경우 그리고 여학생들의 경우는 좋아하는 가수라는 이유만으로도 구입하는 경향도 상당수 있음을 알 수 있다.

<표 20> 음반류 구입동기

(단위: 명,%)

학년	지역	성별	좋아하는 가수의 앨범	노래가 좋아서	기타
초등학생	서울	남학생	1(6.3)	12(75.0)	3(18.8)
		($\chi^2=9.17$) 여학생	18(47.4)	18(47.4)	2(5.3)
		전체	19(35.2)	30(55.6)	5(9.3)
	광역시	남학생	5(22.7)	15(68.2)	2(9.1)
		($\chi^2=2.616$) 여학생	14(41.2)	19(55.9)	1(2.9)
		전체	19(33.9)	34(60.7)	3(5.4)
	기타	남학생	5(21.7)	17(73.9)	1(4.3)
		($\chi^2=3.451$) 여학생	12(44.4)	13(48.1)	2(7.4)
		전체	17(34.0)	30(60.0)	3(6.0)
중학생	서울	남학생	5(19.2)	20(76.9)	1(3.8)
		($\chi^2=4.522$) 여학생	14(42.4)	19(57.6)	-
		전체	19(32.2)	39(66.1)	1(1.7)
	광역시	여학생	21(40.4)	25(48.1)	6(11.5)
		- 전체	21(40.4)	25(48.1)	6(11.5)
		남학생	7(20.0)	23(65.7)	5(14.3)
	기타	($\chi^2=12.415$) 여학생	15(62.5)	9(37.5)	-
		전체	22(37.3)	32(54.2)	5(8.5)
		남학생	27(33.3)	54(66.7)	-
고등학생	서울	($\chi^2=5.098$) 여학생	30(34.9)	51(59.3)	5(5.8)
		전체	57(34.1)	105(62.9)	5(3.0)
		남학생	7(33.3)	14(66.7)	-
	광역시	($\chi^2=0.225$) 여학생	15(27.8)	39(72.2)	-
		전체	22(29.3)	53(70.7)	-
		남학생	3(12.5)	19(79.2)	2(8.3)
	기타	($\chi^2=4.149$) 여학생	16(30.2)	36(67.9)	1(1.9)
		전체	19(24.7)	55(71.4)	3(3.9)
		남학생			

5. 영화관람 관련 소비 행태

<표 21>은 한달 평균 학생들의 영화관람 횟수 조사결과이다. 가장 많이 영화관을 가는 학생들은 서울의 중학생들로서 평균 1.7회이며 여학생들은 1.93회로 매우 높게 나타났다. 광역시와 기타지역의 초등학생들은 모두 1회 미만으로 나타났고, 기타 지역의 중학생들의 경우도 1회 미만으로 나타나고 있는데, 이는 지역의 영화관이 상대적으로 적거나 없다는 것을 반영하고 있다고 볼 수 있다.

<표 21> 한 달 평균 영화관람 횟수

학년	지역	성별		평균
		남학생	여학생	
초등학생	서울	1.19	1.42	1.31
	광역시	.96	.97	.96
	기타	.63	.76	.69
중학생	서울	1.56	1.93	1.70
	광역시	-	1.18	1.18
	기타	.57	.70	.62
고등학생	서울	1.20	1.42	1.31
	광역시	1.77	1.67	1.71
	기타	1.26	1.27	1.27

<표 22>는 관람영화를 선택하는 동기를 조사한 결과인데 대부분 영화 자체가 재미있기 때문이었다고 응답하고 있으며, 두 번째 이유로는 주위의 추천과 그 다음으로는 좋아하는 배우가 출연했기 때문이라고 응답하였다.

<표 22> 관람 영화 선택 동기

(단위: 명,%)

학년	지역	성별	좋아하는 배우출연	주위의 추천	재미있어서	친구들과 어울리기 위해
초등학생	서울 ($\chi^2=4.674$)	남학생	1(3.1)	2(6.3)	28(87.5)	1(3.1)
		여학생	2(4.8)	9(21.4)	31(73.8)	-
		전체	3(4.1)	11(14.9)	59(79.7)	1(1.4)
	광역시 ($\chi^2=0.538$)	남학생	2(6.7)	3(10.0)	23(76.7)	2(6.7)
		여학생	3(9.7)	3(9.7)	24(77.4)	1(3.2)
		전체	5(8.2)	6(9.8)	47(77.0)	3(4.9)
	기타 ($\chi^2=0.227$)	남학생	2(8.3)	3(12.5)	19(79.2)	-
		여학생	3(12.5)	3(12.5)	18(75.0)	-
		전체	5(10.4)	6(12.5)	37(77.1)	-
중학생	서울 ($\chi^2=4.567$)	남학생	5(11.4)	2(4.5)	34(77.3)	3(6.8)
		여학생	1(2.9)	5(14.3)	28(80.0)	1(2.9)
		전체	6(7.6)	7(8.9)	62(78.5)	4(5.1)
	광역시 -	여학생	3(5.6)	11(20.4)	40(74.1)	-
		전체	3(5.6)	11(20.4)	40(74.1)	-
	기타 ($\chi^2=4.056$)	남학생	3(8.1)	-	34(91.9)	-
		여학생	-	-	11(91.7)	1(8.3)
		전체	3(6.1)	-	45(91.8)	1(2.0)
고등학생	서울 ($\chi^2=1.679$)	남학생	7(8.1)	9(10.5)	67(77.9)	3(3.5)
		여학생	5(5.4)	14(15.1)	69(74.2)	5(5.4)
		전체	12(6.7)	23(12.8)	136(76.0)	8(4.5)
	광역시 ($\chi^2=1.598$)	남학생	2(7.7)	4(15.4)	19(73.1)	1(3.8)
		여학생	6(11.1)	14(25.9)	32(59.3)	2(3.7)
		전체	8(10.0)	18(22.5)	51(63.8)	3(3.8)
	기타 ($\chi^2=10.527$)	남학생	-	-	21(87.5)	3(12.5)
		여학생	4(7.7)	10(19.2)	37(71.2)	1(1.9)
		전체	4(5.3)	10(13.2)	58(76.3)	4(5.3)

6. 캐릭터 용품 구입 행태

<표 23>은 연예인 관련 캐릭터 물품을 구입하는 실태에 대한 조사결과이다. 많은 학생들이 구입한 경험이 있는 것으로 나타나고 있으며, 자주 구입하는 학생들도 다수 있는 것으로 나타났다. 대체적으로는 중고등 학생들이 초등학생에 비해 구입경향이 높은 것으로 나타났는데, 서울의 여학생을 기준으로 볼 때 초등학생은 48.8%, 중학생은 61.8%, 고등학생은 62.9%로 나타났으며, 성별로는 남학생들보다 여학생들이 더 많은 것으로 보인다. 서울을 기준으로 남중생들은 68.8%가 전혀 경험이 없는 것으로 응답하였으나, 여중생들은 26.5%만 응답하였다.

<표 23> 연예인 관련 캐릭터 물품 구입 실태

(단위: 명, %)

학년	지역	성별	전혀 없다	구입해 본 경험이 있다	현재 자주 구입한다	구입경험 없지만 구입 의사
초등 학생	서울 ($\chi^2=14.618$)	남학생	30(75.0)	8(20.0)	-	2(5.0)
		여학생	14(34.1)	20(48.8)	3(7.3)	4(9.8)
		전체	44(54.3)	28(34.6)	3(3.7)	6(7.4)
	광역시 ($\chi^2=13.494$)	남학생	32(78.0)	8(19.5)	-	1(2.4)
		여학생	16(39.0)	21(51.2)	2(4.9)	2(4.9)
		전체	48(58.5)	29(35.4)	2(2.4)	3(3.7)
	기타 ($\chi^2=13.263$)	남학생	28(63.6)	15(34.1)	-	1(2.3)
		여학생	16(35.6)	21(46.7)	8(17.8)	-
		전체	44(49.4)	36(40.4)	8(9.0)	1(1.1)
중학생	서울 ($\chi^2=16.196$)	남학생	33(68.8)	14(29.2)	-	1(2.1)
		여학생	9(26.5)	21(61.8)	3(8.8)	1(2.9)
		전체	42(51.2)	35(42.7)	3(3.7)	2(2.4)
	광역시 -	여학생	12(20.7)	39(67.2)	3(5.2)	4(6.9)
		전체	12(20.7)	39(67.2)	3(5.2)	4(6.9)
		남학생	28(57.1)	15(30.6)	3(6.1)	3(6.1)
	기타 ($\chi^2=10.425$)	여학생	9(30.0)	14(46.7)	7(23.3)	-
		전체	37(46.8)	29(36.7)	10(12.7)	3(3.8)
		남학생	51(54.8)	39(41.9)	-	3(3.2)
고등 학생	서울 ($\chi^2=16.459$)	여학생	28(28.9)	61(62.9)	5(5.2)	3(3.1)
		전체	79(41.6)	100(52.6)	5(2.6)	6(3.2)
		남학생	20(66.7)	9(30.0)	-	1(3.3)
	광역시 ($\chi^2=8.335$)	여학생	20(35.7)	31(55.4)	3(5.4)	2(3.6)
		전체	40(46.5)	40(46.5)	3(3.5)	3(3.5)
		남학생	13(52.0)	9(36.0)	2(8.0)	1(4.0)
	기타 ($\chi^2=14.636$)	여학생	13(22.0)	45(76.3)	-	1(1.7)
		전체	26(31.0)	54(64.3)	2(2.4)	2(2.4)
		남학생	51(54.8)	39(41.9)	-	3(3.2)

<표 24>는 초중고생들의 캐릭터물품 구입에 쓰는 비용을 조사한 것이다. 광역시의 여중학생을 기준으로 살펴보면 사진류 구입에 862원, 의류 구입에 17,100원, 팬시용품구입에 2,437원 및 서적류 구입에 2,983원을 쓰고 있으며 기타 2,183원을 쓰고 있는 것으로 나타나고 있다. 물론 이러한 비용은 학생들이 조사 시점의 경험을 중심으로 응답한 것이기 때문에 다소 과잉 추정될 가능성도 전혀 배제할 수 없다.

<표 24> 캐릭터 물품구입 관련 비용(월간 평균)

(단위: 원)

학년	지역	성별	사진류	의류	팬시용품	서적류	그외
초등학교	서울	남학생	63	3,690	4,542	726	483
		여학생	410	3,565	1,965	1,042	695
		전체	244	3,625	3,195	891	594
	광역시	남학생	118	7,717	1,322	505	2,746
		여학생	668	22,260	1,635	1,733	2,155
		전체	393	14,989	1,479	1,119	2,451
	기타	남학생	516	1,122	530	188	333
		여학생	383	1,133	1,740	1,220	1,538
		전체	450	1,127	1,135	704	936
중학생	서울	남학생	726	6,981	1,454	2,240	1,787
		여학생	868	12,805	1,284	2,347	159
		전체	783	9,311	1,386	2,283	1,136
	광역시	여학생	862	17,100	2,437	2,983	2,183
		전체	862	17,100	2,437	2,983	2,183
	기타	남학생	213	7,762	931	1,665	1,323
		여학생	3,323	24,516	4,021	5,063	3,158
		전체	1,239	13,285	1,950	2,785	1,928
고등학교	서울	남학생	877	13,600	904	2,968	558
		여학생	541	20,985	1,563	2,659	1,480
		전체	708	17,328	1,237	2,812	1,024
	광역시	남학생	816	45,450	3,008	1,186	6,091
		여학생	522	10,474	3,305	2,559	542
		전체	621	22,264	3,205	5,696	2,412
	기타	남학생	857	19,351	3,620	4,407	8,046
		여학생	1,230	24,466	2,679	5,825	1,542
		전체	1,113	22,860	2,975	5,380	3,584

7. PC방 및 핸드폰 등 기타 소비 행태

<표 25>는 일주일 평균 PC 방 이용 요금을 조사한 것인데 이것은 학생당 평균 이용횟수와 횟수당 평균 이용요금을 곱하여 계산한 값이다. 가장 많이 쓰는 학생들은 중학생들로서 서울을 중심으로 했을 때 남학생들은 월평균 4,096원 여학생들은 681원을 쓰고 있으며, 초등학생들은 각각 2,442원과 556원으로 약간 적게 나타나고 있다. 한편 기타지역 초등학생들은 가장 적은 470원을 쓰고 있는데 이 역시 지역적 문화수준을 반영하고 있는 것으로 판단된다.

<표 25> 일주일 평균 PC방 이용 요금

(단위: 원)

학년	지역	성별		평균
		남학생	여학생	
초등학생	서울	2,442	556	1,524
	광역시	3,563	1,264	2,582
	기타	545	390	470
중학생	서울	4,096	681	2,786
	광역시	-	1,769	1,769
	기타	3,833	455	4,083
고등학생	서울	2,507	810	1,734
	광역시	2,641	1,836	2,149
	기타	2,388	772	1,454

<표 26>은 월 평균 핸드폰 요금을 조사한 것인데, 광역시를 중심으로 초등학생은 월평균 26,375원을 중학생은 28,370원 그리고 고등학생은 28,964원을 쓰는 것으로 조사되었다. 서울은 이보다 약간씩 많은 26,818원, 31,094원 31,231원으로 나타났으며 남학생과 여학생간에는 뚜렷한 차이가 보이지 않았다. 지역별 차이는 일부 부실한 조사자료에 근거한 차이로 판단된다.

<표 26> 한달 평균 핸드폰 요금

(단위: 원)

학년	지역	성별		평균
		남학생	여학생	
초등학생	서울	13,666	31,750	26,818
	광역시	40,000	24,428	26,375
	기타	-	50,000	50,000
중학생	서울	37,857	26,585	31,094
	광역시	-	28,730	28,730
	기타	19,333	30,842	27,390
고등학생	서울	29,146	33,162	31,231
	광역시	20,388	33,026	28,964
	기타	34,071	34,352	34,270

<표 27>은 초중고생들의 월평균 용돈액을 주로 부모로부터 받는 수령액을 기준으로 조사한 것인데 초등학생들은 약 13,000원 내외, 중학생들은 약 25,000원 내외, 그리고 고등학생들은 3~4만원을 받고 있는 것으로 나타났다. 남학생과 여학생간에는 뚜렷한 차이가 보이지 않았으며 지역별로는 서울이 비교적 광역시나 기타지역에 비해 약간 많이 받고 있는 것으로 보인다.

<표 27> 월 평균 용돈 수령액

(단위: 원)

학년	지역	성별		평균
		남학생	여학생	
초등학생	서울	13,180	13,270	13,226
	광역시	13,000	13,112	13,052
	기타	13,822	13,111	13,466
중학생	서울	24,019	26,718	25,060
	광역시	-	26,916	26,916
	기타	20,616	27,137	22,741
고등학생	서울	46,422	42,397	44,491
	광역시	30,517	35,520	33,636
	기타	39,680	40,535	40,271

<표 28>은 학생들이 자신들의 월간 용돈 중에서 연예인과 관련된 대중문화 소비에 사용하는 금액의 비중에 대해 조사한 것인데, 대체적으로는 절반 이하를 쓴다고 하여 연예인 관련 비용이 큰 무리가 되지 않거나, 아니면 용돈 이외의 별도 비용으로 충당하고 있다고 판단된다. 그러나 약 10 ~ 15%의 학생들은 절반 이상을 이러한 문화소비에 사용하고 있으며 거의 대부분을 쓰고 있다고 응답한 학생들도 초중학생들의 경우에는 상당 수 있는 것으로 조사되었다.

<표 28> 용돈 중 연예인 관련 비용 비중

(단위: 명, %)

학년	지역	성별	절반 이하	약 절반	절반 이상	거의 대부분
초등학생	서울 ($\chi^2=2.604$)	남학생	28(93.3)	1(3.3)	-	1(3.3)
		여학생	37(90.2)	3(7.3)	1(2.4)	-
		전체	65(91.5)	4(5.6)	1(1.4)	1(1.4)
	광역시 ($\chi^2=0.282$)	남학생	18(85.7)	1(4.8)	1(4.8)	1(4.8)
		여학생	23(82.1)	2(7.1)	1(3.6)	2(7.1)
		전체	41(83.7)	3(6.1)	2(4.1)	3(6.1)
	기타 ($\chi^2=3.451$)	남학생	39(97.5)	1(2.5)	-	-
		여학생	33(86.8)	3(7.9)	-	2(5.3)
		전체	72(92.3)	4(5.1)	-	2(2.6)
중학생	서울 ($\chi^2=5.618$)	남학생	37(92.5)	1(2.5)	2(5.0)	-
		여학생	24(72.7)	4(12.1)	4(12.1)	1(3.0)
		전체	61(83.6)	5(6.8)	6(8.2)	1(1.4)
	광역시 -	남학생	-	-	-	-
		여학생	49(89.1)	5(9.1)	-	1(1.8)
		전체	49(89.1)	5(9.1)	-	1(1.8)
	기타 ($\chi^2=6.058$)	남학생	18(66.7)	5(18.5)	2(7.4)	2(7.4)
		여학생	26(89.7)	1(3.4)	-	2(6.9)
		전체	44(78.6)	6(10.7)	2(3.6)	4(7.1)
고등학생	서울 ($\chi^2=1.682$)	남학생	76(93.8)	3(3.7)	-	2(2.5)
		여학생	86(95.6)	2(2.2)	1(1.1)	1(1.1)
		전체	162(94.7)	5(2.9)	1(.6)	3(1.8)
	광역시 ($\chi^2=0.410$)	남학생	24(92.3)	2(7.7)	-	-
		여학생	46(95.8)	2(4.2)	-	-
		전체	70(94.6)	4(5.4)	-	-
	기타 ($\chi^2=3.064$)	남학생	21(91.3)	1(4.3)	-	1(4.3)
		여학생	57(98.3)	1(1.7)	-	-
		전체	78(96.3)	2(2.5)	-	1(1.2)

<표 29>에 의하면 이러한 문화비용들은 용돈으로 대체로 충당하고 있지만 30% 내외의 학생들은 가족이나 친척으로부터 별도로 받은 돈으로 충당하고 있으며, 아르바이트를 통해서 번 돈이나 친구들에게 빌린 돈으로 충당하고 있는 아이들도 소수 나타나고 있다.

<표 29> 문화비용 충당 방법

(단위: 명, %)

학년	지역	성별	용돈	용돈이외 가족이나 친척	아르 바이트	친구들에 게 빌림
초등학생	서울 ($\chi^2=2.576$)	남학생	16(80.0)	3(15.0)	1(5.0)	-
		여학생	19(61.3)	11(35.5)	1(3.2)	-
		전체	35(68.6)	14(27.5)	2(3.9)	-
	광역시 ($\chi^2=2.837$)	남학생	9(69.2)	3(23.1)	-	1(7.7)
		여학생	14(58.3)	10(41.7)	-	-
		전체	23(62.2)	13(35.1)	-	1(2.7)
	기타 ($\chi^2=0.025$)	남학생	8(66.7)	4(33.3)	-	-
		여학생	18(69.2)	8(30.8)	-	-
		전체	26(68.4)	12(31.6)	-	-
중학생	서울 ($\chi^2=3.752$)	남학생	17(85.0)	2(10.0)	1(5.0)	-
		여학생	19(70.4)	8(29.6)	-	-
		전체	36(76.6)	10(21.3)	1(2.1)	-
	광역시	여학생	34(66.7)	17(33.3)	-	-
		전체	34(66.7)	17(33.3)	-	-
	기타 ($\chi^2=0.304$)	남학생	12(66.7)	6(33.3)	-	-
		여학생	17(58.6)	12(41.4)	-	-
		전체	29(61.7)	18(38.3)	-	-
고등학생	서울 ($\chi^2=1.041$)	남학생	27(73.0)	10(27.0)	-	-
		여학생	40(65.6)	20(32.8)	1(1.6)	-
		전체	67(68.4)	30(30.6)	1(1.0)	-
	광역시 ($\chi^2=5.510$)	남학생	7(43.8)	9(56.3)	-	-
		여학생	27(77.1)	8(22.9)	-	-
		전체	34(66.7)	17(33.3)	-	-
	기타 ($\chi^2=7.525$)	남학생	10(71.4)	2(14.3)	1(7.1)	1(7.1)
		여학생	39(78.0)	11(22.0)	-	-
		전체	49(76.6)	13(20.3)	1(1.6)	1(1.6)

V. 청소년의 대중문화 소비 규모 추정

1. 대중문화 소비 규모 추정 방법
2. 분야별 대중문화 소비 규모
3. 대중문화 소비 총 규모 추정

V. 청소년의 대중문화 소비 규모 추정

1. 대중문화 소비 규모 추정 방법

본 조사연구에서는 청소년의 소비 규모를 추정하기 위해 비교적 단순한 추정방법을 선택하였다. 그것은 우리 나라에서 이 분야의 소비 규모 추정과 관련한 선행연구가 전혀 없기 때문이며, 본 조사연구는 이와 같은 상황에서 하나의 시험적인 연구로서 출발하였기 때문이다. 본 조사에서 추정한 방법을 설명하면 다음과 같다.

첫째 총 학생 중 분야별 소비에 참여하는 학생을 추정한다. 이것은 앞장의 소비 행태에서 조사된 결과에 따라 지역별로 학교급별로 그리고 남녀학생별로 각 분야별 참여율을 전국 학생수에 단순히 곱하여 조사한 값으로 간주되었다. 특히 여기서 초등학교의 경우는 청소년 범주로 고학년 즉 5학년과 6학년만을 대상으로 조사했으므로, 전국 초등학교의 추정값에 비하면 다소 과소추정될 가능성이 있다. 또한 고등학교의 경우도 일반고만을 대상으로 했기 때문에 실업고학생들까지 포함했을 경우를 생각하며 일부 과소 추정될 가능성도 배제할 수 없다.

둘째 학생당 단위비용을 추정함에 있어서는 학생들의 기억에 의한 비용에 의존하였으며, 집단별 참조값이 없는 경우는 전국평균 혹은 지역별 평균을 원용하였다.

셋째 총 비용은 두 번째 단계에서 추정된 단위비용과 첫 번째 단계에서 추정된 소비참여 학생수에 곱하여 산출되었다. 또한 이렇게 조사된 총 비용은 다시 전국의 학생수로 나눔으로써 전체 학생당 비용으로 재산출되었다.

본 조사연구는 이처럼 매우 단순한 수준의 추정방법에 의존하여 우리나라 청소년들의 대중문화 소비 규모를 시험적으로 산출하였다. 그럼으로 이 결과는 연구를 위한 기초자료로서 가치를 가질 뿐, 정책적인 판단

을 위한 자료로 사용함에 있어서는 신중한 고려가 필요할 것이다.

2. 분야별 대중문화 소비 규모

<표 30>은 공연관람 비용액을 추정한 결과이다. 전국적으로 볼 때 총 46,322백만원으로 추정되었으며, 학생당 비용으로 보면 평균 연 15,397원을 쓰고 있으며, 고등학생은 약 10,407원을 쓰고 있는 것으로 나타났다.

<표 30> 공연관람비용

구분	서울	광역시	기타도	전국
총 비용(백만원)	15,281	19,241	11,800	46,322
초등학생	4,182	4,936	3,138	12,257
중학생	6,200	7,915	1,267	15,381
고등학생	4,899	6,391	7,395	18,685
학생당비용(원)	15,397	13,643	4,515	9,235
초등학생	16,526	12,986	4,205	8,885
중학생	17,162	15,125	1,324	8,354
고등학생	12,956	12,606	8,123	10,407

<표 31>은 팬클럽 가입 회비 총액을 추정한 결과이다. 전국적으로 볼 때 총 2,597백만원으로 추정되었으며, 학생당 비용으로 보면 평균 연 822원을 쓰고 있으며, 초등학생은 학생당 1,202원, 중고등학생은 각각 973원, 421원을 쓰고 있는 것으로 나타났다.

<표 31> 팬클럽 가입 회비

구분	서울	광역시	기타도	전국
총 비용(백만원)	816	489	1,292	2,597
초등학생	305	99	578	982
중학생	351	144	97	593
고등학생	159	246	617	1,022
학생당비용(원)	822	347	495	518
초등학생	1,205	260	774	712
중학생	973	276	102	322
고등학생	421	485	678	569

<표 32>는 CD 및 오디오테이프 구입비용 총액을 추정한 결과이다. 전국적으로 볼 때 총 94,218백만원으로 추정되었으며, 학생당 비용으로 보면 평균 연 18,783원을 쓰고 있으며, 초등학생은 학생당 6,272원, 중학생은 18,989원, 고등학생은 28,185원을 쓰고 있는 것으로 나타났다.

<표 32> CD 및 테이프 구입 비용

구분	서울	광역시	기타도	전국
총비용(백만원)	47,511	14,013	32,694	94,218
초등학생	3,156	3,057	2,439	8,652
중학생	16,528	4,982	13,448	34,959
고등학생	27,827	5,974	16,807	50,607
학생당비용(원)	47,871	9,936	12,511	18,783
초등학생	12,471	8,043	3,268	6,272
중학생	45,754	9,521	14,059	18,989
고등학생	73,583	11,784	18,461	28,185

<표 33>은 영화 관람 비용 총액을 추정한 결과이다. 전국적으로 볼 때 총 375,083백만원으로 추정되었으며, 학생당 비용으로 보면 평균 연 74,777원을 쓰고 있으며, 초등학생은 학생당 15,746원, 중학생은 70,022원, 고등학생은 92,615원을 쓰고 있는 것으로 나타났다.

<표 33> 영화 관람 비용

구분	서울	광역시	기타도	전국
총비용(백만원)	95,613	129,400	150,069	375,083
초등학생	24,121	34,037	102,110	21,721
중학생	41,275	47,611	40,026	128,912
고등학생	32,617	57,668	76,006	166,291
학생당비용(원)	96,337	91,753	57,428	74,777
초등학생	95,313	89,550	136,823	15,746
중학생	114,259	90,988	41,846	70,022
고등학생	86,249	113,752	83,489	92,615

<표 34>는 팬시 의류 구입 비용 총액을 추정한 결과이다. 전국적으로 볼 때 총 73,031백만원으로 추정되었으며, 학생당 비용으로 보면 평균 연 14,560원을 쓰고 있으며, 초등학생은 학생당 5,260원, 중학생은 13,419원, 고등학생은 22,874원을 쓰고 있는 것으로 나타났다.

<표 34> 팬시 의류 비용

구분	서울	광역시	기타도	전국
총비용(백만원)	10,919	26,344	35,768	73,031
초등학생	919	5,495	841	7,255
중학생	3,515	6,115	15,075	24,704
고등학생	6,485	14,734	19,852	41,071
학생당비용(원)	11,001	18,680	13,687	14,560
초등학생	3,631	14,457	1,127	5,260
중학생	9,730	11,686	15,760	13,419
고등학생	17,148	29,064	21,806	22,874

<표 35>는 연예인 관련 각종 사진류를 구입하는 데 드는 비용 총액을 추정한 결과이다. 전국적으로 볼 때 총 4,421백만원으로 추정되었으며, 학생당 비용으로 보면 평균 연 881원을 쓰고 있으며, 초등학생은 학생당 390원, 중학생은 1,262원, 고등학생은 868원을 쓰고 있는 것으로 나타났다.

<표 35> 사진류 구입비용

구분	서울	광역시	기타도	전국
총비용(백만원)	615	899	2,906	4,421
초등학생	57	142	339	538
중학생	287	413	1,624	2,324
고등학생	271	344	944	1,559
학생당비용(원)	620	638	1,112	881
초등학생	227	373	454	390
중학생	793	790	1,698	1,262
고등학생	716	679	1,036	868

<표 36>는 각종 팬시용품을 구입하는 데 소요되는 비용 총액을 추정한 결과이다. 전국적으로 볼 때 총 10,963백만원으로 추정되었으며, 학생당 비용으로 보면 평균 연 2,186원을 쓰고 있으며, 초등학생은 학생당 1,611원, 중학생은 2,063원, 고등학생은 2,753원을 쓰고 있는 것으로 나타났다.

<표 36> 팬시용품 구입비용

구분	서울	광역시	기타도	전국
총비용(백만원)	1,801	3,154	6,009	10,963
초등학생	842	558	822	2,222
중학생	497	1,000	2,302	3,799
고등학생	462	1,596	2,885	4,942
학생당비용(원)	1,814	2,236	2,299	2,186
초등학생	3,329	1,468	1,101	1,611
중학생	1,374	1,912	2,407	2,063
고등학생	1,221	3,147	3,169	2,753

<표 37>는 각종 팬시서적을 구입하는 데 소요되는 비용 총액을 추정한 결과이다. 전국적으로 볼 때 총 15,963백만원으로 추정되었으며, 학생당 비용으로 보면 평균 연 3,182원을 쓰고 있으며, 초등학생은 학생당 822원, 중학생은 2,893원, 고등학생은 5,293원을 쓰고 있는 것으로 나타났다.

<표 37> 팬시서적 구입비용

구분	서울	광역시	기타도	전국
총비용(백만원)	2,115	5,567	8,281	15,963
초등학생	221	408	504	1,134
중학생	828	1,353	3,145	5,325
고등학생	1,066	3,805	4,632	9,503
학생당비용(원)	2,131	3,947	3,169	3,182
초등학생	875	1,075	676	822
중학생	2,291	2,586	3,287	2,893
고등학생	2,820	7,506	5,088	5,293

<표 38>은 각종 기타 각종 관련 비용 총액을 추정한 결과이다. 전국적으로 볼 때 총 11,897백만원으로 추정되었으며, 학생당 비용으로 보면 평균 연 2,372원을 쓰고 있으며, 초등학생은 학생당 1,277원, 중학생은 1,903원, 고등학생은 3,694원을 쓰고 있는 것으로 나타났다.

<표 38> 기타 비용

구분	서울	광역시	기타도	전국
총비용(백만원)	895	3,742	7,261	11,897
초등학생	148	940	673	1,761
중학생	368	1,032	2,104	3,504
고등학생	379	1,770	4,484	6,633
학생당비용(원)	901	2,653	2,779	2,372
초등학생	583	2,473	902	1,277
중학생	1,019	1,971	2,199	1,903
고등학생	1,002	3,492	4,925	3,694

<표 39>는 초중고생들의 PC 방 이용료 총액을 추정한 결과이다. 전국적으로 볼 때 총 462,538백만원으로 추정되었으며, 학생당 비용으로 보면 평균 연 92,213원을 쓰고 있으며, 초등학생은 학생당 63,903원, 중학생은 가장 많은 111,383원, 고등학생은 94,307원을 쓰고 있는 것으로 나타났다. 물론 여기서 고등학생의 경우 입시 준비로 인해 중학생에 비해 다소 적게 쓴다고 할 수 있으나, 중학생의 경우는 약간 과다 추정되었다고 볼 수 있을 것이다.

<표 39> PC방 이용료

구분	서울	광역시	기타도	전국
총비용(백만원)	100,412	191,076	171,051	462,538
초등학생	20,452	49,374	18,324	88,151
중학생	46,681	82,015	76,363	205,059
고등학생	33,279	59,687	76,363	169,328
학생당비용(원)	101,172	135,485	65,457	92,213
초등학생	80,813	129,903	24,554	63,903
중학생	129,224	156,738	79,834	111,383
고등학생	87,999	117,734	83,881	94,307

<표 40>는 초중고생들의 휴대폰 사용료 총액을 추정한 결과이다. 전국적으로 볼 때 총 676,170백만원으로 추정되었으며, 학생당 비용으로 보면 평균 연 11,234원을 쓰고 있으며, 초등학생은 학생당 15,096원, 중학생은 118,307원, 고등학생은 243,685원을 쓰고 있는 것으로 나타났다. 이처럼 최근 휴대폰 사용료는 청소년 학생들에게 가장 많은 비용을 유발하는 것으로 나타났다.

<표 40> 휴대폰 사용료

구분	서울	광역시	기타도	전국
총비용(백만원)	184,891	190,438	300,841	676,170
초등학생	10,775	5,572	4,478	20,825
중학생	61,048	80,670	76,088	217,806
고등학생	113,068	104,196	220,275	437,539
학생당비용(원)	186,291	135,032	115,124	134,803
초등학생	42,574	14,661	6,000	15,096
중학생	168,995	154,167	79,546	118,307
고등학생	298,990	205,529	241,960	243,685

<표 41>은 참고로 초중고 학생들의 연간 용돈액 총액을 추정한 결과이다. 전국적으로 볼 때 총 1,520,847백만원으로 추정되었으며, 학생당 비용으로 보면 평균 연 303,200원을 쓰고 있으며, 초등학생은 학생당 159,822원, 중학생은 250,188원, 고등학생은 467,710원을 쓰고 있는 것으로 나타났다.

<표 41> 연간 용돈

구분	서울	광역시	기타도	전국
총비용(백만원)	351,692	338,032	831,124	1,520,847
초등학생	40,157	59,531	120,779	220,467
중학생	109,644	78,585	272,374	460,604
고등학생	201,891	199,915	437,971	839,777
학생당비용(원)	354,354	239,686	318,049	303,200
초등학생	158,674	156,626	161,839	159,822
중학생	303,519	150,184	284,754	250,188
고등학생	533,865	394,338	481,087	467,710

3. 대중문화 소비 총 규모 추정

<표 42>는 전국 초중고 청소년들의 연간 총 문화소비 비용을 추정한 결과이다. 전국적으로 볼 때 총 1,773,204백만원으로 추정되었으며, 학생당 비용으로 보면 평균 연 353,510원을 쓰고 있으며, 초등학생은 학생당 119,973원, 중학생은 348,917원, 고등학생은 505,251원을 쓰고 있는 것으로 나타났다.

<표 42> 총 연간 문화소비 비용

구분	서울	광역시	기타도	전국
총비용(백만 원)	460,869	584,363	727,972	1,773,204
초등학생	65,179	104,618	134,247	165,498
중학생	177,578	233,249	231,539	642,366
고등학생	220,512	256,411	430,259	907,182
학생당비용(원)	464,357	414,350	278,575	353,510
초등학생	257,547	275,248	179,885	119,973
중학생	491,574	445,761	242,063	348,917
고등학생	583,105	505,778	472,616	505,251

<표 43>은 청소년의 대중문화 소비액 총액을 분야별로 학교급별로 구분해서 비교해본 것인데, 가장 많은 소비액은 휴대폰 사용요금으로서 전체의 38%를 차지하고 있으며, 특히 고등학생들의 경우는 48%로서 문화소비액의 절반 가까이를 휴대폰에 사용하고 있음을 알 수 있다. 다음으로 많이 드는 비용은 PC 방 이용요금인데 특히 초등학생들은 53% 이상을 사용하고 있는 것으로 나타나고 있다. 그다음 많은 비용은 영화관람 비용으로서 전체적으로는 약 21%으로 나타나고 있다.

<표 43> 청소년 대중문화 소비 비용의 학교급별 비교

	전체	초등학생	중학생	고등학생
공연관람비용	46,322 (2.61)	12,257 (7.41)	15,381 (2.39)	18,685 (2.06)
cd/tape구입	94,218 (5.31)	8,652 (5.23)	34,959 (5.44)	50,607 (5.58)
영화관람	375,083 (21.15)	21,721 (13.12)	128,912 (20.07)	166,291 (18.33)
사진류	2,597 (0.15)	982 (0.59)	593 (0.09)	1,022 (0.11)
팬클럽비용	4,421 (0.25)	538 (0.33)	2,324 (0.36)	1,559 (0.17)
팬시 의류	73,031 (4.12)	7,255 (4.38)	24,704 (3.85)	41,071 (4.53)
팬시 용품	10,963 (0.62)	2,222 (1.34)	3,799 (0.59)	4,942 (0.54)
팬시 서적	15,963 (0.90)	1,134 (0.69)	5,325 (0.83)	9,503 (1.05)
기타비용	11,897 (0.67)	1,761 (1.06)	3,504 (0.55)	6,633 (0.73)
pc방	462,538 (26.08)	88,151 (53.26)	205,059 (31.92)	169,328 (18.67)
휴대폰	676,170 (38.13)	20,825 (12.58)	217,806 (33.91)	437,539 (48.23)
총문화비용	1,773,204	165,498	642,366	907,182

<표 44>은 전국 초중고 청소년들의 연간 총 문화소비 비용 대비 용돈 수령액을 비교한 결과인데, 이것은 청소년들이 월 평균 가정에서 수령하는 용돈이 문화소비액을 감당할 수 있는가를 조사한 결과이다. 이에 따르면 전국적으로 볼 때 76%가 문화소비로 쓰여지고 있으며, 중학생의 경우는 96%, 결국 거의 대부분의 용돈이 문화소비액으로 쓰여지고 있는 것으로 나타났다. 이는 결국 초중고 학생들은 자신의 용돈과 거의 맞먹는 수준의 대중문화소비를 하고 있다고 볼 수 있다.

<표 44> 연간문화소비 비용 대비 용돈

구분	서울	광역시	기타도	전국
전체평균	0.83	1.21	0.54	0.76
초등학생	1.38	1.67	1.08	0.66
중학생	1.11	2.03	0.59	0.96
초등학생	0.58	0.80	0.52	0.60

VI. 결 론

VI. 결 론

본 연구는 지금의 대중문화가 성인기를 준비하는 청소년에게 잘못된 습관과 행동을 일으킬 수 있다는 문제점을 인식하고 청소년들이 대중매체와 대중연예인의 영향으로 하게 되는 소비의 유형을 살펴보고 그 소비비용의 규모를 추정할 것이다. 이를 통해 보다 건전한 청소년 소비 문화를 위한 몇 가지 제안을 하기 위한 목적으로 수행되었다.

이를 위해 본 연구에서는 먼저 대중문화와 대중매체의 의의와 관련 문화산업의 범주를 살펴 보았으며, 이를 기초로 청소년의 대중문화 소비행태 및 규모 분석을 위한 조사지를 개발하였다. 조사는 서울 및 대도시 그리고 기타 도 지역을 대상으로 초등학교 고학년과 중학생 및 고등학생을 대상으로 실시되었다.

연구결과는 두 가지 차원으로 분석되었다. 일차적으로는 각 분야별로 지역별 학교급별 소비행태를 분석하였으며, 이차적으로는 분석 결과에 준하여 대중문화 소비 규모를 총비용과 학생당 비용으로 구분하여 산출하여 보았다. 주요 결과는 다음과 같다.

1. 대중 문화소비 행태

첫째 공연관람 소비는 대체로 약 10%에서 25%의 학생청소년들이 공연을 관람하고 있으며, 초등학생보다는 중학생과 고등학생들이 참여율이 보다 높고, 서울과 광역시 지역 학생들이 기타 도지역 학생들보다 많은 것으로 나타나고 있다. 공연티켓 가격은 대개 3만원 이하인 경우로 나타나고 있다.

둘째, 팬클럽 가입 비율은 초등학생들의 경우는 대체로 10% 내외이며, 여학생들의 경우가 약간 많은 것으로 나타났으며, 중학생과 고등학생들

은 서울의 여중학생들이 17% 수준, 그리고 고등학생들의 경우는 광역시 여학생의 경우 26.9%에 이르기까지 꽤 높은 것으로 나타나고 있다. 팬클럽 회비는 대체적으로 1만원 이하인 경우가 많았으나, 중학생들의 경우는 그 이상의 3~5만원의 클럽에도 가입하는 경향이 있는 것으로 조사되었다. 팬클럽 가입동기는 연예인이 좋아서 가입하는 경우가 대부분을 차지하고 있으나, 중학생에서 초등학생들로 옮겨갈수록 팬클럽에서 제공하는 각종 혜택이나 친구들의 영향으로 가입하는 경우도 많은 것으로 보인다.

셋째 음반류 관련 소비행태를 조사한 바에 따르면, 고등학생들의 경우는 80~90%의 학생들이 음반류를 최소 1개 이상 구입하는 것을 볼 수 있으며, 상대적으로 초등학생들의 경우는 구입 비율이 낮게 나타났고, 일반적으로 남학생들보다는 여학생들의 구입비율이 높은 것으로 나타나고 있다. 평균 구입량은 광역시를 중심으로 볼 때 초등학생은 연평균 CD 2.1장, 테입 2.4장을 구입하며, 중학생은 각각 2.8장, 2.7장으로 약간 많게 구입하고, 고등학생은 훨씬 많은 4.5장과 3.4장을 구입하는 것으로 나타났다. 남학생에 비해 여학생들이 더 많이 구입하는 것으로 나타났다.

넷째, 영화관람이 학생들의 경우 비중이 높은 문화소비 영역의 하나인데, 서울의 중학생들은 월 평균 1.7회이며 여학생들은 1.93회나 가는 것으로 조사되었다. 관람영화를 선택하는 동기는 대체로 영화자체가 재미있기 때문이었다고 응답하였다.

다섯째, 연예인 관련 캐릭터 물품을 구입하는 실태를 보면, 중고등학생들이 초등학생에 비해 구입경향이 높은 것으로 나타났고, 성별로는 남학생들보다 여학생들이 더 많은 것으로 보인다. 캐릭터물품 구입에 쓰는 비용을 보면, 광역시의 여중학생을 기준으로 살펴보면 사진류 구입에 862원, 의류 구입에 17,100원, 팬시용품구입에 2,437원 및 서적류 구입에 2,983원을 쓰고 있으며 기타 2,183원을 쓰고 있는 것으로 나타나고 있다.

여섯째, PC방 및 핸드폰 사용료가 학생들에게는 가장 큰 비용이 드는

문화 소비 분야로 나타났다. PC 방 이용을 가장 많이 하는 학생들은 중학생들로서 서울을 중심으로 했을 때 남학생들은 월평균 4,096원 여학생들은 681원을 쓰고 있으며, 초등학생들은 각각 2,442원과 556원으로 약간 적게 나타나고 있다. 월 평균 핸드폰 요금을 조사한 바에 따르면, 광역시를 중심으로 초등학생은 월평균 26,375원을 중학생은 28,370원 그리고 고등학생은 28,964원을 쓰는 것으로 조사되었다.

마지막으로 학생들이 자신들의 월간 용돈 중에서 연예인과 관련된 대중문화 소비에 사용하는 금액의 비중에 대해 조사한 것인데, 대체적으로는 절반 이하를 쓴다고 하여 연예인 관련 비용이 큰 무리가 되지 않거나, 아니면 용돈 이외의 별도 비용으로 충당하고 있다고 판단된다. 그러나 약 10 ~ 15%의 학생들은 절반 이상을 이러한 문화소비에 사용하고 있으며 거의 대부분을 쓰고 있다고 응답한 학생들도 초중학생들의 경우에는 상당수 있는 것으로 조사되었다. 이러한 문화비용들은 용돈으로 대체로 충당하고 있지만 30% 내외의 학생들은 가족이나 친척으로부터 별도로 받은 돈으로 충당하고 있으며, 아르바이트를 통해서 번 돈이나 친구들에게 빌린 돈으로 충당하고 있는 아이들도 소수 나타나고 있다.

2. 대중 문화 소비 총액

전국 초중고 청소년들의 연간 총 문화소비 비용을 추정한 결과이다. 전국적으로 볼 때 총 1,773,204백만원으로 추정되었으며, 학생당 비용으로 보면 평균 연 353,510원을 쓰고 있으며, 초등학생은 학생당 119,973원, 중학생은 348,917원, 고등학생은 505,251원을 쓰고 있는 것으로 나타났다. 이를 분야별로 학교급별로 구분해서 살펴 보면, 가장 많은 소비액은 휴대폰 사용요금으로서 전체의 38%를 차지하고 있으며, 특히 고등학생들의 경우는 48%로서 문화소비액의 절반 가까이를 휴대폰에 사용하고 있음을 알 수 있다. 다음으로 많이 드는 비용은 PC 방 이용요금인데 특히 초등

학생들은 53% 이상을 사용하고 있는 것으로 나타나고 있다. 그 다음 많은 비용은 영화관람 비용으로서 전체적으로는 약 21%으로 나타났다.

3. 결론 및 제언

이상과 같은 연구 결과에 비추어 볼 때, 우리 나라 청소년 학생들의 대중문화 소비행태는 대체적으로 건전한 상태로 판단된다. 즉 신문과 방송에 보도되는 과도한 청소년들의 무분별한 대중문화 참여 및 소비 활동은 비교적 소수로 밝혀졌다고 볼 수 있으며 기성세대들이 걱정하는 것과는 달리 과도한 소비를 하고 있는 것으로 판단되지는 않는다. 그러나 음반류 구입과 PC 방 이용료, 그리고 휴대폰 사용료 실태에서 알 수 있듯이 청소년들에게는 자신들의 용돈 규모에서 비해 상당한 비중을 차지하고 있다. 따라서 이러한 비용 부담 완화를 위해 학생들을 위한 별도의 이용료 정책이 필요할 것으로 판단된다.

한편 대중 연예인들을 향한 팬클럽 참여, 공연 관람은 비용만으로는 큰 비중이 아니지만 공연참여율이 10%에서 25% 가까이 된다고 할 때 절대 수만으로도 최소 연간 100만에서 200만 가까운 연인원이 참여하고 있다고 볼 수 있다. 이는 우리 나라 대중문화 소비 시장에서 학생 청소년들이 차지하고 있는 규모가 만만치 않음을 의미하며, 감수성이 예민한 청소년들을 대상으로 하는 공연문화의 건전성은 매우 중요하다는 사실을 시사한다고 보겠다. 뿐만 아니라 음반류 구입비용도 거의 1,000억원에 가깝고 국내 총 음반시장의 규모가 2001년 현재 3,700억원으로 추정되고 있다는 사실을 볼 때 청소년들이 전체 시장의 3분의 1 가까이를 담당하고 있음을 의미한다. 따라서 대중음악 정책에 있어서 청소년을 대상으로 한 보다 심각한 고민이 필요하다는 것을 시사한다.

본 연구는 그동안 한국의 대중 문화에서 가장 큰 소비계층이면서도 주목을 받아오지 못한 청소년들의 참여 행태와 소비 규모를 추정하고 그

정책적 시사점을 제공했다는 점에서 큰 의미를 갖고 있다. 그렇지만 연구 방법론상으로 많은 한계를 안고 출발할 수밖에 없었으며, 결과 면에서도 여러 가지 한계점들을 안고 있다. 무엇보다도 대중문화의 개념과 청소년의 참여 범위에 대한 이론적 검토가 매우 일천한 상태에서 본 연구에서는 매우 자의적으로 범주를 설정할 수 밖에 없었다. 또한 소비행태 실태 조사 역시 800여명이라고 하는 비교적 작은 규모의 표본 밖에 확보하지 못했으며 무선 표본으로서의 전국적인 대표성을 갖기에는 한계가 많았다. 그럼에도 불구하고 조사 결과 상식적인 판단에 비추어 비교적 의미 있는 결과들이 나왔으며, 시험적인 연구로서 우리 나라 청소년들의 대중문화 소비 행태와 규모를 추정하는 기초적인 자료로서의 가치는 충분히 확보했다고 판단된다. 따라서 후속 연구가 보완되어 나간다면 보다 신뢰롭고 타당한 결과를 확보할 수 있다고 보아지며 이 연구는 그러한 연구들을 위한 출발점으로서 충분한 성과를 거두었다고 판단된다.

