

2020 대한민국 트렌드

우후죽순 ‘○○데이’ 문화, ‘소통의 계기가 된다’ 50%

어느 날이면, 편의점이나 제과점 앞에 초콜릿과 사탕이 예쁜 자태를 보이며 지나가는 사람을 유혹하고 있다. 그러면, ‘아, 발렌타인데이구, 화이트데이구나’하고 깨닫는다.

그런 날들은 사랑하는 사람끼리 나누는 것이라고 알았는데, 회사 사무실 내 책상 위에도 초콜릿이, 사탕이 놓여있다. ‘00데이’가 상업적이라고 비판적으로 생각했지만 선물을 받고 보니 기분은 좋다.

우리 사회의 데이 문화는 10대~20대 연령층이 주도하고 있다. 우리 국민은 데이 문화에 대해 상업적이긴 해도 사람 간 소통의 계기가 되고, 관계를 좋게 해주고, 사회 분위기를 좋게 한다고 긍정적으로 평가하고 있다.

목회데이터연구소 [넘버즈] 55호는 우리 생활 속에 깊숙이 들어와 있는 ‘○○데이’ 문화에 관해 살펴 본다.

일러두기

- 본 리포트에서 사용한 자료는 저작권법을 준수합니다.
- 본 리포트의 데이터는 소수점 첫째 자리에서 반올림하여 정수로 표기하였으므로, 보고서 상에서 표기된 값의 합이 100%가 되지 않을 수 있습니다.
- 복수 응답 문항의 빈도는 그 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- 본 리포트는 저작권법에 의해 각각의 통계마다 그 자료의 출처(생산자)를 의무적으로 명기하고 있습니다. 자료를 인용하실 경우, 원 자료 출처(생산자)를 반드시 밝혀주시기 바랍니다.

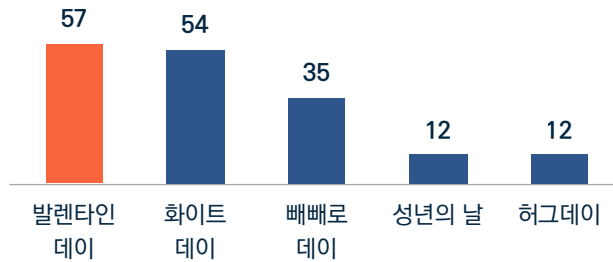
1



우리나라 3대 ‘○○데이’(기념일), ‘발렌타인데이’, ‘화이트데이’, ‘빼빼로데이’

- 여러 ‘○○데이’(기념일) 가운데 ‘나름의 의미가 있고, 서로 간의 관계 개선을 위해 필요한 3대 데이’로는 ‘발렌타인데이’(57%), ‘화이트데이’(54%) 그리고 ‘빼빼로데이’(35%)다. 3가지 기념일 모두 ‘사랑과 우정’을 나누는 날이다. ‘사랑과 우정’을 나누면서 서로 축복하는 계기가 되는 것이 바로 ‘데이(기념일)’이다.

[그림] 나름의 의미가 있고, 서로간의 관계 개선을 위해 필요하다고 생각하는 3대 데이(기념일)(3개 중복 응답) (%)



*자료 출처 : 트렌드모니터, '2019 데이 문화 관련 인식조사', 2019. 5. (전국 13~59세 남녀 1,000명)

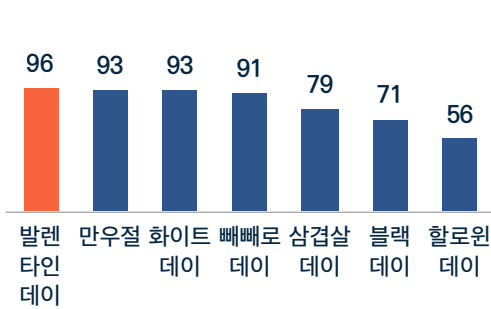
[표] 주요 ‘○○데이’(기념일)

| 기념일명 | 날 짜 | 설 명 |
|--------|---------|--|
| 발렌타인데이 | 2월 14일 | 여성이 남성에게 초콜릿 등을 선물하면서 고백하는 날 |
| 만우절 | 4월 1일 | 가벼운 거짓말로 서로를 즐겁게 해주는 날 |
| 화이트데이 | 3월 14일 | 남성이 여성에게 사탕 등을 선물하면서 고백하는 날 |
| 빼빼로데이 | 11월 11일 | 연인이나 친구끼리 서로 빼빼로를 주고 받는 날 |
| 삼겹살데이 | 3월 3일 | 축협이 양돈 농가의 소득을 늘리기 위해 지정한 날로 삼겹살을 먹는 날 |
| 블랙데이 | 4월 14일 | 솔로들끼리 검은 복장을 하고 짜장면을 먹으며 위로하는 날 |
| 할로윈데이 | 10월 31일 | 변장을 하고 아무 집이나 찾아가서 사탕이나 과자를 받는 날 |
| 허그데이 | 12월 14일 | 추운 날 연인끼리 사랑하는 마음으로 서로 안아주는 날 |

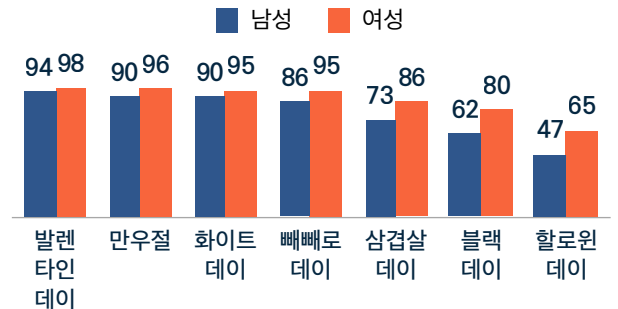
● 대표 ‘데이’(기념일)는 ‘발렌타인데이!’

- ‘데이’(기념일) 가운데 가장 많이 알려져 있는 ‘데이’(기념일)는 역시 ‘발렌타인데이’(96%)였다. 그 다음으로 ‘만우절’(93%), ‘화이트데이’(93%), ‘빼빼로데이’(92%)도 대부분 잘 알고 있는 기념일이었다. 발렌타인데이와 화이트데이가 가장 많이 알려진 것은 ‘데이’ 가운데 생긴 역사도 길고 생각만해도 가슴을 설레게 하는 ‘사랑’을 주제로 하는 날이기 때문이라고 생각된다.
- ‘데이’(기념일)에 대한 관심은 남녀 간에 차이가 있어서 모든 ‘데이’(기념일)는 남자보다 여자가 더 많이 알고 있는 것으로 조사되었다. 그만큼 ‘데이’에 대해 여자가 더 관심이 많다는 의미이다.

[그림] 데이(기념일) 인지도(상위 7위) (%)



[그림] 데이(기념일) 인지도(성별, 상위 7위) (%)

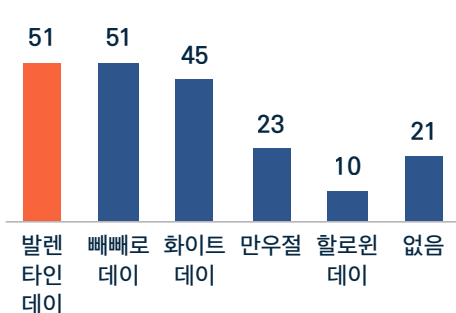


*자료 출처 : 트렌드모니터, '2019 데이 문화 관련 인식조사', 2019. 5. (전국 13~59세 남녀 1,000명)

● 웬만하면 넘어가지 않고 챙기는 데이, 10~20대 → ‘빼빼로데이’, 30대 이후 → ‘발렌타인데이’

- 꼭 챙기는 ‘데이’(기념일)로 ‘발렌타인데이’(51%)와 ‘빼빼로데이’(51%)가 동일하게 가장 높다.
- ‘10대~20대’는 챙겨야 하는 데일로 ‘빼빼로데이’를 응답한 비율이 더 높았던 반면, ‘30대’ 이상은 ‘발렌타인데이’를 응답한 비율이 높았다. 연인/부부 사이에서 ‘발렌타인데이’는 그냥 넘어가기 어려운 날인 것 같다.

[그림] 웬만하면 넘어가지 않고 챙기게 되는 데이(기념일)(상위 6위) (%)



[그림] 웬만하면 넘어가지 않고 챙기게 되는 데이(기념일)(연령별) (%)

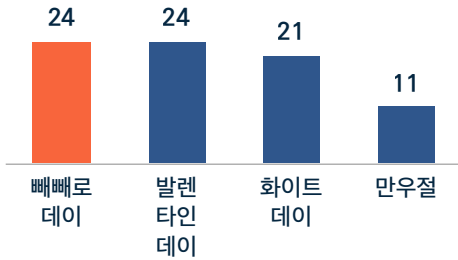
| 연령 | 발렌타인 데이 | 빼빼로 데이 | 화이트 데이 | 만우절 | 할로윈 데이 | 없음 |
|-----|---------|--------|--------|-----|--------|----|
| 10대 | 43 | 62 | 35 | 52 | 22 | 13 |
| 20대 | 49 | 54 | 46 | 26 | 10 | 23 |
| 30대 | 62 | 57 | 57 | 16 | 10 | 13 |
| 40대 | 57 | 53 | 49 | 15 | 8 | 24 |
| 50대 | 46 | 31 | 39 | 9 | 3 | 31 |

*자료 출처 : 트렌드모니터, '2019 데이 문화 관련 인식조사', 2019. 5. (전국 13~59세 남녀 1,000명)

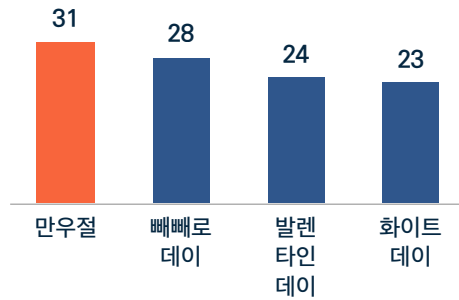
● 데이, '사랑과 우정'을 확인하는 날

- 과거보다 챙기는 정도가 증가한 날은 '빼빼로데이', '발렌타인데이', '화이트데이'가 20% 이상을 보이는 데, 이 날들은 모두 사랑과 우정을 확인하는 날이다. 반면에 챙기는 정도가 가장 감소한 날은 '만우절'(31%)인데 '만우절'은 '재미'의 날로서 굳이 챙기지 않아도 되는 날이므로 감소하는 것으로 보인다.

[그림] 챙기는 정도가 증가한 데이(기념일)(상위 4위) (%)



[그림] 챙기는 정도가 감소한 데이(기념일)(상위 4위) (%)



*자료 출처 : 트렌드미터, '2019 데이 문화 관련 인식조사, 2019. 5. (전국 13~59세 남녀 1,000명)

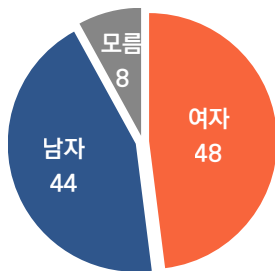
2



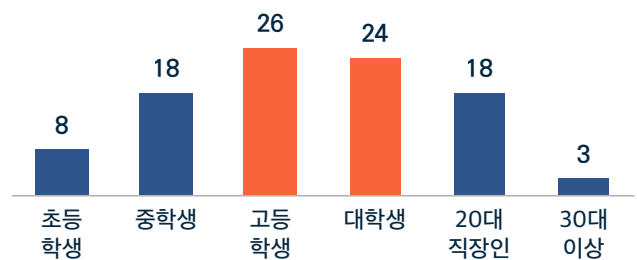
데이 문화, '여자, 고등학생~대학생'이 주도

- 데이 문화를 '남자'가 주도한다는 응답은 44%, '여자' 48%로 여자가 주도한다는 의견이 많았으며, 연령 별로는 '중학생' 18%, '고등학생' 26%, '대학생' 24%, '20대 직장인' 18%, '30대 이상' 3%로 '고등학생'과 '대학생'이 주도하고 있다고 인식하였다. '30대'로 넘어가면 3%로 급격히 감소하였는데, 데이가 10대~20대의 또래 문화라는 것을 보여준다.

[그림] 데이(기념일) 문화 주도층(성별) (%)



[그림] 데이(기념일) 문화 주도층(성별) (%)



*자료 출처 : 트렌드미터, '2019 데이 문화 관련 인식조사, 2019. 5. (전국 13~59세 남녀 1,000명)

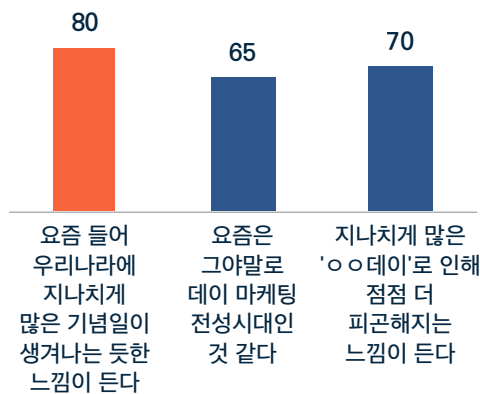
3



데이 문화, '피로감 쌓인다' 70%

- 이런 저런 목적과 이유로 '데이'가 생기면서 '데이'가 범람하고 있다(80%). 아무리 좋아도 뭐든지 지나치면 싫증나는 법, 게다가 '데이'를 기업의 마케팅 수단으로 생각하고 있으므로(65%) 범람하는 '데이'로 인해 피로감이 쌓인다(70%)고 토로한다.

[그림] 데이(기념일) 문화에 대한 인식 (%)

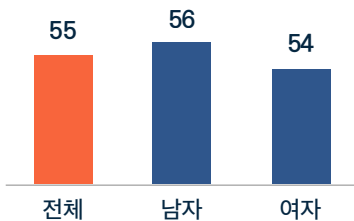


*자료 출처 : 트렌드모니터, '2019 데이 문화 관련 인식조사', 2019. 5. (전국 13~59세 남녀 1,000명)

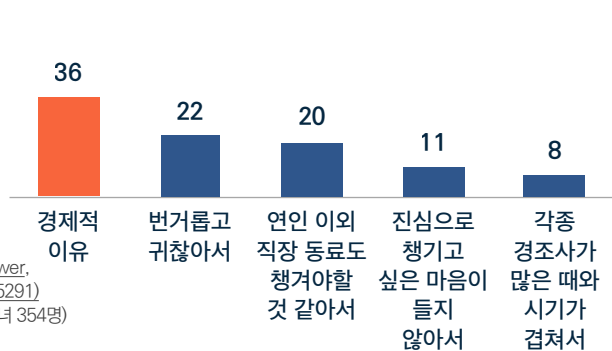
● 데이, '부담스럽다' 55%

- '데이'가 되면 남자의 56%, 여자의 54%가 부담을 느낀다고 한다. 데이를 챙겨야 한다는 또래 집단의 문화가 압박하고 있기 때문이다.
- 이렇게 부담감을 느끼는 이유는 선물이 경제적으로 부담이 되기 때문이다(36%). 그리고 '데이'를 기억해서 챙겨야 하는 것이 번거롭고 귀찮아서(22%)이며, 요즘은 발렌타인데이나 화이트데이 때 꼭 '연인 이외 직장 동료도 챙겨야 할 거 같아서'(20%)도 '데이'를 부담스럽게 느끼게 하는 이유다.

[그림] 데이(기념일)에 부담을 느끼는 비율 (%)



[그림] 부담을 느끼는 이유 (%)

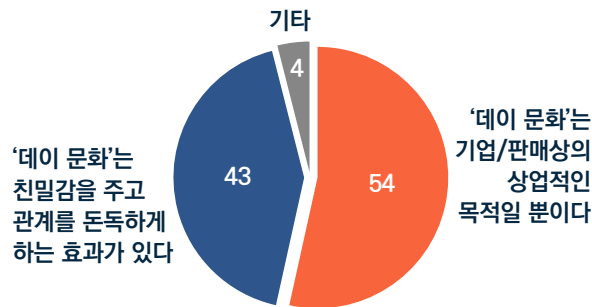


*자료 출처 : 디지털조선일보 네이버포스트(<https://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=13802800&memberNo=10005291>) 결혼정보회사 듀오, '기념일에 대한 조사', 2018. 3(전국 미혼 남녀 354명)

● 데이 문화, '상업적이다' 54%

- 데이 문화는 '서로 간에 친밀감을 주고 관계를 돈독하게 하는 효과가 있다'는 긍정적 시각이 43%, '기업/판매상의 상업적인 목적일 뿐이다'는 부정적 시각이 54%로, 상업적 목적으로 데이 문화를 만들고 활용한다는 측면에서 비판적인 의견이 우세하다.
- 그렇다고 데이 문화의 상업적 오염을 비판적으로 보는 사람들이 데이 문화를 완전히 외면하는 것은 아니다. 이들조차도 데이 문화를 그냥 지나치지 않고 챙기게 되는 것은 데이가 주는 유쾌함과 즐거움이 분명히 존재하고 데이 문화가 우리 주변에 얼마나 널리 퍼져있는지를 말해 준다

[그림] '데이'(기념일) 문화에 대한 평가 (%)



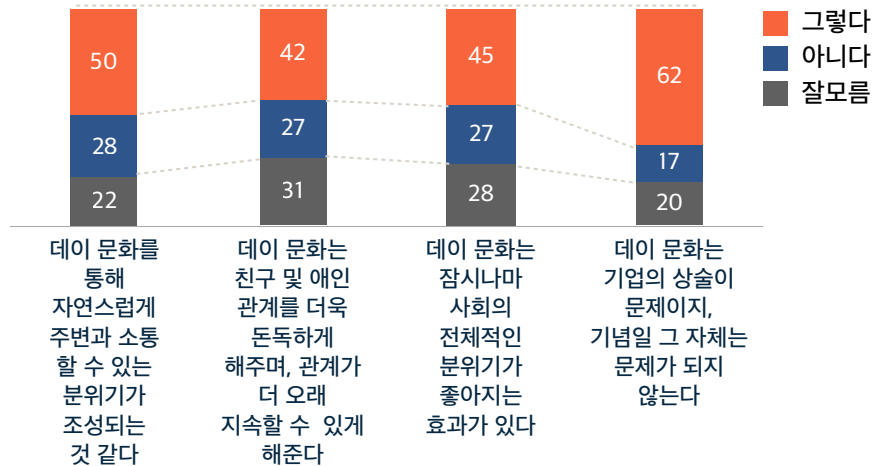
*자료 출처 : 트렌드미터, '2019 데이 문화 관련 인식조사', 2019. 5. (전국 13-59세 남녀 1,000명)

4

데이 문화, '주변과 소통의 계기이다' 50%

- 데이 문화가 상업적이라는 비판적 인식도 있지만, 주위와 소통의 계기가 되고(50%), 관계를 돈독하게 해주며(42%), 사회 분위기를 좋게 하는 효과(45%)가 있다는 반응을 보인다. 즉 데이 문화에서 상업적 요소만 제거하면 데이 문화는 사회적으로 좋은 기능을 한다고 볼 수 있다
- 그래서 10명 가운데 6명은 '데이' 그 자체는 문제가 아닌데 '데이'를 이용한 기업의 상술이 문제라고 지적한다.

[그림] 데이(기념일) 문화에 대한 인식 (%)



*자료 출처 : 트렌드미터, '2019 데이 문화 관련 인식조사', 2019. 5. (전국 13-59세 남녀 1,000명)



시사점

우리는 살아가면서 많은 기념일을 지킨다. 개인적으로는 생일, 결혼기념일 등이 있고, 국가적으로는 삼일절, 광복절 등 국경일이 있다. 가족이 많은 집은 온 가족의 생일을 잊지 않고 챙기는 것도 일이다. 과거 대가족 시대, 종가집에서는 때마다 돌아오는 조상 기일에 제사를 모시는 것도 여간 큰일이 아니었다. 그런 날을 잊고 챙기지 않으면 돌아오는 것은 따가운 눈길과 책망이다. 그래서 각종 기념일을 챙기는 것은 꼭 잊으면 안되는 날이 되었다.

그러면, 사람에게 왜 기념일이 필요할까?

어제의 날이 오늘의 날과 다르지 않다. 그럼에도 불구하고 사람들은 특정일을 지정하여 그 날에 의미를 부여한다. 그것은 '각성'의 효과가 있기 때문이다. 기념일은 현대인의 바쁜 생활을 똑같은 모양으로 반복하며 살아가는 일상에서 특정 사건에 대해 다시금 생각하는 계기이고, 그 생각을 바탕으로 현재의 나를 돌아보고 미래의 나를 그려 보게 하는 효과이다. 예를 들어, 심하게 다투어 말 한마디 안하는 부부가 있다. 그 부부가 '결혼기념일'을 맞으면, 결혼까지 행복했던 순간, 사랑했던 시간을 떠올리며, 현재의 상태를 되새겨 볼 것이다. 그리고 배우자에게 감사 혹은 사과를 하면서 화해하고 관계를 회복한다. 이처럼 기념일은 과거를 돌아보며, 현재의 관계를 더 좋게하는 계기가 된다.

그래서 기념일은 단순히 돌아보는 효과만 있는 것이 아니라 인간 관계의 '윤희유'와 같은 역할을 한다. 서먹했던 연인 사이가 생일에 주고받는 축하의 행위를 통해 녹으며, 오랫동안 빚지 못했던 부모님을 그나마 명절에 시간을 내어 찾아볼 수 있다. 이처럼 기념일은 인간관계를 활성화해 주는 역할을 한다.

'○○데이'는 어떻게 봐야할까?

발렌타인데이, 화이트데이, 빼빼로데이 같은 '데이'는 분명히 상업적 의도가 개입되어 있다. 사람들은 그것을 잘 알고 있다(7쪽 참조). 그리고 '데이'의 상업적 효과가 드러나면서 '데이'가 우후죽순으로 생겨나고 있다. 그래서 피로감이 쌓인다고 하소연한다(6쪽 참조). 그리고 '데이'를 축하하는 선물도 점점 고가화되고 있어서 경제적 부담도 준다(6쪽 참조). '데이'의 부정적 효과이다.

그렇지만 이 날에 사람들은 서로 정과 사랑 그리고 감사를 나눈다. 그래서 서로의 관계를 더 돈독하게 하고 오래 가게 하는 효과가 있다(4쪽 위, 6쪽 아래 그래프 참조). '데이'의 긍정적 효과이다. 현대인은 넓은 인간관계를 원하지 않는다. 사람들은 인간관계를 축소하려고 한다. 대신에 소수의 친한 사람과 맞는 관계를 강화하려고 한다([넘버즈] 14호 '한국인, 인간관계를 축소하고 있다' 참조). 그래서 요즘 사람들이 '기념일', '데이'를 더 챙기는 것이다.

결국, '데이'를 상술에 휘말려 소비주의에 빠지느냐, 아니면 서로 간의 아름다운 관계 확인의 기회로 삼느냐는 각자의 주체적 성찰과 판단에 달려 있다. 현란한 상술의 유혹에 빠지지 않고, 주변의 분위기에 휩쓸리지 않으면서도 그날을 기쁘하고 축하하며 더 예쁜 관계를 이루는 현명한 현대인이 되기를 바란다.