

중국 중간계층의 여가현황

김 옥*

目 录

1. 서론
2. 이론적 배경
3. 중국 중간계층의 여가 현황
 - 1) 여가에 대한 의식과 태도
 - 2) 여가의 유형과 방식
 - 3) 여가소비
4. 결론

1. 서론

중국에서 중간계층은 ‘中産階級’라고 불리며 이 단어는 2000년 이후부터 본격적으로 등장하였다. 1980년대 말 중간계층에 관한 논의가 처음으로 시작하였는데 이 시기 중간계층은 민주정치를 추진하는 역량으로 정의되었다. 그러나 1989년 이후 중간계층연구는 정치적으로 민감한 문제가 되었으며 ‘中産階級’는 금기시되었다. 그러다가 2002년 강택민이 중국공산당 제16차 대표대회에서 ‘중간소득자의 비율을 확대’할 것을 제기한 이후 중간계층연구는 활발히 전개되기 시작했다.

자본주의사회의 경험으로부터 보면 중간계층은 산업화의 산물이다. 그러나 중국에서 1978년까지의 산업화는 중간계층의 성장을 가져오지 않았다. 이 시기 중간계층으로 분류할 수 있는 민족자산계급이나 소자산계급이 어느 정도

* 연세대학교 사회학과 박사과정

발전하였으나 각종 정치운동과 사회주의개조에 의해 소멸되었다¹⁾. 먼저 정치적 요인으로는 노동자와 농민계급의 반대편에 항상 착취계급을 설정해두어야 했기 때문에 중간계층이 발생할 여지가 없었고 경제적 요인으로는 소련경제모델의 영향으로 인해 중공업을 우선 발전시키는 전략을 취했기 때문에 소비생활과 관련된 경공업, 서비스업은 발전하지 못했다. 따라서 개혁개방 전까지 중국사회는 노동자, 농민, 지식인, 간부 등 계층으로 구성되었다고 할 수 있다.

개혁개방 이후 국가는 계급투쟁 중심의 노선에서 경제건설을 중심으로 하는 노선으로 전환하였다. 따라서 제3차 산업의 확대, 시장화정도의 제고, 도시화의 가속화 등은 중국 중간계층 형성의 기초로 되었다. 이와 동시에 ‘선부론’을 내세운 경제개혁으로 인해 중국에는 지역 간, 도시와 농촌 간에 불균형 발전의 부작용이 있고 갈수록 커지는 빈부격차는 사회불안의 요소로 작용하고 있다. 중국 정부는 중간계층의 발전이 이러한 불균형 발전과 빈부격차로 인한 갈등해소에 막중한 역할을 해 중국의 정치, 사회적 안정에 크게 기여할 것으로 기대하고 있다. 과거 타도해야 할 주적이 이제 보호받고 육성되어야 할 주체로 떠오른 것이다.

중국에서 중간계층에 관한 연구는 시작단계에 있다. 기존연구는 중간계층의 정의, 분류, 기능 등 이론적 작업에만 집중하였으며 계층구조화 문제에 대해서는 관심을 기울이지 않았다. 계층구조화는 주로 계층의 생활양식에 대한 분석을 통해 연구된다. 특히 소비행위는 계층형성과 재생산에 가장 중요한 실천 중의 하나이다. 현대사회에서 소비는 자신을 타인과 구분하고 사회적 차이를 만들어 내는 과정이다. 어떠한 옷을 입고, 어떠한 자동차를 타고, 어떠한 아파트에 사는가 하는 것을 통해 개인은 자신과 타인을 구분한다. 또한 소비되는 상품은 개인의 정체성을 나타내는 기호로 작용하며 사회 속에서 개인의

1) 자본주의사회의 계급구분에 의하면 기업주는 자본가계급에 속하지만 중국에서 기업주는 중간계층에 포함된다. 그것은 사회주의사회에서 자본가계급은 존재할 수 없다는 이데올로기적 논의를 떠나서 기업주가 개혁개방 이후 새로 출현된 집단이며 또한 현재 중국의 제도적 환경 하에서 그들은 가장 우세한 지위를 차지하고 있는 집단이 아니기 때문이다. 당정관료와 대형국유기업의 고위관리자가 그들보다 더 많은 자원을 보유하고 있다.

위치를 찾아가는데 유용한 정보로 인식되고 있다.

여가의 소비는 현대사회에 등장한 새로운 기호의 체계라 할 수 있다. 과거와 달리 소비사회의 확장은 여가의 중요성과 일상생활에서 여가가 차지하는 비중을 높여 왔고, 이는 자연스럽게 여가의 소비가 새로운 정체성판단의 근거로 작용하는 기제가 되었음을 의미한다. 실제로 베블렌(Veblen, 1953)은 여가를 가지느냐 못 가지느냐에 따라 개인의 정체성이 결정된다고 주장했으나 부르디외(Bourdieu, 1984)는 한걸음 더 나아가 어떠한 여가를 향유하느냐가 정체성을 결정한다고 보았다.

본 논문은 여가소비행위를 통해 중국 중간계층의 성격을 규명해보고자 한다. 구체적으로 중국의 중간계층은 현재 어떠한 여가생활을 하고 있으며 그들의 여가소비행위는 타 계층과 차이를 보이고 있는지, 이러한 여가소비행위는 중국 중간계층의 어떤 특징을 반영하고 있는지를 살펴볼 것이다.

2. 이론적 배경

여가 및 문화취향과 사회계층의 관련성을 강조한 최초의 학자는 부르디외(Bourdieu, 1984)이다. 부르디외는 개인의 취향이 실은 사회계층의 산물임을 보여주었다. 예컨대, 미술관에 가는 것, 골프를 치는 것과 같은 여가활동에 있어서의 차이는 지극히 개인적이라고 생각하기 쉽지만, 개인적인 것이 아니라 사회구조적인 것이다. 그것은 예술이나 문화에 대한 해석 가능성은 사회 계층적 위치에 따라 길들여진 것이기 때문이다. 나아가 부르디외는 사람들의 일상적이고 개인적인 선호로 생각되는 문화활동, 여가활동, 소비활동에서의 일정한 취향이 사회계층을 유지시키고 사람들로 하여금 자신의 계층적 정체성을 인정하게 만드는 사회적 기제가 된다고 생각하였다. 그는 문화취향의 형성 및 계층의 사회적 재생산에 있어 경제자본 이외에도 문화자본의 중요성을 강조함으로써 문화의 의미를 새롭게 하였다.

부르디외의 문화자본이론의 핵심은 자본의 구조와 양에 따라 소비취향이 달라지고 이러한 소비취향은 사회적 구별 짓기의 수단이 되며 사회적 재생산과 연관된다는 것이다. 맑스와 달리 부르디외는 자본을 경제적인 자본으로 한정하지 않는다. 문화자본은 여러 가지 자본 중의 하나이다. 부르디외는 현대 사회에서 이윤을 확보할 수 있는 자본의 개념은 다음과 같은 형식으로 확대된다고 주장한다. 즉 경제자본, 문화자본, 사회자본이다. 경제자본은 맑스적 의미의 자본으로서 여러 생산요소들과 각종 재화들의 총체로 구성된다. 문화자본은 가족에 의해 전수되거나 교육체계에 의해 생산된 지적 자격의 총체를 의미한다. 문화자본의 한 축을 구성하는 학력자본은 정규 교육을 받은 햇수로 측정된다. 문화자본은 학교교육을 통해서만 획득되는 것이 아니고 가족을 통한 문화계승에 의해서도 형성된다. 사회자본은 한 개인이나 집단이 동원하고 활용할 수 있는 사회적인 연결과 관계망의 총체로 정의된다. 이 자본을 소유한다는 것은 관계를 만들고 관리하는 작업, 즉 초대, 집단적 오락, 단체의 가입 등과 같은 '사교성의 노동'이 요구된다. 기존의 맑스주의에서 계급은 경제자본에 의해 형성되었으나 부르디외에 의하면 계층의 형성이 여러 자본들의 구성과 양, 이에 따른 소비활동으로 구체화된다. 따라서 소비를 단순히 소득의 기능으로만 보는 것은 불완전하다. 동일한 수입을 가진 사람들이 완전히 다른 소비유형을 보이는 이유를 설명할 수 없기 때문이다.

한편, 소비행위의 결과에는 기호의 논리가 적용된다. 즉 소비는 구매자의 신분을 드러내고 타자와의 차이를 드러내는 초경제적 행위이자 문화적 행위로 이해되는 것이다(조광익, 2010). 이는 사물이 그 자체로 가치를 지니는 것이 아니고 인간과의 관계 속에서만 의미를 갖게 됨을 보여준다. 개인은 재화를 욕망하는 것이 아니라 소비하는 행위를 바라보는 타인의 부러운 시선과 질투를 욕망한다(원용찬, 2007). 이러한 관점에서 여가소비는 기호가치의 생산을 의미한다. 불평등한 노동시간의 분배는 여가의 질과 내용의 불균등을 가져오고 이러한 차이가 여가가 하나의 기호로서, 다른 사람 혹은 집단과의 차이를 나타낼 수 있는 기호로서 작용할 수 있는 토대가 된다.

여가활동의 참여는 경제적인 능력에 좌우될 뿐 아니라 문화적인 요인에 영향을 받는다. 이는 문화를 향유하기 위해서는 문화를 해독할 수 있는 능력이 요구되기 때문이다. 이때 고급예술을 수용할 수 있는 것은 일종의 훈련받은 능력이라고 할 수 있으며 이러한 훈련을 받은 사람들만이 예술작품의 의미를 이해하고 관심을 가질 수 있는 것이다. 이러한 능력이 '문화'와 '교양'이라는 이름으로 개인에게 체화되어 있는 문화자본이며 문화자본은 사회계층들 간에 불균등하게 배분된다. 때문에 박물관 관람, 음악회 참석 등의 여가활동은 단순한 오락행위가 아니라 문화적 실천이며 이러한 문화적 욕구나 취향은 양육과 교육의 산물이다. 즉 여가소비는 출신계급과 교육수준과 밀접하게 관련되어 있다.

여가활동은 모두 동일한 의미를 갖는 것이 아니라 상층이 즐기는 '고급여가'와 하층이 즐기는 '대중여가'로 위계적으로 구분되어 있다. 예를 들면 고전 음악이나 미술 등 고급예술에 대한 관심은 사회계층에 따라 달라지는데 상층일수록 고급예술에 관심이 많고 하층은 관심이 낮은 것으로 나타나고 있다(양중희, 2005). 또한 상층은 골프, 승마, 스키 등과 같은 고급 스포츠 활동을 즐기는데 이는 이들 스포츠 활동이 어릴 때부터 훈련을 받거나 특수한 복장이나 장비가 필요해서 비용이 많이 드는 스포츠이며 많은 시간과 돈을 투자해야만 하는 활동이라는 점 때문이다(장미혜, 2001). 이처럼 여가와 문화취향에 있어서 계층 간에는 분명한 차이가 있다.

지배계층이 '구별 짓기'를 한다는 부르디외의 주장을 상기한다면 상층이 골프 등 고급스포츠를 선호하는 것은 자신들의 지위를 다른 사람들과 구별하도록 의식적, 무의식적으로 훈육된 것이라고 할 수 있다. 상층과 달리 신분상승을 희망하는 중간계층의 경우에는 특정집단의 사람들과의 여가활동을 통해서 친분을 쌓음으로서 사회자본을 획득할 수 있다는 점을 중요시한다.

이상에서 살펴본 것처럼 여가에 대한 취향과 소비는 계층구조와 밀접한 관계가 있다. 즉 여가소비는 곧 생활양식으로 계층별로 독특한 생활양식이 존재할 뿐만 아니라 여가 취향이 위계화·서열화 되어 있음을 알 수 있다.

3. 중국 중간계층의 여가 현황

여가는 개인이 가정, 노동 및 기타 사회적인 의무로부터 자유로워진 상태에서 휴식, 기분전환, 자기개발 및 사회적 성취를 이루기 위하여 활동하게 되는 시간(한국여가문화연구회, 1997)을 말한다. ‘여가시간’, ‘여가활동’, ‘여가상태’는 여가를 구성하는 세 가지 기본 요소이다. 여가는 개인이 담당하고 있는 여러 가지 의무로부터 해탈되어 있는 자유시간에 자발적인 선택에 의해 이루어지는 행위의 자기표현성, 부담 없는 즐거움 속에서 이루어지는 창조적 활동, 인간의 보편적 현상이며 인간의 근본적인 삶의 질과 관련되어 있는 특정한 생활양식이다.

개혁개방 이후 중국 국민들의 여가생활은 급속한 발전을 가져왔다. 특히 중국은 국가적인 차원에서 국민들의 여가의식을 높이고 국민의 여가참여도를 증가시키며 여가시설 건설을 추진하여 여가산업을 발전시키고 국제수준과 맞먹는 여가도시, 여가상품, 여가브랜드를 육성하였다. 2013년 2월, 중국 국무원 사무국에서는 “국민여행·여가강요(國民旅游休闲纲要)”를 반포하여 여가 발전에 관한 사업이 정부의 행정체계를 통하여 전면적으로 추진될 수 있게 하였다(國民旅游休闲纲要, 2013). 이러한 환경 속에서 중국 중간계층의 여가생활은 다양한 형태로 신속한 발전을 할 수 있게 되었다.

중국 중간계층의 여가시간에 대한 지배 상황을 보면 다음과 같다. 1995년부터 중국은 주5일 근무제를 실시하고 1999년부터 “5.1노동절”, “10.1국경절”, 춘절 등 세 개의 장기휴일을 실시하여 매년 여가시간은 120여일이 되었다. 그리하여 사람들은 1년 중 1/3시간을 자유로이 활용할 수 있게 된다. 이론적으로 말하면 중국의 중간계층은 여가시간이 대폭 증가된 셈이다. 그러나 실제 생활 가운데서 여가시간의 부족은 중간계층의 여가생활을 방해하는 가장 주요한 요인으로 되고 있다. 필자의 인터뷰²⁾에 의하면 중간계층의 주요한

2) 인터뷰는 2013년 2월 8일부터 2월 28일까지 20일동안 북경에서 진행되었다. 인터뷰 대상자는 다음과 같은 기준에 의해 선택되었다. 소득은 2013년 북경시 연평균소득 이

구성원들인 변호사, 교수, 공무원, 기업의 중간관리자들은 업무량이 많아서 늘 피곤한 상태에 처해 있다. 이는 그들의 조직에서의 ‘중간적 위치’와 관련되는데 위로는 상사의 눈치를 살피고 아래로는 부하를 감독해야 하며 또한 동료들 사이에서 먼저 승진하려면 더 많은 업무를 능숙하게 다루어야 하기 때문이다. 더욱이 정보사회에서 지식갱신의 속도가 빠르기 때문에 여가시간을 이용하여 재충전하지 않으면 안 된다. 许海峰(2003)의 중국 화이트칼라에 관한 연구에 의하면 조사대상의 90%가 퇴근 후 매일 평균 30분 이상을 공부에 할애한다고 하였다. 이것은 기타 자본주의국가의 상황과 비슷하다. 영국에서 경제적 수입이 가장 낮은 노동자들의 노동시간이 제일 긴 것이 아니라 대학 교육을 받은 중간계층과 고위관리자들의 업무시간이 제일 길었다. 20세기 초에는 부유한 사람들이 여가시간과 여가활동이 많았다. 그래서 그들은 여가를 통해 사회적 지위를 증명하려고 하였으며 중간계층 역시 여가가 자신들의 계층과 지위를 규정짓는 상징(label)이라고 자부하였다. 그런데 20세기 말부터 미국과 영국을 중심으로 부유한 사람과 사회의 권력가들이 오히려 여가시간이 적어졌고 ‘다망함’은 그들의 신분적인 상징으로 되었다. 중국도 마찬가지로 중간계층은 상층인사들처럼 마음대로 시간을 지배할 수 없고 하층이 가지고 있는 자유로운 시간도 없다. 그들 중의 대부분 사람들은 항상 시간이 부족하다. 북경, 상해, 광주, 남경, 무한 등 5대 도시에서의 조사에 의하면 조사대상 전체의 하루 평균 업무시간이 6.79시간인데 비해 ‘소득 중간계층’의 업무시간은 8.04시간이고 ‘직업 중간계층’은 7.58시간, ‘학력 중간계층’은 7.27시간, ‘소비 중간계층’은 7.94시간이다. 소득, 직업, 학력 등 세 가지를 통합한 표준적인 중간계층의 하루 업무시간은 8.51시간에 달한다. 이것은 비중간계층에 비해 거의 2시간 정도 많은 셈이다(周晓红, 2005).

다음으로 중국 중간계층의 여가생활은 아래와 같은 특징을 가진다. 중국의 중간계층은 여가시간의 제한을 받고 있긴 하지만 그렇다고 해서 여가생활이

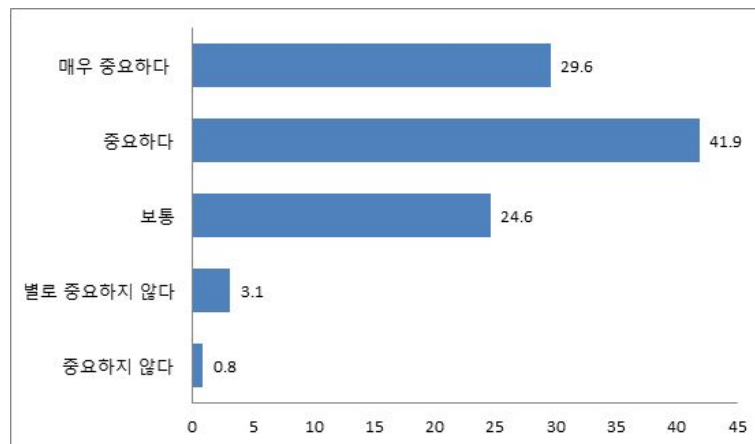
상이며, 학력은 대학교 졸업이상, 직업은 화이트칼라와 자영업자를 포함한다. 그리고 북경이라는 대도시의 특징을 고려하여 주택소유여부도 중간계층의 분류기준에 포함시켰다.

무의미한 것은 결코 아니다. 그들은 여가에 대한 선택권을 가지고 있으며 그들만의 풍격을 과시하고 있다. 그것은 구체적으로 여가에 대한 의식과 태도, 여가생활의 유형과 방식, 여가생활을 위한 소비 등에서 체현된다.

1) 여가에 대한 의식과 태도

중국 중간계층의 여가에 대한 인식은 비교적 높은 경향을 나타낸다. 천진, 상해, 항주, 광주, 성도, 서안, 하얼빈, 무한, 심천, 절강 등 11개 중소도시의 중간계층 4,674명을 대상으로 조사한 결과, 조사대상의 71.5 %가 여가는 개인생활 가운데서 ‘매우 중요하다’거나 ‘중요하다’고 대답하였으며 ‘중요하지 않다’고 대답한 사람은 조사대상의 3.9%밖에 안 되었다(邵雪梅,2010).

〈그림 1〉 중간계층의 여가에 대한 인식



자료: 邵雪梅,2010

다음으로 북경, 상해, 광주, 남경, 무한 등 5대 도시에서의 조사를 보면 ‘일이 가장 중요하고 여가는 부차적인 것이다’라는 질문에서 중간계층의 55.2%

가 '아니다'라고 대답하였다(周晓红, 2005). 이로부터 중간계층은 여가의 중요성에 대해 비교적 충분히 인식하고 있음을 알 수 있다.

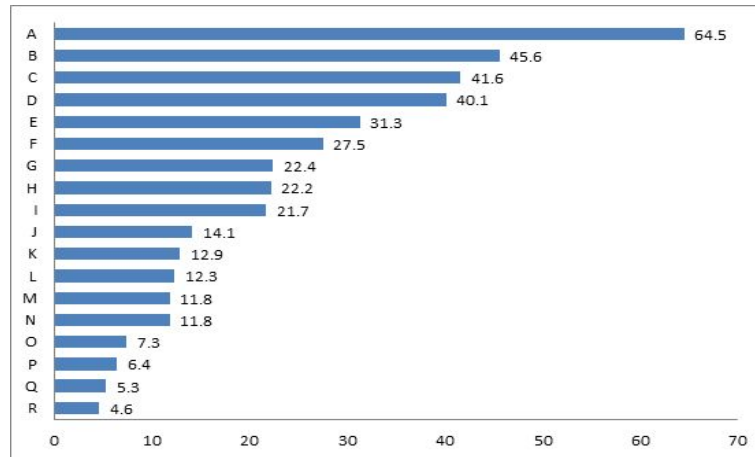
2) 여가의 유형과 방식

중국 중간계층의 여가방식에 대한 선택은 기타 계층과 동일한 점을 보더라도 그들만의 특징을 갖고 있다. 여가방식을 학습형 여가, 소비형 여가, 재택형 여가, 사업형 여가 등 유형으로 나누어 중국의 28개 도시를 대상으로 조사한 결과에 의하면 성별, 세대별, 계층별로 여가방식은 차이를 나타낸다(郟彦辉, 2010)³⁾. 도시주민 가운데서 여성들의 여가생활은 여전히 전통적인 재택형 방식이 우위를 차지한다. 즉 남자는 밖에서 일하고 여자는 안에서 살림하는(男主外,女主内) 전통이 아직도 남아있다고 볼 수 있다. 세대별로 보면 청장년층의 여가생활은 학습형과 사업형이 위주이고 노년층은 재택형이 위주이다. 계층별로 보면 중간계층과 상층의 여가생활은 학습형 여가가 위주이며 하층은 여전히 전통적인 재택형을 여가의 주요방식으로 삼고 있다. 중상층은 학습형 여가 다음으로 소비형 여가를 위주로 하고 있으며 중중층은 학습형 다음으로 사업형을 위주로 하고 있다.

중간계층의 여가생활을 세부적으로 나누어 진행한 조사를 보면 TV시청, 독서, 웹 서핑, 스포츠활동 등의 순서로 나타난다.

3) 저자는 여가방식을 다음과 같이 나누었다. 학습형 여가(독서, 웹서핑, 음악감상), 소비형 여가(카페 혹은 술집이용, 마작 혹은 트럼프놀이, 외출 혹은 여행, 외식), 재택형 여가(TV시청, 가사활동), 사업형 여가(사업상의 일 처리) 등 네 가지이다. 계층은 조사대상의 주관적 계층귀속의식을 근거로 하여 상층, 중상층, 중중층, 중하층, 하층 등 다섯 개로 나누었다.

〈그림 2〉 중간계층의 여가활동 순위



注 : A: TV시청 B:독서 C: 웹 서핑 D: 스포츠 활동 E: 음악 감상 F:영화관람 G: 사교모임
 H: 마작, 트럼프놀이 I: 여행 J: 참관, 구경 K: 휴식 L: 채팅 M: 쇼핑 N: 취미생활
 O: 녹화영상보기 P: 공연관람 Q: 봉사활동 R: 노래방, 무도장 등
 자료 : 邵雪梅,2010

TV시청은 중간계층의 여가생활에서 1순위를 차지하며 조사대상의 64.5%가 선택하였다. TV시청은 어떤 내용을 시청하는가에 따라서 재택형 여가와 학습형 여가의 복합적인 방식으로 볼 수 있다. 국내의 시사에 대한 이해 혹은 관련 지식에 대한 공부는 학습형 여가로 파악되며 드라마나 기타 오락프로에 대한 시청은 휴식을 위한 재택형 여가로 구분된다.

독서 다음으로 인터넷은 중간계층의 여가생활에서 중요한 부분으로 되고 있다. 중간계층은 인터넷이라는 새로운 매체를 통해 다양한 정보를 신속하고, 자유롭고, 편리하게 많이 장악한다. 인터넷을 통한 상호교류, 채팅, 영화나 드라마 시청, 게임에 참여하기 등 활동은 기존 여가의 이념과 방식을 개변시켰고 여가생활의 내용을 보다 풍부하게 발전시켰다.

스포츠 활동 역시 중국 중간계층의 주요한 여가생활로 되고 있다. 중간계층의 48%가 스포츠 활동에 참가하는 습관을 가지고 있다. 17.9%의 사람들이

고정된 시간에 스포츠 활동에 참가하는데 평균 매주 1차 이상이다. 30.9%의 사람들은 고정된 시간은 없으나 시간만 나면 스포츠 활동에 참가하고 있다(邵雪梅, 2010). 이것은 최근 중국 매체에서의 스포츠에 대한 홍보와 국가차원에서 전 국민이 운동을 할 데 관한 계획의 실시, 그리고 도시 지역사회(社區)에서의 운동공간과 운동시설의 증가, 건강관련 서비스업계의 발전 등 사회적 환경과 중간계층의 건강에 대한 이념의 변화 등 주관적인 요소와 관련된다고 볼 수 있다.

중간계층이 참가하는 스포츠 활동은 대체로 40여종에 달한다. 중국의 전통 운동인 무술과 태극권을 포함하여 배드민턴, 달리기, 농구, 탁구, 축구, 테니스, 요가 및 최근 유행하기 시작한 등반, 등산, 도보여행, 승마 등이다. 10순위 안에 속하는 항목으로는 배드민턴, 달리기, 농구, 수영, 탁구, 축구, 테니스, 헬스, 요가, 무술 등이다. 중간계층이 즐기는 운동항목은 다양하지만 대부분 5순위 이내 항목에 집중되어 있다. 45.8%의 사람들이 1개 종목에 주기적으로 참여하며 42.7%의 사람들은 2개 종목에 참여하고, 3개 종목 이상에 참여하는 사람은 11.5%를 차지한다(邵雪梅, 2010).

중간계층의 여가활동은 그들의 건강과 휴식, 그리고 삶의 질적 향상을 위한 생활이자 동시에 일종의 사회교제 활동으로 작용하고 있다. 중간계층은 여가활동의 동료를 선택할 때 친구, 가족, 동료의 순서로 정하였다.

〈표 1〉 각 계층 교제대상 선택순위

소속계층	1순위	%	2순위	%
관리자	동료	40.5	친구	38.9
노동자	친척	32.6	친구	29.4
농민	친척	40.2	이웃	36.1
지식인	동료	41.5	친구	39.3
사영기업주	친구	42	사업상 친구	18.3

자료: 朱力, 陈如(2004)

표1에서 나타나고 있는바 중간계층의 주요한 구성원들인 관리자, 지식인, 사영기업주 등이 교제하는 주요대상은 동료와 친구이다. 중간계층은 여가활동의 파트너를 업무상의 동료나 친구로 정하고 자기들의 생활권과 사회관계망을 자연스럽게 형성하고 넓혀간다. 일상적인 사업가운데서 동료와의 접촉은 많지만 그것은 단순한 사업관계이며 감정적 투입이 없는 관계이다. 그런데 동료는 사업의 성공에서 관건적인 존재이다. 일상적인 사업관계에서 정감적으로 가까워지기 어려운 동료와의 관계는 여가생활에서 자연스럽게 맺어진다. 운동이후의 휴식시간이나 운동장소를 오가는 길에서 그들은 서로 정보를 교류하고 상호간의 정감을 나눌 수 있는 기회를 가지게 된다. 이렇게 형성된 친밀한 관계는 그들의 사업의 전개와 성공에서 서로 도움이 되어 준다.

3) 여가소비

모든 여가활동이 곧 소비행위라고 할 수 없지만 소비와 연관되는 것은 사실이다. 조깅을 하려면 운동복, 운동화를 구매해야 하며 등산이나 등반운동을 하려면 필요한 기구가 있어야 한다. 직접적으로 여가에 참가하는 중간계층 가운데서 2.5%를 제외하고는 모든 사람들이 여가소비지출이 있었다. 35.5% 사람들의 연간 지출은 500위안(8만원)이하이며 27.3%는 500~1000위안(17만원), 16.9%는 1000~2000위안(34만원), 9.4%는 2000~3000위안(50만원), 8.4%는 3000위안 이상이다.

중간계층의 여가소비지출은 중국 국민들의 평균수준에 비해서 비교적 높은 편이다. 우선, 스포츠 활동을 위해 소비를 한 적 있는 중간계층의 비율은 97.5%인데 비해 전체 국민의 비율은 72.7%이다. 둘째로, 소비액이 500위안 이하의 비중은 중간계층이 총체적 수준보다 훨씬 낮다. 중간계층은 35.5%밖에 안 되며 전체 국민은 66.2%가 된다. 셋째로, 연간 스포츠 활동을 위한 소비지출이 1000~3000위안, 3000위안 이상의 비율은 중간계층이 국민 전체 수준인 16.6%보다 훨씬 높은 바 그 차이가 18.1%나 된다. 이러한 상황은 중국

중간계층의 경제적 우세를 증명해 주는 것이다. 스포츠 활동에 소비되는 지출액은 향수성 소비에 속하며 이는 중간계층의 향수성 소비지출이 기타 계층에 비해 비교적 높다는 것을 말한다. 이것은 중간계층과 비중간계층의 소비구조에 대한 비교를 통해서 더욱 명확하게 드러난다.

〈표 2〉 중국 중간계층과 기타 계층의 소비구조 대조표

순위	1	2	3	4	5	6	7	8	9
중간계층	식품 62%	의복 34%	자녀 교육 31%	주택 28%	문화 오락 20%	의료 13%	자가용 6%	교제 4%	평생 교육 1%
비중간계층	식품 72%	자녀 교육 29%	의복 24%	주택 13%	문화 오락 12%	의료 12%	평생 교육 4%	자가용 3%	교제 2%

자료: 王建平(2007)

표2를 보면 중간계층과 비중간계층 모두 의, 식, 주, 교육 등 방면의 소비를 가장 많이 하고 있음을 알 수 있다. 그다음으로 문화오락소비가 많은 것으로 나타났는데 중간계층은 비중간계층에 비해 문화오락소비를 더 많이 하고 있다. 이는 중간계층이 비록 현실에서 여가시간의 제한을 받고 있지만 그래도 여가생활을 즐기고 있다는 것을 말해준다.

여행은 중간계층의 품위를 보여주는 또 하나의 중요한 지표이다. 여행의 목적과 여행지의 선택 그리고 여행과정에서의 소비행위는 여행주체가 어떠한 사람인가를 보여줄뿐더러 어떠한 사람으로 되고자하는가도 보여준다.

중간계층의 여행에 대한 태도는 아주 적극적이다. 심천시 중간계층을 대상으로 ‘여행은 생활의 필수품이라고 생각하는가?’라는 설문조사를 진행한 결과 중간계층은 비중간계층과는 현저히 다른 양상을 보여주었다.

〈표 3〉 중간계층과 비중간계층의 여행에 대한 태도

	매우 그렇다	그렇다	보통	아니다	매우 아니다	합계(N)
중간계층	55.1	29.9	7.5	7.5	0	100 (321)
비중간계층	27.9	37.2	14.0	16.3	4.7	100 (129)
합계	47.3	32.0	9.4	1.0	1.3	100 (450)

자료: 左珈(2002)

‘매우 그렇다’ 와 ‘그렇다’를 선택한 사람들 중에 중간계층은 85%를 차지하고 비중간계층은 65.1%를 차지한다. 태도의 차이는 행위의 차이를 초래한다. 일반적으로 여행에 대한 태도가 적극적인 사람이 여행을 하는 비율이 높다. 5대 도시 중간계층에 대한 조사에 의하면 60.5%의 중간계층이 주기적으로 여행을 다니고 비중간계층은 36.3%가 주기적으로 여행을 다니고 있는 것으로 나타났다(周晓虹,2005).

중국 국가여행국의 2004년에 진행한 국내 여행자들에 대한 조사에 의하면 비중간계층의 여행 동기는 여전히 명승지 유람과 친척 혹은 친구방문이 위주이다. 그러나 중간계층이 여행을 즐기는 가장 주된 동기는 ‘사업의 압력에서 벗어나기 위하여’, ‘시야를 넓히기 위하여’, ‘자극적인 쾌감을 위하여’ 등으로 나타나고 있다.(国家统计局,2005). 중간계층은 여행을 통해 그들의 사업에서 누적되었던 스트레스를 해소하며 다음 단계의 사업을 위해 충분한 휴식을 취한다. 동시에 그들은 여행과정을 통해 견식을 넓히고 새로운 사물을 접수하면서 미래의 도약을 위한 문화적 자본과 사회적 자본을 축적하고 있다.

여행목적지 선택은 같은 중간계층에 속할지라도 여행자의 연령, 성별과 경제적 지위에 따라 취향의 차이를 나타낸다. 아울러 여행지의 선택은 여행자의 동기와 직접적인 연관이 있다는 것을 간과할 수 없다. 중국의 중간계층의 여행목적지를 크게 국내여행과 국외여행으로 나누어 본다면 국내여행은 국외여행보다 비중이 높다. 하지만 최근 중국의 출국여행의 규모는 세계적인 주목을

받고 있다. 중국 관광연구원에서 발표한 ‘중국해외여행발전연차보고2013(中国出境旅游发展年度报告)’에 의하면 2012년 해외여행은 8318.27萬회에 달한다. 절대적인 수량으로 말한다면 중국의 해외여행시장은 이미 독일과 미국을 초과하여 세계에서 제일 큰 출국여행시장으로 되었다. 2012년, 중국의 여행자들이 외국에서 소비한 총액은 1,020억 달러에 달한다. 중국의 해외여행자의 소비에서 65%는 쇼핑에 지출된다. 구매한 품목은 대체로 보석, 브랜드 가방, 와인 등 사치품과 의복, 향수, 화장품 등 일용품, 심지어 아기분유까지 있다. 면세품매장에서 세금을 면제하려는 이성적인 소비심리와 함께 신분을 과시하려는 동기가 있음을 부인 할 수 없다. 이것은 필자의 인터뷰를 통해서 더욱 구체적으로 나타난다.

“여행을 갈 때는 절대로 단체여행을 선택하지 않습니다. 예전에 단체여행을 한 적이 있는데 몇 십 명의 온갖 부류의 사람이 다 있어 난잡했습니다. 음식도 맛이 없었고 숙박시설도 별로였고 스트레스 해소는 고사하고 기분만 망쳤습니다. 지금은 인원수가 적은 단체를 따라 가는데 비록 가격이 비싸지만 서비스는 매우 훌륭합니다. 특히 수준이 높은 사람들이 많아서 좋습니다.” (기업중간관리자, 남, 40세)

“저는 주로 친구 한명이랑 여행을 갑니다. 남편과 같이 갈 때도 있는데 남편은 사업 때문에 휴식시간이 별로 없습니다. 친구와 단둘이서 가는 원인은 여러 명이면 의견의 차이가 반드시 생기기 때문에 오히려 스트레스가 될 수 있기 때문입니다. 저는 직업이 교수라서 방학이 있습니다. 그래서 저는 1년에 최소 2번은 해외여행을 합니다. 국내여행지는 사람이 너무 많아서 피하고 있습니다. 저는 바다를 좋아해서 동남아에 많이 갑니다. 저의 여행원칙은 무조건 최고급 호텔을 선택하는 것입니다. 환경이 좋아야 휴식을 잘 할 수 있습니다. 특히 고급호텔이 자리 잡고 있는 해변가는 호텔투숙객만이 사용할 수 있기에 매우 조용하고 깨끗합니다. 저는 휴양목적으로 여행을 가기 때문에 여행지에서 관광하거나 쇼핑을 하지 않습니다. 계속 바닷가에서 놀거나 호텔 안 술집에서 와인을 마시면서 쉬고 있습니다.” (교수, 여, 42세)

중국 중간계층의 여가생활은 독특한 스타일을 가지며 그들의 신분을 나타내고 있다. 하지만 그들은 현재 여가생활을 충분히 향유하지 못하고 있으며 여가를 희생하여 일에 집중하는 경향을 보이고 있다.

“저는 사업 때문에 여가가 거의 없습니다. 일요일 하루는 무조건 쉬고 있는데 그날에는 딸과 같이 학원에 갑니다. 딸이 영어, 피아노, 미술 등 학원에 다니고 있습니다. 애가 수업을 마치면 저의 주말도 끝납니다.” (사영기업주, 남, 45세)

“여가는 아직 저에게 사치입니다. 저는 지금보다 더 성공하고 싶습니다. 성공해서 다른 사람 밑에서 일 하지 않고 제가 하고 싶은 일을 하면서 살고 싶습니다. 그리고 제가 성공해야 가족도 잘 살 수 있습니다.” (공무원, 남, 35세)

중국 중간계층은 비록 다양한 여가활동에 열중하고 있고 여가생활에 대한 추구를 보여주고 있지만 그들의 여가동기에는 비교적 선명한 실용성과功利성이 나타나고 있다. 일부분 중간계층 성원들의 여가는 사업을 더욱 잘 진행하기 위한 재충전 활동이며 다른 일부분 성원들은 자신의 사회자본을 확대하기 위하여 여가활동과 사회교제에 적극적으로 참여한다. 이러한 여가는 생활의 여유와 질을 누리는 유희자적인 여가라고 보기 어렵다.

4. 결론

본 논문은 중국 중간계층의 여가현황을 통해 그들의 계층적 특징에 대해 알아보려고 한다. 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 중간계층은 비중간계층에 비해 여가시간이 상대적으로 부족하다. 이는 중간계층이 조직에서 중간적 위치를 차지함으로써 인해 업무량이 많은 것과 관련되지만 또한 그들의 여가에 대한 인식과도 관련된다. 대부분 중간계층은

여가의 중요성에 대해 긍정적으로 인식하고 있지만 아직도 여가를 부차적인 것으로 보고 있다. 그들은 서구 자본주의가 흥기할 때 부르짖었던 ‘시간이 곧 금전’이라는 사상에 젖어 재산과 경제적 수익을 인생의 중요한 위치에 놓고, 일하는 것은 가치를 창조하는 것이며 일하지 않는 것은 가치가 없다는 관념에서 벗어나지 못하고 있다. 이로 인해 그들은 여가에 대해 보다 더 적극적으로 긍정적인 태도를 가지지 못하게 된다. 더욱이 중국 전통문화에 의하면 ‘한가함’은 ‘게으름’과 일맥상통한다. 이는 사람들로 하여금 일하는 가운데서 개인의 만족과 개인적 경험의 가치와 의미를 찾으려 한다. 바꾸어 말하면 여가생활이 경제적 수익과 연관되지 않는다면 가치가 없다는 것이다.

둘째, 중국 중간계층의 여가방식은 독서, 웹서핑 등 학습형 여가가 위주이며 다음으로는 여행, 외식 등 소비형 여가가 많다. 지위상승 열망이 강한 중간계층은 여가시간을 이용하여 학습을 진행하며 경쟁에서 낙오되지 않도록 노력하고 있다. 특히 중국의 중간계층 중 대부분 구성원들은 농민 혹은 노동자 가정에서 태어났으며 본인의 노력에 의해 비교적 높은 학력을 취득한 후 그에 상응한 경제적 수입과 사회적 지위를 확보하였기 때문에 교육은 중간계층이 사회적 이동을 실현하는 기제로서 중요한 의미를 가진다.

중국 중간계층의 여가생활은 소비문화의 영향을 받아 여가소비가치가 증대되는 현상이 비교적 강하게 나타나고 있다. 중간계층의 여가소비가치는 비중간계층보다 훨씬 높은바 이는 그들의 경제적 우세를 말해주고 있다. 현재 사회적 전환기에 처해 있는 중국은 발전도상국가이긴 하지만 이미 대중소비시대에 들어섰다. 특히 대도시와 연해지역은 경제가 발달한 지역으로서 소비는 주민들의 주요한 생활방식으로 정착되었다. 소비사회에서 소비는 자신을 타인과 구분하고 사회적 차이를 만들어 내는 과정이며 또한 개인의 정체성 판단의 기제로 작용하고 있다. 중간계층은 여행지에서 고급호텔에 투숙하거나 명품을 구매하는 행위를 통해 자신의 신분을 과시하는 경향을 보이고 있다.

셋째, 중국 중간계층의 여가동기는 공리적인 측면을 갖고 있다. 여가는 휴식을 취하고 삶의 질을 향상시키는 동시에 사회관계망을 넓혀가는 역할을 수

행한다. 중간계층은 여가활동의 파트너를 업무상의 동료나 친구로 정하고 자기들의 사회자본을 적극적으로 확대해 나간다. 따라서 이러한 여가는 생활의 여유를 누리는 유유자적한 여가와 거리가 멀다.

참고문헌

- 양종희, 『문화예술사회학』, 서울: 도서출판 그린, 2005
- 원용찬, 『유한계급론: 문화·소비·진화의 경제학』, 서울: 살림출판사, 2007
- 조광익·도경록, '여가소비와 문화자본의 관계: 여가 스포츠 활동을 중심으로', 『관광연구』, 25(5), 291-314쪽, 2010
- 한국여가문화연구회 편, 『한국인의 놀이의식과 여가문화』, 문당집, 129쪽, 1997
- 约翰·凯利 著 赵冉 译, 《走向自由-休闲社会学新论》, 云南人民出版社, 第20-22页, 2000年
- 邵雪梅, 《我国城市中间阶层体育休闲研究》, 上海体育学院 博士学位论文, 2010年
- 许海峰, 《你中产了吗?》, 经济日报出版社, 第162页, 2003年
- 郑彦辉, 《我国城镇居民休闲特征的统计分析》, 《兰州学报》 第四期, 2010年
- 朱力, 陈如, 《社会大分化-南京市社会分层研究报告》, 南京大学出版社, 2004年
- 王建平, 《中国城市中间阶层消费行为》, 北京: 中国大百科全书出版社, 第122-123页, 2007年
- 左珈, 《中国中产阶级的旅游需求特征及营销对策分析》, 《市场周刊》, 第2期, 2002年
- 国家统计局, 《2004中国旅游统计年鉴》, 中华人民共和国旅游局, 第68页, 2005年
- 国务院办公厅, 《国民旅游休闲纲要》, 2013年
- 刘德谦 等, 《中国休闲发展报告》, 社会科学文献出版社, 2012年
- Bourdieu, P. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of the Taste*, Cambridge: Harvard University Press. 1984
- Veblen, Thorstein. *The Theory of Leisure Class: An Economic Studies of Institutions*, Mentor Books. 1953

Abstract

Leisure Life of Middle Class in China

JIN YU

The purpose of this study is to explore the leisure life of the middle class in China. Since the rapid growth of China economy, the middle class has sharply grown in cities. Based on the theories of western, the growth of the middle class can ease the expansion of the gap between rich and poor and stable social order. Furthermore, Chinese people are longing for the middle class life today. For these reasons, to explore the leisure life of the middle class is very important. The findings indicated that first, the middle class aware the importance of leisure life and take an active part in many kinds of leisure activities. Second, leisure spending of the middle class is significantly higher than that of other classes. Third, 'lack of time' become the major reason why most middle class do not enjoy their leisure life. This study will contribute to the understanding of characteristics of middle class in China.

Key Words : middle class, China, Leisure life, leisure activities

투 고 일 : 2014. 5. 10. / 심 사 일 : 2014. 5. 20. ~ 2014. 6. 15. / 게재 확정일 : 2014. 6. 20.