

연구논문

한국 중산층의 소비문화 *

문화자본과 사회자본의 함의를 중심으로

남은영**

이 연구는 중산층의 소비문화를 문화예술소비와 물질소비로 구분하고 중산층범주와 계급범주를 활용하여 집단별 특성을 살펴보았다. 또한 문화자본과 사회자본의 효과를 중심으로 문화예술소비와 물질소비에 영향을 미치는 요인도 함께 고찰하였다. 문화예술소비는 핵심적 중산층일수록 더 활발하며, 계급뿐 아니라 연령, 교육수준에 의해 영향을 받는다. 그러나 연령, 소득, 교육수준을 통제할 경우 물질소비에 비하여 문화예술소비가 계급적인 경계를 드러내주는 영역임을 발견하였다. 또한 성장기 문화자본이 풍부할수록 문화예술소비가 더 활발한 것으로 나타났다. 문화예술소비에 적극적일수록 해외여행이나 골프 선호, 가치나 스타일 중시, 웰빙소비와 같은 물질소비, 즉 지위소비성향이 더 증가하여, 문화예술소비와 물질소비는 서로 밀접히 연관되어 있으며 동시에 추구된다고 볼 수 있다. 이러한 결과를 통해 물질소비와 문화예술소비에서 문화자본의 영향을 확인할 수 있다. 또한 지위소비성향이 증가할수록 합리소비성향도 증가하여 소비문화에서 지위와 합리성의 추구는 동시에 이루어지고 있는 것으로 나타났다. 한편 인맥이 많고 단체 활동이 활발할수록 문화예술소비와 물질소비에도 적극적이어서 문화예술소비와 물질소비에 미치는 사회자본의 효과를 발견할 수 있다. 이와 같이 성장기 문화자본, 문화예술소비 및 지위소비성향 등은 중산층의 특성을 나타내는 지위표시물(status marker)이며 중산층의 소비문화가 문화자본과 사회자본의 소유를 둘러싸고 가시적으로 드러나고 있음을 알 수 있다.

주제어: 중산층, 소비문화, 문화자본, 사회자본, 문화예술소비, 물질소비,

* 이 논문은 한국연구재단의 중점연구소 지원사업인 “사회의 질 연구: 경제·제도적 측면” (과제번호 J01601)의 연구성과의 일부임.

** 서울대학교 사회발전연구소 선임연구원. neylee@hanmail.net.

I. 문제제기

한국사회는 1980년대 이후 급속한 경제성장과 과학기술의 고도화, 개인소득의 향상¹⁾으로 소비영역이 급팽창하며, 대중의 소비패턴과 생활양식의 변모가 빠른 속도로 진행되어 왔다. ‘3저 호황’²⁾으로 인하여 이 시기에는 중산층의 저변확산이 이루어지면서 경제적 풍요와 함께 대중소비시대, ‘마이카-외식문화-여가’의 시대로 변화하게 된다. 지난 40여 년간의 경제성장의 혜택으로 사실상 많은 사람들의 생활수준이 현저하게 상승하여 소위 중산층의 소비행태나 생활양식이 광범위하게 확산되었다. 1997년 말 외환위기를 겪기 이전까지 한국의 소비문화는 세계경제의 글로벌화와 함께 대중소비시대로 진입하며, 개개인의 소비의식이 지속적으로 상향평준화되는 양상을 보이고 있다. 한국은 경제성장을 통해 세계 최빈국으로부터 고도성장과 압축적 근대화과정을 경험하면서 소득수준과 소비수준의 향상이 이루어졌고 이에 따라 1980년대 이후에는 본격적인 대중소비시대로 진입하였다. 한편 경제성장기에 억눌려왔던 그동안의 소비 욕구가 한꺼번에 분출되면서 1980년대 후반 과소비열풍을 일으켰고 이것이 사회문제로 지적되기도 하였다.³⁾

소비문화의 확산에 있어서 중산층은 중요한 역할을 담당했다(Hsiao, 1988, 1993; Koo, 1982; 함인희·이동원·박선웅, 2001) 특히 중산층은 산업화와 더불어 생성, 발전되어온 계층이라고 할 수 있다. 산업화가 이루어지고 산업구조가 변화되면서 제조업의 생산노동자를 포함한 임금노동자가 크게 증대하게 되었다. 특히 3차 산업의 발달은 사무직종의 신중간계급을 양적으로 크게 팽창시켰으며 정부부문을 비롯

-
- 1) 한국은 1961년부터 IMF금융위기가 발생하기 전인 1997년까지 연평균 8.2%라는 경이적인 경제성장률을 기록했다. 1인당 국민소득은 1961년 91달러에서 1997년에는 1만 달러를 초과했고 1980년대 이후에는 신흥공업국의 선두에 서는 압축 성장을 이루어왔다.
 - 2) 1986년부터 저금리, 저환율, 저유가의 ‘3저 호황’에 의해 3년간 무역수지 흑자가 난 후, 1989년부터 악화되어 적자기조로 돌아서는데 1990년부터 1997년 외환위기가 발생하기까지 1993년을 제외하고 지속적으로 적자가 심화되었다.
 - 3) 1988~1990년 한차례의 과소비열풍에 이어, 외환위기 직전인 1996년 과소비열풍이 한국사회를 강타했다. 1989년은 국민소득이 5천불(\$5,185)에 이른 해이며 1996년은 국민소득 1만 불(\$11,385)을 넘어선 해이다. 특히 이 기간에는 고가의 사치성 소비재 수입이 폭증하여 1996년 1년 동안 고급모피류, 승용차, 고급의류, 화장품, 골프채, 바다가재 등 20대 주요 사치성 소비재 수입액이 20억 9400만 달러로 95년 대비 48.8%가 증가하였다. 같은 기간 동안 수출증가율은 4.1%, 수입증가율은 12.1%가 늘어나 무역수지적자가 152억 8000만 달러에 이른다(정준, 1997).

한 조직부문의 확대에 의해 중산층은 지속적으로 증대되어 왔다(연하청, 1990).

한국사회의 중간계층 또는 중산층은 사회계층의 연구주제 중에서 계급구성 또는 계급구조와 관련되어 핵심적인 연구영역 중 하나라고 할 수 있다. 한국사회의 산업화와 근대화 과정에서 나타난 계층구조의 변화와 그 방향에 대한 학문적 관심은 ‘중산층’, ‘중간계급’의 위치와 역할에 관한 쟁점에 집중되어 왔다고 할 수 있다(홍두승, 2005; 양춘, 2000; 신헌영·조돈문·조은, 2003). 한국에서 중산층 연구는 일차적으로 “중산층을 어떻게 규정할 것인가”와 같은 개념규정의 문제를 둘러싸고 진행되었으며, 중산층과 중간계급의 차이점, 중산층의 생활양식과 정치의식 등의 문제를 주로 다루고 있다.

중산층을 계급적 개념인 생산관계로 보기보다 소비관계에서의 위치, 생활양식 등에 입각하여 본다면 지위계층으로서의 의미가 강조된다(홍두승, 1989). 이러한 관점에서 볼 때, 중산층이란 객관적인 요인으로 볼 때, 소득이 일정수준에 달하여 소득이 안정되었고 노동자나 농민 수준을 훨씬 넘는 여가 및 소비생활을 영위하는 사회집단이다. 그러므로 경제생활의 안정성은 소득뿐만 아니라 주거에서도 안정성을 획득했을 때 확보된다. 그러므로 일정수준의 소득과 주택과 생활용품을 소유한 집단이라고 할 수 있다. 대체로 중간계급(경영관리직, 전문직 및 기술직 종사자)과 소득이 높은 자영업자(도시 자영상인과 농촌 자영농)가 이러한 집단에 속한다고 볼 수 있다(신헌영, 2004).

이와 같이 일정한 소득과 교육수준, 안정된 직장, 주거생활을 향유하고 있으면 일단 객관적 중산층으로 분류될 수 있다. 그러나 이것은 중산층을 규정하는 외형적인 틀일 뿐, 특정한 생활양식을 공유하는 지위집단으로서 중산층의 삶의 특징을 고찰하기 위해서는 소비문화에 대한 고찰이 필수적이다. 이 연구에서는 한국 중산층 생활양식의 특성을 소비문화에 초점을 두어 분석하고자 하며 이를 위하여 중산층의 소비문화 및 생활양식의 특성을 문화자본과 사회자본을 중심으로 살펴보고자 한다. 생활양식을 어떤 사회나 집단에서 공통적으로 볼 수 있는, 생활에 대한 인식이나 생활하는 방식으로서 의·식·주생활 및 여가생활에서 의식과 행위를 포함하는 포괄적인 의미로서 정의한다면, 현대사회에서 중산층의 생활양식은 소비와 밀접한 관련이 있으며, 그 핵심적인 구성요인으로 작용하고 있다고 할 수 있을 것이다. 이러한 측면에서 볼 때, 베버가 제시한 계급의 기준으로서의 생활기회(life chance)나 신분의 기준으로서의 생활양식(life style)은 소비와 계층질서와의 관련성을 암시하고 있다(홍두승, 2005).

이후 부르디외(Bourdieu)는 『구별짓기: 문화와 취향의 사회학』에서 특별한 취향의 집합과 소비에 대한 선호와 삶의 방식의 실천이 특정직업과 계급분과와 연합되어 있다는 것을 특수한 종류의 자본들(경제자본, 문화자본, 사회관계 자본 등)을 통해 경험적으로 밝히고 있다. 즉 이와 같은 것들이 지위나 신분을 상징하는 표지상품(marker goods)의 사용에 영향을 주는 요소이며 상층에서 사회적 지위를 정의하는 재화를 획득하기 위한 투쟁으로 상대적 하층집단이 기존의 지위의 지표가 되었던 상품을 강탈하고 그 위 계층의 사람들은 원래의 사회적 거리를 재구축하기 위해 새로운 상품에 투자해야 하는 술래잡기 효과가 현대의 소비문화에서 핵심적인 요인이 되고 있음을 지적한다. 이와 같이 부르디외는 소비라는 사회적 영역에서 다양한 자본이 어떻게 작용하는지를 기술하는데, 사회생활은 사람들이 세 가지 다양한 유형의 자원(경제·문화·사회자본)에 의존하여 지위를 위한 경쟁을 하는 다면적인 지위게임으로 생각될 수 있다고 보았다(Bourdieu, 1986).

부르디외의 『구별짓기』 이후에 수행되어온 문화자본에 대한 연구는 문화적 대상의 형식에 대한 선호를 통해 취향을 조직화한 연구(DiMaggio and Mohr, 1985; DiMaggio 1987; Peterson and Simkus, 1992)와 취향의 내용에 대한 연구(Lamont and Lareau, 1988) 등을 통해서 이루어져 왔다. 기존 연구에서 제기되는 문제들은 다음과 같다. 문화자본의 객관화된 형식이 안정적인 문화적 위계 속에서 효과적으로 작용하는데, 서구의 선진 산업사회에서는 문화적 위계가 점차 희미해져가고 있기에 배타적인 계급경계로서 문화자본이 상대적으로 취약한 메커니즘이 되었다는 점이다. 한편 취향의 내용에서도 1960년대 파리지앙 사회의 배타적인 취향을 표현하는 자원으로서 부르디외가 기술했던 문화적 대상들이 다른 사회적 역사적 배경 속에서 유사하게 작용할 것인지의 문제도 지적될 수 있다. 이러한 한계점에도 불구하고 부르디외 이론은 일련의 사회적 조건과 취향, 소비영역과의 관계를 예리하게 파악하고 있다고 볼 수 있는데, 사회적 재생산이 일어나는 부문들에서 각각이 어떻게 적용되는지도 다루어져야 할 것이다(Holt, 1998).

경제적 자본(재정적 자원)과 구별되는 문화자본은 사회적으로 희귀하고 구별되는 일련의 취향, 기술, 지식, 관행들이다. 문화자본은 세 가지 형태를 띠는데, 암묵적인 실천적 지식, 기술, 성향으로 체화된 것과 문화적 대상 속에서 대상화된 것, 학위나 공식적인 자격증 등 제도화된 것이 그것이다. 문화자본은 문화적 엘리트의 사회적 환경 속에서 중첩적으로 결정되면서 양성되는데, 즉 유사한 가족을 가진 또래집단과의 상호작용, 제도화된 수준 높은 공식교육을 받는 것 등이다. 이

에 비해 사회자본은 사회적 장이 형성되는 논리를 이해하기 위해 사용된다. 지속적인 사회적 관계망의 점유 혹은 특정집단의 소속이 사회자본이 된다. 즉 한 개인이 소유하는 사회자본의 양은 그가 활용할 수 있는 관계망의 범위와 관계 맺는 타인들의 자본들까지도 포함하게 된다. 클럽, 동창회와 같은 각종 사교조직, 여가 활동 모임 등이 그 예가 된다(Bourdieu, 1986).

이와 같이 경제적인 자본이 일종의 경제적 재화와 서비스가 분포되는 방식을 보여준다면 문화자본은 집단 간의 사회적 명예가 분포되는 방식에 대한 고찰이라고도 할 수 있다. 이에 비해 사회자본은 상호인지와 인정이라는 다소 제도화된 관계의 지속적인 연결망의 소유와 관련되어 있으며 소속원에게 일종의 “신용증명”의 역할을 한다. 이러한 관점에서 본다면 현대 한국사회의 중산층의 소비문화를 문화자본과 사회자본의 효과를 중심으로 고찰하는 것은 지위집단으로서의 중산층의 생활양식을 분석하며 중산층의 특성이 소비문화를 둘러싸고 문화적인 측면과 사회관계적 측면에서 어떻게 나타나고 있는지를 밝히는데 있어서 매우 중요한 의미를 갖는다.

지금까지 한국에서의 계급/계층과 관련된 소비문화 연구는 최근에 활발히 이루어지고 있는데 주로 ‘계급/계층 간의 구별되는 소비문화가 존재하는지’를 밝히거나(함인희·이동원·박선웅, 2001; 장미혜, 2001; 조은, 2002) 문화자본과 경제적 자본의 상대적 설명력을 규명하고자 하는 연구(조돈문, 2005), 문화적 취향 및 문화자본의 한국적인 특성에 대한 연구들(최선헌, 2006; 한신갑·박근영, 2007; 한준·한신갑·신동엽·구자숙, 2007; 이호영·장미혜, 2008)이 대표적이라고 할 수 있다. 이 글에서는 소비문화를 크게 문화적인 소비와 물질소비로 구분하여 두 가지 측면에서 살피고자 한다(Eijck and Oosterhout, 2005). 문화적 소비는 문화예술 활동에의 참여를 중심으로, 물질소비는 지위소비성향과 합리소비성향을 중심으로 고찰한다.

연구질문은 다음과 같다. 첫째 중산층의 문화소비와 물질소비의 양상과 특징이 어떠한가? 둘째, 이와 같은 소비문화에 대하여 문화자본과 사회자본이 미치는 효과와 그 함의는 무엇인가? 즉 소비영역에서의 중산층의 특징적 생활양식이 존재하는지를 살펴보기 위해 각 계층별 양상을 고찰하고 문화예술소비와 지위소비성향, 합리소비성향 및 행동이 중산층의 생활양식에서 갖는 함의 등에 대해 문화자본과 사회자본과의 관련성을 분석함으로써 한국 중산층의 생활양식을 소비문화의 측면에서 구체적으로 밝힐 수 있을 것이다.

II. 기존연구 검토

1. 계급/계층과 소비에 관한 연구

한국사회의 중간계층 또는 중산층은 사회계층의 연구주제 중에서 계급구성 또는 계급구조와 관련되어 핵심적인 연구영역 중 하나라고 할 수 있다. 앞에서 살펴 보았듯이 그동안 한국사회의 산업화와 근대화 과정에서 나타난 계층구조의 변화와 그 방향에 대한 학문적 관심은 소위 ‘중산층’ 또는 ‘중간계급’의 위치와 역할에 관한 쟁점에 집중되어 왔다고 할 수 있다(홍두승, 2005; 양춘, 2000; 신광영 외, 2003). 이 쟁점에 관한 맑스주의 입장과 비맑스주의 입장의 두 갈래의 쟁점을 둘러싼 논쟁으로 집약되는데, 중간계급(중산층)관념은 계급규정의 기준에서 생산관계를 중시한다면, 비맑스주의 입장에서는 교환관계 혹은 소비관계로 파악하고자 한다(구해근, 1991).

또 하나의 중요한 쟁점은 무엇보다 중산층과 중간계급을 같은 개념으로 볼 것인가 아니면 별개의 개념으로 파악할 것인가 하는 점이다. 계층론적 시각에서 보면 중간계급과 중산층은 거의 같은 개념으로 사용할 수 있을 것으로 생각된다. 왜냐하면 생산관계가 아닌 소비관계에서 계층구조를 파악한다는 의미에서 명칭의 차이가 크게 문제되지는 않을 것으로 보인다(양춘, 2005). 그러나 중간계급을 생산관계에서의 위치나 노동의 성격 등 직업적 특성에 근거하여 식별되는 것으로 보고 중산층을 단순한 소득계층이 아닌 보다 포괄적인 속성을 내포하는 것으로서 삶의 기회 뿐 아니라 생활양식까지도 포함하는 개념으로 구분할 수도 있다(홍두승, 1991).

이와 같은 관점에서 대체로 중산층을 정의하자면, 경제수준이 중간정도가 되는 사회집단을 일컫는다고 볼 수 있다. 주관적 계층의식이 아닌 객관적인 요인으로 볼 때, 소득이 일정수준에 달하여 경제생활이 안정되었고 노동자나 농민들의 수준을 훨씬 넘는 여가 및 소비생활을 영위하는 사회집단이다. 경제생활의 안정성은 소득뿐만 아니라 주거에서도 안정성을 획득했을 때 확보된다. 그러므로 일정수준의 소득과 주택과 생활용품(컴퓨터, 자동차, 냉장고 등)을 소유한 집단이라고 할 수 있다. 대체로 중간계급(경영관리직, 전문직 및 기술직 종사자)과 소득이 높은 자영업자(도시 자영상인과 농촌 자영농)가 이러한 집단에 속한다고 볼 수 있다(신광영, 2004).

계급적 개념보다 ‘삶의 기회’나 ‘생활양식’의 측면에서 정의하자면, 계급적 지위

외에 교육, 소득, 주택, 주관적 계층의식 등을 함께 고려한다(홍두승, 2005). 한완상·권태환·홍두승(1987)의 중산층 조사에서는 생활양식의 관점에서 중산층의 기준을 다음과 같이 기술하고 있다. “그렇게 잘 살지는 못하나, 아이들을 대학까지 보낼 수 있고 체면치레할 만큼 교제도 하며 여름휴가엔 가족 바캉스도 다녀올 수 있고 문화적인 생활도 어느 정도 즐기고 있다.” 총 1,043명의 응답자중 스스로 중산층의 기준에 부합한다고 생각하는 사람들이 1980년대 말 79%이며 그들이 제시한 기준에 충족한다고 생각하는 사람들은 69%에 이른다고 보고되고 있다(한완상·권태환·홍두승, 1987)⁴⁾.

즉 중산층은 소득정도, 직업과 종사상의 지위, 주택 등의 객관적인 요인들에서도 개인 및 가구들 간의 차이가 크며 그 포괄범위가 매우 넓다. 따라서 이들은 의식과 행동양식에서도 확일적이고 통합된 하나의 집단이라기보다는 이질적인 집단이라는 평가를 받아왔다(홍두승, 2005). 그럼에도 한국의 중산층은 1980년대를 거치면서 나름대로 자기정체성을 구성하고 유지, 강화시키고 있다. 중산층임을 스스로 확인하고 남들로부터 중산층임을 인정받는 독특한 방식이 존재한다고도 볼 수 있다. 경제발전에 따른 소비수준의 향상과 라이프스타일의 변모가 사람들 사이에서 중산층의식을 확산시키는데 중요한 계기로 작용했다(함인희 외, 2001).

이와 같은 중산층과 소비문화 연구의 흐름과 관련된 연구동향으로서 좀 더 포괄적으로 접근한다면 “계급과 문화”에 관한 연구를 들 수 있다. 이러한 연구들은 탈산업사회에서 계급과 문화의 관련성에 대한 논쟁이 제기된 것과 관련이 있다. 소비중심의 포스트모던한 사회에서 소비대상이 다양화되고 인간은 개인주의화되면서 계급 간 문화적 차별성을 찾기 어렵게 되었다는 포스트모더니즘의 주장(Baudrillard, 1981; Giddens, 1991; 페더스톤, 1999)과는 달리 부르디외는 계급 간 문화적 차별성이 존재한다고 주장하였다(부르디외, 1996).

계급과 문화에 대한 이러한 연구들은 크게 두 가지 강조점을 공유하고 있는데, 공통적으로 1) 계급간의 문화적 차이가 존재하는지의 여부에 대한 입증과 2) 문화적 차이가 어떤 양상으로 존재하는지에 대한 분석(Barbalet, 1986; Neveu, 1990; Sobel, 1983; Wilson, 1980)을 포함한다. 계급 간 문화적 차이가 존재한다는 것은 부르디외 이후 경험적 연구들에 의해서도 입증되고 있다(Lamont, 1992; Wynne, 1998;

4) 이러한 의식은 외환위기 이후 급격히 감소하여 2006년 45%로 하락하였다. 중산층 귀속감도 과거 60% 이상의 사람이 중산층이라고 응답하였으나, 2008년 20%로 감소하였다(국민의식조사, 한국사회학회 2006).

Katz-Gerro, 1999, 2002).

라몽(Lamont, 1992)은 미국과 프랑스의 중상계급의 문화적 차이점을 탐색하며 우월함, 정직함 등의 도덕적 기준, 코스모폴리타니즘, 고급문화, 종교, 돈과 권력 등에 대한 “상징적 경계”(symbolic boundary)를 밝히고자 했다. 와인(Wynne, 1998)은 신중간계급의 여가와 라이프스타일에 관한 경험적 연구를 통해 신중간계급이 단일한 집합체로 이해되어서는 안 되며, 본질적으로 분절되어 있음을 주장하고 있다. 그러나 이러한 분절이 문화적 선호 및 취향과 여가선호에서 오는 것이라고 보고 있다(Wynne, 1998).

이와 같이 문화적 경계와 사회경제적 경계 간의 차이(Lamont, 1992)외에도, 라이프스타일의 계급 내 차이와 계급 간 유사성에 관한 연구(Barbalet, 1986; Neveu, 1990; Sobel, 1983; Wilson, 1980), 계급과 라이프스타일의 관련성(Munters, 1977; Spellerberg, 1995) 혹은 직업과 라이프스타일의 관련성(Ashaffenberg, 1995; De Graaf, 1991)이 점차 감소하고 있다는 점에 주목한 연구 등이 있다.

이러한 연구들은 최근 사회학의 쟁점이 되고 있는 계급과 문화적 소비와의 관련성을 경험적으로 검증하고 있으며 라이프스타일, 상징적 경계, 문화선호 및 취향, 계급 간 소비와 계급 내 소비의 특징 등과 관련하여 구체적인 사회적 맥락에서 계급과 소비를 규명하고 있다는 점에서 의의를 찾을 수 있다.

2. 소비문화와 문화자본에 관한 연구

계급과 소비에 관한 연구와 관련하여 가장 주목을 받고 있는 개념은 문화자본인데, 이에 관한 연구가 활기를 띠게 된 데에는 부르디외의 문화자본론이 기여하는 바가 크다. 그러나 문화자본의 조작적 정의와 연구주제는 연구자의 관심과 목적에 따라 다양하다. 문화자본 연구의 방향은 크게 두 가지인데, 그것은 ① 교육적 성취에서의 문화자본의 효과, ② 취향 및 소비에서의 문화자본의 효과에 대한 연구로 대별된다. 즉 부르디외의 주요 논지인 교육적 성취에서의 문화자본의 효과에 관한 연구(Nash, 1990; DiMaggio, 1982; DiMaggio and Mohr, 1985; Lareau and Weininger, 2003)와 문화자본과 고급문화(highbrow culture) 및 고급지위문화(high-status culture)에 대한 참여, 여가 및 취향 즉 문화예술소비에 관한 연구들(DiMaggio and Useem, 1978; Erickson, 1996; Katz-Gerro, 1999, 2002; Holt, 1998; DiMaggio and Ostrower, 1990; Peterson and Kern, 1996)이 활발히 이루어지고 있다.

이와 같이 문화자본을 다루는 연구들이 증가하면서 그 의미는 다양하게 정의되었다. 즉 고급문화에 대한 지식(DiMaggio and Useem, 1978)과 교육적 성취(Robinson and Granier, 1985)를 의미하는 것으로 동원되었고 한편으로는 엘리트 학교의 교과과정(Cookson and Persell, 1985)이나 “실천”의 상징적 지배, 문화적으로 수용될 수 있는 방식으로 과업을 수행하는 능력(Gouldner, 1979), 고급문화활동에의 참여(DiMaggio and Mohr, 1985) 등이다.

『구별짓기』(Bourdieu, 1984)에서 문화자본은 계급위치의 하나의 지표이자 토대가 된다. 문화적 태도, 선호, 행동은 “취향”으로 개념화되며 이것은 사회적 선택(social selection)을 위해 동원되고 있다. 부르디외의 이론적 틀에서 문화자본은 비공식적인 학업적 기준이자 계급속성, 사회적 선택, 권력의 자원이 되며 이것은 또한 사회적 지위의 지표와 토대로서 특징지어진다(Lamont et al., 1988).

Erickson(1996)은 부르디외의 계급과 문화에 관한 분석이 사회구조의 두 가지 중요한 측면들을 소홀히 하고 있다는 점을 지적하는데, 즉 일반적으로 유용하게 사용되는 문화적 자원이란 문화적 다양성(cultural variety)이며 사회적 연결망과 계급관계의 관련성이라고 주장한다. 그는 고급문화보다는 문화적 다양성의 유용성을 강조하며 사회적 연결망과 문화자본과의 관련성을 주장하고 있다(Erickson, 1996).

이와 관련하여 문화소비에 관한 일련의 연구들은 고급문화를 향유하는 사람들이 다양한 취향을 갖게 되는 변화가 일어나고 있음에 주목한다. 즉 “배타적 향유”(snob)로부터 “다중취향”(omnivore)으로 옮겨가고 있는데, 이것은 근래에 엘리트지위를 특징짓는 토대가 코스모폴리타니즘으로의 질적인 변화를 하고 있음을 의미한다고 주장한다(Peterson, 1992, 1997b; Peterson and Kern, 1996; Katz-Gerro, 1999).

한편 문화소비가 계급정체감, 계급소속감에 영향을 미치고 있음을 분석하는 연구(DiMaggio, 1987; DiMaggio and Useem, 1978)에서는 고급문화의 소비나 예술 소비 또한 교육적인 분배와 마찬가지로 계급적인 특성을 갖는데, 계급분파는 특수한 문화적 소비유형을 가지고 있으며 그러한 소유가 계급정체성의 도구가 된다고 주장한다(DiMaggio, 1987). 또한 예술에 대한 관심이 특정 계급에 대한 소속의 단서로서 기능하며, 수용가능한 가치와 라이프스타일을 가지고 있느냐가 중요한 관건이 된다(DiMaggio and Useem, 1978).

한국사회에서도 문화자본과 다중취향에 관련된 연구들이 최근 들어 이루어지고 있는데, 여가활동에 있어서 ‘계급/계층적 차별화’보다는 다양한 사회적 구분의 축(성별, 연령, 거주 지역)에 의해 동시복합적으로 영향을 받고 있음을 밝힌 연구(한

신갑 외, 2007), 문화적 취향(음악장르)에 대하여 한국인의 문화적 경계와 사회경제적 지위간의 상응, 문화적 위계에 대한 인지에 있어서 문화자본 이론 및 옴니보어 이론이 일정하게 지지를 받고 있음(한준 외, 2007)과 이와 유사하게 영화장르 취향에 있어서 문화취향과 사회계층간의 다양성-편협성 가설이 동형성가설을 보완하고 있음을 시사하는 연구(이호영, 2008) 등이 있다.

이와 같이 문화자본에 있어서 부르디외의 기본적인 주장과는 일정한 차이를 보이는 일련의 경험적인 연구들이 많이 축적되면서 프랑수아즈 맥락과는 상이한 사회경험과 역사, 구조를 갖고 있는 사회의 특성을 반영하는 문화자본론이 활발히 전개되고 있으며, 이러한 연구들은 부르디외의 개념을 활용하지만 나름대로의 사회적 맥락에 부합하는 정의와 이론적인 수정을 통해 새로운 방향을 지속적으로 모색하고 있다고 보여진다. 한국사회의 문화자본에 대한 최근의 연구들(조돈문, 2005; 한신갑 외, 2007; 한준 외, 2007)도 이와 같은 변화의 흐름을 반영하고 있다. 계급위치의 지표로서의 문화자본 뿐 아니라 사회적 연결망과의 문화자본과의 관련성(Erickson, 1996), 다중취향(Peterson, 1992, 1997b; Peterson and Kern, 1996; Katz-Gerro, 1999), 계급정체성으로서의 문화소비(DiMaggio, 1987; DiMaggio and Useem, 1978)에 대한 쟁점들은 한국사회의 소비문화에 대한 연구에 일정한 준거를 제시해 준다고 볼 수 있다.

3. 사회자본과 소비문화에 관한 연구

사회자본은 학자들에 따라 사회적 연결망(social network), 혹은 사회적 자원(social resource) 등 다양한 개념으로 표현된다(Lin, 2000; Coleman, 1988; Bourdieu, 1986). 사회자본의 형성은 면대면 상호작용에서 출발하는 원초적인 신뢰가 단초가 되며 다양한 결사체의 활동을 통해 지속적인 상호작용을 함으로써 구축된다(이재열, 2003). 부르디외(Bourdieu, 1986)에 의하면 사회자본은 사회적 장이 형성되는 논리를 이해하기 위해 사용되는데, 지속적인 사회적 관계망의 점유 혹은 특정집단의 소속이 사회자본이 된다. 즉 한 개인이 소유하는 사회자본의 양은 그가 친지나 연고 등 활용할 수 있는 관계망의 범위와 그가 관계 맺는 타인들의 자본들까지 포함하며 각종 사적 모임과 사교조직 등이 그 예가 된다.

사회자본에 관한 연구에는 세 가지 중요한 개념적 관점이나 연구 패러다임이 나타나고 있다. (1) 사회적 연결망과 배태된(Embedded) 자원들(Coleman, 1988, 1990;

Bourdieu 1986; Lin et al., 2001; Burt, 1992) (2) 지역사회에 대한 참여나 시민적 참여(Putnam, 1994, 2000) (3) 일반화된 신뢰나 불신 등이다(Coleman, 1990). 첫 번째 입장인 ‘사회적 연결망과 이러한 연결망 속에 배태된 자원’은 모든 학자들에게 있어서 사회자본의 개념에서 중심적인 개념으로 제시되고 있다. 일반적으로 개인과 개인의 관계는 사회자본의 토대를 형성하는데 이것은 집단의 거시적 결과 뿐 아니라 개인들에게 미시적 결과를 초래한다. 직업적 지위, 감독으로서의 지위, 승진, 보너스 등과 같은 다양한 도구적 성과들에 대한 연결망 효과가 실제 경험적인 연구들을 통해 축적되어 왔다. 한국에서도 이와 같이 사회자본이 취업, 승진, 소득수준 등에 미치는 영향을 실증적으로 분석한 연구들이 있다(김성훈, 2005; 김왕배·이경용, 2002; 박기남, 2002; 이성균, 2006). 한편 린(Lin, 1999)은 개인의 지속적인 연결망을 통해 표현되는 자원들이 특히 노동시장에서의 지위의 획득에 유의미한 영향을 미친다는 것을 보여주었다.

이와 같이 개인과 개인 간의 연결망을 자원으로 보는 관점으로부터 사회자본에 관한 두 가지 관점이 형성되는데, 즉 시민적 참여와 일반화된 신뢰이다. 이와 같은 차원에서는 사회자본은 한 사회의 집합적 자산으로 이해되며 사회적 규범(Coleman, 1988, 1990)이나 시민사회에 참여하는 정도(Putnam, 1994, 2000)를 사회자본으로 보고 있다.

최재석(1979)은 한국인은 개인의식보다는 집단의 동질성과 유대를 강조하며 공동체로부터 개인이 미분화된 것을 한국인의 성격의 하나로 보면서 “한국에는 집단이나 계층만이 존재하고 개인은 존재하지 않는다.”고 보았다. 이와 같이 함께 모이고 즐기는 집합적 삶을 중시하는 전통적인 문화로 인해 한국인에게 있어서 사회자본은 매우 중요한 삶의 일부가 되고 있다(정수복, 1996).

이 글에서는 이와 같이 다각적인 측면에서 논의되어온 사회자본이 소비문화에 대해 어떤 영향을 미치는지에 대해서 살펴보고자 한다. 지금까지 연결망으로서의 사회자본과 소비에 대한 기존 연구는 주로 상품을 구매할 때 연결망이 어떤 효과를 갖는가에 대해 고찰하고 있다. 디마지오와 라우치(DiMaggio and Louch, 1998)는 ‘연결망 내에서의 교환’(within network exchange)⁵⁾이 높은 수준으로 이루어지

5) 즉 자동차나 집의 구입, 법률 서비스(변호사)나 주택의 유지 서비스와 같이 불확실성이 높고 반복적으로 일어나지 않는 거래에서 소비자들은 마치 기업들이 위계를 이용하는 것과 같이 사회적 연결망을 이용한다는 결론을 도출한다. 이들은 사회적 접촉이 계약에 있어서 효율적임을 주장하는데 이는 의무의 연결망 속에 상업적 교환이 배태되어 있기 때문인데,

고 있음을 밝히고 있다. 한편 사회적 연결망이 클수록 취향 및 문화예술소비의 다양성이 더 증가된다는 것을 경험적으로 보여준 연구가 있다(Erickson, 1996).

앞에서 살펴본 바와 같이 경제사회학적인 분야에서의 사회자본과 소비와의 관계가 논의되기는 했지만 소비문화와의 일반적인 관련성, 즉 지위소비성향이나 문화예술소비와 같은 주제들을 사회자본과의 관련성 속에서 고찰한 연구는 미미하며 특히 문화자본과 사회자본이 소비문화에 미치는 상대적 효과를 경험적으로 고찰한 연구는 거의 없다. 따라서 본 연구에서는 과연 한국사회에서 일상생활 속에 깊이 뿌리내리고 있는 연줄망 및 사회자본이 소비문화에 어떤 효과를 미치고 있는지에 대해 밝히고자 한다.

베버(Weber)는 위계적인 사회계층이 경제적인 자원뿐만 아니라 다양한 명예와 가치를 가진 “삶의 양식”을 통해 표현되고 재생산된다는 개념을 표명하면서, 사회는 경제적 지위뿐 아니라 도덕, 문화, 생활양식이라는 비경제적 기준에 기초하고 있는 다양한 명성집단(reputation group)에 의해서도 구분된다고 했다(Weber, 1946). 이러한 집단들은 자신의 사회적 동료들과 상호작용을 하는 경향이 있다. 워너(W. Lloyd Warner)의 공동체연구(1949)는 소도시 계층에 대한 연구로서 지위에 대한 다면적인 개념을 포함하며, 소비행동이 지역사회에서 특정한 지위적 위치를 표현하는데 가장 중요한 요인이라는 것을 보여주고 있다. 이러한 워너(Warner)의 연구는 각각의 지위집단이 각각의 독특한 생활양식을 발전시킨다고 주장한다(Warner et al., 1949).

중산층은 지위를 추구하는 경쟁의식이 많은 집단이며 이것은 소비행태에서 두드러지게 나타난다. 한편 한국의 경제성장과 함께 개인주의적인 사고와 소위 근대화된 서구적 생활양식의 보급으로 인하여 합리성을 중시하게 되는데 이러한 경향은 의식주 및 여가생활 및 개인적인 소비성향 및 습관에도 영향을 미친다(구해근, 1991). 이와 같이 지위소비성향과 함께 합리소비 성향도 중산층의 소비문화에 있어서 주요한 특징으로 보여진다. 이와 같은 관점에서 본 연구는 지위집단으로서의 중산층의 소비문화의 양상과 특징에 주목하며 이에 영향을 미치는 요인들을 살펴보고자 한다.

소비문화를 문화예술소비와 물질소비로 구분한 후, 분석에 있어서 먼저 계층·계급별 차이를 살펴보고, 다음으로는 문화자본과 사회자본의 개념을 활용하여 한

특히 위험부담이 있는 교환에서 친구나 친척과 거래한 사람들은 낯선 사람과 거래한 사람보다 만족도가 큰 것으로 나타나고 있다(DiMaggio and Louch, 1998).

국 중산층의 소비문화를 고찰한다. 이를 위하여 먼저 성장기 문화자본과 현재의 문화예술소비의 집단 간 비교 및 문화예술소비에 영향을 미치는 요인들을 살펴본다. 또한 이러한 문화예술소비를 문화자본 뿐 아니라 사회자본과의 관련성 속에서 살펴보고자 한다. 다음으로는 물질소비의 측면에서 지위소비성향과 합리소비성향으로 구분하여 중산층 소비문화의 제 측면들을 고찰하고자 한다. 즉 한국사회에서 계층별로 문화예술소비와 물질소비에서의 차이가 나타나는지, 문화자본과 사회자본이 중산층의 생활양식 및 소비문화와 어떻게 연관되고 있는지 고찰하고 소비문화를 매개로 하여 문화자본과 사회자본이 계층화과정에서 갖고 있는 함의를 살펴보고자 한다.

III. 주요변수 및 자료

1. 중산층 범주

중산층의 범위를 확정하기 위해 가구주의 직업적 지위, 가구소득, 주택규모 그리고 본인의 교육정도를 기준으로 사용하였다. 각 변수마다 중산층 기준을 충족시키면 1점을 부여하고 그렇지 못하면 0점을 부여한다. 그런데 가구주의 계급적 지위는 중산층의 판별에서 다른 요인들보다 더 비중 있게 고려될 필요가 있어 중상계급의 경우 소득이나 교육수준에 관계없이 적어도 주변적 중산층으로 분류되도록 2점을 부여하였다. 이러한 중산층 점수의 합이 3점 이상이면 ‘핵심적 중산층’, 2점 이상이면 ‘주변적 중산층’, 1점 이하이면 ‘하층’으로 개념화하였다(홍두승, 2005).

〈표 1〉 중산층 판별과 규모 추정

기준	단위	판별기준	중산층 점수
계급적 지위 ⁶⁾	가구주 (주소득원)	중상계급	2
		신중상계급	1
		구중상계급	1
교육수준	개인(응답자)	2년제 대학이상 (재학·중퇴 포함)	1
소득	가구	월평균소득:300만원	1
주택	가구	30평 이상(전세,자가 포함)	1

6) 계급범주는 응답자들의 직업과 종사상의 지위를 교차하여, 관리직·전문직 종사자로 구성

2. 문화자본/사회자본/ 소비문화

한국 중산층의 생활양식의 주요 특성인 소비문화를 문화자본과 사회자본 개념을 사용하여 분석한다. 부르디외(Bourdieu)는 소비에 대한 선호와 삶의 양식의 실천이 특정계급 분파와 연합되어 있다는 것을 밝히며 경제자본(economic capital), 문화자본(cultural capital), 사회자본(social capital)을 이러한 경쟁의 장에서 자원이 되는 것으로 보고 있다(부르디외, 1996). 여기에서 문화자본은 성장기 문화자본과 교육수준으로, 사회자본은 인맥과 각종 단체활동에의 참여도로 측정하였다. 소비문화는 문화예술소비와 물질소비로 구분하여 측정하였고 물질소비는 다시 지위소비와 합리소비로 구분하였다.

〈표 2〉 문화자본과 사회자본에 대한 측정

문화자본	성장기 문화자본	만 20세 이전 가족들과 영화관람 경험 여부; 가족들과 연극, 대중음악 공연 관람경험, 가족과 클래식, 오페라 공연 등 관람, 가족과 미술전시회(유물, 그림, 조각 등) 관람, 화가의 그림 소장
	교육수준	최종학력(재학, 중퇴포함): 무학, 초등학교, 중학교, 고등학교, 전문대학(2년제), 대학교(4년제), 대학원이상
사회자본	인맥	가족이나 8촌 이내 친지나 친한 친구, 동창 중에 고위 공무원(4급 서기관 이상), 법조인(검사, 변호사, 판사 등), 대학교수, 언론인, 의사, 경영자, 군인(대령이상)/경찰(총경이상), 예술가(소설가, 화가, 음악가, 영화감독 등), 국회의원 등의 수
	단체활동 참여	현재 활동하고 있는 단체의 수: 동창회, 향우회, 종친회, 계모임, 취미·스포츠·레저단체, 시민단체, 사회봉사단체, 이익단체(노동조합, 약사회, 변호사회 등), 지역사회단체(새마을 부녀회, 바르게살기 등)
소비문화	문화예술소비	지난 1년간 영화관에서의 영화관람, 연극관람, 뮤지컬·클래식·음악연주회, 오페라 관람, 미술전시회관람(사진, 서예 포함) 횟수
	지위소비 (물질소비)	유명상표 선호, 골프나 해외여행 선호, 스타일 선호, 가치소비(특정항목에 아낌없이 투자), 유기농 농산물 구매, 헬스·피트니스 클럽에서 운동, 충동구매
	합리소비 (물질소비)	계획소비, 사전정보 검색, 세일기간 이용

되는 중상계급, 사무직 종사자로 구성되는 신중단계급, 자영업자로 구성되는 구중단계급, 단순근로자로 구성되는 노동자계급으로 구분하였다. 중산층을 판별하기 위하여 중간계급을 구성하는 중상계급, 신중단계급, 구중단계급에 점수를 부여하였다(홍두승, 2005).

3. 자료

이 연구에서는 『국민의식조사』(한국사회학회, 2006) 자료를 사용하여 중산층의 소비문화를 분석하였다. 이 조사는 2006년 8월 7일~ 8월 26일까지 20일간 실시되었으며 전국의 만 19세 이상 남녀를 모집단으로 하며 유효표본의 크기는 1,515명이다. 표본추출 방법은 지역, 성별, 연령별 인구수 비례 무작위추출(전화번호부 이용)이며 표본오차는 ± 2.5 포인트(95% 신뢰수준)이고 구조화된 설문지를 사용한 개별면접 조사로 실시되었다. 조사항목은 정치의식, 교육·가족생활영역, 사회자본, 계층의식, 통일·민족·대외의식, 사회의식, 경제·소비부문 등으로 구성되었다.

〈표 3〉 응답자 특성

	사례수	%		사례수	%
전체	(1515)	100.0			
성별			소득수준별		
남자	(751)	49.6	없음	(461)	30.4
여자	(764)	50.4	100만원 미만	(278)	18.3
연령별			100~200만원 미만	(387)	25.5
19~29세	(320)	21.1	200~300만원 미만	(209)	13.8
30대	(365)	24.1	300~400만원 미만	(106)	7.0
40대	(348)	23.0	400~500만원 미만	(40)	2.6
50세 이상	(482)	31.8	500~600만원 미만	(19)	1.3
			600만원 이상	(14)	0.9
교육수준별			지역크기별		
중졸 이하	(333)	21.7	대도시	(731)	48.3
고 졸	(413)	38.3	중/소도시	(650)	42.9
대재 이상	(605)	39.9	읍/면	(134)	8.8
직업별			직업별		
전문·관리직	(37)	2.5	서비스직	(256)	16.9
반전문·기술직	(75)	5.0	생산직	(91)	6.0
사무직	(167)	11.0	농어민	(49)	3.2
판매직	(351)	23.2	미취업	(148)	9.8
			주부	(232)	15.3
계층범주별 ⁷⁾			계급범주별		
핵심적 중산층	(592)	39.1	중상계급	(37)	2.4
주변적 중산층	(409)	27	신중간계급	(242)	16.0
하층	(390)	25.7	구중간계급	(326)	21.5
결측치	(124)	8.2	노동자계급	(421)	27.8
			결측치	(489)	32.3

IV. 결과 및 분석: 중산층의 소비문화

1. 중산층의 문화예술 소비

중산층의 문화예술 소비를 살펴보기에 앞서 성장기 문화자본에 대하여 고찰하고자 한다. 성장기에 경험했던 문화자본은 현재의 문화예술활동 참여에 많은 영향을 미칠 것으로 예상되기 때문이다. 성장기에 경험했던 문화예술 관람이나 악기교육, 예술품 소장 등이 현재의 계층구조와는 어떤 관련을 가질까? 한국사회는 급격한 변동의 과정을 거치면서 고등교육의 기회가 지속적으로 확대되었는데, 이것이 문화소비와 고급예술소비에도 영향을 미쳤을까? 일반적으로 일정한 문화적 선호는 가족사회화를 통해 이루어지며 계급과 관련된 예술전통이 세대에서 세대로 유지되는 기제로서 기능하게 된다(DiMaggio, 1978). 한국의 중산층은 경제성장과 더불어 형성되어 온 1세대 혹은 2세대이기 때문에 문화적 취향과 고급예술 소비의 세대 간의 오랜 전승을 기대하기는 어렵다. 단지 현재의 중산층이 성장기에 문화자본에 노출되었는지를 살펴봄으로써 가정에서의 문화자본의 전승이 어느 정도 이루어졌는가를 파악할 수 있을 것이다.

성장기 문화자본이 가장 많은 계층은 핵심적 중산층이며 다음으로 주변적 중산층, 하층의 순으로 나타난다(표 4). 계층 간의 차이가 두드러지는 것은 만 20세 이전의 악기교육을 받은 경험인데, 핵심적 중산층의 약 30%, 주변적 중산층의 16%, 하층의 7.4%가 악기교육을 받았다고 응답하여 하층에서 주변적 중산층과 핵심적 중산층으로 갈수록 응답률이 각각 2배씩 증가하고 있다. 전 계층에서 가장 많이 경험했던 문화활동은 ‘가족과 함께 영화관람’으로 나타났다. 계층 간의 차이가 비교적 적은 부문은 ‘가족과 함께 연극, 대중음악 공연관람’으로서 영화와 대중음악과 같은 대중문화공연의 관람은 계층에 관계없이 고급예술에 비해 성장기에 많은 관람이 이루어지고 있었다. 고급예술인 클래식, 오페라관람, 미술품소장, 미술전시회 및 악기교육에서는 계층 간의 차이가 더욱 뚜렷하게 나타나고 있다.

7) 계층범주에서 상층의 개념을 따로 두지 않는 것은 논문에서 제시된 분석모형이 홍두승(2005)의 중간계급과 중산층의 개념을 수용하고 있기 때문인데, 홍두승의 모형은 골드소프 모형과 유사하여 중상계급 내에 대기업 경영주(자본가계급)을 포함하며 직업에 있어서 중간계급의 위치를 점하며 삶의 조건과 생활양식이 중산층에 속하여 두 범주가 일치하는 범주를 ‘핵심적 중산층’으로 보고 있다.

이와 같이 핵심적 중산층일수록 성장기에 모든 부문의 문화자본에 많이 노출되었으나 특히 고급예술에서 계층 간의 격차가 더욱 심한 것으로 나타났다.

계급별 성장기 문화자본의 차이를 살펴봐도 성장기에 가족과 함께 경험한 문화예술활동의 영역에 있어서 중상계급이 가장 높게 나타났고 다음은 신중단계급, 구중단계급, 노동자계급의 순으로 계급별 차이가 나타나는 것을 알 수 있다. ‘가족과 함께 영화관람’이 모든 계급에서 가장 비중이 높았고 다음은 ‘가족과 연극, 대중음악공연’ 혹은 ‘예술품소장’이었으며 ‘가족과 클래식, 뮤지컬 관람’은 모든 계급에서 가장 빈도가 낮았다. 즉 성장기에 고급문화예술 활동보다는 영화나 연극, 대중음악과 같은 대중문화예술에의 접근이 더 용이했음을 보여준다. 그리고 ‘악기 교육’이나 ‘클래식, 뮤지컬 관람’ 경험에 있어서 구중단계급은 전 계급 중 가장 취약하며 노동자계급이 구중단계급보다 성장기에 이와 같은 활동을 더욱 많이 경험한 것으로 나타났다. 전반적으로 구중단계급은 성장기에 고급문화예술 활동경험에서 가장 많이 배제되었던 계급임을 알 수 있다(〈표 4〉).

〈표 4〉 계층·계급별 성장기 문화자본(단위 %)

		가족과 영화관람	악기교육	가족과 클래식, 뮤지컬 관람	가족과 연극,대중 음악 공연 관람	가족과 미술 전시회 관람	미술품 소장
계 층 범 주	핵심적 중산층	54.4	30.4	12.8	29.9	27.5	31.4
	주변적 중산층	42.8	15.9	8.1	23	18.8	19.1
	하층	28.2	7.4	3.3	11.3	5.9	8.5
	χ^2	65.723***	83.725***	26.901***	46.554***	71.787***	75.585***
계 급 범 주	중상 계급	56.8	27	18.9	45.9	29.7	37.8
	신중간 계급	54.1	24	10.7	23.1	25.2	27.3
	구중간 계급	39.3	10.4	6.4	21.2	15.0	20.9
	노동자 계급	34.7	15.0	6.7	16.6	15.0	15.0
		χ^2	28.189***	22.541***	10.595*	19.567***	16.585**
			21.524***				

* 이 표에 제시된 비율은 “귀하는 만 20세가 되기 이전에 다음과 같은 행동을 경험한 적이 있습니까?”라는 질문에 “있다”의 응답 비율임

다음에는 현재 문화활동에 얼마나 참여하는지, 계층별로 예술소비 즉 영화관람, 연극관람, 뮤지컬·클래식·오페라, 미술전시회 관람빈도를 살펴보았다. 그 결과 핵심적 중산층이 문화예술활동 관람에 가장 적극적으로 참여하며 주변적 중산층, 하층의 순으로 관람빈도가 높게 나타나는 것을 알 수 있다. 핵심적 중산층의 경우 영화 관람은 1년에 평균 6.1회, 주변적 중산층은 약 3.6회, 하층은 약 2회로 나타났다. 연극이나 클래식, 뮤지컬, 오페라 및 미술관람 등 고급예술 소비의 경우 1년 평균 관람횟수는 1회 이하로 나타났다. 그중 미술전시회에 가장 많이 참여했고 다음으로는 연극, 클래식·뮤지컬·오페라의 순이었다.

현재의 문화활동 참여도를 계급범주별로 살펴보면 중상계급과 신중간계급의 연극, 영화, 뮤지컬, 오페라, 미술전시회 등의 참여빈도가 구중간계급과 노동자계급에 비해 더 높은 것으로 나타났다. 전 계급에서 영화관람빈도가 월등히 높게 나타났으며 중상계급과 신중간계급의 문화예술활동 각 부문의 참여 빈도가 거의 유사하게 나타났는데, 근소한 차이지만 그중에서도 중상계급은 클래식·뮤지컬·오페라와 미술전시회 관람의 고급문화·예술소비에서, 신중간계급은 영화와 연극관람의 대중문화·예술소비에서 상대적으로 더 높게 나타나는 것을 볼 수 있다(〈표 5〉).

그러면 현재의 문화활동 참여도는 어떤 요인에 의해 영향을 받고 있는가? 먼저 연령과 성별, 가구소득, 교육과 같은 사회경제적 요인들을 독립변수로 하여 회

〈표 5〉 계층, 계급별 문화활동 참여도

		영화관람 (평균/표준편차)	연극관람 (평균/표준편차)	클래식, 뮤지컬관람 (평균/표준편차)	미술전시회관람 (평균/표준편차)
계 층 범 주	핵심적 중산층	6.14(7.57)	0.6(1.60)	0.49(1.60)	0.9(2.27)
	주변적 중산층	3.59(5.37)	0.33(1.11)	0.19(0.63)	0.38(1.01)
	하층	2.02(5.43)	0.12(0.64)	0.09(0.43)	0.15(0.67)
	F	51.546***	18.513***	17.815***	28.221***
계 급 범 주	중상계급	6.27(7.75)	0.59(1.12)	0.76(0.98)	1.32(2.1)
	신중간계급	6.82(7.68)	0.61(1.62)	0.48(2.12)	0.9(2.13)
	구중간계급	2.28(3.77)	0.26(0.9)	0.19(0.67)	0.41(1.53)
	노동자계급	3.34(5.47)	0.3(1.2)	0.18(0.62)	0.36(1.36)
	F	33.012***	4.823***	6.095***	8.891***

* 이 표에 제시된 점수는 “귀하는 지난 1년 동안 다음의 문화활동에 몇 번 정도 직접 관람·참여하십니까?”의 질문에 대한 평균횟수임

* 최소값: 영화관람(0), 연극관람(0), 뮤지컬, 클래식, 오페라(0), 미술전시회(0)

* 최대값: 영화관람(80) 연극관람(15), 뮤지컬, 클래식, 오페라(30), 미술전시회(30)

귀분석을 하였을 때(모델 1), 연령이 낮을수록, 교육수준이 높을수록, 가구 전체 소득이 높을수록 영화, 연극, 오페라, 음악연주회, 미술전시회관람 등의 현재 문화예술활동 참여율이 높은 것으로 나타났다. 다음으로 계급요인을 추가하여 분석했을 때(모델 2) 중상계급과 신중간계급은 노동자계급에 비하여 문화예술소비 및 활동에 적극적으로 참여하는 것으로 나타났다. 다음으로 문화적인 요인인 성장기 문화자본을 추가하였을 때, 성장기 문화자본이 많을수록 현재 문화활동에 적극적으로 참여하며, 특히 성장기 문화자본은 현재의 문화예술 소비인 문화예술활동 관람에 결정적으로 중요한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 통해 문화예술소비에 있어서 경제자본인 소득보다 문화자본인 교육이나 성장기 문화자본의 영향력이 더욱 큰 것을 알 수 있다.

마지막으로 사회자본을 추가하여 전체적으로 사회경제적 요인, 계급, 문화자본, 사회자본을 모두 고려하여 회귀분석을 하였을 경우, 인맥과 단체활동 참여로 측정된 사회자본은 문화활동 참여에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 즉 성장기 문화자본과 교육과 같은 문화적 요인뿐 아니라 평소에 누구와 친분이 있으며 사회적인 영향력이 있는 다양한 직업집단의 사람들을 얼마나 알고 있는지도 문화예술소비에 일정한 효과를 미치고 있다. 또한 다양한 단체활동에 참여하고 있는지 여부도 문화예술소비에 유의미한 효과를 미친 것을 알 수 있다. 따라서 이러한 결과는 한국사회에서 사회자본이 갖고 있는 함의에 대해서 기존의 틀을 넘어선 확장된 해석이 필요하다는 점을 시사해 준다.

전체적으로 문화활동참여도에 관하여 사회경제적 요인, 계급, 문화자본, 사회자본을 독립변수로 추가하였을 때, 각 회귀모델들에 대한 유의도 변화량을 살펴보면, 계급변수, 성장기 문화자본과 사회자본 등을 각각 추가하면 설명력의 유의미한 증가를 가져오는 것으로 나타난다. 즉 문화활동참여를 설명하는데 있어서 계급과 성장기 문화자본, 사회자본 등이 모두 유의미한 효과를 갖는다고 볼 수 있다. 특히 성장기 문화자본을 추가하였을 때, 설명력이 크게 증가하는 것을 볼 수 있다(모델 3). 또한 인맥과 단체활동으로 측정된 사회자본도 설명력을 증가시키며 이러한 분석을 통해 사회자본과 소비문화 및 문화자본의 관련성을 발견할 수 있다(모델 4).

〈표 6〉 문화예술 소비(전체)에 대한 회귀분석

	모델1 b(beta)	모델2	모델 3	모델 4
연령	-.050(-.256)***	-.046(-.236)***	-.041(-.209)***	-.047(-.244)***
성별(여성)	.195(.040)	.229(.047)	.035(.007)	.123(.025)
가구소득	.160(.166)***	.146(.151)***	.123(.127)***	.101(.105)***
교육	.428(.234)***	.364(.198)***	.225(.123)***	.181(.099)**
중상계급		.994(.078)**	.791(.062)*	.649(.051)*
신중단계급		.622(.176)***	.527(.094)**	.482(.086)**
구중단계급		-.190(-.037)	-.200(-.039)	-.231(-.045)
성장기 문화자본			.479(.316)***	.444(.293)***
사회자본(인맥)				.105(.086)**
사회자본(단체)				.132(.081)**
상수	5.586***	5.626***	5.628***	5.845***
R ² adj	.257	.274	.360	.373
R ² 변화량 F	89.431***	8.653***	137.810***	11.337***

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

기준: 노동자계급

2. 중산층의 물질소비: 지위소비와 합리소비

(1) 지위소비 성향

여기에서는 중산층의 물질소비에 대하여 소비의식과 행위의 측면을 표현하는 지위소비 성향을 살펴본다. 전체 소비의식과 행위는 유명상표 선호, 골프나 해외 여행 선호, 스타일 선호, 가치소비(선호하는 항목에 아낌없이 투자하는 성향), 유기농 농산물 구입, 헬스, 충동구매, 계획소비, 사전정보 수집, 세일기간 이용 등과 같은 항목으로 측정되었고, 요인분석을 통해 지위소비와 합리소비 성향의 두 개의 요인으로 묶이는 것을 확인할 수 있다. 지위소비는 ‘골프나 해외여행 선호’, ‘가격보다 스타일 중시’, ‘유기농 농산물 구매’, ‘헬스, 운동’, ‘유명상표 선호’, ‘선호하는 특정품목에 아낌없이 투자’, ‘충동구매’ 등의 항목으로 구성되었다.

계층별 지위소비 성향을 살펴보면 핵심적 중산층일수록 골프나 해외여행을 선호하고, 가격보다 스타일을 중시하며 충동구매 성향과 유명상표 구매 등의 지위소비 성향이 높으며 무공해식품이나 헬스, 운동 등을 하면서 자신이 선호하는 특정 품목에 아낌없이 투자하는 가치소비성향을 보이고 있음을 알 수 있다. 핵심적 중산층의 약 59%가 ‘능력이 된다면 해외여행이나 골프를 즐기고’ 싶어 하며 55%가 ‘가격보다 스타일을 중시’하는 등 핵심적 중산층의 과반수이상 지위와 스타일

을 중시하는 소비의식을 갖고 있는 것으로 나타났다. 한편 ‘선호하는 특정품목에 아낌없이 투자’하는 가치소비성향도 36.6%로 나타나, 3분의 1이상의 사람들이 긍정적인 응답을 하였다. 또한 핵심적 중산층은 ‘무공해식품을 구입’하거나 ‘건강과 체중관리를 위해 헬스나 피트니스클럽에서 지속적으로 운동을 하는 웰빙소비 성향도 각각 35.6%, 25%로 타 계층에 비해 높다. ‘사전에 계획 없이 구매하는’ 충동소비성향도 32.6%로 핵심적 중산층의 3분의 1정도가 충동구매를 하고 있는 것으로 나타났다.

중산층의 지위소비의식과 행동을 계급별로 살펴보면 흥미로운 결과가 발견된다. 계급별로 분석하면, 가장 지위소비성향이 높은 집단은 신중단계급 계급으로 나타나고 있다. 신중단계급은 중상계급에 비해 소득수준이 낮은 집단⁸⁾임에도 지위소비성향이 가장 높게 나타난다는 것은 주목할 만하다. 일반적으로 지위소비성향은 신중단계급>중상계급>구중단계급>노동자계급의 순으로 나타나고 있다. 신중단계급은 골프나 해외여행 선호도가 64%로 나타나 여타계급에 비해 월등히

〈표 7〉 계층·계급별 지위소비성향단위: %)

		골프, 해외여행 선호	스타일 중시	유기농 농산물 구매	헬스,운동	유명상표 선호	특정품목 투자	충동 구매
계 층 범 주	핵심적 중산층	58.6	55.2	35.6	25	26.5	36.3	32.6
	주변적 중산층	45.2	45.0	25.4	14.2	17.1	24.7	21.6
	하층	31.9	32.3	22.1	5.1	10	11.5	15.4
	χ^2	91.450***	96.103***	63.642***	116.045***	112.896***	111.544***	55.757***
계 급 범 주	중상 계급	40.5	51.4	29.7	24.3	24.3	29.7	29.7
	신중간 계급	63.6	50	28.9	23.1	25.2	37.6	31
	구중간 계급	41.1	42.6	27.9	12.9	13.8	23.6	19
	노동자 계급	42.6	39	26.4	13.3	15.2	17.6	18.8
	χ^2	36.951***	18.167**	6.063	24.954***	23.743**	40.120***	19.607**

* 이 표에 제시된 비율은 “약간 그렇다”와 “매우 그렇다”를 합한 비율임

- 8) 범주형으로 측정된 소득문항에서 범주의 중간값을 대입하여 연속형 변수로 변환하여 분석한 결과, 중상계급의 월평균소득은 380만원, 신중단계급은 230만원, 구중단계급은 203만원, 노동자계급은 143만원으로 나타났다.

높다. 신중단계급을 제외한 중상계급, 구중단계급, 노동자계급의 응답률은 약 40%대로 나타나 계급 간에 큰 차이를 나타내지 않았다.

‘특정품목에 아끼지 않고 투자’하는 가치소비경향도 신중단계급이 가장 높게 나타나서 약 38%였고, 중상계급(30%), 구중단계급(24%), 노동자계급(17.6%) 순으로 나타났다. ‘스타일 중시경향’은 중상계급(51.4%)과 신중단계급(50%)의 순으로 거의 유사하게 높아 과반수 이상이 가격보다 스타일을 중시하고 있었으며 구중단계급(43%), 노동자계급(39%)의 비중이 상대적으로 낮다. ‘유명상표 선호’ 성향과 ‘헬스, 운동’, ‘충동구매 성향’도 여타 계급에 비해 중상계급과 신중단계급이 높게 나타나고 있다(표 9).

상대적으로 계급 간의 차이를 보이지 않는 부문은 ‘유기농 농산물 구입’으로 각 계급에서 약 30% 정도의 응답률을 보이고 있다. 최근 건강에 대한 관심이 고조되면서 웰빙식품과 유기농산물에 대한 인식이 전체 사회로 확산되어 가고 있는 현실을 반영한다고 볼 수 있다(표 9). 전반적인 지위소비성향을 계층별로 살펴보면 핵심적 중산층이 지위소비성향이 가장 높으며 주변적 중산층, 하층의 순으로 나타난다. 계급범주로 구분하였을 때는 신중단계급이 중상계급보다 근소한 차이로 지위소비성향이 높게 나타나며 구중단계급, 노동자계급의 순이다(표 10).

지위소비의식에 영향을 미치는 요인을 살펴보기 위해 회귀분석을 실시하였다. 지위소비의식에 대한 회귀분석결과, 연령이 낮을수록, 가구소득이 높을수록, 교육수준이 높을수록, 남성보다는 여성이 유명상표를 선호하고 골프나 해외여행을 선호하며, 가격보다 스타일 선호, 유기농 농산물 구매, 헬스클럽이나 피트니스센터 이용 등의 지위소비를 많이 하는 것으로 나타났다(모델 1). 다음으로 계급변수를 추가했을 경우에 지위소비에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나고 있다(모델 2). 그러나 성장기 문화자본과 문화활동참여도와 같은 문화적 요인 관련 변수를 추가할 경우, 지위소비성향은 성장기 문화자본이 많을수록 증가하며 문화활동 참여도가 활발할수록 지위소비를 많이 하는 것으로 나타나고 있다(모델 3). R^2 의 증가량도 유의미하여 문화자본을 추가할 경우, 설명력이 크게 높아지는 것을 알 수 있다. 즉 문화자본이 풍부할수록 지위소비 성향도 높아져서, 문화예술소비와 물질소비는 실제로 밀접한 관련성이 있는 것으로 나타났다. 즉 소비문화를 구성하는 두 가지 주요한 영역인 문화예술소비와 물질소비는 현실에 있어서 동시에 추구되며 그 중 물질소비성향인 지위소비는 계급적 지위보다는 성별, 연령, 소득과 문화자본에 의해 더 큰 영향을 받는다.

〈표 8〉 지위소비에 대한 회귀분석

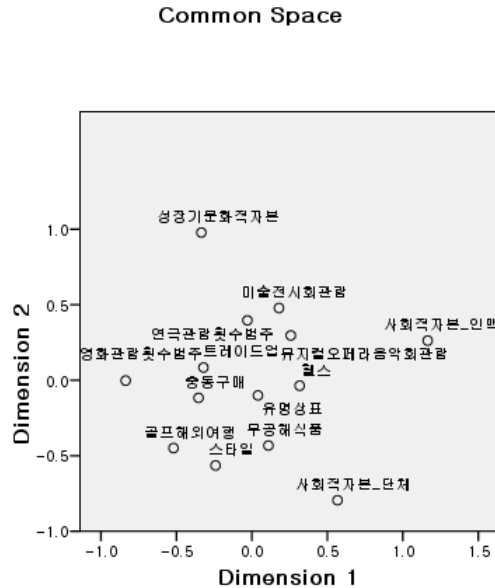
	모델 1	모델 2	모델 3	모델 4
연령	-.101(-.247)***	-.098(-.238)***	-.087(-.213)***	-.105(-.255)***
성별(여성)	.575(.056)*	.597(.058)*	.476(.046)*	.690(.067)*
가구소득	.466(.228)***	.465(.227)***	.429(.210)***	.385(.188)***
교육	.882(.227)***	.887(.228)***	.763(.196)***	.676(.174)***
중상계급		-.954(-.035)	-1.222(-.045)	-1.494(-.055)
신중상계급		.520(.044)	.366(.031)	.282(.024)
구중상계급		.124(.011)	.156(.014)	.069(.006)
성장기문화자본			.194(.060)*	.140(.044)
문화활동참여도			.186(.088)**	.137(.064)*
사회자본(인맥)				.224(.087)**
사회자본(단체)				.321(.093)***
상수	16.968	16.671	15.622	16.372
R ² adj	.290	.294	.305	.321
R ² 변화량 F	103.998***	1.572	8.476***	11.746***

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

기준: 노동자계급

이와 함께 인맥과 단체활동과 같은 사회자본을 추가할 경우 고위직 인맥이 많을수록, 각종단체 활동이 활발할수록 지위소비의식도 증가하는 것을 볼 수 있다. 사회자본을 추가하면 성장기 문화자본의 효과는 사라지나 현재 문화활동참여도의 영향은 여전히 유의미하여, 문화예술활동 참여와 같은 문화적 요인과 함께 인맥, 단체활동과 같은 사회적 관계가 지위소비에 큰 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 즉 전문직 종사자나 사회고위급 인사의 인맥으로 구성된 큰 연줄망을 가지고 있으며 적극적으로 단체활동에 참여하는 사회자본이 많은 사람일수록 지위소비성향이 더욱 증가하는 경향이 있다. 사람들과의 상호작용이 소비를 통해 개인의 지위를 향상시키고자 하는 욕구를 증대시키고 이와 같은 욕구가 지위소비 의식과 행동에 긍정적인 영향을 미친다고도 볼 수 있다. 문화자본인 성장기에 경험한 문화예술 활동보다 사회적 관계자본이 지위소비성향에 더욱 큰 효과를 미치고 있음이 매우 흥미롭다. 즉 이러한 결과를 통해 사회자본이 물질소비성향에 미치는 영향을 확인할 수 있다. 다차원적도 분석을 통해서도 성장기 문화자본, 문화예술소비, 지위소비성향, 사회자본 등이 서로 가까이 위치하고 있는 것을 확인할 수 있다(〈그림 1〉).

〈그림 1〉 지위소비와 문화예술 소비, 사회자본에 대한 다차원 척도분석



(2) 합리소비 성향

중산층은 경제성장과 함께 개인주의적 사고와 함께 소위 서구화된 생활양식의 보급으로 인하여 합리성을 중시하게 된다. 이러한 경향은 개인적인 소비성향 및 습관에도 영향을 미치게 되는데(구해근, 1991), 여기에서는 이러한 합리성이 소비 행동에서 계층별 차이를 나타내는지, 중산층의 합리소비 성향은 다른 계층에 비해 어떠한 특징을 보이는지 살펴보고자 한다. 합리소비성향은 쇼핑을 하기 전에 쇼핑품목을 미리 작성하는 ‘계획소비’, 갖고 싶은 것을 살 때, 여러 가지 정보를 모아서 따져보는 ‘사전정보 검색’, 세일기간을 기다렸다가 제품을 구매하는 ‘세일 이용’ 등으로 구성되었다.

계층별 합리소비성향을 살펴보면 ‘계획구매’ 성향은 핵심적 중산층은 36.5%, 주변적 중산층은 37.2%, 하층은 29.5%가 ‘사전에 쇼핑품목을 미리 작성한다’고 응답하여 하층에 비해 핵심적, 주변적 중산층에서 계획소비성향이 높았으나 통계적으로 집단 간 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 구매정보를 사전에 모으는 ‘정보검색’ 성향도 핵심적 중산층이 47.1%, 주변적 중산층이 41.1%, 하층이 32.1%로 하층에 비해 핵심적, 주변적 중산층일수록 더 비중이 높았다. ‘세일기간을 기다렸다가 제품

을 구매'하는 성향은 핵심적 중산층이 37.2%, 주변적 중산층이 36.4%, 하층이 28.5%로 나타나고 있어 하층에 비해 중산층의 비중이 높게 나타난다. 이와 같이 '계획소비', '사전정보검색', '세일이용' 등과 같은 합리소비성향은 하층에 비해 핵심적, 주변적 중산층에서 높게 나타나고 있어 지위소비의식뿐만 아니라 합리소비성향도 중산층 소비문화의 한 특징으로 나타나고 있음을 알 수 있다.

앞에서 살펴본 바와 같이 사전에 계획 없이 구매하는 '충동소비'성향도 핵심적 중산층이 높지만 이와 함께 중산층은 '계획구매'나 '정보탐색', '세일을 이용'하는 등의 합리적인 소비성향도 동시에 지니고 있음을 볼 수 있다. 한편 구매 전 상품에 대한 정보탐색은 핵심적 중산층이 여타 계층에 비해 상대적으로 더 높게 나타나 정보 활용의 측면에 있어서나 상품선택에서 핵심적 중산층은 '숙련된 소비자'임을 알 수 있다.

계급별로는 중상계급이 45.9%, 신중간계급의 36.4%, 구중간계급의 32.8%, 노동자계급의 29.9%가 '계획구매'성향을 가지고 있어 중상계급의 '계획구매'성향이 가장 높으며, 신중간계급, 구중간계급, 노동자계급의 순으로 비중이 높다. '사전에 구매정보를 검색'하는 성향은 중상계급이 48.6%, 신중간계급이 47.9%, 구중간계급은 38%, 노동자계급은 33.3%로 나타나서 중상계급과 신중간계급이 구매시 사전에 정보를 검색하는 비중이 구중간계급이나 노동자계급에 비해 상대적으로 매우 높게 나타나고 있다. '세일을 이용'하는 경향은 중상계급이 40.5%, 신중간계급이 36.8%, 구중간계급이 25.5%, 노동자계급이 28.7%로 중상계급이나 신중간계급의 비중이 구중간계급이나 노동자계급에 비해 더 높게 나타난다(〈표 9〉).

〈표 9〉 계층·계급별 합리소비 성향(단위 %)

계 층 범 주		계획구매	정보탐색	세일이용
	핵심적 중산층	36.5	47.1	37.2
계 급 범 주	주변적 중산층	37.2	41.1	36.4
	하층	29.5	32.1	28.5
	χ^2	9.021	30.241***	12.433*
계 급 범 주	중상계급	45.9	48.6	40.5
	신중간계급	36.4	47.9	36.8
	구중간계급	32.8	38	25.5
	노동자계급	29.9	33.3	28.7
계 급 범 주	χ^2	8.958	30.241***	13.263*

* 이 표에 제시된 비율은 “약간 그렇다”와 “매우 그렇다”를 합한 비율임

합리소비에 영향을 미치는 요인은 무엇인가? 합리소비성향에 대한 회귀분석 결과 먼저 교육수준이 높을수록, 가구소득이 높을수록 합리소비 성향이 높으며 남성에 비해 여성이 합리적인 소비성향을 갖는 것으로 나타났다. 이중 큰 영향을 미치는 요인은 성별과 교육수준이었다(모델 1). 계급요인은 합리소비성향에 유의미한 영향을 미치지 않았으나(모델 2) 문화적 요인의 설명력은 상당히 높아서 성장기 문화자본이 많을수록 합리소비성향이 높았으며, 이와 함께 지위소비성향이 높을수록 합리적 소비를 하는 것으로 나타났다. 이러한 두 가지 요인을 추가하였을 때, 사회경제적 요인만의 효과에 비해 설명력이 유의미하게 증가하는 것을 볼 수 있다.

사회경제학적 요인, 문화적 요인과 사회자본을 함께 독립변수로 회귀분석을 하였을 때, 성별과 교육수준, 성장기 문화자본, 지위소비성향, 인맥과 같은 사회자본이 유의미한 효과를 가지고 있었다. 즉 여성, 교육수준이 높을수록, 성장기 문화자본이 많을수록, 지위소비성향이 높을수록, 인맥이 많을수록 합리적인 소비를 하는 것으로 나타났다(모델 4).

〈표 10〉 합리소비에 대한 회귀분석

	모델 1	모델 2	모델 3	모델 4
연령	-.013(-.059)	-.011(-.053)	.004(.018)	.000(.001)
성별(여성)	1.034(.192)***	1.043(.194)***	.876(.163)***	.885(.164)***
가구소득	.082(.077)*	.080(.075)*	.011(.011)	.001(.001)
교육	.389(.192)***	.379(.188)***	.200(.099)*	.164(.081)*
중상계급		-.041(-.003)	-.070(-.005)	-.197(-.014)
신중단계급		.212(.034)	.085(.014)	.094(.015)
구중단계급		.014(.002)	.003(.001)	.005(.001)
성장기문화자본			.227(.136)***	.202(.121)***
문화활동참여도			.040(.036)	.028(.026)
지위소비성향			.111(.214)***	.106(.204)***
사회자본(인맥)				.127(.094)**
사회자본(단체)				-.013(-.007)
상수	6.941***	6.887***	4.804***	5.202
R ² adj	.093	.092	.147	.152
R ² 변화량 F	27.229***	.391	22.999***	4.191*

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

기준: 노동자계급

한편 특히 흥미로운 것은 지위소비성향과 합리소비성향이 개념적으로는 상호대립적인 것처럼 보이지만, 실제 소비문화에서는 동시에 나타나는 현상이라는 점이다. 즉 지위소비를 많이 하는 사람들이 비합리적인 소비를 할 것으로 예상할 수 있으나 지위소비성향이 높은 사람들이 실제 소비행위에 있어서 정보탐색, 세일기간 이용, 쇼핑 리스트 작성 등의 합리적인 행위를 한다는 점이다. 따라서 이와 같이 합리소비 성향도 지위소비 성향과 함께 중산층의 소비문화에서 주요한 특징으로 보여진다. 이와 함께 합리소비 성향에 인맥이 중요한 영향을 미치는 것도 주목할 만하다. 이러한 사실은 지위소비 뿐 아니라 합리소비와 같은 소비문화에도 사회자본이 일정한 영향을 미치고 있는 것을 보여주고 있다. 합리소비 성향은 성장기 문화자본이나 인맥과 같은 보다 귀속적인 자원들과 관계가 있는 것으로 나타나, 소비문화에 있어서 지위소비성향보다는 합리소비성향이 일정한 정도의 기간을 거쳐 학습되고 전승되는 성향을 내포하고 있다고 보여진다.

V. 결론

한국의 중산층은 고도성장기의 물질적 혜택을 누리면서 소비욕구의 증가로 새로운 생활양식을 추구해 온 집단이며, 이들은 특정한 생활양식을 공유하는 지위 집단으로서의 특성을 나타내고 있다. 어떤 측면에서는 중산층은 소비를 통해 지위를 나타내고자 한다고 볼 수 있으며 이러한 관점에서 이 글에서는 소비문화를 문화예술소비와 물질소비로 구분하여 고찰하였다. 먼저 중산층의 소비문화의 특성을 중산층 범주와 계급범주로 집단 간 비교를 하였고 소비문화에 영향을 미치는 요인들을 사회경제적 요인과 계급적 지위, 문화자본과 사회자본의 효과를 중심으로 분석하였다. 즉 이 연구에서는 기존연구에서 논의되어온 문화자본과 계층·계급별 소비와의 관련성뿐 아니라 한국사회에서 일상생활 속에 깊이 뿌리내리고 있는 연줄망 및 사회자본이 소비문화에 어떤 효과를 미치고 있는지에 대해서도 밝히고자 했다. 지금까지 살펴본 문화자본과 사회자본을 통해서 본 중산층의 소비문화의 특징은 다음과 같이 요약할 수 있다.

중산층의 성장기 문화자본과 문화예술소비는 문화자본론의 핵심개념으로 파악되는 어린 시절 가정에서의 사회화를 통해 형성된 성장기 문화예술 교육과 현재 향유하고 있는 고급예술소비에 대한 분석으로서, 계층별 차이가 나타나는지의 여

부와 문화예술소비가 계층화에 갖는 함의 등이 중요하다고 할 수 있다.

성장기 문화자본과 문화예술활동 참여는 핵심적 중산층일수록 높게 나타나고 있다. 문화예술소비 경향에 있어서 핵심적 중산층일수록 뮤지컬, 클래식 음악연주회, 오페라나 미술전시회 뿐 아니라 영화, 연극관람에도 타계층에 비해 더욱 많이 참여하고 있다. 이러한 성향은 중상계급과 신중간계급의 경우에도 동일하게 나타나고 있다. 계층·계급별로 고급문화와 대중문화로 구분되는 특정한 문화예술 활동만을 배타적으로 향유하는 것이 아니라 다양한 범주의 문화예술활동에 참여하는 것으로 나타나서, 문화소비의 “다양성” 명제가 지지되고 있다고 볼 수 있다. 즉 문화예술소비의 빈도에서는 계층·계급별 차이가 나타나지만 향유하는 문화예술의 범위에서는 배타적 소비보다는 포용성을 보여주고 있어서 한국사회에서 중산층은 특정 문화예술활동에만 국한되지 않고 타 계층에 비해 “다양한 문화예술 활동을 더욱 빈번히” 즐기고 있음을 알 수 있다.

문화예술 활동참여는 연령이 젊을수록, 교육수준이 높을수록, 가구소득이 많을수록, 성장기 문화자본이 많을수록 증가한다. 사회경제적 요인들을 통제했을 때에도 노동자계급에 비해 중상계급과 신중간계급의 문화활동참여도는 유의미하게 높게 나타나고 있으며 특히 신중간계급의 문화활동참여가 매우 활발하다. 이러한 결과는 문화자본론에서 주장하는 계급과 예술소비와의 관련성이 한국의 경우에도 나타나고 있음을 보여주고 있다. 한편 사회경제적 요인과 계급범주를 통제했을 때에도 인맥과 단체활동과 같은 사회자본이 문화예술활동 참여에 긍정적인 효과를 미치는 것으로 나타났다. 즉 인맥이 많고 여러 단체활동에 참여하는 등 사회자본이 많은 사람들이 예술소비에도 적극적임을 알 수 있다.

다음으로 물질소비를 나타내는 지위소비성향과 합리소비성향을 살펴보면 핵심적 중산층일수록 해외여행을 선호하고, 가격보다 스타일을 중시하며 충동구매성향과 유명상표 구매 등의 지위성향이 높으며 무공해식품이나 헬스, 운동 등을 하면서 자신이 선호하는 특정품목에 아낌없이 투자하는 가치소비를 하는 등의 지위소비성향을 보이고 있다. 사전에 계획 없이 구매하는 충동소비성향도 높게 나타나지만 다른 한편으로 구매 전 상품에 대한 정보탐색 경향도 다른 계층에 비해 상대적으로 높아서 상품구매의 정보활용도가 높은 합리적인 소비성향도 가지고 있음을 알 수 있다. 한편 여성, 연령이 낮을수록, 교육수준이 높을수록, 가구소득이 높을수록, 현재 문화활동에 대한 참여가 많을수록 지위소비성향은 증가하고 있다. 이와 같이 지위소비는 문화예술활동참여와도 정적인 관련을 갖고 있는 것

으로 나타나고 있다.

또한 전문직 종사자나 사회고위급 인사의 인맥으로 구성된 큰 연줄망을 가지고 있으며 적극적으로 단체활동에 참여하는 사회자본이 많은 사람일수록 지위소비성향이 더욱 증가하는 경향이 있다. 연령과 성별, 가구소득, 교육 등의 사회경제적 요인들을 통제한 후에도 인맥과 단체활동과 같은 사회자본은 지위소비성향을 유의미하게 증가시키는 효과를 미치고 있다. 사회적 연결망과 단체활동을 통한 사람들과의 상호작용은 개인의 지위를 향상시키고자 하는 욕구를 증대시키고 소비문화를 통해서 이와 같은 지위의식과 행동이 표현되고 있다고도 볼 수 있다. 이와 함께 지위소비 성향이 높을수록 합리소비 성향도 높아서 지위소비와 합리소비는 서로 상충되는 개념이라기보다는 현실에서는 지위추구와 합리성의 실현을 동시에 획득하고자 하는 중산층의 문화적 특성이 나타나고 있다고 해석할 수 있다. 특히 집단 간 비교를 통해서 살펴볼 때, 지위소비 성향은 핵심적 중산층과 나머지 계층을 구분하며, 합리소비 성향은 핵심·주변 중산층과 하층을 구분하는 특성이 된다. 그리고 이러한 두 가지 물질소비성향은 계급간의 차이보다는 성별, 교육수준과 소득수준에 의해 영향을 받고 있는 것으로 나타난다. 지위소비와 합리소비 모두 중산층의 소비문화를 구성하는데 있어서 주요한 측면이라고 볼 수 있다.

이 연구를 통하여 한국의 중산층의 소비문화와 관련된 몇 가지 중요한 함의들을 도출해낼 수 있다. 첫 번째는 소비문화를 문화예술소비와 물질소비로 구분하여 고찰할 필요가 있다는 점이다. 문화예술소비와 물질소비는 모두 지위집단으로서의 중산층의 성격을 잘 드러내준다고 볼 수 있다. 기존의 계급과 소비에 관한 연구들이 문화적 취향 및 소비영역과 계급과의 관련성을 주로 밝히고 있는데, 이 글에서는 물질소비와 문화예술소비로 구분하여 고찰한 결과, 문화예술소비는 계급뿐 아니라 연령, 소득, 교육수준에 의하여 영향을 받지만 연령, 소득, 교육수준을 통제할 경우 문화예술소비가 지위소비나 합리소비와 같은 물질소비 성향에 비하여 계급적인 경계를 가시적으로 드러내주는 영역임을 알 수 있었다. 즉 물질소비 성향이 중산층의 유사성과 유대의 외연을 드러내는 보다 포괄적인 기능을 하는 한편, 문화예술소비는 계급 간의 경계에 대한 ‘구별짓기’의 효과를 지니는 배타성을 보여주고 있다고 볼 수 있다.

두 번째는 문화자본이 소비문화에 미치는 효과에 관한 것이다. 성장기 문화자본이 현재의 문화예술소비에 큰 영향을 미칠 뿐만 아니라, 문화예술소비 또한 물질소비를 나타내는 지위소비성향에 긍정적인 영향을 미치고 있다. 여기에는 두

가지 합의가 있는데, 먼저 경제적 자본인 소득 뿐 아니라 문화적 요인들이 소비문화에 중요한 영향을 미친다는 점이다. 뿐만 아니라 문화예술소비와 지위소비는 정적인 관련성을 갖는다는 점에도 주목할 수 있다. 한국사회에서 문화예술소비와 물질소비는 서로 배타적으로 일어나지 않으며 밀접히 연관되어 있으며 동시에 추구된다고 볼 수 있다.

세 번째는 문화예술소비와 물질소비 성향으로 구성되는 소비문화를 설명하는데 있어서 사회자본의 관련성을 입증함으로써 사회자본의 분석적 유용성을 밝히고 있다는 점이다. 즉 부르디외(Bourdieu)는 지배 엘리트의 사회적 연결망 및 인맥으로서의 사회자본의 중요성을 강조하고 있다. 이러한 사회자본의 개념은 상호인지와 인정이라는 다소 제도화된 관계의 지속적인 연결망의 소유와 관련이 있으며 이러한 자원은 도구적인 것으로 정의된다. 특히 문화예술소비보다 물질적인 소비인 지위소비성향에서 사회자본이 상대적으로 큰 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 또한 지위소비성향에 대해서도 성장기의 문화예술활동 경험과 같은 상징적으로 지위를 나타내는 문화자본보다는 사회자본과 같은 지위에 대한 보상 및 지위추구와 직접적으로 관련된 도구적 성격의 요인들이 더 큰 영향력 미치고 있는 것으로 나타났다. 즉 인맥과 단체활동을 통한 사회자본의 축적과 소비문화를 통해 지위를 추구하는 중산층의 목적지향적인 행위가 서로 긴밀히 연결되어 있다고 할 수 있다. 이러한 관점에서 물질소비는 주변 사람들과의 관계에 의해 크게 영향을 받으며 물질소비가 갖는 지위표시 기능이 사회적 관계의 측면에서 활발히 전개되고 있다고 볼 수 있다.

또 한편 흥미로운 발견은 중산층의 물질소비성향을 나타내는 두 가지 측면인 지위소비와 합리소비에 문화자본이 일정한 영향을 미치고 있는데, 이 중 문화예술소비는 지위소비에 긍정적인 효과를 미치고 있는 반면, 성장기 문화자본은 합리소비에 긍정적인 영향을 미친다는 점이다. 즉 현재 문화예술활동에 활발히 참여하는 것은 현재의 물질적인 측면에서 지위를 추구하는 소비성향을 강화시키는 효과가 있는 반면, 성장기에 가족과 함께 경험했던 문화예술활동 경험은 성인이 된 이후 소비생활에 있어서 합리성을 증가시키는데 긍정적인 영향을 미친다는 점이다. 이러한 결과를 통해 중산층의 합리적 성향은 어떤 의미에 있어서는 가족 내에서의 사회화 과정을 통해 형성되고 일정 부분 전승되는 것임을 짐작할 수 있다.

마지막으로 한국 소비문화의 특징 중 주목할 수 있는 점은 합리소비를 제외한 모든 소비영역에서 연령효과가 뚜렷이 나타난다는 점이다. 문화예술소비 및 지위

소비에 젊은 층일수록 더욱 적극적으로 참여하고 있는 것을 볼 수 있다. 따라서 소비문화를 통한 지위추구성향은 젊은층이 장년이 되면서 감소할 것인지, 혹은 소비문화의 확산에 따라서 더욱 증가할 것인지에 대한 시계열적인 비교연구를 통해서 세대와 소비문화와의 관계가 더욱 정밀하게 검증될 수 있을 것으로 보인다. 지금까지 살펴본 바와 같이 성장기 문화자본, 문화예술소비 및 지위소비성향 등은 중산층의 특성을 강하게 나타내는 지위표시물(status marker)이라고 볼 수 있다. 이를 통해 알 수 있는 것은 지위집단으로서의 중산층의 생활양식에 있어서 소비문화가 매우 주요한 역할을 하며 문화자본과 사회자본이 소비문화를 매개로 중산층의 삶의 양식에 표출되고 있다는 점이다. 이와 같은 분석을 통해 중산층의 생활양식이 문화자본과 사회자본의 소유를 둘러싸고 형성되며 소비문화를 통해 가시적으로 드러나고 있음을 알 수 있다.

참 고 문 헌

- 구해근. 1991. “한국 중간계급연구의 이론적·방법론적 문제점.” 서울대학교 사회학연구회 편, 『사회계층: 이론과 실제』. 다산출판사. pp.143~53.
- 김성훈. 2005. “사회연결망과 공식경로를 통한 첫 취업의 개인적 결과와 사회적 결과.” 『한국사회학』 39(1): 53~85.
- 김왕배·이경용. 2002. “사회자본으로서의 신뢰와 조직몰입.” 『한국사회학』 36(3): 1~23.
- 난 린(Nan Lin). 2001b. “신뢰의 사회적 맥락.” 서울대학교 사범대학 국민윤리교육과 편, 『지구촌 시대의 신뢰회복과 신뢰구축』 국제학술대회 자료집(2001. 11. 2~3) pp.23~63.
- _____. 2008. 『사회자본』. 김동윤·오서현 역. 커뮤니케이션 북스.
- 박기남. 2002. “관리직 여성의 사회자본과 성별 직무분리.” 『한국사회학』 36(6): 109~135.
- 부르디외(P. Bourdieu). 1996. 『구별짓기: 문화와 취향의 사회학』. 최종철 옮김. 새물결.
- 신광영·조돈문·조은. 2003. 『한국사회의 계급론적 이해』. 한울아카데미.
- 신광영. 2004. 『한국의 계급과 불평등』. 을유문화사.
- 양 춘. 2000. 『한국사회 계층구조와 동학』. 고려대학교 출판부.

- . 2005. 『사회계층론 서설』. 민영사.
- 연하청. 1990. 『중산층의 실태와 정책과제』. 한국개발연구원.
- 이성균. 2006. “한국자영업자의 사회자본과 소득수준.” 『한국사회학』 40(5):178~206.
- 이재열. 2003. “사회자본과 시민의식: 서울시와 자치구의 정책결정과 집행에 주는 함의.” 『지역사회학』 5(1):102~125.
- 이호영·장미혜. 2008. “문화자본과 영화선호의 다양성.” 『한국사회학』 42(1):62~95.
- 장미혜. 2001. “문화자본과 소비양식의 차이.” 『한국사회학』 35(3): 51~81.
- 정선거. 1996. “생활양식과 계급적 취향-사회적 불평등의 상징적 재생산에 관하여.” 『사회와 역사』 49: 213~245.
- 정수복. 1996. “한국인의 모임과 미시적 동원맥락.” 『경제와 사회』, 29(봄): 102~125.
- 정 준. 1997. 『소비사회의 실상과 바람직한 소비문화의 모색』. 한국소비자보호원.
- 조돈문. 2005. “한국사회의 계급과 문화: 문화자본론 가설들의 경험적 검증을 중심으로.” 『한국사회학』 39(2):1~33.
- 조 은. 2002. “문화자본과 계급 재생산: 계급별 일상생활 경험을 중심으로.” 양은경 외 편. 『문화와 계급: 부르디외와 한국사회』. 동문선.
- 최섯별. 2006 “상징적 경계와 한국사회의 문화자본 연구.” 『사회와 이론』 9: 191~227.
- _____. 2006. “한국사회에 문화자본은 존재하는가?” 『문화와 사회』 1: 123~158.
- 최재석. 1979. 『한국인의 사회적 성격』. 개문사.
- 페더스톤(M. Featherstone). 1999. 『포스트모더니즘과 소비문화』. 정숙경 옮김. 현대미학사.
- 한신갑·박근영. 2007. “‘구별짓기’의 한국적 문법: 여가활동을 통해 본 2000년대 한국 사회의 문화지형.” 『한국사회학』 41(2):211~239.
- 한완상·권태환·홍두승. 1987. 『한국의 중산층』. 한국일보사.
- 한 준·한신갑·신동엽·구자숙. 2007. “한국인의 문화적 경계와 위계구조.” 『문화와 사회』 통권 2(52): 29~53.
- 함인희. 이동원. 박선웅. 2001. 『중산층의 정체성과 소비문화』. 집문당.
- 홍두승. 1989. “계층구조와 계급의식: 사회조사자료를 통하여 본 현실과 전망.” 『사회과학과 정책연구』 11(1):123~153.
- _____. 1991. “계층의 공간적 분화 1975-1985:서울시의 경우.” 서울대학교 사회학연구회 편. 『사회계층: 이론과 실제』. 다산출판사. pp. 567~83.
- _____. 2005. 『한국의 중산층』. 서울대학교 출판부.

Anheier, H. K. and J. Gerhards, F. P. Romo. 1995. “Forms of Capital and Social Structure in Cultural Fields: Examining Bourdieu Topography.” *American Journal of Sociology* 100(4): 859~903.

- Aschaffenburg, K. E. 1995. "On the Distribution of Cultural Capital: Social Location and Cultural Participation." Ph.D. dissertation. Stanford University.
- Aschaffenburg, K. E. and I. Maas. 1997. "Cultural and Educational Careers: The Dynamics of Social Reproduction." *American Sociological Review* 62(4): 573~587.
- Barbalet, J. M. 1986. "Limitations of Class Theory and the Disappearance of Status: The Problem of New Middle Class." *Sociology* 20(4): 557~575.
- Baudrillard, Jean. 1981. *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. Telos.
- Benson, J. and A. J. Vidich. 1995. "Changes in the Life-Styles of American Classes." pp.238~258 in A. J. Vidich(ed.). *The New Middle Classes. Life-Styles, Status Claims and Political Orientation*. MacMillan.
- Bihagen E. and T. Katz-Gerro. 2000. "Culture Consumption in Sweden: The Stability of Gender Differences." *Poetics* 27: 327~349.
- Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University.
- _____. 1986. "The Forms of Capital." pp. 241~258 in J. G. Richardson(ed.). *Handbook of Theory Research the Sociology of Education*. Greenwood Press.
- Breckman, Warren G. 1991. "Disciplining Consumption: The Debate about Luxury in Wilhelmine Germany." *Journal of Social History* 24(Spring): 485~505.
- Bunting Catherine, 2005. "Social Stratification of Cultural Consumption: A Policy Response from Arts Council England." *Cultural Trends* 14(3): 213~216.
- Burt, Ronald. 1992. *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Harvard University Press.
- Coleman, James. 1988. "Social Capital in the Creation of Human Capital." *American Journal of Sociology* 94: S95~S120.
- _____. 1990. *Foundation of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- Cookson, P. and C. Persell. 1985. *Preparing for Power: America's Elite Boarding School*. Basic Books.
- Coyner, Sandra J. 1977. "Class Consciousness and Consumption: The New Middle Class during the Weimar Republic." *Journal of Social History* 10(3, Spring): 310~31.
- De Graaf, Nan-Dirk. 1991. "Distinction by Consumption in Czechoslovakia, Hungary, and the Netherlands." *European Sociological Review* 7(3): 267~289.
- DiMaggio, Paul. 1982. "Cultural Capital and School Success: The Impact of Status Culture Participation on the Grades of U. S. High School Student." *American*

- Sociological Review* 47: 189~201.
- _____. 1987. "Classification in Art." *American Sociological Review* 52(August): 440~455.
- DiMaggio, P. and M. Useem. 1978. "Social Class and Art Consumption: The Origins and Consequences of Class Differences in Exposure to the Arts in America." *Theory and Society* 5: 141~61.
- DiMaggio, P. and J. Mohr. 1985. "Cultural Capital, Educational Attainment, and Marital Selection." *American Journal of Sociology* 90: 1231~1261.
- DiMaggio, Paul and F. Ostrower. 1990. "Participation in the Arts by Black White Americans." *Social Forces* 68(3):753~778.
- DiMaggio, Paul and Hugh Louch, 1998. "Socially Embedded Consumer Transaction For What Kinds of Purchases Do People Most Often Use Networks?" *American Sociological Review* 63: 619~637.
- Eijck, K. V. and R. V. Oosterhout. 2005. "Combining Material and Cultural Consumption: Fading Boundaries or Increasing Antagonism?" *Poetics* 33: 283~298.
- Erickson, Bonnie H. 1996. "Culture, Class, and Connections." *The American Journal of Sociology* 102(1/Jul.): 217~251.
- Giddens, Anthony. 1991. *Modernity and Self-Identity*. Stanford University Press.
- Gouldner, Alvin. 1979. *The Future of Intellectuals and the Rise of New Class*. Seabury Press.
- Han, Shin-Kap. 2003. "Unravelling the Brow and How of Choice in Musical Preference." *Sociological Perspective* 46(4): 435~459.
- Holt, Douglas. 1998. "Does Cultural Capital Structure American Consumption?" *Journal of Consumer Research* 25(June): 1~25.
- Hsiao, Micheal. 1988. "An East Asian Development Model: Empirical Exploration." pp.12~23 in Berger, P. and H. M. Hsiao(eds.). *In Search of An East Asian Development Model*. Transaction Publishers.
- _____. 1993. *Discovery of the Middle Class in East Asia*. Academia Sinica.
- Katz-Gerro, T. and S. Yossi. 1998. "The Stratification of Leisure and Taste: Classes and Lifestyles in Israel." *European Sociological Review* 14(4): 369~386.
- Katz-Gerro, Tally. 1999. "Cultural Consumption and Social Stratification: Leisure Activities, Musical Tastes, and Social Location." *Sociological Perspectives* 42(4, Winter): 627~646. 2002. "Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweden, and the United

- States.” *Social Forces* 81(1/Sep.): 207~229.
- _____. 2004. “Cultural Consumption Research: Review of Methodology, Theory, and Consequence.” *International Review of Sociology* 14(1): 11~29.
- Koo, Hagen. 1982. “A Preliminary Approach to Contemporary Class Structure.” pp.45~66 in Yunshik Chang, Tai-Hwan Kwon and Peter J. Donaldson (eds.). *Society in Transition: with Special Reference to Korea*. Seoul National University.
- Lamont, M. and L. Annette. 1988. “Cultural Capital: Allusions, Gaps, and Glissandos in Recent Theoretical Developments.” *Sociological Theory* 6(2): 153~68.
- Lamont, Michele. 1992. *Money, Morals and Manners*. University of Chicago Press.
- Lareau, A. and E. B. Weininger. 2003. “Cultural Capital in Educational Research: A Critical Assessment.” *Theory and Society* 32(5/6): 567~606.
- Lin, Nan. 1999. “Social Networks and Status Attainment.” *Annual Review of Sociology* 25: 467~487.
- _____. 2000. “Inequality in Social Capital.” *Contemporary Sociology* 29(6): 785~795.
- Lin, N., K. Cook and R. Burt. 2001. *Social Capital Theory and Research*. Aldine De Gruyter.
- Lopez-Sintas, J. and T. Katz-Gerro. 2005. “From Exclusive to Inclusive Elitists and Further: Twenty Years of Omnivorosity and Cultural Diversity in Arts Participation in the USA.” *Poetics* 33: 299~319.
- Marsden, P. V. and J. F. Swingle. 1994. “Conceptualizing and Measuring Culture in Surveys: Values, Strategies, and Symbols.” *Poetics* 22: 269~289.
- Nash, Roy. 1990. “Bourdieu on Education and Social and Cultural Reproduction.” *British Journal of Sociology of Education* 11(4): 431~447.
- Neveu, Erik. 1990. “Lifestyle..... A Century’s End without Classes.” *Sociologie du Travail* 32(2): 137~154.
- Peterson, Richard A. 1992. “Understanding Audience Segmentation: From Elite and Mass to Omnivore and Univore.” *Poetics* 21: 243~258.
- _____. 1997a. “Changing Representation of Status through Taste Displays: An Introduction.” *Poetics* 25: 71~73.
- _____. 1997b. “The Rise and Fall of Highbrow Snobbery as a Status Marker.” *Poetics* 25: 75~92.
- Peterson, R. A. and A. Simkus. 1992. “How Musical Tastes Marks Occupational

- Status Group.” pp.152~186 in Lamont, M. and M. Fournier(eds.). *Cultivating Differences*. University of Chicago Press.
- Peterson, R. A. and M. R. Kern. 1996. “Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore.” *American Sociological Review* 61(5): 900~907.
- Portes, Alejandro. 1998. “Social Capital, Its Origins and Applications in Modern Sociology.” *Annual Review of Sociology* 24: 1~24.
- Putnam, Robert. 1994. *Making Democracy Work: Civic Tradition in Modern Italy*. Princeton University Press.
- _____. 2000. *Bowling Alone*. A Touchstone Book.
- Robinson, R. and M. Granier. 1985. “Class Reproduction among Man and Woman in France Reproduction Theory on its Home Ground.” *American Journal of Sociology* 91(2): 250~280.
- Sobel, Michael. 1983. “Lifestyle Differentiation and Stratification in Contemporary U.S. Society.” *Research in Social Stratification and Mobility* 2: 115~144.
- Sullivan, O. and T. Katz-Gerro. 2007. “The Omnivore Thesis Revisited: Voracious Cultural Consumers.” *European Sociological Review* 23(2): 123~137.
- Warner, L., M. Meeker and K. Eells. 1949. *Social class in America: The Evaluation of Status*. Harper Touchbooks.
- Weber, Max. 1946. “Class, Status, Party.” pp.180~195 in H. H. Gerth and C. W. Mills(eds.). *From Max Weber: Essays in Sociology*. Oxford University Press. (페이지 번호는 추후 최종검토시 보완예정입니다.)
- Wilson, James J. 1978. *The Declining Significance of Race*. Chicago University Press.
- Wynne, Derek. 1998. *Leisure, lifestyle and the New Middle Class*. Routledge.

남은영은 서울대학교에서 사회학 박사학위를 취득하였으며 현재 서울대학교 사회발전연구소 선임연구원이다. 주요 관심분야는 사회계층, 문화사회학, 소비사회학 등이다.

[2008. 1. 21 접수; 2010. 8. 10 게재확정]