

여가생활로서의 골프의 의미: 전업주부를 중심으로

황혜미 (이화여대 소비자학과 석사과정)

천혜정 (이화여대 소비자학과 조교수)

1. 문제제기 및 연구목적

골프는 오랫동안 국민적 사회적 합의의 결여 속에서 지배적 문화와 헤게모니적 개념과 가치를 강화하여 지배집단적의 정치, 경제적 이익에 기여한다고 생각되어져 일종의 귀족스포츠로 인식되어왔다(안민석, 1997¹⁾). 그러나 최근 국민소득의 향상과 여가로서의 골프의 봄은 작년 한 해 동안 골프장을 찾은 골퍼가 2천200만 명을 넘어서면서 서서히 대중스포츠로 자리매김하고 있다(한국골프신문, 2008). 특히 이중에서는 여성 골퍼들의 눈부신 증가에 주목 할 필요가 있다. 불과 몇 년 전만 해도 5%가 안 되던 여성골퍼의 비율은 이제 30%를 훌쩍 넘어섰는데(김미경, 2005²⁾) 이들 중에는 40대 이상을 이루는 전업주부가 대부분이며 이 비율은 꾸준히 증가하고 있다(위클리경향, 2006). 본 연구의 목적은 이러한 사회적 흐름에서 여가로서 골프가 전업주부들에게 어떤 의미가 있는지 이해하는 것이다.

2. 연구방법

본 연구를 위해 연구자 지인의 소개로 서울시 강서구 소재 골프연습장에서 2개월간 레슨을 받으면서 참여관찰을 시행하였다. 또한 참여관찰만으로 얻기 어려운 깊이 있는 자료를 도출해내고자, 골프를 여가로서 활동적으로 참여하고 있는 3년 이상 된 전업주부 여성골퍼 4명을 대상으로 각각 1시간가량 심층인터뷰를 진행하였다. 본 연구는 이러한 참여관찰과 인터뷰를 토대로 하여 현상학적인 연구의 관점에서 개인적이고 주관적 인 체험으로 그들에게 여가로서 골프가 가지는 의미의 본질을 이해하고자 한다.

3. 연구결과

1) 사회적 네트워크의 확대

연구대상자들은 주로 40~50대 중년 전업주부들이었는데 이들은 그동안 가사일로 인해, 직장인과 비교했을 때 상대적으로 사회적인 접촉 및 교류의 기회가 적었으며 대개 골프 이전에 수영이나 헬스 등의 다른 스포츠를 했지만 사람들과의 교류를 필요로 하지 않는 운동 자체의 가능들이었다. 보통 가족보다는 친구나 이웃 등 주변 사람과 함께 골프를 시작했고 골프를 계속 치게 되면서 또 다른 인맥으로 사회적 네트워크를 확대할 수 있었다. 이들은 골프를 함께 치며 어울려 다니는 사람들을 연령에 관계없이 ‘친구’나, ‘우리멤버’라고 호칭하며 자신들의 관계를 스스로 굳건하게 여기고 있었다.

1) 안민석 (1997). 골프정책의 변화 추이와 정책 방향. 충북대학교 행정대학원 석사학위논문

2) 김미경 (2005). 여성마케팅(성공과 실패에서 배우는). 위즈덤하우스

“처음에는 먼저 치고 있던 중고등학교 친구 따라서 쳤어요. 그러다 그 친구랑 같이 치는 사람들이랑 연결돼서 이렇게 우리 멤버들이랑 어울리고 있는 거죠.” (K, 54세)

2) “끼리끼리” 계층의식의 과시

연구대상자들은 자신이 중산층 계층의 구별에 대해 민감하게 보이고 있었다는데 대부분 자신들이 중산층 또는 그 이상이라고 생각하고 있었고 어느 정도의 경제적, 시간적 여유가 있다고 보았다. 또한 함께 골프를 치는 사람들의 생활수준도 자신과 비슷한 중산층 이상으로 생각하고 있었다.

“골프는 비싼 운동이에요 한 달에 라운딩 4번 정도 나가려면 돈 백은 까지니까. 같이 공치는 집 부부는 한 달에 오백정도 쓴다고 하는데 부럽죠. 친구 그 정도 쓰는데 제가 쓰는 건 아무것도 아니죠.” (L, 45세)

이처럼 골프에 들어가는 경제적, 시간적 비용에 대해 실제 부담을 느끼고 있음에도 불구하고 다른 ‘더 나은 사람’과 비교해 스스로를 합리화하면서 자신들이 속한 계층의식을 과시하고자 하는 욕구를 보이고 있었다.

3) 부부 공동여가의 즐거움

연구대상자들은 40~50대 전업주부로 대개 이미 자녀들이 성장하였기에 부부 공동의 화제가 과거에 비해 줄어들어 자연스레 대화가 줄어들었지만, 골프를 함께 침으로써 골프가 부부의 공동의 관심사가 되어 부부관계의 친밀성에 도움이 된다고 한다.

“골프 치면서 남편하고도 같은 TV 프로그램을 보고 얘기를 하고 운동도 같이 할 수 있어서 좋아요.” (H, 49세)

4. 결론 및 논의

골프가 과거 귀족스포츠에서 현재 대중스포츠로 자리 잡고 있는 시점에서 40대 이상의 전업주부 여성골퍼들의 꾸준한 증가에 주목해 이들에게 있어 여가가 어떤 의미가 있는지 이해하고자 하였다. 연구결과 전업주부이기에 직장인과 비교해 상대적으로 결핍한 사회적 네트워크를 골프에 함께 참여하는 사람들을 통해 형성, 유지하고 있었고, 자신을 포함한 동일 그룹 내 사람들은 경제적으로 중산층 또는 그 이상이라고 생각하고 있었으며 실제 골프에 들어가는 경제적, 시간적 부담에도 불구하고 이를 합리화하여 자신들의 계층의식을 과시하려고 하였다. 이것은 이들에게 여전히 골프가 귀족스포츠의 이미지를 완전히 벗어나지 않았고 오히려 여기에 속함으로써 자신의 계층에 대해 정체성을 가지려는 욕구로 해석할 수 있다. 또한 골프가 부부의 공동 관심사로 떠올라 부부가 예전보다 더 많이 대화를 나눌 수 있고, 여가를 함께 즐기는 것을 통해 부부관계의 친밀성에 도움이 되고 있음을 알 수 있었다.