

‘클럽’ 여가 소비경험에 관한 연구

박 은 아[†]

한국방송광고공사 광고연구소

주 경 미

고려대학교 심리학과

본 연구는 최근 젊은이들을 중심으로 유행하는 ‘클럽’문화를 여가소비의 관점에서 조망하였다. 90년대 후반부터 시작된 2030세대의 춤과 파티문화가 새로운 소비트렌드로 자리잡게 되면서 ‘클럽’여가 문화가 보편화되는 추세이지만, 이와 같은 체험형 여가소비에 대한 체계적 접근은 많지 않다. 본 연구는 클럽여가를 즐기는 20대를 대상으로 이들이 ‘클럽’에서 어떤 욕구를 충족하고 무엇을 경험하는지, 그래서 2030 세대에게 클럽은 어떤 기능을 하는지 등을 질적 접근(qualitative approach)을 통해 탐색하였다. ‘클럽’여가를 통해 소비자들은 자유감(perceived freedom)과 몰입감(flow), 자기표현(self-expression)과 유능감(self-competence) 등을 경험하는 것으로 나타났으며, 특히 사회적 관계 속에서도 타인의 평가나 시선을 의식하지 않는 탈체면감(free from face-saving), 일상에서는 드러내지 못하는 자신의 또 다른 모습을 표현하는 일탈적 자기표현감(expression of out of the ordinary self)은 클럽여가를 통해서만 즐길 수 있는 중요한 경험으로 분석되었다. 향후 클럽여가와 같이 타인의 영향력이나 사회적 체면으로부터의 자유감 혹은 일탈적 자기표현을 위한 엔터테인먼트형 여가소비는 점차 그 중요성과 범위가 증대될 것으로 예상되는 바, 이 분야에 관한 소비자 심리학적 연구가 보다 활성화되기를 기대한다.

주제어 : 클럽문화, 여가소비, 엔터테인먼트소비, 2030세대, 체험소비

[†] 교신저자 : 박은아, eunap@kobaco.co.kr

매월 마지막 주 금요일 밤이 되면 서울시 마포구 서교동 지하철 2호선 홍대입구역 6번 출구는 젊음의 해방구로 변한다. 5000명이 넘는 남녀가 펼치는 춤과 음악의 향연 ‘클럽데이’. 이것은 홍익대학교 앞의 뮤직클럽이 모여 한달에 한번씩 벌이는 축제다. 2001년 3월에 처음 열려 오는 3월 25일이면 47번째를 맞는다. 한 클럽의 입장료가 1만원 안팎인데 이날은 1만 5000원짜리 ‘티켓팔찌’ 하나만 사면 14개 클럽을 마음대로 드나들 수 있어 이 기회를 놓치지 않으려는 ‘클러버(클럽을 자주 찾는 사람들)’가 많게는 1만 명까지 모인다.

(주간조선 2005.3.22.)

현대는 대중여가의 시대이다. 여가산업의 발달, 주 5일 근무제의 확대 등 사회문화적 여건이 성숙하고 다양한 여가문화를 형성할 수 있는 기회가 제공되면서, 과거 노동의 보상으로 휴식을 취하고 기분전환을 목적으로 하던 수단적 여가로부터 개인의 잠재적 능력을 개발하고 삶을 풍요롭게 만드는 자기충족적 여가 활동을 중시하며 이를 인간 본연의 활동으로 인식하게 된 것이다(Dumazedier, 1967). 평균수명의 증가, 정년퇴임연령의 감소, 소득증가 및 노동시간 단축 등의 사회변화는 앞으로 여가의 중요성이 보다 커지리라는 예상을 뒷받침해주고 있으며, 여가 및 엔터테인먼트에 대한 사람들의 욕구는 그 어느 때보다도 높아져서 여가가 삶의 질을 결정하는 데 차지하는 비중 또한 매우 높아졌다. 더욱이 최근 들어서는 자신의 개성을 표현할 수 있고 자신만의 문화를 창조할 수 있는 독창적인 여가를 즐기려는 추세가 늘고 있다(김송희, 장순용 2003).

이런 추세의 반영으로 볼 수 있는 여가 현

상으로서 춤추기가 있다. 몇 년 전부터 우리 극장가에는 춤을 소재로 한 영화가 잇따라 개봉되면서 춤에 대한 사회적 인식에 변화를 주도하기도 하였지만, 여전히 한국사회에서 ‘춤’ 혹은 ‘춤추기’는 부정적 이미지들을 연상시키는 것이 사실이다. 예를 들면, 20대 젊은이들을 중심으로 급속히 대중화되고 있는 ‘클럽’에 대해 대학생들을 대상으로 이미지를 조사하였는데, 클럽의 이미지는 ‘춤추는 곳, 노는 곳, 남녀가 만나는 곳, 노는 애들만 가는 곳, 술집, 마약, 탈선’ 등 주로 음지의 문화를 떠올리고 있었다. 이처럼 한국 사회에서 춤이 부정적 이미지와 연합된 이유로 이철원과 전형상(2004)은 첫째 한국사회에서 춤추기는 사회적 일탈(바람피우기 등)을 의미하고, 둘째 춤추기는 그동안 전형적으로 밀실문화를 의미하였기 때문이라고 분석하기도 했다. 하지만 새 밀레니엄 시대 이후 우리 사회의 춤 문화에는 변화가 일어나고 있다. 개인의 감정 혹은 개성표현의 수단, 몸을 움직이는 운동의 한 방법, 혹은 타인과의 교류를 원활하게 하는 사교의 수단 등으로 인식되며, 이제 춤추기는 불건전한 행위가 아니라 개인의 취향에 따라 당당히 향유할 수 있는 여가활동의 하나로 자리바꿈 하고 있다. 특히 젊은 사람들을 중심으로 대중화되고 있는 ‘클럽문화’는 이제 서울체험상품의 하나로 소개될 만큼 양지의 문화상품이 되었다(www.visitseoul.net).

2030세대의 여가소비활동: 클럽문화

‘클럽문화’의 주요 소비층은 2030세대로 대표되는 젊은 사람들이다. 영국의 문화학자 사라 손튼(1995)은 ‘클럽문화’에 대해 청년 하위

문화에 부여된 일상적인 표현으로서, 음악과 춤, 사람과 대화가 공존하는 복합문화공간으로 '댄스클럽'이 중심이 되어 사운드와 스타일을 끊임없이 제시하고 변화시키는 특정 공간과 관련된 문화라고 정의하였다.

우리 사회에서 '클럽'의 기원은 1980년대까지 거슬러 올라가지만 90년대 이후 본격적으로 댄스클럽이 활성화되면서 젊은이들의 문화로 정착되었다. 또한 이 무렵부터 대중음악의 하위문화로서 라이브 클럽에서 노래하고 연주하는 언더그라운드 연주자들이 많아지면서 라이브 음악을 배경삼아 춤을 즐길 수 있는 공간이 1994년 처음 홍대지역에 등장하였는데, 이것이 현재 클럽의 시초라고 볼 수 있다. 이후 홍대, 대학로, 이태원 등지에 댄스 클럽이 성황을 이루게 되었고, 2001년 3월 홍대 주변의 클럽 4개가 연합체를 결성 '클럽데이'를 시작하면서 일부 젊은이들만의 클럽문화는 대중화되는 계기를 맞게 되었다(이동연, 2004).

이처럼 클럽은 초기에는 재즈, 살사, 테크노 등 춤을 잘 추는 사람들만 드나들 수 있는 특별한 공간으로 인식되다가 90년대 후반부터 불기 시작한 2030세대의 춤과 파티문화가 새로운 유행코드로 자리잡고, 클럽데이와 같은 행사가 대중에게 알려지면서 점차 '클럽'문화가 보편화되는 추세이기는 하지만, 여전히 클럽이라는 공간 혹은 클럽여가를 즐기는 사람에 대해서는 보통 사람과는 다른, 특별한 취향을 가진 사람들이나 즐기는 문화라는 인식이 강한 것도 사실이다. 그러나 클럽여가를 즐기는 사람들을 대상으로 조사한 한 보고서에 따르면, 클럽을 즐기는 사람들이 그곳을 찾는 이유가 일반 보통사람들의 여가 이유와 크게 다르지 않은 것 같다. 인터넷 서베이 전문업체인 (주)플에버가 2005년 5월에 실시한 홍대클럽

이용자 400명을 대상으로 한 조사 결과에 따르면 클럽 방문 이유로는 첫째, 클럽 분위기와 문화가 좋아서(42.3%), 애인 혹은 친구와 어울리기 위해서(21.8%), 스트레스를 풀기 위해서(18.5%), 춤추기를 좋아해서(9.8%), 새로운 사람을 만나기 위해서(4.0%)라고 응답한 것으로 나타났다. 또한 홍대 클럽문화에 대해 긍정적인 태도를 가진 사람은 38.3%, 보통이라고 응답한 사람은 53%인 반면, 부정적 태도를 가진 사람은 8.8%에 불과하여 홍대클럽 경험자들 중에는 부정적 태도를 형성한 사람이 10% 미만의 소수인 것으로 분석되었다. 이처럼 클럽여가활동을 즐기는 사람들은 무엇보다도 클럽 분위기에 대한 호감이 가장 높게 나타났는데, 이는 클럽에서의 긍정적 정서경험이 클럽을 자발적으로 그리고 지속적으로 찾게 만드는 주요 동인이라는 것을 보여주는 결과이다.

서구에서는 이미 1980년대부터 소비자의 경험재 소비에 관한 연구 필요성과 중요성이 제기되었는데(Holbrook & Hirshman 1982), 우리나라에서는 이와 같은 정서 체험형 경험재 소비에 대해 학자들의 관심은 그다지 활발하지 않았다(윤유경, 채지영 2005). 문화상품으로 대표되는 체험적 소비에서는 제품을 소비하는 시간동안 소비자가 느끼는 쾌락적 경험(hedonic experiences)이 소비의 주목적이 된다(Hirshman & Holbrook, 1982). 쾌락적 소비경험의 특징은 몰입(absorbing)과 해체(sense of disembodiment)의 경험인데, 이런 경험은 영화를 보거나 TV를 시청할 때, 음악회나 콘서트를 관람할 때, 춤을 추거나 노래를 할 때, 운동에 참여할 때에도 발생한다. 따라서 여가활동과 같은 체험적 소비에서도 그 목적은 쾌락적 경험이며, 그것은 활동에 참여한 소비자의 주관적 경험내용을 통해서만 소비의 가치를 판단할 수 있다. 현재

우리들의 삶 속에는 이미 영화, 음악, 춤, 공연과 같은 문화적 여가상품이 소비생활에 깊숙이 침투하여 있으나, 이들 무형적 상품의 소비경험이 소비자에게 어떤 의미와 가치를 가져오는지에 대한 심층적인 이해는 매우 부족하다. 이에 본 연구에서는 최근 부각되고 있는 춤추기 여가의 한 장르인 ‘클럽’여가에 대해 질적인 접근(qualitative approach)을 시도하여 클럽여가의 체험내용과 그것에서 얻는 가치가 무엇인지 탐색해보고자 한다.

여가행동에 대한 심리학적 접근

여가 개념에 대한 정의는 여가 현상을 보는 시대 가치관에 따라 시간, 활동, 주관적 상태 등으로 변해왔는데, 여가의 본질은 개인의 주관적인 심리상태라는 데 동의가 이루어지면서 여가란 ‘개인이 즐거움, 행복감 등의 주관적 경험을 얻기 위해 비교적 자유롭게 선택하여 참여한 활동’이라고 본다(성영신, 고동우, 정준호 1996a). 따라서 여가활동의 목적 혹은 여가소비의 가치는 참여자가 그 활동을 통하여 체험한 주관적 여가 경험이 얼마나 만족스러운 것인가에 달려있다고 하겠다.

국내의 연구자들에 의해서도 놀이동산이나 대중음악 콘서트 등 문화상품 혹은 여가소비 활동에 관한 소비자의 주관적 소비과정을 다룬 연구들이 90년대 중반부터 이루어지기 시작하였다(성영신, 고동우, 정준호 1996b; 채지영, 양윤, 윤유경 2002 등). 성영신 등(1996b)은 놀이동산과 스키장에서 여가 경험을 심층면접하여 여가 참여자가 느끼는 다양한 심리적 체험의 내용을 밝혀내었는데, 여가 참여자들은 여가활동을 통해 자유감과 유능감, 신체적 역

동감과 모험감, 일탈감 등을 느끼고, 또한 여가에 참여하는 타인들과의 교류 속에서 자기 표현감, 대인교류감, 고독감 등의 대인지향적 체험을 하며, 여가의 자연환경에서 자연교류감 등의 다양한 심리적 체험을 하는 것으로 나타났다. 또한 놀이동산이나 스키장에서의 여가는 야외에서 이루어지는 활동이며, 트렌드를 반영하는 활동이기 때문에 유행심리나 환경적 편리성 등도 중요한 체험 내용을 이루고 있었다. 또한 채지영 등(2002)은 라이브 콘서트를 관람하는 행위에서 개인적으로는 다양한 감정적 몰입경험을 하고 콘서트를 관람하는 다른 관람자와의 사회적 교류를 통한 동질감이나 친밀감 같은 동류의식을 경험하며, 콘서트 가수에 대한 공통경험을 통해 사회적 감정의 확대 재생산이 일어나는 등 현장에서만 체험할 수 있는 정서적 경험을 하는데, 이것이 바로 콘서트 소비경험의 가치라는 사실을 밝혀내었다. 이런 관점에서 보면 특정한 활동을 여가인가 아닌가로 구분한다는 것은 의미 없는 일이며, 그 활동이 개인에게 만족스런 경험을 주는가를 통해 여가소비의 가치가 결정된다. 따라서 특정 여가활동의 의미와 가치를 논하기 위해서는 특정 여가활동에 임하는 개인의 주관적인 경험 내용을 이해하는 것이 필수적이다.

이에 본 연구에서는 최근 젊은이들을 중심으로 부각되고 있는 클럽여가 소비경험에 대해 탐색하고자 한다. 최근 통계청이 발표한 ‘2004년 생활시간조사결과’를 보면 대학생의 여가생활 시간은 5시간 45분으로 5년 전에 비해 36분이나 증가하였고, 20대 이상 성인들 중 가장 많은 시간을 여가에 할애하는 계층으로 드러났다(매경이코노미, 2005. 6. 7.). 그런데, 대학생들의 여가활동 실태에 관한 연구들을 보면 대학생의 여가형태는 관람이나 감상, 오

락이나 스포츠가 전체 여가활동의 80%를 차지할 정도로 매우 편중되어 있는 것으로 보고된다. 이렇게 대학생들의 여가활동이 대부분 오락적이고 휴식적인 것이다 보니 여가 참여자들은 여가활동을 통해 주관적으로 만족스런 경험이 부족하고 여가만족도가 낮다고 보고되고 있다(김동진 1993; 박영숙, 2000; 김송희, 장순용 2003; 김준희, 한재문, 이예승 2004 등).

이에 본 연구에서는 최근 젊은이들을 중심으로 부각되고 있는 클럽 여가에 대해 질적인 접근(qualitative approach)을 시도하여 클럽이 젊은이들에게 여가로서 어떤 기능하고 있는지, 그리고 이들에게 클럽은 어떤 의미와 가치를 지니는지, 다른 여가활동과의 차이점은 무엇인지 탐색해보고자 한다. 이를 통해 젊은이들의 여가욕구와 이들이 추구하는 여가경험은 무엇인지 파악하고, 춤이나 향락 등의 부정적 이미지와 연결되어 있는 클럽여가에 대한 인식을 개선하여 클럽이 보다 건전하고 바람직한 여가소비 활동으로 자리매김하기 위해 나아가야 할 방향은 무엇인지에 대해 생각해 보기로 하겠다.

자료수집 및 분석

현대사회에서 여가의 중요성이 커짐에 따라 여가에 대한 대중의 관심 뿐 아니라 학문적 관심 또한 급증하고 있다. 그러나 여가에 대한 학문적인 접근은 비교적 최근에 와서야 이루어졌기 때문에, 여가에 대한 다양한 관점과 개념들이 혼재되어 있는 상태이다. 따라서 보다 체계적인 연구를 위하여 여가에 관한 개념 정의가 먼저 이루어져야 할 것이다.

많은 학자들이 여가 개념을 나름의 기준에

의해 정의하였는데, 본 연구에서는 기존의 연구들 중 성영신 등(1996b)이 정의한 여가 개념을 기본적인 분석틀로 삼아 클럽 여가 참여자의 심리적 경험을 살펴보고자 하였다.

여가란 참여자가 주관적인 경험을 즉각적으로 얻기 위하여 비교적 자유롭게 선택한 활동이기 때문에 여가자의 주관적 체험 그 자체가 여가의 기능과 의미, 여가의 결과를 결정한다(Iso-Ahola, 1980; 성영신 등, 1996a). 따라서 여가 연구에서는 여가 참여자의 주관적인 경험 내용을 심층적으로 파악하는 중요한데, 그러기 위해서 클럽여가 경험자들을 대상으로 심층 인터뷰(in-depth interview)를 실시하여 그들이 클럽에서 체험한 생생한 경험을 있는 그대로 파악하고자 하였다. 10명의 피면접자들로부터 수집된 자료들은 여가의 활동적 특성, 활동이 일어나는 맥락, 클럽여가 참여자의 심리상태 측면으로 나누어 클럽여가 경험을 종합적으로 분석하였다.

개인별 심층 인터뷰는 클럽에 다니는 20대 초반에서 후반의 남녀 각각 5명씩 총 10명을 대상으로 2005년 11월 셋째 주와 넷째 주에 걸쳐 1회 당 50~60분 내외로 이루어졌다. 면접에 참여한 10명은 모두 클럽을 여가활동으로 즐기는 사람들이었다. 면접은 반구조화된(semi-structured) 질문 내용들을 토대로 응답자들의 일반적인 사항과 여가로서 클럽을 즐기는 활동에 관련된 질문들, 그 외에 질문지에는 명시되어 있지 않았으나 면접의 맥락 속에서 생각해 볼 수 있는 응답자들이 생각하는 여가의 의미와 클럽 여가의 결과에 관한 부가적인 질문들로 이루어졌다. 면접 후에는 녹음한 자료를 녹취하였고, 그 내용을 연구문제와 관련지어 분류한 뒤 그 속에 들어있는 심리적 의미들을 분석하였다.

표 1. 응답자들에 관한 일반적인 사항

응답자	성별	나이	클럽 경력	평균 클럽 횟수		클럽 출입계기	그 밖의 여가
				보통(한달)	자주(일주일)		
A	여	22	2년	1~2회	3~4회	모임	음주, TV시청, 인터넷쇼핑
B	여	22	2년	3회	-	본인의사	영화감상, 맛집가기, 노래방
C	남	21	6개월	1회	2회	주변권유	구기종목 운동
D	남	24	2년	2회	-	주변권유	농구, 노래방
E	남	29	2년	2회	-	모임	음주
F	여	22	2년	1회	1~2회	본인의사	여행, 영화감상
G	여	22	1년	1회	-	모임	인터넷, 만화책보기, 음악감상, 악기연주
H	여	21	2년	1회	-	본인의사	쇼핑, 수다, 맛집가기, 독서, 여행
I	남	24	5년	2~3회	1~2회	본인의사	영화감상, 음악감상, 인라인
J	남	24	4년	1회	3~4회	주변권유	게임, 쇼핑, 영화, 음악감상, 인라인, 헬스

면접에 참여한 응답자들의 일반적인 사항을 살펴보기 위해 응답자들의 인적 사항과 일반적으로 즐기는 여가, 클럽 출입경력, 평균 클럽 출입횟수, 처음 클럽에 가게 된 계기, 클럽 이외의 여가 등에 대해서 간단히 알아보았는데 표 1과 같이 요약할 수 있다.

10명의 응답자들은 표 1에 나타난 것과 같이 6개월에서 5년까지 클럽여가 경험기간이 다양하였고, 연령분포도 21세에서 29세까지 20대 전체를 포괄하였다. 클럽여가 이외에 즐기는 여가활동에 대해서도 간단히 질문하였는데, 운동이나 헬스 등 활동적 여가를 즐기는 사람과 독서, 음악감상 등 정적인 여가를 즐기는 사람들도 있어서 특정한 활동을 선호하는 사람들로 편중된 응답자들은 아닌 것으로 확인되었다. 응답자들의 클럽 출입경력은 2년이 제일 많았으며 평균적으로 한 달에 한두 번, 방학 등 자주 갈 때는 일주일에 두세 번 클럽에 가는 것으로 나타났다. 또한 클럽을 처음 가게

된 계기는 행사 뒤풀이 등의 공식적인 모임이 2명, 친구나 동료 등 주변 사람들의 권유가 4명, 본인 스스로 가고 싶어서 간 경우가 4명으로 클럽 여가를 즐기게 된 동기 또한 다양한 것으로 나타났다.

클럽여가의 심리적 경험

클럽 여가 이전: 클럽에 대한 막연한 이미지

10명의 응답자들이 클럽 여가를 처음 경험하게 된 계기는 앞서 언급한 바와 같이 몇 가지로 나뉘었는데, 이들이 공통적으로 가지고 있던 클럽에 대한 이미지는 두 가지 측면으로 분류할 수 있었다. 그리고 이들이 형성하고 있던 클럽에 대한 막연한 이미지는 최초 클럽에서의 경험에 영향을 주는 것으로 분석되었다. 이들이 클럽에 대해 형성하고 있던 클럽에 대

한 이미지는 멋진 사람들을 만날 수 있는 곳이라는 기대감, 일상적인 장소와는 다른 특별한 곳일 것이라는 호기심 등의 긍정적인 측면과 성(性)적으로 문란한 곳, 이상한 사람들이 드나드는 곳 등의 부정적인 것들이 혼재되어 있다.

먼저 클럽에 대한 긍정적인 이미지는 클럽이라는 특별한 공간에 대한 기대감과 아직 경험해 보지 않은 것에 대한 호기심과 그 맥락을 같이 한다. 그리고 클럽에 대한 응답자들의 기대는 사람에 대한 기대, 분위기에 대한 기대, 여가 효과에 대한 기대로 나누어 볼 수 있다.

사람에 대한 기대

응답자들은 클럽이 새로운 만남의 장(場)일 것이라는 생각을 가지고 있었다. 이는 클럽을 새로운 사람들을 스스럼없이, 쉽게 만날 수 있는 공간이라고 추측한 데서 비롯된 것이다. 그리고 여기서 말하는 새로운 사람은 물론 여성이 주가 되겠지만 동성도 포함한 '매력적인 타인'을 의미한다. 평소엔 자신이 알고 지내던 사람들과는 다른, 특별하고 멋진 사람들을 클럽에 가면 만날 수 있을 거라고 믿는 것이다.

정말 잘생긴 남자들도 많을 것 같았고
왠지 거기 가면 멋진 남자를 만날 수 있을
것 같았어요. (응답자 A)

왠지 잘 노는 사람들이 모이는 곳, 스타
일리쉬한 사람들이 모이는 곳이라고 생각
했어요. (응답자 D)

분위기에 대한 기대

응답자들은 현실 공간과는 다른 세계로서
클럽을 상상하고 있었다. 즉, 클럽의 분위기가

멋지고 화려하며, 클럽에서는 자유와 해방감을
만끽할 수 있을 것이라는 기대감을 가지고
있었는데, 이는 일상생활에서 쉽게 누릴 수
없는 자유로움, 해방감을 추구하려는 젊은이
들의 욕구로 볼 수 있다. 이들은 클럽이란 현
실에서의 제약들을 모두 벗어던질 수 있는 공
간이라고 기대하고 있었다.

아는 언니들한테 많이 들었었어요 자유
로울 것 같은 분위기... 그냥 막연하게 동경
같은 것이었죠. TV에서 봐도 그렇고 애길
들으면 뭔가 거길 가면 내가 어른이 된 것
같고 자유스럽고 그런 느낌... (응답자 F)

여가효과에 대한 기대

스트레스 해소는 많은 여가의 일반적인 기
능이다. 응답자들은 클럽에 가면 커다란 음악
소리 속에 묻혀 신나게 춤을 추고 몸을 움직
임으로써 일상에서 쌓였던 스트레스를 풀 수
있을 것 같다고 하였다. 굳이 스트레스를 풀
지 않더라도 그저 자신이 하고 싶은 걸 하면
서 신나게 놀 수 있는 조건을 갖추었을 것이
라고 생각한다.

재밌게 놀기에 좋은 장소라고 생각했어
요. (응답자 D)

즐거운 곳이고 스트레스를 풀 수 있는
곳이라 생각했어요. (응답자 E)

화려한 분위기에 스트레스를 풀 수 있을
것 같다는 이미지, 가고 싶다는 호기심 정
도? (응답자 G)

이처럼 클럽 여가를 즐기게 된 응답자들이

클럽에 가기 전에 가지고 있던 클럽에 대한 막연한 이미지들은 그 내용들을 살펴보면 자유감과 해방감, 일탈의 욕구를 해소할 수 있는 곳, 즐거움을 누릴 수 있는 곳, 새로운 사람들 혹은 멋진 사람들과 교류할 수 있는 곳 등의 긍정적 기대들을 가지고 있었던 것으로 나타났다.

하지만, 응답자들은 클럽에 대해서 긍정적인 기대감만 형성하고 있는 것은 아니었다. 서두에서 언급한 대로 우리 문화에는 춤 혹은 춤추기에 대해 부정적인 이미지가 연결되어 있는데, 이는 클럽이라는 공간에 대해서도 마찬가지로 다음과 같은 부정적인 기대를 형성하였던 것으로 분석되었다. 클럽에 대한 부정적인 기대들은 클럽을 출입하기 전에는 클럽에 가는 행동을 동기화시키지 못하는 요인이 되는 것으로 나타났는데, 그 내용들은 자신과는 어울리지 않는다는 이질감, 클럽이라는 공간은 특정한 복장 등 조건을 갖추어야 한다는 부담감, 성(姓)적으로 문란할 것이라는 예상에서 오는 거부감 등으로 압축해 볼 수 있다.

이질감

클럽을 떠올리면 왠지 범접할 수 없는, 가까이 할 수 없는 느낌을 가질 수 있다. 이러한 느낌은 클럽이 춤추는 사람들이 모이는 장소라고 생각하기 때문인데, 흔히 춤을 즐기는 사람 혹은 춤을 잘 추는 사람은 평범한 보통 사람들과는 다를 것으로 인식하고, 경우에 따라서는 질이 나쁘거나 할 일이 없는 사람들이라고 생각하게 되는 것이다. 이런 생각들이 보통 사람들인 응답자들에게는 클럽이 자신과는 어울리지 않는 곳이라고 느끼도록 만들었던 것으로 해석된다. 이런 이질감은 또한 클럽에서 춤추는 사람들의 복장에 대한 고정관

념과도 연결되어 있었다. 드라마나 영화 등 대중매체에 표현되는 춤추는 장면을 보면 일상에서 보기 힘든 차림을 한 사람들이 주로 등장하는데, 이처럼 클럽에 다니는 사람들의 차림새에 대한 고정관념은 클럽에 다니는 사람들이 평범한 보통 사람과는 다를 것이라고 생각하게 만든다.

가기 전에는 무서운 사람들이 많지 않을까 하고 두려웠어요. (응답자 B)

처음에는 범접할 수 없는 그런 분위기가 있었어요. (응답자 I)

클럽에 살다시피 하는 사람들이 다 백수고 하는 일 없고 그런 사람들인 줄 알았어요. (응답자 J)

부담감

위에서 언급한 것처럼 클럽이란 장소가 일상에서 보기 힘든 차림을 한 사람들이 가는 곳이라는 고정관념은 다른 한편으로는 클럽에 출입하기 위해서는 특정한 조건을 갖추어야 한다는 부담감을 만드는 것으로 나타났다. 어떤 응답자는 자신이 클럽에 갈 만한 조건을 갖추지 못했기 때문에 클럽에 갈 수 없었다고 하였는데, 이처럼 클럽에 가려면 춤 실력이나 옷차림을 갖춰야 한다는 고정관념 때문인 것 같았다. 평소에 춤이나 패션에 대한 감각 혹은 관심이 별로 없는 사람이라면 더더욱 클럽을 자신이 속한 곳과는 다른 세계라고 생각할 것이다. 클럽에 가고 싶다는 생각은 해도, 다른 사람들이 조건을 갖추지 못한 자신을 어떻게 볼 것인가에 대한 염려가 부담으로 작용하여 일종의 여가 제약이 되는 것이다.

용기가 없었어요. 가고는 싶었지만 춤을 잘 못 추기 때문에 안 갔죠. (응답자 G)

가려면 춤도 좀 취야 되고 옷도 좀 입어야 되고... (응답자 D)

이런 생각의 기저에는 클럽이란 장소가 자기표현의 장(場)이라고 생각하기 때문이다. 응답자들은 남들에게 비칠 자신의 모습에 대해 상당히 염려하고 부담을 느끼는데, 그 내용은 춤추기 실력에 대한 것과 자신의 외모와 차림새에 대한 것으로 요약할 수 있다.

거부감

클럽에 대한 또 다른 부정적인 이미지는 클럽이 문란하고 지저분한 곳이라는 것이다. 사실 클럽에서는 술을 마시고 춤을 추고 음악을 듣는 것 외에도 처음 보는 이성 간에 거리낌 없이 신체 접촉(스킨십)이 이루어지기도 한다. 그러한 행위를 부정적으로 보는 사람이라면 클럽을 문란한 곳이라고 생각하는 것이 당연하다.

클럽에 대해 단순히 이야기를 들었을 때는 문란하고 지저분한 곳이라고 생각해서 안 갔었어요. (응답자 C)

이렇게 클럽에 대한 긍정적인 이미지와 부정적인 이미지는 모두 '자신이 속한 현실이나 일상과는 동떨어진 곳'이라는 클럽 공간에 대한 막연한 인식에서 비롯된다는 것을 알 수 있었다. 이런 막연한 이미지는 개인으로 하여금 클럽 여가에 대한 기대감과 호기심 혹은 여가 제약을 느끼게 하는 요소가 되었다. 그런데, 이 내용들을 보면 클럽에 가기 전 응답자

들이 클럽에 대해 형성하고 있던 이미지들은 일반적인 여가 욕구로서 재미와 즐거움 추구, 자유감과 현실로부터의 일탈감, 자기표현의 욕구, 사회교류의 욕구 등을 경험할 수 있을 것이라는 긍정적인 기대가 부정적인 측면보다 강하기 때문에, 이들의 클럽 여가에 대한 기대감이 실제 클럽여가 경험으로 이어졌을 가능성이 높다.

클럽여가의 체험적 특성

클럽여가가 제공하는 체험 내용과 클럽여가를 통하여 충족되는 욕구를 알아보기 위하여 본 연구에서는 면접을 통해 응답자들에게 다른 여가 대신 클럽에 가는 이유와 그들이 클럽에 안에서 얻는 경험이나 정서에 대해 질문하였는데, 응답내용 분석 결과 클럽여가의 체험적 특성은 활동적, 사회적, 환경적 측면의 특성 세 가지로 분류되었고, 각각의 특성에서 비롯되는 체험 내용과 이를 통해 충족되는 여가욕구를 파악할 수 있었다.

클럽여가의 활동적 특성

음악을 들으면서 춤을 추고 정신없이 몸을 움직인다는 클럽의 활동적 특성은 클럽 여가의 가장 특징적인 면이다. 오랜 시간 놀다가 클럽을 나오면서 느끼는 신체의 뻣근함, 큰 음악소리에 장시간 노출되고 난 후에 느껴지는 귀의 멍멍함과 지칠 때까지 몸을 움직이면서 느낀 신체의 피로감은 오히려 개운함으로 느껴지는데, 이런 클럽여가의 활동 특성은 다른 어떤 여가보다도 특별히 잘 놀았다는 느낌을 갖게 만든다. 또한 쉴 새 없이 활발하게 몸을 움직이면서 자신의 젊음을 만끽할 수 있고, 몸에 쌓여있던 스트레스가 완전히 해소되는 느

낌을 갖는다고 하였다.

갔다 오면 다리가 되게 빠근해요. 그렇게 놀다 집에 갈 때 보면 액셀을 밟는 감이 좀 이상하게 올 때가 있는데 그 느낌이 좋아요. 하여튼 후에 좋게 느끼는 감정은 1번은 빠근한 다리고 2번은 멍멍한 귀 3번은 놀았다는 느낌... 놀았다는 느낌은 확실하게 들죠. (응답자 J)

내 소리가 내 친구에게 전해지지 않을 정도로 음악이 들리고 조명도 어둑어둑하고 그런 데서 몸을 막 땀 흘려서 하다 보면 풀리는 뭔가가 있어요. 한 번 갔다 오면 또 가고 싶어져요. (응답자 F)

자유롭고 신나는 분위기를 느끼며 젊다는 것을 실감할 수 있어요. (응답자 C)

편하게 놀 수 있는 곳, 젊을 때 즐길 수 있는 곳이죠. (응답자 B)

이런 활동적 특성은 여가 참여자에게 자유감, 신체적/정신적 역동감, 최적 각성과 그에 따른 이완감을 경험하 등의 심리적 체험을 제공한다(성영신 등, 1996). 그리고 이 모든 경험들을 재미 혹은 즐거움이라고 느끼는 것을 알 수 있다.

클럽여가의 사회적 특성

여러 사람들이 한 장소에 모여서 함께 춤을 추고 즐긴다는 클럽의 환경적 특성은 클럽여가의 사회적 특성을 형성한다. 이는 이미 친분이 있는 아는 사람과의 교류 뿐 아니라 낯선 사람들과도 같은 공간에서 동질적인 느낌을

공유하며 거리낌 없이 여가를 즐기게 되는 것을 의미하는데, 이와 같이 낯선 사람과의 상호작용 또한 클럽에서만 가능한 여가 체험을 제공한다.

또래의식, 공감대 형성. 클럽에는 같은 비슷한 연령대의 사람들이 모여 있기 때문에 자연스럽게 또래의식을 느낄 수 있다. 굳이 그 안에 있는 다른 사람들과 대화를 나누거나 알려고 하지 않아도 클럽이라는 공간에 함께 있다는 것만으로 정서적인 공감대가 형성이 되는 것이다. 다들 나와 비슷비슷한 사람들이고 유사한 이유로 클럽을 찾는다는 것을 알기 때문에 다른 여가 장면에서 만나게 되는 사람들보다 동질적이라는 생각을 하게 되고 편안한 느낌을 가질 수 있다.

가기 전에는 무서운 사람들이 많지 않을까 하고 두렵지만 막상 가보면 다 나같이 즐겁게 놀다가려는 사람이 대부분인 것 같아요. (응답자 B)

처음에 갔을 때는 다른 사람들이 다 나만 쳐다보는 것 같고 그래서 쭈뼛쭈뼛... 거기에 익숙해지니까 편안한 공간... 재밌고 신나는데도 웬지 편안한... (응답자 F)

클럽에 가는 것은 운동 같은 것보다 특별하다고 생각해요. 그리고 클럽에는 20대 사람들이 주로 모여 있어 공감대가 형성되고 해방감을 느낄 수 있어요. (응답자 C)

낯선 사람과의 상호작용. 클럽 안에서는 이성을 만나기도 하고 친구를 사귀기도 하며 그냥 사람구경을 하기도 한다. 아는 사람들과

같이 클럽에 가더라도 클럽 안에서 다른 사람들과 상호작용을 하게 되는 경우가 많은데, 이는 클럽이 갖는 자유로운 분위기 때문에 가능하다. 꼭 연애나 스킨십이 목적이 아니고 마음에 드는 이성과 춤을 추며 어울리기도 하고 편하게 다가가 말을 걸거나 전화번호를 교환할 수도 있는데, 이것도 일상적인 공간에서는 경험할 수 없는 자유로움이다.

거기서 자꾸 부딪히다보니까 그냥 인사를 해요. 그 안에 약을 하는 사람은 오지 않나? 거칠게 사는 사람이 오지 않나? 그런 생각을 하기 쉽거든요. 외국 영화에서 동양 사람인데 갱으로 나오는 사람... 그렇게 생긴 사람들 진짜 많아요. 그런데 그런 사람들조차도 아무렇지 않게 인사를 하죠. 매번 마주치니까... (응답자 J)

고시 준비하는 친구가 한 명 있는데 고시원에서 사니까 못 놀거든요. ...공부하느라 멋도 못 내고 이러다가 클럽 가면 애들이 꼬이니까... 이런 데서(학교 캠퍼스 내) 그냥 가서 말 걸고 친해지고 전화번호 교환하고 그럴 수가 없잖아요. 거긴 약간 춤 있고 음악 있고 술 있고 그러니까 쉬운 것 같아요. (응답자 H)

이와 같은 사회적 교류 경험은 가까운 사람과 더욱 친밀해지는 관계 향상의 느낌과 낯선 사람들과 새로운 관계를 형성하는 대인교류감을 가져다주는데, 이런 경험들은 모두 클럽 여가를 만족스럽게 느끼도록 하는 요소가 된다. 또한, 굳이 새로운 관계를 맺으려 하지 않고 다른 사람들을 구경하기도 한다. 춤을 추다 지쳤을 때 잠시 쉬면서 일상적인 공간에서는 볼

수 없었던 다양한 사람들의 특이한 모습을 구경하는 재미 또한 클럽에 가게 되는 이유 중 하나이다.

사람들 구경하는 게 재밌는 것 같아요. 쉬면서 앉아 있으면 특이한 사람이 많이 보이거든요. 그런 걸 구경해요. 저 언니 예쁘다, 저 사람 춤 잘 춘다... (응답자 F)

사람 구경할 때도 있어요. 내가 지쳤을 때. 놀다가 지쳤을 때. 거기에 단상이 있는데 그 위에 올라가서 놀거든요. 놀다 지치면 쭈그리고 앉아서 구경할 때도 있어요. 아, 힘들다... 이러면서. (응답자 J)

또한, 클럽에 가기 위해서는 특별한 복장이거나 차림새를 갖춰야 한다고 생각하는 사람들이 많았다. 이들은 클럽이라는 공간에 어울리는 복장이 있다고 여기고 클럽에 모인 다른 사람들에게 자신의 모습을 보여주고 표현하는 것을 즐기는 것으로 나타났다. 자기표현 욕구를 충족하기에 좋은 공간인 것이다.

여자들에게는 그런 게 있는 것 같아요. 예쁜 옷, 섹시한 옷을 사더라도 평소에 입고 다닐 수 없으니까 그런 데서 한 번쯤 입고 싶은 것 같아요. (응답자 I)

클럽여가의 환경적 특성

하나의 넓은 공간에서 많은 사람들이 함께 모여 춤과 음악을 즐길 수 있다는 클럽의 환경적 특성은 클럽여가에서의 체험에 가장 많은 영향을 끼치는 부분이라고 할 수 있다. 어두운 조명과 시끄러운 음악은 주변에 보이는

많은 타인의 존재를 심리적으로는 보이지 않게 해준다. 이러한 환경적 특성은 자신이 있는 공간에 대한 지각을 임의적으로 바꿀 수 있게 하고, 그에 따라 여러가지 체험이 가능해진다.

사회적 체면으로부터 자유로운 공간. 클럽은 다른 사람들의 이목에 신경을 쓰지 않고 자신의 욕구나 감정을 마음껏 표출할 수 있는 곳이다. 때문에 클럽에 가면 해방감을 느낄 수 있다. 클럽 안에서는 코미디 프로그램에서 본 몸짓을 따라하든, 섹시하거나 특이한 옷을 입든, 고레고레 소리를 지르든 상관없다. 만일 이와 같은 행동을 일상생활 속에서 표출하게 되면 타인들의 시선이나 평가를 의식해야 하고, 타인의 시선이 없는 혼자만의 공간에서(예를 들면 자기 방) 그런 행동을 하는 것도 자신이 정신적으로 좀 이상한 것이 아닌가 싶기도 하고 괜한 죄책감이나 부끄러움을 느끼게 되기도 하는데, 클럽 안에서는 어떤 행동도 가능하다고 생각하였다(흔히 ‘망가진다’고 표현한다). 그 이유는 클럽 안에서는 내가 다른 사람들의 눈을 신경 쓰지 않아도 되기 때문이라고 답하였다. 이처럼 타인의 시선을 의식하지 않아도 되는 이유 중 하나는 익명성이다. 클럽 안에 모여 있는 다른 사람들은 클럽이라는 공간 밖으로 나가면 다시 보지 않을 사람들이기 때문에, 혹은 클럽이란 장소가 원래 모든 것이 자유로운 열린 공간이라고 생각하기 때문인 것으로 나타났다. 응답자들에게 클럽은 현실이 나에게 얽어맨 올가미와 제약들을 모두 끊어낼 수 있는 곳이었다.

예전에 도보여행을 갔었는데 이상하게 하고 다녔거든요. 밀짚모자 쓰고, 많은 사람들이 나를 보고 그렇게 하고 다니면 주

목을 많이 받죠. 평소 같으면 내가 좀 남의 이목을 많이 신경 쓰는 편이고 해서 쑥스럽고 그랬을 텐데.. (클럽에서는) 자유로운 걸 느꼈어요. 처음에는 다른 사람들이 나만 보는 것 같고, 사람들이 재는 춤도 못 추는 데 왜 와서 저러고 있나 이렇게 쳐다보는 건 아닐까 신경을 썼는데 어느 순간인가 그런 생각 안 하고 자유로운 걸 느끼죠. 그런 걸 느끼기 위해 어디 멀리 갈 필요가 없는 거예요. (응답자 F)

아무도 신경을 안 쓰는 게 좋아요. 내가 뭘 하든지 간에. 온갖 추한 짓을 다 하거든요. ...그건 하나도 안 창피해요. 거기서 특별히 누구에게 잘 보여야 된다는 생각을 안 하니까요. 볼 테면 보라지. 상관없어요. 왜냐면 저 사람이 내가 이러는 걸 보고 미쳤다고 생각을 하겠지만 중요한 건 그 사람이 그 얘길 하는 걸 난 못 듣거든요. 학교에서는 나중에 어디선가 욕이 들려올 것 같아서 그러면 안 될 것 같아요. (응답자 J)

처음엔 다 자기만 보는 거 같아서 되게 부끄러운 거 있잖아. 그런데, 나중에는 진짜 그런 거 신경 하나도 안 쓰게 되요. 그냥 자기 세계에 빠지는... (응답자 I)

이런 클럽 여가의 환경적 특성이 타인의 시선이나 평가로부터 자유로운 해방감을 가져다 주는데, 이는 물리적인 현실세계로부터의 해방과 조금 다른 의미를 지닌다. 즉, 사회적 자기(social self) 혹은 사회적 존재로서 지켜야 하는 체면을 벗어버리는 데서 느끼는 자유감이기에 탈체면감(free from face-saving) 혹은 일탈적 자기감(deviated out of ordinary sense of self)이라

표현할 수 있다. 그리고 이렇게 자기개념의 다양한 표현을 체험할 수 있다는 심리적 자유감이 자기만의 개성 표현을 중시하는 젊은이들에게 특히 매력적인 요소로 보인다. 이런 다양한 자기개념을 즐기고 싶어하는 사람들의 욕구는 예컨대 클럽에서 갖가지 모양의 가면을 쓰고 노는 가장무도회라든가 코스튬파티(costume party)와 같은 것이 전형적인 예가 될 수 있다.

일상에 대한 보상을 주는 공간. 현실 속의 공간들은 공용공간(public space)과 개인공간(private space)의 구분이 명확하다. 혼자만 있을 수 있는 공간이거나 다른 사람들과 함께 있을 수 있는 공간이거나 둘 중 하나이다. 다른 사람들이 존재하는 공간에서는 다른 사람에 의해 나의 생각과 행동에 제약을 받을 수밖에 없고, 혼자만 있다 보면 고독감과 소외감을 느끼게 된다. 그런데 클럽에는 개인공간과 공용공간이 동시에 존재한다. 타인과 함께 놀고 싶으면 함께 어울리고 혼자 즐기고 싶으면 혼자서 놀면 된다. 조명이 어둡고 음악소리가 시끄럽기 때문에 주변 사람들과 함께 있어도 자신이 분리되어 혼자만의 무아지경에 빠지기도 한다. 이러한 몰입 경험(flow experience)은 다른 사람들과 함께 존재하는 공용공간에서 느꼈던 심리적, 행동적 제약에 대한 하나의 보상이 된다. 그리고 이와 같이 타인으로부터 자유롭게 자기만의 세계에 몰입하는 경험은 활동 그 자체가 내재적 보상(intrinsic reward)이 된다(Neulinger 1974, 1981). 사람들은 여럿이 있는 공용공간 안에서도 때로는 다른 사람의 간섭이나 시선을 벗어나서 고독감(sense of solitude)을 경험하고자 하는데(Williams et al. 1990; 성영신 등 1996), 클럽은 이와 같은 욕

구를 실현하기에 매우 적합한 환경을 가지고 있다. 즉, 여러 사람이 모여 다함께 춤을 즐기지만 그 안에서 다른 사람의 간섭을 받지 않을 수 있어, 물리적으로는 분리되지 않았으나 독립적인 자신만의 공간을 가질 수 있는 것이다. 하지만 외롭거나 소외감이 느껴지지도 않는다. 언제든 비교적 손쉽게 타인과 어울릴 수 있는 공간이기도 하므로 혼자서 가더라도 고독감이나 소외감을 해소할 수 있다. 개인공간과 공용공간이 동시에 존재한다는 특성 때문에 혼자서 클럽에 가더라도 전혀 어색하지 않고 여러 사람이 함께 가서 따로 놀기도 한다.

자기 몸을 움직이면서... 뭔가 다른 사람들에게 많이 둘러싸인 공간에서 자기 자신의 존재를 확인하는 그런 여가가 (클럽 이외에는) 별로 없는 것 같아요. 그렇게 많은 사람들 안에서 혼자만 즐길 수 있는 그런 게 많지 않다고 생각하거든요. 운동 같은 것과는 좀 다른 것 같아요. 노래방도 마찬가지로요. ... 많은 사람들이 나한테 신경을 안 쓴다는 게 아니라 사람들 많은 그 속에서도 내가 다른 사람을 신경 안 쓰게 되는 거예요. (응답자 F)

클럽에 가면 다른 여가에 비해서 나의 삶과 되게 많이 동떨어진 것 같다는 느낌이 많이 들거든요. (응답자 H)

여가체험의 결과

초기의 클럽여가 경험은 클럽여가가 계속해서 개인의 여가생활의 일부가 될 것인지의 여부를 결정하고, 이는 이후 클럽여가의 반복경험 여부에 영향을 미친다. 초기의 클럽여가 체

험이 가져오는 결과들은 다음과 같다.

초기 경험의 결과: 클럽에 대한 이미지 변화

클럽여가를 경험하기 이전에 클럽에 대해 형성하고 있던 긍정적 혹은 부정적 이미지들은 클럽여가를 실제 경험함으로써 변화하는 것으로 나타났다. 클럽경험 이전의 이미지들과 마찬가지로 클럽여가 경험 이후의 평가 역시 긍정적인 것과 부정적인 것으로 나눌 수 있었다. 클럽여가 경험 이전의 긍정적인 이미지는 클럽 출입 이후에도 대부분 남아있거나 새로운 긍정적인 측면을 발견하기도 하였다. 또한, 클럽 여가 이전에 가지고 있던 부정적인 이미지들도 대부분 클럽 출입 이후 긍정적으로 변화되었지만, 일부 응답자들에게서는 클럽여가 경험 후 오히려 새롭게 생긴 부정적인 이미지들도 있는 것으로 나타났다.

긍정적 이미지의 유지. 응답자들은 클럽을 다녀온 후에 클럽을 신나게 놀 수 있는 곳, 나이트와는 다른 곳, 스트레스를 해소할 수 있는 곳, 자신이 즐기고 싶은 것을 마음껏 표출할 수 있는 곳 등과 같이 긍정적으로 평가하고 있었다.

지금은 그냥 친구들끼리만 열심히 놀아요. 남자 쳐다볼 거 없어요. (응답자 A)

보통 그냥 사람들이 술을 마신다거나 노래를 부른다거나 하는 것보다 어떻게 생각하면 훨씬 좋을 수 있는 게 몸을 흔들면서 노는 거니까 스트레스 받았다가나 즐기고 싶다가나 하는 걸 더 잘 표출할 수 있는 것 같아요. (응답자 G)

부정적인 이미지 형성. 응답자들이 클럽에 다녀온 후 새롭게 갖게 된 부정적인 견해들은 이전에 가지고 있었던 막연한 기대감과 달리 생각보다 매력적인 이성이 별로 없었다는 것, 그리고 클럽을 즐기는 사람이 많아지면서 클럽의 분위기가 이성을 만나기 위한 장소처럼 변질되었다는 것 등이었다.

요즘은 너무 분위기가 끈적끈적해서 가끔 짜증날 때도 있어요. 그래도 여전히 재밌어요. (응답자 F)

그냥 재밌게 놀러 오는 사람도 많지만 여자 꼬시러 오는 사람도 많아요. 재량 오늘 그냥 하루 놀아야지 그런 거... 그런 사람들은 보면 클럽에 있는 내내 하는 행동, 이 여자 뒤에 붙었다가 안 되면 다른 여자 뒤에 붙고... (응답자 I)

막상 가고 나서 보니까 생각했던 것보다 음악 때문에 오는 사람은 점점 없어지고 짹짹의 장이죠 뭐. (응답자 J)

(기대했던 것처럼) 멋있는 사람들이 모여 있지는 않았어요. 어떤 느낌이나면.. 여자들이 되게 튀는 옷을 입고 흥대 클럽에 들어갔는데 거기 화장실에서 또 옷을 갈아입는 거예요. 악어가죽 바지, 호피무늬 이런 걸로 갈아입는 여자들이... 깜짝 놀랐어요. (응답자 H)

부정적인 이미지 개선. 응답자들이 클럽 출입 이전에 가지고 있었던 클럽에 대한 부정적인 이미지들은 직접 클럽에 가 본 후 그 이미지들이 실제의 클럽과는 다르다는 것을 깨

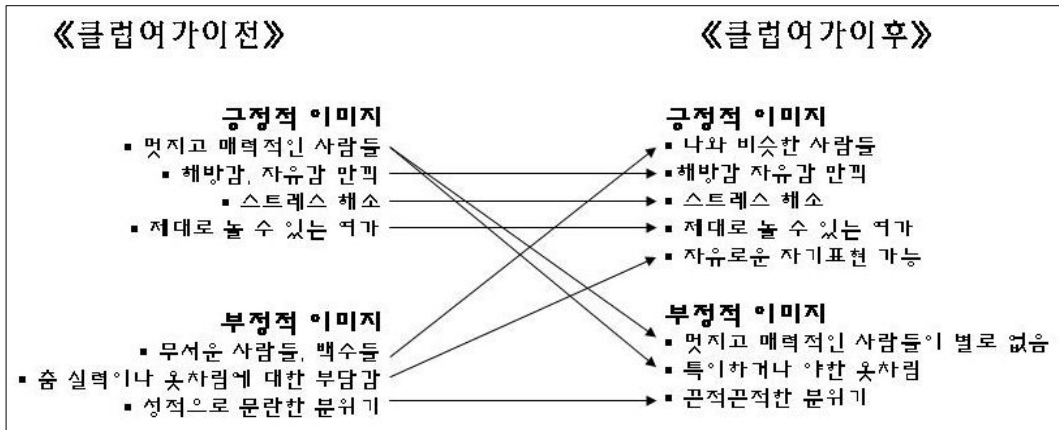


그림 1. 클럽여가 경험 이전과 이후의 이미지 변화

달자 자연스럽게 사라진 것 같았다. 응답자들은 클럽이 처음엔 낯설었지만 익숙해지니 편안한 공간이 되었고, 무서운 사람들이 많지 않을까하고 두려웠었지만 막상 가보니 다들 자신과 같이 즐겁게 놀다 가려는 사람들이 대부분인 것 같다고 말하였다. 처음엔 남들이 다 자신을 쳐다보는 것 같아도 시간이 지나면 누가 춤을 잘 추든 못 추든 서로 전혀 신경 쓰지 않는다는 것을 알게 되었다고도 하였다.

생각했던 이미지 그대로 신나고 재밌고 다른 사람 신경 안 쓰고 놀 수 있는, 처음에 갔을 때는 다른 사람들이 다 나만 쳐다보는 것 같고 그래서 쭈뼛쭈뼛... 거기에 익숙해지니까 편안한 공간이에요. (응답자 F)

막상 가보면 저같이 즐겁게 놀다 가려는 사람이 대부분인 것 같아요. (응답자 B)

이렇게 클럽여가 경험 후 기존의 긍정적인 이미지들은 대부분 유지되고, 부정적인 이미지들은 대부분 감소하나 기존의 이미지가 변

화하기도 하는 것으로 분석되었는데, 이를 정리해 보면 그림 1과 같다.

클럽여가의 반복경험 결과

이렇게 클럽 여가를 경험하면서 변화되거나 새롭게 형성한 클럽에 대한 이미지와 경험이 전체적으로 긍정적인 사람들은 반복적으로 클럽을 출입하며 개인의 여가활동 중 하나로 정착될 수 있다. 클럽 여가가 개인의 여가활동 중 한 가지로 자리잡고 나면, 클럽 여가를 주기적으로 즐기게 되는데, 이러한 클럽여가 경험은 다음과 같은 결과를 가져온다.

심신의 재충전. 클럽여가 활동을 통해 응답자들은 일상에서 느끼는 무기력감을 해소하거나 정신적인 만족감을 채움으로써 일상생활에서의 스트레스를 풀고 심신을 재충전하는 것으로 보인다. 응답자들은 만약 자신들이 클럽여가를 하지 않는다면 다른 일상적인 활동이 '딱딱해질 것 같다'고 언급하였는데, 이것은 클럽여가의 기능을 함축하는 것이다. 신체적으로나 정신적으로 매우 스트레스 받는 일

을 마친 뒤에 많이 간다는 응답도 클럽여가를 통해 심신의 재충전이 이루어짐을 보여준다.

만약에 거기를 가지 말아야 할 이유가 생긴다면 안 갈 수는 있을 거 같아요. 하지만 클럽에 안 가면 그것 말고 다른 활동을 할 때 좀 파악해질 거 같아요. (응답자 J)

뭔가 되게 스트레스 정말 많이 받고 정말 되게 쌓였을 때 버르고 별러서 가기도 하거든요. ...시험기간 때 막 스트레스 받고 이럴 때 시험만 끝나면 우리 꼭 가자 친구들이랑 이렇게 해서 시험이 끝나거나 뭐 어떤 레포트 뭐 이런 게 정말 신경 쓰이던 일이 풀렸을 때 이럴 때 되게 많아요. (응답자 F)

클럽 갔다 와서는 피곤하다는 생각이 안 들어요. 밤새도록 놀고 그럼 힘들고 그런데 땀흘리고 씻고 자면 되게 개운해져서... (응답자 H)

기분 전환. 클럽여가를 통해 사람들은 기분전환을 한다. 지금 당장의 고민이나 걱정이 있을 때 그 상황으로부터 벗어나 음악과 춤에 몰입한다. 해결해야 할 문제가 있을 때 그것에 계속 매달려 있기보다는 오히려 잠시 그 문제로부터 벗어나는 것이 문제해결에 효과적이라는 점을 생각해볼 때, 이러한 기분전환은 고민이나 걱정을 해결하는 데도 도움이 될 것이다.

내 인생을 간단에 즐겁게 해주는 효과 짧은 비타민제랄까? (응답자 A)

음악도 되게 크게 들리고 조명도 어둡어둡하고... 그런 데서 몸을 막 담 흘리면서 하다보며는 되게 풀리는 뭔가가 있어. 한번 갔다 오면 또 가고 싶어져 계속, 그래서 또 가게 되는 거 같애. (응답자 A)

마음이 울적하거나 심란할 때 클럽에 가면 풀려요. (응답자 D)

시험기간 때 막 스트레스 받고 이럴 때, 뭐 어떤 정말 신경 쓰이는 일이 풀렸을 때 많이 가죠. 막 부정복적인 게 즐기고 싶은데 있잖아요. 그냥 아무 생각 안하고 즐기고 싶을 때 그럴 때 놀러가죠. (응답자 H)

대인관계기술 향상. 클럽 안에서는 다들 가벼운 마음으로 타인에게 말을 걸 수 있는 환경이 형성되어 있기 때문에 다른 곳에서보다 낯선 사람과의 대화가 수월하다. 평소에 낯을 가리거나 말이 없는 사람이더라도 클럽여가를 즐기다보면 낯선 사람들을 대하는 것에 대한 어려움이 극복되기도 한다.

제가 원래 다른 사람들한테 말 잘 못 걸고 말수도 별로 없고 그런데 그냥 편하게 사람 대하는 법 그런 거를 거기서 배운 거 같거든요. 클럽 안에서. (응답자 J)

신체활동능력 향상. 춤을 잘 춰야만 한다는 부담감 때문에 처음에는 클럽에 가길 꺼려하거나 가더라도 자신감이 없는 경우가 많다. 그러나 응답자들이 공통적으로 이야기 하는 것이 처음에는 다른 사람들이 자신을 보는 것 같이 느껴지지만 보지 않는다는 것을 깨닫고, 나중에는 다른 사람의 시선을 스스로가 의식

하지 않게 된다는 것이었다. 이러한 인식은 춤에 대한 감각이나 자신감을 향상시켜 유능감을 경험하게 하고 실제로 춤을 더 잘 출 수 있게 해준다.

가서 춤을 추긴 추는데 되게 의식하는 거 있잖아요 힐끗힐끗 쳐다보는 거... 계속 다니다 보니까 좀 더 자유롭게 되고 음악을 듣고 리듬을 맞추고 음악을 느끼고 이런 거... 사람들이 말하잖아요. 음악을 느끼라고 음악이랑 노는 법을 알게 되고 클럽을 더 가게 된 거 같아요. (응답자 F)

지속적인 여가로서의 인식 형성

클럽여가를 지속적으로 즐기는 사람들에게는 클럽여가가 자신에게 어떠한 종류의 여가인지에 관한 인식이 형성되어 있다. 그리고 이는 개인이 언제, 어떤 이유로, 어떻게 클럽에 가는지를 결정한다. 따라서 클럽여가를 즐기는 방식은 '보통 언제, 어떻게 클럽에 가는지'를 기준으로 두 가지로 분류할 수 있고 이에 따라 클럽여가를 통해 충족하려는 욕구에도 차이가 있다.

특별한 여가. 클럽여가를 특별한 것으로 인식하게 된 사람들의 경우, 클럽에 가는 것이 일상생활 속에 녹아있는 주된 여가는 아니다. 그래서 놀이동산이나 여행 혹은 레포츠를 즐길 때처럼 클럽에 갈 때도 미리 마음을 먹고 준비를 해야 한다고 여긴다. 이들이 클럽에 가는 이유는 시험이나 과제를 끝낸 후 스트레스를 풀기 위해서, 친구들과 모여서 놀기 위해서 등과 같이 이벤트적인 성격이 강하다. 이들에게 클럽여가는 미리 날짜를 정했다가 즐기는 특별한 종류의 여가이다. 그래서 이들

은 한 번 클럽에 갔을 때 밤을 새는 등 오랜 시간을 보내는 것이 대부분이다.

그냥 충동적으로 갈 때도 있지만, 시험기간 때 스트레스 받고 이럴 때 시험만 끝나면 우리 꼭 가자 친구들이랑 이렇게 해서... 클럽이 밤 12시에서 1시 사이가 피크거든요. 그 때 되게 재밌어져요. 거의 그 때 머무르다보면 할증 풀리고 첫차 올 때 까지 기다리고 차타고 오면 거의... 셋트 자면 5시, 6시? (응답자 F)

춤추고 싶을 때 막 가는 건 아니고... 여가라는 게 내가 하고 싶을 때, 예를 들어 플릇은 내가 불고 싶을 때 불면되지만 좀 다른 게 클럽은 날을 정해서 가는 것 같아요. 놀이동산 가는 것처럼. (응답자 G)

그냥 술 먹다가 우리 클럽 갈까? 이렇게 가기 힘든 것 같아요. 마음을 먹고 준비를 해서 가야 하니까. (응답자 I)

클럽은 복장이 일단 있어야 되는데 애들끼리 모여서 놀다가 클럽갈 수 없으니까요. (응답자 H)

일상적 여가. 클럽에 가는 것이 매우 익숙한 사람들은 노래방 혹은 술집에 가는 것이나 클럽에 가는 것이 차이가 없다고 생각한다. 이러한 사람들은 클럽여가를 특별한 여가로 인식하는 사람들과 같은 이유 때문에도 클럽에 가지만 그냥 가고 싶어서, 좋아하는 노래를 듣고 싶어서 가는 경우도 빈번하다. 이들은 한 두 시간 정도 클럽에 들렀다가 다시 자신이 할 일을 하러 가기도 하고 밤새도록 머

물기도 한다. 클럽에 자주 가는 사람들을 백수라고 생각하기 쉽지만 그렇지 않은 경우가 많으며, 오히려 자주 가기 때문에 자기 생활에 방해되지 않도록 노는 시간을 조절하는 것이 가능하다고 한다.

전 그냥 시도 때도 없이 가요. 거길 갈 때 특별히 어딜 간다고 생각하고 가진 않아요. 보통 사람들이 클럽 가자고 그러면 일주일 전부터 약속을 하고 그런 식으로 가는데 전 별로 안 그래요. 오늘 DJ가 이노렐 들어야 하는데... 이러면서 가죠. ...1시간 놀 때도 있고 6시간 놀 때도 있고... 할 일이 있으면 그렇게 해야죠, 자주 가던 사람이 그 정도 개념은 있어야 돼요. (응답자 J)

클럽여가의 기본적인 특징 때문에 응답자들은 음악을 들으면서 춤을 추고 싶어서, 복적복적인 게 즐기고 싶어서, 놀고 싶어서, 우울하거나 심란한 기분을 바꿔보기 위해서 등의 이유로 클럽을 찾는다고 이야기 했다. 그러나 위에 언급한 것처럼 클럽여가에 대한 개인의 인식에 따라서도 클럽여가를 통해 충족하려는 욕구의 차이가 존재함을 알 수 있었다.

결론 및 논의

본 연구는 20대의 여가활동 중에서도 클럽여가경험에 대한 심층분석을 통해 여가의 기능과 의미를 밝혀내었다. 구체적으로는 최근 젊은이들 사이에서 부각되고 있는 클럽여가를 어떤 사람들이, 어떤 때에, 어떠한 목적으로 즐기는지를 알아보고 그를 통해 경험하는 심

리적 체험들을 분석하였다. 이는 클럽에 대한 부정적인 인식들을 감소시킬 뿐 아니라 클럽이 보다 바람직한 여가활동으로 자리매김할 방법을 모색하기 위한 토대가 될 것이다.

본 연구에서는 클럽여가 경험의 주관적이고 구체적인 내용을 알아보기 위하여 20대 남녀 각각 5명씩 총 10명을 대상으로 심층면접을 실시하였다. 이와 같은 연구방법을 거쳐 얻어낸 결과는 다음과 같다.

첫째, 클럽여가경험 이전의 클럽에 대한 긍정적, 부정적 이미지(그림 1 참조)에서 클럽여가경험에 대한 기대감 또는 여가제약이 드러난다. 이는 클럽이 현실과 동떨어진 공간이라는 것에 대한 인식의 개인차에서 발생하는 것이다. 둘째, 클럽에서의 활동 특성에 따라 클럽여가 경험을 통해 스트레스 해소, 자유감, 카타르시스, 몰입감(flow) 등을 경험할 수 있다. 셋째, 클럽의 사회적 특성에 따라 클럽여가 경험을 통해 자기표현 및 자기과시, 기존의 대인관계 강화, 새로운 대인관계 형성, 타인 관찰을 통한 간접적 사회 교류 등을 경험할 수 있다. 넷째, 클럽의 환경적 특성에 따라 현실로부터의 해방감, 일상적 자기로부터의 이탈과 탈체면(free from face-saving)을 통한 현실의 규칙적, 규범적 세계로부터의 해방감과 자유로움, 일상생활에 대한 보상 등을 경험할 수 있다. 다섯째, 클럽여가 체험은 클럽여가에 대한 인식을 형성하고 이에 따라 클럽여가 경험의 내용이 달라질 수 있다. 클럽여가를 특별한 활동으로 여기는 사람들은 클럽 여가를 즐기기 위한 사전 준비가 필요하고, 특히 스트레스를 받는 사건(시험, 과제 등)으로부터 벗어났을 때나 친구들과의 모임을 위해 클럽에 간다. 클럽여가를 일상적 여가로 인식하는 사람들은 자신이 원하는 때에 즉흥적으로 클

럽에 가며 자신이 좋아하는 노래를 클럽에서 들을 수 있다는 기대감, 혹은 일시적인 기분 때문에 클럽에 간다. 여섯째, 클럽여가 경험 후 기존의 긍정적인 이미지들은 대부분 유지되고, 부정적인 이미지들은 대부분 감소하나 기존의 이미지가 변화하기도 한다(그림 1 참조). 일곱째, 클럽 여가의 반복경험이 심신의 재충전, 기분전환, 대인관계능력의 향상, 신체활동 능력의 향상 등의 결과를 가져온다. 특히, 클럽 여가를 통해서 얻는 탈체면감(free from face-saving)과 이탈적 자기(deviated out of ordinary self) 경험은 여가의 결과로서 개인이 얻을 수 있는 중요한 정서적 효과로 보인다.

이는 여가의 치료기능(therapeutic functions)의 일종으로서 클럽은 사회적 관계속에서 살아가는 현대인들이 일상에서 경험하는 '자기 제시(attractive self-presentation)'를 위한 긴장과 피로감을 잠시나마 벗어던질 수 있는 공간이다. 즉, 클럽의 여가기능 중에는 개인이 타인과의 관계에서 표현하는 사회적 자기(social self)를 일시적으로 벗어던지고, 평소의 자기 모습으로부터 이탈한 ('망가진') 자기를 드러내어 표현함으로써 자유로움과 해방감을 느끼는데, 이는 현실의 일상적 규범을 준수하는 것에서 오는 심리적 피로감을 치유하고 스트레스를 해소하는 기능이다.

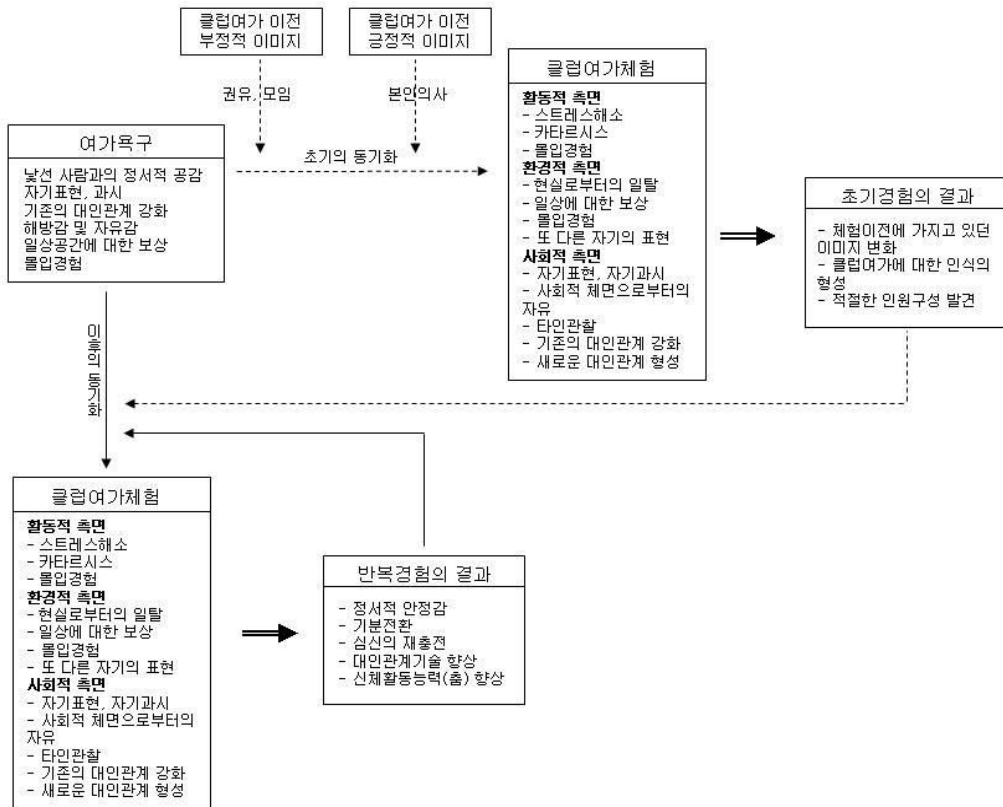


그림 2. 클럽여가경험의 심리적 과정과 그 결과

지금까지 요약한 연구결과를 클럽여가 경험 과정 도표로 정리하면 그림 2와 같다.

다음은 클럽이 여가공간으로서 더욱 바람직한 기능을 하기 위해 개선해야 할 사항 몇 가지를 제언하고자 한다. 클럽여가가 더욱 긍정적인 방향으로 발전하기 위해서는 앞서 언급했던 클럽의 부정적 이미지에서 탈피하기 위한 방법을 모색해야 할 것이다. 본 연구에서는 클럽 여가를 즐기는 사람들과의 면접 내용을 토대로 보다 건강한 여가활동이 되기 위해 현재의 클럽이 개선해야 할 사항을 시설, 분위기, 문화 세 가지 측면으로 나누어서 정리해 보았다.

우선 시설 면에서 클럽은 좀 더 넓고 깨끗한 공간이 되어야 한다. 클럽은 보통 지하에 있고 안에서 담배를 마음대로 피울 수 있기 때문에 공기가 나쁘다. 금연을 하게 하는 것이 불가능하다면 환풍 시설을 잘 갖추어 좀 더 쾌적한 환경으로 바꾸어야 한다. 그리고 클럽에 가는 사람들이 늘어나다 보니 춤을 출 수 있는 공간 자체가 좁다는 느낌이 들고, 춤을 추다가 쉴 수 있는 공간도 부족하므로 좀 더 넓은 공간 확보가 필요하다. 그렇지 않다면 클럽 내 입장객의 수를 제한하여 자유감과 일상으로부터의 탈출감을 누리고 싶어하는 클럽이용자들의 쾌적감을 유지하도록 노력해야 할 것이다. 클럽의 분위기 면에서는 처음인 사람이라도 좀 더 편한 마음으로 갈 수 있고, 다양한 장르와 개성을 가진 클럽들이 많아져야 한다. 클럽 내에서 진행되는 파티들도 레퍼토리가 대부분 비슷해서 식상한 느낌을 주므로 좀 더 개성 있는 행사들을 준비해야 할 것이다. 그리고 대부분의 클럽에서 힙합음악을 즐길 수 있는데 다양한 취향의 사람들을 고려해서 앞으로는 힙합 이외의 장르를 표방하는 클럽

들도 많이 생겨나야 할 것이다. 마지막으로 클럽 문화가 좀 더 건전하고 긍정적인 방향으로 발전되어야 할 것이다. 클럽에 가는 사람들이 많아짐에 따라 종업원들이나 손님들이 거칠어지는 경향이 있는데 아무리 자유로운 분위기라고 하더라도 다른 사람들과 충돌을 일으켜서는 안 될 것이다. 클럽의 문화는 클럽을 이용하는 사람들이 만드는 것이다. 술에 취한 상태로 클럽에 가거나 오로지 이성과의 스킨십을 위해서 클럽을 찾는 것은 다른 사람들에게 해를 끼치므로 삼가야 할 것이다.

본 연구의 제한점을 지적하면 인터뷰 대상자들을 클럽을 여가로 즐기는 사람만으로 한정하였다는 것을 들 수 있다. 이들은 이미 클럽 여가를 즐기는 사람들로서 이미 클럽 여가에 대해 긍정적 경험과 이미지를 가진 사람들이다. 따라서 이와 반대되는 즉, 클럽 여가에 대해 처음부터 부정적 이미지를 형성하고 있는 사람들이나, 긍정적 이미지를 가지고 있었더라도 클럽 여가 초기에 부정적인 경험을 하여 더 이상 클럽을 즐기지 않는 사람들의 생각은 전혀 반영되어 있지 않다. 그러므로 이들과 다른 경험이나 다른 생각을 가진 사람들의 클럽여가에 대한 체험 내용은 다루지 못하였는데, 이와 같은 편향 때문에 본 연구에서 발견한 클럽여가의 심리적 경험은 클럽 이용자 중 긍정적인 체험 내용에 국한되었을 수 있다.

현대 사회가 점점 더 엔터테인먼트 요소(e-factor)를 중시하게 되는 이유는 모든 이들의 일상생활이 바빠지고 복잡해짐에 따라 스트레스 수준이 증가하기 때문이다(손대현, 2005). 현대의 소비자들은 기꺼이 자신의 삶을 즐겁게 혹은 여유롭게 만들어 줄 수 있는 엔터테인먼트 상품이나 여가상품에 시간과 돈을 지불하고자 할 것이며, 그런 의미에서 클럽여가

와 같은 정서체험형 엔터테인먼트 소비에 대한 분석은 그 어느 분야보다 심리학적 접근이 필요하다.

참고문헌

- 김동진 (1993). 대학생의 여가생활과 삶의 질에 관한 연구. 서울대학교 체육연구소 논문집, 14(1).
- 김송희, 장순용 (2003). 대학생들의 여가동기와 몰입경험의 관계에 관한 연구. 한국여가레크리에이션학회지, 25, 69-86.
- 김준희, 한재문, 이예승 (2004). 대학생들의 여가활동 실태와 여가인지에 관한 연구. 한국여가레크리에이션학회지, 27, 203-221.
- 김홍설, 송강영, 김경식, 구창모 (1996). 청소년의 여가활동과 여가태도의 관계. 한국스포츠사회학회지, 6, 123-134.
- 매경이코노미 (2005). '한국인 하루생활은?' 2005년 6월 7일자 기사.
- 박영숙 (2000). 대학생들의 여가활동 유형과 생활만족도에 대한 분석. 한국레크리에이션교육학회지, 2, 21-40.
- 성영신, 고동우, 정준호 (1996a). 여가의 심리적 의미. 한국심리학회지: 산업 및 조직, 9(2), 17-40.
- 성영신, 고동우, 정준호 (1996b). 여가 경험의 심리적 본질: 재미란 무엇인가? 한국소비자학회지, 35-57.
- 손대현 (2005). 엔터테인먼트 산업의 발전과 한국문화와의 관계. *문화를 비즈니스로 승화시킨 엔터테인먼트 산업*, 손대현 편저. 김영사.
- 윤유경, 채지영 (2005). 대중문화의 심리학적 접근과 탐색. 한국심리학회지: 소비자·광고, 11(3), 67-89.
- 이동연 (2004). 공간의 역설과 진화: 홍대에서 배우기. *문화과학*, 제39호, 180-193.
- 이철원, 전형상 (2004). 한국 사회의 춤문화 바로보기: 오해와 편견을 넘어 대중과 함께하는 한국 사회의 춤 이야기. 한국여가레크리에이션학회지, 26, 5-14.
- 주간조선 (2005). '젊음의 화약고' 홍대클럽데이를 가다. 2005년 3월 22일자 기사.
- 채지영, 양윤, 윤유경 (2002). 라이브콘서트 소비행위. 한국심리학회지: 소비자·광고, 3(1), 1-15.
- www.visitseoul.net 서울의 문화체험/서울의 나이 트라이프
- www.pollever.com 홍대클럽 및 클럽데이에 관한 조사보고서.
- Dumazedier, J. (1967). *Toward a Society of Leisure*, NY: Free Press.
- Holbrook, M. B. & Hirschman, E. (1982). Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. *Journal of Consumer Research*, Vol.9 (Sep.), 132-140.
- Iso-Ahola, S. E. (1980). *The Social Psychology of Leisure and Recreation*. Iowa: Wm. C. Brown.
- Lee, Y. K., Dattilo, J., & Howard, D. (1994). The Complex and Dynamic Nature of Leisure Experience. *Journal of Leisure Research*, Vol.26 (3), 195-211.
- Neulinger, J. (1974). *The Psychology of Leisure*, Springfield, III: Charles C. Thomas.
- Neulinger, J. (1981). *To Leisure: An Introduction*. Boston: Allyn & Bacon.
- Russell, R. V. (1996). *Pastimes: The Context of*

- Contemporary Leisure*, Iowa: Brown & Benchmark.
- Unger, L. S. & Kernan, J. B. (1983). On the Meaning of Leisure: An Investigation of Some Determinants of the Subjective Experience. *Journal of Consumer Research*, Vol. 9, 381-391.
- Williams, D. R., Scheryer, R., & Knopf, R. C. (1990). The Effects of Experience Use History on the Multidimensional Structure of Motivations to Participate in Leisure Activities. *Journal of Leisure Research*, Vol.22 (1), 36-54.

K C I

A Study of the Club Leisure Consumption Experiences

Eun-A Park

KOBACO Advertising Institute

Kyung-Mee Joo

Korea University

The purpose of this study is to look into the 'club' consumption experiences which is popular with young people from a leisure point of view. Though 'club' leisure has widely spreaded a new consumption trend as dancing and drinking party culture among the twenties and thirties, there are few systematical approach on this experience-type leisure consumption. Thus, this study is an attempt to investigate the club experiences of the twenties who enjoy club by the method of qualitative in-depth interview. We found out that club leisure activity provides perceived freedom and flow experience for the club leisure participator, and gratifies participator's desire to be free from face-saving in social relationship and express another sense of self. It can be expected that entertainment-type consumption like club leisure will become more important and noteworthy for the future, so further studies on these experience consumption field are required.

keywords : club culture, leisure consumption, entertainment consumption, experience consumption, hedonic consumption