

Part.2

한국인의 상호부조 행동 분석

—

한동우 • 강남대학교 사회복지대학원 교수

강철희 • 연세대학교 사회복지대학원 교수



I . 연구목적

한국인들은 전통적으로 가족 내의 경조사 등을 지역주민들과의 공동노력을 통해 치러왔으며, 이러한 전통은 현대사회에도 이어지고 있다. 이 조사는 한국인들의 상호부조행동 실태를 파악하기 위해 기획되었으며, 상호부조행동을 통해 지출된 금액과 수령한 금액의 규모를 파악하는 것을 목적으로 한다.

II . 연구방법

이 조사는 아름다운재단 기부문화연구소가 주관하는 기빙코리아 2014 기빙인덱스 조사의 일환으로 실시되었으며, 전국 만 19세 이상 성인남녀 1,007명을 대상으로 구조화된 설문지를 이용하여 실시되었다. 조사 표본은 다단계 지역표본 추출을 통해 1단계로 추출하고, 2단계로는 지역별, 성별, 연령대별로 할당표본추출을 실시하였다. 표본 오차는 무작위 추출을 전제할 경우 95% 신뢰수준에서 최대 허용 표집오차 $\pm 3.1\%$ 이다. 자료수집은 훈련된 조사원이 직접 응답자를 만나 대면 면접을 통해 이루어졌으며, 조사기간은 2014년 6월 27일부터 8월 6일까지이다. 수집된 자료는 SPSSWIN 18을 통해 분석되었다.

이 조사에서 상호부조행동은 다음의 <표2-1>과 같이 구분되었다.

상호 부조 행동	상호부조 조직에 대한 지출	현물	상조회 회비 등
			계
			협동조합 및 사회적 기업 출자금 등
		현금	상조회 회비 등
			계
			협동조합 및 사회적 기업 출자금 등
	경조사 지출	현물	결혼식 축의금
			장례식 조위금
			생일잔치 등 축하금
			개업 및 창업 축하금
		현금	결혼식 축의금
			장례식 조위금
생일잔치 등 축하금			
개업 및 창업 축하금			

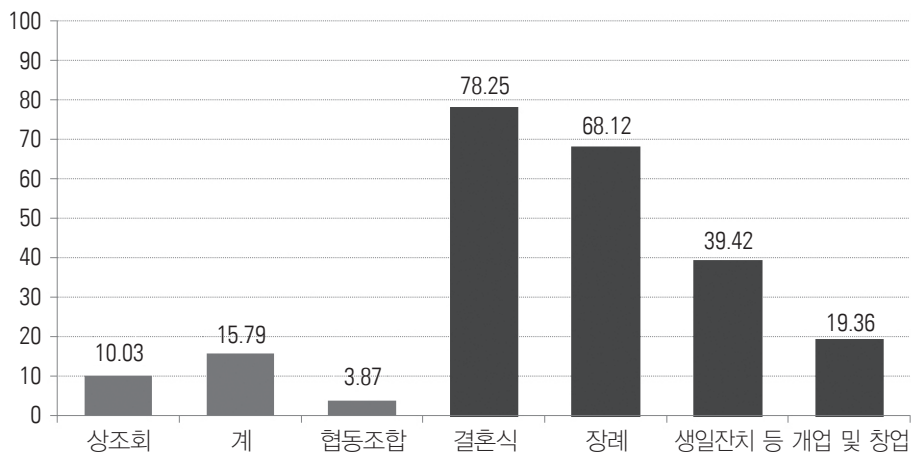
<표 2-1> 상호부조행동 분류

Ⅲ. 연구결과

1. 한국인의 상호부조행동 실태

(1) 상호부조행동 경험

지난 2013년 한 해 동안 한국인들은 다양한 형태와 방법으로 상호부조행동을 경험한 것으로 나타났다. 전체 응답자의 92.3%는 데, 일반적으로 경조사 참여 비율이 상호부조 조직 참여 비율보다 높았으며, 가장 높은 참여율을 보인 것은 결혼식 축의금으로 전체 응답자의 78.25%가 낸 경험이 있다고 응답했다. 다음으로는 장례식 조위금 (68.12%), 생일잔치 등 (39.42%), 개업 및 창업 축하 (19.36%)의 순이었다. 각종 공제회 등 상호부조 조직에 대한 지출은 경조사 지출보다 상대적으로 적었는데, 계가 15.79%로 가장 높았고, 다음으로는 공제회 회비 지출 (10.03%)과 협동조합과 사회적 기업 등에 대한 지출 (3.87%)의 순이었다(그림 2-1).

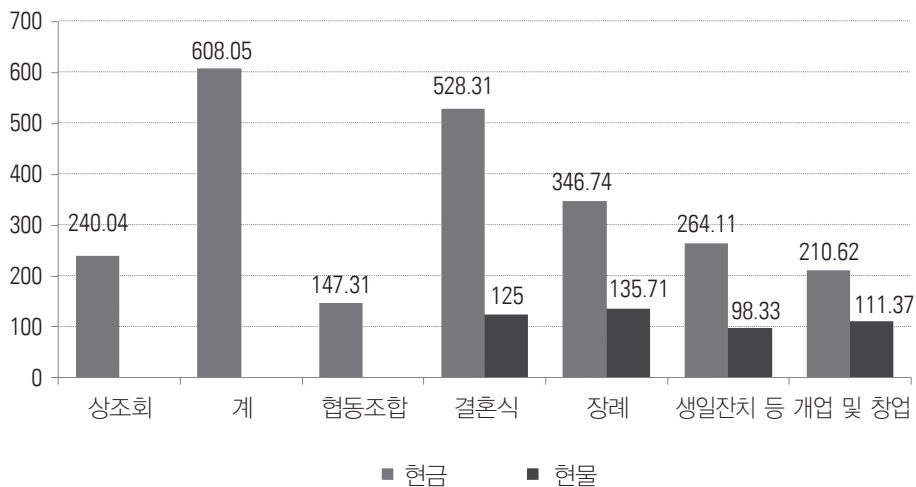


<그림 2-1> 상호부조행동 참여 경험 (단위: %, N=1,007)

경조사 참여 비율이 높은 것은 일반적으로 예측될 수 있는 수준이라고 할 수 있으나, 상호부조 조직에 대한 지출 참여율을 확인한 것은 한국사회에서 사회적 경제조직의 활성화 가능성을 짐작할 수 있게 한다는 점에서 매우 의미 있는 것이라 할 수 있다. 특히 계에 대한 지출 참여율이 공제회나 협동조합에 대한 지출 참여율보다 높은 것은 아직까지 한국인들이 전통적인 상호부조 조직에 대한 신뢰와 의존도가 일정 수준 이상으로 유지되고 있다는 것을 시사 하는 것이라 할 수 있다. 협동조합과 사회적 기업에 대한 지출 경험은 비록 4% 미만 수준을 차지하고 있긴 하지만, 최근 한국 사회에서 협동조합과 사회적 기업을 통해 공익적 서비스를 생산하는 동시에 일자리를 창출하려는 정책적 시도가 지속적으로 이루어지고 있다는 점에서 긍정적으로 평가할 수 있는 조사결과라고 할 수 있겠다.

(2) 상호부조 지출금액

항목별 지출 금액을 분석한 결과, 일반적으로 경조사 지출 금액이 상호부조 조직에 대한 지출보다 많은 것으로 분석되었다. 현금 지출을 기준으로 분석한 결과, 계에 대한 지출이 608천원으로 가장 많았고, 다음으로는 결혼식 축의금 (538천원), 장례식 조위금 (347천원), 생일잔치 등 축하금 (264천원) 등의 순이었다. 한편, 현물 지출내역을 현금으로 환산한 금액을 합쳐 분석한 결과에 따르면, 결혼식 축의금이 653천원으로 가장 많은 것으로 분석되었다(그림 2-2).

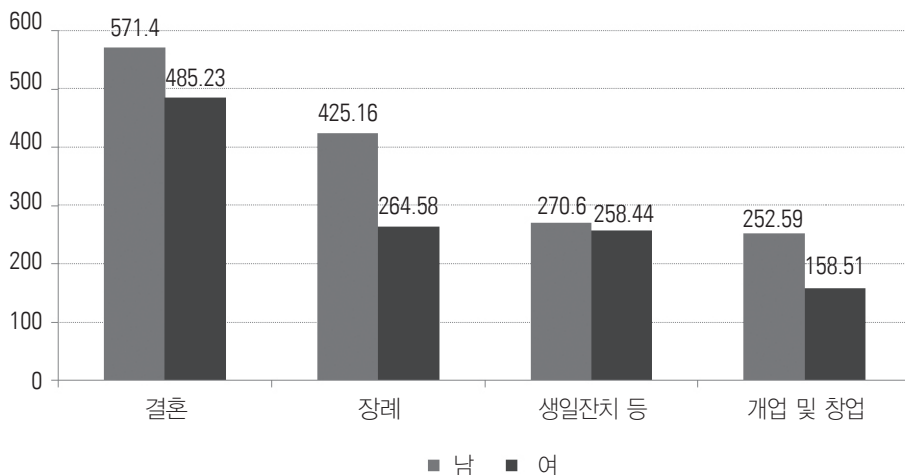


<그림 2-2> 상호부조 지출 금액 (단위: 천원)

상호부조 조직에 대한 지출에는 현물지출이 전혀 없었으며, 경조사 지출에는 현물 지출이 상당한 수준으로 이루어지고 있었는데, 생일잔치와 개업 및 창업 축하 등에 대한 지출에는 현금지출이 상대적으로 적은 반면, 현물지출이 다른 항목에 비해 높은 비율을 차지하고 있음을 알 수 있다. 이는 생일잔치나 개업 및 창업 축하 등의 지출에서 현금 외에 선물을 주는 전통과 관련이 있는 것으로 판단된다.

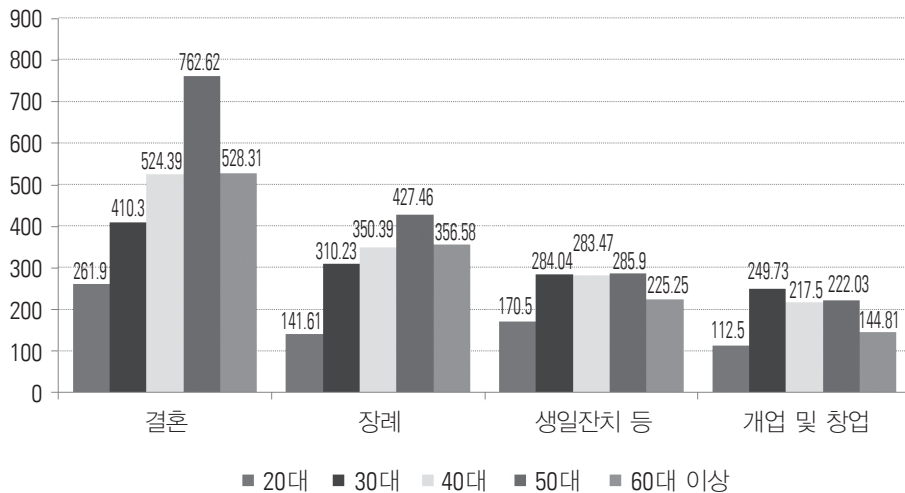
계에 대한 지출 금액이 다른 상호부조 조직에 대한 지출이나 경조사 지출 금액에 비해 상대적으로 많다는 것이 특징적인 조사 결과라고 할 수 있는데, 이는 앞서 분석한 바와 같이, 한국인들이 여전히 전통적인 상호부조 시스템에 대한 신뢰가 높다는 것을 의미한다고 할 수 있다.

경조사비 지출금액의 차이를 성별에 따라 분석한 결과, 대체로 남성이 여성보다 지출금액이 많은 것으로 나타났는데, 생일잔치 등 축하금 지출에서는 통계적으로 유의미한 차이는 없었다. 결혼식 축의금의 경우, 남성은 571천원, 여성은 485천원으로 남성이 여성보다 86천원 정도 더 지출하는 것으로 나타났으며, 장례식 조위금은 남성이 425천원, 여성이 265천원으로 남성이 여성보다 160천원 정도 더 지출하는 것으로 나타났다. 개업 및 창업 축하금 지출에 있어서도 남성이 여성보다 9만원 이상 더 지출하는 것으로 나타났다. 경조사 지출도 일종의 사회적 호혜성에 근거한 행동이라는 점을 가정할 때, 한국 사회에서 남성이 여성보다 사회적 지출이 더 많다는 것을 보여주는 것이라고 해석할 수 있다(그림 2-3).



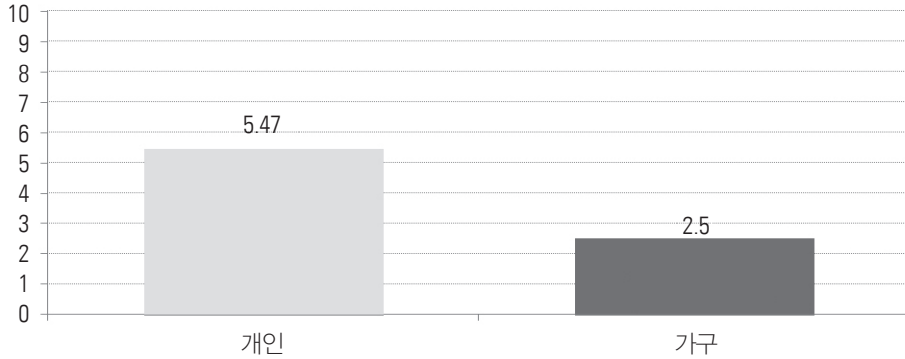
<그림 2-3> 성별에 따른 경조사비 지출 금액 (단위: 천원)

경조사비 지출금액을 연령대별로 분석한 결과, 대체로 50대 응답자들의 지출금액이 가장 많은 것으로 나타났으며, 50대를 전후로 경조사비 지출 금액이 점차 증가하다가 다시 감소하는 경향을 나타냈다. 50대 응답자들의 경조사비 지출이 가장 많은 것은, 이 연령대에서 자녀 결혼과 부모 상례가 가장 많기 때문인 것으로 해석할 수 있으며, 사회생활에서의 호혜적 지출에 있어서도 50대가 가장 적극적인 연령대라는 점을 보여주는 결과라고 할 수 있다. 한편, 생일축하금과 개업 및 창업 축하금 지출에 있어서는 통계적으로 의미 있는 차이가 발견되지는 않았으나, 대체로 연령이 높을수록 지출이 많아지는 경향을 보이다가 60대 이상이 되면 다시 감소하는 추세를 보이고 있다(그림 2-4). 결혼식 축의금 지출에서 50대는 763천원을 지출하였으며, 다음으로는 60대가 528천원, 40대가 524천원의 순이었다. 장례식 조위금 지출에서는 50대가 427천원, 60대가 357천원, 40대가 350천원의 순이었다.



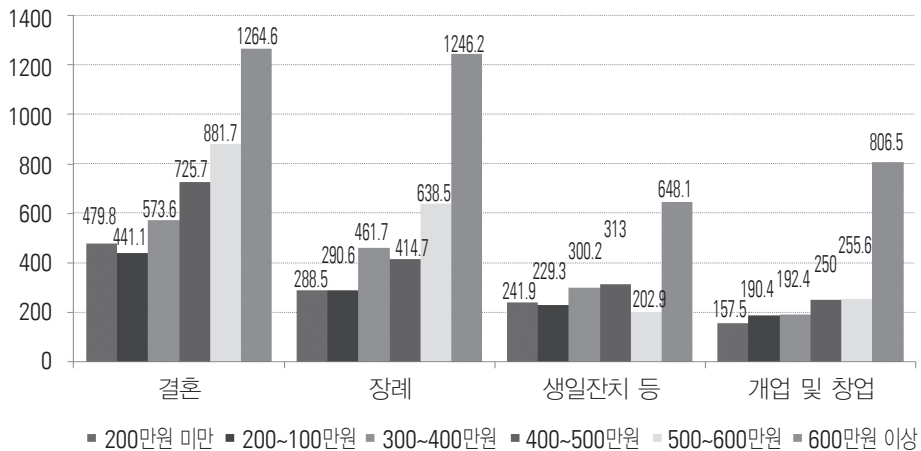
<그림 2-4> 연령대별 경조사비 지출 금액

월평균 소득에서 경조사비가 차지하는 비중을 분석한 결과, 월평균 개인소득의 5.47%를 경조사비로 지출하는 것으로 나타났으며, 월평균 가구소득 대비 비율은 2.5%인 것으로 분석되었다(그림 2-5).



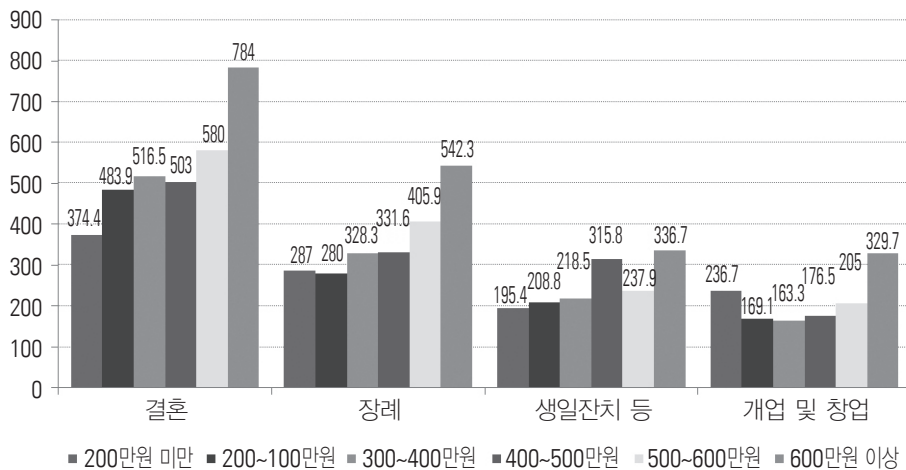
<그림 2-5> 월평균 소득 대비 경조사비 지출 비율 (단위: %)

월평균 개인 소득 대비 경조사비 지출 금액을 분석한 결과, 일반적으로 소득이 높을수록 경조사비 지출도 많았다(그림 2-6). 결혼식 축의금의 경우, 월평균 소득이 600만원 이상인 집단의 지출은 1,265천원으로 가장 많았으며, 500만원~600만원인 집단은 882천원, 400만원~500만원인 집단은 726천원으로 월평균 소득이 400만원이 넘는 경우 결혼식 축의금 지출이 평균수준 보다 높은 것으로 분석되었다. 장례식 조위금의 경우에도 유사한 추세를 보였다. 가장 소득이 높은 집단에서 조위금 지출은 1,246천원이었으며, 500만원~600만원 집단에서는 639천원으로 나타났다. 생일잔치 축하금과 개업 및 창업 축하금 지출에서도 역시, 가장 소득이 높은 집단의 지출금액이 가장 많은 것으로 분석되었으나, 그 외의 소득 집단 간의 차이는 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 분석되었다.



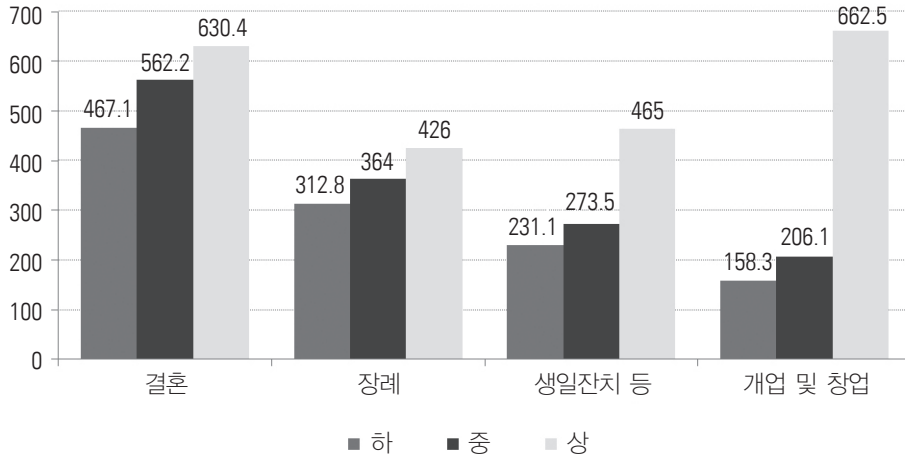
<그림 2-6> 월평균 개인 소득별 경조사비 지출 금액 (단위: 천원)

가구소득수준에 따른 경조사비 지출 금액 분석도 개인 소득의 경우와 마찬가지로, 소득수준이 높을수록 지출금액이 많은 것으로 분석되었으나, 소득구간별 차이는 개인소득의 경우보다는 크지 않은 것으로 나타났다(그림2-7). 결혼식 축의금의 경우, 월평균 가구소득이 600만원 이상인 집단은 평균 784천원을 지출했으며, 500~600만원 집단은 580천원, 400~500만원 집단은 503천원 등의 순으로 나타났다. 장례식 조위금의 경우, 가장 소득이 높은 집단은 연평균 542천원을 지출했으며, 500~600만원 집단은 406천원, 400~500만원 집단은 332천원을 지출한 것으로 분석되었다. 생일축하금과 개업 및 창업 축하금의 경우에는 소득 구간별 차이가 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 분석되었다.



<그림 2-7> 월평균 가구 소득별 경조사비 지출 금액 (단위: 원)

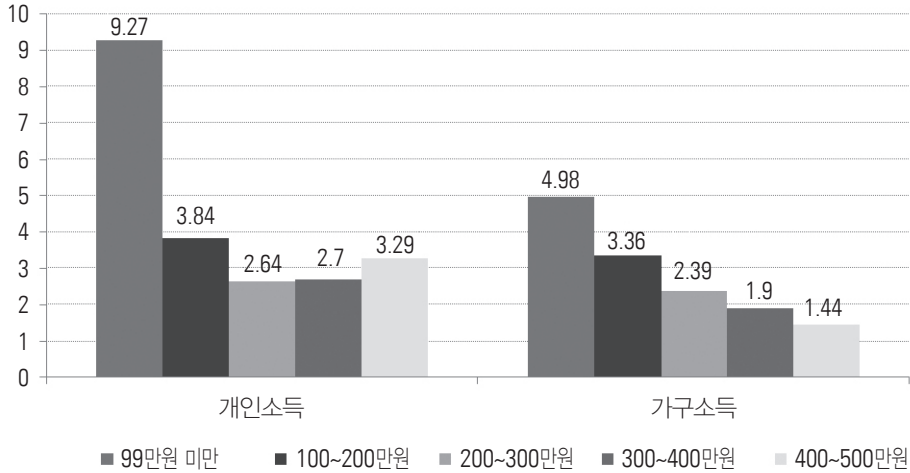
주관적 계층별 경조사비 지출금액을 분석한 결과, 자신의 계층을 높게 인식할수록 경조사비 지출 금액이 많은 것으로 뚜렷하게 나타났다(그림 2-8). 자신의 사회경제적 계층을 '상'으로 인식하는 집단에서 가장 많은 지출금액을 나타낸 항목은 개업 및 창업 축하금으로, 평균 663천원을 지출했으며, 다음으로는 결혼식 축의금으로 630천원, 생일축하금 465천원, 장례식 조위금 426천원 등의 순으로 나타났다. 모든 항목에서 주관적 계층 인식과 경조사비 지출금액은 반비례 관계를 보였는데, 특히 개업 및 창업 축하금의 경우, 주관적 계층을 높게 인식한 집단과 그 외의 집단 간의 차이가 가장 크게 나타난 것으로 분석되었다.



<그림 2-8> 주관적 계층 인식과 경조사비 지출 금액 (단위: 원)

월평균 개인소득 및 가구소득 대비 경조사비 지출 금액의 비율을 분석한 결과는 지출금액의 규모와는 매우 다른 분포를 나타내는 것으로 나타났다. 두 경우 모두에서 소득이 낮은 집단에서 경조사비 지출 금액의 비중이 높은 것으로 나타났는데, 개인 소득의 경우, 가장 소득이 낮은 99만원 미만 집단에서 경조사비 지출금액의 비중이 9.27%로 가장 높게 나타났으며, 월평균 개인소득 100만원 이상인 집단에서는 평균 3% 내외의 비중을 차지하는 것으로 분석되었다. 월평균 가구 소득의 경우에도, 99만원 미만인 가구에서 경조사비 지출 금액이 차지하는 비중은 4.98%로 가장 높았으며, 100만원~200만원 집단은 3.36%, 200만원~300만원 집단은 2.39% 등으로 점차 낮아져, 가구 소득이 많을수록 경조사비 지출금액의 비중은 감소하는 것으로 나타났다(그림 2-9).

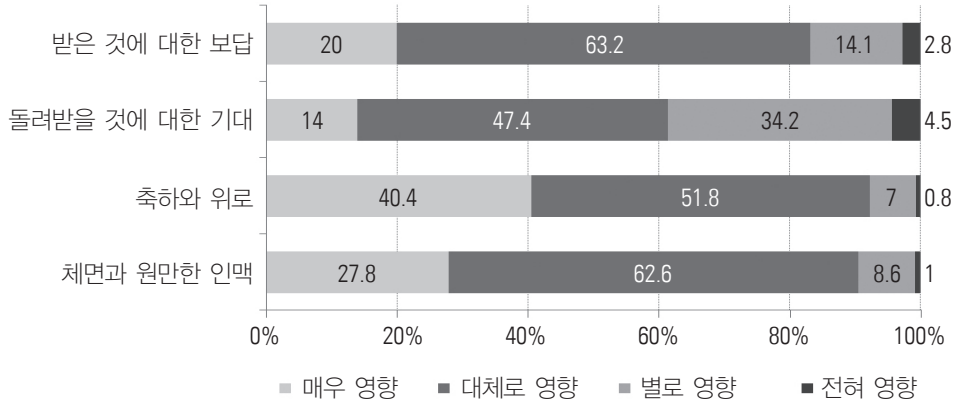
이러한 조사결과는 한국 사회에서 경조사비 지출이 갖는 사회적 의미를 다양하게 해석할 여지를 남기는 것으로 해석할 수 있다. 우선 경조사비 지출은 사회적으로 수용되는 일정한 수준 이상으로 지출하는 것이 관례화되어 있어서, 소득이 낮을수록 지출금액이 차지하는 비중이 상대적으로 커지는 것으로 해석할 수 있다. 또한, 경조사비 지출은 개인 차원에서는 일종의 사회적 비용 (social cost)으로 여겨지기 때문에, 소득이 낮은 집단이 사회적 지출을 늘림으로써 자신의 사회경제적 지위를 유지하거나 높이려는 일종의 투자로 인식하는 경향이 있음을 시사하는 것으로 볼 수도 있다.



<그림 2-9> 월평균 소득 구간별 경조사비 지출 금액의 비중 (단위: 원)

(3) 경조사비 지출관련 태도

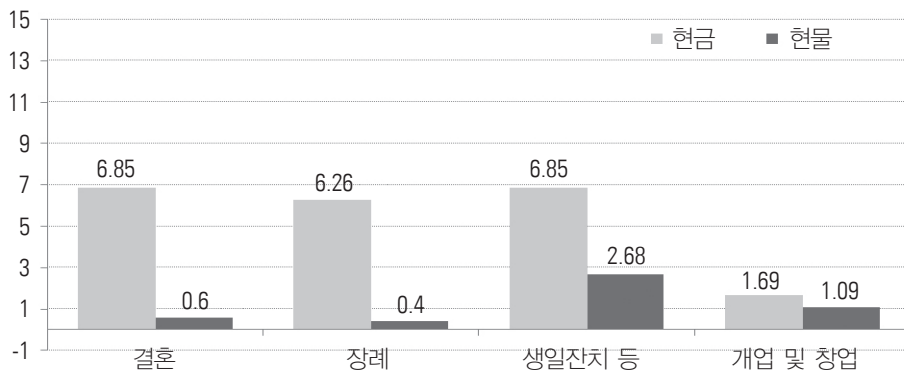
응답자의 40%는 경조사비 지출과 관련해서 경조사에 대한 ‘축하와 위로’가 매우 영향을 미쳤다고 응답했으며, 28%는 ‘체면과 원만한 인맥 유지’가 매우 영향을 미쳤다고 응답했으며, ‘받은 것에 대한 보답’과 ‘돌려받을 것에 대한 기대’가 매우 영향을 미쳤다고 응답한 비율은 각각 20%와 14%에 그쳤다(그림 2-10). 대체로 한국인들은 경조사 자체에 대한 정서적 및 물질적 지지를 위해 경조사비를 지출하거나 사회적 관계를 유지하기 위해서 지출하는 것에 대해 비슷한 비율로 태도를 취하는 것으로 보인다. 한편, 돌려받을 것에 대한 기대는 이전에 받은 것에 대한 보답 보다는 영향을 덜 미치는 것으로 응답하고 있는데, 이는 사회적 자본 형성에 있어서 매우 일반적인 신뢰와 호혜성의 관점에서 경조사비 지출을 결정하는 것으로 해석된다. 다만, 이 조사와 관련해서 응답자들이 ‘사회적 바람직성 (social desirability)’에 의해 영향을 받았을 가능성도 배제하기는 어려운 것으로 보인다.



<그림 2-10> 경조사비 지출에 영향을 미친 요소들 (단위: %, N=1,007)

(4) 경조사비 수령경험¹⁾

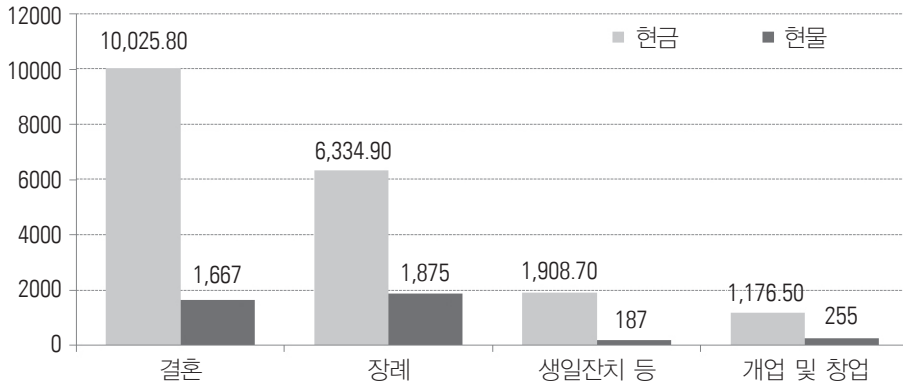
지난 3년간 각종 경조사를 통해 상호부조금을 수령한 경험은 개업 및 창업을 제외하고는 7% 내외인 것으로 분석되었다. 현금과 현물을 모두 포함할 경우, 결혼식 축의금은 6.9%, 장례식 조의금은 6.3%, 생일잔치 등 축하금은 9.5%가 경험이 있다고 응답했으며, 개업 및 창업 축하금은 2.8%가 수령경험이 있다고 응답했다 (그림 2-11).



<그림 2-11> 경조사비 수령 경험 (단위: %, N=1,007)

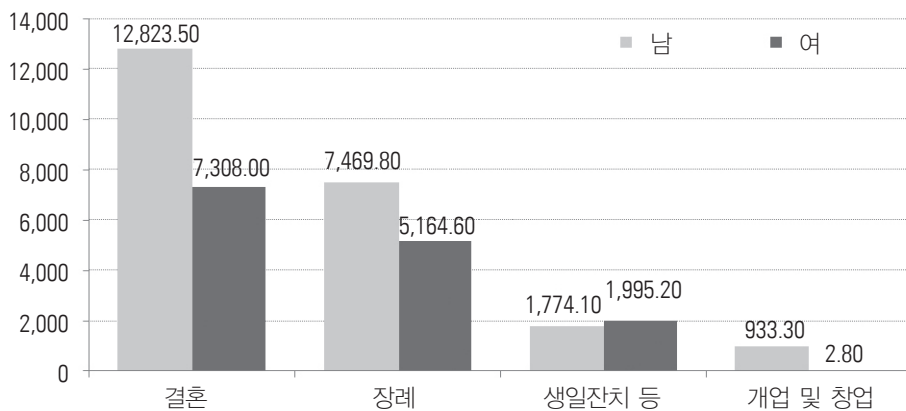
1) 경조사비 수령경험은 응답자 본인의 관계를 통해 자신의 지인으로부터 수령한 금액을 구별해서 응답하도록 했음.

경조사비 수령 금액을 항목별로 보면, 현금과 현물을 모두 포함할 경우, 결혼식 축의금이 11,693천원으로 가장 많고 다음으로는 장례식 조위금으로 8,210천원, 생일잔치 등 축하금이 2,096천원 등의 순이었다(그림 2-12).



<그림 2-12> 경조사비 수령 금액 (단위: 천원)

경조사비 수령금액을 성별로 분석한 결과, 지출의 경우와 마찬가지로 대체로 남성이 여성보다 경조사비 수령금액이 많은 것으로 조사되었다(그림 2-13). 결혼식 축의금의 경우, 남성은 평균 12,823천원을 수령한 반면, 여성은 7,308천원을 수령했으며, 장례식 조위금의 경우에는 남성이 7,470천원, 여성이 5,165천원을 수령했다. 생일축하금은 여성이 남성보다 조금 더 많이 수령한 것으로 조사되었으나, 통계적으로 의미 있는 차이는 아니었으며, 개업 및 창업 축하금은 여성이 수령한 경우가 없는 것으로 조사되었다.

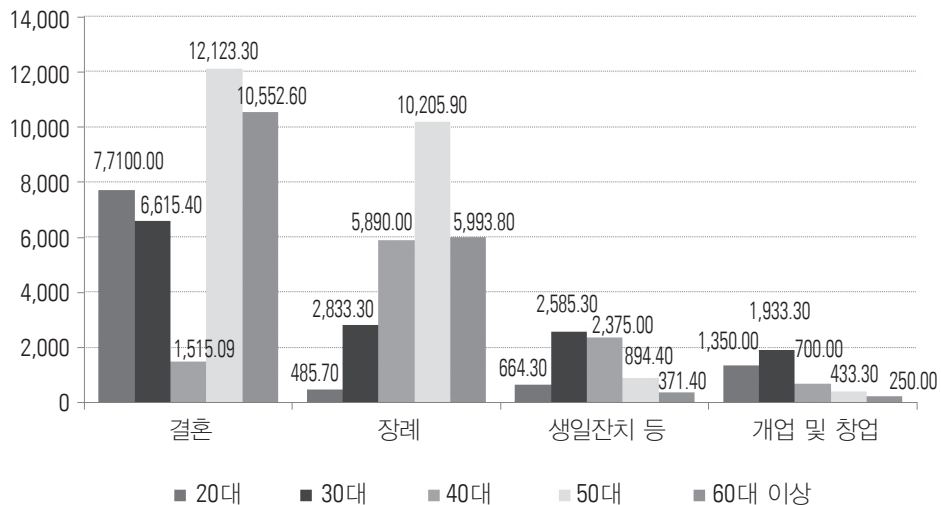


<그림 2-13> 성별 경조사비 수령 금액 (단위: 천원)

연령대별 경조사비 수령금액 분석에 따르면, 결혼식 축의금과 장례식 조위금의 경우에는 50대의 수령금액이 가장 많은 것으로 분석되었으나, 생일축하금은 30대와 40대가, 개업 및 창업 축하금에서는 20대와 30대가 가장 많은 것으로 나타났다(그림 2-14).

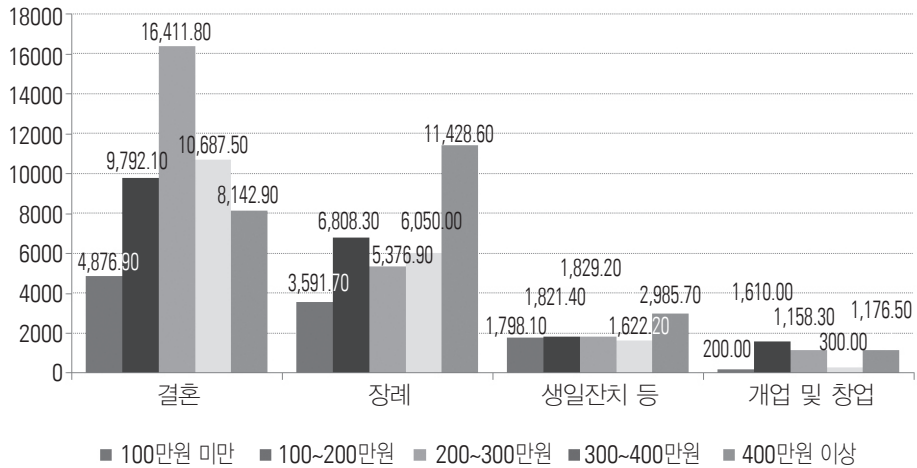
결혼식 축의금의 경우, 50대의 평균 수령금액은 12,123천원이고, 다음으로는 60대가 10,553천원, 20대가 7,710천원, 30대가 6,615천원의 순으로 나타났다. 결혼식 축의금의 경우, 특이한 점은, 40대의 수령금액이 1,515천원으로 매우 낮게 나타났다는 점인데, 이는 50대와 60대는 자녀의 결혼식 축의금으로 수령한 사례가, 그리고 20대와 30대는 본인의 결혼식 축의금으로 수령한 사례가 많기 때문인 것으로 해석되며, 40대는 상대적으로 자녀나 본인의 결혼식이 적기 때문에 수령금액도 적은 것으로 해석된다.

장례식 조위금 수령금액은, 지출금액 분석 결과와 마찬가지로 50대를 전후로 하여 점차 증가하다가 다시 감소하는 패턴을 보이고 있다. 50대의 장례식 조위금 수령금액은 평균 10,206천원으로 가장 많고, 다음으로는 60대가 5,994천원, 40대가 5,890천원 등의 순이었다. 생일잔치 축하금은 30대가 가장 많아서 평균 2,585천원이었으며, 다음으로는 40대가 2,375천원의 순이었다. 개업 및 창업 축하금 수령은 30대가 1,993천원으로 가장 많고 다음으로는 20대가 1,350천원의 순이었다.



<그림 2-14> 연령대별 경조사비 수령 금액 (단위: 천원)

월평균 개인 소득별 경조사비 수령 금액을 분석한 결과, 결혼식 축의금은 중위소득 구간에서 가장 많은 것으로 나타났다(그림 2-15). 월평균 개인 소득이 200만원~300만원인 집단의 결혼식 축의금 수령금액은 평균 16,412천원으로 가장 많고, 다음으로는 300~400만원 집단이 10,688천원, 100~200만원 집단이 9,792천원, 400만원 이상이 8,142천원, 100만원 미만이 4,877천원의 순이었다. 장례식 조위금의 경우에는 대체로 소득이 높을수록 수령금액도 많은 것으로 분석되었는데, 가장 소득이 높은 월평균 400만원 이상인 집단의 수령금액은 평균 11,429천원, 다음으로는 100만원~200만원 집단이 6,808천원, 300만원~400만원이 6,050천원, 200만원~300만원이 5,377천원, 100만원 미만이 3,592천원의 순으로 분석되었다. 생일잔치 축하금과 개업 및 창업 축하금의 경우에는 소득 구간별 차이가 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다.



<그림 2-15> 월평균 개인 소득별 경조사비 수령 금액 (단위: 천원)

2. 기부금 지출과 상호부조행동의 관계

기부금 지출 경험과 상호부조행동은 긍정적 관계에 있는 것으로 나타났다. 기부경험이 있는 사람들이 기부경험이 없는 사람들에 비해 상호부조행동 경험 빈도가 높은 것으로 분석되었으며, 이러한 경향은 모든 항목에서 일관성 있게 나타났다. 기부경험과 상호부조행동과의 관계를 X2검증을 통해 교차분석한 결과, 이 두 변수간의 관계는 모든 항목에 대해 통계적으로 의미 있는 수준에서 차이가 있는 것으로 분석되었다.

기부금 지출 경험과 상호부조행동 간의 관계가 정적이라는 것은, 기부와 상호부조 행동이 상충(trade-off)관계가 아니라는 것을 시사한다. 즉, 기부금 지출 경험이 많은 것이 상호부조행동을 감소시키는 것이라기보다는 기부 경험이 많은 사람이 상호부조행동에도 적극적이라는 것을 보여준다. 이러한 조사결과는 기부영역과 상호부조영역이 경쟁적 관계가 아니라 협력적 관계라는 것을 보여준다고 할 수 있다.

(1) 상호부조조직 지출과의 관계

현금 또는 현물 기부 경험 여부와 상호부조조직에 대한 지출경험 여부와의 관계를 교차분석한 결과, 기부금 지출경험이 있는 사람들이 상호부조조직에 대한 지출경험이 많은 것으로 분석되었다 <표 2-2>. 현금 또는 현물 기부 경험이 있는 사람들 중 14.3%가 공제회 회비 등을 지출한 경험이 있는 것으로 나타난 반면, 기부경험이 없는 사람들 중에서는 6.0%만이 공제회 회비 지출경험이 있었다. 계의 경우에는 기부경험이 있는 사람들 중 17.2%가 켓돈을 지출한 경험이 있었으나, 기부경험이 없는 사람들 중에서는 14.5%가 켓돈을 지출한 경험이 있었다. 마지막으로 기부경험이 있는 사람들 중에서 협동조합 등 사회적 경제조직에 지출한 경험이 있는 사람은 5.7%였으나, 기부경험이 없는 사람들 중에서 사회적 경제조직에 지출한 경험이 있는 사람은 2.1%에 불과했다.

(단위: 명, %)

		공제회 ⁺		계 ^{**}		협동조합 ^{***}	
		있음	없음	있음	없음	있음	없음
있음	빈도	70	418	84	404	28	460
	비율 ⁺	14.3	85.7	17.2	82.8	5.7	94.3
없음	빈도	31	488	75	444	11	508
	비율 ⁺	6.0	94.0	14.5	85.5	2.1	97.9

<표 2-2> 기부경험과 상호부조조직에 대한 지출 경험: 교차분석 (N=1,007)

+ 행(row)의 합에 대한 백분율임

* $X^2=19.532$, $df=1$, $p<.001$

** $X^2=1.443$, $df=1$, $p>.05$

*** $X^2=8.844$, $df=1$, $p<.01$

(2) 경조사비 지출과의 관계

기부경험과 경조사비 지출과의 관계도 정적인 것으로 나타났다. 기부경험이 있는 사람들 중 결혼식 축의금을 지출한 경험이 있는 사람은 82.2%였으나, 기부경험이 없는 사람들 중에서 결혼식 축의금을 지출한 경험이 있는 사람은 75.3%였다. 장례식 조위금의 경우, 기부경험이 있는 사람들 중 75.4%가 지출한 경험이 있다고 응답했으며, 기부경험이 없는 사람들 중에서는 62.2%가 지출한 경험이 있다고 응답했다. 생일잔치 등 축하금의 경우, 기부경험이 있는 사람들 중 46.1%가 지출한 경험이 있다고 응답했으며, 기부경험이 없는 사람들 중에서는 34.3%가 지출한 경험이 있다고 응답했다. 마지막으로, 개업 및 창업 축하금의 경우, 기부경험이 있는 사람들 중 26.8%가 지출 경험이 있다고 응답했으나, 기부경험이 없는 사람들 중에서는 16.8%만이 지출경험이 있다고 응답했다.

(단위: 명, %)

		결혼식 ⁺		장례식 ^{**}		생일잔치 등 ^{***}		개업 및 창업 ^{****}	
		있음	없음	있음	없음	있음	없음	있음	없음
있음	빈도	401	87	368	120	225	263	131	357
	비율 ⁺	82.2	17.8	75.4	24.6	46.1	53.9	26.8	73.2
없음	빈도	391	128	322	197	178	341	87	432
	비율 ⁺	75.3	24.7	62.0	38.0	34.3	65.7	16.8	83.2

<표 2-3> 기부경험과 경조사비 지출경험: 교차분석 (N=1,007)

+ 행(row)의 합에 대한 백분율임

* $X^2=6.997$, $df=1$, $p<.01$ ** $X^2=20.836$, $df=1$, $p<.001$ *** $X^2=14.614$, $df=1$, $p<.001$ **** $X^2=15.070$, $df=1$, $p<.001$

IV. 결론 및 함의

1) 결론: 한국인의 상호부조행동 실태

한국인들의 상호부조행동은 일상생활에 내면화되어 있는 전통적 습속이라고 할 수 있으며, 이러한 습속은 현대사회에서도 매우 의미 있는 수준으로 유지되고 있다고 할 수 있다. 전통적으로 한국인들이 유지하고 있는 ‘계’, ‘품앗이’ 등의 비공식 조직이 현대사회에서 다소 변형된 형태와 방법으로나마 지속되고 있음을 확인할 수 있다.

이 조사에 따르면, 한국인들은 결혼식, 장례식, 생일잔치, 개업 및 창업식 등 각종 경조사에 현금과 현물을 나눔으로써 행사에 대해 축하와 위로를 전함과 아울러, 공동체적 구성원으로서의 사회적 책임을 이행하려는 태도를 보이고 있음을 알 수 있다. 한국인들은 경조사에 대한 지출에 있어서 호혜성(reciprocity)의 규범이 지켜지고 있다고 믿으며, 이러한 믿음은 경조사에 대한 상호부조전통을 이어가는 중요한 사회적 자원을 구성하고 있다고 할 수 있다.

상호부조조직에 대한 나눔에 있어서는 전통적으로 민간부문에서 유지되고 있는 ‘계’에 대한 참여율이 가장 높고, 지출금액도 가장 많아서, 여전히 유효한 비공식적 상호부조 시스템으로 작동하고 있음을 확인할 수 있다. 공제회와 협동조합 등 사회적 경제 조직에 대한 나눔은 상대적으로 적은 비율로 참여하고 있긴 하지만, 의미 있는 수준으로 이루어지고 있으며, 특히 협동조합과 사회적 기업에 대한 참여는 이에 대한 정책의 전개와 더불어 활성화될 수 있을 것으로 예상할 수 있다.

상호부조행동은 일반적으로 남성이 여성보다, 50대 연령층에서, 소득이 높을수록 참여율이 높았으며, 지출금액도 많은 것으로 조사되었다. 이는 상호부조행동의 특성상 개인 차원의 사회적 지출(social expenditure)이 이러한 집단들에서 더욱 중요하게 여겨지기 때문인 것으로 해석할 수 있다. 상호부조행동은 기부행동과 경쟁적 관계를 형성하기보다는 협력적 관계를 형성하고 있는 것으로 분석되었다. 일반적으로 기부행동이 사회적 가치에 대한 이타적 나눔이라고 할 때, 이타적 행동을 많이 하는 사람들이 생활공동체 내부에서의 상호부조에도 적극적이라는 것을 시사 한다고 할 수 있다.

2) 합의

상호부조행동은 민간의 비공식 영역에서 발생할 수 있는 생활사건 (life events)에 대해 공동체 구성원들이 일종의 책임감과 이타심을 발휘하여 서로 돕는 문화적 습속이라고 할 수 있다. 서구의 복지국가들과는 달리, 한국인들은 전통적으로 비공식 영역에서 연고를 중심으로 이루어지는 상호부조행동을 통해 생활상의 문제와 사건들을 협력적으로 해결해 왔으며, 이러한 전통은 현대사회에서도 여전히 유효한 방식으로 작동하고 있음을 알 수 있다.

상호부조행동은 사회 내의 불특정한 다수나 공익적 이슈에 대한 나눔이라기 보다는 주로 혈연, 지연, 학연 등에 의해 형성된 귀속적 집단 내에서 이루어지는 나눔이라는 점에서, 그리고 사회적 관계망을 통해 형성된 다양한 연고 공동체 내에서 이루어지는 경향이 있다는 점을 고려할 때, 다소 폐쇄적이고 배타적인 기부행동으로 해석될 수 있다. 그럼에도 불구하고, 한국인들이 이러한 연고관계를 중요하게 인식하고 있다는 점을 감안할 때, 일상생활에서 매우 중요한 지지 네트워크 (support network)를 형성한다는 점도 분명하다.

폐쇄적이고 배타적인 공동체 내부에서 이루어지는 상호부조행동은 개인이 축적하고 있는 사회자본의 양에 따라 그 영향력이 다를 것으로 예측할 수 있으나, 이 연구에서는 이러한 문제는 확인되지 않았다. 상호부조행동과 사회자본의 관계를 보다 심층적으로 분석하는 연구가 후속적으로 이루어지기를 제언한다.