

## 消費者的年齡層別 基本 意識構造의 差異 分析

이 용 학\* · 배 수 현\*\*

논문접수일 : 95. 3.

게재확정일 : 95. 10.

### 초 록

신세대는 전통지향적 가치관이나 의식구조가 기성 세대와 매우 다르며 소비 행태도 큰 차이를 보이고 있다. 그래서 신세대의 의식구조나 소비 행태의 특성을 파악하는 것은 매우 의미가 있다. 본 연구는 개인의 습관이나 사회적 전통에 의해 비교적 변화하기 힘든衣食住에 관련된 기본 의식구조가 연령층별로 유의한 차이를 나타내는지 조사하였다. 이를 위해 서울 지역에 거주하는 17세 이상 남녀 1,000명을 대상으로 면담 조사를 실시하여 824명의 자료를 수집하였다. 그리고衣食住 개별 항목들을 몇 개의 요인으로 축소시키기 위해 요인분석을 실시했으며 추출된 요인들이 연령층에 따라 어떻게 달라지는지 알아보기 위해 분산분석(ANOVA)을 실시했다. 그리고 연령층에 따라 의식주 기본 의식구조가 달라지는 이유를 알아보기 위해 전통지향적 가치관을 매개 변수로 사용하여 추가 분석을 실시하였다.

연구 결과, 연령층은 의식주 기본구조에 커다란 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 신세대와 비신세대의 이원적 구분보다는 10대에서 40대 이상 까지의 여러 집단의 다원적 구분이 더 효과적임을 의미한다. 추가 분석 결과, 연령층에 따라 전통지향적 가치관이 크게 차이가 나타났다. 하지만 전통지향적 가치관과 기본 의식구조 요인들 사이의 상관관계는 대부분 낮게 나타나, 기본 의식구조의 차이를 전통지향적 가치관만으로 설명할 수 없는 것으로 나타났다. 오히려 학력과 성별, 결혼 유무같은 인구통계적 변수들이衣食住의 기본 의식구조에 상당한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 연구의 한계점과 향후 연구 방향을 제시하였다.

\* 수원대학교 경상대학 경영학과 교수

\*\* 현대경제사회연구원 책임연구원

## I. 序論

소득 및 교육 환경의 변화 그리고 핵가족화 등으로 자녀의 출산율은 감소하고 노령 인구는 증가하고 있다. 그래서 세대는 다양화되어 가고 있으며 세대간에 차이가 더욱 커져가고 있다. 특히 X 세대나 신세대나 미시족과 같은 새로운 세대가 등장하고 있다. 신세대는 명확하게 집단적 특성을 서술하기 어려운 집단으로 기성 세대와는 달리 차별적 독특성을 표출하고 개인적 아이덴티티(identity)를 찾고자 한다.

신세대는 명확하게 구분하기 어려운 세대로써 X세대 또는 비기성 세대라고 한다. 이와같이 신세대를 정확히 정의하는 것도 어렵지만 다른 세대와 명확히 연령층별로 구분하기도 어렵다. 하지만 신세대는 전통지향적 가치관이나 의식구조가 기성 세대와 매우 다르며 소비 행태도 차이를 보이고 있다. 그래서 신세대의 의식구조나 소비 행태의 특성을 파악하는 것은 매우 의미 있다고 본다.

그리고 동일한 신세대층이라고 해도 10대와 20대의 행동은 크게 다르게 나타난다. 또한 기성 세대들도 30대와 40대 이상 사이에는 행동의 차이가 많이 나타난다. 이는 30대가 6. 25 이후의 세대로 6. 25를 경험한 40대 이상의 세대와 다른 성장 환경을 가졌기 때문이다. 그래서 연령층별로 10대와 20대, 30대 및 40대의 소비 행태가 어떻게 다른지 그리고 그 이유가 무엇인지 알아보는 것은 매우 필요하다고 본다.

이와같이 세대간 및 연령층간에衣食住에 관한 기본 의식구조의 차이가 있는지를 분석하는 것은 마케팅 전략을 수립하는데 크게 기여하리라고 본다. 따라서 본 연구는 개인의 습관이나 사회적 전통에 의해 비교적 변화하기 힘든衣食住에 관련된 기본 의식구조가 연령층별로 또는 세대별로 과연 유의한 차이를 나타내는지 조사하고자 한다. 그리고 연령층이나 세대간에 기본 의식구조가 다르다면 과연 어떤 요인에 의해서 이러한 차이가 나타나는지를 알아보려고 한다. 이를 위하여 기본 의식구조와 전통지향적 가치관과의 관계를 추가로 분석하였으며 연령층 이외의 인구통계적 특성에 따라 기본 의식구조가 어떠한 차이를 나타내는지 분석하였다. 조사 결과에 대한 토론 및 설명은 앞으로의 효율적인 마케팅 전략 수립에 도움을 줄 것이다.

## II. 基本 意識構造의 差異에 관한 理論的 考察

신세대는 청소년기를 벗어난 대학생 중심의 젊은층이며 청소년기와 장년기의 중간 세대인 청장년기로 본다. 그래서 대학에 갓 입학하는 연령층인 만 19세에서 70년 이후 출생하여 교복 자율화 세대에 속하는 만 23세 까지의 연령층을 신세대라고 부르기도 한다(광고정보, 1993, 1). 하지만 이와같이 엄격하게 나이로 구분하기는 매우 힘들며 보통 30대 이후의 기성 세대와 다른 비기성 세대로 보고 10대와 20대 중심의 젊은층을 통틀어서 신세대라고 정의하는 것이 무난하다고 본다.

신세대는 비기성 세대적인 것을 추구하여 기존의 틀과 혁신적으로 다른 것을 따르게 되며, 독점적인 것을 선호한다. 그리고 자기만의 것이나 독특한 것을 추구하고 끊임없이 변화를 추구한다고 한다(광고정보, 1994, 5). 그리고 신세대는 자기 중심적인 개인주의 성향을 보이고 가정이나 집단에 대해 부차적인 의미를 부여하고 있다. 그리고 영상 매체 특히 T.V를 매우 좋아하고 적극적인 레저 활동을 보이고 있다. 그리고 이들은 소비 성향이 높고 소비 행태가 매우 과감하며 개성과 유행을 추구하고 신상품에 대한 관심이 매우 높아 충동 구매의 성향이 매우 높다고 한다(광고정보, 1994, 5).

그리고 신세대는 유명 브랜드 제품을 선호하고 세일 기간을 주로 이용해 유명 제품을 구매하며 물건을 살 때는 가격이나 품질을 꼼꼼히 따지는 신중한 구매자로서의 특징을 보여준다. 구매시에 제조회사를 중요시하며 많이 알려진 상표를 더 신뢰한다고 한다. 또한 시청각 세대로서 라디오나 신문보다는 주로 T.V에서 생활에 필요한 정보를 얻으며 취미 활동은 주로 영화나 전자오락을 즐기는 것으로 나타나 있다.

그리고 신세대는 도전적이고 모험적이며 과정보다는 결과를 중요시하여 결과 지향적이며 자신에 대해서 어느 정도 자신감을 가지고 있으나 자신의 평가보다는 타인의 평가에 민감한 특징을 보인다고 한다. 그리고 물질적 가치를 중요시하며 물질주의적이고 쾌락주의적인 가치관을 지니고 있다. 사회 규범에 대해 심한 혼란을 느끼고 있고, 새로운 것에 대한 호기심이 많으며 위험이 따르더라도 새로운 방법을 시도하고자 한다(광고정보, 1993, 1). 이와같이 신세대는 기성 세대와 크게 다른 행동을 보이고 있다.

최근에는 20대 남성층, 30대 여성층 등 특정 연령층을 주요 마케팅 목표로 삼고 있다. 이는 연령층별로 사고 방식이나 소비 행동이 크게 다르기 때문이다. 그래서 소비자의 행동이나 의식 등을 연구하는 데에는 단순히 연령별로 구분하는 것보다 연령층별로 구분하는 것이 더 효과적이게 된다.

이렇게 세대간에 또는 연령층별로 행동의 차이가 크게 나타나는 것은 서로 기본 의식구조가 다르기 때문이다. 의식구조란 “사물이나 사태에 대해서 사람들이 가지게 되는 지각, 인식, 평가, 태도를 총칭하는 개념으로 행동의 선택으로 인도하는 의견, 판단, 신념 등의 정신작용”으로 정의된다(朴容憲, 1982 : p.90). 본 연구에서는 전통이나 습관성이 강해서 비교적 변화하기 힘든 衣食住에 관련된 의식구조를 특별히 기본 의식구조라 하였다. 의식주 이외에도 문화생활이나 레저 등 다양한 것이 있을 수 있으나 이러한 것들은 상대적으로 변화하기 쉬운 면이 있고 의식주에 비해 중요도가 상대적으로 떨어진다.

기본 의식구조는 라이프스타일과 유사한 개념으로 이용되고 있다. 라이프스타일은 특정한 사회 구성원들이 공통적으로 가지고 있는 독특한 특성으로 AIO(Activities, Interest, Opinion) 조사와 사이코그래픽(Psychographics) 조사 등으로 측정한다(Anderson and Golden, 1984 : Wells and Tigert, 1971). 채서일(1994)의 연구에서는 라이프스타일을 의생활, 식생활, 주생활, 소비생활, 그리고 문화생활 등으로 측정하였다.

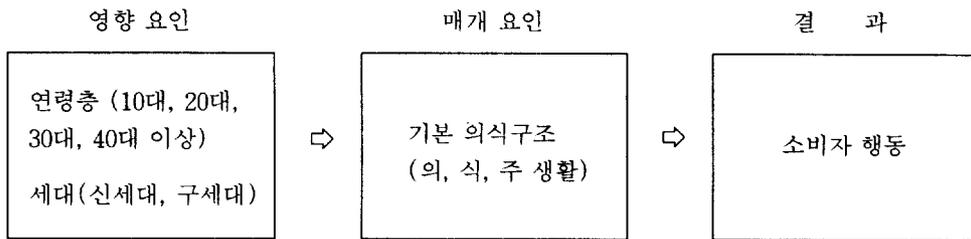
기본 의식구조에 영향을 미칠 수 있는 요인으로는 연령, 세대, 소득 등의 인구통계학적 요인과 사회심리적 요인 등이 있다. 하지만 본 연구에서는 인구통계학적 요인중에서 세대와 연령층의 두 변수를 채택했다. 채서일(1994)의 연구에서는 20대의 신세대와 30대 이상의 구세대를 비교해본 결과, 20대는 구세대에 비해 패션 지향, 서구 문화 선호, 오락 지향, 개인주의적 성향이 높은 것으로 나타났고 30대 이상의 구세대는 보수적이고 실용적이며, 합리성 추구 성향이 높은 것으로 나타났다. 그래서 두 집단간에 라이프스타일 유형이 차이를 보이는 것으로 나타났다.

하지만 이렇게 신세대/구세대의 구분은 10대 및 20대, 30대, 40대 등 연령층 간의 고유한 특성을 반영하지 못하고 있다. 즉 같은 신세대라고 할지라도 10대와 20대 간에는 또다른 세대차가 존재하며 또한 구세대라고 구분한 30대와 40대 간에도 또다른 차이가 존재할 수 있다. 10대 후반은 진보 성향과 전통 보수 성향이 동시에 높으며 합리적 생활 추구가 상당히 낮은

것으로 나타나 10대의 라이프스타일이 20대를 포함한 다른 연령층과 다른 것으로 나타났다 (채서일, 1994).

이상을 정리해 보면 <그림 1> 과 같은 연구 모델을 세울 수 있다. 연구 범위는 연령층 또는 세대가 기본 의식구조에 영향을 미치는 것 까지를 검증하며 연구 가정은 연령층 또는 세대에 따라 衣食住의 기본 의식 구조가 다르게 나타난다는 것이다.

<그림 1> 연구 모델



### Ⅲ. 基本 意識構造의 差異에 관한 實證 分析

#### 1. 實證 分析의 體系 및 方法

##### (1) 변수의 조작적 정의

① 기본 의식구조 : 전통이나 습관성이 강해서 비교적 변화하기 힘든 것으로 衣食住에 관련된 것을 특별히 기본 의식구조라 하였다. 의식주 개별 항목에 대해 어느 정도 찬성하는지를 모두 5점 척도로 측정하였다.

② 연령층 : 연령층은 10대, 20대, 30대 그리고 40대 이상으로 구분하였다.

③ 세대 : 신세대라는 개념은 성격을 정의하기 매우 어려운 집단으로 정확하게 연령별로 신세대를 정의하는 것은 매우 힘들다. 본 연구에서는 20대까지의 젊은 층을 신세대라고 하고

그외 30대 이상을 신세대와 다른 층이라고 하여 비신세대라고 구분하였다.

## (2) 설문지의 구성

설문지는 인구통계학적 문항 9개, 전통지향적 가치관에 관한 문항 5개,衣생활에 관한 문항 14개,食생활에 관한 문항 15개, 그리고住생활에 관한 문항 15개로 구성되어 있다.

## (3) 표본 추출 및 자료 수집

표본은 서울 지역에 거주하는 17세 이상 남녀를 대상으로 하였다. 시청을 중심으로 중심지, 중간지, 변두리 지역을 동서남북으로 나누어 각각 250부씩 할당하였으며 전체 표본수는 1000명이었다. 표본 추출 방법은 임의표본추출을 이용했다.

1994년 5월 10일에서 5월 30일까지 자료 수집하였다. 수원대학교 경영학과 4학년 김현수 外 대학생 10명을 훈련하여 설문지에 대한 면담 조사를 실시하였다. 그래서 893부를 회수하였으며 불성실 응답자를 제외한 총 824부를 분석에 이용하였다.

## (4) 분석 방법

衣食住 기본의식의 개별 항목들을 몇 개의 요인으로 축소시키기 위해 요인분석을 실시했으며 추출된 요인들이 연령층이나 세대에 따라 어떻게 달라지는지 알아보기 위해 분산분석과 t 검증을 실시했다.<sup>1)</sup>

---

1) 본 보고서에서는 세대별 구분 및 연령층별 구분이 단순히 그룹핑(grouping)의 차이이며, 조사 결과가 세대별로 구분한 것 보다 연령층별로 구분한 경우 더 유의하게 나타나므로 결과 보고는 연령층을 중심으로 제시하였다.

2. 實證 分析 結果

(1) 응답자의 인구통계적 특성

응답자의 인구통계학적 특성은 <표 1>과 같다. 성별은 남자가 45.6%이며 여자가 54.4%이다. 그리고 가족형태에서는 핵가족이 78.7%이며 확대가족이 21.3%를 차지하고 있으며 학력에서는 고교 재학 이하가 15.9% 고졸이 31.9% 대학 재학이 32.8%, 그리고 대졸 이상이 19.5%를 차지하고 있다. 소득에서는 월100만원 미만이 20.1%, 200만원 미만이 43.5%, 300만원 미만이 25.6%, 그리고 300만원 이상이 10.7%를 차지하고 있다. 그밖의 인구통계학적 특성은 <표 1>을 참고하기 바란다.

<표 1> 응답자의 인구통계학적 특성

성 별	빈 도	비 중(%)	가족 형태	빈 도	비 중(%)
남	375	45.6	핵 가 족	624	78.7
녀	447	54.4	확 대 가 족	169	21.3
학 력	빈도	비중(%)	소 득	빈도	비중(%)
고 교 이 하	130	15.9	100 만 미 만	146	20.1
고 졸	262	31.9	100-199 만	317	43.5
대 재	270	32.8	200-299 만	187	25.6
대 졸 이 상	160	19.5	300 만 이 상	78	10.7
종 교	빈도	비중(%)	주 거 형 태	빈도	비중(%)
무 교	339	41.3	아 파 트	220	26.8
기 독 교	245	29.9	단 독 주 택	366	44.5
불 교	124	15.1	빌 라	69	8.4
천 주 교	101	12.3	연 립 주 택	121	14.7
기 타	11	1.3	기 타	46	5.6
연 령 층	빈도	비중(%)	결 혼 유 무	빈도	비중(%)
10 대	171	20.8	기 혼	308	37.7
20 대	367	44.5	미 혼	509	62.3
30 대	167	20.3			
40 대 이 상	119	14.4			

## (2) 기본 의식구조의 개별 항목 분석

## 1)衣食住 개별 항목의 평균 점수

의식주 개별항목의 평균 점수는 <표 2>에 제시되어 있다. 우선 의생활 개별항목에서 자기 이미지에 맞는 옷을 안다는 것(3.5/5점 기준)과 얇고 비치는 옷을 입지 않는다는 것(3.29)에는 상대적으로 높은 동의를 하였다. 그러나 모자, 악세사리를 자주 이용하는 것(2.28), 마음에 드는 옷을 당장에 구매한다(2.30), 유행 의복을 빨리 구매한다(2.30), 그리고 직장 생활은 꼭 정장을 해야한다는 것(2.35)에는 별로 동의를 하지 않았다.

식생활에서 자녀에게 인스턴트 식품보다 직접 음식을 만들어 주겠다(3.77)와 식사시 김치가 있어야 한다(3.74), 여자가 술을 마셔도 된다(3.62), 양보다 질을 중시한다는 것(3.49)에는 많은 동의를 했다. 그러나 건강을 위해 무엇이든 먹는다(2.39), 여자가 담배를 피워도 된다(2.41), 다이어트 식품을 선호한다는 것(2.46)에는 낮은 동의 수준을 보였다.

그리고 주생활에서 집안에 나만의 공간이 필요하다(4.06), 집은 구입시 편리함이 우선이다(3.86), 가구 등은 디자인을 중시한다(3.79), 내 집은 내가 설계하고 싶다는 것(3.77)에는 동의를 많이 하였다. 그러나 집이 작더라도 대도시에 위치해야 한다(2.63), 집은 소유하지 않아도 된다는 것(2.63)에는 낮은 동의를 보였다.

&lt;표 2&gt; 의식주 개별 항목의 평균 점수

의생활 개별 항목	평균
서태지와 아이들 옷에 공감	2.59
모자, 악세사리 자주 이용	2.28
의류 광고 주시	3.08
마음 드는 옷 당장 구매	2.30
비싼 옷보다는 덜 좋더라도 여러벌 옷 구매	3.04
외출시 유명 상표 비싼 옷입음	2.54
불편해도 모양 좋은 옷 입음	2.58
얇고 비치는 옷 입지 않음	3.29
유행 의복 빨리 구매	2.30
이미지 맞는 옷 스타일 안다	3.50
특이한 옷 위해 상점들 방문	2.85
직장 생활은 꼭 정장을 함	2.35
찢어진 청바지도 좋음	2.63
남을 의식하지 않고 마음에 드는 옷 입음	2.96

식생활 개별 항목	평균
식사시 김치가 있어야 함	3.74
외식시 맛보다 분위기 중시	2.75
배고프면 혼자서도 식사	2.97
양보다 질을 중시	3.49
다이어트식품을 선호	2.46
햄버거 피자 가게 자주 이용	2.55
음료수는 캔으로 마심	3.04
건강을 위해 무엇이든 먹음	2.39
아침을 거의 먹지 않음	2.57
인스턴트음식을 자주 먹음	3.07
음식은 반드시 주부가 만듦	2.62
편의점에서 서서 식사	3.09
자녀에게 인스턴트보다 직접 만들어 주겠다	3.77
여자가 술을 마셔도 된다	3.62
여자가 담배를 피워도 됨	2.41
주생활 개별 항목	평균
집은 가장 큰 재산	3.49
집은 구입시 편리함이 우선	3.86
집은 반드시 남향	3.31
온돌보다 침대생활이 더 좋음	3.04
내 집은 내가 설계하고 싶다	3.77
집은 작더라도 대도시 위치	2.63
실내구조를 자주 변경	2.90
결혼해도 부모님과 같이 거주	3.36
집은 소유하지 않아도 된다	2.63
화려한 벽지가 좋다	2.84
집은 휴식 및 사무보는 장소	3.51
가구등은 디자인등을 중시	3.79
집안 나만의 공간이 필요	4.06
오피스텔에서 살고 싶다	3.03
아파트에서 살고 싶다	3.18

주) 5점 척도로 점수가 높을수록 매우 찬성함

## 2) 기본 의식구조 개별 항목의 연령층별 평균 점수

衣食住 개별 항목의 연령층별 평균 점수는 <표 3>에 제시되어 있다. 의생활에서 보면 나이가 젊을수록 서태지와 아이들 옷에 더 공감하고 외출시 유명 상표의 비싼 옷을 입겠다고 하며 찢어진 청바지도 좋다고 하는 경향이 높게 나타났다.

그리고 식생활에서 나이가 젊을수록 햄버거 피자 가게를 자주 이용하며, 인스턴트 식품을 자주 먹고 편의점에 서서 식사하는 것을 더 선호하는 것으로 나타났다. 주생활에서 나이가 젊을수록 자기 집을 직접 설계하고자 하며 집은 휴식 및 사무보는 장소로 여기며 집안에 나만의 공간이 필요하고 오피스텔에서 살고자 하는 경향이 더 높게 나타났다.

&lt;표 3&gt; 의식주 개별 항목의 연령층별 평균 점수

의생활 개별 항목	10대	20대	30대	40대
서태지와 아이들 옷에 공감	3.11	2.80	2.24	1.71
모자, 악세사리 자주 이용	2.36	2.37	2.17	2.06
의류 광고 주시	3.08	3.27	3.03	2.57
마음 드는 옷 당장 구매	2.30	2.31	2.37	2.20
덜 좋더라도 여러벌 옷 구매	3.09	3.06	2.97	3.03
외출시 유명 상표 비싼 옷입음	2.78	2.53	2.42	2.39
불편해도 모양좋은 옷 입음	2.67	2.68	2.49	2.29
얇고 비치는 옷 입지 않음	3.28	3.22	3.20	3.64
유행 의복 빨리 구매	2.36	2.34	2.34	2.06
이미지 맞는 옷스타일 안다	3.42	3.53	3.53	3.44
특이한 옷 위해 상점들 방문	2.94	2.96	2.63	2.69
직장 생활은 꼭 정장을 함	2.15	2.15	2.50	3.04
찢어진 청바지도 좋음	3.05	2.94	2.22	1.63
남을 의식하지 않고 맘에 드는 옷 입음	3.09	3.04	2.82	2.69

식생활 개별 항목	10대	20대	30대	40대
식사시 김치가 있어야 함	3.57	3.62	3.93	4.09
음식 맛보다 분위기 중시	2.88	2.78	2.74	2.49
배고프면 혼자서도 식사	2.68	3.00	3.16	3.03
양보다 질을 중시	3.43	3.46	3.46	3.71
다이어트 식품을 선호	2.50	2.52	2.47	2.24
햄버거 피자 가게 자주 이용	2.85	2.73	2.28	1.92
음료수는 캔으로 마심	3.36	3.08	2.79	2.78
건강을 위해 무엇이든 먹음	2.15	2.21	2.77	2.75
아침을 거의 먹지 않음	2.62	2.73	2.41	2.25
인스턴트 음식을 자주 먹음	3.51	3.29	2.69	2.27
음식은 반드시 주부가 만듦	2.49	2.29	2.89	3.48
편의점에서 서서 식사	3.42	3.29	2.81	2.37
자녀에게 인스턴트보다 직접 만들어 줌	3.84	3.76	3.57	3.99
여자가 술을 마셔도 된다	3.78	3.93	3.37	2.79
여자가 담배를 피워도 됨	2.60	2.73	2.19	1.50
주생활 개별 항목	10대	20대	30대	40대
집은 가장 큰 재산	3.44	3.37	3.55	3.87
집은 구입시 편리함이 우선	3.86	3.87	3.79	3.92
집은 반드시 남향	3.16	3.26	3.33	3.64
온돌보다 침대 생활이 더 좋음	3.16	3.21	3.01	2.42
내 집은 내가 설계하고 싶다	4.07	3.76	3.66	3.47
집은 작더라도 대도시 위치	2.69	2.66	2.68	2.41
실내 구조를 자주 변경	3.07	2.93	2.90	2.55
결혼해도 부모님과 같이 거주	3.51	3.33	3.20	3.47
집은 소유하지 않아도 된다	2.70	2.67	2.65	2.39
화려한 벽지가 좋다	2.93	2.79	2.83	2.85
집은 휴식 및 사무보는 장소	3.82	3.67	3.20	3.03
가구 등은 디자인 등을 중시	3.98	3.90	3.50	3.60
집안에 나만의 공간이 필요	4.43	4.23	3.66	3.58
오피스텔에서 살고 싶다	3.44	3.25	2.69	2.19
아파트에서 살고 싶다	3.13	3.19	3.28	3.10

주) 5점 척도로 점수가 높을수록 매우 찬성함

### (3) 기본 의식구조의 차이 분석

#### 1) 衣食住 개별 항목의 요인분석

의식주 개별 항목들을 축소시키기 위해 요인분석을 실시했다. 요인분석은 SPSS PC를 이용하였으며 주요요인분석(Principal-Components Analysis)과 직각회전방법(Varimax Rotation)을 사용하였다. 그리고 추출된 요인들은 아이겐값이 1이상인 것들을 선택했으며 결과는 다음과 같다.

衣 측면은 아이겐값이 1 이상인 요인이 3개로 나타났다. 衣 항목들을 3개의 요인으로 묶은 결과, 요인1은 유행/패션민감요인으로 정의할 수 있으며, 요인2는 혁신추구요인으로, 요인3은 고급중시요인으로 각각 정의하였다.

食 측면은 아이겐값이 1 이상인 요인이 5개로 나타났다. 食 항목들을 5개의 요인으로 묶은 결과, 요인1은 서구요인으로 정의할 수 있으며, 요인2는 개방요인으로, 요인3은 질추구요인, 요인4는 건강위주요인, 요인5는 전통지향요인으로 각각 정의하였다.

住 측면은 아이겐값이 1 이상인 요인이 4개로 나타났다. 住 항목들을 4개의 요인으로 묶은 결과, 요인1은 심미적자아추구요인으로 정의할 수 있으며, 요인2는 서구적개인주의요인, 요인3은 현실지향요인, 그리고 요인4는 전통요인으로 구분하였다.

#### 2) 연령층별 기본 의식구조의 차이 분석

衣食住 요인들이 연령층 및 세대에 따라서 어떻게 달라지는지 분석하기 위해서 요인분석에서 요인 점수(factor score)를 구했다. 그리고 연령층별 및 세대별로 요인 점수들이 어떻게 달라지는지 알아보기 위해 분산분석(ANOVA) 및 t 검증을 실시했다. 그 결과 세대별 구분은 연령층별로 구분한 경우 보다 기본 의식구조 차이에 대한 설명력이 떨어졌다.<sup>2)</sup> 그래서 이하에서는 분석 결과를 연령층별로 보고하였다.

2) 의생활에서 신세대와 비신세대는 혁신추구요인에서만 유의한 차이가 나타나고 유행/패션민감요인과 고급중시요인에서는 차이가 나타나지 않았다. 그리고 식생활에서는 서구요인, 개방요인, 건강위주요인에서 세대간에 차이가 나타났고 질추구요인과 전통지향요인에서는 차이가 나타나지 않았다. 주생활에서는 서구적개인주의 요인에서만 세대간에 차이가 나타나지 않았을 뿐 심미적자아추구요인, 현실요인, 전통요인 등에서는 세대간에 유의한 차이가 나타났다.

① 衣생활

우선 衣 측면에서 보면, 연령층별로 혁신추구요인만이 다른 것으로 나타났다( $F(3,788)=72.9621, p<.001$ ). 유행/패션민감요인과 고급중시요인에서는 연령층별로 유의한 차이가 나타나지 않았다(각각  $F(3,788)=.2741, p>.05$  ;  $F(3,788)=1.1851, p>.05$ ). 이는 의생활에서 매우 특이한 것을 제외하고 연령층간에 어느 정도의 변화에 대해서는 동질감을 보이기 때문이다. 즉 패션 민감이나 고급 중시 같은 것은 나이에 상관없이 모든 세대가 공유하는 특성이 되었다고 본다. 연령층별로 유의한 차이가 나타난 혁신추구요인의 연령층별 평균은 <표 4>와 같다. 10대가 혁신추구요인이 가장 높으며, 40대 이상은 혁신추구에 대해 가장 부정적인 것으로 나타났다.

<표 4> 연령층별 혁신추구요인의 요인점수 평균

집단	혁신추구요인
10대	.4056*
20대	.2587
30대	-.3226
40대이상	-.9734

주) \* : 요인점수가 높을수록 요인에 대해 찬성하는 것을 의미함

그리고 혁신추구요인을 중심으로, 연령층 집단간에 실제로 유의하게 차이가 나는 집단이 어느 것인지 알아보기 위해 추가적으로 Duncan테스트를 실시했다. 그 결과, 10대와 20대는 서로 차이가 없었으며, 30대와 40대 이상은 각각 다른 나이대와 모두 차이가 나타났다. 그러므로 10대와 20대 모두 혁신추구가 매우 높은 편이며, 30대와 40대는 모두 혁신추구에 부정적이며 이 중에서도 40대 이상이 더 부정적인 것으로 나타났다.

② 食생활

食 측면에서 연령층별로 요인들을 분산분석했다. 그 결과, 食 측면에서 보면 많은 요인들이 연령층에 따라서 유의하게 달라지는 것으로 나타났다. 우선 서구요인과 개방요인에서 연령층별로 매우 현저한 차이를 보이고 있다(각각  $F(3,803)=50.6884, p<.001$  ;  $F(3,803)=52.8305, p<.001$ ). 그리고 건강위주요인과 전통지향요인에서도 연령층간에는 유의한 차이를 보

이고 있다(각각  $F(3,803) = 5.8553, p < .01$  ;  $F(3,803) = 4.9242, p < .01$ ). 하지만 질중시요인에서는 연령층간에 유의한 차이를 보이지 않고 있다( $F(3,803) = 1.1482, p > .05$ ). 이는 소득 수준의 향상, 식생활의 변화로 인해 모든 연령층에서 질과 분위기를 중요시하는 경향과 일치하는 것이다.

연령층별로 유의한 차이가 나타나는 요인들의 평균을 보면 <표 5>와 같다. 서구요인에서는 10대가 가장 높게 나타났으며 연령층이 높아질수록 부정적인 입장을 보여 40대 이상이 가장 낮은 점수를 보이고 있다. 개방요인에서는 20대가 가장 높은 점수를 보이고 40대 이상이 가장 부정적인 점수를 보이고 있다. 그리고 건강요인에서는 10대와 20대가 부정적이고 30대와 40대 이상이 긍정적인 입장을 보이고 있다. 전통지향요인에서는 40대 이상이 가장 높은 점수를 보이며 30대가 가장 부정적인 점수를 보이고 있다. 이는 30대가 젊은 부부로 자녀가 어리고 맞벌이가 많아서 생활의 편리성이나 시간절약요인을 추구하여 김치나 음식조리 보다는 인스턴트 식품인 햄이나 소시지를 더 선호하기 때문인 것으로 풀이된다.

<표 5> 食 요인들의 연령층별 요인점수 평균

집 단	서구요인	개방요인	건강요인	전통지향요인
10대	.4324*	.0879	-.1553	.0459
20대	.2016	.3334	-.0693	.0212
30대	-.4032	-.2297	.2552	-.2370
40대이상	-.6974	-.8527	.0819	.2059

주) \* : 요인점수가 높을수록 요인에 대해 찬성하는 것을 의미함

그리고 집단내에서 실제로 유의하게 차이가 나는 집단이 어느 것인지 알아보기 위해 추가적으로 Duncan테스트를 실시했다. 그 결과, 서구요인과 개방요인에서는 연령층별로 모두 차이가 나타났다. 그리고 건강요인에서는 30대가 10대와 20대에 차이를 보이고 있다. 그리고 전통지향요인에서는 30대가 10대, 20대 및 40대이상과 차이를 보이고 있다.

### ③ 住생활

住 측면에서 보면 우선, 연령층에 따라서 심미적자아추구요인이 영향을 받는 것으로 나타났다( $F(3,795) = 60.5637, p < .001$ ). 그리고 서구적개인주의요인도 연령층에 따라서 유의한 차

이가 나타났고 ( $F(3,795) = 4.4421, p < .01$ ), 현실요인 및 전통요인도 각각 연령층에 따라 유의한 차이가 나타났다 ( $F(3,795) = 6.1682, p < .01$ ;  $F(3,795) = 4.3775, p < .01$ ).

연령층별로 유의한 차이가 나타나는 요인들의 평균을 보면 <표 6>과 같다. 심미적자아추구요인에서는 10대가 가장 높은 점수를 나타냈고 40대 이상이 가장 부정적인 점수를 보였다. 그리고 서구적개인주의요인에서는 결혼해서 分家가 막 이루어지고 있는 30대가 가장 높은 점수를 받았고 40대가 가장 부정적인 입장을 보이고 있다. 특이한 것은 10대가 서구요인에 미미하지만 부정적인 반응을 보이고 있는 점이다. 이는 10대가 20대와 또다른 특성을 가진다는 것으로 주생활에서는 보다 보수적임을 보여준다. 그리고 현실요인에서는 40대 이상만이 부정적인 입장을 보이고 나머지는 모두 긍정적인 반응을 보이고 있다. 이는 40대 이상이 유독 집에 대한 소유 개념이 타연령층보다 강하기 때문인 것으로 풀이된다. 30대 이전까지는 장래에 집을 소유하기 위해 현재를 희생하여 저축 등을 하기 보다는 현재를 위해 자동차를 먼저 사는 경향이 높게 된다. 전통요인에서는 10대와 20대 모두 부정적인 입장이고 30대와 40대 이상은 모두 긍정적인 입장이며 특히 40대 이상이 더 높은 점수를 보이고 있다.

<표 6> 佳 요인의 연령층별 요인점수 평균

집 단	심미요인	서구요인	현실요인	전통요인
10대	.4872*	-.0582	.0930	-.0171
20대	.2079	.0406	.0505	-.1044
30대	-.4989	.1512	.0418	.0625
40대이상	-.6957	-.2771	-.3805	.2797

주) \* : 요인점수가 높을수록 요인에 대해 찬성하는 것을 의미함

그리고 집단내에서 실제로 유의하게 차이가 나는 집단이 어느 것인지 알아보기 위해 추가적으로 Duncan테스트를 실시했다. 그 결과, 심미적자아추구요인에서는 30대와 40대 사이만 차이가 없을뿐 이를 제외한 나머지에서 모두 유의한 차이를 보이고 있다. 그리고 서구적개인주의요인에서는 40대가 20와 30대에 차이를 보이고 있다. 현실요인에서는 40대가 나머지 연령층과 모두 차이를 보이고 있다. 그리고 전통요인에서는 40대가 20대와 10대에서만 차이를 보이고 있었다.

## IV. 基本 意識構造의 媒介 變數에 대한 追加 分析

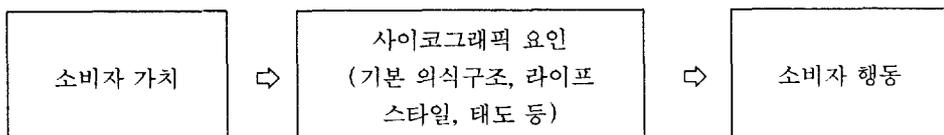
### 1. 基本 意識構造의 媒介 變數에 대한 考察

지금까지는 연령층별로 또는 세대별로 기본 의식구조가 달라지는지를 분석하였다. 하지만 기본 의식구조가 왜 이렇게 다르게 나타나는지를 설명해 주지는 못하고 있다. 이를 위해 매개 변수를 삽입하여 추가적으로 실증 분석을 실시하였다.

기본 의식구조가 달라지는 것은 의식구조의 상위 개념인 가치관이 연령층별로 다르기 때문이다. 가치관이란 “여러가지 인간문제에 관하여 바람직한 것 또는 하여야 할 것에 관한 일반적인 생각 또는 개념”으로 정의된다(鄭範謨, 1977, 17). 가치관과 의식구조에 관해서 박용현 교수는 “가치관이 의식구조를 포함한 다른 특성들을 모두 내포하면서 평가적인 과정을 거쳐 형성된 中核的이고 심층적이며 고차원적인 특성이며 의식구조는 가치관의 下位에 위치하면서 다른 특성들을 종합적으로 조직하고 있는 것이다”라고 주장한다(박용현, 1982). 가치관과 의식구조에 대하여 정반대의 견해도 있으나(黃楨圭, 1979) 본 연구에서는 박교수의 견해에 따라 가치관을 의식구조의 상위 개념으로 보았다.

가치는 태도, 판단, 의견, 관심 등의 기타 사이코그래픽 요인들에 영향을 미치게 되며 이에 따라 행동을 유발할 수 있게 된다(Kahle 등, 1992 ; Rokeach, 1973). 그리고 가치는 소비자의 행동을 설명하는데 있어 태도, 제품 속성, 제품 분류, 라이프스타일 등 다른 주요한 요인들보다 더 많은 역할을 한다고 한다(Clawson and Vinson, 1978). 이상을 요약하면 <그림 2>와 같다.

[그림 2] 가치와 행동의 매개 변수



본 연구에서는 가치관을 전통지향적 가치관으로 개념을 축소하였다. 이는 청소년 세대와 기성 세대간의 가치관 차이에 관하여 연구한 대부분의 논문들이 공통적으로 지적하고 있는 것은 이들의 가치관이 얼마나 전통지향적이냐 하는 것이기 때문이다(임희섭, 1994 ; 최일섭, 1986 ; 이상주, 1986). 즉 기성 세대는 의례적이고 형식적으로 현존 질서를 유지하는데 반하여 청소년세대는 기존 질서에 대해 새로운 창의력과 적응력을 가지고 변화를 시도한다는 것이다. 이러한 관점에서 본 연구는 연령층간에 가치관의 차이를 전통지향적 가치관의 파괴로 보았다.

그래서 연령층과 기본 의식구조 사이에 매개 변수로 전통지향적 가치관을 넣어서 매개 과정의 설명이 되는지를 검증하였다.

## 2. 實證 分析

### (1) 전통지향적 가치관의 측정

가치관을 측정하는 방법으로는 VALS(Value and Life Style), LOV(List of Value) 등이 있다(Novak and MaCovoy, 1990 ; Kahle 등, 1986). 본 연구에서는 가치관을 전통지향적 가치관으로 축소하여 전통보수성, 형식 및 기존관념, 개인주의 등 3가지 차원으로 한정해서 측정하였다. 전통보수는 결혼해서 가정이 필수라는 것과 주부는 가사에 전념해야 된다는 것으로 구성되며 개인주의는 자녀가 별로 중요하지 않다는 것으로 구성된다. 그리고 형식과 기존관념은 편리성을 중시한다는 것과 기존 생활 방식을 추종한다는 것으로 구성되었다.

### (2) 분석 방법

전통지향적 가치관이라는 변수를 매개 변수로 하여 연령층간에 기본 의식구조 차이를 설명하기 위해서는 경로분석(Path Analysis)이나 LISREL과 같은 정교한 분석방법을 이용해야 한다. 하지만 본 연구에서는 전통지향적 가치관이라는 변수가 매개 변수로 설명이 되는지를 사후적으로 검증하는 것이기 때문에  $A \rightarrow B$ ,  $A \rightarrow C$ ,  $B \rightarrow C$  형식<sup>3)</sup>의 3단 분석을 실시하였다. 그

3) 본 연구에서 A는 연령층을 의미하며 B는 전통지향적 가치관, C는 기본 의식구조를 각각 의미한다.

래서 추가적으로 연령층별로 전통지향적 가치관의 차이가 발생하는지 분산분석하였고(A→B), 전통지향적 가치관과 기본 의식구조의 관계를 알아보기 위해 상관관계분석을 실시했다(B→C).

### 3. 實證 分析 結果

#### (1) 연령층별 전통지향적 가치관의 차이 분석 결과

전통지향적 가치관의 개별 항목별로 10대에서 40대까지 연령층에 따라 어떠한 차이를 보이는지 알아보기 위해 분산분석을 실시했다.

그 결과, 전통 보수 차원에서 연령층별로 결혼해서 가정이 필수라는 것과 주부는 가사에 전념해야 한다는 것에 유의한 차이를 보이고 있다(각각  $F(3,817) = 18.5992, p < .001$  ;  $F(3, 819) = 35.3409, p < .001$ ). 그리고 개인주의 차원에서도 연령층별로 자녀가 살아가는 데 중요하지 않다는 것에 유의한 차이를 보이고 있다( $F(3,819) = 8.0437, p < .001$ ). 또한 형식과 기존 관념 차원에서 연령층별로 편리성을 중시한다는 것과 기존 생활 방식을 추종한다는 것에 차이를 보이고 있었다(각각  $F(3,820) = 9.8700, p < .001$  ;  $F(3,818) = 12.7621, p < .001$ ). 이와 같이 세가지 차원의 모든 항목에서 연령층별로 유의한 차이를 보이고 있다.

연령층별로 전통지향적 가치관의 개별 항목에 관한 평균은 <표 7>과 같다. 우선 전통보수 측면에서 결혼해서 가정을 가지는 것이 필수적이라는 것에는 10대의 점수가 가장 낮으며 40대 이상으로 갈수록 점수가 높아지고 있다. 그리고 주부가 가사에 전념해야 한다는 것에는 40대 이상이 가장 높은 점수를 보이고 10대와 20대의 점수가 낮게 나타났다.

그리고 개인주의 측면에서 자녀가 살아가는데 그리 중요하지 않다는 것에는 10대와 20대의 점수가 상대적으로 높았으며 40대 이상의 점수가 가장 낮게 나타났다. 그리고 형식, 기존관념의 측면에서 편리성을 중요시한다는 것에는 10대가 가장 높게 나타났고 40대 이상으로 갈수록 낮아지고 있다. 그리고 기존 생활 방식을 따른다는 것에는 10대가 가장 낮고 40대 이상으로 갈수록 점수가 낮아지고 있다.

〈표 7〉 전통지향적 가치관 개별 항목의 연령층별 평균

차 원	개별 항목	10대	20대	30대	40대이상	전 체
전통 보수	결혼가정 필수	3.5029	3.5492	3.6687	4.2373	3.6626
	주부가사 전념	2.4094	2.3443	2.9222	3.2857	2.6112
개인주의	자녀 중요치않음	2.7661	2.6940	2.5090	2.2185	2.6027
형 식 기존관념	편리성 중시	3.8713	3.7711	3.5329	3.4454	3.6966
	기존생활방식 추종	3.1170	3.2301	3.3413	3.6723	3.2932

주) 5점 척도로 점수가 높을수록 전적으로 찬성한다임

이를 종합하면, 연령층이 높아질수록 결혼, 가정, 자식을 중시하고 편리성 보다는 기존 생활 방식을 추종하며, 주부가 가사에 전념해야 한다고 보고 있어 전통지향적 가치관이 강한 것을 알 수 있다. 이에 비해 연령층이 낮아질수록 결혼이나 가정, 자식 등 전통적으로 중요시되는 것을 덜 중요시하며 개인주의적이고 형식과 기존 관념을 반대하는 것으로 나타났다.

(2) 전통지향적 가치관과 기본 의식구조의 상관관계 분석 결과

전통지향적 가치관과 衣食住 기본 의식구조의 관계를 알아보기 위해 전통지향적 가치관과 衣食住 요인들의 상관관계 분석을 실시하였다. 우선 전통지향적 가치관과 衣 요인들의 상관관계를 보면 〈표 8〉과 같다. 유행/패션요인과 고급중시요인은 전통지향적 가치관과 ±.2 미만의 낮은 상관관계를 보이고 있다. 하지만 혁신추구요인은 전통지향적 가치관과 다른 것에 비해 상대적으로 높은 부정적인 상관관계를 보이고 있다. 이는 혁신추구요인이 전통적인 것과 가장 차이를 많이 보이기 때문으로 풀이된다.

〈표 8〉 전통지향적 가치관과 依 요인들의 상관관계

전통지향적 가치관		依 요인		
		유행패션	혁신추구	고급중시
전통보수	결혼가정 필수	-.0888**	-.3423**	-.0287
	주부가사 전념	-.1063**	-.3836**	.0557
개인주의	자녀 중요않음	.1014**	.2676**	.0288
형식	편리성 중시	.1250**	.2447**	-.1075**
기존관념	기존생활방식추종	-.0522	-.2449**	-.0003

주) \* : .05 수준에서 유의함    \*\* : .01 수준에서 유의함

그리고 전통지향적 가치관과 食 요인들의 상관관계를 보면 〈표 9〉와 같이 개방요인을 제외하고는 모두 전통지향적 가치관과 ±2. 미만의 낮은 상관관계를 보이고 있다.

〈표 9〉 전통지향적 가치관과 食 요인들의 상관관계

전통지향적 가치관		食 요인				
		서구요인	개방요인	질중시 요인	건강요인	전통요인
전통보수	결혼가정 필수	-.1914**	-.3772**	-.0387	.1347**	.1384**
	주부가사 전념	-.1064**	-.5367**	-.1303**	.1892**	.0339
개인주의	자녀 중요않음	.1693**	.2493**	.0797*	-.0763*	-.1491**
형식	편리성 중시	.1831**	.2130**	.1399**	.0336	.0640*
기존관념	기존생활방식추종	-.1803**	-.1312**	-.0378	-.0226	.0316

주) \* : .05 수준에서 유의함    \*\* : .01 수준에서 유의함

개방요인은 전통지향적 가치관 중 주부는 가사에 전념해야 한다는 것, 결혼해서 가정이 필수라는 것과 어느 정도 높은 부정적인 상관관계를 보이고 있다.(각각 R=-.5367 ; R=-.3772). 이는 개방요인이 전통적인 것과 가장 차이가 크기 때문이다.

그리고 전통지향적 가치관과 住 요인들의 상관관계를 보면 <표 10>과 같이 대부분이 유의성을 보이고 있는 편이다. 그러나 상관관계는 대부분 낮은 수준을 보이고 있다. 단지 住 요인 중에서 심미요인이 전통지향적 가치관과 상대적으로 높은 상관관계를 보이고 있다. 이상의 분석에서와 같이 전통지향적 가치관과 기본 의식구조의 상관관계는 대부분 통계적 유의성을 나타냈으나 상관관계 정도가 일부를 제외하고는 그리 높지 않게 나타났다.

<표 10> 전통지향적 가치관과 住 요인들의 상관관계

전통지향적 가치관		住 요인			
		심미요인	서구요인	현실요인	전통요인
전통보수	결혼가정 필수	-.1928**	-.1282**	-.2297**	.2057**
	주부가사 전념	-.2673**	-.1424**	-.1726**	.0046
개인주의	자녀 중요않음	.1547**	.0916**	.2493**	-.0632*
형식	편리성 중시	.2902**	.1134**	.1303**	.0670*
기존관념	기존생활방식 추종	-.1194**	-.0965**	-.1204**	.0525

주) \* : .05 수준에서 유의함    \*\* : .01 수준에서 유의함

## V. 討論 및 結論

본 조사는 824명의 소비자를 대상으로 연령층 및 세대간의 전통지향적 가치관 및 의식구조의 차이를 분석하였다. 연구 결과, 연령층 및 세대 모두 衣食住 기본구조에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 두 변수 중에서도 세대보다 연령층이 더 유의한 영향을 미치고 있다. 그래서 연령층별로 연구 결과를 보고하였다. 이는 신세대와 비신세대의 이원적 구분보다는 10대에서 40이상 까지의 네 집단으로 연령층에 의한 다원적 구분이 더 효과적임을 의미한다.

조사 결과, 연구 가정과 같이 연령층은 의식주 기본 의식구조에 상당한 영향을 미치는 것

으로 나타났다. 하지만 연령층이 의식주 각각에 동일한 영향을 미치고 있는 것은 아니며 의식주 내에서도 영향을 미치는 정도는 차이를 보이고 있다. 연령층에 따라 가장 큰 영향을 받는 것은 住생활로 나타났다. 그리고 食생활이 다음으로 영향을 받고 있었으며 衣생활은 가장 적은 영향을 받고 있다. 그러므로 연령층에 따라 현재 住생활이 가장 많은 차이를 보이고 食생활도 큰 차이를 보이며 예상과 달리 衣 생활은 큰 차이를 보이지 않고 있다.

옷에 대해서는 개인의 개성이 많이 강조되어 연령층간의 차이가 많이 줄어들었기 때문으로 보인다. 따라서 찢어진 옷과 같이 혁신적인 스타일을 제외하고는 어느 정도의 패션에 대해서 모든 연령층이 동질감을 느끼고 있다고 본다. 이것은 그만큼 30대, 40대가 패션의 변화에 대해 젊은층만큼 민감하게 반응했다는 것으로 기성 세대가 가시적인 변화에 빨리 순응하는 것으로 보인다. 하지만 식생활과 주생활 등 먹고 자는 것은 쉽게 변화하기 어려운 것으로 기존 세대가 쉽게 변화하지 못하고 전통적인 것을 계속 따르게 된다. 이에 비해 젊은층은 계속적으로 식생활과 주생활을 새롭게 변화시켜 오고 있다. 그래서 식생활과 주생활에서는 연령층간의 차이가 더 유의하게 나타나게 된다.

衣 생활에서는 유행이나 패션에 민감한 정도나 고급을 중시하는 것에는 연령층별로 차이가 나타나지 않고 단지 혁신적인 것에서만 차이가 있는 것으로 나타났다. 그만큼 衣 생활에서는 혁신적인 것을 제외하고는 연령층간에 유사성이 높은 것으로 볼 수 있다.

그리고 食 생활에서는 젊을수록 서구적이고 개방요인인 성향을 보이며 중장년층은 건강 위주와 전통지향적인 것으로 나타나 연령층간에 유의한 차이가 나타났다. 전통지향요인에서는 30대와 40대이상 간에 현저한 차이가 나타났으며 특히 30대가 상당히 부정적인 것으로 나타났다. 그러므로 신세대 및 비신세대로의 구분보다는 비신세대 내에서도 30대와 40대로 다시 세분하는 것이 더 효과적임을 알 수 있다. 이는 현재 30대의 젊은 여성층을 미시족(Missy)이라고 하여 세분화된 표적시장으로 활용하고 있는 것과 동일한 의미를 갖게 된다. 하지만 질추구요인에서 연령층 간에 차이를 보이지 않고 있다. 이는 모든 계층이 식사에서 질적이고 분위기를 중시하기 때문으로 현재 패밀리 레스토랑이 크게 각광받고 있는 것과 같은 맥락으로 볼 수 있다.

그리고 住 생활은 연령층에 의해 가장 큰 영향을 받고 있어 젊은층과 중장년 사이에 커다란 차이가 존재하였다. 젊은층은 심미적이고 자아 추구적이며 개인주의적이고 현실적이지만 나

이가 들수록 현실보다는 장래 대비적이고 전통적인 성향을 보이고 있다. 서구적개인주의요인에서 30대와 40대이상 연령층 사이에 의식구조가 크게 다르게 나타났다. 30대는 서구적 개인주의에 매우 긍정적인 반면 40대 이상은 서구적인 것에 대해 매우 부정적인 것으로 나타났다. 이러한 결과도 30대와 40대이상 간의 세분화가 더 효과적임을 보여주는 것이다.

그리고 연령층 간에 전통지향적 가치관이 크게 다른 것으로 나타났다. 나이가 젊을수록 비 전통적이고 혁신적인 가치관을 가지며 개인주의 성향이 높게 나타나고 비형식과 비기성적인 삶을 추구하고 있다. 이에 비해 나이가 들수록 전통 보수적이고 가족 중심적이며 형식과 기존 관념을 중시하는 것으로 나타났다.

이와같이 연령층 간에 食생활과 住생활에서 크게 차이가 나타나고 또한 전통지향적 가치관에서도 크게 차이가 나타났다. 이러한 衣食住의 기본 의식구조 차이가 전통지향적 가치관의 차이로 인해 크게 영향을 받았을 것이라고 가정하고 추가 분석하였다. 하지만 전통지향적 가치관과 기본 의식구조 요인들 사이의 상관관계는 일부 항목을 제외하고 대부분 낮게 나타났다. 그래서 연령층에 따른 기본 의식구조의 차이를 전통지향적 가치관의 차이로 설명하기 보다는 오히려 연령층이나 세대에 따라 전통지향적 가치관과 의식구조가 동시에 변화하고 있다는 결론을 내리는 것이 더 타당하다고 본다.

이와같이 기본 의식구조에 영향을 주는 변수로 전통지향적 가치관이라는 매개 변수가 충분한 설명력을 가지지 못하는 이유로 다음과 같은 것을 들 수 있다.

첫째, 가치관이 과연 의식구조에 영향을 미치는 상위개념인가에 강한 의심을 제기된다. 본 연구에서는 박용현 교수의 견해에 따라 가치관을 의식구조의 상위개념으로 규정하고 분석하였으나 황정규 교수는 오히려 '가치관이 의식구조에 포함된다.' 는 반대주장을 하고 있으며 (황정규 1979), 최일섭 교수는 가치관과 의식구조를 다 함께 포괄하는 개념으로 '價値意識'이란 용어를 사용하고 있다(최일섭 1986). 따라서 연령층이나 세대별 기본 의식구조의 차이를 전통지향적 가치관의 차이로 설명하기 보다는 두 개념을 가치의식이라는 포괄적 개념으로 파악하여 동시에 변화하는 것으로 해석하는 것이 더 타당하다고 본다.

둘째, 가치관을 의식구조의 상위개념으로 인정한다 하더라도 본 연구에서는 가치관을 극히 일부에 지나지 않는 전통지향적 가치관만 선정하였기 때문에 상관관계는 떨어질 수 밖에 없다. 즉 다양한 기본 의식구조에 영향을 미치는 요인으로 전통지향적 가치관에 관련된 5개 문

향으로만 상관관계분석을 하였기 때문에 상관관계는 낮을 수 밖에 없었다고 본다. 그러므로 앞으로는 가치관을 더욱 확대하여 연구할 필요가 있다.

그리고 전통지향적 가치관 하나만으로는 기본 의식구조를 충분히 설명하지 못하는 것으로 나타났으므로 기본 의식구조에 영향을 미칠 수 있는 변수들을 추가적으로 검증해 보았다. 그래서 연령층 이외에 종교, 주거형태, 학력, 소득, 성별, 가족사항 등 인구통계학적 변수를 가지고 의식주 요인별 차이 분석을 실시하였다. 그 결과, 인구통계적 변수에 따라 요인별 유의 정도가 각각 다르게 나타나 연령층별 구분보다 의식주 기본 의식구조를 파악하는 데에 덜 효과적인 것으로 보인다.

하지만 기타 인구통계학적 변수들도 연령층 보다는 설명력이 떨어지지만 衣食住의 기본 의식구조에 상당한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 학력과 성별, 결혼유무에 따라 의식구조가 많은 차이를 보이고 있다. 우선, 학력에 따른 衣 요인의 차이를 보면 혁신추구요인과 고급중서요인에서 유의한 차이를 보이고 있다. 그리고 食 요인에서는 서구요인과 개방요인, 그리고 건강위주요인에서 학력에 따라 유의한 차이를 보이고 있다. 그리고 학력에 따른 住 요인의 차이를 보면 심미적자아추구요인과 전통요인에서 학력에 따라 유의한 차이가 나타났다.

그리고 성별에 따라서 衣 생활에서는 유행/패션민감요인에서 유의한 차이가 나타났고, 食 생활에서는 개방요인, 질추구요인, 그리고 전통지향요인에서 유의한 차이가 나타났다. 그리고 住 생활에서는 심미적자아추구요인과 서구적개인주의요인에서 성별에 따라 유의한 차이가 나타났다. 그리고 결혼유무에 따라서 衣食住의 요인들이 어떤 영향을 받는지 t 분석을 실시했다. 衣 생활에서는 혁신추구요인이, 食 생활에서는 서구요인과 개방요인, 그리고 건강위주요인에서, 그리고 住 생활에서는 심미적자아추구요인과 현실요인, 전통요인에서 결혼유무에 따라 유의한 차이를 보이고 있다.

그러므로 본 연구에서 가정한 모델보다 더 복잡하게 여러 변수들이 기본 의식구조에 영향을 미친다고 볼 수 있으며 그 중에 한 요인으로 전통지향적 가치관도 있다고 해석해 볼 수 있다. 그러므로 향후에는 연령층 및 세대간의 구분 이외에도 기본 의식구조를 분석하는데 기타 인구통계학적 변수를 유용한 변수로 활용해야 한다고 본다.

이러한 연구 결과를 그대로 받아들이기에는 다음과 같은 한계를 충분히 고려해야 한다. 첫째, 조사지역이 서울을 중심으로 이루어졌으므로 전국적인 것으로 연구 결과를 일반화하는 데

에는 문제점이 있게 된다. 둘째, 표본 추출 방법이 비확률 표본 추출로 어느 정도 표본 추출 오류가 발생할 수 있다. 셋째, 연령층 및 세대별로衣食住의 기본구조가 어떻게 달라지는지를 중심으로 연구하였을 뿐, 이러한 결과를 바탕으로 어떠한 군집들이 나타나는지를 분석하지 않고 있다. 그러므로 추후의 연구에서는 전국적인 조사가 필요하며 확실적인 표본 추출 방법을 이용하여衣食住의 의식구조 차이를 중심으로 어떤 군집들이 나타나는지 분석해볼 필요가 있다. 그리고 기존의 탐색적인 수준의 연구들을 체계적으로 정립하여 이론적인 틀을 정립하고 그것을 정밀하게 분석하는 것이 필요하다고 본다.

## 참 고 문 헌

1. 광고정보, 1993. 1, 1994. 5.
2. 김동기, 이용학(1992), 소비자행동분석, 서울:박영사.
3. 박용현(1982), '한국인의 의식구조와 가치관', 사회정화위원회.
4. 박용현(1982), '의식 개혁의 필요성과 실천방향', 사회정화위원회.
5. 이상주, '해방 40년 가치의식의 변화와 전망', 서울대 사회과학연구소, pp. 1-35.
6. 이영호(1975), 한국인의 가치관, 一志社.
7. 이영호 外(1981), 한국 의식 연구, 사회정화위원회.
8. 이재창, 최운실(1984), '한국 청소년의 의식구조', 한국청소년, 가을, 통권 제6호. 청소년 연맹.
9. 이호배, 이성근, 배수현(1994), SPSS PC<sup>+</sup>를 이용한 기초 통계 분석, 데이타리서치.
10. 임희섭(1994), 한국의 사회 변동과 가치관, 나남.
11. 정범모(1977), '가치관과 교육', 교육신서, 제1권, 배양사.
12. 채서일(1994), '신세대에 관한 라이프스타일 분석', 경영논총, 6. 28. 고려대학교 경영대학, 93-107.
13. 최일섭(1986), '청소년 가치의식의 변화와 전망', 해방 40년 가치의식의 변화와 전망, 서울

- 대 사회과학연구소, pp. 209-230.
14. 황정규(1972), 교육 평가, 교육출판사.
  15. 황정규(1979), 한국 학생의 의식 구조, 고대교육문제연구소.
  16. Anderson, W. T. and L. L. Golden(1984), 'Life Style and Psychographics ; A Critical Review and Recommendation,' in *Advances in Consumer Research*, ed. T. Kinnear, Provo, UT: Association for Consumer Research, 405-411.
  17. Clawson, C. J. and Vinson, D. E. (1978), 'Human Values : An Historical and Interdisciplinary Analysis,' in H. K. Hund(ed.), *Advances in Consumer Research* (Vol. 5), Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, 396-402.
  18. Kahle, L. R., Beatty, S. and Homer, P. (1986), 'Alternative Measurement Approaches to Consumer Values ; The List Value(LOV) and Value and Life Syle (VALS),' *Journal of Consumer Research*, December, 405-409.
  19. Kahle, L. R., Ruiming Liu and Harry Watkins(1992), 'Psychographic Variation Across United States Geographic Regions,' *Advances in Consumer Research*, Vol. 19, 346-352.
  20. Novak, T. P. and MaCevoy, B. (1990), 'On Comparing Alternative Segmentation Schemes: The List of Values(LOV) and Values and Life Style,' *Journal of Consumer Research*, June, 105-109.
  21. Rokeach, M. (1973), *The Nature of Human Values*, New York: Free Press.
  22. Wells, W. D. and Tigert, D. J. (1971), 'Activities, Interests, and Opinions,' *Journal of Advertising Research*, August, 27-35.

## A Study on the Analysis of Difference in Consumers' Basic structure of Consciousness by Age

Yong Hak Lee\*, Soo Hyun Bae\*\*

### ABSTRACT

New generation differs very greatly from adult generation in the traditional value, the structure of consciousness and the consumption behavior. So it is very meaningful to understand the structure of consciousness and the behavioral characteristics of new generation. This study examined if there are significant differences, among the age group, in the basic structure of consciousness related to clothes, food, and housing which are hardly changed by the individual's habits and social tradition.

For this purpose, we had interviews on 1,000 persons who aged above 16 years in Seoul area, and collected 824 data. We did factor analyses to simplify diversified individual items of clothes, food, and housing. Also we used ANOVA(Analysis of Variance) to examine how the extracted factors vary among the age group. And we did supplementary analyses using mediating variable(traditional value) to find out the reasons why the basic structure of consciousness vary among the age group.

The results of study indicated that the age group has great influences on the basic structure of consciousness related to clothes, food, and housing. It means that classifying the age into several groups is more efficient than doing it into merely two groups such as new and adult generation.

And the results of supplementary analyses indicated that traditional values show great differences among the age group. Since there were very low correlation between the traditional values and the basic structure of consciousness, traditional values alone cannot explain the difference in the structure of consciousness. On the contrary, demographic variables such as education, sex and marriage were shown to affect greatly the basic structure of consciousness. Finally, we suggested the limitations in this study and suggested directions of research in the future.

---

\* Professor, School of Business Administration, The University of Suwon

\*\* Research Fellow, Hundai Research Institute

