

서울 거주자의 계층별 생활양식유형 분석*

An Analysis of Lifestyle Patterns of the Socioeconomic Status
in Seoul Resident

연세대학교 생활과학대학 주생활학과

교수 윤복자

교수 윤정숙

부교수 박영순

연세대학교 생활과학 연구소

연구원 김혜정

김영주

Dept. of Housing & Interior Design, Yonsei Univ.

Professor; Bokcha Yoon

Professor; Chungsook Yoon

Associate Professor; Youngsoon Park

Human Ecology Research Institute, Yonsei Univ.

Researcher; Hyejung Kim

Youngjoo Kim

〈목 차〉

I. 서론

IV. 결과 및 논의

II. 사회계층 지표에 대한 이론적 배경

V. 결론 및 제언

III. 연구방법 및 절차

참고문헌

〈Abstract〉

The purpose of this study was to categorize lifestyle patterns and to define the characteristics of the lifestyle of middle class residents in Seoul. Questionnaires were administered to 1572 homemakers in Seoul. Statistics with the SPSS software package for factor analysis and F-test was used. The results showed that the type of car which the residents owned was a major indicator to classify SEC(Socio Economic Class). The middle class was categorized into four groups which were relevant

* 이 논문은 1993년도 주식회사 한샘 연구비에 의하여 연구된 것임.

classifications based on determining indicators obtained from previous studies: the lower middle class which owned a Tico was classified into the Economy Concerned Lifestyle category, the middle class which owned an Elantra was classified into the Health Concerned and Hobby Oriented Lifestyle category, the upper middle class which owned a Sonata was classified into the Interior Design and Fashion Oriented Lifestyle category, and the lower upper class which owned a Grandeur was classified into the Hobby and Fashion oriented Lifestyle category.

I. 서론

우리나라는 지난 20여년간 경제적 번영과 더불어 소비의 질적 수준이 상승하면서 국민들의 생활양식이 크게 변화였다. 이러한 과정에서 생활에 대한 요구도 다양해지고, 전반적인 생활수준도 크게 향상되었다. 따라서 과거에는 소수의 상류계층에서만 향유할 수 있었던 사회적, 문화적 기회가 점진적으로 보다 많은 수의 사람들에게 확산되어 왔다. 그러나 제반 생활기회가 모든 계층에 똑같이 파급되어 온 것은 아니며 일종의 파상의 형태로 전달되어 나갔다고 볼 수 있다. 이 과정에서 기회의 분배는 계층별로 달리 나타나 경제적 자원을 확보할 수 있었던 계층은 물질적 풍요를 훨씬 수월하게 수용할 수 있었으나 그렇지 못한 계층의 사람들에게는 이의 흡수가 용이치 못하여 계층간의 격차는 소비의 양태와 문화생활에 이르러 더욱 커지고 있다. 전반적인 생활수준의 향상이 계층별 인구구성을 변화시킴과 동시에 계층구성원의 행동양식에도 변화가 있다고 전제할 때, 변화되고 있는 오늘날의 우리 사회환경에서 계층별로 차등화된 삶의 기회와 생활양식이 보다 두드러지게 부각되고 있음을 감지할 수 있다. 지금까지 계층 및 계급에 대한 연구는 사회적, 문화적 기회를 향유할 수 있도록 하는 경제적 생산과 기회의 분배에 초점이 맞추어져 소득과 부(富)의 분배 문제를 다루었을 뿐, 그 결과 나타난 소비생활의 양식에 대해서는 소홀하였다. 즉 그간 국내외 학계에서 보여준 계층의 거시적 접근에 편향되어 왔으므로 미시적 접근에 의한 개별 계층의 생활양식에 대한 보다 심층적인 연구가 되어져야 할 것이다.

라포포트(Rapport, 윤복자 외, 1994)에 의하면 생

활양식이란 문화의 표현체이며, 자원을 어떻게 할당하는가에 대한 선택의 결과이다라고 한다. 생활양식은 가치를 표현하고 구체화하며 또한 가치는 생활양식을 문화에 연결시켜 행위체계에 직접적으로 나타난다. 즉 생활양식은 사회제도 및 제반 환경에 대응한 생활과정에서 나타나는 행위체계라고 할 수 있다. 지금까지 생활양식관련 연구는 생활양식을 사회계층의 결과로 인식하고 있으나, 대부분이 단순한 실태의 경향을 제시하였을 뿐 계층과의 관련성을 규명하지는 못했으므로 계층별 생활양식에 대한 보다 체계적인 연구가 필요하다. 즉 생활양식을 사회계층의 결과로 간주하고 계층별 생활양식의 차이가 어떻게 존재하는가를 파악해야 할 것이다.

최근 들어 우리나라에서는 자동차 문화가 확산 보급되면서 차종이 소비자들의 사회계층을 잘 대변해주는 좋은 변수로 부각되고 있다. 쉽게 파악이 가능한 자동차의 차종이 오늘날 변화된 한국의 사회적 구조내에서 새로운 계층지표로서의 기준이 될수 있는지에 대한 가능성의 평가를 시도해본다는 의미에서도 본 연구의 가치가 있을 것으로 기대된다. 따라서 본 연구는 생활관련 상품의 시장세분화를 위한 기초 자료를 제공하기 위하여 자동차의 종류를 사회계층의 분석 지표로 하여 소비자의 사회 계층 집단별 특성과 사회계층에 따른 생활양식의 유형을 분석하는데 그 목적이 있다. 구체적인 목적은 다음과 같다.

- 1) 대표적 계층분류지표와 차종지표를 비교한다.
- 2) 사회계층별 생활특성을 정리한다.
- 3) 사회계층과 생활양식 유형과의 관련성을 규명한다.

II. 사회계층 지표에 대한 이론적 배경

어느 사회에서나 인간에게는 성, 연령, 체형, 정신 능력 등 직접·간접적으로 관찰될 수 있는 여러가지 차이점이 있다. 모든 사회는 이런 차이점 때문에 개인 집단 또는 개인이 위계적으로 배열되어 있고 서로 불평등한 지위를 점하고 있다. 이렇게 층화된 사회를 여러 범주로 나누는 대표적 지표는 수입, 직업, 학력, 부이며 이로 인한 생활기회 등의 차별적 분배는 각 계층에 속한 개인과 가족의 위광(威光)에 차이를 가져오고 객관적으로 비슷한 환경에 처해있는 사람들에게는 현저한 문화적 유사성이 나타난다. 이와 같은 사회계층의 개념에 입각한 몇가지 기준 즉, 객관적, 주관적 기준을 사용함으로써 한 사회의 사회계층의 분류가 가능하다. 사회계층을 평가하는 방법은 첫째, 주관적 방법 즉 사람들 스스로가 자신이 어떤 계층에 속한다고 느끼는 것으로 자기 평가에 의한 방법, 둘째, 평가적 방법, 즉 이웃 사람 또는 다른 사람으로 하여금 계층적 위치를 평가하게 하는 방법, 셋째, 객관적 방법으로 객관적 속성에 의하여 개인이나 집단의 계층적 위치를 규정하는 것이다. 그러나 기술한 것과 같은 사회계층의 판별에 있어서 각 기준이 갖는 적합성은 해당 사회구조에 따라 달라진다. 따라서 이론적 판별에 그치는 것이 아니라 각 계층의 범위를 확정하고자 할 때는 해당 사회의 경제적 발전 수준에 대한 이해가 선행되어야 한다.

사회계층 지표들간의 비중은 연구자의 연구 목적에 따라 달리 정하여 연구되기도 한다. 기존의 연구에서 사용한 객관적 지표를 살펴 보면 <표 1>과 같다. <표 1>에 의하면 사회계층 지표로 직업이 (Warner, 1967) 가장 대표적이어서 27편의 연구 논문중 20편에 사용할 정도로 가장 많이 사용되었고, 소득, 학력, 연령도 거의 비슷한 빈도로 사용되어 중요한 지표임을 알 수 있다. 오늘날에는 사회계층을 규정하는 지표가 다차원화되어 직업, 재산, 소득, 생

활양식, 가내 소유물품 등을 모두 사용하는 경우도 있다. 본 연구에서 사용하고자 하는 지표인 자동차의 종류는 1990년대 이전에는 거의 사용되지 않았지만, 1990년대 이후에 우리나라 사회의 경제적 성장과 더불어 자주 사용되어 왔다. <표 1>에서 보는 바와 같이 자동차를 사회계층 빈도로 사용한 빈도가 4편으로 최근에 와서 점차 늘고 있다. 사회계층 평가의 기준이 우리나라 사회구조에 적합하기 위해서는 한국적 상황의 특성을 고려하여 사회계층의 범주를 정해야 하는데, 1990년대 이후에 사회계층 지표로 자동차의 차종이 새롭게 부각된 것은 우리나라의 사회구조의 변모를 보여주는 일면이라고 할 수 있다.

III. 연구 방법 및 절차

본 연구는 문헌연구와 설문조사 방법으로 계획된 실증적 연구이다. 예비조사를 위한 조사 도구의 타당성을 검증하기 위하여 첫단계로 본 연구분야와 관련된 기존의 문헌을 통하여 본 연구의 이론적 개념들의 타당성을 확인하였다. 문헌 연구의 내용은 사회계층의 정의, 사회계층 분류지표의 종류, 사회계층별 생활양식의 차이, 생활양식의 하부영역별 특성, 소비자 행동, 시장세분화 등이다. 이를 근거로 다음 단계에서 예비조사용 설문지를 설계하였다.

예비조사는 본 연구의 측정 도구를 개발함으로써 본조사에 쓰여질 변인의 타당성을 검증하고자 실행되었다. 따라서 예비조사용 설문 문항의 내용은 생활양식과 가구의 사회인구학적 특성, 사회계층 지표 등이 포함되었다. 예비조사는 Y대학교 학부 재학생 및 대학원생을 대상으로 실시되었으며, 조사기간은 1993년 5월 26일부터 6월 10일까지였다. 이과정에서 총 400부의 설문지가 배포되었으며 이중 응답 내용이 부실한 경우를 제외한 316부가 분석되었다. 1차 예비 조사의 분석결과¹⁾를 토대로 앞으로 기대되는 연구결과를 예상해 보았으며, 2차례에 걸친 연구비 지원팀과의 논의를 거쳐 본 조사를 위한 최종 설

1) 분석 결과는 '서울시 거주자의 생활 양식 측정 도구 개발 및 유형 분석'의 제목으로 대한 가정 학회지 32권 3호에 발표되었음.

〈표 1〉 사회계층 분류에 사용된 지표

연구자		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	사용		
지표																												빈도			
사	직업	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•	•				•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	20	
	소득	•				•	•	•	•	•		•	•					•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	18	
	학력	•				•	•	•	•		•										•	•	•	•	•	•	•	•	•	14	
	연령	•										•	•						•	•	•	•	•	•	•	•				11	
	가족주기								•				•									•		•						4	
	가족수								•								•		•		•	•								5	
	가족유형									•								•				•								3	
주	결혼년수						•														•					•			3		
	소유형태		•		•	•	•	•				•			•									•						8	
	주거의질								•																					1	
	거주지		•					•	•									•	•	•				•						8	
	주택유형		•					•	•	•				•					•		•									6	
기	주거규모		•					•			•													•					4		
	귀속의식									•	•	•																		3	
	소유가구		•								•						•												•	4	
	주생활재											•						•											•	3	
	의복																		•											1	
	승용차																			•						•	•			4	
	신용카드											•																		1	
	생활양식											•		•						•											3
	친구관계								•																					1	
	가입단체								•																					1	
	타	취미생활							•																					2	
		지위						•						•	•				•										•	5	
		개성											•																		1
		재산												•		•				•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	9
권력																														1	

연구자 번호

1. 주정희(1978)
2. 홍두승외(1988)
3. 홍두승외(1988)
4. 백옥인(1991)
5. 송용섭(1987)
6. 김경동(1967)
7. 박정희(1990)
8. 한상진(1991)
9. 김행(1986)
10. 한완상(1991)
11. 정홍준(1992)
12. Warner(1957)
13. Mill(1979)
14. McNeal(1969)
15. 한국일보(1989)
16. Amatur(1987)
17. 김중운(1985)
18. 정영수(1987)
19. 김경미외(1987)
20. 문숙재외(1987)
21. 유경희(1986)
22. 신영숙(1991)
23. 정재훈(1992)
24. 정홍준(1992)
25. 최목화(1987)
26. 황창순(1985)
27. Schiffman(1983)

문지를 완성하였다.

앞서 개발된 조사 도구를 이용해 1993년 9월 13일

부터 11월 2일까지 본조사를 실시하였다. 조사의 전

집 대상은 서울에 거주하는 주부로 하였으며, 상상

류 계층과 하하류 계층을 제외한 전 가구를 표집 대상으로 하여 각 계층과 주거 지역이 골고루 표집되도록 조사대상을 선정하였다. 이를 위해 사회계층을 상, 중상, 중중, 중하류로 구분하고 각계층에 속하는 주거지역을 선정하기 위하여 각 지역별 1인당 담당 세액(한국경영정보 조사 연구소, 1992)을 기준으로 하여 서울시 453개동을 4단계의 계층 구분에 따라 각 계층별로 95개동씩 구분하였다. 즉 상류에 속한 동은 1등에서 113등 까지에 해당하는 동중에서 임의로 8개 동을 선정하였고 이 중에서 가족생활주기가 고루 표집되도록 하기 위하여 각 지역에 속한 조사 대상 지역의 유치원 초, 중, 고등학교 2개교씩 무작위로 선정하였다. 이렇게 선정된 16개교를 대상으로 총 1940부의 설문지를 배포하였고 이 중 1616부(83.3%)를 회수하여 이 중 응답이 부실한 경우를 제외한 1572부를 실제 분석에 이용하였다.

본 연구에서 사용되는 사회계층 분류 지표인 자동차를 근거로 다음과 같이 분류하였다. 소형류는 티코, 엑셀, 프라이드, 프레스토, 포니 등이 포함되며, 중소형류에는 엘란트라, 르망, 스쿠프, 세피아, 스텔라, 캐피탈, 에스페로 등이 포함되고, 중형류는 소나타, 로얄시리즈, 프린스, 콩코드, 에스페로 등이 포함되며, 대형류에는 그랜저, 임페리얼, 포텐샤, 외제차를 포함시켰다. 본 연구의 자료 분석은 빈도, 평균, 백분율, χ^2 검증, F 검증, 요인 분석 등의 분석 기법을 이용하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 사회계층 집단의 특성

조사 대상 가구의 특성과 계층분류에 사용되는 지표를 알아 보기 위하여 가구주의 연령, 직업, 주부의 직업 유무, 가족생활주기, 가족수, 월평균 생활비 등과 주부의 주관적 계층 귀속의식, 거주지역, 승용차 종류, 모피 유무 등을 조사하였다. 그 결과 가구주

나이는 50대가 가장 많았고, 학력은 대학교 이상이 63%였으며, 가족수는 4인 가족이 48%였다. 월평균 생활비는 150만원 미만이 70%였고, 직업이 없는 주부가 65%였다. 또한 주부의 주관적 계층귀속의식을 파악한 결과 조사대상자들의 54%가 자신의 생활 수준을 중중류라고 생각하고 있었으며, 거주지역은 강남구가 가장(13%) 많았다.²⁾

자동차의 종류에 의한 4개의 사회계층별 비율은 소형류가 17.3%, 중소형류가 28.2%, 중형류가 40.6%, 대형류가 9.1%로 나타났다. 각 사회계층별 집단의 특성을 파악하기 위하여 χ^2 검증을 하였고³⁾ 그 결과 유의적으로 나타난 특성을 요약하면 <표 2>와 같다.

<표 2> 사회계층 집단의 사회인구학적 특성

	직업	학력	주부 직업	주관적 계층귀속	가족생활 주기
소형류	생산직 사무직	고졸 이하	있음	하-중중	형성기 초등교육
중소형류	판매서비스 사무직	고졸 이하	있음	상상, 중중	형성기- 중등교육
중형류	관리직 전문직	대학 이상	없음	상하, 중상	고등교육- 대학교육
대형류	관리직 전문직, 기타	대학 이상	없음	상상-중상	중등교육- 노년기

<표 2>에 의하면 소형류는 주로 고졸이하의 학력으로 생산직이나 사무직에 종사하였으며 가족 형성기나 초등교육기 가족이 많았고 중소형류는 고졸 이하의 학력을 가진 판매서비스직이나 사무직을 가진 집단으로 가족생활주기 단계는 가정형성기에서부터 중등교육기까지이었으며 그들의 계층귀속의식은 中中이었다. 중형류는 주로 대학 이상의 학력을 가진 관리직이나 전문직에 종사하는 집단으로 中上 또는 上下계층에 속한다는 계층 귀속의식을 가지고 있었다. 이 집단은 가족생활주기중 고등교육기 또는 대학교육기의 단계에 있었다. 마지막으로 대형류는 대

2) 표집 대상 선정시 서울시에 속한 전체 구(區)가 포함되었으므로 모든 구가 비교적 골고루 표집되었다.

3) 표 2에 대한 통계표는 윤복자의(1994)의 '사회계층별 주생활실태와 소비자 행동 예측모델'의 보고서를 참고할 것.

줄 이상의 학력으로 관리직 또는 전문직에 종사하였으며, 중등교육기 이후에서 노년기에 이르는 가족생활주기가 많았다. 이들은 자신을 中上, 上下에 속한다고 했다. 여기에서 주목되는 결과는 <표 1>에서와 같이 선행연구에서 사용된 대표적 계층분류지표인 직업, 학력, 연령(가족생활주기)으로 분류하는 계층분류와 본연구의 조사대상자가 주관적으로 계층을 귀속시킨 분류 그리고 차종만으로 분류한 계층분류가 거의 비슷하다는 점이다. 따라서 현재 우리나라 사회에서 차종은 계층을 분류할 수 있는 주요지표로 부각될 수 있다.

2. 사회계층별 생활 특성

생활양식을 유형화하기 위하여 가족, 의, 식, 주, 여가, 구매생활의 6개 생활영역을 설정하였고, 6개 생활양식 하부 영역에 대하여 계층간에 유의적인 차이가 있는지 파악하기 위하여 F 검증을 하였으며 그 결과는 <표 3>과 같다. 그 결과 6개의 생활양식 하부 영역중 가족생활관련 문항의 경우 유의적인 차이가 없는 것으로 나타나 다른 하부 영역과는 달리 가족생활은 계층에 상관없이 공통적인 생활양식을 가지고 있는 것으로 해석할 수 있다. 또한 식생활의 경우도 하나의 문항에서만 유의적인 차이를 보여 식생활면에서도 유사한 생활양식을 가지고 있는 것으로 설명된다. 반면 사회계층별로 유의적인 차이가 있는 것으로 나타난 문항은 의생활 관련 문항이 8개, 주생활이 5개, 여가 생활이 6개로 나타나 이런 생활영역에서는 계층간에 생활양식이 서로 다른 것으로 나타났다. 각 계층별로 생활 특성의 구체적인 차이를 알아보면 다음과 같다.

中上(소형류)계층은 모든 생활영역에서 가격과 실용성이 가장 중요한 가치 기준이었고 무난한 옷을 즐겨 입으며, 식생활면에서 건강생활이나 자연식품, 무공해 식품에는 관심이 없었는데, 이는 소형류 계층 집단이 대부분 젊은 층이어서 경제적 여유가 없기 때문에 이에 대한 관심이 없는 것으로 사료된다. 주생활 영역면에서는 中中(중소형류) 계층보다 실내장식에 대한 관심은 조금 더 있으나 경제적 제한점

으로 인하여 실제로 주택을 개조하거나 실내장식에 돈을 들이지 못하였다. 여가생활면에서도 여행이나 취미생활을 새롭게 시도해 보지 않으며, 가능한 돈이 안드는 스포츠나 취미활동을 하는 것으로 나타났다. 구매생활면에서도 다른 계층과는 달리 호기심때문에 사는 경향은 없는 것으로 나타났다.

中中(중소형류)계층은 의생활면에서 옷을 멋있게 입는 것은 그다지 중요시 여기지 않으나 소형류 계층보다는 의생활에 돈을 더 소비하며 패션에 대한 관심도 있는 것으로 나타났고 중형이나 대형류 계층보다는 소형류 계층과 전체생활 영역에서 비슷한 특성을 보이고 있었다. 식생활면에서 건강식품에 대한 관심이 전체 평균보다 높았고, 실내장식에 돈을 많이 들이지는 않았지만 정보에는 관심을 가지고 있었다. 여가 생활에 대한 관심은 평균점보다 낮았으나, 새롭고 유행하는 스포츠를 시도해보려는 경향은 중형류 계층보다 더 높았다.

中上(중형류)계층은 전체 생활영역에서 대형류와 마찬가지로 각 문항에 대한 평균 점수가 높게 나타났다. 경제적인 면에 신경을 쓰기보다는 디자인이나 색상에 대한 감각을 중시하고 패션 정보나 실내장식 정보에도 관심을 가지고 있었다. 대형류 계층보다 오히려 평균 점수가 높게 나타난 문항은 “실내 분위기를 자주 바꾼다”, “자연, 건강, 무공해 식품을 많이 애용한다”, “1년에 한번 이상은 여행을 즐긴다”였다.

上下(대형류)계층은 앞서 언급한 3가지 문항에서는 중형류보다 낮게 나타나 모든 생활면에서 최상류 계층에 해당하는 생활을 하였으나 여행이나, 건강식품, 실내 개조에 대한 관심은 중형류보다 덜 한 것으로 나타났다. 이 계층은 의생활이나 주생활에서 색상과 디자인을 중시하고 실내 분위기를 자주 바꾸지는 않지만 집치장에 돈을 많이 들었다. 여가 생활도 시설이 잘 된 관광지로 여행하며 새롭고 유행하는 스포츠도 시도해 보고, 한 가지 이상의 취미활동을 하고 건강을 위해 운동을 하며, 호기심만으로 물건을 구매하는 충동구매의 경향도 많은 것으로 나타났다.

3. 사회계층별 생활양식 유형

조사 대상 가구들의 생활양식이 어떠한가를 파악하기 위하여 43개 문항에 대하여 요인 분석을 하였고, 그 결과 나타난 각 요인들은 사회계층별로 차이를 보이는지, 그리고 생활양식을 파악하기 위한 각각의 문항에 대해서 계층별로 차이를 보이는지를 파악하기 위하여 F 검증을 하였다.

사회계층별로 나타나는 생활양식 문항들이 어떠한 유형으로 구분되는지를 파악하기 위하여 요인 분석한 결과 6개의 유형으로 구분되었다. 분류된 생활양식은 패션지향형, 실내장식 지향형, 실용추구형, 식생활 간편형, 취미지향형, 건강지향형으로 명명하였으며, 이들 6개 유형이 대표적인 생활양식 유형이라고 할 수 있겠다.

이상에서 추출된 6가지 요인 즉 생활양식 유형들이 계층별로 차이를 보이는지를 파악하기 위하여 각각의 요인별 평균점수를 가지고 F 검증을 하였으며 그 결과는 <표 4>와 같다. 첫번째 요인인 패션지향형에 대한 F 검증결과 .01수준에서 집단간에 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다. 이를 구체적으로 살펴보면 中下(소형류)계층이나 中中(중소형류)계층은 패션지향형에 대한 요인 점수가 낮고 그 성향이 오히려 부(-)적으로 나타난 반면 中上(중형류)이나 上下(대형류)계층은 요인 점수가 더욱 높아지는 경향을 보임으로서 계층이 높아질수록 패션을 지향하는 성향이 강하게 나타났다. 두번째 요인인 실내장식 지향형에 대하여 F 검증을 한 결과 .05수준에서 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다. 이 역시 요인 1과 마찬가지로 소형류 계층은 이에 대한 요인의 점수가 낮고 부(-)적인 성향을 나타내는 한편 중소형류, 중형류, 대형류로 계층이 높아질수록 실내장식을 지향하는 성향이 강하게 나타났다. 이는 계층이 높을수록 경제적인 여유가 생기며 안목이 높아져 의복과 함께 실내장식에 대한 관심도도 높아지는 특성을 보이기 때문이라고 할 수 있다. 실용 추구형이

라고 명명한 요인 3에 대하여 F 검증을 한 결과 .001수준에서 유의적인 차이를 보였다. 이는 앞서 요인 1과 요인 2에서 보였던 결과와는 반대로 中下(소형류)계층이 가장 높은 요인 점수값을 나타낸 반면 중소형류, 중형류, 대형류 계층은 부(-)적인 성향을 나타냈다. 이는 즉 계층이 높아질수록 경제적 실용성을 추구하는 경향이 적어짐을 나타내는 것이라고 할 수 있다. 식생활 간편 추구형으로 명명한 요인 4에 대하여 F 검증을 한 결과 집단간에 유의적인 차이가 없이 거의 부정적인 견해를 나타냈다. 이는 아무리 오늘날의 식생활이 편리하고 간소화되었다고 해도 대부분의 사람들이 인스턴트 식품이나 화학조미료와 같은 건강을 해칠수 있는 식생활에 대해서는 거의 부정적인 생각을 갖고 있기 때문이라고 볼 수 있다. 취미지향형으로 명명한 요인 5에 대하여 F 검증한 결과 .001 수준에서 유의적인 차이를 보였다. 소형류나 중소형류 계층은 이에 대하여 부정적인 견해를 표명한 반면 대형류나 중형류 계층은 점수가 높게 나타남으로써 계층이 높아질수록 기본적인 생활이외에 자신을 개발하고 즐길수 있는 취미나 여가 생활에 관심이 보다 많다는 것을 알 수 있다. 건강 지향형으로 명명한 요인 5에 대하여 F 검증결과 요인 4와 마찬가지로 집단간에 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다. 소형류 계층만이 부(-)적인 값을 나타냄으로서 나머지 계층과는 달리 건강에 대해 그다지 관심이 없음을 보였다. 그러나 대부분의 사람들은 비만을 고려하여 건강을 위해 건강식품이나 자연식품 등을 애용하고자 하며 이러한 경향은 중소형류 계층에서 다소 높게 나타났다.

다음은 각 계층별로 나타나는 생활양식 유형상의 특성을 정리한 것이다. 먼저 中下(소형류) 계층은 6가지 생활양식 유형중 무엇보다도 실용성 추구형에 요인 점수의 값이 가장 높게 나타났으며 그외의 나머지 유형에 대해서는 모두 부(-)적인 값을 보였고 그 중에서 특히 건강중시형의 요인 점수값이 가장 높게 나타났다. 이러한 결과는 이들 계층의 경제적

4) 본 연구에서 사용된 생활양식 측정 도구의 개발 과정은 대한 가정학회지 32권 2호에 게재된 윤복자의 연구의 연구 방법에 관한 사항을 참고하기 바람.

〈표 3〉 사회계층별 생활양식 문항에 대한 f 검정

	문항내용	계 층				계 f(M)	통 계 값
		中下류 f(M)	中中류 f(M)	中上류 f(M)	上下류 f(M)		
의	항상 옷을 멋있게 입는 것이 중요하다	182 (3.27)	296 (3.20)	425 (3.36)	96 (3.57)	999 (3.32)	F = 2.734* df = 3
	TV, 신문, 잡지 등의 패션정보에 관심이 많은 편이다	182 (3.07)	295 (3.23)	426 (3.40)	96 (3.54)	999 (3.30)	F = 4.775** df = 3
	주위의 사람보다 색다른 옷을 입는 편이다	182 (2.41)	294 (2.48)	425 (2.62)	96 (2.73)	997 (2.55)	F = 2.545* df = 3
	옷을 살때 물세탁을 할 수 없는 여름옷은 드라이 크리닝값 때문에 사지 않는다	181 (3.52)	294 (3.24)	425 (2.97)	96 (2.60)	996 (3.12)	F = 11.13*** df = 3
	옷치장에 돈을 많이 들이는 편이다	181 (2.02)	293 (2.18)	425 (2.36)	96 (2.65)	993 (2.27)	F = 9.341*** df = 3
	의복에서 색상이나 디자인 감각은 매우 중요하다	182 (4.24)	296 (4.24)	426 (4.43)	94 (4.40)	998 (4.34)	F = 2.981* df = 3
	새로운 유행의 의류를 남보다 빨리 산다	182 (1.92)	296 (2.13)	426 (2.21)	95 (2.46)	999 (2.16)	F = 6.020*** df = 3
	옷을 고를 때 가격과 실용성을 중요시한다	182 (4.63)	296 (4.58)	427 (4.48)	95 (4.25)	1000 (4.51)	F = 4.829** df = 3
식	건강식품, 자연식품, 무공해식품을 많이 이용한다	182 (3.29)	295 (3.64)	424 (3.69)	94 (3.68)	998 (3.60)	F = 5.598*** df = 3
주	주택을 생활하기 편리하게 자주 개선하는 편이다	182 (2.48)	298 (2.65)	424 (2.72)	95 (2.91)	996 (2.68)	F = 2.750* df = 3
	실내 분위기를 자주 바꾸는 편이다	182 (2.65)	295 (2.90)	426 (2.95)	95 (2.93)	998 (2.88)	F = 2.586* df = 3
	최근에 유행하는 실내장식 정보에 관심이 많은 편이다	182 (2.84)	296 (2.94)	426 (3.16)	95 (3.29)	999 (3.05)	F = 2.586* df = 3
	집치장에 돈을 많이 들이는 편이다	182 (2.02)	295 (2.94)	426 (2.30)	95 (2.56)	998 (2.22)	F = 8.251*** df = 3
	실내장식에 관심이 많은 편이다	179 (3.25)	294 (2.16)	424 (1.88)	95 (3.57)	992 (3.33)	F = 3.845*** df = 3
여 가	새롭고 유행하는 스포츠는 바로 해보는 편이다	181 (1.63)	296 (1.95)	424 (1.88)	94 (2.22)	995 (3.76)	F = 7.560*** df = 3
	여행은 시설이 잘된 곳이나 관광지로 가고 싶다	181 (3.44)	295 (3.70)	427 (3.72)	92 (3.37)	999 (3.81)	F = 6.238*** df = 3
	가능한 돈이 안드는 스포츠나 취미활동을 하고 싶다	182 (4.09)	295 (3.91)	426 (3.72)	92 (3.37)	995 (3.81)	F = 8.383*** df = 3
	한가지 이상의 취미활동을 하고 있다	182 (3.03)	295 (3.38)	426 (3.39)	94 (3.88)	884 (3.37)	F = 6.252*** df = 3
	건강을 위해 특별한 운동을 한다	181 (2.295)	295 (2.66)	425 (2.80)	95 (3.26)	996 (2.75)	F = 5.290*** df = 3
	1년에 한번 이상은 여행을 하고 있다	181 (3.59)	295 (3.79)	427 (3.96)	94 (3.79)	997 (3.93)	F = 2.622* df = 3
구매	새로운 제품을 보면 호기심 때문에 사는 경우가 많다	182 (1.74)	296 (1.89)	427 (1.85)	95 (2.15)	1000 (1.87)	F = 2.654* df = 3

주 : * : .05, ** : .01, *** : .001에서 유의적. f : 빈도, M : 평균값

표집대상 1572가구 보다 표본 수가 적은 것은 생활양식 43개 문항에 무응답이 없는 경우만 분석하였기 때문이다.

인 조건과 밀접하게 관련되는 것으로 이들은 미적인 요구나 여가 취미 활동보다는 경제적 실용성을 가장

〈표 3〉 사회계층별 생활양식 문항에 대한 f 검정

빈도		계층				계	통계 값
		中下류	中中류	中上류	上下류		
패션 지향형	빈도	174	280	398	92	944	F=4.0612** d.f.=3
	평균	(-0.126)	(-.0000)	(.1643)	9.3452)	(.1006)	
실내장식 지향형	빈도	174	280	398	92	944	F=2.9324* d.f.=3
	평균	(-0.584)	(.0497)	(.1822)	(.2045)	9.1007)	
실용성 추구형	빈도	174	280	398	92	944	F=5.4214*** d.f.=3
	평균	(.0599)	(-.0269)	(-.1774)	(-.3980)	(-.1105)	
식생활간편 추구형	빈도	174	280	398	92	944	F=1.0430n.s d.f.=3
	평균	(-.0773)	(-.0427)	(-.0255)	(.1421)	9.0238)	
취미 지향형	빈도	174	280	398	92	944	F=5.2733*** d.f.=3
	평균	(-.0657)	(.0944)	(.1391)	(.4408)	(.1175)	
건강 지향형	빈도	174	280	398	92	944	F=2.1969n.s d.f.=3
	평균	(-.1175)	(.1063)	(.0813)	(.0734)	(.0513)	

*** : p=.001 수준에서 유의함 * : p=.05수준에서 유의적임
 ** : p=.01수준에서 유의적임 n.s. : 유의적이지 못함

중요하게 생각하는 동시에 건강한 식생활에 대한 관심도 매우 높다고 볼 수 있다. 中中(중소형류)계층은 건강 지향형, 취미지향형, 실내장식 관심형의 순으로 요인 점수의 값이 크게 나타난 반면 패션지향형, 식생활 간편 추구형에 대해서는 부적인 값을 나타냈다. 따라서 이 계층은 티코 계층과는 달리 경제적인 문제를 최우선으로 하기 보다는 건강과 취미생활, 미적인 것에 관심이 높은 특성을 보인다고 하겠다.

中上(중형류)계층은 패션지향형, 취미 지향형의 요인 점수값이 높게 나타난 반면 실용성 추구형에 대해서는 부(-)적인 성향을 보였다. 上下(대형류)계층은 소나타 계층과는 약간 달리 취미지향형의 요인 점수 값이 가장 높았고 그 다음은 패션지향형, 실내장식 지향형, 식생활 간편 추구형, 건강 지향형의 순으로 나타났으며 소형류 계층과는 달리 실용성 추구형에 대해서는 부(-)적인 값을 나타냈다. 즉 중형류 계층과 함께 대형류 계층은 경제적인 문제보다는 높은 질의 생활 요구가 더 크며 특히 패션을 따르는 경향이 많아서 의복과 여가, 취미활동을 통해 자기를 과시하려는 성향을 갖고 있다고 할 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구 결과, 선행연구에서 사용된 대표적 계층 분류지표(직업, 학력, 연령)와 주관적 계층귀속의식으로 분류하는 사회계층 그리고 차종만으로 분류한 계층분류가 우리나라 현 사회에서는 같다고 말할 수 있다. 따라서 자동차의 종류와 배기량을 지표로 사회계층을 中下(소형류), 中中(중소형류), 中上(중형류), 上下(대형류) 로 나누어 각 계층별로 생활양식을 분석한 결과를 토대로 다음과 같이 결론을 내린다.

본 연구는 차종이 생활양식을 식별하는데 간단 명료하면서도 효과적인 사회계층 지표가 될 수 있는 가능성을 시사하며 이에 따른 6개의 세부 영역별로 구분된 사회계층에 따른 생활양식의 차이를 설명할 수 있다. 이 계층들을 서로 비교할 때 中下(소형류) 계층은 실용성지향형이며 中中(중소형류)계층은 건강지향과 취미지향형이고 中上(중형류)계층은 실내장식과 패션지향형이며 上下(대형류)계층은 취미와 패션지향형이다. 이렇게 사회계층에 따라 생활양식이 다르므로 가정생활과 관련된 모든상품의 다양화가 요구된다. 그동안 우리나라는 사회계층에 관계없이 획일화된 제품을 물량 위주로 공급해 왔으나 앞으로는 사회계층에 따라 각기 다른 생활양식을 수용

해 줄 수 있도록 선택의 폭을 넓혀야 하겠다. 뿐만 아니라 소비자 측면에서도 개개인의 욕구를 생활양식을 통해 규명해 줌으로서 상품의 선택에 도움을 줄 수 있을 것이다.

사회계층의 지표로 차종을 이용한 선행 연구가 적어서 본 연구만으로 사회계층을 일반화하는데는 한계가 있으므로 이를 실증하기 위해서는 타 사회계층 지표와 비교 검증하고 다양한 상품별로 분석하는 많은 연구가 이루어져야 하겠다.

【참 고 문 헌】

- 1) 권재우(1985) 라이프스타일에 따른 마케팅 전략에 관한 연구. 경희대학교 석사학위논문.
- 2) 김미영(1989). 생활활양식 유형과 의복의 평가 기준에 관한 연구. 서울대학교 박사학위논문.
- 3) 김미희(1991). 대도시 아파트 거주자의 주생활양식. 연세대학교 박사학위논문.
- 4) 김은수(1990). 도시 주부의 라이프스타일 유형과 식품 구매 행동과의 관계. 동아대학교 석사학위논문.
- 5) 박봉주(1990). 오디오 구매집단의 라이프스타일에 관한 실증적 연구. 전남대학교 석사학위논문.
- 6) 박진범(1986). 여성 외출복 구매자의 라이프스타일에 관한 연구. 연세대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 7) 심종섭(1988). 여성의 라이프 스타일 유형과 구매스타일에 관한 실증적 연구. 성균관대학교 석사학위논문.
- 8) 임정민, 임혜경(1988). 도시 주부의 라이프스타일. 한국가정관리학회지 6(1).
- 9) 윤복자 외(1994). 주거·문화·디자인. 신광출판사.
- 10) 윤복자 외(1994). 서울시 거주자의 생활양식 측정도구 개발 및 유형분석. 대한가정학회지 32(3).
- 11) 최무일(1989). 승용차 구매자 집단의 라이프스타일에 관한 연구. 부산대학교 석사학위논문.
- 12) 천희영(1991). 소비자 라이프스타일 유형에 따른 상점이미지 연구. 동아대학교 석사학위논문.
- 13) Keller S.(1966). Social class in physical planning. International Social Science Journal, 18(4).
- 14) Lazer, W.(1963). Life style concepts and marketing. Toward scientific marketing, proceedings of the American Marketing Association.
- 15) Plummer, J. T.(1974). The conceptual application of life style segmentation. Journal of Marketing, 38.