

# 한국과 중국 대학생의 물질주의성향과 의복태도에 관한 비교연구

김 용 숙

전북대학교 생활과학대학 의류학전공 교수

## A Comparative Study on the Materialism and Clothing Attitudes of Korean and Chinese University Students

Yong-Sook Kim

Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Jeonbuk National University  
(2003. 4. 25 투고)

### ABSTRACT

The purpose of this study was to compare the Korean and Chinese university students' materialism and clothing attitudes. Self-administered questionnaires developed by researcher were used and the research periods were from Feb. 20 to Mar. 19, 2003. 429 Korean and 405 Chinese students's data was used for analysis. Cluster analysis, one-way ANOVA, t-test, and discriminant analysis were done.

Korean students pursued happiness more than utility and accomplishment, but Chinese students pursued accomplishment more than happiness and practicality. The students were divided into the happiness pursuit, the utility pursuit, and the accomplishment pursuit. The group size of the utility pursuit and the happiness pursuit among Korean students and the utility pursuit and the accomplishment pursuit among Chinese students were larger. Korean students preferred fashionability, psychological dependence, sexual attraction of clothing more, but Chinese preferred conformity more. Utility and accomplishment of materialism, and fashionability and conformity of clothing were strong variables which discriminated Korean students from Chinese students, and total discriminating power was 77.1%.

Key words: materialism(물질주의성향), clothing attitude(의복태도)

## I. 서론

한국과 중국은 지리적으로 이웃 관계에 놓여 있어 과거부터 오랫동안 상호 문화적 교류를 해 많은 유사성과 차별화 된 특성이 공존해 왔다. 과거 한국사회에서는 사회적 출세를 희망하던 계층 사이에는 ‘중국풍’이라 하여 중국의 생활 문화를 앞장서 본받았으며, 중국에서도 ‘고려양’이라 하여 한국의 문화를 모방하였다. 이처럼 문화적 교류가 활발하였으나 제2차 세계대전 이후 동서냉전의 기류 속에서 교류가 단절되었고, 1970년대 중국이 국제사회에 등장한 이후 1992년에 한국은 중국과 수교를 재개하였다. 이를 계기로 한국의 의류업체는 봉제업을 중심으로 중국에 진출하여 의류 생산을 위한 생산기지로 삼기 시작하였다. 2001년에는 중국이 WTO 가입하게 되었\*고, 이후 한국과 중국 사이의 교역과 문화교류는 더욱 활발해지고 있다<sup>1)</sup>. 한국 문화의 중국 유입과 이를 열광하는 젊은층들은 중국에서 인구를 억제하기 위하여 1970년대 말부터 ‘한가정 한자녀’ 운동을 실시했던 시기에 출생하여 성장한 세대가 주축을 이룬다. 현재 대학생 중 독생자의 대부분은 부모의 과잉보호 속에서 과소비를 누리며 성장했다 해도 과언이 아니다. 이들은 어려서부터 자본주의사회에 노출되어 성장하였기 때문에 외국 문화에 대한 포용력이 커서 ‘한류’를 비롯한 외국 문화를 열광적으로 수용하는 현상을 보인다.

한국과 중국 사이에서는 경제적 교류 뿐 아니라 인적 교류도 급속히 증가하는 추세이며 특히 대학생의 교류가 활발히 진행되고 있다. 이미 1996년에 중국에서는 21세기를 대비하여 대학의 질을 높이기 위하여 중점학과를 선정하여 적극지원하는 ‘211 공정’을 진척시켰다. 이를 계기로 중국 대학에서는 구조조정을 통하여 경쟁력을 키웠고 외국 특히 동남아 지역에서 많은 학생들을 유입하게 되었다. 한국에서 중국으로 유학한 대학생의 수와 중국에서 한국으로 유학한 대학생 수가 16,000명 선으로 비슷한 수준이며, 중국 내 유학생 중 한국인 학생의 비중이 제일 크다<sup>2)</sup>. 한편 중국은 미국과 캐나다에 이어 3번째로 한국 유학생이 많은 나라이며 앞으로 그 숫자가 더욱

늘어날 것으로 전망된다.

이상과 같이 한국과 중국 대학생의 인적교류가 활발하게 진행되고 있으나 상대방 국가의 문화를 이해하고 수용하는데 도움을 줄 수 있는 자료가 부족한 현실이다. 이에 본 연구에서는 한국과 중국 대학생의 물질주의성향과 의복태도에 대한 비교 연구를 통하여 상대방 국가의 의생활 문화에 대한 상호 이해를 도모할 수 있는 자료를 제공하고자 한다.

## II. 문헌고찰

### 1. 물질주의 성향

Ward와 Weckman<sup>3)</sup>은 물질주의란 소유물과 돈이 인간의 행복과 사회적 진보에 중요하다고 믿는 것이라 정의하고, 소비자 행동 연구에 처음 도입하였다. 이어 Belk<sup>4)</sup>는 물질주의란 소비자가 현세에서의 소유에 대하여 중요성을 부여하는 것이라 정의하고, 물질주의성향이 높으면 개인의 생활에서 소유를 중요시한다고 하였다. 즉 물질주의는 물질의 소유와 소비를 행복의 주된 원천으로 보는 것 또는 자유재량적 소비를 통하여 심리적 행복을 추구하는 것을 의미한다. Richins와 Dawson<sup>5)</sup>은 물질주의를 사회적 상호작용을 통하여 습득된 가치체계로 보고 그 하위차원으로 생활중심적, 행복추구적, 성공상징적 물질주의로 구분하였다. 물질주의는 좀더 안전하고 즐거운 삶을 위한 궁극적 수단으로 물질을 소유하여 사용하는 수단적 물질주의와 소유 그 자체를 목적으로 하는 궁극적 물질주의로 구분되기도 한다. 대다수의 소비자에게서 물질주의 성향을 볼 수 있으며, 물질주의는 일반적으로 나쁘다 또는 좋다고 평가될 수 없다고 하였다<sup>6)</sup>.

대중 매체 광고는 상품을 많이 소비할수록 행복해질 수 있다는 폐락적 소비를 통한 물질주의를 조장하여 소비자의 구매 욕구를 충동하고 있다<sup>7)</sup>. 이와 같이 물질이 행복을 보장해 준다고 믿는 사람들이 많을수록 그 사회에는 물질주의가 팽배해 있다고 할 수 있다<sup>8)</sup>. 특히 우리나라에서는 물질주의에 대하여

잘못 인식하고 물질적 풍요나 부의 추구를 생활의 중요한 기준으로 삼는 물질지향주의로 받아 들이고 부정적이다<sup>9)</sup>. 그러나 물질주의는 모든 소비자에게서 볼 수 있고, 가치중립적 개념으로 취급되어야 한다<sup>10)</sup>. 물질주의는 소비자의 선택행동에 중요한 역할을 하며, 구매되는 상품의 유형과 질에 영향을 미친다. 즉 물질적 소유와 습득에 가치를 높게 두는 사람은 물질에 가치를 낮게 두는 사람과 행동 상의 차이가 있다<sup>11)</sup>.

중국 소비자의 물질주의는 아직 불안정한 상태이나 신상품에 대한 열망은 크게 증가하고 있다. 이는 중국 소비자의 성향이 혁신적이어서 경제적 위험을 감수하면서 신상품을 시도하고자 하는 의지가 크기 때문에 나타났다고 판단된다<sup>12)</sup>.

물질주의성향에 영향을 미치는 변인에 관한 선행연구<sup>13)14)15)</sup>들을 분석하면 소비자의 나이가 적을수록 물질주의 성향이 더 크며 소득의 영향을 받는다. 즉 젊은 여성의 경우 물질주의성향이 높아서 물질의 소비나 소유를 행복의 원천으로 생각하며, 물질에 대한 집착은 모든 계층에 퍼져 있는 일종의 가치관이 되었다. 또 물질주의 성향은 상류계층에서 더욱 높아 여유있는 가정의 청소년들이 더 물질주의적인 것을 볼 수 있었다. 그러나 성영신<sup>16)</sup>은 소득이 낮을수록 더 물질주의적이라 하여 상반된 결과를 제시하였다. 물질주의성향과 의복에 관한 연구<sup>17)</sup>를 살펴보면 소득이 높은 전문직 여성이 더 물질주의적으로 과시적 의복소비 현상을 보였다.

본 연구에서는 물질주의성향이란 물질을 소비함으로써 심리적 행복을 얻는 것으로 생활중심, 행복추구, 생활중심, 성공상징 등의 3요인으로 구성된 개념으로 파악하고 의복 태도나 구매에 영향을 주는 변인으로 보았다.

## 2. 한국과 중국의 의류 교류

중국은 내수 시장의 규모가 크고 값싸고 풍부한 노동력을 갖추고 있기 때문에 개방 이후 여러 나라에서 투자 대상국으로 지목받게 되었다. 한국도 지리적 인접성과 문화적 유사성 때문에 1980년대부터 많은 패션업체들은 노동력을 활용하고 수출을 위한 전

진기지를 확보하기 위하여 중국에 진출하였다. 그러나 상당수의 패션업체들이 높은 관세와 부가세와 같은 제도적 장벽과 현지 판매인들의 불신 때문에 판매고가 낮아 중간에 영업을 포기하고 되돌아 왔다. 일부 패션업체들은 지금까지 영업을 계속하고 있는데, 이들은 중국 현지에 생산 기반을 마련하고 중국 시장과 내수용 제품을 생산하는 현지화 전략을 펼쳤다<sup>18)</sup>.

중국의 섬유산업은 1980년 후반 이후 외국인 투자가 급증하면서부터 주력산업으로 부상하였다. 중국은 섬유산업설비를 세계에서 제일 많이 보유하고 있으며<sup>19)</sup>, 2000년대 들어 중국의 꾸준한 개방 노력, 낮아진 관세, 국제무역기구(WTO) 가입 등으로 내수경기가 활성화되기 시작하였다. 특히 중국의 국제무역기구 가입은 섬유산업분야에도 영향을 주어 앞으로 중국은 세계섬유시장에서 독점적 위치를 차지하게 될 것으로 기대된다<sup>20)</sup>. 다가올 2008년 북경 올림픽을 계기로 중국 경제는 더욱 활성화될 것으로 기대되어 세계 각국에서는 중국 시장 진출을 위하여 서두르고 있다.

중국은 광활한 국토에 인구가 13억명으로 세계에서 가장 많다. 중국의 경제성장에 따른 소득의 향상과 이에 따라 높아진 패션 의식, 그리고 2002년 한일 월드컵을 계기로 '한류 열풍'이 다시 불어 한국 패션에 대한 관심이 고조되기 시작하였다. 이를 계기로 한국의 의류업체들은 중국에 진출하였다. 중국의 소비시장 규모는 4,324억위안으로 한국의 4배가 넘는 수준이며, 패션산업은 연평균 14.5%의 성장을 하고 있으며, 지난 20년간 15배로 발전하였다. 한국 패션업체의 중국 진출은 직진출, 라이선스 수출, 생산기지화 등의 방법으로 진행되었다. 직진출이란 중국에 현지 공장을 세우고 브랜드로 시장을 파고 드는 방법으로 초기 진출업체들이 많이 이용하였다. 또 중국의 유력한 패션유통업체를 통한 한국 패션업체의 라이선스 수출이 늘고 있는 추세이다<sup>21)</sup>. 중국은 한국의 세 번째 교역상대국이고 중국시장에서 한국상품 시장 점유율은 8% 수준으로 다른 나라보다 더 높은 편이다<sup>22)</sup>.

### 3. 한국과 중국 대학생

한국에서는 70년대 이후에 출생한 젊은층을 신세대, 약관세대, X 세대, N 세대라 부른다<sup>23)</sup>. 이들은 부모세대가 축적한 경제성장 속에서 무엇이든 원하는 것을 손에 넣을 수 있는 환경에서 성장하였고, 유교문화나 전통적 가치관보다는 서구문화와 근대적 가치관에 익숙하다. 또 이들은 교복 및 두발 자율화 조치와 칼라 TV 방영으로 성장기에 색채 감각을 익히고 자기 개성에 맞는 의복을 착용할 수 있었으며, '86 아시안 게임과 '88 올림픽을 보면서 세계적 우주관을 키웠다<sup>24)</sup>. 또 이들은 인터넷이나 디지털 매체에 상당한 지식을 갖고 있으며, '지금(now), 새롭게(new)' 등장하는 정보에 관심을 갖고 능동적으로 정보검색을 하고 독립된 사고와 비판력을 갖고 있는 것이 특징이다. 또 이들은 개별화 된 상품을 원하며 상품에 관한 정보를 광고에 의존하지 않고 구입 전에 직접 실험해 보는데 관심이 크기 때문에 점포형 소매점 만으로는 충족하지 못하며 인터넷 상거래를 주로 한다. 이들의 구매 욕구는 크며 현재도 상당한 구매력을 갖고 있다. 이들은 개성적인 상품, 혁신적인 상품, 유행 상품, 맞춤형 상품을 선호한다<sup>25)</sup>.

중국 대학생의 대부분은 1970년대 말부터 실시되었던 '한자녀' 가정에서 성장하여 독생자가 많다. 독생자의 경우 가정의 물질적 풍요 속에서 성장하여 중국 언론에서는 '소황제가 금을 흠쳐럼 뿌린다'고 개탄했을 정도로 고급 상품을 선호하며, 부모의 관심 속에서 성장했기 때문에 능력이 빨리 개발되어 높은 편이다. 이들의 성격 특성으로 첫째, 성취 욕구가 높으며, 자기 자신을 개발하여 자아실현을 추구한다. 둘째, 주체 의식이 강해서 독립된 자아 및 책임있는 자아상을 갖고자 노력한다. 셋째, 새로운 것을 좋아하며 도전적이다. 넷째, 사회, 문화, 예술 등 다방면에 관심이 많아 심미감과 패션감각도 높다<sup>26)</sup>.

중국 대학생들은 유행이 민감하며 가격보다 품질과 유명상표를 선호하고 값비싼 외국 상품을 어른들보다 쉽게 구입한다. 이들은 친구의 영향을 많이 받는 한편 자신의 개성을 추구하는 경향이 커서 상품 구매시 자신의 취향을 반영하는 편이다. 또 한달 용돈 규모는 부모 수입의 1/3 이상인 경우가 상당히 많

다<sup>27)</sup>. 이와 같이 중국 대학생들은 국가 개방과 경제 발전 시기에 성장하여 부모세대와 달리 자유롭고 자기중심적이며 유행을 잘 따르며 소비지향적이라는 점에서 우리나라 대학생들과 유사성이 크다고 볼 수 있다.

김설화<sup>28)</sup>와 삼성패션연구소<sup>29)</sup>에서는 중국에서의 '한류' 현상 발생에 대하여 중국 정부의 정책 완화와 한중관계의 발전이라는 외적 원인과 중국문화의 니용부족, 청소년 오락문화의 부재, 한국과 중국문화의 근접성, 한국문화의 질적 우위, 외래문화의 중개역할을 했던 홍콩과 대만문화에 대한 실증 등과 같은 내적 원인 등을 들었다. 또 한국 기업들이 중국으로 진출할 때 한국에서 인기를 얻었던 음악이나 드라마와 같은 한국 대중문화를 소개하면서 한국 상품의 입지를 굳혀 나간 것도 중요 계기이다.

### 4. 의복태도

Sproles<sup>30)</sup>는 의복태도에 대하여 의복의 스타일과 같은 특정 대상이나 의복 착용과 같은 특정 상황에 대해 특정 방법으로 행동하려는 기질이라 정의하였다. 또 의복태도는 의복에 대한 태도, 신념, 지식, 주의를 기울이는 정도, 자신이나 타인이 착용한 의복에 대한 관심과 호기심 등을 포함하는 개념이다<sup>31)</sup>. 박혜선<sup>32)</sup>은 의복태도에 대하여 개인이 의복에 대하여 전반적이고 지속적으로 가지고 있는 특성이라 정의하고 그 하위 변인으로 실용성, 경제성, 정숙성, 심미성, 유행성, 동조와 개성, 신분상징성, 중요성, 만족 등을 문헌고찰을 통하여 제시하였다. 기타 의복태도 관련 선행 연구들<sup>33)</sup><sup>34)</sup><sup>35)</sup>에서 유행, 개성, 의복의 중요도, 타인위주의 의복 착용, 의복 관심, 심리적 의복 의존성, 과시성 등이 하위 변인으로 선정되어 연구되었다. 박혜선과 김화순<sup>36)</sup>은 실증 연구를 통하여 의복태도 관련 변인으로 유행성, 의복관여, 동조성, 정숙성, 신분상징성, 편안함, 관리, 개성, 경제성 등을 제시하였다. 소비자들은 의복의 편안함과 경제성을 중요시 하였으며, 동조성은 제일 낮았다. 의복태도는 소비자의 교육정도, 성, 의복비 지출의 영향을 받았다. 즉 의복의 유행성과 신분상징성은 의복비 지출이 많고 학력이 높은 여자의 경우 높고, 여자의 경우 의

복의 관리와 의복관여 태도가 높았다.

이상과 같이 의복태도는 선행연구들에서 보편적으로 사용되었던 과시성, 유행선도력, 심리적 의존성, 성적매력, 동조성 등의 요인을 포함하는 개념으로 볼 수 있다.

중국인의 의복태도 관련 연구를 살펴보면 대학생은 편의성을 제일 중요시하고, 개성, 디자인, 유명상표, 옷감 등을 중요시하였다<sup>37)</sup>. 또 대도시 거주 사무직 종사 여성들은 의복의 스타일이나 바느질 상태에 관심이 컸으며<sup>38)</sup>, 중국 대학생은 독생자인 경우 자신의 의복과 이미지 관리에 더 많은 시간과 노력을 소비하였다<sup>39)</sup>. 중국 여대생들은 의복의 유행이나 심미성에 관심이 있어도 경제적이고 실용적인 의류를 선택하는 경향이 컸다<sup>40)</sup>. 또 중국 여대생은 의복에 관심이 높고, 자신이 소유한 물질의 양과 질을 기준으로 성공을 판단하며 물질의 소유를 통하여 인생의 만족과 생의 보람을 추구하는 경향을 나타냈다. 또 이들은 옷차림으로 상대방의 신분을 판단하는 기준으로 삼고 타인으로부터 인정을 받기 위하여 유명상표의 고가 의류를 구입하고, 의복의 개성, 품위, 유행성을 추구하였다<sup>41)</sup>. 이와 같이 중국 여대생의 의복 행동 연구 결과가 다르게 나타난 이유는 국도가 넓고 동부지역이 서부지역보다 국민 1인당 소득이 월등하게 높으며, 지역성이 커서 선호하는 의복 스타일도 서로 다르기 때문이라고 볼 수 있다.

### Ⅲ. 연구방법

#### 1. 연구문제

첫째, 한국과 중국 대학생의 물질주의성향을 파악한 후 물질주의성향에 따라 집단을 구분한다.

둘째, 한국과 중국 대학생의 의복태도를 비교한다.

셋째, 물질주의성향에 따라 구분된 한국과 중국 대학생 집단의 의복태도 특성을 비교한다.

넷째, 물질주의성향과 의복태도 요인의 한국과 중국 대학생 판별력을 파악한다.

#### 2. 용어정의

본 연구에서 사용된 측정도구 작성을 위하여 물질주의성향의 3요인<sup>42)</sup>과 의복태도의 5요인<sup>43)44)45)</sup>에 대하여 조작적 정의를 하였다.

- 1) 행복추구적 물질주의는 자신의 만족과 생의 즐거움을 추구하는 물질주의로 소유를 개인생활의 중심적 위치에 둔다.
- 2) 생활중심적 물질주의는 물질의 소유와 획득이 생활의 목표로 삼는다.
- 3) 성공상징적 물질주의는 축적한 물질의 양과 질에 의하여 자신과 타인의 성공을 판단한다.
- 4) 과시성은 의복을 통하여 타인의 주의를 끌어들이고 사회적 경제적 신분을 나타내고자 한다.
- 5) 유행선도력은 의복의 유행에 관심을 갖고 자신의 의복 선택시 유행을 수용하는 태도를 갖는다.
- 6) 심리적 의존성은 상황이나 직무에 알맞은 의복 착용을 통하여 심리적 안정감과 자신감을 얻고자 하는 태도이다.
- 7) 성적 매력은 이성에 대한 관심이 많은 대학생들에게 중요한 변인으로 이성에 대한 관심을 의복 착용에 표현하는 태도이다.
- 8) 동조성은 준거집단의 영향을 받아 그들과 유사한 의복을 착용하는 태도이다.

#### 3. 측정도구

본 연구자가 문헌연구, 중국인 의류학 전공 대학교수 2인<sup>46)</sup>, 중국인 의류학전공 대학원생<sup>47)</sup>의 의견을 참고로 설문지를 작성하였다. 설문지는 물질주의성향과 의복태도를 측정하는 문항, 인구통계적 변인 등으로 구성되었다.

물질주의성향은 Richins와 Dawson<sup>48)</sup>이 개발한 척도를 번역한 것으로 한국인 대상 선행연구<sup>49)</sup>와 중국 여대생 대상 선행연구<sup>50)</sup>에서 타당도가 인정되었던 문항들을 기초로 행복추구(Cronbach's  $\alpha = .85$ ), 생활중심(Cronbach's  $\alpha = .89$ ), 성공상징(Cronbach's  $\alpha = .76$ ) 등 3요인에 5문항씩 총 15문항으로 구성되었다. 의복태도는 한국인 대상 선행연구들<sup>51)52)</sup>과 중국 대학생 대상 선행연구<sup>53)</sup>에서 사용되었던 문항들

을 바탕으로 과시성(Cronbach's  $\alpha = .73$ ), 유행선도력(Cronbach's  $\alpha = .85$ ), 심리적 의존성(Cronbach's  $\alpha = .78$ ), 성적매력(Cronbach's  $\alpha = .77$ ), 동조성(Cronbach's  $\alpha = .81$ ) 등 5요인에 30문항으로 구성되었다. 물질주의성향과 의복태도에 관한 문항은 모두 5점 Likert형으로 점수가 높을수록 찬성하는 정도가 높음을 의미하였다. 인구통계적 변인에는 나이, 성별, 주관적으로 판단한 경제 수준, 형제자매의 수 등 4문항이었으며, 단순선택형이었다.

이상과 같이 작성된 설문지는 중국인 교수와 대학원생이 중국어로 번역하여 중국 대학생용 설문지를 작성하였다. 한국어 설문지와 중국어 설문지를 각각 영어로 번역하여 그 의미 전달 정도를 확인한 후 사용하였다.

#### 4. 연구 대상 및 기간

한국 대학생은 전라북도에 위치한 여러 대학에 재학 중이었으며, 중국 대학생은 라오닝성(遼寧城)에 위치한 단둥대학에 재학 중이었고, 연구자가 임의 표집하였다. 라오닝성은 중국 동부에 위치하고 있고 인구는 4,138만명 정도로 중국에서 경제적 규모와 면적 면에서 중상정도로 평가되며 한국에서 전라북도의 규모와 비슷하다고 판단되어 비교 연구 대상으로 선정하였다. 한국과 중국 대학생 각각 500명을 대상으로 설문지를 배부한 후 회수하였으며 한국 대학생 429명, 중국 대학생 405명의 자료가 최종 분석에 사용되었다.

설문지 조사 기간은 한국과 중국 모두 2003년 2월 20일부터 3월 19일 사이였다.

#### 5. 자료분석

빈도, 백분율, 평균, 표준편차, Chi-square test, t-test, One-way ANOVA, 판별분석 등을 SPSS PC(Ver. 10.0)을 사용하여 분석하였다.

### IV. 연구 결과 및 논의

#### 1. 대상자의 인구통계적 변인

연구 대상자의 인구통계적 변인의 특성은 <표 1>과 같다. 나이와 성은 한국과 중국 대학생에서 어느 한 계층으로 편중되지 않고 고르게 표집되었으며 한국과 중국의 유의차도 없었다. 대상자들의 70% 이상이 자신이 중류층에 속한다고 평가하였는데 이에 대하여 한국인은 중류층 귀속 의식이 높기 때문에<sup>54)</sup> 나타난 결과라 풀이된다. 중국은 13억 인구중 8억명이 농촌인구와 도시 빈민층으로 절대적으로 가난한 나라라 평가되어왔으나 최근 중류층이 크게 형성된 것으로 보고되었듯이<sup>55)</sup> 본 연구 대상인 중국 대학생들도 자신의 경제수준을 중류층으로 평가한 비율이 높았다<sup>56)</sup>. 중국 대학생이 하류층으로 평가한 경우가 한국 대학생보다 더 많았다. 한국과 중국 대학생의 형제자매 수는 유의차가 있었는데 이는 중국에서 강제적으로 시행되었던 인구억제정책의 결과이다. 한국 대학생의 경우 형제자매의 수가 중국 대학생보다 훨씬 더 많았다.

<표 1> 연구대상자의 인구통계적 특성

| 인구통계적 변인 |        | 한국         | 중국         | $\chi^2$<br>명(%) |
|----------|--------|------------|------------|------------------|
| 나이       | 20세 이하 | 220(55.00) | 184(48.04) | 3.87             |
|          | 21세 이상 | 180(45.00) | 199(51.96) |                  |
| 성별       | 남자     | 202(48.09) | 195(48.27) | 4.41             |
|          | 여자     | 218(51.99) | 209(51.73) |                  |
| 주관적 경제수준 | 상류층    | 57(14.32)  | 37( 9.64)  | 40.06***         |
|          | 중류층    | 300(75.38) | 269(70.02) |                  |
|          | 하류층    | 41(10.30)  | 78(20.31)  |                  |
| 형제자매 수   | 독생자    | 11( 2.75)  | 254(65.97) | 293.82***        |
|          | 1-2명   | 298(74.50) | 112(29.09) |                  |
|          | 3-명 이상 | 91(22.75)  | 19( 4.94)  |                  |

주) 변인별 합계가 다른 이유는 불완전 응답자의 자료가 분석에 사용되었기 때문이다.

\*\*\* P < .001

#### 2. 물질주의성향 비교

<표 2>는 한국과 중국 대학생의 물질주의성향을

비교한 결과이다. 한국 대학생은 물질주의성향의 3요인 중 행복 추구성향이 제일 높았으며, 중국 대학생보다 행복 추구성향이 더 높았다. 이에 비하여 중국 대학생은 물질주의성향의 3요인 중 성공상징성향이 제일 높았으며, 한국 대학생보다 생활중심과 성공상징성향이 더 높았다. 이는 중국 대학생은 물질을 소유함으로써 만족하고 생의 즐거움을 추구하기보다는 축적된 물질의 양을 자신의 성공의 상징으로 사용하고 있음을 확인할 수 있었으며<sup>57)</sup>, 중국 대학생을 대상으로 연구한 이옥희 등<sup>58)</sup>의 연구 결과와 일치된 경향을 보였다.

<표 2> 한국과 중국대학생의 물질주의성향 비교

|        |    | 평균(표준편차)  |           |          |
|--------|----|-----------|-----------|----------|
| 물질주의성향 | 구분 | 한국        | 중국        | t        |
| 행복 추구  |    | 3.32(.54) | 3.10(.61) | 5.43***  |
| 생활중심   |    | 2.98(.40) | 3.29(.56) | -9.01*** |
| 성공상징   |    | 3.04(.65) | 3.32(.67) | -5.88*** |

\*\*\* P < .001

### 3. 물질주의성향에 따른 집단구분

물질주의성향의 행복추구, 생활중심, 성공상징 요인을 기준으로 한국과 중국 대학생을 각각 군집분석한 결과는 <표 3>과 같다. 3집단으로 구분하였을 때 집단간 인원 배분이 적당하고 요인 특성이 분명히 드러난다고 판단되어 집단수를 3으로 결정하였다. 집단 1은 성공상징 성향이 제일 높아 '성취감추구집단'으로 명명되었다. 집단 2는 생활중심 성향이 높은 편이어서 '실리추구집단'으로 명명되었다. 집단 3은 행복추구 성향이 제일 높아 '행복추구집단'으로 명명되었다.

<표 3> 물질주의성향에 따른 군집분석

| 물질주의 | 구분      |         |         | F         |
|------|---------|---------|---------|-----------|
|      | 제 1 집단  | 제 2 집단  | 제 3 집단  |           |
| 행복추구 | 3.30(B) | 2.79(C) | 3.78(A) | 384.94*** |
| 생활중심 | 3.60(A) | 2.99(B) | 2.91(C) | 182.35*** |
| 성공상징 | 3.69(A) | 2.64(C) | 3.50(B) | 397.35*** |

\*\*\* P < .001

주) Alphabet는 Duncan's multiple range test 결과임.

물질주의성향에 따라 구분된 한국과 중국 대학생 집단의 크기를 비교한 결과는 <표 4>와 같다. 한국과 중국 대학생 중에는 실리추구집단이 44.5%로 제일 많았다. 한국 대학생 중에는 중국 대학생보다 행복추구집단이 많았으나, 중국 대학생 중에는 한국 대학생보다 실리추구집단과 성취감추구집단이 더 많았다. 이같은 결과는 1970년대 말 '한가정 한자녀'운동 이후에 태어난 중국 대학생들은 독생자인 경우가 많아 본 연구 대상자 중에 많이 포함되었고, 이들은 성취욕구가 높아 열심히 노력하여 자신의 능력을 개발하고자 하는 욕구가 높다는 中國 靑少年 研究<sup>59)</sup>에서의 연구 발표와 일치된 경향을 나타냈다.

<표 4> 물질주의성향에 따른 한국과 중국 대학생 집단의 크기

| 구분 | 집단 | 명(%)      |           |           | $\chi^2$  |
|----|----|-----------|-----------|-----------|-----------|
|    |    | 성취감 추구집단  | 실리 추구집단   | 행복 추구집단   |           |
| 한국 |    | 52(12.1)  | 179(41.7) | 170(39.6) | 122.08*** |
| 중국 |    | 164(40.5) | 172(42.5) | 51(12.6)  |           |
| 전체 |    | 216(27.4) | 351(44.5) | 221(28.0) |           |

\*\*\* P < .001

### 4. 의복태도 비교

한국과 중국 대학생의 의복태도를 비교한 결과는 <표 5>와 같다. 한국과 중국 대학생은 의복의 심리적 의존성과 성적매력을 다른 요인보다 더 중요시하는 일치된 경향을 보였다. 의복태도의 5요인 중 과시성에 대하여 한국 대학생과 중국 대학생의 유의차가 없었다. 한국 대학생은 중국 대학생보다 의복의 유행선도력, 심리적 의존성, 성적매력을 더 중요시했으나, 중국 대학생은 동조성을 더 중요시하였다. 중국인은 중용과 화합을 강조하고 관계지향적 가치관을 갖고 있어 새로운 유행이나 혁신적인 것을 받아들이는 속도가 느린 편이라는 Yau<sup>60)</sup>의 주장과 일치된 경향을 나타냈다. 한국 대학생의 경우 의복태도 중 동조성이 제일 낮았으나 중국 대학생의 의복 동조성은 한국 대학생보다 높은 수준이나 유행선도력은 제일 낮았다. 중국 대학생의 유행선도력이 낮고 동조성이 높다는 결과는 중국 대학생을 대상으로 연구한 손희정<sup>61)</sup>과

김효숙<sup>61)</sup>, 김효숙 등<sup>62)</sup>, 劉國聯과 김용숙<sup>63)</sup>의 연구 결과와 일치된 경향이였다.

<표 5> 한국과 중국 대학생의 의복태도 비교  
평균(표준편차)

| 의복태도    | 구분 | 한국        | 중국        | t        |
|---------|----|-----------|-----------|----------|
| 과시성     |    | 3.04(.73) | 2.98(.67) | 1.25     |
| 유행선도력   |    | 3.03(.58) | 2.72(.77) | 6.47***  |
| 심리적 의존성 |    | 3.23(.61) | 3.12(.59) | 2.59**   |
| 성적 매력   |    | 3.22(.64) | 3.02(.61) | 4.62***  |
| 동조성     |    | 2.70(.59) | 2.94(.75) | -5.13*** |

\*\* P < .01, \*\*\* P < .001

### 5. 물질주의성향과 의복태도의 판별력

물질주의성향과 의복태도의 요인들의 한국 대학생과 중국 대학생에 대한 판별분석을 한 결과는 <표 6>과 같다. 생활중심 물질주의성향과 유행선도력의 한국과 중국 대학생 판별력이 특히 높았다. 행복추구 물질주의성향, 의복의 성적 매력, 심리적 의존성, 과시성 등은 판별력에 부적 영향을 주었다.

<표 6> 물질주의성향과 의복태도 요인의 판별합수

| 요인       |         | 판별합수      |
|----------|---------|-----------|
| 물질주의성향   | 생활중심    | .44***    |
|          | 성공상징    | .30***    |
|          | 행복추구    | -.25**    |
| 의복태도     | 유행선도력   | .29***    |
|          | 동조성     | .28***    |
|          | 성적 매력   | -.22**    |
|          | 심리적 의존성 | -.09*     |
|          | 과시성     | -.07*     |
| $\chi^2$ |         | 313.45*** |

\*\*\* P < .001, \*\* P < .01, \* P < .05

물질주의성향과 의복태도 요인의 한국 대학생과 중국 대학생 판별적중율을 분석한 결과는 <표 7>과 같다. 이들 요인의 한국 대학생 판별적중율은 76.9%, 중국 대학생 판별적중율은 77.3%, 그리고 총판별적중율은 77.1%로 높은 편이었다.

<표 7> 물질주의성향과 의복태도의 판별적중율

|        | 빈도(%)     |           |            |
|--------|-----------|-----------|------------|
| 예측     | 한국 대학생    | 중국 대학생    | 합계         |
| 실제     |           |           |            |
| 한국 대학생 | 330(76.9) | 99(23.1)  | 429(100.0) |
| 중국 대학생 | 92(22.7)  | 313(77.3) | 405(100.0) |

## V. 요약 및 결론

본 연구에서는 한국 대학생과 중국 대학생의 물질주의성향과 의복태도를 비교하여 한국과 중국 사이의 대학생 교류에 따른 상호 의생활 문화의 이해와 한국산 의류의 중국 진출을 위한 세분 집단 이해 증진을 위한 기초자료를 제공하고자 하였다. 본 연구자가 중국인의 협조를 얻어 작성한 설문지로 임의 표집된 한국 대학생과 중국 대학생을 대상으로 조사하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

1. 한국 대학생은 물질주의성향의 3요인 중 행복추구 성향이 제일 높았고, 중국 대학생보다 행복추구 성향이 더 높았다. 이에 비하여 중국 대학생은 성공상징 물질주의성향이 제일 높았으며, 한국 대학생보다 생활중심 물질주의성향과 성공상징 물질주의성향이 더 높았다.

2. 물질주의성향의 요인을 기준으로 한국과 중국 대학생 집단은 성취감추구집단, 실리추구집단, 행복추구집단으로 구분되었다. 한국과 중국 대학생 중에는 실리추구집단이 제일 많았으나 성취감추구집단과 행복추구집단은 적은 편이었다. 한국 대학생 중에는 중국 대학생보다 행복추구집단이 더 많고 중국 대학생 중에는 실리추구집단과 성취감추구집단이 더 많았다.

3. 한국 대학생은 중국 대학생보다 의복의 유행선도력, 심리적 의존성, 성적매력을 더 중요시하였으나, 중국 대학생은 의복의 동조성을 더 중요시하였다.

4. 생활중심 물질주의성향, 성공상징 물질주의성향, 유행선도력과 동조성 등은 한국과 중국 대학생 판별에 영향력있는 변인이었고, 이들 요인들의 한국과 중국 대학생에 대한 총판별적중율은 높았다.

한국과 중국은 같은 아시아 문화권에서 유교의 영



향을 많이 받았다는 공통점을 갖고 있으나 근대화 과정에서 한국은 서구 문물을 중국보다 먼저 받아들였고 정치체제와 개방 시기의 차이가 크다. 또 한국은 단일 민족임을 자랑하고 있으나 중국은 한족을 중심으로 여러 소수민족이 모여 살기 때문에 다양성이 크다. 중국에서의 '한류' 열풍과 독생자녀에 대한 부모의 관심과 재정적 후원에도 불구하고 대다수 대학생들은 보수적이고 전통적인 물질주의 성향과 의복태도를 보이고 있었다. 물질주의 성향과 의복태도는 한국과 중국 대학생 구분에 활용될 수 있는 유의한 변인으로 중국 소비자 태도의 단면을 파악하는데 도움을 주며, 거대한 중국 의류 시장을 공략하기 위한 세분 집단에 대한 이해도를 높일 수 있었다. 중국은 국토가 넓고 인구가 많으며, 지역별 거주민들의 가치관과 소비성향이 다르며 체형까지도 차이가 있어 선호하는 스타일의 차이가 뚜렷하므로 중국 의류 시장은 세분집단 특성 파악을 근거로 접근하는 방법이 타당할 것으로 확인되었다.

그러나 본 연구는 대상자 선정시 한국과 중국 대학생들을 임의표집하였고, 측정 도구도 표준화나 타당성이 확인된 설문지가 아니며 양국의 문화 차이를 반영하는데 한계가 있으므로 본 연구 결과를 확대 해석하는데 무리가 있을 것으로 생각된다.

## 참고문헌

- 1) 양평섭 (2001). 중국의 WTO 가입과 국내 섬유 기업들이 나아가야 할 방향. 패션지오, 340, pp. 205-207.
- 2) <http://www.goodl.or.kr>
- 3) Ward, S. & Weckman, D. (1971). Family and media influences on adolescent learning. *American Behavioral Scientist*, 14(1), pp. 415-427.
- 4) Belk, R. W. (1984). Three scales measure constructs related to materialism: Reliability, validity, and relationships to measures of happiness. *Advances in Consumer Research*, 11, pp. 291-297.
- 5) Richins, M. L. & Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19(12), pp. 303-316.
- 6) Csikszentmihalyi, M. & Rochberg-Halton, E. (1978). *Reflections on materialism*. *Univ. of Chicago Magazine*, 70(3), pp. 6-15.
- 7) 박철 (1993). 청소년의 광고수용과 물질주의 가치관에 관한 연구. *한국청소년연구*, 14(가을), pp. 45-63.
- 8) 성영신(1994). 한국인의 그릇된 물질주의와 과소비 유형. *한국사회심리학회*, 1(1), pp. 69-82.
- 9) 임희섭(1986). *사회변동과 가치관*. 서울: 정음사. pp. 54-74.
- 10) 박철(1993). 앞의 책. pp. 45-63.
- 11) 김형길, 김정희 (1994). 소비자의 물질주의성향과 측정 에 관한 연구. *제주대 논문집*, 39, pp. 375-396.
- 12) Belk, R. W. & Zhou, N. (1987). Learning to want things. *Advances in Consumer Research*, 14, pp. 478-481.
- 13) 송인숙 (1991). 물질주의에 대한 고찰. *성신여대 생활 과학연구논집*, 11, pp. 91-104.
- 14) 성영신 (1994). 앞의 책. pp. 69-82.
- 15) 이옥희 (1998). 물질주의와 준거집단 및 사회계층이 의복의 상징적 소비에 미치는 효과. *중앙대 대학원 박사 학위논문*. pp. 12-18.
- 16) 성영신 (1994). 앞의 책. pp. 69-82.
- 17) 김선영, 최선형 (2000). 신세대 여성의 과시적 의복소비 행동에 관한 연구. *복식*, 50(7), pp. 141-153.
- 18) 어페럴뉴스 (2002. 5. 20). 급물살 타는 의류업체 중국 진출: 한류 열풍과 월드컵 분위기 고조.
- 19) 양평섭 (2001). 앞의 책. pp. 205-207.
- 20) 삼성패션연구소 (2001). 중국의 WTO 가입에 따른 한국 패션산업의 대응전략. 서울: 삼성패션연구소.
- 21) 어페럴뉴스 (2002. 5. 27.). 급물살 타는 의류업체 중국 진출: WTO 가입·올림픽이 계기.
- 22) 자료검색일 2002. 4. 자료출처 <http://www.mofat.go.kr>
- 23) 신한레뷰 (1993). 16(2), pp. 14-23.
- 24) 박재홍 (1996). 한국 신세대의 세대경험과 의식구조. *현대사회*, 14(1), pp. 24-43.
- 25) Tapscott, D. (1998). *Growing up digital: Net generation*. New York: McGraw-Hill Co. Inc.
- 26) 宋志勇 (1999). 當代 青年의 心態에 對한 分析. *西江社會科學*, 8期, pp. 88-92.
- 27) 李志 (1998). 城市獨生子女大生人格特徵 調查研究. *青年研究*, 9期, pp. 13-16.
- 28) 김설화 (2002). 중국의 '한류'현상과 그 수용에 관한 연구. *서울대 대학원 석사학위논문*.
- 29) 삼성패션연구소 (2001). *한류열풍과 중국패션시장*. 서울: 삼성패션연구소, p. 1.
- 30) Sproles, G. B. (1979). *Fashion: Consumer behavior toward dress*. Minneapolis: Burgess Pub. Co., p. 145.
- 31) 강혜원, 김은미 (1988). 의류학 전공 여대생의 의복에 대한 태도와 사회심리학적 요인과의 관계연구. *연세대*

- 학교 생활과학논문집, 2, pp. 1-10.
- 32) 박혜선 (1995). 의복태도 변인들에 관한 연구. 한국의류학회지, 20(6), pp. 968-983.
- 33) 김경희, 정성지 (2000). 중 고등학생들의 의복동조와 의복태도와의 관련 연구. 한국의류학회지, 24(3), pp. 401-411.
- 34) 고애란, 진병호, 심정은 (2000). 청소년기 여학생의 의복행동에 관한 연구. 한국의류학회지, 24(4), pp. 475-486.
- 35) 劉國聯, 김용숙 (2002). 중국 대학생의 라이프 스타일에 따른 의복태도 및 구매행동. 복식, 52(2), pp. 15-30.
- 36) 박혜선, 김화순 (1998). 의복태도 유형에 관한 연구. 한국의류학회지, 22(2), pp. 279-289.
- 37) 黃志堅 (1998). 當代青年生活方式에 對한 調查評估. 中國青年政治學院學報(京), 4, pp. 1-8.
- 38) 徐玲 (2000). 中國大城市白領青年女性購買行爲研究. 西北紡織工學院學報, 3, p. 6.
- 39) 王堯花, 楊清 (1997). 獨生子女大學生的 心態特點 및 調節에 對한 分析. 廣西大學學報. 增刊, pp. 88-91.
- 40) 손희정, 김효숙 (2000). 중국 여대생의 의복 선호도에 관한 연구. 한국패션비즈니스학회지, 2(3), pp. 85-93.
- 41) 이옥희, 김용숙, 劉國聯 (2002). 중국 여대생의 의복관여 수준에 따른 소비자 특성 및 의복구매행동에 관한 연구. 한국의류학회지, 26(2), pp. 205-215.
- 42) Richins, M. L. & Dawson, S. (1992). 앞의 책, pp. 303-316.
- 43) 박혜선 (1995). 앞의 책, pp. 968-983.
- 44) 박혜선, 김화순 (1998). 앞의 책, pp. 279-289.
- 45) 劉國聯, 김용숙 (2002). 앞의 책, pp. 15-30.
- 46) 劉國聯(중국 소주대학교 교수), 王海燕(중국 단둥대학교 교수).
- 47) 王佑(전북대학교 대학원 의류학전공 석사과정).
- 48) Richins, M. L. & Dawson, S. (1992). 앞의 책, pp. 303-316.
- 49) 이옥희 (1998). 앞의 책, pp. 66-68.
- 50) 이옥희, 김용숙, 劉國聯 (2002). 앞의 책, pp. 205-215.
- 51) 박혜선 (1995). 앞의 책, pp. 968-983.
- 52) 박혜선, 김화순 (1998). 앞의 책, pp. 279-289.
- 53) 劉國聯, 김용숙(2002). 앞의 책, pp. 15-30.
- 54) 김영모 (1982). 한국사회계층연구. 서울: 일조각, pp. 329-331.
- 55) <http://www.kores.or.kr>(대한광업진흥공사).
- 56) 매일경제 국제부 (2001). 차이나 쇼크. 서울: 매일경제신문사, p. 112.
- 57) Richins, M. L. & Dawson, S. (1992). 앞의 책, pp. 303-316.
- 58) 이옥희, 김용숙, 劉國聯 (2002). 앞의 책, pp. 205-215.
- 59) 中國青少年研究中心, 中國青少年基金會(2001). 中國城市獨生子女人格發展課題組, 中國青少年城市獨生子女人格發展概況. (<http://www.nmk.edu.cn>).
- 60) Yau, O. (1988). Chinese cultural values: Their dimensions and marketing implications. *European Journal of Marketing*, 22(5), pp. 44-57.
- 61) 손희정, 김효숙 (2000). 앞의 책, pp. 85-93.
- 62) 김효숙, 임순, 손희정 (2001). 앞의 책, pp. 15-26.
- 63) 劉國聯, 김용숙 (2002). 앞의 책, pp. 15-30.