

석사학위논문

아동행동특성에 따른
아동의 소비성향에 관한 연구

지도교수 김 정 숙



제주대학교 교육대학원

가정교육전공

고 혜 정


2004년 8월

아동행동특성에 따른 아동의 소비성향에 관한 연구

지도교수 김 정 숙

이 논문을 교육석사학위논문으로 제출함.

2004년 7월 15일

 제주대학교 중앙도서관
제주대학교 교육대학원 가정교육전공

제출자 고 혜 정

고 혜 정이 교육학 석사학위논문을 인준함.

2004년 7월 15일

심사위원장

심사위원

심사위원

< 국 문 초 록 >

아동행동특성에 따른 아동의 소비성향 관한 연구

고 해 정

제주대학교교육대학원 가정교육전공

지도교수 김 정 숙

이 연구의 목적은 아동소비자들의 과시소비와 강박적구매 성향을 파악하고, 이러한 아동의 과시소비와 강박적구매 성향에 영향을 미치는 요인들과 관련이 있는 변수들의 상대적 영향력을 분석하는데 있다. 이러한 연구 결과는 제주지역 아동소비자들이 건전한 소비 태도 및 올바른 소비가치관을 정립하고 건전한 소비문화를 형성할 수 있도록 소비생활 지도 및 소비자교육을 실시하는데 있어 기초자료로 제공될 수 있을 것이다. 이러한 목적을 위해 이 연구는 제주도내 3개 초등학교, 전학년층을 대상으로 설문지 조사를 실시하였으며, 수집된 자료는 SPSS PC⁺10.0 프로그램을 이용하여 분석되었으며, 빈도, 평균, 표준편차, 백분율, t-test, 일원분산분석, Scheffe 다중범위검증, 상관관계분석 및 다중회귀분석 등의 분석방법이 이용되었다. 측정도구의 신뢰도는 내적 일관성법으로 검증되었다.

본 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 제주지역 아동소비자의 과시소비와 강박적 구매성향은 중하정도로 높지 않은 경향이 있었다.

둘째, 아동소비자의 배경변수 중에서 아동소비자의 과시소비성향에 유의한 영향을 미치는 요인은 성별과 학년이었으며, 아동소비자의 강박적 구매성향에 유의한 영향을 미치는 요인은 학년이였다. 남학생보다 여학생이 과시소비성향이 높았으며 저학년보다 고학년의 과시소비성향이 높은 경향이 있었다. 4학년들이 다른 학년들에 비하여 강박적 구매성향이 높았다.

셋째, 부모의 관련변수 중에서 아동소비자의 과시소비성향에 유의한 영향을 미치는 요인은 아버지의 직업이었으며 부모의 배경변수는 아동소비자의 강박적 구매성향에는 모두 유의한 영향을 미치지 않고 있었다. 아버지 직업이 무직인 아동소비자들의 과시소비성향이 아버지가 직업이 있는 아동소비자들보다 높은 강박적 구매경향이 있었다.

넷째 아동소비자의 강박적 구매성향에 가장 큰 유의한 영향을 미치는 요인은 아동소비자의 과시소비성향이였다. 과시소비성향이 강박적 구매를 유도하고 있음을 알 수 있었다.

다섯째 아동소비자의 자아존중감은 분산분석에서는 과시소비성향과 강박적 구매성향에 모두 유의한 영향을 미치고 있었다. 아동소비자의 과시소비와 강박적 구매성향은 아동소비자의

자아존중감이 낮을수록 높은 경향이였다. 자아존중감이 낮은 아동소비자들은 과시소비를 통하여 낮은 자아존중감을 보상하는 경향이 있으며, 강박적 구매성향을 나타내고 있었다. 그러나 회귀분석에서는 통계가 되어 강박적 구매성향에서는 부적영향을 미치고 있었으나 과시소비성향에서는 유의한 영향을 미치지 않고 있었다.

여섯째, 어머니의 소비성향이 아동소비자의 소비성향에 유의한 영향을 미치고 있었다. 어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향이 높을수록 아동소비자의 과시소비성향과 강박적 구매성향이 높은 경향이 있었다. 어머니의 과시소비성향은 아동소비자의 과시소비성향에 가장 큰 영향을 미치고 있었으며, 어머니의 강박적 구매성향은 아동소비자의 과시소비성향 다음으로 아동소비자의 강박적 구매성향에 큰 영향을 미치고 있었다. 어머니의 소비성향이 자녀의 소비성향에 영향을 미치고 있었다. 이것은 어머니는 자녀의 소비행동에서 모델 역할을 하고 있으며, 자녀의 소비자 사회화는 어머니의 소비행동을 통하여 이루어지고 있음을 의미한다.

일곱째, 위축, 불안/우울, 신체증상, 사회적 미성숙, 사고의 문제, 주의집중문제, 비행, 공격성, 내재화문제, 외현화문제, 충문제행동 등 아동행동특성 관련 요인들은 모두 아동소비자의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 유의한 영향을 미치고 있었다. 아동소비자의 심리적, 행동 문제가 많은 경우 과시소비성향과 강박적 구매성향이 높게 나타난 것으로 미루어 보아, 아동의 정신건강문제가 소비행동에도 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다.



목 차

국 문 초 록	i
I. 서 론	1
II. 이론적 배경	4
1. 아동소비자의 이해	4
1) 아동소비자 개념과 특성	4
2) 아동소비자의 소비행동	6
2. 과시소비	7
1) 과시소비의 개념과 특성	7
2) 과시소비의 원인	9
3. 강박적 구매	10
1) 강박적 구매의 개념과 특성	10
2) 강박적 구매와 중독적 구매	12
4. 아동소비자의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 영향을 미치는 요인 ...	13
1) 사회인구학적 변수	13
2) 자아존중감	16
3) 아동행동특성	18
4) 어머니의 소비행동	19
III. 연구방법	21
1. 연구문제	21
2. 측정도구	22
1) 배경 변수	23

2) 과시소비성향	23
3) 강박적 구매성향	24
4) 자아존중감	24
5) 아동행동평가 척도	25
3. 조사대상 및 자료수집	26
4. 분석방법	27
IV. 연구결과 및 해석	28
1. 조사대상자의 특성	28
1) 아동소비자의 일반적인 특성	28
2) 부모의 일반적인 특성	29
2. 아동소비자의 과시소비성향	31
1) 과시소비성향의 일반적인 경향	31
2) 아동소비자의 배경변수에 따른 과시소비성향	32
3) 부모의 배경변수에 따른 아동소비자의 과시소비성향	33
4) 자아존중감에 따른 아동소비자의 과시소비성향	35
5) 아동소비자의 행동특성에 따른 과시소비성향	36
6) 어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 따른 아동소비자의 과시 소비성향	39
3. 아동소비자의 강박적 구매성향	41
1) 아동소비자의 강박적 구매성향의 일반적인 경향	41
2) 아동소비자의 배경변수에 따른 강박적 구매성향	42
3) 부모의 배경변수에 따른 아동소비자의 강박적 구매성향	43
4) 자아존중감과 과시소비성향에 따른 아동소비자의 강박적 구매성향	44
5) 아동소비자의 행동특성에 따른 강박적 구매성향	46
6) 어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 따른 아동소비자의 강박 적 구매성향	50

4. 아동소비자의 강박적 구매성향 관련 변인들의 상대적인 영향력	51
1) 아동소비자의 과소비성향 관련 변인들의 상대적인 영향력	53
2) 아동소비자의 강박적 구매성향 관련 변인들의 상대적인 영향력	54
V. 결론 및 제언	57
참고문헌	60
Abstract	64
부 록	66
<부 록 1>	67
<부 록 2>	76



표 차 례

<표 1> 질문지의 내용과 문항 수	22
<표 2> 측정도구의 신뢰도	23
<표 3> 아동소비자의 일반적인 특성	28
<표 4> 부모의 일반적인 특성	30
<표 5> 과시소비성향의 일반적인 경향	31
<표 6> 아동소비자의 배경변수에 따른 아동 과시소비성향	32
<표 7> 부모의 배경변수에 따른 아동소비자의 과시소비성향	34
<표 8> 자아존중감에 따른 아동소비자의 과시소비성향	35
<표 9> 아동소비자의 행동특성에 따른 과시소비성향	37
<표 10> 어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 따른 아동소비자의 과시소비성향	40
<표 11> 강박적 구매성향의 일반적인 경향	41
<표 12> 아동소비자의 배경변수에 따른 강박적 구매성향	43
<표 13> 부모의 배경변수에 따른 아동소비자의 강박적 구매성향	44
<표 14> 자아존중감과 과시소비성향에 따른 아동소비자의 강박적 구매성향	45
<표 15> 아동소비자의 행동특성에 따른 강박적 구매성향	48
<표 16> 어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 따른 아동소비자의 강박적 구매성향	50
<표 17> 독립 변수들의 상관관계 · 평균 · 표준편차	52
<표 18> 아동소비자의 과시소비성향 관련 변인들 회귀분석 결과	54
<표 19> 아동소비자의 강박적 구매성향 관련 변인들 회귀분석 결과	55

I. 서 론

아동기는 소비자로서의 초기 사회화를 경험하는 중요한 시기로, 이 시기에 형성된 화폐에 대한 태도와 가치관이 성인기의 소비자행동에도 영향을 미치게 된다. 따라서 바람직한 합리적인 소비생활을 위해서도 어릴 때의 소비습관은 중요하다¹⁾.

소비자로서 아동은 여러 가지 측면에서 과거에 비해 점차 많은 관심을 받고 있다. 아동 또는 자녀에 대한 가치관과 인식이 변화되면서 자녀도 하나의 인격체로서 인정되고 있다. 과거 자녀를 위한 소비선택은 부모에 의해 대행되어졌으나, 점차 아동도 의사결정의 주체자로서 무엇을, 어떤 종류의 브랜드를 살 것인가 하는 등의 선택을 스스로 하는 경향이 높아지기 시작하였다. 이러한 경향은 가계소득의 증가로 자녀의 자유재량 지출이 증가되고, 자녀수 감소와 더불어 아동의 지위가 향상되면서 더욱 두드러졌다. 현대사회는 구매 결정에 있어서 아동의 영향력을 증대시켜왔으며, 또한 아동이 직접 소비할 수 있는 기회도 늘어나 아동 시장의 크기가 급속히 증가하고 있는 실정이다. 이들이 사용하는 제품뿐 아니라 성인이 사용하는 제품의 광고에 아동을 타겟으로 하는 마케팅 활동이 늘고 있는 것도 이를 반영하는 것이다²⁾.

그러나, 소비자로서 아동이 중요하게 부각되고 있음에도 불구하고 아동 소비자들은 올바른 소비생활을 하기 어렵다. 무엇보다도 아동은 대중매체에 무방비상태로 노출되어 있어 쉽게 설득되거나 현혹되기 쉽고, 부모나 주위 사람들을 비판과 여과 없이 무조건적으로 모방하려는 경향이 강한 특

-
- 1) 곽현정 · 이승신(2003), 아동소비자의 소비자행동의 합리성에 관한 연구, 대한가정학회지 제41권 5호, p.72.
 - 2) 황덕순 · 김미라(1997), 아동의 소비자능력에 관한 연구, 소비자학회, 소비자학연구 제8권 2권, p.119.

성을 가지고 있기 때문이다³⁾.

각종 광고 및 선전에 방어능력 없이 노출되어 있어 올바른 가치관을 형성하거나 합리적인 소비생활을 하지 못하는 경향이 있다. 뿐만 아니라, 지식위주의 우리 사회 교육풍토에서 화폐에 대한 올바른 가치관, 소비생활의 중요성, 합리적 소비선택 등에 대하여 가정이나 학교에서 소비자교육을 받지 못하고 있어 문제가 심각하다⁴⁾.

아동소비자의 소비행동은 자신이 직접 구매행위를 하기도 하고 부모를 통해 구매할 경우 자신의 욕구를 반영하여 구매하므로 실질적 소비자로서의 역할과 소비자시장에서의 비중이 커지고 있다.

아동소비자는 성인소비자에 비해 욕구충족 행동은 연기시키지 못하면서, 무방비상태로 노출되어 있어 소비자문제 뿐만 아니라 아동 특유의 소비자문제를 경험하게 된다. 자유재량 소비액이 크게 증가한 아동을 대상으로 사행심을 부추기거나 비교육적인 유행상품을 만들어 아동소비자를 현혹하는 상행위, 어른들의 소비행태를 모방하여 소비심리를 부추기는 행위 등은 아동소비자 고유의 문제라 할 수 있다. 아동소비자의 소비생활은 미래의 소비생활 및 소비행동에 영향을 미치므로 중요하다. 그러므로 소비자로서 아동은 무시할 수 없는 소비자라고 할 수 있다. 어린 시절 소비와 관련한 경험은 성인이 되었을 때의 소비행동에도 영향을 미치므로 아동소비자의 소비행동은 소비자의 사회화 과정에서 중요한 의미를 갖는 시기이다. 아동소비자는 충동적이고 감각적인 소비행동을 보인다. 아동·청소년은 감성적이며, 감각적이며, 감정을 억제하기보다는 감정에 충실하다. 아동·청소년은 신체적, 감성적 발달이 활발히 이루어지며 성인이 되어서야 이성발달이 정점을 이루기 때문에 그들의 신체와 감성이 사고와 행동의 동력이 된다. 즉, 소비에서도 감성적이며, 감각적 소비를 하게된다. 아동소비자는 실용성, 품질, 용도, 필요성 보다 이미지나 개성 등을 더욱 고려한 소비행

3) 최병용(1996), 최신소비자행동론, 전영사, p.425.

4) <http://www.sungshin.ac.kr/~kohuh/cyber1/01/20103.html>

동을 한다. 그리고 아동소비자는 소비욕구가 매우 강하다. 갖고 싶은 물건에 대해 애착이 굉장히 강하며 때로는 그것을 얻기 위해 비행도 서슴지 않는 경향을 보인다⁵⁾.

아동기에 형성된 소비가치관과 소비경험은 성인이 된 후, 소비가치관과 소비행동에 큰 영향을 미친다. 그러나 현대 가정에서 영향력이 있고 잠재력을 지닌 미래의 중요한 소비 집단으로서의 아동을 대상으로 소비생활문제를 분석한 연구는 그리 많지 않았다.

따라서 이 연구에서는 아동의 지위상승과 가족구성원으로서 아동의 비중 증가로 아동소비자의 중요성이 날로 증가하고 있는 현대사회에서 미래의 소비자인 아동소비자를 대상으로 아동의 정서, 행동문제를 나타내는 아동소비자들의 과소비성향과 강박적 구매성향이 어떠한 차이가 있는지 분석하고자 한다. 또한 배경변수, 자아존중감, 어머니의 소비행동에 따라 어떠한 차이가 있는지 분석하고자 한다.

이러한 연구결과는 아동소비자들이 건전한 소비 태도 및 올바른 가치관을 정립하고 건전한 소비생활문화를 형성할 수 있도록 소비생활 지도 및 소비자교육을 실시함에 있어 기초자료로 제공될 수 있을 것이다.

5) 정문성(2000), 초등학생의 현시적 소비 성향에 관한 연구, 인천교육대학교,초등교육연구지 제18권. p.3.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 아동소비자의 이해

1) 아동소비자의 개념과 특성

인간의 발달은 개인에 따라 다르며 단계를 분명하게 구분하기 어려운 연속적인 과정이기 때문에 아동기에 대한 명확한 규정이 어렵다. 아동소비자는 만 2세 말~12세의 소비자로 규정할 수 있으며, 이는 유아기의 소비자를 포함하는 개념이다. 최근에는 성인소비자 시장의 세분화와 아울러 아동소비자 시장의 세분화에 대한 관심이 고조되어 아동소비자를 연령별로 세분화하는 추세이다. 소비자로서 아동의 중요성은 무엇보다도 아동의 소비지출액이 증가하여 가계소비생활에 많은 부분을 차지하고 있다는 데 그 이유가 있다. 아동을 대상으로 하는 기업(예: 아동용품 기업, 장난감 제조 기업)이 점차 늘어나고 있는 경향은 이 같은 이유 때문이다. 아동소비자가 점차 의사결정의 주체자가 되면서 마케팅(예: 광고)의 주요 대상이 되는 등 소비자로서 아동에 대한 관심이 증가하고 있다⁶⁾.

산업화와 도시화에 수반된 핵가족화와 소가족화는 가족구조를 가부장적 가족구조에서 민주적인 가족구조로 변화시키면서 가족 내에서 아동의 영향력을 상승시키는 요인으로 작용하게 되었다. 이렇게 아동의 영향력이 상승됨에 따라 아동은 미래시장의 주역일 뿐만 아니라 현재 시장을 구성하는 중요한 역할을 하게 되었다. 출생률의 저하에 따라 아동시장의 크기는 양적으로는 감소하였으나, 이 감소를 상쇄하고도 남을 정도로 질적으로 성장하였다. 불가피한 운명의 산물이라기보다는 부모의 적극적인 선택에 의하

6) 이기춘(1999), 소비자교육의 이론과 실제, 교문사, p.194.

여 태어난 아동은 모든 가족 구성원 중에서 가장 중요한 위치를 차지하게 되었다. 아동의 영향력이 직접적으로 영향을 미치는 완구 산업에서조차 출생률의 하락으로 인한 수요 감소가 아동기의 학습 및 놀이 능력 개발에 관한 부모의 관심으로 상쇄될 정도이다. 특히 가계소득이 증가하면서 아동은 생산활동을 면제받는 동시에 소비혜택을 우선 받는 집단이 됨으로써 구매 의사 결정에서 아동의 영향력이 증가하게 되었고, 구매의사 결정에서 영향력을 행사하는 아동의 연령도 점점 낮아지고 있다. 과거에는 아동이 사용하는 재화나 서비스를 부모가 취향대로 결정하여 사주었으나 최근에는 만 2세만 넘어도 옷이나 장난감에 대한 아동의 선호가 뚜렷하고, 자신이 원하는 것을 부모에게 사달라고 요구함으로써 구매의사 결정에서 아동의 영향력이 크게 증가하였다. 이처럼 아동의 물건을 사기 위한 구매의사 결정뿐만 아니라, 외식, 여행, 레저 등과 같이 가족이 공동으로 하는 활동, 자동차와 같이 가족이 공동으로 사용하는 재화, 나아가 부모의 옷차림에 이르기까지 구매의사결정에서 아동은 중요한 의견 선도자가 되고 있다⁷⁾.

아동의 소비자 행동에 영향을 주는 요인으로 가정을 들 수 있는데 가정은 아동이 지속적인 접촉을 하는 1차적 단위로서 소비자 사회화를 담당하는 환경이다. 부모는 아동소비자 사회화의 첫 번째 대행자이며 가장 중요한 대행자이다. 아동은 가정에서 부모의 행동을 관찰하거나 부모와 함께 참여하거나, 부모가 하는 이야기를 들으며 평가기준도 갖게 된다. 아동소비자에 대한 부모의 영향력은 부모의 관심과 개입에 따라 다르게 나타난다⁸⁾.

아동소비자는 부모와의 상호작용을 통해서 소비의 이성적인 측면에 관한 학습을 주로 하는데 비하여 동료집단들과의 상호작용을 통해서 주로 소비의 정서적·표현적 측면, 예를 들면 소비스타일과 분위기 등을 학습한다.

7) 서정희(1999), 미래고객, 아동의 소비자 사회화 과정, 마케팅, 5월호, <http://www.kmarketing.co.kr/mag>.

8) 황동신(2003), 초등학생의 용돈관리의식 및 소비자행동에 관한 연구, 석사학위논문, 청주교육대학교, p.10.

2) 아동소비자의 소비행동

아동은 신체적·심리적으로 완전히 성숙되어 있지 못한 상태이므로 합리적인 소비자행동을 하기가 어렵다. 따라서 아동기는 부모나 학교로부터 올바른 소비생활을 배워 나가야 하는 시기라고 할 수 있다. 소비에 대한 아동의 이해는 연령에 따라 증가하게 되지만, 연령뿐만 아니라 개인적 경험과 사회·경제적 요인에 의해서도 영향을 받는다. 즉, 소비자로서의 경험이 많을수록 소비과정에 대한 인식을 잘 할 수 있다. 슈트라우스(Strauss)는 아동의 화폐에 대한 이해를 추적하는 과정에서 대부분의 아동소비자는 5세가 되면 무엇을 구매하기 위해서 화폐가 필요하다는 것을 알게 된다고 지적했다. 어머니와 함께 슈퍼마켓에 가서 물건을 사는 것을 보고, 또는 놀이공원에 입장할 때 화폐가 필요하다는 사실에서 화폐는 상품뿐만 아니라 무형의 서비스를 획득하는 데도 사용된다는 것을 깨닫게 된다. 또 6세경에 대부분의 아동소비자는 화폐의 종류와 가치를 알게 된다고 했다. 즉 100원짜리 동전보다 500원짜리 동전이 더 많은 사탕을 살 수 있고, 1,000원짜리 지폐가 500원짜리 동전보다 더 많은 것을 구입할 수 있다는 사실을 깨닫는다는 것이다. 그리고 8세가 지나면서 상점의 주인은 사람들에게 물건을 팔고 이득을 얻는다는 사실을 이해하게 된다⁹⁾.

오늘날의 아동소비자는 다음과 같은 소비자 문제를 갖고 있다. 첫째, 8~11세 아동소비자가 겪는 소비자문제를 조사한 결과, 아동소비자는 특정 물품의 구매의사 결정 시 상품의 질을 확신하기 어렵고, 가격과 상품가치와의 관계를 알지 못하는 어려움을 겪고 있었다. 둘째, 아동소비자는 TV광고로부터 영향을 크게 받고 인기 연예인이나 친구에 대한 모방문제로 인해 합리적인 소비를 하지 못하는 것으로 나타났다. 따라서 아동소비자의 소비자문제를 줄이기 위해서는 스스로 문제를 인식하고 문제를 해결해 나갈 수 있는 능력을 키워주는 것이 필요하다¹⁰⁾.

9) 이기춘(1999), 전계서, p.197.

아동들은 금전에 대하여 민감하고 욕구가 충족되지 않을 경우에는 욕구 불만의 상태가 갈등이나 비행으로 나타나 범죄를 유발하는 경우도 있다. 이러한 원인은 가치관의 혼란, 욕망의 무절제, 그릇된 소비생활의 모방에서 비롯된다. 따라서 아동기에는 소비생활이 합리적이고 바람직한 패턴을 갖도록 지도하는 것이 매우 중요하다.

송미애·이승신의 연구¹¹⁾에서 아동소비자는 성인소비자에 비해 욕구 충족 행동을 연기시키지 못하면서 마케터들의 활동에 무방비 상태로 노출되어 있어 일반적인 소비생활문제 뿐만 아니라 아동 특유의 소비생활문제를 경험하게 되는데 많은 아동들이 용돈을 무분별하게 사용하고 소비태도와 의식이 걸치레에 치중하여 고가 사치품의 선호가 높고 연예인이나 친구에 대한 모방구매로 인해 합리적인 소비를 못하는 것으로 표현하고 있다.

2. 과시소비 제주대학교 중앙도서관 JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

1) 과시소비의 개념과 특성

과시소비현상은 사회와 시간의 변화에 따라 변화하기 때문에 과시소비에 대한 개념도 다양하게 사용되고 있다. 즉, 지위를 나타내는 부의 전시에 초점을 맞추어 정의하거나, 특정 재화의 향유로 정의하거나, 과소비의 하위적 개념으로 파악하여 정의하기도 하고 제품의 상징성에 초점을 맞추어 정의하는 등 연구자에 따라 조금씩 다르게 표현되고 있다¹²⁾.

Labarbera¹³⁾는 과시소비란 제품의 경제적, 기능적 효용보다는 사회적·

10) 곽현정·이승신(2003), 전계논문, pp.72-73.

11) 송미애·이승신(2004), 아동 소비자의 소비생활문제에 관한 연구, 대한가정학회지, 제42권 1호, pp.84~85.

12) 백경미(1995), 도시주부의 과시소비 성향과 영향요인, 박사학위논문, 서울대학교 대학원, p.22.

13) Labarbera(1988), The Nouveau Riches: Conspicuous Consumption and the Issue of Self-fulfillment, Research in Consumer Behavior; pp.179-200. 이지혜(1997), 청소년소비자의 과시소비성향에 관한 연구, p.14에서 재인용.

상징적 의미를 중시하여 타인에게 소유자 자신의 인상을 주려는 동기에 의해 제품을 소비하는 소비스타일이라고 정의하였다.

Mason¹⁴⁾은 과시소비를 소비자 행동에 있어서 하나의 예외적인 형태로 보고 있다. 그에 의하면 과시소비는 지위를 나타낼 수 있는 상품을 고가의 가격으로 구매할 수 있는 능력이나 부를 다른 사람에게서 과시하기 위한 수단으로 구매가 이루어지는 것으로 과시소비자들은 소비를 위해 구매한 제품에 대하여 사용가치에 의해 만족을 얻는 것이 아니라 자신에 의해 과시된 부에 대한 다른 사람의 반응에 의해 만족을 얻게 된다고 하였다.

안길상¹⁵⁾은 과시소비란 자기 자신을 다른 사람에게 과시하고 싶어하는 욕구가 지나쳐 발생하는 소비이며, 보상적 소비, 과잉적 소비와 더불어 과시소비는 과도한 소비의 구성요소가 된다고 하였다.

백경미·이기춘의 연구¹⁶⁾에서 과시소비행동의 측정은 과시제품으로 분류되는 제품자체의 소유여부보다는 소비자의 동기적 측면에서 파악되는 것이 타당하다. 그러나 소비자의 소비는 여러 가지 요인에 의해서 이루어지기 때문에 특정의 소비자선택이 과시소비행동의 대안적 지표로서 높은 가격에 대한 지불의도, 유명상표인지 및 외국상품 선호를 들 수 있다.

임종철¹⁷⁾은 과시소비를 일과성의 것으로 간주하여 크게 염려할 것이 못될 뿐만 아니라 자본주의 사회에서는 그런대로 제 구실을 하는 필요악으로서 그대로 방치하는 것이 억지로 없애려는 것 보다 손해가 적으며, ‘최소하면 귀하고 흔하면 천하다’는 경제계뿐만 아니라 인간사회의 모든 국면에서 기본적으로 성립되는 효용체감의 법칙에 따를 때 그러한 변화는 확실히 기대될 수 있다. 돈도 충분히 갖고, 명예도 어느 정도 얻게되면 돈과 명예 모두 시들해지는 것으로 보았다.

14) Mason, Roger(1984), Conspicuous Consumption : A Literature Review, European Journal of Marketing 18(3) : pp. 26~39.

15) 안길상(1991), 과소비의 소비자학적 고찰, 한국소비자학회, 월례발표논문. 이지혜(1997), 상계논문, p.14에서 재인용.

16) 백경미·이기춘(1992), 과시소비에 관한 고찰, 목포대학논문집 제15권 2호, p.450.

17) 임종철(1989), 과소비의 경제학, 언론과비평, pp.96-99.

2) 과시소비의 원인

백경미¹⁸⁾는 과시소비의 원인을 심리적 접근, 사회 심리적 접근, 사회 문화적 접근의 세 가지 접근방법으로 살펴보고 있다.

첫째, 심리적 접근에서는 과시소비를 단순히 인간심리의 부정적인 측면으로 보고, 과시소비는 본질상 오직 개인적인 성격에 관한 사항이며 개인의 인성이나 욕구가 과시소비를 유발하고 있다고 보고 있다.

둘째, 사회 심리적 접근방법에서는 사회 심리적 욕구로 개인의 욕구가 독자적이지 않고 사회적으로 형성된다는 점을 중시하며 과시소비가 생겨나는 원인의 많은 부분이 타인을 의식한 것에 기인한 것으로 보고 있다.

셋째, 사회 문화적 접근에 의하면 사회의 소비와 생산의 관계는 상호 의존하는 의존적 관계에 있으며, 생산은 소비를 매개로 하고 소비는 생산을 매개로 해서 상호 의존한다. 즉, 소비는 경제적 행위일 뿐만 아니라 심리적, 사회적, 문화적 측면을 지니고 있기 때문에 소비행위는 욕구를 충족하기 위한 것이지만 이러한 욕구자체가 자생적 이라기 보다는 한 사회의 문화적 가치관, 제도, 규범들이 제품의 속성, 생산양식, 사용방법 등과 관련된다는 점에서 사회문화적 행위로 인식될 수 있다는 것이다.

이영옥의 연구¹⁹⁾에서 Veblen은 ‘개인은 소비를 통해 비로소 타인에게 자신의 사회적 지위를 인정받는다’고 말하면서 과시소비와 유한의 목적은 명성을 얻기 위한 것이라고 보고 있다. 과시적 유한은 시간과 노력의 낭비요 과시적 소비는 재화의 낭비라는 것이다. 공동체와 사회집단이 작고 밀집된 상태에 있는 경우 과시적 유한과 과시적 소비는 거의 같은 효과를 가지며, 사회발전의 초기 단계에서는 이들 방법이 비슷하게 사용되지만 분화가 심화되고 한층 더 광범위한 인간관계에 도달하게 되면, 과시적 소비는 체면유지의 정상적인 수단으로서 과시적 유한보다 우위를 차지하게 되며,

18) 백경미(1995), 과시소비행동의 내용 및 그 원인에 관한 고찰, 소비자문제연구 제16호, pp.28-44.

19) 이영옥(1991), 소비경제의 성격과 그 규정성에 관한 연구, 박사학위논문, 계명대학교 대학원. pp.48-50.

명성을 얻기 위한 수단으로서 과시적 소비는 물론이고 체면유지의 요소로서 과시적 소비에 대한 강조는 개인접촉이 가장 광범위하고 인구 이동이 심한 사회에 있어서 그 절정에 도달하게 된다. 그러므로 농어촌보다는 도시에서 일정한 정도의 체면을 과시하기 위해서는 비교적 막대한 비용이 들게 되며, 재화·용역 또는 인간생활을 막론하고 과시적 소비의 진전을 통해서 볼 때 소비자가 명성을 얻으려면 과도한 소비를 해야 한다는 것이다.

3. 강박적 구매

1) 강박적 구매의 개념과 특성

강박적 구매란 지나치게 구매에 이끌리고 이러한 구매욕구를 억제하지 못하는 특성을 가진 구매행동이다. 강박적 구매자는 전형적으로 과도하게 소비하고, 지나친 소비로 인해 심할 경우 그 개인의 생활에 지장을 초래하게 된다. 이런 유형의 소비자들은 억제할 수 없는 구매욕을 느끼면 필요하지도 않은 물건을 구매한다. 또 스트레스나 불쾌한 상황에 대한 대처 행동으로 구매하며 불행감으로부터 도피하기 위해 쇼핑을 한다고 한다. 그러나 과도한 구매행동 후에는 죄책감이나 불안감이 뒤따른다.

강박적 구매는 소비자가 지나치게 구매에 이끌려 자신의 구매충동을 억제하지 못하는 특성을 가졌다. 웨르호른²⁰⁾의 연구에서는 강박적 구매자의 쇼핑 대부분이 즉각적이고 사전 계획 없이 이루어졌다. 강박적 구매의 이와 같은 특성 때문에 충동구매의 개념과 비교되기도 한다.

강박적 구매 소비자의 대부분이 쇼핑을 통해 불만을 해소하거나 대리만족을 느끼는 것이 쇼핑중독 즉 중독구매의 주요 이유이며 특히 여성들의 경우는 남편의 관심을 유발하려 하거나 휘방·보복을 하려는 심리가 큰 비

20) Scherhorn, G.(1990), The Addictive Trait in Buying Behavior. Journal of Consumer Policy 13; pp.33-51.

증을 차지하는 것으로 조사되었다.

Thomas의 연구²¹⁾에서 강박적 구매를 소비중독의 한 유형으로 보고 강박적 구매자들은 정상적인 소비자들에 비해 자긍심이 덜 있고 더 공상에 빠지는 경향이 있다고 보고, 강박적 구매행위 형성에 중요한 요소는 특정한 행위에 빠져드는 한편 개인적 성공과 사회적 인정이 환상을 통해 만족을 얻는 것으로 강박적 구매행위의 중요한 동기는 소유에 대한 욕망보다는 구입을 통해서 파생되는 사회적 유용성에 있다고 하였다. 즉, 구입을 통해서 받는 주위의 시선과 대인관계를 통해 자신이 주위사람들로 인정을 받고, 자기만족감을 얻는다는 것이다.

우리 나라의 경우에도 신용카드의 사용이 확대되고 다양한 쇼핑방법이 도입되면서 쇼핑중독증세 보이는 소비자들이 증가하고 있다. 특히 외출할 필요도 없이 24시간 동안 쇼핑을 가능하게 한 케이블 TV의 홈쇼핑 채널, 통신판매업체의 증가는 소비자들의 구매충동이 구매중독으로 이어지게 만드는데 주요인 중의 하나라 할 수 있다.

일단 쇼핑중독증세가 나타나며 스스로 문제를 깨닫고 합리적인 선별선택 능력을 갖게 되는 것이 가장 빠른 해결책이며 날마다 쇼핑품목과 구입 액을 결산해 보는 것도 쇼핑중독을 예방하거나 치료하는 하나의 방법이 된다.

2) 강박적 구매와 중독적 구매

강박적 구매에 관해 이를 강박증의 한 행동으로 볼 것인가, 아니면 중독증의 한 행동으로 보아야 할 것인가 하는 문제와 함께 중독적 구매자가 일반 소비자와는 다른 이질적인 집단인가, 아니면 일반소비자와 연속적인 집단인가 하는 문제에 관한 논란이 있다. 이러한 논란들은 강박적 구매의 성격에 대한 이론적 쟁점이라 할 수 있다. 강박적 구매에 관한 초기연구²²⁾

21) Thomas C. O'Guinn Ronald J. Faber(1989), Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration, Journal of Consumer Research. 16; pp.147-157.

22) Faber, R.J. and T.C. O'Guinn and R.Krych(1987), Compulsive Consumption, Advances in Consumer Research 14; pp.132-135.

에서는 강박적 소비라는 용어로 이 개념을 지칭하였다. 그러나 이후의 연구에서는 강박적 소비 대신 강박적 구매(compulsive buying)라는 용어로 수정하여 사용되어 오고 있다. 그 이유는 소비는 단순히 재화나 용역의 구매 사용에만 제한되지 않고 시간, 경험, 감정의 소비까지 포함하는 광범위한 개념으로 보는 관점²³⁾을 고려하여, 위 개념이 구매행동에 국한하여 나타나는 점을 명확히 하기 위해서이다. 한편 이러한 구매행동을 강박증이 아닌 중독증으로 보아 중독적 구매(addictive buying)로 지칭되기도 한다.

강박적 구매는 지나치게 구매에 이끌리고 이러한 구매욕구를 억제하지 못하는 특성을 가진 구매행동으로, 이를 자신의 의지와는 벗어나는 어떤 행동을 심리적 불안감소를 주목적으로 반복하는 강박증의 한 범주로 보아 강박적 구매라는 용어로 연구되기도 하였으나, 지나친 구매는 쇼핑이나 구매를 좋아하는 소비자가 보상적 방식으로 구매를 이용하면서 이에 의존하게 되는 현상으로 볼 때 자신의 욕구나 욕망이면서 나중에 참을 수 없게 되는 중독증의 일종으로 봄이 더 타당하다. 또 이는 정상적 소비자와는 다른 일부 집단에만 존재하는 것이 아니라 일반 소비자도 가지고 있는 성향이다²⁴⁾.

중독구매(addictive purchase)란 지나치게 구매에 이끌리고 이러한 구매욕구를 억제하지 못하고 구매함으로써 결국은 지불능력을 초과하는 수준까지 반복적으로 구매하게 된다. 특히, 불안, 긴장, 우울감 등의 부정적인 감정을 극복하기 위한 방법으로 제품이나 서비스를 구매 또는 사용하는 경우 중독구매라고 한다. 일부 학자들은 강박적 구매(compulsive purchase)라는 용어를 혼용하기도 한다.

중독적 구매와 강박적 구매를 혼용하여 사용하는 경우가 많은데, 일부 연구자들은 이 두 개념이 차이가 있다고 주장하기도 한다. 보통, 중독적 구

23) Holbrook, M.B. and E.C. Hirschman(1982), The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun, Journal of Consumer Research 9; pp.132-140.

24) 송인숙(1993), 소비자의 구매중독성향 및 영향요인, 박사학위논문, 서울대학교 대학원, pp.12-14.

매는 처음에 기쁘게 받아들이나 훗일 경제적 고통에 이르는 경우가 많으며 통제가 불가능한 구매 형태를 의미하는 반면, 강박적 구매는 자신의 의지와 상반되는 불쾌한 압력에 의해 통제되는 형태의 구매를 의미한다.

미국의 경우에 쇼핑중독증은 단순한 과소비차원이 아니라 알코올·마약중독, 대식증과 같은 차원의 정신질환으로 취급한다. 필요하지 않은 상품을 마구 구입하고, 자기가 구입한 상품이 무엇인지 제대로 기억도 못하고, 쇼핑이 불가능해지면 심리적·육체적 부작용이 일어나는 상태가 바로 쇼핑중독증이다. 우리 나라 소비자의 경우 약4%, 미국의 경우 전체 성인인구의 약 6% 정도가 쇼핑중독자로 추정되며 주요 병원들은 이의 치료를 위한 치료·재활프로그램을 운영하고 있다²⁵⁾.

4. 아동소비자의 과소비성향과 강박적 구매성향에 영향을 미치는 요인

1) 사회인구학적 변수

(1) 성 별

강박적 구매자의 성차를 보면 강박적 구매행동에 대한 상담을 요청하는 소비자 중 여성의 비율이 92%로 남성의 비율보다 압도적으로 높았다²⁶⁾.

일반인을 대상으로 한 강박적 구매성향 조사에서도 남성보다는 여성이 높은 강박적 구매성향을 보이고 있다²⁷⁾.

이러한 사실은 웨르혼 등²⁸⁾연구에서도 동일하게 나타나고 있고, 청소년

25) 송인숙(1993), 상계논문, p.35.

26) Faber, R.J., T.C. O'Guinn and R.Krych(1987), op.cit., pp.132-135.

27) d'Astous, A.(1990), An Inquiry into the Compulsive Side of Normal Consumers, Journal of Consumer Policy 13; pp.15-31.

28) Scherhorn, G., L.A. Reisch and G. Raab.(1990), Addictive Buying in West Germany: An Empirical Study, Journal of Consumer Policy 13; pp.355-387.

의 경우도 여학생이 남학생보다 강박적 구매성향이 높았다.

이외에 강박적 구매에 관한 사례연구²⁹⁾에서도 예외 없이 젊은 여성사례들만이 보고되고 있어, 강박적 구매 문제는 여성문제인 것으로 인식되는 것 같다.

이승신의 연구³⁰⁾에서도 남학생이 여학생보다 과시소비 성향이 높은 것으로 나타났으나 이은희³¹⁾의 연구에서는 성별에 따라 차이가 없는 것으로 나타났다.

(2) 연 령

연령의 경우 오권과 파버³²⁾는 자신들의 연구 대상자 중 일반집단보다 강박적 구매자 집단의 연령이 특히 낮아 이를 표집의 문제로 보고 모든 분석에서 연령의 효과를 통제하고 분석하였다. 그러나 이후의 강박적 구매에 관한 연구들³³⁾에서 연령은 강박적 구매성향과 부적관계를 보여 연령이 낮은 경우 강박적 구매성향이 더 높았다.

모쉬스와 처칠³⁴⁾의 청소년의 소비행동 연구에서 사회적으로 바람직한 소비자 행동과 연령이 정적 관계를 보인 결과로 미루어, 연령이 증가할수록 사회적으로 바람직한 소비자행동을 하게되어 강박적 구매성향이 줄어드는 것으로 볼 수 있다.

세대적으로 볼 때 젊은 연령층일수록 경제적으로 더 풍요로운 여건에서

29) Winestine, M.C.(1985), Compulsive Shopping as a Dervative of Childhood Sejunction, *Psychoanalytic Quarterly* 54; pp.70-72.

30) 이승신 · 류미현 · 경승은(1998), 청소년 소비자의 소비자능력이 과시소비에 미치는 영향, *한국가정관리학회지* 제16권 2호. p.6.

31) 이은희 (1999), 청소년의 소비자의 과시소비 성향과 관련요인, *가정관리학회지* 제17권 1호, p.23.

32) O'Guinn, T.C. and R.J. Faber(1989), Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration, *Journal of Consumer Research* 16; pp.147-157.

33) d'Astous, A.(1990), *op.cit*, pp.15-31.

34) Moschis, G.P. and G.A. Churchill Jr.(1978), Consumer Socialization: A Theoretical and Empirical Analysis, *Journal of Marketing Research* 15; pp.599-609.

자라나고, 이를 어린 시절 소비경험과 관련지어 생각할 때 물질적으로 더 풍요로운 여건 때문에 젊은 연령층일수록 욕구를 즉각적으로 충족시키는 방식으로 소비를 경험했을 것이고 물질적 보상 경험도 많을 것이다. 이러한 성장기 경험도 강박적 구매성향을 높이는 요인으로 작용한다.

고순례³⁵⁾와 최종설³⁶⁾의 중·고등학생의 외국유명상표제품 선호도 연구 결과에서 학년이 높을수록 외국유명상표제품을 선호하는 것으로 나타났고, 정민숙³⁷⁾의 연구결과에서는 고등학생보다 중학생이 대체로 충동구매경향이 높은 것으로 나타났다.

(3) 경제수준 및 소득

오권과 파버³⁸⁾는 일반집단과 강박적 구매자들 사이에 경제적 지위의 차이를 발견하지 못하였다.

청소년을 대상으로 한 연구³⁹⁾에서도 부모의 사회경제적 지위와 청소년의 강박적 구매성향과는 유의한 관계가 없었다.

소득수준과 과시소비와의 관계를 파악한 황정선⁴⁰⁾의 연구결과에 의하면 과시소비 성향은 소득수준이 높아질수록 높게 나타난다고 하였으며, 김문희⁴¹⁾의 연구에서는 가계소득이 높을수록 성인 자신뿐 아니라 자녀들의 과시소비도 부추기는 결과가 나타난다고 하였다.

백경미⁴²⁾의 연구에서는 소득에 따른 과시소비성향의 차이가 없는 것으로 나타났다.

(4) 부모관련 요인

35) 고순례(1984), 전계논문, p.65.

36) 최종설(1984), 전계논문, p.76.

37) 정민숙(1990), 전계논문, p.63.

38) O'Guinn, T.C. and R.J. Faber(1989), *op.cit.*, pp.147-157.

39) d'Astous, A.(1990), *op.cit.*, p.157.

40) 황정선(1990), 전계논문. p.77.

41) 김문희(1995), 전계논문, p.46.

42) 백경미(1995), 전계논문. p.65.

편세린⁴³⁾의 연구에서 어머니의 교육수준이 과시소비성향에 의미있는 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다. 유명⁴⁴⁾의 연구에서 부모의 직업이 의복의 과시소비 성향에 영향력 있는 변인중의 하나로 나타났다.

백경미⁴⁵⁾의 연구에서 주부의 연령이 낮을수록, 남편의 직업이 생산판매직이 아닌 전문직일수록, 주부의 교육수준이 높을수록, 월평균 가계소득이 높을수록 과시소비 성향이 높은 것으로 나타났다.

김일교⁴⁶⁾의 연구에 의하면 어머니의 교육수준이 높을수록, 월사용 용돈이 많을수록 청소년 소비자의 소비자 행동 수준이 낮은 것으로 나타났는데 이는 용돈이 많으면 소비 생활하는데 있어 돈을 절약해야 할 필요성을 느끼지 못하고 소비욕구로 인해 비계획적인 구매의 기회가 많으며, 과시하고자 하는 동기로 돈을 사용하기 때문이라고 하였다.

2) 자아존중감

자아개념은 최근 개인들이 자기 자신을 지각하는 것과 그들이 소비자로서 보이는 행동간에 있을 수 있는 관계를 조사하기 위해 널리 이용되는 개념의 하나로 자아존중감은 자기개념의 평가적 측면이라고 할 수 있다⁴⁷⁾.

자아개념은 사회적 가치와 통제가 행동의 기준으로 내재화되어지는 수단으로 인간의 행동은 자아개념 또는 자아이미지를 보호하고, 유지하며, 제고시키는데 그 기본적인 목적이 있게 된다. 또한 자아개념은 사회적 가치가 내재화되므로 행동의 근원인 욕구가 동기를 조직화하고 생활화한다⁴⁸⁾.

43) 편세린(1997), 전개논문, p.37.

44) 유명(1993), 의복의 과시적 소비현상과 사회계층과의 관계 연구, 박사학위논문, 전남대학교 대학원, pp.103-105.

45) 백경미(1995), 전개논문, p.87.

46) 김일교(1993), 고등학생의 소비자 행동에 관한 연구-전주시를 중심으로-, 석사학위논문, 전북대학교 교육대학원, p.50.

47) 박은아(1994), 자기존중감, 사회적 인정 욕구, 돈에 대한 태도에 따른 현실파 소비, 석사학위논문, 고려대학교 대학원, p.7.

48) 이지혜(1997), 청소년소비자의 과시소비성향에 관한 연구, 석사학위논문, 제주대학교 교육대학원, pp.27-28.

자아개념이란 개인이 객체 또는 대상으로서 그 자신과 관련하여 가지는 생각과 느낌의 총체이며 이는 한 개인이 가지는 자신에 대한 인식, 태도, 느낌 및 자신에 대한 평가를 포함하며⁴⁹⁾ 행동과학자들에 의하면 자아개념이란 바로 자기평가, 반사평가, 사회적 비교, 편견 등과 같은 4가지 상호작용에 의해서 형성된다고 설명하고 있다⁵⁰⁾.

개인이 취하는 행동양식의 대부분은 그들의 자아개념과 일치하며, 자아개념(self-concept) 또는 자아구조(self-structure)란 인지되어질 수 있는 자신에 대한 지각의 조직된 형태로 자기의 특징, 능력에 대한 지각, 타인 또는 환경과 관련된 자신의 지각 또는 개념, 경험과 연합된 것으로서 지각된 가치의 정도, 긍정적 또는 부정적 가치를 내포한 것으로서 지각된 목표와 아이디어로 형성된다⁵¹⁾.

자아개념을 주제로 한 대부분의 연구들이 양적 측정이 가능한 자아존중감을 취급하였으므로 심리학에서 자아개념에 관한 연구는 자아에 대한 평가적 방향을 연구하는 것을 의미하게 되었다⁵²⁾.

낮은 자아존중감은 중독증이나 강박증의 경우에 공통적으로 나타나는 속성으로 강박적 구매성향에 대한 원인에서 가장 중요한 문제로 다루어져 왔다. 실제 모든 실증적 연구결과에서 자아존중감과 강박적 구매성향의 부적 관계는 일치하고 있다. 또 보상구매에 관한 연구에서도 보상구매의 성격이 낮은 자아존중감이나 자아실현결핍에 대한 보상으로 구매를 이용하는 것이라 하였으므로 보상구매와 중독구매의 관련성을 고려할 때 자아존중감이 낮은 사람이 강박적 구매성향이 높으리라는 것을 추론할 수 있다⁵³⁾.

박은아의⁵⁴⁾ 연구에서 자아존중감과 현시적 소비와의 관계는 전체 집단

49) Markin, Rom J.,(1974), *op.cit.* p.123.

50) 최병용(1990). 전계논문, pp.407-408.

51) Rogers, C. R.(1951), *Client-Centered Therapy*, (Boston: Houghton Mifflin Company), p.492. Engel J. F, Blackwell R. D & Miniard, P. W.(1986), *Consumer Behavior*, 4th ed. (New York: The Dryden Press), p.54.

52) Damon, W. & Hart, D.(1982), The development of self-understanding from infancy through adolescence, *Child Development*, 53(5); pp.841-864.

53) 송인숙(1993), 전계논문, p.31.

을 분석한 결과에서는 관계가 없는 것으로 나타났으나, 세부 집단으로 분석 수준을 낮춘 경우에는 수입이 비교적 적은 집단이나 학력이 낮은 집단, 서비스직 등의 직업 집단에서 현시적 소비에 유의미하게 영향을 미치고 있어 자존중감이 낮은 소비자가 현시적 소비를 통해 자기를 향상시키려는 동기를 가지는 것으로 나타났다.

이미용⁵⁵⁾은 자아개념을 전통지향적, 사회지향적 자아개념 등으로 나타냈으며, 이 중 사치지향적 자아개념이 가장 중요한 변수라고 하였다.

3) 아동 행동 특성

Achenbach와 Edelbrock은 아동의 다양한 문제행동 양상을 공격성(Aggressive), 과잉행동(Hyperactive), 비행(Delinquent), 정신분열(Schizoid), 불안(Anxious), 우울(Depressed), 사회적 위축(Social withdrawal), 신체증상(Somatic complaints)으로 분류하고 있다. 또한 아동의 정신과적 장애를 크게 자신을 지나치게 조절하는 상태와 자신을 조절하지 못하는 상태 즉, 내면성 증후군과 외면성 증후군으로 분류하고 있다. 오경자는 한국 아동 청소년의 문제행동증후군을 4-6세, 6-11세, 12-16세의 세 연령별로 나누어 추출한 바 있다. 연구결과 공격성, 과잉행동, 비행, 사회적 위축, 신체증상 등의 증후군은 세 연령집단 모두에서 일관성 있게 나타났으며, 불안, 우울 등의 내면성 증후군들과 정신병적 증후군들은 발달단계에 따라 다소 변화를 보인다고 밝혔다. 전세계적으로 5-15%의 아동·청소년들이 정신장애로 인해 일시적 혹은 상담기간 동안 일상생활에 지장을 받고 있는 것으로 알려져 있다⁵⁶⁾.

현대사회의 급격한 산업화가 개인의 심리적 적응에 부정적 영향을 끼치는 역기능을 가져왔다는 것은 자주 지적되고 있는 사실이다. 즉, 산업사회

54) 박은아(1994), 전개논문, pp.60-61.

55) 이미용(1991), 전개논문. p.52.

56) 김주연(1996), 가족기능에 따른 아동의 정신건강에 관한 연구, 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원, pp.6-11.

의 경쟁적 성격으로 인한 정신적 긴장감, 가치관의 혼란, 그리고 가족, 친지 등 전통적 사회지원체계가 와해됨으로 인해 개인이 겪는 심리적 부적응 문제는 점차 현대 산업사회의 심각한 사회문제의 하나로 제기되고 있다. 최근 체계적인 역학조사에 의하면 우리 나라의 경우도 성인인구의 7~8명 가운데 하나는 정신의학상 진단될 수 있는 심리장애를 경험하는 것으로 나타나고 있다. 아동기의 심리적 적응문제가 점차 증가함에 따라 아동기 심리적 적응문제는 이들의 인지적, 정서적 성장에 직접적인 영향을 미칠 뿐만 아니라 나아가서 성인기의 정신건강문제의 근원이 될 수 있다.

과시소비는 본질상 오직 개인적인 성격에 관한 사항이며 개인의 인성이나 욕구가 과시소비를 유발하고 있다고 볼 수 있다. 또한 쇼핑을 통해 불만을 해소하거나 대리만족을 느끼는 것이 쇼핑중독 즉 강박적 구매의 주된 이유가 되고 있다. 미국의 경우에는 쇼핑중독증을 정신질환으로 취급하여 이의 치료를 위한 치료·재활 프로그램을 운영하고 있다. 그러므로 아동소비자들의 행동특성에서 문제가 있는 아동소비자들이 과시소비 성향과 강박적 구매성향을 나타낼 수 있을 것으로 생각된다⁵⁷⁾.

4) 어머니의 소비행동

과버와 오킨⁵⁸⁾은 강박적 구매자 가족은 다른 가족보다 돈이나 선물을 더 자주 행위보상수단으로 사용했음을 관찰했다. 따라서 중독자들은 이런 형태의 보상이 인간적인 관심의 표시를 대신하거나 보상하도록 학습되었을 것이다. 이러한 사실은 산업사회 부모들이 일반적으로 자녀에 대해 물질적 보상을 사용하는 행동이 자녀의 성장 후 강박적 구매성향을 유발할 수 있다는 것을 강력히 시사하는 증거가 된다.

57) 백경미(1995), 전계논문, 소비자문제연구 제16호, 한국소비자보호원, pp.28~44.

58) Faber, R.J., T.C. O'Guinn and R.Krych(1988), Dysfunctional Consumer Socialization: A Search for the Roots of Compulsive Buying, Paper presented at the 13th Annual Colloguim of the International Association for Research in Economic Psychology, Leuven: Belgium.

청소년을 대상으로 한 연구⁵⁹⁾에서 부모의 강박적 구매성향이 높을수록 자녀의 강박적 구매성향도 높아 부모의 구매행동이 자녀에게 영향을 미치는 것으로 나타났다.



59) d'Astous, A.(1990), *op.cit.* p.157.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

본 연구에서는 아동소비자들을 대상으로 과시소비성향과 강박적 구매성향에 영향을 미칠 것으로 기대되는 배경변수, 자아개념, 아동행동특성 및 어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향 등의 요인들이 아동소비자의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 어떤 영향을 미치고 있는지 분석하고 아동소비자의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 영향을 미치는 요인들의 상대적인 영향력을 분석하고자 한다.

이러한 연구목적을 위해 이 연구에서 설정한 연구문제는 다음과 같다.



- (연구문제 1) 아동소비자의 과시소비성향과 강박적 구매성향은 어느 정도인가?
- (연구문제 2) 아동소비자의 과시소비성향과 강박적 구매성향은 아동소비자와 부모의 배경변수에 따라 유의한 차이가 있는가?
- (연구문제 3) 아동소비자의 과시소비성향과 강박적 구매성향은 자아존중감, 아동행동특성에 따라 유의한 차이가 있는가?
- (연구문제 4) 어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향이 아동소비자의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 영향을 미치는가?
- (연구문제 5) 아동소비자의 배경변수, 자아존중감, 아동행동특성과 부모의 배경변수 및 어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향이 아동소비자의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 미치는 상대적 영향력은 어느 정도인가?

2. 측정도구

본 연구는 질문지를 사용하였으며, 질문지는 선행연구를 참고로 하여 연구자가 연구의 목적에 맞게 작성하였다. 질문지는 아동과 어머니의 과시 소비와 강박적 구매성향을 측정하는 문항들과 자아존중감, 아동행동평가척도로 구성되었으며 질문지의 내용과 문항 수는 <표 1>과 같다.

<표 1> 질문지의 내용과 문항 수

변 수	문 항 내 용	문항수
아동배경변수	학교, 지역, 성별, 학년, 월평균용돈, 용돈 사용내역, 경제수준	7
부모배경변수	부모의 연령, 학력, 직업, 가계소득, 종교	5
강박적구매	소비하려는 성향, 반응적인 면, 구매후 죄책감	12
과시소비	외제품 및 유명상품 선호도, 고가품 구매 경향, 타인이 인정하는 제품 선호도, 제품의 지위상징성 인식도	10
자아존중감	자신의 가치성, 장점, 만족도, 사교성, 적극성, 인생관, 인기도, 삶에대한 확신	32
아동행동평가척도	위축, 신체증상, 우울/불안, 사회적 미성숙, 사고의 문제, 주의집중문제, 비행, 공격성	112
계		178

각 측정도구의 작성은 다음과 같은 방법에 의해 이루어졌으며 본 연구에서 사용된 정의는 아래와 같다. 각 측정도구에 대한 신뢰도는 내적 일관성법으로 검증하였으며, 신뢰도 계수는 크론바하의 알파(Cronbach's α)값으로 나타내었다. 각 측정도구의 신뢰도 계수는 <표 2>에 나타난 바와 같다.

<표 2> 측정도구의 신뢰도

변 수	신뢰도계수	변 수	신뢰도계수
강박적구매성향	.87	과시소비성향	.90
자아존중감	.89	아동행동평가척도	.68

1) 배경 변수

아동소비자의 배경변수로는 학교, 성별, 월 평균 용돈이 부모의 배경변수로는 부모 연령, 부모 직업, 부모 학력, 월 평균 가계소득, 주거형태 등의 요인들이 포함되었다. 이들 문항들은 선다형 및 서술형으로 구성되었다.

2) 과시소비성향

과시소비성향은 제품이나 서비스의 상징성을 통해 부나 지위를 획득하거나 유지하기 위한 목적으로 타인에게 부나 지위를 과시할 수 있는 고가품이나 유명상표 제품이나 서비스를 구매하고 사용하여 다른 사람으로부터 인정받고 자신을 과시하려는 성향을 의미한다. 이러한 과시소비성향은 제품자체의 소유여부보다는 소비자의 동기적인 측면에서 파악되고 있다.⁶⁰⁾

아동소비자와 어머니의 과시소비성향 척도는 이지혜의 연구⁶¹⁾를 기초로 하여 연구자에 의해 작성되었다. 총 10문항으로 5점 리커트 척도로 구성하였다. 어머니의 과시소비성향은 자신이 작성하게 하였고, 아동의 과시소비성향은 어머니가 작성하도록 하였다. 점수는 10점에서 50점까지의 범위를 가지며, 점수가 높을수록 과시소비성향이 높은 것을 의미한다. 척도의 신뢰도는 크론바하 α 계수가 .90으로 나타났다.

60) 백경미(1995), 전개논문. p.51.

61) 이지혜(1997), 전개논문. p.38.

3) 강박적 구매성향

강박적 구매성향 측정척도는 벨런스⁶²⁾ 등에 의해 처음 13문항으로 구성되었다. 이들 문항은 소비하려는 성향(tendency to spend), 반응적인면(reactive aspect), 구매 후 죄책감(post-purchase guilt)의 세차원으로 구성되었다. 이후의 강박적 구매성향에 관한 여러 실증적 연구에서 이 척도가 그대로 혹은 이를 기초로 조사대상자에 적합하게 약간씩 수정되어 사용되었고, 그 타당성과 신뢰도가 계속 확인되었다.

이보다 늦게 파버와 오귀⁶³⁾은 강박적 구매자를 일반집단에서 가려낼 수 있는 일종의 진단척도를 개발하였다. 이 척도는 스스로 자신을 강박적 구매자라고 인정한 집단에 대한 연구에서 찾아낸 강박적 구매자의 심리적(돈과 쇼핑에 대한 태도, 정서적 상태, 자아존중감, 일반적 강박성 등), 경제적(부채비중) 특성을 포함한 32개 문항중 이들 문항의 판별력을 검토하여 14개 문항을 추출하여 사용하였다. 아동소비자와 어머니의 강박적 구매성향 척도는 송인숙의 연구⁶⁴⁾에서 사용한 14문항을 기초로 연구자에 의해 작성되었으며 12개 문항으로 구성되었다. 어머니의 강박적 구매성향은 본인이 작성하도록 하였으며 아동의 강박적 구매성향은 어머니가 작성하도록 하였다. 측정점수는 최저 12점에서 최고 60점까지의 범위를 가지며 점수가 높을수록 강박적 구매성향이 높음을 의미한다. 강박적 구매성향 척도의 신뢰도는 크론바하 α 계수가 .87로 나타났다.

4) 자아존중감

자아존중감은 광범위한 연구의 주제가 되어왔다. 자아존중감이란 개인이 객체 또는 대상으로서 그 자신과 관련하여 가지는 생각과 느낌의 총체

62) Valence, G., A. d'Astous and L. Fortier.(1988), Consumer Policy 11; pp.419-433.

63) Faber, R.J. and T.C. O'Guinn.(1989), *op.cit.*, pp.738-744.

64) 송인숙(1993), 전제논문. p.46.

이며 이는 한 개인이 가지는 자신에 대한 인식, 태도, 느낌 및 자신에 대한 평가를 포함한다. 자아존중감 척도는 최보가·전귀연⁶⁵⁾의 자아존중감 척도(The Self-Esteem Inventory)를 사용하였으며, 총 32문항으로 5점 리커트 척도로 구성되어 있다. 아동의 자아존중감은 어머니가 작성하도록 하였다. 아동소비자의 자아존중감은 최저 32점에서 최고 160점까지의 범위를 가지며, 점수가 높을수록 자아존중감이 높은 것을 의미한다. 자아존중감척도의 신뢰도는 크론바하 α 계수가 .89로 나타났다.

5) 아동 행동평가 척도

Achenbach가 아동의 문제 행동을 전반적으로 평가하기 위해서 제작한 아동·청소년 행동평가척도(Child Behavior Checklist : CBCL)를 표준화한 K-CBCL이 부모용 행동평정으로 사용되었다. K-CBCL⁶⁶⁾은 크게 사회능력 척도(Social Competence Scale)와 문제행동증후군 척도(Behavior Problem Scale)로 구성되어 있다. 문제행동증후군 척도는 아동·청소년기에 흔히 보일 수 있는 문제행동증후군을 척도화 한 것으로 경험적으로 가장 핵심이 되는 증상들을 문항으로 만든 것이다. 위축, 신체증상, 불안/우울, 사회적 미성숙, 사고의 문제, 주의집중 문제, 비행, 공격성, 내재화 문제, 외현화 문제 등 모두 10개의 척도로 구성되어 있다. ‘말다툼을 자주 한다’, ‘자기물건을 부순다’등의 119개 문제행동에 관한 항목으로 구성되어 있는데, 각 항목은 0점(전혀 없다), 1점(가끔 보이거나 정도가 심하지 않은 경우), 2점(자주 있거나 심한 경우)의 3점 척도로 평가하게 되어 있다. 각 문제행동증후군 척도는 해당 문제행동항목들의 합으로 계산된다. 총문제행동 점수에 해당하는 문항은 모두 117개로 가능한 점수범위는 0에서 234점까지이다. 위축, 신체증상, 불안/우울, 사회적 미성숙, 사고의 문제, 주의집중문제, 비행, 공

65) 최보가·전귀연(1993), 자아존중감 척도 개발에 관한 연구, 대한가정학회지, 제 31권 2호, pp.41-54.

66) 오경자·이혜련·홍강의·하은혜(2001), K-CBCL 아동·청소년 행동평가척도, 중앙적성출판사, pp.10-49.

격성 척도는 T-score 70점 이상인 경우에, 내재화 문제, 외현화 문제, 총문제 행동은 T-score 63점 이상인 경우에, 특수척도인 성문제, 정서불안정은 T-score 63점 이상인 경우에 정신건강 고위험군으로 분류된다. K-CBCL의 문제행동증후군 척도의 경우, 검사-재검사 신뢰도는 평균 $r=.68$ 이며, 임상 집단과 정상집단 사이의 변별타당도는 전체 소척도가 $p<.001$ 수준에서 유의하다.

사회능력척도는 친구나 또래와 어울리는 정도, 부모와의 관계 등의 사회성을 평가하는 사회성(Social Scale)척도, 교과목 수행정도, 학업수행상의 문제 여부 등을 평가하는 학업수행 척도(School Scale)의 2개 척도와 총사회능력 점수 등 모두 3개로 이루어져 있다. 사회성 척도, 학업수행 척도는 T-score 30점 이하인 경우에, 총사회능력 척도는 T-score 33점 이하인 경우에 정신건강 고위험군으로 분류된다.



3. 조사대상 및 자료수집

본 연구는 초등학생 시기에 있는 아동소비자를 연구대상으로 하였다.

예비조사는 2002년 12월 19일부터 23일까지 제주시내 1개 초등학교 2학년 30명을 대상으로 실시하였다. 본 조사는 예비조사 결과를 근거로 문항을 검토·분석하여 부적절하다고 생각되는 문항을 수정·보완하였으며, 본 조사는 제주시에 소재하고 있는 1개 초등학교와 서귀포시에 소재하고 있는 2개 초등학교 1학년에서 6학년 학생을 연구대상으로 선정하였다. 본 조사는 2004년 4월 17일부터 5월 26일까지 실시하였다.

조사방법은 연구자가 표집대상 학교의 담당교사에게 협조를 요청하여 설문지를 배부하고 부모님이 기입하게 한 후 회수하는 방법을 이용하였다. 총 826부를 배부하여 803부가 회수되었으며 그 중 응답내용을 신뢰할 수 없거나 부실 기재된 102부를 제외하고 총 701부를 분석자료로 사용하였다.

4. 분석방법

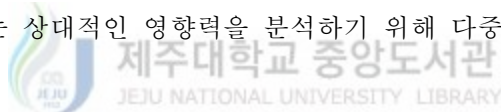
수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for Social Science)PC+ 10.0 Program을 이용하여 분석하였으며, 이용된 분석기법은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적인 특성을 분석하기 위해 빈도분포와 백분율, 평균, 표준편차 등을 사용하였다.

둘째, 독립변수에 따른 아동소비자의 과시소비와 강박적 구매성향의 차이를 분석하기 위해 t-test와 일원분산분석을 실시하였으며, 하위집단간의 차이를 분석하기 위해 쉐페의 다중범위검증(Scheffe's Mutiple Range Test)을 실시하였다.

셋째, 독립변수들간의 상관관계는 피어슨의 적률상관관계 분석을 이용하여 분석하였으며, 각 독립변수들이 아동소비자의 과시소비와 강박적 구매성향에 미치는 상대적인 영향력을 분석하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

넷째, 척도의 신뢰도는 내적 일관성법을 이용하여 검증하였으며, 크론바하의 알파계수(Cronbach's α)를 사용하였다.



IV. 연구결과 및 해석

1. 조사대상자의 특성

1) 아동소비자의 일반적인 특성

아동소비자의 일반적인 특성을 분석한 결과는 <표 3>과 같다.

아동소비자의 성별은 남학생이 50.5%, 여학생이 49.5%였으며, 학년분포는 1학년이 39.0%, 2학년이 20.4%, 3학년이 25.6%, 4학년이 5.7%, 5학년이 4.0%, 6학년이 5.3%인 것으로 나타났다. 지역별 분포는 제주시가 16.1%, 서귀포시가 83.9%였다.

제주대학교 중앙도서관
<표 3> 아동소비자의 일반적인 특성

변 수	집 단	빈도수	백분율	변 수	집 단	빈도수	백분율
성 별	남	354	50.5	지 역	제주시	113	16.1
	여	347	49.5		서귀포시	588	83.9
학 년	1	273	39.0	용 돈 사 용	학용품구입	123	17.5
	2	143	20.4		간식비	413	58.9
	3	160	25.6		저 축	32	4.6
	4	40	5.7		선물구입	15	2.1
	5	28	4.0		오락비	30	4.3
	6	37	5.3		기타	42	6.0
용 돈	5,000원 이하	217	31.0	계	701	100.0	
	6,000~10,000원	154	22.0				
	11,000~15,000원	118	16.8				
	16,000원 이상	166	23.7				
계	701	100.0	계	701	100.0		

교통비와 점심값을 제외한 한달 평균용돈은 5천원 이하가 31%로 가장 많았고, 그 다음이 1만 6천원 이상이 23.7%로 나타났다. 학생들의 한달 사용하는 용돈은 남학생은 1만 3천 8백원, 여학생이 1만 2천 백원으로 나타났다. 학년별로는 저학년인 경우 1만 1천 3백원, 중학년인 경우 1만 6천 3백원, 고학년인 경우 1만 1천 7백원을 사용하는 것으로 나타났다. 가정경제 수준별로 살펴보면 상류인 경우 1만 5천원, 중류인 경우 1만 3천원, 하류인 경우 1만 2천 5백원으로 상류층일수록 자녀의 용돈도 대체로 많은 것으로 나타났다. 지역별로 살펴보면 제주시지역 아동의 용돈은 1만원, 서귀포시인 경우 1만 3천 5백원으로 나타났다.

아동들이 용돈사용형태를 살펴보면 간식비가 58.9%로 가장 많았으며, 그 다음이 학용품 구입으로 17.5%로 나타났다.

2) 부모의 일반적인 특성

아동소비자 부모의 일반적인 특성은 <표 4>와 같다.

부의 연령은 35세 미만이 36.4%, 35세에서 45세 사이가 53.8%, 45세 이상이 9.6%로 나타났고, 모의 연령은 35세 미만이 42.7%, 35세에서 45세 사이가 49.4%, 45세 이상이 7.8%으로 나타났다.

부의 학력은 고졸이 48.9%로 가장 많았으며 그 다음이 대졸 43.7%, 중졸이하가 7.2%로 나타났고, 모의 학력은 고졸이 62.3%로 가장 많았고, 대졸이 23.0%, 중졸이하가 14.5%로 나타났다.

부의 직업은 농어업이 32.5%, 서비스업이 22.4%, 자영업이 20.3%, 사무직이 9.1%, 전문직이 11.8%, 무직이 1.6%순으로 나타났고, 모의 직업은 농어업이 30.4%, 전업주부가 19.3%, 서비스업이 15.7%, 자영업이 15.5%, 전문직이 6.4%, 사무직이 4.6%로 나타났다.

부의 종교는 불교가 52.9%, 기독교가 36.3%, 무교가 10.7%로 나타났고, 모의 종교는 불교가 50.1%, 기독교가 45.0%, 무교가 4.9%였다.

경제수준에 대한 주관적 인지도를 살펴보면 중인 경우가 50.1%, 하인

경우가 41.7%, 상인 경우가 5.1%로 나타나 과반수 이상이 중류층 이상으로 생각하고 있었다.

어머니가 직업을 가진 경우가 72.6%로 과반수 이상이었으며, 직업을 가지지 않은 경우는 19.3%로 나타났다.

<표 4> 부모의 일반적인 특성

변 수	집 단	빈도수	백분율	변 수	집 단	빈도수	백분율
부 직 업	무직	11	1.6	모 직 업	전업주부	135	19.3
	전문직	82	11.8		전문직	45	6.4
	사무직	64	9.1		사무직	32	4.6
	자영업	142	20.3		자영업	109	15.5
	서비스업	157	22.4		서비스업	110	15.7
	농어업	228	32.5		농어업	213	30.4
부 연 령	35세미만	248	36.41	모 연 령	35세미만	290	42.70
	35~45세	367	53.89		35~45세	336	49.48
	45세이상	66	9.69		45세이상	53	7.80
부 학 력	대졸	306	43.7	모 학 력	대졸	161	23.0
	고졸	343	48.9		고졸	437	62.3
	중졸이하	31	7.2		중졸이하	102	14.5
부 종 교	불교	371	52.9	모 종 교	불교	351	50.1
	기독교	254	36.3		기독교	315	45.0
	무교	75	10.7		무교	34	4.9
경 계 수 준 인 지 도	상	36	5.1	가 계 소 득	100만원 이하	59	8.4
	중	356	50.8		100~200만원	270	38.5
					200~300만원	237	33.8
					300~400만원	63	9.0
	하	292	41.7		400만원이상	52	7.4
계	701	100.0	계	701	100.0		

2. 아동소비자의 과시소비성향

1) 과시소비성향의 일반적인 경향

아동소비자의 과시소비성향의 일반적 경향을 분석한 결과는 <표 5>와 같다.

아동소비자의 과시소비성향 척도는 모두 10문항으로 5점 리커트 척도로 구성되었으며, 부모의 보고에 의해 작성된 것을 분석하였다. 과시소비성향 정도는 10점에서 50점까지의 범위를 가지며 점수가 높을수록 과시소비 성향이 높다는 것을 의미한다.

<표 5> 과시소비성향의 일반적인 경향

과시소비성향	아동소비자	어머니소비자
평균	16.79	19.20
표준편차	6.69	6.92

제주지역 아동소비자의 과시소비성향은 16.79로 나타났고, 어머니소비자의 과시소비성향은 19.20로 어머니의 과시소비성향이 자녀의 과시소비 성향보다 높은 것으로 나타났다.

청소년을 대상으로 한 이지혜의 연구⁶⁷⁾를 보면 제주지역 청소년의 과시소비성향을 10문항으로 조사하여 분석한 결과 제주지역 청소년의 과시소비성향 평균은 27.36으로 나타나 본 연구에서 위 연구에서 사용한 질문지를 재작성하여 10문항으로 조사하여 나타난 제주지역 아동의 과시소비성향 평균이 16.79로, 제주지역 청소년 보다 제주지역 아동의 과시소비성향 점수가 낮은 것으로 나타났다.

67) 이지혜(1997), 전개논문, pp.47-48.

청소년을 대상으로 한 이승신·류미현·정승은의 연구⁶⁸⁾에서는 과시소비성향 점수가 19점에서 30점 사이 중간정도 성향을 보이는 학생들이 가장 많은 62.7%로 나타났다.

2) 아동소비자의 배경변수에 따른 과시소비성향

아동소비자의 배경변수에 따라 과시소비성향에 유의미한 차이가 있는지를 분석하기 위해 t-test와 일원분산분석을 실시하였으며 하위집단간의 차이를 검증하기 위해 쉐페 다중범위검증을 실시하였다.

<표 6>은 아동소비자의 배경변수에 따른 과시소비성향에 대하여 분석한 것을 나타낸 것이다.

<표 6> 아동소비자의 배경변수에 따른 아동의 과시소비성향

구 분		평 균	표준편차	F(t)	S
성 별	남	16.65	6.23	7.35**	
	여	16.93	7.14		
지 역	제주시	17.07	5.88	2.29	
	서귀포시	16.72	6.85		
용 돈	5,000원 이하	16.54	6.57	.53	
	6,000~10,000원	16.64	6.80		
	11,000~15,000원	16.73	6.55		
	16,000원 이상	17.37	6.72		
학 년	저학년	16.26	6.15	3.11*	a
	중학년	17.38	7.43		ab
	고학년	17.96	7.05		b

1) * p< .05 ** p< .01

2) S : Scheffe's Mutiple Range Test

68) 이승신·류미현·정승은(1998), 전제논문, p.6.

<표 6>에 의하면 아동소비자의 과시소비성향은 아동의 성별과 학력에 따라서는 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으나 지역과 용돈에 따라서는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

아동소비자들의 과시소비성향은 남학생보다 여학생이 높은 것으로 나타났다. 청소년을 대상으로 한 이승신등의 연구⁶⁹⁾에서 남자청소년이 여자청소년보다 과시소비성향이 높은 것으로 나타난 것과는 다르다.

학년에 따라서도 과시소비성향이 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났는데 학년이 높아질수록 과시소비성향이 높아짐을 알 수 있다.

이는 고순례⁷⁰⁾와 최종설⁷¹⁾의 중·고등학생의 외국유명상표제품 선호도 연구 결과에서 학년이 높을수록 외국유명상표제품을 선호하는 것으로 나타난 결과와는 같은 결과이다.

정민숙⁷²⁾의 연구결과에서는 고등학생보다 중학생이 대체로 충동구매경향이 높은 것과는 다르다.

지역과 용돈수준에서는 과시소비성향에 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 이지혜의 연구⁷³⁾에서 청소년 소비자의 과시소비성향은 용돈에 따라 학용품에서는 유의미한 차이가 없었으나, 의류·신발, 가방구매에서는 유의미한 차이가 있게 나타난 것과는 다르다.

3) 부모의 배경변수에 따른 아동소비자의 과시소비성향

부모의 배경변수에 따라 아동소비자의 과시소비성향에 유의미한 차이가 있는지 알아보기 위하여 일원분산분석을 실시하였고, 하위 집단간의 차이를 알아보기 위하여 쉐페 다중범위검증을 실시하였다. 부모의 배경변수에 따른 아동소비자의 과시소비 성향을 일원분산 분석한 결과는 <표 7>과 같다.

69) 이승신·류미현·정승은(1998), 전계논문. pp.6-7.

70) 고순례(1984), 전계논문. p.75.

71) 최종설(1984), 전계논문. p.50.

72) 정민숙(1990), 전계논문. p.62.

73) 이지혜(1997), 전계논문, p.51.

<표 7> 부모의 배경변수에 따른 아동소비자의 과시소비성향

변수	집 단	평균	F	S	변수	집 단	평균	F	S
부 직 업	무직	24.20	2.52*	a	모 직 업	취업	16.68		.01
	전문직	17.24		ab					
	사무직	17.61		ab					
	자영업	16.50		ab		비취업	16.87		
	서비스업	16.74		ab					
	농어업	16.41		b					
부 연 령	35세미만	15.12	.75		모 연 령	35세미만	18.40		.44
	35~45세	16.43				35~45세	16.80		
	45세이상	17.29				45세이상	16.33		
부 학 력	대졸이상	17.01	.49		모 학 력	대졸이상	17.19		.89
	고졸	16.67				고졸	16.83		
	중졸이하	15.90				중졸이하	15.68		
종 교	불교	16.72	.65		가 계 소 득	100만원이하	17.28		.24
	기독교	17.09				100~200만원	16.94		
	없음	16.09				200~300만원	16.49		
경 인 제 지 수 준	상	18.62	1.00		300~400만원	16.87			
	중	16.65			400만원이상	16.57			
	하	16.77							

1) * $p < .05$

2) S : Scheffe's Mutiple Range Test

<표 7>에 의하면 아동소비자의 과시소비성향은 부모관련 변수 중 아버지의 직업에서는 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으나 어머니의 취업 유무, 부모 연령, 부모학력, 종교, 경제수준 인지도, 가계소득에서는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

아버지의 직업에 대한 사후검증 결과에 의하면 무직과 농·어업 집단간에만 유의미한 차이가 있었으며 전문직, 사무직, 자영업, 서비스업 집단간에는 유의미한 차이가 없었다. 즉, 아버지 직업이 무직인 아동소비자들의 과시소비성향이 아버지 직업이 농·어업인 아동소비자 보다 높은 것으로 나타났다.

아동소비자들의 과시소비 성향은 어머니의 직업, 부모의 연령, 학력, 종교, 경제수준, 가계소득수준에 따라서는 영향을 받지 않는 것으로 나타났

다. 이것은 편세린의 연구74)에서 어머니의 교육수준이 자녀의 과시소비성향에 의미 있는 차이를 보이지 않는 것으로 나타난 결과와는 일치하고 있고, 유명희의 연구75)에서 부모의 직업이 과시소비 성향에 영향력이 있다는 결과와는 다른 결과이다.

4) 자아존중감에 따른 아동소비자의 과시소비성향

자아존중감에 따른 아동소비자의 과시소비성향의 차이를 분석하기 위해 일원분산분석과 쉐페 다중범위검증을 실시한 결과는 <표 8>과 같다.

<표 8> 자아존중감에 따른 아동소비자의 과시소비성향

변 수	집 단	빈 도	평 균	F	S
자아 존중감	상	239	15.11	13.54***	a
	중	257	17.22		a
	하	185	18.35		b

1) *** p< .001

2) S : Scheffe's Mutiple Range Test

아동소비자의 과시소비 성향과 자아존중감과의 관계를 분석한 결과 아동소비자의 과시소비 성향과 자아존중감과는 부적관계가 있는 것으로 나타났다. 사후검증결과에 의하면 상집단 및 중집단과 하집단간에는 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으나 상집단과 중집단 간에는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 하집단이 상이나 중집단보다 과시소비성향이 높았다. 자아존중감이 낮은 아동소비자들의 과시소비성향이 높다는 것을 알 수 있었다.

박은아의 연구76)결과 자존중감이 낮은 소비자가 과시소비를 통해 자기를 향상시키려는 동기를 가지는 것으로 나타난 것과 같다.

74) 편세린(1997), 전계논문, p.37.

75) 유명희(1993), 전계논문, pp.103-105.

76) 박은아(1994), 전계논문, pp.60-61.

아동소비자들도 청소년소비자나 성인 소비자들과 마찬가지로 친구들에게 인정받을 수 있는 소비를 통하여 낮은 자아존중감을 보상하려는 성향을 가지고 있다는 것을 시사해 준다.

5) 아동소비자의 행동특성에 따른 과시소비성향

아동소비자의 행동특성에 따른 과시소비성향에 유의미한 차이가 있는지를 분석하기 위해 일원분산분석을 실시하였으며, 하위집단간의 차이를 검증하기 위해 쉐페의 다중범위검증을 실시하였다. 아동소비자의 행동특성에 따른 과시소비성향에 대하여 일원분산분석을 실시한 결과는 <표 9>와 같다.

아동행동특성의 하위집단은 T점수를 기준으로 63점 이상을 상집단, 56점에서 62점 사이를 중집단, 55점 이하를 하집단으로 구분하여 분석하였다. 세집단으로 나누어 과시소비성향을 분석한 결과 위축, 불안/우울, 신체증상, 사회적 미성숙, 사고의 문제, 주의집중문제, 비행, 공격성, 내재화문제, 외현화문제, 충문제행동의 전영역에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

전체 정신건강 성향을 보는 충문제행동에서는 상, 중, 하 세집단간에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며 상집단일수록 높은 것으로 나타났다. 이는 정신건강문제 경향이 높은 아동소비자가 과시소비성향도 높은 것을 의미한다.

내재화문제에서 상, 중, 하 세집단간에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타나 소극적이고, 과잉통제된 행동을 보이는 상집단일수록 과시소비성향이 높게 나타났다. .

외현화문제에서 상, 중, 하 세집단간에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타나 타인에게 해를 끼치거나 과소통제된 행동을 많이 보이는 상집단일수록 과시소비성향이 높게 나타났다.

위축에서는 상집단 및 중집단과 하집단간에는 유의미한 차이가 있었으

나, 상집단과 중집단간에는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 상집단과 중집단이 하집단보다 높았다. 아동이 혼자 있는 것을 좋아하고, 말을 안

<표 9> 아동소비자의 행동특성에 따른 과소비성향

집 단		빈 도	평 균	F	S
위 축	상	99	19.26	15.81***	a
	중	88	18.87		a
	하	494	15.92		b
불안/우울	상	18	21.94	10.68***	a
	중	101	18.57		a
	하	562	16.30		b
신체증상	상	18	18.05	8.82***	a
	중	94	19.36		a
	하	569	16.32		b
사회적미성숙	상	36	19.52	10.11***	a
	중	154	18.35		a
	하	491	16.09		b
사고의문제	상	25	20.48	8.88***	a
	중	82	18.78		a
	하	574	16.34		b
내재화문제	상	14	21.71	11.56***	a
	중	116	18.85		b
	하	551	16.23		c
주의집중문제	상	35	19.40	3.86*	a
	중	96	17.55		a
	하	550	16.49		b
비행	상	31	21.93	14.48***	a
	중	164	17.87		b
	하	486	16.09		c
공격성	상	38	20.05	14.25***	a
	중	123	18.89		b
	하	520	16.05		c
외현화문제	상	41	21.02	18.61***	a
	중	110	18.98		b
	하	530	16.00		c
총문제 행동	상	25	21.56	11.62***	a
	중	91	18.60		b
	하	565	16.28		c

1) * $p < .05$ *** $p < .001$

2) S : Scheffe's Mutiple Range Test

하며, 수줍거나 소심하고 자주 부루퐁하고 비활동적이고 기운이 없으며, 자주 슬피하고 우울해하고 위축되어 또래와 어울리지 않으려는 성향이 강한 아동소비자들이 그렇지 않은 아동소비자들보다 과시소비성향이 높은 것으로 나타났다.

불안/우울에서도 상집단 및 중집단과 하집단간에는 유의미한 차이가 있었으나, 상집단과 중집단간에는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 상집단과 중집단이 하집단보다 높았다. 이는 아동이 외롭다고 하고 잘울며 스스로 완벽을 요구하고 자신이 사랑받지 못한다고 불평하고 피해의식이 많고 낮은 자아개념을 가지고 있고 신경질과 긴장이 높으며 겁이 많고 불안해하고 지나친 죄책감을 가지고 의심, 걱정을 많이 하는 경향이 있는 아동소비자들이 그러한 경향이 적은 아동소비자들보다 과시소비성향이 높은 경향이 있음을 의미한다.

신체증상에서는 상집단 및 중집단과 하집단간에는 유의미한 차이가 있었으나, 상집단과 중집단간에는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 상집단과 중집단이 하집단보다 높았다. 어지럽고 피곤하고 두통, 메스꺼움, 눈의 이상, 발진, 배앓이, 구토 등의 증상이 있는 아동소비자들의 과시소비성향이 그러한 증상이 없는 아동소비자들보다 높은 것으로 나타났다.

사회적 미성숙에서는 상집단 및 중집단과 하집단간에는 유의미한 차이가 있었으나, 상집단과 중집단간에는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 상집단과 중집단이 하집단보다 높았다. 즉, 나이에 비해 어리게 행동하고 너무 어른에게 의지하려 하고 다른 아이와 어울리지 못하고 놀림을 자주 받으며 다른 아이들이 싫어하고 체중이 많이 나가고 운동신경이 둔하고 나이 어린 아이들과 어울리려는 성향이 많은 아동소비자들이 그렇지 않은 아동소비자들 보다 과시소비성향이 높게 나타났다.

사고의 문제에서는 상집단 및 중집단과 하집단간에는 유의미한 차이가 있었으나, 상집단과 중집단간에는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 상집단과 중집단이 하집단보다 높았다. 강박적 사고나 행동, 헛것을 듣는

경우 이상 행동이나 생각 등을 많이 하는 아동소비자들의 과시소비성향이 그렇지 않은 아동소비자들보다 높게 나타났다.

주의집중 문제에서는 상집단 및 중집단과 하집단간에는 유의미한 차이가 있었으나, 상집단과 중집단간에는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 상집단과 중집단이 하집단보다 높았다. 안절부절하고 과잉행동을 보이며 공상을 많이 하고 충동적이고 매사에 긴장되어 있고 불안한 몸짓과 운동신경이 둔하며 학교 공부가 부진한 경향이 높은 아동소비자들의 과시소비성향이 그렇지 않은 아동소비자들보다 높게 나타났다.

비행은 상집단, 중집단, 하집단간에 모두 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며 상집단일수록 높았다. 나쁜 일에 대해 가책이 없고 나쁜 친구들과 어울리고 거짓말을 자주하며 가출이나 도벽, 욕, 무단결석, 술이나 약물사용, 기물이나 시설 파괴 등의 행동을 많이 보이는 아동소비자들의 과시소비성향이 그렇지 않은 아동소비자들보다 높게 나타났다.

공격성에서는 상집단 및 중집단과 하집단간에 모두 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 상집단과 중집단이 하집단보다 높았다. 말다툼을 자주하고 허풍, 자랑을 많이 하고 남을 잔인하게 괴롭힌다거나 물건 등의 파괴, 말을 잘 안 듣고 자주 싸우며 고집이 세고 감정이나 기분의 변화가 트고 고함을 자주 지르고, 남을 놀린다거나 위협을 하고 지나치게 수다스러운 성향이 많은 아동소비자들의 과시소비성향이 그렇지 않은 아동소비자들보다 높은 것으로 나타났다.

6) 어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 따른 아동소비자의 과시소비성향

어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 따른 아동소비자의 과시소비성향을 분석하기 위해 일원분산분석을 실시하였으며, 하위집단간의 차이는 Scheffe 다중범위검증을 이용하여 분석하였다.

어머니의 과시소비와 강박적 구매성향에 따른 아동소비자의 과시소비

성향에 대한 일원분산분석 결과는 <표 10>과 같다. 과시소비성향 집단구분은 15점 이하를 하집단, 16점에서 25점 사이를 중집단, 26점 이상을 상집단으로 구분하여 분석하였다. 강박적 구매성향의 집단구분은 20점 이하를 하집단으로 21점에서 30점 사이를 중집단으로, 31점 이상을 상집단으로 구분하여 분석하였다.

아동소비자의 과시소비성향을 어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 상, 중, 하집단간에 모두 유의한 차이가 있었으며 상집단일수록 높았다. 어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향이 높을수록 아동소비자의 과시소비성향이 높은 것으로 나타났다. 이는 어머니의 소비행동특성이 자녀들에게 영향을 미치고 있다는 것을 시사해 준다.

<표 10> 어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 따른 아동소비자의

과시소비성향

변 수	집 단	빈 도	평 균	F	S
어머니의 과시소비 성향	상	133	20.61	65.01***	a
	중	306	17.72		b
	하	241	13.45		c
어머니의 강박적 구매성향	상	84	20.50	23.36***	a
	중	304	17.25		b
	하	292	15.19		c

1) *** p < .001

2) S : Scheffe's Mutiple Range Test

이는 류미현·이승신⁷⁷⁾의 연구에서 어머니의 과시소비성향이 높을수록 청소년 소비자의 과시소비 수준도 높은 것으로 나타난 결과와 일치하는 결과이다.

77) 류미현·이승신(1999), 어머니의 과시소비가 청소년소비자의 과시소비에 미치는 영향. 한국가정관리학회지 제17권 1호, p.42.

3. 아동소비자의 강박적 구매성향

1) 아동소비자의 강박적 구매성향의 일반적인 경향

아동소비자의 강박적 구매성향의 일반적 경향을 분석한 결과는 <표 11>와 같다.

<표 11> 강박적 구매성향의 일반적인 경향

강박적 구매성향	아동소비자	어머니소비자
평 균	24.19	19.04
표 준 편 차	9.55	6.74

아동소비자의 강박적 구매성향 척도는 모두 12문항으로 5점 리커트 척도로 구성되었다. 강박적 구매성향 정도는 12점에서 60점까지의 범위를 가지며 점수가 높을수록 강박적 구매성향이 높다는 것을 의미한다.

제주지역 아동소비자의 강박적 구매성향은 24.19로 나타났고, 어머니소비자의 강박적 구매성향은 19.04로 자녀의 강박적 구매성향이 어머니의 강박적 구매성향보다 높은 것으로 나타났다. 아동 소비자를 대상으로 한 소비자 교육이 필요하며, 강화되어야 할 것을 시사하고 있다.

청소년을 대상으로 한 김영신의 연구⁷⁸⁾에서 10점에서 50점 사이의 범위를 갖는 강박적 구매성향을 분석한 결과 평균이 30.28, 표준편차 7.13으로 나타났고, 비행청소년을 대상으로 한 연구⁷⁹⁾에서 비행청소년의 강박적 구매성향은 평균이 32.08, 표준편차가 6.81로 나타나 일반 청소년보다 높은

78) 김영신(1995), 소비자사회화 관점에서 본 청소년들의 강박적 구매성향, 충남생활과학연구지 제8권 1호, pp.47-48.

79) 김영신·임경희(1998), 비행청소년의 강박적 구매성향, 소비문화연구 제1권 1호, p.10.

성향을 보였다. 본 연구 결과와 비교해 볼 때 아동소비자가 일반청소년 소비자, 비행청소년 소비자보다 강박적 구매성향이 낮은 것으로 나타났다.

송인숙의 연구⁸⁰⁾를 보면 도시여성의 강박적 구매성향을 14문항으로 조사한 평균은 28.82점, 표준편차 8.75점을 나타내, 제주지역 여성의 경우는 다른 도시여성의 강박적 구매성향보다 낮은 것으로 나타났다.

2) 아동소비자의 배경변수에 따른 강박적 구매성향

아동소비자의 배경변수에 따라 강박적 구매성향에 유의미한 차이가 있는지를 분석하기 위해 t-test와 일원분산분석을 실시하였으며 하위집단간의 차이를 검증하기 위해 쉘레 다중범위검증을 실시하였다.

<표 12>은 아동소비자의 배경변수에 따른 강박적 구매성향에 대하여 분석한 것을 나타낸 것이다.

<표 12>에 의하면 아동소비자들의 강박적 구매성향은 학년에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으나 성별, 지역, 용돈에서는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

4학년 집단과 1, 2, 3, 5, 6학년 집단간에 유의미한 차이가 있었으며 1, 2, 3, 5, 6학년 집단간에는 유의미한 차이가 없었다. 4학년이 다른 학년들보다 강박적 구매성향이 높은 것으로 나타났다.

d'Astous의 연구⁸¹⁾에서 나타난 청소년의 경우 여학생이 남학생보다 강박적 구매성향이 높게 나타난 결과, 그리고 우리 나라 청소년을 대상으로 연구한 김영신의 연구⁸²⁾에서는 성별, 연령에 따라서는 유의미한 차이가 없었으나 용돈의 크기에 따라서는 차이를 보인 결과와는 다른 것으로 나타났다.

80) 송인숙(1993). 전계서. pp.57-58.

81) d'Astous, A.(1990), *op.cit.*, pp.15-31.

82) 김영신(1995), 전계논문, p.49.

<표 12> 아동소비자의 배경변수에 따른 강박적 구매성향

구 분		평 균	표준편차	F(t)	S
성 별	남	27.46	9.48	1.53	
	여	26.34	9.60		
지 역	제주시	27.28	8.57	.45	
	서귀포시	26.83	9.74		
용 돈	5,000원 이하	26.35	9.74	.45	
	6,000~10,000원	27.04	8.81		
	11,000~15,000원	27.29	9.25		
	16,000원 이상	27.37	9.86		
학 년	1학년	26.19	8.56	2.43*	a
	2학년	27.20	9.02		a
	3학년	27.14	9.98		a
	4학년	31.27	12.65		b
	5학년	24.39	9.79		a
	6학년	26.94	10.90		a

1) * $p < .05$

2) S : Scheffe's Multiple Range Test

3) 부모의 배경변수에 따른 아동소비자의 강박적 구매성향

부모의 배경변수에 따라 아동소비자의 강박적 구매성향에 유의미한 차이가 있는지 알아보기 위하여 일원분산분석을 실시하였고, 하위 집단간의 차이를 알아보기 위하여 쉐페 다중범위검증을 실시하였다.

부모의 배경변수에 따른 아동소비자의 강박적 구매성향을 일원분산분석한 결과는 <표 13>과 같다.

<표 13>에 의하면 아동의 강박적 구매성향은 부모의 배경변수인 부의 직업, 모의 취업유무, 부모의 연령, 부모의 학력, 부모의 종교, 경제수준, 가계소득에 따라 모두 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 아동소비자의 강박적 구매성향은 부모의 배경변수에 따라서는 영향을 받지 않고 있다는 것을 알 수 있었다.

김영신·임경희⁸³⁾의 비행청소년을 대상으로 한 연구에서는 아버지의 교육

수준을 제외한 변인에서 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 13> 부모의 배경변수에 따른 아동소비자의 강박적 구매성향

변 수	집 단	평 균	F	S	변 수	집 단	평 균	F	S
부 직 업	무직	32.30	1.32		모 직 업	취업	26.57	1.36	
	전문직	27.54							
	공무원	31.31							
	사무직	26.50							
	자영업	26.67				비취업	27.84		
	서비스업	26.88							
	농어업	26.54							
부 연 령	35세미만	25.98	1.40		모 연 령	35세미만	27.52	1.40	
	35~45세	26.89				35~45세	26.32		
	45세이상	28.04				45세이상	27.66		
부 학 력	대졸이상	26.71	.07		모 학 력	대졸이상	27.65	1.64	
	고졸	26.98				고졸	26.80		
	중졸이하	27.03				중졸이하	24.82		
종 교	불교	27.12	.17		가 계 소 득	100만원이하	27.77	.14	
	기독교	26.70				100~200만원	26.89		
	없음	26.92				200~300만원	26.76		
경 제 수 준 인 지 도	상	26.14	1.53		300~400만원	26.69			
	중	26.81			400만원이상	26.76			
	하	27.37							

4) 자아존중감과 과시소비성향에 따른 아동소비자의 강박적 구매성향

자아존중감과 과시소비성향에 따른 아동소비자의 강박적 구매성향의 차이를 분석하기 위해 일원분산분석과 쉐페 다중범위검증을 실시한 결과는 <표 14>와 같다.

83) 김영신 · 임경희(1998), 전개논문, p.12.

아동소비자의 강박적 구매성향은 자아존중감과 과시소비성향에 따라 유의한 차이가 있었으며 상, 중, 하 집단간에 모두 유의미한 차이가 있었다. 상집단일수록 높은 경향이 있었다.

<표 14> 자아존중감과 과시소비성향에 따른 아동소비자의 강박적 구매성향

변 수	집 단	빈 도	평 균	F	S
자아 존중감	상	239	23.88	24.20***	a
	중	257	27.43		b
	하	185	30.09		c
과시소비 성향	상	79	35.96	106.28***	a
	중	251	29.89		b
	하	351	22.74		c

1) *** p < .001

2) S : Scheffe's Mutiple Range Test

아동소비자의 자아존중감과 강박적 구매성향과는 부적관계가 있는 것으로 나타났으며 자아존중감이 낮을수록 강박적 구매성향이 높은 것으로 나타났다.

청소년을 대상으로 한 김영신의 연구⁸⁴⁾에서 자아존중감과 강박적 구매성향과의 관계를 살펴본 결과 부적인 관계를 나타내고 있어 자아존중감이 낮은 청소년들이 자아존중감을 높이기 위한 수단으로 구매를 이용하는 것으로 나타났다. 도시주부를 대상으로 한 송인숙의 연구⁸⁵⁾에서도 자아존중감을 4집단으로 구분하여 강박적 구매성향을 비교한 결과 자아존중감에 따라 강박적 구매성향에 차이가 있는 것으로 나타난 결과와 일치하는 결과이다.

낮은 자아존중감은 중독증이나 강박증의 경우에 공통적으로 나타나는 속성으로 구매중독성향에 대한 원인에서 가장 중요한 문제로 다루어져 왔

84) 김영신(1995), 전개논문, p.49.

85) 송인숙(1993), 전개논문, pp.66-67.

다. 자아존중감이 낮은 소비자들이 강박적 구매성향이 높은 것으로 나타나고 있음을 알 수 있었다.⁸⁶⁾

아동소비자의 과시소비 성향과 강박적 구매성향은 정적관계가 있는 것으로 나타났으며 아동소비자들의 과시소비성향이 높을수록 강박적 구매성향이 높은 경향이 있었다.

이는 임경희·김영신의 연구⁸⁷⁾에서 청소년소비자들이 과시소비 욕구가 높을수록 강박적 구매성향이 높은 것으로 나타나 청소년이 구매행위를 통하여 자신을 내세우고 권위 있는 사람으로 보이고 싶은 욕구를 반영하고 있는 것으로 나타난 결과와 유사하다.

5) 아동소비자의 행동특성에 따른 강박적 구매성향

아동소비자의 행동특성에 따른 강박적 구매성향에 유의미한 차이가 있는지를 분석하기 위해 일원분산분석을 실시하였으며, 하위집단간의 차이를 검증하기 위해 쉐페의 다중범위검증을 실시하였다. 아동소비자의 행동특성에 따른 강박적 구매성향에 대하여 일원분산분석을 실시한 결과는 <표 15>과 같다.

아동행동특성의 하위집단은 T점수를 기준으로 63점 이상을 상집단, 56점에서 62점 사이를 중집단, 55점 이하를 하집단 등 세집단으로 구분하여 분석하였다.

세집단으로 나누어 강박적 구매성향을 분석한 결과 위축, 불안/우울, 신체증상, 사회적 미성숙, 사고의 문제, 주의집중문제, 비행, 공격성, 내재화문제, 외현화문제, 충문제행동의 전영역에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

전체 정신건강 성향을 보는 충문제행동에서 상, 중, 하집단간에 모두 유

86) 송인숙(1993), 전계서, p31.

87) 임경희·김영신(1998), 청소년소비자의 강박적 구매성향에 대한 인과적 분석, 청소년문제연구 제21권, p.120.

의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며 상집단일수록 높은 것으로 나타났다. 이는 정신건강문제 경향이 높은 아동소비자가 강박적 구매성향도 높은 것을 알 수 있었다.

내재화문제에서 상, 중, 하집단간에 모두 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며 상집단일수록 높은 것으로 나타났다. 아동소비자의 소극적이고 과잉통제된 행동이 많은 상집단일수록 강박적 구매성향이 높은 것으로 나타났다.

외현화문제에서 상, 중, 하집단간에 모두 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며 상집단일수록 높은 것으로 나타났다. 타인에게 해를 끼치거나 과소통제된 행동을 보이는 상집단의 아동소비자이 강박적 구매성향도 높게 나타났다.

위축에서는 상집단 및 중집단과 하집단간에는 유의미한 차이가 있었으나, 상집단과 중집단간에는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 상집단과 중집단이 하집단보다 높았다. 아동이 혼자 있는 것을 좋아하고, 말을 안 하며, 수줍거나 소심하고 자주 부루퉁하고 비활동적이고 기운이 없으며, 자주 슬퍼하고 우울해하고 위축되어 또래와 어울리지 않으려는 성향을 가지고 있는 아동소비자들이 그렇지 않은 아동소비자들보다 강박적 구매성향이 높은 것으로 나타났다.

불안/우울에서는 상집단 및 중집단과 하집단간에는 유의미한 차이가 있었으나, 상집단과 중집단간에는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 상집단과 중집단이 하집단보다 높았다. 아동이 외롭다고 하고 잘 울며 스스로 완벽을 요구하고 자신이 사랑받지 못한다고 불평하고 피해의식이 많고 낮은 자아개념을 가지고 신경질과 긴장이 높으며 겁이 많고 불안해하고 지나친 죄책감으로 의심, 걱정을 많이 하는 경향이 있을수록 강박적 구매성향이 높게 나타났다.

신체증상에서는 상집단 및 중집단과 하집단간에는 유의미한 차이가 있었으나, 상집단과 중집단간에는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 상

집단과 중집단이 하집단보다 높았다. 어지럽고 피곤하고 두통, 메스꺼움,

<표 15> 아동소비자의 행동특성에 따른 강박적 구매성향

집 단		빈 도	평 균	F	S
위 축	상	99	31.05	15.83***	a
	중	88	28.95		a
	하	494	25.71		b
불안/우울	상	18	34.50	13.86***	a
	중	101	30.09		a
	하	562	26.09		b
신체증상	상	18	31.72	9.25***	a
	중	94	30.11		a
	하	569	26.22		b
사회적미성숙	상	36	33.58	18.34***	a
	중	154	29.25		b
	하	491	25.68		c
사고의문제	상	25	30.68	10.58***	a
	중	82	30.78		a
	하	574	26.19		b
내재화문제	상	14	37.28	23.49***	a
	중	116	30.89		b
	하	551	25.80		c
주의집중문제	상	35	35.40	23.01***	a
	중	96	29.82		b
	하	550	25.86		c
비행	상	31	38.45	41.01***	a
	중	164	29.64		b
	하	486	25.25		c
공격성	상	38	37.02	35.43***	a
	중	123	29.70		b
	하	520	25.50		c
외현화문제	상	41	37.70	18.61***	a
	중	110	29.86		b
	하	530	25.46		c
총문제행동	상	25	39.60	36.84***	a
	중	91	30.67		b
	하	565	25.74		c

1) * * * p < .001

2) S : Scheffe's Muplpe Range Test

눈의 이상, 발진, 배앓이, 구토 등의 증상이 많을수록 강박적 구매성향이 높은 경향이 있었다.

사회적 미성숙에서는 상집단, 중집단, 하집단간에 모두 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며 상집단일수록 높았다. 나이에 비해 어리게 행동하고 너무 어른에게 의지하려 하고 다른 아이와 어울리지 못하고 놀림을 자주 받으며 다른 아이들이 싫어하고 체중이 많이 나가고 운동신경이 둔하고 나이 어린 아이들과 어울리려는 성향이 많을수록 그렇지 않은 아동소비자들에 비하여 강박적 구매성향이 높은 것으로 나타났다.

사고의 문제에서는 상집단 및 중집단과 하집단간에는 유의미한 차이가 있었으나, 상집단과 중집단간에는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 상집단과 중집단이 하집단보다 높았다. 강박적 사고나 행동, 헛것을 듣는 경우, 이상 행동이나 생각 등을 많이 하는 아동소비자들이 그렇지 않은 아동소비자들보다 강박적 구매성향이 높은 것으로 나타났다.

주의집중 문제에서는 상집단, 중집단, 하집단간에 모두 유의미한 차이가 있는 것으로 나타나, 상집단일수록 높았다. 안절부절하고 과잉행동을 보이며 공상을 많이 하고 충동적이고 매사에 긴장되어 있고 불안한 몸짓과 운동신경이 둔하며 학교 공부가 부진한 경향이 높을수록 아동소비자의 강박적 구매성향이 높은 것으로 나타났다.

비행에서는 상집단, 중집단, 하집단간에 모두 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며 상집단일수록 높았다. 나쁜 일에 대해 가책이 없고 나쁜 친구들과 어울리고 거짓말을 자주하며 가출이나 도벽, 욕, 무단결석, 술이나 약물사용, 기물이나 시설파괴 등의 행동을 많이 보일수록 아동소비자들의 강박적 구매성향이 그렇지 않은 아동소비자들보다 높게 나타났다.

공격성에서는 상집단, 중집단, 하집단간에 모두 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며 상집단일수록 높았다. 아동소비자들이 말다툼을 자주하고 허풍, 자랑을 많이 하고 남을 잔인하게 괴롭힌다거나 물건 등의 파괴, 말을 잘 안 듣고 자주 싸우며 고집이 세고 감정이나 기분의 변화가 크고

고함을 자주 지르고, 남을 놀린다거나 위협을 하고 지나치게 수다스러운 성향이 많은 아동소비자들이 그렇지 않은 아동소비자들보다 강박적 구매성향이 높게 나타났다.

6) 어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 따른 아동소비자의 강박적 구매성향

어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 따른 아동소비자의 강박적 구매성향을 분석하기 위해 일원분산분석을 실시하였으며, 하위집단간의 차이는 쉐페의 다중범위검증을 이용하여 분석하였다.

어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 따른 아동소비자의 강박적 구매성향에 대한 일원분산분석 결과는 <표 16>와 같다.

<표 16> 어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 따른 아동소비자의 강박적 구매성향

변 수	집 단	빈 도	평 균	F	S
어머니의 과시소비 성향	상	133	31.39	47.09***	a
	중	306	28.19		b
	하	241	22.68		c
어머니의 강박적 구매성향	상	84	33.69	52.15***	a
	중	304	28.35		b
	하	292	23.35		c

1) *** $p < .001$

2) S : Scheffe's Multiple Range Test

어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 따라 아동소비자의 강박적 구매성향은 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며 상집단, 중집단, 하집단 간에 모두 유의미한 차이가 있었다. 아동소비자의 강박적 구매성향은 어머니의 과시소비성향이 높을수록 그리고 어머니의 강박적 구매성향이 높

을수록 아동소비자의 강박적 구매성향이 높은 것으로 나타났다. 이는 어머니의 소비행동특성이 자녀들에게 영향을 미치고 있음을 의미한다.

4. 아동소비자의 강박적 구매성향 관련 변인들의 상대적인 영향력

아동소비자의 과시소비성향 및 강박적 구매성향과 관련되는 변수가 아동소비자의 과시소비성향 및 강박적 구매성향에 미치는 상대적인 영향력을 분석하기 위한 중회귀분석을 실시하기 전에 독립변수들간의 다중공선성 문제를 확인하기 위하여 적률상관관계를 분석하였으며 그 결과는 <표 17>과 같다.



<표 17> 독립 변수들의 상관관계 · 평균 · 표준편차

변 수	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫	⑬
①학년	1.00												
②용돈	.11*	1.00											
③모연령	.15**	-.01	1.00										
④모학력	-.08*	-.05	-.09*	1.00									
⑤경제수준	.05	-.06	.05	-.08*	1.00								
⑥가계소득	-.01	.07	-.04	.17**	-.13**	1.00							
⑦자아존중감	-.19**	.02	.02	.09*	-.14**	.11**	1.00						
⑧모구매증독	-.04	.01	-.08	.11**	.04	-.03	-.10**	1.00					
⑨모과시소비	-.06	-.00	-.12**	.11**	-.06	.07	-.07*	.47**	1.00				
⑩과시소비	.10**	.02	-.04	.04	-.03	-.02	-.14**	.28**	.40**	1.00			
⑪위축	-.06	.01	.00	-.07	.02	-.09*	-.13**	.15**	.15**	.18**	1.00		
⑫불안/우울	-.02	-.07	.02	.03	.00	-.04	-.05	.08*	.07*	.15**	.35**	1.00	
⑬신체증상	.02	.06	.02	-.02	.05	-.04	-.10**	.16**	.11**	.19**	.54**	.52**	1.00
⑭사회적미성숙	.11**	.05	.01	-.04	.02	-.08*	-.18**	.16**	.11**	.15**	.47**	.40**	.59**
⑮사과의문제	.05	-.00	.03	-.03	.02	-.03	-.11**	.14**	.15**	.18**	.43**	.42**	.65**
⑯내재화문제	.01	.04	.02	-.00	.05	-.06	-.12**	.17**	.13**	.19**	.66**	.71**	.90**
⑰주의집중	.69	.01	.01	-.07*	.04	-.09*	-.21**	.17**	.09*	.11**	.49**	.42**	.64**
⑱비행	.01	-.01	-.02	.01	.02	-.06	-.11**	.20**	.12**	.22**	.43**	.41**	.59**
⑲공격성	.05	-.05	-.01	-.02	.02	-.02	-.14**	.19**	.10**	.20**	.45**	.38**	.64**
⑳외현화문제	.04	-.05	-.01	-.01	.02	-.03	-.13**	.21**	.11**	.22**	.47**	.43**	.68**
㉑충문제행동	.04	-.00	.01	-.02	.04	-.06	-.17**	.18**	.11**	.21**	.60**	.56**	.83**
㉒강박적구매	.04	.02	-.06	.02	-.04	-.02	-.23**	.39**	.33**	.57**	.19**	.17**	.25**
평 균	2.31	13,010	37.15	11.70	2.52	2.67	107.06	22.69	19.20	26.91	16.78	54.28	51.62
표준편차	1.41	12,004	3.18	4.03	1.14	1.01	14.37	6.74	6.92	9.55	6.69	9.34	3.89

<표 17>의 상관관계 분석 결과에 의하면 아동행동특성에서 위축, 우울/불안, 신체증상, 사고의문제와 내재화문제간에 주의집중문제 비행, 공격성과 외현화문제간에 그리고 내재화문제 및 외현화문제와 충문제행동간에 상관관계가 높아 다중공선성문제가 있는 것으로 나타났다. 따라서 내재화문제, 외현화문제, 충문제행동을 각각 독립변수로 하여 세가지 회귀모형을 분석하였다.

1) 아동소비자의 과시소비성향 관련 변인들의 상대적인 영향력

과시소비성향과 관련된 변수들이 아동소비자의 과시소비성향에 미치는 상대적인 영향력을 분석하기 위하여 중회귀분석을 실시한 결과는 <표 18>과 같다. 회귀모형 1, 2, 3의 설명력은 19%에서 20%였다.

아동소비자의 과시소비성향에 유의한 영향을 미치는 요인은 어머니의 과시소비성향, 학년, 어머니의 강박적 구매성향과 아동행동특성 중 내재화문제, 외현화문제, 충문제행동인 것으로 나타났으며 모두 정적으로 유의한 영향을 미치고 있었다. 어머니의 연령과 학력, 자아존중감은 모두 아동소비자의 과시소비성향에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

모형 1, 2, 3에서 모두 어머니의 과시소비성향이 가장 큰 영향을 미치고 있었으며 어머니의 과시소비성향이 높을수록 아동소비자의 과시소비성향도 높은 것으로 나타났다. 어머니의 과시소비성향 다음으로 유의한 영향을 미치는 요인은 모형 1에서는 학년, 아동의 아동행동특성 중 내재화문제, 어머니의 강박적 구매성향 순이었으며, 회귀모형 2에서는 아동행동특성 중 외현화문제, 학년 순 이었다. 회귀모형 3에서는 학년, 어머니의 강박적 구매성향, 아동행동특성 중 충문제행동 순 이었다. 학년이 높을수록, 어머니의 강박적 구매성향이 높을수록 아동의 내재화문제와 외현화문제 및 충문제행동에서 문제가 많을수록 아동소비자의 과시소비성향이 높은 것으로 나타났다.

<표 18> 아동소비자의 과시소비성향 관련 변인들의 회귀분석 결과

독립변수	회귀모형 1	회귀모형 2	회귀모형 3
성별	-.04	-.00	-.00
학년	.12*	.11*	.12**
모연령	-.02	-.01	-.01
모학력	.00	.00	.00
자아존중감	-.07	-.07	-.07
모 강박적구매	.09*	.08	.10*
모의 과시소비	.32***	.33***	.33***
내재화문제	.11*	-	-
외현화문제	-	.15***	-
충문제행동	-	-	.08*
상수항	1.84	.88	.53
Adjusted R ²	.19	.20	.19
F	20.25***	21.60	19.59***

1) * p< .05 ** p< .01 *** p< .001

2) 성별은 더미변수로 1은 남, 0은 여

어머니의 강박적 구매성향은 회귀모형 1과 3에서는 유의한 영향을 미치고 있었으나, 회귀모형 2에서는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 또한 아동행동특성 요인인 내재화, 외현화, 충문제행동은 모두 아동소비자의 과시소비성향에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타나 아동의 정신건강에 문제가 있을수록 과시소비성향이 높은 것으로 나타났다. 또한 자아존중감은 분산분석에서는 아동소비자의 과시소비성향에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 회귀분석에서는 효과가 상쇄되어 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

2) 아동소비자의 강박적 구매성향 관련 변인들의 상대적인 영향력

강박적 구매성향과 관련된 변수들이 아동소비자의 강박적 구매성향에 미치는 상대적인 영향력을 분석하고자 중회귀분석을 실시한 결과는 <표 19>와 같다. 회귀모형 1, 2, 3의 설명력은 41%와 43%이었다.

<표 19> 아동소비자의 강박적 구매성향 관련 변인들의 회귀분석 결과

독립변수	회귀모형 1	회귀모형 2	회귀모형 3
성별	-.06	-.06	-.06
학년	-.04	-.05	-.05
모연령	-.01	-.01	-.01
모학력	.01	.01	.01
자아존중감	-.15***	-.14***	-.13***
과시소비성향	.49***	.47***	.49***
모 강박적구매	.21***	.19***	.20***
모의 과시소비	-.03	-.02	-.03
내재화문제	.10*		-
외현화문제	-	.19***	-
총문제행동	-	-	.17***
상수항	8.14	2.26	2.49
Adjusted R ²	.41	.43	.43
F	50.75***	55.87***	53.93***

1) * p< .05 *** p< .001

2) 성별은 더미변수로 1은 남, 0은 여

회귀분석 결과에 의하면 아동소비자의 강박적 구매성향에 유의한 영향을 미치는 요인은 자아존중감, 과시소비성향, 어머니의 강박적 구매성향, 내재화문제, 외현화문제, 총문제행동인 것으로 나타났으며 학년, 어머니의 연령과 학력 그리고 어머니의 과시소비성향은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 자아존중감은 부적 영향을 미치고 있었으며, 그 이외의 요인은 모두 정적 영향을 미치고 있었다.

회귀모형 1, 2, 3에서 아동의 강박적 구매성향에 가장 유의한 영향을 미치는 요인은 아동소비자의 과시소비성향인 것으로 나타났다. 아동소비자의

과시소비성향이 높을수록 강박적 구매성향이 높은 것으로 나타났다. 과시 소비성향 다음으로 아동소비자의 강박적 구매성향에 유의한 영향을 미치는 요인은 회귀모형 1에서는 어머니의 강박적 구매성향, 자아존중감, 아동행동 특성 중 내재화 문제 순인 것으로 나타났으며, 회귀모형 2에서는 어머니의 강박적 구매성향과 아동행동특성 중 외현화문제, 자아존중감 순인 것으로 나타났다. 회귀모형 3에서는 어머니의 강박적 구매성향, 아동행동특성 중 충문제행동, 자아존중감 순인 것으로 나타났다.

아동소비자의 자아존중감은 낮을수록, 어머니의 강박적 구매성향은 높을수록, 아동의 내재화문제, 외현화문제, 충문제행동 성향이 많을수록 아동 소비자의 강박적구매 성향이 높은 것으로 나타났다. 내재화, 외현화, 충문제행동은 모두 아동소비자의 강박적 구매성향에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타나 아동의 정신건강에 문제가 있을수록 강박적 구매성향이 높다는 것을 알 수 있었다. 어머니의 과시소비성향은 분산분석에서는 아동의 강박적 구매성향에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으나 회귀 분석에서는 효과가 상쇄되어 유의한 영향을 미치지 않고 있었다.

V. 결론 및 제언

이 연구는 아동소비자들을 대상으로 아동소비자들의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 영향을 미치는 요인들을 분석하고 이들 요인들이 아동소비자들의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 미치는 상대적 영향력을 분석하였다.

연구의 결과를 통해 얻은 결론은 다음과 같다.

첫째, 제주지역 아동소비자의 과시소비성향과 강박적 구매성향은 중하 정도로 높지 않은 경향을 보였다.

둘째, 아동소비자의 배경변수 중에서 아동소비자의 과시소비성향에 유의한 영향을 미치는 요인은 성별과 학년이었으며, 아동소비자의 강박적 구매성향에 유의한 영향을 미치는 요인은 학년이였다. 남학생보다 여학생이 과시소비성향이 높았으며 저학년보다 고학년의 과시소비성향이 높은 경향이 있었다. 4학년들이 다른 학년들에 비하여 강박적 구매성향이 높았다.

셋째, 부모의 관련변수 중에서 아동소비자의 과시소비성향에 유의한 영향을 미치는 요인은 아버지의 직업이었으며 부모의 배경변수는 아동소비자의 강박적 구매성향에는 모두 유의한 영향을 미치지 않고 있었다. 아버지 직업이 무직인 아동소비자들의 과시소비성향이 아버지가 직업이 있는 아동소비자들보다 높은 강박적 구매경향이 있었다.

넷째 아동소비자의 강박적 구매성향에 가장 큰 유의한 영향을 미치는 요인은 아동소비자의 과시소비성향이였다. 이는 과시소비성향이 강박적 구매를 유도하고 있음을 알 수 있었다.

다섯째 아동소비자의 자아존중감은 분산분석에서는 과시소비성향과 강박적 구매성향에 모두 유의한 영향을 미치고 있었다. 아동소비자의 과시소비와 강박적 구매성향은 아동소비자의 자아존중감이 낮을수록 높은 경향이였다. 자아존중감이 낮은 아동소비자들은 과시소비를 통하여 낮은 자아존

중감을 보상하는 경향이 있으며, 강박적 구매성향을 나타내고 있었다. 그러나 회귀분석에서는 통제가 되어 강박적 구매성향에서는 부적영향을 미치고 있었으나 과시소비성향에서는 유의한 영향을 미치지 않고 있었다.

여섯째, 어머니의 소비성향이 아동소비자의 소비성향에 유의한 영향을 미치고 있었다. 어머니의 과시소비성향과 강박적 구매성향이 높을수록 아동소비자의 과시소비성향과 강박적 구매성향이 높은 경향이 있었다. 어머니의 과시소비성향은 아동소비자의 과시소비성향에 가장 큰 영향을 미치고 있었으며, 어머니의 강박적 구매성향은 아동소비자의 과시소비성향 다음으로 아동소비자의 강박적 구매성향에 큰 영향을 미치고 있었다. 이것은 어머니는 자녀의 소비행동에서 모델 역할을 하고 있으며, 자녀의 소비자 사회화는 어머니의 소비행동을 통하여 이루어지고 있음을 의미한다.

일곱째, 위축, 불안/우울, 신체증상, 사회적 미성숙, 사고의 문제, 주의집중문제, 비행, 공격성, 내재화문제, 외현화문제, 충문제행동 등 아동행동특성 관련 요인들은 모두 아동소비자의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 유의한 영향을 미치고 있었다. 아동소비자의 심리적, 행동문제가 많은 경우 과시소비성향과 강박적 구매성향이 높게 나타난 것으로 미루어 보아, 아동의 정신건강문제가 소비행동에도 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다.

본 연구는 제주지역 아동소비자의 과시소비성향과 강박적 구매성향에 영향을 미치는 요인을 분석하였으나 연령의 분포가 저학년에 편중되어 있어 제주지역 아동소비자들의 과시소비성향과 강박적 구매성향을 대표하는데 제한점이 있음을 밝혀두고자 한다.

이상의 연구결과를 통하여 아동소비자들이 소비행동에 대한 올바른 가치관을 정립하고 건전한 소비문화를 형성할 수 있도록 지도하고 교육하는데 도움이 될 수 있는 대안으로 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

첫째, 아동의 행동특성이 아동소비자의 과시소비와 강박적 구매성향에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나고 있으므로 아동의 과시소비와 강박

적 구매성향을 감소시키기 위해서는 아동의 정신건강을 증진시킬 수 있는 치료적, 교육적 도움이 필요할 것이다.

둘째, 자아존중감이 아동소비자들의 과소비와 강박적 구매성향에 부정적 영향을 미치고 있는 것으로 나타나고 있으므로 아동소비자들이 높은 자아존중감을 가질 수 있는 교육이 필요가 있을 것이다.

셋째, 어머니의 과소비와 강박적 구매성향이 아동소비자의 과소비와 강박적 구매성향에 유의한 영향을 미치고 있어 어머니의 소비행동을 관찰하고 모방하면서 성장하는 아동소비자들에게 어머니가 건전하고 검소한 소비행동을 생활화하고 실천함으로써 가정에서부터 건전한 소비문화가 정착될 수 있도록 해야 할 것이다.

넷째, 아동소비자의 소비행동에 대한 선행연구가 부족하고, 아동소비자를 대상으로 한 소비행동 평가 척도가 부족하므로, 앞으로 이 부분에 대한 연구가 활발히 이루어져야 할 것이다.



참 고 문 헌

- 서정희(1999), 미래고객, 아동의 소비자 사회화 과정, 마케팅, 5월호.
- 오경자·이혜련·홍강의·하은혜(2001), K-CBCL 아동·청소년 행동평가 척도, 중앙적성출판사.
- 이기춘(1999), 소비자교육의 이론과 실제, 교문사.
- 이승신·친규승·백인화(2002), 현명한 부모 미래를 준비하는 자녀, 을파소
- 임종철(1989), 과소비의 경제학, 언론과비평.
- 최병용(1996), 최신소비자행동론, 전영사.
- 곽현정·이승신(2003), 아동소비자의 소비자행동의 합리성에 관한 연구, 대한가정학회지 제41권 5호.
- 김영신(1995), 소비자사회화 관점에서 본 청소년들의 강박적 구매성향, 충남생활과학연구지 제8권 1호.
- 김영신·임경희(1998), 비행청소년의 강박적 구매성향, 소비문화연구 제1권 1호.
- 김일교(1993), 고등학생의 소비자 행동에 관한 연구-전주시를 중심으로-, 석사학위논문, 전북대학교 교육대학원.
- 김주연(1996), 가족기능에 따른 아동의 정신건강에 관한 연구, 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원.
- 류미현·이승신(1999), 어머니의 과소비행태가 청소년소비자의 과소비행태에 미치는 영향. 한국가정관리학회지, 제17권 1호.
- 박은아(1994), 자기존중감, 사회적 인정 욕구, 돈에 대한 태도에 따른 현시적 소비, 석사학위논문, 고려대학교 대학원.
- 백경미(1995), 과소비행동의 내용 및 그 원인에 관한 고찰, 소비자문제연구 제16호, 한국소비자보호원.
- 백경미(1995), 도시주부의 과소비 성향과 영향요인, 박사학위논문, 서울대학교 대학원.

- 백경미(1997). 우리 나라 소비문화에 관한 고찰. 한국소비자학회 97년 총회 및 학술대회.
- 백경미 · 이기춘(1992), 과시소비에 관한 고찰, 목포대학논문집 제15권 2호.
- 송미애 · 이승신(2004), 아동 소비자의 소비생활문제에 관한 연구, 대한가정학회지, 제42권 1호.
- 송인숙(1993), 소비자의 구매중독 성향 및 영향요인, 박사학위논문, 서울대학교대학원.
- 유명의(1993), 의복의 과시적 소비현상과 사회계층과의 관계 연구, 박사학위논문, 전남대학교 대학원.
- 이승신 · 류미현 · 정승은(1998), 청소년 소비자의 소비자능력이 과시소비에 미치는 영향, 한국가정관리학회지, 제16권 2호.
- 이영옥(1991), 소비경제의 성격과 그 규정성에 관한 연구, 박사학위논문, 계명대학교 대학원.
- 이은희 (1999), 청소년의 과시소비 성향과 관련요인, 가정관리학회지 제17권 1호.
- 이지혜(1997), 청소년소비자의 과시소비성향에 관한 연구, 석사학위논문, 제주대학교 교육대학원.
- 임경희 · 김영신(1998), 청소년소비자의 강박적 구매성향에 대한 인과적 분석, 청소년문제연구 제21권.
- 정문성(2000), 초등학생의 현시적 소비 성향에 관한 연구, 인천교육대학교, 초등교육연구지 제18권.
- 최보가 · 진귀연(1993), 자아존중감 척도 개발에 관한 연구, 대한가정학회지, 제31권 2호.
- 김주연(1996), 가족기능에 따른 아동의 정신건강에 관한 연구, 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원.
- 황덕순 · 김미라(1997), 아동의 소비자능력에 관한 연구, 소비자학연구, 제8권 2호.

- 황동신(2003), 초등학생의 용돈관리의식 및 소비자행동에 관한 연구, 석사 학위논문, 청주교육대학교 대학원.
<http://www.sungshin.ac.kr/~kohuh/cyber1/01/20103.html>.
- Anderson, C. and McNeal, J.U.(1981), The Education of Young Consumer. A Children's Viewpoint, Proceedings of the 5th Annual Conference of the Academy of Marketing Science.
- d'Astous, A.(1990), An Inquiry into the Compulsive Side of Normal Consumers, Journal of Consumer Policy.
- Damon, W. & Hart, D.(1982), The development of self-understanding from infancy through adolescence, Child Development, 53(5).
- Faber, R.J. and T.C. O'Guinn and R.Krych(1987), Compulsive Consumption, Advances in Consumer Research.
- Faber, R.J., T.C. O'Guinn and R.Krych(1988), Dysfunctional Consumer Socialization: A Search for the Roots of Compulsive Buying, Paper presented at the 13th Annual Colloquium of the International Association for Research in Economic Psychology, Leuven: Belgium.
- Holbrook, M.B. and E.C. Hirschman(1982), The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun, Journal of Consumer Research.
- Labarbera(1988), The Nouveau Riches: Conspicuous Consumption and the Issue of Self-fulfillment, Research in Consumer Behavior.
- Mason, Roger(1984), Conspicuous Consumption : A Literature Review, European Journal of Marketing 18(3).
- Moschis, G.P. and G.A. Churchill Jr.(1978), Consumer Socialization: A Theoretical and Empirical Analysis, Journal of Marketing Research.
- O'Guinn, T.C. and R.J. Faber(1989), Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration, Journal of Consumer Research.

- Rogers, C. R.(1951), Client-Centered Therapy, (Boston: Houghton Mifflin Company). Engel J. F, Blackwell R. D & Miniard, P. W.(1986), Consumer Behavior, 4th ed. (New York: The Dryden Press).
- Scherhorn, G.(1990), The Addictive Trait in Buying Behavior. Journal of Consumer Policy 13.
- Scherhorn, G., L.A. Reisch and G. Raab.(1990), Addictive Buying in West Germany: An Empirical Study, Journal of Consumer Policy 13.
- Thomas C. O'Guinn Ronald J. Faber(1989), Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration, Journal of Consumer Research. Vol. 16.
- Valence, G., A. d'Astous and L. Fortier.(1988), Consumer Policy 11.
- Winestine, M.C.(1985), Compulsive Shopping as a Dervative of Childhood Sejuction, Psychoanalytic Quarterly 54.



< Abstract >

**A study on the child's consumption behavior depending
on the child's behavior pattern**

Ko, Hey-Joung

Home Economics Education Major
Graduate School of Education, Cheju National University
Cheju, Korea

Supervised by Professor Kim, Jeong-Sook

The purpose of this study is to examine the child consumption behavior depending on his/her behavior pattern, and to analyze relative effects of variables that are related to factors which affect the disposition of the child consumers conspicuous consumption and compulsive buying. The findings of this study will provide some basic data for the instruction of consuming lives and the education of consumers to establish sound consumption attitude and right consumption value of children consumers and to form sound consumption culture. To achieve this, this study conducted a survey for students of all grades at three elementary schools in Jeju Island.

The data were analyzed, using SPSS PC+10.0 program. Statistics used for data analysis were Frequencies, Means, Standard Deviation, One-way ANOVA, Pearson's Correlation and Multiple Regression Analysis. Reliability was analyzed with the Internal Consistency Method.

The results of this research can be summarized as following.

First, the child consumers conspicuous consumption and compulsive buying in Jeju Island showed middle-low level, which was not so high.

Second, among Individual, Family, and Background variables that affected the child consumers conspicuous consumption and compulsive buying, the Child's Grade among individual variables affected the child consumers compulsive buying, which the fourth

grade students showed the highest score. No parent-related variable affected the child's compulsive buying.

The variables that affect the child consumers' conspicuous consumption were Sex and Grade among individual variables, which female students showed higher conspicuous consumption than male students and which the higher grade students showed the higher conspicuous consumption. Fathers' Job affected the child consumers' conspicuous consumption among parent-related variables, which No Job showed the highest score.

Third, the child consumers' conspicuous consumption and compulsive buying showed higher scores as the child's self-esteem was low.

Diffidence, Anxiety/Depression, Physical Symptoms, Social Immaturity, Problems of Thought, Problems of Concentration, Misconduct, and Aggression among child's behavioral characteristics affected the child consumers' conspicuous consumption and compulsive buying, which showed higher conspicuous consumption and compulsive buying as the child had mental health problems.

Fourth, as the results of the effects of the mothers' conspicuous consumption and compulsive buying on the child consumers' conspicuous consumption and compulsive buying, the child consumers showed high scores as his/her mothers were high.

Fifth, the factors such as Self-esteem, Conspicuous Consumption, the Mothers' Compulsive Buying, Problems of Internalization, Problems of Externalization, and Overall Problematic Behavior affected the child consumers' compulsive buying, and Academic Background of the child consumer, the Mothers' Compulsive Buying, Problems of Internalization, Problems of Externalization, and Overall Problematic Behavior affected the child consumers' conspicuous consumption.

부 록



설 문 지

안녕하십니까?

본 질문지는 제주대학교 교육대학원 가정교육전공과정의 학위논문을 위해 작성된 것입니다.

이 질문지는 아동소비자의 강박적구매 성향에 관련된 연구에 필요한 자료를 얻기위한 것입니다. 귀댁 자녀의 소비생활에 관하여 몇가지 사항을 여쭙어 보고자 합니다. 조사내용은 본인의 석사학위 논문을 위한 연구자료로만 이용되고 그 이외의 다른 목적으로는 절대 사용되지 않을 것입니다.

한 문항이라도 빠뜨리지 마시고 솔직하게 기입해 주시기 바랍니다.

본 질문에 협조해 주셔서 대단히 감사합니다.

2003년 4월

제주대학교 교육대학원
가정교육전공 고혜정 드림

- ♣ 아래 각 문항의 내용이 본인의 경험이나 생각과 일치하는 정도에 따라 v표 해 주십시오.

1- 전혀 그렇지 않다.	2- 거의 그렇지 않다.	3- 보통이다.
4- 대체로 그렇다.	5- 정말 그렇다.	

문 항	1	2	3	4	5
1. 월급날이 돌아올 때 짬 돈이 남아 있으면 써버리고 만다.					
2. 무엇이든지 상관없이 단지 어떤 물건을 좀 사고 싶을 때가 있다.					
3. 나는 씹씹이가 헤퍼서 다른사람이 안다면 놀랄 것이다.					
4. 쇼핑하러 가지 않은 날은 불안하다.					
5. 물건을 산 후 사지 않았더라면 좋았을 것을 하고 종종 후회한다.					
6. 충동적으로 물건을 산다.					
7. 돈이 얼마 남지 않은 것을 알면서 필요하지도 않은 물건을 사곤 한다.					
8. 가끔 무언가 쇼핑하러 가고 싶은 마음을 누를 수 없을 때가 있다.					
9. 물건을 사는 동안은 기분이 좋지만 집에 돌아오면 우울하다.					
10. 돈이 있으면 전부 또는 일부를 써거리게 된다.					
11. 내가 산 물건 중 바보같이 돈을 쓴 것으로 여겨질까 두려워 남편이나 남에게 보여주지 않은 것이 있다.					
12. 상가에 들어서면 곧 무언가 물건을 사고 싶은 마음을 억제할 수 없다.					

- ♣ 아래 각 문항의 내용이 본인의 경험이나 생각과 일치하는 정도에 따라 v표 해 주십시오.

1- 전혀 그렇지 않다.	2- 거의 그렇지 않다.	3- 보통이다.
4- 대체로 그렇다.	5- 정말 그렇다.	

문 항	1	2	3	4	5
1. 국산품보다 외제품을 더 좋아하는 편이다.					
2. 최신 유행하는 제품을 구입하려고 한다.					
3. 유명상표의 비싼 제품을 구입하고 싶다.					
4. 다른 사람들이 인정해 주는 좋은 차를 사고싶다.					
5. 유명상표 제품을 가진 사람을 보면 부럽다.					
6. 다른 사람에게 인정받기 위해 좋은 집에서 살고 싶을 때가 있다.					
7. 옷차림에 따라 대우가 달라짐으로 좋은 옷을 입는 것은 중요하다.					
8. 사용하는 가구의 종류에 따라 그 집의 격이 달라 보인다.					
9. 고급 승용차를 타야 대접을 받는다.					
10. 유명상표나 비싼 옷을 구입하여 주위 사람에게 자랑하고 싶다.					

♣ 다음은 귀댁 자녀의 소비행동에 대한 질문입니다. 해당되는 곳에 v표 해 주십시오.

1- 전혀 그렇지 않다.	2- 거의 그렇지 않다.	3- 보통이다.
4- 대체로 그렇다.	5- 정말 그렇다.	

문 항	1	2	3	4	5
1. 우리 아이는 용돈이 남으면 즉시 써버린다.					
2. 우리 아이는 필요하지 않은 물건을 단지 갖고싶다는 이유로 사거나 사달라고 조른다.					
3. 우리 아이는 씹씹이가 해피서 항상 용돈이 모자란다.					
4. 우리 아이는 매일 어떤 물건이건 산다.					
5. 우리 아이는 물건을 산 후 사지 않았더라면 좋았을 걸 하고 종종 후회하는 일이 있다.					
6. 우리 아이는 충동적으로 물건을 산다.					
7. 우리 아이는 용돈이 거의 얼마 안 남은 것을 알면서 필요하지도 않은 물건을 사곤 한다.					
8. 우리 아이는 가끔 무언가 사달라고 조르는 행동을 억제하지 못하고 떼를 쓴다.					
9. 우리 아이는 쇼핑하는 동안은 기분이 좋지만 집에 돌아오면 우울해 한다.					
10. 우리 아이는 돈이 있으면 전부 또는 일부를 써버린다.					
11. 우리 아이는 구입한 물건 중 꾸중들을까봐 두려워 아빠, 엄마에게 말하지 않은 적이 있다.					
12. 우리 아이는 상가에 들어서면 곧 무언가 물건을 사달라고 조른다.					

♣ 다음은 귀댁 자녀의 소비행동에 대한 질문입니다. 해당되는 곳에 v표 해 주십시오.

1- 전혀 그렇지 않다.	2- 거의 그렇지 않다.	3- 보통이다.
4- 대체로 그렇다.	5- 정말 그렇다.	

문 항	1	2	3	4	5
1. 우리 아이는 국산품보다 외제를 더 좋아하는 편이다.					
2. 우리 아이는 최신 유행하는 제품을 구매하려 한다.					
3. 우리 아이는 유명상표나 비싼 물건을 친구들에게 자랑하고 싶어 한다.					
4. 우리 아이는 유명상표의 옷, 신발, 학용품, 가방 등을 좋아한다.					
5. 우리 아이는 친구들이 가지고 있는 물건(옷, 신발, 학용품, 가방 등)을 사달라고 조른다.					
6. 우리 아이는 유명상표의 제품을 가지고 있는 친구들을 부러워한다.					
7. 우리 아이는 싼 제품을 사면 친구들이 무시한다고 생각한다.					
8. 우리 아이는 친구들이 어떤 제품을 가지고 있는지 알고 있다.					
9. 우리 아이는 가급적 비싼 제품을 사려 한다.					
10. 우리 아이는 물건을 살 때 친구들의 반응을 의식하는 편이다.					

♣ 다음 문항들은 귀댁 자녀가 가지고 있는 행동이나 성격에 관한 것입니다. 자녀의 생각이나 행동과 일치하는 곳에 v표 해 주십시오.

1- 전혀 그렇지 않다.	2- 거의 그렇지 않다.	3- 보통이다.
4- 대체로 그렇다.	5- 정말 그렇다.	

문 항	1	2	3	4	5
1. 우리 아이는 결심을 하고 그 결심대로 밀고 나갈 수 있다.					
2. 우리 아이는 자기 또래의 친구들 사이에 인기가 있다.					
3. 우리 아이는 부모님이 자기 기분을 잘 맞춰 주신다고 생각한다.					
4. 우리 아이는 학교에서 실망하는 일이 가끔 있다.					
5. 우리 아이는 될 수 있는 한 최선을 다하려 한다.					
6. 우리 아이는 친구가 많다.					
7. 우리 아이는 부모님이 나를 잘 이해해 준한다고 생각한다.					
8. 우리 아이는 자기가 원하는 만큼 학교 생활이 원만치 않다.					
9. 우리 아이는 주저하지 않고 결심할 수 있다.					
10. 우리 아이는 누구든지 나를 좋아한다고 생각한다.					
11. 우리 아이는 집에서 상당히 행복하다고 생각한다.					
12. 우리 아이는 학교에서 가끔 화날 때가 있다.					
13. 우리 아이는 자기 문제는 주로 자기가 해결할 수 있다.					
14. 우리 아이는 자신과 함께 있는 것을 다른 사람들은 좋아한다고 생각한다.					
15. 우리 아이는 부모님과 함께 즐거운 시간을 많이 가진다.					
16. 우리 아이는 선생님이 나를 착하지 않다고 생각하는 것 같고 생각한다.					

♣ 다음 문항들은 귀댁 자녀가 가지고 있는 행동이나 성격에 관한 것입니다. 자녀

의 생각이나 행동과 일치하는 곳에 v표 해 주십시오.

1- 전혀 그렇지 않다. 2- 거의 그렇지 않다. 3- 보통이다. 4- 대체로 그렇다. 5- 정말 그렇다.					
문 항	1	2	3	4	5
17. 우리 아이는 자기 자신을 잘 알고 있다.					
18. 우리 아이는 남을 재미있게 해 주는 사람이라고 생각한다.					
19. 우리 아이는 가족들과 함께 있을 때 기분이 좋다고 한다.					
20. 우리 아이는 학교 성적에 실망이 된다고 한다.					
21. 우리 아이는 자기 자신에 대해 매우 만족해 한다.					
22. 우리 아이는 남에게 좋은 친구라고 생각한다.					
23. 우리 아이는 우리 가족이 이 세상에서 제일 훌륭하다고 생각한다.					
24. 우리 아이는 학교에서 하는 일이 서툴다.					
25. 우리 아이는 친구들이 자기 생각을 귀담아 들어준다고 한다.					
26. 우리 아이는 자신이 좋은 딸(아들)이라고 생각한다.					
27. 우리 아이는 좀 더 나은 학생이면 좋겠다고 생각한다.					
28. 우리 아이는 친구들이 주로 자기 생각에 따른다고 생각한다.					
29. 우리 아이는 부모님이 자기를 자랑스러워 하신다고 생각한다.					
30. 우리 아이는 선생님이 설명하실 때 자기가 좀더 잘 이해할 수 있으면 좋겠다고 생각한다.					
31. 우리 아이는 자신이 원하면 항상 친구를 사귄 수 있다고 생각한다.					
32. 우리 아이는 자신이 우리 가족 중 중요한 사람이라고 생각한다.					

7. 귀댁의 경제수준은 어느정도 입니까?

- ① 상류 ② 중류 ③ 하류

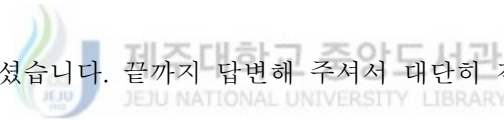
8. 자녀의 한달 용돈은 교통비를 제외하고 어느 정도 입니까?

월평균 (원)

9. 자녀가 용돈을 어디에 가장 많이 사용합니까?

- | | | |
|----------------------|---------------|--------|
| ① 학용품 구입 | ② 간식 및 외식 | ③ 저축 |
| ④ 의류구입 | ⑤ CD 및 테이프 구입 | ⑥ 책구입 |
| ⑦ 신발류 구입 | ⑧ 선물구입 | ⑨ 오락비용 |
| ⑩ 기타() | | |

수고하셨습니다. 끝까지 답변해 주셔서 대단히 감사합니다.



<부록 2>

아 동 행 동 평 가 척 도 (CBCL)



다음은 귀택 아이에 관한 여러 가지 문제행동 항목들이 적혀 있습니다. 현재 나 지난 6개월내에 자녀가 그 항목에 꼭 들어맞거나 그런 일이 자주 있었다면 2에 표시를 해 주십시오. 가끔 그런 일이 있었거나 그러한 경향이 좀 있는 편이면 1에, 전혀 해당되지 않는다면 0에 표시하여 주십시오.

문 항	0	1	2
1. 나이에 비해 너무 어리게 행동한다.			
2. 알레르기 (구체적 내용:)			
3. 말다툼을 자주 한다.			
4. 천식이 있다.			
5. (남자인 경우) 여자처럼 행동한다. (여자인 경우) 남자처럼 행동한다.			
6. 대변을 아무데서나 본다.			
7. 허풍치고 자랑을 많이 한다.			
8. 집중력이 없고 어떤 일에 오래 주의를 기울이지 못한다.			
9. 강박사고: 계속 생각들이 되풀이되어서 떨쳐버리려고 해도 못한다.(구체적 내용:)			
10. 가만히 앉아있지 못하고 안절부절하며 지나치게 많이 움직인다.			
11. 너무 어른들에게 의지하고 매달리는 경향이 있다.			
12. 외롭다고 불평한다.			
13. 정신이 헛갈리거나 혼미할 때가 있다.			
14. 잘 운다.			
15. 동물을 잔인하게 다룬다.			
16. 남에게 잔인한 짓을 하거나 괴롭히고 못살게 군다.			
17. 공상을 하거나 멍하게 자기 생각에 빠지곤 한다.			
18. 고의로 자해행위를 하거나 자살시도를 한다.			
19. 자기에게 관심을 많이 가져주기를 요구한다.			
20. 자기 물건을 부순다.			
21. 가족이나 다른 아이의 물건을 부순다.			
22. 집에서 말을 안 듣는다.			
23. 학교에서 말을 안 듣는다.			
24. 잘 안 먹는다.			

문 항	0	1	2
25. 다른 아이들과 잘 어울려 지내지 못한다.			
26. 나쁜 일을 저지르고도 아무렇지 않게 생각한다.			
27. 샘을 잘 낸다.			
28. 먹어서 안될 것(흙, 종이 등)을 먹거나 마신다.			
29. 어떤 동물이나 상황, 장소(학교는 제외)를 두려워 한다.(구체적 내용:)			
30. 학교에 가는 것을 겁낸다.			
31. 나쁜 생각이나 나쁜 행동을 할까 두려워 한다.			
32. 스스로 완벽해야 된다고 생각한다.			
33. 아무도 자기를 사랑하지 않는다고 불평하거나 그렇게 생각하는 듯 하다.			
34. 남들이 자기를 해치려 한다고 생각한다.			
35. 자기가 가치가 없거나 남보다 못하다고 생각한다.			
36. 잘 다치거나 사고를 잘 낸다.			
37. 자주 싸운다.			
38. 놀림을 많이 받는다.			
39. 나쁜 친구들과 어울려 다닌다.			
40. 환청: 헛소리를 듣는다.(구체적 내용:)			
41. 충동적이고 생각없이 행동한다.			
42. 혼자 있는 것을 좋아한다.			
43. 거짓말을 하거나 남들을 속인다.			
44. 손톱을 깨문다.			
45. 신경이 날카롭고 신경질이거나 긴장되어 있다.			
46. 불안으로 인해 몸을 갑작스럽게 움직이거나 움찔거리다.(눈 깜박임, 안면 쉼룩거림 포함)			
47. 밤에 무서운 꿈을 꾸다.			
48. 다른 아이들이 좋아하지 않는다.			
49. 변비가 되거나 변을 못 본다.			
50. 지나치게 겁이 많거나 불안해 한다.			

문 항	0	1	2
51. 어지러워 한다.			
52. 지나치게 죄책감을 느낀다.			
53. 음식을 지나치게 많이 먹는다.			
54. 매우 피곤하다.			
55. 체중이 너무 나간다.			
56. 의학적으로 밝혀진 원인 없이 나타나는 신체적 문제가 있다.			
1) 몸이 쭉시고 아프다.			
2) 두통			
3) 메스꺼움			
4) 눈의 이상(구체적 내용:)			
5) 발진 혹은 기타 피부의 이상			
6) 배앓이 혹은 복통			
7) 구토			
8) 기타(구체적내용:)			
57. 신체적으로 남을 공격한다.			
58. 코를 후비거나 피부 또는 다른 신체 부위를 뜯는다. (구체적 내용:)			
59. 사람들 앞에서 자신의 성기를 만지며 논다.			
60. 지나치게 자신의 성기를 가지고 논다.			
61. 학교 공부가 시원치 않다.			
62. 운동신경이 둔하고 움직임이 어색하다.			
63. 자기보다 나이가 많은 애들과 노는 것을 더 좋아한다.			
64. 자기보다 나이가 어린 애들과 노는 것을 더 좋아한다.			
65. 말을 하지 않으려 한다.			
66. 강박행동: 어떤 특정한 행동을 계속 되풀이 한다.			
67. 가출한다.			
68. 고함을 지른다.			
69. 숨기는 것이 많고 남에게 속을 털어 놓지 않는다.			
70. 헛것을 본다.(구체적내용:)			

문 항	0	1	2
71. 자의식이 지나치고 쉽게 무안해 한다.			
72. 불은 지른다.			
73. 성문제(구체적내용:)			
74. 으시대거나 남을 웃기려고 싱거운 짓을 한다.			
75. 수줍거나 소심하다.			
76. 보통 아이들보다 잠을 적게잔다.			
77. 보통 아이들보다 잠을 많이잔다.			
78. 대변을 가지고 뭉게거나 장난친다.			
79. 멍하니 허공을 응시하곤 한다.			
80. 발음이나 언어의 문제(구체적내용:)			
81. 집 안에서 도벽이 있다.			
82. 집 밖에서 도벽이 있다.			
83. 필요없는 물건을 모아둔다.(구체적내용:)			
84. 비정상적인 이상한 행동은 한다. (구체적내용:)			
85. 비정상적인 이상한 생각을 한다. (구체적내용:)			
86. 고집이 세고 시무룩해지거나 성질을 부린다.			
87. 감정이나 기분이 갑자기 변하곤 한다.			
88. 자주 뽀루통 해진다.			
89. 의심이 많다.			
90. 욕을 하거나 상스러운 말을 쓴다.			
91. 자살에 대한 이야기를 한다. (구체적내용:)			
92. 잠자면서 걸어다니거나 이야기한다.			
93. 지나치게 수다스럽다.			
94. 남을 잘 놀린다.			
95. 성미가 급하고 제 뜻대로 안되면 데굴데굴 구른다.			
96. 성에 대해 너무 많이 생각한다.			

문 항	0	1	2
97. 남을 위협한다.			
98. 손가락을 뺀다.			
99. 청결, 정돈에 대해서 지나치게 신경을 쓴다.			
100. 수면에 문제가 있다.			
101. 학교를 빼먹는다. 무단결석			
102. 비활동적이고 행동이 느리며 기운이 없다.			
103. 불행하다고 생각하거나 슬퍼하고 우울해 한다.			
104. 유난히 소란스럽다.			
105. 술을 마시거나 약물을 사용한다. (구체적내용:)			
106. 기물이나 시설을 부순다.			
107. 낮에 오줌을 옷에 싼다.			
108. 밤에 오줌을 자리에 싼다.			
109. 징징 우는 소리를 한다.			
110. (남자인 경우) 여자가 되고 싶어한다. (여자인 경우) 남자가 되고 싶어한다.			
111. 위축되서 남들과 어울리지 않으려고 한다.			
112. 걱정이 많다.			