

## 한일 청소년의 경제의식 비교 연구

조 영 달\*

- I. 서 언
- II. 시장경제와 경제의식의 요소
- III. 한일 청소년의 경제의식 분석
- IV. 논의와 결론

### I. 서 언

한국과 일본, 양국에 대한 비교 연구는 오늘날 많은 사람들이 관심을 지니고 있는 분야이다. 특히, 과거의 역사에 터하여 볼 때, 역사왜곡의 문제, 식민지 잔재의 문제, 양국민의 감정의 문제 등은 많은 연구가 이루어지고 있기도 하다.

그러나 좀더 냉정하게 생각해 보면, 이제 한일의 비교 연구는 좀더 구체적인 방향으로 선회해야 할 필요를 느낀다. 단순한 감정에 대한, 역사에 대한 비교 연구가 아니라, 좀더 깊이 있게 그리고 구체

적인 삶의 주제로 연구테마가 옮겨져야 함을 느끼게 된다. 이러한 방향 선회를 통하여, 좀더 깊이 일본을 이해하고 미래를 예측할 수 있을 것이며, 우리가 무엇을 얻고 무엇을 잃을 수 있는지 판단할 수 있을 것이기 때문이다.

이러한 상황 속에서, 본 연구는 한일 청소년의 경제의식 비교를 통하여 한국과 일본의 청소년이 그들의 경제사회를 어떻게 생각하고 있는지 파악하고자 한다. 이러한 연구는 삶의 내용 속에서 연구 주제를 찾아 구체화해야 한다는 한-일 비교 연구의 과제에도 부응할 뿐만 아니라, 한일 경제관계의 중요성에 비추어서도 매우 의미있는 것으로 여겨진다.

본 연구에서 사용하는 경제의식이란 자본주의 시장경제와 관련된 중요 구성요소에 대한 의식정향을 말하는 것으로 정의될 수 있다. 여기서 의식정향은 좀더 구체적으로 인식과 태도정향으로 나누어질 수 있다. 그러나 본 연구에서는 경제의식을 이렇게 구체적으로 분석하려하지는 않는다. 이는 본 연구가 한일 청소년의 경제의식에 대한 대략적인 경향을 파악, 비교하려는 데에 목적이 있

\* 서울대학교 사회교육과 교수

기 때문이다.

다음은 본 연구의 주제와 관련된 표집과 설문 및 분석에 대한 사항이다.

## 1. 연구의 기본 설계

본 연구는 기본적으로 엄밀한 가설을 설정하고 이를 검증하려는 것이 아니라, 한일 양국의 청소년들이 어떠한 경제의식을 지니고 있는지 그 현황을 파악하고 비교해 보려는 것을 목적으로 한다. 따라서, 본 연구는 한일 양국의 초, 중등 및 대학생들을 대상으로 경제의식에 대한 질문지 중심의 조사를 실시하고 그 결과를 검토하는 조사 분석의 방법(집단간의 차이검증을 위한 F-검증과, SPSS 통계패키지 이용)으로 설계되었다. 이는 질문지에 의한 방법이 학생들의 의식을 조사하는 데에 큰 문제가 없는 것으로 일반적으로 여겨지며, 또한 관찰이나 면접에 비해 시간을 절약해주는 데 기인한 것이다. 그리고 평균점수에 의한 집단간의 비교 역시 질문지를 통한 통계분석이 용이하게 해주기 때문이기도 하다.

물론 이러한 연구 수행과정에는 설문의 체계를 마련하고 연구·분석하는 과정에서 필요한 문헌 연구나 한일 양국의 전문가들에 의한 수차에 걸친 토론회가 있었다. 1992년 5월의 쥘루바대학에서 있었던 모임이나, 같은해 겨울과 그 다음해 5월의 한국 서울대학교에서의 모임이 이러한 것이었다.

## 2. 연구 대상과 표집 조사

본 연구를 위하여 한일 양국의 고등학교, 대학교 학생들을 대상으로 설문조사를 시행하였다. 설문 문항은 시민의식에 초점이 주어져 국가관, 경

제의식, 과학기술관, 도덕관, 상호이해, 다른 세계의 이해 등을 측정하였는 바 이 글에서는 주로 경제의식에 관한 설문 분석결과를 제시하고자 한다.

본 연구의 조사대상은 한국과 일본 각각을 학교별, 성별, 지역별, 형제순서별, 희망직업별, 계열별로 대상표집을 위한 준거변수로 고려하여 선정되었다. 표집한 결과 대상자별 표집 크기는 다음 <표 1>과 같다.

여기서 고등학생은 2학년의 경우를, 대학생의 경우는 1학년의 경우를 대상으로 하였다. 그런데 조사가 연말과 연초에 이루어졌기 때문에, 사실상 고등학교의 경우 3학년에 진입하는 학생들이며, 대학교의 경우는 2학년에 진입하는 학생들이다. 이는 본 연구를 위해서는 오히려 다행스러운 것이라 하겠다. 이들은 저학년의 경우보다 학교급별 차이를 잘 보여줄 것으로 기대되기 때문이다.

표집에 대해 좀더 구체적으로 설명하면 다음과 같다. 일본의 경우는 쥘루바 대학의 가도와키, 후쿠다, 이다 교수 등의 연구진을 중심으로 전문 설문기관에 의뢰하여 동경과 시즈오카 등지에서 학교별, 성별, 지역별, 형제순서별, 희망직업별, 계열별로 무작위 추출하여 표집·설문되었으며, 한국의 경우는 서울대학교 사회교육과 시민교육연구실 조영달 교수를 중심으로 서울과 충청도, 경기도, 강원도 등지에서 같은 형태로 설문되었다. 특히, 서울의 경우는 지역적 특성을 고려하여 강남과 강북을 나누어 설문하였다. 여기서 설문을 놓여촌 및 전국으로 확산하지 못한 것은 어느 정도 이 연구의 한계점으로 작용하게 될 것이다.

설문의 시기는 1993년 11월에서 1994년 5월 사이에 한국과 일본에서 동시에 실시되었다.

〈표 1〉

표집의 사회인구적 특성

| 구 분   |           | 한 국        | 일 본        | 사 례 수       |
|-------|-----------|------------|------------|-------------|
| 전 체   |           | 1957(52.2) | 1789(47.8) | 3746(100.0) |
| 성 별   | 남 자       | 990(50.6)  | 774(43.3)  | 1764(47.1)  |
|       | 여 자       | 967(49.4)  | 1015(56.7) | 1982(52.9)  |
| 학 교 별 | 중 학 교     | 664(33.9)  | 584(32.6)  | 1248(33.3)  |
|       | 고 등 학 교   | 658(33.6)  | 563(31.5)  | 1221(32.6)  |
|       | 대 학 교     | 635(32.4)  | 642(35.9)  | 1277(34.1)  |
| 지 역 별 | 수 도 권     | 1023(52.3) | 861(48.1)  | 1884(50.3)  |
|       | 지 방       | 934(47.7)  | 825(46.1)  | 1759(47.0)  |
| 형제순서별 | 만 이       | 1155(59.0) | 1258(70.3) | 2413(64.4)  |
|       | 차남차녀 이하   | 761(38.9)  | 528(29.5)  | 1289(34.4)  |
| 희망직업별 | 민간기업 및 기관 | 558(28.5)  | 556(31.1)  | 1114(29.7)  |
|       | 공기업 및 공기관 | 394(20.1)  | 658(36.8)  | 1052(28.1)  |
|       | 자 영 업     | 61(3.1)    | 153(8.6)   | 214(5.7)    |
|       | 자 유 업     | 891(45.5)  | 348(19.5)  | 1239(33.1)  |
| 계 열 별 | 인문사회계     | 263(41.4)  | 436(67.9)  | 699(54.7)   |
|       | 자 연 계     | 204(32.1)  | 79(12.3)   | 283(22.2)   |
|       | 예체능계      | 46(7.2)    | 49(7.6)    | 95(7.4)     |

주: ( )안의 숫자는 %, 계열별 %는 대학생 숫자를 기준으로 함.

### 3. 설문의 체계

소비, 정부 등으로 일치하고 있다.

#### 1) 설문의 내용체계

본 연구의 설문은 자본주의 시장경제를 형성하는 중요개념으로 구성되었다. 즉, 시장과 정부의 역할, 시장경쟁, 기업, 노동조합, 소비결정과 가격 등은 생산, 분배, 소비가 시장에서 이루어지며, 정부가 조정적인 일정한 역할을 수행하는 현대 수정자본주의(또는 혼합자본주의) 경제의 핵심적인 개념이다.

한일 청소년의 경제의식을 이와 같은 내용으로 파악, 비교할 수 있는 것은 양국의 경제운영 방식이 비슷하다는 점에 있다. 한국과 일본은 모두 자유시장을 중심으로 하는 자본주의 경제체제를 지니고 있는 것으로 알려져 있다. 양국의 경제운영에서 기본적인 개념 역시 시장과 경쟁, 생산,

#### 2) 설문의 형식

본 연구를 위한 문항의 총수는 11문항으로, 시장과 정부의 역할에서 1문항, 시장경쟁에서 4문항, 기업에서 3문항, 노동조합에서 2문항, 소비결정과 가격에서 1문항이 질문되었다.

질문에 대한 답은 등간을 전제하고 5단계 사이에서 주어지게 하였다. 그리고 답은 정규분포를 띠는 것으로 전개되었다. 즉, “1—확실히 그렇게 생각한다,” “2—대체로 그렇게 생각한다,” “3—어느쪽도 아니다,” “4—그렇게 생각하지 않는다,” “5—전혀 그렇게 생각하지 않는다”의 형태로 구성되었다.

그리고 중학생의 경우 조사하기는 했지만, 본 연구의 대상에서 제외하였다. 본 연구의 대상이

되는 질문 내용과 개념을 중학생의 경우는 이해할 수 없을 것으로 생각되었기 때문이다. 따라서 본 연구의 대상이 된 청소년은 주로 고등학생과 대학생으로 이루어져 있다.

### 3) 사전검사

설문은 일본과 한국에서 사전검사되어 그 신뢰성이 검토되었다. 대부분의 문항이 켄달스 타우(K-Tau)로 0.8에 가까웠으며, 그렇지 않은 문항의 경우 켄달스타우를 높일 수 있는 방향으로 문항을 쉽게하고 조정하였다.

## II. 시장경제와 경제의식의 요소

우리가 사는 경제사회는 소비자와 생산자인 기업 및 정부가 주체가 되어 운영한다. 소비자는 시장에서 자신의 필요와 욕구를 충족하기 위해 물건을 구입하고 생산자는 이를 참고로 재화나 서비스를 만들어낸다. 그리고 정부는 경제사회의 질서를 유지하고 전체 경제가 지향하는 바대로 나아갈 수 있게 도운다.

여기서 소비자인 가게와 생산자인 기업은 우리 경제에서 핵심적인 역할을 수행하면서 서로 의존하고 있다. 즉, 기업은 가게로부터 노동을 포함하여 생산자원을 제공 받아 재화와 서비스를 생산하는 대신 그 대가를 가게에 지불하게 된다. 그리고 가게는 기업에게서 받은 것을 소득으로 하여 기업의 생산물을 구입할 수 있게 된다. 또한 이러한 가게의 지출은 기업의 다음 생산을 위한 바탕이 된다. 물론, 기업 내에서는 가게로부터 온 기업가와 근로자가 서로 협력하여 생산하게 됨은 물론이다.

정부 또한 우리 경제에서 매우 중요하다. 정부는 생산자와 소비자의 경제활동을 돕고, 질서를

유지하며 경제사회를 보호하게 된다. 그러나 정부의 행동을 결정하는 데에는 시민들의 여론이 중요한 역할을 하게 된다. 그리고 정부의 활동은 국민들이 내는 세금으로 이루어지게 된다.

시장에서 상품에 대한 수요는 말그대로 수요자가 자신의 돈을 어떻게 쓰려하는지를 표시해준다. 그리고 이러한 시장 수요에 접한 기업은 생산에 필요한 자원을 모아 수요되는 물건을 만들어 시장에 공급하게 된다. 물론 기업이 물건을 시장에 공급하려는 것은 이윤을 남길 수 있다고 판단했기 때문이다.

이 과정에서 가격은 수요와 공급에 커다란 영향을 끼친다. 우선 가격은 개별 수요자에게는 지불하려는 비용의 일부분이고 공급자인 개별 기업에게는 수요자가 무엇을 원하는지 알려주는 신호이다. 즉, 기업은 수요자가 지불하려는 가격, 물건을 만드는 데 들어가는 다른 비용과 기업이 자신의 이윤을 합한 것 이상이면 생산을 시작할 것이다.

가격의 변화는 시장에서 수요와 공급을 변화시킨다. 예를 들어 가격이 오를 경우를 생각해보자. 수요의 경우, 사람들은 가격이 오르면, 이는 비용이 늘어나는 것을 의미하며, 돈이 부족하여 사지 못하거나 그 전 가격으로 비슷한 만족을 주는 다른 물건을 구입하는 사람이 늘어나 시장의 수요는 줄어들게 된다. 공급의 경우는, 가격이 오르면 이윤이 남지 않아 생산할 수 없었던 기업도 새로이 물건을 만들 수 있고, 기존의 기업은 더욱 많은 이윤이 남아 생산을 늘릴 것이기 때문에, 시장에서 공급량은 늘어나게 된다.

또한, 생산의 또 다른 주체인 근로자는 일을 통하여 소득을 벌고 이를 바탕으로 생활을 영위하게 된다. 또한 근로자의 일은 단순히 소득을 위한 것이라기보다는 삶 속에서 자아를 실현하는 수단

이기도 하다.

근로자들은 생산에 참여하면서 정당한 대가를 받을 수 있는 권리가 있는 반면에 여러가지 지켜야 할 의무도 있다. 자기 스스로 신중하게 직업을 선택하고, 항상 기술을 습득·개발하려 노력해야 하고, 자신의 직무상 책임을 수행하며, 기업의 발전을 위해 기업가와 협력하는 일 등은 근로자가 지켜야 할 의무들이다. 이에 대하여, 우리나라의 노동관계법들은 근로자의 권리를 보호해 주는 역할을 하고 있다. 근로기준법, 노동조합법, 노동쟁의조정법 등은 이러한 법이다.

이러한 경제주체들의 활동은 시장에서 서로 경쟁하게 된다. 경쟁은 많은 사람들이 희소한 재화나 용역을 얻으려 하거나 같은 이익이나 만족을 추구할 때 일어나며, 우리 사회에서 대부분의 소비자와 생산자들은 경쟁하게 된다. 소비자는 재화나 용역의 공급이 수요보다 적으면 경쟁하게 되고, 생산자는 희소한 소득을 지닌 소비자로부터 더욱 많이 벌기 위해 경쟁하게 된다.

이처럼 자유로운 경제활동에 바탕을 둔 경쟁은 여러가지 장점이 있는 것으로 여겨지고 있다. 소비자는 생산자들의 경쟁을 통하여 더욱 싼 가격에 재화나 용역을 구입할 수 있다. 즉, 소비자는 대체로 가격을 보고 상품을 구입하려 할 것이고, 생산자는 이윤이 있는 한, 다른 회사와의 경쟁을 위해 되도록 낮은 가격을 매김으로써 자신의 상품을 조금이라도 더 많이 팔려할 것이다. 같은 가격이라면 생산자는 더욱 질이 좋은 상품을 만들어 소비자의 마음에 들도록 노력할 것이다. 또한 경쟁을 통하여 상품이 다양화되고, 새로운 상품이 시장에 나오게 된다. 예를 들어 한 기업이 생산하고 있는 물건을 다른 기업들이 생산하기 시작하면, 그 기업은 좀더 차별화되는 새로운 상품을 개발하려 할 것이다.

이러한 과정에서 소비자는 주어진 자원에서 높은 만족을 얻게 되고 생산자는 시장에서 경쟁하기 위해 비용을 되도록 줄이고 생산을 늘리기 위해 노력하게 된다. 즉, 생산자는 주어진 자원을 이용하여 최대의 생산을 할 수 있고, 소비자는 이에서 최대의 만족을 누릴 수 있다. 이 점에서 경쟁은 경제적 효율성 달성에 중요한 역할을 한다.

이러한 점이 바로 우리가 시장의 자유로운 경제활동을 통해 서로 경쟁하는 방식으로 경제를 운용하는 이유이기도 하다. 실제로 아담 스미스(1723~1790)와 같은 사람은 개인이 자유롭게 이익을 추구하는 경제활동을 통해 사회의 전체적인 부(富)도 커진다고 생각하였다. 또한 오늘날 우리 사회의 많은 사람들도 자유로운 경제활동을 바탕으로 한 경쟁이, 국가의 부(富)를 크게 증진시켜 줄 것이라 믿고 있다.

이러한 관점에서 보면, 정부, 기업, 소비자, 근로자 및 시장의 경쟁에 대하여 다음과 같은 질문에 대하여 그 답을 분석해 보는 것은, 자본주의 시장경제에서 사람들이 어떠한 경제의식을 지니고 있는가를 살펴보는 데에 매우 중요한 잣대가 될 수 있을 것이다.

- (1) 사람들은 정부의 시장개입을 어떻게 생각하고 있는가?
- (2) 사람들은 노동조합을 어떻게 인식하고 있는가?
- (3) 사람들은 우리사회의 경쟁정도와 그 기능을 어떻게 생각하고 있는가?
- (4) 사람들은 기업의 행동양식과 규모에 대하여 어떻게 생각하고 있는가? ✓
- (5) 사람들은 소비의 척도로 가격을 얼마만큼 중시하고 있는가? ✓

### Ⅲ. 한일 청소년의 경제의식 분석

다음은 자본주의 시장경제를 형성하는 중요개념, 즉 시장과 정부의 역할, 시장경쟁, 기업, 노동조합, 소비절정과 가격 등을 중심으로 생산, 분배, 소비 및 시장과 정부의 역할에 대한 한일 양국 청소년의 경제의식 내용에 대한 분석이다.

#### 1. 정부의 시장 개입

〈표 1〉에서 보는 바와 같이 정부의 시장 개입에 대해 묻는 질문에 한국과 일본의 청소년 모두 정부의 시장 개입에 대해 약간 부정적인 것으로 나타났다. 이를 좀더 자세히 살펴보면 “정부가 시장의 가격을 정하는 것은 좋지 않다”라는 문항에 대해 그 점수면에서 볼 때 일본의 청소년(=2.7807)은 한국의 청소년(=2.8289)보다 정부의 시장 개입을 좀더 부정적으로 보는 경향을 보이나 그 차이가 통계적으로 유의미하지는 않다.

한편 〈표 2〉에서 보는 바와 같이 각 하위집단별로 살펴보면 그 점수면에서 한국과 일본의 청

〈표 2〉 정부의 시장개입(집단별)

|       | 平 均    |        | F      | P     |
|-------|--------|--------|--------|-------|
|       | 韓 國    | 日 本    |        |       |
| 학교별   |        |        |        |       |
| 고등학교  | 2.8698 | 2.7544 | 3.8346 | .0504 |
| 대 학 교 | 2.7867 | 2.8307 | .0987  | .7535 |

소년은 대체로 정부의 시장 개입에 대해 약간 부정적인 것으로 보고 있으나, 성별(남자와 여자), 학교별(고등학교와 대학교), 지역별(수도권과 지방), 희망직업별(민간기업 및 기관, 공기업 및 기관, 자영업, 자유업)에 따른 한일간의 평균의 차이는 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다.

그러나 좀더 구체적으로 살펴보면, 대학생의 경우는 유의미한 통계적인 차이(유의수준 0.1에서)가 있다. 즉, 한일 청소년의 의식차는 없으나, 고등학생의 경우는 한국의 청소년(2.8698)이 일본측(2.7544)보다 정부의 시장개입을 상대적으로 좀더 옹호하고 있는 것으로 나타나고 있다.

#### 2. 노동조합의 인식

〈표 3〉에서 보는 바와 같이 노동조합과 삶의 수준 향상에 대한 관계를 묻는 질문에 대해 한국과 일본의 청소년 모두 중간적인 입장을 보이는 것으로 나타났다. 이를 좀더 자세히 살펴보면 “노동조합의 힘이 강해지는 것만큼 우리의 생활은 좋아진다”라는 문항에 대해 일본의 청소년(=3.1071)은 한국의 청소년(=2.9527)보다 노동조합에 대해 좀더 부정적인 인식을 지닌 것으로 보인다(이와 같은 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. F-검증 결과 참고). 즉, 한국의

〈표 1〉 정부의 시장개입(국가전체)

|                           | 平 均    |        | F      | P     |
|---------------------------|--------|--------|--------|-------|
|                           | 韓 國    | 日 本    |        |       |
| 정부가 시장의 가격을 정하는 것은 좋지 않다. | 2.8289 | 2.7807 | 1.4582 | .2273 |

주: 1) 점수는 확실히 그렇게 생각한다=1점, 대체로 그렇게 생각한다=2점, 어느 쪽도 아니다=3점, 그렇게 생각하지 않는다=4점, 전혀 그렇게 생각하지 않는다=5점을 주어 낸 것임.

2) p=유의수준<sup>1)</sup>

1) . 이하의 표에서 주1)과 주2)의 사항이 모두 같이 적용되기 때문에 이에 대한 언급은 〈표 2〉이하에서는 생략하기로 한다.

〈표 3〉 노동조합의 인식(국가전체)

|                                | 平 均    |        | F       | P     |
|--------------------------------|--------|--------|---------|-------|
|                                | 韓 國    | 日 本    |         |       |
| 노동조합의 힘이 강해지는 만큼 우리의 생활은 좋아진다. | 2.9527 | 3.1071 | 19.7207 | .0000 |

〈표 4〉 노동조합의 인식(집단별)

|           | 平 均    |        | F       | P     |
|-----------|--------|--------|---------|-------|
|           | 韓 國    | 日 本    |         |       |
| 학교별       |        |        |         |       |
| 고등학교      | 3.1221 | 3.0782 | .7685   | .3808 |
| 대학교       | 2.7776 | 3.1324 | 56.1303 | .0000 |
| 희망직업      |        |        |         |       |
| 민간기업 및 기관 | 3.0065 | 3.1118 | 2.4305  | .1195 |
| 공기업 및 기관  | 2.9327 | 3.1236 | 10.7876 | .0011 |
| 자영업       | 3.2667 | 3.0395 | 2.2349  | .0376 |
| 자유업       | 2.9219 | 3.0822 | 4.7141  | .0302 |

청소년들이 상대적으로 좀더 노동조합을 삶의 질을 향상시키는 데에 도움을 줄 수 있는 것으로 생각하고 있다.

한편 〈표 4〉에서 보는 바와 같이 각 하위집단별로 살펴보면 성별로는 남자와 여자, 학교별로는 대학교, 지역별로는 수도권과 지방, 희망직업별로는 공기업 및 기관, 자유업의 경우, 계열별로는 모두 일본의 경우가 한국의 경우보다 노동조합에 대한 인식이 좀더 부정적인 것으로 나타났다(이와 같은 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. F-검증 결과 참고). 그러나 특이한 것은, 고등학생의 경우는 한일 양국 청소년의 차이는 없었으며, 자영업을 희망하는 청소년의 경우는 일반적인 경향과는 달리 한국의 청소년이 상대적으로 더욱 노동조합을 부정적으로 보고 있다.

### 3. 노동조합과 노사관계

〈표 5〉에서 보는 바와 같이 노동조합과 노사관계를 묻는 질문에 대해 한국과 일본의 청소년 모두 노동조합이 노사관계에 악영향을 미치고 있는 것으로 생각하고 있지는 않다. 이를 좀더 자세히 살펴보면 “파업은 노동조합이 있으므로 일어나는 것이다”라는 문항에 대해 일본의 청소년(=3.0324)에 비해 한국의 청소년(=3.5415)은 좀더 그렇지 않다는 쪽의 성향을 보여주고 있다(○와 같은 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. F-검증 결과 참고).

한편 〈표 5〉에서 보는 바와 같이 각 하위집단별로 살펴보면 대부분의 경우 일본의 청소년에 비해 한국의 청소년이 노동조합의 노사관계에 대한 부정적인 영향이란 점을 상대적으로 좀더 받아들이고 있다(이와 같은 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 그러나 지면상 통계분석결과를 모두 제시하는 것은 생략함). 다만, 예체능계 학생의 경우는 양국 청소년간의 별다른 차이가 없다. 즉, 오히려 이 경우에는 일본 청소년(3.6330)이 “파업은 노동조합이 있으므로 일어나는 것이다”라는 문항에 대해 한국의 청소년(3.4130)보다 상대적으로 좀더 그렇지 않다는 쪽의

〈표 5〉 노동조합과 노사관계(국가전체)

|                          | 平 均    |        | F        | P     |
|--------------------------|--------|--------|----------|-------|
|                          | 韓 國    | 日 本    |          |       |
| 파업은 노동조합이 있으므로 일어나는 것이다. | 3.5415 | 3.0324 | 150.0185 | .0000 |
| 계열별                      |        |        |          |       |
| 인문사회계열                   | 3.6616 | 3.1124 | 46.7090  | .0000 |
| 자연계열                     | 3.8325 | 3.0633 | 32.8299  | .0000 |
| 예체능계                     | 3.4130 | 3.6330 | 1.7684   | .1868 |

성향—물론 통계적인 유의한 차이는 아니지만—을 보여주고 있다. 일본의 예체능계 학생들은 일본 청소년의 전체적인 성향과는, 적어도 노동조합의 경우에는, 반대되는 의식경향을 보여준다.

전체적으로 일본의 청소년들에 비해 한국의 청소년들이 노동조합을 상대적으로 좀더 긍정적으로 생각하고 있는 것으로 나타나고 있다.

#### 4. 경쟁의 정도

〈표 6〉에서 보는 바와 같이 우리 사회의 경쟁 정도에 대해, 전체적으로 보면, 한국과 일본의 청소년 모두 사회내에서 활발한 경쟁이 이루어지고 있는 것으로 보고 있다. 이를 좀더 자세히 살펴보면, “우리 사회에서는 어디에서나 경쟁이 행해지고 있다”라는 문항에 대해 한국의 청소년(=1.5051)은 일본의 청소년(=1.6548)보다 경쟁이 좀더 활발히 이루어지고 있는 것으로 답하고 있다(이와 같은 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. F-검증 결과 참고).

한편 〈표 6〉에서 보는 바와 같이 각 하위집단

별로 살펴보면, 각 집단별로도 한국과 일본의 청소년은 경쟁정도에 대한 차이를 보이고 있다. 즉, 성별로는 여자, 학교별로는 고등학교와 대학교, 지역별로는 지방, 희망직업별로는 민간기업 및 기관, 공기업 및 기관, 자유업의 경우, 계열별로는 모두 한국의 청소년이 일본의 경우보다 사회내에서 경쟁이 좀더 활발하게 이루어지는 것으로 인식하고 있다(이와 같은 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 그러나 지면상 통계분석결과를 모두 제시하는 것은 생략함). 그러나 특이한 것은, 남학생의 경우와 자영업을 희망하는 청소년의 경우는 한국과 일본 양국의 차이가 없다는 사실이다.

#### 5. 경쟁의 효율성

〈표 7〉에서 보는 바와 같이 경쟁의 효율성을 묻는 질문에 대해 한국과 일본의 청소년 모두 경쟁이 기업이나 소비자 모두에게 이익을 가져다 주는 것으로 생각하고 있다. 이를 좀더 자세히 살

〈표 6〉 경쟁의 정도(국가전체)

|                             | 平 均    |        | F       | P     |
|-----------------------------|--------|--------|---------|-------|
|                             | 韓 國    | 日 本    |         |       |
| 우리 사회에서는 어디에서나 경쟁이 행해지고 있다. | 1.5051 | 1.6548 | 24.8842 | .0000 |
| 성별                          |        |        |         |       |
| 남자                          | 1.5918 | 1.5888 | .0038   | .9509 |
| 여자                          | 1.4137 | 1.7017 | 60.2946 | .0000 |
| 희망직업                        |        |        |         |       |
| 민간기업 및 기관                   | 1.5196 | 1.6588 | 5.1436  | .0237 |
| 공기업 및 기관                    | 1.5474 | 1.6854 | 7.6408  | .0058 |
| 자영업                         | 1.6444 | 1.5132 | .6797   | .4114 |
| 자유업                         | 1.4713 | 1.6164 | 5.9182  | .0152 |

〈표 7〉 경쟁의 효율성(국가전체)

|                                 | 平 均    |        | F       | P     |
|---------------------------------|--------|--------|---------|-------|
|                                 | 韓 國    | 日 本    |         |       |
| 경쟁은 기업이나 소비자 모두에게 이익을 가져오는 것이다. | 2.8053 | 2.6606 | 12.7191 | .0004 |
| 희망직업                            |        |        |         |       |
| 민간기업 및 기관                       | 2.7582 | 2.6118 | 3.2461  | .0721 |
| 공기업 및 기관                        | 2.8685 | 2.6910 | 7.0419  | .0081 |
| 자영업                             | 2.8222 | 2.7632 | .0706   | .7910 |
| 자유업                             | 2.7979 | 2.5799 | 6.9949  | .0083 |
| 계열별                             |        |        |         |       |
| 인문사회계열                          | 2.9240 | 2.6789 | 11.3022 | .0008 |
| 자연계열                            | 2.6010 | 2.5443 | .1727   | .6781 |
| 예체능계                            | 2.5435 | 2.7347 | .9277   | .3380 |

펴보면 “경쟁은 기업이나 소비자 모두에게 이익을 가져오는 것이다”라는 문항에 대해 일본의 청소년(=2.6606)은 한국의 청소년(=2.8053)보다 경쟁이 가져다주는 이익을 좀더 높이 평가하고 있다(이와 같은 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. F-검증 결과 참고).

한편 각 하위집단별로 살펴보면 그 점수면에서 한국과 일본의 청소년은 대체로 각 집단별 차이를 보이고 있다. 특히, 성별로는 남자와 여자, 학교별로는 고등학교, 지역별로는 수도권과 지방, 희망직업별로는 공기업 및 기관, 자유업의 경우 일본의 경우가 한국의 경우보다 경쟁의 효율성을 좀더 긍정적으로 평가하는 것으로 보인다(이와 같은 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 그러나 지면상 통계분석결과를 모두 제시하는 것은 생략함). 그러나 자영업을 희망하는 청소년의 경우와 자연 및 예체능계 학생의 경우는 한일 양국 청소년의 경쟁에 대한 의식정향의 차이는 없는 것으로 나타나고 있다.

## 6. 경쟁과 형평성

〈표 8〉에서 보는 바와 같이 경쟁과 형평성의 관계를 묻는 질문에 대해 한국과 일본의 청소년 모두 경쟁이 형평성을 보장해 주지는 못함을 인식하고 있다. 이를 좀더 자세히 살펴보면 “경쟁은 능률적이지만 모든 시민을 풍요롭게 하지는 못한다.”

〈표 8〉 경쟁과 형평성(국가전체)

|                                 | 平 均    |        | F      | P     |
|---------------------------------|--------|--------|--------|-------|
|                                 | 韓 國    | 日 本    |        |       |
| 경쟁은 능률적이지만 모든 시민을 풍요롭게 하지는 못한다. | 2.2037 | 2.3187 | 8.7376 | .0031 |

못한다”라는 문항에 대해 한국의 청소년(=2.2037)은 일본의 청소년(=2.3187)보다 경쟁에 따른 형평성 문제를 좀더 우려하고 있는 것으로 보인다(이와 같은 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. F-검증 결과 참고).

한편 각 하위집단별로 살펴보면, 많은 집단에서 한국과 일본의 청소년은 경쟁의 형평성에 대하여 인식의 차이를 보이고 있다. 즉, 성별로는 여자, 학교별로는 고등학교, 지역별로는 수도권, 희망직업별로는 공기업 및 기관의 경우 한국의 경우가 일본의 경우보다 경쟁에 따른 형평성의 문제를 좀더 지적하고 있는 것으로 보인다(통계분석은 〈표 9〉를 참조). 그러나 남자, 지방, 민간부분

〈표 9〉 경쟁과 형평성(집단별)

|           | 平 均    |        | F       | P     |
|-----------|--------|--------|---------|-------|
|           | 韓 國    | 日 本    |         |       |
| 성별        |        |        |         |       |
| 남자        | 2.2881 | 2.3074 | .0940   | .7592 |
| 여자        | 2.1152 | 2.3267 | 19.1822 | .0000 |
| 학교별       |        |        |         |       |
| 고등학교      | 2.2500 | 2.3961 | 6.4663  | .0111 |
| 대학교       | 2.1564 | 2.2508 | 3.2266  | .0727 |
| 지역별       |        |        |         |       |
| 수도권       | 2.1697 | 2.3333 | 9.0139  | .0027 |
| 지방        | 2.2473 | 2.3046 | 1.0557  | .3044 |
| 형제순서      |        |        |         |       |
| 만이        | 2.2078 | 2.3024 | 3.9412  | .0473 |
| 차남차녀      | 2.2037 | 2.3656 | 5.3924  | .0205 |
| 희망직업      |        |        |         |       |
| 민간기업 및 기관 | 2.2712 | 2.3882 | 2.2139  | .1373 |
| 공기업 및 기관  | 2.1200 | 2.3146 | 9.1142  | .0026 |
| 자영업       | 2.2667 | 2.3553 | .1967   | .6532 |
| 자유업       | 2.2182 | 2.2511 | .1805   | .6711 |
| 계열별       |        |        |         |       |
| 인문사회계열    | 2.0190 | 2.2706 | 12.9985 | .0003 |
| 자연계열      | 2.3515 | 2.2911 | .1871   | .6657 |
| 예체능계      | 2.3913 | 2.1020 | 2.3240  | .1308 |

중사자, 자연 및 예체능계열의 집단에서는 한일 양국 청소년의 의식차이는 없다.

## 7. 경쟁의 결과와 과정

〈표 10〉에서 보는 바와 같이 경쟁에서 그 과정과 결과의 중요성을 묻는 질문에 대해 한국과 일본의 청소년은 서로 반대되는 결과를 보여주고 있다. 이를 좀더 자세히 살펴보면 “경쟁에서 중요한 것은 그 과정이 아니라 좋은 결과인 것이다”라는 문항에 대해 한국의 청소년(=3.6171)은 경쟁에서 과정을 중시하는 반면, 일본의 청소년(=2.8207)은 과정보다는 결과를 더 중시하는 것으로 보인다(이와 같은 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. F-검증 결과 참고).

이는 매우 재미있는 차이로 여겨진다. 실제로 경쟁은 자본주의 시장경제의 최대 장점이자, 가장 중요한 경제행위의 동력이다. 이 점에서 보면, 한국의 청소년들은 과정과 절차를 중시하고 일본의 청소년은 결과를 중시한다는 점에서 경제행동 양식의 차이를 동시에 느낄 수 있다.

한편 각 하위집단별로 살펴보면, 모든 집단에서 한국과 일본의 청소년은 경쟁의 과정과 결과의 중요성에 대해 상반된 견해를 보이고 있다. 성별(남자와 여자), 학교별(고등학교와 대학교), 지역별(수도권과 지방), 희망직업별(민간기업 및

기관, 공기업 및 기관, 자영업, 자유업) 모두 한국의 경우는 경쟁에서 과정 그 자체를 중시하고, 일본의 경우는 결과를 더 중시하는 것으로 나타났다(이와 같은 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 그러나 본 글에서는 지면의 사정으로 인하여 이에 대해 자료를 제시하지 않기로 한다).

## 8. 기업경쟁의 유형

〈표 11〉에서 보는 바와 같이 기업 경쟁의 유형을 묻는 질문에 대해 한국과 일본의 청소년 모두 제품을 통한 경쟁에 동의하고 있다. 이를 좀더 자세히 살펴보면 “기업간의 경쟁은 상품이나 서비스 경쟁의 형태로 행해지고 있다”라는 문항에 대해 한국의 청소년(=2.1017)은 일본의 청소년(=2.4751)보다 기업경쟁에서 상품이나 서비스를 통한 경쟁유형에 상대적으로 좀더 동의하고 있다(이와 같은 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. F-검증 결과 참고).

한편 각 하위집단별로 살펴보면, 한국과 일본의 청소년은 경쟁을 상품이나 서비스 경쟁으로 인식하는 데에 집단별 차이를 보이고 있다. 즉, 성별(남자와 여자), 학교별(고등학교와 대학교), 지역별(수도권과 지방), 희망직업별(민간기업 및 기관, 공기업 및 기관, 자영업, 자유업) 모두 경

〈표 10〉 경쟁 과정(國家全體)

|                                      | 平 均    |        | F        | P     |
|--------------------------------------|--------|--------|----------|-------|
|                                      | 韓 國    | 日 本    |          |       |
| 경쟁에서 중요한 것은 그 과정이 아니라 좋은 결과를 얻는 것이다. | 3.6171 | 2.8207 | 271.5119 | .0000 |

〈표 11〉 기업경쟁의 유형(국가전체)

|                                        | 平 均    |        | F       | P     |
|----------------------------------------|--------|--------|---------|-------|
|                                        | 韓 國    | 日 本    |         |       |
| 48. 기업간의 경쟁은 상품이나 서비스 경쟁의 형태로 행해지고 있다. | 2.1017 | 2.4751 | 98.0136 | .0000 |

쟁의 형태를 한국의 경우가 일본의 경우보다 상품이나 서비스 경쟁으로 인식하고 있는 것으로 보인다(이와 같은 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 그러나 본 글에서 자료제시는 지면의 제약으로 인하여 생략한다).

결과적으로 한국 청소년의 경우가 일본 청소년보다는 경쟁개념에서 좀더 결과보다는 과정을 중시하고 상품과 서비스의 경쟁에 더욱 동의하고 있다. 이는 시장경제의 건전한 경쟁이란 관점에서 볼 때, 한국 청소년이 좀더 바람직한 경제의식 성향을 지니고 있는 것으로 여겨진다.

## 9. 기업관

〈표 12〉에서 보는 바와 같이 기업관을 묻는 질문에 대해 한국과 일본의 청소년은 서로 반대되는 결과를 보여주고 있다. 이를 좀더 자세히 살펴보면 “가장 성공하고 있는 기업이란 경쟁상대의 기업에 이겨서 시장에서 가장 우위를 차지하고 있는 기업이다”라는 문항에 대해 한국의 청소년(=3.1834)은 시장에서 경쟁을 통한 기업의 성장에 대해 부정적인 반면, 일본의 청소년(=2.3104)은 시장에서 경쟁을 통한 기업의 성장에 대해 긍정적인 평가를 보여주고 있다(이와 같은 결

〈표 12〉 기업관(국가전체)

|                                                          | 平 均    |        | F        | P     |
|----------------------------------------------------------|--------|--------|----------|-------|
|                                                          | 韓 國    | 日 本    |          |       |
| 가장 성공하고 있는 기업이란 경쟁 상대의 기업에 이겨서 시장에서 가장 우위를 차지하고 있는 기업이다. | 3.1834 | 2.3104 | 384.1044 | .0000 |

과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. F-검증 결과 참고).

한편 각 하위집단별로 살펴보면, 하위집단 모두 한국과 일본의 청소년은 기업관에 대해 서로 상반되는 견해를 보이고 있다. 즉, 성별(남자와 여자), 학교별(고등학교와 대학교), 지역별(수도권과 지방), 희망직업별(민간기업 및 기관, 공기업 및 기관, 자영업, 자유업) 모두 시장에서 경쟁을 통한 기업의 성장에 대해 한국의 경우는 부정적인 반면, 일본의 경우는 긍정적인 것으로 나타났다(이와 같은 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 그러나 본 글에서 자료제시는 지면의 제약으로 인하여 생략한다).

## 10. 대기업관

〈표 13〉에서 보는 바와 같이 대기업에 대한 신뢰도를 묻는 질문에 대해 한국과 일본의 청소년 모두 부정적인 평가를 하고 있다. 이를 좀더 자세히 살펴보면 “대기업이라면 어느 정도 신뢰할 수 있다”라는 문항에 대해 일본의 청소년(=3.9336)은 한국의 청소년(=3.9270)보다 조금 더 부정적인 평가를 하고 있으나 그 차이가 통계적으로 유의미한 결과를 보여주는 것은 아니다.

한편 〈표 14〉에서 보는 바와 같이 각 하위집단별로 살펴보면, 유의미한 차이를 보여주는 집단은 별로 없다. 즉, 성별(남자와 여자), 학교별(고등

〈표 13〉 대기업관(국가전체)

|                           | 平 均    |        | F                 | P     |
|---------------------------|--------|--------|-------------------|-------|
|                           | 韓 國    | 日 本    |                   |       |
| 대기업이라면 어느 기업이라도 신뢰할 수 있다. | 3.9270 | 3.9336 | .0280<br>(1,2490) | .8672 |

〈표 14〉 대기업관(집단별)

|           | 平 均    |        | F      | P     |
|-----------|--------|--------|--------|-------|
|           | 韓 國    | 日 本    |        |       |
| 지역별       |        |        |        |       |
| 수도권       | 3.9986 | 3.9306 | 1.5814 | .2088 |
| 지방        | 3.8351 | 3.9365 | 2.9751 | .0848 |
| 희망직업      |        |        |        |       |
| 민간기업 및 기관 | 3.7896 | 3.9118 | 2.0975 | .1480 |
| 공기업 및 기관  | 3.9388 | 3.9157 | .1196  | .7296 |
| 자영업       | 3.8000 | 3.8421 | .0405  | .8409 |
| 자유업       | 4.0052 | 4.0000 | .0048  | .9449 |
| 계열별       |        |        |        |       |
| 인문사회계열    | 4.1188 | 3.9725 | 4.2533 | .0395 |
| 자연계열      | 3.9363 | 3.8101 | 1.0961 | .2960 |
| 예체능계      | 3.6522 | 4.0000 | 3.3189 | .0717 |

학교와 대학교), 지역별(수도권과 지방), 희망직업별(민간기업 및 기관, 공기업 및 기관, 자영업, 자유업) 모든 경우에 있어서 한국과 일본의 유의미한 차이는 보이지 않는다. 그러나 지방청소년의 경우와 인문 및 예체능계 학생집단의 경우는 한국과 일본에서 차이가 보여지고 있다. 한가지 재미있는 사실은 지방학생의 경우와 인문사회계 학생의 경우에 한국 청소년들이 대기업을 더욱 신뢰하지 않고 있다는 사실이다. 그리고 일본과 한국 공히 자유업에 종사하는 가계에서 온 학생들의 경우가 다른 집단에 비해 대기업 불신이 훨씬 높았다.

### 11. 소비결정 : 상품과 가격

〈표 15〉에서 보는 바와 같이 상품구매시 가격의 중요도를 묻는 질문에 대해 한국과 일본의 청소년 모두 가격의 중요도를 높이 평가하지는 않고 있다. 이를 좀더 자세히 살펴보면 “사람들이 무엇인가를 살 때에 그 상품의 가격을 가장 중시한다”라는 문항에 대해, 모두 비교적 부정적이지

〈표 15〉 상품과 가격(국가전체)

|                                    | 平 均    |        | F       | P     |
|------------------------------------|--------|--------|---------|-------|
|                                    | 韓 國    | 日 本    |         |       |
| 사람들이 무엇인가를 살 때에 그 상품의 가격을 가장 중시한다. | 3.0543 | 3.2440 | 18.2702 | .0000 |

만, 한국의 청소년(=3.0540)은 일본의 청소년(=3.2440)보다 상품구매시 가격을 좀더 고려하고 있음을 보여주고 있다(이와 같은 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. F-검증 결과 참고).

한편 〈표 16〉에서 보는 바와 같이 각 하위집단별로 살펴보면, 이 문항의 경우는 집단별로 유의

〈표 16〉 상품과 가격(국가전체)

|           | 平 均    |        | F       | P     |
|-----------|--------|--------|---------|-------|
|           | 韓 國    | 日 本    |         |       |
| 성별        |        |        |         |       |
| 남자        | 2.9818 | 3.0898 | 2.3869  | .1226 |
| 여자        | 3.1308 | 3.3537 | 15.5300 | .0001 |
| 학교별       |        |        |         |       |
| 고등학교      | 2.9771 | 3.2309 | 14.5088 | .0001 |
| 대학교       | 3.1345 | 3.2555 | 4.2105  | .0404 |
| 지역별       |        |        |         |       |
| 수도권       | 3.1186 | 3.1743 | .8107   | .3681 |
| 지방        | 2.9716 | 3.3111 | 28.3065 | .0000 |
| 형제순서      |        |        |         |       |
| 말이        | 3.0553 | 3.2635 | 14.6475 | .0001 |
| 차남차녀      | 3.0535 | 3.1934 | 3.0765  | .0798 |
| 희망직업      |        |        |         |       |
| 민간기업 및 기관 | 2.8382 | 3.2941 | 27.3343 | .0000 |
| 공기업 및 기관  | 3.0826 | 3.1854 | 1.8541  | .1737 |
| 자영업       | 2.9778 | 3.1974 | 1.1184  | .2924 |
| 자유업       | 3.1533 | 3.2922 | 2.3778  | .1235 |
| 계열별       |        |        |         |       |
| 인문사회계열    | 3.1794 | 3.2661 | 1.0861  | .2977 |
| 자연계열      | 3.0931 | 3.2278 | .9099   | .3409 |
| 예체능계      | 3.0000 | 3.2245 | 1.0061  | .3185 |

미한 차이가 있는 집단과 그렇지 않은 집단이 반반이다. 즉, 성별로는 여자, 학교별로는 고등학교와 대학교, 지역별로는 지방, 희망직업별로는 민간기업 및 기관의 경우 한국의 경우가 일본의 경우보다 상품구매에서 좀더 가격을 증시하는 것으로 나타났다(이와 같은 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. F-검증 결과 참고).

#### IV. 논의와 결론

##### 1. 요약

지금까지 우리는 정부, 기업, 소비자, 근로자 및 시장의 경쟁이란 주제를 중심으로 한국과 일본의 청소년들이 자본주의 시장경제에 대해 어떠한 경제의식을 지니고 있는가를 살펴보았다. 이제 이루어진 분석을 중심으로 정부, 노조, 기업, 경쟁, 소비의 각 영역별로 한일 청소년의 경제의식에 대하여 요약하고 이를 바탕으로 좀더 자세한 논의해보자.

##### 1) 한일 청소년들은 정부의 시장개입을 어떻게 생각하고 있는가?

정부의 시장개입에 대하여 한일 청소년 모두 약간 부정적인 입장을 취하고 있으며, 한일 간의 차이는 없다. 즉, 정부의 완전한 시장개입을 100으로 보았을 때, 한국학생은 약 53.6정도로, 일본학생은 약 54.4정도로 반대하고 있다.<sup>2)</sup> 이러한 입장은 남녀, 희망직업, 지역 등의 대부분 하위집단별로도 한일 간의 차이가 없다. 그러나 고등학교 학생의 경우는 한국보다 일본 학생들이 좀더

부정적인 것으로 나타났다.

##### 2) 한일 청소년들은 노동조합을 어떻게 인식하고 있는가?

노동조합에 대하여는 전체적으로 한일 모두 부정적이지는 않지만, 일본의 청소년들보다 한국의 청소년들이 상대적으로 더욱 긍정적이다. 한국의 청소년은 노조가 삶에 도움을 준다는 데에 50.5 정도 수준에서 찬성하는 반면 일본 청소년들은 49의 수준으로 찬성하고 있다. 이러한 노동조합에 대한 인식의 차이는 노동조합과 파업의 관계 인식에서도 드러난다. 한국 청소년은 60.8의 정도로 노동조합이 파업의 원인은 아니라고 생각하는 반면, 일본 청소년은 51.4정도의 수준에 불과하다.

재미있는 하나의 사실은 이러한 차이가 민간기업이나 기관에 근무를 희망하는 청소년의 경우에는 한일 간의 차이가 없으나, 공공부분에서 일하고자 하는 청소년의 경우에는 전체적인 차이와 같은 차이를 보여준다는 사실이다. 또 하나 지적해야 할 것은, 자영업을 미래의 직업으로 희망하는 경우는 전체적인 경향과는 반대로 한국청소년의 노조에 대한 긍정정도는 44.8인데 반해 일본 청소년의 경우는 49.7정도로 전체수준과 비슷하다. 여기서 한국의 경우 자영업을 희망하는 학생들과 여타의 학생들 사이에는 노조관에서 크게 차이가 있음을 알 수 있다.

##### 3) 한일 청소년들은 사회의 경쟁정도와 그 기능을 어떻게 생각하고 있는가?

한일 청소년 모두 사회에서 경쟁은 매우 활발

2) 이러한 수치는 1을 10, 5를 90으로 보았을 때의 찬성과 반대정도를 보여주는 수치이다. 이하의 언급은 모두 이 기준을 적용하고 있다.

한 것으로 여기고 있다. 그러나 그 상대적인 정도는 한국 학생의 경우가 80의 수준으로 그렇게 생각하는 반면, 일본의 경우는 77정도의 수준으로, 한국의 경우가 훨씬 높았다. 그런데 재미있는 하나의 사실은 남학생들의 경우는 대략 78의 수준으로 한일 모두 비슷한데 대하여, 여학생의 경우는 한국이 82, 일본이 76으로 커다란 차이를 보였다. 그리고 희망직업의 경우는 자영업의 경우는 한일 양국 청소년의 인식 차는 없었으나, 다른 직종의 경우는 전체경향과 동일한 차이가 있었다.

이러한 사회의 경쟁정도에 대한 의식정향의 차이와는 달리 경쟁과 관련된 구체적인 주제에 대하여는 서로 다른 경향을 보여주고 있다. 우선, 경쟁과 효율성에 대하여 보면, 한국 학생(54 수준)보다는 일본 학생들(56.8 수준)이 경쟁을 더욱 효율을 불러오는 것으로 파악하고 있으며, 경쟁이 형평을 주지는 못한다는 점에 대하여는 한국 학생이 66의 정도로 일본 학생(64 수준)보다는 더욱 이에 동의하고 있었다. 또 하나, 주목해야 할 점은, 한국 학생은 경쟁에서 과정을 중시하는 정도가 62의 수준이나, 일본 청소년의 경우는 46의 수준에 불과했다. 이는 일본 청소년들이 경쟁결과에 상대적으로 더욱 집착하는 경향이 있음을 말해준다.

하위집단별로 보면, 자영업을 희망하는 학생의 경우는 한일의 차이는 없다, 그러나 다른 직종을 추구하는 청소년의 경우는 전체적인 차이와 같은 경향의 차이를 보여주고 있다. 이점 역시 흥미로운 사실이다.

#### 4) 한일 청소년들은 기업의 행동 양식과 규모에 대하여 어떻게 생각하고 있는가?

기업에 대한 의식정향 역시, 경쟁에 대한 의식정향과 함께, 한일 청소년의 의식차이를 보여주는

재미있는 부분이다. 기업경쟁을 상품과 서비스 경쟁으로 파악하는 정도는 한국 청소년은 68인데 비해 일본 청소년은 60정도에 불과하다. 또한 한국 학생의 경우는 일본 청소년보다 상대적으로 기업이 꼭 시장에서 상대기업을 제압하고 살아남아야 한다고 생각하고 있지 않다(한국 학생은 46 수준; 일본 학생은 64수준). 그러나 대기업에 대한 신뢰수준에서도 별로 차이가 없다. 양국 모두, 32정도의 수준에서 대기업을 신뢰하고 있다.

이러한 경향은 본 연구에서는 다루어지지 않았지만, 한국에서 성공적인 기업이란 이익을 많이 남기는 기업보다는 좋은 제품과 서비스를 제공하면서도, 좀더 사회적으로 봉사하는 기업을 의미한다는 일반적인 인식과도 같은 맥락에 있는 것으로 여겨지기도 한다. 여하튼 성공한 기업에 대한 이러한 인식은 아직 한국 청소년의 의식정향이 일본에 비해 덜 자본주의화했다고 여겨지는 대목이기도 하다. 사실 자유 시장 경제에서 시장여건에 적응하지 못하는 기업이 그렇지 않은 기업에 비해 시장에서 도태되는 것은 당연한 것이다.

#### 5) 한일 청소년들은 소비의 척도로 가격을 얼마만큼 중시하고 있는가?

한일 양국 청소년 모두 가격을 구매의 척도로 그렇게 중시하고 있지는 않다. 일본 청소년의 경우는 약 45의 수준으로 한국 청소년의 경우는 49의 수준으로 가격의 중요성에 동의하고 있다. 상대적으로는 한국 청소년들이 일본의 경우보다는 가격을 더욱 중시하고 있다.

## 2. 결 언

전체적으로 볼 때, 한일 청소년의 자본주의 시장경제에 대한 의식정향은 상대적이긴하지만 상

당한 차이가 있다. 특히 시장경쟁이나 기업관에 대한 인식의 차이는 노동조합에 대한 인식의 차이와 더불어 시장경제에 대한 경제의식의 차이를 잘 보여주는 것이라 하겠다.

한일 양국 청소년의 경제의식 차이에서—만약 오늘날의 자본주의 시장경제가 자신의 단점을 보완하기 위해 좀더 공평을 지향하는 정의관을 추구하고 있는 것으로 가정한다면—발견할 수 있는 한가지 재미있는 사실은, 한국 청소년의 경제의식이 좀더 건전하다고 여겨질 수 있다는 점이다. 한국의 청소년들은 일본의 청소년에 비해 상대적으로 노동조합에 대해 좀더 우호적이었으며, 또한 경쟁의 인식에서도 결과보다는 과정을 더욱 중시하고 있었다.

이러한 전체적인 차이와 함께 고려되어야 할 점은 좀더 세분화된 연구가 필요하다는 점이다. 본 연구에서 자세히 다루지는 않았지만, 고등학생과 대학생의 차이, 남녀의 차이, 희망직종에 따른 차이, 학생의 계열에 따른 차이 등은 매우 유의해야 할 점이라 할 수 있다. 예를 들어 본 연구에서 자세히 다루지는 않았지만, 희망직종 가운데 자영업을 희망하는 학생들의 경우는 경쟁이나 기업관에 있어서 한일 양국이 차이를 보여주지 않았다는 점 등은 앞으로 더욱 깊이 있는 연구가 요청되는 부분이라 하겠다. 이처럼 집단을 좀더 세분화하여 양국의 청소년 의식을 비교연구하는 것은 앞으로 일본에 대한 대응양식을 결정하는 데에도 크게 기여할 수 있을 것이라 여겨진다.

## 참 고 문 헌

- 홍기현·조영달. 1992. 「경제학 산책」, 김영사, 서울.  
 日本青少年研究所 研究報告書. 1987. 新労働観研究, 日本  
 Furnham A. & Lewis A. 1986. The Economic Mind, St. Martin Press, New York.

- Warneryd Karl-Erik. 1988. "Social Influence on Economic Behavior," In Handbook of Economic Psychology edited by Raaij W.F., Veldhoven G.M. and Warneryd Karl-Erik. 1988. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht/ London.