

대학생의 소비행복 실천 수기의 질적분석과 함의

Qualitative Analysis of College Students' Essays on Their Practices of Consumption Happiness and Implications

박미혜*

경희대학교 생활과학대학

Park, Mi Hye*

College of Human Ecology, Kyunghee University

Abstract

This study is to analyze essays on the practices of consumption happiness which the students who took the class 'consumption and happiness' wrote. To do this, 108 essays which the students submitted in both semesters in 2013 were analyzed qualitatively. As a result, the 4 themes such as 'reflection on the life of consumption', 'practices', 'changes', 'recognized meanings of the class' were extracted. Firstly, some students were reflective on their acts of consumption in everyday life. They have consumed in an undisciplined, unthoughtful manner and have experienced various negative emotions in their consumption, and have the motive of change. Secondly, the study showed the consumption of clothes, eating, house, leisure, body, digital, wedding is variously included in their practices of consumption. In the category of common practices, 'sharing consumption giving a bigger happiness', 'sustainable consumption caring about the earth and the next generation', 'smart consumption through discipline', 'responsible consumption considering community and producer', 'field trips and consumption of experience as learning' are included, and 'meaningful feeling of happiness through practices' are extracted. Thirdly, they have experienced positive changes such as reduction in consumption desire and increased concern with mind, relationship and conscious consumption. Fourthly, students think of the class as a necessary, useful, practical subject, and have a precious opportunity to learn many aspects they don't think about before, and don't practice, and say that they persistently continue to practice. Therefore, to promote the happiness as a consumer and consumer citizen leader in the society, it's necessary to offer a related class in more universities.

Keywords: happiness in consumption, consumer happiness, qualitative analysis, consumer education, practice of consumption happiness

I. 서론

소비사회라는 개념은 오늘날의 경제체계와 일상생활을 보여주는 가장 상징적인 현상 가운데 하나이다. 현대사회의 삶은 행복과 기쁨의 기호들로 이루어진 거대한 건축물처럼 보이며 소비를 통한 행복의 추구는 더욱 커지고 있

다. 근대사회를 지탱한 행복시스템은 '행복을 줄 거라고 기대되는 상품을 구매하는 것'이었다. 이는 가전제품에서 자동차, 집, 자녀교육, 가족레저 등의 가족단위의 소비를 통해 행복을 추구하는 '가족소비'에 이어 개인적으로 특정 상품이나 브랜드의 소비를 통해 행복을 느끼는 '브랜드소비'로 이어졌다(Yamada & Sodekawa, 2009/2011).

* Corresponding author: Park, Mi Hye
Tel: 02-960-0550, Fax: 02-961-0261
E-mail: pinetreemh@daum.net

현대사회의 소비자들은 감정적, 신체적, 감각적, 미학적이고 관계를 중시하며 재미있고 기분을 전환해 주는 더 나은 삶을 체험하게 해주는 물품을 선호한다. 이제 소비는 개인의 행복과 건강, 그밖에 인간관계를 원활하게 해주는 수단이 되며 소비자들은 의료기술을 통해 자신의 몸을 더 많이 통제하기를 원하며 인간의 몸은 뜯어고쳐야 할 대상으로 취급된다(Lipovetsky, 2006/ 2009).

그러면 이러한 풍요로운 소비주의 사회에서 사람들은 정말 더 행복할까? 국가행복도 조사를 보면 소득은 생존에 필수적인 기본적인 욕구를 충족시키는데 도움이 되는 반면에 소득이 일정수준이 넘으면 소득이 늘어나도 개인의 행복에 미치는 영향은 갈수록 적어지는 ‘행복의 역설’ 현상을 나타낸다(Easterlin, 2001). 상품세계는 소비의 기쁨으로 가득한 천국을 약속하지만 사회적 비교와 적응기제는 실제로는 더 많은 좌절과 결핍, 절망감을 안겨준다. 또한 과도한 상품생산으로 물질낭비를 초래하는 세대는 장기적인 안목없이 즉흥적인 쾌락과 눈앞의 이익만을 추구하면서 매일 환경을 오염시키고 생물다양성을 파괴하며 지구온난화를 초래하기 때문에 비난의 대상이 된다(Lipovetsky, 2006/2009).

최근들어 인간의 행복에 있어서 과도한 물질적 소비가 무의미하다는 사실에 대한 인식이 점차 높아지고 있다. 이는 탈물질주의 정신을 통해 행복을 추구하는 환경운동이나 활발한 소비자운동, 슬로우라이프 등 세계의 여러 문화조류에서도 나타나고 있다(Tsuji, 2008/2009). 또한 여러 국가에서는 불평등, 지속가능성 등의 문제를 볼 때 GDP의 한계를 파악하여 국민총행복을 높이는 새로운 지수의 창출이 필요함을 인식하고 연구하고 있다(Stiglitz *et al.*, 2010/2011). 이제는 상품을 구매하는 것으로 상품 너머에 있는 행복을 얻는 것이 아니라 행복자체를 직접 얻는 새로운 행복스토리가 필요하다(Yamada & Sodekawa, 2009/2011). 진화심리학자 Miller(2009 /2010)는 현대사회에서도 우리는 여전히 부모에게 물려받은 유전체, 진정한 사랑, 존경, 성취를 돈으로 살 수는 없다고 말한다. 그는 고삐 풀린 소비로는 나르시시즘, 소모, 소외밖에는 얻을 것이 없고 대신 윤리적 소비나 투자, 자선, 이웃간의 정 같은 장기적인 가치, 다양한 지역사회 구축 등 더 높은 삶의 질을 생산하는데 우리의 욕구를 지향할 필요가 있다고 주장한다.

물질과 행복의 관련성에 대한 연구들에 의하면 전반적으로 사람들은 더 많은 소득과 소비가 가져다주는 행복을 지나치게 과대평가하는 경향이 있다. Kahneman *et al.*(2006)은 연구를 통해 소득이 행복과 관련된다는 보

편적인 신념은 환상에 불과하다고 말한다. 돈이 일정수준 이상으로 행복을 증가시키지 않는다는 점이 널리 받아들여지면서 최근 돈과 행복에 관한 연구들은 돈의 사용에 주목하기 시작하였다(Dunn *et al.*, 2008; Dunn *et al.*, 2011). Frank(2004)는 소득이 늘어도 행복이 그만큼 늘어나지 않는 이유로서 사람들이 그들을 더 행복하게 만들 수 있는 방식으로 소비하지 않기 때문이라고 본다. 돈은 그 자체로 효용이 없으며 다만 인간의 보편적 욕구들을 충족시킬 때 행복에 도움이 될 수 있다(Veenhoven. 1991). Diener 와 Seligman(2004)은 물질적 풍요나 소유가 행복으로 연결되지 않으며 대신 지지적이고 긍정적인 사회적 관계가 행복에 영향을 준다고 보았다. 이처럼 거시적으로 소득과 행복간의 관계를 연구하던 경제학이나 긍정심리학을 중심으로 활발하게 이루어져왔던 행복연구가 소비까지 확장되는 경향을 보이고 있다. 국내의 경우, 심리학분야에서 행복에 관한 연구가 주로 다루어져 왔지만 근래에 소비행복에 관련된 연구들이 마케팅과 소비자학 분야에서 새로운 연구주제로 나타나고 있다. 마케팅측면의 연구들(Jeon. & Kim, 2011; Nam 2012; Sung *et al.*, 2013a; Sung *et al.*, 2013b)은 소비행복의 구성적도에 관한 연구, 품목간이나 재화구매와 경험구매간의 행복도 차이와 관련변인을 규명하는 소수의 연구들이 이루어져 왔으며 소비자행복 증진을 위한 마케팅측면에 함의를 제공하고 있다. 소비자학 분야에서는 소비행복경험에 관한 질적연구(Lee *et al.*, 2011)가 있으며 소비행복을 증진시키는 교육프로그램의 필요성을 언급하고 있다. 따라서 본 연구는 소비행복 교육의 효과를 파악하기 위한 실제적인 접근을 하여 소비행복 연구의 지평을 넓히고자 하였다.

현재 우리의 소비문화적 배경에서 소비와 관련한 행복을 증진하기 위한 해법으로 개인이 소비와 행복을 바라보고 평가하는 가치관 정립 및 행복추구 패러다임의 전환이 시급하며 이를 위한 교육이 필요하다. 그러나 소비행복 교육의 중요성에도 불구하고 소비행복에 대한 관심이 초기 단계이기 때문에 아직 대학교에서의 교육과 연구가 부족한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 ‘소비와 행복’ 교과목을 개발하여 수업을 진행하면서 수강생들이 제출한 소비행복의 실천 수기를 분석하여 교육의 효과를 알아보고자 하는 연구목적 가지고 접근하였다. 연구를 통해 실천이 소비자의 행복에 기여하는지 검증하여 소비행복 교육의 필요성과 교육효과의 시사점에 대한 기초자료로서 정보를 제공하고자 한다. 따라서

본 연구는 연구문제를 “학생들은 어떠한 행복한 소비의 실천을 했으며 느낀 점은 무엇인가?”로 설정하였으며 내용에 대해 세부적인 질적분석을 하여 여러 측면의 함의를 도출하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 소비와 행복의 역설

대규모의 소비가 사회의 기본적인 특징으로 나타나기 시작한 20세기 이래 자본주의 사회에서 많은 사람들에게 생산은 소비라는 즐거움의 원천이 되어왔으며 소비는 현대사회의 중심 동력이 되고 있다(Corrigan, 1997/2002). 행복은 소비사회를 절대적으로 보증하는 것이며 글자 그대로 구원이다. 소비사회에서 행복은 사물과 기호로 측정될 수 있는 복리, 물질적 안락이다. 소비가 이상으로 삼는 행복이라고 하는 것은 평등 또는 구별의 요구이며, 이를 위해서는 항상 눈에 보이는 기준들에 비춰보아서 의미를 지녀야 한다. 우리들은 일상생활을 전면적으로 조직화하는 소비의 중심에서 있으며 그곳에서의 행복은 긴장의 해소라고 정의되고 있으며 모든 것이 쉽고 무의식적으로 소비되고 있다(Baudrillard, 1968/1992). 현대사회에서 소비의 수나 종류는 제한되어 있지 않고 빠르게 변화한다. 욕망의 수레바퀴가 계속 굴러가듯이 지속적인 소비의 확대가 나타나는 배경에는 물품의 효용성이 새로운 의미를 지니고 안락함이나 쾌락, 여가생활이 소비자들의 행동을 조절하기 시작하는 시대가 되었다는 데서 원인을 찾을 수 있다(Lipovetsky, 2006 /2009).

그런데 소비의 시대는 근원적인 소외의 시대이기도 하다. 상품의 논리가 일반화되고 욕구가 체계화되는 것 뿐만 아니라 모든 것이 소비 가능한 이미지, 기호로서 환기된다(Baudrillard, 1968/1992). 우리는 끝없는 불만 속에서 새롭고 뭔가 색다른 것을 추구한다. 현대의 소비자 역할의 가장 중요한 특징은 어떤 재화와 서비스가 실제로 획득되어 소비되는가와 무관하게 항상 모든 상황 속에서 무언가를 욕망하길 원하는 본질적 의무를 갖게 되는 것이다(Campbell, 1983). 그러나 소비욕구가 커질수록 혼란, 실망, 환멸, 권태, 새로운 빈곤 등 개인이 느끼는 불만족은 깊어진다. 더 나아가 환경과피문제는 인류의 미래를 위태롭게 한다. 물질적 풍요는 그 어느 때 보다 늘어났지만 삶의 기쁨은 그대로이고 심지어 줄어들기까지 한다.

소비자는 역설적 행복의 순간에 직면해 있을 뿐이다(Lipovetsky, 2006/2009). 이에 대한 설명으로는 ‘쾌락적 응’이라고 부르는 강력한 힘이 작용하기 때문이다(Lyubomirsky, 2007/2008). 감각적인 적응을 하듯이 쾌락의 변화에서도 적응이 일어난다. 소유나 소비가 잠시 동안만 행복하게 해 주는 것이 그 이유이다. 결과적으로 사람들은 자기가 원하는 것을 소비해도 전반적인 행복감은 제자리 걸음을 하게 된다.

2. 소비행복에 대한 연구와 실천

1) 행복과 소비행복

행복이란 개념은 추상적이고 주관적이기 때문에 정의를 내리기가 어렵지만 Diener(1984: 2000)는 주관적 안녕감(subjective wellbeing)이라는 학문적 개념화로 행복의 연구단위를 도입하였다. 행복을 자신의 삶에 대한 주관적 평가로 정의하여 경험에 내재된 주관성을 강조하면서 전반적인 삶의 만족감, 긍정적 및 부정적 정서를 행복의 핵심요소로 제시하고 있다. 이러한 Diener의 정의에 따라 Suh와 Koo(2011)는 행복을 주관적 안녕감으로 보고 이에 근거하여 행복의 핵심요소인 삶의 만족, 긍정적 정서, 부정적 정서를 측정하는 문항을 개발하였다.

몇몇 연구에서는 이러한 행복의 개념을 소비에 적용하여 소비행복을 정의하고 있다. Suh와 Koo(2011)가 개발한 단축형 행복척도를 소비생활에 맞게 수정한 Sung et al.(2013a)의 연구에서는 소비행복을 소비자들이 소비하는 시점에서 경험하는 행복의 수준으로 보았다. 소비자행복이라는 용어를 사용한 연구(Jeon & Kim, 2011; Nam, 2012)에서 Jeon 과 Kim(2011)은 소비자행복을 소비 후에 느끼는 긍정적 기분과 감정, 소비결과에 대한 인지적 평가로서 유발되는 총체적이고 종합적인 경험으로 정의하고 있다. Nam(2012)은 소비생활을 통한 행복체험이라고 보고 이의 구성요소로서 쇼핑연계적, 문제해결적, 개인적 합적 행복요인의 세가지 요소를 제안하였다. Lee et al.(2011)의 연구에서는 행복을 즐거움과 기쁨을 경험하는 긍정적인 정서상태로 보았으며 소비행복은 소비와 관련하여 경험하는 이러한 긍정적인 감정과 인식으로 간주하였다. 현상학적 연구결과로서 파악한 소비생활에서의 행복경험의 본질은 ‘삶의 질을 추구하는 능동적 자유함’이었다. 반대로 소비생활에서의 갈등경험의 본질은 ‘속빈

강정 같은 공허함' 이라고 파악하였다. 한편, 소비행복을 시간밀도, 만족감, 자존감, 인정, 재량의 자유로움의 '행복의 펜타곤(pentagon)모델'로 설명하기도 한다(Yamada & Sodekawa, 2009/2011). 이와 관련된 행복소비는 좋아하는 것에 몰입하거나 심리적 만족감을 추구하며, 긍정무역, 지속가능소비와 책임감 있는 소비, 인간관계를 위한 소비이며 여기에는 공통적으로 일의 '소비'가 포함된다고 보았다. 그리고 이것을 지탱하는 것은 행복해지기 위해 소비를 하는 것이 아니라 행복하기 때문에 소비를 한다는 가치관이라고 보았다.

2) 소비행복에 대한 연구

소비행복에 대한 최근 연구는 마케팅 분야와 소비자학 분야에서 나타나고 있으나 관점을 달리하고 있다. 마케팅 측면에서는 소비자의 행복과 관련변수들을 확인하여 전략 수립에 활용하고자 하는 목적을 갖고 있으나 소비자학 분야의 연구는 소비를 통한 왜곡된 행복의 추구에 대한 문제인식을 하고 있다.

마케팅분야에서는 소비품목과 행복간의 관련성을 살펴본 연구들이 주로 행해지고 있다. 어떤 소비가 행복에 영향을 주는지에 관한 연구에서 친사회적소비는 행복에 더욱 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(Dunn *et al.*, 2008; Heo *et al.*, 2014). 이들 연구는 기본적 욕구를 충족시킬 수 있게 되면 적은 금액일지라도 타인에게 선물을 하거나 기부하는 사회적 관계에 투자하고 사회적 욕구를 충족시키는데 소비해야 더 행복한 것으로 나타났다. 소비품목을 경험구매와 재화구매로 나누어 행복도 차이를 살펴본 연구들은 긍정적 경험구매가 재화구매보다 더욱 대인적으로 관계되며 더 지속적이고 행복을 가져다 준다고 본다(Howell *et al.*, 2012; Van Boven & Gilovich, 2003). 자동차, 집, 스테레오 등의 재화 구매와 영화, 놀이공원, 레스토랑 저녁식사 등의 경험적 구매의 행복도를 비교한 연구(Nicolao *et al.*, 2009)에서 소비자는 경험적 구매를 통해 긍정적 구매에서는 더 큰 행복을 느끼지만 부정적 구매에서는 더 큰 불행을 느끼는 것으로 나타났다. 하지만 드물게 재화소비와 경험소비에서 느끼는 행복의 유의한 차이가 발견되지 않은 연구결과도 있다(Jeon & Kim, 2011). 일상적 경험소비와 특별한 경험소비의 범주와 관련된 상대적 행복에 관한 연구(Bhattacharjee & Mogilner, 2014)에서는 연령이 중요한 역할을 하는 것으로 나타났다. 특별한 경험소비는 전 연령층에서 행복과

관련이 되지만 나이가 들수록 일상적 경험에서 행복을 더 느낀다는 것이다. 국내연구로 소비유형별 소비행복을 비교한 연구(Sung *et al.*, 2013a)에서는 소비자 혜택의 종류, 소비지향성, 혜택의 시점이라는 세가지의 소비가치 차원을 바탕으로 9가지의 소비유형을 구분한 후 비교하였다. 연구결과 소비자들은 놀이소비를 할 때 행복감이 가장 높게 경험했고, 의례적인 소비를 할 때 행복감이 가장 낮았다. Sung *et al.*(2013b)은 일상소비활동이 해당 소비행복을 높여주고 다시 삶의 행복으로 연결된다고 보았으며, 특정 소비재의 마케팅담당자들은 소비자의 행복을 증대하기 위한 방안 개발이 중요하다고 강조하고 있다. 소비자학 분야의 연구로서 소비행복과 갈등의 본질을 현상학적 질적연구로 탐구한 Lee *et al.*(2011)의 결과에서 소비행복의 경험을 구성하는 주제목음은 높은 효용가치, 소유보다 관계, 마음의 풍요, 나만의 자신감이었다. 갈등 경험을 구성하는 주제목음은 부족함과 낭비, 남들처럼 해야 하나/남들만큼 못하나, 가족간의 소비갈등, 속성 재배하는 소비사회로 나타났다. 이러한 행복과 갈등경험의 내용과 정도를 결정짓는 요인들은 자신감과 믿음, 소비자역량, 합리적 vs. 비합리적 소비원칙, 자율성의 부재로 나타났다.

3) 소비행복의 실천

여러 연구에서 행복의 실천지침을 제시하고 있으며 이러한 지침은 소비 행복을 위해 적용할 수 있다. 영국의 행복위원회는 행복학 연구를 바탕으로 실천지침인 행복헌장 10계명을 만들었다. BBC는 이 지침대로 실천했을 때 과연 행복한지 실험을 하는 '슬라우 행복하게 만들기'라는 프로그램을 만들었는데, 가장 중요한 행복의 네가지 측면을 자기자신, 관계, 일, 공동체로 보고 이의 실천이 행복을 증진시킬 수 있다고 보았다(Hoggard, 2005/2006). 긍정심리학에서는 행복도를 높이기 위해서는 개인이 스스로 통제할 수 있는 자율성인 내적환경요인이 가장 중요하다고 본다. 내적환경요인에는 과거에 대한 만족도, 미래에 대한 낙관주의, 현재의 행복이 속한다. 이를 위한 실천으로는 과거에 대한 것으로 감사, 용서와 망각, 미래에 대한 긍정적 정서를 위해서는 낙관성 키우기, 현재의 행복을 위해서는 쾌락보다는 만족, 강점과 미덕, 몰입의 경험 추구가 필요함을 언급한다(Seligman, 2004/2009). 영국의 신경경제학에서는 전세계 수많은 학자들의 다학문적인 근거에 기초하여 도출한 개인이 일상

생활에서 행복도를 높일 수 있는 5가지 실천방법을 제안하였다(New Economics Foundation(NEF), 2009). 첫째는 연결(connect)이다. 가족, 친구, 사회적 관계와 관련된 인생의 목표는 행복을 증진시킨다. 둘째는 움직이기(being active)이다. 운동은 기분을 향상시켜주며 우울과 불안을 낮춘다. 또한 어린이의 운동신경을 개발하고 노인의 인지적 능력의 저하를 막아준다. 셋째는 인식하기(take notice)이다. 감각, 사고, 느낌의 인식을 연습하는 것은 우리 자신에 대한 지식과 행복수준을 높여준다. 우리의 경험을 음미하거나 생각하고 반성하는 감정인식 훈련이 이에 해당한다. 넷째는 학습하기(keep learning)이다. 학습은 사회적 상호작용을 촉진하며 자존감과 유능감을 증가시킨다. 새로운 것을 학습하는 행동은 만족감을 높여주며 학습은 모든 연령층에게 일상생활에서 매우 중요하다. 다섯째는 나눔(give)이다. 신경과학에서의 연구는 협력행동이 두뇌의 보상영역을 활성화시키는 것으로 나타난다. 공동체에 적극적으로 참여하는 사람들은 더 행복하며, 그들의 도움과 행동은 타인에게 연쇄적 반응을 일으킨다. 상호교환과 호혜성을 구축하는 것은 신뢰를 쌓고 긍정적인 사회적 관계와 탄력있는 공동체를 만들어 내는 근본적인 방법이다(NEF, 2009).

이러한 행복지침 중 NEF(2009)의 행복 실천지침을 소비에 적용한 실천사항으로서 Lee *et al.*(2011)의 연구에서는 정말로 중요한 것이 무엇인지 파악하고, 성취와 내적 자아발전, 타인을 위한 배려, 가족과 친구 동료 사이의 질 높은 관계를 위해 얼마나 많은 시간과 돈을 사용하고 있는가를 성찰하며, 자신이 대면하고 있는 소비환경과 자신의 소비욕망, 주위세계에 대해 자각하는 가운데 일과 여가, 자기 자신과 타인 세상에 대한 고려가 균형잡힌 소비생활을 영위하는 것이 필요함을 시사하였다. Song *et al.*(2012)은 행복론의 공통적인 행복증진원리인 감사하기, 용서하기, 최적주의, 욕망의 자기조절, 쾌락과 의미균형, 내적집중, 자기초월, 타인과의 관계만족을 염두에 두고 소비생활을 하는 것이 좀 더 행복하다는 것을 제안하였다.

4) 소비와 행복에 대한 교육효과

소비행복과 갈등에 관해 질적연구로 접근한 Lee *et al.*(2011)은 한정없는 물질적인 소비욕구로부터 자유로워지고 소비갈등을 줄이기 위해서 소비사회에서 행복한 삶을 영위하는데 필요한 소비자의 역량 개발에 관심을 가지

고 이를 위한 효과적인 교육프로그램 개발과 실행이 이루어질 필요가 있음을 강조하고 있다. 하지만 소비와 행복과 직접 관련시킨 교육효과에 관한 연구는 없는 실정이고 행복교육 또는 소비교육의 긍정적 효과를 검증한 몇몇 연구들이 나타나고 있다. 최근의 긍정심리학에 기반한 행복 증진을 위한 연구들은 행복감 증진을 위한 긍정심리강화 프로그램을 구안하고 실시하여 행복감에 어떠한 영향을 미치는지 효과를 검증하고 있다 (Bae & Jung, 2013; Tak *et al.*, 2014). 대학생을 대상으로 실험방법을 사용한 이들 연구에서는 긍정심리강화 프로그램에 참여한 학생들이 참여하지 않은 학생들보다 행복도의 유의미한 증진을 나타내는 결과를 보여 교육프로그램의 효과를 확인하였다. 실제 수업 후 설문조사를 통해 윤리적 소비교육 효과를 분석한 연구(Chun *et al.*, 2012)에서도 긍정적인 교육 효과의 결과를 보이고 있다.

Ⅲ. 연구방법

본 연구는 대학교의 ‘소비와 행복’ 수업을 수강하는 학생들이 작성한 실천수기를 분석한 것이다. 시기 분석의 자료수집 및 분석방법에 대한 내용을 언급하기 전에 전반적인 이해를 돕기 위해 ‘소비와 행복’ 교과목 내용을 어떻게 구성하고 진행하였는지 개발한 수업 프로그램에 대하여 먼저 설명하고자 한다.

1. ‘소비와 행복’ 수업 프로그램 내용

이 수업은 현재 우리의 소비와 소비문화에 대한 성찰과 실천을 다루는 교과목으로서 강좌내용은 다음과 같다. 첫째, 소비문화에 대한 이론적 접근으로서 소비와 행복, 소비자의 사회적책임과 행복에 대한 내용을 살펴본다. 둘째, 소비영역별 현대 소비문화 현상의 이해와 행복소비의 실천에 대한 내용을 살펴본다. 세부영역으로서 의, 식, 주, 여가, 몸, 디지털, 결혼 소비문화를 중심으로 영국의 신경경제재단(NEF) 등에서 제시한 행복 증진 실천방안과 소비자의 사회적책임을 기준으로 개인과 사회가 행복해질 수 있는 소비의 다양한 실천방안을 모색한다. 셋째, 소비사회를 극복하고 소비자와 사회가 행복해질 수 있는 다양한 가버넌스에 대하여 모색해 본다. 이 수업의 목표는 소비자가 능동적으로 행복한 소비를 주도하고, 소비자 시민으로서 행복한 소비사회를 지향하는데 두었으며, 구체

적으로는 다음과 같다. 첫째, 현대 소비의 이론과 제 학문의 행복이론을 이해한다. 둘째, 일상생활의 다양한 소비 영역에 행복이론과 소비자의 사회적책임을 적용하여 자신의 소비생활을 성찰할 수 있다. 셋째, 개인의 소비행복과 시민공동체의 일원으로서 행복한 소비사회를 위한 실천역량을 기른다. 즉, 본 강좌는 지식과 가치관교육, 실천교육을 중심으로 학생들의 인지적, 정의적, 실천적 영역의 교육효과를 목표로 하였다. 한학기는 16주로 운영이 되고, 각주의 수업은 2시간씩 진행되며 각 주차별 강의주제는 <Table 1>과 같다.

본 과목은 주요교재로서 Park *et al.*(2011)의 ‘누가 행복한 소비자인가’와 부교재인 Park *et al.*(2006)의 ‘생각하는 소비문화’의 내용을 중심으로 진행하였다. 매주의 수업진행은 관련주제의 강의식 수업과 함께 이해를 돕기

위해 편집한 동영상 자료들을 활용하였다. 또한 수업 내용과 관련된 이슈는 토론지를 미리 e-class에 탑재하여 학생들이 미리 준비해 오도록 하여 조별 토론을 진행하였다. 기타 9주차는 영상물감상으로 진행하였고, 14주차는 베품시장과 나눔실습을 하였다. 그리고 15주차에는 학생들이 그동안 실천한 행복한 소비에 대해 발표하는 시간을 가졌다. 본 과목은 인지적, 정의적, 실천적 영역의 교육효과를 목표로 하는 만큼 토론, 멀티미디어자료 활용, 실습, 실천과제 등 다양한 교수방법을 활용하여 지식의 습득뿐만 아니라 가치관정립, 생활에서의 실천을 도모하도록 설계하고 수업을 진행하였다.

2. 자료수집 및 분석방법

본 연구의 분석자료는 수업을 진행한 ‘행복과 소비’ 교

(Table 1) Course Description

Week	Lecture Topic
1	Class Orientation
2	Part I Happy Consumption Consumption and Happiness
3	Consumer Social Responsibility and Happiness
4	Part II Various Consumption and Happiness Wearing Consumption and Happiness
5	Food Consumption and Happiness
6	Dwelling Consumption and Happiness
7	Leisure Consumption and Happiness
8	Mid-exam
9	Watching Documentary VOD related fair travel -Report & Discussion
10	Body-related Consumption and Happiness
11	Digital Consumption and Happiness
12	Wedding(and Day) Consumption and Happiness
13	Part III For Happy Consumer Society Governance for happy consumer Society
14	Flea market and giving practice
15	Presentation of Students on project
16	Final exam

양과목의 수강자들이 작성한 소비와 행복 실천수기이다. 학생들에게 행복한 소비의 프로젝트 계획을 세우고 한달 이상의 기간을 정하여 실천한 후 자신의 실천경험에 대한 수기를 자유롭게 작성하여 15주차까지 보고서를 제출하도록 하였다. 실천영역을 자율적으로 정하도록 했으며, 내용의 진실성을 확보하기 위한 최대로 솔직하게 작성하고, 인증샷이나 영상물을 함께 첨부하여 제출하도록 하였다. 학생들에게 이 자료는 연구에 활용되어 수업개선을 위해 피드백되어 사용될 수 있음을 말해주었다.

분석의 대상은 2013년 2개 학기 6월과 12월에 수강학생들이 제출한 실천수기로서 최종108부에 대하여 내용분석을 실시하였다. 수기를 정독하면서 내용을 확인하였으며, 공통적인 개념들을 추출하여 하위범주로 묶어 주제영역을 정하는 질적 분석을 실시하였다. 연구 대상자들의 성별, 학년, 소속단과대의 특성을 요약하면 <Table 2>와 같고 비교적 골고루 분포한 것으로 나타났다.

IV. 연구 결과

수기의 내용을 여러 차례 반복해서 읽으면서 전체적인 내용을 파악한 후 주된 의미단위를 찾아내고 동질적인 개념들을 묶어 범주화하는 질적 내용 분석을 한 결과 ‘소비생활의 반성’, ‘실천’, ‘변화’, ‘수업이 주는 의미’의 4개의 주제영역으로 내용이 요약되었다.

1. 소비생활의 반성

학생들은 실천에 있어 먼저 지금까지의 소비생활에 대한 반성을 하는 것으로 나타났으며 이러한 면이 실천과제를 정하는 동기로 작용하는 경향이 있었다. 반성의 내용에서 ‘무절제와 의식없는 소비’, ‘소비의 기쁨 뒤에 남은 공허함’, ‘후회와 문제인식’이라는 공통된 범주를 추출하였다.

1) 무절제와 의식없는 소비

수기 내용 중에서 자신의 소비생활에 대한 반성과 평가에 관련된 내용들을 추출할 수 있었다. 과소비나 무계획적인 소비, 무분별한 소비, 충동구매 등의 비합리적인 소비에 대한 반성이 많이 나타났으며, 음식소비와 관련해서는 패스트푸드, 불규칙적이고 무절제한 식습관, 흡연으로 인한 건강문제에 대한 자각이 많이 나타났다. 또한 대중매체에 보이는 연예인의 모습을 이상화하면서 소비 트렌드나 유행을 맹목적으로 따르며 낭비에 길들여진 생활, 브랜드를 추종하는 생활 등에 대한 인식과 반성이 있었다. 또한 수업을 듣기 전에는 소비에 있어서 윤리적소비, 사회적책임, 저작권 같은 것을 염두에 둔적이 없었다는 인식의 부재와 관련된 내용도 있었다.

욕심이 많아 대학생이 되면서부터는 항상 주말에 아르바이트를 해왔다. 일은 오로지 소비를 위해서였다. 녹초가 된 몸으로 집에 돌아와서는 노

<Table 2> General Characteristics of Subjects

(n=108)

Variable	Category	Frequency (%)
Gender	Male	51 (47.2)
	Female	57 (52.8)
Grade	Freshman	19 (17.6)
	Sophomore	23 (21.3)
	Junior	18 (16.7)
	Senior	48 (44.4)
College	Liberal Arts	11 (10.2)
	Natural Science/ Bio System	12 (11.1)
	Law / Business	19 (17.6)
	Social Science	30 (27.8)
	Engineering	18 (16.7)
	Education/ Art	18 (16.7)

트북을 켜고 쇼핑물을 탐색하면 힘들었던 하루를 보상받는 기분이 들었다. 더 예쁜 옷과 다양한 옷, 브랜드 가방과 구두는 날 매료시켰고 끝없는 욕심으로 계속해서 쇼핑을 할 수 밖에 없었다(사례 7).

빚스나 아웃백 같은 서구 음식들이 진짜로 맛있다고 인지해 본 적은 없지만 이미지가 고급스러워 보일 것이라는 생각 때문에 자주 이러한 음식을 먹어보려고 했었다. 또한 대부분의 식사를 라면, 햄버거, 피자, 삼각김밥과 같이 빨리 먹을 수 있는 음식으로 해결했다. 혼자서 밥을 먹는다는 것이 힘들었기 때문에 손쉬운 패스트푸드를 먹었던 것 같다(사례 37).

평소 저는 소비를 여러 가치를 따지기 보다는 가격이 싸면 구입하는 편이었습니다. 의미와 가치를 추구하는 소비, 분배를 위한 소비 등은 전혀 생각하지도 못했습니다(사례 43).

2) 소비의 기쁨뒤에 남은 공허함

소비에서 경험했던 감정과 심리는 이전의 소비생활에 대한 반성의 내용이어서 그런지 소비와 관련해서 행복했

던 감정보다는 부정적인 감정과 심리상태가 많이 나타났. 구매할 때는 기뻐지만 그러한 감정은 오래가지 않는 쾌락적응이나 안정과 불안정의 반복, 수집에 있어서 강박증과 지나친 소유욕, 중독, 불안감, 소속집단에서 소비하는 것을 소비해야 한다는 체면의식이나 비교로 인해 초라해지는 기분 등이 나타났다. 즉, 소비와 관련한 다양한 부정적 감정을 경험하는 것으로 보인다.

갖고 싶은 옷을 갖게 되어 소유의 기쁨을 느끼기도 하고 새로 산 옷을 입은 날이면 남들 앞에서 더 자신감도 생기게 되는 것 같았다. 하지만 때로는 갖고 싶은 옷을 사지 못했을 때 불안감과 지나친 소유욕으로 피로감을 느낄 때도 있었다. 품절되면 어떡하지. 쇼핑해야 하는데.. 라는 등등의 잡념과 불안감으로 마음이 허전하고 초조해지곤 했었다(사례 21).

중학생 시절부터 지금까지 피규어라는 하나의 문화를 소비함으로써 만족감을 느끼고 그 속에서 행복을 찾으려고 하였다. 하지만 오랫동안 지속된 소비를 통해서 쾌락은 적응되어갔다. 몇 개월간 열심히 용돈을 아껴가며 구매한 피규어 하나에도 행복했던 그때와 달리 지금은 한 달에 한 개라도 구매를 하지 않으면 불안한 강박증세를 보이기도 했고 새로운 피규어를 구매했다는 결과적 안도감을 느낄 뿐이었다(사례 47).

<Table 3> Reflection on the Life of Consumption

Category	Concept
Undisciplined and Unthoughtful Consumption	unplanned consumption, wasting money, buying immediately, irrational, image of deluxe, image of TV star, consumer as a sucker, conspicuous consumption, impulse buying, slave of mobile phone, trend-oriented consumption, searching for a new goods, doing a part-time work for consumption, over-consumption, expensive clothes, shopaholic, red signal to health, neglecting social responsibility, illegally use, not concerned with it, mindless consumption, without guilt, suitable for my tastes, self-conceit, selfishness
Emptiness after the Joy from the Consumption	vanity, insatiable desire, addict, delusion, hedonic adaptation, fancy, obsessive, unhappiness, feeling rewarded, social desire, conformity, fascinated, relieving stress, joy, confidence, upset, anxiety, feeling sorry, emotional pain, humble feelings, empty, tired, meaningless, indiscretion, unconscious of honor, a sigh rather than happiness
Remorse and Awareness of Problem	awareness of health problem, right eating habit, rectifying the habit, closely connected in life, wanting to practice after learning, active consumer, value-based consumption, because of knowing the truth, right behavior, having more concern, conscientious life, regret for over-consumption, enlightenment, awareness of environmental issue

3) 후회와 문제인식

학생들은 주로 이전의 비합리적인 소비생활을 후회하거나 소비습관 교정의 필요성, 수업을 들으면서 알게 된 환경적 이슈나 소비의 윤리성에 대한 문제인식 또는 흥미, 실천의지에서 출발하여 특정 실천동기를 갖는 것으로 나타났다. 실천동기는 여러 소비영역에서 다양하게 나타났는데 특히, 식생활영역에서 건강의 문제 인식이 많이 나타났고, 무심코 소비하는 테이크아웃 커피소비의 큰 지출액에 대해서도 문제의식을 갖는 것으로 나타났다.

지출의 대부분이 커피 값이 차지했다. 한 달간 커피 값만 45만원 가량 나와 놀란 적도 있었다. 따라서 지출을 줄이면서 커피를 계속 마실 수 있는 방법을 고민했다(사례75).

악영향을 주는 소비를 억제하는 것 역시 행복 소비라 생각한다. 금연은 그 대표적인 예라 할 수 있으며, 이를 통해 얻게 되는 새로운 행복과 돈을 계속 더 값진 곳에 사용해보고 싶었다. 담배를 오랜 기간 피워온 나에게 금연은 분명 쉽지 않은 일이었다(사례 31).

2. 실천

행복소비의 실천영역은 수업시간에 다루었던 의, 식, 주, 여가, 몸, 디지털, 결혼(Day)소비에 걸쳐 다양하게 나타났다. 실천영역에는 제한을 두지 않았기 때문에 한가지 영역을 기간을 정하고 프로젝트 형식으로 진행한 학생도 있었고, 한 두가지 영역을 해보거나, 여러 영역을 두루 실천해 본 학생도 있었다. 실천의 내용범주는 ‘더 큰 행복을 주는 나누는 소비’, ‘지구와 다음세대를 생각하는 지속가능소비’, ‘절제를 통한 현명한 소비’, ‘공동체와 생산자를 배려하는 책임있는 소비’, ‘배움이 있는 현장방문과 경험 소비’로 분류할 수 있었다. 또한 경험한 감정으로 ‘실천을 통한 의미있는 행복감’을 추출하였다.

1) 더 큰 행복을 주는 나누는 소비

실천내용에서 추출한 첫 번째 공통적인 범주는 ‘더 큰 행복을 주는 나누는 소비’였다. 이에는 ‘물품과 서비스기부’, ‘기부상품구매’, ‘관계와 소통의 소비’가 포함되었다. 대표적인 것으로는 의류를 정리한 후 기증할 옷을 가지고 아름다운가게를 방문하거나, 수익금의 일부를 기부하는

상품이나 특정 취약계층이나 빈민국에 기증되는 상품을 구입하는 내용이었다. 기타 재능기부나 지식나눔, 봉사 등의 나눔도 있었다. 또한 몸과 관련한 나눔의 내용도 있었는데 헌혈뿐만 아니라 조혈모세포 기증서약, 장기기증서약 등의 나눔실천이 있었다. 디지털소비에서도 문자나 통화기부를 하는 등 나눔은 여러 소비영역에서 실천하는 것으로 나타났다. 기부상품의 경우 일반제품보다는 가격이 비싼 경향이 있음에도 기부를 통한 만족감이나 행복감이 큰 경향을 보였다. 관계적 소비로서 가족이나 친구와 음식을 만들어서 함께 먹거나 대화를 통한 소통의 내용도 나타났다. 따라서 나누는 소비는 우리가 일상소비 영역의 전반에서 실천할 수 있는 행복을 주는 소비로 생각할 수 있다.

드디어, 행복소비실천의 마지막 날, 한통의 전화를 걸었다. ‘아름다운 가게’를 통해 나눔을 실천해 보고자 한 것이다. 첫 기증이니만큼 떨리는 맘으로 걸었던 전화는 나를 당혹시키기에 충분했다. “감사합니다. 기증할 양이 많으시면 직접 차를 보내 드리겠습니다” 고작 한 상자 조금 더 되는 양을 가지고 차를 부를 수는 없었기에, 직접 방문하였다(사례 33).

최근에 굉장히 놀랄만한 팔찌를 발견했다. 도움의 손길이 필요한 국내외 이웃들에게 결연을 통해 장기적이고 지속적으로 도움을 주는 비커넥트 결연캠페인에서 팔찌를 판매하고 있었다. 이번 겨울 학교에서 자원봉사를 떠나는 곳이 캄보디아인데, 나는 갈 수 없기 때문에 멀리서나마 돕자는 생각에 신나서 캄보디아 팔찌를 선택해서 구매했다(사례 68).

2) 지구와 다음세대를 생각하는 지속가능소비

실천의 두번째 공통적인 범주는 ‘지구와 다음세대를 생각하는 지속가능소비’였다. 하위범주로 ‘친환경구매와 사용’, ‘친환경적 습관’이 추출되었다. 대표적인 것으로 재활용이나 안입는 의류의 리폼, 벼룩시장에 참여하거나 중고가게를 통한 구매가 있었고, 쓰레기 줄이기, 채소를 길러먹기, 채식 등이 나타났다. 또한 일상생활에서 선물 등의 포장 줄이기, 가까운 거리 걸기나 자전거이용, 텀블러 사용, 금연을 통해 절약한 돈으로 환경관련잡지를 구매하는 내용도 나타났다.

〈Table 4〉 Category of Practices and Experienced Emotion

Category	Sub-Category	Concept
Sharing Consumption Giving a Bigger Happiness	Giving Goods and Service	contributing some amount of revenue, donation, good intention, support, volunteer service, donation of message and call, sharing knowledge, contribution, pledged to donate a hematopoietic stem cell and organ, blood donation, talent donation, practicing the law of 3 boxes, join in the campaign of saving the newborn baby
	Buying Products Tied to Charities	beautiful shop, goods contributing some amount of price, Bconnect bracelet, foodshare cafe, buying products with N mark
	Consumption of Relationship and Communication	having a lunch meeting, eating together, conversation, sharing the memories, setting the table for parent's birthday, gift for parents, eating with the family members, event for celebrating birthday
Sustainable Consumption Caring about the Earth and the Next Generation	Buying and Use of the Green Goods	reform of clothes, flea market, relief shop, slow food, recycle, buying the environment-friendly products, sustainable fashion, exchanging item, local consumption, checking the origin of products, buying the seasonal food, checking the eco mark
	Eco-Friendly Habit	using a tumbler, growing vegetables, eating vegetable, avoiding excessive packaging, walking a short distance, using the bike, binding the printed papers, not riding an elevator, leave no leftover food
Smart Consumption through Discipline	Reduced the amount of payment	cost reduction, pre-ticketing, more discount, monetary range, alternative purchase, spend less money on clothes, writing cashbook, have coffee at home, avoid a waste of money
	Investment for Myself	buying books, seeing a favorite performance, marathon bankbook, keeping a body diary
	Discipline in Consumption	simple meal, no smoking, no internet day, riding the old board, using the facilities within the apartment complex, exercising in the park, changing fee options of cell phone
Responsible Consumption Considering Community and Producer	Do-It-Yourself	repairing it on my own, making food, recipe, making a gift on my own, sneaker tuning, cook my own meals, making the cabinet, making string bracelets
	Socially Responsible Consumption	fair price, buying a fair trade coffee, campaigns against animal testing, sunfull campaign, who's happy due to my purchase, searching for good company, buy the products of the social enterprise, local consumption, buy the big issue magazine
Field Trips and Consumption of Experience as Learning	Legal Consumption	good downloader, right route, legal purchase of contents
	Visiting the Social Enterprise and the Co-op Store	visiting fairtrade shop, experiencing a famers market, without threshold bapjip, visiting a consumer cooperative association, social enterprise information center
Meaningful Feeling of Happiness through Practices	Consumption of Experience	community-based fair tourism, dance club, healing tour, marathon, valuable experience, a new world, upcycling exhibition, photo club's meeting, watching cultural performance
	A Feeling of Happiness	feeling pride, praising myself, a feeling of belonging, joy, excited, happiness, meaningfulness, satisfaction, newness, warm-hearted, feeling good together, concerned, vitality, interesting, feeling rewarded, harmony, reflection, special, joy, responsibility, self-esteem, gratitude, feeling of growing up
	Discomfort	regret, feeling sorry, conflict

집에 고이 모셔왔던 텀블러를 꺼내 씻었다. 그리고 아침에 집에서 나올 때 정수기에서 물을 담고 학

교로 향했다. 물을 다 마시면 학교 정수기에서 다시 따라 마셨다. 이렇게 11월부터 한 달간을 지속적으로

로 해보니 물병들을 치울 일도 없었고 미약하지만 쓰레기도 줄일 수 있었다(사례 45).

3) 절제를 통한 현명한 소비

세번째 실천의 공통적인 범주는 ‘절제를 통한 현명한 소비’였다. 여기에는 ‘지출금액줄임’, ‘나를 위한 투자’, ‘소비 절제’, ‘스스로 만들기’가 포함되었으며 지출금액을 관리하여 정말로 소중한 곳에 소비하려는 노력이 나타났다. 할인혜택을 이용하거나 조기예매 등을 활용하여 금전적 이익을 얻거나 외식, 테이크아웃커피, 데이트비용 등의 과도한 지출을 줄이기, 스스로 만들기, 패스트푸드, 흡연 등의 건강에 좋지 않은 소비지출을 줄이는 대신 자신을 위해 소비하는 것 등이 포함되었다. 음식을 직접 만들거나 제철채소를 활용한 소박한 밥상실천은 즐거움과 보람을 느끼고 건강개선과 소비를 줄이는 일석이조의 효과를 나타내었다. 쓰지 않던 제품이나 기구 등을 다시 활용하여 효용을 갖거나, 비용이 더 저렴하지만 만족감은 더 큰 대체구매, 인터넷, 핸드폰 등의 적절한 양을 사용하는 절제훈련이 있었고 이는 대면적 관계를 증가시키는 결과도 가져왔다. 따라서 절제를 통한 현명한 소비는 합리적 측면뿐만 아니라 건강, 관계증진과 창작의 즐거움의 효과도 함께 갖는 것으로 보였다.

스스로 이 문제를 해결하고자 다짐했고, 종로 청계천을 돌아다니며 수리 기자재 및 용품들을 구매하였다. 그리고 친구를 불러서 같이 수리를 했다. 처음엔 불안했지만 결국 친구와 나는 성공적으로 싱크대 수리를 할 수 있었고, 무려 25만원 가량에 달하던 수리비용을 3만원 정도로 절감할 수 있었다(사례 67).

둘 다 학생의 신분이기 때문에 데이트비용 또한 부담으로 작용하는 경우도 많았다. 그래서 일주일에 최소 한번씩은 각자 비용을 하나도 안 쓰며 하루를 함께 보내는 것을 실천하기로 해보았다. 작년에 사두고 한번도 타지 않았던 보드를 우선 활용하기로 하였다. 날씨도 좋은 날에 읽을 책, 체스판과 돛자리를 들고 호수공원에서 시간을 보내기로 하였다(사례 97).

4) 공동체와 생산자를 배려하는 책임있는 소비

네번째 범주는 ‘공동체와 생산자를 배려하는 책임있는

소비’라고 명명하였다. 하위범주는 ‘사회적책임소비’와 ‘합법적소비’가 포함되었다. 이 영역은 수업을 듣기 전에 특히 인식하지 못했다는 내용들이 많았다. 사회적 책임을 다하는 소비로서 공정무역제품에 대한 인식이 크게 나타났는데, 공정무역커피를 제공하는 카페를 찾아서 이용하거나 제품을 구입하는 경우가 많이 나타났다. 또한 윤리적소비로서 동물실험을 하지 않은 화장품을 구매하거나 저작권에 위배되지 않도록 굿다운로더 운동에 참여한 내용들도 있었다. 사회적책임 소비가 행복한 소비였다고 하는 내용은 소비자들이 윤리소비나 친환경소비의 사회지향적인 소비를 할 때 스스로 느끼는 뿌듯함이 있다고 확인된 Sung et al.(2013a)의 연구 결과와도 일맥상통한다고 본다.

사회적 책임을 다하는 카페를 알아보고 선택하기 위해서 먼저 주변의 카페를 검색해 보았다. 그중 공정거래를 통한 원두를 사용하고, 모 중학교 장애 학생들을 위해 바리스타 직업교육을 직접 해주시는 사장님이 계신 카페를 알아냈다(사례 74).

5) 배움이 있는 현장방문과 경험소비

마지막 실천 범주는 ‘배움이 있는 현장방문과 경험소비’였다. 하위범주는 ‘사회적기업과 생협탐방’, ‘경험소비’였다 이는 직접 경험하고 현장을 체험해 보는 과정을 통해 학습함으로써 행복을 느낀 내용이었다. 이 영역은 직접 공정무역가게, 사회적기업 홍보관, 생협, 도시형장터를 방문하여 구매하고 체험하거나 사회적기업인 ‘문턱 없는 밥집’을 방문하여 식사하면서 배우는 내용들과 여가 활동으로서 환경에 관련되는 전시회 관람, 동네 공정여행을 기획하고 경험해 본 내용들이 있었다.

입구부터 환경 보호 실천 서약과 함께 나눠준 장바구니로 시작하여 모든 판매자들의 안전하고 정성 어린 먹거리를 체험하고 익숙한 일회용 용기 사용을 멀리하는 것은 새로운 경험이었다. 소비자로서 평소에는 하지 못했던 판매자와의 대화, 좋은 음식 섭취, 윤리적 음식구매를 실천해 볼 수 있는 기회가 되어 좋았다(사례 27).

6) 실천을 통한 의미있는 행복감

이러한 소비의 실천을 통해 느낀 감정들은 ‘행복감’과 ‘불편함’으로 요약되었는데 전반적으로 행복하고 긍정적인

(Table 5) Changes through Practices

Category	Concept
Decreased Consumption Desire, Inner Fullness	big change in mind, decreased material desire, happier, affluent, considered as precious, love myself, a sense of accomplishment, synergy effect, right perception in health, increased reading time, overcoming a sense of pressure
Conscious Consumption in Daily Life	considering ethical issue, thinking about the producers, discipline in consumption, concerned with community, awakening, realizing how much waste I produce daily, can't buy products at ease, making dishes at home, green consumption, eating meat rarely, social consumption, arranging clothes, conscious consumption, persistently buying from beautiful shop, buying fair trade coffee, paying fair prices, rarely eating out, cosmetics with no animals test, sustainable fashion, guilty, ethical brand, legal downloading
Relationship Rather than Consumption	more time in conversation, reduced time to use mobile phone, spending less time on shopping, informing others via word of mouth, SNS following

인 감정들로 구성되었다. 행복한 감정은 ‘뿌듯’, ‘만족감’, ‘즐거움’, ‘당당해짐’, ‘자랑스러움’, ‘보람참’, ‘신남’, ‘흥미로움’ 등이었고, 특히 타인과의 관계에서 도출되는 감정으로서 ‘기뻐하시는 모습에 뿌듯’, ‘덩달아 기분이 좋아짐’ 등이 나타나 소중한 타인이 행복해하는 모습에서도 행복감을 느낀다는 것을 알 수 있다. 한편, 불편한 감정으로 ‘미안’, ‘아쉬움’, ‘부끄러움’ 등의 감정도 나타났는데 이는 부정적인 감정이라기 보다는 이전에 인식하지 못했던 가족의 소중함을 알게 되거나 소비의 윤리적인 면을 자각하게 되면서 느끼는 반성하는 취지의 감정이었다. 유일하게 부정적인 감정으로 ‘갈등’이 도출되었는데, 이는 채식을 실천하면서 타인이 자신을 까다롭게 보지 않을까 하는 우려와 친구들과 식사메뉴를 정할 때 심리적으로 불편함을 느꼈다는 내용으로서 타인을 의식하는 심리와 외식에서 채식메뉴가 보편화되지 않은 우리의 문화와 관계된다고 볼 수 있다.

이렇게 친환경적이고 재미있는 쇼핑공간이 있다는 것에 새삼 놀랐다. 아이들의 웃음 소리가 끊이지 않았고 여기 저기서 흥정하는 사람들의 소리도 너무나 정겹게 느껴졌다. 이런 활동을 통해 난 한 걸음 더 행복에 가까워짐을 느낄 수 있었다(사례 8).

굉장히 뿌듯한 하루였다. 이렇게 주변사람들에게 줄 선물을 직접 만드니 비싼 선물을 준비하는 것보다도 더 뿌듯하다는 것을 왜 이제야 알았을까?(사례 44).

집에서와 달리 집 밖에만 나오면 먹을 게 너무 없는 것이 문제였다. 친구들도 괜히 나 때문에 눈치 보여서 못 먹는 것 같아 신경쓰였다. 또한, 사람들에게 채식을 시작했다고 했을 때, 그들의 비꼬는 듯한 말투와 시선이 견디기 힘들었다(사례 11).

3. 변화

실천을 통한 변화는 ‘줄어든 소비욕망, 충만한 내면’, ‘의식있는 소비생활’, ‘소비보다는 관계’로 범주를 구성하였다.

1) 줄어든 소비욕망, 충만한 내면

실천을 통하여 유행과 트렌드를 추종해야 하는 압박감에서 벗어나 일상을 더욱 소중하게 여기고 소소한 소비에서 행복을 느끼게 된 인식의 변화가 나타났다. 쇼핑시간이나 핸드폰사용을 줄이는 대신 독서시간을 늘리거나 직접하는 요리를 즐기게 된 변화도 있었다. 또한 현재의 자신을 있는 그대로 사랑하게 되고 감사하는 마음과 건강에 영향을 주는 일상의 습관에 대한 다시 생각하게 되는 면을 보였다.

이 수업 이후로 더욱 행복해졌다. 특히 물욕이 줄어 자그마한 것에도 행복을 느꼈다. 항상 좋은 옷을 찾고 그러다 보니 재정난에 시달렸었는데, 싼 것에도 만족을 느끼고 풍요로워졌다. 이러한 지금의 마음을 잊지 않고 앞으로의 인생에도 행복

하기 위해 더 노력해야 하겠다(사례 5).

2) 의식있는 소비생활

학생들은 이전의 소비에서는 당연하게 생각하였던 것의 잘못된 면을 깨닫게 되거나 소비의 사회적책임에 대한 인식을 하게 된 것으로 보였다. 이전에는 별로 생각하지 못했던 환경이나 만든 이에 대한 고려, 공동체에 대해 배려하게 되는 것으로 나타났다. 또한 다양한 소비영역과 문제들에 관심을 갖게 되고 소비나 일상 생활에서 보다 의식있고 건전한 변화가 나타났다. 소비의 사회적책임에 대해 인식하게 되어 공정무역제품을 구입한다든지, 육식을 줄이거나 중고가게 이용, 합법적인 콘텐츠 구매를 하는 것으로 나타났다. 계획구매를 하고 쇼핑빈도를 줄이는 소비절제와 현명한 소비 및 나눔마크나 친환경마크를 확인하는 신중한 구매를 하게 되는 것으로 나타났다.

내가 그동안 엄청나게 많이 사들인 옷들 뒤에 노동을 착취당하는 사람들과 내가 버린 옷들로 인해 환경이 오염되는 것을 생각하니 마음 편히 옷을 살 수가 없었다. 대신 꼭 필요한 것들을 샀는데 오랫동안 사용할 수 있는 것인지 확인을 꼼꼼하게 하게 되었다(사례 2).

시간이 아깝다는 핑계로 한동안 패스트푸드를 즐겼던 나는 가족간의 식사의 중요성과 패스트푸드의 위험성 그리고 음식은 단지 먹고 배를 채우는 것이 아니라 우리의 몸과 마음까지 동시에 만드는 것이라는 사실을 깨달았다(사례 60).

이 브랜드가 천연 화장품이라 환경을 생각한다는 단순한 이점 외에도 동물실험 반대, 아름다운 가게 후원, 착한가게 선정 등의 그야말로 '착한' 브랜드라는 것을 알고 화장대는 물론 화장실까지 모두 차지하게 되었다(사례 41).

어쩌면 우리 소비자는 환경, 커피농장, 이웃, 그리고 나 자신을 생각해서 커피를 마시는 것이 당연한 일이 아닐까? 이것은 기업들만의 책임일까? 라는 생각이 머릿속을 스쳤다. 부끄러워졌다(사례 38).

학교 실기실 내 책상 위를 보니 갖가지 종류의 음료수 캔, 병들이 즐비하게 놓여 있었다. 그것들을 치우면서 '이 많은 쓰레기들을 내가 매일 만들고 있었구나' 하는 생각이 들었다(사례 94).

<Table 6> Recognized Meanings of the Class

Category	Concept
Valuable Opportunity of Practical Consumption	interesting, useful subject, applicable to the everyday life, precious experience, thanks the professor for good experiences, gaining various knowledge, practical, rewarding class, recognized something, opportunity of meaningful consumption, learning various right consumption, surprising, giving a chance to change, learn a lot
Contemplating Consumption and Direction of Life	importance of the role of the class, changed after class, opportunity of thinking about more deeply, realized that there are various alternative practices, reason of fair trade coffee, opportunity of thinking about how to live, impressive
Happy Consumption as the Consumption of Being Happy Together	consumption for others, smart consumption, sharing with others, considering environmental factors, consumption of making the mind rich, a sense of balance, happy together, not conscious of others' gaze, community-based consumption, pursuing what I really want, consumption of making the world warm, relations between others and me, sharing, overcoming a little discomfort
Willingness to Practice Persistently	keeping the present mind in mind, efforts to be happy, participating in flea market, donation, informing friends, keeping the lesson of the class in mind, using longer for the environment's sake, buying carefully, periodic blood donation, responsible consumer, making dishes, practice of happy consumption

3) 소비보다는 관계

소비를 줄이고 가족간의 대화시간이 더 늘어나는 것으로 나타났다. 또한 소비실천을 통한 행복감을 경험한 후 주변에 알리는 행동도 하는 것으로 나타났다. 이러한 구전행동은 이전에는 몰랐고 쉽게 의미있는 실천을 할 수 있는 공정무역커피나 헌혈, 나눔이나 구매기부에 관한 것이 많았다. 또한 새로운 관심사에 대하여 SNS를 통해 전파하거나 팔로잉 등을 통한 학습행동도 나타났다.

예전에는 쇼핑으로 행복을 느꼈다면 이제는 부모님 댁에 들리고 함께 이야기도 나누고 산책도 하면서 부모님과 의 만남에서 행복을 느낄 수 있었다. 부모님과 의 연결로 나의 행복을 증진시킨 것이다. 이제는 일주일에 한 번씩 부모님을 만난다. 카네이션과 케이크를 사서 찾아 보였더니 아버지께서는 너무나도 행복해 하셨다. 일상생활에서 가족과 함께 소중한 행복을 느낄 수 있는 여가시간을 보낼 수 있어 행복했다(사례 17).

4. 수업이 주는 의미

수업이 주는 의미에 대해서 언급한 부분들은 ‘실천적 소비의 값진 경험기회’, ‘소비와 삶의 방향을 재조명’, ‘행복한 소비란 함께 행복해지는 소비’, ‘계속되는 실천의지’로 범주화하였다.

1) 실천적 소비의 값진 경험기회

학생들은 실천 과제를 하면서 수강하고 있는 ‘소비와 행복’이라는 과목에 대하여 재미있고 유용한 과목으로 인식하고 있었다. 이 수업에 대하여 의식주를 비롯한 현실적인 소비의 여러 영역에 관련된 지식에 대해 습득할 수 있었고, 일상의 행복을 위해 적용할 수 있는 꼭 필요한 수업으로 인식하고 있었다. 또한 이론적 수업에 그치는 것이 아니라 실천하고 경험해 볼 수 있는 과제의 기회를 가진 것에 대해 만족스럽게 생각하고 있었다. 대학 교양수업의 의미에 걸맞는 실용적이고 새로운 경험을 해본 것에 대하여 긍정적인 반응을 나타내었다.

아마 이렇게라도 이런 경험을 해보지 못했으면 아마 평생 못했을지도 모른다. 이렇게 마음만 있다면 할 수 있는 걸 경험하게 해주셔서 새로운 생각을 얻어간다. 이런 경험들이 앞으로의 나에게 더 큰 도

움이 될 것이라 생각한다. 사실 이런 경험을 하려고 새로운 공부를 해보려고 대학에 왔을지도 모르겠다. 이런 작은 경험으로도 요즘은 행복하다(사례 13).

2) 소비와 삶의 방향을 재조명

이 수업을 소비와 삶의 방향을 재조명하고 소비의 다양한 부분에 대한 인식의 폭을 넓히는 계기로 보고 있었다. 특히 평소에 보고도 간과하거나 인식하지 못했던 공정무역커피나 동물복지 등의 소비의 윤리적 측면에 대해 수업을 통해 재인식하게 되는 수업의 효과에 대해 언급하고 있었다. 몰랐던 부분을 알게되는 신선한 충격이었고 일상소비의 변화를 하게 되는 한 획이 되었다고 인식하는 학생들도 있었으며 자신을 되돌아보게 된 계기에 대해 소중하게 생각하고 있었다.

이 수업은 앞으로 내 인생을 더 값지게 살아나가게 할 변화의 획이 되었다. 앞으로 이러한 것들을 습관화시켜 실천해 나간다면 언젠가는 더 ‘행복’이란 녀석에 대한 해답을 찾을 수 있지 않을까?(사례 83).

저는 이번 수업을 통해서 정말 필요한 많은 배움을 얻었습니다. 소비를 할 때 한번 더 생각해 보는 습관을 가지게 되었고 소비과정을 더욱 고려하여 의미있는 소비를 할 수 있게 되었습니다. 소비의 행복 수업은 저에게 많은 경각심을 일깨워 주었습니다(사례 58).

3) 행복한 소비란 함께 행복해지는 소비

행복한 소비에 대한 재개념화는 ‘함께 행복해지는 소비’로 축약할 수 있으며 이는수업에 참여하고 실천을 해보면서 변화하고 재정립된 생각을 반영하고 있다. 행복한 소비는 타인도 고려하는 함께하는 소비, 균형감각을 가진 현명한 소비, 합리성과 함께 윤리적가치도 추구하는 소비 등으로 생각하고 있었다. 자신만의 소비만족이나 이익만을 생각하던 소비에서 생산자 등의 타인도 고려하고 윤리적측면도 고려하는 것이 행복한 소비를 생각할 때 변화된 점으로 스스로 인식하고 있었다.

내가 생각하는 행복한 소비는 다른 사람에게 보여 주는 것이 아니라 내가 만족할 수 있는 소비, 타인도 만족할 수 있는 소비, 이로 인해 나의 내면을 한 단계 더 성장시킬 수 있는 소비가 행복한 소비라고 생각한

대(사례 66).

기쁨은 혼자 만끽하는 것보다는 남과 공유하는 것이 배가 뒹을 생각할 때, 행복이란 것도 타자와의 관계 안에서 이루어지는 것이 더욱 의미 있을 것이다. 따라서 나눔을 통한 행복, 함께하는 소비행복을 추구해야 한다(사례 108).

4) 계속되는 실천의지

수업을 통해 앞으로 실천할 계획이나 다짐 등에 관한 내용으로서, 해보고 싶었지만 시간부족이나 사정 등으로 이번 실천에서 해보지 못했던 부분에 대한 아쉬움이 있었다. 사회적기업인 ‘문턱없는 밥집’을 가보고 싶거나 아름다운가게에 꼭 옷을 기증하고 싶다는 내용도 있었다. 또한 이번에 실천한 것들도 계속 실천할 의지를 나타내었으며 수업의 교환을 잊지 않고 싶다는 내용도 있었다. 옷장정리나 일상에서 잔반을 남기지 않는 등의 환경을 생각하거나 운동이나 금연 등의 건강을 고려하는 소소한 습관을 계속 유지하고 싶은 바람도 나타났다. 또한 헌혈, 나눔 실천 등 지속적이고 장기간의 실천을 다짐하고 주변에도 알리고 싶은 바람을 나타내었다.

물건을 소유하면서 느끼는 행복도 좋겠지만, 그보다는 환경을 파괴하지 않는 능동적인 선택을 통해 나와 사회가 함께 성장하고 삶이 풍요로워짐을 느낄 수 있는 소비를 해 나갈 것이다(사례 9).

앞으로도 ‘의식’보다는 직접 집에서 음식을 만들어 먹을 생각이다. 음식을 하는 데서 오는 즐거움과 뿌듯함을 지속해서 느끼고 싶다(사례 85).

실천한 것을 잘 기억하고 잊지 말고 계속 행복한 소비를 하려고 노력할 것이다. 쉽지는 않겠지만 전보다는 좋은 소비를 하지 않을까 생각한다. 교환을 마음 깊이 잘 새겨 행복한 소비자가 되고 남들도 이런 방향으로 이끌 수 있도록 노력할 것이다(사례 16).

V. 결론 및 제언

본 연구는 서울의 A대학교에서 개설된 교양 교과목인 ‘소비와 행복’ 수업의 수강생들이 작성한 소비행복 실천

수기를 분석한 것이다. 소비영역을 정하여 행복한 소비실천 프로젝트를 해보고 수기를 작성하도록 한 것이었다. 2013년 1, 2학기에 걸쳐 학생들이 제출한 최종 108건의 수기의 내용에 대하여 공통적인 개념들을 추출하여, 범주로 묶고 몇가지의 주제로 나누어 서술하는 질적분석을 시행하였다.

주요 연구결과를 요약하면, 내용을 분석한 결과 ‘소비생활의 반성’, ‘실천’, ‘변화’, ‘수업이 주는 의미’의 4개의 주제영역이 추출되었다. 각각의 주제영역에 대한 설명은 다음과 같다. 첫째, ‘소비생활의 반성’에서는 수업을 듣기 전 또는 평소의 소비생활에 대한 반성의 내용이 있었다. 이 주제영역의 하위범주는 ‘무절제와 의식없는 소비’, ‘소비의 기쁨뒤에 남은 공허함’, ‘후회와 문제인식’으로 요약되었다. 잘못된 소비 습관들이나 지나친 트렌드 추종, 책임있는 소비에 대한 인식부족 등에 대한 반성을 하였으며, 평소 소비와 관련하여 채워지지 않는 소비욕망과 다양한 부정적인 감정을 경험한 것으로 나타났다. 실천동기는 수업과 과제를 통해 평소의 소비생활에 대하여 되돌아보는 기회를 가지면서 문제인식을 하게 되거나 관심에서 비롯된 것으로 보였다. 둘째, ‘실천’은 여러 소비 영역에서 다양한 실천을 한 것으로 나타났다. 실천의 내용은 공통적인 요소를 기준으로 ‘더 큰 행복을 주는 나누는 소비’, ‘지구와 다음세대를 생각하는 지속가능소비’, ‘절제를 통한 현명한 소비’, ‘공동체와 생산자를 배려하는 책임 있는 소비’, ‘배움이 있는 현장방문과 경험소비’의 다섯가지로 범주화하였다. ‘실천을 통한 의미있는 행복감’은 대부분 다양한 긍정적인 감정들이었으며 이는 자각과 노력을 통해 한차원 높아진 행복한 감정들로 볼 수 있다. 셋째, ‘변화’의 영역은 ‘줄어든 소비욕망, 충만한 내면’, ‘의식있는 소비생활’, ‘소비보다는 관계’로 범주가 요약되었다. 행복한 소비에 대한 실천을 통해 소비욕망이 줄어들고 내면과 관계를 소중하게 생각하게 되었으며 환경이나 사회적책임, 나눔 등의 소비 전반의 다양한 이슈에 대해 보다 관심을 갖는 의식있는 소비생활로 변화하는 것으로 나타났다. 넷째, ‘수업이 주는 의미’의 주제영역에서는 ‘실천적 소비의 값진 경험기회’, ‘소비와 삶의 방향을 재조명’, ‘행복한 소비란 함께 행복해지는 소비’, ‘계속되는 실천의지’의 공통된 내용이 추출되었다. 수업에 대해서 흥미롭고 꼭 필요한 실용적인 과목이며, 이전에 생각하지 못했던 다양한 면을 알게 된 소중한 기회였고 앞으로의 소비와 삶의 방향을 재설정하는 계기가 된 것으로 인식했으며 앞으로도 습관으로 정착할 수 있도록 장기적인 실천

을 하겠다는 의지를 보였다. 이러한 내용은 사회생활로 본격적인 소비의 주도권을 가지고 경제활동을 시작하기 전단계인 대학생에게 중요한 의미를 갖는 시사점을 준다고 볼 수 있다.

연구결과 소비에 대한 반성에서부터 실천, 실천후의 행복감 경험, 변화와 다짐의 과정을 통해 학생들이 긍정적으로 변화하는 교육의 효과를 실감할 수 있었다. ‘수업 목표를 달성했는가?’의 관점에서 보면 인지적 영역은 지필시험으로서 평가할 수 있었고, 나머지 수업목표로서 설정했던 정의적 영역인 자신의 소비생활을 성찰할 수 있는 능력, 실천적 영역의 소비행복 증진을 위한 실천역량 함양의 수업목표를 어느 정도 달성했다고 사료된다. 특히 과제를 통한 실천동기부여는 수업목표 달성에 의미가 있었다고 본다. 또한 본 연구에서도 수업에서 행복실천의 기준으로 보았던 영국신경제재단(NEF)의 행복지침인 ‘나눔’, ‘연결’, ‘학습’, ‘인지’, ‘움직이기’의 실천지침과 ‘소비자의 사회적책임’이 소비행복의 요인임이 발견되었다. 따라서 NEF의 행복실천지침과 사회적책임을 통한 소비행복의 긍정적 효과를 경험적으로 확인할 수 있었다. 연구의 제한점으로는 학생들의 실천수기를 기초로 하고 있기 때문에 그 내용의 진실성 여부에 대한 신뢰성을 생각해 볼 수 있다. 하지만 사전에 학생들에게 수기내용과 함께 실천 시 찍은 인증 사진이나 동영상은 첨부하도록 하고, 최대한 솔직하게 작성할 것을 요청하였으므로 이러한 부분의 문제를 줄일 수 있었을 것으로 생각한다.

결론적으로 본 연구는 몇가지 한계점에도 불구하고 소비와 행복에 관한 경험적인 자료로서 향후의 연구, 교육과 정책에 단초를 제공한다는데 의의가 있다고 본다. 후속 연구에서는 인터뷰를 통한 다양한 질적연구방법이나 양적연구방법을 적용하거나 세부적인 주제로 접근해 볼 수 있을 것이다. 또한 학생들이 평소 소비와 관련한 다양한 불편한 감정을 경험했으나 실천을 통해 보다 행복한 감정을 느꼈고, 무절제한 소비에서 의식있는 소비생활로 변화한 결과를 볼 때 어떠한 소비가 행복한 것인가에 대한 성찰과 가치관의 정립이 필요함을 알 수 있다. 이는 소비관련 수업에서 지식의 학습, 영상활용, 상호토론 등을 통해서 소비문화에 대해 비판적으로 성찰하고 자신의 소비에 대해 되돌아보고 인식의 전환을 할 수 있는 기회를 가질 필요성이 있음을 시사해 준다. 소비습관이나 가치관은 어린 시절부터 형성된다는 측면과 청소년기의 행복교육 차원에서 대학교뿐만 아니라 중고등학교의 교육 과정에 소비행복에 관련된 내용의 교육이 필요하다고 사

료되며 성인소비자를 위한 정보제공 및 프로그램의 개발도 행해져야 한다고 본다.

효과적인 소비행복을 위해서는 거시적으로는 국가정책과 기업의 활동이 함께 하는 가버넌스 체제가 구축되어야 한다. 따라서 소비행복을 증진할 수 있는 정책인프라의 토대위에서 소비자 개인의 실천이 함께 할 필요가 있다. 소비사회에서 소비의 행복은 일상생활의 행복을 좌우하며 일상생활의 작은 변화인 소비혁명과 깨어있는 소비를 통해 소비자주권을 행사하고 이를 통해 행복한 소비문화를 이끌 수 있을 것이다. 이를 위한 한 방법으로서 소비와 행복 교육을 통한 소비에 대한 지식습득, 올바른 가치관 정립과, 일상에서의 실천 도모가 있어야 할 것이다. 따라서 교육프로그램 확산이 요구되며 행복한 소비를 위한 교육의 필요성을 제안한다. 대학교육에서는 개발된 교재를 토대로 하여 주당 2학점이나 3학점의 교양과목(핵심 또는 일반교양) 또는 전공과목으로서 개설할 수 있을 것이다. 교과목명은 현대사회의 소비와 행복, 생각하는 소비와 행복, 행복한 소비문화 만들기, 소비와 행복 등을 제안해 본다. 대학교육의 관련과목의 개설 확산을 통해 소비자의 행복한 소비생활과 깨어있는 소비자시민 리더로서 사회의 행복을 도모할 수 있는 효과가 있으리라 본다.

주제어: 소비행복, 소비자 행복, 질적 분석, 소비자교육, 소비행복 실천

REFERENCES

- Bae, J. H., Jung, K. Y. (2013). Effects of Positive Psychological Strength Program on the Enhancement of Junior College Students Feeling of Happiness, *Korean Journal of Christian Counseling*, 24(3), 113-147.
- Baudrillard, J. (1968). *La Société de Consommation-ses mythes ses structures*, Sang Yul Lee Translated(1992). Seoul: Moonye Public.
- Bhattacharjee, A. & Mogilner, C. (2014), Happiness from Ordinary and Extraordinary Experience, *Journal of Consumer Research*, 41(1), 1-17.
- Campbell, C.(1983). Romanticism and the Consumer Ethic: Intimations of a Weber-style Thesis,

- Sociological Analysis*, 44(4), 279-296.
- Chun, K. H., Song, I. S., Hong, Y. G. & Yoon, M. A. (2012). A Study on Changes in Cognition and Practice of Undergraduate Students After Taking the Course 'Consumption and Ethics, *Korean Journal of Human Ecology*, 21(3), 505-526.
- Corrigan, P. (1997). *The Sociology of Consumption*, Sung Yong Lee et al. Translated(2002). Greenpress.
- Diener, E. & Seligman, M. E. P. (2004). Beyond Money: Toward an Economy of Well-Being, *Psychological Science in the Public Interest*, 5(1), 1-31.
- Diener, E. (1984). Subjective Well-Being, *Psychological bulletin*, 95(3), 542-575.
- Diener, E. (2000). Subjective Well-Being: the Science of Happiness and a Proposal for a National Index, *American Psychologist*, 55(1), 34-43.
- Dunn, E. W., Aknin, K. B. & Norton, M. I. (2008). Spending Money on Others Promotes Happiness, *Science*, 319, 1687-1688.
- Dunn, E. W., Gilbert, D. T. & Wilson, T. D. (2011). If Money doesn't Make You Happy, then You Probably aren't Spending It Right, *Journal of Consumer Psychology*, 21(2), 115-125.
- Easterlin, R. A. (2001), Income and Happiness: Toward a Unified Theory, *The Economic Journal*, 111(473), 465-484.
- Frank, R. H. (2004). How Not to Buy Happiness, *Daedalus*, 133(2), 69-79.
- Heo, C, Koo, J. & Suh, E. M. (2014). Happiness after Basic Needs are Fulfilled: Social Needs become Salient, *Korean Journal of Social and Personality Psychology*, 28(2), 59-75.
- Hoggard, L. (2005). *How to be Happy*, Kyung A Lee Translated(2006), Seoul: Yedam Public.
- Howell, R. T., Pchelin, P. & Iyer, R. (2012). The Preference for Experiences over Possessions: Measurement and Construct Validation of the Experiential Buying Tendency Scale, *The Journal of Positive Psychology*, 7(1), 57-71.
- Jeon, M. K. & Kim, R. D. (2011). Do experiences make people happier than material possession?, *Consumer Policy and Education Review*, 7(2), 55-75.
- Kahneman, D., Krueger, A. B., Schkade, D., Schwarz, N. & Stone, A. A. (2006). Would You Be Happier If You Were Richer? A Focusing Illusion, *Science*, 312, 1908-1910.
- Lee, S. L., Sohn, S. H., Park, M. H., Jung, J. W. & Chun, K. H. (2011). Happiness and Conflicion in Consumption, *Journal of Consumer Studies*, 2(1), 139-166.
- Lipovetsky, G. (2006). *Le Bonheur paradoxal*, Mi Ae Jung Translated(2009). Seoul: Alma Public.
- Lyubomirsky, S. (2007). *The How of Happiness: A Scientific Approach to Getting the Life You Want*, Kyung Hae Oh Translated(2008). Seoul: Knomad.
- Miller, G. F. (2009). *Spent : Sex, Evolution and Consumer Behavior*, Myung Ju Kim Translated(2010). Dongnyok Public.
- Nam, S. K. (2012). Development and Validation of Consumer Happiness Scale, *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 13(3), 403-420.
- New Economics Foundation (NEF) (2009). National Accounts of Well-being: Bringing Real Wealth onto the Balance Sheet, London: nef.
- Nicolao, L., Irwin, J. R. & Goodman, J. K. (2009). Happiness for Sale: Do Experiential Purchases Make Consumers Happier than Material Purchases?, *Journal of Consumer Research*, 36(2), 188-198.
- Park, M. H., Song, I. S., Sohn, S. H., Lee, S. L., Park, M. H. & Jung, J. W. (2006). *Thinking Consumer Culture*, Kyomunsa Public.
- Park, M. H., Song, I. S., Sohn, S. H., Lee, S. L., Park, M. H., Jung, J. W. & Chun, K. H. & Lee, K. H. (2011). *Happy Consumers*, Kyomunsa Public.
- Seligman, M. E. P. (2004). *Authentic Happiness : Using the New Positive Psychology to Realize Your Potential for Lasting Fulfillment*, In Ja Kim Translated(2009). Mulpure Public.

- Song, I. S., Chun, K. H. Youn, Y. I., Youn, M. A. & Nam, Y. J. (2012). The Critical Review on the Consumption Culture Characteristics from the Viewpoint of Eudemonics, *Journal of Consumption Culture*, 15(1), 179-201.
- Stiglitz, J. E., Sen, A. & Pitoussi, J. P. (2010). *Mismeasuring our lives: why GDP doesn't add up the report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress*, Hyung Jun, Park Translated(2011). Dongnyok Public.
- Suh, E. K. & Koo, J. S. (2011). A Concise Measure of Subjective Well-Being(COMOSWB): Scale Development and Validation, *Korean Journal of Social and Personality Psychology*, 25(1), 95~113.
- Sung, Y. S., Lee, J. Y., Yoo, C. J., Park, E. A., Shin, E. H. & Baek, I. G. (2013b). Will Consumption Activities Contribute to Happiness in Life, *Journal of Korean Marketing Association*, 28(December), 185-217.
- Sung, Y. S., Yoo, C. J., Lee, J. Y., Park, E. A. Yang, Y. J. & Jung, S. J. (2013a). Comparisons of Consumption Happiness by Consumption Typology, *Journal of Consumer Studies*, 24(2), 1-23.
- Tak, J. K., Lim, G. R. & Jung, J. H. (2014). The Effects of Group Coaching Program Based on Positive Psychology to Enhance Happiness, *Korean Journal of Psychology: General*, 33(1), 139-166.
- Tsuji, S. (2008). *Shiawasette Nandakke*, Suk Jin Jang Translated(2009). Seohaemunjun Public.
- Van Boven, L. & Gilovich, T. (2003). To Do or to Have? That Is the Question, *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(6), 1193-1202.
- Veenhoven, R. (1991). Is Happiness Relative?, *Social Indicators Research*, 24, 1-34.
- Yamada, M. & Sodekawa, Y. (2009). *Kofiko No Hoteishiki*, Sung Min Hong Translated(2011), Ddstone Public.

Received 13 August 2014; 1st Revised 14 September 2014;

Accepted 20 September 2014