

물질주의가 기부의도에 미치는 영향: 자존감의 조절적 역할을 중심으로

김 문 정*

요약

소비자원의 조사에 따르면 우리나라 성인은 평균적으로 9개의 수입 명품을 소유하고 있으며 매년 2개 정도의 명품을 새로 구입하는 것으로 나타났다. 금전이나 상품과 같은 재화의 소유를 최고의 가치로 여기는 ‘물질주의(materialism)’ 인식이 사회 전반에 팽배해지고 있는 것이다. 그러나 그 동안 물질주의는 이타주의나 공유와 같은 친사회적 행동과 반대되는 개념으로만 제시되어 왔을 뿐 기부의도와 같은 친사회적 행동에 실제로 어떤 영향을 미치는지에 대해서는 충분한 연구가 이루어지지 않았다. 이에 본 연구에서는 물질주의가 기부의도 미치는 영향을 규명하고, 자존감이 이러한 관계를 조절하는지에 대해 검증하였다. 자존감이 위축되거나 낮은 사람들은 자기 존재의 필요성을 확인하기 위해 더 활발히 자원봉사 활동에 참여할 수 있기 때문이다. 연구 결과, 물질주의가 높을수록 기부의도가 낮아질 것이라는 가설의 방향성은 일치하였으나, 그 영향력은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 그러나 자존감이 낮을수록 기부의도는 커지는 것으로 확인되었고, 물질주의와 자존감의 상호작용은 기부행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 자존감이 낮고, 물질주의 성향이 높을수록 기부의도는 커지는 것으로 나타났으며, 자존감이 높은 경우에는 물질주의 성향의 높고 낮음에 따라 큰 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다.

핵심 주제어 : 물질주의, 기부의도, 자존감

* 연세대학교 경영대학 박사, mj-0628@hanmail.net

〈논문 투고일〉 2020. 4. 14

〈논문 수정일〉 2020. 5. 14

〈게재 확정일〉 2020. 5. 18

I. 서 론

누구나 어릴 적 한번씩 접해봤던 ‘스쿠루지 영감’ 이야기와 ‘홍부와 놀부’ 이야기는 우리에게 제법 익숙한 동화들이다. 두 동화의 등장인물인 스쿠루지 영감과 놀부의 공통점은 무엇인가? 이러한 물음에 대부분의 사람들은 ‘두 인물은 지독한 구두쇠이다’라고 말할 것이다. 왜냐하면 이들은 물질에 대한 집착이 심하고 욕심이 많으며, 남을 돕는데 인색한 사람들로 묘사되어 있기 때문이다. 그렇다면 스쿠루지나 놀부처럼 물질에 대한 소유를 최고의 가치로 여기는 사람들은 실제로 남을 돕는데 인색하다고 할 수 있을까?

국내 명품가방의 시장 규모는 2018년 기준 전세계 4번째로 미국, 중국, 일본에 이어 약 3조 2,353억원으로 추산된다. 국내 명품가방 시장은 12년 전인 2005년(6,935억원)에 비해 370% 성장하며 세계에서 가장 빠르게 성장하고 있는 것으로 나타났다(한국일보 2018). 일부 부유층의 전유물로만 인식되었던 명품이 이제는 연령과 성별에 상관없이 상당히 보편화, 대중화되고 있는 것이다. 이는 걸치레와 체면을 중시하는 사회풍조 속에서 금전이나 상품과 같은 재화의 소유를 최고의 가치로 여기는 ‘물질주의(materialism)’ 인식이 사회 전반에 팽배해졌기 때문인 것으로 생각해 볼 수 있다. 반면 2018년 사랑의열매 나눔문화연구소에 따르면 우리나라의 개인기부 참여율은 2011년 이래 매해 감소하고 있는 것으로 나타났다.

그렇다면 실제로 물질주의는 기부의도에 부정적인 영향을 미치는가? 물질주의에 대한 그 동안의 연구들은 물질주의가 긍정적인 특성을 가지고 있는지, 부정적인 특성을 가지고 있는지(Masson 1976; Csikszentmihalyi and Rochberg-Halton 1978, 1981; Belk 1984a), 마케팅 활동이 물질주의를 촉진시키는지 약화시키는지(Belk and Pollay 1985a), 물질주의는 이타주의나 공유와 같은 친사회적 행동과는 반대되는 이기주의적인 특성을 지니는지(Trivers 1971; Boorstin 1973; Yankelovich 1981; Waterman 1981) 등의 물질주의 그 자체의 특성에 대한 연구에 집중되어 왔다. 그 결과, 물질주의는 관용(generosity)과 같은 사회적 가치와 반대되는 개념으로만 제시되어 왔을 뿐, 기부의도와 같은 친사회적인 행동에 직접적으로 어떠한 영향을 미치는지를 실증적으로 검증한 연구는 거의 없다. 또한, 일부 연구들에 의하면 자존감이 위축되거나 낮은 사람들은 자기 자신의 존재의 필요성을 확인하기 위해 더 활발히 자원봉사 활동에 참여한다고 하는 것(배순생 1992; Payne 1977)으로부터 기부행동에 영향을 미칠 수 있는 원인변수로 자존감을 고려해볼 수 있을 것이다. 따라서 본 연구에서는 선행연구들의 결과를 확장하여 자원봉사 활동을 기부의도와 비슷한 맥락으로 보고, 자존감이 기부의도에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보고자 한다. 또한, 낮은 자존감(self-esteem)이 높은 수준의 물질주의와 관계가 있다(Richins and Dawson 1992; Mick 1996)는 기존의 연구를 바탕으로, 물질주의 성향이 자존감과 함께 기부에 어떠한 영향을 미치는지도 살펴볼 것이다.

따라서, 본 연구의 연구목적은 다음과 같다.

첫째, 물질주의가 기부의도에 미치는 영향을 고찰하고 둘째, 자존감이 기부의도에 어떠한 영향을 주는지를 살펴보고, 마지막으로 물질주의와 자존감의 상호작용이 기부의도에 미치는 효과에 대해서 실증적으로 검증해보고자 한다.

II. 이론적 고찰 및 가설 설정

1. 물질주의(materialism)와 기부의도

Belk(1985)의 정의에 의하면 물질주의는 '세속적인 소비에 부여하는 중요성'이다. 그는 물질주의를 사람의 특성으로 간주하며, 물질주의 수준이 높아지면 소유가 개인의 삶에서 중심을 차지하게 되고, 결국 이것이 만족과 불만족의 가장 큰 원인을 제공하게 된다고 하였다. Belk(1985)는 소유(possessiveness), 부러움(envy), 비관용(nongenerosity)의 3가지 하위차원으로 물질주의를 설명하였다.

Richins and Dawson(1992)은 Belk의 물질주의 척도가 신뢰성이 낮다고 주장하면서, 물질주의를 '물질의 소유를 통해 행복을 추구하는 동기 또는 태도'라고 정의하였다. Belk(1985)가 물질주의를 사람의 특성으로 바라본 반면, 이들은 물질주의를 가치로 바라보았다. 이들에 의하면 물질주의는 획득자체에 대한 의미부여(acquisition centrality), 획득을 통한 행복추구(acquisition as the pursuit of happiness), 소유로 성공을 판단하는 성향(possession-defined success)의 3가지로 분류된다(Richins and Dawson 1992; Richins 2004). 물질의 소유와 획득을 중요하게 생각하는 획득중심적 물질주의는 보다 많은 것을 획득하고 소유하는 것을 삶의 목표로 한다. 물질적 재화의 획득과 소유를 통한 행복추구를 중심으로 하는 물질주의는 타인의 시선과 같은 외부적 요인보다 자신의 즐거움과 행복, 만족을 더 중요하게 생각한다. 마지막으로 물질을 성공의 판단기준으로 삼는 물질주의는 소유하고 있는 물질이 많을수록 자신이나 타인을 성공했다고 판단하게 된다.

따라서 물질주의 성향이 높은 소비자는 물질 자체에 더 큰 가치를 부여할 뿐만 아니라, 제품을 획득하거나 보여주는데 더 큰 만족을 느끼게 된다. 이는 물질주의가 과시적 소비와 연관성이 높은 것을 의미하며, 물질주의와 과시적 소비 사이에는 긍정적인 관계가 있음이 연구를 통해 확인되었다(Podoshen and Andrzejewski 2012; Podoshen et al. 2011).

물질주의에 관한 선행연구들을 토대로 물질주의의 특성을 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 물질주의 성향이 높은 소비자는 획득 자체와 획득하기 위한 수단에 가치를 많이 두며,

소유와 획득을 인간관계나 인생의 다른 목표보다 더 높게 생각한다(Belk 1984).

둘째, 물질적 소유의 중시가 이기주의적인 성향을 만들기 때문에 물질주의 성향이 높은 소비자는 자기중심적이다(Belk 1983; Richins and Dawson 1992).

셋째, 물질주의 성향이 높은 소비자는 자아존중감(self-esteem)이 낮은 것으로 나타난다(Richins and Dawson 1992).

넷째, 물질주의 성향이 높은 소비자는 인생에 대해 불만족을 느끼는 경향이 더 높다. 즉 물질주의 성향이 높은 소비자는 행복을 주는 물질을 소유했음지라도 여전히 재화에 대한 욕망이 있으며, 이로 인해 불만족한 삶을 살게 된다는 것이다(Belk 1984; Richins 1987; Kasser and Ahuvia 2002). 또한, 물질주의 성향이 높은 소비자는 그렇지 않은 소비자에 비해 물질적인 안정을 추구하는 경향이 높다고 할 수 있다.

한편, 기부는 관용적 행동을 대표하는 행위이고, 인간 활동의 중요한 측면이라고 할 수 있다(Bekkers and Wiepking 2007). 이것은 Belk(1984, 1985)가 물질주의를 구성하는 하위 차원으로 비관용을 제시한 것과 상충되는 것으로, 물질주의는 관용과 반대의 개념이라고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 관용의 개념을 기부로 확장하여 물질주의와 이타적인 성질을 가진 기부 의도 간에는 반비례 관계가 성립할 것으로 예상된다.

가설 1 : 물질주의는 기부 의도에 음(-)의 영향을 미칠 것이다.

2. 자존감과 기부 의도

Rosenberg(1965)에 따르면 자존감(self-esteem)이란 자기 존경과 자신을 가치있는 사람이라고 생각하는 정도를 의미한다. 즉, '자아개념의 평가적 측면으로서 자신이 지각하는 자신의 다양한 속성에 대해 스스로가 내리는 긍정적 또는 평가적 태도의 수준'이라고 정의된다.

자존감은 봉사활동이나 공동체 의식 등과 함께 연구되어 왔는데, 특히 자존감과 봉사활동과의 관계에 대한 연구들은 주로 청소년과 노년기를 중심으로 연구가 이루어져 왔다. 노년기에는 직업이나 가족 등 삶의 여러 분야에서 상실감을 느끼기 쉽고, 이러한 상실감은 자존감의 저하로 이어질 수 있는데(신효식 1993; 장인협·최성재 1997; 고운숙 1998), 노인들은 자신들이 아직도 사회에 필요한 존재이며, 타인과 사회에 기여하고 있다는 느낌을 받기 원하므로 봉사활동에 적극적으로 참여하여 그러한 상실감을 보상받으려는 경향이 강해진다는 것이다. 청소년을 대상으로 한 연구에서 공통적으로 발견되는 결과 또한 봉사활동 만족도와 봉사활동 참여는 자존감을 증진시키고, 이것은 차례로 공동체 의식을 높인다는 것이다(김지혜 2012; 김선숙·안재진 2012).

한국 사회와 같이 과도한 경쟁과 성취지향적인 분위기의 사회에서 사람들은 낮은 자존감을 경험하기 쉽다(Brown and Dutton 1995). 학업이나 업무, 취업에서의 실패감은 자기가치에 대한 불안감을 증폭시키게 되고 이러한 불안감은 낮은 자존감으로 이어지기 때문이다. 자신의 목표나 미래에 대한 불안정성과 자기 의심을 경험한 개인은 낮은 자존감을 갖게 되어 불편감을 유발하게 되는데(Kasser and Kasser 2001), 자신에 대한 이러한 부정적 정서를 해소하기 위한 수단으로써 기부를 하려는 경향이 증가할 수 있다. 다시 말해, 낮은 자존감을 가진 개인은 낮은 자기가치 인식을 완화해주는 기제로 기부라는 긍정적인 정서의 경험을 통해 자신의 정체성을 기부라는 행위를 통해 더욱 가치적으로 드러낼 것으로 기대해 볼 수 있다. 이를 바탕으로 자존감과 기부의도 간에는 반비례 관계가 성립할 것으로 예상할 수 있다.

가설 2 : 자존감은 기부의도에 음(-)의 영향을 미칠 것이다.

3. 물질주의와 자존감, 기부의도

기존의 많은 연구들은 사람들이 불확실성(insecurity)과 낮은 자존감을 극복하기 위한 방안으로 물질적인 소유에 의지하게 된다고 주장한다(Braun and Wicklund 1989; Chang and Arkin 2002; Kasser 2002; Solberg et al. 2004). 다시 말해, 물질적인 소유는 낮은 자존감을 극복하고 타인에게 긍정적인 자아 개념을 전달하기 위한 수단으로서 상징적인 의미를 지니게 된다는 것이다.

불확실성과 낮은 자존감이 물질주의 성향을 일으키는 원인에 대해 대부분의 학자들은 각 개인들이 자신들의 안전(safety)이나 역량(competency), 자아존중감(self-worth)에 대해 확신을 갖지 못하게 되면서 물질적인 상품이 이를 보상하기 위한 수단이 된다고 주장하고 있다(Solomon 1983; Chang and Arkin 2002; Kasser 2002).

종합해 보면, 낮은 자존감과 높은 물질주의 성향은 기부의도에 부정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다. 그러나 자존감과 물질주의 성향이 서로 상호작용을 하게 되면 반대의 결과가 나타날 것이다. 즉, 자존감이 낮은 소비자는 이를 보상하기 위한 심리적 기제로 높은 기부의도를 보일 것이고, 물질주의 성향이 높은 사람들은 앞에서도 언급했듯이 자존감이 낮은 경향을 보이게 된다. 따라서 자존감이 낮고, 물질주의 성향이 높은 경우에 기부의도가 더욱 커질 것으로 예상할 수 있다. 이와는 반대로, 자존감이 높은 소비자는 앞에서 언급한 것과 마찬가지로 자기중심적이기 때문에 물질주의 성향의 높고 낮음에 상관없이 기부의도에 큰 변화를 보이지 않을 것으로 예상된다.

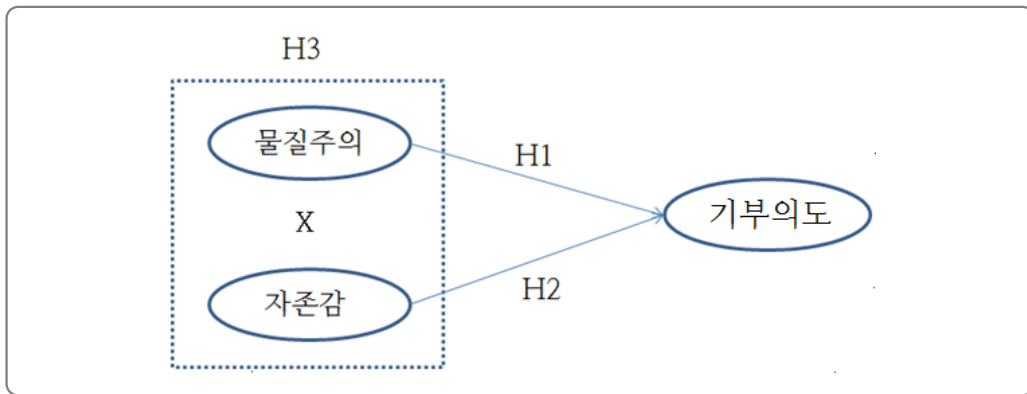
가설 3 : 물질주의와 기부의도의 관계에 있어서 자존감은 조절변수의 역할을 할 것이다.

가설 3-1 : 낮은 자존감과 높은 물질주의의 성향은 기부의도에 양(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2 : 높은 자존감은 물질주의의 성향의 높고 낮음에 상관없이 기부의도에 큰 차이를 보이지 않을 것이다.

앞에서 살펴본 선행연구들의 결과를 바탕으로 본 연구에서는 물질주의가 기부의도에 어떠한 영향을 미치는지, 자존감과 기부의도 사이에는 어떠한 관계가 있는지를 알아보고자 한다. 또한, 물질주의가 자존감과 상호작용을 하는 경우에는 기부의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대해서도 살펴볼 것이다. 이에 대한 연구모형은 다음과 같다.

[그림 1] 연구모형



III. 연구 모델

1. 표본설계와 자료수집

본 연구는 기부의도의 주체를 개인으로 한정하고, 연구모형과 가설을 검증하기 위하여 약 120명의 성인 남녀를 대상으로 설문을 실시하였다. 2013년 11월 4일부터 약 4주 동안 대인면접 설문방식을 통해 설문을 진행하였으며, 편의표본추출법을 사용하여 서울 소재 대학교 학부생과 회사를 중심으로 표본을 표집하였다.

조사에 사용된 설문지는 선행연구들을 바탕으로 하여 본 연구에 적합하도록 보완·수정하였으며, 설문항목은 5점 리커트 척도를 사용하여 1은 “전혀 그렇지 않다”, 3은 “보통이다”, 5는

“매우 그렇다”로 구성하였다. 설문에 응답한 조사대상자는 총 120명이며, 총 120부의 설문지가 유효 설문지로 모두 분석에 사용되었다. 설문지 분석에는 SPSS 18.0이 사용되었으며, 수집된 설문지의 신뢰성과 타당성에 대한 분석을 바탕으로 위계적 회귀분석을 통해 가설을 검증하였다.

2. 변수의 정의 및 측정

물질주의는 물질의 소유를 통해 행복을 추구하는 동기 또는 태도로 정의되며, Richins and Dawson(1992)이 제시한 세 가지 차원의 13문항(성공추구적 4문항, 소유추구적 4문항, 행복추구적 5문항)을 5점 리커트 척도로 측정하였다.

자존감은 자신의 다양한 속성에 대해 스스로가 내리는 긍정적 또는 평가적 태도의 수준으로 정의되며, Rosenberg(1965)가 개발한 Self-Esteem Scale(RSES)의 10문항을 5점 리커트 척도로 측정하였다.

기부 의도는 개인이 특정 기부 행동을 기꺼이 하려는 정도로 정의하고, 박종철·오민정(2012)이 사용한 문항을 본 연구에 맞게 변형하여 4가지 문항의 5점 리커트 척도로 측정하였다.

3. 통제변인

기부행동에 영향을 미칠 수 있는 변인들에는 인구통계학적 요인, 사회경제적 요인, 심리적 요인 등이 존재한다. 인구통계학적 요인 중 연령이나 성별은 기부행동에 영향을 미치는 대표적인 요인들로 기존의 연구들은 연령이 높을수록(Feldstein and Clotfelter 1976; Clotfelter 1980), 여성일수록(Jones and Posnett 1991a) 더 활발히 기부행동에 참여한다고 보고하고 있다. 사회경제적 요인에서는 가구의 소득이 높을수록(Harvey 1990; Jones and Posnett, 1991a), 자녀가 있는 부부일수록(Clotfelter and Steuerle 1979), 교육수준이 높을수록(Jones and Posnett 1991a) 기부활동에 적극적으로 참여하는 것으로 나타나고 있으며, 심리적 요인에는 기부동기 등이 기부행동에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 본 연구에서는 심리적 요인을 제외한 물리적 요인들, 즉 연령과 성별, 소득수준을 통제변인으로 사용하고자 한다. 본 연구에서는 소득수준을 따로 측정하지 않고 응답자 스스로가 사회의 어느 계층에 속한다고 생각하는지에 대한 주관적 사회계층을 측정하여 이를 통제변인으로 사용하였다.

IV. 실증분석 및 결과

1. 조사대상자의 일반적 특성

우선, 응답자들의 특성을 파악하기 위해 인구통계학적 특성에 대한 빈도분석을 실시하였다. <표 1>에서 살펴볼 수 있는 것과 같이 여성과 남성의 비율이 각각 37.5%, 62.5%로 나타났고, 연령별 분포는 20대와 30대가 각각 37.5%, 34.1%를 차지하고 있는 것을 알 수 있다. 직업은 학생 52.5%, 회사원 19.2%의 순이었으며, 최종학력은 대학교 졸업 이상이 전체의 70%의 비율을 차지하고 있었다. 응답자 자신이 사회의 어느 계층에 속하는지에 대해 물어본 사회적 계층감에 대해서는 중류층이라고 답한 사람이 전체의 40%를 차지해 가장 높은 비율을 나타내었다.

<표 1> 인구통계학적 특성

구 분		빈도수	비율(%)
성 별	여성	45	37.5
	남성	75	62.5
	합계	120	100
연 령	20대	45	37.5
	30대	41	34.1
	40대	17	14.2
	50대 이상	17	14.2
	합계	120	100
직 업	학생	63	52.5
	전업주부	18	15.0
	회사원	23	19.2
	자영업자	7	5.8
	기타	9	7.5
	합계	120	100
최종학력	중학교 졸업 이하	0	0
	고등학교 졸업	36	30.0
	대학교 졸업	74	61.7
	대학원 졸업 이상	10	8.3
	기타	0	0
	합계	120	100

구 분		빈도수	비율(%)
주관적인 사회적 계층	최하류층	3	2.5
	하류층	15	12.5
	중하류층	43	35.8
	중류층	48	40
	중상류층	11	9.2
	상류층	0	0
	최상류층	0	0
	합계	120	100

2. 측정도구의 신뢰성과 타당성

본격적인 가설검증을 하기에 앞서, 연구에 사용된 측정도구가 올바른 것인가를 확인해 보기 위해 상관관계와 요인분석, 그리고 신뢰도 분석을 진행하였다. <표 2>에 나타난 평균을 살펴보면 물질주의는 3.4440, 자존감은 3.2361, 기부의도는 3.2278로 나타났고, 각 변수들 간의 상관관계를 분석한 <표 3>에서는 물질주의와 기부의도, 자존감과 기부의도가 유의한 상관관계를 보이고 있음을 알 수 있다. 즉, 물질주의와 기부의도, 자존감과 기부의도는 각각 음의 상관관계를 가지고 있다고 해석할 수 있다.

<표 2> 개념들의 평균 및 표준편차

	평균	표준편차	N
물질주의	3.4440	.54859	120
자존감	3.2361	.46755	120
기부의도	3.2278	4.74026	120

<표 3> 상관관계 분석

	물질주의	자존감	기부의도
물질주의	1.000		
자존감	.171	1.000	
기부의도	-.190*	-.875**	1.000

* p<.05, **p<.01

그 다음으로 변수의 신뢰도 분석과 타당성 분석을 위해 요인분석을 실시하였다. 신뢰도를 측정하기 위해 본 연구에서는 Cronbach's Alpha 계수를 사용하였는데, 이는 일반적으로 가장 많이 쓰이는 내적일관성에 의한 신뢰도 측정방법으로, 보통 0.7 이상이면 신뢰도가 있는 것으로 받아들여진다(Nunnally 1978). 개념을 구성하고 있는 변수들 중 신뢰도를 저해하는 변수들, 즉 '자존감'의 1개 항목이 삭제되었다.

또한, 본 연구에서는 구성개념 타당도를 검증하기 위해 요인분석을 실시하였다. 주요요인을 추출해 내기 위해 주성분 분석을 사용하였으며, 배리맥스(varimax) 직교회전을 사용하여 요인적재치(factor loadings)를 단순화시켰다. 고유값(eigen value)은 1.0 이상, 요인적재치는 0.5 이상을 기준으로 문항을 선택하였다. 그 결과, 각 요인에는 상관관계가 높은 변수들이 묶여있는 것을 확인할 수 있었으며, 이는 한 가지 구성개념에 관련성이 있는 변수들이 적절히 적재되어 있음을 나타내 주는 것이라고 판단할 수 있다. 신뢰도 분석과정에서와 마찬가지로 요인으로 잘 묶이지 않는 변수들은 제거하였으며, 이는 '자존감'의 1개 항목, '물질주의'의 2개 항목이었다.

신뢰도 분석과 요인 분석을 통해 변수들을 제거한 상태에서의 최종적인 Cronbach's Alpha 값이 대부분 0.7을 상회하고 있고, KMO와 Bartlett의 검정 결과도 유의한 것으로 나타나 본 연구에서 사용되는 모든 변수들은 적절하다고 판단할 수 있다.

〈표 4〉 요인 분석 및 신뢰도 분석

개념	변수명	요인 적재량	공통성	고유값	분산설명력 (%)	누적분산 설명력(%)	Cronbach's Alpha
물질주의	m8	.711	.736	5.026	17.948	17.948	.825
	m10	.671	.847				
	m5	.662	.718				
	m13	.627	.678				
	m3	.618	.448				
	m11	.586	.702				
	m4	.567	.761				
	m9	.560	.544				
	m1	.537	.814				
	m7	.518	.630				
자존감	se6	.759	.754	4.343	15.511	33.459	.699
	se8	.722	.650				

개념	변수명	요인 적재량	공통성	고유값	분산설명력 (%)	누적분산 설명력(%)	Cronbach's Alpha
	se5	.695	.628				
	se4	.626	.468				
	se7	.588	.391				
	se9	.570	.691				
	se2	.551	.772				
	se3	.527	.767				
기부의도	ch4	.918	.861	3.090	11.036	44.495	.734
	ch1	.916	.857				
	ch3	.911	.851				
	ch2	.690	.496				

KMO=.630, p=.000

Bartlett의 구형성 검정 근사 카이제곱=978.362

3. 가설검증

가설을 검정하기 위해 본 연구에서는 위계적 회귀분석을 실시하였다. 위계적 회귀분석은 여러 개의 독립변수들이 종속변수에 미치는 영향을 알아볼 때 독립변수들의 상대적 영향력의 크기를 순서대로 파악하는 분석기법이다. 우선 모형 1에서는 기부의도에 영향을 줄 수 있는 통제 변수들을 넣어 그 효과를 살펴보고, 모형 2에서는 독립변인인 물질주의와 자존감을 추가하여 이 변수들이 기부의도에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보았다. 마지막으로 모형 3에서는 모형 2에서의 변수들에 상호작용변수들을 최종적으로 추가하여 회귀분석을 실시하였다.

먼저 독립변수들 간의 다중공선성이 존재하는지의 여부를 진단하기 위해 공차한계(tolerance)와 분산팽창지수(VIF)를 살펴보았다. 공차한계의 최대값은 1(한 독립변수가 다른 독립변수들에 의해 설명되는 정도=0)이며, 공선성 판단을 위한 일반적인 기준은 공차한계 .10 이하, 분산팽창요인 10 이상이다. 그러나 <표 5>에 나타난 결과를 살펴보면, 공차한계값은 .10보다 훨씬 크고 VIF는 1.146~1.201 사이로 나타나 10보다 훨씬 작은 것을 알 수 있다. 따라서 독립변수들 간 공선성의 문제는 없다고 할 수 있다.

먼저 모형 1을 살펴보면, 성별이나 연령, 사회계층 중 그 어느 것도 기부의도에 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 모형 2에서는 물질주의 성향과 자존감이 추가로 투입되었는데, 이 변수들 각각의 주효과는 나타나지 않았지만, 연령 변수가 기부의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다시 말해, 20대일수록 기부의도가 커지는 것으로 해석할 수 있다.

모형 3에서는 주효과의 상호작용항을 추가하여 분석하였는데, 그 결과 R² 변화량이 83.5%나 증가해 조절변수, 즉 자존감이 기부의도를 설명하는 매우 중요한 변수임을 확인할 수 있었다. 이는 [그림 2]에서도 살펴볼 수 있듯이, 낮은 물질주의 성향을 가진 사람들에게서는 자존감에 따른 기부의도가 별다른 차이가 없는 반면, 높은 물질주의 성향을 가진 사람들에게서는 자존감이 낮을수록 기부의도가 더 커지는 것을 의미한다. 또한, 모형 3에서는 자존감이 기부의도에 미치는 주효과도 유의한 것으로 나타나 자존감이 높을수록 기부의도가 낮아진다고 해석할 수 있다.

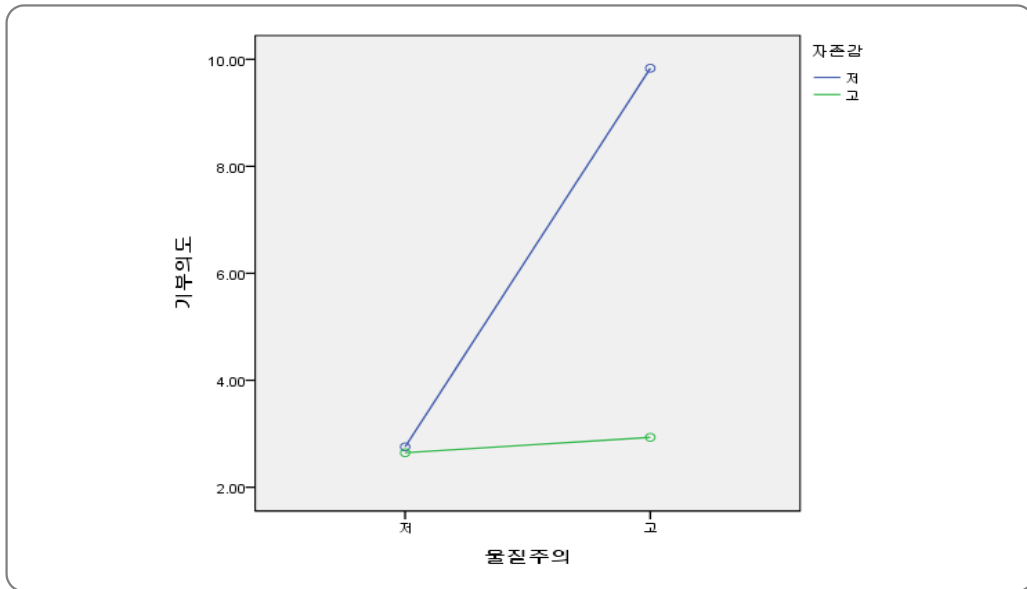
〈표 5〉 회귀분석 결과

	주효과		상호작용 효과	공선성 통계량	
	모형1	모형2	모형3	공차	VIF
1단계(통제변수)					
(상수)	-2.250	19.488	1.683		
성별(여자=1)	3.785	5.396	.114	.849	1.177
연령(20대=1)	8.353	8.692*	.059	.856	1.169
사회계층(중류층 이상=1)	3.424	3.340	-.117	.833	1.201
2단계(독립변수)					
물질주의		-.460	-.086	.873	1.146
자존감		-6.774	-1.059**	.850	1.177
3단계(조절변수)					
물질주의*자존감			.513**	.842	1.187
R ²	.128	.164	.999		
R ² 변화량	.128	.036	.835		
F	1.860	1.417	6678.594**		

* p<.05, ** p<.01

본 연구의 가설검증 결과를 종합해 보면, 아래의 〈표 6〉과 같다. 첫째, 물질주의 성향은 기부의도에 음(-)의 영향을 미치지 않는 것으로 확인되었다. 둘째, 자존감은 기부의도에 음(-)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이는 자존감이 낮은 사람일수록 기부의도가 더 커진다는 것을 의미한다. 마지막으로, 물질주의와 기부의도의 관계에 자존감이 조절변수의 역할을 한다는 것이 확인되었다. 이는 조절효과와 자존감의 주효과가 맥락을 같이하는 것으로 종합해보면, 물질주의 성향이 높고 자존감이 낮은 사람일수록 기부의도가 더 커진다고 결론내릴 수 있다.

[그림 2] 물질주의와 자존감의 기부의도에 대한 상호작용 효과



<표 6> 가설검증 결과

가설	내용	채택여부
H1	물질주의는 기부의도에 음(-)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H2	자존감은 기부의도에 음(-)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H3	물질주의와 기부의도의 관계에 있어서 자존감이 조절변수의 역할을 할 것이다.	채택
H3-1	낮은 자존감과 높은 물질주의 성향은 기부의도에 양(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H3-2	높은 자존감은 물질주의 성향의 높고 낮음에 상관없이 기부의도에 큰 차이를 보이지 않을 것이다.	채택

V. 결 론

1. 연구의 요약 및 시사점

본 연구는 서울의 20~50대 성인남녀 120명을 대상으로 물질주의와 자존감이 각각 기부의도에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보고, 물질주의와 기부의도의 관계가 자존감의 조절적 역할

에 따라 달라지는지 알아보았다. 본 연구의 결과 요약은 다음과 같다.

첫째, 물질주의는 기부의도에 유의한 영향을 미치지 못했다. 비록 유의하게 가설이 지지되지는 않았지만, 물질주의가 높을수록 기부의도가 낮아진다는 방향성은 일치하였고 그 이유는 다음과 같이 생각해볼 수 있다. 이는 응답자의 70% 이상이 20~30대라는 점을 고려해봤을 때, 40~50대에 비해 경제적으로 풍부하지 못한 그들의 상황을 잘 반영하고 있다고 생각해볼 수 있다. 즉, 물질주의 성향을 가진 20~30대들은 자신들의 한정된 자원으로 남을 돌볼만한 여유를 가지지 못하는 것이다.

둘째, 자존감이 기부의도에 유의한 영향을 미쳤다. 즉, 자존감이 낮을수록 기부의도는 커지는 것으로 확인되었다. 이는 자존감이 낮을수록 기부라는 수단을 통해 긍정적인 정서를 회복하려는 것으로 해석할 수 있다. 낮은 정체성에 대한 불편감을 해소하기 위해 자신의 정체성을 더욱 가시적으로 드러낼 수 있는 기부행동에 적극적으로 참여하게 되는 것이다. 따라서 낮은 자존감은 기부행위를 강화시키는 기제로 작용하여 자신의 가치에 대한 불안감을 완화시키는 역할을 하는 것으로 생각해볼 수 있다.

셋째, 물질주의와 자존감의 상호작용은 기부행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 자존감이 낮고, 물질주의 성향이 높을수록 기부의도는 커지는 것으로 나타났으며, 자존감이 높은 경우에는 물질주의 성향의 높고 낮음에 따라 큰 차이를 보이지 않았다. 낮은 자존감은 자기 의심과 자신의 존재 가치에 대한 불안함을 가지게 하고, 이것이 높은 물질주의와 결합한 경우 공허한 자아를 보상하기 위해 기부의도는 커지게 된다. 특히 물질주의 성향이 높은 경우에는 물질적 소유의 추구과정에서 구매가 주는 즐거움을 얻기도 하지만 동시에 그것이 가져오는 부정적인 느낌, 예를 들어 비싸다거나 굳이 필요하지 않은데 구매를 한다면 같은 느낌도 함께 경험하는데, 이러한 느낌은 일종의 죄책감으로 작용하여 기부행동을 증가시키는 것으로도 생각해볼 수 있다.

2. 연구의 시사점

이러한 연구결과를 바탕으로 본 연구는 미래에 다음과 같은 시사점을 제공할 수 있다.

첫째, 사람들의 자존감에 따라 기부의도가 다르게 나타난다는 점을 제시함으로써 기부에 대한 이해를 좀 더 확장했다고 할 수 있다. 기존의 연구들이 봉사활동에 있어서 자존감의 역할을 주로 매개변수로만 사용(김지혜 2012; 김선숙·안재진 2012)하여 그 영향력을 간과한 반면, 본 연구에서는 자존감을 기부행동에 대한 독립변수와 조절변수로 사용함으로써 기부의도에 미치는 영향력을 효과적으로 검증하였다.

둘째, 물질주의와 기부의도의 관계를 하나의 연구 안에서 검증해 보고자 했다는 점이다. 사

람들의 머릿속에 당연한 것으로 생각되고 있는 사실, 즉 물질에 대한 소유가 강할수록 기부 의도가 낮아질 것이라는 사실을 실증적으로 검증하고자 하였고, 유의미한 정도는 아니었으나 그 방향성이 일치하였다.

마지막으로 본 연구는 기부자들의 기부행위가 확대될 수 있는 조건을 기부자의 성향, 즉 물질주의와 자존감을 중심으로 살펴보았다. 최근 젊은층 사이에서 유행하는 플렉스(flex) 문화는 ‘돈을 쓰며 과시하다’라는 뜻을 가진다. 이는 SNS를 통해 타인의 시선으로 자존감을 높이려는 성향이 높은 젊은층의 낮은 자존감과 물질적 과시성향을 효과적으로 설명해 줄 수 있는 트렌드이다. 이를 기부와 연결하여 살펴보면, 본 연구의 응답자 대다수가 20~30대였다는 점을 고려해봤을 때 기부도 SNS와 같이 남에게 보여주기 위한 과시와 플렉스로 확장하여 이해할 수 있을 것이다. 물질주의가 과시적 소비와 관련되어 있음을 생각해본다면(Podoshen and Andrzejewski 2012; Podoshen et al. 2011) 비영리 단체나 기부금 조성 기관에서는 기부를 젊은층의 용어대로 ‘힙하게(쿨하게, 멋지게)’ 소구하여 그들의 기부와 선한 사회적 행동을 더 확장시킬 수 있을 것이다. 기부 참여자에 대한 혜택이 소구되면 물질주의 성향을 가진 사람들이 그렇지 않은 사람들보다 기부에 더 많이 참여한다는 이전의 선행연구와도 같은 맥락으로 생각할 수 있다(Jung Kyun Kim 2018). 즉 젊은층은 기부에 참여한 스스로를 SNS상에 나타냄으로써 타인에게 보여지는 자신의 이미지를 긍정적이고 ‘쿨하게’ 인식시킬 수 있다는 혜택을 인지하게 되고, 이것은 물질주의 성향을 높게 나타내는 젊은층으로 하여금 기부에 보다 적극적으로 참여시킬 수 있는 기제로 작용하게 될 것이다.

3. 연구의 한계 및 향후 연구

본 연구에는 한계점이 존재한다. 본 연구에서의 데이터 수집 방식은 설문지로 기부의도에 대하여 응답자들은 자기보고식 설문(self-reported survey)을 진행하였다. 이에 따라 응답자들은 기부의도에 대하여 사회적 바람직성(social desirability)에 따라 응답했을 가능성이 존재한다. 따라서 향후에는 객관적인 측정 방법을 사용하여 연구를 진행하는 것이 더 정확한 효과를 살펴보는 데 도움이 될 것이다.

또한 본 연구에 참여한 응답자들 중 20~30대의 비율이 전체의 70% 이상을 차지하고 있다. 이는 앞에서 언급했던 것처럼 연령이 높을수록 기부에 더욱 활발히 참여한다는 사실을 고려해봤을 때, 40대 이상의 응답자가 전체 응답자 중 작은 비율을 차지하여 기부의도에 대한 결과가 뚜렷이 나타나지 않았을 것으로 생각해 볼 수도 있다.

본 연구에서는 자존감과 물질주의의 상호작용이 기부의도에 미치는 영향에 대해 살펴보았다. 향후 연구에서는 물질주의와 관련된 죄책감이라는 변수가 기부의도에 주는 영향에 대해서 알아

볼 수 있을 것이다. 물질주의는 죄책감과 연관되어 있고(Fitzmaurice 2008), 죄책감은 기부행동과 연관되어 있기 때문이다(Bekkers and Wiepking 2007). 또한 자존감의 성별에 따른 차이를 살펴보는 것도 의미있는 작업이 될 것이다. 대체로 남성이 여성보다 자존감이 더 높고(Bleidorn et al. 2016), 성인 초기의 여성은 타인의 평가에 민감하여 낮은 자존감을 경험하기 쉬운 집단이기 때문이다(Robins and Trzesniewski 2005). 따라서 이후의 연구에서는 죄책감을 매개변수로 사용하거나 자존감의 성별에 따른 차이를 중심으로 물질주의와 기부의도와의 관계를 살펴보면 흥미로운 연구가 될 수 있을 것이다.

참고문헌

- 고운숙. 1998. “노인의 자아존중감, 생활만족도, 여가만족도, 소외감에 관한 연구.” 석사학위 논문. 인하대학교.
- 김미선. 1996. “물질주의 성향과 충동구매 행동에 관한 연구.” 석사학위논문. 서울대학교.
- 김선숙, 안재진. 2012. “청소년 자원봉사활동이 공동체 의식에 미치는 영향.” 사회복지연구. 제 43권 제1호: 339-363.
- 김주현, 한경혜. 2001. “노년기 자원봉사활동과 자아존중감.” 한국노년학. 제21권 제2호: 209-224.
- 김지혜. 2012. “청소년 봉사활동이 자아존중감과 자아탄력성을 매개로 공동체 의식과 삶의 만족도에 미치는 영향.” 청소년복지연구. 제14권 제1호: 41-62.
- 박연숙, 이성옥, 홍성애. 2012. “중년여성의 호스피스 자원봉사 경험자와 비경험자의 죽음의식과 자아존중감 비교.” 보건의료산업학회지. 제6권 제2호: 35-44.
- 배순생. 1992. “도시노인의 여가생활에 관한 연구.” 석사학위논문. 한양대학교.
- 신효식. 1993. “노부모-성인자녀 간의 결속도, 자아존중감, 심리적 손상간의 인과모형 탐색.” 박사학위논문. 한양대학교.
- 장인협, 최성재. 1997. 노인복지학. 서울대학교 출판부. 서울.
- Jung Kyun Kim. 2018. “Reversing the Materialistic Tide: The Effect of Message Framing on Charitable Giving.” 산업연구. 제42권 제1호: 1-13.
- Csikszentmihalyi, Mihaly and Rochberg-Halton, Eugene. 1978. “Reflections on Materialism.” *University of Chicago Magazine*. Vol. 70, Issue. 3, 6-15.
- Csikszentmihalyi, Mihaly and Rochberg-Halton, Eugene. 1981. *The Meaning of Things: Domestic Symbols and the Self*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bekkers, R. and Wiepking, P. 2007. “Generosity and philanthropy: a literature review.” Available at http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1015507 [accessed on 12 July 2011].
- Bekkers, R. and Wiepking, P. 2010. “A literature review of empirical studies of philanthropy: eight mechanisms that drive charitable giving.” *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. Vol. 20, Issue. 10, 1-50.
- Belk, Russell W. 1983. “Wordly Possessions: Issues and Criticisms.” *Advances in Consumer Research*. Vol. 10, Issue. 1, 514-519.

- Belk, Russell W. 1984a. "Cultural and Historical Differences in Concepts of Self and Their Effects on Attitudes Toward Having and Giving," in NA - *Advances in Consumer Research*. Vol. 11, eds. Thomas Kinnear, Provo, UT: Association for Consumer Research. 754-763.
- Belk, Russell W. and Pollay, Richard W. 1985a. "Images of Ourselves: The Good Life in Twentieth Century Advertising." *Journal of Consumer Research*. Vol. 11, Issue. 4, 887-897.
- Belk, Russell W. and Pollay, Richard W. 1985b. "Materialism and Magazine Advertising During the Twentieth Century." in NA - *Advances in Consumer Research*. Vol. 12, eds. Elizabeth C. Hirschman and Moris B. Holbrook, Provo, UT: Association for Consumer Research. 394-398.
- Bleidorn, W., Arslan, R. C., Denissen, J. J., Rentfrow, P. J., Gebauer, J. E., Potter, J. and Gosling, S. D. 2016. "Age and gender differences in self-esteem: A cross-cultural window." *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 111, Issue. 3, 396-410.
- Boorstin, Daniel J. 1973. *The Americans: The Democratic Experience*. NY: Random House.
- Braun, Ottmar L. and Wicklund, Robert. 1989. "Psychological Antecedents of Conspicuous Consumption." *Journal of Economic Psychology*. Vol. 10, Issue. 2, 161-187.
- Brown, J. D. and Dutton, K. A. 1995. "The thrill of victory, the complexity of defeat: Self-esteem and people's emotional reactions to success and failure." *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 68, Issue. 4, 712-722.
- Chambre, S. M. 1984. "Is volunteering a substitute for role loss in old age?: An empirical test of the activity theory." *The Gerontologist*. Volume. 24, Issue. 3, 292-298.
- Chang, LinChiat and Arkin, Robert M. 2002. "Materialism as an Attempt to Cope with Uncertainty." *Psychology and Marketing*. Vol. 19, Issue. 5, 389-406.
- Clotfelter, C. T. 1980. "Tax incentives and charitable giving: Evidence from a panel of taxpayers." *Journal of Public Economics*. Vol. 13, Issue. 3, 319-340.
- Clotfelter, C. T. and C. E. Steuerle. 1979. *The effect of the federal income tax on charitable giving*. Mimeo, Duke University and Office of Tax Analysis. United

States.

- Fitzmaurice, Julie. 2008. "Splurge purchases and materialism." *Journal of Consumer Marketing*. Vol. 25, Issue. 6, 332-338.
- Feldstein, M. and Clotfelter, C. 1976. "Tax incentives and charitable contributions in the United States." *Journal of Public Economics*. Vol. 5, Issue. 1-2, 1-26.
- Harvey, J. W. 1990. "Benefit Segmentation for Fund Raisers." *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol. 18, Issue. 1, 77-87.
- Jones, A. M. and Posnett, J. W. 1991a. "Charitable donations by UK households: evidence from the Family Expenditure Survey." *Applied Economics*. Vol. 23, Issue. 2, 343-351.
- Kasser, T. 2002. *The High Price of Materialism*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Kasser, T. and Ahuvia, A. C. 2002. "Materialistic Values and Well-Being in Business Students." *European Journal of Social Psychology*. Vol. 32, Issue. 1, 137-146.
- Kasser, T. and Kasser, V. G. 2001. "The dreams of people high and low in materialism." *Journal of Economic Psychology*. Vol. 22, Issue. 6, 693-719.
- Masson, J. Moussaieff. 1976. "The Psychology of the Ascetic." *Journal of Asian Studies*. Vol. 35, Issue. 4, 611-625.
- Mick, David Glen. 1996. "Are Studies of Dark Side Variables Confounded by Socially Desirable Responding? The Case of Materialism." *Journal of Consumer Research*. Vol. 23, Issue. 2, 106-119.
- Nunnally, J. C. 1978. *Psychometric theory*. 2nd ed, NY: McGraw-Hill.
- Podoshen, Jeffrey S. and Susan A. Andrzejewski. 2012. "An examination of the relationships between materialism, conspicuous consumption, impulse buying, and brand loyalty." *Journal of Marketing Theory and Practice*. Vol. 20, Issue. 3, 319-334.
- Podoshen, Jeffrey S., Lu Li and Junfeng Zhang. 2011. "Materialism and conspicuous consumption in China: A cross cultural examination." *International Journal of Consumer Studies*. Vol. 35, Issue. 1, 17-25.
- Richins, Marsha L. 1994a. "Special Possessions and the Expression of Material Values." *Journal of Consumer Research*. Vol. 21, Issue. 3, 522-533.
- Richins, Marsha L. 1994b. "Valuing Things: The Public and Private Meanings of Possessions." *Journal of Consumer Research*. Vol. 21, Issue. 3, 504-521.

- Richins, Marsha L. and Dawson, Scott. 1992. "A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation." *Journal of Consumer Research*. Vol. 19, Issue. 3, 303-316.
- Richins, Marsha L. 1987. "Media, Materialism, and Human Happiness." in *NA - Advances in Consumer Research*. Vol. 14, eds. Melanie Wallendorf and Paul Anderson, Provo, UT: Association for Consumer Research. 352-356.
- Richins, Marsha L. 2004. "The Material Values Scale: Measurement Properties and Development of a Short Form." *Journal of Consumer Research*. Vol. 31, Issue. 1, 209-19.
- Robins, R. W. and Trzesniewski, K. H. 2005. "Self-esteem development across the lifespan." *Current Directions in Psychological Science*. Vol. 14, 158-162.
- Rosenberg, Morris. 1965. *Society and the Adolescent Self-Image*. NJ: Princeton University Press.
- Rushton, J. P., Chrisjohn R. D. and Cynthis Fekken G. 1981. "The altruistic personality and the self-report altruism scale." *Personality and Individual Differences*. Vol. 2, Issue. 4, 293-302.
- Solberg, Emily G., Edward Diener and Michael D. Robinson. 2004. "Why Are Materialists Less Satisfied?" in *Psychology and Consumer Culture*, ed. Tim Kasser and Allen D. Kanner, Washington, DC: American Psychological Association, 29-48.
- Solomon, Michael R. 1983. "The Role of Products as Social Stimuli: A Symbolic Interactionism Perspective." *Journal of Consumer Research*. Vol. 10, Issue. 3, 319-329.
- Trivers, Robert L. 1971. "The Evolution of Reciprocal Altruism." *The Quarterly Review of Biology*. Vol. 46, Issue. 1, 35-39.
- Waterman, Alan S. 1981. "Individualism and Interdependence." *American Psychologist*. Vol. 36, Issue. 7, 762-773.
- Yankelovich, Daniel. 1981. *New Rules: Searching for Self Eulfilment in a World Turned Upside Down*, NY: Random House.

The Investigating of Materialism-Donation Intention Relation : The Moderating role of Self-Esteem

Munjeong Kim*

ABSTRACT

According to Korea Consumer Agency, adults in Korea on average own nine luxury goods and buy about two new luxury goods each year. The perception of “materialism,” which regards possession of money and goods as the best value, is spreading throughout society. Materialism has only been presented as a concept opposite to pro-social behavior such as altruism and sharing, but not enough research has been done on how it actually affects pro-social behavior such as intention to donate. Thus, this study identified the effect of materialism on donation intention and verified whether self-esteem moderates this relationship. This is because people with lower self-esteem can more actively participate in volunteer work to identify the need for their own existence. The results have shown that the higher the materialism, the lower the degree of donation intention, but the influence is not significant. However, it was found that the lower the self-esteem, the greater the degree of donation intention, and the interaction between materialism and self-esteem has shown to have a significant impact on donation intention. In other words, the lower the self-esteem, the higher the tendency of materialism, the greater the degree of donation, and in the case of high self-esteem, the higher and lower the tendency of materialism does not show much difference.

Key Words : Materialism, Donation intention, Self-esteem

* School of Business, Yonsei University, mj-0628@hanmail.net

〈부록〉 척도

물질주의

1. 나는 고가의 집, 차, 의류를 소유한 사람들을 존경한다.
2. 삶에서 가장 중요한 성취의 일부는 물질적 소유를 얻는 것을 포함한다.
3. 내가 소유한 물건은 내가 인생에서 얼마나 잘 살고 있는지를 말해준다.
4. 나는 사람들에게 인상을 줄 수 있는 물건을 소유하길 좋아한다.
5. 나는 보통 내가 필요한 것만을 산다.
6. 내가 소유한 것은 나에게 있어서 중요하지 않다.
7. 나는 실용적이지 않은 물건에도 돈을 쓰는 것을 즐긴다.
8. 물건을 구매하는 것은 나에게 많은 즐거움을 준다.
9. 내 인생을 즐기기 위해 정말로 필요한 모든 것들을 가지려고 한다.
10. 내가 갖지 못한 무언가를 소유하기만 한다면, 내 삶은 더 좋아질 것이다.
11. 내가 더 멋진 물건을 소유하더라도, 나는 행복하지 못할 것이다.
12. 내가 더 많은 것을 구매할 여유가 있다면 나는 행복할 것이다.
13. 내가 원하는 모든 것을 구매할 수 없다는 것이 때때로 나를 괴롭힌다.

자존감

1. 나는 내가 다른 사람들처럼 가치 있는 사람이라고 생각한다.
2. 나는 좋은 성품을 가졌다고 생각한다.
3. 나는 대체적으로 실패한 사람이라는 느낌이 든다.
4. 나는 대부분의 다른 사람들과 같이 일을 잘 할 수가 있다.
5. 나는 자랑할 것이 별로 없다.
6. 나는 내 자신에 대하여 긍정적인 태도를 가지고 있다.
7. 나는 내 자신에 대하여 대체로 만족한다.
8. 나는 내 자신을 좀 더 존경할 수 있으면 좋겠다.
9. 나는 가끔 내 자신이 쓸모없는 사람이라는 느낌이 든다.
10. 나는 때때로 내가 좋지 않은 사람이라고 생각한다.

기부의도

1. 나는 적극적으로 기부에 참여하고 싶다.
2. 나는 기부하는 것을 긍정적으로 생각한다.
3. 나는 적은 비용이라도 기부할 의향이 있다.
4. 나는 자원봉사 활동에 참여할 의향이 있다.