



미래세대(MZ세대)의 사회인식과 가치관 특성 : 세대별 비교 분석

민보경(삶의질그룹장)

미래세대 연구의 필요성

- 미래사회를 전망하고, 국가 미래전략 수립을 위해서는 사회인식의 변화를 살펴보는 것이 필수적이며 미래세대의 가치관을 이해하는 것이 중요함
- 미래세대의 사회인식과 특성을 파악함으로써 현재와 미래의 사회 변화를 진단하고 예측하기 위한 기초자료로 활용 가능함

분석자료 및 연구대상

- 미래세대로서 최근 기성세대와 차별되는 특성을 가지는 MZ세대가 주목받고 있으며, 이는 밀레니얼 세대와 Z세대를 합쳐서 일컫는 용어로 코호트 개념을 바탕으로 세대를 구분할 수 있음
- 밀레니얼 세대(Millennials)는 세계화로 인해 글로벌 문화에 익숙하고 경제가 안정화된 사회에서 성장한 경험이 있음
- Z세대(Generation Z)는 경제적 풍요는 물론, 인터넷, 디지털 문화 속에서 성장함
- 본 연구는 미래세대의 사회인식과 가치관의 특성을 살펴보기 위해 밀레니얼 세대, Z세대를 중심으로 분석하되, 미래세대와 기성세대와의 차이점을 살펴보기 위해 현재 사회에서 활발히 활동하고 있는 X세대와 비교하여 검토함

표 1 세대별 특징 비교

세대구분	출생년도	배경	행동	소비
X세대	1964-1979년	<ul style="list-style-type: none">• 정치적 전환• 자본주의와 능력주의 중심	<ul style="list-style-type: none">• 물질주의• 경쟁적• 개인적	<ul style="list-style-type: none">• 지위(status)• 브랜드와 자동차• 사치품
밀레니얼 세대	1980-1994년	<ul style="list-style-type: none">• 세계화• 경제적 안정• 인터넷의 등장	<ul style="list-style-type: none">• 세계주의자• 도전적• 자아중심적	<ul style="list-style-type: none">• 경험• 축제와 여행• 대표상품(flagships)
Z세대	1995-2009년	<ul style="list-style-type: none">• 이동성과 다중 현실• 소셜 네트워크• 디지털 네이티브	<ul style="list-style-type: none">• 정의되지 않는 정체성• 공동체적• 대화중심• 현실적	<ul style="list-style-type: none">• 독특함• 무제한(unlimited)• 윤리적

자료: 세대별 출생년도 구분은 통계개발원(2022), 특성은 McKinsey&Company(2018)에서 인용

● 미래세대 특성을 살펴보고자 Z세대, 밀레니얼 세대를 X세대와 비교하여 분석

- 분석자료는 국회미래연구원의 2023년 한국인의 행복조사 데이터를 활용¹⁾
- 분석 방법은 Z세대, 밀레니얼 세대, X세대의 특징을 살펴보고 차이를 비교하기 위해 ANOVA 분석을 하였으며 사후검정은 Scheffé 실시

1) 2023년 한국인의 행복조사는 전국 만 15세 이상의 국민을 대상으로 가구방문 면접조사를 실시하여(조사기간 2023년 6월26일-8월20일) 조사 완료된 표본 수는 16,305명으로, 그 중 본 연구를 위해 Z세대 2,541명, 밀레니얼 세대 3,562명, X세대 4,573명을 대상으로 분석 실시

삶과 행복에 대한 인식

- 밀레니얼 세대는 Z세대, X세대보다 삶의 만족도와 자유로운 선택의 수준이 높은 경향을 보이며, 미래의 행복보다 현재의 행복을 상대적으로 중요하게 여기는 경향을 보임
- ‘삶의 만족도’(10점 만점)는 밀레니얼 세대(6.34점)와 Z세대(6.26점)가 X세대(6.19점)보다 높은 경향을 나타냄
- ‘자유롭게 선택하며 원하는 인생을 살 수 있다’(10점 만점)는 밀레니얼 세대(6.55점)가 가장 높은 경향을 보임(Z세대 6.38점, X세대 6.32점)

경제적 부(富) 형성에 대한 권리와 사회적 책임 인식

- Z세대는 경제적 부에 대한 가치를 상대적으로 더 중요시하는 경향을 나타냄
- ‘부자가 되는 것은 중요하다’(5점 만점)는 Z세대(4.04점)가 가장 높게 나타났으며 X세대(3.91점)와 밀레니얼 세대(3.94점)는 비슷한 수준임
- ‘자기가 번 돈은 자기가 원하는 대로 쓸 수 있도록 해야 한다’(5점 만점)는 밀레니얼 세대(3.84점)와 Z세대(3.88점)가 X세대(3.74점)보다 높은 편임

일과 여가에 대한 인식

- 밀레니얼과 Z세대는 X세대에 비해 여가를 중시하는 경향을 나타냈으며, 일을 사회적 의무로 인식하는 정도는 세대간 차이가 크지 않은 편임
- ‘여가시간이 줄어들더라도 일하는 것이 우선이다’(5점 만점)는 밀레니얼 세대(3.37점), Z세대(3.36점)에 비해 X세대가 높은 경향을 나타냄(3.43점)
- ‘일을 하는 것은 사회에 대한 의무이다’(5점 만점)는 밀레니얼 세대(3.48점)가 가장 낮게 나타남(X세대 3.53점, Z세대 3.51점)
- ‘일은 돈벌이 수단이다’(5점 만점)는 밀레니얼 세대(3.62점)와 X세대(3.61점)가 Z세대(3.55점)에 비해 높은 편임

성역할과 결혼에 대한 인식

- 밀레니얼과 Z세대는 X세대에 비해 성역할에 대한 고정관념이 약하며, 결혼에 대한 선호 역시 다소 낮은 것으로 나타남
- ‘남자는 돈을 벌고 여자는 가사를 돌봐야 한다’(5점 만점)에 대해 Z세대(2.80점), 밀레니얼 세대(2.84점)는 X세대(2.91점)에 비해 동의수준이 낮은 편임
- ‘자녀가 어릴 때는 어머니가 자녀를 돌봐야 한다’(5점 만점)에 대해서도 Z세대(3.15점), 밀레니얼 세대(3.24점)는 X세대(3.36점)에 비해 낮게 나타남
- ‘결혼은 하는 것이 좋다’(5점 만점)에 대한 응답을 살펴보면 Z세대(3.18점), 밀레니얼 세대(3.29점)는 X세대(3.39점)보다 상대적으로 낮은 수준임

다양성과 포용성에 대한 인식

● 밀레니얼과 Z세대는 X세대에 비해 다양성과 포용성에 대해 개방적인 인식을 나타냄

- '사람들은 자기와 비슷한 배경을 가진 사람들과 어울려 살아야 한다'(5점 만점)에서 X세대(3.38점)가 밀레니얼 세대(3.35점)나 Z세대(3.33점)에 비해 높은 편임
- '동성애자는 다른 사람들과 어울려 사는데 문제가 없다'(5점 만점)에 대해 Z세대(3.10점), 밀레니얼 세대(3.07점)는 X세대(2.95점)에 비해 높게 나타남
- '한국 정부는 지금보다 난민을 수용할 필요가 있다'(5점 만점)에 대해 Z세대(3.07점), 밀레니얼 세대(3.06점)는 X세대(3.00점)보다 높은 편을 알 수 있음

표 2 세대별 사회인식 및 가치관 차이: 응답결과 평균값

구분	종속변수	세대구분	평균	표준편차	F값	Scheffe
삶과 행복	삶의 만족도 (0-10점)	X세대(a)	6.19	1.336	13.644***	a, c < b
		M세대(b)	6.34	1.307		
		Z세대(c)	6.26	1.339		
삶과 행복	자유롭게 선택하며 원하는 인생을 살 수 있다 (0-10점)	X세대(a)	6.32	1.350	32.161***	a, c < b
		M세대(b)	6.55	1.267		
		Z세대(c)	6.38	1.322		
삶과 행복	미래의 행복보다 현재의 행복이 더 중요하다 (0-10점)	X세대(a)	5.55	1.864	11.276***	
		M세대(b)	5.75	1.876		
		Z세대(c)	5.66	1.898		
경제적 권리와 책임	부자가 되는 것은 중요하다(1-5점)	X세대(a)	3.91	.800	20.551***	a, b < c
		M세대(b)	3.94	.777		
		Z세대(c)	4.04	.776		
경제적 권리와 책임	자기가 번 돈은 자기가 원하는 대로 쓸 수 있도록 해야 한다(1-5점)	X세대(a)	3.74	.912	22.991***	a < b, c
		M세대(b)	3.84	.875		
		Z세대(c)	3.88	.869		
경제적 권리와 책임	남보다 뒤처진 사람은 제도보다 자기자신을 탓해야 한다(1-5점)	X세대(a)	3.45	.901	3.338**	
		M세대(b)	3.43	.906		
		Z세대(c)	3.49	.910		
일과 여가	여가시간이 줄어들더라도 일하는 것이 우선이다 (1-5점)	X세대(a)	3.43	.845	8.203***	c, b < a
		M세대(b)	3.37	.890		
		Z세대(c)	3.36	.912		
일과 여가	일을 하는 것은 사회에 대한 의무이다 (1-5점)	X세대(a)	3.53	.819	2.531**	
		M세대(b)	3.48	.851		
		Z세대(c)	3.51	.817		
일과 여가	일은 돈벌이 수단이다 (1-5점)	X세대(a)	3.61	.865	5.664***	c < a, b
		M세대(b)	3.62	.863		
		Z세대(c)	3.55	.860		
성역할과 결혼	남자는 돈을 벌고 여자는 가사를 돌봐야 한다 (1-5점)	X세대(a)	2.91	1.025	10.375***	c, b < a
		M세대(b)	2.84	1.061		
		Z세대(c)	2.80	1.076		
성역할과 결혼	자녀가 어릴 때는 어머니가 자녀를 돌봐야 한다 (1-5점)	X세대(a)	3.36	.971	36.160***	c, b < a
		M세대(b)	3.24	.995		
		Z세대(c)	3.15	1.030		
성역할과 결혼	결혼은 하는 것이 좋다 (1-5점)	X세대(a)	3.39	.892	43.615***	c < b < a
		M세대(b)	3.29	.935		
		Z세대(c)	3.18	.909		
다양성과 포용성	사람들은 자기와 비슷한 배경을 가진 사람들과 어울려 살아야 한다(1-5점)	X세대(a)	3.38	.817	3.798**	
		M세대(b)	3.35	.827		
		Z세대(c)	3.33	.838		
다양성과 포용성	동성애자는 다른 사람들과 어울려 사는데 문제가 없다 (1-5점)	X세대(a)	2.95	1.019	22.987***	a < b, c
		M세대(b)	3.07	.996		
		Z세대(c)	3.10	1.023		
다양성과 포용성	한국 정부는 지금보다 난민을 수용할 필요가 있다 (1-5점)	X세대(a)	3.00	.942	6.543***	a < b, c
		M세대(b)	3.06	.926		
		Z세대(c)	3.07	.962		

주) *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

시사점

- **MZ세대는 X세대와 비교하면 삶의 만족도가 높은 편이며, 미래보다는 현재의 행복을 상대적으로 중요하게 여기고 있음을 확인함**
 - 특히 밀레니얼 세대는 '자유롭게 선택하며 인생을 살 수 있다'에 대한 동의수준이 높은 편이며, 불확실한 미래의 행복보다는 현재의 행복을 중요시하고 있는 것으로 나타남
 - MZ세대는 X세대보다 물질적 풍요를 중요하게 여기는 것으로 나타났으며, 부의 형성에 대해서는 개인의 책임의식이, 부의 사용에 대해서는 개인의 권리의식이 상대적으로 강함을 보여줌
- **MZ세대는 여가시간을 중요시하고, 개인의 자유로운 생활을 우선시하는 것을 확인할 수 있었음**
 - MZ세대의 특성을 반영하고 그들의 만족도 향상을 위해 재택근무, 유연근무제, 워케이션(work+vacation) 등 근무방식의 다양화를 검토할 수 있음
 - MZ세대의 여가를 중시하는 특성은 생계를 위해 노동시장에서 많은 시간을 보낼 경우 출산과 양육이 아닌 제약된 시간 내에서의 여가를 선택할 수 있으므로 최근 심화되고 있는 저출생의 대책을 위해 일·생활 균형, 근로시간 정책 등을 함께 살펴보는 것이 필요함
- **MZ세대는 '남성은 생계부양, 여성은 자녀양육'이라는 성역할의 고정관념은 완화되었고, X세대에 비해 다양성과 포용성의 가치를 중요하게 여기는 것을 확인하였으며 추후 성별, 혼인상태별 등 추가 분석을 실시하여 보다 세밀한 검토가 필요함**
 - 최근 청년세대를 중심으로 나타나고 있는 자유주의, 개인주의, 성평등적 관점에서 기존 가족정책을 평가하고, 대안을 제시할 필요 있음(김유나·박애리, 2022)
 - 미래 정책 수립 시 MZ세대의 가치관을 반영하여 양성평등, 포용 사회 등을 구현하고, 혼인, 혈연, 법률적 관계를 중심으로 한 전통적 가족개념을 넘어 다양한 관계를 포괄하는 확장된 개념과 제도적 고찰이 필요함

참고문헌

- 김유나·박애리(2022) 잠재프로파일분석을 활용한 세대집단별 가족가치관 유형화 연구, 한국가버너스학회보 제29권 제2호, 203-224.
- 통계개발원(2022) "MZ세대의 생활 환경: 생활비 원천, 주거실태", KOSTAT 통계플러스(2022년 봄호)
- Mckinsey & Company (2018) Generation Z and its implications for companies, (from <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>).