

정보적 영향에 의한 의복동조성 연구

- Informational Social Influence on Clothing Conformity -

동국대학교 정미실
연세대학교 감혜원

Dept. of Home Economics Education, Dongguk Univ.

Assistant Professor : Chung, Mi Sil

Dept. of Clothing and Textiles, Yonsei Univ.

Professor : Kahng, He Won

〈목 차〉

- | | |
|------------|-------------|
| I. 서론 | IV. 결과 및 논의 |
| II. 이론적 배경 | V. 결론 |
| III. 연구방법 | 참고문헌 |

〈Abstract〉

The purpose of the present study was to identify the effects of communicator, type of clothing and subject's age on informational influence on clothing conformity.

The sample consisted of 205 subjects assigned to two groups (female college students in their early twenties and housewives in their late thirties living in kyongju).

In this study the research design consisted of a 3(communicator)×2(subject's age)×2(type of clothing) factorial design. The stimuli consisted of 10 color photographs (6 one-piece dresses and 4 jeans in current fashion) In the first step, subjects were asked to arrange stimuli in the order of greatest fashionability. In the second step, subjects were exposed to experimental manipulation which consisted of slides of various clothing styles and an essay concerning a forecast on fashion trends. The communicator in the essay was described as a designer, a college student, or a housewife. In the third step, in addition to other questions subjects were asked to indicate their degree of agreement with the essay. The data were analyzed by ANOVA, X^2 and t-test.

The results were:

1. Informational influence on clothing conformity varied by communicator, type of clothing, and subject's age. Subjects were most conforming when the communicator

was described as a designer and when the clothing style was a one-piece dress.

2. Informational influence results revealed that housewives were more conforming than the female college students in the jean style.

I. 서 론

인간은 누구나 한가지 이상의 집단에 속해 있고, 이 소속감을 나타내는 가장 손쉬운 수단인 의복(衣服)이다. 그러므로 특정집단의 규범에 따라 의복을 착용하는 의복의 동조성(同調性)은 인간의 기본욕구인 소속의 욕구를 만족시켜 준다. 또한 타인의 행동 즉 다수의 판단과 의견은 유용한 정보를 제공해 주기 때문에, 자신이 가지고 있던 생각을 수정하여 정보에 쫓아가는 동조현상이 의복에서도 나타나며, 이것은 올바르게 의복을 입으려는 욕구를 만족시켜 준다.

현재까지 의복의 동조성에 대한 선행연구들은 주로 준거집단에 대한 규범적 영향을 밝히려는 것이었으나 실제로 의복의 착용이나 구매에서 정보원(information source)의 영향은 중요하다. 그러므로 규범적 영향 및 정보적 영향에 의한 의복의 동조성 연구가 다같이 이루어져야 하며, 이 두가지의 영향에 의한 동조성은 내재되어 있는 동기가 다르기 때문에 분리해서 연구해야 될 필요가 있다.

본 연구의 목적은 정보적 영향에 의한 의복 동조성과 이에 관계되는 변인의 영향을 규명하는 것이다. 구체적으로 1) 정보적 영향에 의한 의복동조성에 대한 정보제공자(디자이너, 여대생, 주부)의 차이를 밝힌다. 2) 정보적 영향에 의한 의복동조성에 대한 피험자 연령(20대 초반, 30대 후반)의 차이를 밝힌다. 3) 정보적 영향에 의한 의복동조성에 대한 의복유형(원피스, 진바지)의 차이를 밝힌다.

II. 이론적 배경

1. 동조성의 개념

Eysenck 등(1972)에 의하면 동조성이란 준거집단의 규범, 기준에 기초한 행동이나 태도이고, Kiesler

등(1970)은 동조성은 실제 또는 상상되는 집단압력의 결과로 인한 행동, 신념의 변화라고 하였다. 그러므로 동조성이란 일반적으로 개인이 집단 혹은 다수에 일치하려는 경향, 즉 다른 모든 사람들이 행하기 때문에 어떤 행위를 하는 것을 의미한다(Sears 등, 1985).

Deutsch 등(1955)은 사람들이 동조하는 심리적 근거로 규범적 사회적 영향과 정보적 사회적 영향을 구분하였다.

규범적 사회적 영향에 의한 동조는 사회적 인정을 받고 비난을 피하기 위하여 다수의 기대(규범)에 부응하려는 것을 의미하며, 사회적인 이미지와 결과에 대한 관심에서 동기화한다. 또한 사회적 압력으로 인하여 개인적으로는 동의하지 않으면서 따르는 경우가 많기 때문에 대부분 순종(compliance)을 유도한다.

정보적 사회적 영향에 의한 동조는 현실이 모호할 때 타인의 행동이 유용한 정보를 제공해 주기 때문에 다수의 판단과 의견을 객관적 현실에 관한 정보로서 받아들일려는 것을 의미한다. 이는 올바르게 되려는 욕망에서 동기화되고, 개인적으로 동의하며 자율적으로 따르는 개인적 수용(private acceptance)을 유도한다. 정보적 영향에 의한 동조성 연구들에서 자기 자신이 다른 사람보다 유능하다고 지각할 때는 동조성이 감소되었고(Ettinger 등, 1971), 판단이 어려운 과제일수록 다른 사람의 의견에 더 동조하였다(Coleman, 1958).

2. 정보적 영향에 의한 의복의 동조성

의복의 동조성(clothing conformity)이란 특정규범의 기준에 맞추어 옷을 입는 것을 의미하고, 의복규범이란 한 사회집단의 전형적인 의복착용 방법을 뜻한다(Horn 등, 1981). 또한 의복동조는 의복에 대한 태도나 복식행동이 다른 사람의 영향을 받는 것이다

(박혜선, 1989).

의복의 동조성은 긍정적인 측면과 부정적인 측면을 가질 수 있다. 긍정적인 측면에서 본다면 의복의 동조성은 사회적 상호작용에서 중요한 동일시의 감정 및 집단에 대한 충성심, 결속, 안정감, 소속감 등을 나타낼 수 있고, 부정적인 측면은 개인에게 단조롭고 답답한 느낌을 줄 수 있다(Kaiser, 1990).

의복의 동조성은 규범적 영향 및 정보적 영향의 두가지 동기에 의하여 나타나며, 규범적 영향에 의한 의복의 동조성은 자기 자신이 속한 집단의 의복 규범에 따르는 것을 의미한다.

정보적 영향에 의한 의복의 동조성은 타인을 유용한 의복정보의 근원으로 생각하여 그 정보를 따르는 것을 의미한다. 의복의 선택은 다른 사람들로부터 받은 정보에 의해 영향을 받고(Davis, 1984), 신옥순 등(1978)은 유행에 동조하는 경향은 정보적 사회적 영향으로 설명될 수 있다고 하였으며, 의복의 동조성이 높은 사람은 유행정보원과의 접촉을 중요시하였다(최선행 등, 1987).

의복의 동조성에 대한 최초의 실험연구로 Davis 등(1983)은 규범적 및 정보적 영향에 의한 동조성 개념을 의복에 도입했다. 이 연구는 자극물의 모호한 정도와 정보제공시 준거집단의 영향을 밝혔다. 그 결

과, 전문가 및 주부가 정보제공자였던 집단만이 높은 동조성을 불러 일으켰고, 또한 현재보다 미래유행성의 판단에 더 높은 동조성을 보였다.

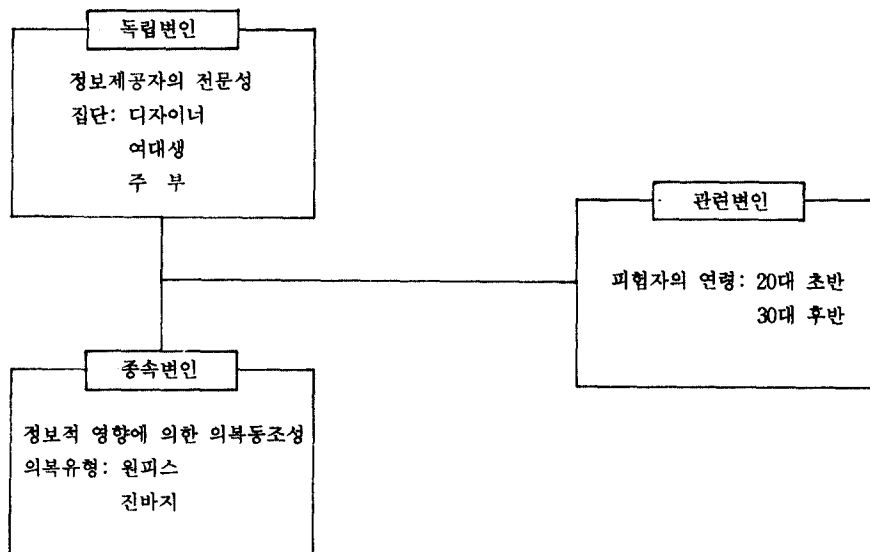
Ⅲ. 연구방법

본 연구는 실험연구방법으로 접근하였으며, 자료 수집은 설문지에 의하였다. 실험디자인은 <도표 1>과 같이 3×2×2의 요인설계이고, 정보제공자와 연령은 피험자간, 의복유형은 피험자내 설계를 사용하였다. 피험자는 경주에 거주하는 20대 초반의 여대생 106명과 30대 후반의 주부 99명으로 총 205명이었다.

가설은 '정보적 영향에 의한 의복동조성은 정보제공자 및 피험자의 연령에 따라 아무런 차이가 없을 것이다'로 설정하였고, 부가적 관심은 의복유형에 따른 정보적 영향에 의한 의복동조성의 차이, 의복유형의 구매의사 빈도, 정보적 영향에 의한 의복동조성과 정보제공스타일 구매의사간의 관계에 대한 규명이었다.

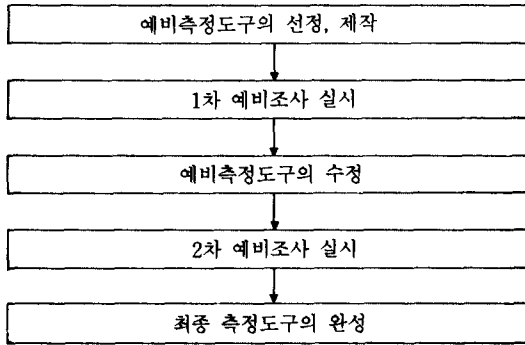
1. 측정도구의 작성 및 제작절차

측정도구의 작성은 <도표 2>와 같이 5단계를 거쳐



<도표 1> 실험디자인

완성되었다.



〈도표 2〉 측정도구의 작성

1) 예비측정도구의 제작

국내 패션잡지와 의복목록에서 1970년대 중반부터 89년도까지 투피스 및 바지에 대한 유행스타일을 연도별로 발췌하는 내용분석과정을 거쳤다. 이것을 토대로 투피스 및 바지의 유행스타일 6개씩 연구자가 선정한 후, 각 스타일에 대한 유행성을 판단집단에게 5점척도로 평정시켰고, 평정결과에 따라 투피스 4개, 바지 4개 스타일을 선택하였다. 완성된 예비자극물은 75년부터 89년까지 투피스 및 바지에 대한 약 5년간격의 유행스타일이었다.

2) 1차 예비조사의 실시

예비측정도구를 사용하여 서울 여대생과 경주 여대생을 대상으로 1차 예비조사를 실시하였다.

절차는 먼저 자극물을 보고 투피스 및 바지의 유행변화순서를 나열시켰고, 그 다음 정보를 제공하였다. 정보의 제공은 '유행스타일의 예측'이라는 제목하에 피험자집단에 따라 정보제공자만을 달리 하는 내용의 제시문으로 하였다. 그 후 동일한 자극물을 다시 제시하고 처음과 같은 질문을 하였다.

1차 예비조사에서 나타난 문제점은 피험자들의 유행스타일에 대한 인지도가 너무 높아 정보제공효과가 별로 나타나지 않았고, 정보를 제공할 때 피험자들이 제시문을 주의깊게 읽지 않는 것으로 판단되어 슬라이드 사용의 첨가를 고려하게 되었다. 또한 정

보제공후, 처음의 유행변화순서 나열과 동일한 질문을 다시 한다는 것은 실험목적에 노출시킬 가능성이 있었다.

3) 예비측정도구의 수정

1차 예비조사 실시 후 나타난 문제점을 보완하여 예비측정도구를 수정하였다.

(1) 새로운 자극물 제작과정

현재 유행하고 있는 원피스 및 진바지 스타일을 국내의 패션잡지 및 의복목록에서 조사하는 내용분석과정을 거쳤고, 연구자가 원피스 12개, 진바지 4개의 그림을 1차적으로 선택한 후, 의복 전문가집단의 평가를 거쳐 원피스 6개, 진바지 4개 스타일을 선정하였다.

(2) 정보제공을 위한 슬라이드 제작과정

여대생 30명에게 원피스 6개, 진바지 4개의 자극물 중 각각 첨단유행이라고 생각되는 스타일을 하나씩 고르도록 한 후 가장 응답빈도가 낮은 스타일을 정보제공용으로 선정하였다. 선정된 의복유형은 원피스의 경우 칼라가 없고 작은 단추가 앞에 달렸으며 이중 치마인 스타일이고, 진바지는 허리부터 바지밑단까지 일자형태인 스타일이었다.

(3) 정보를 제공하는 내용의 제시문

공신력을 높이기 위하여 유명패션 잡지에 실린 기사를 발췌한 것으로 조작하였고, 잡지의 기사가 유행을 예측한 정보를 질문하였다.

4) 2차 예비조사의 실시

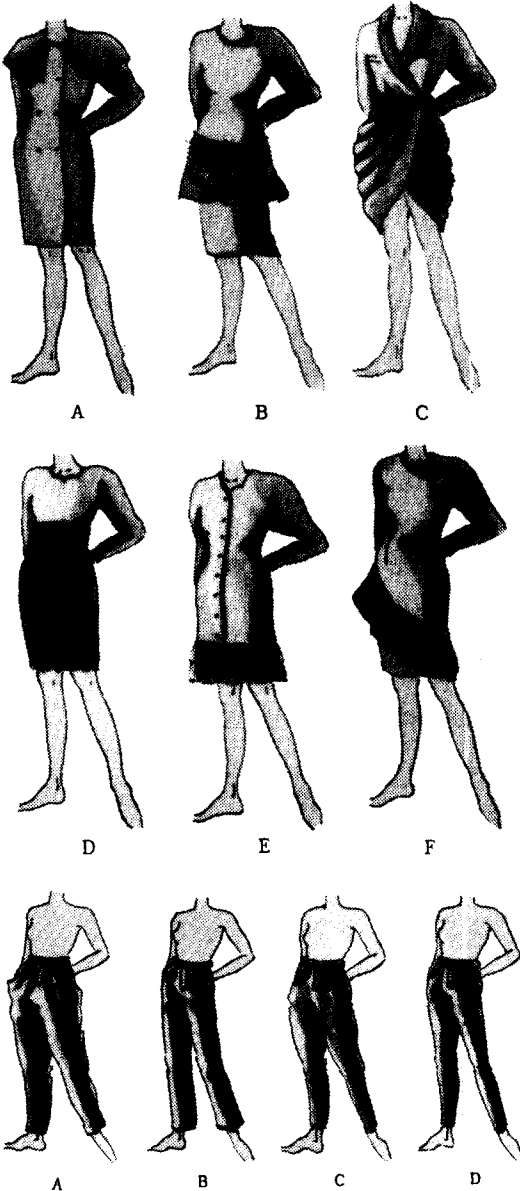
수정된 예비측정도구를 사용하여 2차 예비조사를 실시한 결과, 새로운 자극물과 정보제공방법으로 제시문과 슬라이드를 사용한 것은 정보적 영향에 의한 의복동조의 효과를 크게 했고, 별 문제가 없어 본 실험의 측정도구로 사용하였다. 단지, 잡지의 기사가 유행을 예측한 정도로 정보적 영향에 의한 의복동조성을 측정하는 것은 타당하지 않다고 판단되어 정보제공자가 말한 내용에 동의하는 정도로 문항을 바꾸었다.

5) 최종 측정도구의 완성

2차례의 예비조사를 거쳐 완성된 자극물은 〈그림

1)과 같다. 최종 자극물 I은 노란색 원피스 및 얼은 청색의 진바지 사진이고, 최종 자극물 II는 보라색 원피스 및 진한 청색의 진바지 사진으로서, 자극물 I과 II는 스타일은 동일하나 색상과 배치가 달랐다. 이는 얼핏 보아 처음 제시한 것과 두번째 제시한 것이 다른 것처럼 보이게 하기 위해서였다.

피험자들에게 제시된 슬라이드는 모두 10장이며,



<그림 1> 자극물

그 내용은 정보제공용 2장(원피스 1, 진바지 1), 중요한 단어들이 적힌 2장(90년도 가을/겨울 유행, 디자이너 또는 여대생 또는 주부와의 인터뷰), 실험 목적을 은폐하기 위해 가외로 들어가는 6장(투피스 2, 코트 2, 원피스 1, 진바지 1)으로 구성되었다.

정보를 제공하는 제시문은 정보제공자만을 달리한 3종류였고, 피험자 집단에 따라 특정 정보제공자가 90년도 가을/겨울에는 정보제공스타일이 유행할 것이라고 예측하는 내용이었으며, 정보제공자가 말한 내용에 동의하는 정도, 유행예측스타일을 입고 싶은 정도, 선호의 정도, 자신의 체형과 이미지에 맞는 정도, 자극물 II중에서 구매하고 싶은 스타일을 질문하였다.

최종 측정도구를 사용한 본실험의 절차는 먼저 설문지에 부착된 자극물 I을 보고 원피스 및 진바지의 유행변화를 과거에서 현재의 순서로 나열시켰고, 설문지를 회수한 후, 슬라이드를 보여 주었다. 그 후 정보를 제공하는 제시문을 제시하였고 관련된 질문을 하였다.

정보적 영향에 의한 의복 동조성은 정보제공자가 유행을 예측한 내용에 동의한 정도로 간주하였고, 가능한 점수는 1~5점이며, 점수가 높을수록 정보적 영향에 의한 의복동조성이 높은 것을 의미한다.

자료분석은 이원변량분석, t-test, X²-test를 실시하였고, 각 집단별 평균 및 표준편차를 산출하였다.

IV. 결과 및 논의

전체 피험자는 총 205명이었으나, 실제로 통계분석에 사용된 자료는 원피스의 경우 177명, 진바지의 경우 183명이었다. 통계분석에서 제외된 것은 정보제공후의 응답이 정보제공의 효과인지 판단할 수 없는 자료들로서, 구체적으로는 자극물 I의 유행변화 순서를 나열할 때 정보제공스타일이 90년도 가을/겨울에 유행할 것이라고 응답한 피험자들이었다.

1. 가설의 검증

정보적 영향에 의한 의복동조성은 정보제공자 및 피험자의 연령에 따라 아무런 차이가 없을 것이라는

가설은 이원변량분석으로 검증하였다.

〈표 1〉과 같이 원피스는 정보제공자에 따라서 차이가 있었고, 진바지는 〈표 2〉와 같이 정보제공자 및 연령에 따라서 차이를 나타내어 가설은 부분적으로 기각되었다.

즉 의복에 대한 전문적 지식을 가진 디자이너가 유행예측스타일에 대한 정보를 제공했을 때 피험자들은 그 정보를 신뢰하여 가장 많이 동조하였다. 이것은 Davis 등(1983)의 연구에서 전문가가 정보를 제공했을 때 높은 동조성을 보인 것과 일치하고, 차배근(1977)의 연구에서 공신력이 높은 정보원의 메시지가 수용자의 태도를 더 많이 변화시켰다는 연구 결과를 지지한다.

또한 정보적 영향에 의한 의복동조성이 진바지의 경우에만 연령에 따른 차이를 보여 30대가 20대보다 더 동조적으로 나타난 것은 자기 자신이 잘 모르는 불확실한 내용에 대하여 다른 사람의 정보를 더 많이 받아들이는 것으로 해석된다.

대량생산과 대량소비가 특징인 현대의 고도산업사회에서는 정보의 전달이 중요하다. 기업은 대량소비를 유발하기 위하여 광고를 이용하지 않을 수 없고, 소비자는 상품의 효율적인 선택을 위하여 적절한 정보를 필요로 하므로 광고에 의존하게 되며, 또한 대규모의 백화점, 상가(商街)등에서 자연스럽게 설득적 정보적 자극에 접하게 된다. 이러한 추세는 더욱

가속화될 것이므로 앞으로의 의복동조성은 정보적 영향에 의한 동기가 보다 중요시될 것으로 생각된다.

2. 부가적 관심의 규명

1) 의복유형에 따른 정보적 영향에 의한 의복동조성의 차이

정보적 영향에 의한 의복동조성이 의복유형(원피스, 진바지)에 따라 차이가 있는지를 밝히기 위하여 t-test로 검증하였다. 그 결과 〈표 3〉과 같이 20대에서만 원피스에 대한 동조가 진바지보다 유의적으로 높았다.

이것은 20대 여대생들은 현재 대학 캠퍼스의 유행이 유니섹스의복이고, 진바지를 주로 착용하므로 자신들이 잘 입지 않는 원피스에 대하여 관심이 높지 않고, 30대는 비교적 젊은 주부들이고 캐주얼화의 영향으로 원피스와 진바지를 비슷한 정도로 착용하고 있기 때문인 것으로 생각된다.

한편, 본 연구에서 자극물의 의복유형에 있어서 원피스나 진바지대신 한복을 제시해서 정보적 영향에 의한 의복동조성을 연구했다면 다른 결과가 나타났을 것으로 생각된다. 한복은 스타일의 유행변화속도가 양장보다 느리고, 착용목적이 일상복보다는 특수복이나 예복으로 많이 사용된다. 따라서 대부분의 사

〈표 1〉 정보제공자 및 연령에 따른 정보적 영향에 의한 의복 동조성에 대한 변량분석:원피스

변인 \ 변량원	S.S.	D.F.	M.S.	F
정보제공자(I)	36.34	2	18.17	19.75
연령(A)	0.02	1	0.02	0.02
I × A	0.04	2	0.02	0.02

*** p<.001

〈표 2〉 정보제공자 및 연령에 따른 정보적 영향에 의한 의복 동조성에 대한 변량분석:진바지

변인 \ 변량원	S.S.	D.F.	M.S.	F
정보제공자(I)	17.81	2	8.90	7.99***
연령(A)	7.13	1	7.13	6.40*
I × A	0.26	2	0.13	0.12

*p<.05 ***p<.001

〈표 3〉 정보적 영향에 의한 의복 동조성에 대한 의복유형의 차이

연령	의복유형 M.& S.D	원 피스		진 바 지		T 값
		평 균	표준편차	평 균	표준편차	
20대		3.51	1.02	2.91	1.13	3.78**
30대		3.45	1.03	3.31	0.99	1.13
전 체		3.48	1.02	3.12	1.07	3.52**

**p<.01

람들, 특히 여대생은 한복 스타일에 대해서 잘 모르기 때문에 정보제공효과가 본 연구 결과와는 다를 수도 있었을 것이다.

2) 의복유형의 구매의사 빈도

원피스: 만약 올 가을에 유행을 고려해서 원피스를 산다면 어떤 스타일을 구매할 것인가?의 질문에서 〈표 4〉와 같이 유행예측스타일이라고 정보를 제공한 스타일 E(이중치마)를 구매하겠다는 사람이 전체 피험자의 32%로 가장 높은 비율을 나타내었다. 이는 원피스가 정장스타일의 의복이므로 유행성을 많이 고려하기 때문인 것으로 풀이된다. 한편, 연령별로 볼 때 20대 여대생은 유행예측스타일에 대해 가장 높은 구매의사를 나타내었고, 두번째가 스타일 A(클래식 스타일), 세번째가 스타일 D(허리부분을 강조한 스타일) 순이었다. 그러나 30대 주부는 가장 많은 구매의사를 보인 것이 스타일 F(치마에 사선으로 주름이 지는 스타일), 두번째가 유행예측스타일, 세번째가 클래식 스타일이었다. 이러한 결과는 제시된 유행예측 스타일이 30대 주부보다 20대 여대

생에게 더 적합하고 선호되는 스타일이었으며, 30대 주부들은 이중치마 스타일을 자신들이 입기에는 점잖지 못하다고 생각했을 가능성도 있다. 또한 클래식한 스타일은 두 집단간에 공통적으로 선택되었고, 20대는 체형에 자신이 있어 허리를 강조한 스타일을 택한 것으로 보여진다.

진바지: 만약 올 가을에 유행을 고려해서 진바지를 산다면 어떤 스타일을 구매할 것인가?의 질문에서 〈표 5〉와 같이 피험자 전체로 볼 때 유행예측스타일로 정보를 제공한 스타일 B(일자바지)보다 스타일 C(엉덩이 부분이 넉넉하고 발목으로 갈수록 좁아지는 것)를 제일 많이 구매하겠다고 응답하였다. 이는 진바지는 일상복이기 때문에 유행성보다는 자기 자신의 취향에 맞추어 선택한 것으로 풀이된다. 한편, 20대 여대생이 가장 많은 구매의사를 보인 것이 스타일 D(허리부터 발목까지 딱 붙는 스타일), 그 다음이 스타일 C, 스타일 B의 순서였고, 30대 주부는 스타일 B, 스타일 C, 스타일 A(전체적으로 넉넉한 스타일)의 순서로 나타나 연령집단간에 차이를 보였다.

〈표 4〉 원피스의 구매의사 빈도

스타일	피험자	20대		30대		전 체	
		명	%	명	%	명	%
A		29	34	17	19	46	26
B		5	6	5	6	10	6
C		1	1	3	3	4	2
D		14	16	13	14	27	15
E		32	37	24	26	56	32
F		5	6	29	32	34	19

$\chi^2=22.13^{***}$ d.f.=5 $***p<.001$ □ 정보제공 스타일

〈표 5〉 진바지의 구매의사 빈도

스타일 \ 피험자	20대		30대		전체	
	명	%	명	%	명	%
A	6	6	20	22	26	14
B	21	23	30	33	51	28
C	28	31	28	30	56	31
D	36	40	14	15	50	27

$$\chi^2=18.80^{***} \text{ d.f.}=3 \text{ ***} p<.001 \quad \square \text{ 정보제공 스타일}$$

3) 정보적 영향에 의한 의복동조성과 정보제공스타일 구매의사간의 관계

정보를 제공한 내용에 동의하는 정도와 정보제공스타일 구매의사여부간의 관계를 χ^2 -test로 검증하였다. 응답한 정보내용에 대한 동의정도는 실제로 5단계였으나, 편의상 3단계 즉, '전적으로 동의한다'와 '비교적 동의한다'를 합하여 '동의함'으로 '별로 동의하지 않는다'와 '전혀 동의하지 않는다'를 합하여 '동의 안 함'으로 간주하였다. 그 결과, 〈표 6〉과 같이 피험자 전체로 볼 때, 원피스의 경우에 동의정도와 구매의사여부간에 의미있는 관계가 있었다. 따라서 원피스는 진바지보다 유행성에 관계된 정보제공에 의한 광고 및 판매효과가 큰 상품으로 기대된다.

〈표 6〉 정보적 영향에 의한 의복 동조에 따른 구매의사의 차이:원피스에 대한 전체 피험자

동의정도 \ 구매여부	구매함	구매 안함
동의함	83.9%	57.7%
그저 그렇다	4.8%	18.9%
동의 안함	11.3%	23.4%

$$\chi^2=12.83^{**} \text{ d.f.}=2 \text{ **} p<.01$$

또한 〈표 7〉 〈표 8〉과 같이 20대는 원피스 및 진바지에서 정보제공에 대한 동의정도와 구매의사여부간에 의미있는 관계가 있었다. 즉 원피스의 경우, 정보제공스타일을 구매하겠다고 응답한 사람중의 86.8%가, 진바지는 72%가 정보제공에 동의를 한 사람이었다. 이는 20대 여대생들의 경우, 의복의 유행성이 구매에 결정적인 영향을 미치는데 반해, 30대 주부는 의복구매시 유행성이외에도 여러가지 요인을

〈표 7〉 정보적 영향에 의한 의복 동조에 따른 구매의사의 차이:원피스에 대한 20대

동의정도 \ 구매여부	구매함	구매 안함
동의함	86.8%	60.4%
그저 그렇다	5.3%	14.6%
동의 안함	7.9%	25.0%

$$\chi^2=7.37^* \text{ d.f.}=2 \text{ *} p<.05$$

〈표 8〉 정보적 영향에 의한 의복 동조에 따른 구매의사의 차이:진바지에 대한 20대

동의정도 \ 구매여부	구매함	구매 안함
동의함	72.0%	35.1%
그저 그렇다	4.0%	16.2%
동의 안함	24.0%	48.6%

$$\chi^2=10.51^{**} \text{ d.f.}=2 \text{ **} p<.01$$

고려하기 때문에 유행예측스타일의 동의가 구매와 직접 연결이 안되는 것으로 해석된다.

한편, 정보적 영향에 의한 의복동조성에서 정보를 제공한 내용에 동의하는 정도와 정보제공스타일의 구매의사간에는 관계가 있었으므로 정보적 영향에 의한 의복동조성은 구매에 영향을 미치는 요인으로 볼 수 있다. 따라서 의복에 대한 전문가나 판매대상이 동일시할 수 있는 사람이 정보를 제공한다면 소비자들은 이 정보제공내용에 비교적 많이 동의할 것이며, 이러한 본 연구결과는 의류판매촉진에 도움을 줄 것으로 생각된다. 현재 외국은 물론 우리나라도 소비자에게 신뢰감을 주는 사람이나 동일시의 대상 즉 인기연예인, 스포츠맨을 활용하여 정보제공의 효과를 높이고 있다.

V. 결 론

본 연구에 대하여 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

연구의 목적은 정보적 영향에 의한 의복동조성에 대하여 정보제공자, 피험자의 연령, 의복유형이 미치는 영향을 규명하는 데 있다.

본 연구는 실험연구방법으로 접근하였으며, 실험 연구를 실시한 이유는 정보제공자의 전문성을 3수준(디자이너, 여대생, 주부)으로 조작할 필요가 있었기 때문이었다. 자료수집은 설문지에 의하였고, 피험자는 경주 여자 2집단의 205명이었다.

실험디자인은 3(정보제공자)×2(피험자의 연령)×2(의복유형)의 요인설계이고, 정보제공자 및 연령은 피험자간, 의복유형은 피험자내 설계였다. 자극물은 현재 유행하는(current) 스타일의 진바지 및 원피스의 칼라사진을 사용하였으며, 처음 단계에서 사진을 보고 의복유형별로 스타일의 유행변화과정을 과거에서 현재의 순서로 나열하도록 하였다. 두번째 단계에서는 정보제공자가 어떤 특정스타일에 대한 유행예측의 정보를 제공하는 실험처치를 하였으며, 실험처치방법은 슬라이드와 제시문을 병행하여 사용하였다. 세번째 단계에서 정보제공자가 말한 내용에 동의하는 정도, 자극물중에서 구매하고 싶은 스타일 등 6가지를 질문하였다.

연구결과에 따른 결론은 다음과 같다.

1. 정보적 영향에 의한 의복동조성은 정보제공자가 디자이너, 여대생, 주부의 순서로 높게 나타나 전문성이 높은 정보제공자가 정보를 제공할 때 더 많이 동의하였다.
2. 정보적 영향에 의한 의복동조성에서 우리나라 여성들은 진바지보다 원피스에 대한 동조가 더 높아 의복유형에 따라 제공된 정보에 동의하는 정도가 달랐다.
3. 정보적 영향에 의한 의복동조성과 정보제공스타일 구매의사간의 관계는 20대 연령층에서만 관련성이 있어 여대생들은 정보제공에 동의한 많은 사람이 정보제공스타일을 구매하겠다고 하였다.

본 연구는 이론정립과 결과의 적용면에서 볼 때

정보적 영향에 의한 의복동조성을 국내에서는 처음으로 실험연구로 접근하였으므로, 앞으로 실험을 통한 의복동조성 연구에 도움을 줄 수 있고, 의류업계에서 여대생이나 주부를 판매대상으로 설정했을 때 의류생산과 판매전략에 유용한 자료를 제공할 수 있다는 점에서 의의를 갖는다.

제한점은 자극물의 의복유형이 원피스 및 진바지였으므로 자극물 제시가 가능한 피험자의 선정으로 인하여 피험자 집단간의 연령차이가 그다지 크지 않았다는 것과 정보적 영향에 의한 의복동조성을 제공된 의복정보에 동의하는 정도만으로 간주하였다는 점이다.

후속연구에서는 의복에 대한 지식이 여자보다 부족하고, 따라서 정보의 효과가 좀 더 클 것으로 기대되는 남자도 포함시켜 성별에 따른 정보적 영향에 의한 의복동조성을 비교하는 것이 필요하다. 남자를 피험자로 선정하였을 경우에는 정보내용에 있어서 그들이 잘 모르는 유행정보보다 실질적인 의복의 내구성이나 안락감에 대한 정보를 제공하는 것이 보다 적절할 것이다. 또한 정보제공자변인과 정보제공방법을 함께 조작하여 이 두가지 변인이 정보적 영향에 의한 의복동조성에 미치는 주효과와 상호작용효과를 밝힘으로써 좀더 실제적인 자료를 제공하는 것이 요구된다.

【참고문헌】

- 1) 박혜선, 의복동조성에 대한 이론적 연구, 한국의류학회지, 제13권, 3호, 1989, pp. 223~241.
- 2) 신옥순, 서봉연, 이순원, 자아정체감과 외모를 통한 자아개념 및 개성에 관한 의복심리학적 연구, 한국의류학회지, 제2권 2호, 1978, pp. 9~17.
- 3) 차배근, 정보원의 공신력이 수용자들의 태도변용에 미치는 효과에 관한 실험연구, 서울대학교 사회과학 논문집 제2집, 1977, pp. 1~25.
- 4) 최선형, 이은영, 유행선도자의 특성 연구, 한국의류학회지 제11권 3호, 1987, pp. 15~24.
- 5) Coleman, J. F. Blake, R. R. and Mouton, J. S. Task Difficulty and Conformity Pressures, Journal of Abnormal and Social Psychology, Vol. 57, 1958,

- pp. 120~122.
- 6) Davis, L. L. Clothing and Human Behavior: A Review, Home Economics Research Journal, Vol. 12, No. 3, 1984, pp. 325~339.
- 7) Davis, L. L. and Miller, F. G. Conformity and Judgments of Fashionability, Home Economics Research Journal, Vol. 11, No. 4, 1983. pp. 337~342.
- 8) Deutsch, M. and Gerard H. B. A study of Normative and Informational Social Influence upon Individual Judgment, Journal of Abnormal and Social Psychology, Vol. 51, 1955, pp. 629~636.
- 9) Ettinger, R. F. Marino, C. J. Endler, N. S. Geller, S. H. and Natzink T. Effects of Agreement and Correctness on Relative Competence and Conformity, Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 19, No. 2, 1971. pp. 204~212.
- 10) Eysenck, H. J. Wurzburg W. A and Berne, R. M. Encyclopedia of Psychology, Vol. 1, Search Press, London, 1972, p. 207.
- 11) Horn, M. J. and Gurel L. M. The Second Skin (3rd Ed.), Boston: Houghton Mifflin Co., 1981, p. 217.
- 12) Kaiser, S. B. The Social Psychology of Clothing (2nd Ed.) N. Y.: Macmillan Publishing Co., 1990. pp. 472~473.
- 13) Kiesler, C. A. and Kiesler, S. B. Conformity, Reading MA: Addison-Wesley Publishing Co., 1970. p. 12.
- 14) Sears, D. O. Freedman, J. L. and Peplau, L. A. Social Psychology(5th Ed.), N. J.: Prentice-Hall, Inc., 1985, p. 327.