

통학복 유형에 따른 의복행동에 관한 비교연구  
—광주지역 남·여 고등학생을 중심으로—

A Comparative Study on the Clothing Behavior by a Type of Campus Wear  
—With an Emphasis for the Boy's and Girl's High School Students in Kwangju—

동신대학교 생활과학대학 의류학과  
전임강사 유 명의

Dongshin University. Department of Clothing and Textiles.

Instructor; Myung lee, Yoo

—(목 차)—

- |                 |             |
|-----------------|-------------|
| I. 서론           | IV. 결과 및 논의 |
| II. 이론적 배경      | V. 요약 및 결론  |
| III. 연구 방법 및 절차 |             |

〈Abstract〉

The purpose of this study is to investigate the present states and preferences for a type of campus wear, the differences between the life-style variables and clothing behavior among school uniform students and non-uniform students, to explore variables of the purchasing tendency in clothes of boys' and girls' high school students.

The questionnaires were administered to samples of four boys' and girls' high schools respectively in Kwangju. The data from 522 respondents were analyzed in using Frequency and T-test.

The results were as follows:

1. Most of schools are likely to take a school uniform system in the near future but students do not have favorable attitude against the system.
2. There were partly significant differences between the clothing behavior variables (boys: psychological dependence, comfort and atmosphere of the store, girls: downtown shopping) among school uniform students and non-uniform students.
3. There were partly significant differences between life-style variables(boys:

leadership and social attitude, advertisement confidence, girls : price consciousness) among school uniform students and non-uniform students.

4. About 80% of the subject group planned their clothing purchase in advance, and their parents and friends influenced on clothing buying behaviors more than other fashion information sources, however, for the boy students the atmosphere of the store is most affecting variables. The store in which the subject group purchased clothing most frequently was a specialty fashion store. In clothing selection, aesthetic factors were shown as important factor and the most affecting mass media is TV.

## I. 서 론

의복은 한 개인의 외모를 표현해 줄 뿐 아니라 내재적인 특성도 나타내주어 제2의 피부로 지칭될만큼 착용자를 지각하는데 하나의 상징이 되고 또 무엇인가를 전달하는 단서가 되기도 한다." 즉 사람들이 선택하는 의복은 대부분 자신에 관해 가지고 있는 개념과 그들의 개성을 반영하며, 개개인이 각각의 독특한 방법으로 환경에 적응해 가는 자기 표현"이라 할 수 있다.

Ryan<sup>3)</sup>은 신체적으로나 심리적으로 변화가 많고 자아인식이 강한 청소년들은 의복과 외모에 관심이 많아서 의복을 사회적응의 수단으로 인식하게 된다고 하였고 Kaiser<sup>4)</sup>는 생활주기상 청소년기는 외모의 중요성이 강하게 인식되는 시기이며 고교생들에 있어 개인적인 매력은 그들의 의복에 관련된다고 하였다. 이와 같이 청소년기에 있어서의 의복은 한 개인을 표현해 줄 뿐만 아니라 사회적응의 차원에서도 잘 지도되어야 하는 중요한 문제라 볼 수 있다.

더구나 우리나라의 경우 청소년기에 해당하는 중·고교시절에 교복이라는 이름의 획일적인 유니폼을 착용해오다 1983년에 실시된 교복 자율화 조치로 인하여 하나의 전환점을 맞이하게 되었으나 발표당사의 완전 자율화(어떤 형태로든지 통일된 유니폼은 허용되지 않았음)에서 '86년에는 학교장의 재량에 맡겨 교복 착용 일부를 허용하였고 급기야 '90년에는 교복착용 권장으로 바뀌는 여러 우여곡절 끝에, 이전과는 약간 다를지라도 다시 교복으로 환원되는 시점에 이르렀다. 다른 어느시기 보다도 의복이 중요한 청소년 시절에 이러한 시행착오를 겪는다는 점은

그대로 간과되어서는 안되는 중요한 문제라고 할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 남·여 고등학생을 대상으로 하여

1) 통학복에 대한 태도를 착용실태 및 선호실태를 중심으로 조사하고

2) 통학복에 대한 정책 변경의 과도기적인 시점에 존재할 수 있는 두 집단, 즉 통학복으로 교복을 착용하는 학생들과 자유복을 착용하는 학생들에 대하여 의복에 대한 관심, 태도, 구매특성 등을 포함하는 의복행동의 차이를 비교분석함으로써 통학복의 유형에 따라 서로 다르게 나타날 수 있는 측면들을 살펴보고, 또 작업의 편의상 라이프스타일변인은 의복행동과의 관련성을 고려하여 생활과 시간, 돈의 사용으로 구성하여, 과연 통학복의 유형에 따라 차이가 있는지를 알아보며

3) 의복의 구매선호변인들을 조사하여 주니어 의류시장에 남·여고등학생의 의복구매에 관련된 정보를 제공하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 청소년기의 의복행동

우선 우리나라의 교육제도상 고교 재학 시절은 대개 만 16세~만 18세까지로 청소년기에 해당한다고 볼 수 있다. 청소년기(Adolescence)란 Latin어인 'adole cere'에서 유래한 말로 '자란다' 또는 '성숙한다'의 뜻을 갖는데 어의에서도 볼 수 있듯이 심신의 모든 면이 아동에서 성인으로 옮겨가는 과도기로서

신체적으로나 정신적으로 여러 기능이 성숙하여 이성에 대한 관심이 커지고 자아 의식이 발달하며 사회적으로도 계속하여 발달을 보는 시기이다. 그러나 자신이 되고자 하는 이상적인 모습과는 거리가 멀어 심리적으로 항상 불안감을 떨치지 못하기 때문에 자신에 대한 확신보다 외부의 지원을 몹시 원하여 주변환경에 민감해지기 쉽다. 이러한 심리적 불안 또는 신체적인 불균형을 해결하는 방편으로 많은 부분을 의복에 의존하고 있음을 여러 연구들이 밝히고 있다.

Elizabeth B. Hurlock<sup>9)</sup>은 고교 혹은 대학시절처럼 눈에 띄는 의복을 요구하는 시기도 없을 뿐더러 의복비의 지출도 많고 스타일면에서도 최고로 극단적인 것을 추구한다고 하였고 Symonds, Harris, Vener, Anastasi, Miller 등도 의복에 대한 관심이 12세 경부터 급격한 증가를 보여 18세에 최고조에 이르며 18세 이후에는 어느 정도 의복에 대한 관심이 줄어든다고 하여 특히 청소년기가 의복에 대한 관심이 지대하기 때문에 의복행동의 여러 측면에서 매우 중요한 시기임을 강조하였다.<sup>10)</sup> 또한 Ryan<sup>7)</sup>은 의복에 대한 만족·불만족이 그 어느때 보다 청소년기의 정서나 행동에 영향을 미치며 청소년기의 자신감은 그 자신의 외모에 대한 그의 평가에 의해 영향 받는다고 하였고 Silberman과 Alexander 등도 청소년기에 있어 어울리는 적당한 의복은 자기확신감과 안정감을 부여하는 중요한 매체임을 확인시켜 주고 있다. 더우기 Hollingworth는 청소년기에 발생하는 범죄에 대한 통계에서 고려할만한 점은 의복에 대한 강한 욕망에서 직접적으로 기인되기도 한다고 하여 의복에 대한 지나친 흥미나 욕구는 범죄(delinquency)의 한 요인이 될 수도 있음이 지적<sup>11)</sup>되기도 할만큼 청소년기의 의복행동은 청소년들 자신에게나 사회적으로도 지대한 관심의 대상이 아닐 수 없다.

## 2. 라이프 스타일(Life Style)과 의복행동(Clothing behavior)

라이프 스타일이란 Max Weber와 정신분석학자인 Alfred Adler에 의해 만들어진 것으로 웨버<sup>9)</sup>는 경제적 관점의 사회계층을 설명하는 과정에서 계급(class)

이외의 지위 그룹(status group)이라는 개념을 제안했는데 이것은 소비양식, 생활태도가 비슷하여 어떤 다른 스타일을 공유하고 있다고 생각할 수 있다라고 설명하고 있다. 이에 Duncan은 웨버의 Lebensfuhrung (웨버의 저서에 사용된 라이프 스타일에 해당하는 원어)은 단순한 기호나 태도를 의미하는데 머물지 않고 사회생활에 있어서 하나의 통합원리라는 것을 지적하여 라이프 스타일이라 해석해야 한다고 하였다.<sup>10)</sup> 이러한 개념을 1963년 William Lazer가 마케팅에 도입하여 널리 사용하게 되었다. Engel, Blackwell, Kollar<sup>11)</sup> 라이프 스타일이란 사람의 생활과 시간과 돈을 소비하는 유형으로 소비행동에 영향을 주는 중요한 인간특성이며 개인의 문화, 사회, 준거집단(reference group) 가족들의 영향을 받아 습득한 것이지만 구체적으로 개인의 가치체계나 개성의 파생물이라고 정의하기도 하였다.

한편 사람들은 태어나서 죽을때까지 거의 대부분의 시간을 의복을 착용한 상태로 보내기 때문에 의복행동(Clothing behavior)은 인간행동의 한 분야로서 대단히 중요하다고 볼 수 있다. 의복을 가장 기본적으로 간단한 라이프 스타일의 표현이라고 한 Silberman<sup>12)</sup>의 표현이나 의복이 사람들의 가치체계나 라이프 스타일을 가장 잘 나타내주는 단서중의 하나라고 한 Kefgan과 Touchie-Specht<sup>13)</sup>의 견해는 의복행동과 라이프 스타일과의 불가분의 관계를 잘 설명해 준다고 할 수 있다. 즉 현대 사회의 라이프 스타일 경향이 개성화의 추구, 간소화의 지향, 남녀 성차의 부정, 여성의 사회 진출의 증가, Leisure에 대한 관심의 증가 등으로 변화한다고 볼 때 이들은 의복에 있어서의 캐주얼화, 유니섹스 모드의 등장, 진(jean)과 니트(knit)의 사용증가, Leisure Wear 산업의 급신장 등으로 반영되었다<sup>14)</sup>고 할 수 있다.

이러한 라이프 스타일은 마케팅의 필요에 따라 특정 제품의 소비패턴이나 A.I.O.(Activities, Interests, Opinion)와 자아개념(self-concept) 등의 심리학적 변수에 의해서라든지<sup>15)</sup> 단골구매 등의 구매 패턴, 그리고 여러 인구 통계학적인 변수 등의 측정을 통해 유형별로 분류<sup>16)</sup>되고 있으며 더욱 더 세분되어 인구 통계학적 혹은 사회 경제적으로 동질의 집단이라고 간주되는 집단을 대상으로도 서로 다른 라이프 스타

일의 유형을 찾아내고 있다. Jenkins와 Dickey<sup>17)</sup>는 중하류층을 대상으로 하여 라이프 스타일 유형을 분류해 내었고 특히 Gurel<sup>18)</sup>등은 고교생을 대상으로 유행지향성 행동을 분석하여 6개의 라이프 스타일 유형을 분석해 내었으며, 우리나라에서도 제일기획<sup>19)</sup>에서 서울 거주 가정주부를 대상으로, 이성주<sup>20)</sup>는 서울 시내 여대생을 대상으로 라이프 스타일을 세분화하여 보고하였다.

이렇듯 인구통계학적인, 지리적인, 혹은 사회경제적 배경이 동일한 집단내에서도 서로 다른 라이프 스타일이 존재함을 여러 연구자들이 지속적으로 밝히고 있다.

### Ⅲ. 연구방법 및 절차

#### 1. 측정도구

남·여 고등학생들의 일반적인 라이프 스타일과 의복행동, 구매선호변인 및 일반적인 사항을 조사하기 위하여 4부분의 총 94문항으로 된 질문지를 사용하였다.

##### 1) 의복행동을 측정하기 위한 문항

Gutman과 Mill<sup>21)</sup>, 박은주<sup>22)</sup>, 홍금희<sup>23)</sup>, 이혜주<sup>24)</sup>의 연구에서 사용했던 것을 토대로하여 고등학생에 맞게 수정 보완하였다. 예비 조사를 거쳐 빈도가 너무 치우치거나 응답이 없는 문항을 삭제 또는 보완하여 의복에 대한 관심 등 12개의 변인과 46개의 문항으로 구성하였고 5단계 리커트 척도로 점수가 높을수록 그 변인에 대한 성향이 강함을 의미한다.

##### 2) 라이프 스타일 변인에 관한 문항

Reynolds, Crask, 및 Wells<sup>25)</sup>, Wells와 Tigert<sup>26)</sup>, 이혜주<sup>27)</sup>의 연구에서 사용되었던 문항 중 고등학생에 맞게 수정 보완하여 성역할에 대한 태도 등 11개의 변인과 이에 관련된 31개 문항으로 구성하였다. 5단계 리커트 척도를 사용하였으며 점수가 높을수록 그 변인에 대한 성향이 강함을 의미한다.

##### 3) 의복의 구매선호변인 및 일반적인 사항을 측정

하기 위한 문항

김애련<sup>28)</sup>, 정명선<sup>29)</sup>의 연구에서 사용되었던 것을 기본으로 문항을 작성하여 예비조사를 거쳐 수정 보완한 9개의 문항과 통학복의 종류, 선호하는 통학복, 학년, 가족의 월수입 등을 조사하였다.

#### 2. 표집대상 및 자료분석

광주 시내 소재하는 남·여 고등학생을 대상으로 학교별 통학복 착용실태를 조사하였고 이중 통학복으로 교복을 착용하는 남·여 고등학교 4개교 그리고, 자유복을 착용하는 남·여 고등학교 4개교에

〈표 1〉 조사대상자의 일반적인 특성 (N=522)

배경변인		빈도	
		빈도	%
성별	남	235	45.0
	여	279	53.4
통학복의 유형	교복	259	49.6
	자유복	248	47.5
	병용	8	1.5
학년	1	180	34.5
	2	211	40.4
	3	125	23.9
가족의 월수입	40만원 미만	18	3.4
	40만원이상-70만원미만	44	8.4
	70만원이상-100만원미만	221	42.4
	100만원 이상	206	39.5

1991년 9월 24일부터 10월 8일 사이에 질문지를 배부하여 조사를 실시하였다(표 1). 질문지는 총 600부를 배부하여 554부가 회수되었고 이중 무성의하거나 응답이 불안정한 자료를 제외시킨 후 522부를 최종적으로 통계 처리하였다.

자료분석을 위해 백분율, 빈도분포, 표준편차 등을 구하였으며 연구문제의 검증을 위해 T-test가 적용되었고 전체 Data는 Spss Pc' Package를 이용하여 분석하였다. 단, 무응답의 경우에는 Missing Data로 처리되었기 때문에 자료에 따라 전체 응답자수는 다르다.

### 3. 용어에 대한 정의

- 통학복(campus wear) : 등 하교시를 포함하여 학생들이 학교생활을 할 때 착용하는 의복
- 교복(school uniform) : 제복 또는 Uniform의 의미로 지정된 형태의 통학복을 말한다.
- 자유복(non-uniform) : 학생들이 자유스럽게 선택하여 입을 수 있는 통학복을 말한다.
- 의복 행동  
의복행동 또는 의복에 대하여 갖는 행동, 태도 등을 의미한다.
  - 의복에 대한 관심 : 의복에 대한 태도, 습관, 착용 등에 관한 관심을 나타낸다.
  - 유행에 대한 관심 : 유행에 대해 이야기하거나 주의를 기울이는 행위를 말한다.
  - 심리적 의존성(Psychological dependence) : 의복을 통한 기분전환, 의복이 주는 좋은 기분 또는 좋은 분위기를 갖는 등 의복이 주는 느낌에 민감하게 영향받는 것을 의미한다.
  - 심미성 : 의복을 통해서 아름다움을 성취하고자 하는 것을 나타낸다.
  - 안락감 : 질감을 비롯한 육체적 반응을 중요하게 생각하며 편한 의복을 착용하려는 행위를 나타낸다.
  - 정숙성 : 의복의 선택이나 습관이 보수적이며 신체 노출을 억제하고 남의 눈에 띄이지 않는 의복을 착용하려는 경향을 의미한다.
  - 동조성 : 소속감을 위하여 준거집단의 규범에 준하여 의복을 착용하려는 행위를 의미한다.
  - 의복관리 및 구매계획 : 의복의 세탁이나 보관·관리에 대한 관심과 계획에 의해 의복을 구매하는 행위를 나타낸다.
  - 상점 분위기 : 의복구매시 상점의 실내장식이나 판매원에 의해 영향받는 행위를 나타낸다.
  - 유행 정보원 사용 : 의복구매시 상점진열이나 광고, 팸플렛, 다른 사람의 의복을 통해 유행에 대한 지식이나 정보를 얻는 행위를 나타낸다.
  - 변화가 구매 : 의복구매 장소를 변화가로 선택하는 행위를 나타낸다.
  - 선택의 근거 : 원하는 옷을 발견할 때까지 상점을 돌아다니는 행위를 말한다.

### \*라이프 스타일변인(life-style variables)

- 생활 전반에 걸친 행동(behavior), 흥미(interest), 의견(opinion) 등을 의미하며, 본 연구에서는 의복행동과의 관련성을 고려하여 일상생활시에 갖는 태도 및 시간과 돈을 소비하는 태도나 행위를 의미한다.
- 〈생활〉
  - 성역할에 대한 태도 : 성의 역할에 개방적 내지 전통적 의견의 소유여부를 나타낸다.
  - 자신감 : 자신의 능력에 확신을 가지고 있는 것을 나타낸다.
  - 의견선도 및 사회적 태도 : 사회생활에 적극적이고 활동적인 경향 또는 주변의 의사결정, 정보획득에 도움을 주거나 영향을 끼치는 행위를 말한다.
  - 혁신성 : 일상적인 생활 및 구매행동에서 새로운 시도를 하는 것을 말한다.
  - 구매습관 : 상품 구매시의 습관, 태도, 의견 등을 말한다.
  - 광고 신뢰 : 광고를 믿는 것을 말한다.
- 〈시간〉
  - 여가·오락 : 영화감상이나 라디오 청취 또는 휴식 시간이나 여가 시간을 보내는 수단을 나타낸다.
  - 스포츠에 대한 관심 : 운동경기 중계방송 청취나 신문의 스포츠란에 대한 관심을 나타낸다.
  - 잡지구독 : 패션잡지 보기를 즐기는가와 여성잡지구독에 대해 필요성을 가지는가를 나타낸다.
  - 예술에 대한 관심 : 전람회에 가거나 클래식 음악을 감상하거나 무용 발표회에 가는 등의 고전적 예술에 대한 관심을 말한다.
- 〈돈〉
  - 상품가격 인식 : 상품의 가격에 주의를 기울이고 관심을 갖는 것을 나타낸다.

## IV. 결과 및 논의

### 1. 통학복의 착용 및 선호실태

〈표 2〉는 광주 시내 소재 36개교에 대하여 통학복의 착용실태를 조사한 것이고 〈표 3〉은 본 연구의 조사 대상자에 대한 통학복의 선호실태를 조사한 결과이다.

〈표 2〉 광주 시내 소재 남자고등학교학생들의 통학복 착용 실태

통학복의 유형	남 고 생		여 고 생	
	학교수	%	학교수	%
교복	4개교	17.4	2개교	15.4
부분적인 교복착용 (1학년, 1·2학년만 착용하는 경우)	15개교	65.2	7개교	53.8
자유복	4개교	17.4	4개교	30.8
계	23개교	100.0	13개교	100.0

남자 고등학생의 통학복 착용실태의 경우는 통학복으로 교복을 착용하는 학교가 4개교(17.4%), 현재 1학년 혹은 1,2학년만 착용하지만 앞으로 1~2년 후에는 모두 교복을 착용할 것으로 예상되는 학교(부분적인 교복 착용)가 15개교(65.6%), 자유복을 착용하는 학교가 4개교(17.4%)로 나타나 거의 대부분의 학교가 교복으로 환원될 것으로 보이며 여자 고등학생들도 거의 비슷한 수준이다. 이러한 결과는 정부가 그동안 학교장 재량에 맡기던 자율방침교수에서 '90년부터 교복권장으로 선회했기 때문<sup>30)</sup>으로 생각된다.

통학복으로서의 교복에 대한 찬반논의는 60년대에도 간혹 있었지만 70년대 들어 활발히 진행되어, 1979년 12월에 문교부는 김옥길 장관의 교육, 행정 자율화 지시에 따라 각급 사립학교의 공납금, 등록금 자율화와 함께 중·고등학생 교복의 자율화 방안을 검토중이라고 밝혔는데,<sup>31)</sup> 그 자세한 내용인즉 '중고생의 교복(제복, uniform)은 교육의 기본정책과는 깊은 관련이 없기 때문에 내년 신학기부터라도 교복

에 관한 규정을 바꾸어 학교 재량에 맡긴다는 것'이었다.<sup>32)</sup> 따라서 이 즈음 일간지를 비롯한 각 언론기관에서는 학생, 학부모, 교사·학계 및 각계 각층의 인사들을 대상으로 여론을 조사하여 보도하였고 가정학을 중심으로 한 학계에서는 자율화 실시를 전후하여 30여 편의 연구 논문이 발표되었으며 자율화 실시 이후 최근까지 지속적으로 자율화에 대한 다양한 측면의 연구 보고가 되고 있다. 그 내용들 중에는 교복에 대한 찬성 및 반대율도 포함하고 있어 〈표 4〉에 1982년까지는 이경자<sup>33)</sup>의 보고에서, 그 이후는 본 연구자가 교복에 대한 반대율의 추이를 정리하였다.(연구에 따라 표현이 상이한 부분이 있어서 교복에 대한 반대는 교복자율화에 대한 찬성과 동일하게 간주하였다)

이로서 보면 여학생의 경우에 교복 자율화 실시 시점인 '82년까지 교복 반대율이 점차 증가되었고, '82년 전경희<sup>34)</sup>의 연구나 '88년 정명선<sup>35)</sup>의 연구 결과에서 80% 이상에 이르고 있으나 '91년 유경숙<sup>36)</sup>의 조사에서 54.3%가 반대한 것으로 조사되었으며 본 연구 조사에서도 교복대 자유복의 선호도가 50%:41%로 교복을 약간 더 선호하는 것으로 조사되었다. 그러나 남학생의 경우는 〈표 4〉에서 보듯이 '80년까지 교복에 대한 반대율이 계속 증가하였고 자율화가 실시되고 있던 '84년의 정미실<sup>35)</sup>의 연구에서 대부분의 남학생이 자율화를 찬성한다고 하였다. 그리고 '85년 정하신<sup>37)</sup>은 81.7%, 양승진<sup>38)</sup>은 86%가 교복자율화를 찬성한다고 보고하여 대다수가 극히 교복자율화를 긍정적으로 받아들이고 있음을 알 수 있었다. 따라서 거의 모든 학교가 교복을 착용하게 될 것으로 전개될 상황과는 거리가 있다고 보아진다. 특히 남학생들이 교복을 더 반대하는 점을 간과해서는 안

〈표 3〉 조사대상 남·여 고등학생들의 통학복 선호실태

선호하는 통학복	집단분류		전체 (N=522)		교복착용 집단 (N=259)		자유복 착용 집단 (N=248)		남고생 (N=235)		여고생 (N=279)	
	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%
교복	225	43.1	151	58.3	72	29.0	85	36.2	140	50.2		
자유복	239	45.8	70	27.0	167	67.3	121	51.5	116	41.6		
병용	48	9.2	37	14.3	8	3.2	26	11.1	22	7.9		

〈표 4〉 교복에 대한 반대율(%)

조사년도	'74	'76	'78	'80	'82	'85	'88	'91
조사자	최홍자	임경순	이봉화	최문길	전경희	정하진 <sup>32</sup>	정명선 <sup>33</sup>	유경숙 <sup>34</sup>
조사대상	서울 여고생	전국남 여고생	서울·지방 남·여고생	서울 여고생	전국 여고생	서울 남고생	지방 여고생	지방 여고생
교복반대 또는 교복자율화에 대한 찬성율(%)	남학생	27.1	50.1	57.4			81.7	
	여학생	5	8.6	서울:38 지방:65	34.4	81.7		80이상

될 것이며 이점에 관해서는 뒤에 더 자세히 언급될 것이다.

한편, 통학복으로 교복을 착용하는 집단에서는 교복(58%)이 자유복(27%)보다 선호되고 있고 자유복을 착용하는 집단에서는 자유복(67%)이 교복(29%)보다 선호도가 높아서 현재의 통학복에 더 높은 지지를 나타내었으며 이는 Choiz의 “교복에 대한 태도는 일반적으로 교복을 착용하는 학생들이 긍정적이었고 교복을 착용하지 않는 학교의 학생들이 부정적”이라는 연구결과<sup>35</sup>와 일치하여 통학복에 대한 결

정과 이에 따르는 지도의 중요성이 한층 부각된다고 할 수 있다.

## 2. 통학복의 유형에 따른 의복행동의 차이

〈표 6〉은 통학복의 유형에 따른 의복행동의 차이를 교복과 자유복 착용 집단으로 나누어 분석한 결과이다.

12개의 변인 가운데 남고생들은 심리적 의존성(p<0.05), 안락감(p<0.05), 상점분위기(p<0.01)에서 의

〈표 5〉 통학복 유형에 따른 의복행동의 차이

조사대상 통학복유형	전체(N=522)			남자(N=235)			여자(N=279)		
	교복 (N=259)	자유복 (N=263)	T	교복 (N=124)	자유복 (N=105)	T	교복 (N=134)	자유복 (N=143)	T
	Mean	Mean		Mean	Mean		Mean	Mean	
의복에 대한 관심	12.56	12.83	-0.88	12.41	12.57	-0.33	12.72	13.02	-0.76
유행에 대한 관심	14.87	14.86	0.02	14.93	15.00	-0.12	14.78	14.75	0.05
심리적 의존성	11.75	12.28	-1.78	11.43	12.50	-2.32*	12.07	12.11	-0.12
심미성	14.43	14.23	0.70	14.04	13.96	0.19	14.81	14.44	1.06
안락감	16.87	17.58	-2.40*	16.22	17.29	-2.31*	17.47	17.79	-0.85
정숙성	12.28	12.42	-0.06	11.73	12.09	-1.01	12.81	12.66	0.49
동조성	9.10	9.21	-0.63	9.08	9.12	-0.12	9.13	9.28	-0.65
의복관리·구매계획	18.19	18.65	-1.42	17.82	18.54	-1.42	18.52	18.74	-0.52
상점 분위기	10.40	10.98	-2.59**	10.42	11.26	-2.51**	10.37	10.77	-1.37
유행정보원 활동	14.85	15.31	-1.40	14.74	15.10	-0.66	14.90	15.51	-1.37
번화가 구매	3.00	3.23	-2.16*	3.10	3.29	-1.19	2.91	3.18	-1.92*
선택의 끈기	3.63	3.66	-0.32	3.51	3.62	-0.73	3.76	3.69	0.52

\* P < 0.05    \*\* P < 0.01

미있는 차이가 있었고 여고생들은 변화가 구매( $p < 0.05$ )에서만 의미있는 차이가 있었다. 자유복을 착용하는 남학생들이 교복을 착용하는 남학생들보다 의복에 따라 심리적인 영향을 받아서 자유로이 선택한 의복을 통해서 좋은 느낌과 분위기를 갖는다든지, 기분을 전환한다든지 하는 등 의복에 대한 심리적인 의존도가 크다는 것을 알 수 있다.

Baughier, 및 Martin<sup>38)</sup>은 청소년기는 과도기이므로 안정되어 있지 못하고 사회의 압력, 부모와의 갈등, 미래에 대한 불안 등 압박감(stress)을 많이 받는 시기라 하였고 이들은 행동과 심리 상태가 과민할 뿐 아니라 동요가 심하고 흥분하기 쉬워서 정서가 불안정하며 대인 관계의 적응도 순조롭지 못한 경향이 있는 등 청소년기가 신체적인 면에서 뿐 아니라 정서적인 면에서도 과도기 임을 앞서도 이미 언급한 바 있다. 이와 같이 청소년기는 자신에 대해 불확실하고 감상적이기 때문에 의복에 따른 동요가 심하여 의복에 대한 심리적 의존성(Psychological dependence)이 커지게 되는 것이다.<sup>39)</sup> 그러므로 분균형한 체형 발달에 대한 보완이 상대적으로 유리하고 심리적으로도 각자의 체격에 부합되는 의복을 자유로이 선택함으로써 안녕(well-being)과 좋은 기분을 느낄 수 있기 때문에 자유복을 착용하는 학생들에게서 심리적 의존성이 높게 나타난 것은 당연한 결과로 보아진다.

Latzke와 Hostetter<sup>40)</sup>에 의하면 의복의 안락감은 의복을 착용하는 2차적 동기중의 하나지만 오늘날 서구사회에서는 높이 평가되고 있는 의복착용동기 중의 하나이며 과거 50년 동안 남자들의 의복은 형태와 색상이 다양해짐과 함께 안락감을 중요시하는 경향으로 발달하여 왔다고 하였고 Kefgen과 Baldwin<sup>41)</sup>은 청소년기에는 안락감을 인식하게 되며 이는 연령이 높아질수록 증가한다고 하였다. 신체활동을 많이 하는 남학생의 경우 의복의 기능적인 측면은 대단히 중요하고 특히 안락감의 경우 더욱 그러하다. 따라서 일정한 형태의 유니폼일 때에는 비록 어느 정도 디자인이나 재질의 다양성이 존재한다 하더라도 자유복에 비하여 편안하지 않다고 여겨지는 듯하며 자유로운 의사에 의해 선택된 의복을 착용하였을 경우에 보다 자신감을 가질 수 있고 이러한 사람은 안락

감을 중시한다는 정미실<sup>42)</sup>의 연구 결과를 지지한다고 보아진다. 그러나 여학생들에게서는 의미있는 차이가 나타나지 않았다. 즉 여고생들보다는 남고생들이 심리적인 면에서나 신체적인 면에서 자유복을 착용함으로써 보다 편안하고 안락감을 느끼고, 이러한 점들이 남학생들이 자유복을 더 선호한다는 <표 3>의 결과와 같은 맥락에서 설명되어질 수 있다고 생각하는 바이다. 자유복을 착용하는 남학생들이 교복을 착용하는 남학생들에게 비하여 상점 분위기에 더욱 관심을 갖는 것으로 나타났다. 즉 자유복을 착용하는 경우에는 의류상품의 구입기회가 많기 때문에 자주 상점을 가게되고 상점의 실내장식을 포함한 전체적인 상점 분위기를 의식하며 의복 선택시 실질적인 정보를 얻고자 하는 욕망 때문에 판매원의 태도에도 많은 관심을 기울이는 것으로 사료된다.

한편 자유복을 착용하는 여학생들이 교복을 착용하는 여학생보다 변화가에서 구매하고자 하는 경우가 많은 것으로 나타났다. 이는 앞서 지적한 바 있는 여성 의복의 다양한 디자인, 종류 때문에 변화가까지 나가서 구입하는 수고를 아끼지 않으며 특히 광주지역은 의류상점들이 시내의 중심부에 위치하고 있는 "충장로"라고 하고 패션거리를 중심으로 집중되어 있기 때문이라고 풀이된다.

그외의 의복 행동 변인들에서는 비록 통계적으로 의미있는 차이는 발견되지 않았지만 심미성을 제외한 모든 변인들이 교복착용 집단에 비하여 자유복을 착용하는 집단에서 높게 나타난 점을 지적해 두고 싶다.

### 3. 통학복의 유형에 따른 일반적인 라이프 스타일 변인의 차이

<표 5>는 현재 착용하고 있는 통학복에 따라 교복 착용집단과 자유복 착용 집단으로 나누어 일반적인 라이프 스타일 변인의 차이를 분석한 결과이다. 남고생들은 11개의 변인 가운데서 의견선도 및 사회적 태도와 ( $p < 0.01$ ), 광고신뢰에서 ( $p < 0.05$ ) 의미있는 차이가 나타났고 여고생들은 가격인식( $P < 0.05$ )에서만 의미있는 차이가 있었다.

이 결과는 통학복으로 자유복을 착용하는 남학생



〈표 6〉 통학복 유형에 따른 일반적인 라이프 스타일 변인의 차이

조사대상	전체 (N=522)			남고생 (N=235)			여고생 (N=279)			
	통학복유형		T	교복		T	자유복		T	
	(N=259)	(N=248)		(N=124)	(N=105)		(N=134)	(N=143)		
라이프스타일변인	Mean	Mean		Mean	Mean		Mean	Mean		
학생	성역학에 대한 태도	9.17	9.51	-1.68	8.10	8.46	-1.25	10.16	10.28	-0.53
	자신감	15.60	15.11	1.74	15.98	15.76	0.52	15.24	14.64	1.63
	의견선도 사회적 태도	11.60	12.06	-2.05*	11.74	12.60	-2.44**	11.44	11.67	-0.79
	혁신성	4.83	5.04	-1.10	5.14	5.17	-0.09	4.50	4.95	1.77
	구매습관	11.31	11.35	-0.16	11.62	11.60	0.03	11.01	11.17	-0.45
	광고신뢰	3.14	3.32	-2.36**	3.08	3.37	-2.31*	3.19	3.29	-1.01
시간	여가·오락	13.40	13.23	0.61	13.45	13.25	0.45	13.38	13.21	0.45
	스포츠에 대한 관심	5.25	5.40	-0.60	6.00	6.75	-1.59	4.55	4.54	0.05
	잡지구독	5.11	5.06	0.27	5.05	5.09	-0.15	5.18	5.04	0.63
	예술에 대한 관심	5.37	5.50	-0.68	5.15	5.16	-0.03	5.58	5.76	-0.70
돈	가적인식	7.23	7.39	-1.02	7.33	7.19	0.65	7.12	7.53	-2.08*

\* P < 0.05      \*\* P < 0.01

의 경우에 교 내·외의 활동에 적극적으로 참여하고, 상품을 구매할 때라든지, 어떤 일에 대한 의사결정을 할 때라든지, 어떠한 정보를 획득하여 전달할 때, 보다 선도적인 역할을 하거나 리더십을 갖는 경향이 있다고 설명될 수 있다.

광고신뢰에서의 두 집단간의 차이는 자유복을 착용하는 학생들의 경우에 교복을 착용하는 학생들에 비하여 의복의 선택기회가 많아져서 자연히 광고에 관심을 기울이게 되며 이에 따라 의식적으로나 혹은 무의식적으로나 반복되는 광고를 자연스럽게 믿게 되는 일반적인 소비자 심리와 무관하지 않으며 특히 남학생은 여학생에 비하여 의복에 대한 지식을 습득할 수 있는 기회가 상대적으로 적기 때문에 (남자 고등학교의 교과 과정에는 가정, 가사 과목 없음) 의복에 대한 정보를 얻는데 있어서 광고에 더욱 의존적인 것으로 사료된다.

한편 여고생에게서 나타난 가적인식에서의 두 집단간의 차이는 여성복의 경우 남성복보다 디자인 또는 의복의 종류가 다양하여 선택의 폭이 넓을 뿐 아니라 이에 따른 가격의 폭이 크기 때문에 가격에 신경쓰는 것으로 생각된다. Lowe와 Anspach<sup>43)</sup>는 의복의 제한에 대하여 언급하였는데 이중 하나가 경제적

제한으로서 대부분의 여대생이 경험함을 밝힌 바 있다. 즉 자유복을 착용할 경우에 의복선택에 있어서의 제약은 사라진다 하더라도 경제적인 이유 때문에 새로운 제약이 생길 수 있으며 이러한 이유들이 어떤 의미에서는 여학생이 남학생보다 교복을 더 선호하는 이유중의 하나일 것으로 생각할 수 있다.

#### 4. 의복 구매 선호변인의 비교

〈표 7〉은 실제로 의복을 구매할 때 고려될 수 있는 여러가지 사항을 조사한 결과이다. 남·여 학생들은 의복을 선택할 때 색상, 무늬, 디자인 등의 장식적인 측면을 제일 먼저 고려하는 것으로 나타났다. 이는 선행연구들<sup>44)</sup>의 결과와 일치하여 남·여 고등학생 모두 미적인 측면을 최우선으로 생각하고 있음을 알 수 있다. 그 다음으로 고려하는 면은 안락감(편안함)과 size로 나타났다. 즉 몸에 잘맞고 입어서 편안함을 주는 의복을 가격, 패션성, 브랜드 보다 우위로 생각하는 것으로 사료된다. 구매시 동반자로는 전체의 46.5%가 부모를 동반하고(대부분이 어머니) 그 다음으로 24.3%가 친구를 동반한다고 응답하였다. 이는 청소년의 47%가 의복구매시 어머니

〈표 7〉 남·여 고등학생들의 의복구매선호 변인의 비교

조사 대상 의복 구매선호변인		전체 (N=522)		교복착용집단 (N=259)		자유복착용집단 (N=248)		남고생 (N=235)		여고생 (N=279)	
		빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%	빈도	%
선택기준	색상, 무늬, 디자인	348	66.7	172	66.4	167	67.3	151	64.3	193	69.2
	가격	30	5.7	14	5.4	14	5.6	16	6.8	13	4.7
	패션성	5	1.0	3	0.8	2	0.8	4	1.7	1	0.4
	바느질	6	1.1	2	0.8	4	1.6	3	1.3	3	1.1
	편안함, 사이즈	112	21.5	59	22.8	51	20.6	48	20.4	62	22.2
	상표	8	1.5	2	0.8	5	2.0	6	2.6	2	0.7
	기타(무응답 포함)	13	2.5	9	2.7	5	2.0	7	3.0	5	1.8
구매시 동반자	혼자서	37	7.1	12	4.6	25	10.1	23	9.8	14	5.0
	친구	127	24.3	59	22.8	66	26.1	73	31.0	199	71.3
	부모	243	46.5	124	47.8	112	45.2	88	37.5	59	21.1
	형제 자매	94	18.0	55	21.2	35	14.1	38	16.2	1	0.4
	기타	21	4.1	9	3.5	10	4.0	13	5.5	6	2.1
구매장소	백화점	71	13.6	32	12.4	39	15.7	33	14.0	37	13.3
	시장	124	23.8	65	25.0	57	23.0	51	21.7	71	25.4
	전문점	194	37.2	101	39.0	88	35.5	96	40.9	97	34.8
	할인점	83	15.9	42	16.2	38	15.3	32	13.6	50	17.9
	마출점	19	3.7	6	2.3	12	4.8	8	3.5	10	3.6
	기타	31	5.9	13	5.0	14	5.6	15	6.4	14	5.1
구매시 정보원	친구	105	20.1	51	19.7	52	21.0	49	20.9	55	19.7
	잡지의 모델	22	4.2	14	5.4	6	2.4	11	4.7	9	3.2
	광고	34	6.5	17	6.6	16	6.5	19	8.1	15	5.4
	T.V, 영화의 스타	1	0.2	22	8.5	1	0.4	1	0.4	36	12.9
	가족	59	11.3	67	25.9	37	14.9	23	9.8	75	26.9
	상점 전열	135	25.9	12	4.6	63	25.4	58	24.7	12	4.3
	의상잡지, 카다로그	16	3.1	52	20.1	4	1.6	4	1.7	62	22.2
	혼자서	108	20.7	21	8.1	54	21.8	45	19.1	13	4.7
기타	42	8.0	3	1.2	15	6.0	25	10.7	2	0.7	
매스컴 활용	T.V	227	43.5	114	44.0	108	43.5	99	42.1	126	45.2
	잡지	146	28.0	66	25.5	78	31.5	64	27.2	81	29.0
	신문	17	3.3	10	3.9	6	2.4	14	6.0	2	0.7
	라디오	5	1.0	3	1.2	1	0.4	3	1.3	2	0.7
	카다로그	66	12.6	36	13.9	28	11.3	23	9.8	41	14.7
	기타	61	11.6	30	11.6	27	10.9	32	13.6	27	9.6
구매의 직접적인 동기	유행에 뒤 떨어져서	26	5.0	18	6.9	7	2.8	18	7.7	7	2.5
	의복의 가지수가 부족해서	381	73.0	185	71.4	188	75.8	159	67.7	217	77.8
	매스컴의 영향으로	14	2.7	7	2.7	7	2.8	6	2.6	8	2.9
	새일을 해서	48	9.2	24	9.3	23	9.3	25	10.6	23	8.2
	친구의 권유로	13	2.5	5	1.9	8	3.2	7	3.0	6	2.2
	기타	40	7.7	20	7.7	22	6.0	20	8.5	18	6.4
매월 구매에 소비하는 시간	1시간 미만	248	47.5	127	49.0	113	45.6	123	52.3	121	43.5
	3~4시간	185	35.4	81	31.3	102	41.1	70	29.8	114	40.9
	5~6시간	50	9.6	27	10.4	22	8.9	22	9.4	28	10.0
	7~8시간	21	4.0	13	5.0	8	3.2	12	5.1	8	2.9
	9~10시간	7	1.3	6	2.3	1	0.4	3	1.3	4	1.4
	11시간 이상	11	2.1	5	1.9	2	0.8	5	2.1	4	1.6
구매습관	계획구매	413	79.1	208	80.3	199	80.2	168	71.5	240	86.0
	충동구매	102	19.5	49	18.9	47	19.0	66	28.1	35	12.5
	기타	7	1.3	2	0.8	2	0.8	1	0.4	4	1.4
구매시 논의자	혼자서	85	16.3	43	16.6	40	16.1	54	23.0	29	10.4
	부모	260	49.8	130	50.2	126	50.8	91	42.1	161	57.7
	형제 자매	124	23.8	65	25.1	58	23.4	52	22.1	72	25.8
	친구	53	12.2	21	8.1	24	9.7	30	12.8	46	16.1

를 동반한다고 하는 Warden과 Clouette<sup>45)</sup>의 연구 결과와 일치함을 보여주나 여고생들은 71.3%가 친구를 동반하고 21.1%만이 부모를 동반한다고 응답하여 여고생을 대상으로 한 최재춘 등<sup>46)</sup>의 연구결과와는 다르며, 오히려 여대생을 대상으로 한 이현숙 등<sup>47)</sup>의 연구결과와 같아서 자율화 정책 이후 자유로운 선택을 하게 한 결과 여고생이면서도 여대생과 같은 구매경향을 보여주고 어떤 면에서는 여고생들은 부모의 영향력에서 벗어날 수 있을 정도의 선택능력의 성장을 의미할 수도 있다고 생각된다. 구매장소는 전문대리점(37.2%), 시장(23.8%), 할인점(15.9%), 백화점(13.6%)의 순으로 나타났는데 이는 최근 들어 급격히 늘어나기 시작하는 주니어 대상의 전문 의류 브랜드들이 고교생들 사이에 선호되어 전문점을 더 많이 이용하는 것이 아닌가 생각되며 앞으로도 시장 세분화에 따른 상품의 차별화에 의해 전문점을 이용하는 비율은 더욱 높아질 것으로 생각된다. 또한 백화점보다 시장, 할인점을 많이 이용하는 우리나라 청소년들의 검소한 구매경향을 보여준다고도 생각된다. 의복 구매시 활용하는 정보원으로는 전체의 31.4%가 친구나 가족을 통하여 25.9%는 상점진열에 의해서 그리고 14%가 대중매체를 활용한다고 응답하였다. 이러한 결과는 의복구매에 있어서 인적 정보원의 영향이 크다고 한 선행연구<sup>48)</sup> 결과와 일치한다. 여기에 대해 Reynolds<sup>49)</sup>는 대중매체에 의한 전달보다 개인적으로 전달할 때 확실히 이해시킬 수 있기 때문이라고 한 바 있다. 또 정보원을 활용하지 않는다고 응답한 비율도 20.7%로 이는 우리나라고교생의 치열한 대학입시 경쟁의 특수성 때문이 아닌가 사료된다. 고교생들에게 가장 많이 영향을 미치는 매스컴으로는 단연 T.V가 압도적으로 많아 43.5%를 나타내었으며 잡지, 카타로그 순서로 응답하였다. 의복 구매시의 직접적인 동기로는 의복의 수요가 부족해서라고 응답한 사람이 73.0%로 나타나 통학복으로 교복을 착용하거나 자유복을 착용하거나 간에 실질성을 추구하는 바람직한 변모를 보여주고 있으며 세월 때문이라고 응답하는 사람도 9.2%로 이를 뒷받침하고 있다. 구매에 소비하는 시간은 대부분의 학생이 한달에 1시간 미만(47.5%) 또는 3~4시간(35.4%)으로 응답해 대학 입시 준비에 바쁜 고교생의 생

활이 그대로 반영됨을 알 수 있다. 구매시 논의자로는 부모(49.8%)와 형제, 자매(23.8%)로 가족과 상의를 많이 하는 것으로 나타났다. 우리나라 고교생의 경우 경제권을 가진 부모의 영향력이 절대적임을 알 수 있으며 남학생의 경우에 논의하지 않고 혼자서 결정하는 비율도 23.0%를 나타내고 있다. 구매습관으로는 계획구매가(79.1%)들이 많아 성인여성을 대상으로 한 송미령<sup>50)</sup>의 연구 결과와 같이 계획을 세워 구매를 함을 알 수 있었다.

## V. 요약 및 결론

지금까지의 결과들을 요약해 보면 다음과 같다.

1. 조사시점의 교복 착용률은 남고등학교가 17.4%, 여자고등학교는 15.3%이었으나 저학년년부터 교복으로 바꾸어가고 있기 때문에 앞으로 1-2년 후에는 교복 착용률이 80% 이상에 이를 것으로 보인다. 그러나 선호도 조사에서는 남고생의 경우는 교복:자유복의 선호도가 36%:51%로 나타나 자유복을 훨씬 선호하였고 여고생의 경우 50%:41%로 교복을 약간 더 선호하는 것으로 나타났다. 통학복 유형에 따른 비교에서는 교복을 착용하는 집단은 교복 52%:자유복 27%로 교복을 더 선호하였고 자유복을 착용하는 집단은 자유복 67%:교복 29%로 자유복을 더 선호하여 현재 착용되고 있는 통학복을 더 선호하는 것으로 조사되었다.
2. 의복행동 변인의 비교에서는 남고생의 경우에는 자유복을 착용하는 집단이 교복을 착용하는 집단에 비하여 심리적 의존성( $P<0.05$ ), 안락감( $P<0.05$ ), 상점분위기( $P<0.01$ )에서 높게 나타났고 여고생의 경우에는 변화가 구매( $P<0.05$ )에서 더 높게 나타났다.
3. 남·여고등학생에 대하여 현재 착용되고 있는 통학복에 따라 집단을 나누어 일반적인 라이프 스타일 변인을 비교한 결과 부분적인 변인에 의미있는 차이가 있어서 남고생의 경우에는 자유복을 착용하는 집단이 교복을 착용하는 집단에 비하여 의견전도 및 사회적 태도( $P<0.01$ ), 광고신뢰( $P<0.05$ )에서 더 높게 나타났고 여고생의 경우에는 가격인식( $P<0.05$ )에서 자유복 착용집단이 더 높게 나타났다.
4. 전반적인 의복의 구매선호변인으로는 남·여학

생 모두 색상, 무늬, 디자인등 의복의 미적인 측면을 우선으로 고려하고 그다음으로 안락감, 편안함, 사이즈 등을 고려하며 주로 어머니와 동반하여 구매하지만 여학생들은 친구와 동반한다고 응답한 사람이 많았다. 전문점을 가장 많이 이용하고 시장·할인점도 많이 이용하며 주로 친구·가족을 통하여 정보를 얻지만 남학생들은 상점진열을 통하여 정보를 얻는다고 응답한 사람이 많았다. T.V를 통하여 구매자극을 받는 경우가 가장 많았고 부모와 구매에 대한 상의를 많이하며 대부분의 학생이 월 4시간 이하를 구매 시간으로 할애하는 것으로 나타났다. 계획을 세워 구매할뿐아니라 직접적인 구매동기로는 의복의 가짓수 부족을 들었다.

이상의 결과들을 종합해 보면 대다수의 학교들이 정부의 교복 권장 방침을 받아들여, 자유복을 착용 시켜오던 학교들도 교복으로 바꾸어가고 있는데 이는 선호도 조사 결과에서 보듯이 학생들의 의사를 충분히 반영하였다고 볼수는 없었다. 특히 남학생들이 두드러지게 자유복 착용을 원하였으며 현재 자유복을 착용하고 있는 학생들도 자유복을 더 선호하였다. 또 자유복을 착용할 경우에 유행에 민감하여 사치가 조장되거나 경제적인 부담이 클 것이라는 우려와는 달리 패션에 대한 관심등의 변인에서 교복을 착용하는 경우와 의미있는 차이가 나타나지 않았다. 오히려 의복을 이용하여 바람직한 외모를 형성하고, 이로 인하여 원만한 사회적 태도를 가질 뿐아니라 리더십을 발휘할수도 있고 청소년기의 특징이라고 할수 있는 불안한 심리상태를 의복을 통하여 안정을 꾀하고자 하는등 자신들이 선택할 수 있는 자유로운 통학복인 경우에 더욱 바람직한 방향으로 착용되고 있다고 보아진다.

학생들은 하루의 대부분을 학교에서 보내기 때문에 통학복이야말로 그들의 의생활의 중요한 부분을 점유한다고 볼때 통학복에 대한 지도지침등의 정책 결정은 결코 가볍게 다루어져서는 안된다고 생각한다. 자유복을 착용함으로써 파생될 수 있는 여러가지 격정스러운 측면들을 폭넓게 조사하지 못한점은 인정하지만, 가장 많이 우려되는 청소년비행의 경우에는, 물론 자유스러운 복장때문일 경우도 전혀 없진 않겠지만 가정불화, 사회불안등의 전반적인 사회

분위기가 더 근본적인 원인이라고 생각하는 바, 통학복의 형태를 규제한다고해서 해결될 문제는 아니라고 판단된다. 다수의 의식이나 태도, 행동의 변화는 일시적으로 나타날 수 없다. 그러나 소수의 비행은 크게 부각되는것이 현실이고 또 어른들이나 그들과 생각을 달리하는 사람들과 구분되고 싶어하는 청소년 특유의 옷차림을 개발하면서도 사회의 제약을 완전히 무시하지는 않는다는 10대들의 의생활 형태가 정착되기까지, 인내심을 가지지 못한 정책변경을 지적하고 싶을 뿐 아니라, 결코 소홀히 할수 없는 청소년기의 의생활이 바람직한 방향으로 전개될수 있도록 통학복 정책에 대한 진중한 검토가 필요하다고 사료된다. 아울러 조사된 구매선택변인들이 주니어 의류를 생산, 판매하는 관계자들에게 상품을 기획하거나, 광고전략을 수립하거나, 판매하는데 유용한 정보가 되었으면 한다.

### 【참고문헌】

- 1) 강혜원, 의상사회심리학, 교문사, 22-23 (1984).
- 2) Kefgen, M. and Specht P.T., Individuality in Clothing Selection and Personal Appearance, 2nd ed., New York : Macmillan Publishing Co., Inc., 45 (1976)
- 3) Ryan, M.S., Clothing : A study in Human Behavior, New York : Rinechart and Winston, Inc., 241-245 (1966)
- 4) Susan B. Kiaser, The Social Psychology of Clothing and Adornment, New York : Macmillan Publishing Company, 20 (1985)
- 5) Elizabeth B. Hurlock, The Psychology of Dress, Arno Press, 182 (1976)
- 6) 이인자, 복식사회심리학, 수학사, 326-327 (1984)
- 7) Ryan, M.S., op.cit., 290-291.
- 8) 이인자, op.cit., 328, 334.
- 9) 이차욱, 우리나라 도시거주 가정주부의 라이프 스타일에 관한 실증적 연구, 고려대학교 박사학위 논문(1983)
- 10) Duncan, H.D., Symbols and Social Theory, Oxford Univ. Press, 32-25 (1969), 이차욱의 논문에서

- 재인용.
- 11) Engel, J.F, Blackwell, R.D. and Kollat, D.T., Consumer Behavior, 3rded., Himsdale : The Dryden Press, 174 (1978)
  - 12) Silberman, C.E., The Identity Crisis in the Consumer Market, Fortune, March, 95 (1971)
  - 13) Kefgen, M. and Specht, P.T., OP cit., 28-44.
  - 14) 이해주, 라이프 스타일에 따른 의복시장 세분화에 관한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위 논문 (1987)
  - 15) Richards, E.A. and Stuman, S.S., Life style Segmentation in Apparel marketing, J, of Marketing, October, 89-90 (1977)
  - 16) Gutman, J. and Mills, Michael K. Fashion Life style, self-concept, Shopping Orientation, and Store Patronage : An Integrative Analysis, J. of Retailing, 58(2), 65-75 (1982)
  - 17) Jenkins, Martha C and Dickey, Lois E., Consumer Types Based on Evaluative Criteria Underlying Clothing Decisions, Home Economis Research Journal, 4 (3), 156-160 (1976)
  - 18) Horn, M.J. and Gurel, L.M., Second skin, 3rd ed., Boston : Houghton Mifflin Company, 269 (1981)
  - 19) 제일기획, 여성의 패션의식 조사, 경영과 마케팅, 15(9), 38 (1977)
  - 20) 이성주, 의복시장의 Life style 세분화에 대한 연구-서울시내 여대생을 중심으로-, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문 (1984)
  - 21) Gutman, J. and Mills, op. cit., 65-75.
  - 22) 박은주·이은영, 의복선택기준에 관한 요인구조 분석-서울시내 주부를 중심으로-, 한국의류학회지, 제6권, 제2호 49-55 (1982)
  - 23) 홍금희, 수용성·경직성의 성격특성과 의복행동간의 관계 연구, 서울대학교 석사학위논문 (1980)
  - 24) 이해주, op. cit., 3-6.
  - 25) Reynolds, F.D., Crask, M.R. and Wells, W.D., The Modern Feminine Life style, Journal of Marketing, July, 38-45 (1977)
  - 26) Wells, W.D. and Tigert, D.J., Activities, Interests and Opinions, Journal of Advertising Reserch, 11 (4) (1971)
  - 27) 이해주, op. cit., 3-6.
  - 28) 김애련·김진구, 가정의 경제수준과 여고생의 의복구매행위에 관한 연구, 한국복식학회지, 제13호, 151-159 (1989)
  - 29) 정명선, 여대생의 fashion에 대한 흥미와 의복구매 행동에 관한 연구, 전남대학교 논문집, 제35집 가정학편, 15-28 (1990)
  - 30) 한국일보, 1991.5.5.
  - 31) 이경자, 교복자유화와 그 대책에 관한 연구, 한국문화연구소 논총, 제34집, 이화여대, 334 (1983)
  - 32) 정하신, 여고생의 성격특성과 의복선택요인과의 상관관계 연구, 대한가정학회지, 제23권 4호, 1-7 (1985)
  - 33) 정명선·문남원, 통학복에 대한 여고생의 태도와 수용정도에 관한 연구, 전남대학교 논문집, 제33집 가정학편, 124 (1988)
  - 34) 유경숙, 여고생의 교복디자인 선호에 관한 연구, 한국의류학회지, vol.15, No.3, 263-270 (1991)
  - 35) 정미실·강혜원, 남자중고등학생의 의복행동과 지각향상과의 상관 연구-의복의 동조성을 중심으로-, 한국의류학회지, vol.8, No.1, 21-27 (1984)
  - 36) 양승진·강혜원, 남자고등학생의 의복에 대한 태도연구, 한국의류학회지, 제9권, 1호, 29-36 (1985)
  - 37) 이수희, 여고생의 교복과 자유복에 대한 태도 연구, 서울대학교 교육대학원 석사학위논문 (1988)
  - 38) Baugher, S.L. and Martin, B.B., The Decision-Filled Years of Adolescence, Journal of Home Economics, 40 (1981)
  - 39) 이은영, 복식의장학, 교문사, 252 (1985)
  - 40) Latzke, A. and Hostetter, P.H., The Wide World of Clothing, The Ronald Press Company, 21-23 (1968)
  - 41) Ryan, M.S., op. cit., 129, 282.
  - 42) 정미실, op. cit., 21-27.
  - 43) Low E.D., and Anspach, K.A., Freedom in Dress : A search for Related Factors, Home Economics Research

- Journal, 7(2), 121-127 (1978)
- 44) 임숙자, 의상선택동기에 관한 연구, 이화여자 대학교, 한국생활과학연구원 논총, 18, 137-146 (1977).  
정명선, op.cit., 15-28(1990)
- 45) Warden, J. and Colquett J. Clothing Selection by Adolescent Boys, Journal of Home Economics, spring, 37-40 (1982)
- 46) 최재춘, 여학생의 의복 선호도 연구, 국민대학교 석사학위 논문 (1982).  
조귀형, 서울특별시 여자고등학교의 기성복 구매행동에 관한 실증적 연구, 고려대 경영대학원 석사학위논문 (1986)
- 47) 이현숙, 기혼여성의 기성복 구매 실태에 관한 연구, 건국대학교 석사학위논문 (1983)  
김병미, 청소년의 의복행태에 관한 연구, 대한가정학회지, 13, No.3, 39 (1975)
- 48) ibid., 37-40.  
윤승옥, 청소년의 구매행동과 배경과의 상관 연구, 건국대학교 대학원 석사학위논문 (1984)
- 49) Reynolds, F.D. and Wells, W.D., consumer Behavior, N.T. : McGraw Hill, 274 (1977)
- 50) 송미령, 우리나라 성인여성의 의복구매행동에 관한 실태조사 연구( I ), 한국의류학회지, Vol.12, No.1, 1-15 (1988)