

자아상, 사회참여도, 의복행동이 유행선도력 에 미치는 영향

김은영 · 이정순
충북대학교 사범대학 가정교육과

The Effects on the Fashion Leadership caused by Self-Image, Social Participation, Clothing Behaviors.

Kim, Eun Young · Lee, Jeong Soon
Dept. of Home Econo. Edu., Chungbuk National Uni.

ABSTRACT

The purpose of this research was to find out the most explainable variables influencing fashion leadership. This research was carried out by both the theoretical and empirical study.

For the theoretical study, the research of fashion leadership was based on the fashion opinion leadership and innovativeness. The study included the analysis of variables influencing fashion leadership, such as clothing importance, clothing conformity, clothing anticonformity, perceived risk of clothing, use of fashion information source and demographic variables.

For the empirical study, fashion leadership was measured by fashion opinion leadership and innovativeness. The variables influencing on the fashion leadership were measured by self-image, social participation, clothing behaviors(clothing importance, normative conformity, identificational conformity, clothing anticonformity, clothing independence), demographic variables(major fields of students, year of education, family income).

Data were obtained from 335 female college and university students in Chung-Buk area by self-administered questionnaire. The data collected through the questionnaire were analyzed by the stastical thechique-stepwise regression.

The results of the study were as follow:

44.6 percent of the total variance of fashion leadership was explained by the five variables: Clothing importance, use of marketer-dominated fashion information source, identificational conformity, traditional-modern self image and clothing anticonformity.

Family income and the major fields of students are significantly related to the fashion leadership.

I. 서론

의복은 신체적으로나, 심리적으로나 인간과 밀접한 관계를 가지면서 사회생활을 영위하는데 중요한 역할

을 한다. 인간의 의복에 대한 행동은 그 시대의 사회, 종교, 정치, 경제상 등을 반영시켜 줄 수 있는 동시에 한 개인의 사회적 신분, 성격, 가치관 등을 나타내 주기도 한다. 주영숙(1985)은 사회적 동물인 인간에게 있어서 의복은 개인적 측면과 사회적 측면 및 심리적 측면을 나타내 준다고 하였다.

구은영(1985)은 유행이란 의복, 상품, 헤어스타일, 건축, 자동차, 광고 등 우리가 이용하는 모든 것에서 일어나지만 그 변화가 다른 어느 곳에서보다도 의복에서 더욱 빠르고 모든 사람들에게 영향을 미친다고 하였으며, 인간과 불가분의 관계에 있는 의복은 유행지향성 행동의 대표적 상품으로 유행이란 용어와 함께 가장 빈번히 사용되는 대상이다.

流行 電波 理論 과정에서 Jeanette, Robert(1981)은 유행의 문지기(gate keeper)가 될듯한 사람들 즉 意思 先導者, 革新者, 初期 採擇者들을 동일시 하고 일단 유행의 문지기(gate keeper)가 어떤 특정한 유행을 받아들이면 전파가 가능하게 된다고 하였다.

그러므로 의복의 유행을 이끄는 선도자들을 파악하고, 이러한 유행선도력(fashion leadership)을 지닌 유행선도자(fashion leader)의 특성을 나타낸 관련 변인의 대부분이 선행연구에서 이루어지고 있지만, 의복행동 측면에 있어 유행선도력에 관한 연구가 다차원적으로 이루어지고 있지 않다. 그러므로 여러 차원의 관련 변인의 상호연관성에 의해 유행이 단편적인 차원에서 벗어나 인간 행동의 관련된 여러 차원의 변인을 가지고 사람들 사이에 정보와 영향이 전해지는 방향 및 과정을 설명할 수 있어야 한다.

따라서 본 연구는 여대생의 의복 유행 선도력 설명 변인을 밝히기 위해서 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 1) 유행혁신성 설명변인은 어떤 것들이며, 어떤 설명력을 갖는가?
- 2) 유행의사선도력 설명변인은 어떤 것들이며, 어떤 설명력을 갖는가?
- 3) 유행선도력 설명변인은 어떤 것들이며, 어떤 설명력을 갖는가?
- 4) 유행선도력에 따른 집단과 인구통계적 변인과의 관계가 있는가?

II. 理論的 背景

流行 先導力(fashion opinion leadership)

유행선도력이란 유행과정에 있어서 혁신적 상품의 수용력이나 대중을 설득 시키는 역할을 하게 하는 힘이라 정의 된다. 김정호(1978)는 유행선도력의 개념구조로는 혁신성과 의사선도력으로 구성된다고 하였고, Rogers, Shoemaker(1971)는 선도자와 초기수용자는 새로운 아이디어 제품의 채택이나 확산 과정에서 변화주도자의 역할을 한다고 하였으며, 구은영(1985)은 채택 리더십을 두가지 차원 즉 선구도와 오피니언 리더십으로 정의하였다.

본 연구에서는 유행선도력 개념을 유행혁신성과 유행의사선도력 두차원으로 나누어 고찰하고 유행선도력과 관련 변인간의 관계도 살펴보고자 한다.

流行 革新性 (fashion innovativeness) : Rogers, Shoemaker(1971)는 혁신이란 개인에 의해 새로운 것이 지각되는 개념·관행·사물을 말하며, 여기서 새로움이란 개인에 따른 주관적인 새로움이다. 혁신성은 개인의 혁신을 채택하는데 있어서의 사회 구성 조직의 다른 구성에 비해 상대적으로 빠른 정도로 이야기하고 있다.

Greenwood, Murphy(1978)는 패션주기의 첫 단계를 혁신의 단계로 보고 선구자에 의해 패션이 주도된다고 하였으며, William, Dominic와 Andrey(1985)에 의하면 의복의 유행 채택은 혁신성, 의사선도와 관련이 있으며, 혁신자와 초기채택자는 새로운 유행속에서 전달체의 이미지, 환상정도, 동조, 체격, 가정의 위치에 영향을 받는다.

流行 意思 先導力(fashion opinion leadership)

Rogers, Shoemaker(1971)는 의사 선도력은 개인이 그 사회조직 안의 다른 사람들에게 혁신에 관한 정보와 충고를 줌으로써 그들의 태도와 행동에 비형식으로 영향을 미치는 정도라고 하였다.

신순옥(1988)은 유행의사선도력은 유행에 관한 언어적, 행동적 전달력을 말하며 다른 사람들이 유행을 채택하는데 영향력을 미치는 힘이 될 수 있다고 보았다.

다. William, Dominic와 Andrey(1985)의 연구에 의하면 자기를 인식하고 탐지하는 정도가 높을수록 유행의 사선도력이 높게 나타났고, 구은영(1985)은 패션선도력과 패션오피니언리더쉽 사이에 높은 정적 상관을 나타내 유행 의사 선도력과 유행선도력 사이에 강한 관련성이 있음을 밝혔다.

그러므로 유행의사 선도력은 유행선도력의 개념의 한 설명영역이라고 할 수 있다.

流行先導力과 關聯變因間의 關係 : 최선형(1984)의 연구에서 유행혁신성에 직접적인 효과를 주는 설명변인은 사회적 성격과 소비자지배적 정보원 사용도이며, 유행여론선도력에 직접적 효과를 나타내는 변인은 사회적 성격, 의복 동조성, 마케터지배적 정보원 사용도로 나타났다.

1. 自我象과 流行先導力

신옥순(1977)은 자기(self)는 두가지 의미를 지니고 있는데, 하나는 자기 자신에 대한 개인이 지니는 태도와 감정으로 정의되고, 다른 하나는 행동과 적응으로 통제하는 입군의 심리적 과정으로 정의 된다고 하였으며, Sontag, Schlater(1982)는 의복은 자아의 한 구성 요소이고, 자아가 형성되고 확인되는 외모의 한 측면, 자기에 대한 정체감·기분·태도를 전달하는 의미있는 상징, 자기가치·자존심의 표현으로서 지각되며, 자기평가의 감정적인 한 요소, 신체적 만족과 관계된다고 하였다.

자아상과 유행 선도력과 관련된 선행연구를 보면, Ryan(1966)은 자신의 성격 특성과 자기 자신의 의복에 대한 평가 사이에 관련된 연구 결과 성격이 지배적일수록 의복을 높이 평가한다고 밝혔고, Pasnak, Ayves(1969)의 유행에 관한 연구에 의하면 유행을 앞서는 사람은 융통성이 있으며, 자아의식이 강하고, 과거나 미래보다는 현재를 더 중시하는 경향이 있다고 하였다. 최선형(1984)은 사회적 성격과 유행선도력간의 관계에서 내적지향적인 사람이 높은 유행 선도력을 보인다고 밝히고 있으며, 구은영(1985)은 패션오피니언리더쉽과 자신감의 하위 특성 중 사교성 사이에 높은 정적 상관을 보이고 있다고 밝혔다. 김용숙(1990)은 유행

선도 집단의 자아상이 가장 세련되고, 현대적이고, 창조적이며, 사교적이며, 군중 속에서 드러나 보이며, 생활양식이 다양하다고 밝히고 있다. 이화연(1987)은 유행선도력을 가장 잘 예측할 수 있는 변인은 유행흥미도, 마케터주도적 유행 정보원 사용, 한결같은-창조적인 자아상이고, 유행 혁신성 예측변인으로는 유행선도력 예측 변인들에 사회적 가치관과 경제적 가치관, 경제적 위험인지도가 부가되며, 유행의사선도력 예측 변인으로는 유행선도력 예측 변인에 전통적인-현대적인 자아상, 비공식적 사회활동성이 부가된다고 밝혔다.

이와같이 유행선도력은 여러가지 자아상에 따라 다르게 나타날 수 있으며 유행선도력에 관련 깊은 자아상은 자아존중감이 높을수록 사교적이며 세련되고 생활방식이 다양하고, 창조적이며, 변화주도적이고, 지배의 욕구가 강할수록 선도력이 높음을 알 수 있다.

2. 社會參與度와 流行先導力

사회참여도는 많은 연구들에서 모든 영역의 의사선도력과 관련된 것으로 발견되었다. 이화연(1987)은 사회활동은 다음과 같은 방법으로 유행의사선도력을 높여준다고 밝히고 있는데 첫째, 유행정보와 충고를 전달할 만한 사교적 접촉기회를 제공하고, 둘째, 유행정보를 수집할 수 있는 사회적 상황 마련해 주며, 셋째, 다른 사람들에게 주는 인상에 민감해지게 하여 유행시장에 관심을 갖도록 해준다고 하였다.

사회참여도와 유행선도력과의 관련 연구를 보면, 문남순(1984)의 여성의 사회활동 정도에 따른 의복행동과의 관계는 사회활동정도과 유행에 대한 관심과 유의한 정적 상관을 나타내었다. 김현숙·김민자(1984)는 기혼녀의 패션선도도는 사회참여도와 높은 정적 상관을 보임을 밝혔다. Summers(1971)의 연구에서 조직 가입과 사회활동참여는 특히 여성 의복 유행에 있어서 의사선도력의 강한 결정요소 였고, Baumgarten, Summers(1975)의 연구에서 사회적 변인들은 혁신적 전달자를 인지하는데 있어서 비교적 강했다. 여러 선행연구를 고찰해 보면 사회참여도는 유행혁신성보다 유

행의사선평도력에 높은 관련을 가지고 있음을 알 수 있다.

3. 衣服行動과 流行先導力

1) 衣服 重要度

Hunter(1966)는 의복 중요도를 "재원 사용에 있어 의복에 우선 순위를 두고 사람을 판단하는데 의복이 중요한 역할을 한다고 느끼는 것"으로 정의 하였다. 정미실(1982)은 의복 중요도를 "의복을 사회 생활에서 어느 정도 중요하게 생각하고있는가를 의미하는 것"이라 정의 하였다, 박광희(1983)는 "의복에 관심을 두며 의복을 통해 자신을 더 좋게 보일 수 있다고 느끼는 것"이라 정의 하였다.

의복 중요도와 유행선도력과의 관련된 선행 연구를 보면, Baumgarten(1975)이 혁신적 전달자와 다른 사람들을 비교한 연구에서 혁신적 전달자들이 의복지출, 의복 품목당 지출되는 액수, 소유한 스타일을 높은 점수를 얻음으로써 의복중요도가 높음을 나타냈고, 김정호(1978)의 사회경제적 지위에 따른 의복행동 차원과의 관계에서 의복중요도에 대한 태도가 유의적인 차이를 나타내고 있었다.

2) 衣服同調

동조성이란 사람의 태도와 행동이 사회적 압력을 통해서 타인에게 더욱 잘 수용될 수 있도록 의견이나 행동양식이 변화될때 일어나는 현상이다. 즉 사람은 주어진 규범을 따름으로써 일치감과 소속감을 추구하는 동시에 남과 다른 "독특한 개인"으로서 특징을 나타내기를 원한다. 바로 이러한 상반된 사회적 영향은 유행을 발생시키는 원동력이 될 것이라고 강혜원(1987)은 밝히고 있다.

박혜선(1990)은 의복동조 유형을 동조동기에 따라 첫째, 규범적 의복동조는 인정을 받거나 비난을 피하기 위해 準據集團의 의복규범을 따르는 것이다. 둘째, 정보적 의복동조로는 적절한 복식행동을 하기위해서 준거집단으로부터 정보를 받아들여 이에 동조하는 것이다. 셋째, 동일시적 의복동조는 개인이 이상적이

라고 생각하거나 좋아하는 준거집단과 동일시 하기 위하여 그들의 의복을 모방하는 것이라고 세가지 유형으로 제시하여 실증연구 결과 의복동조 유형을 동일시적 의복 동조와 규범적 의복동조로 분류하는 것이 적절하고 의복의 비동조 유형은 의복반동조와 의복독립으로 구분하는 것이 적절하다고 밝혔다.

의복동조와 유행선도력과의 관계 연구를 보면, Jankins(1976)는 동조성이 강한 집단은 낮은 집단보다 의복이나 유행에 관심이 많다고 하였고, 최선형(1984)은 의복동조성은 유행선도력에 직접적인 관련을 보이는 반면, 유행혁신성에는 직접적인 관련을 보이지 않고 있다고 밝혔다. 최희순(1988)은 동조성에 관심이 높은 여대생은 외모, 유행, 정숙성, 상표지향성에 관심이 높은 것으로 나타났다고 밝혔다.

3) 衣服比同調

Takahashi,Newton(1967)은 의복동조의 반대 개념을 비동조라 칭하고 "준거집단에 받아들여지는 규범과는 다르게 옷을 입으려고 시도하는것"이라 정의하였다. 강혜원(1974)은 동조의 반대 개념을 개성이라 칭하고 "의상에 있어서 자신을 집단의 다른 사람과는 구별되도록 착용하는것"이라고 정의하였다.

의복비동조와 유행선도력과의 관계를 선행연구를 통해 살펴보면, 정창진(1986)은 최신유행을 수용할수록 개성 점수가 높았으나 동조성 실용성 및 경제적 점수는 낮게 나타났다. 신옥순(1977)의 연구에서는 개성적으로 의복을 선택할 경우에 의복의 요소 중 유행을 더 중요시 하는 것으로 나타났다.

4) 流行情報源 利用度

정보원이란 내용을 송신하는 개인이나 기관을 말하는 것으로, Cox(1967)는 정보원이란 소비자 자신의 정보 욕구를 만족시키기 위해 탐색되는 것으로서 마케터 지배적 정보원, 소비지지배적 정보원, 중립적 정보원으로 그 유형을 제시 하였다.

Grindereng(1967)은 패션 확산의 수평적인 흐름의 중요한 이유의 하나는 대중전달매체라 하였고, Rogers(1962)는 선구도에 있어서 상호간의 의사교환보다는 대중전달매체를 더 사용한다고 하였고,

Polegato, Wall(1980)에 의하면 패션리더가 추종자보다 유행 정보원의 사용수와 빈도가 높다고 하였다. Summers(1971)는 여성의복의 경우에 있어서 혁신자는 비혁신자보다 더욱 미디어 노출에 대한 사용 빈도가 높다고 하였다.

Reynolds, Darden(1971)도 유행어론선도자는 타인에게 유행에 관한 정의와 조건을 제공하고 있는 동시에 타인으로부터 상품정보를 활발히 구한다고 하였다. Summer(1971)는 유행어론선도자의 전반적인 특징 연구에서 실질적으로 모든 계층에 분포되어 있으며 자신감을 가지며, 또한 의복유행에 관심이 많고 친구들로부터 유행정보를 많이 구한다고 밝히고 있다.

이화연(1987)의 연구에서는 혁신성과 의사선도력이 높은 집단일수록 마케터주도형 정보원을 많이 사용한다고 하였고, 최선형(1984)의 연구에서는 유행선도력에 영향을 주는 변인 중 유행정보원 사용은 가장 큰 경로계수를 나타내고 있다. 김영숙(1982)의 연구에서 정보원 활용에 있어서 의복의 용도보다 유행 단계가 더 큰 변인임을 알 수 있었다.

따라서 정보원 유형에 따라 유행행동이 달라질 것이라 생각하여 본 연구에서는 정보원을 마케터주도적 정보원과 소비자주도적 정보원으로 나누어 유행선도력과의 관계를 살펴보고자 한다.

5) 衣服 購買時 危險 認知度

Bauer(1967)는 소비자는 위험부담을 줄이기 위해 정보탐색을 포함한 여러가지 방법을 모색하게 되는데 이 때 소비자는 주관적으로 인지하고 있는 위험에 대하여만 반응을 하게 된다고 하였다. Baumgarten(1975)은 이처럼 소비자 행동이란 본질적으로 “선택”을 중심과제로 하는 것이며 선택에는 위험이 따른다는 점에서 인지된 위험(percieved risk)은 소비자 행동을 파악하는데 중요한 역할을 한다고 하였다.

이화연(1987)은 개인이 유행상품을 선택할 때, 현재의 유행 주기상의 위치와 유행 주기의 잠재과정에 대해 모르며 처음 소개되는 스타일의 경우 널리 수용될 것인지에 대해 확신할 수 없기 때문에 위험을 지각할 것이라 하였고, 유행관련 변인 중 의복 구매시 위험지각도와와의 차이는 소비자 집단을 구별하는데 별로

기여하지 못하는 것으로 나타났으나 전체적으로 혁신적 전달자의 위험 지각도가 높은 것을 볼 수 있다. 송정아(1988)의 연구결과에서 심리적 위험과 사회적 위험은 유행 집단과 개성 추구 집단에서 유의한 상관이 있는 것으로 나타났다.

4. 人口 統計的 變因과 流行先導力

Ryan(1966)은 의복의 선택, 용도, 유행들의 의복에 대한 제반 문제점을 해결하기 위해서는 각 개인의 연령, 사회적 배경, 직업, 지적수준, 가치관에 대해서 알 필요가 있으며, 이에 따라 의복에 미치는 영향도 다르게 나타난다고 하였다.

문남원(1984)의 가정의 월수입을 가정의 경제수준으로 구분하여 의복행동 변인과의 관계를 연구한 결과 유행에 대한 만족도, 심미성에서는 경제 수준이 중상인 집단에서 가장 높게 나타났고, 이영운(1981)은 가정주부에 있어서 경제수준이 유행에 대한 관심, 유행스타일 선호에 높은 경향을 보이고 있음을 밝혔다.

최희순(1988)의 제주도 여대생의 학년별 의복 관심도 변인간의 연구결과 외모와 유행에서만 유의한 차이를 나타내 학년이 올라갈수록 외모와 유행에 대한 관심이 높아짐을 밝혔다. 신옥순(1988)은 독특성과 외모상의 개성과의 관계는 1학년만이 유의 있는 상호관계를 보여 학년간의 차이가 나타났다.

이남순(1989)의 여대생의 전공에 따른 유행수용 역할의 차이는 유행혁신성과 선도력은 의류, 예능, 인문계열순으로 높은 편이고, 유행후진성은 의류학 계열이 인문, 예능계열보다 낮은 편으로 나타났다.

III. 研究 方法 및 節次

1. 測定道具

유행선도력 설명변인을 알아보기 위해 유행선도력, 유행혁신성, 유행의사선도력을 각각 從屬變因으로 사

용하고, 獨立變因은 자아상, 사회참여도, 의복행동변인들로 설정하여 이 변인들을 측정하기 위해 여러 선행연구의 질문지를 수정 보완하여 사용하였다. 질문지는 유행혁신성 4문항, 유행의사선도력 4문항, 자아상 5문항, 사회참여도, 의복행동 중 의복중요도 5문항, 의복동조유형 중 규범적의복동조 3문항, 동일시적의복동조 3문항, 의복비동조유형 중 의복반동조 3문항, 의복 독립 3문항, 마케터주도적 정보원이용도 3문항, 소비자주도적 정보원이용도 3문항, 의복구매시 위협인지도 8문항, 인구통계적 변인은 전공별, 학년별, 가정내월 수입 항목으로 구성되어있으며, 자아상 문항은 7점평정척도법으로 나머지 변인에 대한 질문지는 5점평정척도법로 측정하였다. 유행선도력 점수는 유행혁신성과 유행의사 선도력을 합한점수로 측정하였다.

2. 資料收集 및 分析

충북지역 여대생 100명을 대상으로 예비조사를 실시하여 질문지의 신뢰도를 검증하였고, 본 조사는 충북지역 대학교에 재학중인 여자대학생 1학년-4학년을 대상으로 1991년 7월4일-8월 25일에 걸쳐 총 400부를 배부하여 365부가 회수되었는데 335부를 최종분석에 사용하였다.

본 연구의 자료분석은 SPSS패키지를 이용하여 연구문제를 위해 유행선도력, 유행혁신성, 유행의사 선도력을 각각 종속변인으로 하여 단계적 회귀분석(stepwise regression)을 시행하였다. 유행선도력과 인구 통계적 변인과의 관계는 χ^2 검증으로 유의도를 검증 분석하였다.

IV. 結 果 및 論 議

全般的인 流行先導力 說明變因

표본 전체에 모든변인을 사용하여 단계적 회귀분석을 실시하였고, 그 결과 종속변인에 관련된 변인은 <표 1>에 나타내었다.

<표 1> 표본 전체의 회귀분석 결과

변 인		R ²	F값	B		t값
종속	독립변인					
유행 혁신성	마케터주도적 정보원	.228	98.197	.235	4.445(p<.0000)	
	동일시적의복동조	.308	73.882	.254	5.187(p<.0000)	
	전통적인 자아상	.347	58.632	.187	3.981(p<.0001)	
	의복반동조	.365	47.490	.128	2.703(p<.0072)	
	의복중요도	.376	39.687	.138	2.573(p<.0105)	
	사회참여도	.385	34.268	.099	-2.203(p<.0283)	(p<.0000)
유행 선도력	의복중요도	.263	118.873	.306	5.583(p<.0000)	
	마케터주도적 정보원	.313	75.873	.198	3.728(p<.0002)	
	내성적인 자아상	.333	55.038	.126	2.700(p<.0073)	
	의복반동조	.345	43.423	.110	2.257(p<.0247)	
	동일시적의복동조	.354	36.028	.107	2.137(p<.0333)	(p<.0000)
	의복중요도	.286	133.47	.249	4.925(p<.0000)	
유행 선도력	마케터주도적 정보원	.372	98.211	.236	4.735(p<.0000)	
	동일시적의복동조	.406	75.448	.193	4.184(p<.0000)	
	전통적인 자아상	.431	62.581	.150	3.410(p<.0007)	
	의복반동조	.446	53.007	.134	2.999(p<.0029)	(p<.0000)

1. 流行革新性 說明變因

유행혁신성을 從屬變因으로 하고 자아상(내성적인-사교적인 자아상, 전통적인-현대적인 자아상, 한결같은-창조적인 자아상, 평범한-특이한 자아상, 비지배적인-지배적인 자아상), 사회참여도와 의복행동변인을 獨立變因으로 하여 回歸分析한 결과 독립변인 중 6개의 변인이 유행혁신성 變量의 38.5%를 설명하고 있음을 나타냈다.

6개의 변인중에서도 마케터주도적 정보원이용도($\beta = .235$)가 가장 큰 설명변인임을 알 수 있다. 마케터주도적 정보원이용도 한개의 변인으로 유행혁신성을 22.8% 설명할 수 있는 설명력을 가지고 있다. 따라서 설명력이 가장 큰 변인은 마케터주도적 정보원이용도가

되며 정보원 중 마케터주도적 정보원을 많이 이용하는 사람들이 혁신자가 될 가능성이 많은것을 나타냈다.

다음으로 중요한 설명변인으로서 동일시적 의복동조 ($\beta=.254$)가 추가되면, 이 두 변인으로 유행선도력의 30.8% 설명력을 갖게된다. 즉, 동일시적 의복동조를 많이 할수록 혁신성이 높다는 것을 나타내주는데 Jankins, Dickey(1976)의 동조성이 강한 집단은 낮은 집단보다 의복이나 유행에 관심이 많다는 연구결과와 일치하며, 정창진(1986)의 최신 유행을 수용할수록 동조성이 낮게 나타난다는 결과와 일치하지 않는다.

전통적인-현대적인 자아상($\beta=.187$)이 세번째 설명변인으로 세번째 설명변인까지 포함되면 유행혁신성의 설명력이 34.7%로 증가된다. 이는 자신을 현대적이라고 보는 사람일수록 혁신자가 될 가능성이 많은 것을 의미하며, 유행이 앞서는 사람이 과거나 미래보다 현재를 더 중시하는 경향이 있다고 한 Pasnak, Ayves(1969)과 김용숙(1990)의 유행선도집단이 현대적인 자아상을 갖는다는 연구결과와 일치하고 있다.

네번째 변인은 衣服反同調 ($\beta=.128$)이다. 세 개의 설명변인에 의복반동조가 추가됨으로써 유행혁신성의 36.5%를 설명하고 있고, 의복반동조성이 높은 사람이 유행혁신성이 높다는 것을 의미한다. 이것은 설명력이 두번째로 큰 동일시적 의복동조와 의복반동조의 양면성을 나타냈는데 유행을 중시하는 革新者들은 혁신적 대상을 同-時하는 동일시적 동조와 남과는 다른 독특한 개성을 나타내려는 두가지 모순된 양면성을 보인다는 강혜원(1987)의 연구를 뒷받침할 수 있다.

다섯번째 변인은 의복중요도($\beta=.138$)로써, 이것은 의복을 중요시하는 사람은 혁신성이 높음을 설명하고 있으며, 사회참여도($\beta=-.099$)가 여섯번째 변인으로, 이 변인이 추가됨으로써 혁신성의 38.5%를 설명해 주고 있으며, 사회참여도 변인과 유행혁신성과는 不的關係에 있음을 나타내고 있다.

이 설명변인들 중 혁신성에만 관련된 변인은 전통적인-현대적인 자아상, 사회참여도이다. 그 중 혁신성과 정적상관을 보인 설명변인들 중 혁신성에만 관련된 변인은 전통적인-현대적인 자아상이다. 유행혁신성을 가장 잘 설명해 주는 변인으로서의 유행 선도력 설명변인인 의복중요도, 마케터주도적 정보원이용도, 동일

시적 의복동조, 의복반동조에 사회참여도와 전통적인-현대적인 자아상의 변인들이 첨가되어 설명된다고 할 수 있다.

2. 流行意思先導力 說明變因

변인 중 5개의 변인 즉 의복중요도, 마케터주도적 정보원이용도, 내성적-사교적인 자아상, 의복반동조, 동일시적 의복동조가 의사선도력 변량의 35.4%를 설명해 준다. 의복중요도($\beta=.306$)가 가장 중요한 설명변인으로 나타났다. 의복중요도 한 변인만으로 유행의 의사선도력의 26.3%를 설명하고 있다. 이것은 의복을 중요시하는 만큼 의복의 유행에 대한 관심도 커져서 그 의복 유행을 주위 대중에게 전달·충고하는 역할자가 됨을 추측할 수 있으며 의복중요도가 높은 사람들이 유행의 의사선도력이 높아진다는 것을 설명하고 있다. 마케터 주도적 정보원($\beta=.198$)이 의사선도력에 대해서 두번째 중요한 설명변인으로서 의복중요도 변인에 마케터주도적 정보원이용도 변인이 부가되면 유행의 의사선도력의 31.3%를 설명하고 있다. 이것은 의사선도자들은 정보원 중 마케터주도적 정보원을 많이 이용함을 알 수 있다. 내성적인-사교적인 자아상($\beta=.126$)이 세번째 변인으로써 자신이 사교적이라고 보는 사람일수록 의사선도력이 높다는 것을 설명한다. 이것은 사교적인 사람은 사람들과 접촉기회가 많으며 사람들과의 대화에서 유행에 관련된 정보나 의견을 전달할 기회가 많아지기 때문이라 생각된다. 의복반동조($\beta=.110$)와 동일시적 의복동조($\beta=.107$)는 네번째, 다섯번째 설명변인으로 나타났다.

이상의 변인 중 의사선도력에만 관련된 변인은 내성적인-사교적인 자아상이다. 이 자아상은 혁신성에서만 나타나는 전통적인-현대적인 자아상과 구분되는 변인으로 의사선도력과 혁신성을 구분해주는 변인임을 나타내 준다. 이것은 자신이 사교적이라고 보는 사람은 실제적으로 많은 사람들과 접촉을 많이하는 사교적인 성격일 가능성과 함께 대중들과의 많은 접촉기회를 통한 유행 정보나 의견을 자주 전달·충고해 줄 수 있기 때문에 이 변인이 의사선도력에 요구되는 요소가 된다

고 할 수 있다. 즉 유행의사선도력을 가장 잘 설명해 주는 변인으로서의 유행선도력 변인인 의복중요도, 마케터주도적 정보원이용도, 동일시적 의복동조, 의복반동조에 내성적인-사교적인 자아상이 첨가된다.

3. 流行先導力 說明變因

유행선도력을 종속변인으로 하여 회귀분석한 결과 5개의 변인 즉 의복중요도, 마케터주도적 정보원이용도, 동일시적 의복동조, 전통적인-현대적인 자아상, 의복반동조가 유의한 설명변인으로 나타났다. 의복중요도($\beta = .249$) 변인 한개가 유행선도력의 28.6%의 설명력을 가지고 있는 아주 중요한 변인으로 나타났으며, 여기에 마케터주도적 정보원이용도($\beta = .236$)이 부가되면 설명력이 37.2%로 증가되며, 동일시적 의복동조($\beta = .193$)가 부가되면 3개의 변인이 유행선도력의 40.6%를 설명해준다고 할 수 있다. 또한 전통적인-현대적인 자아상($\beta = .150$)과 의복반동조($\beta = .134$) 변인이 부가되어 모두 5개의 유의한 변인에 의한 유행선도력의 변인은 44.6%의 설명력을 가진다.

유행혁신성의 중요한 변인은 의복중요도, 마케터주도적 정보원이용도, 동일시적 의복동조 순으로 나타났다. 이 세개의 변인 중 마케터주도적 정보원이용도와 동일시적 의복동조는 유행혁신성의 중요한 설명변인이며, 의복중요도와 마케터주도적 정보원이용도는 유행의사선도력의 중요한 설명변인으로 나타났다. 유행혁신성 설명변인과 유행의사선도력 설명변인 중에서 4개의 변인(의복중요도, 마케터주도적 정보원이용도, 동일시적 의복동조, 의복반동조)이 공통으로 되어 있고, 이 변인이 유행선도력의 설명변인으로 나타난 것은 유행혁신성과 유행의사선도력을 합하여 유행선도력을 표현하는 것이 매우 타당함을 보여 주고 있다고 생각된다.

4. 流行先導力에 따른 集團과 人口統計 變因間의 關係

본 연구에서는 표본전체를 유행혁신성, 유행의사선도력 점수에 따라 각각 상, 중, 하 세 집단으로 나누어

특성을 비교하였다. 이화연(1987)은 혁신성의 25%를 상집단, 50%를 중집단, 25%를 하집단으로 하였고, 의사선도력에 있어서도 혁신성과 같은 비율로 하였다. 이것에 근거하여 유행선도력을 혁신적전달자, 혁신자, 의사선도자, 추종자, 무관심자와 같이 다섯 집단으로 나누었다.

① 流行先導力에 의한 다섯 集團과 專攻系列과의 關係

유행선도력에 따른 5개의 집단과 전공별 관계는 <표 2>에 나타나 있다.

유행선도집단(혁신적전달자, 의사선도자, 혁신자)이 비선도집단(추종자, 무관심자)보다 많이 분포되어 있는 유행선도력을 전공계열에 따라 살펴보면, 예술계열, 인문사회계열, 사범계열, 이공계열의 순으로 나타났다. 따라서 예술을 전공하는 여대생이 이공과목을 전공하는 여대생보다 유행 의복행동에 있어서 선도자로서의 역할을 함을 알 수 있다. 이 결과는 이남순(1989)의 여대생의 전공에 따른 유행수용여할을 변량분석한 결과 혁신성과 선도력은 의류, 예능, 인문계열순으로 높음을 나타낸 결과와 일치함을 보이고, 예술계열의 여학생이 선도력은 혁신자로서보다는 유행 정보를 전달하는 혁신적전달자나 의사전달자로서의 역할을 하고 있음을 알 수 있고, 이공계열 여대생은 유행추종자로서의 행동을 많이함을 알 수 있다.

<표 2> 유행선도력 다섯 집단과 전공별 χ^2 검증 결과 (N=335)

전공	혁신적 전달자	의사 전달자	혁신자	추종자	무관심자	계
인문사회	20 (19.2)	20 (19.2)	9 (8.7)	47 (45.2)	8 (7.7)	104 (100.0)
이공계열	12 (14.0)	15 (17.4)	7 (8.1)	43 (50.0)	9 (10.5)	86 (100.0)
사범계열	14 (16.9)	10 (12.0)	14 (16.9)	35 (42.2)	10 (12.0)	83 (100.0)
예술계열	15 (24.2)	10 (16.1)	6 (9.7)	24 (38.7)	7 (11.3)	62 (100.0)
계	61 (18.2)	55 (16.4)	36 (10.7)	149 (44.5)	34 (10.1)	335 (100.0)

$\chi^2 = 19.835$ D.F = 12 P = .0305

② 流行先導력에 의한 다섯 집단과 家庭내 月收入과의 關係

유행선도력 집단과 가정내 월수입과의 관계를 검증한 결과는 <표 3>에 제시되어 있다.

<표 3> 유행선도력 다섯 집단의 가정내 월수입과의 χ^2 검증 (N=335)

경제수준	혁신적 전담자	의사 전담자	혁신자	추종자	무관심자	계
200만원 이상	6 (27.3)	4 (18.2)	3 (13.6)	7 (31.8)	2 (9.1)	22 (100.0)
150만원-200만원	11 (22.0)	7 (14.0)	7 (14.0)	20 (40.0)	5 (10.0)	50 (100.0)
100만원-150만원	21 (15.4)	27 (19.9)	16 (11.8)	60 (44.1)	12 (8.8)	136 (100.0)
50만원-100만원	20 (17.7)	16 (14.2)	10 (8.8)	54 (47.8)	13 (11.5)	113 (100.0)
50만원 미만	3 (21.4)	1 (7.1)	0 (0.0)	8 (57.1)	2 (14.3)	14 (100.0)
계	61 (18.2)	55 (16.4)	36 (10.7)	149 (44.5)	34 (10.1)	335 (100.0)

$\chi^2=12.3614$ D.F=16 P=.0404

유행선도집단을 혁신적전담자, 의사전담자, 혁신자를 선도집단으로 보고, 추종자와 무관심자를 비선도집단으로 구분하여 경제수준별 분포를 보면 경제수준이 높은 집단일수록 선도력이 높음을 알 수 있고 최상의 바로 밑에 집단은 선도자와 비선도자가 똑같은 비율로 분포함으로써 선도행동과 비선도행동이 동시에 이루어짐을 알 수 있는데 이것은 최상의 바로 밑에 있는 집단은 최상층이 되기위하여 의복에 있어서 최상의 집단보다 혁신자로서의 역할을 많이함을 나타내며, 의복에 무관심보다는 유행을 따르려는 경향이 짙음을 파악할 수 있다.

가정의 월수입을 가정경제수준으로 구분하여 의복행동 변인과의 관계를 연구한 문남원(1984)의 결과에서 유행에 대한 만족도가 경제수준이 中上인 집단에서 가장 높게 나타남과 유사한 경향을 보이고, 노경미(1983)의 청년기 여성은 패션오피니언리더십이 사회경제수준과 관련이 있다는 연구결과와 일치함을 보여 주었다. 각 계층내의 유행의 흐름은 대체로 각 계층내에서 수평적으로 일어나면서 동시에 약간 위계층에서 아

래계층으로 수직적으로 흐름이 일어나는 것으로 추측된다.

유행선도력에 의한 다섯집단과 학년과의 χ^2 검증 결과는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 여대생의 학년간의 유행선도집단간의 관계가 유의하지 않음을 나타낸 것은 여대생이 학년에 상관없이 의복유행에 대한 관심이나 유행선도자로서의 역할을 고르게 하고 있기 때문으로 해석된다.

V. 要約 및 結論

본 연구는 여대생의 의복 유행선도력의 특성을 알아 보기 위해 유행선도력의 설명변인을 밝히고자 유행선도력에 관련될 수 있는 변인들을 자아상, 사회참여도, 의복행동변인, 인구통계적변인으로 나누어 질문지로 측정하였다. 충북지역 대학교에 재학하고 있는 여대생을 대상으로 질문지 조사하여 335명으로 부터 얻은 자료를 표본전체에 회귀분석을 시행하였고, 인구통계적 변인과의 관계를 알아보기 위해 χ^2 검증을 하였다.

연구결과는 다음과 같다.

유행선도력을 가장 잘 예측할 수 있는 변인들은 자아상중에서는 전통적인-현대적인 자아상으로 나타났고, 사회참여도는 유행선도력에의 설명변인으로 나타나지 않았으며, 의복행동 중 의복중요도, 마케터주도적 정보원이용도, 동일시적의복동조, 의복반동조라는 의복행동 변인이 유행선도력에 관계되는 것으로 나타났다. 그리고 유행혁신성 설명변인과 유행의사선도력 설명변인들이 상당히 일치하므로 일반적으로 유행혁신성과 유행의사선도력을 합해서 유행선도력이라고 하는 것이 타당함을 알 수 있고, 의복행동변인이 주된 설명 변인임을 알 수 있다. 유행혁신성 설명 변인과 유행의사선도력 설명 변인이 상당히 일치하는 것과 함께 다섯 집단에 대한 인구통계적 변인과의 분석 결과는 여대생의 전공계열이나 가정내월수입 사이에 유행선도력의 차이가 나타나 전공계열이나 가정의 경제수

준에 따라 여대생을 유행 선도자 집단과 비선도자 집단으로 나눌 수 있음을 보여 준다. 그러나 유행 선도자 집단중에서 혁신적 전달자는 특히 혁신자나 의사 전달자보다 강한 유행 선도자로서 유행 채택 과정에 있어 매우 중요한 역할을 하는 것으로 보이며, 유행 선도자는 혁신자나 의사전달자와 같이 단일 역할 보다는 복합적인 행동으로 나타남을 알 수 있다. 그리고 비선도자 집단도 무관심자보다는 추종자 집단에 많이 분포함을 알 수 있다. 따라서 여대생의 유행 비선도자는 유행에 대한 무관심 보다는 유행을 추종하는 행동을 한다는 것을 알 수 있다. 유행 채택 과정에서 여대생에 있어서 의복을 중요시 하는 여대생일수록 유행에 관심 및 흥미가 있으리라 짐작되고, 이러한 유행에 관한 흥미는 정보원 중 마케터주도적 정보원을 많이 이용하므로 여대생을 대상으로 한 마케터주도적인 광고 즉 T.V광고, 패션잡지, 및 의류상점의 진열장을 통한 전시효과로 마케터들의 생산·판매 전략에 기여하리라 믿는다.

현대의 패션산업은 과거에 비해 여성복 뿐 아니라 남성복에도 많은 발전과 관심을 가져왔으며, 또한 소비자들도 생활에 여유가 생기게 되면서 의복에 대한 관심이 많아지게 되었다. 따라서 남성들도 의복에 대한 관심 및 의복의 중요성은 증가하고 있다. 그러므로 앞으로 본 연구의 접근방법으로 대상분포를 여성 뿐 아니라 남성까지 다양하게 하여 유행선도력의 특성을 밝힌다면 유행 채택 이론의 좀더 체계적인 정립과 마케터들의 생산·판매 전략에 기여할 것으로 생각된다.

참 고 문 헌

- 강혜원 (1974), 대학생의 개성과 유행을 중심으로한 의상행위와 성격특성과의 관계, 연세논총, 11, 349-375.
- 강혜원 (1987), 의상사회심리학, 서울:교문사.
- 구은영 (1985), 패션리더십과 자신감과의 상관 연구, 경북대학교 대학원, 석사학위논문.
- 김영숙 (1982), 기혼녀의 사회참여도·대중전달매체 이용도·사회경제수준에 따른 패션리더십, 숙명여자대학교 대학원, 석사학위논문.
- 김용숙 (1990), 전북지역 중년기 여성들의 신체만족도와 유행지향성에 관한 연구, 한국의류학회지, 26(4), 179-189.
- 김정호 (1978), 사회계층과 의복행동, 서울대학교 대학원, 석사학위 논문.
- 김현숙·김민자 (1984), 기혼녀의 패션리더십에 관한 연구, 한국의류학회지, 8(2), 11-17.
- 노경미 (1982), 청소년 여성에 있어 변화지향적 태도와 사회경제수준에 따른 패션리더십에 관한 연구, 숙명여자대학교 대학원, 석사학위논문.
- 문남원 (1984), 기혼 여성의 환경요인과 의복행동에 관한 연구, 전남대학교 대학원, 석사학위논문.
- 박광희 (1983), 여고생들의 의복행동과 성격특성과의 상관연구, 연세대학교 대학원, 석사학위논문.
- 박혜선 (1990), 의복동조에 관한 연구, 서울대학교 대학원, 박사학위 논문.
- 송정아 (1988), 의복의 Life Style에 따른 위험지각과 정보탐색, 경북대학교 대학원, 석사학위논문.
- 신순옥 (1988), 자신감과 사회 경제 수준에 따른 패션리더십, 강원대학교 대학원, 석사학위논문.
- 신옥순 (1977), 자아정체감과 외모를 통한 자기개념 및 개성에 관한 의복심리학적 연구, 서울대학교 대학원, 석사학위 논문.
- 이남순 (1989), 유행수용역할에 관한 연구, 성신여자대학교 대학원, 석사학위논문.
- 이영운 (1981), 중년기 여성의 신체만족도와 의복 행동과의 상관연구, 연세대학교 대학원, 석사학위논문.
- 이화연 (1987), 유행선도력 예측 변인에 관한 연구, 서울대학교 대학원, 석사학위 논문.
- 정미실 (1982), 남자 중·고등학생의 의복행동과 지각향성과의 상관연구, 연세대학교 대학원, 석사학위논문.
- 정창진 (1986), 의복의 유행스타일 수용에 관한 연구, 전남대학교 대학원, 석사학위논문.
- 주영숙 (1985), 의복행태기준에 관한 요인분석 및 욕구와의 관계연구, 원광대학교 대학원, 석사학위논문.

- 최선형 (1984), 유행선도자의 특성 연구, 서울대학교 대학원, 석사학위논문.
- 최희순 (1988), 성역할 태도와 의복관심도와의 관계, 숙명여자대학교 대학원, 석사학위논문.
- Bauer, R. A.(1967), Consumer Behavior as Risk Taking, in Cox, D.F ed., Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior, Boston Harvard Univ Press.
- Baumgarten, S. A. & Summers, J. O. (1975), A Comparison of the Predictors of Fashion Opinion Leadership across Two Populations combined Proceedings, American Marketing Association.
- Baumgarten, S. A. (1975). The Innovative Communicator in the Diffusion Pross, *Journal of Marketing Research*, Vol 12.
- Cox, D. F. (1967), Risk Handling in Consumer Behavior An Intensive Study of Two Cases, in Cox, D. F.ed., Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior, Boston:Harvard Mniv Press, 1967.
- Greenwood, K. M. & Murphy, M. F. (1978), Fashion Innovation and Marketing, Macmillian Publishing Co, New York, 175.
- Grindering, M. P.(1967), Fashion Diffusion, *Journal of Home Economics*, Vol 59, No 3, 171-174.
- Hunter, M. K. (1966), A Comparison of Clothing between Negro and White Women of Low Socio Economic Status, Unpublished M. S Thesis, University of Missouri, in Creekmore, Anna, M. ed., Method of Measuring Clothing Variables, 34-35(1966).
- Jankins, M. C. & Dickey, L. E. (1976), Consumer types Based on Evaluative Criteria Underlying Clothing Decisions, *Journal of Home Economics*, Vol 4, No 3, 150-162.
- Jeanette, C. L & Robert, H. L. (1981), Fashion Power -The Meaning of in American Society-, Prentce-Hall, Inc, Engle wood cliffs, New Jersey.
- Pasnak, M.F. & Ayves, R.W. (1969), Fashion Innovators, *Journal of Home Economics*, Vol 61, No 9, 698-701.
- Polegato, R. & Wall, M. (1980), Information Seeking by Fashion Opinion Leaders and Followers, *Journal of Home Economics Research*, vol 8.
- Rayn, M. S. (1966), A study in Human Behavior No 5 Holt Rinehart and Winston Inc.
- Reynolds, E. A. & Darden, W. R.(1971), Mutually Adivative Effects of Interpersonal Communication, *Journal of Marketing Reserch*, Vol 8.
- Rogers, E. M. (1962), Diffusion of Innovation, New York, The free press.
- Rogers, E. M. & Shoemaker, F. F.(1971), Communication of Innvation 2nd ed., New york, The free press.
- Sontag, M. S. & Schlater, J. D. (1982), Proximity of Clothing to Self:Evolution of a concept, *Clothing and Textiles Research Journal*.
- Takahashi, C. L.& Newton, A.(1967), Perception of Clothing conformity, *Journal of Home Economics*, vol 59, No 9.
- William, I. G., Dominic, A.I.& Audrey, A. B.(1985), Communicator style and Fashion Innovativeness, in Michael, R.S. ed., The Psychology of Fashion, Graduate school of Business Administration New York 1986.