

인구 통계적 변인에 따른 신체만족도와 의복관여도에 관한 연구

A Study on Body Cathexis and Clothing Involvement by Demographic
Characteristics

경북대학교 의류학과
조교수 구 양 숙
상주산업대학교 의상디자인학과
부교수 추 태 귀

Dept. of Clothing & Textiles, Kyungpook National Univ.

Assistant Professor : Ku Yang-Suk

Dept. of Clothing & Design, Sangju National Polytechnic Univ.

Associate Professor : Choo Tae-Gue

〈 목 차 〉

I. 서론	IV. 결과 및 논의
II. 이론적 배경	V. 요약 및 결론
III. 연구방법 및 연구 절차	참고문헌

〈Abstract〉

The purpose of this study was to investigate body cathexis and clothing involvement by demographic characteristics and to identify the relationship between body cathexis and clothing involvement.

Five aspects of body cathexis (lower body, head/upper body, height, weight, torso) were assessed with 17 Likert type questionnaires adapted from the previous researches, and 24 items of clothing involvement were measured. The questionnaire was administered to 430 women in Taegu, Korea.

The data were analyzed using percentage, frequency, factor analysis, ANOVA, Scedge test, t-test, and Pearson's Correlation Analysis.

The results of the study were as follows:

1. The body cathexis showed head/upper body, height, torso, lower body, weight

in order of satisfaction level. Especially lower body and weight part were shown as the most unsatisfactory body parts. Age of 20s' showed the lowest body cathexis, and those who had the higher educational background and family income were more satisfied with their bodies.

2. Five dimensions of clothing involvement were derived by factor analysis such as fashion, interest, pleasure, symbolism, and perceived buying risk.

3. There were significant relationships between clothing involvement dimensions and demographic characteristics such as age, educational background and family income level. Those who were younger showed positive relationship partially among fashion, interest and pleasure of clothing dimensions but showed negative relationship in total clothing involvement. Those who had higher educational background and family income showed positive relationship with clothing involvement. Those who were not married showed higher clothing involvement than married women and employed showed higher clothing involvement with symbolism and perceived buying risk than unemployed women partially but not in total clothing involvement.

4. There were significant relationships between body cathexis and interest, perceived buying risk of clothing involvement partially. However, the correlation between body cathexis and total clothing involvement was relatively low.

I. 서론

의복의 전통적인 기능인 신체보호, 장식, 정숙성이 외에도 최근에는 심리적 측면에서 의복의 역할에 대한 중요성이 대두되고 있다. 현대사회에서 개인의 외모는 개인의 판단요소로 작용하기 때문에 외모를 구성하는 요소인 신체적인 특징과 의복은 의복행동에도 영향을 끼치고 있다. 개인의 신체적인 만족도는 심리적 요소와 매스컴 등과 같은 외적조건에 의해 좌우되기도 하므로 객관적인 상황을 정확히 반영하지 않을 수도 있다. 여성의 경우 결혼, 임신, 출산 과정과 나이가 들에 따라서 서서히 신체변화가 이루어지며 이러한 신체부위의 변화가 의복에 대한 관여를 변하게 만든다. 또한 과체중이나 비만은 오늘날 우리사회에서 바람직스럽지 못하게 여겨지며 신체적 자아는 사람들의 의복스타일의 선택과 전반적인 의복에 대한 느낌에 대하여 중요한 역할을 한다.

개인이 인지하고있는 신체자아와 이상적인 신체자아 사이에 차이가 있기 때문에(Kaiser, 1990) 대부분의 여성들은 그들의 신체적 자아나 신체 일부에 대하여 만족하지 못하고 있다. 보통 신체라 하면 옷을

입은 신체를 생각하기 때문에 의복은 신체상의 일부 분인 셈이다. 신체상의 개념과 밀접한 관련이 있는 신체만족 역시 의복과 관련된 행동과 연관이 있다. Labat & DeLong(1990)은 연구결과에서 정상체중의 여성이 신체와 의복맞음새에 가장만족하고 비만한 여성이 가장 불만족스럽게 여기고 있다고 했으며 또한 값이 비싸고 Fashionable한 옷이 잘 맞지 않을 때 소비자는 자기 몸에 이상이 있다고 생각하며, 값싸고 유행을 따르지 않은 옷은 소비자의 의견에 영향을 줄 만한 의미전달을 하지않는다고 했다. 여성소비자는 한정된 이상적인 사이즈 범위의 fashionable한 옷을 살 수있을 때 만족을 얻는다.

소비자의 자아개념은 개인에 대한 가치이며 개인의 소비행동은 상징으로 사용된 상품의 소비를 통하여 자아개념을 고양시키는 쪽으로 향한다. 따라서 신체에 대한 자아감정은 의상선호와 태도에 중요한 역할을 한다(Grubb & Grathwohl, 1967). 소비자는 개인의 자아 이미지에 영향을 받아서 소비하고, 신체만족도는 자아이미지에 상당한 영향을 끼친다고 생각되기 때문에 개개인의 자아개념을 이해하는 것은 의복행동과의 관련성을 밝혀서 효과적인 의류 마

케팅전략을 수행하는데 매우 중요하다. 국내의 신체만족도에 대한 연구는 이영운(1981), 김양진(1992), 김용숙(1986) 등의 신체만족도와 의복행동, 자아존중감, 의복만족도와의 관련성 연구가 주로 이루어졌다. 의복 관여도에 대한 연구 중 박재은(1993)은 예복, 외출복, 평상복, 홈웨어, 속내의의 종류별로 관여도를 측정된 결과, 예복, 외출복은 관여의 정도가 높게 나타났고, 홈웨어, 속내의는 비교적 관여의 정도가 낮게 나타났다. 의복은 인간에게 신체적, 심리적으로 밀접한 관계를 가지기 때문에 의복에 대한 관여와 신체만족도의 관련성을 밝혀야 할 것이다. 따라서 본 연구는 여성의 신체만족도와 관여도가 높고, 의생활에서 중요한 위치를 차지하는 외출복에 대한 관여도를 조사한 후 신체만족도와 의복관여도에 대한 관련성을 규명하고자 한다.

II. 이론적배경

1. 신체만족도

신체만족도는 육체적인 신체 전체 또는 일부분과 관련된 만족, 불만족을 의미하며, 신체상(Body Image)의 개념과 밀접한 관련이 있다(Horn, 1975). 개인의 신체만족에 대한 평가는 타인과의 상호작용을 통해서 이루어진다. 바람직한 신체형태는 문화적인 기준과 고정관념을 근거로한다. 사람들이 그들의 몸매에 대하여 느끼는 방식은 문화적인 이상, 사회관계, 개인행동의 표적이다. Body Cathexis 즉 신체만족도는 Body Image와 밀접한 관련이 있는 개념이다. 이것은 이미지 그 자체보다는 신체 여러부분의 생김새와 신체기능에 대한 만족감의 정도를 의미한다. 신체에 대한 만족의 정도는 대체로 자신에 대한 감정과 밀접하게 관련이 되어있으며, 신체만족도는 복잡하고 다중적인 구조를 가지고 있다. 남녀의 서로다른 문화적인 이상형은 그들 신체에 대한 만족도에 영향을 미친다. (Kaiser, 1990)

이명희(1982)는 신체적자아가 높거나 신체에 대한 만족도가 높은 사람은 의복의 심미성과 주의집중성을 중요시한다고 하였다. 강승희(1992)는 신체만족도

가 높은 사람이 더 외모에 신경을 쓰므로 자신의 신체를 돋보이게 할 수있는 의복을 구매하려고 의복구매 시 많은 시간과 노력을 들인다고 하였다. 이영운(1981)은 중년기 여성의 신체적 만족도와 의복행동과의 상관연구에서 신체만족도와 의복의 몸에 맞음새에 차이를 보이고, 신체에 만족할 때 의복에 대해서 만족하고 의복도 몸에 잘 맞는다고 하였다. 또한 경제적인 수준이 높을수록 자신의 신체 및 의복에 더 만족했고, 의복이 몸에 잘 맞는다고 느끼며, 유행에 대한 관심이 높고, 유행되는 스타일의 의복을 선택했다. 김양진(1992)은 여고생의 신체만족도 연구에서 신체만족도는 다소 낮았고, 특히 하체부위에 불만족했으며, 신체만족도와 의복만족도가 사회적 자아존중감에 같은 수준으로 영향을 미쳤으며, 외모변인이 사회적 상호작용에 영향을 미쳤기 때문에 의복으로 부정적인 신체자아개념의 극복가능성을 시사하였다.

Rook(1987)은 개인의 신체 이미지의 한 측면과 몸치장 용품 사용량 사이의 관련성을 살펴보았다. 신체만족도는 소비자의 장식행동에 영향을 끼치는 독립변수로서 개념화 되었다. Rook(1987)의 연구에서 신체만족도에 대하여 성 차이가 있는 지의 결과에서 여성이 남성보다 신체에 대하여 덜 긍정적이었고, 신체만족도와 장식하는 행동수준에서 신체형태에 긍정적인 사람은 치장용품을 더 자주 사용하였다. 치장용품을 많이 사용하는 젊은 남성은 전반적인 외모에 더 긍정적이었다. 반면에 치장용품을 많이 사용하는 젊은 여성은 신체의 세부적인것에 더 긍정적이었다.

이상과 같이 신체 만족도는 자아개념형성에 중요한 역할을 해 왔고, 의복은 신체와 가장 가까운 환경을 제공하고있기 때문에 신체에 대한 만족, 불만족은 의복에 투영되어서 개인의 자존심형성에 영향을 미친다(Sontag & Schlater, 1982). 또한 자아개념의 매우 중요한 부분으로서의 신체만족도는 의복 행동을 이해하는데 중요한 요소가 될 것이다.

2. 의복관여도

관여도(Involvement)는 어떤 사람이 특정한 사물에

대해 가지는 관심의 정도나 느끼는 중요도를 뜻하며 (Antil 1984), Robertson(1976)은 관여를 개입이라는 용어를 써서 제품이나 상표에 대한 개인의 신념체계의 강도라 하였고, Mitchell(1979)은 상황의 영향을 강조하여 특정한 자극이나 상황에 의해 불러일으켜진 각성 또는 흥미나 충동의 양을 표시해 주는 내적 수준의 상태변수라 정의하였다. 일반 소비자가 어떤 대상이 자신에게 유효한 영향을 미친다고 지각하면 그것에 대하여 더 많은 생각과 추론을 하고 더 많은 정보를 추구 탐색하며 상대적으로 최적의 선택을 지향하는 선택전략을 쓰는 경향이 있는 것으로 본다.

의복은 평가속성들이 다양하고 다른상품과 같이 규격화 될 수 없는 것으로 의복은 종류에 따라서 관여의 수준이 다르다. 선행연구에서의 의복관여 개념 및 차원은 Tigert 등(1976), Bloch(1982), 이영경(1986), 최은영(1990), 이영선(1991), 박재은(1993)의 연구를 종합해 볼 때 의복관여는 다차원적인 특성을 가지며 개념적으로는 의복이 개인의 가치나 신념체계와 관련됨으로 인해 발생하는 흥미, 관심, 감정적 집착 등을 반영하고 또한 의복제품의 특성상 유행은 다른 상품에서는 볼 수 없는 의복만의 특징적인 관여 차원이다. 소비자의 의복관여차원은 대체로 5가지 차원 즉, 상징성, 관심, 유행, 즐거움, 위험지각으로 나눌 수 있는데 관여차원 중 '상징성'은 의복이 신체에 입혀져서 타인에게 직업, 행동양식, 취향과 같은 단서를 보여줌으로써 착용자와 지각자 사이에서 미전달이 될 수있게 하는것이 된다. 의복에 대한 '관심'이 많은 경우 옷과 용모에 관련하여 시간, 돈, 에너지를 많이 투자한다고 했다. 의복에서의 '유행'의 관여는 다른 상품과의 관여 차원에서 구별이 될 정도로 중요성이 크다고 볼 수있다. '즐거움'의 요인은 의복구매과정에서 사회심리적인 동기로 중요한 역할을 한다. 또한 옷의 구매결과에 대한 불확실성과 구매결과의 효과를 '위험지각'이라고 하였다 (이영선, 1991).

관여의 수준에 대한 연구는 제품에 대한 흥미, 각성, 감정적 집착의 수준이 높은 내심의 상태인 고관여(High Involvement)와 그 수준이 낮은 저관여(Low Involvement)로 나누어지며, 관여수준이 높아짐에 따

라 보다는 구매를 위한 정보탐색활동도 활발해지고, 대체안의 평가도 까다로워지며, 의견선도성, 혁신성도 커지며, 제품과 관련된 활동을 더 많이 하게 된다고 했다(이기엽, 1984). 관여수준간의 비교연구 영역은 정보탐색활동(이영경, 1986; 한주희, 1989), 상표충성에 대한연구(김인수, 1988)와 의사결정과정의 복잡성(Lastovicka & Gardner, 1978; Engel & Blackwell, 1982), 광고효과(Robertson, 1976) 등으로 관여수준을 중심으로 소비자 행동을 규명하기 위하여 이루어졌다.

이상의 연구결과를 살펴볼 때, 의복에 대한 관여는 소비자의 구매행동에서 구매의사 결정과정의 중요한 변수가 됨을 알 수있다. 또한 의복관여수준으로 소비자를 구분하여 마케팅전략수립에 중요한 근거로 이용할 수 있다는 시사점을 제공하였는데 특히 고관여 소비자를 겨냥한 마케팅전략수립에 강조를 많이하였다.

신체만족도와 의복태도 사이의 관련성 연구는 서로 다른 양상을 보여주는데, 정적인 상관관계를 보여주는 연구(Sontag & Schlater, 1982; Ford & Drake, 1982; 이영운, 1982)와 신체 지각과 의복에 대한 관심도는 상관이 별로 없는 별개의 차원으로 다루어야 한다는 연구 결과(Kaiser, 1990; Darmhorst & Littrell, 1984; Davis, 1985; Shim 등, 1991; 이영운, 1992)가 있으므로 이전과는 달리 변화한 90년대의 한국인이 선호하는 신체상 즉, 서양식의 이목구비와 일자형의 날씬한 몸매를 가장 이상적인 미적 기준으로 삼았을 때의 신체상에 대한 만족도와 의복 관여와의 관련성을 살펴보는것은 이전의 연구결과와 비교해서 의복 행동을 보다 잘 설명할 수 있을것이다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 인구통계적 변인에 따라 신체만족도에 대한 차이가 있는지를 밝힌다.

연구문제 2. 인구통계적 변인에 따라 의복관여도

에 대한 차이가 있는지를 밝힌다.

연구문제 3. 신체만족도와 의복관여도에 상관관계가 있는지를 밝힌다.

2. 측정도구

본 연구는 설문지를 사용한 조사연구로서 측정변인은 신체만족도 및 의복관여도에 대한 내용을 포함하였다.

1) 신체만족도 변인

본 논문의 신체 만족도에 관한 항목은 피험자가 그들의 신체에 대하여 느낀점을 아주 만족하지 않는다(1점)에서 아주 만족한다(5점)의 5점 척도로 측정하였다. 신체의 다섯 부분을 대표하여 17개의 항목이 사용되었다. 신체의 다섯 부분은 하체부분(다리모양, 허벅지, 종아리), 얼굴(얼굴 피부색, 얼굴 생김새, 눈, 코, 치아), 길이부분(키, 다리길이, 발크기), 무게(몸무게, 엉덩이 둘레, 허리둘레), 상체부위(가슴둘레, 목사이즈, 몸매)로 이 척도는 Shim등(1991)이 Mahoney & Finch(1976)의 23개의 신체 만족도 항목을 개량한 것을 연구자가 우리 실정에 맞게 17개의 항목으로 바꾸어서 사용하였으며 점수가 높을수록 만족도가 높은것을 의미한다. 사용된 측정 척도에 대하여 이 분야의 전문가 집단의 평가를 거쳐 내용타당성을 확인 받았고, 신뢰도 분석으로는 Cronbach Alpha가 0.83으로 만족할 만 하였다.

2) 의복관여도 변인

의복관여도에 대한 문항은 선행연구(이영선, 1991; 류은정, 1991)에서 사용되었던 내용 중 일부를 선정하여, 연구자가 수정, 보완하여 사용하였으며 유행성, 의상흥미도 및 관심, 의복으로 인한 즐거움, 상징성, 의복을 구매할 때 우려되는 위험지각에 대한 내용을 포함하였다. 총 26문항을 혼합하여 제시하였고, 아주 그렇지 않다(1점)에서 아주 그렇다(5점)의 5점척도로 측정하였다. 요인분석을 한 결과 요인 부하량이 낮은 두 문항을 제외한 24문항을 선정하여 사용하였고, 마지막에 인구통계적 변인으로 연령, 결혼상태,

직업유무, 교육수준, 가계소득을 포함시켰다.

2. 조사대상 및 자료수집

본 조사는 1995년 11월에서 12월 사이에 시행되었다. 조사대상은 대구에 거주하는 20세이상 50세미만의 여성을 대상으로 하였고 500부의 질문지 중 462부가 회수되었다. 이 중 사용할 만한 430부를 분석에 사용하였다. 조사대상자의 연령은 20-29세가 35.1%(151명), 30-39세가 30.2%(129명), 40-49세가 34.7%(149명)였다.

3. 분석방법

자료분석은 spss/pc* 프로그램을 이용하여 백분율, 빈도분석, 요인분석, ANOVA, Scheffe test, t-test, 피어슨의 적률상관관계를 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 인구 통계적 변인에 따른 신체만족도

여성들의 신체만족도 조사결과 만족도의 점수범위는 21-81점 사이였고, 전체만족도 평균은 49.35로 나타났다. 신체부위별 만족도 평균점수는 하체부분(2.75), 얼굴(3.08), 길이부분(3.0), 무게(2.70), 상체부위(2.88)로 나타나 얼굴부분의 만족도가 조금 높게 나타났고, 몸무게 부분과 하체부분의 만족도가 가장 낮았다. 이는 Damhorst 등(1987)과 김양진(1992)의 연구에서 대부분의 여성들은 그들의 실제 몸무게보다 항상 더 많이 인식하고 또 허리둘레, 허벅지, 엉덩이 부분도 항상 실측치보다도 더 많이 인식한다는 연구결과와 비슷한 경향을 보였다. Labat & Delong(1990)의 연구에서와 같이 대부분의 여성들이 하체에 만족도가 낮은 이유는 의류산업에서 사용하는 치수체계가 상체와 균형을 이루도록하기 위해서 만든 이상적인 slim hip에 의거한 사이징에 실제 신체를 맞추려고 하는데서 오는 결과라고 했다. 시판되는 옷이 몸에 맞지않을 때 여성들은 몸매에 불만을 느낀다. 따

라서 여성의 신체만족을 시켜줄 수 있는 여러 체형의 치수체계가 필요하다고 생각된다.

〈표 1〉은 여성들의 신체만족도를 인구통계적 변인에 따라서 신체부위 별 만족도와 전반적 신체만족도를 비교한 결과이다. 연령에서는 30대의 신체 만족도가 가장 높았고, 20대가 낮게 나타났다. 결혼한 집단이 비교적 높은 만족도를 보였고, 직업을 가진 집단이 만족도가 높았다. 교육수준과 가계소득이 높을수록 높은 만족도를 나타내었다. 특히 대학생 집단의

만족도가 낮은 것은 이 연령대가 신체에 대하여 민감하게 반응하고 있고 또한 미디어의 영향으로 그들의 신체를 패션모델과 비교하려는 경향으로 보여진다. 이는 Cash 등(1986)의 연구의 결과와 같이 젊은 여성은 이상적인 외모를 가질 수 없는 그들의 신체에 대하여 가장 불만족을 보인 반면에 나이가 든 성인여성 특히 60대이상은 외모보다 건강유지에 오히려 더 중요성을 부여했다는 결과도 일치한다. 연령과 교육수준에서 집단 간에 유의적인 차이를 보였

〈표 1〉 인구통계적 변인에 따른 신체만족도

n=430
M=평균

인구통계 변인	변인의 구분	빈도 (명)	신체부위 별 만족도 점수					전체만족도 점수	
			I M	II M	III M	IV M	V M	M	
연령	20 - 29세	151	7.74	15.44	8.81	8.01	8.57	48.57	F 3.14*
	30 - 39세	129	8.84	15.63	9.18	8.55	8.84	50.93	
	40 - 49세	149	8.27	15.15	8.99	7.83	8.56	48.79	
결혼상태	미혼	143	7.85	15.48	8.87	8.04	8.58	48.81	t -0.92
	결혼	287	8.46	15.36	9.04	8.15	8.68	49.63	
직업유무	유무	199	8.54	15.56	8.89	8.42	8.69	50.02	t 1.49
	무	230	8.01	15.26	9.06	7.84	8.61	48.78	
교육수준	고졸이하	165	8.24	15.01	9.02	7.93	8.46	48.56	F 4.79**
	대 학생	99	7.49	15.51	8.71	7.79	8.54	48.02	
	대졸이상	166	8.74	15.72	9.11	8.48	8.89	50.94	
가계소득	100만원 이하	52	7.92	14.12	8.25	8.27	8.43	46.65	F 2.49
	100-200만원이하	173	8.17	15.22	8.98	8.11	8.62	49.10	
	200-300만원이하	126	8.24	16.02	9.14	8.06	8.69	50.14	
	300만원 이상	79	8.70	15.65	9.20	8.09	8.76	50.39	

*: $p < 0.05$ I: 하체부분 II: 얼굴

** : $p < 0.01$ III: 길이부분 IV: 무게 V: 상체부위

〈표 2〉 교육수준에 따른 신체만족도의 Scheffe test 결과

n=430

학력수준		고졸이하	대 학생	대졸이상	F
신체만족도	평균	48.55	48.02	50.94	4.79**
	Scheffe	B	B	A	

Schffe test결과 $p < 0.05$ 수준에서 유의한 차이가 나타나는 집단들은 서로다른 문자로 표시하였으며 문자의 순서는 점수의 크기순서와 같다.

** : $p < 0.01$

다. 그러나 Scheffe test결과 <표 2>, 연령에서는 집단 간 차이를 보이지 않았고, 교육수준에 따라서는 집단 간에 유의한 차이를 보였다. 대졸이상의 학력을 가진 집단이 가장 높은 신체만족도를 보였다.

2. 의복관여도의 요인분석

의복관여도의 문항 중 최종적으로 선택된 24문항을 주성분분석법(PCA)을 이용하여 요인분석 하였으

<표 3> 의복관여의 요인분석

요 인	요인부하량	고유값	누적변량(%)	Cronbach α
요인 1. 유행성		6.57	27.4	0.79
나는 어떠한 옷이 유행인가 늘 관심을 갖는다	.71432			
옷을 살 때 유행이 어떠한지 신경을 쓴다	.69858			
유행은 변화하기 때문에 그 새로움이 나에게 기쁨을 준다	.63425			
친구들과 옷에 대해 자주 대화를 나눈다	.59953			
나는 옷에 대하여 자주 생각한다	.59569			
주위사람과 비교해 볼 때 새로 유행하는 옷을 일찍 구입한다	.58456			
요인 2. 흥미 및 관심		2.06	35.9	0.76
나는 옷에 대하여 신경을 쓰지않는다 (R)	.67645			
옷은 생리적 목적이나 신체보호를 위한것에 불과하다(R)	.60107			
나는 옷에 관련된 여러가지 일에 흥미를 느낀다	.55843			
어떤옷을 선택하든 나에게는 문제가 되지않는다(R)	.54832			
나는 옷차림을 연출해볼 때 즐거움을 느낀다	.53938			
옷은 나에게 중요하다	.50388			
옷을 살 계획이 없어도 어떤 옷들이 있는지 점포를 가끔 둘러 보고 싶다	.40334			
요인 3. 즐거움		1.57	42.5	0.70
옷을 잘못 구입하면 정신적으로 스트레스를 느낀다	.65828			
남이 나의 옷차림에 대해 칭찬할 때 기쁨을 느낀다	.62003			
옷을 잘 입는것이 중요하다고 생각한다	.60926			
멋있는 옷은 나에게 기쁨을 줄 수 있다	.55419			
옷이 사람을 달리 보이게 할 수 있기때문에 즐거움을 느낀다	.49974			
요인 4. 상징성		1.15	47.3	0.64
옷은 그 사람의 신분을 나타낸다고 생각한다	.76877			
옷은 그 사람의 생활수준을 나타낸다고 생각한다	.70518			
옷은 그 사람의 미적 감각을 나타낸다고 생각한다	.45219			
다른 사람들이 나를 평가할 때 나의 옷차림을 중요시 한다고 생각한다	.44187			
요인 5. 위험지각		1.03	51.6	0.48
옷을 살 때 그 옷이 값에 비해 얼마나 유용하게 입을 수 있을 것인가를 생각해 본다	.81024			
옷을 살 때 그 옷이 나의 일상적인 타입과 맞을지 생각해 본다	.62642			

R: 역으로 환산된 문항

며 요인의 수는 고유값 1의 기준과 scree-test를 함께 이용하여 결정하였으며 Varimax에 의한 직교회전을 실시하였다. 이와같은 방법으로 요인분석을 한 결과 5개의 요인이 추출되었다. 5개 요인의 누적변량은 51.6%로 이는 요인이 의복관여의 모든 차원을 포괄하지는 못하는 것으로 볼 수있다. 각 요인에 해당되는 문항 및 요인의 명칭은 <표 3>과 같다.

요인 1은 유행과 관련되는 문항이 많아서 '유행성'으로 명명하였고, 요인 2는 의복에 대한 '흥미 및 관심'의 문항으로 구성되었으며 요인 3은 의복에 대한 '즐거움'이라 하였다. 요인 4는 '상징성'으로, 요인 5는 의복을 구매했을 때의 느끼는 '위험지각'이라 명명하였다.

요인 별 고유값과 누적변량을 살펴보면, 유행성 요인이 고유값이 6.57이고 전체변량의 27.4%를 차지하여 의복관여개념을 구성하는 가장 중요한 요인으로 나타났다. 이러한 결과는 상징성이 가장 중요한 요인으로 나타났다는 이영선(1991)의 의복관여차원의 연구결과와 김미영(1989)의 의복평가기준 차원분석의 연구결과와는 다르게 나타난 것으로 의복관여 차원 중 '유행성'이 가장 중요한 차원으로 변화하는 것을 보여주었다. 따라서 앞으로 유행차원에 대한 독자적인 연구가 필요하다고 생각된다. 흥미 및 관심의 인자는 고유값이 2.06, 전체변량이 8.5%였다. 나머지 세 요인인 즐거움, 상징성, 위험지각은 고유값과 전체변량이 낮게 나타났다. 요인별 신뢰도는 위험지각을 제외한 4개요인은 모두 0.6이상으로 만족할 만 하였으나 위험지각은 Cronbach alpha값이 0.48로 낮게 나타났다. 이는 단지 2개의 문항으로 요인이 구성되어 있어서 위험지각에 관계되는 문항을 더 보완하여야할 것으로 생각된다.

3. 인구통계적 변인과 의복관여도

인구통계적 변인 중 여성의 연령, 교육수준, 가계소득과 의복관여도와와의 관계를 피어슨의 적률 상관관계를 이용하여 분석한 결과는 <표 4>와 같다.

총관여 수준과 연령은 부적인 관계를 갖는 것으로 나타났다 ($r = -.1984$). 이는 연령이 어릴수록 의복에

대한 유행이나 흥미 및 관심, 즐거움에 더욱 관심을 보이는것을 의미한다. 교육수준과 가계소득은 총관여 수준과 정적인 관계를 보였다. 이는 교육수준이 높을수록 흥미 및 관심, 즐거움, 상징성, 유행의 순으로 관심을 보여주었고, 가계소득이 높을수록 흥미 및 관심, 즐거움에 관여하는 경향이 있었다. 특히 흥미 및 관심은 연령이 어릴수록, 교육수준과 가계소득이 높을수록 관여하는 경향을 보였다.

여성의 결혼상태와 취업유무를 독립 변수로하여 이들에 의한 의복관여의 차이를 t-test로 검증한 결과를 <표 5>와 <표 6>에 제시하였다. <표 5>에 제시된 바와 같이 미혼의 여성이 기혼집단 보다 의복의 흥미 및 관심, 유행성, 즐거움, 총 관여 수준에서 유의하게 더욱 관여하는 경향을 나타내었다. 위험지각 차원에서는 결혼한 집단이 더 관여하는 것으로 나타났다. 의복관여의 각 차원과 직업유무에 따른 유의한 차이가 있는가에 대해서는 <표 6>에 제시된 바와 같다. 직업을 가진 여성이 상징성과 위험지각에 더 많이 관여하는 것으로 나타났으나 총관여 수준에는 별 차이가 없었다.

4. 신체만족도와 의복관여도

<표 7>에서 신체만족도와 의복관여도 사이의 상관계수와 의복관여 각 차원과의 부분적인 상관계수를 나타내었다. 신체만족도는 의복 총 관여와 관여차원 중 흥미 및 관심과 위험지각 사이에 통계적으로 유의한 상관관계를 나타내었으나 전반적으로 상관관계가 낮게 나타났다. 이는 Damhorst 등(1987)과 Davis (1985)의 연구에서와 같이 의복관여의 한 부분인 의상흥미정도와 신체만족도는 관련성이 없는 별개의 속성을 가진 것과 김양진(1992)의 연구결과에서 신체만족도와 의복관심도는 별로 차이를 보이지 않았다는 것과 비슷한 경향을 보였다. 따라서 신체만족도와 의복관여도는 상관관계가 낮은 별개의 영역이라 생각되며, 신체에대한 인지도에 상관없이 여성들은 의복에 관여하는 것으로 생각된다.

〈표 4〉 의복관여와 인구통계적 변인들의 상관관계

n=430

의복관여차원	유행성	흥미 및 관심	즐거움	상징성	위험지각	총관여
연령	-.2144***	-.2048***	-.1576**	-.0543	.0902	-.1984***
교육수준	.1362**	.1986***	.1730***	.1473**	.0260	.2065***
가계소득	.0679	.1607***	.1301**	.0719	.0171	.1370**

** : p < 0.01

*** : p < 0.001

〈표 5〉 결혼상태에 따른 의복관여

의복관여차원		유행성	흥미 및 관심	즐거움	상징성	위험지각	총관여	
결혼상태	미혼	평균	18.93	26.36	19.13	13.54	7.66	85.62
	결혼	평균	17.05	24.35	18.23	13.32	7.90	80.85
	t		5.31***	5.67***	3.54***	0.90	-2.28*	4.91***

* : p < 0.05

*** : p < 0.001

〈표 6〉 취업유무에 따른 의복관여

의복관여차원		유행성	흥미 및 관심	즐거움	상징성	위험지각	총관여	
취업유무	유	평균	17.81	25.17	18.62	13.65	7.93	83.17
	무	평균	17.56	24.89	18.46	13.17	7.72	81.80
	t		0.71	0.81	0.66	2.06*	2.08*	1.45

* : p < 0.05

〈표 7〉 신체만족도와 의복관여도의 상관관계

의복관여차원	유행성	흥미 및 관심	즐거움	상징성	위험지각	총관여
신체만족도	0.0861	0.1782***	0.1068	0.0961	0.1198**	0.1610**

** : p < 0.01

*** : p < 0.001

V. 요약 및 결론

본 연구는 여성을 대상으로 신체만족도와 의복관여도를 조사한 후 신체만족도와 의복관여도 사이의 관련성을 밝히는데 그 목적이 있다. 본 연구의 결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

첫째, 신체만족도의 조사 결과는 얼굴, 길이부분, 상체부위, 하체부분, 무게의 순으로 나타났다. 특히

하체부위와 무게부분이 가장 불만족스러운 부분으로 나타났다. 20대의 연령에서 가장 낮은 신체만족도를 나타냈고, 교육수준, 가계소득이 높을수록 높은 신체만족도를 나타내었다.

둘째, 의복관여도는 5개의 요인으로 분류되었다. 요인 1은 유행성, 요인 2는 의복에 대한 흥미 및 관심, 요인 3은 즐거움, 요인 4는 상징성, 요인 5는 위험지각으로 분류되었다. 다섯 개의 의복관여 요인 중

유행성이 가장 높은 비중을 차지하였다.

셋째, 의복관여도와 인구통계적 특성에서 연령이 어릴수록 유행성, 흥미 및 관심, 즐거움에 더욱 관여하는 경향이 있었고, 총관여 수준과 연령은 부적인 관계를 나타냈다. 교육수준과 가계소득이 높을수록 총 관여 수준과 정적인 관계를 보였다. 미혼의 여성이 의복관여를 더 많이하고, 직업을 가진 여성은 상징성과 위험지각에 더 많이 관여하는 것으로 나타났으나 총 관여 수준에서는 직업을 가지지 않은 여성과 별 차이가 없었다.

네째, 신체만족도와 의복관여도와와의 관련성은 신체만족도는 흥미 및 관심, 위험지각 사이에 부분적으로 통계적으로 유의한 상관관계를 보였으나 전반적인 상관관계는 낮게 나타났다. 이는 신체만족도와 의복관여는 상관이 아주 낮은 별개의 영역으로 다루어야 할 것으로 사료된다.

이상의 연구 결과에서 볼 때 대부분의 여성이 신체 중 하체부분과 몸 무게에 불만족을 나타내고 있었다. 이는 시판되는 옷이 맞지 않을 때 여성들은 그들의 몸매가 완벽하지 못하다는 의미전달을 받는다. 따라서 여러형태의 체형으로 세분화된 치수 체계가 필요하다고 생각된다.

의복관여 차원 중 선행연구와는 달리 유행성이 가장 많이 관여하는 차원으로 나타났으므로 다른 상품과는 달리 의복의 특수성을 고려한 유행차원의 연구가 계속되어야 한다고 생각된다. 또한 신체만족도와 의복관여도의 상관관계가 아주 낮은 것으로 나타났으므로 이것은 신체인지도에 상관없이 여성은 의상과 패션에 흥미와 관심을 가지는 경향이 있다고 생각되므로 의복으로 부정적인 신체자아개념의 극복가능성에 관한 연구도 고려해 볼 필요가 있다고 생각된다.

【참 고 문 헌】

- 1) 강승희(1992), 의복동기 및 의복구매태도와 자아개념과의 관계: 성인 남자를 중심으로, 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 2) 김미영(1989), 생활양식유형과 의복평가기준에 관한 연구, 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 3) 김양진(1992), 의복 및 신체만족도와 학업 성취도가 사회적 자아존중감에 미치는 영향, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 4) 김용숙(1986), 기혼여성들의 신체만족도와 의복만족도에 관하여, 대한가정학회지, 24(3), 1-9.
- 5) 김인수(1988), 소비자의 제품몰입이 상표선택에 미치는 영향에 관한 연구, 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 6) 류은정(1991), 의복관여도에 따른 의복구매행동에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 7) 박재은(1993), 의복종류별 관여수준과 정보탐색활동-서울시 거주 주부를 중심으로-, 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 8) 이기엽(1984), 소비자행동 모델에 있어서의 자아몰입에 관한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 9) 이명희(1982), 예의, 정숙성과 심미성을 중심으로 한 대학생의 의복행동과 관련된 심리적 변인연구, 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 10) 이영경(1986), 의복품목에 따른 제품관여수준과 유행 및 정보탐색활동에 관한연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 11) 이영선(1991), 소비자의 의복관여와 외적정보탐색, 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 12) 이영운(1991), 중년기 여성들의 신체적 만족도와 의복행동과의 상관관계, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 13) 최은영(1990), 의복에 대한 소비자 관여 연구, 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
- 14) 한주희(1989), 소비자의 생활양식과 의복구매정보 탐색활동에 관한 연구, 동아대학교 대학원 논문집(14)
- 15) Antil, J.H.(1984), Conceptualization and Operationalization of Involvement, Advances in Consumer Research, 11, 203-213.
- 16) Bloch, P.H.(1981), An Exploration into the Scaling of Consumer Involvement with a Product Class, Advances in Consumer Research, 8.
- 17) Cash, T.F., Winstead, B.A., & Janda, L.H.(1986),

- The Great American Shape-up: We're healthier than ever, Fitter than ever... but less satisfied with how we look, *Psychology Today*, 20(4), 30-37.
- 18) Damhorst, M.L., Littrell, J.M., & Littrel, M.A. (1987), Adolescent Body Satisfaction, *Journal of Psychology* 121, 553-562.
- 19) Davis, L.L.(1985), Perceived Somatotype, Body-cathexis, and Attitudes toward Clothing among College Females, *Perceptual and Motor Skills* 61: 1199-1205.
- 20) Engel, J.F. & Blackwell, R.D.(1982), *Consumer Behavior*, 4th(ed.), New York: Dryden Press.
- 21) Grubb, E.L., & Grathwhohl, H.L.(1967), Consumer self-concept, Symbolism, and Market Behavior: A Theoretical Approach, *Journal of Marketing*, 31 (4), 22-27.
- 22) Horn, M.J.(1975), *The Second Skin*, Boston: Houghton Mifflin Co.
- 23) Kaiser, S.B.(1990), *The Social Psychology of Clothing* New York: Macmillan.
- 24) Labat, K.L., & DeLong, M.R.(1990), Body Cathexis and Satisfaction with Fit of Apparel, *Clothing & Textile Research Journal*, 8(2), 43-48.
- 25) Lastovica, J.N., & Gardner, D.M.(1978), Low Involvement versus High Involvement Cognitive Structure, *Advances in Consumer Research*, 5.
- 26) Mahoney, E.R., & Finch, M.D.(1976), The Dimensionality of Body-Cathexis, *Journal of Psychology*, 92(2), 277-279.
- 27) Mitchell, A.A.(1979), Involvement: A Potentially Important Mediator of Consumer Behavior, *Advances in Consumer Research*, 6, 191-196.
- 28) Robertson, T.S.(1976), Low commitment consumer behavior, *Journal of Advertising Research*, 6 19-24.
- 29) Rook, D.W.(1987), Body Cathexis and Market Segmentation. In M.R. Solomon, ed. *The Psychology of Fashion*, 233-241, Lexington: Heath/Lexington Books.
- 30) Shim, S., Kotsiopulos, A, & Knoll, D.S.(1991), Body Cathexis, Clothing Attitude, and Their Relations to Clothing and Shopping Behavior Among Male Consumers, *Clothing and Textiles Research Journal*, 9(3), 35-44.
- 31) Sontag, M.S., & Schlater, J.D.(1982), Proximity of Clothing to Self: Evolution of a Concept, *Clothing and Textiles Research Journal*, 1(2), 1-8.
- 32) Tigert, D.J., Ring, L.J. & King, C.W.(1976), Fashion Involvement and Buying Behavior: A Methodology Study, *Advances in Consumer Research*, 3.