

의복스타일 이미지 선호와 자기이미지와의 관계 연구

성신여자대학교 의류학과
교수 이명희
성신여자대학교 조형대학원
석사과정 김현주

目 次

I. 서 론	V. 결 론
II. 이론적 배경	참고문헌
III. 연구방법	ABSTRACT
IV. 결과 및 논의	

I. 서 론

인간이 의복을 선택하게 되는 동기는 의복 자체가 지닌 요인과 함께 그것을 선택하는 개인의 특성에 따라 달라지게 되는데, 이러한 인간 행동에 영향을 주는 개인적 특성의 하나가 자기이미지라 할 수 있다. 자기이미지란 한 개인이 자기 자신에 대하여 가지고 있는 자아상이다. 심리학자들은 자기이미지를 현실적 자기이미지와 이상적 자기이미지로 구분하였는데 전자는 한 인간이 자기 자신을 실제로 보는 눈이고, 후자는 타인이 보아주기를 원하거나 혹은 자기 자신을 그렇게 보려고 원하는 자기 이상이다(정근택, 1987).

의복은 이상적 자기이미지와 지각된 자기이미지 사이의 격차를 줄여주는 데 사용될 수 있다. 남미우(1987)는 자아이미지와 의복의 선호상표 이미지와의 일치도를 비교하여 구매결정에 미치는 영향을 고찰하였으며, 장은영(1993)은 자아이미지와 의류상품 이미지 일치도가 상품선호와 구매의도에 높은 영향을 미친다고 하였다. 소비자는

실제로 자신이 가진 이미지와 이상적으로 자신이 바라는 이미지, 그리고 자신의 동료집단의 이미지와 부합되게 꿈 제품의 특성을 고려하여 가장 이미지 갭(gap)을 줄일 수 있는 제품을 선택하거나 선호하게 된다(김재용, 1988). 즉 개인의 심리적인 특성인 자기이미지는 상표나 제품선호와 밀접한 관계가 있으며, 구매행동에 영향을 줄 수 있다.

그러나 대부분의 선행연구(남미우, 1987; 정근택, 1987; 장은영, 1993)가 자기이미지와 의복구매 특성과 관련지어 연구되었고 의복스타일이 전달하는 이미지의 선호도와 개인의 심리적 측면인 자기이미지와의 관계는 뚜렷하게 밝혀지지 않았다. 또한 의복이 전달하는 이미지의 선호도 측정에 있어 의복자극을 제시하지 않고 양극화된 형용사쌍만으로 구성된 질문지를 제시하여 측정하였는데 이미지를 나타내는 구체적인 의복형태에 관한 내용을 조사하는 것이 필요시된다. 의복이 인체에 착용되어 그 이미지가 타인에게 전달된다고 볼 때 의복 자극이 제시되어야 보다 실제에 가까운 의복이미지를 측정할 수 있을 것이다.

따라서 본 연구에서는 의복이미지에 따른 여성의 복의 스타일을 선정하고 자기 외모에 관심이 많고 패션의 변화에 민감하게 반응하는 여대생과 20, 30대의 여성들 대상으로 하여 의복스타일 이미지를 평가하고, 선호하는 의복스타일 이미지와 자기이미지와의 관련성을 조사하고자 한다.

본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다.

1. 의복스타일 이미지 평가의 차원을 분류한다.
2. 의복스타일에 따른 이미지 평가의 내용을 조사한다.
3. 의복스타일 선호도와 현실적 자기이미지 및 이상적 자기이미지와의 관계를 규명한다.
4. 결혼여부, 학력, 사회계층 등의 인구통계적 변인에 따른 의복스타일 이미지 선호도를 조사한다.

II. 이론적 배경

1. 의복이미지 평가

의복이미지란 의복이 전달해 주는 전체적인 느낌으로, 의복의 형태, 색, 재질 등에 따라 전달되는 이미지가 달리 표현되며 사회의 문화적 규범이나 개인의 특성에 따라 의복인지도와 선호하는 의복 특성이 다양하게 나타날 수 있다. 사람들이 어떤 의복을 접하였을 때 나타내는 반응, 즉 느낌은 의복에서 표현되는 시각적 이미지에 영향을 받게 된다. Sirgy(1982)는 이미지 측정에는 의미미분척도가 적당하며, 의미미분법에 의해 의복에 대한 지각이 수량화될 수 있다고 하였다.

Delong과 Larntz(1980)의 연구에서는 5개의 여성복 사진에 대하여 56쌍의 형용사쌍으로 구성된 의미미분척도를 사용하여 평가하였는데, 모두 5개의 요인이 추출되었으며 이들 요인은 유행성, 활동성, 복잡성, 유용성, 역능성 요인이었다. 장은영(1987)은 의미미분척도를 사용하여 체크 패턴 변화에 따른 의복의 시각적 이미지를 요인분석한 결과 3개의 요인을 추출하였으며, 홍병숙(1988)은

19개의 형용사쌍으로 양장과 한복의 이미지를 비교한 결과 4개 요인을 추출하였다. 강혜원, 이주현(1990)은 상황에 따른 인상 차원을 조사한 결과 평가, 능력, 품위, 동조성, 친화, 화려함-겸소함 등의 6개 차원이 의복에 의한 인상 형성에 관계된다고 하였다.

한편 의복이미지는 의복스타일 분류를 위한 기준으로 사용되고 있다. 의복이미지를 스타일 분류 기준으로 사용하는 것은 지각자, 상황, 시간의 영향을 벗어나 보다 보편적으로 적용될 수 있는 스타일 분류를 가능하게 한다(정인희, 1991). 또한 의복이미지 스타일 분류에 의해 개인이 어떠한 의복스타일 이미지를 선호하는지 파악할 수 있다.

정인희(1991)는 의복스타일 분류의 가장 기본적이고 타당성 있는 기준을 ‘남성적-여성적’, ‘단순한-장식적’, ‘전원적-도회적’ 이미지를 기준으로 삼았으며, 이를 이미지가 의복으로 표현되었을 경우 스타일이라 부를 수 있다고 하였다. 김영인(1989)은 의복디자인의 감각적 측면을 설명하는 용어로 보편적 감각, 활동적 감각, 우아한 감각, 현대적 감각, 여성적 감각, 남성적 감각의 집단으로 분류하였다. 황주란(1989)은 ‘엘레강스, 로만틱, 드레시’, ‘클래식, 보수적’, ‘캐주얼, 스포티, 내추럴’, ‘드라마틱, 대담한’의 4가지 스타일로 분류하였다. 김문진, 임숙자(1989)는 의류 상표이미지를 4개의 속성 즉 ‘정장형-캐주얼형’, ‘고전적-현대적’, ‘여성적-남성적’, ‘색상이 점잖다-화려하다’ 등으로 구분하여 각 상표의 이미지를 분석하였고, 김은애, 이명희(1992)는 의복이미지 선호도를 ‘진보적-보수적’, ‘캐주얼한-포멀한’, ‘소박한-화려한’, ‘남성적-여성적’ 이미지의 4개 요인으로 분류하였다. 유경숙(1996)은 의복이미지를 ‘독특한-평범한’, ‘고귀한-서민적인’, ‘부드러운-딱딱한’, ‘발랄한-점잖은’ 이미지의 4개 요인으로 분류하여 연령과 의복이미지 선호와의 관계를 조사하였는데, 10대가 가장 독특한 이미지와 발랄한 이미지를 선호하였으며, 연령이 높아질수록 평

범한 이미지를 선호한다고 하였다. 남미우(1992)는 우리 나라 문화 안에서는 캐주얼보다 격식 차린 정장 착용을 더 좋게 평가하며 유행형의 의복에 대하여 경직된 태도를 가진다고 하였다.

이상에서 의복이미지 구성요인과 의복스타일의 분류를 살펴보았는데 선행 연구를 기초로 볼 때 '남성적-여성적' 이미지로 의복을 분류하고 있는 것이 가장 많았으며 그 외에 '캐주얼한-포멀한', '화려한-소박한(젊잖은)', '고전적-현대적', '단순한-장식적인', '독특한-평범한' 이미지 등으로 분류되었다.

2. 의복과 자기이미지

자기이미지와 자아이미지는 혼용하여 사용되며 사회학을 중심으로 여러 분야에서 다양하게 정의되어 왔다. 이미지란 개인의 행동을 일으키는 잠재적인 힘을 가지는 것으로서, 추상적이며 관념적인 것 같이 보이지만 실제 행동을 좌우하는 큰 힘을 가지고 있다고 하여 개인의 구매 행동과 관련되어 이미지의 중요성이 강조된다(정미경, 1993).

Burns(1979)는 자기개념과 자기이미지에 대한 의미 비교를 가능하도록 하였는데, 자기개념은 총체적 자기(global self)중 피인자(the known) 또는 객체로서의 자기(me)와 깊은 관련을 가지고 이로부터 도출되며, 자기이미지 그리고 자기 평가(또는 자기 존중, 자기 수용)의 두 요인에 의해 형성된다고 하였다. 즉 자기개념 속에 자기이미지 부분과 자기 평가적 부분의 두 가지가 공존하고 있는 것으로 파악하였다. 자기이미지는 묘사를 위해 쓰는 반면, 자기개념은 보다 평가적으로 사용된다(오창호, 1984).

정인희, 이은영(1996)은 사회심리학용어집(1985 : 305)이나 의류용어집(1994 : 197)에서도 'self-concept'과 'self-image'의 대응 한국어를 각각 '자기개념'과 '자기이미지 혹은 자기상'으로 제안하고 있는 만큼, 이후의 연구들은 '자기개념'과

'자기이미지'라는 용어를 채택하는 것이 보다 바람직할 것이라고 하였다. 즉 자기이미지는 개인이 자신을 지각하는 상으로, '어떠 어떠하다'로 묘사되고 표현될 수 있는 것이며, 긍정적인가 부정적인가의 차원에서 논의되며 보다는 다만 '어떠한가' 하는 것이 중요하다고 하였다.

자기이미지는 자기 자신을 바라보는 측면으로서 자신의 실제적 상황과 관련된 것인가 아니면 이상적 상황과 관련되어 있는가 하는 것으로 구분할 수 있다. Sirgy(1982)는 자기이미지를 실제 자기이미지, 이상적 자기이미지, 사회적 자기이미지, 이상적 사회적 자기이미지의 네 가지 유형으로 구분하였다.

의류학에서는 의복과 관련된 인간 행동을 이해하기 위하여 지금까지 많은 변수를 채택하여 왔으며, 자기이미지 또한 의복 착용과 구매 및 상호작용에 관련된 인간 행동을 이해하기 위한 중요한 변수로 인식되어 왔다. 의복은 제2의 피부로서 이상적 자기이미지와 지각된 자기이미지 사이의 격차를 줄여 주는 데 흔히 사용될 수 있는데 보통 사람들은 현실적인 자기이미지보다 더욱 긍정적인 이상적 자기이미지를 가지며 의복은 이러한 자기이미지를 보완해 주는 역할을 한다(정인희·이은영, 1996).

Landon(1974)은 외출복 상의를 대상으로 한 자기이미지와 구매의도와의 관계 연구에서 남자들은 현실적 자기이미지가, 여성들은 이상적 자기이미지와의 일치도가 구매의도와 높은 상관이 있다고 하였다. Bidwell(1968)과 Ross(1971)는 선호 상표 이미지와 자기이미지가 일치한다고 하였다. 김현주, 김문숙, 유동근(1995)은 자아이미지가 의류점 선택에 미치는 영향을 연구하였는데, 전문점이나 유명 상품점을 제외하고 자아이미지와 점포 이미지 선택이 일치하였다. 따라서 자아이미지와 점포의 상징적 이미지간 일치를 확보해야 효율적인 마케팅을 할 수 있다고 하였다.

남미우(1987)의 연구에서는 여대생의 자아이미

지는 두 의복 품목(외의, 내의) 모두에서 선호 상표이미지와 유의한 관계가 있었다. 외의 품목의 의복 구매 의사 결정에는 현실적 자아 일치도의 영향이 커었고, 내의 품목의 경우 구매 의도는 이상적 자아 일치도가 영향을 주었으나 실제 구매에는 현실적 자아 일치도의 영향이 큰 것으로 나타났다. 나영은(1992)은 선호 의복스타일 이미지와 실제적·이상적 자아이미지와의 일치도를 비교하였는데 실제적 자아보다는 이상적 자아와의 유사성이 스타일 선호에 더 관련이 높다고 하였다. 장은영(1993)의 연구에서는 개인의 의류 상품이미지와 자아이미지가 일치할수록 그 상품의 선호도가 높다고 하였으나, 이상적 이미지와 현실적 이미지 간에는 별 차이가 없다고 하였다. 연령별로 비교해 보면 20대, 30대의 경우는 현실적 자아이미지보다 이상적 자아이미지와의 일치도가 의복선호도와 더 높은 상관이 있었으나 40대, 50대는 현실적 자아이미지의 일치도가 의복선호도와 더 상관이 높았다.

이상에서 볼 때 개인의 상표 선호 및 구매와 의류제품 선호는 자기이미지와 관련이 있었으며, 의복에 대한 개인의 선호도와 구매의사, 점포선택 결정 과정에 자기이미지가 중요한 역할을 한다고 할 수 있다. 그러나 이상적 자기이미지 및 현실적 자기이미지와 의복선호와의 관계는 연령층에 따라 다소 차이가 있었다.

III. 연구방법

1. 측정 도구

본 연구는 질문지법을 사용하여 자료를 수집하였다. 질문지는 의복스타일 이미지의 평가 및 선호도를 측정하는 문항, 자기이미지에 관한 측정 문항, 인구통계적 변인 측정 문항으로 구성되었다.

의복스타일 이미지 조사를 위한 자극물을 제작하기 위하여 1차적으로 국내 성인 여성 의류 브랜-

드 33개를 선정하여 96년 봄 /여름 카다로그를 수집하였다. 본 연구에서 선행 연구(김영인, 1989; 김은애, 이명희, 1992; 정인희, 1991)의 의복 이미지를 기초로 6개(3쌍)의 상대적인 의복스타일 이미지를 채택하였다. 채택된 의복스타일 이미지는 남성적-여성적, 화려한-수수한, 캐주얼한-포멀한 이미지였다. 수집된 카다로그 중에서 6개의 이미지를 나타내는 의복을 선정하고 각 의복 이미지에 해당되는 스타일을 2개씩 디자인하여 총 12개의 의복스타일을 선정하였다. 의복스타일은 외출복 투피스 형태의 슈트로 제한하였으며 각 의복 그림은 컴퓨터를 사용하여 인쇄하였다. 자극물의 제작 과정은 12개로 선정된 의복스타일을 연구자가 바디 위에 착장시킨 모양의 그림으로 제작하였고, 제작된 그림을 scanner를 사용하여 저장하였다. 의복의 문양과 색은 카다로그에 나타난 문양과 색의 일부분을 scanner로 스캔하였다. 12개 의복스타일의 이미지별 타당성 여부를 측정하기 위해 예비 조사를 실시하였다. 예비 조사는 의류학을 전공하는 4학년 여대생 및 대학원생 50명을 대상으로 실시하였다. 그 결과 2개의 의복스타일 중에서 각 이미지에 더 긍정적인 수준을 나타낸 6개 스타일이 최종적으로 결정되었으며, 그 결과는 <그림 1>과 같다. <그림 1>은 질문지에서 제시한 자극물을 흑백으로 30% 축소한 것이다. 스타일 A는 스카프를 두른 갈색 슈트이고, 스타일 B는 더블단추에 세로 줄무늬가 있는 회색 슈트, 스타일 C는 빨강, 노랑, 회색 등의 프린트 무늬가 있는 재킷과 노란색 스커트의 슈트였다. 스타일 D는 테일러드칼라의 베이지색·싱글재킷과 회색스커트의 슈트, 스타일 E는 코사지로 장식한 회색과 연한 베이지색의 샤텔라인 슈트, 스타일 F는 청색 재킷과 청색 폴리츠 스커트의 슈트였다.

의복이미지 평가는 제시한 자극물의 의복스타일을 보고 폐험자가 전체적으로 느껴지는 이미지를 평가하게 하였다. 의복이미지 평가를 위한 형용사 용어는 선행 연구(김영인, 1989; 김은애, 이



〈그림 1〉 자극물로 선정된 의복 스타일

명희, 1992; 정인희, 1991)에서 사용한 문형을 기초로 11쌍의 문형을 선정하였다. 측정 방법은 외미미분척도법으로 상대되는 각 쌍의 형용사에 대하여 1점에서부터 7점을 주었다.

외복스타일 이미지 선호도는 각각의 스타일에 대하여 소유도, 선호 순위, 구매의사를 조사하여 점수를 합하였다. 소유도는 그림과 유사한 스타일을 어느 정도 소유하고 있는지를 조사하였으며, ‘전혀 없다’에서 ‘한벌 소유’, ‘두벌 소유’, ‘세벌 소유’, ‘네벌 이상 소유’까지 모두 5점 척도로 조사하

였다. 선호 순위는 자극물로 제시된 의복스타일에 대하여 가장 좋아하는 스타일부터 가장 좋아하지 않는 스타일까지의 순위를 측정하였다. 1순위부터 6순위의 평가를 점수 계산 시에는 거꾸로 하여 1순위는 6점, 6순위는 1점을 주어 계산하였다. 구매 의사자는 그 스타일을 구매하고 싶은 정도에 대하여 5점 척도로 조사하였다. 의복스타일 이미지 선호도의 가능한 점수 범위는 3~16점이었다.

자기이미지는 평소의 자기에 대하여 어떠한 이미지로 평가하고 있는가를 측정하는 것으로 현실

적 자기이미지와 이상적 자기이미지를 구분하여 각각 평가하였다. 평가에 사용된 형용사는 의복이미지 평가에 사용한 문항중 10쌍의 형용사는 똑같이 사용했으나, '캐주얼한-포멀한'의 1쌍의 문항은 자기이미지 평가에 부적절하게 생각되어 '격식 차리지 않는-격식차리는'의 문항으로 수정하여 최종 11쌍의 형용사를 선정하였다. 측정 방법은 7점 척도로 양극화된 형용사에 대하여 1점에서 7점 을 주었다.

인구통계적 변인으로는 피험자의 연령, 결혼여부, 학력, 사회계층을 조사하였다. 사회계층은 상, 중, 하류층을 다시 각각 3단계로 나누어 총 9단계로 하였고, 주관적 측정법에 의하여 조사하였다.

2. 연구대상 및 자료수집

본 연구의 조사 대상은 서울 및 서울 근교에 거주하는 여대생과 40세 미만의 성인 여성으로서 임의표집하였다. 조사 시기는 1996년 3월 20일부터 4월 20일이었다. 설문지는 총 300부를 배부하여 250부를 회수하였으나, 회수된 250부 중 적합하지 않은 것을 제외하여 226부가 자료 분석에 사용되었다.

표본의 연령 범위는 18~37세로서 20대가 92%를 차지하였다. 결혼여부는 기혼자가 21.7%, 미혼자가 78.3%였으며, 학력은 고등학교 졸업이 24.8%, 대학 재학이 15.9%, 대학졸업 이상이 59.3%였다. 사회계층은 상류층과 하류층의 빈도 수가 적어 통계 처리 과정에서 항목을 재분류하였다. 상류층과 중류층의 상을 상류층으로, 중류층의 중을 중류층으로 정하였고, 중류층의 하층과 하류층을 합하여 하류층으로 구분하였는데 상, 중, 하류층이 각각 31.9%, 49.1%, 19.0%였다.

자료 분석은 SPSS /PC+프로그램을 이용하여 전산처리하였으며 통계분석 방법은 적률상관관계, 일원변량분석, Duncan의 다중범위검증, t-검증을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 의복스타일에 따른 의복이미지 평가

의복스타일에 따른 이미지 평가를 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증으로 조사하였으며, 그 결과는 <표 1>과 같다. 이미지 평가는 7점 척도에 의한 평가이기 때문에 중심치인 4에 가까울수록 좌우 형용사 어느 쪽의 이미지 특징도 나타내지 않는다.

남성적-여성적 이미지에서는 스타일 B가 가장 남성적인 이미지로 평가되었고, C와 E가 가장 여성적인 이미지로 평가되었다. 딱딱한-부드러운 이미지에서는 스타일 B가 딱딱한 이미지로, E가 부드러운 이미지로 평가되었다. 현실적-낭만적 이미지에서는 스타일 B와 D가 현실적인 이미지, C와 E가 낭만적인 이미지로 평가되었다. 어두운-밝은 이미지에서는 스타일 B가 어두운 이미지로, C가 밝은 이미지로 평가되었다. 개성적-평범한 이미지에서는 스타일 F가 가장 개성적인 이미지로, D가 평범한 이미지로 평가되었다. 유행을 따르는-유행을 따르지 않는 이미지에서는 스타일 F가 유행을 따르는 이미지로 평가되었고, 스타일 D가 가장 유행을 따르지 않는다고 평가되었다. 화려한-수수한 이미지에서는 스타일 C가 가장 화려하게 평가되었고 A, B, D는 수수한 이미지로 평가되었다. 개방적-보수적 이미지에서는 스타일 F가 개방적인 이미지로 평가되었고 A가 보수적인 이미지로 평가되었다. 캐주얼한-포멀한 이미지에서는 스타일 F가 캐주얼한 이미지로, A가 포멀한 이미지로 평가되었다. 활동적-비활동적 이미지에서는 스타일 F가 활동적인 이미지로, E가 비활동적인 이미지로 평가되었다. 발랄한-점잖은 이미지에서는 스타일 F가 발랄한 이미지로 평가되었으며 A가 점잖은 이미지로 평가되었다.

이상과 같은 결과를 스타일별 특징으로 요약하면 <표 2>와 같다. 즉 스타일 A는 스카프를 두른

〈표 1〉 의복 스타일에 따른 이미지 평가의 차이

스타일 이미지평가	스타일 A	스타일 B	스타일 C	스타일 D	스타일 E	스타일 F	
남성적-여성적	4.66 ²⁾	2.97 ⁵⁾	5.00 ¹⁾	4.04 ⁴⁾	5.98 ¹⁾	4.32 ³⁾	150.83**
딱딱한-부드러운	3.90 ³⁾	2.13 ⁵⁾	5.35 ²⁾	3.24 ⁴⁾	5.65 ¹⁾	4.10 ³⁾	199.05**
현실적-낭만적	3.42 ²⁾	2.57 ³⁾	5.12 ¹⁾	2.80 ³⁾	5.26 ¹⁾	3.20 ²⁾	136.54**
어두운-밝은	2.79 ⁴⁾	2.27 ⁵⁾	5.85 ¹⁾	4.01 ³⁾	5.07 ²⁾	5.00 ²⁾	258.15**
개성적-평범한	5.22 ²⁾	4.66 ³⁾	3.18 ⁵⁾	5.62 ¹⁾	3.97 ⁴⁾	2.32 ⁶⁾	153.13**
유행을-유행을 따르는 따르지 않는	4.73 ²⁾	4.26 ³⁾	3.53 ⁴⁾	5.35 ¹⁾	4.15 ³⁾	3.19 ⁵⁾	47.88**
화려한-수수한	5.28 ¹⁾	5.12 ¹⁾	2.12 ⁴⁾	5.35 ¹⁾	3.37 ³⁾	3.77 ²⁾	195.08**
개방적-보수적	5.62 ¹⁾	4.69 ³⁾	3.53 ⁴⁾	5.11 ²⁾	4.66 ³⁾	1.80 ⁵⁾	218.68**
캐주얼한-포멀한	5.71 ¹⁾	4.33 ⁴⁾	4.90 ³⁾	5.02 ³⁾	5.40 ²⁾	1.54 ⁵⁾	277.22**
활동적-비활동적	4.77 ²⁾	3.87 ³⁾	4.88 ^{1, 2)}	3.92 ³⁾	5.14 ¹⁾	1.81 ⁴⁾	149.17**
발랄한-점잖은	6.04 ¹⁾	5.05 ²⁾	3.72 ³⁾	5.28 ²⁾	5.06 ²⁾	1.62 ⁴⁾	282.74**

*p<.05 **p<.01 1)~6)은 Duncan의 다중법위검증(p<.05)

스타일 A : 스카프를 두른 갈색 슈트

스타일 D : 회색·베이지색 슈트

스타일 B : 회색 줄무늬 슈트

스타일 E : 샤픸 슈트

스타일 C : 프린트 무늬·노란색 슈트

스타일 F : 청색 슈트

〈표 2〉 각 스타일별 이미지 평가

스타일 A	스타일 B	스타일 C	스타일 D	스타일 E	스타일 F
수수한	남성적	여성적	현실적	여성적	개성적
보수적	딱딱한	낭만적	평범한	부드러운	유행을 따르는
포멀한	현실적	밝은	유행을 따르지 않는	낭만적	개방적
점잖은	어두운	화려한	수수한	비활동적	캐주얼한
	수수한				활동적
					발랄한

갈색 슈트로서 수수한, 보수적, 포멀한, 점잖은 이미지로 평가되었다. 스타일 B는 세로 줄무늬가 있는 회색 슈트로서 남성적, 딱딱한, 현실적, 어두운, 수수한 이미지로 평가되었다. 스타일 C는 프린트 무늬의 재킷과 노란색 스커트의 슈트로서 여성적, 낭만적, 밝은, 화려한 이미지로, 스타일 D는 베이지색 재킷과 회색 스커트의 슈트로서 현실적, 평범한, 유행을 따르지 않는, 수수한 이미지로 평가되었다. 스타일 E는 코사지로 장식한 샤픸 슈트로서 여성적, 부드러운, 낭만적, 비활동적인 이미지로, 스타일 F는 청색 재킷과 청색 플리츠 스커트의 슈트로서 개성적, 유행을 따르는, 개방적, 캐

주얼한, 활동적, 발랄한 이미지로 평가되었다.

2. 의복스타일 선호와 자기이미지와의 관계

의복스타일 선호와 자기이미지와의 관계를 적률상관관계로 조사한 결과는 〈표 3〉과 같다.

이상적 자기이미지 중에서 현실적-낭만적 이미지는 스타일 A의 선호와 부적인 상관을 보였다. 이것은 현실적인 이미지를 추구하는 여성은 보수적이며 점잖은 이미지를 나타내는 갈색 슈트인 스타일 A를 선호함을 뜻한다.

현실적 자기이미지 중에서 남성적-여성적 이

〈표 3〉 의복스타일 선호와 현실적·이상적 자기이미지와의 상관관계

스타일 자기이미지 평가		스타일 A	스타일 B	스타일 C	스타일 D	스타일 E	스타일 F
남성적-여성적	현	.02	-.21**	.10	-.08	.20***	.01
	이	-.01	-.09	.03	-.01	.18**	-.09
현실적-낭만적	현	.01	-.11	.06	-.05	.03	.05
	이	-.20**	.00	.03	.05	.03	.08
딱딱한-부드러운	현	-.00	-.11	.16**	-.14	.13	-.03
	이	-.06	-.00	.12	-.06	.07	-.07
어두운-밝은	현	.01	-.04	-.01	.01	.07	-.03
	이	.08	.03	-.05	-.06	.04	-.04
유행을_유행을 따르는_따르지 않는	현	-.03	.07	-.07	.19**	-.01	-.14
	이	-.02	.01	-.06	.19**	-.01	-.09
화려한-수수한	현	.08	.06	-.16**	.14	-.04	-.07
	이	.00	.00	-.09	.12	-.06	.02
발랄한-점잖은	현	.10	-.04	-.09	.12	.04	-.10
	이	.12	-.15	.04	.16**	.12	-.22***
활동적-비활동적	현	.08	-.06	-.05	-.06	.07	.03
	이	-.06	-.13	.09	.10	.08	-.05
격식차리_격식 지 않는_차리는	현	.16	-.09	.06	-.02	.09	-.16**
	이	.11	.02	-.05	.05	.04	-.16**
개방적-보수적	현	.09	-.09	.00	.08	.18**	-.22***
	이	-.02	-.16**	.03	.17**	.16*	-.13
개성적-평범한	현	.13	-.03	-.00	.06	.06	-.18**
	이	.13	-.03	-.05	.18**	.01	-.15

p<.01 *p<.001

현-현실적 자기이미지

이-이상적 자기이미지

미지와 이상적 자기이미지 중에서 개방적-보수적 이미지는 스타일 B의 선호와 부적인 상관을 보였다. 즉 자신의 이미지를 남성적으로 지각하며, 개방적인 이미지를 추구하는 여성은 남성적이며 딱딱한 이미지를 지닌 회색 줄무늬 슈트를 선호하였다. 이러한 결과는 이현미·임숙자(1987), 이명희(1993)의 연구에서 남성성이 높은 여성의 남성적 스타일이나 유니セックス 스타일을 선호한다는 연구내용을 지지한다.

현실적 자기이미지 중에서 딱딱한-부드러운 이미지는 스타일 C의 선호와 정적인 상관을, 화려

한-수수한 이미지는 스타일 C의 선호와 부적인 상관을 보였다. 즉 자신의 이미지를 부드럽고 화려하다고 지각할수록 여성적이며 밝고 화려한 이미지를 나타내는 노란색과 프린트 무늬가 있는 슈트를 선호하였다.

현실적, 이상적 자기이미지 중에서 유행을 따르는-유행을 따르지 않는 이미지와 이상적 자기이미지 중에서 발랄한-점잖은, 개방적-보수적, 개성적-평범한 이미지는 스타일 D의 선호와 정적인 상관을 보였다. 즉 자신의 이미지가 점잖고 보수적이며 평범하기를 추구하고, 유행을 따르지 않

기를 원하는 사람은 평범하며 수수한 이미지를 지닌 회색과 베이지색의 슈트를 선호하였다.

현실적, 이상적 자기이미지 중에서 남성적-여성적 이미지와 개방적-보수적 이미지는 스타일 E의 선호와 정적인 상관을 보였다. 즉 현재의 자신을 여성적이며 보수적이라고 생각하면서, 또한 여성적이고 보수적인 이미지를 이상적으로 생각하는 사람은 의복에서도 여성적이며 부드러운 이미지를 지닌 샤텔슈트를 선호하였다.

현실적 자기이미지 중에서 격식 차리지 않는-격식 차리는, 개방적-보수적, 개성적-평범한 이미지와 이상적 자기이미지 중에서 발랄한-점잖은 이미지는 스타일 F의 선호와 부적인 상관을 보였다. 즉 자신이 현재 격식 차리지 않고, 개방적이며 개성적이라고 생각하며, 발랄한 이미지를 추구하는 여성은 캐주얼하며 활동적인 이미지를 지닌 청색 슈트를 선호하였다. 이는 정삼호·강혜원(1977)의 연구에서 성역할태도가 개방적인 여성의 데님 의복을 자주 착용하였다는 연구결과와 일치한다.

이상에서 볼 때 개인의 구체적인 의복스타일 선호는 이미지에 따라 현실적 자기이미지와 이상적 자기이미지와 관련이 있었다. 즉 개인은 자기이미지와 일치하는 이미지를 지닌 의복스타일을 선호한다고 할 수 있다. 그러나 이상적 자기이미지와 현실적 자기이미지 중에서 어느 것이 더 의복이미지 선호와 관련이 높은지에 대해서는 두렷한 차이가 없었다. 이는 장은영(1993)의 연구결과와 일치하며, 의류상품 구매의도가 현실적 자기이미지보다는 이상적 자기이미지와의 일치도가 더 높다는 Landon (1974)의 연구 결과와는 다소 차이를 보였다.

3. 인구통계적 변인에 따른 의복스타일 선호의 차이

결혼여부에 따른 의복스타일 선호의 차이를 t-검증으로 조사한 결과는 <표 4>와 같다. <표 4>에서 볼 때 스타일 A를 제외하고 모든 스타일에서

<표 4> 결혼여부에 따른 의복스타일 선호의 차이

결혼여부 스타일	기혼	미혼	t
스타일 A	5.96	5.70	0.64
스타일 B	7.78	8.82	-2.22*
스타일 C	7.24	5.84	3.42**
스타일 D	10.61	9.17	3.47**
스타일 E	9.94	8.49	3.41**
스타일 F	9.39	11.00	-3.39**

*p<.05 **p<.01

유의한 차이가 나타났다. 스타일 B와 스타일 F는 미혼 여성들이 더 선호하였으며 스타일 C, D, E는 기혼 여성들이 더 선호하는 것으로 나타났다. 즉 미혼 여성은 기혼 여성보다 남성적이며 캐주얼한 이미지의 의복스타일을 더 선호하며, 기혼 여성은 화려하면서도 점잖고 포멀한 이미지의 의복스타일을 더 선호하였다. 전체적으로 각 스타일의 평균치를 비교하여 볼 때 기혼 여성은 평범하고 수수한 이미지의 스타일 D를 가장 선호하였고, 미혼 여성은 활동적이고 캐주얼한 스타일 F를 가장 선호하였다.

학력에 따른 의복이미지 선호도의 차이를 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증으로 조사한 결과는 <표 5>와 같다.

<표 5>에서 스타일 C와 스타일 D의 선호도는 p<.05 수준에서 집단간에 유의한 차이를 나타내

<표 5> 학력에 따른 의복스타일 선호의 차이

(N=226)

학력 의복스타일	고졸 (n=56)	대학 재학 (n=36)	대졸 이상 (n=134)	F
스타일 A	5.45	5.67	5.91	0.71
스타일 B	9.00	8.56	8.44	0.71
스타일 C	5.45 ^{b)}	5.64 ^{b)}	6.57 ^{a)}	4.56*
스타일 D	9.16 ^{b)}	8.72 ^{b)}	9.83 ^{a)}	3.15*
스타일 E	8.55	9.17	8.80	0.56
스타일 F	11.04	10.61	10.50	0.62

*p<.05 문자 a, b는 Duncan의 다중범위검증(p<.05)

어 대졸 여성은 고졸 및 여대생 집단보다 스타일 C와 D를 더 선호하는 것으로 나타났다. 즉 대졸 여성은 화려하고 여성적인 이미지를 선호하는 동시에 수수하고 현실적이며 평범한 이미지의 의복을 선호하는 것을 알 수 있다.

이것은 대졸 여성은 문화생활이나 사교모임 등에 참여할 기회가 높고, 또한 직장에서는 전문직이나 사무직에 종사할 가능성이 높아 화려한 스타일과 수수한 스타일을 동시에 선호하는 것이라고 해석된다. 즉 학력이 높은 여성은 T.P.O.(time, place, occasion)에 적합한 의복 작용에 주의를 기울이므로 다양한 의복을 동시에 선호하는 것이라고 볼 수 있다.

사회계층에 따른 의복스타일 선호의 차이를 조사한 결과는 <표 6>과 같다. 스타일 E는 $p<.01$ 수

<표 6> 사회계층에 따른 의복스타일 선호의 차이
(N=226)

사회계층 의복	상 (n=72)	중 (n=111)	하 (n=43)	F
스타일 A	6.19	5.60	5.41	1.72
스타일 B	8.61	8.63	8.48	0.04
스타일 C	6.17	6.19	5.98	0.11
스타일 D	9.89	9.42	8.98	1.69
스타일 E	9.61 ^{a)}	8.70 ^{b)}	7.69 ^{c)}	7.26**
스타일 F	10.26 ^{b)}	11.14 ^{a)}	10.02 ^{b)}	3.05*

* $p<.05$ ** $p<.01$

문자 a, b, c는 Duncan의 다중법위검증($p<.05$)

준에서 집단간에 유의한 차이를 나타내어 사회계층이 높을수록 스타일 E를 더 선호하였다. 스타일 E는 샤넬슈트로서 샤넬슈트는 유행을 타지 않는 클래식한 스타일이면서 본 연구에서 여성적인 이미지를 강하게 나타냈다. 상류층은 공식적인 상황에 참여하는 기회가 더 많고 좀 더 전통적이며 여성적인 스타일을 착용할 가능성이 높기 때문에 샤넬슈트를 특히 더 선호한 것으로 해석된다. 스타일 F는 $p<.05$ 수준에서 집단간에 유의한 차이를 나타냈는데 사회계층이 중류층인 집단이 스타일

F를 가장 선호하였다. 본 연구에서 스타일 F는 캐주얼하고 개방적이며 활동적인 스타일로 평가되었는데 중류층은 다른 계층에 비해 적극적인 생활양식을 지니고 있으므로 활동적이고 캐주얼한 스타일을 선호한 것으로 해석된다.

V. 결 론

본 연구는 성인 여성을 대상으로 의복스타일 이미지를 평가하고 개인의 자기이미지 평가와 의복스타일 이미지 선호와의 관계를 규명하는 데 그 목적이 있었다.

1. 의복스타일에 따른 의복이미지 평가에서 스타일 A는 목에 스카프를 두른 갈색 슈트로서 수수한, 보수적, 포멀한, 점잖은 이미지로 평가되었으며, 스타일 B는 더블 단추에 세로 줄무늬가 있는 회색 슈트로서 남성적, 딱딱한, 현실적, 어두운, 수수한 이미지로 평가되었다. 스타일 C는 노란색과 프린트 무늬가 있는 슈트로서 여성적, 낭만적, 밝은, 화려한 이미지로 평가되었고, 스타일 D는 테일러드칼라의 베이지색 재킷과 회색 스커트의 슈트로서 현실적, 평범한, 유행을 따르지 않는, 수수한 이미지로 평가되었다. 스타일 E는 코사지로 장식한 샤텔슈트로서 여성적, 부드러운, 낭만적, 비활동적 이미지로 평가되었고, 스타일 F는 청색 재킷과 플리츠가 있는 청색 스커트의 슈트로서 개성적, 유행을 따르는, 개방적, 캐주얼한, 활동적, 발랄한 이미지로 평가되었다.

2. 의복스타일 선호와 현실적 자기이미지와의 관계를 조사한 결과 자신을 남성적으로 지각한 여성은 남성적인 이미지의 세로 줄무늬가 있는 회색 슈트를 선호하였고, 자신을 부드럽고 화려하다고 지각한 여성은 화려하고 여성적인 이미지를 지닌 노란색과 프린트 무늬가 있는 슈트를 선호하였다. 자신을 유행을 따르지 않는다고 지각하는 사람은 평범하면서 수수한 느낌의 베이지색 재킷과 회색 스커트의 슈트를 선호하였다. 자신을 여성적이며

보수적이라고 지각한 사람은 여성적인 이미지를 지닌 코사지로 장식한 샤텔슈트를 선호하였다. 자신을 격식차리지 않고 개방적이며 개성적으로 지각한 사람은 활동적인 청색 슈트를 선호하였다.

3. 의복스타일 선호와 이상적 자기이미지와의 관계를 조사한 결과 자신이 현실적인 사람으로 지각되기를 원하는 여성은 보수적이며 점잖은 느낌을 주는 스카프를 두른 갈색 슈트를 선호하였다. 개방적인 사람이 되기를 원하는 여성은 남성적인 이미지의 줄무늬가 있는 회색 슈트를 선호하였다. 유행을 따르지 않으면 점잖고 보수적이고 평범한 사람으로 지각되기를 원하는 여성은 평범한 느낌의 베이지색 재킷과 회색 스커트의 슈트를 선호하였다. 여성적이며 보수적인 이미지로 지각되기로 원하는 사람은 여성적인 이미지를 지닌 샤텔슈트를 선호하였다. 자신이 발랄하게 지각되기를 원하는 사람은 활동적인 청색 슈트를 선호하였다.

4. 결혼여부에 따라 의복 스타일 선호에 차이가 있었다. 미혼 여성은 남성적이며, 활동적인 이미지의 의복스타일을 선호하며, 기혼 여성은 화려하고, 평범하며 여성적인 이미지의 의복스타일을 선호하였다.

5. 학력에 따라 의복 스타일 선호에 차이가 있었다. 학력이 높을수록 화려한 이미지의 의복과 함께 수수한 이미지의 의복을 선호하였다. 이것은 학력이 높은 여성일수록 T.P.O.(time, place, occasion)에 적합한 의복을 착용하고자 하므로 다양한 의복을 동시에 선호하는 것이라고 본다.

6. 사회계층에 따라 의복 스타일 선호에 차이가 있었다. 사회계층이 높을수록 여성적인 샤텔슈트 스타일을 선호하였으며 사회계층이 중류층인 경우 캐주얼하고 활동적인 스타일을 선호하였다.

이상의 결과에서 볼 때 소비자들은 의복스타일이 지닌 이미지와 자기이미지가 유사할수록 그 스타일을 더 선호하는 것으로 나타났다. 또 계층에 따라 스타일 선호도가 달리 나타나 보수적인 샤텔슈트는 상류층이 가장 선호했고, 활동적인 스타일

은 중류층이 가장 선호한 것은 흥미있는 결과였다. 이것은 자기를 보호하는 측면에서 자신과 유사하게 느껴지는 의복스타일을 착용할 때에 심리적 안락감을 느끼고, 자신의 생활환경에 적절한 스타일을 선호하기 때문이라고 해석된다. 또한 의복스타일 선호가 현실적 자기이미지와 관련이 되는 정도와 이상적 자기이미지와 관련이 되는 정도가 스타일에 따라 달리 나타났다.

본 연구는 제한된 연령층을 대상으로 의복스타일의 이미지 선호를 연구한 것이므로 연구결과를 확대 해석하는 데는 신중을 기하여야 할 것이다. 후속 연구에서는 이와 유사한 결과가 어느 연령대에까지 연장될 수 있는지, 다른 연령층 또는 남성복에 있어서의 이미지는 어떻게 구성되고 평가될 수 있는지를 연구하여야 할 것이다. 또한 의복 이미지 선호의 축정도구를 다양한 의복품목별로 세분화하여 조사하여 보면, 디자인 요소 변화에 따른 의복이미지의 폭 넓은 정보를 제공할 수 있도록 다양한 의복디자인 변인을 대상으로 이미지 평가를 연구하는 것이 필요시된다.

참고문헌

- 강혜원, 이주현(1990). 사회적 상호작용에서의 의복의 의미(I). *한국의류학회지*, 14(1), pp. 31~43.
- 김문진, 임숙자(1989). 상표이미지 선호도와 패션광고 전략에 관한 연구. *한국의류학회지*, 13(3), pp.197~206.
- 김영인(1989). 선호 디자인 감각에 따른 의복구매자 유형과 관련된 생활양식 특성에 관한 연구(2). *한국의류학회지*, 13(4), pp.412~426.
- 김은애, 이명희(1992). 가치관과 의복 이미지 및 의복 디자인 선호도에 관한 연구. *복식*, 18, pp.269~281.
- 김재용(1988). 소비자의 자아개념과 구매의사 결정과의 상호관계에 관한 실증적 연구. *석사학*

- 위논문, 고려대학교 대학원.
- 김현주, 김문숙, 유동근(1995). 의류점 선택에 영향을 미치는 요인에 관한 실증적 연구 : 패션 라이프스타일, 자아이미지, 상황 요인을 중심으로. *한국의류학회지*, 19(5), pp.774~789.
 - 나영은(1992). 의복스타일 선호에 영향을 미치는 요인 : 유사성과 친숙성을 중심으로. *석사학위논문*, 서울대학교 대학원.
 - 남미우(1987). 여대생의 자아이미지와 선호상표이미지와의 일치도가 의복구매 의사결정에 미치는 영향. *석사학위논문*, 연세대학교 대학원.
 - 남미우(1992). 상황, 의복단서 및 관찰자 변인 이 남자 착용자의 인상에 미치는 영향. *박사학위논문*, 연세대학교 대학원.
 - 오창호(1984). 자기개념이 소비자행동에 미치는 영향에 관한 연구 : 자기개념 / 제품 이미지 일치성을 중심으로. *박사학위논문*, 서울대학교 대학원.
 - 유경숙(1996). 성역할 정체감과 의복디자인 선호에 관한 연구. *성신여자대학교 박사학위논문*, 대학원 박사학위논문.
 - 이명희(1993). 한국과 미국 남녀 대학생의 의복 이미지 선호도와 성역할 정체감에 관한 연구. *한국의류학회지*, 17(3), pp.367~379.
 - 이현미, 임숙자(1987). 어머니와 딸의 성역할 정체감과 음양 의복행동간의 관계. *한국의류학회지*, 11(3), pp.67~77.
 - 장은영(1987). 패턴이 의복에 미치는 시각적 효과에 관한 연구. *석사학위논문*, 숙명여자대학교 대학원.
 - 장은영(1993). 의류상품 이미지에 의한 의복 선택 모형 연구. *박사학위논문*, 숙명여자대학교 대학원.
 - 정근택(1987). 상표이미지와 자아이미지에 관한 연구. *석사학위논문*, 서울대학교 대학원.
 - 정미경(1993). 여성수트의 이미지 구성요인 및 변화동향에 관한 연구. *석사학위논문*, 중앙대학교 대학원.
 - 정삼호, 강혜원(1977). 데님(Denim)의복을 중심으로 한 여대생의 의복행동에 관한 연구. *한국의류학회지*, 1(2), pp.7~12.
 - 정인희(1991). 의복 디자인의 구성요인, 계층구조 및 평가차원에 대한 연구. *석사학위논문*, 서울대학교 대학원.
 - 정인희, 이은영(1996). 의복과 자기이미지. *한국의류학회지*, 20(1), pp.207~217.
 - 한국심리학회 사회심리분과학회(1985). 사회심리학 용어집. *사회심리연구*, 2(2), p.305.
 - 한국의류학회 편(1994). 의류용어집, p.197.
 - 홍병숙(1988). 의미분별척도법에 의한 양장과 한복의 이미지 비교평가. *한국의류학회지*, 12(3), pp.373~382.
 - 황주란(1989). 상황별 의복선택에 관한 연구 : 의복스타일과 평가기준을 중심으로. *석사학위논문*, 연세대학교 대학원.
 - Birdwell, A. E.(1968). A Study of the Influence of Image Congruence on Consumer Choice, *The Journal of Business*, 41(1), pp. 76~88.
 - Delong, M. R. & Larntz, K(1980). Measuring Visual Response of Clothing. *Home Economics Research Journal*, 4(8), pp.281~293.
 - Landon, E. L.(1974). Self Concept, Ideal Self Concept, and Consumer Purchase Intentions. *Journal of Consumer Research*, 1(2), pp.44~51.
 - Ross, I.(1971). Self-Concept and Brand Preference. *The Journal of Business*, 44(1), pp. 38~50.
 - Sirgy, M. J.(1982). Self-Concept in Consumer Behavior : A Critical Review. *Journal of Consumer Research*, 9, pp.287~300.

ABSTRACT

A Study on Image Preferences of Clothing Styles and Self-Image

The objectives of this study were to find out the relationships between clothing style preferences and self-image, and to examine the differences in clothing style preferences according to marital status, educational level, and social stratification of women.

The drawings of clothing style were designed referring to the catalogues for spring/summer of 1996, and printed by computer. 6 styles of suit corresponding to clothing image were selected. Style A is a brown suit decorated with scarf, style B a grey suit with stripes, C a yellow suit with printed pattern, D a grey and beige suit, E a chanel suit decorated with corsage, and F a blue suit with pleated skirt. The self-image was separated to the actual self-image and the ideal self-image.

Samples were 226 women(ages18 to 37) in Seoul, Korea.

The results of the study were the followings.

- Clothing images of 6 styles were estimated : Style A was plain, conservative, formal, and gentle image ; B masculine, solid, actual, dark, and plain image ; C feminine, romantic, bright, and splendid image ; D actual, ordinary, un-

fashionable, and plain image ; E feminine, tender, romantic, and non-active image ; F individual, fashionable, open, casual, sprightly, and active image.

- There were significant relationships between clothing style preferences and realistic self-image. The women who considered themselves as masculine preferred style B, masculine and plain image. The women feminine and conservative preferred style E, feminine and tender image. The women not to follow the fashion preferred style D, ordinary and plain image. The women informal and open preferred the style F, casual and active image.

- There were significant relationships between clothing style preferences and ideal self-image. The women who wanted to be considered themselves as feminine and conservative preferred style E, feminine and tender image. The women who wanted gentle and conservative preferred style D, ordinary and plain image. the women who wanted sprightly preferred the style F, casual and active image.

- There were significant differences in clothing style preferences according to marital status, educational level, and social stratification. The women with more education preferred the splendid and the plain image at the same time. The upper class preferred feminine image and lower class casual and active image.