

외향성-내향성, 성별 및 연령과 의복이미지 선호에 관한 연구

A Study on Clothing Image Preferences Associated with Extroversion-Introversion, Gender, and Age

성신여자대학교 의류학과
교수 이명희
군산대학교 의류학과
전임강사 유경숙

Dept. of Clothing & Textiles, Sungshin Women's University
Professor : Lee, Myoung-Hee

Dept. of Clothing, Kunsan University
Full-time Instructor : You, Kyung-Sook

◀ 목 차 ▶

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

< Abstract >

The objectives of this study were to classify the contents of clothing image preferences, and to examine how clothing image preferences vary according to extroversion-introversion, gender, and age. Subjects for the study were 627 men and women ranging in ages from teens to forties in Kwangju City, Korea.

The results of the study were as follows; 1) Four factors of clothing image preference derived by factor analysis : F. 1 'peculiar image' ; F. 2 'noble image' ; F. 3 'bright image' ; F. 4 'sprightly image'. 2) The interaction between extroversion-introversion groups and gender groups was significant for sprightly images. The men of extroversion group tended to prefer gentle images, while the women of extroversion group preferred sprightly images. 3) The women liked sprightly images more than the men, the men liked gentle images more. Women in their 20's liked sprightly image most, but as they grew older they tended to prefer gentle images. 4) The extroversion groups liked peculiar images more than the introversion groups. Teens liked peculiar image more than the others, subjects in their 30's and 40's preferred commonplace images. 5) The extroversion groups liked noble images more than the introversion groups. Women in their 30's and 40's liked popular images more than female subjects in their teens and twenties. Women in their teens and twenties liked popular images more than did the men in the same age group. 6) The extroversion groups liked bright images more than the introversion groups. Men in their teens and 20's liked bright images more

than did men in their 30's and 40's.

This finding suggests that women liked sprightly and noble clothing images, and men liked commonplace and gentle images. As they grew older, they tended to like commonplace, popular, and gentle clothing images. The extroversion groups liked peculiar, noble, and bright images more than did the introversion groups. The results of this study mean that personality traits such as extroversion-introversion are characteristics that affect clothing preferences, and it is possible to infer people's personality by their attire.

I. 서론

사람들은 의복을 통해 자신을 표현하며, 다른 사람을 지각하고 평가하는 데에 의복이미지가 크게 작용한다. 의복이미지란 의복이 전달해주는 전반적인 느낌(정인희, 1992)으로 의복의 형태, 색, 재질 등에 따라 전달되는 이미지가 달리 표현되며 사회의 문화적 규범이나 개인의 특성에 따라 의복인지도와 선호하는 의복 특성이 다양하게 나타날 수 있다. 이러한 의복에 대한 반응은 성 및 연령에 따라 차이를 보여 의복에 대한 선호가 달라진다.

인간이 사회생활을 하기 위해서는 각 집단에 맞는 행동과 외모를 갖추게 되며 각자의 역할에 맞는 의복을 입으려 한다. 따라서 의복은 착용자의 나이나 성별뿐만 아니라 직업, 사회적 신분 등을 표현하며 의복의 여러 변인 가운데 색채, 질감, 무늬 등의 기호성과 인간의 성격 사이에 관련을 지니게 된다(Compton, 1962; Taylor & Compton, 1968). 성격특성 중에서 외향성-내향성은 일찍이 의복과 관련이 있는 특질로 간주되었다(강혜원, 1974; 박길순, 1981; 이미혜, 이인자, 1990). 개인의 의복 착용은 성격특성을 반영하므로 의복 태도에 영향을 주는 외향성-내향성이 의복이미지 선호와 관련이 있으리라고 본다.

연령에 따라 의복에서 기대되는 차이는 연령 역할의 모호성과 의복의 기대에 대한 다양성이 증가함에도 불구하고 연령 역할과 의복과의 관계를 식별할 수 있는 유형은 계속 남아있다. 즉, 의복의 어떤 측면이 중요시되는가는 연령층에 따라 다르다고 볼 수 있다. 그러나 현재까지 폭 넓은 연령층을 대상으로 의복이미지 선호에 관한 연구가 이루어지지 않았다.

따라서 본 연구는 10대의 청년기에서부터 40대

중년기에 이르기까지의 남녀를 대상으로 하여 의복 이미지 선호의 차원을 파악하며, 성격특성으로서 외향성-내향성과 성 및 연령에 따른 의복이미지 선호의 차이를 규명하는 것을 목적으로 하였다. 이러한 연구를 기초로 성격특성과 의복선호와의 관계를 이해하며, 의류산업체에 성별 및 연령에 따른 의복디자인의 개발에 도움이 될 수 있는 자료를 제공하고 자 한다.

본 연구의 연구목적에 위하여 다음과 같은 연구 문제를 설정하였다.

1. 10대에서 40대의 남녀를 대상으로 의복이미지 선호의 차원을 조사한다.
2. 의복이미지 선호에 대하여 외향성-내향성의 성격특성, 성별 및 연령에 따른 상호작용효과를 분석한다.
3. 의복이미지 선호가 성별과 연령에 따라 어떠한 차이가 있는가를 알아본다.

II. 문헌고찰

1. 의복이미지 선호

Stone(1965)은 의복이 자아평가와 착용자에 대한 타인의 평가기준이 된다고 하며 용모의 중요성을 강조하였는데 이는 타인을 평가하는 데 있어 그 사람이 입고 있는 의복에서 표현되는 시각적 이미지와 그것을 착용하고 있는 사람과를 관련시켜 판단하기 때문이라고 볼 수 있다. 이미지란 어떤 사람이나 사물에 대하여 가지는 시각상, 기억, 인상평가 및 태도 등의 총체로서 사물이나 인물에 대하여 특정한 감정을 가지게 하는 영상이라고 할 수 있으며(남미우, 1988), 이미지 측정에는 의미미분척도가 적

당하다(Sirgy, 1982).

DeLong과 Larntz(1980), 박혜선(1982)은 의미미분 척도에 의하여 의복에 대한 시각적 반응을 측정하여 평가, 활동, 역능인자 등을 추출하였다. 정인희(1992)는 의복이미지 구성요인을 6개로 추출한 후 의복이미지 평가차원을 '남성적-여성적', '단순한-장식적', '전원적-도회적'의 3차원으로 제시하였으며, '남성적-여성적' 이미지가 가장 기본적 분류기준이 된다고 하였다. Conner 등(1975), 이인자와 송선옥(1982), Sweat와 Zentner(1985)는 의복이미지 평가차원을 3~4 속성으로 나누었으며 사교적, 지적, 낭만적 이미지 등의 내용을 포함하였다. 김문진, 임숙자(1989)는 의류상표 이미지를 '정장형-캐주얼형', '고전적-현대적', '여성적-남성적', '점잖은-화려한' 등 4개의 속성으로 구분하여 각 상표의 이미지를 분석하였다.

Birdwell(1968)과 Ross 등(1971)은 선호 상표 이미지와 자아이미지가 일치한다고 하였으며 개인이 선호하는 의복은 자아이미지와 일치한다고 하였다. 또한 의복의 종류 및 조합에 따라 의복의 의미가 달리 평가되었다(Gibbins & Schneider, 1980).

김영인(1989)은 선호하는 의복디자인에 의해 여성을 분류하여 활동적, 남성적, 우아한, 여성적 감각의 4개 집단으로 구분하였으며 각 집단은 연령, 직업, 경제적 수준, 학력 등에서 차이를 나타냈다. 김은애(1992)는 의복이미지 선호도와 개인의 가치관과의 관계를 연구하였으며, 성취성이 높을수록 개방적 이미지를 선호하였고, 다양성을 중요시하는 가치관을 지닐수록 개방적인 이미지, 남성적인 이미지 및 화려한 이미지의 의복을 선호하였다. 이명희(1993)는 한국과 미국 남녀 대학생의 의복이미지 선호도를 비교연구 하였는데, 의복이미지 선호도는 화려한-소박한, 여성적-남성적, 캐주얼한-포말한, 고전적-현대적 이미지의 4가지 요인으로 분류되었다. 미국인은 한국인보다 화려한 이미지를 더 선호하였으며, 미국인은 여성이 남성보다 화려한 이미지를 더 선호하였다. 또한 한국 남성은 특히 사치한 이미지를 가장 싫어하면서 밝은 이미지를 좋아하였고 한국여성은 현대적인 이미지를 좋아하는 편이었다.

이상에서 볼 때 의복이미지는 다양하게 표현될 수 있으며, 의복이미지 선호는 자아이미지와 일치하게 된다. 또한 의복이미지는 개인의 여러 가지 조건을 반영하여 가치관 및 문화 등에 따라 차이가 있었다.

2. 외향성-내향성과 의복

외향성-내향성(extroversion-introversion)이란 한 사람의 근본적인 사고 및 행동의 방향이 자신의 내부로 향했는가 또는 외부로 향했는가를 의미한다. 외향성, 내향성의 근본적인 차이는 주관성과 객관성에 있으며, 내향적인 사람은 생각하고 느끼고 행동하는데 있어 주관적인 반면 외향적인 사람은 객관적인 원칙 하에 생각하고 느끼고 행동한다(강혜원, 1994). Allport(1961)는 내향적인 사람은 주관적 세계가 중요하므로 항상 원칙에 따라 움직여서 융통성이 없으나 섬세한 감정을 갖는 반면에, 외향적인 사람은 객관적이므로 현실적이어서 실용성과 필요에 의해서 제어되며 새로운 사태에 쉽게 적응할 수 있으나 감정은 섬세하지 못하다고 하였다. 이러한 외향성-내향성은 개인에 따라 달리 나타나는 연속적인 차원이며, 외향성은 사교성, 충동성, 활동성 등의 특질을 포함하고, 내향성은 비사교적, 수동적인 특질을 지닌다(Eyzenck, 1967).

Kahng(1971)은 외향성-내향성과 의복에 관한 연구에서 외향적인 사람은 다른 사람들과 비슷한 의복을 추구하고 내향적인 사람은 개성적인 의복에 관심이 있다고 하였다. 강혜원(1974)의 남녀대학생을 대상으로 한 연구에서도 내향적인 사람은 의복개성에 관심이 많았고 유행에 관심이 낮았으나 외향적인 사람은 동조성 및 유행에 관심이 있었다. 즉, 외향적인 사람은 외부세계와 다른 사람을 중요시하고 변화에 적응하기 쉬운, 소위 사교적이고 현실적인 사람이기 때문에 의복에서도 다른 사람과 보조를 맞추고 새로운 변화를 시대의 요구로서 쉽게 받아들인다고 하였다.

Birren(1955)의 연구에서는 찬색을 선호하는 사람은 내향적이고 따뜻한 색을 선호하는 사람은 외향

적이라고 밝혔으며, Radeloff(1991)는 외향적 직관유형과 외향적 감정유형이 저채도의 탁한 색을 가장 선호한다고 하였다.

박길순(1981)은 내향성-외향성과 무늬와의 관련 연구에서 외향적인 사람일수록 큰 무늬를 선호하는 경향이 있다고 하였으며, 홍선옥(1983)은 사회적 외향성이 강한 남자는 사교적이며 활동적인 성격으로 타인과 다른 독특한 의복을 통하여 자신의 신분을 과시하고자 하며 의복을 통하여 아름다움을 성취하고자 한다고 하였다. 또한 외향적인 성격의 유형은 매우 사교적이며 융통성이 있고 자신을 외부에 노출시키기를 좋아하며(이현수, 1983) 대담한 이미지의 상표를 선호하였다(이미혜, 이인자: 1990). 따라서 외향성-내향성은 의복의 동조성, 개성, 유행, 색과 무늬 선호 등과 관련이 있으므로 다양한 의복이미지 선호에 영향을 주리라고 본다.

III. 연구방법

1. 측정도구

본 연구는 조사연구방법으로 질문지법을 사용하였다. 질문지 구성은 의복이미지 선호, 외향성, 성별 및 연령에 관한 조사 내용을 포함하였다.

의복이미지 선호는 선행연구(정인희, 1992; 김은애, 1992; 이명희, 1993)를 참고하여 18쌍의 형용사를 선정하여 측정도구로 사용하였다. 18쌍의 형용사는 한쪽의 형용사와 그 반대적인 뜻을 지닌 형용사가 쌍을 이루어 구성되었다. 피험자에게 자신이 선호하는 의복이미지를 생각해 보고 그 선호하는 정도를 표시하게 하였으며, 7단계 평정척도법에 의하여 측정하였다.

외향성-내향성 검사는 이현수(1983)의 측정도구를 사용하였으며, 5단계 Likert법으로 평가하였다. 총 10문항으로 Cronbach의 α -신뢰도는 .85였다. 가능한 점수는 10점에서 50점으로 점수가 높을수록 외향적 성격이 강하고, 점수가 낮을수록 내향적 성격이 강한 것으로 해석된다.

2. 조사대상, 자료수집 및 자료분석방법

본 연구의 대상은 광주에 거주하는 10대에서 40대까지의 남녀로서, 표본추출은 성별과 연령 분포를 고려한 편의표집을 하였다. 전체 조사대상자는 627명으로서 남자 325명, 여자 302명이었다. 연령분포를 보면 10, 20, 30, 40대가 각각 188명, 171명, 125명, 143명이었다. 조사시기는 1995년 6월이었다.

자료분석은 SPSS/PC+ 프로그램을 이용하여 전산처리하였으며, 통계분석방법은 요인분석, 삼원변량분석, t-검증, 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 의복이미지 선호에 대한 요인분석

연구문제 1의 의복이미지 선호의 차원을 조사하기 위하여 의복이미지 18개 문항에 대하여 주요인 분석방법에 의한 요인분석을 실시하였다. 고유치가 1 이상인 요인은 6개였으나 비교적 동질적인 문항이 여러개 군집되어 있으면서 고유치가 큰 요인을 택하였다. 그 결과 4개 요인을 선택하였으며, 요인 4까지는 전체 변량의 46.3%가 포함되었다. 따라서 고유치 1.36 이상의 4개 요인을 택하여 varimax 방법으로 직교회전하였다. 요인별로 결정된 요인과 요인부하량은 <표 1>과 같다.

요인 1은 독특한 이미지라고 칭하였으며, 그 내용은 화려한-수수한, 독특한-평범한, 흥분되는-침착한, 강한-약한 등이 포함되었다. 문항의 요인부하량은 0.39 이상이고 모두 6문항이 여기에 속하였다. 요인 2는 고귀한 이미지라고 칭하였으며, 그 내용은 지적-감성적, 고귀한-서민적, 세련된-세련되지 않은 등이 포함되었다. 문항의 요인부하량은 0.46 이상이고 모두 5문항이 여기에 속하였다. 요인 3은 밝은 이미지라고 칭하였으며 그 내용은 따뜻한-차가운, 부드러운-딱딱한, 밝은-어두운 등이 있었다. 문항의 요인부하량은 0.52 이상이고 모두 4문항이 포함되었다. 요인 4는 발랄한 이미지라고 칭하였으며 그 내용은

<표 1> 의복이미지 선호의 요인분석

요인 1. 독특한 이미지	요인부하량	요인 2. 고귀한 이미지	요인부하량
화려한 - 수수한	.68	지적 - 감성적	.68
독특한 - 평범한	.62	고귀한 - 서민적	.62
흥분되는 - 침착한	.61	세련된 - 세련되지 않은	.57
강한 - 약한	.55	지배적 - 순종적	.53
조심성 있는 - 대담한(R)	-.44	짧어보이는- 노숙해 보이는	.46
개방적 - 보수적	.39		
전체변량 = 19.6% 고유치 = 3.53	누적변량 = 19.6%	전체변량 = 9.8% 고유치 = 1.76	누적변량 = 29.4%
요인 3. 밝은 이미지	요인부하량	요인 4. 발랄한 이미지	요인부하량
따뜻한 - 차가운	.66	어린 - 성숙한	.71
부드러운 - 딱딱한	.65	발랄한 - 점잖은	.52
밝은 - 어두운	.62	남성적 - 여성적((R))	-.49
냉정한 - 정열적(R)	-.52		
전체변량 = 9.3% 고유치 = 1.67	누적변량 = 38.7%	전체변량 = 7.6% 고유치 = 1.36	누적변량 = 46.3%

(R)은 반대로 해석되는 문항

어린-성숙한, 발랄한-점잖은 등이 포함되었다. 모두 3문항이 여기에 속하였으며, 문항의 요인부하량은 0.49 이상이었다. 요인 4의 어린-성숙한 이미지는 요인 2의 짧어보이는-노숙해 보이는 이미지와 유사한 의미를 지녔으나, 요인 2와 요인 4에 분리되어 포함되었는데, 이것은 짧어보이는-노숙해 보이는 이미지가 요인 2의 고귀한-서민적인 특성과 관련되고, 어린-성숙한 이미지는 요인 4의 발랄한-점잖은 이미지와 더 밀접히 관련되었기 때문에 나타난 결과로 추측된다.

각 요인의 문항에 대하여 Cronbach의 α -신뢰도 검사를 한 결과 요인 1에서부터 요인 5까지의 신뢰도 계수는 각각 0.65, 0.60, 0.52, 0.46이었다. 요인 3과 4는 문항수가 적어 신뢰도가 다소 낮은 편이었다.

이상의 결과에서 의복이미지 선호는 4개 요인으로 결정되었으며, 4요인에 해당되는 요인의 문항점수를 합하여 자료분석에 사용하였다. 점수가 높을수록 각 문항의 양극으로 된 형용사에서 오른쪽에 위치한 형용사에 해당되는 특성이 높고, 그 요인의 특성은 낮은 것으로 해석된다. 따라서 <표 1>에서 R로 표시된 항목은 형용사의 좌우 위치를 바꾸어 해석

하며 점수도 반대로 채점하였다.

2. 외향성-내향성, 성별 및 연령에 따른 의복 이미지 선호 요인의 차이

연구문제 2의 의복이미지 선호에 대한 외향성-내향성의 성격특성, 성별 및 연령에 따른 상호작용효과를 파악하기 위하여 삼원변량분석을 실시하고 보조적 분석으로서 multiple classification analysis (MCA)를 실시하였으며, 그 결과는 <표 2>와 같다. 외향성-내향성은 점수를 上, 中, 下로 나누어 중간집단은 제외시키고 上, 下 집단을 추출하여 외향성, 내향성 집단으로 구분하여 사용하였다. 내향성 집단은 10~29점으로 29.5%(185명), 외향성 집단은 37~50점으로 27.1%(170명)였다.

<표 2>에서 볼 때 독특한 이미지와 고귀한 이미지 선호도는 주효과에서 외향성-내향성 및 연령 각각에 따라 유의적인 차이가 있었으나 성별에 따른 차이는 없었다. 또한 2개 독립변인 및 3개의 독립변인에 의한 상호작용효과는 없었다. 독특한 이미지를 MCA 평균치의 차이에 의하여 각 독립변인 집단을

비교하면 외향성 집단은 내향성 집단보다 독특한 이미지를 더 선호하는 것으로 나타났다. 이는 외향성 집단은 성격이 활동적이며 자신을 나타내고자 하는 욕구가 강하기 때문에 독특한 이미지를 선호한 것으로 본다. 이러한 결과는 외향적인 사람이 유행을 추구하며(강혜원, 1974), 대담한 이미지를 선호하였다(이미혜, 이인자, 1990)는 선행연구와 유사한 맥락이었으나, Radeloff(1991)의 연구에서 외향적인 유형이 고체도보다는 저체도를 선호했다는 연구결과와는 차이가 있었다.

연령에 따른 차이에서는 10대가 가장 독특한 이미지를 선호하였고 30대가 평범한 이미지를 선호하였다. 10대는 새로운 것에 대한 욕구와 유행에 대한 관심이 높기 때문에 독특한 이미지를 선호하는 것으로 보인다.

고귀한 이미지에 대하여 MCA 분석에서 외향성-

내향성에 따른 평균치의 차이를 보면 외향성 집단은 내향성 집단에 비하여 고귀한 이미지를 선호하였다. 연령에 따른 차이는 10대가 고귀한 이미지를, 30대가 다른 연령층보다 서민적인 이미지를 선호하는 편이었다.

밝은 이미지는 주효과에서 외향성-내향성에 따른 차이를 나타냈으나, 성별 및 연령에 따른 차이는 없었다. 또한 2개의 독립변인 및 3개의 독립변인에 의한 상호작용효과는 없었다. MCA 분석에서 외향성-내향성에 따른 평균치의 차이를 보면 외향성 집단은 내향성 집단보다 밝은 이미지를 선호하였다. 이것은 외향적인 사람이 외부세계에 관심이 높고 현실적이므로 의복이미지에서 타인에게 긍정적인 인상을 줄 수 있는 밝은 이미지를 선호하는 것이라고 해석된다.

발랄한 이미지는 주효과에서 외향성-내향성에 따

<표 2> 외향성-내향성, 성별 및 연령에 따른 의복이미지 선호 요인의 삼원변량분석

분석방법	변량원		df	독특한-평범한	고귀한-서민적	밝은-어두운	발랄한-점잖은							
3원 변량 분석	외향성-내향성(A)		1	25.47**	4.49**	18.08**	0.03							
	성별(B)		1	0.00	1.82	0.11	140.95**							
	연령(C)		3	10.48**	2.97*	0.55	5.66**							
	A × B		3	3.35	0.62	0.39	8.62**							
	A × C		1	0.45	0.72	1.73	1.07							
	B × C		3	0.54	2.47	1.07	0.17							
	A × B × C		3	0.57	0.96	0.40	0.37							
집단내 오차			339											
MCA	변인	속성	n	평균의차	ETA	평균의차	ETA	평균의차	ETA	평균의차	ETA			
			외향성	내향성	185	0.31		0.11		0.23		-0.03		
	-내향성	외향성	170	-0.33		-0.12		-0.25		0.03				
					0.28		0.11		0.23		0.02			
	성별	남	여	187	-0.04		0.06		-0.04		0.66			
				168	0.05		-0.06		0.04		-0.73			
					0.04		0.06		0.04		0.52			
	연령	10대	20대	30대	40대	112	-0.31		-0.19		0.01		-0.27	
						93	-0.20		0.06		-0.12		-0.10	
						71	0.61		0.27		-0.02		0.25	
						79	0.12		-0.04		0.14		0.27	
										0.31		0.16		0.09

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

른 차이는 없었으나, 성별과 연령 각각에 따라 유의적인 차이를 나타냈다. MCA 분석에서 성별에 따른 평균치의 차이를 보면 여자는 발랄한 이미지를 선호하였으나 남자는 점잖은 이미지를 선호하였다. 연령에 따른 차이는 10대가 가장 발랄한 이미지를 선호하였으며 연령이 높아질수록 더욱 점잖은 이미지를 선호하는 것으로 나타났다.

발랄한 이미지 선호는 <표 2>에서 3개의 독립변인에 의한 상호작용효과는 없었으나, 외향성-내향성 및 성별의 2개 독립변인에 의한 상호작용효과가 있었으며, 그 상호작용형태는 <그림 1>과 같다. 남자는 외향성이 높을수록 점잖은 의복이미지를 더 선호하는 반면에 여자는 외향적일수록 발랄한 이미지를 더 선호하였다. 이것은 외향적인 사람이 외부세계와 다른 사람을 중요시하고 사교적이므로 의복에서도 다른 사람과 보조를 맞추려는 경향이 있다는 견해(Kahng, 1971; 강혜원, 1974)를 지지한다. 즉 우리 사회에서 남자는 성숙하고 점잖은 의복이미지가 일반적인 것으로 수용되고 여자는 발랄한 이미지가 수용되며, 외향적인 성격은 외부 세계와 보조를 맞추려는 것이므로 같은 외향적인 사람이라도 남자는 점잖은 이미지를 선호하고, 여자는 발랄한 이미지를 선호하는 것이라고 풀이된다.

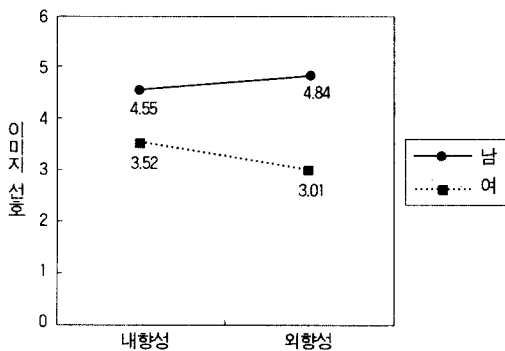
<표 2>에서 eta계수를 비교하여 보면 독특한 이미지와 고귀한 이미지 선호에 가장 큰 영향을 준 변인은 연령이었으며, 그 다음에 외향성-내향성이었

고, 성별은 거의 영향을 주지 않았다. 밝은 이미지에는 외향성-내향성이 가장 큰 영향을 주었고, 그 다음에 연령, 성별의 순이었다. 또한 발랄한 이미지 선호에는 성별이 가장 큰 영향을 주었고 그 다음에 연령이 영향을 주었다. 따라서 독특한, 고귀한, 밝은 이미지 선호에는 연령과 외향성-내향성의 성격특성이 성별보다 더 큰 영향을 주었고, 발랄한 이미지 선호에는 성별이 가장 큰 영향을 주는 특성임을 알 수 있었다.

본 연구에서 연구문제 3은 의복이미지 선호가 성별과 연령별로 각각 어떠한 차이가 있는가를 조사하는 것이었다. 이를 위하여 전체 연구대상자의 성별을 분리하여 연령에 따른 일원변량분석과 Duncan의 사후검증을 실시하였고, 연령을 분리하여 성별에 따른 t검증을 실시하였으며, 그 결과는 <표 3>과 같다.

<표 3>에서 독특한 이미지 선호는 모든 연령층에서 성별에 따른 차이가 없었으나 남녀 모두 연령층에 따라 유의적인 차이를 보였다. 남자는 10대가 가장 독특한 이미지를 선호하였고, 그 다음에는 20대였으며, 30대와 40대는 10대와 20대보다 평범한 의복 이미지를 선호하였다. 여자도 30대와 40대가 10, 20대보다 평범한 의복 이미지를 선호하는 것으로 나타났다. 이는 남녀 모두 나이가 젊어서는 개성적인 의복을 통하여 자신의 존재를 드러내고자 하는 욕구가 강하나 나이가 들어가면서 사회성의 발달과 함께 남의 눈에 두드러지는 것보다 집단에 융화하고자 하는 심리가 높아지기 때문으로 해석된다.

고귀한 이미지는 여자만이 연령에 따른 유의적인 차이가 있었는데, 10대와 20대 여자는 30대와 40대 여자보다 고귀한 의복이미지를 더욱 선호하였다. 고귀한 이미지 요인에는 지적이며 세련된 이미지의 특성이 포함되었으므로 10대와 20대가 30, 40대보다 지적이며 세련된 스타일을 더 중요시하는 것이라고 본다. 또한 여성은 10대와 20대가 외모에 대한 관심이 높아지는 시기이며, 이때 의복으로 자신의 외모를 향상시키려는 욕구가 높아지므로 자신의 자아 이미지를 향상시키려고 세련되며, 고귀한 의복이미지를 선호하는 것이라고 해석된다. 성에 따른 차이는



<그림 1> 발랄한 이미지 선호에 대한 외향성-내향성 및 성별에 의한 상호작용형태

〈표 3〉 성별 및 연령에 따른 의복이미지 선호의 차이

(N=627)

의복이미지		집단	10대	20대	30대	40대	F
독특한 이미지	남		3.51 ^c	3.81 ^b	4.21 ^a	4.15 ^a	7.99**
	여		3.59 ^b	3.63 ^b	4.42 ^a	4.14 ^a	12.55**
	t		-.48	1.16	-1.17	.10	
고귀한 이미지	남		2.92	3.20	3.16	3.13	1.39
	여		2.61 ^b	2.66 ^b	3.02 ^a	3.16 ^a	5.81**
	t		2.55*	3.73**	.70	-.18	
밝은 이미지	남		2.92 ^b	2.99 ^b	3.31 ^{ab}	3.38 ^a	3.81*
	여		3.18	2.98	2.98	3.24	1.28
	t		-1.58	.08	1.71	.96	
발랄한 이미지	남		4.39	4.57	4.87	4.71	2.03
	여		3.20 ^b	2.87 ^c	3.58 ^a	3.53 ^a	7.56**
	t		7.62**	10.12**	6.44**	6.14**	

* $p < .05$ ** $p < .01$ 문자 a, b, c는 Duncan의 다중범위검증($p < .05$)

10대와 20대에서 유의적인 차이를 보였으며 10대와 20대에는 여자가 남자보다 고귀한 이미지를 더 선호하였다. 전체적인 평균을 볼 때 고귀한 의복이미지는 모든 집단에서 7점 척도의 중간 점수인 4점보다 평균치가 낮았으므로 대부분 서민적 이미지보다 고귀한 이미지를 선호한다고 할 수 있다.

밝은 이미지는 〈표 3〉에서 나타난 바와 같이 남자만이 연령에 따른 유의적인 차이가 있어서 10대와 20대 남자는 40대보다 밝은 의복이미지를 더 선호하였다. 밝은 이미지는 모든 연령층에서 성에 따른 차이가 없었으며, 모든 집단의 평균치가 4점보다 낮아 전체적으로 밝은 이미지를 선호하는 편이었다.

발랄한 이미지는 〈표 3〉에서 보면 여자만이 연령층에 따라 유의적인 차이를 보여서 20대가 가장 발랄한 이미지를 선호하였고, 30대와 40대는 점잖은 의복이미지를 선호하였다. 〈표 3〉에서 발랄한 이미지는 전 연령층에서 남녀의 차이가 나타나서 남자는 점잖은 이미지를 선호하는 반면 여자는 남자보다 훨씬 발랄한 이미지를 선호하는 것으로 나타났다. 따라서 남자보다는 여자가, 여자에서도 30, 40대보다는 20대 여자가 발랄한 의복 이미지를 선호하는 것으로 나타났다.

V. 결 론

본 연구의 목적은 10대에서 40대까지의 남녀를 대상으로 의복이미지 선호의 차원을 조사하고, 외향성-내향성, 성별 및 연령에 따른 의복이미지 선호의 차이를 밝히는 것이었다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 의복이미지 선호에 대한 요인분석 결과 의복이미지는 독특한 이미지, 고귀한 이미지, 밝은 이미지, 발랄한 이미지의 4개 요인으로 결정되었다.

둘째, 독특한 이미지 선호는 외향성-내향성 및 연령 각각에 의해 영향을 받았으며, 성별에 따른 차이는 없었다. 외향성 집단은 내향성 집단보다 독특한 이미지를 더욱 선호하였으며, 연령별 차이에서 10대와 20대는 독특한 이미지를 선호하였으며, 30, 40대는 평범한 이미지를 선호하였다.

셋째, 고귀한 이미지 선호는 외향성-내향성 및 연령에 따른 차이를 나타냈다. 외향성 집단은 내향성 집단보다 고귀한 이미지를 더 선호하였으며, 연령별로 볼 때 여자의 경우에만 유의적인 차이가 있어, 10대와 20대는 30, 40대보다 고귀한 이미지를 더 선호하였다. 10대와 20대는 성별에 따른 차이가 있어,

여자가 남자보다 고귀한 이미지를 더 선호하였다.

넷째, 밝은 이미지 선호는 외향성-내향성에 따른 차이를 나타냈으며, 외향성 집단은 내향성 집단에 비해 밝은 이미지를 더 선호하였다. 성별에 따른 차이는 없었고, 전체적으로 모두 밝은 이미지를 선호하였다. 남자의 경우에만 연령에 따른 차이가 있어 10대와 20대 남자는 30, 40대보다 밝은 이미지를 더 선호하였다.

다섯째, 발달한 이미지 선호는 외향성-내향성 및 성별의 2개 독립변인에 의한 상호작용효과가 있었다. 즉 남자는 외향성이 높을수록 점잖은 이미지를 더 선호하는 반면에 여자는 외향성이 높을수록 발달한 의복이미지를 더 선호하였다. 성별에 따른 차이에서 여자는 발달한 이미지를 선호하였고, 남자는 점잖은 이미지를 선호하였다. 남자는 연령에 따른 유의적인 차이가 없었으나, 여자의 경우에는 10대가 가장 발달한 이미지를 선호하였으며 연령이 높아질수록 좀 더 점잖은 이미지를 선호하는 편이었다.

이상에서 여자는 독특한 이미지, 고귀한 이미지, 발달한 이미지를 더 선호하나 남자는 여자에 비해 평범하고 서민적이며 점잖은 의복이미지를 선호하였다. 10대는 독특하고 고귀하며 발달한 이미지를 선호하는 반면 나이가 들어갈수록 좀 더 평범하고 서민적이며 점잖은 의복이미지를 선호하였다. 또한 외향성-내향성은 의복이미지 선호에 영향을 미쳐, 외향성 집단은 내향성 집단에 비해 더 독특하고 고귀하며 밝은 이미지를 선호하는 것을 알 수 있었다.

본 연구의 이러한 결과는 외향성-내향성과 같은 성격 특성이 의복 선호에 영향을 주는 중요한 성격 특성임을 시사하고 있으며, 개인이 착용한 의복에 의한 성격 추론의 가능성을 뒷받침해 주고 있다. 앞으로의 연구에서는 시장조사를 기초로 하여 구체적인 의복디자인의 선호도를 조사하여, 개인의 심리적, 환경적 특성과 디자인 선호도와의 관계를 조사하는 것이 필요시 된다.

■ 참고문헌

- 1) 강혜원(1974). 대학생의 개성과 유행을 중심으로 한 의상행위와 성격특성과의 관계. 연세논총, 11, pp. 349~376.
- 2) 강혜원(1994). 의상사회심리학. 개정판. 서울: 교문사, pp.220-229.
- 3) 김문진, 임숙자(1989). 상표이미지 선호도와 패션광고 전략에 관한 연구, 한국의류학회지, 13(3), pp.197-206.
- 4) 김영인(1989). 선호디자인 감각에 따른 의복구매자 유형과 관련된 생활양식 특성에 관한 연구(2), 한국의류학회지, 13(4), pp.412-426.
- 5) 김은애(1992). 가치관과 의복이미지 및 의복디자인 선호도에 관한 연구. 석사학위논문, 성신여자대학교 대학원.
- 6) 남미우(1988). 여대생의 자아이미지와 선호 상표 이미지와의 일치도가 의복구매 의사결정에 미치는 영향. 석사학위논문, 연세대학교 대학원.
- 7) 박길순(1981). 직물문양의 기호와 내향성-외향성 성격과의 관계. 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원.
- 8) 박혜선(1982). 의복에 대한 의미분척도 개발 연구. 석사학위논문, 서울대학교 대학원.
- 9) 이명희(1993). 한국과 미국 남녀 대학생의 의복 이미지 선호도와 성역할 정체감에 관한 연구, 한국의류학회지, 17(3), pp.367 - 379.
- 10) 이미혜, 이인자(1990). 성격차원이 선호 의복 상표이미지에 미치는 영향에 관한 연구: 여성을 중심으로. 대한가정학회지, 28(3), pp.13-24.
- 11) 이인자, 송선옥(1982). 의복과 인물이 첫 인상형성에 미치는 영향에 관한 연구. 한국의류학회지, 6(1), pp.27-38.
- 12) 이현수(1983). 성격특정의 요인구조에 관한 연구, 중앙대학교 논문집, 27, pp.111-137.
- 13) 정인희(1992). 의복디자인의 구성요인, 계층구조 및 평가차원에 대한 연구. 석사학위논문, 서울대학교 대학원.
- 14) 홍선옥(1983). 성인남자의 의복행동과 사회적 내향성-외향성 성격과의 관계. 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원.
- 15) Allport, G. W.(1961). *Pattern and Growth in*

- Personality*. New York : Holt, Reinhart and Winston, Inc., 강혜원(1994). 의상사회심리학. 개정판. 서울: 교문사, p.206에서 재인용.
- 16) Birdwell, A. E.(1968). A study of the influence of image congruence on consumer choice. *The Journal of Business*, 41(1), pp.76-88.
 - 17) Birren, F.(1955). *New Horizons in Color*. New York: Reinhold Publishing Corporation, cited by Rosencranz, M. L.(1977). *Clothing Concepts : A Social psychological Approach*. New York : Macmillan Publishing Co., p.34.
 - 18) Compton, N. H.(1962). Personal attributes of color and design preferences in clothing fabrics. *The Journal of Psychology*, 54(1), pp.191-195.
 - 19) Conner, B. H., Peters, K., and Nagasawa, R. H.(1975). Person and costume : Effects on the formation of first impressions. *Home Economics Research Journal*, 4(1), pp.32-41.
 - 20) DeLong, M. R. and Larntz, K.(1980). Measuring visual response to clothing. *Home Economics Research Journal*, 8(4), pp.281-293.
 - 21) Eyzencck, H. J.(1967). *The Biological Basis of Personality*. Springfield, Illinois: Charles C. Thomas, cited by Engler, B.(1995). *Personality Theories*, 4th ed, Boston: Houghton Mifflin Co., p.295.
 - 22) Gibbins K. and Schneider A.(1980). Meaning of garments: Relation between impression of an outfit and the message carried by its component garments. *Perceptual and Motor Skills*, 51(1), pp.287-291.
 - 23) Kahng, H.(1971). Clothing interests and clothing aspirations associated with selected social-psychological factor for a group of college women in Korea. Doctoral dissertation, The Pennsylvania State University.
 - 24) Radeloff, D. J.(1991). Psychological types, color attributes, and color preference of clothing, textiles, and design students. *Clothing and Textiles Research Journal*, 9(3), pp.59-67.
 - 25) Ross, I.(1971). Self-concept and brand preference. *The Journal of Business*, 44(1), pp.38-50.
 - 26) Sirgy, M. J.(1982). Self-concept in consumer behavior: A critical review. *The Journal of Consumer Research*, 9, pp.287-300.
 - 27) Stone, G. P.(1965). Appearance and the self, in Roach, M. E. and Eicher, J. B. ed. *Dress, Adornment and the Social Order*, New York: John Wiley & Sons, Inc., pp.216-222.
 - 28) Sweat, S. J. and Zentner, M. A.(1985). Attributions toward female appearance styles, in Solomon, M. R. ed. *The Psychology of Fashion*, Lexington, Mass.: D. C. Health and Co., pp.321-334.
 - 29) Taylor, L. C. and Compton, N. H.(1968). Personality correlates of dress conformity. *Journal of Home Economics*, 60(8), pp.653-656.