

의복 태도 유형에 대한 연구

박 혜 선 · 김 화 순

배재대학교 의류학부

A Study on the Dimensions of Clothing Attitudes

Hye Sun Park · Hwa Sun Kim

Dept. of Clothing and Textiles, Paichai University

(1997. 12. 24 접수)

Abstract

This study was performed to investigate the dimensions of clothing attitudes and to study differences of the dimensions according to the demographic variables. The subjects selected for final analysis were 595 adults ranging from 20's to 50's in age.

The clothing attitudes were classified into nine dimensions: fashionability, clothing involvement, clothing conformity, modesty, status symbolism, comfort, manageability, individuality and economy. And the dimensions were significantly different according to monthly expenditure on clothing, sex and educational level.

Key Words: clothing attitude, demographic variables; 의복태도, 인구통계적 변인

I. 서 론

의복은 개인의 자아개념, 태도, 가치관, 성격 등을 표현하는 상징적인 의미를 지닌다. 이러한 의복은 단순히 생활 필수적 기본 욕구를 충족시키는 역할에서부터 사회적 측면을 대변하는 자기표현 수단으로 그 역할이 이행되어 가고 있다.

McNeal(1969)은 소비자 행동의 유형은 나이가 증가함에 따라 달라지며, 어느 특정 시점에서의 소비행동은 과거의 영향을 받게 되며 한 개인의 태도와 지식은 소비자 역할에 참가한 전 기간중의 모든 태도와 지식의 총화로 이루어진다고 하였다. 이러한 태도와 행동의 관련에서 볼 때 개인의 의복행동을 이해 또는 예측하기 위

해서는 의복에 대한 태도의 이해가 선행되어야 하겠다. 의복에 대한 태도는 개인의 심리적인 특성과 사회 문화적인 요소, 커뮤니케이션 상황 등에 영향을 받아 형성되는 것으로 소비자 의사결정과정에 영향을 미친다.

의복 사회심리학 분야나 마케팅 분야의 연구들은 의복태도 변인들이 체계화되지 못하여 변인들 중 일부를 임의로 선택하여 연구하여 왔으며, 같은 개념의 변인들도 연구에 따라 용어들이 다양하게 사용되어져 왔다(박혜선, 1995). 따라서 의복에 대한 태도의 개념이 정리되고 체계화되어야 하며, 소비자의 전반적인 의복에 대한 태도는 구매상황에서 일어나는 특정 의복에 대한 태도와는 구분되어 연구되어야 할 것이다.

본 연구에서는 소비자 의복행동에 영향을 미치는 변인으로 전반적인 의복에 대한 태도를 밝히고 인구통계적(성별, 연령, 최종학력, 결혼여부, 월 평균 의복 지출비, 거주지역) 변인에 따른 차이를 밝히고자 한다. 이

*1997년도 학술진흥재단의 지방대 육성과제 연구비에 의하여 연구되었음.

러한 연구는 의복태도에 대한 소비자의 심리적인 특성을 밝힘으로써 소비자에 대한 이해를 높이고 소비자 집단에 따른 성공적인 마케팅 전략을 세우는데 도움을 줄 것이다.

II. 이론적 배경

1. 태도의 개념과 구성요소

태도에 대한 개념과 태도가 어떠한 요소로 구성되며, 이들간의 관계는 어떠한지에 대해 다양한 견해가 제시 되어 왔다. Allport(1935)가 태도를 “경험을 통해 조직된 것으로 그것에 관련되어 있는 모든 대상과 상황에 대한 개인의 반응에 직접적이거나 역동적인 영향을 주는 정신적 및 신경적 준비 상태”로 정의해온 이래 태도에 대한 정의는 다양하게 제시되어왔다. Rokeach(1970)는 태도를 “어떤 대상이나 상황에 관한 비교적 지속적인 신념의 조직으로서 개인의 반응 양태(樣態)의 선유경향”이라고 정의하였다. 그는 태도가 비교적 지속적이며 복합체적 개념으로서, 태도가 신념의 조직체라는 점을 강조하였다.

태도에 관하여 많은 학자들이 연구한 결과 태도의 구성요소를 밝혀냈는데 태도는 어떤 특정 대상, 아이디어나 사람에 대한 인지적 요소, 감정적 요소 및 행동적 요소를 지닌 지속적인 체계로 받아들여지고 있다. 인지적 요소는 태도 대상에 대한 신념들을, 감정적 요소는 신념과 연결된 정서를, 그리고 행동적 요소는 행동에 앞서 갖게 되는 의도를 함축하고 있다(신진호, 1983).

2. 의복에 대한 태도의 이론적 배경

Sproles(1979)는 의복에 대한 태도를 “의복의 스타일과 같은 특정대상이나 의복착용과 같은 특정상황에 대해 특정방법으로 행동하려는 기질을 말한다”고 정의하였으며, 강혜원과 이은미(1988)는 “의복에 대한 태도, 신념, 지식과 주위를 기울이는 정도, 자신의 의복이나 타인이 착용한 의복에 대한 관심과 호기심 등을 포함한다”고 하였다.

김은정과 이은영(1989)은 전반적인 태도에 대한 이론과 모델을 기초로 하여 유행에 대한 태도를 “유행에 대한 인지적, 감정적, 행동적 요소들이 갖는 지속적 성향이다”라고 정의하고 그에 따라 인지적 요소는 유행에 관하여 사람들이 갖고 있는 모든 인지 즉 유행에 관한

사실, 지식, 신념으로 구성될 것이며, 감정적 요소는 유행에 대한 모든 감정이나 정서 특히 평가로 구성될 것이고, 유행에 대한 행동적 요소는 유행에 대한 반응 준비성이나 의복 수용경향성으로 구성될 것이라고 하였다. 또한 이 요소들과 실제 행동 사이에는 선행연구에서 입증된 인지적 요소, 감정적 요소, 행동적 요소가 행동의 방향으로 인과적 흐름이 존재할 것이라고 하였다. 그리고 유행에 대한 전반적인 태도는 유행에 대한 인지, 감정적 측면에서의 태도와 유행에 대한 행동적 측면에서의 태도의 합으로 측정하였다.

박혜선(1995)은 개인이 의복에 대해 전반적이고 지속적으로 가지고 있는 의복태도 변인들로서 실용성, 경제성, 정숙성, 심미성, 유행성, 동조성·개성, 신분상징성, 중요성, 만족을 제시하였다. 본 연구에서는 동조성과 개성을 분리하고 만족의 변인은 태도의 구성 요소인 인지적인 측면이나 행동적인 측면이 부족하여 제외시키고 9개의 변인 즉 실용성, 경제성, 정숙성, 심미성, 유행성, 동조성, 개성, 신분상징성, 중요성을 제시하였다.

9개의 의복태도 변인에 대하여 태도의 인지적, 감정적, 행동적 요소를 고려하여 다음과 같이 정의하였다.

① 실용성 : 편안함과 관리의 용이성을 포괄하는 개념으로 신체적 그리고 심리적인 편안함을 중요시하며, 관리의 편리성을 중요시하는 의복태도.

② 경제성 : 의복을 계획성 있게 구대하며 의복의내 구성과 착용용도의 다양성, 경제적인 가격을 중요시하는 의복태도.

③ 정숙성 : 사회규범을 준수하는 예의성과 신체노출을 억제하는 정숙성의 개념을 포괄하여 성적 흥미와 관련된 신체 노출을 피하며 예의에 어긋나지 않는 의복을 착용하고자 하는 태도.

④ 심미성 : 의복 착용시 자신의 신체적 외모와 조화를 이루도록 하며 의복을 통해 자신의 아름다움을 추구하는 태도.

⑤ 유행성 : 의복의 유행에 관심을 가지며, 유행하는 스타일을 좋아하고, 자신의 의복 선택시 유행을 수용하는 태도.

⑥ 동조성 : 준거집단의 영향을 받아 그들과 유사한 의복을 착용하려는 태도.

⑦ 개성 : 다른 사람들의 의복과는 상관없이 자신에게 어울리는 의복을 착용하려는 태도.

⑧ 신분상징성 : 의복으로 자신의 경제적, 사회적 지

위를 표현하며 의복브랜드에 관심을 갖는 태도.

⑨ 중요성 : 의복에 관심을 가지며 중요하게 생각하는 태도.

이상 9개의 의복에 대한 태도 변인들이 서로 독립적인지 실증적인 조사연구를 통하여 밝히고자 한다.

III. 연구방법

1. 연구문제

- 1) 의복에 대한 태도의 유형을 밝힌다.
- 2) 인구통계적(성별, 연령, 최종학력, 결혼여부, 월 평균 의복 지출비, 거주지역) 변인에 따른 의복에 대한 태도의 차이를 밝힌다.

2. 자료수집

1) 측정도구

본 논문의 연구문제를 실증적으로 검증하기 위해 설문지를 이용한 조사연구방법을 사용하였다. 의복태도의 측정문항들은 선행연구(강혜원, 1974; 이영선, 1991; 류은정, 1991; 홍금희, 1992; 김혜연과 박옥련, 1992; 고애란, 1994; 김양진, 1996)에서 사용된 문항들과 예비조사와 신뢰도 측정을 통하여 본 연구자가 개발한 80문항을 사용하였다. 문항의 내용에 태도의 인지적, 감정적, 행동적 요인들의 내용을 고루 포함시켰으며 “전혀 그렇지 않다”에 1점, “매우 그렇다”에 5점을 주어 5점 평정 척도법을 사용하였다.

측정도구의 타당도는 관련분야의 교수 3인으로부터 문항내용을 검토 받아 내용 타당도를 확인 받았고, 측정척도들의 신뢰도는 Cronbach's α 값을 구하여 각 측정척도의 내적 일관성을 검토하여 설문지를 완성하였다.

2) 자료수집

1997년 8월중 남·여 대학생 120명을 대상으로 1, 2차 예비조사를 실시하여 설문지를 완성하였으며 본 조사는 대전과 서울 지역에 거주하는 20대부터 60대의 성인을 대상으로 하여 표본을 추출하였다. 자료수집은 1997년 9월 8일부터 25일에 걸쳐 실시하였으며, 총 650부를 배부하여 617부를 회수하였다. 그 중에서 응답이 불완전하거나 잘못된 질문지를 제외한 595부를 통계 처리하여 자료분석에 사용하였다.

본 연구를 위한 조사대상자의 특징을 살펴보면 연령

은 20세 이상에서 30세 미만이 전체 분포의 58.8%를 차지하고 있어서 가장 많은 분포를 보이고 있었으며, 30세 이상~40세 미만이 27.7%, 40세 이상~50세 미만이 11.1%, 20세 미만이 1.8%, 50세 이상이 0.5%의 분포를 보이고 있었다. 연령분포는 20대에서 40대의 성인이 대부분을 차지하고 있었다. 조사 대상자의 성별은 남자가 전체 표본의 41.8%, 여자는 58.2%를 차지하여 성별이 비슷한 분포를 보이고 있었다.

최종학력은 대학교 재학 및 졸업이 전체표본의 56.8%로 가장 많은 분포를 보이고 있었으며, 고등학교 졸업이하가 23.2%로 그 다음으로 많은 분포를 보이고 있었다. 월 평균 가계소득(총 수입)은 100만원 이상부터 200만원 미만이 전체 분포의 32.4%, 100만원 미만이 31.4%, 200만원 이상~300만원 미만이 전체 분포의 28.5%로 총 수입별 비슷한 분포를 보였다.

결혼 여부에 있어서는 기혼이 59.1%, 미혼이 40.6%로 기혼이 더 많은 것으로 나타났으며, 월 평균 의복 지출비는 20만원 이상부터 30만원 미만이 전체 표본의 35.0%로 가장 많은 분포를 보였고, 10만원 미만이 9.7%, 40만원 이상이 8.6%로 비슷한 분포를 보이고 있었다. 거주지역은 조사 대상자 중 대전에 거주하는 대상자가 52.9%로 가장 많은 분포를 보이고 있었으며, 다음으로는 서울 지역이 34.3%, 경기 지역이 9.4% 순으로 나타났다.

3) 분석방법

본 연구의 자료는 SAS PC+ 프로그램을 이용하여 통계분석 하였다. 표본의 인구통계적 특성을 파악하기 위하여 빈도분포 및 백분율을 산출하였으며, 의복에 대한 태도의 차원을 밝히기 위하여 직교회전(varimax rotation)에 의한 요인분석(factor analysis)을 실시하여 요인을 추출하였다. 인구통계적 변인에 따른 의복에 대한 태도의 차이를 밝히기 위하여 일원 분산분석(One-way ANOVA)을 실시하였으며, 유의한 변인에 대해서는 다중비교법인 Tukey's Studentized Range 분석을 실시하였다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 의복에 대한 태도의 유형

의복에 대한 태도가 이론적 배경에서 제시하고 있는 9개의 유형으로 분리되는가를 실증적으로 분석한 결과

는 다음과 같다. 의복에 대한 태도의 유형을 밝히기 위하여 총 80문항에 대해 요인분석(적교회전)을 실시하였다. 요인 수는 고유값이 1이상의 값으로 하였으며, varimax분석에 의한 적교회전을 시켰다. 회전결과 18개의 요인이 추출되어 전체변량의 59%를 설명하였다. 요인 수가 너무 많아 적절한 변인이라고 판단되는 고유값이 1.5이상인 9개의 요인을 선정하였다. 이는 전체 변량의 45%를 나타내었다. 각 요인별 문항은 요인 부하량이 .30이상인 것만을 선정하였으며, 요인 부하량이 가장 높게 나타난 요인에 포함시켰다. 그 결과는 다음에 제시된 <표 1>과 같다.

<표 1> 의복에 대한 태도의 요인별 특성

요 인	고유값	전체변량(%)	누적변량(%)
요인 1 : 유행성	12.92	16.15	16.15
요인 2 : 의복관여	6.63	8.28	24.43
요인 3 : 동조성	4.12	5.15	29.58
요인 4 : 정숙성	2.85	3.56	33.14
요인 5 : 신분상징성	2.37	2.95	36.09
요인 6 : 편안함	2.06	2.58	38.67
요인 7 : 편리성	1.87	2.32	41.00
요인 8 : 개성	1.61	2.01	43.01
요인 9 : 경제성	1.55	1.93	44.94

이론적 연구에서는 의복태도에 영향을 미치는 변수들로서 의복에 대한 실용성, 경제성, 정숙성, 심미성, 유행성, 동조성, 개성, 신분상징성, 중요성의 9가지 차원을 제시하였으나 실증적 연구에서는 소비자의 의복에 대한 태도를 조사 분석한 결과 9개의 다른 요인으로 분류되었다. 각 요인별 문항과 요인 부하량을 살펴보면 다음과 같다.

1) 유행성

요인 1에 포함된 문항들과 각 문항의 요인 부하량은 다음에 제시된 <표 2>와 같다.

요인 1에는 유행성을 측정할 6개 문항과 그 외에 심미성을 측정할 ‘옷에 맞추어 헤어 스타일이나 메이크업 등도 신경을 쓴다’, ‘옷차림과 액세서리를 조화시키는 것을 좋아한다’, ‘활동하기에 다소 갑갑해도 날씬하게 보인다면 몸에 꼭 맞게 입는다’의 3문항과 중요성을 측정할 ‘TV나 영화를 볼 때 가수나 배우의 옷차림도 관심을 갖고 본다’의 1문항이 포함되었다. 요인 1을 “유행성”이라 칭하고 “의복의 유행에 관심을 가지며 유행

<표 2> 요인 1 : 유행성

문 항 내 용	요인부하량
마음에 드는 디자인의 옷이 있는가하고 패션잡지를 자주 본다.	.76
다른 사람들과 새로 유행하는 옷에 대해 이야기하기를 즐긴다.	.75
친구들과 유행에 대한 이야기를 하는 것을 좋아한다.	.74
어떤 옷이 유행하는지 관심을 갖는다.	.70
T.V나 영화를 볼 때 가수나 배우의 옷차림도 관심을 갖고 본다.	.69
옷에 맞추어 헤어스타일이나 메이크업 등도 신경을 쓴다.	.67
옷차림과 액세서리(벨트, 목걸이, 팔찌, 반지, 귀고리 등)를 조화시키는 것을 좋아한다.	.59
활동하기에 다소 갑갑해도 날씬하게 보인다면 몸에 꼭 맞게 입는다.	.43
새로운 유행의 옷을 다른 사람보다 먼저 입기 시작한다.	.42
친구들 사이에 유행을 이끌어 나가는 사람이라고 생각한다.	.40
고유값(Eigen value)	12.92
전체변량(%)	16.15

<표 3> 요인 2 : 의복 관여

문 항 내 용	요인부하량
옷은 첫 인상 형성에 중요한 역할을 한다고 생각한다.	.74
옷은 그 사람의 미적 감각을 나타낸다고 생각한다.	.67
옷을 통하여 개성이 표현되는 것이라고 생각한다.	.65
사람을 만났을 때 좋은 인상을 줄 수 있는 옷은 내게 있어서 중요하다.	.61
옷을 잘 입는 것이 중요하다고 생각한다.	.60
사람들이 나를 평가 할 때 옷차림을 중요하게 여긴다고 생각한다.	.52
옷으로 자기를 표현하는 것이 좋다.	.51
나의 이미지를 표현하는 옷을 입는 것이 즐겁다.	.47
멋있는 옷은 나에게 기쁨을 준다.	.40
옷으로 나만의 개성과 독특한 분위기를 표현하는 것이 좋다.	.38
만족스러운 색의 조화를 위해서 주위를 기울인다.	.32
고유값(Eigen value)	6.63
전체변량(%)	8.28

에 대해 대화하는 것을 즐기며, 자신의 의복 선택시 유행을 수용하는 태도”라고 정의하고 요인 1의 고유값은 12.92로서 전체 분산의 16.15%를 설명하고 있다.

2) 의복관여

요인 2에 포함된 문항들과 각 문항의 요인 부하량은 다음의 <표 3>과 같다.

요인 2는 중요성 문항이 4문항과 심미성을 측정하는 문항이 3문항, 개성을 측정하는 3문항이 함께 묶였다. 요인 2를 “의복 관여”라고 명명하고 “의복을 중요하게 생각하고 의복을 통하여 자신을 표현하기를 즐기며, 미적 감각을 표현하려는 태도”라고 정의하고자 한다. 의복관여 요인의 고유값은 6.63으로서 전체 분산의 8.28%를 설명하고 있다.

3) 동조성

요인 3에 포함된 문항들과 각 문항의 요인 부하량은 다음 <표 4>와 같다.

<표 4> 요인 3 : 동조성

문 항 내 용	요인부하량
친구들과 같은 옷을 입었을 때 더욱 더 그들과 과일체감을 느낀다.	.69
옷을 선택할 때 내 친구들이 입고 있는 것과 같은 스타일의 옷을 선택한다.	.68
내가 좋아하는 사람의 옷과 유사한 옷을 구입한다.	.65
친구들이 입고 있는 것과 비슷한 품질의 옷을 선택하고 싶다.	.62
내가 매력적이라고 생각하는 사람의 옷을 모방한다.	.53
모임에서 친구들과 유사한 옷차림을 하고 있으면 마음이 편하다.	.51
옷을 마련할 때 내가 이상적이라고 생각하는 사람의 옷과 유사한 옷인지를 고려한다.	.49
내가 속한 집단의 옷 입는 기준에 맞추어 입으려고 노력한다.	.47
고유값(Eigen value)	4.12
전체변량(%)	5.15

요인 3은 동조성을 측정하는 8개 문항중 7개의 문항이 포함되었다. 요인 3을 “동조성”이라 명명하고 “준거 집단의 영향을 받아 그들과 유사한 의복을 착용하려는 태도”라고 정의하고자 한다. 요인의 고유값은 4.12로서 전체 분산의 5.15%를 차지하였다.

4) 정숙성

요인 4에 포함된 문항들과 각 문항의 요인 부하량은 다음의 <표 5>와 같다.

<표 5> 요인 4 : 정숙성

문 항 내 용	요인부하량
노출이 심한 옷을 태연하게 입는 것은 정숙하지못하다고 생각한다.	.76
몸에 꼭 끼이는 옷을 입은 사람을 보면 민망해진다.	.76
신체를 많이 노출시킨 옷을 입고 있는 사람과 동행 할 때 창피한 느낌이 든다.	.74
비치는 옷은 점잖지 않다고 생각한다.	.70
목이 너무 파져 가슴이 들여다보이는 옷은 입지 않는다.	.63
수영복이라도 노출이 심한 것은 입지 않는다.	.60
점잖은 차림의 사람을 보면 호감이 간다.	.31
고유값(Eigen value)	2.85
전체변량(%)	3.56

요인 4는 정숙성을 측정하는 7개의 문항으로 구성되어 있다. ‘예의에 어긋나지 않는 옷을 착용하는 것이 중요하다’의 문항과 ‘모임에 갈 때는 예의에 어긋나는 옷의 스타일은 피한다’라는 문항은 제외되었다. 이명희(1982)의 연구에서는 정숙성을 의복에서 많이 파인 옷, 꼭 끼는 옷, 비치는 옷 등을 착용을 방지하여 성적 흥미와 관련된 신체노출을 격제 하고자 하는 것이라고 정의하고, 예의성을 성적 흥미와 직접 관련되지 않더라도 의복이나 장식을 통하여 도덕·관습 등의 사회규범을 보수적으로 준수하여 예의를 나타내고자 하는 것이라고 하여 예의성과 정숙성의 개념을 하나의 변인으로 묶어서 정의하였다.

또한 고에란과 강혜원(1992)은 도덕·예의와 관련된 태도로서, 신체의 노출이나 강조, 질감·장식의 정도, 착용 상황에서의 적절함과 관련된다고 하여 정숙성에 예의성의 개념을 포함시켜 정의하였다. 그러나 이 결과에 의하면 정숙성의 개념과 예의성은 분리되어야 하는 개념으로 판단된다. 요인 4를 “정숙성”이라 명명하고 “노출이 심한 의복을 정숙하지 못하다고 생각하고 착용을 피하는 태도”라고 정의하고자 한다. 정숙성 요인의 고유값은 2.85로서 전체 분산의 3.56%를 차지하였다.

5) 신분상징성

요인 5에 포함된 문항들과 각 문항의 요인 부하량은 다음의 <표 6>과 같다.

<표 6> 요인 5 : 신분상징성

문 항 내 용	요인부하량
입어서 멋있게 보이는 옷은 가격이 비싸더라도 산다.	.69
가격이 비싸도 디자인이나 색상이 마음에 드는 옷이 좋다.	.66
가격이 비싸더라도 잘 알려진 상표의 옷을 사는 것이 좋다.	.59
유명상표라는 것이 나타날 수 있는 옷을 산다.	.49
명성 있는 상표는 옷을 입은 사람을 품위 있어 보이게 한다.	.45
유명브랜드의 옷을 입으면 기분이 좋아진다.	.38
고유값(Eigen value)	2.37
전체변량(%)	2.95

요인 5에는 신분상징성 4문항과 심미성을 측정하는 '가격이 비싸도 디자인이나 색상이 마음에 드는 옷이 좋다'의 문항과 '입어서 멋있게 보이는 옷은 가격이 비싸더라도 산다'의 2문항이 포함되었다. 여기에서 심미성 2문항의 내용 중 가격은 의복의 비본질적 특성으로 의복의 경제성, 내구성, 편안함, 품위 등의 함축적 의미가 포함될 수 있다(김미영과 이은영, 1991)고 하여 의복 소비자가 비싼 의복을 착용함으로써 자신의 경제적 지위를 표현하려는 신분상징성의 차원으로 나타난 것이라 생각된다. 요인 5를 "신분상징성"이라 명명하였으며, "의복으로 자신의 경제적, 사회적 지위를 표현하고자 하며, 유명 브랜드의 의복을 선호하는 태도"라고 정의하고자 한다. 신분상징성의 고유값은 2.37로서 전체 분산의 2.95%를 차지하고 있다.

6) 편안함

요인 6에 포함된 문항들과 각 문항의 요인 부하량은 다음의 <표 7>과 같다.

요인 6에는 9개의 실용성 문항 중 신체적, 심리적 편안함에 대한 5문항이 포함되었다. 나머지 관리의 편리성에 대한 3문항은 요인 7에 따로 묶였다. 요인 6을 "편안함"이라 명명하고, "신체적, 심리적으로 편안함

<표 7> 요인 6 : 편안함

문 항 내 용	요인부하량
착용 시 심리적으로 안정감을 주는 옷이 좋다.	.64
옷을 이루는 신체적인 편안함뿐만 아니라 심리적인 편안함이 중요하다고 생각한다.	.60
옷을 살 때 신체적으로 편안한 옷을 산다.	.57
옷을 살 때 마음이 편해지고 자신감이 생기는 옷을 산다.	.51
활동하기 편안한 스타일을 좋아한다.	.44
고유값(Eigen value)	2.06
전체변량(%)	2.58

의복을 좋아하며 이러한 의복을 구입하려는 태도"라고 정의하고자 한다. 편안함 요인의 고유값은 2.06로서 전체 분산의 2.58%를 차지하였다.

7) 관리성

요인 7에 포함된 문항들과 각 문항의 요인 부하량은 다음의 <표 8>과 같다.

<표 8> 요인 7 : 관리성

문 항 내 용	요인부하량
옷을 살 때 세탁이나 보관이 용이한지를 고려한다.	.65
구김이 많이 가거나 다림질이 힘든 옷은 사지 않는다.	.64
관리가 편리한 옷이 좋다.	.59
고유값(Eigen value)	1.87
전체변량(%)	2.32

요인 7은 실용성 문항 중 관리의 편리성을 측정하는 3문항이 포함되었다. 이 결과에 의하면 신체적, 심리적인 편안함과 관리의 편리성은 서로 구분되어야 하는 개념임을 알 수 있다. 그러므로 신체적, 심리적 편안함의 차원과 구분하여 요인 7을 "관리성"이라 명명하고, "관리가 편리한 의복을 좋아하며, 의복구입시 세탁이나 보관의 용이성을 고려하는 태도"라고 정의하고자 한다. 관리성 태도의 고유값은 1.87로서 전체 분산의 2.32%를 설명하였다.

8) 개성

요인 8에 포함된 문항들과 각 문항의 요인 부하량은

<표 9> 요인 8 : 개성

문 항 내 용	요인부하량
친구들이 좋다고 하지 않아도 내가 좋아하는 옷은 그냥 입는다.	.68
다른 사람에게 좋은 평가를 받지 못하더라도 내가 입고 싶은 옷을 입겠다.	.65
다른 사람과 관계없이 자신의 주관대로 옷을 입는것이 좋다.	.53
옷을 살 때 유행에 관계없이 나에게 어울리는 옷을 산다.	.33
고유값(Eigen value)	1.61
전체변량(%)	2.01

다음의 <표 9>와 같다.

요인 8에는 개성을 측정하는 4문항이 포함되었다. 이 요인을 “개성”이라 명명하고 “다른 사람의 의복이나 평가에 상관없이 자신에게 어울리는 의복을 좋아하며, 착용하려는 태도”라고 정의하고자 한다. 개성 요인의 고유값은 1.61로서 전체 분산의 2.01%를 설명하고 있다.

9) 경제성

요인 9에 포함된 문항들과 각 문항의 요인 부하량은 다음의 <표 10>과 같다.

<표 10> 요인 9 : 경제성

문 항 내 용	요인부하량
경제적인(가격이 저렴한) 옷이 좋다.	.34
어떻게 하면 적은 돈으로 옷을 잘 입을 수 있을까 하고 생각해 본다.	.32
옷을 살 때 경제적인 계획을 세우고 구입한다.	.31
고유값(Eigen value)	1.55
전체변량(%)	1.93

요인 9에는 경제성을 측정하는 3문항이 포함되었는데 의복의 내구성이나 착용 용도의 다양성의 문항들은 제외되고, 싼 가격의 의복 구입과 계획적인 의복구입의 문항들만 포함되었다. 김미영과 이은영(1991)은 의복 평가기준의 연구에서 경제성 차원은 추구잇점이 경제적인 절약으로 내구성과 착용용도의 다양성, 경제적 가격의 평가기준으로 구성하여 본 연구와는 다른 결과가 나왔음을 알 수 있었다. 요인 9를 “경제성”이라 명명하고

“가격이 저렴한 의복을 좋아하며, 의복 구매 시 계획을 세워 구입하는 태도”라고 정의하고자 한다. 경제성 요인의 고유값은 1.55로서 전체 분산의 1.93%를 설명하고 있다.

이상에서 살펴본 결과 의복에 대한 차원을 보여주는 유행성, 의복관여, 동조성, 정숙성, 신분상징성, 편안함, 관리성, 개성, 경제성의 9개 요인은 전체 분산의 45%를 설명하고 있다. 앞으로의 연구를 통해 나머지 변량을 설명해 줄 수 있는 새로운 의복에 대한 태도의 차원들이 밝혀져야 할 것이다.

2. 의복에 대한 태도의 요인별 신뢰도 계수

이상의 요인분석 결과에서 나온 9개의 요인별 신뢰도를 검증하기 위해서 Cronbach's α 분석을 실시하였다. 분석결과 각 요인별 알파계수는 다음의 <표 11>과 같다.

<표 11> 의복태도의 요인별 신뢰도 계수

요 인	Cronbach's α
요인 1 : 유행성	0.88
요인 2 : 의복 관여	0.85
요인 3 : 동조성	0.81
요인 4 : 정숙성	0.78
요인 5 : 신분상징성	0.83
요인 6 : 편안함	0.62
요인 7 : 관리성	0.59
요인 8 : 개성	0.55
요인 9 : 경제성	0.55

요인별 신뢰도 계수는 내적 일관성에 의해 신뢰도를 계산하였으며 Cronbach's α 의 범위가 0.55~0.88로 개성 요인과 경제성 요인이 .55로 다소 낮은 신뢰도를 보이고 있다. 이것은 문항수가 적기 때문인 것으로 생각되며 후속 논문을 통하여 신뢰도가 높은 설문지의 개발이 필요하다고 하겠다.

3. 의복에 대한 태도 요인의 평균점수

앞에서 밝혀진 의복에 대한 태도 차원들 중에서 전반적으로 어떤 요인에 높은 태도를 지니는지를 알아보기 위하여 각 요인의 평균점수를 구하여 비교하였다. 9개의 의복태도 요인의 평균점수와 표준편차는 <표 12>와 같다.

<표 12> 의복에 대한 태도 요인의 평균 및 표준편차

의복에 대한 태도 변인	평 균	표준편차
유 행 성	2.65	.69
의복관여	3.65	.42
동 조 성	2.45	.57
정 속 성	3.32	.65
신분상징성	2.64	.70
편 안 함	4.02	.42
관 리 성	3.63	.64
개 성	3.48	.56
경 제 성	3.80	.60

<표 12>에서 보여지는 바와 같이 의복태도의 각 차원의 평균 점수를 비교하여 보면 가장 평균이 높게 나타난 태도는 편안함이고 다음은 경제성, 의복관여, 관리성, 개성, 정속성, 유행성, 신분상징성, 동조성의 순으로 나타났다. 이 결과는 김미영과 이은영의 연구(1991) 결과와 일치하는 것으로 소비자들에게 가장 중요시되는 태도는 의복의 편안함과 경제성이다. 반면 신분상징성과 동조성은 비교적 덜 중요시되는 태도임을 알 수 있다.

4. 의복태도와 인구통계적 변인과의 관계

인구통계적 변인에 따른 의복에 대한 태도의 차이를

다중비교법 Tukey's Studentized Range방법으로 분석한 결과 유의한 차이가 나타난 요인은 유행성, 의복관여, 신분상징성, 관리성이며 동조성, 정속성, 편안함, 개성, 경제성 태도는 차이가 없는 것으로 나타났다. 인구통계학적 변인들 중 연령, 결혼여부, 거주지역에서는 의복태도에 차이가 없는 것으로 나타났으며 차이가 나타난 변인들을 중심으로 살펴본 결과는 다음과 같다.

1) 인구통계적 변인에 따른 유행성의 차이

인구통계적 변인에 따른 유행성의 차이는 다음의 <표 13>과 같다.

의복에 대한 태도의 차원 중에서 유행성 요인은 성별과 월 평균 의복 지출비가 $p < .001$ 수준에서 유의한 차이가 있었으며, 최종학력에서는 $p < .05$ 수준에서 유의한 차이를 보였다.

성별에서는 여자가 남자보다 유행성이 높으며, 최종학력에서는 대학원 재학 및 졸업 이하의 학력을 가진 집단이 그 이상의 학력을 가진 집단보다 유행성이 높은 것으로 나타났다. 월 평균 의복 지출비가 30만원 이상인 집단이 10만원 미만의 의복 지출을 하는 집단보다 유행성이 더 높은 것으로 나타나 의복 지출이 많을수록 새로운 의복에 대한 관심이 높고 수용하려는 경향이 높음을 알 수 있다.

<표 13> 인구통계적 변인에 따른 유행성의 차이

인구통계적 변인		유 행 성	평 균	표준편차	F 값
성 별	남 자		2.44 ^B	0.69	11.69***
	여 자		2.77 ^A	0.65	
최 종 학 력	고등학교 졸업이하		2.62 ^{AB}	0.53	3.08*
	전문대학교재학 및 졸업		2.80 ^A	0.52	
	대학교 재학 및 졸업		2.66 ^A	0.73	
	대학원 재학 및 졸업		2.28 ^B	0.66	
월평균의복지출비	10만원미만		2.53 ^B	0.66	9.74***
	10만원이상~20만원미만		3.04 ^{AB}	0.61	
	20만원이상~30만원미만		3.28 ^{AB}	0.67	
	30만원이상		3.56 ^A	0.68	

* $p < .05$ *** $p < .001$

문자 A, B는 Tukey의 다중범위검정($p < .05$)의 결과로 유의한 차이가 나타난 집단을 표시하였으며, 문자의 순서는 점수의 크기 순서와 같다.

이 결과는 여자가 남자보다 의복의 유행이나 몸치장에 관심이 많다는 정명선(1984)과 김숙희(1992)의 연구결과와 일치함을 볼 수 있다.

2) 인구통계적 변인에 따른 의복 관여의 차이

성별에 따른 의복 관여의 차이는 다음의 <표 14>와 같다.

<표 14> 성별에 따른 의복 관여의 차이

의복 관여 성별	평 균	표준편차	F 값
남 자	3.59 ^B	0.52	6.72**
여 자	3.69 ^A	0.47	

**p < .01

문자 A, B는 Tukey의 다중범위검증(p < .05)의 결과로 유의한 차이가 나타난 집단을 표시하였으며, 문자의 순서는 점수의 크기 순서와 같다.

의복에 대한 태도의 차원 중에서 의복 관여 요인은 성별이 p < .01 수준에서 유의한 차이를 보였다. 여자가 남자보다 의복 관여가 높은 것으로 나타났다.

3) 인구통계적 변인에 따른 관리성의 차이

성별에 따른 관리성의 차이는 다음의 <표 15>와 같다.

<표 15> 성별에 따른 관리성의 차이

관리성 성별	평 균	표준편차	F 값
남 자	3.38 ^B	0.63	5.77*
여 자	3.77 ^A	0.61	

*p < .05

문자 A, B는 Tukey의 다중범위검증(p < .05)의 결과로 유의한 차이가 나타난 집단을 표시하였으며, 문자의 순서는 점수의 크기 순서와 같다.

의복에 대한 태도의 차원 중에서 관리성 요인은 성별에서 p < .01 수준에서 유의한 차이를 보였다. 여자가 남자보다 관리성 태도가 높은 것으로 나타났다.

4) 인구통계적 변인에 따른 신분상징성의 차이

인구통계적 변인에 따른 신분상징성의 차이는 다음의 <표 16>과 같다.

의복에 대한 태도의 차원 중에서 신분상징성 요인은 월 평균 의복 지출비와 최종학력이 p < .01 수준에서 유의한 차이를 보였다. 전문대학교 재학 및 졸업이상의 학력집단이 그 이하의 학력 집단보다 신분상징성 태도가 높은 것으로 나타났으며, 월 평균 의복 지출비가 10만원 이상의 집단이 그 미만의 의복 지출을 하는 집단보다 신분상징성이 높은 것으로 나타났다.

<표 16> 인구통계적 변인에 따른 신분상징성의 차이

인구통계적 변인		신분상징성	평 균	표준편차	F 값
최 종 학 력	고등학교 졸업이하		2.21 ^B	0.51	4.33**
	전문대학교재학 및 졸업		2.69 ^A	0.63	
	대학교 재학 및 졸업		2.81 ^A	0.69	
	대학원 재학 및 졸업		2.66 ^A	0.67	
월평균의복지출비	10만원미만		3.60 ^B	0.57	5.04**
	10만원이상~20만원미만		3.93 ^A	0.67	
	20만원이상~30만원미만		3.90 ^A	0.65	
	30만원이상		3.69 ^A	0.68	

**p < .01

문자 A, B는 Tukey의 다중범위검증(p < .05)의 결과로 유의한 차이가 나타난 집단을 표시하였으며, 문자의 순서는 점수의 크기 순서와 같다.

이상의 결과를 종합하여 보면, 인구통계적 변인중에서 성별에 유의한 차이를 보인 요인은 유행성, 의복 관여 그리고 관리성 요인이었다. 이는 여자가 남자보다 의복에 대하여 유행성, 의복 관여, 관리성 태도가 높고 최종학력이 높을수록 신분상징성은 높으며 유행성은 오히려 최고학력의 집단이 낮은 것으로 나타났다. 또한 월 평균 의복 지출비가 많은 집단은 유행성과 신분상징성의 태도가 높은 것으로 나타났다.

이상에서 알 수 있듯이 인구통계적 변인들 중 연령, 결혼여부, 거주지역에서는 의복태도에 차이가 없는 것으로 나타나 인구통계적 변인에 따른 의복태도는 부분적인 차이만을 가져왔다.

V. 요약 및 결론

본 연구는 성인 남·여를 대상으로 의복에 대한 태도의 유형을 밝히고, 인구통계적 변인에 따른 의복에 대한 태도의 차이를 살펴본 것으로 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 의복에 대한 태도의 유형

실증적 연구를 통하여 소비자의 의복에 대한 태도를 조사 분석한 결과 9개의 차원 즉 유행성, 의복관여, 동조성, 정숙성, 신분상징성, 편안함, 관리성, 개성, 경제성으로 분류 되었으며 이들 요인들은 전체 변량의 45%를 설명하고 있다.

이론적 배경에서 제시한 9개의 변인들 중 중요성과 심미성은 의복관여의 변인으로 묶였으며, 실용성은 편안함과 관리성으로 분리되었다. 또한 정숙성의 개념에 포함되었던 예의성의 개념은 정숙성과 분리되어야 하는 것으로 나타났다.

의복에 대한 태도의 평균 점수를 비교하여 보면 편안함, 경제성, 의복관여 등의 순으로 나타났다. 이 결과는 전반적으로 의복에 대하여 편안함과 경제성 그리고 의복관여의 태도가 높은 것으로 나타났으며, 동조성은 가장 낮은 평균 점수를 보였다.

2. 인구통계적 변인에 따른 의복태도의 차이

인구통계적 변인에서는 월 평균 의복 지출비, 성별 그리고 최종학력에 따라 의복태도에 부분적 차이가 있는 것으로 나타났다.

유행성 태도는 월 평균 의복 지출비, 성별, 최종학력에서 유의한 차이를 보였다. 의복 지출비가 많은 집단이 적은 집단보다, 여자가 남자보다 유행성이 더 높은 것으로 나타났으며, 대학원 재학 및 졸업이하의 집단이 그 이상의 학력을 가진 집단보다 유행에 대한 태도가 높은 것을 알 수 있었다.

의복관여와 관리성 태도는 성별에서 유의한 차이를 보였는데 여자가 남자보다 의복에 대한 관여와 관리적 태도가 높은 것을 알 수 있었다. 신분상징성은 월 평균 의복 지출비와 최종학력에서 유의한 차이를 보여 전문대학교 재학 및 졸업이상의 집단이 그 이하의 학력 집단보다 신분상징성 태도가 높은 것으로 나타났으며, 월 평균 의복 지출비가 10만원 이상의 집단이 그 미만의 의복 지출을 갖는 집단 보다 신분상징성이 높은 것을 알 수 있었다.

이상의 결과에 의하면 소비자들은 구매상황에서의 특정 의복에 대한 태도와 분리되는 전반적인 의복에 대한 다양한 태도를 가지고 있으며, 의복의 편안함과 경제성을 가장 기본적으로 중요시하는 것으로 나타났다. 그리고 의복을 중요하게 생각하고 의복을 통하여 자신의 미적 감각을 표현하고자 하며, 유행보다는 자신에게 어울리는 개성적인 의복을 선호하는 것으로 나타났다. 반면 동조성과 신분상징성은 낮게 나타났으므로 마케터들은 목표집단의 이와 같은 특성을 지닌 소비자의 의복태도를 이해하여 그들이 원하는 의복을 제공하여야 할 것이다.

본 연구는 서울과 대전지역을 중심으로 20대부터 60대 성인 남·여를 대상으로 조사하였으나 연령이 20대부터 40대 후반으로 편중되어 있어 이들 전 연령층의 성인으로 확대하여 해석하는 데에는 신중을 기해야 할 것이며, 다양한 의복 소비자들을 대상으로 한 연구가 이루어져야 할 것이다. 또한 본 연구에서 밝혀진 의복에 대한 태도의 유형들은 누적분산이 50%미만이기 때문에 또 다른 의복태도 유형들이 밝혀져야 할 것이다.

그리고 본 연구에서 제시된 의복태도 유형들 중 문항수가 적고 신뢰도가 낮은 태도들에 대한 후속연구가 이루어지고 소비자 의사결정 과정에 미치는 영향들이 밝혀지면 의복태도 변인들은 소비자 시장을 세분화할 수 있는 기준으로 사용될 수 있을 것이다.

參 考 文 獻

- 강혜원(1974). 대학생의 개성과 유행을 중심으로한 의상행위와 성격특성과의 관계. 연세 논총, 11, 349-375.
- 강혜원, 이은미(1988). 의류학전공 여대생의 의복에 대한 태도와 사회심리학적 요인과의 관계연구. 연세대학교 생활과학논집(제 2 권), 1-10.
- 고애란, 강혜원(1992). 의복의 색과 신체소출이 정숙성 인식에 미치는 영향. 한국의류학회지, 16(3), 263-272.
- 고애란(1994). 국내 및 외국 상표 청바지의 구매의도에 따른 평가기준에 대한 신념 추구이미지 및 의복태도의 차이 연구. 한국의류학회지, 18(2), 263-272.
- 김미영, 이은영(1991). 의복평가기준의 이론적 틀에 관한 연구. 한국의류학회지, 15(3), 321-334.
- 김숙희(1992). 대학생의 의복가치관이 의복행동에 미치는 영향, 충북대학교 대학원 석사학위논문.
- 김양진(1996). 한국여성의 자아개념과 의복태도에 관한 의복이미지의 영향, 연세대학교 대학원 박사학위논문.
- 김여숙(1985). 대학생의 유니섹스 의복에 대한 태도와 의복행동과의 상관 관계연구 - 서울지역을 중심으로 -, 공주사범대학교 교육대학원 박사학위논문.
- 김은정, 이은영(1989). Fishbein 모델을 이용한 유행에 대한 태도 연구 - 서울시내 여자대학생을 중심으로, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 김혜연, 박옥련(1992). 남자대학생의 자아개념에 따른 여대생의 의복 행동에 대한 인식 성향 조사. 경성대학교 대학원 석사학위논문.
- 류은정(1991). 의복관여도에 따른 의복구매행동에 관한 연구. 이화여자대학원 석사학위논문.
- 박혜선(1995). 의복태도 변인들에 대한 연구, 한국의류학회지, 19(6), 968-983.
- 박혜선(1996). 선행연구에 나타난 의복소비자 행동변인 및 시장변인 연구. 한국의류학회지, 20(6), 1125-1137.
- 이명희(1982). 예의·정숙성과 심미성을 중심으로 한 대학생의 의복행동과 관련된 심리적 변인 연구, 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 이영선(1991). 소비자 의복관여와 외적정보탐색, 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 정명선(1984). 남·녀 대학교의 의복에 대한정숙성과 의복가치에 관한 연구. 한국의류학회지, 8(1).
- 홍금희(1992). 의복만족의 종적 연구 - 기대선행변수에 따른 기대와 제품성과를 중심으로 -, 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- Allport, G. W. (1935). Attitudes. In C. Murchison(Ed.), A Handbook of Social Psychology, Worcester, Mass: Clark Univ. Press. 신진호, (1983). 태도변화치리가 태도의 구조적 속성에 미치는 영향, 한양대학교 대학원 석사학위논문. 재인용.
- McNeal, J.U. (1969). Demensions of Consumer Behavior, Appleton Century Crofts Co., NY., p. 16.
- Rokeach, M. (1970). Beliefs, Attitude and Values, SanFransisco: Jossey-Bass Inc., 110.
- Sproles, G.B. (1979). Fashion: Consumer Behavior Toward Dress. 송용섭, 정혜영 역. (1986). 패션 마케팅, 서울: 법문사, 159. 재인용.