복식문화연구
제7권 제4호 111~126(1999)

유행 태도에 따른 여고생의 의복구매행동에 관한 연구

崔 允 貞* · 金 美 淑
경희대학교 가정교육과 대학원생*, 의상학전공 부교수

A Study of Apparel Purchase Behaviors for High School Girls as Determined by Attitudes toward Fashion

Yun Jeong Choi* and Mi Sook Kim
Graduate Student, Dept. of Home Economic Education, Kyung Hee University*
Associate Professor, Clothing and Textiles Major, Kyung Hee University

目 次

Abstract
Ⅰ. 서 론
Ⅱ. 이론적 배경
1. 청소년기의 특성
2. 소비자의 의복구매 의사결정 과정
3. 청소년들의 유행 태도
Ⅲ. 연구방법 및 절차
1. 연구문제
2. 연구모형
3. 자료수집 및 분석방법
4. 측정도구
Ⅳ. 연구결과 및 논의
1. 인구 통계적 변인에 의한 집단별 유행 태도
2. 유행 태도에 따른 집단의 분류
3. 유행 태도 집단별 의복 구매 의사결정과정
Ⅴ. 결론 및 제언
참고문헌

Abstract

Apparel purchase behaviors were investigated for the high school girls grouped by attitude toward fashion. Differences in attitudes toward fashion were also investigated among the groups determined by demographic characteristics.

Data were collected by a self-administered questionnaire survey to 600 high school girls living in Seoul, and 480 were used for the data analysis. Cluster analysis, Chi-sguare analysis, ANOVA, and Duncan's multiple range test were used for data analysis.

Technical school students and those who spending higher amount of monthly allowances showed favorable attitudes toward fashion. Based on the attitudes toward fashion, respondents were classified into 3 groups: fashion-oriented(32.3%), fashion-conformed(47.3%), and unconcerned(20.4%). Among the 3 groups, the Fashion-oriented tended to make purchase decision for

clothing based on there own, or peer's opinions, to use personal sources for information search, to spend more money for clothing, and to consider design and brand names as the most important criteria when purchasing apparel products than the less fashion-oriented did.

Among clothing styles popular to students, the most appropriately perceived for student wear were semi-formal style, and the least appropriate ones were wearing bold colored and patterned underwear for the purpose of showing out. Most of the popular styles among high school girls were perceived less than appropriate for student's attire.

Ⅰ. 서 론

현재의 청소년들은 감각적이고, 남과 다르게 살고 싶어하며, 자기에게 충실하며 자기표현이 강하여, 의복행동에 있어서도 대담한 자기표현과 자유분방한 개성 표현을 주저하지 않는다. 이러한 청소년들의 옷차림은 단정하거나 학생답다기보다는 이전세대와는 확실히 다른 옷차림으로 때로는 부정적으로 보여지기도 한다.

또한 현재의 청소년들은 소비행동에 있어서도 한번 소유하고자 원한 것에 대해서 집착하는 경향을 보이고 있으며, 원하는 상품이 자신에게 얼마나 필요한지에 대한 합리적인 판단 없이 감각적으로, 유행에 따라 상품을 구매하는 경향을 보이고 있다.(이정순, 1994) 이러한 청소년기의 구매행동은 이 시기에 그치는 것이 아니라 성인생활에까지 연장되고 확대되는 경향이 있으며, 또한 청소년기에 있어서 낭비적인 소비패턴과 현명하지 못한 의복스타일 선택에 대한 시행착오를 줄이기 위해서라도 청소년들의 의복스타일 선택과 구매행동을 바르게 지도해야 할 필요가 있다.

청소년의 의복에 관한 선행 연구들을 살펴보면, 자아개념 등과 관련지은 심리적 측면에 중점을 둔 의복행동에 관한 연구나 마케팅을 목적으로 하여 의복구매행동의 실태를 연구한 것이 대부분이고, 실질적인 학생 옷차림과 관련되어진 연구는 아직 구체적으로 다루고 있지 않다. 따라서 본 연구자는 의복구매의사결정과정 중 구매 후 행동을 제외한 문제인식, 정보탐색, 대안평가, 구매에 있어서 유행 태도에 따른 여고생들의 의복구매행동의 차이와 유행스타일이 학생 옷차림으로서의 적정도에 관하여 살펴보고자 한다.

본 연구는 소비생활에 대한 지식이나 경험이 부족하여, 부주의하고 낭비적인 소비형태를 형성하기 쉬운 청소년들에게 올바른 의생활, 건전한 의복소비생활을 위한 기초자료가 되어 보다 합리적이고 효율적인 의생활 실천을 위한 방안 모색에 도움을 제공하는데 의의가 있다.

본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다.

1. 인구 통계적인 변인에 따른 유행 태도의 차이를 알아본다.
2. 유행 태도 집단별로 의복구매행동에 대한 차이를 알아본다.
3. 유행 태도 집단별로 유행스타일이 학생옷차림으로서 적정도의 차이를 알아본다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 청소년기의 특성

청소년기는 일반적으로 성호르몬의 분비와 심리적인 변화를 경험하기 시작하는 11~12세부터 시작해서 추상적 사고능력과 자아정체감 형성이 이루어지는 18~20세까지의 연령층으로(이부희, 1996), 이 시기에는 신체적 · 심리적 · 사회적 측면에서의 불안정과 불균형으로 인한 심한 긴장이 일어난다. 신체적 측면으로는 신체 및 운동기능이 급격하게 발달하며, 개인적 특성이 형성될 뿐 아니라 청소년기 전반에 걸쳐 현저한 성적 변화가 일어난다. 이러한 성적 발달로 인하여 이성에 대한 관심을 갖게 되며, 이성에 대한 관심의 증가로 이성에게 매력적으로 보이는 것에 관심이 많으며 자신의 외형뿐 아니라, 의복에 대한 관심도 증가한다.(Ryan, 1966; Roach, 1969, Hurlock, 1973) 심리적 측면으로는 동료집단에서 친구의 인정과 수용을 갈망하게 되고, 그 결과 부모의 영향력에서 벗어나려는 독립심이 강해지며 동년배 집단의 일원으로서 친구들의 인정과 교우관계를 얻기 위해 친구에의 의존이 증대된다.(Smucker

& Creekmore, 1973) 또 이 시기는 추상적인 용어보다는 구체적인 용어로서 생각하는 시기이기 때문에 눈에 보이거나 직접 느낄 수 있는 즉 의복이나 외모에 대하여 매우 많은 관심을 갖게 된다.(김성태, 1983) 사회적 측면으로는 새로운 사회의 기대와 역할에 적응해야 되므로 어딘가에 소속되기를 원한다.(Crag, 1982) 따라서 정상적인 청소년은 동료집단에 동조하게 되며 집단과 다르다고 인정되는 것을 피하려고 노력하는데, 그 수단의 하나로 의복이 사용된다.(Horn, 1981) 청소년들에게 있어 친구들과 비슷한 옷을 입는 것은 중요한 일이며, 자신의 의복과 외형을 타인으로부터 인정과 승인의 수단으로 사용함으로써, 자신이 착용한 의복이 집단 기준과 다르다면 곧 열등감과 소외감을 느끼게 된다. 또한 외모와 의복에 대한 태도가 기분이나 행동에 많은 영향을 주게 되어 의복을 잘 입었다고 느낄 때는 더 자신감이 있고 적극적이게 되며, 부적당한 의복은 심리적으로 위축감을 느끼게 한다.(Kelly 외, 1974)

이와 같이 청소년기는 신체적 · 심리적으로 많은 변화를 겪는 시기로서 사회적 역할과 기능도 점차 증대되고, 의복이 그들의 행동과 심리에 미치는 영향이 가장 크게 작용하는 시기이다.

2. 소비자의 의복구매 의사결정 과정

소비자들이 구매의사결정을 할 때에는 여러 단계를 거치게 되는데, Engel, Blackwell과 Miniard(1995)는 소비자들이 제일 먼저 욕구를 인식한 다음, 정보를 탐색한 후, 여러 가지 대안을 평가하여 제품을 선택하고, 선택한 것을 사용한 후 결과에 따라 평가하고 처분하기까지의 일련의 과정을 거친다고 하였다. 또한 이러한 사용 후의 평가는 다음의 의사결정과정에 영향을 준다고 하였다. 즉 소비자의 욕구가 충분히 인식되면, 구매결정에 필요하다고 생각되는 많은 정보를 탐색하게 되며 이때 소비자는 구매상황과 관련하여 기억속에 저장된 관련정보를 자연스럽게 회상하게 된다. 그러나 자신의 기억으로부터 회상한 정보가 의사결정을 할만큼 충분치 못하면 보다 더 많은 정보를 외부로부터 찾는다.(Cohen, 1981) 정보탐색과 동시에 일어나는 대안평가 과정에서는 정보탐색을 통해 얻은 정보를 기초로 해서 선택 가능한 여러 대안들을 평가하게 되고, 그 결과에 따라서 상점선택, 상표선택, 제품선택 등이 통합되어 전체적인 구매활동이 이루어진다. 이러한 일련의 과정은 각 개인이 처해있는 환경적인 요인과 개인적 요인에 의해 영향을 받게 된다. 의복구매행동도 이러한 구매의사결정과정 모델로 설명될 수 있다고 보고, 본 연구에서는 구매의사결정과정 중 문제인식, 정보탐색, 대안평가, 구매행동을 중심으로 살펴보고자 한다.

의사결정과정에 대한 선행연구 고찰 결과 Bartos(1981)는 여고생들이 소유한 패션상품의 구색이 부족하거나 오래되었을 때, 현재 소유하고 있는 의상에 불만이 있을 때, 유행으로 인한 패션욕구의 변화 등으로 자신의 복장에 대하여 불안감, 불만감 등을 느끼게 되었을 때, 의복구매의 필요성을 느낀다고 하였다. 김경희(1996)는 여고생의 경우 '입을 만한 옷이 없을 때', '마음에 드는 옷을 보았을 때', '특별한 경우에 입을 옷이 필요할 때' 구매욕구를 느낀다고 하였다. 정보탐색에 관해서 Warden과 Colquett(1982)는 청소년들은 전반적으로 친구가 유용한 정보원 역할을 하고 있다고 하였다. 또한 백민숙(1986)은 청소년기 여학생의 의복구매행동에 관한 연구에서 여학생들은 주로 상점 진열장을 정보원으로 이용한다고 하였다. 대안 평가 및 구매에 관해서 살펴보면 이정순(1994)은 여고생의 의복 구매시 선택의 주요 요인으로 '디자인', '가격', '품질', '색상' 등의 순으로 중요시한다고 하였고, 구매처를 선정한 이유로는 '제품의 종류가 다양해서', '진열대를 보고', '구매처의 유명도를 알고', '친구의 권유로'의 순이라고 하였다. 민선희(1989)는 여고생의 의복구매시의 동반자로 '부모님이나 가족'이 가장 많고, 그 다음으로는 '친구'라고 하였다.

3. 청소년들의 유행 태도

태도란 소비자가 제품이나 그에 관련된 서비스에 대하여 생각하고, 느끼고, 행동하려는 것을 의미한다. 따라서 어떤 대상에 대한 호의적인 태도가 있다는 것은 그 대상에 대한 특정 형태의 행동을 유발할 가능성이 많다는 것을 의미한다.(이학식 외, 1997) 유행에 대한 태도란 유행 스타일에 대해 특정 방법으로 행동하려는 기질을 말하는

데, (Sproles, 1979) 한 개인이 현재 갖고 있는 태도들은 가족과 동료집단, 친구나 판매원, 매스컴으로부터의 정보와 개인적 경험, 퍼스낼리티 등으로부터 영향을 받으며, 학습과정을 통하여 형성된다.(Kafz & Lazarsfeld, 1955) 특히 청소년기 학생들은 사회화 과정을 통해 학생이라는 신분과 상황에 알맞은 행동과 옷차림을 학습하게 되고, 또한 이러한 과정 중에 또래집단이 자신의 옷차림을 지지할 것인지 혹인 반대할 것인지에 대해서도 고려하여 자신의 행동과 옷차림 등에 관한 태도를 형성하게 된다.(강인호, 1993) 청소년기의 동료집단은 소비자의 일상생활에서 많은 정보와 경험을 제공해 주고, 다른 한편 집단의 행위규범과 표준을 설정해 줌으로써 대상들에 대한 그의 태도에 영향을 미친다. 따라서 여고생들은 또래집단에 속한 사람들과 같은 유행에 동조하면서 집단원들이 자신을 좋아한다는 생각을 갖게 되며 이러한 감정에서 직접적으로 소속감을 느끼게 되고 자부심을 느끼게 된다.(오종은, 1995) 즉 인생의 여러 단계에서 가장 정서가 불안정하고 다른 어느 시기보다 외모나 의복에 관심을 많이 갖는 여고생들은 유행을 중요시하는 태도를 보인다.(양인숙, 1991)

김경희(1996)의 연구에 의하면 여고생들은 개방적이고 활동적이며 유행에 민감하여 유행에 따라 상품을 구매하는 경향이 있다고 하였다. 남녀 고등학생을 대상으로 한 윤미경(1997)의 연구에 의하면 입고 있는 옷이 유행에 뒤쳐진다고 하면 상관하지 않고 입는다는 학생이 전체의 20% 정도에 불과해 유행에 민감하다고 하였다.

이렇듯 청소년들은 유행스타일을 보는데 그치는 것이 아니고, 자신들이 직접 입고자 하는 경향과 또래집단의 패션리더를 모방하려는 경향을 가지고 있다. 따라서 본 연구는 유행 태도에 따라 여고생들이 최신 유행스타일을 학생의 옷차림으로 적정하다고 생각하는 정도와 유행에 대한 태도에 따라 의복구매행동에 차이가 있는지를 살펴보고, 이를 토대로 하여 의생활 교육의 기초자료를 제공하고자 한다.

Ⅲ. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

연구문제 1 : 인구 통계적인 변인(계열, 학년, 한달 용돈, 월평균 가계 수입)에 따른 유행 태도의 차이를 알아본다.

연구문제 2 : 유행 태도 집단별 구매동기의 차이를 알아본다.

연구문제 3 : 유행 태도 집단별 정보원이용도의 차이를 알아본다.

연구문제 4 : 유행 태도 집단별 의복평가요인의 차이를 알아본다.

연구문제 5 : 유행 태도 집단별 구매행동(구매방법, 구매횟수, 구매시 동반자, 구매비용, 구매상표, 구매장소, 최근에 산 의류가격 등)의 차이를 알아본다.

연구문제 6 : 유행 태도 집단별 유행스타일의 학생 옷차림으로서의 적정도에 관하여 알아본다.

2. 연구모형

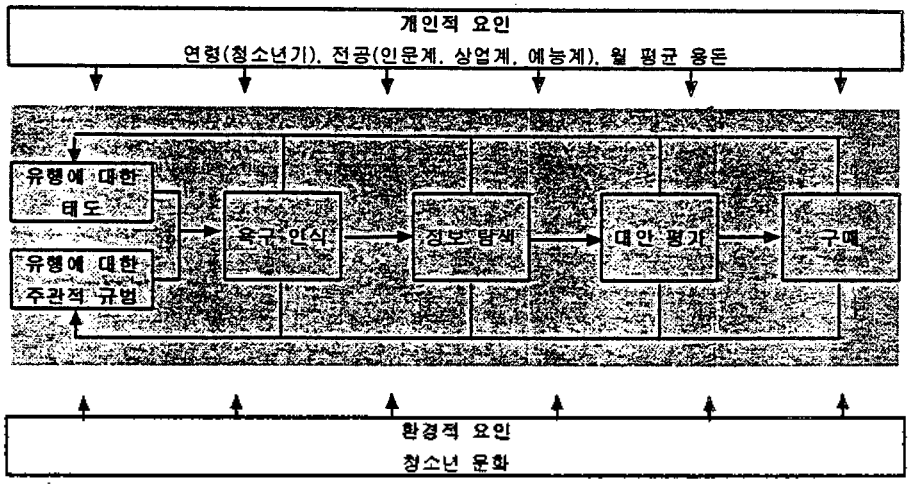
본 연구모형은 〈그림 1〉과 같다.

3. 자료수집 및 분석방법

조사대상은 서울시내에 있는 여고생 600명으로 하였으며, 본 조사는 예비조사를 거쳐 수정·보완된 최종 설문지를 1998년 4월과 5월중에 배부하여 불성실한 응답자를 제외한 480부를 최종 분석 자료로 사용하였다. 자료의 분석은 SAS 프로그램을 이용하여 자료를 분석하였으며, 조사도구의 신뢰도 검증을 의해 Cronbach'α계수를 산출하였고, 조사대상자의 일반적인 특성을 알기 위해서 빈도, 백분율, Cluster Analysis, One-way ANOVA, t-test, χ^2- analysis를 실시하였으며, 사후검증으로 Duncan's Multiple Range test를 실시하였다.

4. 측정도구

본 연구에서 사용된 설문지는 의복소비행동을 조사하기 위하여 유행 태도 문항, 학생복으로 유행스타일에 대한 수용 정도 문항, 의복구매행동에 관한 문항, 인구 통계적 특성에 관한 문항의 4



<그림 1> 본 연구의 유행태도에 따른 의복구매행동 모형

부분으로 구성하였다.

1) 유행 태도 문항

유행 태도에 관한 문항은 선행연구(김명란, 1991; 류은정, 1991; 박철, 1995; 송기숙, 1990)에서 사용된 문항들 중에서 수정 · 보완하였고, 각 문항은 '전혀 아니다'부터 '매우 그렇다'의 5점 척도로 구성하였고, 점수가 높을수록 유행에 대한 태도가 높은 것을 의미한다. 유행 태도에 포함된 문항의 신뢰도를 검토한 결과 Cronbach'α값은 .92이었다.

2) 학생의 옷차림으로서 적정도 문항

학생복으로 유행스타일에 대한 적정도를 측정하기 위한 문항은 주변에서 쉽게 볼 수 있는 청소년들의 옷차림과 청소년들이 많이 보는 'ecole', 'Ceci', 'KiKi' 등의 패션잡지에 선보인 패션화보 등에서 여고생들이 많이 착용하고 있으며, 이들 옷차림들 중에 여고생 신분에 부적당해 보이는 옷차림을 의상전공 대학원생 5인과 여자고등학교 선생님 2인과 함께 선정하였다. 이렇게 선정된 옷차림을 예비조사 과정에서 여고생들에게 보여주고, 실제로 착용해 본 적이 있는지의 여부와 학생이라는 신분에 어울리는지 등에 관한 면접조사를 통해 가장 착용 정도가 높지만 학생들이 신분에 부적절하다고 여기는 스타일 18가지를 선정하여 구성하였다. 각 문항은 '전혀 적당하지 않다'부터 '매우 적당하다'의 5점 척도로 구성되었고, 점수가 높을수록 유행스타일이 학생 옷차림으로 적당하다고 생각함을 의미한다. 학생복으로 유행스타일에 대한 수용 정도 문항의 신뢰도를 검토한 결과 Cronbach' α값은 .88이었다.

3) 의복 구매의사결정과정 문항

의복구매행동 문항은 소비자 구매의사결정 5단계 과정인 욕구인식, 정보탐색, 대안평가, 구매, 구매 후 평가과정 중에서 욕구인식, 정보탐색, 대안평가, 구매를 중심으로 구성하였다. 구매동기, 정보탐색(심성식, 1989; 김경희, 1996), 대안평가(김경희, 1988)의 문항은 선행연구를 수정 · 보완하여 사용하였고, '전혀 중요하지 않다'에서 '매우 중요하다'의 5점 척도로 구성되었다. 점수가 높을수록 그 문항에 대한 높은 성향을 나타낸다. 구매문항은 선행연구(윤미경, 1997; 이수정, 1993; 이정순, 1994)에서 사용된 척도를 참고로 하여 구매비용, 구매상표, 구매장소, 최근에 산 의류가격에 관한 문항 등으로 구성하였다.

4) 인구 통계적 변인 문항

인구 통계적 변인으로는 연구 대상자의 학년, 계열, 한달 용돈, 월평균 가계수입을 조사하였다. 예비조사를 통해 여고생들의 실질적인 한달 용돈과 가계수입의 정도를 알아본 후 한달 용돈은 '2만원 미만'에서부터 '6만원 이상'의 6단계로 측정하였고, 월평균 가계수입은 '100만원 미만'에서부터 '300만원 이상'의 6단계로 측정하였다.

Ⅳ. 연구결과 및 논의

1. 인구 통계적 변인에 의한 집단별 유행 태도

본 연구의 표본은 서울에 거주하는 여고생 480명이었으며, 학년별로는 1학년이 50.8%, 2학년이 49.2%, 전공별로는 인문계가 34.2%, 상업계가 32.5%, 예능계가 33.3%로 분포되어 있다.

응답자의 한달 용돈은 2~3만원 미만이 29.0%, 3~4만원 미만은 17.5%, 4~5만원 미만은 12.9%를 차지하였으며, 월평균 가계수입은 150~200만원 미만이 24.4%, 100~150만원 미만, 200~250만원 미만이 각각 19.6%, 16.7%를 차지하였다.

인구통계변인에 따라 분류된 집단별 유행 태도의 차이를 살펴본 결과, 한달 용돈과 계열에 따른 집단간 유행 태도에 대해 유의한 차이를 보였다. 한달 용돈이 많아질수록 유행에 대한 태도가 우호적이었고, 상업계 학생집단이 인문계와 예능계 학생집단보다 유행에 대한 태도가 우호적이었다. (표 1)

2. 유행 태도에 따른 집단의 분류

유행 태도에 따라 여고생을 집단으로 분류하기 위하여 유행 태도 문항의 점수를 가지고 군집분석을 실시하였고, 군집분석 결과에 따라 분류시킬 집단의 수를 결정하기 위해 선행 연구를 참고로 하여 예상되는 집단 수 3개~9개를 각각 지정하여 평균점수와 빈도 그리고 상대 빈도수를 살펴보았다. 집단의 수가 4개 이상이 되는 것들에서는 빈도 수가 전체 집단의 20%에 못 미치는 집단이 포함되어 있어 χ^2-test와 같은 분석을 할 경우 좋은 결과를 얻을 수 없었고, 유행에 대한 태도 점수 분포에 있어서도 집단을 3개로 나눈 것이 가장 적절하게 분포되어 있어 집단을 3개로 나누었다. 선정된 3개의 집단은 각 집단의 유행 태도 유형에 따라 유행지향형, 유행동조형, 무관심형으로 명명하였다.

<표 1> 한달 용돈별, 계열별 변인에 따른 집단별 유행 태도 차이 검증

인구통계적 변인		유행태도 문항평균	M	F	P
한달 용돈별	2만원 미만	2.7 D	3.0	13.8	.0001***
	2~3만원 미만	2.9 CD			
	3~4만원 미만	3.0 BC			
	4~5만원 미만	3.1 BC			
	5~6만원 미만	3.2 AB			
	6만원 이상	3.4 A			
계열별	인문계	3.2 A	3.0	7.8	.0005***
	상업계	2.9 B			
	예능계	2.9 B			

***$p<.001$ 문자 A, B, C, D는 Duncan test결과 $p<.05$ 유의수준에서 차이가 나타난 집단을 서로 다른 문자로 표시한 것임.

3. 유행 태도 집단별 의복 구매 의사결정과정

1) 욕구인식단계

여고생이 가장 자주 구매동기를 느끼는 경우는 '가지고 있는 옷 중에 입을 만한 옷이 없을 때'로 나타났으며, 2 · 3위는 '마음에 드는 옷을 보았을 때'와 '특별한 경우에 입을 옷이 필요할 때'로 나타났다.(표 2) 유행 태도 집단별로 구매의 필요성을 인식하는 경우를 비교 분석한 결과 총 11 항목 중 8항목이 집단간에 유의한 차이를 보여, 유행지향형 집단은 '마음에 드는 옷을 보았을 때', 유행동조형과 무관심형 집단은 '가지고 있는 옷 중에 입을 만한 옷이 없을 때'가 높게 나타났으며, 유행에 대한 태도가 우호적인 집단일수록 모든 문항에서 구매동기를 많이 느끼는 것으로 나타났다. 여고생들은 헤어스타일이나 의복스타일에서 연예인의 영향을 받을 뿐만 아니라, 연예인들과 자신들을 동일화하려는 경향이 있을 것이라 예상했으나 세 집단 모두 '연예인의 옷차림을 보았을 때'가 가장 낮은 구매동기로 나타났다.

입고 있는 옷을 친구들이 유행에 뒤떨어진다고 하면 어떻게 할 것인지에 대한 질문에 응답자의 49.2%가 '입을지 안 입을지 고려해 본다'는 것으로 나타났고, '신경은 쓰이지만 입는다'의 경우는 21.3%이었으며, '다시는 입지 않는다'의 경우는 10.4%이었으며, '상관하지 않고 계속 입는다'의 경우는 10.2%로, 청소년들은 유행에 민감할 뿐만 아니라 또래 집단에 의해 많은 영향을 받고 있었다.(표 3) 유행 태도 집단별로 유행에 뒤떨어진다고 하면 어떻게 할 것인지를 비교한 결과 유의한 차이가 나타나, 유행지향형과 유행동조형 집단은 다른 집단에 비해 '다시는 입지 않는다'의 비율이 높았다. 무관심형 집단은 다른 집단에 비해 '상관하지 않고 계속 입는다'의 비율이 높게 나타나, 유행에 대한 태도가 우호적인 집단은 유행에 뒤떨어진다고 하면 다시는 입지 않는 반면에 비우호적인 집단은 대체적으로 유행에 상관없이 계속 옷을 입는다는 것을 알 수 있었다.

<표 2> 유행 태도 집단별 구매동기 차이 검증 (N=480)

변인	문 항	집단별 평균			M	F	p
		유행 지향형	유행 동조형	무 관심형			
구매동기	1. 가지고 있는 옷 중에 입을 만한 옷이 없을 때	4.2 A	4.1 A	4.0 A	4.1	1.6	.2000
	2. 유행에 뒤처진다는 생각이 들었을 때	3.9 A	3.2 B	2.3 C	3.2	83.5	.0001***
	3. 연예인의 옷차림을 보았을 때	2.7 A	2.3 B	1.5 C	2.3	46.8	.0001***
	4. 신체사이즈에 변화가 생겼을 때	3.0 A	3.0 A	2.8 A	2.9	0.9	.3982
	5. 마음에 드는 옷을 보았을 때	4.3 A	4.0 B	3.6 C	4.0	19.8	.0001***
	6. 돈이 생겼을 때	3.7 A	3.3 B	2.7 C	3.3	25.0	.0001***
	7. 특별한 경우에 입을 옷이 필요할 때	3.9 A	3.8 A	3.3 B	3.7	11.0	.0001***
	8. TV광고나 패션잡지를 보았을 때	3.5 A	2.9 B	2.2 C	3.0	48.2	.0001***
	9. 계절이 바뀌었을 때	4.0 A	3.7 B	3.3 C	3.7	18.9	.0001***
	10. 할인판매시 저렴한 가격으로 구입할 수 있을 때	3.8 A	3.7 A	3.6 A	3.7	0.7	.5129
	11. 소유한 의복과 조화를 이룰 의복이 필요할 때	3.8 A	3.6 B	3.5 B	3.6	5.2	.0057**

**p<.01, ***p<.001

문자 A, B, C는 Duncan 검증결과 p<.05 유의수준에서 차이가 나타난 집단을 서로 다른 문자로 표시한 것임.

<표 3> 유행·태도 집단별 유행에 뒤떨어짐에 대한 반응의 차이 차이 검증 N(R/C%)

변인	집단	유행지향형	유행동조형	무관심형	Row Total	χ^2
유행에 뒤떨어짐에 대한 반응의 차이	1. 상관하지 않고 계속 입는다.	1 (2.0/ 0.7)	17 (34.7/ 7.5)	31 (63.3/31.6)	49 (10.21)	82.09***
	2. 신경은 쓰이지만 입는다.	21 (20.6/13.6)	49 (48.0/21.6)	32 (31.4/32.7)	102 (21.3)	
	3. 입을지 안 입을지 고려해 본다.	83 (35.2/53.6)	123 (52.1/54.2)	30 (12.7/30.6)	236 (49.2)	
	4. 다시는 입지 않는다.	31 (62.0/20.0)	15 (30.0/ 6.6)	4 (8.0/ 4.1)	50 (10.4)	
	5. 친구들과 바꿔 입는다.	19 (44.2/12.3)	23 (53.5/10.1)	1 (2.3/ 1.0)	43 (9.0)	
	Column Total	155 (32.3)	227 (47.3)	98 (20.4)	480 (100.0)	

***p<.001, N = 빈도, R = Row %, C = Column %

2) 정보탐색단계

의복을 구매하기 전에 이용하는 정보원에 대하여 살펴본 결과 여고생 집단은 '상점 안에 전시된 의복' 관찰을 가장 많이 하였으며, 다음은 '거리에서 지나가는 사람들의 옷차림', '패션잡지를 본다'의 순으로 나타났다. 유행 태도 집단별로 정보원의 이용도에 차이를 알아본 결과 '신문을 본다' 항목을 제외한 모든 항목에서 유의한 차이를 보여 유행지향형 집단은 '패션잡지를 본다', 유행동조형과 무관심형 집단은 '상점 안에 전시된 의복' 항목의 사용이 높게 나타났다.(표 4) 대체적으로 TV, 유선, 위성, 라디오, 컴퓨터, 신문 등의 매체를 이용하는 정도가 낮게 나타났지만 유행에 대한 태도가 우호적일수록 많이 이용되는 경향을 보였고, 보다 다양한 경로를 통해 정보원을 접촉하였고, 이용하는 정도도 높았다.

3) 대안평가단계

여고생집단은 의복구매시 '디자인 및 스타일'을 가장 중요한 평가요인으로 선택했고, 그 다음은 '색상', '체형과의 적합성'의 순이었으며, '상표명'이 가장 중요하지 않은 평가요인으로 나타났다.(표 4) 유행 태도 집단별로 의복을 구매하기 전에 사용하는 평가기준을 비교 분석한 결과 11개 항목 중 '품질', '체형과의 적합성', '적합성(나이, 신분)'을 제외한 8항목에서 유의한 차이가 나타났으며, 유행지향형 집단은 모든 평가요인에 대하여 적극적이며 특히 '디자인 및 스타일'을 중시하는 것으로 나타나 유행에 우호적인 집단일수록 의복의 외형적인 조건을 중시한다는 것을 알 수 있었다. 현재의 청소년들은 유명의류 상표명에 대해서 관심도 많고, 평가요인으로 중요시할 것으로 예상했으나 세 집단 모두 '상표명'을 평가요인으로 중요시 여기지 않는 것으로 나타났다.

4) 구매단계

의복 구입시 결정방법을 유행 태도 집단별로 비교 분석한 결과 유의한 차이를 나타내, 유행지향형 집단은 '부모님과 상관없이 내 의사대로 직접 구매한다'의 경우가 가장 많았으며, 반면에 '내 의사와는 상관없이 부모님이 사주시는 대로 입는다'의 경우는 유행지향형 집단 155명 중 1명만이 답했다. 유행동조형 집단은 '내가 사고 싶은 의류를 부모님 허락을 받은 후 내가 직접 구입한다', '부모님과 상관없이 내 의사대로 직접 구입한다'의 순으로 무관심형 집단은 '내가 사고 싶은 의류를 부모님께 허락을 받은 후 내가 직접 구입한다', '내가 사고 싶은 의류를 부모님께 부탁하여 구입한다'의 순으로 나타났다.(표 5)

<표 4> 유행태도 집단별 정보원 이용도, 의복구매시 고려 요인 차이 검증 (N=480)

변인	문 항	집단별 평균			M	F	p
		유행 지향형	유행 동조형	무 관심형			
정보원 이용도	1. TV방송 (KBS, MBC, SBS)을 본다.	2.6 A	2.6 A	1.9 B	2.4	18.8	.0001***
	2. 유선방송 (Cable TV)을 본다.	2.1 A	2.0 A	1.6 B	1.9	12.5	.0001***
	3. 위성방송(M TV, Star TV)을 본다.	2.1 A	2.0 A	1.5 B	1.9	11.1	.0001***
	4. 라디오를 듣는다.	2.2 A	2.0 A	1.7 B	2.0	9.5	.0001***
	5. 패션잡지를 본다.	3.9 A	3.3 B	2.3 C	3.3	76.3	.0001***
	6. 일반잡지를 본다.	3.1 A	2.6 B	2.0 C	2.7	36.6	.0001***
	7. 컴퓨터(Internet, PC통신)를 이용한다.	2.0 A	1.8 A	1.6 B	1.8	4.9	.0077**
	8. 신문을 본다.	2.2 A	2.1 A	2.0 A	2.1	1.4	.2500
	9. 학교에서 친구들의 옷차림	3.6 A	3.2 B	2.6 C	3.2	27.5	.0001***
	10. 거리에서 지나가는 사람들의 옷차림	3.9 A	3.5 B	2.7 C	3.4	48.7	.0001***
	11. 상점 안에 전시된 의복	3.9 A	3.6 B	3.2 C	3.6	16.1	.0001***
	12. 연예인의 옷차림	3.1 A	2.4 B	1.8 C	2.5	46.8	.0001***
고려 요인	1. 디자인 및 스타일	4.7 A	4.4 B	4.2 C	4.5	15.3	.0001***
	2. 색상	4.4 A	4.2 B	4.2 B	4.3	3.6	.0294*
	3. 품질(옷감의 종류와 질, 봉재상태)	4.1 A	4.0 A	4.0 A	4.0	1.2	.3154
	4. 가격(경제적)	4.3 A	4.1 AB	4.0 B	4.3	3.3	.0375*
	5. 상표명	3.4 A	3.0 B	2.4 C	3.0	40.1	.0001***
	6. 친구들의 또래문화	4.1 A	3.5 B	2.9 C	3.6	70.9	.0001***
	7. 체형과의 적합성	4.2 A	4.2 A	4.1 A	4.2	1.1	.3479
	8. 개성표현	4.0 A	3.7 B	3.5 C	3.7	10.2	.0001***
	9. 적합성(나이, 신분)	3.6 A	3.6 A	3.5 A	3.5	0.2	.8481
	10. 새로운 유행스타일	4.1 A	3.2 B	2.4 C	3.3	132.3	.0001***
	11. 고급스러운 분위기	3.7 A	3.3 B	2.9 C	3.4	22.6	.0001***

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

문자 A, B, C는 Duncan 검증결과 p<.05 유의수준에서 차이가 나타난 집단을 서로 다른 문자로 표시한 것임.

의복구입회수에 있어서 집단별로 유의한 차이를 나타내, 유행지향형 집단은 '두 달에 한번 정도', '한 달에 1번 정도'의 비율이 높았고, 무관심형 집단의 경우 '거의 안 간다'의 비율이 높아 유행에 대한 태도가 우호적인 집단일수록 의류를 자주 구입한다는 것을 알 수 있었다. 또한 응답한 학생의 약 55%가 년간 5회 이상 의복을 구입하는 것으로 나타나 여고생들은 유행에 민감하다는 것을 알 수 있었다. (표 5)

의복구매시 동반자에 있어서 '친구(60%)', '부

<표 5> 유행태도 집단별 의복구입 결정방법, 의복구매회수, 구매시 동반자 차이 검증 N(R /C%)

변 인	집 단	유행지향형	유행동조형	무관심형	Row Total	χ^2
의복 구입 결정 방법	1. 내 의사와는 상관없이 부모님이 사주시는 대로 입는다.	1(5.9/ 0.7)	5(29.4/ 2.2)	11(64.7/11.2)	17(3.5)	53.64***
	2. 내가 사고 싶은 의류를 부모님께 부탁하여 구입한다.	27(23.3/17.5)	58(50.0/25.6)	31(26.7/31.6)	116(24.2)	
	3. 내가 사고 싶은 의류를 부모님께 허락을 받은 후 내가 직접 구입한다.	38(24.2/24.5)	83(52.9/36.6)	36(22.9/36.7)	157(32.7)	
	4. 부모님과 상관없이 내 의사대로 직접 구입한다.	89(46.8/57.4)	81(42.7/35.7)	20(10.5/20.4)	190(39.6)	
	Column N(Tot %)	155(32.3)	227(47.3)	98(20.4)	480(100.0)	
의복 구매 횟수	1. 거의 안 간다.	3(9.4/ 1.9)	9(28.1/ 4.0)	20(62.5/20.4)	32(6.7)	82.09***
	2. 1년에 한두 번 정도	5(11.6/ 3.2)	19(44.2/ 8.4)	19(44.2/19.4)	43(9.0)	
	3. 1년에 3~4번	35(23.5/22.6)	87(58.4/38.3)	27(18.1/27.6)	149(31.0)	
	4. 1년에 5~6번	59(40.1/38.1)	67(45.6/29.5)	21(14.3/21.4)	147(30.6)	
	5. 한 달에 1번 정도	53(48.6/34.2)	45(41.3/19.8)	11(10.1/11.2)	109(22.7)	
	Column N(Tot %)	155(32.3)	227(47.3)	98(20.4)	480(100.0)	
의복 구매시 동반자	1. 부모님	27(20.6/17.4)	57(43.5/25.1)	47(35.9/48.0)	131(27.3)	35.24***
	2. 형제, 자매	13(26.0/ 8.4)	26(52.0/11.5)	11(22.0/11.3)	50(10.4)	
	3. 친구	114(39.0/73.6)	140(48.0/61.7)	38(13.0/38.8)	292(60.8)	
	4. 혼자	1(14.3/ 0.7)	4(57.1/ 1.8)	2(28.6/ 2.0)	7(1.5)	
	Column Total	155(32.3)	227(47.3)	98(20.4)	480(100.0)	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, N = 빈도, R = Row %, C = Column %

모님(27.3%)', '형제 · 자매(10.4%)의 순으로 나타났다. 유행 태도 집단별로 의복구매시 동반자를 비교 분석한 결과 유의한 차이를 나타내, 유행지향형과 유행동조형 집단은 '친구'와 같이 가는 비율이 높았다. 유행에 대한 태도가 우호적일수록 유행성이 강한 의복을 선호하여 비교적 합리적인 소비를 하고 있는 어머니와의 동행보다 자신의 의복과 유행에 대해 잘 알고, 관심이 많은 친구와 함께 가서 의류를 구매하는 경향이 높고, 비우호적일수록 부모님과 함께 가서 의류를 구매하였다.(표 5)

의복구매장소로 '학교 앞이나 번화가의 보세가게(45.2%)', '백화점(20.4%)', '상설할인매장(13.8%)'순으로 나타났다.(표 6) 유행 태도 집단별로 의복구매장소를 비교 분석한 결과 유의한 차이를 나타냈으며, 유행지향형과 유행동조형 집단은 '학교 앞이나 번화가의 보세가게', '백화점'을 주로 이용하였으며, 유행동조형 집단은 다른 집단에 비해 '유명상표대리점'을 많이 이용하였다. 무관심형 집단은 다른 집단에 비해 '상설 할인매장'을 이용하는 비율이 높아 유행에 대한 태도가 우호적인 집단일수록 여고생들 사이에 유행

<표 6> 유행태도 집단별 구매행동 차이검증 N(R/C%)

변 인	집 단	유행지향형	유행동조형	무관심형	Row Total	χ^2
의복 구매 장소	1. 백화점	26(26.6/16.8)	44(44.9/19.4)	28(28.6/28.6)	98(20.4)	29.17***
	2. 유명상표대리점	11(32.4/ 7.1)	20(58.9/ 8.8)	3(8.8/ 3.1)	34(7.1)	
	3. 학교 앞이나 번화가의 보세가게	82(37.8/52.9)	109(50.2/48.0)	26(12.0/26.5)	217(45.2)	
	4. 상설 할인매장	17(25.8/11.0)	25(37.9/11.0)	24(36.4/24.5)	66(13.8)	
	5. 재래시장(동대문, 남대문시장)	19(29.2/12.3)	29(44.6/12.8)	17(26.2/17.4)	65(13.5)	
	Column N(Tot %)	155(32.3)	227(47.3)	98(20.4)	480(100.0)	
의복 구매 장소 선택 동기	1. 교통이 편리함	8(22.2/ 5.2)	16(44.4/ 7.1)	12(33.3/12.2)	36(7.5)	62.90***
	2. 제품의 종류가 다양함	64(32.3/41.3)	105(53.0/46.3)	29(14.7/29.6)	198(41.3)	
	3. 품질에 비해 가격이 저렴	37(24.0/ 3.9)	70(45.5/30.8)	47(30.5/48.0)	154(32.3)	
	4. 교환, A/S가 가능	1(5.0/ 0.7)	11(55.0/ 4.9)	8(40.0/ 8.2)	20(4.2)	
	5. 유명한 상표의 상점임	8(53.3/ 5.2)	6(40.0/ 2.6)	1(6.7/ 1.0)	15(3.1)	
	6. 최신 유행하는 스타일을 살 수 있음	37(64.9/ 3.9)	19(33.3/ 8.4)	1(1.8/ 1.0)	57(11.9)	
	Column N(Tot %)	155(32.3)	227(47.3)	98(20.4)	480(100.0)	
의복 구매 상표 선택 동기	1. 광고를 보고	6(37.5/ 3.9)	8(50.0/ 3.5)	2(12.5/ 2.0)	16(3.3)	23.08**
	2. 디자인이 좋아서	70(31.5/ 5.2)	107(48.2/47.1)	45(20.3/45.9)	222(46.3)	
	3. 가격이 적당해서	6(33.3/ 3.9)	7(38.9/ 3.1)	5(27.8/ 5.1)	18(3.8)	
	4. 친구들이 많이 입으므로	22(40.7/14.2)	22(40.7/ 9.7)	10(18.5/10.2)	54(11.3)	
	5. 품질 때문에	11(13.9/ 7.1)	44(55.7/19.4)	24(30.4/24.5)	79(16.5)	
	6. 상표의 유명도 때문에	40(44.0/25.8)	39(43.9/17.2)	12(13.2/12.2)	91(19.0)	
	Column N(Tot %)	155(32.3)	227(47.3)	98(20.4)	480(100.0)	
의복 구매시 자신이 가진 돈을 초과하는 경우의 구매태도	1. 구입하지 않는다.	9(15.0/ 5.8)	25(41.7/11.0)	26(43.3/26.5)	60(12.5)	44.96***
	2. 돈을 더 가지고 와 산다.	91(44.4/58.7)	89(43.4/39.2)	25(12.2/25.5)	205(42.7)	
	3. 가격에 맞는 옷을 산다.	41(24.4/26.5)	90(53.6/39.7)	37(22.0/37.7)	168(35.0)	
	4. 신용카드로 산다.	4(50.0/ 2.6)	3(37.5/ 1.3)	1(12.5/ 1.0)	8(1.7)	
	5. 세일기간까지 기다렸다가 산다.	10(25.6/ 6.5)	20(51.3/ 8.8)	9(23.1/ 9.2)	39(8.1)	
	Column N(Tot %)	155(32.3)	227(47.3)	98(20.4)	480(100.0)	
의복비 조달 방법	1. 부모님께 사 달라고 한다.	93(30.9/60.0)	143(47.4/63.0)	66(21.9/67.4)	302(62.9)	12.98*
	2. 저금해서 돈을 모은다.	32(27.2/20.7)	59(50.0/26.00)	27(22.9/27.6)	118(24.6)	
	3. 부모님께 다른 이유로 돈을 더 타낸다.	22(47.8/14.2)	20(43.4/ 8.8)	4(8.7/ 4.1)	46(9.6)	
	4. 아르바이트를 한다.	8(57.1/ 5.2)	5(35.7/ 2.2)	1(7.1/ 1.0)	14(2.9)	
	Column Total	155(32.3)	227(47.3)	98(20.4)	480(100.0)	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, N = 빈도, R = Row %, C = Column %

하는 옷을 구입할 수 있는 학교 앞이나 번화가의 보세가게에서 의류를 구매한다는 것을 알 수 있었다.

의복구매장소 선택동기로 응답자의 41.3%가 '제품의 종류가 다양하다'로 나타났고, '품질에 비해 가격이 저렴하다'의 경우는 32.1%이었으며, '최신 유행하는 스타일을 살 수 있다'의 경우는 11.9%이었다.(표 6) 유행 태도 집단별로 의복구매장소를 선택한 이유를 비교한 결과 유의한 차이가 나타났다. 선택동기 중 '교환, A/S가 가능한 구매처를 선정한다'의 경우는 유행동조형과 무관심형 집단에서 높게 나타났고, '유명한 상표의 상점'과 '최신 유행하는 스타일'을 살 수 있는 구매처를 선정하는 경우는 유행지향형 집단의 비율이 높게 나타나, 유행에 대한 태도가 우호적인 집단은 상표와 최신 유행하는 스타일을 살 수 있기 때문에 구매처를 선정한 반면에 비우호적인 집단은 구매처 선정시에 교환 및 A/S를 주로 고려한다는 것을 알 수 있었다.

의복구매상표 선정동기에 대하여 응답자의 46.3%가 '디자인이 좋아서'로 나타나, 디자인이 상표선정의 가장 큰 동기임을 알 수 있었으며, '상표의 유명도 때문에'의 경우는 19%이었으며, '품질 때문에'는 16.5%이었다.(표 6) 유행 태도 집단별로 구매 상표를 사는 이유에 대해 비교한 결과 유의한 차이를 나타냈으며, 선정동기 중 '친구들이 많이 입으므로'와 '상표의 유명도 때문에'의 경우 유행지향형 집단에서 높게 나타나, 유행지향형 집단은 가시적인 면과 또래문화로 인해 유명상표를 구입하는 반면에, 유행동조형과 무관심형 집단은 상품의 가치를 비교해 본 결과 품질 때문에 유명메이커의 옷을 구매하는 것을 알 수 있었다. 또한 유행에 대한 태도가 우호적일수록 가격을 비롯한 경제적인 면보다는 유행을 중시하는 것을 알 수 있었다.

의복구매시 자신이 가진 돈을 초과하는 경우에 있어서 '돈을 더 가지고 와 산다'(42.7%), '가격에 맞는 옷을 산다'(35%), '구입하지 않는다'(12.5%)순으로 나타났다.(표 6) 유행 태도 집단별로 자신이 가진 돈을 초과한 경우 어떻게 할 것인지를 비교한 결과 유의한 차이를 나타내, 유행지향형 집단은 '돈을 더 가지고 와 산다'가 가장 많았으며, 유행동조형과 무관심형 집단은 '가격에 맞는 옷을 산다'가 많았다. 구매 태도별로는 '구입하지 않는다'의 경우는 무관심형 집단에서, '돈을 더 가지고 와 산다'와 '신용카드로 산다'의 경우는 유행지향형 집단에서 높게 나타나, 유행에 대한 태도가 우호적인 집단일수록 돈을 더 가지고 와 산다는 것을 알 수 있었다. 또한 '구입하지 않는다'고 대답한 학생이 전체의 12.5%에 불과하여 여고생들은 가지고자 원하는 상품에 대한 집착이 강하다는 것을 알 수 있었다.

의복비 조달 방법에 대해서는 '부모님께 사 달라고 한다(62.9%)', '저금해서 돈을 모은다(24.6%)', '부모님께 다른 이유로 돈을 더 타낸다(9.6%)'의 순으로 나타났다.(표 6)

유행 태도 집단별로 원하는 상품을 구입하는 방법에 있어 유의한 차이를 나타내, 유행지향형 집단은 다른 집단에 비해 '부모님께 다른 이유로 돈을 더 타낸다', '아르바이트를 한다'의 비율이 높게 나타났다. 따라서 유행에 대한 태도가 우호적일수록 아르바이트를 하는 등 적극적으로 행동하는 것을 알 수 있었다.

최근에 산 품목별 의류가격을 조사한 결과 청바지는 3~4만원대(53.1%), 티셔츠는 1~2만원대(64.2%), 운동화는 3~4만원대(46%), 가방은 3~4만원대(63.1%), 기타의류(점퍼, 재킷)는 5~6만원대(27.9%)의 가격을 가장 많이 이용하였다.(표 7)

청소년들이 최근에 산 청바지의 가격은 3·4만원대가 가장 많았지만, 3~4만원대를 기준으로 봤을 때 5만원 이상의 청바지를 구입하는 학생이 전체의 약 34%로 경제적 능력도 없는 청소년들이 비교적 비싼 청바지를 구입하고 있었다. 또한 유행에 대한 태도가 우호적일수록 비싼 의류를 선호하는 것으로 나타나 청소년에게 소비자 교육의 필요성을 시사하였다.

5) 유행스타일이 학생 옷차림으로서의 적정도

최근 주변에서 쉽게 볼 수 있는 청소년들의 옷차림은 단정하다거나 학생답다고 말할 수 있기보다는 이전세대와는 확실히 다른 그들만의 독특한 옷차림을 하고 있다. 이에 연구자는 청소년들은 그런 옷차림에 대해 학생 옷차림으로 얼마나 적

<표 7> 최근에 산 품목별 의류가격 N(%)

Frequency Percent	청바지	티셔츠	운동화	가방	기타의류 (점퍼, 재킷)
1~2 만원대	77(16.0)	308(64.2)	125(26.0)	71(14.8)	45(9.4)
3~4 만원대	255(53.1)	122(25.4)	221(46.0)	152(63.1)	132(27.5)
5~6 만원대	57(11.9)	33(6.9)	102(21.3)	94(19.6)	134(27.9)
7~8 만원대	28(5.8)	9(1.9)	22(4.6)	10(2.1)	61(12.7)
9~10 만원대	29(6.0)	5(1.0)	7(1.5)	2(0.4)	22(4.6)
10만원대 이상	34(7.1)	3(0.6)	3(0.6)	0(0.0)	86(17.9)
전 체	480(100.0)	480(100.0)	480(100.0)	480(100.0)	480(100.0)

절하다고 받아들이고 있는지 즉, 유행 태도 집단별로 유행스타일이 학생 옷차림으로서의 적정도에 대한 견해의 차이가 있는지를 살펴보았다.

전체 응답자에게 주변에서 쉽게 볼 수 있는 옷차림이 학생 옷차림으로 적절한가에 대해 묻는 질문에 '세미정장(캐쥬얼한 분위기가 풍기는 정장차림)'에 가장 높은 점수를 주었으나 평균 적정도가 적당하다(4점)에 못 미쳤다. 다음은 '스트레이트 파마를 한 머리', '향수사용', '반지, 목걸이, 귀걸이 등의 액세서리를 한 차림'의 순으로 나타났다. '교복의 치마나 바지의 폭을 줄임', '자신의 발사이즈보다 훨씬 큰 운동화', '꼭끼는 옷차림'등은 보통이다에 가깝게 나타났다. 또한 '다양한 색상과 무늬가 있는 속내의 착용(노출목적)'의 경우에서 여고생들은 학생 옷차림으로 가장 적당하지 않다고 하였다. 이것은 학생들이 실제로 다양한 색상과 무늬가 있는 속내의를 착용한다 할지라도 노출을 목적으로 사용했다기보다 심미성에 중점을 두었기 때문에 '노출목적'과는 연결시키지 않은 것으로 보여진다.

유행 태도 집단별로 유행 스타일을 학생다운 옷차림으로 적절하게 여기는 정도의 차이를 분석한 결과 총 18개의 옷차림 중 '옷의 밑단이나 바지를 뜯어 입음'을 제외한 모든 옷차림 항목에서 유의한 차이가 나타났다. 유행지향형 집단은 '세미정장', '향수사용', '반지, 목걸이, 귀걸이 등 액세서리를 한 차림' 순으로 적당하게 여겼고, 유행동조형 집단은 '세미정장', '스트레이트 파마를 한 머리', '향수사용' 순으로, 무관심형 집단은 '세미정장', '스트레이트 파마를 한 머리', '반지, 목걸이, 귀걸이 등 액세서리를 한 차림' 순으로 적당하게 여기는 것으로 나타났다.〈표 8〉 유행에 대한 태도가 우호적일수록 모든 스타일을 다른 집단보다 학생 옷차림으로 적절하게 받아들여, 유행지향형 집단은 총 18문항 중 11문항의 평균 적정도가 3점(보통이다)이상으로 나타났다. 하지만 모든 옷차림의 평균 적정도가 적당하다(4점)에 못 미치는 것으로 나타나 여고생들은 동료집단과 대중매체의 영향을 많이 받아 유행에 따른 의복을 착용하지만 이러한 의복스타일에 대해서 학생의 옷차림으로 적당하다고 여기지 않았다. 이것은 교육 주최측이 학생다운 옷차림이 어떤 것인지 확실하게 제시하지 못한 반면, 불합리하고 즉흥적인 규제만을 하고 있어 학생들은 갈피를 잡지 못하고, 의복생활에 있어서 적지 않은 불편을 겪고 있다는 것을 의미하기도 한다. 학교측에서는 노출이 심한 옷, 지나치게 성인을 흉내낸 옷차림은 규제해야 하겠지만, 학생들을 더 이상 타율의 틀 속에 가두지 말고 학생 스스로 의복에 대한 착용방법을 터득하도록 하는 적절한 대안이 마련되어야겠다.

V. 결론 및 제언

최근 여고생들은 의복의 소비 성향이 독특하고, 유행에 대한 태도가 매우 적극적인 소비자들로서 이들은 구매력이 크고 곧 주 소비자층이 되는 잠재력을 가지고 있다고 하겠다. 따라서 이들의 구매 정도와 유행에 대한 태도를 이해하는 것에 의의를 두고 살펴보았는데, 여고생들은 대체

<표 8> 유행태도 집단별 유행스타일의 적정도 인식 차이 검증 (N=480)

문 항	집단별 평균			M	F	p
	유행 지향형	유행 동조형	무관심형			
1. 무스나 스프레이를 사용한 머리스타일	3.5 A	2.9 B	2.5 C	3.0	32.2	.0001***
2. 염색이나 코팅한 머리스타일	3.5 A	2.9 B	2.5 C	3.0	31.1	.0001***
3. 가발을 사용한 머리스타일	2.9 A	2.1 B	1.9 B	2.1	78.0	.0004***
4. 스트레이트 파마를 한 머리	3.8 A	3.6 A	3.2 B	3.6	7.7	.0005***
5. 웨이브가 있는 파마	3.4 A	3.1 B	2.8 B	3.1	8.8	.0002***
6. 세미정장	4.1 A	3.8 B	3.6 C	3.9	11.5	.0001***
7. 교복의 치마나 바지의 폭을 줄임	3.5 A	2.8 B	2.2 C	2.9	44.3	.0001***
8. 꼭 끼는 옷차림	3.3 A	2.9 B	2.2 C	2.9	33.4	.0001***
9. 초미니 치마나 반바지 차림	2.7 A	2.4 B	1.9 C	2.4	20.5	.0001***
10. 배꼽이 드러나는 티셔츠	2.4 A	2.2 A	2.0 B	2.2	5.9	.0029**
11. 옷의 밑단이나 바지를 뜯어 입음	2.5 A	2.5 A	2.4 A	2.5	0.4	.6909
12. 다양한 색상 · 무늬 속내의 착용	1.9 A	1.6 B	1.5 B	1.7	6.8	.0012**
13. 반지, 목걸이, 귀걸이 등 착용	3.8 A	3.4 B	2.9 C	3.4	20.9	.0001***
14. 자신의 발사이즈보다 훨씬 큰 운동화	3.2 A	2.9 A	2.4 B	2.9	16.7	.0001***
15. 교복에 굽이 높은 구두 착용	2.8 A	2.7 A	2.7 B	2.7	8.6	.0002***
16. 매니큐어를 바른 긴 손톱	2.9 A	2.3 B	1.9 C	2.4	31.6	.0001***
17. 엷은 화장	3.8 A	3.2 B	2.3 C	3.2	51.1	.0001***
18. 향수 사용	3.9 A	3.5 B	2.8 C	3.5	35.9	.0001***

**p<.01, ***p<.001

문자 A, B, C는 Duncan 검증결과 p<.001 유의수준에서 차이가 나타난 집단을 서로 다른 문자로 표시한 것임.

로 유행에 대한 태도가 우호적이었다. 이들은 유행에 대한 태도에 따라 유행지향형(32.3%), 유행동조형(47.3%), 무관심형(20.4%)으로 분류되어졌다.

본 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 인구 통계적 특성별로 유행에 대한 태도의 차이를 살펴본 결과 상업계 학생집단이 인문계와 예능계 학생집단보다 유행에 대한 태도가 우호적이었으며, 한달 용돈이 많아질수록 유행에 대한 태도가 우호적이었다.
2. 유행 태도 집단별로 의복구매행동을 살펴본 결과, 의복구매동기에 있어서 유행지향형 집단은 '마음에 드는 옷을 보았을 때', 유행동조형과 무관심형 집단은 '가지고 있는 옷 중에 입을 만한 옷이 없을 때'를 주된 구매동기로 들었고, 입고 있는 옷을 친구들이 유행에 뒤떨어진다고 할 때에 있어서는 무관심형 집단은 상관하지 않고 계속 입는다는 반면에 유행 태도가 우호적일수록 다시는 입지 않았다.

정보탐색에 있어서는 유행지향형 집단은 패션잡지를 보는 것에서, 유행동조형과 무관심형 집단은 상점 안에 전시된 의복을 통하여 주로 정보를 얻었다.

의복평가요인에 대해서는 디자인 및 스타일을 평가요인으로 가장 중시하였으며, 유행 태도가 우호적인 집단일수록 의복선택에 있어 상표 지향적이며, 의복의 외형적인 조건을 중시하였다.

의복구매에 대해서는 유행 태도가 우호적인 집단일수록 부모님의 의사와 상관없이 의류를 구입한다는 것을 알 수 있었으며, 전체 응답자의 절반 정도가 년간 5회 이상 의복을 구입하는 것으로 나타나 유행에 민감한 것으로 보여졌다.

여고생들은 제품의 종류가 다양하고, 가격이 저렴한 학교 앞이나 번화가의 보세가게를 많이 이용하였으며, 유행 태도가 우호적일수록 싼 의류를 선호하며, 의복구매시 친구와 함께 가고, 최신 유행하는 스타일을 살 수 있는 구매처를 선호하였으며, 의복구매시 자신이 가진 돈을 초과하면 돈을 더 가지고 와서 샀으며, 비싼 의류를 선호하는 경향을 보였다.

3. 여고생들이 유행하는 스타일 중 학생 옷차림으로 느끼는 경우는 '세미정장(캐쥬얼한 분위기가 풍기는 정장차림)'이었던 반면에 가장 적당하지 않은 옷차림으로는 '다양한 색상과 무늬가 있는 속내의 착용(노출목적)'이었다. 그러나 모든 스타일의 평균 적정도가 적당하다(4점)에 못 미치는 것으로 미루어 보아 여고생들은 동료집단과 대중매체의 영향을 많이 받아 유행에 따른 의복을 착용하지만 대체적으로 학생의 옷차림으로는 적당하게 여기지 않았다.

여고생들은 유행에 대한 태도가 우호적일수록 필요해서보다 마음에 드는 것을 가지고 싶은 마음이 구매심리를 자극하였고, 의복구매시 합리적, 실용성에 입각한 구매보다 외형적인 매력에 의해 의복을 구매하는 경향을 보였다. 또한 부모님과 상관없이 본인의 의사대로 의류를 직접 구매한다는 것을 알 수 있었다. 이것은 많은 학생들이 스스로의 의복을 선택함에 있어서 자신의 의사에 크게 치중하여 구입하는 것을 의미하는 것으로 여고생들이 의복을 선택할 때 자칫 유행과 외형적인 면에만 치우친 나머지 학생의 신분을 잊고 결정할 수 있다는 것을 시사하였다. 또한 연구자가 대부분 의도적으로 기성세대와 학생간에 학생옷차림으로서의 적정도에 있어 차이가 날만한 옷차림들을 유행스타일로 제시하여 적정도를 조사해 본 결과 여고생들은 보통에 가까운 순을 보이고 있으나 적정하다고 생각하는 정도에는 이르지 못해 여고생들은 유행스타일에 동조는 하고 있으나 적정하다는 생각으로 동조하는 것은 아님을 알 수 있었다.

이러한 결과는 여고생들의 유행에 대한 규범이 크게 변화되었음을 시사해 주며, 규범의 변화는 여고생들의 옷차림에 대한 허용의 폭이 넓어짐을 시사해 여고생들의 의복 선택 및 구매행동은 이전세대들보다 자유로워졌음을 알 수 있었다. 따라서 이러한 청소년기의 의복행동은 낭비적인 소비패턴과 현명하지 못한 의복스타일 선택과 의복구매행동에 대한 시행착오를 겪을 수 있으므로, 유행심리도 만족시키면서 학생들의 신분에도 크게 벗어나지 않는 의복디자인과 학생들이 많이 보는 잡지의 유행제안기사 등을 성인의 유행을 모방하는 쪽으로 제안하기보다는 청소년 나름대로의 유행제안이 필요하다고 생각된다. 학생들과의 대화를 통해서 그들의 의복에 대한 요구사항에 대해 관심을 가져주어야 한다는 것과 현명한 의복소비 및 구매를 위한 간접적인 경험을 가질 기회를 부여하는 것이 필요하다는 것을 시사해준다. 그러므로 가정과 학교에서는 의복에 대한 올바른 가치관을 정립할 수 있고, 바람직한 소비자 태도를 형성할 수 있는 방안에 관한 교육프로그램의 개발과 소비자 교육이 강조되어야 하겠다.

참고문헌

강인호, 청소년의 의류(외출복) 구매행동 영향요인에 관한 실증적 연구, 영남대학교 교육대학원 석사학위논문, 1993.

김경희, 여고생의 유행선도력에 따른 구매 전 의사결정과정, 경희대학교 대학원 석사학위논문, 1996.

김동기, 현대마케팅원론, 박영사, 1991.

김명란, 여고생의 일반적 흥미와 의복행동과의 상관관계, 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문, 1991.

김성태, 발달심리학, 서울:법문사, 1983.

김정희, 유행선도력에 따른 의복구매의사결정과정에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1988.

류은정, 의복관여도에 따른 의복구매행동에 관한 연구-서울시내 여대생을 중심으로, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1991.

민선희, 여고생의 기성복 구매행동에 관한 실증적 연구-서울지역을 중심으로, 국민대학교 교육대학원 석사학위논문, 1989.

박 철, 소비경험의 의례화와 구매행동과의 관계에 관한 연구, 서울대학교 대학원 박사학위논문, 1995.

백민숙, 청년층의 의복구매 행위에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1986.

송기숙, 여자중고등학생의 의복행동 요인분석과 인구 통계적 변인 분석과 인구 통계적 변인과의 관계 연구, 성신여자대학교 교육대학원 석사학위논문, 1990.

심성식, 패션 의견선도자와 추종자의 정보탐색에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 박사학위논문, 1989.

양인숙, 교사의 의복행동에 대한 여고생들의 선호도 연구, 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문, 1997.

오종은, 신세대의 의복행동에 관한 연구, 상명여자대학교 대학원 석사학위논문, 1995.

윤미경, 상품광고와 청소년의 구매행동과의 상관성에 관한 연구, 경희대학교 교육대학원 석사학위논문, 1997.

이부희, 남녀 중고등학생의 심리적 특성과 의복행동과의 관계-자아중심성, 자의식, 신체만족도를 중심으로, 대한가정학회지, 34(5). 131-144, 1996.

이수정, 의생활양식에 따른 의복구매행동에 관한 연구-서울시내 남녀대학생을 중심으로, 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문, 1993.

이정순, 청소년의 의복구매행동에 미치는 영향요인에 관한 연구, 홍익대학교 교육대학원 석사학위논문, 1994.

이학식, 안광호, 하영원 공저, 소비자 행동-마케팅 전략적 접근, 서울: 법문사, 1997.

홍희숙, 신세대 특성의 지향과 의류광고 관여 유형에 대한 유행의사선도자와 추종자 집단간 차이, 대한가정학회지, 35(3). 63-75, 1997.

Ajzen, I. & Fishbein, M. *Understanding Attitude and Predicting Social Behaivor, Englewood* Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, 1980.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. *Consumer Behavior*(8th ed)., New York: Dryden Press, 1995.

Cohen, D. *Consumer Behavior*, New York: Random House, 1981.

Crag, T. H. Clothing Conformity, *Home Economics Research Journal*, 10(3), 93, 1982.

Hurlock, E. B. *Adolescent Development*, Tokyo: Mcgraw-Hill Kogakusha Ltd, 1973.

Horn, M. J. & Gurel, L. M. *The Second Skin*, Boston: Houghton Miffin Co, 1981.

Katz, E & Lazarsfeld, P. F. *Personal Influence*. New York: The Free Press, 1955.

Kelly, E. A., Daigle, C. W., Lafleur, R. S., & Wilson, L. J. Adolescent Dress and Social Participation, *Home Economics Research Journal*, 168-174, 1974.

Roach, M. E. Adolescent Dress Understanding the Issues, *Journal Home Eonomics*, 61, 693-697, 1969.

Ryan, M. S. *Clothing: A Study in Human Behavior*, New York: Holt, Rinehart & Winston Inc, 1969.

Smucker, B. & Creekmore, A. M. Adolescents Clothing Conformity, Awareness and Peer Acceptance, *Home Economics Research Journal*, 1(2), 92-97, 1972

Sproles, G. B. *Fashion: Consumer Behavior Toward Dress*, University of Houston: Burgess Publishing Co, 1979.

Wilkie, W. L. & Pessemier, E. A. Issue In Marketing's Use of Multi-Attribute Attitude Models, *Journal of Marketing Research*, 10(1973), 428-441, 1973.