

남녀대학생의 불안 심리가 의복추구혜택에 미치는 영향 연구

신 초 영 · 이 명 희*

성신여자대학교 의류학과 · 성신여자대학교 의류학과 교수*

The Influence of College Student's Anxiety on Clothing Benefits Sought

Cho-Young Shin · Myoung-Hee Lee*

Dept. of Clothing & Textiles, Sungshin Women's University
Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Sungshin Women's University*
(2000. 11. 30 투고)

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the influence of anxiety and demographic variables on clothing benefits sought of college students. The subjects were 600 college students in Seoul, Korea (male 218, female 382).

Five factors of clothing benefit sought derived by factor analysis : F.1 'status symbol'; F.2 'fashion'; F.3 'economic'; F.4 'management'; F.5 'comfort'. The poverty and the opposite sex anxiety had positive relations with status symbol and fashion in both male and female. In case of the female, the poverty and the opposite sex anxiety had negative relations with comfort.

The female gave more importance to status symbol and fashion than the male did, but the male gave more importance to comfort of clothing than the female did.

Status symbol of clothing was influenced by clothing expenditure and the poverty anxiety in the male($R^2=.349$), and influenced by clothing expenditure, the poverty anxiety, and an academic year in the female($R^2=.238$). Fashion was influenced by clothing expenditure and the poverty anxiety in total subject($R^2=.248/139$). In general, the college student with higher poverty anxiety gave more importance to fashion and status symbol of clothing in both male and female.

Key Words : anxiety(불안), clothing benefits sought(의복추구혜택), fashion(유행), status symbol(신분상징성)

I. 서론

오늘날 의복을 착용하는 동기는 본능적인 측면 이외에 복잡한 사회 안에서 개인이 대처해 나가는 하나의 수단으로서 간주되고 있으며, 의복에 부여하는 가치나 추구혜택은 개인에 따라 다양하게 나타난다. 즉 같은 사람이 같은 제품을 사용한다고 하여도 그 제품에서 추구하는 혜택(benefit sought)이 다르게 된다. 추구혜택은 소비자들이 특정제품의 속성과 관련하여 주관적으로 느끼게되는 요구로서(Peter & Olson, 1987), 의복추구혜택은 크게 미와 실용성의 차원으로 나눌 수 있다(Morganosky, 1984). 그러나 좀 더 세분하여 볼 때 의복착용을 통해서 추구하는 면이 미 혹은 유행에 중점을 두는지, 사회적 지위를 표현해주는 의미의 신분상징에 중점을 두는지, 실용성과 경제성 차원에 중점을 두는지에 따라 추구혜택의 특성이 달리 나타난다.

현대의 일상생활은 나날이 다양하고 복잡해져서 자아를 위협하는 환경 요소들에 의해 현대인들의 심리적인 불안감은 점차 증대되고 있다. 불안은 성격특성의 하나로, 특수한 상황 속에서 소비자의 행동에 영향을 줄 수 있다. 특히 청년기는 정서적 불안감이 높은 시기로서 이성에 대한 호기심이 높아지면서 추상적인 표현보다는 의복, 외모, 소유와 같이 구체적인 것에 주의를 집중하는 경향이 있기 때문에 의복과 외모를 중요시하며(장병립, 1979), 다른 연령층보다 더 자신의 외모와 의복에 대하여 의식하며 민감한 반응을 보인다. 청년기에는 의복이나 몸치장으로 불안감을 보완하려 하며 의복이나 외모로 사회적 승인을 받으려는 경향이 높다(Roach, 1969; Hurlock, 1973). 오늘날 우리 나라의 청년기 소비자는 생활수준의 향상과 핵가족화로 인해 의복착용 수준이 더욱 향상되었고, 개성화, 다양화 현상이 뚜렷이 나타나고 있다. 따라서 청년기의 남녀대학생의 불안 심리가 자신이 구입하는 의복을 통해 나타나는 의복추구혜택에 영향을 줄 수 있으리라고 본다.

따라서 본 연구에서는 청년기 후기에 해당되는 남녀대학생을 대상으로 불안 심리와 의복추구혜택과의 관계를 조사하고, 불안 및 인구통계적 변인이

의복추구혜택에 어느 정도 영향을 주는가를 파악하는데 그 목적이 있다. 또한 이러한 연구를 통하여 의복추구혜택에 영향을 미치는 소비자의 심리적 특성을 이해하고 의복심리 연구의 기초자료를 제공하고자 한다.

본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다.

1. 대학생의 성별, 학년, 의복지출비에 따른 불안 및 의복추구혜택의 차이를 밝힌다.
2. 대학생의 불안과 의복추구혜택의 관계를 조사하고, 불안 및 인구통계적 변인이 의복추구혜택에 동시에 어느 정도 영향을 주는가를 파악한다.

II. 이론적 배경

1. 불안과 의복

불안이란 인간의 중요한 정서적 요인으로서 누구나 경험하는 보편적이며 공통적인 정서적 장애로, Spielberg(1972)는 불안을 위협한 자극상황 또는 위협을 주는 자극 장면을 지각했을 때에 수반되는 정서적 반응으로 정의하고 있다.

현대심리학은 불안을 정신행동, 학습현상, 인간 행동 전반에 걸쳐 설명하고 있다. Freud는 자아를 위협하는 외적 환경과 초자아를 토대로 불안을 현실적 불안, 신경증적 불안, 도덕적 불안으로 나누었다. 현실불안은 현실적인 환경이나 정서 반응에 위협을 주는 것으로서 시험, 지진, 사고 등의 위협에 대한 불안을 뜻하며 이것은 위협의 원인이 감퇴되면 줄어든다. 신경증적 불안은 실제로 불안을 느껴야 할 현실적인 이유가 없는데도 불구하고 자아가 본능적 충동을 억제하지 못하므로 발생되며 무의식적으로 작동되므로 불안을 느끼는 본인은 그 이유를 알지 못하면서 강한 불안감을 갖는 것이 특징이다. 도덕적 불안은 자아가 초자아로부터 벌의 위협을 받을 때 일어나는 정신적 반응을 말한다(서봉연, 이순형, 1985; 이인자, 1987). Maslow는 불안감 또는 안전감은 외부세계에 대한 부정적 또는 긍정적 태도를 갖는 것이며, 보통사람들은 불안감과 안전감을 동시에 가질 수 있다고 보았다. 사회적으로 불안감을 가진 사람들은 외부세계는 자신을 위협하는

곳이고, 주변사람에 대하여도 위협하고 이기적이라고 느껴서 대적의식을 가지며, 또한 집단에서도 소외감과 적대의식을 느끼며 긴장과 충돌하는 경향을 보인다. 불안감을 해소하고 안정감을 얻기 위해서 의복은 특히 청소년의 경우, 동년배에게 받아들여지는 데 큰 역할을 하며, 집단의 소속감, 자기의 개성을 표현하는데 사용된다(강혜원, 1974). 장병립(1979)은 청소년이 불안을 느낄 때는 몸맵시나 태도에 결함이 있을 때, 자신에 대하여 매력이 없다고 느꼈을 때, 정신적 동요가 있을 때라고 지적하였다.

오강섭, 허묘현, 이시형(1999)은 중고등학생과 대학생 집단은 불안으로 인해 학업과 사회생활에 영향을 받는다고 하였으며, 연령이 증가함에 따라 합리적인 태도로 대인 불안에 대처하는 능력이 발달된다고 하였다. 강혜원(1974)은 남자대학생과 여대생 모두 고학년이 저학년보다 사회적 안정성이 높다고 함으로써 연령이 낮을수록 불안감이 높음을 시사하였고, 남자대학생이 여자보다 사회적 안정성이 높아 불안감을 덜 느낀다고 하였다. 최영숙(1976)도 여자가 남자보다 불안수준이 높다고 하였으며, 송은영, 홍양자(1991)는 학력이 낮고 경제적 수준이 낮은 여성일수록 상태 불안이 높다고 하였다.

Humphrey 등(1971)은 자기개념의 불안정성(instability)과 불안감(insecurity)은 어느 정도 유사성을 지닌다고 전제하고 불안정한 자기개념을 갖고 있거나 사회적으로 불안한 남녀 청소년들은 의복의 구매, 관리에 더욱 관심을 나타낸다고 하였다. Lapitsky(1961)는 사회적 안전감-불안감과 의복행동에 대한 연구에서 사회적으로 안전감이 높은 사람은 의복을 자기 표현의 수단으로 사용하여 심미적 가치관이 높고, 사회적 불안감이 높은 사람은 의복을 사회적인 환경에 대응하기 위한 수단으로 사용하여 의복의 사회적 가치가 높다고 밝혔다. 대학생을 대상으로 한 강혜원(1974)의 연구에서도 사회적 안정감이 높은 사람은 개성적인 의상에, 사회적 불안감을 가진 사람은 동조성에 관심이 높다고 하였고, 여자보다는 남자가 의복의 동조성에 관심이 높다고 하였다. 최혜선(1981)의 연구에서는 여고생의 의복행동 중 흥미성, 사회적 인정성, 심리적 의존성, 예의성, 심미성의 5개 변인이 사회적 안전감-

불안감과 유의적 관계가 있었고, 사회적으로 불안한 사람은 의복이 자신에게 주는 심리적 의존성에 더욱 민감해지며, 자신이 의복을 잘못 입었다고 느끼면 심리적으로 불안정하게 되고 행동이 위축된다고 하였다. 심은선(1987)은 여고생들은 불안이 높으면 의복을 통해 공격, 억압, 동일시, 보상 등 다양한 방어기제 사용이 높아진다고 하였다. 이난숙(1985)의 연구에서는 여대생의 사회적 불안감이 높을수록 의복의 사회적 인정성이 높았고 의복만족도가 낮았다. 노년기 여성을 대상으로 한 임치경(1985)의 연구에서도 사회적 불안감이 높을수록 사회적인 인정성과 심리적 의존성을 중요시하였고, 의복에 대한 만족도가 낮게 나타났다. 이희남(1984)의 남자대학생을 대상으로 한 연구에서는 안정성이 높은 사람은 의복의 안락성, 경제성에 관심이 높고, 동조성과 신분상징성에는 관심이 낮았다.

이상에서 볼 때 불안심리는 남자보다 여자가 높고, 경제수준이 높고 연령이 증가할수록 불안감이 낮아진다고 할 수 있다. 또한 의복은 청년기의 불안감을 감소시키는 수단으로 사용될 수 있으며, 불안감이 높은 사람은 의복의 사회적 가치를 중요시하며, 의복에 대한 관심, 의복에 대한 심리적 의존성과 동조성이 더 높음을 알 수 있다.

2. 의복추구혜택

추구혜택(benefit)이란 소비자들이 특정 제품의 속성(attribute)과 관련하여 주관적으로 느끼게 되는 요구(need)나 욕구(want)로서, 소비자들이 제품사용과 관련하여 원하는 주관적 보상 또는 기대하는 긍정적인 결과라고 할 수 있다(Peter & Olson, 1987). 소비자들이 제품을 사용하는 궁극적인 목표는 그 제품을 소비하여 혜택을 얻는 것이다. 제품에서 얻으려는 혜택은 크게 기능적인 혜택과 심리적인 혜택으로 나눌 수 있으며, 기능적인 혜택은 제품의 속성이나 기능들로부터 얻어지는 혜택을 의미한다(채서일, 1995).

소비자행동 연구에서는 혜택의 분류가 이루어지고 있는데, 연구자들에 따라 혜택을 두 가지 또는 세 가지 차원에서 설명하고 있다. 혜택 세분화는 이를 통해 상품기획이나 마케팅 커뮤니케이션 전

락을 효과적으로 수립할 수 있으므로 마케팅전략에 있어서 유용한 접근법이다(이학식, 안광호, 1993). Arker (1991)는 상품 속성이 소비자 혜택을 제공하고 있으므로 상품 속성이 곧 혜택이라 하였으며 혜택을 합리적 혜택(rational benefit)과 심리적 혜택(psychological benefit)으로 구분하여 설명하는 것이 유용하다고 하였다. 이때 합리적 혜택은 상품의 객관적/물리적 속성과 밀접하게 관련되어 있어 합리적 의사결정과정의 부분이 되는 것이고, 심리적 혜택은 태도 형성 과정에 중요한 것이다. 같은 사람이 같은 제품을 사용한다고 하여도 그 제품에서 추구하는 혜택은 상당히 다른 경우가 있으며, 소비자들은 어느 한 제품에서 하나의 혜택만을 추구하는 것이 아니라 두개 이상의 혜택을 동시에 추구하는 경우도 있다(채서일, 1995).

의류학 분야의 추구혜택 관련 연구들은 의복 평가기준의 개념으로 연구되었는데, Jenkins와 Dickey (1976)는 의복평가기준을 외관 요인과 실용성 요인으로 구분하였으며 김미영, 이은영(1988)은 블라우스, 투피스, 코트는 미와 실용성으로, 내의, 잠옷, 청바지는 미, 기능성, 경제성의 세차원으로 분류하였으며, 상류층은 하류층보다 청바지의 미적인 기준을 더 중요시하였고, 하류층은 상류층보다 더 블라우스와 투피스의 실용성을 중요하게 생각하였다. Morganosky(1987)의 연구에서도 소득이 높을수록 의복의 미적 가치를 더 중요시하고 기능적 가치를 덜 중요시하였다.

김미영(1989)은 의복의 추구혜택 수준의 평가기준에는 품위, 상표의 명성, 유행, 관리 및 세탁의 용이성, 편안함, 내구성, 착용 용도의 다양성, 경제적 가격이 포함된다고 하였다. Shim과 Bickle(1994)은 의류제품에 대한 다양한 혜택을 제시하였는데 자기향상, 사회적 지위, 성적매력/여성다움, 유행, 기능성/안락감, 역할상징, 체형 결집보완, 개성, 세련된 외모 등의 혜택들을 제시하였다. 이 연구에서 혜택 세분집단을 3개로 분류하여 인구통계적 변인과의 관계를 조사한 결과 소득은 상징적/수단적 의복사용자가 가장 높았고, 그 다음에 실용적/보수적 의복사용자, 무관심한 의복사용자의 순으로 나타났다. 또한 상징적/수단적 의복사용자는 학력이 높고, 20

대 연령층이 많았으며 다른 두 집단은 학력이 낮고, 40대 이후의 연령층이 많은 편이었다. 고애란, 홍희숙(1995)은 의복추구혜택을 경제성, 브랜드가치, 심미성/유행 추구, 관리의 편이성 추구로 세분하여 인구통계적 특성을 분석한 결과 결혼여부, 거주지, 소득에 따라서는 유의한 차이가 없었으나 연령에 따른 차이가 있어, 경제성 추구집단에는 30~40대가, 브랜드가치 추구 집단과 심미성/유행추구 집단에는 20대 전반, 관리의 편이성 추구 집단에는 20대 후반이 많이 분포된 것으로 나타났다. 최일경(1995)은 여대생을 대상으로 진 의류에 대해 추구하는 혜택 요인을 브랜드 가치, 개성, 유행, 실용성으로 규명하고 혜택요인에 따라 시장을 세분한 결과 개성/유행 집단, 브랜드가치 지향집단, 실용성 지향집단으로 분류하였다. 이들 세분 집단은 성별과 학년의 차이는 없었으나 소득과 의복지출비에 유의한 차이가 있어, 개성·유행성 집단과 브랜드가치 지향집단은 소득이나 의복지출비가 높았고, 실용성 집단은 낮게 나타났다. Huddleston과 Cassill(1990)의 연구에서도 소비자의 학력과 의복지출비가 높을수록 의복의 상표지향성이 증가하였다. 강지혜(1995)의 직장남성을 대상으로 한 연구에서 추구혜택의 구조는 심미성, 실용성, 직업상징성의 세 차원으로 파악되었으며, 혜택세분화 집단은 실용성 중시 집단, 직업상징성 중시 집단, 심미성 중시 집단으로 분류되었다. 세분 집단들은 남성 기성복 브랜드에 대한 인식, 자기모니터링 특성, 인구통계적 특성에 차이가 있었는데, 실용성 중시 집단은 30대가 20대 및 40대 이후보다 많았고, 기혼자가 많았으며, 심미성 집단은 20대, 미혼 남성이 많았으며, 직업상징성 집단은 전문직이 상대적으로 많이 분포되었다. 그러나 학력 및 소득은 추구혜택 집단과 유의한 관계가 없었다.

홍희숙(1996)은 상황과 소비자 특성에 의한 추구혜택 요인구조를 젊음/유행, 브랜드 가치, 자기표현, 경제성, 품질의 5개 차원으로 분류하였다. 착용상황별로 소비자들을 분류한 결과 집, 여행, 결혼식 모임을 위한 구매자들의 혜택세분화 집단이 다르게 분류되었다. 브랜드가치 추구집단은 연령과 소득이 높았고, 경제성 추구집단은 소득이 중류와 하류층에 많이 분포되었다. 신병철(1996)은 아동복 시장

을 유명상표 선호, 경제성 추구, 품질 중시 및 디자인/색상 중시에 의하여 네 가지 혜택집단으로 구분하였다. 유명상표 선호형은 소득이 높고 주위의 구전효과, 광고효과, 패션 추종성이 높으며 의복의 절대적 구매량이 높으므로 적극적인 판촉 노력이 필요하며, 경제성 추구형은 가격을 이용한 판촉이 가장 효과적인 것으로 제안되었다.

박혜원(1997)은 여성성장 구매자를 다편의 추구 집단, 상징·심미적 편의 추구 집단, 실용적 편의 집단, 저편의 집단으로 구분하였는데 상징·심미적 편의 추구 집단은 학력이 높았고, 실용적 편의 추구 집단은 학력이 낮았다. 임경복(1998)은 추구혜택 요인을 브랜드 지향, 유행, 개성, 경제성, 관리의 편의성으로 구분한 후 소비자 집단을 세분하여 연령, 직업, 학력을 조사하였는데, 개성/유행성 추구 집단이 가장 젊고 학력이 높았으며, 관리의 편의성 추구 집단은 비교적 연령층이 높고 학력이 낮았다.

이상에서 볼 때 소비자의 의복추구혜택은 신분상징, 유행, 심미성, 경제성, 관리성, 편안성 추구 등의 특성이 포함되며 이러한 추구혜택은 연구에 따라 연령, 학력, 소득, 계층 등의 인구통계적 변인에 따른 차이가 있음을 알 수 있다.

Ⅲ. 연구방법

1. 측정도구

본 연구는 조사연구방법으로 질문지법을 사용하였으며, 불안심리를 측정하기 위하여 주영숙, 김정휘(1996)의 표준화된 불안검사를 사용하였다. 이 검사는 8개의 불안 영역을 포함하고 있으나 본 연구에서는 고전적 공포·불안, 학습·시험·능력에 대한 불안, 질병, 노쇠, 죽음에 대한 불안, 전쟁에 대한 불안의 4개 영역이 청년기의 의복과 관련이 미비할 것으로 생각되어 제외하고 4개 영역만을 사용하였다. 본 연구에서 사용한 불안 영역의 내용은 다음과 같다.

① 사회, 대인관계에 대한 불안(social-interpersonal anxiety): 사회생활 및 대인관계에서 가지게 되는 불안으로 특히 타인과의 관계에서 나타나는 불편감, 부

적합감 및 열등감 등을 측정한다.

② 성적 부적응, 이성거부에 대한 불안(anxiety over sexual inadequacy & rejection by the opposite sex): 성의 문제 및 이성 앞에서 부적절하게 긴장, 초조, 신경과민 등을 보이는 불안을 내용으로 한다.

③ 빈곤에 대한 불안(poverty anxiety): 경제적인 상황에 열등의식을 가지며 때로는 빈곤에 대하여 불쾌한 느낌을 갖는 내용들이다.

④ 기타 정서적 불안(miscellaneous anxieties): 이상의 영역에 포함되지 않은 불안으로 무엇인가 재난이 닥칠 것 같은 막연한 두려움 등이 지속적으로 나타나며 기분이나 감정의 저조 등을 의미한다.

모든 불안 영역은 각각 12개 문항을 사용하여 측정하였고, 4점 척도법의 총합평정법을 사용하였으며, 점수가 높을수록 불안이 높음을 의미한다.

의복추구혜택을 측정하기 위하여 유행, 신분상징성, 경제성, 관리성, 편안성의 5개 차원을 조사하였으며, 선행연구(김미영, 1989; 박미애, 1997; 박혜원, 1997)에서 사용한 문항 중에서 총 28개 문항을 택하여 사용하였다. 각 문항은 5점 Likert 측정법에 의하여 조사하였다.

인구통계적 변인으로는 성별, 학년, 월 평균 의복 지출비에 관한 사항을 조사하였다.

본 연구에서는 추구혜택 28개 문항에 대한 구성 타당도를 검토하기 위하여 주성분분석과 Varimax 회전법에 의하여 요인분석을 실시하였다. 이때 고유치 1을 기준으로 고려하였을 때 고유치 1 이상의 요인이 5개였으므로 5개의 요인을 선택하였다. 문항의 내용을 검토한 후 요인과 문항 내용이 부합되지 않는 문항 4개를 제외한 24개 문항에 대해 제2차 요인분석을 실시하였으며 그 결과는 <표 1>과 같다.

요인 1은 상표, 품위에 대한 추구혜택을 나타낸 문항으로서 '신분상징성'이라 칭하였고, 요인 2는 유행에 관한 문항이 포함되어 '유행'이라고 명명하였다. 요인 3은 가격할인이나 가격에 대한 관심을 나타내는 문항을 포함하였으므로 '경제성'이라고 하였고, 요인 4는 옷의 관리나 세탁에 관한 문항이 포함되었으므로 '관리성'이라고 하였다. 요인 5는 크기나 신축성 등 의복의 편안함에 관한 문항을 포함하고 있으므로 '편안성'이라고 하였다. 전체 문항의

<표 1> 의복추구해택의 요인분석

| 요 인 | 요인부하량 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| <p><요인 1> 신분상징성</p> <p>이름 없는 상표의 옷 여러 벌보다는 유명상표의 옷 한 벌을 산다. .78</p> <p>값이 비싸더라도 품위 있어 보이는 옷을 구입한다. .77</p> <p>나는 싸면서도 아름다워 보이는 옷보다 비싸더라도 품위 있어 보이는 옷을 산다. .77</p> <p>디자인이 유사할지라도 가격이 싼 것보다는 잘 알려진 상표의 것을 산다. .74</p> <p>적어도 밖에 나갈 때는 남이 인정해 줄만큼 좋은 상표의 비싼 옷을 입고 싶다. .69</p> <p>의복으로 나의 품위를 나타내고 싶어한다. .63</p> <p>내가 다른 사람들에게 인정받으려면 유명상표의 의복을 입는 것이 중요하다고 생각한다. .60</p> <p>유명상표인가 아닌가에 상관없이 아무 의복이나 구입한다(R). .53</p> <p>옷은 그 사람의 명성이나 품위를 얻는 수단으로 사용될 수 있다고 생각한다. .53</p> <p>가격이 저렴하다면 어떤 상표의 옷이라도 상관없이 산다(R). .43</p> <p>변량(%) = 25.3 고유치=6.06 $\alpha = .87$</p> | |
| <p><요인 2> 유행</p> <p>늘 새로운 유행에 대한 정보에 관심을 기울이며 새로운 유행에 맞는 옷을 구입하고자 한다. .77</p> <p>주위 사람들과 비교해 볼 때 새로 유행하는 스타일의 옷을 먼저 구입하는 편이다. .74</p> <p>유행에 맞추어 옷을 입는다는 것이 중요하다. .72</p> <p>유행이 지난 스타일의 옷은 입게 되지 않는다. .56</p> <p>변량(%) = 11.4 고유치=2.75 $\alpha = .76$</p> | |
| <p><요인 3> 경제성</p> <p>가격할인이 아니면 거의 옷을 사지 않는다. .72</p> <p>정상가격보다 할인이 많이 되거나 염가 판매하는 옷을 주로 산다. .71</p> <p>작은 상품이라도 가격을 먼저 살펴본다. .63</p> <p>변량(%) = 7.5 고유치=1.81 $\alpha = .60$</p> | |
| <p><요인 4> 관리성</p> <p>구김이 많이 가는 옷은 사지 않는다. .77</p> <p>얼룩이나 때가 쉽게 타는 것은 사지 않는다. .77</p> <p>될 수 있으면 다리미질이 필요 없는 옷을 사도록 한다. .58</p> <p>옷을 살 때 옷의 관리나 세탁방법에 대해서 많은 관심을 갖는다. .48</p> <p>변량(%) = 5.2 고유치=1.26 $\alpha = .62$</p> | |
| <p><요인 5> 편안성</p> <p>크기가 풍성하면서 편안한 옷을 산다. .74</p> <p>나는 옷을 살 때 신축성이 있어서 편안한 것을 산다. .72</p> <p>겨울옷은 스타일보다 따뜻한 것이 더 중요하다고 생각한다. .54</p> <p>변량(%) = 5.0 고유치=1.19 $\alpha = .61$</p> | |

요인부하량은 0.43 이상이었고, Cronbach의 α 신뢰도 검증실시한 결과 요인 1에서 요인 5까지의 신뢰도는 각각 0.87, 0.76, 0.60, 0.62, 0.61이었으므로 만족할만하였다.

2. 연구대상, 자료수집 및 자료분석방법

본 연구는 서울시내의 남녀대학생을 대상으로 하였으며, 표본추출은 서울의 7개 대학의 대학생을 임

의표집하였다. 자료수집은 1998년 4월중에 실시되었다. 650개의 설문지가 배부되었으나, 무성의한 응답지를 제외한 600부를 자료분석에 사용하였다.

조사대상자의 인구통계적 특성 분포는 여대생이 382명으로 63.7%, 남자대학생이 218명으로 36.3%였으며, 학년은 1, 2, 3, 4학년이 각각 28.8%, 36%, 17.5%, 17.7%였다. 의복지출비는 3만원 미만이 33.3%, 3-6만원 미만이 31.7%, 6-10만원 미만이 17.7%, 그리고 10만원 이상이 17.3%였다.

본 연구의 자료분석은 SPSS 프로그램을 이용하여 전산처리하였다. 통계분석방법은 요인분석, Cronbach의 α 신뢰도 검증, t검증, 일원변량분석, Duncan의 다중범위검증, 이원변량분석, 적률상관계수, 다변인회귀분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 인구통계적 변인에 따른 불안 및 의복추구혜택의 차이

성별에 따른 불안 및 의복추구혜택의 차이를 t검증으로 조사하였으며 그 결과는 <표 2>와 같다.

빈곤에 대한 불안을 제외한 3가지 불안 영역이 성별에 따른 차이가 있었다. 사회, 대인관계에 대한 불안과 기타 정서적 불안은 여자가 남자보다 높게 나타났고, 성적 부적응, 이성거부에 대한 불안은 남자가 여자보다 높게 나타났다. 따라서 불안 영역에 따라 성별의 차이가 달리 나타남을 알 수 있다. 본

연구에서 사회, 대인관계에 대한 불안과 정서적 불안이 남자보다 여자가 높았던 것은 선행연구(강혜원, 1974)에서 남자가 여자보다 사회적 안전감이 높았던 결과를 지지한다.

의복추구혜택 중에서 경제성과 관리성은 성별에 따라 유의적인 차이가 없었으나, 신분상징성, 유행, 편안성은 성별에 따른 차이가 있었다. 신분상징성과 유행은 여자가 남자보다 중요시하였는데, 이는 여대생이 남자대학생보다 유명상표의 의복, 값비싼 의복 등을 통해서 자신을 나타내려고 하며, 의복 구입시 유행 스타일을 많이 고려한다는 것을 뜻한다. 이것은 여대생이 남자대학생보다 유행을 중요시하였던 선행연구(강혜원, 1974)와 일치하며, 여자가 남자보다 의복의 외관적 혜택을 더욱 추구함을 의미한다. 편안성은 남자가 여자보다 더 추구하였다. 의복의 편안성은 남녀 모두 중요시하였으나, 남자는 여자보다 특히 입어서 편안한 의복을 더욱 중요시하였다.

학년에 따른 불안 및 추구혜택의 차이를 조사하기 위해 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증을 실시하였다. 남자는 모든 변인이 학년에 따른 차이가 없었고, 여자의 경우에만 유의적인 차이를 보였는데, 그 결과는 <표 3>과 같다.

여대생은 빈곤에 대한 불안이 학년에 따른 차이가 있어 2학년은 다른 학년에 비하여 빈곤에 대한 불안이 더 높게 나타났다. 또 여대생은 신분상징성, 유행, 관리성이 학년에 따라 차이가 있었다. 1학년은 다른 학년보다 신분상징성과 유행의 추구가 낮

<표 2> 성별에 따른 불안 및 의복추구혜택의 차이

| | | 성별 | 남 (N=218) | 여 (N=382) | t |
|--------|---------------------|----|--------------|--------------|---------|
| 불안 | 사회, 대인관계에 대한 불안 | | 2.51 | 2.60 | -2.39* |
| | 성적 부적응, 이성거부에 대한 불안 | | 1.95 | 1.83 | 3.35** |
| | 빈곤에 대한 불안 | | 2.23 | 2.28 | -1.93 |
| | 기타 정서적 불안 | | 1.77 | 1.89 | -3.14** |
| 의복추구혜택 | 신분상징성 | | 2.55 | 2.85 | -5.23** |
| | 유행 | | 2.33 | 2.65 | -5.21** |
| | 경제성 | | 3.20 | 3.17 | .54 |
| | 관리성 | | 3.09 | 3.16 | -1.37 |
| | 편안성 | | 3.42 | 3.14 | 4.47** |

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

은 편이었다. 관리성은 1학년이 가장 낮았고, 3, 4학년이 높았으며, 학년이 올라갈수록 증가하는 추세가 있었다. 경제성과 편안성은 학년에 따른 차이가 없었다. 따라서 대학생의 의복추구혜택은 남자보다 여자의 경우 학년에 따른 차이가 더 많이 나타났다.

의복지출비에 따른 불안 및 추구혜택의 차이를 조사하기 위해 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증을 실시하였으며, 그 결과는 <표 4>와 같다.

남자대학생은 의복지출비에 따른 불안의 차이가 없었으나, 여대생은 빈곤에 대한 불안이 의복지출비에 따라 유의한 차이가 있었다. 월 평균 의복지출비가 6만원 이상인 집단은 6만원 미만 집단보다 빈

곤에 대한 불안이 더 높았다. 즉 의복비가 증상 이상인 집단이 낮은 집단보다 빈곤에 대한 불안이 높았는데, 이것은 빈곤에 대해 불쾌감을 갖는 여대생들이 의복에 좀 더 많은 비용을 지출하면서 의복을 통하여 불안감을 줄이려는 심리가 있기 때문이라고 풀이된다.

남자대학생의 경우 신분상징성, 유행, 경제성, 편안성은 의복지출비에 따라 유의한 차이를 보였으나 관리성은 의복지출비에 따라 차이가 없었다. 여대생은 의복지출비에 따라 모든 추구혜택 변인이 유의한 차이가 있었다. 남녀 모두 의복지출비가 높을수록 신분상징성의 추구가 높았으며 의복지출비가

<표 3> 여대생의 학년에 따른 불안 및 의복추구혜택의 차이

(N=382)

| 불안, 의복 | | 학년 | | | | F |
|---------|---------------------|---------|----------|----------|----------|--------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 불안 | 사회, 대인관계에 대한 불안 | 2.53 | 2.64 | 2.59 | 2.63 | 1.57 |
| | 성적 부적응, 이성거부에 대한 불안 | 1.81 | 1.87 | 1.77 | 1.79 | 1.10 |
| | 빈곤에 대한 불안 | 2.24(b) | 2.34(a) | 2.21(b) | 2.29(ab) | 3.03* |
| | 기타 정서적 불안 | 1.86 | 1.92 | 1.84 | 1.90 | .56 |
| 의복 추구혜택 | 신분상징성 | 2.66(b) | 2.92(a) | 2.92(a) | 2.98(a) | 5.13** |
| | 유행 | 2.48(b) | 2.80(a) | 2.63(ab) | 2.63(ab) | 4.62** |
| | 경제성 | 3.13 | 3.14 | 3.17 | 3.31 | 1.16 |
| | 관리성 | 3.04(b) | 3.16(ab) | 3.28(a) | 3.34(a) | 3.74* |
| | 편안성 | 3.12 | 3.10 | 3.10 | 3.32 | 1.50 |

*p<.05, **p<.01, 문자 a, b는 Duncan의 다중범위검증(.05)

<표 4> 의복지출비에 따른 불안 및 의복추구혜택의 차이

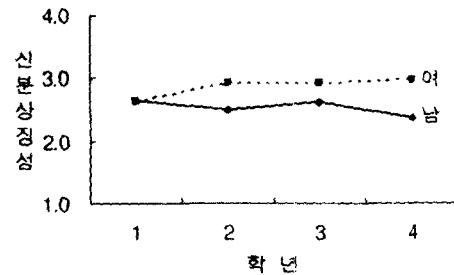
| 불안, 의복 | | 남(N=218) | | | | F | 여(N=382) | | | | F |
|---------|---------------------|----------|----------|-----------|---------|---------|----------|----------|-----------|---------|---------|
| | | 3만원 미만 | 3~6만원 미만 | 6~10만원 미만 | 10만원 이상 | | 3만원 미만 | 3~6만원 미만 | 6~10만원 미만 | 10만원 이상 | |
| 불안 | 사회, 대인관계에 대한 불안 | 2.56 | 2.51 | 2.37 | 2.53 | 1.71 | 2.62 | 2.60 | 2.63 | 2.55 | .64 |
| | 성적 부적응, 이성거부에 대한 불안 | 1.96 | 1.94 | 1.91 | 1.96 | .11 | 1.77 | 1.82 | 1.84 | 1.88 | 1.00 |
| | 빈곤에 대한 불안 | 2.22 | 2.25 | 2.16 | 2.31 | .90 | 2.22(b) | 2.26(ab) | 2.34(a) | 2.33(a) | 2.96* |
| | 기타 정서적 불안 | 1.78 | 1.76 | 1.66 | 1.91 | 1.17 | 1.85 | 1.87 | 1.93 | 1.92 | .69 |
| 의복 추구혜택 | 신분상징성 | 2.18(c) | 2.72(b) | 2.88(b) | 3.61(a) | 31.56** | 2.45(c) | 2.85(b) | 2.91(b) | 3.23(a) | 27.35** |
| | 유행 | 2.00(c) | 2.49(b) | 2.83(a) | 2.88(a) | 16.40** | 2.32(b) | 2.72(a) | 2.72(a) | 2.85(a) | 11.16** |
| | 경제성 | 3.34(a) | 3.17(a) | 3.05(ab) | 2.64(b) | 5.39** | 3.32(a) | 3.26(a) | 3.17(a) | 2.87(b) | 9.65** |
| | 관리성 | 3.05 | 3.20 | 3.12 | 2.80 | 2.10 | 3.08(b) | 3.26(a) | 3.27(a) | 3.05(b) | 3.26* |
| | 편안성 | 3.59(a) | 3.28(b) | 3.40(ab) | 2.98(b) | 4.37** | 3.26(a) | 3.17(a) | 3.17(a) | 2.94(b) | 3.34* |

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

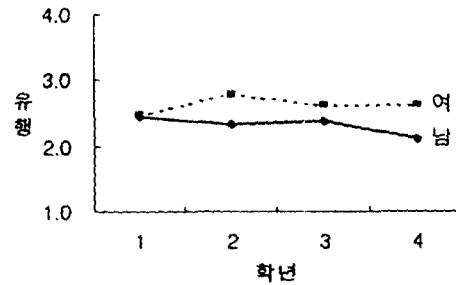
가장 낮은 집단이 유행을 중요시하지 않았다. 여대생은 의복지출비가 3만원 이상인 집단에서 유행 추구도가 높은 반면, 남자대학생은 6만원 이상 집단에서 유행 추구도가 높아졌다. 남녀 모두 의복지출비가 가장 높은 10만원 이상의 집단은 의복을 구입할 때 경제성을 추구하지 않았다. 편안성의 경우 여대생은 10만원 미만 집단이 10만원 이상 집단보다 편안성 추구도가 높았고, 남자대학생은 3만원 미만 집단이 3만원 이상 집단보다 편안성 추구도가 높았다. 즉 편안성은 남녀 모두 의복지출비가 낮을수록 중요시하였다. 이것은 개성·유행성 집단 및 브랜드 가치 지향 집단은 의복지출비가 높았고, 실용성 집단은 의복지출비가 낮았던 최일경(1995)의 연구와 일치하며, 계층이 높을수록 미적 기준을 중요시하고, 계층이 낮을수록 실용적인 면을 중요시한 선행연구(김미영, 이은영, 1988; Morganosky, 1987)와 같은 결과였다.

본 연구에서 대학생의 의복추구혜택은 성별, 의복지출비에 따라 다르게 나타났고, 여성의 경우에는 학년에 따라 다소 차이를 보였다. 여기서 성별 및 학년, 성별 및 의복지출비를 동시에 고려할 때 상호작용효과가 있는지를 검토하기 위하여 이원변량분석을 실시하였다. 그 결과 의복의 신분상징성과 유행 추구도는 성별 및 학년에 따른 상호작용효과가 있었다. 그러나 의복추구혜택의 모든 변인은 성별 및 의복지출비에 따른 상호작용효과가 없었다.

성별 및 학년에 따른 신분상징성, 유행의 상호작용효과는 <표 5>, <그림 1>, <그림 2>와 같다.



<그림 1> 신분상징성에 대한 성별 및 학년의 상호작용형태



<그림 2> 유행에 대한 성별 및 학년의 상호작용형태

신분상징성은 1학년 때 남녀의 차이가 없었으나 4학년의 경우에는 남녀의 차이가 크게 나타났다. 또한 남자는 4학년 때 신분상징성 추구가 다소 낮은 편이었으나 여자는 2학년 이후부터 신분상징성이 높아졌다.

유행 추구도는 여대생의 경우 1학년이 가장 낮았으며 2학년이 가장 높았다. 그러나 남자는 4학년이 1학년보다 유행추구도가 낮았다. 여자의 경우 유행 추구도와 신분상징성이 1학년이 가장 낮았고 2학년 이후에 가장 높았던 것은 갖 대학생활을 시작한 신

<표 5> 성별 및 학년에 따른 의복추구혜택의 상호작용효과

(N=600)

| 의복추구혜택 | 성 별 | 성별 및 학년에 따른 평균치 | | | | | 이원변량분석 결과 | |
|--------|-----|-----------------|------|------|------|------|-----------|---------|
| | | 학 년 | | | | | 변량원 | F |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 전체 | | |
| 신분상징성 | 남 | 2.66 | 2.50 | 2.63 | 2.38 | 2.55 | 성별(A) | 29.27** |
| | 녀 | 2.66 | 2.92 | 2.92 | 2.98 | 2.85 | 학년(B) | |
| | 전체 | 2.66 | 2.79 | 2.77 | 2.73 | 2.74 | A×B | |
| 유행 | 남 | 2.44 | 2.33 | 2.39 | 2.12 | 2.33 | 성별(A) | 25.78** |
| | 녀 | 2.48 | 2.80 | 2.63 | 2.63 | 2.65 | 학년(B) | |
| | 전체 | 2.47 | 2.65 | 2.50 | 2.41 | 2.53 | A×B | |

p<.01, *p<.001

입생보다 어느 정도 대학생활에 익숙해지면서 유행에 대한 관심과 유명상표에 대한 지식이 형성되기 때문이라고 생각된다. 또한 남자대학생은 4학년인 경우에 신분상징성과 유행 추구도가 비교적 낮아졌는데, 이것은 졸업이 가까워 오면서 취업 준비 등에 관심을 지니게되므로 상대적으로 의복 외관에 대한 관심이 줄어들기 때문이라고 해석된다.

2. 의복추구혜택에 영향을 주는 변인

의복추구혜택에 영향을 주는 특성을 조사하기 위하여 먼저 5가지 불안 요인과 추구혜택 변인의 관계를 적률상관계수로 분석하여 상호간의 관계를 검토하였으며, 그 결과는 <표 6>과 같다.

<표 6>에서 남녀 모두 성적 부적응 및 이성거부에 대한 불안, 빈곤에 대한 불안은 신분상징성 및 유행과 정적 관계를 나타냈고, 기타 정서적 불안은 여자의 경우에 유행과 정적 관계를 나타냈다. 즉 성적인 부적응이나 빈곤에 대한 불안이 높은 남녀대학생은 의복의 신분상징성 및 유행에 대한 관심이 높았다. 이것은 개인의 불안한 심리를 값비싼 의복이나 유행하는 의복을 착용함으로써 보완하려는 심리가 남녀 모두에게 작용된다고 해석된다. 이러한 결과는 안정성이 높은 사람이 신분상징성이 낮았던 결과(이희남, 1984)와 일치하며, 불안감이 높을수록 의복의 방어기제 사용이 많았으며(심은선, 1987),

의복의 사회적 인정성을 추구하였던 결과(최혜선, 1981; 이난숙, 1985)를 지지한다.

여대생의 경우 모든 불안 요인이 의복의 경제성과 정적인 관계를 보여, 불안을 느끼는 여대생은 의복의 경제성을 중요시하였다. 이것은 여러 면에서 불안을 느끼는 여대생이 의복을 구입하여 불안한 심리를 보완하기 위하여 의복의 세일행사에 자주 참여하며, 의복가격에 대해 민감하게 느끼기 때문에 나타난 결과로 해석된다. 본 연구의 결과는 선행연구에서 안정성이 높은 남자 대학생이 경제성을 추구한 것(이후남, 1984)과는 상반된 결과이다. 이것은 성별의 차이와 측정도구의 차이에 따른 결과로 해석된다. 즉 이희남의 연구에서는 경제성이 의복의 질, 수명, 가격, 관리 및 선택시 소비되는 시간을 고려하는 내용을 포함하였으나 본 연구에서는 할인가격의 의복을 구입하는 것과 관련된 내용을 포함한 점에서 측정도구의 차이가 있었다. 그러나 이에 대한 폭 넓고 깊이 있는 추후의 연구가 필요시 된다.

또한 여대생은 성적 부적응 및 이성거부에 대한 불안, 빈곤에 대한 불안이 낮을수록 의복의 편안성을 중요시 하였다. 이것은 성적인 불안을 덜 느끼는 여대생들은 이성을 그다지 의식하지 않으므로 의복 구입시 외관보다는 의복의 편안함을 중요시하는 것이라고 풀이된다. 또한 이러한 결과는 자신감이 높은 여대생이 의복의 실용성을 중요시하였던 선행연구(Rosenfeld & Plax, 1977)와 같은 맥락이다.

<표 6> 불안과 의복추구혜택의 상관관계

(N:남=218, 여=382)

| 의복추구혜택 | | 불안 | 상관관계 | | | |
|--------|---|----|-----------------|---------------------|-----------|-----------|
| | | | 사회, 대인관계에 대한 불안 | 성적 부적응, 이성거부에 대한 불안 | 빈곤에 대한 불안 | 기타 정서적 불안 |
| 신분상징성 | 남 | | .10 | .14** | .25*** | .05 |
| | 녀 | | .11 | .15** | .29*** | .12 |
| 유행 | 남 | | .06 | .16** | .29*** | .11 |
| | 녀 | | .07 | .16** | .32*** | .13** |
| 경제성 | 남 | | -.02 | .07 | .02 | .03 |
| | 녀 | | .30*** | .21*** | .16** | .23*** |
| 관리성 | 남 | | -.08 | -.00 | -.02 | .01 |
| | 녀 | | .08 | -.02 | -.04 | -.01 |
| 편안성 | 남 | | .00 | .09 | -.08 | .00 |
| | 녀 | | -.01 | -.16** | -.18*** | -.00 |

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

신분상징성, 유행, 경제성, 편안성에 영향을 주는 특성을 남녀 각각에 대하여 조사하기 위하여 단계적(stepwise) 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 7>과 같다. <표 7>에서 독립변인은 6개로서 4개의 불안 요인, 학년, 의복지출비를 사용하였다. 본 연구에서 관리성은 불안 심리와 유의한 관계가 없었으므로 회귀분석에서 제외하였다.

<표 7>에서 볼 때 남자대학생의 경우 신분상징성과 유행에 가장 영향을 많이 준 변인은 의복지출비였고, 그 다음에는 빈곤에 대한 불안이었다. 이 2가지 변인이 신분상징성에 동시에 미치는 영향력은 34.9%, 유행에 미치는 영향력은 24.3%였다. 즉 의복비가 많고 빈곤에 대한 불안이 높을수록 의복의 신분상징성과 유행을 추구하는 정도가 높아졌다. 남자대학생의 경제성과 편안성에 영향을 주는 변인은 의복지출비였으며, 경제성에 미치는 영향력은 6.4%, 편안성에 미치는 영향력은 4.0%였다.

여대생의 경우 신분상징성에 가장 영향을 많이

준 변인은 의복지출비였고, 그 다음에는 빈곤에 대한 불안, 학년의 순이었으며, 3가지 변인이 신분상징성에 동시에 미치는 영향력은 23.8%였다. 즉 학년이 높고, 의복지출비가 높을수록, 또한 빈곤에 대한 불안이 높을수록 신분상징성을 추구하는 정도가 높았다. 유행에 가장 영향을 많이 주는 변인은 빈곤에 대한 불안이었고, 그 다음에는 의복지출비 순이었으며, 2개 변인이 유행에 동시에 미치는 영향력은 13.9%였다. 남녀대학생 모두 빈곤에 대한 불안은 신분상징성과 유행 추구도에 의미있는 영향을 주었다. 이것은 빈곤에 대해 불쾌하게 생각하며 불안을 느끼는 남녀대학생들은 유명상표의 의복을 구입하거나 유행하는 스타일의 의복을 구입함으로써 자신의 신분이나 경제적 지위를 타인에게 인정받기를 원하면서 의복을 보상심리의 도구로 사용함을 뜻한다.

여대생의 경제성에 가장 영향을 많이 준 변인은 사회, 대인관계에 대한 불안이었고 그 다음에 의복지출비였으며, 2개 변인이 경제성에 동시에 미치는

<표 7> 불안과 인구통계적 변인이 의복추구태도에 미치는 영향

(N:남=218, 여=382)

| 종속변인 | 성별 | 독립변인 | R ² | b | beta | F |
|-------|----|---------------------|----------------|--------------|------------------|-----------|
| 신분상징성 | 남 | 의복지출비 | .292 | .414 | .537** | F=57.57** |
| | | 빈곤에 대한 불안 | .349 | .552 | .236** | C=.570 |
| | 여 | 의복지출비 | .164 | .174 | .365** | F=39.29** |
| | | 빈곤에 대한 불안 학년 | .221 .238 | .489 .082 | .239** .131** | C=1.117 |
| 유행 | 남 | 의복지출비 | .164 | .326 | .401** | F=34.51** |
| | | 빈곤에 대한 불안 | .243 | .689 | .280** | C=.205 |
| | 여 | 빈곤에 대한 불안 | .104 | .657 | .299** | F=30.65** |
| | | 의복지출비 | .139 | .096 | .189** | C=.903 |
| 경제성 | 남 | 의복지출비 | .064 | -.182 | -.252** | F=14.65** |
| | | | | | | C=3.526 |
| | 여 | 사회, 대인관계에 대한 불안 | .089 | .437 | .285** | F=32.38** |
| | | 의복지출비 | .146 | -.113 | -.239** | C=2.320 |
| 편안성 | 남 | 의복지출비 | .040 | -.161 | -.200** | F=8.99** |
| | | | | | | C=3.709 |
| | 여 | 빈곤에 대한 불안 | .031 | -.404 | -.180** | F=7.16** |
| | | 의복지출비 | .044 | -.059 | -.112* | |
| * | | 기타, 정서적 불안 | .055 | .292 | .183** | C=4.153 |
| | | 성적 부적용, 이성거부에 대한 불안 | .071 | -.269 | -.156* | |

*p<.05, **p<.01, C=constant

영향력은 14.6%였다. 즉 의복비가 적고 사회, 대인관계에 대한 불안이 높을수록 경제성을 추구하였다.

편안성에 가장 많이 영향을 준 변인은 기타 정서적 불안이었고, 그 다음에는 빈곤에 대한 불안, 성적 부적응 및 이성거부에 대한 불안, 의복지출비의 순이었으며, 이 4가지 변인이 편안성에 미치는 영향력은 7.1%였다. 즉 의복지출비가 적을수록 편안성을 추구하며, 성적 부적응 및 이성거부에 대한 불안과 빈곤에 대한 불안이 낮고, 기타 정서적 불안이 높을수록 편안성을 추구하였다. 따라서 여대생의 경우 빈곤이나 이성에 대한 걱정이 적어 불안을 느끼지 않을수록 의복의 편안성을 추구함을 알 수 있다.

V. 결 론

본 연구는 남녀대학생의 성별, 학년, 의복지출비에 따른 불안 및 의복추구혜택의 차이를 조사하고, 불안 및 인구통계적 변인이 의복추구혜택에 어느 정도 영향을 주는가를 파악하는 데 그 목적이 있었다. 연구 대상은 서울지역의 남녀대학생 600명이었다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 사회, 대인관계에 대한 불안, 성적 부적응, 이성거부에 대한 불안, 기타 정서적 불안은 성별에 따른 유의한 차이가 있었다. 사회, 대인관계에 대한 불안과 기타 정서적 불안은 여자가 남자보다 높았고, 성적 부적응, 이성거부에 대한 불안은 남자가 여자보다 높았다. 남자는 모든 불안이 학년 및 의복지출비에 따라 유의한 차이가 없었으나, 여자는 빈곤에 대한 불안이 학년과 의복지출비에 따라 유의한 차이가 있었다. 2학년 여대생이 빈곤에 대한 불안이 가장 높았고, 월 평균 의복지출비가 중상 이상인 여대생이 낮은 집단보다 빈곤에 대한 불안이 더 높았다. 이것은 빈곤에 대해 불쾌감을 갖는 여대생들이 의복에 좀 더 많은 비용을 지출하면서 의복을 통하여 불안감을 줄이려는 심리가 있기 때문이라고 본다.

둘째, 신분상징성, 유행, 편안성은 성별에 따른 유의한 차이가 있어 신분상징성과 유행 추구도는 여자가 남자보다 높았으며, 편안성은 남자가 여자보다 더 중요시하였다. 남자는 모든 의복추구혜택이 학년에 따른 차이가 없었으나 여자는 신분상징

성, 유행, 관리성이 학년에 따른 차이가 있었다. 1학년은 다른 학년보다 신분상징성과 유행의 추구도가 낮은 편이었고, 관리성은 학년이 높을수록 증가하였다. 따라서 대학생의 의복추구혜택은 남자보다 여자의 경우 학년에 따른 차이가 더 크다고 할 수 있다. 의복지출비에 따라 남녀 모두 신분상징성, 유행, 경제성, 편안성이 유의한 차이가 있었으며, 관리성은 여자의 경우에만 차이가 있었다. 남녀 모두 의복지출비가 가장 높은 집단이 신분상징성의 추구가 가장 높았고 의복구입시 경제성을 중요시하지 않았다. 의복지출비가 가장 낮은 집단은 유행 추구도가 가장 낮았으며 편안성을 더욱 중요시하였다.

셋째, 신분상징성과 유행은 성별과 학년에 따른 상호작용효과가 있었다. 4학년인 경우에 특히 신분상징성의 남녀 차이가 크게 나타나 여대생이 남자대학생보다 의복의 신분상징성을 더 많이 추구하였으며, 4학년 남자대학생은 신분상징성과 유행 추구도가 가장 낮은 편이었다. 여대생은 1학년 때 신분상징성과 유행이 가장 낮았고 2학년 이후에 높아졌는데, 이것은 갓 대학생활을 시작한 신입생보다 어느 정도 대학생활에 익숙해지면서 유행이나 유명상품에 대한 관심과 지식이 형성되기 때문이라고 본다. 경제성, 관리성, 편안성은 성별과 학년에 따른 상호작용효과가 없었다. 또한 모든 의복추구혜택 변인은 성별과 의복지출비에 따른 상호작용효과가 없었다.

넷째, 의복의 신분상징성에 남녀 모두 의복지출비와 빈곤에 대한 불안이 동시에 유의적인 영향을 주었다. 남자 대학생은 신분상징성에 의복지출비, 빈곤에 대한 불안의 순으로 영향을 주었고($R^2=.349$), 여대생은 의복지출비, 빈곤에 대한 불안, 학년의 순으로 영향을 주었다($R^2=.238$). 유행추구에는 남녀 모두 의복지출비와 빈곤에 대한 불안이 동시에 유의적인 영향을 주었다($R^2=.248 / .139$). 경제성 추구에 남자대학생은 의복지출비(-)만이 영향을 주었고($R^2=.064$), 여대생은 의복지출비(-)와 사회, 대인관계에 대한 불안이 동시에 영향을 주었다($R^2=.146$). 편안성 추구에 남자대학생은 의복지출비(-)만이 유의적인 영향을 주었고($R^2=.040$), 여대생은 기타 정서적 불안, 빈곤에 대한 불안(-), 성적 부적응 및 이

성거부에 대한 불안(-), 의복지출비(-)의 순으로 동시에 영향을 주었다($R^2 = .071$).

이상의 결과를 종합해 보면 남녀대학생의 의복추구혜택에는 의복지출비가 많은 영향을 줄 수 있었으며, 불안과 의복추구혜택과의 관계는 남자대학생보다 여대생이 더 밀접한 관계가 있었다. 또한 남녀대학생은 빈곤에 대한 불안 심리가 높을수록 의복의 신분상징성 및 유행 추구가 높아 의복을 보상심리의 도구로 사용함을 확인할 수 있었다. 여대생의 경우 학년이 높을수록 의복 신분상징성을 중요시하였으며, 이성에 대한 불안과 빈곤에 대한 불안이 적을수록 의복의 편안성을 추구하는 편이었다. 즉 이성에 대해 관심이 낮고 빈곤하게 보이는 것에 대해 걱정하지 않는 여대생은 의복의 외관적인 면보다 실용적인 면을 더 고려한다고 할 수 있다.

본 연구의 제한점은 불안과 의복추구혜택과의 관계를 연구하는 데 있어서 조사대상자를 20대 초반의 남녀대학생으로 정하여 임의표집 하였으며 다양한 집단을 대상으로 하여 조사하지 못한 점이다. 앞으로의 연구에서는 지역별, 연령별로 다양한 피험자를 대상으로 표집하여 연구하며, 특히 불안감과 의복의 경제성 추구하고 관계를 심도있게 연구하는 것이 필요하다. 또한 불안과 의복의 선호색, 선호스타일 등의 관계를 조사하는 것이 필요시 된다.

참고문헌

- 강지혜 (1995). 혜택세분화에 따른 남성성장 기성복의 브랜드 인식 연구. 석사학위논문 연세대학교 대학원.
- 강혜원 (1974). 대학생의 개성과 유행을 중심으로 한 의상행위와 성격특성과의 관계. 연세대학교 연세논총, 11, 349-374.
- 고애란, 홍희숙 (1995). 의류제품에 대한 혜택세분화 연구: 제주지역 성인 여성 의류 소비자를 대상으로. 한국 의류학회지, 19(5), 811-825.
- 김미영 (1989). 생활양식유형과 의복평가기준에 관한 연구. 박사학위논문, 서울대학교 대학원.
- 김미영, 이은영 (1988). 의류상품 유형별 평가기준에 관한 연구(II). 대한가정학회지, 26(3), 1-12.
- 박미애 (1997). 청소년의 추구혜택 세분화에 의한 진바지 상표 이미지 연구. 석사학위논문, 연세대학교 교육대학원.
- 박혜원 (1997). 의류상품의 편익이 상표 이미지 형성에 미치는 영향. 박사학위논문, 이화여자대학교 대학원.
- 서봉연, 이순형 (1985). 발달심리학: 아동발달. 서울: 중앙적성출판사, p.43.
- 송은영, 홍양자 (1991). 중년여성의 상태불안이 정신건강에 미치는 영향 연구. 한국보건교육학회지, 8(2), 52-60.
- 신병철 (1996). 유아복 시장에서의 편익 세분화와 광고 전략에 관한 실증적 연구. 석사학위논문, 고려대학교 경영대학원.
- 심은선 (1987). 불안과 의복행동에 관한 연구: 방어기제로 사용되는 의복행동을 중심으로. 석사학위논문, 한양대학교 대학원.
- 오강섭, 허묘연, 이시형 (1999). 대인불안과 사회문화적 요인의 상관관계. 신경정신의학, 38(1), 64-75.
- 이난숙 (1985). 여대생의 사회적 불안감과 의복행동과의 관계: 이대생을 중심으로. 석사학위논문 이화여자대학교 교육대학원.
- 이인자 (1987). 복식사회심리학. 서울: 수학사, pp.78, 138.
- 이학식, 안광호 (1993). 소비자행동-마케팅 전략적 접근. 서울: 법문사, pp.30-35.
- 이희남 (1984). 남자대학생의 성격특성과 의복태도와의 관계. 대한가정학회지, 22(2), 1-11.
- 임경복 (1998). 여성 정장류 소비자의 혜택 세분화에 대한 연구: 제천시 주부들을 중심으로. 복식문화연구, 6(3), 406-417.
- 임치경 (1985). 노년기 여성의 사회적 불안감과 의복행동과의 관계: 서울시내 노인학교를 중심으로. 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원.
- 장병림 (1979). 청년심리학. 서울: 법문사, pp.77, 90, 97.
- 주영숙, 김정희 (1996). 불안검사: 중학생-대학생용. 서울: 코리안테스팅센터.
- 채서일 (1995). 마케팅. 서울: 학현사, pp.275-282.
- 최영숙 (1976). The self-rating anxiety scale에 의한 한국인 불안에 관한 연구. 중앙의학, 30(2), 235-244.
- 최일경 (1995). 혜택세분화와 인식도에 의한 진의류 브랜드 이미지 연구. 석사학위논문, 연세대학교 대학원.
- 최혜선 (1981). 의복행동과 사회적 안전감-불안감의 관계에 대한 연구: 서울시내의 여고생을 중심으로. 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원.
- 홍희숙 (1996). 상황과 소비자 특성에 의한 의류제품 혜택 세분화 연구. 박사학위논문, 연세대학교 대학원.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: The Free Press, pp.118-120.
- Huddleston, P. & Cassill, N. L. (1990). Female consumer's brand orientation: The influence of quality and demographics. *Home Economics Research Journal*,

- 8(3). 255-262.
- Humphrey, C., Klaasen, M., & Creekmore, A. M. (1971). Clothing and self-concept of adolescents. *Journal of Home Economics*, 63(4), 246-250.
 - Hurlock, E. B. (1973). *Adolescent development*. 4th ed., Tokyo: Tata McGraw-Hill Kogakusha Ltd., p.168.
 - Jenkins M. C., & Dickey, L. E. (1976). Consumer types based on evaluative criteria underlying clothing decision. *Home Economics Research Journal*, 4(3), 150-162.
 - Lapitsky, M. (1961). Clothing values and their relation to general values and to social security. Doctoral dissertation. The Pennsylvania State University.
 - Morganosky, M. (1984). Aesthetic and utilitarian qualities of clothing: Use of multidimensional clothing value model. *Home Economics Research Journal*, 13, 12~20.
 - Morganosky, M. A.(1987). Aesthetic, function, and fashion consumer values: relationships to other values and demographics. *Clothing and Textiles Research Journal*, 6(1), 15-19.
 - Peter, J. P., & Olson, J. C. (1987). *Consumer behavior: Marketing strategy perspectives*. Homewood, IL.: Irwin.
 - Roach, M. E. (1969). Adolescent dress understanding the issues. *Journal of Home Economics*, 61(9), 693~697.
 - Rosenfeld, L. B., & Plax, T. G. (1997). Clothing as communication. *Journal of communication*, 27(2), 24-31.
 - Shim, S., & Bickle, M. C. (1994). Benefit segments of female apparel market: Psychographics, hopping orientations, and demographics. *Clothing and Textiles Research Journal*, 12(2), 1-12.
 - Spielberger, C. D. (1972). *Anxiety and behavior*. New York : Academic Press, p.23.