

## 라이프스타일이 의복스타일 이미지평가와 선택에 미치는 영향

### The Effect of Women's Life-Style on Image Evaluation and Selection in Clothing Styles

계명대학교 의류학과  
류숙희·김보연

Dept. of Clothing and Textiles, Keimyung University  
**Sook-Hee Ryoo · Bo-Yeun Kim**  
(2001. 7. 20 접수)

#### Abstract

The purpose of this study is to investigate the influence of women's life-style on image evaluation of clothing styles, and on their selection of clothing styles by situations. The subject of investigation was 441 women above 20 living in Daegu. 6 types of clothing styles including classic, casual, elegant, dramatic, romantic, and mannish and 7 social situations including shopping near house, shopping in a busy street, cultural center, wedding ceremony, eating out, alumni meeting or fraternity meeting, and couples meeting were used for this study. Data analysis was performed using SPSS package, which included factor analysis, reliability test, cluster analysis, frequency, percentage, ANOVA, and  $\chi^2$ -test.

The results are summarized as follows;

1. Adult women could be classified into 5 groups including activist, in-activist, the leisured well-off, the wholesomely economical, and the appearance showing-off by their life-styles.
2. The clothing image according to the 6 clothing styles was different. In the image evaluation of each clothing style by life-style groups, in-active group thought classic style most functional and leisured well-off group, mannish style. Elegant style and dramatic style were estimated positively by the leisured well-off and the appearance showing-off.
3. Selection of clothing style differed according to situations. More formal the situation was, more formal style tended to be selected and for less formal situation, active and mannish style was selected.

**Key words:** life style, clothing image, wearing situation; 라이프스타일, 의복 이미지, 의복 착용 상황

#### I. 서 론

의복은 복잡한 사회 속에서 단순히 외적인 표현만을 하는 것이 아니라 자아표현의 수단인 동시에 비언어적 상징으로서 의사를 전달하는 무언의 언어로 이

용된다. 즉 사람들은 의복을 통해 자기를 나타내며 동시에 다른 사람을 지각하고 평가하게 되는데 이러한 의복의 역할은 현대사회에 와서 더욱 강조되었다.

의복 선택은 개인의 생활패턴으로부터 영향을 많이 받는 소비자 행동 중의 하나이다. Engel 등(1986)의 의사결정모델에 의하면 소비자 의사결정 과정에 영향을

주는 세 변인(개인적 특성, 사회적 영향, 상황적 영향) 중에 개인적 특성의 변인으로서 동기, 가치관, 성격과 함께 라이프스타일이 제시되고 있다. 특히 의복구매는 착용자의 라이프스타일에 의해 많은 영향을 받는다고 할 수 있다.

라이프스타일이란 사람들이 살아가며 시간과 돈을 소비하는 모든 양식을 뜻하며, 1960년경 소비자행동 연구에 도입되어 점차 중요해진 개념이다. 그 이유는 현대인의 생활이 다양하게 전환되어감에 따라 각 개인을 복합적인 생활의 주체로 이해해야 하기 때문이라고 할 수 있다(임경복, 1991). 따라서 의복에 대한 태도를 인간생활의 한 영역으로 볼 때 의복은 개인의 라이프스타일을 나타내는 하나의 수단으로 볼 수 있다. 실제로 1980년대 이후의 라이프스타일과 의복 관련 연구(박진범, 1986; 원선, 1987; 손미영, 1988; 김미영, 1989; 이은실, 1994)에서 라이프스타일은 다양한 의복행동과 밀접한 관련이 있는 것으로 나타났다. 그러나 대부분의 선행연구는 의복행동 변인과 관련시켜 마케팅 측면으로 연구하였으며 의복디자인이나 이미지의 선호도와 관련시킨 연구는 그다지 이루어지지 않았다. 또한 대부분의 연구가 제시된 의복없이 양극화된 형용사상으로 구성된 질문지만을 제시하여 의복이 전달하는 이미지의 선호도를 측정하였으므로 구체적인 의복형태에 대한 이미지를 조사하는 것이 필요하다.

따라서 본 연구에서는 성인 여성을 대상으로 하여 라이프스타일에 따른 의복스타일 이미지평가와 상황별 착용 의복스타일의 차이를 규명함으로써 의류학분야에서 의복디자인 선호도를 이해할 수 있는 기초자료를 제공하며 의류산업체에 라이프스타일에 따른 의류상품개발에 활용할 수 있는 실증적 자료를 제공하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 라이프스타일과 의복

라이프스타일이란 용어는 원래 사회학자인 Weber에 의해 처음 사용된 개념으로 그 뜻은 소비패턴의 단면을 나타내는 것이었다. 그 후 라이프스타일의 개념은 사회학자 내지 심리학자들 사이에 서로 다른 뉘앙

스로 사용되었지만 그 가운데 공통된 의미는 개인 혹은 집단의 통합양식과 독자성, 창의성, 가치의식, 목표지향성이며, 개인의 기호선흐(taste preference)와 상응하는 선택을 통하여 스스로의 생활을 능동적, 주체적으로 형성하려는 행동의 주체성이 그 속에 암시되어 있다(오상락, 1981). Lazer(1971)는 라이프스타일을 사회 전체 또는 사회 일부계층의 차별적이고 특징적인 생활양식(the mode of living)과 문화, 자원, 상징, 인가(licence) 및 규약(sanction)과 같은 제요소의 총체로 규정하였으며 Engel 등(1986)은 생활하는 사람들의 시간과 돈을 사용하는 패턴으로 라이프스타일을 정의하였고, 또한 문화, 사회계층, 준거집단 및 가족 등의 영향을 받아 개인이 습득한 것이지만 구체적으로는 개인의 가치체계나 개성의 파생물이라 하였다. 따라서 라이프스타일은 가치관, 개성과 상당한 의미 중복이 있으며 개성의 영향과 개인에 의해 내면화된 사회적 가치를 결합한 파생개념으로 생각할 수 있다.

라이프스타일은 개인의 의복행동을 설명하는데 중요한 개념으로 인식되어 의류학 연구에서도 라이프스타일 개념이 적용되어 발전되어 왔다. 원선(1987)은 20·30대의 여성 소비자를 의복의 변인에 의해 세분화 한 후 각 유형별 라이프스타일의 차이를 살펴보았는데 의복의 심미성과 유행에 관심이 많은 혁신적 심미추구형은 사회활동, 문화활동 등에 적극적으로 참여하며 모험심이 강하고 지도자의 역할을 하며 서구적이고 물질지향적인 생활을 하는 것으로 나타났다. 상표 및 의복의 신분상징성에 관심이 많은 브랜드·신분상징인지형 집단도 사교활동에 많이 참여하고 상표에 대한 조언을 해주며 다른 사람의 평가에 신경을 쓰는 것으로 나타났다. 반면 의복에 무관심한 집단은 사회참여와 문화활동이 적고 지도자의 역할에도 관심이 낮으며 현대적이고 물질지향적인 성향도 낮게 나타났다. 임경복(1991)은 여대생을 대상으로 라이프스타일 유형별 특성을 살펴보았는데 유행추구형은 의복과 유행에 관심이 많고 의복의 심미성을 중요시하는 반면에 가정지향형과 보수알뜰형은 의복의 품질을 중요시하는 것으로 나타났으며 의부지향형은 의복에 관심이 적은 것으로 나타났다. 이은실(1994)의 노년기 여성의 라이프스타일 유형별 특성 연구에서는 자신감이 있고

여가활동을 중시하는 외부활동형과 가사관심과 공동체의식이 높은 가사관심 및 적극적 생활형은 의복관심과 의복 상징성에 높게 관여하는 것으로 나타났으며 소극정체형은 낮게 나타났다.

이상에서 라이프스타일은 개인의 독특한 성향을 나타내어 소비자의 의생활에 영향을 미치는 특성임을 알 수 있다.

## 2. 의복이미지

의복에 대한 시각적 느낌의 객관적 측정에는 Osgood이 발전시켜 온 의미미분척도가 주로 사용되어져 왔으며 이미지 구성 요인을 밝히는 데에도 사용되어지고 있다(홍병숙, 1988). 의미미분법은 수많은 개념들의 의미를 적절하게 표현한 형용사와 그와 반대적인 뜻을 지닌 형용사가 쌍을 이루어 구성되어져 있으며 이 각각의 형용사들을 요인분석하여 그 구성요인을 결정하고 있다.

Delong과 Larntz(1980)는 5개의 여성복 사진에 대하여 56쌍의 형용사쌍으로 구성된 의미미분척도를 사용하여 평가한 결과 유행성, 활동성, 복잡성, 유용성, 역능성 요인으로 분류되었고, 홍병숙(1988)은 19개의 형용사쌍으로 구성된 의미미분척도를 사용하여 양장과 한복의 이미지를 비교하면서 양장의 구성 요인을 안정감이나 단정함, 고급하거나 독특함, 활동성이나 세련미, 산뜻하고 밝은 느낌의 4개의 요인으로 구성하였고, 한복에 대해서는 화려함이나 세련미, 안정감, 활동성, 우아함과 아름다움을 나타내는 4개의 요인으로 구성하였다. 이명희, 이미연(1995)은 의복이미지를 '수수한-화려한', '현대적-고전적', '여성적-남성적'의 3개 요인으로 분류하였으며 라이프스타일 유형에 따라 의복이미지 선호도에 차이를 보였다고 하였다. 전통보수형은 수수한 이미지, 고전적 이미지, 여성적 이미지를 선호하였으며 소극정체형은 고전적 이미지와 남성적 이미지를 선호하였고 적극적 생활형과 예술지향형은 화려한 이미지와 현대적 이미지를 선호하였다고 보고하였다. 유경숙(1996)은 의복이미지 선호를 '독특한-평범한', '고귀한-서민적인', '부드러운-딱딱한', '발랄한-점잖은'의 4개 요인으로 분류하였다. 연령과 의복이미지 선호와의 관계에서 10대가 가장 독특한 이

미지와 가장 발랄한 이미지를 선호하였으며, 연령이 높을수록 평범하고 점잖은 이미지를 선호하였고, 여성적인 집단이 남성적인 집단보다 부드러운 이미지를 선호한다고 하였다.

이상에서 살펴본 의복을 지각하는 수없이 많은 어휘들 가운데 '남성적-여성적' 이미지로 의복을 분류하고 있는 연구가 가장 많았으며 그 외 '캐주얼한-포멀한', '화려한-수수한(소박한)', '진보적-보수적', '단순한-장식적인', '독특한-평범한' 이미지 등으로 분류한 논문들이 다수였다.

## 3. 의복 착용상황

사회가 다양해지고 체계화되어 가면서 상황에 따라 적절한 의복을 입는 것은 매우 중요한 일이며, 나아가 의복은 성공적인 사회생활을 영위하는데 더욱 중요한 위치를 차지하게 되어 그 기능이 강화되고 있다. 특히 현대생활에 있어서 의복의 디자인, 색, 질감이 착용자 자신을 표현할 수 있어야 하지만, 의복의 구입 및 착용 의복을 결정하는데 있어 상황에의 적합성이 가장 중요하고, 사회적 관습에 의해 특수한 시기에 맞는 의복의 적합성이 확립되고 있다(박성은, 1993). 더욱이 특정한 사회 상황에 대한 의복의 기대 기준에 어긋날 경우 주위로부터 부정적인 반응을 얻게 되어 인상형성에 영향을 미칠 수 있다. 이 때 의복의 적절함과 적절하지 않음은 주로 문화적, 상황적 요인에 의해 결정된다(강혜원, 1984). 이처럼 의복에서의 상황적 요인이 중요시 되어감에 따라 1970년대 이후로 이에 대한 연구가 활발해졌다.

Furstenberg(1978)는 적절한 의복에 의해 얻어지는 첫인상은 사업과 사회적 성공에 큰 영향을 미친다고 하였으며 Hastie와 Widger(1976)은 여성의복에 대해서 남성적, 여성적 이미지와 정장과 평상복에 대한 느낌의 정도에 대해 상관관계를 산출한 결과 정장은 더 여성적인 것으로, 평상복은 더 남성적인 것으로 인지되었다. Sweat와 Zentner(1985)는 행동적 제약의 정도가 다른 상황별로 의복스타일의 선호관계를 연구하였다. 그 결과 낮은 사교적 상황에서는 로맨틱과 클래식, 보통의 직업상황에서는 내추럴과 클래식, 높은 직업적 상황에서는 클래식이 선호되었다. 이러한 선호를 자기표현적 관점에서 보면 사회적 상황에서는 전통성과

격식차림 정도가 다양하게 반영되었고, 직업적 상황에서는 경우에 따라 격식차림의 정도는 다양하지만 항상 전통성을 반영한다고 하였다. 황주란(1988)은 20·30대 여성을 대상으로 상황(일상적외출, 데이트, 직장면접, 결혼식참석)에 따라 선택되는 의복스타일과 개인의 스타일선호도와의 관련성을 연구하였고, 문미아, 박혜선(2000)은 남자 중·고등학생을 대상으로 의복 착용상황을 조사한 연구에서 이성친구와 만날 때를 포함한 변화가 쇼핑상황, 집근처 쇼핑, 학원, 도서관, 집안 등이 포함된 집 주변 상황, 그리고 축제 상황 등 3가지 유형으로 분류하였다.

### III. 연구방법

#### 1. 연구문제

본 연구의 목적을 규명하기 위하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

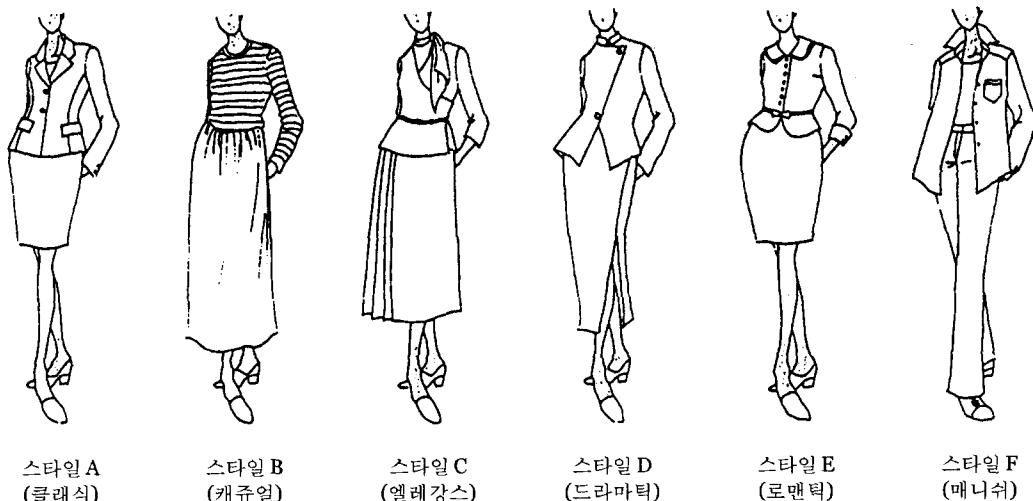
연구문제 1. 성인 여성의 라이프스타일 유형을 밝힌다.

연구문제 2. 라이프스타일 유형에 따른 의복스타일별 이미지 평가의 차이에 대해 알아본다.

연구문제 3. 라이프스타일 유형에 따른 상황별 의복스타일 선택의 차이에 대해 알아 본다.

#### 2. 측정도구

본 조사의 측정도구로는 질문지법을 이용하였으며, 질문지는 라이프스타일과 의복스타일(6가지)별 이미지 평가, 상황별 착용 의복스타일, 인구통계학적 특성에 관한 문항을 포함하였다. 라이프스타일은 김미영(1989), 윤정희(1992), 박진선(1995)의 선행연구에서 사용된 문항을 바탕으로 6개 영역의 총 39문항을 사용하였으며 '전혀 그렇지 않다'에 1점, '매우 그렇다'에 5점 을 주는 5단계 척도로 측정하였다. 그 내용 구성은 경제지향성, 외모지향성, 가정지향성, 자신감지향성, 여가 활용성, 사교활동성으로 하였다. 의복스타일 선정은 2000년도 여성 의류 브랜드 카다로그를 토대로 유행하는 스타일과 베이직한 스타일이 혼합된 50개의 의복스타일을 의류학 전공자 30명에게 제시하여 6가지 의복스타일로 나누었으며 각 스타일 중 이미지를 가장 잘 나타낼 수 있다고 평가된 그림을 하나씩 선정하였으며 (그림 1) 이미지평가는 나영은(1992), 김양진(1996), 김현주(1996)의 선행연구와 예비조사를 통하여 선택한 15쌍의 형용사를 7점 척도로 측정하였다. 의복착용상황은 황주란(1988), 김미영(1989), 이은숙(1998)의 연구를 바탕으로 조사대상자 대부분이 접하는 일반적인 상황이면서 의복행동에 차이를 가져올 것이라고 예측되



[그림 1] 의복스타일

는 7가지 사회적 상황을 선택하였으며 마지막으로 인구통계학적 특성에 관한 5가지 문항을 제시하였다.

### 3. 연구대상 및 자료수집

본 연구의 조사 대상자는 대구 지역에 거주하는 20대 이상의 성인 여성으로 임의추출에 의해 표집되었고, 2000년 9월 25일부터 2000년 10월 10일에 걸쳐 조사를 실시하였다. 총 500부의 설문지를 배부하였으며 회수된 설문지 중 응답이 불성실한 것을 제외한 441부가 자료분석에 사용되었다. 연구 대상자의 일반적 특성은 <표 1>과 같다.

<표 1> 연구대상자의 인구통계학적 특성

속성		N(%)
연령	20대	162 (36.7)
	30대	137 (31.1)
	40대 · 50대	142 (32.2)
결혼여부	미혼	138 (31.3)
	기혼	303 (68.7)
직업	주부	160 (36.3)
	학생	50 (11.3)
	사무직 · 전문직	157 (35.6)
	생산 서비스직	74 (16.8)
교육정도	고졸이하	172 (39.0)
	대졸이상	269 (61.0)
경제수준	100만원이하	78 (17.7)
	100~200만원이하	178 (40.4)
	200~300만원이하	127 (28.8)
	300만원이상	58 (13.2)

### 4. 분석방법

본 연구의 자료분석은 SPSS package를 이용하여 요인분석, 군집분석, ANOVA, Scheffé test,  $\chi^2$ -test를 실시하였으며 요인의 신뢰도를 측정하기 위하여 Cronbach's  $\alpha$  값을 산출하였다.

## IV. 결과 및 고찰

### 1. 라이프스타일

#### 1) 라이프스타일의 요인분석

성인 여성의 라이프스타일을 분류하기 위해 39개의

라이프스타일 문항을 주성분 분석과 Varimax회전을 이용한 요인분석을 실시하였으며 그 결과는 <표 2>와 같다. 요인별 고유치와 전체변량의 비율을 살펴보면, 요인 1은 고유치가 5.65, 설명량은 18.1%로 성인 여성의 라이프스타일 개념을 구성하는 가장 중요한 요인으로 나타났으며, 요인 2는 고유치가 3.70, 설명량은 13.2%, 요인 3은 고유치가 2.28, 설명량은 11.1%로 나타났다. 요인 4는 고유치가 2.36, 설명량은 8.9%, 요인 5는 고유치가 1.68, 설명량은 7.2%로 나타났으며, 요인 6은 고유치가 1.57, 설명량은 6.9%로서 가장 낮은 설명량을 보인다. Cronbach's  $\alpha$ 값을 통한 신뢰도 계수는 .68 ~ .79으로 비교적 만족할만한 신뢰수준이었다.

요인 1은 가격을 고려한 상품선택, 계획된 지출, 절약생활 등에 관련된 문항으로 구성되어 있으므로 '경제지향성'이라 명명하였고, 요인 2는 화장, 미용, 패션 등 외모에 대한 관심을 나타내는 문항으로 구성되어 있으므로 '외모지향성'이라 명명하였다. 요인 3은 가정에 높은 가치를 두어 결혼, 자녀, 가사일에 관심을 나타내는 문항으로 구성되어 있으므로 '가정지향성'이라 명명하였고, 요인 4는 자신감, 개인적 능력, 성취욕구 등에 관련된 문항으로 구성되어 있으므로 '자신감지향성'이라 명명하였다. 요인 5는 문화, 스포츠, 취미 활동 등에 관한 문항으로 구성되어 있으므로 '여가활동성'이라 명명하였고, 요인 6은 사교적 성격과 친구, 동창회, 직장 등의 모임 참여에 관한 문항으로 구성되어 있으므로 '사교활동성'이라 명명하였다.

#### 2) 라이프스타일 차원에 따른 집단의 유형화

조사 대상자들이 갖고 있는 라이프스타일의 유사성을 바탕으로 조사 대상자들을 동질적인 집단으로 묶어주기 위해 요인분석에서 얻어진 6개 차원에 대한 요인점수를 이용하여 군집분석을 실시한 결과 5개의 집단을 선정하는 것이 각 집단내의 특성을 가장 잘 표현하는 것으로 나타났다. 각 요인의 평균점수와 ANOVA 및 Scheffé test 결과를 <표 3>에서 나타내었다.

집단 1은 여가활용성 요인을 제외한 대부분의 요인에 대해 긍정적인 반응을 보이는 집단으로 특히 자신감지향성 요인이 다른 집단에 비해 높게 나타나 '적극 사고형'이라 명명하였고, 집단 2는 모든 요인에 대해

〈표 2〉 라이프스타일의 요인분석

요인	문항	요인 부하량	고유치	설명량 (%)	Cronbach's $\alpha$
경제지향성	-작은 상품이라도 가격을 살펴본다. -가격 할인 광고를 잘 살펴보는 편이다. -나는 저축하는 것을 좋아한다. -재산을 늘리기 위해서 특별한 일은 못하지만 근검절약하며 산다. -정보를 모아서 상품에 대한 비교를 해 본 후 물건을 산다. -가사일을 손수함으로써 가계비를 절약하려 한다. -나는 짜여진 예산하에서만 지출을 한다. -집안살림을 잘하는 것은 살아가는데 아주 가치있는 일이다. -약간 보수적인 취향과 습관을 가지고 있다.	.77 .66 .66 .64 .64 .61 .54 .50 .39			
외모지향성	-외모를 꾸미는 것은 나의 생활과 활동에서 중요한 부분이다. -나는 외모나 미용에 관심이 많다. -나는 패션 잡지를 주로 본다. -화장은 아름다움의 창조라고 본다. -나는 내가 멋쟁이라고 생각한다. -나는 사람들에게 어떤 상표를 사야하는지에 대해 이야기를 해 주는 경우가 많다. -물건이 얼마나 실용적인가 보다는 미적인가에 관심이 많다. -나에 대한 다른 사람의 평가에 신경을 쓴다.	.83 .74 .70 .66 .65 .46 .43 .43			
가정지향성	-인생에서 최고의 즐거움은 결혼하여 자녀를 양육하는 것이다. -남편과 자녀를 통해 여성 자신의 성취욕구를 만족시킬 수 있다. -집안의 중요한 일은 가장이 결정해야 한다고 생각한다. -남편은 밖에서 일하고 부인은 집에서 살림하는 것이 이상적이다. -가사일은 나의 적성에 잘 맞는다. -남편도 가정에 돌아와서는 주부와 함께 가사를 돌보아야 한다. -앞으로 여성은 자기의 일을 갖는 것이 좋다.	.65 .63 .61 .59 .51 .48 .45			
자신감지향성	-나는 모든 일에 항상 자신감을 갖고 있다. -나는 여러 방면에 걸쳐 능력이 있다고 스스로 믿고 있다. -나는 대부분의 사람들보다 독립적이다. -나는 마음먹은 일이면 꼭 해내고야 만다. -나는 모임에서 중심적인 역할을 하는 편이다.	.75 .75 .73 .64 .45	2.28	11.1	.71
여가활용성	-음악회, 전시회, 연극 등을 남보다 자주 가는 편이다. -테니스, 볼링, 골프 등 기타 스포츠 활동을 자주 즐겨 한다. -나는 믿을 수 있는 친구가 많다. -나는 가족과 함께 외식이나 소풍을 자주 간다. -나는 집안에 소품을 손수 만드는 편이다. -돈보다 여가생활을 원한다.	.62 .62 .50 .42 .41 .39		7.2	.68
사교활동성	-나는 많은 사람과 사귀며 여러 대화를 나누는 것을 좋아한다. -유머와 오락이 없는 인생은 지루하다고 생각한다. -친구, 동창회, 직장 등의 모임에는 적극 참여한다. -손님을 초대해서 모임을 갖는 것을 좋아한다.	.61 .54 .53 .49	1.57	6.9	.69

〈표 3〉 군집분석에 의한 라이프스타일 차원의 평균점수와 집단간의 순위

라이프스타일	집단					F 값
	적극사고형	소극침체형	가족중심형	건전절약형	외모과시형	
경제지향성	.5471 b	-.6596 d	-.0425 c	.9646 a	-.5214 d	55.94***
외모지향성	.0477 b	-.6858 d	.0549 b	-.2100 c	1.1105 a	49.69***
가정지향성	.1419 b	-.1821 c	1.2028 a	-.6295 d	-.6695 d	69.21***
자신감지향성	.6058 a	-.3950 c	.1406 b	-.3753 c	-.0268 b	16.79***
여가활용성	-.8241 d	-.0465 c	.5913 b	.8213 a	-.1968 c	46.86***
사교활동성	-.3976 b	-.4523 b	.4031 a	.3844 a	.4447 a	20.41***

\*\*\*p&lt;.01

a, b, c, d : Scheffé test 결과 유의한 차이가 나타나는 집단간의 비교

관심이 낮으므로 '소극침체형'이라 명명하였다. 집단 3은 가정의 행복을 중시하며 경제적으로 안정된 집단으로 '가족중심형'이라 명명하였고, 집단 4는 절약적 경제의식이 다른 집단에 비해 높게 나타났으며 여가활용과 사교활동 참여에 적극적이어서 '건전절약형'이라 명명하였다. 집단 5는 외모에 관심이 많고 사교활동에 적극적이지만 경제지향성은 다른 집단에 비해 낮게 나타나 '외모과시형'이라 명명하였다.

각 라이프스타일 집단별 구성비율을 보면 적극사고형이 88명으로 22.9%, 소극침체형이 101명으로 26.2%, 가족중심형이 72명으로 18.7%, 건전절약형이 58명으로 15.1%, 외모과시형이 66명으로 17.1%로 나타났다.

## 2. 의복스타일별 이미지평가

### 1) 의복이미지 평가 요인

본 연구에 사용된 6가지 의복스타일에 대한 이미지를 분류하기 위해 주성분 분석과 Varimax회전을 이용한 요인분석을 실시하였다. 최종 14문항이 분석에 사용되었고 그 결과는 〈표 4〉와 같이 대담성, 활동성, 매력성, 성숙성의 4개 요인이 도출되었으며 요인별 신뢰도는 .58~.82의 신뢰수준을 보이는 것으로 나타났다.

### 2) 라이프스타일 유형에 따른 의복스타일별 이미지 성인 여성의 각 의복스타일에서 받는 이미지에 차

〈표 4〉 의복이미지의 요인분석

요인	문항	요인 부하량	고유치	설명량 (%)	Cronbach's <i>α</i>
대담성	개방적인—보수적인	.74			
	대담한—조심성 있는	.66			
	소극적인—적극적인	-.65			
	동조적인—개성적인	-.61			
	화려한—수수한	.59			
	독특한—평범한	.58			
활동성	형식을 존중하는—편안함을 추구하는	-.79			
	발랄한—점잖은	.72			
	포멀한—캐주얼한	-.59			
	남성적인—여성적인	.52			
매력성	멋없는—멋 있는	-.80			
	세련된—소박한	.70			
	시대감각이 있는—시대에 뒤떨어진	.66			
성숙성	성숙해 보이는—어리게 보이는	.77	1.14	6.1	.58

〈표 5〉 의복이미지 평가

요인	의복스타일						F값
	A	B	C	D	E	F	
대담성	.65 e	.32 d	-.12 c	-.34 b	.25 d	-.71 a	122.93***
활동성	.82 f	-.66 b	.37 d	-.33 c	.60 e	-.78 a	305.56***
매력성	-.20 c	.92 d	-.69 a	-.69 a	-.29 b	.96 d	437.76***
성숙성	-.31 a	.19 c	-.39 a	-.44 a	.98 d	-.05 b	156.28***

\*\*\*p&lt;.01

a, b, c, d, e : Scheffé test 결과 유의한 차이가 나타나는 집단간의 비교

A: 클래식 B: 캐주얼 C: 엘레강스 D: 드라마틱 E: 로맨틱 F: 매니쉬

이가 있는지 알아보기 위하여 전체 의복스타일에 대한 4개 차원의 요인점수를 이용하여 ANOVA와 Scheffé test를 실시하였으며 그 결과를 〈표 5〉에서 제시하였다. 점수가 낮을수록 요인 1에서는 대담한 경향을, 요인 2에서는 활동적인 경향을, 요인 3에서는 매력적인 경향을, 요인 4에서는 성숙한 경향을 나타내는 것을 의미한다.

대담성 점수는 클래식한 스타일이 가장 높고 매니쉬한 스타일이 가장 낮았으며, 활동성 점수는 클래식한 스타일이 가장 높고 매니쉬한 스타일이 가장 낮았다. 매력성 점수는 캐주얼한 스타일과 매니쉬한 스타일이 높고 엘레강스한 스타일과 드라마틱한 스타일이 낮았으며, 성숙성 점수는 로맨틱한 스타일이 가장 높고 드라마틱한 스타일, 엘레강스한 스타일, 클래식한 스타일이 낮았다.

따라서 의복스타일별 이미지를 종합해보면, 클래식한 스타일은 성숙하고 형식적이며 조심성 있는 이미지를 갖는 것으로 나타났다. 캐주얼한 스타일은 매우 활동적이지만 매력적이지 않은 것으로 나타났으며, 엘레강스한 스타일은 다른 스타일에 비해 매력적이면서 성숙해 보이는 것으로 나타났다. 드라마틱한 스타일은 아주 매력적이면서 성숙해 보이며 대담하고 어느 정도 활동성을 지닌 이미지로 나타났다. 로맨틱한 스타일은 매력적이고 어리게 보이며, 매니쉬한 스타일은 아주 대담하고 활동적이지만 매력적이지 않은 것으로 나타났다.

이상의 결과는 의복의 종류 및 조합에 따라 의복의 의미가 달리 평가되었다는 Gibbins와 Schneidder(1985)의 연구결과와 의복의 유형에 따라 착용자의 인상이

다르게 지각되었다는 Houliff(1954)의 연구결과를 지지하며 의복 유형이 착용자의 인상에 영향을 미친다는 Hamid(1969)의 연구결과와도 같은 맥락으로 볼 수 있겠다.

각 의복스타일내에서 라이프스타일 유형에 따른 의복이미지 평가에 차이가 있는지 알아보기 위하여 ANOVA를 실시하였으며 결과는 〈표 6〉에서 제시하였다. 클래식한 스타일은 활동성과 성숙성에서 유의한 차이를 보였는데 활동성 점수는 소극침체형이 가장 낮았고, 성숙성 점수는 가족중심형이 가장 낮았다. 엘레강스한 스타일과 드라마틱한 스타일은 성숙성에서만 유의한 차이를 보였는데 성숙성 점수는 가족중심형과 외모과시형이 가장 낮았다. 매니쉬한 스타일에서는 활동성과 성숙성에서 유의한 차이를 보였으며 활동성과 성숙성 점수는 가족중심형이 가장 낮았다. 캐주얼한 스타일과 로맨틱한 스타일은 유의한 차이가 나타나지 않았다.

즉 클래식한 스타일에서는 소극침체형이 가장 활동적이라고 평가하였으며 가족중심형이 가장 성숙해 보인다고 평가하였다. 엘레강스한 스타일과 드라마틱한 스타일에서는 가족중심형과 외모과시형이 성숙해 보인다고 평가하였으며 매니쉬한 스타일에서는 가족중심형이 가장 활동적이라고 평가하여 라이프스타일 유형에 따른 의복이미지 평가는 부분적으로 차이가 있다는 것을 알 수 있다. 이러한 평가의 차이는 의복이 비언어적 상징으로서 대인지각의 기본형태에 영향을 준다는 박성운(1993)의 연구결과를 지지한다.

〈표 6〉 라이프스타일 유형에 따른 의복이미지 평가

		적극사고형	소극침체형	가족중심형	건전절약형	외모과시형	F 값
A	대담성	.71	.48	.75	.72	.83	1.84
	활동성	.81 ab	.62 a	.86 ab	.99 b	.94 ab	2.36*
	매력성	-.08	-.21	-.19	-.19	-.31	1.24
	성숙성	-.37 ab	-.06 b	-.54 a	-.40 ab	-.29 ab	3.82***
B	대담성	.47	.22	.28	.30	.13	1.24
	활동성	-.66	-.51	-.72	-.77	-.82	1.89
	매력성	.91	.90	1.04	1.09	.87	1.33
	성숙성	.16	.08	.23	.11	.28	.46
C	대담성	-.08	-.19	-.02	-.15	-.13	.44
	활동성	.41	.26	.42	.55	.35	1.16
	매력성	-.79	-.57	-.74	-.80	-.70	1.31
	성숙성	-.45 ab	-.12 b	-.57 a	-.48 ab	-.53 a	4.30***
D	대담성	-.36	-.35	-.21	-.48	-.26	.92
	활동성	-.37	-.24	-.25	-.29	-.39	.53
	매력성	-.72	-.66	-.69	-.80	-.71	.33
	성숙성	-.33 ab	-.26 b	-.64 a	-.37 ab	-.67 a	4.45***
E	대담성	.21	.22	.30	.29	.28	.15
	활동성	.62	.59	.45	.75	.73	1.62
	매력성	-.27	-.25	-.29	-.39	-.35	.56
	성숙성	.99	.96	.88	1.20	1.08	1.11
F	대담성	-.64	-.66	-.84	-.80	-.75	.72
	활동성	-.79 ab	-.68 b	-.98 a	-.88 ab	-.76 ab	1.99*
	매력성	.87	1.08	1.00	.97	1.13	1.08
	성숙성	-.07 ab	.06 ab	-.32 a	.10 b	-.03 ab	2.71**

\*p&lt;.1 \*\*p&lt;.05 \*\*\*p&lt;.01

a, b : Scheffé test 결과 유의한 차이가 나타나는 집단간의 비교

A: 클래식 B: 캐주얼 C: 엘레강스 D: 드라마틱 E: 로맨틱 F: 매니쉬

### 3. 라이프스타일 유형에 따른 상황별 의복스타일 선택

라이프스타일 유형에 따라 선택하는 상황별 의복스타일에 차이가 있는지 알아보기 위하여  $\chi^2$ -test를 실시하였으며 그 결과 변화가 쇼핑시, 가족간의 외식시, 동창회나 계모임시 선택하는 의복스타일에 유의한 차이가 나타났으며 집근처 쇼핑시, 문화센터 이용시, 결혼식 참석시, 부부동반 모임시에는 유의한 차이가 나타나지 않았다.

〈표 7〉에 제시된 바와 같이 라이프스타일 유형에 따른 변화가 쇼핑시 적극사고형은 클래식한 스타일과

매니쉬한 스타일을 선택한 사람들이 기대보다 많았으며, 소극침체형은 매니쉬한 스타일을 선택한 사람들이 기대보다 많았다. 가족중심형과 건전절약형은 엘레강스한 스타일을, 외모과시형은 엘레강스, 드라마틱, 매니쉬한 스타일을 선택한 사람들이 기대보다 많았다. 가족과의 외식시 적극사고형은 엘레강스한 스타일을 선택한 사람들이 기대보다 많았으며, 소극침체형과 가족중심형은 캐주얼한 스타일을 선택한 사람들이 기대보다 많았다. 건전절약형은 매니쉬한 스타일을, 외모과시형은 클래식한 스타일을 선택한 사람들이 기대보다 많았다. 동창회나 계모임시 적극사고형은 클래식한 스타일을, 건전절약형은 매니쉬한 스

〈표 7〉 라이프스타일 유형에 따른 상황별 선호 의복스타일 ( ): 기대치

	A	B	C	D	E	F	전체
변화가 쇼핑	적극사고형	22(14.5)	5(3.9)	17(20.4)	7(6.1)	6(5.9)	30(36.1)
	소극침체형	10(16.9)	5(4.5)	19(23.7)	5(7.1)	7(6.9)	55(41.9)
	가족중심형	13(11.9)	3(3.2)	13(16.7)	3(5.0)	8(4.8)	31(29.5)
	건전절약형	11(9.7)	2(2.6)	20(13.6)	1(4.1)	1(3.9)	23(24.1)
	외모과시형	8(11.0)	2(2.9)	21(15.5)	11(4.7)	4(4.5)	20(27.4)
	$\chi^2$				39.97**		
외식	적극사고형	7(7.4)	12(17.7)	22(14.6)	0(2.5)	10(9.7)	35(34.1)
	소극침체형	10(8.7)	27(20.8)	12(17.1)	3(2.9)	8(11.3)	41(40.1)
	가족중심형	3(6.2)	18(14.9)	11(12.2)	0(2.1)	10(8.1)	30(28.6)
	건전절약형	3(5.0)	12(12.0)	9(9.8)	2(1.7)	6(6.5)	26(23.0)
	외모과시형	10(5.7)	10(13.6)	11(11.2)	6(1.9)	9(7.4)	20(26.2)
	$\chi^2$				34.04**		
동창회 계모임	적극사고형	26(16.0)	2(2.1)	19(22.5)	12(15.1)	6(10.5)	23(21.8)
	소극침체형	16(18.4)	3(2.4)	28(25.8)	15(17.4)	15(12.1)	24(25.0)
	가족중심형	11(13.1)	4(1.7)	15(18.4)	11(12.4)	13(8.6)	18(17.8)
	건전절약형	8(10.6)	0(1.4)	17(14.8)	9(10.0)	2(6.9)	22(14.3)
	외모과시형	9(11.8)	0(1.5)	19(16.6)	19(11.2)	10(7.8)	8(16.1)
	$\chi^2$				40.37***		

\*\*p&lt;.05 \*\*\*p&lt;.01

타일을 선택한 사람들이 기대보다 많았으며, 외모과시형은 드라마틱한 스타일을 선택한 사람들이 기대보다 많았다.

이것을 종합해 보면, 변화가 쇼핑시 전반적으로 매니쉬한 스타일을 많이 선택하였고, 특히 적극사고형과 가족중심형은 다른 유형에 비해 클래식한 스타일을 많이 선택하였으며, 소극침체형은 매니쉬한 스타일을, 건전절약형과 외모과시형은 엘레강스한 스타일을 많이 선택하였다. 가족과의 외식시 적극사고형과 외모과시형은 다른 유형에 비해 엘레강스한 스타일을 많이 선택하였으며 소극침체형, 가족중심형, 건전절약형은 캐주얼한 스타일을 많이 선택하였다. 동창회나 계모임시 적극사고형은 클래식한 스타일을 가장 많이 선택하였으며 소극침체형은 엘레강스한 스타일을 가장 많이 선택하였다. 가족중심형과 건전절약형은 매니쉬한 스타일을 가장 많이 선택하였으며 외모과시형은 엘레강스한 스타일과 드라마틱한 스타일을 많이 선택하였다. 이는 단정한, 세련된, 지적인, 분위기 있는 이미지는 상황에 따른 차이없이 전반적으로 추

구되는 이미지이며, 결혼식 상황에서는 세련된, 지적인, 고급스런, 분위기있는, 우아한, 단정한, 여성적인, 성숙한 이미지를 표현하고 싶어하며 반면 캐주얼한 이미지는 추구되지 않고, 모임 참석 상황에서는 세련된, 지적인, 분위기있는, 단정한, 고급스런, 우아한 이미지를 많이 표현한다는 오정선, 이은영(1998)의 연구 결과와 비슷하며 의복 선택이 개인의 라이프스타일로부터 많은 영향을 받는다는 Engel 등(1986)의 의사결정 모델을 지지한다.

## V. 결 론

본 연구는 성인 여성을 대상으로 라이프스타일에 따른 의복이미지평가와 상황별 의복스타일 선택의 차이에 대해 알아보고자 하였다. 본 연구에 사용된 6가지 의복스타일은 클래식, 캐주얼, 엘레강스, 드라마틱, 로맨틱, 매니쉬였고, 7가지 사회적 상황은 집근처 쇼핑, 변화가 쇼핑, 문화센터 이용, 결혼식 참석, 외식, 동창회나 계모임, 부부동반 모임시 였으며 그 결과를 요약

하면 다음과 같다.

첫째, 라이프스타일은 요인분석 결과 6개의 요인(경제지향성, 외모지향성, 가정지향성, 자신감지향성, 여가활용성, 사교활동성)이 추출되었고, 라이프스타일 유형에 따라 성인 여성은 적극사고형, 소극침체형, 가족중심형, 건전절약형, 외모과시형 집단으로 분류하였다.

둘째, 6가지 의복스타일에 대한 의복이미지는 요인 분석 결과 4개의 요인(대답성, 활동성, 매력성, 성숙성)이 추출되었으며, 각각의 의복이미지 평가에 차이가 있었다. 소극침체형은 클래식한 스타일을, 가족중심형은 매니쉬한 스타일을 가장 활동적이라고 평가하였으며 가족중심형과 외모과시형은 엘레강스한 스타일과 드라마틱한 스타일을 비교적 긍정적으로 평가하였다.

셋째, 상황별 의복선택에 있어서 부분적으로 유의한 차이가 있었다. 격식을 갖춘 상황일수록 포멀한 스타일을, 격식의 정도가 약한 상황일수록 활동적이고 매니쉬한 스타일을 선택하였으며 라이프스타일 유형에 따라 특정한 이미지를 유지하고자 하는 집단과 착용상황에 따라 다양한 의복이미지를 추구하고자 하는 집단이 있었다.

이상의 결과에 의하면 각각의 상황에서 상대방의 라이프스타일과 같은 개인적 특성을 고려한 의복스타일을 선택하면 좋은 인상을 줄 수 있을 것이며 또한 의류산업체에서는 라이프스타일과 상황변수를 시장세분화, 상품개발, 광고 등 의류시장의 효과적인 마케팅 전략에 사용해야 할 것이다.

본 연구는 연구대상이 대구지역에 한정되었으며 자료수집이 임의표집에 의해 이루어졌기 때문에 연구결과의 확대적용에 신중을 기해야 할 것이다. 후속연구에서는 색상과 재질을 고려한 의복스타일에 대한 연구가 이루어져야 할 것이며, 상황에 대한 명확한 개념 확립과 의복에 관련된 다양한 상황변인에 대한 연구, 상황별 의복스타일 선택 기준에 대한 연구도 이루어져야 할 것으로 생각된다.

## 참 고 문 헌

강혜원(1984).『의상사회심리학』. 서울: 교문사.

김미영(1989). “생활양식유형과 의복평가기준에 관한 연구.” 서울대학교 박사학위논문.

김양진(1996). “유행의복 이미지가 개인의 자아개념과 의복 태도에 미치는 영향.” 연세대학교 박사학위논문.

나영은(1992). “의복 스타일 선호에 영향을 미치는 요인: 유사성과 친숙성을 중심으로.” 서울대학교 석사학위논문.

문미아·박혜선(2000). “남자 중·고등학생의 자기이미지와 의복추구이미지에 대한 연구.” 『한국의류학회지』, 24(5), 748-759.

박성은(1993). “의복이 대인지각에 미치는 영향에 관한 연구: 이대생의 캠퍼스 웨어를 중심으로.” 이화여자대학교 석사학위논문.

박은주(1992). “의복구매에 관련된 상황변수 연구: 의복착용상황, 커뮤니케이션상황, 구매상황을 중심으로.” 서울대학교 박사학위논문.

박진범(1986). “여성 외출복 구매자의 라이프스타일에 관한 연구: 서울 거주 여대생을 중심으로.” 이화여자대학교 석사학위논문.

박진선(1995). “생활양식과 구매유형에 관한 연구.” 계명대학교 석사학위논문.

손미영(1988). “여성기성복 구매행동에 영향을 미치는 라이프스타일 변수연구.” 서울대학교 석사학위논문.

오상락(1981). “라이프스타일과 마아케팅 전략.” 『현대경영』, 9, 88.

오정선·이은영(1998). “상황적 자기이미지에 의한 의류시장 세분화.” 『생활과학논집』, 23, 91-102.

원선(1987). “의복 변인에 의한 시장세분화 및 라이프스타일 변인과의 관련 연구.” 연세대학교 석사학위논문.

유경숙(1996). “성역할 정체감과 의복디자인 선호에 관한 연구.” 성신여자대학교 박사학위논문.

윤정희(1992). “라이프스타일에 따른 의류시장 세분화에 관한 연구.” 중앙대학교 석사학위논문.

이명희·이미연(1995). “의복이미지 선호도와 라이프스타일에 관한 연구: 30, 40대 기혼여성을 중심으로.” 『생활문화연구』, 9, 125-144.

이은숙(1998). “개인의 기질적 특성에 따른 의복행동의 차이 연구.” 『자연과학논문집』, 8(1), 97-112.

이은실(1994). “노년기 여성의 의복관여와 라이프스타일에

- 관한 연구.” 성신여자대학교 석사학위논문.
- 임경복(1991). “라이프스타일에 따른 의복시장 세분화에 관한 연구: 여대생의 시간소비 유형을 중심으로.” 서울대학교 석사학위논문.
- 홍병숙(1988). “의미분별법 척도법에 의한 양장과 한복의 이미지 비교평가.” 『한국의류학회지』, 12(3), 373-382.
- 황주란(1988). “상황별 의복선택에 관한 연구: 의복스타일과 평가기준을 중심으로.” 연세대학교 석사학위논문.
- Delong, M. R., and K. Larntz.(1980). “Measuring Visual Response to Clothing.” *Home Economics Research Journal*. 5(8), 281-293.
- Engel, J. F., et al.(1986). *Consumer Behavior*. New York: The Dryden Press. 35: 252-265.
- Furstenberg, E. V.(1978). *The Power Book*. New York: Fawcett Columbine.
- Gibbins, K., and A. Schnezder.(1985). “Meaning of Garment: Relation Between Impression of an Outfit and the Message Carried by Its Component.” *Perceptual and Motor Skills*. 51(1), 287-291.
- Hamid, P. N.(1969). “Changes in Person Perception as a Function of Dress.” *Perceptual and Motor Skills*. 29: 191-194.
- Hastie, R. T., and R. F. Widger.(1976). *New Insight into Meaning of Masculinity and Femininity in Dress*. ACPTC combined Proceedings, Georgia Center for Continuing Education, University of Georgia. 233-234.
- Hoult, T. F.(1954). “Experimental Measurement of Clothing as a Factor in Some Social Ratings of Selected American Men.” *American Sociological Review*. 19: 324-328.
- Lazer, W.(1971). *Marketing Management: A System Perspective*. New York: John Wiley and Sons, Inc. 483.
- Sweat, S. J., and M. A. Zentner.(1985). “Female Appearance Presentation: Gender Difference in Social Attribution and Situational Choice.” *Home Economics Research Journal*. 14(2), 175-18.