

대학생의 자아개념, 의복태도, 구매행동간의 상관 연구 -대구 지역을 중심으로-

류 숙 희[†]

계명대학교 패션대학 의류학전공 교수

A Study on Clothing Attitudes and Purchasing Behavior Relating to Self-Concept of College Students

Sook-Hee Ryoo[†]

Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Keimyung University

(2003. 9. 4. 접수 : 2003. 11. 15. 채택)

Abstract

The purpose of this study was to investigate the correlation between self-concept, clothing attitude and clothing buying behavior. The subjects used for the study were 300 male and female college students. The results of the study were as follows. The self-concept of subjects were identified four types(self-confident, positive to self, self-convinced and pessimistic). Self-confident type had the highest scores on self-concept and pessimistic type was the opposite. The clothing attitude was classified into 5 types(rational coordinative, clothing concerned, frugal, clothing showy and others conscious). Rational coordinative type and clothing concerned type were regarded more importantly than other types. The clothing buying behavior was emerged 5 types(economical, diffident, pleasure-seeking, impulsive and name-brand preferred). An economical efficiency was the most important factor in clothing buying behavior. The results of correlation between self-concept and clothing attitude showed that person who has more positive self-concept tends to have more interest and satisfaction toward clothing as well as tendency of showing off and rational coordination. The correlation between clothing attitude and clothing buying behavior showed that person who is more conscious to others tends to have more preference for name-brand products.

Key words: clothing attitude(의복태도), clothing buying behavior(의복구매행동), self-concept(자아개념).

I. 서 론

청년기는 정서적 성숙이 완성되지 않은 상태로 또래 집단에 대한 소속 열망이 높고 급속한 신체의 성장 발달, 사회성의 발달로 자신의 신체 및 외모에 대한 관심이 고조된다. 또한 사회적 활동이나 대인 관계에 적극적이 되며 이 시기의 사회적 측면의 자

아상은 한 개인의 성격 형성의 기반이 될 뿐 아니라 삶에 대한 긍정적 혹은 부정적 태도를 갖게 되는 점에서 중요하다. 한 개인에게 있어서 자아는 성격과 행위의 중심개념이며 개인이 갖는 자아개념은 항상 자신의 새로운 경험을 해석하기 위한 준거의 틀이 된다. 의복은 한 개인의 외모를 구성하는 요인으로 개인의 가장 가까운 물질환경이다. 의복은 개인의 소속, 신분, 역할 등의 사회적인 면과 함께 가치관,

[†] 교신저자 E-mail : ryoosh@kmu.ac.kr

자아개념, 성격 등과 같은 심리적인면도 반영하여 사회적 상호작용에 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다. 즉 의복은 개인의 심리적 경험과 밀접하게 관련되는 것으로 자신의 의복에 대한 만족도는 자기 자신에 대한 만족도나 긍정적 자아개념을 형성하는 것과 관계가 있다.

자아개념은 자신에 대한 태도인 동시에 생활의장에서 주변환경을 어떻게 느끼는가의 개념으로 구성된다¹⁾. 자아개념은 지속적으로 변화되는데 그 이유는 사회속에서 지속적으로 상호작용이 일어나면서 타인에게 받아들여지는 반응이 변화하고 이에 따라 스스로의 자아지각도 변화되기 때문이다.

선행연구에 의하면 김양진²⁾은 청소년들은 자신의 외모에 불만족하고 있으며 신체의 결함이나 불만감을 극복하기 위해 의복을 사용한다고 보고하였다. Miller³⁾ 등의 연구에서 자의식이 높은 청소년은 의복과 외모에 대한 관심이 더 큰 것으로 나타났다. 남녀대학생을 대상으로한 임경복⁴⁾의 연구에서는 여학생에 비해 남학생의 의복행동이 자아개념과 보다 밀접한 상관관계를 보인다고 하였다.

일반적으로 자신에 대한 만족도가 높거나 자아존중감이 높은 사람이 의복에 대한 만족감도 높은 것으로 나타났다. 특히 청년기에는 개인이 소속된 집단의 특성을 나타내는 형태의 의복을 착용하는 경향이 높아 다른 형태의 의복착용은 집단내에서의 소외감으로까지 발전하여 문제를 야기하기도 한다. 또한 개인에 있어서 긍정적 차원의 자아개념은 모든 일상적인 행동에 영향을 미쳐 특히 의복구매성향, 의복에 대한 관심도와 만족감에 영향을 준다.

의복태도에 대해 Sproles⁵⁾는 의복이나 의복착용과 관련한 특정상황에 대해 특정방법으로 행동하려는 기질이라 하였고 Holman⁶⁾에 의하면 의복구매는 이성적인 판단에 의해 합리적으로 이루어지기 보다 심리적으로 구매되고 소비되는 경향이라 하였다. 개인의 의복태도는 구매행동에 영향을 미치므로 의복태도를 살펴보고 그에 따른 구매행동을 알아보는 것은 의의가 있다고 할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 청년후기인 남·녀 대학생을 대상으로 자아개념, 의복구매태도, 의복구매행동을 파악하고 상호간의 관련성을 검증하여 의류소비 및 마케팅 활동에 기본자료를 제공하여 올바른 소비생활 유도과 소비자 만족을 증대시키고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 자아개념

자아개념은 인간의 신체적·정신적·사회적 요소로 구성된 결합적 구조를 이루고 있으며 성격형성에 가장 중요한 부분으로 간주된다⁷⁾. 즉 자아개념이란 내가 나라고 부를 수 있는 모든 답을 의미하는 것으로 자신을 둘러싼 여러 현상에 대한 개념이 모두 포함된다 할 것이다. Horn⁸⁾에 의하면 자아개념은 한 개인이 자기자신을 어떻게 지각하고 느끼고 평가하느냐 하는 것으로, 자아개념 구성 요인의 한 부분인 외모에 대한 지각 속에는 의복에 대한 인식이 포함된다. 그러므로 의복은 자아와 분리될 수 없으며 의복이 자신의 한 부분인 것처럼 작용한다.

자아개념과 의복과의 관계에 대한 연구로 송경자⁹⁾

- 1) C. S. Hall and G. Lindzen, *Theories of Personality*, 3rd. ed. (NY: John Wiley & Sons, 1978), p. 124.
- 2) 김양진, "의복 및 신체만족도와 학업성취도가 사회적 자아존중감에 미치는 영향," (연세대학교 대학원 석사학위논문, 1991), p. 61.
- 3) F. G. Miller, L. L. Davis & K. L. Rowold, "Public self-consciousness, social anxiety and attitudes toward the use of Clothing," *Home Economics Research Journal* Vol. 10 No. 4 (1982), p. 365.
- 4) 임경복, "인지적, 평가적 자아개념이 의복행동에 미치는 영향 -남녀대학생의 쇼핑동기, 의복관심, 의복만족도를 중심으로-," *한국의를학회지* 21권 4호 (1997), p. 746.
- 5) G. B. Sproles, *Fashion: Consumer Behavior toward Dress*, 송용섭·정혜영 역 (서울: 법문사, 1986), p. 218.
- 6) R. H. Holman, *Product as Communication: A Fresh Appraisal of a Venerable Topic* (NY, 1981), p. 13.
- 7) 이인자, *복식사회심리학*, 개정판 (서울: 수학사, 1992), p. 219.
- 8) J. Horn Marilyn, *The Second Skin: An Interdisciplinary Study of Clothing*, 2nd ed, (Boston: Houghton Mifflin Co., 1975), p. 22.
- 9) 송경자, "신체이미지, 자아존중감이 의복행동에 미치는 영향," (충남대학교 대학원 석사학위논문, 1999), p. 38.

는 남녀 대학생을 대상으로 한 연구에서 자아존중감에 따라 유행관심과 동조성에서 유의차를 나타내었고, 자아존중감이 높은 집단은 유행에 대한 관심과 동조행동이 적게 나타났다. 김순구 등¹⁰⁾은 남녀 고등학생을 대상으로 자아존중감이 의복행동에 미치는 영향을 알아본 결과, 여학생이 남학생보다 의복에 대한 흥미성, 심미성, 심리적 의존성, 신체적 편안감, 사회적 승인, 정숙성, 주의집중성이 높았다고 하였다. 정미실¹¹⁾의 연구에서는 자아개념이 긍정적일수록 개성, 경제성 위주의 의복구매행동을 나타내고 부정적일수록 동조성 위주의 의복구매행동을 나타낸다고 하였다.

Klassen, Humphrey와 Creekmorc¹²⁾는 남·녀 고등학생을 대상으로 한 연구에서 남녀 모두 자아존중감이 높은 학생들이 의복의 심미성을 중요시하고 의복을 타인의 주의를 끌기 위한 수단으로 사용한다고 하였다. 또한 여고생의 경우 자아개념이 높을수록 의복에 대한 관심이 높고 관리능력이 좋은 것으로 나타났다. 김순구·박정순¹³⁾의 성인남녀를 대상으로 한 연구에서는 자아존중감이 높을수록 의복 관리성은 높아지고 의복의 동조성, 정숙성 및 심리적 의존성은 낮아진다고 하였다. 이상희¹⁴⁾는 남·여 고등학생의 자아개념은 남·여가 같은 점수를 보였으나 의복관심도는 여학생이 남학생보다 높았고, 동조성은 남학생이 더 높았다고 밝혔다. 진효정 등¹⁵⁾의 대학생을 대상으로 한 연구에서는 자아개념이 낮을수록 의

복에서는 동조행동이 많이 일어나는 것으로 조사되어 자아개념이 긍정적일수록 동조행동을 덜 하는 것으로 나타났다. 대학생을 대상으로 한 고에란·심정은¹⁶⁾의 연구에서는 자아존중감이 높을수록 다른사람의 의복에 동조하려는 경향을 보였으며 자신에 대한 평가가 긍정적일수록 의복을 과시적으로 사용하는 경향은 적었다.

2. 의복태도

의복태도는 의복을 선택하고 착용하는 행위에서 나타나는 관심과 중요성 등 다차원적 개념이며, 의복의 선택, 구매시 의복에 대한 개인적인 관여 정도를 통해 나타난다. 이에 강혜원과 이은미¹⁷⁾는 "의복에 대한 태도, 신념, 지식과 주위를 기울이는 정도, 자신의 의복이나 타인이 착용한 의복에 대한 관심과 호기심 등을 포함한다"고 하였다.

Rosenberg와 Hovland¹⁸⁾는 의복태도가 감정적, 인지적, 행동적 세가지 요소로 이루어짐을 설명하였다. 감정적 요소는 상표에 대한 소비자의 전반적인 감정 즉 좋아함, 좋아하지 않음을 나타내며, 인지적 요소는 지각적·신념요소라고도 하며 이는 대상에 대한 소비자의 신념과 지각을 나타낸다. 행동적 요소 또는 의도요소는 대상과 관련하여 개인이 어떤 행동을 할 것이라 여겨지는 기대수준의 총체를 의미한다.

McNeal¹⁹⁾은 소비자 행동의 유형은 나이가 증가할

- 11) 정미실, "남자 중고등학생의 의복행동과 지각향상과의 상관연구," *한국의류학회지* 8권 1호 (1984), p. 25.
- 12) C. Humphrey, M. Klassen & A. M. Creekmorc, "Clothing and self-concept of adolescent," *Journal of Home Economics* Vol. 63 No. 4 (1971), p. 19.
- 13) 김순구, 박정순, "자아존중감과 의복행동간의 상관관계-성인남녀를 중심으로," *한국의류학회지* 14권 4호 (1990), p. 17.
- 14) 이상희, "남녀 고등학생의 교복만족도, 의복관심도, 자아개념-강원도를 중심으로," (강원대학교 교육대학원 석사학위논문, 1996), p. 52.
- 15) 진효정, 임숙자, "여대생 집단과 유행전문가 집단의 의복 동조성에 대한 연구-자아개념변인 중심으로," *복식문화연구* 5권 3호 (1997), p. 53.
- 16) 고에란, 심정은, "청소년 후기 여학생의 체형인식과 자아존중감이 의복행동에 미치는 영향," *연세대학교 생활과학논집* 12권 (1998), p. 38.
- 17) 강혜원, 이은미, "의류학 전공 여대생의 의복에 대한 태도와 사회심리학적 요인과의 관계연구," *연세대학교 생활과학논집* 2권 (1988), p. 3.
- 18) M. J. Rosenberg and C. I. Hovland, *Attitude Organization and Change* (New Haven, Conn: Yale University Press), p. 3, 재인용, 송용섭, "패션마케팅과 소비자행동의 이해," (한국의류학회 제 2차 정기총회 및 학술 세미나, 1960) p. 11.
- 19) J. U. McNeal, *Dimensions of Consumer Behavior* (Appleton Century Crofts Co., N. Y., 1969), p. 16.

에 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 위해서는 의복에 대한 태도의 이해가 선행되어야 할 것이다. 의류학 분야에서의 태도 변인들이 체계화되지 못하여 변인들 중 일부를 임의로 선택하여 연구가 이루어져 왔으며 같은 개념의 변인들도 연구에 따라 용어들이 다양하게 사용되어져 왔다²⁰⁾.

3. 의복구매행동

구매행동이란 욕구충족을 위해 재화나 서비스를 획득, 사용, 처분하는데 수반되는 의사결정 과정에서 보이는 정신적, 육체적 행동과정을 의미하며, 의복구매행동이란 의복구매에 관련된 소비자 행동을 의미한다²¹⁾. 즉 소비자는 사회·문화적인 환경요인과 개인적 욕구인 동기유발로 인하여 필요로 하는 의류상품을 지각하게 되고 정보를 탐색한 후 평가하여 선택하는 과정을 통하여 제품을 구매하게 된다²²⁾.

강승희²³⁾는 성인 남자를 대상으로 의복구매동기 및 태도와 자아개념과의 관계 연구에서 신체적·성격적·사회적 자아개념이 높을수록 의복구매동기요인 중 의복 디자인 및 계절적응 동기가 높게 나타났으며 신체적 자아개념이 높은 사람은 타인 영향으로 인해 의복을 구매하는 동기가 낮았다. 김경순²⁴⁾의 대학생들을 대상으로 한 연구에서는 소유하고 있는

옷과 조화를 이루기 위해서 진열된 상품이 마음에 들거나 가격이 저렴할 때 의복을 구매하는 경향이 높았다. 여고생의 자아개념과 의복선택행동에 관한 홍순애²⁵⁾의 연구에서는 의복을 선택할 때 과시성, 경제성, 실용성, 유행성 순으로 고려하는 것으로 나타났다. 이운현²⁶⁾의 연구에 의하면 여학생이 남학생보다 의복선택시 유행과 과시성을 중시하여 여학생이 의복을 통해 변화와 미를 추구하며 자신을 돋보이려는 경향이 강한 것으로 나타났다. 서주형²⁷⁾은 고교생의 의복구매행동에 가장 크게 영향을 미치는 변수는 인구 통계적 특성 변인보다 자아개념 변수로, 이는 동년배 집단에 소속되어 인정받고 싶은 욕구와 의도에 대한 관심의 고조로 인한 것으로 보았다. 박민정²⁸⁾의 연구에 의하면 남녀 대학생에 따른 의복구매행동 결과 남녀 모두 고가 브랜드를 선호하였고 구매가격대에서는 여자 대학생이 더 고가의 가격대를 구매하는 것으로 나타났다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구문제

실증적 연구를 위한 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 대학생들의 자아개념, 의복태도, 의복구매행동을 파악한다.

둘째, 남·녀 대학생의 자아개념, 의복태도, 의복구매행동의 차이점을 규명한다.

셋째, 남·녀 대학생의 자아개념, 의복태도, 의복구매행동간의 상관관계를 밝힌다.

20) 박혜선, "의복태도 변인들에 대한 연구," *한국의류학회지* 19권 6호 (1995), p. 969.

21) 임숙자, "여대생의 의복행동에 관한 연구-의복행동 변인과 사회심리적 변인을 중심으로-," (이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1992), p. 9.

22) 이금실, "사회계층변인에 따른 여성의 의복태도와 구매행동에 관한 연구," (연세대학교 대학원 석사학위논문, 1992), p. 15.

23) 강승희, "의복구매동기 및 의복구매 태도와 자아개념과의 관계-성인 남자를 중심으로-," (성신여자대학교 대학원 석사학위논문, 1992), p. 32.

24) 김경순, "대학생의 의복구매행동에 관한 연구," (건국대학교 대학원 석사학위논문, 1988), p. 36.

25) 홍순애, "여고생의 자아개념과 의복선택행동," (경북대학교 교육대학원 석사학위논문, 1999), p. 37.

26) 이운현, "의복관여도에 따른 신세대 의복선택요인과 정보탐색활동," (경희대학교 대학원 석사학위논문, 1997), p. 41.

27) 서주형, "고교생의 자아개념과 의복구매행동에 관한 연구," (숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 1995), p. 38.

28) 박민정, "남녀 대학생의 의복가격지각과 의복소핑성향 및 의복구매행동에 관한 연구," (이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 2001), p. 56.

2. 측정도구

본 연구는 설문지를 사용한 조사연구로써 자아개념을 측정하기 위한 부분, 의복태도에 대한 부분, 의복구매행동 측정부분과 개인적 사항에 대한 질문의 네 영역으로 구성되었다. 자아개념에 대한 문항은 Rosenberg의 자아존중감 척도²⁹⁾를 포함하여 본 연구에 맞게 수정, 보완된 24문항을, 의복태도 변인은 선행연구^{20,23)}를 토대로 연구자가 보완한 48문항을 선정하였다. 의복구매행동 변인은 선행연구^{16,28)}를 토대로 연구에 맞게 수정, 보완된 28문항을 7점 척도로 제시하였다.

3. 자료수집 및 분석

본 연구의 대상은 대구지역에 거주하는 남·녀 대학생 300명을 임의로 선정하여 2001년 6월~7월에 설문조사를 실시하였다. 자료분석은 자아개념, 의복태도, 의복구매행동은 성별로 평균 및 표준편차를 산출하고, 성별차이 파악에는 t-test를 사용하였다. 자아개념과 의복태도, 의복태도와 의복구매행동과의 관계를 알아보기 위해 Pearson 상관계수를 이용하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 자아개념, 의복태도, 의복구매행동에 대한 요인분석

자아개념, 의복태도, 의복구매행동의 측정문항들을 유사한 문항끼리 묶기 위해서 요인분석 및 Varimax 회전방법을 실시한 결과는 <표 1>에서 <표 3>과 같다.

자아개념의 요인분석 결과 <표 1>과 같이 자기확신형, 호감형, 주관형, 비판형 4개의 요인이 추출되었다. 요인 1은 자신에 대한 긍정적 평가에 관여하는 것이므로 '자기확신형'이라 하였고, 전체 변량중 설명력은 24.68%였다. 요인 2는 호의적인 평가에 관여하므로 '호감형'이라 하였고, 설명력은 12.91%였다. 요인 3은 집단의 리더, 창의적 생각 등 주관적 경향에 관한 것이므로 '주관형'이라 하였고, 설명력은 10.12%였다. 요인 4는 자신에 대한 부정적 평가에 관

여하는 것이므로 '비판형'이라 하였고, 설명력은 4.94%였다. 각 요인에 대하여 α 신뢰도 검사를 하였으며 신뢰도 계수의 범위는 0.6~0.86으로써 비교적 높게 나타났다. 총 22문항에서 4개의 요인이 자아개념 요인으로 분류되었다.

<표 2>는 의복태도의 요인분석 결과이다.

의복관심형, 의복과시형, 합리적코디형, 타인의식형, 검소형 5개의 요인이 추출되었으며 신뢰도 계수의 범위는 0.54~0.84로써 비교적 높게 나타났다. 요인 1은 옷에 대한 관심, 선택시의 신중함 등에 관련된 것이므로 '의복관심형'이라 하였고, 전체변량중 설명력은 36.88%였다. 요인 2는 의복을 통해 과시하려는 것과 관련된 내용이므로 '의복과시형'이라 하였고, 설명력은 13.99%였다. 요인 3은 의복 코디네이트에 관련된 것이므로 '합리적 코디형'이라 하였고, 설명력은 9.97%였다. 요인 4는 타인과의 평가에 관련된 것이므로 '타인의식형'이라 하였고, 설명력은 9.79%였다. 요인 5는 의복가격에 관련된 것이므로 '검소형'이라 하였고, 설명력은 2.45%였다. 총 39문항에서 5개의 요인이 의복태도 요인으로 분류되었다.

의복구매행동의 요인분석 결과 <표 3>과 같이 브랜드선호형, 쇼핑유회형, 확신결여형, 경제성추구형, 충동구매형 5개의 요인이 추출되었다. 요인 1은 선호하는 브랜드, 품질에 관련된 내용이므로 '브랜드선호형'이라 하였고, 전체변량중 설명력은 43.49%였다. 요인 2는 쇼핑을 즐기는 것에 관련된 내용이므로 '쇼핑유회형'이라 하였고, 설명력은 10.85%였다. 요인 3은 제품선택시의 자신감에 관련된 것이므로 '확신결여형'이라 하였고, 설명력은 9.44%였다. 요인 4는 의복 구매시 가격을 고려하는 것에 관련된 것이므로 '경제성추구형'이라 하였고, 설명력은 6.22%였다. 요인 5는 충동구매에 관련된 것이므로 '충동구매형'이라 하였고, 설명력은 2.06%였다. 각 요인에 대한 내적일치도를 나타내는 신뢰도 계수의 범위는 0.55~0.87로써 비교적 높게 나타났다. 총 22문항에서 5개의 요인이 의복구매행동 요인으로 분류되었다.

2. 남·녀 대학생의 자아개념

29) M. Rosenberg, "Conceiving the self," (NY: Basic books, 1979), p. 37.

〈표 1〉 자아개념의 요인분석 결과 및 신뢰도

요인 / 문항	요인부하량	전체변량중 설명비율	Cronbach's α
요인 1: 자기확신형			
나는 다른 사람들에 비해 공부하는 머리가 좋다고 생각한다.	.78	24.68	.86
나는 조금만 공부해도 다른 사람들보다 공부를 더 잘 할 수 있다.	.74		
나는 내 주위의 사람들에게 꽤 유용한 존재이다.	.74		
나는 내가 능력이 있는 학생이라 생각한다.	.72		
나는 앞으로의 시험에서 지금보다 좋은 성적을 받을 수 있다.	.58		
나는 아무리 어려운 일이라도 해낼 수 있다.	.54		
나는 우리 과에서 중요한 존재이다.	.53		
요인 2: 호감형			
나는 남학생(여학생)들에게 인기가 있다.	.85	12.91	.80
나는 외모가 좋아 이성친구들에게 인기가 있다.	.75		
나는 첫 인상이 좋다는 말을 자주 듣는다.	.60		
나는 대부분의 사람들에게 호감을 받는다.	.57		
내 친구들은 나의 생각을 좋아한다.	.44		
내 주위의 사람들은 나의 모든 행동에 대해서 비교적 호의적으로 받아들이는 것 같다.	.57		
요인 3: 주관형			
나는 내가 속한 집단을 리더하는 위치에 있다.	.70	10.12	.63
나는 새롭고 창의적인 생각이 잘 떠오른다.	.70		
나는 공부하는 것이 즐겁고 재미있다.	.53		
나는 다른 사람들과 잘 어울린다.	.49		
나는 다른 사람들의 나의에 대한 평가에는 아무 관심이 없다.	.44		
요인 4: 비관형			
나는 세상에서 고립된 존재이며 다른 사람과는 별로 상관이 없다.	.68	4.94	.60
나를 싫어하는 사람들이 많다.	.64		
나는 내 의견이 관철되지 않으면 기분이 나쁘다.	.58		
나는 내가 쓸모없는 존재라고 생각한다.	.56		

〈표 2〉 의복태도의 요인분석 결과 및 신뢰도

요인 / 문항	요인 부하량	전체변량중 설명비율	Cronbach' α
요인 1: 의복관심형			
옷을 잘 차려입는 것은 즐거운 일이다.	.79	36.88	.78
옷에 대한 광고나 유행에 관심이 많다.	.71		
옷을 잘 차려입는 내 모습이 이성에게 매력적으로 보이기를 원한다.	.70		
나는 나의 옷차림이 어떻게 보일까에 대해서 신경을 쓴다.	.69		
나는 옷을 사기전에 여러 브랜드의 옷을 비교해 본다.	.65		
옷은 나의 생활에서 중요한 것이다.	.62		
나는 옷을 살 계획이 없이도 어떤 옷들이 있는지 점포를 가끔 둘러본다.	.59		
예산 범위내에서 가장 적당한 상품을 고르기 위해 여러 점포를 방문한다.	.56		

<표 2> 계속

요인 / 문항	요인 부하량	전체변량중 설명비율	Cronbach' α
의복을 세련되게 입는 것은 내 생활에서 중요하다.	.51		
이성 친구가 생기면 옷차림에 더욱 신경이 쓰인다.	.51		
나는 다른 사람보다 품질이 좋으면서 세련된 의복을 중요시한다.	.49		
나는 외출할 때는 남이 인정해 줄만큼 좋은 품질의 옷을 입고 싶다.	.42		
나는 값싼 옷이라도 마음에 들기만 하면 즐겨 입는다.	-.46		
나는 외출할 때 입을만한 옷이 없어 속상할 때가 많다.	-.51		
내가 원하는대로 옷을 입기에는 옷의 수가 부족하다.	-.65		
요인 2: 의복과시형			
나는 각선미를 보여주기 위해 짧은 스커트를 즐겨 입는다.	.69	13.99	.84
섹시하게 보이는 의복을 즐겨 입는다.	.68		
경쾌하고 발랄한 분위기를 위해 배꼽티를 입는다.	.66		
몸매를 과시할 수 있는 의복을 즐겨 입는다.	.63		
파티복은 되도록 상체를 노출하여 여성미를 과시하는 것이 좋다.	.62		
나는 되도록 남의 눈에 띄 수 있는 옷을 선택한다.	.60		
수영복은 노출이 심한 것이 체형을 과시하는데 적당하다.	.56		
새로운 유행이나 신제품을 다른 사람보다 먼저 사곤한다.	.54		
더운 여름에는 봄이 많이 노출되는 옷을 입어도 괜찮다.	.51		
나는 옷에 어울리는 액세서리라도 그것이 값이 싸면 전대로 하기 싫다.	.46		
나는 수수한 옷보다는 독특한 모양의 옷이 좋다.	.42		
요인 3: 합리적코디형			
나는 때와 장소에 따라 옷을 잘 맞추어 입는다고 자부한다.	.52	9.97	.54
나는 헐렁한 바지보다는 엉덩이 부분이 타이트하게 맞는 것이 좋다.	.50		
나는 몸에 꼭 맞아 체형이 드러나는 옷이 좋다.	.47		
내가 입고 있는 옷들은 나에게 잘 어울린다고 생각한다.	.46		
나는 정장보다 실용적인 캐주얼웨어를 더 좋아한다.	-.50		
요인 4: 타인의식형			
나는 값싼 옷을 입는다고 해서 나의 신분이 낮아진다고는 생각지 않는다.	.70	9.79	.65
만약 어떤 모임에서 내가 친구들과 다른 옷을 입으면 소외감을 느낄 것이다.	.60		
우리는 대다수 사람들이 좋다고 생각하는 옷을 입어야 한다.	.57		
나는 친구들과 비슷한 옷을 입어야 마음이 편하다.	.49		
너무 꼭 끼고 많이 파진 옷을 입은 친구와 같이 걸어가려면 창피한 생각이 든다.	.49		
나는 옷이 많지는 않지만 그런대로 만족하게 입는다.	-.56		
요인 5: 겸소형			
의복의 가격에 대해 자주 흥정하는 편이다.	.58	2.45	.67
정상가격으로 옷을 사는 것은 어리석은 일이다.	.57		

자아개념에 따른 남·녀 대학생간의 차이를 알아보기 위하여 t-test를 실시한 결과는 <표 4>와 같다.

자아개념에 따른 차이는 자기확신형, 호감형, 주관형의 경우 남·녀 대학생간의 유의차를 나타내었다.

〈표 3〉 의복구매행동의 요인분석 결과 및 신뢰도

요인 / 문항	요인 부하량	전체변량중 설명비율	Cronbach' α
요인 1: 브랜드선호형 나는 주로 가장 비싼 브랜드의 제품을 선택한다. 나는 특정 상점이나 브랜드에 충성하는 경향이 있다. 나는 잘 알려진 브랜드의 제품이 최고라고 생각한다. 물건을 살때 마음에 드는 여러가지 물건중에서 가격이 높은 것을 구입한다. 고급 백화점이나 전문점에 가야 제품을 구입할 수 있다. 나는 내 옷이 항상 유행하는 스타일이 되도록 한다. 나는 늘 최신 유행의 옷을 한벌 이상 구비하고 있다. 다양함을 얻기 위해 여러 상점에서 다양한 브랜드의 제품을 구입한다. 마음에 드는 브랜드를 발견하면 계속해서 그것만을 구입한다. 제품의 가격이 높을수록 품질도 높다.	.82 .77 .74 .70 .68 .66 .64 .56 .54 .51	43.49	.87
요인 2: 쇼핑유희형 쇼핑을 하러가는 것은 즐겁만한 일 중의 하나이다. 쇼핑은 내게 즐거운 일이다. 나는 그냥 재미로 쇼핑을 즐긴다. 상점에서 쇼핑하는 일은 시간을 들일만한 가치가 있다.	.84 .79 .68 .67	10.85	.79
요인 3: 확신결여형 여러 제품들에 대해 알고 있는 지식은 오히려 선택할 때 나를 어렵게 한다. 제품에 대한 지식이 많을수록 오히려 고르기가 어려워진다. 나는 물건을 구입한 후에 종종 후회할 때가 있다.	.82 .75 .54	9.44	.64
요인 4: 경제성추구형 나는 무엇보다도 싼 가격의 제품을 찾기 위해 여러 가지 제품을 비교한다. 나는 가능한 한 세일가격으로 물건을 산다. 나는 가장 좋은 품질이 아니라라도 가격에 비해 가치가 있는 것을 찾는다.	.71 .64 .55	6.22	.55
요인 5: 충동구매형 나는 자주 충동적인 구매를 한다. 내 쇼핑은 계획성이 부족하다.	.71 .62	2.06	.57

〈표 4〉 남녀 대학생의 자아개념 차이검증

항목	남		녀		T 값
	M	S.D.	M	S.D.	
자기확신형	4.70	0.76	4.17	0.84	4.04**
호감형	4.51	0.88	4.26	0.65	2.02*
주관형	4.17	0.75	3.71	0.73	3.81*
비관형	2.98	0.86	3.04	0.89	-0.38

* < .05, ** < .0001

여자 대학생에 비해 남자 대학생의 평균이 더 높아 자신에 대해 확신하고 호감을 가지고 있으며, 주관 있게 행동하는 것으로 나타났다. 비관형의 경우 남녀간의 유의차가 나타나지 않았다.

3. 남·녀 대학생의 의복태도

〈표 5〉는 의복태도에 따른 남·녀 대학생간의 차이를 알아보기 위해 t-test를 실시한 결과이다. 의복태도중 의복관심형과 의복과시형의 경우 남녀간의 유의차를 나타내었다. 의복관심형의 경우 여자대학생의 관심이 더 높은 경향을 나타내었고, 의복과시

〈표 5〉 남녀 대학생의 의복태도 차이검증

항목	남		녀		T 값
	M	S.D.	M	S.D.	
의복관심형	3.98	0.63	4.46	0.59	-4.73**
의복과시형	3.31	0.91	3.00	0.78	2.10*
합리적으로디형	4.23	0.80	4.27	0.74	-0.31
타인의식형	3.02	0.83	3.17	0.73	-1.17
검소형	3.76	0.96	3.75	1.20	0.05

* < .05, ** < .0001

형은 남자대학생의 평균 점수가 더 높게 나타났다. 이 결과는 이윤금³⁰⁾의 대학생의 과시소비성향에 따른 연구에서 남자 대학생의 과시소비성향이 더 높게 나타난 결과와 일치하는 결과이며, 여자 대학생의 과시성향이 더 클 것이라는 일반적 견해와 달리 남자 대학생의 의복과시성이 더 높음을 알 수 있다.

4. 자아개념, 의복태도, 의복구매행동간의 상관관계

1) 자아개념과 의복태도와의 관계

남·녀 대학생의 자아개념과 의복태도간의 상관 계수를 산출한 결과는 〈표 6〉과 같다. 남자 대학생의 경우 자아개념 요인중 자기확신형은 합리적 코디 형과 유의한 정적 상관을, 타인의식형과 부적 상관 관계를 나타내어 자신에 대한 확신이 높을수록 합리 적으로 의복을 착용하는 경향이고, 의복 착용시 타

인을 의식하지 않는 것으로 분석된다. 자기확신형의 경우 여학생은 의복과시형과 정적 상관을 나타내었다. 이는 자신에게 확신을 갖는 여대생일수록 의복 을 통해 자신을 과시하려는 경향을 나타내는 것으로 분석된다.

자아개념 요인중 호감형의 경우 남학생은 의복관 심형, 의복과시형, 합리적으로디형과 유의한 정적 상관 관계를 나타내었다. 자신을 호의적으로 평가할수록 의복을 합리적으로 코디하고, 의복에 관심을 가지며 만족해 했고, 의복을 통해 자신을 과시하려는 경향 을 보였다. 또한 여학생의 경우 자신에 대한 평가가 호의적일수록 합리적으로 의복을 착용하는 경향으 로 나타났다.

자아개념 요인중 주관형의 경우 남학생은 합리적 코디형과 정적 상관을, 타인의식형과 부적 상관을 나타내었다. 자신에 대한 주관이 높을수록 합리적으 로 의복을 착용하고 타인을 의식하지 않으며 옷을 입는 것으로 분석된다. 여학생은 의복태도 변인중 의복과시형, 검소형과 정적 상관을 나타내어 자기주 관형 여학생은 의복을 통한 과시경향이 높고 의복구 매시 가격을 중요시하는 것으로 분석된다.

자아개념 요인중 비관형의 경우 남학생은 의복관 심형, 의복과시형, 타인의식형과 유의한 정적 상관관 계를 나타내어 자신을 비관하는 경향이 높을수록 의 복을 통해 자신을 과시하려는 경향을 보였다.

남·녀 대학생의 경우 자아개념 요인중 호감형은 남자 대학생이 합리적으로 코디하는 경향이 더 높게 나타났고, 비관형도 남자 대학생이 의복에 더 높은

〈표 6〉 남녀 대학생의 자아개념과 의복태도의 상관관계

의복태도	의복관심형		의복과시형		합리적으로디형		타인의식형		검소형	
	남	녀	남	녀	남	녀	남	녀	남	녀
자아개념										
자기확신형				0.40***	0.42***			-0.34**		
호감형	0.28*		0.27*		0.31**	0.24*				
주관형				0.36**	0.24*			-0.34**		0.35**
비관형	0.32**	0.26*	0.33**				0.40***			

*** P<.001, ** P<.01, * P<.05

30) 이윤금 외, "대학생의 과시소비성향과 관련요인 연구", *대한가정학회지* 37권 5호 (1999), p. 26.

관심을 가지는 것으로 나타났다.

2) 의복태도와 의복구매행동과의 관계

남·녀 대학생의 의복태도와 의복구매행동간의 상관관계 결과는 <표 7>과 같다. 남자 대학생의 경우 의복관심형, 의복과시형은 의복구매행동 요인중 브랜드선호형, 쇼핑유희형, 충동구매형과 정적 상관을 나타내었다. 의복에 관심을 가지고 의복을 통해 자신을 과시하려는 경향이 높을수록 브랜드를 선호하고 쇼핑하는 것을 즐기며, 충동적인 구매를 하는 것으로 분석된다. 의복태도 변인중 합리적코디형은 브랜드선호형, 쇼핑유희형, 경제성추구형과 정적 상관관계 나타내었다. 의복을 합리적으로 코디하는 경향이 높을수록 브랜드를 선호하고 쇼핑을 즐기며, 의복구매시 경제성을 추구하는 것으로 분석된다. 타인의식형의 경우 브랜드선호형과 유의한 정적상관을 보여 타인을 의식할수록 브랜드선호 경향이 더 높다는 것을 알 수 있다. 여학생의 경우 의복태도 변인중 의복관심형, 의복과시형이 브랜드선호, 쇼핑유희 경향을 보였다. 의복에 관심을 가지며 과시하려는 경향이 높을수록 브랜드를 선호하며 쇼핑을 즐기는 것으로 분석된다.

남·녀 대학생의 경우 의복관심형은 남자 대학생이 더욱 브랜드를 선호하는 경향을 보였고, 쇼핑유희는 여자 대학생이 더 쇼핑을 즐기는 것으로 나타났다. 의복과시형은 남자 대학생이 여자 대학생에 비해 브랜드를 선호하고 쇼핑을 즐기는 경향이 더 높았다. 검소형은 의복구매행동 변인중 경제성 추구

형과 정적 상관을 보였으며 남자 대학생의 경우 더 높게 나타났다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 청년후기인 남·녀 대학생 300명을 대상으로 자아개념, 의복태도, 의복구매행동의 요인을 파악하고 자아개념과 의복태도 및 의복구매행동과의 상호관계를 알아보고자 하였으며 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 자아개념은 4개의 요인으로 분류되었다. 요인 1은 자기확신형, 요인 2는 호감형, 요인 3은 주관형, 요인 4는 비관형으로 분류되었다.

둘째, 의복태도를 분석한 결과 요인 1은 의복관심형, 요인 2는 의복과시형, 요인 3은 합리적 코디형, 요인 4는 타인의식형, 요인 5는 검소형의 5가지 요인으로 분류되었다.

셋째, 의복구매행동을 분석한 결과 요인 1은 브랜드선호형, 요인 2는 쇼핑유희형, 요인 3은 확신결여형, 요인 4는 경제성 추구형, 요인 5는 충동구매형의 5가지 요인으로 분류되었다.

넷째, 남·녀 대학생의 자아개념 요인중 자기확신형, 호감형, 주관형의 경우 성별간의 유의차를 나타내었다. 여자 대학생에 비해 남자 대학생의 평균이 더 높아 자기에 대해 확신과 호감을 갖고 주관적으로 자신을 평가하는 것으로 나타났다. 비관형의 경우 남녀간의 유의차가 나타나지 않았다. 의복태도 요인중 의복관심형과 의복과시형의 경우 남녀간의

<표 7> 남녀 대학생의 의복태도와 의복구매행동의 상관관계

의복구매 행동	브랜드선호형		쇼핑유희형		확신결여형		경제성 추구형		충동구매형	
	남	녀	남	녀	남	녀	남	녀	남	녀
의복관심형	0.64***	0.45***	0.51***	0.55***					0.45***	
의복과시형	0.66***	0.47***	0.47***	0.41***					0.49***	
합리적 코디형	0.33**		0.35**				0.26*			
타인의식형	0.43***									
검소형							0.44***	0.41***		

*** P<.001, ** P<.01, * P<.05

유의차를 나타내었다. 의복관심형의 경우 여자 대학생이 더 높은 경향을 나타내었고 의복과시형은 남자 대학생의 과시성향이 더 높음을 알 수 있다.

다섯째, 남·녀 대학생의 자아개념과 의복태도의 상관관계를 살펴본 결과 남자 대학생의 경우 자아개념 요인중 자기확신행은 합리적코디형과 유의한 정적 상관관계를, 타인의식형과 유의한 부적 상관관계를 나타내었다. 호감형의 경우 의복관심형, 의복과시형, 합리적 코디형과 유의한 정적 상관관계를 나타내어 자신에게 호감을 가질수록 의복에 관심을 가지며 만족해했고, 의복을 통해 자신을 과시하는 경향을 보였으며 합리적으로 의복을 코디하는 것으로 나타났다. 주관형의 경우 합리적 코디형과 정적 상관을 타인의식형과 부적 상관을 나타내었다. 비관형의 경우 의복관심형, 의복과시형, 타인의식형과 유의한 정적 상관관계를 나타내었다.

여자 대학생의 경우 자아개념 요인중 자기확신행이 의복과시형과 정적 상관을 나타내어 자신에게 확신감을 갖는 여대생일수록 의복을 통해 자신을 과시하려는 경향을 나타내었다. 호감형의 경우 의복을 합리적으로 코디하는 경향을 나타내었고 주관형의 경우 의복을 통한 과시경향과 쇼핑시에 가격에 민감한 것으로 나타났다. 남·녀 대학생의 경우 자아개념 요인중 호감형은 남자 대학생이 합리적으로 코디하는 경향이 더 높게 나타났고, 비관형도 남자 대학생이 의복에 더 높은 관심을 가지는 것으로 나타났다.

여섯째, 남·녀 대학생의 의복태도와 의복구매행동간의 상관관계 결과 남자 대학생의 경우 의복관심형, 의복과시형은 의복구매행동 요인중 브랜드선호형, 쇼핑유희형, 충동구매형과 합리적 코디형은 브랜드선호형, 쇼핑유희형, 경제성 추구형과 정적 상관관계 나타내었다. 타인의식형의 경우 브랜드 선호형과 유의한 정적상관을 보여 타인을 의식할수록 브랜드 선호 경향이 더 높다는 것을 알 수 있다.

남·녀 대학생의 경우 의복관심형은 브랜드선호가 남자 대학생이 더 높게 나타났고, 쇼핑유희는 더 낮게 유의한 상관을 나타내었다. 의복과시형은 브랜드선호, 쇼핑유희 두 요인에서 정적 상관을 보였으며 남자 대학생이 여자 대학생에 비해 브랜드를 선호하고 쇼핑을 즐기는 경향이 더 높았다. 검소형은

의복구매시 경제성추구형과 정적 상관을 보였으며 남자 대학생의 경우 더 높게 나타났다.

이상에서 남녀 대학생은 자아개념의 요인에서 유의차를 나타내어 남자 대학생이 더욱 자신에 대한 확신과 호감, 주관을 갖고 행동하는 경향을 보였다. 의복태도에 있어서 여자 대학생이 의복에 대한 관심이 더 높았고 남자 대학생은 의복을 통해 자신을 더욱 과시하고자 하였다. 자아개념 요인중 자신에게 확신을 가지며 주관적일수록 남자 대학생은 합리적으로 코디하며 타인을 의식하지 않는 반면 여학생은 자신을 과시하려는 경향으로 나타났다. 의복태도 변인에서 남자 대학생은 브랜드를 선호하는 경향이 높았고 여학생은 의복에 관심을 가지며 과시하려는 경우에만 브랜드 선호 경향을 보였다.

본 연구의 의의는 자아개념을 4가지 요인으로 분석하였을 뿐만 아니라 의복태도와 상관관계를 비교하였다는 점이다. 연구의 제한점은 피험자 선정시 대학생 집단을 편의 표집하였다는 것이므로 다른 연령층을 대상으로 비교한다면 자아개념과 의복태도 및 의복구매행동과의 상호 관련성을 다양하게 알 수 있을 것이라 생각되며 여러 지역의 대학생을 대상으로 한 연구도 함께 제안한다.

참고문헌

- 강승희 (1992). "의복구매동기 및 의복구매 태도와 자아개념과의 관계-성인 남자를 중심으로-." 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 강혜원, 이은마 (1988). "의류학 전공 여대생의 의복에 대한 태도와 사회심리학적 요인과의 관계연구." 연세대학교 생활과학논집 2권.
- 고애란, 심정은 (1998). "청소년 후기 여학생의 체형 인식과 자아존중감이 의복행동에 미치는 영향." 연세대 생활과학논집 12권.
- 김경순 (1988). "대학생의 의복구매행동에 관한 연구." 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 김양진(1991). "의복 및 신체만족도와 학업성취도가 사회적 자아존중감에 미치는 영향." 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 김순구, 박정순 (1990). "자아존중감과 의복행동간의 상관관계-성인남녀를 중심으로-." 한국의류학회

- 지 14권 4호.
- 김순구, 윤학자 (1986). "자아존중감이 의복행동에 미치는 영향 -남, 녀 고교생을 중심으로-" *한국의 류학회지* 10권 1호.
- 박민정 (2001). "남녀 대학생의 의복가격지각과 의복 쇼핑성향 및 의복구매행동에 관한 연구." 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 박은주 외 (1995). "의복쇼핑성향과 점포평가 기준의 영향에 관한 의류점포에고행동 연구 -부산시에 거주하는 30,40대 주부를 기준으로." *동아대학교 생활과학연구 논문집* 3권.
- 박혜선 (1995). "의복태도 변인들에 대한 연구." *한국 의류학회지* 19권 6호.
- 서주형 (1995). "고교생의 자아개념과 의복구매행동에 관한 연구." 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 송경자 (1999). "신체이미지, 자아존중감이 의복행동에 미치는 영향." *충남대학교 대학원 석사학위논문*.
- 이광진 (1999). "여자고등학생들의 자아개념에 따른 의복행동에 관한 연구." *경희대학교 교육대학원 석사학위논문*.
- 이금실 (1992). "사회계층변인에 따른 여성의 의복태도와 구매행동에 관한 연구." 연세대학교 대학원 박사학위논문.
- 이상희 (1996). "남녀 고등학생의 교복만족도, 의복관심도, 자아개념-강원도를 중심으로." *강원대학교 교육대학원 석사학위논문*.
- 이운현 (1997). "의복관여도에 따른 신세대 의복선택요인과 정보탐색활동." *경희대학교 대학원 석사학위논문*.
- 이윤금 외 (1999). "대학생의 과소비성향과 관련요인 연구." *대한가정학회지* 37권 5호.
- 이인자 (1992). *복식사회심리학*, 개정판. 서울: 수화사.
- 임경복 (1997). "인지적, 평가적 자아개념이 의복행동에 미치는 영향 -남녀대학생의 쇼핑동기, 의복관심, 의복만족도를 중심으로-" *한국의류학회지* 21권 4호.
- 임숙자 (1992). "여대생의 의복행동에 관한 연구-의복행동 변인과 사회심리적 변인을 중심으로-" *이화여자대학교 대학원 박사학위논문*.
- 정미실 (1984). "남자 중고등학생의 의복행동과 지각향상과의 상관연구." *한국의류학회지* 8권 1호.
- 진호정, 임숙자 (1997). "여대생 집단과 유행전문가 집단의 의복 동조성에 대한 연구-자아개념변인 중심으로-" *복식문화연구* 5권 3호.
- Sproles, B. G. (1986). *Fashion: Consumer Behavior toward Dress*, 송용섭 · 정혜영 역. 서울: 법문사.
- Humphrey, C. & Klassen, M. & Creekmore, A. M. (1971). "Clothing and self-concept of adolescent.", *Journal of Home Economics* Vol. 63 No. 4.
- Miller, G., F., Davis, L. L. & Rowold, K. L. (1982). "Public self-consciousness, social anxiety and attitudes toward the use of Clothing." *Home Economics Research Journal* Vol. 10 No. 4.
- Holman, H. R. (1981). *Product as Communication: A Fresh Appraisal of a Venerable Topic*. N. Y.
- Marilyn, J. Horn (1975). *The Second Skin: An Interdisciplinary Study of Clothing*. 2nd ed. Boston: Houghton mifflin Co.
- Rosenburg, J. M. and Hovland, C. I. (1960). *Attitude Organization and Change*. New Haven, Conn: Yale University Press.
- Rosenberg, J. M. (1979). *Conceiving the self*. New York: Basic books.
- Hall, S. C. and Lindzen, G. (1978). *Theories of Personality*, 3rd. ed. New York: John Wiley & Sons.
- McNeal, U. J. (1969). *Dimensions of Consumer Behavior*. Appleton Century Crofts Co., New York.