

인라인스케이터의 인라인스케이팅 의복흥미 연구(II)

정태진 · 유태순

대구가톨릭대학교 패션산업학전공

A Study on In-line Skate Clothing Interest of In-line Skaters

Tae-Jin Jung and Tai-Soon Yoo

Depr. of Textiles & Clothing, Catholic University of Daegu, Kyungsan, Korea

Abstract : As the life styles have been changed in modern society and sports have been emphasized for spending spare time and improving health condition, sports are regarded to have a leading role to fashion as one of the prominent factors. This study is to analyze the gender-identity and how different levels of involvement in In-line skating affects clothing interests. 291 In-line skaters ranged in age from middle twenties to middle thirties were surveyed and measured for this study. MANOVA(multivariate analysis of variance), ANOVA(univariate analysis of variance), Cronbach α reliability, t-test, and correlation analysis were performed with SPSS 10.0 program on the selected data. The results of this study are as follow. There were no obvious differences in In-line skating clothing interests by gender of In-line skaters. There were, however, differences in the reasons for In-line skating, the hours to skate per week. Those whose purpose for skating was diet had more interest in style focused on expression. In case of skating for health, they showed interest in activity-functionality style and anti-deviation style. The group of In-line skaters who skated 15 to 18 per week gave more interest in activity-functionality style out of the clothing interest-factors. Those who had strong masculinity in gender-identity of In-line skaters were more involved in In-line skating. There were some differences in clothing interests according to gender-identity of In-line skaters. In regard of In-line skating clothing interest by involvement in In-line skating, those who had higher involvement in In-line skating had higher In-line skating clothing interest.

Key words : in-line skate, clothing interest, involvement, gender-identity

1. 서 론

정보화시대에 살고 있는 현대인들은 의도적이고 계획적인 신체 단련에 의하여 건강을 유지하지 않으면 안되게 되었다. 따라서 육체적 활력의 유지와 건강증진을 위해 스포츠·레저활동에의 참여가 급속히 증가하고 있다. 이러한 스포츠·레저 붐에 따라 스포츠·레저용품의 수요도 급증하고 있는 실정이다. 이러한 사회변화에 따라 여가선용과 건강증진을 위한 스포츠는 유행을 선두하는 가장 두드러진 사회적 영향 중 하나로 등장하였다.

경제성장에 따라 1인당 국민 소득이 증대되고 중·상류층의 의식을 가지고 있는 사람들이 늘어나고 있다. 따라서 소비구조도 고도화되면서 의·식·주 이외의 여가활동의 지출비용이 크게 늘어나고 있다.

월드컵으로 인한 스포츠 무드와 함께 주 5일 근무에 맞춰 여가시간이 늘어나면서 자연스럽게 소비자들의 관심이 즐기는 스포츠, 스포테인먼트(sportainment)로 옮겨가고 있다. 인도어

(indoor)형태의 놀이문화가 아닌 아웃도어(outdoor)형태의 문화로 점차 변하고 있는 것도 큰 특징이다. 혼자 하는 활동이 아닌 가족 혹은 친구들과 '함께 즐기는 스포츠'가 점점 확산되고 있다(패션비즈, 2002). 온 가족이 함께 할 수 있고 누구나 할 수 있는 대표적인 스포츠로 인라인스케이팅이 부상하고 있다.

가장 배우기 쉽고 위험하지 않다는 특성 때문에 아동과 여성들에게도 높은 인기를 얻고 있으며 인라인스케이팅 인구의 저변 확대에 인하여 스포츠웨어는 그 수요가 증대되었을 뿐 아니라 스포츠웨어 착용 목적 또한 다양화되는 이러한 시점에서 본 연구는 인라인스케이팅의 성정체감과 인라인스케이팅에 몰입된 정도와 그에 따른 인라인스케이팅 의복흥미를 분석하여 인라인스케이팅의 의복에 대한 행동을 예측할 뿐 아니라, 스포츠·레저 붐에 따라 스포츠·레저용품의 수요도 급증하고 있는 현재 스포츠의류산업체에 보다 전문적이고 세분화된 마케팅 전략에 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 인라인스케이팅의 사회적 현상

인라인스케이팅은 스키부츠에 바퀴가 일렬로 장착된 스케이

트로 평지를 활주하는 레저 스포츠이다. 스피드와 기동성이 우수하고 스케이트와 스키, 하키 등 각종 실외 스포츠와의 폭넓은 교환성으로 저변확산이 빠른 레저 스포츠이다(<http://www.encyber.com>). 우리나라에서는 롤러블레이드(rollerblade)로 널리 알려져 있지만, 롤러블레이드라는 명칭은 공식적인 명칭이 아니고 미국의 인라인스케이팅 회사의 명칭이다.

월드컵으로 인한 스포츠 무드와 함께 주 5일 근무에 맞춰 여가 시간이 늘어나면서 자연스럽게 소비자들의 관심이 즐기는 스포츠로 옮겨가고 있다. 스포츠에 대한 개념도 점차 직접 즐기는 스포츠 활동으로 붐을 이루고 혼자하는 활동이 아닌 가족 혹은 친구들과 함께 하는 즐기는 스포츠가 점점 확산되고 있는 것이 특징이다. 그 중 인라인스케이팅의 인기는 경기불황과 연결이 되어 기름값이 오르면서 근교로 나들이 가기보다 집 근처에서 가족단위로 인라인스케이팅을 즐기는 추세가 두드러지고 있다(문화일보, 2003).

세계의 인라인스케이터들은 겨우 1998년에 이르러서야 본격적인 인라인스케이팅이 시작된 한국에서 어떻게 5년이 채 안 되는 기간동안에 무려 450만명의 인라인 스케이팅 인구를 가지게 되었느냐고 놀람을 표현한다. 인라인스케이팅이 기하급수적으로 늘어난 것에는 중요한 창구로 인터넷이 한 몫을 했다. 우리의 인라인스케이터들은 세계 최고의 인프라를 갖춘 인터넷 강국의 국민답게 웹을 통해 정보를 공유하고, 토론하며 새로운 인라인 문화를 창달해 온 것이다(<http://spark.dreamwiz.com>).

포털사이트 다음(www.daum.net)에 개설된 '스케이팅과 인라인스케이팅'의 공식 회원수는 약 3만명에 이르며 이밖에 인라인스케이팅 라인업, sprun(인라인스케또), VIRUS, 프리스타일, 인라인매니아, REDNESS 등 인라인에 언급된 동호회 기본 회원수는 수천명이 쉽게 넘어서며 온라인 외에도 지역 모임과 학교별로 결성된 자체 모임을 포함하면 인라인스케이팅의 전체 숫자는 측정이 불가능하다.

이같은 인기의 근거로 남녀 모두가 시간의 구매를 받지 않고 즐길 수 있다는 점을 우선 꼽는다. 실제 이 모임의 경우엔 주부를 대상으로 낮 시간에 진행되는 모임도 회원 성(性)비는 50:50 정도로 균형을 이룬다는 것도 상대적으로 남성 참여율이 높은 타 종목 동호회와 차별화 되는 점이다(패션비즈, 2002). 1990년대 후반 폭발적인 인기를 모으면서 이제는 레포츠의 대명사가 되었다. 동호인이 150만 명을 웃돌고, 동호회 수만도 2000여 개를 헤아린다. 최근에는 40대까지 '가장 배우고 싶은 레포츠'로 꼽을 만큼 성장하였다.

인라인스케이팅은 속도를 조금씩 높일수록 에너지 요구량은 기하급수적으로 늘어나는 스포츠로, 일반 동호인을 기준으로 최대속도로 달릴 때 열량 소모량은 분당 15cal 이상인 유산소 운동이다. 또 비만 퇴치 외에 관절의 노화방지, 소화기장애 치료 등에도 효과가 있는 것으로 알려져 있다(일간스포츠, 2003). 인라인스케이팅의 유일한 단점으로 꼽히는 공간의 제약이라는 부분도 이를 시민문화로 정착시키려는 기관들의 활약으로 상당부분 해소되고 있다. 새로운 문화를 겨냥한 각종 이익단체의 대

회 개최도 급증하고 있다. 현재 일산에는 인라인스케이팅 방법대가 활약중이고 고양시는 이에 화답, 국내 최초로 인라인 경찰을 가동해 시민들의 높은 호응을 얻고 있다.

인라인스케이팅을 즐기는 인구가 급증하면서 인라인 패션시대가 오고 있다. 기능성에 충실하던 인라인용품 시장이 개성과 차별화를 추구하는 동호인들의 욕구에 의해 고급화·패션화 단계로 진입하고 있다. 이에 따라 본트, 휠라, 베르두치, 파워슬라이드 등 수입품에 의존하던 인라인웨어와 용품시장에 뛰어드는 국내 업체들이 속속 등장했다. 특히 패션화를 주도하는 의류부문에서 대형업체는 물론 소규모 맞춤형문 브랜드까지 선보였다.

이로써 헬멧에서 스포츠글래스, 슈트, 스케이팅부츠까지 세련된 코디네이션을 보여주는 인라인스케이터들이 늘어나고 있다(문화일보, 2003). 전문가들은 2001년 50만~60만명의 동호인에 연간 5백억원 정도의 규모를 형성했던 것으로 추정되는 이 시장이 2002년에는 동호인 최소 1백만명 이상에 외형 역시 80% 이상 신장한 9백억원 이상까지 이를 것으로 전망한다. 연간 판매대수도 70만개를 훌쩍 넘어 설 것이라는 예상이다.

2.2. 의복흥미

개인은 누구나 자기 나름대로 좋아하는 분야가 있으며 어떤 사람이 특정 대상에 대해 관심이 많으면 많을수록 대상뿐 아니라 그 대상과 관련된 사실에 대해서도 좀 더 많이 인지하게 된다. 특히 스포츠 활동은 단순한 신체 활동이 아니라 심리적, 사회적활동으로 현대인에게 생활의 핵심요소이며 생활양식을 제공하는 가치와 역할을 지니게 되었다.

이는 스포츠 활동에 참여함으로 기쁨과 행복을 경험하게 하는 내재적동기 속성을 지니며 참여자제로 자유, 자기표현, 창의적 능력 발현 등을 경험할 수 있도록 한다. 이와같이 어떤 스포츠에 개인이 몰입되어 있는 경우 그와 관련된 일련의 활동에 지대한 관심을 가질 수밖에 없도록 한다.

즉, 인라인스케이팅에 몰입되어 있는 수준과 그에 대한 지식은 스포츠 역할을 위한 의복에 대한 개인의 흥미를 형성할 수 있으며(Casselmann-Dickson·Damhorst, 1993), 이러한 개인의 흥미는 개성을 포함한다. 뿐만 아니라 Solomon (1983)은 스포츠 역할에 깊이 몰입된 사람은 어울리는 의복을 위한 기대와 일치를 통하여 더욱 유능하게 느낀다고 하였다. 또한 사람들은 태도, 목표, 역할수행, 성별에 있어 의복을 상징적 단서로 사용하게 되므로 의복과 관련된 여러 요소가 개인의 경향에 다양한 형태로 영향을 주게 된다(김영란 외, 2004).

의복흥미란, 의복에 대한 태도 신념, 의복의 지식과 의복에 기울이는 주의를 의미한다(Gurel·Gurel, 1979). 따라서 의복에 대한 흥미가 많은 사람일수록 의복과 관련된 사실을 더 많이 알게 되고 전문성을 지닌다고 볼 수 있다. 의복흥미는 일생을 통해 변화하여, 사회경제적 수준 및 수입, 직업, 교육, 출신지역의 크기, 성장환경에 따라 다양하게 나타난다. 뿐만 아니라 성별에 따라, 스포츠 역할에 얼마나 몰입되어 있는가에 따라서

그와 관련된 의복에 얼마나 흥미가 있는가 하는 것은 다양하게 나타난다.

인라인스케이팅과 관련된 의복흥미는 김영란 외(2004)에 의한 연구로 인라인스케이팅만을 위한 옷을 사기를 원하고 스케이팅 시 의복에 신경을 많이 쓰는 요인의 표현지향, 인라인스케이팅 시 신체동작에 구애받지 않으며 활동을 강화시켜주는 요인에 중점을 둔 활동기능, 인라인스케이팅 의복에 대한 흥미 유발과 정보를 얻고 의지하는 원천에 관한 정보의존, 타 인라인스케이터와의 불일치로 부터오는 심리적 스트레스를 견디려는 반일탈, 인라인스케이팅 의복에 대한 흥미의 원천을 자신에게 두며 잘 어울리는 것이라면 다른 무엇도 중요하지않은 개성주장으로 하위요인이 구성되어 있다.

2.3. 몰입도

몰입(involverment)을 Antil(1984)은 어떤 사람이 특정한 사물에 대해 가지는 관심의 정도나 느끼는 중요도로 정의하였으며, Michell(1979)은 상황의 영향을 강조하여 특정한 자극이나 상황에 의해 불러 일켜진 각성 또는 흥미나 충동의 양을 표시해 주는 내적 수준의 상태변수라 정의하였다.

상당한 양의 시간과 역할에서의 성취를 획득한 개인은 아주 높은 역할 지식과 몰입을 가지는 경향이 있고 역할이 그 사람의 정체성과 어울린다고 다른 사람들을 확신시키기 위한 외부의 지지에 대해서 필요성을 거의 가지지 않는다고 Solomon(1983)의 연구에서 보고 되었다.

사회적 역할 행동을 위한 이해가 낮은 사람은 지식과 성취의 부족을 상징적으로 보상하기 위한 지주로서 의복을 사용할 수 있다. 예를 들어, 어떤 형태의 의복 상징적 자질은 능력에 대한 느낌을 증가시킬 수도 있고 특정한 역할에서의 개인의 위치에 대한 균중의 수용을 용이하게 할 수도 있다. 더 많이 알고 있는 선수는 역할에서의 과거 성취를 위한 본질적 보상으로써 또는 단순히 특정 역할이 그 사람이 소유한 많은 역할 중 하나라는 표시로서 의복을 사용할 수도 있다(Solomon, 1983).

Casselmann-Dickson & Damhorst(1993)는 더 높은 몰입과 숙련된 여성 사이클리스트는 낮게 몰입된 사이클리스트보다 그들이 성취한 레벨의 능력을 보여주기 위해 옷을 입는데 더 관심이 있는 것으로 나타났다.

2.4. 성정체감

전통적으로 대부분의 사회에서 의복은 성별을 나타내기 위해서 사용되었으며, 육체적 기능적 역할의 차이에서 생김 남녀의 성차를 반영하고 있다. 그러나 현대사회는 산업의 발달로 인하여 전통적인 성역할이 여러가지로 도전 받고 있다. 즉 오늘날 여성의 사회생활 증가와 가사노동 감소, 남녀 평등사상 등으로 성역할의 차이가 감소되고 이러한 현상이 의복에 반영되어 남녀 차이가 줄어드는 것을 볼 수 있다.

성역할이란 특정성별의 개인이 주어진 상황에서 이행해야 하는 사회적 또는 문화적으로 한정된 일련의 기대이며, 이러한 기

대는 고정된 것이 아니라 시대와 문화에 따라 다르며 사회에서 명백히 표명될 수도 있고 모호하게 암시될 수도 있다(Richmond·Abbot, 1979).

일반적으로 남자는 남성적인 것이 여자는 여성적인 것이 바람직하다고 생각해 왔으나, Bem(1974)은 남성성, 여성성 성향이 둘 다 강한 사람을 양성성이라고 칭하였고 양성성을 지닌 사람이 상황의 요구에 따라 남성적 특성과 여성적 특성을 자유로이 구사한다고 하였다. 따라서 남성성과 여성성은 한 개인에게서 독립적으로 발달하게 된다는 주장이 생기게 되었다.

서구사회에서부터 산업자본주의 이후에 전통적인 남성다움의 의미와 여성다움의 의미에 대한 집착현상은 크게 줄어들게 되었다. 여성의 경우 전통적으로 남성적이라 인식되었던 성향을 수용하는데 있어 남성보다 더 자유롭게 되었으며, 여성의 남성화는 신분상승이며 자연스런 현상으로 간주된 반면 남성의 여성화는 큰 거부 반응을 보여 사회문제로 거론되는 등 남성이 여성보다 더욱 심리적 성향에서 규제를 받는 사실이 지적되었다(유선영, 1997).

우리나라에서도 일반적으로 청년후기에 있는 젊은이들이 유니섹스 의복을 가장 많이 선호하고 착용하며, 교육수준이 높을수록 유니섹스 의복이 많이 입혀지는 경향을 발견하였다고 김예숙·김병미(1986)는 보고하였다. 또 여자의 경우에 있어서 여성성의 여자에 비해 양성성 또는 남성성을 가진 여자들이 유니섹스 의복을 선호한다고 하였다(김정립, 1990). 또한 원미숙(1983)도 남성성 및 여성성의 특성을 모두 많이 가진 여대생이 두 가지 성향을 모두 적게 가진 여대생보다 유니섹스 의복에 더 많은 관심을 나타내었다고 하였다.

이와같은 선행연구들을 살펴본 결과 인라인스케이팅에 대한 몰입과 성정체감 개념은 본인의 일반적인 태도에 뿐만 아니라 인라인스케이터의 스포츠웨어인 인라인스케이팅 의복에 대한 태도에도 영향을 미칠 것으로 여겨진다.

이와같은 연구목적은 달성하기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

1. 성별과 인라인 행동에 따라 인라인스케이팅 의복흥미요인과의 관계를 알아본다.
2. 인라인스케이터의 성정체감에 따른 인라인스케이팅 몰입도의 차이를 알아본다.
3. 인라인스케이터의 성정체감에 따른 인라인스케이팅 의복흥미요인의 차이를 알아본다.
4. 인라인스케이팅 몰입도와 인라인스케이팅 의복흥미와의 관계를 알아본다.

3. 연구방법

3.1. 연구대상

본 연구는 2003년 3월 24일부터 4월 6일에 걸쳐 대구지역의 인라인스케이터들이 가장 많이 모이는 대구월드컵경기장과 두류공원, 경북대학교, 국제보상운동기념공원에서 20대 중반에

서 30대 중반의 인라인스케이터를 대상으로 자료를 수집하였다. 연구목적에 이해하고 설문조사에 응해준 인라인스케이터 330명을 대상으로 자료 중 1개월 미만의 인라인스케이트 경험을 가지고 있거나 응답이 미비한 자료를 제외한 291명을 연구 대상으로 삼아 통계처리 하였다.

연구대상의 인구통계학적인 특성은 연령의 분포는 23세 이상~30세 이하가 전체의 66.3%를 차지하여 가장 많았고, 성별은 남자가 64.3%, 여자가 35.7%를 차지하였다. 결혼여부는 미혼자가 84.5%이고 기혼자가 15.5%였다. 학력은 대졸이 41.6%로 가장 많았다.

3.2. 측정도구

인라인스케이트 의복흥미 : 김영란 외(2004)가 개발한 인라인스케이트 의복흥미척도 5개 하위요인으로 구성된 32문항을 사용하였다. 신뢰도계수(Cronbach α)는 .92이었다.

인라인스케이트 몰입도 : 김영란 외(2004)가 개발한 인라인스케이트 몰입도 척도 5문항을 사용하였다. 신뢰도계수(Cronbach α)는 .82이었다.

성경체감 : 성역할 성격특성의 척도는 BSRI(Bem Sex Role Inventory)의 요인분석 결과로 개선된 Short Form BSRI를 한글로 번안한 정옥분(1986)의 척도를 사용하였다. 신뢰도계수(Cronbach α)는 .89이었다.

인라인 행동 : 인라인스케이터가 인라인스케이트를 즐기는 이유, 주당 인라인스케이트를 타는 시간, 인라인스케이트를 시작한 후 경과한 시간 등의 질문으로 구성 되었다.

3.3. 자료분석

SPSS 10.0 프로그램을 사용하여 다변량분석(MANOVA), 단변량분석(ANOVA), Cronbach α 신뢰도, t-test, 상관분석을 실시 하였다.

4. 결과 및 고찰

4.1. 인구통계학적인 변인과 인라인스케이트 의복흥미

인라인스케이트를 즐기는 이유에 따른 인라인스케이트 의복흥미 : 인라인스케이트를 즐기는 이유에 따른 인라인스케이트 의복흥미 차이를 비교한 결과는 Table 1과 같다.

인라인스케이트를 즐기는 이유에 따른 의복흥미를 살펴보면 표현지향성에서 유의수준 .05에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 다이어트(3.3187)와 재미(2.6962)간에 유의한 차이를 보였는데, 다이어트를 위해 타는 집단이 재미를 위해 타는 집단보다 표현지향성에 더욱 높은 관심을 나타냈다.

활동기능성과 반일탈성은 유의수준 .05에서 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다. 즉, 다이어트를 목적으로 인라인스케이트를 즐기는 집단은 단순히 재미를 위해 타는 집단보다 몸매관리에 관심이 높으며 타인을 의식하여 의복을 매체로 매력적으로 표현하려는 의식이 강한 것으로 여겨진다.

Table 1. 인라인스케이트를 즐기는 이유에 따른 인라인스케이트 의복흥미

		n	평균	표준편차	p-value
표현지향성	스피드 a b	38	3.119	.778	.013*
	여가생활 a b	138	2.903	.689	
	건강 a b	31	3.165	.764	
	다이어트 b	7	3.318	.868	
	재미 a	66	2.696	.723	
	기타 a b	11	2.960	.853	
	합계	291	2.924	.739	
활동기능성	스피드	38	3.848	.602	.017*
	여가생활	138	3.723	.675	
	건강	31	4.096	.590	
	다이어트	7	4.000	.721	
	재미	66	3.621	.702	
	기타	11	3.977	.585	
	합계	291	3.772	.672	
정보의존성	스피드	38	3.144	.761	.086
	여가생활	138	3.230	.652	
	건강	31	3.451	.711	
	다이어트	7	3.535	.548	
	재미	66	3.045	.820	
	기타	11	2.984	.891	
	합계	291	3.198	.727	
반일탈성	스피드	38	2.737	.773	.027*
	여가생활	138	2.669	.537	
	건강	31	3.021	.594	
	다이어트	7	3.000	.666	
	재미	66	2.608	.620	
	기타	11	2.621	.494	
	합계	291	2.708	.607	
개성주장성	스피드	38	3.452	.828	.191
	여가생활	138	3.292	.767	
	건강	31	3.464	.826	
	다이어트	7	3.428	.948	
	재미	66	3.134	.768	
	기타	11	3.600	.758	
	합계	291	3.310	.789	

*p<.05

인라인스케이트를 타는 시간에 따른 인라인스케이트 의복흥미 : 인라인스케이트를 타는 시간에 따른 인라인스케이트 의복흥미 결과는 아래 Table 2와 같다.

표현지향성에서 유의수준 .05에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 사후분석을 한 결과 3시간 미만(2.7358)과 12시간 이상~15시간 미만(3.1207)사이에 유의한 차이가 있었고, 3시간 이상~6시간 미만(2.6529)은 6시간 이상~9시간 미만(3.0907), 9시간 이상~12시간 미만(3.0833), 12시간 이상~15시간 미만(3.1207), 15시간 이상~18시간 미만(3.0728), 18시간 이상(3.0111) 집단과 각각 유의한 차이가 있었다. 또 12시간 이상~15시간 미만(3.1207)은 6시간 이상~9시간 미만(3.0907), 9시간 이상~12시간 미만(3.0833), 15시간 이상~18시간 미만(3.0728), 18시간 이상(3.0111) 이들 각 각과 유의한 차이를 나타냈다.

주당 인라인스케이팅을 즐기는 시간이 3시간 이상~6시간 미만의 집단보다 6시간 이상~9시간 미만, 9시간 이상~12시간 미만, 12시간 이상~15시간 미만, 15시간 이상~18시간 미만, 18시간 이상 집단이 표현지향성에 더 많은 관심을 나타냈다. 그 중에 12시간 이상~15시간 미만의 집단이 가장 많은 관심이 있는 것으로 나타났다.

활동기능성은 유의수준 .05에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 3시간 미만(3.578)은 12시간 이상~15시간 미만(3.897), 15시간 이상~18시간 미만(4.075), 18시간 이상(3.933) 집단과

유의한 차이가 있었다. 3시간 이상~6시간 미만(3.628)은 15시간 이상~18시간 미만(4.075)과 유의한 차이가 있었다. 12시간 이상~15시간 미만(3.897)은 15시간 이상~18시간 미만(4.075)과 유의한 차이가 있었다. 주당 3시간 미만의 집단보다 15시간 이상~18시간 미만의 집단이 활동기능성에 더 관심이 있는 것으로 나타났다.

정보의존성은 유의수준 .05에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 6시간 이상~9시간 미만(3.479)은 3시간 미만(3.046), 3시간 이상~6시간 미만(3.087), 18시간 이상(2.969)과 유의한 차

Table 2. 인라인스케이팅 타는 시간에 따른 인라인스케이팅 의복홍미 차이

		n	평균	표준편차	p-value
표현지향성	3시간미만 a b	32	2.735	.551	.001**
	3시간이상-6시간미만 a	80	2.652	.812	
	6시간이상-9시간미만 b c	60	3.090	.581	
	9시간이상-12시간미만 b c	35	3.083	.665	
	12시간이상-15시간미만 c	34	3.120	.716	
	15시간이상-18시간미만 b c	20	3.072	.828	
	18시간이상 b c	30	3.011	.842	
	합계	291	2.924	.739	
활동기능성	3시간미만 a	32	3.578	.658	.032*
	3시간이상-6시간미만 a b	80	3.628	.758	
	6시간이상-9시간미만 a b c	60	3.826	.570	
	9시간이상-12시간미만 a b c	35	3.757	.628	
	12시간이상-15시간미만 b c	34	3.897	.574	
	15시간이상-18시간미만 c	20	4.075	.634	
	18시간이상 b c	30	3.933	.716	
	합계	291	3.772	.672	
정보의존성	3시간미만 a	32	3.046	.544	.010*
	3시간이상-6시간미만 a	80	3.087	.793	
	6시간이상-9시간미만	60	3.479	.697	
	9시간이상-12시간미만 a b	35	3.314	.604	
	12시간이상-15시간미만 a b	34	3.139	.725	
	15시간이상-18시간미만 a b	20	3.287	.670	
	18시간이상 a	30	2.969	.805	
	합계	291	3.198	.727	
반일탈성	3시간미만	32	2.744	.561	.118
	3시간이상-6시간미만	80	2.639	.644	
	6시간이상-9시간미만	60	2.816	.528	
	9시간이상-12시간미만	35	2.477	.539	
	12시간이상-15시간미만	34	2.745	.550	
	15시간이상-18시간미만	20	2.891	.791	
	18시간이상	30	2.738	.654	
	합계	291	2.708	.607	
개성주장성	3시간미만 a	32	2.943	.727	.000**
	3시간이상-6시간미만 a b	80	3.049	.808	
	6시간이상-9시간미만 c	60	3.480	.626	
	9시간이상-12시간미만 c	35	3.485	.753	
	12시간이상-15시간미만 c	34	3.570	.615	
	15시간이상-18시간미만 c	20	3.605	.940	
	18시간이상 b	30	3.365	.915	
	합계	291	3.310	.789	

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

이를 나타내었다. 6시간이상~9시간미만의 집단이 정보의존성에 가장 높은 관심이 있는 것으로 나타났다.

개성주장성은 유의수준 .05에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 사후분석을 하여본 결과 3시간 미만(2.943)과 3시간 이상~6시간 미만(3.049) 사이에는 유의한 차이가 없었고 이들 집단과 나머지 집단 사이에는 유의한 차이를 나타냈다. 3시간 미만의 집단이 개성주장성에서 가장 낮은 관심을 보였다.

즉, 활동가능성은 주당 스케이팅 시간이 비교적 높은 집단이, 개성주장성은 주당 스케이팅 시간이 가장 적은 집단이 가장 낮게 나타나 스케이팅 시간이 많을수록 활동가능성에 주당 스케이팅 시간이 적을수록 스케이팅 그 자체를 즐기는 것으로 사려된다.

정보의존성과 표현지향성은 주당 스케이팅 시간이 중간 그룹으로 스케이팅 뿐 아니라 스케이팅시 표현되어지는 부분과 외부적 요인에 민감한 현상을 보이는 것으로 파악된다.

성별에 따른 인라인스케이팅 의복흥미 : 성별에 따른 인라인스케이팅 의복흥미 결과는 Table 3과 같다.

성별에 따른 인라인스케이팅 의복흥미 결과의 차이를 살펴보면 의복흥미 하위요인별로 유의한 차이를 보이지 않았다. 그러므로 남녀에 대한 의복흥미의 차이는 없는 것으로 나타났다.

4.2. 성정체감과 인라인스케이팅 몰입도

성별에 따른 성정체감 : 남성성에 대한 남자와 여자의 평균 비교 결과는 Table 4와 같다.

남성성이 유의수준 .05에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 남자의 남성성이 여자에 비하여 높았다. 그러나 여성성에서

Table 3. 성별에 따른 인라인스케이팅 의복흥미 차이

	성별	n	평균	표준편차	p-value
표현지향성	남자	187	2.932	.799	.791
	여자	104	2.910	.621	
활동가능성	남자	187	3.800	.718	.339
	여자	104	3.722	.580	
정보의존성	남자	187	3.176	.794	.457
	여자	104	3.238	.589	
반일탈성	남자	187	2.748	.643	.114
	여자	104	2.636	.533	
개성주장성	남자	187	3.262	.820	.164
	여자	104	3.397	.726	

Table 4. 성별에 따른 성정체감

	성별	n	평균	표준편차	p-value
남성성	남자	182	4.521	.769	.000**
	여자	100	4.102	.800	
여성성	남자	183	4.815	.807	.616
	여자	101	4.868	.906	
중성성	남자	183	4.605	.566	.117
	여자	103	4.483	.729	

**p<.01

는 유의한 차이가 나타나지 않아 여성성은 남자와 여자의 차이가 없는 것으로 나타났다. 중성성도 통계적으로 유의한 차이를 나타내지 않았다.

성정체감과 인라인스케이팅 몰입도 : 성정체감과 인라인스케이팅 몰입도의 상관분석의 결과는 Table 5와 같다.

인라인스케이팅 몰입도와 남성성, 여성성, 중성성에서는 유의수준 .05에서 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다. 그 중에서 남성성이 인라인스케이팅 몰입도가 가장 높았다.

Erickson & Sirgy(1985)의 연구 결과에 의해 제안된 대로, 성취 동기 부여가 더 높기 관련된 사이클리스트가 정확한 의복을 위한 관심에서 중요한 역할을 한다. 사이클에 더욱 몰입이 된 사이클리스트가 전통적인 남성스포츠인 사이클의 사이클 의복착용으로 그들의 성정체성을 더욱 잘 표현하는 것으로 나타났다.

이와같이 스포츠에서는 모든 성격성향과 유의한 차이가 있었지만 스포츠라고 하면 아직 남성적인 스포츠로 인식하는 사람이 더 많은 것으로 생각된다. 그러므로 남·여 모두 남성성이 높은 사람이 인라인스케이팅에 더욱 몰입하는 것으로 사려된다.

4.3. 성정체감과 인라인스케이팅 의복흥미

남자의 성정체감과 인라인스케이팅 의복흥미 : 남자의 성정체감과 인라인스케이팅 의복흥미 하위요인에 대한 상관분석 결과는 Table 6과 같다.

표현지향성과 남성성과 중성성은 유의수준 .05에서 통계적으로 유의한 차이가 있었고 여성성과는 유의한 차이가 없었다. 활동가능성과 남성성과 여성성, 중성성은 유의수준 .05에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 정보의존성과 남성성과 중성성은 유의수준 .05에서 통계적으로 유의한 차이가 있었고 여성성은 통계적으로 유의한 차이를 나타내지 않았다. 반일탈성과 남성성은 유의수준 .05에서 통계적으로 유의한 차이가 있었지만 여성성과 중성성은 통계적으로 유의한 차이를 나타내지 않았다. 개성주장성과 남성성과 여성성, 중성성은 유의수준 .05에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다.

김재희(1994)의 성인남자를 대상으로 한 의복태도와 성역할

Table 5. 성정체감과 인라인스케이팅 몰입도

	몰입도	남성성	여성성	중성성
남성성	Pearson 상관계수	.190**		
	유의확률(양쪽)	.001		
	n	282		
여성성	Pearson 상관계수	.175**	.279**	
	유의확률(양쪽)	.003	.000	
	n	284	278	
중성성	Pearson 상관계수	.172**	.632**	.599**
	유의확률(양쪽)	.003	.000	.000
	n	286	278	279

*p<.01

Table 6. 남자의 성정체감과 인라인스케이팅 의복흥미

	표현지향형	활동기능형	정보의존형	반일탈형	개성주장형	남성성	여성성	중성성
남성성	Pearson 상관계수	.326**	.241**	.207**	.195**	.285**		
	유의확률(양쪽)	.000	.001	.005	.008	.000		
	n	182	182	182	182	182		
여성성	Pearson 상관계수	.129	.186*	.094	.116	.189*	.222**	
	유의확률(양쪽)	.083	.012	.207	.117	.010	.003	
	n	183	183	183	183	183	180	
중성성	Pearson 상관계수	.239**	.258**	.182*	.107	.275**	.608**	.498**
	유의확률(양쪽)	.001	.000	.014	.150	.000	.000	.000
	n	183	183	183	183	183	179	179

*p<.05

**p<.01

태도와외의 상관연구에서는 성역할 태도 중 남성성과 양성성 남자가 패션에 대한 관심, 신분 상징성 및 개성에 대한 관심이 높게 나타난 연구와 원미숙(1983)의 남녀 대학생들 중심으로 한 유니섹스 의복행동과 성역할과의 관계연구에서는 여성성 유형의 남자 대학생은 유니섹스 의복착용에 좀더 긍정적인 평가를 한 연구결과와 부분적으로 유사함을 알 수 있다.

인라인스케이팅이 스피드와 활동적인 스포츠라는 것이 남성적인 요인이 강한 것으로 생각된다. 따라서 남성성이 강한 인라인스케이팅이 인라인스케이팅 의복흥미가 가장 높은 것으로 사려된다.

여자의 성정체감과 인라인스케이팅 의복흥미 : 여자의 성정체감과 인라인스케이팅 의복흥미 하위요인에 대한 상관분석 결과는 Table 7과 같다.

표현지향성과 남성성, 여성성, 중성성 모두 통계적으로 유의한 차이를 나타내지 않았다. 활동기능성과 남성성은 유의한 차이를 나타내지 않았고, 여성성과 중성성은 유의수준 .05에서 유의한 차이를 나타냈다. 정보의존성과 반일탈성은 남성성, 여성성, 중성성 모두 통계적으로 유의한 차이를 나타내지 않았다. 개성주장성과 남성성, 여성성은 유의수준 .05에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 중성성은 통계적으로 유의한 차이를 나타내지 않았다.

Table 7. 여자의 성정체감과 인라인스케이팅 의복흥미

	표현지향형	활동기능형	정보의존형	반일탈형	개성주장형	남성성	여성성	중성성
남성성	Pearson 상관계수	.193	.173	.022	.017	.247*		
	유의확률(양쪽)	.054	.086	.830	.868	.013		
	n	100	100	100	100	100		
여성성	Pearson 상관계수	.150	.199*	.143	.032	.222*	.416**	
	유의확률(양쪽)	.134	.046	.152	.750	.026	.000	
	n	101	101	101	101	101	98	
중성성	Pearson 상관계수	.186	.198*	.098	.076	.189	.674**	.739**
	유의확률(양쪽)	.060	.044	.327	.448	.055	.000	.000
	n	103	103	103	103	103	99	100

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

즉, 남성성은 개성주장성에 여성성은 의복흥미요인 중 활동기능성과 개성주장성에 중성성은 활동기능성과 상관이 있는 것으로 나타났다. 성정체감과 의복흥미요인 중 표현지향성과 정보의존성, 반일탈성은 상관이 없는 것으로 나타났다.

4.4. 인라인스케이팅 몰입도와 인라인스케이팅 의복흥미

인라인스케이팅 몰입도와 인라인스케이팅 의복흥미 상관분석 결과는 Table 8과 같다.

몰입도와 표현지향성, 활동기능성, 정보의존성, 반일탈성, 개성주장성과의 상관관계는 유의수준 .05에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 즉, 인라인스케이팅 몰입도가 높을수록 인라인스케이팅 의복에 흥미를 가지는 것으로 설명된다.

Casselmann-Dickson & Damhorst(1993)의 연구에서는 의복의 전통과 능력의 상징들은 높은 레벨 성취자들에게 중요하였다. 어떤 스포츠의 전통들은 그 스포츠에 더 관련되고 전념하는 사람들 사이에서 의복 역할에 대한 의식적인 고수를 촉진할 것이라고 하였다. 더 높은 몰입과 숙련을 달성한 여성 사이클리스트는 낮게 몰입된 사이클리스트보다 그들이 성취한 레벨의 능력을 보여주기 위해 옷을 입는데 더 관심이 있는 것으로 나타나 본 연구와 일치함을 알 수 있다.

Table 8. 인라인스케이트 몰입도와 인라인스케이트 의복흥미

		몰입도	표현지향형	활동기능형	정보의존형	반일탈형	개성주장형
표현지향형	Pearson 상관계수	.396**					
	유의확률 (양쪽)	.000					
	n	291					
활동기능형	Pearson 상관계수	.369**	.521**				
	유의확률 (양쪽)	.000	.000				
	n	291	291				
정보의존형	Pearson 상관계수	.260**	.644**	.448**			
	유의확률 (양쪽)	.000	.000	.000			
	n	291	291	291			
반일탈형	Pearson 상관계수	.173**	.451**	.314**	.521**		
	유의확률 (양쪽)	.003	.000	.000	.000		
	n	291	291	291	291		
개성주장형	Pearson 상관계수	.404**	.790**	.437**	.466**	.240**	
	유의확률 (양쪽)	.000	.000	.000	.000	.000	
	n	291	291	291	291	291	

5. 결론 및 제언

인라인스케이터의 성격체감과 몰입된 정도와 그에 따른 인라인스케이트 의복흥미를 분석하여 다음과 같은 결론을 얻게 되었다.

인라인스케이터의 성별에 따라 뚜렷한 인라인스케이트 의복흥미의 차이는 없었다. 하지만 인라인스케이트를 즐기는 이유, 인라인스케이트를 주당 타는 시간에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다. 인라인스케이트 타는 목적이 다이어트일 경우 표현지향성에, 건강을 위해서 타는 경우 활동기능성과 반일탈성에 관심을 보였다. 주당 스케이트링시간이 15시간이상~18시간미만 집단이 의복흥미요인 중 활동기능성에 높은 관심을 보였다.

남·여 인라인스케이터의 성격체감 중 남성성이 인라인스케이트 몰입도가 높게 나타났다. 인라인스케이트의 남·여의 성격체감에 따라 인라인스케이트 의복흥미에 차이가 있었다. 남자의 경우는 남성성이 강할수록 인라인스케이트 의복흥미요인 모두에 관심이 높았으며 여자의 경우는 여성성이 강할수록 활동기능성과 개성주장성이 높게 나타났다. 인라인스케이트 몰입도에 따른 인라인스케이트 의복흥미는 인라인스케이트 몰입이 높을수록 인라인스케이트 의복흥미가 높았다.

따라서, 우리나라에 인라인스케이트가 도입된 시간이 그리 길지 않으며 인라인스케이트가 급격히 증가하고 있으므로 인라인스케이트 관련 산업체에서는 우선 적극적인 광고전략이 요구되어지며, 인라인스케이트들의 목적이 상이하므로 이에 따른 세부적 전략이 필요하며 각 목적에 따른 지식소구형의 광고가 필요하다.

또한 남녀의 성격체감에 따라 의복흥미에 차이를 보이므로 인라인스케이터들의 의복에 보다 분명한 성적특성이 고려되어야 한다. 인터넷을 통한 동호회가 활성화되어 있으므로 인터넷을 통한 정보의 전달과 광고와 마케팅전략이 필요한 것으로 사려 된다. 또한 아동들의 스포츠 참여도 증가하므로 아동을 대

상으로 하는 동작기능과 활동성, 안전장비 등에 대한 인간공학적 측면과 아동들의 감성발달을 고려한 디자인 연구도 요구되어진다.

참고문헌

- 김영란·유태순·조기여 (2004) 인라인스케이터의 인라인스케이트 의복흥미(I). *한국의류산업학회지*, 6(4), 440-446.
- 김예숙·김병미 (1986) 대학생의 유니섹스 의복에 대한 태도와 일반적인 의복행동과의 상관관계 연구 서울지역을 중심으로. *대한가정학회지*, 24, 26-28.
- 김재희 (1994) 유행 스타일을 중심으로 한 사무직 남성의 의복태도와 성역할 태도와 상관연구. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 김정림 (1990) 성격체감에 따른 여자 대학생의 의복행동 차이. 대구효성여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 문화일보 (2003) [산업] '불황신호 상품' 잘 팔린다. 3, 15.
- 문화일보 (2003) [쇼핑] 인라인이 '개성'을 입는다. 4, 3.
- 원미숙 (1983) 유니섹스 의복행동과 성역할과의 관계 -남녀 대학생 을 중심으로-. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 유선영 (1997) 잡지광고에 표현된 남성이미지 변화에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 일간스포츠 (2003) [레저] 인라인스케이트. 3, 28.
- 정옥분 (1986) 새로운 성역할 개념 -심리적 양성성-. *고려대학교 사대논총*, 10, 125-138.
- 패션비즈 (2002) 인라인스케이트 인기 '짱'. 8, 130-132.
- Antil, J.H. (1984) Conceptualization and operationalization of involvement. *Advances in Consumer Research*, 11, 203-213.
- Bem, S.L. (1974) The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42(2), 155-162.
- Casselmann-Dickson, M.A. and Damhorst, M.L. (1993) Female bicyclists and interest in dress :Validation with multiple measures. *Clothing and Textiles Research Journal*, 11(4), 7-17.
- Erickson, M.K. and Sirgy, M.J. (1985) Achievement motivation and clothing preferences of white-collar working women. In M.R. Solomon (Ed.), *The psychology of fashion*. Lexington, MA : Lexington Books, 357-369.

- Gurel, L.M. and Gurel, L. (1979) Clothing Interest :Conceptualization and measurement. *Home Economics Research Journal*, 7(5), 274-282.
- Mitchell, A.A. (1979) Involvement :A potentially important mediator of consumer behavior. *Advances in Consumer Research*, 6, 191-196.
- Richmond and Abbot (1979) "The American Women: Her Past, Her Present, Her Future." Rinehart & Winston, New York.
- Rosencranz, M.L. (1972) "Clothing Concept". Macmillan Co., New York, 92-93.
- Solomon, M.R. (1983) The role of products as social stimuli : A Symbolic interactionism perspective. *Journal of Consumer Research*, 10, 319-329.
- <http://www.encyber.com/>, 두산세계대백과 Encyber.
- <http://spark.dreamwiz.com/>, 인라인시티.

(2004년 1월 30일 접수)
