

성인여성들의 신체이미지에 따른 의복이미지

김 용 속
전북대학교 의류학과 교수

A Study on the Women's Clothing Image According to Their Body Image

Kim, Yong-Sook

Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Chonbuk National University

Abstract

The purpose of this study was to identify women's clothing image according to their body image. Self-administered questionnaires were used for data collection.

The results were as followed:

First, the body image was shown in three dimensions of care for appearance, concern about weight, and appearance attractiveness. And clothing image was shown in seven dimensions of gorgeousness, beauty, sophistication, comfort, confidence, neatness, and femininity. Second, women were segmented into interest in appearance attractiveness group, body image intermediate group, appearance & weight concern group, and body image retard group. Interest in appearance attractiveness group and appearance & weight concern group were found frequently among women in 20s and students or unmarried women, preferred for gorgeousness and femininity of clothing more, and enjoyed internet shopping. Appearance & weight concern group was heavier than interest in appearance attractiveness group. Body image intermediate group were found frequently among women of lower education, and shopped at stores. Third, younger unmarried women preferred for beauty, confidence, and femininity of clothing image and older women preferred for comfort more. Women who preferred for beauty and sophistication of clothing image shopped at internet shopping mall more frequently.

Key Words : body image(신체이미지), clothing image(의복이미지)

I. 서론

경제성장에 힘입어 사회 전반에 걸쳐 외모에 대한 관심이 커지고 있으며, 식사조절이나 헬스를 통한 체중조절이 보편화되어 마른 체형을 선호하는 사회 분위기가 조성되고 있다. 이와 같이 신체이미지는 대중매체의 영향을 받거나 타인과의 비교평가를 통하여 형성되기 때문에 다분히 주관적이며 왜곡될 가능성이 크다. 또 대중매체들이 전달해 주는 이상적 신체이미지는 마른 체형을 선호하도록 심리적으로 강요하고 있으나, 최근들어 이에 대한 반론도 제기되고 있다. 즉 패션쇼에서도 키가 크고 마른 모델만 선호하기보다는 대중적이며 보편적인 약간 통통하고 아담한 체형의 모델도 기용해야 한다는 의견이 일부에서 분출되고 있는 실정이다.

신체이미지는 자신의 신체에 대한 지각, 태도, 평가를 의미하며 인간의 행동에도 영향을 미친다. 대다수 사람들은 자신의 신체 중 불만족하는 부위를 가리거나 보완하려고 노력한다.¹⁾ 신체와 의복은 이미지 연출에 있어 상호보완 관계에 있으므로 의복은 신체의 장점을 강조하고 단점을 보완하게 된다. 구체적으로 자신의 신체이미지를 높일 수 있는 의복을 선택하고 신체이미지를 변신시키려고 노력한다. 특히 여성들은 자신의 신체나 외모에 심리적으로 의존하는 정도가 크기 때문에 의복을 통해 신체 모습이나 외모를 변화시키고자 하는 욕구가 더욱 크다.

그러나 신체이미지와 의복이미지를 관련한 선행연구들²⁾³⁾은 그리 많지 않으며 주로 여중생 또는 여대생을 대상으로 단편적으로 이루어졌다. 이에 본 연구에서는 성인여성들을 대상으로 신체이미지를 기준으로 유형화한 후 이들 집단이 추구하는 의복이미지와 일반 특성과의 관계를 규명하여 기성복업체에 상품 기획이나 유통경로 선택에 필요한 자료를 제공하고자 하였다.

II. 문헌고찰

1. 신체이미지

신체이미지란 한 개인이 자신의 마음 속에 가지고

있는 자기 신체에 대한 상으로 자아개념의 근본 요소이며 평가적 구성 요소로 작용한다. 즉 신체이미지는 자아개념 형성과 표현에 중심 역할을 하며, 개인이 살아가면서 다양한 경험을 통하여 자기 정체감을 형성할 때 얻게 되는 자기 신체에 대한 응축된 개념으로 자기 신체에 대한 주관적인 이미지이다.⁴⁾ 신체이미지는 자신의 신체에 대한 느낌이나 태도, 신체 각 부분과 그 기능에 대한 만족 또는 불만족 정도를 의미한다.⁵⁾

신체이미지는 신체의 크기, 체중, 신체 각 부분의 모양, 의복, 화장 등과 같은 신체적 외모에 대한 지각과 평가를 통하여 형성된다. Cash⁶⁾는 신체이미지는 다차원적이며 주관적이고, 태도 관련 부분은 감정적, 인지적, 행동 측면으로 구성되어 있으며, 신체 이미지의 변화, 감정적 신체변화, 자기 수용적이고 인지적 행동 측면의 신체 변화가 있을 수 있다고 하였다. 또 신체이미지는 우리 사회 안에 존재하는 신체 매력에 대한 사회적 기준에 의해 결정되며, 신체 매력에 대한 사회문화적 영향력은 성에 따라 다르다. 여성의 경우 신체 변화에 더 민감하며, 신체이미지는 상황에 따라 항상 변화하고 개인의 행동에 영향을 준다. 구체적으로 불만족스러운 신체의 부분이나 체형을 가리고 보완하려는 노력을 동기화하며, 사람들 사이의 상호관계에서도 사회적인 자기 확신과 기술에 영향을 미친다. 그러므로 신체이미지는 좀더 세부적으로 접근되어야 하며, 사회문화적 맥락에서 이해되어야 한다.

신체이미지는 지각적 신체이미지와 태도적 신체이미지로 구분되며, 지각적 신체이미지는 개인이 자신의 신체를 정확하게 또는 왜곡하여 지각하는 정도에 대한 것으로 신체 평가, 자기우울감, 섭식장애 등에 영향을 주었다. 또 태도적 신체이미지란 개인이 자신의 신체에 대하여 갖고 있는 느낌, 평가, 행위를 말하며 자아존중감, 자아개념, 의복행동 등에 영향을 미친다.⁷⁾

홍금희⁸⁾는 대중매체에 의해 전달되는 날씬한 신체는 우리 사회와 문화에서 이상적으로 여겨지는 신체 이미지에 영향을 미치며, 그 이상적 신체이미지를 이상적 기준으로 수용하도록 한다고 하였다. 그 결과 많은 여성들이 자신의 신체에 대하여 불만족을

경험하게 되고 이로 인하여 자아존중감이 낮아지게 된다고 하였다. 그러나 대중매체가 제시하는 신체 이미지에 영향을 받지 않는 일부 여성들은 실제 비만도와 관계없이 높은 자아존중감을 갖고 있었다. 그러므로 대중매체는 무차별적 파급효과를 고려하여 현실적이고 건강한 신체이미지 모델을 개발해야 할 것을 제안하였다. Duke-Duncan, et. al⁹⁾은 소녀들은 나이가 들어가면서 점차 자신의 체중에 불만족하게 되어 부정적 신체이미지를 갖게 되나, 소녀들은 신체가 발달함에 따라 긍정적 신체이미지를 갖게 된다고 하였다. 고애란과 김양진¹⁰⁾도 여자가 남자보다 신체 불만족도가 더 높고, 고등학생이 중학생이나 대학생보다 더 불만족도가 높다고 하였다.

신체이미지와 의복행동에 대한 선행연구들¹¹⁾¹²⁾¹³⁾을 살펴보면 자신이 비만이라고 생각하는 여대생은 편안한 의복을 선호하고 날씬하다고 생각하는 여대생은 유행하는 의복을 선호하고, 외모와 몸매 관리에 관심이 높은 여성들은 의복의 개성을 중요시하며 자신의 신체를 돋보이고 의복을 통하여 사회적 인정을 받거나 성적 매력을 나타낼 수 있는 의복을 선호하였다. 또 20-40대 여성 중에는 자신의 체형이 비만이라서 불만족하는 여성들이 많았으며, 보통 또는 마른 체형으로 지각하는 여성들은 자아개념이 높고 의복을 사용한 과시행동을 많이 하였다. 20대 여성들은 40대 여성들보다 외모와 신체 매력에 관심이 높고, 의복의 유행이나 과시성, 동조성에 관심이 높았으나, 40대 여성들은 체중에 관심이 높았다.

2. 의복이미지

의복이미지란 의복이 전달해 주는 전반적인 느낌으로, 사람들이 어떤 의복을 접했을 때 나타내는 반응 즉 평가 용어로 측정될 수 있다.¹⁴⁾ 또 의복이미지는 의복의 형태, 색, 재질 등에 따라 다르게 전달되며, 사회의 문화적 규범이나 개인의 특성에 따라 의복 인지도와 선호하는 의복 특성이 다양하게 나타난다. 사람들이 의복을 접했을 때 나타내는 반응이나 느낌은 의복에서 표현되는 시각적 이미지에 영향을 받게 되므로 자신이 전달하고자 하는 이미지를 파악하고 그것에 맞춰 의복을 선택하는 것이 바람직하다.¹⁵⁾

홍병숙¹⁶⁾은 양장과 한복의 이미지를 비교평가하였다. 양장의 이미지 요인으로 안정감과 단정감, 고급과 독특함, 활동성과 세련미, 산뜻함과 밝음을 들었고, 한복의 이미지 요인으로 화려함과 세련미, 안정감, 활동성, 우아함과 아름다움을 들었다. 정인희와 이은영¹⁷⁾은 20-30대 여성을 대상으로 의복이미지의 구성요인으로 품위, 현대성, 촌스러움, 활동성, 드레시함, 젊음을 들었다. 의복이미지 평가 차원을 규명하기 위하여 다차원척도분석을 실시한 결과 남성적 이미지-여성적 이미지, 단순한 이미지-장식적 이미지, 전원적 이미지-도회적 이미지를 축으로 평가된다고 하였다. 이들 이미지가 의복으로 표현될 경우 스타일이라 할 수 있으므로 의복을 남성적 스타일-여성적 스타일, 단순한 스타일-장식적 스타일, 전원적 스타일-도회적 스타일로 분류할 것을 제안하였다.

박소향과 김인숙¹⁸⁾은 남자 대학생을 대상으로 여성복 이미지를 평가한 결과 현대성, 품위, 독특성, 남성성 등을 추출하였다. 이명희¹⁹⁾는 한국과 미국의 남녀 대학생을 대상으로 선호하는 의복이미지를 파악하기 위하여 화려한-소박한, 여성적-남성적, 고전적-현대적 이미지로 분류하고 의미미분척도로 측정하였다.

박정혜²⁰⁾는 정장과 캐주얼의 의복이미지로 지적인, 낭만적인, 발랄한, 섹시한, 단정한 이미지를 추출하였다. 직장여성들은 정장 착용시 발랄한 이미지를, 캐주얼 착용시에는 낭만적 또는 발랄한 이미지를 추구하였다. 이에 반해 전업주부들은 정장과 캐주얼 착용시에 공통적으로 단정한 이미지를 선호하였고, 대학생들은 정장과 캐주얼 착용시 섹시한 이미지를 추구하였다. 이현정과 김미영²¹⁾은 의복이미지에 관한 기존 연구들을 분석하여 의복이미지 측정방법과 관련 용어를 모두 추출하였다. 의복이미지 측정방법은 반대 개념의 형용사 쌍을 사용하는 의미미분척도를 사용하거나 양극화되지 않은 개별적인 평가 용어를 사용하는 방법이 거의 비슷한 비율로 사용되고 있었다. 의복이미지 선행연구들에 사용된 의복이미지 관련 용어를 114개 추출하였고, 여기에서 품위, 발랄함, 활동성, 독특함, 현대성, 매력, 여성적, 섹시한, 성숙한 이미지를 발췌하여 대표적 의복이미지 요인으로 제시하였다.

III. 연구방법

1. 연구문제

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 성인여성의 신체이미지와 의복이미지 요인을 파악한다.

둘째, 성인여성의 신체이미지를 기준으로 성인여성들을 유형화한 후 이들 집단의 의복이미지, 인구통계적 변인, 신체 관련 변인, 의복 관련 변인의 특성을 파악한다.

셋째, 성인여성의 인구통계적 변인, 신체 관련 변인, 의복 관련 변인에 따른 의복이미지 요인의 차이를 파악한다.

2. 측정도구

본 연구에 사용된 질문지는 신체이미지, 의복이미지, 인구통계적 변인, 신체 관련 변인, 의복 관련 변인 등 5부분으로 구성되었으며, 총 64문항이었다.

신체이미지는 Cash²²⁾, Rudd와 Lennon²³⁾, 조선명과 고애란²⁴⁾의 연구를 참고로 14문항으로 구성하였으며, 5점 Likert형이었다. 의복이미지는 선행연구들²⁵⁾²⁶⁾을 기초로 본 연구자가 43문항을 발췌하였으며, 5점 Likert형이었고, 신체이미지와 의복이미지는 점수가 높을수록 그 내용에 동의하는 정도가 높음을 의미하였다. 인구통계적 변인은 연구 대상자의 나이, 결혼 여부, 학력 등 3문항, 신체 관련 변인은 신장과 체중에 관한 2문항, 의복 관련 변인은 월 평균 의복비와 주로 의복을 구입하는 장소에 관한 2문항이었으며, 단순선택형으로 구성하였다.

3. 연구 대상자

본 연구 대상자는 J시를 중심으로 중소도시에 거주하는 20대부터 40대의 성인여성들이었다. 연구자의 편의를 위하여 대학생, 직장인, 유치원, 초중등학교 및 대학교 재학생들의 어머니 중에서 임의추출되었다. 유치원과 초중등학교에서는 담임교사를 통하여 학생들에게 배부한 후 집에서 어머니께 부탁하여 응답하도록 한 후 학교에서 담임교사가 수거하였다.

대학생의 경우 2부씩 배부한 후 1부는 자신이 응답하고, 다른 1부는 어머니나 언니에게 응답을 부탁하도록 지도하였다.

2008년 6월에 예비조사를 통하여 질문지의 이해도를 검증한 후 7월 1일부터 20일 사이에 본조사를 실시하였다. 질문지 500부 중 455부가 회수되었고, 이 중에서 불성실하게 응답된 질문지를 제외하고 441부를 최종 자료 분석에 사용하였다.

연구 대상자의 인구통계적 변인, 신체 관련 변인, 의복 관련 변인의 특성은 <표 1>과 같다. 나이는 40대가 41.9%로 제일 많았고, 기혼여성인 미혼여성보다 많았으며, 학력은 고등학교 수험인 경우가 40.4%로 많았다. 신체 관련 변인을 살펴보면 155cm 이하인 경우가 29.2%로 제일 많았고 평균은 160.84cm 였고, 체중은 55kg 이하인 경우가 29.7%로 제일 많고 평균은 54.82kg 이었다. 의복 관련 변인을 살펴보면 월 평균 의복비 지출은 5만원 미만인 경우가 44.7%로 가장 많았고, 5만원 이상 10만원 미만은 34.2%로 그 다음이었다. 주로 의복을 구입하는 장소는 56.6%가 오프라인 점포에서 주로 구입했고, 온라인 쇼핑몰과 오프라인 점포에서 병행하여 구입하는 경우는 32.0%였다.

4. 분석방법

신체이미지와 의복이미지의 요인구조를 알아보기 위하여 요인분석을 실시하였다. 의복이미지의 요인을 기준으로 성인여성들을 유형화하기 위하여 군집분석을 실시하였다. 유형화된 성인여성집단의 의복이미지, 인구통계적 변인, 신체 관련 변인, 의복 관련 변인의 특성을 파악하기 위하여 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검증, Chi-square 검증을 실시하였으며, 빈도, 백분율, 평균 등을 구했다.

IV. 결과 및 논의

1. 신체이미지와 의복이미지의 요인

신체이미지의 요인구조를 파악하기 위하여 요인분석을 실시한 결과는 <표 2>와 같다. 신체이미지에

<표 1> 연구 대상자의 특성

		변 인	빈도(명)	백분율(%)
인구 통계 적 변인	나이	20대	90	20.4
		30대	166	37.6
		40대	185	41.9
	결혼여부	기혼	260	58.7
		미혼	180	41.3
	학력	고등학교 수학	177	40.4
		대학교 재학생	109	24.9
대학교 졸업 이상		152	34.7	
신체 관련 변인	신장	155cm 이하	125	29.2
		156 - 160cm	104	24.3
		161 - 165cm	100	23.4
		166cm 이상	99	23.1
	체중	45kg 이하	124	29.7
		46 - 50kg	99	23.7
		51 - 55kg	98	23.4
		56kg 이상	97	23.2
의복 관련 변인	월 평균 의복비	5만원 미만	195	44.7
		5만원 이상 - 10만원 미만	149	34.2
		10만원 이상 - 15만원 미만	42	9.6
		15만원 이상	50	11.5
	의복 구입 장소	주로 온라인 쇼핑몰	50	11.4
		주로 오프라인 점포	249	56.6
		온라인 쇼핑몰과 오프라인 점포 병용	141	32.0

* 불완전 응답자의 자료도 통계분석에 이용하였으므로 합계가 다름.

관한 14문항은 3개의 요인으로 분석되었고, 총설명력은 56.07%였다. 요인 1은 자신의 외모에 대하여 관심을 나타내는 내용의 문항 6개로 구성되어 외모 관심으로 명명되었다. 요인 2는 자신의 체중을 조절하기 위하여 식이요법을 하거나 관심을 표시하는 내용의 문항 4개로 구성되어 체중 관심으로 명명되었다. 요인 3은 자신의 몸매에 대한 매력이나 멋에 대한 관심을 나타내는 내용의 문항 4개로 구성되어 외모 매력으로 명명되었다. 이 결과는 조선명과 고애린²⁷⁾, 홍금희²⁸⁾ 연구 결과와 동일하였다. 신체이미지의 3개 요인 중 외모 관심은 3.41로 제일 높았고, 외모 매력은 2.77이었으며, 체중 관심은 2.56으로

제일 낮았다. 성인여성들은 외모에 대한 관심이 외모 매력이나 체중에 대한 관심보다 더 높음을 알 수 있었다.

의복이미지의 요인구조를 파악하기 위하여 요인분석을 실시한 결과는 <표 3>과 같다. 2회의 요인분석을 거치면서 의복이미지와 관련된 43개의 행동사 중 8문항을 삭제한 후 35개 문항이 최종분석에 사용되었다. 그 결과 7개의 요인으로 분석되었고, 총 설명력은 62.77%였다.

요인 1은 강렬하고 대담하며 성적매력이 높고 화려한 이미지와 관련된 문항 7개로 구성되어 화려함으로 명명되었고, 설명력은 12.40%였다. 요인 2는

<표 2> 신체이미지의 요인구조

요인명	문항내용	요인 부하량	고유값	분산 (누적분산)	평균
요인 1: 외모 관심	<ul style="list-style-type: none"> - 타인을 만나기 전에 내 모습을 확인한다 - 나는 항상 멋있어 보여야 한다 - 외모를 더 좋아 보이려고 노력한다 - 나의 외모에 대한 타인의 의견에 관심이 없다 - 내 차림새가 적절하지 못하면 신경이 쓰인다 - 수시로 거울에 비친 내 모습을 살펴본다 	.72 .71 .69 .69 .64 .60	3.76	21.61%	3.41
요인 2: 체중 관심	<ul style="list-style-type: none"> - 빠른 시간 안에 체중을 줄이려고 엄격한 식이 요법을 한 경험이 있다 - 나는 살찐 것/살찔까봐 걱정을 많이 한다 - 체중이 조금만 변해도 걱정을 많이 한다 - 체중을 줄이려고 식이요법을 하고 있다 	.82 .81 .79 .76	2.35	18.75% (40.36%)	2.56
요인 3: 외모 매력	<ul style="list-style-type: none"> - 옷을 입지 않은 내 몸매가 마음에 든다 - 나는 성적 매력이 있다 - 내 외모에 만족한다 - 많은 사람들이 나를 멋있다고 생각할 것이다 	.75 .74 .74 .67	1.74	15.71% (56.07%)	2.77

타인에게 호감을 주며 인상이 좋고 매력적인 이미지와 관련된 문항 6개로 구성되어 아름다움으로 명명되었고, 설명력은 10.61이었다. 요인 3은 전문적으로 보이고 고급스럽고 이지적이며 도시감각을 지닌 이미지와 관련된 문항 7개로 구성되어 세련미라 명명되었고, 설명력은 10.50%였다. 요인 4는 스포티하고 활동적이며 캐주얼한 이미지와 관련된 문항 4개로 구성되어 활동성으로 명명되었으며, 설명력은 8.66%였다. 요인 5는 진보적이고 자신감있으며 적극적인 이미지와 관련된 문항 5개로 구성되어 자신감으로 명명되었고, 설명력은 8.54%였다. 요인 6은 예의나 격식을 갖추고 단아한 이미지와 관련된 문항 3개로 구성되어 단정함으로 명명되었고, 설명력은 6.49%였다. 요인 7은 어려보이고 귀엽고 여성적인 이미지와 관련된 문항들로 구성되어 여성성으로 명명되었고, 설명력은 5.58%였다. 이들 의복이미지의 요인 평균값을 비교하면 아름다움이 4.02로 제일 높았고, 이어 단정함, 활동성 순이었고, 화려함은 2.89로 제일 낮았다. 즉 최근들어 성인여성들은 의복의 아름다움이나 기능성을 좀더 추구하고, 성적 매력을 포함한 화려함에 대한 관심이 낮은 것으로 해석되었다.

본 연구에서 추출된 의복이미지의 요인과 정인희와 이은영²⁹⁾의 연구 결과를 비교하면 본 연구에서는 부정적 평가와 관련된 문항들을 적게 포함되었기 때문에 촌스러움 요인이 따로 추출되지 않았고, 2회의 요인분석을 통하여 8개의 문항이 삭제되었기 때문에 서로 다른 명칭의 요인이 추출되었을 것이다.

2. 성인여성들의 유형화와 집단 특성

성인여성들의 신체이미지의 요인을 기준으로 유형화하기 위하여 군집분석을 실시한 결과는 <표 4>과 같다. 적절한 집단 수를 결정하기 위하여 집단 수를 3, 4, 5 등으로 고정한 후 군집분석을 실시하였다. 집단 수를 4로 고정하였을 때 집단 간 차이가 분명하여 4집단으로 유형화하였다. 제 1집단은 외모 매력이 높으나 외모와 체중 관심 정도는 중간 수준으로 외모 매력 고관심집단으로 명명되었으며, 소속인원의 수가 29.07%로 제일 많았다. 제 2집단은 신체이미지의 모든 요인들의 평균값이 중간 수준으로 신체이미지 중도집단으로 명명되었다. 제 3집단은 외모와 체중에 관심이 제일 높아 외모 및 체중 고관심 집단으로 명명되었다. 제 4집단은 신체이미지의 모든 요인들의 평균값이 다른 집단보다 제일 낮아 신

<표 3> 의복이미지의 요인구조

요인명	문항 내용	요인 부하량	고유값	분산 (누적분산)	평균
요인 1: 화려함	<ul style="list-style-type: none"> - 강렬한 - 대담한 - 요염한 - 성적 매력이 높은 - 독특한 - 예리한 - 화려한 	<ul style="list-style-type: none"> .86 .84 .72 .67 .65 .65 .58 	10.68	12.40	2.89
요인 2: 아름다움	<ul style="list-style-type: none"> - 호감을 주는 - 자연스러운 - 인상이 좋은 - 매력적인 - 아름다운 - 산뜻한 	<ul style="list-style-type: none"> .75 .70 .65 .59 .59 .56 	3.43	10.61 (23.01)	4.02
요인 3: 세련미	<ul style="list-style-type: none"> - 전문적으로 보이는 - 고급스러운 - 우아한 - 이지적인 - 도시감각의 - 품위있는 - 낭만적인 	<ul style="list-style-type: none"> .69 .68 .67 .65 .58 .51 .50 	2.39	10.50 (33.50)	3.65
요인 4: 활동성	<ul style="list-style-type: none"> - 스포티한 - 활동적인 - 캐주얼한 - 편안한 	<ul style="list-style-type: none"> .78 .74 .69 .50 	1.79	8.66 (42.17)	3.80
요인 5: 자신감	<ul style="list-style-type: none"> - 진보적인 - 유능한 - 자신감있는 - 적극적인 - 멋있는 	<ul style="list-style-type: none"> .72 .70 .58 .58 .53 	1.44	8.54 (50.71)	3.70
요인 6: 단정함	<ul style="list-style-type: none"> - 예의를 갖춘 - 격식을 갖춘 - 단아한 	<ul style="list-style-type: none"> .77 .67 .57 	1.77	6.49 (57.20)	3.82
요인 7: 여성성	<ul style="list-style-type: none"> - 어려보이는 - 여성스러운 - 귀여운 	<ul style="list-style-type: none"> .75 .64 .50 	1.07	5.58 (62.77)	3.77

체이미지 지체집단으로 명명되었으며, 소속인원의 수가 23.26%로 제일 적었으나 전체적으로 볼 때 4 집단이 23% 이상 30% 미만으로 비슷한 비율로 배분되었다.

신체이미지에 따라 유형화된 집단이 추구하는 의복이미지 특성을 분석한 결과는 <표 5>와 같다. 의복이미지의 7요인 중 화려함과 여성성만 유의한 차

이가 있었다. 즉 외모 및 체중 고관심집단은 의복의 화려함과 여성성을 추구하는 정도가 제일 높았으며, 외모 매력 고관심집단과 신체이미지 중도집단도 의복의 화려함과 여성성을 추구하는 정도가 높았으나 신체이미지 지체집단은 의복이미지의 모든 요인들을 추구하는 정도가 가장 낮았다.

<표 4> 성인여성들의 신체이미지를 기준으로 유형화

집단	제 1 집단	제 2 집단	제 3 집단	제 4 집단	F
외모 관심	3.59 B	3.43 B	3.91 A	3.19 C	33.88***
체중 관심	2.12 C	3.07 B	3.71 A	1.78 D	374.78***
외모 매력	3.29 A	2.31 C	2.96 B	2.32 C	143.62***
소속 인원(명, %)	125(29.07)	104(24.19)	101(23.49)	100(23.26)	430(100.00)

*** P < .001
 주) Alphabet은 Duncan의 다범위검증 결과임.

<표 5> 유형화된 집단의 의복이미지 차이

집단	외모 매력 고관심집단	신체이미지 중도집단	외모 및 체중 고관심집단	신체이미지 지체집단	F
화려함	2.92 A	2.82 AB	3.01 A	2.73 B	3.32*
아름다움	4.03	3.99	4.10	4.02	1.05
세련미	3.65	3.65	3.67	3.63	.11
활동성	3.79	3.84	3.76	3.81	.41
자신감	3.72	3.68	3.78	3.64	1.20
단정함	3.78	3.89	3.82	3.87	.79
여성성	3.75 AB	3.72 B	3.90 A	3.70 B	2.69*

* P < .05
 주) Alphabet은 Duncan의 다범위검증 결과임.

<표 6> 유형화된 성인여성 집단의 인구통계적 특성 차이

관측빈도(기대빈도)

변인	집단	외모 매력 고관심집단	신체이미지 중도집단	외모 및 체중 고관심집단	신체이미지 지체집단	χ^2
나이	20대	31(25.0)	12(20.8)	31(20.1)	12(20.0)	19.26**
	30대	43(47.7)	41(38.7)	38(38.5)	40(38.1)	
	40대	51(52.3)	51(43.5)	32(42.3)	46(41.9)	
결혼 여부	기혼	98(102.3)	92(41.5)	72(82.7)	90(81.0)	16.13***
	미혼	27(22.7)	17(25.6)	29(18.3)	10(18.1)	
학력	고등학교 수학	44(49.9)	52(41.5)	33(40.7)	43(39.9)	14.20***
	대학생 대학원생	32(30.2)	17(25.6)	36(25.1)	21(24.6)	
	대학교 졸업 이상	48(43.3)	34(35.9)	32(35.2)	35(34.5)	

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

유형화된 성인여성 집단의 인구통계적 특성에 대한 차이를 분석한 결과는 <표 6>와 같다. 외모 매력 고관심집단과 외모 및 체중 고관심집단은 20대 미혼 여성 또는 대학교를 수학한 성인여성들 중에서

많이 볼 수 있었고, 신체이미지 중도집단과 신체이미지 지체집단은 40대 또는 기혼 여성들, 고등학교 까지 수학한 성인여성들 중에서 많이 볼 수 있었다.

유형화된 성인여성 집단의 신체 관련 변인에 대한 차이를 분석한 결과는 <표 7>과 같다. 외모 및 체중 고관심집단은 신장이 166cm 이상이거나 체중이 56kg 이상으로 전체 평균보다 키가 크고 체중은 많은 성인여성들 사이에서 많이 볼 수 있었고, 외모 매력 고관심집단은 신장이 166cm 이상이거나 체중이 46-50kg으로 전체 평균보다 키가 크나 체중은 낮은 성인여성들 사이에서 많이 볼 수 있어 이들 2 집단의 신체적 특성 차이를 명확하게 확인할 수 있었다. 신체이미지 중도집단은 신장이 156-160cm이거나 체중이 56kg으로 전체 평균보다 키는 작으나 체중은 많은 성인여성들 사이에서 많이 볼 수 있었고, 신체이미지 지체집단은 신장이 155cm 이하이거나 체중이 46-50kg으로 전체 평균보다 키와 체중이 모두 낮은 성인여성들 사이에서 많이 볼 수 있었다. 유형화된 성인여성 집단의 의복 관련 변인의 차이

를 분석한 결과는 <표 8>과 같다. 의복 관련 변인 중 의복 구입비는 유형화된 집단간 유의차가 없었고 구입 장소는 유의차가 있었다. 외모 매력 고관심집단은 의복 구입시 온라인 쇼핑몰이나 오프라인 점포를 모두 이용하였으나, 신체이미지 중도집단과 신체이미지 지체집단은 오프라인 점포를 주로 이용하고 있었다. 이 결과는 본 연구의 앞부분에서 논의했던 내용과 일치하는 일관성있는 내용이었다. 즉 외모 매력 관심집단은 20대의 미혼 여성 또는 대학교 졸업 이상의 고학력인 경우에서 많아, 이들은 온라인 쇼핑몰에서 의복을 자주 구입하였을 것이다.

3. 성인여성들의 일반 변인에 따른 의복이미지

성인여성들의 인구통계적 변인에 따른 의복이미지의 차이를 분석한 결과는 <표 9>과 같다.

<표 7> 유형화된 성인여성 집단의 신체적 특성 차이

관측빈도(기대빈도)

변인	집단	외모 매력	신체이미지	외모 및 체중	신체이미지	χ ²
		고관심집단	중도집단	고관심집단	지체집단	
신장 (cm)	155 이하	17(18.4)	16(15.3)	10(14.7)	20(14.6)	17.18*
	156-160	49(47.6)	44(39.6)	30(38.1)	40(37.7)	
	161-165	38(40.9)	33(34.0)	37(32.7)	32(32.4)	
	166 이상	21(18.1)	11(15.1)	23(14.5)	7(14.3)	
체중 (kg)	45 이하	10(6.8)	3(5.4)	2(5.4)	8(5.3)	30.46***
	46-50	38(29.1)	12(23.2)	17(23.0)	31(22.7)	
	51-55	41(40.3)	33(32.2)	33(31.9)	29(37.4)	
	56 이상	35(47.8)	51(38.1)	46(37.7)	97(97.0)	

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

<표 8> 유형화된 성인여성 집단의 의복 관련 특성 차이

관측빈도(기대빈도)

변인	집단	외모 매력	신체이미지	외모 및 체중	신체이미지	χ ²
		고관심집단	중도집단	고관심집단	지체집단	
구 입 장 소	주로 온라인 쇼핑몰	18(14.0)	9(11.6)	11(11.3)	10(11.1)	14.41*
	주로 오프라인 점포	54(70.2)	63(58.4)	58(55.6)	66(55.6)	
	온라인과 오프라인 점포 병용	53(40.8)	32(33.9)	23(32.3)	23(32.3)	

* P< .05

의복이미지 요인 중 화려함, 세련미, 단정함 등은 성인여성들의 나이에 따라 유의차가 없었으나, 아름다움, 활동성, 자신감, 여성성 등은 유의차가 나타났다. 20대 여성들은 의복이미지의 아름다움, 자신감, 여성성 등을 선호하는 정도가 40대 여성들보다 훨씬 높았으나, 활동성은 낮았다. 즉 20대의 젊은 여성들은 의복이미지의 아름다움, 자신감, 여성성 등을 선호하지만 나이가 들어감에 따라 이들 요인을 추구하는 정도가 낮아지고 활동성을 더 선호하게 됨을 알 수 있었다. 이 결과는 나이가 들어감에 따라 의복의 편안함이나 활동성을 더 선호하게 된다는 일반적 경향³⁰⁾을 지지하였다.

의복이미지의 요인 중 화려함, 세련미, 단정함, 여성성 등은 성인여성들의 결혼여부에 따라 유의차가 없었으나, 아름다움, 자신감, 활동성 등은 결혼여부에 따라 유의차가 나타났다. 즉 미혼여성들은 의복의 아름다움과 자신감을 기혼여성들보다 더 선호했으나, 기혼여성들은 활동성을 미혼여성들보다 더 선호했다. 이와 같은 결과는 나이가 들어감에 따라 성인여성들이 의복의 아름다움이나 자신감보다 활동성을 더 선호하게 된다는 본 논문의 앞부분과 같은 결과로 일관성있는 결과를 볼 수 있었다.

의복이미지의 요인 중 화려함, 자신감, 단정함, 여성성 등은 성인여성들의 학력에 따라 유의차가 없었으나, 아름다움, 세련미, 활동성은 학력에 따라 유의차가 나타났다. 대학생들은 의복이미지의 아름다움을 선호했으나 활동성을 선호시하는 정도는 낮았다. 또 대학생이거나 대학교를 졸업한 성인여성들은 고등학교까지 졸업한 성인여성들보다 세련미를 더 선호했다.

성인여성들의 신체 관련 변인에 따른 의복이미지의 차이를 분석한 결과는 신체 관련 변인에 따라 의복이미지의 유의차는 전혀 나타나지 않았다.

성인여성들의 의복 관련 변인에 따른 의복이미지의 차이를 분석한 결과는 <표 10>와 같다. 의복이미지 요인 중 화려함, 아름다움, 세련미, 자신감, 여성성 등은 성인여성들의 의복비 지출 정도에 따라 유의차가 없었으나, 활동성과 단정함은 유의차가 있었다. 즉 의복비를 적게 지출하는 성인여성들은 의복이미지의 활동성과 단정함 요인을 선호하였다. 성인여성들은 의복구입 장소에 따라 의복이미지의 아름다움과 세련미는 유의차를 나타냈다. 의복의 세련미와 아름다움을 추구하는 성인여성들은 온라인 쇼핑몰에서 의복을 구입하는 정도가 높았다.

<표 9> 성인여성들의 인구통계적 변인에 따른 의복이미지

관측빈도(기대빈도)

변인		요인						
		화려함	아름다움	세련미	활동성	자신감	단정함	여성성
나이	20대	2.90	4.29 A	3.69	3.73 B	3.79 A	3.85	3.84 A
	30대	2.96	4.03	3.69	3.93 A	3.77 A	3.87	3.89 A
	40대	2.80	3.90	3.58	3.90 A	3.60 B	3.80	3.61 B
	F	2.46	21.97***	2.16	7.90***	5.57**	.80	13.14***
결혼 여부	기혼	2.87	3.97 B	3.62	3.82 A	3.67 B	3.82	3.75
	미혼	2.92	4.30 A	3.94	3.69 B	3.84 A	3.88	3.82
	F	.33	32.22***	2.95	3.79*	6.13**	.83	1.00
학력	고등학교 수학	2.90	4.00 B	3.56 B	3.89 A	3.65	3.85	3.83
	대학 대학원생	2.95	4.19 A	3.74 A	3.73 B	3.80	3.89	3.77
	대학교 졸업 이상	2.81	3.96 B	3.68 AB	3.76 AB	3.71	3.79	3.69
	F	1.49	7.95***	4.08*	3.53*	2.38	1.07	2.68

* P< .05, ** P< .01, *** P< .001
 주) Alphabet은 Duncan의 다범위검증 결과임.

<표 10> 의복 관련 변인에 따른 의복 이미지

변인		요인						
		화려함	아름다움	세련미	활동성	자신감	단정함	여성성
의복 구입 비	5만원 미만	2.86	4.02	3.61	3.85 A	3.69	3.88 A	3.77
	5만원 이상							
	-10만원 미만	2.92	4.02	3.64	3.86 A	3.69	3.80 AB	3.79
	10만원 이상							
	-15만원 미만	2.78	4.05	3.67	3.62 B	3.76	3.66 B	3.69
	15만원 이상	2.92	4.13	3.81	3.62 B	3.76	3.62 B	3.75
	F	.56	.86	1.71	3.95**	.32	2.59*	.38
의복 구입 장소	주로 온라인 쇼핑몰	3.00	4.04 AB	3.67 AB	3.80	3.70	3.82	3.75
	주로 오프라인 점포	2.84	3.97 B	3.57 B	3.77	3.65	3.81	3.75
	온라인 쇼핑몰과 오프라인 점포 병용	2.90	4.12 A	3.76 A	3.85	3.79	3.89	3.80
	F	1.26	4.36*	5.43**	.80	2.82	.97	.38

* P< .05, ** P< .01, *** P< .001
 주) Alphabet은 Duncan의 다범위검증 결과임.

V. 결론 및 제언

본 연구에서는 성인여성들의 신체이미지에 따른 의복이미지를 파악하여 기성복 기획에 필요한 자료를 제공하고자 하였다. 먼저 문헌자료 분석을 통하여 신체이미지와 의복이미지의 개념과 선행연구를 분석한 후 이를 참고로 질문지를 작성하여 500명의 성인여성들을 대상으로 자료를 수집하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같았다.

첫째, 성인여성들의 신체이미지는 외모 관심, 체중 관심, 외모 매력으로 구성되었으며, 의복이미지는 화려함, 아름다움, 세련미, 활동성, 자신감, 단정함, 여성성으로 구성되었다. 둘째, 성인여성들을 신체이미지의 요인을 기준으로 외모 매력 고관심집단, 신체이미지 중도집단, 외모 및 체중 고관심집단, 신체이미지 지체집단으로 유형화되었으며, 외모 매력 고관심집단의 소속인원이 제일 많았다. 외모 및 체중 고관심집단과 외모 매력 고관심집단은 의복의 화려함과 여성성을 추구하는 정도가 제일 높았고, 신체이미지 지체집단은 의복의 화려함과 여성성을 추구하는 정도가 제일 낮았다. 외모 매력 고관심집단은 20대의 미혼이거나 학생인 경우가 많았고, 키는 크고 체중은 적으며, 온라인 쇼핑몰이나 오프라인 점포에서 의복을 구입하는 경우가 많았다. 외모 및

체중 고관심집단은 20대의 미혼이거나 교육수준이 높고, 키가 크고 체중도 많았다. 신체이미지 중도집단은 고등학교까지 수학했거나 신장은 평균 수준이나 체중이 많고, 주로 오프라인 점포에서 의류를 구입하는 경우가 많았다. 신체이미지 지체집단은 고등학교까지 수학했거나 신장과 체중이 작고, 오프라인 점포에서 의복을 구입하는 경우가 많았다. 셋째, 20대 여성들은 의복이미지의 아름다움, 자신감, 여성성 등을 가장 선호하였으나 점차 나이가 들어감에 따라 선호하는 정도가 낮아지고 의복이미지의 활동성을 선호하는 정도는 높아졌다. 미혼여성들은 의복의 아름다움과 자신감을 추구하는 정도가 기혼여성들보다 더 높았다. 의복비를 많이 지출하는 성인여성들은 의복의 활동성과 단정함을 선호하는 정도는 낮았고, 의복의 아름다움이나 세련미를 추구하는 성인여성들은 온라인 쇼핑몰을 이용하는 정도가 높았다.

이상과 같이 의복 착용자의 인구통계적 변인, 신체 관련 변인, 의복 관련 변인 등은 기성복 기획이나 유통 경로 선택시 고려되어야 할 중요 변인이었다. 구체적으로 키가 큰 외모 매력 고관심집단이나 외모 및 체중 고관심집단을 위한 의복인 경우 화려하고 여성성을 강조한 의복으로 접근해야 할 것이다. 젊은 여성들을 위한 의복의 경우 아름다움, 자

신감, 여성성을 강조하고, 나이든 여성들을 위한 의복의 경우 활동성을 강조해야 할 것이다. 가격대가 낮은 의복의 경우 활동성이나 단정함을 강조해야 할 것이며, 온라인 쇼핑몰을 자주 이용하는 교육수준이 높고 젊은 여성들은 의복의 아름다움이나 세련미를 추구하므로 이들이 원하는 의복을 온라인 쇼핑몰에서는 구비해 두어야 할 것이다.

본 연구의 대상자는 중소도시에 거주하는 성인여성들로 본 연구자의 편의에 따라 임의로 표집하였고, 사용된 질문지는 본 연구의 목적에 맞도록 연구자가 작성하여 사용하였으므로 본 연구 결과를 확대 해석하는데 한계가 있을 것이다.

참고문헌

- 1) Cash, T. F. (1990), "The multidimensional body-self relationship questionnaire. In Appendix", *Body Image Disturbance, Assessment and Treatment*(Thompson, J. K.), Pergamon Press, pp. 125-130.
- 2) Kwon, Y. H. · Parham, E. S. (1994), "Effects of state of fatness perception on weight conscious women's clothing practices", *Clothing and Textiles Research Journal*, 12(4), pp. 16-21.
- 3) 이수경 · 고애란 (2005), "여자 중학생의 신체성장에 따른 신체이미지 및 자기존중감, 의복태도 형성모델", *한국의류학회지*, 29(3/4), pp. 438-448.
- 4) 성영신 (1997), *성과 사회*. 나남, p. 125.
- 5) Lennon, S. & Rudd, N. (1994), "Body satisfaction, self-esteem and appearance management behaviors in women", *Family and Consumer Science Research Journal*, 23, pp. 84-117.
- 6) Cash, T. F., op. cit., pp. 125-130.
- 7) Keeton, W. P., Cash, T. F., & Brown, T. A. (1990), "Body image or body images: Comparative, multidimensional assessment among college students", *Journal of Personality Assessments*, 54(1&2), pp. 213-230.
- 8) 홍금희 (2006), "자아존중감에 대한 외모의 사회문화적 태도와 신체비만도 및 신체이미지의 영향", *한국의류학회지*, 30(2), pp. 348-357.
- 9) Duke-Duncan, P., Ritter, P. L., Dornbusch, S. M., Gross, R. T., & Carlsmith, J. M. (1985), "The effects of pubertal timing on body image, school behavior, and deviance", *Journal of Youth and Adolescence*, 14, pp. 227-235.
- 10) 고애란 · 김양진 (1996), "청소년의 의복행동에 대한 자아중심성, 자의식, 신체만족도의 영향 연구", *한국의류학회지*, 20(4), pp. 667-681.
- 11) Kwon, Y. H. · Parham, E. S, op. cit. pp. 16-21.
- 12) 김광경 · 이금실 · 정미실 (2001), "다차원적 신체이미지가 의복행동에 미치는 영향", *한국의류학회지*, 25(2), pp. 358-365.
- 13) 송경자 · 김재숙 (2005), "신체이미지에 따른 성형욕구, 자아개념, 의복행동: 다중측정도구를 사용하여", *한국의류학회지*, 29(3/4), pp. 391-402.
- 14) 정인희 · 이은영 (1992), "의복이미지의 구성 요인과 평가 차원에 대한 연구", *한국의류학회지*, 16(4), pp. 379-391.
- 15) 김현주 (1996), "의복 스타일 이미지 선호와 자기 이미지와의 관계 연구", 성신여자대학교 대학원 석사학위논문, pp. 15-16.
- 16) 홍병숙 (1988), "의미분별척도법에 의한 양장과 한복의 이미지 비교평가", *한국의류학회지*, 12(3), pp. 373-382.
- 17) 정인희 · 이은영, op. cit., pp. 379-391.
- 18) 박소향 · 김인숙 (1994), "남자 대학생의 여성복 이미지 평가 연구", *한국의류학회지*, 18(2), pp. 170-179.
- 19) 이명희 (1993), "한국과 미국 남녀 대학생의 의복이미지 선호도와 성역할 정체감에 관한 연구", *한국의류학회지*, 17(3), pp. 367-379.

- 20) 박정혜 (2002), "추구의복이미지와 의복태도에 따른 색조화장행동 연구", 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문, pp. 131-135.
- 21) 이현정 · 김미영 (2004), "의복이미지와 화장이미지에 관한 기존 연구 분석", *복식*, 54(7), pp. 91-106.
- 22) Cash, T. F., op. cit., pp. 125-130.
- 23) Rudd, N. & Lennon, S. J., op. cit., pp. 152-162.
- 24) 조선명 · 고애란 (2001), "외모에 대한 사회문화적 태도와 신체이미지가 의복추구해택에 미치는 영향", *한국의류학회지*, 25(7), pp. 1231.
- 25) 이현정 · 김미영, op. cit., pp. 91-106.
- 26) 정인희 · 이은영, op. cit., pp. 379-391.
- 27) 조선명 · 고애란, op. cit., pp. 1227-1238.
- 28) 홍금희 (2006), "자아존중감에 대한 외모의 사회문화적 태도와 신체비만도 및 신체이미지의 영향", *한국의류학회지*, 30(2), pp. 348-357.
- 29) 정인희 · 이은영, op. cit., pp. 379-391.
- 30) 이인자 · 이경희 · 신효정 (2001), *의상심리*. 교문사, pp. 295-299.

접수일(2009년 3월 6일)

수정일(1차 : 2009년 4월 17일, 2차 : 4월 30일)

게재확정일(2009년 5월 4일)