

한·미간 남자 대학생의 의복 가치관 비교 연구

임 성 경[†]
상명대학교 의류학과

A Cross-Cultural Study on the Clothing Value between Korean and American College Students

Sung-Kyung Im[†]

Dept. of Clothing and Textiles, Sangmyung University
(2010. 8. 25. 접수일 : 2010. 9. 24. 수정완료일 : 2010. 10. 6. 게재확정일)

Abstract

The purpose of the study was to compare the culture and the clothing value between Korean and American college students, especially men. Also, this study was to analyze the culture effect on the clothing value. The survey was performed and 200 questionnaires were utilized for this study. The SPSS 12.0 was used to analyze the technical statistics like average, frequency, *t*-test, factor analysis, multiple regression analysis. The result showed, first, there were some 2 major cultural differences such as power distance and long-term orientation between Korean and American college men. Comparatively, Korean college men showed higher masculinity and lower power distance and long-term orientation. Second, there were differences in the clothing value aspect. Both of them considered the economic clothing value to be most important. Third, there were some differences in the clothing value because of the cultural differences. For Korean college men, there were masculinity and long term orientation that had an effect on the social and religious clothing values, however, for American college men, power distance, masculinity and long term orientation that had an effect on the social, religious, theoretical and economic values.

Key words: cross-culture(비교 문화), clothing value(의복 가치관), Hofstede(호프스테드), America college men(미국 남자 대학생), Korean college men(한국 남자 대학생).

I. 서론

최근에 글로벌화로 세계 시장이 완전히 개방되면서 해외 시장의 문화적 차이에 따른 소비행동에 관심이 모아지고 있다. 세계화로 인한 소비행동의 동조현상에도 불구하고, 각국은 오랜 시간 유지되어온 고유한 문화적 특성으로, 타국과 다른 독특한 소비

특성을 가지기 때문에 성공적인 마케팅을 위해서는 다른 문화권의 소비 특성에 대한 이해가 필요하다. 다른 문화권의 소비자들의 내재된 욕구나 가치 체계, 태도를 이해할 수 있어야 하는데, 이러한 가치체계나 욕구는 그들이 살아온 문화를 통해 알 수 있으므로 그들의 문화에 대한 연구가 필요하다.

지식경제부 보고서(2010년)에 따르면 한국에서의 미국 위치는 2009년 기준 대미 수출액은 343억

[†] 교신저자 E-mail : lavenda7006@hanmail.net

달러로, 80억 1,200만 달러의 대미 무역 수지 흑자를 기록한 중요 시장이라고 하였다. 또한, 2000년 이후 침체에 빠져 있던 미국 경제가 2010년 들어서면서 성장세로 돌아섰을 뿐 아니라, 2020년 미국이 중국을 앞지르고 제 1의 소비 시장 규모를 유지할 전망이다 예측되고 있으므로 기업들에게 미국 소비자들의 연구가 절실히 요구되어지고 있는 시점이라 판단되어, 본 연구에서는 한국과 미국의 소비자들을 대상으로 비교 연구를 실시하고자 한다.

각 문화의 유사점과 차이점을 연구하는 비교 문화(cross-cultural)는 설명·분석하기가 어렵지만, 자문화 중심적인 사고에서 벗어나 현지 문화를 이해하고 수용할 수 있는 마케팅 전략의 수립을 목적으로 한다는 중요성으로 인해 오늘날 꼭 필요한 학문 분야라고 할 수 있다. 비교 문화 연구는 오래전부터 국외에서 활발히 진행되어 왔으며(Alden et al., 1989; Bond, 1982; Belk & Pally, 1985), 국내에서도 경영학 등 여러 분야(강두선, 2005; 김주영, 2004; 이철, 1995; 정영철, 2005; 최상미, 2006)에서 이루어져 오고 있으나, 의류학 분야에서는 아직 미흡한 실정으로, 최근에 이르러 선호도(이명희, 1993; 이선재, 1991), 이미지(이명희, 2004)나 구매행동(김진경, 2002; 이옥희, 2005; 전경숙, 김재욱, 1996)에 대한 비교 연구들이 행해지고 있을 뿐이다.

또한, 의복 가치관이란 개인의 의복 행동에 있어서 개인의 의복태도나 방향 등을 포괄적으로 표현해 주는 것으로 단순히 개인이 가진 특성뿐 아니라, 환경적인 요인인 사회와 문화의 영향을 받는다. 사회와 문화에 영향을 받는 개인의 의복 가치관은 의복 상품의 구매 및 소비 유형을 결정짓게 하는 중요한 변수 중 하나이므로 의복행동을 연구하는데 있어서 의복 가치관에 대한 연구가 계속하여 행해져 왔으나, 대부분 국내 소비자들을 대상으로 비교 분석한 연구들(김숙희, 1992; 정명선, 1984; 최수현 1996; 최정선 외, 2001)이다. 강경자(1986)가 한국과 미국 여대생의 가치관을 비교한 연구를 실시하였으나, 이는 단지 가치관과 의복 선택행동을 비교한 연구일 뿐이며, 문화적 차이와 연결시켜 의복 가치관을 비교한 연구는 최근에 임성경(2006)의 한국과 미국 여대생을 대상으로 실시한 연구밖에 없는 실정이다. 그러므로 한국과 한국의 주요 의류 수출

국인 미국이라는 서로 다른 문화의 영향을 받고 있는 소비자들의 의복 가치관에 대하여 비교·연구하는 것은 자국 마케팅 전략 수립뿐 아니라 세계 시장을 위한 마케팅 계획을 수립하는데 있어서도 가치 있는 일이라 생각한다.

최근에 여성들 못지 않게 남성들이 패션에 관심을 가지게 되면서, 패션 산업에서 점점 남성 소비자들이 차지하는 비중이 커가고 있는 시점이지만 남성 소비자를 대상으로 하는 연구(권수애, 최종명, 2003; 김현, 2003; 배혜진 외, 2005; 황미선, 이명희, 2005)는 아직 활발하게 이루어지고 있지 않은 실정임으로 남성 소비자에 대한 연구 또한 시급하다고 할 수 있다.

따라서 본 연구는 오늘날 구매력 있는 집단으로 새롭게 인정받고 있는 남자 대학생 집단을 대상으로, 글로벌화에 맞춰 한국과 미국 남자 대학생 간의 문화와 의복 가치관의 차이를 조사하고, 문화가 의복 가치관에 미치는 영향의 차이를 파악하여, 한국 남자 대학생 소비자 집단뿐만 아니라 미국 남자 대학생 소비자 집단에 대해 이해함으로써, 미국 패션 시장으로 진출하고자 하는 기업들에게 적절한 마케팅 전략을 세우는데 도움을 줄 수 있는 기초자료를 제공하고자 한다.

본, 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 한국과 미국 남학생 소비자 집단의 문화 차이를 규명한다.

둘째, 한국과 미국 남학생 소비자 집단의 의복 가치관의 차이를 규명한다.

셋째, 한국과 미국 남학생 소비자 집단의 문화 차이로 인해 의복 가치관에 차이가 나타나는 것을 규명한다.

II. 이론적 배경

1. 비교 문화

문화란 한 사회나 한 국가를 구성하고 있는 사람들의 정신적 가치체계의 표현이며 생활방식으로 다른 사회와 구별되는 역할을 할 뿐 아니라, 각 구성원들을 사회적으로 통합하는 기능을 수행한다. 즉, 한 사회를 다른 사회와 다르게 만들고, 각 사회마다 고유의 특성을 지니게 하는 것이다. 이러한 문

화는 나라마다 다르기 때문에 세계화에 맞춰 국가 간 문화의 차이점을 비교·분석하는 비교 문화의 중요성이 커지고 있다. 문화 비교는 자문화 중심적인 사고에서 벗어나, 서로 다른 관습·가치 체계·태도를 가진 타 문화를 이해하고 수용할 수 있는 마케팅 전략의 수립을 목적으로 한다¹⁾.

문화 비교에서는 주로 Kluckhohn(1950), Hall(1976), Hofstede(1980), Triandis(1982)와 Fiske(1992) 등의 이론들이 많이 사용된다. Kluckhohn²⁾은 문화를 인간 본성, 인간과 자연과의 관계, 시간의 관점, 인간 활동, 인간과 사회와의 관계의 5가지 기준으로 분류하면서, 각 문화는 이들 중 하나를 지향하여 문화의 차이가 나타난다고 하였으며, Hall³⁾은 문화 간의 유사점과 차이점을 언어 표현, 상황과 배경의 3가지 요소로 나누어 중요성에 의해 고배경 문화(high context culture)와 저배경 문화(low context culture)로 분류하여 평가하였다. Hofstede⁴⁾는 문화를 권력 거리, 개인주의, 남성성, 불확실성 회피, 장기지향성의 5가지 차원으로 분류하여 설명하였으며, Triandis⁵⁾는 문화를 문화적 복잡성(cultural complexity), 문화적 엄격성(cultural tightness), 개인주의(individualism), 집단주의(collectivism)의 4가지 문화적 증후군(cultural syndromes)으로, Fiske⁶⁾는 문화를 관계 모델(relational model), 공유 배분화(communal sharing), 권위 서열(authority ranking), 시장가격 매김(market pricing)의 4가지 형태로 나누었다.

Kluckhohn과 Hall의 문화이론들이 주관적이라는

비판을 받는 반면 Hofstede의 이론은 객관적이라 평가되어지고 있으며, 특히, 동·서양 문화권을 비교 분석하는 것에서 시작한 이론일 뿐 아니라 교육학, 경영학, 관광학, 의류학 등 다양한 학문 분야에서 연구 되어지고 있어 한국과 미국을 비교·분석하는데 가장 적합한 이론이라 생각되어 본 연구에서는 Hofstede의 문화이론을 중심으로 살펴보고자 한다.

Hofstede는 문화를 ‘가족문화’, ‘개인 특성과 행동에 관한 문화’, ‘언어와 그룹의 정체성에 관한 문화’, ‘학교 문화’, ‘직업문화’, ‘조직문화’, ‘소비자 행동문화’, ‘건강문화’, ‘정치 문화’, ‘종교 문화’의 10가지로 세분하였으며, 각각의 세분화된 문화들을 ‘권력 거리의 크기(power distance)’, ‘집합주의(collectivism) 대 개인주의(individualism)’, ‘여성성(femininity) 대 남성성(masculinity)’, ‘불확실성 회피의 강도(uncertainty avoidance)’, ‘장기지향(long-term orientation) 대 단기지향(short-term orientation)’의 5개의 차원⁷⁾으로 나누어 설명하였다^{8,9)}.

문화차원의 첫 번째인 ‘권력 거리의 크기(power distance: PDI)’는 한 사회나 조직에서 보이는 계층 간 권력의 차이를 나타내는 정도로, 권력 거리 지수가 높은 사회는 사회적 계층 차이가 높은 위계사회이며, 권력 거리 지수가 낮은 사회는 사회계층 차이가 뚜렷하지 않은 민주적 사회라 하였다^{10,11)}. 두 번째 차원은 ‘집합주의(collectivism) 대 개인주의(individualism)’로 오래전부터 문화적 변이성의 중요한 차원으로 인식되어온 것으로, Hofstede뿐만

- 1) 임성경, “문화의 차이에 따른 의복 가치관과 의복구매행동 비교 연구” (상명대학교 대학원 박사학위논문, 2006), pp. 7-8.
- 2) F. R. Kluckhohn, “Dominant and Substitute Profiles of Cultural Orientations,” *Social Forces* Vol. 28 No. 1-4 (1950), pp. 376-393.
- 3) E. T. Hall, *Beyond Culture*, (New York: Anchor books, 1976), pp. 105-128.
- 4) G. Hofstede, *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, (London: McGraw-Hill, 2004), pp. 36-41.
- 5) H. C. Triandis, “Review of Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values,” *Human Organization* Vol. 41 (1982), pp. 86-90.
- 6) A. P. Fiske, “The Four Elementary Forms of Sociality: Framework for Unified Theory of Social Relations,” *Psychological Review* Vol. 99 (1992), pp. 689-723.
- 7) Hofstede의 5가지 문화차원은 한국과 미국을 비롯한 53개국과 아랍권, 동아프리카, 서아프리카의 IBM에서 일하는 종업원들을 대상으로 조직문화에 대한 실증 연구를 통해 제시된 차원이다.
- 8) G. Hofstede, *ibid.*
- 9) 임성경, *op. cit.*, p. 10.
- 10) A. P. Fiske, “The Four Elementary Forms of Sociality: Framework for Unified Theory of Social Relations,” *Psychological Review* Vol. 99 (1992), pp. 689-723.
- 11) G. Hofstede, *op. cit.*, pp. 47-80.

아니라, Firth와 David¹²⁾, 이철¹³⁾, 박광희와 최원경¹⁴⁾ 등 많은 학자들에 의해서 연구되어지고 있다. 개인의 이익보다 집단의 이익을 우선시하는 사회는 집합주의로, 사회 규범, 집단의 가치와 믿음을 중요시하게 여겨 집단행동에 관심이 많다. 반면, 개인의 이익을 보다 중요시하는 개인주의 문화는 개인으로서 자기 자신과 직계가족만을 돌보는 것을 당연시하며, 자아 실현을 중요하게 생각한다. 세 번째 차원은 ‘여성성(femininity) 대 남성성(masculinity)’인데, 사회적 성역할에 관한 것으로 남성성은 사회적으로 남녀 역할이 명확하게 구분되는 사회로 물질주의 성공을 추구하는 반면, 여성성은 남녀 역할이 명확하지 않은 사회로, 삶의 질에 가치를 두는 문화차원이다. 네 번째 차원인 ‘불확실성 회피의 강도(uncertainty avoidance)’란 한 문화의 사회 구성원들이 불확실하거나 모호한 것을 허용하는 정도를 나타내는 것으로, 높은 불확실성 회피를 가진 사회는 모호한 상황을 기피하고, 조직·기관·인간관계에서 엄격한 규율을 추구하여, 위험을 거부하고 안전에 관심을 가지며 법을 준수하나, 낮은 불확실성 회피를 가진 사회는 애매함을 허용하기 때문에 규범을 벗어난 개인에게도 관대하다. 다섯 번째 차원은 유교적 역동 차원(Confucian Dynamism)인 ‘장기지향(long-term orientation) 대 단기지향(short-term orientation)’이다. 장기지향성 사회는 미래 성취를 목표로 하기 때문에 인내와 절제의 미덕을 강조하며, 단기지향성 사회는 빠른 결과를 기대하는 문화적 차원으로 현재를 중시하며, 체면 유지나 사회적 의무 및 수완 등을 중요하게 여긴다¹⁵⁾.

〈표 1〉은 한국과 미국을 비롯한 몇 개의 주요 국가에 대한 문화차원을 정리한 것이다. 전체적으로 사회적 계층 격차인 권력 거리는 중국이 가장 높은

반면 미국과 영국의 권력 거리는 낮게 나타나, 미국과 영국이 보다 평등성이 강조되는 민주적인 사회임을 알 수 있다. 개인주의는 미국과 영국, 프랑스의 서구권 국가들이 강한 반면, 한국과 중국 등의 동양권 국가들이 낮게 나타났다. 남녀 역할이 명확하게 구분되는 남성성의 경우, 일본이 가장 강하게 나타났으며, 한국이 낮게 나타났다. 불확실성 회피는 폴란드, 한국, 일본, 프랑스가 높게 나타난 반면, 영국이나 미국, 중국은 낮게 나타났다. 장기지향성은 중국이 가장 높게 나타났으며, 일본과 한국 또한 높게 나타난 것에 비해, 미국과 영국은 매우 낮게 나타나 동양권 국가들이 보다 인내와 끈기가 있음을 알 수 있다.

〈표 1〉에서 한국과 미국에 대해 좀 더 자세하게 살펴보면 권력 거리는 미국은 40점(40위¹⁶⁾), 한국은 60점(29위)으로, 권력 격차는 미국보다 한국이 더 강하게 나타났는데, 이는 한국이 전통적 유교 사상을 기반으로 수직적 인간관계를 강조해왔던 것에 비해, 미국이 민주주의 사상을 기반으로 수평적 인간관계를 강조해온 사회라는 것으로 해석할 수 있다. 개인주의는 미국이 91점(1위)으로 가장 높은 개인주의 성향을 나타낸 반면, 한국은 18점(46위)으로 집합주의 성향이 강하게 나타났는데, 이는 Hsu(2003)¹⁷⁾의 경제 수준이 높은 나라일수록 개인주의 성향이 높다는 이론을 뒷받침해준다. 남성성은 미국이 62점(18위), 한국이 39점(45위)으로 미국이 한국보다 남성성 문화에서 살고 있는 것을 알 수 있는데, 이는 미국은 물질주의적 가치관을 중요시하는 반면, 한국은 물질주의적 사고보다는 인간관계를 보다 중요시하는 경향에서 비롯된 것이라 알 수 있다. 불확실성 회피의 경우는 미국은 46점(46위), 한국은 85점(16위)으로 한국이 미국보다 높은 불확실성 회

12) W. Frith and W. David (1991). "A Comparison of Cultural Values in British and American Print Advertising: a Study of Magazines," *Journalism Quarterly* Vol. 68 (1991), pp. 1-2.

13) 이철, "소비자행동 모델의 문화적 한계와 소비자행동연구의 발전방향," *소비자학 연구* 24권 2호 (1998), pp. 1-15.

14) 박광희, 최원경, "개인주의-집단주의 문화적 가치 성향이 의복행동에 미치는 영향," *소비자학 연구* 12권 1호 (2001), pp. 101-113.

15) 임성경, op. cit., pp. 10-14.

16) 순위는 연구 대상국인 총 56개국 중에서 위치하는 순서이다.

17) Hsiu-Ju Hsu, "National Culture and Clothing Values: A Cross-national Study of Taiwan and United States Consumers" (Doctor's Thesis, Oregon State University, 2003), pp. 29-33.

〈표 1〉 Hofstede 문화 이론의 5가지 차원에 나타난 주요 국가들의 문화 점수

문화 영역 국가	권력 거리 (PDI)	개인주의 (IDV)	남성성 (MAS)	불확실성 회피 (UAI)	장기지향성 ¹⁸⁾ (LTO)
프랑스	68	71	43	86	
미국	40	91	62	46	29
영국	35	89	66	35	25
이란	58	41	43	59	
일본	54	46	95	92	80
중국	80	20	66	30	118 ¹⁹⁾
폴란드	68	60	64	93	
한국	60	18	39	85	75

피 경향을 가지는데, 한국 사람들이 미국 사람들보다 정확성을 중요시하며, 안정을 존중하는 반면 변화를 두려워하는 것으로 해석할 수 있다. 장기지향성의 경우는 미국이 29점(15위), 한국이 75점(5위)으로 한국이 높은 미래의 목표를 위해 참고 기다리는 인내를 가지는 장기지향성 문화에서 살고 있음을 알 수 있다. 즉, 한국 문화는 미국 문화보다 권력적이지만, 모호한 것보다는 명확한 것을 추구하며, 미래 목표에 대해 끈기와 인내를 가지는 반면, 미국 문화는 보다 개인적이며, 물질주의적인 성격이 강한 것으로 나타났다. 이처럼 한국과 미국 기업 문화는 확연한 차이가 나타나는 것을 알 수 있다. 그러나 본 연구는 대학생들을 대상으로 하는 연구인만큼 기업문화보다는 학교 문화가 적합하다고 판단되어 Hofstede의 학교 문화에 대한 비교 문화 연구를 통해 한국과 미국 20대 대학생 소비자들의 문화의 차이를 파악하여, 20대를 위한 글로벌 마케팅의 기초 자료를 제시하고자 한다.

2. 비교 문화에 관한 선행 연구

비교 문화적 관점에서 의복을 연구한다는 것은

어렵기 때문에, 비교 문화가 국내에서는 국외만큼 활발하게 진행되어 오고 있지 않는 실정이다. 그러나 세계화의 대응하기 위해서는 국외 시장의 소비자에 대한 이해가 절실히 요구되어지기 때문에, 의복과 관련된 비교 문화에 관한 연구를 살펴보고자 한다.

의복 가치관에 관한 최초의 문화 간 비교 연구는 필리핀 사람들과 미국 사람들의 일반적 가치관과 의복 가치관과의 관계에 대한 Mendoza의 연구이다. Mendoza²⁰⁾의 연구에서 두 국가 소비자들은 일반적 가치관과 의복 가치관에 일정한 순위를 가졌으며, 이러한 순위는 문화에 따라 유사점과 차이점이 나타났다. 필리핀과 미국 소비자들 모두 심미적 의복 가치관, 경제적 의복 가치관, 정치적 의복 가치관과 종교적 의복 가치관은 각각의 일반적 가치관들과 긍정적인 상관관계를 나타내었다. Hao Chiao²¹⁾의 대만과 미국 소비자들의 일반 가치관과 의복 가치관에 관한 연구에서, 대만과 미국 소비자들이 중요하게 생각하는 가치관은 다르게 나타났을 뿐 아니라, 심미성의 경우 대만 소비자들은 사회적 가치관에, 미국 소비자들은 정치적 가치관에 부정적인 관계를 나타냈다.

18) 권력 거리, 개인주의, 남성성, 불확실성 회피는 53개국과 아랍권, 동아프리카, 서아프리카 지역을 대상으로 하였지만, 장기지향성은 23개국만을 대상으로 하여 실시하였기 때문에 〈표 1〉에서 보면 23개국에 해당하지 않는 폴란드, 이란, 프랑스는 장기지향성 값을 가지지 않는다.

19) 지수치는 0에서 100까지의 숫자만 가지는데, 공식이 만들어진 다음에 추가된 나라는 원래의 공식을 그대로 적용하였기 때문에 100이 넘는 수치가 나오기도 한다.

20) A. R. Mendoza, "Clothing Values and Their Relation to General Values: A Cross-Cultural Study" (Unpublished Doctoral Dissertation, Pennsylvania State University, 1965), pp. 25-76.

21) Chiao Hao, "A Cross-Cultural Study: The Relationship between Clothing Behaviors and General Values" (Unpublished Master's thesis, University of Tennessee, 1971), pp. 54-75.

Conrad²²⁾는 캐나다에 거주하는 영국인과 프랑스인을 대상으로 한 연구에서 영국인 집단이 프랑스 집단보다 정치적 의복 가치관과 사회적 의복 가치관이 더 높은 반면 프랑스가 심미적 의복 가치관과 이론적 의복 가치관이 더 높게 나타났으며, 성격·연령·가족 구성원 수·부모의 교육과 수입이 의복 가치관에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 강경자²³⁾는 한국과 미국 여대생의 일반가치관과 의복행동에 관한 연구를 통해 한국 여대생은 의복 선택시 심미적 가치관을 가장 중요하게 여기는 반면, 미국 여대생은 경제적 가치관을 가장 중요하게 여긴다고 하였으며, 한국과 미국 여대생 간에는 가치관에 따라 의복행동이 다르게 나타난다고 하였다. Forney와 Rabolt²⁴⁾의 연구에서 영국계 미국인 학생들은 심미적 의복 가치관을 가장 중요시하는 반면, 중국계 미국인 학생들은 경제적 의복 가치관을 가장 중요시한다고 하여 두 그룹 간의 차이를 보여주었으나, 그들이 Friend²⁵⁾와 함께 한 연구에서 캘리포니아에 거주하는 미국과 뉴질랜드 여성들의 의복 가치관을 조사하였는데, 두 그룹 모두 심미적 가치관이 가장 높게 나타났으며, 중요시 여기는 의복 가치관의 순서는 비슷하게 나타나 이전 선행 연구들과 달리 문화에 따라 의복 가치관의 차이를 나타내지 않았다.

이선재²⁶⁾는 한국과 미국 대학생 집단과 교포 대학생의 3개의 집단들을 대상으로 의생활과 의복태도에 관해 조사하였는데, 미국 대학생과 교포대학

생이 한국 대학생들보다 가치 기준이 확고하였을 뿐만 아니라 의복에 대해서도 보다 긍정적인 태도를 가지는 것으로 나타났으며, 채정숙²⁷⁾의 한국과 캐나다 거주 대학생을 대상으로 한 가치체계 연구에서 캐나다 거주 대학생이 미적 감각 및 패션 지향이 높게 나타나는 반면, 한국 대학생은 자기 현시 지향과 실용성 지향이 보다 높게 나타났다.

Hsu²⁸⁾는 Hofstede의 문화 이론을 적용하여, 대만과 미국의 여대생을 대상으로 의복 가치관에 대해 연구하였는데, 두 나라 여대생들 모두 경제적 의복 가치관을 가장 중요시하게 생각하였고, 종교적 의복 가치관이 가장 낮게 나타나는 등 거의 비슷한 양상을 보였으나, 대만 여대생이 미국 여대생보다 경제적 의복 가치관과 종교적 의복 가치관의 점수가 상대적으로 높게 나타난 반면, 심미적 의복 가치관 점수가 낮게 나타나는 차이점을 보였다.

임성경²⁹⁾의 한국과 미국 여대생을 대상으로 한 비교 문화 연구에서 한국과 미국 여대생 사이에는 문화적 차이가 존재하였는데, 한국 여대생이 미국 여대생보다 불확실성 회피와 장기지향성이 높게 나타난 반면, 권력 거리, 남성성, 개인주의는 낮게 나타났으며, 한국 여대생이 심미적 의복 가치관을 가장 중요시하게 여기고, 경제적·종교적·사회적 의복 가치관의 순서로 나타났는데 반해, 미국 여대생은 경제적 의복 가치관을 가장 중요하게 여겼으며, 사회적·심미적·종교적 의복 가치관의 순서로 나타

22) G. Conrad, "Clothing Values and Their Relation to Personality Factors and to Selected Demographic Variables of Two Groups of Canadian University Women" (Unpublished Doctoral Dissertation, Pennsylvania State University, 1973), pp. 13-18..

23) 강경자, "한국과 미국 여대생의 가치관과 의복선택행동에 관한 비교 연구," *대한가정학회지* 24권 3호 (1986), pp. 31-42.

24) J. C. Forney and N. J. Rabolt, Clothing Values: A Cross-Cultural Comparison. In R. P. Lovingood and J. E. Gritzmacher (Eds.). *AHEA Research Abstracts* (p. 87). (Washington D. C: American Home Economics Association, 1987).

25) J. C. Forney, N. J. Rabolt and L. A. Friend, "Clothing Values and Country of Origin of Clothing: A Comparison of United States and New Zealand University Women," *Clothing and Textiles Journal* Vol. 12 No. 1 (1993), pp. 36-42.

26) 이선재, "한미 대학생 및 교포대학생간의 의복태도에 관한 비교 연구," *한국의류학회지* 15권 2호 (1991), pp. 175-185.

27) 채정숙, "라이프스타일의 비교 문화적 연구: 한국과 캐나다 거주 대학생들의 라이프스타일 특성을 중심으로," *소비자학 연구* 10권 4호 (1999), pp. 79-97.

28) Hsiu-Ju. Hsu, op. cit., pp. 68-90.

29) 임성경, "한국과 미국 여대생의 문화에 따른 의복 가치관의 비교 연구," *복식문화연구* 16권 4호 (2008), pp. 619-693.

〈표 2〉 의복의 가치체계에 대한 비교문화에 대한 선행 연구

연구자	연구 내용
Mendoza(1965)	필리핀과 미국 소비자의 일반가치관과 의복 가치관에 대한 비교 연구
Hao(1971)	대만과 미국 소비자들의 일반적 가치관과 의복 가치관에 대한 비교 연구
Conrad(1973)	캐나다 거주 영국인과 프랑스인의 의복 가치관과 성격에 대한 비교 연구
강경자(1986)	한국과 미국 여대생의 일반가치관과 의복행동 비교 연구
Forney & Rabolt(1993)	영국계 미국인과 중국계 미국인의 의복 가치관에 대한 문화간 비교 연구
이선재(1991)	한국, 미국, 교포 대학생의 의생활과 의복태도에 대한 비교 연구
Forney, Rabolt & Friend(1993)	캘리포니아 거주 미국과 호주 여성들의 의복 가치관에 대한 비교 연구
채정숙(1999)	한국과 캐나다 거주 대학생의 라이프스타일과 가치체계 비교 연구
Hsu(2003)	대만과 미국 여대생의 장기지향성과 의복 가치관에 대한 비교 연구
임성경(2008)	한국과 미국 여대생의 의복 가치관에 대한 문화 비교 연구

나 한국 여대생과 미국 여대생이 중요하게 여기는 의복 가치관에 있어서 차이가 나타났다. 또한, 임성경은 문화의 차이에 따른 의복 가치관에 대한 연구에서는 두 그룹 모두 권력 거리·개인주의·남성성·불확실성 회피·장기지향성의 5가지 문화 차원이 심미적·사회적·종교적·의복 가치관에 영향을 미쳤지만 한국 여대생들만이 문화 차원이 경제적 의복 가치관에 영향을 미치는 것으로 나타나 의복 가치관이 문화 특성에 따라 다르게 나타난다는 결과를 보여 주었다.

국내에서 의복에 대한 비교 문화 연구는 주로 의복 디자인이나 색상의 선호도 차이, 의복구매행동의 차이, 의복의 이미지의 차이를 살핀 연구들이 주를 이룬다. 국내·외 의복 가치관에 대한 비교 연구를 〈표 2〉에 간단하게 정리하였는데, 의복 가치관에 대한 비교 문화 연구는 주로 외국에서 이루어졌고, 국내에서는 임성경(2008)의 연구를 제외하고는 거의 이루어지지 않고 있는 실정이지만, 세계화 되는 국제 사회에서 타문화 소비자들의 가치체계에 대한 이해는 절실히 필요한 실정이므로, 본 연구에서는 한국과 미국 소비자들의 의복 가치관에 대해서 알아보고자 한다.

III. 연구 방법 및 절차

1. 연구 가설

본 연구를 위해 설정된 연구 가설은 다음과 같다.

연구 가설 1. 한국과 미국 남자 대학생들의 학교 문화를 Hofstede 이론에 따라 요인을 도출한 후, 두 집단의 학교 문화를 비교하였을 때 학교 문화는 차이가 있을 것이다.

연구 가설 2. 한국과 미국 남자 대학생들의 의복 가치관을 위한 요인을 도출한 후, 두 집단의 의복 가치관을 비교하였을 때 의복 가치관은 차이가 있을 것이다.

연구 가설 3. 한국과 미국 남자 대학생들의 학교 문화에 따른 의복 가치관을 비교하였을 때 두 집단 간에는 학교 문화의 차이로 인해 의복 가치관이 다르게 나타날 것이다.

2. 용어의 조작적 정의

1) Hofstede의 문화

본 연구는 Hofstede의 10가지 문화 중에서 대학생들을 대상으로 하는 연구이기 때문에 학교 문화를 선택하였으며, Hofstede 문화의 5가지 차원 중 본 연구에서 사용된 권력 거리, 남성성, 장기지향성에 대하여 다음과 같이 정의한다.

① 권력 거리: 학교 안에서 학생들이 느끼는 교수와 학생간의 권력의 차이로 권력 거리가 높으면 교수를 존경으로 대하며 교육과정이나 방식이 교수에 의해 좌우되는 사회를 의미하고, 권력 거리가 낮으면 교수는 학생을 기본적으로 동등한 존재로 대하는 평등사회로 교육과정이나 수업내용이 학생

중심이다.

② 남성성: 학생들이 학교에서 느끼는 성공의 정도로, 남성성이 높은 학교 문화는 가장 우수한 학생이 규범으로 간주되고 서로 공개적으로 경쟁하는 반면, 여성성 문화는 중간쯤의 학생이 규범으로 간주되며, 인간관계 및 생활환경에 더 큰 관심을 기울인다.

③ 장기지향성: 학생들이 갖는 실용적인 미래 지향적 관점을 의미하는데, 장기지향성이 높은 학생들은 인내를 가지며, 절약과 서열관계를 인정하는 반면, 장기지향성이 낮은 학생들은 개인적이며 높은 지식을 가지고, 체면 유지를 중시하는 경향이 있다.

2) 의복 가치관

남자 대학생들이 의복을 구매하거나 착용하는데 있어서 나타나는 의복에 대한 태도나 행동 방향을 결정짓는 중요한 특성이다.

① 사회적 의복 가치관: 의복의 선택·착용·구매에 있어서 유행에 초점을 두는 성향이다.

② 종교적 의복 가치관: 의복을 통해 정숙해 보이려고 하며, 구매나 착용할 때 눈에 띄지 않는 스타일이나 색채를 선호하는 성향이다.

③ 이론적 의복 가치관: 의복을 구입할 때 계획을 통해 분석하고 결정하며 T.P.O.에 적절한 의복을 선택하는 성향이다.

④ 경제적 의복 가치관: 의복의 경제성에 관심을 가지며 최저 가격으로 의복을 구매하는 성향이다.

3. 연구 대상 및 측정

본 연구를 위한 설문지는 한국과 미국 남자 대학생을 대상으로 실시되었는데, 한국의 상명대학교와 한국예술종합학교에 재학 중인 남자 대학생 110명, 미국 뉴욕주립대학에 재학하는 남자 대학생 105명, 총 215명을 대상으로 2007년 11월 27일부터 12월 20일까지 설문지를 돌려, 그 중 불성실하다고 판단되는 20명의 것을 제외한 한국 100명, 미국 100명 총 200명의 것을 사용하였다.

설문지는 선행 연구와 여러 차례의 예비조사를 통해 수정·개발된 설문지를 사용하였는데, 설문지는 영어와 한국어의 2개 언어로 작성되었으며, 설

문지는 미국인과 재미교포 2인과 함께 수정 작업을 걸치면서, 두 개 언어로 만들어진 설문지의 신뢰성을 검토하였다. 설문지는 선행 연구들(김현, 임숙자, 2003; 임성경 2006; 심정희, 2007; 한경미, 나영주, 2003; Hofstead, 2002; Hsu, 2003)을 기초로 하여 구성하였으며, 첫 번째 부분은 학교 문화에 관한 12개의 문항, 두 번째 부분은 의복 가치관에 관한 20개 문항, 세 번째는 인구 통계학적 특성에 관한 5개 문항으로 총 37개 문항의 세 부분으로 구성하였다. 각 문항은 '전혀 그렇지 않다(1점)'에서 '매우 그렇다(5점)'까지의 5점 척도를 사용하여 측정하였다. 본 연구의 실증적 분석을 위해 SPSS 12.0 통계프로그램을 사용하였으며, 요인 분석과 신뢰도 분석, 빈도 분석, 평균점수, *t*-test, 다중회귀 분석을 실시하였다.

4. 연구 대상자의 인구통계학적 특성

본 연구는 한국과 미국에 거주하고 있는 남자 대학생들을 대상으로 실시하였다. 조사 대상자의 평균 연령은 한국이 22살, 미국이 21살이었으며, 한국과 미국 남자 대학생들 모두 1~4학년 사이에 적절히 분포되었으나, 한국의 경우 3~4학년 학생의 분포가 많았으며, 미국의 경우 1~2학년 학생의 분포가 많았다. 한국과 미국 조사 대상자들 모두 인문사회계열, 자연계열, 예체능계열 전공이 적절히 분포되어 있었다.

용돈은 한국과 미국 대학생에 있어 차이를 보였는데, 한국 남학생이 20~30만원(\$200~300) 미만 용돈이 가장 많은 반면, 미국은 40만원(\$400) 이상 사용하는 학생이 가장 많게 나타나, 한국 남학생들보다 미국 남학생들의 용돈이 더 많은 것을 알 수 있다.

IV. 연구 결과

1. 한국과 미국 남자 대학생의 문화

1) 문화에 대한 요인 분석

한국과 미국의 남자 대학생들의 학교 문화에 대한 항목을 분석하기 위해 주성분 분석을 사용하고, Varimax 회전을 통해 권력 거리, 남성성, 장기지향성의 총 3개 요인을 추출하였으며, 총 설명력은 65.275%였다(표 3).

〈표 3〉 문화에 대한 요인 분석

요인	요인 부하량	고유치	설명력	누적 설명력	신뢰도
요인 1. 권력 거리 나는 교육과정이 교수 중심으로 이루어진다고 생각한다. 나는 수업시간에 교수가 모든 대화를 주도한다고 생각한다.	0.877 0.872	1.801	25.723	25.723	0.73
요인 2. 남성성 나는 희망하는 직업에 도움이 되는 교과과정을 선택한다. 나는 학업성취가 중요하다고 생각한다. 나는 우수한 학생에게 장학금 등의 혜택을 주는 것은 당연하다 생각한다.	0.755 0.746 0.722	1.666	23.806	49.529	0.69
요인 3. 장기지향 나는 절대적 미덕 추구보다 절대적 진리를 소유하는 것에 관심이 있다. 나는 지위나 서열에 따라 인간관계가 형성된다고 생각한다.	0.806 0.745	1.102	15.746	65.275	0.73

요인 1은 교육과정이 교수 중심으로 이루어진다고 생각하며, 수업시간 역시 교수가 모두 주도한다고 생각하여 중앙 집권적인 위계 중심 사회라고 느끼는 문항들로 구성되어 있어 Hofstede의 문화이론 중 ‘권력 거리’로 명명하였으며, 요인 2는 희망하는 직업에 도움이 되는 교과과정을 선택하며, 학업 성취가 중요하다고 느끼며, 우수한 학생에게 장학금 등의 혜택을 주는 것이 당연하다는 문항들로 구성되어 ‘남성성’으로 명명하였다. 요인 3은 절대적 미덕 추구보다 절대적 진리를 소유하는 것에 관심이 있으며, 지위나 서열에 따라 인간관계가 형성된다고 생각하는 문항들로 구성되어 있어 ‘장기지향성’으로 명명하였다.

2) 문화에 대한 한국과 미국 남자 대학생의 비교

한국과 미국 남자 대학생의 학교 문화의 차이를 알아보기 위해 *t*-test를 실시한 결과는 〈표 4〉와 같다. 3개 항목 중 권력 거리($t=9.467, p<0.001$)와 장기지향성($t=5.551, p<0.01$)의 2개 항목이 유의수준 5%

에서 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다.

한국 남학생($m=3.26$)이 미국 남학생($m=2.30$)보다 권력 거리가 높게 나타났는데, 이는 한국 학생들이 미국 학생들보다 교육과정이나 수업 진행이 학생들보다는 교수 위주로 이루어지고 있다고 생각하는 것으로 해석할 수 있다. 이는 한국이 권력 거리가 29위로 40위인 미국보다 권력 거리가 크다는 Hofstede (1992)의 연구 결과와 일치하는 것이다. 이는 한국의 교권이 약화된 것 하였지만 아직은 미국보다는 교권이 강함을 알 수 있다.

장기지향성도 한국 남학생($m=3.54$)이 미국 남학생($m=2.93$)보다 더 높게 나타났는데, 이는 한국 남학생들이 절약과 서열을 중요시 여기는 것으로 한국 여대생의 장기지향성이 미국 여대생보다 높게 나타난 임성경(2006)의 연구 결과와 일치한다.

또한, 한국과 미국 남학생 모두 남성성이 가장 높게 나타나, 한국과 미국 남학생 모두 학업 성취 결과가 성공을 상징한다는 남성성 문화를 가장 중시한다는 것을 알 수 있다.

〈표 4〉 한국과 미국 남자 대학생의 학교 문화 차이

학교 문화 변인	한국($n=100$)		미국($n=100$)		<i>t</i>
	평균	표준편차	평균	표준편차	
권력 거리	3.26	0.815	2.30	0.603	9.467***
남성성	4.29	0.705	4.36	0.315	-0.820
장기지향성	3.54	0.774	2.93	0.793	5.551**

** $p<0.01$, *** $p<0.001$.

2. 한국과 미국 남자 대학생의 의복 가치관

1) 의복 가치관에 대한 요인 분석

한국과 미국 남학생들의 의복 가치관에 대한 20 개 문항을 분석하기 위해 주성분 분석과 Varimax 회전법을 통해 요인 분석한 결과는 <표 5>와 같다. 요인 분석 결과, 사회적 의복 가치관·종교적 의복 가치관·이론적 의복 가치관·경제적 의복 가치관의 총 4 개의 요인이 도출되었으며, 총 설명력은 67.391%였다.

요인 1은 유행에 관심이 많으며, 의복을 통해서 자신을 돋보이려 하는 요인이 강하게 나타나는 문항들로 구성되어 있어 ‘사회적 의복 가치관’이라 하였다. 요인 2는 의복을 선택할 때 정숙하게 보이는 옷을 선호하며, 타인에게 잘 인식되지 않는 스타일이나 색채를 선호한다는 문항들로 이루어져 ‘종교

적 의복 가치관’으로 명명하였다. 요인 3은 옷차림이 적절하지 않을 때 심리적으로 불안해 하며, 의복 구매전에 스타일을 분석하고 결정한다는 문항으로 구성되어 있어 ‘이론적 의복 가치관’이라 하였으며, 요인 4는 예산보다 비싼 의복은 구매하지 않으며, 싸고 품질 좋은 옷을 파는 곳에서 쇼핑하는 것을 즐긴다는 문항들로 구성되어 있어 ‘경제적 의복 가치관’이라 하였다.

2) 의복 가치관에 대한 한국과 미국 남자 대학생의 비교

한국과 미국 남자 대학생의 의복 가치관의 차이를 알아보기 위해 *t*-test를 실시한 결과는 <표 6>과 같다. 사회적 의복 가치관(*t*=-4.107, *p*<0.001), 종교적 의복 가치관(*t*=4.684, *p*<0.001), 이론적 의복 가치관

<표 5> 의복 가치관에 대한 요인 분석

요인	요인 부하량	고유치	설명력	누적 설명력	신뢰도
요인 1. 사회적 의복 가치관 나는 사람들이 입을 유행 스타일에 매우 관심이 많다고 생각한다. 나는 집단에서 나를 돋보이게 하는 옷을 선호한다. 나는 가장 유행하는 옷을 파는 곳에서 쇼핑하는 것을 좋아한다.	0.747 0.733 0.622	2.252	25.017	25.017	0.62
요인 2.종교적 의복 가치관 나는 정숙하게 보이는 옷을 선호한다. 나는 타인에게 잘 인식되지 않는 스타일이나 색채를 선호한다.	0.846 0.832	1.689	18.762	43.779	0.67
요인 3. 이론적 의복 가치관 나는 적절한 옷차림을 하지 않았을 때 매우 불편해한다. 나는 새 옷을 사기전에 좋아하는 스타일을 분석해 보고 결정한다.	0.829 0.726	1.159	12.887	56.657	0.63
요인 4. 경제적 의복 가치관 나는 예산했던 것보다 비싼 옷을 사는 것을 즐기지 않는다. 나는 싸고 품질 좋은 옷을 파는 곳에서 쇼핑하는 것을 즐긴다.	0.878 0.676	1.101	10.735	67.391	0.63

<표 6> 한국과 미국 남자 대학생의 의복 가치관 차이³⁰⁾

의복 가치관	한국(<i>n</i> =100)		미국(<i>n</i> =100)		<i>t</i>
	평균	표준편차	평균	표준편차	
사회적 의복 가치관	3.00	0.869	3.41	0.524	-4.107***
종교적 의복 가치관	1.89	0.884	1.42	0.498	4.684***
이론적 의복 가치관	3.61	0.848	4.25	0.405	-6.812***
경제적 의복 가치관	3.57	0.929	3.99	0.632	-3.738***

****p*<0.001.

30) 의복 가치관에 대한 통계자료는 복식문화학회 18권 2호에서 사용한 자료입니다.

($t=-6.812, p<0.001$), 경제적 의복 가치관($t=-3.738, p<0.001$)의 4개 항목 모두가 유의수준 5%에서 통계적으로 유의한 차이를 나타냈다.

사회적 의복 가치관은 미국 남학생($m=3.41$)이 한국 남학생($m=3.00$)보다 높게 나타났는데, 이는 미국 남학생들이 한국 남학생들보다 더 사교적이어서, 타인과의 관계 속에서 돋보이는 유행 스타일을 선호하는 경향이 있기 때문에 사회적 의복 가치관이 높은 것으로 생각된다. 종교적 의복 가치관은 한국 남학생($m=1.89$)이 미국 남학생($m=1.41$)보다 높게 나타났는데, 이는 한국사회는 오랜 전통과 체면을 중시하는 유교 사회로 남녀 모두에게 정숙성을 강조해 왔기 때문이라 할 수 있다.

이론적 의복 가치관은 미국 남학생($m=4.25$)이 한국 남학생($m=3.61$)보다 높게 나타났는데, 한국 남학생들이 인정에 약한 반면, 미국 남학생들은 한국 남학생들보다 논리적이며 이성적이어서 의복을 선택하거나 착용하는 이유와 상황을 꼼꼼히 따지는 경향이 강해서라 생각되며, 경제적 의복 가치관 역시 미국 남학생($m=3.99$)이 한국 남학생($m=3.57$)보다 높게 나타났는데, 이는 미국 남학생들이 한국 남학생들보다 싸고 좋은 의복을 구입하는데 보다 많은 관심이 있는 실용적인 의복 가치관을 갖는 것을 알 수 있다.

한국과 미국 남자 대학생 집단은 의복 가치관에 있어 차이를 나타냈는데, 한국 남학생이 미국 남학생보다 종교적 의복 가치관이 높게 나타났으며, 사회적 의복 가치관, 이론적 의복 가치관, 경제적 의복 가치관은 모두 낮게 나타났다. 또한 한국과 미국 남자 대학생 모두 이론적 의복 가치관이 가장 높게 나타났으며, 경제적 의복 가치관, 사회적 의복 가치관, 종교적 의복 가치관의 순으로 나타났는데, 종교적 의복 가치관이 가장 낮게 나타난 것은 최정선 외(2001)³¹⁾, 최수현(1996)³²⁾, 임성경(2006), Hsu(2003)의 연구 결과와 일치한다.

3. 한국과 미국 문화에 따른 의복 가치관

문화의 차이가 의복 가치관에 미치는 영향을 비

교하기 위해 한국과 미국의 20대 남자 대학생들을 대상으로 권력 거리, 남성성, 장기지향성의 3개의 문화차원을 독립변수로, 사회적 의복 가치관, 종교적 의복 가치관, 이론적 의복 가치관, 경제적 의복 가치관의 4개 차원을 종속변수로 사용하여 다중회귀 분석(multiple regression analysis)을 실시한 결과는 <표 7>과 같다.

한국 남학생의 경우, 학교 문화가 사회적, 종교적 의복 가치관에만 영향을 준 것에 반해, 미국 남학생들은 사회적, 종교적, 이론적, 경제적 의복 가치관 모두에 영향을 주는 것으로 나타났다.

‘사회적 의복 가치관’과 관련하여 한국 남학생($R^2=0.135, F=5.009, p<0.01$)과 미국 남학생($R^2=0.077, F=2.669, p<0.05$) 모두 5% 유의수준에서 통계적으로 유의한 영향관계가 있는 것으로 나타났다. 세부적으로 살펴보면 한국 남학생은 남성성($t=2.219, p<0.05$) 문화가 의복 가치관에 정(+)적인 영향을, 미국 남학생은 권력 거리($t=-2.315, p<0.05$)가 사회적 의복 가치관에 부(-)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 한국 남학생은 학업 성취도가 높고 성공을 목표로 하는 학생일수록 의복의 유행에도 관심을 가져 본인을 드러내고 싶어 하며, 미국 남학생은 수업이 학생 위주로 이루어져야 한다고 생각하며, 교수를 평등하게 보는 학생일수록 잦은 질문을 하면서 본인의 의사를 정확히 말하는 것처럼 의복도 하나의 자신의 표현 수단이라고 생각하기 때문에 본인을 잘 드러낼 수 있는 의복의 유행에 관심을 갖는 것이라 해석할 수 있다.

‘종교적 의복 가치관’과 관련하여 한국 남학생($R^2=0.131, F=4.818, p<0.01$)과 미국 남학생($R^2=0.148, F=5.567, p<0.001$) 모두 학교 문화가 의미 있는 결과를 나타냈다. 세부적으로 살펴보면, 한국 남학생은 장기지향성($t=2.106, p<0.05$)이, 미국은 남성성($t=-3.621, p<0.001$) 문화가 종교적 의복 가치관에 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 한국에서는 인내와 끈기를 가지고 개인적인 착실함과 안정성이 중요하다고 믿는 남학생일수록 정숙한 의복을 좋아하는 것으로 해석할 수 있으며, 미국에서는 학업

31) 최정선, 유태순, “N세대의 패션가치관에 따른 패션 선호도에 미치는 영향,” *대한가정학회지* 39권 8호 (2001), pp. 110-118.

32) 최수현, “미혼여성의 가치관과 의복소평성향에 관한 연구” (이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1996).

<표 7> 한국과 미국 남자 대학생의 학교 문화에 따른 의복 가치관 비교

종속변수 (의복 가치관)	독립변수 (학교 문화)	한국 남자 대학생				미국 남자 대학생			
		β	t	R^2	F	β	t	R^2	F
사회적 의복 가치관	권력 거리	-0.143	-1.430	0.135	5.009**	-0.227	-2.305*	0.077	2.669*
	남성성	0.221	2.219*			0.155	1.496		
	장기지향	-0.094	-0.955			-0.040	-0.386		
종교적 의복 가치관	권력 거리	-0.135	-1.394	0.131	4.818**	0.147	1.558	0.148	5.567***
	남성성	-0.261	-2.731			-0.361	-3.621***		
	장기지향	0.203	2.106*			0.194	1.944		
이론적 의복 가치관	권력 거리	0.074	0.721	0.023	0.757	0.016	0.172	0.183	7.170***
	남성성	0.104	1.022*			0.450	4.616***		
	장기지향	0.070	0.689			-0.102	-1.049**		
경제적 의복 가치관	권력 거리	0.015	0.141	0.005	0.155	-0.232	-2.427*	0.132	4.863**
	남성성	0.063	0.620			0.264	2.627**		
	장기지향	0.022	0.215			-0.002	-0.016		

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

의 성공보다 인간관계를 중요시하는 남학생일수록 정숙하고 타인에게 눈에 띄지 않는 스타일의 옷을 선호하는 경향이 있다고 할 수 있다.

‘이론적 의복 가치관’에 영향을 미치는 학교 문화를 조사한 결과, 미국 남학생($R^2=0.183$, $F=7.170$, $p < 0.001$)만이 5% 유의수준에서 통계적으로 유의한 영향 관계가 있는 것으로 나타났다. 세부적으로 살펴보면, 미국 남학생은 남성성($t=4.616$, $p < 0.001$)과 장기지향성($t=-1.049$, $p < 0.01$) 학교 문화가 이론적 의복 가치관에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 한국 남학생은 남성성($t=1.022$, $p < 0.001$)만이 의복 가치관에 영향을 미쳤다. 미국 남학생들은 체면을 중시하지 않는 학생일수록 의복을 구입하거나 선택할 때, 타인의 시선을 의식하지 않고 철저한 분석과 계획을 통해 의복을 선택하는 것을 알 수 있다. ‘경제적 의복 가치관’도 학교 문화가 미국 남학생($R^2=0.132$, $F=4.863$, $p < 0.001$)에게만 영향을 미쳤는데, 세부적으로, 권력 거리($t=-2.427$, $p < 0.05$)에는 부(-)적인 영향을 미쳤으나, 남성성($t=2.627$, $p < 0.01$)에는 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

한국과 미국 남자 대학생 모두 남성성이 이론적 의복 가치관에 공통으로 영향을 주는 것으로 보아 두 나라의 문화는 동질화되어 가는 경향이 있다는

<표 8> 문화에 따른 의복 가치관

집단 의복 가치관	한국 남자 대학생	미국 남자 대학생
사회적 의복 가치관	남성성	권력 거리
종교적 의복 가치관	장기지향성	남성성
이론적 의복 가치관	남성성	남성성, 장기지향성
경제적 의복 가치관		권력 거리, 남성성

것을 알 수 있다. 그러나 각각의 의복 가치관은 공통된 문화 차원 외에도 <표 8>에서 보여지는 것처럼 서로 상이한 문화 차원을 갖기 때문에 문화에 따라 의복 가치관이 다르게 나타나는 것을 알 수 있었다.

V. 결론 및 제언

본 연구 목적은 한국과 미국 남자 대학생 간의 문화와 의복 가치관의 차이를 조사하고, 문화가 의복 가치관에 미치는 영향의 차이를 파악하여, 한국 남

자 대학생 소비자 집단뿐만 아니라 미국 남자 대학생 소비자 집단에 대해 이해함으로써, 미국 패션 시장으로 진출하고자 하는 기업들에게 도움을 줄 수 있는 마케팅 전략에 대한 기초자료를 제공하고자 한다.

본 연구를 위한 설문지는 한국 남자 대학생들에게 110부, 미국 남자 대학생들에게 105부, 총 215부를 돌려 불성실하다고 판단되는 20부를 제외한 총 200부를 사용하였으며, SPSS 12.0 통계프로그램을 통해 요인 분석과 신뢰도 분석, 빈도 분석, 평균점수, *t*-test, 다중회귀 분석을 실시하였다.

문화와 의복 가치관에 대한 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 학교 문화에 대한 요인 분석 결과, 권력 거리, 남성성, 장기지향성 3가지 요인이 추출되었으며, 의복 가치관의 경우는 사회적 의복 가치관, 종교적 의복 가치관, 이론적 의복 가치관, 경제적 의복 가치관의 4가지 요인으로 나타났다.

둘째, 학교 문화의 차이를 검증한 결과, 권력 거리와 장기지향성만이 두 문화 간의 차이를 나타냈다. 한국과 미국 남학생들 모두 남성성이 가장 높게 나타났으며, 남성성 점수는 미국 남학생들이 보다 높게 나타났다. 두 집단 간에는 장기지향성과 권력 거리가 유의미한 차이를 보였는데, 권력 거리와 장기지향성 모두 한국 대학생들이 높게 나타났다.

셋째, 의복 가치관의 차이를 검증한 결과, 4개의 의복 가치관 모두 차이가 나타났다. 한국 대학생들은 미국 대학생들보다 종교적 의복 가치관을 중요시한 반면, 미국 남자 대학생들은 한국 대학생들보다 이론적, 사회적, 경제적 가치관들을 보다 중요시하게 생각하였다. 한국 대학생들과 미국 대학생들 모두 이론적 의복 가치관, 경제적 의복 가치관, 사회적 의복 가치관, 종교적 의복 가치관의 순서로 나타났다.

넷째, 한국 남학생의 경우, 권력 거리, 남성성, 장기지향성 문화가 사회적, 종교적 의복 가치관에만 영향을 준 것에 반해, 미국 남학생들은 사회적, 종교적, 이론적, 경제적 의복 가치관 모두에 영향을 주는 것으로 나타났다. 한국과 미국 남자 대학생 모두 남성성이 이론적 의복 가치관에 공통으로 영

향을 주는 것으로 보아 두 나라의 문화가 동질화되어 가는 경향이 있다는 것을 알 수 있다. 그러나 각각의 의복 가치관은 공통된 문화 차원 외에도 서로 상이한 문화 차원을 갖기 때문에 문화에 따라 의복 가치관이 다르게 나타나는 것을 알 수 있었다.

미국을 대상으로 하는 마케팅 전략을 수립하는데 있어, 미국 소비자들은 물질주의와 성공주의가 강한 남성성 문화가 상대적으로 높은 경향을 가지므로, 20대 미국 남자 대학생들을 타겟으로 할 패션 기업들은 캐주얼 라인과 함께 대학생들을 위한 간단한 정장 라인도 고려해 보아야 할 것이다. 남성성 문화와 사회적 의복 가치관이 강하다는 것은 미국 소비자들이 인생의 초점을 성공에 두고 있다는 것을 의미하며, 그러한 소비자들은 자신의 성공을 의복을 통해 표현하고자 하는 욕구가 내재되어 있으므로 미국 소비자들을 대상으로 하는 의복에 있어 고급스러우면서도 성공한 남성의 이미지를 가질 수 있는 브랜드 컨셉이 중요하다고 판단되어진다. 또한, 제품의 광고나 홍보에도 성공한 남성의 이미지를 부각시키는 마케팅 전략은 도움이 될 것이다.

또한, 미국 소비자들은 경제적 의복 가치관을 중요시하므로 한국보다는 저가격을 제시하여야 할 것이다. 그러나 경제적 의복 가치관과 함께 이론적 의복 가치관을 중요시하므로, 의복의 관리법이나 의복의 T.P.O.까지도 고려하여야 하며, 디자인, 디테일, 소재에 있어서 다품종 소량 정책으로 비교적 치밀한 마케팅 전략을 수립해야 할 것이다.

이상에서 살펴본 것처럼, 세계화 속에서도 한국과 미국은 서로 다른 문화의 특성과 의복 가치관을 가지고 있는 것으로 나타났다. 미국 소비자들을 대상으로 성공적인 마케팅 수립을 위해서는 미국의 문화를 이해하고 문화의 차이로 인해 다르게 나타나는 의복 가치관들을 정확하게 잘 파악하는 것이 가장 중요하며, 그들의 문화와 의복 가치관에 맞는 적절한 마케팅 수립을 세워야 할 것이다.

본 연구는 미국 뉴욕과 서울에 거주하는 남학생만을 대상으로 했다는 것과 조사 대상자 수가 적다는 점, 대학생으로 대상으로 했기 때문에 학교 문화에 국한되었다는 점에서 연구 결과를 일반화하는데 한계점이 나타나므로, 다양한 집단과 다양한 문

화 차이를 대상으로 하는 지속적 연구가 필요한 것은 사실이지만 본 연구 결과를 기초 자료로 다양한 연구가 계속 실시되어진다면 문화적 차이를 극복할 수 있는 글로벌 마케팅 전략을 수립하는데 도움이 될 것이라 생각된다.

참고문헌

- 강경자 (1986). “한국과 미국 여대생의 가치관과 의복 선택행동에 관한 비교 연구.” *대한가정학회지* 24권 3호.
- 박광희, 최원경 (2001). “개인주의-집단주의 문화적 가치 성향이 의복행동에 미치는 영향.” *소비자학 연구* 12권 1호.
- 이선재 (1991). “한미 대학생 및 교포대학생간의 의복태도에 관한 비교 연구.” *한국의류학회지* 15권 2호.
- 이철 (1998). “소비자행동 모델의 문화적 한계와 소비자행동연구의 발전방향.” *소비자학 연구* 24권 2호.
- 임성경 (2006). “문화의 차이에 따른 의복 가치관과 의복구매행동 비교 연구.” 상명대학교 대학원 박사학위논문.
- 임성경 (2008). “한국과 미국 여대생의 문화에 따른 의복 가치관의 비교 연구.” *복식문화연구* 16권 4호.
- 채정숙 (1999). “라이프스타일의 비교 문화적 연구: 한국과 캐나다 거주 대학생들의 라이프스타일 특성을 중심으로.” *소비자학 연구* 10권 4호.
- 최수현 (1996). “미혼여성의 가치관과 의복쇼핑성향에 관한 연구.” 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 최정선, 유태순 (2001). “N세대의 패션가치관에 따른 패션 선호도에 미치는 영향.” *대한가정학회지* 39권 8호.
- Conrad, G. (1973). “Clothing Values and Their Relation to Personality Factors and to Selected Demographic Variables of Two Groups of Canadian University Women.” Unpublished Doctoral Dissertation, Pennsylvania State University.
- Fiske, A. P. (1992). “The Four Elementary Forms of Sociality: Framework for Unified Theory of Social Relations.” *Psychological Review* Vol. 99.
- Forney, J. C. and N. J. Rabolt (1987). Clothing Values: A Cross-Cultural Comparison. In R. P. Lovingood and J. E. Gritzmacher(Eds.). *AHEA Research Abstracts*(p. 87). (Washington D. C: American Home Economics Association, 1987).
- Forney, J. C., N. J. Rabolt and L. A. Friend (1993). “Clothing Values and Country of Origin of Clothing: A Comparison of United States and New Zealand University Women.” *Clothing and Textiles Journal* Vol. 12, No 1.
- Frith, W. and W. David (1991). “A Comparison of Cultural Values in British and American Print Advertising: A Study of Magazines.” *Journalism Quarterly* Vol. 68.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond Culture*. New York: Anchor Books.
- Hao, Chiao (1971). “A Cross-Cultural Study: The Relationship between Clothing Behaviors and General Values.” Unpublished Master's Thesis, University of Tennessee.
- Hofstede, G. (2004). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. London: McGraw-Hill.
- Hsu, Hsiu-Ju (2003). “National Culture and Clothing Values: A Cross-national Study of Taiwan and United States Consumers.” Doctor's Thesis, Oregon State University.
- Kluckhohn, F. R. (1950). “Dominant and Substitute Profiles of Cultural Orientations.” *Social Forces* Vol. 28, No. 1-4.
- Mendoza, A. R. (1965). “Clothing Values and Their Relation to General Values: A Cross-Cultural Study.” Unpublished Doctoral Dissertation, Pennsylvania State University.
- Triandis, H. C. (1982). “Review of Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values.” *Human Organization* Vol. 41.