

남녀 대학생의 외모관리 행동과 의복추구혜택에 관한 연구 - 가치관과 사회적 자아의 영향력을 중심으로 -

임 경 복

세명대학교 패션디자인학과 교수

A Study on the Appearance Management Behavior and Clothing Benefits of Male and Female College Students - Focused on the Effects of Value Systems and Social Self-concept -

Kyung-Bock Lim

Prof., Dept. of Fashion Design, Semyung University
(2010. 8. 20. 접수; 2010. 9. 28. 수정; 2010. 10. 1. 채택)

Abstract

The purpose of this study is to examine the effect of value systems and social self-concept on the appearance management behavior and clothing benefits according to gender. The data were collected via a self-administered questionnaire from 453 male and female college students in Jecheon and analyzed by factor analysis, correlation analysis, multiple regression, and t-test. The results of this study were as follows: 1. Value systems and clothing benefits classified into four factors respectively. 2. There existed significant differences according to gender in value system factors, social self-concept, appearance management behaviors and clothing benefit factors. 3. There existed correlations between value system factors and social self-concept. For male students, four factors of value system were correlated with social self-concept. But only one factor(pursuit of peaceful and secure life) was correlated with social self-concept for female students. 4. In male and female students, appearance management behaviors and clothing benefits were influenced by various value system factors and social self-concept.

Key Words: Value system(가치관), Social self-concept(사회적 자아), Appearance management behavior (외모관리행동), Clothing benefits(의복추구혜택)

I. 서론

현대사회에서 외모는 경쟁력으로 여겨지므로 사람들은 자신의 목표 달성 혹은 자기만족을 위하여 외모 가꾸기에 많은 노력과 투자를 아끼지 않는다. 한 시대 외모의 기준은 대개 공통적인데 그 이유는 현대사회에서 매스 미디어를 통해 전달되는 획일화된 모습이 개인에게 수용되기 때문이며 이것이 개인의 가치관과 신체이미지에 중요한 영향을 미친다고 하였다.¹⁾ 즉 사회적으로 정해진 외모의 기준이 자신을 바라보는 눈에 영향을 미칠 것이라는 것이다. 그러나 한편으로는 개인의 외모가 다른 것과 마찬가지로 중요시하거나 성취하려는 목표에 차이가 있고 이에 따라 어떤 행동에 중점을 두고 자신을 가꾸고 싶어 할 것인지는 사람마다 개인차가 클 것이다. 즉 주변상황에 의해 정해진 이상적 외모의 기준은 유사할지라도 개인의 심리적 특성인 가치관이나 사회생활에서 담당하고 있는 역할 혹은 최종 목표 등에 따라 외모관리에 두는 중요성이나 추구행동은 다양한 형태로 나타나게 될 것으로 생각된다.

현재까지 이루어진 대부분의 연구에서 외모는 사회생활의 상호작용에서 매우 중요하고 외모에 대한 사회의 기준이 존재한다고 하였다. 또한 많은 사람들이 아름다운 외모가 더 행복하고 성공한 것으로 생각하며, 외모가 훌륭한 사람보다 현명하고 사교적일 것이라고 하였다.²⁾ 그러나 훌륭한 외모라는 기준은 사회적으로 결정되어 있다 하더라도 자신의 삶에서 어떤 부분에 만족을 느끼고 자신을 어떤 방향으로 가꾸어 가고 싶어 할 지는 개인의 취향이 중요한 역할을 할 것이며, 또한 이 부분에서 가치관이나 자아개념과 같은 심리적 요인들이 작용할 것으로 생각된다.

대부분의 청년기 여성은 매스미디어에 비추어진 이상적 외모를 통해 미의 사회적 기준을 내면화하고 자신의 신체적 외모의 중요성을 인식하여 신체적 외모에 열중하는 인지, 행동 성향을 보인다고 하였다.³⁾ 그러나 이는 일반적 행동을 언급하는 것으로 실제 모든 청년층이 같은 행동을 보이는 것은 아니다. 의복의 유행에서 개성추구 현상이 나타나는 것과 마찬가지로 외

모관리를 위한 행동 역시 개인의 심리적 특성의 영향을 받아 차별화 될 것으로 생각되는데 이에 대한 연구는 많지 않은 것으로 보인다. 따라서 본 연구에서는 외모관리 행동과 이 중 가장 대표적이고 모든 사람에게 공통적으로 일어나는 의복관련 행동에 있어서 가치관, 사회적 자아와 같은 특성이 어떻게 작용하고 차별화 시킬 것인지 확인하고자 하였다.

또한 남녀 성별 차이는 여전히 외모관리는 물론이고 의복행동에 있어서도 영향요인일 것으로 생각된다. 청년 남성의 신체만족도가 여성보다 높다거나 각 신체부위별로 느끼는 만족도가 다르다는 점⁴⁾들은 여전히 신체를 바라보는 눈에 성별 차이가 존재함을 확인시킨다. 특히 여성의 경우 외적 매력이 남성에 비해 필수조건으로 인식되고 사회적으로 좀 더 중요한 요인이 되므로 외모에 집착하고 많은 비중을 둔다⁵⁾는 연구 결과에서 보듯이 여전히 외모에 대한 사회적 기준과 이를 통해 뭔가를 성취하고픈 사람들의 노력 등에서는 남녀 차이가 존재한다고 할 것이다. 따라서 본 연구에서는 청년기 남녀 대학생의 심리적 특성인 가치관과 사회적 자아가 외모관리 행동과 의복에서의 추구혜택에 어떤 영향을 미치는지 알아보려고 하였다. 이를 통해 외모중시 풍조가 만연한 현대사회에서 청년층이 이에 대해 어떤 사고와 가치를 부여하는지 전반적인 모습을 확인해 보고자 한다. 또한 개인의 삶에 있어 중요한 자리를 차지한다⁶⁾고 말하는 외모를 어떻게 받아들이고 개선의 노력을 하는지에 대하여 보다 구체적으로 언급하고 이에 대한 이해를 돕고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 가치관

가치란 사회학에서 ‘사회 구성원이 공유하는 행동양식에 대한 개념’을 의미하며 심리학에서는 ‘특정 상황이나 즉각적 목표를 넘어서 보다 궁극적 존재의 최종 상태에 이르도록 행동과 판단을 이끄는 신념’이라고 하였다.⁷⁾ 일반적으로 가치는 한 번 형성되면 대개 큰 변화가 없는 것

으로 알려지고 있으나 물질적 풍요와 대중매체의 영향으로 외모지상주의와 신체매력이 강력한 이슈로 부상하면서 라이프스타일과 가치의식이 급속히 변화하고 있다고 한다.⁸⁾ 즉 사회의 변화가 가속화 되는 만큼 이전에는 한 번 만들어진 가치관은 큰 변동이 없는 것으로 생각되었으나 최근의 상황은 그렇지 않다는 의미이다.

이러한 가치관이 연구되어야 할 이유는 개인들의 모든 행동에 전반적으로 영향을 미치게 될 것이며 자신이 어디에 목표를 둔다면 이를 이루기 위해 사람들은 많은 노력을 기울일 것으로 생각되기 때문이다. 즉 사회에서의 성공을 목표로 한다면 성공한 사람들이 갖춘, 혹은 이를 위해 갖추어야 할 제품이나 서비스 등에 대한 기준도 변화할 것으로 생각된다. 즉 가치관은 개인의 심리적 특성이지만 궁극적으로는 소비생활에 중요한 영향을 미칠 것으로 유추할 수 있다.

이렇게 개인이 가치관에 따라 행동한다는 점에서 생각할 때 착용한 의복을 해석함으로써 상대방의 신분, 태도는 물론이고 가치관과 감정까지도 암시받을 수 있다는 결론에 도달할 수 있다.⁹⁾ 즉 개인은 자신이 중요시하고 원하는 뭔가를 얻기 위해 사용하는 물질을 그 도구로 사용할 것이므로 타인의 행동을 보면 그의 가치관을 알 수 있다는 말일 것이다. 결국 외모관리 행동은 자신을 재료로 외적인 요인들을 부가적으로 사용함으로써 보다 나은 모습을 끌어내려는 노력일 것이며, 의복행동은 보다 구체적으로 의복을 도구로 자신의 모습을 향상시키려는 노력의 결과일 것이다.

지금까지 사회가 남녀에게 원하는 기준은 다르다고 생각되어 대개 남성은 흥미진진하고 성숙한 사랑 등의 가치를 중시하는 반면 여성은 세계평화와 자기존중 같은 가치를 중시한다¹⁰⁾ 하였다. 그러나 여성의 사회진출이 이전에 비해 훨씬 활발해지고 동등한 교육의 기회가 주어지는 현대사회에서는 이러한 기준도 변화가 있을 것이다. 인터넷 의류 구매 대학생을 대상으로 한 황진숙¹¹⁾의 연구에서 남학생은 여학생에 비해 즐거움 가치를 더 추구한 반면 여학생은 성취감을 더 추구한다고 하여 단편적이지만 성별 차이를 보여주었다.

2. 사회적 자아

사회생활을 하면서 타인과의 상호작용을 통해 형성되는 사회적 자아는 자아개념의 일부이다. 대개 한 번 형성된 자아개념은 일관성 있게 유지되려는 특성을 가진다는 점에서 가치관과 유사점을 지니고 있으며, 동시에 새로운 경험으로 인해 수정되거나 적응한다는 점도 공통점이라 하겠다.¹²⁾ 정원식¹³⁾은 다양한 환경에서 느끼는 자아의 구성요소를 신체적, 도덕적, 성격적, 가정적, 사회적 자아로 분류하였는데 이 중 사회적 자아는 인간관계에서 자신이 보는 관념체계를 진술한다. 즉 사회생활을 하면서 타인과의 관계가 얼마나 원만한지에 대하여 스스로 판단하는 근거라 할 것이다.

청년기는 신체의 성장과 사회성의 발달로 사회활동이나 대인관계에 적극적이 되는 시기이다. 이 시기 사회적 측면에서의 자아상은 성격형성의 기반이 되고 삶에 대한 태도에 영향을 준다고 하였는데¹⁴⁾ 이렇게 볼 때 청소년기를 지나 청년기에 들어선 대학생의 경우 향후 사회진출을 앞두고 사회적 자아의 중요성을 보다 크게 인식할 것으로 생각된다. 또한 모든 자아개념은 사회적 상호작용에서 형성되며 개인의 행위를 안내하고 영향을 미치는 제품이 갖는 상징적 의미와 자신의 자아가 일치할 때 그 제품을 구매 한다¹⁵⁾는 언급에서 볼 때 개인의 마음속에 존재하면서 자신을 바라보는 눈인 자아개념은 결국 그 기준에 따라 한 개인의 행동을 결정하는데 중요한 역할을 하게 될 것이다. 특히 외모관리나 의복행동은 사회가 정해 놓은 틀 속에서 움직이므로 자아개념 중에서도 사회적 자아와 많은 연결점을 공유할 것으로 생각된다.

외모평가에서의 사회적 비교과정을 조사한 결과, 사람들은 사회적 비교를 통해 준거집단의 외모기준을 관찰하고 외모관리 행동과 연합시켜 신체 매력을 증진시키는 수단으로 사용함으로써 자아존중감을 향상시키고 사회적 이점을 획득 한다¹⁶⁾고 한다. 여기에서 사회적 비교를 하고 이를 통해 자신을 사회적 기준에 맞추어 원하는 바를 얻고자 한다는 사실은 대인관계가 활발하고 중요성을 사회생활에 두는 개인을 의미한다고 연결시킬 수 있을 것이다. 사회적 자아

개념도 개인에 따라 중요성의 차이가 있을 것이다. 예를 들면 의복의 유행을 추구하는 개인과 개성을 추구하는 개인이 구분되는 것과 마찬가지로 사회구성원과의 상호작용을 즐길 것인지의 여부에 따라 스스로 외모관리나 의복행동에서 사회가 만들어 놓은 기준에 맞추어 갈 것인지 아닐지 결정될 것이다.

3. 외모관리행동

외모는 첫 만남의 순간부터 자신을 타인에게 인식시키는 가장 기본적인 수단이다. 따라서 사회생활을 함에 있어 자신의 외모가 어떤 특성과 장점을 가지는지는 매우 중요하다. 즉 현대사회의 외모는 자신을 타인에게 알리는 가장 빠른 정보원으로 자신을 표현하는 중요 요인이자 경쟁력이다.¹⁷⁾

외모관리는 자기를 표현하기 위한 수단으로 사회적 상호작용에서 타인에게 자신의 정체감을 보여주는 과정이다. 즉 자신에 대한 시각적 이미지를 만들어가고 상황에 맞추어 외모가 가진 상징적 의미를 전달함으로써 자신을 이해시키는 수단이다.¹⁸⁾ 외모에 대한 기준은 시대에 따라 주변 환경의 영향을 받아 지속적으로 변화하는데 특히 현대인들은 매스미디어의 발달로 인해 이전 시대에 비해 훨씬 많은 정보를 주변으로부터 받아들여지게 된다. 외모관리의 동기를 연구한 유창조와 정혜은¹⁹⁾에 따르면 크게 내적동기와 타인 중심의 동기로 구분되는데 일상탈출, 변화, 자신감, 자신만의 관찰과 같은 내적동기, 주위의 평가, 트렌드 추구, 이성 어필과 같은 타인 중심의 동기를 들고 있다. 대개 초기에는 타인중심에서 시작하여 차차 자신을 위한 것으로 간다고 하였다.

이렇게 볼 때 청소년기에서 청년기로 이행함에 따라 자신의 외적 요인보다는 내적 요인의 영향을 받게 될 것으로 유추된다. 남성의 외모관리 행동의 동기에 대한 연구 결과 사회생활 시작 시 구직과 취업에 중요하기 때문이며, 직장에 적응하고 성공하기 위해 의복에 관심을 둔다고 하였다.²⁰⁾ 한편 30대 남성이 사회성을 추구하는데 비해 20대는 다양한 동기를 가진다고 하였다. 또한 40대는 남성스러움을 강조하거나 이

상적 체형과 이미지를 돋보일 수 있는 관심유도 동기에 의해 외모관심을 가진다고 하였다. 이러한 사실은 사람들이 연령대별로 자신이 가장 중요하다고 생각하는 가치를 기준으로 이를 충족시키고 만족하기 위한 행동을 하는 것으로 생각된다. 특히 남자 대학생을 연구한 류은정과 김영희²¹⁾에 따르면 남성은 멋진 외모가 대인관계에 도움이 되고 신체매력이 경쟁력을 가진다고 생각하며 옷을 잘 입으면 사회지위 향상에 도움이 된다고 생각하며 외모관리 동기 중 사회성 추구 동기가 가장 높다고 하였다. 하종경²²⁾ 역시 남자 대학생은 자신의 사회적 가치를 추구하며 자신감을 향상시키기 위해 자기개발 목적으로 외모관리를 한다고 하였다. 이는 또한 사회적으로 자신을 어떤 사람으로 인지하고 인지시키고 싶은지에 따라 외모관리 행동이 차이가 있을 것이며 전통적으로 사회생활 참여가 필수적인 남성에게 두드러질 것으로 예측케 한다.

남성들에 비해 상대적으로 외모 관심이 높았던 여성은 외모관리에 보다 큰 비중을 두고 적극적이다. 임숙자 외²³⁾는 외모관리의 중요성에 대하여 언급하면서 사회, 문화의 가치관 변화로 현대 여성에게 외모관리는 자아실현의 한 방안이 되었다고 했다. 외모를 통한 사회경제적 지위상승은 다른 자아실현의 통로보다 현실적이고 확실하다고 하였으며 여성은 이러한 사회적 보상에 거는 기대가 커져간다고 언급하였다. 또한 사회에서 여성의 역할이 증대하면서 사회참여의 기회가 확대되고 신체외모 개선의 욕구 역시 커져간다고 하였다. 이를 볼 때 개인이 살면서 어디에 가치를 둘 것이고, 사회생활을 통해 만나는 사람들에게 나를 어떤 사람으로 인지도 싶은지에 따라 외모관리 행동에 들이는 시간과 노력이 결정될 것이다.

4. 의복추구혜택

개인의 의복행동은 기원설 중 신체보호나 장식, 정숙과 같은 본능적 기능차원을 넘어 자신의 욕구, 관심, 습관 등을 충족시키려는 다양한 심리적 욕구의 영향을 받아 나타나고 있다. 이는 의복이 소속, 신분, 역할 등의 사회적 측면과 가치관, 자아개념, 성격 등 심리적 면을 반영하

고 있으며 사회적 상호작용에 중요하다²⁴⁾고 한 언급과도 같은 의미라 할 것이다. 외모관리 행동의 일부분이라고 할 수 있는 의복 착용은 다른 관리 행동에 비해 복잡한 목적 구조를 가지고 있다. 특히 인상 형성에 있어 대인관계 시 외모와 함께 가장 먼저 지각되는 측면에서 본다면 그 의미는 보다 커질 것이다. 또한 다른 외모관리 행동이 선택적일 수 있는데 비해 의복착용 자체는 필수적이므로 보다 큰 의미를 가지는데 모든 사람이 다 착용하는 대상이므로 그 속에 담고자 하는 내용에 개인차가 발생할 것이다.

의복추구 혜택은 의류 제품의 속성이나 서비스와 관련하여 소비자가 원하는 보상이다.²⁵⁾ 의복은 특히 대인관계에서 상징성이 중요하게 인식되고 과시 소비적 가치를 지닌 유행상품이기 때문에 자신을 표현하고 즐기기 위한 수단으로 상징적으로 가장 많이 소비될 수 있는 제품²⁶⁾이므로 의복행동을 보면 개인이 어떤 의도를 가지고 의복을 선택하였는지 알 수 있을 것이다. 또한 개인은 자신이 목표하는 바가 있다면 이를 이루기 위해 의복을 도구로 사용할 것이다.

인터넷 의류구매자의 가치와 의복추구 혜택을 연구한 결과를 보면 남자 대학생의 원만함/안정된 생활의 가치는 편안함 추구혜택에 영향을 미치고 여자 대학생의 경우 즐거움 가치가 체형보완, 성적 매력의 추구혜택에 영향을 미치고 원만함/안정된 생활의 가치는 동조성 혜택에 영향을 미치는 것으로 나타나 남녀 차이를 보여 주었다.²⁷⁾ 또한 외모에 많은 관심을 두는 청년층의 경우 외모에 대한 자신감은 보다 적극적 사회활동에 참여하도록 유도할 것으로 생각되며 이 때 의복을 통해 얻을 수 있는 효과를 많이 사용하게 될 것이다. 의복은 사회, 심리적으로 중요한 의미를 가지며 의복으로 정서를 안정시킬 수 있고 사회로부터의 열등의식 극복은 물론이고 사회활동에 적극 참여토록 하므로 개인을 위해서 뿐 아니라 사회 전체를 위해서도 바람직한 일이라고 하였다.²⁸⁾ 결국 의복을 통해 얻은 혜택은 사회적 자아와 연결되고 반대로 사회적 자아에 따라 의복추구혜택도 영향을 받게 될 것이다. 남녀 고등학생의 자아개념과 의복관심도를 연구한 이상희 등²⁹⁾에 따르면 남녀 모두 신체적, 사회적 자아가 의복관심도에 영향을 미

친다고 하였으며 특히 여학생의 경우 사회적 자아가 의복의 유행성과 정적 상관관계를 보여 남학생보다 여학생이 사회규범을 많이 의식하는 성별 차이를 보인다고 하였다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구 문제

본 연구는 남녀 대학생의 가치관과 사회적 자아, 외모관리 행동, 의복추구혜택의 차이를 알아보고 가치관과 사회적 자아가 외모관리 행동과 의복추구 혜택에 어떤 영향을 미치는지 확인하고자 하였는데 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 가치관, 의복추구 혜택의 구성 요인을 밝힌다.

둘째, 성별 가치관, 사회적 자아, 외모관리 행동, 의복추구 혜택의 차이를 알아본다.

셋째, 성별 가치관과 사회적 자아의 상관관계를 알아본다.

넷째, 성별 가치관, 사회적 자아가 외모관리 행동과 의복추구 혜택에 미치는 영향을 알아본다.

2. 측정도구

본 연구의 실증적 연구를 위해 설문지법을 사용하였는데 설문지에는 가치관, 사회적 자아, 외모관리 행동, 의복추구혜택과 인구 통계적 특성을 알아보는 문항이 포함되었다.

1) 가치관

개인의 가치관에 대한 질문은 LOV의 9문항을 사용하여 5점 척도로 측정하였다.

2) 사회적 자아

타인과의 관계에서 자신에 대한 관념을 질문하는 문항은 정원식(1968)의 자아개념 검사 척도 중 7문항을 채택하여 5점 척도로 측정하였다. 오랜 기간 문항의 신뢰도와 타당도를 인정 받아온 자아개념 검사 척도 중 사회적 자아에

대한 문항은 ‘다른 사람과 잘 어울린다’, ‘다른 사람에게 친근한 사람이다’와 같은 사회성에 대한 질문으로 구성되었으며 본 연구의 결과에서 나타난 신뢰도는 .795였다.

3) 외모관리행동

외모관리 행동에 대한 문항은 Lennon & Rudd,³⁰⁾ 정명선³¹⁾의 연구를 참고로 패션디자인학과 재학 중인 학생들에게 예비 조사를 통해 발췌한 9문항을 사용하여 5점 척도로 측정하였다.

4) 의복추구혜택

외모와 관련되어 의복을 통해 기대할 수 있는 혜택을 연구한 조선명과 고애란³²⁾의 문항 중 14문항을 발췌하여 5점 척도로 측정하였다.

3. 연구대상, 자료수집과 분석방법

연구대상은 제천시역에 소재한 대학에 재학 중인 남녀를 편의표집에 의하여 2009년 7월 1일부터 15일까지 설문지를 통해 자료를 수집하였다. 총 500부의 설문지가 배포되었으며 470부가 회수되었다. 이 중 응답내용이 불성실한 17부를

제외하고 총 453부가 분석에 사용되었다.

응답자 분포는 성별로 남학생이 195명(43.0%), 여학생이 258명(57%)이었으며 학년별로 1학년 118명(26.1%), 2학년 176명(38.9%), 3학년 95명(21.0%), 4학년 64명(14.0%)으로 구성되었다.

자료 분석은 SPSS Win for 12.0을 사용하였으며 요인분석, 회귀분석, 상관분석, t-test 등이 분석에 사용되었다.

IV. 연구결과

1. 가치관, 의복추구 혜택의 요인분석

가치관과 의복추구 혜택의 문항에 대해 주성분 분석과 varimax회전법에 의한 요인분석 결과 각각 네 개의 요인이 추출되었다. 먼저 가치관 요인은 요인 1에서 원만함/안정된 생활추구, 요인 2는 즐거움 추구, 요인 3은 성취지향, 요인 4는 자기실현이라고 명명하였다(표 1). 이는 황진숙³³⁾의 결과와 거의 유사하나 사회적 성취를 하려는 욕구와 자기를 중시하는 내적 지향성 측면이 분리되어 추출된 차이가 있다. 이들의 총 설명력은 76.85%였다.

다음으로 의복추구혜택은 요인 1에서 성적 매

<표 1> 가치관 요인분석

문항내용 및 요인 명칭	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4
요인 1. 원만함/안정된 생활추구 가족이나 집단 소속감 안정된 생활 원만한 인간관계	.829 .753 .696			
요인 2. 즐거움 추구 삶의 즐거움과 재미 흥미진진하고 신나는 생활		.887 .855		
요인 3. 성취 지향 남에게 존경받기 사회적 성취감			.862 .838	
요인 4. 자기 실현 자기존중 자기실현				.851 .809
고유치	1.96	1.69	1.66	1.60
누적변량(%)	21.74	40.52	59.01	76.85
신뢰도	.74	.78	.77	.74

<표 2> 의복추구혜택의 요인분석

문항 내용 및 요인 명칭	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4
요인 1. 이성의 관심유도 이성의 관심을 끄는 옷을 입는 것은 중요하다. 이성에게 호감을 줄 수 있는 옷을 입는다. 내 몸매가 이상형에 가까워 보이도록 옷을 입는다. 여성(남성)스러움을 강조하는 옷을 입는다.	.87 .86 .69 .68			
요인 2. 기분 향상 옷을 잘 입으면 기분이 좋아진다. 내 옷차림은 언제나 기분에 영향을 준다. 나를 돋보이게 하는 옷을 고르려 노력한다. 내가 입는 옷은 자존심을 높이는 한 방법이다. 기분을 좋게 하려고 의식적으로 옷을 갈아입는다.		.83 .76 .64 .54 .46		
요인 3. 개성표현 나는 특이한 옷을 고르는 경향이 있다. 주위사람의 관심을 끌 수 있는 옷을 고른다. 나는 개성 표현할 수 있는 옷을 입으려 신경 쓴다.			.89 .87 .72	
요인 4. 체형 보완 내 신체의 불만부분을 가려주는 옷을 고른다. 옷으로 신체 불만을 감추려 노력한다.				.91 .90
고유치	3.01	2.60	2.44	1.93
누적변량(%)	21.51	40.11	57.57	71.37
신뢰도	.84	.82	.85	.87

력추구, 요인 2는 기분 향상, 요인 3은 개성표현, 요인 4는 체형보완으로 명명하였다. 이는 조선명과 고애란³⁴⁾의 연구에 나타난 결과와 거의 유사한 것으로 볼 수 있다(표 2). 네 요인의 설명력은 71.37%였다.

2. 성별 가치관, 사회적 자아, 외모관리 행동, 의복추구 혜택의 차이

다음에는 남녀 대학생의 가치관, 사회적 자아, 외모관리 행동과 의복추구 혜택에 성별 차이가 있는지 알아보기 위하여 t-test를 실시하였다(표 3). 먼저 가치관에서는 네 요인 모두 성별 차이가 나타나지 않았다. 모든 가치관에 대하여 비교적 높은 반응을 보이고 있어 대학생들이 살면서 모든 사항을 중요시하고 있음을 알게 해준다. 사회적 자아는 남학생이 여학생에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타나는데 이는 남학생의 경우 사회활동을 통해 자신이 원하는 것을 얻을 수 있다고 생각하여 대인관계를 중요시하

며 스스로 원만한 관계를 유지한다고 생각하는 경향이 있는 것으로 해석이 가능할 것이다. 또한 남성들이 외모관리를 하더라도 사회진출의 차원에서 고려하고 대인관계에서 자신감을 가지려는 차원에서 원한다³⁵⁾는 것과 같은 의미일 것이다.

외모관리 행동은 머리관리를 제외한 모든 문항에서 성별 차이가 있었는데 운동을 제외한 모든 행동을 여학생이 많이 하고 있었다. 이는 또한 여성의 외적 매력이 남성에 비해 필수로 인식되고 더 중요한 요인이므로 비중을 둔다³⁶⁾는 결과와 같은 의미일 것이다. 다음으로 의복추구 혜택에서 이성 관심 유도를 남학생들이 중요시하는 반면 여학생들은 체형 보완의 도구로 생각하는 점에서 성별 유의차가 나타났다. 이 결과를 통해 남학생들이 의복착용 시 타인 의식적 특히 이성 의식적인데 비해 여학생은 자기관리 측면에서 의복을 도구로 사용한다고 해석할 수 있을 것이다.

<표 3> 남녀 대학생의 가치관, 사회적 자아, 외모관리 행동, 의복추구 혜택의 차이

성별		남학생	여학생	t
		평균	평균	
가치관	원만함/안정된 생활 추구	4.62	4.55	1.35
	즐거움 추구	4.59	4.48	1.68
	성취 지향	4.22	4.17	.70
	자기실현	4.57	4.58	-.08
사회적 자아		3.53	3.39	2.27*
외모관리 행동	화장	2.32	4.17	-20.48***
	운동	4.62	4.22	5.94***
	정기적 피부 관리	3.82	4.06	-2.98**
	다이어트	3.38	4.16	-7.28***
	의복	4.07	4.44	-4.76***
	머리관리	4.24	4.31	-.97
	패션잡지구독	3.09	3.44	-3.21***
	성형수술	2.03	2.84	-7.23***
액세서리착용		3.31	4.17	-9.50***
의복추구 혜택	이성의 관심 유도	3.31	3.08	3.03**
	기분 향상	3.42	3.52	-1.52
	개성 표현	2.95	2.97	-.33
	체형 보완	2.90	3.58	-6.91***

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

3. 가치와 사회적 자아

가치와 사회적 자아간의 관계를 알아보기 위하여 상관분석을 실시하였다(표 4). 그 결과 남학생의 경우 모든 가치관과 사회적 자아가 유의

한 상관성이 있다고 나타난 반면 여학생에 있어서는 사회적 자아와 원만함/안정된 생활 추구의 가치관만이 유의한 상관을 보인 반면 나머지는 유의하지 않았다. 이는 남학생이 중요시하는 가치관을 추구하는 구체적 방법이 대부분 사회생

<표 4> 가치와 사회적 자아의 상관분석 (남학생)

가치관	성별	즐거움 추구	성취지향	자기실현	사회적 자아
원만함/안정된 생활	남학생	.317***	.355***	.470***	.248***
	여학생	.443***	.541***	.513***	.243***
즐거움 추구	남학생		.264***	.323***	.187*
	여학생		.376***	.407***	.092
성취지향	남학생			.514***	.211**
	여학생			.414***	.095
자기실현	남학생				.188*
	여학생				.079

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

활과 대인관계 속에서 이루어 질 수 있는 반면 여학생은 대인관계와 상관없이 비교적 독자적 방법으로도 이루어질 수 있다고 생각하는 모습을 보이는 것이라 해석이 가능하다. 즉 남성은 사회생활을 필수적인 것으로 생각하는 반면 여성의 사회생활은 여전히 선택적 성격이 남아있음을 추측하게 한다. 또한 원만함/안정된 생활추구의 가치가 남녀 모두에 있어 사회적 자아와 밀접한 상관이 있는 것은 우리 문화의 맥락에서 원만한 대인관계형성을 강조하는 가치영역이 개인의 안전과 밀접한 관계가 있다고 한 Kim 등³⁷⁾의 연구와도 같은 의미를 가진다.

4. 가치관과 사회적 자아가 외모관리 행동과 의복추구혜택에 미치는 영향

다음에는 가치관과 사회적 자아가 외모관리 행동과 의복추구혜택에 미치는 영향을 알아보았다(표 5). 이를 위해 가치관과 사회적 자아의 변인을 독립변인으로 하여 단계적 방식을 이용한 중다회귀분석을 실시하였다.

분석결과 전반적으로 사회적 자아의 영향력이 큰 것으로 나타나고 있었는데 여학생의 화장, 성형수술, 남학생의 운동, 액세서리 착용, 남녀 학생의 의복, 머리관리에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 의복추구혜택에서는 남녀학생의

<표 5> 가치관과 사회적 자아가 외모관리행동, 의복추구 혜택에 미치는 영향

종속 변인	성별	독립변인	β	t	R2	F	
외모 관리 행동	화장	남학생	즐거움추구	-.16	-2.16*	.03	4.66*
		여학생	사회적 자아 성취지향	.18 .15	2.93* 2.38*	.06	7.86***
	운동 (요가, 헬스 등)	남학생	사회적 자아	.23	3.18**	.06	10.08**
		여학생	원만함/안정된	.15	2.41*	.02	5.82*
	정기적 피부 관리	여학생	성취지향	.13	1.98*	.02	3.92*
	다이어트	여학생	즐거움 추구 원만함/안정된	-.23 .22	-3.31*** 3.14**	.06	7.24***
		남학생	사회적 자아	.26	3.49***	.07	12.18***
	의복	여학생	사회적 자아	.15	2.42*	.02	5.87*
		남학생	사회적 자아	.18	2.41*	.03	5.79*
	머리관리	남학생	사회적 자아	.18	2.86**	.03	8.18**
여학생		사회적 자아	.14	2.21*	.02	4.89*	
성형수술	남학생	사회적 자아	.15	2.03*	.02	4.12*	
	여학생	즐거움추구	.18	2.84**	.03	8.08**	
액세서리 착용	남학생	사회적 자아	.25	3.36***	.06	11.28***	
	여학생	사회적 자아 성취 지향	.20 .17	3.28*** 2.84**	.08	10.35***	
의복 추구 혜택	기분 향상	남학생	사회적 자아	.29	2.61*	.04	6.84**
		여학생	사회적 자아 즐거움 추구	.29 .28	4.92*** 4.79***	.18	25.98***
	개성 표현	남학생	원만함/안정된 사회적 자아	-.23 .21	-3.01** 2.71**	.07	6.59**
여학생		사회적 자아 즐거움 추구	.23 .22	3.72*** 3.64***	.11	14.98***	

*p<.05 **p<.01 *** p<.001

이성관심유도, 기분향상, 개성표현 등에 모두 정적 영향을 미치고 있었다. 외모관리나 의복추구 혜택에 있어 사회적 자아의 영향이 크다는 것은 사회적 욕구가 크면 외모 지향적이고 외모관리에 대한 영향이 크고 사회진출의 차원에서 외모관리를 한다고 한 신연옥³⁸⁾의 결과를 지지하는 것이기도 하다.

다음으로 가치관 요인 중 즐거움 추구가치는 남학생의 화장, 여학생의 다이어트에 부적 영향을 미친 반면 여학생의 액세서리 착용에는 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 성취지향 가치는 여학생의 화장, 정기적 피부 관리에 정적 영향을 미치고 있었고 원만함/안정된 생활 추구 가치는 여학생의 운동과 다이어트에 정적 영향을 미치고 있었다. 의복추구 혜택에서 성취지향 가치는 여학생의 이성 관심 유도 혜택에 영향을 미쳤는데 이는 인터넷 의류구매 여학생의 성취감 가치가 이성어필에 중요한 영향력을 가졌다³⁹⁾는 사실과도 유사한 의미이다. 즐거움 추구 가치는 여학생의 기분향상과 개성 표현 가치에 정적 영향을 미치는 반면 남학생의 원만함/안정된 생활 추구 가치는 의복에서의 개성표현 혜택에 대해 부적 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다.

여학생의 성취지향 가치가 외모관리, 의복추구 혜택과 비교적 많이 연결되는 것은 Bloch와 Richins⁴⁰⁾의 연구에 언급된 준거집단의 외모기준을 관찰하고 이를 외모관리 행동과 연결시켜 매력 증진 수단으로 사용하며 자기 존중감을 향상시키고 사회적 이점을 획득하려 한다는 것과도 같은 의미일 것이다. 또한 남녀 모두에 있어 자기실현 가치가 유의미한 영향을 보이지 않았다는 사실은 외모나 의복은 사회생활에서 보다 더 중요하다⁴¹⁾고 한 말과도 같은 의미일 것이다.

이상의 연구결과에서 R² 값이 비교적 낮은 것으로 나타나고 있다. 그러나 이는 가치와 소비행동 관련 연구에서 공통적으로 나타나는 현상으로 소비행동에 대한 가치의 영향력은 2-10% 정도가 일반적이라는 것과 유사하다. 또한 같은 수준의 영향력이라도 행동적 동기를 이해하는데 가치이론을 사용하는 것이 유용하다⁴²⁾는 언급에서 의미를 찾아야 할 것이다.

V. 결론

본 연구는 청년기 남녀 대학생 집단의 가치관과 사회적 자아에 대하여 알아보고 이들이 외모관리 행동과 의복에서의 추구 혜택에 어떤 영향을 미치는지 알아보려고 수행되었는데 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 가치관은 원만함/안정된 생활추구, 즐거움 추구, 성취지향, 자기실현의 네 가지 요인으로 구분되었으며 의복에서의 추구혜택은 이성관심 유도, 기분 향상, 개성 표현, 체형 보완의 네 요인으로 구분되었다.

둘째, 성별에 따른 가치관, 사회적 자아, 외모관리행동, 의복추구혜택을 비교한 결과 가치관은 유의차가 나타나지 않았고 사회적 자아는 남학생이 여학생에 비해 높았으며 외모관리 행동 중 머리관리를 제외한 모든 행동에 성별 차이가 있었다. 운동은 남학생들이 많이 하는 반면 나머지 모든 행동은 여학생에게 많이 나타났다. 의복추구혜택 중 이성 관심 유도는 남학생, 체형보완은 여학생에게서 유의하게 많은 것으로 나타나고 있다.

셋째, 가치와 사회적 자아의 상관분석 결과 남학생의 경우 모든 가치관 요인이 사회적 자아와 상관이 있는 것으로 나타난 반면 여학생에서는 원만함/안정된 생활 추구 가치만이 사회적 자아와 정적 상관이 있었다.

넷째, 가치관과 사회적 자아가 외모관리 행동과 의복추구혜택에 미치는 영향을 보면 다양한 가치와 사회적 자아가 성별로 다른 양상을 나타내고 있다.

사회적 자아는 여학생의 화장, 성형수술, 남학생의 운동, 액세서리 착용, 남녀 학생의 의복과 머리관리에 영향을 미치고 있었다. 또한 체형보완을 제외한 모든 의복추구혜택에 남녀 모두의 사회적 자아가 영향을 미쳤다. 그 외에 원만함/안정된 생활 추구 가치는 여학생의 운동, 다이어트에 정적 영향을 미치고 즐거움 추구 가치는 남학생의 화장과 여학생의 다이어트에 부적 영향을 미치고 있었다. 성취 지향 가치는 여학생의 화장과 정기적 피부 관리에 정적 영향을 미치고 있었다. 의복추구 혜택에서 원만함/안정된 생활 추구 가치는 남학생의 개성 표현 혜택

에 부적 영향을 미치는 반면 즐거움 추구 가치는 여학생의 기분향상과 개성표현 혜택에 정적 영향을 미치고 있었다. 성취지향 가치는 여학생의 이성 관심 유도 혜택에 정적 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다.

이상 성별로 대학생들의 가치관과 사회적 자아가 외모관리 행동과 의복추구혜택에 미치는 영향력을 비교 분석하여 보았는데 본 연구의 시사점은 다음과 같다.

다양한 가치관에 대한 중요도 응답을 보면 남녀 차이가 거의 사라졌음을 알 수 있다. 이전의 연구에서 각 가치관에 성별 차이가 나타났던 점과는 다른 양상을 보여준다는 점에서 기성세대와의 차이점을 느끼게 한다. 그러나 사회적 자아는 남학생이 보다 높고 일반가치관과의 상관성도 높게 나타났다는 사실은 여전히 남성에게 주어지는 사회생활의 기회와 역할이 여성에 비해 중요시되고 있음을 보여준다. 따라서 남학생은 사회 속 대인관계를 통해 자신이 성취하고 싶어 하는 것을 이룰 것이라 생각하는 측면이 강한 것으로 볼 수 있을 것이다. 이는 여학생들이 원만하고 안정된 생활을 위해서 대인관계가 중요하다고 생각하지만 나머지 가치는 크게 대인관계와 연관시키지 않는 점과 차별화될 수 있을 것이다. 이러한 사실은 여전히 남성에게 사회생활은 필수인 반면 여성에게는 선택적인 성격이 남아있기 때문인 것으로도 해석이 가능할 것이다. 한편으로 원만함/안정된 가치가 남녀 대학생 모두의 사회적 자아와 상관관계가 있다는 점에서 본다면 우리의 정서 속에 여전히 남녀 모두에게 원만하고 안정된 생활을 위해서는 대인관계가 중요시 된다는 사실도 확인할 수 있었다.

또한 남학생과 달리 여학생은 사회에서의 목표 성취를 위해 외모와 의복을 관리하는 경향이 두드러진다는 점도 확인되었다. 화장이나 피부관리 행동 등이 모두 사회생활에서 대인관계 시 중요한 요인들이며 의복에서의 이성 관심 유도를 위한 혜택추구 역시 남성 중심의 사회생활을 잘 하기 위한 요인들이 될 것이다. 남학생에게 있어 외모관리나 의복행동과 같은 직접적 자기관리행동들이 사회적 자아의 영향을 주로 받는데 비해 여학생에게는 보다 구체적 가치와 연결되고 있었다. 즉 남학생의 외모와 의복에 대한

관심은 구체적 목표를 지향하기 보다는 원만한 대인관계에 기초를 두는 반면 여학생에게는 직접적인 목표 달성의 수단으로 사용된다고 해석이 가능하다. 이러한 사실은 결론적으로 청년층이 살면서 어떤 부분에 중요성을 두는 지에는 남녀 차이가 나타나지 않으나 이러한 목표를 달성하기 위한 방법론에서는 여전히 성별 차이가 존재함을 보여준다고 하겠다.

그 외에 세부적으로 외모관리 행동이나 의복추구 혜택에서 여학생의 경우 즐거움을 추구한다면 다이어트를 고려하지 않는다. 원만함/안정된 생활을 위해서라면 필요할지 모르나 그를 상쇄할 만한 즐거움은 되지 못한다. 따라서 여학생을 위한 운동/다이어트 등의 홍보에는 원만하고 안정된 생활에 기여할 수 있다는 점을 어필하거나 건강관리를 통해 얻을 수 있는 즐거움을 강조하는 것도 방법일 것이다. 한편 화장, 정기적 피부 관리와 같은 외모관리 행동에 대해서는 여성의 성취 지향적 목표 성향을 강조하는 것이 좋을 것이다. 의복에서 추구하는 혜택을 보면 기분향상 효과나 개성표현은 여학생에게 즐거움이 된다. 반면 남학생에 있어 의복에서의 개성표현은 원만함/안정된 생활을 추구하려는 가치가 부적 영향을 미치는 것으로 나타나고 있어 여전히 남성들에게는 의복에서의 개성표현이 일상적으로 받아들여지지 않는 못함을 보여준다고 하겠다. 따라서 20대를 위한 여성복의 마케팅에는 기분향상, 개성표현과 관련된 즐거움을 표현하는 것이 효과적일 것이나 남성복에서는 이와 달리 대인관계를 원활히 하는데 필요한 요소라는 점을 어필하는 전략을 사용할 필요가 있을 것이다.

또한 남녀 대학생 모두 자기실현 가치는 외모관리나 의복추구 혜택에 영향력이 없는 것으로 보아 결국 외모관리 행동을 하거나 의복을 통해 얻고자 하는 것은 자신이 스스로를 존중하거나 실현하고자 하는 것이기 보다 오히려 사회생활에서 느끼는 필요에 의해 일어나는 행동임을 확인할 수 있었다. 따라서 외모관리나 의복에 관련된 마케팅 전략에서는 사회생활 속에서 발생될 수 있는 상황을 제시하는 것이 보다 효과적일 것이다. 구체적으로 20대 여성복에서는 사회생활에서의 성취, 20대 남성에게는 원만한 대인

관계 등을 제시하는 것이 바람직할 수 있다.

본 연구는 청년층 대학생의 가치와 사회적 자아가 외모관리 행동과 다양한 의복 추구 혜택에 미치는 영향을 알아보고 특히 남녀 차이까지 살펴보고자 하는 점에서 의미를 찾을 수 있다. 그러나 연구대상이 제천에 소재한 대학 재학생들로 한정되었으므로 이러한 결과를 모든 청년층에 확대하여 적용시킬 수는 없다. 또한 가치와 사회적 자아의 외모관리 행동과 의복추구혜택에 대한 설명력이 낮으므로 이들을 보다 잘 설명할 수 있는 변수 혹은 중요한 역할을 할 매개변수에 대한 연구가 지속되어야 할 것이다. 향후 바람직한 가치관 정립과 자아개념 형성을 위해 외모에 대한 의미와 이에 따른 외모관리 행동과 의복에 대한 개념을 어떻게 발전시켜 나가야 할지 또한 성별로 전개시켜야 할지에 대한 의미를 찾는 연구가 지속되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 1) Heinberg, L.J., Thompson, J.K. & Stormer, S.M. (1995). Development and validation of the sociocultural attitude towards appearance questionnaire. *International Journal of Eating Disorders* 17(1), pp.81-89.
- 2) 홍금희 (2006). 외모의 사회문화적 태도와 신체만도가 신체이미지와 신체만족도에 미치는 영향. *한국의류산업학회지* 8(1), pp.48-54.
- 3) 조선명, 고애란 (2001). 외모에 대한 사회·문화적 태도와 신체이미지가 의복추구혜택에 미치는 영향. *한국의류학회지* 25(7), pp.1227-1238.
- 4) 임경복 (2008). 신체만족도에 따른 태도적 신체이미지와 의복행동에 대한 연구-남녀 대학생 중심. *한국의류산업학회지* 10(6), pp.882-889.
- 5) 이현옥, 구양숙 (2006). 여성의 외모관리 행동의 동기연구-성형수술. 비만체형 관리 사례를 중심으로-. *한국의류산업학회지* 8(1), pp.113-122.
- 6) 이수경, 고애란 (2006). 외모향상 추구행동에 관한 질적 연구. *한국의류학회지* 30(1), pp.59-70.
- 7) 임숙자, 황선진, 이종남, 이승희, 양윤 (1994). *현대 의상사회 심리학*. 서울: 수학사, p.94.
- 8) 류은정, 김영희 (2008). 남자 대학생의 신체 이미지에 따른 외모관리 행동과 동기. *대한가정학회지* 46(1), pp. 64-73.
- 9) 이상희, 김현식, 손원교 (1997). 남녀고등학생의 교복만족도, 의복관심도, 자아개념에 관한 연구. *한국의류학회지* 21(2), pp.383-395.
- 10) 임숙자, 황선진, 이종남, 이승희, 양윤 (1994). Op. cit., p.102.
- 11) 황진숙 (2003). 인터넷 의류구매 대학생의 가치가 의복추구혜택에 미치는 영향. *한국 의류학회지* 27(1), pp.154-161.
- 12) 이상희, 김현식, 손원교 (1997). Op. cit., pp.383-395.
- 13) 정원식 (1968). *자아개념 검사법 요강*. 서울: 코리안 테스트 센터, p.1.
- 14) 류숙희 (2003). 대학생의 자아개념, 의복태도, 구매행동간의 상관연구-대구 지역을 중심으로. *복식문화학회지* 11(6), pp.913-924.
- 15) 황춘섭, 오태희 (2008). 고등학생의 자아개념에 따른 진 브랜드 의류 위조품 구매태도. *대한가정학회지* 46(5), pp.9-18.
- 16) Bloch, P. H. and Richins, M. L. (1992). You look "Marvelous": The pursuit of beauty and the marketing concept, *Psychology and Marketing* 9, pp.3-15.
- 17) 이현옥, 구양숙 (2006). 여성의 외모관리 행동의 동기연구-성형수술. 비만체형 관리 사례를 중심으로-. *한국의류산업학회지* 8(1), pp.113-122.
- 18) 임숙자, 황선진, 이종남, 이승희, 양윤 (1994). Op. cit., 198.
- 19) 유창조, 정혜은 (2002). 소비자의 아름다움 추구행위에 관한 탐색적 연구: 남성의 치장과 여성의 화장, 성형 및 피트니스를 중심으로. *소비자학연구* 13(1), pp.211-232.
- 20) 구양숙, 이영주, 추태귀 (2010). 남성들의 외

- 모관리행동에 관한 연구(1) -연령을 중심으로. *한국의류산업학회지* 12(4), pp.459-466.
- 21) 류은정, 김영희 (2008). Op. cit., pp.64-73.
- 22) 하중경 (2007). 외모관리 행동에 따른 의복 및 화장행동. *한국지역사회생활과학회지* 20(3), pp. 385-396.
- 23) 임숙자, 황선진, 이종남, 이승희, 양윤 (1994). Op. cit., p.200.
- 24) 이상희, 김현식, 손원교 (1997). Op. cit., pp.383-395.
- 25) Peter, J. P. & Olson, J.C. (1987). *Consumer behavior*. Homewood. IL: Irwin, Inc., p. 15.
- 26) 류은정, 김영희 (2008). Op. cit., pp.64-73.
- 27) 황진숙 (2003). Op. cit., pp.154-161.
- 28) Ibid., pp.154-161.
- 29) 이상희, 김현식, 손원교 (1997). Op. cit., pp.383-395.
- 30) Lennon, S., & Rudd, N. (1994). Body satisfaction, self-esteem and appearance management behaviors in women. *Family and consumer sciences Research Journal* 23, pp.84-117.
- 31) 정명선 (2003). 성인여성의 신체적 매력성 지각이 자존심과 외모관리 행동에 미치는 영향. *복식* 53(3), pp.165-180.
- 32) 조선명, 고애란 (2001). Op. cit., pp.1227-1238.
- 33) 황진숙 (2003). Op. cit., pp.154-161.
- 34) 조선명, 고애란 (2001). Op. cit., pp.1227-1238.
- 35) 류은정, 김영희 (2008). Op. cit., pp.64-73.
- 36) 이형옥, 구양숙 (2006). Op. cit., pp.113-122.
- 37) Kim, U.C. Hugh G. and Ahn, B.M. (2002). Democracy, trust and political efficacy; Comparative analysis of Danish and Korean political culture. *Applied Psychology, An Int'l Review* 51(2), pp.318-358.
- 38) 신연옥 (2000). 남성의 외모관리 행동의 영향요인 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 39) 황진숙 (2003). Op. cit. pp.154-161.
- 40) Bloch P.H. & Richins M.L. (1992). Op. cit., pp.3-15.
- 41) 윤경빈, 유태순 (2006). Body piercer의 성역할 정체감, 자아개념, 자아강도에 따른 신체 장식 행동에 관한 연구. *한국의류산업학회지* 8(5), pp.537-544.
- 42) Pepper, M., Jackson, T., & Uzzell, D. (2009). An examination of the values that motivate socially conscious and frugal consumer behaviors. *International Journal of Consumer Studies* 33, pp.126-136.