

## 성역할 정체감에 따른 의복 이미지별 선호도

이정민\* · 정성지<sup>1)</sup> · 김동건<sup>2)</sup>

동덕여자대학교 패션전문대학원\*, 동덕여자대학교 패션디자인학과<sup>1)</sup>,  
동덕여자대학교 정보통계학과<sup>2)</sup>

## Preference for Clothing Images According to Gender-Role Identity

Lee Jungmin\* · Chung Sungjee<sup>1)</sup> · Kim Donggeon<sup>2)</sup>

The Graduate school of Fashion Design, Dongduk Women's University\*  
Dept. Fashion Design, Dongduk Women's University<sup>1)</sup>  
Dept. Statistics & Information Science, Dongduk Women's University<sup>2)</sup>

### Abstract

The study aims to find differences in clothing image preferences according to gender-role identity. The questionnaire developed by the researchers was distributed to 533 men and women who aged between 20 and 59. Fourhundred eight questionnaires were used for the final analysis. The data were analyzed by ANOVA, and Tukey's test using SPSS 18.0/Windows.

As results, both male and female participant groups of the study were classified into 4 groups according to their gender-role identity: masculinity, femininity, androgyny, and the undifferentiated. For men, the masculinity group showed a higher preference for flamboyant, sexy, expressive, cold, mature, hard, strong, weighty, heavy, sharp images, while the femininity group showed a stronger preference for flamboyant, bold, luxurious clothing images. The male androgyny group preferred masculine, sexy, cold, mature, hard, strong, weighty, luxurious, heavy, artificial images, whereas the undifferentiated group preferred flamboyant, sexy and mature images. On the other hand, for women, the masculinity group showed a higher preference for luxurious image, while the femininity group showed a stronger preference for sexy, urban, decorative, modern, complicated,

---

\*본 논문은 석사학위논문의 일부를 발췌·인용하였음을 알려드립니다.

luxurious images. The female androgyny group preferred expressive, modern, mature, complicated, and luxurious images, whereas the undifferentiated group preferred bold, decorative, rational, and complicated clothing images.

**Key words** : gender-role identity(성역할 정체감), masculine(남성성), feminine(여성성), androgynous(양성성), undifferentiated(미분화)

## 1. 서론

이미지는 타인이 자신에 대해 느끼는 전체적인 외적 모습이라고 정의할 수 있는데 이러한 이미지를 통해 상대방의 성격 및 능력으로 평가될 수 있으며 외모, 의복, 행동 등으로 나타낼 수 있다. 이미지는 개인에 국한된 것이 아니라 기술력의 경쟁시대를 넘어서 긍정적이면서도 경쟁 기업 혹은 브랜드와의 차별화된 이미지를 구축해야하는 기업에게도 중요한 전략으로 인식되고 있는 만큼 마케팅 전략에 있어서도 '이미지'에 대한 고려가 충분히 이루어져야 할 것이다.

한편, 최근 핵가족화, 여성의 사회진출, 개인주의적 삶의 변화가 급속히 이루어지면서 과거 성역할에 관한 고정관념에서 벗어나 사회 전반적으로 남성 및 여성들의 성역할이 변화하고 있으며 이에 관한 관심역시 높아지고 있다. 이에 따라 자신의 정체성을 표현하는 의복 이미지의 선택에 있어서도 많은 영향을 미칠 것으로 예측할 수 있다. 하지만 기존의 선호의복에 관한 연구는 선호 의복 이미지의 구성요인에 관한 연구들이 이루어져 소비자의 가치관이나 문화 등 선호 의복 이미지에 영향을 미치는 다양한 특성들에 관한 연구는 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 소비자들의 성역할 정체감에 관한 변화의 실태를 살펴보고, 성역할 정체감의 변화가 의복선호이미지에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴봄으로써 소비자 변화에 대응할 수 있는 마케팅 전략 수립에 도움이 되고자한다. 특히 본 연구에서는 의복 이미지 선호도를 성역할 정체감에 도입함으로써 성역할 정체감에 따른 남녀 소비자의 성정체감에 따른 집단 간 의복 이미지의 차이에 대해 연구하여 보다 구체적인 소비자 특성별 차이를 연구하였다.

최근 의복 이미지에 관련된 선행연구를 살펴보면, 의복이미지 구성요인과 평가차원에 관한 연구<sup>1)</sup>, 추구이미지와 소비자행동 변인이나 구매행동변인들과

관련시킨 연구들<sup>2)3)4)5)</sup>, 자기 이미지와 소비자행동 및 구매행동에 관한 연구<sup>6)7)8)9)10)</sup>가 이루어졌다. 또한 성역할 정체감에 관한 연구로는 주로 청소년을 대상으로 사회적 또는 심리적 변인들과 관련시킨 연구<sup>11)12)13)14)15)16)17)18)19)</sup>가 주를 이루고 있다. 마지막으로 의복 이미지와 성역할 정체감에 관한 연구들도 소수 이루어지기는 했지만 주로 청소년만을 대상으로 2000년 이전에 이루어진 연구<sup>20)21)22)</sup>들이다. 그러므로 성역할 정체감에 따른 의복 이미지별 선호도의 차이에 관한 연구는 미흡한 실정이며, 기존 선행연구는 연구대상을 청소년이나 중장년층으로 한정하여 연구 결과의 한계가 보이거나 또는 2000년 이전에 이루어진 연구들로 최근의 변화를 반영하지 못하고 있는 실정이다.

따라서 본 연구는 연구 대상을 남성과 여성 그리고 20대에서 50대까지 연령층으로 확대하여 연구대상을 서울 및 경기도에 거주하는 20~50대 성인 남녀 소비자로 하였고 남녀 소비자들의 성역할 정체감에 따른 집단 간 의복 이미지별 선호도의 차이를 세분화하여 알아보았다. 이를 통해 최근 특색 있고 차별화된 이미지 개발의 필요성이 날로 증가하고 있는 의류업체들에게 다양하고 개성있는 특성을 가진 세분시장에 맞는 이미지개발과 효율적인 마케팅 전략 수립을 위한 유용한 자료를 제공하고 후속 연구에 도움이 되고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 의복 이미지 개념과 분류

1) 의복 이미지 개념  
이미지란 실체가 아닌 다른 사람에 대해 스스로

만들어 내는 인상이고, 대상에 대한 반응을 결정하는 근원이 되고 있으며, 모든 사물의 가치를 결정하는 매우 중요한 기준이 된다.<sup>23)</sup> 그러므로 의복 이미지란 의복이 전달해주는 전체적인 느낌이며 이는 의복의 형태, 색, 재질 등에 따라 달리 지각되고, 어떤 의복을 접하였을 때 사람들이 갖게 되는 느낌은 의복에서 표현되는 시각적 이미지에 따라 다르다고 할 수 있다.<sup>24)</sup> 또한 정인희, 이은영<sup>25)</sup>에 의하면 의복 이미지는 의복이 전달해주는 전반적인 느낌으로, 사람들이 어떤 의복을 접했을 때 나타내는 반응, 즉 평가용어로 정의될 수 있다

의복이미지를 객관적으로 측정하는 데에는 의미미분척도가 많이 사용되어져 왔으며 이미지 구성 요인을 밝히는 데에도 많이 사용되고 있으며 또한 의미미분 측정에는 의미미분척도가 적당하며, 의미미분법에 의해 의복에 대한 지각이 수량화 될 수 있다고 하였다.<sup>26)</sup> 의미미분법은 수많은 개념들의 의미를 적절하게 표현한 형용사와 그와 반대의 뜻을 지닌 형용사가 쌍을 이루어 구성되어져 있으며 이 각각의 형용사들을 요인분석하여 그 구성요인을 결정하고 있다.<sup>27)</sup>

의복 이미지는 그 제품이 주는 느낌이라고도 할 수 있으며<sup>28)</sup>, 다른 사람을 보았을 때 그 사람의 특징 모습을 통하여 귀여운, 여성적인, 남성적인 등의 다양한 형용사로 표현할 수 있는 이미지라고 정의할 수 있다. 그러므로 의복 이미지는 소비자의 구매의사 결정과정에 중요한 속성이 되며, 동일한 가격대라도 다양한 이미지의 제품이 생산된다.

## 2) 의복 이미지 분류

의복 이미지 분류는 다양한 연령대를 대상으로 다양한 복종으로 연구되었다. 우선 성인여성들을 대상으로 한 연구를 살펴보면 정인희, 이은영<sup>29)</sup>은 20대 중반에서 30대 중반 성인 여성을 대상으로 의복 이미지 구성요인을 요인분석한 결과 모두 6개 요인으로, 즉 요인1은 품위, 요인2는 현대성, 요인3은 촌스러움, 요인4는 활동성, 요인5는 드레시함, 요인6은 젊음으로 구성되었다. 또한 박정혜, 이선재<sup>30)</sup>는 18세-40세까지의 여성을 대상으로 의복 유형별 추구 의복 이미지를 연구하였는데 이미지를 발랄한,

지적인, 섹시한, 낭만적, 단정한 5개의 이미지가 요인으로 추출되었다. 또한 이숙희, 임숙자<sup>31)</sup>의 연구에서는 광주광역시에 거주하는 구매력 있는 30, 40대 중산층 여성을 대상으로 의복 이미지는 활동적, 대담한, 발랄한, 우아한, 드레시, 페미닌 이미지로 분류되었고, 외출복으로 우아한, 활동적, 대담한, 페미닌 이미지를 선호하는 것으로 나타났다.

그리고 성인 남녀를 대상으로 한 연구를 살펴보면, 고애란<sup>32)</sup>은 서울시내 성인 남녀 대학생을 대상으로 청바지 구매시 의사결정 과정에 영향을 미칠 수 있는 특성을 연구하였는데 성적매력 이미지, 장식적 이미지, 도시적 이미지에서 유의한 차이가 나타났다. 그리고 광주 거주 10대-40대 남녀를 대상으로 연구한 유경숙<sup>33)</sup>은 의복 이미지 선호의 차원과 외향성-내향성, 성별 및 연령에 따른 의복 이미지 선호의 차이를 조사하였다. 그 결과 독특한, 고귀한, 밝은, 발랄한 4개의 이미지 요인으로 분류하였다.

한편 황진숙<sup>34)</sup>은 스포츠웨어의 구매경험이 있는 성인남녀로 수도권에 거주하는 대학생, 직장인, 주부를 대상으로 한 논문에서 스포츠웨어 추구혜택과 스포츠웨어 선호 이미지의 요인 구조를 분석하였다. 그 결과 화려한, 세련된, 심플한, 활동적인 4개의 이미지로 분류하였다.

## 2. 성역할 정체감 개념과 관련 연구

### 1) 성역할 정체감 개념

성정체감은 개인에 의해 성역할 행동이 습득되어 행동에 반영되는 남성적 특성과 여성적 특성의 정도와 형태를 의미한다.<sup>35)</sup> 성역할이란 성 정체성에 대한 내적 감각을 외부적으로 나타내는 행동 양식이다. 정상적으로 성정체성과 성역할은 일치한다. 즉, 성역할은 한 개인이 속해 있는 문화권에서 성에 적합한 것으로 규정되는 행동양식, 태도, 가치, 성격특성을 포함한다.<sup>36)</sup> 성역할 정체감이란 자신이 속한 문화권 내에서 생물학적 성에 적합한 것으로 고려되는 성격특성, 행동양식 및 가치에 비추어 개인이 자기 자신을 얼마만큼 남성적인 성격특성 또는 여성적인 성격특성을 가졌다고 보는가 하는 정도를 나타낸다.<sup>37)</sup>

성역할 정체감은 한 개인이 남성 또는 여성으로서의 기본적인 생물학적 특성을 의식하고 정서적으로 수용함으로써 자기 자신이 얼마만큼 전통적 의미의 남성적 또는 여성적인 성격 특성을 가졌다고 보는가 하는 정도를 나타낸다. 그러므로 개인에게 나타나는 성역할 형태의 정도를 측정하는 것은 개인을 이해하는데 매우 중요하다. 성역할 도구로 측정할 수 있는 성역할 정체감의 유형은 남성성, 여성성, 양성성, 미분화로 분류할 수 있다.<sup>38)</sup> 남성성 유형이란, 그 개인이 속한 사회에서 남성다운 특징들로 인정되고 있는 특성으로, 적극성, 활동성, 성취 지향, 독립성, 공격성, 경쟁성, 자기 신뢰, 주도력, 통솔력, 지배성, 권위지향성, 야만성 등의 요인들로 구성된 남성성향은 강하고 여성 성향은 약한 유형이다. 반면, 여성성 유형은 그 개인이 속한 사회에서 여성다운 특징들로 인정되고 있는 특성인 양육성, 순종성, 의존성, 민감성, 동정성, 변덕스러운, 애교심, 질투심 등의 여성 성향은 강하고 남성성향은 약한 경우이다. 양성성 유형은 한 개인 안에서 남성성 특성, 여성성 특성이 통합되어 남성적이면서 동시에 여성적일 수 있는 두 성향이 모두 강한 유형이다. 미분화 유형은 남성적 특성, 여성적 특성 중 어느 한 쪽도 제대로 표현되지 않아 남성성향과 여성성향이 모두 약한 경우이다.<sup>39)</sup>

과거에는 남성은 남성적인 것이, 여성은 여성적인 것이 바람직하다고 생각해 왔으나 Bem(1974)<sup>40)</sup>은 남성성, 여성성 성향이 모두 강한 사람을 양성성이라고 지칭하였고 양성성을 지닌 사람이 상황의 요구에 따라 남성적 특성과 여성적 특성을 자유롭게 구사한다고 하였다. 따라서 남성성과 여성성은 한 개인에게서 독립적으로 발달하게 된다는 주장이 생기게 되었다.

## 2) 성역할 정체감 관련 선행연구

이명희<sup>41)</sup>는 한국과 미국에 거주하는 남녀 대학생을 대상으로 선호하는 의복의 이미지 내용이 몇 가지 요인으로 분류될 수 있는가를 검토하고, 의복 이미지 선호도에 대한 성역할정체감, 성 및 문화에 따른 차이를 파악하였다. 그 결과 화려한-소박한 이미지 선호도에서 한국인은 성역할 정체감과 성별에 따

른 차이가 없었다. 미국 남성의 경우 화려한 이미지는 양성성 집단이 가장 선호하였고 여성성 집단은 선호하지 않았다. 캐주얼한-포멀한 이미지는 성역할 정체감과 성에 따른 차이가 없는 것으로 나타났다. 고전적-현대적 이미지는 한국인 여성 중에서 여성성 집단이 고전적 이미지를 가장 선호하였다. 따라서 성역할 정체감은 한국인과 미국인 모두에게 의복 이미지 선호도에 부분적으로 영향을 주는 특성으로 나타났다. 대전, 충남북 지역 20대 남녀 대학생을 대상으로 한 차진희, 김재숙<sup>42)</sup>의 연구에서는 성역할 개념, 의복 성정체감, 유니섹스 의복에 대한 태도의 구조적 특성 파악과 관계를 규명하였다. 의복디자인에 있어 여성 대학생의 경우 양성성의 경향을 많이 수용한 의복 디자인을 선호하였으며, 반면 남성 대학생의 경우는 남성적인 디자인을 선호하였다. 안양숙, 김용숙<sup>43)</sup>은 전북에 거주하는 여성고등학교 2학년년을 대상으로 성역할 정체감과 속옷 구매행동을 분석하였다. 여고생들의 성역할 정체감 유형은 양성성, 미분화, 여성성, 남성성 집단 순으로 많았다. 백선영, 이선재<sup>44)</sup>은 남녀 고등학교 1학년 재학생을 대상으로 고교생의 성역할 정체감 및 의복 관여, 의복 만족의 유형을 파악하고 인구통계학적 변인에 따른 성역할 정체감 및 의복 관여의 차이점을 규명하였다. 그 결과 고교생의 성역할 정체감은 양성성, 여성성, 미분화, 남성성 집단의 순으로 양성성 경향을 가장 많이 가지고 있는 것으로 나타났다. 또한 인구통계학적 특성에 따른 성역할 정체감에서 성별, 거주지 변인에서 유의한 차이가 나타났다. 남학생이 남성성이 가장 많았으며, 여학생은 미분화 집단이 더 많이 분포하였다. 거주지로는 강남에 거주하고 있는 고교생들에게서 남성성 집단이 많았다. 서울경기에 거주하는 19세-49세 성인여성을 대상으로 연구한 윤은아, 이선재<sup>45)</sup>의 연구에서는 그들의 성역할정체감 유형과 인구통계학적 변인에 따른 겉옷, 속옷에 대한 의복행동 및 의복이미지 선호도의 관련성을 규명하였다. 그 결과 양성성과 남성성 집단이 겉옷에서 여성적 이미지를, 여성성 집단은 속옷에서 여성적 이미지를 가장 선호하는 것으로 나타났다.

대전에 거주하는 남녀 중, 고등학생을 대상으로 한 이미숙<sup>46)</sup>의 연구에서는 성역할 정체감이 자아존

중감, 의복행동 및 선호 의복이미지에 미치는 영향을 청소년의 성과 연령에 따른 비교분석을 중심으로 알아보았다. 성역할 정체감은 양성성, 남성성, 여성성, 미분화 유형이 고르게 분포하고 중학생 집단이 미분화의 비율이 높은 반면 고등학생은 양성성의 비율이 높게 나타났다. 성역할 정체감은 선호 의복 이미지에 영향을 미치는 것으로 나타났는데 양성성 유형이 개성적인, 깔끔한, 활동적인 이미지를 선호하였으며 여성성 유형이 로맨틱 이미지를 가장 선호하였다. 또한 청소년이 선호하는 의복 이미지는 개성적인, 깔끔한, 활동적인, 로맨틱 이미지로 나타났으며 고등학생은 중학생보다 개성적인 이미지와 깔끔한 이미지를 선호하였다. 성역할 정체감에서 중학생 집단이 미분화의 비율이 높은 반면 고등학생은 양성성의 비율이 높은 것으로 나타났다.

### III. 연구방법 및 절차

#### 1. 연구문제

본 연구의 연구 문제는 다음과 같다.

연구문제1. 남자의 성역할 정체감에 따른 집단 간의 의복 이미지별 선호도의 차이를 알아본다.

연구문제2. 여자의 성역할 정체감에 따른 집단 간의 의복 이미지별 선호도의 차이를 알아본다.

#### 2. 자료수집 및 분석

본 연구는 서울 및 경기도에 거주하는 20~50대 성인 남녀 소비자 533명을 대상으로 2012년 6월 28일에서 7월 7일에 걸쳐 편의표집 하여 설문조사를 실시하였으며, 총 408부를 분석 자료로 사용하였다. 성별을 살펴보면 남성이 204명(50%), 여성이 204명(50%)로 나타났다. 연령층은 20대가 104명(25.5%), 30대가 103명(25.2%), 40대가 101명(24.8%), 50대가 100명(24.5%)으로 고르게 분포하였다. 자료의 분석은 SPSS Package Program을 활용하여 분산분석(ANOVA)을 실시하였고, 집단 간의 차이를 규명하기 위해 Tukey의 사후검정을 실시하였다.

#### 3. 측정도구 및 절차

본 연구를 위한 측정도구는 설문지를 이용한 조사법을 이용하였다. 설문지는 연구의 목적에 따라 선행연구로부터 신뢰도와 타당도가 검증된 선행연구의 문항들을 수정·보완하여 사용하였으며, 그 외 필요한 문항은 연구자가 개발한 문항을 사용하여 예비조사를 통해 수정·보완하였다. 기존의 선행연구를 참고로 선호하는 의복 이미지에 관한 문항은 이은영, 정인희<sup>47)</sup>, 황미선<sup>48)</sup>, 신윤경<sup>49)</sup>을 토대로 총 21문항을 사용하였다.

Korea Behavioral Science.(1998). "Handbook of Psychological Inventory I"<sup>50)</sup>의 기초를 토대로 남

<Table1> Subject groups divided by medians in masculinity score and femininity score

	feminine score(median: 4.475)				
	(N=408) (male: n=204) (female: n=204)	over median		below median	
masculine score (median: 4.475)	over median	androgynous group (n=145)		masculine group (n=71)	
		male n=77	female n=68	male n=49	female n=22
	below median	feminine group (n=59)		undifferentiated group (n=133)	
		male n=15	female n=44	male n=63	female n=70

성성 20문항, 여성성 20문항 총 40문항을 성역할 정체감의 최종문항으로 사용하였다. 점수해석법은 Spence와 Helmreich<sup>51)</sup>가 제안한 중앙치분할법을 채택하였다. 본 연구에서 성역할 사전검사서에서 얻은 408명의 점수 중 남성의 점수 중앙치는 4.075, 여성의 점수 중앙치는 4.475로 남, 여 각각의 성 유형을 남성성, 여성성, 양성성, 미분화 유형으로 분류하였다. 그리고 채점 방법은 남성성 20문항, 여성성 20문항에 대해 응답한 점수를 합하여 각각의 문항수로 나누어 남성성 점수와 여성성 점수를 산출하였다. 본 연구에서 사용한 중앙치분할법의 내용은 다음의 <표 1>과 같다.

#### IV. 결과 및 논의

본 연구는 남녀의 성역할 정체감에 따른 집단 간의 의복 이미지별 선호도의 차이를 알아보기 위해 분산분석(ANOVA)을 실시하였다. 그리고 집단 간의 차이를 규명하기 위해 Tukey의 사후검정을 하였다.

남녀의 성역할 정체감에 따른 집단 간의 의복 이미지별 선호도의 차이에서 남성의 경우 개성적인-평범한, 활동적인-정적인, 도시적인-전원적인, 장식적인-심플한, 현대적인-고전적인, 이성적인-감성적인, 복잡한-단순한 이미지를 제외한 나머지 이미지에서만 유의한 차이가 나타났다. 반면 여성의 경우 섹시한-청순한, 적극적인-소극적인, 대담한-무난한, 도시적인-전원적인, 장식적인-심플한, 현대적인-고전적인, 이성적인-감성적인, 성숙한-젊음, 복잡한-단순한, 고급스런-대중적인 이미지에서 유의한 차이가 나타났다.

남성적인 이미지는 남성의 경우 양성성 집단이 여성성 집단보다 더 선호하였고 여성의 경우 유의한 차이가 나타나지 않았다. 화려한 이미지는 남성의 경우 남성성, 여성성, 미분화 집단이 양성성 집단보다 더 선호한 반면 여성의 경우 유의한 차이가 나타나지 않았다. 섹시한 이미지는 남성의 경우 남성성, 양성성, 미분화 집단이 여성성 집단보다, 여성의 경우 여성성 집단이 미분화 집단보다 더 선호하였다. 적극적인 이미지는 남성의 경우 남성성 집단이 여성

성, 양성성 집단보다 더 선호하였고 여성의 경우 양성성 집단이 남성성 집단보다 더 선호하였다. 대담한 이미지는 남성의 경우 여성성 집단이 미분화 집단보다, 여성의 경우 미분화 집단이 남성성 집단보다 더 선호하였다. 그리고 차가운 이미지는 남성의 경우 남성성, 양성성 집단이 여성성, 미분화 집단보다 더 선호하였고 여성은 유의한 차이가 나타나지 않았다. 도시적인 이미지는 남성의 경우 유의한 차이가 나타나지 않았으며 여성은 여성성 집단이 미분화 집단보다 더 선호하였다. 장식적인 이미지는 남성은 유의한 차이가 나타나지 않은 반면 여성은 여성성, 미분화 집단이 남성성, 여성성 집단보다 더 선호하였다. 현대적인 이미지는 남성의 경우 유의한 차이가 나타나지 않았다. 반면 여성의 경우 여성성, 양성성 집단이 남성성, 미분화 집단보다 더 선호하였다. 이성적인 이미지는 남성은 유의한 차이가 나타나지 않은 반면 여성은 미분화 집단이 여성성, 양성성 집단보다 더 선호하였다. 성숙한 이미지는 남성의 경우 남성성, 양성성, 미분화 집단이 여성성 집단보다, 여성의 경우 양성성 집단이 미분화 집단보다 더 선호하는 것으로 나타났다. 딱딱한 이미지는 남성의 경우 남성성, 양성성 집단이 여성성, 미분화 집단보다 더 선호하였으며 여성은 유의한 차이를 보이지 않았다. 강한 이미지는 남성은 남성성, 양성성 집단이 여성성, 미분화 집단보다, 또한 미분화 집단이 여성성 집단보다 더 선호하였으며 여성은 유의한 차이를 보이지 않았다. 무게감있는 이미지는 남성의 경우 남성성, 양성성 집단이 여성성, 미분화 집단보다 더 선호한 반면 여성은 유의한 차이가 나타나지 않았다. 그리고 고급스런 이미지는 남성은 여성성, 양성성 집단이 남성성, 미분화 집단보다, 여성은 남성성, 여성성, 양성성 집단이 미분화 집단보다 더 선호하였다. 무거운 이미지는 남성은 남성성, 양성성 집단이 여성성, 미분화 집단보다 더 선호하였으며 여성의 경우 유의한 차이를 보이지 않았다. 인공적인 이미지는 남성의 경우 양성성 집단이 여성성, 미분화 집단보다 더 선호하였으나 여성의 경우 유의한 차이가 없었다. 마지막으로 예리한 이미지는 남성의 경우 남성성 집단이 여성성, 양성성, 미분화 집단보다 더 선호하였으나 여성은 유의한 차

이가 나타나지 않았다.

즉, 남성의 경우 남성성 집단은 화려한, 섹시한, 적극적인, 차가운, 성숙한, 딱딱한, 강한, 무게감있는, 무거운, 예리한 이미지를 선호하였고 여성성 집단은 화려한, 대담한, 고급스런 이미지를 선호하는 것으로 나타났다. 그리고 양성성 집단은 남성적인, 섹시한, 차가운, 성숙한, 딱딱한, 강한, 무게감있는, 고급스런, 무거운, 인공적인 이미지를 선호하였고 미분화 집단은 화려한, 섹시한, 성숙한 이미지를 선호하였다. 미국 남성의 경우 양성성 집단이 화려한 이미지를 좋아한다는 이명희<sup>52)</sup>의 연구결과와는 상이하였으나 이는 문화적 차이로 기인한 것으로 보인다.

또한 여성의 경우 남성성 집단은 고급스런 이미지를 선호하며 여성성 집단은 섹시한, 도시적인, 장식적인, 현대적인, 복잡한, 고급스런 이미지를 선호한다. 한국 여성의 경우 여성성 집단이 고전적 이미지를 좋아한다는 이명희<sup>53)</sup>의 연구결과와는 차이가 있었는데, 이는 20년 시대적 변화가 작용한 것이라 생각된다. 또한 양성성 집단은 적극적인, 현대적인, 성숙한, 복잡한, 고급스런 이미지를 선호하였고 미분화 집단은 대담한, 장식적인, 이성적인, 복잡한 이미지를 선호하는 것으로 나타났다. 성인여성을 대상으로 연구한 윤은아, 이선재<sup>54)</sup>의 연구에서 양성성과 남성성 집단이 겉옷에서 여성적 이미지를, 여성성 집단은 속옷에서 여성적 이미지를 가장 선호하는 것으로 나타난 결과와는 다소 차이가 있었으나 최근 유행 이미지가 여성적인 것이 아니라서 4집단 모두 선호도에서 낮은 값이 나온 것이 아닌가 생각된다.

성정체감에 따른 집단 간 선호도에서 유의한 차이를 보이지 않은 이미지들도 있었다. 남성의 경우 개성적인, 활동적인, 도시적인, 장식적인, 현대적인, 이성적인, 복잡한 이미지에서 유의한 차이가 나타나지 않았는데 이는 성별에서 개성적인 이미지, 활동적인 이미지 요인에서 유의한 차이가 나타났다는 이미숙<sup>55)</sup>의 연구결과와는 남녀 소비자를 따로 성역할 정체감에 따른 집단 간 차이를 보았기 때문인 것으로 보인다. 반면 여성의 경우, 남성적인, 개성적인, 화려한, 활동적인, 차가운, 딱딱한, 강한, 무게감 있는, 무거운, 인공적인, 예리한 이미지에서는 유의한

차이를 보이지 않았다. 성인여성을 대상으로 연구한 윤은아, 이선재<sup>56)</sup>의 연구에서 양성성과 남성성 집단이 겉옷에서 여성적 이미지를, 여성성 집단은 속옷에서 여성적 이미지를 가장 선호하는 것으로 나타난 결과와는 다소 차이가 있었으나 최근 유행 이미지가 여성적인 것이 아니라서 4집단 모두 선호도에서 낮은 값이 나온 것이 아닌가 생각된다.

## V. 결론 및 제언

본 연구에서는 서울 및 경기도에 거주하는 20~50대 성인 남녀 소비자의 성역할 정체감에 따른 의복 이미지별 선호도를 알아보려고 하였다.

본 연구의 결과에 의하면 첫째, 남성의 성역할 정체감에 따른 집단 간 의복 이미지별 선호도의 분산분석(ANOVA)에 대한 결과는 남성적인-여성적인, 화려한-수수한, 섹시한-청순한, 적극적인-소극적인, 대담한-무난한, 차가운-따뜻한, 성숙한-젊음, 딱딱한-부드러운, 강한-연약한, 무게감 있는-경쾌한, 고급스런-대중적인, 무거운-가벼운, 인공적인-자연스런, 예리한-동근 이미지에서 유의한 차이가 나타났다. 즉, 남성성 집단은 화려한, 섹시한, 적극적인, 차가운, 성숙한, 딱딱한, 강한, 무게감있는, 무거운, 예리한 이미지를 선호하였고 여성성 집단은 화려한, 대담한, 고급스런 이미지를 선호하는 것으로 나타났다. 그리고 양성성 집단은 남성적인, 섹시한, 차가운, 성숙한, 딱딱한, 강한, 무게감 있는, 고급스런, 무거운, 인공적인 이미지를 선호하였고 미분화 집단은 화려한, 섹시한, 성숙한 이미지를 선호하였다.

둘째, 여성의 성역할 정체감에 따른 집단 간 의복 이미지별 선호도의 차이에서 섹시한-청순한, 적극적인-소극적인, 대담한-무난한, 도시적인-전원적인, 장식적인-심플한, 현대적인-고전적인, 이성적인-감성적인, 성숙한-젊음, 복잡한-단순한, 고급스런-대중적인 이미지에서 유의한 차이가 나타났다. 즉, 남, 여가 공통적으로 선호하는 이미지는 여성성 집단과 양성성 집단에서만 나타났는데 여성성 집단에서 고급스런 이미지, 양성성 집단에서 성숙한, 고급스런 이미지를 공통적으로 선호하였다. 남성성 집단은 고

<Table 2> Difference in preference for clothing images according to gender-role identity

gender-role identity image preference		masculine group	feminine group	androgynous group	undifferentiated group	F
		M(SD) (M: n=49) (F: n=22)	M(SD) (M: n=15) (F: n=44)	M(SD) (M: n=77) (F: n=68)	M(SD) (M: n=63) (F: n=70)	
masculine- feminine	men	4.76(1.92) ab	3.80(1.65) b	5.21(1.56) a	4.11(2.29) ab	4.908**
	women	2.64(1.17)	2.43(1.08)	2.68(1.50)	2.36(1.16)	.850
unique- normal	men	3.45(1.62)	4.20(1.65)	3.42(1.63)	3.59(1.89)	.933
	women	4.36(1.39)	4.82(1.01)	4.07(1.63)	4.60(1.36)	2.941
flmboyant- modest	men	5.00(1.51) a	5.60(1.40) a	3.25(1.82) b	4.83(1.72) a	17.563***
	women	3.86(1.98)	4.39(1.60)	4.07(1.71)	4.34(1.76)	.719
sexy- innocent	men	3.47(1.59) a	2.00(0.65) b	3.39(1.85) a	3.46(1.75) a	3.301*
	women	3.45(1.26) ab	3.86(1.40) a	3.24(1.49) ab	2.99(1.29) b	3.766*
active- calm	men	4.57(2.13)	3.40(0.82)	4.45(1.89)	4.68(1.64)	2.048
	women	4.55(1.59)	4.93(1.16)	5.00(1.58)	4.76(1.61)	.646
expressive- impassive	men	5.41(1.35) a	4.00(0.00) b	4.23(1.63) b	4.52(1.92) ab	6.147***
	women	4.64(1.09) b	4.77(0.71) ab	5.31(1.27) a	5.00(1.27) ab	2.899*
bold- flat	men	3.04(1.52) ab	3.80(0.41) a	3.45(1.69) ab	2.60(1.30) b	4.970**
	women	3.23(1.47) b	3.98(1.11) ab	3.71(1.32) ab	4.24(1.41) a	3.936**
cold- warm	men	4.06(2.30) a	2.20(1.41) b	3.83(1.70) a	2.00(1.04) b	21.091***
	women	3.18(1.50)	2.84(1.23)	3.03(1.49)	2.86(1.08)	.531
urban- pastoral	men	4.88(1.65)	3.80(1.65)	4.96(1.61)	4.90(1.44)	2.368
	women	4.82(0.85) ab	5.18(1.54) a	4.75(1.53) ab	4.09(1.44) b	5.695**
decorative- simple	men	2.90(1.32)	2.60(2.41)	2.91(1.46)	2.63(1.48)	.531
	women	2.55(1.40) b	3.80(1.42) a	2.65(1.43) b	4.13(1.51) a	15.510***
modern- classic	men	4.65(1.62)	5.20(1.01)	4.57(1.63)	5.14(1.13)	2.334
	women	4.14(1.16) b	5.25(1.18) a	5.29(1.30) a	3.91(1.45) b	16.737***
rational- emonosity	men	3.20(1.64)	3.00(0.00)	3.91(1.54)	3.54(1.64)	2.834
	women	4.18(1.18) ab	3.70(1.21) b	3.40(1.50) b	4.61(1.60) a	8.735***
mature- youthful	men	2.92(1.73) a	2.00(0.65) b	3.75(1.27) a	3.00(1.44) a	8.508***
	women	2.91(0.86) ab	2.48(1.51) ab	3.16(1.58) a	2.26(1.00) b	5.897***

※ \*p≤.05, \*\*p≤.01, \*\*\*p≤.001  
 ※ results from Tukey's test, different alphabet means different groups. and alphabetical order means higher score.  
 ※ higher score means stronger image in the upper and lower scor means stronger image in the lower.  
 ※ M= Male, F=Female



<Table 2> Continued

gender-role identity image preference		masculine group	feminine group	androgynous group	undifferentiated group	F
		M(SD) (M: n=49) (F: n=22)	M(SD) (M: n=15) (F: n=44)	M(SD) (M: n=77) (F: n=68)	M(SD) (M: n=63) (F: n=70)	
hard-soft	men	3.59(1.79) <b>a</b>	2.00(0.65) <b>b</b>	3.49(1.69) <b>a</b>	2.29(1.05) <b>b</b>	12.381***
	women	2.77(1.06)	2.64(1.12)	2.62(1.23)	2.46(0.95)	.577
strong-delicate	men	4.10(1.12) <b>a</b>	2.00(0.65) <b>c</b>	4.70(1.29) <b>a</b>	3.22(1.44) <b>b</b>	27.723***
	women	3.59(1.22)	3.41(1.30)	3.54(1.26)	3.29(0.95)	.716
complicate-uncomplicated	men	2.73(1.53)	2.80(1.01)	2.35(1.42)	2.49(1.61)	.856
	women	2.41(1.29) <b>b</b>	3.23(0.83) <b>a</b>	3.21(1.37) <b>a</b>	3.76(0.93) <b>a</b>	8.665***
weighty-cheerful	men	3.88(1.43) <b>a</b>	2.60(0.82) <b>b</b>	3.90(1.72) <b>a</b>	2.68(1.80) <b>b</b>	8.935***
	women	3.64(1.04)	3.32(1.49)	2.96(1.19)	3.07(1.10)	2.111
luxurious-popular	men	3.24(1.54) <b>b</b>	4.40(0.82) <b>a</b>	4.57(1.78) <b>a</b>	2.73(1.51) <b>b</b>	17.727***
	women	4.32(0.94) <b>a</b>	4.95(1.41) <b>a</b>	4.32(1.96) <b>a</b>	3.26(1.27) <b>b</b>	12.113***
heavy-light	men	4.20(1.25) <b>a</b>	2.20(1.01) <b>b</b>	4.49(1.42) <b>a</b>	2.89(1.53) <b>b</b>	23.038***
	women	3.95(0.95)	3.75(1.01)	3.97(1.45)	3.67(0.92)	.932
artificial-natural	men	2.63(1.62) <b>ab</b>	2.00(0.65) <b>b</b>	3.03(1.87) <b>a</b>	2.02(1.10) <b>b</b>	5.662***
	women	2.32(0.99)	2.34(1.18)	2.43(1.22)	2.27(1.20)	.201
sharp-round	men	4.86(1.51) <b>a</b>	3.80(0.41) <b>b</b>	3.66(1.47) <b>b</b>	4.03(0.67) <b>b</b>	9.674***
	women	4.05(1.25)	4.48(1.17)	4.57(1.41)	4.53(1.33)	.936

\* p≤.05, \*\*p≤.01, \*\*\*p≤.001  
 \* results from Tukey's test, different alphabet means different groups. and alphabetical order means higher score.  
 \* higher score means stronger image in the upper and lower scor means stronger image in the lower.  
 \* M= Male, F:=Female

급스런 이미지를 선호하며 여성성 집단은 섹시한, 도시적인, 장식적인, 현대적인, 복잡한, 고급스런 이미지를 선호하다. 또한 양성성 집단은 적극적인, 현대적인, 성숙한, 복잡한, 고급스런 이미지를 선호하였고 미분화 집단은 대담한, 장식적인, 이성적인, 복잡한 이미지를 선호하는 것으로 나타났다. 성역할 정체감에 따른 의복 이미지별 선호도의 차이에서 남, 여가 공통적으로 선호하는 이미지는 여성성 집단과 양성성 집단에서만 나타났는데 여성성 집단에서 고급스런 이미지, 양성성 집단에서 성숙한, 고급

스런 이미지를 공통적으로 선호하였다.

이와 같은 연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 마케팅 시사점을 제시할 수 있다. 과거 전통적인 성역할로 남성과 여성이 해야 하는 역할들이 단순히 구분되어 졌었다면 현재는 변화된 사회와 가정 속에서 남녀 모두 성 역할을 보다 다양하게 인식하고 있으며 성역할 정체감에 따른 집단 구분 다양하게 나뉘어져 있음을 알게 되었다. 또한 이렇게 나뉜 집단 간 의복 이미지별 선호도에서 분명한 차이를 보여준다는 것을 알 수 있다.

본 연구 분석시 폭넓은 연령대와 남녀 소비자 모두 포함해 다양한 방법으로 요인분석을 실시하였지만 주요한 이미지가 누락되는 등 본 연구의 취지에 맞지 않아 요인분석을 포함하지 않았다.

이상의 결론에서 나타난 연구결과를 통해서 살펴본 연구 제한점과 후속 연구는 다음과 같다. 본 연구의 조사 대상으로 20~50대 성인 남녀 소비자를 비교적 적은 인원수로 편의표집하였으므로 연구의 결과를 확대 해석 하기에는 어려움이 있을 것으로 생각된다. 따라서 본 연구를 바탕으로 연령대별로 좀 더 세분화된 대상으로 한 연구들과 다른 의복 변인을 포함시킨 연구들이 이루어졌으면 하고 기대한다. 또한 본 연구의 결과가 후속 연구에 보다 유용한 기초자료가 될 수 있기를 바란다.

## Reference

- 1) Chung Ihnhee, Rhee Eunyong(1992), "Their Constructing Factors and Evaluative Dimensions = A Study on Clothing Images", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 16(4), pp.379-391.
- 2) Lee Kyungsook(2007), "A Research of Desire self-image and Apperance - Mngemenet Bhavior in women according to degree of Apperance Concern", Sekyeong University master's degree thesis. pp.12-13.
- 3) Bae Hyejin(2005), "The Desire Self-Image and the Fashion Product Unity of Male College Students according to Situation : Focusing on Daegu and Gyeongbuk Regions", Kumoh National Institute of Technology master's degree thesis, pp.12-13.
- 4) Kim kughee(2009), "Men's Purchase Pattern of Fashion Products according to their Pursued Self-Image and Fashion Life Style", Kyung Hee University doctor's degree thesis. pp.4-7.
- 5) Park Junghae(2002), "A Study on Color Makeup Behavior by Clothing Image Preference and Clothing Behavior", Sook Myung Women's University, doctor's degree thesis, pp.27-31.
- 6) Mun Miah, Park Hyesun(2000), "A study on the Self Image and Clothing Preference Image of Male Adolescents", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 24(5), pp.748-759.
- 7) Kim Eunsook(2001), "Clothing Products Evaluation according to Self-Image and Clothing Attitudes", Sook Myung Women's University master's degree thesis, pp.3-7.
- 8) Ryu Hyunju, Hong Keumhee(2001), " The Study of Self - image and Shopping Orientation by Female`s", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 25(8), pp.1367-1377.
- 9) Gang Yeonji(2009), "The Effect of Worker's Self-Esteem on Self-Efficiency and Self-Image", Korea International culture University master's degree thesis, pp.18-27.
- 10) Hwang Sunae(2009), "Appearance management behaviors according to the personality type and self-image of high school girls", Sung Shin Women's University master's degree thesis, pp.8-14.
- 11) Han Kyungai(1999), "Self-Perception Differences According to Types of the Gender Role Identity In Adolescence", So Gang University master's degree thesis, pp.4-8.
- 12) Sung Mijung(2004), "The relationship between gender role identity and depression in adolescents", Chung-Ang University master's degree thesis, pp.6-25.
- 13) Lee Jonghwa(2008), "Gender Role Identity and Depression in Female Adolescents", *Child Health Nursing Research*, 14(3), pp.277-284.
- 14) Lee Yuhee(2008), "The effects of gender

- role identity by middle school students on their school life adaptation : Mediated by Leadership life skills", Han Yang University master's degree thesis, pp.5-12.
- 15) Kim Heeran(2001), "The Relationship of Gender and Sex Role Identity to Career Self-efficacy Expectations of University Students, Sook Myung Women's University master's degree thesis, pp.21-23.
- 16) Kim Minjeong(2003), "The effect of sibling relationship on sex role identity in female undergraduates : the case of second-born female", Yon Sei University master's degree thesis, pp.7-10.
- 17) Cheon Seongmoon, Jeon Eunju, "The Relationship among Sex-Role Identity, Shame and Career Barriers of College Students", Kyung Sung University master's degree thesis, pp.219-238.
- 18) Lee Ohkran(2004), "Career decision-making self-efficacy and career maturity according to the gender role identity type of college students", Jeon Ju University master's degree thesis, pp.4-6.
- 19) Shim Mihye(2011), "A Research on Gender-role Identity, Gender Discriminative Consciousness and Attitudes toward Military Service of Korean College Students", *Korean Journal of Psychological and Social Issues*, 17(1), pp.1-7.
- 20) Lee Myounghee(1993), "Clothing Image Preferences and Sex Role Identity of Korean and American College Students", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 17(3), pp.367-379.
- 21) Yoon Euna, Lee Sunjae(2000), "A Study on Clothing Behavior and Clothing Image of Out/Inner Wear According to Sex Role Stereotype", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 24(2), pp.152-163.
- 22) Lee Misook(2008), "The Effects of Gender-Role Identity on Adolescents` Self Esteem, Clothing Behaviors and Favorite Clothing Image -Focused on analysis by adolescent` sex age variable", Chung Nam University master's degree thesis, pp.707-721.
- 23) Kim Yunmi(2010), "The Perception of Character Images Created by Movie Posters: -Comparison with the Associative Images of Actors-, Seo Kyung University master's degree thesis, pp.95-101.
- 24) Ju Jaeun(1998), "The Clothing Image Preference according to Personality and Body Cathexis of New Generations, Chon Nam University master's degree thesis, pp.25-27.
- 25) Chung Ihnhee, Rhee Eunyong(1992), op.cit., pp.379-391.
- 26) Mok Junghyun(2003), "A Study on the Image of Sleepwear : About Preference Design of 20-30 Women", Ewha Women's University master's degree thesis, pp.10-14.
- 27) Ryoo Sookhee, Kim Boyeun(2002), "The Effect of Age on Image Evaluation and Preference in Clothing Styles", *Journal of Living Science Research*, 28, pp.63-74.
- 28) Mok Junghyun(2003), "A Study on the Image of Sleepwear : About Preference Design of 20-30 Women", Ewha Women's University master's degree thesis, pp.10-14.
- 29) Rhee Eunyong, Chung Ihnhee(1992), "A Study on the Hierarchy of Clothing Images", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 17(4), pp.529-538.
- 30) Park Junghae, Lee Sunjae(2002), "A Study on Color Makeup Preference by Pursuing Clothing Image and Clothing Behavior", *The Journal of the Korean society of costumes*, 52(7), pp.87-102.
- 31) Lee Sukhee, Lim Sookja(2003), "A Study on

- Market Segmentation through Clothes Image Preferences and Benefit (Part 1)", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 27(1), pp.100-110.
- 32) Koh Aeran(1994), "Beliefs , Attitude , and Individual Characteristics = Consumer Intention to Purchase Domestic / Foreign Brand Jeans", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 18(2), pp.263-272.
- 33) You Kyungsook(1998), "A Study on Clothing Image Preferences Associated with Extroversion - Introversion , Gender , and Age", *ournal of the Korean Home Economics Association*, 36(12), pp.851-861.
- 34) Hwang Jinsook(2005), "The Effect of Desired Sportswear Benefits on Sportswear Image Preferences and Store Patronage", *Journal of the Korean Home Economics Association*, 43(4), pp.65-78.
- 35) You Kyungsook(1998), "A Study on Clothing Image Preferences Associated with Extroversion - Introversion , Gender , and Age", *ournal of the Korean Home Economics Association*, 36(12), pp.851-861.
- 36) Lee Jaeyeon(1983), "Sex-role identity, self-esteem, and marriage and career plans of university women in Korea", *Journal of Asian Women*, 22, pp.87-98.
- 37) Yang Jinhwa(2005), "A Study on Fashion Leadership and Clothing Interest according to Sex Role Identity of Male College Students, Ehwa Women's University master's degree thesis, pp.4-9.
- 38) Yoo Wooyoung(1992), "The Relationship of the Children's Sex-Role Identity and Self-Esteem: With Spoial Reference to Father's Variables, Chon Nam National University master's degree thesis, pp.5-13.
- 39) Jung Youngog(2006), "A Study on The Relationship Between Female Teacher's Gender-Role Indentity and Job Stress", Kyon Ggi University master's degree thesis, pp.1-44.
- 40) Bem, S. L(1974), "The measurement of psychological androgyny", *Journal of Counseling and Clinical pshchology*, 42, pp. 155-162.
- 41) Lee Myounghee(1993), op.cit., pp.367-379.
- 42) Cha Jinhee, Kim Jaesook(1995), "female and male college students in Taejeon , Chungnam , and Chungbuk province = An ex post facto Relational Study of Genderlogy , and Gender Identity of Clothing and Attitudes toward Unisex Clothing", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 19(5), pp.738-746.
- 43) Ahn Yangsook, Kim Yongsook(1999), "A Study on the High School Girl's Sex Role Identity and Underwear Purchasing Behaviors", *Korean Home Economics Education Association*, 11(1), pp.1-11.
- 44) Paik Sunyoung, Lee Sunjae(2000), "A Study on Sex Role Identity , Clothing Involvement , and Clothing Satisfaction of High School Students", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 24(1), pp.55-66.
- 45) Yoon Euna, Lee Sunjae(2000), op.cit., pp.152-163.
- 46) Lee Misook(2008), op.cit., pp.707-721.
- 47) Rhee Eunyoung, Chung Ihnhee(1993), op.cit., pp.529-538.
- 48) Hwang Misun(2003), "A Study of the image evaluation and preference in the campus wear of college males and females", Unpublished master's thesis University of Sung Shin Women's, pp.66-70.
- 49) Shin Yunkyung(2009), "The effects of clothing styles and colors on the perception of image and the evaluation of age for men", Unpublished master's thesis University

- of Sung shin Women's, pp.64-68.
- 50) Korea Behavioral Science(1998), "HandBook Beck Anxiety Inventory I ", pp.112-115.
- 51) Spence, J. T, Helmreich, R(1979), "The many faces of androgyny: A reply to Locksley and Colten, *Journal of Personality and Social*.
- 52) Lee Myounghee(1993), op.cit., pp.367-379.
- 53) Ibid.
- 54) Yoon Euna, Lee Sunjae(2000), op.cit., pp.152-163.
- 55) Lee Misook(2008), op.cit., pp.707-721.
- 56) Yoon Euna, Lee Sunjae(2000), op.cit., pp.152-163.

---

접수일(2013년 7월 11일)

수정일(2013년 8월 24일)

게재확정일(2013년 9월 9일)