

한국과 일본여대생의 체형인식과 자아존중감, 신체만족도 및 신체이미지가 유행선도력에 미치는 영향

정수진¹⁾ · 佐藤真理子²⁾ · 추미선^{3)†}

¹⁾경상대학교 가정교육과
²⁾文化学園大学 服造形学科
³⁾경상대학교 의류학과

The Effects of Perception of Body Shape, Self-esteem, Body Cathexis, and Body Image on Fashion Leadership by Korean and Japanese Female College Students

Su-Jin Jeong¹⁾, Mariko Sato²⁾, and Mi-Seon Chu^{3)†}

¹⁾Dept. of Home Economics Education, Gyeongsang National University; Jinju, Korea
²⁾Dept. of Fashion Technology, Bunka Gakuen University, Tokyo, Japan
³⁾Dept. of Clothing & Textiles, and ERI, Gyeongsang National University; Jinju, Korea

Abstract : This study compares the perceived body image of female college students in Korea and Japan as well as explains the difference in the level of self-esteem, body cathexis, body image and fashion leadership based on nationality and body. The sense of fashion leadership affected by these factors was also analyzed. A high ratio of Korean and Japanese female students perceived themselves as obese compared to actual body physique. It was shown that body was highly distorted. They showed a comparatively low level of satisfaction with appearance in contrast to their high interest in their appearance and weight. Thin bodied individuals showed a high level of self-esteem and body cathexis; however, persons with an obese body showed a low level of body cathexis. They showed high interest in appearance regardless of body physique; however, they remain unsatisfied with their appearance. Individuals with an obese body and a standard somatotype showed a high concern with weight. A high fashion opinion leadership was reciprocal to a high interest in appearance and satisfaction with appearance. Korean female students showed an indirect positive effect on fashion opinion leadership through body cathexis, self-esteem, interest in appearance, and satisfaction with appearance. A thin body showed a positive effect on fashion opinion leadership and an obese body had a negative effect. Fashion innovativeness was directly influenced persons with a high degree of self-esteem and interest in appearance. Japanese female students were directly affected by fashion innovativeness; however, Korean female students were indirectly affected by fashion innovativeness through self-esteem and interest in appearance.

Key words: perception of body shape(체형인식), self-esteem(자아존중감), body cathexis(신체만족도), body image(신체이미지), fashion leadership(유행선도력)

1. 서 론

오늘날 매스미디어의 영향 및 다변화된 사회 속에서 서구적 미의식이 형성되면서 이상적인 외모의 기준이 서구화된 신체적 외모로 바뀌고 외모를 중요시 하는 분위기가 확산되었다. 일반적으로 외모에는 많은 단서가 포함되어 있어 상대방의 외모를 통해 성별, 지위, 경제력, 직업 등을 판단하기도 한다. 매력적인 신체와 외모는 대인지각 시 후광효과로 작용하여 개인의 다른 능력과 특질에 긍정적인 영향을 줌으로써 성공적인 사회생활을 영위하게 하는 중요한 요인이 되고 있다. 이처럼 외모는 상대

방에게 다양한 정보를 제공할 수 있기 때문에 대부분의 사람들은 자신의 신체적 매력을 증가시켜 외모를 향상시키고자 한다.

한편, 지나치게 크고 날씬한 체형을 이상적인 체형으로 생각 하는 경향이 일반화된 가운데 자신의 체형을 지나치게 왜곡하여 판단함으로써 이상적인 체형과 인지체형의 차이가 커지고 왜곡된 미의 기준으로 자신 및 상대방을 평가함으로써 자신의 체형을 포함한 외모에 만족하지 못하는 경향이 늘어나고 있을 뿐만 아니라 외모에 대한 지나친 관심으로 성형수술이나 심각한 다이어트 등으로 정신 및 신체 건강에 악영향을 미치는 부작용이 야기되기도 하였다. 특히 비만체형인 경우 신체에 대한 불만의 정도가 더 크게 나타나는 경우가 많고, 이는 자신감의 상실로 이어져 적극적인 사회생활을 영위하는데도 지장을 주기도 한다. 의복은 자신감이 없는 체형의 단점을 감추거나 보완

†Corresponding author; Mi-Seon Chu
Tel. +82-55-772-1453, Fax. +82-55-772-1453
E-mail: mschu@gnu.ac.kr

하는 도구로 사용될 수 있으므로 적절한 의복을 착용함으로써 신체적 자아와 이상적 자아와의 거리를 좁힐 수 있다. 또한 심리적인 만족감과 더불어 개인의 자아존중감을 향상시켜 사회생활 전반에 긍정적인 영향을 미친다. 많은 사람들은 현재의 이상적인 미의 기준에 부합되는 의복을 착용하고자 하므로, 유행하는 의복은 그 시대의 사람들이 이상적인 체형으로 생각하는 체형과 유사해 보이게 하거나 강조하는 형태로 나타난다고 할 수 있다. 따라서 체형에 대한 인식과 더불어 신체만족도 및 신체이미지는 유행의복을 선택하고 착용하는데 밀접한 관련이 있다고 할 수 있다. 이와 같이 의복을 선택할 때 체형은 밀접한 관련이 있으므로 의복행동 연구에서 체형 및 신체이미지와 관련된 연구가 비교적 활발히 진행되어 왔다. 신체 및 외모관련 변인을 자아존중감과 연관시킨 연구(Chung, 2003; Fujiwara, 1986; Jeon & Lee, 2003), 신체이미지를 변인으로 사용한 연구(Hong, 2006; Lee & Han, 2007; Song & Kim, 2005)를 통해 체형인식 및 신체이미지 등은 의복연구에 중요한 변인으로 사용되었다. 그리고 체형 및 신체만족도를 문화 간 비교한 연구(Nam & Lee, 2001; Park, 2000; Park et al., 2004)를 통해 문화에 따라 차이가 있음을 밝혔다. 그러나 체형 및 외모 관련 변인에 따른 의복유행 현상을 문화의 차이에 따라 규명한 연구는 미흡한 실정이다. 개인의 신체에 대한 개념은 매우 주관적이며 이상적인 미의 기준도 문화적인 환경 등에 따라 차이가 있다. 한국과 일본은 지리적으로 가까이 위치하고 있으나 생활환경, 가치관 등 문화 전반에 차이가 있으므로 한국과 일본 여대생의 체형인식과 신체이미지 및 의복 유행을 수용하는 태도 등에 있어서도 차이가 있을 것으로 본다.

따라서 한국과 일본여대생의 체형을 비교하고, 국가 및 체형에 따른 자아존중감, 신체만족도와 신체이미지 및 유행선도력의 차이를 밝힘으로써 유행선도력에 영향을 미치는 변인들의 영향효과를 분석하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 체형인식과 신체만족도 및 신체이미지

체형을 평가하는 측면에는 본인이 인지하는 주관적 체형, 실제 계측치나 타인의 판단에 의한 객관적 체형, 사회, 문화적 가치기준 등에 의해 변화되는 이상적 체형 이 있다. 20대 여성은 외모에 대한 관심이 높아 자신의 신체나 의복에 대해 많은 관심을 갖고 있으며, 가늘고 긴 체형을 이상적인 체형으로 인식하고, 인지체형과 실제체형 중 인지체형이 신체만족도에 더 크게 영향을 미치고 있는 것으로 보고되고 있다(Ku & Choo, 1996; Nam & Lee, 2001). Jacobi(1994)의 연구에서는 남녀 대학생 모두 자신의 신체이미지의 사이즈를 왜곡하여 지각하는 경향을 보였으며 특히, 여성들이 자신을 실제보다 더 뚱뚱하게 지각하고 있었다.

체형인식과 관련하여 한국과 미국 여대생을 비교한 Nam and Lee(2001)와 Park(2000)의 연구에 따르면 한·미 여대생

모두 신체계측치가 크고 길수록 만족하고 한국여대생은 미국여대생보다 신체에 만족하지 못하며, 특히 한국여대생은 하반신 항목에서 불만족스러워 하는 경향이였다. Park et al.(2004)의 한국과 일본여대생의 실제체형과 인지체형 및 신체만족도에 관한 연구에서 두 나라 모두 대부분의 신체부위에 대한 만족도가 낮았고 특히 하체 굵기와 비만 관련 항목에 대한 불만이 높았다. 그리고 한국, 일본여대생 모두 마른체형을 이상체형으로 생각하였으며, 한국여대생은 키가 크고 마른 몸매를, 일본여대생은 말랐지만 볼륨감 있는 몸매를 선호하는 것으로 나타났다. 이와 같이 사회문화적인 환경에 따라 이상체형 및 체형인식에 차이를 보여 미의 기준이 다르게 나타나는 것을 알 수 있다.

신체만족도는 자신의 신체에 대한 주관적인 평가로, 신체만족 여부가 의복으로 옮겨져 자아존중에 영향을 미치므로 의복은 신체불만족을 보상해 줄 수 있다(Sontag & Schlater, 1982). 신체만족도는 외모매력 정도가 크고, 신체비만도 지수(BMI)가 낮을수록(Hong, 2006), 실제체형과 인지체형이 다를수록, 나이가 젊고 체형이 날씬할수록(Shim & Park, 2007) 높게 나타났다.

신체이미지는 개인적인 특성으로 외모관리 행동, 부의 상징, 쇼핑습관과 사회적 상호작용에 영향을 준다. Song and Kim (2005)은 실제체형보다 인식된 체형이 더 중요하게 인지된다고 하였고, 자신을 마른체형으로 인지할수록 자아개념과 의복과시성이 높다고 하였다.

2.2. 자아존중감

자아존중감은 개인의 자기가치와 자기 수용정도를 포함한 자신에 대한 느낌으로 자기개념들과 연합된 개인의 가치와 능력에 대한 자기 평가로서 긍정적인 태도를 의미한다(Baumeister, 1994). 전반적으로 자아존중감이 높은 사람은 자신을 존경하며 가치 있는 존재로 생각하고 자기발전과 증진을 기대하며 자신을 좋아하는 느낌으로 표출한다(Moon & Yoo, 2003). 그리고 자신의 신체에 대한 감정은 자신에 대한 감정과 유사하므로 신체외모에 만족하면 자아존중감이 높고, 자아존중감이 높은 사람은 자아에 대해 만족하며, 외모에 대한 만족도 높게 나타난다(Hwang & Yoo, 2010). 자아존중감이 높은 여대생은 자신의 신체에 대한 평가도 높았으며(Ford & Drake, 1982), 자아존중감이 높은 집단이 낮은 집단보다 의복의 신체모습향상이 높게 나타났다(Chung & Lee, 2007).

Jeon and Lee(2003)와 Moon and Yoo(2003)는 자아존중감이 높은 경우 유행성을 추구한다고 하였고, Fujiwara(1986)는 자아존중감이 강한 여성이 외모에 관심이 많고 다른 사람보다 빠른 시기에 의복을 채택하며 자기다음의 표출과 동시에 새로운 스타일을 중요시하므로 유행하는 의복을 다른 사람보다 먼저 착용한다고 하였다. Shin and Ryoo(2005)는 사회적 자아존중감이 높은 집단이 패션트렌드를 적극적으로 수용한다고 하였다. 이와 같이 의복과 외모는 자아존중감을 상승시키거나 표현하는 기능을 수행하며, 자아존중감이 높을수록 적극적이고 긍정적인 의복행동의 표현으로 유행에 적극적인 태도를 보이는

것으로 볼 수 있다.

2.3. 유행선도력

의복은 유행현상을 설명하는 중요한 개념으로 자리매김하여 변화하는 사회 속에서 새로운 변화를 거듭하며 유행을 선도해 가고 있다.

유행선도력이란 유행과정에 있어서 혁신적 상품의 수용이나 대중을 설득시키는 역할을 하게 하는 힘으로, 유행선도력을 혁신성과 의사선도력의 두 가지 차원으로 분류할 수 있다. 혁신성은 개인이 혁신을 채택하는데 있어서 그 사회조직 내의 다른 구성원에 비하여 상대적으로 빠른 정도를 말하며, 의견선도력은 개인이 그 사회 조직 안의 다른 사람들에게 혁신에 관한 정보제공과 충고를 하여 그들의 태도와 행동에 비형식적으로 영향을 미치는 정도이다(as cited in Kim & Jin, 2010). 유행선도력이 높은 유행선도자들은 유행에 대한 관심이 높고 유행 제품을 먼저 구매하며 다른 사람들에게 긍정적인 조언과 정보 제공을 하는 특징을 갖고 있다(Hong & Liu, 2009). 유행혁신자는 새로운 스타일을 초기에 구입하여 대중에게 새로운 스타일을 보여주는 시각적 전달자의 역할을 하므로 가시성이 높은 의복유행에 있어서 중요한 집단이다(Cho & Koh, 2001b). 유행의견선도자는 새로운 유행스타일에 대한 정보나 의견을 전달하는 인적 영향력을 발휘하는 사람으로 유행정보와 충고를 유포시킴과 동시에 높은 판매 잠재성을 가지므로 중요한 의미를 갖는다(Ree, 1987). 이와 같이 유행과정에서 유행선도자인 유행혁신자와 유행의견선도자의 역할은 신제품 도입과 마케팅 전략 수립에 있어서 중요한 영향을 미친다.

Cho and Koh(2001b)는 유행선도력에 따른 소비자 세분집단의 심리적 특성과 의복추구혜택의 특성에 관한 연구에서 유행혁신성 및 유행의견선도력이 높을수록 전반적으로 유행의복품목 소유 및 유행활동 경험의 유행선택 행동이 높게 나타났으며, 추종자 및 무관심 집단에 비해 의복 구입비와 구입량이 많다고 하였다.

신체 및 외모변인을 유행과 관련시킨 연구에서 남녀대학생 중 신체이미지가 긍정적인 집단이 유행에 관심이 많고 심리적 으로 의복에 더 의존하며(Song, 1998), 의복과 외모에 관심이 높은 청소년은 타인으로부터 인정받고 관심을 끌기 위해 유행하는 의복을 선택한다고 하였다(Shim & Koh, 1997). 또한 Youn et al.(2009)에 따르면 신체이미지와 의복관여는 유행의견 선도력에 직접적인 영향을 미치며, 신체이미지는 의복관여를 매개로 유행혁신성에 유의한 간접적인 효과를 보인다고 하였다.

3. 연구방법

3.1. 측정도구

3.2.1. 체형인식과 신체만족도 및 신체이미지

체형을 객관적인 체형과 주관적인 체형으로 구분하여, 객관적인 체형은 피험자에게 키와 몸무게를 직접 기입하도록 하여 BMI(kg/m²)지수를 산출하였다. BMI 분류기준(Ministry of

Health & Welfare, 2010)에 의해 BMI지수가 18.5미만이면 마른체형, 18.5~24.9이면 표준체형, 25.0이상이면 비만체형으로 분류하였다. 주관적인 체형은 피험자가 인지하는 본인의 체형을 매우 마른, 마른, 표준, 비만, 매우 비만의 5단계로 하여 매우 마른, 마른은 마른체형, 비만, 매우 비만은 비만체형, 그리고 표준체형으로 분류하였다. 본인이 인지하는 주관적인 체형이 측정치인 객관적인 체형보다 의복관련 변인에 중요하게 작용한다는 선행연구(Nam & Lee, 2001)를 바탕으로 본 연구에서 체형 인식은 자신의 체형에 대한 주관적인 인식으로 측정하였다.

본 연구에서 사용한 신체만족도는 자신의 신체에 대한 주관적인 평가를 의미하며, 신체만족도는 Shim et al.(1991)의 문항을 참고하여 본 연구자가 수정·보완한 10문항으로 구성되어 7점 리커트 척도로 측정하였으며 점수가 높을수록 만족도가 높은 것을 의미한다. 본 연구에서 사용한 신체이미지는 자신의 신체에 대한 인식 및 관심 등과 관련되어 형성되는 주관적인 이미지를 의미한다. 신체이미지는 Cho and Koh(2001a)와 Hong (2006)의 연구에서 사용한 문항을 참고하여 14문항으로 구성되어 7점 리커트 척도로 측정하였으며 1점이 가장 낮은 점수이고 7점이 높은 점수를 나타낸다.

3.2.2. 자아존중감

본 연구에서 사용한 자아존중감은 개인의 자기가치와 자기 수용정도를 포함한 자신에 대한 평가를 의미하며 내적 일관성이 높은 Rosenberg(1979)의 척도 10문항으로 구성되어 7점 리커트 척도로 측정하였으며, 부정적인 문항은 역채점 하였고 점수가 높을수록 자아존중감이 높은 것을 의미한다.

3.2.3. 유행선도력

본 연구에서 유행선도력은 유행의견선도력과 유행혁신성으로 구분하고 Park et al.(2005)의 문항을 수정·보완하여 각 2문항씩으로 측정하였다. 각 문항은 7점 리커트 척도로 측정하였으며 1점이 가장 낮은 점수이고 7점이 높은 점수를 나타낸다.

3.2. 자료수집 및 자료분석

본 연구의 조사대상자는 한국여대생과 일본여대생으로 각각 2010년 6월과 7월에 실시하여 한국여대생 180부, 일본여대생 154부를 자료 분석에 사용하였다. 조사대상자의 연령분포는 Table 1과 같이 24세 이하가 한국여대생은 93.3%, 일본여대생은 97.4%로 두 나라 모두 20대 초반이 대부분을 차지했다.

본 연구의 자료 분석을 위해 SPSS 17.0을 사용하였다. 신체 이미지의 차원을 밝히기 위해 요인분석을 실시하였다. 자아존

Table 1. Age distribution of participants N(%)

Age Nation	-24	25-29	30-34	more than 35	Total
Korea	168(93.3)	8(4.4)	4(2.2)	0	180(100)
Japan	150(97.4)	2(1.3)	2(1.3)	0	154(100)

중감, 신체만족도, 신체이미지 및 유행선도력 문항들의 신뢰도를 파악하기 위해 cronbach's α 계수를 산출하였으며, 성별과 체형에 따른 자이존중감, 신체만족도 및 신체이미지와 유행선도력의 차이를 밝히기 위해 t-test와 분산분석을 실시하고 사후검증은 Scheffe 검증을 실시하였다. 또한 변수들 간의 관련성을 밝히기 위해 상관분석과 유행선도력에 영향을 미치는 변인들의 영향경로를 분석을 하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

4. 결과 및 논의

4.1. 체형인식과 신체비만도

조사대상자들의 특성을 Table 2에서 살펴보면 신장은 한국여대생 162 cm, 일본여대생 158.3 cm이며, 체중은 한국여대생 52.6 kg, 일본여대생 50.0 kg이었다. BMI는 한국여대생 15.82~27.05, 일본여대생 14.4~29.4로 일본여대생의 BMI가 다소 넓게 분포되어 있었다.

주관적인 체형과 BMI에 따른 객관적인 체형을 Table 3에서 살펴보면 본인의 지각에 의한 주관적 체형은 한국여대생의 경우 마른체형 23명(12.8%), 표준체형 89명(49.4%), 비만체형 68명(37.8%)이며, 일본여대생의 경우 마른체형 19명(12.3%), 표준체형 84명(54.5%), 비만체형 51명(33.1%)으로 나타났다. BMI에 의한 객관적 체형은 한국여대생의 경우 마른체형 43명(23.9%), 표준체형 135명(75%), 비만체형 2명(1.1%)으로 나타났으며, 일본여대생의 경우 마른체형 37명(24%), 표준체형 112명(72.7%), 비만체형 5명(3.2%)으로 나타났다. 한국여대생은 객관적 체형이 마른체형임에도 표준체형으로 지각하는 경우가 12.8%, 일본여대생은 객관적 체형이 마른체형임에도 표준 또는 비만체형으로 지각하는 경우가 14.3%로 나타났다. 표준체형인데 비만체형으로 지각하는 경우는 한국여대생이 36.7%, 일본

여대생은 28.6%로 나타나 자신의 실제 체형보다 뚱뚱하다고 지각하는 비율이 한국과 일본 모두 높게 나타났다. 이것은 실제 체형보다 왜곡된 체형으로 인지하는 비율이 높다는 선행연구(Hong, 2006; Rhee, 2007)의 결과와 일치하는 결과이다. 한국과 일본여대생 모두 오늘날 메스미디어 등의 영향에 의해 마른체형이 이상적인 체형이라는 왜곡된 미의 기준으로 인해 자신의 체형이 비만이라고 판단한 것으로 보인다.

4.2. 자이존중감, 신체만족도, 신체이미지와 유행선도력의 신뢰도 분석

본 연구에 사용한 변인들의 타당성을 분석하기 위해 신뢰도 검증을 실시한 결과 자이존중감은 .87, 신체만족도는 .85로 나타나 타당성이 있는 것으로 볼 수 있었다. 그리고 신체이미지에 대한 하위차원을 밝히기 위해 Varimax법으로 직교회전을 통한 요인분석을 실시한 결과 외모관심, 체형관심, 외모만족 요인으로 분류되었고, cronbach's α 계수를 산출한 결과, 외모관심은 .81, 체형관심은 .78, 외모만족은 .78로 나타났으며, 유행선도력의 하위변인인 유행의견선도력은 .70, 유행혁신성은 .77로 나타나 타당성이 있는 것으로 볼 수 있었다.

4.3. 자이존중감, 신체만족도, 신체이미지, 유행선도력의 차이

한·일 여대생의 자이존중감과 신체만족도, 신체이미지 및 유행선도력의 차이를 검증하기 위하여 독립표본 t-검증을 실시한 결과를 Table 4에 나타내었다. 자이존중감과 신체만족도에서 한국여대생은 일본여대생 보다 유의하게 높은 값을 보였다. 그러나 두 국가 대학생 모두 신체만족도가 낮게 나타나 Park et al.(2004)의 연구에서 한국과 일본 여대생 모두 자신의 신체에 대체로 만족하지 못하는 것으로 나타난 결과와 유사하게 나타났다. 한편 Nam and Lee(2001), Park(2000)의 연구에서 한

Table 2. Distribution of height, weight, and BMI of Korean and Japanese female college students

	Korean female college students(N=180)				Japanese female college students(N=154)			
	MIN	MAX	M	SD	MIN	MAX	M	SD
Height(cm)	149	173	162	4.71	143	176	158.29	5.31
Weight(kg)	38	71	52.6	5.69	36	82	49.98	6.78
BMI	15.82	27.05	19.97	1.94	14.4	29.40	19.90	2.13

Table 3. Distribution of subjective and objective bodies of Korean and Japanese female college students

Nation	Subjective body	Objective body			Total
		Skinny	Standard	Obesity	
Korea	Skinny	20(11.1)	3(1.7)		23(12.8)
	Standard	23(12.8)	66(36.7)		89(49.4)
	Obesity		66(36.7)	2(1.1)	68(37.8)
	Total	43(23.9)	135(75.0)	2(1.1)	180(100)
Japan	Skinny	15(9.7)	4(2.6)		19(12.3)
	Standard	20(13.0)	64(41.6)		84(54.5)
	Obesity	2(1.3)	44(28.6)	5(3.2)	51(33.1)
	Total	37(24.0)	112(72.7)	5(3.2)	154(100)

Objective body : Skinny: BMI<18.5, Standard: 18.5≤BMI<25, Obesity: BMI≥25.0

Table 4. Differences of Self-esteem, body cathexis, body image and fashion leadership between Korean and Japanese female college students

		Korean		Japanese		t-value
		M	SD	M	SD	
Self-esteem		4.75	.77	3.43	.85	14.854**
Body cathexis		3.69	.88	2.95	.94	7.452**
Body image	Interest in appearance	5.23	.96	4.42	.80	8.424**
	Concern about weight	4.14	1.48	4.10	1.34	.273
	Satisfaction in appearance	3.73	.93	2.53	1.04	11.031**
Fashion leadership	Leadership in fashion opinion	4.26	1.25	3.63	1.20	4.699**
	Fashion innovativeness	5.13	1.04	4.81	1.12	2.692**

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

국여대생이 미국여대생 보다 신체만족도를 매우 낮게 평가하는 문화적 차이를 보인 연구 결과를 미루어 볼 때 서구화된 사회 속에서 동양인과 서양인의 체형 차이에서 나타난 결과로 생각 된다. 신체이미지의 하위항목인 외모관심과 외모만족에서 유의한 차이를 보였으며, 체중관심은 유의한 차이는 없었으나 한국과 일본여대생 모두 높게 나타나 두 국가 여대생 모두 체중에 높은 관심을 보이는 것으로 볼 수 있다. 외모관심에서는 한국과 일본여대생 모두 외모에 관심이 많은 것으로 나타났고, 특히 한국여대생의 외모관심이 매우 높았다. 외모만족에서는 한국여대생이 일본여대생 보다 다소 높게 나타났으나 두 국가 여대생 모두 외모에 대한 만족은 낮게 나타났다. 이상에서 볼 때 한국여대생과 일본여대생은 외모와 체중에 관심은 높으나 외모에 만족하지 못하는 것으로 판단된다. 한국여대생은 일본여대생 보다 유행의견선도력과 유행혁신성이 높게 나타나는 유의한 차이를 보여 새로운 유행을 초기에 채택하거나 전달하는 성향이 더 강한 것으로 볼 수 있다. 일본여대생은 유행초기에 인적 영향력보다는 시각적 전달 역할을 하는 유행혁신성이 큰 것으로 나타났다.

체형에 따른 자아존중감과 신체만족도, 신체이미지 및 유행선도력의 차이를 검증한 결과를 Table 5에 나타내었다. 신체만

족도는 체형에 따라 유의한 차이를 보이며 마른체형과 표준체형이 비만체형 보다 높아 비만체형이 자신의 신체에 가장 만족하지 않는 것으로 나타났다. 자아존중감은 마른체형, 표준체형, 비만체형 순으로 유의한 차이를 보여 마른체형은 자아존중감이 높게 나타났으나 비만체형의 경우는 자아존중감이 낮은 것으로 나타났다. 신체이미지의 하위항목인 외모관심은 20대 여대생의 외모에 대한 높은 관심이 반영된 결과로 체형에 관계없이 높게 나타났으나 유의한 차이는 보이지 않았다. 체중관심은 비만체형이 가장 높게 나타났고, 표준체형 또한 높은 관심을 보였다. 외모만족은 비만체형, 마른체형, 표준체형의 순으로 모두 낮게 나타나 외모에 대한 관심은 높으나 자신의 외모에 만족하지 않는 것을 알 수 있었다. 유행의견선도력은 체형에 따른 유의한 차이를 보이지 않았으나 유행혁신성은 마른체형, 표준체형, 비만체형의 순으로 높아 마른체형일수록 새로운 유행을 초기에 채택하는 것으로 볼 수 있다.

4.4. 체형, 자아존중감, 신체만족도, 신체이미지 및 유행선도력의 관련성

체형, 자아존중감, 신체만족도, 신체이미지 및 유행선도력과 의 상호관련성을 알아보기 위하여 상관분석을 실시한 결과는 Table 6과 같다.

자아존중감은 표준체형과는 정적상관이, 비만체형과는 부적상관을 보여 표준체형이거나 비만체형이 아닐 경우 자아존중감이 높아지는 것으로 볼 수 있다.

신체만족도는 마른체형이거나 표준체형은 정적상관을 비만체형은 부적상관을 보여 비만체형일수록 신체만족도가 낮은 것으로 볼 수 있다. 한편 신체만족도와 자아존중감은 정적상관이 있어 자아존중감이 높을수록 신체만족도가 높은 것으로 볼 수 있다.

신체이미지의 하위변인인 외모관심은 자아존중감과 신체만족도와 정적상관을 보여 자아존중감과 신체만족도가 높을수록 외모에 대한 관심이 높으며, 체중관심은 비만체형과는 정적상관을, 마른체형과 신체만족도와는 부적상관을 보여 비만이거나 자신의 신체에 만족하지 못하는 경우 체중에 대한 관심이 높은 것으로 볼 수 있다. 외모만족은 비만체형과는 부적상관을, 표준체형, 자아존중감, 신체만족도와는 정적상관을 보여 비만체형일수록 외모에 만족하지 못하며 표준체형이고, 자아존중감과 신체

Table 5. Differences of Self-esteem, body cathexis, body image and fashion leadership in subjective body

		Skinny		Standard		Obesity		F
		M	SD	M	SD	M	SD	
Self-esteem		4.38 ^a	.86	4.26 ^{ab}	1.01	3.89 ^b	1.10	5.898**
Body cathexis		3.87 ^a	.95	3.55 ^a	.96	2.87 ^b	.81	27.408**
Body image	Interest in appearance	5.04	1.13	4.84	.92	4.82	1.01	.842
	Concern about weight	2.93 ^c	1.49	4.07 ^b	1.33	4.62 ^a	1.25	25.789**
	Satisfaction in appearance	3.39 ^a	1.18	3.35 ^a	1.17	2.85 ^b	1.05	7.943**
Fashion leadership	Leadership in fashion opinion	4.30	1.39	3.92	1.28	3.93	1.19	1.654
	Fashion innovativeness	5.37 ^a	1.04	4.94 ^b	1.09	4.92 ^b	1.09	3.057*

* $p < .05$, ** $p < .01$, Scheffe's test : a>b

Table 6. Correlation analysis of variables

Variables	body			Self-esteem	Body cathexis	Body image			
	Skinny	Standard	Obesity			Interest in appearance	Concern about weight	Satisfaction in appearance	
Self-esteem	.087	.117*	-.182**	1					
Body cathexis	.203**	.213**	-.362**	.535**	1				
Body image	Interest in appearance	.071	-.019	-.029	.316**	.158**	1		
	Concern about weight	-.319**	-.042	.265**	-.057	-.210**	.347**	1	
	Satisfaction in appearance	.070	.159**	-.214**	.602**	.651**	.425**	.078	1
Fashion leadership	Leadership in fashion opinion	.099	-.042	-.025	.221**	.134*	.344**	.138*	.323**
	Fashion innovativeness	.134*	-.045	-.046	.321**	.242**	.329**	.126*	.299**

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

만족도가 높을수록 자신의 외모에 만족하는 것으로 볼 수 있다. 유행선도력의 하위변인인 유행의견선도력은 자아존중감, 신체만족도, 신체이미지의 하위변인인 외모관심, 체중관심, 외모만족과는 정적상관을 보였다. 유행혁신성은 마른체형과 정적상관을, 자아존중감, 신체만족도, 신체이미지의 하위변인인 외모관심, 체중관심, 외모만족과도 정적상관이 있는 것으로 나타났다. 따라서 자아존중감, 신체만족도 및 신체이미지는 유행선도력에 정적인 영향을 미치는 변인으로 볼 수 있다.

4.5. 유행선도력에 영향을 미치는 변인들의 영향경로

한·일 여대생의 체형, 자아존중감, 신체만족도 및 신체이미

지가 유행선도력에 미치는 영향경로와 영향효과를 분석한 결과는 Table 7, Table 8과 같고, 유행선도력에 영향을 미치는 경로를 Fig. 1과 Fig. 2에 제시하였다.

Table 7의 유행선도력에 미치는 영향을 보면 자아존중감과 신체만족도는 한국여대생일 때 정적영향을, 비만체형일 때 부적영향을 미쳤다. 신체이미지의 외모관심과 외모만족에는 한국여대생일 때 정적영향을 미쳤고, 체중관심은 마른체형일 때 부적영향을, 비만체형은 정적영향을 미쳤다. 외모만족에는 자아존중감과 신체만족도가 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 유행의견선도력은 외모관심과 외모만족이 정적인 영향을 미쳤고, 유행혁신성에는 외모관심과 자아존중감이 정적인

Table 7. Impact pass of variables on fashion leadership

Dependent variable	Independent variable	B	SE	b	t	F	R ²	
Self-esteem	(Constant)	3.580	.070			51.286**		
	Nation(1:K,0:J)	1.339	.086	.641	15.597**	131.454**	.443	
	Obesity	-.453	.089	-.209	-5.078**			
Body cathexis	(Constant)	3.150	.078			40.134**		
	Nation(1:K,0:J)	.770	.091	.392	8.486**	46.199**	.296	
	Obesity	-.713	.098	-.350	-7.255**			
	Skinny	.298	.142	.101	2.095*			
Body image	Interest in appearance	(Constant)	4.417	.072	-		61.448**	
		Nation(1:K,0:J)	.813	.098	.415	8.303**	68.943**	.172
	Concern about weight	(Constant)	4.065	.101			40.388**	
		Skinny	-1.131	.227	-.265	-4.977**	25.789**	.135
		Obesity	.558	.157	.189	3.551**		
	Satisfaction in appearance	(Constant)	.084	.206			.410	
Body cathexis		.528	.052	.449	10.115**	127.695**	.537	
Self-esteem		.260	.059	.236	4.445**			
	Nation(1:K,0:J)	.459	.112	.199	4.108**			
Fashion leadership	Leadership in fashion opinion	(Constant)	1.637	.326	-		5.024**	
		Interest in appearance	.325	.072	.252	4.518**	30.625**	.156
		Satisfaction in appearance	.236	.061	.216	3.865**		
	Fashion innovativeness	(Constant)	2.068	.350			5.906	
		Interest in appearance	.335	.061	.301	5.482	24.631**	.183
		Self-esteem	.369	.067	.354	5.497		
	Nation(1:K,0:J)	-.441	.146	-.202	-3.012			

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

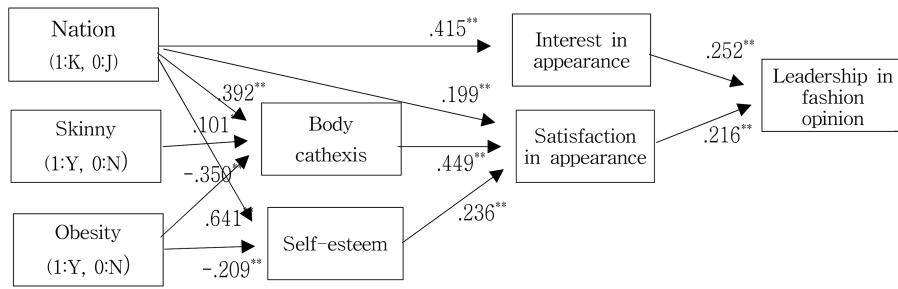


Fig. 1. The Result of path analysis for leadership in fashion opinion.

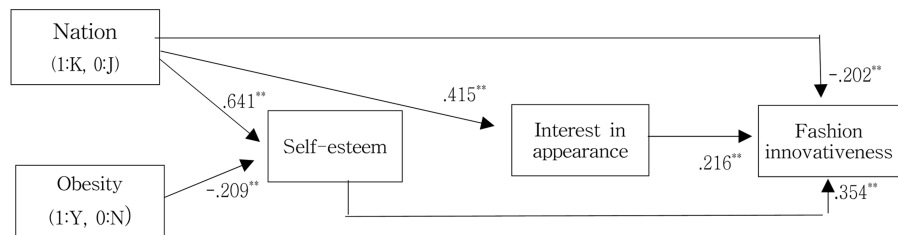


Fig. 2. Result of path analysis for fashion innovativeness.

영향을 미쳤다.

Table 8의 유행선도력에 영향을 미치는 변인들의 영향효과에서, 유행의견선도력에 가장 큰 영향을 미치는 변인은 외모관심(.252)이었으며, 다음으로 국가(.218), 외모만족(.216), 신체만족도(.097), 자아존중감(.051), 비만체형(-.045), 마른체형(.010) 순이었다. 신체이미지의 외모관심과 외모만족은 직접적으로 유행의견선도력에 정적영향을, 신체만족도와 자아존중감은 외모만족을 통해 간접적으로 유행의견선도력에 정적영향을 미치는 것으로 나타났다. 비만체형은 신체만족도, 자아존중감, 외모만족을 통해 간접적으로 유행의견선도력에 부적영향을, 마른체형은 신체만족도와 외모만족을 통해 간접적으로 유행의견선도력에 정적영향을 미치는 것으로 나타났다. 신체만족도와 자아존중감이 높은 집단이 패스트 트렌드를 적극적으로 수용하는 것으로 나

타난 Shin and Ryoo(2005)의 연구와 유사한 결과로 신체만족도와 자아존중감이 높은 마른체형이 비만체형 보다 유행의견선도력에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있다. 국가별로는 한국여대생이 신체만족도와 자아존중감 및 외모관심과 외모만족을 통해 간접적으로 유행의견선도력에 정적영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 표준체형의 한국여대생이 신체만족도와 자아존중감 및 외모관심과 외모만족이 높으며 이 변인들이 유행의견선도력에 영향을 미친다고 할 수 있다.

유행혁신성에 가장 큰 영향을 미치는 변인은 자아존중감(.354)이며, 다음으로 외모관심(.241), 국가(.115), 비만체형(-.074) 순이었다. 자아존중감과 외모관심은 직접적으로 유행혁신성에 정적영향을 미치는 것으로 나타났다. 국가는 직접적으로 부적영향(-.202)을, 자아존중감과 외모관심을 통해 간접적으

Table 8. The effects of variables on fashion leadership and fashion innovativeness

Dependent variable	Independent variable	Total effect	Direct effect	Indirect effects	
Leadership in fashion opinion	Nation(1:K, 0:J)	.218	-	.218	
	body	Skinny	.010	-	.010
		Obesity	-.045	-	-.045
		Self-esteem	.051	-	.051
	Body cathexis	.097	-	.097	
	Body image	Interest in appearance	.252	.252	-
		Satisfaction in appearance	.216	.216	-
Fashion innovativeness	Nation(1:K, 0:J)	.115	-.202	.317	
	body	Obesity	-.074	-	-.074
		Self-esteem	.354	.354	-
	Body image	Interest in appearance	.241	.241	-

로 정적영향(.317)을 미쳤다. 즉, 일본여대생은 유행혁신성에 직접적인 영향을, 한국여대생은 자아존중감과 외모관심을 통해 간접적인 영향을 미쳤다. 비만체형은 자아존중감을 통해 간접적으로 유행혁신성에 부적영향을 미치는 것으로 나타나 비만체형이 아닐수록 자아존중감이 높으며 유행혁신성에 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다.

따라서 부정적인 자아존중감은 유행에 있어서 소극적이거나 무관심하기 쉬우므로 유행혁신성에 부정적인 영향을 초래한 것으로 사료된다. 이상에서 볼 때 자아존중감과 신체만족도가 높을수록 외모에 대한 관심이 높고 외모에 대한 관심은 유행선도력에 영향을 미쳐 유행 초기 수용력이 크다고 할 수 있다.

5. 결 론

한국과 일본여대생을 대상으로 주관적 체형과 BMI에 의한 객관적 체형과의 관계를 살펴보고 국가와 체형에 따른 자아존중감, 신체만족도, 신체이미지 및 유행선도력의 차이 및 이들 변인들의 관련성을 분석하였다. 또한 한국과 일본여대생의 유행선도력에 미치는 영향경로와 직접 또는 간접적인 영향력을 검토한 결과 다음과 같은 결론을 얻었다.

1. 한·일 여대생 모두 실제 체형보다 비만으로 인식하는 비율이 높아 체형에 대한 왜곡 정도가 심하였다.
2. 한국여대생은 일본여대생보다 자아존중감과 신체만족도 및 유행선도력이 높았다. 두 국가 여대생 모두 외모와 체중에 대한 관심은 많은 반면 외모만족은 낮았고 특히, 일본여대생이 낮았다. 체형에 따라서 마른체형은 자아존중감이 높으나 비만체형은 자아존중감이 낮고 자신의 신체에 가장 만족하지 않았다. 체형에 관계없이 외모에 대한 관심은 높았으나, 외모에 만족하지 않았고, 비만체형과 표준체형은 체중에 높은 관심을 보였다. 유행의견선도력은 체형에 따른 유의한 차이를 보이지 않았으나 유행혁신성은 마른체형, 표준체형, 비만체형의 순으로 높았다.
3. 유행의견선도력은 신체만족도, 자아존중감, 신체이미지와 정적상관을, 유행혁신성은 마른체형 및 신체만족도, 자아존중감, 신체이미지와 정적상관을 나타내었다.
4. 유행선도력에 영향을 미치는 변인들의 영향력에서 유행의견선도력은 외모관심과 외모만족이 높을수록 높으며, 한국여대생은 신체만족도와 자아존중감 및 외모관심과 외모만족을 통해 간접적으로 유행의견선도력에 정적영향을 미쳤다. 마른체형은 정적인 영향을, 비만체형은 유행의견선도력에 부적적인 영향을 미쳤다. 유행혁신성은 자아존중감과 외모관심이 높을수록 직접적인 정적영향을 미쳤으며, 일본여대생은 직접적인 영향을, 한국여대생은 자아존중감과 외모관심을 통해 간접적인 영향을 미쳤다. 비만체형이 아닐수록 자아존중감이 높아지며 유행혁신성에 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다.

이상에서 볼 때 한·일 여대생의 체형, 자아존중감, 신체만족도 및 신체이미지는 유행선도력에 직접 및 간접적으로 영향을 미치는 변인으로 나타났다. 유행선도력의 영향변인에 있어

서 한국여대생은 유행의견선도력과 유행혁신성에 간접적인 영향을, 일본여대생은 유행혁신성에 직접적인 영향을 미쳤으므로, 유행상품 기획 시 한국여대생을 대상으로 할 경우는 외모에 대한 관심과 만족을 유발시킬 수 있는 전략을 제시하는 것이 효과적일 것이며, 일본여대생을 대상으로 할 경우는 디스플레이나 광고 등을 활용한 시각적인 상품 제시로 직접 채택할 수 다각적인 방법이 모색될 필요가 있다. 그리고 외모관리를 통해 다른 사람에게 긍정적인 평가를 받게 되면 자기에 대한 만족감을 향상시켜 긍정적인 자아존중감을 가지게 되고 이는 외모만족과 연결되어 유행의견선도력에 영향을 미칠 것으로 예상된다. 즉, 자신의 체형과 외모에 대해 만족할수록 유행주기 초기에 새로운 상품을 소개하는 인적 영향력을 발휘할 것이며, 외모에 대해 관심이 많을수록 유행초기 인적 영향력뿐만 아니라 새로운 상품을 채택하는 혁신자 역할을 할 것이다.

본 연구에서 한국과 일본여대생을 대상으로 유행선도력의 영향요인인 체형과 자아존중감, 신체만족도 및 신체이미지의 영향력을 분석함으로써 한국과 일본의 20대 여대생 소비자의 공통점과 더불어 문화에 따른 차이점을 규명하였다는데 의의가 있다. 또한 이러한 차이와 특성을 바탕으로 한국과 일본소비자의 성향을 파악하여 한국뿐만 아니라 일본시장을 목표로 하는 의류업체의 상품 기획 시 유행상품을 개발하는데 기초자료로 활용될 수 있을 것으로 본다. 그러나 체형과 외모에 대한 개념 및 변인들의 관련성 등 다양한 영향요인에 의해 변화될 수 있으므로 이러한 변화요인을 포함한 후속연구가 요구된다. 본 연구의 한계점으로 한국과 일본의 특정대학의 20대 초반에 편중된 자료이므로 확대해석에는 신중을 기해야 할 것으로 생각된다.

References

- Baumeister, R. F. (1994). Self-esteem. *Encyclopedia of human behavior*, 4, 83-97.
- Cho, S. M., & Koh, A. R. (2001a). The effects of sociocultural attitude toward appearance and body images on clothing benefits sought - the comparison of age difference in female adolescents -. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 25(7), 1227-1238.
- Cho, Y. J., & Koh, A. R. (2001b). A study on psychological characteristics and clothing benefits sought according to fashion leadership. *Journal of Consumer Studies*, 12(3), 171-187.
- Chung, M. S. (2003). The influence of self-perceived physical attractiveness on self-esteem and appearance management behavior of adult women. *The Korean Society of Costume*, 53(3), 165-179.
- Chung, M. S., & Lee, K. S. (2007). The influence of aesthetic surgery attitude, self-esteem and body image on clothing behavior. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 45(7), 131-140.
- Ford, I. M., & Drake, M. F. (1982). Attitudes toward clothing, body and self: A comparison of two groups. *Home Economics Research Journal*, 11(2), 189-196.
- Fujiwara, Y. (1986). Clothing interest in relation to self-concept and self-esteem of university women. *Journal of home economics of Japan*, 37(5), 493-499.

- Hong, K. H., & Liu, J. (2009). Korean fashion brand purchasing behavior by fashion leadership and Korean wave of college women students in China. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 33(4), 655-665.
- Hong, K. H. (2006). The influence of the sociocultural attitudes toward appearance and BMI on body image and body satisfaction. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 8(1), 48-54.
- Hwang, Y. J., & Yoo, T. S. (2010). The effects of sociocultural attitudes toward appearance, self-esteem, and physical attractiveness perceptiveness on weight and clothing management behaviors. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 34(11), 1923-1932.
- Jacobi, L. (1994). In pursuit of the perfect appearance : Discrepancies among self-ideal percepts of multiple physical attributes. *Journal of Applied Social Psychology*, 24, 379-396.
- Jeon, K. R., & Lee, M. H. (2003). The influence of body satisfaction and psychological characteristics on appearance elevation attitude. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 27(6), 643-653.
- Kim, J. W., & Jin, S. Y. (2010). Fashion leadership, underwear purchase behaviors and attitude of females in their 20s-30s. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 34(8), 1319-1330.
- Ku, Y. S., & Choo, T. G. (1996). A study on body cathexis and clothing involvement by demographic characteristics. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 34(5), 29-39.
- Lee, J. S., & Han, G. H. (2007). The effects of university woman students' recognition on their image and satisfaction of their physical bodies. *Fashion business*, 11(2), 145-154.
- 'National Health and Nutrition Survey in 2010'. (2011, November 14). *Ministry of Health & Welfare*. Retrieved December 10, 2011, from http://www.mw.go.kr/front_new/al/sal0301vw.jsp?PAR_MENU_ID=04&MENU_ID=0403&BOARD_ID=140&BOARD_FLAG=00&CONT_SEQ=260484&page=1
- Moon, H. K., & Yoo, T. S. (2003). A study of the self-esteem, degree of appearance concern, clothing attitude and make-up. *Journal of the Korean Society of Costume*, 53(4), 101-112.
- Nam, Y. J., & Lee, S. H. (2001). Comparison of perceived body size and actual body size between Korean and American college women. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 25(4), 736-747.
- Park, J. E., Jeong, S. J., & Kang, K. J. (2005). A study of impulse-buying and psychological characteristics of female college students by body cathexis and clothing attitude. *Korean Journal of Human Ecology*, 14(6), 985-994.
- Park, J. K., Nam, Y. J., & Choi, K. M. (2004). A comparison of satisfaction for actual body and perceived body between Korean and Japanese female college students. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 28(6), 758-766.
- Park, W. M. (2000). Comparative study on the satisfaction with and perception about their bodies by Korean and American female students. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 24(5), 736-747.
- Ree, H. Y. (1987). *A study on predictors of fashion leadership*. Unpublished master's thesis, Seoul National University, Seoul.
- Rhee, J. H. (2007). A study on effects of somatotypes and stress on body cathexis and preferences of clothing image. *The Research Journal of the Costume Culture*, 15(6), 1084-1099.
- Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self*. New York: Basic Books. Instrument reproduced with permission of Morris Rosenberg.
- Shim, J. E., & Koh, A. R. (1997). Korean adolescent's clothing behavior as related to self - Consciousness and weight control practices. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 21(8), 1334-1345.
- Shim, J. H., & Park, S. J. (2007). A study of the middle-aged women's clothing attitudes depending on their somatotype. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 31(1), 33-43.
- Shim, S., Kotsiopoulos, A., & Knoll, D. S. (1991). Body cathexis, clothing attitude, and their relations to clothing and shopping behavior among male consumer. *Clothing and Textiles Research Journal*, 9(3), 35-44.
- Shin, S. R., & Ryoo, S. H. (2005). The effects of self-esteem and body cathexis on the acceptance of fashion trends. *The Research Journal of the Costume Culture*, 13(2), 280-288.
- Song, K. J. (1998). *The effects of the body image and the self-esteem on the clothing behavior*. Unpublished master's thesis, Chungnam national University, Daejeon.
- Song, K. J., & Kim, J. S. (2005). The effects of body-image measured by multi measurements on body modification, self concept, and clothing behavior. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 29(3/4), 391-402.
- Sontag, M. S., & Schlater, J. D. (1982). Proximity of clothing to self : evolution of a concept. *Clothing and Textiles Research Journal*, 1, 1-8.
- Youn, S. Y., Bae, K. M., Lee, J. I., Kwon, K. S., & Lee, K. H. (2009). Influence of body image and clothing involvement on fashion leadership and experience with appearance. *Proceedings of 2009 Annual Conference of International Textiles and Apparel Association, Bellevue, Washington, USA*.

(Received 26 February 2013; 1st Revised 27 March 2013;
2nd Revised 14 August 2013; Accepted 27 September 2013)