

유행 태도에 따른 여고생의 의복소비행동에 관한 연구

최윤정* · 김미숙

경희대학교 교육대학원 가정교육전공, 생활과학대학 의상전공

현재의 청소년들은 감성적이고, 남과 다르게 살고 싶어 하며, 자기에 충실하며 자기 표현이 강하다. 이러한 청소년들의 특성은 의복에도 그대로 반영되어, 청소년들의 옷차림은 단정하거나 학생답다가보다는 기성세대와 확실히 다른 옷차림으로 때로는 부정적인 인상을 형성하기도 한다. 또한 현재의 청소년들은 한번 소유하고자 원하는 것에 대해서 과도하게 집착하는 경향을 보이고 있으며, 원하는 상품이 자신에게 얼마나 필요한지 여부에 대한 합리적인 판단 없이 기호와 선호, 유행에 따라 상품을 구매하는 경향을 보이고 있다.

이러한 청소년기의 구매행동은 이 시기에 그치는 것이 아니라 성인생활에까지 연장되고 확대되는 경향이 있으며, 또한 청소년기에 있어서 낭비적인 소비패턴과 현명하지 못한 의복스타일 선택과 의복구매행동에 대한 시행착오를 줄이기 위해서라도 청소년들의 의복스타일 선택과 구매행동을 바르게 지도해야 할 문제가 제기된다. 이에 본 연구는 소비생활에 대한 지식이나 경험이 부족하여, 부주의하고 낭비적인 소비행태를 형성하기 쉬운 청소년들에게 올바른 의생활, 건전한 의복소비생활을 위한 기초자료가 되어 보다 합리적이고 효율적인 의생활 실천을 위한 방안 모색에 도움이 되고자 한다.

연구방법으로는 설문지법을 이용하였으며, 서울시에 거주하는 여고생 600명을 대상으로 1998년 4월 28일부터 5월 12일 사이에 실시되었고 총 480부가 통계 처리되었다. 자료분석에는 빈도, 평균, Cluster Analysis, t-test, χ^2 -test, One-way ANOVA, Duncan's Multiple Range test를 사용하였으며, 분석 결과는 다음과 같다.

1. 여고생들은 대체로 유행에 대한 태도가 우호적이었고, 이들은 유행에 대한 태도에 따라 유행지향형(32.3%), 유행동조형(47.3%), 무관심형(20.4%)으로 분류되었다.
2. 인구 통계적 변인에 따른 집단별로 유행에 대한 태도의 차이를 살펴본 결과 계열과 한달 용돈에서 유의한 차이를 보였다. 상업계 학생집단이 인문계와 예능계 학생집단보다 유행에 대한 태도가 우호적이었으며, 한달 용돈이 많아질수록 유행에 대한 태도가 우호적이었다.
3. 유행 태도 집단별로 의복구매행동을 살펴본 결과, 의복구매동기에 있어서 유행지향형 집단은 '마음에 드는 옷을 보았을 때', 유행동조형과 무관심형 집단은 '가지고 있는 옷 중에 입을 만한 옷이 없을 때'를 주된 구매동기로 들었고, 입고 있는 옷을 친구들이 유행에 뒤떨어진다고 할 때에 있어서는 무관심형 집단은 상관하지 않고 계속 입는다는 반면에 유행 태도가 우호적일수록 다시는 입지 않았다.

정보탐색에 있어서는 유행지향형 집단은 패션잡지를 보는 것에서, 유행동조형과 무관 심형 집단은 상점 안에 전시된 의복을 통하여 주로 정보를 얻었다.

의복평가요인에 대해서는 디자인 및 스타일을 평가요인으로 가장 중시하였으며, 품목별 유명상표 고려도에 있어서는 가방의 상표를 가장 고려하는 것으로 나타났다. 유행 태도가 우호적인 집단일수록 의복선택에 있어 상표 지향적이며, 의복의 외형적인 조건을 중시하였다.

의복구매에 대해서는 유행 태도가 우호적인 집단일수록 부모님의 의사와 상관없이 의류를 구입한다는 것을 알 수 있었으며, 전체 응답자의 절반 정도가 연간 5회 이상 의복을 구입하는 것으로 나타나 유행에 민감한 것으로 보여졌다.

여고생들은 제품의 종류가 다양하고, 가격이 저렴한 학교 앞이나 변화가의 보세가게를 많이 이용하였으며, 유행 태도가 우호적일수록 의복구매시 친구와 함께 가고, 최신 유행하는 스타일을 살 수 있는 구매처를 선호하였으며, 가격을 비롯한 경제적인 면보다는 유행을 중시하였고, 의복구매시 자신이 가진 돈을 초과하면 돈을 더 가지고 와서 샀으며, 비싼 의류를 선호하였으며, 아르바이트를 하는 등 적극적으로 행동하였다.

4. 여고생들이 유행하는 스타일 중학생 옷차림으로 느끼는 경우는 '세미정장(캐주얼한 분위기가 풍기는 정장차림)'이었던 반면에 가장 적당하지 않은 옷차림으로는 '다양한 색상과 무늬가 있는 속내의 착용(노출목적)'이었다. 그러나 모든 스타일의 평균 적정도가 적당하다(4점)에 못 미치는 것으로 미루어 보아 여고생들은 동료집단과 대중매체의 영향을 많이 받아 유행에 따른 의복을 착용하지만 대체적으로 학생의 옷차림으로는 적당하게 여기지 않았다.

여고생들은 유행에 대한 태도가 우호적일수록 필요해서라기보다 마음에 드는 것을 가지고 싶은 마음이 구매심리를 자극하였고, 의복구매시 합리적, 실용성에 입각한 구매보다 외형적인 매력에 의해 의복을 구매하였다. 이러한 결과는 학생들과의 대화를 통해서 그들의 의복에 대한 요구사항에 대해 관심을 가져주어야 한다는 것과 현명한 의복소비 및 구매를 위한 간접적인 경험을 가질 기회를 부여하는 것이 필요하다는 것을 시사해준다. 그러므로 가정과 학교에서는 의복에 대한 올바른 가치관을 정립할 수 있고, 바람직한 소비자 태도를 형성할 수 있는 방안에 관한 교육프로그램의 개발과 소비자 교육이 강조되어야 하겠다.