

# 남자대학생의 신체만족도와 의복이미지 선호의 관계 연구

황진숙·나영주\*

배재대학교 의류학부 전임강사·인하대학교 의류학과 조교수\*

## The relationships between body-cathexis and clothing image preferences in male college students

Jin-Sook Hwang · Young-joo Na\*

Full-time instructor, Division of Clothing & Textiles, Paichai University  
Assistant professor, Department of Clothing & Textiles, Inha University\*

### ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the relationships between body-cathexis and clothing image preferences in male college students. The sample included 208 male college students, and an instrument was developed based on the previous studies. The statistical analyses used for this study were factor analysis, cluster analysis, and t-test. The result of factor analysis showed that body-cathexis consisted of four areas of body parts: face/head, upper body, middle body, and lower/total body. Clothing image preferences consisted of 'strong vs weak,' 'soft vs hard,' 'young vs mature,' 'mannish vs feminine,' and 'distinguished vs undistinguished' images. Cluster analysis revealed that male college students are segmented into two groups, and the two groups differed in regard to clothing image preferences such as 'strong vs weak,' 'young vs mature,' and 'mannish vs feminine' images. In addition, the two consumer segments were different concerning body-cathexis for middle body and all body areas combined. The consumers who preferred feminine, weak, and mature clothing images were more satisfied with their middle area of the bodies and all body areas combined.

Key Word : body-cathexis, clothing image preferences, male college students

### I. 서론

신체이미지(body image)란 인간이 자신의 신체

를 마음속에서 떠올려 보는 것으로(Gergen, 1971). 요즘의 현대사회는 과거 어느 때 보다 다수의 사람들이 신체에 대한 불만족으로 고민을 하고 있으며

때로 그 불만의 정도가 지나쳐 심리적, 신체적인 질 환으로까지 그 심각성이 사회 문제시되고 있다 (Salem, 1990). 현대의 이상적인 신체이미지는 지나치게 마르고 젊은 체형으로, 정상적인 체형의 소유자 라고 해도 이상적인 신체이미지와 비교로 인해 왜곡된 신체이미지를 갖는 경우가 많다(Colburn, 1992; Stephens, Hill, & Hanson, 1994). 따라서 현대에서 신체이미지가 갖는 의미는 상당히 중요하기 때문에 의류학 분야에서는 신체에 대한 만족과 의복을 연결시켜 많은 연구를 진행하여 왔다(LaBat, 1988; LaBat & DeLong, 1990; Shim, Kotsiopoulos, & Knoll, 1991; 이수지·이인자, 1996; 황진숙, 1997).

그러나 신체만족도와 의복행동에 관한 연구가 많음에도 불구하고 신체 각 분야에 대한 만족과 의복 이미지 선호에 대한 연구는 미흡한 실정이다. 또한 신체만족도와 의복에 관한 연구는 대부분 여성을 대상으로 하고 있어 남성에 관한 연구는 매우 부족한 실정이다. 최근 개방화되는 사회·문화적 체계와 소득수준의 향상으로 남성들도 패션과 의류 상품에 많은 관심을 갖게 되면서 남성소비자들의 중요성이 대두되고 있다(섬유저널, 1996). 남자대학생들의 의복이미지 선호는 의류 제조업체와 유통업자 모두에게 있어 기업의 이윤과 직결되는 것으로 의복이미지 선호와 관계된 변수의 연구는 남성소비자들을 위한 시장세분화, 타겟 설정, 마케팅전략에 적용할 수 있다. 그러므로 남자대학생들은 어떤 유형의 의복이미지를 선호하며 이는 신체 각 부분에 대한 만족과 어떤 관계가 있는지 알아보는 것은 의미가 있다고 하겠다.

따라서 본 연구는 남자대학생의 의복이미지 선호와 신체만족도와와의 관계를 알아보고자 하며 구체적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 남자 대학생의 신체만족도와 의복이미지 선호 유형을 밝힌다.

둘째, 의복이미지 선호 유형에 따라 남성소비자를 세분화된 소비자군으로 나눈다.

셋째, 각 세분화된 소비자군 사이에 신체 각 부분에 대한 만족도의 차이를 알아본다.

## II. 이론적 배경

### 1. 의복이미지

의복이미지란 의복을 통해 나타나는 전체적인 느낌으로, 의복의 구성요소에 따라 이미지가 달리 표현될 수 있으며 사회·문화적 요인이나 개인적 요인에 따라 선호하는 의복이미지가 다양하게 나타날 수 있다. 의복이미지의 측정은 의미분척도를 사용할 수 있으며(Sirgy, 1982), 다수의 선행연구들이 의미분척도를 사용하여 의복이미지를 측정하였다(Delong & Larntz, 1980; 강혜원·이주현, 1990; 김은애·이명희, 1992; 유경숙, 1996; 이명희·김현주, 1997; 장은영, 1987; 정인희, 1991; 홍병숙, 1988).

김은애와 이명희(1992)는 의복이미지 선호도를 '진보적-보수적', '캐주얼한-포멀한', '소박한-화려한', '남성적-여성적' 이미지의 4개 요인으로 분류하였다. 유경숙(1996)은 의복이미지를 '독특한-평범한', '고귀한-서민적인', '부드러운-딱딱한', '발랄한-점잖은' 이미지의 4개 요인으로 분류하고 연령과 의복이미지와는 서로 상관이 있음을 밝혔다. 정인희(1991)는 의복스타일 분류의 가장 기본적이고 타당한 기준을 '남성적-여성적', '단순한-장식적', '전원적-도회적' 이미지를 기준으로 삼았는데, 이들 이미지가 의복으로 표현되었을 경우 스타일이라 부를 수 있으며 의복이미지 스타일 분류를 통하여 개인이 어떤 의복이미지를 선호하는지 파악 할 수 있다 하였다.

### 2. 신체이미지와 의복 행동

신체이미지(body image)란 인간이 자신의 신체를 마음속에서 떠올려 보는 것으로(Gergen, 1971), Kalish (1975)에 따르면 신체이미지는 자기개념을

이루는 가장 중요한 요소 중의 하나이다. 많은 학자들은 신체이미지를 평가하기 위한 방법의 하나로 신체만족도를 사용하였는데, 신체만족도란 인간이 자신의 신체 각기 다른 분야에 대해 만족 또는 불만족하는 정도를 표시하는 것을 말한다(Secord & Jourard, 1953). 다수의 연구들에 의하면 신체만족도는 개인의 자아존중, 자기개념, 자기이미지와 밀접한 관계가 있다(Kaiser, 1990; Secord & Jourard, 1953). 즉, 인간은 자신의 신체에 만족할수록 자신을 존중하며, 신체에 불만족할수록 자신감을 잃고 자신을 비하한다는 것이다. 현대에는 특히 외모의 매력력이 인간관계에서 중시되기 때문에 외모가 이상적인 미의 기준에 비해 뒤쳐진다고 생각되면 이는 신체불만족으로 연결되고 결국 개인의 자아존중에 부정적 영향을 끼친다고 할 수 있다.

의복은 인간의 신체와 가장 밀접한 환경으로 신체이미지와 깊은 관련이 있기 때문에 의류학 분야에서는 신체만족도와 의복변인간의 관계에 대해 많은 연구를 진행하여 왔다 (Damhorst & Littrell, 1984; Davis, 1985; LaBat & Delong, 1990; Shim, Kotsiopoulos & Knoll, 1991; 고애란, 1983; 이영운·강혜원, 1982; 이수지·이인자, 1996; 황진숙, 1998a). 이들 선행 연구에서 신체만족도와 연관지어 연구했던 의복변인으로는 의복흥미, 의복태도, 의복해택추구, 특정스타일의 의복선호, 기성복에 대한 만족, 유행혁신성, 쇼평행동등을 들 수 있다. 예로, 신체만족도와 의복스타일 선호에 관한 연구를 보면 이수지, 이인자 (1996)는 미니스커트 선호가 신체에 대한 만족과 정적인 상관관계가 있다고 하였다. 또한 이영운과 강혜원 (1982)은 중년여성의 경우 신체에 만족할수록 유행하는 의복을 선호한다고 하였다. 그러나 특정 부위에 대한 신체만족과 의복스타일 선호를 다룬 연구는 드물며 이 또한 여성을 대상으로 하고 있다(황진숙, 1998b). 황진숙 (1998b)은 여대생을 대상으로 하여 특정 부위에 대한 신체만족도는 그 부위에 관련된 의복스타일 선

호와 관계가 있음을 밝혔다. 예로 응답자가 체중부위에 만족하면 할수록 몸에 타이트하게 끼는 의복과 밝은 색상의 의복, 허리와 힘을 강조한 의복을 선호하였다.

위의 선행 연구들을 볼 때 신체만족도와 의복행동에 관한 연구는 다수이며 신체에 대한 만족은 의복스타일 선호와 관련이 있음을 알 수 있다. 그러나 대부분의 선행연구는 여성을 대상으로 한 것으로서 남성의 경우 의복이미지 선호에는 어떤 유형이 있으며 이는 신체만족도와 어떠한 관련이 있는지 알아 볼 필요가 있다. 본 연구는 구체적으로 남자대학생의 의복이미지 선호와 신체만족도의 유형을 밝히고, 의복이미지 선호 유형에 따라 남성 소비자를 세분화한 후 각 세분화된 집단사이에 신체만족도의 차이를 알아보고자 한다.

### Ⅲ. 연구방법 및 절차

#### 1. 측정 도구

본 연구는 질문지를 사용하여 자료를 수집하였다. 질문지는 의복이미지 선호도 측정 문항과 신체만족도 측정 문항으로 구성하였다.

의복이미지 선호도 측정은 선행 연구(김은애·이명희, 1992; 유경숙, 1996; 정인희, 1991)에서 사용한 문항 중 18개의 형용사쌍을 채택하여 의미미분척도법으로 상대되는 각 쌍의 형용사에 대하여 1점에서부터 5점을 주었다.

신체만족도 측정은 Mahoney와 Finch(1976)가 사용한 문항 중 신체의 17항목을 채택하여 '매우 불만족 한다'에 1점, '매우 만족한다'에 5점을 준 5점 Likert 척도법으로 측정하였다.

#### 2. 자료수집 및 분석

본 연구의 조사대상은 서울 근교에 거주하는 남

자대학생으로서 임의표집하였다. 조사는 1998년 10월중에 실시되었다. 설문지는 총 230부를 배부하여 219부를 회수하였으나, 회수된 자료 중 적합하지 않은 것을 제외하여 208부가 자료 분석에 사용되었다.

자료분석은 SPSSWIN 통계 프로그램을 이용하여 전산 처리하였으며 통계분석 방법은 요인분석, 군집분석, t-test가 사용되었다.

### IV. 결과 및 논의

#### 1. 신체만족도 요인 분석

신체의 17부분에 대한 만족도를 관련성을 갖는 부위별로 요인을 추출하기 위하여 주성분 분석과 varimax회전법에 의한 요인분석을 실시하였다. 고유치 1이상을 기준으로 4개의 요인을 선택하였으며, 그 결과는 <표 1>과 같다.

<표 1> 신체 만족도 요인 분석

요 인	요 인 부하량	고유치	전 체 변량 (%)
요인 1: 상체 부위 가슴 어깨 등 팔 자세	.790 .732 .722 .704 .442	5.07	29.8
요인 2: 얼굴/머리 부위 얼굴색 피부 얼굴 머리결 목	.790 .769 .720 .719 .452	1.98	11.7
요인 3: 중간 부위 엉덩이 배 허리	.793 .761 .610	1.76	10.4
요인 4: 하체 및 전신 부위 키 다리 체형 몸무게	.775 .649 .590 .549	1.10	6.5

<표 1>에서 요인 1에 속한 신체 부분은 가슴, 어깨, 등, 팔, 자세로 신체의 상체부위와 관련되므로 요인 1의 이름을 상체부위라 하였다. 요인 1에 속한 부위 중 자세부분은 전신과도 관련된다고 하겠으나 남학생의 경우 자세는 상체부위와 더 많은 관련이 있는 것으로 요인분석 결과 나왔다. 요인 2에 속한 신체 부분은 얼굴색, 피부, 얼굴, 머리결, 목으로서 요인 2의 이름을 얼굴/머리 부위라 하였다. 신체 부분 중 엉덩이, 배, 허리는 요인 3에 속하였는데 신체의 중간 부위이므로 요인 3의 이름을 중간 부위라고 하였다. 요인 4에 속한 신체부분은 키, 다리, 체형, 몸무게로서 요인 4의 이름을 하체 및 전신 부위라고 하였다. 요인 1에서부터 요인 4까지의 항목의 요인 부하량은 각각 0.44, 0.45, 0.61, 0.55 이상이었다.

상체 부위는 고유치가 5.07이고 전체 변량의 비율이 29.8%로서 남성의 신체만족도를 구성하는 가장 중요한 부위로 나타났다. 얼굴/머리 부위, 중간 부위, 하체 및 전신 부위의 전체 변량의 비율은 각각 11.7%, 10.4%, 6.5%였다.

#### 2. 의복이미지 선호 요인 분석

의복이미지 선호 요인을 추출하기 위하여 주성분 분석과 varimax회전법에 의한 요인분석을 실시하였다. 고유치 1이상을 기준으로 5개의 요인을 선택하였으며, 그 결과는 <표 2>과 같다.

<표 2>에서 요인 1부터 요인 5까지 각 요인의 이름은 해당하는 문항 내용에 따라 요인 1은 '강한-약한'으로, 요인 2는 '부드러운-딱딱한'으로, 요인 3은 '젊어보이는-성숙한'으로, 요인 4는 '남성적인-여성적인'으로, 요인 5는 '고귀한-서민적인'으로 명명하였다. 문항의 요인 부하량은 요인 1에서부터 요인 5까지 각각 0.51, 0.52, 0.54, 0.51, 0.48 이상이었다.

요인 1은 고유치가 3.60이고 전체 변량의 비율이 20.0%로서 의복이미지 선호를 구성하는 가장 중요한 요인으로 나타났다. 요인 2,3,4의 전체 변량의 비

율은 각각 11.2%, 9.9%, 7.1%, 6.5%였다.

<표 2> 의복이미지 선호 요인

요 인	요 인 부하량	고유치	전 체 변량(%)
요인 1: 강한-약한			
강한-약한	.695	3.60	20.0
독특한-평범한	.688		
대담한-조심성 있는	.601		
개방적인-보수적인	.558		
홍분하기 쉬운-침착한	.506		
요인 2: 부드러운-딱딱한			
따뜻한-차가운	.750	2.02	11.2
부드러운-딱딱한	.724		
정열적인-냉정한	.521		
밝은-어두운	.516		
요인 3: 젊어보이는-성숙한			
어린-성숙한	.777	1.78	9.9
젊어보이는-노숙해보이는	.557		
발랄한-점잖은	.542		
요인 4: 남성적인-여성적인			
남성적인-여성적인	.764	1.27	7.1
지배적인-순종적인	.574		
지적인-감정적인	.507		
요인 5: 고귀한-서민적인			
고귀한-서민적인	.787	1.16	6.5
화려한-수수한	.527		
세련된-세련되지 않은	.480		

3. 의복이미지 선호에 따른 집단 세분화

의복이미지 선호 요인에 따라 남성 소비자들을 세분화하기 위해, 요인분석을 통해 확인된 의복이미지 선호의 5가지 요인을 이용하여 군집분석을 실시한 결과, 두 집단으로 분류되었으며, 각 세분 집단의 특성을 알기 위해 t-test를 실시한 결과는 <표 3>과 같다. 두 집단은 의복이미지 선호 요인 중 '강한-약한', '남성적-여성적', '젊어보이는-성숙한' 이미지 선호에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 가장 높은 차이를 보인 것은 '강한-약한' 이미지 선호였다. 집단별 빈도에서 집단 1은 164명, 집단 2는 44명이었다.

집단 1은 집단 2에 비해 강한 이미지, 남성적 이

<표 3> 의복이미지 선호에 따른 집단의 차이

요인	집단 1 (N=164)	집단 2 (N=44)	t 값
강한-약한	15.69	9.97	16.69***
부드러운-딱딱한	10.14	9.13	1.75
젊어보이는-성숙한	8.49	6.86	4.85***
남성적인-여성적인	7.17	5.93	4.14***
고귀한-서민적인	9.15	8.20	2.73

\*\*\* p<0.001

미지, 젊어보이는 이미지를 높게 선호하는 것으로 나타났다. 남자 대학생들의 다수는 집단 1에 속하였고 (78%), 이들은 약하고 성숙하고 여성적인 이미지보다는 강하고 젊어보이며 남성적인 이미지의 의복을 더 선호하는 것으로 나타났다.

집단 2는 집단 1에 비하여 약한 이미지, 여성적 이미지, 성숙한 이미지를 더 선호하는 것으로 나타났다. 남자 대학생의 22%가 집단 2에 속하여서 남자 대학생 중 일부는 강하고 남성적 이미지의 의복보다는 약하고 여성적인 이미지의 의복을 선호하는 것을 보여 주었다.

4. 의복이미지 선호 집단에 따른 신체만족도의 차이

남자대학생의 의복이미지 선호 집단에 따른 신체만족도의 차이를 살펴보기 위하여 t-test를 실시한 결과는 <표 4>와 같다.

신체만족도는 요인분석의 결과에 따라 상체부위, 얼굴/머리 부위, 중간 부위, 하체 및 전신 부위로 측

<표 4> 의복이미지 선호 집단에 따른 신체만족도의 차이

요인	집단 1 (N=164)	집단 2 (N=44)	t 값
얼굴/머리 부위	15.56	16.75	-1.93
상체 부위	16.38	17.00	-1.02
중간 부위	9.26	10.25	-2.01*
하체 및 전신 부위	12.61	13.52	-1.77
전체 부위 (총 합)	53.80	57.52	-2.37*

\*p<0.05

정되었는데 이에 덧붙여 신체 전체 부위를 모두 합한 것에 대한 만족도도 포함하였다. 결과를 보면 집단 1과 2는 신체만족도 중 중간 부위와 신체 전체 부위를 모두 합한 것에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 즉 집단 2는 집단 1에 비하여 중간부위와 신체 전체에 더 만족하고 있는 것으로 나타났다. 집단 2는 의복이미지 중 여성적 이미지, 약한 이미지, 성숙한 이미지를 선호하는 집단으로 이들이 신체의 중간 부위에 만족한다는 것은 그들의 의복이미지 선호와 연결되어 설명할 수 있다. 신체의 중간 부위인 허리, 엉덩이, 배는 여성에게는 많은 관심의 대상이 되며 여성미를 표현함에 있어 중요한 부위로(Cash, 1990; Kwon & Parham, 1994; 황진숙, 1998b), 남자대학생들은 여성미와 관계된 신체 부위에 만족할 때 그 부위를 더 강조하고 어필할 수 있는 여성적 이미지의 의복을 선호한다고 할 수 있다. 이는 현재의 Genderless 유행 경향에 적용시킬 수 있으며 신체 중 중간 부위에 만족하는 남성 소비자는 Genderless 패션의 중요한 타겟이 될 수 있음을 암시해 준다. 또한 집단 2에 속한 남자대학생들은 전체적인 신체만족도에서도 집단 1에 비해서 높은 만족을 나타내어 여성적이며 약하고 성숙한 의복이미지를 선호하는 소비자는 신체 전반에 걸친 만족도가 높다는 것을 보여 주었다.

#### IV. 결 론

본 연구는 남자대학생의 신체만족도와 의복이미지 선호 유형을 밝히고, 의복이미지 선호 유형에 따라 남성소비자를 세분화하여, 세분화된 소비자군의 신체만족도에 대한 차이를 알아보는 것을 목적으로 하였으며, 연구의 결과를 정리하면 다음과 같다.

1. 신체만족도는 요인분석 결과 상체 부위, 얼굴/머리 부위, 중간 부위, 하체 및 전신 부위의 4부위로 구성되었다. 상체부위는 가슴, 어깨, 등, 팔, 자세를 포함하였고, 얼굴/머리 부위는 얼굴색, 피부, 얼굴,

머리결, 목울, 중간 부위는 엉덩이, 배, 허리를, 하체 및 전신 부위는 키, 다리, 체형, 몸무게를 포함하였다.

2. 의복이미지 선호는 5개의 요인으로 압축되었는데, 요인 1은 '강한-약한'으로, 요인 2는 '부드러운-딱딱한'으로, 요인 3은 '젊어보이는-성숙한'으로, 요인 4는 '남성적인-여성적인'으로, 요인 5는 '고귀한-서민적인'으로 명명하였다.

3. 의복이미지 선호 요인에 따라 남성 소비자들을 세분화하기 위해 군집분석을 실시한 결과 두 집단으로 분류되었으며, 두 집단은 의복이미지 선호 요인 중 '강한-약한', '남성적-여성적', '젊어보이는-성숙한' 이미지 선호에서 유의한 차이가 있었다. 집단 1은 집단 2에 비해 강한 이미지, 남성적 이미지, 젊어보이는 이미지를 높게 선호하는 것으로 나타났으며 집단 2는 약한 이미지, 여성적 이미지, 성숙한 이미지를 더 선호하는 것으로 나타났다.

4. 남자대학생의 의복이미지 선호 집단에 따른 신체만족도의 차이를 살펴본 결과 의복이미지 선호 집단은 신체만족도 중 중간 부위와 신체 전체 부위를 모두 합한 것에서 통계적으로 유의한 차이가 있었다. 즉 의복이미지 중 여성적 이미지, 약한 이미지, 성숙한 이미지를 선호하는 집단 2는 집단 1에 비하여 중간부위와 신체 전체에 더 만족하고 있는 것으로 나타났다. 신체의 중간 부위인 허리, 엉덩이, 배는 여성에게는 많은 관심의 대상이 되며 여성미를 표현함에 있어 중요한 부위로, 남자대학생들은 여성미와 관계된 신체부위에 만족할 때 그 부위를 더 강조하고 어필할 수 있는 여성적 이미지의 의복을 선호한다고 할 수 있다. 또한 집단 2에 속한 남자대학생들은 집단 1에 비해 전체적인 신체만족도에서도 높은 점수를 나타내어 여성적이며 약하고 성숙한 의복이미지를 선호하는 남성 소비자는 신체 전반에 걸친 만족도가 높다는 것을 보여 주었다.

이상의 결과에서 볼 때 남자대학생들은 의복이미지 선호에 따라 세분화 될 수 있으며 세분화된 집단은 신체 부위에 대한 만족도에서 차이가 있는 것

을 알 수 있었다.

남자대학생들의 의복이미지 선호에 따른 세분화는 실지로 의류업체 종사자들에게 남자대학생들을 위한 시장 세분화 기준으로 응용 할 수 있으리라 본다. 또한 본 연구는 신체만족도를 요인분석하고 세분화된 집단간 신체 만족도의 부위별 차이를 밝혔는데, 남성의 신체만족도에 대한 요인분석과 의복이미지 선호의 관계를 밝힌 연구는 거의 전무하므로 본 연구의 결과는 의의가 있다고 하겠다. 특히 본 연구의 결과 중 여성적 이미지, 약한 이미지, 성숙한 의복이미지를 선호하는 집단이 신체의 중간 부위인 허리, 엉덩이, 배에 만족한다는 것은 이들을 타겟으로 하는 남성복 업체에 시사하는 바가 있으며 이들이 젠더리스 패션의 중요한 타겟이 될 수 있음을 암시 해 준다.

본 연구의 제한점으로는 제한된 지역의 남자대학생들을 임의로 표집한 것이므로 연구결과의 해석에 신중을 기해야 한다는 사실이다. 후속 연구는 보다 다양한 소비자를 포함시켜 서로 비교 연구하는 것이 필요하리라고 본다. 또한 본 연구는 남성의 의복이미지 선호와 신체 만족도의 관계를 심도있게 다룬 후속 연구를 필요로 한다. 일반적으로 여성의 경우 신체에 대한 만족은 해당 신체 부위를 돋보이는 의복스타일 선호와 긍정적인 관계가 있는데(이영운·강혜원, 1982; 황진숙, 1998b), 본 연구에서는 강하고 남성적인 이미지의 의복을 선호하는 집단은 신체에 대한 만족도가 낮은 것으로 나타나고 있다. 이는 여러 가지로 해석이 가능한 것으로서 강하고 남성적인 이미지로 남에게 돋보이고 싶어하는 남성은 신체조건에 대한 기대치가 높아 신체에 더 불만족 할 수 있다는 해석과 신체에 불만족하므로 남성적이며 강한 의복의 이미지를 이용해 자신의 신체를 보완하고자 하는 의미 등으로 해석 할 수도 있다. 따라서 후속연구에서는 남자대학생들에게 맞는 의복이미지 선호 척도의 개발과 의복이미지 선호에 있어서 그 배후에 깔려 있는 동기, 신체만족도와

관계를 보다 심층적으로 살펴 볼 필요가 있다.

## 참고문헌

- 섬유저널(1996), 3월호, 섬유저널사, 101-115.
- 강혜원, 이주현(1990). 사회적 상호작용에서의 의복의 의미(I). 한국의류학회지, 14(1), 31-43.
- 고애란(1983). 성인남자의 의복행동과 강화통제 및 신체적 만족과의 상관연구:의복수용성, 신분상징성, 만족도를 중심으로, 연세대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김은애, 이명희(1992). 가치관과 의복이미지 및 의복 디자인 선호도에 관한 연구. 복식, 18, 269-281.
- 유경숙(1996). 성역할 정체감과 의복디자인 선호에 관한 연구. 박사학위논문, 성신여자대학교 대학원.
- 이명희, 김현주(1997). 의복스타일 이미지 선호와 자기이미지와와의 관계 연구. 복식, 33, 41-53.
- 이수지, 이인자(1996). 성인여성의 신체만족도 및 스트레스에 따른 미니스타일 선호도에 관한 연구. 복식, 30, 59-68.
- 이영운, 강혜원(1982). 중년기 여성들의 신체적 만족도와 의복행동과의 상관연구, 한국의류학회지, 6(2), 17-24.
- 장은영(1987). 패턴이 의복에 미치는 시각적 효과에 관한 연구. 석사학위논문, 숙명여자대학교 대학원.
- 정인희(1991). 의복 디자인의 구성요인, 계층구조 및 평가차원에 대한 연구. 석사학위논문, 서울대학교 대학원.
- 홍병숙(1988). 의미분별척도법에 의한 양장과 한복의 이미지 비교평가. 한국의류학회지, 12(3), 373-382.
- 황진숙(1997). 신체만족도와 기성복에 대한 만족의 상관관계 연구, 복식, 34, 183-193.
- 황진숙(1998a). 신체만족도와 이상적인 신체상의

- 중요성이 의복추구행태에 미치는 영향, *한국의류학회지*, 22(3), 3-12.
- 황진숙(1998b). 신체만족도가 의복선택에 미치는 영향 연구, *복식*, 41, 107-116.
  - Cash, T.F. (1990). The psychology of physical appearance: Aesthetics, attributes, and images. In T.F.Cash & T.Pruzinsky (Eds.), *Body images: Development, deviance, and change* (pp.51-71). NY: Guilford Press.
  - Colburn, D. (1992, July 28). The ideal female body? Thin and getting thinner. *The Washington Post*, Health section, 5.
  - Damhorst, M.L., & Littrell, M.A. (1984). Clothing interests and body-cathexis of high school cheerleaders. *ACPTC proceedings: Combined central, eastern and western regional meetings*, 38-39.
  - Davis, L.L. (1985). Perceived somatotype, body-cathexis, and attitudes toward clothing among college females. *Perceptual and Motor Skills*, 61, 1199-1205.
  - DeLong, M.R., & Larntz, K. (1980). Measuring visual response of clothing. *Home Economics Research Journal*, 4(8), 281-293.
  - Gergen, K.J. (1971). *The concept of self*. NY: Holt, Rinehart, and Winston.
  - Kaiser, S. (1990). *The social psychology of clothing*. NY: Macmillan.
  - Kalish, R. (1975). *Late adulthood: Perspectives on human development*. Monterey, CA: Brooks/Cole Publishing Company.
  - Kwon, Y., & Parham, E.S. (1994). Effects of state of fatness perception on weight conscious women's clothing practices. *Clothing and Textiles Research Journal*, 12(4), 16-21.
  - LaBat, K.L. (1988). *Consumer satisfaction/dissatisfaction with the fit of ready-to-wear clothing*. Unpublished dissertation, University of Minnesota, Minneapolis.
  - LaBat, K.L., & DeLong, M. (1990). Body cathexis and satisfaction with fit of apparel. *Clothing and Textiles Research Journal*, 8(2), 43-48.
  - Mahoney, E.R., & Finch, M.D. (1976). The dimensionality of body-cathexis. *Journal of Psychology*, 92(2), 277-279.
  - Salem, S.K. (1990). *Perceived body image, importance of ideal body image, self-esteem and depression in female college students*. Unpublished dissertation, California School of Professional Psychology, Los Angeles.
  - Secord, R., & Jourard, S. (1953). The appraisal of body cathexis: Body cathexis and the self. *Journal of Consulting Psychology*, 17, 343-347.
  - Shim, S., Kotsiopulos, A., & Knoll, D. (1991). Body cathexis, clothing attitude, and their relations to clothing and shopping behavior among male consumers. *Clothing and Textiles Research Journal*, 9(3), 35-44.
  - Sirgy, M.J. (1982). Self-concept in consumer behavior: A critical review. *Journal of Consumer Research*, 9, 287-300.
  - Stephens, D.L., Hill, R.P., & Hanson, C. (1994). The beauty myth and female consumers: The controversial role of advertising. *The Journal of Consumer Affairs*, 28, 137-153.