

고등학생의 자기 효능감과 성별 및 계열이 의복 유행성과 과시소비에 미치는 효과

오인희[†] · 정명선

전남대학교 의류학과 · 전남대학교 의류학과 생활과학 연구소

The Effects of High School Students' Self-Efficacy, Sex, and Division of School on Fashionability and Conspicuous Consumption of Clothing

In-Hee Oh[†], Myung-Sun Chung

Dept. of Clothing and Textiles, Chonnam National Univ.

Dept. of Clothing and Textiles, Human Ecology Research Institute, Chonnam National Univ.

Abstract

This study investigated the effects of the high school students' self-efficacy, sex, and division of school upon their clothing fashionability and conspicuous consumption to understand a part of their clothing behaviors during adolescent period.

Questionnaires were distributed to and collected from 575 male and female high school students attending academic and vocational high schools locating in Kwangju, Korea, from October 9 to October 14, 2000.

The data were analyzed using descriptive statistics, factor analysis, MANOVA, and t-test.

The results were as follows:

1. The main effects of the self-efficacy on the fashion interests and fashion knowledge were significant($p < .05$, $p < .01$, respectively).
2. The main effects of the sex of respondents on the fashion interests and fashion knowledge were significant($p < .01$, both).
3. The main effect of the self-efficacy on conspicuous consumption to demonstrate the economic status was significant($p < .01$).
4. The main effects of the sex of respondents on conspicuous consumption to high priced brand oriented was significant($p < .01$).

Key Words : self-efficacy, clothing fashionability, conspicuous consumption of clothing.

[†] Corresponding author : Department of Clothing and Textiles, Chonnam National University,
300 Yongbong-dong, Puk-gu, Gwangju, 500-757, Korea
Tel : 062-530-1340, Fax : 062-530-1349
E-mail : mercury-o@hanmail.net

I. 서 론

1. 연구목적

의복은 인간 내면의 욕구만족과 신체적·심리적 보호의 수단, 심미적 충동발산을 위한 매체 및 사회적 상호작용에서 비언어적 의사소통 수단으로 이용될 수 있는 하나의 상징이다. 이러한 의복에 대한 흥미와 관심은 개인에 따라 그리고 발달시기에 따라 다른 것으로 알려지고 있지만, 급격한 신체적 성장과 변화를 경험하게 되고 정서적, 지적인 측면에서도 변화가 큰 청소년기가 의복과 외모에 대한 흥미와 관심이 특히 높은 시기로 알려진다(Horn, 1968).

청소년기는 자신의 정체성을 확인하려는 자아의식이 발달하고 자신의 가치관이나 신념, 태도 등을 새롭게 형성해 가는 시기이며, 이성에 대한 흥미 또한 증가하는 시기인 만큼 상냥함, 성실성, 성숙성과 같은 추상적인 개념보다는 의복과 외모, 특수한 태도나 말씨, 혹은 물품의 소유를 통해 사회적으로 인정받으려는 경향이 강한 시기이기도 하다(Ryan 1966)

근래 한국 사회의 신속한 경제성장에 따른 물질적 풍요, 지속적인 기술발전에 따른 생활패턴의 변화, 그리고 정보산업의 발전에 의한 가족구조와 가치관의 변화에 따라 청소년기에 속하는 중·고등학생의 독립성과 개성의 추구가 증가하고 있고, 의복과 외모 관련 제품에 사용할 수 있는 그들의 구매력 또한 증가하고 있다. 더욱이 대부분의 중·고등학교가 교복 착용을 의무화하고 있음에도 불구하고 이들의 외모에 대한 규제와 감독이 점차 완화되고 있어 다수의 중·고등학생이 적어도 교외 생활에서는 매우 자유로운 의복 행동을 추구하고 있다. 따라서 청소년을 목표고객으로 하는 의류시장의 규모는 계속 확대되고 있고 이들을 위한 패션제품의 종류 또한 고급화·다양화되고 있다. 이러한 제반 환경이 청소년들로 하여금 고가의 유명 상표나 수입상표 및 최신 유행 의류상품의 선호 경향과 과시적 소비성향을 부추기고 있는 실정이다. 이러한 상황이 충분한 구매력을 갖지 못한 일부 청소년들로 하여금 이러한 소비욕구 충족을 위해 범죄를 저지

르게 하는 원인 요인으로 작용하는 것으로 인식되기도 한다. 그러나 이와 같은 시각에서 최근 남녀 고등학생의 의복행동 특성을 유행 지향적이고 과시적인 것으로 규정해 버리기보다는 그들의 의복 유행 지향성과 과시소비 실태를 명확히 파악해 볼 필요가 있으며, 그러한 행동에 미치는 내적 원인들을 경험적으로 구명해 볼 필요가 있다고 본다.

의복은 한편 The Second Skin(Horn & Gurel, 1985), 혹은 The Visible Self(Roach & Eicher, 1973)로 지칭될 정도로 개인의 자아와 매우 근접해 있다고 주장된다. Sontag와 Schlater (1982)에 따르면 의복은 자아의 구성요소이고, 자아가 형성되고 확인되는 외모의 한 측면이며, 자기 가치 및 자경심의 표현과 관련된다. 장휘숙(1993)은 청소년은 그들 스스로 평가한 자기효능감에 따라 동년배 집단의 행동이나 언어 혹은 의복 스타일의 모방정도를 결정하고 도덕성, 가치관, 사회적 행동 및 성 행동을 결정한다고 하였고, 고애란과 이수경(1998)은 사회적 자기효능감이 높을수록 유행선도력, 심리적 의복 의존성, 주의 집중성이 낮았으며, 최신유행을 선택하는 행동이 높았다고 밝혔다. 이러한 연구들은 특히 자아라는 개념의 하위변인의 하나인 자기 효능감이 청소년기 의복의 유행 추구성향 및 과시적 소비 행동을 설명할 수 있는 예측 변인이 될 수 있음을 시사한다. 따라서 자아 정체성이 확립되는 청소년기에 의복이 개인의 자아에 미치는 효과와 역으로 개인의 자아에 대한 평가가 의복관련 행동에 미치는 효과에 관한 연구는 매우 중요하다고 할 수 있다. 또한 고등학생의 의복 행동에 영향을 미칠 개연성이 큰 변인들로 성별과 계열(인문계, 실업계)을 들 수 있다. 많은 의복행동에서 남녀의 차이가 두드러지고 있음은 주지의 사실이고, 현 고등학교의 계열이 재학생의 특성을 학문 지향적 혹은 직업 지향적으로 판단케 하는 지표가 되고 있어 어느 계열 학교에 재학하는가에 따라 의복에 대한 태도와 행동이 다를 것이라 유추되기 때문이다. 그러나 지금까지 청소년의 의복행동과 여러 심리적 특성과의 관련성을 밝히고자 한 연구들에서 자기효능감과 의복행동과의 직접적인 관련성을 다루거나 성별과 계열에 따른 차이를 다룬 연구는 미흡한 실정이다.

본 연구는 청소년기에 속하는 고등학생의 자기효능감과 성별 및 계열이 의복 유행성과 의복 과시소비 성향에 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정하여 이를 검증함으로써 청소년의 의복행동을 정확히 이해하고 이들의 건전한 소비행동 방안을 제시하는데 도움이 되는 기초자료를 제공하는 것을 목적으로 하였다.

2. 용어의 조작적 정의

자기효능감 : 어떤 결과를 성취하기 위해 필요한 특정 행동을 조직하고 수행할 수 있는 개인 자신의 능력평가의 정도를 의미한다.

의복 유행성 : 의복 유행에 대한 관심이나 흥미 그리고 유행에 관한 지식의 정도를 의미한다.

의복 과시소비 : 자신의 경제적 지위를 타인에게 과시하기 위한 수단으로 의복을 구매하거나 착용하는 정도를 의미한다.

II. 이론적 배경

1. 자기효능감

자기효능감이라는 개념은 자기 자신을 얼마나 유능하고, 능력 있고, 효능있는 사람이라고 생각하는가와 같은, 개인 자신이 스스로 느끼는 유능성, 효능성, 혹은 자신감을 의미한다(Bandura, 1976). 자기 효능감 이론은 모든 형태의 심리학적 치료방법들이 자기 효능에 대한 기대를 창조, 강화시켜주는 역할을 한다는 기본적 가정에 근거한다. Bandura는 이러한 가정에 근거하여 자기효능을 효능기대(Efficacy Expectation)와 반응-결과 기대(Response-outcome Expectation)로 구분하였으며, 자기효능 기대를 “어떤 행동을 성공적으로 수행할 수 있는 개인적 능력에 대한 판단으로, 결과기대를 이러한 행동을 유발시킬 수 개연성이 있는 영향에 대한 판단으로 규정하였다. Bandura는 또한 결과기대 보다는 자기효능 기대가 동기와 더 밀접하게 관련된다고 하였으며, 그 이유는 어떤 행동이 어떤 결과를 수반한다는 것을 알더라도 그 행동을 수반

할 수 있는 능력에 대하여 회의가 간다면 그러한 정보는 행동을 유발할 수 없기 때문이라고 하였다. Schunk(1981)는 주어진 활동을 수행함에 있어 자기의 능력에 대한 판단을 자기효능감으로 보았으며, 보다 구체적으로, 자기효능감을 모호하고 예견할 수 없으며 긴장을 주는 요소가 포함된 구체적 상황에서 자신이 얼마나 행동을 잘 조직하고 수행할 수 있는가에 대한 판단이라고 정의하였다. Wood와 Locke(1987)는 자기효능감을 과제 상황과 관련하여 요구되는 일련의 구체적 행동을 수행할 수 있는 자기 능력에 대한 개인적 인 평가(estimate)로 정의하였다.

자기효능감과 유사한 개념으로는 자아개념(self concept)이나 자아존중(self esteem), 지각된 능력(perceived competence) 등을 들 수 있다. 우선 이 개념들은 인간의 행동에 영향을 미치는 내적 요인으로써 자기 자신에 대한 주관적인 개념을 의미하며 환경을 선택적으로 지각하고 경험을 해석하며 행동의 방향을 결정해 준다는 입장을 취하고 있다는 점에서 자기효능감과 유사한 것으로 해석되고 있다. 그러나 자아개념은 다차원적인 개념으로 한 개인이 자기에게 부여하는 자기 평가와 관련된 모든 특성들의 구조물로 정의되며, 다른 활동이나 같은 활동의 다른 수준, 또는 환경에 따라 변화되는 인지의 복잡성을 올바르게 나타내지 못한다는 점, 즉 혼합된 자아 이미지가 수행과 어느 정도 상관이 있음에도 불구하고 수행자의 내적 타당성을 정확히 예언하지 못한다는 점에서 자기효능감과 차이를 갖는다(Bandura, 1986). 자기 존중은 자신의 지각된 성격 또는 특질에 대한 스스로의 평가이며 자신의 속성이나 단면에 대하여 은연중에 내리는 자기평가의 총체로 정의된다. 자기효능감과 자기 존중이라는 두 개념은 자기 창조적 사고의 각기 다른 측면으로 서로 다른 현상을 나타내며, 자아존중이 자기가치에 대한 평가 즉 자신의 속성을 얼마나 가치 있게 여기며 자신의 행동이 개인의 가치 기준과 얼마나 잘 일치하느냐에 중점을 두는 반면, 자기효능감은 자기 능력의 판단 또는 기대라는 점에서 두 개념이 차이를 지닌다(Bandura, 1986). 한편 지각된 능력은 성취 행동의 조직과 규제에 매우 중요한 역할을 하며, 성취동기를 유발시키는 요인으로 간주되기

때문에(Dweck & Goetz, 1978), 자기효능감의 기 능과 상당히 유사한 기능을 갖는 것으로 보아진다(우 회정, 1993). 자기효능감과 지각된 능력과의 차이는 자기효능감이 특정한 행동을 수행할 수 있는 능력에 대한 개인의 판단, 즉 성취장면에서 개인 자신의 능력 에 대해 가지는 기대이기 때문에 고정되어 있지 않을 뿐만 아니라 단순히 무엇을 해야 하는가를 아는 것 이상의 인지적, 사회적, 행동적 하위 기능들을 조합된 일련의 행동 코스로 조직하는 생성능력(generative capability)을 의미하는 반면, 지각된 능력은 현재의 능력에 대한 단순한 지각 수준을 의미한다는 점이다 (Bandura, 1982). 따라서 자기효능감은 능력에 대한 지각이기보다는 능력에 대한 기대라는 점에서 행동변 화에 더 강력한 영향요인이 될 수 있을 것으로 보아 진다. 사람은 어떤 일을 할 수 있을 것이라는 기대에 따라 더 많은 노력을 하게 되고 이에 따라 행동도 변 화시킬 것으로 예측되기 때문이다. Bandura(1977b) 는 기존의 심리학 이론 및 연구가 주로 지식의 획득 이나 반응 수행에 관심을 갖는 반면, 획득된 지식과 반응 수행이라는 양자의 상호관계를 매개하는 인지과 정을 도외시켰다는 지적과 함께 이 양자를 연계시키 기 위해 '환경적 정보가 직접적으로 인간 행동에 영향 을 미치지 않고 인지적 매개과정에 의하여 처리되고 변형되어 영향을 미친다'는 이론을 제안하였다. 지금 까지의 자기효능감에 관한 여러 학자들의 이론을 '종합해 볼 때 자기효능감이란 구체적 상황에서 목표수 준의 수행에 필요한 행동을 조직하고 수행하는 것에 대한 개인 능력의 판단 또는 기대를 의미한다고 할 수 있다.

Holahan과 Holahan(1987)은 자기효능감을 높게 지각한 사람일수록 사회적 지지를 실제로 더 많이 받 은 것으로 보고하였고, Lefocourt (1976), Stiprck 와 Weisz(1981)는 내적 통제 의 소재를 가진 사람들 이 높은 자기효능감을 지닌 것으로 나타났다고 밝혔 다. Bandura (1977)도 개인이 성공을 운이나 기회 로 귀인하지 않고 능력으로 귀인할 때 자기효능감 기 대가 향상되므로 내적 통제 의 소재가 높은 사람이 외 적 통제 의 소재가 높은 사람보다 더 높은 자기효능감 을 지닌다고 보고했다. 자기효능감에 관한 국내 연구

로는 청소년들은 그들이 평가한 효능감 기대에 따라 동년배 집단의 행동이나 언어 혹은 의복의 스타일의 모방정도를 결정하고 도덕성, 가치관, 사회적 행동 및 성 행동을 결정한다고 밝힌 장휘숙(1993)의 연구, 사 회적 자기효능감이 높을수록 유행선도력, 심리적 의복 의존성, 주의 집중성이 낮으며, 최신유행을 선택하는 행동이 높게 나타난다고 밝힌 고애란과 이수경(1998) 의 연구가 있다. 고애란과 이수경(1998)의 연구에서 는 자기효능감이 여고생의 교복착용을 통한 소속감평 가와 의복태도 중 유행관심에 부정적인 영향을 미치 며 의복의 신분상징성과 사회적 승인성에는 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 고애란(2000)의 연 구에서는 일반적 자기효능감과 사회적 자기효능감이 타인위주의 의복착용, 또래유행추종, 개성표현, 의복관 심, 심리적 의복 의존성, 의복 과시성이라는 의복행동 변인에 미친 영향을 검증한 결과 일반적 자기효능감 은 상기한 의복행동 변인들에 부정적인 영향을 미쳤 으며, 사회적 자기효능감은 긍정적인 영향을 미친 것 으로 나타났다.

2. 청소년기의 의복행동 특성

청소년기(adolescence)는 성호르몬의 분비와 급격 한 생리적 변화를 경험하기 시작하는 11-12세 정도부 터 시작하여 추상적 사고능력과 자아정체감 형성이 이루어지는 18-20세 경까지를 말한다. 일반적으로 청 소년기는 중학교 시기인 청소년 초기(early adolescence)와 고교 및 대학시기인 청소년 후기 (late adolescence and youth)의 두 단계로 구분된 다(윤진, 1996). Baugher와 Martin(1981)은 청소 년기가 아동기에서 성인기로 이행해 가는 발달의 과 도기로 안정되어 있지 못하고 사회의 압력, 부모와의 갈등, 미래에 대한 불안 등에 의한 압박감을 많이 받 는 시기이기 때문에 청소년은 동년배 사이에서 안정 감을 얻으려 한다고 하였다. Pritchard와 King(1997)은 청소년기가 급격한 신체적 변화와 아 울러 중요한 정서적 심리적 변화가 수반되는 기간이 며 또래집단 규범들과 사회적 기대들이 이 시기의 자 아개념의 발달에 주요한 역할을 수행한다고 하였다.

김성태(1984)는 청소년기에 자아의식이 발달하기 때문에 자기 중심성향이 강해지고 타인과의 비교 성향이 높아져 강한 경쟁심이 발생된다고 하였다.

한편, Hurlock(1973)은 청년기 동안에 외모가 자아개념에 영향을 주며 동료 집단 내에서 자신의 위치를 확보하기 위해 외모를 매력적으로 보이고 싶어하고 의복을 그 수단으로 사용한다고 하였다. Ryan(1966)은 10대의 청소년에게는 친구에게 수용된다는 것과 다른 친구들의 의복에 동조함으로써 비웃음을 받지 않는 것이 중요하기 때문에 의복이 청소년들의 사회참여에 미치는 영향이 크다고 하였다. Kaiser(1990)는 청소년기에 획득하는 신체에 대한 긍정적 감정이 긍정적인 자아개념과 관련되기 때문에 인생의 어느 시기보다 이 시기에 의복이 중요한 역할을 수행한다고 보았다. 김순화(1992)는 청소년이 동료집단의 인정을 받고 수용되기 위해 동료집단에 동조하게 되고 의복을 그 수단의 하나로 사용하기 때문에, 자신의 의복이 초라하거나 동료의 의복과 어울리지 않는다고 생각될 때는 불안감을 느껴 동료를 회피하고, 자기를 비하하는 경향을 보인다고 하였다. 신옥순(1978)은 심리적 안정성이 낮을수록 외모에서 동조성이 높게 나타나며, 독립성과 자기 주장이 높을수록 외모에서 개성이 높게 나타난다고 밝혔다. Darden(1975)은 성격과 의복행동의 관계를 분석한 결과 사회성은 의복의 동조성과 관계가 있고, 지배성 및 정서적 안정성은 의복의 개성과 관계가 있다고 밝혔다. Aiken은 의복 동조성이 높을수록 사교적이고 복종적인 경향이 높다는 것을 발견하였고, Horn(1975)은 동조성이 높은 사람은 사회적으로 불안정하고 그러한 경향은 청소년 전기에 절정에 달한다고 하였으며, 의복을 개성적으로 착용하는 사람은 사회나 집단의 압력을 극복하기 위하여 정서적 안정성이 높고 개인적 신념에 대한 확신이 있어야 한다고 하였다.

다른 한편, 강혜원(1995), 심정은과 고애란(1997)은 청소년은 일반적으로 의복과 외모에 대한 관심이 높으며, 타인으로부터의 인정을 얻기 위해 혹은 타인의 주의를 끌기 위해 의복을 과시하는 경향을 나타내고, 이런 의복태도로 인해 유행 의복을 선택한다고 하였다.

권미화와 이기춘(1998), 서정희와 석봉화(1998)는 모든 소득계층에서 청소년 소비자의 과시적 소비성향이 비교적 높게 나타난다고 밝혔다. 김은경(1995)은 선행연구의 분석을 통하여 10대를 포함하는 신세대의 구매 행태가 감성적이고, 즉흥적이며, 비평범을 추구하고 유행하는 새로운 무언가에 민감하다는 특징을 갖는다고 밝혔다. 김은경은 또한 그들이 '적절한' 가격을 원하며, 상품의 기능성 못지 않게 디자인을 중시하고 상표에 집착한다고 하였다. 이화자(1994)는 이들 10대를 포함하는 신세대 의생활의 구체적 특성들로 패션이나 유행에 대한 민감성, 유명브랜드 의류의 선호, 장소나 분위기에 어울리는 옷을 입으려는 노력, 의복 구매시 자신에게 어울리는가를 신중히 따지는 것을 열거하고, 이러한 경향들을 '자기표현 세대'로서의 특징이라고 하였다. 박유리와 유수경(1998)은 '슈퍼주니어'라 불리는 오늘날 10대 청소년들의 의복행동 특성을 동조성 패션의 경향, 캐주얼 의류 선호의 경향, 연예인의 의복행동의 모방 경향, 그룹패션의 경향으로 제시하였다.

이상과 같은 문헌고찰을 통해 청소년기가 다른 어떤 시기보다도 의복과 외모에 많은 관심을 갖는 시기이고, 청소년기의 의복은 또래 집단으로부터 승인되고 수용되어 심리적 안정감을 얻는데 중요한 수단이 된다는 것과 의복이 개인의 자아발달 및 자아개념과 관련된다는 것을 확인하였다. 한편, 오늘날 청소년은 어느 세대보다 자기표현이 분명하고 개성을 중시하는 세대이며, 이들이 큰 구매력을 가진 집단이라는 점에서 이들의 의복 행동은 자발적이며 능동적일 것으로 예측되며, 따라서 고등학생들의 자기효능감이 의복에 대한 태도와 행동에 직접적으로 영향을 미칠 것으로 판단된다.

3. 의복 유행성

유행이라는 개념은 접근하는 분야나 학자에 따라 좀더 넓은 의미로 또는 좀더 좁은 의미로 조금씩 달리 정의되고 있다. 넓은 의미에서의 유행은 관습과 마찬가지로 특정한 시기에 한 집단 사람들에 의하여 채택된 의복, 음식, 동작, 언어의 받아들여진 방식으로서

정의될 수 있다. 그러나 유행은 현재의 있는 그대로를 보존하려는 관습과는 달리 변화를 존중한다 (Anspach, 1967). 유행은 어떤 개인을 떠나서 하나의 객관적이 실존을 지닌 집합현상이다. 이것은 전 세대에 또 앞으로 다가올 세대에 종종 터무니없고 기괴한 것으로 보이는 것도 매력적으로 만든다. 유행은 대중의 취향이 집합적으로 세련된 것에 의한 과정이다(Lang & Lang, 1961). 유행은 스타일, 관습 등의 용어와는 구별되어 변화를 강조하며, 당대 사람들이 착용하는 의복에서 무엇인가 의미를 읽게 해주는 시각적 규칙(visual convention)의 부호(code)에 어떠한 수정을 하는 것이다(Davis, 1992). Sproles(1985)는 학자들에 따라서는 유행을 단순한 현상으로 보기도 하나 현재의 관점은 복잡한 과정 지향적인(process-oriented) 것이라고 하였다. 그는 유행을 '한 사회집단 내에서 상당수의 사람들이 그 행위가 시기와 여건에 적절하기 때문에 일시적으로 수용하는 행동방향'으로 보았다. 결국 유행은 특정시기에 널리 받아들여지고 채택되는 스타일 또는 생활양식이며, 하나의 사회적 집합현상으로서 의복 부호(code)에 변화를 주는 것이라고 할 수 있다.

유행지식이란 의복 유행에 관한 전반적인 지식이나 유행스타일의 선택 및 착용과 관련된 전문성을 의미한다. 이러한 지식이나 전문성은 대체로 의견선도자들이 지니고 있는 특성 중의 하나라고 볼 수 있다. Summers(1970)는 여성 의복 유행에 있어서 의견선도자에 관한 연구를 통하여, 유행의 선도도자들은 유행에 대한 관심이 높고, 새로운 유행을 시도해 보는 것을 즐기며 유행에 대한 지식이 풍부하다고 하였다. 또한 Myers와 Robertson(1971)은 전문성이 영향력, 정보공유 및 혁신행동과 함께 의견 선도력을 구성하는 요소라고 하였다.

4. 의복 과시소비

일반적으로 과시소비란 남에게 과시하기 위한 소비로 자신의 욕구를 충족하기 위한 재화나 서비스라면 고가의 가격이라도 지불할 능력이 있다는 것을 다른 사람에게 과시하기 위한 소비이다. Veblen(1912)에

의하면 자본주의란 본질적으로 경쟁을 통한 부의 획득을 강려하기 때문에 성공에 대한 평가도 시샘을 하게 되는 비교(invidious comparison)를 통해서 하게 된다. 따라서 생존에 필요한 수준이상으로 소비를 하게 되며, 이는 금전상의 경쟁의식(pecuniary emulation) 때문이라고 하였다. 그는 사람들이 지위 상징이 되는 물질을 소비함으로써 자신의 신분을 과시하려는 잠재적인 심리가 있으며 이를 과시소비(conspicuous consumption)라고 하였다. Veblen은 또한 과시소비에 대한 동기는 지위와 위신이라는 측면에서, 사회적 중요도로부터 도출된다고 했으며 경제적 과시표현에 대해 보다 폭넓은 사회적·인류학적인 설명을 시도했다. 그리고 소유욕에 대한 기본적 동기는 최저생계와는 무관하며 부로 인해 남으로부터 시샘을 받을 수 있는 특출함이라는 것에서 비롯된다고 믿었다. 재화나 재산의 소유는 사회에서 존경받는 지위를 얻는데 필수요소가 되었고 축적된 부 자체만으로는 사회적 위치를 확고히 할 수 없으며 금전적 우위의 과시가 지위를 가져다준다고 주장하였다. 즉, 개인은 일단 기본적 욕구가 충족되면 그 후에는 그의 상대적 소득이나 계급과는 무관하게 소득의 일정부분을 지위획득을 위해 과시소비를 한다는 것이다(최황렬, 1983). Mason(1981)은 현대적 의미에서 과시소비의 개념을 체계화 시켰는데 그는 과시소비란 지위 상품을 고가의 가격으로 구매할 수 있는 능력을 다른 사람에게 과시하려는 욕망에 의해 자극 받아 행해지는 것으로 보고 소비자 행동에 있어서 예외적인 행동의 한 형태로 파악하였다.

최근 들어 과시소비가 사회적 문제와 과소비를 유발시킨다는 주장이 제기되면서 과시소비에 대한 경험적 연구(이미용, 1991 ; 유명희, 1993 ; 박은아, 1994)가 시도되었고 특히 청소년 소비자의 과시소비 성향에 대한 연구(김문희, 1995 ; 서정희, 석봉화 1998 ; 이승진, 류미현, 정승은 1998)에 관심이 모아졌다. 과시소비성향은 성인들에게 국한되는 것이 아니라 청소년들 사이에서도 널리 확산되고 있는데 이들은 지속적인 경제성장으로 인해 이전 세대들에 비해 물질적 풍요 속에서 성장한 세대로 더 많은 자유재량 소비액을 가지는데 기인하기도 하지만 각 가정이 핵

가족화되면서 자녀수가 감소함과 동시에 부모의 양육 태도가 과잉 보호적이고 지나치게 허용적이어서 자녀의 충동적인 소비욕망에 관대하기 때문인 것으로 여겨진다.

청소년의 과시소비성향을 성별에 따라 연구한 선행 연구에서는 청소년의 과시소비성향은 성별에 따라 차이를 보여 여학생보다는 남학생의 과시소비성향이 높은 것으로 나타났는데(김문희, 1995; 서정희와 석봉화, 1998, 이승신 외, 1998), 이는 남학생이 여학생보다 제품을 구매할 때 과시적 소비를 함으로써 자아를 표출하고자 하는 사회적 동기가 강하므로 여학생보다 남학생의 과시소비성향이 높은 것으로 설명하였다(Mosechis & Churchill, 1978; 김문희, 1995). 반면에 편세린(1997)의 연구에서는 여학생이 남학생보다 과시소비성향이 더 높게 나타났다.

청소년의 월 평균 용돈에 따라 과시소비성향은 유의한 차이를 보여 월 평균 용돈이 많을수록 청소년의 과시소비성향은 높아지는 것으로 나타났다(김문희, 1995; 서정희와 석봉화, 1998). 또한 이승신 외(1998)의 연구에서도 청소년의 월 평균 용돈이 많을수록 자신을 과시하고자하는 과시소비를 많이 하고 있는 것으로 나타나 용돈은 청소년의 과시소비성향에 주요한 결정요인임을 알 수 있다.

한편, 김문희(1995)는 청소년의 경우 준거집단의 영향력이 클수록 과시소비성향의 정도가 크다고 밝혔고 특히 부모의 영향보다는 친구나 대중스타의 영향력이 클수록 과시소비성향이 높다고 하였다. 또한 송은경(1997)의 청소년의 과시소비성향에 대한 연구에서 나타난 관련변수의 영향력을 살펴보면, 친구들의 영향을 많이 받을수록, 우상의 영향을 많이 받을수록, 학교교육의 영향을 적게 받을수록, 광고 수용도가 높을수록, 부모의 교육태도가 허용적일수록 과시소비성향이 높은 것으로 나타났다.

5. 연구가설

이상과 같은 문헌 고찰 결과를 토대로 하고 성별과 계열의 영향력을 예측하여 다음과 같은 연구 가설을 설정하였다.

가설 1: 고등학생의 자기효능감이 의복 유행성에 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 고등학생의 성별이 의복 유행성에 영향을 미칠 것이다.

가설 3: 고등학생의 계열이 의복 유행성에 영향을 미칠 것이다.

가설 4: 고등학생의 자기효능감, 성별, 계열은 상호 작용하여 의복 유행성에 영향을 미칠 것이다.

가설 5: 고등학생의 자기효능감이 의복 과시소비에 영향을 미칠 것이다.

가설 6: 고등학생의 성별이 의복 과시소비에 영향을 미칠 것이다.

가설 7: 고등학생의 계열이 의복 과시소비에 영향을 미칠 것이다.

가설 8: 고등학생의 자기효능감, 성별, 계열은 상호 작용하여 의복 과시소비에 영향을 미칠 것이다.

III. 연구방법 및 절차

1. 측정도구

본 연구를 위한 자료를 수집하기 위해 질문지법을 이용하였으며, 모든 측정도구는 5점 리커트 척도(1점 : 전혀 그렇지 않다, 5점 : 매우 그렇다)로 구성하였다.

첫째, 고등학생의 자기효능감을 측정하기 위해 이수경(1998)이 일반적 자기효능감 측정을 위해 개발한 22문항을 이용하였다.

둘째, 고등학생의 의복 유행성을 측정하기 위해 구은영(1999), 박혜선(1998)의 연구에서 일반적인 유행 행동을 측정하기 위해 사용한 문항들 16문항을 선정하여 이용하였다.

셋째, 고등학생의 의복에서 과시소비 성향을 측정하기 위해 선행연구(이미용, 1991; 유명희, 1993; 이윤희, 1998)에서 사용했던 문항들 중 16문항을 선정하여 이용하였다.

2. 연구대상 및 자료수집

본 연구의 대상은 광주광역시 소재 8개 고등학교, 구체적으로, 인문계 남, 여 고등학교 각각 2개교, 실업계 남, 여 고등학교 각각 2개교에 재학중인 학생들로부터 편의 추출한 575명의 남녀 학생이었다. 2000년 10월 9일에서 14일 사이에 각 학교의 수업시간을 이용하여 질문지를 배부하여 응답케 한 후 수집하였다. 회수된 600부의 질문지 중 응답이 불완전한 질문지를 제외한 575부를 분석에 사용하였다. 조사 대상자의 배경특성은 <표 1>과 같다.

<표 1> 연구대상의 인구통계학적 특성

변수	집 단	빈도	백분율(%)
성별	남	283	49.1
	여	292	50.9
계열	인문계	274	47.7
	실업계	301	52.3
학년	1학년	312	54.3
	2학년	135	23.5
	3학년	128	22.3
가장의 직업	전문직	23	4.0
	경영관리직	82	14.2
	전문기술직	105	18.2
	사무직	119	20.6
	판매서비스직	123	21.3
용돈	2만원미만	147	26.5
	2만원~5만원미만	254	45.8
	5만원~7만원미만	73	13.2
	7만원~10만원미만	34	6.1
	10만원~20만원미만	25	4.5
	20만원이상	22	4.0

조사 대상자의 성 비율은 남자 49.1%, 여자 50.9%로 파악되었고, 인문계와 실업계의 비율은 47.7%와 52.3%인 것으로 나타났다. 1학년이 전체 응답자의 54.3%를 차지했고 2학년이 23.5%, 3학년이 22.3%로 파악되었다. 가정의 직업은 판매서비스직 21.3%, 사무직 20.6%, 전문기술직 18.2% 순으로 나타났다. 월 평균 용돈은 2만원~5만원이 45.8%로 가장 많은 비율을 차지했다.

3. 자료 분석 방법

본 연구의 자료의 분석하기 위해 SPSS/PC for window 7.5.2 version 통계 패키지를 이용하였으며 요인분석, 분산분석, t-test를 실시하였다.

IV. 결과분석 및 논의

1. 자기효능감에 따른 집단분류

자기효능감 측정을 위한 23문항의 신뢰도 분석을 실시한 후 신뢰도가 낮은 3문항을 제외한 20문항에 대한 점수만을 분석에 이용하였다. 20개 문항의 신뢰도는 .83으로 나타났다. 응답자의 자기효능감 점수에 따라 자기효능감이 높은, 중간인, 낮은 3개의 집단으로 분류한 결과 <표 2>와 같이 나타났다. 그러나 자기효능감이 종속변수에 미치는 영향을 명확히 파악하기 위해 중간집단을 제외한 2개 집단만 분석에 이용하였다. 두 집단의 자기효능감 점수 범위는 저집단의 경우 1.91~3.09점, 고집단의 경우 3.43~4.83점까지로 파악되었다.

<표 2> 자기효능감 점수에 따른 집단분류 결과

자기효능감	빈도	%
저(1.91~3.09)	184	32.1
중(3.13~3.39)	182	32.1
고(3.43~4.83)	209	36.8

2. 자기효능감, 성별, 계열이 의복 유행성에 미친 효과

1) 의복 유행성 요인분석

의복 유행성 요인구조를 파악하기 위해 16개 문항을 요인 분석한 후 요인 부하량이 낮은 2개 문항을 제외하고 14개 문항에 대해 고유치 1.0이상인 2개의 요인으로 확정하였다. 2개 요인의 신뢰도 계수는 각각 .89, .88로 높게 나타났으며, 이 요인들이 설명한 총 변량은 약 60%였다.

요인 1은 최신 유행에 대한 응답자의 흥미나 관심을 기술한 다수의 문항들을 포함하였기 때문에 유행흥미로 명명하였다. 요인 1이 설명한 변량은 50.54%로 나타났다. 요인 2는 응답자의 유행하는 의복 스타일의

선택 및 착용 관련 전문성이나 지식 정도를 파악할 수 있는 문항을 포함했기 때문에 유행지식으로 명명하였다. 이 요인이 설명한 변량은 9.56%로 나타났다.

〈표 3〉 의복 유행성 요인분석 결과

요인	유행성 문항	요인1	요인2
요인1 유행 흥미	· 나는 유행에 관해 친구나 주위사람에게 자주 묻는다	.76	.21
	· 나는 어떤 옷이 유행하는지 관심을 갖는다	.75	.29
	· 나는 옷을 사기전에 친구들에게 최근 유행스타일에 대해 물어본다	.73	.15
	· 나는 친구들과 유행에 대해 이야기하는 것을 좋아한다	.70	.25
	· 나는 매 계절 새로 유행하는 옷을 입어 보려고 한다	.66	.40
	· 나는 옷차림에서 새로 유행하는 스타일을 자주 시도해 본다	.66	.42
	· 나는 친구들을 만나면 최근 유행하는 옷에 관해 자주 이야기를 나눈다	.61	.53
	· 나는 TV나 영화에 나오는 가수나 배우의 옷차림에 관심을 갖는다	.60	.20
요인2 유행 지식	· 나는 유행에 관해서 스스로 전문가라고 생각한다	.18	.82
	· 나는 친구들에게 최근 유행에 대해 자신 있게 설명할 수 있다	.26	.80
	· 대부분의 친구들이 나를 유행에 관한 좋은 충고자로 여긴다	.22	.79
	· 나는 다른 친구들보다 유행에 대해 더 많이 그리고 자세히 알고 있다	.33	.74
	· 나는 친구들로부터 유행에 관한 의논을 자주 받는다	.38	.67
	· 나는 친구가 새 옷을 사고자 할 때 도움말을 해준다	.25	.60
고유치		7.06	1.34
설명분산(%)		50.54	9.56
누적분산(%)		50.54	60.09
Cronbach's Alpha		.89	.88

2) 자기효능감, 성별, 계열이 의복 유행성에 미친 효과 분석

자기효능감이, 성별, 계열이 유행성에 미친 주 효과와 상호작용효과를 분석한 결과 〈표 4〉와 같이 나타났다. 첫째, 자기효능감이 유행성에 미친 주 효과는 유행흥미(p<.05)와 유행지식(p<.01)요인 모두에서 유의하게 나타났다. 둘째, 성별이 유행성에 미친 주 효과는 유행흥미(p<.01)와 유행지식(p<.01)요인 모두에서 유의하게 나타났다. 그러나 계열이 유행성에 미친 주 효과는 유행흥미와 유행지식 요인 모두에서 유의하게 나타나지 않았다. 자기효능감, 성별, 계열이 유행성에 미친 상호작용효과 역시 유의하게 나타나지 않았다.

〈표 4〉 자기효능감, 성별, 계열이 의복 유행성에 미친 효과

효과	독립변인	종속변인	
		유행성(F-value)	
		유행흥미	유행지식
주 효과	자기효능감	4.358 ^{**}	8.041 ^{**}
	성별	21.518 ^{**}	14.242 ^{**}
	계열	0.488	0.137
2원 상호작용	자기효능감×성별	0.394	0.065
	자기효능감×계열	0.006	0.118
	성별×계열	0.027	0.085
3원 상호작용	자기효능감×성별×계열	0.149	0.089

* : p<0.05, ** : p<0.01

(1) 자기효능감이 의복 유행성에 미친 효과

자기효능감이 유행성에 미친 영향을 구체적으로 파악하기 위해 자기효능감이 낮은 집단과 높은 집단간의 유행성의 차이를 분석한 결과 <표 5>와 같이 나타났다.

<표 5> 자기효능감에 따른 의복 유행성 차이

구분	자기효능감		t-value
	저(N=184)	고(N=208)	
유행흥미	2.72 (0.78)	2.87 (0.80)	1.837
유행지식	2.32 (0.74)	2.51 (0.74)	2.581**

* : p<0.05, ** : p<0.01

자기효능감이 낮은 집단과 높은 집단간 유행흥미에서는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았으나, 유행지식에 있어서는 집단간 유의한 차이가 있었으며 (p<.01), 자기효능감이 낮은 집단보다 자기효능감이 높은 집단의 유행지식이 더 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 유행에 대한 관심이나 흥미가 이 시기 청소년의 보편적 특성이라는 것을 시사하며, 자기효능감이 높은 사람은 새로운 유행에 관한 많은 더 많은 정보를 가지고 있어 유행에 관한 의견선도자 역할을 할 수 있다는 것을 시사한다. 그러나 분석 대상 고등학생의 유행 흥미와 유행지식 점수가 전반적으로 높지 않다는 사실이 주시되며, 이는 최근 고등학생의 의복행동이 매우 자유롭고 유행 지향적으로 비칠지라도, 학교에서 많은 시간 교복을 착용한다는 사실에 기인하는 것으로 해석된다. 이 결과는 사회적 자기효능감이 높을수록 최신 유행을 선택하는 행동이 높게 나타났다고 밝힌 고애란과 이수경(1998)의 연구 결과를 부분적으로 지지한다.

(2) 성별이 의복 유행성에 미친 효과

성별이 의복 유행성에 미친 영향을 구체적으로 파악하기 위해 남학생과 여학생의 유행성의 차이를 분석한 결과 <표 6>처럼 나타났다.

<표 6> 성별에 따른 의복 유행성 차이

구분	성별		t-value
	남자(N=187)	여자(N=201)	
유행흥미	2.61 (0.84)	2.97 (0.71)	4.51**
유행지식	2.28 (0.80)	2.55 (0.67)	3.66**

** : p<0.01

유행흥미와 유행 지식 모두에서 성별에 따른 유의한 차이가 나타났으며(각각 p<.01), 여학생이 남학생보다 유행에 대한 흥미가 더 높고 유행에 관한 지식을 더 많이 가지고 있는 것으로 나타났다. 이는 성장과정에서 여학생이 남학생보다 외모나 의복에 더 많은 관심을 갖도록 사회화되어진다는 점에서 예측될 수 있었던 당연한 결과로 보아진다.

결과적으로, 자기효능감이 의복 유행성에 영향을 미칠 것이라는 가설 1은 부분적으로 지지되었다. 성별이 영향을 미칠 것이라는 가설 2 역시 지지되었으나, 계열의 영향을 예측했던 가설 3과 세 변인의 상호작용 효과를 기대했던 가설 4는 지지되지 않았다.

3. 자기효능감, 성별, 계열이 의복 과시소비에 미친 효과

1) 의복 과시소비 요인분석

과시소비의 요인구조를 파악하기 위해 과시소비에 관한 16개 문항을 요인 분석하여 요인 부하량이 낮은 7개 문항을 제거한 후 고유치 1.0 이상인 2개 요인으로 확정하였다. 2개 요인의 신뢰도 계수는 각각 .92, .76으로 나타났으며, 이 요인들이 설명한 총 변량은 약 65%였다(<표 7>).

요인 1에는 의복 구매시 상표의 유명도를 중시한다는 문항들이 주로 포함되었기 때문에 상표과시 요인으로 명명하였다. 요인 1이 설명한 변량은 50.07%인 것으로 나타났다. 요인 2에는 무리를 해서라도 값비싼 의복을 구입한다거나 유명상표의 의복 착용으로 부유함을 과시한다는 등의 문항이 포함되었기 때문에 경쟁력 과시 요인으로 명명하였다. 이 요인이 설명한 변량은 15.81%였다.

〈표 7〉 과시소비 변인의 요인분석결과

요인	의복 과시소비 문항	요인1	요인2
요인 1 상표과시	· 나는 옷을 고를 때 유명상표인가 아닌가에 주의를 기울이는 편이다	.89	.22
	· 나는 옷을 구입 할 때 상표를 중요시한다	.88	.11
	· 나는 옷을 구입 할 때 유명 상표를 파는 상점만 살펴본다	.85	.26
	· 나는 옷을 포함하여 어떤 상품을 고를 때 남이 알아주는 상표를 선택한다	.84	.28
요인 2 경제력 과시	· 나는 무리해서라도 비싼 옷을 구입한다.	.21	.79
	· 나는 저축은 못하더라도 옷은 산다	-.07	.68
	· 나는 옷을 구입할 때 주위 사람들에게 내 자신을 과시하고 싶다	.33	.66
	· 나는 학생 수준에 비해 비싼 옷을 입는다	.31	.65
	· 나는 유명상표의 옷을 입을으로써 부유하다는 것을 보여 주고 싶다	.32	.64
	고유치	4.51	1.42
	설명분산	50.07	15.81
	누적분산	50.07	65.88
	Cronbach's Alph	.92	.76

2) 자기효능감, 성별, 계열이 의복 과시소비에 미친 효과 분석

자기효능감, 성별, 계열이 의복과시소비에 미친 주 효과와 상호작용효과를 분석한 결과 〈표 8〉과 같이 나타났다. 첫째, 자기효능감이 의복 과시소비에 미친 주 효과는 경제력과시 요인(p<.01)에서 유의하게 나타났다. 둘째, 성별이 의복 과시소비에 미친 주 효과는 상표과시 요인(p<.01)에서 유의하게 나타났다. 셋째, 계열이 의복 과시소비에 미친 주 효과는 상표과시 요인과 경제력과시 요인 모두에서 통계적으로 유의하게 나타나지 않았다. 넷째, 자기효능감, 성별, 계열이 의복 과시소비에 미친 상호작용효과 역시 통계적으로 유의하게 나타나지 않았다.

〈표 8〉 자기효능감, 성별, 계열이 의복 과시소비에 미친 효과

효과	독립변인	의복과시소비 (F-value)	
		상표과시	경제력과시
주 효과	자기효능감	0.001	7.817**
	성별	20.214**	2.973
	계열	1.928	2.553
2원 상호작용	자기효능감×성별	0.077	0.115
	자기효능감×계열	2.246	0.541
	성별×계열	0.096	0.705
3원 상호작용	자기효능감×성별×계열	0.050	0.007

* : p<0.05, ** : p<0.01

(1) 자기효능감에 따른 의복 과시소비의 차이

〈표 9〉는 자기효능감이 의복 과시소비에 미친 영향을 구체적으로 파악하기 위해 자기효능감이 낮은 집단과 높은 집단간 의복 과시소비의 차이를 분석한 결과이다. 자기효능감이 낮은 집단과 높은 집단간 상표과시에서는 유의한 차이가 나타나지 않았으나, 경제력 과시에서는 두 집단 간 유의한 차이를 나타냈다 (p<.01). 구체적으로, 자기 효능감이 낮은 집단이 높은 집단보다 의복을 경제력 과시 수단으로 이용하는 경향을 더 높게 나타냈다. 이러한 결과는 자기효능감이 낮은 청소년이 자신의 효능감의 결여를 보완하기 위한 수단으로 의복을 통해 경제력을 과시함으로써 자신의 열등감을 극복하여 심리적 안정감을 얻으려는 내적인 심리상태에서 기인한 것으로 추정된다. 또한 이 결과를 남녀고등학생 모두 과시욕구가 높을수록 의복의 과시성이 높게 나타났던 양승진(1986), 심소연(1983)의 연구 결과에 비추어 볼 때, 고등학생의 경우 낮은 자기 효능감과 과시 욕구와의 정적인 관련성을 유추해 볼 수도 있다.

〈표 9〉 자기효능감에 따른 의복 과시소비 차이

구 분	자기효능감		t-value
	저(N=184)	고(N=208)	
상표과시	2.57 (0.89)	2.63 (1.00)	0.625
경제력과시	2.42 (0.69)	2.25 (0.64)	2.599**

** : p<0.01

(2) 성별에 따른 의복 과시소비의 차이

성별이 의복 과시소비에 미친 영향을 구체적으로 파악하기 위해 남학생과 여학생의 과시소비의 차이를 분석한 결과 〈표 10〉과 같이 파악되었다.

〈표 10〉 성별에 따른 의복 과시소비의 차이

구 분	성별		t-value
	남자(N=187)	여자(N=201)	
상표과시	2.81 (1.02)	2.40 (0.84)	4.35**
경제력과시	2.39 (0.73)	2.29 (0.61)	1.50

** : p<0.01

남학생과 여학생간 경제력 과시에서는 유의한 차이가 나타나지 않았으나, 상표과시 요인에서 유의한 차이가 있었다(p<.01). 구체적으로, 남학생이 여학생보다 유명 상표의 의복을 구매함으로써 과시하려는 경향을 더 높게 나타냈다. 이러한 결과는 여학생보다 남학생의 과시소비성향이 높은 것으로 밝힌 선행 연구(김문희, 1995; 서정희와 석봉화, 1998, 이승신 외, 1998) 결과와 부분적으로 일치하며, 또한 독신 남자의 특성들 중 하나가 높은 상표 충성도라고 밝혔던 Judith Langer (1984)의 연구의 결과와 일맥 상통하는 것으로 볼 수 있다. 이와 같은 결과는 남학생이 여학생보다 자아를 표출하고자 하는 더 강한 사회적 동기를 갖기 때문에 경제력 과시의 대리지표가 되는 고가의 상표 지향적인 과시소비를 하는 것으로 해석될 수 있다(cf. Mosechis & Churchill, 1978; 김문희, 1995). 그러나 남학생보다 여학생의 과시소비성향이 더 높다는 것을 발견했던 편세린(1997)의 연구 결과와는 일치하지 않는다는 점을 감안할 때, 성별이 과시소비에 미치는 구체적인 영향에 관한 더 나아가

연구가 필요하리라 본다.

결과적으로 자기효능감이 의복 과시소비에 영향을 미칠 것이라는 가설 5와 성별이 영향을 미칠 것이라는 가설 6은 부분적으로 지지되었으나, 이 관계에서 계열의 주 효과와 세 독립변인의 상호작용효과를 예측했던 가설 7과 8은 지지되지 않았다.

V. 요약 및 결론

본 연구는 최근 전통적인 의복 규범에서 이탈하여 자유롭고 개성적인 의복행동을 보이면서도 동료집단이나 연예인의 외모에 적극적으로 동조함과 아울러 최신 유행을 추구하고 과소비 성향을 보이는 것으로 인식되고 있는 남녀 고등학생을 대상으로 하여 자기효능감, 성별, 및 계열이 의복 유행성과 의복 과시소비에 미치는 영향을 파악하고자 하였다.

연구를 위해 광주광역시에 소재하고 있는 8개의 인문계와 실업계 고등학교 남녀 학생 575명으로부터 자료를 수집하였고, SPSS 7.0 통계패키지를 사용하여 요인 분석, 신뢰도 검증, 기술통계, 다변량 분산분석, t-test를 실시하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다:

- 첫째, 자기효능감이 유행성에 미친 주 효과는 유행 흥미(p<.05)와 유행지식(p<.01)요인 모두에서 유의하게 나타났다. 그러나 자기효능감에 따라 분류된 두 집단 간 유행흥미에서는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았으며, 유행지식에 있어서만 집단간 유의한 차이가 있었고(p<.01), 자기효능감이 낮은 집단보다 자기효능감이 높은 집단의 유행지식이 더 높은 것으로 나타났다.
- 둘째, 성별이 유행성에 미친 주 효과는 유행흥미(p<.01)와 유행지식(p<.01)요인 모두에서 유의하게 나타났으며, 여학생들이 남학생들보다 유행 흥미와 유행지식이 더 높은 것으로 파악되었다.
- 셋째, 자기효능감이 의복 과시소비에 미친 주 효과는 경제력과시 요인(p<.01)에서 유의하게 나

타났으며, 자기 효능감이 높은 집단보다 낮은 집단의 경제력 과시소비 성향이 더 높았다.

넷째, 성별이 의복 과시소비에 미친 주 효과는 상표 과시 요인($p < .01$)에서 유의하게 나타났으며, 남학생들이 여학생들보다 상표 과시에 더 높은 점수를 보였다.

이상과 같은 연구를 통해 고등학생의 자기 효능감과 성별이 부분적으로 의복의 유행성과 의복 과시소비에 영향을 미친다는 것을 실증적으로 구명하였다. 그러나 일반적인 인식과는 달리 고등학교의 계열(인문계, 실업계)은 이러한 의복 행동변인의 예측 요인이 아니라는 것을 확인하였다. 이러한 결과는 유행에 대한 관심이나 흥미 그리고 고가 상표 지향적이고 경제력과 지향적인 의복 행동이 이 시기 청소년의 보편적 특성 중 하나라는 것을 시사한다. 그러나 분석 대상 고등학생의 유행 흥미와 유행지식 점수가 비교적 높지 않다는 사실이 주시되며, 이는 최근 고등학생의 의복행동이 매우 자유롭고 유행 지향적으로 비칠지라도, 학교에서 많은 시간 교복을 착용한다는 사실에 기인하는 것으로 볼 수 있다. 응답자들의 의복 과시소비 행동 점수가 비교적 높지 않다는 사실 역시 이와 같은 맥락으로 해석될 수 있다. 따라서, 고등학생들이 고가의 유명상표나 수입상표 및 최신 유행상품을 선호하여 고가의 의류제품만을 구매하고자 하는 과시적 소비성향을 보인다는 일반적인 시각은 수정될 필요가 있다고 본다. 물론 많은 고등학생들이 TV와 인터넷 등을 통해 다양한 패션제품 광고에 빈번하게 노출되고 있고, 좋아하는 가수들의 뮤직 비디오나, 스포츠에 심취하는 경향이 크기 때문에 연예인이나 스포츠 스타 혹은 광고모델을 그들의 외모에 대한 사회적 비교 대상 혹은 준거인으로 하여 모방하고 있음은 부인할 수 없는 현실이지만, 그들의 의복 유행 지향성과 의복 과시소비가 사회적 문제가 될 정도로 우려할 수준은 아니라는 것이다.

본 연구는 자기효능감이 의복행동 변인에 미치는 효과를 직접적으로 검증했다는 점에서 의의를 지닌다. 그러나, 자기효능감이 본 연구에서 설정한 의복 유행성과 과시소비의 선행 변인인지의 여부를 확인하지 않았다는 한계점을 지닌다. 또한 본 연구의 결과를 직

접적으로 관련시켜 해석할 수 있는 선행 연구가 많지 않다는 점도 하나의 제한점이다. 또한 조사대상이 광주지역 고등학생으로 한정되었기 때문에 본 연구의 결과를 일반화시키는 데에도 무리가 있다.

앞으로, 자기효능감을 포함하는 사회적, 신체적 자아개념이 의복 행동에 미치는 포괄적인 영향을 위치하여 관련 하부 개념들이 의복행동에 미치는 영향을 구체적으로 파악할 수 있는 연구가 필요하다고 본다. 나아가 청소년의 특징적인 의복행동의 내적 동기나 원인을 구명할 수 있는 연구의 필요성이 제기되며, 그러한 연구를 토대로 하여 청소년의 성격과 자아개념의 발달에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 의복과 외모관리의 방안이 제시되기를 기대한다.

참고문헌

- 강혜원(1995). **의상사회심리학**. 교문사, 서울
- 고애란, 이수경(1998). 청소년기 여학생의 의복행동에 대한 자의식과 신체태도 및 체중조절 행동의 영향연구. 연세대학교 **생활과학연구논집** : 15-29
- 고애란, 진병호, 심정은(2000). 청소년기 여학생의 의복행동에 대한 영향요인 연구. **한국의류학회지** 24(4) : 475-486
- 권미화, 이기춘(1998). 청소년소비자의 소비가치와 관련요인. **대한가정학회지** 36(8) : 141-158
- 김문희(1995). 청소년 소비자의 과시소비에 관한 연구. 목포대학교 대학원 석사학위논문
- 김성태(1984). **발달심리학**. 범문사, 서울
- 김순화(1992). 교복착용이 학생의 자아개념과 의복행동에 미치는 영향. 한국교원대학교 대학원 석사학위논문
- 김은경(1995). 신세대의 구매행태분석을 통한 신규브랜드 설정 방향 연구. 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문
- 박유리, 유수경(1998). 한국신세대 여성의 패션특성에 관한 고찰 : 1990년부터 1995년까지 라이프 스타일과 의복행동을 중심으로. **복식문화연구** 6(1) : 14-24
- 박은아(1994). 자기존중감, 사회적 인정욕구, 돈에 대한 태도에 따른 현시적 소비. 고려대학교 대학원

- 석사학위논문
- 서정희, 석봉화(1998). 청소년 소비자의 물질주의 가치와 소비지향적 태도가 과소비성향에 미치는 영향. **대한가정학회지** 36(3) : 31-143
- 신옥순(1978). 자아정체감과 외모를 통한 자기개념 및 개성에 관한 의복의 심리적 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문
- 심정은, 고애란(1997). 청소년기의 자의식 및 체중조절 행동과 의복행동과의 관련 연구. **한국의류학회지** 21(8) : 134-145
- 유명의(1993). 의복의 과시적 소비현상과 사회계층과의 관계연구. 전남대학교 대학원 박사학위논문
- 윤진(1993). **청소년심리학**. 한국청소년개발원. 도서출판 서원, 서울
- 이미용(1991). 과소비영향요인 분석. 숙명여자대학교 대학원 석사학위 논문
- 이승신, 류미현, 정승은(1998). 청소년소비자의 소비자능력이 과소비에 미치는 영향. **한국가정관리학회지** 16(2) : 1-10
- 이화자(1994). 신세대시장의 마케팅적 의의와 광고표현 특성에 관한 연구. 연세대학교 언론홍보대학원 석사학위논문
- 장휘숙(1993). **청년심리학**. 도서출판 장승, 서울
- 최황렬(1983). **유한계급**. 양영각, 서울
- 편세린(1997). 청소년의 소비지향적 태도와 과소비성향에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- Anspach, K.(1967). *The Why of Fashion*. Ames, IA: The Iowa State University Press, p. xi.
- Bandura, A.(1977b). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavior Change. *Psychological Review* 84 : 191-215.
- Bandura, A.(1982). Self-efficacy Mechanism in Human Agency. *American Psychologist* 37 : 122-147
- Bandura, A.(1986). *Social Foundations of Thought and Action* : A social Cognitive Theory, Englewood Clirrs, N. J. : Prelice-Hall
- Baughner, S.L., Martin, B.B.(1981). The Decision Filled Years of Adolescence. *Journal of Home Economics* 73 : 40
- Davis, F.(1992). *Fashion, culture, and identity* Chicago: The University of Chicago Press, 14
- Holahan, C.K., Holahan, C.J.(1987). Self- efficacy, Social Support and Depression in Aging. *Journal of Gerontology* 42 : 65-68
- Horn, M.J., Gurel, L.M.(1975). *The Second Skin*(2nd Ed), Boston: Houghton Mifflin Co., 146, 175, 225
- Kaiser, S.B.(1990). *The Social Psychology of Clothing*(2nd ed.). New York, Macmilan Co
- Lang, K., Lang, G.(1961). *Collective Dynamic*. New York: Thomas Y. In M. E. Roach & J. B. Eicher, Eds. Dress, Adornment and the Social order, 321
- Mason, R.S.(1981). *Conspicuous Consumption: A Study of Exception Consumer Behavior*. N. Y. : St. Martin's Press
- Pritchard, M.E., King, S.L.(1997). Adolescent Body Indices and Self-Perception. *Adolescence*, Vol. 32, Issue, 128, 863-881
- Ryan, M.S.(1966). *Clothing: A Study in Human Behavior*. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc, 125, 269-270
- Schunk, D.H.(1981). Modeling and Attributional Effects on Children's Achievement: A Self-efficacy Analysis. *Journal of Educational Psychology* 73(1) : 93-105
- Sproles, G.B.(1985). Behavioral Science Theories of Fashion. In M.R. Solomon, Eds. *The Psychology of Fashion*, 55, Lexington MA: Heath/Lexington Books
- Summers, J.O.(1970). The identity of women's clothing opinion leaders. *Journal of Marketing Research* 7 : 178-185
- Wood, R.E., Locke, E.A.(1987). The Relation of Self-efficacy and Grade to Academic Performance. *Educational and Psychological Measurement* 47(4) : 1013-1024