

학령기 아동의 유행의복에 대한 이미지 지각과 선호의복에 대한 연구

이 정 희*

한남대학교 의류학과

The Study on Image Perception and Preference of Fashionable Clothing of Schoolchildren

Jung-Hi Rhee*

Hannam University

(2004. 9. 8. 접수 : 2005. 1. 14. 채택)

Abstract

The objectives of this study were to investigate differences between image perceptions according to gender, place of residence, and fashion trend; and to examine how the image of preferred clothing was evaluated in each given area of fashion trend. Subjects were 386 schoolchildren (boys:196, girls:190) in Seoul, Daejeon, and Jinju, Korea. Based on a quasi-experiment study, a survey was conducted with a questionnaire providing different clothing images of fashion trend. Stimuli were 5 colored photo pictures of a girl wearing clothing according to fashion trend. The clothing used in the study met requirements of 2004 S/S trend of children's clothing. The high valued clothing sold in three target places were used. There was a significant difference in image perceptions between two sexes. Girls showed more positive attitude in image perceptions toward fashionable clothing in most areas than boys. Children from smaller towns evaluated the model clothing more fashionable. Schoolchildren preferred sporty clothing to the other fashionable clothing. In view of trend, romantic clothing normally viewed less dynamic were evaluated preferable clothing when children viewed the clothing active. Sports-wears were considered fashionable when they viewed the clothing neat and vigorous.

Key words: clothing preference(선호의복), fashionable clothing(유행의복), image perception(이미지 지각), schoolchildren(학령기 아동).

1. 서 론

오늘날 우리 사회는 저 출산의 시대로 접어들면서 가 가정에서는 자기 자신의 아이를 최상의 조건

에서 최고로 키우려는 열망이 커지고 있다. 이러한 사회적 배경아래 최근 의류업체의 골황에도 불구하고 아동복 시장은 새로운 브랜드가 대거 출시되는 등 활기를 띄고 있는 실정이다¹⁾. 최근 어린이는 소비에 대한 관심이 증가되고 있으며, 구매 결정 과정에서

이 논문은 2004년 한남대학교 학술연구비 지원에 의하여 연구되었음.

* 교신저자 E-mail : jhrhee@mail.hannam.ac.kr

1) 삼성패션연구소, "유아농복업체 사업 확장 활발." [Marketing News] (2004년 10월 12일 [2004년 10월 29일 검색]); available from World Wide Web (@: <http://www.samsungdesign.net/Marketing/>)

2) *Ibid.*

도 많은 영향력을 행사하고 있어 이들은 구매 잠재력이 큰 소비자 집단으로 평가되어지고 있다^{2),3)}. 어린이를 대상으로 한 패션산업은 불황을 모르며, 의류 구매시 결정자가 초등학교 고학년 정도면 약 52-60% 정도로 설만 이상이 비교 구매가 가능하다는 연구 결과⁴⁾가 있다. 즉 과거의 아동은 자신의 의견이 반영되는 소비생활의 주체로 여겨지지 못하였으나, 가계 소득 수준이 높아지고 가정의 자녀수가 감소되면서 오늘날 아동의 구매 결정력이 증가되어 소비 활동을 하는 소비자로서 가족의 구매에까지 결정적인 영향을 미치는 소비자로서 그 가치가 높다고 볼 수 있다.

학령기 아동은 일반적으로 초등학교를 다니는 만 7~12세를 말하며⁵⁾, 사회성이 발달하고 즐겁게 노는 시기이며 그들의 중요한 관심은 친구 및 집단원에게 받아들여지는 것이다⁶⁾. 그리하여 어린이는 자신의 옷이 그가 속하고 있는 집단의 스타인과 일치하기를 원하며, 그 집단의 의복이나 행동 등을 모방함으로써 안정감을 얻고자 한다⁷⁾. 특히 11~12세의 사춘기 초기의 경우는 친구들과의 일치 여부에 관심이 있어 외모에 있어서도 그 공통성을 찾으려는 성향을 지니고 있다⁸⁾.

사회생활에서 타인의 이미지를 지각하게 될 때 특히 의복의 특징은 상대방의 이미지에 의미 있는 영향을 주게 되어, 의복은 착용된 사회적 상황과 상호작용하여 개인의 인상에 영향을 미친다⁹⁾. 사람의 외모는 신체적 특징과 외모 장식으로 결정되며 개인적 특징, 문화, 심리적 사회에서의 역할 등을 파악하는 중요한 단서가 된다^{10),11)}. 그러므로 본 연구에서는

아동의 개인적 특성과 문화적 배경의 변인으로 성별과 거주지로 선택하여 그에 따른 유행의복의 이미지 지각을 파악하고자 한다. 성별과 거주지를 연구 변인으로 선정한 이유는 다음과 같다. 초등학교 어린이의 경우 의복 행동이 성별에 따라 다르게 나타나며¹²⁾, 특히 초등학교 5, 6학년은 사춘기에 접어드는 시기로서 이성에 눈을 뜨게 된다. 그러므로 이 시기는 남녀 학생에 따라서 여학생의 의복을 지각하는 성향이 다를 것이다. 또한 사회적 유형이나 소속 집단의 문화는 의복 행동에 영향을 주므로¹³⁾, 의복에 대한 이미지 지각이 거주지에 따라 상이할 것으로 생각하였다. 그리하여 본 연구의 조사 대상지로 도시의 크기와 패션의 발달 정도를 고려하여 서울, 대전, 진주로 정하였다.

따라서 본 연구에서는 초등학교 5, 6학년을 구매력 있는 소비자로 보고, 그들을 대상으로 현재 유행하고 있는 의복에 대한 이미지 지각과 선호 의복에 영향을 주는 이미지를 파악해 보고자 하였다. 이러한 결과는 최근 구매 결정력이 커지고 있는 학령기 아동의 의복에 대한 마적 지각을 연구하는 데 실증적인 자료가 될 것이며, 아동복 업체에 보다 효율적인 상품 기획을 하는 데에 도움이 되고자 한다.

본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 학령기 아동의 성별, 거주지, 유행의복 트렌드에 따른 이미지 지각의 차이를 조사한다.

둘째, 각 유행의복의 트렌드에 따른 보기 좋아하는 의복의 이미지에 영향을 주는 이미지가 무엇인지 파악해 본다.

2) Ibid.

3) 삼성패션연구소, "국내유아농복 시장동향" [Report] (2004년 3월 5일 [2004년 10월 29일 검색]); available from World Wide Web (@ http://www.samsungdesign.net/Report/

4) Ibid.

5) 김선경, "유아복 및 아동복의 연구 동향," *경원대학교 생활과학연구사* 3호 (1997), p. 48.

6) 강혜원, *의상사회심리학*, 개정판 (서울: 경춘사, 2000), p. 108.

7) M. T. Tate and O. Gilsson, *Family Clothing* (New York: John Wiley & Sons, Inc., 1967), p. 255.

8) S. B. Kaiser, *복식사회심리학*, 김순심, 유은희, 이유경, 이은숙 역 (서울: 경춘사, 1991), pp. 107-109.

9) S. B. Kaiser, *The Social Psychology of Clothing: Symbolic Appearance in Context* (New York: Fairchild Pub., 1997), pp. 213-214.

10) S. B. Kaiser, *Op. cit.*, p. 412.

11) M. J. Horn and L. M. Gurel, *The Second Skin*, (Boston: Houghton Mifflin Company, 1981), pp. 158-164.

12) E. B. Hurlock, *Child Development*, (New York: MacGraw-Hill, Inc. 1960), p. 476.

13) M. E. Roach and J. E. Eicher, *가시적 자아: 복식의 관점에서*, 이유경, 이은숙 역 (서울: 경춘사, 1990), pp. 116-131.

II. 이론적 배경

1. 학령기 아동의 특징

아동기는 유아기를 지난 다음의 단계로서 초등학교에 속하는 계층을 말한다. 초등학교 아동의 적령은 만 6세부터 12세까지로서 유아기와 청년기 사이에 해당하는 시기이며, Piaget의 인지 발달 단계에 의하면 전 조작기, 구체적 조작기, 형식적 조작기에 걸쳐있는 시기로서 정서적, 신체적 구조가 생성되는 발달의 시기이다¹⁴⁾.

학령기 아동은 본격적인 사회활동이 시작되나, 이 시기는 사회성이 발달하고 집단의 일원으로서 참여하게 되므로 개개인의 심리적인 변화와 그 표현이 여러 가지 형태로 나타나게 된다¹⁵⁾. 또한 이 시기의 경우 친구들이 하는 외모에 동조하는 것도 중요하기 때문에 학령기 아동의 의복은 심리적 안정감과 불안감에 영향을 주는 중요한 도구가 된다. 아동은 9세 전에는 의복에 관심이 없다가 9~11세에 의복 디자인에 대한 관심이 늘게 되고, 12세 진후에 의복이 자기에게 어울릴 것인가에 큰 관심이 있게 된다¹⁶⁾. 본 연구의 조사대상자인 11~12세 어린이의 경우는 초기 사춘기의 단계로서 의복이나 외모, 장식에 더욱 흥미를 가지며, 동료 집단의 의복에 동조하려는 욕구가 강한 특징을 가지고 있다¹⁷⁾.

이상의 내용에서 아동에게 있어 의복은 중요한 도구가 되며, 특히 학령기 아동의 경우 의복 및 외모에 보다 흥미를 가지므로 그들을 대상으로 의복에 대한 행동을 파악해 보는 것도 의의가 있을 것이다.

2. 아동의 의복행동

학령기 아동의 의복행동을 살펴보면, 성별에 따른 의복 행동의 차이가 있어 초등학교 5학년 여자 어린이들의 경우 지학년이나 남자 어린이들보다 그들의 외모나 옷차림에 신경을 쓰게 되며, 칭찬에 관심을 갖는 특성이 있었다¹⁸⁾. 또한 학령기 아동은 활동이 많은 시기로서 편안한 의복을 선호하며 성인이나 청소년들처럼 벗을 위한 불편함을 참을 수 없으므로 어린이의 활동에 편리하고 자유로운 의복을 선호하였다¹⁹⁾. 따라서 이 시기에는 활동에 제한을 두지 않은 의복이 필요하다고 할 수 있다. Ryan의 연구²⁰⁾에서도 11~12세의 남자어린이들은 간단한 디자인의 실기 옷을 좋아하며, 꼭 끼는 옷은 활동에 불편하므로 싫어하는 경향이 있는 것으로 나타났다. 이미연²¹⁾은 여아의 의복이 남아보다 덜 표준화되어 여아가 남아보다 의복 흥미성이 높다고 하였다. 원선주의 연구²²⁾에서 초등학교 5, 6학년의 아동들은 의복에서 만족성을 가장 중시하였고, 다음으로 안락성, 심미성, 심리적 의존성 등으로 중요시하였다. 홍연숙²³⁾은 취학 전 여아들이 남아들보다 성 역할 태도가 더 개방적이었으며, 이러한 결과는 취학 전 여아들이 남아들보다 성 역할 개념이 더욱 유연하고 의복 성 고정 관념이 적기 때문이라고 하였다. 따라서 우리 사회에서 여아는 남아보다 남성적인 디자인이나 여성적인 디자인의 의복을 입을 수 있는 허용 가능성의 폭이 크고 남아는 남성적인 디자인의 의복을 수용하고자 하는 현상이 있음을 알 수 있다.

아동복의 구매 행동을 보면 어머니가 아동복 구매시 중요하게 생각하는 속성은 품질, 가격, 제품의 다양성이었으며²⁴⁾, 아동복의 구매시 상표의 결정에서는 자녀가 관여하는 비율이 높았다²⁵⁾. 즉 아동의

14) 최정훈, 이훈구, 한종필, 윤진, 정차섭, 오경자, *인간행동의 이해* (서울: 법문사, 1996), pp. 254-258.

15) 원선주, "학령기 아동의 성격형성 정체감과 의복행동에 관한 연구: 서울 시내 국민학교 5, 6학년을 중심으로" (한양대학교 대학원 석사학위논문, 1989), p. 2.

16) 박유련, "아동의 성격형성과 의복행동간의 상관연구." 부산산업대학교 논문집 5권 (1984), pp. 198-197.

17) M. S. Ryan, *Clothing: A Study in Human Behavior* (New York: Holt Reinhart & Wilson, 1966), pp. 241-243.

18) E. B. Hurlock, *Op. cit.*, p. 476.

19) E. B. Hurlock, *Op. cit.*, p. 597.

20) M. S. Ryan, *Op. cit.*, pp. 222-224.

21) 이미연, "국민학교 1, 2, 3학년 아동의 의복행동 연구" (성신여자대학교 대학원 석사학위논문, 1989), p. 34.

22) 원선주, *Op. cit.*, pp. 26-27.

23) 홍연숙, "취학전 아동의 성격특성과 부모의 양육태도가 아동의 의복행동에 미치는 영향" (성신여자대학교 대학원 박사학위논문, 1999), pp. 73-75.

24) 김익환, "아파트 지역 주부의 아동복 구매행동에 관한 연구" (동국대학교 대학원 석사학위논문, 1988), p. 79.

25) 박기애, "아동복 광고가 구매행위에 미치는 영향" (숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 1991), p. 100.

의류구매 시에는 부모가 구매를 제한하고 어린이가 상표를 선택하는 성향이 높아 부모와 어린이에 동시 마케팅이 중요하다²⁶⁾. 그러므로 아동을 대상으로 하여 실제 판매되고 있는 의복에 대하여 어떻게 지각하고 있는지를 파악하여 아동의 의복에 대한 만족도를 높이는 데에 활용되는 것이 중요하다고 본다.

3. 의복이미지 지각과 의복선호

의복은 처음 대면하는 상대방에게 첫 인상 형성에 중요한 평가 기준으로 작용하게 된다²⁷⁾. 즉 인상은 일상생활에서 의복과 몸치장 등을 타인에 대한 추리의 단서로 사용하는데, 특히 의복을 통한 내인 지각은 학습되어온 의복의 속성, 즉 의복의 고정관념에 의해 영향을 받으며, 관찰자의 경험이나 사회적 맥락에 따라 달라질 수 있다²⁸⁾.

의복은 디자인의 요소 즉 색, 형태, 재질 등으로 구성된 문화적 산물로서²⁹⁾, 개인의 아름다움에 대한 관심은 보편적이라 할지라도 여러 문화적 환경에 따라 다르게 나타난다³⁰⁾. 그러므로 본 연구에서는 최근 구매력 있는 소비자로 인식되고 있는 아동을 대상으로 하여 유행하는 의복의 브랜드와 지각자의 특성과 문화적 배경에 따른 이미지 지각의 차이를 파악해 보고자 하였다.

의복에 대한 이미지 지각의 연구에서 수드나 드레스 착용자는 블라우스나 캐츠착용자보다 능숙 및

는 사람으로, 블라우스와 캐츠 착용자는 매력적이고 깔끔한 사람으로 지각되었다³¹⁾. 또한 성상은 품위있고 호감이 가고 지성적이며 권위적인 이미지로 지각되었으나 캐주얼은 활동적인 인상으로 나타났다³²⁾. 셔츠 착용자가 원피스 착용자보다 더 자연스러운 이미지로 지각되었고, 원피스가 셔츠보다 우아한 이미지로 지각되었다³³⁾.

방희선, 고애란의 연구³⁴⁾에서 현재 유행하고 있거나 많이 입혀지는 의복 스타일이 세련된 인상으로 평가하였고, 무난하고 평범한 의복 스타일을 가장 성실한 인상으로 지각하였다. 또한 관찰자 변인 중 연령은 청소년기 의복 스타일에 의한 인상 형성에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

성별에 따른 의복의 이미지 지각의 차이에서 보면 남자는 여자보다 동일한 대상자를 더 짧게 지각하였고³⁵⁾, 여자는 남자보다 의복 단서들에 더 민감하게 반응하였다³⁶⁾. 또한 웨딩드레스를 착용한 모델의 실루엣과 네크라인의 지각에 있어 남자는 여자보다 동일한 지각 대상자를 더 매력적이며 귀엽게 지각하였으며, 여자는 남자보다 더욱 단정하게 평가하는 성향이 있었다³⁷⁾. 섹시한 의복에 대한 인상 형성에 있어 남성이 여성보다 더 호의적이었으며, 매니쉬한 의복에서는 여성이 추측하는 인상이 남성이 받는 인상보다 더 호의적이었다³⁸⁾.

이상의 내용에서 내인 지각에서 의복 이미지는

26) 산성패션연구소, *Op. cit.* (2004년 3월 5일 [2004년 10월 29일 검색]).

27) 김혜원, *Op. cit.*, p. 57.

28) S. B. Kaiser, *The Social Psychology of Clothing* (New York: Macmillan Pub., 1995), p. 184.

29) M. J. Horn & L. M. Gurel, *Op. cit.*, pp. 57-58, 290.

30) M. E. Roach & J. E. Eicher, *Op. cit.*, p. 74.

31) 이주현, "의복단서가 인상형성에 미치는 영향" (연세대학교 대학원 박사학위논문, 1990), p. 74.

32) 남미우, 강혜원, "상황, 의복단서 및 관찰자의 연령이 남지 의복 착용자의 인상에 미치는 영향," *한국의류학회지* 18권 3호 (1994), pp. 325-326.

33) 이명희, 이미연, "여성 의복의 대안매력 평가 연구," *복식문화학회지* 54권 6호 (2004), pp. 101-114.

34) 방희선, 고애란, "청소년의 의복스타일이 인상형성에 미치는 영향," *대한가정학회지* 37권 11호 (1999), pp. 1-10.

35) 이명희, 강승희, "상선구와 새깃 색이 이성의 인상에 미치는 영향," *한국의류학회지* 22권 8호 (1998), pp. 1111-1121.

36) 이현화, 박찬부, "의복단서, 지각자 변인이 여자 한복 착용자의 인상형성에 미치는 영향(II)," *복식* 37권 (1998), pp. 119-132.

37) 이미연, 이명희, "웨딩드레스의 디자인 요소와 지각자 성별에 따른 인상형성 연구(제 1보): 실루엣과 네크라인을 중심으로," *한국의류학회지* 24권 5호 (2000), pp. 724-735.

38) 류숙희, 류지은, "여성 의복스타일이 인상형성에 미치는 영향: 지각자 특성을 중심으로," *복식문화연구* 9권 4호 (2001), pp. 639-650.

디자인, 유행 정도와 지각자의 특성에 따라 다르게 인식되고 있음을 알 수 있었다. 따라서 본 연구에서는 학령기 아동을 대상으로 현재 유행하고 있는 의복에 대하여 지각자의 특성에 따라 어떻게 지각되고 있는지와 어떤 이미지들 보기 좋아하는지를 파악해 보고자 하였다.

III. 연구방법

1. 측정도구

1) 자극물

연구방법은 질문지에 의한 준실험방법을 사용하였으며, 피험자간(between-subjects) 설계가 실시되었다.

본 연구의 의복에 대한 이미지 측정을 위한 자극물은 초등학교 5학년 여자 어린이의 컬러 사진이었으며, 사진의 크기는 12×17cm였다. 자극물의 모델을 선정하기 위하여 비교적 호감이 가는 외모로 평가받은 5명의 어린이를 선정하여 그 중 30명의 초등학교 학생에서 예비조사를 실시하여 가장 순위가 높은 학생을 모델로 성하였다. 이때 모델에게 입혀진 유행 의복은 2004년 S/S에 출시된 유행 의복 트렌드에 따른 의복과 조사대상지에 공통적으로 판매되고 있는 아동복 브랜드 중 판매순위가 높은 브랜드의 의복을

선정하였다. 유행 의복 트렌드는 패션 정보 전문 기관³⁹⁾에서 제시한 5가지 아동복의 트렌드와 시판되는 아동복을 참고로 하여 정하였다. 그 결과 자극물은 로네틱, 내추럴, 마린룩, 팬시룩, 스포티브룩의 5가지가 선정되었으며, <표 1>과 같다.

2) 이미지 지각 척도를 위한 형용사 선정 및 측정 도구

학령기 아동을 대상으로 하는 아동복의 이미지 지각을 위한 문항은 예비조사의 실시와 실험 연구^{40,41)}에서 사용한 용어를 참고하여 선정하였다. 예비조사는 30명의 초등학교 5, 6학년 아동을 대상으로 자극물을 보고 생각나는 형용사를 자유응답식으로 서술하도록 하였다. 수집된 용어는 반복되어 나타나는 용어를 추출하면서 조사에 부적절하다고 판단되는 것들을 제외시켜, 총 11개의 형용사를 선정하였다. 각 형용사는 5단계로 측정하였으며, 심수가 높을수록 해당되는 형용사의 뜻에 더 부합한다는 것을 뜻한다. 예를 들어, '예쁜'이 5점에 가까울수록 더 예쁘다는 것을 뜻한다. 일반적으로 이미지 지각의 척도는 반대되는 형용사 쌍으로 7점 척도로 측정하여 형용사를 요인분석하는 경향이 있다. 그러나 본 연구의 조사 대상자가 초등학생으로서 7점으로 세분화하여 조사하는 것이 어려울 것으로 예상하

<표 1> 자극물

트렌드	로네틱	내추럴	마린룩	팬시룩	스포츠룩
자극물					

39) 인터넷쇼핑대행, "2004 Spring/Summer Fashion Trend: Children's Fashion trend," [Fashion Trend] (2003 [2004년 6월 5일 검색]); available from World Wide Web @ <http://www.ifp.co.kr/trend/children.asp>.

40) 유경숙, "성역할 정체감과 의복디자인 선호에 관한 연구" (성신여자대학교 대학원 박사학위논문, 1996), pp. 35, 43.

41) 이비연, "디자인 요소에 따른 웨딩드레스의 이미지 지각에 관한 연구" (성신여자대학교 대학원 박사학위논문, 1999), pp. 64-65.

이 5점으로 측정하였고, 질문의 문항도 비교적 인지하기 쉬운 11개의 문항을 선택하였다. 한편 아동의 의복에 대한 선호는 자극물의 이미지 측정 중 '보기 좋은' 문항으로 측정하였으며, 인구통계적 변인은 성별, 거주지의 2개 문항을 조사하였다. 질문지는 의복을 착용한 자극물과 함께 이미지 지각을 측정하는 문항을 포함하였다.

2. 자료수집 및 자료분석

본 연구는 2004년 7월에 실시되었으며, 피험자는 서울, 대전, 진주 지역에 거주하는 남녀 초등학생 5, 6학년 386명으로서 1개 자극물에 약 70여명 이상이 반응하였다. 한편 조사 대상자는 서울, 대전, 전주로 하여 지역의 규모와 패션의 발달 정도에 따라 정하였다.

조사 대상자의 분포를 보면, 먼저 성별로 보면, 남학생이 196명(50.8%), 여학생이 190명(49.2%)이었다. 지역별로는 서울이 110명(28.4%), 대전 138명(35.8%), 전주 138명(35.8)이었다(표 2).

통계분석은 SPSS⁴²⁾를 이용하였으며, 분석방법은

〈표 2〉 조사대상자의 특성

변인		N	%
성별	남	196	50.8
	여	190	49.2
거주지	서울	110	28.4
	대전	138	35.8
	진주	138	35.8
합계		386	100.0

일원변량분석, 삼원변량분석, Duncan의 다중범위검정, 다중회귀분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 인구통계적 변인에 따른 이미지 지각의 차이

성별, 거주지, 유행의복 트렌드에 따른 이미지 지각의 상호작용효과를 조사하기 위하여 삼원변량분석을 실시하였으며, 그 결과는 〈표 3〉과 같다.

〈표 3〉 성별, 거주지, 유행의복 트렌드에 따른 이미지 지각의 차이

변량원	주효과			2원 상호작용효과			3원 상호작용효과
	성별(A)	거주지(B)	유행의복 트렌드(C)	A×B	A×C	B×C	A×B×C
df	1	2	4	2	4	4	8
이미지	F						
세련된	2.30	4.84*	1.55	2.31	.56	.85	1.29
츙스런	1.17	1.89	2.90*	3.84*	3.46**	.80	.34
예쁜	42.07**	1.28	2.19	.68	.94	.42	1.19
멋있는	1.50	2.00	3.54**	.71	1.08	1.13	.91
보기 좋은	21.34**	.14	3.45**	1.14	1.43	.46	1.02
움직이기 편한	.56	.13	13.54**	.05	.89	.49	.52
식색한	.96	2.17	5.95**	1.27	.84	.92	1.01
단정한	9.41**	.32	3.80**	1.65	1.01	.97	1.27
작한	13.12**	1.64	4.38**	.77	.37	1.31	.27
부드러운	22.46**	2.53	1.69	.96	.48	.88	.66
활동하기 좋은	.41	.17	16.31**	.42	2.25	.33	.88

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

42) Statistical Package for the Social Sciences, Ver. 8 (Chicago: SPSS, 1997).

〈표 3〉에서 보면 3개 독립변인에 의한 상호작용 효과는 없었다. 2개 변인에 의한 상호작용효과는 촌스런 이미지에 대하여 성별과 거주지, 성별과 유행의복 트렌드에 따라 유의한 차이가 있었다. 주 효과를 보면 성별에 따라서는 예쁜, 보기 좋은, 단정한, 착한, 부드러운 이미지에서 유의한 차이가 있었다. 이러한 결과를 보다 자세히 살펴보기 위하여 주 효과에 대하여 성별, 거주지, 유행의복 트렌드 각각에 따른 이미지 지각의 차이를 일원변량분석과 Duncan의 다중범위검정으로 살펴보았으며, 그 결과는 〈표 4〉~〈표 6〉과 같다.

성별에 따라서는 예쁜, 보기 좋은, 단정한, 착한, 부드러운 이미지에서 유의한 차이가 있었다. 즉 대체적으로 여학생이 남학생보다 자극물에 대하여 더 긍정적인 이미지로 평가하는 경향이 있었다. 즉 여학생들의 경우, 자신과 같은 성이며 자신이 인상적으로 착용하거나 착용할 수 있는 의복이기 때문에 나타난 결과로 해석할 수 있다. 이러한 결과는 자신들과 유사성이 있는 지각 대상자에게 매력을 느낀다는 이론⁴³⁾을 지지하는 것이다.

거주지에 따라서는 세련된 이미지에서 유의한 차이가 있었다. 즉 자극물에 대하여 진주지역의 학생들이 가장 세련되게 평가하였고, 서울학생들이 가장 세련되지 않은 것으로 평가하였다. 이러한 결과를

〈표 4〉 성별에 따른 이미지의 차이 (N=383)

이미지	성별		F
	남 (n=194)	여 (n=189)	
예쁜	1.88	2.51	42.07**
보기 좋은	2.42	2.91	21.34**
단정한	2.85	3.20	9.41**
착한	2.59	2.95	13.12**
부드러운	2.13	2.65	22.46**

**p<.01.

〈표 5〉 거주지에 따른 이미지의 차이 (N=384)

이미지	거주지	서울	대전	진주	F
	(n=109)	(n=137)	(n=137)	(n=137)	
세련된	2.30(b)	2.46(ab)	2.67(a)	4.84**	

**p<.01, 문자 a, b는 Duncan의 다중범위검증결과(p<.05).

통하여 상대적으로 패션이 잘 발달된 한국 패션의 메카인 서울의 어린이들이 다른 도시의 어린이들보다 의복의 유행에 대해 예민하게 지각하여 세련되지 않은 것으로 지각하였다고 할 수 있다. 그러나 상대적으로 패션에 덜 발달된 진주에 거주하는 아동들의

〈표 6〉 유행의복 트렌드에 따른 이미지의 차이 (N=384)

이미지	트렌드						F
	로맨틱 (n=78)	내추럴 (n=76)	마린룩 (n=82)	팬시룩 (n=70)	스포티브룩 (n=78)		
촌스런	2.86(ab)	2.93(ab)	2.65(b)	2.74(b)	3.24(a)	2.90*	
멋있는	1.63(c)	1.82(bc)	1.93(ab)	1.99(ab)	2.14(a)	3.54**	
보기 좋은	2.54(b)	2.54(b)	2.68(b)	2.49(b)	3.03(a)	3.45**	
움직이기 편한	2.19(c)	2.96(b)	2.45(c)	2.33(c)	3.30(a)	13.54**	
씩씩한	2.50(b)	2.30(b)	2.40(b)	2.29(b)	3.05(a)	5.95**	
단정한	3.05(ab)	2.68(b)	3.21(a)	2.88(ab)	3.26(a)	3.80*	
착한	2.95(a)	2.36(b)	2.86(a)	2.67(ab)	2.97(a)	4.38**	
활동하기 좋은	2.10(c)	2.71(b)	2.46(b)	2.01(c)	3.32(a)	16.31**	

*p<.05, **p<.01, 문자 a, b, c는 Duncan의 다중범위검증결과(p<.05).

43) S. B. Kaiser, *Op. cit.*, (1991), pp.226-228.

경우는 의복을 지각하는데 있어 보편적으로 유행하는 의복에 대해 세련됨을 가장 높게 평가하는 성향을 보여 세련성에서 지역적인 차이를 보였다. 이러한 결과를 통하여 도시의 크기가 클수록 의복을 덜 세련되게 지각하는 경향이 있음을 알 수 있었다.

유행의복 트렌드에 따른 이미지 지각에서는 촌스런, 멋있는, 보기 좋은, 움직이기 편한, 씩씩한, 단정한, 착한, 활동하기 좋은 이미지에서 유의한 차이가 있었다. 즉 로맨틱한 의복의 경우는 착한 이미지가 다른 트렌드에 비하여 높았고, 움직이기 편하지 않고 활동하기 좋지 않은 의복으로 평가되었다. 내추럴한 의복의 경우는 비교적 촌스러운 의복으로 평가하는 경향이 있었다. 마린룩은 단정하고 착한 이미지로 평가하였으며, 움직이기 편하지 않은 의복으로 지각하였다. 팬시룩의 경우는 활동하기 불편한 의복으로 평가하는 경향이 높았다. 스포티브룩의 경우는 대부분의 의복 이미지에서 긍정적인 이미지를 나타내어, 활동하기도 좋고 보기도 좋아 보이는 의복으로 평가하였다.

이상의 내용에서 초등학교생들의 경우, 각 유행의복 트렌드에 따른 의복을 상이하게 지각하였으며, 남녀 모두 바지 착용의 스포티브한 의복을 선호하였고 의복에 있어 활동성을 중요하게 평가하는 것을 알 수 있었다. 이러한 결과는 캐주얼웨어가 이해심 있는 사회성이 좋은 사람으로 지각된다는 선행 연구 결과를 지지⁴⁴⁾한다고 볼 수 있다. 즉 학령기의 경우 또래 집단과의 동조성이 중요한 변인인데, 스포티브한 의복의 경우는 일반적으로 초등학생들이 가장 많이 착용하는 스타일로서 자신과 친구들이 평상시 많이 착용하는 스타일이기 때문에 보기 좋은 의복으로 지각되었다고 볼 수 있다. 한편 로맨틱한 의복과 팬시룩의 경우는 다른 의복에 비하여 특히 활동하기 불편한 의복으로 평가되었다.

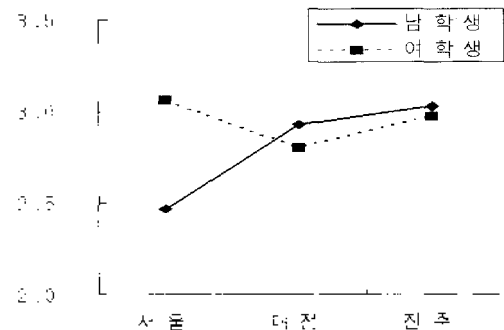
〈그림 1〉은 성별과 거주지에 의한 촌스러운 이미지에 대한 상호 작용 형태를 나타내었다. 여학생의 경

우는 남학생에 비하여 지역에 따른 차이가 크지 않았다. 특히 남학생의 경우는 서울 지역과 대전, 진주 지역 학생들의 이미지 지각에서 큰 차이를 나타내어 대전과 진주 지역 남학생이 서울 지역 학생보다 더 자극물을 촌스런 이미지로 평가하는 경향이 있었다. 〈그림 2〉에서는 촌스러운 이미지에 대하여 성별과 트렌드에 의한 상호 작용 형태를 나타낸 결과이다. 즉 로맨틱, 내추럴, 마린룩은 남학생이 여학생보다 더 촌스러운 이미지로 평가하였으며, 팬시룩과 스포티브룩은 여학생이 남학생보다 더 촌스러운 이미지로 평가하여 성별에 따른 차이를 보였다. 이러한 내용은 대인 지각시 성별에 따라 다르게 평가한다는 선행 연구를 지지하였다^{45, 46)}.

2. '보기 좋은' 의복 이미지에 영향을 주는 이미지 분석

'보기 좋은' 의복 이미지에 영향을 주는 이미지가 무엇인가를 파악해 보기 위하여 '보기 좋은' 문항을 종속변인으로 하여 다중회귀분석을 stepwise 방법으로 실시하였으며, 그 결과는 〈표 6〉과 같다. 이때 각 의복트렌드에 따른 보기 좋아하는 이미지를 파악하기 위하여 의복의 트렌드를 분리하여 조사하였다.

다중회귀분석 시에는 독립변수들간의 다중공선성



〈그림 1〉 촌스러운 이미지에 대한 성별과 거주지에 의한 상호작용형태.

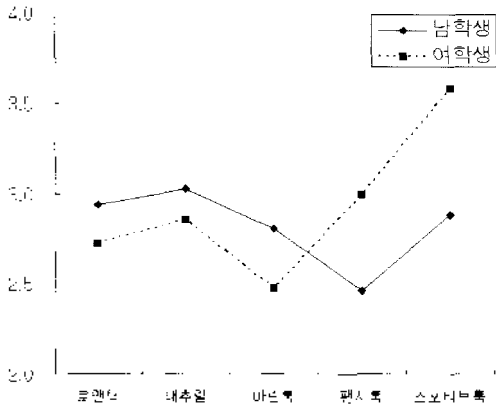
44) S. L. Paek, "Effect of Garment Style on the Perception of Personal Traits," *Clothing & Textiles Research Journal* Vol. 5 No. 1. (1986), pp.130-136.

45) 이명희, 강승희, *Op. cit.*, pp. 1111-1121.

46) 이현화, 박찬부, *Op. cit.*, pp. 119-132.

47) 이미연, 이명희, *Op. cit.*, pp. 724-735.

48) 류숙희, 류지은, *Op. cit.*, pp. 639-650.



〈그림 2〉 촘스런 이미지에 대한 성별과 트렌드에 의한 상호작용형태.

(multicollinearity)이 문제시되므로 독립변인이 어느 정도 서로 독립적인지를 알아보기 위하여 Durbin-Watson 계수를 조사하였다. D-W 계수를 조사한 결과 1.76~2.25이었다. 이것은 0~4범위에서 2에 가까우므로⁴⁹⁾, 다중공선성이 거의 문제시되지 않음을 알 수 있다.

〈표 7〉 '보기 좋은' 이미지에 대한 다중회귀분석

이미지	로맨틱		내추럴		마린룩		펜시룩		스포츠룩	
	beta	t	beta	t	beta	t	beta	t	beta	t
움직임이 편한	.409	4.495**	-	-	-	-	-	-	-	-
세련된	.200	2.185*	-	-	-	-	-	-	-	-
단정한	.270	2.815**	-	-	.528	6.071**	.246	2.450*	.289	3.119**
활동하기 좋은	-	-	-	-	.259	2.905**	-	-	-	-
멋있는	-	-	.604	6.513**	.281	3.140**	.395	3.859**	.218	2.203*
착한	-	-	-	-	-	-	-	-	.270	3.114**
촘스럽지 않은	-	-	-	-	-	-	.233	2.145*	-	-
씩씩한	-	-	-	-	-	-	-	-	.295	3.362**
R ²	.409		.364		.431		.437		.501	
F	17.06**		42.42**		19.15**		17.09**		18.33**	
D-W계수	1.76		2.03		2.09		1.77		2.25	

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

로맨틱 의복에 대한 '보기 좋은' 이미지에 영향을 준 항목은 '움직임이 편한', '단정한', '세련된'의 순으로 영향을 주었으며, 3개 변인의 설명력은 40.9%였다. 즉 로맨틱한 의복에 대해서는 움직임이 편하고 세련되었으며 단정하다고 평가될 때 보기 좋은 이미지로 평가하는 것으로 나타났다.

내추럴한 의복에 대한 '보기 좋은' 이미지에 영향을 준 항목은 '멋있는' 이미지만이 유의한 영향을 주었으며, 1개 변인의 설명력은 36.4%였다. 즉 내추럴한 의복에 대해서는 의복이 멋있다고 느껴질 때 내추럴한 의복을 보기 좋은 의복으로 평가하였다.

마린룩의 의복에 대한 보기 좋은 이미지에 영향을 준 항목은 '단정한', '멋있는', '활동하기 좋은'의 순으로 영향을 주었으며, 3개 변인의 설명력은 43.1%였다. 즉 마린룩의 의복에 대해서는 의복이 단정하고, 활동하기 좋으며, 멋있다고 느낄수록 보기 좋은 이미지로 평가하였다.

펜시룩의 의복에 대한 '보기 좋은' 이미지에 영향을 준 항목은 '멋있는', '단정한', '촘스럽지 않은'의 순으로 영향을 주었으며, 3개 변인의 설명력은 43.7%

49) 조복희, *가정학 연구방법론* (서울: 교문사, 1992), p. 33.

었다. 즉 팬시룩의 의복에 대하여 단정하고 촌스럽지 않으며 멋있다고 느낄수록 팬시룩의 의복을 보기 좋은 이미지로 평가하는 것으로 나타났다.

스포츠리한 의복에 대한 '보기 좋은' 이미지에 영향을 준 항목은 '씩씩한', '단정한', '착한', '멋있는'의 순으로 영향을 주었으며, 4개 변인의 설명력은 50.1%였다. 즉 스포티브한 의복에 대해서는 씩씩하고 단정하며 착하고 멋있다고 느껴질 때 스포티브한 의복을 보기 좋은 이미지로 평가하였다.

전체적으로 아동의 경우는 의복에서 활동성을 매우 중요하게 생각하는 것으로 나타나 활동성이 긍정적으로 느껴지는 대부분의 의복에 대해 각 이미지에 대해 긍정적인 평가를 내린 것으로 나타났다. 각 트렌드에 따른 '보기 좋은' 의복 이미지에 영향을 준 이미지를 파악한 결과 불편하고 활동이 자유롭지 않다고 평가하는 로맨틱과 같은 트렌드의 의복에 대해서는 움직임이 편하다고 평가할 때 보기 좋다고 지각하였다. 초등학생의 경우는 다른 연령층에 비하여 활동이 많은 연령층이기 때문에 나타난 결과로서, 초등학생들이 편안한 의복을 선호하며 활동에 편리하고 자유로운 의복을 선호한다는 선행 연구^{50,51)}의 결과를 지지하는 것이다. 그러므로 여자 아동복의 경우에 대체적으로 미적인 아름다움과 함께 활동성이 있는 의복에 대하여 좋다고 평가하여 의복에 대한 만족도도 높을 것으로 예상할 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 학령기 아동을 대상으로 성별, 거주지, 유행의복 트렌드에 따른 이미지 지각의 차이를 조사하고, 각 유행의복 트렌드에 따른 보기 좋아하는 의복의 이미지에 영향을 주는 이미지가 무엇인지 파악해 보는 것을 목적으로 하였다.

연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 성별에 따라 예쁜, 보기 좋은, 단정한, 착한, 부드러운 이미지에서 유의한 차이가 있어, 대체적으로 여학생이 남학생보다 자극물에 대하여 더 긍정적인 이미지로 평가하였다. 거주지에 따라서는 세련된

이미지에서 유의한 차이가 있어, 진주지역의 학생들이 자극물을 대체적으로 가장 세련되게 평가하였고 서울 학생들이 가장 세련되지 않은 것으로 평가하였다. 트렌드에 따른 이미지 지각에서는 촌스런, 멋있는, 보기 좋은, 움직이기 편한, 씩씩한, 단정한, 착한, 활동하기 좋은 이미지에서 유의한 차이가 있었다. 즉, 로맨틱한 의복의 경우는 착한 이미지와 움직이기 편하지 않고 활동하기 좋지 않은 의복으로 내추럴한 의복은 비교적 촌스러운 의복으로 평가하였다. 마린룩은 단정하고 착한 이미지로 평가하였으며, 팬시룩의 의복은 활동하기 불편한 의복으로 평가하는 경향이 높았다. 스포티브한 의복에 대해서는 대부분의 의복 이미지에서 긍정적인 이미지를 나타내어, 활동하기도 좋고 보기도 좋아 보이는 의복으로 평가하여, 초등학교 5, 6학년들이 가장 좋아하는 의복으로 나타났다.

성별과 거주지에 의한 촌스러운 이미지에 대한 상호작용형태를 나타내어, 여학생의 경우는 지역에 따른 차이가 크지 않았으며, 남학생은 지역에 따른 차이가 있어 대전과 진주지역 남학생이 서울지역학생보다 더 자극물을 촌스런 이미지로 평가하는 경향이 있었다.

촌스러운 이미지에 대하여 성별과 트렌드에 의한 상호작용형태를 나타내어, 로맨틱, 내추럴, 마린룩은 남학생이 여학생보다 팬시룩과 스포티브룩은 여학생이 남학생보다 더 촌스러운 이미지로 평가하여 성별에 따른 차이를 보였다.

둘째, 로맨틱 의복에 대한 '보기 좋은' 이미지는 '움직임이 편한', '세련된', '단정한' 이미지가 영향을 주어, 로맨틱한 의복에 대해서는 움직임이 편하고 세련되었으며 단정하다고 평가될 때 보기 좋은 이미지로 평가하였다. 내추럴한 의복에 대한 '보기 좋은' 이미지는 '멋있는' 이미지만이 유의한 영향을 주어, 내추럴한 의복에 대해서는 의복이 멋있다고 느껴질 때 내추럴한 의복을 보기 좋은 의복으로 평가하였다. 마린룩의 의복에 대한 '보기 좋은' 이미지는 '단정한', '멋있는', '활동하기 좋은'의 이미지가 영향을 주어, 단정하고, 활동하기 좋으며, 멋있다고 느낄수록 보기

50) E. B. Hurlock, *Op. cit.*, p. 597.

51) M. S. Ryan, *Op. cit.*, pp. 222-224.

좋은 이미지로 평가하였다. 팬시룩의 의복에 대한 '보기 좋은' 이미지는 '멋있는', '단정한', '손스럽지 않은' 이미지가 영향을 주어 단정하고 촌스럽지 않으며 멋있다고 느낄수록 팬시룩의 의복을 보기 좋은 이미지로 평가하였다. 스포티브한 의복의 대한 '보기 좋은' 이미지는 '씩씩한', '단정한', '착한', '멋있는' 이미지가 영향을 주어, 씩씩하고 단정하며 착하고 멋있다고 느껴질 때 스포티브한 의복을 보기 좋은 이미지로 평가하였다.

전체적으로 아동의 경우는 활동성이 가미된 의복에 대해 보기 좋다는 평가를 내려, 그들의 의복에서 활동성을 매우 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 즉 이러한 결과는 초등학교생의 경우는 다른 연령층에 비하여 신체활동이 많은 연령층이기 때문에 해석할 수 있다. 그 외에도 의복이 단정하고 멋있다고 느껴지는 의복에 대해 보기 좋은 이미지로 지각하였다. 그러므로 아동복의 생산기회사에 어린이들이 활동적이고 납득과 비슷하게 착용할 수 있는 의복을 선호하므로 활동에 제한을 두지 않는 재질과 디자인으로 상품을 전개해야 할 것이다. 특히 상품 구성에 있어서도 스포티브한 이미지의 의복에 비중을 두어 생산한다면 보다 아동들에게 질적, 양적인 만족도를 주어 기업의 이윤 창출에 도움이 될 것으로 본다.

본 연구의 제한점은 자극물의 모델에 입혀진 의복의 경우 트렌드에 따라 의복을 선택하였으므로 디자인이나 색을 통제하지 못한 점과 조사대상을 초등학교 5, 6학년으로 하였으므로 학령기 아동 모두 적용하는 것에 신중을 기해야 할 것이다. 한편 현재 패션시장의 추세로 볼 때 아동복 시장은 더욱 전문화, 유통의 다각화되어 많은 정보들이 필요하므로 아동을 대상으로 한 의복변인과 관련한 연구가 지속적으로 진행되어야 할 것이다.

참고문헌

- 강해원 (2000). *의상사회심리학*. 서울: 교문사.
- 김선경(1997). "유아복 및 아동복의 연구 동향." *경원대학교 생활과학연구지* 3권.
- 김의환 (1988). "아파트 지역 주부의 아동복 구매행동에 관한 연구." *동국대학교 대학원 석사학위논문*.
- 남마우, 강혜원 (1994). "상황, 의복단서 및 관찰자의 연령이 남자 의복착용자의 인식에 미치는 영향." *한국의류학회지* 18권 3호.
- 류숙희, 류지은 (2001). "여성 의복스타일이 인상형상에 미치는 영향: 지각자 특성을 중심으로." *복식문화연구* 9권 4호.
- 박미애 (1991). "아동복 광고가 구매행위에 미치는 영향." *숙명여자대학교 대학원 석사학위논문*.
- 박옥련 (1984). "아동의 성격형성과 의복행동간의 상관연구." *부산산업대학교 논문집* 5권.
- 방희선, 고애란 (1999). "청소년의 의복스타일이 인상형상에 미치는 영향." *대한가정학회지* 37권 11호.
- 삼성패션연구소 (2004년 3월 5일 [2004년 10월 29일 검색]). "국내유아동복 시장동향." [Report]; available from World Wide Web @ <http://www.samsungdesign.net/Report/>
- 삼성패션연구소 (2004년 10월 12일 [2004년 10월 29일 검색]). "유아동업계 사업확장 활발." [Marketing News]; available from World Wide Web @ <http://www.samsungdesign.net/Marketing/>
- 위선주 (1989). "학령기 아동의 영역할 정체감과 의복행동에 관한 연구: 서울 시내 국민학교 5, 6학년을 중심으로." *한양대학교 대학원 석사학위논문*.
- 유경숙 (1996). "성역할 정체감과 의복디자인 선호에 관한 연구." *성신여자대학교 대학원 박사학위논문*.
- 이명희, 강승희 (1998). "장신구와 재킷 색이 여성의 인식에 미치는 영향." *한국의류학회지* 22권 8호.
- 이명희, 이미연 (2004). "여성 의복의 대인매력 평가 연구." *복식* 54권 6호.
- 이미연 (1989). "국민학교 1, 2, 3학년 아동의 의복행동 연구." *성신여자대학교 대학원 석사학위논문*.
- 이미연 (2000). "디자인 요소에 따른 웨딩드레스의 이미지 지각에 관한 연구." *성신여자대학교 대학원 박사학위논문*.
- 이미연, 이명희 (2000). "웨딩드레스의 디자인 요소와 지각자 성별에 따른 인상형성 연구(제 1보): 실루엣과 네크라인을 중심으로." *한국의류학회지* 24권 5호.

- 이주현 (1990). "의복단서가 인상형상에 미치는 영향." 연세대학교 대학원 박사학위논문.
- 이현화, 박찬부 (1998). "의복단서, 지각자 변인이 여자 한복 착용자의 인상형성에 미치는 영향(II)." 복식 37권.
- 인터패션플래닝 (2003 [2004년 6월 5일 검색]). "2004 Spring/Summer Fashion Trend: Children's Fashion trend." [Fashion Trend]; available from World Wide Web @<http://www.ifp.co.kr/trend/children.asp>
- 조복희 (1992). *가정학 연구방법론*. 서울: 교문사.
- 최정훈, 이훈구, 한종철, 윤진, 정찬섭, 오경자 (1996). *인간행동의 이해*. 서울: 법문사.
- 홍연숙 (1999). "취학 전 아동의 성격특성과 부모의 양육태도가 아동의 의복행동에 미치는 영향." 성신여자대학교 대학원 박사학위논문.
- Horn, M. J. and Gurel, L. M. (1981). *The Second Skin*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Hurlock, E. B. (1960). *Child Development*. New York: MacGraw-Hill Inc.
- Kaiser, S. B. (1991). *복식사회심리학*. 김순심, 유은희, 이유경, 이은숙 역. 서울: 경춘사.
- Kaiser, S. B. (1995). *The Social Psychology of Clothing*. New York: Macmillan Pub.
- Kaiser, S. B. (1997). *The Social Psychology of Clothing: Symbolic Appearance in Context*. New York: Fairchild Pub.
- Paek, S. L. (1986). "Effect of Garment Style on the Perception of Personal Traits." *Clothing & Textiles Research Journal* Vol. 5 No. 1.
- Roach, M. E. and Eicher, J. E. (1990). *가시적 자아: 복식의 관점에서*. 이유경, 이은숙 역. 서울: 경춘사.
- Ryan, M. S. (1966). *Clothing: A Study in Human Behavior*. New York: Holt Reinhart & Wilson.
- Statistical Package for the Social Sciences Ver. 8 (1997). Chicago: SPSS.
- Tate, M. T. and Gilsson, O. (1967). *Family Clothing*. New York: John Wiley & Sons. Inc.