

자아존중감과 신체만족도에 따른 패션 트렌드 수용도

신 수 래[†] · 류 숙 희

계명대학교 의류학과

The Effects of Self-Esteem and Body Cathexis on the Acceptance of Fashion Trends

Soo-Ray Shin and Sook-Hee Ryoo

Department of Clothing and Textiles, Keimyung University

(2004. 11. 18. 접수 : 2005. 3. 19. 채택)

Abstract

The purpose of this study was to examine the effects of self-esteem and the body cathexis on consumers' attitude in acceptance of fashion trends. The subjects were 460 women from in their 20's to 60's living in Daegu area. The scale for self-esteem and the body cathexis were used and self-report questionnaires were applied to measure the acceptance of fashion trends. The data were analysed by frequency, mean, factor analysis, ANOVA and Duncan-test using SPSS-package. The results were as follows. First, the results of analysing the factor of the response of acceptance of fashion trends identified three attitudes; 'active to fashion trends', 'passive to fashion trends' and 'unconcern to fashion trends'. Secondly, there were significant differences in the acceptance of fashion trends in accordance with an age. Thirdly, there were significant differences in the acceptance of fashion trends and clothing shopping orientation according to one's self-esteem and the body cathexis. It appeared that higher the level of self-esteem and the body cathexis predicts an 'active to fashion trend' attitude in acceptance of fashion trends.

Key words: self-esteem(자아존중감), body cathexis(신체만족도), acceptance of fashion trends(패션 트렌드 수용도).

I. 서론

즐거움과 만족을 주는 합리적인 의생활의 영역은 인간의 행복을 증진시키는데 중요한 역할을 하고 있으며 이는 의복의 궁극적인 기능이기도 하다. 소득 및 생활수준의 향상, 라이프 스타일의 변화에 따라 의복 소비 형태가 다양해지고 있는 현대사회에서의 패션 산업은 소비자의 행동을 이해하고 예측하여 목표시장의 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 패션 상

품의 기획과 개발을 중요한 과제로 삼고 있으며 이에 패션업계는 매 시즌마다 소비자의 구매 욕구를 자극하는 다양하고 새로운 패션 트렌드를 제시하며 제시된 트렌드가 다수의 소비자 집단에 의해 수용되기를 기대한다. 이러한 맥락에서 볼 때 소비자 집단내에서의 패션 트렌드 수용과 채택은 의복을 통한 자아표현의 욕구를 충족시키고자 하는 소비자의 입장에서도 이윤의 극대화를 추구하는 기업의 입장 모두에 있어서 중요한 의미를 지닌다고 할 수 있을 것이다. 패션 트렌드는 소비자의 사회문화적 환경과 경제

[†] 교신저자 E-mail : suraysin@yahoo.co.kr

적 상황, 라이프 스타일 그리고 심리적 요인 등에 따라서 채택·수용되기도 하며 혹은 거부되기도 하므로 이러한 차이를 가져오는 소비자 행동의 동기를 이해하는데 중요한 역할을 하는 내적·외적 변수들에 대한 심도있는 연구가 필요하다고 할 수 있다.

소비자 행동의 동기에 영향을 주는 심리적 요인 중의 하나가 자아개념(Self-Concept)이다. 소비자가 각종 마케팅 자극을 어떻게 지각하느냐 하는 것은 그가 자신에 대해 지니고 있는 자아상에 의해 영향을 받을 것으로 추측되며 따라서 자아개념을 통하여 소비자가 동일한 자극대상 혹은 상황에 대해 상이하게 인지하는 현상에 대한 실증적 연구는 중요하다고 할 수 있을 것이다.

지금까지 자아개념과 의복행동 관련의 여러 연구들이 국내외에서 이루어져 자아개념, 자아칭체감 및 신체적 자아와 의복행동간에는 일관성 있게 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다.¹⁾ 그러나, 자아개념과 유행수용과의 관련성을 밝힌 연구는 아직 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 성인 여성의 자아개념이 패션 트렌드의 수용 정도에 영향을 주는가를 규명하기 위하여 자아개념을 이루는 평가적 구성요소인 자아존중감과 신체만족도에 따른 패션 트렌드 수용도를 살펴보고자 하며 또한 연령에 따라 자아존중감의 수준과 유행 수용태도에는 차이가 있을 것으로 사료되어 연령집단별 비교분석을 시도하였다.

II. 이론적 배경

1. 자아존중감과 의복

Coopersmith²⁾는 자아존중감을 '개인이 자신에 대해 형성하고 유지하는 평가로서 자신을 유능하고 중

요하며 성공적이고 가치있다고 여기는 정도'라고 정의하였으며 송인섭³⁾은 자아존중감이 높은 사람의 특성으로 경험에 대하여 개방적 자세를 통하여 모든 감정과 태도를 자유로이 경험하고, 현실에 대하여는 실존적인 삶을 누릴 수 있다고 하였다. 또한 모든 경험을 기본 좋게 받아들이기 때문에 자아는 끊임없이 모든 경험에 의해 영향을 받거나 새롭게 재구성된다고 하였다.

자아존중감과 의복행동에 관한 연구결과들을 고찰해 보면, Humphrey, Klassen, Creekmore⁴⁾는 자아존중감 및 자기개념의 안정성과 의복사용과의 관계를 조사한 연구에서 남녀 모두 자기존중감이 높을수록 의복의 심미성을 중요시하고 의복을 타인의 주의를 끌기 위한 수단으로 사용한다고 하였으며 김순구와 박정순⁵⁾의 성인 남녀를 대상으로 한 연구에서는 자아존중감이 높을수록 의복관리성은 높아지고 의복의 동조성, 정숙성 및 심리적 의존성은 낮아진다고 하였다.

김양진⁶⁾은 성인 여성을 대상으로 한 연구에서 유행 의복 이미지와 자기 이미지의 차이가 클수록 자기 외모 이미지가 낮아지고, 이상적 외모 이미지와 현실적 외모 이미지의 차이가 클수록 신체만족도와 자아존중감이 낮아짐을 밝혔으며 진효정과 임숙자⁷⁾는 여대생 집단과 유행 전문가 집단의 의복 동조성에 대한 연구에서 자아개념이 낮을수록 의복에서는 동조행동이 많이 일어나며 자아개념이 긍정적일수록 동조행동을 덜 하는 것으로 나타났다고 하였다.

전경란⁸⁾은 성인여성의 욕구, 자아존중감, 신체만족도와 성형 및 의복태도의 상호 관련성을 조사한 연구에서 자아존중감은 성적 매력성과 유행, 개성 및 심미성과 정적인 상관을 지니며 신체만족도와 자아존중감이 낮고 과시 욕구와 지배 욕구가 높을수록

1) 상혜원, *의상사회심리학*, 개정판 (서울: 교문사, 1995), p. 290.

2) S. Coopersmith, *The antecedents of self-esteem* (San Francisco: W. H. Freeman, 1967), pp. 4-5.

3) 송인섭, *인간심리와 자아개념* (서울: 양서각, 1989), p. 56.

4) C. Humphrey, M. Klassen and A. M. Creekmore, "Clothing and self-concept of adolescent," *Journal of Home Economics* Vol. 63 No. 4 (1971), pp. 246-250.

5) 김순구, 박정순, "자아존중감과 의복행동간의 상관 연구," *한국의류학회지* 14권 4호 (1990), pp. 305-313.

6) 김양진, "유행의복 이미지가 개인의 자아개념과 의복태도에 미치는 영향," (연세대학교 대학원 박사학위논문, 1996).

7) 진효정, 임숙자, "여대생 집단과 유행 전문가 집단의 의복동조성에 대한 연구," *복식문화연구* 5권 3호 (1997), pp. 47-56.

8) 전경란, "여성의 욕구, 자아존중감과 성형 및 의복태도의 관련 연구," (성신여자대학교 박사학위논문, 2002).

성형에 더 동조한다는 것을 밝혔다.

2. 신체만족도와 의복

Secord와 Jourard⁹⁾는 신체만족도(Body Cathexis)란 신체의 전체나 각 부위에 대한 개인의 만족, 불만족의 느낌으로 이것은 인종과 성에 따라 다르고, 의복행동과 관련된다고 하였으며 Horn & Gurel¹⁰⁾은 이상적인 신체상과 인지된 신체상의 차이가 적을수록 정서적으로 자신에 대해 만족하게 된다고 하였다. Ford와 Drake¹¹⁾도 여대생을 대상으로 한 연구에서는 자아존중감과 신체에 대한 만족도간에 높은 정적 상관관계가 있었으며 또한 신체만족도는 의복에 대한 세련됨과도 정적 상관관계가 있다고 하였다. 이영윤과 강혜원¹²⁾은 중년 여성을 대상으로 한 연구에서 신체만족도와 의복만족도는 유행관심 및 유행 스타일 선호와 정적인 상관관계가 있어 자신의 신체에 만족할수록 유행 관심이 높았으며, 당시의 유행 스타일을 더 선호한다고 하였다.

김양진¹³⁾은 여고생의 신체만족도 연구에서 신체만족도와 의복만족도가 사회적 자아존중감에 같은 수준으로 영향을 미치며 외모변인이 사회적 상호작용에 영향을 주므로 의복에 의한 부정적인 신체 자아 개념의 극복 가능성을 시사하였다.

이연희¹⁴⁾는 여대생을 대상으로 한 연구에서 유행선도력과 의복만족도, 신체만족도간에는 유의한 정적 상관관계가 있어 유행선도력이 높을수록 자신의 의복과 신체에 만족함을 밝혀 내었고 송경자¹⁵⁾는 남녀 대학생들을 대상으로 한 연구에서 신체 이미지가

긍정적인 집단이 유행에 관심이 많고 심리적으로 의복에 더 의존하는 경향을 보이며 또한 의복을 통한 과시행동을 많이 하는 것을 규명하였다.

3. 유행 수용과 패션 트렌드

Sproles¹⁶⁾은 패션과정이란 잠재적 패션상품이 특정환경에 거주하는 소비자에게 소개되어 그 사회에 적합한 것으로 인식되면서 소비자에게 수용되어지는 과정이라고 정의하고 유행 스타일의 수용은 시간의 흐름에 따라 소비자의 특성이나 심리적, 사회적 동기 그리고 유행에 관련된 커뮤니케이션의 확산 등을 기준으로 하여 궁극적으로 소비자들이 결정하게 되는 것이라고 하였다. 오늘날 새로운 유행 스타일의 소개는 패션 트렌드라는 구체적이고 가시적인 유행 이미지를 통하여 제시되고 있는데 Greenwood와 Murphy¹⁷⁾는 패션 트렌드란 패션에 있어 보여지는 움직임의 방향과 다가올 시즌에 널리 퍼질 스타일의 경향이라고 하였다. 또한, 패션 트렌드는 특정시기의 사회, 정치, 경제, 문화 등의 환경적 요인과 함께 소비자의 가치관이나 라이프 스타일과 같은 개인적 변수의 상호작용으로 형성되므로 근래에 와서는 시즌마다 여러 개의 경향이 공존하면서 새로운 트렌드의 지속기간은 점차 짧아지는 현상이 뚜렷해지고 있다.

지금까지의 패션 트렌드에 대한 선행연구를 고찰하여 보면 이재진¹⁸⁾은 패션 트렌드 정보가 여성복 디자인 기획에 미치는 영향을, 박신희¹⁹⁾는 1990년대의 해외 컬렉션과 국내 컬렉션의 패션 트렌드의 비교를, 신현숙²⁰⁾은 미니멀리즘과 맥시멀리즘을 중심으로 국

- 9) P. F. Secord and S. M. Jourard, "The appraisal of body cathexis: Body cathexis and self," *Journal of Consulting Psychology* Vol. 17 No. 5 (1953), pp. 343-347.
- 10) M. J. Horn and L. M. Gurel, *The second skin*, 3rd ed. (Boston: Houghton Mifflin Co., 1981), p. 243.
- 11) I. M. Ford and M. F. Drake, "Attitudes toward clothing body and self: A comparison of two group," *Home Economics Research Journal* Vol. 11 No. 2 (1982), pp. 189-196.
- 12) 이영윤, 강혜원, "중년기 여성들의 신체적 만족도와 의복행동과의 상관관계," *한국의류학회지* 6권 2호 (1982), pp. 17-24.
- 13) 김양진, *Op. cit.*
- 14) 이연희, "유행선도력과 의복 및 신체만족도와의 상관연구," (이화여자대학교 석사학위논문, 1995).
- 15) 송경자, "신체이미지·자아존중감이 의복행동에 미치는 영향," (충남대학교 대학원 석사학위논문, 1998).
- 16) G. B. Sproles, *The psychology of fashion* (Lexington, MA: Hcath Lexinton book, 1985), p. 55.
- 17) K. M. Greenwood and M. F. Murphy, *Fashion innovation & marketing* (New York: Macmillan Publishing Co, 1978), p. 175.
- 18) 이재진, "패션트렌드 정보가 여성복 디자인 기획에 미치는 영향," (숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 2000).
- 19) 박신희, "1990년대 해외컬렉션과 국내컬렉션의 패션트렌드 비교연구," (서울대학교 대학원 석사학위논문, 2000).
- 20) 신현숙, "패션트렌드에 대한 국내 소비자의 수용 현황과 수요분석," (연세대학교 대학원 석사학위논문, 2001).

내 여성소비자의 패션 트렌드의 수용현황과 수요분석을 시도하였다. 또한, 최유돈²¹⁾은 국내 여성복 브랜드 소비자들의 라이프 스타일에 따른 패션 트렌드 선호도를 분석하여 상품 기획안을 모색하였고 신사임²²⁾은 남성 캐주얼웨어를 대상으로 라이프 스타일과 소비자 선호도에 따른 패션 트렌드를 분석하여 의류상품 기획 안을 제시하는 연구를 하였다.

이상과 같이 지금까지의 선행연구들은 주로 소비자의 착장 경향이나 라이프 스타일에 따른 패션 트렌드의 수용현황과 선호도에 대한 연구가 주를 이루고 있음을 볼 수 있다.

III. 연구방법

1. 연구문제

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

〈연구문제 1〉 연령에 따른 패션 트렌드 수용도의 차이를 알아본다.

〈연구문제 2〉 연령 집단별 자아존중감에 따른 패션 트렌드 수용도의 차이를 알아본다.

〈연구문제 3〉 연령 집단별 신체만족도에 따른 패션 트렌드 수용도의 차이를 알아본다.

2. 측정도구

연구문제의 실증적 조사를 위해 설문지를 이용하였다. 설문지의 문항은 선행연구와 문헌조사를 참고로 하여 예비조사를 거친 뒤 수정·보완하여 본 조사에 사용하였다. 설문지의 구성은 자아존중감, 신체만족도, 패션 트렌드 수용도, 인구통계학적 변인에 관한 문항으로 구성되었으며 인구통계학적 변인을

제외한 모든 문항은 5점 Likert 척도로 구성되어 '매우 그렇다'를 5점으로, '전혀 그렇지 않다'를 1점으로 환산하였다. 자아존중감의 문항은 Coopersmith²³⁾의 자아존중감 척도(Self-Esteem Inventory)중에서 가정적 자아존중감과 사회적 자아존중감의 정도를 측정하는 각 5문항과 일반적 자아존중감을 측정하는 6문항의 총 16문항을 번역하여 사용하였으며 신뢰도 계수는 각각 0.64, 0.56과 0.62로 나타났다. 신체만족도 문항은 이영윤²⁴⁾과 김양진²⁵⁾의 선행연구를 참조한 10문항을 이용하여 신체 부위별 만족 정도를 측정하였으며 신뢰도 계수는 0.82로 나타났다. 패션 트렌드 수용도 문항은 김미영과 이은영²⁶⁾, 고애란²⁷⁾, 고애란과 홍희숙²⁸⁾ 등의 유행과 관련된 선행연구를 근거로 총 15문항을 사용하였으며 전체 신뢰도 계수는 0.62로 나타났다.

3. 자료수집과 연구방법

본 연구의 조사 대상자는 대구 지역에 거주하는 만 20세~55세의 성인 여성으로 편의 표집하였다. 자료수집을 위한 설문지 배부는 아파트 단지과 대학교, 교회 등을 중심으로 2002년 12월 1일에서 12월 15일 사이에 이루어졌으며 총 550부를 배부하여 492부를 회수하여 이 중 불성실하게 응답한 32부를 제외한 460부를 최종분석에 사용하였다. 연령의 분포는 20대가 227명(49.5%), 30대가 144명(31.3%), 40대가 67명(14.6%), 50대가 21명(4.6%)으로 20대와 30대의 비중이 높은 편이었으며 40대와 50대는 편의상 40대 이상으로 구분하였다. 자료분석은 SPSS Package를 이용하여 빈도분석, 요인분석, ANOVA, Duncan test를 실시하였다.

21) 최유돈, "국내 여성복 브랜드 소비자들의 라이프스타일과 최신 패션트렌드 선호도에 따른 패션 상품 기획의 모색," (연세대학교 대학원 석사학위논문, 2001).

22) 신사임, "소비자 라이프스타일에 따른 남성 캐주얼웨어의 트렌드 선호도 분석 및 상품기획 방향의 모색," (연세대학교 대학원 석사학위논문, 2002).

23) S. Coopersmith, *The antecedents of self-esteem* (San Francisco: W. H. Freeman, 1967).

24) 이영윤, *Op. cit.*

25) 김양진, *Op. cit.*

26) 김미영, 이은영, "의복평가기준의 이론적 틀에 관한 연구," *한국의류학회지* 15권 3호 (1991), pp. 321-334.

27) 고애란, "국내 및 외국 상표 청바지의 구매의도에 따른 평가기준에 대한 신념과 추구이미지 및 의복태도의 차이 연구," *한국의류학회지* 18권 2호 (1994), pp. 263-272.

28) 고애란, 홍희숙, "의류제품에 대한 혜택 세분화와 정보원 사용 및 상징 선택행동 연구: 제주 지역 여성을 대상으로," *한국의류학회지* 19권 5호 (1995), pp. 811-825.

IV. 결과 및 논의

1. 패션 트렌드 수용도의 요인분석 결과

패션 트렌드 수용도의 요인과 변수들을 보다 의미있게 구분하기 위해 주성분 분석과 Varimax 방법에 의한 요인분석을 실시하였으며 그 결과는 <표 1>과 같다.

요인 1은 패션 트렌드에 대해 관심과 흥미가 많고 그에 대한 많은 정보를 가지고 있으며 유행을 적극적으로 받아들이고 실행하는 것을 내용으로 하고 있어 트렌드 적극적 수용이라 명명하였으며 요인 2는 패션 트렌드에 무관심하지는 않으나 실행에 옮기지는 않는 소극적인 자세를 나타내므로 트렌드 소극적 수용이라 명명하였다. 요인 3은 패션 트렌드에 무관심하거나 거부적 반응을 내용으로 하고 있어 트렌드 무관심이라 명명하였다. 패션 트렌드 수용도의 3개

요인의 설명량은 53.63%로 요인들 중, 트렌드 적극적 수용이 가장 높은 비율(39.14)을 나타냈으며, 그 다음으로 트렌드 소극적 수용(7.78%), 트렌드 무관심(6.71)순이었다.

2. 연령에 따른 패션 트렌드 수용도 분석

연령에 따른 패션 트렌드 수용도의 분석 결과는 <표 2>에 제시하였다. 패션 트렌드 수용도의 모든 하위 변인은 각 연령 집단에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 트렌드의 적극적 수용은 20대에서 가장 높게, 소극적 수용과 트렌드 무관심은 20대에서 가장 낮게 나타났다. 연령집단별 평균점수를 살펴보면 트렌드의 적극적 수용은 20대의 평균점수가 가장 높고 40대 이상의 평균점수가 가장 낮았으며 소극적 수용과 트렌드 무관심은 20대가 가장 낮고 40대가 가장 높아 연령대가 낮을수록 트렌드의 수용에

<표 1> 패션 트렌드의 요인분석

요인명	분항 내용	요인부하치	설명량	Cronbach's α
요인 1 트렌드 적극적 수용	· 잡지에서 본 것과 같은 옷을 구입하기 위해 매장과 거리를 즐겨 돌아본다.	.75	39.14	.88
	· 사람들과 패션경향에 대해 이야기하기를 즐긴다.	.75		
	· 유행하는 의복이나 소품은 일단 구입한다.	.64		
	· 옷을 구입할 때 패션잡지에서 제시한 패션경향을 많이 참고한다.	.64		
	· 나는 최근 패션경향에 대해 남들에게 조언해줄 수 있다.	.64		
	· 유행경향을 알기 위해 잡지나 기사를 즐겨본다.	.61		
	· 남들만큼은 유행에 맞춰 옷을 입는다고 자부한다.	.61		
	· 다소 눈에 띄더라도 최신 유행의 옷을 입는 편이다.	.58		
	· 유행에 관한 기사를 소홀히 보지 않고 내 옷을 최신 유행에 맞추려 노력한다.	.49		
요인 2 트렌드 소극적 수용	· 패션경향을 알아도 실제로 시도하지는 않는다.	.74	7.78	.54
	· 유행이 지난 스타일의 옷이라도 개회치 않고 입는다.	.55		
	· 나는 항상 최신유행의 옷을 한 벌 정도는 구입한다.(R)	.26		
요인 3 트렌드 무관심	· 나는 패션경향에 대해 잘 모른다.	.68	6.71	.58
	· 패션경향을 따르는 것은 부절없는 일이라고 생각한다.	.65		
	· 옷을 살 계획이 없어도 매장의 진열을 눈여겨 본다.(R)	.64		

R : 역문항임.

〈표 2〉 연령에 따른 패션 트렌드 수용도 분석

패션 연령 트렌드 수용도	연령			F값
	20 대	30 대	40대 이상	
적극적 수용	2.84 ^a	2.68 ^b	2.61 ^b	5.09**
소극적 수용	2.99 ^b	3.21 ^a	3.23 ^a	8.39**
트렌드 무관심	2.38 ^b	2.66 ^a	2.74 ^a	15.35**

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

^{ab} : Duncan test 결과로 알파벳이 다른 것은 $P < .05$ 수준에서 차이가 있음을 나타냄.

적극적이며 연령대가 높아질수록 트렌드의 수용에 소극적이거나 무관심하다고 해석할 수 있다.

3. 자아존중감에 따른 패션 트렌드 수용도 분석

본 연구에서는 자아존중감의 측정을 위해 일반적 자아존중감, 사회적 자아존중감, 가정적 자아존중감의 3개 하위 영역으로 나누어 일반적 자아존중감, 사회적 자아존중감, 가정적 자아존중감의 평균 점수를 산출하였으며 이를 기준으로 상위 33%를 상, 중간 34%를 중, 하위 33%를 하 집단으로 분류하여 일원 분산분석을 실시하였다.

1) 일반적 자아존중감에 따른 패션 트렌드 수용도 분석

일반적 자아존중감에 따른 패션 트렌드 수용도의 분석결과는 〈표 3〉과 같다. 20대에서는 일반적 자아

존중감 상·중·하 집단간에 트렌드 적극적 수용, 트렌드 적극적 수용, 트렌드 무관심에서 유의한 차이가 나타나 일반적 자아존중감이 중간인 집단이 트렌드 적극적 수용이 가장 높았고 일반적 자아존중감이 높은 집단은 트렌드 무관심이 낮았다. 이는 자아존중감 점수가 중간인 집단이 유행에 관심이 가장 높고 자아존중감 점수가 높은 집단은 유행관심이 낮았다는 송경자²⁹⁾의 연구결과와 부분적으로 일치하였으며 30대와 40대 이상에서는 유의한 차이가 나타나지 않았다.

2) 사회적 자아존중감에 따른 패션 트렌드 수용도 분석

사회적 자아존중감에 따른 패션 트렌드 수용도는 〈표 4〉와 같다. 20대에서는 사회적 자아존중감이 상·중·하 집단간에 트렌드 무관심에서, 30대에서는 적극적 수용과 트렌드 무관심에서 유의한 차이가 나타나 20대에서는 사회적 자아존중감이 낮은 집단은 트렌드 무관심이 높음을 알 수 있고, 30대에서는 사회적 자아존중감이 높은 집단에서 트렌드의 적극적 수용이 높고 트렌드 무관심은 낮았다. 각 연령집단마다 사회적 자아존중감이 높을수록 트렌드의 적극적 수용도 높아 사회적 자아존중감은 패션 트렌드의 수용에 영향을 주고 있음을 알 수 있으며 이와 같은 결과는 사회적 자아존중감의 의복유행과 긍정적인 관계가 있다는 이경손³⁰⁾의 연구결과와 일치하였다. 즉, 타인에게 보여지는 자신의 모습에 대한 평가를 높게

〈표 3〉 일반적 자아존중감에 따른 패션 트렌드 수용도

연령 일반적 자아존중감 수용도	연령											
	20 대				30 대				40대 이상			
	상	중	하	F값	상	중	하	F값	상	중	하	F값
적극적 수용	2.93 ^a	2.96 ^a	2.67 ^b	4.78**	2.77	2.68	2.55	1.29	2.74	2.57	2.52	1.12
소극적 수용	3.01	2.90	3.05	1.31	3.23	3.18	3.20	.10	3.22	3.29	3.18	.29
트렌드 무관심	2.28 ^b	2.33 ^{ab}	2.49 ^a	3.15*	2.56	2.58	2.87	2.83	2.70	2.79	2.73	.22

* $P < .05$, ** $P < .01$.

^{ab} : Duncan test 결과로 알파벳이 다른 것은 $P < .05$ 수준에서 차이가 있음을 나타냄.

29) 송경자, *Op. cit.*

30) 이경손, "성인 남자의 자아개념과 의복행동과의 상관관계 연구," (연세대학교 대학원 석사학위논문, 1979).

〈표 4〉 사회적 자아존중감에 따른 패션 트렌드 수용도

연령 사회적 자아존중감	20 대				30 대				40대 이상			
	상	중	하	F값	상	중	하	F값	상	중	하	F값
트렌드 수용도												
적극적 수용	2.92	2.80	2.75	1.29	2.89 ^a	2.64 ^a	2.36 ^b	7.86**	2.67	2.61	2.54	.35
소극적 수용	3.01	2.95	3.03	.42	3.10	3.25	3.35	2.29	3.16	3.33	3.24	.62
트렌드 무관심	2.27 ^b	2.40 ^{ab}	2.52 ^a	3.10*	2.33 ^c	2.74 ^b	3.14 ^a	18.91**	2.69	2.79	2.76	.27

* $P<.05$, ** $P<.01$.^{ab} : Duncan test 결과로 알파벳이 다른 것은 $P<.05$ 수준에서 차이가 있음을 나타냄.

가진수록 패션 트렌드를 받아들이는 것에 적극적으로 유행의 수용에 무관심하거나 소극적이지 않은 것으로 해석할 수 있어 타인과 사회적 관계 안에서 지각되는 사회적 자아존중감과 유행수용 태도와는 깊은 관련이 있는 것으로 보여진다.

3) 가정적 자아존중감에 따른 패션 트렌드 수용도 분석

가정적 자아존중감에 따른 패션 트렌드 수용도 차이의 분석결과는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 즉, 가정적 자아존중감은 패션 트렌드의 수용에 그다지 영향을 주지 않는 것으로 나타나 유행수용은 가정이나 개인적 차원의 자기평가보다는 사회적 관계 내에서의 자기평가와 의미가 있는 사회적 집합현상으로 보여진다.

4. 신체만족도에 따른 패션 트렌드 수용도 분석

신체만족도의 정도에 따른 집단의 분류는 자아존

중감 요인의 분류방법과 동일하여 산출된 평균점수를 기준으로 상위 33%를 상, 중간 34%를 중, 하위 33%를 하 집단으로 분류하여 일원분산분석을 실시하였다. 신체만족도에 따른 패션 트렌드 수용도의 분석결과는 〈표 5〉와 같다. 30대에서는 신체만족도 상·중·하 집단간에 적극적 수용과 트렌드 무관심에서, 40대 이상에서는 적극적 수용에서 유의한 차이가 나타나 30대 연령집단에서는 신체만족도가 높은 집단이 패션 트렌드를 적극적으로 수용하고 트렌드에 대한 무관심은 낮았으며, 40대 이상에서도 신체만족도가 높은 집단이 트렌드를 적극적으로 수용하는 것으로 나타났다. 또한, 각 연령집단 모두 신체만족도가 높을수록 적극적 수용요인의 평균점수가 높게 나타나 자신의 신체에 만족할수록 패션 트렌드의 수용에 적극적임을 알 수 있으며 이와 같은 결과는 신체만족도가 높을수록 의복만족과 유행관심이 높고 당시의 유행스타일을 더 선호한다는 이영윤과 강혜원³¹⁾, 김양진³²⁾의 연구 결과와 일치하였다.

〈표 5〉 신체만족도에 따른 패션 트렌드 수용도

연령 신체 만족도	20 대				30 대				40대 이상			
	상	중	하	F값	상	중	하	F값	상	중	하	F값
적극적 수용	2.97	2.80	2.75	2.61	2.83 ^a	2.68 ^{ab}	2.47 ^b	3.90*	2.72	2.71	2.36	3.73*
소극적 수용	3.01	3.02	2.97	.16	3.12	3.23	3.32	1.52	3.25	3.17	3.28	.22
트렌드 무관심	2.37	2.38	2.38	.00	2.48 ^b	2.73 ^{ab}	2.84 ^a	3.72*	2.70	2.69	2.84	.62

* $P<.05$, ** $P<.01$.^{ab} : Duncan test 결과로 알파벳이 다른 것은 $P<.05$ 수준에서 차이가 있음을 나타냄.31) 이영윤, 강혜원, *Op. cit.*32) 김양진, *Op. cit.*

V. 결 론

본 연구는 성인여성의 자아존중감과 신체만족도에 따른 패션 트렌드 수용도의 차이를 알아보고자 하였으며 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 패션 트렌드 수용도의 요인분석 결과 트렌드 지식적 수용, 트렌드 소극적 수용, 트렌드 무관심의 3개 요인이 도출되었다.

둘째, 패션 트렌드 수용도는 인구통계학적 특성 중 연령에 따라 유의한 차이가 나타나 연령대가 낮은 집단일수록 트렌드의 적극적 수용이 높고 트렌드 무관심은 낮게 나타나 젊은 연령층일수록 유행을 적극적으로 수용하는 것을 알 수 있었다.

셋째, 자아존중감과 신체만족도에 따른 패션 트렌드 수용도를 연령 집단별로 살펴보면, 20대 연령 집단에서는 트렌드의 적극적 수용은 일반적 자아존중감이 낮은 집단에서 가장 낮게 나타났으며 트렌드 무관심은 사회적 자아존중감이 높은 집단에서 낮게 나타났다. 30대 연령 집단에서는 트렌드의 적극적 수용과 트렌드 무관심에서 사회적 자아 존중감과 신체만족도가 높은 집단과 낮은 집단간에 유의한 차이가 나타나 사회적 자아 존중감과 신체만족도가 높은 집단이 패션 트렌드를 적극적으로 수용하고 무관심은 낮은 것으로 나타났다. 40대 이상의 연령집단에서는 신체만족도가 높은 집단의 트렌드의 적극적 수용이 높은 것으로 나타났다.

이상의 연구 결과를 보면 연령대가 높을수록 패션 트렌드의 적극적 수용은 낮아져 트렌드에 무관심해지며 자아존중감과 신체만족도가 높은 집단이 패션 트렌드를 적극적으로 수용하며 트렌드 무관심은 낮은 것으로 나타나 자아 존중감과 신체만족도는 패션 트렌드의 수용에 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다. 따라서, 긍정적인 자아개념은 새로운 유행의 적극적 수용에 영향을 주며 이것은 다시 긍정적인 자아상의 형성으로의 선 순환이 일어나는 반면, 부정적인 자아개념은 소극적이거나 무관심한 유행 수용 태도를 초래하여 부정적인 자아 이미지의 강화에 영향을 미칠 것으로 사료된다.

이상의 결과를 토대로, 소비자는 자신의 유행수용 태도에 반영된 심리적 동기를 재고해봄으로 자아 이해의 폭을 넓히고 무절제한 유행추종이 아닌, 패션

트렌드의 선별적 수용과 적절한 활용을 통하여 긍정적인 자아상 확립에 도움을 주는 지혜로운 의생활을 누릴 수 있기를 바라며 업계는 한국인의 정서와 체형에 맞는 패션 트렌드의 전개로 소비자의 요구에 부응하는 패션 상품 기획을 마련하기를 기대하는 바이다.

참고문헌

강혜원 (1995). *의상사회심리학*. 서울: 교문사.
 김미영, 이은영 (1991). "의복평가기준의 이론적 틀에 관한 연구." *한국의류학회지* 15권 3호.
 김순구, 박성순 (1990). "자아존중감과 의복행동간의 상관 연구." *한국의류학회지* 14권 4호.
 김순구, 윤학자 (1986). "자아존중감이 의복행동에 미치는 영향." *한국의류학회지* 10권 1호.
 김양진 (1996). "유행의복 이미지가 개인의 자아개념과 의복태도에 미치는 영향." 연세대학교 박사학위논문.
 김진희 (2000). "자아존중감, 신체만족도, 우울이 의류제품의 중독구매행동에 미치는 영향." 전남대학교 박사학위논문.
 박신희 (2000). "1990년대 해외컬렉션과 국내컬렉션의 패션트렌드 비교연구." 서울대학교 석사학위논문.
 송경자 (1998). "신체이미지·자아존중감이 의복행동에 미치는 영향." 충남대학교 석사학위논문.
 송인심 (1989). *인간심리와 자아개념*. 서울: 양서각.
 신사위 (2002). "소비자 라이프스타일에 따른 남성 캐주얼웨어의 트렌드 선호도 분석 및 상품기획 방향의 모색." 연세대학교 석사학위논문.
 선현숙 (2001). "패션트렌드에 대한 국내 소비자의 수용 현황과 수요분석." 연세대학교 석사학위논문.
 안병기 (2000). *패션트렌드 정보기획*. 서울: 학문사.
 양계민 (1993). "자신의 신체적 매력에 대한 인식이 자아존중감에 미치는 영향." 충북대학교 석사학위논문.
 이경순 (1979). "성인 남자의 자아개념과 의복행동과의 상관관계 연구." 연세대학교 석사학위논문.
 이명희 (1982). "예의, 정숙성과 심미성을 중심으로

- 한 대학생의 의복행동과 관련된 심리적 변인 연구.” 이화여자대학교 박사학위논문.
- 이연희 (1995). “유행선도력과 의복 및 신체만족도와 의 상관연구.” 이화여자대학교 석사학위논문.
- 이영운, 강혜원 (1982). “중년기 여성들의 신체적 만족도와 의복행동과의 상관관계.” *한국의류학회지* 6권 2호.
- 이재진 (2000). “패션트렌드 정보가 여성복 디자인 기획에 미치는 영향.” 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 임경복 (1997). “신체만족도에 따른 의복행동에 대한 연구: 남녀 대학생을 중심으로.” *복식문화연구* 5권 2호.
- 전경란 (2002). “여성의 욕구, 자아존중감과 성형 및 의복태도의 관련 연구.” 성신여자대학교 박사학위논문.
- 조지숙 (1992). “청소년의 신체상·신체적 매력·신체상의 왜곡과 자아존중과의 관계.” 부산대학교 석사학위논문.
- 진효정, 임숙자 (1997). “여대생 집단과 유행 전문가 집단의 의복 동조성에 대한 연구.” *복식문화연구* 5권 3호.
- 최유돈 (2001). “국내 여성복 브랜드 소비자들의 라이프스타일과 최신 패션트렌드 선호도에 따른 패션 상품 기획의 모색.” 연세대학교 석사학위논문.
- 황진숙 (1998). “신체만족도와 이상적인 신체상의 중요성이 의복추구태택에 미치는 영향.” *한국의류학회지* 22권 3호.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: W. H. Freeman.
- Ford, I. M. and Drake, M. F. (1982). “Attitudes toward clothing body and self: A comparison of two group.” *Home Economics Research Journal* Vol. 11.
- Greenwood, K. M. and M. F. Murphy (1978). *Fashion innovation & marketing*. New York: Macmillan Publishing Co.
- Horn, M. J. and L. M. Gurel (1981). *The second skin*, 3rd ed. Boston: Houghton Mifflin Co.
- Humphrey, C., M. Klassen and A. M. Creekmore (1971). “Clothing and self-concept of adolescent.” *Journal of Home Economics* Vol. 63.
- Secord, P. F. and S. M. Jourard (1953). “The appraisal of body cathexis: Body cathexis and self.” *Journal of Consulting Psychology* Vol. 17.
- Sproles, G. B. (1985). *The psychology of fashion*. Lexington, MA: Heath Lexington Books.