

청소년들의 애니메이션 이용현황과 사회적 가치관 · 의복행동에 대한 연구

김태경·채진미·오경화

중앙대학교 가정교육과

The Usage of Animation and Social value · Clothing behavior of Adolescents

Kim, Tae-kyung · Chae, Jin-mie · Oh, Kyung Wha

Department of Home Economics Education, Chung-Ang University

Abstract

The purpose of this study was to find out the usage of animation and its relation to the social values and clothing behaviour of adolescents. A survey was conducted in four different high schools in the metropolitan area (Seoul) and 187copies were analyzed by SPSS 12.0 package. The results were as follows:

First, According to Usage survey, a number of adolescents watched animations mainly through the internet and 39% of them used the internet 2~3 times a week. The most watched genre of animation was action/science-fiction but some differences were observed between male students and female students. Male students enjoyed action/science-fiction, comedy and drama/romance, whereas female students enjoyed drama/romance, action/science-fiction and comedy in the decreasing order. Second, It was found that the favorite genre of animation by adolescents had influence on their community mind and materialism. The most significant genre affectingcommunity life was drama/romance and the one affecting materialism of adolescents was action/science-fiction. Third, Materialism had a significant influence on clothing conformity and the next was community mind. Only materialism proved to be a significant variable affecting fashion followers.

In conclusion, the results of this study showed that the adolescents' community life and materialism were significantly influenced by their favorite genre of the animation, and their social values were related to their clothing behaviors.

1) 교신저자: Oh, Kyung Wha, 221 Heusuk-dong Dongjank-gu, Seoul, 156-756, Republic of Korea

Tel: 02-820-5381 Fax: 02-826-4243 E-mail: kwhaoh@cau.ac.kr

2) 이 논문은 2009년도 중앙대학교 우수연구자연구비 지원에 의한 것임.

Key Words: 애니메이션(Animation), 사회적 가치(Social Value), 의복행동(Clothing Behavior), 청소년(Adolescents)

I. 서론

현대 사회는 24시간 동안 대중 매체에 노출되어 있고 그 영향을 받고 있다. 예전에는 주로 신문이나 책, 잡지 등의 인쇄 매체를 통해 정보를 전달 받았으나 이제는 TV, 인터넷, 영화, 비디오, 게임 등의 영상 매체로 전달 방식이 발전하게 되면서 빠르고 감각적인 문화를 형성하고 있다.

대중매체의 한 영역으로서의 애니메이션은 인간의 감성을 표현하는 수단일 뿐 아니라, 문화의 바탕에 내재하고 있다는 점에서 단순히 상업적 요소만이 아닌 복합 매체로서 문화의 내면에 숨겨져 있는 의미를 독창적으로 표현하고 나타내 주는 역할을 하고 있다. 고정관념에서 벗어나 자유롭고 호기심이 많으며 단순하고 직선적인 사고를 갖고 있는 경향이 큰 청소년들에게 실제와 다를 바 없는 인물들과 인간관계가 펼쳐지면서도 실사 영상에서는 상상할 수 없는 그림과 재미있는 이야기가 보다 더 아름답게 표현되고 있는 애니메이션은 최상의 엔터테인먼트 매체라고 할 수 있다(서혜옥, 2001).

청소년들은 신체적·생리적인 변화로 말미암아 매우 감각적이며 외부의 자극에 민감하게 반응하는 특징을 지닌다. 따라서 그들은 애니메이션에서 보이는 감각적인 영상에 높은 주의를 기울이며, 민감하게 반응한다. 또한 청소년기는 심리적으로 불안하고 자아개념이 불확실한 시기이므로, 접근이 쉬운 대중 매체에 의존하는 경향이 높아졌으며 그들에게 있어서 이런 대중 매체의 영향력은 매우 큰 부분을 차지한다고 할 수 있다.

대중 매체가 청소년 의복에 주는 영향에 대해 알아보는 연구는 계속해서 이루어져 왔는데, 의복과 대중 매체와의 관계에 대한 현황 파악(박춘례, 1997)이나 최근의 청소년 의복 행동의 경향에 대한 TV의 영향력을 포함시킨 연구(이미숙, 2000)가 대부분이었다. 애니메이션이 청소년에 미치는 영향에 관한 연구(서혜옥, 2001)라든지, 애니메이션 캐릭터가 패션 산업에 미치는 영향에 관한 연구(송금

옥, 전종찬, 2006)는 있어왔지만, 애니메이션의 이용도에 따른 청소년의 사회적 가치관과 의복행동에 관련된 연구는 부족한 실정이다.

청소년에게 애니메이션은 효과적인 교육 매체가 될 수 있기 때문에 애니메이션과 청소년의 관계에 대한 연구는 그 필요성이 충분하므로, 청소년의 애니메이션 이용현황과 사회적 가치관과의 관계를 조사하고, 사회적 가치관의 의복행동에 미치는 영향력을 분석하고자 하였다.

II. 연구 방법

1. 애니메이션의 개념과 청소년 문화

1) 애니메이션의 개념

애니메이션(Animation)이란 말은 희랍어의 ‘Animal(동물)’ 라틴어의 ‘Anima’ 라는 단어에서 유래하였는데 영혼, 정신, 생명을 뜻한다. 이 말은 동사형인 ‘Animate’가 ‘생명을 불어넣어 활동시키다’는 의미임을 볼 때, 애니메이션은 움직이지 않는 사물에다 생명을 불어넣어 움직임을 준다는 의미가 된다. 따라서 애니메이션은 인간의 상상력을 비교적 제약 없이 구현할 수 있는 탁월한 시각 예술로 꼽힌다. 애니메이션은 움직임이 없는 무생물적인 존재 혹은 그림을 한 프레임씩 앞의 것과 조금씩 다르게 찍어 개성화하는 영화 제작의 한 형태이다. 일반적으로 애니메이션의 대명사처럼 불리는 만화 영화는 넓은 영역의 한 분야일 뿐이며 애니메이션은 그림자놀이, 인형극, 지점토 애니메이션 등을 총칭하는 말로, 우리말로 옮기면 동화가 가장 근접하다고 할 수 있을 것이다(서혜옥, 2001).

대중문화의 한 영역으로서의 애니메이션은 TV나 영화, 인터넷 등의 여러 가지 대중 매체를 통하여 나타나게 되

는데, 매체별 애니메이션의 이용률을 살펴보면 TV 애니메이션이 48.3%로 가장 높게 나타났으며, 인터넷 애니메이션 24.1%, 극장 애니메이션 14.3%, 휴대기기를 이용한 경험률 4.3% 순으로 나타났다. 애니메이션산업은 대표적인 고부가가치의 미래형 소프트웨어산업으로서 전형적인 OSMU (One-Source Multi-Use) 시장 구조를 갖고 있으며 애니메이션이 드라마나 영화, 혹은 연극 등으로 제작되기도 하고, 게임으로도 제작되기도 한다. 또한 등장인물들은 캐릭터화되어 의류디자인에 사용되기도 하며, 등장인물이 사용하는 소품 또한 유행 상품으로 사용되기도 한다. 최근에는 문화상품으로서 무한한 가능성을 지니고 있는 애니메이션에 대한 관심이 증가하면서 한국의 애니메이션 산업의 규모가 계속해서 증가하고 있다 그러므로 미래의 애니메이션 산업은 고도의 성장 가능성과 사회, 문화적 파급 효과를 지니고 있기 때문에 애니메이션이 지닌 가치는 이미지 관리나 마케팅을 통해 무한대의 부가가치를 창출해 낼 수 있을 것이다.

2) 애니메이션과 청소년문화

애니메이션의 대중으로의 침투력을 설명하고자 할 때 가장 우선적으로 예를 들 수 있는 대상은 청소년들이다. 그들은 영상 세대로서 감각적이고 직관적인 특징을 보여 주며 소비를 통한 자기표현에 적극적이다. 이러한 청소년들과 영상매체와의 밀접한 관계는 청소년의 의복행동에도 영향을 미치게 되어 TV의 인기 있는 프로나 가수들의 옷차림은 신속히 10대들의 패션에 파고들고 있으며 패션에 대한 이들의 성향은 주관 없이 모방하고 싶은 심리로 인해 유행 성향을 여과 없이 바로 받아들여 이를 추종한다. 또한 이들은 강력한 하위문화 집단을 형성하여 폭발적인 수요를 차지하고 있으며 같은 복장과 스타일, 그리고 같은 행동을 유발한다(이가영, 1997).

서혜옥(2001)의 연구에 의하면 청소년들의 애니메이션에 대한 생각이 대체로 긍정적이며, 청소년들 스스로가 교육적인 효과를 기대한다고 하였다. 애니메이션을 TV와 비디오로 관람하는 비율이 각각 48.8%, 61.3%로 나타났으며, 그

다음 순위는 남학생은 인터넷이 25.6%, 영화관이 15.8%인 것에 비해 여학생은 영화관이 30.3%, 인터넷이 4.4%로 나타나 큰 차이를 보였다. 또한 애니메이션을 접하게 된 이유는 남녀학생 모두 TV, 신문광고가 각각 31.9%, 51.5%로 가장 많았으며 그 다음 순위가 친구의 권유로 나타났다.

애니메이션은 가장 일반적인 서사 구조로 가장 통속적인 주제를 사용하지만 사용방식이 그림이라는 순수성과 결합하면서 누구나 애니메이션을 좋아하게 되고, 특히 새로운 것에 호기심을 가지는 청소년들에게 쉽게 접근이 되고 있으므로 청소년 문화의 올바른 형성을 위해서 청소년들의 정서 함양에 도움이 되는 애니메이션의 창조의 노력이 필요하다고 본다.

2. 청소년들의 사회적 가치관

사회적 가치관이란 개인과 사회의 관계, 개인의 사회에 대한 관점이나 의식성향을 총칭하는 의미를 지닌다(백형진, 1998). 본 연구에서는 청소년들이 갖고 있는 사회적 가치관에 대한 하위요인으로서 공동체 의식, 물질주의, 학교생활 만족, 소외의식으로 분류하여 조사하였다.

McMillan과 Chavis(1986)는 공동체 의식을 구성원들의 소속감, 구성원들이 서로 중요하다고 느끼는 정도, 그리고 구성원들의 요구가 자기들의 상호관계를 통하여 충족될 것이라는 공유된 신념이라고 정의하였고, 백형진(1998)은 공동체 가치관을 애국심, 협동심, 책임감으로 나누었고, 사회규범 준수관을 처벌, 질서유지, 사회적 함양으로 나누어 조사하였다. 청소년에게 있어서 공동체 의식과 관련된 행동은 자선바자나 불우이웃돕기, 남을 위한 봉사 활동을 들 수 있다. 청소년 자원 봉사 활동은 청소년이 봉사 활동을 통해 보람과 재미를 느끼고, 재능이나 소질을 발견하며 자신이 살아갈 공동체적 삶의 영역을 체험함으로써 건강한 이성을 형성해 가는 청소년의 수련활동의 한 가지 영역이라고 할 수 있는 것이다(안선영, 1997). 본 연구에서는 공동체 의식을 특정한 집단의 구성원들이 서로 중요하다고 인식하는 정도나 집단에 대한 중요성으로 정의하였다.

물질주의란 Richins와 Dawson(1992)에 의하면 물질의

소유에 대한 강한 욕망이라고 하였고, 김민희(1998)는 가치체계를 구성하는 요소 중의 하나로 행복을 얻는 주요한 근원이 물질에서 비롯된다고 믿는 신념이며 물질을 통해 행복을 추구하고 부나 물질을 중시하는 경향이라고 하였다. 청소년은 소비행동에 있어서 기능적, 이성적이고 합리적인 것보다는 감각적, 감정적인 느낌을 선호하며, 소비하는 재화와 서비스를 통해 자신의 경제적 지위와 신분을 나타내려 하고 또래 문화에서 소외당하지 않으려는 고가격 지향적 과소비행위를 하며 충동구매도 많이 하고 있는 것으로 나타났다(이은정, 1999). 본 연구에서는 물질주의를 소유자가 소유 자체에 애착을 갖고, 소유물과 돈이 인간의 행복과 사회적 진보에 중요하다고 믿는 신념으로 보았다.

학교생활 만족이란 학생들이 학교생활 전반에 대하여 견지하고 있는 긍정적인 느낌이나 감정 또는 태도라고 정의할 수 있다(김미경, 2000). 고등학생을 대상으로 한 연구(김미경, 2000)에서 인문계 학생이 실업계 학생보다 성적이 높을수록, 생활수준이 높을수록, 자아개념이 높을수록, 건강할수록 학교생활 만족도가 높은 것으로 나타났다. 조한신(2004)의 연구에서는 인구통계학적 변인에 따른 학교생활만족도에 있어서 남학생이 여학생보다 높게 나타났으며, 학년에 따른 학교 생활만족도에서는 학생간의 인간관계에 대한 느낌이 가장 높은 만족도를 보였다. 본 연구에서는 학교생활 만족을 학교에서의 생활 중에서 또래집단과의 관계를 통해 얻어지는 만족감으로 정의하였다.

소외의식이란 인간이 그 자신을 이질적인 존재로서 느끼는 경험의 한 유형을 의미한다(최충욱, 강운선, 1998). 윤나리(2004)는 청소년들을 대상으로 하여 소외의식을 무력, 무의미, 규범상실, 사회고립, 자기유리, 문화유리로 구분하여 조사한 결과, 남학생보다는 여학생이 무력감과 자기유리를 높게 의식하고 있으며, 인문계 학생들에 비해 실업계와 기타학교 학생들이 무력감, 무의미 등에서 높은 지각을 보인다고 하였다. 본 연구에서는 소외의식을 불안감, 좌절감, 불행감 등 자아감각의 상실로 보고 조사하였다.

3. 청소년들의 의복행동

청소년기는 급격한 신체적, 심리적인 변화로 인하여 자

신의 신체와 외모에 몰두하게 되므로 의복에 대한 심리적인 동요가 심하고 의존도가 높다. 다른 어떤 시기보다도 의복에 대하여 그들이 소속한 집단에 동조하려고 하는 열망이 강하며, 이성에 대한 흥미와 외모에 대한 관심의 증가로 의복을 중요시하고 자신을 돋보이게 하는 수단으로써 의복을 이용하여 소속 집단 내에서 심리적인 안정과 소속감을 느끼고자 한다. 이미숙(2000)은 청소년들은 자신이 의복을 잘 입었다고 느낄 때에는 더 자신감이 있고 적극적이 되며, 부적절한 의복은 심리적으로 위축감을 느끼게 한다고 하였다.

의복 동조란 실제 혹은 가상의 집단 압력의 결과로 집단에 의해 지지 받는 방향으로 의복에 대한 태도나 행동이 변화하는 것이라고 정의할 수 있다(Davis, 1985). 강혜원과 이은미(1988)는 동조성을 집단에서 승인받기 위하여 소속된 집단의 규범에 준하여 의복을 착용하는 것이라고 정의하였으며, 이영선(1984)은 특정 집단의 의복규범에 맞추어 의복을 착용하는 것이라고 하였다. 오늘날의 청소년들은 대중 매체와 함께 자라난 영상 세대로 미디어의 영향을 많이 받는 것으로 보인다. 즉 영상 매체는 정보원으로서 중요한 매체이며 특히 청소년들에게 많은 영향을 미치고 있으며 청소년들은 자신이 우상화하는 인물과 내면적으로 외면적으로 닮아지고 싶어 하는 동조심리가 작용한다(문선정, 1994).

유행이란 일정한 기간 내에 사회의 상당수의 사람이 그들의 취미, 사고방식과 행동 양식 등을 의식적, 무의식적으로 취사, 선택함으로써 전파되는 사회적 동조현상이다. 박춘례(1997)의 연구에 의하면 대중매체의 수용 태도가 긍정적일수록, 대중매체의 활용도가 높을수록 유행성이 높게 나타난다고 하였다. 청소년들은 신체적으로 빠르게 성장함에 따라 외모가 급격하게 변화하게 되고 이성에 대한 관심이 증가하는 시기이므로 자신이 이상형이라고 생각하는 연예인이나 주변 인물에 대한 관심이 많아지고 그들의 외모와 유행을 추구하는 경향이 많을 것이라고 예측되므로, 본 연구에서는 청소년들의 의복행동을 동조성과 유행의 차원에서 살펴보고자 하였다. 동조성은 청소년들이 이상형이라고 생각하는 사람들의 의복행동에 대한 관심, 모방행동 등으로 보았고 유행은 의복 착용이나 구입 시 새로운 것을 추구하고자 하는 태도로 보았다.

III. 연구방법

1. 연구문제

청소년의 애니메이션 이용 현황과 사회적 가치관의 관계를 조사하고, 사회적 가치관이 의복행동에 미치는 영향력을 분석하고자 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 연구문제 1. 청소년의 애니메이션 이용현황을 조사한다.
- 1-1. 애니메이션을 보기 위해 이용하는 대중매체를 조사한다.
 - 1-2. 애니메이션을 보는 횟수를 조사한다.
 - 1-3. 시청하는 애니메이션의 장르를 조사한다.
- 연구문제 2. 청소년의 애니메이션 이용현황에 따른 사회적 가치관의 차이를 분석 한다.
- 연구문제 3. 청소년의 사회적 가치관이 의복행동에 미치는 영향을 분석한다.

2. 측정도구

청소년들의 애니메이션의 이용현황에 따른 사회적 가치관과 의복행동과의 관계를 조사하기 위하여 선행연구를 바탕으로 이용하는 애니메이션의 이용현황, 사회적 가치관, 의복행동을 묻는 설문지를 구성하였다. 애니메이션의 이용현황 문항은 서혜옥(2001), 강주옥(2008)의 연구를 기초로 하여 애니메이션 이용 매체와 이용시간, 애니메이션의 장르를 묻는 문항으로 구성하였다. 애니메이션의 이용매체는 TV, 인터넷, 영화, 비디오, 라디오, 잡지, 신문, 만화책으로 분류하였으며, 이용 횟수는 일주일에 2~3회, 한 달에 1~2회, 거의 이용하지 않음으로 분류하였고, 애니메이션의 장르별 선호도는 드라마순정, 명랑코믹, 액션·공상과학의 3가지로 나누었다.

사회적 가치관의 측정은 선행연구(이은정, 1999; 윤나리, 2004; 전용민, 2003; 조한신, 2004)를 기초로 공동체 의식에 관한 5문항, 물질주의에 관한 5문항, 학교생활 만족에 관

한 5문항, 그리고 소외의식에 관한 5문항으로 구성하여 5점 리커트 척도로 측정하였다. 의복 행동의 측정은 박춘례(1997), 서혜원(2003), 이미숙(2000)의 연구를 참고하여 의복 동조성, 유행에 관한 문항들을 수정 보완하여 구성하였고 5점 리커트 척도로 측정하였다.

3. 자료수집 및 분석방법

2008년 3월 서울에 거주하는 고등학생 50명을 대상으로 예비 조사를 실시하여 부적절한 문항이나 의미가 정확하지 않은 문항들을 수정, 보완한 후, 서울에 거주하는 남녀 고등학생을 대상으로 2008년 4월 2일부터 4월 15일까지 본 조사를 실시하였다. 총 215부 설문지 중 187부를 분석에 이용하였으며, 표본은 남학생이 100명(53.5%), 여학생이 87명(46.5%)으로 구성되었다. 본 연구의 자료 분석을 위해 SPSS 12.0 프로그램을 사용하였으며, 빈도, 백분율, 평균, 표준 편차의 기초통계량 분석, 일원 배치 분산 분석(One-Way ANOVA), T-Test, Duncan의 다중범위검증, 교차분석, 회귀분석을 실시하였다.

IV. 연구결과

1. 애니메이션의 이용현황

청소년들의 애니메이션 이용현황을 조사하기 위하여 이용하는 대중매체의 종류, 이용횟수, 시청 장르에 대해 분석하였다.

1) 이용하는 대중매체

청소년들이 애니메이션을 보기 위해 가장 많이 사용한 대중매체의 분포는 <표 1>과 같다.

〈표 1〉 애니메이션을 보기 위해 이용하는 대중매체

변인	항목	N	%
애니메이션을 보기 위해 이용하는 대중매체	TV	47	25.1
	인터넷	52	27.8
	만화책	16	8.6
	기타(비디오, 잡지 등)	11	5.8
	거의 이용하지 않음	61	32.6
합계		187	100.0

인터넷을 이용하는 경우가 52명(27.8%)으로 가장 많았으며, TV가 47명(25.1%), 만화책이 16명(8.6%)이었다. 그 밖의 기타 의견이 11명(5.8%)이었으며, 거의 이용하지 않는다는 의견이 61명(32.6%)으로 나타났다. TV와 비디오의 이용률이 압도적인 것으로 나타났던 서혜옥(2001)의 연구와는 다른 결과를 보이고 있는데, 이는 청소년들의 인터넷 이용률이 2001년에 비하여 높아진 것과 관련이 있는 것으로 보인다. 청소년들의 애니메이션에 대한 관심이 증가하고 있기는 하지만, 국내 애니메이션 산업은 청소년 대상이라기보다는 어린이들 대상으로 많이 제작되고 있으며 주로 TV에서 애니메이션이 방송이 되는 시간은 청소년들은 집에 있지 않은 시간대이다. 또한 국내에 방영되지 않는 해외 애니메이션을 보기 위해서도 인터넷을 이용하는 수밖에 없을 것이라고 추론된다.

그러나 거의 이용하지 않는다는 응답이 30%정도를 차지하고 있는 것을 볼 때, 아직은 애니메이션이 다른 영상매체에 비하여 대중적인 관심을 끌지 못하고 있다고 할 수 있는데, 아직까지 애니메이션을 충분히 접할 수 있는 기회가 많이 없기 때문인 것으로 생각되며 애니메이션을 접할 수 있는 방법이 증가함에 따라 발전을 기대할 수 있을 것이라 예측된다.

2) 이용횟수

<표 2>에서는 애니메이션의 이용 횟수를 분석하였다.

〈표 2〉 청소년의 애니메이션 이용 횟수

변인	항목	성별	N	%
애니메이션 이용 횟수	일주일에 2~3회	남	44	23.5
		여	29	15.5
	한 달에 1~2회	남	14	7.4
		여	23	12.4
	거의 이용하지 않음	남	42	22.5
		여	35	18.7
합계			187	100.0

일주일에 2~3회 이용한다는 응답이 73명(39%), 한 달에 1~2번 이용한다는 응답이 37명(19.8%)이었으며, 거의 이용하지 않는다는 응답이 77명(41.2%)으로 거의 응답자의 반이 애니메이션을 보지 않는 것으로 나타났다. 이는 아직 애니메이션이 다른 영상매체에 비하여 대중적인 관심을 끌지 못하는 것이라고도 볼 수 있다. 이용하지 않는 비율이 28%로 나타난 서울지역의 중고생을 대상으로 한 마쓰바야시 이쿠로(2001)의 연구 결과에 비해 본 연구에서 이용하지 않는다는 응답률이 높게 나타난 것은 고등학생만을 대상으로 설문하였기 때문으로 생각된다. 그렇지만 일주일에 2~3회 정도 이용하는 청소년들이 39%를 차지하는 것으로 미루어 알 수 있는 것은, 애니메이션이 거의 대부분의 청소년이 이용하는 대중적인 문화는 아니지만, 애니메이션을 접하고 있는 청소년들에게는 이 영상 매체는 다른 영상매체들과 마찬가지로 친숙한 매체로 자리 잡혀 있다는 것이다. 그렇기 때문에 애니메이션 이용률을 높일 수 있다면, 이것은 충분히 청소년들에게 영향을 미칠 수 있는 매체로서의 역할을 할 수 있을 것이라 생각된다. 그러나 아직은 거주 지역에 따라 애니메이션을 이용하는 청소년에 대한 조사는 이루어져 있지 않아 본 연구 결과에서 이용하지 않은 비율이 높은 이유를 조사대상자의 거주 지역을 차이에 의한 것인지 검증할 수 없었다 따라서 이 부분에 대한 추가적인 연구가 이루어진다면 특정 지역의 청소년에게 유용한 매체로서의 역할을 확인할 수 있을 것이라 생각된다.

2. 애니메이션 이용현황에 따른 사회적 가치관의 차이

청소년들이 갖고 있는 사회적 가치관의 요인을 분석한 후, 애니메이션의 이용매체, 이용시간, 시청 장르와의 관계를 분석하였다.

1) 사회적 가치관의 요인 분석

사회적 가치에 대한 20개의 문항에 대하여 주성분 분석과 Varimax 회전법에 의하여 요인분석을 실시한 결과 최소 고유치가 1.00 이상인 요인이 7개였으나, 요인적재량 값이 0.5 미만인 문항을 제외하고 다시 요인분석을 실시하였다. 그 결과, 13개의 문항이 4개의 요인으로 분류되었고, 4요인의 신뢰도계수는 0.60이상으로 나타났으며 총 설명력은 57.14%였다. 요인별로 결정된 문항 내용 및 요인 부하량은 <표 4>와 같다.

전체 변량의 17.41%를 차지하는 요인 1은 공동체 의식에 관련된 내용으로 모두 4문항이 포함되었다. 요인 2는 물질주의에 관련된 내용으로 모두 4문항이 포함되었으며, 전체변량의 15.15%를 설명하고 있었으며, 요인 3은 학교생활 만족에 관련된 내용으로 모두 3문항이 포함되었으며, 전체변량의 12.00%이상이었다. 요인 4는 소외의식에 관련된 내용으로 모두 2문항이 포함되었으며, 전체변량의 11.98%를 설명하였다. 각 요인의 Cronbach의 α 를 보면 각각 .61, .63, .65, .68으로 비교적 만족할 만한 수준이었다.

2) 애니메이션 시청 장르와 사회적 가치관의 관계

애니메이션을 시청하기 위해 이용하는 매체와 사회적 가치관의 관계를 파악하기 위해서 일원 배치 분산 분석(One-Way ANOVA)을 실시한 결과 유의한 차이를 보이지 않았고, 애니메이션을 이용하는 횟수도 사회적 가치관에 유의한 차이를 보이지 않았다.

청소년들이 주로 시청하는 애니메이션의 장르에 따른 사회적 가치관의 차이를 분석한 결과는 부분적으로 유의

하게 나타났으며 <표 5>에 제시하였다. 시청하는 장르에 따라서 공동체의식과 물질주의에서 유의한 차이를 나타내고 있는데, 드라마순정 장르를 시청하는 집단이 공동체 의식에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났고 명랑코믹, 액션-공상과학 순이었다. 설문지상에 기재된 드라마순정 장르의 애니메이션을 보면 <노다메 칸타빌레>나 <허니와 클로버> 등으로 학교를 배경으로 주변사람들과의 관계에 대한 이야기이다. 이와 같이 현실에서 일어날 수 있는 내용의 이야기를 접함으로써, 자신이 속한 집단과 비교, 대조함으로써 동일시하게 되며, 등장인물 자체나 인물들이 당면한 상황에 대해 쉽게 동감하게 되고 영향을 받게 되는 것이라 판단된다.

<표 5> 애니메이션 시청 장르와 사회적 가치관의 관계

항목	액션, 공상과학 N=98	명랑, 코믹 N=53	드라마, 순정 N=36	F
공동체의식	3.43 A	3.62 AB	3.84 B	5.53**
물질주의	3.13 B	2.87 AB	2.73 A	4.61*
학교생활 만족	3.35	3.36	3.64	1.97
소외의식	3.14	3.14	3.05	.12

*p<.05, **p<.01, 문자 A, B는 Duncan의 다중범위검증 결과 A<B

물질주의에 가장 큰 영향을 주는 집단으로는 액션-공상과학 시청집단으로 나타났다. 이러한 결과는 액션-공상과학 애니메이션의 배경이 현실이 아닌 발달된 미래를 배경으로 하는 경우가 많으며 등장인물이 가지고 있는 소품이나 의상 등이 내가 지금 가지고 있는 것들에 비하여 화려하고 거대하며 가질 수 없는 것이 대부분이므로 그런 것들을 갖고 싶은 욕구를 반영한다고 볼 수 있다.

3. 사회적 가치관과 의복 행동과의 관계

사회적 가치관과 의복행동과의 관계를 알아보기 위해서 의복행동의 요인을 분석한 후, 사회적 가치관의 하위요인

이 의복행동 차원에 미치는 영향력을 분석하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

1) 의복 행동의 요인 분석

본 연구에서는 의복행동에 대한 15개의 문항에 대하여 주성분 분석과 Varimax 회전법에 의하여 요인분석을 실시한 결과, 최소 고유치가 1.00이상인 요인이 4개 추출되었으나 분산된 요인에 부합하지 않은 문항을 제외하고 다시 요인분석을 실시한 결과, 총 5개의 문항이 2개의 요인으로 채택되었고, 요인의 총 설명력은 72.17%였으며 신뢰도 계수는 .69이상으로 만족할 만하였다. 요인별로 결정된 문항 내용 및 요인 부하량은 <표 6>과 같다.

요인 1은 의복 동조성에 관련된 내용 자신이 좋아하고 이상으로 생각하는 사람과의 동조하고자 하는 문항들이 포함되었으며, 전체 변량의 36.49%를 설명하였고, 요인 2는 유행에 관련된 내용으로 전체 변량의 35.68%를 설명하였다.

2) 사회적 가치관이 의복 행동에 미치는 영향

사회적 가치관의 하위요인들이 의복행동에 미치는 영향을 분석하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 사회적 가치관의 하위요인들이 동조성에 미치는 영향력을 분석한 결과는 <표 7>에 제시하였다. 독립 변인인 공동체 의식과

물질주의는 동조성에 대해 23%의 설명력을 나타냈으며 F통계량에 대한 유의확률이 .000으로서 매우 유의하였다. 청소년들은 자신이 속한 집단에 대해 강한 소속감을 느끼며, 구성원들에 대해 유대감을 가지게 되면서 집단과의 동질감이 강해질수록, 그 집단 내에서 나타나는 의복 행동을 따라하게 되는 경향이 높다고 할 수 있다. 이와 같은 결과는 청소년 시기는 사회적 실수로부터 자신을 방어하고 사회 기준에 쉽게 동조하기 위해서 의복을 무기로 사용하기 때문에 동조성은 중요한 기능이라고 한 박춘례(1997)의 연구를 지지한다.

<표 7> 사회적 가치관이 의복 동조성에 미치는 영향 (N=187)

종속변인	독립변인	B	t	R ²	F
(상수)		-.02	-.05		
의복 동조성	공동체의식	.25	2.54*	.23	14.75**
	물질주의	.52	6.65**		

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

또한 물질주의는 물질을 중요하게 생각할수록 행복을 얻을 수 있다고 믿는 것으로 물질을 중요하게 생각할수록 연예인의 외모를 지향하고, 그들의 의복을 구입하려고 한다는 전용민(2003)의 결과와 유사한 맥락이라고 할 수 있다. 이미현(2002)의 연구에도 물질주의 가치관이 높은 집단이 낮은 집단에 비하여 전반적으로 의복에 관심이 높고 심리적으로도 더 의존하며 심미적인 측면이나 동조성을 중요하게 생각한다고 하였다.

<표 6> 의복행동의 요인분석

요인 및 문항	요인 부하량
<요인 1> 의복동조성	
내가 좋아하는 사람의 옷과 유사한 옷을 사고 싶다.	.80
내가 이상적이라고 생각하는 사람의 옷과 유사한 옷을 입고 싶다.	.78
변량(%)=36.49	α=.78
<요인 2> 유행	
나는 친구들이 새로운 유행의 옷을 구입할 때 도움을 준다고 생각한다.	.81
유행에 맞추어 옷을 입는 것은 중요하다.	.76
세련된 이미지를 유지하기 위해서는 최신 유행하는 옷을 입어야 한다.	.71
변량(%)=35.68 누적변량(%)=72.17	α=.69

〈표 8〉 사회적 가치관이 유행에 미치는 영향

(N=187)

종속변인	독립변인	B	t	R ²	F
(상수)		1.58	4.07		
유행	물질주의	.40	5.84**	.15	9.12**

**p<.01

사회적 가치관의 하위요인들이 유행에 미치는 영향력에 대한 분석결과는 <표 8>에 제시하였다. 독립 변인인 물질주의는 유행에 대해 15%의 설명력을 나타냈으며 F통계량에 대한 유의확률이 .000으로서 매우 유의하였다. 사회적 가치관의 하위요인 중 물질주의만이 유행에 영향을 미치는 것으로 나타나 물질을 중요하게 생각할수록 유행을 따르는 경향이 강하다고 해석할 수 있다. 이는 이은정(1999)이 물질을 중요하게 생각할수록 과시적인 의복 행동을 보인다고 한 연구결과와 이미현(2002)이 물질주의가 높은 집단이 낮은 집단에 비해 충동적이고 과시적인 동기와 유행과 개성을 추구하는 동기에서 의복을 구입하는 경향이 높다고 한 연구결과와 일치하는 결과이다. 또한 박준례(1997)의 연구에서는 용돈이 많을수록 유행성이 높게 나타난다고 한 것과 같이 물질에 대한 소유욕이 커지면 유행에 민감하게 반응하는 것으로 볼 수 있을 것이다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 남녀 청소년을 대상으로 하여 애니메이션에 대한 관심과 사회적 가치관의 관계를 알아보고, 사회적 가치관에 따른 의복 행동에의 영향력을 조사하여 청소년들의 가치관을 형성하는데 유용한 애니메이션의 영향과 청소년들이 나타내는 의복 행동에 영향을 미치는 사회적 가치관의 요인을 분석하고자 하였다. 본 연구를 통해 다음과 같은 결론을 얻었다.

첫째, 청소년들의 애니메이션 이용현황에 대한 조사 결과, 인터넷을 이용한다는 응답이 가장 높이 나온 것은 PC

보급의 증가와 함께 무선 인터넷의 발전으로 인해 어디서든 자유롭게 접속할 수 있는 24시간 온라인이 가능한 세상에서 살고 있기 때문일 것이다. 또한, TV에서 방영하는 애니메이션의 장르가 충분하지 않으며 시청하는 애니메이션의 종류가 국내 애니메이션보다 외국 애니메이션의 경우가 많아 이를 보기 위해서는 인터넷을 이용할 수밖에 없는 것으로 추론되었다. 애니메이션을 이용하지 않는다는 응답이 30% 정도를 차지하고 있는 것을 볼 때 애니메이션이 다른 영상매체에 비하여 대중적인 관심을 끌지 못하고 있다고 할 수도 있겠지만, 고등학생들의 생활이 대학 입시를 위해 전념해야 하는 상황이므로 시간적으로 애니메이션을 충분히 접할 수 있는 기회가 많지 않을 것이라고 해석된다. 그러나 애니메이션을 접할 수 있는 방법이 점점 늘어나고 있는 현재 추세로 볼 때 점차 충분히 관심을 끌 수 있는 매체로 자리 잡을 수 있는 가능성이 있다고 추론된다.

둘째, 시청하는 애니메이션의 장르에 따라서 공동체 의식과 물질주의는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 드라마순정 장르가 공동체 의식에 가장 큰 영향을 미치는 것은 학교나 가정 등의 현실적인 배경을 전제로 하여, 친구, 가족, 선생님 등의 이야기로 이루어진 드라마순정 장르를 접함으로써 자신이 속한 집단과 동일시하게 되며, 등장인물이 가상현실을 살아가는 방식을 보면서 동감하게 되고, 영향을 받게 되는 것이라 보인다. 액션·공상과학 장르가 물질주의에 가장 큰 영향을 주는 것은 액션·공상과학 애니메이션의 배경이 현실이 아닌 발달된 미래를 배경으로 하는 경우가 많기 때문에 그 세계를 동경하게 되고 등장인물이 가지고 있는 화려한 소품이나 의상 등을 소유하고 싶은 욕구의 반영으로 해석할 있다.

셋째, 청소년들이 가지고 있는 가치관 중 공동체 의식과 물질주의는 동조적 의복행동에 영향을 미쳤고, 물질주의는 유행에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 청소년들은 매우 감각적이며 외부의 자극에 민감하게 반응하는 특징을 가지기 때문에 매체에서 보여 지는 감각적인 영상에 높은 주의를 기울이며 민감하게 반응한다. 또한 심리적으로 불안하고 자아개념이 불확실한 시기이므로, 어디에든 의존성이 높다. 그래서 이들은 자신이 속한 집단에 대해 강한

소속감을 느끼고자 하며, 집단과의 동일감을 느끼기 위해 그 집단 내에서 나타나는 의복 행동을 동조하게 되는 경향이 높다고 보인다. 대부분의 청소년들이 자신이 생각하는 이상적인 대상이나 좋아하는 사람의 의복을 동조하고자 하는 것으로 나타났다.

또한 자신이 이상적으로 생각하는 대상과 동일시되고자 하면서도 동시에 자신만의 이미지를 만들어내고 싶어 하는 경향을 지니는 것으로 판단된다. 고등학교 시기에는 외모에 대한 관심이 높을 때이고 자신을 매력적으로 표현해 내기를 바라기 때문에 이를 위한 물질이 필요할 것이고, 애니메이션에 등장하는 인물의 머리모양이나 의복이 유행을 반영하거나 유행을 만드는 경우가 많으리라 분석된다. 이는 물질을 추구할수록 의복에 대한 지출도 많고 유행과 개성추구 경향이 강하다는 선행연구 결과들을 지지한다.

이상의 결과를 통해 다음과 같은 제언을 하고자 한다. 애니메이션은 TV나 영화와는 다른 형태의 가상세계를 배경으로 하고 있다. 때로는 가상을 넘어서 환상의 세계라고 볼 수도 있다. 그만큼 자유로운 표현이 가능한 것이 애니메이션의 세계인 것이다. 그렇기 때문에 현실에서는 볼 수 없는 이상적인 등장인물들이 등장하게 되고 자신도 모르는 사이에 그 인물들의 사고방식이나 생활방식을 동경하며 모방하게 되는 것이다. 특히 청소년기는 자아개념이나 자아정체성이 확고하게 형성되지 못한 불안정한 시기이므로 애니메이션과 같은 대중문화를 접하게 되면 그것의 영향은 효과적일 것이라고 판단되므로 청소년들의 성향을 구체적으로 파악하고 그들의 올바른 가치관 형성에 도움이 되는 애니메이션을 창조해 내는 노력이 필요할 것이다.

본 연구에서는 표본을 남녀 고등학생으로만 하였기에 성별의 차이는 볼 수 있었지만 연령차에 대한 비교분석을 할 수 없었으므로, 후속 연구에서 진행되었으면 한다. 또한 우리 사회에서 애니메이션은 여러 분야에서 활용되고 있지만 이에 관한 연구는 많이 부족한 실정이므로 애니메이션을 청소년 교육 분야에 활용할 수 있는 방안에 대한 구체적인 연구가 필요할 것이라 생각된다. 그리하여 애니메이션이 청소년의 사회적 가치관의 올바른 정립에 긍정

적인 역할을 하길 바라며, 이러한 내면적인 가치관이 의복 행동을 통해 적절하게 표현되기를 바란다.

참고문헌

- 강주옥(2008). **중학생의 체육수업 관심도가 만족도에 미치는 영향**. 한국해양대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 강혜원·이은미(1988). 의류학 전공 여대생의 의복에 대한 태도와 사회 심리적 요인과의 관계연구. **연세대 생활과학학회지**, 2, 1-10.
- 김미경(2000). **고등학교 학생들의 학교생활 만족도와 그 결정 요인**. 아주대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김민희(1998). **물질주의 성향에 따른 의복 구매행동에 관한 연구: 중상층 성인여성을 중심으로**. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 문선정(1994). **연예인의 유행 스타일 선호도에 따른 유행 선도력 및 의복 태도 연구**. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 박춘례(1997). **중학생의 인성과 대중매체가 복식행동에 미치는 영향**. 숙명여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 백형진(1998). **중학생의 사회적 가치관에 관한 연구**. 울산대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 서혜옥(2001). **애니메이션이 청소년에게 미치는 영향에 관한 연구**. 중앙대학교 첨단영상대학원 박사학위논문.
- 서혜원(2003). **청소년기 여학생의 자기이미지가 의복행동 및 상표선택행동에 미치는 영향**. 연세대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 송금옥·전종찬 (2006). 패션에 활용된 애니메이션캐릭터디자인의 특성과 문화콘텐츠적 가치. **기초조형학연구**, 7(1), 301-307.
- 안선영(1997). **청소년 자원봉사활동 실태에 관한 실증적 연구**. 부산대학교 행정대학원 석사학위논문.
- 윤나리 (2004). **우리나라 청소년의 소외감과 청소년 복지정책 방향에 관한 연구**. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 이가영(1997). **신세대 의복 행동에 나타난 TV의 영향에 관한 연구**. 명지대학교 대학원 석사학위논문.

- 이미숙(2000). **TV 미디어가 청소년의 신체이미지와 의복 행동 및 연예인 모방 행동에 미치는 영향**. 충남대학교 대학원 박사학위논문.
- 이미현(2002). 물질주의 가치관에 따른 청소년의 의복행동에 관한 연구. **배화논총**, 21, 211-222.
- 이영선(1984). 자유-보수주의적 태도와 의복에 대한 태도와의 관계 연구. **한국의류학회지**, 8(1), 69-74.
- 이은정(1999). **청소년 소비자의 물질주의 성향에 관한 연구: 준거집단영향을 중심으로**. 부산대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 전용민(2003). **여자 청소년의 영상 매체 이용도, 사회적 가치와 의복 및 신체 태도에 관한 연구**. 성신여자대학교 석사학위논문.
- 조한신(2004). **학교 체육 수업 만족과 학교생활 만족의 관계**. 세종대학교 교육대학원, 석사학위논문.
- 최충욱·강운선 (1998). **IMF시대의 청소년 생활시대와 소외, 청소년의 소외와 참여**. 서울: 한국청소년학회.
- 마쓰바야시 이쿠로 (2001). **일본 애니메이션과 청소년의 공격성**. 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- Davis, L. L. (1985). Sex, gender identity, and behavior concerning sex-related clothing. *Clothing and Textile Research Journal*, 3(2), 20-24.
- McMillan, D. G., & Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14(1), 6-24.
- Richins, M. L., & Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19, 303-316.

<국문요약>

청소년의 애니메이션의 이용도를 조사하고 사회적 가치관과의 관계를 분석하며, 사회적 가치관이 의복행동에 미치는 영향을 살펴본다. 청소년의 가치관 형성에 긍정적인 역할을 하는 애니메이션의 개발 및 청소년의 올바른 자기 이미지 형성에 도움을 주고자 하였다. 이러한 연구목적을 위해 수도권 지역의 4개교의 남녀 청소년을 대상으로 애니메이션의 이용도, 사회적 가치관, 의복행동에 대한 설문조사를 실시하였으며, 총 187부를 분석에 이용하였다.

청소년들 애니메이션을 보기위해 가장 많이 이용하는 대중매체는 인터넷이었으며, 이용 횟수는 일주일에 2~3회와 거의 이용하지 않는다가 비슷한 응답률을 보였다. 주로 시청하는 애니메이션의 장르는 전체적으로는 액션·공상과학이 가장 높게 나타났지만, 성별에 따라 선호 장르에 차이가 나타났으며, 남학생의 경우 액션·공상과학, 명랑·코믹, 드라마·순정의 순서였고, 여학생의 경우는 드라마·순정, 액션·공상과학, 명랑·코믹의 순으로 응답하였다. 애니메이션의 이용도와 사회적 가치관의 관계는 주로 시청 장르에 따라서 공동체 생활과 물질주의에 유의한 차이를 나타내었고, 사회적 가치관과 의복행동의 관계에 있어서는 의복 동조성에 유의한 영향을 미치는 요인은 공동체 의식과 물질주의로 나타났고 유행에 유의한 영향을 미치는 요인은 물질주의로 나타났다.

이상의 연구 결과는 시청하는 애니메이션의 장르에 따라 청소년의 사회적 가치관 요인인 공동체 의식과 물질주의에 영향을 주고 있으며, 이러한 사회적 가치관은 의복 행동과도 관계가 있으므로 청소년들의 가치관 형성에 긍정적인 영향을 줄 수 있는 애니메이션의 개발과 보급이 확대되기를 바라며, 동시에 청소년들의 적절한 의복행동에 도움을 줄 수 있기를 바란다.

■ 논문접수일자: 2009년 4월 3일, 논문심사일자: 2009년 4월 9일, 게재확정일자: 2009년 6월 19일