

# 프리틴 여아의 비만도와 신체이미지에 따른 프리틴 여아와 어머니의 의복구매특성과 의복선호이미지\*

## Apparel Purchase Behaviors and Image Preferences of Preteen Girls and Their Mothers: Considering Preteen Girls' BMI and Body Image

배재대학교 가정교육과  
조교수 문희강

Department of Home Economics Education, Pai Chai University  
Assistant Professor : Hee-Kang Moon

### ◀ 목 차 ▶

- |            |            |
|------------|------------|
| I. 서론      | IV. 연구결과   |
| II. 이론적 배경 | V. 결론 및 논의 |
| III. 연구방법  | 참고문헌       |

### <Abstract>

The purpose of this study was to identify preteen girls and their mothers' apparel image preference and apparel purchase behavior. This study was particularly interested in verifying the influencing factors of plus size preteen girls' apparel choice by investigating the correlations between preteens' physical characteristic and their apparel related variables. Data were obtained from the questionnaire by 190 preteen girls and 120 mothers. The influential power of preteens on apparel purchase decision was greater than that of their mothers, and their preferred apparel images were comfortable/neat, cute/girlish, and mature/chic. Comparing to preteen girls, their mothers preferred comfortable/neat and cute/girlish images to mature/chic apparel image. Their physical maturity levels were significantly correlated with apparel image preference. Moreover, plus size preteen girls' interests in appearance and clothing was higher than that of normal weight preteen girls, this implied potentiality in apparel market for plus size preteen.

**주제어(Key Words)** : 프리틴(preteen), 의복선호이미지(apparel image preference), 플러스 사이즈 소비자(plus size consumer), 신체이미지(body image)

**Corresponding Author** : Hee-Kang Moon, Department of Home Economics Education, Pai Chai University, 14 Yeon Ja 1Gil, Seo-gu, Daejeon, 302-735, Korea Tel: +82-42-520-5981 Fax: +82-42-540-5421 E-mail: heekangm@pcu.ac.kr

\* 본 논문은 2009학년도 배재대학교 교내학술연구비 지원에 의하여 수행된 것임.

## I. 서론

최근 지속되는 불황 속에서 패션산업의 발전을 위해서는 새로운 세대의 소비자 수용과 성장가능성이 높은 세분시장에 대한 이해가 필수적이라고 할 수 있다. 아동기에서 성인기로 이행해가는 중간단계인 청소년 중에서도 특히 11-14세 정도의 아동을 일컫는 프리틴(pre-teen) 세대는 인구구성 비율 측면에서 성장하고 있을 뿐만 아니라, 의복구매에 있어서 경기불황에도 영향을 받지 않는 높은 구매력을 가진 새로운 소비자로 주목 받고 있다(Cook & Kaiser, 2004). 이와 같은 프리틴 세대의 구매영향력은 미국에서도 주목받고 있어, 프리틴 세대는 자신들을 위한 구매 외에도 가족의 구매의사 결정에도 적극적인 영향력을 행사하며 가족의 구매결정에서 브랜드 결정의 80%가 프리틴 세대에 의해 영향 받는 것으로 보고되고 있다(Lindstrom, 2004; Russel & Tyler, 2004). 전 세계적으로 적극적으로 흡수해야 할 소비자로서 10대가 새롭게 부상하고 있으며, 그 중에서도 10대 후반의 고등학생이나 대학초년생이 아닌 10대 초, 중반의 프리틴을 주요 대상으로 해야 한다는 주장들이 제기되고 있다. 이에 따라, 기존 아동복 브랜드는 물론, 캐주얼 시장에서도 빠르게 성장하는 프리틴 시장을 겨냥한 제품개발에 관심을 보이고 있다(서울경제, 2006. 11. 1; 어패럴뉴스, 2010. 5. 31).

프리틴 세대는 서브틴(subteen), 트윈(tween), 로우틴(lowteen) 등으로 불리며 하이틴에 비해 나이는 어리지만 상당히 조숙하고 자기주장이 뚜렷하여 유행에 민감한 세대인 동시에, 십대후반의 하이틴과는 구별되는 아이덴티티와 라이프스타일을 가지고 있다(권유진, 유태순, 2005). 또한, 이들은 국내와 해외의 연구들을 살펴볼 때, 지나치게 귀엽고 아동스러운 이미지를 회피하는 등 의복을 통해 표현하고자 하는 이미지에서 더 어린 나이의 아동들과는 뚜렷하게 차별화되고자 하는 성향 또한 가지고 있다(김찬주, 김용주, 2006; Cook & Kaiser, 2004). 그러나, 프리틴은 신체적으로도 급성장하는 시기로 체격은 크지만 성호르몬 분비가 아직 충분하지 못하기 때문에 신체라인에 있어서는 하이틴과 차이가 있다(이진희, 전명숙, 2006). 따라서, 아동과 하이틴의 중간세대인 이들은 7세부터 13세까지의 아동을 중심으로 제품개발이 이루어지는 아동복 브랜드에 대해 신체적 발달이나 정서적 특성 면에서 불만족하고 있으며, 중고생들이 주로 의복을 구매하는 영캐주얼 브랜드에서도 이들의 디자인 감각이나 체형에 맞는 의복을 구매하는 것이 어려운 실정이다.

특히, 서구화된 식생활과 점차 편리해지는 생활양식의 변화로 인해 최근 프리틴 세대는 신체치수 측면에서 과거에 비해 현저하게 성장하였으며, 선진국에서 흔히 볼 수 있었던 성장기 아동의 체중과다 및 비만 발생 또한 점차 증가하고

있다(김민정, 2008; 이진희, 전명숙, 2006). 신체적으로 성숙해질 뿐 아니라 급격한 감정변화를 겪는 프리틴 세대의 아동들 중에서 특히 체격이 큰 아동들은 단순히 큰 치수의 아동복이나 성인 대상의 캐주얼 의복을 통해서 그들의 미적 욕구를 표현할 수 없으므로 이에 따른 의복구매의 어려움이 예상되며, 불만족 또한 높을 것으로 생각된다. 실제로, 프리틴 시대에 등장한 성인복 업체나 아동복의 라인확장은 프리틴 소비자의 욕구에 적절히 대응하지 못해 시장적응력이 떨어진다는 점이 문제점으로 지적되어 왔으며 (한국섬유신문, 2005. 7. 21), 프리틴 소비자를 흡수하기 위해서는 사이즈 스펙 조정에 국한된 투자 이상이 이루어져야 한다는 자각이 의류브랜드 사이에 일어나고 있다(한국경제, 2007. 10. 11). 미국, 유럽 등 선진국에서는 이미 1990년대 이후부터 소비세대로서의 프리틴 세대에 대한 관심이 증가하기 시작하여 1998년 이후 프리틴 전문 의류브랜드들이 인기를 끌고 있으며, 빅사이즈를 전문으로 취급하는 플러스 사이즈 아동복 시장 또한 미국 전체 아동복 시장의 12%를 점유하며 매년 30%의 고속성장세를 보이고 있다(Foundation for child development, 2008). 실제로 Wal-Mart, Target, GAP, Old Navy, J.C. Penny 등의 해외 대형유통업체에 'Husky size' 이나 'Plus size' 등의 이름으로 빅사이즈 아동복 존이 운영되고 있다. 학계에서도 최근 플러스 사이즈 프리틴이 선호하는 의복스타일과 니즈를 파악하는 것이 중요함을 강조하는 연구와 함께(Brock, Ulrich, & Connell, 2009) 프리틴 세대의 정체성에 적합한 독자적인 브랜드 개발의 필요성을 역설하는 연구(Hulan, 2007) 또한 등장하고 있다. 그러나, 국내 아동복 시장은 17호 사이즈를 출시하는 등 플러스 사이즈 시장의 존재를 인정하면서도 플러스 사이즈 프리틴을 위한 제품 개발 측면에서는 아직은 시작단계에 머물고 있으며, 프리틴 전문브랜드의 경우에도 성인복의 사이즈만 축소한 디자인에 집중되어 프리틴 소비자의 니즈를 채워주지는 못하고 있는 실정이다(한국경제, 2007; 한국섬유신문, 2005).

프리틴 세대에 관한 선행연구 또한, 전반적인 소비성향에 관한 연구(김민정, 2008), 화장 등 외모관리행동에 관한 연구(김아날리아, 2006; 이지연, 2006), 그리고 라이프스타일과 전반적인 의복구매특성에 관한 연구(권유진, 유태순, 2005; 이진희, 전명숙, 2006) 등 프리틴 세대의 행동특성을 기술하는 것에 그치고 있으며, 그 외의 대부분의 연구는 체형분류와 치수적합성에 관한 연구들이 주를 이루고 있어(김민정, 2008; 김은경, 최혜선, 강여선, 2002; 조운주, 이정란, 1999), 플러스 사이즈 프리틴 시장을 고려한 연구는 매우 부족한 실정이다. 특히 비만아동을 대상으로 한 연구들의 대부분은 치수적합성에 치중하고 있어, 의복구매 시 신체치수의 적합성 보다는 스타일과 개성표현을 중요시하는 프리틴 세

대의 의복구매 특성을(이진희, 전명숙, 2006) 반영한 연구가 이루어질 필요가 있다.

이에 본 연구는 신체성장이 왕성하고 독립적인 소비세대로서의 라이프스타일을 가진 프린틴 세대의 의복구매 특성 및 의복선호이미지를 파악하여 이들을 타겟으로 하는 전문 브랜드 개발에 필요한 기초정보를 제공하고자 한다. 특히, 프린틴 시장에 대한 보다 실질적이고 포괄적인 시사점을 제공하고자 하는 목적으로, 플러스 사이즈 프린틴과 프린틴의 어머니를 연구대상으로 포함하고자 한다. 이는 빠른 성장이나 비만 등의 신체적 특징으로 인해 일반아동보다 선택의 폭이 좁아 의류제품 구매 시 기존 아동복 브랜드에 대한 불만족이 높은 플러스사이즈 프린틴을 포함함으로써 신체성장 측면에서 개인편차가 큰 프린틴 시장의 특성을 반영하기 위해서이며, 프린틴 세대의 의복구매 시 구매자로서의 영향력을 가지는 어머니 또한 연구의 대상으로 고려하기 위함이다.

## II. 이론적 배경

### 1. 프린틴 소비자의 특성과 의복구매행동

프린틴은 어린이와 청소년의 중간지대의 나이와 정체성을 지니고 있는 세대이다. 즉, 신체적으로 성장이 급증하고 사춘기가 시작되는 연령으로 어린이라고 보기에는 성숙하고 자기주장이 비교적 뚜렷하여 주체적인 소비행동을 나타내는 시기인 것이다. 그러나, 신체적으로 급속하게 성숙하는 반면 내적 성숙은 아직 어린이 단계이면서도 어른스러워 보이기를 원하는 시기이며, 이러한 욕구를 세련된 감각으로 표현하는 세대이기도 하다(김찬주, 김용주, 2006; Philips, 1999). 이들은 경제력이 비교적 풍부한 맞벌이 부모로 인해 강한 독립심과 왕성한 구매력을 지니고 있으며, 어린 나이에도 불구하고 유행에 민감하며 인터넷에 익숙한 세대이기도 하다(권유진, 유태순, 2005).

프린틴을 대상으로 한 의복구매행동에 관한 연구는 극히 제한적으로 이루어졌는데, 이들의 의복구매영향력과 구매동행자, 의복구매장소, 선호브랜드, 의복선택기준 등에 대한 선행연구들을 살펴보면 다음과 같다. 권유진과 유태순(2005)의 연구에서는 프린틴이 부모와 함께 쇼핑할 수 있는 공간인 백화점에서 주로 구매하는 것으로 나타났으며, 정보원으로는 친구가 가장 중요하지만 의복구매시에는 부모님과 같고 고르는 경우가 주를 이루었다. 이진희와 전명숙(2006)의 연구에서도 의복구입장소로 백화점이 가장 선호되었으며, 의복구매시 어머니와 동행하거나 어머니가 사다주는 것으로 나타났다. 의복구매 선택기준으로는 디자인 및 스타일과 체형과의 적합성 등을 중시하는 것으로 나타났으며(임혜원,

2008), 선호 브랜드 조사에서는 스포츠 캐주얼이나 캐주얼 브랜드 유형에 대한 선호가 높았다. 이진희와 전명숙(2006)의 연구에서는 프린틴이 전문 주니어 브랜드를 선호하는 것으로 나타났는데, 이는 사이즈 적합성 때문이 아니라 스타일과 개성표현, 좋은 품질 때문이라고 하였다.

한편, 자기표현욕구가 점차 뚜렷해지는 프린틴 세대의 특징은 그들의 의복을 통한 외모관리 행동을 통해 나타나는데, 특히 이 시기의 여학생들은 제 2차 성장을 겪으면서 체중의 급속한 증가로 심리적인 갈등을 겪게 되며 이로 인한 상실감이나 신체에 대한 불만은 의복에 대한 관심으로 표현되기도 한다. 따라서, 프린틴의 의복행동이 신체에 대한 평가나 만족, 그리고 궁극적으로 자아존중감 형성과도 밀접한 관련성을 지니고 있다는 점에서(김아날리아, 이수경, 고애란, 2006), 그들의 의복구매특성을 살펴보는 것은 의미가 있을 것이다. 그러나, 프린틴의 경우 자녀의 의복을 어머니가 구매하는 등 의복착용자와 구매자가 다른 경우가 흔히 발생하므로, 의복구매행동에 관한 선행연구는 대부분 본인이 구입하기 시작하는 시기인 중학생 이상의 청소년기를 중심으로 이루어져 초등학교 고학년 프린틴을 대상으로 한 연구가 부족하다. 따라서, 본 연구는 프린틴 중에서도 신체적인 사이즈의 변화가 처음으로 커지는 시기인 초등학교 5, 6학년 프린틴을 중심으로(임혜원, 2008) 진행하고자 한다.

### 2. 플러스 사이즈 프린틴의 특성과 의복구매행동

프린틴 관련 선행연구들 중에서 특히 비만 아동을 대상으로 한 연구들은 대부분 치수적합성에 치중하고 있어 전반적인 의복구매행동이나 스타일 선호에 대한 연구는 거의 없다. 비만아동의 식생활, 의생활 및 심리적 특성을 살펴본 정운선, 이혜상과 박응임(2003)의 연구에 따르면 비만 아동의 경우 옷을 입을 때 몸매에 신경을 더 신경을 쓴다고 하여, 비만 아동의 경우에도 사이즈 외에 자기표현이나 신체의 단점을 보완하는 의복 스타일의 선택이 중요함을 알 수 있다. 또한, 김인숙 외(2002)의 연구결과에 의하면 비만정도에 따라 의복구매행동에 차이가 있는지 살펴보았으나 비만정도와 구입장소, 비만 정도와 만족도 등에 대한 교차분석에서 유의한 차이는 없다고 하여, 플러스 사이즈 프린틴의 경우에도 정상체중의 프린틴과 마찬가지로 신체와 의복에 대한 높은 관심과 욕구를 가지고 있음을 시사하고 있다. 따라서, 플러스 사이즈 프린틴을 포함하여 프린틴이 지니고 있는 신체적 특성과 그로 인한 신체이미지 지각, 의복선호이미지와 선호스타일, 그리고 의복태도를 종합적으로 살펴볼 필요가 있다.

### 3. 프린틴의 의복선호이미지와 선호스타일

자신의 외모에 대한 관심과 또래집단 소속에 대한 욕구가

높은 프리틴은 의복 선택시 중요하게 고려하는 평가기준으로 디자인 및 스타일의 중요성을 강조한다. 급격한 신체변화로 인해 자신의 신체와 외모에 관심이 많고 영상매체에 익숙한 프리틴들은 자신의 이미지를 가시적 효과가 큰 의복을 통해 자신만의 스타일을 표현하는 것을 즐기기 때문이다(김찬주, 김용주, 2006; 이옥희, 홍병숙, 1998; Daters, 1990; Francis, 1992). 프리틴이 의복을 통해 표현하고 싶은 이미지로는 자연스러움과 활동성이 가장 많이 언급되었으며(이진희, 전명숙, 2006), 김찬주와 김용주(2006)는 프리틴과의 면접조사를 통해 그들이 선호하고 희구하는 스타일로 편한 스타일, 단정한 스타일, 힙합 스타일, 귀여운 스타일, 세련된 스타일, 어른스럽고 여성스러운 스타일을 제안하였다. 초등학교 5~6학년들을 대상으로 한 임혜원(2008)의 연구에서는 남, 여학생 모두 심플함을 추구하는 것으로 나타났으며, 특히 여학생의 경우에는 자기표현의 수단으로 의복을 활용하는 성향이 강하므로 남학생에 비해 어른스러운 성숙함을 높은 비율로 추구한다고 하였다. 프리틴이 선호하는 의복 아이템 조사에서는 초등학교 4~6학년 프리틴 여아는 티셔츠와 팬츠 디자인을 가장 선호하는 것으로 나타났다(김주희, 2006).

김주희(2006)는 초등학교 고학년들을 위한 아동복 개발을 위해 아동과 어머니의 선호를 차별화하여 조사 분석할 필요가 있음을 강조하였는데, 프리틴 세대의 아동과 어머니를 모두 연구의 대상에 포함시킨 최근의 질적 연구에 따르면 프리틴 어머니의 중요한 의복선택 기준으로 성숙한 이미지를 강조하지 않는 단정한 스타일에 대한 선호가 두드러진다고 하였다(Brock et al., 2009). 이에 따르면 프리틴 여아가 심플하면서도 성숙한 이미지를 추구하는 반면 프리틴의 부모세대는 단정하고 정숙한 이미지의 의복을 자녀가 착용하기를 원하며, 결과적으로 의복선택에 있어서 프리틴 여아와 어머니 간의 의견 불일치가 발생한다는 것을 알 수 있다. 따라서, 프리틴의 의복구매에서 아동과 부모의 구매영향력이 모두 중요하게 작용한다는 점을 감안할 때, 프리틴과 어머니가 선호하는 의복이미지를 모두 파악하고 비교하는 것은 의미가 있을 것이다.

한편, 김찬주와 김용주(2006)는 선호스타일과 희구스타일 외에 프리틴이 기피하는 스타일로 신체밀착 스타일과 유아적 스타일을 제시하고 있는데, 2차 성징이 뚜렷해지는 프리틴 여아 중에서도 신체성장이 빠르거나 비만인 플러스 사이즈 프리틴의 경우에는 이와 같은 스타일에 대한 기피 정도가 더욱 심할 것으로 생각된다. 따라서 본 연구에서는 프리틴 여아의 신체적 특징, 부모의 구매의사결정 영향력 등을 고려하여 보다 다각적인 관점에서 프리틴 여아의 의복선호 이미지를 파악하고자 한다.

#### 4. 프리틴의 신체이미지와 의복태도

프리틴 시기 아동의 신체적 외모의 특성은 자신에 대한 신체이미지 형성에 영향을 미치게 되는데, 신체이미지는 신체적 자기에 대한 지각으로 신체에 대한 지각과 신체와 관련된 감정을 포함한다(Freud, 1961). 신체이미지는 신체크기, 몸무게, 얼굴 등 신체의 각 부분들에 대한 지각과 평가 과정에 의해 형성되며(Thompson, 1990), 신체에 대한 인식과 만족이라는 두 개의 측면에 행동적인 측면이 더해져서 구성된다. 신체이미지에 관한 많은 연구들에서 신체에 대한 인지적/행동적 차원은 개인이 외모에 부여하는 중요도, 관심 등을 의미하여 외모지향성으로 규정되어 왔으며, 신체에 대한 감정적 차원은 신체에 대한 평가와 그에 따른 느낌을 반영하여 신체만족도로 개념화되어 왔다. 일반적으로 이와 같은 신체 이미지는 의복에 반영되며(Sontag & Schlater, 1982), 자신의 신체에 대한 인식과 감정적인 판단은 의복의 구매와 선택에 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다(Creekmore, 1974). 따라서, 신체에 대한 긍정적 혹은 부정적 이미지는 의복에 대한 태도와 밀접한 관련이 있으며, 신체만족도가 높을수록 의복만족도와 의복을 통한 과시성 또한 높다고 하였다(송경자, 김재숙, 1999). 반면에 부정적인 신체이미지를 가질수록 의복을 통해 신체를 보완함으로써 외모를 향상시키고자 하는 성향을 나타낸다고 하였다(고애란, 조선명, 2001). 그러나, 이와 같은 신체에 대한 판단과 신체 만족도와 같은 신체이미지와 의복태도 사이의 관련성은 집단에 따라서 다르게 나타나므로(Shim, Kostsiopoulos, & Knoll, 1991), 프리틴 소비자 집단에서의 특징적인 관련성을 살펴볼 필요가 있을 것이다.

### Ⅲ. 연구방법

#### 1. 연구문제와 측정도구

본 연구에서는 프리틴 여아와 어머니의 의복구매특성 및 의복선호이미지를 파악하고, 더불어 프리틴 여아의 비만도가 신체이미지, 의복선호이미지, 의복태도에 미치는 영향을 살펴봄으로써 플러스 사이즈 프리틴과 정상체중의 프리틴 집단의 차이를 살펴보고자 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 프리틴 여아와 어머니의 의복구매특성을 살펴본다.  
연구문제 2. 프리틴 여아와 어머니의 의복선호이미지와 스타일의 차이를 밝힌다.

연구문제 3. 프리틴 여아의 비만도가 신체이미지, 의복태도, 의복선호이미지에 미치는 영향을 살펴본다.

연구문제 1을 밝히기 위해 프리틴 여아의 경우 직접 의복구매에 관여하는 비율이 매우 높으므로 프리틴 여아 대상의 설문지에 의복구매행동 관련 변수들을 구성하였으며, 어머

니를 대상으로 의복구매시 사용하는 평가기준과 구매만족도를 조사하였다. 연구문제 2를 검증하기 위해 프린팅 여아와 어머니를 대상으로 의복선호이미지, 선호스타일, 그리고 선호아이템을 묻는 문항들을 포함하였으며, 계절의 영향력을 통제하기 위해 여름철 의복에 한정하여 답하도록 하였다. 또한, 연구문제 3을 위해 프린팅 여아의 신체적 특성, 신체이미지, 의복태도를 측정하였으며, 프린팅 여아의 신체적 특성으로 신장과 체중을 응답하도록 하고 이를 이용하여 신체질량지수(BMI)를 산출하였다.

프린팅 여아와 어머니가 선호하는 의복이미지를 측정하기 위한 문항을 개발하기 위해 질적연구를 통해 프린팅의 의복 선호스타일과 희구 스타일을 분류한 김찬주와 김용주(2006)의 연구에서 제안된 스타일 유형들과 이진희와 전명숙(2006)의 연구에서 사용된 프린팅의 의복착용 후 표현이미지를 참고하여 수정 보완하였다. 총 15개의 이미지 차원을 개발하여 예비조사에 사용하였으며, 정제화 과정을 거쳐 최종적으로 13개의 이미지 문항을 본조사에 포함하였다. 프린팅 여아의 신체이미지 측정은 Cash(1990)의 신체-자아에 관한 다차원 척도(Multi-dimensional Body-self Relations Questionnaire: MBSRQ) 중 외외지향성을 측정하는 8문항과(이수경, 2003 재인용) 신체만족도를 측정하는 4문항을 포함하여 총 12개의 문항으로 구성하였으며, 국내에서의 타당도를 검증한 이수경(2003)의 연구를 참조하여 수정 보완하였다. 의복태도 측정도구는 선행연구들에서 사용된 문항들을(고애란, 조선명, 2001; 이수경, 2003) 수정 보완하여 총 12개의 문항을 포함하였다. 의복선호이미지, 신체이미지, 의복태도는 7점 리커트 척도로 측정하였으며, 그 외 문항들은 명명척도를 사용하였다.

2. 연구대상 및 자료수집방법

본 연구는 11~14세 정도가 포함되는 프린팅 여아와 어머니를 대상으로 하고 있다. 그러나, 중학교 1~2학년의 경우 대부분 영캐주얼에서 의복을 구매하고 있고 비교적 만족도 높으며(이진희, 전명숙, 2006) 만 11~12세의 시기가 신체적인 사이즈의 변화가 처음으로 커지는 시기이므로(임혜원,

2008), 본 연구에서는 프린팅 중에서도 초등학교 5, 6학년(만 11~12세)만을 연구대상으로 한정하였다. 2010년 3월 전국에 거주하는 초등학교 5, 6학년 여학생 60명을 대상으로 예비조사를 실시하였으며, 그 결과를 토대로 설문지를 수정, 보완하였다. 본 조사는 전문 리서치 기관의 패널을 이용하여 2010년 4월 전국에 거주하는 초등학교 5, 6학년 여학생과 초등학교 5, 6학년 여학생을 자녀로 둔 어머니를 대상으로 자료수집을 하였으며, 일련의 검증시스템을 거쳐 여아 190명과 어머니 120명의 응답을 최종분석에 사용하였다. 또한, 비만 아동인 플러스 사이즈 아동의 응답이 부족하지 않도록 하기 위해 여아와 어머니 각각의 집단에 응답의 40% 내외로 비만 아동이 포함되도록 하는 할당추출법을 사용하였다. 비만 여부에 따라 여아의 경우 정상체중 120명, 비만 70명, 어머니 응답의 경우 정상체중 아동 70명, 비만아동 50명의 분포를 보였다. 비만아동의 판정기준으로는 신체질량지수(BMI)를 사용하였으며, 질병관리본부에서 제시한 기준에 의해 BMI 지수가 25 이상인 경우를 비만으로 구분하였다. 조사대상자의 분포를 보면 5학년이 36.5%, 6학년이 63.5%였으며 조사대상 여아들의 신체사이즈의 분포는 신장 125cm~165cm, 몸무게 27kg~85kg, BMI = 13.2~34.5로 나타나, 프린팅 아동의 신체적 성장 분포의 폭이 매우 넓으며 단순히 신장이나 몸무게만을 고려한다면 성인의 신체사이즈에 가까운 정도로 발달한 경우도 있었다. 수집된 자료의 분석을 위해 SPSS 12.0 프로그램을 이용하여 빈도분석, 교차분석, 요인분석, 신뢰도검증, t-test, 회귀분석을 실시하였다.

IV. 연구결과

1. 프린팅 여아와 어머니의 의복구매특성과 구매만족도

1) 프린팅 여아의 의복구매특성

프린팅 여아의 경우 어머니와 동행하여 의복을 쇼핑하는 경우가 가장 많으며(55.3%), 그 다음으로는 친구들과 함께 쇼핑(30.5%)하는 것으로 나타났다. 그 외 혼자서 쇼핑하는 경우도 10% 정도인 것으로 나타나, 어머니와 동행하는 경우

〈표 1〉 프린팅의 비만여부에 따른 의복쇼핑동행자의 차이

의복 쇼핑 동행자	비만 여부		$\chi^2(df = 1)$
	정상체중 (n = 120)	비만 (n = 70)	
부모동행+부모대리구매 (n = 113)	69 <sup>a</sup> (71.4) <sup>b</sup>	44 (41.6)	.526
친구동행+자녀구매 (n = 77)	51 (48.6)	26 (28.4)	

<sup>a</sup> Observed Count, <sup>b</sup> Expected Count

〈표 2〉 프리틴의 주요 의복구매점포와 구매 브랜드

구매장소	n(%)	구매브랜드	n(%)
인터넷 쇼핑몰	57(30)	성인 캐주얼 브랜드	85(44.7)
백화점	34(17.9)	주니어 전문 브랜드	62(32.6)
중저가 의류브랜드 가두점	30(15.8)	보세 및 기타	31(16.3)
재래시장	29(15.3)	아동복 브랜드	12(6.3)
대형할인점	23(12.1)		
기타	17(8.4)		
전체	190(100)	전체	190(100)

가 아니면 어머니에게 사달라고 하는 경우가 가장 많으며 혼자 혹은 친구들과 함께 쇼핑하는 경우가 극히 드물게 나타났던 선행연구의 결과와(이진희, 전명숙, 2006) 차이를 보였다. 이는 비만도와 무관한 전체 프리틴 여아의 의복구매행동에 대한 분석결과이나, 선행 연구 결과와의 불일치가 본 연구에서 이루어진 플러스 사이즈 프리틴에 대한 할당표본에 의한 것인지를 확인하기 위해 비만여부에 따른 집단간 의복쇼핑동행자의 차이를 살펴보는 분석을 추가적으로 시행하였다. 그 결과 집단간 차이는 유의하지 않았으며(표 1), 따라서 초등학교 5, 6학년생들만을 대상으로 한정된 본 연구의 샘플을 감안할 때 프리틴 여아의 의복구매에서 어머니의 구입역할이 상당히 큰 편이나, 점차 그 영향력의 정도가 감소하고 오히려 친구의 영향력이 증가하고 있음을 알 수 있다. 또한, 어머니와 동행하여 쇼핑을 하는 경우에도 구매할 의복아이템의 결정은 아동에 의해 결정되는 경우가 훨씬 많은 것으로

나타나(83.1%) 프리틴 아동의 의복구매결정에 미치는 영향력이 점차 커지고 있다고 할 수 있다.

의복의 주요 구매점포에 대한 조사에서는 인터넷 쇼핑몰에서 가장 빈번히 구매하는 것으로 나타났으며(30.0%), 그 다음으로는 백화점이 자주 언급되었다(17.9%)〈표 2〉. 프리틴 아동의 나이가 어릴수록 백화점과 대형할인점에서 구매하는 경우가 많은 반면 나이가 증가함에 따라 패션전문상가나 상설할인매장에서의 구매가 증가하는데, 이는 구매동반자가 달라지기 때문이므로(김경아, 2004), 의복 쇼핑동행자에 따라 주요 의복구매점포에 차이가 있을 것으로 판단되었다. 이에 따라 의복쇼핑동행자에 따라 주요 의복구매점포에 차이가 있는지 살펴보기 위해 교차분석을 실시한 결과 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다(표 3). 구체적으로는 프리틴이 부모와 동행하거나 부모가 의복쇼핑을 대행하는 경우 백화점, 중저가 의류가두점, 그리고 대형할인점에서 주로 구매하는 반면, 친구

〈표 3〉 의복쇼핑동행자에 따른 주요 의복구매점포의 차이

의복쇼핑 동행자	백화점	중저가 의류 브랜드 가두점	대형할인점	재래 시장	인터넷	양품점 및 기타	$\chi^2(df = 5)$
부모동행 + 부모대리구매 (n = 113)	31 <sup>a</sup> (20.2) <sup>b</sup>	25 (17.8)	22 (13.7)	14 (17.2)	17 (33.9)	4 (10.1)	65.164***
친구동행 + 자녀구매 (n = 77)	3 (3.8)	5 (12.2)	1 (9.3)	15 (11.8)	40 (20.3)	13 (6.9)	

<sup>a</sup>Observed Count, <sup>b</sup>Expected Count  
\*\*\*p < .001

〈표 4〉 의복쇼핑동행자에 따른 주요 구매브랜드의 차이

의복쇼핑 동행자	아동복 브랜드	주니어 브랜드	성인 캐주얼 브랜드	보세 및 기타	$\chi^2(df = 3)$
부모동행 + 부모대리구매 (n = 113)	11 <sup>a</sup> (7.1) <sup>b</sup>	53 (44.6)	45 (51.1)	4 (10.1)	19.994***
친구동행+자녀구매 (n = 77)	1 (4.9)	22 (30.4)	41 (34.9)	13 (6.9)	

<sup>a</sup>Observed Count, <sup>b</sup>Expected Count  
\*\*\*p < .001

〈표 5〉 프린틴의 비만여부에 따른 부모의 사이즈 관련 의복구매 만족도의 차이

사이즈 관련 의복구매 만족도	비만여부		t값
	정상체중 (n = 70)	비만 (n = 50)	
평가기준으로서의 사이즈의 중요도	6.10	6.10	.000
사이즈에 대한 만족도	4.34	4.34	.012

와 동행하거나 프린틴 아동이 혼자서 구매하는 경우는 인터넷 쇼핑몰에서 보다 빈번하게 구매가 이루어지는 것으로 나타나, 의복구매에 미치는 프린틴 세대의 영향력이 인터넷쇼핑몰이라는 유통유형에 의해 더욱 커지고 있음을 알 수 있다.

주요 구매 브랜드 유형 조사에서는 전반적으로 아동복 브랜드보다는 성인 캐주얼 브랜드나 주니어 전문브랜드에서 의복을 구매하는 경우가 대부분으로, 아동으로 구분되는 초등학생임에도 불구하고 아동복 브랜드를 이용하는 경우가 극히 드물게 나타났다(표 2). 의복쇼핑동행자에 따라 주요 구매브랜드 유형에도 차이가 있어(표 4), 어머니와 동행하는 경우 아동복 브랜드를 이용하는 비율이 높은 반면 친구와 함께 혹은 아동 혼자서 쇼핑하는 경우에는 성인캐주얼 브랜드를 이용하는 비율이 상대적으로 높았다. 또한, 플러스 사이즈 아동을 위한 다양한 사이즈의 의복을 아동복 브랜드와 성인 캐주얼 브랜드에서 제공하는 경우 구매의도에 차이가 있는지 살펴보기 위한 paired t-test 결과 성인 캐주얼 브랜드에서 플러스 사이즈 프린틴 의복을 제공하는 경우에 구매의도가 유의하게 높은 것으로 나타나( $M_{\text{아동복}} = 5.29$ ,  $M_{\text{성인캐주얼}} = 5.76$ ;  $t = -3.023$ ), 프린틴 여아의 성인 캐주얼 브랜드 선호도가 두드러졌다. 이와 같은 결과는 프린틴의 감성이 아동복보다는 성인캐주얼 지향 마인드가 강하고 틴 세대를 모방하고자 하는 하향전파(trickle down) 현상을 나타내므로 캐주얼이나 스포츠캐주얼의 연령을 낮추어 접근하는 '에이지 다

운(age-down)전략'이 보다 효과적이라고 제안한 패션업체의 마케팅조사 결과와 일치한다(김찬주, 조용주, 2006).

2) 프린틴 여아 어머니의 의복평가기준과 의복구매 만족도

의복의 사이즈와 관련된 의복구매 만족도는 프린틴 여아의 어머니를 대상으로 조사되었는데, 본 연구의 대상자인 프린틴 여아의 어머니 중 40%가 대부분의 아동복 브랜드 제품이 아동에게 잘 맞지 않는다고 하였으며, 55.8%의 응답자가 의복구매시 자녀에게 적절한 사이즈의 의복을 찾기가 어렵다고 하였다. 여러 의복 부위 중에서는 허리, 엉덩이, 옷길이 부위가 사이즈가 잘 맞지 않는 부위가 가장 자주 언급되었으며, 프린틴 아동이 특히 자주 착용하는 아이টে็ม으로 어머니들이 인식하는 바지와 티셔츠 아이টে็ม의 사이즈 다양화에 대한 요구가 매우 높았다.

이와 같이 프린틴 아동의 의복구매에서 의복 사이즈 선택에 대한 어머니의 만족도는 매우 낮은 것으로 나타났는데, 의복구매시 고려하는 평가기준 중에서 사이즈에 대한 만족도( $M = 4.34$ ,  $SD = 1.28$ )는 가격에 대한 만족도( $M = 4.12$ ,  $SD = 1.14$ ) 다음으로 가장 낮게 보고되었다. 특히, 의복구매시 고려하는 각각의 평가기준의 중요도에 있어서 사이즈 평가( $M = 6.10$ ,  $SD = .91$ )는 활동의 용이성( $M = 6.19$ ,  $SD = .86$ )과 함께 높은 점수를 기록하여 실제로 프린틴 아동의 부모가 느끼는 불만족의 정도가 더욱 크다는 것을 알 수 있었다.

프린틴 여아 어머니의 자녀 의복구매 만족도에 대한 결과 또한 본 연구의 할당표본에 의한 영향 여부를 확인하기 위해 정상체중 아동과 비만아동 아동의 어머니의 응답에 대한 t-test를 추가적으로 수행한 결과, 두 집단간에 사이즈에 대한 만족도나 사이즈 평가의 중요도에 유의한 차이는 없었다(표 5). 따라서, 프린틴 여아 어머니의 의복구매에서 여아의 비만도와 관련 없이 사이즈는 중요한 평가기준임에도 불구하고

〈표 6〉 신체이미지의 탐색적 요인분석결과

요인	문항내용	요인부하량	고유치 분산 누적분산	신뢰도 (크론바하 알파)
외모 지향성	나는 수시로 거울에 미친 내 모습을 살펴본다.	.800	3.479 38.658%	.831
	내가 항상 멋있게 보이는 것은 중요하다	.753		
	나는 몸무게가 조금만 변해도 신경이 쓰인다.	.746		
	나는 외출 전 준비하는 시간이 오래 걸린다.	.742		
	나는 언제나 남들 앞에 나가기 전에 내 모습이 괜찮은지 확인한다.	.702		
신체 만족도	나는 언제나 살찐 것에 대해 또는 살이 찢까봐 걱정한다.	.671	1.834 20.379%	.611
	대부분의 사람들은 나를 예쁘다고 느낄 것이다.	.856		
	나의 신체는 섹시한 매력에 있다.	.638		
	나는 내 모습 그대로가 좋다.	.650	59.037%	

고 불만족도가 매우 높음을 알 수 있으며, 이는 현재 제공되고 있는 프리틴 여아 대상의 의류브랜드들이 전체적인 프리틴 소비자와 부모의 니즈를 충분히 채워주지 못함을 시사하는 결과이다.

2. 프리틴 여아와 어머니의 의복선호이미지

1) 신체이미지, 의복태도, 의복선호이미지의 요인구조

프리틴 소비자의 신체이미지에 관한 문항들을 요인분석한 결과, 2개의 요인이 도출되었다. 2개의 요인에 의한 총 설명력은 59.03%이며, 그 결과는 <표 6>과 같다. 요인1은 신체적 외모에 대한 중요성 인식, 관심, 적극성등과 관련된 6개의 문항들로 구성되어 '외모 지향성'으로 명명하였다. 요인2는 외모에 대한 주관적이고 감정적인 평가와 관련된 3개의 문항들을 포함하고 있어 '신체만족도'라 명명하였다.

프리틴 소비자의 의복태도는 3개의 요인으로 추출되었는데, 총 12개의 문항 중 낮은 부하량을 나타낸 1개의 문항을

제외한 11개의 문항이 포함되어 총 63.25%의 설명력을 나타내었다(<표 7>). 요인 1은 옷차림을 통해 자신을 돋보이게 하고 눈에 띄고자 하는 의복태도 문항들이 포함되어 '구별추구'로 명명하였다. 요인2는 신체적 단점을 감추고 보완하는 수단으로서 의복을 바라보는 문항들로 구성되어 있어 '신체보완'으로 명명하였으며, 요인3은 집단 내의 기준을 따르고 비슷한 의복스타일을 선택하는 행동과 관련된 4개의 문항으로 구성되어 '사회적 승인'으로 명명하였다. 신체만족도와 사회적 승인 의복태도차원의 신뢰도가 0.611과 0.688로 다소 낮게 나타났으나 문항의 내용과 요인 구조 상 포함하는 것이 적절하다고 판단되었으며, 이를 제외한 모든 요인에서 크론바하 알파값이 Nunnally(1978)가 제시한 허용기준인 0.7 이상으로 나타나 높은 신뢰도를 지니고 있었다.

한편, 프리틴 소비자의 의복선호이미지가 어떤 차원으로 구성되어 있는지 알아보기 위해 총 13개의 의복이미지 문항을 탐색적 요인분석에 투입하였는데, 프리틴 아동과 부모가

<표 7> 의복태도의 탐색적 요인분석 결과

요인	문항내용	요인부하량	고유치 분산 누적분산	신뢰도 (크론바하 알파)
구별 추구	나는 관심의 대상이 될만한 스타일이나 색상의 옷을 택한다.	.807	2.517	.764
	나는 나를 돋보이게 하는 옷을 고르려고 노력한다.	.783	22.882%	
	같은 스타일 같은 값의 옷이라면 눈에 띄는 색상의 옷을 선택하겠다.	.747	22.882%	
	남의 눈을 끌지 않는 평범한 옷을 선택하는 편이다.	.655		
신체 보완	나는 내 신체의 불만 부분을 가려주는 옷을 고른다.	.922	2.369	.842
	나는 옷으로 신체적 불만을 감추려고 노력한다.	.874	21.532%	
	나는 나의 몸매가 드러나지 않도록 옷을 입는다.	.777	18.837%	
사회적 승인	내 친구들과 나는 서로 비슷한 스타일이나 색상의 옷을 택한다.	.802	2.072	.668
	나는 새 옷을 살 때 친구들이 싫어하는 옷은 사지 않는다.	.790	18.837%	
	내 친구들과간에는 옷 입는 기준이 있다.	.638	63.252%	
	내 옷이 다른 사람들과 다르면 불안해진다.	.567		

<표 8> 의복선호이미지 탐색적 요인분석 결과

요인	문항내용	요인부하량	고유치 분산 누적분산	신뢰도 (크론바하 알파)
편안하고 단정한 이미지	편안하다	.876		.840
	활동적이다	.833	3.189	
	자연스럽다	.764	31.895%	
	심플하다	.763	31.895%	
	단정하다	.644		
귀엽고 소녀적인 이미지	귀엽다	.916	1.952	.827
	소녀적이다	.864	19.517%	
세련되고 성숙한 이미지	성숙해 보인다	.843	1.740	.667
	섹시하다	.785	17.398%	
	세련되어 보인다	.522	68.810%	



선호하는 의복이미지의 차이를 비교하는 것이 본 연구의 목적 중 하나이므로 아동과 부모의 응답을 함께 분석에 투입하여 두 집단의 공통적인 의복선호이미지 차원을 도출하고자 하였다. 요인부하량이 낮은 문항과 각 요인에 상호배타적이지 못한 문항들을 제거하는 과정을 통해(Nunnally, 1978) 총 10문항이 3개의 요인으로 분류되어 추출되었으며, 이들이 설명하는 총변량은 68.81%로 나타났다(표 8).

요인1은 자연스럽게 편안하며 단정한 이미지로 구성되어 '편안하고 단정한 이미지'로 명명하였다. 요인1은 전체분산의 31.9%를 설명하는 가장 큰 요인으로 나타나, 트윈세대가 의복착용을 통해 가장 표현하고 싶은 이미지가 자연스러움과 활동성이라고 밝힌 선행연구와 마찬가지로(이진희, 전명숙, 2006) 본 연구의 대상인 프린팅 여아와 부모가 선호하는 대표적인 의복이미지 차원임을 알 수 있었다. 요인2는 귀엽고 소녀적인 이미지를 포함하고 있어 '귀엽고 소녀적인 이미지'로 명명하였으며, 전체분산의 19.5%를 설명하였다. 요인3은 다소 어른스럽고 성숙하며 섹시한 이미지는 물론 세련된 이미지의 문항들을 포괄하고 있어, '세련되고 성숙한 이미지'로 명명하였다.

이와 같은 결과는 질적 연구를 통해 프린팅 소비자의 선호스타일을 밝히고자 한 김찬주와 김용주(2006)의 연구를 양적 자료를 사용하여 실증한 것으로, 프린팅 소비자의 의복스타일의 경우 질적 연구에서 독립적으로 제안되었던 편안한 스타일과 단정한 스타일의 관련성이 높게 지각되며 소녀적인 스타일이 귀여운 이미지와 연결됨을 알 수 있다. 또한, 위의 질적 연구에서는 어른스럽고 성숙한 이미지의 경우 희구스타일에는 포함되었으나 선호스타일과 현재스타일에는 포함되지 않았던 반면, 본 연구에서는 성숙한 이미지가 프린팅 소비자에게 세련된 이미지로 인식되고 있어 선호하는 의복스타일의 차원으로 포함되었다.

2) 프린팅 여아와 어머니의 의복선호이미지와 선호스타일의 차이

프린팅 여아와 어머니가 선호하는 의복이미지에 차이가 있는지를 살펴보기 위해 독립표본 t-test를 실시하여 각각의 의복선호이미지 차원에서 프린팅 여아 집단과 어머니 집단 간에 유의한 차이가 있는지 살펴보았다. 전반적으로 프린팅

〈표 9〉 프린팅 여아집단과 어머니 집단 간 의복선호이미지의 차이

선호이미지	어머니 집단 (n = 120)	여아 집단 (n = 190)	t값
편안하고 단정한 이미지	5.60	5.30	2.616**
귀엽고 소녀적인 이미지	4.43	3.78	3.639***
세련되고 성숙한 이미지	4.06	3.88	1.262

\*\*p < .01, \*\*\*p < .001

여아와 어머니 모두 편안하고 단정한 이미지를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 그러나, 프린팅 여아와 어머니 집단 간의 t-test 결과 편안하고 단정한 이미지 차원과 귀엽고 소녀적인 이미지 차원에서 선호 정도에 유의한 차이가 있었다(t = 2.616, t = 3.639) (표 9). 어머니 집단의 경우에는 여아집단보다 자연스럽고 단정한 이미지와 귀엽고 소녀적인 이미지를 더 선호하는 것으로 나타났는데, 이는 구매할 의복의 선택에 있어서 여아의 경우 프린팅 세대의 아동과 어머니간의 의견 불일치가 빈번하며 지나치게 성숙하거나 여성스러움을 강조하는 스타일보다는 단정한 스타일을 찾는 것이 프린팅 여아의 어머니에게 중요한 의복선택 기준이라는 선행연구의 결과와 일치한다(Brock et al., 2009).

프린팅 여아와 어머니의 의복선호이미지 비교에 이어 프린팅 아동들이 가장 즐겨 입는 의복 아이템 별로 선호하는 스타일의 특징을 구체적으로 비교하기 위해 티셔츠와 바지 아이템의 신체 밀착 정도와 노출 정도, 그리고 사이즈 조절 디테일에 따른 의복스타일 선호를 측정하였다. 이는 신체 밀착 정도와 노출 정도에 따라 선호 혹은 회피하는 의복스타일이 결정된다는 프린팅 아동의 의복스타일에 대한 질적 연구 결과에 근거한 것이다(김찬주, 김용주, 2006). 티셔츠는 팔 부분의 노출 정도에 따라 슬리브리스 스타일과 반팔 중에서, 엉덩이 노출여부에 따라 긴 길이 티셔츠와 짧은 길이의 티셔츠 중에서, 그리고 신체 밀착 정도에 따라 몸에 딱맞는 티셔츠와 헐렁한 티셔츠 중에서 더 선호하는 스타일을 고르게 하였다. 바지는 다리의 노출 정도에 따라 무릎길리와 무릎 위 짧은 반바지 중에서, 그리고 허리에 고무밴드 디테일 사용여부에 따른 바지 스타일 중에서 선택하도록 하였다.

즐거 입는 의복 아이템 별 스타일 선호에서 프린팅 아동과 어머니 집단간에 차이가 있는지 살펴보기 위해 교차분석을 실시한 결과(표 10), 프린팅 여아와 어머니 집단 모두 슬리브리스 티셔츠보다는 반팔 티셔츠를 선호하였으며(여아의 90%, 어머니의 92.1%), 엉덩이를 덮는 길이의 넉넉한 티셔츠를 선호하였다. 이는 본 연구 대상자인 프린팅 여아에게 옷을 입을 때 가장 많이 신경이 쓰이는 신체부위를 답하라고 하였을 때, 허벅지(36.5%), 엉덩이(17.4%), 배 부분(19.4%)이 가장 자주 언급되었던 결과와 맥을 같이 하는 것으로, 일반적으로 신체만족도가 높은 부위는 드러내는 스타일을 선호하고 만족도가 낮은 부위는 단점을 보완해주는 스타일을 선호하는 경향을(박우미, 1999) 반영하는 것이라고 할 수 있다. 그러나, 바지의 경우에는 프린팅 여아들이 무릎위로 찬말 올라가는 짧은 길이의 반바지를 선호하는 반면 어머니는 무릎길이의 반바지를 더 선호하는 것으로 나타났다. 바지 허리부분의 고무줄 디테일에 대해서도 여아의 경우 응답자의 63.7%가 고무줄이 없는 디자인을 선호한다고 한 반면, 어머

〈표 10〉 프리틴 여아집단과 어머니 집단간 의복아이템 별 선호스타일의 차이

프리틴 선호 아이템	집단		$\chi^2(df = 1)$	
	어머니 n = 120	여아 n = 190		
티셔츠 (소매)	슬리브리스	12 <sup>a</sup> (10.5) <sup>b</sup>	15 (16.5)	.410
	반팔	108 (109.5)	175 (173.5)	
티셔츠 (bodice)	딱 맞는 티셔츠	35 (33.7)	52 (53.3)	.118
	헐렁한 티셔츠	85 (86.3)	138 (72.6)	
티셔츠 (길이)	긴 길이 티셔츠	96 (98.7)	159 (156.3)	.648
	짧은 길이 티셔츠	24 (21.3)	31 (33.7)	
바지 (길이)	무릎길이의 바지	76 (55.0)	66 (87.0)	24.228**
	무릎 위 짧은 바지	44 (65.0)	124 (103.0)	
바지 (허리디테일)	고무밴드 디테일	92 (62.3)	69 (98.7)	47.972**
	고무밴드 없는 디테일	28 (57.7)	121 (91.3)	

<sup>a</sup>Observed Count, <sup>b</sup>Expected Count

〈표 11〉 프리틴 여아의 비만도와 신체이미지, 의복태도, 의복선호이미지와와의 관련성

	BMI	편안단정	세련성숙	귀염소녀	외모지향	만족	구별추구	신체보완	사회적 승인
BMI	1								
편안단정	-.043	1							
세련성숙	-.071	.307***	1						
귀염소녀	-.127	.066	.380***	1					
외모지향	.169*	.091	.278***	.132	1				
만족	-.148*	.024	.069	.179*	-.149*	1			
구별추구	-.011	.243***	.291***	.322***	.200***	.073	1		
신체보완	.326***	.123	-.068	-.210**	.277***	-.258***	-.063	1	
사회적승인	-.069	.017	.196***	.115	.393*	.050	.119	.165*	1

\*\*\* $p < .001$ , \*\* $p < .01$ , \* $p < .05$

니의 76.7%는 고무줄이 있는 디자인을 선호하였다. 이와 같은 결과는 위에서 프리틴 여아와 어머니 집단간에 의복선호 이미지에서 차이가 있었던 것과 마찬가지로, 프리틴 여아의 어머니 집단이 노출이 심하지 않고 착용하기 편한 의복스타일을 선호하는 경향을 반영한 것이라고 할 수 있다(김찬주, 김용주, 2006; Brock et al., 2009).

- 3) 프리틴 여아의 비만도가 신체이미지, 의복태도, 의복선호이미지에 미치는 영향  
 프리틴 여아의 비만도와 신체이미지, 의복태도, 의복선호

이미지와의 관련성을 살펴보기 위해 먼저 관련변수들간의 상관관계분석을 실시하였다(표 11). 분석결과 비만도와 외모지향성, 신체만족도 사이에 유의한 관련성이 있었으며, 신체의 불만을 보완하는 도구로서 의복을 바라보는 신체보완 의복태도와 비만도, 그리고 신체보완 의복태도와 외모지향 신체이미지 사이에 정적 상관이 존재하였다. 이는 비만도가 높을수록 감정적 차원의 신체이미지가 감소한다고 한 이수경(2003)의 연구나 부정적인 신체이미지를 가질수록 의복을 통해 외모를 향상시키고 보완하고자 하는 경향이 높다고 한 고애란과 조선명(2001)의 연구결과를 지지하는 결과이나, 부

〈표 12〉 프리틴 여아의 비만도, 신체만족도가 의복선호이미지에 미치는 영향

		종속변수	독립변수	$\beta$	$R^2$	F값
의복 선호 이미지	편안 단정		BMI	-.056	-.003	.794
			외모지향	.105		
			만족	.032		
	세련 성숙		BMI	-.084	.082	6.616***
			외모지향	.307***		
			만족	.102		
귀염소녀		BMI	-.130	.068	3.760**	
		외모지향	.182*			
		만족	.187*			

\*\*\* $p < .001$ , \*\* $p < .01$ , \* $p < .05$

〈표 13〉 비만여부에 따른 집단간의 의복선호이미지의 차이

선호이미지	정상체중 ( $n = 120$ )	비만 ( $n = 70$ )	$t$ 값
편안하고 단정한 이미지	5.28	5.31	.231
귀엽고 소녀적인 이미지	3.67	3.84	-.468
세련되고 성숙한 이미지	3.97	3.88	.675

정적인 신체이미지를 가질수록 외모에 대한 관심 또한 낮고 수동적인 성향을 지닌다는 동일 선행연구의 결과와는 상반된 결과를 보인다. 이와 같은 결과는 너무 빠른 성숙이 자신의 신체적 외모를 정상에서 벗어난 것으로 인식하게 하여 외모에 대한 부정적인 평가와 수동적인 태도를 형성하게 한다는 선행 연구 결과와는 다소 차이가 있는 것으로, 외모에 대한 관심과 외모관리에 대한 적극성이 전반적으로 높은 최근 프리틴 세대의 성향을 반영하는 결과라고 할 수 있다.

한편, 비만도와 의복선호이미지와 관련성은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 그러나, 프리틴 여아의 의복선호이미지와 신체이미지와 유의한 관련성을 볼 때, 프리틴 여아의 비만도는 신체이미지를 매개하여 의복선호이미지에 영향을 미치는 것으로 판단된다. 먼저 상관관계분석 결과〈표 11〉, 프리틴 여아의 비만도가 증가할수록 신체만족도가 감소하는 반면, 외모에 대한 중요성 인식과 관심, 적극성을 포함하는 외모지향성은 증가하므로, 의복선호이미지에 미치는 비만도와 신체이미지의 상대적 영향력을 중회귀분석을 통해 살펴보았다. 그 결과, 비만도가 의복선호이미지에 미치는 직접적인 영향력은 유의하지 않은 반면, 외모지향이나 신체적 만족을 매개하여 의복선호이미지에 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다〈표 11, 표 12〉. 구체적인 영향력에 있어서는 프리틴 여아의 외모지향성이 증가할수록 세련되고 성숙한 의복스타일을 선호할 가능성이 큰 반면, 귀엽고 소녀스러운 이미지의 의복스타일은 신체적 만족이 높을수록 선호되는 것으로 나타났다. 편안하고 단정한 의복이미지는( $M = 5.30, SD = 1.054$ ) 비만

도와 상관없이 귀엽고 소녀적인 이미지나( $M = 3.91, SD = 1.220$ ) 세련되고 성숙한 이미지보다( $M = 3.784, SD = 1.645$ ) 프리틴 여아가 가장 선호하는 의복이미지로 나타났다.

한편, 프리틴 여아를 비만 정도에 따라 정상체중집단과 비만집단으로 구분하여 선호하는 의복이미지 차이에 차이가 있는지 살펴본 결과 비만 정도에 따른 프리틴 여아 집단 간의 의복선호이미지에는 유의한 차이가 없었다〈표 13〉. 따라서, 프리틴 여아의 비만도 증가는 외모지향성을 증가시키고 신체만족도를 감소시키는 원인이 될 수 있으나, 의복선호이미지는 비만 정도에 의해 직접적으로 결정되는 것이 아니라 어떤 신체이미지를 형성하는가에 의해 결정된다고 할 수 있다.

## V. 결론 및 논의

본 연구는 프리틴 세대의 의복선호이미지와 의복구매행동을 밝히고자 하였으며, 특히 초등학교 5~6학년 프리틴 여아와 어머니 집단간의 차이점과 상호영향력 등을 중점적으로 살펴보고자 하였다. 또한 프리틴 세대를 규정하는 중요한 특성인 급격한 신체성장이나 비만 등의 신체적 특성과 신체 이미지 형성, 의복태도, 선호이미지 등과의 관련성을 살펴봄으로써 플러스 사이즈 프리틴 아동의 의복 선택에 영향을 미치는 요소들을 포괄하여 파악하고자 하였으며, 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 프리틴의 의복구매 시 부모와 동행하는 경우가 많아 아직은 부모의 영향력이 큰 시기임을 확인할 수 있었다. 그러나, 의복구매결정에 미치는 프리틴 여아 본인의 영향력이 점차 커지고 있었으며 친구와 동행하여 의복구매가 이루어지는 경우 주요 의복구매장소나 브랜드 유형 또한 부모와 동행할 때에는 다르게 나타났는데, 이는 프리틴의 의복구매에서 프리틴 세대의 영향력과 또래집단의 영향력이 점차 중요해지고 있음을 시사하는 것이다. 둘째, 프리틴 여아의 의

복선호이미지로는 편안하고 단정한 이미지, 귀엽고 소녀적인 이미지, 성숙하고 세련된 이미지의 세가지 차원이 도출되었으며, 프리틴 여아와 어머니간의 의복선호이미지와 선호아이템의 차이를 살펴본 결과 어머니 집단이 여아 집단보다 편안하고 단정한 이미지와 귀엽고 소녀적인 이미지를 더 선호하는 것으로 나타났다. 즐거움은 의복아이템의 선호스타일에서도 여아와 어머니 집단을 나타내었는데, 신체적 노출이 적고 착용과 활동이 편한 의복 스타일에 대한 어머니 집단의 선호가 두드러졌다. 따라서, 프리틴 여아의 의복구매 시 의복선호 이미지와 선호스타일에서 어머니와 아동간의 의견불일치가 발생할 수 있으며, 신체의 노출이나 성숙함이 두드러지는 디자인에 대한 거부가 존재한다고 할 수 있다. 셋째, 프리틴 여아의 비만도는 신체이미지, 의복태도와 밀접한 관련성을 가지고 있었으며, 비만도에 따라 프리틴 여아의 신체이미지가 형성되며, 이는 의복선호이미지에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, 프리틴 여아의 비만도가 증가할수록 외모지향성이 증가하고 의복을 통해 신체를 보완하고자 하는 태도가 증가하는 것으로 나타나, 플러스 사이즈 프리틴 여아를 대상으로 한 시장의 가능성을 확인할 수 있었다.

최근의 프리틴 세대는 이전의 동일 연령대에 비해 소비행동에서 주체적인 성향을 보이고 있는데, 본 연구결과 이와 같은 현상은 의복구매에서도 나타났다. 따라서, 프리틴의 니즈와 선호를 찾아내고 그에 부합되는 상품을 개발하는 것은 더욱 중요해졌다고 할 수 있다. 그러나, 프리틴의 의복구매 행동을 이해함에 있어서 구매동행자로서 영향력을 행사하고 구매결정권을 가지고 있는 어머니의 니즈와 선호 또한 간과할 수 없다. 특히, 구매동행자가 누구인가에 따라 의복구매 장소와 구매 브랜드 유형에 차이가 있는 것을 볼 때, 유통유형에 따라 차별적인 마케팅 전략을 세워야 할 것으로 보인다. 예를 들어, 백화점이나 대형할인점 등 프리틴이 부모와 함께 주로 방문하는 점포의 경우에는 어머니의 니즈와 선호의 반영이 중요한 반면, 인터넷 쇼핑몰과 같이 프리틴 여아가 친구와 함께 혹은 혼자서 의복구매를 하는 유통유형의 경우에는 프리틴의 선호가 보다 중요하게 작용할 것이다. 프리틴 여아와 어머니의 선호의복이미지와 의복 스타일에서도 차이가 있었는데, 어머니들은 단정하고 아이다운 이미지를 표현하는 스타일을 선호하는 것으로 나타났다. 그러나, 여아와 어머니 집단 모두 편안하고 단정한 이미지의 의복스타일에 대한 선호도가 높으며 신체 밀착도와 노출정도가 심하지 않고 프리틴 여아의 신체적 단점을 보완할 수 있는 스타일을 선호한다는 점에서는 차이가 없으므로, 이와 같은 점들을 상품기획시 적극적으로 반영해야 할 것이다.

마지막으로, 신체성숙의 정도가 매우 빠른 프리틴은 빠른

성숙과 비만 등으로 인해 낮은 신체만족도를 형성할 수 있으나, 이것이 오히려 외모에 대한 높은 관심이나 의복을 통해 신체의 단점을 개선하고 외모를 향상시키고자 하는 의복태도와 관련성이 높은 것으로 밝혀졌다. 특히 비만정도가 높고 신체성숙이 빠른 플러스 사이즈 프리틴의 경우 비만도가 증가할수록 외모지향성이 증가하고 세련되고 성숙한 의복이미지를 선호하는 경향을 나타냈으며, 비만도 증가는 낮은 신체만족도를 형성하게 하여 귀엽고 소녀스러운 이미지를 회피하는 원인이 되는 것으로 나타났다. 따라서, 플러스 사이즈 프리틴을 대상으로 하는 브랜드 개발 시 프리틴의 신체이미지에 따른 시장의 세분화가 필요하며, 이에 따라 선호 혹은 회피하는 의복이미지를 상품기획에 반영할 필요가 있다.

## ■ 참고문헌

- 고애란, 조선명(2001). 외모에 대한 사회문화적 태도와 신체 이미지가 의복추구태도에 미치는 영향. **한국의류학회지**, 25(7), 1227-1238.
- 권유진, 유태순(2005). 프리틴 세대의 라이프스타일과 역할 모델에 따른 패션상품 구매행동. **한국의류산업학회지**, 7(3), 291-300.
- 김경아(2004). 만 12~14세 트윈세대 남학생의 의복 착용실태 및 맞춤새 연구. **한국패션비즈니스학회**, 8(5), 85-99.
- 김민정 (2008). 프리틴 소비성향과 관련변인에 관한 연구. 계명대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 김아날리아(2006). 프리틴 세대의 외모관리행동 영향요인 - 미디어관여, 신체만족, 자아존중감 중심으로. **한국의류학회지**, 30(11), 1538-1549.
- 김아날리아, 이수경, 고애란(2006). 남녀 프리틴 세대의 외모 관리행동 영향요인-미디어 관련, 신체만족, 자아존중감을 중심으로. **한국의류학회지**, 30(11), 1538-1549.
- 김은경, 최혜선, 강여선(2002). 트윈세대 아동복의 치수적합성에 관한 연구 - 초등학교 5,6학년, 중학교 1,2학년을 중심으로. **한국의류학회지**, 26(5), 691-702.
- 김인숙, 석혜정, 방은영, 김유미, 성은주, 김덕하 외(2002). 아동복 치수 인지도와 맞춤새 조사-학령전기 아동을 대상으로-. **대한가정학회지**, 40(12), 119-129.
- 김주희(2006). 아동복 선호실태 조사연구: 초등학교 4, 5, 6학년 아동과 어머니를 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 김찬주, 김용주(2006). 트윈세대의 외모와 스타일에 대한 의식. **한국의류학회지**, 30(6), 928-938.
- 박우미(1999). 신체만족도에 따른 선호의복스타일에 대한 한

- 국과 미국 여대생의 비교. **복식**, 48, 25-36.
- 서울경제(2006. 11. 1). 패션업계 “프린팅 잡아라”. <http://economy.hankooki.com/service/print/Print.php?po=economy.hankooki.com/lpa>에서 2010년 6월 30일 인출.
- 송경자, 김재숙(1999). 신체이미지, 신체왜곡 및 자아존중감이 의복행동에 미치는 영향. **복식문화연구**, 7(5), 740-751.
- 어패럴뉴스(2010. 5. 31). 증가 프린팅 주니어 고공행진. <http://www.appnews.co.kr/print.php?uid=36041&sbj>에서 2010년 6월 30일 인출.
- 이수경(2003). 사춘기 여학생의 신체성장에 따른 신체이미지 및 자기존중감, 의복태도 형성모델. 연세대학교 대학원 박사학위 청구논문.
- 이옥희, 홍병숙(1998). 청소년들의 상징적 의류제품 소비성향과 관련변수와의 관계연구. **한국의류학회지**, 22(6), 781-792.
- 이지연(2006). 프린팅 세대의 화장에 대한 태도에 관한 연구. 한성대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 이진희, 전명숙(2006). 트윈세대의 의복구매 특성에 관한 연구. **한국생활과학회지**, 15(5), 835-847.
- 임혜원(2008). 프린팅 세대의 라이프스타일에 따른 구매행동. 건국대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 정운선, 이해상, 박응임(2003). 비만아동의 의생활, 식생활 및 심리적 특성. **대한가정학회지**, 41(1), 155-167.
- 조윤주, 이정란(1999). 비만아동의 의복설계를 위한 체형분류 및 특성연구(제1보)-유형별 특성에 관한 연구. **한국의류학회지**, 23(4), 563-574.
- 한국경제(2007. 10. 11). 키즈마켓 이어 ‘프린팅시장’ 뜬다. <http://www.hankyung.com/news>에서 2010년 6월 30일 인출.
- 한국섬유신문(2005. 7. 21). 활짝 핀 Kids Business. [http://samsungdesign.net/include/news\\_print.asp?tablename=marketingStrategyNews&an=3689](http://samsungdesign.net/include/news_print.asp?tablename=marketingStrategyNews&an=3689)에서 2008년 7월 3일 인출.
- Brock, M. K., Ulrich, P. V., & Connell, L. J.(2009). Exploring the apparel needs preferences of tween girls and their mothers. *Clothing and Textiles Research Journal*, 27, 1-17.
- Cook, D. T., & Kaiser, S. B.(2004).Betwixt and between. *Journal of Consumer Culture*, 4(2) 203-227.
- Creekmore, A. M.(1974). Clothing related to body satisfaction and perceived peer self. *Research Report*, 239, Michigan: Technical Bulletin, Michigan State University Agricultural Experiment Station.
- Daters, C. M.(1990). Importance of clothing and self-esteem among adolescents. *Clothing and Textiles Research Journal*, 8, 45-50.
- Foundation for child development(2008). <http://www.fcd-us.org>
- Francis, S. K.(1992). Effect of perceived clothing deprivation on high school students' social participation. *Clothing and Textiles Research Journal*, 10, 29-33.
- Frued, S.(1961). *The ego and Id*. London: Hogarth.
- Hulan, D.(2007). Mistaking brands for tween identity, *The McMaster Journal of Communication*, 4(1), 29-36.
- Lindstrom, M.(2004).Brand is no longer child's play. *Journal of Consumer Marketing*, 21(3).175-182.
- Nunnally, J.(1978). *Psychometric Theory(2nd ed.)*. NY: McGraw Hill.
- Philips, D.(1999). Tween BEAT: Targeting pre-teenage consumers. *Entrepreneur*, 27(9), 126-133.
- Russel, R., & Tyler, M.(2004). Branding and bricolage: Gender consumption and transition. *Childhood*, 12(2), 221-237.
- Shim, S., Kotsiopulos, A., & Knoll, D. S.(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.
- Sontag, M. S., & Schlater, J. D.(1982). Proximity of clothing to self: Evolution of concept. *Clothing and Textiles Research Journal*, 9(3), 35-44.
- Thompson, J. K.(1990). *Body Image disturbance, Assessment and Treatment*. Elmsford, NY: Pergamon Press.

접 수 일 : 2010년 7월 3일

심사시작일 : 2010년 7월 6일

게재확정일 : 2010년 9월 11일