

체형과 사회문화적 특성에 따른 속옷평가기준의 비교 연구

박선미
건국대학교 패션디자인전공

Comparative Analysis of Underwear Evaluative Criteria according to Somatotypes and Socio-Cultural Characteristics

Sun Mi Park
Department of Fashion Design, Konkuk University, Chungju, Korea

Abstract

This study aimed to investigate the effects of somatotypes and body-related variables such as body exposure and body satisfaction on underwear evaluative criteria. Usable questionnaires were obtained from a total of 250 male and female students in their 20s. The data were mainly analyzed by t-test, ANOVA and analysis of variance using SPSS ver. 21.0. The results of this study are as follows: First, differences between underwear and outerwear evaluative criteria were found. For example, size, comfort and washing were important for the underwear but design, brand and fashionability were meaningful for outerwear. Price, color, material, and sewing were important for both outerwear and underwear. Second, the groups divided by somatotypes, a thin person group, a moderate person group and a fat person group, showed no difference in underwear evaluative criteria. Members of all the somatotype groups evaluated underwear similarly. Third, the groups divided by body image distortion showed different evaluative criteria for underwear. The negative discordance group emphasized the importance of the practicality factor, but the positive discordance group stressed the significance of the symbolism factor. Finally, the groups divided by body exposure and body satisfaction showed different evaluative criteria for underwear, too. The effects of socio-cultural variables on the underwear evaluative criteria proved to be significant.

Keywords

perceived somatotype, real somatotype, clothing evaluative criteria, underwear

서론

패션산업에서의 상품수요는 유행에 따라 주로 변화하지만, 전체적인 패션시장의 규모와 방향은 해당 사회의 경제, 사회, 문화적 동력에 따라 좌우되기도 한다. 국내 패션시장이 성숙기에 접어들면서 패션시장은 자체의 힘으로 성장하기 보다는 사회문화적인 영향에 의해서 움직이면서 북종별 성장과 쇠락 현상이 나타나고 있다. 예를 들어, 주 5일제 정착에 따라 시민들이 등산, 여행, 캠핑, 스포츠와 같은 체험 중심의 여가활동을 선택하는 기회가 늘어나면서 이러한 활동에 적합한 아웃도어 시장이 급성장하고, 상대적으로 착의 기회가 줄어든 정장류의 판매는 감소하고 있다. 반면 내의류의 경우에는 시장규모가 작아 연구자와 실무자로부터 크게 주목받지 못하고 있지만, 독특하고 다양한 사회문화적 영향 속에서 지속적으로 성장하고 있다.

본질적으로 속옷은 겉으로 보이지 않고, 상대적으로 저렴하면서도 구입과정에서 시간과 노력이

Received: July 22, 2013
Revised: August 26, 2013
Accepted: August 27, 2013

Corresponding Author:

Sun Mi Park
Department of Fashion Design, Konkuk University, 268 Chungwon-daero, Chungju 380-701, Korea
Tel: +82-43-840-3682
Fax: +82-43-851-9328
E-mail: sunmipark@kku.ac.kr

적게 드는 저관여 패션상품이라는 특징을 가진 복종[15]인 관계로 패션산업 외부의 영향에 민감한 편이다. 최근에도 폭염, 한파, 에너지 절약 등의 영향으로 다양한 속옷의 계절적 수요가 급격하게 증가하기도 하였고, 이전과 달리 신체 노출에 관대해지는 사회 분위기의 영향을 직접적으로 받고 있기도 하다. 이러한 변화를 확인하기 위해 의류학 분야에서 진행된 속옷에 관련된 연구 동향을 살펴보면, 크게 3가지로 나누어 볼 수 있다. 첫째, 주류를 이루고 있는 연구는 속옷의 착의습관 및 구매행동에 관련된 연구[4, 5, 8, 16, 17, 19]이고, 여기서는 속옷평가기준, 속옷이미지, 쇼핑가치, 의복추구혜택 등과 같이 소비자의 사회심리적 특성과 연결하여 속옷과 직접 관련된 소비자 행동을 분석하였다. 둘째, 속옷의 직접적인 생산과 개발을 위한 연구[1, 18, 27]가 있는데, 주로 속옷과 관련한 인체반응과 실험, 디자인개발, 선호색상 비교 등으로 속옷을 만들기 위한 상품개발의 측면을 다루고 있다. 셋째, 속옷의 걸음화와 같은 내용을 다룬 연구[25, 26]가 있는데 연구의 양은 많지 않으나 사회문화적인 관점에서 속옷의 변화를 확인했다는 측면에서 의미를 갖는다. 이러한 연구들은 속옷을 대상으로 구매행동, 상품개발, 사회문화적 의의를 고찰하여 개별적인 의미를 심도있게 분석했다는 점에서 중요하게 평가할 수 있다. 본 연구에서는 선행연구에서 밝혀진 내용을 기반으로 하여 신체와 직접 접촉하는 속옷의 특성에 따라 몸에 대한 이해를 중심으로 속옷에 대한 연구를 확장한다는 측면에서 신체와 속옷의 관계를 다루고자 한다. 몸에 따라서 속옷을 평가하는 내용이 어떻게 달라지는지를 비교, 분석하는 것을 일차적인 연구문제로 보고 여기에 몸에 대한 사회문화적인 관점을 추가하여 살펴본 후에 종합적으로 논의하고자 한다.

최근 우리 사회에서 가장 빈번하게 사람들의 입에 오르내리는 단어 가운데 하나가 몸이다. 이렇게 몸이 주목받고 화제가 되는 사회현상을 매스미디어의 발달을 통한 외모의 사회문화적 압력으로 보기도 한다[10]. 이처럼 신체는 그 자체로도 많은 의미를 가지고 있으나 의복과 관련된 분야에서는 체형의 관점에서 많은 연구가 이루어졌다. 체형에 관한 연구는 기존 신체의 유형화와 규격화[3, 9, 13, 21, 23]에서 출발하여 최근에는 지각 체형이나 이상 체형 등과 관련한 연구[6, 12, 22, 24, 31]가 많이 수행되고 있고, 체형과 의복평가기준의 관계를 다룬 연구도 있다[2, 11]. 이러한 선행연구는 체형을 그 자체로 중시할 뿐만 아니라 체형을 바라보는 대중의 관점, 사회문화적 무게가 실려 있는 대중의 입장에서 많은 연구가 진행되고 있다는 점을 보여준다. 특히 지각 체형과 실제 체형을 비교한 연구에서는 주로 소비자가 인식하는 체형과 실제 체형에서의 차이를 신체측정항목을 통해서 살펴보거나

체형에 따른 집단 간의 신체만족도 차이 등으로 확인한 연구가 많았고[7, 20, 30, 32], 이러한 연구들은 체형에 대해 변화하는 소비자 인식과 실제의 차이를 비교한 결과를 주로 제공하였다. 이처럼 체형이라는 신체 요소는 대중의 외모관리행동에 직접적인 영향을 주는 변수로 작용하고, 궁극적으로 외모관리행동의 방법 가운데 하나인 개인의 의복구매행동에 영향을 미치고 있기 때문에 [11] 속옷과 같이 사회적 영향에 민감한 복종을 살펴보는데 있어서 중요한 관련 변수가 된다.

이처럼 속옷과 몸의 높은 관련성에도 불구하고 많은 연구에서 관계를 개별적으로 살펴보거나 추상적 의미에서의 신체 혹은 속옷을 착용하는 몸으로 단순화하여 연구에 활용하였다. 앞서 살펴본 것처럼 신체와 속옷의 관계를 구체화하여 살펴본 연구는 없었으므로 본 연구에서 체형을 통해 속옷이라는 구체적인 의복 아이템을 살펴보고자 하며, 속옷과 체형에 대한 답론을 확장하기 위해 신체노출, 신체만족과 같이 몸과 관련된 사회문화적 변수를 인적 특성으로 포함하고자 한다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 절차를 통해 연구를 진행한다. 먼저 설문조사 연구의 특성에 따라 속옷과 관련된 소비자 태도를 살펴보기 위해 의복평가기준을 활용한 속옷평가기준을 핵심 변수로 설정한다. 그리고 신체는 체형으로 치환하여 선행연구에서 변수로 활용한 지각 체형, 실제 체형을 통해 각각 유형화된 소비자 집단에서 속옷평가기준을 비교한다. 신체와 속옷 그 자체의 중요성과 함께 사회문화적 의미도 중요하기 때문에 지각 체형과 실제 체형의 복합적 관계를 활용하여 신체이미지 왜곡에 대한 논의를 추가하고, 왜곡된 체형에 따른 속옷평가기준도 함께 비교하여 살펴본다. 마지막으로 신체와 관련 되었으나 체형을 통해서 다루지 못한 사회문화적 요소를 신체노출, 신체만족 등의 변수를 통해서 종합적으로 살펴보고자 한다. 본 연구에서는 속옷시장이 지속적으로 성장하고 있는 시점에서 신체와 속옷의 관계를 지각 체형과 실제 체형, 속옷평가기준 그리고 신체에 관한 사회문화적 변수들을 중심으로 살펴보고자 한다. 체형과 속옷평가기준의 관계를 통해서 관련된 소비자 행동에 대한 사회문화적 관점에서의 포괄적 이해를 도모하는데 연구의 의의를 찾고자 한다.

연구방법 및 절차

1. 자료수집 및 분석방법

본 연구를 위해 충청지역의 K대학에서 대학생을 대상으로 2013년 5월 22일부터 6월 9일까지 300부의 설문지를 배포, 286

부를 수집하였다. 신체에 대한 내용이 부정확한 설문지 36부를 제외하여 250부의 설문지(남, 69부; 여, 181부)를 얻었고, 설문 내용에 대한 남, 녀의 차이가 유의하지 않아 250부 모두 최종 분석에 활용하였다.

지각된 체형, 체질량지수(body mass index, BMI) 계산을 위한 신장, 몸무게, 의복평가기준, 노출, 속옷만족도 및 구매의도 등과 관련된 문항으로 설문지를 구성하였다. 속옷에 대한 인식과 구매행동에 관한 연구[14]와 의복평가기준에 대한 연구[11, 28]를 참고하여 설문지를 구성하였고, 일부 인구통계적 변수에 관한 문항을 제외한 모든 문항에는 5점 리커트 척도를 사용하였다. IBM SPSS ver. 21.00 (IBM Co., Armonk, NY, USA) 통계 프로그램을 통해 *t* 검정, 요인분석(고유값 1이상, 요인부하량 .5이상 기준), 분산분석 등을 이용하여 결과를 분석하였다.

2. 자료의 인구통계적 특성

넓은 범위의 연령대를 대상으로 할 경우에 연령분포에 따른 차이를 통제하기 어렵기 때문에 대학생을 대상으로 한정하여 설문 조사를 실시하였다. Table 1에서 표본은 모두 20대에 속하였고, 평균 연령은 22.3세로 나타났다. 남학생의 평균 키와 체중은 각각 175.3 cm와 66.5 kg, 여학생의 평균 키와 체중은 각각 162.8 cm와 50.9 kg으로 조사되었고, BMI 평균(남학생, 21.6 kg/m²; 여학생, 19.2 kg/m²)에서는 모두 보통 체형의 범위에 속해 있어서 큰 차이가 없는 것으로 나타났다.

3. 연구문제

본 연구에서는 실증적 조사를 위해 크게 다음과 같이 연구문제를 구성하였다.

- 1) 지각/실제 체형에 따라 세분화된 집단에서 속옷평가기준의 차이를 비교한다.
- 2) 지각 체형과 실제 체형의 관계에 따른 신체 이미지 왜곡을 살펴보고, 신체 이미지 왜곡 집단 간의 속옷평가기준의 차이를 비교한다.
- 3) 신체노출과 신체만족도에 따라 세분화된 집단에서 속옷평가기준, 속옷만족도의 차이를 비교한다.

Table 1. Characteristics of the Sample

Group	Age (yr)	Height (cm)	Weight (kg)	BMI (kg/m ²)
Male (n=69)	23.0	175.3	66.5	21.6
Female (n=181)	22.1	162.8	50.9	19.2
Total	22.3	166.3	55.3	19.9

결과 및 논의

1. 겉옷과 속옷의 의복평가기준 분석

1) 겉옷과 속옷의 평가기준 비교

소비자들이 겉옷과 속옷에 대해 가지고 있는 평가기준이 어떠한지 비교하기 위해서 겉옷과 속옷을 대상으로 각각 10문항의 동일한 평가기준에 대한 응답을 확인하였다. 속옷과의 구분을 위해 겉옷의 경우에는 셔츠, 재킷 등을 예로 제시하였고, 겉옷과 속옷의 평가기준 비교에 대한 구체적인 내용은 Table 2와 같다. 응답자들은 겉옷보다 속옷에서 치수, 편안함, 세탁용이성의 항목을 더 중요하게 보았고, 디자인, 브랜드, 유행성의 항목을 겉옷에서 중요하게 생각하였다. 몸에 밀착되는 내의라는 속옷의 특성과 외부로의 가시성이 중요한 외의라는 겉옷의 특성을 중심으로 응답자들이 평가기준을 구분한다는 것이 확인되었다. 그 밖에 가격, 색상, 소재, 봉제 상태 등은 겉옷과 속옷에서의 중요도에서 차이가 없었으나, 모든 평균값이 보통 이상으로 나타나서 이들은 겉옷과 속옷 모두에서 중요한 공통적 요소로 이해하였다.

겉옷과 속옷의 평가기준에 관한 연구는 없으나 소비자본주의를 통한 신체 자본화, 여성주의의 발현으로 속옷이 겉옷화된다는 연구[25], 디자인의 측면에서 시쓰루(see through) 스타일이 신체노출을 통해 속옷을 겉옷화시킨 예로 볼 수 있다는 연구[26]의 관점에서 겉옷과 속옷의 평가기준 차이를 분석해 볼 수 있다. 하이패션과 특정계층에서 발생한 속옷의 겉옷화 현상은 아직 대중에게는 보편적인 개념이 아니기 때문에 이들의 평가에서는 겉옷과 속옷이 분명하게 구분되었다. 그러나 가격, 색상, 소재 등과 같은 기본 요소에서는 겉옷과 속옷에 차이를 두지 않으므로 향후 경계가 모호한 디자인이 계속 등장하고 여성주의, 신체와 노출의 상품화가 지속된다면, 겉옷과 속옷 상호 간의 중요 평가기준이 점차 동질화될 것으로 예상할 수 있다.

2) 속옷평가기준의 차원 분석

속옷평가기준의 개념적 구조를 확인하고자 10문항에 대해 요인분석을 실시한 결과, 3개 요인을 추출하였고 구체적인 내용은 Table 3과 같다. 1요인은 디자인, 색상, 치수 등과 같이 실제 상품의 가치에 관한 내용으로 상품의 개성을 나타내므로 '상품성'이라고 명명하였다. 2요인은 세탁의 용이성, 바느질 상태, 소재 등의 항목으로 구성되어 상품의 실질적 측면을 평가하고 있으므로 '실용성'이라고 명명하였다. 3요인에서는 유행과 브랜드의 항목을 통해 의복의 표현적 측면을 의미하고 있으므로 '상징성'으로 명명하였다. 각 요인의 신뢰도는 .88, .78, .62 순서로 나타나서 신뢰

Table 2. Result of t-test for Evaluative Criteria Outerwear & Underwear

Items	Evaluative criteria for outerwear	Evaluative criteria for underwear	t
Size	3.516	3.848	-5.493***
Comfortableness	3.184	3.800	-9.134***
Price	3.240	3.308	-.892
Color	3.652	3.616	.544
Design	3.604	3.444	2.346*
Material	3.212	3.324	-1.611
Washing	3.048	3.164	-2.059*
Sewing	3.156	3.124	.452
Brand	3.208	3.016	2.271*
Fashionability	3.164	2.920	2.857**

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

Table 3. Result of the Factor Analysis for Evaluative Criteria of Underwear

Factor	Items	Factor loading value	Eigen value	Cumulative percentage (%)	Cronbach's α
Product personality	Design	.86	3.384	33.84	.88
	Color	.84			
	Size	.81			
	Comfortableness	.67			
	Price	.66			
Practicality	Washing	.82	2.197	21.97	.78
	Sewing	.78			
	Material	.70			
Symbolism	Fashionability	.82	1.418	14.18	.62
	Brand	.80			

할 만한 수준이었다. 성인여성의 의복평가기준의 하위차원을 도출한 연구[2]에서는 상징성, 실용성, 유행성, 심미성, 경제성으로, 기혼여성의 의복평가기준을 살펴본 연구[11]에서는 상품성, 실용성, 상징성 요인으로 하위차원이 도출되었는데 본 연구에서 제시한 요인과 비교할 때, 요인명과 내용이 거의 유사하게 나타났다.

2. 체형분류에 따른 속옷평가기준 분석

Table 4. Result of ANOVA among Groups by Somatotype

Factor	Perceived somatotype				Real somatotype			
	Thin (n=69)	Moderate (n=125)	Fat (n=56)	F	Thin (n=69)	Moderate (n=164)	Fat (n=17)	F
Product personality	3.52	3.65	3.59	.312	3.67	3.59	3.46	.284
Practicality	3.08	3.18	3.40	2.286	3.16	3.22	3.21	.128
Symbolism	3.10	2.98	2.78	1.797	3.00	2.93	3.18	.546

1) 지각 체형에 따른 집단 간 속옷평가기준의 차이

본인의 체형 지각에 따른 응답을 통해서 마른 체형, 보통 체형, 비만 체형의 3집단으로 분류한 결과, Table 4와 같이 지각된 마른 체형이 69명(27.6%), 보통 체형이 125명(50.0%), 비만 체형이 56명(22.1%)으로 나타났다. 지각된 체형에 따른 집단 간 속옷평가기준의 차이를 살펴보고자 분산분석과 Duncan 다중비교 분석을 통해 검증한 결과, 속옷평가기준에서 유의한 차이가 없었다. 즉, 자신의 체형 지각을 통해 분류된 집단들이 가지고 있는 속옷평가기준은 서로 다르지 않다는 것이다. 한편, 통계적으로 유의하지는 않았으나 똥똥하다고 지각하는 집단이 말랐다고 지각하는 집단에 비해 속옷의 상징성을 덜 중요하게 생각하고, 실용성을 더 중요하게 받아들이는 경향을 일부 보였다. 비만 체형으로 지각하는 기혼여성들이 아동복을 구입할 때, 마른 체형으로 지각하는 여성들에 비해 봉제상태, 세탁용이성, 소재 등에 더 많은 주의를 기울인다는 연구결과[11]와 일맥상통한 내용으로 볼 수 있다.

2) 실제 체형에 따른 집단 간 속옷평가기준의 차이

본인이 기록한 신장과 몸무게에 따라 BMI를 구하고, BMI (18.5 kg/m² 미만을 마른 체형, 18.5-23.0 kg/m² 사이를 보통 체형, 23.0 kg/m² 초과를 과체중을 포함한 비만 체형으로 계산) 판정기준을 통해서 응답자들을 마른 체형, 보통 체형, 비만 체형의 3집단으로 분류하였다. Table 4와 같이 마른 체형이 69명(27.6%), 보통 체형이 164명(65.6%), 비만 체형이 17명(6.8%)으로 나타났다. 실제 체형에 따라 분류한 집단 간 속옷평가기준의 차이를 살펴보고자 분산분석과 Duncan 다중비교분석을 통해 검증한 결과, 속옷평가기준에서 유의한 차이를 발견할 수 없었다. 대학생들은 실제 체형이 달라도 서로 같은 속옷평가기준을 적용하였고, 지각 체형으로 분류한 집단에서의 집단 간 차이보다 실제 체형에서의 집단 간 차이가 더 적은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 20대 초반이라는 연령대의 특성으로 다른 연령대에 비해 체형의 유사성이 높고 체형에 따라 편의 위주의 속옷선택기준을 갖기 보다는 신체의 결점을 감추고 장점을 드러내거나 그 밖에 사회 심리적인 기준 등에 의해서 속옷을 선택하기 때문인 것으로 추정

하였다. 이렇게 지각 체형과 실제 체형에 따른 분석 결과를 종합해 보면, 속옷평가기준에 있어서 체형을 통한 집단 구분은 의미가 없었다. 대학생들의 경우에는 실제 BMI 범위가 다른 계층에 비해 좁고, 마르거나 뚱뚱해서 자신의 체형이 문제라고 지각하는 비율이 다른 연령층에 비해서 낮기 때문에 체형보다는 취향을 통해서 패션상품을 판단하는 경향이 크기 때문으로 집단의 동질성이 강하다고 볼 수 있다. 따라서 대학생이 속옷을 평가하는데 있어서는 지각 체형과 실제 체형을 기준으로 세분화되지 않는 단일한 집단이라고 해석할 수 있다.

3) 지각 체형과 실제 체형에 따른 신체이미지 왜곡의 비교

먼저 지각 체형과 실제 체형의 관계를 통해서 응답자들의 2가지 체형 간의 교차 수준을 확인하였고 그 결과는 Table 5와 같다. 지각 체형과 실제 체형을 통해 신체이미지 왜곡의 수준을 확인하기 위해 지각 체형과 실제 체형의 일치, 불일치 여부를 살펴보았다. Table 5에서 실제 체형과 지각 체형의 교차표 9칸 가운데 굵게 표시된 사선 방향의 3집단은 실제 체형과 지각 체형이 일치하는 경우이므로 일치 집단(138명, 55.2%)으로 판정하였고, 사선 아래의 3집단과 위의 3집단은 실제 체형과 지각 체형이 일치하지 않으므로 불일치 집단으로 판정하였다. 그러나 지각 체형이 실제 체형보다 날씬하다는 것은 자신의 체형에 호의적인 인식이므로 사선 아래의 3집단은 긍정적 불일치 집단(37명, 14.8%)으로 분류

하였고, 지각 체형이 실제 체형보다 뚱뚱한 반대의 경우인 사선 위쪽의 3집단은 자신의 체형에 비판적이므로 부정적 불일치 집단(75명, 30.0%)으로 분류하였다. 응답자의 절반 이상(55.2%)에서 지각 체형과 실제 체형이 일치하였으나 전체의 1/3 정도(30.0%)에서 실제보다 자신을 비만 체형으로 생각하였고, 전체의 1/7 정도(14.8%)는 실제보다 자신을 마른 체형으로 생각하는 이른바 신체이미지 왜곡 현상(44.8%)이 발생한 것을 확인할 수 있었다.

신체이미지 왜곡 현상을 확인하기 위하여 지각 체형과 실제 체형을 연구한 2000년 이후의 선행연구들[11, 12, 24, 29, 31-34]로부터 신체이미지 왜곡 수준을 분석할 수 있는 일치, 부정적/긍정적 불일치 비율을 산출한 결과는 Table 6과 같다. 신체이미지 왜곡이 없는 일치집단의 평균은 53%로 나타났고, 부정적 불일치 집단의 평균도 40%를 넘어서 10명 중 4명의 여성은 부정적으로 왜곡된 신체이미지를 가진 것으로 확인되었다. 일치 비율보다 부정적 불일치 비율이 4차례 높게 나타나 사례의 1/2에 해당하였고, 부정적 불일치가 긍정적 불일치보다 6배 이상 높았다. 연구의 시기, 지역, 대상, 비만 판정 수단의 차이, 체형인식측정과 신체계측방법의 차이 등을 고려하더라도 다양한 연령층에서 신체이미지에 대한 왜곡이 보편화되어 있다는 것을 확인할 수 있었다.

4) 신체이미지 왜곡 집단 간 속옷평가기준 비교

왜곡된 신체이미지를 가진 두 집단 간 속옷평가기준의 차이를

Table 5. Cross-Tabulation between Perceived Somatotype and Real Somatotype

Real somatotype	Thin	Moderate	Fat	Total
	n (%)			
Thin	35 (14.0)	33 (13.2)	1 (0.4)	69 (27.6)
Moderate	34 (13.6)	89 (35.6)	41 (16.4)	164 (65.6)
Fat	0 (0.0)	3 (1.2)	14 (5.6)	17 (6.8)
Total	69 (27.6)	125 (50.0)	56 (22.4)	250 (100.0)

Table 6. Result of Major Preceding Researches Distortion of Body Image

Research year & place	Samples	Accordance (%)	Negative discordance (%)	Positive discordance (%)
2010, Seoul	20s	35.8	62.7	1.5
2009, Kwangju	10s	79.3	11.2	9.5
2009, Icheon	30-40s	70.1	10.2	19.7
2007, Seoul et al.	20s, 40s	45.9	51.6	2.5
2006, Daegu	30-40s	59.7	39.5	0.8
2004, Busan	20-30s	42.4	47.9	9.7
2001, Daegu	10-20s	37.8	57.0	5.2
2000, Seoul	10-20s	53.0	41.0	6.0
Total	-	53.0	40.1	6.9

Table 7. Result of *t*-test for Evaluative Criteria of Outerwear & Underwear

Items	Negative discordance (n=75)	Positive discordance (n=37)	<i>t</i>
Product personality	3.701	3.416	1.349
Practicality	3.342	2.982	2.295*
Symbolism	2.793	3.189	2.229*

**p*<.05.

살펴보고자 *t*-검정을 실시한 결과, Table 7과 같이 유의한 차이가 확인되었다. 부정적 불일치 집단이 긍정적 불일치 집단보다 실용성을 더 중요시하는 반면에 상징성을 덜 중요시하였다. 유의하지는 않았으나 부정적 불일치 집단이 상품성 역시 더 중요하게 생각하고 있어서 이들은 속옷의 실질적 측면(상품성과 실용성)을 높게 평가하고, 유행과 브랜드같은 추상적 측면(상징성)을 상대적으로 낮게 평가하였다. 그 이유를 살펴보면, 부정적 불일치 집단은 자신을 실제보다 더 뚱뚱하게 생각하는 집단으로 신체에 대한 걱정이 많고, 자신감과 만족도가 낮다고 볼 수 있다. 따라서 속옷선택에서도 신체와 직접적 관계가 있는 요소들을 중요하게 보는 것으로 해석하였다. 이는 실제 날씬한 집단이 다른 집단에 비해 편안하고 다목적인 의복의 실용성을 더 중요시한다는 연구와도 유사한 결과이다[2]. 반면에 긍정적 불일치 집단은 자신을 실제보다 더 날씬하게 생각하는 집단으로 상대적으로 신체에 대한 걱정이 적고, 신체에 대한 관심을 덜 갖는다고 볼 수 있다. 따라서 속옷을 고를 때도 상대적으로 신체와 직접적 관련이 낮은 요소에 의미를 부여하는 것으로 보였다.

실제 체형과 지각 체형 각각을 통해 유형화된 집단에서는 속옷 평가기준에서 차이가 발생하지 않았으나, 실제 체형과 지각 체형을 동시에 활용하여 신체이미지를 왜곡하는 집단 간의 차이를 비교한 결과, 속옷평가기준에서도 차이가 있는 것을 확인하였다. 속옷을 만드는 입장에서는 신체치수, 소재특성 등을 정확하게 반영하는 것이 중요하지만, 속옷을 평가하고 구매하기 위해서는 실제의 몸과 몸에 대한 인식이 복합적으로 작용한다는 것을 확인할 수 있었다.

Table 8. Result of ANOVA among Groups by the Socio-Cultural Variables

Items	Acceptance level for exposure				Satisfaction level for body			
	High (n=74)	Medium (n=103)	Low (n=73)	<i>F</i>	High (n=100)	Medium (n=68)	Low (n=82)	<i>F</i>
Product personality	3.42	3.72	3.63	1.720	3.68	3.58	3.53	.485
Practicality	2.98B	3.29A	3.30A	3.577*	3.24	3.12	3.23	.422
Symbolism	3.47A	2.86B	2.61B	18.170***	3.21A	2.83B	2.79B	5.304**
Underwear satisfaction	2.82B	3.25A	2.92B	5.041**	3.18A	3.03AB	2.83B	3.166*

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

3. 신체노출과 신체만족도에 따른 속옷평가기준, 속옷만족도 분석

지각 체형과 실제 체형 각각에 따른 집단 간 비교에서 속옷평가기준에 대한 유의한 차이는 없었으나, 신체와 속옷은 밀접한 관계를 가지고 있으므로 이와 관련된 신체노출 및 신체만족도를 통해서 속옷평가기준을 살펴보고자 한다. 또한 실무적 제언을 위해 착용 속옷에 대한 만족도를 추가적으로 비교하고자 한다.

1) 신체노출에 따른 집단 간 속옷평가기준과 속옷만족도 차이

신체노출에 대한 개방 수준에 따라서 응답자를 3집단으로 분류한 결과, Table 8과 같이 노출수용에 개방적인 집단이 74명(29.6%), 보통인 집단이 103명(41.2%), 폐쇄적인 집단이 73명(29.2%)로 나타났다. 속옷구매 시 노출수용에 따른 집단 간 평가기준의 차이를 살펴보고자 분산분석과 Duncan 다중비교분석을 통해 검증한 결과, 속옷평가기준에서 유의한 차이가 나타났다. 상품성을 제외한 실용성과 상징성에서 유의한 차이가 있었는데, 노출에 개방적 집단이 다른 집단에 비해 상대적으로 실용성에 낮은 평가를 내렸고, 상징성을 높게 평가하였다. 신체노출에 개방적인 집단은 속옷노출도 감수해야 하기 때문에 속옷의 가시성을 고려하여 유행과 브랜드 등의 속옷평가기준을 중요하게 생각하였고, 시각적 평가에 직접적이지 않은 바느질 상태나 세탁 등의 요소를 덜 중요하게 평가하는 것으로 볼 수 있다.

신체노출에 따른 3집단은 속옷만족도에서도 유의한 차이를 보였는데, 신체노출에 보통 수준의 집단이 가장 높은 만족도를 보였다. 노출에 부정적인 집단은 상대적으로 속옷의 본래 기능을 중요

하게 보고 상징적 평가기준에는 무관심하기 때문에 이들의 속옷만족도가 낮은 수준을 보였고, 노출에 개방적인 집단의 경우, 노출에 관대할수록 타인에게 보이는 속옷 그 자체에 민감해지지만 이를 만족시키기는 어렵기 때문에 상대적으로 만족도가 낮은 것으로 보였다. 오히려 보통 집단에서는 속옷에 대한 관여도가 어느 정도 유지되고, 적절한 수준에서 자신에게 적합한 속옷을 착용하기 때문에 상대적 만족도 역시 높은 것으로 해석할 수 있다.

2) 신체만족도에 따른 집단 간 속옷평가기준과 속옷만족도 차이

신체만족도에 따라서 응답자를 3집단으로 분류한 결과, Table 8과 같이 신체만족도가 높은 집단이 100명(40.0%), 보통인 집단이 68명(27.2%), 낮은 집단이 82명(32.8%)로 나타났다. 신체만족도에 따른 집단 간 속옷평가기준의 차이를 살펴보고자 분산분석과 Duncan 다중비교분석을 통해 검증한 결과, 속옷평가기준에서는 유의한 차이가 있는 것으로 확인되었다. 신체만족도가 높은 집단이 상대적으로 상징성을 높게 평가하였는데, 신체만족은 단순히 마르고 살찌는 것과 달리 몸에 대한 사회문화적 판단을 포함하기 때문에 신체만족도가 높은 집단이 다른 요소와 달리 유행과 브랜드 등의 상징성과 같은 평가기준을 중요하게 생각한다고 할 수 있다.

신체만족도에 따른 3집단에서 신체만족도가 높을수록 속옷만족도 역시 높게 나타났는데 신체와 속옷은 가장 밀접하게 접촉하고 있고, 만족스러운 몸에 입은 속옷이 예쁘고, 예쁜 속옷을 입은 몸이 만족스럽게 보일 수 있으므로 신체만족도와 속옷만족도는 상호적으로 증가하는 것으로 볼 수 있다.

결론 및 제언

본 연구에서는 대학생을 대상으로 겉옷과 속옷의 평가기준 차이를 비교하여 상대적으로 중요하게 생각하는 의복평가기준을 살펴보고, 지각 체형과 실제 체형, 체형과 관련된 개인적 특성과 속옷평가기준 간의 관계를 살펴보고자 하였다. 또한 신체이미지 왜곡과 같이 체형과 관련된 중요한 개념을 분석하고, 속옷에 대한 만족도와와의 관계를 통해 속옷과 관련한 다양한 내용을 논의하고자 하였다. 본 연구를 통해서 다음과 같이 결론을 내리고 후속연구를 위해 제언하고자 한다.

첫째, 대학생들이 의복을 구매할 때, 겉옷과 속옷에 대하여 서로 다른 평가기준을 적용하는지 여부를 확인하고자 겉옷과 속옷에 대해 동일한 평가기준을 묻고, 응답을 통해 평가기준을 비교하

였다. 대학생들은 속옷평가에서는 치수, 편안함, 세탁용이성을, 겉옷평가에서는 디자인, 브랜드, 유행성의 항목을 더 중요하게 여겼다. 이러한 결과는 신체에 직접 닿고 외부의 시선에서 비교적 자유로운 속옷의 특성과 시각적 언어라고 할 수 있는 겉옷의 특성이 반영된 결과로 볼 수 있었다. 또한 가격, 색상, 소재, 봉제상태 등에 대한 평가는 겉옷과 속옷에서 차이가 없는 것으로 나타났는데, 이러한 평가기준은 의복선택에서 공통적이고 기본적인 항목으로 파악하였다.

둘째, 스스로 판정한 지각 체형, BMI에 따른 실제 체형을 통해서 응답자를 각각 3집단(마른, 보통, 비만 체형)으로 분류하고, 속옷평가기준의 하위 차원을 밝힌 후에 집단 간의 속옷평가기준을 비교하였다. 먼저 속옷평가기준의 하위 차원을 분석한 결과, 상품성(디자인, 색상, 치수, 편안함, 가격), 실용성(세탁용이성, 봉제상태, 소재), 상징성(유행, 브랜드)의 3차원으로 나타났다. 지각 체형에 따른 3집단에서 속옷평가기준을 비교한 결과, 집단 간 유의한 차이는 없었다. 또한 BMI에 의한 실제 체형으로 분류한 3집단에서도 유의한 수준에서 속옷평가기준의 차이가 나타나지 않았다. 즉, 지각이나 BMI에 따라 분류된 집단은 모두 속옷평가기준에 대해서 동일한 반응을 보였다. 본 결과를 속옷시장에 적용하면, 대학생을 주요 고객으로 삼는 속옷브랜드는 속옷평가에서 체형 구분이 큰 의미가 없다는 것을 이해하여야 할 것이다.

셋째, 지각/실제 체형을 통해 분류된 집단을 통해 신체이미지 왜곡 수준을 분석하고, 신체이미지 왜곡 집단 간의 속옷평가기준을 비교하였다. 먼저 지각 체형과 실제 체형의 관계를 유형화한 결과, 지각 체형과 실제 체형이 같은 일치 집단이 138명(55.2%), 부정적 불일치 집단(지각 체형<실제 체형)이 75명(30.0%), 그리고 긍정적 불일치(지각 체형>실제 체형) 집단이 37명(14.8%)으로 나타났다. 선행연구들에서 산출한 부정적 불일치 비율 역시 높게 나타나서 신체이미지 왜곡현상이 사회 전반적으로 만연하다는 것을 확인하였고, 신체이미지 왜곡이라는 추상적 개념을 지각 체형과 실제 체형을 통해 실증하였다. 또한 불일치 집단 간 속옷평가기준의 비교에서 부정적 불일치 집단이 실용성을, 긍정적 불일치 집단이 상징성을 각각 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 지각 체형과 실제 체형 각각을 통한 집단 분류와 비교에서는 속옷평가기준의 차이가 없었던 것과 비교할 때, 신체와 신체에 대한 태도를 동시에 파악하는 것이 결과해석에서 의미를 갖는다는 사실을 확인하였다

넷째, 신체노출과 신체만족도를 통해서 응답자를 각각 3집단으로 분류하고, 집단 간 속옷평가기준, 속옷만족도를 비교하였다. 먼저 신체노출에 따른 3집단에서의 비교 결과, 노출에 개방적

인 집단이 다른 집단에 비해 상대적으로 실용성에 낮은 평가를 내렸고, 상징성을 높게 평가하였다. 또한 신체노출에 보통 수준의 집단이 가장 높은 속옷만족도를 보였다. 신체만족도에 따른 3집단에서의 비교 결과, 신체만족도가 높은 집단이 상대적으로 상징성에 대해 높은 평가를 하였고, 더 높은 속옷만족도를 보였다. 신체와 관련된 사회문화적 영향요소를 통해 의복행동을 분석하는 것은 의복과 관련된 다양한 내용을 이해하는데 필요하다는 사실을 다시 확인하였다. 마지막으로 본 연구에서는 키와 체중을 직접 측정하지 못하고 자기기입방식을 통해 얻은 자료로 BMI를 산출했다는 측면에서 자료의 한계가 있고, 특정 지역에서 설문을 진행하였으므로 연구결과의 확대 해석에 주의를 기울여야 할 것이다. 또한 본 연구에서는 변수에 대해 남녀의 차이가 유의하지 않아서 남녀대학생을 표본으로 연구를 진행하였으나, 체형과 관련된 선행연구의 대부분은 한쪽 성별을 통해 이루어졌으므로 본 연구의 결과를 일반화하기 위해서 많은 후속 연구가 필요할 것이다. 그리고 체형이 급변하거나 고착화되는 연령대 혹은 생애주기에 이르면, 체형이 의복평가와 구매행동에 있어서 명확한 기준이 될 수 있으므로 향후 연구에서 이를 고려하여 다양한 연령대의 비교연구를 수행하여 체형과 속옷에 관련한 연구의 폭을 확대해 나갈 필요가 있다.

Declaration of Conflicting Interests

The authors declared that they had no conflicts of interest with respect to their authorship or the publication of this article.

Acknowledgments

This work was supported by Konkuk University.

References

1. Cha, S. (2012). Comparison of innerwear color preference among the Korea, China and Hong Kong. *Journal of Fashion Business*, 16(5), 106-113.
2. Cho, Y. J. (2005). Segmentation based on perception of somatotype and the relation between clothing evaluative criteria and segmentation. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 43(11), 185-196.
3. Choi, I. R., & Bang, H. K. (2006). Study on the young women's preference for the apparel design and their somatotype. *The Research Journal of the Costume Culture*, 14(3), 381-386.
4. Choi, J. M., Park, E. H., Shim, K. J., & Kim, I. S. (1998). The attitudes toward underwear, and the wearing & purchase practice of underwear items: Focused on middle school girls and their mothers in Chongju. *Journal of Korean Living Science Association*, 7(2), 103-112.
5. Choi, K. E. (2006). The empirical research on underwear products strategies according to consumer's purchasing characteristics of sex. *Korean J. of Human Ecology*, 9(4), 41-53.
6. Choi, M. S. (2008). A study on the preferred body shape and the perception between real and ideal body shapes of college students. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 32(3), 443-453.
7. Chung, O. I. (1993). A comparative study on the actual somatotype and the cognitive somatotype of female college students and high school students. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 31(1), 153-162.
8. Gu, E. H., & Kweon, S. A. (2010). Relationships between clothing values, wearing behaviors and the attitudes toward underwear for female students. *Korean Journal of Human Ecology*, 19(3), 565-575.
9. Hong, E. H., & Suh, M. A. (2008). A study on the sizing system for lower garments according to lower body types of adolescent boys. *The Research Journal of the Costume Culture*, 16(6), 1035-1049.
10. Hong, K. H. (2006). The influence of the sociocultural attitudes towards appearance, BMI and body image on self-esteem. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 30(2), 348-357.
11. Jun, D. & Park, S. (2009). Comparative analysis of children's clothing evaluative criteria according to groups divided by mother's somatotype & somatotype cognition. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 47(9), 91-99.
12. Kim, D. H., & Kim, K. H. (2010). The study of satisfaction of somatotype for women in twenties on perceived somatotype, appreciated somatotype by other people, ideal somatotype: Based on the obesity index. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 16(2), 82-97.
13. Kim, H. S., & Lee, M. H. (2008). A study on body types of 40s, 50s, 60s of obese women. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 32(4), 618-629.
14. Kim, J. (2010). Underwear purchase behaviors and attitude by degree of interest in the appearance of males in their 20s-30s. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 34(10), 1647-1657.
15. Kim, S. H., & Rhee, E. Y. (2001). Innerwear consumer segmentation according to the shopping orientation. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 39(11), 73-87.
16. Kim, Y. (2011). The effects of women's attitudes, selection, and wearing experience on purchasing intention of underwears made of smart fibers. *Journal of Fashion Business*, 15(1), 115-128.

17. Kim, Y. H., Kweon, S. A., & Kim, E. Y. (2001). Brand preference and evaluation criteria on purchase of underwear among the age of 20's female. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 25(7), 1203-1214.
18. Kim, Y. W. (1998). The effects of underwear on clothing microclimate, physiological responses, and subjective sensations during summer. *Korean Journal of Human Ecology*, 7(1), 139-146.
19. Lee, E. J., Oh, H. S., & Suh, Y. H. (2007). The effect of shopping values and VM information on consumer purchase behavior: Basis on a under wear store. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 9(1), 65-71.
20. Lee, J. S. (2007). Study of real somatotype and perceived body classified by body index of college women. *Journal of Fashion Business*, 11(5), 100-109.
21. Lee, J. S., & Lee, J. R. (2008). A study on women's satisfaction with ready-to-wear by body type in twenties to thirties. *Journal of Fashion Business*, 12(4), 88-98.
22. Lee, J. S., Seok, H. J., & Im, S. (2009). A comparison study on the body types of Korean women and Korean women residing in Japan: Focusing on women in their forties. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 33(4), 554-562.
23. Lee, J. Y., & Nam, Y. J. (2004). Comparison of somatotypes from various classification methods: Between 18 and 24 years old Korean women. *Journal of the Korean Society of Clothing Industry*, 6(2), 221-228.
24. Lee, K. L., & Park, S. H. (2004). Apparel fit by body perception and body satisfaction. *Journal of The Korean Society of Costume*, 54(1), 69-81.
25. Lee, S. H., & Cho, K. H. (2010). A study on the aesthetic characteristics and sociocultural meanings of outerization. *Journal of Fashion Business*, 14(4), 22-40.
26. Lee, S. R. (1997). The vogue about outerization of underwear in a tendency to the century-end. *Journal of the Korean Society of Costume*, 35, 325-341.
27. Na, M. H., Kim, M. S., & Jung, B. H. (2002). The wearing effect of sport underwear: Focusing on the change of fat in each body. *The Research Journal of the Costume Culture*, 10(6), 735-747.
28. Oh, H. N. (2004). A study on the relation between clothing evaluative criteria and personality types of female university students. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 42(8), 123-132.
29. Paik, H. Y., Nam, Y. J., Park, J. K., & Kim, J. Y. (2000). The comparison of somatotype by the body consciousness and physical measurements. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 38(3), 59-70.
30. Park, J. K., Nam, Y. J., & Choi, K. M. (2004). A comparison of satisfaction for actual body and perceived body between Korean and Japanese female college students. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 28(6), 758-766.
31. Rhee, J. H. (2007). A study on effects of somatotypes and stress on body cathexis and preferences of clothing Image. *The Research Journal of the Costume Culture*, 15(6), 1084-1099.
32. Shim, J. H. (2006). A comparative study of the middle-aged women's real somatotype and cognitive somatotype. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 30(11), 1507-1518.
33. Sung, M. J., & Kim, H. E. (2001). Classification of the somatotype by obesity indexes and body cognition of female college students. *Journal of the Korean Society of Clothing Industry*, 3(3), 227-234.
34. Wee, E. H., & Kwon, Y. M. (2009). A study on school uniform reforming behavior in relation to body Image: In the case of high school girls. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 47(10), 73-85.