

## 여자 중·고등학생의 개인주의-집단주의에 따른 교복태도와 교복선택기준

박은희

경북대학교 가정교육과 강사 · 중등교육연구소 연구원

### Attitude toward Uniform and Evaluation Criteria toward Uniform according to Individualism-collectivism of Middle and High School Girls

Eun-Hee Park

Lecturer, Dept. of Home Economic Education, Secondary Institute of Education, Kyungbuk National University  
(2015. 3. 19. 접수; 2015. 6. 15. 수정; 2015. 6. 18. 채택)

#### Abstract

The purpose of this study is to classify individualism-collectivism into groups and analyze the difference of attitude toward uniform and evaluation criteria toward uniform. Questionnaires are being administered to 369 middle and high school girls in Deagu province. The Frequency, factor analysis, reliability analysis, cluster analysis, correlation analysis, ANOVA, Duncan-test, and t-test are used for data analysis. Individualism-collectivism factors are found to be other focus, individuality focus, competition consciousness, love of family, and self-esteem. Attitude toward uniform are categorized into fashion pursuit, symbol of role, conformity, color, and neatness. Evaluation criteria toward uniform is categorized into 7 factors: practicality, care, promotion, aesthetics, service, brand focus, and regulation focus. Individualism-collectivism are classify into three groups such as high individualism-collectivism, low individuality, and high individuality. Individualism-collectivism shows a significant correlation with the sub-variable attitude toward uniform and evaluation criteria toward uniform. The groups show a significant difference in the attitude toward uniform and evaluation criteria toward uniform. There is a significant difference among individualism-collectivism, attitude toward uniform, and evaluation criteria toward uniform by the middle and high school girls.

**Key Words:** Individualism-collectivism(개인주의-집단주의), Attitude toward uniform(교복태도), Evaluation criteria toward uniform(교복선택기준)

#### I. 서론

우리나라 중·고등학생들의 교복착용은 개화기로부터 1982년까지는 개인의 의사와 상관없이 개성이 무시된 채 일률적으로 실시되었으나 1982년 2월 정부의 중·고생 두발 자율화 조치와

1983년 교복 자율화로 인하여 청소년의 의생활에 획기적인 변화를 맞이하였다(신경희, 서추연, 2011). 교복 자율화 정책은 학생들의 의생활 문화에 변화를 가져왔는데 이는 학교 측에서는 학생들의 지도가 어렵고 학부모에게는 의복비가 증가하게 되어 가계 부담이 높아지고 소득계층

Corresponding author ; Eun-Hee Park  
Tel. +82-10-9587-3245, Fax. +82-53-950-5924  
E-mail : parkh1987@hanmail.net

이 가시화되는 문제 등이 발생하게 되었다. 이로 인해 다시 정부에서는 교복 착용을 학교 재량에 따라 선택하도록 하여 현재 대부분의 중·고등학교에서 교복을 착용하고 있다.

중전의 교복은 어떤 소속감이나 통제성 그리고 교풍이나 학생의 신분 표출 등을 나타내는데 있다(정혜정 외, 2008), 현재는 피복 재료의 기술개발로 인해 다양한 소재와 디자인이 개발되면서 교복의 색상과 무늬, 디자인이 다양해지고 의복이 더욱 개성화되어 자신의 개성을 표출하는데 교복은 의복으로서 중요한 역할을 한다. 따라서 외모에 관심이 많아서 외모와 관련된 정보를 적극적으로 받아들이고 행동으로 보여주는 여자 청소년의 교복에 대한 태도를 알아보는 것은 의미가 있다.

청소년은 타인의 존재를 인식하고 자아가 발달함에 따라 새로운 교우관계가 나타나고 집단에 대한 통합감이 생기고 소속집단으로부터 승인이 되고, 받아들여져 안정감을 찾으려는 욕구가 강해진다. 이들은 개인적인 성향을 나타내면서 또래와의 관계를 중요시하여 또래 친구와 사귀므로 서로 공감하고 위안을 주고받으며, 정서적 안정감을 가지기 위해(김용숙, 전채령, 2007) 개인적이면서 집단적인 문화를 공유하려고 한다. 즉 집단주의 문화의 사람들은 내 집단의 구성원들 사이의 사회적인 조화를 유지하기 위해 만들어지는 사회적 기준에 따라 종종 행동하며 그들은 내집단 구성원들의 기대에 부응하고 상호 협조하며 부족한 자원을 공유하고, 타인의 견해를 존중하고 갈등을 극소화한다. 반면에 개인주의 문화는 교환의 원리에 기초한 계약적인 관계를 조성시키며 사람들은 어떤 행위를 하기 전에 득과 실을 계산하게 된다(백선영, 이선재, 1999). 특히 한 자녀 혹은 두 자녀 가정에서 성장한 청소년의 개인 중심적 사고와 청소년 시기 또래친구와의 원만한 관계를 유지하기 위해 집단적 행동을 학습한 청소년은 자기행동의 결정권을 본인에게서 찾기도 하고 타인에게서 찾기도 하며 혹은 개인의 만족에 관심을 보이기도 하고 사회적 평가에 관심을 기울이기도 하는 등 개인에 따라 개인적이거나 집단적인 성향을 나타낸다(박은희, 2014). 이런 청소년의 개인주의-집단주의는 청소년의 행동을 설명하는 중요

한 변수로 청소년의 동조성, 연예인 모방, 개성 추구 등 의복행동에 영향을 미치는 것을 선행연구(박은희, 2014; 한경미, 나영주, 2004)에서 밝히고 있다.

따라서 우리나라 청소년은 대부분의 시간을 학교에서 보내고 방과 후 학원이나 그 이외 활동에서도 교복을 착용하게 되므로 교복은 자신을 표현하는 중요한 수단이 된다. 청소년들은 교복으로 자신의 개성을 나타내고 친구와 같은 의복으로 동조성을 표현하여 인지적, 감정적 평가를 통해 태도를 가지는 교복태도와 개인주의-집단주의와 관련이 있을 것으로 사료된다.

현재 교복업체는 패션과 몸매에 관심이 많은 청소년들의 요구를 반영해 세련되고 슬림해 보이도록 디자인하고 있다. 즉 친환경 소재, 정전기 방지, 향균 및 방취효과를 주어 편안한 착용, 땀과 수분을 신속히 배출하는 동시에 외부의 공기를 차단해 주는 보온성 소재, 바지에 튼튼하면서 편안한 원단을 적용한 기능성 소재, 교복이 몸에 자연스럽게 딱 맞고 단점은 커버해주는 기능들로 선을 강조하고 다리를 길어 보이게 하는 디자인 등을 교복업체에서는 제시하고 있다(김혜림, 2013). 최근 의복이 더욱 개성화되고 다양한 소재와 디자인이 개발되면서 교복 역시 색상과 무늬, 디자인이 다양해졌으며 교복의 제작과 구입방법도 많이 달라지고 있으므로(정혜정, 김세희, 2004) 소비자들의 제품평가기준을 파악하는 것은 기업입장에서 소비자가 상품에 대한 특성을 어떻게 이해하고 있는지를 확인함과 동시에 판매 전략을 세울 수 있는 기초가 된다(김미영, 1995). 따라서 원만한 친구관계를 형성하려는 집단주의와 타인과 차별화된 자신을 표현하려는 개인주의는 교복선택 시 평가하는 기준과 관련이 있을 것이다.

교복에 관한 선행연구에서 보면 교복 실태조사, 교복 디자인의 선호도, 교복 변형실태에 관한 연구(김용숙, 전채령, 2007; 신경희, 서추연, 2011; 양은진, 정수진, 2013; 위은하, 권유민, 2009; 유은주 외, 2011; 이에경 외, 2006; 전채령, 김용숙, 2007)가 진행되었으나 개인주의-집단주의와 교복태도에 관한 연구는 미비하다. 이에 본 연구에서는 기성세대와는 다른 청소년의 또래관계에서 형성되는 개인주의-집단주의가 교복

태도 및 교복선택기준과 어떤 관련이 있는지 알아보려고 한다.

이에 본 연구에서는 동일문화권에 소속된 중고등학생의 개별 차원에서 개인주의와 집단주의의 소비자 특성과 일상복으로 착용하고 있는 교복에 대한 평가를 통해 태도를 파악하고 행동적 특성인 교복선택기준을 알아보려고 한다. 이를 근거로 하여 청소년 소비자의 특성에 따른 교복시장의 분석을 통해 마케팅 전략에 필요한 기초자료를 제공하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 개인주의-집단주의

최근 개인주의-집단주의 이론은 국가 차원의 문화 특성만이 아니라 보다 하위 차원으로서 조직, 사회집단 그리고 개인 단위를 구분하는 중요한 특성으로 개념화되고 있다(심정희, 2007). Triandis et al.(1988)에 의하면 같은 시간과 장소에서 동일한 언어를 사용하는 사람들은 태도, 신념, 규범, 가치를 공유하게 되는데 이를 문화적 증후(culture syndromes)라고 하였으며 특히 집단주의와 개인주의의 문화 구분이 국가 차원뿐만 아니라 개인의 문화적 성향을 나타내 주는 틀이 될 수 있다고 하였다. 또한 Triandis et al.(1988)는 개인/집단주의 문화의 특징을 4가지 하위속성을 들어 설명하였다. 첫째는 자아의 특성이 개별적인 개체의 특징을 많이 반영하는지 아니면 사람들과의 관계적인 특징을 많이 반영하는지, 둘째는 개인목표와 집단목표의 충돌 시 어느 것이 우선적인 고려사항 인지, 셋째는 대인관계를 교환관계로 보는지 아니면 정의 관계로 보는지, 넷째는 사회적 행위의 주 결정인자가 개인의 태도인지 아니면 사회적 규범인지에 관한 속성에 의해서 개인주의 사회는 개별적 자아를 강조하고, 개인의 목표를 우선하고, 교환관계를 추구하며, 개인의 태도가 사회적 행위를 결정하는 특징을 보인다. 반면에 집단주의 사회는 관계적 자아를 강조하고 집단의 목표를 우선

하고 정의 관계를 추구하며, 사회적 규범이 사회적 행위를 결정하는 특징을 보인다. Komarraju et al.(2008)은 개인주의 문화는 개인의 특성, 성취, 개인목표, 자기감시, 쾌락주의 등을 통해 그들의 정체성이 형성되고 그들의 자유에 가치를 부여하고 자아를 존중한다. 집단주의는 규범, 임무, 책임이 가족, 친구, 지역사회에 의해 부과되고 그들의 관계를 유지하기 위해 개인의 비용을 사용한다는 것을 알 수 있다.

청소년은 자기 특성에 대한 지각에서 성인에 비해 상대적으로 개인주의 성향이 강하였으며, 자기의 생각을 주장하고 표현하는 것이 좋다고 생각하지만 정작 자신은 주장을 억제하는 집단주의 특성 속의 이중적 모습이 청소년과 성인 모두 공통적으로 나타났다(김윤명, 2009). 청소년의 가장 많은 비중을 차지하는 성향은 이기주의, 그 다음이 가족주의, 민주공동체주의, 개인주의였다. 우리나라 청소년의 수평집단주의는 집단내 사람들의 애착심에서 그 구조가 보존되고 우리의식이 두드러진 상태인 민주공동체주의라기보다는 소속 집단내의 규범에 동조하기를 서로 요구하고 개인주의 사람들보다 사회적 평가에 더 신경을 쓰며 주위로부터 칭송을 얻고 싶어 한다는 측면이 강한 수평집단주의라고 볼 수 있었다(한경미, 나영주, 2004). 집단주의 성향이 높은 집단이 낮은 집단에 비해 의복 구입시 다른 의복과의 조화 및 상황에의 적절성을 더 고려하였으며 이는 집단주의 성향이 높은 사람은 다른 사람들의 자신에 대한 평가를 중시하므로 사회적 규범을 따르는 성향이 높을 것으로 예상되어 의복과의 조화를 중시하는 경향을 보였다(박광희, 최원경, 2001). 20-30대 개인주의 집단은 유행과정에서 혁신적인 상품을 수용하였고 자신만의 멋을 창조하려는 의도에서 높았고 집단 경쟁주의는 타인으로부터 인정을 받기 위해 적절한 경쟁을 받아들이고 현재 유행하는 의복을 착용하는 경향을 보였다. 저 개인주의-집단주의에서는 개인의 성취, 목표, 자기 감시 등을 통해 정체성이 형성되는 개인주의와 그들의 관계를 유지하기 위해 노력하는 집단주의 성향이 모두 낮은 집단으로 이들은 대인관계에서 자신의 정체성이 불명확한 성향을 보였다(박은희, 2014).

백선영과 이선재(1999)는 유행성을 추구하는 고교생들은 자기가 속해 있는 집단의 의복 동조성과 유행성, 유행하는 아이템들을 보다 더 아름답게 표현하기 위한 심미성과 높은 상관관계를 나타내었다. 개인주의 성향이 강한 고등학생들은 집단 내 의복으로써 동조하는 것보다는 의복의 심미성에 보다 더 치중하는 경향을 보였으며 눈에 띄는 색상이나 스타일의 의복을 통해 타인으로부터 관심, 호감, 지위 등을 획득하려고 하는 주의 집중성과 높은 상관관계를 보인다고 하였다. 반면에 집단주의 성향의 고등학생들은 의복 착용시 자신이 속한 집단 안의 유행에 민감하게 반응하는 유행성에 치중하며 집단 내에서 다른 사람들에게 거부감을 주지 않는 정숙한 의복을 착용한다고 하였다. 심정희(2007)는 개인주의 성향이 높은 사람은 의복으로 개성을 나타내며 편이성을 중시하는 반면, 집단주의 성향이 강한 사람은 타인의 평가와 시선을 의식하기 때문에 동조성에 관심이 많고 사회적인 체면과 위신을 중요시하므로 의복 행동에 있어서도 상표지향성이 강하다고 하였다.

따라서 청소년들의 개인주의와 집단주의에 따라 의복에 대한 관심 및 선호 경향을 나타내는 교복태도와 관련이 있을 것이다.

## 2. 교복태도

청소년들에게 있어 의복은 자기 이미지 표현, 친구들에 대한 동조, 개성을 표현하는 도구로서 사용되며, 착용하고 있는 의복의 상태가 그들의 심리적 상태인 안정감, 불안감, 동조성, 우월의식과 열등의식에 영향을 미치기 쉽다(서지민 외, 2011). 이들은 의복을 통하여 자신감 획득, 동년배 집단과의 동조, 사회적 승인, 개성을 추구하는 등 의복은 청소년의 심리상태에 많은 영향을 미친다(양은지, 정수진, 2013). Ryan(1966)은 청소년 시기에 의복을 중요하게 여기는 이유는 의복이 그들의 인성을 나타내주며 의복에 대한 고조된 관심, 그리고 의복을 통한 동료로부터의 승인이라고 하였다. 특히 교복은 단순히 신분을 나타내는 제복을 넘어서서 원만한 교우관계와 자기만족의 수단이 되는 중요한 의미를 지닐 수 있다(서지민 외, 2011). 최근 교복은 스타일, 소

재, 색채를 통일시키고 각 학교에 맞는 상징성과 신분에 맞는 아름다움을 나타내도록 디자인되고 있으며, 그리고 학생들의 성장 단계에 적절하도록 체격과 기능성을 고려하여 디자인하고 있다(전채령, 김용숙, 2007).

의복행동의 동조성은 본인이 중요하게 생각하는 집단 혹은 영향을 받는 집단에 근거해 의복태도나 행동이 변화하는 것을 의미한다(서지민 외, 2011). 청소년기는 높은 의복관심과 또래 집단의 의복동조, 연예인에 대한 외모 모방과 유행에의 몰입 등과 같은 특징적인 행동을 통해 형성되어간다(이인자 외, 2001). 한미화와 이은희(2009)는 외모에 대한 동조, 가치, 욕구 의식은 청소년들에게 사회적 상황을 나타내는 비교기준이 되며, 하루 생활 중 가장 많은 시간을 착용하고 있는 교복은 사회문화적으로 공유할 수 있는 의미를 지닌 외모의 평가기준으로서 중요한 의미를 지니고 있기 때문에 교복행동으로 나타난다고 하였다. 전채령과 김용숙(2007)은 고등학생은 교복의 스타일과 디자인이나 상표명과 같은 요인들을 교복에서 추구함을 밝혔다. 서지민 외(2011)는 대중매체 동조집단과 친구 동조 집단이 부모들의 의견에 동의하기보다는 유행이나 자신의 스타일 측면에서 개성을 표현하거나 그런 느낌을 주는 브랜드에 대해 선호한다고 하였다. 또한 중고등학생들이 유명 브랜드를 선호하는 이유는 제품의 내구성이나 가격보다는 제품의 디자인, 이미지, 브랜드의 상징성 등의 중고등학생들의 감정과 관련된 부분이라는 것을 알 수 있다고 하였다.

## 3. 교복선택기준

제품선택기준은 소비자의 의사결정 과정에 영향을 미치는 의사결정 변수로 소비자가 상품을 구매할 것인가 구매하지 않을 것인가의 의사결정에 영향을 주는 다양한 특성 및 심리적 요인이며 대안을 평가하고 비교하는데 있어서 사용되는 기준이 된다(제은숙, 2011). 이런 의류 평가기준은 가격이나 유지비용과 같은 제품비용, 내구성이나 효율성과 같은 제품의 성과 또는 상표나 스타일 등과 같은 적합성과 관련되기도 하며, 때로는 제품의 상징적인 가치나 혜택과 관

런되기도 한다(박은희, 2013). 손민석과 박혜선(2001)은 청소년들의 의복구매과정에서 제품의 수용과 거부를 결정하는데 고려되는 기본적인 결정적인 특성은 디자인과 어울림이라고 밝혔다. 정혜정 외(2008)는 청소년 소비자들은 교복 선택시 연예인 광고 전략보다는 품질과 실용성을 가장 중요하게 생각하고 있음을 감안하여 품질과 기능성 및 심미성 등의 속성을 강화한 상품 전략으로 소비자들을 소구할 필요가 있다고 하였다.

Eckman et al.(1990)은 의복선택기준을 내재적 특성과 외재적 특성으로 분류하였고 내재적 특성은 제품의 구성, 스타일, 색채/디자인, 직물, 섬유조성, 손질, 치수의 맞춤새, 내구성, 안락감, 염색견뢰도, 품질, 구성, 물리적 품질, 직물의 품질, 성에 대한 적합성 등이며 외재적 특성은 의복의 가격, 상표명, 제조국, 점포이미지, 점포의 위치, 소유 의복과의 조화, 판매원의 평가, 매장내의 소속 부서, 타인의 인정, 품질 보증 등을 포함한다고 하였다. 이처럼 의복평가기준은 연구에 사용된 의류품목과 조사 대상자에 따라 다양하다(조운진 외, 2010; 최종명, 2004). 조운진 외(2010)는 기능성 소재의 의류제품 구매시 품질, 가격, 사이즈 순으로 중요하게 여겼으며 브랜드를 가장 덜 중요하게 여긴다고 하였으며, 이는 기능성 의류제품은 일반 의류제품에 비해 미적이고 상징적인 속성보다는 본질적인 속성이 더 중요한 기준이 된다고 하였다. 최종명(2004)은 일반적으로 의류제품의 선택기준에서 겉옷 경우 디자인, 치수, 색상, 가격 등을 중요하게 여기는 반면에 속옷 경우 치수, 색상, 소재, 디자인을 중요시하는 것으로 나타나 품목에 따라 중요시하는 선택기준을 다소 다르다고 하였다. 정혜정 외(2008)는 교복 구매시 가장 중요하게 고려하는 속성은 품질·실용성이었으며, 그 다음 서비스·착용경험, 심미성, 브랜드, 외적규제, 프로모션 순이었다. 또한 청소년들의 동조적 외모관심이 제품선택기준에 가장 큰 영향을 주었고 청소년들이 자기표현을 많이 할수록 규범에 대한 중요도는 적게 나타났음을 의미하고 적극적 외모관심이 높을수록 프로모션의 중요도가 높다고 하였다.

제품 선택기준은 소비자의 의사결정시 대안

을 평가하고 비교하는 기준으로 품목과 구매자에 따라 다름을 알 수 있다. 이에 따라 교복을 착용하는 여자 중고등학생들이 교복제품에서 얻고자 하는 편익이 무엇인지 주관적 속성뿐만 아니라 객관적 속성을 포함하여 종합적인 평가 기준을 알아보려고 한다.

### III. 연구방법 및 절차

#### 1. 연구문제

1. 개인주의-집단주의 요인에 따라 집단을 분류한다.
2. 개인주의-집단주의와 교복태도 및 교복선택기준의 상관관계를 알아본다.
3. 개인주의-집단주의에 따른 교복태도, 교복선택기준의 차이를 알아본다.
4. 여자 중고등학생에 따른 개인주의-집단주의, 교복태도 및 교복선택기준의 차이를 알아본다.

#### 2. 연구대상 및 자료수집

현재 교복을 착용하고 있는 재학 중인 대구 지역 여자 중고등학생을 대상으로 2013년 3월에 걸쳐 예비조사가 실시되었으며, 그 결과를 바탕으로 본 설문지를 작성하였다. 본 조사는 2013년 5월 3일~5월 13일 현재 교복을 착용하고 있는 재학 중인 대구 지역의 여중생과 여고생을 대상으로 설문지를 390부를 배부하여 실시하였다. 회수된 질문지 중 불성실한 설문지를 제외한 369부를 자료분석에 이용되었다. 조사 대상자는 여중생 175명(47.4%)과 여고생 194명(52.6%)이었다. 부모님의 직업분포를 살펴보면, 부직업은 회사원 139명(37.7%), 전문직 31명(8.4%), 자영업경영 106명(28.7%), 생산직 13명(3.5%), 판매 및 서비스직 26명(7.1%), 교사/공무원 51명(13.8%)으로 회사원과 자영업경영의 비율이 높았다. 모직업은 전업주부 162명(43.9%), 회사원 43명(11.7%), 전문직 20명(5.4%), 파트타임직 14명(3.8%), 자영업경영 46명(12.5%), 생산

직 9명(2.4%), 판매 및 서비스직 32명(8.7%), 교사/공무원 43명(11.7%)으로 전업주부의 비율이 가장 높았다. 가계 월소득은 100만원 이상~200만원 미만 9명(2.4%), 200만원 이상~300만원 미만 106명(28.7%), 300만원 이상~400만원 미만 100명(27.1%), 400만원 이상~500만원 미만 74명(20.1%), 500만원이상 80명(21.7%)으로 나타나 가계한달 평균 소득이 200만원이상~400만원미만(55.8%)에서 과반수 이상을 차지하였다. 한 달 용돈은 3만원미만 85명(23.0%), 3만원 이상~5만원 미만 116명(31.4%), 5만원 이상~8만원 미만 74명(20.1%), 8만원 이상~10만원 미만 22명(6.0%), 10만원 이상 20명(5.4%), 없음 52명(14.1%)으로 나타나 한 달 용돈은 3만원이상~5만원 미만에서 가장 높게 나타났다.

### 3. 측정도구 및 분석

본 연구에서 사용한 개인주의-집단주의, 교복태도, 교복선택기준 등의 측정항목들은 기존 연구에서 사용된 항목들을 연구자가 수정, 보완하여 사용하였다. 사용된 측정항목들은 사전조사를 통해 유효성을 검증하였으며, 5점 리커트 척도(1점: 매우 그렇다, 5점: 전혀 그렇지 않다)로 각 개념항목을 측정하였다. 개인주의-집단주의, 교복태도, 교복선택기준을 위한 자료를 수집하기 위해 질문지법을 이용하였다.

개인주의-집단주의(individualism-collectivism)는 개인주의는 자기행동의 결정을 자신 속에서 찾고 개인적 만족을 중요하게 생각하고 집단주의는 자기행동의 결정을 타인에게서 찾고 다수의 견해를 따르는 성향을 의미한다. 설문문항은 한경미와 나영주(2004), 박은희(2014)가 제시한 문항을 연구목적에 맞게 수정 및 보완하여 17문항으로 구성하였다. 교복태도(school uniform attitude)는 교복에 대한 신념과 주변 반응에 따른 정서적 감정에 의해 형성된 교복에 대한 취향이나 선호를 의미한다. 설문문항은 전채령과 김용숙(2007)이 제시한 문항을 연구목적에 맞게 수정 및 보완하여 16문항으로 구성하였다. 교복선택기준(school uniform evaluation criteria)은 교복을 선택할 때 제품의 품질, 색상, 디자인, 브랜드, 관리와 손질, 서비스, 학교 규제 등을 고

려하여 평가하는 기준을 의미한다. 설문문항은 김민수와 김문숙(2003), 정혜정 외(2008), 연구자가 작성하여 23문항으로 구성하였다. 인구통계적 변인은 연령, 부모님 직업, 가계 월소득, 한 달 용돈 등 5문항이었고, 단순선택형으로 구성하였다.

SPSS PC+ 20.0 통계 프로그램을 이용하여 자료를 분석하였다. 통계방법은 빈도, 요인분석, 신뢰도검증, 군집분석, 상관관계, ANOVA, Duncan test, t-테스트를 실시하였다.

## IV. 결과 및 논의

### 1. 개인주의-집단주의, 교복태도, 교복선택기준의 요인분석

#### 1) 개인주의-집단주의의 요인구조 및 집단 분류

청소년 여학생의 개인주의-집단주의를 살펴보기 위해 주성분 분석과 Varimax 회전을 이용하여 요인분석 한 결과 <표 1>과 같다. 요인 1은 사람들과 함께 일하는 것을 선호하며 주변 사람들이 행복하면 나도 행복하다는 내용으로 “타인중시”라 명명하였고, 요인 2는 자신의 독특한 개성을 자랑스럽게 생각하고 다른 사람과 구별되는 독특한 사람이라는 내용으로 “개성중시”라 명명하였다. 요인 3은 경쟁은 삶의 원칙이고 경쟁에서 이기는 것이 중요하다는 내용으로 “경쟁의식”이라 명명하였으며, 요인 4는 내가 원하는 것을 희생해서라도 나의 가족을 부양해야 하며, 가족들은 단결해야한다는 내용으로 “가족애”라 명명하였다. 요인 5는 다른 사람들에게 의존하기 보다는 나에게 의존하며 다른 사람을 믿기보다는 나 자신을 믿는다는 내용으로 “자기존중”이라 명명하였다. 5개 요인별 신뢰도 확인결과 Cronbach'  $\alpha$  값이 요인 1은 .81, 요인 2는 .78, 요인 3은 .74, 요인 4는 .66, 요인 5는 .74로 나타났으며, 전체설명력은 63.51%였다. 5개 요인 중 타인중시 요인의 설명력이 가장 높게 나타났는데 이는 개인적인 견해보다는 소속 집단내의 규범에 동조하기를 서로 원하며 개인

<표 1> 개인주의-집단주의 요인분석

요인	문항	요인 적재값	Cronbach's $\alpha$
타인 중시	사람들과 함께 어떤 일을 같이 할 때 기분이 좋다.	.81	.81
	내 주변에 있는 사람들이 행복해야 나도 행복하다. 나의 즐거움은 다른 사람과 함께 있는 것이다. 나의 동료가 잘 되는 것이 나에게 중요하다.	.80 .79 .74	
고유값 2.55 누적분산 15.03% 평균 3.95			
개성 중시	나는 독특한 개성을 가지고 있는 것을 자랑스럽게 생각한다.	.84	.78
	나는 다른 사람과 구별되는 독특한 사람이다. 나는 내가 하나의 인격체라는 사실이 중요하다. 나만의 개성을 추구하는 것은 나에게 중요하다.	.79 .69 .69	
고유값 2.47 누적분산 29.55% 평균 3.79			
경쟁 의식	경쟁은 삶의 원칙이다.	.77	.74
	어느 경쟁에서나 이기는 것이 중요하다. 격렬한 경쟁 상황에 참여하는 것을 즐긴다. 경쟁 없이는 좋은 사회를 이룩할 수 없다.	.76 .70 .67	
고유값 2.24 누적분산 42.74% 평균 3.03			
가족애	내가 원하는 것을 희생해서라도 나의 가족을 부양해야 한다.	.82	.66
	가족들은 어떠한 희생이 요구된다하더라도 서로 단결해야 한다. 부모님들과 자식들은 가능한 한 함께 살아야 한다.	.81 .63	
고유값 1.84 누적분산 53.54% 평균 3.55			
자기 존중	나는 다른 사람들에게 의존하기 보다는 나에게 의존한다.	.88	.74
	다른 사람을 믿기보다는 나 자신을 믿는다.	.77	
고유값 1.70 누적분산 63.51% 평균 3.52			

주의 사람들보다 사회적 평가에 더 신경을 쓰고 주위로부터 칭송을 얻고 싶어 하는 청소년의 민주공동체의식에서 설명력이 높게 나타난 한경미와 나영주(2004)의 연구와 유사하다.

개인주의-집단주의 요인별 평균을 살펴보면, 타인중시와 개성중시에서 높은 점수를 나타내어 여학생은 주변의 친구와 같이 어울려서 일하는 것을 선호하면서 독특한 개성을 중요하게 여기는 것을 알 수 있다. 이는 자신이 소속한 집단의 규범이나 상황과 조화를 이루고자 하고 자기 행동의 결정권을 자신에게서 찾고 해결하려는 양면성을 가진다고 한 박은희(2014)의 연구를 지지한다. 또한 여학생은 소속집단이나 규율을 만들고 오히려 스스로 구속되기를 원한다고

한 한경미와 나영주(2004)의 연구를 뒷받침한다.

개인주의-집단주의에 따른 집단 간 차이를 알아보기 위하여 심정희(2007)의 연구방법에 근거하였다. <표 1>에 나타난 결과에 따라 각 5점 척도의 평균값에 의해 미리 정한 군집의 수로 군집화가 이루어지는 K-평균군집을 실시한 결과 <표 2>와 같다. 집단 1은 친구와 경쟁하는 것을 즐겁게 받아들이며 다른 사람을 믿기 보다는 자신을 믿고 가족을 소중하게 여기는 집단으로 개인주의와 집단주의 성향이 모두 높아서 “고 개인-집단주의 성향”이라 명명하였으며 121명(32.8%)이었다. 이는 자기의 생각을 주장하고 표현하는 것이 일반적으로 좋다고 생각하지만, 정작 자신은 그렇게 행동하지 못하거나 자신에

<표 2> 개인주의-집단주의 집단 분류

개인주의-집단주의 \ 집단 분류	고 개인-집단주의 성향 n=121(32.8%)	저 개인주의 성향 n=127(34.4%)	고 개인주의 성향 n=121(32.8%)	F
타인중시	4.05a Ab	3.76 B	4.05 A	10.04***
개성중시	4.06 A	3.24 B	4.08 A	117.77***
경쟁의식	3.76 A	2.85 B	2.50 C	168.78***
가족애	3.96 A	3.52 B	3.18 C	44.11***
자기존중	4.02 A	2.92 C	3.65 B	108.49***

\*\*\*p<.001

a=average score by the groups, b=literally indicated result of Duncan test(A>B>C)

대한 기준에 있어서는 반대로 생각하고 있어 이 중적인 특성을 나타낸다고 하였다. 즉 가치나 생각에 있어서는 개인주의 특성이 나타나지만 실제 자신의 행동에서는 집단주의 특성을 보인다고 한 김윤명(2009)의 연구를 지지한다. 집단 2는 집단주의 성향을 갖고 있으면서 개인주의 성향이 낮은 집단으로 “저 개인주의 성향”이라 명명하였으며 127명(34.4%)이었다. 집단 3은 가족을 위해 희생하기보다는 자신의 개성을 중요하게 여기고 경쟁의식이 낮은 개인주의 성향이 높은 집단으로 “고 개인주의 성향”이라 명명하였으며 121명(32.8%)이었다. 개인주의-집단주의 하위요인인 타인중시에서 집단 간 차이가 낮게 나타나 이들은 친구들과 함께 일을 할 때 즐거워하는 것을 알 수 있다.

## 2) 교복태도의 요인구조

청소년 여학생의 교복에 대한 태도를 살펴보기 위해 주성분 분석과 Varimax 회전을 이용하여 요인분석 한 결과 <표 3>과 같다. 요인 1은 교복을 착용한 후 패션 액세서리로 개성 있게 연출할 수 있고 이로 인해 기분이 좋아진다는 내용으로 “패션추구”라 명명하였다. 요인 2는 교복을 입으면 나의 행동이 달라지고, 공식적인 행사에 교복을 입는다는 내용으로 “역할상징”이라 명명하였고, 요인 3은 친구들과 똑같은 메이커의 교복을 선택하고 가격이 비싸도 비 메이커의 교복을 사지 않는다는 내용으로 “동조”라 명명하였다. 요인 4는 교복에서 가장 중요한 것은

색상과 디자인이라는 내용으로 “디자인”이라 명명하였다. 요인 5는 교복의 블라우스나 셔츠를 자주 세탁하여 입는다는 내용으로 “단정함”이라 명명하였다. 5개 요인별 신뢰도 확인결과 Cronbach'  $\alpha$  값이 요인 1은 .80, 요인 2는 .73, 요인 3은 .65, 요인 4는 .58, 요인 5는 .70으로 나타났다으며, 전체설명력은 63.27%였다.

교복태도 요인별 평균을 살펴보면, 단정함에서 높은 점수를 나타내어 여학생은 교복을 깨끗하게 손질하여 입는 것을 알 수 있다. 반면에 역할상징에서는 낮은 점수를 나타내어 교복을 착용하여 자신의 신분을 드러내는 것을 선호하지 않는 것으로 보인다. 이는 여고생의 교복착용태도 하위변인 단정성에서 평균이 높게 나타났고 학교 이외 장소에서 교복을 자주 입는다는 활용성에서 평균이 낮게 나타난 양은지와 정수진(2013)의 연구와 유사하다.

## 3) 교복선택기준의 요인구조

청소년 여학생의 교복선택기준을 살펴보기 위해 주성분 분석과 Varimax 회전을 이용하여 요인분석 한 결과 <표 4>와 같다. 요인 1은 교복을 선택할 때 제품의 품질과 입어서 편한 옷을 고려한다는 내용으로 “실용성”이라 명명하였으며 요인 2는 오염이 덜 타고, 제품의 구김방지 처리가 되어 있는 것을 선택한다는 내용으로 “관리성”이라 명명하였다. 요인 3은 홍보용 사은품이 중요하고 구매시 어떤 사은품을 주는가가 중요하다는 내용으로 “판매촉진”이라 명명하



<표 3> 교복태도 요인분석

요인	문항	요인 적재값	Cronbach's $\alpha$
패션 추구	같은 교복을 입고도 패션 액세서리로 나의 개성을 표현하고 싶다.	.84	.80
	마음에 드는 액세서리를 교복과 함께 착용하면 기분이 좋아진다.	.82	
	그날 기분에 따라 교복을 바꾸어 입고 싶을 때도 있다.	.61	
	교복에 여러 가지 다른 옷과 함께 입는 것이 좋다.	.56	
	교복을 입고 나갔을 때 길 가든 사람들이 나를 쳐다봐주면 기분이 좋다.	.53	
	선생님이나 부모님이 좋아하지 않더라도 친구들과 사이에 유행하는 교복스타일을 입는다.	.53	
	고유값 2.78 누적분산 17.37% 평균 2.94		
역할 상징	교복을 입으면 나의 행동이 달라진다.	.81	.73
	나는 공식적인 행사에 교복을 입는다.	.80	
	나는 교복을 입으면 마음이 편해지고 자신감이 생긴다.	.75	
	고유값 2.15 누적분산 30.80% 평균 2.44		
동조	친구들과 똑같은 메이커의 교복을 선택하고 싶다.	.77	.65
	가격이 비싸도 비 메이커의 교복을 사지 않는다.	.73	
	친구들과 같이 변형된 교복을 입지 않으면 소외감을 느낀다.	.68	
	고유값 1.99 누적분산 43.25% 평균 2.76		
디자인	교복에서 가장 중요한 것은 색상이다.	.78	.58
	교복에서 가장 중요한 것은 디자인이다.	.72	
	고유값 1.62 누적분산 53.38% 평균 3.54		
단정함	교복의 블라우스나 셔츠를 자주 세탁한다.	.85	.70
	교복이 구질구질하면 기분도 좋지 않기 때문에 항상 옷차림에 신경을 쓴다.	.80	
	고유값 1.58 누적분산 63.27% 평균 3.80		

였으며, 요인 4는 교복 선택시 디자인과 색상이 마음에 들어야 한다는 내용으로 “심미성”이라 명명하였다. 요인 5는 교복브랜드의 인지도가 높고, 교복브랜드의 이미지가 좋은 것을 선택한다는 내용으로 “상표중시”라고 명명하였고 요인 6은 구매 후 수선, 반품이 쉬워야 하고 매장의 위치가 가까워야 한다는 내용으로 “서비스”라 명명하였다. 요인 7은 부모님이 권유하는 제품을 구매하고 학교규칙에 합당한 제품을 구매한다는 내용으로 “규범”이라 명명하였다. 7개 요인별 신뢰도 확인결과 Cronbach'  $\alpha$  값이 요인 1은 .89, 요인 2는 .87, 요인 3은 .83, 요인 4는 .75, 요인 5는 .70, 요인 6은 .92, 요인 7은 .54로 나타

났으며, 전체설명력은 70.46%였다.

교복선택기준의 요인별 평균을 살펴보면, 실용성에서 높은 점수를 나타내어 중·고등학교 여학생은 교복을 선택할 때 제품의 품질과 입어서 편한 옷을 선호하는 것을 알 수 있다. 교복 구매시 가장 중요하게 고려하는 속성은 실용성이었고, 그 다음이 심미성, 서비스, 관리성이었다. 이는 교복 제품 선택기준의 평균값이 품질·실용성에서 가장 높았다고 한 정혜정 외(2008)의 연구를 지지한다. 이와 같이 청소년은 학교에서 보내는 대부분의 시간 교복을 착용하고 있으므로 교복 선택시 제품의 품질이 좋고 입어서 편한 옷을 선택하는 것을 알 수 있다.

&lt;표 4&gt; 교복선택기준 요인분석

요인	문항	요인 적재값	Cronbach's $\alpha$
실용성	제품의 품질이 좋은 것을 선택한다.	.86	.89
	입었을 때 편안한 것을 선택한다.	.82	
	교복제품의 소재를 고려한다.	.78	
	내 몸에 잘 맞는 것을 선택한다.	.77	
고유값 3.37 누적분산 14.05% 평균 4.09			
관리성	오염이 덜 타는 것을 선택한다.	.85	.87
	제품의 구김방지 처리가 되어있는지 고려한다.	.82	
	제품의 관리와 손질이 간편한 것을 선택한다.	.79	
	오래 입을 수 있는지 고려한다.	.59	
고유값 2.80 누적분산(%) 25.73% 평균 3.60			
판매 촉진	교복브랜드에서 홍보용 사은품이 중요하다.	.91	.83
	구매시 어떤 사은품을 주는가가 중요하다.	.87	
	교복브랜드 광고모델이 유명 연예인이어야 한다.	.68	
고유값 2.40 누적분산 35.73% 평균 2.71			
심미성	디자인이 마음에 들어야 한다.	.80	.75
	색상이 마음에 들어야 한다.	.69	
	교복을 착용했을 때 맵시가 있어야 한다.	.66	
	교복 스타일이 요즘 유행을 따라야 한다.	.62	
고유값 2.37 누적분산 45.60% 평균 3.78			
상표 중시	교복브랜드의 인지도를 고려한다.	.89	.92
	교복브랜드의 이미지가 중요하게 고려한다.	.88	
고유값 2.09 누적분산 63.55% 평균 3.37			
서비스	구매 후 수선, 반품이 쉬워야 한다.	.82	.70
	매장의 위치가 가까워야 한다.	.73	
	매장 내 판매원의 태도가 친절해야 한다.	.69	
고유값 2.22 누적분산 54.83% 평균 3.58			
규범	부모님이 권유하는 제품을 선택한다.	.82	.54
	학교교칙에 합당한 제품인지 고려한다.	.64	
	친구나 선배들이 권유하는 제품을 선택한다.	.62	
고유값 1.66 누적분산 70.46% 평균 3.18			

## 2. 개인주의-집단주의와 교복태도, 교복선택 기준의 상관관계

중고등학교 여학생의 개인주의-집단주의와 교복태도, 교복선택기준의 상관관계는 <표 5>와

같다. 개인주의-집단주의의 하위요인은 교복태도 및 교복선택기준의 하위요인과  $p < .05$ ,  $p < .01$  수준에서 의미있는 상관관계를 나타내었다. 개인주의-집단주의의 타인중시가 높을수록 교복태도의 하위변인 패션추구, 역할상징, 디자

<표 5> 개인주의-집단주의와 교복태도, 교복선택기준의 상관관계

개인주의- 집단주의	교복태도						교복선택기준					
	패션 추구	역할 상징	동조	디자인	단정함	실용성	관리성	관매 촉진	심미성	서비스	상표 중시	규범
타인중시	.18**	.11**	.04	.19**	.19**	.05	.12*	.08	.15**	.01	.16**	.06
개성중시	.16**	.07	-.08	.06	.16**	.15*	.19**	-.05	.11	-.01	.12*	.03
경쟁의식	.16**	.07	.23**	.12*	.15**	-.07	-.03	.18**	.09	.16**	.05	.08
가족애	.02	.07	.07	.12*	.11*	.03	-.01	.08	.14**	.02	.10	.15**
자기존중	.07	.04	-.07	.02	.12*	.11*	.07	-.08	-.09	-.03	-.00	.02

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

인, 단정함에서 높게 나타났으며, 교복선택기준의 관리성, 심미성, 상표중시에서 높게 나타났다. 즉 친구들과 함께 일하는 것을 선호하는 여학생일수록 교복 블라우스나 셔츠를 자주 세탁하고 교복 색상을 중요하게 여기며 공식적인 행사에 교복을 착용하여 자신의 개성을 표현하려는 경향을 보였다. 또한 이들은 브랜드 인지도가 높고 요즘 유행하는 디자인으로 손질하기 쉬운 교복을 선택하는 경향을 나타내었다. 친구동조 집단은 부모들의 의견을 동의하기보다는 유행이나 자신의 개성을 표현할 수 있는 브랜드를 선호한다고 한 서지민 외(2011)의 연구를 뒷받침한다. 자신의 개성을 중시할수록 액세서리와 함께 교복을 단정하게 입으려는 의도를 나타내었고 교복 선택시 오염이 덜 타고 브랜드 인지도가 높은 교복을 선택하는 것을 알 수 있다. 경쟁을 적극적으로 받아들일수록 친구들과 똑같은 브랜드로 교복을 멋지게 연출하려는 의도가 높고 교복 디자인을 중요하게 여기며 단정한 옷차림을 선호하는 것을 알 수 있다. 또한 구매시 사은품이 중요하고 구매 후 수선이나 반품을 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. 가족애가 높을수록 교복 디자인이 중요하고 단정한 옷차림을 하였으며, 부모님이 권유하는 제품으로 디자인이 마음을 드는 것을 선택하는 경향을 나타내었다. 다른 사람에게 의존하기보다는 자신을 믿는 여학생일수록 교복을 단정하게 착용하려고 하며 제품의 품질이 좋은 것을 선택하는 경

향을 나타내었다.

### 3. 개인주의-집단주의에 따른 교복태도와 교복선택기준의 차이

중·고등학교 여학생의 개인주의-집단주의에 따른 교복태도 및 교복선택기준의 차이를 살펴보기 위하여 분산분석과 Duncan-test를 실시한 결과는 <표 6>과 같다. 개인주의-집단주의에 따른 교복태도 중 패션추구(p<.05), 역할상징(p<.05), 동조(p<.001), 색상(p<.01), 단정함(p<.05)에서 차이를 나타내었다. 교복태도의 하위요인 모두에서 집단간 유의한 차이를 나타내었으며, 사후검증 결과 고 개인-집단주의 성향이 저 개인주의 성향보다 패션추구, 역할상징, 동조, 디자인, 단정함에서 높게 나타났다. 집단주의 성향을 가진 고교생들을 의복착용 시 자신이 속한 집단안의 유행성에 치중한다고 한 백선영과 이선재(1999)의 연구를 부분적으로 지지한다. 또한 집단주의 성향이 강한 사람이 타인의 평가와 시선을 의식하기 때문에 동조성의 관심이 많다고 한 심정희(2007)의 연구를 부분적으로 뒷받침한다. 즉 고 개인-집단주의 성향은 교복의 가격이 비싸도 메이커를 선택하고 단정하게 착용하며 교복의 색상을 중요하게 여기며 공식적인 행사에 교복을 착용하고 그날 기분에 따라 교복을 다양하게 연출하는 경향을 나타내었다. 저 개인주의 성향은 비싼 브랜드 제품보다는 비

〈표 6〉 개인주의-집단주의에 따른 교복태도 및 교복선택기준의 차이

교복태도, 교복선택기준		집단	고 개인-집단주의 성향 (n=121)	저 개인주의 성향 (n=127)	고 개인주의 성향 (n=121)	F
교복 태도	패션추구		3.05a Ab	2.84 B	2.92 AB	2.56*
	역할상징		2.57 A	2.35 B	2.42 AB	2.68*
	동조		3.66 A	3.43 B	3.53 AB	8.56***
	디자인		3.66 A	3.43 B	3.53 AB	2.83*
	단정함		3.94 A	3.66 B	3.81 AB	4.50*
교복 선택 기준	실용성		4.13 A	3.93 B	4.21 A	5.43**
	관리성		3.62 AB	3.45 B	3.72 A	4.32*
	판매촉진		2.88 A	2.74 AB	2.52 B	4.80**
	심미성		3.81 A	3.78 A	3.76 A	.20
	상표중시		3.45 A	3.45 A	3.20 B	2.94*
	서비스		3.75 A	3.67 A	3.62 A	1.19
	규범		3.29 A	3.15 A	3.12 A	2.26

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

a=average score by the groups, b=literally indicated result of Duncan test(A>B)

메이커 제품을 구매하며 옷차림에 신경을 덜 쓰고 교복으로 다양하게 연출하기보다는 학생이기 때문에 교복을 입어야 된다는 입장을 가지는 것으로 보여진다. 고 개인주의 성향은 고 개인-집단주의 성향과 저 개인주의 성향에서 집단 간 차이를 나타내지 않았다.

중고등학교 여학생의 개인주의-집단주의에 따른 교복선택기준 중 실용성(p<.01), 판매촉진(p<.01), 관리성(p<.05), 상표중시(p<.05)에서 유의한 차이를 보였다. 교복선택기준 요인 중 실용성, 판매촉진, 관리성, 상표중시에서 집단간 유의한 차이를 나타내었으며, 사후검증 결과 고 개인-집단주의 성향과 고 개인주의 성향이 저 개인주의 성향보다 실용성에서 높게 나타났다. 즉 개성추구와 경쟁의식이 강한 여학생은 경쟁의식을 받아들이지만 적극적으로 않는 집단보다 제품의 품질을 더 고려하여 교복을 선택하는 것을 알 수 있다. 고 개인-집단주의 성향이 고 개인주의 성향보다 판매촉진에서 높게 나타났

다. 이는 개성을 추구하면서 경쟁의식이 높은 여학생은 개성을 추구하는 여학생보다 구매 시 홍보용 사은품을 선호하는 것을 알 수 있다. 고 개인주의 성향이 저 개인주의 성향보다 관리성에서 높게 나타났다. 이는 다른 사람과 구별되는 독특한 사람으로 인지하려는 여학생은 개성을 드러내지 않는 집단보다 교복관리에 관심을 보였다. 고 개인-집단주의 성향과 저 개인주의 성향이 고 개인주의 성향보다 상표중시에서 높게 나타났다. 즉 경쟁의식이 없는 개성추구성향이 높은 여학생은 상표를 중시하지 않는 반면에 경쟁의식을 가지고 있는 여학생은 상표에 관심을 가지고 교복을 선택하는 것을 볼 수 있다. 집단주의 성향이 강한 사람은 타인의 평가와 시선을 의식하기 때문에 사회적인 체면과 위신을 중요시하므로 의복행동에서 상표지향성이 강하다고 한 김정희(2007)의 연구를 뒷받침한다.

4. 여자 중·고등학생에 따른 개인주의-집단주의, 교복태도, 교복선택기준의 차이

여자 중·고등학생에 따른 개인주의-집단주의, 교복태도 및 교복선택기준의 차이를 알아보기 위하여 t-test를 실시한 결과는 <표 7>과 같다. 개인주의-집단주의의 개성중시( $t=-1.96, p<.05$ ), 경쟁의식( $t=4.70, p<.001$ ), 가족애( $t=2.30, p<.05$ )에서, 교복태도의 패션추구( $t=2.22, p<.05$ ), 역할상징( $t=-1.98, p<.05$ ), 동조( $t=4.69, p<.001$ ), 디자인( $t=3.55, p<.001$ )에서, 교복선택기준의 판매촉진( $t=5.89, p<.001$ ), 심미성( $t=2.36, p<.05$ ), 상표중시( $t=4.17, p<.001$ )에서 유의한 차이를 보였다. 여중생이 여고생보다 개인주의-집단주의의 경쟁

의식, 가족애에서, 교복태도의 패션추구, 동조, 디자인에서, 교복선택기준의 판매촉진, 심미성, 상표중시에서 높은 점수를 나타내었다. 즉, 여중생은 여고생보다 가격이 비싸도 메이커 교복을 선택하길 원하며 색상과 디자인이 교복에서 중요하고 액세서리로 멋을 내며 경쟁에서 이기는 것이 중요하고 가족에 대한 사랑이 크며 교복선택 시 광고모델과 디자인, 상표를 중요하게 여기는 것을 알 수 있다. 이는 중학생이 고등학생보다 유행성에서 높다고 한 한미화와 이은희(2009)의 연구와 부분적으로 일치한다. 반면에 여고생은 교복태도의 역할상징과 개인주의-집단주의의 개성중시에서 높게 나타났다. 즉 여고생은 여중생보다 교복으로 학생의 신분에 어긋나

<표 7> 여자 중·고등학생에 따른 개인주의-집단주의, 교복태도, 교복선택기준의 차이

변수	집단	여중생(n=175)	여고생(n=194)	t
		M(SD)	M(SD)	
개인주의-집단주의	타인중시	4.01(.59)	3.90(.63)	1.73
	개성중시	3.72(.58)	3.85(.67)	-1.96*
	경쟁의식	3.22(.73)	2.86(.76)	4.70***
	가족애	3.64(.67)	3.47(.76)	2.30*
	자기존중	3.52(.71)	3.52(.79)	.10
교복태도	패션추구	3.03(.71)	2.86(.74)	2.22*
	역할상징	2.36(.74)	2.52(.78)	-1.98*
	동조	2.95(.78)	2.58(.73)	4.69***
	디자인	3.69(.71)	3.41(.78)	3.55***
	단정함	3.85(.74)	3.77(.75)	1.03
교복선택기준	실용성	4.09(.67)	4.09(.73)	.11
	관리성	3.61(.71)	3.58(.75)	.34
	판매촉진	3.00(.90)	2.46(.87)	5.89***
	심미성	3.87(.68)	3.70(.68)	2.36*
	상표중시	3.58(.93)	3.18(.94)	4.17***
	서비스	3.71(.63)	3.66(.71)	.69
	규범	3.26(.66)	3.12(.71)	1.89

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

지 않는 행동을 하고 자신이 다른 사람과 구별되는 독특한 사람임을 자랑스럽게 여기는 것을 알 수 있다.

## V. 결론 및 제언

본 연구에서는 중고등학교 여학생을 대상으로 개인주의-집단주의에 따른 교복태도와 교복선택기준을 알아보았으며, 결과는 다음과 같다.

첫째, 개인주의-집단주의는 고 개인-집단주의 성향, 저 개인주의 성향, 고 개인주의 성향으로 분류되었으며 교복태도는 패션추구, 역할상징, 동조, 디자인, 단정함으로 나타났다. 교복선택기준은 실용성, 관리성, 판매촉진, 심미성, 서비스, 상표중시, 규범으로 나타났다.

둘째, 요인별 평균을 살펴보면, 여학생은 주변의 친구와 같이 어울려서 일을 하는 것을 선호하면서 개성을 중요하게 여겼다. 또한 교복을 깨끗하게 손질하여 입는 것을 선호하였다. 반면에 학생의 신분을 드러내는 교복을 착용하는 것을 선호하지 않는 것으로 나타났다. 교복 선택시 여학생은 제품의 품질과 입어서 편한 옷을 선택하였으며 현재 유행에 적합한 교복 스타일을 선택하였다.

셋째, 개인주의-집단주의의 하위요인은 교복태도 및 교복선택기준의 하위요인과 의미있는 상관관계를 나타내었다.

넷째, 개인주의-집단주의에 따른 교복태도 중 패션추구, 역할상징, 동조, 디자인, 단정함에서 차이를 보였다. 즉 고 개인-집단주의 성향이 저 개인주의 성향보다 패션추구, 역할상징, 동조, 디자인, 단정함에서 높았다. 여학생의 개인주의-집단주의에 따른 교복선택기준 요인 중 실용성, 판매촉진, 관리성, 상표중시에서 유의한 차이를 보였다. 즉 고 개인-집단주의 성향과 고 개인주의 성향이 저 개인주의 성향보다 실용성에서 높았고, 고 개인-집단주의 성향이 고 개인주의 성향보다 판매촉진에서 높았다. 고 개인주의 성향이 저 개인주의 성향보다 관리성에서 높았고, 고 개인-집단주의 성향과 저 개인주의 성향이 고 개인주의 성향보다 상표중시에서 높았다.

다섯째, 여중생과 여고생에 따른 개인주의-집단주의, 교복태도, 교복선택기준에서 차이를 보였다. 주변을 탐색하여 경쟁에서 이기는 것이 친구들에게 인정을 받을 수 있으므로 브랜드 인지도가 높은 교복으로 연출하는 의도가 여고생보다는 여중생이 더 높게 나타났다. 반면에 여고생은 자신을 표현하는데 있어 외모보다는 자신의 특성을 긍정적으로 받아들이고 친구들에게 자랑스럽게 표현하였다.

이상의 결과를 바탕으로 마케팅 전략 및 시사점을 제안하면 다음과 같다.

경쟁에서 이기려는 의지가 높고 자신의 독특한 개성을 중요하게 여기는 고 개인-집단주의 성향의 여학생은 친구들과 같은 브랜드를 선택하고 교복으로 멋지게 연출하여 학생의 신분에서 어울리는 의복행동을 하는 것을 알 수 있었다. 브랜드는 사회계층을 보여주는 일면으로 경쟁사회에서 소속된 집단과 동일시되는데 중요한 역할을 한다. 이들은 브랜드 제품으로 자신을 보여주기를 원하므로 교복업체는 외모에 치중한 광고보다는 일상복으로서 역할을 수행하는데 중점을 둔 광고를 하여 브랜드 이미지를 높인다. 또한 교복과 함께 액세서리로 멋을 내는 이들에게 교사는 학교 규정에 맞게 코디하는 것을 제안해 준다. 자신의 개성을 표현하려는 의도가 낮은 저 개인주의 성향의 여학생은 친구들과 함께 교복을 멋지게 연출하거나 단정한 옷차림을 하려는 의도에서 낮았다. 멋진 옷차림은 사회적 역할을 수행하는데 타인에게 승인을 얻을 수 있으므로 내면에 자신감을 부여하여 교복에 대한 태도를 긍정적인 이미지로 이끌 수 있도록 한다. 자신의 개성을 중요하게 여기고 경쟁의식이 낮은 고 개인주의 성향은 인지도가 높은 브랜드 제품을 선택하기 보다는 입어서 편하고 관리하기 쉬운 교복을 선택하였다. 이들에게는 생활에 적합한 기능성을 부여하여 쾌적한 상태를 유지할 수 있도록 하고 교복 구입시 제품의 성능과 소재의 특성을 설명하여 관리를 원활하게 할 수 있도록 한다. 따라서 현재 여학생의 교복은 신체 밀착된 정도가 심하고 스커트 길이가 짧은 트렌디한 현상을 나타내고 있으므로 이에 따른 기능성 소재와 디자인을 제시할 필요가 있다.

여중생은 외모에 관심이 높고 또래집단에 영향을 받으므로 교복 구매시 자신의 신체와 소재의 특성을 고려하여 평가하도록 한다. 여고생은 교복이 주는 상징적 의미와 자신의 이미지를 고려한 제품을 선택하도록 한다.

본 연구는 여자 중·고등학교 학생을 대상으로 개인주의-집단주의를 집단으로 분류하여 소비자 특성을 파악하였는데 의의를 둔다. 하지만 대구 지역 여자 청소년을 대상으로 한정하여 실증 조사한 것으로 연구결과를 전체 청소년으로 확대 해석함에는 신중을 기해야 할 것이다.

후속연구에서는 개인주의-집단주의의 하위변인을 청소년 특성에 적합한 문항으로 구성하여 다른 변인과의 설명력을 높일 수 있는 척도를 개발하여 개인주의-집단주의에 따른 교복변형행동에 대해 알아볼 필요가 있을 것으로 사료된다.

### 참고문헌

김미영. (1995). 의복구매과정에 따른 의복평가기준의 변화에 관한 연구. *한국의류학회지*, 16(3), 271-284.

김민수, 김문숙. (2003). 의류제품에 대한 소비자의 품질평가기준. *복식문화연구*, 11(1), 47-65.

김용숙, 전체령. (2007). 고등학교 학생의 교복변형과 패션 액세서리 착용행동. *한국생활과학회지*, 16(3), 587-599.

김윤명. (2009). 청소년과 성인이 지각하는 한국인의 특성: 집단주의-개인주의 문화차원에서. *청소년문화포럼*, 21, 10-44.

김혜림. (2013. 1. 22.). 교복 현명하게 고르려면... 활동성·실용적 세부 기능 살펴야. 국민일보. 자료검색일 2015. 03. 15, 자료출처 <http://www.kmib.co.kr>

박광희, 최원경. (2001). 개인주의-집단주의 문화적 가치성향이 의복행동에 미치는 영향. *소비자학연구*, 12(1), 101-114.

박은희. (2013). 남성의 유행선도력에 따른 화장품 구매실태와 평가기준. *패션비즈니스*, 17(5), 84-100.

박은희. (2014). 개인주의-집단주의 성향에 따른 유행선도력과 외모관리 기대가치. *한국생활과학회지*, 23(1), 85-99.

백선영, 이선재. (1999). 고교생의 가치성향과 의복행동 및 의복구매동기에 관한 연구: 개인주의/집단주의를 중심으로. *복식*, 47(9월), 48-60.

서지민, 이지연, 박명자. (2011). 중·고등학교 학생의 의복 동조 성향에 따른 교복 브랜드에 대한 태도와 구매행동. *복식문화연구*, 19(6), 1320-1333.

손민석, 박혜선. (2001). 의복소평성향에 따른 청소년 집단들의 의복 구매행동. *한국의류학회지*, 25(6), 1179-1190.

신경희, 서주연. (2011). 여고생의 브랜드 교복 착용실태 조사 및 브랜드교복 제품치수 비교분석에 관한 연구. *대한가정학회지*, 49(10), 49-56.

심정희. (2007). 개인주의-집단주의 성향에 따른 의복행동, 의복 추구 이미지의 차이에 관한 연구. *한국의류학회지*, 31(11), 1574-1585.

양은지, 정수진. (2013). 여고생의 교복 개선 요구 및 교복 선호도에 관한 연구. *한국디자인문화학회지*, 19(3), 425-435.

위은하, 권유민. (2009). 신체이미지와 교복변형행동 연구: 여고생을 중심으로. *대한가정학회지*, 47(10), 73-85.

유은주, 최혜선, 이경화. (2011). 남자 중학생의 교복 착용 실태에 관한 연구. *한국의류학회지*, 35(10), 1175-1187.

이에경, 이해자, 한영숙. (2006). 청소년의 의복행동과 교복만족도 및 교복변형행동. *한국가정과교육학회지*, 18(3), 133-148.

이인자, 이경희, 신효정. (2001). *의상심리*. 서울: 교문사.

전체령, 김용숙. (2007). 고등학교 학생의 교복태도에 따른 교복변형과 패션 액세서리 착용. *복식*, 57(2), 132-142.

정혜경, 김세희. (2004). 여고생의 교복 및 장식 행동에 관한 연구: 경상남도 마산·창원 지역을 중심으로. *복식문화연구*, 12(1), 136-150.

정혜정, 김하연, 이유리. (2008). 청소년들의 자기표현과 외모 관심에 따른 교복제품 구매행동에 관한 연구. *한국의류학회지*, 32(5), 777-787.

- 제은숙. (2014). 여가활동 소비자의 패션관여와 의복선택기준, 패션정보원에 관한 연구. *복식*, 61(7), 51-66.
- 조윤진, 최주현, 백현국. (2010). 성별과 연령에 따른 기능성 소재 의류제품 평가기준과 정보원 연구. *복식*, 60(9), 150-161.
- 최종명. (2004). 대학생의 의류소재 인지도 및 의복구매시 선택기준과 소재의 영향. *한국생활과학회지*, 13(6), 935-941.
- 한경미, 나영주. (2004). 청소년의 라이프스타일과 개인주의-집단주의에 따른 선호감성 분석. *한국의류산업학회지*, 6(1), 51-61.
- 한미화, 이은희. (2009). 청소년의 교복행동과 외모에 대한 태도와의 관련 연구. *한국가정과교육학회지*, 21(2), 23-43.
- Eckman, M., Damhorst, M. L., & Kadolph, S. J. (1990). Toward a model the in-store purchase decision process: consumer use of criteria for evaluating women's apparel. *Clothing and Textiles Research Journal*, 8(winter), 13-22.
- Komaraju, M., Dollinger, S. J., & Lovell, J. L. (2008). Individualism-collectivism in horizontal and vertical directions as predictors of conflict management styles. *International Journal of Conflict Management*, 19(1), 20-35.
- Ryan, M. S. (1966). *Clothing: A study in human behavior*. New York: Hort, Rinehart and Winston.
- Triandis, H. C., Bontempo, T., & Marcelo, J. (1988). Individualism and collectivism: Cross-cultural perspectives on self-ingroup relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(2), 323-338.