

의복 동조의 개념적 구조

박 혜 선 · 이 은 영*

배제대학 의류학과 · 서울대학교 의류학과*

Conceptual Framework of Clothing Conformity

Hye Sun Park and Eun Young Rhee*

Dept. of Clothing & Textiles, Pai Chai University

Dept. of Clothing & Textiles, Seoul National University*

(1991. 6. 7 접수)

Abstract

This research was intended to provide conceptual framework of clothing conformity by determining motivation types of clothing conformity and nonconformity, and their relationships.

The responses of 714 fulltime employee subjects from four different cities were analyzed. Business were used as the situational stimulus.

The literature study suggested three different motivation types of clothing conformity including Normative Conformity, Informational Conformity, and Identificational Conformity, and two different types of clothing nonconformity including Anticonformity and Independence. As the results of the empirical analysis, clothing conformity types were found to be Normative Conformity and Identificational Conformity. Clothing nonconformity types were found to be Anticonformity and Independence. Identificational Conformity correlated positively with Anticonformity and negatively with Independence, whereas Normative Conformity correlated negatively with Anticonformity and Independence.

序 論

족시켜 주는 수단이며, 유행 현상의 필수조건으로 설명 하여 왔다.

그러나 지금까지의 의복동조에 대한 연구들을 살펴보면, 사회심리학연구에서는 동조를 유도하는 사회적 영향력의 종류나 사회적 영향력을 받아들이는 등기 등에 따라 동조의 유형을 구분하고 있으나 의복동조에 대한 연구들은 그 유형들 중 일부인 규범적 영향에 대한 연구가 대부분이었다. 그리고 동조의 반대개념이 명확하게 밝혀지지 않아 非同盟(nonconformity)와 個性(individuality)의 용어들이 혼용되어 왔으며, 동조의 반대개

사회심리학에서 同調에 대한 실험을 처음 실시한 사람은 Sherif (1935)였으며, 그 후 Asch (1956) 등 여러 학자들에 의해 인간의 행동이나 판단, 태도 등이 다른 사람들의 영향을 받는다는 것이 밝혀져 왔다.

의류학분야에서는 이 동조이론을 도입하여 인간의 服飾行動(clothing behavior)을 설명하고자 시도하여 왔으며, 衣服同調를 인간의 기본 욕구인 소속의 욕구를 만

념으로 자주 사용되어 온 個性의 의미도 反動調(anticonformity)와 獨立(independence)의 개념들이 혼용되어 왔다.

본 연구에서는 의복동조의 개념적 구조를 밝히고자 한다. 즉, 의복 동조와 비동조의 유형으로는 어떤 것이 있는지, 또한 이들 사이에는 어떤 관계가 있는지 밝히고자 한다.

II. 理論的 背景

의복 동조와 비동조에 관련된 이론과 연구들을 살펴보고자 한다.

1. 衣服同調의 類型

동조의 유형에 대한 이론과 연구들을 살펴보고 의복동조의 유형을 제시하고자 한다.

(1) 同調動機의 類型

Deutsch와 Gerard¹⁾는 동조를 유도하는 사회적 영향력에 따라 규범적 사회영향(normalative social influence)과 정보적 사회영향-informational social influence으로 분류하였다. Kelman²⁾은 한 개인이 사회적 영향력을 받아들이는 과정을 개인의 동기형태에 따라 순종(compliance), 동일시(identification), 및 내면화(internalization)로 구분하였다. 그리고 Kiesler와 Kiesler³⁾는 행동만의 변화인가 태도와 믿음의 변화인가에 따라 순종(compliance)과 내면적 수용(private acceptance)으로 분류하였다.

(2) 準據集團影響의 類型

소비자행동연구에서는 사회심리학의 동조이론을 도입하여 준거집단영향의 유형을 분류하여 왔다. 여기에서는 준거집단영향의 유형에 대한 이론과 연구들을 살펴보고자 한다.

① 準據集團의 影響에 對한 理論

소비자행동연구에서는 설명하고 있는 준거집단의 영향들을 정리하여 보면 다음과 같이 크게 세종류, 즉 規範的 影響, 情報的 影響 및 同一視 影響으로 분류할 수 있다.

ㄱ) 規範的 影響

Kelley⁴⁾는 준거집단을 “한 개인이 인정받기를 바라고 또한 계속해서 구성원으로 남아 있기를 바라는 집단”이라고 하였으며, 개인은 이러한 동기를 충족시키기 위하

여 그 집단 구성원들 사이에 공유되는 일치된 의견이나 태도를 받아들이고 이에 동조해야 한다. 이러한 구성원에게 행위의 기준을 세워주고 이를 따르도록 하는 준거집단의 영향을 규범적 영향이라 한다.

이 영향은 개인이 준거집단에 의해 보상이나 처벌을 받을 수 있다고 지각할 때, 그리고 개인이 준거집단으로부터 보상을 받고 처벌을 피하고자 동기화되었을 때 이루어진다⁵⁾.

ㄴ) 情報的 影響

소비자는 제품을 구입할 때 다양한 정보원으로부터 정보를 수집하며, 이 과정에서 특히 준거집단으로부터 많은 정보를 얻게 된다. 소비자는 제품선택에 대한 지식을 확대시킬 것이라고 신뢰할 때 정보를 수용하게 되는데, 이것은 두 가지 방법으로 이루어진다. 첫째는 직접적으로 의견선도자나 전문가에게 물어보는 것이며, 둘째는 다른 사람들의 행동을 관찰함으로써 이루어진다. 따라서 정보적인 영향은 준거집단과의 직접적인 교류가 없어도 이루어질 수 있다⁵⁾.

ㄷ) 同一視 影響

자아개념을 행상시키고자 하는 동기와 관련된 것으로, 매력을 느끼고 있는 준거집단 구성원들과 만족스러운 자기정립적 관계(self-defining relationship)를 유지하기 위해서 그 준거집단 구성원들이 사용하는 것으로 생각되는 제품이나 상표에 대해 의미를 부여하고 이러한 제품이나 상표를 사용함으로써 그 준거집단과 관련된 자신의 일체감을 찾으려 할 때 이루어진다⁵⁾.

② 消費者行動研究에서 밝혀진 準據集團影響의 類型

Burnkrant와 Cousineau⁶⁾는 Deutsch와 Gerard¹⁾의 사회적 영향 유형을 Kelman²⁾의 태도변화유형과 관련시켜, 즉 규범적 사회영향에 순응과 동일시를 함께 포함시키고 정보적 사회영향을 내면화와 같은 것으로 보고 연구하였다. 남자 대학생을 대상으로 커피의 맛을 평가하는 과제로 연구한 결과, 동일시를 포함한 규범적 영향보다는 정보적 영향이 많이 이루어진다는 것을 밝혔다.

Park과 Lessig⁵⁾는 Kelman²⁾의 태도변화유형을 도입하여 준거집단의 영향을 정보적 영향, 효용적 영향, 및 가치표출적 영향으로 구분하고 주부와 대학생을 대상으로 연구하였다. 그 결과, 상품의 종류에 따라 준거집단 영향유형이 달라지는 것으로 나타났다. 즉 컬러 TV와 같이 기술적 복잡성이 높은 제품은 정보적 영향을 많이 받으며, 승용차나 의복과 같이 집단규범에 순종하여 소

속감을 얻을 수 있는 수단이 되고 자아를 표현할 수 있는 제품은 효용적 영향과 가치표출적 영향을 많이 받는 것으로 나타났다.

Bearden과 Etzel⁷⁾은 Park과 Lessig⁵⁾가 개발한 세 유형의 준거집단영향에 대한 질문지를 사용하여 소비자 패널을 대상으로 연구하였다. 이 연구 결과에서도 상품의 종류에 따라 영향력의 종류는 달라지는 것으로 나타났으며, 남성복과 드레스의 경우 가치표출적 영향이 정보적 영향이나 효용적 영향보다 많이 이루어지는 것으로 나타났다.

김종림⁸⁾도 Park와 Lessig⁵⁾가 제시한 준거집단영향의 세 유형을 도입하여 직장인을 대상으로 테니스화구입에 미치는 영향을 연구한 결과, 세 유형의 영향이 이루어지는 것을 밝혔다.

이처럼 최근의 소비자행동연구에서는 준거집단의 영향 유형을 구분하고자 하는 시도가 이루어져 왔으며, 이 연구들 대부분은 Deutsch와 Gerard¹¹⁾의 사회적 영향력의 유형과 Kelman²⁾의 태도변화 유형을 도입한 연구들임을 알 수 있다.

(3) 衣服同調研究에導入된 同調動機의類型

의복동조에 대한 대부분의 연구들^{9~12)}은 의복동조의 유형을 구분하지 않고 규범적 영향에 대한 동조만을 다루어 왔다. 규범적 영향에 대한 동조 이외의 의복동조유형에 대한 연구들을 살펴보면 다음과 같다.

Davis와 Miller¹³⁾는 Deutsch와 Gerard¹¹⁾의 사회적 영향유형을 도입하여 여대생들이 의복스타일의 패션성을 판단할 때 준거집단에 동조하는지를 연구하였다. 그 결과, 패션전문가, 직장여성, 가정주부, 및 동료로부터 정보적인 영향을 받는다는 것을 밝혔으며, 패션성의 판단에 있어서는 규범적 사회영향보다 정보적 사회영향이 동조행동의 기저를 이룬다고 하였다.

Rabolt와 Drake¹⁴⁾도 Deutsch와 Gerard¹¹⁾의 사회적 영향유형을 도입하여 직장여성을 대상으로 직장복에 대하여 연구한 결과, 직장여성들은 규범적 영향뿐 아니라 정보적 영향을 받으며, 이 동조의 유형에 따라 영향을 받는 준거집단이 달라지는 것으로 나타났다.

이종선¹⁵⁾은 의복동조를 규범적 동조와 정보적 동조로 구분하고 규범적 동조를 “자기 자신이 소속하는 집단의 의복규범을 따름으로써 집단에서 승인되고 받아들여지려는 욕구에서 동조하는 행위”, 정보적 동조를 “의복을 올바르고 적절하게 입고자 하는 욕구에서 동조하는 행

위”라고 정의하고 여대생을 대상으로 연구한 결과, 두 유형의 의복동조가 이루어진다는 것을 밝혔다.

이상에서 살펴본 바와 같이 소비자행동연구에서 밝혀진 준거집단의 영향들이 복식행동에서도 일어날 것으로 예상되나, 대부분의 의복동조에 대한 연구들은 규범적 영향에 대한 동조만을 다루어 왔으며, 특히 동일시 영향에 대한 동조를 다룬 연구는 없었다. 그러나 Horn과 Gurel¹⁶⁾은 “복식행동의 모방은 모방하고 싶은 사람과 자신을 동일시하기 위하여 사용되는 손쉬운 방법이며, 자아개념형성의 중요한 과정”이라고 하였으며, Bearden과 Etzel⁷⁾의 연구에서는 남성복과 여성복의 경우 정보적인 영향이나 효용적인 영향보다 가치표출적인 영향이 많이 이루어지는 것으로 나타났다. 또한 Rabolt와 Drake¹⁴⁾, 및 이종선¹⁵⁾의 연구에서는 복식행동에 있어서 규범적 동조뿐 아니라 정보적 동조도 일어나는 것으로 나타났으므로, 의복동조에 대한 연구에서 규범적 영향뿐 아니라 동일시 영향이나 정보적 영향에 대한 동조의 연구가 이루어져야 한다는 것을 알 수 있다.

2) 衣服同調類型의提示

본 연구에서는 앞에서 고찰한 사회심리학에서의 동조동기의 유형과 준거집단의 영향유형들을 고려하여 의복동조유형을 동조의 동기에 따라規範的 clothes同調, 情報的 clothes同調, 및同一視的 clothes同調로 분류하고자 한다.

첫째, 規範的 clothes同調는 인정을 받거나 비난을 피하기 위하여 준거집단의 의복규범을 따르는 것이다. 이 영향은 준거집단 내에 의복규범에 동조하도록 하는 압력이 존재하며, 개인이 그 집단에 수용되기를 원할 때 이루어질 것이다. 예를 들면, 대부분의 회사에는 근무시간에 착용하는 의복에 대한 규범이 존재한다. 사무직이나 판매직에 종사하는 남성들의 경우, 넥타이와 양복을 착용하고 구두를 신어야 한다. 만약 이를 어기고 출근하면 상관이나 동료로부터 비난을 받게 될 것이며, 심지어는 파면에까지 이르게 될지도 모른다. 따라서 회사의 직원으로 계속 남아 있기 위해서나 비난을 받지 않기 위해서는 회사집단의 의복규범에 따라야 할 것이다.

둘째, 情報的 clothes同調는 적절한 복식행동을 하기 위하여 준거집단으로부터 정보를 받아들여 이에 동조하는 것이다. 이 영향은 자신의 지식이 부족하다고 생각하고 정보를 전해주는 사람을 신뢰성이 있다고 생각할 때 이루어질 것이다. 예를 들면, 직장인이 의복을 구매하고자 할 경우 그의 직장동료나 가족 등과 의복스타일이나 상

표에 대해 의견을 교환하거나, 매스매디어 스타나 직장 상사들이 작용하고 있는 의복을 관찰함으로써 의복에 대한 정보를 얻고, 얻은 정보를 신뢰할 때 그 정보에 따라 의복을 구매할 것이다.

셋째, 同一視的 衣服同調는 개인이 이상적이라고 생각하거나 좋아하는 준거집단과 동일시하기 위하여 그들의 의복을 모방하는 것이다. 예를 들면, 청소년들이 연예인들의 의복을 모방하는 것은 자신이 좋아하는 그들과 심리적인 일체감을 얻기 위한 것이라 할 수 있다.

2. 衣服非同調의 類型

의복비동조의 유형을 밝히기 위하여 사회심리학에서 제시하는 동조모델과 지금까지의 연구들을 살펴보고자 한다.

1) 社會心理學에서 提示하는 同調의 反對概念

많은 연구자들이 행동적인 면에서 동조를 한 차원의 현상으로 간주하였으며, Allport¹⁷⁾, Walker와 Heyns¹⁸⁾는 非同調(nonconformity)를, Asch¹⁹⁾와 Jahoda²⁰⁾는 獨立(independence)을 동조의 반대극에 해당한다고 제시하였다.

그러나 Willis²¹⁾는 두 차원 모델인 삼각형 모델을 제시하였고, Willis와 Hollander²²⁾, Hollander와 Willis¹³⁾ 등이 이것을 사용하였다. 삼각형 모델은 同調와 反同調의 축과 獨立의 축으로 이루어져 있으며, 구조는 그림1과 같다.

위 그림에서 C점은 “순수한 동조(true conformity)”, A점은 “순수한 반동조(true anticonformity)”, I 점은 “순수한 독립(true independence)”이다. 여기에서 순수한 동조는 “다른 사람과 일치하는 쪽으로의 지

속적인 변화”를 의미하며, 순수한 독립은 “이전의 반응과 나중의 반응에서 변화가 없는 것”, 즉 개인이 규범적인 기대를 지각하기는 하나 이것을 행동의 지침으로 사용하지 않는 것을 의미한다. 순수한 반동조는 “다른 사람과 일치하지 않는 쪽으로의 지속적인 변화”이며, 동조와 마찬가지로 규범적인 기대에 의존적이나 부정적인 방향이다¹²⁾.

이처럼 두 차원 모델에서는 독립과 반동조를 구별해야 하는 필요성을 주장하였다.

2) 衣服反同調와 衣服獨立

의복동조의 반대개념으로 사용되어 온 용어는 非同調와 個性이 있으며, 동조의 반대개념으로 사용되어 온 個性의 의미도 두 차원 모델의 反同調와 獨立의 개념이 혼용되어 왔다.

Takahashi와 Newton²⁴⁾은 의복동조의 반대개념을 非同調라 칭하고, “준거집단에 받아들여지는 규범과는 다르게 옷을 입으려고 시도하는 것”이라 정의하여 두 차원 모델에서의 反同調와 같은 의미로 사용하였다.

강혜원²⁵⁾과 신옥순²⁶⁾은 동조의 반대개념을 個性이라 칭하고, 강혜원²⁵⁾은 “의상에 있어서 자신을 집단의 다른 사람과는 규별되도록 착용하는 것”, 이라 정의하여 反同調의 의미로, 신옥순²⁶⁾은 “자신의 준거집단과는 무관하게 독립적으로 의복을 착용하려는 의도”라고 정의하여 獨立의 의미로 사용하였다.

또한 연구에 사용되어 온 질문지들의 내용을 살펴보면 Creekmore²⁷⁾는 동조의 반대개념으로 獨立의 의미를 사용하였고, 그 외의 Selker²⁸⁾, 강혜원²⁵⁾, 및 정미실¹¹⁾은 동조의 반대개념으로 獨立과 反同調를 함께 사용하였다.

III. 研究問題

이상의 이론적 배경을 토대로 설정한 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1 : 의복동조동기의 유형이 規範的 衣服同調, 情報的 衣服同調 및 同一視的 衣服同調로 구분될 수 있는지를 밝힌다.

연구문제 2 : 의복비동조의 유형이 衣服反同調와 衣服獨立으로 구분될 수 있는지를 밝힌다.

연구문제 3 : 衣服同調와 衣服非同調의 관계를 밝힌다.

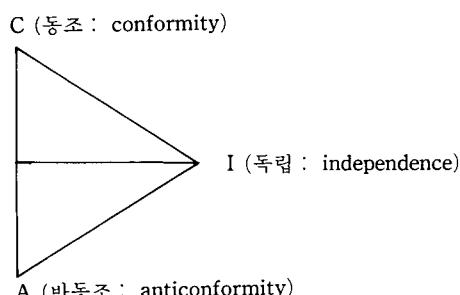


그림 1. 삼각형 모델²¹⁾

IV. 研究方法

1. 用語定義

본 논문에 사용된 용어들의 작업정의는 다음과 같다.

1) 衣服同調

준거집단의 영향을 받아 그들과 유사한 의복을 착용하는 것으로 다음과 같은 동조의 동기에 따른 의복동조유형들을 합한 총체적인 개념.

(1) 規範的 衣服同調 : 인정을 받거나 비난을 피하기 위하여 준거집단의 의복규범을 따르는 것.

(2) 情報的 衣服同調 : 적절한 복식행동을 하기 위하여 준거집단으로부터 정보를 받아들여 여기에 동조하는 것.

(3) 同一視的 衣服同調 : 이상적이라고 생각하거나 좋아하는 준거집단과 동일시하기 위하여 그들의 의복을 모방하는 것.

2) 衣服反同調

준거집단의 착용하는 의복과는 다른 의복을 착용하는 것.

3) 衣服獨立

준거집단이 착용하는 의복과는 상관없이 자기 나름대로의 의복을 착용하는 것.

2. 測定道具 및 資料收集

1) 測定道具

측정도구는 질문지를 사용하여, 의복동조에 대한 태도와 성향을 조사하는 방법을 사용하였다. 의복동조 측정문항은 의복동조의 동기에 따라 규범적 의복동조, 정보적 의복동조, 및 동일시적 의복동조의 세 유형으로 구분하여 각각 3 문항씩으로 구성하였으며, 의복반동조와 의복독립의 측정문항도 각각 3 문항씩 구성하였다. 이 문항들은 선행연구에서 사용된 문항과 연구자가 작성한 문항들을 사용하였으며, '전혀 그렇지 않다'에 1점, '매우 그렇다'에 4점을 주어 4점평정척도법으로 측정하였다.

척도의妥當度는 의류학 분야의 교수와 강사들에게 내용타당도를 검증받았고, 信賴度는 측정변인들의 전체문항점수와 각 문항점수의 상관관계를 계산한 결과, 모든 문항이 0.62~0.88 사이의 상관관계가 나타났다.

2) 研究對象과 資料蒐集

연구모집단은 많은 소비자를 대표할 수 있으며 의복의 중요한 소비층인 남·녀 직장인으로 하였다. 직장에서 유니폼을 착용하지 않는 직장인을 대상으로 하였으며, 육체노동자는 대부분 유니폼을 착용하였으므로 본 연구 모집단에서 제외시켰다. 연구대상의 복은 직장에서 착용하는 의복으로 제한하였다.

전국 대도시에 거주하는 직장인들을 대상으로 1990년 3월 26일~4월 30일 걸쳐 대학생들이 직장인들을 방문하여 조사하였으며, 864부가 회수되었으나 잘못된 질문지를 제외하고 모두 714부가 분석에 사용되었다. 표본은 남성이 51.9%, 여성이 48.1%를 차지하였으며, 연령은 20대 41.2%, 30대 30.4%, 40대 17.7%, 그리고 50대가 10.7%를 차지하였다. 그리고 거주지는 서울 26.0%, 부산 23.7%, 대전 22.1%, 광주 9.9%, 그리고 나머지 18.2%는 그 외의 여러 도시에 거주하였다.

V. 結果 및 論議

1. 衣服同調의 類型

의복동조의 유형을 밝히기 위하여 규범적 의복동조 3 문항과 정보적 의복동조 3 문항, 그리고 동일시적 의복동조 3 문항을 합한 9 문항을 요인분석하였다. 주인자분석 방법을 사용하였으며, 요인의 수는 고유치가 차이를 뚜렷이 나타내지 않는 점에서 결정하였고, Varimax 방법에 의한 직교회전을 시킨 결과는 <표 1>과 같다.

<표 1>에서 각 문항을 요인부하량이 가장 높게 나타난 요인에 포함시킨 결과 요인 1에는 정보적 의복동조 3 문항과 동일시적 의복동조 3 문항이 포함되었으며, 고유치는 2.648, 전체변량은 29.4%이었다. 요인 2에는 규범적 의복동조 3 문항이 포함되었으며, 고유치는 1.434, 전체변량이 15.9%이었다. 그리고 요인 1에 동일시적 의복동조문항들의 요인부하량이 높게 나타났으므로 요인 1을 "同一視的 衣服同調"라 칭하고, 요인 2를 "規範的 衣服同調"라 칭하여, 의복동조유형을 동일시적 의복동조와 규범적 의복동조로 분류하는 것이 적절한 것으로 나타났다.

이 결과에서는 의복동조유형은 정보적 의복동조와 동일시적 의복동조를 하나의 의복동조유형으로 보아야 하는 것으로 나타났다. 즉 적절한 복식행동을 하기위하여 준거집단으로부터 의복에 대한 정보를 받아들여 여기에

〈표 1〉 의복동조문항의 요인분석 결과

문 항 내 용	요인부하량	
	요인 1	요인 2
규범적 의복동조	내가 속한 집단원들의 옷 입는 기준에 맞추어 입는다.	.153
	옷을 입을 때 다른 사람들의 비난을 받지 않도록 주의한다.	.061
	출근할 때는 적정복으로 적절한 옷을 입는다.	-.069
정보적 의복동조	다른 사람들로부터 얻게 되는 정보에 따라 옷을 산다.	.470
	다른 사람들이 어떤 스타일이나 상표의 옷을 입었는지 관찰한다.	.476
	새 옷을 사기 전에 다른 사람들의 의견을 듣기를 원한다.	.376
동일시적 의복동조	내가 이상적이라고 생각하는 사람의 옷과 유사한 옷을 입고 싶다.	.640
	내가 좋아하는 사람의 옷과 유사한 옷을 구입한다.	.606
	내가 매력적이라고 생각하는 사람의 옷을 모방한다.	.744
고유치	2.648	1.434
전체변량의 %	29.4	15.9
누적변량의 %	29.4	45.3

^a밀줄친 것은 문항별 높은 요인부하량이 나타난 것이다.

동조하는 것과 동일시하기 위하여 준거집단을 모방하는 것이 구분되지 않아, 의복에 대한 정보를 받아들일 때는 자신이 이상적이라고 생각하거나 좋아하는 사람들로부터 받아들이고 동시에 그들을 모방하는 것으로 나타났다.

규범적 의복동조는 “인정을 받거나 비난을 피하기 위하여 의복규범을 따르는 것”, 동일시적 의복동조는 “동일시나 적절한 복식행동을 하기 위하여 준거집단의 의복을 모방하거나 정보를 받아 들여 따르는 것”이라 정의될 수 있으며, 규범적 의복동조는 의복이 규범화되기까지는 시간이 오래 경과하여야 하므로 의복의 장기적인 변화에 대한 동조이며, 동일시적 의복동조는 정보를 필요로 하는 단기적인 변화에 대한 동조이므로 이 두 유형의 의복동조를 구분하는 것이 중요하다고 판단된다.

2. 衣服非同調의 類型

의복비동조 유형인 의복반동조와 의복독립의 관계를 밝히기 위하여 의복반동조 3 문항과 의복독립 3 문항을 합한 6 문항을 요인분석하였다. 분석방법은 주인자분석방법을 사용하였으며, 요인의 수는 고유치가 차이를 뚜렷이 나타내지 않는 점에서 결정하였고, Varimax 방법에 의한 직교회전을 시킨 결과는 〈표 2〉와 같다.

〈표 2〉를 살펴보면 요인 1에는 의복반동조 3 문항이 모두 포함되었고, 고유치가 2.139, 전체변량이 37.5%이었으며, 요인 2에는 의복독립 3 문항이 모두 포함되었고, 고유치가 1.367, 전체변량이 22.8%이었다. 그리고 요인 1을 “衣服反同調”, 요인 2를 “衣服獨立”이라 칭하는 것이 적절한 것으로 나타났다.

의복반동조는 준거집단이나 다른 사람들이 착용하는 의복과는 다른 의복, 즉 새로운 것을 추구하는 복식행동이며, 의복독립은 준거집단이나 다른 사람들의 의복과는 상관없이 자신에게 어울리는 의복을 착용하는 것으로, 의복비동조를 의복반동조와 의복독립으로 구분하는 것이 중요하다고 생각된다.

〈표 2〉 의복비동조문항의 요인분석 결과

문 항 내 용	요인부하량	
	요인 1	요인 2
의복반동조	다른 사람들과 비슷한 옷을 입는 것을 싫어한다.	.593 ^a
	내가 속한 집단에서 옷을 다른 사람들과 다르게 입는 사람이 되고 싶다.	.772
	많은 사람들이 입는 스타일과는 다른 특이한 옷을 입으려고 노력한다.	.721
의복독립	다른 사람들과 상관없이 나에게 어울리는 옷을 입는다.	.071
	나의 성격이나 기분을 자유롭게 나타내는 옷이 좋다.	.226
	옷을 살 때 다른 사람들과 상관없이 내가 좋으면 산다.	-.034
고유치	2.139	1.367
전체변량의 %	35.7	22.8
누적변량의 %	35.7	58.4

^a밀줄친 것은 문항별 높은 요인부하량이 나타난 것이다.

3. 衣服 同調와 非同調의 關係

동일시적 의복동조, 규범적 의복동조와 의복반동조, 의복독립의 관계를 피어슨의 상관관계로 알아본 결과는 <표 3>과 같다.

<표 3>을 살펴보면 동일시적 의복동조는 의복반동조와는 $r = .287$ ($p \leq 0.001$)의 정적 상관이, 의복 독립과는 $r = -.225$ ($p \leq 0.001$)의 부적 상관이 있는 것으로 나타났으며, 규범적 의복동조는 의복반동조와는 $r = -.118$ ($p \leq 0.001$)의 부적 상관이, 의복독립과는 $r = -.105$ ($p \leq 0.01$)의 부적 상관이 나타났다.

이 결과에 의하면 지금까지의 대부분의 연구들과 같이 의복동조가 규범적 의복동조로 제한되어 정의될 때는 반대개념으로 의복반동조와 의복독립을 혼용하여도 무리가 없으나, 동일시적 의복동조의 반대개념으로는 의복독립이 적절한 것으로 나타났다.

同一視的 衣服同調는 衣服反同調와 정적 상관이 있는 것으로 나타났는데 이것은 의복에 대한 관심이 높은 사람은 동일시적 의복동조와 의복반동조의 차이가 모두 높으며, 대상에서 차이가 있기 때문으로 생각된다. 즉 자신보다 나은 사람에게는 동일시적 의복동조를, 일반 대중에게는 의복반동조를 할 것이다. 이 결과는 McCracken²⁹⁾이 하향전파이론의 문제점으로 제시하면서 대부분의 사람들은 모방과 구별의 욕구를 동시에 가지며 “중간계층의 사람들은 때에 따라 모방하거나 구별하게 된다”고 한 것을 지지하는 것이며, 따라서 유행선도자들이 동조의 욕구가 적다고 하는 것은 무리임을 알 수 있다.

規範的 衣服同調와 衣服反同調는 부적인 상관이 있는 것으로 나타났는데 이 결과에 의하면 의복규범을 따르는 사람들은 다른 사람들과 구별되고자 하는 구별의 욕구가 적다는 것을 알 수 있다.

衣服獨立은 두 有形의 衣服同調와 모두 부적인 상관이 있는 것으로 나타났는데, 이것으로 독립적인 복식행동을 하는 사람들은 다른 사람들로부터 동일시나 규범적 영향을 많이 받지 않으며, 자신이 좋아하거나 자신에게 어울리는 의복을 선택하는 경향이 있다는 것을 알 수 있다. 따라서 이러한 복식행동은 패션전파에는 많은 영향을 미치지 않을 것이다.

이 결과들에 의하면 두 유형의 의복동조와 의복반동조가 패션의 변화를 가져오는 원동력이 될것이라 판단된다.

<표 3> 의복 동조와 비동조의 상관관계 결과($n=714$)

	동일시적 의복동조	규범적 의복동조
의복반동조	.287 ** * a	-.118 ** *
의복독립	-.225 ** *	-.105 *

** $p \leq 0.01$ *** $p \leq 0.001$.

*상관관계는 요인점수를 사용하여 계산하였다.
다.

VI. 決論 및 提言

본 연구에서 의복동조의 유형은同一視的 衣服同調와 規範的 衣服同調로 분류되었으며, 패션전파과정에서 패션이 많은 사람들에게 받아들여져 규범화되거나 규범을 변화시키기까지는 동일시적 의복동조가 전파의 원동력이 될 것이므로 앞으로의 연구에서는 규범적 의복동조뿐 아니라 동일시적 의복동조를 함께 연구하여야 할 것이다.

의복비동조의 유형은 衣服反同調와 衣服獨立으로 분류되었으며, 의복독립은 두 유형의 의복동조와 부적인 상관이 있는 것으로 나타났으나 동일시적 의복동조는 규범적 의복동조와는 부적인 상관, 동일시적 의복동조와는 정적 상관이 있는 것으로 나타나, 의복에 관심이 높은 사람은 동일시적 의복동조와 의복반동조의 차이가 모두 높으며 대상에 차이가 있을 것으로 생각된다. 따라서 유행선도자들의 동일시와 반동조의 대상의 차이가 밝혀지고, 유행선도자와 유행추종자간의 두 유형의 의복동조, 의복반동조, 및 의복독립의 차이가 밝혀지면 패션전파이론의 정립에 도움이 될 것이다.

본 연구의 제한점은 의복동조나 비동조의 행동을 직접 측정한 것이 아니라 질문지를 통하여 태도와 성향을 측정하였으므로 실제적인 복식행동에서 나타나는 동조나 비동조와 차이가 있을 수 있으며, 직장인들의 직장복을 대상으로 하였으므로 본 연구결과를 다른 착용상황의 의복에까지 일반화시키기는 어렵다. 또한 전국의 대도시를 대상으로 임으로집하였으므로 엄격한 의미의 체계적 표본추출방법이 되지 못한다.

參考文獻

- 1) Deutsch, M., & Gerard H.B., A study of normative

- and informational social influences upon individual judgment, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, **51**, 629-636, (1955)
- 2) Keman, H.C., Compliance, identification and internalization: Three processes of attitude change, *Journal of Conflict Resolution*, **2**, 59-60, (1958)
 - 3) Kiesler, C.A. & Kiesler, S.B., Conformity. Massachusetts: Addison-Wesley, (1970)
 - 4) Kelley, H. H., Two funtions of reference group, In G. E. Swanson, T.M. Newcomb, & E.L. Hatley (ed.), *Readings in social psychology* (410-414), New York: Holt, (1952)
 - 5) Park, C.W. & Lessig V.P., Students and housewives: Differences in susceptibility to reference group influence, *Journal of Cosumer Research*, **4**, 102-110, (1977)
 - 6) Burnkrant, R.E. & Cousineau, A., Informational and normative social influence in buyer behavior, *Journal of Consumer Research*, **2**, 206-215, (1975)
 - 7) Bearden, W.O. & Etzel, M.J., Reference group influence on product and brand purchase decisions, *Journal of Consumer Research*, **9**, 183-194, (1982)
 - 8) 김종림, 준거집단이 소비자의 구매행동에 미치는 영향에 관한 연구, 중앙대학교 대학원 석사학위 논문, (1985)
 - 9) Hambleton, K.B., Roach, M.E. & Ehle, K., Teenage appearance: Conformity, preferences, and self-concepts, *Journal of Home Economics* **64**(2), 29-33, (1972)
 - 10) Smucker, B. & Creekmore A.M., Adolescents clothing conformity, awareness, and peer acceptance, *Home Economic Research Journal*, **1**, 92-97, (1972)
 - 11) 정미실, 남자 중·고등학생의 의복행동과 지각향성과의 상관연구, 연세대학교 대학원 석사학위 논문, (1982)
 - 12) 박광희, 여고생들의 의복행동과 성격특성과의 상관연구, 연세대학교 대학원 석사학위 논문, (1983)
 - 13) Davis, L.L. & Miller, F.G., Conformity and judgments of fashionability, *Home Economics Research Journal*, **11**(4), 337-342, (1983)
 - 14) Rabolt, N.J. & Drake, M.F., Reference person influence on career women's dress, *Clothing and Textile Research Journal*, **3**(2), 11-19, (1984-1985)
 - 15) 이종선, 의복동조성과 일반적 가치관과의 관계연구 -서울시내 여대생을 중심으로, 이화여자대학교 대학원, 석사학위 논문, (1985)
 - 16) Horn, M.J. & Gurel, L.M., *The second skin* (3th ed.), Boston: Houghton Mifflin, (1981)
 - 17) Allport, F.H., The J-curve hypothesis of conforming behavior, *Journal of Social Psychology*, **5**, 141-182, (1934)
 - 18) Walker E.L. & Heyns, R.W., An anatomy of conformity, Englewood Cliffs: Prentice-Hall, (1962)
 - 19) Asch, S.E., Studies of independence and conformity: I. A minority of one against a unanimous majority, *Psychological Monographs: General and Applied*, **70**(9), 1-70, (1956)
 - 20) Jahoda, M., Conformity and independence: A psychological analysis, *Human Relations*, **12**, 99-119, (1959)
 - 21) Willis, R.H., Two dimensions of conformity-nonconformity, *Sociometry*, **26**, 499-513. (1963)
 - 22) Willis, R.H. & Hollander, E.P., An experimental study of three response modes in social influence situation, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, **69**, 150-156, (1964)
 - 23) Hollander, E.P. & Willis, R.H., Conformity, independence and anticonformity as determinants of perceived influence and attraction, In E. P. Hollander (ed.), *Leaders, groups and influence* (pp. 213 -224), New York: Oxford University, (1964)
 - 24) Takahashi, C.L. & Newton, A., Perception of clothing conformity, *Journal of Home Economics*, **29**(9), 720-7236, (1967)
 - 25) 강혜원, 대학생의 개성과 유행을 중심으로한 의상행위와 성격특성과의 관계, 연세논총, **11**, 349-375, (1974)
 - 26) 신옥순, 자아정체감과 의모를 통한 자기개념 및 개성에 관한 의복의 심리적 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문, (1966)
 - 27) Creekmore, A.M., Methods of measuring clothing variables (Report No. 783), Michigan Agricultural Experiments Station, (1966)
 - 28) Selker M.L., Conformity in dress: An exploration in the development of a measure, Unpublished master thesis, Pennsylvania State University, in A. M. Creekmore (ed.), *Methods of measuring clothing variables* (Report No. 783, pp. 87-91), Michigan State University Agricultural Experiments Station, (1966)
 - 29) McCracken, G.D., The trickle-down theory rehabilitated, In M. R. Solomon (ed.), *The psychology of fashion* (pp. 39-54), Massachusetts: Lexington Books, (1986)