

한국과 미국 남녀 대학생의 의복이미지 선호도와 성역할 정체감에 관한 연구

이 명 희

성신여자대학교 가정대학 의류직물학과

Clothing Image Preferences and Sex Role Identity of Korean and American College Students

Myounghee Lee

Dept. of Clothing & Textiles, Sungshin Women's University
(1993. 1. 25 접수)

Abstract

The objectives of this study were to classify the contents of clothing image preferences of Korean and American students, and to examine how clothing image preferences vary according to sex role identity, sex, and culture.

A woman's clothing image preference inventory and the Bem Sex Role Inventory were administered to 127 Korean students and 116 American students. Sex role identity was classified into androgynous, masculine, feminine, and undifferentiated type.

1. Four segments of woman's clothing image preference derived by factor analysis : F. 1 'splendid-plain' ; F. 2 'feminine-masculine' ; F. 3 'casual-formal' ; F. 4 'classic-contemporary'.

2. Americans preferred splendid image more than did Koreans. Androgynous-typed males liked splendid image most among American male subjects.

3. There was interaction effect between sex and culture on feminine-masculine image preference. In Korean students, males liked feminine image much more than did females. Masculine-typed females liked masculine image most among American female subjects.

4. Koreans preferred casual image more than did Americans.

5. There was interaction effect between sex role identity, sex, and culture(4×2×2) on classic-contemporary image preference. Feminine-typed females liked classic image most among Korean female subjects.

6. Korean males especially preferred luxurious image least, Korean females contemporary most, American males sexy most, American females fashionable most among four subject groups.

That is, differences on clothing image preferences were found according to sex role identity, sex, and culture.

I. 서 론

성역할에 대한 고정관념은 어느 사회에나 있으며 의복은 남성과 여성의 특징을 뚜렷이 구별해 주는 수단이 되어 왔다. 현대사회에 와서는 여성의 사회활동 증가와 교육수준 향상 등으로 여성의 성역할이 변화되고 이로 인해 남성의 성역할도 점차로 변화되고 있다. 따라서 한 개인에게 남성과 여성의 특징을 동시에 요구하는 양성성의 개념이 제시되었다. 의복연구 분야에서도 성역할 변화에 따른 의복행동을 파악하는 연구가 이루어지고 있으며 성역할 태도 및 성역할 정체감이 다양한 의복 측면과 유의적인 관련이 있음이 밝혀졌다.¹⁻⁹⁾ 그러나 이들 연구는 대부분 하나의 문화권에서 행해진 것이며 성역할에 대한 기준은 문화에 의해 영향을 받으므로 문화의 차이를 고찰하는 것이 필요시된다.

의복의 형태, 색, 재질 등에 따라 전달되는 이미지가 달리 표현되며 사회의 문화적 규범이나 개인의 특성에 따라 의복인지도와 선호하는 의복특성이 다양하게 나타날 수 있다. 즉 남성적 혹은 여성적인 경향에 따라 의복선호 및 선택에서 그러한 특성이 반영될 것이다. 특히 의복에 대한 반응은 성에 따른 차이를 보이므로 성별에 따라 의복이미지 선호도가 달리 표현될 것이며 남성복과 여성복의 이미지 추구가 구별될 것이다. 따라서 의복이미지 선호도를 개인의 성역할 정체감과 관련지어 고찰하고, 한국과 미국을 비교하여 성 및 문화에 따른 의복선호의 차이를 이해하는 것은 의의있는 일이다.

본 연구의 목적은 한국과 미국의 남녀 대학생을 대상으로 여성 의복에 대한 의복이미지 선호도를 분류하고, 성역할 정체감, 성 및 문화에 따른 의복이미지 선호도를 파악하며, 한국 남녀와 미국 남녀 대학생의 의복이미지 선호도의 차이를 비교하는데 있다.

II. 이론적 배경

1. 성역할과 의복

성역할이란 성별에 따라 기대되는 행동양식, 태도, 인성특성을 포함하는 행동기준을 의미하며 각 문화마다 다르고 한 문화권 안에서도 시대에 따라 변천하게 된다. 전통적으로 남성은 옥외활동에 흥미를 지니고, 공격성,

대담성, 독립성 등이 더 강한 것으로 인정되고, 여성은 가사일에 종사하며 연약하고 정서적인 것으로 간주되어 왔다. 이러한 남녀 차이의 대부분은 생물학적 차이에서 연유될 뿐 아니라 사회화 과정에서 생긴다고 볼 수 있는데, 교육수준 향상과 문화 진보에 따라 남성과 여성의 성차는 줄어들었다.¹⁰⁾ 종래에는 남자는 남성적인 것이 여자는 여성적인 것이 바람직하다고 생각해 왔으나, Bem¹¹⁾은 남성성, 여성성 성향이 둘다 강한 사람을 양성성이라고 칭하였고 양성성을 지닌 사람이 상황의 요구에 따라 남성적 특성과 여성적 특성을 자유로이 구사한다고 하였다. 따라서 남성성과 여성성은 한 개인에게서 독립적으로 발달하게 된다는 주장이 생기게 되었다.

성역할에 대한 연구는 성역할 태도와 성역할 정체감에 관한 내용이 있으며, 성역할 정체감은 남성성, 여성성, 양성성, 미분화로 구분하여 연구된다.^{12), 13)} 양성성은 자존심,^{14)~16)} 사회적으로 바람직함¹⁷⁾등과 관련이 높았으며 타인의 평가에서도 양성성이 가장 호의적으로 평가되었다.¹⁸⁾ 정옥분¹³⁾의 문화에 따른 비교 연구에서 미국인에게는 남성성이, 한국인에게는 양성성이 개인의 자존감을 설명하는데 더 중요한 작용을 하였다. 또 다른 연구에서는 양성성과 남성성이 모두 자존심,^{12), 19), 20)} 자아실현성,²¹⁾ 자아정체감²²⁾ 등과 높은 관련을 보여 남성적 특성이 자기개념에 중요한 것으로 나타났다.

전통적인 성고정관념은 의복에 의해 강화되었고 의복은 남성과 여성의 특징을 구분하는데 도움을 주고 있다. 그러나 오늘날 여성의 사회활동 증가와 가사노동 감소, 남녀평등 사상 등으로 성역할 차이가 감소되고 이러한 현상이 의복에 반영되고 있다. 여성의 직업역할로 인해 여성복의 남성화가 이루어졌고 성역할의 변화는 남성복에까지 영향을 미쳐 전통적으로 고수되어 왔던 보수적인 남성복이 점차 변화되어 다양화, 여성화되기 시작하였다. 또한 여성복의 기능화와 남성복의 다양화로 인해 남녀 모두 캐주얼한 의복을 선호하게 되었고 유니섹스 스타일의 의복이 나타나게 되었다.

의복과 성역할 태도와와의 관련 연구에서 성역할 태도가 개방적인 여자는 의복에서도 유니섹스 스타일을 선호하였고^{2), 4), 6), 23)} 남성적 디자인이나 데님의복을 더 자주 착용하였다.¹⁾ 전통적인 성역할 태도를 지닌 여성은 외모에 대한 관심과 의복 동조성이 높고⁷⁾ 의복의 정숙성을 중요시하였다.^{7), 24)} 또한 한복의 착용율이 높았으며²⁴⁾ 한복을 긍정적으로 평가하였다.²⁵⁾ 남자는 성역할 태도와

유니섹스 의복행동과 유의한 상관이 없었다.^{2), 6)} 그러나 이선재⁸⁾의 연구에서는 남녀 모두 성역할 태도가 개방적일수록 유니섹스 의복을 수용하였다. 고등학생들도 자유복을 착용하는 경우는 교복 착용의 경우보다 여성의 성역할 태도에 대해 더 개방적인 태도를 가지고 있었다.²⁶⁾

성격특질로서 남향성, 여향성은 의복디자인 선호와 관련지어 연구되는데, 남향성이 높으면 직선디자인,^{27~29)} 캐주얼한 스타일과 거친 옷감,²⁹⁾ 남성적 디자인¹⁾을 선호하였고, 여향성이 높으면 부드러운 옷감과 꽃무늬,²⁹⁾ 작은 문양³⁰⁾등을 선호하였다. 또한 같은 인물이라도 남성적인 디자인의 의복을 입었을 때 더 남향성이 높은 것으로 지각하였다.³¹⁾

성역할 정체감과 의복의 관련 연구를 보면, Davis³⁾의 연구에서 피험자를 양성성, 남성성, 여성성, 미분화로 구분하여 조사한 결과 남녀 모두 남성성 집단이 남성적인 스타일을 더 선호하였다. 이현미, 임숙자⁵⁾의 연구에서도 남성성 유형의 여대생은 남성적 의복스타일을 선호하였고 여성성 유형은 여성적 의복스타일을 선호하였다. 김정립⁹⁾의 연구에서는 양성성과 남성성의 여대생이 여성성의 여대생보다 유니섹스 스타일과 음의 디자인 의복을 더 선호하였다. 김운정³²⁾은 남성성 유형의 남자 대학생은 의복의 개성과 심미성을 중요시하고 미분화 유형은 의복의 동조성을 중요시한다고 하였다.

이상에서 볼 때 개인의 성역할은 의복디자인 선호나 의복행동과 관련을 지니므로 성역할 정체감이 의복이미지 선호에도 영향을 미치리라 생각된다.

2. 의복이미지

의복은 착용자의 개성을 표현하며 개인의 매력을 증진시키는 중요한 역할을 하는데, 우리가 타인을 평가할 때는 그 사람이 입고 있는 의복에서 표현되는 시각적 이미지와 그것을 착용하고 있는 사람과를 관련시켜 판단하게 된다. 이미지란 어떤 사람이나 사물에 대하여 가지는 시각상, 기억, 인상평가 및 태도 등의 총체로서 사물이나 인물에 대하여 특정한 감정을 가지게 하는 영상이라고 할 수 있다.³³⁾ 이미지의 평가를 위해 의미분법을 사용하여 의복에 대한 지각을 수량화할 수 있으며, 의미분법은 Osgood³⁴⁾등에 의해 발전되었다.

Delong과 Larntz,³⁵⁾ 박혜선³⁶⁾은 의복에 대한 시각적 반응을 측정하여 평가·활동·역능인자 등을 추출하였

으며, 그 밖에 대부분의 연구^{37~40)}에서 의복이미지 구성요인을 3~6개로 분류하여 활동성, 실용성, 화려함, 품위 등의 내용을 포함하였다. 정인희, 이은영⁴¹⁾은 의복이미지 구성요인을 6개로 추출한 후, 의복이미지 평가차원을 '남성적-여성적', '단순한-장식적', '전원전-도회적'의 3차원으로 제시하였으며, 남성적-여성적 이미지가 가장 기본적 분류기준이 된다고 하였다. Gibbins와 Schneider⁴²⁾는 의복 종류 및 조합에 따라 의복의 의미가 달리 평가됨을 확인하였고, Conner⁴³⁾등과 이인자와 송선옥,⁴⁴⁾ Sweat과 Zentner⁴⁵⁾는 의복이미지 평가차원을 3~4속성으로 나누었으며 사교적, 지적, 낭만적 이미지 등의 내용을 포함하였다.

또한 상표에 따른 의복이미지 차원이 연구되었는데 황재경⁴⁶⁾은 브랜드 속성에 따른 의복 디자인 이미지를 네가지 차원에서 논하였고, 김문진, 임숙자⁴⁷⁾도 의류상표 이미지를 4개의 속성 즉, '정장형-캐주얼형', '고전적-현대적' '여성적-남성적' '점잖은-화려한' 등으로 구분하여 각 상표의 이미지를 분석하였다.

선호하는 이미지에 대한 관련 연구를 보면 Birdwell,⁴⁸⁾ Ross⁴⁹⁾ 등은 선호 상표이미지와 자아이미지가 일치한다고 하였고, Gibbins,⁵⁰⁾ Landon⁵⁰⁾ 남미우³³⁾ 등도 선호하는 의복이 개인의 자아이미지와 관련이 있다고 하였다. 김은애, 이명희⁵²⁾는 의복이미지 선호도를 4개 요인으로 즉, '진보적-보수적', '캐주얼한-포말한', '소박한-화려한', '남성적-여성적' 이미지로 분류하여 개인의 가치관 유형과 관련지었다. 그밖에 김영인⁵³⁾은 선호하는 의복디자인에 의해 여성을 분류하여 활동적, 남성적, 우아한, 여성적 감각의 4개 집단으로 구분하였으며 각 집단은 연령, 직업, 경제적 수준, 학력 등에서 차이를 나타냈다.

이상에서 볼 때 의복이미지는 연구에 따라 3~6개 요인으로 분류되며, 대부분의 연구에서 남성적-여성적 이미지가 공통적으로 뚜렷한 요인으로 포함되고 있다. 또한 선호하는 의복이미지가 개인의 심리적 특성과 관련이 있음을 알 수 있다.

III. 연구방법

1. 측정도구

본 연구를 위하여 의복이미지 선호도와 성역할 정제감에 관한 질문지를 사용하였다.

의복이미지 선호도 검사는 여성 의복에서 느낄 수 있는 이미지를 생각해 보고 그 선호하는 정도를 표시하게 하였으며 선행 연구^{35), 42), 45), 50)}에서 사용된 27쌍의 형용사를 측정도구로 사용하였다. 의복이미지를 적절히 표현하는 한쪽의 형용사와 그 반대적인 뜻을 지닌 형용사가 쌍을 이루어 구성되었으며, 7단계 평정척도법에 의하여 측정하였다.

성역할 정체감을 측정하기 위하여 Bem¹¹⁾의 성역할 검사(Sex Role Inventory)를 사용하였다. 이 검사는 남성적인 성격과 여성적인 성격 특성, 중심적인 특성을 나타내는 문항이 각각 20개씩 모두 60개의 문항으로 이루어진 7점 척도의 Likert형 검사인데 본 연구에서는 중성의 것을 제외한 총 40개의 문항을 사용하였다.

질문지는 먼저 영어로 제작하였고 한국어 질문지는 국내의 선행 연구^{20), 22), 36)~38), 54)}에서 사용된 동일한 내용의 측정도구 문항을 기초로 제작하였다.

남성성과 여성성 문항의 신뢰도를 한국인과 미국인을 나누어 조사하였으며 신뢰도가 낮은 문항을 두 집단에서 동등하게 제외한 후 남성성 17개, 여성성 15개의 문항을 자료분석에 사용하였다. 남성성의 신뢰도는 한국인 0.85, 미국인 0.91이었고, 여성성의 신뢰도는 한국인 0.81, 미국인 0.87이었다.

중앙치 반복법^{13), 14)}에 의하여 한국인과 미국인 피험자를 각각 4집단으로 구분하였다. 즉 남성성, 여성성 점수가 모두 중앙치 이상이면 양성성 집단에, 남성성 점수는 중앙치 이상이고 여성성 점수가 중앙치 이하이면 남성성 집단에, 이와 반대로 여성성 점수가 중앙치 이상이고 남성성 점수가 중앙치 이하이면 여성성 집단에, 그리고 두 점수가 모두 중앙치 이하이면 미분화 집단에 각각 배당하였다. 피험자의 성역할 정체감의 중앙치, 평균 및 표준편차는 표 1과 같다. 표 1에서 남성성 여성성의 중앙치가 미국인이 한국인보다 높은 점은 정옥분¹³⁾의 연구결과와 일치한다.

〈표 1〉 성역할 정체감의 중앙치, 평균 및 표준편차

집단	남성성			여성성		
	Mdn	M	SD	Mdn	M	SD
한국인(N=127)	4.49	4.41	0.80	4.85	4.85	0.76
미국인(N=116)	5.38	5.23	0.85	5.39	5.29	0.80

2. 표집대상 및 자료분석

본 연구의 표집대상은 한국과 미국의 남녀 대학생으로서 캠퍼스에서 대학생을 임의추출하였다. 즉 캠퍼스의 학생휴게실과 식당에서 연구자가 피험자의 개별적인 동의를 얻어 질문지를 작성하게 하였다. 미국인은 미국 서부의 주립대학(Oregon State University) 학생이었고, 한국인은 서울의 남녀공학대학(경희대학교)과 여자대학(성신여자대학교)의 학생이었다. 한국인은 남자 62명, 여자 65명, 미국인은 남자 60명, 여자 56명이었다. 학년별 분포를 보면 1, 2, 3, 4학년이 한국인은 각각 29.9, 27.6, 22.0, 20.5%였고, 미국인은 20.7, 14.7, 31.0, 33.6%였다. 전공별 분포는 인문사회계, 자연계, 예체능계가 한국인은 각각 52.0, 35.4, 12.6%였고, 미국인은 55.2, 34.5, 10.3%였다.

조사시기는 1991년 5~6월이었으며, 수집된 자료는 SPSS의 프로그램을 사용하여 전산처리하였다. 의복이미지 선호도를 분류하기 위하여 요인분석하였고, 의복이미지 선호도가 성역할 정체감, 성 및 문화에 따라 어떤 상호작용효과를 보이는지 알아보기 위하여 4(성역할 정체감)×2(성)×2(문화)의 삼원변량분석을 실시하였다. 또한 한국인과 미국인을 분리하여 4(성역할 정체감)×2(성)의 이원변량분석을 실시하였고, 각 집단간의 차이를 알아보기 위하여 일원변량분석과 Student-Newman-Keuls(SNK) test를 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 의복이미지 선호도의 요인분석

27개 문항에 대하여 주요인분석방법에 의한 요인분석을 실시하였다. 요인별 고유치(eigenvalue) 및 누적율(cumulative percentage)을 조사하였으며, 고유치가 1 이상인 요인은 8개로서 전체변량의 59.5%에 해당되었다. 그러나 주된 공통요인을 묶기 위하여 비교적 동질적인 문항이 여러개 군집되어 있으면서 고유치가 큰 요인만을 선택하였다. 요인 5에서 고유치가 비교적 크게 줄어들며 그 이후에 고유치의 감소가 완만하였고, 또한 요인 4까지 전체변량의 40.9%가 포함되었으므로, 고유치 1.85이상의 4개 요인을 택하여 varimax방법으로 직교회전하였다. 각 요인에서 부하량이 높은 수치를 나타낸 문항을 선택하면서 문항의 내용을 검토하였다. 그 결과 요인에 따라

〈표 2〉 의복이미지 선호도의 요인분석

N=243

요인 1. 화려한-소박한 이미지		요인부하량	요인 2. 여성적-남성적 이미지		요인부하량
강한	약한	.53	따뜻한	차가운	.55
성적인	성적이 아닌	.54	사교적인	비사교적인	.50
사치스러운	수수한	.63	밝은	어두운	.44
눈에 잘 띄는	평범한	.67	여성적인	남성적인(R)	-.50
유행에 앞선	유행에 앞서지 않는	.56	낭만적인	낭만적이 아닌	.52
			부드러운	딱딱한	.59
			흐르는 듯한	뻗뻗한(R)	-.42
변량의 백분율(% of variance explained)=13.2 고유치(eigenvalue)=3.57			변량의 백분율(% of variance explained)=11.6 고유치(eigenvalue)=3.14		
요인 3. 캐주얼한-포말한 이미지		요인부하량	요인 4. 고전적-현대적 이미지		요인부하량
캐주얼한	격식차리는	.58	고전적인	현대적인	.67
실용적인	비실용적인	.42	보수적인	진보적인	.65
스포티한	드레시한	.66	전통적인	비전통적인	.55
변량의 백분율(% of variance explained)=9.2 고유치(eigenvalue)=2.48			변량의 백분율(% of variance explained)=6.8 고유치(eigenvalue)=1.85		

(R) : 거꾸로 배치한 문항

부하량이 0.42이상의 문항이 선정되어 요인별로 나뉘었다. 요인별로 결정된 문항과 요인부하량은 표 2와 같다.

요인 1은 화려한-소박한 이미지에 관련된 내용이며 문항의 요인부하량은 0.53이상이고 모두 5문항이 여기에 속한다. 요인 2는 모두 7문항이 여기에 속하는데, 남성적인, 낭만적이 아닌, 딱딱한, 뻗뻗한 등은 남성적 이미지이며 차가운, 비사교적인, 어두운 등은 비사교적인 이미지의 내용으로 볼 수 있다. 즉 여성적-남성적인 내용과 사교적-비사교적인 내용이 함께 포함되었으나, 여성적-남성적인 개념이 일반적으로 이미지나 디자인 분류에서 더 많이 사용되므로 요인 2를 여성적-남성적 이미지라고 칭하였다. 요인 2의 문항의 요인부하량은 0.42이상이다. 요인 3은 캐주얼한-포말한 이미지에 관련된 내용이며 문항의 요인부하량은 0.42 이상이고 모두 3문항이 여기에 속한다. 요인 4는 고전적-현대적 이미지에 관련된 내용이며 문항의 요인부하량은 0.55 이상이고 모두 3문항이 여기에 속한다. 각 요인의 문항에 대하여 Cronbach의 α -신뢰도 검사를 한 결과 요인 1은 0.72, 요인 2는 0.68, 요인 3은 0.60, 요인 4는 0.72였다.

이상의 결과에서 의복이미지 선호도는 4요인의 총 18 문항이 결정되었다. 본 연구에서 의복이미지 선호도가 4요인으로 결정된 것과 그 요인의 특성은 김문진,⁴⁷⁾ 김은애⁵²⁾ 등의 연구내용과 유사하였다. 또한 남성적-여성적 이미지가 기본적인 분류기준이 된다는 이론⁴¹⁾을 지지한다.

4개 요인에 해당되는 요인의 문항점수를 합하여 계속되는 자료분석에 사용하였다. 각 요인과 각 문항의 양극으로 된 형용사 중에서 점수가 높을수록 앞쪽에 위치한 형용사에 해당되는 특성이 높은 것으로 해석된다. 예를 들면 화려한-소박한 이미지에서는 점수가 높을수록 화려한 이미지를 선호하는 것이다. 따라서 표 2에서 R로 표시된 항목은 형용사의 좌우 위치를 바꾸어 배치하였고, 점수도 반대로 채점하였다.

2. 성역할 정체감, 성 및 문화에 따른 의복이미지 선호도 요인의 차이

의복이미지 선호도에 대한 성역할 정체감, 성 및 문화에 의한 삼원변량분석을 실시하고 보조적 분석으로서 multiple classification analysis(MCA)를 실시한 결과는 표 3과 같다.

표3에서 볼 때 화려한-소박한 이미지 선호도는 3개의 독립변인에 의한 상호작용효과는 없었고, 2개의 독립변인에 의한 상호작용효과도 없었다. 그러나 성역할 정체감, 성, 문화는 각기 화려한-소박한 이미지 선호도에 유의적인 영향을 미쳤다. MCA의 평균값 차이에 의하여 각 독립변인 집단을 비교하면 성역할 정체감이 여성성인 집단에서는 화려한 이미지를 선호하지 않는 편이었고, 성별에 따른 차이에서는 여자가 남자보다 화려한 이미지를 선호하였다. 문화에 따른 차이에서는 미국인이 한국인보다 화려한 이미지를 선호하였다. eta계수를 비교해 보면 화려한-소박한 이미지 선호도는 문화에 따른 차이가 가장 크고 그 다음이 성역할 정체감, 성별의 순이었다.

문화를 분리하여 화려한-소박한 이미지 선호도에 대하여 성역할 정체감과 성에 의한 이원변량분석을 실

시한 결과 한국인과 미국인 모두에게서 상호작용효과가 없었다. 주효과에서 성역할 정체감과 성별이 각각 이미지 선호도에 미치는 영향을 볼 때 한국인은 유의적인 차이가 없었고 미국인에게서만 유의적인 차이가 있었다. 즉 미국인은 미국 여성이 미국 남성보다 화려한 이미지를 더욱 선호하였다($F=3.92, p \leq 0.05$). 미국인의 성역할 정체감에 따른 차이를 구체적으로 규명하기 위하여 성별을 분리하여 일원변량분석을 실시하고 SNK test로 집단간의 차이를 비교하였으며 그 결과는 표 4와 같다.

표 4를 보면 화려한-소박한 이미지 선호도는 미국 남성에게서만 성역할 정체감에 따른 유의적인 차이를 보였고, 미국 여성에게는 유의적인 차이가 없었다. 미국인은 양성성의 성격특성을 지닌 남성이 화려한 이미지를 더 선호하고 여성성의 특성을 지닌 남성은 보다 소박한 이미지를 선호하는 편이었다. 즉 성역할 정체

〈표 3〉 의복이미지 선호도 요인에 대한 성역할 정체감, 성 및 문화에 의한 삼원변량분석

분석 방법	변량원		DF	화려한-소박한		여성적-남성적		캐주얼한-포말한		고전적-현대적	
				F	ETA	F	ETA	F	ETA	F	ETA
3원 변량 분석	성역할정체감(A)		3	4.19**		6.09**		1.35		2.43	
	성(B)		1	5.24*		20.66**		2.66		0.08	
	문화(C)		1	61.74**		0.07		5.17*		15.10**	
	A×B		3	0.47		1.21		0.75		0.57	
	A×C		3	1.03		1.80		1.35		0.75	
	B×C		1	0.04		4.67*		0.84		1.87	
	A×B×C		3	1.98		0.85		1.07		2.64*	
	집단내(오차)		227								
MCA	변인	속성	N	평균의 차	ETA	평균의 차	ETA	평균의 차	ETA	평균의 차	ETA
	성역할 정체감	양성성	66	0.57		1.39		-0.03		-0.62	
		남성성	55	0.57		-2.15		0.50		-0.44	
		여성성	57	-1.70		1.29		-0.66		1.01	
		미분화	65	0.43		-0.72		0.19		0.12	
					0.18		0.25		0.12		0.17
	성별	남	122	-0.49		1.54		-0.33		-0.00	
		여	121	0.50		-1.55		0.33		0.00	
					0.09		0.27		0.10		0.00
	문화	한국	127	-2.20		0.05		0.49		-0.86	
		미국	116	2.41		-0.05		-0.53		0.95	
					0.44		0.01		0.15		0.24

**P≤.01 *P≤.05

〈표 4〉 성역할 정체감에 따른 화려한-소박한 이미지 선호도의 차이

집 단 (미국인)	양성성		남성성		여성성		미분화		F
	M	N	M	N	M	N	M	N	
남	25.94 ^a	16	23.87 ^{ab}	15	20.30 ^b	10	23.53 ^{ab}	19	4.50**
여	25.27	15	24.17	12	24.28	18	25.82	11	0.66

**p≤.01 ^a는 SNK test 결과

감과 화려한-소박한 이미지 선호도는 미국 남성에게만 관련이 있어, 양성성을 지닌 미국 남성은 자신감을 지녀 여성복에 대한 태도에서도 눈에 띄는 화려한 이미지를 좋아하고 여성적인 남성은 침착한 분위기의 소박한 이미지의 여성복을 선호한다고 할 수 있다.

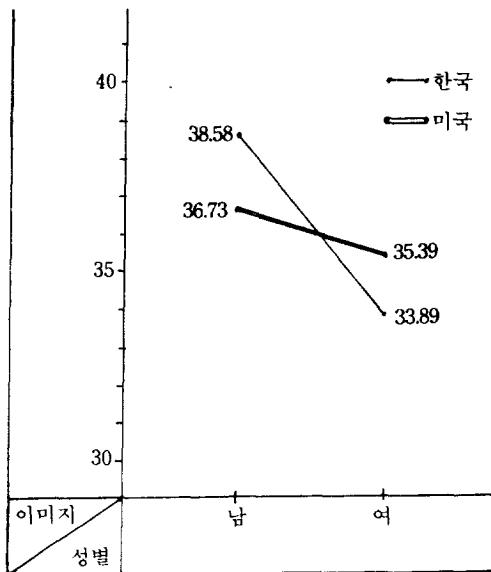
표 3에서 여성적-남성적 이미지 선호도는 3개의 독립변인에 의한 상호작용효과는 없었으나 성 및 문화의 2개 독립변인에 의한 상호작용효과가 있었다. 주효과를 보면 성역할 정체감이나 성에 따라 각각 유의적인 차이를 나타냈으나, 문화에 따른 유의적인 차이는 없었다. MCA분석에서 나타난 성역할 정체감에 따른 차이를 보면 양성성과 여성성 집단에서는 여성적 이미지를 선호하였고 남성성 집단에서는 남성적 이미지를 선호하였다. 성에 따른 차이를 보면 남자가 여자보다 여성적

이미지를 더 선호하는 것으로 나타났다.

그림 1은 여성적-남성적 이미지 선호도에 대한 성 및 문화에 의한 상호작용형태를 나타낸다. 미국인보다 한국인의 성별에 따른 차이가 크게 나타나 한국 남성이 특히 여성복의 여성적 이미지를 선호하였고, 한국 여성은 남성보다 여성적 이미지를 선호하지 않는 것으로 나타났다. 이것은 한국 남성은 보수적인 태도를 지니므로 여성에게 좀 더 여성적인 이미지를 원하며, 한국 여대생의 경우는 기존 사회적 규범이나 관념에서 벗어나고자 하는 욕구가 더 크게 작용하게 되므로 나타난 결과로 해석된다.

문화를 분리하여 여성적-남성적 이미지에 대하여 성역할 정체감과 성에 의한 이원변량분석을 실시한 결과 한국인과 미국인 모두에게서 상호작용효과가 없었다. 주효과에서 성별은 미국인에게서 유의적인 차이를 나타내지 않았고, 한국인에게만 영향을 주어 한국 남성의 여성적 이미지 선호도가 재확인되었다(F=17.50, p≤0.01). 한국인의 경우 남성은 여자가 여성스러운 외모나 상냥한 태도를 지닐 때 더 매력적으로 생각하기 때문에 여자에게 남성적이고 비사교적인 이미지보다는 여성적이고 사교적인 이미지를 나타내는 의복을 착용하기 원한다고 볼 수 있다. 주효과의 성역할 정체감에 따른 차이를 보면 한국인에게서 유의적인 차이가 없었고, 미국인의 경우에는 유의적인 차이를 보였다. 이러한 차이를 구체적으로 규명하기 위하여 미국인의 성별을 분리한 후 성역할 정체감 집단에 따른 평균치의 차이를 조사하였으며 그 결과는 표 5와 같다.

표 5에서 볼 때 여성적-남성적 이미지 선호도는 미국 여성에게서만 성역할 정체감에 따른 유의적인 차이를 보였고, 미국 남성에게는 유의적인 차이가 없었다. 미국 여성은 남성적인 성격특성을 지닌 집단이 다른 집단보다 남성적인 이미지를 더 선호하였다. 이러한 결과는 남성성이 높은 여성이 남성적 스타일이나 유니섹스 스타



〈그림 1〉 여성적-남성적 이미지 선호도에 대한 성 및 문화에 의한 상호작용형태

〈표 5〉 성역할 정체감에 따른 여성적-남성적 이미지 선호도의 차이

집 단 (미국인)	양성성		남성성		여성성		미분화		F
	M	N	M	N	M	N	M	N	
남	38.81	16	34.07	15	36.90	10	37.00	19	2.53
여	37.20 ^a	15	31.25 ^b	12	36.89 ^a	18	35.00 ^a	11	5.43**

**p≤.01 ^a는 SNK test 결과

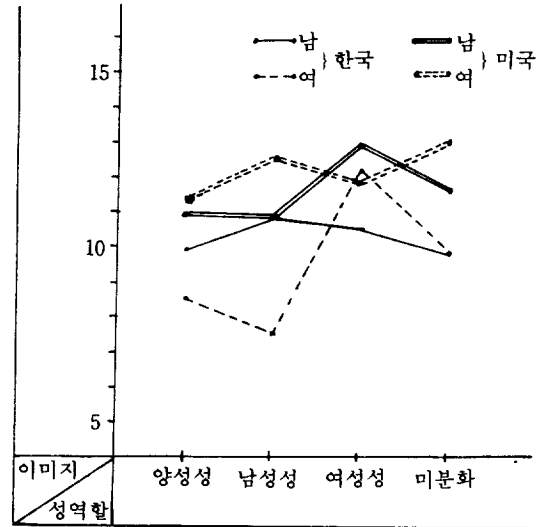
일을 선호한다는 선행 연구결과^{1), 3), 5), 9)}를 지지한다. 그러나 한국 여성의 경우는 선행 연구결과를 지지하지 못하였다. 한국 여성의 평균치의 차이를 참고로 검토해보면 남성성과 여성성 집단간에 어느정도 점수 차이가 있었으나 유의적인 차이로 판정되지 않았다(남성성 : M=31.15, 여성성 : M=35.94). 따라서 더 광범위한 피험자를 대상으로 한 재검토가 필요시된다.

표 3에서 캐주얼한-포말한 이미지는 3개의 독립변인에 의한 상호작용효과가 없었고, 2개의 독립변인에 의한 상호작용효과도 없었다. 주효과에서 성역할 정체감이나 성에 따른 차이는 없었으나 문화에 따라 유의적인 차이를 나타냈다. MCA분석에서 문화에 따른 평균치의 차이를 보면 한국인은 미국인보다 캐주얼한 이미지를 더 선호하였다. 이것은 한국 사회가 변화하는 사회로서 점차로 의복의 캐주얼화 경향이 커지는데 비해, 미국 사회에서는 이미 대부분 평상시에 매우 캐주얼한 옷차림을 하고 있으나 격식 차리는 상황에서는 여성들이 의복을 잘 차려 입을 수 있는 기회가 더 많기 때문에 나타난 결과로 해석된다.

문화를 분리하여 캐주얼한-포말한 이미지 선호도에 대하여 성역할 정체감과 성에 의한 이원변량분석을 실시하였으나 한국인과 미국인 모두에게서 주효과와 상호작용효과가 유의적인 결과를 보이지 않았다.

표 3에서 고전적-현대적 이미지 선호도는 3개의 독립변인에 의한 상호작용효과가 있었다. 이러한 효과를 구체적으로 알아보기 위하여 개별집단에 따른 평균치의 유의적인 차이를 조사한 결과는 표 6과 같고 그림 2는 그 상호작용 형태를 나타낸다.

그림 2에서 타집단에 비해 특히 한국인 여자의 남성



(그림 2) 고전적-현대적 이미지 선호도에 대한 성역할 정체감, 성 및 문화에 의한 상호작용형태

〈표 6〉 성역할 정체감에 따른 고전적-현대적 이미지 선호도의 차이

집 단	양성성		남성성		여성성		미분화		F
	M	N	M	N	M	N	M	N	
한국 남	9.88	24	10.80	15	10.53	13	9.90	10	0.20
여	8.55 ^b	11	7.54 ^b	13	12.25 ^a	16	9.96 ^b	25	5.30**
미국 남	11.00	16	10.87	15	13.00	10	11.74	19	1.08
여	11.33	15	12.58	12	11.94	18	13.09	11	0.58

**p≤.01 ^a는 SNK test 결과

성이 현대적 이미지 선호에 두드러진 영향을 주는 것을 알 수 있다. 표 6에서 보면 한국 여성중에서 여성성 집단이 고전적 이미지를 가장 선호하였고 양성성, 남성성, 미분화 집단은 현대적 이미지를 보다 더 선호하는 것으로 나타났다. 즉 한국 여대생은 여성성인 경우에 전통적인 성역할 고정관념을 따르고자 하므로 의복에서도 고전적인 이미지를 추구하나, 여성성이 높지 않은 여대생은 전통사회의 규범을 중요시하지 않는 성격 특성이 의복이미지 선호도에 반영되어 현대적 이미지를 더 추구하는 것이라고 본다. 따라서 한국 여대생의 성격특성이 고전적-현대적 의복이미지 선호도에 잘 반영되었다고 할 수 있다.

표 3에서 고전적-현대적 이미지는 2개의 독립변인에 의한 상호작용효과가 없었다. 주효과에서 성역할 정체감이나 성에 따른 차이는 없었으나 문화에 따라 유의적인 차이를 나타냈다. MCA분석에서 문화에 따른 차이를 보면 한국인이 미국인보다 현대적 이미지를 더 선호하였다. 이것은 요인 3의 캐주얼한-포말한 이미지

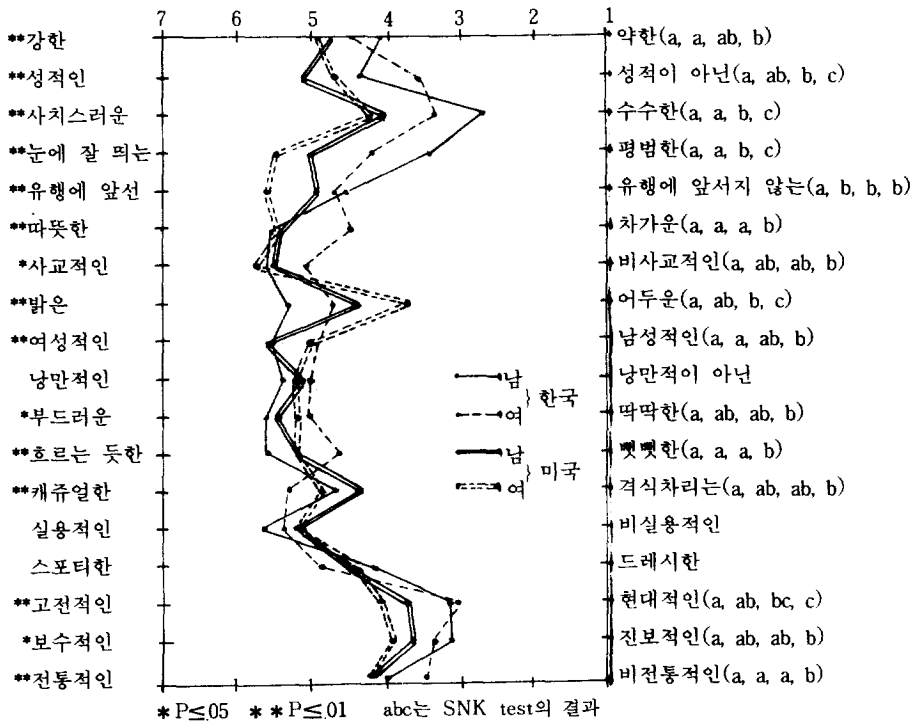
선호도에서 나타난 문화의 차이, 즉 한국인이 미국인보다 캐주얼한 이미지를 더 선호한 것과 유사한 맥락으로 간주된다.

문화를 분리하여 고전적-현대적 이미지 선호도에 대하여 성역할 정체감과 성에 의한 이원변량분석을 실시하였으나 한국인과 미국인 모두에게 주효과와 상호작용효과가 유의적이지 않았다.

표 3의 eta계수의 자승값에 의해 하나의 독립변인에 의해 설명되는 변량의 비율을 비교해 보면, 여성적-남성적 이미지 선호도에는 문화보다 성역할 정체감과 성별이 큰 영향을 주었으나, 다른 3가지 의복이미지 선호도에서는 문화가 가장 큰 영향을 주었다.

의복이미지 선호도 요인에 포함된 각 항목별로 한국인 남성과 여성, 미국인 남성과 여성의 4집단에 따른 차이를 일원변량분석으로 조사한 결과는 그림 3과 같다. SNK test결과에 의한 집단별 차이(abc)는 그림 3에서 나타나는 4집단의 점수의 순서대로 기록하였다.

그림 3에서 3개 항목을 제외한 15항목에서 집단별



(그림 3) 의복이미지 선호도의 성 및 문화에 따른 집단별 비교

차이를 나타냈다. 미국인은 한국인보다 강한, 성적인, 사치스러운, 눈에 잘 띄는 이미지를 선호하였다. 한국 여성은 성적인 이미지를 세 집단 중에서 가장 싫어하였고, 한국 남성은 사치스러운 이미지와 눈에 잘 띄는 이미지를 특히 싫어하는 편이었다. 성적인 이미지는 한국인과 미국인 모두 남성이 여성보다 좋아하는 것으로 나타났다. 미국 여성은 유행에 앞선 이미지를 특히 선호하였다. 한국 여성은 다른 세 집단에 비해 따뜻한 이미지를 그다지 선호하지 않았고, 한국 남성은 밝은 이미지를 다른 집단보다 매우 좋아하는 것으로 나타났다. 한국인이 미국인보다 밝은 이미지를 선호하였고, 성별로 볼 때 한국인과 미국인 모두 남자가 여자보다 더 여성 의복의 밝은 이미지를 좋아하였다. 여성적인-남성적인 이미지에서 한국인이나 미국인이나 똑같이 남자가 여자보다 여성적인 이미지를 더 선호하였다. 캐주얼한 이미지는 한국 여성이 가장 선호하였고, 미국 남성이 가장 선호하지 않는 것으로 나타났다. 또한 한국인은 미국인보다 현대적인 이미지를 선호하고 특히 한국 여성은 현대적이고, 비전통적인 이미지를 다른 세 집단에 비해 좋아하는 편이었다. 낭만적인, 실용적인, 스포티한 이미지는 집단에 따른 유의적인 차이가 없었다.

전체적으로 볼 때 한국 남성은 특히 사치스러운 이미지를 싫어하면서, 밝은 이미지의 여성복을 좋아하고, 한국 여성은 현대적인 이미지를 좋아하는 것을 알 수 있다. 미국 남성은 다른 집단에 비해 성적인 이미지를 좋아하는 편이었고, 미국 여성은 유행에 앞선 이미지와 눈에 잘 띄는 이미지를 선호하였다. 또한 문화에 관계 없이 남성은 여성보다 여성이 밝고 여성적인 의복을 입는 것을 좋아하며 여성에게서 성적인 이미지를 기대한다고 할 수 있다. 즉, 여성 의복의 이미지 선호도는 몇가지 이미지 특성에 따라 문화와 성별에 따른 차이가 뚜렷이 구별되는 것을 알 수 있다.

V. 결 론

본 연구의 목적은 미국과 한국의 남녀 대학생을 대상으로 선호하는 여성 의복의 이미지 내용이 몇가지 요인으로 분류될 수 있는가를 검토하고, 의복이미지 선호도에 대한 성역할 정체감, 성 및 문화에 따른 차이를 파악하는 것이었다.

연구결과에서 다음과 같은 결론을 얻었다.

1. 의복이미지 선호도는 4가지 요인으로 분류되었다. 요인 1은 화려한-소박한, 요인 2는 여성적-남성적, 요인 3은 캐주얼한-포말한, 요인 4는 고전적-현대적 이미지이다.

2. 화려한-소박한 이미지 선호도를 보면 미국인이 한국인보다 화려한 이미지를 더 선호하였다. 한국인은 성역할 정체감과 성별에 따른 차이가 없었고, 미국인은 여성이 남성보다 화려한 이미지를 더 선호하였다. 미국 남성의 경우 화려한 이미지는 양성성 집단이 가장 선호하였고 여성성 집단은 선호하지 않았다.

3. 여성적-남성적 이미지 선호도는 문화에 따른 차이가 없었으나 성 및 문화(2×2)에 의한 상호작용효과가 있었고, 한국인은 남성이 여성보다 여성적인 이미지를 훨씬 더 선호하였다. 미국 여성은 남성성 집단이 다른 성역할 집단보다 남성적 이미지를 더 선호하였다.

4. 캐주얼한-포말한 이미지 선호도는 성역할 정체감과 성에 따른 차이가 없었으나 한국인이 미국인보다 캐주얼한 이미지를 더 선호하였다.

5. 고전적-현대적 이미지 선호도는 성역할 정체감, 성 및 문화(4×2×2)에 의한 상호작용효과가 있어 한국인 여성중에서 여성성 집단이 가장 고전적 이미지를 선호하였다.

6. 의복이미지 요인에 포함된 문항의 내용을 비교해 볼 때 한국남성은 특히 사치한 이미지를 가장 싫어하면서 밝은 이미지를 좋아하였고, 한국 여성은 현대적인 이미지를 좋아하는 편이었다. 미국 남성은 다른 집단에 비해 성적인 이미지를 좋아하였고, 미국 여성은 유행에 앞선 이미지를 선호하였다.

이상의 결과를 볼 때 의복이미지 선호도는 문화와 성별에 따라 달리 나타나며, 개인의 성역할 정체감은 한국인과 미국인 모두에게 의복이미지 선호도에 부분적으로 영향을 주는 특성임을 알 수 있었다.

앞으로의 연구에서는 의복이미지 선호도와 다른 심리적 특성이나 인구통계적 특성과의 관계를 조사하는 것이 필요하다. 또한 의복이미지 선호도를 폭넓게 이해하기 위하여 서로 다른 문화권에서 의복 형태에 따라 이미지가 어떻게 달리 평가되는가를 조사하며, 서로 다른 문화권에서 공통적인 이미지를 나타낼 수 있는 의복디자인이 개발될 수 있는지 검토하는 것이 필요하다. 그러나 실제 의복 사진이나 그림을 대상으로 한

이미지 평가가 문화권에 따라 달리 나타날 가능성이 높으므로 의복 형태에 의한 이미지 선호도 평가는 신중하게 타당성이 고려되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 1) 정삼호, 강혜원, 데님(Denim)의복을 중심으로 한 여대생의 의복행동에 관한 연구, 한국의류학회지, 1(2), pp. 7~12, 1977.
- 2) 원미숙, 강혜원, 유니섹스 의복행동과 성역할과의 관계 : 남·녀대학생을 중심으로, 한국의류학회지, 7(2), pp. 37~44, 1983.
- 3) Davis, L. L., Sex, Gender, Identity, and Behavior Concerning Sex-related Clothing, *Clothing and Textiles Research Journal*, 3(2), pp. 20~24, 1984-1985.
- 4) 최경희, 강혜원, 여고생의 의복행동과 성역할 태도와와의 관계 : 유니섹스 의복을 중심으로, 한국의류학회지, 9(1), pp. 1~8, 1985.
- 5) 이현미, 임숙자, 어머니와 딸의 성역할 정체감과 음양의복행동간의 관계, 한국의류학회지, 11(3), pp. 67~77, 1987.
- 6) 문군식, 남·녀고등학생의 성역할 태도와 의복행동과의 관계 연구 : 대구지역을 중심으로, 석사학위논문, 충남대학교 교육대학원, 1988.
- 7) 최희순, 성역할 태도와 의복관심도와와의 관계 : 제주도의 여대생을 중심으로, 석사학위논문, 숙명여자대학교 대학원, 1988.
- 8) 이선재, 한국 대학생의 성역할 태도와 의복행동과의 상관 연구 : 서울시내 남·녀 대학생을 중심으로, 숙명여자대학교 아세아여성연구, 28, pp. 171~193, 1989.
- 9) 김정립, 정체감에 따른 여자 대학생의 의복행동 차이, 석사학위논문, 효성여자대학교 대학원, 1990.
- 10) G. W. Allport, *Personality : A Psychological Interpretation*, New York : Henry Holt and Co., p. 433, 1937.
- 11) S. L. Bem, The Measurement of Psychological Androgyny, *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42(2), pp. 155~162, 1974.
- 12) S. L. Bem, On the Utility of Alternative Procedures for Assessing Psychological Androgyny, *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 45(2), pp. 196~205, 1977.
- 13) 정옥분, 한·미 양국 대학생의 성역할 정체감과 자존감에 관한 비교문화 연구, 대한가정학회지, 24(2), pp. 123~137, 1986.
- 14) J. T. Spence, R. Helmreich, and J. Stapp, Ratings of Self and Peers on Sex Role Attributes and Their Relation to Self-Esteem and Conceptions of Masculinity and Femininity, *Journal of Personality and Psychology*, 32(1), pp. 29~39, 1975.
- 15) 이숙, 한국 대학생들의 성역할 고정관념의 발달 및 자아존중감과의 관계 : 대전시내 전문대생을 중심으로, 대한가정학회지, 22(1), pp. 163~168, 1984.
- 16) 이재연, 여자대학생의 장래계획과 성역할 정체감 및 자아존중감, 숙명여자대학교 아세아여성연구, 22, pp. 87~98, 1983.
- 17) J. A. Kelly, M. S. Caudill, S. Hathorn, and C. G. O'Brien, Socially Undesirable Sex-Related Characteristics : Implications for Androgyny and Adjustment, *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 45(6), pp. 1185~1186, 1977.
- 18) J. P. Lombardo, P. L. Francis, and S. Brown, Sex-Role and Opposite-Sex Interpersonnal Attraction, *Perceptual and Motor Skills*, 67(3), pp. 855~860, 1988.
- 19) W. A. Jones, M. E. O'C. Chernovetz, and R. O. Hansson, The Enigma of Androgyny : Differential Implications for Males and Females?, *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 46(2), pp. 298~313, 1977.
- 20) 윤미현, 여고생의 성역할 정체감과 자아개념 및 사회적 적응과의 관계, 석사학위논문, 숙명여자대학교 대학원, 1983.
- 21) 김선영, 우리나라 고등학생의 양성적 성역할 정체감과 자아실현성 및 도덕성 발달과의 관계, 석사학위논문, 고려대학교 대학원, 1987.
- 22) 최인아, 대학생의 성역할 정체감과 자아 정체감에 관한 연구, 석사학위논문, 고려대학교 대학원, 1988.
- 23) 이선재, 장은영, 한국 성인여성의 성역할 태도와 의복행동과의 상관 연구, 숙명여자대학교 아세아여성연구, 29, pp. 93~116, 1990.
- 24) 강혜원, 한복에 대한 태도를 중심으로 한 사회심리학적 의복 연구 : 서울의 성인여성을 중심으로, 대한가정학회지, 17(3), pp. 1~11, 1979.
- 25) H. Kahng, Clothing Interests and Clothing Aspirations Associated with Selected Social-Psychological Factors for

- a Group of College Women in Korea, Doctoral dissertation, The Pennsylvania State University, 1971.
- 26) 김정희, 서울시 남·녀 고교생의 교복·자유복 착용에 따른 의복행동과 성역할 태도의 차이, 석사학위논문, 경희대학교 대학원, 1990.
 - 27) 박인미, 여고생의 의복디자인 선호도와 성격 및 사회계층과의 상관연구, 석사학위논문, 성신여자대학교 교육대학원, 1989.
 - 28) 정복남, 추미선, 여고생의 성격특성과 의복행동에 관하여(I) : Design요소를 중심으로, 경상대학교 논문집 (사회계편), 22(1), pp. 83~89, 1983.
 - 29) 이인자, 성격과 의복디자인 선호간의 상관관계 연구, 대한가정학회지, 14(2), pp. 69~83, 1976.
 - 30) N. H. Compton, Personal Attributes of Color and Design Preferences in Clothing Fabrics, *The Journal of Psychology*, 54, pp. 191~195, 1962.
 - 31) L. L. Davis, Effect of Sex, Inferred Sex-Role and Occupational Sex-Linkage on Perceptions of Occupational Success, *Perceptual and Motor Skills*, 64(3), pp. 887~898, 1987.
 - 32) 김운정, 남자대학생의 유행선도력 및 성역할 정체감에 따른 의복행동 연구, 석사학위논문, 고려대학교 대학원, 1992.
 - 33) 남미우, 여대생의 자아이미지와 선호 상표이미지와 일치도가 의복구매 의사결정에 미치는 영향, 석사학위논문, 연세대학교 대학원, 1988.
 - 34) C. Osgood, G. Suci, and P. Tannenbaum, *The Measurement of Meaning*, Urbana, Ill. : University of Illinois Press, P. 37, 1957, cited by N. H. Compton and O. A. Hall, *Foundations of Home Economics Research*, Minneapolis, Minn. : Burgess Publishing Co., pp. 279~283, 1972.
 - 35) M. R. Delong, and K. Larntz, Measuring Visual Response to Clothing, *Home Economics Research Journal*, 8(4), pp. 281~293, 1980.
 - 36) 박혜선, 의복에 대한 의미분척도 개발 연구, 석사학위논문, 서울대학교 대학원, 1988.
 - 37) 홍병숙, 의미분척도법에 의한 양장과 한복의 이미지 비교평가, 한국의류학회지, 12(3), pp. 373~382, 1988.
 - 38) 강혜원, 이주현, 사회적 상호작용에서의 의복의 의미(I) : 한복을 중심으로, 한국의류학회지, 14(1), pp. 31~43, 1990.
 - 39) 강혜원, 고애란, 여자한복의 인상형성 연구 : 디자인의 변형과 배색을 중심으로, 한국의류학회지, 15(2), pp. 211~227, 1991.
 - 40) 이경희, 의복디자인의 평가도구 개발을 위한 연구, 대한가정학회지, 29(1), pp. 37~49, 1991.
 - 41) 정인희, 이은영, 의복이미지의 구성요인과 평가차원에 대한 연구, 한국의류학회지, 16(4), pp. 379~391, 1992.
 - 42) K. Gibbins and A. Schneider, Meaning of Garments : Relation between Impression of an Outfit and the Message Carried by Its Component Garments, *Perceptual and Motor Skills*, 51(1), pp. 287~291, 1980.
 - 43) B. H. Conner, K. Peters, and R. H. Nagasawa, Person and Costume : Effects of the Formation of First Impressions, *Home Economics Research Journal*, 4(1), pp. 32~41, 1975.
 - 44) 이인자, 송선옥, 의복과 인물이 첫인상 형성에 미치는 영향에 관한 연구, 한국의류학회지, 6(1), pp. 27~38, 1982.
 - 45) S. J. Sweat and M. A. Zentner, Attributions toward Female Appearance Styles, in M. R. Solomon, ed., *The Psychology of Fashion*, Lexington, Mass. : D. C. Heath and Co., pp. 321~334, 1985.
 - 46) 황재경, 패션감각 분류에 따른 의복구매행동에 관한 연구, 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원, 1988.
 - 47) 김문진, 임숙자, 상표이미지 선호도와 패션 광고 전략에 관한 연구, 한국의류학회지, 13(3), pp. 197~206, 1989.
 - 48) A. E. Birdwell, A Study of the Influence of Image Congruence on Consumer Choice, *The Journal of Business*, 41(1), pp. 76~88, 1968.
 - 49) I. Ross, Self-Concept and Brand Preference, *The Journal of Business*, 44(1), pp. 38~50, 1971.
 - 50) K. Gibbins, Communication Aspects of Women's Clothes and Their Relation to Fashionability, *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 8, pp. 301~312, 1969.
 - 51) E. L. Landon, JR., Self Concept, Ideal Self Concept, and Consumer Purchase Intentions, *Journal of Consumer Research*, 1(2), pp. 44~51, 1974.
 - 52) 김은애, 이명희, 가치관과 의복이미지 및 의복디자인 선호도에 관한 연구, 복식, 18, pp. 269~281, 1992.
 - 53) 김영인, 선호디자인 감각에 따른 의복구매자 유형과 관련된 생활양식 특성에 관한 연구(II), 한국의류학

회지, 13(4), pp. 412~426, 1989.

동간의 관계, 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원,

54) 이현미, 어머니와 딸의 성역할 정체감과 음양의복행

1987.