

# 인지적 · 평가적 자아개념이 의복행동에 미치는 영향

— 남녀대학생의 쇼핑동기, 의복관심, 의복만족도를 중심으로 —

임 경 복

세명대학교 의상디자인학과

## The Effect of Perceptual and Evaluative Self-Concept on the Clothing Behavior

— Based on College Students' Shopping Motivation, Clothing Interest and Clothing Satisfaction —

Kyung Bock Lim

Dept. of Clothing Fashion Design, Semyung University

(1997. 3. 10 접수)

### Abstract

The purpose of this study was to identify the effects of perceptual self-concept and evaluative self-concept (self-esteem) on the clothing behavior of college students.

The subjects of this study were college students who were attended in Semyung University. For statistical analysis, factor analysis, t-test, Pearson's correlation and two-way ANOVA were used.

The results of this study were as follows:

1. Male students showed higher evaluative self-concept than female students.
2. Shopping motivation was varied according to self-concept especially in male students. And in fashion pursuit factor, sex and self-concept had the main effect and concurrently there was interaction.
3. Clothing interest was varied according to self-concept. About fashion interest, sex had the main effect and sex and self-concept showed the interaction.
4. Clothing satisfaction was changed according to self-concept. Self-concept showed the main effect in fashionable factor and practical factor, and sex and self-concept had interaction in fashionable factor.

### I. 서 론

인간은 대인관계서 자신에 대한 느낌을 가지고 타인을 대하게 되므로 이는 개인행동을 일으키는 전제 조건이 된다. 즉 모든 인간이 하나의 행동을 하기에 앞서 내

가 누구인가 하는 자아 개념이 근거가 된다는 것이다. 특히 이 때 사회생활에서 자기존재에 대한 지각인 사회적 자아개념이 중요하다.

이러한 자아개념은 19세기 말 이후 심리학자의 관심이 되어왔으며, 사고·지각·기억과 같은 심리적 과정이 내포되며 자신이 직접 경험한 것으로 주관적인 세

계를 구성한다. Hall<sup>2)</sup> 등은 자아에 대하여 의식과 무의식의 중간에 위치한 성격의 핵심이며, 성격의 통일성과 평형을 이루게 하는 것으로 보았다. 따라서 자아는 인간행동에 동기를 부여하고 완전성을 추구하는 생의 목표라고 보아서 개인행동에 있어 자아개념의 중요성을 설명하였다.

자아개념은 자신에 대한 태도인 동시에 생활의 장에서 주변환경을 어떻게 느끼는가의 개념으로 구성된다<sup>3)</sup>. 즉 지각적 인지와 평가적 구성요소가 동시에 포함되어 있다. 이에 대해 William James는 자아를 인지하는 자아와 인지되는 자아로 구분하였고 또한 Sullivan은 사회에서 인간상호관계 상황에서 반영된 평가에 의해 인간은 자신에 대한 태도를 발전시켜 간다고 설명하였다. 특히 William James는 이 자아개념의 두 속성은 상호배타적이 아니지만 인간의 행동을 결정짓는 힘이라고 언급한다.

이렇게 인간행동의 원천이 되는 자아개념은 지속적으로 변화가 되는데 그 이유는 사회속에서 지속적으로 상호작용이 일어나면서 타인에게 받아들여지는 반응이 변화하고 이에 따라 스스로의 자아지각도 변화되기 때문이다. 이 때 사회적 자아개념을 변화시키는 도구로 이용될 수 있는 것이 바로 물질적 자아의 일부인 의복이다. 인간은 의복을 자신의 일부로 생각하기 때문이고 결국 어떤 의복을 착용하고 있는지에 따라 사람들은 스스로를 바라보는 방법을 변화시키게 되기 때문이다. 지금까지 자아개념과 의복행동에 대해서는 많은 연구가 이루어져 왔으나 실제로 인지하는 자아와 인지되는 자아의 측면에서 분리시켜 연구한 예는 거의 없었다. 따라서 본 연구에서는 자아개념을 인지적자아와 평가적자아로 구분하여 이들이 각각 청년기의 남녀 의복행동에 어떤 영향을 미치고 어떤 역할을 하게 될지 알아보고자 하였다. 본 연구의 구체적 목적은 다음과 같다.

첫째, 대학생의 인지적 자아, 평가적 자아개념에 대하여 알아본다.

둘째, 대학생의 인지적/평가적 자아개념에 따른 쇼핑동기에 대하여 알아본다. 성별/자아개념에 따른 쇼핑동기 차이에 대하여 알아본다.

셋째, 대학생의 인지적/평가적 자아개념에 따른 유행관심에 대하여 알아본다. 성별/자아개념에 따른 유행관심의 차이에 대하여 알아본다.

네째, 남녀 대학생의 인지적/평가적 자아개념에 따른

의복만족에 대하여 알아본다. 성별/자아개념에 따른 의복만족의 차이에 대하여 알아본다.

## II. 이론적 배경

### 1. 자아개념

자아개념은 인간의 신체적·정신적·사회적 요소로 구성된 결합적 구조를 이루고 있으며 성격 형성에 가장 중요한 부분으로 간주된다<sup>4)</sup>. 즉 자아개념이란 내가 나라고 부를 수 있는 모든 답을 의미하는 것으로 자신을 둘러싼 여러 현상에 대한 개념이 모두 포함된다 할 것이다. 따라서 매우 복잡한 구조를 이루고 있는 것으로 근본적으로 성격과 행위의 중심이 된다는 사실에는 동의하지만 학자들마다 그 구성요소에 대해서는 다른 견해를 보인다.

자아개념을 분류하는 방법중 한가지로 Secord와 Backman<sup>5)</sup>은 타인이 자신을 어떻게 보고 평가하는지에 대한 자신의 지각(인지적 자아)과 사회규범이나 타인이 기대하는 그것과 비교하므로써 생기는 평가적 지각의 상호작용에 의한 두가지로 분류하고 있다. 또한 전병재<sup>6)</sup>는 특히 이러한 자아개념을 인지적 요소와 평가적요소로 구분할 수 있다고 보았으며, Gergen<sup>7)</sup>은 또한 자아를 주체아와 객체아라는 의미로 나누고 있다. 이들의 견해는 모두 자신이 생각하는 자아와 타인에 의해 판단되는 자아로 구분하는 점에서 공통점을 지닌다.

#### 1) 인지적 자아

인간은 누구나 스스로와 특별한 관계를 유지하고 있는데 이를 위해서는 외모지각과 동시에 자아지각이 요구된다. 이 때 자아지각에는 일종의 정보를 선택·생성하고 구성하는 과정을 포함시키게 된다<sup>8)</sup>. 이 과정에서 타인이 우리를 어떻게 대하는지에 대한 행동과 태도를 관찰해서 동기와 태도로 삼게 된다.

결국 인지적 자아는 자신에 대한 타인의 행동과 태도를 관찰하는 과정을 통해 개인이 사회에서 담당하는 역할을 어떻게 지각하는지를 의미한다. 즉 자기를 대상으로 하는 자기인식이며 자기묘사에서 나타난 자기의 지적 구성요소이다<sup>9)</sup>. 즉 자신이 생각하는 나를 의미하는 것이며 평가적 요소를 배제한 것이다. 따라서 이는 자아지각이라 부를 수 있을 것이다. 이 때에 사회생활을 통해 얻게 된 타인이 자신에 대해 알려준 정보를 이용하는 것이 일반적이며 의복이 중요한 역할을 담당한다<sup>11)</sup>.

## 2) 평가적 자아

평가적 자아는 자존심 혹은 자아존중감이라 부르는 것으로 자아개념의 한 영역이다. 평가적 자아는 자아의 가치에 대한 느낌으로 내가 나를 좋아하는 정도를 말하는 것이며 개인의 정신건강에 중요하다고 한다. 또한 나아가서 이 느낌은 개인에게 이상과 열망을 품게 한다고 한다<sup>12)</sup>. 평가적 자아의 경우 사회적 근원에 의존하는 정도가 상당히 때문에 사회의 관념이 곧 자아개념과 연결된다. 특히 평가적 자아의 경우 한정적이고 일관성이 있어서 양적 측정이 가능한 것으로 알려져 왔고<sup>13)</sup> 따라서 많은 연구대상이 되어오기도 했다. 특히 Creekmore는 평가적 자아와 의복의 관계를 규명했는데, 평가적 자아가 낮은 사람은 의복을 이용해서 자신을 적응시키는 용도로 이용하고 반대로 높은 사람은 의복을 자신에 대한 느낌을 시각화 시키기 위해 표현하는 기능에 사용한다고 설명하였다<sup>14)</sup>.

## 2. 의복행동

### 1) 쇼핑동기

소비자의 쇼핑동기는 반드시 어떤 제품을 구매하겠다는 의도에서가 아니라 다양한 심리적 요구에 의해 유발되는 것이어서 쇼핑동기의 분석은 구매하는 상품으로부터 얻는 효용분석으로는 불충분하다. 따라서 쇼핑동기의 분석에 있어서는 쇼핑활동 자체가 요구하는 만족에 대한 분석도 요구된다<sup>15)</sup>고 할 것이다. 이에 대해 Westbrook, Black<sup>16)</sup> 등은 일반적인 행동, 견해, 흥미를 통한 쇼핑성향 분석은 불충분하므로 개인의 느낌·욕망·만족등을 고려해서 고객의 유형을 분류할 필요가 있다고 하였다. 이에 따라 윤중식<sup>17)</sup>은 구매와 고객의 개념을 구별하여 여러 점포를 방문하여 쇼핑하는 자를 구매객이라 하고 이들의 쇼핑동기를 경제적 쇼핑동기와 여가선용적 쇼핑동기로 구분하기도 하였다.

결국 쇼핑 동기에는 외적 조건도 중요하지만 개인이 가지고 있는 심리적 측면이 중요하게 작용한다는 의미에서 받아들여야 할 것이다. 특히 의류제품 쇼핑동기의 경우 개인의 자아개념에 관련되는 것이며 동시에 제품 쇼핑 중에도 사회적 상호작용을 통해 계속적으로 자아개념을 확인·수정해가는 과정이 발생될 것임을 짐작하게 한다.

### 2) 의복관심

의복관심은 의복의 선택이나 착용, 손질 또는 이와

관련된 활동에 시간이나 금전, 에너지등을 많이 기울이는 행위를 의미한다<sup>18)</sup>. 일반적으로 의복은 인간에게 가장 가까운 환경이며 제2의 피부라고도 불리워진다. 이러한 의미에서 의복은 물리적으로 신체에 접촉할 뿐 아니라 심리적으로 자아에 상당히 접근하게 된다<sup>19)</sup>. 그 이유는 의복은 스스로를 인식하는 방법에 영향을 미치고 사회적 반응을 통해 자신에게 오는 평가적 자아에도 영향을 미칠 것이기 때문이다. 따라서 자아개념에 따라 의복이 가지는 의미는 변화가 될 것이다. 실제로 이러한 의복관심에 대한 연구결과 성별로 보아 남성이 여성보다 의복과 자아개념 사이에 보다 큰 관련성을 두는데 비해 여성의 경우에는 의복관심은 신체적 자아와 보다 밀접하게 관련된다고 한다<sup>20)</sup>.

### 3) 의복만족

만족이란 소비자가 제품을 사용시 제품 성과가 구매 의사 결정과정에서 제품에 대해 가졌던 신념·기대·동기등과 일치되거나 상회하는 정도를 평가하는 것을 의미한다. 의복에서도 만족한다는 것은 비교의 관점이지만 그 반응은 감정적이다. 따라서 만족은 어떤 기준이 정해진 것이 아니라 매우 주관적으로 생각하게 되는 감정이다. 이경순<sup>21)</sup>의 연구에서 성인남성의 총 자아 긍정과 의복만족도는 정적인 상관관을 보였다는 사실과 임춘봉<sup>22)</sup>의 남자대학생의 자아개념과 의복 만족도의 정적 상관 역시 이와 같은 의미에서 해석될 것이다. 또한 역으로 청년기 의복에 대한 만족이나 불만의 정도는 기분이나 행동에 영향을 미치게 되므로 청소년의 자신감은 외모에 대해 스스로 내리는 평가에 의해 영향을 받는다<sup>23)</sup>. 이러한 사실은 자신감이 있는 사람은 자신의 모든 행동결과에 대해 긍정적으로 바라보기 때문일 것이며 이 때 자아개념이 중요하게 작용한다 할 것이다.

## III. 연구방법

### 1. 측정도구

본 조사를 위한 설문지는 자아개념을 측정하기 위한 부분, 쇼핑동기에 대한 부분, 의복관심도 측정부분, 의복만족도 측정부분과 개인적 사항에 대한 질문의 네 영역으로 구성되었다.

#### 1) 자아개념

본 연구에서 측정하려는 자아개념은 인지적 자아개념과 평가적 자아개념으로 구분된다. 인지적 자아개념에

대해서는 최정훈의 지각향성 검사 도구<sup>24)</sup>를 사용하였다. 최정훈의 검사는 원래 자신에 대한 지각과 타인에 대한 지각의 두 부분으로 구성되는 데 이 중 자신에 대한 지각을 평가하는 20문항을 사용하였다. 이 문항들은 우호적-고립적, 요구-배척, 가치있음-가치없음, 유능-무능의 네 부분으로 다시 구분되며 각 부분에 대해 다섯문항씩 20개로 구성된다.

평가적 자아개념에 대하여는 Rosenberg<sup>25)</sup>의 Self-esteem 측정도구를 사용하였다. 이 도구는 자아에 대한 존중 정도의 자아승인 양상을 측정하기 위한 10문항으로 구성되어 있다. 이렇게 자아개념에 대해서는 크게 두개의 개념으로 구분하였고 전체 30문항이 자아개념 측정에 이용되었다.

2) 쇼핑동기

쇼핑동기에 대해서는 Westbrook & Black, Dawson, 윤중식, 박수경<sup>26)</sup>의 선행연구를 토대로 문항을 작성하였다. 이들의 문항을 기초로하여 의복 쇼핑동기에 관련된 것을 추출하여 예비조사를 거쳐 15문항을 선정하였다.

3) 의복관심

의복관심은 의복관여의 일부분으로 간주할 수 있으며

로 의복관여를 연구한 선행연구<sup>27,28)</sup>를 토대로 하여 연구자가 작성하였다. 모두 10개의 문항을 선정하였으며 이 문항의 신뢰도는 예비조사에서 분석한 결과 .85로 나타나 만족할 만한 것이었다.

4) 의복만족

의복이 가지고 있는 여러 종류의 속성 중 선행연구<sup>29-31)</sup>에서 사용된 문항을 기초로 하여 연구자가 20개의 문항을 선택하여 사용하였다. 여기에서 의복만족은 최근 구입한 의복에 대해 만족하는 정도를 응답하도록 하였으며 선택된 문항에 대해서는 사전 예비조사를 통하여 문항을 확정하였다.

2. 자료수집 및 자료 분석

본 연구는 세명대학교에 재학중인 남녀 학생을 대상으로 하였다. 설문지는 전부 500부를 배부하여 464부를 회수하였으며 이 중 불성실한 응답을 한 10부를 제외하고 모두 454부를 분석에 이용하였다. 본 조사는 1996년 10월 14일부터 19일까지 일주일 간에 걸쳐 배부·회수되었다.

자료의 분석에는 요인분석, 상관분석, 이원분산분석, t-test등이 사용되었다.

<표 1> 쇼핑동기에 대한 요인분석

요인	문항	요인부하량	고유치	설명력
유행 추구 요인	여러가지 흥미있는 상품진열을 구경하기 위하여 쇼핑하곤 한다.	.8405	8.08	70.67%
	새로운 의복을 구경하기 위하여 여기저기 돌아다니는 편이다.	.7909		
	친구들과 어울려서 쇼핑하는 일이 많다.	.7112		
	쇼핑하면서 다른 점포내의 진열을 구경하는 것이 즐겁다.	.6741		
	독특한 디자인의 옷이 있는지 찾아보곤 한다.	.5166		
	새로운 유행이나 신제품을 다른 사람보다 먼저 사곤 한다.	.4699		
경제 추구 요인	반드시 필요한 의복을 사기 위해서만 점포를 방문한다.	.3170	1.88	16.42%
	예산범위 내에서 가장 적당한 상품을 고르기 위해 여러 점포를 다닌다.	.4875		
	적당한 가격의 의복을 찾아보기 위해 쇼핑한다.	.4678		
	의복을 살 때 주로 바겐세일 등 실질적으로 값싸게 살 수 있는 곳을 찾아다닌다.	.3975		
	조금 흥미 있는 상품을 살 때에는 값을 깎는 편이다.	.3437		
	의복의 가격에 대해 자주 흥정하는 편이다.	.3230		
짧은 시간내에 원하는 상품을 찾기 위해 쇼핑하곤 한다.	.3063			
사교성 요인	판매원이나 다른 손님과 이야기를 나누는 것은 즐거운 일이다.	.6049	1.48	12.91%
	나에게 관심을 보이는 판매원들이 있는 점포에서 쇼핑하는 것이 좋다.	.4323		

IV. 결과 및 논의

1. 인지적 자아개념과 평가적 자아개념

대학생의 총 자아개념의 평균은 남학생이 3.68, 여학생이 3.61인 것으로 나타나 비교적 긍정적이었다.

다음에는 성별로 인지적자아개념과 평가적 자아개념에 차이가 있는지 알아보기 위하여 t-test를 실시한 결과 인지적 자아개념에서는 성별 차이가 나타나지 않았으나 평가적 자아개념에서는 성별 유의한 차이가 나타났다. ( $p < .01$ ) 이 때 남학생의 평가적 자아개념은 평균이 3.68, 여학생은 3.55인 것으로 나타나 남학생의 평가적 자아가 보다 높은 것으로 파악되었다. 이러한 남녀간의 차이는 지금까지 이루어진 연구<sup>32-34)</sup> 결과와 일치한다. 위의 선행연구들은 모두 남성의 자아존중감이 보다 높다고 설명하였으며 이는 가부장적인 우리나라의 관습때문이라고 해석하고 있었다.

2. 자아개념에 따른 쇼핑동기

쇼핑동기에 대한 응답을 기초로 하여 요인분석을 실시하였다. 15문항의 쇼핑동기는 <표 1>과 같이 세개로 구분되었다.

<표 1>의 각 쇼핑동기 요인들에 대해 총 자아개념, 인지적 자아개념, 평가적 자아개념 각각과의 상관관계를 알아보았다.

<표 2> 쇼핑동기와 자아개념간의 상관관계

쇼핑동기 자아개념	유행추구 요인	경제추구 요인	사교성 요인
총 자아개념	.18933***	.18475***	.13185**
인지적 자아	.22228***	.18793***	.14413**
평가적 자아	.10559*	.15177**	.09092

\*\*\* $p < 0.001$      $p < .01$      $p < .05$

<표 2>에 나타난 바와 같이 총 자아개념, 인지적 자아와 평가적 자아는 대부분의 쇼핑동기와 정적 상관관계를 가지고 있다. 단 평가적 자아개념과 쇼핑동기 중 사교성 요인은 상관이 없었다. 즉 자신을 긍정적으로 생각하는 사람이 일반적으로 모든 사회적 상호작용에 참여도가 높아지는 것으로 해석할 수 있다.

다음에는 남녀를 구분하여 쇼핑동기와 자아개념간의 상관관계를 알아보았다(<표 3>).

제시된 바와 같이 남학생의 경우 인지적·평가적 자아개념과 쇼핑동기간에 높은 상관이 있는 것으로 나타나고 있다. 그러나 여학생의 경우에는 총 자아개념과 인지적 자아개념의 경우 각각 유행추구하려는 쇼핑동기와 정적 상관이 있을 뿐 나머지 쇼핑동기는 자아개념과 무관한 것으로 보여지고 있다. 이는 여학생은 남학생에 비해 자아개념의 정도와는 상관없이 모두 의류 쇼핑에 대한 관심이 많아 참여도가 높아지므로 나타나는 결과가 아닌가 생각된다. 특히 여학생의 평가적 자아가 유행추구 요인과 무관한 것은 자존심이 강한 경우 타인에 대해 동조를 하면서 유행을 추구하기보다 자기만의 세계를 중요시 생각한 결과가 아닌가 한다.

다음에는 성별과 자아개념의 정도가 과연 쇼핑동기에 어떤 차이를 일으킬 것인지 이원분산분석을 실시하였다. 이 때 자아개념의 집단은 연구대상자의 자아개념 평균점수인 3.649를 기준으로 하여 이분하였다.

<표 4>에 제시된 바와 같이 쇼핑동기에서 성별로 여학생이 유행추구 요인에 대해 상당히 높은 반응을 보여주고 있으며 자아개념에 따라 구분하였을 때에는 유행추구요인만이 자아개념이 낮은 집단에서 오히려 중요하게 생각하는 요인이었다.

다음으로 쇼핑동기 중 유행추구 요인에 있어서는 성과 자아개념이 모두 주효과를 가지고 있었으며 성과 자아개념간의 상호작용 효과도 있는 것으로 나타났다. 즉 남학생의 경우에는 자아개념이 긍정적인 집단이 유행추

<표 3> 남·여학생의 쇼핑동기와 자아개념의 상관관계

쇼핑동기 자아개념	유행추구 요인		경제추구 요인		사교성 요인	
	남	여	남	여	남	여
총 자아개념	.28403***	.17654*	.23967***	.07944	.15858**	.06337
인지적 자아	.29269***	.22250**	.24840***	.80208	.16981**	.08861
평가적 자아	.23804***	.06491	.19506**	.05898	.11869	.00886

<표 4> 쇼핑동기에 대한 성/자아개념의 이원분산분석

구분		각 요인의 성·자아개념별 평균값			
		쇼핑동기	유행추구 요인	경제추구 요인	사교성 요인
성	남	2.88	3.22	2.84	3.03
	여	3.55	3.13	2.64	3.23
자아개념	높은집단	3.17	3.22	2.80	3.14
	낮은집단	3.23	3.14	2.68	3.11

  

분산분석결과						
변량원		변인	유행추구 요인	경제추구 요인	사교성 요인	쇼핑동기 전체
성의 주효과			102.08***	3.63	5.31*	21.56***
자아개념 주효과			4.68*	1.48	0.50	4.11*
성×자아개념			19.30***	0.35	0.16	6.39*

\*\*\*p<0.01    \*\*p<0.01    \*p<.05

구 동기가 높은 것으로 나타나지만(평균 3.04/2.60), 여학생은 자아개념이 낮은 집단이 오히려 유행추구 동기가 강하게 나타난다. (평균 3.61/3.43). 이러한 결과를 볼 때 지금까지 일반적으로 남성은 의복을 통해 등조하는 경향이 강하고 여성은 개성표현의 경향이 강하다는 점과 연결시킨다면 남학생은 자신감이 강하면 유행이나 외모 표현에 관심을 많이 가지게 되고, 반대로 여학생은 자신감이 없을 때 이를 보완할 수 있는 도구로 의복유행을 추구한다고 해석할 수 있을 것이다. 또한 쇼핑동기전체에 있어서도 마찬가지로의 결과로 남학생은 자아개념이 긍정적일 때 더 높은 반응을 보이지만(평균 3.11/2.90), 여학생은 반대로 불만족한 집단이 더 높은 응답을 했다(평균 3.24/3.22).

3. 자아개념에 따른 의복관심

다음에는 자아개념에 따른 의복관심도를 알아보고자 하였는데 먼저 총 자아개념과의 상관관계를 알아본 결과 상관계수는 0.21287이었으며 p<.001의 수준에서 정적 상관을 보여주었다. 다시 인지적 자아와 평가적 자아와의 상관계수는 각각 0.21948과 0.17119였으며 모두 p<.001수준에서 정적 상관이 있었다.

남녀를 구분하여 알아본 결과 남학생의 경우 총 자아개념에서는 0.27582(p<.001)이었고, 인지적 자아와 평가적 자아에서는 각각 0.27461과 0.24771이어서 모두 같은 수준에서 유의하였다. 다음으로 여학생은 총

자아개념과의 상관은 0.14539(p<.05)이었고, 인지적 자아개념과 평가적 자아개념 각각에 대해서는 0.15031과 0.10784의 상관계수가 나타나 인지적 자아와는 p<.05수준에서 유의하였으나 평가적 자아개념은 의복관심도와 무관하였다.

이러한 결과는 여학생의 평가적 자아를 제외한 남녀의 인지적·평가적 자아개념이 모두 의복관심과 정적

<표 5> 의복관심에 대한 성/자아개념의 이원분산분석 결과

의복관심의 성·자아개념수준별 평균값		
구분	변인	의복 관심도
성	남	3.15
	여	3.34
자아개념	높은 집단	3.34
	낮은 집단	

  

분산분석결과		
의복관심의 성·자아개념수준별 평균값		
변인	변량원	의복 관심도
성	주효과	11.26***
	자아개념	주효과
성×자아개념	상호작용효과	11.41***

\*\*\*p<0.001

상관을 보이는 것을 언급하는 것으로 자아에 대해 긍정적일수록 관심도가 높아진다는 의미이다. 그러나 여학생의 평가적 자아개념이 의복관심도와 무관한 것으로 나타난 사실은 여학생의 경우 의복을 타인과 연관지어 생각하기보다 주관적 자아와 연결시키고 있음을 짐작하게 한다.

다음에는 성과 자아개념에 따라 이원분산분석을 실시하였다.

<표 5>에 제시된 바와 같이 의복관심도에 대해서는 성에 따른 주효과가 있는 것으로 나타났으며 성과 자아개념간의 상호작용 효과도 나타났다. 즉 남학생에 비해 여학생의 의복관심도가 월등히 높은 것으로 나타나며 동시에 남학생은 자아개념이 긍정적인 학생의 관심도가 높지만(평균 3.24/2.98), 여학생은 불만족하는 경우 의복관심도가 높은것으로 나타나고 있다. (평균 3.38/3.24) 이는 여학생의 경우 자아개념이 부정적이면 의복을 이용해서 사회에 적응하는 도구로 이용하게 된다는 Creekmore의 결과와 연관될 것이다.

<표 6> 의복만족도의 요인분석 결과

요인	문항	요인 부하량	고유치	설명력
유행성 요인	상표	.67175	9.9231	67.60%
	디자인 및 스타일	.63201		
	다른 사람의 반응	.58288		
	개성 표현	.59910		
	자신에게 어울림	.55301		
	상표	.54912		
	유행감각	.53232		
	품위	.53118		
	소재의 질감	.53099		
	다른 옷과의 조화	.52875		
실용성 요인	소재의 내구성 및 흡수성	.38508	2.6672	18.17%
	편안함·활동성	.30348		
	몸에 맞는 정도	.30339		
경제성 요인	애프터 서비스	.38960	2.0889	14.23%
	세탁과 관리의 편리성	.39497		
	가격	.30287		

4. 자아개념에 따른 의복만족도

우선 의복만족도에 대한 요인분석을 실시하였다. 그 결과 세계의 만족도 요인으로 분류되었는데 첫번째는 착용시 남에게 시각적으로 보여줄 수 있는 효과가 큰 유행관련 항목들이었고, 두번째는 입었을때 편안함을 느끼게 하는 요인, 세번째는 실제 금전적 문제와 관련되는 항목이었다.

이상 세계의 요인을 구분한 후 이에 대하여 자아개념과의 상관관계를 알아보았다.

<표 7> 의복만족도와 자아개념간의 상관관계

의복만족도 자아개념	유행성 요인	실용성 요인	경제성 요인
총 자아개념	.30342***	.26237***	.15526**
인지적 자아	.29533***	.25030***	.13874**
평가적 자아	.27280***	.24469***	.16055*

\*\*\*p<0.001    p<.01    p<.05

이상과 같이 의복만족도 요인에 대해 모든 자아개념이 정적 상관을 보여주어서 자아긍정적인 사람이 의복사용 후 만족하는 것임을 보여준다. 다음에는 남녀를 구분하여 알아보았다.

<표 8>에 제시된 바와 같이 남학생의 경우 의복만족도 요인 중 관리의 편리성이나 편안함 혹은 가격과 같은 경제성 요인에 대해서는 인지적 자아개념과 무관하게 나타나지만 나머지 모든 요인에 대해서는 정적 상관을 보이고 있다. 이에 비해 여학생은 모든 종류의 의복만족도 요인에 대해 자아개념과 정적 상관을 보이고 있다.

다음에는 성과 자아개념에 따른 이원분산분석을 실시하였다.

<표 9>에서 보는 바와 같이 의복만족도 요인 중 유행성 요인과 실용성 요인에서는 자아개념이 주효과를 미치는 것으로 나타나고 있으며 자아개념이 높은 집단이 보다 의복만족도가 높음을 보여주고 있어서 기존의 연구결과<sup>85,86)</sup>를 지지한다. 이러한 사실은 자신의 결정에 의한 의복구매에 대한 만족감이 자신의 판단에 대한 호의적 감정을 가지게 하는 것으로 볼 수 있다. 또한 유행성 요인의 경우에 있어서는 성과 자아개념의 상호작용 효과가 나타나고 있는데 자아개념이 긍정적 집단에서는

<표 8> 남·여학생의 의복만족도와 자아개념의 상관관계

자아개념	유형성 요인		실용성 요인		경제성 요인	
	남	여	남	여	남	여
총 자아개념	.35250***	.24485***	.25219***	.28145***	.13246	.19414**
인지적 자아	.33046***	.25080***	.23710***	.27532***	.11700	.17533*
평가적 자아	.34355***	.18583*	.24842***	.23500**	.14299*	.18616*

<표 9> 의복만족도에 대한 성/자아개념의 이원분산분석

각 요인의 성·자아개념별 평균값						
구분		의복만족도	유형성 요인	실용성 요인	경제성 요인	의복만족도 전체
성	남		3.69	3.50	3.45	3.68
	여		3.72	3.45	3.42	3.66
자아개념	높은집단		3.78	3.56	3.48	3.73
	낮은집단		3.64	3.40	3.40	3.61

  

분산분석결과						
변량원		변인	유형성 요인	실용성 요인	경제성 요인	의복만족도 전체
성의 주효과			0.48	0.88	0.13	0.45
자아개념 주효과			13.01***	8.81**	1.70	9.39**
성×자아개념			6.43*	2.92	1.48	6.61*

\*\*\*p<0.01    \*\*p<0.01    \*p<.05

유형성에 대한 만족도가 남자가 더 높지만(평균 3.79/3.52), 자아개념이 긍정적이지 못한 집단에서는 여자의 유형성에 대한 만족도가 더 높은 것으로 나타난다.(평균 3.71/3.52) 이는 또한 쇼핑동기 중 유행추구동기에서 나타난 것과 동일하였다. 이는 의복만족도 전체에 대해서도 마찬가지로 자아개념이 긍정적인 집단에서는 남자가 높았고(평균 3.76/3.67), 자아개념이 낮은 집단에서는 여자가 높았다(평균 3.65/3.55).

V. 결론 및 제언

본 연구는 남녀대학생의 인지적·평가적 자아개념과 쇼핑동기, 의복관심도, 의복만족도를 알아보므로써 사회적 자아개념이 개인의 의복행동에 미치는 영향을 확인하여 보고자 하였다. 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 대학생의 자아개념은 비교적 긍정적이었으며

평가적 자아개념에 있어서는 남학생이 여학생에 비해 유의하게 높은 것으로 나타났다.

둘째, 총 자아개념은 모든 쇼핑동기와 정적 상관에 있는 것으로 나타났으며 인지적자아도 동일한 결과였다. 그러나 평가적 자아에 있어서는 쇼핑동기중 사교성 요인과는 상관이 없었다. 남녀를 구분하여 자아개념과 쇼핑동기의 상관을 확인한 결과 남학생의 경우는 평가적 자아에 있어 사교성 요인을 제외한 모든 요인과 정적 상관을 보였으나 여학생의 경우는 인지적 자아개념만이 유행추구 요인과 정적 상관을 보여주었다. 성/자아개념에 따른 이원분산분석결과 쇼핑동기중 유행추구 요인에서는 성과 자아개념이 주효과를 보이고 이들의 상호작용효과가 나타났으며, 사교성 동기에서는 성의 주효과만이 나타났다. 유행추구 동기에 있어서 남학생은 자아개념이 긍정적인 집단이 높게 반응을 하지만 여학생은 자아개념이 부정적인 경우 보다 높게 반응했다.

셋째, 의복관심은 모든 종류의 자아개념과 정적 상관



을 보였다. 남학생의 경우 동일한 결과를 보여주었으나 여학생의 경우에는 인지적 자아와의 상관만이 나타났다. 성/자아개념에 따른 이원분산분석 결과 성에 따른 주효과가 나타나고 있으며 성과 자아개념의 상호작용 효과도 나타났는데 그 결과는 앞에서의 유행추구를 위한 쇼핑동기와 동일한 것이었다.

네제, 의복만족도에 있어서는 모든 종류의 자아개념과 정적 상관을 보여주었다. 남학생의 경우 인지적 자아개념에서 경제성요인만이 무관한 것으로 나타난 반면 여학생의 경우에는 모든 종류의 자아개념에서 정적 상관을 보여주었다. 성/자아개념에 따른 이원분산분석 결과 유행성 요인과 실용성 요인에서 자아개념의 주효과가 나타나고 있으며 유행성 요인에 대한 만족도에서는 성과 자아개념의 상호작용 효과도 나타났다. 즉 자아개념이 긍정적인 경우 유행성에 대한 만족도는 남성이 더 높지만, 부정적 집단에서는 여자의 유행성에 대한 만족도가 더 높았다.

이상의 결과를 볼 때 개인이 가지고 있는 자아개념은 쇼핑동기와 유행관심, 의복만족도에 모두 정적인 상관성을 가지고 있는데 그 중 특히 의복만족도에 가장 큰 효과를 미치고 있다는 사실이 확인되었다. 또한 인지적 자아와 평가적 자아로 구분하여 살펴보았을 때 여학생들은 자신에 대한 감정상태라 부를 수 있는 평가적 자아가 쇼핑동기와 의복관심도에는 무관하지만 의복만족도에는 연관이 있는 것으로 나타나고 있다. 이는 평가적 자아가 의복행동시의 과정보다 결과에 영향을 미치고 있는 것으로 유추케 한다. 반면 남학생은 인지적, 평가적 자아가 모두 의복행동과 밀접한 상관성을 가지고 있는 것으로 나타나 남성의 의복행동이 자아개념과 보다 밀접하게 연관되어 전개됨을 보여주었다. 앞으로의 후속연구에서는 인지적 자아와 평가적 자아가 의복행동에 미치는 영향을 보다 체계적으로 밝혀낼 수 있는 방안이 마련되기를 기대한다. 특히 여학생의 경우 모든 종류의 유행관련 요소와 자아개념간에 상관성이 없는 것으로 나타나는 사실에 대해 보다 심층적 연구가 진행되기를 기대하는 바이다. 또한 본 연구는 세명대학교에 재학중인 학생들만을 대상으로 하여 이루어졌으므로 연구결과를 전체 대학생에게 확대하여 해석할 수 없다는 한계점을 가지고 있다.

## 참 고 문 헌

- 1) 이인자. 복식사회심리학, p. 230, 서울:수학사, 1992.
- 2) Hall, C.S. and Lindzen, G. Theories of Personality, 3rd. ed., p. 124, NY: John Wiley & Sons, 1978.
- 3) 신 철. 정상아와 비만아의 성격특성 및 자아개념에 관한 연구, 연세대 교육대학원석사학위 논문, 1991.
- 4) James, W., The Principles of Psychology, New York: Holt, Rinehart & Winston, 1890.
- 5) 이인자. 앞 책, p. 219.
- 6) Secord, D. E. & Backman, C. W., Social Psychology, New York: McGraw Hill Co, p. 524, 1974.
- 7) 전병재. 자아개념 이론에 관한 고찰, p. 120, 인문과학, 연세대 인문 연구소, 29권, 1972.
- 8) Gergen, K.J., The concept of self. New York: Holt, Rinehart, and Winston, 1971.
- 9) Wegner, D.M and Vallacher, R.R., Implicit Psychology: An Introduction to Social Cognition, NY: Oxford Univ. Press, 1977.
- 10) Weiten, W., Psychology applied to modern life(2nd ed.), Mantery, California Brooks/Cole Publishing Co., 1986.
- 11) Kaiser, Susan B. The Social Psychology of Clothing, 1st. ed., p. 94, NY: Macmillan Publishing Company, 1985.
- 12) Weiten, W., Ibid.
- 13) Zimbardo, P.G., Psychology and life(11th ed), Scott: Foresman and Co., 1985.
- 14) Creekmore, A.M., Clothing related to body satisfaction and perceived peer self, Research Report 239, Michigan: Technical Bulletin, Michigan State University, Agricultural Experiment Station, 1974.
- 15) Tauber, E.M.. Why do people shop?, *J. of Merchandising*, 36(46), 1972.
- 16) Westbrook, R. and Black, W., A Motivation-Based Shopper Typology, *J. of Retailing*, 61(1), pp.98-103, 1985.
- 17) 윤중식, 구매객 유행화와 소매전략 수립에 관한 연구-쇼핑동기를 중심으로, 서울대 석사학위 논문, 1988.
- 18) Rosencranz, M.L., Clothing Concept. New York: Macmillan Co., pp. 92-93, 1972.
- 19) Sontag, M.S. and Schlater, J.D., Proximity of Clothing to Self: Evolution of a Concept, *Clothing and Textiles Research Journal*, (1), pp. 1-8, 1982.

- 20) Ibid.
- 21) 이경손, 성인 남자의 자아개념과 의복행위와의 상관 연구, 한국 의류학회지, 6(1), pp. 1-8, 1982.
- 22) 임춘봉, 대학생의 자아개념과 의상행위와의 상관관계 연구, 연세대 대학원 석사학위 논문, 1974.
- 23) Ryan, M.S. Clothing: A study in human behavior, New York: Holt Rinehart and Winston, Inc., 1966.
- 24) Rosenberg, M. Society and the Adolescent self image, Princeton Univ. Press, 1965.
- 25) 박수경, 의류쇼핑동기에 따른 선호점포 분위기에 관한 연구-서울시내 20대 여성소비자를 중심으로, 이화여대 대학원 석사학위 논문, 1994.
- 26) 류은정, 의복관여도에 따른 의복구매 행동에 관한 연구-서울시내 여대생을 중심으로, 이화여대 대학원 석사학위 논문, 1991.
- 27) 김선희, 소비자 관여에 따른 패션광고의 태도 효과에 관한 연구 -광고의 표현형식을 중심으로, 이화여대 대학원 석사학위 논문, 1994.
- 28) 임숙자, 여대생의 의복행동에 관한 연구-의복행동 변인과 사회심리적 변인을 중심으로, 이화여대 박사학위 논문, 1992.
- 29) 류은정, 앞 글, 1991.
- 30) 백민숙, 청년층의 의복구매 행동에 관한 연구, 이화여대 석사학위 논문, 1986.
- 31) 김순구, 박이순, 자아존중과 의복행동간의 상관 연구, 한국의류학회지, 14(4), pp. 305-313, 1990.
- 32) 김영준, 고교생의 자아개념에 관한 연구-도시와 지방을 비교, 연세대 석사학위논문, 1977.
- 33) 김순구, 자아존중감이 의복행동에 미치는 영향-고교생 남녀비교를 중심으로, 부산대 석사학위 논문, 1985.
- 34) 이경손, 성인남자의 자아개념과 의복행위와의 상관 연구-의복만족도·과시성·유행을 중심으로, 한국 의류학회지, 6(1), pp. 1-8, 1982.
- 35) 김소연, 조필교, 성인여성의 의복선택행동과 관련변인 연구-자아개념을 중심으로, 한국의류학회지, 12(2), pp. 159-167, 1988.