

고교생의 가치성향과 의복 행동 및 의복구매동기에 관한 연구

-개인주의/집단주의를 중심으로-

백 선 영 · 이 선 재 *

숙명여자대학교 의류학과 박사과정 · 숙명여자대학교 의류학과 교수 *

A Study on Orientations, Clothing Behaviors, and Clothing Purchasing Motives of High School Students

- Focus on Individualism/Collectivism -

Sun-Young Paik · Sun-Jae Lee*

Dept. of Clothing and Textiles,
Graduate School Sookmyung Women's University*

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate relationship between individualism, collectivism, clothing behaviors and clothing purchasing motives, among high school students, and the difference of individualism, collectivism, clothing behaviors and clothing purchasing motives according to demographic variables. And we also took a close look at how they turned out in their actual clothes-buying.

The questionnaire survey was used toward 555 high school students in seoul region during October, 1998.

SAS package program were used to analyze the gathered data. Frequency, Percentage, Factor Analysis, Duncan test, Correlation Analysis and so on.

The conclusion based on the results are as follows : 1. The analysis of correlations among individualism, collectivism, clothing behaviors and motivations showed that there are significant correlations among them. 2. There are significant differences in individualism, collectivism, clothing behaviors and clothing purchasing motives according to demographic variables. 3. There also are significant differences in what motivates them to buy clothes and what they actually purchased(=their motives to buy clothes and their actual purchasing).

Key Word : individualism(개인주의), collectivism(집단주의), clothing behaviors(의복 행동)
clothing purchasing motives(의복 구매 동기)

I. 서 론

의복은 개인의 취향과 심리적, 사회적 표현의 상징물이라 할 수 있으며 의복을 착용하는 개인은 사회 안에서 타인과 사회적 환경에 대해 여러 관계를 유지하여 각기 다른 양상으로 의복행동을 한다.

따라서 개인들이 모여 이룬 문화는 매우 복잡한 구조를 지니게 되고 이를 사회심리학적 측면으로 접근할 때에는 우선적으로 문화적 변인의 차원을 이해하는 작업이 이루어져야 한다.

이와 같은 문화적 차원에 관한 규정 중 하나가 개인주의와 집단주의이며 개인주의와 집단주의는 가치, 사회적 구조, 도덕, 종교, 경제발전, 문화양식 등의 개념들과 밀접한 관계를 맺으며 연구되어 왔다.
(황지성, 1992)

지금까지 의복에 관한 사회심리학의 연구 방향은 개인의 가치관이나 자아개념 등을 포함한 심리적 차원에 치중하는 경향이었으나 현대의 복잡한 사회생활은 새로운 문화의 양식을 넓게 되고 인간을 보다 더 다양한 사회와 문화에 적응시킴으로써 의복의 상징적 역할을 강화시키고 있다.

이 문제를 해결하기 위해서 다양한 사회와 문화라는 개념을 구조적으로 분석하는 필요성이 요구되었다. 또한 현대를 살아가는 인간은 문화와 떨어져 살 수 없고 문화를 올바르게 이해하는 것 없이 인간의 가치체계를 설명하기란 불가능한 일이기 때문이다.

개인주의와 집단주의는 문화라는 모호한 개념을 분석하는 구조를 제공해 왔고 문화와 심리적인 현상을 연결해 주었으며 비교방법론을 채택함으로써 구분이 되어지던 비교문화심리학이라는 분야에 이론적인 골격을 제공함으로써 이 분야에 활기를 불어넣어 주었다.

개인주의-집단주의의 개념을 논할 때 학자들은 두 체계에는 태도, 자아개념, 행동 등의 광범위한 일련의 요소들이 포함되어 있는 것으로 설명해 왔다. 따라서 개인주의-집단주의가 갖는 중요한 기능은

집단 안에서 집단 이념의 역할을 하고, 개인에게는 개인행동의 안내 역할을 하는데 있다고 본다. 각각의 구성원은 그들만의 문화를 갖기를 원하며 그 문화를 유지하려고 노력한다. 특히 의복에 가장 관심이 많고 그들만의 특정한 문화를 소유한 청소년은 다양한 문화와 접하면서도 그들만의 정체성을 확립하지 못하고 있다. 한국일보(1994.9.22) 조사에 따르면 신세대는 자기 주장이 뚜렷하고 이기주의, 개인주의 성향을 지니며 개성이 강하고 자유 분방한 특성을 보인다고 하였으며, 개방적, 적극적이며 남을 의식하지 않고 감각적인 성향을 지니는 사람으로 정의하였다. 이상과 같이 청소년의 문화 다양성을 명료하고 일관성 있게 정의할 수 있는 필요성이 요구되었다. 이에 따라 청소년을 대상으로 문화라는 개념을 분석하기 위해 개인주의와 집단주의 이론을 도입하게 되었다.

고등학생의 가치성향에 따른 의복 행동과 의복 구매 동기를 살펴보는 것을 1차 목적으로 하는 본 연구에서는 의식구조가 가치관보다 더 포괄적인 개념이므로 가치관뿐만 아니라 현실인식, 일상 생활에서의 행동성향까지를 포함시켜야 한다는 견해들이 있어 왔다. 이러한 가치성향은 행동의 방향을 제시 또는 결정해주는 사고의 틀인 관념적인 측면과 실제 일상생활에서의 행동성향까지를 포함하는 포괄적인 의미로 사용된다. 따라서 본 연구는 가치성향인 개인주의와 집단주의를 의류학 분야에 도입하여 선행 연구에서 나타난 의복 행동과 행동 성향인 실제 구매 태도와 연결된 의복 구매 동기를 살펴봄으로써 고교생들의 가치 의식과 의복행동 및 구매 동기를 파악하고자 함이다.

II. 이론적 배경

1. 청소년들의 가치성향

청소년들의 가치성향을 개인주의/집단주의 중심

으로 살펴보면 다음과 같다.

개인주의-집단주의 개념은 사회과학 분야에서 많이 논의되어 왔으며, 가치, 사회적 구조, 도덕, 종교, 경제발전, 문화양식 등의 개념들과 밀접한 관련을 맺으며 연구되어져 왔다. 또한 심리적인 현상들을 문화적인 차원과 관련 지우며 비교문화심리학의 난제였던 문화 개념에 대한 조작적 정의를 통해 이 분야에 이론적 틀을 제공하였다.(Rohner, 1984) 개인주의와 집단주의는 문화의 다양성을 명료하고 일관성 있게 하였으며, 종합적이고, 경험적인 연구를 가능하게 하는 차원으로 판명되었다.

개인주의-집단주의에 대한 설명은 특히 Triandis에 의해 잘 이루어지고 있다. Triandis(1989)에 의하면 집단주의 문화는 ① 개인보다 집단의 관점, 요구, 목적 ② 집단에 의해 확정된 사회규범과 의무 등 ③ 개인과 집단간 차이가 나는 신념보다는 집단 내에서 공유되는 신념 ④ 집단성원들간의 협력 등이 중요하다고 강조되었으며, 이에 반해 개인주의는 ① 타인의 것이 아닌 개인 자신의 관점, 목적, 요구 ② 타인에 의해 정해진 사회규범이나 의무보다 개인의 의지, 만족, 기쁨 ③ 개인의 독특한 신념 등이 중요하게 강조된다.

즉, Triandis와 그의 동료들(1985, 1986, 1990)에 의하면 개인주의와 집단주의는 다음과 같이 정의된다. 개인주의에서의 핵심적 의미는 내(內)집단(ingroup)의 목적보다 개인의 목적(goal)이 더 우선 된다는 것이다. 그러므로 개인주의 문화에서는 개인 자신을 만족시키고, 자신의 특성을 살리며 보다 독립적인 사람이 됨으로써 결국 자기 자신을 위하는 것이 중요하게 여겨진다. 그러나 집단주의에서는 개인의 목적보다 내집단의 목적에 앞서 생각되는 것이 가장 핵심적인 것이 특징이다.

일과 관련된 가치관에 대해서 Hofstead(1980)는 4개의 요인을 발견하였으며, 그 중에서 한가지 요인이 개인주의이다. 개인주의 차원은 주어진 사회에서 널리 퍼져있는 개인과 집단과의 관계를 나타내는 것

이라고 하였으며 개인주의-집단주의 개념을 구분하는 것이 아니라 하나의 연속선상에서 이해할 수 있음을 암시해 주고 있다. 그는 “개인주의(individualism)는 그룹, 조직 또는 다른 집단체(collectivities)들로부터의 경서적인 독립”이라고 정의하였다. 또한 개인주의와 집단주의를 대조시켰으며, 집단주의 사회에서는 우리 의식이 두드러지고 조직 내에서의 맴버쉽이 강조되고, 조직에 대한 경서적 의존이 강조된다. 사생활이라는 것은 개인과 집단간의 상호 작용 때문에 줄어들게 되고, 집단의 결정을 신뢰하고 따르게 된다.

한편 Sinha와 Verma(1987)는 “개인주의적 문화는 교환의 원리에 기초한 계약적인 관계를 조성시키며 사람들은 어떤 행위를 하기 전에 득과 실을 계산하게 된다.”라고 언급하고 있다. 이러한 관계에서 감정적인 유대는 별다른 역할을 담당하지 못한다. 집단주의 문화에서 사람들은 “내집단의 구성원들 사이의 사회적인 조화를 유지하기 위해 만들어지는 사회적 기준에 따라 종종 행동하며 그들은 내집단 구성원들의 기대에 부응하고, 상호 협조하며, 부족한 자원을 공유하고, 타인의 전해를 존중하고, 갈등을 극소화한다.” 정서적인 연대가 그러한 관계에서 중요한 역할을 한다.

이와 같이 개인주의와 집단주의는 문화의 개념을 분석하는 구조를 설명해 왔다. 개인주의 사회는 개인간 유대가 느슨하며 모든 사람들이 자신과 자신의 직계 가족만 들보면 되는 것으로 여겨지는 사회로 개인의 능력 성취 등이 중요시되며 개인의 사생활과 자유가 최대한대로 보장되어지는 사회를 말한다. 반면에 집단주의 사회는 사람들이 출생 이후 내내 강하고 단결이 잘된 내집단에 소속되어 있으며, 개인은 내집단에 무조건적인 충성을 하고 그 대가로 평생동안 집단의 보호를 받는 사회를 말하며 집단의 결정이 개인의 의사보다 강하게 작용한다.

2. 청소년과 가치 성향

최근 청소년을 대상으로 개인주의-집단주의 가치 성향에 관한 연구가 진행되어 왔다.

구체적인 내용은 다음과 같다.

김경희(1990)의 “고등학교 학생의 가치관에 관한 연구”에서 고등학생들의 정치적 개인-집단주의는 개인주의 성향(39%)과 집단주의 성향(41.6%)이 비슷하게 나타났다. 계열별에서 집단주의 성향을 보면, 인문계는 49.8%, 실업계는 61.3%로 나타났으며 경제적 개인-집단주의를 살펴보면, 개인주의적 가치가 51.6%로 집단주의 가치(38.1%)보다 높게 나타났다.

또한 고등학생들의 사회적 개인-집단주의를 살펴보면, 남녀별, 계열별 차이가 크게 나타나지 않으며 전체적으로는 68.6%가 집단주의적 성향을 가진 것으로 보이며, 개인주의적이라고 판단되는 학생은 14.0%로 나타났다.

위의 연구 결과에서 고등학생들의 가치관이 어떤 성향을 나타내는가를 개인-집단주의적 차원에서 살펴보면 정치, 사회, 교육면에서는 집단주의적 성향을 보인 반면 경제와 윤리 면에서는 비교적 고르게 나타났다. 대체적으로 우리의 청소년들은 전통 문화에 대한 긍정적 인식 부족과 배금주의적 성향을 제외하고는 전전하고 바람직한 모습을 보였다고 할 수 있다.

임희섭(1980)의 개인주의-집단주의 차원을 대학생들을 대상으로 측정한 연구 결과를 보면, 대학생들의 가치지향은 전통적인 집단주의보다는 근대적인 개인주의적인 가치지향의 경향성이 높은 것으로 나타났다. 그리고 대학생들의 개인주의-집단주의 가치지향의 방향이 그들의 사회 경제적인 배경변수에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 드러내고 있었다. 구체적으로, 성별로는 남학생들보다는 여학생들이 더 개인주의적인 경향이 높은 것으로 나타났으며, 부친의 교육정도와 가정의 수입정도에 따라서도 학생들의 개인-집단주의 방향이 다르게 나타났는데, 부친의 교육정도가 높고 가정의 수입 정도가 높을수록 개인주의 가치성향이 더 강하게 나타난 것을 알 수 있다.

이상주(1986)는 현대의 공업화, 도시화는 계층적인 사회이동을 촉진시켰고, 중산층의 확대를 가져왔으며, 계층구조를 변화시키고, 가족구조를 소가족화 핵가족화 시켜서 결국 가족관계를 개별화시키고 평등화시키는 방향으로 미쳐왔다고 하였다.

민혜란(1991)은 대학생 407명을 대상으로 개인주의-집단주의 문항에 대한 반응을 분석한 결과 다음과 같이 해석하고 있다. “대학생들은 개인주의적 가치관이 상당히 내면화되어 있으면서도 공동체의 번영과 질서를 중요시 여기는 태도를 볼 수 있고, 우리의 집단주의적 사고가 혈연, 지연 등의 가족주의적 인정에 치우치기 쉬운 결점을 인식하면서도 그들과 현실적으로 관련된 문제에 있어서는 여전히 가문과 친척 등의 배경을 중요시 여기고 있다.”

양범주(1996)는 고등학교 학생 474명을 대상으로 개인주의-집단주의 가치관에 관한 연구에서 고등학생은 집단주의 가치보다는 개인주의 가치를 지향하고 있다고 하였다.

이에 본 연구는 최근 연구되고 있는 집단주의와 개인주의 성향이 의복행동과 의복구매 행동에 어떤 상관관계를 가지고 있는지를 구체적으로 살펴보고자 한다.

3. 청소년의 특성과 의복행동

청소년(Adolescence)이란 성숙을 의미하며, 사회적으로는 의존적인 아동기로부터 자립적인 성인기로 가는 전환기이다. 이 시기는 사회적 기능을 획득하고 가치 판단과 행위의 내적 기준을 형성함으로써 참여적 기능을 발전시키는 중요한 과도기에 위치한 집단이다.

청소년기에는 여러 가지 행동특성이 나타나서 아동기까지 동일시의 대상이었던 권위자나 권위체에서 이탈하여 동년배 집단에 의존하는 경향이 있다. (조긍호, 1983) 심리적 측면에서는 자기중심적인 특성은 신체적, 정신적 측면의 발달에 따라 사회적 승

인욕구로 나타나게 되며, 또한 청소년기에 속하는 중·고생들은 자신의 신체적 결함을 보완하거나 매력적인 외모를 위해 의복을 적절히 사용하는 것으로 보아 의복이 외모에 미치는 영향은 상당히 크다고 할 수 있다.

Ryan(1966)은 청소년기가 의복을 중요시 여기는 대표적인 이유는 의복이 그들의 인성을 나타내주며 의복에 대한 고조된 관심, 그리고 의복을 통한 동료로부터의 승인 때문이라 하였으며 청년기 동안의 의복의 만족도는 사회적 상황에 대한 안락감 및 자신감에 중요한 영향을 미친다고 하였다.

앞에서도 살펴보았듯이 청소년기는 다른 어떤 시기보다도 의복에 의하여 그들이 소속한 집단에 동조하려는 열망이 가장 강한 때이며, 유행에 맹목적으로 추종하는 것은 자주 나타나는 현상이다.

청소년들은 의복 동조성이 높을수록 동료들에게 더 잘 수용되는 것은 집단의 의복규범에 동조하면 그 보상으로 동료들로부터 수용된다는 것을 의미하며, 의복의 동조성이 성격 특성과 어떻게 관련되어 있는가를 다룬 정미실(1991)의 연구에서는 권위주의적 성격과 규범적 영향에 의한 의복 동조성 사이에는 정적 상관이 있음을 알았다.

이남범(1986)의 문제여고생의 의복행동에 관한 의식과 자아개념과의 상관연구에서는 가정환경의 사회·경제적 지위가 높은 가정의 문제여고생 집단은 동료집단의 의복과 다른 의복을 착용하여 타인의 이목을 집중시키려는 경향이 있으므로 대중사회에서 유행하는 의복을 추종하려는 경향을 볼 수 있다는 결론을 얻었다.

이와 같이 청소년기에 일어나는 심리적 신체적 성장과 사회적 정신적 성숙은 서로 상호작용하며, 이것은 의복 행동과 밀접한 관계를 갖고 있으므로 청소년기의 특징을 의복행동과 관련하여 이해하는 것은 바람직하다고 할 수 있다. 위와 같은 선행연구에서 의복행동의 여러 요인인 동조성, 심미성, 정숙성, 유행성, 주외집중성 등 사회·문화·심리적 요

인이 청소년의 의복구매행동에 많은 영향과 변인들 간의 상관관계가 있다는 결과를 나타내고 있다. 이에 따라 본 연구의 의복행동 변인으로 채택하였으며 선행 연구에서 의복행동과 의복 구매 동기요인에 관한 연구는 부족하다고 보아 본 이를 결과 분석에서 살펴보자 한다.

4. 의복구매동기

인간의 구매행동을 유발시키는 구매동기는 개인이 자신의 욕구를 충족시키기 위해 특정한 제품이나 서비스를 구매하는 것을 말한다.

소비자 행동을 설명하는 모델에서 소비자의 의사 결정과정에는 문제인식, 정보탐색, 대안의 평가, 구매행동을 거치게 되는데 첫 번째 단계인 문제인식은 기억 속에 저장된 정보, 개인의 특성, 환경적인 영향과의 상호 작용에서 소비자의 기대 상태와 실제 상태와의 차이를 소비자가 인식했을 때 발생한다.(조봉진·윤훈현, 1991) 문제의 의식이 의사결정 과정을 거쳐 구매로 이어지기 위해서는 충분한 동기가 부여되어야 하며(이학식·안광호, 1993), 문제인식이란 욕구의 동기화 과정을 통해 이루어지며 주로 개인과 물리적, 사회적 환경과의 상호작용에서 발생한다고 할 수 있다.

문제인식에서 일어나는 상황은 대표적으로 소유한 패션상품의 구색이 부족하거나 오래되었을 때, 현재 소유하고 있는 의상에 불만이 있을 때, 유행으로 인한 패션 욕구의 변화, 토털 코디네이션을 위하여 새로운 품목이 필요할 때, 자금사정의 변화, 신제품 소개 할인 판매 그리고 기업의 마케팅 활동 등을 들 수 있다.(Bartos, 1981)

구매동기와 직결되어있는 동기는 특정한 목표로 행동을 이끄는 지속적인 경향이며, 구체적으로는 외부적 환경 내에 존재하는 목표를 향하여 선택적으로 생체에너지와 활성화시키고 방향 지우는 내부적 상태로 정의할 수 있다. 동기는 행동에 기동력(impetus)

을 주는 활력소가 될 수 있으며, 유기체에게 동일한 일반적 기능을 수행하는 여러 가지 반응에 대하여 전반적 방향을 제시하여 주는 지시적인 구성요소(directional component)라고 할 수 있다.

의복구매동기에 의한 선행연구를 보면 이주온(1990)은 의복구매동기를 자기과시적 동기, 유행추구적 동기, 경제실리적 동기의 3가지 요인으로 나누었고, 분석결과 얻어진 요인에 대하여 유행추구집단, 자기과시집단, 경제실리집단, 무개성 집단으로 분류하였다. 강승희(1991)는 성인남자의 의복구매동기를 의복디자인 및 계절적응, 유행추구 및 충동구매, 의복 실리성, 타인영향, 경제적 여유, 실리적 구매 필요의 6가지 동기로 분류하였다.

엄경온·이명희(1995)는 의복구매동기에 따라 여성 소비자를 의복외관 및 타인영향 동기집단, 품질 및 의복부족 동기집단, 무특정 동기집단으로 나누었다. 홍병숙(1990)의 기혼여성을 대상으로 한 연구에서는 '소유하고 있는 옷과의 조화'가 주된 의복구매동기로 나타났다.

이와 같이 구매동기란 문제인식 과정에서 욕구발생 혹은 자극으로부터 부여받은 것이며, 구매행동을 불러일으키는 개인의 내적 충동세력이라고 정의할 수 있으며, 의복구매동기란 의복을 구매하게 된 이유를 의미한다. 본 연구에서는 의복 구매 동기를 유행추구, 경제·자기과시, 실질적 요구 측면으로 나누어 살펴보고자 한다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

연구문제 1 : 개인주의/집단주의, 의복행동, 의복구매동기 간의 상관관계를 밝힌다.

연구문제 2 : 인구 통계적 변인에 따른 개인주의/집단주의, 의복행동, 의복구매동기 간의 관계를 밝힌다.

연구문제 3 : 구매동기 요인과 의복 구매행동(구매 품목, 구입횟수, 구입비용, 구매소요 시간, 구매장소)과의 관계를 밝힌다.

2. 표본 및 표집방법

본 연구는 남녀고등학교 1학년을 대상으로 하였으며, 학교의 지역적 위치와 남·여 고등학교 비례를 고려하여 목적 할당 표본(Purposive Sample)을 추출하였다. 자료수집은 1998년 10월 한 달에 걸쳐 1차, 2차로 나누어 실시되었다. 1차 조사는 개인주의/집단주의 가치성향이 의복 행동과 연관성을 묻는 예비조사로 고교생 200명을 대상으로 하였으며 2차 조사 대상으로는 서울 시내의 인문계 고등학교 남자고등학생 290명과 여자고등학생 290명을 대상으로 실시되었으며 설문지는 600부를 배부하여 575부를 회수하였고 이 중에서 불완전하거나 결측치가 많은 설문지 20부를 제외한 총 555부를 통계 처리하였다.

본 연구의 조사 대상자는 고등학교 1학년생을 중심으로 성별, 거주지는 임의 선정하였다. 성별에서는 남자 50.8%, 여자 49.2%의 분포를 나타냈으며, 거주지는 강남이 47.7%, 강북이 52.3%를 차지하여 비슷한 분포를 보이고 있다.

월평균 가족 총소득은 100만원 이상부터 300만원 미만이 전체 분포의 68.6%로 가장 많은 분포를 보였고, 300만원 이상부터 400만원 미만이 16.9%, 400만원 이상이 11.8%이었으며, 100만원 미만이 3%로 전체 분포 중 가장 낮은 분포를 보였다.

9단계 주관적 계층을 묻는 문항에서는 자료가 전체 모집단의 대표성을 지니기 위해서 표본의 수가 N=30개 이상 표본 수를 적절히 고려하여 3그룹으로 나누었다. 상류층 34.9%, 중류층 58.9%, 하류층 6.2%의 분포를 나타내고 있다.

아버지 직업에서는 사무직, 기술직이 22%, 기능, 작업, 생산직이 16.2%, 경영직, 관리직이 12.9%의

분포를 나타냈으며, 어머니 직업에서는 주부가 62.1%로 가장 높은 분포를 나타냈으며 다음으로 자영업이 14.3%의 분포를 나타냈다.

3. 측정도구 및 측정방법

본 연구에서는 실태조사 방법으로 설문지법을 사용하였으며 인구 통계적 조사와 개인주의/집단주의 변인조사, 의복 행동 변인 조사 의복 구매동기 변인 조사의 4단계로 나누어 조사되었다.

인구 통계적 조사에서는 의복 행동과 연관성이 있을 것으로 추정되는 연령, 성별, 거주지, 가족 총 소득, 사회계층, 아버지·어머니의 직업여부 등 6개 문항으로 영역 지위 통계 처리하였다. 개인주의/집단주의를 측정하기 위한 질문지는 Triandis(1994)가 개발한 개인주의 집단주의 절문지를 김의철(1997)이 번역한 것을 일부 수정하여 사용하였다. 이 절문지는 32문항으로 구성되어 있으며 하위변인은 집단주의, 개인주의 변인으로 구성되어 있다. 요인 분석 결과 각 하위 변인별 신뢰도는 .70에서 .76 이었다. 고교생의 개인주의/집단주의 성향에서는 집단주의가 높게 나타났다. 의복 행동 변인 조사에서는 정숙성, 심미성, 동조성, 주의집중성, 유행성의 변인을 Creekmore(Importance of Clothing Scale) 및 국내 선행 연구에서 사용되었던 문항들을 본 연구에 적합하도록 수정 보완 후, 예비 조사를 실시하였으며 각 문항은 Likert형 5점 평가 척도를 사용하여 점수가 높을수록 각 요인의 영향력이 큼을 의미한다. 하위 변인을 측정하기 위해 각 변인은 정숙성 변인에 관해 5문항, 심미성 변인에 관해 6문항, 동조성 변인에 관해 5문항, 주의집중성 변인에 관해 6문항, 유행성 변인에 관해 4문항을 각각 사용하였으며, 각 하위 변인별 신뢰도는 .68에서 .79이었다. 의복 구매 동기 문항으로 강승희(1991), 임숙자(1992), 박혜선(1997)등의 선행 연구를 통한 이론적 연구를 기초로 문항을 수정 보완하여 총 18문항

을 사용하였다. 각 문항은 5단계 평정법으로 측정하여 1점부터 5점까지를 주었으며 점수가 높을수록 그 문항에 해당되는 구매 동기가 높은 것을 의미한다. 의복 구매 동기 하위 변인으로 유행 추구, 경제·자기 과시, 실질적 요구 변인으로 구성되어 있으며 각 변인은 유행 추구 변인에 관해 5문항, 경제·자기 과시 변인에 관해 7문항, 실질적 요구 변인에 관해 6문항을 각각 포함하였다. 각 하위 변인별 신뢰도는 .67에서 .89이었다. 의복 구매 행동 조사에서는 구매품목, 총 구입횟수, 구입비용, 구매소요시간, 구매장소의 5가지 변인으로 나누어 조사하였다. 각각의 측정도구의 타당도는 교수2인과 박사과정에 있는 학우들로부터 예비 조사로 문항 내용을 검토 받아 내용 타당도를 확인 받았고, 측정 척도들의 신뢰도는 Cronbach's α 값을 구하여 각 측정 척도의 내적 일관성을 검토하여 설문지를 완성하였다.

4. 분석방법

본 연구의 자료는 SAS PC+ 프로그램을 이용하여 통계분석 하였다. 표본의 인구통계적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석 및 백분율을 산출하였으며, 개인주의/집단주의와 의복 행동 및 의복 구매 동기의 차원을 밝히기 위하여 직교회전에 의한 요인분석을 실시하여 요인을 추출하였다. 이 때 각 문항들의 신뢰도를 크론바하의 신뢰 계수(Cronbach's α)로 측정하였다. 인구 통계적 변인에 따른 개인주의/집단주의, 의복행동의 차이를 밝히기 위해서 일원분산분석을 실시하였으며, 유의한 변인에 대해서는 다중비교법인 Duncan의 (Multiple Range Test)방법에 의해 집단들 간의 차이를 검증하였다. 개인주의/집단주의와 의복행동 및 의복 구매 동기간의 상관관계를 검증하기 위해서 Pearson의 적률 상관관계 분석을 하였다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 개인주의/집단주의와 의복행동 및 의복 구매동기간의 상관관계

1) 개인주의/집단주의와 의복행동간의 상관관계

개인주의/집단주의의 요인과 의복행동 요인간은 각각 서로 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 차이를 보인 변인은 <표 1>과 같다.

<표 1> 개인주의/집단주의와 의복행동의 상관관계

	개인주의	집단주의
동조성	-0.282***	0.089
유행성	-0.008	0.112*
심미성	0.172***	0.006
정숙성	0.003	0.094*
주의집중성	0.250***	-0.019

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

고교생의 가치의식에서 개인주의 성향은 의복 행동 변인 중 동조성과 부적 상관관계가 나타났으며 심미성, 주의 집중성과는 정적 상관관계가 나타났다. 한편 고교생의 집단주의 성향은 유행성과 정숙성에서 정적 상관관계가 나타났다. 이는 개인주의 성향이 강한 고교생들은 내집단에 의복으로써 동조하는 것보다는 의복의 심미성에 보다 더 치중하는 경향을 보이고 있으며 눈에 띠는 색상이나 스타일의 의복을 통해 타인으로부터 관심, 호감, 지위 등을 획득하려고 하는 주의 집중성과는 높은 상관 관계를 나타내고 있다. 다른 한편으로 집단주의 성향을 가진 고교생들은 의복 착용시 자신이 속하고 있는 집단 안의 유행에 민감하게 반응 할 수 있는 유행성이 치중하며 집단내에서 다른 사람들에게 거부감을 주지 않는 보다 더 정숙한 의복을 착용하는 것으로 나타났다. 자신이 포함된 내 집단 안에서 유행하는 아이템을 무리없이 순순히 수용하는 것으로 이는

청소년의 특징 중 자신이 속한 집단의 구성원들에게 맹목적으로 동조하려는 경향과 같은 맥락을 이룬다.

2) 개인주의/집단주의와 의복 구매 동기간의 상관관계

개인주의/집단주의 요인과 의복 구매 동기간은 각각 서로 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 차이를 보인 변인은 <표 2>와 같다.

<표 2> 개인주의/집단주의와 의복구매동기의 상관분석

개인주의/집단주의 의복 구매동기	집단주의	개인주의
경제 자기 과시	0.043	0.106*
유행추구	0.356***	0.039
실질적 요구	0.212***	0.012

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

고교생의 집단주의 가치성향은 의복구매동기 요인 중 유행 추구 동기, 실질적 요구와 정적상관관계가 나타났다. 개인주의 가치성향은 의복구매동기 요인 중 경제 자기 과시 동기와 정적상관관계가 나타났다.

이는 집단주의 성향의 청소년들은 의복을 구매하려는 동기로 다수가 따르는 유행을 추구하는 의복을 구매하고자 하였으며, 한편으로는 내집단의 분위기를 고려하여 필요에 의한 실질적 요구로 의복을 구매하고자 하였다. 심미성과 주의 집중성에 치중하는 개인주의 성향의 고교생들은 경제 자기 과시 동기에 의해서 의복을 구매하려고 하였다.

3) 의복구매동기와 의복 행동간의 상관관계

의복구매동기와 의복행동요인간은 각각 서로 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 차이를 보인 변인은 <표 3>과 같다.

의복구매동기 요인 중 경제 자기 과시 동기는 의복 행동 변인중 유행성, 심미성, 주의 집중성과 정적 상관관계가 나타났으며, 유행 추구 동기는 동조성,

<표 3> 의복구매동기와 의복 행동 상관분석

	동조성	유행성	심미성	정숙성	주의 집중성
경제 자기 과시	0.09	0.39***	0.22***	-0.01	0.18***
유행 추구	0.37***	0.23***	0.37***	-0.05	0.06
실질적 요구	0.09	-0.03	-0.09	0.10*	0.18***

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

유행성, 심미성과 정적 상관 관계가 나타났으며, 실질적 요구 등기는 정숙성과 정적 상관 관계가 나타났다.

이는 자신의 경제력이나 자기 과시를 하기 위해서 의복을 구매하려는 고교생들은 의복의 최신 유행성과 남다른 자신의 미적 가치를 표현하는 의복의 심미성, 그리고 자신들을 다른 사람들과 구별 할 수 있도록 하는 주의 집중성과 높은 상관 관계를 보여 주고 있다.

또한 유행을 추구하기 위해서 의복을 구매하려는 고교생들은 자기가 속해 있는 집단에 의복으로 동조하는 동조성과 현재 유행하는 의복을 착용하는 유행성, 유행하는 아이템들을 보다 더 아름답게 표현하기 위한 심미성과 높은 상관 관계를 보여주고 있다.

마지막으로 상황이나 계절의 효용적 필요에 대해서 의복을 구매하려는 고교생들은 의복을 선택하는데 있어서 정숙성을 중요하게 여기고 있음을 나타내 주고 있다.

2. 인구통계적 변인에 따른 차이점

1) 인구통계적 변인에 따른 개인주의/집단주의

개인주의/집단주의 차원으로써 개인주의/집단주의 2개 하위영역에 인구 통계적 변인, 성별, 거주지, 월평균 가족 총소득, 사회계층의 차이점을 검증한 결과 사회계층에서만 유의한 차이가 나타났다. 이와 같은 차이를 보인 변인은 <표 4>와 같다.

<표 4> 개인주의/집단주의와 인구통계학적 환경변인

변인 구분		집단주의			개인주의		
		M	SD	DUN CAN	M	SD	DUN CAN
사회 계층	상류층	0.09	0.57	A	0.05	0.51	A
	중류층	-0.04	0.55	AB	-0.08	0.56	A
	하류층	-0.3	0.54	B	0.25	0.58	A
	F			2.61***			1.90

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

고교생들의 사회 계층에 따른 집단주의와 개인주의 성향에서 집단주의 성향이 유의한 차이를 나타남을 볼 수 있다. 사회 계층이 높아질수록 집단주의 성향이 높게 나타났다. 이는 김의철(1997)의 연구에서 총소득이 많을수록 사회계층이 높아질수록 집단주의 성향이 높게 나타난 것과 같은 결과를 보이고 있다.

2) 인구통계적 변인에 따른 의복행동

인구 통계적 변인인 연령, 성별, 거주지, 월 평균 가족 총소득, 사회계층에 따라 의복행동 차원으로 동조성, 유행성, 심미성, 정숙성, 주의 집중성의 5개 하위영역의 차이점을 검증한 결과 <표 5>와 같이 모든 인구 통계적 변인과 유의한 차이가 나타났다.

성별에 따른 의복 행동 변인에서는 심미성과 정숙성이 유의한 차이가 나타났으며 거주지에 따른 의복 행동 변인에서는 유행성과 정숙성에 유의한 차이가 나타났으며 월 평균 가족의 총 소득에서는 심미성에서만 유의한 차이가 나타났다. 사회 계층에서는 유행성, 정숙성, 주의 집중성에서 유의한 차이가 나타났다.

성별에서는 여자 고교생들이 남자 고교생보다 심미성이나 정숙성에서 보다 높은 관심을 나타냈으며, 거주지에서는 강남에서 거주하는 고교생들이 유행성이 높은 반면 강북에서 거주하고 있는 고교생들은 정숙성이 높게 나타났다. 월평균 가족 총소득은 소득이 높을수록 심미성이 높게 나타났다.

<표 5> 의복 행동 요인과 인구통계학적 환경변인

변인	의복행동 요인	동조성			유행성			심미성			정숙성			주의집중성		
		구 분	M	SD	DUN CAN	M	SD	DUN CAN	M	SD	DUN CAN	M	SD	DUN CAN	M	SD
성별	남	0.04	0.99		-0.10	1.03		-0.25	0.99		-0.10	0.97		0.04	0.96	
	여	-0.04	1.01		0.10	0.96		0.27	0.94		0.10	1.02		-0.04	1.04	
	T	0.96			-2.27			-6.13***			-2.26*			0.83		
거주지	강남	0.04	0.89		0.26	0.98		-0.03	1.02		-0.27	0.99		0.03	1.07	
	강북	-0.04	1.09		-0.23	0.96		0.03	0.98		0.24	0.94		-0.02	0.94	
	T	0.95			5.52***			-0.62			-5.86***			0.53		
월평균 가족 총소득	100만원 이하	-0.26	0.5	A	-0.31	0.47	A	-0.47	0.50	C	-0.20	0.47	A	-0.12	0.48	A
	101~200만원	0.00	0.5	A	-0.05	0.48	A	-0.14	0.50	BC	0.03	0.49	A	-0.10	0.49	A
	201~300만원	-0.05	0.53	A	-0.02	0.51	A	-0.03	0.53	ABC	0.02	0.54	A	-0.06	0.52	A
	301~400만원	0.07	0.55	A	0.03	0.53	A	0.02	0.55	ABC	0.09	0.55	A	0.18	0.56	A
	401~500만원	0.15	0.56	A	0.09	0.55	A	0.45	0.57	AB	-0.20	0.56	A	0.06	0.54	A
	501만원이상	-0.04	0.57	A	0.06	0.54	A	0.38	0.56	A	0.00	0.51	A	0.10	0.53	A
	F	0.40			0.38			2.68*			0.44			0.90		
사회계층	상류층	0.04	1.20	A	0.19	140	A	0.03	1.34	A	-0.09	1.35	B	0.17	1.25	A
	중류층	-0.05	1.37	A	-0.10	1.41	AB	0.00	1.20	A	-0.01	1.33	B	-0.10	1.29	A
	하류층	0.21	1.24	A	-0.25	1.36	B	-0.28	1.39	A	0.42	1.37	A	-0.12	1.32	B
	F	1.19			5.21**			1.36			3.60*			4.05*		

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

3) 인구통계적 변인에 따른 의복구매동기

인구 통계적 변인인 연령, 성별, 거주지, 월 평균 가족 총소득, 사회계층에 의복구매동기 차원으로 경제·자기과시, 개성·유행추구, 실질적 요구의 3개 하위영역의 차이점을 검증한 결과 거주지와는 유의한 차이가 나타나지 않았으며, 성별, 월 평균 가족 총소득, 주관적 사회계층과는 유의한 차이가 나타났다. 이와 같은 차이를 보인 변인은 <표 6>과 같다.

성별에 따른 의복 구매 동기 변인에서는 유행 추구동기와 실질적 동기에 유의한 차이가 나타났으며 월 평균 가족의 총 소득에서는 경제 자기 과시 동기에서만 유의한 차이가 나타났다. 사회 계층에서는 유행 추구 동기에서 유의한 차이가 나타났다.

성별에서는 여자 고교생들이 유행 추구 동기와 실질적 요구에 의해서 의복을 구매하는 것으로 나타났으며 이는 성인을 대상으로 한 강승희(1991)

의 연구결과에서 남자가 여자보다 실질적 필요에 의해서 의복을 구매한다는 결과와는 다르며 박혜순·김화순(1998)의 연구 결과에서 여자가 남자보다 실질적 필요에 의해서 의복을 구매한다는 결과와는 동일하게 나타났다. 월 평균 가족의 총 소득에서는 총 소득이 높을수록 경제 자기 과시 동기를 가진 고교생들이 의복을 구매하는 것으로 나타났다. 사회 계층에서는 중류층이상의 고교생들이 유행 추구 동기를 가지고 의복을 구매하는 것으로 나타났다.

결과적으로 여학생은 남학생보다 의복을 구입할 때 개성·유행추구 동기와 실리적 동기가 높은 것으로 나타났으며, 월평균 가족 총소득이 높을수록 경제·자기과시 동기가 높게 나타났다. 사회계층에서는 계층이 높을수록 개성·유행추구 동기가 높은 것으로 나타났다.

<표 6> 의복 구매 동기와 인구 통계적 환경 변인

변인	구 分	의복구매동기			경제 자기 과시			유행 추구			실질적 요구		
		M	SD	DUN CAN	M	SD	DUN CAN	M	SD	DUN CAN	M	SD	DUN CAN
성별	남	0.00	1.01		-0.15	0.98		-0.17	1.01				
	여	-0.00	0.98		0.16	0.99		0.18	0.96				
	T		0.03				-3.51***				-4.08***		
월평균 가족 총소득	100만원 이하	-0.19	0.47	B	0.17	0.51	AB	-0.15	0.47	A			
	101~200만원	-0.17	0.48	B	-0.21	0.46	B	0.00	0.52	A			
	201~300만원	-0.07	0.51	AB	0.01	0.49	AB	-0.01	0.51	A			
	301~400만원	0.27	0.53	AB	-0.01	0.47	AB	0.01	0.54	A			
	401~500만원	0.28	0.54	AB	0.08	0.49	AB	-0.14	0.48	A			
	501만원이상	0.38	0.55	A	0.36	0.54	A	0.01	0.55	A			
	F		3.93**				1.97				0.16		
사회계층	상류층	0.24	1.3	A	0.08	1.31	A	-0.02	1.20	A			
	중류층	-0.12	1.29	B	0.03	1.24	A	0.03	1.42	A			
	하류층	-0.23	1.25	B	-0.37	1.38	B	-0.01	1.39	A			
	F		0.14				8.34***				2.69		

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

3. 의복 구매 동기요인과 의복 구매 행동

의복 구매 동기로 경제 자기 과시, 유행 추구, 실질적 요구의 3개 하위영역에 실제 구매 행동 변인 구매장소, 구매가격, 구매횟수, 구매소요시간의 차이 점을 검증한 결과 <표 7>과 같이 모두 유의한 차이가 나타났다.

의복 구매 동기 중 경제 자기 과시 동기는 구입

횟수와 구입비용에서 유의한 차이가 나타났다. 의복 구매 동기 중 유행 추구 동기는 구입 횟수, 구입비용, 구매 소요 시간, 구매 장소에서 유의한 차이가 나타났다. 의복 구매 동기 중 실질적 요구는 구매 소요 시간에서만 유의한 차이가 나타났다.

의복 구매 동기 중 경제력과 자기 과시를 하는 고교생 집단은 의복 구입 횟수를 매월 1~2회 구매하고 있으며 일년 의복 구입비용으로 121만원에서

<표 7> 의복구매동기 요인과 구매장소, 구매가격, 구매횟수, 구매소요시간

변 인	요 인	의복 구매 동기 요인						계	
		경제 자기 과시		유행 추구		실질적 요구			
		M	DUN CAN	M	DUN CAN	M	DUN CAN		
구입횟수	1년에 1~2회	-0.49	C	-0.42	C	-0.23	A	68	
	6개월에 1~2회	-0.18	BC	-0.14	BC	0.12	A	198	
	3개월에 1~2회	0.18	AB	0.00	BC	-0.00	A	172	
	2개월에 1~2회	0.28	AB	0.36	AB	-0.08	A	80	
	매월 1~2회	0.61	A	0.86	A	0.10	A	28	
	월 3회 이상	-0.65	C	0.88	A	-0.35	A	4	
	F		9.99***		10.53***		1.60	550	

구입비용	30만원 이하	-0.29	C	-0.22	C	0.02	A	283
	31-60만원	0.19	BC	0.17	ABC	0.01	A	162
	61-90만원	0.37	BC	0.08	BC	-0.09	A	61
	91-120만원	0.72	AB	0.85	A	0.05	A	24
	121-150만원	1.13	A	0.34	ABC	-0.9	B	5
	151-180만원	0.21	BC	0.80	AB	-0.07	A	10
	F	11.96***		8.85***		0.99		546
구매소요시간	1시간 이내	-0.17	B	-0.36	B	-0.26	C	103
	1-2시간	0.07	AB	-0.04	A	-0.06	B	215
	2-3시간	-0.09	AB	0.19	A	0.07	BC	149
	3시간 이상	0.14	A	0.18	A	0.35	A	85
	F	2.30		7.62***		6.44***		552
구매장소	백화점	0.15	A	-0.03	ABC	-0.01	A	170
	유명상표 매장 및 전문점	0.17	A	0.26	AB	-0.17	A	70
	명동, 대학가의 중저가	-0.11	A	0.26	AB	0.23	A	128
	남대문, 동대문 등의 도매시장	-0.03	A	-0.23	BC	-0.15	A	109
	상설 할인 매장	-0.39	A	-0.39	C	0.07	A	59
	수입의류 전문점	0.23	A	0.55	A	-0.27	A	7
	동네 양품점	-0.07	A	-0.51	C	-0.05	A	9
	F	2.75		5.61***		2.00		552

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

150만원을 지불하는 것으로 나타났다. 또한 의복 구매 동기 중 유행을 추구하는 고교생 집단은 매월 3회 이상 의복을 구매하고 구입 비용으로는 일년에 91만원에서 120만원 정도를 지불하며 구매 소요 시간은 최소 1~2시간 이상을 구매하는데 할애하고 있다. 구매 장소는 수입 의류 전문점을 가장 선호하며 그 외 유명 상표 매장 및 전문점, 명동, 대학가의 중저가 매장으로 유행상품이 많은 장소에서 구매하는 것으로 나타났다. 한편으로 의복 구매 동기 중 실질적 필요에 의해서 구매하는 고교생 집단은 구매 소요 시간과 유의한 차이점이 나타났는데 이는 의복을 구매하는데 매우 신중하게 하기 위해서 3시간 이상을 할애한다고 나타났다.

결과적으로 의복 구입횟수는 경제 자기 과시 집단보다 개성 유행 추구 집단이 구입횟수가 더 많은 것으로 나타났으며, 의복 구입 비용은 경제 자기과시 집단이 유행 추구 집단보다 더 많은 비용을 지불하는 것으로 나타났다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 고교생의 개인주의/집단주의 가치성향과 의복행동 및 의복 구매 동기에 관한 연구로써 개인주의/집단주의가 의복행동 및 의복 구매 동기에 어떻게 영향을 미쳤는지 알아보기 위해 개인주의/집단주의와 의복행동 및 의복 구매 동기의 상관관계를 규명해 보고, 인구 통계적 특성에 따라 어떻게 나타나는지 그 특징을 살펴보았다. 또한 의복 구매 동기 요인과 실제 구매 행동(구매품목, 구입횟수, 구입비용, 구매소요시간, 구매장소)과의 관계를 살펴보았다.

첫째, 개인주의/집단주의와 의복행동 및 의복 구매 동기의 상관관계를 살펴본 결과 ① 개인주의/집단주의와 의복행동의 상관관계, ② 개인주의/집단주의와 의복 구매 동기의 상관관계, ③ 의복행동과 의복 구매 동기의 상관관계를 나누어 살펴보았다. 먼저 ① 개인주의/집단주의와 의복행동의 상관 관계에서는 고교생의 가치의식에서 개인주의 성향은

의복 행동 변인 중 동조성과 부적 상관관계가 나타났으며, 심미성, 주의 집중성과는 정적 상관관계가 나타났다. 한편 고교생의 집단주의 성향은 유행성과 정숙성에서 정적 상관관계가 나타났다. ② 개인주의/집단주의와 의복 구매 동기의 상관관계에서는 고교생의 집단주의 가치 성향은 의복구매동기 요인 중 유행 추구 동기, 실질적 요구와 정적 상관관계가 나타났다. 개인주의 가치성향은 의복구매동기 요인 중 경제 자기 과시 동기와 정적 상관관계가 나타났다. ③ 의복행동과 의복 구매 동기의 상관관계에서는 의복구매동기 요인 중 경제 자기 과시 동기에서 의복 행동 변인 중 유행성, 심미성, 주의 집중성과 정적 상관관계가 나타났고, 유행 추구 동기에서 동조성, 유행성, 심미성과 정적 상관관계가 나타났으며, 실질적 요구 동기에서 정숙성과 정적 상관관계가 나타났다. 이와 같이 개인주의/집단주의와 의복행동 및 의복 구매 동기는 서로 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

둘째, 인구 통계적 환경 변인에 따른 개인주의/집단주의와 의복행동 및 의복 구매 동기의 차이점을 살펴본 결과 ① 인구 통계적 환경 변인에 따른 개인주의/집단주의에서는 사회 계층에서만 유의한 차이점이 나타났으며, ② 인구 통계적 환경 변인에 따른 의복행동에서는 성별에 따른 의복 행동 변인에서 심미성과 정숙성에 유의한 차이가 나타났고, 거주지에 따른 의복 행동 변인에서는 유행성과 정숙성에 유의한 차이가 나타났으며, 월 평균 가족의 총 소득에서 심미성에서만 유의한 차이가 나타났다. 사회 계층에서 유행성, 정숙성, 주의 집중성에서 유의한 차이가 나타났다. ③ 인구 통계적 환경 변인에 따른 의복 구매 동기에서는 성별에 따른 의복 구매 동기 변인에서 유행 추구동기와 실질적 동기에 유의한 차이가 나타났으며, 월 평균 가족의 총 소득에서 경제 자기 과시 동기에서만 유의한 차이가 나타났다. 사회 계층에서는 유행 추구 동기에서 유의한 차이가 나타났다.

셋째, 의복 구매 동기 요인과 실제 구매 행동(구매품목, 구입횟수, 구입비용, 구매소요시간, 구매장소)과의 관계를 살펴본 결과 모두 유의한 차이가 나타났다

의복 구매 동기 중 경제 자기 과시 집단은 구입 횟수와 구입비용에서, 유행 추구 집단은 구입 횟수, 구입비용, 구매 소요 시간, 구매 장소에서, 실질적 요구는 구매 소요 시간에서만 유의한 차이가 나타났다. 의복 구입횟수는 경제 자기 과시 집단보다 유행 추구 집단이 구입횟수가 더 많은 것으로 나타났으며, 구입 비용은 경제 자기과시 집단이 더 많은 비용을 지불하는 것으로 나타났다.

이상과 같이 남녀 고교생들을 대상으로 개인주의/집단주의와 의복 행동 및 의복 구매 행동의 연관성을 관하여 살펴보았다. 본 연구의 제한점은 개인주의/집단주의 개념을 의상 사회 심리학에 처음 도입함으로써 이론적 연구가 미약하다는 제한점을 가지고 있다. 또한 연구 대상의 폭이 너무 편중되어 있으며, 지역적 안배에도 제한점을 가지고 있다. 이러한 제한점을 해결하기 위해 비교 사회 심리학 분야인 개인주의/집단주의 이론을 좀더 심도 있게 다루며 연구대상을 전국적으로 확대하고 연령층을 확대하며 신뢰도가 높은 설문지 개발이 필요하고 앞으로 이점들을 보완하는 후속 연구를 제언한다.

참고문헌

- 김경희, “고등학교 학생의 가치관에 관한 연구”, 성신여자대학교 교육대학원, 석사학위 논문, 1990, pp.20-21.
- 김영인, 여자중·고등학교 학생들의 의복행동에 관한 연구, 연세대학교 대학원 석사학위논문, 1980.
- 김영인·강혜원, 여자중·고등학교 학생들의 의복행동에 관한 연구, 한국의류학회지, 5(2), 1981.
- 김의철, 한국 청소년의 가치체계, 한국 정신 문화 연구원, 1997, p.175.

- 김정희, 유행선도력에 따른 의복구매의사 결정과정에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1987.
- 변기혜, 여고생의 의복행동과 자아개념과의 관계, 이화여대 대학원 석사학위논문, 1982.
- 민혜란, “전통가치관에 대한 한국 대학생의 의식에 관한 연구”, 성균관대학교 유학대학원 석사학위 논문, 1991, p.24.
- 양범주, “고등학교 학생의 가치관에 관한 연구”, 영남대학교 교육대학원, 석사학위 논문, 1996, p.61.
- 엄경운, 여성의 의복구매동기와 구매후 불만족에 관한 연구, 대한가정학회지, 133(4), 1995, pp.1-13.
- 이난숙, 여대생의 사회적 불안감과 의복행동과의 관계, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1985.
- 이남범, 문제여고생의 의복행동에 관한 의식과 자아개념과의 상관연구, 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문, 1986.
- 이상주, 「해방40년 가치의식의 변화와 전망」, 서울 : 서울대출판부, 1986, pp.24-25.
- 이주은, 의복구매동기에 따른 점포이미지 선호도에 관한 연구-중상층 중년여성을 중심으로-, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 1990.
- 이학식 · 안광호, 소비자행동-마케팅 전략적 접근 - 법문사, 1993.
- 임희섭, “현대 한국에 있어서의 가치지향의 변화와 적응에 관한 연구” 「한국의 사회와 문화」, 제3집, 한국정신문화연구원, 1980, p.210.
- 정미실 · 강혜원, 남자중 · 고등학생의 의복행동과 지각형성과의 상관연구 : 의복의 동조성을 중심으로, 한국의류학회지, 1984.
- 조궁호, 현대 한국 청소년의 정체의식, 청년연구 제2집, 유네스코 한국위원회, 1983.
- 조봉진 · 윤훈현, 혁신 마케팅원론, 석정 도서출판사, 1991, p.213.
- 한국일보, 한국인의 생활의식과 행동경향조사, 1994년 9월 22일, 한국일보, 1994.
- 홍병숙, 기혼여성의 의복구매의사 결정과정에 관한 실증적 연구-서울의 30-50대 여성을 중심으로 -, 중앙대학교 석사학위논문, 1985.
- 황지성, 개인주의와 집단주의에 관한 교차 문화적 연구, 연세대학교, 1992, p.4.
- Bartos R., What every marketer should do about women, edited by Harold, H. Kassarjian, Thomas S. Robertson, Perspectives in Consumer Behavior (3rd ed.), Scott, Foresman Co., Glenview III., 465-474. 김미경(1993), 신세대 소비자의 의복선택행동에 관한 연구, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 재인용. 1981.
- Hofstede G., Culture's consequences: *International differences in work-related values*. Beverly Hills: Sage 1980, p.80.
- Kagitacibasi C., Family and socialization in cross-cultural perspective: A model of change. In J. Berman (Ed.). *Nebraska Symposium on Motivation, Lincoln*: Nebraska University Press. 1990.
- Ryan M. S., Clothing : A Study in Human Behavior (New York : Holt, Rinehart & Winston, Inc.), 1966, p.43-50.
- Rohner, R. P., Toward a conception of culture for cross cultural psychology. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 15, 1984, p.111-138.
- Sinha, J. B. P. & Verma, J. Structure of collectivism. In C. Kagitacibasi (Ed.). *Growth and progress in cross-cultural psychology*. Lisse: Swets & Zeitlinger, 1987, p.124.
- Triandis H. C., Theoretical and methodological approaches to the study of collectivism and individualism. In Kim U., Triandis H. C., Kagitacibasi C., Choi S. C., & Yoon G. (Eds.), *Individualism and collectivism : Theory, method, and applications*. Thousand Oaks: Sage, 1994.