패션비즈니스 제21권 4호
—
ISSN 1229-3350(Print)
ISSN 2288-1867(Online)
—
J. fash. bus. Vol. 21,
No. 4:61-72, Sept. 2017
https://doi.org/
10.12940/jfb.2017.21.4.61

Corresponding author
—
Mi Young Son
Tel : +82-2-3668-4641
Fax : +82-2-2088-4306
E-mail: pkt2000@knou.ac.kr

기후변화에 대한 소비자의 인식과 복식행동 연구

손미영
한국방송통신대학교 생활과학과 의류패션학 전공

Study on Consumer Cognition and Clothing behavior of Climate Change

Mi Young Son
Dept. of Human Ecology, Korea National Open University, Korea

Keywords

climate change,
climate change cognition,
clothing behavior,
ethical fashion consumption,
seasonless fashion
기후변화, 기후변화 인식,
복식행동, 윤리적 패션 소비,
시즌리스 패션

—
본 논문은 한국방송통신대학교 2016 학술연구비를 지원받아 연구되었음.

Abstract

The purpose of this study was to analyze the impact of climate change cognition on clothing behavior of fashion consumers to understand the impact of climate change on the fashion system. An online survey was conducted of 385 people in their 20s-50s working in the fashion industry as well as general consumers. Data collected from surveys were analyzed by factor analysis and t-test. Results are as follow: First, climate change cognition consists of four sub-dimensions, which are 'knowledge of climate change' and 'recognition of climate change in Korea'. Second, clothing behavior related with climate change consists of six sub-dimensions, which are 'environmentally-friendly fashion purchases', 'new clothes-wearing style affected by climate change', 'ethical fashion consumption', 'pursuit of functional fashion', 'pursuit of seasonless fashion', and 'clothes-wearing in response to climate change.' Last, the group with higher cognition of climate change than the group with lesser cognition had significantly higher degree of trying new styles created because of climate change, making ethical fashion purchases, pursuing functional fashion, and wearing clothes in response to climate change

I. 서론

2030년대가 되면 우리나라 여름철이 온난화 영향으로 지구 생태계가 견뎌온 자연적인 기후변동의 범위를 넘어서는 매우 더운 날씨가 될 것으로 전망되었다. 기후변화정부간협의체 Intergovernmental Panel on Climate Change ([IPCC], 2017)는 온실가스 증가에 따른 미래 기온의 상승 추세가 자연변동 폭을 넘어서는 시점을 정의하고 있는데, 이 시점이 우리나라에도 2030년대 여름철이면 도달할 것으로 분석된다(Lee, 2017).

지금까지 이산화탄소와 같은 온실가스가 대기 중에 방출되면서 지구의 기후를 변화시켜 왔다. 향후에도 기후변화가 지속되면서 이전보다 훨씬 가파르게 평균기온이 상승할 것으로 예측되고 있다. 2012년 IPCC 부회장 모한 무나싱혜(Mohan Munasighe)는 케임브리지 강연에서 “기후변화는 현재의 빈곤, 환경 파괴, 사회 양극화, 테러리즘 등의 문제를 악화시키고, 매우 혼란스러운 상황을 추가적으로 조성하는 요인”이 되고 있다고 하였다(Yang, 2015). DARA(유럽 비영리단체)와 기후 취약국 포럼(Climate Vulnerable Forum)의 공동보고서에 의하면, 2010년 한 해 동안 기후변화가 초래한 경제적인 피해는 세계 GDP의 1%에 해당하는 7천억 달러 규모이었으며, 탄소집약경제(carbon-intensive economy)가 유발한 피해는 세계 GDP의 약 0.7% 약 5천억 달러 규모이었다(Jang, 2015).

우리나라는 에너지 부문 이산화탄소 배출량이 세계 7위, 비중 1.87%(IEA/2012), 에너지 부문 1인당 이산화탄소 배출량이 11.8톤(세계 평균 4.5톤), 1850~2011년간 이산화탄소 누적배출량 세계 12위(WRI/2015)로 온실가스 배출통계에서도 주요 배출국으로 분류되고 있다(Climate change, energy & environmental affairs bureau, 2015). 이에 따라 우리나라 정부도 2008년 ‘저탄소 녹색성장’, 2010년 ‘저탄소 녹색성장 기본법’, 2011년~2015년까지 환경부를 총괄부서로 12개 부처 공동으로 건강, 재해 등 7개 부문별 국가기후변하 적응대책과 이를 지원할 수 있는 3개의 적응기반대책을 수립하였다(Yang, 2010; Korea Adaption Center for Climate Change[KACCC]). 산업의 차원에서도 기후변화에 대응하기 위한 노력들이 다양하게 진행되고 있다. 기후변화가 기존 산업구조의 급격한 변화를 초래하면서 사양(불황) 산업과 호황 산업 구조가 변화하고 있고(Kim, 2014), 기후변화에 대응/적응하기 위한 실천사항, 즉 산업/수송/가정상업(공공 포함) 전 부문에서 에너지 효율성, 자원 절약, 탈화석연료 시스템의 추구, 신재생에너지, 탄소세 부가 등과 관련된 노력들이 진행되고 있다(Kim, 2010).

패션산업에서도 기후변화의 영향에 대해 심각하게 인식하고 있다. 2013년 밀라노 패션위크의 설립자인 베프 모데니스 (Beppe Modenese)는 뉴욕 타임즈를 통해 "이제 패션업계는 여름과 겨울 사이에 뚜렷한 경계가 더 이상 존재하지 않는다는 사실에 적응해야만 한다며 패션산업의 모든 부분에서 변화해야 한다"고 강조했다. 정치적 메세지를 담은 티셔츠와 도덕적 소비 캠페인으로 유명한 영국 디자이너 케서린 함넷(Katherine Hamnett)은 “패션산업이 기후변화에 적응하지 못하면 생존이 불가능할 것이다”고 말하기도 했다(Han, 2013).

국내 의류학 분야에서도 기후변화와 관련된 여러 연구들이 진행되었다. Bae(2008)와 Jang(2015)의 연구는 기후변화에 적응하여 등장한 새로운 착장 스타일과 착장방식, 소재, 컬러 등을 분석하였으며, Lee(2011)의 연구는 기후변화에 따른 남성셔츠 디자인 개발의 가이드라인을 제시하였으며, Park, Joo, Yoon, and Yun(2015)은 기후 대응형 커스터마이즈 패션제품을 개발하여 제시하였다. Son (2010; 2012)의 연구는 기후변화 현상에 대응하기 위한 패션기업의 패션마케팅 및 머천다이징 활용 방안들을 제시하였다. 즉 위의 연구들은 국내 기후변화에 따라 산업현장에 등장하였던 또는 제안하였던 착장방식이나 스타일, 그리고 마케팅 및 머천다이징 활용 방안이었으며, 실제 패션소비자들을 대상으로 기후변화가 패션소비자들에게 어떤 영향을 미쳤는지에 대한 실증적 연구는 전무하다.

따라서 본 연구에서는 소비자를 대상으로 기후변화 인식을 규명하고 소비자의 기후변화 인식과 기후 관련 복식행동의 관계를 규명하고자 하였다. 이는 향후 패션산업이나 기업이 기후변화에 대응이나 적응하기 위한 전략을 수립시 기초 자료가 될 수 있으며, 더 나아가 국가적, 산업적, 소비자의 차원 모두에서 기후변화에 긍정적 영향을 미칠 수 있는 각종 산업활동이나 소비활동의 방향을 제시하는데도 도움이 될 것이다.

II. 이론적 배경

1. 기후변화

1) 기후변화의 개념과 현황

기후(氣候, climate)는 오랜 기간 동안의 평균적인 날씨를 말하며, 일반적으로 30년간의 평균을 이용하여 나타낸다.

날씨는 일시적인 기상 현상을 나타내는 것에 비해, 기후는 지속적이고 평균적인 기상 현상을 나타낸다("Climate", 2017). 기후는 위도, 바다로부터의 거리, 식물, 산의 존재 또는 다른 지리적 요소에 의존하기 때문에 장소에 따라 다양하며, 또한 시간에 따라서도 다양하다. 즉, 계절과 계절, 일년주기, 10년 주기 그리고 빙하 시기 같은 시간 규모에 따라 다르다(KACCC, 2017).

기후변화는 인간의 활동에 의한 온실효과 등의 인위적 요인과 화산폭발, 성층권 에어로졸의 증가 등의 자연적인 요인에 의한 효과를 포함하는 전체 자연의 평균 기후변동을 일컬으며(KACCC, 2017), 주로 온실효과에 의해 지구 온도가 올라가는 지구 온난화 뿐 아니라 홍수나 가뭄, 한파를 포함한 문제들을 야기하며, 또한 이러한 기후변화는 극지방의 빙하가 녹고 해류의 문제가 발생하는 등 여러 문제를 야기하므로 이 문제들에 대한 대응은 선택이 아니라 필수이다(Chae, Lee & Lee, 2011).

지금까지 기후변화 자체는 산업 전반에 제한적으로 영향을 미쳐왔다. 기후변화로 인해 특정 기업의 생산공정이나 제품 자체를 변화시키는 일도 아직은 일반적이지 않다. 아주 단기적인 온도의 변화와 같은 경우 기후변화라고 단정할 수 없을 것으며 농작물 생산과 같은 경우는 기후변화의 영향을 받는 것으로 판단되지만 아직 그 영향이 크지 않은 것이 사실이다(Lee, 2010). 그러나 기후변화 문제는 불가역성, 무차별성, 공공재의 비극, 대응의 곤란성, 장기적 현상이라는 특성 때문에 중요성이 더욱 크며, 또한 극한 기후에 의한 기상이변의 증가와 수자원 및 수질 관리, 홍수나 가뭄, 생태계, 산림, 해양생태계, 농업, 건강 및 사망률에 미치는 부정적 영향 외에 각종 산업에 미치는 부정적 영향 등이 지적되고 있다(Lee, 2008). IPCC의 5차 보고서도 기후변화 문제가 야기할 미래 위험요소들을 지적하였는데, 즉 해수면 상승, 연안 부근의 홍수 및 폭풍 해일로 인한 생명과 재산피해, 홍수로 인한 재해 및 질병, 사회기반시설 및 공공 서비스의 와해, 극한의 장기간 혹서로 인한 취약 도시인구의 사망 및 질병, 재해 위험, 농업생산성 저하 및 식량 불안정 등이다(Jang, 2015). 기후변화의 한 현상으로 이상기후 패턴도 나타나고 있는데, '이상기후'의 기후학적 의미는 기온이나 강수량 따위가 정상적인 상태를 벗어난 상태를 말한다. 예년에 느낄 수 없을 만큼 기온이나 강수량의 변화가 일정기간 동안 지속적으로 클 때 이상기후가 나타났다고 할 수 있다고 한다(Son, 2010).

현재 기후변화 현상이 전례 없는 수준으로 관측되고 있으며, 특히 온실가스 배출이 계속됨에 따라 기후변화가 심화되어 되돌릴 수 없는 영향을 미치게 될 가능성이 높아진다고 한다(IPCC, 2014). 기후변화로 인해 지난 133년간(1880~2012) 전 지구 평균기온이 약 0.85℃ 상승했으며, 평균 해수면의 높이는 110년간(1901~2010) 19cm 상승했다. 현재 추세대로 진행된다면 금세기 말(2081~2100)의 전 지구 평균기온은 3.7℃, 해수면은 63cm 상승할 것으로 전망된다(Han et al. 2015). 우리나라도 지난 100년간(1911년~2010년) 연평균기온이 1.8℃ 상승하였는데, 온실가스 배출의 감축 없다면 2050년까지 3.2℃가 지속적으로 상승할 것이다. 이에 따라 전국이 아열대 기후로 변하고 있으며, 봄과 여름은 한 달 정도 길어지고, 겨울은 한 달 가량 짧아질 것으로 예측되며, 폭염은 현재 연평균 9일에서 2070년에서 2099년에는 64.7일로 7.2배, 열대야는 4일에서 59.9일로 15배 증가할 것으로 추정된다(Jang, 2015).

Chae et al. (2011)은 기후변화에 대응하기 위해서는 국가 및 사회 차원에서 대책을 마련하는 것 외에 모든 사회 구성원이 각각이 기후변화와 그에 따른 문제점을 정확하게 인식 및 이해하여야 하며, 기후변화를 대처할 수 잇는 실천적 행동양식이 생활화되어야 한다고 하였다.

2) 기후변화 인식

인식(cognition)이란 어떠한 사건에 대해서 지식이나 경험 등을 통해 형성되는 반응을 말하며(Anderson, 2004), 또한 인식이란 사람의 지각과 학습, 사고, 기억이라는 방식을 통한 능력을 의미하기도 하며, 인식을 언어, 지능, 사고, 추론, 지각과 기억 등 인간의 기능을 포함하는 정신적인 체계화 과정으로 보기도 한다(Hurr, Kim, & Choi, 2006).

기후변화 인식은 기후변화로 발생되고 있는 이상 기후 및 자연 재해 등의 경험이나 지식을 통해 인식되어지는 것을 의미한다(as cited in Lee. Hwang., & Seo, 2014). 실제로 중, 고등학생 10명 중 9명(90.6%) 가량은 해마다 계절의 변화에 '차이가 있다'고 응답하였고, 일생 동안 기후변화로 인해 자연재해를 '경험할 것'이란 응답이 94.2%로 기후변화가 시급한 문제임을 인식하고 있었고, 기후변화 해결을 위해 정부가 '전국민적 에너지 절약 운동'을 가장 우선적으로 추진해야 한다(30.9%)는 견해가 가장 많았고, '태양광, 풍력 등 신재생에너지 보급 확대'(24.5%), '폭염, 폭설, 홍수 등 재난에 대비한 기후변화 적응 대책 시행'(22.3%), '온실가스 감축을 위한 배출권 거래제, 탄소세 등 제도 도입'(20.9%), '기타'(1.4%) 순으로 응답됐다(Seo, Kim, Kim, & Lee, 2013).

이러한 기후변화 인식은 자신의 생각을 형성하고 자신의

태도나 관심을 변화시키는 경향이 있으며, 의사결정과정이나 특정 행동을 실행함에 있어서 영향을 미친다고 하였다(Oliver, 1997; as cited in J. Kim & N. Kim, 2013). H. Kim, Yoo, and N. Kim (2014)는 기후변화 위협에 대한 지각은 다소 약하지만 기후변화에 대한 개인적 책임, 친환경 행동으로 이어진다고 하였다. 그러나 Stoll, O'Riordan and Jaeger (2001)는 기후변화 이슈에서 개인적 책임이 친환경 행동에 영향을 미치는 중요한 변수로 고려되어야 한다고 하였는데 그 이유는 다른 환경문제와는 달리 기후변화에 대해서 많은 사람들이 정부나 기업의 책임을 돌리는 경향이 있으며, 이러한 사람들은 실제로 기후변화를 완화하기 위한 행동을 하지 않는 경향이 있다고 지적하였다. 또한 지구온난화, 이상기후를 포함한 기후변화와 같은 환경문제들을 극복하지 못하는 것은 기술부족 때문이 아니라 사고방식과 소비문화의 문제이며, 소비문화와 사고방식이 바뀌야만 환경문제가 해결될 수 있다고 하였다(Lee & Park, 2009). Lee (2011)은 기후변화에 대응으로써 의생활에서 추구해야 할 것은 녹색 컨버젼스를 실천할 수 있도록 변화를 유도하는 것이라 하면서 친환경 패션의 활성화 방안으로 내놓았으며, 친환경 패션이 활성화되기 위해서는 산업계 측면에서의 기술적 발전 외에 소비자 의식변화를 유도해내야 한다고 하였다.

2. 기후변화 관련 복식행동

21세기가 접어들면서 한파와 폭염과 폭설, 대기오염, 황사 등 지구의 온난화와 함께 발생되는 다양한 이상 기후들은 자연환경과 밀접한 농업이나 수산업, 관광업 등에서 기후변화에 대한 산업 내 대응을 위해 새로운 기후 조건이 적응할 수 있는 새로운 인프라를 구축하고 있는 실정이다(Lee, 2008).

최근 디자인 분야에서도 날씨, 기상, 기후와 연계하여 천연자원 에너지를 이용한 친환경 성향이 강한 제품들이 등장하고 있는데, 특히 기상, 기후, 날씨와 밀접한 기능성 소재의 출현과 친환경소재와 패션감각과 어우러진 패션제품들로 진화되고 있다(Kim, 2009). 의류학 분야에서 기후변화와 관련하여 다양한 연구들이 진행되고 있다. Park, Joo, Yoon, and Yun (2015)은 국내의 이상 기후변화와 더불어, 중국의 급격한 산업화로 야기되는 황사와 미세먼지로부터 인체를 보호하기 위해서는 패션 멀티 브레이커(Multi Breaker)가 필요하며 소비자 중심의 커스터마이즈(Customize) 패션제품이 중요하다고 하면서, 소재 및 디자인, 용도적 측면에서의 기능화 제안하였다. Jang (2015)은 기후변화에 적응할 수 있는 패션디자인의 유형으로 기능성, 레이어드, 시즌리스, 크로스 오버 등으로 분류하였고, 기능성의 하위 개념으로 기능성 디자인, 기능성 소재, 기능성 액세서리로 구분하였고 시즌리스의 하위 개념으로 시즌리스 디자인, 시즌리스 소재, 시즌리스 컬러 등으로 분류하였다. Lee and Park (2009)도 지구온난화 및 국내 기후변화에 따른 패션동향으로 시즌리스 패션아이템 및 패션아이템 소재의 경량화 등이 등장하였다고 하면서, 기후변화와 환경의식에 대응하기 위한 다기능적 디자인 요소로서 오염 최소화를 위한 최소한의 재료 사용, 수공예 기법의 느린 디자인, 기후 및 환경변화 대처를 위한 다기능을 제시하였다. Bae (2008)도 날씨 패턴이 변화함에 따라 모든 날씨에 적합한 옷에 대한 소비자의 욕구를 충족시키기 위해 새로운 스타일이 제시되고 있는데, 즉 시즌리스 레이어드룩과 친환경성을 고려한 첨단 소재의 개발, 가벼우면서도 보온성을 가진 기능성 소재 등이 제시되고 있으며, 그리고 기후변화에 대한 위기감의 대응으로 변덕스러운 날씨에 적응하여 신체온도를 쾌적하게 유지시키는 소재와 방수가공된 니트와 울 케이프, 귀마개 등 액세서리가 등장하였다고 하였다. Lee (2011)은 기후변화의 대응으로써 친환경 디자인은 자원의 효율성과 소비자 의식전환이라는 두 가지 측면에서 실천되어야 한다고 하였고 더불어 친환경 패션이 활성화되기 위해서는 산업계 측면에서의 기술적 발전 외에 소비자 의식변화를 유도해내야 한다고 하였다.

패션 머천다이징과 마케팅 측면에서 기후변화의 영향을 살펴본 연구도 있는데, 최근 예측하기 어려운 기후변화 현상에 대응하기 위한 방안으로 기상예보가 패션상품기획 과정 및 구매와 생산, 판매 및 촉진에서 활용되고 있으며, 반응생산 및 기상마케팅, 날씨마케팅, 온도마케팅 등이 이미 적응방안으로 활용되고 있다고 하였다(Son, 2010; 2012).

이상에서 살펴본 바와 같이 의류학 분야에서 진행된 기후변화와 관련된 연구들의 대부분은 21세기 환경문제와 함께 등장한 기후변화의 위협에 대한 대응이나 적응을 위한 복식의 착장방식이나 스타일, 디자인 등을 분석한 연구들이며 실제 소비자들을 대상으로 기후변화가 소비자의 인식 및 복식행동에 어떠한 영향을 주었는지에 대한 연구는 전무한 상황이다.

III. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

본 연구에서는 선행연구를 토대로 기후변화가 소비자의 복식행동에 미친 영향을 규명하기 위해서, 소비자의 기후변화에 대한 인식과 기후변화 인식이 기후와 관련된 복식행동에 미친 영향을 분석하기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 기후변화 인식의 하위 차원을 밝힌다.

연구문제 2. 기후변화 관련 복식행동의 하위 차원을 밝힌다.

연구문제 3. 기후변화 인식에 따라 기후 관련 복식행동의 차이가 있는지를 밝힌다.

2. 측정도구

1) 기후변화 인식의 조작적 정의 및 문항 구성

소비자의 기후변화에 대한 인식을 조사하기 위해 기후변화와 관련된 선행연구를 토대로 다음과 같이 기후변화 인식을 조작적으로 정의하였고 그에 따라 선행연구들을 토대로 설문 문항들을 구성하였다.

본 연구에서 기후변화 인식이란 '최근에 나타나고 있는 전체 자연의 평균적 기후 변동에 대해 인지하고 있으며 뿐만 아니라 기후변화의 원인과 문제점, 이를 해결하기 위해 필요한 국내외 정책과 규제 등을 인지하고 있을 것'을 말한다. 이에 따라 기후변화 인식 문항에는 국내외 기후변화 현상과 정책에 대한 인지, 기후변화와 관련된 지식, 기후변화로 인한 환경행동 등의 개념을 측정하는 문항들로 구성하였다. 국내외 기후변화 현상과 정책에 대한 인지 문항은 Jang (2015), Seo et al. (2013), Son (2010; 2012)의 연구를 토대로 개발하였으며, 기후변화 문제에 대한 지각에 대한 문항은 Kim et al (2014), Seo et al., (2013)를 토대로 구성하였고, 기후변화로 인한 환경행동 문항은 Kim and Kim (2013), Lee et al. (2014)를 참조하여 구성하였다.

2) 기후변화와 관련된 복식행동의 문항 구성

소비자의 기후변화에 대한 대응/적응의 일환으로 등장한 복식행동을 조사하기 위해 기후변화 관련 복식행동 문항을 조사하여 구성하였다. 의류학 분야의 선행연구(Bae, 2008; Jang, 2015; Lee, 2011; Lee & Park, 2009; Park et al., 2015, Son, 2010; 2012)를 토대로 기후변화와 관련된 복식행동 문항을 다음과 같이 포괄적으로 구성하였다. 첫째 기능성, 레이어드, 시즌리스, 크로스 오버 등을 추구하는 착장방식과 스타일, 디자인, 소재, 액세서리, 둘째, 환경의식적 행동 즉 친환경 구매 및 소비, 재활용 등을 포함하는 복식행동 문항들을 구성하였다.

3. 자료수집 및 분석

본 연구는 2016년 11월~12월에 20대~ 50대의 패션기업 종사자를 포함한 일반 소비자 남녀를 대상으로 온라인 설문조사를 실시하였으며 불성실한 응답자를 제외한 최종 385명의 자료를 수집하였다. 응답자의 인구통계적 특성은 남성 49.9%, 여성 50.1%, 20대 28.8%, 30대 31.9%, 40대 28.8%, 50대 10.4% 등으로 고르게 분포되었으며, 직업은 학생 8.8%, 사무직 49.1%, 서비스 판매직 6.8%, 전문기술직 14.8%, 전문직 3.9%, 전업주부 8.6%, 무직 4.7%, 기타 3.4%, 그리고 패션산업 종사자 10.3%, 패션산업 비종사자가 89.7%로 나타났다(Table 1).

수집된 자료는 SPSS21 프로그램으로 분석되었으며, 기후변화 인식 및 기후 관련 복식행동의 하위 차원을 규명하기 위해 요인분석과 크론바하 알파값을 사용하여 검증하였고, 기후변화 인식에 따른 기후 관련 복식행동의 차이는 t검정으로 검증하였다.

IV. 연구 결과

1. 기후변화 인식의 하위 차원

기후변화 인식의 하위차원을 확인하기 위해, 탐색적 요인분석을 실시하였고 분석결과는 Table 2와 같다. 베리맥스 회전을 통한 주성분 추출 요인분석을 실시한 결과, 고유치 1이상의 4요인이 추출되었다. 이 중 2개 요인의 Cronbach's α값이 0.6보다 낮아 이 요인들을 제거하고 다시 요인분석을 실시하여 최종 2개 요인을 추출하였다. 기후변화 인식에는 '기후변화 지식', '국내 기후변화 인지'의 2개 하위 차원이 독립적으로 구성됨을 확인하였다. 측정문항들의 요인부하량은 0.646-0.809으로 만족되었으며, 2요인의 총 분산은 61.530%로 나타났다. 또한 각 요인의 신뢰도지수인 Cronbach's α는 0.827-0.852로 내적일관성을 확인할 수 있었다.

본 연구의 기후변화 인식 문항들은 본 연구에서 기후변화와 관련하여 구성하고자 하였던 국내외 기후변화의 현황에 대한 인지, 기후변화와 관련된 지식 등의 개념을 잘 포괄하고 있다고 할 수 있으나 기후변화와 관련된 환경행동은 차원으로 구성되지 못하였다. 즉 Kim and Kim(2013)의 연구에서 VBN이론을 적용하여 기후변화를 환경행동결

Table 1. Demographic Characteristics of Subjects

Demographic Variants	Specific Categories	Variants	Percentage
Gender	Male	192	49.9
	Female	193	50.1
Age	20 - 29	111	28.8
	30 - 39	123	31.9
	40 - 49	111	28.8
	50 - 59	40	10.4
Occupation	Student (college and university, graduate school, etc.)	34	8.8
	Office worker (banks, public official, employee of a company or social organization, etc.)	189	49.1
	Service or sales (cook, hairdresser, driver, salesperson, shopkeeper, owner of a small shop, etc.)	26	6.8
	Professional technical worker (engineer, teacher, designer, lecturer, nurse, architect, religious occupation, celebrity, etc.)	57	14.8
	Professional (medical doctor, judge/prosecutor/attorney, researcher, accountant, professor, author, journalist, etc.)	15	3.9
	Homemaker	33	8.6
	Unemployed (having no occupation, such as holding part-time job, preparing for employment etc.)	18	4.7
	Other	13	3.4
Involvement in the Fashion Industry	Persons involved in the fashion industry	40	10.3
	Persons not involved in the fashion industry	345	89.7

Table 2. Sub-dimensions of Climate Change Cognition

Factor	Items	Factor Loading	Eigen Value Variance (Cumulative Variance) Cronbach's α
Knowledge of Climate Change	Climate change is related with the earth's greenhouse effect	.809	3.334 33.340 (33.340) .852
	Climate change is related with erratic weather patterns, including rising sea surface temperature and sea levels, typhoons, rising average temperatures, droughts, etc.	.743	
	Climate change is related with greenhouse gases, including carbon dioxide, methane and nitrous oxide	.725	
	Climate change is related with the destruction of the ozone layer and deforestation of tropical rain forests	.696	
	Climate change is related with environmental issues caused by industrial growth and development	.668	
	Climate change is related with the use of fossil fuels, including coals and petroleum	.646	
Recognition of Climate Change in Korea	Korea's temperature is gradually rising	.832	2.819 28.190 (61.530) .827
	Negative effects, including heat waves, floods, air pollution, are recently on a rise in Korea due to climate change	.758	
	Korea's climate is becoming more like a subtropical climate	.768	
	Abnormal temperature events are occurring in Korea	.722	

과의 중요성 인식 요인으로 보았으며, Lee et al. (2014)의 연구에서도 기후변화인식이 환경적 책임 행동과 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 본 연구에서는 환경행동이 기후변화 인식의 차원으로는 구성되지 못하였다.

2. 기후변화와 관련된 복식행동의 하위 차원

기후변화와 관련된 복식행동은 배리맥스 회전을 통한 주성분 추출 요인분석을 실시한 결과, 고유치 1이상의 6개 요

Table 3. Sub-dimensions of Clothing Behavior Related with Climate Change

Factor	Items	Factor Loading	Eigen Value Variance (Cumulative Variance) Cronbach's α
Environmentally-Friendly Fashion Purchase	When purchasing fashion products, check whether the product materials are environmentally-friendly or not	.817	2.987 16.596 (16.596) .842
	When purchasing fashion products, check whether the relevant fashion brand/company has breached any labor-related terms, such as infringing the rights of workers or have poor working environment	.814	
	When purchasing fashion products, check whether the product takes environmental factors into consideration from production of the product to after its use	.813	
	Purchase fashion products that are recyclable or reusable	.617	
New Clothes-Wearing Style in response to Climate Change	Sometimes wear formal dress items together with outdoor/sportswear items due to climate change	.829	2.691 14.952 (31.547) .814
	Have worn formal dress items together with casual dress items due to climate change	.828	
	Sometimes wear a jumper over a jacket, a skirt over pants, etc. due to dramatic temperature variation in a day	.697	
	Have worn clothes in a newly created way due to climate change	.644	
Ethical Fashion Consumption	Try to manage clothes suitably to use them as long as possible	.745	1.974 10.968 (42.515) .686
	Try to purchase fashion products sold by a social enterprise or ethical company	.707	
	Try to purchase fashion products sold by a company that satisfied its social responsibilities	.650	
	Send used clothes to a recycling center or donate them	.566	
Pursuit of Functional Fashion	Currently wear a lot of functional clothes due to climate change	.870	1.885 10.475 (52.990) .913
	Currently wear clothes made up of functional materials due to climate change	.860	
Pursuit of Seasonless Fashion	Recently purchased many between-seasons items due to climate change	.817	1.576 8.757 (61.747) .706
	Recently purchased clothes that can be worn during all 4 seasons, including light and thin outer jackets, etc. due to climate change	.810	
Clothes-Wearing in response to Climate Change	Prepare a clothing item in response to drastic temperature changes, when going out	.797	1.526 8.478 (70.225) .647
	Clothing-wearing method has changed due to recent abnormal temperatures	.773	

인이 추출되었다(Table 3). 기후변화와 관련된 복식행동에는 '친환경 패션구매', '기후변화에 따른 착장 스타일', '윤리적 패션 소비', '기능성 패션 추구', '시즌리스 패션 추구', '기후변화 대비 착장' 의 6개 하위 차원들로 구성됨을 확인하였다. 측정문항들의 요인부하량은 0.566 ~ 0.870으로 나타나 만족되었으며, 6요인의 총 분산은 70.226%로 높게 나타났다. 각 요인의 Cronbach's α값을 확인한 결과, 0.647-0.842로 내적일관성을 확인할 수 있었다.

이 결과는 기후변화가 친환경성, 기능성, 시즌리스, 새로운 착장스타일(레이어드나 크로스 오버 등) 등 복식행동을 가져왔다는 선행연구(Bae, 2008; Jang, 2015; Lee, 2011; Lee & Park, 2009; Park et al., 2015)의 결과와 일치한다고 볼 수 있다.

3. 기후변화 인식에 따른 소비자의 복식행동

우선, 기후변화와 관련된 복식행동의 하위 차원별 평균값을 살펴보면, '기후변화 대비 착장', '기능성 패션 추구', '윤리적 패션 추구', '시즌리스 패션추구'의 하위 차원 요인의 평균값이 3.0 이상으로 긍정적 행동으로 확인되나 '친환경 패션구매'나 '기후변화에 따른 착장 스타일' 하위 차원의 평균값은 3.0 이하로 나타났다.

이는 기후변화와 직접적 관련성이 큰 복식행동 즉 급격한 기온 변화나 이상기온에 대비한 기능적 의류나 시즌리스 착장 성향이 친환경 의류 구매나 크로스오버나 레이어드 착장 성향보다 높다는 것을 나타낸다. 이러한 결과는 친환경 행동 실천은 생활의 불편함과 추가적인 금전적 그리고 물리적 비용의 발생을 감수해야 하기 때문에 태도와 행동의 불일치 가능성이 높다는 Choi and Choy (2014)의 연구결과를 부분적으로 지지한다고 할 수 있으며, 크로스오버나 레이어드룩 등과 같이 기후변화로 등장한 새로운 스타일의 경우 일반적인 소비자에게 보편화되고 있지 않았음을 나타낸다고 사료된다.

기후변화 인식에 따른 소비자의 복식행동의 차이를 알아보기 위해, 기후변화 인식에 따라 기후변화 인식이 높은 집단과 낮은 집단을 구분하였다. 기후변화 인식에 따른 집단의 구분을 위해, 기후변화 인식의 하위차원을 토대로 K 평균 군집분석을 실시하였다. 2개의 집단이 구분되었으며, 이들 집단의 특성을 확인하기 위하여 구분된 2집단 간 기후변화의식의 차이를 독립표본 t검정으로 확인한 결과 Table 5, 기후변화 인식의 모든 하위차원이 낮은 기후변화의식 저집단(n=180)과 기후변화 인식의 모든 하위차원이 상대적으로 높은 기후변화의식 고집단(n=205)로 구분되었다.

기후변화 인식과 기후변화와 관련된 복식행동의 관련성을 확인하기 위하여, 기후변화 인식 고/저 집단 간 복식행동들의 차이를 독립표본 t검정으로 확인한 결과, 친환경 패션구매와 시즌리스 패션추구를 제외한 복식행동에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

기후변화 인식이 높은 집단이 기후변화 인식이 낮은 집단보다 기후변화에 따른 새로운 착장 스타일을 시도하며, 윤리적 패션 소비가 높고, 기능성 패션을 추구하고, 급격한 기후변화에 대비한 착장 방식을 채택하는 것으로 나타났다. 이 결과는 기후변화 인식이 의사결정과정이나 특정 행동을 실행함에 있어 영향을 미친다는 연구 (Kim & Kim, 2013) 결과를 부분적으로 지지한다고 할 수 있다. 그러나 친환경 패션구매와 시즌리스 패션 추구 하위차원의 경우, 기후변화 인식 고/저 집단 간 차이가 나타나지 않았다. 선행연구(Bae, 2008; Jang, 2015; Lee & Park, 2009)의 연구에서 지적한 바와는 달리, 지난 10년간 국내 기후변화

Table 4. The Mean Value for Sub-dimensions of Clothing Behavior Related with Climate Change

Sub-dimensions of Clothing Behavior Related with Climate Change	*N*	Mean
Environmentally-Friendly Fashion Purchase	385	2.7123
New Clothes-Wearing Style in response to Climate Change	385	2.8682
Ethical Fashion Consumption	385	3.3481
Pursuit of Functional Fashion	385	3.3987
Pursuit of Seasonless Fashion	385	3.2351
Clothes-Wearing in response to Climate Change	385	3.5117

Table 5. Difference of Sub-dimensions of Climate Change Cognition Between Climate Change Cognition Groups

	Climate Change Cognition		*t*-value
	Low group (*n*=180)	High group (*n*=205)	
Knowledge of Climate Change	3.76	4.39	-14.603***
Recognition of Climate Change in Korea	3.70	4.34	-13.867***

*** $p \leq .001$

Table 6. Difference of Clothing Behavior Related with Climate Change Between Climate Change Cognition Groups

	Climate Change Cognition		*t*-value
	Low group (*n*=180)	High group (*n*=205)	
Environmentally-Friendly Fashion Purchase	2.66	2.75	-1.113
New Clothes-Wearing Style in response to Climate Change	2.78	2.94	-1.937*
Ethical Fashion Consumption	3.26	3.42	-2.682***
Pursuit of Functional Fashion	3.28	3.49	-2.647**
Pursuit of Seasonless Fashion	3.26	3.21	0.613
Clothes-Wearing in response to Climate Change	3.35	3.65	-4.364***

*** $p \leq .001$, ** $p \leq .01$, * $p \leq .05$

즉 기온의 상승과 봄/가을의 단축에 따라 여름이 길어지고 겨울이 짧아진 현상의 경우 실제적인 측면에서 시즌리스 의류(간절기 품목이나 4계절용 의류)의 사용에 영향을 주기 어려우며, 따라서 국내 기후변화에 대한 높은 인식이 간절기 품목이나 4계절용 의류 사용에 더 많은 영향을 준다고 보기 어렵다고 사료된다.

V. 결론

21세기가 직면한 심각한 문제 중 하나인 기후변화는 해수면 상승, 홍수 및 폭풍 해일로 인한 생명과 재산 피해, 재해와 질병 등 환경 위험을 가져올 뿐만 아니라 농업생산성 저하 및 식량 불안정 등, 건강 및 사망률 등 산업 및 개인 소비자에게 다양한 영향을 미친다. 본 연구에서는 이러한 기후변화에 대한 인식이 소비자의 복식행동에 미친 영향을 규명하고자 하였다. 이를 위해 기후변화 인식의 하위 차원과 기후변화와 관련된 복식행동의 요인들을 밝히고자 하였으며, 그리고 기후변화 인식에 따른 기후변화 관련 복식행동의 차이를 규명하고자 하였다.

본 연구의 연구결과를 요약하면 다음과 같다. 우선, 기후변화 인식을 '최근에 나타나고 있는 전체 자연의 평균적 기후변동에 대해 인지하고 있으며 뿐만 아니라 기후변화의 원인과 문제점, 이를 해결하기 위해 필요한 국내외 정책과 규제 등을 인지하고 있는 것'으로 조작적으로 정의하였고, 이에 따라 기후변화 인식은 ‘기후변화 지식’, ‘국내 기후변화 인지’의 2개 하위 차원이 독립적으로 구성됨을 확인하였다. 둘째, 기후변화와 관련된 복식행동은 ‘친환경 패션구매’, ‘기후변화에 따른 새로운 착장 스타일’, ‘윤리적 패션 소비’, ‘기능성 패션 추구’, ‘시즌리스 패션 추구’, ‘기후변화 대비 착장’ 의 6개 하위 차원들로 독립적으로 구성됨을 확인하였다. 셋째, 기후변화와 관련된 복식행동의 하위 차원 요인별 평균값을 살펴보면, ‘기후변화 대비 착장’, ‘기능성 패션 추구’, ‘윤리적 패션 추구’, ‘시즌리스 패션 추구’의 평균값이 3.0 이상으로 긍정적으로 확인되었으나 ‘친환경 의

류 구매'나 크로스오버나 레이어드 착장 등 '새로운 착장 스타일'은 상대적으로 부정적인 경향으로 나타났다. 넷째, 기후변화 인식에 따른 복식행동의 차이를 살펴보면, 기후변화 인식이 높은 집단은 낮은 집단보다 기후변화 인식의 모든 하위 차원에서 상대적으로 높았으며, 복식행동에서도 기후변화 인식이 높은 집단이 낮은 집단보다 '친환경 패션 구매', '시즌리스 패션 추구' 차원을 제외한 모든 복식행동의 하위 차원에서 상대적으로 높았다. 즉 기후변화 인식이 높은 집단이 낮은 집단보다 기후변화에 따른 새로운 착장 스타일을 시도하며, 윤리적 패션 및 기능성 패션 추구 성향이 높으며, 급격한 기후변화에 대비한 착장방식을 채택하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 기후변화와 관련된 의류학 분야의 선행연구(Bae, 2008; Jang, 2015; Lee, 2011; Lee & Park, 2009; Park et al., 2015) 결과들을 부분적으로 지지한다고 볼 수 있다.

이상의 연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 시사점을 제시할 수 있다. 첫째, 기후변화 인식은 패션소비자의 복식행동에 영향을 줄 수 있다. 기후변화 인식에 따른 소비자 집단 간의 차이 결과에서 살펴본 바와 같이, 소비자의 기후변화 인식이 높을수록 윤리적 구매 성향이 높아지는데 이는 매우 고무적인 현상이라고 볼 수 있다. 따라서 일반 소비자들의 복식행동에 있어 친환경적, 윤리적, 착한, 지속가능한 소비로 이끌기 위해서는 기후변화에 대한 관심을 적극적으로 유도해야 하며 또한 올바른 기후변화 인식을 가질 수 있도록 개인적 그리고 사회적 차원의 노력이 필요하다.

둘째, 기후변화에 관련된 복식행동의 측면에서 국내 선행 연구 결과와 본 연구결과의 차이점은 레이어드나 크로스 오버 등 새로운 스타일 착용과 친환경 구매이다. 마케터의 차원에서는 선도하고 있지만 소비자들은 상대적으로 긍정적으로 수용하고 있지 않았다. 그러나 기후변화 인식 정도에 따라서는 유의한 차이가 있었으므로 이는 향후 일반 소비자의 기후변화 인식이 높아지면 새로운 스타일 착용이나 친환경 구매는 증가한다고 볼 수 있다. 따라서 패션산업에서는 기후변화에 대한 대응 관련 전략이 실제 상품전략에서뿐만 아니라 소비자들과의 커뮤니케이션 전략에서 구체화되어야 하며, 소비자뿐만 아니라 시장을 선도하여야 한다.

셋째, 국가적 차원에서 최근의 급격한 기후변화에 의한 부정적 영향을 최소화하기 위해 그리고 기후변화에 대한 대응/적응을 위해 소비자의 기후변화 인식과 실천 행동뿐만 아니라 국가적 차원 및 산업계 차원, 학계 차원에서 각각의 반성적 사유와 실천 노력이 함께 진행되어야 한다. 즉 그간 기후변화와 관련된 정부 및 지자체의 정책, 패션산업계의 실천 강령, 의류학계의 연구, 소비자의 인식 및 실천 등을 되돌아보고 특히 기후변화와 관련된 국내 개념적 및 정책적 틀이 개선되어야 할 여지가 있는지를 재고해 보아야 한다. 패션산업 및 패션소비에서 기후변화의 주된 원인이 되는 온실가스 배출과 직접/간접적으로 관련된 구체적인 산업 활동 요인과 소비 활동 요인을 분석하여야 하여 기후변화와 관련된 기업 및 소비자의 의식 및 행동의 변화를 이끌어야 한다.

끝으로 본 연구의 제한점과 후속연구를 다음과 같이 제안하고자 한다. 본 연구는 그간 의류학 분야에서 사례자료나 문헌자료로서만 규명되었던 기후변화 영향 요인들을 실제 소비자를 대상으로 기후변화가 패션체계 특히 소비자에게 미친 영향을 실증적으로 연구하였다는 점에서 의의가 있다고 볼 수 있다.

그러나 기후변화와 관련된 인식의 다양한 하위차원의 개념을 선행연구를 바탕으로 탐색적으로 개념적 구성을 확인하는데 있어서, 일부 차원(기후 변화의 정책과 기후 변화의 부정적 영향)이 독립적인 개념으로 구분되지 못하였다. 향후 연구에서는 기후변화 인식에 관한 포괄적 개념을 검증하여 설명력을 높여 소비자의 인식과 행동과의 관련성을 설명할 수 있을 것이다. 또한 많은 연구들(Kim et al., 2014; Lee, 2008; Lee, 2011; Lee & Park, 2009; Jang, 2015; Yang, 2015)에서 기후변화는 환경의식이나 행동과 밀접한 관계가 있는 것으로 언급하고 있으며, 또한 사실상 기후는 지구환경의 한 요소이므로 후속 연구에서는 기후변화 인식과 친환경 의식과 행동, 복식 행동 등의 연관성이나 경로 관계, 영향 관계 등이 연구되어져야 한다.

References

Anderson, J. R. (2004). *Congnitive Psychology and Its Implication.* New York: Worth Publishing.

Bae, J. M. (2008). A study on fashion trends by climate change, *Proceedings the Korean Society of Clothing and Textile,* 221.

Chae, H. M., Lee, S. S. & ·Lee, H. J. (2011). A Study on development of climate change adaptation strategies through county recognition. *Korean Society of Hazard Mitigation (KOSHAM), 11*(6), 131-138.

Choi, S. H., & Choy, J. H. (2014). An exploratory

study of consumers' environmental consciousness and behaviors in Korea, U.S., and Japan. *Journal of Women and Economics, 11*(2), 51-76.

Climate change, energy & environmental affairs bureau, climate diplomacy division. (2015). *Knowing Climate Change,* Retrieved from http://www.korea.kr/archive/expDocView.do?docId=36807

Han, H. J., Kwon, Y. W., Park, Y. H., Yoo, K. B., Hwang, K. Y., Kim, S. Y., & Hong, J. H. (2015). *City and environment.* Seoul: Parkyoungsa Press.

Han, K. H. (2013, Feb 4). The attitude of the fashion industry to cope with weather change. *Korea Fashion Association.* Retrieved December 12, 2016, from http://www.koreafashion.org/info/info_content_view.asp?flag=2&cataIdx=803&boardId=story&clientIdx=341&num=304

Hurr, H. Y., & Kim, B. K., & Choi, Y. M. (2006). The cognition of the ecotourism by the inhabitants of Jeju Island: The case of civil servants. *Journal of Tourism Sciences, 30*(4), 273-292.

IPCC. (2014). *Climate change 2014: Synthesis report. contribution of working groups I, II and III to the fifth assessment report of the intergovernmental panel on climate change* [Core writing team, R.K. Pachauri & L.A. Meyer (eds.)]. IPCC, Geneva, Switzerland, 151 pp.

Jang, N. K. (2015). The types and characteristics of fashion design adapting to climate change. *Journal of the Korean Society of Fashion Design, 15*(3), 35-51.

Kim, C. S. (2010). Industry and consumer responsibility to climate change. *Meteorological Technology & Policy, 3*(1), 100-109.

Kim, H. J., Yoo, K. M., & Kim, N. J. (2014). Effects of value, problem awareness and personal responsibility of climate change on tourists' pro-environmental behaviors. *The Journal of Tourism Studies, 26*(4), 43-66.

Kim, J. I. (2014). Use and Strategy of industrial management of weather climate big data. *Meteorological Technology & Policy, 7*(1), 31-41.

Kim, J. O. & Kim, N. J. (2013). Outdoor recreation participants` cognition of climate change influencing on their behaviors: Applying extended theory of planned behavior to auto campers in winter. *Journal of Tourism Sciences, 37*(6), 11-32.

Kim, M. J. (2009). Connection planning between living design and climate·weather, *Meteorological Technology & Policy, 2*(4), 73-88.

Korea Adaption Center for Climate Change (KACCC). (n.d.). Retrieved April 30, 2017 from http://ccas.kei.re.kr/climate_change/menu3_1.do

Lee, H. Y. & Park, H. W. (2009). A study on the multi-functional fashion design: Focused on the climatic change and environment consciousness. *Journal of Fashion Business, 13*(2), 123-135.

Lee, K. Y. (2017, May 12). Korea can't stand the warming in summer of 2030's. *The Hakyoreh Newspaper.* Retrieved May 12, 2017, from http://www.hani.co.kr/arti/science/science_general/794464.html

Lee, M. G. (2008). The Impacts of climate change from human-ecological and industrial perspectives. *Keimyung Korean Studies Journal, 36,* 91-137.

Lee, M. J., & Hwang, Y. S., & Seo, W. S. (2014). Exploratory study on the relationship between attitude on climate change and tourist` satisfactory and behavior intention: the case of tourists at natural tourist attractions in Jeju island. *Journal of Tourism Sciences, 38*(7), 123-142.

Lee, M. S. (2011). A case study for development of men`s shirts design against global warming. *Journal of the Korean Society of Design Culture, 17*(4), 399-408.

Lee, S. W. (2010). Climate change, environmental industry and environmental management. *Meteorological Technology & Policy, 3*(1), 67-77.

Park, J. L., Joo, Y. J., Yoon, H. S., & Yun, M. K. (2015). Developing climate-smart customized fashion product design: Mainly hat designs. *Journal of Korea Society of Design Forum, 47*(5), 359-374

Seo, K. Y., Kim, W. H., Kim, H. A., & Lee, J. H. (2013). A study on the adolescent`s recognition of science and technology, environment, climate change in Korea. *Journal of Climate Change Research, 4*(4),

409-416.

Son, M. Y. (2010). Utilization of weather forecast information in fashion merchandising and fashion marketing. *Meteorological Technology & Policy, 3*(3), 24-33.

Son, M. Y. (2012). The impact of climate change on the fashion industry in Korea. *Ritsumeikan Journal of Asia Pacific Studies, 31*, 56-65.

Stoll-Kleemann, S., O'Riordan, T., & Jaeger, C. C. (2001). The psychology of denial concerning climate mitigation measures: Evidence from Swiss focus groups. *Global Environmental Change, 11*(2), 107-117.

Climate.(n.d.). In Wikipedia. Retrieved April 30, 2017 from https://ko.wikipedia.org/wiki/%EA%B8%B0%ED%9B%84

Yang, Y. S. (2010). The correlation between climate change and in-communication industry; Mainly Green IT. *Meteorological Technology & Policy, 3*(1), 85-99.

Yang, H. R. (2015). The global climate change and its ethical justice in 21st century. *Environmental Philosophy, 19*, 1-33.

Received (May 24, 2017)
Revised (July 3, 2017; July 24, 2017)
Accepted (August 3, 2017)