

衣服에서의 造形美와 流行 評價研究

吳 洙 靜 · 李 恩 英

광주대학교 의상학과 · 서울대학교 의류학과

A Study on Evaluation of Aesthetic Expression and Fashion in the Clothing

Hyun-Jung Oh and Eun-Young Rhee

Dept. of Clothing, Kwang-Ju University

Dept. of Clothing and Textile, Seoul National University

(1990. 7. 16 접수)

Abstract

The purposes of the study were to explain the independent influences of Aesthetic Expression and Fashion on aesthetic evaluation in the clothing, to examine which in more important aesthetic components such as line/style, color, textile and detail in aesthetic evaluation in the clothing. Data were obtained from 221 female students living in Seoul area by eight photographs of clothed bodies and a questionnaire. The data were analysed by Pearson's correlation, Analysis of variables, Scheffé-test and Regression analysis.

The results of the study were as follows;

1. In the aesthetic evaluation of clothing, the 59.30% of the total variance was explained by Aesthetic Expression, the 20.91% of the total variance was explained by Fashion and 59.68% of the total variance were explained by Aesthetic Expression and Fashion. More important variable of aesthetic evaluation was found to be an Aesthetic Expression.

2. Among aesthetic components such as line/style, color, textile and detail in aesthetic evaluation of the clothing, such general aspects as color and line/style were perceived at first and then specific ones like textile and detail.

I. 서 론

보편적인 가치체계에서 의복이라는 대상물이 갖는 본질적인 가치는 즐거움이나 만족감으로 느껴지는 주관적인 경험 그 자체이다. 이런 주관적인 경험을 유발시키는 의복의 객관적인 가치는 의복 자체가 갖는 내재적인 미와 실용목적에 의해서 형성된다²³⁾. 따라서 의복이 갖는

미는 인체에 의복 재료가 걸쳐지면서 형성되는 시각적인 범주에서 이해할 수 있으므로^{11,13)}, 이때 얻어지는 복식미(Clothing Aesthetics)는 표현적인 심미성과 인체에 입혀지기 위한 실용성이라는 두 가지 측면으로 나누어 생각할 수 있겠다^{7,12,22)}. 지금까지의 연구에서 살펴보면, 디자인 제품이나 의복에 대한 사람들의 반응에서 주관적인 평가는 객관적인 평가보다 우선하여 왔다^{10,13,15)}. 특히 의복을 대상으로 하여 주관적인 느낌을 객관적으로

측정한 결과 평가적인 단어 쌍이 중심을 이룬다^{6,13~16}. 이런 평가적인 단어 쌍들을 그 속성별로 분류했을 때 크게 미적요인과 유행요인으로 나눌 수 있겠다^{5,6,13}. 또한 의복 평가시 유행과 미적판단은 분리해서 연구되어야 한다고 Sproles도 말한²²)바 있다. 그러나 의복의 가치평가에서 유행은 그 시대의 미적가치와 결합되어 나타나고²³, 또 유행과 미는 그 속성상 유사하다는^{20,22}) 이유 때문에 유행과 미의 두 요인만을 뽑아서 그 관계를 밝히는 연구는 어려운 문제였으리라고 여겨진다. 이에 본 연구에서는 유행과 미라는 두 요인만을 변수로 하여 조형미와 유행이 소비자의 미적가치 평가에 미치는 상대적인 영향력을 규명하고, 미적가치 평가시 좀 더 중요하게 작용하는 조형요소를 밝히고자 한다.

II. 理論的背景

1. 衣服評價

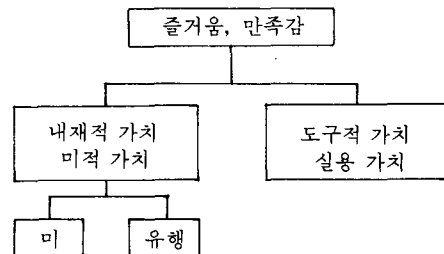
인체에 입혀진 의복을 봄으로써 얻어지는 주관적인 경험은 ‘즐거움’, ‘만족감’등의 본질적인 가치체계에 포함된다²²). 이와 같은 경험을 유발시키기 위한 도구적 가치로서의 객관적인 사실은, 의복이 표현예술¹⁷)이라는 측면에서 얻을 수 있는 미적가치와 인체에 입혀지고 활동해야 한다는 측면에서 얻을 수 있는 실용가치로 구성된다^{10,12,22}). 전 양진(1984)은 개인이 어떤 의복을 보고 판단하는 주관적인 평가(본질적 가치)는 내재적 가치로서 심미성 평가와 정적상관을 가지며, 도구적 가치로서의 실용성 평가와도 역시 정적상관을 가짐을 밝혔다. Morganosky(1984)는 실용적인 가치가 낮더라도 미적 가치가 높은 의류제품에 대하여 소비자들이 가장 많은 금액을 지출할 수 있음을 알아냈다. 이는 소비자의 의류상품 구매 결정에 제품의 미적가치가 실용가치보다 더 중요함을 의미하는 것이다. 그러나 주관적 경험으로의 미적가치나 객관적 사실로의 심미성등과 같은 미적반응은 수량적 측정으로 객관화시키기에 어려움을 갖고 있다.

의복에 대한 주관적인 반응을 의미분법을 이용하여 객관적으로 측정된 후 반응들의 요인구조를 밝혔던 Gibbins(1969), DeLong(1980, 1981, 1983), 박혜선(1982) 등의 연구 결과에서 보면, 제1요인은 평가적 단어쌍으로 구성된 평가인자이다. 특히 DeLong(1980)은 평가적 단어쌍들 중에서 ‘좋아하는-싫어하는’, ‘즐거운

-즐겁지않은’, ‘아름다운-추한’과 같은 평가적 구간과 ‘흥미있는-흥미없는’, ‘신선한-진부한’, ‘유행에 앞선-유행에 뒤진’의 유행지향적인 구간이 포함된다고 하였다. 박혜선(1982)은, 의복에 대한 시각적인 느낌에서 평가적요인과 유행요인을 구별하였고, 박영순(1985)도 역시 유행과 미를 서로 다른 디자인 특성으로 분리하였다. 최근 Morganosky(1987)는 기능성과, 심미성 이외에 유행이라는 제3의 가치를 첨가해서 심미적 가치와 유행지향적인 가치를 구별하여 연구하기도 했다. 이처럼 의복이라는 대상물이 갖는 ‘즐거움’, ‘만족감’의 주관적인 경험은 예술로서의 의복이 갖는 미적가치와 사용도구로서의 실용가치에 의해서 얻어진다. 또한 의복의 평가적 요인 구조를 통하여 의복 평가시 유행과 미는 유사한 속성을 지니고 있지만 각각 독립적인 변수로서 유추될 수 있다(그림 1).

2. 造形美와 流行

미의 본질을 객관적으로 연구한 피타고라스 학파에 의하며¹), 미란 물질적 대상의 형식 구조 속에 표현되는 자연의 객관적인 법칙이며, 미적대상은 존재적 제1단계인 구체적 재료와 소재에다 존재적 제2단계인 질서와 가치를 부여함으로써 구체적인 대상으로 표현된다고 하였다. 이에 따라서 의복을 대상으로 재해석한다면 의복에서의 미란 의복이라는 대상의 형식 구조 속에 표현되는 디자인의 객관적인 법칙에서 얻어지는 조형미라 할 수 있다. 따라서 조형미란 선, 색, 재질의 구체적인 재료와 소재에 존재적 제2단계인 비례, 균형, 리듬, 통일, 조형원리에 따라서 질서와 가치를 부여함으로써 의복이라는 구체적인 대상으로 표현되는 것이다. 결국 조형미는 조형요소-선, 색, 재질-가 조형원리-비례, 균형, 리듬, 강조-에 의해 구성되고, 이렇게 구성된 의복은 좀 더 순수한 아름다움을 갖는 것이다⁸). 그 결과 조형요소



〈그림 1〉

가 조형원리에 의해 조화를 이룬 정도에 대한 관찰자의 반응을 미적반응(평가)이라고 할 수 있다⁹⁾.

조형미는 시대에 따라서 지속적이고 객관적인 현상인 반면, 유행은 속성 자체가 변화를 추구하기 때문에 주관적, 상황적이라고 할 수 있다. 즉 유행은 대중이 승인한 것이고, 계속적으로 변화하며, 그 시기의 사회, 경제, 정치, 기술 등이 반영되어 형성된다는 것이다. 소비자는 이런 유행을 채택함으로써 특정 준거집단에의 소속을 표시하게 되고, 특정 준거집단에의 소속감은 심리적 안정감이나 자기보호, 계층구별등의 이익을 얻는다. 이런 사회심리적 측면에서의 만족은 개인 취향과 결합되어 어떤 의복을 평가하게 되는데²³⁾ Gibbins (1969), Sproles (1981) 등은 소비자의 의복 구매시 가장 영향력있는 요인은 유행이라고 했다. 그러나 대중적 취향인 유행은 한 사회에서 많은 사람들이 선호하고 널리 인식한 예술 형태지만, 대상 자체가 갖는 미적가치와는 별개로 이루어 지기도 하였다. 제임스 레버는 유행주기를 통한 의복평가에서, 유행하기 전에는 외설적이고 부끄럽지는 대담한 의복으로 평가하지만 유행 중에는 멋있는 의복으로 여기고, 십 수년이 지난 후에는 단정하지 못한 추하고 우수한 의복으로 평가한다고 했다¹⁸⁾. 이는 유행이, 지속적이고 본질적인 미의 속성과는 다른 새로움이나 참신함과 같은 변화 욕구를 만족시키는 좀더 가변적이고 일시적인 현상의 속성을 지적하는 것이라고 본다.

III. 研究 節次

1. 研究問題

본 연구에서는 의복에서 선/스타일, 색, 무늬·옷감, 세부장식의 조형요소별로 얻어진 조형미와 유행 반응이, 대상 의복 전체에 대한 미적가치 평가에 미치는 영향을 설명하려고 한다. 그리고 의복에 대한 미적가치 평가시 좀 더 중요하게 영향을 미치는 조형요소를 설명하여 의복의 미적가치 평가시 유행과 조형미의 관계를 설명하고자 한다.

연구 문제 1: 의복을 대상으로 하여 조형미와 유행이 미적가치 평가에 미치는 상대적인 기여도를 탐색한다.

연구 문제 2: 의복에 대한 미적가치 평가시 좀 더 영향력을 갖는 조형요소를 설명한다.

2. 測定 道具

본 연구에서는 의복에 대한 전체적인 미적가치 평가를 종속 변인으로 하고, 조형미와 유행을 독립 변인으로 사용했다. 변인들의 측정은 사진 자극물과 의미미분 척도법을 이용했다. 의복의 미적가치 평가 변인으로는 '보기 좋다-보기 싫다'의 형용사쌍을 사용하였고^{19,21)}, 조형미 변인은 '아름답다-추하다' 유행 변인은 '유행이다-유행이 아니다'의 단어쌍이 사용되었다^{4,7)}. '매우 보기 좋다', '매우 아름답다', '매우 유행이다'는 각각 7점을 주었으며, '매우 보기 싫다', '매우 추하다', '전혀 유행이 아니다'는 각각 1점을 주었다.

사진 자극물로는 '아름다운-추한', '유행하는-유행이 아닌'의 2×2 집단으로 구분하여 선정하였다. 본 연구에서는 추하고 유행이 아닌 의복을 제외시켰고, 현재 유행이 아닌 의복은 유행이 지난 의복과 클래식한 의복으로 구분하였다. 즉, 미적으로 우수하고 현재 유행 중인 의복, 미적으로 우수하고 유행이 지난 의복, 미적으로 열등하지만 현재 유행하는 의복, 클래식한 의복의 4집단으로 구분하였다. 미적으로 우수한 의복은, 선, 재질, 색 등의 조형요소가 비계, 균형, 강조, 리듬의 조형원리를 근거로 하여 구성된 의복이란 관점에서 선정하였다. 유행 중인 의복은 최근에 대중이 좋아하기 때문에 지배적으로 나타난다²²⁾는 일반적인 관점에서 선정하였다. 1987, 1988년도 멋, VOGUE, Mode of Mode, Women's Wear Daily에서 연구자가 연구의도에 합당하다고 여겨지는 25점의 사진들을 선정한 후, 현직 디자이너, 부띠끄 운영 디자이너, 패턴 제작 디자이너, 코디네이터, 의상 전공자등 17명의 전문가 판단을 받아서 각 집단별로 2장씩 최종 8점의 사진이 자극물로써 선정되었다.

3. 資料蒐集 및 分析

본 연구의 대상은 서울시내 거주 여자 대학생으로 자료수집은 1988년 10월에 실시되었다. 총 250부 중에서 221부를 통계 처리에 사용하였다. 분석 방법으로는 연구 문제 1을 위해서 피어슨의 상관계수와 중회귀 분석을 사용하였고, 연구 문제 2를 위해서 피어슨의 상관계수, 분산 분석, Scheffé-test를 사용하였다. 수집된 자료의 통계 처리는 서울대학교 전자계산소의 SPSS 프로그램을 이용하였다.

IV. 結果 및 論議

1. 美的價値評價에 對한 造形美와 流行의 對象의 寄與度

본 연구의 종속 변수와 독립 변수의 단순 상관관계는 <표 1>과 같다. 각 변수들 간의 상관성이 높고 각각 0.0001 수준에서 유의하다. 이는 조형미 점수가 커질수록 또는 유행 점수가 커질수록 의복에 대한 미적가치 평가도 커짐을 의미한다. 이처럼 독립 변인인 조형미-유행 간의 상관성이 높기 때문에 두 변수중에서 어느 하나의 독립 변수만으로도 종속 변수인 미적가치 평가를 충분히 설명할 수 있다. 그러나 본 연구의 목적은 유행과 조형미가 미적가치 평가에 미치는 상대적인 영향력을 탐색하는 것이므로 변수 선택 방법을 달리하는 회귀분석을 실시하였다.

첫째, 강제 선택 방법(ENTER)에 의한 회귀분석을 실시한 결과는 <표 2>에 제시되었다. 의복에 대한 미적가치 평가를 설명하는데 있어서, 회귀모형에 먼저 적용되는 변수는 조형미 변수다. 이 조형미 변수가 미적가치 평가 전체 분산의 59.30%를 설명한다. 그 다음에 유행

<표 1> 미적가치평가, 조형미, 유행변수들의 상관계수

	미적가치평가	조형미	유행
미적가치평가	1.000		
조형미	0.770***	1.000	
유행	0.454***	0.532***	1.000

(*** P < .0001)

<표 2> 강제선택(ENTER)에 의한 회귀분석

단계	종속 변수 : 미적가치평가			R SQU.
	상수	회귀 계수 표준화계수	회귀 계수 표준화계수	
1	0.6141	1.0071 0.7701***		0.5930***
2	0.6720	0.9041 0.7372***	0.0761 0.0619	0.5958***

(*** P < .0001)

변수가 추가될 때 미적가치 평가 전체 분산에서의 설명력은 0.28%만 증가될 뿐이다. 그러므로 미적가치 평가시 좀 더 설명력을 갖는 변수는 조형미이다. 그러나 조형미와 유행 변수간의 상관성이 크기 때문에 발생하는 결과일 가능성을 배제하기 위하여 다른 방법으로 분석하였다.

둘째, 강제 제거 방법(REMOVE)에 의한 회귀분석을 실시한 결과는 <표 3>에 제시되었고, 회귀식은 아래와 같다. 조형미 변수가 제거되고 얻어진 회귀식 (1)은 종속 변수인 미적가치 평가의 전체 분산을 20.91% 설명할 수 있다. 즉 유행 변수가 미적가치 평가에 기여하는

<표 3> 강제제거(REMOVE)에 의한 회귀분석

제거변수	종속 변수 : 미적가치평가		R SQU.
	상수	회귀 계수 표준화계수	
(1) 조형미	1.9534	0.5572 0.4578***	0.2091***
(2) 유행	0.5141	1.0071 0.7701***	0.5931***

(*** P < .0001)

<표 4> 조형미 반응시 조형요소들의 상관계수

조형 요소	선/스타일	세부 장식	무늬, 옷감	색
선/스타일	1.000			
세부 장식	0.712***	1.000		
무늬, 옷감	0.670***	0.745***	1.000	
색	0.574***	0.637***	0.787***	1.000

(*** P < 0.001)

<표 5> 유행반응시 조형요소들의 상관계수

조형 요소	선/스타일	세부 장식	무늬, 옷감	색
선/스타일	1.000			
세부 장식	0.694***	1.000		
무늬, 옷감	0.663***	0.698***	1.000	
색	0.521***	0.575***	0.803***	1.000

(*** P < 0.001)

〈표 6〉 조형요소에 대한 일원분산분석

변 수	구 분	자유도	자승합		
조 형 미	조형 요소 간의 분산	3	302.6269	100.8790	50.103***
	조형 요소 내의 분산	7042	14178.5786	2.0134	
	계	7045	14481.2153		
유 행	조형 요소 간의 분산	3	258.8850	86.2950	38.078***
	조형 요소 내의 분산	7033	15938.7292	2.2663	
	계	7036	16197.6143		

(*** P < .0001)

정도는 20.91%임을 의미한다. 반면 유행 변수가 제거되고 얻어진 회귀식 (2)는 종속 변수인 미적가치 평가의 전체 분산 중 59.31%를 설명할 수 있다. 즉, 조형미 변수가 미적가치 평가에 기여하는 정도는 59.31%임을 의미한다. 결국 미적 가치 평가시 좀 더 중요한 영향력을 갖는 변수는 조형미임을 알 수 있다.

(1) $Y = 1.9532 + 0.4578 * X_2 + E$
 (2) $Y = 0.5141 + 0.7701 * X_2 + E$

(Y=미적평가, X₁=조형미반응, X₂=유행반응)

2. 美的價値評價時 造形要素의 影響力

먼저 조형요소들 간의 상관관계는 〈표 4〉와 〈표 5〉에 제시되었다. 조형요소들 간의 상관성이 높기 때문에 조형미 평가에 좀 더 영향력을 미치는 조형요소가 무엇인지, 그리고 유행에 좀 더 영향력을 미치는 조형요소가 무엇인지를 밝힐 수는 없다. 그러나 조형미나 유행 반응시에 좀 더 민감하게 반응되는 조형요소를 알아 보기 위하여 일원분산분석과 Scheffé-test를 실시하였다. 분석 결과는 각각 〈표 6〉과 〈표 7〉에 제시하였다. 〈표 6〉에서 조형미와 유행 변수는 4가지 조형요소들에 대해 의미있는 평균 차이를 보였다. 〈표 7〉에서 조형요소들의 평균은 색 → 선/스타일 → 재질 → 세부장식 순이다. 이는 의복에 대한 미적 반응시 보다 민감한 반응을 보이는 순서라고 해석할 수 있다. 즉 의복에 대한 미적 반응시에 먼저 색이나 선/스타일같은 전체를 평가하고, 그 다음으로 무늬·옷감, 세부장식등의 부분을 평가한다고 말할 수 있다. 이는 옷입은 인체의 시각적인 반응을 분석한 결과에서, 먼저 옷을 입고 있는 신체 전부가 한 개의 지각 단위로 구성되어 인지되고, 그 다음으로 부분이 지각된다는 DeLong⁽¹¹⁾의 주장을 지지한다. 또한 각 변수에서 집

〈표 7〉 조형요소의 Scheffé-test.

변 수	조형 요소	평 균	집 단 차이
조형미	색	5.5009	A
	선/스타일	5.3379	B
	무늬, 옷감	5.2801	B
	세부 장식	4.9325	C
유 행	색	5.2661	A
	선/스타일	5.2061	A
	무늬, 옷감	5.0493	B
	세부 장식	4.7701	C

단 A, B, C는 각 요소들 간의 평균차가 의미있음을 말한다. 그러므로 조형미를 구성하는 조형요소중에서 선/스타일과 재질은 유의한 차이가 없는 요소이며, 유행 변수를 구성하는 조형요소 중에서 색과 선/스타일이 유의한 차이가 없는 요소이다. 특히 조형미 반응에서 분리된 3가지 하위영역은, 옷을 선택하려는 소비자가 제일 먼저 색을 인식하고 다음으로 스타일에서 나타나는 선을 인식하며, 그 다음 기본 스타일에 아름답게 꾸미려는 세부장식을 인식한다고 말한 Sproles (1981)의 주장을 지지할 수 있다.

V. 結論 및 提言

의복이 주는 즐거움이나 만족감등의 가치는 의복 자체의 내적 의의와 유행이라는 사회 현상이 주는 만족감이

결합되어 평가되므로, 의복에서의 미적가치 평가는 표현 예술로서의 조형미와 유행으로 구성된다고 할 수 있다. 이에 본 연구는 조형미와 유행이 미적가치 평가에 미치는 영향력을 규명하고, 미적가치 평가시 조형요소들의 영향을 설명하여서 의복에 대한 소비자의 미의식 정도를 객관화하려고 하였다.

연구결과, 유행 변수가 설명할 수 있는 변량은 전체 미적가치 평가의 20.91%이며, 조형미 변수가 설명할 수 있는 변량은 전체 미적가치 평가의 59.31%이다. 또한 조형미와 유행이 동시에 설명할 수 있는 총 변량은 전체 미적가치 평가의 59.58%이다. 유행과 조형미의 두 변수가 설명할 수 있는 변량(59.58%)과 조형미 단독으로 설명할 수 있는 변량(59.31%)의 차이가 거의 없음을 유행 변수와 조형미 변수의 상관성이 크기 때문이며, 이는 전체 미적가치 평가를 설명함에 있어서 유행보다 조형미가 더욱 설명력이 있음을 의미한다. 일반적으로 여성이 새로운 의복을 구매하는 경우, 갖고 있는 의복이 구식이어서 또는 유행하는 의복이 예뻐서 등의 이유를 들기 때문에 여성복에서는 의복이 갖는 미적 측면의 전부가 마치 유행인 듯이 여겨지고 있다. 그러나 본 연구의 결과, 의복을 대상으로 한 미적 가치 평가시 좀 더 중요한 요소는 유행이기보다 조형미임이 밝혀졌다. 이는 여성들이 의복을 구매할 때, 조형물로서의 의복이 갖는 조형미 요인이 표면적인 요구사항이 아닐 뿐이지 현재 유행하는 의복인지 아닌지가 더욱 가치있기 때문은 아니라는 것을 알 수 있게 한다. 즉 구매자가 상품화된 의복에 미적가치를 느끼려면, 판매되는 의복은 먼저 기본적인 조형미를 갖춘 후에 유행의 요소를 조형원리에 따라서 변화시켜야 함을 의미한다. 둘째로, 의복에 대한 미적가치 평가시 조형요소들의 영향력 순위는 색채 → 선/스타일 → 무늬·옷감 → 세부장식이었다. 이는 의복에 대한 미적 인식에서 색채를 가장 먼저 인식하고 그 다음에 스타일에서 나타나는 선을 인식하며, 다음으로 장식적인 무늬·옷감, 디테일등의 부분을 인식한다고 할 수 있다. 즉 색이나 선/스타일이라는 옷 전체가 한개의 지각 단위가 되고 그 다음으로 무늬·옷감, 디테일이라는 부분이 지각된다는 사실을 알 수 있다.

본 연구는 1987, 1988년도 패션잡지를 중심으로 자극물을 선정했기 때문에 유행의 정도 차이가 크지 않아서 응답자의 변별력이 감소했을 것으로 여겨진다. 또한 표집 대상이었던 여대생들은 집단 특성상 의복에 관심이

높기 때문에 조형미와 유행의 점수차가 크지 않았을 것이다. 그러므로 자극물 선정의 폭과 대상 집단의 분포를 좀 더 확대하여 선정한다면 설명의 영역을 넓힐 수 있을 것이다. 둘째로, 사진 자극물 선정시 4가지 조형요소들이 균등하게 통제되지 않아서 응답시 혼란을 빚는 어려움이 있었다. 마지막으로, 본 연구의 독립 변수인 조형미와 유행은 문헌 연구에 기초하여 선정된 것이므로 미적가치 평가의 설명변수를 응답자들에게서 직접 얻어내고, 그 변수들으로써 종속 변수를 설명한다면, 의복 시장에 좀 더 설득력있는 유용한 연구가 될 것이라고 사려된다.

참 고 문 헌

- 1) 강대석, 미학의 기초와 그 이론의 변천, 서울, 서광사, 32-40 (1985)
- 2) 강혜원, 의상사회심리학, 교문사, 125-145 (1984)
- 3) 장문호, 복식미학, 세운문화사, (1977)
- 4) 권영애, 의복의 유행단계에 따른 지각반응 연구, 서울대학교 대학원 석사학위 논문, (1986)
- 5) 박영순, 의미분별척도법에 의한 디자인 평가도구의 개발, 연세대학교 대학원 박사학위논문, (1985)
- 6) 박혜선, 의복에 대한 의미분별척도 개발연구, 서울대학교 대학원 석사학위 논문, (1982)
- 7) 전양진, 의복에 대한 가치평가, 서울대학교 대학원 석사학위 논문, (1984)
- 8) 정재량, 서울시내 중학생의 미의식 측정을 위한 조사연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문, (1980)
- 9) Bamossy, G., Cammon, S.D.L., Johnston, M., A preliminary investigation of the reliability and validity of an aesthetic judgment test, *Advance in Consumer Restarch*, 10, 685-690, (1983)
- 10) Boyd, V.T. AND Allen, T.F.H., Liking and disliking household objects, *H.E.R.J.*, 9(4), 310-317, (1981)
- 11) DeLong, M.R., Analysis of costume visual from, *J. of H.E.*, 6(10), 784-788, (1968)
- 12) DeLong, M.R., Clothing and aesthetics; Perception of from, *H.E.R.J.*, 5(4), 214-234, (1977)
- 13) DeLong, M.R., Larntz, K., Measuring visual response to clothin, *H.E.R.J.*, 8(4), 281-293, (1980)
- 14) DeLong, M.R., Carol salusso-deonier and Larntz, K., Comparison of visual responses of female observers to clothing over time, *Perceptual and Motor Skill*, 33, 987-990, (1971)
- 15) DeLong, M.R., Carol salusso-deonier and Larntz, K.,

- Use of perceptions of female dress as an indicator of role definition, *H.E.R.J.* **11(4)**, 327-335, (1983)
- 16) Gibbins, K., Communication aspects of womens cloths and their relation to fashionability, *British J. Social and Clinical psychology*, **8**, 301-302, (1969)
- 17) Herbert Read (박용숙 역), 예술의 의미, 문예출판사, 45-53, (1957)
- 18) Horn, M.J. and Gurel, L.M.(이화연외 역), 의복 : 제 2 의 피부, 까지, (1987)
- 19) Morganosky, M.A., Aesthetic, function and fashion consumer values: relationships to other values and demographics, *C.T.R.J.* **6(1)**, 15-19, (1987)
- 20) Morganosky, M.A., Consumers' evaluations of apparel from, expression and aesthetic quality, *C.T. R.J.*, **7(2)**, 11-15, (1989)
- 21) Morganosky, M.A., Aesthetic and utilitarian qualities of clothing; use of a multidimensional clothing value model, *H.E.R.J.*, **13(1)**, (1984)
- 22) Sproles, G., Perspectives of Fashion; The role of aesthetics in fashion oriented consumer behavior, 120-127, (1981)
- 23) Whisney, A.J., Winakor, G. and Wolins, L., Fashion Preference: Drawings Versus photographs, *H.E.R. J.*, **8(2)**, 138-150, (1979)