

유행 스타일의 결정과 확산에 대한 설명모형 연구
-추구가치의 양면성을 중심으로-

김 선 숙 · 이 은 영

서울대학교 가정대학 의류학과

**Development of an Explanatory Model for Decision of
Fashion Style and Its Diffusion Process**
Based on Ambivalence of Pursuit Values

Seon-Sug Kim · Eun-Young Rhee

Dept. of Clothing and Textiles, Seoul National University
(1995. 4. 11 접수)

Abstract

The purpose of the study was to develop a model to explain how a fashion style is determined within a society and how the style diffuses.

The research was carried out in two stages, theoretical study followed by empirical study. In the theoretical study, explanatory model about decision of fashion style and diffusion was developed and then fashion diffusion theories and fashion phenomenon of postmodern society were explained by the model developed. The theoretical framework of the explanatory model was constructed in that fashion changes by ambivalence of pursuit values within an individual as well as within a society.

The empirical study was carried out to validate the model by looking into fashion phenomenon in the postmodern society. A questionnaire was developed including style image, pursuit value, preference style and administered to 19 to 30 year-old women living in Seoul area. Frequency distribution, discriminant analysis, one-way ANOVA. were used for the statistical analysis.

As pursuit values differed in each style preference group, and pursuit value coincided with image of preference style it was confirmed that clothing selection behavior was determined by pursuit value. In a postmodern society where variety of values are pursued, appearance of various products and preference of all styles altogether considered, it could assume that subcultural collective selection phenomenon appeared.

I. 서 론

유행(fashion)에 대한 주요한 개념은 접근하는 분야나 학자에 따라 조금씩 다르나, 패션을 특정한 스타일의 제품, 즉 대상으로 보는 관점과 집합행동으로 나타나는 전파의 과정으로 보는 관점으로 크게 나눌 수 있다. 이러한 유행의 정의에서도 살펴 볼 수 있듯이 유행에 대한 연구는 이 두 방향에서의 접근이 가능한데, 실제로 지금까지의 유행에 대한 연구는 크게 대상이 되는 스타일 자체에 대한 연구와 스타일이 사회안으로 구체적으로 확산되게 되는 확산 과정의 두 측면에서 이루어져 왔다.

먼저, 유행변화의 형태적 측면을 다루었던 이론으로는 형태 결정론적 시각을 갖는 주기론과 유행 스타일의 변화를 사회환경의 영향에 의해 설명한 외부적 힘 이론이 있는데, 주기론에서는 유행자체의 내부적 자율성에 의해 유행이 변화하게 된다고 하고, 외부적 힘 이론에서는 내부적 자율성에 의해서라기 보다는 사회 환경 요인에 의해 유행이 변화된다는 점을 강조한다. 이 중 어느 한 이론만으로 유행 현상을 설명하는 데는 한계가 있으며 실제 유행 현상을 설명하기 위해서는 두 이론이 함께 고려되어야만 한다.

다음 유행변화의 확산 과정을 다루었던 이론으로는 하향전파이론, 수평전파이론, 집합적태이론, 상향전파이론이 있는데, 이러한 이론들은 각각 지금까지 어느 정도 설명력있게 받아들여지고는 있으나, 유행 현상이 복잡 다양해지는 후기 현대 사회에 와서는 좀 더 포괄적인 설명의 필요성이 대두됨에 따라 기존의 이론들을 토대로 더 발전된 설명 틀이 필요하게 되었다.

발전된 유행 설명 틀의 구성을 위해 무엇보다도 기존 유행 연구의 제한점을 살펴 볼 필요가 있겠다. 지금까지의 연구에 있어 가장 부각되는 문제점으로는 유행변화의 형태 측면과 유행의 전파과정을 분리시켜 연구하여 왔다는 점을 들 수 있다. 유행 변화의 대상이 되는 스타일과 그 대상 자체가 확산되어지는 전파과정은 분리되어 고찰될 수 없다. 만약 더 미시적인 접근을 위해 대상과 그 대상의 전파과정을 분리시켰다하더라도 총체적인 유행 현상의 파악을 위해서는 이 두 가지를 함께 고려하여야만 한데, 지금까지의 유행에 대한 연구는 이

러한 점을 간과하였다. 따라서 유행변화 이론의 전개에 있어 스타일의 결정과 확산 과정을 함께 고려한 총괄적인 틀이 요구되어진다 하겠다.

본 논문에서는 유행 스타일의 결정 및 확산의 설명 모형을 구성하여 유행에 대한 체계적인 연구의 밑바탕을 마련하고자 하였다. 먼저 기존의 이론들을 토대로 유행 스타일의 결정과 확산에 관한 설명 모형을 구성하였고, 설명모형을 통해 기존의 유행 확산 이론 출현 시기 및 후기 현대 사회의 유행 현상을 설명하였으며, 다음 설명모형에 의해 고찰된 후기현대사회의 유행 현상을 한국적 상황에 적용시켜 실증적으로 검증하였다.

II. 문헌적 연구

유행이란 매우 많은 요인들이 얽혀 있는 복잡한 현상으로 내재적 자율성에 의한 변화 이론이나 사회환경의 영향에 의한 변화 이론, 또는 유행 확산 이론들, 그 중 어느 하나의 이론만으로는 설명되지 않는다. 유행의 본질은 내재적 자율성에 의한 끊임없는 변화에 사회, 문화적 환경 요인들이 상호작용하여 때로는 변화의 속도를 촉진시키거나 중단시키고 혹은 주기에 부합하면서, 시대정신이 축약된 스타일을 탄생시킨다고 보는 것이 바람직하며, 유행 확산 현상도 단순히 유행 스타일 자체의 확산이라기 보다는 사회 전반적인 경제 상황, 부각되는 사회적 가치 등 그 외 다양한 사회적 환경에 의해 영향을 받아 그 확산 현상이 결정된다고 보는 것이 바람직하다.

따라서 지금까지 소개된 이론들을 통해 각기 개별적으로 유행을 설명하기 보다는, 이러한 이론들을 종합하여 보다 총괄적으로 유행을 설명하게 될 때 유행에 대한 더 정확한 이해가 가능해질 수 있을 것이다.

본 장에서는 기존의 유행 이론들을 토대로 유행 스타일의 결정과 확산에 대한 설명 모형을 새로이 구성하고, 이러한 모형을 통해 유행 현상을 설명하고자 한다.

1. 유행 스타일의 결정과 확산에 대한 설명 모형의 구성

본 절에서는 최근에 소개된 유행에 관한 연구들을 간단히 살펴 보고, 이를 토대로 유행 스타일의 결정과 확산에 관한 설명모형을 구성하고자 한다.

1) 모형 구성의 배경

먼저 유행의 변화의 원인이 되는 두축인, 인간의 심리적 양면성과 시장의 이윤 추구에 대하여 살펴보고, 다음 유행 스타일의 결정과 확산은 구체적으로 어떻게 이루어지는지 살펴보도록 하겠다. 이러한 고찰을 토대로 설명모형이 구성될 수 있을 것이다.

(1) 인간의 심리적 양면성과 유행 변화

Stone(1962)은 “사람들은 외모를 통해 자신의 정체성, 가치, 분위기, 또는 태도를 반영하고, 자신의 정체성을 알리고, 가치를 나타내게 되며, 기분을 표현하거나 태도를 나타내게 된다”고 하였고, Kaiser(1990)는 “의복이 개인간의 관계에 있어서 하게 되는 역할 중 가장 중요한 측면은 상징성이며, 다른 사람들과의 의사소통을 위한 수단을 제공하게 된다”고 하였다. 이렇듯 사람들은 의복이라는 무언의 전달 매체를 통해 자아 정체감, 태도, 가치 등을 상징으로써 표현하게 되는데 이러한 상징은 최근에 소개되는 양면성의 개념에 의해 이해가 진전되고 있다. Baudrillard(1981)는 양면성이 상징변화의 원리가 되며, 유행의 변화는 미적 코드의 변형으로부터 기인한다고 하여 양면성이 유행 변화의 기본적인 요인으로 작용한다는 점을 지적하고 있다.

최근 들어 이러한 양면성에 의해 유행을 설명하려는 많은 시도가 이루어지고 있는데, 양면성이란 인간이 가지고 있는 기본적인 심리적 특성(Thom 1984, Freud 1918, Mead 1934)으로, 두가지 갈등적 방향이나 모순적 열망, 감정을 말하며, 개인의 내부에서 갈등을 일으키고 긴장을 유발시킴에 따라 해결이 필요하게 되는데, 이때 유행이 해결의 실마리를 제공하게 됨에 따라 유행변화의 가장 기본적 요인이 된다(Davis, 1992).

Davis(1985)는 이러한 양면성에 대한 예로서, 남성성과 여성성(masculine vs. feminine), 젊음과 노화(youth vs. age), 양성성과 단성성(androgyny vs. singularity), 포괄성과 독점성(inclusiveness vs. exclusiveness), 노동과 유희(work vs. play), 국제화와 개별화(worldliness vs. domesticity), 노출과 은폐(revelation vs. concealment), 허용과 금지(lincense vs. restraint), 동조와 반항(conformity vs. rebellion) 등을 들고 있다.

또한, Kaiser, Nagasawa, Hutton(1989)은 양면성의 개념이 시대에 대한 느낌, 즉 과거에 대한 향수와 미래에 대한 욕망과도 연결될 수 있으며, 자본주의 시장,

그외의 다른 부각되는 사회 문제에도 적용이 가능하다고 하였다.

Davis(1992)는 양면성은 인간의 내적인 심리적인 요인과 외적인 환경 요인들의 영향을 받아 끊임없이 유동적인 반면에, 인간은 이같은 자신의 정체감에 대하여 지각하는 혼합된 감정을 정착시키기 위해 끊임없이 노력하게 되는데, 이때 유행은 그 해결을 촉진하는 매체로서의 역할을 하게 됨에 따라 인간의 양면성은 유행 변화에 끊임없는 근거를 제공해주게 된다고 하였다.

따라서 유행 변화의 가장 기본적인 요인으로서 양면성을 고려할 수 있는데, 양면성은 주관적으로 변화된다고 보다는, 사회 환경 요인과 개인의 심리적 요인 및 개인적 특성 등 여러 요인들의 상호작용 결과로서 확립되게 된다.

(2) 시장의 이윤 추구와 유행 변화

Kaiser, Nagasawa & Hutton(1991)은 양면성과 관련하여 유행 변화를 설명하였는데, 유행 변화의 가장 기본적인 요인으로 인간의 양면성을 지적하였으나 인간의 양면성이 유행변화의 유일한 조건은 아니며 유행 변화의 요인이 되는 다른 한 측면은 시장(Capitalist Marketplace)의 이윤 추구가 된다고 하였다. Davis(1992)도 유행의 변화는 심리적 지루함과 자본주의 시장의 이윤 추구라는 두 축에 의해서 설명될 수 있다고 하였다. 즉, 새로 출현되는 유행 스타일은 인간의 양면성에 대한 표현의 수단을 제공하면서, 시장의 이윤추구 동기를 동시에 충족시킴에 따라 자발적으로 출현하게 된다고 말할 수 있겠다.

이상에서와 같이 유행의 변화를 유발시키는 가장 기본적인 요인은 인간의 심리적 양면성에 따른 추구 가치의 변화에 있다하더라도 객관적으로 존재하는 시장을 고려하지 않고서는 실제 시장에서 출현하고 확산되는 유행 스타일의 구체적인 변화를 간과하게 된다. 따라서 새로 소개되는 유행 스타일은 인간의 양면성에 대한 표현 수단을 제공하면서 자본주의 시장의 존재 이유인 이윤 추구를 만족시키게 됨에 따라 등장하게 된다고 말할 수 있겠다.

새로 구성될 모형에서는 유행 변화의 한 축으로서 시장이 포함된다.

(3) 유행 스타일의 결정과 확산

유행은 인간 개인의 양면성에 따른 추구가치의 변화에서 기인한다. 추구가치의 변화는 개인적 요인 및 사

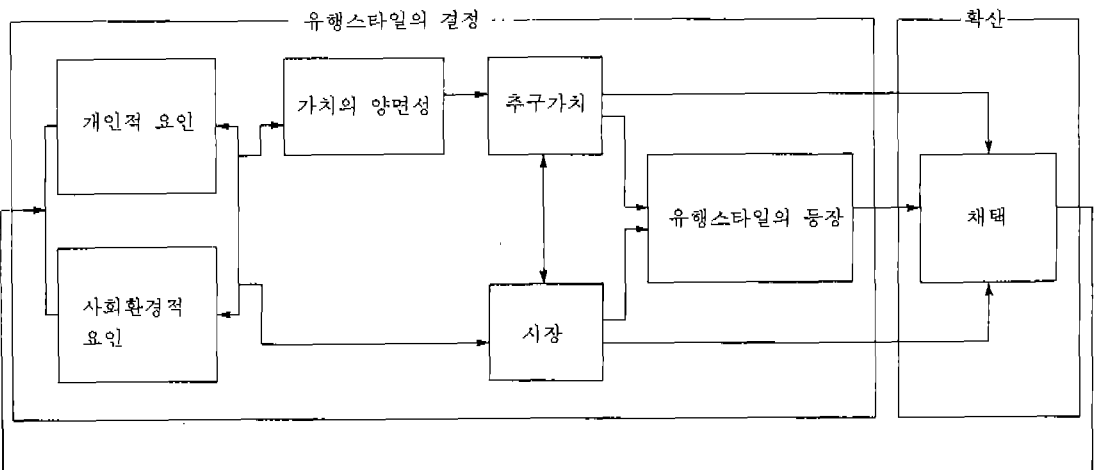
회적 환경요인에 의한 영향에 의해 이루어지며, 이러한 영향에 의해 형성된 추구가치는 구체적인 추구 스타일을 형성하게 되고, 다음 채택의 과정을 거쳐, 다시 양면성이 변화함에 따라 스타일의 변화를 추구하게 되는 반복적인 의복 행동을 일으키게 된다. 이러한 개별적인 차원을 확대하여 사회적인 차원에서 보았을 때 구체적인 유행현상으로 가시화되게 되는데, 사회 전반적으로 동일하게 형성된 양면성에 의해 유행 스타일이 사회안에서 유행하게 된다고 볼 수 있다. 따라서 유행 스타일의 형성을 알기 위해서는 양면성의 형성에 영향을 미치는 구체적인 요인을 살펴보고, 실제 양면성의 내용이라고 할 수 있는 추구가치의 형성을 살필 필요가 있다. 또한 추구가치에 의해 유행 스타일이 어느정도 결정되게 된다고 하더라도 실재로는 시장의 객관적 상황과의 상호작용에 의해 결정되게 되므로 시장의 객관적 상황을 함께 고려해야만 한다. 양면성에 따른 추구가치와 시장의 객관적 상황이 적절히 고려될 때 유행 스타일의 결정은 보다 확실히 알게 될 것이다.

또한, 유행의 전파를 파악하기 위해서도 이 두가지 요인을 고려하여야 하는데, 유행의 내용이라 할 수 있는 양면성에 따른 추구 가치와 객관적 조건이 되는 사회 환경 여건(특별히, 생산이나 마케팅, 대중 매체 등의 시장 조건)의 상호작용의 결과로서 유행 전파 현상이 나타나게 됨을 인식하고 이러한 상호작용의 틀 속에

서 유행확산 현상을 파악하여야 한다. 즉 추구가치에 의해 어느 정도 추구 스타일이 결정되었다하더라도, 시장 상황 즉 생산, 마케팅, 대중 매체, 컴퓨터 등의 발전 정도에 따라 유행 현상은 다양하게 나타나게 되므로 양면성에 따른 추구 가치의 변화와 시장의 객관적 상황을 적절히 조화시켜 고려하여야 유행 확산 현상을 올바르게 파악할 수 있을 것이다.

(2) 모형의 구성

앞에서 제시된 요인들을 토대로 유행 스타일의 결정과 확산에 관한 설명모형을 구성하여 Fig. 1에 나타내었다. 사회적, 개인적 요인의 영향에 따른 양면성의 추구가치가 변화됨에 따라 새로운 스타일의 동장이 요구되고, 여기에 시장의 이윤추구 동기가 작용하여 새로운 스타일의 출현을 재촉하게 되어, 결과적으로 양면성에 따른 추구가치의 내용과 시장의 제반 상황(생산이나 마케팅, 대중 매체 등의 시장 조건)등의 요인이 상호작용하여 구체적인 새로운 스타일을 등장시키게 된다. 이렇게 출현된 새로운 스타일은 스타일 특성과 시장 여건에 맞게 구체적인 확산 과정을 거쳐 채택되게 되는데 이러한 메카니즘에 의해 하나의 스타일이 유행으로서 정착되게 된다고 볼 수 있다. 그러나 사회환경이 유동적이고 인간의 양면성이 지속적으로 변화됨에 따라 한 스타일이 계속해서 유지된다기 보다는, 주기적으로 변화를 거듭하는 양상을 나타내게 된다.



[그림 1] 유행스타일의 결정과 확산에 관한 설명 모형

2. 유행 스타일의 결정과 확산의 설명모형에 의한 유행 이론 설명

앞에서 구성된 설명모형에 의해 기존의 유행 전파이론이 출현된 시기의 유행 현상을 설명하도록 하겠다. 각각의 이론들이 출현한 시점이 시기적으로 연결되어지므로, 각각의 유행 전파이론에 대한 고찰은 결국 20세기의 유행 변화의 전반적인 고찰이 될 것이다.

1) 하향전파이론

이 시기는 고도의 산업사회로 가는 과도기적 시점으로 경제적 상류계층이 처음 형성되었으며 이 전 시대에는 사회 계층의 이동이 불가능 하였던 반면, 사회이동이 가능하게 되었고, 여유소득이 상류층에만 한정된 피라밋형의 계층구조를 이루었다. 가장 중요하게 고려되었던 사회가치로는 경제적 부를 들 수 있다.

경제적 상류계층이 처음 등장하게 된 이 시기에는 유행 스타일의 결정에 경제적 부가 가장 부각되는 영향요인으로 작용하였다. 양면성이 강화된 현대에 개성이 중시되어 다양한 계층의 복식 스타일이 받아지는 것과는 달리, 상층의 복식이 무조건적으로 수용되게 되었는데, 이는 복식 표현 수단의 불충분으로 유행은 상류층의 전유물이 되었고, 또한 시대적 상황이 이전 사회계층의 이동이 불가능한 상황에서 사회 이동이 가능한 시기로 전환되는 시점으로, 어떠한 욕구보다도 계층 상승의 욕구가 삶의 전반적 가치로 부각됨에 따라 현대의 다양화된 양면성으로 여러 요인이 추구 가치에 영향을 미치는 것과는 달리 단순화된 거의 유일한 유행에 있어서의 양면성인 '부와 빈' 중 부가 추구가치에 강하게 작용됨에 따라 시장에 등장하는 상품 중 자신보다 상층의 계층이 착용하였던 복식을 충분한 경제적 능력, 즉 부를 잘 표현할 수 있다는 인식하에 선택하였다고 볼 수 있다.

유행의 확산에 있어서는 추구 스타일은 계층 상승의 욕구가 반영된 상류층의 복식이었고, 이러한 추구 스타일은 사회적 상황 여건과 상호작용하여 유행 확산 현상을 구체적으로 형성시키게 되는데, 이 시기의 사회 상황은 전반적으로 취약한 대량생산 이전의 소량 단품 생산 단계로 부가 상류층에 치우쳐 여유소득(discretionary income)이 상류층에게만 한정되고, 반면 하류층은 유행에 대한 관심을 논하기 이전에 유행현상에 참여하기 위한 기본수단이 부족하여 유행 확산은 상층에서부터 밑으로 천천히 전파되게 되는 하향 전파 현상을

나타냈다고 볼 수 있다.

이러한 유행 현상은 사회적 여건이 성숙되기 이전, 즉 사회내에 전반적으로 부가 확산되고, 경제적 발전 수준(특히, 경제적 안정도, 대량생산과 같은 기술 수준의 측면)이 어느 정도의 계도내에 이르게 된 시기까지는 계속되었다고 볼 수 있는데, 경제적 여건 등이 성숙된 시점에서 유행 현상은 이전의 이론으로는 설명할 수 없는 상황이 되게 된다.

2) 수평전파이론

이 시기는 전반적 부의 확산, 대중 매체의 보급, 대량 생산, 대량 마케팅 기술의 발달, 교육의 증가, 젊은 층의 권위 증가 등이 이루어진 시기로 이전에는 볼 수 없었던 가치의 변화를 보인다.

이전에 사회적으로 가장 중요하게 여겨지던 경제적 부는 부가 모든 계층으로 확대 되어짐에 따라 약화되게 되었으며, 경제적 부보다는 자아에 대한 관심의 증대로 유행 자체가 더 중시되게 되었다. 모든 계층의 사람이 패션에 대한 흥미나 변화에 대한 인식을 갖게 되고, 소비자의 전반적인 욕구수준이 증가하게 됨에 따라 스타일의 추구는 이전의 부를 과시하기 위한 성향에서 유행 스타일 자체를 중시하여 수용하는 방향으로 변화되었다고 볼 수 있다.

또한, 대중매체의 보급이 유행 정보를 대중화시켜 소비자들의 새로운 스타일에 대한 인식과 흥미를 높여 주고, 대량생산 기술과 대량 마케팅 기술의 발달은 소비자 요구에 맞는 다양한 제품을 짧은 기간 동안에 생산해 낼 수 있게 됨에 따라 유행 확산에 있어서는 상류계층의 채택을 기다리지 않고, 그 시기 사회환경적 영향에 따라 가장 부각되는 유행 스타일에 대해 계층마다 독자적인 유행 주기를 이끌어 가는 수평전파현상을 나타내게 되었다고 볼 수 있다.

이 시기의 수평전파 현상은 사회적 변화에 따른 필연적인 결과로, 소비자들의 채택기간이 단축되어진다면 집합적 채택현상과 동일한 현상을 나타내게 되는데, 이 점에서 집합적 채택은 수평전파의 연속선상에 있다고도 말할 수 있을 것이다.

3) 집합채택이론

이 시기는 이전 시기의 연속선 상에 위치하면서도 좀 더 강화된 경향을 보인다. 대량 생산 및 대량 마케팅 기술에 있어 더 진전되었고, 특히 대중매체의 보급이 더욱 더 확산되어 취향의 동질화 현상을 보이는 시기가

다. 또한, 인구의 도시 집중화(URBANISM), 넓은 종류층의 사회계층구조, 지리적 유동성의 증가 등으로 무명의 대중이 형성된 시기이기도 하다.

추구스타일의 결정에 가장 크게 영향을 미친 요인으로는 무엇보다 대중매체의 영향을 받는 경향이 강하다는 점을 지적할 수 있다. 이전까지 진전 되어온 여러가지 사회적 여건에 덧붙여, 강화된 대중 매체의 영향은 소비자로 하여금 유사한 가치기준을 갖게 하고, 미의식, 사고방식, 생활양식에 있어서도 동질화를 이루게 하였다. 이렇게 동질화된 추구 가치는 동일한 스타일을 지향하게 하였으며, 여기에 더 급속화된 생산, 마케팅 기술의 발달로 유행 확산에 있어서는 집합적 채택 현상을 나타내었다.

4) 상향전파이론

이 시기에 있어 추구 가치의 형성에 영향을 미친 요인으로 가장 부각되는 것은 소외된 계층에 대한 포용, 물질 지향에 대한 반발 등의 사회적 가치의 변화를 들 수 있다. 이러한 사회적 가치의 변화는 유행 스타일에 있어서도 이전의 사회와는 다른 추구 가치를 이끌게 되는데, 이러한 추구가치에 의해 이 시기의 사람들은 소외된 계층이나 자연으로의 회귀 등의 사상을 반영한 스타일을 추구하였다. 이는 경제적으로 풍요로운 상태에서 서만 보일 수 있는 현상으로 이시기에는 이전의 대량생산체제에서 후기 현대사회에서 보여질 다품종 소량생산체제로의 전환기로 경제적으로는 매우 안정된 상황이었다.

유행 확산도 스타일 결정과 같은 맥락속에서 파악될 수 있는데, 추구된 스타일이 하위집단의 스타일일 때, 하위 집단을 하류층으로 정의한다면 사회속에서 이루어지는 전파는 당연히 상향, 즉 윗방향으로 전개된다고 여겨질 수 밖에 없다. 그러나 유행 스타일은 다양한 집단에서 이끌어 내어질 수 있고, 실제로 디자이너들이 디자인의 개발을 위해 다양한 문화와 집단을 연구하는 것을 볼 때 그러한 경향은 당연하리라 생각되는데, 이 시기의 유행 확산 현상은 이전의 유행 확산이 시장의 제반 상황의 영향을 많이 받아 이루어졌었다면 무엇보다 시장의 생산력과 소비자의 구매력이 한층 풍요로워진 상태에서 좀 더 다양화된 양면성에 의한 유행채택 행동이 두드러진다. 따라서 유행의 확산은 다양한 하위 집단의 스타일이 전체 사회로 확산되게 되는 상향전파의 양상을 나타내었다고 볼 수 있을 것이다.

이상에서 볼 때, 후기 현대사회에서의 유행의 다양화는 근본적으로 이 시기의 하위 집단 스타일에 대한 관심이 더 발전된 단계로 생각할 수 있다. 즉 이 시기는 후기 현대사회에 보이게 될 많은 현상들이 태동하는 시기라고 말할 수 있을 것이다.

3. 후기현대사회의 유행현상 설명

후기 현대 사회란 현시대를 말하는 것으로, 기능 및 편리를 중시하며 여가를 중시하고, 전반적으로 자기중심적 쾌락주의를 추구하는 경향이 강하다. 자신의 삶을 나름대로 영유하기를 원하는 이시기의 사람들은 개성을 중시하는데, 개별 개인은 남과 다른 자신만의 독특한 자아의 표현을 추구함에 따라 개인에 있어 추구하는 가치에서 많은 차이를 보이게 된다. 그 외 컴퓨터의 보편적 보급과 정보매체의 발달에 따른 고도화된 생산기법과 마케팅으로 소비자들의 다양한 기호를 충족 시키기 위한 다품종 소량생산이 두드러진다.

Kaiser, nagasawa, Hutton(1991)은 후기 현대 사회에서의 인간의 양면성은 강화되게 되며, 양면성을 억누르기 보다는 창조하고 촉진하게 됨에 따라 개인에 따라 다양한 양면성이 형성되게 되며, 시장에는 이전보다 훨씬 이질적인 스타일이 등장하게 되고, 스타일의 구성에 있어서 전통적으로 지속되어왔던 사고방식에서 벗어나 다양한 미적 시각에서 스타일을 구성하게 됨에 따라 스타일은 더 많은 호호성을 띄게 되며, 후기 현대사회의 강화된 양면성은 끊임 없는 방법으로 변화의 추구를 촉진하게 됨에 따라 유행의 변화는 빠르고 격렬하며 보다 복잡하게 진행되게 된다고 하였다.

절대적인 기준이 존재하지 않은 듯한 상황에서 개인간의 차이는 이전의 어느 시대보다도 커지게 된다. 따라서 스타일의 추구에 있어서도 이러한 경향을 반영한 하위 문화 집단간의 차이가 강하게 부각된 다양화된 스타일 추구를 보이게 된다.

추구 스타일의 다양화와 후기 현대 사회의 상황, 특히 시장 여건의 상호작용에 의해 구체적인 유행 확산으로 가시화되게 된다고 볼 수 있는데, 이 시기의 부각되는 사회적 환경 요인으로는 생산, 마케팅 기술에 있어서의 고도화, CAD, CAM 등의 기술 발달로 인한 다품종 소량생산의 발달과 포스트 모더니즘과 같은 다양화된 문화를 들 수 있다. 이러한 환경 요인에 추구가치의 다양화가 결합됨으로써, 유행 확산에 있어서는 다양한

하위 집단의 집합적 채택 현상을 나타낼 것으로 볼 수 있다.

이상으로 후기 현대사회의 유행 현상을 유행 스타일의 결정과 확산에 대한 설명모형을 통해 살펴보았다.

III. 실증적 연구

실증적 연구에서는 문헌적 연구에서 구성된 설명 모형의 타당성을 입증하기 위하여 측정이 가능한 후기 현대사회를 통하여 검증하였다.

1. 연구 문제

연구문제는 크게 두 가지로 나누어 설정하였다. 먼저 설명모형의 주요 개념이 되었던 양면성의 변화가 유행 변화를 이끌게 되는지를 보기 위해 추구가치에 따라 의복 채택행동이 이루어 지는지를 조사하였다. 다음으로 설명모형에 의해 예측되었던 후기현대사회의 유행 현상이 실제로 나타내는지를 확인하기 위해 후기현대사회의 유행현상을 조사, 분석하였다. 후기 현대 사회에 대한 문헌적 연구의 고찰에 따르면, 후기 현대사회는 개인들의 추구가치가 다양화되고, 고도화된 생산 기법들의 요인에 의해 시장에서 다양한 상품이 등장하게 되며, 이러한 요인들의 영향으로 유행 확산에 있어서는 하위집단 수준의 집합적 채택 현상을 보이게 된다고 하였다. 단계별로 구체적으로 조사 분석하였다.

연구문제 1. 추구가치에 따라 의복 채택 행동이 이루어짐을 밝힌다.

연구문제 2-1. 추구가치가 다양화됨을 밝힌다.

2-2. 시장에서의 다양한 상품의 등장을 확인한다.

2-3. 확산에 있어서 하위집단 수준의 집합적 채택 현상을 밝힌다.

2. 연구의 방법 및 절차

측정도구로는 질문지를 사용하였으며 질문지는 4부분으로 구성되었는데, 자극으로 전 이미지 차원을 포괄할 수 있는 5가지 스타일의 복식을 착용한 전신의 사진을 사용하여, 자극사진에 대한 스타일 이미지를 10개의 의미분 척도로 다섯가지 스타일의 이미지를 측정하였고, 본인이 중시하는 추구가치, 스타일들에 대한 선호순서를 조사하여, 판별분석, 분산분석, 기술통계 등을

통해 결과를 추출하였다. 실제로 추구 가치는 여러 특성 별로 다양할 수 있으나 복식의 연구라는 점을 감안하여 의복에 대한 추구 가치만을 측정에 포함시켜 의미분 척도를 구성하였다.

자극은 정인희(1992)의 의복 이미지 계층 구조에서 제시한 5가지 차원 즉, 우아하고 도회적인, 전원적이고 장식적인, 여성적이고 성숙한, 남성적이고 활동적인, 수수하고 단순함을 기준으로 하여 93년 여름용 카탈로그로부터 추출하였다. Fig. 2에 보여진다.

연구의 대상으로는 서울시내에 거주하는 20대 여성으로 한정하였으며, 설문지는 1993년 9월 초반에 총 400부를 배포하여, 회수된 것중 322부만을 분석에 사용하였다.

3. 결과 및 고찰

본 절에서는 실증적 연구 결과를 제시하고 이에 대해서 논의하고자 한다.

1) 추구가치에 따른 유행 채택 행동

추구가치에 따라 유행 채택 행동이 이루어지는지를 살피기 위해서는 먼저 판별분석에 의해 무차별적으로 측정된 추구가치가 몇가지 방향으로 차별화 되어지는지를 살피고, 다음 추구가치에 의해 예측된 집단이 실제 선호 집단과 일치하는지를 봄으로써 확인할 수 있을 것이다.

추구 가치에 있어서의 차별화를 보기 위해 추구가치

<표 1> 추구가치의 판별분석

실제 집단	N	판별합수에 의해 예측된 집단				
		1	2	3	4	5
스타일 1	29	12 51.5%	4 13.8%	4 13.8%	2 6.9%	4 13.8%
스타일 2	33	5 15.2%	13 48.4%	4 12.1%	5 15.2%	3 9.1%
스타일 3	30	5 16.7%	2 6.7%	21 70.0%	0 .0%	2 6.7%
스타일 4	42	7 16.7%	5 11.9%	3 7.1%	24 57.1%	3 7.1%
스타일 5	174	17 9.8%	17 9.8%	26 14.9%	27 15.2%	88 51.0%

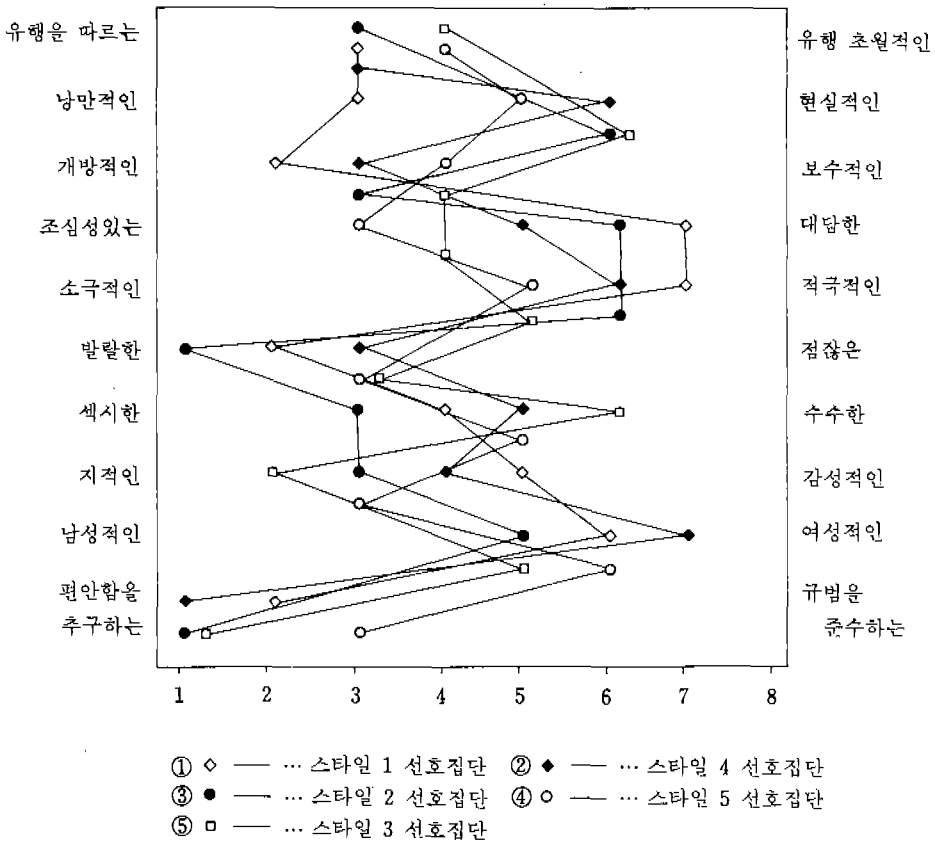
(판별력 : 51.43%)



[그림 2] 의복이미지 자극물

의 판별분석을 실시하였고(Table 1), 선호스타일 별로 추구 가치의 프로필(Fig. 3)을 구성하였는데, 판별분석 결과 판별력은 51.43%로 사회 현상에 관한 연구로서는 신뢰할만 했으며, 추구 가치에 의해 예측집단이 5집단으로 분류되고 하나의 예측 집단에 대해 실제 스타일

집단 중 일정하게 한 집단의 기여율이 높으며, 추구 가치에 의해서 예측된 집단과 실제 선호집단이 일치되어 짐에 따라 어느 일정한 추구가치를 갖는 집단은 의복 채택행동에서도 동일한 선호를 나타냄을 알 수 있었다. 또한, Fig. 4에서는 스타일 5의 프로필을 그림으로 구



[그림 3] 선호스타일에 따른 추구가치

성하여 비교하였는데 선호자들의 추구 가치와 응답자에 의해 조사된 스타일 이미지가 거의 일치되어졌다. 스타일 5와 네가지 스타일에서도 거의 일치되었는데, 이는 소비자들이 추구가치에 의해 추구되는 의복 이미지에 맞추어 실제로 의복을 채택함을 의미한다. 따라서 문헌적 연구의 설명 모형 구성시 기본 개념이었던 양면성에 의한 추구가치에 따라 유행 채택 행동이 이루어짐을 알 수 있고, 설명모형이 타당하게 구성되었음을 확인할 수 있었다.

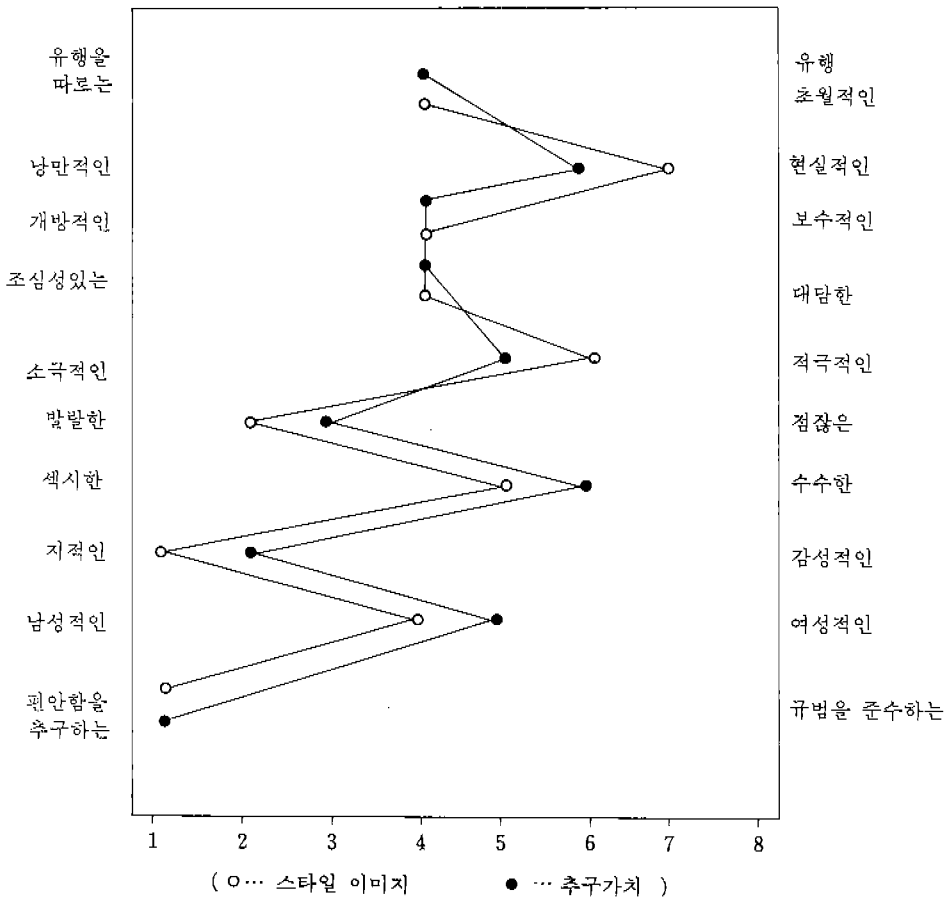
2) 후기 현대사회의 유행 현상

(1) 추구 가치의 다양화 현상

유행 변화는 인간의 기본적 특성인 양면성에서 기인하며, 인간의 양면성은 후기 현대 사회에서 개성의 중시, 기회의 다양화에 의해 강화되므로 개별 개인은 남과 다른 자신만의 독특한 자아의 표현을 추구함에 따라 개인에 따른 추구 가치에 있어 많은 차이를 보이게 된

다고 하였다. 이러한 후기 현대사회에서의 추구 가치의 다양화를 살피기 위해 연구문제 1에서의 추구가치가 차별화되었음을 전제로 차별화된 추구 가치가 의복으로서 표현될 수 있는 의복 이미지의 전차원을 포괄할 수 있는지를 살펴봄으로써 추구가치의 다양화를 확인하려 한다. 실제로 추구 가치는 여러 특성 별로 다양할 수 있으나 복식의 연구라는 점을 감안하여 의복에 대한 추구 가치만을 측정에 포함시켰었는데, 집단별로 차별화된 추구 가치가 정인희(1992)의 의복 전차원을 포괄할 수 있을 때 그만큼 추구 가치가 다양화되고 있음을 짐작할 수 있을 것이다.

Fig. 3을 정인희의 의복 이미지 차원과 비교하여 볼 때, 스타일 1 선호집단의 의복에 대한 추구가치는 도회적이고 여성적인 이미지에 전반적으로 부합되고, 스타일 2 선호집단은 전원적이고 장식적인 스타일에, 스타일 3 선호 집단은 남성적이고 활동적인 스타일에, 스타일 4



[그림 4] 스타일 5 선호집단의 추구가치와 스타일 이미지

선호집단은 여성적이고 성숙한 스타일에, 스타일 5선호 집단은 수수하고 단순한 스타일에 부합됨을 알 수 있는데, 정인희(1992)의 의복이미지가 의복으로서 표현할 수 있는 이미지 전차원을 포괄하여 구성되었다는 점을 감안할 때 추구가치가 다양화되고 있다고 말할 수 있을 것이다. 본 연구에서는 대표적인 추구 이미지 5 스타일만으로 측정하였으나 이는 측정에 있어서의 편리를 위 해서였고 실제로는 각 이미지 차원에 있어 더 세분화된 다양한 집단이 존재함을 예측할 수 있다. 즉 추구 이미지는 5가지로 크게 분류된다하더라도 조금씩 특성이 다른 여러가지 다양한 하위 집단이 존재할 것이다. 이상의 결과 후기현대사회는 추구가치의 다양화를 보임울 알 수 있었다.

(2) 시장에서의 다양한 상품의 등장 확인

시장에서의 다양한 상품의 등장은 93년 카탈로그에서

추출된 다섯 스타일에 대한 전체 응답자들에 의한 스타일 이미지가 실제로 의복 이미지의 전차원을 포괄할 수 있는지를 살펴봄으로써 밝힐 수 있을 것이다. 스타일 이미지를 Fig. 5에 나타내었다.

정인희의 의복 이미지 차원과 비교한다면, 스타일 1은 여성적이며 유행의식적인 섹시한 스타일로 도회적이고 여성적인 이미지에 부합되고, 스타일 2는 여성적이며 낭만적인 스타일로 전원적이고 장식적인 스타일에 부합되며, 스타일 3은 다소 남성적이고 유행의식적이며 대담한 스타일로 남성적이고 활동적인 스타일과 일치하고, 스타일 4는 여성적이고 지적인 스타일로 여성적이고 성숙한 스타일로 볼 수 있으며, 스타일 5는 남성적이며 수수한 스타일로 수수하고 단순한 스타일에 부합된다.

자극으로 사용된 스타일들이 설문지 구성시 기준으로

사용하였던 정인회(1992)의 의복 이미지 전체를 포괄하는 의복 이미지 구성 5가지 차원과 부합됨에 따라 5가지 스타일들은 스타일 각각의 이미지에 있어 구별되고, 의복의 전 이미지 차원을 포괄한다고 말할 수 있다.

이러한 차별화를 객관적으로 고찰하기 위해서 이미지 분산분석 및 판별 분석을 실시하였는데, 판별분석의 결과가 Table 2에 보인다. Table 2를 살펴 보면, 판별력이 77.08%로 이미지에 따른 스타일 분류가 거의 정확하게 이루어졌다는 것을 알 수 있는데, 판별함수에 의해서 예측된 집단의 수가 실제 스타일 수와 일치하고, 각 예측 집단에 대해 스타일 중 일정한 한 스타일의 기여도가 80% 정도가 됨에 따라, 다섯 스타일간에 완벽히 차별화가 이루어졌다고 볼 수 있다.

이상의 결과에 따라 추출된 5가지 스타일이 각 스타일 별로 차별화되고 의복 이미지 전 차원을 포괄하도록 구성되었으며, 5가지 스타일이 실제 상품으로 생산된 93년 카탈로그만을 대상으로 추출되었다는 점을 고려할 때 현재 시장에서는 다섯스타일의 이미지에 기초한 더 다양한 상품이 등장함을 짐작할 수 있다. 따라서 후기 현대사회에는 상품의 다양화가 이루어진다고 말할 수 있다.

3) 하위집단의 집합적 채택 현상

설명모형에 의해 후기 현대사회의 유행 확산 현상으

로 예측되었던 하위집단의 집합적 채택 현상이 실제로 나타나는지를 살펴보기 위해서 자극으로 사용된 스타일들에 대해 다양한 채택이 이루어지는지를 알아보았다. 이를 위해 5가지 스타일들에 대한 선호를 조사하였는데, 결과가 Table 3에 보여진다. 자극물에 의한 편파

<표 3> 각 스타일에 대한 선호도

선호 단계	선호 스타일				
	1	2	3	4	5
첫번째 선호 (%)	28 (8.7)	33 (10.2)	30 (9.3)	42 (13.0)	175 (54.3)
두번째 선호 (%)	53 (16.5)	63 (19.6)	41 (12.7)	83 (25.8)	67 (20.8)
합 계 (%)	81 (12.9)	96 (15.4)	71 (11.4)	125 (20.0)	242 (38.7)

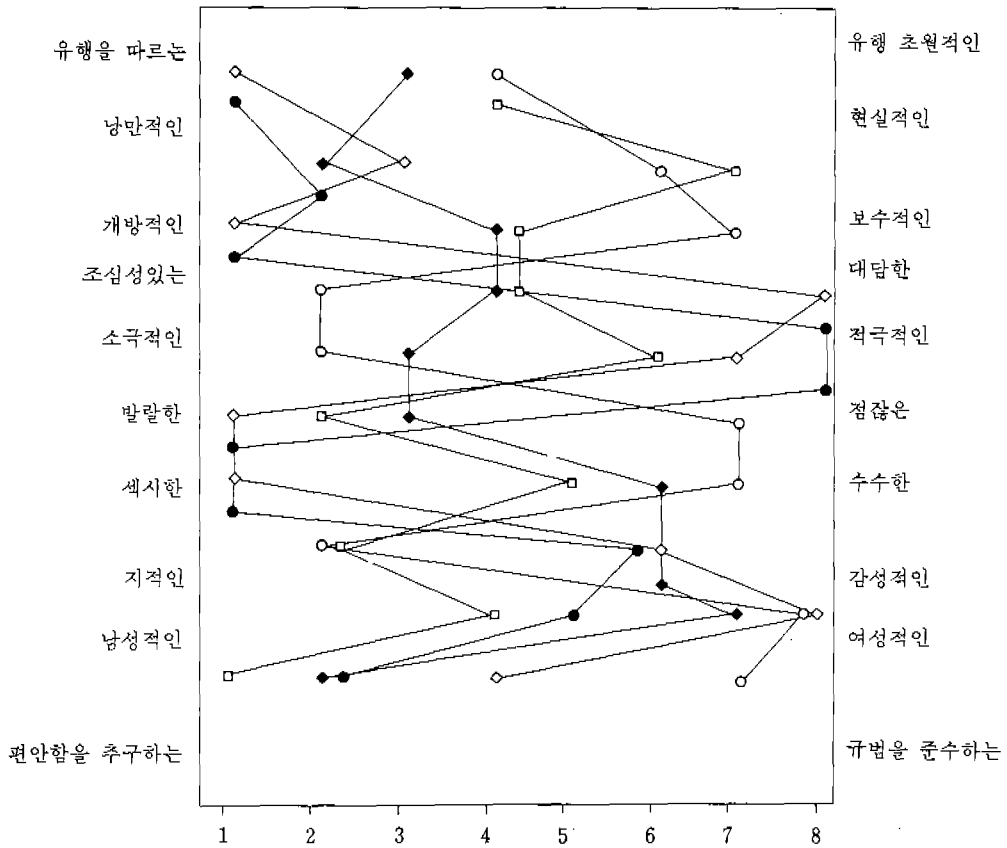
(bias)의 가능성을 배제하기 위해 두번째 선호와 합산된 결과를 같이 제시하였는데, 합산된 결과를 살펴보면 스타일 5가 여전히 우세한 경향을 보이나, 전반적으로 5가지 스타일 모두 골고루 선호됨을 알 수 있다. 즉 5가지 스타일의 의복 이미지의 전차원을 포괄하여 구성되었고 스타일에 대한 다양한 선호가 이루어짐을 볼 때 스타일에 대한 다양한 선호가 이루어진다고 말할 수 있다. 여기에 후기 현대사회의 상황인 추구가치의 다양화와 다양한 상품의 등장을 가능하게 하는 다품종 소량생산, 생산속도의 가속화 등의 기술적 요인을 고려한다면 유행 확산이 다양화와 동시적인 채택 경향을 보이는 하위집단 수준의 집합적 채택 현상을 나타낼 것임을 짐작할 수 있을 것이다. 그러나 이러한 결론은 어느정도 한계가 있다고 생각되며 실제 장시간의 측정이 필요한 연구로 후기 현대 사회의 유행 확산 현상에 대한 간접적인 확인은 되었다는 생각이 든다.

이상으로 후기 현대사회의 유행 현상을 한국적 상황에서 살펴보았다. 그 결과 유행 스타일의 결정과 확산에 대한 설명모형에 의한 예측과 거의 일치됨을 알 수 있었다. 따라서 유행 스타일의 결정과 확산에 대한 설명모형이 실제 유행 현상의 고찰에 그대로 적용 가능함을 알 수 있었다.

<표 2> 이미지 판별분석

실제 집단	N	판별함수에 의해 예측된 집단				
		1	2	3	4	5
스타일 1	318	236 74.2%	6 1.9%	69 21.7%	1 0.3%	6 1.9%
스타일 2	319	13 4.1%	256 80.3%	9 2.8%	30 9.4%	11 3.4%
스타일 3	320	106 33.1%	3 0.9%	197 61.6%	5 1.6%	9 2.8%
스타일 4	320	2 0.6%	26 8.1%	5 1.6%	274 85.6%	13 4.1%
스타일 5	320	3 0.9%	9 2.8%	7 2.2%	33 10.3%	268 83.8%

(판별력 : 77.08%)



① ◇ — ... 스타일 1 선호집단 ② ◆ — ... 스타일 4 선호집단
 ③ ● — ... 스타일 2 선호집단 ④ ○ — ... 스타일 5 선호집단
 ⑤ □ — ... 스타일 3 선호집단

[그림 5] 스타일 이미지

IV. 결론 및 제언

유행 현상이 복잡 다양해지는 후기현대사회에 들어 유행에 대한 좀 더 포괄적인 설명이 요구됨에 따라, 기존의 유행 이론들을 토대로 더 발전된 설명 틀을 구성하고 유행 변화를 설명할 필요가 생기게 되었다. 이에 본 연구에서는 이러한 필요성을 인식하고 기존의 연구들을 토대로 유행 스타일의 결정과 확산을 포괄적으로 설명할 수 있는 모형을 구성함으로써 유행에 대한 체계적인 이해에 도움이 되고자 하였다.

연구는 문헌적 연구와 이를 토대로한 실증적 연구로

나누어 진행하였다. 문헌적 연구에서는 이론적 고찰을 통해 유행 스타일의 결정과 확산의 설명 모형을 구성하였고, 다음 구성된 모형을 통해 각각의 유행 확산이론이 출현된 시기 및 후기현대사회의 유행 현상을 설명하였다.

유행 스타일의 결정과 확산에 관한 설명모형의 구성은 가장 기본적으로 유행 변화는 인간이 가지고 있는 두가지 방향의 심리적 특성인 양면성에 의한 추구가치의 변화에 의해 일어나게 된다는 것을 전제하고, 다른 측면으로서 시장을 고려하여, 유행 스타일의 결정 및 확산을 고찰할 수 있는 모형을 구성하였다.

설명모형에 의한 유행의 고찰에서는, 하향전파이론

출현시기에 대해서는 경제적 부를, 수평전파이론의 출현시기에 대해서는 유행의 추구를, 집합적 채택이론의 출현시기에 대해서는 집합적 취향을, 상향전파이론의 출현시기에 대해서는 하위문화집단에 대한 관심을, 후기현대사회에 대해서는 개성을 추구가치로 들어, 시장과의 상호작용을 고려하여 유행을 설명하였다.

다음, 실증적 연구에서는 설명 모형의 기본 개념이 되었던 양면성에 의한 추구가치에 의해 유행 채택행동이 이끌어지는지와 예측된 후기 현대사회의 유행 현상이 실제하는지에 중점을 두어 2부분으로 연구하였다. 분석도구로는 설문지를 사용하였으며, 1993년 출현한 스타일로 의복이미지의 전이미지 차원을 포괄할 수 있도록 5가지 스타일을 추출하여, 스타일의 이미지, 추구가치, 스타일 선호, 인구통계적 특성을 서울에 거주하는 20대 여성을 대상으로 조사하고, 결과를 분석하였다.

결과를 간단히 살펴 보도록 하겠다.

추구가치에 따라 의복 채택행동이 이루어짐을 알아보기 위해 추구가치의 프로필을 그림으로 구성하고 판별 분석하였는데, 응답자들의 추구가치가 몇가지로 차별화되고, 차별화된 추구가치에 의해 예측된 집단이 실제 스타일 선호집단과 일치해 추구가치에 따라 의복채택행동이 이루어짐을 알 수 있었다. 또한, 선호 집단별로 추구가치가 정인희(1992)의 의복 이미지 차원인 다섯 가지 차원에 부합됨에 따라 후기 현대사회의 유행 현상으로 예측되었던 추구가치의 다양화가 사실임을 알 수 있었다.

시장에서의 다양한 상품의 등장을 확인하기 위해, 스타일 이미지의 분산분석 및 판별 분석을 하였는데, 그 결과 다섯가지의 스타일이 설문지 구성시 기준으로 사용하였던 정인희의 의복 이미지 전차원을 포괄하도록 구성되고, 스타일간에 확실히 차별화됨에 따라 시장에서 다양한 상품이 등장함을 확인할 수 있었다.

마지막으로 채택에 있어서의 하위집단 수준의 집합적 채택 현상을 보이는데를 검증하기 위해, 각 스타일에 대한 선호를 조사하였는데, 다섯 스타일 모두가 끌고루 선호되고, 후기현대사회의 상황인 추구가치의 다양화와 다품종 소량생산 및 생산 속도의 가속화 요인을 고려할 때, 결론적으로는 하위 집단의 집합적 채택현상을 보이게 됨을 간접적으로 확인할 수 있었다.

이상의 결과, 문헌적 연구의 설명 모형 구성시 기본

개념으로 사용되었던 양면성에 의한 추구가치에 따라 유행 채택 행동이 이루어짐으로써 설명모형이 타당하게 구성되었음을 알 수 있었고, 후기현대사회에 대한 설명 모형의 예측이 실제 현상으로 나타남에 따라 유행 스타일의 결정과 확산에 대한 설명모형이 실제 유행 현상의 고찰에 그대로 적용 가능함을 알 수 있었다.

본 논문은 시간적인 제약으로 좀 더 구체적인 측정이 어려워 결과에 있어 다소 설득력이 부족할 수도 있을 것으로 생각된다. 앞으로의 논문은 이러한 점을 보완하여 좀 더 장시간을 두고 더 세세한 측정을 통해 보다 명확한 결과를 보여줄 수 있게 되기를 바라며, 본 논문에서 구성된 설명모형을 통해 복잡한 유행 현상의 파악에 조금이나마 도움이 되었으면 하는 바램이다.

참 고 문 헌

- 이은영 : 패션 마케팅, 서울 : 교문사, 1991, p. 109
 이은영 : 복식의장학, 서울 : 교문사, 1993.
 강혜원 : 의상사회심리학, 서울 : 교문사, 1984, p.125
 김옥동 : 포스트모더니즘과 예술, 서울 : 청하, 1991.
 박성형 : SPSS통계패키지, 서울 : 서울대학교 출판부, 1992.
 염혜정, 조 규화(1992), 한국 신세대의 복식 양식, 한국 의류학회지, 16(3), pp. 121-153.
 나영은(1992). 의복스타일 선호에 영향을 미치는 요인-유사성과 친숙성을 중심으로-, 서울대학교 의류학과 석사학위 논문.
 박경희(1979). 현대 복식의 양식에 관한 연구, 이화여자대학교 석사학위논문.
 박혜선(1982). 의복에 대한 의미미분척도 개발 연구, 서울대학교 대학원 의류학과 석사학위 논문.
 윤수경(1988). 20세기 서구 명성복에 나타난 실루엣 변천에 관한 고찰, 세종대학교 석사학위 논문.
 이미경, 이 인자(1985). 성인여성의 의복디자인 선호도와 자아개념과의 상관성 연구, 한국 의류학회지 제9권 1호, p. 9-16.
 장은정(1992). 서양 남성복의 유행 변화, 서울대학교 대학원 의류학과 석사학위 논문.
 정인희(1992). 의복이미지의 구성 요인, 계층구조 및 평가차원에 대한 연구, 서울대학교 의류학과 석사학위 논문.
 최윤미(1991). 복식사 연구 방법에 있어서 양식 및 그 변화에 관한 연구, 서울대학교 석사 학위 논문.
 Kroeber A.L., On the principle of order in civilization as exemplified by changes of fashion, *American*

- Anthropologist*, 21, 1919, pp. 235-263.
- Young Agnes B., Recurring cycles of fashion, 1937, in Gordon, W. ed., pp. 107-124.
- Anspach, K., *The why of the fashion*, Ames : Iowa State University Press, 1967.
- Bonnie D. Belleau, Cyclical fashion movement : women's day dresses, 1860-1980, *Clothing and Textiles Research Journal*, 5(2), 1987, pp. 15-20.
- Charelene Lind & Mary E. Roach Higgins, Fashion, collective adoption and the social-political symbolism of dress, in Michael R. Solomon ed., *The Psychology of Fashion*, N.Y. : Lexington Books, 1985, pp. 183-192.
- King Charles WCharles, Fashion Adoption : A Rebuttal to the Tarickle-Down Theory, *Perspectives of Fashion*, pp. 49-57.
- Davis, Leslie L. Sex, Gender Identity, and Behavior concerning Sex-related Clothing, *Clothing and Textiles Research Journal*, 3(2), 1985 pp. 20-24.
- Lowe Elizabeth D. & Lowe John D.G., Velocity of fashion process in women's formal evening dress, 1789-1980, *Clothing and Textiles Research Journal*, 9 (1), 1981, pp. 78-87.
- Frank, R.E., Et. al. Market Segmentation. Englewood Cliffs: Prentice-Hell. Inc. 1972.
- Davis Fred, Fashion, Culture, and Identity, Chicago: The University of Chicago Press, Ltd. 1992.
- Davis Fred, Clothing and Fashion as Communication, *The Psychology of Fashion*, pp. 15-28.
- Simmel Georg, Fashion, *Perspectives of Fashion*, pp. 5-16.
- George B. Sproles, Fashion Marketing, N.Y. : Burgess Publishing Co., pp. 93-104.
- Fiol George A., The status Float Phenomenon-The Upward Diffusion of Innovation, *Perspectives of Fashion*, pp. 44-48. Minneapolis : Burgess Publishing Co. 1982.
- Mecracken Grant D., The Trickle-Down Theory Rehabilitated, *The Psychology of Fashion*, pp. 39-54.
- Blumer Herbert, Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection, *Perspectives of Fashion*, pp. 49-48. Minneapolis : Burgess Publishing Co. 1981.
- Richardson Jane & Kroeber A.L., Three Centuries of Women's dress fashion: a quantitative analysis, 1949, in Gordon, W. ed., *Fashion Marketing*, London: George Allen & Unwin Ltd., 1973.
- Jean A. Hamilton, Dress as a cultural sub-system: A univfying metatheory for clothing and textiles, *Clothing and Textiles Research Journal*, 6(1), 1987, pp. 1-7.
- Lowe Elizabeth D. & Lowe John D.G., Cultural pattern and process: A study of stylistic change in Women's dress, *American Anthropologist*, 84(3), 1982, pp. 521-544.
- Kaiser, S.B, Nagasawa R.H, & Hutton, S.S. An SI Theory of Fashion: Ambivalence and Change, (Part 1-3), ITAA Conference Post-conference Workshop paper, 1991, pp. 1-26.
- Kaiser, S.B. *The social psychology of clothing : Symbolic appearances in context*(2nd ed.). New York : Macmillan Publishing Co. 1988.
- Katz, E. & Lazarsfeld, P.F., *Personal influence*, Chicago: The Free Press, 1955.
- Kotler, P., *Principles of marketing* (3rd ed.). Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, 1986.
- Kurt W. Back, *Modernism and Fashion : A Social Psychological Interpretation*, *The Psychology of Fashion*, pp. 3-14.
- Leslie Davis Burns, Consumer Adoption of Fashion Symbols : Meaning Construction and Reconstruction, ITAA Conference Post-conference Workshop paper, 1991, pp. 39-44.
- Grindereng Margaret D., Fashion Diffusion, *Perspectives of Fashion*, pp. 40-43.
- Mary E. Roach & Kathlen E. Musa, *New perspectives on the history of western dress*, N.Y. : Nutriguides Inc, 1980, pp. 27-34.
- Marylin J. Horn & Louis M. Gurel, *The seond Skin*, Boston : Houghton Mifflin C., 1981, p. 263.
- Myounghee Lee & Leslie Davis Burns, Self-Consciousness and Clothing Purchase Criteria of Korean & United State college Woman, *Clothing & Textile Research Journal*, 11(4), 1993, pp. 32-40.
- Paul. nystrom, *character & Direction of Fashion Movements*, *Economics of Fashion*, 1928.
- Sirgy, M.J., Self-concept in Consume Behavior: A Critical Review, *The Journal of Consumer Research*, 9, pp. 287-300.
- Stone, G.P., Appearance and the self in Aa Rose (Ed), *Human behavior and social processes*, pp. 86-118, Boston: Houghton Mifflin CO. 1962.
- The Guinness Guide to 20th Century Fashion*, Guinness superlatives limited, 1981.