

상반되는 의복이미지의 조합에 따른 시각적 평가에 관한 연구

김 유 진 · 이 경 희

부산대학교 의류학과

A Study on the Visual Evaluation about Combination of Contrary Clothing Image

You Jin Kim · Kyoung Hee Lee

Dept. of Clothing and Textiles, Pusan National University

(1997. 7. 22 접수)

Abstract

The purpose of this study was to investigate the difference of visual evaluation about combination of contrary clothing image, Elegance-Casual, Ethnic-Modern. The data were collected using 23 semantic differential bi-polar scale questionnaires from 50 female students majoring in clothing and textile and analyzed by Factor analysis, ANOVA, Discriminant analysis and MDS.

The results obtained were summarized as follows;

1. As a result of factor analysis, 4 factors -Attractiveness, Casualness, Moderateness, Modernness-were found out as constructing factors of contrary clothing image.
2. For the visual evaluation of contrary clothing image combined with top and bottom, there were significant differences in all factors.
3. As a result of discriminant analysis, discrimination among images was more closely related to renovated image by combination of contrary clothing image.
4. As a result of MDS, evaluative dimensions of contrary clothing image were identified, and relationship between clothing images and special qualities of design was shown on positioning map.

I. 서 론

본격적인 개성화 시대가 도래함에 따라 자유와 개성을 표현하고자 하는 패션 경향은 사람들로 하여금 개성과 매력을 증진시키는 의복의 표현적 기능을 더욱 강조

하기에 이르렀다. 개인적이고 자유로움을 추구하는 자기표현 의식은 사회, 문화적 현상과 관련하여 더욱 다양한 라이프 스타일과 소비양상으로 나타나고 있으며 패션에 있어서도 여러가지 이미지의 혼합과 절충이라는 방법을 통해 다양한 이미지를 표현하고 있다.

동양과 서양, 전통과 현대, 여성과 남성 등과 같은

상반되는 이미지는 현대패션에서 형태, 소재, 색상, 착장법 등을 통해 부분적으로 반영되거나 함께 어우러져 새로운 이미지를 창조한다. 이미 테크니컬 소재와 에스닉 이미지의 모티프가 결합한 에스노(ETHNO)가 대두되었고²⁴⁾ 공존을 위한 과거와 미래의 통합이라는 트렌드 제안²⁵⁾에서도 이질적 경향의 조화를 찾아 볼 수 있다. 형태나 소재 등의 창조적 결합은 다이나믹한 엘레강스, 모던과 클래식의 콘트라스트, 스포티한 모던, 모던 엘레강스^{7,9,23)} 등으로 스타일의 범위를 확대하여 새로운 것을 창조하고 있으며 전반적인 캐주얼풍의 강세와 소비자의 구매패턴의 다양화로 클래식과 캐주얼의 크로스코디 가능성은 점차적으로 늘어가고 있는 실정이다¹⁰⁾.

패션이미지는 의복이란 매체를 통한 생활양식, 개성, 감성의 표현으로 일반적으로 양극화된 이미지 축으로 제시되었다^{28,30)}. 패션이미지에 대해서 김영인⁴⁾은 의류시장 세분화를 위한 기준으로, 장은영¹⁷⁾은 의류상품 이미지를 나타내는 구성요인으로, 渡邊澄子, 川本榮子, 黒田喜久枝, 中川早苗²⁹⁾은 의복이미지를 유형화하기 위한 기준으로 해석하고 있다.

다양한 패션이미지를 나타내기 위한 하나의 방법이 될 수 있는 상반되는 이미지의 표현은 서로 다른 이미지를 하나의 의복에 복합적으로 표현함으로써 의복이 가지는 양면성으로 이해되어진다. 정연자¹⁶⁾, 이상례¹⁴⁾는 민속풍과 이국취향에 대해 살펴봄으로써 서양복식에 나타난 동양적 요소들의 특성을 밝히고 있으며 강정화²⁾는 현대패션의 페미니즘에 대한 연구에서 남성과 여성의 상반되는 이미지의 특성을 분석하였다. 김민자, 노정심³⁾은 합리성과 비합리성, 과거와 현재라는 상반되는 이미지와 관련하여 아방가르드 패션의 특성을 밝히고 있다.

이상의 선행연구들을 살펴보면 상반되는 의복이미지에 대한 고찰은 민속풍, 페미니즘, 아방가르드 등의 연구의 한 부분으로 다루어지고 있다. 상반되는 의복이미지를 표현하는 방법에 있어서는 디자이너의 작품에 표현된 형태나 소재 등의 이론적 해석이 대부분으로 상반되는 이미지를 연구 대상으로 하거나 조합에 따른 이미지 연구는 다루어지지 않고 있는 실정이다. 따라서 상반되는 의복이미지의 조합에 따른 시각적 차이를 비교 분석해 보는 것은 빠른 변화와 다양한 현상을 보이는 오늘날의 패션이미지 연구에 있어서 중요하다고 생각된다.

또한 이는 어패럴 분야에 있어서 독특한 디자인과 새로운 이미지의 개발을 위해 연구되어질 필요성이 있으며, 패션이미지 연구와 새로운 이미지 창조라는 측면에서 의의있는 일이라 하겠다.

그런데 대부분 패션업체에서는 제품을 소비자들에게 부각시키고 판매하기 위해 트렌드, 이미지, 제품의 속성 등을 기준으로 하여 포지셔닝으로 나타내고 있다. 그 중에서도 패션이미지는 감성적 가치창조가 중요시되는 오늘날에 있어서 의류제품을 나타내는 중요한 기준이 되고 있으며 포지셔닝축의 양극을 이루는 상반되는 이미지로 제시되고 있다.

따라서 본 연구에서는 상반되는 이미지를 연구하기 위해서 대표적 이미지를 현재 의류업체에서 이미지맵과 포지셔닝의 기준으로 많이 사용하고 있는 이미지를 대상으로 하였으며 의복 구성의 가장 기본이 되는 상의와 하의를 조합시킴으로써 상반되는 이미지의 시각적 효과를 알아보고자 한다.

II. 상반되는 의복이미지

트렌드는 방향, 경향, 동향, 추세, 유행 등의 뜻으로 패션에서는 유행, 혹은 다가올 패션의 경향으로 인식되고 있으며 단순히 유행만을 의미하는 것이 아닌 인간의 표면적, 내면적 변화로 이해되어져³⁰⁾ 일반적으로 양극화된 개념으로 제시되어져 왔다.

山崎孝子, 田中 薫, 中村美子³⁰⁾은 8개의 트렌드 감성을 Sophisticated-Country, Elegance-Active, Romantic-Mannish, Ethnic-Modern의 상반되는 이미지 축으로 구분하였으며 菅原正博, 山本光子²⁸⁾은 여성의 미의식을 다원화하여 Feminine-Sporty, Nostalgia-Modern의 수직 축으로 나누어 나타내었다. 패션이미지에 대해서는 Elegance를 여성의 미의식의 정점으로 보고 Elegance-Active, Ethnic-Traditional, Romantic-Mannish, Country-Sophisticated의 4쌍의 이미지로 나누어 축을 형성하였으며 Elegance는 Feminine한 감각으로, Active는 Sporty한 감각으로, Ethnic은 Nostalgia한 감각으로, 그리고 Traditional은 Modern한 감각으로 표현하였다. 김영인⁴⁾은 의복 디자인의 감각적 측면을 설명하는 용어를 보편적-현대적(Conservative-Modern)감각, 남성적-여성적(Mannish-Feminine)감각, 활동적-우아한(Casual-Elegance)감각으로

보고 패션이미지에 의한 의류시장을 세분화하였다. 장은영¹⁷⁾은 혁신적-보수적 이미지, 캐주얼-포멀한 이미지, 남성-여성 이미지를 의류상품 이미지의 구성요인으로 밝혔으며 이 세가지 요인은 여성 기성복업체에서 제품 포지셔닝맵과 이미지맵에서 가장 많이 사용하고 있는 Contemporary-Conservative, Casual-Formal, Hard-Soft 이미지와 일치한다고 하였다.

이상의 선행연구들의 내용을 정리해 보면 패션이미지는 2개의 이미지축 혹은 4개의 이미지축으로 제시되고 있으며 축의 기준으로 사용된 이미지와 상반되는 이미지, 그리고 수직관계를 형성하는 이미지축은 일정하게 사용되는 것이 아니라 다양한 양상을 보이고 있음을 알 수 있다. 그 가운데서도 패션이미지를 유사한 감성을 나타내는 이미지들끼리 연관지어 생각해 보면 Elegance, Feminine Formal, Romantic중 하나의 이미지가 Active, Casual, Mannish, Sporty중 하나의 이미지와 상반되는 이미지를 형성하여 이미지축의 양극을 다양하게 나타내는 것으로 볼 수 있다. 그리고 형성된 이미지축의 수직관계에서는 Conservative, Country, Ethnic중 하나의 이미지가 Contemporary, Modern, Traditional중 하나의 이미지와 상반되는 이미지를 형성하여 이미지축의 양극을 다양하게 나타내는 것으로 볼 수 있다. 오늘날의 다양한 패션이미지 축은 각 패션 업체들이 수많은 패션상품과 정보에 노출된 소비자들에게 자사의 제품물 부각, 인식시키기 위한 이미지맵과 포지셔닝의 제시에 있어서 트렌드나 브랜드 이미지, 제품의 특성, 가격과 품질, 그리고 경쟁브랜드 등에 맞추어 추구하는 패션이미지의 기준을 설정하기 때문이라 생각된다.

한편, 상반되는 패션이미지를 나타내는데 있어서 오늘날의 전통적 의복개념 원리의 파괴와 이질적 요소의 도입, 남녀복의 혼용 등은 현대패션의 중요한 흐름으로 인식되고 있으며 현대패션에서 상반되는 의복이미지는 이중성, 양극성과 관련하여 양면성의 개념으로 나타나고 있다.

동양과 서양의 상반되는 개념은 서양복식에 있어 동양적 요소가 원초적이고 비유법적인 것을 동경하는 이국 취향적인 요소로 나타나 서구성과 비서구성이라는 상반되는 가치의 다양한 면모를 보여준다. 이러한 현상은 에스닉 룩에서 살펴볼 수 있는데 정연자¹⁸⁾는 복식에 나타난 민속풍은 서구 중심적 사고에서 벗어나 다원화,

절충주의를 추구하고자 하는 의도에서 제3국의 복식양식을 현대적 감각에 맞게 재현시킴으로써 하나의 절충형식을 보여주고 있다고 하였다. 김민자, 노정심¹⁹⁾은 아방가르드 패션이 시간성과 공간성에 대한 전통적인 의미연관을 부정하고 극단적으로 상이한 요소들을 동시에 표현함으로써 미의 상대주의를 추구한다고 하였다. 따라서 과거 양식의 해체와 절충, 민속적 요소와 서구적 요소의 해체와 절충, 성의 부정과 혼돈으로 인한 여성과 남성의 양면적 가치 등이 디자인으로 나타나고 있다고 하였다. 여성과 남성의 상반되는 이미지는 앤드로지너스 룩에서 살펴볼 수 있는데 의복에 의해 성차를 구별하려는 기존의 관념에서 벗어나 자신의 성을 부정하지 않는 가운데 남성복의 특징과 여성복의 특징을 혼합하여 하나의 독립된 이미지로 표현된 새로운 감각으로 볼 수 있다. 강정화²⁰⁾는 현대패션의 페미니즘에 대한 연구의 한 부분으로 앤드로지너스의 이성, 공격성, 용기 등으로 대표되는 남성적 특성과 유연성, 순종, 직관 등으로 대표되는 여성적 특성의 균형과 조화에 대해 설명하고 있다.

이상과 같은 상반되는 의복이미지에 대한 연구는 문화권, 성, 시간의 관점에서 대부분 이론적으로 고찰되고 있으며 디자이너의 작품 속에서 서로 대립되는 소재, 스타일, 착장법의 혼합 등으로 표현되고 있다. 이제 상반되는 의복이미지의 결합은 여러 스타일이 한 사회 안에서 동시에 유행하는 다양화의 개념이 한벌의 의상, 한 아이템으로 그 범위가 좁혀짐에 따라 더욱 다양화, 개성화된 믹스모드로 나타나고 있으며 단순한 의복 이미지의 표현에서 벗어난 다양화된 패션의 흐름으로 이해되어야 할 것이다.

따라서 본 연구에서는 상의와 하의의 조합에 의해 구성된 상반되는 이미지에 대하여 그 의미구조와 시각적 평가차이에 대해 좀 더 실증적으로 접근해 보고자 한다.

III. 실증적 연구

1. 연구문제

연구문제 1: 상반되는 의복이미지의 구성요인을 밝힌다.

연구문제 2: 상반되는 의복이미지의 조합에 따른 시각적 평가차이를 밝힌다.

연구문제 3: 의복이미지와 조합에 따른 차이를 판별하는 의복이미지를 밝힌다.

연구문제 4: 상반되는 의복이미지에 따른 포지셔닝과 디자인 특성을 알아본다.

2. 연구방법

1) 평가도구

(1) 의복이미지 선정

본 연구에 사용될 의복이미지를 선정하기 위해 섬유저널을 비롯한 국내 패션 잡지(1993년 4월~1996년 6월)를 중심으로 여성복 이미지맵과 포지셔닝의 축으로 제시된 기준들을 살펴보았다. 그 결과 패션이미지는 하나의 이미지에 대해 상반되는 이미지를 다양하게 나타내고 있었으며 본 연구에서는 이미지맵과 포지셔닝의 조사결과와 山崎孝子, 田中 薫, 中村美子³⁰⁾와 菅原正博, 山本光子²⁸⁾의 트렌드 감성분류를 참고로하여 Elegance-Casual, Ethnic-Modern의 상반되는 이미지를 연구의 대상으로 선정하였다.

(2) 의복자극물의 선정

의복자극물은 상하 의복이미지의 조합(Table 1)에 따라 COLLECTIONS를 비롯한 국내외 패션 잡지(1991년~1996년)를 중심으로 의복자극물을 선정하여 사진 촬영하였다. 사진자극물 109개를 의복만의 이미지 효과를 보기 위해 얼굴, 신발 등을 제외하였으며 배경의 영향을 없애기 위해 의복 사진을 회색지에 부착하여 실험에 사용하였다.

Table 1. Combination of Clothing Image

Clothing Image	Combination	E/C	C/E	Et/M	M/Et
	Top	Elegance	Casual	Ethnic	Modern
Bottom	Casual	Elegance	Modern	Ethnic	

상반되는 의복이미지의 조합을 보다 잘 나타낸 사진 자극물을 고르기 위하여 의류학 전공자 14명에게 상의 부분을 평가할 때는 하의를 가리고, 하의 부분을 평가할 때는 상의를 가리고 9단계 평정법으로 엘레강스한-캐주얼한, 에스닉한-모던한의 2쌍의 형용사 중 각 해당 이미지에 대한 항목으로 평가하게 하였다. 그 결과 자극물의 상하 차이점수가 큰 순서대로(차 4.0이상) 각 그룹별 11개씩, 44개의 의복 자극물을 슬라이드로 제작

하였고 문항에 대한 평가의 안정성을 고려하여 각 이미지 그룹별 2개씩의 의복 자극물을 제외시킨 36개의 의복 자극물을 사용하였다.

(3) 의미미분척도의 구성

상반되는 의복이미지에 대한 의미미분척도를 구성하기 위해 의류학 전공자 66명에게 의복 자극물로 선정된 슬라이드 44개를 제시하여 자유언어연상법을 실시하였다. 수집된 총 451개의 형용사 중 빈도수가 높게 나타난 형용사 26개를 선정하고 선행연구 결과를 토대로 전체적인 의복이미지 평가에 적합하다고 생각되는 형용사 3개를 추가하여 반의어와 함께 29쌍의 형용사를 선정하였다.

평가 용어의 신뢰도 검증은 내적 일관성법(Internal consistency method)과 재검사법(test-retest method)으로 측정하였다. 평가용어의 선정에 앞서 우선 44개의 자극물에 대해 유의적 차이가 나타난 문항의 수를 고려하여 8개의 자극물을 제외시켰으므로 평가용어의 신뢰도 검증은 36개의 자극물에 대해 실시되었다. 크론바하 알파(Chronbach's α) 값은 .881로서 내적 일관성이 있음을 확인하였으며 29쌍의 형용사 가운데 예비 실험의 신뢰도 검증결과에 따라 6개의 형용사쌍을 제외한 23개의 형용사쌍으로 의미미분척도를 구성하여 본 실험에 사용하였다. 23개의 형용사쌍을 관찰자에게 제시할 때는 무작위로 배치하였으며 자료의 수량화를 위해 오른쪽 형용사에 1점, 왼쪽 형용사에 7점을 부여한 7단계 평정법으로 분석하였다.

3. 자료수집 및 분석

본 연구의 자료수집은 부산대학교 의류학과 대학생 3, 4학년 50명을 대상으로 8월 5일부터 9일 사이에 실시되었다. 수집된 자료분석은 SPSS/WINDOWS release 6.1.2를 사용하여 주성분법과 varimax 직교 회전을 이용한 요인분석, 분산분석과 Scheffé의 다중 비교검증, 단계적 판별분석, Euclidean Distance를 사용한 다차원 척도법(MDS)을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 의복이미지의 구성요인

상반되는 의복이미지의 구성요인을 밝히기 위하여 23쌍의 형용사로 구성된 의미미분척도로 평가된 자료들을

Table 2. Factor Analysis of Clothing Image

Factor & Items	Factor Loading	Communality
Factor 1 : 매력성 (Attractiveness)		
아름다운-추한 (Beautiful-Ugly)	.834	.717
매력있는-매력없는 (Attractive-Unattractive)	.789	.763
세련된-촌스러운 (Refined-Country like)	.788	.720
고급스러운-고급스럽지않은 (Rich-Poor)	.768	.746
우아한-천박한 (Graceful-Crude)	.758	.701
멋있는-멋없는 (Splendid-Dull)	.735	.729
좋아하는-싫어하는 (Like-Dislike)	.733	.685
어울리는-어울리지않은 (Becoming-Unbecoming)	.705	.614
깔끔한-지저분한 (Tidy-Untidy)	.692	.702
화사한-치칙한 (Bright-Neutral)	.563	.579
Eigenvalue : 8.227 % of Total Variance : 35.8 % of Common Variance : 53.9		
Factor 2 : 캐주얼성 (Casualness)		
발랄한-점잖은 (Live-Gentle)	.799	.697
캐주얼한-엘레강스한 (Casual-Elegant)	.754	.693
귀여운-노숙한 (Cute-Mature)	.716	.550
시원한-답답한 (Refreshing-Stuffy)	.578	.630
부드러운-딱딱한 (Soft-Hard)	.478	.506
Eigenvalue : 3.147 % of Total Variance : 13.7 % of Common Variance : 20.6		
Factor 3 : 무난성 (Moderateness)		
평범한-특이한 (Ordinary-Unusual)	.720	.646
단순한-복잡한 (Simple-Complicated)	.687	.634
무난한-강렬한 (Moderate-Intense)	.677	.652
편안한-불편한 (Comfortable-Uncomfortable)	.560	.618
단정한-단정하지않은 (Neat-Messy)	.537	.612
Eigenvalue : 2.356 % of Total Variance : 10.2 % of Common Variance : 15.4		
Factor 4 : 현대성 (Modernness)		
모던한-에스닉한 (Modern-Ethnic)	.756	.694
현대적인-고전적인 (Contemporary -Classic)	.677	.664
도시적인-전원적인 (Urban-Rural)	.659	.692
Eigenvalue : 1.535 % of Total Variance : 6.7 % of Common Variance : 10.1		

요인분석한 결과는 Table 2와 같다. 요인 수는 주성분 분석법을 이용하여 Varimax 직교회전을 실시한 결과 고유값 1이상으로 4개의 요인으로 추출되었다.

요인 1은 아름다운-추한, 매력있는-매력없는, 세련된-촌스러운 등의 10쌍의 형용사로 구성되었으며 매력성 요인이라 하였다. 요인 2는 발랄한-점잖은, 캐주얼한-엘레강스한, 귀여운-노숙한 등의 5쌍의 형용사로 구성되었으며 캐주얼성 요인이라 하였다. 요인 3은 평범한-특이한, 단순한-복잡한, 무난한-강렬한 등의 5쌍의 형용사로 구성되었으며 무난성 요인이라 하였다. 요인

4는 모던한-에스닉한, 현대적인-고전적인, 도시적인-전원적인의 3쌍의 형용사로 구성되었으며 현대성 요인이라 하였다. 이상 상반되는 의복이미지에 대한 4개의 요인이 전체변량에서 차지하는 비율은 66.4%로 4개의 요인 중 매력성 요인과 캐주얼성 요인은 공통변량의 74.5%를 차지하여 의복이미지의 의미공간 내에서 중요한 차원임을 알 수 있다.

매력성 요인은 石塚純子, 加藤雪枝, 木昌山藤子²⁶⁾의 평가인자, 이주현¹⁵⁾의 평가 매력인자, 橋本令子, 加藤雪枝²⁷⁾의 평가인자, 이은령¹⁶⁾의 매력성 인자와 유사하

게 나타났다. 캐주얼성 요인은 박혜선⁶⁾의 활동인자, 渡邊澄子, 川本榮子, 黒田喜久枝, 中川早苗²⁹⁾의 캐주얼성 인자, 이은령¹⁵⁾의 성숙성 요인과 유사한 것으로 나타났다. 무난성 요인은 渡邊澄子, 中川早苗²⁹⁾, 문삼련⁵⁾의 현시성 요인, 李慶姬¹²⁾의 장식성 요인과 유사한 것으로 나타났다. 현대성 요인은 정인희¹⁹⁾의 현대성 요인과 이명희¹³⁾의 고전적-현대적 이미지와 유사하게 나타났다. 요인분석에 사용된 전체 23문항의 Chronbach's α 값은 .877로 높게 나타났으며 각 요인들을 구성하는 구성요인별 신뢰도는 .920 .750 .658 .808로 나타났다.

2. 의복이미지의 조합에 따른 평가 차이

상반되는 의복이미지의 조합에 따른 시각적 평가차이를 알아보기 위해 각 요인의 요인 점수를 사용하여 일원변량분석과 scheffé검증을 실시하였으며 그 결과는 Table 3과 같다.

의복이미지의 구성요인을 각 조합별로 살펴보면 4개의 의복이미지 구성요인에 대하여 상반되는 의복이미지의 조합에 따른 유의적인 차이가 나타났으며 캐주얼성 요인과 현대성 요인에서 두드러진 차이를 나타내었다. 매력성 요인에서는 Et/M이 가장 매력적인 이미지로, C/E가 가장 매력적이지않은 이미지로 나타났으며 캐주얼성 요인에서는 E/C이 가장 캐주얼한 이미지로, Et/M이 가장 캐주얼하지않은 이미지로 나타났다. 무난성 요인에서는 C/E가 가장 무난한 이미지를 나타내는 반면 E/C은 강렬한 의복이미지를 나타내는 차이를 보였으며 현대성 요인에서는 대부분 현대적이고 모던한 경향을 나타내었으나 M/Et은 에스닉하고 고전적인 의복 이미지로 나타났다. Elegance과 Casual로 조합된 의복이미지는 Ethnic과 Modern으로 조합된 의복이미지보다 캐주얼한 이미지를 나타내며 Ethnic과 Modern으로 조합된 의복이미지는 Elegance과 Casual로 조합된 의복이미지보다 매력적인 이미지를 나타내고 있음을 알 수 있다.

이상의 결과를 바탕으로 상반되는 의복이미지의 조합에 따른 대표적 의복이미지를 정리하여 보면 Table 4와 같다.

Elegance한 이미지의 상의와 Casual한 이미지의 하의와의 조합은 매력있는, 발랄한, 강렬한 등의 이미지를 가지는 것으로 나타나 매력있는 강렬한 이미지로 평가되었으며, Casual한 이미지의 상의와 Elegance한

Table 3. Comparison of Clothing Image on Combination

Factor	Combination				F-value
	E/C	C/E	Et/M	M/Et	
Attractiveness	-.005 ^a B ^b	-.411 C	.303 A	.103 B	43.53***
Casualness	.358 A	.124 B	-.621 C	.139 B	98.19***
Moderateness	-.262 C	.228 A	-.077 B	.111 B	21.56***
Modernness	.195 A/B	.023 B	.368 A	-.587 C	89.10***

^aMeans of Factor Scores

^bMultiple Comparison of Scheffé

***p < .001

Table 4. Clothing Image on Combination

Combination	Clothing Image
E/C	매력있는(Attractive), 멋있는(Splendid), 좋아하는(Like), 발랄한(Live), 캐주얼한(Casual), 시원한(Refreshing), 특이한(Unusual), 강렬한(Intense), 단정하지않은(Messy), 현대적인(Contemporary)
	매력있는 강렬한 이미지(Attractive Intense Image)
C/E	고급스럽지않은(Poor), 천박한(Crude), 멋없는(Dull), 싫어하는(Dislike), 칙칙한(Neutral), 답답한(Stuffy), 무난한(Moderate)
	무난한 답답한 이미지(Moderate Stuffy Image)
Et/M	아름다운(Beautiful), 세련된(Refined), 고급스러운(Rich), 우아한(Graceful), 어울리는(Becoming), 깔끔한(Tidy), 점잖은(Gentle), 엘레강스한(Elegant), 노숙한(Mature), 딱딱한(Hard), 단순한(Simple), 불편한(Uncomfortable), 단정한(Neat), 모던한(Modern), 도시적인(Urban)
	고급스러운 도시적인 이미지(Rich Urban Image)
M/Et	화사한(Bright), 부드러운(Soft), 편안한(Comfortable)
	부드러운 편안한 이미지(Soft Comfortable Image)

이미지의 하의와의 조합은 고급스럽지않은, 답답한, 무난한 등의 이미지를 가지는 것으로 나타나 무난한 답답한 이미지로 평가되었다.

Ethnic한 이미지의 상의와 Modern한 이미지의 하의와의 조합은 도시적인, 고급스러운, 노숙한 등의 이미지를 가지는 것으로 나타나 고급스러운 도시적인 이미지로 평가되었으며, Modern한 이미지의 상의와 Ethnic한 이미지의 하의와의 조합은 화사한, 부드러운, 편안한 이미지를 가지는 것으로 나타나 부드러운 편안한 이미지로 평가되었다. 따라서 상반되는 의복이미지를 상의와 하의로 조합시킴으로써 보다 다양하고 개성적인 의복이미지를 나타낼 수 있을 것이다.

3. 의복이미지 차이의 판별

상반되는 의복이미지의 조합에 따른 집단간의 차이를 결정짓는 의복이미지가 무엇인지 알아보기 위하여 판별 분석을 실시하였다. 먼저 수직관계를 이루는 Elegance-Casual과 Ethnic-Modern의 이미지의 차이가 어떠한 의복이미지에서 결정되는지를 알아보기 위해 Elegance-Casual, Ethnic-Modern의 두 집단을 종속변수로 하고 23쌍의 의복이미지를 독립변수로 하여 단계적 판별 분석법을 실시하였으며 그 결과는 Table 5와 같다.

Elegance-Casual, Ethnic-Modern의 차이를 결정짓는 의복이미지는 우아한-천박한과 모던한-에스닉한으로 판별되었다. 표준화된 판별함수의 계수를 살펴보면 우아한-천박한의 정적관계인 우아한에서 모던한-에스닉한은 부적관계인 에스닉한에서 그 차이가 결정되었으며 적중률(hit-ratio)은 72.22%를 나타내었다.

상반되는 의복이미지의 조합에 따른 차이를 결정짓는 의복이미지를 알아보기 위해 E/C과 C/E로, Et/M과 M

Table 5. Difference Discrimination of Elegance-Casual, Ethnic-Modern

Clothing Image	F-value	Function	Hit-ratio(%)
우아한-천박한 (Graceful-Crude)	8.212**	1.009 ^A	72.22
모던한-에스닉한 (Modern-Ethnic)	6.858**	-.693	

^AStandardized canonical discriminant function coefficients
** p < .01

/Et으로 각각 나누어 비교한 결과는 Table 6과 같다.

의복이미지 Elegance, Casual의 조합에 따른 차이는 멋있는-멋없는의 정적관계인 멋있는에서 판별되었으며 88.89%의 적중률을 나타내었다. Ethnic, Modern의 조합에 따른 차이를 결정짓는 의복이미지는 편안한-불편한의 부적관계인 불편한에서, 모던한-에스닉한의 정적관계인 모던한에서 판별되었으며 100%의 적중률을 나타내었는데 이는 이미지의 차이가 매우 큰 Ethnic, Modern의 이미지가 판별함수 자체에 포함되었기 때문이라 생각된다. 이상의 결과에서 살펴보면 이미지 포지셔닝 축의 수직관계를 이루는 Elegance-Casual과 Ethnic-Modern의 이미지의 차이는 축을 구성하고 있는 우아한, 에스닉한의 이미지에서 판별되었다. 그러나 Elegance-Casual의 조합에 따른 이미지의 차이는 멋있는에서, Ethnic-Modern의 조합에 따른 이미지의 차이는 모던한과 불편한에서 이미지의 차이가 판별되는 것으로 나타났다.

이는 상반되는 의복이미지의 조합에 의해 새롭게 형성된 전체적인 의복이미지의 차이가 판별된 결과라 할 수 있을 것이다. 즉, 서로 상반되는 이미지로 조합된

Table 6. Difference Discrimination on Combination of Clothing Image

Combination	Clothing Image	F-value	Function	Hit-ratio(%)
E/C-C/E	멋있는-멋없는 (Splendid-Dull)	8.981**	1.00 ^A	88.89
Et/M-M/Et	편안한-불편한 (Comfortable-Uncomfortable)	27.949***	-1.410	100
	모던한-에스닉한 (Modern-Ethnic)	25.623***	1.468	

^AStandardized canonical discriminant function coefficients **p < .01 ***p < .001

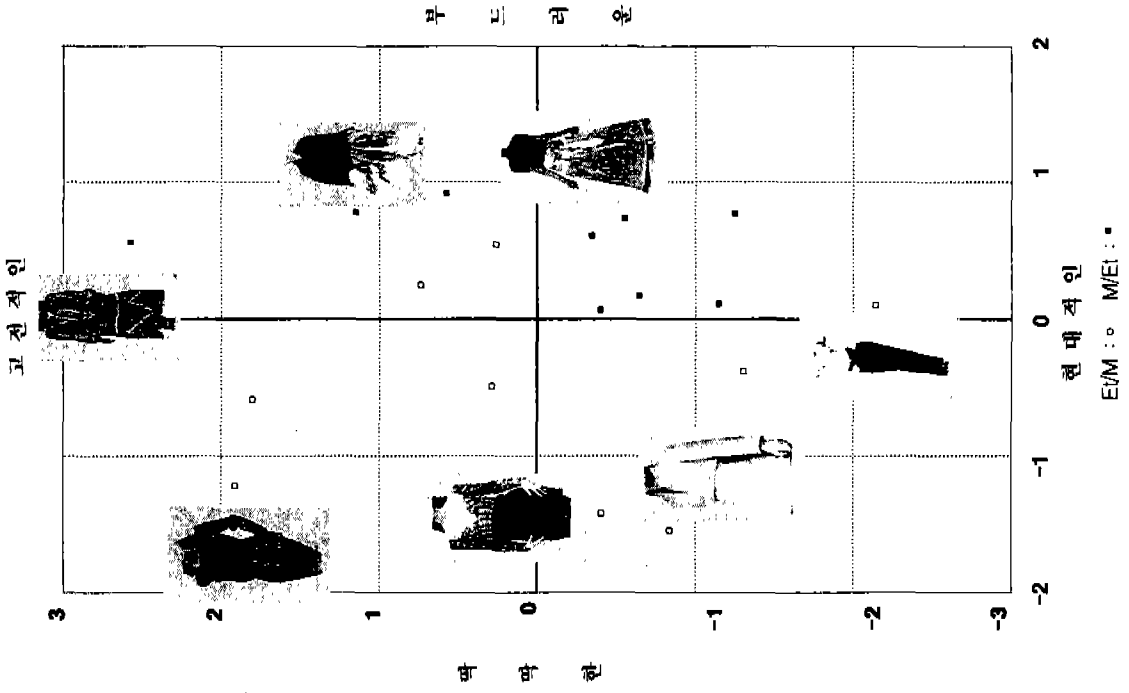


Fig. 2. Positioning of Ethnic-Modern

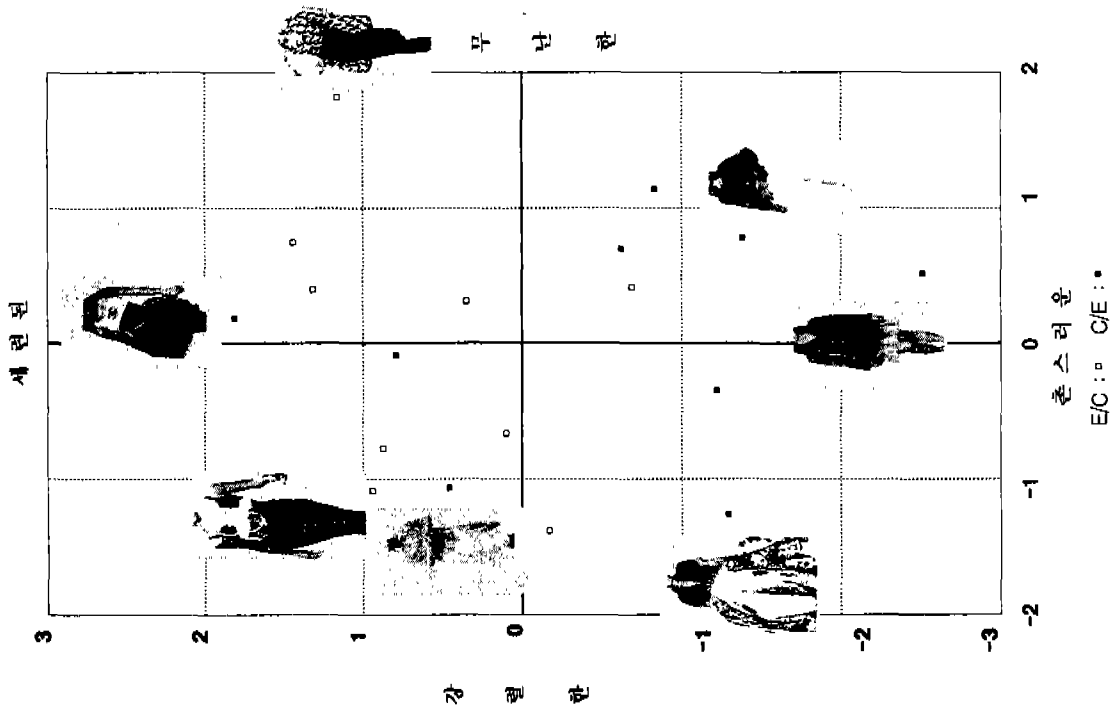


Fig. 1. Positioning of Elegance-Casual

의복이 관찰될 때 부분과 부분이 분리되어 지각되기보다는 부분과 부분의 상호작용에 의해 형성된 전체적인 의복이미지에 의해 지각되어짐을 나타내는 결과로 해석할 수 있을 것이다.

4. 의복이미에 따른 포지셔닝과 디자인 특성

의복이미지의 조합이 같을지라도 의복의 디자인 요소에 따라 의복이미지는 영향을 받을 수 있으므로 각 자극물의 위치와 유사성의 정도를 알아보기 위하여 유클리드거리(Euclidean Distance)를 이용하여 다차원척도법(Multidimensional Scaling)을 실시하였다.

분석결과에 대한 적합성을 알아보기 위해 Kruscal의 스트레스값(stress)과 결정계수값(RSQ)을 조사하였으며 차원 수의 결정에 있어서 Kruscal의 판별기준으로 보아 부적합도를 나타내는 스트레스값이 .1에 가까운 값을 가지면 보통수준 이상으로 해석 가능하므로²²⁾ 축의 명명과 해석의 용이성을 고려하여 2차원으로 분석하였다.

먼저 Elegance과 Casual의 의복이미지로 조합된 의복자극물에 대한 다차원 분석 결과를 살펴보면 2차원에서 스트레스값 .114와 92.6%의 설명력을 나타내었다. 포지셔닝된 위치와 디자인 특성에 따라 X축은 「강렬한-무난한」의 축으로 해석하였으며 Y축은 「촌스러운-세련된」의 축으로 해석하였다. E/C로 조합된 의복자극물의 대부분은 Y축의 세련된 이미지를 중심으로, C/E로 조합된 의복자극물의 대부분은 Y축의 촌스러운 이미지를 중심으로 강렬한 이미지에서 무난한 이미지에 이르기까지 넓게 분포되었다. 포지셔닝한 결과는 Fig. 1과 같다.

Ethnic과 Modern의 의복이미지로 조합된 의복 자극물의 다차원 분석 결과 2차원에서 스트레스값 .093과 95.6%의 설명력을 나타내었다. 포지셔닝된 위치와 디자인 특성에 따라 X축은 「딱딱한-부드러운」의 축으로 해석하였으며 Y축은 「현대적인-고전적인」의 축으로 해석하였다. Et/M으로 조합된 의복 자극물은 X축의 딱딱한 이미지를 중심으로, M/Et으로 조합된 의복자극물은 X축의 부드러운 이미지를 중심으로 분포되었다. 포지셔닝한 결과는 Fig. 2와 같다.

V. 결론 및 제언

본 연구의 연구결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

첫째, 상반되는 의복이미지를 형성하는 구성요인은 매력성 요인, 캐주얼성 요인, 무난성 요인, 현대성 요인의 4개 요인으로 구성되었으며 전체변량의 66.4%에 해당하는 것으로 나타났다.

둘째, 상반되는 의복이미지의 조합에 따른 시각적 평가차이를 살펴본 결과 4개의 의복이미지 구성요인 모두에서 유의적인 차이가 크게 나타났으며 특히 캐주얼성 요인과 현대성 요인에서 두드러진 차이를 나타내었다. 상반되는 의복이미지는 조합에 따라 상의 Elegance 하의 Casual의 조합은 매력있는 강렬한 이미지로, 상의 Casual 하의 Elegance의 조합은 무난한 담담한 이미지로, 상의 Ethnic 하의 Modern의 조합은 고급스러운 도시적인 이미지로, 상의 Modern 하의 Ethnic의 조합은 부드러운 편안한 이미지로 평가되었다. 이와 같이 상반되는 의복이미지를 상의와 하의로 조합시킴으로써 보다 다양하고 개성적인 의복이미지를 나타낼 수 있으며 이러한 이미지의 조합을 고려한다면 보다 효과적인 이미지 연출이 가능할 것이다.

셋째, 의복이미지의 포지셔닝에서 수직관계를 이루는 이미지의 차이는 축을 구성하는 이미지에서 판별되나 상반되는 의복이미지의 조합에 따른 이미지의 차이는 새롭게 형성된 전체적인 의복이미지에서 차이가 판별되는 것으로 나타났다. 이는 즉 서로 상반되는 이미지로 조합된 의복이 관찰될 때 부분과 부분이 분리되어 우선적으로 지각되기 보다는 부분과 부분의 상호작용에 의해 형성된 전체적인 의복이미지에 의해 지각되는 것으로 판단된다.

네째, 다차원 공간의 포지셔닝에 의해 의복자극물의 위치를 나타내 '봄'으로서 의복이미지의 조합이 같을지라도 다차원 공간의 포지셔닝은 다르게 나타나 의복이미지는 의복을 구성하는 디자인 요소에 영향을 받을 수 있었다. 따라서 이미지의 조합과 디자인 특성을 고려한 포지셔닝은 세분화된 패션 시장에 있어서 다양한 의류상품과 이미지의 개발에 유용할 것이라 생각된다.

이상의 결과들은 차후 의복과 관련한 다양한 의복이미지 연구의 실증적 자료로 도움이 될 것이며 의류상품

기획시 다양한 이미지의 연구개발과 포지셔닝의 축의 기준을 제시하는데 있어서도 활용될 수 있을 것이다. 본 연구는 상반되는 의복이미지를 Elegance-Casual, Ethnic-Modern으로 한정하여 연구하였으므로 앞으로 보다 다양한 상반되는 의복이미지에 대한 연구 및 이에 따른 디자인 분석에 대한 계속적인 연구가 필요할 것이다.

참 고 문 헌

- 1) 가재창. 패션디자인 발상 트레이닝 1. 정은출판사. 1993.
- 2) 강정화. 현대패션에 표현된 페미니즘(Feminism)에 관한 연구. 홍익대학교 산업미술대학원. 석사학위논문. 1993.
- 3) 김민자, 노정심. 아방가르드 패션에 관한 연구. 서울대학교 생활과학연구. 131-143. 1996.
- 4) 김영인. 패션이미지에 의한 남자대학생 의류시장 세분화에 관한 연구. 한국의류학회지, 16(3), 229-314, 1992.
- 5) 문삼련. 의복형태와 물방울무늬 공간변화에 따른 이미지의 시각적 평가. 부산대학교 대학원. 석사학위논문. 1993.
- 6) 박혜선, 이은영. 의복에 대한 의미분척도의 구성요인 추출. 서울대학교 가정대학논문집, 9, 103-108, 1984.
- 7) 섬유경제신문. 모던 엘레강스 강조, 김영주 '96 F/W 밀란 컬렉션 마쳐. 1996. 3. 6.
- 8) 섬유경제신문. '97 S/S Trend 제안 — 공존을 위한 과거와 미래의 통합. 1996. 3. 20.
- 9) 의류산업. No. 7. 남성 캐주얼 신제안 — 클래식 믹스, 54-57, 1994.
- 10) 의류산업. No. 14. 미국 '95 을 여름 뉴욕 마켓은. 113-114, 1995.
- 11) 李京姬. 의복형태 이미지의 시각적 평가에 관한 연구. 부산대학교 대학원. 박사학위 논문. 1991.
- 12) 李慶姬. 의복형태와 디테일에 의한 표면이미지의 시각적 평가. 부산대학교 대학원. 석사학위논문. 1994.
- 13) 이명희. 한국과 미국남녀 대학생의 의복이미지 선호도와 성역할 정체감에 관한 연구. 한국의류학회지, 17(3), 367-379, 1993.
- 14) 이상례. 현대패션 디자인에 나타난 동방풍에 관한 연구. 세종대학교 대학원. 박사학위 논문. 1994.
- 15) 이은령. 실루엣 이미지의 시각적 평가에 관한 연구. 부산대학교 대학원. 석사학위 논문. 1995.
- 16) 이주현. 의복단서가 인상형상에 미치는 영향. 연세대학교 대학원. 박사학위논문. 1990.
- 17) 장은영. 의류상품 이미지에 의한 의복선택모형 연구. 숙명여자대학교 대학원. 박사학위 논문. 1993.
- 18) 정연자. 현대패션에 나타난 민속풍(Ethnic Look)에 관한 연구. 대한가정학회지, 31(4), 1-15, 1993.
- 19) 정인희. 의복이미지의 구성요인, 계층구조 및 평가차원에 대한 연구. 서울대학교 대학원. 석사학위논문. 1992.
- 20) 정충영, 최이규. SPSSWIN을 이용한 통계분석. 무역경영사. 1996.
- 21) 채금석. 현대복식미학. 경춘사. 1995.
- 22) 최용석. SAS 다차원척도법. 자유아카데미. 1995.
- 23) Fashion Today. No. 62. 다이나믹과 엘레강스의 만남 — 스포츠웨어. 62-63, 1995.
- 24) Fashion Today. No. 72. THEME FASHION/ETHNO의 정의와 사회적 배경. 36-47, 1996.
- 25) 石塚純子, 加藤雪枝, 木島山藤子. 各種デザインに着装イメージ. 日本家政學會誌. 38(4), 321-332, 1987.
- 26) 菅原正博, 山本光子. ファッション アドバイの入門. <スタイルスト編> チャウラー. 1988.
- 27) 橋本令子, 加藤雪枝. 個性による着装イメージの表現. 日本家政學會誌. 45(7), 61-70, 1994.
- 28) 渡邊澄子, 中川早苗. 服装におけるイメージとデザインの関連について(第1報). 日本家政學會誌. 44(2), 131-139, 1991.
- 29) 渡邊澄子, 川本榮子, 黒田喜久枝, 中川早苗. “服装におけるイメージとデザインの関連について(제2보)”. 日本家政學會誌. 44(2), 131-139, 1993.
- 30) 山崎孝子, 田中 薫, 中村美子. 트렌드感性に強くなる本. 1987.
- 31) Rudolf, A. Art and Visual Perception. Berkeley: University of California Press. 1972.
- 32) Buckley, H.M. & Roach, M.E. Attractive as a Function of Attitudes and Dress. *Home Economics Research Journal*, 10(1), 88-97, 1981.
- 33) Lennon, S.J. Effect of Clothing Attractiveness on Perceptions. *Home Economics Research Journal*, 18(4), 303-309, 1990.
- 34) Rothenberg, A., & Sobel, S.S. A Creative Process in the Art of Costume Design. *Clothing and Textiles Research Journal*, 9(1), 27-36, 1990.