

인구통계적 변인에 따른 수트디자인 시각효과에 관한 연구

박 순 천

조선대학교 미술대학 디자인학부 교수

A Survey on Suit Design by Image Visual Effect Demographic Characteristics

Soon-Chun Park

Professor, Dept. of Fashion Design, Chosun University
(2003. 7. 4 투고)

ABSTRACT

This treatise deals with the profitable suit image design of middle-aged men by examining visual effects in physical design. The sample of this study is people who lives in Kwangju, the Republic of Korea and 20-50age's men and women. And it is very variety in each population statistics factors the differences of associate design visual effect which considering the difference of sex and age group, numbers of button, a figure and material pattern.

Firstly, look into the associate design visual effect by sex and button number. In men's group, the style with three buttons was the most attractive and that with two buttons was the least attractive. In 50's group, the style with two buttons was the least attractive and those with 1,3 and 4 buttons were a little attractive.

Secondly, in the difference of associate design with sex and shape, men's group was considered that standard type was the most attractive shape, women's group was thought that lean and standard types were the most attractive shape. So we can know that the attractive shape is different with sex. In the difference of association design with age and shape, 20's considered that standard type was the most modernistic and fat type was the least modernistic. 30's considered that lean type was the most modernistic and 50's thought that fat type and standard type were the most modernistic.

Thirdly, see the sex and material pattern. In familiarity, men's group considered that stripe pattern was more familiar than checks and plain patterns. And they considered that striped pattern and plain was more manly than checks. In sex and material pattern, 20's thought that plain was the most attractive, stripe was the next, and checks was not attractive. 40's estimated that plain and stripe were more

attractive than checks. 50's judged that stripe was the most attractive material. Thus, the attraction is different with ages and material patterns.

Key words : associate design visual effect(연상디자인 시각효과), suit image(수트 이미지), visual perception(시 지각).

I. 서 론

비즈니스 세계에서 가장 권위적이며 능동적으로 보일 수 있는 효과를 지닌 의복은 한 벌 정장(suit)이다. 신사복, 즉 수트는 어떤 사회에서나 권위와 지위 및 권력의 상징이다. 일반적으로 수트 착용자는 많은 신뢰와 존경을 받는 경향이 있고, 남성정장 착용자는 매력적이며 지적이고 인기가 있는 것으로 지각되었다.¹⁾ 남성 정장의 기본적인 구성은 20세기초에 이루어졌다. 그 당시 수트는 가장 활동적으로 일하는 비즈니스맨이 입었던 유니폼이었다.²⁾

남자 옷의 전체적인 스타일을 결정짓는 데는 다른 어떤 아이템보다도 수트가 가장 큰 비중을 차지한다. 따라서 수트는 옷차림의 분위기나 외양의 인상을 규정짓는 중요한 디테일디자인이라고 할 수 있다.

이러한 맥락에서 수트는 오늘날 남성복을 대표하는 의복으로 간주되어지며, 지금까지 거의 200여 년 동안 비즈니스 수트는 사회에서 비중 있는 지위에서 일하는 남자의 상징이 되어 품위, 권위, 신뢰감과 동일시 되어왔다. 따라서 남성 수트는 남성복 중에서도 가장 불변성과 획일성이 강한 의복이라고 할 수 있다.³⁾ 더불어 현대인에게 있어서 성공을 위한 이미지 관리의 중요성이 널리 인식되면서, 그에 따른 의복유형과 착용법, 체형관리 심지어 성형수술에까지 관심을 두기 시작하였다. 특히 최근 남성 소비자들은 고도의 자본주의와 함께 하는 물질적 풍요와 다양한 영상매체의 영향으로 여성들 못지않게 자기표현의 욕구를 드러내는 다양한 의복을 착용하여 자신을 인식시키고자 한다. 이는 물질적 풍요로움에서 정신적인 풍요로움을 추구하는

의식의 변화가 개인의 다양한 개성과 감성으로 연결되는데, 의복분야에서도 소비자의 높은 수준의 욕구에 대응하기 위하여, 연령 증가에 따른 체형의 변화 경향에 대한 정보와 지속적인 연구가 요구된다. 그동안 우리나라 서양 남성복 분야의 연구는 여성복 분야에 비하여 활발히 이루어지지 않는 것이며, 주로 시대를 한정하여 아이টে별 분류를 중심으로 연구되어온 실정이다.

본 연구에서는 20~50대의 남녀를 대상으로 남성 수트디자인의 시각효과를 인구통계적 변인에 따른 연상디자인적인 면에서 고찰하였으며, 체형을 균형화 시키는 시각효과를 유발하는 신사복 정장의 형태를 파악하기위해서 일반적으로 중년남성의 외출복으로 착용하는 정장스타일의 수트를 선정하여 의복디자인의 형태구성요인이 다르게 조합된 연상디자인 시각효과를 분석한다. 그리하여 체형결점을 보완할 수 있는 의복의 형태구성요인을 파악하여 사회적 상황에서 중년남성들이 표출하고 싶은 시각효과를 체형에 대해서 적절한 수트디자인을 제시하고자 한다. 또한 이와 관련된 소재에 따른 시각적 평가가 다르게 이루어질 것으로 판단되어 소재별 시각효과, 단추 수의 변화에 따른 시각효과와의 차이에 관해서도 고찰하여 중년남성의 체형에 가장 적합한 의복디자인을 규명하는 것에 그 목적을 두었다.

본 연구의 구체적인 목적을 기술하면 다음과 같다.

첫째, 중년남성 수트 착용에 대한 연상디자인 시각효과와의 차이를 밝힌다.

둘째, 인구통계적 변인에 따른 연상디자인 시각효과와의 차이를 규명한다

II. 이론적 배경

1. 수트의 변천과 특성

오늘날의 신사복은 서양에서 비롯된 것이지만 세계가 하나로 이어지는 지구촌 시대에 있어서 남성들에게 자신을 표현하는 세계 공통의 표현매체가 되고 있는 것이 사실이다.

19세기말, 수트의 본고장인 구미에 있어서도 테일러 수트(tailor suit)의 역사는 채 100년도 못 되었다. 산업혁명 이후 더 간편하고 실용적인 실루엣, 그러면서도 멋과 품위를 유지할 수 있는 옷의 고안이 테일러 수트이다. 바로 시민의 옷이 테일러 수트인 셈이다. 이 시기에 사람들은 전시대의 계급적 틀에서 벗어나 누구나 인간답게 살 수 있다는 평등과 자유의지가 가득 차게 되었는데, 그것의 표상이 양복(수트)이라고 할 수 있다.⁴⁾⁵⁾⁶⁾ 이것은 패션이 시대적, 정치적, 경제적, 지적, 예술적 사건의 반영물임을 보여주는 실례이다.⁷⁾

수트(suit)의 의미는 사전에 의하면 남자의 상의(재킷 또는 코트), 베스트, 바지 세 가지가 갖추어진 한 벌의 양복(洋服)으로서, 이를 한 종류의 소재로 만들어진 의상이라고 명기되어 있다. 이렇게 한 벌의 신사복을 우리는 수트라고 말한다. 수트는 본래 빅토리아(Victorian)시대 상류계층의 남성들이 라운지 룸(lounge room)에서 담소하는 동안 편하게 입었던 옷에서 그 유래를 찾아볼 수 있으며, 그래서 라운드 수트, 혹은 sack(sack)수트로 불리기도 한다.⁸⁾

수트를 갖추는데 있어서 가장 중요한 아이টে인 재킷은 도련선이 허리선(waistline)과 엉덩이선

(hipline) 사이에 있는 짧은 겉옷으로 앞트임이 있으며 남자, 여자 그리고 어린이에 이르기까지 착용되는 옷을 의미한다.¹²⁾ 또한 수트는 보통 신체상부는 꼭 맞고 엉덩이를 덮는 길이의 짧은 오버코트(overcoat)와 유사한 의복으로 소매가 있거나 없으며 앞트임식(caftan형)이라고 정의하는데,¹³⁾ 현재 재킷의 옷 길이는 엉덩이를 덮을 정도이고 품은 너무 헐렁하지 않아 인체에 잘 맞으며 소매가 달렸고 앞트임에 단추로 여미고 주머니가 달린 것이 보편적이다. 전 세계 대부분의 남성들이 정장으로 착용하고 있는 수트는 재킷(jacket)과 바지가 한 조를 이루며, 일반적으로 재킷의 옷 길이는 엉덩이를 덮고 상체에 적당히 잘 맞으며 앞트임식으로 단추로 여미는 형태이다. 이러한 재킷의 종류와 스타일은 그 시대마다 자연적·사회적인 여건의 영향을 받으며 매우 다양한 변화를 거쳐 오늘날과 같은 형태로 정형화되었으며 남성들의 사회적인 신분이나 사상의 표현과 함께 장식성과 기능성을 겸비하여 변화·발전되어왔다.

20세기 두 차례의 세계대전으로 신사복의 착용방법, 디자인, 봉제법 등의 격식은 약화되었으며, 신사복의 스타일과 직물이 다양해졌다. 또한 20세기에 와서 사회적 영향력이 커진 젊은이들은 기성세대와 다른 그들만의 개성을 추구하면서 패션에서도 그 영향력을 확고히 하였다<표 1>. 이와 같이 변화 발전되어온 수트는 남성들이 공식적, 비공식적으로 모든 사회생활을 영위해 가는데 있어서 자신의 신분이나 이상을 표현할 수 있는 매우 중요한 복식으로서 예의를 갖춘 정장차림을 하여 대외관계를 원만히 이끌어갈 수 있도록 복식을 완성시켜주는 역할을 해 나가고 있는 것이다.

<표 1> 1960-1990년대의 남성복에 나타난 정장수트의 디자인 요소의 변화⁹⁾¹⁰⁾¹¹⁾

종류/연도	1960년대	1970년대	1980년대	1990년대
실루엣	Y실루엣	X실루엣	Y, H실루엣	H실루엣
여밈	싱글	싱글	싱글	싱글, 더블
단추 수	2버튼	2, 3버튼	2버튼	2, 3, 4 버튼이상
무늬	민무늬	민무늬	민무늬, 줄무늬	민무늬, 줄무늬, 체크무늬
색상	갈색, 흑색, 청색, 회색	갈색, 흑색, 청색, 회색, 녹색 등 무채색 계열	갈색, 흑색, 청색, 회색, 녹색	기본색 외에 적, 황, 분홍, 보라색 등 밝은 색상.

2. 시 지각의 특성에 따른 의복이미지

인간의 눈을 통해 외계의 사물과 그 변화를 감지하는 과정을 시 지각(視知覺)이라고 한다.¹⁴⁾ 인간은 어떤 감각보다도 시각을 더욱 많이 경험하며 따라서 시 지각은 세계에 대한 인식에 가장 중요한 영향을 미친다고 볼 수 있다.¹⁵⁾ 우리가 본다는 것 즉, 인식한다는 것은 어떤 사물의 형태를 지닌 대상에서 빛의 자극이 망막을 통하여 대뇌에 전달되면, 그곳에 전해진 정보를 이해함으로써 형태를 지각하는 것을 의미한다.

현대 시각디자인이나 20세기의 회화에 있어서는 강도 높은 시각적 표현의 수단으로 착시를 많이 이용해왔다. 착시는 디자인, 회화, 건축, 조명, 조경 등 여러 분야에 큰 영향을 주면서 현대시각 예술의 전 분야에 적극적으로 활용되고 있다.¹⁶⁾ 특히 의복 분야는 디자인 요소와 형태의 조합에 의해 지각자의 눈이 포착하는 형상과 인상 그에 따르는 판단의 조절을 통해서 의복디자인 요소와 형태의 조합에 의해 개개인의 체형에 적합한 시각효과로 이용할 수 있다. 또한 의복지각은 기본적인 디자인 요소인 선, 색, 형태, 공간, 표면유형 등에 대한 개별지각이 하나로 통합된 전체적인 영상이며 시 지각에 의해 좌우된다. 이렇듯 의복의 형태는 일반적으로 선의 구성에 의해서 이루어지는데, 의복에서 선은 형태와 실루엣을 결정하며 또한 디자인상의 개성이나 분위기를 자유롭게 표현해주는 시각적 요소이다. 그리고 의복의 스타일은 의복구입 및 선택시 가장 중요하게 생각하는 요소 중의 하나로 그 중요성이 강조되고 있다. 디테일 등의 상호관계에 의해 영향을 받으며, 이러한 요소들은 다른 어떤 디자인 요소보다 감정과 정서 등을 전달하여 연상디자인 시각효과를 좌우한다.

이러한 현상은 관찰자가 시각적 형상을 인지할 때는 형태전체와 부분의 비교로부터 오는 직접적인 지각관계(directional perceptible relation)와 문화적 배경 속에서의 과거경험, 지식, 기대의 추론에 의한 비교로부터 오는 간접적인 관계(inferred relation)속에서 사물을 지각하기 때문으로 볼 수 있다.¹⁷⁾ 우리가 일상적으로 사용하는 이미지의 개

념은 일반적으로 상, 심상, 영상 등으로 이해할 수 있으며 어떠한 대상에 대하여 개인이 지니고 있는 이미지란 결국 그 대상에 대한 주관적 지식이다. 결론적으로 의복이미지란 의복이 전달해 주는 전반적인 느낌으로 우리가 흔히 내리는 의복에 대한 평가들이 의복이미지를 형성하는 요소들이다. 따라서 이러한 의복이미지는 의복에 대해 연상되어지는 시각적 이미지의 모든 것으로 인간행동에 영향을 주며 객관적인 동시에 주관적 감정과 연상이라 할 수 있다. 즉 의복·인체 구조가 주는 복식조형에서의 시각효과는 착용자의 체형과 의복디자인 요소가 상호 어우러져 체형의 지각에 착시현상을 일으키는 신체디자인 시각효과(physical design visual effect)와 특별한 느낌이나 분위기를 유발시키는 연상디자인 시각효과(associate design visual effect)가 통합된 것으로 볼 수 있다.

의복이미지 평가를 위한 선행연구는 반대개념의 형용사 쌍에 의한 의미미분척도 혹은 양극화되지 않은 개별적인 평가 용어에 의해 의복의 시각적 느낌을 측정된 후 그 요인 구조를 밝힘으로서 의복이미지의 구성요인을 객관화했다. 또한 다차원 척도법을 사용하여 사람들이 의복이미지를 평가하는데 내재된 차원을 규명하였다.

Ⅲ. 연구방법

1. 측정도구

본 연구는 실험물에 대한 지각자의 반응을 측정하는 실험연구 방법으로, 측정도구는 설문지를 사용하였다. 자극물은 수트를 입은 중년남성의 모습으로 의복단서 변인을 단추 수, 체형, 소재무늬로 연구하였다. 본 연구에서는 중년남성의 체형을 Kretschmer¹⁸⁾와 김재숙¹⁹⁾의 연구를 참고로 하여 마른형, 표준형, 비만형의 3가지 체형으로 분류하여 연구방법에 사용하였으며, 중년남성의 평균체형을 대표하는 착의모델을 선정하기 위하여 '97 국민표준체위조사보고서에 제시된 40~50세 남자의 평

균신장, 체중, 가슴둘레, 허리 둘레, 엉덩이 둘레, 등 길이, 팔 길이 등에 근거하여 유사한 신체치수를 지닌 것으로 추정되는 대한민국 광주광역시에 거주하는 중년남성을 의도적으로 표집하여 계층 선정하였다. 본 연구에서 사용된 얼굴유형과 체형을 선정하기 위하여 각 체형별 10명씩을 선정하여 200명의 남녀 연령대의 사람들에게 실험물을 보여 주고 가장 어울리는 체형별 얼굴유형을 자유 응답하게 하여 선정하였다. 그 중에서 얼굴이미지와 체형이 합당한 모델 3명을 선정하였다.

본 연구의 실험 얼굴유형에 조합되어질 수트디자인의 결정은 내용분석법과 예비평가를 실시하여 중년남성들의 외출복으로 가장 많이 착용되어지는 수트를 디자인별로 사진을 수집하여 선정하였다. 그 결과 본 연구의 실험의복은 단추 수는 1~4개, 직물무늬는 민무늬, 줄무늬, 체크무늬, 체형은 마른형, 표준형, 비만형이 선정되었다. 이와 같이 완성된 자극물의 수는 단추수(4가지)×체형(3가지)을 조합한 12개의 실험물과 직물무늬(3가지)×체형(3가지)을 조합한 9개였다. 이와 같이 실험물은 21개로 구성되나 실험물의 조작성 민무늬는 단추 수×체형에서의 실험물과 동일하므로 실제 실험물의 숫자는 18개이다. 한편 무늬×체형에서는 단추 수를 2개로 통제하였다. 평가용 실험물을 제작하기 위해 체형별 착의모델에게 실험의복을 착용시켰으며, 실험물에 얼굴을 넣어서 제작한 이유는 실험물에 얼굴이 없을 경우 설문에 대한 형용사 문항 중 인상이 좋은- 인상이 나쁜, 상냥한-무뚝뚝한, 나이 들어 보이는-어려 보이는 등의 항목을 제대로 평가할 수 없기 때문에 얼굴을 넣어 머리부터 발끝까지 전부 촬영하였다.

배경은 회색을 사용하였고, 다른 실험물에 시선이 분산되는 점을 방지하기 위하여 바탕에 흰 종이를 붙였다. 사진크기는 12×22cm이며, A4크기의 흰색종이에 사진을 붙여서 사용하였으며 제시하는 사진은 하얀 마분지에 붙이고 투명한 비닐 파일에 끼웠고 마분지 위에는 각 사진의 번호를 기록하였다. 측정방법은 7점 의미미분척도로 측정하였다. 각 문항은 양극으로 된 형용사로서 점수가 높을수록 뒤쪽에 위치한 형용사에 해당된다. 즉 '멋있는 -

멋있지 않는'의 문항은 점수가 낮을수록 멋있는 것에 해당된다.

2. 조사대상 및 자료수집

본 연구의 대상자는 대한민국 광주광역시에 거주하는 20~59세까지의 성인 남녀 1,000명을 대상으로 하였으며, 성별, 연령을 고려하여 편의표집하였다.

자료수집기간은 2002년 10월이었다. 전체적으로 981부가 회수되어 이중 응답이 불완전하거나 적합하지 않은 질문지를 제외한 958부가 최종 분석자료에 사용되었다.

3. 자료분석

본 연구의 자료분석은 SPSS 프로그램을 사용하였다. 연구 대상자들의 일반적 특성을 알아보기 위하여 빈도분포, 백분율을 산출하였고, 연상디자인 시각효과를 밝히기 위하여 Varimax회전을 이용한 요인분석을 실시하였고, 각 요인의 신뢰도를 알아보기 위하여 Cronbach의 α 신뢰도를 산출하였다. 인구통계적 변인에 따른 연상디자인 시각효과의 차이를 밝히기 위하여 일원변량분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 중년남성 수트착용에 대한 연상디자인 시각효과의 요인 분석

남성수트에 대한 연상디자인 시각효과를 파악하기 위한 의미미분척도 29문항에 대하여 주성분분석과 Varimax 회전법에 의한 요인분석을 실시하였다. 요인 수는 고유치 1 이상을 기준으로 요인분석을 실시하였다. 이때 비교적 동질적인 문항이 같은 요인에 있는지에 대한 검토를 하였다. 요인분석 결과에서 신뢰도가 낮은 2문항을 제외하고, 나머지 26문항에 대하여 2차 요인분석을 실시하여 고유치

1.01 이상의 요인 5개가 선택되었다. 각 요인별로 결정된 문항내용 및 요인 부하량은 <표 2>와 같다.

요인 1은 매력성으로 명명하며, 구성어휘는 분위기 있는-분위기 없는, 품위 있는-품위 없는 등의 총 9개 문항으로서 요인 부하량은 .50 이상이었다. 요인 2는 젊음이라고 칭하며, 노숙해 보이는-젊어 보이는, 나이 들어 보이는-어려 보이는 등의 총 5 문항으로서 요인 부하량은 .56 이상이었다. 요인 3은 현대성이며, 진보적인-보수적인, 도시적인-전원적인 등의 총 5문항으로서 요인 부하량은 .52 이상이었다. 요인 4는 친근함이며, 거리감 있는-친근한,

편안해 보이는-불편해 보이는 등의 총 3문항으로서 요인 부하량은 .48 이상이었다. 요인 5는 남성성으로 명명하며, 강해 보이는-약해 보이는, 대담한-섬세한 등의 총 4문항으로서 요인 부하량은 .47 이상이었다.

이상에서 결정된 5개의 요인은 요인의 문항 점수를 합하여 문항수로 나눈 후 계속되는 자료분석에 사용하였다. 각 문항의 점수는 각 요인과 각 문항의 양극으로 된 형용사 중에서 점수가 높을수록 뒤쪽에 위치한 형용사에 해당된다. 즉 '세련된-세련되지 않은'의 문항은 점수가 낮을수록 세련됨을 뜻한다.

추출된 5개 차원의 신뢰도를 알아보기 위하여 Cronbach α 값을 조사하였다. 요인 1의 매력성은 .87, 요인 2의 젊음은 .74, 요인 3의 현대성은 .84, 요인 4의 친근함은 .58, 요인 6의 남성성은 .55의 수치를 나타내었다.

<표 2> 연상디자인 시각효과의 요인분석

요인 및 내용	요인 부하량	α 신뢰도
<요인 1> 매력성 분위기 있는-분위기 없는 .77 품위 있는-품위 없는 .74 지적인-지적이지 않은 .73 세련된-세련되지 않은 .69 멋있는-멋없는 .67 고상한-고상하지 않은 .60 조화로운-조화롭지 않은 .56 보기 좋은-보기 싫은 .54 중후한-경박한 .50 변량(%)=24.53 누적변량(%)=24.53 고유값=6.62		.87
<요인 2> 젊음 노숙해 보이는-젊어 보이는(R) -.69 독특한-평범한 .68 눈에 띄는-눈에 띄지 않은 .60 나이들어 보이는-어려 보이는(R) -.60 점잖은-점잖지 않은(R) -.56 변량(%)=16.30 누적변량(%)=40.83 고유값=4.40		.74
<요인 3> 현대성 진보적인-보수적인 .75 도시적인-전원적인 .73 상냥한-무뚝뚝한 .67 현대적인-고전적인 .65 밝은-어두운 .52 변량(%)=7.70 누적변량(%)=48.53 고유값=2.08		.84
<요인 4> 친근함 거리감 있는-친근한(R) -.73 편안해 보이는-불편해 보이는 .66 인상이 좋은-인상이 나쁜 .48 변량(%)=4.19 누적변량(%)=52.72 고유값=1.13		.58
<요인 5> 남성성 강해 보이는-약해 보이는 .80 대담한-섬세한 .76 남성적인-여성적인 .47 강렬한-무난한 .47 변량(%)=3.73 누적변량(%)=56.45 고유값=1.01		.55

(R): 거꾸로 채점

2. 인구통계적 변인에 따른 연상디자인 시각효과의 차이

성별 및 단추 수에 따른 연상디자인을 살펴보기 위하여 일원변량분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 3>과 같다. <표 3>에서 보면 매력성과 친근함은 남자집단에서만 유의한 차이가 있었고, 젊음성, 현대성에서는 남녀 집단 모두에서 유의한 차이가 있었다. 매력성의 경우 단추 수에 따라 남자집단에서만 유의한 차이가 있어 성별에 따른 유의한 차이가 있었다. 즉 남자집단은 단추가 3개 일 경우 가장 매력적인 것으로 평가하였고, 단추가 2개 일 때 가장 매력적이지 않은 것으로 평가하였다. 젊음성의 경우 단추 수에 따라 남녀 집단 모두에서 유의한 차이가 있었다. 즉 남녀 집단의 경우는 단추가 4개 일 때 가장 젊어 보이는 것으로 평가하였고, 다음으로 3개일 때 젊어 보이는 것으로 평가하였으며, 1개일 때 가장 젊어 보이지 않은 것으로 나타났다.

현대성의 경우 단추 수에 따라 남녀 집단 모두에서 유의한 차이가 있었다. 즉 남자 집단의 경우

<표 3> 성별 및 단추 수에 따른 연상디자인 시각효과의 차이

연상디자인, 성별		단추 수				F
		1개	2개	3개	4개	
매력성	남	4.01(ab)	4.18(a)	3.78(b)	4.04(ab)	3.06*
	여	3.92	3.94	4.14	4.19	1.87
젊음성	남	4.83(a)	4.58(b)	4.11(c)	3.60(d)	42.54**
	여	4.89(a)	4.66(ab)	4.54(b)	3.94(c)	20.68**
현대성	남	4.36(ab)	4.46(a)	4.08(b)	3.38(c)	18.04**
	여	4.46(a)	4.319(a)	4.60(a)	3.95(b)	5.93**
친근함	남	3.98(ab)	4.19(a)	3.71(b)	3.97(ab)	3.27*
	여	4.04	3.90	4.22	4.14	1.57
남성성	남	3.75	3.49	3.66	3.70	1.43
	여	3.78	3.74	3.88	3.73	.47

*p<.05, **p<.01, 문자 a, b는 Duncan의 다중범위검증(p<.05)
(남:N=481, 여:N=477)

단추가 4개일 때 가장 현대적인 것으로 나타났고, 다음으로 3개 일 때 현대적인 것으로 평가되었으며, 단추가 2개 일 때 가장 현대적이지 않은 것으로 평가되었다. 한편 여자 집단에서는 단추가 4개일 때 가장 현대적인 것으로 평가하였고, 1, 2, 3개일 때 더 현대적이지 않은 것으로 평가하였다.

따라서 현대성의 경우 남녀 집단에 따라 대체로 다르게 나타났다. 친근함의 경우 단추 수에 따라 남자집단에서 유의한 차이가 있었고, 여자집단에서는 유의한 차이가 없어 성별에 따라 다르게 평가되었다. 즉 남자 집단의 경우 단추가 3개 일 때 가장 친근한 디자인으로 평가하였으며, 단추가 2개일 때

<표 4> 연령, 단추 수에 따른 연상디자인 시각효과의 차이

연상디자인, 연령		단추 수				F
		1개	2개	3개	4개	
매력성	20대	4.06	4.01	4.04	4.26	.82
	30대	4.10	3.91	3.86	4.25	1.67
	40대	3.93	4.01	4.04	4.09	.21
	50대	3.76(b)	4.31(a)	3.90(b)	3.86(b)	3.05*
젊음성	20대	5.04(a)	4.63(b)	4.20(c)	3.90(c)	14.35**
	30대	4.94(a)	4.93(a)	4.49(b)	4.02(c)	14.77**
	40대	4.65(a)	4.53(a)	4.37(a)	3.62(b)	15.35**
현대성	20대	4.40	4.24	4.14	3.96	1.19
	30대	4.55(a)	4.89(a)	4.42(a)	3.90(b)	6.41**
	40대	4.29(a)	4.24(a)	4.28(a)	3.36(b)	8.47**
친근함	20대	4.01	3.83	4.01	4.10	.58
	30대	4.14	4.18	3.95	4.18	.46
	40대	4.04	3.89	4.09	3.94	.30
남성성	20대	3.99	3.78	3.87	3.65	1.40
	30대	3.91(ab)	3.50(c)	3.60(bc)	4.00(a)	3.73*
	40대	3.50	3.58	3.84	3.61	.90
	50대	3.66	3.60	3.75	3.60	.26

*p<.05, **p<.01, 문자 a, b는 Duncan의 다중범위검증(p<.05)
(20, 30, 40, 50대: N=238, 239, 241, 240)

가장 친근하지 않은 것으로 생각하였다. 한편 남성성의 경우는 남녀 집단 모두에서 유의한 차이가 나타나지 않았다.

연령과 단추 수에 따른 연상디자인을 살펴보기 위하여 일원변량분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 4>와 같다.

<표 4>에서 보면 매력성의 경우 50대 집단에서 유의한 차이가 있었고, 20대, 30대, 40 집단에서는 유의한 차이가 없었다. 젊음성은 단추 수에 따라 연령의 모든 집단에서 유의한 차이가 있었고, 현대성은 30, 40, 50대 집단에서 유의한 차이가 있었고, 20대 집단에서는 유의한 차이가 없었다. 친근함은 단추 수에 따라 모든 연령에서 유의한 차이가 없었다. 남성성은 단추 수에 따라 30대 집단에서만 유의한 차이가 있었고, 20, 40, 50대 집단에서는 유의한 차이가 없었다. 매력성의 경우 50대 집단에서만 유의한 차이가 나타나 연령에 따라 다르게 평가하였다. 즉 50대 집단에서 단추가 2개일 때 가장 매력적이지 않은 것으로 나타났고, 1, 3, 4개일 때 더 매력적이지 않은 것으로 평가하였다. 젊음성의 경우 단추 수에 따라 연령의 모든 집단에서 유의한 차이가 있어, 20, 30, 40, 50대의 모두 단추가 4개일 때 가장 젊어 보이는 것으로 평가하였으며, 단추가 1개일 때 가장 노숙해 보이는 것으로 평가하였다. 따라서 전체 연령에서 단추가 4개일 때 가장 젊어 보이는 것으로 생각하는 것을 알 수 있다. 현대성

의 경우 단추 수에 따라 30, 40, 50대 집단에서 유의한 차이가 있었고, 20대 집단에서 유의한 차이가 없어 연령에 따라 차이가 있었다. 그러나 30, 40, 50의 경우는 단추가 4개 일 때 가장 현대적인 것으로 나타나 동일한 평가를 보였다. 친근함의 경우는 단추 수에 따라 연령의 모든 집단에서 유의한 차이가 없었다. 남성성의 경우는 단추 수에 따라 30대 집단에서만 유의한 차이가 있었고, 20, 40, 50대 집단에서는 유의한 차이가 없어 연령에 따라 다르게 평가되었다. 즉 30대의 경우 단추가 2개일 때 가장 남성적인 것으로 나타났고, 단추가 4개일 때 가장 남성적이지 않은 것으로 평가되었다.

성별과 체형에 따른 연상디자인을 살펴보기 위하여 일원변량분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 5>와 같다.

<표 5>에서 매력성의 경우 남녀 모두 집단에서 유의한 차이가 있었고, 젊음성은 남자 집단에서만 유의한 차이가 있었다. 현대성 및 남성성은 체형에 따라 남녀 집단 모두에서 유의한 차이가 있었고, 친근함은 남자 집단에서만 유의한 차이가 있었다. 즉 매력성의 경우 남자 집단은 표준형을 가장 매력적인 체형으로 평가하였고, 여자 집단은 마른형과 표준형을 매력적인 체형으로 생각하여 성별에 따라 체형에 따른 연상디자인 시각효과에 차이가 있음을 알 수 있다. 젊음성의 경우는 체형에 대해 남자 집단에서 유의한 차이가 있어 성별에 따라 다르

<표 5> 성별 및 체형에 따른 연상디자인 시각효과의 차이

연상디자인, 성별	체형	마른형	표준형	비만형	F
	남				
매력성	남	4.16(a)	3.76(b)	4.23(a)	15.18**
	여	4.09(b)	3.92(b)	4.34(a)	10.86**
젊음성	남	4.19(ab)	4.04(b)	4.28(a)	3.33*
	여	4.41	4.39	4.46	.26
현대성	남	3.90(b)	3.73(b)	4.31(a)	11.88**
	여	4.20(b)	4.21(b)	4.67(a)	10.91**
친근함	남	4.04(a)	3.73(b)	4.13(a)	7.74**
	여	3.96	3.93	4.14	2.35
남성성	남	4.08(a)	3.66(b)	3.23(c)	46.01**
	여	4.18(a)	3.82(b)	3.36(c)	44.33**

*p<.05, **p<.01, 문자 a, b, c는 Duncan의 다중범위검증(p<.05)

(남:N=481, 여:N=477)

게 평가하였다. 즉 남자 집단에서는 표준형이 가장 젊은 체형인 것으로 평가되었고, 비만형이 가장 노숙한 체형으로 나타났다. 현대성의 경우는 남녀 모두 체형에 따라 유의한 차이가 있었다. 즉 남녀 집단 모두 마른형과 표준형을 가장 현대적으로 평가하였고, 비만형을 가장 현대적이지 않은 것으로 평가하였다. 따라서 남녀 집단 모두 체형에 대한 연상디자인 시각효과를 동일하게 지각하였으며, 비만형을 가장 남성적으로 평가하였다. 남성성의 경우는 남녀 모두 체형에 따라 유의한 차이가 있었다.

연령과 체형에 따른 연상디자인을 살펴보기 위하여 일원변량분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 6>과 같다. <표 6>에서 매력성의 경우는 20, 30, 40대 집단에서 유의한 차이가 있었고, 50대 집단에서는 유의한 차이가 없었다. 젊음성은 체형에 따라 30대 집단에서만 유의한 차이가 있었고, 20, 40, 50대 집단에서는 유의한 차이가 없었다. 현대성은 체형에 따라 20, 30, 50대 집단에서 유의한 차이가 있었고, 40대 집단에서는 유의한 차이가 없었다. 남성성은 체형에 따라 연령의 전체 4집단에서 유의한 차이가 있었다.

매력성의 경우 체형에 따라 20, 30대 집단은 표준형을 가장 매력적인 체형으로 나타났고, 비만형을 가장 매력적이지 않은 체형으로 평가하였다. 40대는 표준형이 마른형이나 비만형보다 더 매력적인 체형으로 나타났다. 따라서 연령의 집단에 따라 체형을 비교적 다르게 평가하는 것으로 알 수 있다.

젊음성은 체형에 대해 30대 집단에서만 유의한 차이가 있어, 연령에 따라 다르게 평가하는 것으로 나타났다. 즉 30대 집단의 경우 표준형보다 마른형과 비만형을 더 젊게 평가하는 것으로 나타났다. 현대성은 체형에 대해 20, 30, 50대의 경우 유의한 차이가 있었고, 40대에서는 유의한 차이가 없어 연령에 따라 다르게 나타났다. 20대의 경우 표준형이 가장 현대적인 것으로 나타났고 비만형이 가장 현대적이지 않은 체형으로 평가하였다. 30대의 경우는 마른형을 가장 현대적인 체형으로 평가하였고, 50대는 마른형과 표준형을 가장 현대적인 체형으로 생각하였다. 친근함은 체형에 대해 20, 30, 40대의 경우 유의한 차이가 있었고, 50대에서는 유의한 차이가 없어 연령에 따라 다르게 나타났다. 20대의

<표 6> 연령 및 체형에 따른 연상디자인 시각효과의 차이

연상디자인	체형				F
	마른형	표준형	비만형		
매력성	20대	4.05(ab)	3.93(b)	4.30(a)	3.13*
	30대	3.98(b)	3.63(c)	4.48(a)	14.17**
	40대	4.25(a)	3.49(b)	4.31(a)	14.82**
	50대	3.97	3.84	4.08	.97
젊음성	20대	4.46	4.43	4.43	.03
	30대	4.46(b)	4.86(a)	4.48(b)	4.56*
	40대	4.35	4.35	4.19	.69
	50대	4.15	4.33	4.25	.59
현대성	20대	4.21(ab)	33.91(b)	4.44(a)	3.47*
	30대	3.99(b)	4.57(a)	4.76(a)	8.08**
	40대	4.06	3.83	4.24	2.23
	50대	3.77(b)	4.07(b)	4.56(a)	7.28**
친근함	20대	3.98(ab)	3.75(b)	4.24(a)	3.98*
	30대	3.98(b)	3.82(b)	4.54(a)	7.71**
	40대	4.14(a)	3.72(b)	4.13(a)	3.04*
	50대	3.88	4.00	4.07	.48
남성성	20대	4.25(a)	3.93(b)	3.30(c)	24.47**
	30대	4.27(a)	3.65(b)	3.33(c)	22.17**
	40대	4.24(a)	3.50(b)	3.17(b)	19.57**
	50대	4.15(a)	3.56(b)	3.22(c)	16.95**

*p<.05, **p<.01. 문자 a, b, c는 Duncan의 다중범위검증(p<.05)(20, 30, 40, 50대:N=238, 239, 241, 240)

경우 표준형이 가장 친근한 것으로 나타났고 비만형이 가장 친근하지 않은 체형으로 평가하였다. 30, 40대의 경우는 표준형을 가장 친근한 체형으로 평가하였다. 남성성은 연령의 4집단에서 유의한 차이가 있었다. 즉 20, 30, 50대의 경우는 비만형이 가장 남성적인 체형으로 생각하였으며, 40대의 경우는 표준형과 비만형을 더 남성적인 체형으로 평가하였다. 따라서 대부분의 사람은 중년남성의 체형이 비만형일 때 남성적으로 느끼는 것으로 생각할 수 있다.

성별과 소재무늬에 따른 연상디자인을 살펴보기 위하여 일원변량분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 7>과 같다.

니로 생각하였다. 남녀 모두 민무늬를 비교적 노숙하게 생각하는 것으로 나타났다. 현대성은 소재무늬에 대해 남자 집단에서만 유의한 차이가 있어 성별에 따라 다르게 평가하였다. 즉 남자 집단의 경우 줄무늬를 가장 현대적인 무늬로 생각하였다. 친근함은 소재무늬에 대해 남자 집단에서만 유의한 차이가 있어 성별에 따라 다르게 나타났다. 즉 남자 집단의 경우 줄무늬를 민무늬나 체크무늬보다 더 친근한 무늬로 평가하였다. 남성성의 경우 소재무늬에 대해 남자 집단에서만 유의한 차이가 있어 성별에 따라 다르게 평가하였다. 즉 남자 집단의 경우 줄무늬와 민무늬를 체크무늬보다 더 남성적인 무늬로 나타났다.

<표 7> 성별 및 소재무늬에 따른 연상디자인 시각효과의 차이

이미지		무늬			F
		민무늬	줄무늬	체크무늬	
매력성	남자	4.18(a)	3.89(b)	4.40(a)	7.47**
	여자	3.94(b)	4.09(b)	4.42(a)	8.94**
젊음성	남자	4.58(a)	3.80(c)	4.09(b)	19.20**
	여자	4.66(a)	4.22(b)	4.27(b)	8.47**
현대성	남자	4.46(a)	3.46(b)	4.15(a)	19.80**
	여자	4.31	4.29	4.56	1.85
친근함	남자	4.19(a)	3.79(b)	4.16(a)	5.19**
	여자	3.90	3.79	3.98	1.12
남성성	남자	3.49(b)	3.51(b)	3.86(a)	5.06**
	여자	3.74	3.75	3.83	.40

*p<.05, **p<.01, 문자 a, b, c는 Duncan의 다중범위검증(p<.05)(남자:N=359, 여자:N=360)

<표 7>에서 성별 및 소재무늬에 따라 매력성, 젊음성은 남녀 집단 모두에서 유의한 차이가 있었고, 현대성, 친근함, 남성성은 남자 집단에서만 유의한 차이가 있었다.

먼저 매력성을 보면, 남자 집단의 경우는 줄무늬를 민무늬나 체크무늬보다 더 매력적인 것으로 생각하였다. 여자 집단은 줄무늬, 민무늬가 체크무늬보다 더 매력적인 무늬인 것으로 느껴, 민무늬에 대해 성별에 따라 다르게 평가하는 것을 알 수 있었다. 젊음성은 남자 집단의 경우는 줄무늬를 가장 젊게 보이는 무늬로 생각하였으며, 민무늬를 가장 노숙한 무늬로 생각하였다. 여자 집단의 경우는 줄무늬와 체크무늬를 민무늬보다 더 젊게 보이는 무

연령과 소재무늬에 따른 연상디자인을 살펴보기 위하여 일원변량분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 8>과 같다. 연령 및 소재무늬에 따라 매력성은 20대, 40대, 50대 집단에서 유의한 차이가 있었고, 젊음성은 20, 30, 40대 집단에서 유의한 차이가 있었다. 현대성은 소재무늬에 따라 30, 40, 50대 집단에서 유의한 차이가 있었고, 친근함은 소재무늬에 따라 20, 50대 집단에서 유의한 차이가 있었다. 남성성은 소재무늬에 따라 30대와 50대에서 유의한 차이가 있었다. 먼저 매력성에 대해 소재무늬에 따라 20, 40, 50대에서 유의한 차이가 있었고, 30대에서는 유의한 차이가 없었다. 즉 20대는 민무늬를 가장 매력적인 무늬로 생각하였고, 다음으로 줄무

늑를 매력적이게 느꼈다. 체크무늬를 가장 매력적이 않는 소재무늬로 생각하였다. 40대는 민무늬와 줄무늬를 체크무늬보다 더 매력적인 소재로 평가하였고, 50대에서는 줄무늬를 가장 매력적인 소재로 인지하였다. 그리하여 각 연령 및 소재무늬에 따라 매력성 정도를 다르게 느끼는 것으로 알 수 있었다.

가 없었다. 즉 30대와 50대는 줄무늬를 민무늬와 체크무늬보다 더 현대적이게 생각하였다. 40대는 줄무늬를 가장 현대적이게 보이는 무늬로 생각하였고, 체크무늬를 가장 현대적이지 않은 무늬로 생각하였다. 그러므로 각 연령 및 소재무늬에 따라 현대성 정도를 다르게 느끼는 것으로 알 수 있었다. 친근함에 대해 소재무늬에 따라 20, 50대에서

<표 8> 연령 및 소재무늬에 따른 연상디자인 시각효과의 차이

연상디자인, 연령	무늬	민무늬	줄무늬	체크무늬	F
매력성	20대	4.01(c)	4.38(b)	4.72(a)	8.80**
	30대	3.91	4.05	4.26	2.04
	40대	4.01(b)	3.85(b)	4.47(a)	8.43**
	50대	4.31(a)	3.68(b)	4.21(a)	6.31**
젊음성	20대	4.63(a)	4.01(b)	3.63(b)	12.91**
	30대	4.93(a)	4.09(c)	4.43(b)	12.98**
	40대	4.53(a)	3.95(b)	4.44(a)	9.41**
	50대	4.39	4.00	4.22	2.69
현대성	20대	4.23	3.95	3.59	2.81
	30대	4.89(a)	4.14(b)	4.63(a)	7.09**
	40대	4.24(b)	3.70(c)	4.71(a)	12.57**
	50대	4.18(a)	3.69(b)	4.51(a)	7.00**
친근함	20대	3.83(b)	3.99(ab)	4.37(a)	3.38*
	30대	4.18	3.74	3.89	2.64
	40대	3.89	3.64	3.96	1.88
	50대	4.26(a)	3.76(b)	4.07(ab)	3.39*
남성성	20대	3.78	4.01	3.76	1.53
	30대	3.50(b)	3.73(ab)	4.07(a)	5.20**
	40대	3.58	3.54	3.85	1.78
	50대	3.60(a)	3.24(b)	3.70(a)	3.49*

*p<.05, **p<.01. 문자 a, b, c는 Duncan의 다중범위검증(p<.05) (20, 30, 40, 50대:N=178, 180, 180, 181)

젊음성에 대해 소재무늬에 따라 20, 30, 40대에서 유의한 차이가 있었고, 50대에서는 유의한 차이가 없었다. 즉 20대는 줄무늬와 체크무늬를 민무늬보다 더 젊게 생각하였다. 30대는 줄무늬를 가장 젊어 보이는 무늬로 생각하였고, 민무늬를 가장 나이 들어 보이는 무늬로 생각하였다. 40대는 줄무늬를 체크무늬와 민무늬보다 더 젊어 보이는 것으로 평가했다. 그러므로 각 연령 및 소재무늬에 따라 젊음성 정도를 다르게 느끼는 것으로 알 수 있었다. 현대성에 대해 소재무늬에 따라 30, 40, 50대에서 유의한 차이가 있었고, 20대에서는 유의한 차이

유의한 차이가 있었고, 30, 40대에서는 유의한 차이가 없었다. 즉 20대는 민무늬를 가장 친근하게 생각하였고 체크무늬를 가장 친근하지 않게 생각하였다. 50대는 줄무늬를 가장 친근하게 평가하였고 민무늬를 가장 친근하지 않은 무늬로 생각하였다. 그러므로 각 연령 및 소재무늬에 따라 친근성 정도를 다르게 느끼는 것으로 알 수 있었다. 남성성에 대해 소재무늬에 따라 30, 50대에서 유의한 차이가 있었고, 20, 40대에서는 유의한 차이가 없었다. 즉 30대는 민무늬를 가장 남성적인 무늬를 생각하였고, 체크무늬를 가장 남성적이지 않은 무

니로 평가하였다. 50대는 줄무늬를 가장 남성적이게 보이는 무늬로 생각하였고, 민무늬를 가장 남성적이지 않아 보이는 무늬로 생각하였다. 그러므로 각 연령 및 소재무늬에 따라 남성성 정도를 다르게 느끼는 것으로 알 수 있었다.

V. 결 론

본 연구에서는 중년남성 수트디자인 이미지의 인구통계적 변인에 따른 연상디자인 시각효과와의 차이를 조사한 결과는 다음과 같다.

첫째, 단추 수, 무늬, 체형에 따른 연상디자인 시각효과에 대한 내용을 분석한 결과, 5개 요인이 도출되어 매력성, 젊음, 현대성, 친근함, 남성성 요인으로 분류되었다.

둘째, 성별 및 단추 수에 따른 연상디자인을 보면 매력성과 친근함은 남자집단에서만 유의한 차이가 있었고, 젊음성과 현대성에서는 남녀 집단 모두에서 유의한 차이가 있었다. 매력성의 경우 단추 수에 따라 남자집단에서만 유의한 차이가 있어 성별에 따른 유의한 차이가 있었다. 즉 남자집단은 단추가 3개 일 경우 가장 매력적인 것으로 평가하였고, 단추가 2개 일 때 가장 매력적이지 않은 것으로 평가하였다. 젊음성의 경우 단추 수에 따라 남녀 집단 모두에서 유의한 차이가 있었다. 즉 남녀 집단 모두 단추가 4개 일 때 가장 젊어 보이는 것으로 평가하였다.

연령 및 단추 수에 따른 연상디자인의 차이를 보면 50대 집단에서 단추가 2개일 때 가장 매력적이지 않은 것으로 나타났고, 1, 3, 4개일 때 더 매력적이지 않은 것으로 평가하였다. 젊음성의 경우 단추 수에 따라 연령의 모든 집단에서 유의한 차이가 있어, 20대의 경우 단추가 3, 4개일 때 가장 젊어 보이는 것으로 평가하였으며, 단추가 1개일 때 가장 노숙해 보이는 것으로 평가하였다. 30·40·50대의 경우는 단추가 4개일 때 가장 젊어 보이게 나타났고, 단추가 1, 2개일 때 가장 노숙해 보이는 것으로 평가하여 우리가 막연히 알고 있었던 일반적

인 생각을 검증해 주었다.

셋째, 성별 및 체형에 따른 연상디자인의 차이는 매력성의 경우 남자 집단은 표준형을 가장 매력적인 체형으로 평가하였고, 여자 집단은 마른형과 표준형을 매력적인 체형으로 생각하여 성별에 따라 체형을 다르게 나타나는 것으로 알 수 있다. 즉 남녀 집단 모두 마른형과 표준형을 가장 현대적이게 평가하였고, 비만형을 가장 현대적이지 않은 것으로 평가하였다.

연령과 체형에 따른 연상디자인의 차이에서 현대성은 체형에 대해 20, 30, 50대의 경우 유의한 차이가 있었고, 40대에서는 유의한 차이가 없어 연령에 따라 다르게 나타났다. 20대의 경우 표준형이 가장 현대적인 것으로 나타났고 비만형이 가장 현대적이지 않은 체형으로 평가하였다. 30대의 경우는 마른형을 가장 현대적인 체형으로 평가하였고, 50대는 마른형과 표준형을 가장 현대적인 체형으로 생각하였다. 남성성은 연령의 4집단에서 유의한 차이가 있었다. 즉 20, 30, 50대의 경우는 비만형이 가장 남성적인 체형으로 생각하였으며, 40대의 경우는 표준형과 비만형을 더 남성적인 체형으로 평가하였다. 따라서 대부분의 사람은 중년남성의 체형이 비만형일 때 남성적으로 느끼는 것으로 생각할 수 있다.

넷째, 성별과 소재무늬에 따른 연상디자인을 보면 친근함과 남성성의 경우 소재무늬에 대해 남자 집단에서만 유의한 차이가 있어 성별에 따라 다르게 나타났다. 즉 친근함에서는 남자 집단의 경우 줄무늬를 민무늬나 체크무늬보다 더 친근한 무늬로 평가하였고 남성성에서는 남자 집단의 경우 줄무늬와 민무늬를 체크무늬보다 더 남성적인 무늬로 나타냈다.

연령과 소재무늬에 따른 연상디자인을 보면 20대는 민무늬를 가장 매력적인 무늬로 생각하였고, 다음으로 줄무늬를 매력적이게 느꼈다. 체크무늬를 가장 매력적이지 않는 소재무늬로 생각하였다. 40대는 민무늬와 줄무늬를 체크무늬보다 더 매력적인 소재로 평가하였고, 50대에서는 줄무늬를 가장 매력적인 소재로 인지하였다. 그리하여 각 연령 및 소재무늬에 따라 매력성 정도를 다르게 느끼는 것

으로 알 수 있었다.

본 연구의 한계점으로 조사 대상자가 광주광역시에 거주하고 있는 20~50대로 한정되었고, 응답자의 선정에 있어서 편의표본추출 방법을 사용하였으므로, 본 연구의 결과를 전체 연령대의 집단에 일반화 시키는데는 제한이 있다.

이러한 결과들을 바탕으로 인구통계적 변인에 따른 단추 수, 체형, 소재무늬는 남성수트의 전체적인 시각효과에 영향을 주는 중요한 의복디자인 요소임을 알 수 있었다. 즉, 다음과 같은 기대효과를 지니고 있다.

첫째, 의류상품제작에 활용한다면, 소비자의 요구에 부응하는 상품을 만들 수 있으며 또한 기업차원에서는 상품재고를 줄이는데 기여할 수 있으리라 생각한다.

둘째, 소비자들의 중년 남성수트 구매시 이를 활용한다면, 전체적으로 균형감 있고 매력적인 분위기가 되도록 보완하는데 더 좋은 시각효과와 수트 디자인을 표현할 수 있을 것으로 생각된다.

한 연구. 성균관대학교 인문과학 연구소, p. 276.

- 11) 월간섬유 (1990). 남성복 120년.... 그 모든 것. 6, pp. 185-199.
- 12) Tranquillo, M. D. (1984). *Styles of Fashion-A Pictorial Handbook*. New York: Van Nostrand Reinhold Company Inc., p. 17.
- 13) Picken, M. B. (1973). *The Fashion Dictionary*. New York: Funk and Wagnalls, p. 203.
- 14) 오미젠타로, 권민 역 (1991). *조형심리*. 서울: 동국출판사, p. 88.
- 15) <http://mydreamwiz.com> (주)드림위즈
- 16) 이미정, 이인자 (1999). 복식디자인 요소가 얼굴지각에 미치는 영향. *복식* 44, pp. 103-116.
- 17) 김유진 (2000). 의복디자인의 조형적 특성에 따른 감성연구. *한국의류학회지*, 24(7), pp. 976-986.
- 18) Kretchmer, E. (1936). *Physique and character*. Routledge and Kegan paul, ltd., London. pp. 178-182.
- 19) 김재숙 (1991). 의복범주, 유행성 및 착용자 연령의 인상효과에 대한 연구. 연세대학교 대학원 박사학위논문. pp. 135-136.

참고문헌

- 1) Bell, E. L. (1991). Adult's perception of male garment styles. *Clothing and Textiles Research Journal*, 10(1), pp. 8-12.
- 2) 김문숙 (1998). 패션디자인의 실제. 서울: 경춘사, p. 284.
- 3) *Texjournal* (1999), 11, pp. 124-128.
- 4) 김진식 (1990). *한국양복 100년사*. 서울: 미리내, p. 85.
- 5) 박기완 (1992). *복식용어사전*. 서울: 유신문화사, p. 210.
- 6) *복장월보* (1985). 재킷의 여러 가지 뒷모습. 11, p. 50.
- 7) Horn, M. J. & Gurel, L. M. (1981). *The Second Skin : An Interdisciplinary Study f Clothing*. 3rd ed. Boston: Houghton Mifflin Co., pp. 112, 194-195, 295-296.
- 8) 채금석 (1996). 현대 남성 수트(suit)의 변천과 미학적 특성. *복식* 30호, pp. 239-259.
- 9) 권혜옥, 변유선 (1997). 우리나라 남성복 광고의 변화와 남성복 정장 자켓의 디자인 요소 변화에 관한 연구. *한국복식학회*, 제33호, pp. 117-129.
- 10) 유송옥, 권혜옥 (1996). *한국 현대 남성복 변천에 관*