

Couple Look의 언어적 표현

한 명 숙[†]

상명대학교 생활환경학부 의류학과

A Study on the Linguistic Manifestation of "Couple Look"

Myung-Sook Han[†]

Dept. of Clothing and Textile, Sangmyung University

(2005. 6. 15. 접수; 2005. 9. 3. 채택)

Abstract

The objective of this research is to examine psychological desires of college students who attempt to express themselves by wearing so called "couple look" attire, which is a dressing habit that represents responses to various psychologies and the society. Moreover, the message that is trying to be conveyed to others by dressing as such and the question of whether that message is being conveyed, are subject to analysis by applying linguistic classification theory pertaining to this specific term. After a pre-examination based on a through interview conducted with 70 male and female college student, the main examination was based on question and answering methods on 450 male and female college students for data collection. The results were compared, reviewed and analyzed by applying Geoffrey Leech's meaning segmentation theory on linguistics, and was aimed at defining through research how meaning segmentation represented through languages can be applied in expressing one's self through clothing. The research results are as follows. 1. The psychological desires of wearing couple look attire are to express that they like and love each other, are dating, and to showcase their intimacy. 2. Clothing attire that are appropriate to express the couple look are T-shirts, jeans, pants, sweaters, mufflers, and accessories such as tennis shoes, hats, shoes, bags, rings, watches, ear-rings, etc. 3. Amongst people who have tried the couple look and those who have not, those who have said that they were willing to dress in couple look are mostly experienced in dressing so.

Key words: couple look(커플룩), linguistic manifestation(언어적 표현), psychological desire(심리적 욕구).

I. 서론

복식과 외모는 다른 사람들에게 '자극'이라는 판단적·행동적 반응을 주는 무언의 의사 전달체(nonverbal communicator) 형태이다. 말은 유성을 사용하여 의미를 표현하는데 복식은 원단과 부자재를 이용해서 만들어진 의복을 어떻게 조화시켜 입었느냐에 따라

서 의사 표시를 하게 된다. 의사 소통을 할 수 있고, 상호 의미를 전달한다는 점에서 언어와 복식은 같은 역할을 한다고 할 수 있다.

복식은 인간의 심리가 작용하여 표현된 외적 형태로서 의미를 전달하는 기능이 있으며, 착용자가 자신에 대한 정보를 말로 표현하지 않더라도 착용자의 외양을 통해 시대, 국적, 민족, 성별, 연령, 지위, 직업, 집단, 인성, 가치, 흥미, 취미 등이 관찰자에게 무언의

[†] 교신지자 E-mail: hans@smu.ac.kr

의사 전달 수단과 형태로 전달되고 파악될 수 있으므로¹⁾ 의미 전달에 있어서 언어보다 우선한다고 할 수 있다.

우리는 어떤 物體를 어떤 다른 物體나 사건과 연관하여 記號(sign)으로써 생각할 수 없다. 그러나 의미 없는 하나의 돌을 두 집 사이의 경계선에 놓으면 그 돌은 어떤 의미를 가지게 된다. 그 돌은 자연의 일부가 아니라 하나의 表示(sign)가 되며, 명확하고 지속적인 경계선의 의미를 가지게 되는 것이다. 이와 같은 경우는 의복에서도 발생한다. 많은 가성복들 중에서 어떤 한 쌍의 남녀가 같은 디자인과 소재, 같은 색상으로 이루어져 있는 의복을 선택해서 입었다면, 이 의복은 어떤 특별한 의미를 가지게 된다. 그 의복은 대량 생산된 가성복 중의 하나가 아니라 Couple Look(이하 커플 룩)이라는 하나의 表示가 되는 것이다. 이와 같이 복식은 사물을 가지고 상징을 하게 되므로 복식 그 자체는 기호이며 상징이라고 할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 남녀 대학생을 대상으로 다양한 심리, 사회에 따라 다양한 반응을 나타내는 복식 행동 중 커플 룩을 착용하는 사람들에 관하여 그들이 표현하고자 하는 심리적 욕구가 무엇이며, 왜 커플 룩을 착용하며 다른 사람들에게 어떤 메시지(message)를 전달하고, 또 전달되는지를 파악하여 그 의미를 언어의 의미 분류 이론을 적용하여 분석하고 규명하고자 한다. 심층 면접 및 질문지법에 의해 자료 수집을 한 후, 그 결과 내용을 Geoffrey Leech의 言語의 意味 세분화 이론을 적용하여 비교, 검토, 분석하여 言語로 표현되는 意味의 세분화가 服飾 표현에서는 어떻게 적용될 수 있는지, 연구하여 규명하였다. 구체적인 연구 내용은 다음과 같다.

첫째, 커플 룩의 용어 정의 및 개념에 관하여 사전적인 의미와 실제 응답자들의 의미 차이를 비교한다. 둘째, 커플 룩이 전달하는 의미는 무엇인가를 파악하여 검토한다. 셋째, 커플 룩 착용의 심리적 욕구가 무엇이며, 왜 착용하는지를 파악한다. 넷째, 커플 룩으로 선호하고 희망하는 복식 아이템을 조사한다. 다섯째, 커플 룩 착용 경험이 있는 사람과 없는 사람의 차이점을 규명한다.

II. 이론적 배경

1. 복식과 언어의 의미전달

복식의 의미 전달은 입을 사람과 보는 사람을 전제로 하고, 언어의 의미 전달은 말하는 사람과 듣는 사람을 전제로 한다. 말은 들어서 發話者의 심리 표현과 의미를 알 수 있으며, 복식은 보는 것으로 착용자의 심리 표현과 사회적 지위, 개성 등을 알 수 있고, 신분(부의 기준, 학문, 교양…), 인성, 가치, 취미, 직업, 분위기(mood) 등을 알 수 있다. 言語는 音韻 形態, 文章, 意味 등의 구성요소로 구분되어 그 구조를 이루고, 服飾은 갖가지 성분의 재료(material)로 된 옷감으로 디자인 하여 의복을 만들어서 잘 조화시켜 입음으로써 言語에 있어서의 문장처럼 그 의미를 표현한다.

服飾은 言語와 마찬가지로 정보의 기능을 가지고 있으며 이 정보 기능과 더불어 표현 기능, 지령 기능, 미적 기능, 친교 기능을 가지고 있다고 하였고, 또한 이들은 함께 작용하여 나타나므로 동시에 정보적이고, 표현적이며, 지령적이고, 친교적이고, 미적인 것이다²⁾라고 하였다.

2. 의미 분류

언어 학자 Geoffrey Leech는 言語의 意味를 ① 論理的·認知的 意味인 개념적 의미(conceptual meaning), ② 言語가 지시하는 것으로 인해 소통되는 指示·含蓄의 意味(connotative meaning), ③ 言語 사용의 사회적 상황에서 소통되는 文體的 意味(stylistic meaning), ④ 話者의 감정과 태도가 소통되는 感情的 意味(affective meaning), ⑤ 같은 표현의 또 다른 뜻과의 연상으로 소통되는 반대적 의미(reflected meaning), ⑥ 다른 단어와 문맥에서 일어나기 쉬운 단어들과의 연상으로 소통되는 聯語의 意味, ⑦ 傳言 內容이 순서와 강조로 해서 조직되는 방식에 의해 전달되는 主題의 意味(thematic meaning)로 7가지로 분류하였다.

의미 전달에 있어서 개인과 개인, 집단과 개인, 집단과 집단 사이에 많은 충돌과 압력이 일어나며, 그 중 이론상으로 혹은 실질적으로 개념적 의미(conceptual meaning)가 言語로서의 의사 소통에서 가장 중요

1) 한명숙, “한국 복식현상의 구조적 분석” (한양대학교 대학원 석사학위 논문, 1987), pp. 115-126.

Myung-Sook Han, *Language of Korean Dress, Korea* (Seoul: Sang Myung University, 1996), pp. 132-152.

2) 한명숙, “복식의 의미기능에 관한 연구,” *복식문화연구* 3권 1호 (1995), p. 25.

한 요소이나, 어떤 상황에선 全然하다 할 정도로 意味가 줄어들다³⁾고 하였다. 이와 같은 意味의 分類가 복식현상에서 어떻게 적용될 수 있는지 커플 룩을 대상으로 분석하고자 한다.

3. 커플 룩

커플 룩은 Couple과 Look의 합성어로 사전적 의미⁴⁾를 찾아보면, 'Couple'은 명사적 의미와 동사적 의미가 있으며, 명사적 의미는 한 쌍, 둘, 부부, 약혼한 남녀 등의 뜻으로 정의되어 있고, 동사적 의미는 연결되다, 짝이 되다, 결혼하다 등의 뜻으로 정의되어 있다. 'Look'도 명사적 의미와 동사적 의미가 있으며, 명사적 의미는 눈빛, 얼굴(표정), 용모, 외관, 모양, 분, 보기 등의 뜻으로 쓰이며, 동사적 의미는 보다, 바라보다, 나타내다, 알리다 등의 뜻으로 사용되며, 'Couple'과 'Look' 두 단어의 의미를 합치면 커플 룩으로 '한 쌍의 남녀가 같이 보여주는 외관(모양)'이라고 할 수 있다.

커플 룩이 가장 많이 입혀지는 장소는 신혼 여행지로 커플 룩을 연출해 서로 사랑하는 사이임을 보여주고 싶은 마음이 그 선상에 있다고 볼 수 있다⁵⁾. 최근에는 서로의 사랑과 소속감을 확인하고자 하는 커플을 목표 집단으로 한 커플 상품들이 판매되고 있으며, 커플링, 커플 룩⁶⁾, 커플 장갑, 커플 속옷⁷⁾까지 '커플'을 중심에 둔 제품들이 다양해지고 있다⁸⁾. 골프웨어의 스타일도 커플룩 중심의 세트 제품, 남녀 세트 코디상품 등이 출시되고 있으며⁹⁾, '메이저하우스'와 같은 커플 룩 이미지를 추구하는 브랜드의 인기도 상승¹⁰⁾하고 있다.

커플 룩은 단지 사랑하는 연인사이뿐만 아니라 부모와 자식 사이에서도 입혀진다. 출산율이 낮아지면서 하나뿐인 자신의 아이에게 자신과 비슷한 패션 감

각을 심어주려는 경향이 나타나고 있는 것이다. 특히 바비 인형과 나이키, 리바이스를 선호했던 1970년대 출생한 세대들은 자녀를 자신과 동일시 해 나와 비슷한 스타일을 만들어 주면서 만족감과 소속감을 느낀다. 소녀들의 선망의 대상인 인형 '바비'를 모델로 한 브랜드 '바비 스타일'은 주니어 패션 브랜드지만, 키덜트(kidult)적인 성향을 가진 어른도 입을 수 있는 스타일이 많아 엄마와 아이가 함께 입는 커플 룩으로 구매하는 고객이 많아지고 있다. 또한 이랜드 월드의 아동 내의 '쁘띠랭'은 젊은 감각의 부모를 겨냥해 기존 아동용 제품에 성인 사이즈를 추가해 '가족'의 개념을 속옷에 접목한 '미앤맘(Me&Mom)' 라인을 출시했다. 이밖에 징통 캐주얼을 표방하는 '플로보이즈'와 '빈폴키즈', 고급 체코 룩으로 손꼽히는 '비버리 칠드런' 등 자녀에게 자신과 같은 의복을 입힐 수 있는 커플 룩¹¹⁾을 표방하는 브랜드들이 늘어나고 있다.

따라서 커플 룩은 자신을 드러내려는 젊은 세대의 개성 추구 표현을 충족시키는 소비 현상으로 그 안에는 집단주의적 심리가 내재되어 있다고 볼 수 있다. 즉, 자신이 속해 있거나 속하고 싶은 준거 집단 또는 개인에게 특별한 존재임을 다른 사람들에게 드러냄으로써 정서적으로 안정감을 얻고 개인의 정체감을 형성하는 것이다.

III. 연구방법

1. 측정 도구

본 연구의 측정도구로는 예비조사에서 심층 면접을 실시하였고, 본 조사에서 질문지법을 사용하여 질적 연구와 양적 연구를 병행하였으며, 자료 분석은 SPSS 11.0 프로그램을 이용하여 빈도 분석을 하였다. 연구 항목들은 선행 연구¹²⁾들을 참고로 심층 면접을 실시하였고, 이를 근간으로 본 조사의 질문지 내용을

3) Geoffrey Leech, *Semantics and Society* (London: Penguin Books, 1975), pp. 47-68.

4) *The New Oxford Illustrated Dictionary* (Oxford University Press, 1978), p. 383.

Dong-A's Prime English-Korean Dictionary (서울: 동아출판사, 1988), p. 511.

5) 조선일보, 2005년 5월 3일.

6) 남녀 커플 룩 제안전, *서울경제신문*, 2005년 8월 4일.

7) "언더웨어도 커플룩 시대: 2005 트라이 언더웨어 패션쇼," *YTN STAR*, 2005년 7월 23일.

8) *일다*, 2003년 12월 22일.

9) 연합뉴스 2003-10-27 11:21.

10) 스포츠조선 2004-07-05.

11) *서울신문*, 2005년 5월 11일.

12) 한명숙, *Op. cit.*, pp. 115-126.

이주현, "의복 단서가 인상형성에 미치는 영향" (연세대학교 대학원 박사학위논문, 1990), p. 6.

한명숙, "~답나에 내재된 한국복식 문화의 속성," *복식문화연구* 11권 1호 (2003), pp. 88-102.

구성하였으며, 질문지 내용은 커플 룩에 대한 정의 및 전달하는 의미 내용, 커플 룩 착용 경험의 유무, 타인의 커플 룩 착용에 대한 시각, 착용 장소, 착용 품목, 구매 장소 등으로 각 문항에 대하여 자유 기술하도록 하였다.

2. 연구 대상 및 자료 수집

연구 대상은 서울과 경기도에 거주하는 남녀 대학생을 대상으로 하였고, 1차 자료 수집은 남녀 대학생 70명을 대상으로 2004년 3월~6월에 걸쳐 일대일 심층면접을 하였다. 2차 자료 수집은 남녀 대학생 450명을 대상으로 2004년 9월~10월에 걸쳐 설문조사를 하였으며, 회수된 423부 중에서 질문의 많은 부분을 누락시켰거나 불성실한 답변으로 일관하여 정보적 가치가 없는 자료를 제외하고, 분석 및 해석에 사용된 자료는 총 392부이다. 총 392부 중에서 커플 룩을 착용한 경험이 있는 사람은 99명, 착용한 경험이 없는 사람은 293명이었다.

IV. 커플 룩의 의미 분석 및 고찰

1. 커플 룩의 정의 및 개념

많은 남녀 대학생들이 커플 룩에 대한 정의를 어떻게 내리고 있는지, 또 커플 룩을 바라보는 착용시각은 어떻게 나타나고 있는지 그 결과를 <표 1>에 나타내었다.

<표 1>에 나타난 바와 같이 커플 룩 정의에서 커플 룩 유경험자는 한 쌍의 남녀가 같은 옷이나 소품을 착용하는 것이라는 응답이 가장 많았으며, 커플 룩 무경험자는 서로 같음을 표현(45)하고 연인, 커플임을 강조(40)하는 것이라는 응답이 가장 많았다. 타인의 커플 룩 착용에 대한 시각은 커플 룩 유경험자는 좋게 보인다(48)는 응답이 많았고, 커플 룩 무경험자는 질투가 난다(63), 좋아 보인다(56), 예뻐 보인다(42)라는 응답이 많으므로 대체적으로 긍정적인 시각을 가지고 있다는 것을 볼 수 있다.

실제로 심층 면접한 결과에서는 커플 룩의 정의로 신혼 부부, 연인 사이, 친근한 관계의 한 쌍이 복식의 색상이나 아이템을 맞춰서 착용하는 것이 커플 룩이라고 대답하였다. 또는 '티셔츠, 바지, 재킷, 신발, 가방 등을 들어서 맞춰서 같이 입고 다니는 것'이라고 하였고, '커플이 커플이라는 것을 알리기 위해서 입는 것', '비슷한 옷차림, 비슷한 스타일로 연출하는 것'이라고 대답하였다. Leech의 의미 분류에서 커플 룩의

<표 1> 커플 룩의 정의 및 착용 시각

	커플 룩의 정의		타인의 커플 룩 착용에 대한 시각	
	커플 룩 유경험자	커플 룩 무경험자	커플 룩 유경험자	커플 룩 무경험자
자유응답내용	같은 옷 또는 소품 착용(19)	서로 같음을 표현(46)	좋게 보인다(48)	질투가 난다(63)
	보기 좋다(19)	연인, 커플임을 강조(40)	좋게 보이지 않는다(15)	좋아 보인다(56)
	예쁘다(15)	보기 좋다(36)	그다지 좋게 보이지 않는다(10)	안 좋아 보인다(54)
	보기 나쁘다(15)	무관심(24)	그다지 나쁘게 보이지 않는다(11)	예뻐 보인다(42)
	커플 또는 연인(14)	부럽다(26)	커플 룩	입는 사람에 따라 다르다(26)
	농질감(9)	보기 싫다(21)		
		귀엽다(19)		
		유치하다(19)		
		키플터(15)		

* ()안의 숫자는 응답빈도를 의미함.

논리적, 인지적 의미인 개념적 의미는 위에서 언급한 바와 같이 신혼 부부, 연인 사이, 친근한 관계의 한 쌍이 티셔츠, 바지, 신발, 재킷, 가방 등의 복식으로 똑같이 입거나 색상을 맞추어서 입거나, 비슷한 옷차림으로 연출하는 것이다.

2. 커플 룩이 전달하는 의미

커플 룩을 입은 사람을 보고 전달하는 의미와 느끼는 점에 관해서는 긍정적 의미로 같이 커플이구나, 둘이 연인이거나, 사귀는 것을 남들에게 공고히 한다, 신혼 부부, 연인 사이로 보인다, 예쁘게 사귀다, 커플 사이가 좋아 보인다, 다정해 보인다, 티 내려고 한다, 표현의 적극성이 있는 사람들이다 등의 순으로 나타났고 부정적인 의미로는 같은 옷으로 너무 똑같이 입으면 유치해 보이거나 민망하다고 응답하였다.

커플 룩을 보고 전달받는 의미는 앞의 개념적 의미와 함께, 지시, 함축적 의미로 입은 사람을 보고 바로 인지되는 의미로 커플이구나, 둘이 연인 사이구나, 둘이 사귀는 사이구나로 표현되었다. 사이가 좋아 보인다, 다정해 보인다, 티 내려고 한다, 표현의 적극성이 있는 사람이다 등의 언어적 의미를 파악할 수도 있었다. 같은 표현을 보고 반대적 의미(reflected meaning)

를 느끼기도 하여 유치해 보이거나 민망해 보인다고도 하였다.

3. 커플 룩을 착용하는 심리적 욕구 및 착용 이유

커플 룩을 착용하는 심리적 표현으로는 두 사람이 동질감을 가진다는 것, 즉 공감대 형성이라는 것이다. 서로가 좋아한다는 것, 사랑한다는 것, 사귀는 것을 둘이 느끼고 서로 더 친밀감을 느끼기 위해서 하는 행동이라고 하였다.

남녀 대학생들이 커플 룩 착용에 대한 이유는 <표 2>에 나타내었다. 착용 이유로는 커플룩 유무경험자 모두 과시적 측면이 강조된 ‘남들에게 보여주기 위해서(39)’, ‘커플임을 과시하기 위해서(99)’라는 표현을 가장 많이 하였으며, 그 다음 순위로는 ‘공감대 형성’과 ‘사랑의 표현’이라는 응답을 많이 하였다. 언어에서 말하는 사람의 감정과 태도가 소통되는 감정적 의미(affective meaning)는 커플 룩을 착용하는 심리적인 표현과 같아서 서로의 감정을 공유한다. 즉, 입은 두 사람의 감정적 의미를 파악할 수 있다는 것이다.

4. 커플 룩 선호 아이템

남녀 대학생들이 커플 룩으로 표현하기에 적당하

<표 2> 커플 룩 착용 이유 및 커플 룩 품목

	커플 룩 착용 이유		커플 룩 품목	
	커플 룩 유경험자	커플 룩 무경험자	커플 룩 유경험자	커플 룩 무경험자
자유 응답 내용	남들에게 보여주기 위해서(39)	커플임을 과시(99)	동일한 소품(32)	동일한 소품(87)
	공감대 형성(32)	공감대 형성(80)	동일한 디자인, 다른 색상(19)	동일한 디자인, 다른 색상(60)
	사랑의 표현(10)	사랑의 표현(34)	동일한 스타일(18)	동일한 스타일(45)
	다른 사람들이 입으니까(3)	모르겠음(34)	비슷한 스타일(12)	비슷한 스타일(30)
	예쁘니까(6)	다른 사람들이 입으니까(6)	동일한 디자인, 동일한 색상(6)	동일한 스타일, 동일한 색상(12)
		예쁘니까(5)	동일한 색상(6)	동일한 색상, 다른 스타일(11)
				동일한 스타일, 동일한 소품(9)

* ()안의 숫자는 응답빈도를 의미함.

다고 생각되는 품목에 대한 응답은 <표 2>에 나타내었다. 커플룩 유무 경험자 모두 동일한 소품이라고 표현한 사람이 가장 많았으며, 그 다음 순으로 ‘동일한 디자인, 다른 색상’, ‘동일한 스타일’, ‘비슷한 스타일’이라는 표현을 하였다.

심층 면접에서 커플 의상을 표현하기에 멋 있다고 생각하는 의복 품목으로는 티셔츠, 청바지, 바지, 트레이닝 웨어, 머플러, 운동화, 모자, 신발, 가방, 반지, 시계, 귀걸이 등으로 나타났고, 티셔츠의 경우 ‘디자인은 같고 색상을 다르게’라고 표현한 것이 가장 많았으며, 바지의 경우 같은 청바지 또는 같은 색상의 바지, 같은 디자인에 색상은 대조되게, 또는 의복 이외의 액세서리로 반지, 시계, 귀걸이, 신발, 모자, 가방 등을 같은 것으로 하여 상대방의 눈에 쉽게 띄지 않으면서 둘이 같은 것을 착용하는 것을 선호한다고 하였다.

<표 3>은 커플 룩 유경험자의 의복 행동 및 커플 룩 착용 의사이다. 커플 룩 유 경험자가 실제 착용해 본 의복 품목은 상의(75)가 가장 많았으며, 커플 룩 착용 장소는 특별한 경우가 아닌 평상시(48)라는 응답이 가장 많았다. 커플 룩 구매 장소로는 백화점(55)이 가장 많았으며, 커플 룩 제안 여부는 남성보다 여성이 더 많이 제안하였다. 커플 룩 착용 의사는 유경험자가 무경험자보다 채착용 의사가 더 높게 나타났다.

심층 면접 연구 대상자 대부분의 대담이 커플 룩을 잘 입으면 멋 있고, 잘못 입으면 유치하다는 말을 하는 것으로 보아, 커플 룩 자체의 개념적 의미와 더불어, 사람이 더 조화롭고 이롭고, 멋지고 예쁘게 또는 귀엽게 입는 것이 좋아 보인다고 하였는데, 이는 복식의 미적인 의미를 강조하는 것으로 알 수 있다.

언어에서 주제적 의미(thematic meaning)가 전언의 내용의 순서와 강조로 조직되는 방식에 의해 달리 전달되듯이, 커플 룩에서도 어떤 아이টে็ม으로 어떻게 조화시켜 입느냐에 따라 강조되는 점이 달라진다고 할 수 있다. 커플 룩을 잘 조화시켜 입음으로서 멋 있고 세련된 사람이라고 판단하게 되고, 작은 부분의 액세서리나 잘 보이지 않는 커플 룩을 하면 적극적인 표현을 하지 않고 은근하게 표현하는 사람들과 있다고 판단할 수 있다. 이와 같이 커플 룩의 언어적 표현으로 전달되는 의미를 세분화하여 분석한 결과 언어에서와 마찬가지로 여러 가지 의미를 동시에 전달한다고 할 수 있다.

위와 같이 커플 룩 착용자가 복식의 여러 가지 형태를 가진 아이টে็ม들 중에서 선택하여 표현한 것을 보고, 보는 사람은 동시에 많은 의미를 파악하게 되는 것이다. 말은 화자(話者)가 말을 해야만 들어서 의미를 전달받을 수 있으나,服飾은 입고 있는 그 자체만으로도 의미를 알 수 있고, 특히 커플 룩은 더 쉽게 그 의미를 전달한다. 이는 말보다 우선하는 것이服飾이라는 것을 알 수 있다.

V. 결 론

본 연구는 인간의 복식 현상 중 커플 룩을 착용하는 사람들의 언어적 표현에 관하여 그 개념적 의미에서 주제적 의미에 이르기까지 남녀 대학생을 대상으로 심층 면접 및 질문지법을 시행하여 다음과 같은 결론을 얻었다.

1. 커플 룩의 정의 및 개념은 남녀 좋아하는 한 쌍의 커플이 똑같은 옷을 입거나, 색상을 맞추어

<표 3> 커플 룩 유경험자의 의복 행동 및 커플 룩 착용의사

	커플 룩 유경험자의 의복 행동				커플 룩 착용 의사	
	착용 품목	착용 장소	구매 장소	제안 여부	커플 룩 유경험자(99)	커플 룩 무경험자(293)
자유응답내용	상의(75)	평상시(48)	백화점(55)	여(44)	있다(67)	있다(122)
	모두(9)	여행(26)	로또샵(23)	동시에(31)	없다(32)	없다(171)
	소품(9)	놀이 공원(16)	아울렛(11)	남(20)		
	신발(4)	기타(9)	기타(10)	부응답(4)		
	하의(2)		할인점(2)			

* ()안의 숫자는 응답빈도를 의미함.

입거나, 같은 아이템의 액세서리를 착용하는 것이라고 하였다. 타인의 커플룩 착용에 대한 시각은 커플룩 유경험자는 ‘좋게 보인다’, 커플룩 무경험자는 ‘실투가 난다’, ‘좋아 보인다’, ‘예뻐 보인다’라는 응답이 많아 대체적으로 긍정적이었다.

2. 커플 룩을 착용하는 심리적인 욕구는 서로 좋아하고, 사랑하고, 사귀고, 친밀하다는 것을 표현하는 것이었고, 착용 이유는 남들에게 과시하고, 자랑하고, 보여주고, 표시하기 위해서 라고 하였다.
3. 커플 룩을 착용한 사람이 전달하는 의미는 커플이구나, 둘이 연인이구나, 둘이 사귀는구나, 신혼 부부, 연인 사이로 보인다 등이었고, 느끼는 감정으로는 좋아 보인다, 다정해 보인다, 티 내려 한다 등이었다. 부정적인 의미로는 유치해 보이거나 민망해 보인다고 하였다.
4. 커플 룩으로 표현하기에 적절한 의복 품목으로는 커플 룩 유무 경험자 모두 동일한 소품이라고 표현한 사람이 가장 많았으며, 그 다음 순으로 ‘동일한 디자인, 다른 색상’, ‘동일한 스타일’, ‘비슷한 스타일’이라는 표현을 하였다. 심층 면접에서는 티셔츠, 청바지, 바지, 추리닝, 머플러, 그리고 운동화, 모자, 신발, 가방, 반지, 시계, 귀걸이 등의 액세서리라고 하였다. 액세서리는 아주 똑같아도 좋으나, 의복 품목은 같은 디자인이면 색이 다르거나 하여 조화를 맞추는 것을 선호하였다.
5. 커플 룩 유 경험자가 실제 착용해 본 의복 품목은 상의가 가장 많았으며, 커플 룩 착용 장소는 특별한 경우가 아닌 평상시라는 응답이 가장 많았으며, 커플 룩 구매 장소로는 백화점이 가장 많았으며, 커플 룩 제안 여부는 남성보다 여성이 더 많이 제안하였다. 커플 룩을 착용해 본 사람과 착용해 보지 않은 사람들 중 착용해 본 사람이 재 착용의 의사가 더 많았다.

참고문헌

- 이정민, 이명현, 이병근 편 (1997). *언어과학이란 무엇인가*. 서울: 문학과 지성사.
- 한명숙 (1987). “한국 복식 현상의 구조적 분석.” 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 한명숙 (1995). “服飾의 意味機能에 관한 연구.” *服飾文化研究* 3권 1호.
- 한명숙 (1999). “복식의 기초 체계연구 -항공사 승무원 유니폼을 중심으로-.” *服飾文化研究* 7권 6호.
- 한명숙, 김진구 (1987). “언어와 服飾.” *가정문화연구* 제 5집, 상명여자대학교 家庭文化研究所.
- Cho, Emily and Grover Linda (1978). *Looking Terrific Express Yourself through the Language of Clothing*. New York, G. P. Putnam Sons.
- Goodenough, Ward, H. Culture (1981). *Language and Society*. The Benjamin/Cummings Publishing Company.
- Han, Myung-sook (1996). *Language of Korean Dress*. Korea : Sang Myung University.
- Horn, J. Marilyn and Lois M. Gurel (1981). *The Second Skin*. Boston : Houghton Mifflin Co.
- Kaiser, Susan B. (1985). *The Social Psychology of Clothing and Personal Adornment*. Macmillan Publishing Co.
- Kefgen, Mary and Touchie-Specht (1981). *Individuality in Clothing Selection and Personal Appearance*. New York : Macmillan Publishing Co. Inc.
- Leech, Geoffrey (1975). *Semantics and Society*. London: Penguin Books.
- Lesile, L. Davis (1984). “Clothing and Human Behavior: A Review.” *H. E. R. J.* Vol. 12, No. 3. March.
- Lurie, Alison (1983). *The Language of Clothes*. New York: Vintage Books, A Division of Random House.
- Messing, D., Simon (1960). *The Non-verbal Language of the Ethiopian Toga*, from *Anthro-pos.* 55, 3-4.
- Roach, Mary Ellen and Eicher Jeoanne Bubolz (1985). *Dress Adornment and the Social Oder*. New York : John Wiley & Sons, Inc.