

신체유형과 성별에 따른 청바지 이미지 1

이 영 미† · 이 인 자*

건국대학교 의상디자인학과 강사†
건국대학교 의상디자인학과 명예교수*

Images of Jeans According to Body Types and Gender 1

Young-Mi Lee † · In-Ja Lee*

Lecturer, Dept. of Clothing & Textiles, Graduate School Konkuk University †
Emeritus Prof., Dept. of Clothing & Textiles, Graduate School Konkuk University *

(2005. 2. 20. 접수; 3. 7. 채택)

Abstract

This study is to know the blue jean image according to type and its constituting element. and also to analyze image according to the sex of wearers and recognizers, the existence and nonexistence of blue jean affect the wearer's body type. Thirty-six photo stimulus material attached to men and women wearers selected as people of skinny types, average types and fat types, were seen to 1,354 men and women university students and had them measure blue jean image and element of twenty one items.

1, The blue jean image was different according to design type. The broad blue jean was active but it looked fat. The bleached blue jean matched with any clothing. The legs looked long. Painting blue jean seemed to be new, colorful, splendid, The torn blue jean appeared to match with any clothing. And lap seam blue jean was active but the waist seemed as thick image.

2, In the wearer's body type, the jeans image strengthen the wearer's body image. The legs looked long. The fat type appeared high in the item like this; they looked fat. The waist looked thick. It was courageous and casual. It appeared that the fat element appeared as blue jean image of fat type.

3, In the relation of wearer's sex and blue jean image, when the wearers were men, the image was passable. It matched with anyone. It was splendid and refined. The legs appeared long. When the wearers were women, the blue jean image was economic. It had no relation with a fashion. It was active, comfortable, free, casual and fat. The waist looked thick. In image element, activity and fat element appeared as a main element of the blue jean image.

Key Words: blue jean image(청바지 이미지), sex of wearers(착의자 성별), wearer's body type(착의자 신체유형), design type(디자인 유형)

I. 서론

최근에 진은 섹시와 페미닌 트렌드와 만나 기존 전통적인 스타일에 갇혀있던 고정관념을 과감히 깨뜨리고 빈티지 스타일에서부터 럭셔리한 디테일과 가죽 끈 장식 등 여러 가지 인공적인 장식물을 덧붙인 새로운 스타일을 만들어 내고 있다.

이제 청바지는 실용성보다는 패션성 위주로 다루어지고 있다. 더 나아가 주요 소비층인 10대 후반~20대 초반 젊은이들엔 '신분상징'으로써 젊은이들만이 아닌 다양한 연령계층으로 진 패션이 유행되고 있다. 이처럼 청바지의 다양성이 빛을 발하는 동안 청바지가 가지고 있던 강렬한 사회적 이미지는 사라져 가고 고가(高價), 개성, 필사적인 차별화 등 개인주의적 이미지만이 돌출되고 있다. 청바지는 극단적인 실용성을 강조한 옷이었다. 미국에서 청바지는 노동, 서부, 반항, 자유, 젊음 등을 상징하는 것이었고, 우리나라에 들어올 때에도 새로운, 젊음, 반항, 평상복, 개성의 표현물 등 사회적 이미지를 대변하는 의상이었다. 이제 청바지로 대표될 수 있는 이미지는 과거와 같은 사회적 이미지보다는 개인적인 이미지로 바뀌었으며 이는 필연적으로 개인의 신체이미지와 연결된다. 즉, 청바지가 첨단 패션상품화 된 이후에는 사회적 상징성은 약화되고 신체이미지가 강렬해진다는 가정이 가능한 것이다.

이 경우 청바지 자체의 이미지는 그것을 착용하는 사람(着衣者)이 자신의 신체에 대하여 느끼는 이미지와 이를 보는 사람(知覺者)이 평가하는 신체 이미지에 따라 달라진다. 신체이미지와 의복의 상관관계는 기분이나 느낌 등의 감정적 신체와도 관련이 있는데, 여자 대학생을 대상으로 자신의 신체에 대한 감정 상태에 따라 의복을 통한 혜택과 기능 추구의 차이점이 검증된바도 있다.(Kwon & Parham, 1994)

위와 같이 청바지의 이미지가 사회적인 것 보다는 신체적인 것 중심으로 옮겨간다 하더라도 청바지는 그 자신에 내재한 강렬한 상징적인 이미지 때

문에 단순한 신체이미지 이상의 복합적인 이미지를 배출할 수밖에 없다. 결국 청바지 자체가 가지고 있는 이미지와 착의자의 신체 특징을 통하여 창출되는 신체이미지가 복합되어 그동안의 청바지가 추구해온 이미지와는 다른 이미지로 그중심이 옮겨가거나, 또는 새로운 특별한 이미지를 투영할 것이라는 가설을 설정을 할 수 있는 것이다.

본 연구는 이런 점에 착안하여 청바지에 투영된 신체이미지를 분석적으로 도출해 내기 위한 것이다. 청바지는 착의 이전에 이미 고유의 이미지가 내재되어 있으며, 모든 의상은 착의하는 순간 신체 이미지와 복합작용을 일으켜 새로운 이미지를 창출해 내므로 이두가지 요소를 다양한 변수와 연관지어 분석하려는 것이다. 이 연구는 뚱뚱하다, 보통이다, 날씬하다와 구별되는 체형을 1차변수로 접하고, 시중에 판매되고 있는 대표적인 청바지 유형을 2차 변수로 하였으며, 특히 남녀 공용으로 착용되는 청바지를 남녀에게 착용시켜 성별이라는 3차 변수까지 가미하여 복합 분석을 함으로써 기존의 주로 여자만을 대상으로 했던 청바지 이미지 연구와는 다른 시도를 하였다. 청바지를 이처럼 복잡한 연구의 대상으로 정한 것은 청바지가 매우 단순한 의상이면서도 의외로 민감한 이미지를 투영할 수 있어 연구의 대상을 단순화 하면서도 결과도출을 명쾌하게 할 수 있다고 판단했기 때문이다. 분석대상인 청바지의 스타일을 정하기 위하여 2000-2004년에 출판된 문헌자료가 사용되었는데, 연구의 목적에 적합한 6가지 유형(일자 청바지, 통 청바지, 탈색한 청바지, 찢어진 청바지, 페인팅 청바지, 무릎이음선 청바지)에 한정하였으며, 장식의 유無에 따른 변수를 측정하기 위한 변수 추가도 장식이 없는 청바지는 일자청바지와 통 청바지이고, 장식 있는 청바지는 탈색한 청바지, 찢어진 청바지, 페인팅 청바지, 무릎이음선 청바지로 제한하였다. 실제 자극물 제작에 사용된 청바지는 2003년에 시판되고 착용된 청바지로 선정하여 국내 수도권의 청바지 시장의 남녀가 공용으로 입을 수 있고, 인터넷(dnshop, daum.net cbjnara.com, rootyshoop.co.kr, jormang.co.kr, jexy.co.kr) 쇼핑에서 2004년 현재 판매되고 있는 제품 중에서 6가지 유형을 선정하고 젊은이들이 주로 애용하는 동대문 시장(두산타워)

¹Corresponding author ; Young-Mi Lee

Tel. +82-10-3111-8730, Fax : +82-2-450-3304

E-mail : 15beauty@hanmail.net

에서 같은 유형으로 남녀모델에 입힐 총 36장의 청바지를 구입하였다. 착의자의 체형은 마른형, 보통형, 비만형 3유형에 한정하였다.

II. 청바지 이미지

1. 선행연구

이미지란 어떤 사람이나 사물에 대하여 가지는 像, 기억, 좋고 싫은 감정, 인상평가 또는 태도 등의 총칭으로서 특정한 사물이나 인물에 대하여 특정한 감정을 가지게 하는 영상이라고 할 수 있다.(김동기, 1984) 이러한 의복 이미지는 의복의 형태, 색, 재질 등에 따라 달리 전달되며, 사회의 문화적 규범이나 개인의 특성에 따라 의복인지도와 선호하는 의복특성이 다양하게 나타난다. 개인이 선택하는 의복이미지는 종교적 신조, 미의식, 사회적 지위, 감성의 차이, 취미 등 정신적 조건과 연결되어 있기 때문이다.(조규화, 1982) 청바지의 이미지는 위와 같은 개인 이미지와 의복이미지가 결합되고 시대상황과 유행의 흐름도 반영하여 다양하게 변화해 왔는데 대체로 실용성, 편안함, 자유스러움 등에서 출발하여 점차 패션화된 이미지로 발전하였음을 알 수 있다.

청바지의 이미지에 관한 선행연구를 살펴보면 다음과 같다. 정삼호(1977)는 데님 의복을 중심으로 한 여대생의 의복행동에 관한 연구에서 데님 의복의 세탁성, 내구성, 가격, 활동성, 안락감, 착용의 다양성의 항목을 실용성의 개념이라고 하였다. 김민정(2000)은 진 패션의 상징성을 관능성, 일탈성, 과시성, 유희성, 다문화성의 5가지로 보았고 김철순, 이훈자(1999)는 신세대의 진바지 이미지 및 추구 이미지에 대한 연구에서 착용자의 추구 이미지로 추출된 요인은 유행성인 화려한 이미지, 지적이며 섹시한 요인, 여성적이며 세련된 이미지, 활동적이며 실용적인 이미지, 귀엽고 젊은, 심플하고 편안한 이미지였다.

김미수, 이경희(1995)의 진 의류의 제품지각에 관한 고찰에서는 정통진의 구성요인은 캐주얼성, 편안성, 유행성, 경제성, 유니섹스성으로 나타났으며 이주영, 이선재(1996)의 신세대 여성의 진바지 착용

태도와 정보원 활용에 관한 연구결과 진바지 착용시 유행을 추구하거나 성적매력을 추구하거나 유명상표를 중시하는 집단일수록 마케터 주도적, 중립적, 소비자 주도적 정보원을 활용하였고, 개성을 추구할수록 마케터 주도적, 중립적 정보원을 많이 활용하는 것을 알 수 있었다.

<표1>에서와 같이 선행연구에서의 청바지 이미지는 총 46 이미지로 나타났다. 즉, 가장 많이 나타난 이미지는 섹시한 이미지로 총 9회에 걸쳐 나타났고, 그 다음이 유행성 추구, 활동적임, 대중적임, 실용성 추구, 세련됨, 캐주얼하다 등이 주로 많이 나타났다.

2. 청바지 이미지 형성에 영향을 미치는 요인

의복행동을 결정짓는 가장 중요한 요소는 의복과 관련된 이미지이며 이러한 의복 이미지에 영향을 미치는 핵심요소는 신체유형이라 할 것이다. 신체유형은 우리가 일반적으로 말하는 마른형, 보통형, 비만형으로 대별 할 수 있으나, 사람에 따라 말로 표현할 수 없는 디테일한 차이가 있다. Shontz(1969)는 신체이미지를 구조와 과정에 대한 개념으로 공간에서의 어떤 대상으로 해석하며 감정적인 변화를 수반한 일련의 태도와 같은 평가로 설명하였다. Cash(1986)는 신체이미지의 구성개념이 신체의 능력(ability), 기능(function) 및 외모(appearance)의 세 측면으로 구분되고, 외모는 다시 크기와 형태에 대한 지각과 평가로 구분된다고 하였다. 임숙자, 권영남(1986)은 여자 중학생을 대상으로 한 의복행동과 체격과의 관계를 연구한 결과 마른집단과 뚱뚱한 집단이 보통집단보다 의복의 디자인, 스타일, 색상, 무늬, 전체적인 어울림 등의 세부적인 요인에 대한 관심도가 높게 나타나서 신체의 체격, 외모에 따른 의복의 관심도의 차이가 있다고 하였다. 정삼호(1988)는 성인여성의 신체적 조건에 따라 의복선호가 다른데 극단적인 체형의 사람들은 자신의 체형을 의식하여 의복으로 신체적 외모를 보완할 수 있는 디자인을 선호한다는 결과를 얻고, 이에 체형을 고려한 의복디자인의 필요성을 제시하였다. 박선영(1998)은 성인여성을 대상으로 한 연구에서 비만수준, 신체에 대한 주관적 이미지, 신체 왜곡정도 그리고 신체불만족 부위가

〈표1〉 청바지 이미지에 관한 선행 연구

청바지 이미지요인	고애란 (1993)	고애란 (1994)	최일경 고애란 (1995)	김미수 (1994)	김미수 이경희 (1995)	전영미 (1996)	이주영 이선재 (1996)	김철순 이훈자 (1998)	김철순 이훈자 (1999)	구명진 (2000)	박정혜 (2002)
장식적임	●	●									
도시적임	●	●			●						
유행성추구		●	●	●	●	●	●	●		●	
실용성 추구			●		●			●	●		
혁신적임			●								
새로움			●				●		●		
성적, 섹시함	●	●	●		●	●	●	●	●		●
부유함		●	●						●	●	
활동적임			●		●	●		●	●		
대중적임			●	●	●	●		●			
합리적임			●					●			
심플함			●		●			●	●		
남성적임			●								
매력적임										●	
브랜드 유명도							●			●	
희소성								●		●	
경제성					●					●	
세련됨		●			●	●			●		
캐주얼함				●	●	●			●		
짧어 보임					●	●		●			
유행과 관없음					●						
계절을 안탐				●	●						
부담없음						●			●		
편함					●				●		
자유스러움					●				●		
좋음					●						
대담함					●						
멋짐					●						
유니섹스 하다				●							
튀한 듯함									●		
흔하지 않음								●			
적극적임								●	●		
화려함		●						●	●		
유행에 민감함		●						●	●		
클래식함		●						●	●		
지적임								●	●	●	
감성적임								●	●	●	
여성스러움								●			
귀여움								●	●	●	
발랄함									●		
아메리카적임								●	●		
유럽적임									●		
단정함										●	
누구에게나 어울린다					●						
무난함					●			●	●		
아무곳에나 어울린다					●						

착용 의복선택에 영향을 미친다고 하였다. 황진숙(1998)은 미국여대생의 신체가 의복태도, 유행 혁신성 쇼핑에 미치는 영향에 대한 연구에서 신체부위에 대한 이상적인 신체가 중요할수록 또 신체특정 부위에 만족할수록 의복에 대해 긍정적인 태도를 갖고 유행혁신성의 정도가 높았으며 쇼핑에 대한 관심도도 높았다. 이것은 신체 이미지를 신체만족도의 개념으로 측정하여, 신체 각 부위에 대한 만족도와 이상적 신체 이미지의 중요성중에 어느 것이 의복 추구 혜택에 더 영향력이 있는지를 조사한 것으로 신체 만족도에 비해 이상적인 신체 이미지의 중요성이 의복 혜택에 더 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이옥희(2000)는 20세기의 사회적 변화와 인체 추구 이미지에 따라 인체 우선형과 복식 우선형이 혼재된 절충형 복식으로 표현되었으며 각 시기별로 인체 강조 부위에 따라 국부적 강조에 의한 착시현상이 나타나고 있다. 인체 축소형 복식은 장식이 배제되고 단순한 기능만을 살린 미니멀한 디자인과 수직적 착시를 위한 프린세스 라인, 무채색, 편평한 재질을 사용하여 인체가 날씬하고 축소되어 보이는 착시효과를 유도하였다. 어깨패드로 어깨를 강조함으로써 그 부분과 연결된 신체부위가 길어 보이는 필러-라이어 착시를 유도하였으며 여성복에 남성의 힘과 권위, 이미지를 표현하였다.

김광경,이금실,정미실(2001)의 다차원적 신체가 의복행동(유행성추구, 신체보완, 사회적 인정, 성적매력)에 미치는 영향을 연구한 결과 첫째, 다차원적 신체 이미지의 하위차원은 요인분석 결과 외모관심, 신체매력, 몸매관리, 운동능력의 4요인으로 나타났다. 둘째, 다차원적 신체 하위차원 중 외모와 몸매관리에 대한 관심이 높은 사람은 의복에서 유행성을 중요시하고 자신의 신체를 돋보이려고 노력하며 의복으로 사회적 인정을 받으려 하고 성적매력을 나타낼 수 있는 옷을 선호하였다. 또한 자기 자신의 신체가 매력적이고 운동능력이 있다고 생각하는 사람은 의복으로 본인의 유행성을 추구하고 몸매를 강조하는 의복을 선호하였다. 셋째, 신체질량지수에 따라 저체중인 사람이 좀더 의복으로 자기 자신의 섹시함을 나타내려고 하는 경향을 보였다. 넷째, 의복행동 중 유행성추구와 신체보완, 사회적 인정에 가장 큰 영향을 미치는 변수는 신체 중 외모관심이었다. 의복행동 중 성적매력

에 가장 영향력이 있는 변수는 신체 이미지 중 신체매력이었다. Kwon과 Parham(1994)는 여자대학생을 대상으로 뚱뚱하다고 느낄 때와 날씬하다고 느낄 때의 의복선택 습관의 차이에 대해 연구하였는데 뚱뚱한 느낌일 때는 좀 더 심리적으로 편안한 의복기능을 추구하였고 날씬한 기분일 때는 좀 더 패션의 기능을 추구하였다. 또한 이인자(2001)는 사람의 체격이 시대나 사회적 상황, 타인의 의식에 의해 영향을 받을 수 있다고 하였다. 의복행동은 자신의 신체 및 의복 이미지에 영향을 받으며, 자신의 신체 및 의복 이미지는 학습에 의해 형성되는 것이다. 즉, 자신이 지각자의 입장에서 타인의 신체 이미지와 결합된 의복 이미지를 학습하고, 이것이 자신의 신체유형에 따른 자아이미지로 이어져 의복행동의 단서가 된다고 본다. 본 연구는 이와 같은 전제 아래 착의자의 신체유형별, 성별에 따른 청바지의 이미지를 분석하려는 것이다.

Ⅲ. 연구방법 및 절차

1. 연구문제 설정

본 연구는 신체유형과 성별에 따른 청바지의 이미지를 알기 위한 것으로서, 다음의 연구문제를 설정하였다.

- 1) 청바지 디자인 유형별 이미지와 이미지 요인을 알아본다.
 - (1) 청바지 디자인 유형별 이미지를 알아본다.
 - (2) 청바지 이미지 구성요인을 추출한다.
 - (3) 청바지 유형별 이미지와 구성요인 간의 관계를 밝힌다.
- 2) 착의자에 따른 청바지 이미지의 차이를 알아본다.
 - (1) 착의자 신체유형에 따른 청바지 이미지의 차이를 알아본다.
 - (2) 성별과 청바지 이미지 요인간의 관계를 알아본다.
 - (3) 성별과 청바지 디자인 유형에 따른 이미지 차이를 알아본다.
- 3) 지각자 성별에 따른 청바지 이미지의 차이를 알아본다.

2. 측정 도구 제작

측정도구는 자극물과 이미지평가 척도 두 가지로 구성되어 있는데 다음과 같은 방법으로 제작 진행되었다.

1) 청바지 선정

본 연구자의 착용실태 조사를 근거로 근래에 (2000-2004년) 보편적으로 착용되고 있는 디자인 유형을 선정하였다. <표2>에서와 같이 2002년 6월에 건국대학교와 국민대학교에서 조사자 3인과 함께 남녀 총 2559명의 청바지 착용실태를 조사한 것이다. 여기에 나타난바와 같이 청바지 디자인 유형은 일자 청바지, 통 청바지, 슬림형 나팔 청바지, 오버올즈로, 보통형, 찢어진형, 탈색한 형으로 착용되었다. 남자 피험자 1312명중 477명(36.4%)이, 여자 피험자 1247명중 436명(35.3%)이 청바지를 착용하여 남녀의 청바지 착용이 거의 같음을 알 수 있었고, 총 조사자 2559명중 903명(35.3%)이 청바지를 착용하는 것으로 나타났다. 예비조사 결과를 통해 젊은 층에서 주로 입는 바지는 청바지임을 알 수 있었고, 일자 청바지, 통 청바지, 슬림형 청바지를 많이 입는 것으로 나타났다. 청바지 착용 실태 조사를 근거로 보편적인 디자인 유형을 선정하였는데, 대학생들이 남녀 공용으로 일자 청바지와 통 청바지를 가장 많이 착용하는 것으로 조사되어 기본 형태로 2벌을 선정하였다.

청바지의 장식 유형을 조사하기 위해 <표3>에서와 같이 조사한 결과 청바지 전문쇼핑몰 5개를 (jexy.co.kr, jormang.co.kr, rootyshoop.co.kr, cbjnara.com, dnshop, daum.net) 조사하여 618벌을 분류해 본 결과 8가지 유형으로 나눌 수 있었다. 그중 남녀 공용으로 착용할 수 있는 청바지 장식유형으로 4유형(탈색한 청바지, 찢어진 청바지, 페인팅 청바지, 절개된 청바지)을 선정하였다. 즉, 탈색한 청바지는 198벌, 찢어진 청바지 99벌, 페인팅 청바지 93벌, 절개된 청바지 12벌이다. 그리고 찢어진 청바지, 페인팅 청바지, 절개된 청바지는 모두 탈색이 동시에 함께 나타났으나 명칭은 찢어진 청바지, 페인팅 청바지, 절개된 청바지로 대표적인 이름을 선정하였으며, 다만 절개된 청바지는 세로 절개가 아닌 무릎에 절개된 청바지를 임의로 선정하여 무릎이음선 청바지로 정하였다. 선정된 청바지 이외에도 비즈 장식된 청바지, 두 가지 이상이 복합적으로 장식된 것 등 다양하게 나타났다. 그러나 비즈나 자수 장식, 끈 장식 등은 주로 나팔바지 유형에 장식되어 있어서 제외시켰다. 따라서 청바지 디자인 유형은 1.2차 조사를 통해 일자 청바지, 통 청바지, 탈색한 청바지, 찢어진 청바지, 페인팅 청바지, 무릎이음선 청바지로 총 6벌을 선정하였다.

청바지는 디자인을 선택한 업체에서 선정된 모든 형태의 청바지 견본을 일괄적 구입하는 것이 치수 등의 편차를 줄이는데 유리하나, 일괄구입을 할 수 있는 업체를 찾지 못하여 동대문 시장에서 동일

<표2> 유형별 청바지 착용실태

단위: 명, N=2559

		남자 청바지 착용자	여자 청바지 착용자	남녀 청바지 착용자
일자 청바지	보통형	158	90	248
	찢어진형	5	11	16
	탈색한형	143	94	237
통 청바지	보통형	32	25	57
	찢어진형	2	5	7
	탈색한형	25	18	43
슬림형 청바지	보통형	30	89	119
	찢어진형	2	11	12
	탈색한형	80	183	253
슬림형 나팔 청바지	보통형		1	1
	탈색한형		7	1
오버올즈	보통형		2	2
청바지 착용자 수		남자 조사 대상자 1312명 중 477명(36.4%)	여자 조사 대상자 1247명중 436명 (34.9%)	남녀 총조사 대상자 2559명중 903명(35.3%)

〈표3〉 인터넷 쇼핑몰의 청바지 유형별 출현빈도

청바지 유형	쇼핑몰	jexy.co.kr	jormang.co.kr	rootyshoop.co.kr	cbjnara.com	dnshop.daum.net	유형수
탈색 청바지		4	2	22	14	156	198
찢어진 청바지		3	2	15	7	72	99
페인팅 청바지		2	1	12	14	64	93
무릎이음선 청바지		1	0	0	1	10	12
자수 청바지		0	0	1	0	6	7
징 청바지		0	0	0	0	2	2
라인 청바지		0	0	0	1	8	9
No-Detail		6	0	14	15	163	198
쇼핑몰 총 디자인유형수		16	5	64	52	481	618

〈표4〉 착의자 신체치수

단위:cm

	여 자			남 자		
	마른형	보통형	비만형	마른형	보통형	비만형
다리길이	98	99	98.5	108	109	108.5
허리둘레	63	68	78	72	74	83
엉덩이둘레	84	88	103	91	94	101

한 디자인을 찾아 구입하였다. 사이즈는, 여자는 26inch(25-26), 28inch(27-28), 32inch(30-32), 남자는, 28inch(26-28), 32(29-32)inch, 36(34-36)inch 였다. 1개 유형 당 남녀 각각의 3가지 사이즈씩 6점을 구입하여, 총 6개 유형에 36점의 청바지를 구입하였다. 청바지 사이즈의 선정은 박정희(2003)의 연구에 기초한 것으로 산업체의 청바지 패턴은 신체치수가 아닌 제품치수를 기준으로 사이즈가 전개되어 보통 4-7개의 사이즈로 전개되는데, 7개 사이즈로 전개될 경우는 26, 27, 28, 29, 30, 32, 34이며 사이즈의 범위가 넓으므로 27과 30의 2사이즈를 기본으로 한다는 것에 기초하였다. 따라서 여자 25와 26의 대표로 26사이즈, 27.28.29사이즈의 대표로 28사이즈를, 30..32..34사이즈의 대표로 32사이즈로 하였다. 남자는 26.27.28사이즈에서 28사이즈를 대표로, 29.30.32사이즈에서 32사이즈를 대표로, 34.36사이즈를 34사이즈를 대표 사이즈로 각각 3유형씩 남녀 청바지를 정하였다. 색상은 시장제품에서 주로 판매되는 색상으로, 가장 기본이 되는 인디고 블루색상으로 선정하여 모든 유형에 통일하였다.

2) 착의자 선정

신체유형 모델은 표준 키에 다리길이가 비슷한 사람으로 임의 선정하였는데, 모델남녀는 시각적

으로 보았을 때 마른형, 보통형, 비만형의 각각 3유형으로 나누어 선발하였다. 여자는 임의로 8명을 선발하고 남자는 6명을 선발하여 30명의 의상전공자들로 하여금 마른형, 보통형, 비만형으로 나누어 가장 빈도수가 많은 남녀 각 3명씩 모델로 임의 선정하였다. 다만 하의에 대한 이미지평가이므로 공정한 평가를 위해 다리길이는 비슷한 길이의 모델을 선정하였다. 착의자의 신체충실지수는 <표4>와 같다.

공업진흥청 한국표준 과학연구원의 보고서에 의하면 1997년 조사결과, 남자18-24세의 평균 키는 171.2cm, 허리높이 102.5cm, 허리둘레 74.5cm, 엉덩이 둘레 92.5cm 이고, 여자는 평균 키는 160cm, 허리높이는 97.7cm, 허리둘레는 65.6cm, 엉덩이 둘레는 89.2cm로 나타났다. 이와 비교해볼 때 <표5>에서와 같이 대학생들이 보통이라고 인식하는 여자 모델 보통형의 실제 모델은 허리둘레가 68cm로 약간 더 굵고, 엉덩이 둘레 88cm로 약간 작게 나타났다. 그리고 남자 보통형 모델은 허리둘레 72cm, 엉덩이 둘레 94cm로 표준체형과 비교해 엉덩이는 약간 크고 허리는 약간 굵은 것으로 나타났다.

3) 자극물 제작

본 연구에서의 자극물은 청바지를 착용한 하체 사진이다. 청바지는 1.2차 조사를 거쳐 6종을 선정

하였으며, 모델은 한국표준과학연구원의 자료를 근거로 남녀 각 3가지 표준체형을 선정하였다. 최종 평가대상인 자극물은 위의 모델에 6종의 청바지를 착용시켜 촬영하였으며 다른 변수의 개입을 차단하기 위하여 상체는 가리워 보이는 부분은 흰 티셔츠를, 발은 검은 신을 공통으로 착용하게 하였으며 동일한 자세로 촬영하였다. 촬영된 사진은 본래 이미지 외의 변수가 개입되지 않도록 포토샵으로 다시 한번 처리하였다.

본 연구에서 사용된 자극물은 두 가지 방법으로 제시하였다. 청바지 입은 하의 모습의 갈라사진을 A4크기 인화지로 만든 것과 청바지 입은 모습을 빔 프로젝트를 이용하여 설문지와 함께 제시하였다. 제시한 자극물의 단서는 일자 청바지, 통 청바지, 탈색한 청바지, 찢어진 청바지, 페인팅된 청바지, 무릎이음선 청바지 여섯 유형을 마른형, 보통형, 비만형의 착의자에게 각각 여섯 가지 청바지를 착용하여 조작하였다. 지각자에게 영향을 주지 않도록 바지 길이는 일률적으로 신발 윗부분을 살짝 덮는 정도로 길이를 정하고, 남녀 모두 검정색 운동화로 통일하고 상의는 흰색으로 동일하게 착용토록 하였고, 배경색은 밝은 회색으로 사용하였다. 자세는 정면 자세로 하체와 허리 위 부분만 약간 나오도록 하여 의복착장 상태만 보이도록 하여 촬영하였다. 사진은 햇빛이 잘 드는 실내에서 12시에서 2시 사이에 촬영을 하였고, 착의모델과 카메라의 사이를 3m 거리를 두고 디지털 카메라 NICON COOLPIX 4500을 사용하여 촬영하였다. 촬영된 사진은 다시 포토샵 6.0에서 디자인 변인이외의 다른 요인으로 평가 차이를 줄이기 위해 .Image->Image size mage->Adjust->Levels로 톤을 조절해주었다. 완성된 자극물은 사진 8X13인치로 인화하여 흰색 종이(32X42cm)에 부착하고 위쪽에 번호를 붙였다.

4) 이미지 척도 선정

청바지 이미지 조사를 위한 측정도구의 항목을 결정하기 위해 청바지 이미지를 선행 연구한 김미수; 이경희(1995)의 연구에 사용된 23개의 평가 항목과 김철순 · 이훈자(1998,1999)의 청바지 착용 이미지 6개 항목과 이명은(2001)의 청바지 이미지 체형성 요인 4개와 매력성 요인 2개 용어를 선택 총 36개의 항목을 선정하였다. <표5>

<표5> 1차 선정된 36개의 청바지 이미지 항목

캐주얼 하다.	유행성적이다.	다리가 길어 보인다.
유행에 관계없다.	섹시하다.	똥똥해 보인다.
짧어 보인다.	대담하다.	허리가 굽어 보인다.
심플하다.	멋지다.	보기 좋다.
계절을 안타는 옷이다.	세련되다.	유행하고 있다.
부담없다.	도시적이다.	사고 싶다.
활동적이다.	아무 옷에나 잘 어울린다.	발랄하다.
편하다.	경제적이다.	튀는 듯하다.
자유롭다.	무난하다.	회소성이 있다.
독특하다.	누구에게나 잘 어울린다.	새롭다.
실용적이다.	유니섹스 하다.	화려하다.
대중적이다.	키가 커 보인다.	부티 난다.

선정된 6가지 청바지의 이미지에 대한 변별력 검증은 위하여 건국대학교 의상 전공자 50명을 대상으로 2004년 3월 4일-10일 사이에 사전조사를 실시하였다. 측정방법은 6장의 사진을 한 장씩 차례대로 보여주면서 청바지 이미지 용어 36 항목에 대해 7점 척도 즉, 1.상당히 그렇다, 2.그렇다, 3.조금 그렇다, 4.보통이다, 5.조금은 그렇지 않다, 6.그렇지 않다, 7.전혀 그렇지 않다 로 체크하도록 하였다. 항목에 대한 점수가 클수록 해당문항에 대해 긍정적임을 볼 수 있다. 예비조사 결과 부적합한 것은 제외시키고 <표6>에 제시된 바와 같이 본 조사를 위한 측정항목은 21개로 구성하였다. 완성된 용어 21개에 대한 전체 항목 신뢰도는 80.8% 신뢰도 계수를 얻어 평가용어 간에 내적 일관성이 있음을 확인하였다.

<표6> 본 조사에 사용된 청바지 이미지 평가 항목

무난하다.	편하다.	대담하다.
새롭다.	키가 커 보인다.	캐주얼하다.
활동적이다.	허리가 굽어 보인다.	유행에 관계없다.
다리가 길어 보인다.	아무 옷에나 잘 어울린다.	누구에게나 잘 어울린다.
똥똥해 보인다.	멋지다.	회소성이 있다.
심플하다.	자유롭다.	부담없다.
화려하다.	경제적이다.	세련되다.

3. 연구대상 및 실험

본 논문의 조사 편의를 위하여 임의로 건국대학교, 인하대학교, 세명대학교, 극동대학교, 호원대학교, 서일대학, 서원대학교, 청주대학교에 재학 중인 대학생들을 대상으로 모델 남녀 각 유형별 6G

〈표7〉 연구대상

신체유형 성별	모델(착의자)유형(단위 :인치)						연구대상 총수
	남자			여자			
	허리둘레 28 마른형	허리둘레 32 보통형	허리둘레 36 비만형	허리둘레 26 마른형	허리둘레 28 마른형	허리둘레 32 비만형	
남자	120	112	99	120	105	85	641
여자	128	112	128	120	114	111	713
합계	248	224	227	240	219	196	1,354

룹으로 나누어 총 1,354명을 연구의 대상으로 하였다. <표7>

본 실험은 남, 여 각 3유형씩 6유형에 대하여 6가지를 착용한 청바지 유형에 따른 이미지를 도출하기 위한 것으로서, 자극물은 남녀 3체형별을 6그룹으로 나누어 임의로 선정하여, 2004년 4월3일-4월 17일까지 실시하였다. 실험절차는 한 체형에 6유형의 청바지를 입은 자극물 6개를 차례로 보여주고 이미지 평가항목에 응답하며, 자극물의 순서는 일자 청바지, 통 정바지, 탈색 청바지, 찢어진 청바지, 페인팅 청바지, 무릎이음선 청바지로 하였고, 한 자극물에 대하여 21개 이미지 평가항목을 7점 척도에 응답하도록 하였다. 즉, 1.상당히 그렇다, 2.그렇다, 3.조금 그렇다, 4.보통이다, 5.조금은 그렇지 않다, 6.그렇지 않다, 7.전혀 그렇지 않다 로 체크하도록 하였다. 항목에 대한 점수가 작을수록 해당 항목에 대해 긍정적임을 볼 수 있다.

4. 자료분석

조사를 통하여 얻어진 자료는 SPSS PC- Package 를 사용하여 통계처리 하였다. 통계방법은 주성분 분석, 요인분석, t-test, 변량분석, 다중비교분석을 사용하였다. 청바지 디자인 유형, 청바지 장식 정도, 착의자 신체 유형, 착의자 성별, 지각자 성별에 대한 청바지의 이미지 차이를 검증하기 위해 t-test 를 실시하였고, 각 변인별 청바지 이미지 요인의 차이를 검증하기 위하여 변량분석을 실시하였다. 또한 각 이미지별로 각 변인에 대한 다중비교검증을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 착의자 신체유형과 청바지 이미지

<표8>은 신체 유형별 청바지의 이미지 차이를 검증한 결과, 심플하다, 유행과 관계없다, 화려하다, 대담하다 항목을 제외한 나머지 항목에서 유의한 차이를 나타내고 있다. 마른형은 뚱뚱해 보인 다, 허리가 굽어 보인다, 대담하다, 캐주얼하다는 항목을 제외한 나머지 항목에서 평균적으로 높게 나타났고, 비만형은 뚱뚱해 보인다, 허리가 굽어 보인다, 대담하다, 캐주얼하다는 항목에서 높게 나타났다.

무난하다, 자유스럽다, 편하다는 항목에서 마른형, 보통형이 높게 나타났고, 비만형은 낮은 평균 값을 보이고 있다. 유행과 관계없다, 화려하다, 대담하다, 심플하다는 항목에서는 모든 신체유형이 높게 나타났다. 경제적이다, 아무에게나 잘 어울린다, 멋지다, 다리가 길어 보인다, 키가 커 보인다는 항목에서는 이들 항목에 대해 마른형이 가장 높게 그 다음이 보통형, 그다음으로 비만형의 평균값이 낮게 나타났다. 마른형은 뚱뚱해 보인다, 허리 굽어 보인다는 항목을 제외하고 나머지 항목에 대해 모두 가장 높게 나타났고, 경제적이다, 누구에게나 잘 어울린다, 멋지다, 다리가 길어 보인다, 키가 커 보인다는 항목에 대해서는 비만형이 가장 낮은 것으로 나타났다. 다리가 길어 보인다, 키가 커 보인다는 항목에 대해서는 마른형이 가장 높게 그다음 이 보통형 그리고 비만형 순으로 나타났고, 뚱뚱해 보인다, 허리가 굽어 보인다는 항목에 대해서는 비만형이 가장 높게 그 다음이 보통형이며, 마른형이 낮은 평균값을 보이고 있다. 이와 같이 마른형은

〈표8〉 착의자 신체유형과 청바지 이미지 간의 관계

항목 / 신체유형	마른형	보통형	비만형	F-value
무난하다	4.06(A)	4.02(A)	3.92(B)	1.52**
심플하다	4.02(A)	3.94(A)	3.94(A)	2.28
아무웃에나 어울린다	4.22(A)	4.08(B)	4.08(B)	9.50***
경제적이다	4.29(A)	4.22(B)	4.11(C)	14.37***
유행에 관계없다	4.16(A)	4.10(A)	4.08(A)	1.58
누구에게나 어울린다	3.90(A)	3.76(B)	3.67(C)	17.69***
부담없다	4.09(A)	3.96(AB)	4.02(B)	6.18**
새롭다	3.98(A)	3.89(AB)	3.86(B)	3.50*
화려하다	3.60(A)	3.60(A)	3.58(A)	0.08
멋지다	4.02(A)	3.78(B)	3.65(C)	35.33***
대담하다	3.85(A)	3.83(A)	3.92(A)	1.59
희소성이 있다	3.74(A)	3.61(B)	3.63(B)	5.04**
세련되다	3.91(A)	3.58(B)	3.63(B)	29.97***
활동적이다	4.82(A)	4.75(B)	4.69(B)	7.58***
편하다	4.72(A)	4.71(A)	4.56(B)	13.27***
자유스럽다	4.71(A)	4.70(A)	4.53(B)	13.33***
캐주얼하다	4.81(B)	4.72(C)	4.93(A)	15.30***
다리가 길어 보인다	4.21(A)	3.85(B)	3.52(C)	141.60***
키가 커 보인다	4.23(A)	3.92(B)	3.64(C)	119.10***
똥똥해 보인다	3.77(C)	4.27(B)	4.44(A)	144.15***
허리가 굽어 보인다	3.64(C)	4.02(B)	4.27(A)	151.31***

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

캐주얼하다, 똥똥하다, 허리가 굽어 보인다는 청바지 이미지를 제외한 나머지 이미지 모두에서 가장 높게 나타났고, 비만형은 캐주얼하다, 똥똥해 보인다, 허리가 굽어 보인다는 이미지가 가장 높게 나타난 반면, 키가 커 보인다는 이미지가 제일 낮게 나타났다.

이상의 결과를 통해 마른형은 다른 신체유형보다 청바지 이미지가 대부분의 항목에서 높게 나타나, 마른형이 다양한 청바지 이미지가 다른 체형에 비해 좋게 지각됨을 알 수 있다. 이것은 대부분의 젊은이들이 마른체형을 선호하기 때문에 다른 체형에 비해 마른체형이 청바지의 다양한 이미지가

높게 나타난 것이라 보여 진다.

신체유형별 청바지 이미지 요인의 차이를 검정한 결과, <표9>에서와 같이 5개 요인 모두 약간 높게 차이를 나타내고 있다. 즉, 경제성, 유행성, 활동성, 날씬함, 똥똥함 요인은 모두 평균적으로 신체유형에 따라 평균적으로 서로 유의한 차이가 있다. 그리고 각 이미지 요인별로 신체 유형에 대한 다중비교검정(Duncan)을 적용한 결과 마른형이 똥똥함 요인을 제외한 모든 이미지 요인에서 평균적으로 높게 나타나고 있다.

경제성 요인, 유행성 요인, 활동성, 날씬함, 요인에 대해서는 마른형이 가장 높은 것으로 나타났다.

〈표9〉 신체유형과 청바지 이미지 요인 간의 관계

신체유형 요인	마른형 평균	보통형 평균	비만형 평균	F-value
경제성	4.11(A)	4.01(B)	3.97(B)	14.06***
유행성	3.85(A)	3.71(B)	3.71(B)	9.75***
활동성	4.77(A)	4.72(AB)	4.68(B)	5.87**
날씬함	4.22(A)	3.89(B)	3.58(C)	153.26***
똥똥함	3.70(C)	4.14(B)	4.35(A)	198.86***

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

활동성 요인에 대해서는 마른형, 보통형, 비만형 모두 높게 나타났다. 날씬함 요인에 대해서 마른형이 가장 평균값이 높게 나타났고, 보통형과 비만형이 평균값이 낮은 것으로 나타났다. 뚱뚱함 요인에 대해서는 마른형이 제일 평균값이 낮은 것으로 나타났고, 비만형이 가장 높게 나타났다.

이상에서와 같이 마른형은 보통형이나 비만형에 비하여 청바지 이미지 요인이 경제성, 유행성, 활동성, 날씬함 이미지 요인에서 모두 가장 높게 나타나, 대학생들이 날씬할수록 다양한 청바지 이미지가 나타난다는 연구결과를 통해 날씬할수록 원하는 이미지를 다른 신체유형에 비해 자유자재로 나타낼 수 있을 뿐만 아니라 요즘의 마른형의 선호감정이 그대로 드러난 결과로 보여진다. 이와 같은 결과는 Clayton(1987)의 연구에서 의복착용자의 체형별 의복의 유행성 지각이 다름을 밝혀, 본 연구와 부분적으로 일치함을 나타냈다. 그러므로 청바지가 가장 잘 어울리는 체형은 마른형이고, 뚱뚱한 체형에는 청바지가 어울리지 않음을 알 수 있다.

2. 성별과 청바지 이미지 요인

착의자 성별에 대한 청바지 이미지 차이를 검정하기 위하여 t-test를 실시한 결과, <표10>에서와 같이 무난하다, 경제적이다, 유행과 관계없다, 누구에게나 어울린다, 멋지다, 세련되다, 활동적이다, 편하다, 자유스럽다, 캐주얼하다, 다리가 길어 보인다, 키가 커 보인다, 뚱뚱해 보인다, 허리가 굽어 보인다는 항목에서 차이를 나타냈다. 착의자가 남자인 경우 무난하다, 누구에게나 어울린다, 멋지다, 세련되다, 다리가 길어 보인다, 키가 커 보인다 등의 항목에서 착의자 여자보다 상대적으로 높게 나타났고, 착의자 여자인 경우 경제적이다, 유행과 관계가 없다, 활동적이다, 편하다, 자유스럽다, 캐주얼하다, 뚱뚱해 보인다, 허리가 굽어 보인다 등의 항목이 착의자 남자보다 상대적으로 높게 나타났다. 그러나 경제적이다, 활동적이다, 편하다, 캐주얼하다 는 항목은 여자가 남자보다 청바지 이미지에 부정적인 것으로 나타났다.

이상에서 착의자 남자가 여자보다 누구에게나

<표10> 착의자 성별과 청바지 이미지

착의자성별 항목	남자		여자		t-test
	평균	표준편차	평균	표준편차	
무난하다	4.08	1.63	3.92	1.68	4.44***
심플하다	3.98	1.59	3.96	1.62	0.65
아무옷에나 어울린다	4.16	1.42	4.10	1.38	1.95
경제적이다	4.17	1.24	4.26	1.24	-3.60***
유행과 관계없다	4.04	1.65	4.19	1.67	-4.01***
누구에게나 어울린다	3.82	1.51	3.74	1.43	2.46*
부담없다	4.05	1.41	4.01	1.38	1.52
새롭다	3.90	1.69	3.92	1.75	-0.34
화려하다	3.60	1.86	3.59	1.89	0.22
멋지다	3.90	1.65	3.75	1.66	4.14***
대담하다	3.84	1.79	3.89	1.84	-1.08
회소성이 있다	3.65	1.52	3.68	1.71	-0.68
세련되다	3.79	1.73	3.64	1.76	4.07***
활동적이다	4.69	1.39	4.82	1.21	-4.49***
편하다	4.64	1.33	4.70	1.24	-1.98*
자유롭다	4.61	1.42	4.70	1.37	-2.74**
캐주얼하다	4.77	1.39	4.87	1.24	-3.48***
다리가 길어 보인다	4.03	1.50	3.72	1.54	9.17***
키가 커 보인다	4.07	1.43	3.82	1.46	7.80***
뚱뚱해 보인다	3.86	1.55	4.42	1.49	-15.69***
허리 굽어 보인다	3.88	1.38	4.04	1.39	-5.33***

*p <.05 **p<.01 ***p<.001

〈표11〉 착의자 성별과 청바지 이미지 요인

착의자성별 요인	남자		여자		t-test
	평균	표준편차	평균	표준편차	
경제성	4.04	0.98	4.03	0.93	0.86
유행성	3.78	1.29	3.74	1.39	1.34
활동성	4.68	1.04	4.77	0.87	-4.38***
날씬함	4.05	1.36	3.77	1.38	9.20***
뚱뚱함	3.88	1.27	4.23	1.23	-12.46***

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

어울린다, 멋지다, 세련되다, 다리가 길어 보인다, 키가 커 보인다 는 청바지 이미지가 높은 것으로 나타나, 착의자 여자보다 특히 길어 보이고, 커 보이는 청바지 이미지가 높게 나타났다.

따라서 남자 청바지 착용자는 다리가 길어 보이고, 멋지고, 누구에게나 어울리는 좋은 이미지로 지각되나 여자 착용자는 그렇지 않다고 보아진다.

착의자 성별에 대한 청바지의 이미지 요인의 차이를 검정하기 위하여 t-test를 실시한 결과 <표11>에서와 같이 활동성, 날씬함, 뚱뚱함 요인이 평균적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 남자의 경우 날씬함 요인이, 착의자 여자인 경우 활동성과 뚱뚱함 요인이 각각 상대적으로 높은 유의한 차이를 보이고 있다. 그러나 활동성 요인, 뚱뚱함 요인이 높은 여자가 청바지 이미지 요인에 대해서

는 부정적인 것으로 나타났다. 이상에서 착의자 남녀간에 청바지 이미지 요인에 대해 남자는 여자보다 날씬함 요인이, 여자는 남자보다 뚱뚱함 요인의 청바지 이미지가 보다 높게 나타났는데, 이것은 착의자 모델의 키에 대한 남. 녀의 차이로 인해 나타난 결과로 보이는데, 남자 모델보다 여자 모델이 더 뚱뚱하게 보여지고, 남자 모델은 더 크게 보여진 결과로 보여진다.

3. 성별과 신체유형에 따른 이미지 차이

<표12>는 착의자 신체유형에 대한 청바지 이미지요인의 착의자 성별 평가차이를 검정하기 위하여 t-test를 실시한 결과로 다음과 같다. 착의자 신체유형 중 마른형은 청바지 이미지 요인 중 착의자

〈표12〉 성별과 신체유형에 따른 이미지 요인 차이

신체유형	착의자성별	남자 착의자		여자 착의자		t-test
	요인	평균	표준편차	평균값	표준편차	
마른형	경제성	4.12	0.97	4.10	0.94	0.53
	유행성	3.78	1.19	3.92	1.37	-2.97**
	활동성	4.74	1.01	4.79	0.84	-1.65
	날씬함	4.32	1.37	4.12	1.24	4.06***
	뚱뚱함	3.50	1.33	3.91	1.18	-8.92***
보통형	경제성	4.00	0.97	4.03	0.97	-0.95
	유행성	3.80	1.45	3.63	1.29	3.26**
	활동성	4.65	1.09	4.79	0.88	-3.65**
	날씬함	3.99	1.23	3.78	1.34	4.29***
비만형	뚱뚱함	4.11	1.15	4.18	1.17	-1.73
	경제성	4.01	1.00	3.93	0.88	2.17*
	유행성	3.77	1.21	3.65	1.49	2.12*
	활동성	4.64	1.03	4.72	0.89	-2.08*
	날씬함	3.80	1.41	3.32	1.47	8.49***
	뚱뚱함	4.08	1.24	4.67	1.25	-11.89***

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

남녀 간에 유행성, 날씬함 요인이 착의자 남녀 간에 차이를 보이고 있는데, 남자 착의자가 여자 착의자보다 날씬함에서, 여자 착의자가 남자 착의자보다 유행성, 뚱뚱함 요인이 좀 더 높게 나타났다. 보통형은 청바지 이미지 요인 중 유행성, 활동성, 날씬함 요인이 착의자 남녀 간에 차이를 보이고 있는데, 남자 착의자가 여자 착의자보다 유행성, 날씬함 요인에서, 여자 착의자가 남자 착의자보다 활동성 요인에서 높게 나타났다. 비만형은 청바지 이미지 요인 중 경제성, 유행성, 날씬함, 뚱뚱함 요인이 착의자 남녀 간에 차이를 보이고 있는데, 남자 착의자가 경제성, 유행성, 날씬함 요인에서 여자 착의자보다 좀 더 높게 나타났고, 여자 착의자가 남자 착의자보다 뚱뚱함 요인이 평균적으로 높게 나타났다. 이상에서와 같이, 신체 유형에 대한 청바지 이미지 요인의 착의자 성별 평가 차이는 착의자 남녀 간에 차이가 있었다. 마른형에서 착의자 남자는 날씬함에서, 착의자 여자는 유행성, 뚱뚱함 요인에서 좀 더 높게 나타났고, 보통형에서 착의자 남자는 유행성, 날씬함에서, 착의자 여자는 활동성 요인에서 좀 더 높게 나타났고, 비만형에서 남자 착의자가 경제성, 유행성, 날씬함에서, 여자 착의자가 활동성, 뚱뚱함 요인에서 좀 더 높게 나타났다. 착의자 성별과 신체유형에 따른 이미지 요인의 차이에서 착의자 남자가 신체유형에 대한 공통적인 청바지 이미지로 나타난 이미지요인은 날씬함 요인임을 연구결과를 통해 보여준다.

V. 결론 및 요약

1. 청바지 유형별 이미지는 여섯 가지 청바지 중 일자 청바지는 무난하고, 심플하고, 유행과 관계없고, 누구에게나 어울리고, 부담 없는 이미지로 나타났다지만, 가장 화려하지 않고, 멋지지 않고, 대담하지 않은 것으로 나타났다. 통 청바지는 활동적이지만, 뚱뚱해 보이고, 가장 다리가 짧아 보이고, 가장 키가 작아 보이는 이미지로 나타났다. 탈색한 청바지는 아무 옷에나 어울리고, 다리가 길어 보이고, 키가 커 보이며, 가장 날씬한 이미지로 나타났다. 페인팅 청바지는 새롭고, 화려하고, 멋지고, 대담하고, 희소성이 있고, 세련된 이미지에 활동적인

이미지로 나타났다. 찢어진 청바지는 아무 옷에나 가장 잘 어울리는 이미지로 나타났다. 그리고 무릎이음선 청바지는 활동적이지만, 허리가 굽어 보인다는 이미지로 나타났다.

2. 청바지 유형별 청바지 이미지 구성요인은 5개의 요인으로 구성되었다. 요인1(경제성 요인)은 무난하다, 심플하다, 아무 옷에나 잘 어울린다, 경제적이다, 유행과 관계없다, 모두에게 어울린다, 부담 없다 등 7개 항목으로 구성되었다. 요인2(유행성 요인)은 새롭다, 화려하다, 멋지다, 대담하다, 희소성이 있다, 세련되다 등 6항목으로 구성되었다. 요인3(활동성 요인)은 활동적이다, 편하다, 자유스럽다, 캐주얼하다 등 4항목으로 구성되었다. 요인4(날씬함 요인)는 다리가 길어 보인다, 키가 커 보인다 2항목으로 구성되었다. 요인5(뚱뚱함)는 뚱뚱해 보인다, 허리가 굽어 보인다 2항목으로 구성되었다.

3. 청바지 유형별 이미지와 요인 간의 관계는 일자 청바지가 무난하다, 심플하다, 경제적이다, 유행과 관계없다, 부담없다, 캐주얼하다 등에서, 통 청바지는 무난하다, 심플하다, 유행과 관계가 없다, 활동적이다, 편안하다, 자유스럽다, 캐주얼하다, 뚱뚱하다 등에서, 탈색한 청바지는 자유스럽다, 캐주얼하다, 다리가 길어 보인다, 키가 커 보인다 등에서 높게 나타났다. 찢어진 청바지는 활동적이다, 편하다, 자유스럽다, 캐주얼하다, 대담하다 등에서, 페인팅 청바지는 새롭다, 화려하다, 대담하다, 희소성이 있다, 활동적이다, 자유스럽다, 캐주얼하다 등에서, 무릎이음선 청바지는 활동적이다, 허리가 굽어 보인다 등에서 차이를 보이고 있다.

4. 착의자 신체 유형과 청바지 이미지에서 마른형은 뚱뚱해 보인다, 허리가 굽어 보인다, 대담하다, 캐주얼하다는 이미지 항목을 제외한 나머지 항목에서 평균적으로 높게 나타나, 경제성 요인, 유행성 요인, 활동성, 날씬함 요인이 마른형의 이미지로 나타났다.

비만형은 뚱뚱해 보인다, 허리가 굽어 보인다, 대담하다, 캐주얼하다는 항목에서 높게 나타나, 뚱

통합 요인이 비만형의 청바지 이미지로 나타났다. 무난하다, 자유스럽다, 편하다는 청바지 이미지는 주로 마른형, 보통형의 이미지로 나타났고, 비만형은 가장 그렇지 않은 이미지로 나타났다. 경제적이다, 아무에게나 잘 어울린다, 멋지다, 다리가 길어 보인다, 키가 커 보인다는 이미지는 마른형이 가장 높은 이미지로 나타나고, 비만형이 제일 낮은 이미지로 나타났다.

5. 착의자 성별과 청바지 이미지에서 착의자 남자인 경우, 청바지 이미지는 무난하다, 누구에게나 어울린다, 멋지다, 세련되다, 다리가 길어 보인다, 키가 커 보인다 등의 청바지 이미지로, 이미지 요인은 날씬함 요인이 주 청바지 이미지 요인으로 나타났다. 착의자 여자인 경우 청바지 이미지는 경제적이다, 유행과 관계가 없다, 활동적이다, 편하다, 자유스럽다, 캐주얼하다, 뚱뚱해 보인다, 허리가 굽어 보인다 등의 이미지로 나타났고, 이미지 요인은 활동성 요인과 뚱뚱함 요인이 주 이미지로 나타났다.

참고문헌

- 1) 김동기 (1984). *현대마케팅원론*. 박영사.
- 2) 이인자, 이경희, 신효정 (2001). *의상심리*. 교문사.
- 3) 한국공업진흥청 한국표준과학연구원 (1997). 산업제품의 표준치설정을 위한 국민표준체위조사보고서.
- 4) 구명진 (2000). 청바지 소비자의 추구혜택에 따른 평가기준과 브랜드 이미지에 관한 연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 5) 김미옥 (1990). 진바지 상표선호와 성취, 과시 및 자율욕구와의 관계. 경북대학교 대학원 석사학위논문.
- 6) 김일분 (1998). 의복이미지 유행과 디자인 요소와의 관계. 대구효성가톨릭대학교 대학원 박사학위논문.
- 7) 장안화 (1988). 진즈의 디자인 개발에 관한 연구. 홍익대학교 대학원 산업미술대학원 석사학위논문.
- 8) 진경만 (1994). 청소년의 청바지 상표이미지 평가에 관한 연구. 동아대학교 대학원 석사학위논문.
- 9) 박정희 (2003). 하반신의 유형별 진슬랙스 패턴 개발에 관한 연구. 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위논문.
- 10) 고애란 (1987). 성인남자의 연령 및 사회경제적 지위와 의복행동과의 상관연구. *대한가정학회지* 25(1), pp.1-10.
- 11) 김광경, 이금실, 정미실 (2001). 다차원적 신체가 의복행동에 미치는 영향. *한국의류학회지* 25(2), pp.358-365.
- 12) 김미수, 이경희 (1995). 진의류의 제품지각에 관한 고찰. *한국의류학회지* 19(1), pp.23-35.
- 13) 김철순, 이훈자 (1999). IMF이후의 신세대 진바지 소비자의 브랜드 인지도. 이미지 및 추구 이미지를 중심으로 한 진의류 시장분석. *한국의류학회지* 23(3), pp.447-458.
- 14) 김철순 (1998). 진의류 마케팅 전략을 위한 데이터 베이스 구축에 관한 연구(제2보). -1997년 추계 신세대 진바지 소비자의 상표인지도. 상표이미지와 소비자의 추구 이미지를 중심으로-. *한국의류학회지* 22(4), pp.503-514.
- 15) 박명희, 이상협 (1990). 한국시장에 있어서 외국/국내상표 청의류의 가격과 품질 관계의 연구. *소비자학연구* 1(1), pp.66-86.
- 16) 이경희, 김유진 (2000). 의복디자인의 조형적 특성에 따른 감성 연구. *한국의류학회지* 24(7).
- 17) 이주영, 이선재 (1996). 신세대 여성의 진바지 착용태도와 정보원 활용에 관한 연구. *한국의류학회지* 20(2), pp.336-349.
- 18) 이희남 (1985). 남사대학생의 성격특성과 의복태도 관계. *대한가정학회지* 22(2).
- 19) 임경복 (1997). 인지적, 평가적 자아개념이 의복행동에 미치는 영향. -남녀 대학생의 쇼핑동기, 의복관심, 의복 만족도를 중심으로-. *한국의류학회지* 21(4), pp.740-749.
- 20) 조선명, 고애란 (2001). 외모에 대한 사회.문화적 태도와 신체 이미지가 의복추구 혜택에 미치는 영향. -청소년기 여학생 연령 집단별 차이 비교 -. *한국의류학회지* 25(7), pp.1227-1238.
- 21) 황진숙 (1998). 미국 여대생의 신체 이미지가 의복태도, 유행 혁신성, 쇼핑에 미치는 영향

- 연구. *한국의류학회지* 22(8), pp.1069-1151.
- 22) 홍희숙 (1997). 소비자 신세대 특성 지향 정도에 따른 성적도구 진 의류광고의 선호도 및 제품 구매의도 차이. *한국의류학회지* 21(2).
- 23) Cash, T. F. & Green, G. K. (1986). Body weight and body image among college women: Perception, cognition, and affect. *Journal of Personality Assessment* 50, 29, pp.290-301.
- 24) Clayton, R., Lennon, S. J. & Larkin, J. (1984). Perceived Fashionability of As Inferred From The age and Body Type of The Wearer *Home Economics Research Journal* 15(4), pp.237-246.
- 25) Kwon, Y. H. & Parham, E. S. (1994). Effects of state of fatness perception on wei conscious women's clothing practices. *Clothing and Textiles Research Journal* 12(4), pp.16-21.
- 26) Nancy, A. R. & Sharron, J. L. (2001). Body Image: Linking Aesthetics and Social Psychology of Appearance. *Clothing and Textiles Research Journal* 19(3), pp.120-129.