

Hipbone 청바지의 밑위길이 변화에 따른 여대생의 청바지 착용 실태 및 인지 비교 조사 연구

김선희 · 김혜수[†] · 전미선*
김포대학 패션디자인과, 성신여자대학교 의류학과*

The Study on Actual Condition and Comparison of Cognition on College Women's Wearing Blue Jeans by Change of Crotch Length of Hipbone Blue Jeans

Son-Hee Kim, Hye-Soo Kim[†] and Mi-Sun Jeon*

Dept. of Fashion Design, Kimpo College

Dept. of Textiles & Clothing, Sungshin Women's University*

(2008. 6. 20. 접수일 : 2008. 12. 20. 수정완료일 : 2008. 12. 30. 게재확정일)

Abstract

The purpose of this study is to conduce the survey of three groups of college women living in different residential districts, Seoul, Gyeonggi-do and a district, each other, analyze the actual condition of wearing blue jeans, comparative investigate actual condition in each residential district of wearing blue jeans and cognition by change of crotch length and trend through comparison of cognition on dressed blue jeans with short crotch length. By which investigation, it was intended to understand their condition and propose of blue jeans as may offer fit with short crotch length.

As the result of this study, it presented college women had hipbone blue jeans in order of 2~3 and more than 4 in all of residential districts, they purchased hipbone blue jeans with crotch length in order of for middle crotch(23 cm) and short crotch(21cm) commonly in all of residential districts, and they care a lot for exposing back waist and hip of hipbone blue jeans without reference to residential district. They had a bad feeling for exposure, and as an alternative to deal with this, they answered mostly on 'wearing hipbone underwear' or 'wearing long upper garment', and there was significant difference between residential districts in silhouette and exterior fitness of crotch length among important factors when wearing hipbone blue jeans.

Key word: hipbone blue jeans(골반길이 청바지), crotch length(밑위길이), actual condition(착용 실태), comparison of cognition(인지 비교).

본 논문은 2008학년도 김포대학의 연구비 지원에 의하여 연구되었음.

[†] 교신저자 E-mail : leohskim@naver.com

I. 서 론

수많은 여자들 특히 여대생들은 유행에 의해 또는 유행을 무조건 좇아가는 경우가 많다. 대부분의 여자들은 유행이란 이름하에 많은 불편한 것을 견디며 멋진 모습이기를 꿈꾸며 오늘도 옷을 입고 있다.

오래 전부터 작업복의 한 형태로 시작한 청바지는 다양한 부위의 디테일을 변화시키며, 패션시장의 유행의 선두주자로 또한 다양한 연령대에서 입혀지는 등의 디자인 아이템의 하나로 자리매김을 해왔다. 이러한 청바지는 2000년대에 이르러 로 라이즈 진, 힙본 또는 골반길이바지의 등장과 함께 밑위길이가 짧아지기 시작하여 속웃이 겹쳐 나오고 움직임 시 뒤 허리와 엉덩이가 보이는 등의 문제가 발생하고 있다. 유행에 의해 청바지의 밑위길이가 점점 짧아지고 있으나 기능적으로는 오히려 밑위길이가 긴 것이 착용감이 좋은 것으로 기능성과 심미성이 반비례하는 것으로 나타났다¹⁾.

디자인 청바지의 확산과 더불어 청바지에 대한 연구도 활발해지고 있으며, 많은 선행 연구가 발표되고 있다. 청바지에 대한 선행 연구를 살펴보면 박나리²⁾, 최현주³⁾의 청바지 브랜드의 이미지에 관한 마케팅 분야의 연구와 김해순⁴⁾, 정영희⁵⁾의 진을 소재로 하는 디자인 분야의 연구가 있고, 어미경⁶⁾ 외의 생산 실태에 관한 연구가 있으며, 청바지 착용 실태에 관한 연구로 김연정⁷⁾의 소비자의 착용 현황, 임지영⁸⁾의 연령대에 따른 청바지 착용 실태 조사, 최진⁹⁾ 외의 부츠컷 청바지 착용 실태에 대한 연구가 있었고, 서추연

¹⁰⁾ 외의 패턴 분석 및 착의 평가에 대한 연구가 있었다.

대부분의 청바지의 원단이 뻣뻣하여 앉거나 구부리는 동작 시 진 이외의 원단들보다 밑위길이가 앞으로 당겨져 뒤 허리 부분이 뜨거나 많이 내려가는데, 특히 골반길이 바지에서 맞음새를 좋게 하기 위해 필요한 밑위길이에 대한 연구가 필요함에도 불구하고 이에 대한 연구가 전무한 실정이다.

이에 본 연구에서는 허리길이 청바지와 Hipbone 청바지의 가장 큰 차이인 밑위길이 변화에 따른 청바지의 선호도와 중요도의 차이를 인식하고자 서로 다른 거주지의 세 집단의 여학생들을 대상으로 설문조사를 실시하여 유행의 선두주자로서의 여대생의 청바지에 대한 착용 실태를 분석하고 착의된 짧은 밑위길이의 청바지에 대한 인지비교를 통해 밑위길이의 변화와 유행에 따른 청바지의 착용 실태와 인지를 거주지별로 비교 조사하여 골반길이의 청바지의 적절한 밑위길이를 위한 기초 자료를 제시하고자 하였다.

II. 연구 방법

1. 설문대상 및 기간

본 설문은 서울, 경기도와 지방에 거주하는 여자 대학생을 대상으로 실시하였다. 기간은 2008년 6월 1일부터 20일까지로 하였다. 설문의 내용은 인구 통계적인 문항과 신체치수 및 구매 시 호칭에 대한 6문항, 청바지에 대한 구매 및 착용에 태도에 관련된 24문항, 청바지의 수선에 관한 10문항, 골반길이 청바지의 구

- 1) 이명은, “청바지 패턴 설계에 따른 소비자 착용 현황 및 착의평가” (영남대학교 대학원 석사학위논문, 2001).
- 2) 박나리, “청바지 선호상표 유행에 따른 추구혜택, 제품평가 기준 및 선호 의복이미지” (한양대학교 대학원 석사학위논문, 2005).
- 3) 최현주, “진 브랜드의 이미지에 대한 소비자 감성연구” (부산대학교 대학원 석사학위논문, 2003).
- 4) 김해순, “데님을 이용한 의상 디자인 연구: 스티치 장식기법을 중심으로” (이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문, 2002).
- 5) 정영희, “Jean 소재를 응용한 의상디자인 연구: 올뽑기(Drawing)와 올풀기(Fraying)기법을 중심으로” (이화여자대학교 대학원 석사학위논문, 2000).
- 6) 어미경, 서미아, “캐주얼 브랜드의 청바지 생산 실태 조사에 관한 연구,” *복식문화연구* 15권 4호 (2007), pp. 702-712.
- 7) 김연정, “청바지 형태에 따른 소비자 착용현황 및 착의평가” (성균관대학교 대학원 석사학위논문, 2003).
- 8) 임지영, “연령대에 따른 여성의 청바지 착용실태조사,” *한국의류산업학회지* 8권 4호 (2006), pp.413-419.
- 9) 최진, 도윌희, “부츠 컷 청바지 착용실태 및 맞음에 관한 연구,” *한국의류학회지* 32권 2호 (2008), pp. 271-283.
- 10) 서추연, 석은영, 박순지, “패턴분석 및 착의평가에 의한 기성복 청바지의 비교연구,” *한국가정과학회지* 7권 3호 (2005), pp. 5-13.

<표 3> 소유 청바지의 수량

단위: 명(%)

수량 거주지	수량															20개 이상	합계
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
서울	0 (0.0)	1 (0.9)	13 (11.5)	17 (15.0)	15 (7.0)	15 (7.0)	8 (7.1)	6 (5.3)	1 (0.9)	20 (17.7)	2 (1.8)	0 (0.0)	1 (0.9)	0 (0.0)	7 (6.2)	7 (6.7)	113 (100)
경기	1 (1.0)	7 (6.9)	8 (7.8)	19 (18.6)	15 (14.7)	11 (10.8)	10 (9.8)	6 (5.9)	1 (1.0)	16 (15.7)	1 (1.0)	0 (0.0)	1 (1.0)	1 (1.0)	5 (4.9)	0 (0.0)	102 (100)
지방	0 (0.0)	2 (2.5)	4 (4.9)	10 (12.3)	14 (17.3)	14 (17.3)	7 (8.6)	6 (7.4)	2 (2.5)	12 (14.5)	2 (2.5)	1 (1.2)	2 (2.5)	0 (0.0)	3 (3.7)	2 (2.4)	81 (100)

<표 4> 소유 폴반길이 청바지의 수량

단위: 명(%)

수량 거주지	수량															15개 이상	합계
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	10	11	12	13	14			
서울	1 (0.9)	9 (8.3)	21 (19.4)	16 (14.8)	14 (13.0)	10 (9.3)	7 (6.5)	7 (6.5)	7 (6.5)	9 (8.3)	1 (0.9)	1 (0.9)	1 (0.9)	0 (0.0)	4 (3.8)	108 (100)	
경기	8 (8.3)	7 (7.3)	18 (18.8)	20 (20.8)	13 (13.5)	9 (9.4)	3 (3.1)	8 (8.3)	2 (2.1)	7 (7.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.0)	96 (100)	
지방	6 (7.7)	7 (9.0)	14 (17.9)	19 (24.4)	9 (11.5)	7 (9.0)	5 (6.5)	2 (2.6)	3 (3.8)	2 (2.6)	1 (1.3)	1 (1.3)	0 (0.0)	1 (1.3)	1 (1.3)	78 (100)	

<표 5> 청바지 구입 시 중요한 기준

단위: 명(%)

빈도(명) Row%, Col%		구입 기준					Row Tot. 빈도(명), %
		원단의 특성	가격	특정 브랜드	디자인	기타	
거주지	서울	6	5	8	86	8	113 37.8
		5.3	4.4	7.1	76.1	7.1	
		75.0	31.3	57.1	37.4	25.8	
	경기	1	8	3	78	15	105 35.1
		1.0	7.6	2.9	74.3	14.3	
		12.5	50.0	21.4	33.9	48.4	
지방	1	3	3	66	8	81 27.1	
	1.2	3.7	3.7	81.5	9.9		
	12.5	18.8	21.4	28.7	25.8		
Col Tot. 빈도(명), %		8	16	14	230	31	299
		2.7	5.4	4.7	76.9	10.4	

$\chi^2=11.705$

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

여대생들의 청바지의 구입 장소는 <표 6>에 제시 하였다. 선호하는 구입 장소를 보면, 인터넷이나 홈쇼핑(24.7%)이 가장 많았고, 백화점(24.4%)과 재래시

장(24.4%)이 그 다음으로 많았다. 거주지별로 살펴보면, 서울은 백화점(30.1%), 재래시장(25.7%), 인터넷 또는 홈쇼핑(19.5%), 기타, 청바지 전문점, 대형유통

〈표 6〉 청바지 구입 장소

단위: 명(%)

빈도 (명) Row%, Col%		구입 장소					Row Tot. 빈도(명), %	
		백화점	대형유통 업체, 마트	청바지 전문점	재래시장	인터넷, 홈쇼핑		기타
서울		34	3	10	29	22	15	113 37.8
		30.1	2.7	8.8	25.7	19.5	13.3	
		46.6	37.5	32.3	39.7	29.7	37.5	
거주지 경기		19	4	6	36	25	15	105 35.1
		18.1	3.8	5.7	34.3	23.8	14.3	
		26.0	50.0	19.4	49.3	33.8	37.5	
지방		20	1	15	8	27	10	81 27.1
		24.7	1.2	18.5	9.9	33.3	12.3	
		27.4	12.5	48.4	11.0	36.5	25.0	
Col Tot. 빈도(명), %		73	8	31	73	74	40	299
		24.4	2.7	10.4	24.4	24.7	13.4	

$$\chi^2=27.11^{**}$$

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

업체 또는 마트의 순으로 나타났고, 경기도는 재래시장(34.3%), 인터넷 또는 홈쇼핑(23.8%), 백화점(18.1%), 기타, 청바지 전문점, 대형 유통업체의 순으로, 지방은 인터넷 또는 홈쇼핑(33.3%), 백화점(24.7%), 청바지 전문점(18.5%), 기타, 재래시장, 대형 유통업체의 순으로 나타났으며, $p<.01$ 수준에서 거주지별로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 백화점이나 재래시장에 가는 것이 상대적으로 서울에 비해 어려운 지방의 경우, 인터넷이나 홈쇼핑을 이용하는 경우가 크게 높음을 알 수 있고, 인터넷이나 홈쇼핑을 통한 여대생의 의복 구매율이 크게 증가했다는 흥미로운 결과를 보여주는 것이다.

청바지 구입 시 맞춤새 고려 정도는 〈표 7〉에 제시하였으며, 모든 거주지에서 자신의 신체치수 또는 신체와 같은 크기의 청바지(58.0%)를 선호하는 것을 알 수 있고, 그 다음으로 꼭 끼게(29.4%), 약간 크게(10.9%), 헐렁한 크기(1.7%)의 청바지를 선택하는 것으로 $p<.001$ 수준에서 거주지 별 청바지의 맞춤새에 대한 구입 기준에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 서울의 경우, 같은 크기(51.3%), 꼭 끼게(40.7%), 약간 크게(8.0%)의 순으로 나타났으며, 경기의 경우 같은 크기(60.8%), 꼭 끼게(23.5%), 약간 크게(15.7%)

의 순으로, 그리고 지방의 경우 같은 크기(64.1%), 꼭 끼게(10.5%), 약간 크게(9.0%), 헐렁한 크기(6.4%)로 나타났다. 이 결과에서 볼 수 있듯이 서울에 거주하는 여대생의 경우 꼭 끼게 입는 경우가 40.7%로 같은 크기로 입는 경우(51.3%)와 거의 비슷하게 나타났고, 경기, 지방으로 갈수록 같은 크기를 구입하는 비율은 많아지고, 꼭 끼게 입는 경우는 점차 줄어들며, 특히 헐렁한 크기로 입는 경우는 지방에만 나타났다는 흥미로운 결과를 볼 수 있었다.

〈표 8〉에는 청바지 구입 시 평가 기준의 중요도 항목에 대한 결과를 제시하였다. 실루엣에 대한 항목은 $p<.001$ 수준에서, 착용감에 대한 항목은 $p<.01$ 수준에서, 디자인에 대한 항목은 $p<.05$ 수준에서 거주지별 청바지 구입 시 평가 기준에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 전체적으로 볼 때, 디자인, 사이즈, 실루엣, 가격, 색상 등을 중요한 평가 기준으로 잡는 것을 알 수 있으며, 용도, 색상, 가격, 사이즈, 상의와의 새로운 코디네이션 항목은 지방, 서울, 경기도의 순으로 중요하게 평가했으며, 착용감, 브랜드, 실루엣, 주변인의 조언의 항목은 서울, 지방, 경기도의 순으로, 그리고 소재, 내구성의 항목은 경기도, 서울, 지방의 순으로 청바지 구입 시 중요시 여기는 평

<표 7> 청바지 구입 시 맞음새 고려 정도

단위: 명(%)

빈도(명) Row%, Col%		구입 기준				Row Tot. 빈도(명), %
		꼭 끼게	같은 크기	약간 크게	헐렁한 크기	
거주지	서울	46	58	9	0	113 38.6
		40.7	51.3	8.0	0	
		53.5	34.1	28.1	0	
	경기	24	62	16	0	102 34.8
		23.5	60.8	15.7	0	
		27.9	36.5	50.0	0	
	지방	16	50	7	5	78 26.6
		20.5	64.1	9.0	6.4	
		18.6	29.4	21.9	100.0	
Col Tot. 빈도(명), %		86	170	32	5	293
		29.4	58.0	10.9	1.7	

$\chi^2=29.19^{***}$

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

<표 8> 거주지 구분에 따른 청바지 구입 시 평가 기준의 중요도

항목	서울(N=113)		경기도(N=103)		지방(N=79)		F
	M	SD	M	SD	M	SD	
1. 용도	3.53	1.20	3.51	1.27	3.76	1.23	1.08
2. 디자인	4.84	.53	4.60	.85	4.84	.49	4.58*
3. 유행	3.89	1.16	3.91	1.13	3.91	1.23	.01
4. 색상	4.72	.71	4.60	.76	4.84	.49	2.68
5. 가격	4.37	1.02	4.22	1.16	4.46	.89	1.24
6. 착용감	4.68	.62	4.34	1.09	4.67	.69	5.30**
7. 브랜드	3.50	1.38	3.06	1.33	3.25	1.36	2.81
8. 소재	3.89	1.08	3.97	1.13	3.87	1.13	.20
9. 사이즈	4.65	.72	4.64	.80	4.68	.65	.07
10. 실루엣	4.77	.61	4.35	1.04	4.63	.68	7.47***
11. 주변인의 조언	3.43	1.20	3.35	1.32	3.42	1.34	.13
12. 상의와의 새로운 코디네이션을 위해	4.28	1.05	4.10	1.19	4.29	.91	1.06
13. 내구성(튼튼함)	4.09	1.00	4.10	1.03	4.00	.99	.25
14. 허리의 위치	4.11	1.03	3.81	1.11	3.44	1.20	8.40***

* $p\leq.05$, ** $p\leq.01$, *** $p\leq.001$.

가 기준으로 나타났다.

골반길이 청바지의 소유량은 <표 9>와 같다. 전체 거주지에서 2~3개의 골반길이 청바지를 소유하고

있는 경우가 과반수에 가까운 42.5%로 나타났고, 4개 이상인 경우도 40.8%나 되었다. 그리고 비록 $p<.05$ 의 유의수준에서 통계적으로 유의한 차이가 나타나

<표 9> 골반길이 청바지의 소유량

단위: 명(%)

빈도(명) Row%, Col%		소유량				Row Tot. 빈도(명), %
		0개	1개	2~3개	4개 이상	
거주지	서울	2	16	44	50	112 38.1
		1.8	14.3	39.3	44.6	
		10.5	53.3	35.2	41.7	
	경기	10	6	47	39	102 34.7
		9.8	5.9	46.1	38.2	
		52.6	20.0	37.6	32.5	
	지방	7	8	34	31	80 27.2
		8.8	10.0	42.5	38.8	
		36.8	26.7	27.2	25.8	
Col Tot. 빈도(명), %		19 6.5	30 10.2	125 42.5	120 40.8	294

$$\chi^2=11.13$$

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

<표 10> 청바지 구입 시 밑위길이 기준

단위: 명(%)

빈도(명) Row%, Col%		밑위길이				Row Tot. 빈도(명), %
		긴 밑위 (27cm)	중간밑위 (23cm)	짧은 밑위 (21cm)	아주 짧은 밑위 (18cm)	
거주지	서울	2	67	26	8	103 39.3
		1.9	65.0	25.2	7.8	
		11.1	38.5	45.6	61.5	
	경기	9	56	16	4	85 32.4
		10.6	65.9	18.8	4.7	
		50.0	32.2	28.1	30.8	
	지방	7	51	15	1	74 28.2
		9.5	68.9	20.3	1.4	
		38.9	29.3	26.3	7.7	
Col Tot. 빈도(명), %		18 6.9	174 66.4	57 21.8	13 5.0	262

$$\chi^2=10.75$$

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

지는 않았지만, 서울의 경우 4개 이상(44.6%), 2~3개 (39.3%)의 순으로 골반바지를 많이 소유하는 것으로 나타난데 비해, 경기, 지방의 경우 한 벌도 소유하지 않고 있는 경우가 각각 9.8%, 8.8%를 차지하는 것을 볼 수 있다.

청바지의 구입 시 밑위길이 기준에 대한 결과는 <표 10>과 같다. 전체적으로 중간밑위(66.4%) 길이의 청바지를 대다수 구입하는 것을 알 수 있으며, 그 다음으로 짧은 밑위(21.8%)의 순으로 구입하는 것을 알 수 있다. 그 외에 긴 밑위와 아주 짧은 밑위 순으

로 나타났는데, 이 문항에서의 무응답의 대다수는 '모른다'로 표기한 것을 감안해 보면 소유한 청바지의 밀위길이를 정확히 알고 구입하기보다, 입어보고 마음에 드는 경우가 많아, 실제 밀위길이의 치수를

〈표 11〉 골반길이 청바지의 뒤 허리부분의 노출
단위: 명(%)

빈도(명) Row%, Col%	노출에 대한 생각		Row Tot. 빈도(명), %	
	신경이 쓰인다	신경이 쓰이지 않는다		
거주지	서울	97	15	112 38.4
		86.6	13.4	
		36.5	57.7	
	경기	93	7	100 34.2
		93.0	7.0	
		35.0	26.9	
지방	76	4	80 27.4	
	95.0	5.0		
	28.6	15.4		
Col Tot. 빈도(명), %	266	26	292	
	91.1	8.9		

$\chi^2=7.31$

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

잘 모르는 것으로 볼 수 있다.

골반길이 청바지의 뒤 허리부분의 노출에 대해 본인인 신경이 쓰이는지 아닌지의 문항에 대한 결과는 〈표 11〉과 같다. 전체 거주지에서 신경이 쓰인다(91.1%)가 대부분을 차지한 것을 볼 수 있는데, 이는 골반길이 청바지를 많이 구입하고 착용은 하지만, 뒤 허리부분의 노출에 대해서는 대부분의 여대생들이 신경을 쓰고 있는 것을 알 수 있는 결과이다.

골반길이 청바지의 뒤 허리부분의 노출에 대한 대처방안의 문항에 대한 결과는 〈표 12〉와 같으며, 대처하는 방법으로는 골반바지용 속옷 착용(39.0%), 기타(32.9%), 없다(21.2%), 화려한 속옷(6.8%)의 순으로 나타난 것을 알 수 있다. 특이한 점은 기타의 의견으로 많은 수의 응답자가 긴 옷을 입는다고 응답하여, 골반 길이 청바지의 디자인 특성을 살리지 못하고, 노출에 대한 걱정으로 인해 긴 옷으로 가리는 결과를 야기하는 것으로 나타났다.

타인의 골반길이 청바지가 다양한 움직임에 의해 뒤 허리부분의 노출 시의 시선 집중에 관한 문항의 결과는 〈표 13〉과 같다. 또한, 〈표 14〉는 타인이 골반길이 청바지를 착용하고 동작을 취할 때 보았던 뒤 허리 및 엉덩이 부분의 노출의 정도에 관한 문항에 대한 거주지에 따른 결과를 나타낸 것이다.

〈표 12〉 골반길이 청바지의 뒤 허리부분 노출의 대처방안
단위: 명(%)

빈도(명) Row%, Col%	노출에 대한 대처방안				Row Tot. 빈도(명), %	
	없다	골반바지용 속옷	화려한 속옷	기타		
거주지	서울	24	44	11	33	112 38.4
		21.4	39.3	9.8	29.5	
		38.7	38.6	55.0	34.4	
	경기	21	35	6	38	100 34.2
		21.0	35.0	6.0	38.0	
		33.9	30.7	30.0	39.6	
지방	17	35	3	25	80 27.4	
	21.3	43.8	3.8	31.3		
	27.4	30.7	15.0	26.0		
Col Tot. 빈도(명), %	62	114	20	96	292	
	21.2	39.0	6.8	32.9		

$\chi^2=7.25$

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

전체 거주지에서 볼 때 대부분의 여대생들이 타인의 노출부분으로 시선이 가는 것(90.3%)으로 나타났고, 노출 정도로는 팬티나 속옷이 보이는 경우(45.4%)

〈표 13〉 타인의 골반길이 청바지의 뒤 허리부분의 노출
단위: 명(%)

빈도(명) Row%, Col%	노출에의 시선		Row Tot. 빈도(명), %	
	시선이 가지 않는다	시선이 간다		
거주지	서울	6	105	111 38.3
		5.4	94.6	
		21.4	40.1	
	경기	15	84	99 34.1
		15.2	84.8	
		53.6	32.1	
	지방	7	73	80 27.6
		8.8	91.3	
		25.0	27.9	
Col Tot. 빈도(명), %	28	262	290	
	9.7	90.3		

$$\chi^2=8.42$$

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

가 가장 많은 것으로 나타났으며, 그 다음으로 엉덩이의 갈라지는 틈(23.4%), 뒤 허리와 엉덩이주변의 피부(22.0%)의 순으로 나타났다. 특히 노출 정도에 대해서는 거주지별로 유의수준 $p<.001$ 에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났는데, 경기도와 지방의 경우는 엉덩이의 갈라지는 틈, 뒤 허리와 엉덩이 주변의 피부, 기타의 순으로 서울의 경우는 팬티나 속옷(59.5%), 뒤 허리와 엉덩이 주변의 피부(22.5%), 엉덩이 갈라지는 틈(15.3%), 기타의 순으로 타인에게 노출되는 것으로 나타났는데, 특히 서울의 경우 팬티나 속옷의 노출 정도가 경기나 지방보다 거의 2배 정도 심하게 나타났는데, 이는 속옷이 보이는 유행을 서울의 경우 더 많이 받아들였기 때문으로 사료된다.

타인의 골반길이 청바지 착용 후 앉은 자세를 취할 때 뒤 허리부분의 노출을 볼 때 느껴지는 느낌에 대한 문항에 대한 결과는 〈표 15〉와 같다. 전체적으로 볼 때, 싫다(50.3%), 괜찮다(30.5%), 혐오감이 든다(13.0%), 기타(5.5%), 세련감이 든다의 순으로 느껴지는 것으로 나타났다. 특히 거주지별로 $p<.05$ 수준에서 골반길이 청바지의 앉은 자세 시 뒤 허리부분의 노출에 대한 느낌에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났는데, 서울의 경우는 세련되어 보인다는 응답한 경우가 1.8%가 나온데 비해, 경기나 지방에서는 0%로

〈표 14〉 골반길이 청바지의 뒤 허리부분 노출 정도

단위: 명(%)

빈도(명) Row%, Col%		노출 정도				Row Tot. 빈도(명), %
		뒤 허리와 엉덩이 주변의 피부	팬티나 속옷	엉덩이의 갈라지는 틈	기타	
거주지	서울	25	66	17	3	111 38.1
		22.5	59.5	15.3	2.7	
		39.1	50.0	25.0	11.1	
	경기	25	35	26	14	100 34.4
		25.0	35.0	26.0	14.0	
		39.1	26.5	38.2	51.9	
	지방	14	31	25	10	80 27.5
		17.5	38.8	31.3	12.5	
		21.9	23.5	36.8	37.0	
Col Tot. 빈도(명), %	64	132	68	27	291	
	22.0	45.4	23.4	9.3		

$$\chi^2=23.14***$$

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

<표 15> 앉은 자세 시 뒤 허리부분 노출에 대한 느낌

단위: 명(%)

빈도 (명) Row%, Col%		노출에 대한 느낌					Row Tot. 빈도(명), %
		세련감	괜찮다	싫다	협오감	기타	
거주지	서울	2	40	57	11	2	112 38.4
		1.8	35.7	50.9	9.8	1.8	
		100.0	44.9	38.8	28.9	12.5	
	경기	0	29	42	18	11	100 34.2
		0	29.0	42.0	18.0	11.0	
		0	32.6	28.6	47.4	68.8	
	지방	0	20	48	9	3	80 27.4
		0	25.0	60.0	11.3	3.8	
		0	22.5	32.7	23.7	18.8	
Col Tot. 빈도(명), %		2	89	147	38	16	292
		.7	30.5	50.3	13.0	5.5	

$\chi^2 = 19.72^*$

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

나타났다. 또한 괜찮다라고 응답한 경우는 서울(35.7%) 이 가장 높고, 경기(29.0%), 지방(25.0%) 순으로 나타난 것을 볼 수 있다.

즉, 서울의 경우, 골반길이 청바지를 착용 후 타인에게 노출하는 정도도 경기나 지방에 비해 많은 편이고, 타인의 노출을 바라보는 측면에서도 괜찮다라고 생각하는 비율이 높은 것으로, 골반길이 청바지에 대한 수용력이 서울이 높은 편이라고 볼 수 있다.

거주지에 따른 골반길이 청바지의 착용 시 중요하게 여기는 요인에 대한 결과는 <표 16>과 같다. 전체적으로 실루엣, 밀위길이의 외관 맞춤새, 엉덩이부분의 맞춤새, 밀위부분의 활동 시 맞춤새 등이 착용 시 중요한 요인으로 나타났으며, 실루엣에 대한 항목은 $p < .001$ 수준에서, 밀위길이의 외관 맞춤새에 대한 항목은 $p < .01$ 수준에서 거주지별 골반길이 청바지의 착용 중요도의 평가 기준에 유의한 차이가 있는

<표 16> 거주지 별 골반길이 청바지의 착용 중요도

단위: 명(%)

항목	서울(N=110)		경기도(N=95)		지방(N=79)		F
	M	SD	M	SD	M	SD	
1. 실루엣	4.53	.86	3.91	1.25	4.29	1.05	8.90***
2. 표기치수와 신체치수의 적합성	4.15	1.02	4.04	1.14	4.33	.98	1.63
3. 허리의 위치	4.15	.98	3.94	1.15	3.97	1.13	1.19
4. 허리부분의 맞춤새	4.16	1.00	4.06	1.09	4.04	1.01	.35
5. 엉덩이부분의 맞춤새	4.38	.91	4.04	1.12	4.15	.93	3.01
6. 허벅지부분의 맞춤새	4.34	.85	4.11	1.08	4.25	.98	1.48
7. 밀위부분의 활동 시 맞춤새	4.30	.93	4.05	1.10	4.30	.94	1.99
8. 밀위부분의 서 있을 때의 맞춤새	4.26	.95	4.03	1.11	4.27	.93	1.72
9. 밀위부분의 앉아 있을 때의 맞춤새	4.35	.91	4.09	1.00	4.24	.96	1.75
10. 밀위길이의 외관 맞춤새	4.45	.84	4.01	1.10	4.28	.93	5.50**

* $p \leq .05$, ** $p \leq .01$, *** $p \leq .001$.

것으로 나타났다. 실루엣, 허리의 위치, 엉덩이부분의 맞음새, 허벅지부분의 맞음새, 밑위부분의 앉아 있을 때의 맞음새, 밑위길이의 외관 맞음새의 항목은 서울, 지방, 경기도의 순으로 표기치수와 신체치수의 적합성, 밑위부분의 서 있을 때의 맞음새의 항목은 지방, 서울, 경기도의 순으로 골반길이 청바지의 착용 시 중요하게 여기는 것으로 나타났다.

IV. 결론 및 제언

본 연구는 골반길이 청바지의 밑위길이에 대한 기초연구자료로 서울, 경기도와 지방에 거주하는 299 명의 여자 대학생을 대상으로 설문을 실시하여 골반길이 청바지의 밑위길이 변화에 따른 여대생의 청바지에 대한 착용 태도와 인지에 관한 현황을 알아보기 위하여 다양한 디자인의 청바지 구매 및 착용에 관한 태도, 청바지의 수선에 관한 태도, 골반길이 청바지의 구입과 착용 태도 및 주변인의 착용 태도 관찰 등의 문항을 거주지별로 비교 조사하여 밑위길이가 다른 청바지 디자인에 따른 거주지 별 여대생의 착용태도를 알아보고자 하였다. 결과를 인지의 측면과 실태 조사의 측면으로 요약해 보면 다음과 같다.

여대생의 청바지에 대한 인지를 비교해 보면,

1. 실제와 의복 치수에서 허리 치수를 엉덩이 치수보다 더 잘 인지하고 있었으며, 엉덩이 신체치수와 청바지의 구매 시 호칭은 응답을 한 경우보다 응답을 하지 못한 경우가 더 많은 것으로 나타났다.
 2. 거주지에 따른 골반길이 청바지의 뒤 허리부분의 노출을 볼 때 모든 거주지에서 신경이 쓰이는 것으로 나타났다.
 3. 골반길이 청바지의 뒤 허리부분의 노출에 대한 대처방안은 서울과 지방의 경우는 골반바지용 속옷, 기타, 없다, 화려한 속옷의 순으로 경기도의 경우는 기타, 골반바지용 속옷, 없다, 화려한 속옷을 입는 순으로 노출에 대처하는 것으로 나타났다. 골반길이 청바지가 착용자의 다양한 움직임에 의해 뒤 허리부분의 노출에 대해 모든 여대생은 시선이 가는 것으로 나타났고 서울, 지방, 경기도의 순으로 시선이 많이 가는 것으로 나타났다.
- 타인이 골반길이 청바지를 착용하고 동작을 취

할 때 보여지는 뒤 허리와 엉덩이 부분의 노출의 정도는 모든 거주지에서 팬티나 속옷이 보이는 경우를 가장 많이 본 것으로 나타났으며, 특히 서울의 경우 팬티나 속옷의 노출 정도가 경기나 지방보다 거의 2배 정도 심하게 나타났는데, 이는 속옷이 보이는 유행을 서울의 경우 더 많이 받아들였기 때문으로 사료된다. 이러한 타인의 뒤 허리부분의 노출을 볼 때 느껴지는 느낌에 대한 문항에 대해 모든 여대생들은 싫다, 괜찮다, 혐오감이 든다, 기타의 순으로 느껴지는 것으로 나타났다. 특히 서울의 경우는 골반길이 청바지를 착용 후 타인에게 노출하는 정도도 경기나 지방에 비해 많은 편이고, 타인의 노출을 바라보는 측면에서도 괜찮다라고 생각하는 비율이 높은 것으로 볼 때, 골반길이 청바지에 대한 수용력은 서울이 높은 편이라고 볼 수 있다.

4. 골반길이 청바지의 착용 시 중요하게 여기는 요인 중에서 실루엣, 밑위길이의 외관 맞음새는 거주지별 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 실루엣, 허리의 위치, 엉덩이부분의 맞음새, 허벅지부분의 맞음새, 밑위부분의 앉아 있을 때의 맞음새, 밑위길이의 외관 맞음새의 항목은 서울, 지방, 경기도의 순으로 표기치수와 신체치수의 적합성, 밑위부분의 서 있을 때의 맞음새의 항목은 지방, 서울, 경기도의 순으로 골반길이 청바지의 착용 시 중요하게 여기는 것으로 나타났다.

여대생의 청바지에 대한 실태를 보면,

1. 모든 거주지 여대생들의 청바지 구매 시 디자인이 매우 큰 영향을 주는 것으로 나타났고 청바지 구입 시 서울에 비하여 경기나 지방의 경우 상대적으로 가격을 보다 중요한 구입 기준으로 삼고 있다는 흥미로운 결과를 볼 수 있다. 청바지의 구입 장소는 거주지별로 다양하여 유의한 차이가 나타났으며, 백화점이나 재래시장에 가는 것이 상대적으로 서울에 비해 어려운 지방의 경우, 인터넷이나 홈쇼핑을 이용하는 경우가 크게 높음을 알 수 있고, 인터넷이나 홈쇼핑을 통한 여대생의 의복 구매율이 크게 증가했다는 흥미로운 결과를 보여주는 것이다.
2. 거주지를 불문하고 여대생들은 청바지의 맞음새에서 자신의 신체치수 또는 신체와 같은 크

기의 청바지를 착용하는 것을 선호하고 경기, 지방으로 갈수록 같은 크기를 구입하는 비율은 많아지고, 꼭 끼게 입는 경우는 점차 줄어들며, 특히 헐렁한 크기로 입는 경우는 지방에만 나타났다는 흥미로운 결과를 볼 수 있었다. 청바지의 구입 시 평가 기준의 중요도에 대한 문항은 실루엣, 착용감, 디자인의 항목에서 거주지별 청바지 구입 시 평가 기준에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 용도, 색상, 가격, 사이즈, 상의와의 새로운 코디네이션을 위해의 항목은 지방, 서울, 경기도의 순으로 착용감, 브랜드, 실루엣, 주변인의 조언의 항목은 서울, 지방, 경기도의 순으로 소재, 내구성의 항목은 경기도, 서울, 지방의 순으로 청바지 구입 시 중요시 여기는 평가 기준으로 나타났다.

3. 골반길이 청바지의 소유량은 모든 거주지에서 2~3개, 4개 이상의 순으로 소유하는 것으로 나타났다. 구입 밑위길이는 모든 거주지에서 공통적으로 중간밑위(23cm), 짧은 밑위(21cm)의 순으로 구입하는 것으로 나타났으며, 거주지에 따른 골반길이 청바지의 뒤 허리부분의 노출을 볼 때 모든 거주지에서 신경이 쓰이는 것으로 나타났고 서울, 경기도, 지방의 순으로 신경 쓰이는 빈도가 적어지는 것으로 나타났다.

이와 같은 설문 결과로 여대생이 지역에 따라 청바지의 인지에 대한 차이를 인식할 수 있었으며, 그에 따라 착용 실태 중 중요도와 선호도가 지역에 따라 다르게 나타나, 청바지 특히 골반길이용 청바지의 밑위길이 연구에 대한 기초 자료가 될 수는 있으나, 이 연구는 설문 응답자가 여대생에 국한되고 서울과 경기도가 전체 응답자의 70%가 넘어 전체 여대생 또는 모든 연령대의 적용에는 한계가 있다. 후속 연구에서는 다양한 디자인과 다양한 길이의 골반길이 바지의 밑위길이와 짧은 밑위길이에 의한 동작 시 불편함과 외관 만족도를 높이기 위하여 다양한 개선 방안을 제안하는 연구와 성별, 다른 연령대, 다양한 거주지에 관한 연구가 기대된다.

참고문헌

- 김언정 (2003). “청바지 형태에 따른 소비자 착용 현황 및 착의 평가.” 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
- 김효숙 (1998). “여성 바지 패턴에 관한 연구(1).” 복식문화연구 6권 3호.
- 김현아, 천종숙 (2004). “20대 여성의 기성복 바지 맞음새와 하반신 체형 인식에 관한 연구.” 복식문화연구 12권 4호.
- 김혜순 (2002). “데님을 이용한 의상 디자인 연구: 스티치 장식기법을 중심으로.” 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 박나리 (2005). “청바지 선호상표 유행에 따른 추구핵심, 제품평가 기준 및 선호 의복이미지.” 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 서추연, 석은영, 박순지 (2005). “패턴 분석 및 착의 평가에 의한 기성복 청바지의 비교연구.” 한국가정과학회지 7권 3호.
- 성민정, 김희은 (2001). “비만판정지수에 의한 여대생의 체형분류 및 체형인지도.” 한국의류산업학회지 3권 3호.
- 어미경, 서미아 (2007). “캐주얼 브랜드의 청바지 생산 실태 조사에 관한 연구.” 복식문화연구 15권 4호.
- 이명은 (2001). “청바지 패턴 설계에 따른 소비자 착용 현황 및 착의 평가.” 영남대학교 대학원 석사학위논문.
- 임지영 (2006). “연령대에 따른 여성의 청바지 착용 실태 조사.” 한국의류산업학회지 8권 4호.
- 정선희, 이정란 (2003). “청바지 패턴 및 그레이딩에 관한 연구.” 한국의류학회지 27권 9/10호.
- 정영희 (2000). “Jean 소재를 응용한 의상디자인 연구: 올빚기(Drawing)와 올풀기(Fraying)기법을 중심으로.” 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 최진, 도윤희 (2008). “부츠 컷 청바지 착용 실태 및 맞음에 관한 연구.” 한국의류학회지 32권 2호.
- 천종숙, 석은영, 박순지 (1998). “바지원형설계에 직물의 신축성을 적용한 방법에 대한 사례연구.” 한국의류학회지 22권 2호.
- 최현주 (2003). “진 브랜드의 이미지에 대한 소비자 감성연구.” 부산대학교 대학원 석사학위논문.