

예비신부의 업스타일과 웨딩드레스 스타일에 대한 이미지평가 연구

신양희 · 성광숙

동명대학교 패션디자인학과

Research on Images of Hair up-styles and Wedding Dress Styles of Prospective Brides

Yang-Hee Shin and Kwang-Sook Sung

Dept. of Fashion Design, Tong-Myung University, Busan, Korea

Abstract : This study is on the image evaluation of the hair up-style and the wedding dress styles of prospective brides. Based on some prior theoretical studies, and information obtained from wedding magazines and interviews conducted at the beauty business places, four kinds of the hair up-style were selected, namely, top-point, golden-point, back-point, and nape point. Three styles of necklines were selected: boat necklines, V-necklines, and off-shoulder necklines. The surveyor herself did the hair styling for models, and dressed up the models, to produce the stimuli. And the stimuli were presented to percipients along with questionnaires for measuring the image evaluations. Prepared were total 12 different kinds of stimuli, in which four hair up-styles and three dress styles were combined into 12 combinations (3*4), and, with respect to these 12 stimuli, 26 itemized questions were included in the questionnaire. From the factor analysis on the image evaluation of the hair up-style and wedding dresses, five factors were derived as following: attractiveness, boldness, purity, cuteness, femininity. This study revealed that wedding dress styles are more sensitive to the contemporary trend, compared to the hair styles; and the selection in the wedding style is quite influenced by the dress style, but not by the hair up-style. Also, prospective brides evaluated the hair up-styles and the wedding dress styles separately without recognizing their mutual relationship, and thus did not recognize the two as the mutually coordinated relationship, but rather recognize the two as two separate elements.

Key words : hair up style, wedding dress style, image, prospective brides

1. 서 론

현대의 결혼 문화가 발전되고 다양화됨에 따라 신부의 이미지를 표현하기 위해 신부업스타일 디자인과 더불어 웨딩드레스, 메이크업, 액세서리 등이 중요한 요소로 부각되고 있다. 특히, 대중매체가 보편화되고 미에 대한 관심이 고조됨에 따라 웨딩 업스타일과 메이크업의 중요성이 인식되는데 외형적인 아름다움의 추구 행위뿐 아니라 자연적인 순수한 미와 개성미를 표현하여 신부의 이미지를 연출하는 것이 가장 핵심적인 요소라 할 수 있겠다.

오늘날 대부분 신부들이 전통적인 혼례복 대신 백색의 웨딩드레스와 그에 따른 신부업스타일, 메이크업, 액세서리 등의 웨딩연출이 완전한 형태를 갖추는 토털 웨딩 연출을 필요로 하고 있다(김희숙, 1998). 따라서 신부업스타일과 웨딩드레스 조화를 이루어 신체에 직접 행해지는 과정을 통하여 표현되는 이미지이므로 실제 연출이 아주 중요하다(김자은, 1993).

웨딩드레스는 디자인 특성에 따라 다양하고 복잡적으로 표

현될 수 있을 뿐 아니라 전문성, 연령, 월평균 수입, 직업의 인구통계적 변인에 의해 영향을 받는다. 특히 패션마켓의 한 부분을 이루고 있는 웨딩드레스 마켓이 무엇보다도 소비자 지향적인 상품이며 소비자 감성이 중요한 요인으로 자리 잡게 되었으므로 현재의 웨딩드레스 업계의 정확한 소비자 감성과약을 통한 경쟁력 확보가 무엇보다도 중요하므로 웨딩드레스와 신부업스타일에 대한 시각적 감성을 분석하는 것은 의미 있다고 하겠다(김봉주, 2001).

본 연구는 예비신부들의 업스타일과 웨딩드레스 중심으로 하여 소비자 감성을 연구함으로써 웨딩스타일 디자인에 도움을 주기 위한 데이터를 확보하는데 목적이 있다. 이와같은 목적을 위하여 부산지역에 있는 예비신부 업스타일과 웨딩드레스 스타일에 따른 이미지 평가 차이를 조사하였으며 연구문제는 다음과 같다.

- 1) 예비신부 업스타일과 웨딩드레스 스타일에 대한 웨딩 스타일 이미지 평가 요인에 대해 알아본다.
- 2) 예비신부 업스타일과 웨딩드레스 스타일에 대한 웨딩 스타일 이미지 평가에 대해 연구한다.
- 3) 예비신부 업스타일과 웨딩드레스 이미지 평가에 대한 상호작용 효과에 대해 조사한다.
- 4) 예비신부 인구통계학적 특성에 따른 업스타일과 웨딩드레스 스타일의 선호도차이를 조사한다.

2. 이론적 배경

2.1. 업스타일

업스타일이란 사전에서 찾아보면 두발을 높이 빗어 올려 위에서 마무리하고 목덜미를 드러내는 여자의 두발모양 또는 여자의 두발꾸밈새의 하나라고 정의 되어 있다. 업스타일이라는 용어를 올림두발뿐만 아니라 쪽을 깎는 내림두발에도 사용되어 지는 것을 볼 때 좀 더 넓은 의미로 업스타일이란 '두발을 빗어 올려 묶거나 핀으로 고정시켜 목덜미 부분 위에서 연출되어 지는 모든 형태의 스타일'이라고 정의를 내릴 수 있다.

업스타일의 적용범위는 우리가 보통 업스타일로 이해하고 있는 긴 머리를 묶거나 틀어 올려 장식품과 함께 스타일링 하는 올림머리에서부터 긴 머리 길이를 멋스럽게 연출하는 롱 헤어 스타일, 짧은 머리 자체에 걸 형태나 피스 활용을 통한 창작 헤어스타일에 이르기까지 매우 다양하게 응용되어 질 수 있다.

업스타일은 조형적 표현정도에 따라 예술성과 작품성 표현을 중심으로 하는 아트 업스타일과 대중성과 실용성을 중심으로 하는 살롱 업스타일로 구별된다.

업스타일에 따른 디자인은 꼬기, 매듭짓기, 겹치기, 땀기, 고리, 롤뱅 등으로 분류한다. 뱃줄같은 모양을 나타내기 위해 한 가닥, 두 가닥, 혹은 세 가닥의 두발이 말려있거나 회전하는 꼬기, 두발 가닥을 하나 혹은 여러 개를 함께 엮거나 묶어주는 것으로 구성되는 매듭짓기. 두 개의 두발 가닥을 서로 반대쪽에 가닥 위로 겹쳐서 십자겹침 효과를 얻는 겹치기, 세 가닥이나 그 이상의 두발을 교차하거나 엮는 것으로 구성되는 땀기. 두발 가닥을 접거나 구부리거나 동그랗게 하여 곡선모양으로 고정하는 고리, 두발 자체 내에서 싸여지고 감겨지는 롤뱅 등이 그것이다 (최혜정 2005).

또한 포인트(point)의 위치이동에 따라 다양한 이미지 변화를 줄 수 있는데 헤어 업스타일을 포인트별로 보면, 귀 뒤에서 수직으로 올라온 부분으로 머리 위쪽에 포인트를 주는 탑(top)포인트, 귀 뒤에서 45도 각도의 머리 뒤쪽에 포인트를 주는 골덴(golgen)포인트, 귀 뒤의 머리 뒤통수 쪽에 포인트를 주는 백(back)포인트, 목 뒤 쪽으로 포인트를 주는 네이프(nape)포인트 등이 있다(이효숙, 2004).

2.2. 웨딩드레스의 이미지

이미지란 상(象), 표상(表象), 심상(心象) 등의 뜻을 지니고 있다. 이것은 가시적인 형태나 움직임 등 대상으로부터 느끼는 분위기, 감각, 연상 등의 총체적인 개념으로 표현할 수 있으며 인간의 지각에 의해 형성되는 것이다. 인간이 자극을 받아들여서 뇌 속의 이미지들과 결합과정을 거쳐 새로운 의미를 가지게 되는 과정을 지각화과정이라고 하는데 이때 부여된 의미를 이미지라고 할 수 있다. 이미지란 지각화 과정인 자극-지각-인지-태도-방응을 통한 주관적이고도 선택적인 외부상황의 재표현이다. 또한 단순화된 「판에 박힌 생각」이 아니라 믿음, 개념, 인상의 총합이라고 할 수 있으며 서로의 커뮤니케이션을 통해

표현되는 신뢰도가 공신력이기도 한다.때론 자신이 타인에게 보여주고 싶은 특성들을 본질 속에서 끄집어내어 극대화 시키거나 보여주고 싶지 않은 부분들은 깊숙이 파묻어 두는 것을 스스로 결정하여 "내가 타인에게 공개하도록 선택한 나의 부분들의 총체"가 바로 이미지인 것이다(금한나, 2007).

웨딩드레스의 이미지의 관련 선행연구를 살펴보면, 먼저 김소영(2003)은 "웨딩드레스의 이미지는 실루엣, 디테일, 트리밍, 소재 등을 통하여 효과적으로 나타나며 이러한 디자인 요소들은 웨딩드레스에서 표현되는 시각적 이미지로도 중요하여 신부의 이미지를 표현해 주며 개성과 매력을 증진시키는 중요한 역할을 한다. 디자인요소에 의해서 창출되며 각 요소의 특징들을 조합·응용하여 새로운 이미지가 만들어지기도 했다. 또한, 웨딩드레스 이미지를 순수성, 관능성, 역사성으로 나누어 신비 이미지를 표현하였다. 웨딩드레스 이미지는 디자인요소에 의해서 창출되며 각 요소의 특징들을 조합·응용하여 새로운 이미지가 만들어지기도 한다"라고 했다.

박진희(2005)는 "웨딩드레스 선택 요인의 중요도에 있어서 전체적 이미지, 체형과의 조화, 헤어스타일과의 조화를 가장 중요하게 여기는 것으로 나타났으며 친구나 가족의 조언 계절감, 유행은 상대적으로 덜 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 또한 웨딩드레스 선호 이미지에 따른 웨딩드레스 선호 실루엣의 차이를 분석한 결과, 폐미닌한 이미지를 선호하는 사람은 크리놀린 실루엣을, 심플한 이미지를 선호하는 사람은 프리센스 라인 실루엣을 선호하는 경향이 있음을 알 수 있었다." 라고 밝혔다.

박정은(2001)은 웨딩드레스의 시대적 유행변화를 살펴보고 현대 웨딩드레스에 나타난 이미지로 순수성, 관능성, 유희성, 역사성의 4가지로 설명하였다.

이은정(2004)은 웨딩드레스 디자인 분석과 감성이미지 및 선호도에 관한 연구 중에서 우아한-천박한, 화려한-수수한, 여성적인-남성적인, 단순한-복잡한, 풍성한-치분한, 단정한-지저분한, 귀여운-성숙한 이미지를 온유성 요인으로 도출하였다.

라채숙(2005)은 웨딩드레스의 선택행동 및 이미지와 소재선호도에서 노출이 많다-노출이 적다, 복잡하다-단순하다, 요란하다-차분하다, 색시하다-색시하지 않다, 사치스럽다-소박하다, 입고 싶은-입기 싫은, 좋아하는-싫어하는, 세련된-촌스러운 매력적인-매력적이지 않은, 발랄한-점잖은, 현대적인-고전적인, 고급스러운-고급스럽지 않은 시각적 감성의 요인을 선택하였다.

김계형과 문윤경(2001)의 선행연구를 통하여 나타난 웨딩드레스 분위기는 심플-단순하고 깨끗한 분위기, 페미닌-여자답고 부드러운 분위기, 그리고 엘레강트-폼위 있고 고상한 분위기가 많이 나타났다.

김봉주(2001)는 웨딩드레스에 대한 시각적 감성 연구에서 웨딩드레스에 대한 좋아하는 감성과 입고 싶은 감성과 관련된 감성어휘는 대부분 일치하고 있으므로 좋아하는 감성을 입고 싶은 감성으로 연결되며 특히 '세련된' '여성스러운'의 감성어휘는 웨딩드레스의 디자인에 고려되어야 한다고 하였다. 또한,

웨딩드레스에 대한 시각적 감성 축은 가로축을 장식방법과 드레스디자인 특성에 따라 느껴지는 감성으로 '귀여운-성숙한'으로 명명하였고 세로축은 장식정도에 따라 느껴지는 감성으로 '수수한-화려한'으로 명명하였다. 즉 '귀여운-성숙한', '수수한-화려한' 감성 축을 중심으로 분류된 웨딩드레스디자인에 대한 감성분석을 활용하여 디자인한다면 소비자 감성을 만족시키는 효과적인 포지셔닝 전략을 세울 수 있을 것이라고 하였다. 아울러 소비자가 선호하는 웨딩드레스에 대한 이미지를 파악하여 디자인 특성을 해석하고 이러한 웨딩드레스의 이미지를 효과적으로 표현할 수 있는 시각적 감성을 연구하였다. 그리고 웨딩드레스에 대한 시각적 감성과 선호도·착용요구·고급감과의 관계에서 선호도는 입고 싶은, 세련된, 귀여운, 자연스러운, 아름다운 등의 감성과 관련이 있으며, 착용요구는 좋아하는, 명랑한, 세련된 등의 감성과 관련이 있으며, 고급감은 우아한 귀여운, 여성스러운, 세련된 등의 감성과 관련이 있다고 했다. 즉 선호도와 착용요구와 관련된 감성어휘는 대부분 일치하고 있으므로 선호도는 착용요구로 연결된다고 볼 수 있다. 선호도·착용요구·고급감에서 공통적으로 나타나는 감성어휘는 세련된, 여성스러운의 2개의 감성어휘로 나타났으므로 웨딩드레스에 디자인에 고려되어야 할 것이라고 했다.

그리고 이미연, 이명희(2000)는 웨딩드레스의 요소(실루엣과 네크라인)와 지각자 성별에 따른 인상형성연구를 통해 인상차원 요인을 매력성, 단정성, 여성성의 귀여움성 등의 요인으로 도출하였으며, 웨딩드레스의 실루엣, 네크라인과 지각자 성별은 웨딩드레스 착용자의 인상형성에 중요한 영향을 미치는 단서가 됨을 확인하였다.

3. 조사 연구의 설계

3.1. 자극물의 구성

본고는 예비신부의 업스타일과 웨딩드레스 스타일의 이미지 평가에 관해 연구하였다.

본 연구의 실험 웨딩스타일 유형에 조합되어질 업스타일 및 웨딩드레스 스타일의 디자인 요소의 결정은 2006년 12호~2007년 2월호 웨딩잡지(마이웨딩, 웨딩21)에 게재된 웨딩화보 350점의 디자인 요소 분석 결과에 의해서였다. 즉 디자인 요소 분석 결과에서 각각의 디자인 요소 중 출현 빈도율이 높은 것을 선택하였다.

업스타일은 웨딩화보와 더불어 미용 산업 현장에서의 면접을 통해 최종적으로 업스타일중 꼬기 기법을 중심으로 하여 포인트별 분류인 탑 포인트, 골덴 포인트, 백 포인트, 네이프 포인트 등 4가지를 선정하였다. 본 연구의 '꼬기 기법'이라는 디자인 요소의 선정은 "업스타일에서는 기존에는 백 쿨을 한 후 헤어표면을 매끈하게 정리하여 연출하였으나 2007년도에는 꼬기 기법을 하여 헤어를 네이프 라인 아래에까지 자연스럽게 흘러내리게 디자인 하여 개성을 드러내는 업스타일을 선호하였다." (강남순, 2002) 는 강남순의 연구 결과와도 호응된다.

웨딩드레스 스타일의 디자인 요소는 실루엣과 네크라인으로 선정하였다. 실루엣은 2007년도 웨딩서적 및 웨딩관련 잡지에서 가장 많은 빈도를 보이며, 웨딩업계 종사자에게 올 유행하는 실루엣에 대해 개인 면접을 실시한 결과 가장 많은 응답 결과가 나온 A라인으로 정하였다. 웨딩드레스는 네크라인을 중심으로 디자인 요소를 선정하였는바, 얼굴을 중심으로 두발에 행해지는 업스타일과 가장 밀접한 연결 관계로 인지될 수 있는 요소가 웨딩드레스 중 네크라인일 것이라는 판단 하에 이루어졌다. 아울러 이러한 선정은 "웨딩드레스의 실루엣, 네크라인과 평가자의 성별은 웨딩드레스 착용자의 인상에 영향을 미치는 중요한 단서가 됨을 확인하고 이들 단서의 영향력을 밝힘으로써 소비자가 웨딩드레스를 구입할 때 자신의 이미지 연출에 도움이 되는 의복단서를 제공 할 수 있었다." (이미연, 2000) 는 이미연의 연구 결과가 뒷받침될 수 있다.

웨딩드레스의 네크라인은 웨딩잡지에서 가장 많은 빈도를 보이며, 웨딩업계 종사자의 자문을 받아 보트형(boat), V형, 오프숄더형(off-shoulder) 3가지를 최종 선정하였다.

이와같이 선정된 디자인 요소를 연구자가 직접 모델에게 업스타일을 시술하고, 웨딩드레스를 입혀 자극물을 제작하였으며, 자극물을 보고 이에 대한 지각자의 이미지 평가를 측정하는 질문지로 본 연구를 구성하였다.

이상을 종합해 완성된 자극물은 업스타일 4가지 형과 웨딩드레스 스타일 3가지 형에 의한 4*3 조합의 총 12개의 자극물을 제작하였다.

3.2. 의미 미분척도의 구성

헤어 업스타일은 선행연구 및 자료의 부족으로 웨딩드레스의 시각적 감성에 대한 선행논문의 시각적 감성을 표현하는 어휘로 의미미분척도를 구성되었다.

차미승(1992)의 곡선적인-직선적인, 우아한-천박한, 주장진(1993)의 현실적인-이상적인, 유행에 따른-유행에 따르지 않는, 이은령(1995)의 독특한-평범한, 색시한-색시하지 않은, 매력적인-매력적이지 않은, 정지아(1999)의 아름다운-아름답지 않은, 여성적인-남성적인, 김봉주(2001)의 좋아하는-싫어하는, 세련된-촌스러운, 발랄한-검잡은, 이은정(2004)의 화려한-수수한, 단순한-복잡한, 단정한-단정하지 않은, 귀여운-성숙한, 라채숙(2005)의 개성적인-대중적인, 노출이 많은-노출이 적은, 사치스러운-소박한 등을 선정하였다.

또한 연구자가 업스타일과 웨딩드레스 스타일 이미지 연구에 적합하다고 생각되는 문항으로 순수한-순수하지 않은, 사랑스러운-사랑스럽지 않은, 청순한-청순하지 않은, 고상한-고상하지 않은, 단아한-단아하지 않은, 과감한-소심한, 하고 싶은-하고 싶지 않은 등을 국어사전을 참고로 하여 반의어를 얻어 7개의 문항을 추가하였으며, 이중 "하고 싶은-하고 싶지 않은"의 문항은 선호도 측정을 겸하기 위한 문항으로 추가되었다. 이상 총 26개의 문항을 설문조사 결과, 단순한-복잡한, 단정한-단정치 못한 등 4.0 미만의 요인 부하량을 보인 2문항을 제외한 총

24개의 문항이 요인 분석에 사용되었다.

이상 선택된 문항은 Cronbach의 알파 값이 0.854(85.4%)로 좋은 신뢰성을 보이고 있음이 확인되었다

3.3. 자료수집 및 인구통계적 특성

본 연구의 조사 대상자는 부산지역에 거주하고 있는 결혼을 앞둔 예비신부가 대상이었다. 조사 장소는 본 연구자가 예비신부를 대상으로 함에 따라 예식장, 웨딩드레스샵, 이벤트 웨딩숍 등에서 조사하였다. 자료수집기간은 2007년 2월 10일부터 2007년 2월 28일까지 조사하였고 설문지는 320부를 배포하였는데 설문조사 중 유실된 것과 설문조사에 성실도가 떨어지는 20부를 제외하여 총 300부를 회수하여 최종분석에 사용되었다.

본 연구의 인구통계적 특성은 직업, 연령, 얼굴형, 체형결점 등을 묻는 항목으로 구성되었다. 직업은 [한국 표준 직업 분류]를 참고하여 전문직과 비전문직으로 구분하였다. 한국의 직업 분류는 생산물 및 품목분류에 따라 11단계로 구분하는데,

0-의회의원 및 고위 임직원 및 경영 관리자, 1-전문가, 2-기술공 및 준전문가, 3-사무종사자, 4-서비스종사자, 5-판매종사자, 6-농업 임업, 어업수련 종사자, 7-기능원 및 관련 기능 종사자, 8-장치, 기계조작 및 조립종사자, 9-단순 노무 종사자, A-군인 등이다. 이 분류 중 본 연구의 응답자인 부산지역 예비신부의 직업과는 거리가 먼 0번, 6번, 8번, A번을 제외하고 크게 1번과 2번을 포함하는 전문직(전문직종과 기술직종)과 3번, 4번, 5번, 7번, 9번등을 포함하는 비전문직(사무직, 서비스직, 영업판매직)으로 대별하였다. 아울러 극소수의 학생은 편의상 비전문직에 포함시켜 처리하였다.

연령은 결혼 연령의 증가 세태를 반영하여 20대, 30대, 40대까지 선정하였다. 얼굴형은 이론적 배경에서 밝힌 바와 같이 기본적인 얼굴형인 둥근형, 달걀형, 사각형, 역삼각형으로 구성하였다. 체형의 결점은 이론적 배경에서 밝힌 여러 가지 신체 결점 중 보정이 가능한 부분을 제외시키고, 현재의 패션 트렌드 및 신체의 미의식을 고려하여 목이 짧다, 키가 작다, 팔이 굵다, 어깨가 넓다 를 선정하였다. 예컨대 가슴이 작거나, 배가 나온 경우는 보정장치를 통해 어느 정도의 보완이 가능하며, 키가 크거나 마르거나, 목이 길거나, 팔이 가늘거나 어깨가 좁은 경우 등은 그동안 지속되어온 패션의 롱, 슬림 앤드 핏(long, slim & fit) 트렌드와 44사이즈 열풍 현상 등으로 인하여 신체 결점으로서의 심리적 작용이 미비하여 의미가 없을 것으로 판단되어 삭제하였다. 아울러 선정 문항에 대한 반의어 쌍을 체형 결점 문항에 삽입 할 시, 응답자들에게 질문에 대한 명료한 의미 전달력이 약화 될 것이라는 판단 하에 결점을 부각시킬 수 있도록 반의어 쌍의 구성을 피하였다.

자료 분석은 신뢰도 분석 및 SPSS 통계를 사용하였으며 통계분석을 위해 사용된 프로그램은 한글 SPSS v12.0이다.

분석방법은 요인분석, 3원 변량분석, T-test, F-test를 하였고 사후검정으로 Duncan-test(감정법)을 실시하였다.

4. 연구결과 및 논의

4.1. 예비신부의 인구통계적 특성

직업별에서는 ‘전문직’이 166명(55.2%), ‘비전문직’ 134명(44.8%)이 비슷한 빈도를 보였다. 연령대별에서는 ‘20대’는 195명(65.2%), ‘30대’는 97명 (32.4%), ‘40대’는 8명(2.4%)로 나타났다.

얼굴형에서는 ‘둥근형’과 ‘달걀형’ 모두 125명(41.7%), ‘사각형’ 24명(8.1%), ‘역삼각형’ 26명(8.5%)으로 둥근형과 달걀형이 높은 빈도를 보였다. 체형특성에서는 ‘키가 작다’는 변수가 119명(39.6%)으로 가장 높은 빈도를 보였고, ‘팔이 굵다’, ‘어깨가 넓다’는 73명(24.0%) 같은 빈도를 보였고, ‘목이 짧다’는 37명(12.5%)로 적게 나타났다.

즉 인구통계적 특성은 직업별은 전문직이, 연령대는 20대가, 얼굴형은 둥근형, 달걀형이 실제 결점에서는 키가 작다가 가장 높은 빈도를 나타냈다(Table 1).

4.2. 예비신부의 업스타일과 웨딩드레스 스타일에 대한 이미 지 평가요인

부산지역의 예비신부들을 대상으로 업스타일과 웨딩드레스 스타일에 대한 이미지를 평가요인 분석한 결과는 매혹성, 대담성, 순수성, 귀여움성, 여성성으로 감성이미지 요인을 도출하였다(Table 2).

업스타일과 웨딩드레스 스타일의 이미지 평가에 대한 자극물과 의미미분척도 24문항은 Cronbach의 alpha값이 0.855(85.5%)로 좋은 신뢰성을 보이고 있다.

제1요인은 하고 싶은/하고 싶지 않은, 세련된/촌스러운, 좋아하는/싫어하는, 아름다운/아름답지 않은, 매력적인/매력적이지 않은, 유행에 따른/유행에 따르지 않은, 사랑스러운/사랑스럽지

Table 1. 예비신부의 인구통계적 특성

변 인	변 수	빈 도(명)	퍼센트(%)
직업별	전문직	166	55.2
	비전문직	134	44.8
연령대별	20대	(195) 0.107^a	0.135^b (65.2)
	30대	(97) -0.220^a	-0.236^{ab} (34.2)
	40대	(8) -0.069^a	-0.593^a (0.6)
	F-값	3.199(*)	5.455(**)
얼굴형	둥근형	125	41.7
	달걀형	125	41.7
	사각형	24	8.1
	역삼각형	26	8.5
체형특성	목이 짧다	37	12.5
	키가 작다	119	39.6
	팔이 굵다	72	24.0
	어깨가 넓다	72	24.0

Table 3. 예비신부의 인구통계적 특성에 따른 웨딩스타일(업스타일 & 웨딩드레스 스타일)의 이미지 평가차이

인구통계적 특성	요 인	매혹성	대담성	순수성	귀여움성	여성성
직업별	전문직	-0.125	-0.066	-0.039	-0.044	-0.023
	비전문직	0.155	0.082	0.049	0.055	0.029
연령대별	T-값	-2.322(*)	-1.218	-0.725	-0.82	-0.424
	20대	0.107 ^a	0.135 ^b	0.001	0.070	-0.023
	30대	-0.220 ^a	-0.236 ^{ab}	0.021	-0.134	0.043
	40대	-0.069 ^a	-0.593 ^a	-0.278	-0.176	0.070
얼굴형별	F-값	3.199(*)	5.455(**)	0.288	1.324	0.146
	등근형	0.165	0.111	0.163	-0.045	-0.067
	달걀형	-0.115	-0.063	-0.146	0.037	0.033
	사각형	-0.051	-0.140	-0.266	0.039	0.207
	역삼각형	-0.165	-0.138	0.063	0.083	-0.010
체형특성	F-값	1.771	0.898	2.358	0.186	0.514
	목이 짧다	0.122	-0.039	0.140	-0.095	0.007
	키가 작다	0.045	0.091	-0.127	-0.055	-0.040
	팔이 굵다	-0.021	-0.015	-0.003	0.166	0.087
	어깨가 넓다	-0.135	-0.116	0.108	-0.044	0.121
	F-값	0.654	0.572	1.021	0.798	0.430

*p< .05 **p< .01

Table 4. 예비신부의 업스타일과 웨딩드레스 스타일에 따른 이미지 평가차이

스타일	요 인	매혹성	대담성	순수성	귀여움성	여성성
업 스타일	탑 포인트 스타일	0.118	0.019	0.088	0.124 ab	-0.079
	골덴 포인트 스타일	0.115	0.140	-0.165	-0.160 a	0.111
	백 포인트 스타일	0.020	-0.064	0.002	-0.216 a	0.054
	네이프 포인트 스타일	-0.248	-0.087	0.057	0.223 b	-0.071
	F-값	2.096	0.688	0.848	3.201(*)	0.597
웨딩드레스 스타일	보트 넥 스타일	0.220 b	0.153 b	-0.076	-0.044	-0.056
	브이 넥 스타일	-0.021 ab	0.049 ab	-0.061	0.071	-0.118
	오프 숄더 스타일	-0.210 a	-0.207 a	0.137	-0.023	0.173
	F-값	4.441(*)	3.217(*)	1.294	0.34	2.132

*p< .05

이프 포인트 스타일이 상대적으로 덜 귀여운것으로 나타났다. 웨딩드레스 스타일의 매혹성 요인에서 보트 넥 스타일과 오프 숄더 스타일이 가장 매혹적으로 나타났으며, 오프 숄더 스타일이 가장 매혹적이며, 다음으로 브이넥 스타일이며, 보트 넥 스타일이 상대적으로 덜 매혹적인 스타일로 평가되었다. 대담성에서는 오프 숄더 스타일이 가장 대담하게 나타났으며, 보트 넥 스타일이 대담하지 못한 것으로 평가되었다. 이상의 결과를 보면, 현재 유행하고 있는 웨딩드레스 스타일은 노출이 많은 디자인이라는 것과 결과가 일치되고 있다. 즉 오프 숄더 스타일은 상체의 노출이 많은 스타일로서, 예비신부들이 가장 매혹적이며 대담하다고 평가하였고, 보트 넥 스타

일은 웨딩드레스의 전형적인 스타일로 노출이 가장 적은 디자인으로, 예비신부들이 가장 매혹적이지 않으며, 대담하지 못한 것으로 평가하였다. 반면에 업스타일은 네이프 포인트 스타일이 유행하고 있음에도 불구하고, 귀여움성 요인을 제외하고는 유의한 차이가 없어, 웨딩스타일 중에서 헤어스타일보다는 웨딩드레스 스타일이 유행에 민감하고, 유행의 확산이 빠르다고 추론할 수 있다.

4.5. 예비신부의 업스타일 별 웨딩드레스 스타일에 따른 이미지 평가 차이

예비신부의 헤어스타일별 웨딩드레스에 따른 이미지 평가차

이를 조사하기 위하여 F-test를 실시하였다(Table 5-1).

그 결과 업스타일별에 따른 이미지 평가 차이는 골덴, 백, 네이프 포인트 스타일에서는 유의한 차이가 없었고, 네 가지 스타일 중 탑 포인트 스타일에서만 유의한 차이를 보였다.

탑 포인트 스타일 중에서는 귀여움성 요인과, 여성성 요인에서 유의한 차이를 나타냈는데, 보트 넥와 오프 숄더 스타일이 가장 귀엽고, 브이 넥 스타일은 귀엽지 않은 것으로 나타났다. 또한 보트 넥와 브이 넥 스타일이 가장 여성스럽고,

오프 숄더 스타일은 여성적이 못하다고 평가하였다.

이상의 결과를 보면, 보트 넥 스타일은 Table 4에서 보듯이 매혹적이거나 대담하지는 못하나, 탑 포인트의 업스타일에서는 귀여우면서도 여성적인 이미지로 평가됨을 알 수 있다.

그러나 연구자는 웨딩관련 잡지, 미용관련 잡지 및 선행연구가 시사하는 것처럼 네이프 헤어 업스타일이 유행함으로 인해 여러 요인에서 유의한 평가차이가 나타날 것으로 예측했지만, 다른 업스타일과 마찬가지로 귀여움성에서만 유의한 차이를

Table 5-1. 예비신부의 업스타일별 웨딩드레스 스타일에 따른 이미지 평가차이

업스타일	웨딩드레스 스타일	매혹성	대담성	순수성	귀여움성	여성성
탑 포인트 스타일	보트 넥 스타일	0.315	-0.034	0.106	-0.041 a	-0.282 a
	브이 넥 스타일	0.030	0.277	0.104	0.511 b	-0.304 a
	오프 숄더 스타일	0.002	-0.183	0.054	-0.091 a	0.359 b
	F-값	0.734	1.703	0.016	3.209(*)	3.610(*)
골덴 포인트 스타일	보트 넥스타일	0.203	0.236	-0.158	-0.105	0.240
	브이 넥 스타일	0.226	0.355	-0.491	-0.168	0.002
	오프 숄더 스타일	-0.061	-0.131	0.096	-0.207	0.078
	F-값	0.925	1.233	2.314	0.055	0.342
백 포인트 스타일	보트 넥 스타일	0.264	0.169	-0.366	-0.247	-0.099
	브이 넥 스타일	-0.127	-0.013	0.262	-0.328	0.033
	오프 숄더 스타일	-0.122	-0.391	0.180	-0.066	0.257
	F-값	1.408	1.545	3.025	0.426	0.667
네이프 포인트	보트 넥 스타일	0.086	0.259	0.121	0.229	-0.047
	브이 넥 스타일	-0.172	-0.367	-0.167	0.171	-0.158
	오프 숄더 스타일	-0.662	-0.139	0.226	0.272	-0.005
	F-값	2.365	2.698	1.007	0.054	0.141

*p< .05

Table 5-2. 웨딩드레스 스타일별 업스타일에 따른 이미지 평가차이

드레스 스타일	업스타일	매혹성	대담성	순수성	귀여움성	여성성
보트넥 스타일	탑 포인트 스타일	0.315	-0.034	0.106	-0.041	-0.282
	골덴 포인트 스타일	0.203	0.236	-0.158	-0.105	0.240
	백 포인트 스타일	0.264	0.169	-0.366	-0.247	-0.099
	네이프 포인트 스타일	0.086	0.259	0.121	0.229	-0.047
	F-값	0.215	0.414	1.252	0.945	0.949
브이넥 스타일	탑 포인트 스타일	0.030	0.277	0.104	0.511 b	-0.304
	골덴 포인트 스타일	0.226	0.355	-0.491	-0.168 a	0.002
	백 포인트 스타일	-0.127	-0.013	0.262	-0.328 a	0.033
	네이프 포인트 스타일	-0.172	-0.367	-0.167	0.171 ab	-0.158
	F-값	0.655	2.648	2.209	2.757(*)	0.530
오프 숄더 스타일	탑 포인트 스타일	0.002	-0.183	0.054	-0.091	0.359
	골덴 포인트 스타일	-0.061	-0.131	0.096	-0.207	0.078
	백 포인트 스타일	-0.122	-0.391	0.180	-0.066	0.257
	네이프 포인트 스타일	-0.662	-0.139	0.226	0.272	-0.005
	F-값	2.625	0.325	0.156	1.182	0.772

*p< .05

보이는 예상 외의 결과가 도출되었다. 이는 아직까지 일반 대중들에게 네이프의 업스타일이 폭넓게 받아들여지지 않는 것으로 생각할 수 있다. 최신 미용 정보와 대중의 미용인식에 차이가 있다는 것이며, 이는 자료수집 지역이 부산이라는 지역적 특성상 대중과 최신 유행 정보와의 접점 시기가 다소 늦어질 수 있기 때문이라고 볼 수 있다.

드레스 스타일별 업스타일에 따른 이미지 평가차이에 대한 F-test를 실시하였다(Table 5-2).

그 결과 드레스 스타일별 업스타일에 따른 이미지 평가차이는 드레스 스타일 중 브이 네크 스타일에서만 유의 차이를 보였고, 보우트 네크와 오프 숄더 스타일에서는 유의한 차이가 없었으며, 브이 네크 스타일 중에서 귀여움성 요인에서만 유의한 차이를 보였다. 아울러 브이 네크 스타일 중 골덴 포인트와 백 포인트가 가장 귀엽고, 탑 포인트가 귀엽지 못한 것으로 평가되었다.

이것을 종합해 보면, 웨딩 스타일은 탑 포인트 업스타일과 브이 네크 웨딩드레스 스타일에서, 그리고 이미지 요인은 귀여움성이나 여성성요인에서만 유의한 차이를 보이고 있다.

4.6. 예비신부의 업스타일과 웨딩드레스 스타일 및 직업에 따른 이미지 평가차이

예비신부의 업스타일과 웨딩드레스 스타일 및 직업의 세 가지 독립 변인 간의 상호작용 효과를 조사하기 위하여 3원 변량분석을 실시하였다(Table 6).

그 결과 먼저 주효과면에서는 매혹성, 대담성, 귀여움성 요인에서 유의적 영향을 주었고, 순수성, 여성성요인은 유의적인 영향을 주지 않았다.

매혹성 요인은 드레스 스타일이 가장 유의적인 영향력이 컸고, 직업에 따른 영향력도 유의하였으며 헤어 업스타일은 영향력이 없었다.

대담성 요인에서는 웨딩드레스 스타일만이 유의적 영향력이 있었고 귀여움성 요인에서는 헤어 업스타일만이 유의적 영향력이 있었다.

2원 상호작용 효과 면에서는 2가지 독립변인에 대한 상호작용 효과가 나타나지 않았다.

3원 상호작용 효과 면에서는 매혹성에서만 3가지 독립변인

에 대한 상호작용효과가 나타났다.

이상의 결과를 보면, 주효과면에서 하고 싶은-하고 싶지 않은/ 좋아하는-싫어하는 등의 문항이 포함된 매혹성 요인에서 웨딩드레스 스타일의 영향력이 크고, 업스타일은 영향력을 발휘하지 못한 것으로 보아, 웨딩스타일의 선택이나 선호는 웨딩드레스 스타일에 의해 좌우됨을 알 수 있다. 따라서 업스타일이 대중에게 어필될 수 있도록 미용업계 종사자들의 많은 노력과 연구가 필요할 것으로 사료된다. 또한 업스타일과 웨딩드레스 스타일이 서로의 조화 속에 상호작용을 하리라 연구자의 예측과는 다른 결과가 나왔다. 즉 업스타일과 웨딩드레스 스타일이 상호 관계없이 각각 따로 평가되고 있다는 뜻으로 볼 수 있다. 따라서 예비신부들이 업스타일과 웨딩드레스 스타일을 상호 조화에 따른 관계로 인식하고 있지 못하고, 따로 분리하여 지각하고 있음을 알 수 있다.

3원 상호작용 효과에서는 매혹성 요인에서만 영향력이 있는 것으로 나타났다. 매혹성은 전술한 바와 같이 선택에 관한 의지가 포함된 요인으로서 예비신부의 드레스 선택이나 선호의 문제에 있어서 업스타일과 웨딩드레스 스타일 및 직업의 3가지 변인이 영향력을 발휘함을 알 수 있다.

따라서 예비신부들에게 헤어 업과 웨딩드레스 스타일의 제안시 직업에 따른 고려가 필요할 것이다.

4.7. 예비신부의 인구통계적 특성에 따른 선호도 차이

예비신부의 업스타일과 웨딩드레스 직업에 따른 선호도(하고 싶은-하고 싶지 않은) 문항에 대한 선호도 차이를 알아보기 위해 T-test, F-test 분석을 실시하였다(Table 7).

그 결과 인구통계적 특성 중, 직업과 체형특성에서 유의한 선호도 차이가 있었고, 연령 및 얼굴형에서는 유의한 선호도 차이가 보이지 않았다.

직업별에 따른 선호도는 네이프 포인트 업스타일이면서, 브이 네크형 웨딩드레스 스타일에서 유의한 선호도 차이가 나타났다.

체형특성에서는 골덴 포인트이면서 보트 네크 스타일에서만 유의한 차이를 보였다. 그 중 “어깨가 넓은 사람이 이와 같은 스타일을 좋아하고, 목이 짧거나 키가 작은 사람은 싫어하는 것”으로 나타났다.

Table 6. 예비신부의 업스타일과 웨딩드레스 스타일 및 직업에 따른 이미지 평가차이

분석방법	변량원	df	매혹성	대담성	순수성	귀여움성	여성성	
3원 변량분석	업스타일(A)	3	2.24	0.72	0.92	3.07 (*)	0.57	
	주효과	웨딩드레스 스타일(B)	2	4.79(**)	3.42(*)	1.31	0.27	2.03
		직업별(C)	1	6.29(*)	1.61	0.51	0.56	0.13
		AxB	6	0.39	1.15	1.64	0.98	0.66
	2원 상호작용 효과	BxC	2	1.17	0.92	0.79	1.48	0.77
		AxC	3	1.21	0.88	1.67	0.82	0.90
	3원 상호작용 효과	AxBxC	23	1.81(*)	1.05	1.15	1.35	0.88

*p< .05 **p< .01

Table 7. 예비신부의 인구통계학적 특성에 따른 선호도 (N=300)

인구통계적 특성	자극물	탑 포인트 스타일			골덴 포인트 스타일			백 포인트 스타일			네이프 포인트 스타일		
		보트 네크브이 스타일	네크오프 스타일	숄더 스타일	보트 네크브이 스타일	네크오프 스타일	숄더 스타일	보트 네크브이 스타일	네크오프 스타일	숄더 스타일	보트 네크브이 스타일	네크오프 스타일	숄더 스타일
직업별	전문직	3.50	3.42	3.23	3.38	3.75	3.56	3.13	3.06	3.23	3.63	2.38	2.25
	비전문직	3.44	3.77	3.27	3.78	3.31	3.07	3.56	3.43	2.80	3.29	3.67	3.38
연령대별	T-값	0.096	-0.809	-0.09	-0.922	1.059	1.13	-1.012	-0.815	0.831	0.64	-2.486(*)	-2.007
	20대	3.55	3.89	3.60	3.79	3.44	3.42	3.26	3.06	2.14	3.26	3.11	2.88
	30대	3.20	3.00	2.67	3.10	3.67	3.08	3.33	3.50	3.40	3.83	2.00	2.13
	40대		2.00	2.67	4.00				3.00	4.00			
	F-값	0.258	3.143	2.18	1.411	0.268	0.615	0.021	0.424	3.475	1.049	3.22	1.625
얼굴형별	둥근형	3.76	4.00	3.50	3.69	3.50	3.50	3.45	3.63	3.00	3.13	2.86	2.40
	달걀형	2.86	3.00	3.15	3.22	3.31	3.00	3.10	3.11	2.38	3.42	2.88	3.00
	사각형		3.00	3.00	4.00	3.75	3.00	3.00	2.50	3.00	4.33	2.00	3.00
	역삼각형	3.00	4.50		3.00	4.50	3.00	3.00	2.67	4.00	3.00	3.00	2.00
	F-값	1.192	2.462	0.306	0.551	0.81	0.435	0.246	1.118	1.942	0.814	0.118	0.532
신체 결집	목이 짧다	3.67	4.00	3.00	4.50 b	4.00	4.50	3.50	4.00	2.67	3.00	2.50	1.50
	키가 작다	3.42	3.67	3.60	4.00 b	3.45	3.00	3.30	3.09	3.00	3.73	2.77	3.20
	팔이 굵다	3.25	3.40	3.14	3.86 ab	3.43	2.86	4.00	3.40	3.71	3.00	3.60	2.40
	어깨가 넓다	3.67	3.43	3.40	2.67 a	3.40	3.40	2.40	2.50	2.40	3.67	2.40	2.20
	F-값	0.092	0.228	0.304	4.961(**)	0.089	1.6	1.717	1.553	1.244	0.576	0.705	1.307

*p< .05 **p< .01

5. 결론 및 제언

5.1. 연구의 요약

본 연구는 부산지역에 있는 예비신부 업스타일과 웨딩드레스 스타일에 따른 이미지 평가 차이를 조사하는데 목적이 있으며 본 연구결과는 다음과 같다.

1) 업스타일과 웨딩드레스 스타일의 이미지 평가에 대한 요인 분석 결과 5개의 요인이 도출되어 매혹성, 대담성, 순수성, 귀여움성, 여성성의 요인으로 분류하였다.

2) 직업별 인구통계적 특성 중 직업과 연령은 유의한 차이를 보였으나 얼굴형, 신체 결집은 유의한 차이가 없었다. 직업별에 따른 이미지 평가차이는 매혹성 요인에서, 연령대별에 따른 이미지 평가차이에는 매혹성, 대담성 요인에서 유의한 차이를 보이고 있으며 대담성에서는 30대가 유의한 차이를 보였다.

매혹성 요인은 직업과 연령에서 유의차를 보였는데, 특히 연령에 있어서는 20대와 30대 모두 매혹성 요인에 높은 유의적 관여가 있는 것으로 나타났다.

이상의 결과를 보면, 직업이나 연령이 스타일 이미지가 매혹적인가를 판단하는 기준이 될 수 있다는 근거를 제공하고 있다.

3) 예비신부의 업스타일에 따른 이미지 평가 차이는 귀여움성에서 유의 차이를 보였고, 웨딩드레스 스타일은 매혹성과 대담성에서 유의 차이를 보였다.

업스타일에서 골덴 포인트 스타일과 백 포인트 스타일이 가장 귀여운 것으로 평가되었고, 네이프 포인트 스타일이 귀여지

않은 것으로 나타났다.

웨딩드레스 스타일의 매혹성 요인에서 보트 네크 스타일과 오프 숄더 스타일이 가장 매혹적으로 나타났으며, 브이 네크 스타일이 매혹적이지 못한 것으로 평가되었다. 대담성에서는 오프 숄더 스타일이 가장 대담하게 나타났으며, 보트 네크 스타일이 대담하지 못한 것으로 평가되었다.

4) 예비신부의 업스타일별에 따른 이미지 평가 차이는 골덴, 백, 네이프 포인트 스타일에서는 유의한 차이가 없었고, 네 가지 스타일 중 탑 포인트 스타일에서만 유의한 차이를 보였다. 탑 포인트 스타일 중에서는 귀여움성 요인과, 여성성 요인에서 유의한 차이를 보였는데, 보트 네크와 오프 숄더 스타일이 가장 귀여운 것으로 평가되었고, 브이 네크 스타일은 귀여지 않은 것으로 나타났다. 또한 보트 네트와 브이 네크 스타일이 가장 여성스럽고, 오프 숄더 스타일은 여성적이지 못하다고 평가되었다.

5) 예비신부의 업스타일과 웨딩드레스 스타일 및 직업과의 3 가지 변인에 따른 상호작용 효과를 보면, 주 효과면에서는 매혹성, 대담성, 귀여움성 요인에서 유의적 영향을 주었고, 순수성, 여성성요인은 유의적인 영향을 주지 않았다.

매혹성 요인은 웨딩드레스 스타일이 가장 유의적인 영향력이 컸고, 직업에 따른 영향력도 유의하였으며 업스타일은 영향력이 없었다. 대담성요인에서는 웨딩드레스 스타일만이 유의적 영향력이 있었고, 귀여움성 요인에서는 업스타일만이 유의적 영향력이 있었다.

2원 상호작용 효과 면에서는 2가지 독립변인에 대한 상호작용효과가 나타나지 않았으며, 3원 상호작용 효과 면에서는 매혹성에서만 3가지 독립변인에 대한 상호작용효과가 나타났다.

6) 인구통계적 특성 중 , 직업과 체형특성에서 유의한 선호도 차이가 있었고, 연령 및 얼굴형에서는 유의한 선호도 차이가 보이지 않았다.

직업별에 따른 선호도는 네이프 업스타일이면서, 브이 네크 드레스 스타일에서 유의한 선호도 차이가 나타났다.

체형특성에서는 골덴 포인트이면서 보트네크 스타일에서만 유의한 차이를 보였고, 그 중 어깨가 넓은 사람이 골덴 포인트 이면서 보트네크 스타일을 좋아하고, 목이 짧거나 키가 작은 사람이 싫어하는 것으로 나타났다.

5.2. 연구의 시사점 및 한계

본 연구를 통해 시사하는 사항들을 다음과 같이 제안하고자 한다.

1) 직업이나 연령이 웨딩 스타일 이미지가 매혹적인가를 판단하는 기준이 될 수 있으며, 20대보다는 30대가 대담한 이미지에 대해 민감하게 느끼며, 30대보다는 20대가 대담한 이미지에 대해 허용적 태도를 보이는 것으로 추론 된다 .

따라서 웨딩스타일은 직업과 연령이라는 변인을 고려하여 개발 되어야 할 것이다.

2) 트렌드나 선행연구가 제시하듯이 현재 유행하고 있는 웨딩드레스 스타일이 노출이 많은 오프 숄더 스타일임을 연구결과에서도 확인할 수 있었다. 그러나 업스타일경우는 각 웨딩관련 잡지, 미용관련 잡지 및 선행연구와 같이 네이프 업스타일의 유행현상이 나타나 연구결과에 유의한 평가차이가 나타날 것으로 예측했지만, 그렇지 못한 결과가 나와 아직까지 일반 대중들에게 네이프의 헤어 업스타일이 폭넓게 받아들여지지 않는 것 생각된다. 이는 최신 미용 정보와 대중의 미용인식에 차이가 있다는 것이며, 자료수집 지역이 부산이라는 지역적 특성상 대중과 최신 유행 정보와의 접점 시기가 다소 늦어질 수 있기 때문이라고도 볼 수 있다.

아울러 웨딩스타일 중에서 헤어스타일보다는 웨딩드레스 스타일이 유행에 민감하고, 유행의 확산이 빠르다고 추론되었고, 헤어 업스타일은 영향력을 발휘하지 못하는 것으로 나타나, 웨딩스타일의 선택이나 선호는 거의 드레스 스타일에 의해 좌우됨을 알 수 있다. 따라서 헤어 업스타일이 웨딩산업에서 제 역할을 감당하고 그 위상을 높여, 대중에게 어필될 수 있도록 미용업계 종사자들의 많은 노력과 연구가 필요할 것으로 사료된다.

3) 업스타일과 웨딩드레스 스타일이 상호 관계없이 각각 따로 평가되고 있으며, 예비신부들이 업스타일과 웨딩드레스 스타일을 상호 조화에 따른 관계로 인식하고 있지 못하고, 따로 분리하여 지각하고 있음을 알 수 있다.따라서 아름다운 신부의 모습이 연출될 수 있도록 유도하기 위해서, 업스타일과 웨딩드

레스 스타일의 조화로운 조합들에 대한 기초적인 데이터베이스 확보가 필요하다고 생각된다.

4) 예비신부의 웨딩드레스 선택이나 선호의 문제에 있어서 업스타일과 웨딩드레스 스타일 및 직업과의 3가지 변인 전부가 영향력을 발휘함을 알 수 있다.

그러므로 예비신부들에게 업스타일과 웨딩드레스 스타일의 제안 시 직업에 따른 고려가 필요할 것이다.

본 연구의 제한점은 연구 대상자가 부산에 거주하는 예비신부로 한정되어 있어 이를 전국적으로 확대 해석하는 데는 신중해야 할 것이며, 앞으로의 연구는 대상자의 심리적 측면과 관련된 연구 및 웨딩스타일의 다양한 디자인 요소를 개발하여 다각적인 연구가 후속되어야 할 것이다.

참고문헌

강남순. (2002). 신부 업스타일의 시술프로세스 분석에 관한 연구. 용인대학교 경영대학원 석사학위논문.
 김계형, 문윤경. (2001). 우리나라 여성의 웨딩드레스 선호도 비교-1980~2001년을 중심으로-. 건국대학교 디자인대학원 석사학위논문.
 김봉주. (2001). 웨딩드레스에 대한 시각적 감성연구. 부산대학교 대학원 석사학위논문
 김소영. (2003). 웨딩드레스 이미지에 따른 메이크업 표현에 관한 연구, 대구 카톨릭대학교 디자인대학원 석사학위논문.
 김자은. (1993). 웨딩드레스의 역사적 변천에 관한 고찰. 효성여자대학교 대학원 석사학위논문
 김희숙. (1998). 20세기 한국과 서양의 여성 화장 문화 비교 연구. 성균관대학교 대학원 박사학위논문
 금한나. (2007). *이미지와 국제매너*. 서울:한울출판사, p. 2.
 라체숙. (2005). 웨딩드레스의 선택행동 및 이미지와 소재 선호도 연구. 충북대학교 대학원 석사학위논문.
 박정은. (2000). 현대 웨딩드레스의 유행 변화에 관한 연구. 숙명대학교 대학원 석사학위논문.
 박진희. (2005). 성인 여성의 체형 특성에 따른 웨딩드레스 디자인 선호도 연구. 한양대학교 대학원 석사학위논문.
 이미연, 이명희. (2000). 웨딩드레스의 디자인 요소와 평가자 성별에 따른 인상형성 연구. *한국의류학회지*, 124(5), 743.
 이은령. (1995). 실루엣 이미지의 시각적 평가에 관한 연구: X-line의 변화를 중심으로. 부산대학교 대학원 석사학위논문.
 이은정. (2004). 웨딩드레스 디자인 분석과 감성이미지 및 선호도에 관한 연구. 울산대학교 대학원 석사학위논문.
 이효숙. (2004). *업스타일 이론과 실제*. 서울:청구 문화사, p. 17.
 정지아. (1999) 여대생의 유행선도력에 따른 자아이미지 및 의복구매 행동에 관한연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문
 주장진. (1993). 상표이미지와 자아이미지가 구매 행동에 미치는 영향 연구. 홍익대학교 국제경영대학원 석사학위논문.
 차미승. (1992). 의복형태와 색채이미지의 시각적 평가와 분석. 부산대학교 대학원 석사학위논문.
 최혜정. (2005). 얼굴형에 따른 헤어스타일연구. 한남대학교 대학원 석사학위논문.

(2008년 1월 3일 접수/ 2008년 4월 23일 1차수정/
 2008년 6월 23일 2차수정/ 2008년 7월 4일 게재확정)