

현대패션에 나타난 복합패션이미지의 패션감성 분석

김지연 · 이경희

부산대학교 의류학과

Analysis of Fashion Sensibility on the Compound Fashion Image of Contemporary Fashion

Ji-Yeon Kim and Kyoung-Hee Lee

Dept. of Clothing & Textiles, Pusan National University, Busan, Korea

Abstract : The purpose of this study is to analyze the sensibility of the compound fashion image of contemporary fashion. The specific objectives were to analyze 1)the structure of meaning about fashion sensibility on 2)the difference of fashion sensibility by categories on 3)the difference of fashion sensibility by demographical aspects on 4)the consumer sensibility on the compound fashion image. For collecting data 55 stimulus and questionnaire which consisted of bi-polar 21 pairs adjective scale were contributed 675. The results were summarized as following : 1. Factors of fashion sensibility consist of estheticism, activeness, personality and femininity. And the meaning of fashion sensibility is young and personalty. 2. The man/woman and the past/present are highly estimated personality, the main/subcultural is activeness and the local/global is femininity of fashion sensibilities. 3. gender and age have high difference of the compound fashion image so they are important variance for fashion sensibilities. 4. Preference, purchase and quality are highly influenced by estheticism, pleasure is influenced by personality. The results of this study will be utilized in the clothing design for accepting customers' specific fashion sensibility about compound fashion image.

Key words : compound fashion image, fashion sensibility, estheticism, activeness, personality, femininity.

1. 서 론

21세기는 사회구조가 다양화, 다원화 형태로 변화하고 소비자의 의식구조가 감성을 중시하는 형태로 변화해 가고 있는 다양성의 시대이다. 이는 물질문명시대에서 사이버 문명시대로의 패러다임의 변화 속에서 정신과 감성이 물질에 우선시 되는 시대로 전환되고 있는 것이다.(정윤희, 2000) 현대의 디지털 기술과 세계적 네트워크는 세계의 공간적 거리를 최소화시키고 서로 멀리 떨어져 있던 물질과 문화가 쉽게 하나로 결합되는 사회적 조건을 형성하였다. 따라서 현대의 소비자들은 감성을 중시하며 자신을 표현하는 단 하나의 이미지를 추구하는 것이 아니라 다양하면서 복합적인 이미지를 추구하게 되었다.

이와 같은 사회문화적 환경은 패션에 있어서도 다양한 분야의 경계가 사라지고 서로 혼합되는 현상이 활발하게 나타나고 있다. 이는 세계적 네트워크가 형성됨으로써 물리적인 시간적, 공간적 제약이 없어짐에 따라 다양한 지역과 시대가 서로 공존하고 복합되어 창출되는 디자인이 등장하게 된 것이다(은병수, 1998).

다양성을 추구하는 현대패션은 이제 하나의 의상에 둘 이상의 이미지가 서로 공존하여 복합적인 이미지를 나타내고 있다. '복합'이라는 말은 두 가지 이상의 것이 합하여 하나가 되는 것으로 정의되며(연세 한국어사전, 2006), 주로 명사의 앞에 위치하여 두 가지 이상의 것이 합하여진 것을 의미하는데 사용된다. 따라서 '복합패션이미지'라고 하면 하나의 의상에 두 가지 이상의 이미지가 공존하여 하나의 이미지로 나타나는 것을 의미할 것이다. 이는 현대 패션에 나타나고 있는 포스트모더니즘의 다원주의와 절충주의를 모두 표현하는 의미를 내포하고 있는데 '복합'이라는 용어의 의미와 일치하게 '두 가지 이상의' 것 즉 다원주의적 특성과 '합하여 하나가 되는 것' 즉 절충주의 특성을 함께 표현한다.

시간과 공간을 초월하는 복합패션이미지는 다양한 문화의 양식들이 공존하고 복합되는 과정을 통해 다감각화를 이루고 있으며 과거와 미래, 동양과 서양, 남성과 여성, 연령이나 인종 그리고 현실과 가상(cyber)세계에 이르기까지 각 특성들이 그 경계를 넘나들면서 복합되어 표현되는 특징을 나타내고 있다.(김지연, 이경희, 2004) 이러한 다양한 문화적 배경이 패션이미지의 창조적인 영감의 근원으로 작용하여 하나의 의상에 경계를 알 수 없는 다양한 이미지의 근원들이 공존함으로써 복합패션이미지가 나타나게 되었으며 현대 소비자들의 세분되고 민감

Corresponding author; Ji-Yeon Kim
Tel. +82-51-510-2763, Fax. +82-51-583-5975
E-mail: kimjy@pusan.ac.kr

한 감성추구 욕구를 충족시키기 위해 더욱 빠르고 광범위하게 나타나고 있다.

이러한 현대패션의 특징을 이해하기 위한 선행연구를 살펴보면 현대의 주류 문화로써 포스트모더니즘의 관점에서 두드러지게 나타나는 패션현상들을 연구하고 있으며(김주영, 양숙희, 1998; 정현숙, 정홍숙, 1997), 포스트모더니즘의 구체적인 특징인 해체와 절충(양희영, 양숙희, 2000; 김주영, 양숙희, 1998), 다원주의(김지연, 이경희, 2004), 불확정성(이정후, 양숙희, 1999), 다문화주의(이민선, 2001; 최혜정, 2000), 퓨전과 하이브리드(임영자, 한윤숙, 2001) 등의 관점에서 현대패션을 설명하고 있어 사회적, 문화적, 미학적 관점에서 복합패션이미지를 연구하고 있다. 또한, 복합패션이미지를 주요 패션 트렌드의 다문화, 복합화 현상으로써(윤수정, 2002), 그리고 퓨전 이미지(신재룡, 2002)와 퓨전 스타일(이유미, 2001)로 분석하여 디자인을 제시하고자 하는 연구가 이루어지고 있다.

그러나 이러한 복합패션이미지에 관한 연구들은 주로 패션현상과 경향을 중심으로 연구되어 복합패션이미지의 사회, 문화적 관점에서의 이해를 넓히고 복합패션이미지의 글로벌 패션 이미지로서의 가능성에 관하여 설명하는데 그치고 있으며 소비자의 요구에 맞는 디자인 기획을 위한 소비자 지향의 연구는 미흡한 실정이다.

따라서 이 연구에서는 패션분야에서 동일한 맥락으로 사용되고 있는 퓨전, 하이브리드, 크로스오버와 차별하여 다양한 이미지가 공존하는 패션이미지를 디자인 개발의 측면에서 복합패션이미지로 정의하고 다양한 문화적 배경으로부터 유래한 각각의 이미지가 디자인발상의 근원으로 작용하는데 초점을 두고 진행하였다.

현대의 민감한 감성을 가진 소비자들의 요구에 맞는 디자인을 개발하기 위해서는 소비자의 감성에 기반을 둔 디자인 기획이 필요하며 복합패션이미지의 패션감성 분석을 통한 소비자 지향의 디자인 개발을 추구할 필요가 있다. 따라서 복합패션이미지에 대한 패션감성을 분석함으로써 복합패션이미지를 위한 디자인 기획 시 활용할 수 있는 기초 자료를 제공하고자 한다.

이와 같은 연구를 수행하기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다. 첫째, 복합패션이미지의 의미구조를 알아본다. 둘째, 복합패션이미지의 패션감성차이를 알아본다. 셋째, 인구통계적 특성에 따른 복합패션이미지의 패션감성차이를 알아본다. 넷째, 복합패션이미지의 소비감성을 알아본다.

2. 이론적 배경

패션은 그 자체가 독립성을 띄는 것이 아니라 인간이 처한 모든 환경의 종합적 산물으로써 시대의 변화를 선도하는 문화이며 시대의 반영이라고 할 수 있다. 코너(Connor)는 대중문화에 대한 포스트모던 이론 중에서 가장 그 특징이 두드러지고 대표적인 분야가 패션이라고 파악한다(Conner, 1995). 패션은 영원성의 미학 속에서 변화와 새로움을 중심적 가치로 삼는 일시성

과 재현성을 동시에 추구하는 문화적 성격을 보유하고 있기 때문이다(Calinescu, 1987).

복합패션이미지는 다국적 경제구조의 영향으로 정치적 이데올로기보다는 각국의 이윤추구의 원리가 더 크게 작용하게 됨으로써 다른 나라와의 협력과 교류를 촉진시켜 다양한 문화의 접촉과 이식이 발생하게 되었다. 또한 최근의 급속한 세계화는 탈중심적 현상으로 다문화주의나 후기식민주의로 그 관심을 돌리게 했고 문화의 이동과 혼합이 이루어지게 하였다. 따라서 이러한 문화접촉에 대한 열린 태도는 타문화의 인식과 수용으로 연결되어 자국의 문화와 혼합됨으로써 새롭고 독특한 다양성을 도출하고 있다.


현대패션은 후기 자본주의 시대의 다국적 자본에 의한 이윤추구를 위해 지속적으로 스타일을 변화시켜야 할 필요성을 갖게 되었고 새로운 유형의 소비와 계획적인 폐기에 의해 매우 빠른 속도로 진행되는 유행과 함께 다양한 문화적 요소들이 경계 없이 나타나게 되었다.

또한 후기 자본주의 사회에서의 시장원리는 소비자로 하여금 변화의 욕구를 느끼게 하여 상품의 소비로 이어지도록 유도한다.(Kaiser 외, 1995) 후기 자본주의 시장은 다품종 소량생산 체제를 통해 끊임없이 기존의 형태를 변화시켜 상품의 특성 특히 상징적 이미지를 다양하게 변화시킴으로써 상품의 다원화 현상을 초래함으로써 끊임없이 소비자들의 소비욕구를 자극하고 있다. 따라서 소비자들은 점점 더 다양한 방향으로 이끌리게 됨으로써 소비자들이 추구하는 것은 상징적인 기호와 이미지를 소비하는 것이 되었다.


이러한 현대패션의 특성에 관한 연구들을 살펴보면 다양한 문화적 특성을 기반으로 하고 있음을 알 수 있는데 김지연, 이경희(2004)는 현대패션에 나타난 다원주의적 표현성에 관한 연구에서 대중적 표현, 수평적 표현, 다국적 표현, 가상적 표현으로 분류하고 다원적 표현의 근원을 과거의 양식과 일상생활, 남성과 여성, 그리고 부와 빈곤, 여러 국가의 민족적, 전통적 양식, 계연성 없는 대중적 이미지로 분석하였다.

신재룡(2001)은 현대패션에 반영된 퓨전이미지에 관한 연구에서 퓨전이미지는 대중적 취향과 하부문화의 다양성의 인정과 고급문화를 대중화시키려는 시도에 다양한 지역과 문화의 사람들이 하나의 공동체로 묶어주는 네트워크 중심사회로의 전환에 의해 생성된 새로운 경향을 현대 패션으로서의 퓨전 이미지로 정의하고, 퓨전의 경향을 융합성과 해체성으로 보았으며 퓨전의 한 분야로써 젠 스타일을 분석하였고, 김후란, 은영자(2003)는 패션에 나타난 퓨전 이미지에 관한 연구에서 포스트모더니즘의 다양한 특성들이 문화의 여러 분야에서 적절히 그 요소가 융합되어 보여지는 현상에 의해 나타나는 이미지로 정의하고, 패션에서의 퓨전이미지의 특징을 성의 혼재, 동서양 문화의 융합, 속옷의 겉옷화 현상, 이질적인 소재의 혼용, 시대적 요소가 재현된 레트로 현상으로 보았으며 레트로로 표현된 퓨전 이미지를 분석하였다. 이유미(2001)는 패션 트렌드에 나타난 퓨전 스타일에 대한 디자인 연구에서 퓨전은 절충문화로써 글로벌


성성	계층성	지역성	역사성
남성/여성	상/하위문화	지역/세계	과거/현대




'00 F/W Givenchy style.com



'01 S/S Dolce & Gabbana style.com



'00 S/S Ungaro Couture style.com



'03 S/S Dolce & Gabbana style.com

Fig. 1. 복합패션이미지

문화의 의미를 담고 있으며 고정화된 관념들이 서로 믹스되어 나타나는 것으로 패션 트렌드에서 퓨전 스타일을 남성과 여성의 조화, 다른 문화와의 만남과 접목 특히 동서양 문화의 조화, 과거와 미래의 조화, 상위문화와 하위문화의 조화로 분석하였다.

김민정(1996)은 20세기말 패션에 나타난 크로스오버에 관한 연구에서 크로스오버 이미지를 기존의 영역을 넘어서 서로 교류하는 장르적 요소의 혼합으로 보았으며 복식이 가지는 성격 특성의 교류, 시대적 감각의 융합, 지역적 특성의 교류 등 의복에 나타나는 이질적이고 상호 대립적인 요소가 함께 보여지는 모든 경우라고 하였다. 임영자, 한윤숙(2001)은 현대패션에 표현된 하이브리드 경향 연구에서 21세기 사회 문화적 현상인 정보사회 형성과정과 관련하여 하이브리드 이미지를 다양한 양식의 결합으로 보았으며 역사적 양식과 지역적 요소 그리고 문화적 관점에서 나타나는 하이브리드 패션 디자인 경향을 분석하였다. 이러한 선행연구들을 통해 퓨전 이미지, 크로스오버 이미지, 하이브리드 이미지가 패션에서의 의미는 서로 같으며 그 분석 경향에 있어서도 문화적 성격에 따라 성, 지역, 하위문화, 역사로 크게 차이하지 않는다.

양희영, 양숙희(2000)는 20세기 후반 패션에 나타난 절충주의적 경향에서 절충주의를 서로 대립되는 테제를 새로 발견된 한 단계 높은 차원에서 조정, 융합시키는 방법으로써 범주와 장르를 혼합하는 것으로 보았으며 절충주의적 이미지를 비주류인 다양한 하위문화 스타일과 주류인 일반 스타일이 혼합되면서 민주적이고 자유분방한 방식으로써 성, 문화, 대중매체와 패션으로 분석하였다. 양학미, 김민자(2000)는 후기자본주의 사회의 패션에 나타난 혼성모방에서 혼성모방은 이미 잘 알려진 작품이나 특정 예술가의 작품으로부터 모티브, 스타일, 이미지, 테크닉 등을 때때로 아무 연관없이 의식적으로 모방하여 편집, 재조합한 예술작품이나 창작방법이며 포스트모던 패션의 기법으로써 외적 형식과 관계가 있으며 하위문화 스타일, 그래픽티, 오브제, 역사적 이미지, 민속적 이미지로 분석하였다.

이상의 연구들은 현대패션을 문화적 범주로서 분석하고 있는데 이러한 범주들에서 유래하여 공존하는 이미지들이 서로 대립되는 개념을 가지는 경향을 알 수 있다 이는 복합패션이미지를 이루는데 있어서 복합되었음이 뚜렷하게 나타나면서 상반되는 개념에 의한 이미지의 효과가 커지기 때문일 것이다. 그러나 복합패션이미지는 서로 상반되는 개념의 이미지 복합 뿐 아니라 각 문화범주의 다양한 이미지들이 경계를 넘나들면서 서로 복합됨으로써 창출되는 새로운 이미지의 무한한 가능성을 열 수 있을 것이다.

그러므로 현대패션에 나타난 복합패션이미지는 현대패션에서 하나의 이미지 속에 여러 문화 요소가 공존하면서 각각의 이미지가 복합되어 나타나는 패션이미지이며 이 연구에서는 복합패션이미지의 무한한 창출을 위한 기초 자료로써 소비자 감성 분석을 위해 서로 대립되는 이미지의 복합패션이미지로 연구대상을 제한하였으며 복합되는 요소들은 문화적 특성을 기반으로 하여 남성/여성으로 대표되는 성성, 상/하위문화로 대표되는 계층성, 지역/세계로 대표되는 지역성, 과거/현대로 대표되는 역사성의 문화범주로 나타나고 있으며 Fig. 1에 대표사진으로 정리하였다.

3. 연구방법

3.1. 평가도구

이 연구에 사용되는 자극물은 복합패션이미지가 본격적으로 나타나기 시작한 시기인 1995년 S/S부터 2004년 F/W의 10년간의 컬렉션에 발표된 사진을 수집하였다. 1995년 S/S부터 1999년 F/W의 컬렉션 사진은 패션전문잡지(collection, collezioni, Book Moda 등)를 중심으로 수집되었고 2000년 S/S부터 2004년 F/W의 컬렉션 사진은 연도별, 시즌별, 디자이너별 컬렉션을 잘 정리하여 제공하고 있는 패션사이트인 style.com을 중심으로 총2051장이 수집되었다. 사진 선정을 위해 선행연구

를 통하여 복합패션이미지에 복합되는 각각의 이미지의 근원으로 사용된 문화범주를 추출하였고 성성, 계층성, 지역성, 시간성의 4개의 범주를 기준으로 하여 박사과정 이상의 의류학 전공자 5인에 의해 1차 선별하였고 서로 대립되는 문화범주를 성성에는 남성/여성, 계층성에는 상/하위문화, 지역성에는 지역/세계, 시간성에는 과거/현대로 구체적으로 세분하여 이미지의 복합이 분명하게 드러나는 사진으로 2차 선별하였으며 패션디자인요소에 따라 실루엣과 아이템을 포함하는 형태(form), 색채(color), 재질(texture), 무늬(pattern), 디테일(detail), 액세서리(accessory)의 요소가 고르게 포함되도록 문화범주별로 31쌍씩 124장의 사진자극물을 선정하여 예비조사에 사용하였다.

예비조사를 통하여 평가된 124장의 사진을 대상으로 탐색적 군집분석과 문화범주 및 디자인요소를 고려하여 자료 수집을 위한 대표사진을 선정하였다. 문화범주에 따라 평가에서 패션디자인요소가 분명하게 나타나지 않은 사진을 제외하였으며 최종적으로 선정된 대표사진은 문화범주별로 12장의 남성/여성, 14장의 상/하위문화, 14장의 지역/세계, 15장의 과거/현대로 총 55장의 사진자극물로 구성하였다.

자료수집을 위한 척도구성은 패션감성을 평가하기 위한 의미분척도로써 FSS(Fashion Sensibility Scale ; 이경희, 2001)의 척도를 기초로 하여 이은령(2006), 김유진(2002), 김지연(2001)의 평가척도를 참고하여 28개의 형용사쌍으로 감성어휘를 구성하였으며 예비조사를 거쳐 총 21개의 형용사 쌍을 선정하여 구성하였다.

3.2. 자료수집 및 분석

사진자극물은 조사 대상자의 평가시간과 피로도를 고려하여 총 55장을 11그룹으로 분류하고 각 그룹의 사진자극물을 랜덤하게 배치하였으며 각 평가자가 5장의 사진자극물을 보고 평가하게 하였고 10분정도의 시간이 소요되었으며 편의표본추출(convenience sampling)에 의해 이루어졌다. 자료의 수집은 2007년 3월 8일 ~ 3월 19일에 실시되었으며 총 687부가 수집되었고 불성실하거나 부적합한 자료를 제외하고 685부가 자료 분석에 사용되었으며 분석은 SPSS 통계 패키지를 이용한 통계분석방법을 사용하였다.

4. 결과 및 논의

4.1. 복합패션이미지에 대한 패션감성의 의미구조

4.1.1. 복합패션이미지에 대한 패션감성의 구성요인

복합패션이미지에 대한 패션감성의 의미구조를 알아보기 위해 21쌍의 감성어휘에 대하여 주성분법의 Varimax 직교회전을 사용하여 요인분석을 실시하였다. 그 결과 고유값 1이상에서 4개의 요인으로 추출되었고 전체변량의 61.545%를 설명하는 것으로 나타났다.

요인 1은 좋아하는-싫어하는, 세련된- 촌스러운, 보기좋은-보기싫은, 멋있는-멋없는 사고싶은-사기싫은 등의 12개의 형용사

쌍으로 구성되었으며 선호도와 미적 가치를 나타내는 감성어휘들로 구성되어 심미성요인이라 하였으며 전체변량의 39.033%를 차지하였다.

요인 2는 가벼운-무거운, 젊은-나이든, 발랄한-점잖은 의 3개의 형용사쌍으로 구성되었으며 연령과 활동성을 나타내는 감성어휘들로 구성되어 활동성요인이라 하였으며 전체변량의 10.404%를 차지하였다. 요인 3은 개성있는-개성없는, 화려한-수수한, 재미있는-재미없는 의 3개의 형용사쌍으로 구성되었으며 의복스타일과 개인의 취향을 나타내는 감성어휘들로 구성되어 개성요인이라 하였으며 전체변량의 6.906%를 차지하였다. 요인 4는 감성적인-이성적인, 부드러운-딱딱한, 여성적인-남성적인 의 3개의 형용사쌍으로 구성되었으며 성격 이미지를 나타내는 감성어휘들로 구성되어 여성성요인이라 하였으며 전체변량의 5.202%를 차지하였다. 따라서 복합패션이미지의 패션감성은 아름다움에 대한 평가적 측면을 나타내는 심미성요인, 연령과 활동성을 나타내는 활동성요인, 개인의 취향을 나타내는 개성요인, 성격이미지를 나타내는 여성성요인으로 구성되었다.

4.1.2. 복합패션이미지의 패션감성의 계층구조

패션감성을 평가하기 위한 21쌍의 형용사쌍이 어떤 의미들로 구성되어 있는지를 알아보기 위하여 Ward법을 이용한 군집분석을 실시하였으며 그 결과는 다음과 같다.

각 형용사쌍의 결합과정을 살펴보면, 가장 가까운 거리에서 결합하고 있는 것은 매력있는-매력없는과 멋있는-멋없는 으로 사람들은 매력있는 감성을 느낄 때 동시에 멋있는 감성이 함께 형성됨을 알 수 있다. 또, 보기좋은-보기싫은 과 세련된-촌스러운이 바로 결합하여 매력있는-매력없는으로 대표되게 된다. 자연스러운-어색한은 좋아하는-싫어하는과 가까운 거리에서 결합하고 바로 감미로운-씹쓸한과 결합되는데 자연스러운 감성을 느낄 때 동시에 좋아하는 감성이 형성됨을 알 수 있다. 매력있는-매력없는은 자연스러운-어색한과 결합하여 자연스러운-어색한으로 대표되게 된다. 우아한-천박한은 고급스러운-고급스럽지 않은과 가까운 거리에서 결합하고 다음단계에서 자연스러운-어색한과 결합됨으로써 우아한으로 대표되고 바로 깨끗한-지저분한과 결합하여 깨끗한으로 대표되게 된다. 재미있는-재미없는은 유쾌한-불쾌한과 가까운 거리에서 결합하고 다시 부드러운-딱딱한, 감성적인-이성적인과 이어서 결합하여 감성적인으로 대표되고 깨끗한-지저분한과 다음 단계에서 결합되어 깨끗한-지저분한으로 대표되어 바로 사고싶은-사기싫은 감성과 결합하여 사고싶은-사기싫은 감성으로 대표되게 된다. 따라서 재미있고, 부드러운, 유쾌한 감성을 가질 때 감성적인 감성이 형성되며 이는 사고싶은 감성으로 연결됨을 알 수 있다. 젊은-나이든과 가벼운-무거운이 가까운 거리에서 결합되고 발랄한-점잖은이 이어서 결합되어 젊은-나이든으로 대표되어 다음단계에 사고싶은-사기싫은과 결합하여 젊은-나이든으로 대표되게 되고 개성있는-개성없는이 화려한-수수한과 가까운 거리에서 결합하여 여성적인-남성적인과 이어서 결합하여 개성있는-개성없는으로 대표

되어 최종적으로 젊은-나이든과 개성있는-개성없는이 결합하게 됨으로써 젊은 개성있는이 복합패션이미지의 패션감성을 대표 하는 것으로 나타났다.

4.2. 복합패션이미지에 대한 패션감성 차이

복합패션이미지의 문화범주에 따른 패션감성의 평가차이 결과를 살펴보면 Table 1과 같이 모든 패션감성에서 유의적인 차이를 나타냈으며 활동성에서 패션감성 차이가 매우 크게 나타났다. 남성/여성에서는 심미성과 개성이 정적으로 높게 평가되었고 활동성과 여성성이 부적으로 평가되었으며 개성이 가장 높게 평가되어 개성적인 것으로 여성성이 부적으로 높게 평가되어 남성적인 것으로 평가되었다. 이는 서로 상반되는 남성적 이미지와 여성적 이미지가 함께 복합되어 나타남으로 강한 대비를 이루어 화려하며 개성적인 것으로 평가되었다고 할 수 있으며 주로 남성적 이미지가 강한 슈트나 재킷과 함께 여성적 이미지가 디테일과 재질을 통해 복합됨으로써 형태에 대한 인식이 더 강하게 평가된다는 김유진(2002)의 연구와 유사하게 남성적인 것으로 평가된 것이라고 할 수 있다. 상/하위문화에서는 활동성이 가장 높게 평가되었고 심미성이 부적으로 높게 평가되어 상/하위문화는 젊은 감성으로 평가되었고 심미적이지 않은 것으로 평가되었다. 이는 하위문화가 젊은 세대로부터 발생한 문화로써 상위문화와 복합되어 상위문화의 젊음의 이미지를 발랄한 이미지로 변화시킴으로 인해 젊은 감성으로 평가된 것이라 할 수 있으며 그로 인해 상위문화의 세련되고 고급스러운 이미지가 상쇄됨으로 인해 심미적이지 않은 것으로 평가되었다고 할 수 있다. 지역/세계에서는 여성성과 심미성의 순으로 높게 평가되어 여성적이며 심미적인 것으로 평가되었고 활동성과 개성은 낮게 평가되었다. 지역/세계는 서구사회에 익숙하지 않은 지역의 전통적 복식 이미지와 서양의 현대적 이미지가 복합되어 있어 지역 전통의 재질과 색채, 무늬가 세계적으로 보편화된 단순한 실루엣과 복합됨으로써 감성적인, 부드러운, 여성적인 것으로 높게 평가되었다고 할 수 있다.

과거/현대에서는 활동성이 부적으로 가장 높게 평가되어 나

이든, 젊음은, 무거운 감성으로 평가되었으며 다음으로 개성이 높게 평가되어 개성있는, 화려한, 재미있는 감성으로 평가되었다. 이는 과거의 이미지가 전체적으로 무거운 재질과 부피감을 가지는 실루엣에 복합됨으로써 활동성이 낮게 평가된 것으로 보이며 현대에는 잘 볼 수 없는 실루엣과 무늬가 복합됨으로써 새로운 이미지로 평가되어 개성이 높게 평가된 것으로 생각된다.

4.3. 인구통계적 특성에 따른 패션감성 차이

복합패션이미지에 대한 인구통계적 특성(성별, 연령, 직업, 월 평균수입)에 따른 패션감성 차이를 살펴보기 위해 패션감성의 요인점수를 사용하여 분산분석과 scheff의 사후검증을 실시하였으며 그 결과는 Table 2와 같다

성별: 성별에 따른 패션감성은 개성요인에서만 매우 유의적인 차이를 나타내었으며 모든 요인에서 성별에 따라 서로 상반되는 평가를 하고 있다. 이러한 상반되는 평가는 정유진(2002), 손세영(2006)의 성별에 따른 패션감성차이와 비슷한 결과를 나타내고 있는데 연구대상의 차이가 있음에도 심미성요인에 있어서 여성이 남성보다 낮게 평가하는 경향이 있음을 알 수 있다. 개성요인에 있어서 여성이 복합패션이미지를 개성있는 것으로 남성이 개성없는 것으로 평가하였고 패션감성어휘에서는 좋아하는-싫어하는 감성에서 유의한 차이가 나타났으며 남성이 여성보다 더 높게 평가하였다. 따라서 디자인 개발 시에 좋아하는 감성과 사고싶은 감성의 관계를 고려하여 문화범주의 상반되는 이미지들의 복합에 의한 개성의 정도를 조정함으로써 적절한 개성의 추구로 인해 좋아하는 감성을 형성하고 이를 구매로 연결시킬 수 있을 것이다.

연령: 연령에 따른 패션감성은 심미성요인과 개성요인 순으로 유의적인 차이를 나타내었으며 심미성에 있어서 두드러진 차이를 나타내었다. 심미성에 있어서 연령이 높을수록 심미적인 것으로 평가하였는데 20대 초반에서는 부적으로 가장 높게 평가하여 심미적이 아닌 것으로 평가하였다. 개성에 있어서는 연령이 낮을수록 개성적인 것으로 평가되었으며 20대 중, 후반에서는 부적으로 평가하여 개성없는 것으로 평가하였다.

Table 1. 복합패션이미지의 패션감성 차이

패션감성	문화범주				
	남성/여성	상/하위문화	지역/세계	과거/현대	
심미성	0.100 [@] c/d	-0.115 a/b	0.105 c	-0.068 a	
활동성	-0.055 c/d	0.262 b	0.002 c	-0.199 a	
개성	0.188 b	0.064 a	0.001 a	0.089 a	
여성성	-0.238 d	0.038 a/b	0.213 c	0.032 a	
F-value	10.955***	33.769***	12.569***	28.430**	

@ factor score *** p<.001

Table 2. 인구통계적 특성에 따른 패션감성 차이

인구통계적 특성		패션감성	심미성	활동성	개성	여성성
성별	남성		0.015 [@]	0.013	-0.079	-0.008
	여성		-0.013	-0.014	0.076	0.009
t-value			0.797	0.780	-4.523***	-0.474
연령	19~22		-0.073 [@]	-0.032	0.057	0.024
			a		a/b	
	23~25		0.033	0.033	-0.026	-0.037
			b		b	
	26~29		0.108	0.011	-0.082	0.016
			b/c		b/c	
F-value			8.775***	1.486	5.233**	1.346
직업	일반사무직		0.215 [@]	0.097	-0.040	-0.007
	개인사업		0.057	0.225	-0.071	-0.209
	학생		-0.211	-0.012	-0.002	-0.006
	전문직		0.262	0.084	0.261	0.294
	공무원		0.294	0.070	-0.103	-0.038
	기타		0.044	0.035	-0.014	0.128
F-value			3.313**	0.958	1.193	1.944
월평균수입	100만원이하		0.135 [@]	0.060	0.175	-0.318
	101만원~200만원		0.666	0.119	0.078	0.055
	201만원~300만원		-0.451	-0.115	-0.032	0.029
	301만원~400만원		-0.005	-0.390	-0.065	-0.313
	401만원~500만원		0.029	0.036	-0.032	0.037
	501만원이상		0.024	-0.126	0.003	-0.123
F-value			1.749	2.470*	2.540*	1.507

@ factor score *** p<.001 ** p<.01 * p<.05

이상과 같은 패션감성 차이는 연령이 높아질수록 사회적 경험과 미적 경험에 대한 폭이 넓어지면서 새로운 이미지에 대해 심미적으로 평가하게 되고 상대적으로 경험이 적은 20대 초반의 연령이 새로운 이미지를 더욱 강하게 인지하게 되어 개성적으로 평가하게 되는 것으로 생각된다. 또한 20대 초와 중반은 자연스러운-어색한, 개성있는-개성없는, 화려한-수수한 감성에서 유사하게 평가하고 있으며 20대 중과 후반은 세련된-촌스러운, 사고싶은-사기싫은에서 유사하게 평가하고 있어 마케팅 기획 시에 추구하는 패션감성에 따른 시장세분화와 목표시장 설정을 고려할 수 있는 결과라고 할 수 있다.

직업: 직업에 따른 패션감성의 차이는 심미성에서 유의한 차이가 나타났으며 학생을 제외한 모든 직업에서 심미성을 정적으로 평가하여 심미적인 것으로 평가하였다. 직업에서 공무원, 전문직, 일반사무직의 순으로 심미성을 높게 평가하였으며 학생은 심미적이 아닌 것으로 평가하였다. 패션감성어휘에서는 세련된-촌스러운, 보기좋은-보기싫은, 멋있는-멋없는, 사고싶은-사기싫은, 자연스러운-어색한, 고급스러운-고급스럽지않은, 유행한-불패한에서 유의적인 차이가 나타났으며 전문직이 다른 직업

보다 더 높게 평가하였음을 알 수 있다.

월평균 수입: 월 평균 수입에 따른 패션감성 차이는 활동성과 개성에서 약간의 유의적인 차이가 나타났으며 집단간의 차이는 나타나지 않았다. 구체적으로 살펴보면 월평균 수입 101만~200만원이 활동적인 것으로 평가하였고 100만원이하가 개성있는 것으로 평가하였으며 심미성, 여성성에 있어서 수입의 많고 적음에 따른 패션감성 차이는 일정한 경향을 나타내지 않았다. 패션감성어휘에서는 매력있는-매력없는, 개성있는-개성없는데 매우 유의적인 차이가 나타났으며 101~200만원이 210~300만원과 301~400만원보다 복합패션이미지를 더 매력있는 것으로 평가하였고, 모든 월평균수입에서 개성있는 것으로 평가되었다.

4.4. 복합패션이미지의 소비감성

복합패션이미지의 소비감성을 분석하기 위해 좋아하는-싫어하는, 사고싶은-사기싫은, 유행한-불패한, 고급스러운-고급스럽지않은을 각각 종속변수로 하고 다른 형용사쌍을 독립변수로 하여 다중회귀분석을 실시하여 선호도, 구매욕구, 쾌감, 고급감

을 알아보았으며 그 결과는 Table 3과 같다.

선호도에 영향을 미치는 형용사쌍은 10개가 나타났으며 전체 69%의 설명력을 나타내었다. 사고싶은-사기싫은이 가장 높게 나타났으며 자연스러운-어색한, 보기좋은-보기싫은, 매력있는-매력없는 등의 순으로 높게 나타났다. 선호도에 영향을 미치는 형용사쌍이 대부분 심미성을 구성하는 어휘이며 여성성을 구성하는 부드러운-딱딱한이 포함되어 있다. 구매욕구에 영향을 미치는 형용사쌍은 11개가 나타났으며 전체 63%의 설명력을 나타내었다. 좋아하는-싫어하는이 가장 높게 나타났고 멋있는-멋없는, 보기좋은-보기싫은 등의 순으로 높게 나타났다. 여성성에서는 구매욕구에 영향을 미치는 형용사가 나타나지 않았으며 개성에 있어서는 부적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 쾌감에 영향을 미치는 형용사쌍은 12개가 나타났으며 전체 46%의 설명력을 나타내었다. 재미있는-재미없는이 가장 높게 나타났으며 감미로운-썩썩한, 깨끗한-지저분한, 젊은-나이드 등의 순으로 나타났다. 여성성에서 쾌감에 영향을 미치는 형용사가 나타나지 않았으며 세련된-촌스러운이 부적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 재미있는 감성을 가진 복합패션이미지에 있어서 촌스러운 감성을 느낄 수 있으며 이는 유패한 감성을 일으킨다는 것을 알 수 있다. 고급감에 영향을 미치는 형

용사쌍은 15개로 나타났으며 전체 53%의 설명력을 나타내었다. 우아한-천박한이 가장 높게 나타났으며 멋있는-멋없는, 세련된-촌스러운, 화려한-수수한 등의 순으로 높게 나타났다. 활동성에서 고급감에 부적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 고급감을 표현할 때에는 우아하면서 가벼운 이미지를 추구할 필요가 있다. 또한 복합패션이미지의 패션감성 중 멋있는-멋없는이 선호도, 구매욕구, 쾌감, 고급감에 공통적으로 영향을 주고 있음을 알 수 있다. 또한 선호도와 구매욕구는 높은 관련이 있으므로 복합패션이미지를 표현할 때 자연스러움과 멋스러움을 통해 미적 감성을 추구해야 할 것이다.

5. 결 론

현대사회는 다양한 분야의 경계가 사라지고 서로 공존하는 사회로써 다양성을 추구하는 소비자들의 현대패션에 대한 욕구는 다양한 감성을 느낄 수 있는 패션이미지의 창출에 의해 해결될 수 있을 것이다. 따라서 이 연구에서는 다양한 이미지가 공존하는 복합패션이미지에 대한 연구의 필요성을 인식하고 복합패션이미지에 대한 소비자들의 패션감성을 분석하였으며 연구의 결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

Table 3. 복합패션이미지의 소비감성

독립변수	종속변수	선호도		구매욕구		쾌감		고급감	
		Beta	T-value	Beta	T-value	Beta	T-value	Beta	T-value
심미성	좋아하는-싫어하는			.380	21.362***	.093	4.053***	.074	3.473**
	세련된-촌스러운			.069	3.916***	-.089	-4.202***	.141	7.158***
	보기좋은-보기싫은	.129	8.177***	.101	5.761***			-.074	-3.740***
	멋있는-멋없는	.102	6.097***	.187	10.229***	.101	4.538***	.162	7.834***
	사고싶은-사기싫은	.313	21.362***						
	우아한-천박한	.078	5.527***	.038	2.417*	.050	2.640**	.295	17.643***
	자연스러운-어색한	.156	11.629***	.042	2.756**			.100	5.896***
	고급스러운-고급스럽지않은	.048	3.473**			.083	4.525***		
	매력있는-매력없는	.106	6.900***	.057	3.350**	.051	2.485*		
	깨끗한-지저분한	.032	2.590**			.123	7.455***	.101	6.547***
	감미로운-썩썩한					.158	9.481***	.081	5.173***
	유패한-불쾌한	.052	4.053***					.072	4.525***
성숙성	가벼운-무거운					.047	2.814**	-.127	-8.180***
	젊은-나이드			.037	2.598**	.101	5.831***	-.036	-2.204*
	발랄한-점잖은			.041	3.096**	.080	4.955***	-.053	-3.559***
개성	개성있는-개성없는			-.056	-4.428***				
	화려한-수수한			-.057	-4.956***			.092	7.092***
	재미있는-재미없는					.164	10.639***		
여성성	감성적인-이성적인							.041	3.085**
	부드러운-딱딱한	.030	2.627**					-.042	-2.954**
	여성적인-남성적인								
R ²		.694		.630		0.462		0.532	

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

첫째, 복합패션이미지의 의미구조에서는 심미성, 활동성, 개성, 여성성의 4개의 구성요인이 추출되었고 전체변량의 61.5%를 설명하는 것으로 나타났으며 계층구조에서는 복합패션이미지가 '젊은'과 '개성있는' 이미지로 대표됨을 알 수 있었다. 따라서 복합패션이미지에서 활동성과 개성이 중요한 위치를 차지함을 알 수 있다.

둘째, 복합패션이미지의 문화범주에 따른 패션감성 차이에 있어서 모든 요인에서 유의적인 차이가 나타났으며 남성/여성은 개성있는 감성, 상/하위문화는 젊은 감성, 지역/세계는 여성적인 감성, 과거/현대는 무거운 감성과 개성있는 감성이 높게 평가되었으므로 디자인 개발 시에 복합패션이미지의 문화범주에 따른 패션감성 차이를 고려하여 젊고 개성있는 디자인을 추구할 수 있을 것이다.

셋째, 복합패션이미지의 인구통계적 특성에 따른 패션감성 차이에서는 성별에서 개성요인이 유의적인 차이가 나타났으며 연령에서 심미성요인과 개성요인이 유의적인 차이를 나타내었다.

성별에 있어서 여성이 남성보다 더 개성있는 것으로 평가하였고, 연령이 높을수록 심미적인 것으로, 연령이 낮을수록 개성적인 것으로 평가되었으며 20대 초반과 중·후반이 상반되는 평가를 함으로써 마케팅 기획 시 목표시장 설정에 고려되어야 할 것이며 20대 초반의 경우 개성적인 디자인에, 중·후반의 경우 심미적인 디자인에 초점을 두어 디자인 개발을 할 필요가 있을 것이다.

넷째, 복합패션이미지의 소비감성은 선호도에서는 사고싶은-사기싫은, 구매욕구에서는 좋아하는-싫어하는, 쾌감에서는 재미있는-재미없는, 고급감에서는 우아한-천박한이 가장 높은 상관을 보였으며 멋있는-멋없는이 소비감성에서 기본적인감성으로 나타났으므로 디자인개발 시에 심미성이 우선 고려될 필요가 있으며 재미있는 디자인으로 개성을 표현함으로써 좋아하는, 사고싶은 감성을 형성하여 구매로 이어질 수 있을 것이다.

이상과 같은 현대패션에 나타난 복합패션이미지의 패션감성 분석을 통해 패션감성에 따라 차별화된 문화범주의 복합패션이미지를 반영하는 디자인 기획이 가능하며 연령과 성별에 있어서 패션감성의 차이는 세분시장 전략 수립에 중요한 자료로 활용될 수 있을 것이다. 그러므로 이 연구는 개성을 중시하는 현대 소비자의 민감한 감성을 읽어내어 패션디자인과 패션마케팅 기획에 필요한 기초 자료로서 활용되는 데 그 의의가 있다고 할 수 있다.

참고문헌

김민정. (1995). 20세기말 패션 나타난 Crossover에 관한 연구. 홍익

대학교 석사학위 논문.
 김유진. (2002). 패션감성과 감정에 대한 의복 조형성 연구. 부산대학교 박사학위논문.
 김주영, 양숙희. (1998). 현대 복식에 나타난 “내부로부터의 해체” 현상 (제2보)-1980년대부터 1990년대를 중심으로-. *한국의류학회지*, 22(1), 3-17.
 김지연. (2001). 현대패션에 나타난 노출의 감성 연구. 부산대학교 석사학위 논문.
 김지연, 이경희. (2004). 현대패션에 나타난 다원주의적 표현성. *한국의류산업학회지*, 6(1), 9-16.
 김후란, 은영자. (2003). 패션에 나타난 퓨전 이미지에 관한 연구- Retro를 중심으로- 복식문화연구, 11(2), 293-319.
 손세영. (2006). 캐릭터티셔츠에 대한 패션감성 및 감성과 소비감성 분석. 부산대학교 석사논문.
 신재용. (2002). 현대 패션에 반영된 퓨전이미지에 관한 연구. 세종대학교 석사학위논문.
 양학미, 김민자. (2000). 후기자본주의 사회의 패션에 나타난 혼성모방. *복식*, 50(1), 69-84.
 양희영, 양숙희. (2000) 20세기 후반 패션에 나타난 질충주의적 경향 -Andy Warhol Look을 중심으로-. *한국의류학회지*, 24(4), 538-548.
 윤수정. (2002). 패션 트렌드의 다중화 복합화 현상에 대한 질적 분석. 연세대 석사학위논문.
 은병수. (1998). '창조를 위한 크로스오버.' 월간 디자인.
 이경희. (2001). 패션감성의 측정도구 개발에 관한 연구(제1보). *한국의류학회지*, 25(3) 573-547.
 이민선. (2001). 남성 패션에 표현된 다중 문화. *복식*, 51(7), 21.
 이유미. (2001). 패션트렌드에 나타난 퓨전스타일에 대한 디자인 연구. 중앙대학교 대학원 석사학위 논문.
 이은령. (2006). 한국 여성 옷차림 분석을 통한 패션감성 지표화 연구. 부산대학교 박사학위 논문.
 이정후, 양숙희. (1999). 포스트모더니즘 패션에 나타난 불확정성. *복식*, 45, 179-199.
 임영자, 한윤숙. (2001). 현대패션에 표현된 하이브리드 경향 연구. *복식*, 51(5), 113-134.
 정윤희. (2000). 포스트 퓨전스타일의 사상과 조형성에 관한 연구. 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문.
 정현숙, 정홍숙. (1997). 포스트모던 패션에 표현된 페미니즘 연구. *복식*, 35, 231-252.
 최혜정. (2000). 20세기말 현대패션에 나타난 다문화주의 현상에 관한 연구. 세종대 박사학위논문.
 Calinescu, M. (1987). *Five facts of Modernity*. Duke University Press.
 Kaiser, S., Nagasawa, R., & Hutton, S. (1995). Construction of an SI theory of fashion. Part I : Ambivalence and change. *Clothing and Textile Research Journal*, 13(3), 172-183.
 Steven Conner. (1995). Postmodernist culture: An Introduction to theories of the contemporary, pp. 213.

(2008년 2월 25일 접수/ 2008년 7월 9일 1차 수정/2008년 12월 31일 게재확정)