

대학생의 패션스타일과 이미지 선호도 연구 -대전과 경기지역 대학생을 중심으로-

차 수 정[†]

우송대학교 뷰티디자인학과

Fashion Style and Image Preference for University students -focused Daejeon and Gyeonggi area-

Su-Joung Cha[†]

Dept. of Beauty Design Woosong Univ.

Abstract

This study aims to examine specific image preferences through selected fashion style and evaluation terms. Therefore, this study provided basic information in order to help select a suitable fashion style within a desired image. As times are changing, most people obtain information about fashion through the use of the Internet by utilizing mobile phones and personal computers and less through magazines, newspapers and so on. When people buy clothes, they seem to be more influenced by the design and color than by price and quality. It is not perceived important for buying like company, advertising, the place of purchase etc. The results of the analysis reveal the structural elements of an image having a sense of fashion style and can be categorized as a natural image, romantic image, elegance image, casual image and avant-garde image. Among the six fashion styles, the natural image is regarded the highest A style. The romantic image is the highest B style and elegance image is the C, D, E style. The casual image is the highest F style and avant-garde image is a D style. In regards to appropriate fashion style by ages, the twenty-something population is investigated in finding a fit that is lively and vibrant in style while the thirty-something population is perceived to identify with a more feminine style. The forty-something population has shown to prefer a more luxurious style. Through this observation one can see that there is a distinction in fashion style between ages.

Keywords : fashion style(패션스타일), image(이미지), natural(내추럴), elegance(엘레강스), avant-garde(아방가르드), romantic(로맨틱)

[†]Corresponding author: SuJoung Cha, Tel. +82-42-629-6672, Fax. +82-42-629-6681
E-mail: carollain@nate.com

1. 서론

인간의 교육수준이 높아지고 과학기술이 발달하면서 단순한 아름다움을 추구하던 미에 대한 개념은 더욱 더 복잡해지고 그 기준도 다양하게 변화 되어 가고 있다. 외모도 능력이라는 인식이 높아지면서 현대에 있어 이미지는 그 사람의 성격, 말투, 행동, 표정, 음성, 옷차림, 걸음걸이, 실력 등에서 보여 지는 것으로 그 사람에 대한 특징적인 느낌을 나타내 준다. 이미지는 외적이미지와 내적이미지로 나뉘는데 외적이미지는 행동적 아이덴티티(Behavior Identity)라 말하며 의상, 헤어, 메이크업 등 시각적 요소를 포함하고, 내적이미지는 마인드 아이덴티티(Mind Identity)라 말하며 자신감, 성격, 생각 등 정서적 요소를 말한다(Park et al., 2011). 현대 사회에서는 패션, 헤어, 메이크업, 액세서리 등의 전체적인 조화가 중요시되는 토탈 패션화로 나타나고 있다.

토탈 패션에 있어서 패션스타일은 가장 중요한 역할을 하며 의복에서 보여 지는 이미지가 대인관계에 있어서 상대방에 대해 판단하는 중요한 단서가 된다. 의복은 착용자의 개성을 표현하고 개인의 매력을 증진시키는데 중요한 역할을 한다.

대부분의 사람들은 자신이 좋아하는 패션스타일이 있으며, 좋아하는 스타일을 입으면 심리적인 안정을 느끼며, 자신이 원하지 않는 스타일을 입으면 심리적으로 불안함을 느낄 수 있다. 그러므로 패션은 자신이 생각하는 자기의 표현이라 할 수 있다(Ahn&Jang, 2002).

따라서 본 연구에서는 최근 유행하는 패션경향을 반영하여 패션이미지별 평가용어 및 의복스타일을 선정하여 각 이미지별 선호도를 알아보고자 한다. 이를 통해 원하는 이미지에 적합한 의복스타일 선정 시 도움이 될 수 있는 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 패션 이미지

이미지(image)라는 용어는 라틴어 'imago'에서 그 어원을 찾을 수 있으며, '모방하다(imitate)'라는 뜻을 지니고 있다. 이미지는 어떤 사람이나 사물에 대하여 가지는 시각적인 상이나 기억, 인상 평가 및 태도 등의 총체로서, 사물이나 인물에 대하여 특정한 감정을 가지게 하는 영상이다(Park et al., 2011).

현대사회에서 이미지의 중요성이 더해감에 따라 자신의 이미지에 대한 관심도 더욱 높아지고 있다. 특히 외모에서 나오는 이미지는 그 사람을 인식하고 판단하는 중요한 요소로 점점 자리하고 있다. 사람의 외적 요소에 많은 영향을 미치는 요인 중 패션은 착용자의 성격, 직업, 나이, 성별, 이미지에 영향을 미치는 요인으로 착용자의 정보를 전달하고 인상형성에 영향을 미치는 동시에 자신의 정체성확립에 중요한 역할을 한다. 특히 자신의 의사를 전달하는 무언의 언어로 비언어적 상징으로 표현된다(Choi, 2006).

패션 이미지는 '패션 타입', '패션 마인드', '패션 취향'이라고 하며, 착용자를 대했을 때 나타나는 분위기나 느낌을 말한다. 착용자가 어떠한 디자인, 실루엣, 소재, 색상을 선택하느냐에 따라 패션 이미지가 좌우된다(Lee, 2011).

2. 패션 이미지의 특징

1) 엘레강스(Elegance)

엘레강스의 사전적 의미는 '우아한, 고상한, 품위 있는'을 의미하며, 지성적이고 우아하며 기품이 넘치는 스타일을 말한다. 장식이 배제된 라인과 곡선적인 실루엣으로 우아하고 품위가 돋보이는 여성적인 분위기를 나타낸다.

어깨, 허리, 힙선이 강조된 심플한 스타일로 여성의 아름다움을 강조하는 것이라 할 수 있다. 소품으로는 챙이 큰 모자, 토트백, 진주목걸이, 스카프 등을 이용하여 엘레강스한 이미지를 더할 수 있다. 소재는 고급스러운 것으로 실크나 울 종류가 품위 있게 보이며 색상은 파스텔톤에 회색을 가미한 그레이 시톤은 여성적인 느낌이 살아 있으면서 침착하고 무게 있는 느낌으로 여성적이고 고급스러움을 나타낼

수 있다.

2) 캐주얼(Casual)

캐주얼의 사전적 의미는 ‘격의 없는’이라는 뜻으로 활동적이며 구속을 싫어하는 젊은이들의 대표적인 복식스타일이라고 할 수 있다. 그러나 요즘은 다양한 연령층에서 캐주얼의 경향이 나타나고 있다. 캐주얼 의상은 편안하게 입을 수 있는 것으로 형식적인 면보다는 실용성을 중시하여 일상생활에서 격식 없이 편히 입을 수 있는 T셔츠, 점퍼, 바지, 조끼, 스포츠재킷, 진, 니트 등을 코디하여 입는 스타일이다.

소재는 면 종류가 많이 사용되고 색상은 선명한 원색들이 캐주얼이미지를 대표하지만 베이지, 카키, 회색 등 중성색도 현대적 감각의 캐주얼웨어에 많이 사용된다.

3) 내추럴(Natural)

내추럴은 사전적 의미로 ‘자연의, 천연의’를 의미하며, 자연스럽고 부드러우며 친근감이 있는 스타일이다. 자연에서 느낄 수 있는 편안하고 인위적이지 않은 느낌의 디자인이 많다. 헐렁한 니트 상의나 스커트, 통바지 등을 코디시켜 여유 있고 자연스럽게 보이도록 한다. 색상은 갈색, 베이지, 카키 계열을 사용하여 차분하고 침착한 느낌이 들게 한다. 소재는 니트류의 부드러운 소재나 면, 마, 울 등의 천연 소재를 사용하여 넉넉하고 편안한 실루엣으로 몸을 구속하지 않는 자연스러움과 자유스러움을 표현한다.

4) 로맨틱(Romantic)

로맨틱은 사전적 의미로 ‘낭만적인, 비현실적인’이라는 의미를 나타내며, 프릴, 러플, 레이스, 플라온스 등으로 장식된 부드러운 소재의 블라우스나 원피스 등이 여성스러운 스타일을 연출하기 좋으며 여성을 가장 여성답고 사랑스럽게, 귀엽고 부드럽게 보일 수 있는 이미지이다.

색상은 흰색과 파스텔톤이 적합하며 소재는 벨벳,

앙고라, 시폰이나 부드러운 니트 등이 사용된다. 코튼과 같이 소박한 소재에 작은 꽃무늬 패턴이나 동화적 무늬도 많이 사용된다.

5) 아방가르드(Avante-garde)

아방가르드의 사전적 의미는 ‘선구적인, 실험적인’이며 기존의 전통과 규범을 부정하고 완전히 새로운 것을 창조하는 실험적이고 전위적인 예술을 지칭할 때 주로 사용되는 용어이다. 대중성이나 실용성을 무시한 실험적 요소가 강한 디자인으로 상하의 바뀐 스타일, 속옷을 겉옷화한 스타일, 소재를 고의적으로 찢거나 탈색하여 그런지룩을 연출한 스타일 등이 여기에 속한다(Lee, 2003; Lee, 2011).

III. 연구방법 및 내용

1. 연구대상 및 시기: 연구대상은 대전과 경기지역 대학생 중 패션과 뷰티 전공 학생을 대상으로 단순무작위추출법(simple random sampling method)을 사용하여 추출하였다. 설문지 200부를 배포하여 총 186부를 회수하여 응답이 불성실한 자료를 제외하고 총 168부를 분석 자료로 사용하였다. 조사는 2015년 6월 22일부터 2015년 7월 31일에 걸쳐 실시되었다. 조사는 피조사자에게 설문지를 직접 기입하도록 하는 방식으로 진행되었다.

2. 측정도구: 이미지별 평가용어를 추출하기 위해서 문헌연구방법을 이용하였고 패션스타일 선정은 가장 널리 알려진 포털사이트 네이버에 이미지 용어를 입력하여 검색되는 이미지 중 내추럴, 로맨틱, 엘레강스, 캐주얼, 아방가르드에 적합한 이미지를 선정하였다.

3. 설문지의 구성: 본 설문지의 내용은 인구통계학적 특성 5문항, 의복 착용 구매 실태 및 선호도 42문항, 의복스타일에 따른 이미지 및 선호도에 관한 문항 150문항, 그리고 연령별 패션스타일 선호도에 관한 5문항 등 총 204문항으로 구성되었다.

4. 설문지의 척도: 설문지의 보기는 4-6개로 구성되어 그 중 한 개의 답을 선택하도록 하였으며 정도를 묻는 문항은 5점 척도로 이루어져 ‘매우 그렇지

Table 1. Contents of Questionnaire

Sorts	Total questions	Details	
Demographics variables	5 questions	Age, Sex distinction etc.	5 questions
Actual condition and preference of wearing and purchase	42 questions	purchase factor, preference image, wearing style etc.	42 questions
fashion image and preference	150 questions	image and preference as fashion style	150 questions
fashion style preference as age	5 questions	best fashion style, worst fashion style, advanced fashion style etc.	5 questions
Total		204 questions	

Table 2. Demographic Characteristics of Subjects

division		N	%
Age	birth before 90 year	3	1.8
	91 year	7	4.2
	92 year	13	7.7
	93 year	30	17.9
	94 year	50	29.8
	95 year	21	12.5
	96 year	40	23.8
	97 year	4	2.4
Sex distinction	female	133	79.2
	male	35	20.8
Total		168	100.0

않다’, ‘그렇지 않다’, ‘보통이다’, ‘그렇다’, ‘매우 그렇다’에서 선택할 수 있도록 하였다.

5. 자료분석: 본 연구를 위해 수집된 설문자료는 SPSS 20.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 먼저 조사대상의 특성과 의복착용실태 등을 살펴보기 위해 빈도분석을 실시하였고, 의복 구매 시 주요 고려사항의 중요도를 알아보기 위해 평균과 표준차를 산출하였다. 패션스타일 이미지의 구성 요인을 추출하기 위해 요인분석을 실시하였고, 추출된 요인을 구성하고 있는 항목들의 신뢰도 검증에 위해 Cronbach's α 값을 산출하였다. 의복스타일에 따라 의복스타일의 이미지 요인의 평가를 위해 일원변량

분석(one-way ANOVA)을 실시하였다.

패션스타일에 대한 인식과 선호도, 연령대에 가장 어울리는 패션스타일 등을 살펴보기 위해 교차분석을 실시하였다.

III. 결과 및 고찰

본 연구에서는 패션이미지별 평가용어 및 패션스타일을 선정하여 각 이미지별 연령에 따른 선호도를 알아보고자 하였다. 이를 통해 원하는 이미지에 적합한 패션스타일 선정 시 도움이 될 수 있는 기초자

Table 3. Actual Conditions of Wearing and Purchase

Division		N	%
Purchase frequency	under 1 piece	14	8.3
	over 1 piece to under 3 pieces	92	54.8
	over 3 piece to under 5 pieces	44	26.2
	over 5 pieces	18	10.7
Purchase cost for one month	under 50,000	26	15.5
	over 50,000 to under 100,000	70	41.7
	over 100,000 to under 200,000	49	29.2
	over 200,000 to under 300,000	15	8.9
	over 300,000 to under 500,000	4	2.4
	over 500,000	2	1.2
	Others	2	1.2
Information medium for fashion	TV	27	16.1
	Magazine	21	12.5
	News paper	9	5.4
	Others	111	66.1
Wearing style	change different style every day	91	54.2
	change different style per 2-3 days	66	39.3
	wear same style every day	9	5.4
	Others	2	1.2
Total		168	100.0

료를 제공하고자 하였다. 그 결과는 다음과 같다.

조사대상자는 94년생이 29.8%로 가장 많았고 다음이 96년생(23.8%), 93년생(17.9%) 순으로 나타났다. 성별에 있어서는 패션, 뷰티 전공 대학생이어서 여성이 79.2%, 남성이 20.8%로 여성의 비율이 높았다(Table 2).

조사대상자의 의복 착용실태를 살펴본 결과, 매일 다른 스타일을 착용하는 경우가 91명(54.2%)로 가장 많았으며, 다음이 2-3일에 한번 다른 스타일을 착용하는 경우가 66명(39.3%)로 나타났다. 의복에 관한 정보는 기타가 111명(66.1%)로 가장 많았는데 기타로는 주로 인터넷 검색을 통하여 얻는 경우가 대부분이었으며, 다음으로 TV(16.1%), 잡지(12.5%) 등의 순으로 나타났다.

의복 구매실태에 있어서는 한 달에 1벌 이상 3벌

미만을 구매하는 경우가 92명(54.8%)으로 가장 많았으며, 3벌 이상 5벌 미만을 구매하는 경우가 44명(26.2%)으로 많았다. 또, 한 달 평균 의복 구매비용에 대해서는 5만원 이상 10만원 미만이 70명(41.7%)으로 가장 많았고 다음으로 10만원 이상 20만원 미만이 49명(29.2%), 5만원 미만이 26명(15.5%)로 나타났다(Table 3).

의복 구매 시 고려사항에 대해 살펴보면, 디자인(4.51)과 컬러(4.11)가 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 다음으로 가격과 소재(3.93), 품질(3.92)의 순으로 나타났다. 브랜드(2.85), 구입 장소(2.52), 제조회사(2.44), 광고(2.06) 등은 중요한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다(Table 4). 성별에 따른 의복 구매 시 주요 고려사항을 살펴보았을 때 컬러와 디자인에 있어서만 유의미한 차이를 나타

냈다(Table 5).

패션스타일이 가지고 있는 이미지 구성요인을 파악하기 위하여 총 25개 평가이미지 항목에 대해 요인분석을 실시하였다. 요인분석 방법으로 주성분 분석을 실시하였으며, 초기에 분석한 요인의 명확한 해석을 위해 요인회전은 직각 회전인 varimax방식을 사용하였다. 요인부하량(factor loading)은 0.5 이상인 항목을 추출하였고, 연구 개념이 상이한 요인에 높은 적재량을 보이거나 두 개 이상의 요인에 동시에 0.5이상의 높은 요인부하량을 보이는 항목은 제거하였다. 요인분석 결과 4개의 측정항목을 제거하고 5개의 요인을 도출하였으며, 5개 요인의 총 분산 설명력은 70.960%로 나타났다. 요인 1은 내추럴 이

미지, 요인 2는 로맨틱 이미지, 요인 3은 엘레강스 이미지, 요인 4는 캐주얼 이미지, 요인 5는 아방가르드 이미지로 명명하였다. 추출된 요인들을 구성하고 있는 이미지 항목들의 신뢰도 검증 결과, Cronbach's α 값은 0.689~0.894로 나타나 요인들이 내적 일치도가 높은 항목으로 구성되었음이 확인되었다(Table 6). 요인 1의 내추럴 이미지는 편안한, 활동적인, 자연스러운, 단순한, 친근한 등의 이미지를 가지고 있었고, 요인 2 로맨틱 이미지는 사랑스러운, 소녀다운, 온화한, 귀여운, 부드러운, 생동감 있는 이미지를 나타냈다. 요인 3 엘레강스 이미지는 지적인, 화려한, 세련된, 우아한, 현대적인 이미지를 나타냈으며, 요인 4 캐주얼 이미지는 유쾌한, 활동

Table 4. Major Consideration for Buying Clothes

Major consideration	M	SD
Company	2.44	1.05
Brand	2.85	1.10
Price	3.93	.95
Quality	3.92	.89
Color	4.11	.74
Commercial	2.06	.92
Design	4.51	.73
Textile	3.93	.75
Purchase place	2.52	1.03

Table 5. Major Consideration for Buying Clothes as Sex Distinction

Major consideration	female (N=133)	male (N=35)	t
Company	2.41 (1.09)	2.57 (.88)	-.934
Brand	2.82 (1.10)	2.97 (1.12)	-.724
Price	3.99 (.87)	3.71 (1.18)	1.306
Quality	3.90 (.83)	3.97 (1.10)	-.407
Color	4.05 (.76)	4.34 (.64)	-2.133*
Commercial	2.08 (.90)	1.97 (.98)	.635
Design	4.44 (.77)	4.77 (.49)	-3.076**
Textile	3.95 (.70)	3.86 (.94)	.529
Purchase place	2.55 (1.00)	2.43 (1.14)	.616

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

Table 6. Factor Analysis about Fashion Style

Factor	Item	factor loading					Cronbach's α
		Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5	
Natural	comfortable	.828	.202	-.183	.149	-.063	.894
	active	.826	.068	-.255	.211	.007	
	natural	.803	.267	-.229	.080	-.066	
	simple	.765	-.004	.034	-.001	-.189	
	friendly	.673	.284	-.186	.268	-.160	
Romantic	lovely	.059	.852	-.017	.126	.120	.877
	girlish	.120	.851	-.113	.084	-.007	
	mild	.125	.754	.230	-.122	-.054	
	cute	.228	.733	-.244	.216	.097	
	soft	-.041	.670	.168	.238	-.277	
	lively	.272	.667	-.224	.387	.062	
Elegance	intellectual	-.059	-.070	.797	-.048	-.020	.872
	luxury	-.368	.039	.778	-.133	.066	
	sophisticated	-.182	-.080	.768	.126	.085	
	graceful	-.396	.110	.735	-.174	.175	
	modern	.173	-.154	.688	.011	.125	
	elegance	-.390	.242	.662	-.167	.107	
Casual	cheerful	.216	.277	-.080	.785	.075	.689
	movement	.219	.181	-.032	.752	.245	
Avant-garde	creative	-.158	.021	.200	.117	.848	.744
	experimental	-.180	-.024	.124	.146	.805	
eigenvalue		3.874	3.865	3.737	1.747	1.679	
variance(%)		18.447	18.405	17.794	8.317	7.997	
accumulation variance(%)		18.447	36.853	54.646	62.963	70.960	

적인 이미지를 나타냈다. 요인 5 아방가르드 이미지는 창의적인, 실험적인 이미지를 나타냈다.

6개 패션스타일에 따라 내추럴 이미지를 평가한 결과 통계적으로 유의미한 차이를 보였는데 ($F=285.857, p<.001$), A스타일(3.97)이 내추럴 이미지가 가장 높고, 다음으로 F스타일(3.75)이 높았으며, D스타일(1.83)이 내추럴 이미지가 가장 낮았다.

로맨틱 이미지($F=157.655, p<.001$)는 B스타일(3.77)이 가장 높았으며, 다음이 F스타일(3.26), A스타일(2.50)과 D스타일(2.42) 순으로 나타났으며, E스타일(2.01)이 로맨틱 이미지가 가장 낮았다.

엘레강스 이미지($F=206.304, p<.001$)는 C, D, E

스타일(3.85, 3.93, 3.94)이 가장 높은 것으로 나타났으며, F스타일(2.25)이 가장 낮은 것으로 나타났다.

캐주얼 이미지($F=37.929, p<.001$)는 F스타일(3.54)이 가장 높은 것으로 나타났으며 C스타일(2.44)과 E스타일(2.40)이 가장 낮은 것으로 나타났다.

아방가르드 이미지($F=63.113, p<.001$)는 D스타일(3.47)이 가장 높게 나타났으며, 다음이 C스타일(3.07), E스타일(2.68), F스타일(2.50) 순으로 나타났다. A스타일(1.90)이 가장 낮은 것으로 나타났다 (Table 7, Figure 1).

Table 7. Factor Analysis about Fashion Style

division \ fashion style	natural		romantic		elegance		casual		avant-garde	
	M	(SD)	M	(SD)	M	(SD)	M	(SD)	M	(SD)
A	3.97	(.68) ^a	2.50	(.66) ^c	2.58	(.68) ^c	2.84	(.91) ^b	1.90	(.78) ^e
B	2.66	(.69) ^d	3.77	(.66) ^a	3.53	(.64) ^b	2.57	(.74) ^c	2.21	(.78) ^d
C	1.96	(.68) ^e	2.23	(.68) ^d	3.85	(.74) ^a	2.44	(.80) ^d	3.07	(.99) ^b
D	1.83	(.69) ^e	2.42	(.77) ^c	3.93	(.70) ^a	2.71	(1.01) ^{bc}	3.47	(1.08) ^a
E	2.86	(.69) ^c	2.01	(.67) ^e	3.94	(.65) ^a	2.40	(.92) ^d	2.68	(.97) ^{ac}
F	3.75	(.64) ^b	3.26	(.73) ^b	2.25	(.63) ^d	3.54	(.91) ^a	2.50	(.92) ^c
<i>F</i>	285.857 ^{***}		157.655 ^{***}		206.304 ^{***}		37.929 ^{***}		63.113 ^{***}	

****p*<.001



Figure 1. Fashion Style

-www.naver.com

연령대별로 가장 어울리는 패션스타일에 대한 조사 결과, 20대의 경우 가장 어울린다고 생각하는 패션스타일은 F스타일이 87명(51.8%)으로 나타났고 다음으로 A스타일로 나타났다. 20대의 경우 캐주얼 이미지와 내추럴 이미지의 패션스타일이 가장 잘 어울린다고 생각하였다. 30대에 가장 어울리는 패션스타일은 B스타일이 56명(33.3%)으로 가장 높게 나타났고 다음이 C와 E스타일로 나타났다. 30대의 경우

에는 로맨틱과 엘레강스 이미지의 패션스타일이 가장 잘 어울린다고 생각하였다. 40대에 가장 어울리는 패션스타일은 D스타일이 82명(48.8%)로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 E와 C스타일 순으로 나타났다. 40대의 경우에는 아방가르드 이미지의 패션스타일이 가장 잘 어울린다고 생각하였다(Table 8).

자신에게 가장 잘 어울린다고 생각하는 패션스타일은 20대가 대부분이어서 A스타일이 가장 많았으

Table 8. Best Match Fashion Style as Ages

fashion style	age	twenty	thirty	forty
	A	48 (28.6.)	10 (6.0.)	8 (4.8.)
B	28 (16.7.)	56 (33.3.)	14 (8.3.)	
C	4 (2.4.)	46 (27.4.)	24 (14.3.)	
D	0 (.0)	17 (10.1.)	82 (48.8.)	
E	1 (.6.)	39 (23.2.)	38 (22.6.)	
F	87 (51.8.)	0 (.0)	2 (1.2.)	
Total	168 (100.0.)	168 (100.0.)	168 (100.0.)	

Table 9. Perception and Preference about Fashion Style

fashion style	division	best fashion style	advanced fashion style	worst fashion style	old-fashioned style
	A	38 (22.6.)	14 (8.3.)	15 (8.9.)	43 (25.6.)
B	36 (21.4.)	13 (7.7.)	25 (14.9.)	27 (16.1.)	
C	14 (8.3.)	20 (11.9.)	29 (17.3.)	17 (10.1.)	
D	11 (6.5.)	31 (18.5.)	66 (39.3.)	40 (23.8.)	
E	34 (20.2.)	59 (35.1.)	20 (11.9.)	12 (7.1.)	
F	35 (20.8.)	31 (18.5.)	13 (7.7.)	29 (17.3.)	
Total	168 (100.0.)	168 (100.0.)	168 (100.0.)	168 (100.0.)	

며, 다음으로 B, F, E스타일의 순으로 나타났으나 거의 차이가 없었다. 개인의 취향에 따라 선호도의 차이를 나타낸 것으로 보인다. 또, 가장 어울리지 않을 거 같은 패션스타일로는 D스타일을 가장 많이 선택하였으며, 다음으로 B와 C스타일의 순으로 나타났다. D스타일의 경우에는 40대에 가장 어울릴 것으로 생각하는 스타일이라 20대에는 어울리지 않

는다고 생각하는 것으로 나타났다. 또, 유행을 앞서가는 패션스타일로는 E를 선택한 경우가 많았으며, 유행에 뒤처진다고 생각하는 패션스타일로는 A를 선택한 경우가 많았다. A스타일의 경우에는 잘 어울린다고 생각하면서도 유행에 가장 뒤처진다고 생각하는 것으로 나타났다.

IV. 결론

본 연구는 패션이미지별 평가용어 및 의복스타일을 선정하여 각 이미지별 선호도를 알아보고 이를 통해 원하는 이미지에 적합한 의복스타일 선정 시 도움이 될 수 있는 기초자료를 제공하고자 하였다.

시대의 변화에 따라 의복에 관한 정보는 주로 휴대전화 및 퍼스널 컴퓨터를 활용한 인터넷 검색을 통하여 얻는 경우가 가장 많았으며, 지면을 통해 정보를 얻는 경우는 극소수에 불과하였다. 또 의복 구매 시에도 가격이나 품질보다는 디자인과 컬러가 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 제조사 및 광고, 구입 장소 등은 중요하게 인식되지 않음을 알 수 있었다. 이는 대학생을 조사대상으로 하였기 때문이라고 생각되며 어머니와 함께 구매하려 하는 경우에는 품질이나 가격이 중요한 요인으로 작용하는 것으로 나타났다.

패션스타일이 가지고 있는 이미지 구성요인을 분석한 결과, 내추럴 이미지, 로맨틱 이미지, 엘레강스 이미지, 캐주얼 이미지, 아방가르드 이미지로 분석되었다.

6개 패션스타일에 따라 내추럴 이미지는 A 스타일이, 로맨틱 이미지는 B 스타일이 가장 높았으며, 엘레강스 이미지는 C, D, E 스타일이, 캐주얼 이미지는 F 스타일이 가장 높은 것으로 나타났다. 아방가르드 이미지는 D 스타일이, 가장 높게 나타났다.

연령대별 적합한 패션스타일에 대해 20대는 발랄하고 생동감 있는 스타일이 적합한 것으로 나타났고, 30대는 로맨틱이미지의 여성스러운 스타일이 적합한 것으로 인식되었다. 40대는 럭셔리한 분위기의 의복이 가장 적합한 이미지로 나타났다. 연령에 따른 패션스타일에 대한 구분은 여전히 존재하고 있음을 알 수 있었다.

그러나 본 연구는 경기와 대전 지역의 대학생이라는 국한된 집단에 대해서 연구가 진행되었으므로 좀 더 다양한 지역과 연령대에 대한 폭넓은 연구가 이루어져야 할 것으로 사료된다.

References

Ahn, H. & Cho, K.(2006). A Study on the Hair Style Production Based on the Face Contour & Fashion Feeling, *Journal of Fashion Business*, 10(4), pp.29-44.

Ahn, M. & Jang, A. (2002). *Modern fashion & imagemaking*. Seoul: Yehak Publishing Ltd.

Choi, Y.(2006). Politician Image Management: Mixing Verbal and Non-verbal Messages, *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 50(1), pp.378-405.

Lee, J. (2011). *Fashion Styling Study and proposal for 2012 Potential Presidential Candidates-Focusing on Park, Gun-hye and Rye, Si-min*(Unpublished master's thesis), Kyung Hee University, Seoul, Korea.

Lee, H. (2003). *The Correlation between Clothing Style and Hair Style Related to Fashion Image*(Unpublished master's thesis), Kyungsung University, Busan, Korea.

Park, H., Wee, H., & Cha, S. (2011). *Fashion styling for image making*. Seoul: Chungnam Publishing Ltd.

Fashion image. (2015). Retrieved May 10, 2015, from <http://www.naver.com>

Received (January 21, 2016)

Revised (May 9, 2016)

Accepted (May 17, 2016)