

여성 수트의 이미지 구성 요인에 관한 연구

중앙대학교 가정대학 의류학과

부교수 홍 병 숙

강사 정 비 경

目	次
I. 서론	2. 평가 방법
II. 이론적 배경	3. 자료분석 방법
1. 여성수트	IV. 결과 및 논의
2. 의복의 이미지 구성요인	1. 여성 수트의 이미지 구성 요인
III. 연구 방법	참고문헌
1. 평가 도구의 작성	ABSTRACT

I. 서론

이미지(image)란 한 감각대상으로 부터 지속적으로 감지된 모든 정보가 인간의 마음속에서 정보처리의 과정을 거쳐 재구성된 하나의 상(像)이다. 하나의 감각대상에 대하여 개인이 갖고 있는 이미지는 그 대상의 다양한 속성을 평가자가 어떻게 분류하여 평가하며 이러한 결과가 그의 마음속에 어떻게 구성되어 있는가와 관련되어 있다.¹⁾

디자인 요소들의 시각적 특징에 의해서 이미지가 형성되는 의복의 이미지 또한 의복의 다양한 속성을 어떻게 분류하며 이러한 결과가 마음 속에 어떻게 구성되어 있는가와 관련된다.

이러한 의복이미지에 관하여 여러 연구가 선행되어졌다. 특히 의복의 이미지 구성요인 분석에 관한 연구들은 의복을 통한 인상형성차원에 대한 연구와 의복이미지의 평가나 의복의 평가차원을 밝히기 위해서 주로 시행되었다. 그러나 의복의 이미지 평가는 의복의 상품기획시 예측을 위한 정보자료를 마련하는데 기초자료로도 사용될 수 있다.

즉, 올바른 예측은 복식산업에 있어서 상품기획의 중심을 이루며, 기업의 성패를 좌우하는 중요

한 일이다. 의복은 유행경향을 따라 변화하는 것이 일반적인 현상이므로 장기적 유행변화의 동향은 곧 유행스타일 예측에 좋은 자료가 된다.²⁾

유행변화 동향의 분석은 변화의 요소인 색상 및 소재, 그리고 실루엣 등이 기본 대상이 되며, 이 세 요소가 복합적으로 작용하여 전달하는 의복 이미지도 분석의 좋은 대상이 된다.³⁾¹⁵⁾ 상품기획의 과정에서 이미지 기획이 중요한 작업임을 인식해 볼 때 이와 같이 이미지의 변화동향을 파악하는 것은 매우 중요한 일이다.

이미지의 유행동향은 주성분분석을 사용하여 이미지를 여러 요인으로 취급하고, 각 이미지 요인의 변화동향을 시계열적으로 관찰할 수 있다.⁷⁾ 이처럼 의복 이미지의 유행동향을 분석하는데 있어서 주로 요인분석 방법을 사용하는 이유는, 의복 이미지가 각기 다른 속성을 나타내는 다수의 요인으로 구성되어 있기 때문이다. 따라서 의복 이미지의 유행변화 동향을 파악하기 위해서는 의복 이미지 구성요인의 분석이 선행되어야 하는 것이다.

의복이미지는 사람들이 어떤 의복을 보고 나타내는 반응, 즉 평가용어로 측정될 수 있다. 특히, Osgood⁸⁾ 등이 어떤 지각 대상이나 개념은 다차원

으로 구성된 의미공간을 소유하고 있다고 가정하고 양극 형용사 척도를 사용하여 그 의미를 측정하기 위해 의미미분법(semantic differential method)을 개발하면서 부터 이 방법은 의류학을 비롯한 여러 분야에서 이미지를 평가하는데 널리 활용되고 있다.

여러 선행연구에서 의복이미지에 대한 평가를 통하여 의복의 구성요인들을 밝히고 있다. 여기서 사용된 평가도구들은 수집된 평가용어를 양극화 또는 개별화한 평가 척도를 사용하고 있으며, 대개의 연구에서 의복에 대한 이미지 평가시 의미미분척도를 사용하고 있다. 그러나 김성희¹⁰⁾, 문영보¹¹⁾, 정인희¹²⁾는 반대어로 구성된 양극형용사 척도를 사용하여 의미구조를 분석할 경우 어휘적 반대어가 반드시 심리적 반대어와 일치하지 않는다는 점과 반대어가 없거나 여러개인 경우가 있어 의미미분척도 구성의 타당성이 문제시될 수 있다고 지적하였다. 이러한 문제점을 고려해 볼 때 형용사를 양극화한 의미미분법보다는 개별화된 평가용어로 척도를 구성함이 의미있다고 본다.

한편, Greenwood와 Murphy¹³⁾는 유행변화요소를 측정하는데 있어서 의복 대상품목은 바지, 상의, 드레스 등 무한하다고 하여, 유행변화 동향의 분석을 의복품목별로 구별하여 자료화할 것을 제시하고 있다. 따라서 특정 의류 품목을 대상으로 하여 이미지 요인별로 변화동향을 자료화하는 것이 필요하다고 생각되어 의복의 여러품목 중 일차적으로 현대여성의 근무복 및 일상 외출복으로서 가장 많이 착용되는 수트를 분석 대상으로 하였다.

이와 같은 연구의 필요성에 근거하여 본 연구에서는 여성 수트의 이미지 용어를 수집하여 여성 수트 이미지의 구성요인을 밝히는데 연구의 목적을 두었다. 본 연구를 통하여 얻어지는 결과는 수트의 유행이미지 변화동향을 제시하는데 필요한 기초자료로서 도움을 줄 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

1. 여성 수트

수트는 본래 한벌을 의미하는 것으로서, 여성복에서의 수트는 자켓과 스커트 또는 자켓과 펜츠가

같은 천으로 한벌을 이루는 것을 말하며, 형태나 용도에 따라 다양한 종류를 이루고 있다.¹⁴⁾¹⁵⁾

여성수트는 1890년경부터 보이기 시작한 것으로 입어서 편하고 실용적이어서 어떤 생활과 장소에도 적용할 수 있는 편리한 때문에 모든 계층에 보급되었다.¹⁶⁾ 선행연구들¹⁷⁾¹⁸⁾¹⁹⁾²⁰⁾을 분석해보면 여성이 수트를 착용하게 된 요인에는 스포츠의 보급, 산업의 발달, 여성해방운동, 세계대전의 발발 등이 제시되고 있다. 특히 이러한 배경으로 인한 여성의 사회진출 증가는 여성이 수트를 착용하게 된 가장 큰 요인으로 제시되고 있다.

제2차 세계대전 이후 많은 인구층을 형성하게 되는 베이비붐 세대들은 70년대 들어서 30대 기성세대로서의 역할을 수행하게 되었다. 한편 여성의 지위가 강해지면서 여성들은 사회참여에 대한 의식이 높아지고 직업을 중요시하게 되었다. 이러한 사회배경 속에서 사회에 진출한 직업여성들은 실용적인 수트를 많이 착용하게 되었다.²¹⁾

우리나라의 경우도 1960년대에 시작된 공업화로 급속한 경제 성장이 가능하게 되었고 이러한 과정에서 여성 인력이 필요하게 되었다. 이에 여성교육이 뒷받침되어 여성의 사회진출은 날로 늘어나게 되었고,²²⁾ 여성들의 취업증가에 따라 새롭고 간편한 복장의 수요도 증가하게 되었다.²³⁾ 특히 사무직, 전문직 여성의 증가로 인해 수트는 직업복으로서 뿐만아니라 일상복으로 또는 사교 및 예복으로서 그 역할이 넓혀졌으며, 현대 여성의 복식으로서 누구나 기본적으로 갖추고 있는 의복 품목이라고 할 수 있다.

따라서 오늘날 여성의 복식으로 중요한 위치를 차지하고 있는 수트를 대상으로 연구를 수행하는 것이 의미있다고 본다.

2. 의복의 이미지 구성요인

우리가 일상적으로 사용하는 이미지의 개념은 일반적으로 상(像), 심상(心像), 영상(映像) 등으로 이해될 수 있으며 어떠한 대상에 대하여 개인이 갖고 있는 이미지란 결국 그 대상에 대한 '주관적 지식'이라고 할 수 있다.²⁴⁾

선행연구²⁵⁾²⁶⁾에 의하면 의미공간은 평가, 역능, 활동 등의 요인으로 구성된다. 의복을 대상으로한 이미지 요인분석에 관한 연구로 Delong과

Larntz²⁷⁾의 연구에서는 여성복 이미지가 5개 요인으로 구성되었고, 이 요인들은 평가, 역능, 활동성과 함께 불확실성, 복잡성 등과 관련되었다.

국내의 연구 중 의복의 이미지를 분석한 연구는

박혜선과 이은영,²⁸⁾²⁹⁾ 홍병숙,³⁰⁾ 이경희,³¹⁾ 정인희의 연구가 있다. 박혜선과 이은영의 연구에서는 의복에서 받는 가능한 모든 시각적 느낌을 모집할 수 있도록 의복을 용도별, 시대별, 계절별, 착용자

<표 1> 선행연구에서 밝혀진 여성복 이미지구성요인별 용어 ()는 요인명

요인	박혜선, 이은영	홍병숙	이경희	정인희
1요인	우아한-천박한 지저분한-깨끗한 밋밋한-밋없는 이상한-꽤많은 어색한-어울리는 보기좋은-보기싫은 세련된-촌스러운 아름다운-보기흉한 단정한-지저분한 남성적인-여성적인	불안정하다-안정감있다. 야하다-우아하다 산만하다-정돈감있다 요만하다-차분하다 단정치못하다-단정하다 추하다-아름답다 품위없다-품위있다 아름다운-추한	마음에드는-마음에들지않는 보기좋은-보기싫은 좋아하는-싫어하는 사고싶은-사고싶지않은 매력있는-매력없는 멋있는-멋없는 유행하고있는 -유행하고있지않는 세련된-촌스러운 우아한-천박한	정숙하다, 지적이다 얌전해보인다 품위있다, 단정하다 깔끔하다, 고상하다 클래식하다, 우아하다 예쁘다, 고전적이다 성숙해보인다 남성해보인다 여성적이다
		(안정감/단정감)	(매력성)	(품위성)
2요인	발랄한-침잠한 편안한-불편한 입기힘든-입기쉬운 복잡한-단순한 현대적인-고전적인 위엄있는-경박한 긴-짧은 활동적인-비활동적인 귀여운-노숙한 기추장스러운-간편한 답답한-시원한	대중적이다-고급스럽다 눈에띄지않는다-눈에띈다 매력없다-매력있다 평범하다-독특하다 어울리지 않는다 -어울린다	소박한-사치스러운 평범한-특이한 강력한-부난한 화려한-수수한 눈에 띄는 -눈에 안띄는 실용적인-심리적인 단순한-복잡한 고급스런-대중적인 색시한-색시하지않은 현실적인-비현실적인	대답하다-패셔너블하다 독특하다, 강렬하다 화려하다, 색시하다 장식적이다, 이국적이다 현대적이다, 서양적이다 도회적이다, 매력적이다 세련되었다, 멋있다 맵시있다
		(고급/독특함)	(실용성)	(현대성)
3요인	강력한-부난한 소박한-사치한 화려한-수수한 평범한-특이한 오염한-청순한 야한-고상한	촌스럽다-세련되었다 비활동적이다-활동적이다 비실용적이다-실용적이다 수수하다-화려하다	어려보이는 -나이들어보이는 발랄한-침잠한 귀여운-노숙한 경쾌한-장중함 캐주얼한-포멀한 품위있는-품위없는 이성적인-감정적인	촌스럽다, 답답하다 부자연스럽다 조잡스럽다 유행에 뒤떨어졌다 싸구려갔다 부잡하다 불편해보인다 나이들어보인다 (촌스러움)
		(편안성/세련미)	(품위성)	
4요인	무거운-가벼운 어두운-밝은 화사한-침침한 산뜻한-우중중함 딱딱한-부드러운	취척하다-산뜻하다 어둡다-밝다	편안한-불편한 자유로운-부자유로운 답답한-시원한 활동적인-비활동적인 간편한-기추장스러운	편해보인다, 활동적이다 스포티하다, 수수하다 캐주얼하다, 간편하다 평범하다, 직선적이다 사연스럽다, 남성적이다 단순하다
		(산뜻/밝음)	(편안성)	(활동성)
5요인	풍성한-꼭끼는 뽕뽕해보이는 -남성해보이는 포근한-차가운		여성적인-남성적인 설레한-대담한 편안한-부드러운 현대적인-고전적인 (강연성)	드레시하다, 낭만적이다 극선적이다, 동양적이다 진원적이다 (드레시함)
6요인	유행에 앞선 -유행에 뒤진			귀엽다, 밝다 발랄하다, 화사하다 젊어보인다, 참신하다 청순하다 (젊음)

연령, 유행의 정도 등으로 나누어 대표적인 의복을 선정하여 평가 대상으로 하였다. 요인분석 결과 평가, 활동, 역능, 풍성함, 유행성을 나타내는 6개의 요인으로 분석되었다. 홍명숙은 양장과 한복을 대상으로 하여 이미지 구성요인을 비교 제시하였는데, 양장의 경우 안정감/단정함, 고급/독특함, 편안성/세련미, 산뜻/밝음의 4개 요인으로 나타났고, 독특함 등의 어휘로 구성되었다. 이 연구의 결과를 통해서 볼 때 같은 평가 용어를 사용하여도 평가 대상 의복의 품목에 따라 요인의 구성이 다르게 나타나는 것을 알 수 있다.

이경희의 연구에서는 실루엣이 분석 대상이었으며, 분석결과 매력성, 실용성, 품위성, 편안성, 경연성으로 나타났다. 또한 이 연구의 결과 실루엣의 시각적 평가는 관찰자의 특성보다는 의복형태에 의한 영향이 크게 나타나며 관찰자 특성중에 의류학 전공여부에 따른 실루엣 평가 비교결과 전공집단이 비전공집단에 비해 의복형태를 보다 분별력 있게 평가하는 것으로 나타났는데 이는 Arnheim,³²⁾ Delong,³³⁾ 전랑진,³⁴⁾ 권영애³⁵⁾의 결과와 일치하는 것이다. 또한 Osgood, Suci & Tannebaum³⁶⁾은 많은 연구에서 평가요인이 가장 안정된 것으로 나타나고 있지만 시각적 형태에 관한 연구에서는 다소 불안정한 요인임을 지적한 바가 있는데 이경희의 연구결과 2요인에서 평가요인과 역능요인이 함께 포함된 결과 보여 이를 뒷받침하고 있다.

정인희의 연구에서는 여성복 이미지의 구성요인을 분석한 결과 6개의 요인으로 추출되었다. 1 요인은 품위, 2 요인은 현대성, 3 요인은 촌스러움, 4 요인은 편안성, 5 요인은 드레시함, 6 요인은 젊음이었다. 이 연구에서는 모든 평가용어에 적합한 상대어가 있는 것이 아니고 또 의미미분법을 사용했을 경우에는 평가용어 내의 요인구조만을 밝힐 수 있을 뿐이므로, 이미지를 평가함에 있어 유사하게 사용되는 용어들을 함께 묶는 것은 불가능하다고 간주하여 의미미분척도가 아닌 양극화되지 않은 개별적인 평가용어로 된 리커트형 척도를 사용하였다. 이들의 연구에서 밝혀진 의복의 각 이미지 요인에 해당되는 평가용어들은 <표 1>과 같다.

또한 石塚純子·加藤雪枝·梶山藤子,³⁷⁾ 허영화,

³⁸⁾加藤雪枝·梶山藤子,³⁹⁾吉岡徹,⁴⁰⁾장은영⁴¹⁾의 연구를 통해 분때 색상, 패턴에 따라서 다른 이미지 요인들을 형성함을 알 수 있다.

이상의 의복의 이미지 평가에 관한 연구들의 결과를 종합해 보면, 의복 이미지는 대개 평가성, 역능성, 활동성을 나타내는 요인으로 구성되어 있는 것으로 나타나, Osgood(1955), Delong(1980)의 연구와 일치하고 있다. 한편 요인의 수는 3개 내지 6개의 요인으로 분석된다.

그러나 선행연구의 결과들을 살펴보면, 의복의 이미지는 의복 품목, 의복의 디자인 요소에 따라 척도에 사용되는 평가용어가 다르게 구성되어 있음을 볼 수 있다. 또한 분석된 요인의 내용과, 요인의 수가 연구마다 차이를 나타내고 있어 연구에 대상이 되는 의복품목이 무엇이냐에 따라 평가 척도를 구성하는 요인의 내용과 요인 수가 달라짐을 알 수 있다. 따라서 본 연구의 대상이 되는 수트의 이미지를 구성하는 요인의 내용은 다른 의류 품목의 구성요인과는 내용상 차이가 있으리라고 본다.

Ⅲ. 연구 방법

1. 평가 도구의 작성

1) 1차 자극의 선정.

(1) 선정자 : 본 연구자와 의류학 전공 대학원생 2명이 수집 작업을 하였다.

(2) 분석자료 : 유행의복스타일 분석을 위하여 20대와 30대 초반의 젊은 여성을 대상으로 발행되는 월간 여성잡지인 '영레이디'⁴²⁾ '레이디경향'⁴³⁾과 패션 잡지인 '핏'⁴⁴⁾화보의 수트 사진을 분석 자료로 사용하였다. 자료 분석기간은 1981년 9월에서 1992년 6월까지였다.

(3) 자극선정 기준 : 선정의 기준은 아래와 같았다.

① 대상 의상은 다른 연령층에 비하여 유행의 변화가 크게 나타나는 20대의 여성용 수트에 한하였으며, 팬츠수트는 제외하였다.

② 자극은 목에서 발목까지 제시된 것을 기준으로 하되, 미니스커트의 경우 무릎선까지 제시된 자극도 대상으로 하였다.

③ 인체가 정면을 향한 직립 상태의 자극을 선택

하되, 의복 이미지를 전달하는 데 문제가 없다고 판단되는 약간 비스듬한 자세도 선택 대상으로 하였다.

- ④ 의복 외의 장식물이 강조된 경우는 제외시켰다. 위의 조건에 맞는 의상화보 중 실루엣을 직선과 곡선에 따라 분류하고 색채와 재질, 유행시기를 다양하게 포함되도록 하여 24종의 자극 사진을 선정하였다. 선정된 자극은 얼굴 표정과 헤어스타일에 의한 효과를 없애기 위해 목위의 부분을 제거하여 슬라이드로 제작하였다.

2) 평가도구의 작성

- (1) 평가용어의 수집 : 평가용어의 수집은 자유기술식 응답법과 선행연구에서 사용한 용어들을 참고하여 수집하였다. 자극을 통한 평가용어 수집은 한남대학교 의류학과 4학년 26명을 대상으로 1992년 10월16일에 실시하였다. 수집방법은 24종의 자극 슬라이드를 보여주고, 이에 대해 인상되는 형용사용어를 제한없이 기록하도록 하였다. 이와 함께 박혜선,²⁵⁾ 이경희,²⁶⁾ 정인희²⁷⁾의 선행연구에서 사용된 용어를 수집하였다. 위의 방법에 의하여 수집된 용어는 자유기술식 응답과 선행연구에서 수집된 용어를 합하여 총 256개의 용어가 수집되었다.

평가용어의 선정은 수집된 용어 중 여성수트에 대한 자유기술식 응답에서 수집된 용어중에서 출현의 빈도가 높은 것을 우선 선정하였고 이와 함께 선행연구에서 제시된 H-지수의 수준과 선행연구에서 중복사용된 정도를 고려하여 총 69개의 용어를 선정하였다.

- (2) 평가도구의 작성 방법 : 69개로 추출된 형용사들은 평가용어의 제시순서 결정을 위해 모든 용어를 가나다 순으로 나열한 후 난수표를 이용해 용어배열의 순서를 정하였다. 평가지는 자극으로 선정된 슬라이드에 대해, 추출된 69개 평가용어의 적합정도를 '아주 그렇다'와 '아주 그렇지 않다'로 양극화 한 후 5점 척도로 평정하게 하였다.

3) 2차 자극의 선정

여성수트의 이미지평가를 위해 사용된 2차 자극

은 자유기술식 응답법에서 사용된 24종의 자극 슬라이드 중에서 수트의 실루엣으로 대별되는 곡선과 직선으로 분류한 후 색채, 재질, 유행시기 등을 다양하게 고려하여 여성수트의 특성을 가장 잘 대표한다고 판단되는 6개의 슬라이드를 선정하였다.

선정된 자극 사진은 곡선의 실루엣이 3종, 직선의 실루엣이 3종으로 기본을 이루며 유행시기는 1981년도의 유행수트가 2장, 1987년과 1988년, 1991년과 1992년도의 수트사진이 각기 1장씩이었다. 디자인 특성은 디자이너 브랜드의 사진이 3장, 내셔널 브랜드의 사진이 3장으로 포함되도록 조합하였고 색상과 재질도 고려하였다.

2. 평가방법

- 1) 대상 : 중앙대학교 의류학과 3학년생 30명, 한남대학교 의류학과 2학년생 38명을 대상으로 하였다.
- 2) 평가방법 : 최종 선정된 6장의 슬라이드 사진 각각에 대하여 69문항으로 구성된 평가지로 평가하게 하였다.
- 3) 평가기간 : 평가는 1992년 10월 29일과 30일 양일에 걸쳐 실시되었다.

3. 자료분석 방법

자료의 분석에 사용된 통계적 방법은 요인분석(Factor Analysis)이었다. 본 연구에서는 요인을 추출하기 위해 주성분분석(Principal Component Analysis)을 사용하고 이를 베리맥스 회전(Varimax Rotation)시켰다. 분석된 요인들을 구성하는 변인들의 분향내적일치도를 측정하기 위해 크론바하의 알파(Cronbach α)값을 산출하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 여성 수트의 이미지 구성 요인

여성수트의 이미지 구성요인을 밝히기 위하여 69개의 여성수트 평가용어에 대해 주성분분석을 한 결과 고유치가 1.0 이상인 요인은 9개로 나타났다. 요인수의 설정을 위해 스크리 테스트(screen-test)를 한 결과, 요인의 수는 6개로 결정되었다. 6개의 요인을 Varimax법에 의해 직교화

진 시킨 결과, 6개 요인은 전체 변량의 60.5%를 설명하였다.

각 변수, 즉 여성수트의 이미지 평가용어들은 요인부하량의 음양에 관계없이 절대치가 높은 요인에 배정되었다. 그리고 요인부하량의 값이 2개 이상의 요인에서 비슷한 수준을 나타낸 경우에는 다른 변수들과의 내용상의 관계를 검토한 후 더 타당하다고 판단되는 요인에 포함시켰다. 요인분석의 결과는 <표2>에서 <표7>에 걸쳐 제시하였다.

<표2> 여성수트 이미지의 구성요인 1

1 요인 : 매력성			
평가용어	요인부하량	평가용어	요인부하량
촌스럽다	-.79277	답답하다	-.59390
세련되었다	.77751	지적이다	.59211
멋있다	.76208	산뜻하다	.6804
고급스럽다	.72545	경박하다	-.53108
이상하다	-.69789	분위기있다	.50490
도회적이다	.68350	예쁘다	.49519
현대적이다	.66065	전원적이다	-.49020
낯선해보인다	.61641	깨끗하다	.44578
아름답다	.60964		
고 유 치(Eigen Value)	13.25842		
설 명 량(PCT of VAR)	19.2		
누 적 변 량(CUM PCT)	19.2		

요인 1은 촌스럽다, 세련되었다. 멋있다. 고급스럽다. 이상하다, 도회적이다, 현대적이다, 낯선해보인다, 아름답다, 답답하다, 지적이다, 산뜻하다, 경박하다, 분위기있다. 예쁘다, 전원적이다, 깨끗하 다의 17개 용어로 구성되었으며, 요인명은 내용을 살펴본 결과 '매력성'으로 하였다. 고유치는 13.25842였고, 전체 변량의 19.2%를 설명하는 것으로 나타났다.

요인 2는 독특하다, 개성있다, 강렬하다, 대담하다, 복잡하다, 현란하다, 장식적이다, 섹시하다, 이국적이다. 조잡스럽다, 전위적이다. 평범하다, 화려하다, 단순하다, 환상적이다의 15개 용어로 구성되었다. 요인명은 내용을 살펴 본 결과 '독특성'으로 명하였다. 고유치는 12.17727이었고, 이 요인은 전체 변량의 17.6%를 설명하였다.

<표2> 여성수트 이미지의 구성요인 2

2 요인 : 독특성			
평가용어	요인부하량	평가용어	요인부하량
독특하다	.79155	이국적이다	.59898
개성있다	.67760	조잡스럽다	.56038
강렬하다	.67287	전위적이다	.53794
대담하다	.65718	평범하다	-.52280
복잡하다	.63827	화려하다	.51328
현란하다	.61164	단순하다	-.48929
장식적이다	.60710	환상적이다	.43272
섹시하다	.60357		
고 유 치(Eigen Value)	12.17727		
설 명 량(PCT of VAR)	17.6		
누 적 변 량(CUM PCT)	36.9		

<표4> 여성수트 이미지의 구성요인 3

1 요인 : 품위성			
평가용어	요인부하량	평가용어	요인부하량
고전적이다	.75127	품위있다	.65566
클래식하다	.71025	우아하다	.60895
차분하다	.69202	깔끔하다	.54588
암건하다	.68563	단정하다	.53868
정숙하다	.66519	청순하다	.52130
점잖다	.65837	낭만적이다	.50458
고상하다	.65685	부고적이다	.46528
고 유 치(Eigen Value)	8.47740		
설 명 량(PCT of VAR)	12.3		
누 적 변 량(CUM PCT)	49.1		

요인 3은 고전적이다, 클래식하다, 차분하다, 암 건하다, 정숙하다, 점잖다, 고상하다, 품위있다, 우아하다, 깔끔하다, 단정하다, 청순하다, 낭만적 이다, 부고적이다의 14개 용어로 구성되었다. 요 인의 명칭은 내용을 살펴본 결과 '품위성'요인으로 명하였다. 요인 3의 고유치는 8.47740이었고 전 체변량의 12.3%를 설명하였다.

<표5> 여성수트 이미지의 구성요인 4

4 요인 : 여성성			
평가용어	요인부하량	평가용어	요인부하량
직선적이다	-.81302	딱딱하다	-.73635
남성적이다	-.79105	부드럽다	.71443
곡선적이다	.78144	드레시하다	.64888
여성적이다	.75432	화사하다	.52943
고 유 치(Eigen Value)	3.61300		
설 명 량(PCT of VAR)	5.2		
누 적 변 량(CUM PCT)	54.4		

요인 4는 직선적이다, 남성적이다, 곡선적이다, 여성적이다, 딱딱하다, 부드럽다, 드레시하다, 화사하다는 8개 용어로 구성되었다. 요인의 명칭은 내용을 살펴 본 결과 '여성성' 요인으로 명하였다. 요인 4의 고유치는 3.6130이었고 전체 변량의 5.2%를 설명하였다.

<표6> 여성수트 이미지의 구성요인 5

5 요인 : 젊음성			
평가용어	요인부하량	평가용어	요인부하량
어려보인다	.72552	젊어보인다	.62307
귀엽다	.72256	발랄하다	.51777
밝다	.70726	성숙해보인다	.48042
나이들어보인다	-.63622	시원해보인다	.42782
고 유 치(Eigen Value)	2.22157		
설 명 량(PCT of VAR)	3.2		
누 적 변 량(CUM PCT)	57.6		

요인 5는 어려보인다, 귀엽다, 밝다, 나이들어보인다, 젊어보인다, 발랄하다, 성숙해보인다, 시원해보인다의 8개 용어로 구성되었다. 요인 5의 명칭은 내용을 살펴 본 결과 '젊음성' 요인으로 명하였다. 요인 5의 고유치는 2.22157이었고, 전체 변량의 3.2%를 설명하였다.

<표7> 여성수트 이미지의 구성요인 6

6 요인 : 편안성			
평가용어	요인부하량	평가용어	요인부하량
편해보인다	.79913	자연스럽다	.52629
간편하다	.70925	시추장스럽다	-.49817
활동적이다	.65312	캐주얼하다	.43550
불편해보인다	-.60459		
고 유 치(Eigen Value)	2.02862		
설 명 량(PCT of VAR)	2.9		
누 적 변 량(CUM PCT)	60.5		

요인 6은 편해보인다, 간편하다, 활동적이다, 불편해보인다, 자연스럽다, 기추장스럽다, 캐주얼하다는 7개 용어로 구성되었다. 요인의 명칭은 내용상 '편안성'으로 칭하였다. 요인 6의 고유치는 2.02862이었고, 전체 변량의 2.9%를 설명하였다.

위의 결과를 선행 연구들의 결과와 비교하여 보면, 평가척 특성을 지니고 있는 제 1 요인은 매력성 요인으로서 Osgood & Suci, Delong, 장동환, 박혜선, 이은영의 평가척 요인, 이경희의 매력성 요인, 정인희의 현대성 요인과 유사하게 나타났다. Osgood과 Suci의 평가척 요인과 역능적 요인을 함께 포함하고 있는 제 2 요인은 독특성 요인으로서 Delong의 제 3요인인 복잡성요인, 박혜선·이은영의 역능요인, 홍병숙의 제 2요인인 고급/독특한 요인, 이경희의 실용성요인, 정인희의 현대성 요인과 유사하게 나타났다. 특히 정인희의 경우는 본 연구의 매력성 요인과 독특성 요인이 현대성 요인에 함께 포함된 특징을 보인다.

제 3요인 즉, 젊음성 요인은 Osgood & Suci, 박혜선·이은영의 역능적 요인, 이경희의 경연성 요인, 정인희의 드레시함 요인과 유사하게 나타났다.

제 4요인인 여성성 요인은 Osgood & Suci, 박혜선·이은영의 역능적 요인, 이경희의 경연성 요인, 정인희의 젊음 요인과 유사하게 나타났다.

제 5요인인 젊음성 요인은 정인희의 젊음 요인과 유사하게 나타났으며,

제 6요인인 편안성 요인은 Osgood 과 Suci, 장동

환, 박혜선·이은영의 활동성 요인, 이경희의 편안성, 정인희의 활동성 요인과 유사하게 나타났다.

본 연구에서 분석된 여성 수트의 이미지 요인은 6개의 요인으로서 Osgood 등 그의 선행연구에서 밝혀진 이미지 평가요인의 기본을 이루는 평가, 역능, 활동요인이 주축을 이루고 있다. 본 연구 결과 제 2요인과 제 3요인이 평가 및 역능적 요인을 함께 내포하고 있는 것은, 평가적 요인이 선행연구를 통해서 볼 때 가장 안정된 요인으로 나타나고 있으나, 시각적 형태에 관한 연구에서는 다소 불안정한 요인으로 나타난다고 한 Osgood, Suci & Tannenbaum의 지적으로 설명되어질 수 있다. 이러한 결과는 이경희의 연구에서도 같은 결과를 보이고 있다.

6개의 요인들을 구성하는 변인들의 문항내적일치도를 알아보기 위해 요인별로 Cronbach의 α 값을 계산한 결과는 <표8>과 같다. 각 요인들은 .78~.92의 내적일치도를 보여, 한 요인을 구성하는 용어들의 응답에는 내적 일관성이 높은 정도를 보였다.

<표8> 요인별 내적일치도

요 인	Cronbach의 α 값
1 요인 (매력성)	.88
2 요인 (독특성)	.91
3 요인 (품위성)	.92
4 요인 (여성성)	.90
5 요인 (젊음성)	.83
6 요인 (편안성)	.78

V. 결 론

본 연구는 여성 수트의 이미지 구성 요인을 밝혀내는데 목적을 두고 수행되었다. 본 연구에서는 먼저 자유기술식응답법에서 수집된 용어와 선행연구에서 사용된 용어를 종합분석하여 총 69개의 평가용어를 추출하였다. 68명의 의류학 전공 여대생을 대상으로 6장의 수트 슬라이드에 대해 69개의 평가용어로 구성된 평가지를 사용하여 이미지

를 평가하도록 하였다. 여성 수트의 이미지 구성요인을 밝히기 위하여 69개의 평가용어에 대해 주성분분석을 한 결과 고유치가 1이상인 요인은 9개로 나타났으며, 스크리 테스트 결과 요인수는 6개로 결정되었다.

이 6개의 요인은 전체변량의 60.5%를 설명하였다. 제 1요인은 촌스럽다, 세련되었다, 멋있다, 아름답다 등이 포함된 매력성 요인으로 전체변량의 19.2%를 설명하였다. 제 2요인은 독특하다, 대담하다, 복잡하다, 현란하다, 장식적이다 등이 포함된 독특성 요인으로 전체변량의 17.6%를 설명하였다.

제 3요인은 고전적이다, 정숙하다, 품위있다, 점잖다, 우아하다 등이 포함된 품위성 요인으로 전체변량의 12.3%를 설명하였다. 제 4요인은 직선적이다, 곡선적이다, 남성적이다, 여성적이다, 부드럽다, 드레시하다 등이 포함된 여성성 요인으로 전체변량의 5.2%를 설명하였다. 제 5요인은 어려보인다, 귀엽다, 밝다, 나이들어보인다, 발랄하다 등이 포함된 젊음성요인으로 전체 변량의 3.2%를 설명한다. 제 6요인은 간편하다. 캐주얼하다, 편해보인다, 활동적이다, 자연스럽다가 포함된 편안성 요인으로 전체변량의 2.9%를 설명하였다.

이상의 요인들은 선행연구와 유사한 내용으로 구성되었으며, 요인 수나, 요인의 내용에서의 차이점은 연구의 의복대상이 각기 틀린 점에서 기인되는 것으로 판단된다.

각 요인을 구성하는 변인들의 문항내적일치도는 .78~.92로 높은 신뢰도를 나타내었다. 따라서 본 연구 결과 여성수트의 이미지 구성요인은 매력성, 독특성, 품위성, 여성성, 젊음성, 편안성의 6개 요인으로 구성되며 이러한 결과는 여성수트 이미지의 구성요인을 이해하고, 여성수트 이미지의 객관적 평가를 가능하게 한다. 또한 여성수트 이미지의 요인별 변화동향을 제시하는데 필요한 객관적 자료로써 사용할 수 있다.

참 고 문 헌

- 1) 김재범, 한국광고대행사의 이미지에 대한 이론적 연구 : 다차원적 접근, 광고연구, 겨울호, 1989, pp.163~164.

- 2) 이은영, 패션마케팅, 서울 : 교문사, 1991, pp.72~75.
- 3) Greenwood, K. M., & Murphy, M.F., Fashion innovation and Marketing, New York: Macmillan Publishing Co. Inc., 1978, p.118.
- 4) 조규화, 패션정보분석, 국민대 조형논총, 1983, p.28.
- 5) 이호정, 의류상품학, 서울 : 교학연구사, 1988, p.118.
- 6) 이윤숙, 패션정보의 수집·분석 및 활용에 관한 연구-패션 정보기관의 system화를 중심으로-홍익대학교 산업미술 대학원 석사학위논문 1988, p.13.
- 7) 조규화, 전개서, p.269.
- 8) 이윤숙, 전개서, p.30.
- 9) Osgood, C., E., Suci, G. J. & Tannenbaum, D. H., The Measurement of Meaning(4th ed), 1957, Urbana: University of Illinois Press, in Sears, D.O, Freedman, G. L. & Pepaul, L.A., Social Psychology(5th ed), New Jersey: Prentice-Hall,1985, p.51
- 10) 김성희, 한국어 성격 특성 형성자들의 인상형성 차원에 관한 요인분석적 연구, 서울대학교 석사학위논문, 1982.
- 11) 분영보, 의복 및 얼굴변인이 인상형성에 미치는 영향에 관한 연구, 중앙대학교 대학원 박사학위논문, 1991.
- 12) 정인희, 의복이미지 구성요인, 계층구조 및 평가차원에 대한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위 논문, 1992.
- 13) Greenwood, K. M., & Murphy, M. F., 전개서, p.89.
- 14) Picken, M.B., The Fashion Dictionary, New York: Funk & Wagnalls, 1973, pp. 370~371.
- 15) 복식사전, 서울:도서출판 라사라, 1992, pp. 109-121.
- 16) 정홍숙, 복식문화사, 서울:교문사, 1984, p. 279.
- 17) 김미정, 서구 여성복식의 기능화요인에 대한 고찰, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 1983.
- 18) 정현숙, 근대복식의 유형과 의미에 대한 분석 연구, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 1984.
- 19) 장준형, 현대여성의 수우트(suit)에 관한 연구, 서울여자대학교 대학원 석사학위논문, 1985.
- 20) 박미영, 여성해방운동이 서양복식에 미친 영향에 관한 연구, 중앙대학교 대학원 석사학위 논문, 1990.
- 21) 나채희, New Wave Fashion, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, pp.6~8, 1986.
- 22) 이광자, 한국여성의 현실과그 전망, 녹지, 중앙대학교, 9, 1986, pp.69~70.
- 23) 홍병숙, 우리나라 여성의상의 유행에 관한 연구, 중앙대학교 대학원 석사학위논문, 1974, p.25.
- 24) Boulding, K.E., The Image, Ann Arbor: University of Michigan press, pp.5~6, 1956, 김재범, 상계서, p.163에서 재인용
- 25) Osgood & Suci, Factor analysis of meaning, Journal of Experimental Psychology, 50(5), 1955, pp.329~339.
- 26) 장동환, 한국어의 의미론적구조에 관한 연구, 성균관대학교 논문집, 9집. 191-205, 1984.
- 27) DeLong, M.R., & Larntz, K., Measuring visual response to clothing, Home Economics Research Journal, 1980, 5(8), pp.281~293. 281
- 28) 박혜선, 이은영, 의복에 대한 의미분척도 개발연구, 서울대 가정대학 논문집, 7, 1982, pp.91~92.
- 29) 박혜선, 이은영, 의복에 대한 의미분척도의 구성요인 추출, 서울대 가정대학 논문집, 제 9 권, 1984, pp.103~108.
- 30) 홍병숙, 의미분척도법에 의한 양장과 한복의 이미지 비교평가, 한국의류학회지, 제 12권 3호, 1988, pp.373~382.
- 31) 이경희, 의복형태 이미지의 시각적 평가에 관한 연구, 부산대학교 대학원 박사학위논문, 1991.

- 32) Arnheim, R., Arts and Visual Perception, Berkley: University of California Press, 1966 권영애, 의복의 유행단계에 따른 지각반응 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문, 1986, p.17.
- 33) DeLong, M.R., Clothing and Aesthetics: Perception of Form, Home Economics Research Journal, 5(4), 1977, pp. 214~224.
- 34) 천량진, 의복에 대한 가치평가 서울대학교 대학원 석사학위논문, 1984.
- 35) 권영애, 의복의 유행단계에 따른 지각반응 연구, 서울대학교 석사학위 논문, 1986.
- 36) Osgood, C.E., Suci, G.J., & Tannenbaum, D.H., The Measurement of Meaning(4th ed.), Urbana: Universty of Illinois Press, p.300, 1957, 이경희, 전제서, p.9.
- 37) 石塚純子, 加藤雪枝, 梶山藤子, 各種 テサイソ における着裝イメシ, 日本家政學會誌, 38(4), pp.321~382, 1987.
- 38) 허영화, 색채 image 분석에 관한 조사연구, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 1985.
- 39) 加藤雪枝, 梶山藤子, 被服配色效果의 研究(第1報) - フラウスカト 配色の配色 の感情效果 -, 家政學 雜誌, 38(1), pp.29~35, 1980.
- 40) 吉岡徹, 被服における圖柄イメシ(第1報), 衣服と色彩におけるイメシの計量, 家政學雜誌, 36(10), 1985, pp.793~802.
- 41) 장은영, 패턴이 의복에 미치는 시각적 효과에 관한 연구, 숙명여자대학교 대학원 석사학위 논문, 1987.
- 42) 영 레이디, 동아일보사, 1981년 9 월호 - 1992년 6월호.
- 43) 레이디경향, 경향신문사, 1983, 5 월호 - 1992년 6월호.
- 44) 멋, 동아일보사, 1984년 5월 - 1992년 6 월호.

ABSTRACT

A Study on the constructing Factors of the Female Suit Image

Hong Byung Sook, Chung Mi Kyung
Department of clothing
& Texties Chung Ang University

The Purpose of this study was to identify the constructing factors of female suit image. The questionnaire consisted of 69 words expressing suit image were developed, and six suit slides were selected for stimulus. Sixty-eight female university students majored in clothing and textiles were responded to each sledes, and then factor analysis was conducted. Six factors, such as attractiveness, peculiarity, grace, femininity, youthfulness, and comfort were found out as constructing factors of suit image(total variance 60.5%)by the principal component analysis.

The attractiveness factor which explained the largest variance included words such as countrified, refinement, and beautiful. Peculiarity factor included words such as peculiar, bold, complex, and decorative. Grace factor included words such as classic, grace, and elegant. Femininity factor included such as masculine, feminine, soft, and dressy. Youthfulness factor included words such as youth, bright, and charming. And comfort factor included words such as casual, comfortable, active, and natural. The Cronbach's α of the each factors were. 78~.92.