

의복, 배경의 조합에 따른 시각적 이미지 연구(제2보)

주 소 현 · 이 경 희

부산대학교 의류학과

A Study on the Visual Evaluation for the combination of 'Clothing and Ground'

So-hyoun Joo · Kyung-hee Lee

Dept. of Clothing and Textiles, Pusan National University

(1998. 9. 30 접수)

Abstract

The purpose of this study was to investigate the differences of the visual evaluation for the Picture image combination of Clothing and Ground.

The major finding were as follows: 1) For the visual evaluation of the Picture image as Clothing variation, there were significant differences in all factors. 2) For the visual evaluation of the Picture image as Ground variation, there were significant differences in Attractiveness, Hardness and softness, Cuteness, Attention, Cool and Warm factor. 3) For the visual evaluation of the Picture image as Percentage of Clothing, there were significant differences in Attractiveness, Cool and Warm factor. It will aid in choosing the most beneficial background for any clothing brand. It will enhance the picture images to their full potential in any advertising medium. 4) As a result of Regression analysis, image effecting on "Preference" is refined—country like, harmonious—inharmonious, comfortable—uncomfortable, beautiful—ugly, splendid—dull, stable—uneasy, live—gentle. 5) For the Image effecting on "Harmony" according to clothing image, there were significant differences.

The results analyzed according to the change of background are as follows.

Modern and strong images formed charming, urban and cool visual images with urban and neat artificial backgrounds. Mature images were created with romantic and static artificial backgrounds.

Mannish, straight and conservative images created charming and rigid visual images in urban and formatted artificial background. Using a white, natural background for the urban style created a cool visual image. The use of an interior background lead to warmer images and more definate lines.

Casual images created a rural and warm image which expressed charm and a soft visual while using a rural and natural background. A most unharmonious and hard image was created when using an urban and formatted artificial background. The coolest visual image was created with a cool and natural background.

Feminine and flawless images created urban and neat visual image using an urban and formatted artificial background. The coolest visual image was fresh created with a cool and natural background.

Key words: Clothing, Ground, Percentage of Clothing, evaluation of the Picture image;

의복, 배경, 비율, 사진이미지의 시각적 평가

I. 서론

의복은 인체에 착용되어 착용자의 특성 뿐만 아니라 착용자가 처한 생활 속에서 공간 및 배경과 상호작용하여 시각적 이미지를 형성하므로 관찰자가 타인의 이미지를 판단하는 데는 의복 뿐만 아니라 배경의 영향도 중요하다. 의복과 배경의 제시는 광고사진이나 카탈로그에서 많이 찾아볼 수 있는데 김선희·임숙자¹⁾의 연구에 의하면, 우리나라의 성인 여성들은 지속적 정보탐색에서 광고를, 구매전 정보탐색에서는 대중매체정보(카탈로그나 광고)를 이용하는 것으로 나타나 정보탐색에 광고나 카탈로그가 중요한 위치를 차지하고 있음을 알 수 있다. 김가영, 이선재²⁾는 의류상품의 신문광고 효용에 관한 연구에서 일러스트레이션 분석에서 유형별로는 사진이 75.7%를 차지하였고 내용별 분석에 의하면 감각적 이미지는 대부분 모델과 배경을 이용한 표현이 많았음을 밝혔다. 허금숙³⁾은 광고의 표현형식을 카피 형식과 영상, 그림의 형식으로 분류하였으며 의류광고 내용을 표제, 본문, 상표, 의류제품, 패션모델, 가격으로 나누고, 이 중 가장 시선이 많이 가는 부분을 조사한 결과 전체 응답자의 47.7%가 의류제품과 패션모델이 포함되는 영상부분을 가장 시선이 많이 가는 부분이라고 하였다. 또한 김문진⁴⁾의 연구에서도 패션광고 표현형식에서는 사진의 제시가 중요한 것으로 나타났다. 홍성순과 황춘섭⁵⁾의 연구에서 의류제품의 광고는 광고하는 제품의 기능적인 측면을 설명하는 것보다는 그것을 구매하게 됨으로써 소비자가 얻게 되는 심리적, 정서적 만족의 측면과 자아 존중 심리를 강조하는 이미지 제고적 광고전략이 유리함을 밝혔다. 김수경⁶⁾은 광고이미지는 카피, 일러스트레이션 또는 사진, 디자인, 색채, 레이아웃, 크기 등의 요인으로 구성되며 광고이미지의 유무에 있어서는 이미지 제시형의 광고가 73.6%로 나타나 의류광고에서 이미지가 중요함을 밝혔다.

이러한 의류광고에 관한 연구들을 살펴보면 제품의 기능적인 측면보다 구매함으로써 얻게 되는 심리적, 정서적 만족과 이미지가 중요하며 의류업체 광고의 대부분은 이미지를 형상화한 사진으로 제시

되고 있으며 사진은 광고표현수단 중 가장 효과적인 방법으로 확인되었다. 특히 요즘 패션광고의 중요한 수단으로 사용되고 있는 패션사진을 살펴보면 의복이미지에 따라 다양한 배경이 연출되고 있는 것을 볼 수 있다. 즉 패션사진에서 모델에게 착용된 의복은 형상으로, 의복을 뒷받침하는 공간은 배경으로 상호간에 복합적으로 작용하여 전체적인 이미지가 형성된다. 이와 같이 배경이 의복이미지를 전달하는데 중요한 영향력을 가지고 있음에도 불구하고 의류학 연구에서 의복을 대상으로 한 연구는 많이 진행되어 왔으나 배경과의 관계 속에서 이미지를 연구한 경우는 찾아보기 어렵다. 그런데 의복이 배경 속에 표현될 때 의복의 전체 또는 부분이 제시되는 경우가 있으므로 의복과 배경의 구성에 있어서 비율 또한 전체적인 이미지에 영향을 줄 것으로 생각된다. 그러므로 이 연구에서는 의복, 배경, 비율이 전체적인 이미지에 미치는 영향과 의복, 배경, 비율 간에 어떠한 상호작용이 일어나는지 알아보고자 한다.

본 연구(2부)는 의복, 배경, 비율 변화에 따른 시각적 이미지 차이를 규명한 후 전체적인 이미지의 선호도와 조화성에 대해 영향을 미치는 시각적 이미지를 파악하여 제시한다.

II. 이론적 배경

1. 의복과 배경

시지각(視知覺)은 단순히 눈과 시야만을 포함하는 것이 아니라 모든 감각과 기억까지도 포함한다. 이에 따라 인간의 시각 요소는 유기화하고 조합하여 전체로서 지각하는데 게슈탈트 이론은 이러한 체계를 구체화하는데 유용한 틀을 제시하고 있다.

먼저 형상과 배경의 관계를 살펴보면 형상과 배경이 동일한 물리적 평면에 있다 하더라도 형상은 관찰자에게 보다 더 가까이 나타나는 경향이 있다. 또한 형상과 배경은 동시에 보이지 않고 종속적으로 보이며 형상은 보통 배경이 차지하는 면적보다 좁은 면적을 갖게 된다. 또한 형상은 윤곽선, 형태적 속성을 가지고 있으나 배경은 그렇지 않다⁷⁾. 또한 공간은 평면적인 또는 부피를 가지는 영역 또는 범

위이며, 시각 디자인의 기본적인 요소이다. 둘러막힌 공간은 보통 형(shape)이라 불리며, 둘러막히지 않은 공간은 단순히 공간(space)이라 불린다. 그러나 이들은 분리할 수 없으며 강력한 상호보완적인 관계를 가진다⁸⁾.

관찰시 형상은 물체의 성질이나 실재성을 가지는 것으로 초점이 되며 배경은 형에 대하여 준거들을 제공하며 형을 둘러싼다. 형상과 배경의 거리정도는 형태와 공간이 분명하게 분리되어 있는가 통합되어 있는가에 달려있다. 의복은 형상의 윤곽선이 뚜렷하거나 모호하여 직접적인 배경으로부터 시각적으로 분리 또는 주위 공간과 혼합되어 보일 수도 있다. 즉, 시각적으로 명확한 실루엣과 불명확한 실루엣의 차이는 의복과 주위공간의 관계에 의해 형성되며 결국은 의복과 배경이 시각적으로 상호작용하여 지각된다⁹⁾.

의복과 공간의 개념은 2차원, 3차원적인 측면에서 생각할 수 있는데 공간과 형은 보완적인 상호작용을 갖게 된다. 그 중에서도 2차원적인 측면에서 의복과 공간의 관계에서 살펴보면 공간은 형을 한정하여 위치를 정해주고 전진시킴으로써 크기와 거리의 착시에 영향을 미친다¹⁰⁾.

의복자체에서의 형은 의복 디자인 표현으로서의 무늬가 되고 공간은 패턴상의 무늬를 둘러싼 2차원적 공간을 의미할 수 있다. 3차원적으로 생각해 보면 형은 인체와 착용된 의복으로 볼 수 있고 공간은 그 주위를 둘러싼 배경이라고 볼 수 있다. 또한 3차원적인 관점에서의 인체와 의복과 공간을 2차원적인 사진으로 표현하였을 때 인체와 의복이 형으로, 공간은 배경으로 상호작용하여 시각적 이미지를 형성한다.

橋本令子, 加藤雪枝, 梶山藤子¹¹⁾는 의복을 착용할 때 고려되는 피부색, 복장색에 미치는 배경색의 영향에 대해 연구하였는데 평가, 활동, 역량, 정서의 4 요인으로 이미지가 구성되었으며 이 연구에 적절하다고 생각되는 평가성요인을 중심으로 실험한 결과 배경색에 따라 복장색의 이미지가 달라짐을 밝혔다.

2. 의복이미지와 선호도

의복에 대한 선호는 민족의 전통, 사회적 배경, 경

계적 여건, 유행경향에 따라 달라질 수 있으며, 개인의 신체적 조건, 사회적 역할, 연령, 성차, 경험에 따라 변화된다고 볼 수 있다.

의복은 개인의 특성에 밀접하게 연관되어 있으므로 심리적인 안정감을 제공하기도 하며 마음을 즐겁게 하는 등 여러 가지 감정적 유형을 겪게 한다. 특히 현대사회에서 의복에 대한 선호도는 개성에 따라 다른 경향을 가지므로 유행하는 스타일의 옷이라도 자신에게 어울리지 않는다고 생각하면 거부하게 된다. 색상, 재질, 디자인 등이 선택기준이 되며 자기이미지에 따라 추구하는 의복이미지는 달라지게 된다.

이명희¹²⁾의 연구에서 선호하는 의복이미지가 문화와 성별에 따라 달리 나타나며, 의복이미지 선호도는 화려한-소박한, 여성적-남성적, 캐주얼한-포멀한, 고전적-현대적 4가지 요인으로 구성됨을 밝혔다. 이선재¹³⁾의 연구에 따르면 의복에 대한 선호는 민족의 전통, 사회적 배경, 경제적 여건, 또는 유행의 경향 등에 따라 달라질 수 있으며, 개인의 신체적 조건, 사회적 역할, 연령, 성차 또는 감정적인 경험에 따라라도 변수가 된다고 보았다. 김문진과 임숙자¹⁴⁾는 여성기성복의 상표이미지를 분류하고 상표 이미지 선호도를 분석, 의생활양식집단에 따른 상표 이미지 선호의 차이를 분석한 결과 여대생집단은 활동성이 크고 디자인이 캐주얼하고 유행성이 있는 현대적 이미지의 제품을 선호하고 있었으며, 상표 이미지 선호도는 학년에서 의미있는 차이를 보였으며 상표이미지 선호도와 학년에서 의미있는 차이를 보였다. 오현정과 이은영¹⁵⁾의 연구에서 보면 의복에 대한 미적가치 평가시 조형요소들의 영향력 순위는 색채, 선/스타일, 무늬, 옷, 세부장식이었다. 나수임과 한명숙¹⁶⁾은 성격특성과 색상선호에 관한 연구를 한 결과 우리나라 여고생의 의복선택시 기준은 색상과 디자인에 의한 것이 높게 나타났으며 의복기호색의 선택기준은 기호색 때문인 것과 계절에 맞는 색이기 때문인 것으로 나타났다. 김은애와 이명희¹⁷⁾는 의복이미지 선호도와 의복디자인에 대한 선호도를 상호관련시켜 분석한 결과 의복이미지 선호도를 '진보적-보수적', '캐주얼한-포멀한', '소박한-화려한', '남성적-여성적' 이미지의 4개 요인으로 분류

류하여 개인의 가치관 유형과 관련지었다. 선호하는 의복이미지에 따라 문양, 색상 및 질감 선호도가 다르다는 것을 알 수 있다. 김영인⁶⁾은 선호하는 의복 디자인에 의해 여성적 감각의 4개 집단(활동적 감각 선호형, 남성적 감각선호형, 우아한 감각선호형, 여성적 감각선호형)으로 구분하였으며 각 집단은 연령, 직업, 경제적 수준, 학력 등에서 차이를 나타냈다. 장은영과 이선재⁷⁾는 의류상품 이미지 차원은 혁신/보수, 신체매력성, 캐주얼/포멀, 남성/여성 4가지 요인으로 구성되었으며 신체적 매력을 증진시키는 이미지, 혁신적 이미지, 캐주얼한 이미지를 형성할수록 상품에 대한 선호도가 높으며, 상품선호도는 상품 구매의사에 연결됨을 밝혔다.

이제까지의 의복에 대한 선호도는 의복색채, 의복형태, 옷감 등의 디자인 요소에 의한 선호도에 관한 연구가 많이 진행되어져 왔다. 이 논문에서는 선호도에 영향을 주는 시각적 이미지를 밝히고자 한다.

III. 연구 방법 및 절차

제2보에서는 제 1보와 함께 진행된 연구이므로 여기에서는 제 2보와 중복되는 이론적 배경, 용어정의, 연구방법의 일부 등은 생략하였다.

1. 평가도구

1) 사진자극물의 구성 및 제작

기성복 카다로그(1994년~1996년)를 조사 분석하여 여러 차례의 기초조사를 통해 최종적으로 의복 4종류(Modern, Mannish, Casual, Feminine)와 배경

6종류(인공물 2종류, 자연물 2종류, 실내 2종류)와 비율 3종류(80%, 140%, 200%)의 조합으로 72개의 사진자극물을 구성하였으며 Scanner(Hewlett Packard 4C)로 입력하여 Polaroid Digital Palette HR 6000을 사용하여 슬라이드로 제작하였다.

2) 의미미분척도의 구성

사진자극물에 대한 시각적 평가를 위해 30쌍의 형용사로 의미미분척도를 구성하였으며 자료수집은 부산대학교 의류학과 전공자 50명을 대상으로 6월 26일부터 30일 사이에 실시되었다.

3) 자료분석

본 연구의 자료분석은 SPSSWIN을 사용하여 통계처리하였으며 Scheffé의 다중비교, 삼원변량분석과 다중분류분석, 다중회귀분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 의복이미지에 따른 시각적 평가 차이

의복이미지가 전체의 시각적 이미지 형성에 어떠한 영향을 미치는가를 알아보기 위하여 요인별로 요인점수를 사용하여 일원변량분석과 Scheffé검증을 실시한 결과는 <표 1>과 같다.

요인부하치에서 정적인 방향의 요인부하치는 왼쪽의 형용사와 상관을 이루고, 부적인 방향의 요인부하치는 오른쪽의 형용사와 상관을 이룬다. 매력성 요인에서는 매력적인 경향을 경연성요인에서는 현대적인이고 도시적이며 직선적인 경향을 의미한다. 현시성요인에서 강렬하고 눈에 띄는 경향을 귀여움 요인에서 발랄하고 화사한 경향을 의미한다. 온도감

<표 1> 의복이미지에 따른 시각적 평가 차이

의복이미지 요인	Modern	Manish	Casual	Feminine	F-value
매력성	0.108 ^a B ^b	0.325 A	-0.413 D	-0.020 C	93.8***
경연성	0.561 A	0.454 A	-0.814 C	-0.201 B	93.08***
현시성	0.873 A	-0.442 C	0.219 B	-0.650 D	664.96***
귀여움	0.277 B	-0.810 D	-0.143 C	0.676 A	520.33***
온도감	-0.109 B	0.142 A	0.100 A	-0.133 B	18.12***

^a 요인점수 ^b Scheffé의 다중비교 ***P<.001

요인에서 차가운 경향을 나타낸다.

의복이미지를 각 요인별로 비교하여 보면 모두 $P < .001$ 수준에서 유의적인 차이가 나타났으며 특히 현시성요인, 경연성요인, 귀여움요인, 매력성요인에서 유의적인 차이가 두드러지게 나타났다.

의복이미지를 형용사별로 비교하여 보면 Modern은 현대적이고 강렬한 이미지로, Mannish는 직선적이고 점잖은 이미지로, Casual은 전원적이고 따뜻한 이미지로, Feminine은 여성적이고 무난한 이미지로 나타났다.

매력성요인에서 살펴보면 Mannish가 가장 매력 있는 것으로 Casual이 가장 매력없는 것으로 평가되었는데 이는 관찰자들의 선호도에 의한 영향으로 생각된다. 경연성요인에서는 Modern과 Mannish가 딱딱하고 도시적인 것으로 Casual이 가장 전원적이며 부드럽고 곡선적인 것으로 평가되었다. 이것은 디자인선에 의한 영향이라고 볼 수 있다. 현시성요인에서는 Modern이 가장 강렬하고 눈에 띄는 이미지를 가진 것으로, Feminine은 가장 무난하고 평범한 것으로 평가되었다. 이것은 색채조화의 영향으로 보이며 강한 색채대비를 이루는 경우 현시적인 것으로 단일색상조화일 경우에는 현시성이 낮은 것으로 평가됨을 알 수 있다. 귀여움요인에서는 Feminine이 가장 귀엽고 발랄한 이미지를 지닌 것으로, Mannish가 가장 노숙하고 점잖은 것으로 나타났다. 이것은 의복디자인과 모델의 이미지가 영향을 미치는 것으로 보인다. 온도감요인에서 Mannish가 차가운 경향을 나타내는데 이는 의복의 색채로 인한 영향으로 보인다.

이상의 결과에서 의복이미지는 의복의 디자인 요소에 의해 영향을 받으며 특히 매력성은 관찰자의 선호도가 영향을 미침을 알 수 있다.

2. 배경에 따른 시각적 평가 차이

배경을 형용사별로 평균값을 분석하여 보면 인공물1은 도시적이고 깔끔한 이미지, 자연물1은 시원하고 차가운 이미지, 실내1은 낭만적이고 정적인 이미지인 이미지, 인공물2는 정돈되고 도시적인 이미지, 자연물2는 따뜻하고 전원적인 이미지, 실내2는 따뜻하고 답답한 이미지로 나타났다.

배경이 전체의 시각적 이미지 형성에 어떠한 영향을 미치는가를 알아보기 위하여 요인별로 요인점수를 사용하여 일원변량분석과 Scheffé검증을 실시한 결과는 <표 2>와 같다.

의복이미지가 Modern인 경우에 배경에 따른 시각적 이미지 차이를 각 요인별로 보면 모든 요인에서 유의적인 차이가 나타났으며 특히 경연성요인에서 유의적인 차이가 크게 나타났다. 매력성요인에서 살펴보면 인공물1, 2와 실내2에서 매력적인 것으로 실내1에서는 매력이 없는 것으로 평가되었다. 경연성요인에서는 전반적으로 도시적인, 현대적인 이미지로 나타났으며 그 중에서도 인공물1에서 가장 도시적이고 현대적인 것으로 평가되었다. 현시성요인에서는 전반적으로 현시성이 높은 경향을 나타내었다. 귀여움요인에서는 인공물1, 2와 자연물1에서 발랄하고 화사한 것으로 평가되었다. 온도감요인에서는 인공물1과 자연물1에서 차가운 것으로 평가되었다.

의복이미지가 Mannish인 경우에 배경에 따른 시각적 이미지 차이를 각 요인별로 보면 모든 요인에서 유의적인 차이가 나타났으며 특히 경연성요인, 온도감요인에서 유의적인 차이가 크게 나타났다. 매력성요인에서 살펴보면 인공물1, 2에서 매력적인 것으로 평가되었다. 경연성요인에서는 전반적으로 도시적이고 현대적인 이미지로 나타났으며 인공물1에서 가장 도시적이며 현대적인 직선적인 것으로 평가되었다. 현시성요인에서는 전반적으로 무난한 경향을 나타내었는데 그 중에서 자연물2와 실내2에서 현시적인 경향을 나타내었다. 귀여움요인에서는 전반적으로 노숙하고 점잖은 경향을 나타내었다. 온도감요인에서는 인공물1과 자연물1에서 차가운 것으로 실내2에서 따뜻한 것으로 평가되었다.

의복이미지가 Casual인 경우에 배경에 따른 시각적 이미지 차이를 각 요인별로 보면 매력성요인, 경연성요인, 귀여움요인, 온도감요인에서 유의적인 차이가 나타났으며 특히 경연성요인, 매력성요인에서 유의적인 차이가 크게 나타났다. 매력성요인에서 살펴보면 전반적으로 매력없는 것으로 나타났으며 인공물1에서 가장 매력없는 것으로 평가되었다. 경연성요인에서는 전반적으로 부드럽고 전원적인 경향

<표 2> 의복이미지별 배경에 따른 시각적 평가 차이

의복이미지	배경 요인	인공물1	자연물1	실내1	인공물2	자연물2	실내2	F-value
Modern	매력성	0.393 ^a A ^b	0.024 B	0.394 C	0.436 A	0.012 B	0.179 A/B	16.80 ^{***}
	경연성	1.270 A	0.641 B	0.374 C	0.685 B	0.076 D	0.317 C/D	54.66 ^{***}
	현시성	0.649 B	0.959 A	0.861 A/B	0.812 A/B	0.991 A	0.964 A	4.09 ^{**}
	귀여움	0.494 A	0.400 A/B	0.144 B	0.332 A/B	0.116 B	0.179 B	6.38 ^{***}
	온도감	0.317 A	0.262 A	-0.184 B	-0.307 B	-0.294 B	-0.447 B	16.43 ^{***}
Mannish	매력성	0.711 A	0.259 B	0.261 B	0.391 A/B	0.188 B	0.140 B	7.40 ^{***}
	경연성	1.325 A	0.477 B	0.083 C	0.676 B	-0.023 C	0.189 C	67.39 ^{***}
	현시성	-0.609 C	-0.593 C	-0.455 B/C	-0.574 C	-0.148 A	-0.272 A/B	10.97 ^{**}
	귀여움	-0.583 A	-0.807 A/B	-0.870 A/B	-0.864 A/B	-0.918 B	-0.819 A/B	2.99 ^{***}
	온도감	0.657 A	0.677 A	-0.156 B/C	0.104 B	-0.026 B/C	-0.408 C	28.56 ^{***}
Casual	매력성	-1.047 D	-0.411 B/C	-0.205 A/B	-0.633 C	0.013 A	-0.195 A/B	24.42 ^{***}
	경연성	0.002 A	-0.800 B/C	-1.119 D/E	-0.683 B	-1.296 E	-0.991 C/D	56.46 ^{***}
	현시성	0.261	0.133	0.100	0.266	0.358	0.198	1.66
	귀여움	0.134 A	-0.049 A/B	-0.239 B	-0.145 A/B	-0.255 B	-0.302 B	6.12 ^{***}
	온도감	0.049 B	0.482 A	0.099 B	-0.083 B	0.144 B	-0.089 B	8.90 ^{***}
Feminine	매력성	0.007 A/B	0.259 A	-0.059 A/B	-0.069 A/B	-0.206 B	-0.052 B	3.94 ^{***}
	경연성	0.548 A	-0.276 B/C	-0.459 C	-0.055 B	-0.552 C	-0.410 C	44.45 ^{***}
	현시성	-0.988 C	-0.773 B/C	-0.575 A/B	-0.659 A/B	-0.451 A	-0.454 A	11.32 ^{**}
	귀여움	1.074 A	0.658 B/C	0.466 C	0.839 A/B	0.573 B/C	0.444 C	11.10 ^{***}
	온도감	0.060 B	0.517 A	-0.361 C	-0.170 B/C	-0.375 C	-0.469 C	23.57 ^{***}

^a 요인점수 ^b Scheffé의 다중비교 ***P<.001 **P<.01 *P<.05

을 나타내었으며 그 중에서도 자연물2에서 가장 부드러운 이미지로 평가되었다. 귀여움요인에서는 전반적으로 노숙하고 점잖은 경향을 나타내었다.

의복이미지가 Feminine인 경우에 배경에 따른 시각적 이미지 차이를 각 요인별로 보면 모든 요인에서 유의적인 차이가 나타났으며 특히 경연성요인, 온도감요인에서 유의적인 차이가 크게 나타났다. 매력성요인에서 살펴보면 배경1과 인공물2에서 매력적인 것으로 평가되었다. 경연성요인에서는 인공물1에서 가장 딱딱하고 직선적인 것으로 평가되었으며 다른 배경에서는 대체적으로 부드럽고 낭만적인 것으로 평가되었다. 현시성요인에서는 전반적으로 현시적이지 않은 경향을 나타내었다. 귀여움요인에서

는 전반적으로 귀엽고 화사한 경향을 나타내었다. 온도감요인에서는 자연물1에서 가장 차가운 것으로 평가되었다.

따라서 의복과 배경의 이미지가 서로 어울리고 조화를 이룰 때는 매력적인 이미지를 나타내고 서로 어울리지 않을 때는 매력적이지 않은 것으로 나타났다.

3. 비율에 따른 시각적 평가 차이

의복의 비율이 전체의 시각적 이미지 형성에 어떠한 영향을 미치는가를 알아보기 위하여 요인별로 요인점수를 사용하여 일원변량분석과 Scheff 검증을 실시한 결과는 <표 3>과 같다.

의복이미지가 Modern인 경우 인공물1에서는 비율변화에 따른 이미지 차이가 현시성요인, 온도감요인에서 유의적으로 나타났으며 의복비율 140%가 현시적이고 차가운 경향을 나타내었다. 인공물2에서는 경연성요인에서 유의적인 차이가 나타났는데 의복비율 200%가 딱딱하고 직선적인 것으로 나타났다.

의복이미지가 Mannish인 경우에 인공물1에서는 매력성요인에서 유의적인 차이가 나타났으며 전반적으로 매력적인 경향을 나타내었으며 의복비율 140%가 가장 매력적인 것으로 나타났다. 실내1에서는 현시성요인에서 유의적인 차이가 나타났는데 전반적으로 현시적이지 않은 경향을 나타내었으며 200%가 가장 현시적이지 않은 것으로 나타났다. 자

연물1에서는 온도감요인에서 유의적인 차이가 나타났는데 전반적으로 차가운 경향을 나타내었으며 80%가 가장 차가운 것으로 나타났다. 실내2에서는 매력성요인, 현시성요인, 온도감요인에서 유의적인 차이가 나타났는데 매력성요인에서 200%가 가장 매력적인 것으로 나타났고 80%가 가장 매력적이지 않은 것으로 나타났다. 현시성요인에서 전반적으로 현시적이지 않은 것으로 나타났다. 온도감요인에서 대체적으로 따뜻한 이미지로 나타났으며 특히 200%가 가장 따뜻하게 평가되었다. 의복이미지가 Casual인 경우 인공물2에서는 매력성요인에서 유의적인 차이가 나타났는데 전반적으로 매력적이지 않은 것으로 나타났으며 140%가 가장 매력적이지 않은 것으로

〈표 3〉 의복이미지별 비율에 따른 시각적 평가 차이

의복이미지	배경	비율		80%	140%	200%	F-value
		요인					
Modern	인공물1	현시성	0.393 ^a B ^b	0.812 A	0.741 A/B	3.91*	
		온도감	0.047 B	0.653 A	0.250 A/B	3.97*	
	인공물2	경연성	0.433 B	0.810 A	0.813 A	7.88***	
Manish	인공물 1	매력성	0.759 A/B	0.899 A	0.474 B	3.45*	
	실 내 1	현시성	-0.237 A	-0.483 A/B	-0.646 B	5.05**	
	자연물 1	온도감	0.899 A	0.756 A/B	0.377 B	3.80*	
	실 내 2	매력성	-0.193 B	0.122 A/B	0.491 A	5.84**	
		현시성	-0.044	-0.379	-0.393	3.11*	
		온도감	-0.107 A	-0.392 A/B	-0.724 B	5.93**	
Casual	인공물 2	매력성	-0.522 A/B	-0.951 B	-0.427 A	4.50*	
	자연물 2	매력성	-0.690 B	-0.159 A	-0.382 A/B	3.67*	
Feminine	인공물 1	매력성	0.285	-0.114	-0.152	3.70*	
		경연성	0.765 A	0.384 B	0.494 A/B	4.50*	
		온도감	0.536 A	-0.200 B	-0.155 B	9.14***	
	실 내 1	현시성	-0.601 A/B	-0.812 B	-0.311 A	5.22**	
		귀여움	0.205	0.548	0.647	3.30*	
		온도감	0.142 B	0.323 A/B	0.619 A	3.51*	
	실 내 2	매력성	-0.247 B	-0.161 A/B	0.252 A	3.71*	
		경연성	-0.316 B	-0.243 B	-0.063 A	6.01**	
		현시성	-0.241 A	-0.502 A/B	-0.619 B	3.23*	

^a 요인점수 ^b Scheffé의 다중비교 ***P<.001 **P<.01 *P<.05

나타났다. 자연물1에서는 매력성요인에서 유의적인 차이가 나타났는데 전반적으로 80%가 가장 매력적이지 않은 것으로 나타났다. 의복이미지가 Feminine인 경우에 인공물1에서는 매력성요인, 경연성요인, 온도감요인에서 유의적인 차이가 나타났다. 매력성요인에서 80%가 가장 매력적인 것으로 나타났으며 200%가 가장 매력적이지 않은 것으로 나타났다. 경연성요인에서 80%가 가장 딱딱하고 직선적인 것으로 나타났다. 온도감요인에서 80%가 가장 차가운 것으로 140%가 가장 따뜻한 것으로 나타났다. 실내1에서는 현시성요인, 귀여움요인, 온도감요인에서 유의적인 차이가 나타났다. 현시성요인에서 전반적으로 현시적이지 않은 것으로 나타났으며 140%에서 가장 현시적이지 않은 것으로 나타났다. 귀여움요인에서 전반적으로 귀여운 경향으로 나타났으며 200%가 가장 귀여운 것으로 나타났다. 온도감요인에서는 200%가 가장 차갑게 나타났다. 실내2에서는 매력성요인, 경연성요인, 현시성요인에서 유의적인 차이가 나타났다. 매력성요인에서 200%가 가장 매력적인 것으로 나타났으며 경연성요인에서 200%가 가장 부드러운 것으로 나타났다. 현시성요인에서 살펴보면 대체적으로 현시적이지 않은 경향을 나타내었으며 그 중에서도 200%가 가장 현시적이지 않은 것으로 나타났다.

이상의 결과들에서 살펴보면 의복의 비율이 80%일 때 배경의 이미지가 영향력이 더 커짐을 알 수 있다. 하지만 부분적으로 유의적인 차이가 나타났으므로 비율이 의복과 배경에 비해 영향력이 적음을 알 수 있다. 또한 의복과 배경의 이미지가 서로 어울리고 조화를 이룰 때는 대체적으로 매력적인 경향을 나타내었는데 의복비율 140%가 가장 매력적으로, 의복과 배경이 어울리지 않을 때는 의복비율 200%가 그 영향을 덜 받는 것으로 나타났다.

4. 시각적 이미지와 선호도와의 관계

『좋아하는-싫어하는』을 종속변수로 하고, 29쌍의 시각적 이미지를 독립변수로 의복이미지별로 단계적 회귀분석한 결과는 <표 4>와 같다.

의복이미지가 Modern인 경우는 6개의 독립변수가 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 이 중 편안

한-불편한 이미지가 가장 영향력이 크게 나타났으며 그 다음은 분위기있는-분위기없는, 조화로운-조화롭지않은, 아름다운-추한, 세련된-촌스러운 등이 영향을 크게 미치는 것으로 나타났다. 의복이미지가 Mannish인 경우 8개의 독립변수가 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 이 중 분위기있는-분위기없는 이미지가 가장 영향력이 크게 나타났으며 그 다음은 조화로운-조화롭지않은, 세련된-촌스러운, 편안한-불편한, 아름다운-추한, 멋있는-멋없는 등이 영향을 크게 미치는 것으로 나타났다. 의복이미지가 Casual인 경우 6개의 독립변수가 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 이 중 세련된-촌스러운 이미지가 가장 영향력이 크게 나타났으며 그 다음은 조화로운-조화롭지않은, 분위기있는-분위기없는, 아름다운-추한, 안정된-불안한 등이 영향을 크게 미치는 것으로 나타났다. 의복이미지가 Feminine인 경우 6개의 독립변수가 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 이 중 분위기있는-분위기없는 이미지가 가장 영향력이 크게 나타났으며 그 다음은 편안한-불편한, 아름다운-추한, 세련된-촌스러운, 눈에 띄는-눈에안띄는, 조화로운-조화롭지않은 등이 영향을 크게 미치는 것으로 나타났다.

이상의 결과에서 살펴보면 Modern인 경우는 편안한, 분위기있는, 조화로운, 아름다운, 세련된, 눈에 띄는 등의 시각적 이미지는 좋아하는 이미지에 영향을 미치는 것을 알 수 있다. Mannish인 경우는 분위기있는, 조화로운, 세련된, 편안한, 아름다운, 멋있는, 안정된, 발랄한 등의 시각적 이미지는 좋아하는 이미지에 영향을 미치는 것을 알 수 있다. Casual인 경우 세련된, 조화로운, 분위기있는, 아름다운, 안정된, 발랄한 등의 시각적 이미지는 좋아하는 이미지에 영향을 미치는 것을 알 수 있다. Feminine인 경우 분위기있는, 편안한, 아름다운, 세련된, 눈에 띄는, 조화로운 등의 시각적 이미지는 좋아하는 이미지에 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

선호도에 영향을 미치는 시각적 이미지는 의복이미지에 따라 별로 차이가 없으며 대부분이 매력성요인에 해당되는 시각적 이미지와 관계가 있음을 알 수 있다.

〈표 4〉 의복이미지와 선호도와와의 관계

종속변수	의복	독립변수	Beta	T-value	R ²
좋아하는 - 싫어하는	Modern	조화로운-조화롭지않은	0.177	5.590***	0.556
		편안한-불편한	0.253	9.139***	
		분위기있는-분위기없는	0.206	7.372***	
		세련된-촌스러운	0.154	5.328***	
		아름다운-추한	0.163	5.561***	
		눈에 띄는-눈에안띄는	0.075	3.324***	
	Mannish	멋있는-멋없는	0.108	3.184***	0.595
		조화로운-조화롭지않은	0.205	7.320***	
		분위기있는-분위기없는	0.235	8.775***	
		편안한-불편한	0.138	4.901***	
		세련된-촌스러운	0.139	4.732***	
		발랄한-점잖은	0.098	4.520***	
		아름다운-추한	0.111	3.602***	
	Casual	안정된-불안한	0.099	3.576***	0.591
		아름다운-추한	0.187	6.302***	
		조화로운-조화롭지않은	0.210	7.146***	
		세련된-촌스러운	0.216	8.046***	
		분위기있는-분위기없는	0.196	6.859***	
		안정된-불안한	0.174	6.544***	
	Feminine	발랄한-점잖은	0.081	3.668***	0.539
		분위기있는-분위기없는	0.240	8.066***	
편안한-불편한		0.230	8.430***		
아름다운-추한		0.164	5.318***		
세련된-촌스러운		0.153	5.346***		
눈에 띄는-눈에안띄는		0.135	5.498***		
		조화로운-조화롭지않은	0.132	4.279***	

*** P<.001

5. 시각적 이미지와 조화성과의 관계

조화성에 대한 시각적 이미지 구성요인의 영향을 알아보기 위해 『어울리는-어색한, 조화로운-조화롭지않은』 두 용어에 대한 평가점수를 합산하여 2로 나눈 값을 종속변수로 하고, 28쌍의 이미지들을 독립변수로 단계적 회귀분석을 행한 결과 <표 5>와 같다.

의복이미지가 Modern인 경우의 조화성은 7개의 독립변수가 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 이 중 자연스러운-부자연스러운 이미지가 가장 영향력이 크게 나타났으며 그 다음은 세련된-촌스러운, 좋아하는-싫어하는, 안정된-불안한, 멋있는-멋없

는, 정돈된-산만한, 우아한-천박한 등이 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 의복이미지가 Mannish인 경우의 조화성은 5개의 독립변수가 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 이 중 자연스러운-부자연스러운 이미지가 가장 영향력이 크게 나타났으며 그 다음은 정돈된-산만한, 좋아하는-싫어하는, 멋있는-멋없는, 세련된-촌스러운 등이 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 의복이미지가 Casual인 경우의 조화성은 8개의 독립변수가 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 이 중 자연스러운-부자연스러운 이미지가 가장 영향력이 크게 나타났으며 그 다음은 자유로운-부자유로운, 멋있는-멋없는, 편안한-불편한, 좋아하는-싫어하는, 분위기있는-분위기없는,

〈표 5〉 의복이미지별 시각적 이미지와 조화성과의 관계

종속변수	의복	독립변수	Beta	T-value	R ²
조화성	Modern	자연스러운-부자연스러운	0.432	17.520***	0.732
		세련된-촌스러운	0.132	5.374***	
		안정된-불안한	0.131	6.121***	
		좋아하는-싫어하는	0.132	5.550***	
		멋있는-멋없는	0.098	4.279***	
		정돈된-산만한	0.090	4.140***	
	Mannish	자연스러운-부자연스러운	0.425	17.075***	0.690
		정돈된-산만한	0.212	9.069***	
		멋있는-멋없는	0.141	5.190***	
		좋아하는-싫어하는	0.143	5.546***	
	Casual	세련된-촌스러운	0.105	4.038***	0.860
		자연스러운-부자연스러운	0.416	16.571***	
		자유로운-부자유로운	0.157	6.570***	
		좋아하는-싫어하는	0.103	4.171***	
		편안한-불편한	0.120	5.450***	
		멋있는-멋없는	0.139	6.181***	
		도시적인-전원적인	-0.090	-5.042***	
	Feminine	분위기있는-분위기없는	0.101	4.305***	0.720
		강렬한-무난한	-0.068	-3.834***	
		자연스러운-부자연스러운	0.351	14.453***	
		자유로운-부자유로운	0.180	7.666***	
아름다운-추한		0.113	4.432***		
편안한-불편한		0.145	6.719***		
정돈된-산만한	0.143	6.858***			
멋있는-멋없는	0.100	3.828***			
세련된-촌스러운	0.092	3.795***			

*** P<.001

도시적인-전원적인, 강렬한-무난한 등이 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 의복이미지가 Feminine인 경우의 조화성은 7개의 독립변수가 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 이 중 자연스러운-부자연스러운 이미지가 가장 영향력이 크게 나타났으며 그 다음은 자유로운-부자유로운, 편안한-불편한, 정돈된-산만한, 아름다운-추한, 멋있는-멋없는, 세련된-촌스러운 등이 영향력을 미치는 것으로 나타났다.

이상의 결과에서 살펴보면 Modern인 경우에는 자연스러운, 세련된, 좋아하는, 안정된, 멋있는, 정돈된, 우아한 등의 시각적 이미지가 조화로운 이미지

에 영향을 미치는 것을 알 수 있다. Mannish인 경우에는 자연스러운, 정돈된, 좋아하는, 멋있는, 세련된 등의 시각적 이미지가 조화로운 이미지에 영향을 미치는 것을 알 수 있다. Casual인 경우에는 자연스러운, 자유로운, 멋있는, 편안한, 좋아하는, 분위기있는, 전원적인, 무난한 등의 시각적 이미지가 조화로운 이미지에 영향을 미치는 것을 알 수 있다. Feminine인 경우에는 자연스러운, 자유로운, 편안한, 정돈된, 아름다운, 멋있는, 세련된 등의 시각적 이미지가 조화로운 이미지에 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

조화성에 대해 공통적으로 모든 의복이미지에서

영향을 미치는 시각적 이미지는 자연스러운—부자연스러운, 멋있는—멋없는으로 나타났다. 의복이미지별로 차이가 나타나는 시각적 이미지는 Modern에서는 세련된, 좋아하는, 안정된, 정돈된, 우아한으로, Mannish에서는 정돈된, 좋아하는, 세련된으로, Casual에서는 자유로운, 편안한, 좋아하는, 분위기있는, 전원적인, 무난한으로, Feminine에서는 자유로운, 편안한, 정돈된, 아름다운, 세련된으로 나타났다. 따라서 조화성에 영향을 미치는 시각적 이미지는 의복과 배경의 조화에 의한 영향으로 의복이미지별로 차이가 있음을 알 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 의복, 배경, 비율 변화에 따른 시각적 이미지를 규명한 후 전체적인 이미지의 선호도와 조화성에 대해 영향을 미치는 시각적 이미지를 파악하여 제시하고자 한다.

배경 변화에 따른 시각적 이미지를 분석한 결과는 다음과 같다. 의복 이미지가 Modern인 경우에는 경연성, 매력성, 온도감에서 현저한 차이가 나타났으며 Mannish인 경우에는 경연성, 온도감, 현시성에서 현저한 차이가 나타났다. 의복이미지가 Casual인 경우에는 경연성, 매력성에서 현저한 차이가 나타났으며 Feminine인 경우에는 경연성, 온도감, 현시성, 귀여움에서 현저한 차이가 나타났다.

현대적이고 강렬한 이미지를 지니는 Modern은 도시적이고 깔끔한 인공물1배경에서 매력적인 도시적인 차가운 시각적 이미지를 형성하였으며 낭만적이고 정적인 실내1배경에서 성숙한 이미지를 나타내었다. 따뜻하고 답답한 자연물배경에서 부드러운 현시적인 시각적 이미지를 나타내고 따뜻하고 답답한 실내2에서 현시적이며 따뜻한 시각적 이미지를 나타내었다.

직선적이고 점잖은 이미지를 지니는 Mannish는 도시적이고 깔끔한 인공물1에서 매력적이고 딱딱한 시각적 이미지를 나타내고 한색계열인 도시적이고 깔끔한 인공물1과 시원하고 차가운 자연물1은 차가운 시각적 이미지를 나타내며 실내가 따뜻한 이미지를 나타내었다.

전원적이고 따뜻한 이미지를 지니는 Casual은 따뜻하고 전원적인 자연물2에서 매력적이고 부드러운 시각적 이미지를 나타내고 도시적이며 깔끔한 인공물1에서 가장 조화롭지않고 딱딱한 이미지를 나타내며 시원하고 차가운 자연물1에서 가장 차가운 시각적 이미지를 나타내었다.

여성적이고 무난한 이미지를 지니는 Feminine은 도시적이고 깔끔한 인공물1에서 도시적이고 깔끔한 시각적 이미지를, 시원하고 차가운 자연물1에서 가장 차가운 시각적 이미지를 나타내었다.

의복의 비율에 따른 시각적 이미지는 부분적으로 유의적인 차이가 나타나 전반적으로 영향을 적게 미치는 것으로 나타났다. 따라서 의복과 배경에 비해 비율의 영향이 적음을 알 수 있다.

선호도에 영향을 미치는 이미지 구성요소를 알아보기 위하여 다중회귀분석을 한 결과 분위기, 세련됨, 조화로움, 편안함, 세련됨, 안정성, 발랄함 등의 특성이 증가할수록 선호하는 이미지가 표현되었다.

조화성에 영향을 미치는 이미지 구성요소를 알아보기 위하여 다중회귀분석을 한 결과 자연스러움, 개성, 자율성, 단정함, 세련됨, 안정성, 편안함 등이 증가할수록 조화로운 이미지가 표현되었다.

이상의 결과들을 바탕으로 결론을 내리면 다음과 같다.

첫째, 의복과 배경의 조합에 의해 형성된 시각적 이미지 중 매력성은 의복이미지와 배경이미지의 유사성, 관찰자의 선호도에 의해 영향을 받고 경연성은 의복과 배경에서의 선의 특성과 색채구성의 영향을 받는다. 현시성은 색채조화에 의해, 귀여움은 의복디자인과 모델에 의해, 온도감은 색채와 생활경험에 의한 연상에 의해 영향을 받는다. 따라서, 패션사진에서 의복과 배경에 의해 패션사진을 구성할 때 디자인의 요소, 모델, 관찰자의 선호도와 생활경험 등을 고려한다면 원하는 시각적 이미지를 창출할 수 있을 것이다.

둘째, 의복과 배경이 서로 조화를 이룰 때는 더욱 매력적인 이미지를 형성하고 의복과 배경이 어울리지 않을 때는 매력적이지 않은 이미지를 형성한다. 특히 의복이미지가 약한 경우에는 배경의 이미지가 시각적 이미지 형성에 큰 영향을 준다. 따라서, 의복

디자인의 개성이 강할 때는 의복과 유사한 이미지의 배경이 적합하고 의복디자인이 무난할 때는 전달하고자 하는 시각적 이미지에 적합한 배경을 선정한다면 보다 더 효과적일 것이다.

참 고 문 헌

- 1) 김선희·임숙자(1996). 의복관여에 따른 광고에 대한 태도 효과에 관한 연구. *한국의류학회지*, 20(2), 298-310.
- 2) 김가영(1995). 의류상품의 신문광고 효용에 관한 연구-여성 기성복 광고를 중심으로-. *한국의류학회지*, 19(2), 329-339.
- 3) 허금숙(1991). 의류광고에 대한 소비자 소구점 연구. 서울대학교 대학원. 석사학위논문.
- 4) 김문진·임숙자(1989). 상표이미지 선호도와 패션 광고 전략에 관한 연구. *한국의류학회지*, 13(3), 197-206.
- 5) 홍성순·황춘섭(1994). 여성잡지 의류광고 구성요소의 표현 형식과 소구유형고찰(I). *한국의류학회지*, 18(5), 716-726.
- 6) 김수경(1994). 의류상품의 광고효과에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원. 박사학위논문
- 7) 유한태(1986). 조형과 사진심리학. 도서출판 해돋이, 13-19.
- 8) Davis, L. L.(1987). Consumer Use of Label Information in Ratings of Clothing Quality and Clothing Fashionability, *Clothing & Textiles Research Journal*, 8(14), 8-14.
- 9) DeLong, M. R.(1987). *The Way We Look*, Ames, Iowa State University Press. 19-21, 28-31.
- 10) 橋本令子, 加藤雪枝, 嶋山藤子(1984). 服裝色に及ぼす背景の色の影響. *山女學園大學研究論集*, 15(1), 219-227.
- 11) 이명희(1993) 한국과 미국 남녀 대학생의 의복이미지 선호도와 성역할 정체감에 관한 연구. *한국의류학회지*, 17(3), 367-379.
- 12) 이선재(1987). 한국어성의 가치관과 의복디자인 선호도와 상관성 연구. *한국의류학회지*, 11(1), 29-42.
- 13) 오현정·이은영(1990). 의복에서의 조형미와 유행 평가연구. *한국의류학회지*, 14(4), 234-251.
- 14) 나수임·한명숙(1986). 여고생의 복색 선호와 성격특성과의 상관연구. *한국의류학회지*, 10(1), 37-45.
- 15) 김은애·이명희(1992). 가치관과 의복이미지 및 의복디자인 선호도에 관한 연구. *복식*, 5(18) 269-278.
- 16) 김영인(1989) 선호디자인 감각에 따른 의복구매자 유형과 관련된 생활양식 특성에 관한 연구(제2보). *한국의류학회지*, 13(4), 412-4.
- 17) 장은영(1994). 의류상품 이미지에 의한 의복구매과정 모형 연구. *한국의류학회지*, 18(5), 749- 764.
- 18) Horn, M. J., & Gurel, L. M.(1981). *The Second Skin, An interdisciplinary Sudy of Clothing*(3rd ed.). Boston : Houghton Mifflin Co., 296-297.