

# 현대패션에 나타난 인체노출의 감성연구

김 지 연 · 이 경 희

부산대학교 의류학과

## A study on the sensibility of body exposure in contemporary fashion

Ji-youn Kim · Kyoung-hee Lee

Dept. of Clothing and Textiles, Graduate School, Pusan National University  
(2001. 1. 5 접수)

### Abstract

The purpose of this study is to investigate the sensibility of body exposure in contemporary fashion. 31 kinds of costume samples have been selected from photographs in fashion magazines. Those were divided into part of exposed body, the way of exposure and kinds of exposure.

I have measured them by using Semantic Differential method. The subjects were 120 male and 120 female in twenties. The obtained data were analyzed by factor analysis, ANOVA, MDS and regression analysis. The results of analysis are as follow;

1. Factor analysis has extracted four factors which consist of the sensibility of body exposure. These factors are Attraction, Activity, Boldness, Simplicity. 2. There were significant differences in design of body exposure and demographics. 3. Evaluative dimensions of the sensibility of body exposure were identified by Hard-Soft, Active-Elegant. 4. Preference was related to words which are buying desirable, attractive, simple, natural, active appealed by design of body exposure costume and buying desirable was related to words which are favorite, modest, beautiful, natural appealed by mood of exposure costume.

**Key words:** sensibility, body exposure, bare, see-through, skill;

감성, 인체노출, 직접노출, 간접노출, 노출기법

## I. 서 론

급속한 경제성장과 과학기술의 발달은 물질적인 풍요로움뿐 아니라 사회환경의 변화를 가져 왔다. 현대사회는 거의 모든 분야에서 경계가 사라지고 수많은 정보들이 신속하게 교류되고 있으며 그 속도는 점점 더 빨라지고 있다. 이러한 물질적인 풍요와 급격하게 변화하는 사회환경은 현대인들의 의식에 변화를 주어 개인의 다양한 개성과 감성의 충족을 요구하게 되었다(이구형, 1998). 이러한 시대의

흐름에 따라 패션산업에서도 소비자의 고감성을 충족시킬 수 있는 감성 지향적 디자인의 개발이라는 문제가 대두되었으며 소비자들의 감성을 충족시키기 위한 기초자료로써 다양한 감성의 분석이 필요하게 되었다.

감성은 물리적인 자극에 의한 감각, 지각을 통해 야기되는 인간의 내부에서 일어나는 고도의 심리적인 체험의 복합감정이기 때문에(長町三生, 1989; 27) 물리적인 형태로 표현하고 측정하기가 쉽지 않다. 그러나, 감성공학 분야에서는 자극에 의해 유발되는 감성을 인간의 생리적 변화 등으로 측정함으로써

물리적 분석의 연구가 많이 시도되고 있으며 감성과 정서의 측면에서 언어적인 표현을 이미지로써 분석하는 연구가 많은 영역에서 이루어지고 있다. 특히 패션은 소비자의 감성을 민감하게 파악하고 실제 디자인에 적용시켜야 할 분야로서, 소비자의 미의식에 영향을 주는 감성적 측면의 의복이미지 연구가 많이 이루어졌다.(이경희, 1991; 하수진, 1999; 오해순·은소영·김윤경 2000)

그런데, 현대의 패션은 자기표현에 있어서 더 이상 고정관념에 얽매이지 않는 개방적이고 자유로운 감성을 가지고 인간 내부의 본연의 모습을 더욱 추구하게 되었다. 이에 따라 신체 노출을 통한 인체의 자연적인 모습을 표현하고자 하는 현상이 두드러지게 나타나고 있으며 신체 노출에 대한 감성이 개인의 개성과 자신감을 표현하는 수단으로써 자유롭게 다양하게 표현되고 있다. 인간 내면을 표출하는 측면에서 신체 노출은 인간의 미의식에 가장 민감하게 영향을 주는 것이므로 현대패션에 나타난 노출의 감성 분석을 통하여 현대인의 다양한 감성을 이해하는 것은 현대인의 감성분석에 있어서 무엇보다 중요하다.

그러나 지금까지의 신체 노출과 관련된 연구는 노출의 시대적인 변천(김경옥, 1983; 안영주, 1983), 신체노출 의복에 의한 인상형성(고애란, 1992; 김인숙, 1994; 백은, 1997), 여성의 신체노출의상에 대한 인지적 평가(조은영, 1995), 에로티시즘의 표현으로써의 신체노출의복(이효진, 1994; 손미희, 1995; 이정옥, 1996) 등에 관한 연구들로 주로 성적매력에 그 초점이 맞추어진 연구와 노출방법, 노출하는 신체부위에 따른 연구가 부분적으로 이루어져 다양하고 복잡하게 변화되는 소비자 감성을 파악하기에는 어려움이 있다. 특히, 신체 노출 디자인은 노출의 방법이나, 노출하는 신체부위, 노출의 기법 등에 의해 구성되며, 이러한 방법들은 인체와 의복의 상호관계 속에서 다양한 감성을 표현해 낼 수 있다.

이에 본 연구는 여성의복을 대상으로 의복을 통해 표현되는 노출의 감성을 연구함으로써 직접적인 소비자 감성을 파악해 보고자 한다. 그리하여 노출에 대한 다양한 감성을 체계적 구성을 통해 각각도로 분석함으로써 소비자들의 복합감성을 만족시키는 신체 노출 의복의 감성디자인 개발에 도움이 되고자 한다.

## II. 이론적 연구

### 1. 의복 감성

사람들은 제품으로부터 만족을 얻기 위해 자기만의 느낌을 표현하는 디자인을 추구하는데 이것은 주로 인간의 감성과 연관된다. 그러므로 소비자를 만족시키는 제품을 개발하기 위해서는 인간의 감성에 대한 이해가 우선 되어야한다. 감성은 인간의 내부에 야기되는 심리적인 경험이며 복합적인 감정을 말한다. 이는 감각기관이 받아들이는 자극 이상의 보다 종합적인 개념으로서 외부 대상의 감각에만 의존하는 것이 아니라 그 대상이 속해 있는 환경이나 대상을 지각하는 개인의 연령, 성별, 생활 방식에 의해서도 영향을 받는다는 것을 지적하고 있다.(長町三生, 1989) 또한, 감성적 제품은 외형에 의해 지각, 인지되는 외적인 내용과 소비자의 사회 심리적 특성인 내적인 내용까지 포함할 뿐 아니라 제품의 최종용도에 적합해야하므로 다양한 소비자의 감성을 파악하여 디자인에 반영하기는 더욱 어려운 것이 사실이다. 이러한 감성을 충족시키는 제품개발을 위한 체계적 방법론의 하나로 감성공학이 등장하게 되었다. 감성공학은 인간의 감성을 정량, 정성적으로 측정하고 과학적으로 분석, 평가하여 제품이나 환경의 설계에 적극 응용하여 보다 편리하고 안락하며 더 나아가 인간의 삶을 쾌적하게 하고자 하는 데에 그 목적이 있다.

제품 디자인에 있어서의 감성적 접근방법에 대해 최우길(1997)은 사용자의 심미적 이미지의 가치가 중요하므로 사용자와 밀접한 디자인을 개발하기 위해서는 기술적, 기능적 접근보다는 이미지를 통한 접근 방법이 적합하다고 하였다. 이러한 심리적인 특성을 지닌 이미지를 표현하는 방법으로 Barthes(1997; 39)는 형용사가 인간이 이미지로 떠올리는 대상에 대한 감성을 잘 대변한다고 하였다. 권규식(1993)은 이러한 감성에 대한 연구는 대상을 시각적으로 제시하여 감성적 이미지의 형용사 어휘를 수집, 형용사의 의미구조 파악을 통하여 체계적으로 분석, 분류하여야 한다고 하였다. 이와 같이 감성과 이미지는 상호 관련되고 서로 영향을 끼치면서 심리

적인 부분과 통합되어 감성으로 나타나고 있음을 알 수 있으며, 형용사로 표현된 언어는 인간의 내적인 심리상태를 대변해 줄 수 있는 수단임을 알 수 있다.

현재 여러 분야에서 이러한 이미지로 감성을 분석하고 있으며 의류학 분야에서는 소비자의 미의식에 영향을 주는 감성적 측면의 의복이미지를 가지고 시각 자극에 대한 소비자의 감성을 이미지, 선호도, 구매욕구 등을 통해 연구하고 있다.(이경희, 1991; 주소현, 1998; 하수진, 1999; 오해순, 2000; 은소영, 2000; 김윤경, 2000) 의복이미지는 의복의 유형, 선, 재질, 색상, 디테일 등의 요소들이 조합되어 형성된 의복에 대한 전반적인 느낌을 말한다. 이러한 의복이미지는 인체에 입혀졌을 때 흥미를 끌어내고 심리적 분위기와 착시를 표현함으로써 인간의 감성을 충족시켜 인간생활에 즐거움을 줄 수 있다. 의복이미지에 대한 연구는 디자인 요소의 시각적 특징을 이미지의 개념으로 사용하여 시각적 감성을 분석해 왔다.(홍병숙·정미경, 1993) 하수진(1999)은 브래지어 디자인의 시각적 감성연구에서 그 의미구조가 매력성, 용모성, 귀여움요인으로 구성됨을 밝혔고, 은소영(2000)은 의복배색의 시각적 감성연구를 한 결과 그 구성요인이 매력성, 귀여움, 대담성, 부드러움으로 의미구조를 이룬다고 하였다. 김윤경(2000)은 의복무늬의 시각적 감성연구에서 조화성, 경연성, 주목성, 울동성요인으로 그 의미구조의 구성을 밝혔고, 오해순(2000)은 의복재질의 시각적 감성연구를 통하여 그 의미구조가 고급감, 표면감, 현시감, 경량감, 온냉감요인으로 구성됨을 밝혔다.

그러므로 현대인의 다양한 감성을 이해하고 데이터 베이스화하기 위해 구체적인 자료수집과 체계적인 분석이 필요하며 그 결과 도출된 복합감성들 중에서도 핵심이 되는 감성을 찾아내는 것은 현대인의 감성분석에 있어서 필수적이다. 이러한 소비자의 다양한 감성을 체계적 구성을 통해 다각도로 분석함으로써 소비자들의 복합감성을 만족시키는 의복의 감성디자인 개발과 감성마케팅의 확립이 이루어질 것이다.

## 2. 노출 의복

노출은 미의 관점에서 인체의 일부분을 의복 밖

으로 드러내거나, 인체의 선을 자연스럽게 나타냄으로써 여성의 신체적 특징을 강조 표현하는 것이다.(김경옥·안영주, 1983) 조경희(1999)는 자연스러운 인체 표현에 대한 현대 디자이너들의 패션철학을 소개하였는데 Issey Miyake, Gianfranco Ferre 등은 현대인들이 편안함을 추구하게됨으로 자유의 감각을 가진 바디컨셔스한 의복을 만든다고 하였다. 바디컨셔스라인은 신체를 의식하는 것 또는 자기 몸에 주목하여 관심을 가지자는 뜻을 가지고 자연에 대한 재인식, 자기 신체에 대한 재발견이라 할 수 있다.(박명희·정연자, 2000) 이러한 인체에 주목하는 관심에 대하여 손미희·임영자(1995)는 중세이후부터 인간 내면의 소리에 귀를 기울이면서 노출이 여성미의 표현이나 인체의 장식적 요소로서 위치하게 되었고 이는 인간이 소유한 표현욕구나 이성에게 매력적으로 보이기 위한 욕구를 충족시키기 위한 것이라고 하였다.

김은덕(1995)은 현대복식이 인체의 자연미를 표현하는 것을 그 특징으로 하며 이러한 특징은 면적의 최소화를 이용한 인체의 획기적인 노출이 인체 자체를 소재로 받아들여 인체의 본질을 추구하고자 하는 경향인 인체의 순수성의 추구로 이어진다고 하였고 이효진(1994)은 현대 여성 패션에서의 노출은 단순한 성분능의 표출만이 아니라 패션의 흐름 속에서 구현되는 아름답고 개성적이며 만족스러운 디자인을 하는데 그 근본 목적이 있다고 하였다. 이와 같이 현대복식에 나타난 노출은 인체의 가치가 점점 더 증가하게 됨에 따라 인체에 관심을 가지고 인체를 패션의 소재로 받아들여 인간 내부의 욕구를 표현하고 있다. 또 인체의 노출이 결코 수치스러운 일이 아니며 공공연하게 인간의 내면이 표출되고 만족을 증가시키는 방향으로 유도되고 있음을 알 수 있다.

한편, 신체 노출 의상에 대한 인상형성에 관한 연구로서, 홍병숙(1995)은 여성 의복의 신체노출부위와 의복유형에 따른 평가에서 우리사회에서는 예의와 정숙성을 중시하는 가치관에 따라 의복태도에 영향을 주며 세계적인 유행경향과는 달리 문화권에 따른 환경적 영향이 더 크다고 하였다. Gibbins·Coney(1981)는 짧은 미니스커트가 짧고 외향적인 것으로 지각되며, 목을 깊게 판 티셔츠는 좀더 외향

적이고 사교적이며 성적 매력에 있는 것으로 지각된다고 하였고, Paek(1986)은 가슴을 깊게 관 탱크 탑, 스커트에 긴 슬릿이 있는 드레스와 같이 대담한 스타일의 의복 착용자가 더 매력적이고 개성적으로 지각된다고 하였다. 고애란(1990)은 수트의 신체노출이 정숙성에 미치는 영향을 연구한 결과, 품위요인, 외향성요인을 도출하였고, 목노출보다 다리의 노출이 정숙성에 더 큰 영향을 미치며 정숙성 인상에 부정적 영향을 미친다고 하였다. 이에 비추어 볼 때, 신체 노출 의복은 정숙성에 영향을 미치며 노출되는 부위에 따라 서로 다른 인상을 형성하고 의복 유형에 따라서도 달라진다는 것을 알 수 있고 성별과 연령에 따라서도 차이를 보임을 알 수 있다.

많은 연구결과에서 지각자는 이성의 의복 혹은 외모에 대해 보다 관대하게 평가하는 경향이 있음이 규명되었다. Williamson과 Hewitt(1986)는 남녀지각자를 대상으로 여성의복의 관능성에 대한 선호도를 비교 연구한 결과 남성은 정숙하지 않은 차림일수록 그 매력성 평가가 여성보다도 증가하는 경향이 있다고 하였고 송나인(1989)과 이경희(1991)의 연구에서도 지각자의 성별에 따라 시각적 평가에 차이가 있었는데, 남성이 여성보다 여성복을 보다 더 여성스럽게 받아들이고 있는 것으로 나타났다.

신체 노출 의복의 다양한 디자인에 대한 연구로써 이정옥·권미정(1996)은 에로티시즘을 나타낼 수 있는 의상형태의 연구에서 직접적인 표현방법으로 노출, 밀착, 슬래쉬, 슬릿 등이 있으며 간접적인 표현방법은 시-스루, 슬릿, 움직임에 따라 신체선이 드러나는 형태 등이 있다고 하였다. 손미희(1995)는 1990년대 의상에 표현된 에로티시즘에 관한 연구에서 신체 노출의상을 섹시, 데샤벨, 글래머, 메탈릭 스타일로 분류하여 분석하였다. 섹시스타일은 가슴, 다리, 배꼽 등의 부분 혹은 전체적 노출로써 미니멀 디자인의 최소기법을 사용하며, 데샤벨은 과다한 노출로 극히 치부만을 가린 속옷형태의 아이টে็ม으로 관능미를 최대한 발휘한 스타일, 글래머는 육체의 곡선미를 강조한 노출로 페미니즘적 스타일, 메탈릭은 신소재의 차가운 느낌을 사용하여 부분 노출이나 대담한 노출로 개성적 표현과 미래의상에 대한 기대를 일으키는 스타일이라고 하였다.

이와 같이 노출 의복에 관한 연구는 에로티시즘과 인상형성과 관련하여 연구되어 왔음을 알 수 있다. 그러나 노출은 노출방법, 의복의 유형, 노출기법, 노출부위, 노출 양 등에 따라 다양한 감성을 일으킬 수 있기 때문에, 소비자가 요구하는 감성에 부합하는 제품의 디자인과 마케팅 전략을 수립하기 위해 체계적인 감성 분석이 필요하다. 따라서 노출의 미적 가치에 대한 연구를 뒷받침할 수 있는 실증적이고 객관적인 분석을 통한 감성에의 접근이 요구된다.

### III. 연구 방법

#### 1. 연구문제

연구문제 1 : 노출 감성의 구성요인을 알아본다.

연구문제 2 : 노출 감성의 차이를 알아본다.

2-1 : 노출에 따른 감성의 차이를 알아본다.

2-2 : 인구통계적변인에 따른 노출 감성의 평가차이를 알아본다.

연구문제 3 : 노출 감성의 이미지포지셔닝을 알아본다.

연구문제 4 : 노출 감성과 선호도·구매욕구와의 관계를 알아본다.

#### 2. 평가도구

##### 1) 자극물의 선정

본 연구의 자극물은 1995년 S/S~2000년 S/S Collezioni, Collection, Book Moda 등 국내·외 패션 잡지를 통해 최근 패션에서 많이 보이는 신체노출 디자인에 시각적 우선성이 있는 의복 사진을 중심으로 다양한 노출디자인을 고려하여 직접노출의 단일부위, 복합부위와 간접노출, 노출기법으로 구분하여 구성하였다. 자극물 선정을 위해 의류학 전공자 10명에게 각 자극물의 노출에 대한 시각적 우선성을 조사하여 시각적 우선성이 높게 나타난 의복디자인을 자극물로 선정하였다. 최종 선정된 31장의 사진 자극물이 본 조사에 사용되었으며 최종 선정된 사진자극물은 노출 의복에 대한 감성평가에 영향을 미칠 수 있는 얼굴부분을 제외하였으며 회색대지를 대어 배경을 동일하게 처리하였다.

2) 의미미분척도의 구성

의미미분척도를 구성하기 위해 부산대학교 의류학과에 재학중인 대학생과 대학원생 70명을 대상으로 신체 노출 의복 사진 60장을 제시하여 자유언어연상법을 실시하였다. 그 결과 신체노출 의복에 대한 형용사 총 471개를 수집하였다. 수집된 형용사들을 빈도분석을 실시하여 빈도수가 높은 형용사를 기준으로 의미의 유사성과 선행연구를 참고하여 반의어와 함께 감성어휘 30쌍을 선정하였으며 좀 더 효율적인 척도의 개발을 위해 요인분석을 실시하여 18쌍의 감성어휘로 구성된 척도를 얻었다. 척도의 신뢰도는 Cronbach's  $\alpha$  값 .85로 내적 일관성이 높게 나타났다.

3. 자료수집 및 분석

본 연구의 자료수집은 패션의 변화와 수용에 민감한 연령인 20대를 대상으로 부산지역에 거주하는 남녀 각각 120명씩 총240명에 대해 이루어졌으며 2000년 7월 24일~2000년 7월 31일 사이에 1:1 면접으로 이루어졌다. 총240부의 설문지가 수집되었으며 그 중 부적합한 평가자료 4부를 제외한 236부를 SAS를 사용하여 요인분석, 분산분석, 다차원척도법, 다중회귀분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 노출 감성의 구성요인

노출 감성의 구성요인을 밝히기 위하여 요인 분석한 결과는 <표 1>과 같다.

요인 1은 매력 있는-매력 없는, 고급스러운-고급스럽지 않은, 세련된-촌스러운, 아름다운-추한, 여성적인-남성적인, 성숙한-귀여운, 좋아하는-싫어하는 등의 형용사쌍으로 구성되었다. 요인명은 요인에 포함된 형용사의 의미에 따라 매력성요인이라 명명하였으며 전체변량의 35.3%를 차지하였다. 요인 2는 활동적인-비활동적인, 편안한-불편한, 재미있는-재미없는의 형용사쌍으로 구성되었다. 요인명은 요인에 포함된 형용사의 의미에 따라 활동성요인이라 명명하였으며 전체변량의 14.1%를 차지하였다. 요인 3은 대담한-무난한, 색시한-색시하지 않은,

<표 1> 노출 감성의 구성요인

요인명과 감성어휘	요인부하치
<b>요인 1: 매력성요인</b>	
매력있는-매력없는	.774
고급스러운-고급스럽지 않은	.770
세련된-촌스러운	.765
아름다운-추한	.758
여성적인-남성적인	.674
성숙한-귀여운	.646
좋아하는-싫어하는	.640
부드러운-딱딱한	.633
사고싶은-사기싫은	.571
자연스러운-어색한	.488
고유치; 6,353 전체변량(%): 35.29	
<b>요인 2: 활동성요인</b>	
활동적인-비활동적인	.825
편안한-불편한	.715
재미있는-재미없는	.399
고유치; 2,543 전체변량(%): 14.13	
<b>요인 3: 대담성요인</b>	
대담한-무난한	.822
색시한-색시하지 않은	.539
정숙한-정숙하지 않은	-.710
고유치; 1,271 전체변량(%): 7.06	
<b>요인 4: 단순성요인</b>	
단순한-복잡한	.856
화려한-수수한	-.570
고유치; 0,997 전체변량(%): 5.54	

정숙한-정숙하지않은으로 구성되었다. 요인명은 요인에 포함된 형용사의 의미에 따라 대담성요인이라 명명하였으며 전체변량의 7.1%를 차지하였다. 요인 4는 단순한-복잡한, 화려한-수수한으로 구성되었다. 요인명은 요인에 포함된 형용사의 의미에 따라 단순성요인이라 명명하였으며 전체변량의 5.5%를 차지하였다.

노출 감성에 대한 4개의 요인은 전체변량의 62%를 차지하는 것으로 나타났으며 이 중 매력성과 활동성은 노출 감성을 평가하는 의미공간 내에서 중요한 차원임을 알 수 있다. 본 연구의 요인분석 결과를 선행연구와 비교해 보면 요인 1의 매력성요인은 그 요인을 구성하는 인자의 의미구조에 따라 평가성요인과 유사하게 나타났으며 요인의 구성개념에 있어

의복을 구성하는 가장 중요한 차원으로서 嶋本 梧子·加藤雪枝(1994)의 평가인자, 李京姬(1991), 김유진(1997), 은소영(2000) 매력성요인, 조은영·홍병숙(1995)의 매력요인과 유사하게 평가되었다. 요인2는 문삼련(1993)의 활동성요인과 유사하게 평가되었으며 요인3의 대담성요인은 은소영(2000)의 대담성요인과 유사하게 평가되었고 요인4인 단순성요인은 김유진(1997)의 무난성요인과 유사하게 나타났다.

이상과 같이 노출 감성은 의복의 미적 가치, 선호도와 관련된 매력성, 의복의 편안함과 관련된 활동성, 노출 디자인의 성적인 측면과 관련된 대담성, 의복의 스타일과 관련된 단순성 등으로 구성되어 있다.

## 2. 노출 감성의 차이

### 1) 노출에 따른 감성 차이

노출에 따른 감성 차이를 알아보기 위해 직접노출의 단일부위, 복합부위와 간접노출, 노출기법에 따라 감성 차이를 분석한 결과는 <표 2>와 같다.

노출에 따른 감성 차이는 모든 요인에서 유의한 차이가 나타났다. 매력성요인에서는 직접노출 의복이 매력적인 것으로 평가되었고 간접노출과 노출기법에 의한 노출 의복이 덜 매력적인 것으로 평가되었다. 특히 직접노출 중 노출이 복합적으로 들어간 의복이 가장 매력적인 것으로 평가되었다. 이는 간접노출보다는 피부가 드러나는 직접노출이 20대의 젊은 감성과 잘 부합하여 매력적으로 평가된 것으로 생각된다. 활동성요인에서는 간접노출 의복이 직접노출 의복보다 활동적인 것으로 평가되었다. 이는 간접노출 의복이 의복스타일에 있어서 여유가 있는 의복디자인이 많고 직접노출 의복은 인체에 밀착된 디자인이 많기 때문인 것으로 생각된다. 대담성요인에서는 간접노출 의복이 직접노출 의복보다 더 대담하고 정숙하지않은 것으로 평가되었다. 이는 간접노출에 의한 의복 디자인이 직접노출보다 신체노출 범위가 많으며 특히 가슴부분이 노출된 디자인에 의한 영향으로 보인다. 단순성요인에서는 직접노출 중에서도 노출이 복합적으로 들어간 의복이 가장 단순한 것으로 평가되었고 간접노출이 복잡한 것으로 평가되었다. 이는 직접노출 의복이 직선과 사선의 기하학적인 선으로 구성된 디자인이

<표 2> 노출에 따른 감성 차이(I)

노출 요인	직접노출		간접노출	노출기법	F-value
	단일부위	복합부위			
매력성	0.138 b	0.409 a	-0.244 c	-0.264 c	46.06***
활동성	-0.232 c	-0.203 c	0.438 a	0.101 b	42.62***
대담성	-0.078 b/c	-0.070 c	0.161 a	0.026 b	4.98**
단순성	0.004 c	0.423 a	-0.405 b	-0.016 c	43.36***

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

많고 간접노출은 유동적이며 곡선으로 구성된 디자인이 많았기 때문인 것으로 생각된다. 따라서 단순성요인은 노출 의복에 있어서 의복의 디자인에 사용된 선의 특징에 따라 영향을 받는 것으로 보인다.

그러므로 매력적이고 단순한 감성을 표현하기 위한 디자인에 직접노출에 의한 복합부위 노출방법을 활용하고 대담한 감성을 표현하기 위한 디자인에는 간접노출방법을 활용하면 소비자 감성에 적합한 디자인을 표현할 수 있을 것이다.

이상의 결과를 바탕으로 노출 감성을 보다 자세하게 알아보기 위해 노출디자인을 다시 세분하여 노출에 따른 감성 차이를 분석한 결과는 <표 3>과 같다.

단일부위의 직접노출은 어깨가슴, 배, 옆, 등, 다리로 세분하여 감성차이를 알아보면 매력성, 활동성, 대담성에서 유의한 차이가 나타났다. 매력성요인에서는 어깨가슴, 등, 다리 부분의 직접노출 의복이 매력적인 것으로 평가되었고 특히 다리 부분의 노출 의복이 가장 매력적인 것으로 평가되었다. 이는 다리 부분의 노출 의복에 깊게 슬릿이 들어간 디자인의 영향으로 생각된다. 활동성요인에서는 다리 부분이 노출된 디자인이 다른 부분이 노출된 디자인 보다 비교적 활동적인 것으로 평가되었다. 대담성요인에서는 어깨가슴, 배, 등 부분이 직접 노출된 의복이 옆이나 다리 부분이 노출된 의복보다는 더 대담한 것으로 평가되었다. 이는 상체부분이 노출되는 의복 디자인이 훨씬 더 대담한 것으로 지각됨을 알 수 있다. 복합부위의 직접노출은 어깨가슴/배와 어깨가슴

/배/다리로 세분하여 감성 차이를 알아보았다. 그 결과 활동성요인에서만 유의한 차이가 나타나 어깨 가슴/배 부분이 노출된 의복 디자인이 보다 더 활동적인 것으로 평가되었다. 이는 어깨가슴/배 부분이 노출된 의복에 슬랙스 스타일이 많고 어깨가슴/배/다리 부분이 노출된 의복에는 롱 스커트 스타일이 많아 어깨가슴/배/다리 부분의 노출 의복이 덜 활동적인 것으로 생각된다.

간접노출을 전신과 부분노출로 세분하여 감성 차이를 알아본 결과 대담성요인과 단순성요인에서 유의한 차이가 나타났다. 전신노출이 부분노출보다 더 대담하면서 단순한 것으로 평가되었다. 즉, 전신노출이 부분노출보다 섹시한, 대담한, 단순한 것으로 평

가되었고 부분이 고급스러운, 아름다운 것으로 평가되었다. 이는 간접노출 의복에서 신체의 노출이 부분적으로 이루어진 디자인이 보다 더 미적 감성을 불러일으키는 것으로 생각된다. 노출기법을 간접, 슬래쉬, 혼합노출로 세분하여 감성 차이를 알아본 결과 활동성요인과 대담성요인, 단순성요인에서 유의한 차이가 나타났다. 간접노출은 슬래쉬와 혼합노출보다 더 활동적이고 대담한 것으로 평가되었고, 슬래쉬에 의한 노출은 간접과 혼합노출 보다 더 단순한 것으로 평가되었다.

이상의 결과에서 직접노출에 의한 의복 디자인은 매력적인 감성을 나타내고 간접노출에 의한 의복 디자인은 대담한 감성과 연결됨을 알 수 있다. 따라

〈표 3〉 노출에 따른 감성 차이(II)

노출 요인	단일부위						복합부위		
	어깨 가슴	배 복합부위	옆	등	다리	F value	어깨가슴 배	어깨가슴 배/다리	T value
매력성	0.230 a	0.128 a/b	-0.169 b	0.126 a/b	0.380 a	5.10***	0.411	0.412	0.00
활동성	-0.341 b/c	-0.653 c	-0.338 b/c	-0.015 a/b	0.153 a	14.21***	0.049	-0.481	28.05***
대담성	0.396 a	0.129 a	-0.422 b	0.100 a	-0.412 b	21.36***	0.541	0.409	1.60
단순성	-0.129 a	-0.229 a	-0.216 a	-0.277 a	-0.170 a	0.42	-0.090	-0.277	3.05

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

노출 요인	간접노출			노출기법			
	전신	부분	T value	간접	슬래쉬	혼합	F value
매력성	-0.274	-0.217	0.31	-0.151 a	-0.296 a	-0.349 a	1.92
활동성	0.507	0.405	1.10	0.470 a	-0.158 b	0.005 b	19.90***
대담성	-0.027	-0.829	66.44***	0.239 a	-0.308 b	0.116	16.37***
단순성	0.160	0.444	7.43**	0.031 b	0.317 a	0.095 a/b	4.11*

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

서 매력적인 감성을 표현하기 위한 디자인에는 어깨가슴과 배, 다리 부분의 노출을 활용할 수 있을 것이고 대담한 아름다운 감성을 표현하는 의복 디자인의 개발에는 간접노출에 의한 부분노출을 활용할 수 있을 것이다.

## 2) 인구통계적특성에 따른 노출 감성의 차이

인구통계적특성에 따른 감성의 차이를 알아보기 위하여 성별, 연령, 교육수준에 따른 감성 차이별 요인 점수를 이용하여 분산분석한 결과는 <표 4>와 같다.

성별에 따른 노출 감성의 평가차이를 살펴보면 모든 요인에서 유의한 차이가 나타났다. 매력성요인과 활동성요인에서 남성이 여성보다 노출 의복에 대해 더 매력적이고 활동적인 것으로 평가하였고, 대담성요인과 단순성요인에서는 여성이 남성보다 더 대담하고 단순한 것으로 평가하였다. 이는 매력성 평가에서 남성이 여성보다 더 매력적으로 평가한다는 선행연구(Wilamson·Hewitt, 1986; 송나인, 1989; 이경희, 1991)의 결과와 일치하며 특히 여성이 남성보다 노출 의복을 더 대담하게 인식하는 것으로 생각된다. 연령에 따른 노출 감성의 평가차이를 살펴보면 활동성, 대담성, 단순성 요인에서 유의한 차이가 나타났으며 대담성과 단순성요인에서 두드러진 차이가 나타났다. 활동성요인에서는 20대 후반의 평가자들이 노출 의복에 대해 비교적 활동적인

것으로 평가하였다. 이는 20대 후반의 연령대가 노출 의복에 대해 다른 연령대보다 더 편안한 것으로 지각함을 알 수 있다. 대담성요인에서 20대 초반의 평가자들이 노출 의복에 대해 덜 대담한 것으로 평가하였다. 교육수준에 따른 노출 감성의 평가차이를 살펴보면, 모든 요인에서 유의한 차이가 나타났다. 매력성요인에서는 대학재학 이상의 학력을 가진 평가자들이 노출 의복에 대해 비교적 더 매력적인 것으로 평가하였다. 활동성요인에서는 대졸 이상의 학력을 가진 평가자들이 활동적인 것으로 평가하였다. 대담성요인에서는 교육수준이 높을수록 노출 의복에 대해 대담한 것으로 평가하였다. 이상의 결과, 노출 감성의 평가에서 성별, 연령, 교육수준에 있어서 차이가 나타났으며 인구통계적특성이 노출 의복에 있어서 크게 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 따라서 노출디자인의 기획시에 이러한 인구통계적특성이 충분히 고려되어야 할 것이다.

## 3. 노출 감성의 이미지 포지셔닝

의복의 노출에 대한 감성 이미지 포지셔닝을 알아보기 위하여 노출 디자인의 자극물을 대상으로 다차원 척도법을 실시하였다. 의복의 노출에 대한 감성을 나타내는 자극물 31개를 포지셔닝한 결과 2차원에서 stress값 .107과 94.5%의 설명력을 나타내었으며 [그림 1]은 유클리드거리에 의해 유도된 각 사진자극물의 위치를 나타낸 것이다.

<표 4> 인구통계적특성에 따른 감성 차이

인구통계적 특성 요인	성별			연령				교육수준				
	여	남	T value	20대 초반	20대 중반	20대 후반	F value	고졸	대재	대졸	대학원 이상	F value
매력성	-0.107	0.107	-4.60***	-0.067 a	0.050 a	-0.048 a	2.95	-0.484 b	0.014 a	0.044 a	0.076 a	7.70***
활동성	-0.137	0.138	-5.94***	-0.008 b	-0.023 b	0.346 a	5.41**	0.469 a	0.014 a	-0.027 b	-0.068 b	7.13***
대담성	0.106	-0.106	4.57***	-0.749 c	0.421 a	0.085 b	560.74***	0.469 a	-0.245 c	0.568 b	1.512 a	337.62***
단순성	0.100	-0.100	4.16***	-0.298 c	0.105 b	1.213 a	112.01***	0.469 a	-0.228 b	0.445 a	0.613 a	88.96***

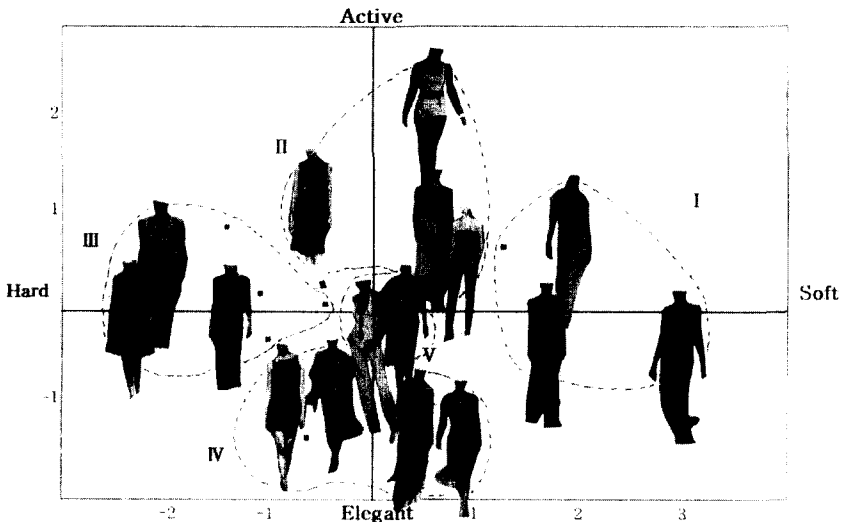


노출 감성은 대부분 에로틱 이미지로 연결되며 이러한 노출 감성의 하위 감성을 자극물이 포지셔닝된 위치와 디자인 특성에 따라 살펴보면 가로축은 노출방법과 선의 특성에 따라 나타나는 「soft-hard」축으로 명명하였다. soft 감성은 직접노출에 의한 곡선의 디자인으로 단일부위의 노출디자인이 주로 위치해 있으며 편안한, 자연스런, 정숙한, 사고싶은 감성으로 나타났고, hard 감성은 레이스와 시스루에 의한 간접노출이 주로 위치해 있으며 대담하고 섹시한 감성으로 나타났다. 세로축은 노출방법과 의복스타일의 특성에 따라 나타나는 「active-elegant」축으로 명명하였다. active 감성은 직접노출에 의한 활동적인 슬랙스 스타일의 직접노출 디자인이 주로 위치해 있으며 단순하고 활동적인 감성으로 나타났고 elegant 감성은 원피스 스타일의 간접노출 디자인이 주로 위치해 있으며 고급스러운 화려한 감성으로 나타났다.

이미지공간과 디자인 특성을 각 분면에 따라 살펴보면 1/4분면(active, soft)은 직접노출에 의한 인체에 피트되는 의복이 주로 위치해 있고 직선과 사선에 의한 단순한 노출면을 가지며 단순하고 편안한 감성을 나타내고 2/4분면(active, hard)은 직접노출과 간접노출에 의한 슬릿(slit)과 슬래쉬(slash), 컷-아웃(cut-out)에 의한 직선과 사선으로 이루어

진 기하학적 노출면을 가지며 노출의 장식성이 나타나는 대담한 감성을 나타내고 있다. 3/4분면(elegant, hard)은 간접노출에 의한 전신노출이 주로 위치해 있으며 원피스 스타일로 구성되어 있고 인체와의 적절한 여유분으로 여성적이고 화려한 감성을 나타내고 4/4분면(elegant, soft)은 직접노출에 의한 복합부위의 노출과 간접노출에 의한 부분노출이 위치해 있으며 곡선적인 디자인선은 고급스럽고 비교적 정숙한 감성을 나타내고 있다.

이러한 감성축을 중심으로 분포된 위치에 따라 5 그룹으로 분류할 수 있으며 노출디자인의 특성을 살펴보면 다음과 같다. 그룹 I에 포지셔닝된 노출은 soft 감성축을 중심으로 분포되어 있으며 직접노출에 의한 복합부위가 주로 사용되었다. 인체를 따라 흐르는 완만한 곡선이 강조된 상의와 슬릿이 있는 스커트이며 자연스럽게 편안하며 사고싶은 감성을 나타내고 있다. 그룹 II에 포지셔닝된 노출은 active 감성축을 중심으로 주로 분포되어 있으며 주로 단일부위의 직접 노출의복과 슬래쉬, cut-out의 노출기법에 의한 노출의복이 위치하고 있다. 곡선이나 직선과 사선의 단순한 기하학적 도형의 노출면을 가진 심플한 상의와 팬츠이며 단순한 활동적인 재미 있는 감성을 나타내고 있다. 그룹 III에 포지셔닝된 노출은 hard 감성축을 중심으로 분포되어 있으며 간



[그림 1] 노출의 감성 이미지 포지셔닝

접노출이 주로 위치하고 있고 원피스와 인체를 드러내는 상의와 팬츠가 모두 사용되었고 대담하고 색시한 여성적인 감성을 나타내고 있다. 그룹 IV에 포지셔닝된 노출은 elegant 감성축을 중심으로 분포되어 있으며 간접노출에 의한 전신과 부분노출이 주로 위치하고 있다. 인체의 실루엣을 부드럽게 나타내는 원피스이며 화려한 고급스런 아름다운 감성을 나타내고 있다. 그룹 V에 포지셔닝된 노출은 감성축의 원점을 중심으로 elegant축에 분포되어 있으며 복합부위의 직접노출 의복이 주로 위치하고 있고 인체에 피트되는 상의와 스커트와 슬랙스가 사용되었고 세련된 매력적인 감성을 나타내고 있다.

이상의 결과 노출에 대한 감성축은 soft-hard와 active-elegant 감성으로 이는 노출 방법, 노출 기법, 의복스타일에 따른 효과와 함께 신체의 노출면을 이루는 선과 공간의 특성에 따라 자연스런, 활동적인, 대담한, 아름다운, 매력적인의 다양한 감성이 위치해 있음을 알 수 있다. 따라서 노출디자인의 특성에 따라 포지셔닝된 감성의 분석은 브랜드 컨셉 설정에 있어 포지셔닝 전략을 세우는데 활용될 수 있을 것이다.

#### 4. 노출 감성과 선호도 · 구매욕구의 관계

신체 노출 디자인에 대한 선호도와 감성과의 관계를 알아보기 위하여 「좋아하는-싫어하는」을 중

속변수로 하고 17쌍의 감성어휘를 독립변수로 하여 다중회귀 분석한 결과 선호도에 영향을 미치는 어휘는 5쌍이 나타났으며 전체 96.9%의 설명력을 나타내었다. 이 중 사고싶은-사기싫은이 가장 의미있는 관련성을 가지는 것으로 나타났으며, 다음으로 매력있는-매력없는, 단순한-복잡한, 자연스러운-어색한, 활동적인-비활동적인 순으로 나타났다. 이상의 결과에서 신체 노출 디자인에 대한 선호도와 관계되는 노출 감성은 개인의 미의식을 표현하는 매력있고 자연스러운 감성과 단순한, 활동적인 감성이며 이는 20대인 평가자들의 감성이 인체를 있는 그대로 받아들여 인체의 자연스러운 모습을 매력적으로 표현하고자 하는 특징을 반영한 것으로 생각된다.

신체 노출 디자인에 대한 구매욕구와 감성과의 관계를 알아보기 위하여 「사고싶은-사기싫은」을 종속변수로 하고 17쌍의 감성어휘를 독립변수로 하여 다중회귀 분석한 결과 구매욕구에 영향을 미치는 어휘는 4쌍이 나타났으며 전체 96.0%의 설명력을 나타내었다. 이 중 좋아하는-싫어하는이 가장 관련이 큰 것으로 나타났으며, 다음으로 정숙한-정숙하지않은, 아름다운-추한, 자연스러운-어색한 순으로 나타났다. 구매욕구에서 좋아하는 다음으로 정숙한이 관련된 것을 볼 때 자유분방하고 개방적이며 자기표현이 분명한 20대의 감성은 또한 사회·문화적인 배경에 의해 정숙한 감성을 표현하면서 자연

〈표 5〉 노출 감성과 선호도 · 구매욕구의 관계

종속변수	독립변수	Beta	T-value	R <sup>2</sup>
선호도	사고싶은-사기싫은	1.036	287.81***	0.969
	매력있는-매력없는	0.527	236.73***	
	단순한-복잡한	0.106	228.50***	
	자연스러운-어색한	0.176	183.39***	
	활동적인-비활동적인	-0.087	156.21***	
구매욕구	좋아하는-싫어하는	0.877	287.81***	0.960
	정숙한-정숙하지않은	0.318	228.94***	
	아름다운-추한	0.270	178.81***	
	자연스러운-어색한	0.241	157.41***	

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

스럽게 노출된 디자인이 구매력이 높을 것으로 보인다. 따라서 노출의복에 있어서 매력적이고 단순한 디자인을 선호하지만 실제 구매에 있어서는 정숙하면서도 아름답다고 평가되는 노출의복이 구매될 것으로 생각된다.

## V. 결론 및 제언

본 연구의 결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

1) 노출 감성의 구성요인은 매력성, 활동성, 대담성, 단순성의 4개의 요인으로 구성되며 전체변량의 62.0%를 차지하였다. 즉 노출 감성은 소비자의 미적 가치과 선호도를 나타내는 매력성, 노출 의복의 편안함과 관련된 활동성, 노출 디자인의 성적인 측면과 관련된 대담성, 노출 디자인의 스타일과 관련된 단순성 등으로 형성된 복합감성이다.

2) 노출 감성은 노출의 방법, 노출부위, 노출기법에 있어서 유의한 차이가 나타났다. 매력성은 노출 방법, 활동성은 의복스타일, 대담성은 노출방법과 노출부위, 단순성은 의복의 디자인 선의 특성에 의해 영향을 받는 것을 알 수 있다. 따라서 매력적이고 단순한 감성을 표현하기 위한 디자인에 직접노출에 의한 복합부위 노출방법을 활용하고 대담한 아름다운 감성을 표현하기 위한 디자인에는 간접노출방법에 의한 부분노출을 활용하면 소비자 감성에 적합한 디자인을 개발할 수 있을 것이다.

3) 노출 감성은 인구통계적특성인 성별, 연령, 교육수준에 따라 유의한 차이가 나타났다. 성별에 있어서는 여성이, 교육수준에 있어서는 학력이 높을수록 노출의복에 대해 더 대담한 것으로 지각하고 있으며 연령대에 있어서는 20대 후반인 평가자들이 노출의복에 대해 편안한 것으로 지각하고 있어 인구통계적특성이 노출 의복에 대한 소비자 감성에 영향을 주는 것을 알 수 있다. 따라서 인구통계적특성을 충분히 고려함으로 소비자 감성을 반영하는 노출디자인을 개발할 수 있을 것이다.

4) 노출의복에 대한 감성 포지셔닝 결과 가로축은 노출방법과 선의 특성에 따라 느껴지는 감성으로 「soft-hard」로 명명하였고 세로축은 노출방법과 의

복스타일의 특성에 따라 느껴지는 감성으로 「active-elegant」로 명명하였다. soft 감성축을 중심으로 분포된 노출디자인은 자연스럽고 사고싶은 감성을 나타내고 hard 감성축을 중심으로 분포된 노출디자인은 대담하고 성숙한 감성을 나타내는 특징을 가지고 있다. active 감성축을 중심으로 분포된 노출디자인은 단순한 활동적인 감성을 나타내고 elegant 감성축을 중심으로 분포된 노출디자인은 고급스러운 아름다운 감성의 특징을 나타내고있다. 따라서 「soft-hard」, 「active-elegant」감성축을 중심으로 분류된 노출디자인에 대한 감성 분석을 활용하여 브랜드 컨셉을 설정한다면 소비자 감성을 만족시키는 효과적인 포지셔닝 전략을 세울 수 있을 것이다.

5) 노출 감성과 선호도·구매욕구와의 관계에서 선호도는 사고싶은, 매력있는, 단순한, 자연스러운, 비활동적인 감성과 관련이 있고 구매욕구는 좋아하는, 정숙한, 아름다운, 자연스러운 감성과 관련이 있다. 즉 선호도는 의복 디자인의 측면과 관련이 있고 구매욕구는 전체적인 분위기와 관련이 있음을 알 수 있다. 따라서 20대의 노출 감성은 노출 디자인에서 매력을 느끼며 그 디자인이 자연스러운 아름다움을 표현할 때 구매로 연결되므로 노출을 디자인의 포인트로 한 상품기획 시 이러한 소비자의 감성을 반영한 감성디자인을 할 수 있을 것이다.

이상과 같이 현대패션에 나타난 노출 감성은 의복에 나타난 노출방법, 노출기법, 노출부위에 따라 다양하고 복합적으로 표현될 수 있을 뿐 아니라 성별, 연령, 교육수준의 인구통계적특성에 의해 영향을 받을 수 있다. 또한 현대의 노출 의복은 소비자들이 섹시함을 추구하는 것이 이성애 호감을 주기 위한 것이라기보다 스스로 편안하고 만족을 느끼는 개성과 자신감 표현의 수단이다. 이러한 현대사회의 노출에 대한 전통적인 태도와 노출에 대한 인식이 빠르게 변화함에 따라 노출이 주요한 패션 테마로 나타나게 된 시점에서 시대가 요구하는 노출 감성에 관하여 패션의 변화와 수용에 민감한 20대의 노출 감성을 분석한 것은 의미가 있다고 하겠다.

따라서 노출 감성의 분석 결과는 노출디자인의 감성적 제품개발을 위한 자료로 제공됨으로써 소비

자의 다양하고 복합적인 감성을 분석하고 소비자들이 신체노출 의복을 통해 추구하고 있는 개성과 감성을 파악하는데 활용될 수 있을 것이다. 그리하여 노출 감성의 체계적 구성을 통해 이를 직접 감성디자인의 개발에 반영함으로써 소비자의 다양한 감성을 충족시킬 수 있을 것이다.

본 연구는 대상에 있어 연령과 지역적인 제한이 다르므로 확대해석에는 신중을 기해야 할 것이며 향후의 후속 연구에서는 의복에 있어서 노출디자인에 대한 분류와 그에 따른 감성차이를 보다 세분하여 구체적으로 연구해야 할 것이고, 의복에 있어서의 노출을 통한 다양한 감성디자인의 개발에 대한 연구가 더 진행되어야 할 것이다. 또한 노출의복이라는 시각적 자극을 통해 일어나는 인간의 생리적 변화를 측정하는 것과 같은 객관적이고 과학적인 분석방법을 병행함으로써 의식적인 그리고 무의식적인 지각과 그에 따른 의복행동과의 관계를 밝힘으로 보다 합리적인 마케팅에 연결시킬 수 있을 것이다.

## 참고 문헌

- 교대학원 석사학위논문.
- 이경희(1991), "의복형태 이미지의 시각적 평가에 관한 연구". 부산대학교 박사학위논문.
- 이구형(1998), "감성과 감정의 이해를 통한 감성의 체계적 측정 평가". *Korean Journal of The Science of Emotion & Sensibility*, 1(1).
- 이순요·長町三生(1996), 「정보화 시대의 감성 인간 공학」, 서울, 양영각, 379.
- 이영진(1997), "감성공학을 활용한 의상디자인 개발에 관한 연구". 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문.
- 이정옥·권미정(1996), "에로티시즘적 분위기 표현에 따른 의상디자인의 형태연구". *한국의류학회지*, 20(1), 3-18.
- 이효진(1994), "현대 패션에 나타난 에로티시즘에 관한 연구". 복식 23.
- 長町三生(1989), 「감성공학」, 海文堂, 215.
- 조경희(1999), "현대 패션디자인에 나타난 스트레치의 미 연구". 복식, 46, 67-87.
- 최우길(1997), "제품디자인에 있어서의 감성적 접근 방법에 관한 연구 - 감각이미지의 형태화률중심으로". 국민대학교 대학원 공업디자인학과 석사학위논문.
- 하수진(1999), "브래지어 디자인에 대한 시각적 감성연구". 부산대학교 석사학위논문.
- 홍병숙·조은영(1995), "여성의 신체노출 의상에 대한 인지적 평가". *한국의류학회지*, 19(5), 723-737.
- Barthes, R(1997), 「Image-Music-Text」, London, Fontana, 39.
- Delong, M. R(1997), "Clothing and Aesthetics : Perception of Form", *Home Economics Research Journal*, 5(4), 214-224.
- Gibbins, K, Coney, J. R.(1981), "Meaning of Physical Dimensions of Women's Clothes", *Perceptual and Motor Skills*, 53, 720-722.
- Paek, S. L(1986), "Effect of Garment Style on the Perception of Personal Traits," *Clothing and Textile Research Journal*, 5(1), 10-16.
- Williamson, S. Hewitt, J.(1986), "Attire, Sexual Allure and Attractiveness", *Perceptual and Motor Skills*, 63, 981-982.
- 고애란·강혜원(1992), "의복의 색과 신체노출이 정수성에 미치는 영향". *한국의류학회지*, 16(3) 181-195.
- 김경옥(1983), "의복의 노출에 관한 연구". 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 김유진·이경희(2000), "의복디자인의 조형적 특성에 따른 감성연구". *한국의류학회지*, 24(7) 976-986.
- 김윤경·이경희(2000), "의복무늬의 시각적 감성연구". *한국의류학회지*, 24(6), 861-872.
- 김은덕·김민자(1995), "현대패션에 나타난 최소표현 기법에 관한 연구". 복식 24호, 157-176.
- 김희정(1999), "현대패션에 나타난 동양적 복식이미지 연구". 부산대학교 박사학위논문.
- 백은(1997), "여대생의 신체노출 의복에 의해 형성되는 상황적 인상". 전남대학교 석사학위논문.
- 손미희·임영자(1995), "1990년대 의상에 표현된 에로티시즘에 관한 연구". 복식, 26, 29-47.
- 오해순(2000), "의복재질의 감성연구". 부산대학교대학원 석사학위논문.
- 은소영(2000), "의복배색의 시각적 감성연구". 부산대학