

Japanism 디자인의 소비자 감성 연구

이 은 렁* · 이 경 희**

부산대학교 의류학과 박사과정* · 부산대학교 의류학과 교수**

A Study on the Consumer Sensibility of Japanism Design

Eun-Rung Lee* · Kyoung-Hee Lee**

Doctoral Course, Dept. of Clothing & Textiles, Pusan National University*

Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Pusan National University**

(2003. 10. 30 투고)

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the characteristic and sensibility of Japanism fashion designs which represented by Japanese designers and Western designers.

The stimulus were 29 pictures of contemporary fashion designs which represented the Japanism style fashion designs from fashion collections.

The data were analyzed by Cluster analysis, Factor analysis, Multidimensional Scaling Method and Regression Analysis.

The specific objectives were as follows :

- 1) As result of design analysis, Japanism fashion sensibility is unique and good-looking.
- 2) As result of the factor analysis, 4 factors which are Attractiveness, Attention, Maturity and Hardness and softness.
- 3) According to sensibility positioning, The Japanism fashion design was classified by Decorative-Simple, Hard-Soft.
- 4) As result of the Regression Analysis, The preference of Japanism fashion design was related to attractive factor.
- 5) As result of the Regression Analysis, The buying desirable of Japanism fashion design was related to attractive, attentive and mature factor.

Key words : Japanism(일본풍), Consumer sensibility(소비자 감성), Preference(선흐도), Positioning(포지셔닝)

I. 서 론

현재는 감성의 시대이다. 소비자의 필요욕구(needs)와 내적욕구(seeds)를 만족시키고 효과적인 마케팅 성과를 얻기 위하여 그들의 감성을 파악하고 이에 적합한 제품들을 개발·생산하고자 노력하고 있다. 대상을 또한 자동차, 생활용품, 전자제품, 인테리어, 패션 등 우리생활 대부분의 제품으로 확대되고 있다. 그러나 소비자의 감성은 성별, 지역, 연령 등에 따라 차이가 있고 개개인의 감성을 정확히 파악하고 객관화시키는 것은 쉬운 일이 아니므로, 산(產)·학(學)은 계속적으로 소비자의 감성을 객관화·정량화하는데 노력을 기울이고 있다. 특히 종합예술인 패션은 현대에 더욱 복잡다양하게 새로움을 추구하고 있어 사물에 대한 기준관점의 재해석을 통하여 기계화, 문명화 되어가는 사회에 신(新)-구(久), 자국-타국 문화 등의 접목이 보편화된 멀티 믹스 앤 매치(multi-mix & match) 경향을 나타내고 있다. 이러한 포스트모던성향의 현대에서 감성은 패션 트렌드에도 아주 중요한 역할을 하고 있으며, 우리는 많은 패션 트렌드와 접하고 다양한 감성들을 표출·형성하며 생활하고 있다. 특히 세계 패션계에는 Japanism 디자인이 꾸준히 전개되고 있으며, 일본은 중국과 함께 우리나라와는 지리적으로도 가까우며 전통적인 독특한 동양적 美를 추구하고 있는 공통점을 가지고 있다. 또 2003년 대한민국 거리에는 짧은이들이 기존에 자유와 반항을 추구하며 즐겨 입던 힙합보다는 일본 패션, 일본풍, 재패니즈 스타일, 니쁜필, 니쁜스타일, 하라주쿠 패션, 시부야 패션 등의 명칭으로 Japanism 디자인이 일본풍의 헤어스타일과 어우러져 패션 트렌드로써 짧은총에서 중요한 유행을 형성해 지속적인 사랑속에서 만연하고 있다.

Japanism은 1970년대 이후 세계 패션이 다문화주의와 생태계 위기의 대안으로 등장한 동양문화에 관심을 기울이게 되면서 오리엔탈리즘(Orientalism)이 서구 패션계에 일어나게 되고 이때 산업화된 명성과 경제력을 바탕으로 세계 패션계에 진출한 일본 디자이너들에 의해 많은 영향을 받게 되면서 세계 패션계에 중요한 트렌드로 자리잡게 되었다. 따라서 Japanism은 오리엔탈리즘의 특색을 표출하는 동양

권 국가들 중에서도 그들만의 독특한 美를 이미 세계 속에 심고 일본의 전통성을 가꾸어가고 있다.

Japanism이란 일본 전통복식인 기모노의 특성을 반영한 디자인의 전개를 통틀어 지칭 할 수 있으며, 19세기 말부터 서양복에서 많이 사용된 기모노의 용어에서 기모노란 의복의 부분적 특성을 나타내는 형용사적인 의미로 사용되고 있고¹⁾. 또 오비의 특성이 나타나는 의복들을 가리키는 경우도 있다. 기모노(着物)는 일본 복식사에서는 고소데(小袖)로 알려진 옷으로 성별, 계절, 용도에 따라 여러 종류가 있으며 앞에서 여미고 오비(帶)로 묶어 입는 전체적으로 여유가 있는 원피스형의 직선재단 의복을 가리키며, 형태상 남여의 차이가 많이 없다. 기모노 소매(袖), 깃(襟), 치맛자락(裾) 등이 천연소재에서 합성소재에 이르는 다양한 소재의 활용과 식물문양, 동물문양, 회화적인 문양, 기하학문양 등의 화려한 문양을 직조, 그리기, 판염, 흘치기염 자수 등의 방법을 이용하여 개성미를 돋우어주어 형태가 주는 단조로움을 탈피하는 독특하고 아름다운 동양적 美를 표현하고 있다.

따라서 이런 독특한 Orientalism의 한 부분을 차지하고 세계 패션계에서 지속적으로 사랑받고 있는 Japanism을 분석하고 소비자들에게 어필하는 감성을 파악한다는 것은 세계 속에 한국적 패션감성의 제품을 자리 잡게 하는데 시행착오를 줄일 수 있는 의미 있고 중요한 일임에 분명하다.

Japanism에 관한 연구들은 일본 전통복식의 현대 패션에 미친 영향에 대한 연구(정성혜²⁾; 염혜정³⁾), 동양적 복식 디자인의 특성과 이미지에 관한 연구 및 비교연구(김희정⁴⁾, 김화정·이경희⁵⁾; 윤보현·배수정⁶⁾; 곽태기·김은정⁷⁾), 독특한 디자인 세계를 구축하고 있는 일본 디자이너에 대한 연구(이정후·양숙희⁸⁾; 양현주·조윤주⁹⁾), 일본 전통복식에 대한 연구(박옥련·이행화¹⁰⁾; 이경희·이은주¹¹⁾)들이 이루어지고 있으나, Japanism 디자인의 일본 디자이너와 서양 디자이너의 작품 분류를 통한 소비자의 감성에 대한 연구는 아직 이루어지지 않고 있다.

따라서 본 연구에서는 1990年代 세계 컬렉션에 발표된 일본 디자이너와 서양 디자이너의 Japanism 디자인을 수집하고 분류하여 그들에 의해 전개된 Japanism 디자인에 대한 소비자 감성을 살펴보고자

한다. 먼저 세계 패션 컬렉션에 나타난 Japanism 디자인 감성의 의미구조를 살펴보고, Japanism 디자인 감성의 포지셔닝 및 Japanism 디자인 이미지와 '좋아하는-싫어하는'의 선호도와의 관계 및 '사고싶은-사기싫은'의 구매욕구와의 관계를 밝히고자 한다. 이러한 의미구조와 디자인특성에 근거하여 형성되는 Japanism 디자인 감성에 대한 연구는 포지셔닝의 기준으로 활용하여 스타일을 분류하고 또 세분화된 표적시장을 대상으로 더 효과적인 패션산업의 상품기획을 수립하는데 기초자료로 이용될 수 있을 것이다.

그리고 궁극적으로 이 비교 연구는 한국 디자이너와 한국 패션산업의 해외진출 시 보다 효과적인 디자인 전개 및 안정적인 자리매김과 성장을 위한 기초자료로 제시하고자 하는데 그 연구의 목적이 있다.

II. Japanism 디자인 감성

1883년에 서양복이 일본에 소개되었으나, 제2차 세계대전을 거치며 일반화되고 현대적인 패션의 자리 잡은 것은 1970년대부터라 할 수 있다. 이후 경제적으로 성장한 일본정부의 강력한 후원, 일본의 복식문화 발달, 일본 패션교육의 발달, 대중 매스컴의 발달 및 일본인 특유의 인성과 노력 등이 일본패션의 국제화에 큰 영향을 미치게 되고, 이를 바탕으로 일본 디자이너들과 기업들의 끊임없는 노력은 일본을 세계적인 패션의 중심지로 만들었다.¹²⁾ 이로써 Japanism은 독특한 Orientalism으로써 세계유행의 큰 주류로 패션계에 자리 잡고 있으며, 이에 대한 많은 연구가 학계에서 이루어지고 있다.

정성혜(1995)는 1980년대 이후를 중심으로 일본 패션이 현대패션에 미친 영향을 연구하였는데, 제1기(1981-1983)의 Japanese풍의 파리 패션가의 대두는 제2기(1984-1986)의 영국, 미국을 중심으로 한 하위권의 거리패션이 대중에게 확산되고, Rei Kawakubo 등의 신진 디자이너 창출로 전위적인 아방가르드한 의상들을 선보이면서 패션계를 자극하고, 3기(1987-1989)는 2기의 반발로 전통으로 회귀, 동양과 중세, 고대의 신비에 심취하고 여성미를 부각시키며, 4기(1990-1992)는 일본풍이 대중과 호흡하며 대중화

되어 정착되었다. 마지막으로 제5기(1993-1994)에는 80년대 일본 디자이너들의 개념인 비구조성, layering이 대중 전반에 걸쳐 확산되며, 일본 디자이너들의 의상에 대한 철학과 노력은 서구패션 100년사에 큰 획을 긋고 패션을 예술, 대중과 신세대, 동양과 서양 등과 연결시키는 축매 역할을 해왔다고 밝히고 있다.

이정후·양숙희(1997)는 1980년대 이후 Rei Kawakubo, Issey Miyake의 작품을 중심으로 알아본 현대 일본복식에 나타난 禪美學의 경향에 관한 연구에서 80년대 이후 일본 디자이너의 작품에서 나타나는 조형적 특성을 일본 문화의 큰 정신적인 지주인 禪미학과 관련시켜 고찰하였다. 이를 통하여 역사적으로 크게 '꾸밈' 문화와 '반꾸밈' 문화로 일본문화를 나눌 수 있으며, 이 중 '반꾸밈' 문화를 형성하는데 큰 영향을 끼친 것이 禪사상이라 하였다. 특히 중세이후 다도문화와 연관된 와비사비(わびさび)의 미학은 절제와 간소, 무상함을 통해 美를 획득하는 독자적인 일본만의 '無' 문화를 형성하였으며 와비사비라는 일본 禪미학의 범주를 크게 불이미, 빈곤미, 순수미, 공허미, 유현미로 나누고 있다.

김희정¹³⁾은 현대패션에 나타난 동양적 복식이미지 연구에서 동양적 복식 중에서 일본적인 복식디자인은 전통복식인 기모노의 여유있고 풍성한 형태적 특성과 오비 등으로 고유이미지를 표현하고 있으며, 특히 형태적인 기능성과 문양의 사용으로 현대적 이미지와 장식적 효과를 함께 표현한다고 밝히고 있다. 매력성요인과 현시성요인이 일본적 복식이미지의 의미공간내에서 중요한 차원을 구성하고 있으며, 일본적인 복식은 사치스럽고 노숙한 이미지가 강한 것으로 나타났다. 또 김희정(2002)은 현대 패션의 일본적 디자인 특성과 이미지 구성요인에서 현대패션에 나타난 일본적 복식디자인은 일본 고유의 전통복식 특성을 많이 반영하고 있으며 특히 형태적 요소를 강조한다고 하였으며, 일본적 복식이미지의 구성요인은 매력성, 현시성, 온도감, 단정성, 활동성, 성숙성, 고전성 요인으로 구성됨을 밝혔다. 일본적 복식디자인의 포지셔닝은 Fit-Loose, Modern-Ethnic의 이미지로 구성되고 그 선호성은 매력성 요인과 많은 관련이 있음을 밝히고 있다.

염혜정(2001)은 1990年代 패션에 나타난 기모노

이미지 디자인의 분석에서 이미지 디자인을 폐미닌 스타일, 내추럴 및 포클로어 스타일, 모던 및 아방가 르드 스타일로 분류하고 전통복식과의 비교연구를 위한 기초자료를 제공하였다.

윤보연·배수정(2001)은 한국과 일본의 비교연구를 중심으로 현대패션에 반영된 전통 미의식을 연구하였으며, 이를 통하여 각국의 전통 미의식을 살펴보았다. 일본은 전통 복식인 기모노의 뒤로 젖혀 입는 착장법, 전통 문양의 활용, 오비의 응용, 가사네이로 메(襲色目)의 꾸밈의 미와 꾸미지 않은 미로 미의식을 나누고 있으며 이들의 형태, 색상, 소재를 비교 분석하였다. 여기에서 일본패션은 형태 측면에서 착장 시 직선적 형태, 레이어드 방식, 오비의 응용, 무정형 성을 추구하고 있으며, 색상 측면에서는 꾸밈의 미, 꾸미지 않은 미의 반영, 무채색의 경우 어두운 색을 선호하고, 소재의 측면에서는 투박하고 양감있는 질감을 선호하며, 자연물의 장식적 변형과 전면 문양이 주로 나타났다.

양현주·조윤주(2002)는 Yohji Yamamoto 작품에 나타난 미적 특성에 대하여 전통복식 미적특성을 중심으로 그의 작품세계를 살펴보고 있으며, 외적특성은 구조적 특성, 유형성, 탈현상성, 착장성으로 내적 특성은 중화미, 숙련미, 불이미로 분석하였다.

III. 연구방법 및 절차

1. 자극물 선정 및 제작

자료는 1991년에서 2000년에 발행된 패션컬렉션 잡지(COLLEZIONI, COLLECTIONS, L'officiel 1000 models, FASHION SHOW, Mode et Mode)를 대상으로 하여 Japanism 이미지 사진 총 747점을 수집하였다. 추출된 747점의 사진은 의류학 전공자를 대상으로 일본적 이미지 유무에 대한 확인을 거쳐 422점을 연구의 본 실험 기초대상으로 선정하였다. 수집기간은 2002년 6월 25일~2002년 8월 9일 동안 이루어졌다. 이 422점의 사진을 대상으로 Japanism 이미지가 상대적으로 뚜렷하게 나타나는 것을 추출하기 위하여 복식의장학 전공 대학원생에게 일본적 이

미지의 사진을 1차 선별케하여 211장의 사진이 추출되었으며, 1차 추출된 사진을 복식의장학 전공 대학원생 10명을 대상으로 '일본적인-일본적이지 않은' 형용사 척도를 이용하여 7점 평점척도로 평가하게 하였다(2003년 5월 5일~2003년 5월 15일).

자극물 추출시 '일본적인' 성향의 강약에 초점을 두고자, 실험 대상자인 복식의장학 전공 대학원생들은 각 디자인의 디자이너를 모르는 상태에서 실험이 이루어졌다. 그 결과 평점 5.0이상의 복식사진 총 29점은 선정하게 되었으며, 선정된 자극물은 일본 디자이너의 디자인 24점과 서양 디자이너의 디자인 5점이었다.

본 실험의 자극물 제시방법은 패션이미지 평가에 있어 슬라이드 제시방법이 적절하므로¹⁴⁾ 추출된 사진을 이미지 전달에 영향을 미칠 수 있는 얼굴부분을 제외하고 회색대지에 부착, 배경을 동일하게 하여 사진 촬영후 슬라이드로 제작하여 사용하였다.

2. 평가도구

패션감성을 평가하기 위한 척도의 구성은 이경희¹⁵⁾의 패션감성의 평가도구(Fashion Sensibility Scale: FSS)에 의한 패션감성 어휘와 Ethnic한 패션에 대한 감성 평가형용사인 '이국적인-이국적이지 않은'을 포함한 23쌍의 형용사쌍을 선정하고, 양극의 7점 형용사 척도를 구성하였다. 사용한 23쌍의 평가 척도에 대한 신뢰도를 검사한 결과 Cronbach's α 가 .7902로써 좋은 신뢰도 계수를 얻었다.

3. 자료수집

본 연구의 자료 수집은 부산대학교 의류학과에 재학중인 2, 3학년 의류학 전공 학생들과 동의대학교에 재학중인 3학년 의상학과 전공 학생들을 대상으로 2003년 5월 23일~2003년 5월 30일에 걸쳐 이루어졌으며, 회수된 설문지 중 사용하기에 적합하지 않은 설문지를 제외한 89부를 사용하였다.

4. 자료분석

수집된 자료는 SPSS를 사용하여 통계처리 하였으며 군집분석, 주성분법에 의한 Varimax 직교회전을 이용한 요인분석, 다차원척도법, 다중회귀분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

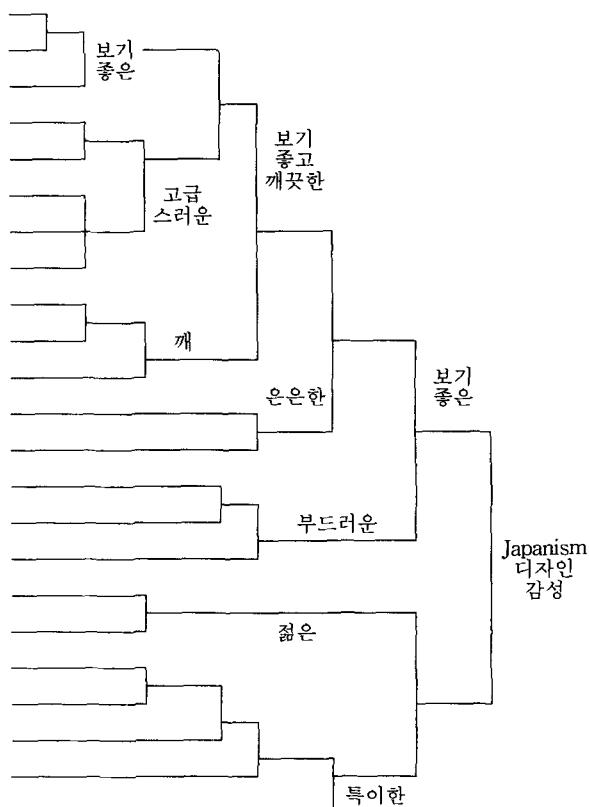
1. Japanism 디자인 감성의 의미구조

Japanism 디자인 감성을 평가하기 위한 23쌍의 형용사쌍이 어떤 의미들로 구성되어 있는지를 알아보기 위하여 Ward법을 이용한 군집분석을 실시하였으

며, 그 계층구조는 <그림 1>과 같다. 계층구조는 형용사쌍들의 결합과정을 보여주고 있으며, 가로방향의 거리는 용어간의 유사성을 보여주는 상대적 거리인데, 거리가 짧을수록 용어의 유사성이 큼을 나타낸다.

각 형용사쌍의 결합과정을 살펴보면, 가장 가까운 거리에서 결합하고 있는 것은 사고싶은-사기싫은, 좋아하는-싫어하는으로 사람들은 좋아하는 감성을 느낄 때 동시에 사고싶은 감성이 형성됨을 알 수 있다. 이들 감성은 다음 단계에서 보기좋은-보기싫은과 결합하므로 보기좋은 감성은 사고싶고, 좋아하는 감성이 결부되어 형성되는 것으로 상호 밀접한 관련이 있는 것으로 보인다. 매력있는-매력없는, 유쾌한-불쾌한이 가까운 거리에서 결합하고 있다. 세련된-촌스러운, 우아한-천박한도 가까운 거리에서 결합하여 이들은 다음 단계에서 고급스러운-고급스럽지 않은

사고싶은-사기싫은
좋아하는-싫어하는
보기좋은-보기싫은
매력있는-매력없는
유쾌한-불쾌한
세련된-촌스러운
우아한-천박한
고급스러운-고급스럽지 않은
깨끗한-지저분한
단정한-단정하지 않은
자연스러운-어색한
온은한-강렬한
이성적인-감성적인
부드러운-딱딱한
여성적인-남성적인
가벼운-무거운
젊은-나이든
귀여운-성숙한
특이한-평범한
화려한-수수한
재미있는-재미없는
동적인-정적인
이국적인-이국적이지 않은



<그림 1> Japanism 디자인 감성의 계층구조

은과 결합하게 되는데, 따라서 고급스러운 감성은 세련되고, 우아한 감성이 결합되어 형성됨을 알 수 있다. 또 이들은 매력있는-매력없는, 유쾌한-불쾌한과 결합하게 되는데 따라서 매력있고, 유쾌한, 세련된, 우아한, 고급스러움은 상호 밀접한 관계에 있다고 할 수 있으며, 이를 보기좋고 고급스러운 감성이라 할 수 있다. 깨끗한-지저분한, 단정한-단정하지 않은이 가까운 거리에서 결합하여 유사한 의미를 지니는 것을 알 수 있으며 다음 단계에서 자연스러운-어색한과 결합한다. 따라서 자연스러운은 깨끗한, 단정한과 밀접한 관계가 있음을 알 수 있다. 이렇게 구성된 깨끗한 감성은 보기좋으며 고급스러운 감성과 결합하여 부드러우며 보기좋은 감성을 나타내었다. 은은한-강렬한, 이성적인-감성적인이 인접한 거리에 위치하여 은은한 감성을 나타내었다. 부드러운-딱딱한, 여성적인-남성적인이 유사한 의미로 결합하고 이들은 다음단계에서 가벼운-무거운과 결합하여 하나의 감성을 형성하며 포함된 형용사들의 의미를 고려했을 때 부드러운 감성을 내포한다고 할 수 있다. 젊은-나이든, 귀여운-성숙한은 서로 유사한 의미로 결합하여 성숙함의 정도를 나타내며 젊은 감성을 형성한다. 특이한-평범한, 화려한 수수한의 형용사도 가까운 거리에서 유사한 의미로 결합하고 있으며 재미있는-재미없는, 동적인-정적인, 이국적인-이국적이지 않은과 단계적으로 결합하여 현시성의 정도를 평가할 수 있는 중요한 용어임을 알 수 있다.

형성된 감성들은 다음단계에서 다시 결합하게 되는데 보기좋은-보기싫은, 고급스러운-고급스럽지 않은, 자연스러운-자연스럽지 않은으로 구성된 자연스럽고 보기좋은 감성은 은은한-강렬한의 은은한 감성과 결합하여, 은은하고 보기좋은 감성을 형성한다. 이는 다시 부드러운-딱딱한을 포함하는 부드러운 감성과 결합하여 부드러우며 보기좋은 감성을 나타내었다. 젊은 감성은 특이한 감성과 결합하여 젊고 특이한 감성을 형성하고 마침내 이들은 부드러우며 보기좋은 감성과 결합하여 특이하고 보기좋은 Japanism 디자인 감성을 나타내었다.

이상의 결과 Japanism 디자인 감성은 부드러우며, 보기좋고, 젊고, 특이하고, 이국적이고, 은은한 감성으로 대별되어 최종적으로 특이하고 보기좋은 감성

으로 대별됨을 알 수 있다.

의복 계층구조에 관한 선행연구와 비교해보면, 전반적으로 의복 이미지가 여성적이고 약한 이미지와 남성적이고 강한 이미지(정인희·이은영, 1992¹⁶⁾)로 나타난 결과에서처럼 이미지의 계층구조와는 상반된 이미지의 계층구조를 가진다는 결과와 브래지어 디자인의 시각적 감성의 계층구조는 귀엽고 여성스러운 이미지와 단정하고 모던한 이미지(하수진, 1999¹⁷⁾)로 차이를 나타난다는 것과는 차이가 있다. 그러나 일본 복식이미지가 특이한 이미지를 가진다는 결과(김희정¹⁸⁾)와 유사한 계층구조를 가짐을 보여주는 것처럼 연구대상과 평가자의 특성에 따라 다른 계층구조를 형성한다는 결과를 뒷받침해주고 있다.

2. Japanism 디자인 감성의 구성요인

Japanism 디자인 감성의 의미구조를 밝히기 위하여 23쌍의 형용사쌍으로 구성된 의미미분척도로써 평가한 자료를 주성분법을 이용하여 Varimax 직교회전을 실시하여 요인분석한 결과는 다음의 <표 1>과 같으며, 요인수는 고유값 1.0 이상으로 하여 4개로 결정하였다.

요인1은 고급스러운-고급스럽지 않은, 보기좋은-보기싫은, 세련된-촌스러운 등의 10개의 형용사쌍으로 구성되었으며 용어들의 의미에 따라 요인명은 매력성요인이라 하였다. 요인2는 특이한-평범한, 화려한-수수한 등의 8개의 형용사쌍으로 구성되었으며 용어들의 의미에 따라 현시성요인이라 하였다. 요인3은 나이든-젊은, 귀여운-성숙한과 같은 2개의 형용사쌍으로 구성되었으며 용어들의 의미에 따라 성숙성요인이라 하였다. 요인4는 여성적인-남성적인, 부드러운-딱딱한, 가벼운-무거운의 3개의 형용사쌍으로 구성되었으며 용어의 의미에 따라 경연성요인이라 하였다. 일본적 패션이미지에 대한 4개의 요인이 전체변량에서 차지하는 비율은 57.0%로 나타났으며, 특히 매력성요인은 Japanism 디자인 이미지의 의미공간내에 중요한 차원으로 나타났다.

본 연구의 분석결과와 선행연구를 비교해보면 복식이미지에 대한 대부분의 선행연구에서(이경희^{19),} 이은령^{20),} 김유진^{21),} 주소현^{22),} 김지연^{23),} 김희정²⁴⁾)

<표 1> Japanism 디자인 감성의 요인분석

요인	요인1	요인2	요인3	요인4
	매력성요인	현시성요인	성숙성요인	경연성요인
형용사	보기좋은-보기싫은	은은한-강렬한	젊은-나이든	부드러운-딱딱한
	사기싫은-사고싫은	특이한-평범한	귀여운-성숙한	여성적인-남성적인
	좋아하는-싫어하는	동적인-정적인		가벼운-무거운
	고급스러운-고급스럽지않은	화려한-수수한		
	세련된-촌스러운	재미있는-재미없는		
	매력있는-매력없는	이성적인-감성적인		
	유쾌한-불쾌한	단정한-단정하지않은		
	깨끗한-지저분한	이국적인-이국적이지않은		
	자연스러운-어색한			
	우아한-천박한			
고유값	5.888	3.067	2.228	1.930
전체변동(%)	25.6	13.3	9.7	8.4
누적변동(%)	25.6	38.9	48.6	57.0

의미구조로 가장 설명력이 높은 요인은 매력성요인 이었다. 매력성요인에 포함된 형용사들은 이경희²⁵⁾의 연구에서 심미성요인으로 나타나며, 김희정²⁶⁾의 연구에서 일본 복식이미지에서 매력성요인이 역시 설명력이 높은 요인으로 나타나 유사한 결과를 보였다. 따라서 매력성요인은 대부분의 연구에서 중요한 복식이미지의 요인으로 연구대상의 차이에도 안정적인 요인으로 여겨진다.

현시성요인에 포함된 형용사들은 김희정²⁷⁾, 오해순²⁸⁾의 선행연구에서는 같은 현시성요인으로 나타나고, 김유진²⁹⁾의 연구에서는 무난성요인으로 나타났으며, 김윤경³⁰⁾의 연구에서는 주목성요인으로 나타났다.

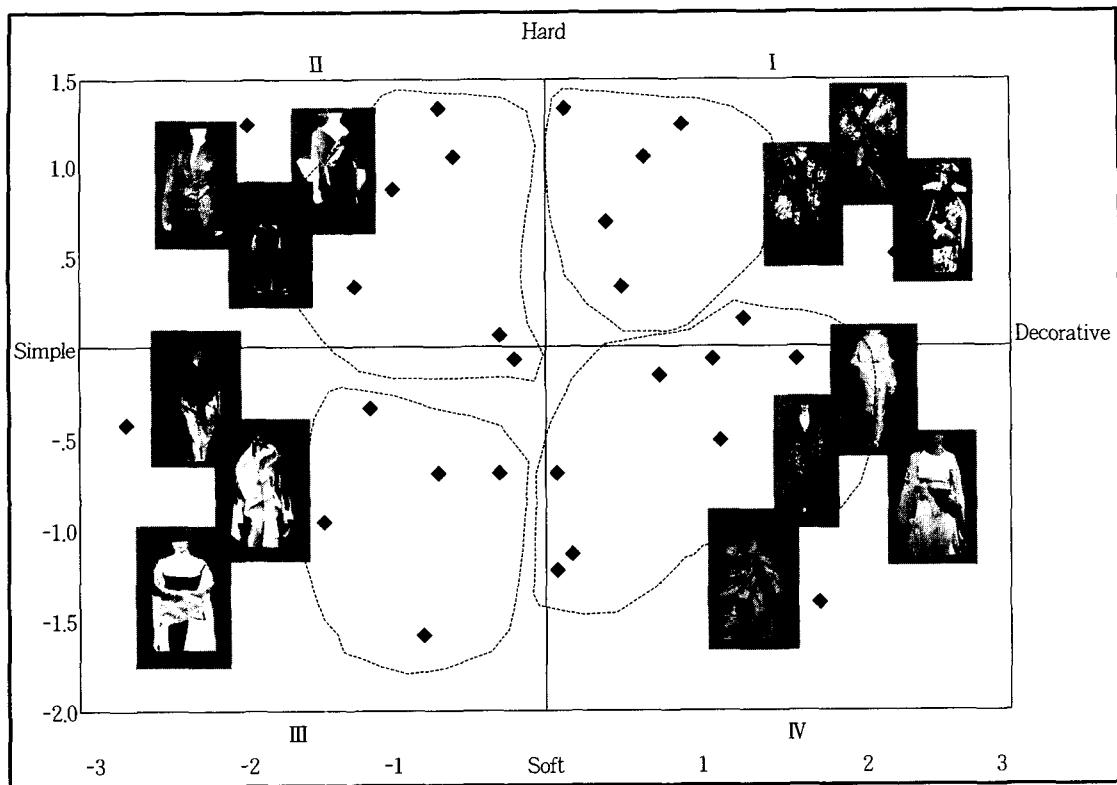
성숙성요인은 이은령³¹⁾, 김희정³²⁾의 선행연구에서는 같은 성숙성요인으로 나타났으며, 김유진³³⁾의 연구에서는 캐주얼성요인, 하수진³⁴⁾의 연구에서는 귀여움요인, 김윤경³⁵⁾의 연구에서는 율동성요인으로 나타났다. 그리고 이경희³⁶⁾의 연구에서는 귀여움성요인과 젊음의 요인으로 확인할 수 있다.

경연성요인은 이은령³⁷⁾과 김윤경³⁸⁾의 선행연구에서 경연성요인으로 나타났다. 또 문삼련³⁹⁾의 연구에서는 활동성요인, 이경희⁴⁰⁾의 연구에서는 귀여움성요인, 김지연⁴¹⁾의 연구에서는 매력성요인으로 나타났으며, 김희정⁴²⁾의 연구에서는 현시성요인과 온도감요인에서 유사하게 나타남을 알 수 있다.

3. Japanism 디자인 감성의 포지셔닝

Japanism 디자인 감성의 포지셔닝을 알아보기 위하여 29개의 자극물을 대상으로 하여 다차원척도법을 실시하였다. 각 자극물간의 거리는 Japanism 디자인 감성에 대한 유클리드 거리(Euclidean Distance)로 나타냈으며 분석결과의 적합성을 알아보기 위해 Kruscal의 stress값과 결정계수(RSQ)를 조사하였다. Kruscal의 판별기준으로 보아 부적합도를 나타내는 stress값이 .1에 가까운 값을 가지면 보통수준 이상으로 해석 가능하다(최용석⁴³⁾). 본 연구에서는 stress 값 .177과 83.8%의 설명력을 나타내었으며, 축의 명명과 해석의 용이성을 고려하여 2차원으로 차원수를 결정하여 해석하였다. <그림 2>는 유클리드 거리에 의해 유도된 각 자극물의 위치를 나타낸 것이다.

그림에 나타난 가로축을 기준으로 했을 때, 양의 방향은 많은 디자인 요소와 다양한 색상 및 문양들이 나타나고 있으며, 음의 방향으로 갈수록 단색상과 단순한 디자인 요소의 사용이 많이 나타나므로 이러한 디자인의 특성과 유사성에 따라 Decorative-Simple의 감성으로 해석하였다. 세로축을 기준으로 하였을 때는 양의 방향은 강하고 남성적인 딱딱한 디자인 요소가 많이 사용되고 있고, 음의 방향으로는 여성적이며 부드럽고 우아한 특성이 두드러진 디자인이 주로 분포하고 있다. 따라서 이러한 디자인의



<그림 2> Japanism 디자인 감성의 포지셔닝

특성과 유사성에 따라 Hard-Soft의 감성으로 해석하였다. Japanism 디자인 감성은 Decorative-Simple와 Hard-Soft의 감성축을 중심으로 분포된 위치에 따라 4개의 그룹으로 분류할 수 있으며 각 그룹의 디자인 특성을 요약하면 다음의 <표 2>와 같다.

그룹1에 포지셔닝된 디자인은 박스와 같은 과장된 실루엣의 무게감 있는 남성적인 성격이 두드러지게

나타난다. 색상은 다크와 스트롱컬러 사용으로 화려함과 고급스러움을 표현하고 있으며, 부드러운 실크, 벨벳 등 고급소재에서 나타나는 완만한 선과 디자인의 부피감이 주는 중량감이 강조되어 무게감 있는 hard한 Japanism 감성을 나타내고 있다. 문양은 호피무늬, 꽃무늬(매화, 국화, 연꽃), 자연무늬(새, 나무), 양식화된 생활무늬 등으로 다양하게 나타나고

<표 2> Japanism 디자인 감성의 그룹 특성

경우별 디자인 특성		문양		
1 박스 리본, 오비, 바인딩	실크, 벨벳	dark · strong tone (brown, black, yellow)	꽃무늬(매화, 국화, 연꽃) 자연무늬(새, 나무), 호피무늬	
2 H.스트레이트 여밈, 겹침, 오비	면, 실크, 가죽	black, white, grey, dark brown	기하학무늬 자연무늬(구름, 산, 바위)	
3 H.스트레이트 여밈, 겹침, 리본	면, 마, 올, 실크, 벨벳	black, white, 감색, bright red, violet, yellow	꽃무늬(당초, 국화, 모란) 기하학무늬	
4 H,Y.스트레이트 겹침, 여밈, 벨트, 오비, 리본	면, 데님, 실크, 새틴, 쉬폰, 폴리에스테르	black, white, soft · vivid · dark tone	꽃무늬(국화, 매화) 자연무늬(구름, 물고기), 기하학무늬	

있다.

그룹2에 포지셔닝된 디자인은 그룹1에 포지셔닝 디자인과 함께 남성적인 감성을 많이 나타내지만, H 라인과 스트레이트 실루엣이 주로 나타나며 시원하고 심플하며 날렵한 선으로 소박하고 절제된 모던한 라인의 남성적 감성의 hard함을 나타내고 있다. 색상은 블랙, 화이트, 그레이, 다크 브라운 등의 어두운 색이 주로 나타난다. 문양의 사용은 두드러지지 않으나, 간혹 자연무늬(구름, 산, 바위), 기하학 무늬가 부분적으로 나타난다.

그룹3에 포지셔닝된 디자인은 고급스러운 색상과 모던한 디자인으로 우아한 여성미를 보여주는 simple-soft한 Japanism 감성으로 그룹2의 모던한 여성화 스타일로 표현할 수 있으며, 세련되고 단정한 감성이 강조되어 나타났다. 화이트, 페일톤, 덜톤의 색상과 블랙을 접목시킨 색상이 주로 나타나고 소재는 소박한 면, 마, 울, 실크, 벨벳 등을 사용하여 여성적이며 부드럽고 단정한 디자인을 표현하고 있다. 문양은 기하학 무늬와 화려한 꽃무늬(당초, 모란, 국화) 및 소박한 꽃무늬(국화)가 바탕 색상의 톤과 함께 조화를 이루어 나타나고 있다.

그룹4에 포지셔닝된 디자인은 부드러운 재질과 화려한 소재, 문양으로 decorative-soft한 Japanism을 표현하고 있다. 슬림, H, Y 등의 다양한 실루엣으로 인체를 자연스럽게 표현해주며, 여기에 상·하의 길

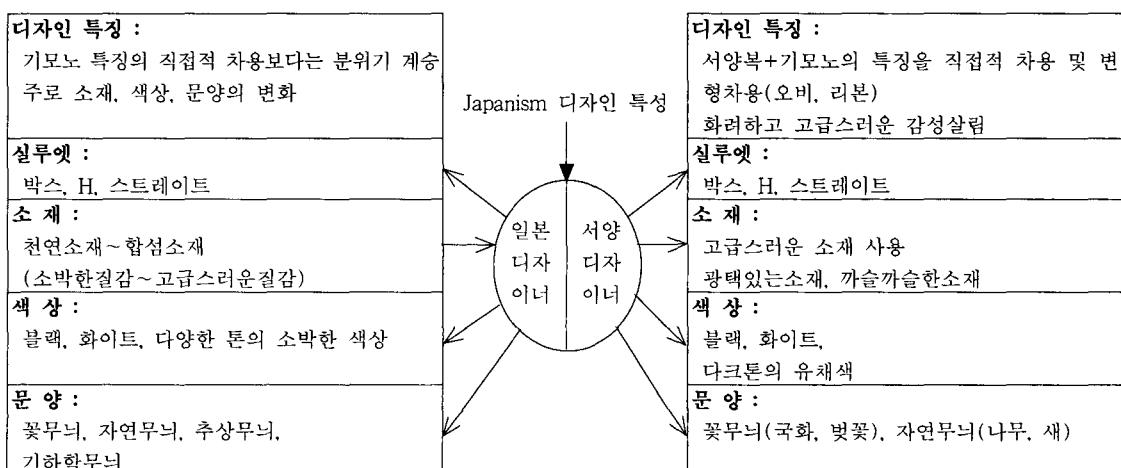
이의 다양화와 엘레강스에서 화려하고 특이한 디자인에 이르는 다양성을 보여주고 있다. 색상은 소프트, 비비드, 다크 컬러의 다채로운 사용으로 부드럽고 화려한 여성미를 표현하고 있다. 꽃무늬(국화, 매화), 자연무늬(물결(青海波:さいかいは)), 물고기, 새), 기하학무늬 등 다양한 프린트와 특히 일본 전통복의 독특한 특징인 오비의 변형된 활용이 두드러지게 나타나고 있다.

본 연구에 최종 사용된 서양 디자이너의 디자인은 5점의 아주 적은수(17%)이지만, 그룹 I, III, IV에 고루 분포하고 있으며, 서양복에 기모노의 특징(칼라, 기모노 깃, 문양, 소재)을 부분적으로 접목시켜 악센트 주는 방법을 취하고 있다. 기모노의 독특한 특징인 오비는 벨트와 작은 리본의 변형으로 서양복과의 조화를 이루어 앞여밈의 디자인 변형을 전개하고 있고, 기모노 칼라는 뒷목의 여유와 기모노 깃의 앞여밈의 여유분을 적당량 주는 형태가 나타나고 있다.

일본 디자이너들의 디자인은 4개의 그룹에 골고루 분포하고 있으며, 기모노의 특징을 직접적으로 접목시키는 디자인 보다는 기모노의 여유있는 품과 라인, 색상, 소재 등에서 우러나는 은근한 Japanism을 표현하는 것이 특징이라 할 수 있다.

일본 디자이너와 서양 디자이너의 Japanism 디자인 특성을 요약하면 다음의 <표 3>과 같다.

<표 3> 일본 디자이너와 서양 디자이너의 Japanism 디자인 특성



본 연구의 자극물 대부분이 품에 적당한 여유가 있으며, 실루엣은 주로 H와 스트레이트이며, 장식적인 측면에서는 보우(리본)가 오비와 끈의 변형으로 Japanism을 표현하는 큰 특징으로 나타나고 있는데, 이는 김희정(2002)의 연구에서 나타난 결과와 유사함을 보여주고 있다.

이상과 같이 Japanism 디자인 감성은 디자인 특성에 따라 Decorative-Simple, Hard-Soft의 감성축으로 해석할 수 있으며, 디자인과 감성을 관련지어 보면 기모노의 형태적 여밈을 활용하면서 흰색, 무채색을 사용한 디자인은 단정하고 깔끔한 이미지로 현대성을 강조하고 있다는 김희정⁴⁴⁾의 연구와 유사한 결과를 볼 수 있었다.

이와 같이 현대 패션에 나타난 Japanism 디자인은 강한 색상과 기모노의 전통적인 특색을 살려 우아하고 성숙한 감성의 디자인 뿐만 아니라, 모던한 감각의 중성적 및 남성적 감성을 주는 디자인의 이국적인 특성으로 어필하고 있음을 알 수 있다.

본 연구는 Japanism 디자인의 일본 디자이너와 서양 디자이너 작품의 분류를 통한 소비자의 감성에 대한 연구에 목적이 있는데, 실험의 본 자극물에서 일본 디자이너들의 작품에 대하여 ‘일본적인’ 감성을 더 많이 느끼는 것이 나타나, 자극물의 수적인 불균형이 일어났다. 이것은 같은 Japanism을 표현한 디자인이라 하더라도 거주지역은 다르더라도 같은 동양문화권에서 받는 은근한 감성 전달이 직접적인 차용으로 인한 전달보다 더 큰 영향력이 있는 것으로 판단되어진다.

4. Japanism 디자인 감성과 선호도의 관계

Japanism 디자인 감성과 선호도의 관련성을 알아

보기 위하여 ‘좋아하는-싫어하는’을 종속변수로 하여 22쌍의 Japanism 디자인 감성을 나타내는 형용사를 독립변수로 하여 단계별 회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 4>와 같다.

Japanism 디자인 감성의 경우 ‘좋아하는-싫어하는’에 대한 다중회귀분석 결과 7쌍의 독립변수와 관계있는 것으로 나타났으며, 75.6%의 설명력을 나타내었다. 7쌍의 독립변수중에서 사기싫은-사고싶은이 가장 관련있는 것으로 나타났으며, 다음으로 보기싫은-보고싶은, 매력없는-매력있는, 촌스러운-세련된, 불쾌한-유쾌한, 어색한-자연스러운, 무거운-가벼운 등의 순으로 관련 있는 것으로 나타났다. 회귀계수의 상대적 중요도를 나타내는 Beta의 값은 정적 부하량이 각 독립변수의 오른쪽 디자인감성과 정적관계를 나타내는 것이다.

따라서 Japanism 디자인 감성에 대한 선호도는 사고싶고, 보기좋으며, 매력있고, 세련된, 유쾌한, 자연스러운, 가벼운 등의 감성과 관계있으며, 이 중에서 사고싶은, 보기좋은, 매력있는 등의 심미성측면과 연관성이 높은 매력성을 구성하는 감성들이 특히 Japanism 디자인 감성의 선호도와 관련 있음을 알 수 있다.

연구결과를 바탕으로 Japanism 디자인 감성의 디자인은 세련된, 유쾌한, 자연스러운, 가벼운 등의 매력성을 나타내는 감성을 부각시킨 디자인을 더 선호하며, 특히 ‘가벼운’감성은 저속하여 가볍게 보인다는 의미보다는 젊은 감각의 경쾌함으로써의 가벼움을 의미한다고 볼 수 있다. 따라서 이를 제품 디자인과 연관시키면 판매에 좋은 효과를 가져 올 것이다. Japanism 디자인 포지셔닝과 연결시켜 살펴보면, 그룹Ⅲ에 위치하고 있는 Simple-Soft한 감성 즉, 여성적 감각의 부드럽고 모던한 Japanism 디자인을 더

<표 4> Japanism 디자인 감성과 선호도의 관계

좋아하는 - 싫어하는	사기싫은 - 사고싶은	.509	35.085***	75.6%
	보기싫은 - 보기좋은	.196	12.635***	
	매력없는 - 매력있는	.117	7.829***	
	촌스러운 - 세련된	.117	7.657***	
	불쾌한 - 유쾌한	.056	4.225***	
	어색한 - 자연스러운	.033	2.557*	
	무거운 - 가벼운	.024	2.076*	

*** p < .001, * p <.05

선호하고 있다는 것을 알 수 있다.

이는 김희정⁴⁵⁾의 연구에서 일본 복식이미지의 선호도에 매력성을 이루는 이미지들이 선호도에 크게 영향을 미치는 것으로 나타남과 유사한 결과를 나타내었다. 따라서, '좋아한다'는 선호감이 사고 싶어 하는 구매로 이어지는데 결정적인 역할을 할 수 있다.

5. Japanism 디자인 감성과 구매욕구와의 관계

Japanism 디자인 감성과 구매욕구와의 관련성을 알아보기 위하여 '사고싶은-사기싫은'을 종속변수로 하여 22쌍의 Japanism 디자인 감성을 나타내는 형용사를 독립변수로 하여 단계별 회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 5>와 같다.

<표 5> Japanism 디자인 감성과 구매욕구 관계

종속변수	독립변수	Beta	T-value	R ²
사고싶은 - 사기싫은	싫어하는 - 좋아하는	.638	35.085***	69.5%
	보기싫은 - 보기좋은	.154	8.703***	
	성숙한 - 귀여운	.053	3.891***	
	평범한 - 특이한	-.055	-4.020***	
	촌스러운 - 세련된	.052	3.023**	
	나이든 - 젊은	.033	2.357*	
	단정하지않은 - 단정한	.035	2.221*	
	수수한 - 화려한	-.034	-2.266*	

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

Japanism 디자인 감성의 경우 '사고싶은-사기싫은'에 대한 다중회귀분석 결과 8쌍의 독립변수와 관계 있는 것으로 나타났으며, 69.5%의 설명력을 나타내었다. 8쌍의 독립변수중에서 싫어하는-좋아하는이 가장 관련 있는 것으로 나타났으며, 다음으로 보기싫은-보기좋은, 성숙한-귀여운, 평범한-특이한, 촌스러운-세련된, 나이든-젊은, 단정하지않은-단정한, 수수한-화려한 등의 순으로 관련 있는 것으로 나타났다. 8쌍의 독립변수는 매력성, 현시성, 성숙성요인의 3요인과 고른 연관성을 보이고 있다. 특히 회귀계수의 상대적 중요도를 나타내는 Beta의 값은 정적 부하량이 평범한-특이한, 수수한-화려한을 제외하고는 각 독립변수의 오른쪽 디자인감성과 정적관계를 나타내는 것이다. 따라서 Japanism 디자인 감성에 대한 구매욕구는 사고싶은, 귀엽고, 세련

된, 젊은, 단정한 감성과 관련이 있으며 특히 이국적인 감성의 의복이지만 너무 눈에 두드러지게 화려하거나 특이한 감성은 구매욕구와는 다소 거리감이 있음을 알 수 있다. 따라서 구매욕구에서 특이한과는 달리 평범함이, 그리고 화려함과 달리 수수함이 더 강하게 연관된 것으로 봐서, 새로움과 개성을 추구하는 20대의 감성은 젊고 귀여우며 단정하며 이국적이되 너무 눈에 띄지 않는 수수함과 평범함을 가진 세련된 디자인의 구매력이 높은 것으로 나타났다. 이는 사회의 소속집단에서 너무 동떨어지는 개성추구를 피하고자하는 구매심리가 내재되어 있는 것으로 파악할 수 있다. 실제 Japanism 디자인 브랜드에서도 이러한 설정을 고려하고 있는데, 1990年代 '비바유'와 '핑키앤파이언'을 중심으로 일본 패션 브랜드의 라이센스사업이 도입되면서 그 후 '나이스클립' '오조크', '에고이스트' 등이 잇달아 국내에 선보였으나, 이를 스타일은 일본 원래의 것과

는 다른 즉, 우리나라 시장에 맞게 디자인을 다시해서 시장에 선보이는 것이 바로 그것이다.

따라서 Japanism 디자인 감성에 대한 선호도 및 구매욕구를 바탕으로 살펴보면, 20대는 Japanism 디자인의 세련되고, 유쾌하고, 자연스러운 감성을 선호 하지만 젊고 귀여우며 단정하고 이국적이되 너무 눈에 띄지 않는 수수함과 평범함을 가진 세련된 디자인에 대한 구매력이 높으므로 이점을 살려 디자인을 한다면 마케팅적으로 효과적일 것이다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 Japanism 디자인 감성의 특성과 감성

를 알아보고자 하였다. Japanism 디자인 감성의 의미구조, 포지셔닝을 알아보고 Japanism 디자인 감성과 선호도의 관계 및 구매욕구와 관계를 알아보았으며, 연구결과를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, Japanism 디자인 감성의 계층구조는 보기좋으며, 자연스럽고, 은은하고, 부드럽고, 짙으며, 특히 한 감성으로 대별되어 최종적으로 특이하고 보기좋은 감성으로 나타남을 알 수 있다. 특히 짙은 감성을 나타내는 성숙성 요인은 다른 감성과는 다소 독립된 하나의 감성을 형성하여 Japanism 디자인 감성의 중요한 이미지로 나타났다. 본 연구결과 20대 소비자들은 Japanism 디자인을 특이하고 보기좋은 감성으로 받아들이는 점은, 이미 포스트모던 사회에 살고 있으면 멀티 빅스 앤 매치 패션에 익숙해져있는 20대에게 빠른 패션의 변화수용으로 Japanism 디자인이 이제는 더 이상 낯설고 어려운 패션이 아닌 이국적이고 특이하지만 자연스러우며 짙고 보기좋은 패션으로 받아들이고 있음을 보여주는 것이다.

둘째, Japanism 디자인 감성의 구성요인은 매력성 요인, 현시성요인, 성숙성요인, 경연성요인으로 구성되었으며 매력성요인은 Japanism 디자인 감성의 의미공간내에 중요한 차원으로 나타났다.

셋째, 본 연구에서 서양 디자이너의 직접적인 Japanism 표현보다는 일본 디자이너의 간접적인 Japanism 디자인 감성이 20대에게 더 일본적으로 전달됨을 알 수 있는데, 이는 디자인을 접하는 지역 즉, 평가자의 생활거주지역(동양인가, 서양인가)이 깊은 연관성이 있는 것으로 여겨지며 이에 대한 연구의 필요성이 있는 것으로 판단된다.

넷째, Japanism 디자인 감성은 포지셔닝된 디자인의 특성에 따라 Decorative-Simple, Hard-Soft의 감성축으로 나뉘지만, 두 축을 중심으로 디자인 특성은 4개의 그룹으로 분류된다. 그룹1에 위치한 디자인들은 상반신이 과장된 실루엣에 딱딱한 라인과 강한 색상을 주로 사용하여 남성적인 감성이 강하게 나타났다. 그룹2에 속하는 디자인들은 H라인이 주로 나타나며, 소박하고 절제된 선과 소재를 사용하여 모던한 감성을 나타내고 있다. 그룹3에 포지셔닝된 디자인들은 부드럽고 세련되며 단정한 감성이 강조되어 나타난다. 그룹4에 포지셔닝된 디자인들은 자연스러

운 실루엣에 다양한 색상의 컬러와 문양으로 화려하고 특이한 디자인을 보여준다. 특히 오비의 다양한 접목과 변형의 사용이 두드러지게 나타났다.

다섯째, Japanism 디자인 감성의 선호도는 보기좋고, 매력있고, 세련되며, 자연스러운 등의 심미적 측면의 감성이 다분히 부각되는 매력적인 감성을 나타낼 때 선호도가 더 높아질 수 있는 것으로 나타났다. 이 결과는 특히 실험의 피험자가 빠른 패션감각을 추구하고 유행을 만드는 20대이기 때문에 Japanism의 이국적인 선호감에서도 무게감이 있고 중후한 점보다는 경쾌하고 가벼우며 세련된 Japanism 감성의 패션에 선호감을 느낀다고 평가한 것이라 여겨진다. 또 소위 Japanism이라하면 섹시하고 촌스러우며 노출이 심하며 가벼운 저속한 패션으로 많이 떠올리게 되는 일반적 생각과는 차이가 나는 연구결과로써, 본 연구결과에서 심미적인 측면이 많이 나타난 원인으로는 본 연구의 자극물이 스트리트 패션이 아닌 세계 패션컬렉션에 오른 작품들인 점 또한 있을 것으로 여겨진다. 이는 패션 컬렉션에서 나타난 Japanism 디자인과 스트리트 패션에 나타나는 Japanism 디자인에 대한 비교 연구의 여지를 남기고 있다.

여섯째, Japanism 디자인 감성의 구매욕구는 사고 싶은, 귀엽고, 세련된, 짙은, 단정한 감성과 관련이 있고, 특히 이국적인 감성의 의복이지만 너무 눈에 두드러지게 화려하거나 특이한 감성은 구매욕구와는 다소 거리감이 있는 것으로 나타났다. 따라서 20대는 사회·문화적인 측면을 고려한 단정하고 짙고 귀여우며 너무 눈에 띄지 않는 화려한 수수함과 또 이국적이나 매우 특이한 디자인이 아닌 평범함을 가진 세련된 Japansim 디자인에 대한 구매력이 높은 것으로 나타났다.

따라서 구매력이 높은 측면에 심미적인 측면을 추가한 Japanism은 선호도와 구매력을 모두 갖춘 디자인으로 소비자에게 어필될 수 있을 것이다.

본 연구의 제한점과 제언은 다음과 같다. 본 연구의 분류된 자극물은 ‘일본적인’ 감성에 더 많은 비중을 두었기에 일본 디자이너와 서양 디자이너의 작품에 대한 비율에 차이가 있으며, 실증적 연구과정의 자료수집에 있어 부산지역의 20대 초반의 의류학 전공자만을 대상으로 하였기 때문에 결과의 확대해석에는 신중을 기하

여야 할 것이다. 더불어, 후속 연구에서는 Japanism 디자인 이미지에 대한 전공자들의 평가 외에도 비전공자, 일반인, 외국인들과 같이 평가자들의 대상 확대와 조사 지역의 차이 및 연령대에 따른 평가 및 연구 대상이 되는 자극물을 패션 컬렉션과 스트리트 패션으로 확대한 연구가 필요하다고 여겨진다.

참고문헌

- 1) 염혜정 (2001). 1990年代 패션에 나타난 기모노 이미지 디자인의 分析. *한국패션비즈니스학회*, 5(3), p. 96.
- 2) 정성혜 (1995). 일본 패션이 현대 패션에 미친 영향 -1980년대 이후를 중심으로-. *복식*, 25, pp. 21-38.
- 3) 염혜정. 앞의 책, pp. 95-109.
- 4) 김희정 (2002). 현대 패션의 일본적 디자인 특성과 이미지 구성요인. *한국의류산업학회지*, 4(1), pp. 11-18.
- 5) 김희정, 이경희 (2000). 동양적 복식디자인의 특성과 이미지 연구(제1보) -한국, 중국, 일본을 중심으로-. *한국의류학회지*, 24(1), pp. 24-33.
김희정, 이경희 (2000). 동양적 복식디자인의 특성과 이미지 연구(제2보) -한국, 중국, 일본을 중심으로-. *한국의류학회지*, 24(3), pp. 313-322.
- 6) 윤보연, 배수정 (2001). 現代 패션에 反映된 傳統 美意識의 研究 -韓國과 日本의 比較研究를 中心으로-. *한국패션비즈니스학회*, 5(4), pp. 56-72.
- 7) 곽태기, 김은정 (2002). 중국, 일본, 한국의 오리엔탈리즘 패션에 나타난 토탈패션(Total Fashion)에 관한 연구. *복식*, 52(4), pp. 109-127.
- 8) 이정후, 양숙희 (1997). 현대 일본복식에 나타난 禪美學의 경향에 관한 연구 -1980년대 이후 Rei Kawakubo, Issey Miyake의 작품을 중심으로-. *한국의류학회지*, 21(7), pp. 1184-1195.
- 9) 양현주, 조윤주 (2002). Yohji Yamamoto 작품에 나타난 미적특성 -전통복식 미적특성을 중심으로-. *한국의류산업학회지*, 4(4), pp. 339-346.
- 10) 박옥련, 이행화 (1999). 일본 소수(小袖)에 나타난 문양분석. *한국의류산업학회지*, 1(1), pp. 62-68.
- 11) 이경희, 이은주 (2003). 한·일 전통복식에 나타난 청색의 고유성 연구. *한국의류산업학회지*, 5(1), pp. 43-52.
- 12) 정성혜. 앞의 책, pp. 21-38.
- 13) 김희정 (1999). 현대 패션에 나타난 동양적 복식이미지 연구. *부산대학교 대학원 박사학위논문*.
- 14) 김희정, 이경희 (1993). 의복자극률과 제시방법에 따른 시각적 평가. *한국의류학회지*, 17(3), pp. 428-435.
- 15) 이경희 (2001). 패션감성의 측정도구 개발에 관한 연구 (제1보). *한국의류학회지*, 25(3), pp. 537-547.
- 16) 정인희, 이은영 (1992). 의복이미지의 구성요인과 평가 차원에 관한 연구. *한국의류학회지*, 16(4), pp. 379-392.
- 17) 하수진 (1999). 브래지어 디자인에 대한 시각적 감성연구. *부산대학교 대학원 석사학위논문*.
- 18) 김희정 (1999). 앞의 책, pp. 62-66.
- 19) 이경희 (1991). 의복형태 이미지의 시각적 평가에 관한 연구. *부산대학교 대학원 박사학위논문*, pp. 28-32.
- 20) 이은령 (1995). 실루엣 이미지의 시각적 평가에 관한 연구 -X-line의 변화를 중심으로-. *부산대학교 석사학위논문*, p. 20.
- 21) 김유진 (1997). 상반되는 의복이미지의 조합에 따른 시각적 평가에 관한 연구. *부산대학교 석사학위논문*, p. 21.
- 22) 주소현 (1999). 의복, 배경의 조합에 따른 시각적 이미지 연구(제1보). *한국의류학회지*, 23(1), p. 85.
- 23) 김지연 (2001). 현대패션에 나타난 노출의 감성연구. *부산대학교 대학원 석사학위논문*, p. 30.
- 24) 김희정. 앞의 책, 2002, p. 15.
- 25) 이경희 (2001). 앞의 책, p. 39.
- 26) 김희정 (1999). 앞의 책, p. 72.
- 27) 김희정 (1999). 앞의 책, p. 72.
- 28) 오해순 (2000). 의복재질의 감성연구. *부산대학교 대학원 석사학위논문*, p. 28.
- 29) 김유진. 앞의 책, p. 21.
- 30) 김윤경 (2000). 의복무늬의 시각적 감성연구. *부산대학교 대학원 석사학위논문*, p. 26.
- 31) 이은령. 앞의 책, p. 20.
- 32) 김희정 (1999). 앞의 책, p. 72.
- 33) 김유진. 앞의 책, p. 21.
- 34) 하수진. 앞의 책, p. 32.
- 35) 김윤경. 앞의 책, p. 26.
- 36) 이경희 (1994). 의복형태와 디테일에 의한 표면이미지의 시각적 평가 -프릴과 테이프를 중심으로-. *부산대학교 대학원 석사학위논문*, p. 19.
- 37) 이은령. 앞의 책, p. 20.
- 38) 김윤경. 앞의 책, p. 26.
- 39) 문삼련 (1993). 의복형태와 물방울무늬 공간변화에 따른 이미지의 시각적 평가. *부산대학교 석사학위논문*, p. 17.
- 40) 이경희 (1994). 앞의 책, p. 19.
- 41) 김지연. 앞의 책, p. 30.
- 42) 김희정 (1999). 앞의 책, p. 72.
- 43) 최용석 (1995). SAS 다차원척도법. 서울: 자유아카데미, p. 24.
- 44) 김희정 (1999). 앞의 책, p. 89.
- 45) 김희정 (1999). 앞의 책, p. 99.