

의복이미지와 화장이미지에 관한 기존 연구 분석

이 현 정* · 김 미 영⁺

경원대학교 의상학과 석사과정* · 경원대학교 의상학과 교수⁺

An Analysis of Previous Researches on Clothing Image and Make-up Image

Hyun-Jung Lee* · Mi-Young Kim⁺

Master Course, Dept. of Clothing, Kyungwon University*

Professor, Dept. of Clothing, Kyungwon University⁺

(2004. 5. 3 투고)

ABSTRACT

The purpose of this study was to review the previous researches, analyze the clothing image, the make-up image and compare the analyses of clothing image and make-up image.

The previous researches of clothing image and make-up image were reviewed in 6 kinds of journal.

The results of previous research review and analysis were followed as: Measuring mean of image are used to similarly that semantic differential technique and summated rating technique. Attention to proposed researcher abstraction image in make-up image, but there is problem that this hard to explain objectivity of image abstraction. There are a lot of occasions that 4 or 5 image factors were extracted by factor analysis. The make-up image researches that presented image stimulus were more than study that do not present.

Image words were classified which were compiled words have similar sub image. Grace, activeness, lively, unique, modernity, attractive, feminine, sexy and ripeness clothing images were classified factors, which were representative clothing image. Elegance, Sophisticate, romantic, natural, modern and youthfulness make-up image for factor were representative make-up image factors.

However the problems were found that some representative image factor included the sub images which were different from some factor image.

Compared with representation image words, same image words were used to not agree what clothing image and make-up image. Standardization of word should be made that show that clothing image and make-up image.

Key words : clothing image(의복이미지), make-up image(화장이미지), image measurement(이미지측정), image factor(이미지요인), image word(이미지용어), image stimulus(이미지자극물)

I. 서론

개인의 이미지는 다양한 특성에 의해 만들어지는데, 의복과 화장은 여성들의 성격과 추구하고자 하는 이미지를 외형적으로 가장 효과적으로 나타내 준다. 사람들은 이런 외형적인 특성을 가지고 다른 사람을 지각하고 평가한다. 대부분의 여성들은 자신을 표현하기 위해 의복을 선택하고 이에 맞는 화장을 함으로써 자신의 이미지를 형성하고자 한다.

의복이미지는 의복이 전달해주는 전체적인 느낌으로, 의복의 형태, 색, 재질 등에 따라 달리 표현된다. 화장이미지는 화장품과 도구를 이용하여 화장함으로써 만들어진 이미지로, 화장품의 색상, 질감, 화장방법 등에 따라 달리 표현된다.

의복과 화장은 이미지 연출에서 서로 보완 관계에 있는 것으로, 의복과 화장이 조화되기 위해서는 같은 이미지로 연출되어야 된다. 그러나 기존의 의복이미지와 화장이미지의 연구들은 각각 연구가 진행되어, 상호 보완적인 효과를 거두기 힘들었다. 또한 의복과 화장의 이미지가 동일한 기준에 의해 표준화가 되지 못했다. 즉 의복이미지와 화장이미지의 표준화가 이루어지지 않음에 따라 마케팅 전략의 상호보완이 어려웠다고 하겠다.

따라서 본 연구에서는 향후 의복이미지와 화장이미지의 표준화를 위하여 우선 의복이미지와 화장이미지에 대한 기존 연구들을 분석하고자 한다. 즉 기존 연구들을 대상으로 각각 의복이미지와 화장이미지의 이미지 요인과 내용들을 분석하고, 이미지를 측정하는 측정방법들을 조사한 후, 의복이미지와 화장이미지의 차이점과 문제점을 밝히고자 한다.

구체적인 연구문제는 다음과 같다.

- 첫째, 의복이미지에 관한 기존연구를 분석한다.
- 둘째, 화장이미지에 관한 기존연구를 분석한다.
- 셋째, 의복이미지와 화장이미지 분석을 비교한다.

II. 기존연구 분석

1. 기존 연구의 분석 방법

본 연구는 국내 6개 학회지에서 발표된 의복이미지와 화장이미지에 대한 기존 연구들을 추출하여 분석하였다.

1) 분석 자료

본 연구를 위한 분석 자료는 의복이미지의 경우 한국의류학회지, 복식, 복식문화연구, 대한가정학회지의 1992년부터 2003년까지의 논문 중 의복이미지를 연구한 논문 21편을 분석에 사용하였다.

화장이미지는 아직 연구가 많이 이루어지지 않은 관계로, 한국의류학회지, 복식, 복식문화연구, 대한가정학회지, 한국미용학회지, 한국색채학회의 1998년부터 2003년까지의 논문 중 화장이미지를 연구한 8편을 분석에 사용하였다.

2) 분석 방법

의복이미지와 화장이미지의 기존연구를 분석하기 위하여 연구에 사용된 학회지별 게재 빈도, 자극물, 측정 방법, 이미지 요인수, 요인별 이미지 용어를 분석하였다. 분석내용은 다음과 같다.

(1) 학회지명

수록되어 있는 학회지별 게재 빈도를 분석하였다.

(2) 측정 자극물 유무

자극물 제시의 유무를 분석하였다. (화장이미지)

(3) 이미지 측정 방법

이미지 측정에 사용된 이미지 형용사들의 측정방법을 형용사쌍 측정방법, 단일형용사 측정방법과 기존연구추출이미지, 연구자 임의추출 이미지로 나누어 분석하였다. 여기서 기존연구추출이미지는 기존 연구에서 제시·검증되어 주로 사용되었던 이미지를 말하고, 연구자 임의추출 이미지는 연구자들이 임의로 선정하여 제시한 이미지를 말한다.

(4) 이미지 요인수

각 연구마다 이미지 형용사들을 요인분석한 후의 이미지 요인수를 분석하였다.

(5) 요인별 이미지명

논문에서 요인분석한 후 명명된 이미지 용어와 연구자 추출이미지 용어를 분석하였다.

2. 의복이미지에 관한 기존연구 분석

의복을 통해 전달되는 느낌들은 의복 이미지를 형성하며, 의복에 대한 평가들은 의복 이미지를 형성하는 요인들이 된다.

의복이미지란 의복이 전달해주는 전체적인 느낌으로, 의복의 형태, 색, 재질 등에 따라 전달되는 이미지가 달리 표현되며 사회의 문화적 규범이나 개인의 특성에 따라 의복인지도와 선호하는 의복 특성이 다양하게 나타날 수 있으며, 사람들이 어떤 의복을 접하였을 때 나타나는 반응, 즉 느낌은 의복에서 표현되는 시각적 이미지에 영향을 받게 된다¹⁾. 의복 이미지는 평가용어로 측정될 수 있는데, 의복 스타일을 분류하는 한 기준이 될 수 있으며, 의류 제품 포지셔닝 맵 구성시의 축으로도 가장 빈번히 사용되고 있는 의복 속성이다²⁾.

선호하는 의복이미지는 개인의 심리적 특성과 관련이 있고³⁾, 의복추구이미지는 의복을 착용한 외모를 통해서 전달하고자 하는 느낌을 뜻하는 것으로 본인의 취향과 의도가 담겨 있다⁴⁾. 의복추구이미지란 의복을 통해 보완하거나 강조하고 싶은 자기이미지로, 주로 상황과 관련된다⁵⁾.

기존의 연구에서 사용된 의복이미지들을 살펴보면 다음과 같다.

김영인⁶⁾은 남자대학생의 패션추구이미지를 알아보기 위해 23쌍의 형용사로 구성된 의미미분척도를 사용하여, 유행감각, 젊음, 품위, 매력의 4개 요인으로 분류하였다.

김은애, 이명희⁷⁾는 여자대학생의 의복이미지 선호도를 알아보기 위해 36쌍의 형용사로 구성된 의미미분척도를 사용하여, 진보적-보수적 이미지, 캐주얼한-포말한 이미지, 소박한-화려한 이미지, 남성적-여성적 이미지의 4개 요인으로 분류하였다.

정인희, 이은영⁸⁾은 의복 이미지 구성요인을 밝히기 위해 20-30대 여성에게 의복자극사진을 제시한 후, 62개 의복 평가용어를 사용하여, 품위, 현대성,

존스러움, 활동성, 드레시함, 젊음의 6개 요인으로 분류하였다. 정인희, 이은영⁹⁾의 또 다른 연구에서는 의복이미지 계층구조를 밝히기 위해 20-30대 여성에게 의복자극사진을 제시한 후, 53개의 의복 평가용어를 사용하여, 우아한 이미지, 도회적 이미지, 전원적 이미지, 낭만적 이미지, 장식적 이미지, 여성적 이미지, 성숙한 이미지, 남성적 이미지, 활동적 이미지, 수수한 이미지, 단순한 이미지의 11개 군집으로 분류하였다.

홍병숙, 정미경¹⁰⁾은 여성 수트의 이미지 구성 요인을 밝히기 위하여 의류학과 여대생을 대상으로 6장의 슬라이드 사진을 제시한 후, 69개의 형용사를 사용하여, 매력성, 독특성, 품위성, 여성성, 젊음성, 편안성의 6개 요인으로 분류하였다.

이명희¹¹⁾는 의복이미지 선호도를 밝히기 위해 한국과 미국의 남녀대학생을 대상으로 27쌍의 형용사로 구성된 의미미분척도를 사용하여 화려한-소박한 이미지, 여성적-남성적 이미지, 캐주얼한-포말한 이미지, 고전적-현대적 이미지의 4개 요인으로 분류하였다.

박소향, 김인숙¹²⁾은 남자 대학생에 의한 여성복 이미지 평가의 구성요인을 밝히기 위해 의복자극사진을 제시한 후, 76개의 형용사를 사용하여, 현대성, 품위, 활동성, 독특성, 남성성의 5개 요인으로 분류하였다.

이경희¹³⁾는 한국적 의복이미지의 구성요인을 분석하기 위해 한국과 미국의 의류전공 대학생을 대상으로 32개의 의복자극물 슬라이드를 제시한 후, 의미미분척도로 조사한 23쌍의 형용사 중 22쌍의 형용사를 요인분석하여 우아성, 단순성, 단정성, 여성성, 여유성의 5개 요인으로 분류하였다.

김유진, 이경희¹⁴⁾는 상반되는 의복이미지의 구성요인을 밝히기 위해 의류학과 대학생을 대상으로 의복 자극물 슬라이드를 제시한 후, 29쌍의 형용사로 구성된 의미미분척도를 사용하여, 매력성, 캐주얼성, 무난성, 현대성의 4개 요인으로 분류하였다.

이명희, 유경숙¹⁵⁾은 의복이미지 선호의 차원을 조사하기 위하여 10-40대의 남녀를 대상으로 18쌍의 형용사로 구성된 의미미분척도를 사용하여, 독특한 이미지, 고귀한 이미지, 밝은 이미지, 발랄한 이미지의 4개 요인으로 분류하였다. 여자는 독특한 이미지,

고귀한 이미지, 발랄한 이미지를 더 선호하나 남자는 여자에 비해 평범하고 서민적이며 점잖은 의복이미지를 선호하는 것으로 나타났다.

김일분, 유태순¹⁶⁾은 의복의 대표적인 이미지를 추출하기 위해 의류전공 여대생을 대상으로 의복 자극물 슬라이드를 제시한 후, 20쌍의 형용사를 5점 리커트 척도로 측정된 데이터를 사용하여, 유행성 이미지, 품위성 이미지, 활동성 이미지, 단순성 이미지의 4개 요인으로 분류하였다.

황진숙, 나영주¹⁷⁾는 남자 대학생의 의복이미지 선호요인을 밝히기 위해 18쌍의 형용사로 구성된 의미분척도를 사용하여, 강한-약한, 부드러운-딱딱한, 젊어보이는-성숙한, 남성적인-여성적인, 고귀한-서민적인의 5개 요인으로 분류하였다.

김영인 외¹⁸⁾는 20대 후반 여성의 정장 의복 이미지 차원을 밝히기 위해 20개의 형용사를 사용하여, 지적 이미지, 색시한 이미지, 발랄한 이미지, 낭만적 이미지의 4개 요인으로 분류하였다.

김희정, 이경희¹⁹⁾는 동양적 복식 이미지의 구성요인을 밝히기 위해 의류학전공 학생들을 대상으로 한국·중국·일본 각 25점씩 75점의 자극물 슬라이드를 제시한 후, 26쌍의 형용사로 구성된 의미분척도를 사용하여, 현시성, 매력성, 색시함, 활동성, 중량감, 고전성, 성숙성의 7개 요인으로 분류하였다.

문미아, 박혜선²⁰⁾은 남자 중·고등학생의 상황에 따른 의복추구이미지 유형을 밝히기 위해 3가지 상황에 대한 의복추구이미지 요인을 분석하여, 장식적인, 간편한, 색시한, 어려보이는, 단정한, 세련된, 독특한, 격식을 차린 등 상황에 따라 다른 의복이미지를 분류하였다.

정인희²¹⁾는 여자대학생들의 의복 추구 이미지를 조사하기 위해 선정한 16개의 용어를 리커트 척도를 사용하여, 귀여운 이미지, 지적인 이미지, 발랄한 이미지, 깔끔한 이미지, 성숙한 이미지, 스포티한 이미지, 색시한 이미지의 7개 요인으로 분류하였다. 여자 대학생들이 가장 추구한 의복 이미지는 깔끔한 이미지, 자연스러운 이미지, 세련된 이미지인 것으로 나타났다.

류숙희, 김보연²²⁾은 20대 이상의 성인여성을 대상으로 클래식, 캐주얼, 엘레강스, 드라마틱, 로맨틱, 메

니쉬의 6가지 의복스타일의 자극물을 제시한 후, 의복이미지 평가를 밝히기 위해 19쌍의 형용사로 구성된 의미분척도를 사용하여 대담성, 활동성, 매력성, 평가성의 4개 요인으로 분류하였다. 류숙희, 김보연²³⁾의 또 다른 연구에서는 15쌍의 형용사를 사용하여 대담성, 활동성, 매력성, 성숙성의 4개 요인으로 분류하였다.

박정혜, 이선재²⁴⁾는 만18-40세의 여성을 대상으로 정장과 캐주얼 착용시 추구의복이미지를 밝히기 위해 23개 문항을 5점 리커트 척도로 측정하여 발랄한, 지적인, 색시한, 낭만적, 단정한의 5개 요인으로 구성하였다.

이숙희, 임숙자²⁵⁾는 의복이미지의 구성요인을 밝히기 위해 30-40대 중상층 여성을 대상으로 25쌍의 의미분척도를 사용하여 대담성/개성 요인, 품위/여성성 요인, 발랄함/젊음 요인, 활동성/실용성 요인의 4개 요인으로 분류한 후, 43개의 자극물을 4개의 요인에 의해 군집분석한 결과 활동적, 대담한, 발랄한, 우아한, 드레시, 페미닌 의 6개 군집으로 분류하였다.

하오선, 신혜원²⁶⁾은 여자 아바타의 의복이미지를 구성하는 요인을 알아보기 위해 여자 중·고·대학생을 대상으로 아바타 자극물을 제시한 후 44개의 형용사를 5점 리커트 척도를 사용하여, 귀여운, 성숙한, 화려한, 색시한, 촌스러운, 중성적인, 특이한의 7개 요인으로 분류하였는데, 아바타 이용자들은 아바타를 통해 일반적으로 수용되는 의복이미지를 나타내기도 하지만, 현실에서는 수용되기에 무리가 있거나 불가능한 의복이미지를 추구하고 있는 것으로 나타났다.

이상의 의복이미지에 대한 연구들을 앞에서 제시한 분석 방법에 따라 학회지명, 이미지 측정 방법, 이미지 요인 수, 요인별 이미지명을 분석한 내용을 정리하면 다음의 <표 1>과 같다.

이상의 기존의 의복이미지 연구를 분석한 내용의 결과를 살펴보면 다음과 같다(표 2).

의복이미지에 대한 연구 학회지의 게재분포를 보면 한국의류학회지의 논문이 61.9%, 복식 논문이 23.8%, 복식문화연구 논문이 9.5%, 대한가정학회지 논문이 4.8%로 대다수의 논문이 한국의류학회지에

<표 1> 기존 의복이미지 연구의 분석

발행년도	1992	1992	1992	1993	1993	1993
연구자	김영인	김은애, 이명희	정인희, 이은영	정인희, 이은영	홍병숙, 정미경	이명희
학회지명	한국의류학회지	복식	한국의류학회지	한국의류학회지	복식	한국의류학회지
측정 내용	남자대학생의 패션추구이미지	의복이미지 선호	의복이미지 구성요인	의복이미지 계층구조	여성슈트의 이미지구성요인	의복이미지 선호도
측정 대상자	남자대학생	여대생	20대중반-30대중반여성	20대중반-30대중반여성	의류학과 여대생	한국과 미국의 남녀대학생
이미지 측정 방법	23쌍의 형용사	36쌍의 형용사	62개의 단일형용사	53개의 단일형용사	69개의 단일형용사	27쌍의 형용사
	기존연구 추출이미지	기존연구 추출이미지	기존연구 추출이미지	기존연구 추출이미지	기존연구 추출이미지	기존연구 추출이미지
요인 수	4개의 요인	4개의 요인	6개의 요인	11개의 군집	6개의 요인	4개의 요인
요인별 이미지명	유행감각 젊음 품위 매력	진보적-보수적 캐주얼한-포말한 소박한-화려한 남성적-여성적	품위 현대성 촌스러움 활동성 드레시함 젊음	우아한 도회적 전원적 낭만적 장식적 여성적 성숙한 남성적 활동적 수수한 단순한	매력성 독특성 품위성 여성성 젊음성 편안성	화려한-소박한 여성적-남성적 캐주얼한-포말한 고전적-현대적
발행년도	1994	1997	1997	1998	1999	
연구자	박소향, 김인숙	이경희	김유진, 이경희	이명희, 유경숙	김일분, 유태순	
학회지명	한국의류학회지	한국의류학회지	한국의류학회지	대한가정학회지	복식	
측정 내용	남자대학생에 의한 여성복이미지의 평가요인	한국적 의복이미지	상반되는 의복이미지의 구성요인	의복이미지선호	의복의 대표적 이미지 추출	
측정 대상자	남자대학생	한국과 미국의 의류전공 대학생	의류학과 대학생	10-40대의 남녀	의상, 의류 전공 여대생	
이미지 측정 방법	76개의 단일형용사	23쌍의 형용사	29쌍의 형용사	18쌍의 형용사	20쌍의 형용사	
	기존연구 추출이미지	기존연구 추출이미지	기존연구 추출이미지	기존연구 추출이미지	기존연구 추출이미지	
요인 수	5개의 요인	5개의 요인	4개의 요인	4개의 요인	4개의 요인	
요인별 이미지명	현대성 품위 활동성 독특성 남성성	우아성 단순성 단정성 여성성 여유성	매력성 캐주얼성 무난성 현대성	독특한 고귀한 밝은 발랄한	유행성 품위성 활동성 단순성	

발행년도	1999	2000	2000	2000	2001
연구자	황진숙, 나영주	김영인, 고애란, 홍희숙	김희정, 이경희	문미아, 박혜선	정인희
학회지명	복식	한국의류학회지	한국의류학회지	한국의류학회지	복식문화연구
측정 내용	남자대학생의 의복이미지 선호요인	20대 후반 여성의 정장의복이미지	동양적 복식이미지의미구조	상황에 따른 의복추구이미지 유형	여자대학생들의 의복추구이미지
측정 대상자	남자대학생	25세이상 30세미만의 20대 후반여성	의류학전공 대학생, 대학원생	남자 중, 고등학생	여자대학생
이미지 측정 방법	18쌍의 형용사	20개의 단일형용사	26쌍의 형용사	24개의 단일형용사	16개의 단일형용사
	기존연구 추출이미지	기존연구 추출이미지	기존연구 추출이미지	기존연구 추출이미지	기존연구 추출이미지
요인 수	5개의 요인	4개의 요인	7개의 요인	8개의 요인	7개의 요인
요인별 이미지명	강한-약한 부드러운-딱딱한 넓어보이는-성숙한 남성적인-여성적인 고귀한-서민적인	지적 색시한 발랄한 낭만적	현시성 매력성 섹시함 활동성 중량감 고전성 성숙성	장식적인 간편한 섹시한 어려보이는 단정한 세련된 독특한 격식을차린	귀여운 지적인 발랄한 깔끔한 성숙한 스포티한 섹시한
발행년도	2001	2002	2002	2003	2003
연구자	류숙희, 김보연	류숙희, 김보연	박정혜, 이선재	이숙희, 임숙자	하오선, 신혜원
학회지명	복식문화연구	한국의류학회지	복식	한국의류학회지	한국의류학회지
측정 내용	의복이미지 평가요인	의복이미지 평가요인	정장, 캐주얼착용시 추구의복이미지	의복이미지 구성요인	아바타의 의복이미지
측정 대상자	20대 이상의 성인여성	20대 이상의 성인여성	만18-40세 여성	30-40대 중상층 여성	여자 중, 고, 대학생
이미지 측정 방법	19쌍의 형용사	15쌍의 형용사	23개의 단일형용사	25개의 단일형용사	44개의 단일형용사
	기존연구 추출이미지	기존연구 추출이미지	기존연구 추출이미지	기존연구 추출이미지	기존연구 추출이미지
요인 수	4개의 요인	4개의 요인	5개의 요인	6개의 군집	7개의 요인
요인별 이미지명	대담성 활동성 매력성 평가성	대담성 활동성 매력성 성숙성	발랄한 지적인 섹시한 낭만적 단정한	활동적 대담한 발랄한 우아한 드레시 페미닌	귀여운 성숙한 화려한 섹시한 흔스러운 중성적인 특이한

<표 2> 의복이미지를 분류한 기존연구 측정요인 분석

		측정 요인	빈도	백분율
학회지별 계재편수		한국의류학회지	13	61.9 %
		복식	5	23.8 %
		복식문화연구	2	9.5 %
		대한가정학회지	1	4.8 %
이미지 측정 방법	제시 방법	형용사쌍 측정방법	11	52.4 %
		단일형용사 측정방법	10	47.6 %
	추출 방법	연구자임의추출이미지 제시방법	0	0 %
		기존연구추출이미지 제시방법	21	100 %
이미지 요인수		4	10	47.6 %
		5	4	17.0 %
		6	2	9.5 %
		7	3	14.3 %
		8	1	4.8 %
		11	1	4.8 %

수록되어 있었다.

이미지 측정방법은 형용사쌍으로 측정된 연구가 52.4%, 단일형용사로 측정된 연구가 47.6%로 비슷한 비율을 나타내고 있으며, 모든 연구가 기존연구추출이미지 추출방법으로 이루어져 있고 연구자 임의 추출 이미지 추출방법은 나타나지 않았다.

이미지 요인수는 4개의 요인으로 분류한 연구가 47.6%로 절반에 가까운 비율을 차지하고 있었고, 그 다음은 5개의 요인이 17%로, 한 요인 안에 많은 수의 이미지 용어들이 묶이는 것을 알 수 있다. '품위'의 요인 안에 예쁘다, 날씬해보인다와 같은 이미지 용어들이 묶이는 경우도 있고²⁷⁾, '젊음성'의 요인 안에 시원해보인다의 이미지 용어가 포함되며²⁸⁾, '현대성'의 요인 안에 상큼하다, 몸에잘맞는다는의 이미지

<표 3> 의복이미지 용어들의 빈도

의복이미지 용어	용어 사용 빈도 (백분율)*
품위** / 지적인 / 우아한 / 고귀한 / 고귀한-서민적인	13 (61.9 %)
발랄한** / 젊음 / 젊어보이는-성숙한 / 귀여운 / 어러보이는	12 (57.1 %)
활동성** / 편안성 / 간편한	10 (47.6 %)
독특한** / 특이한 / 대담성 / 강한-약한	9 (42.9 %)
현대성** / 유행성 / 진보적-보수적 / 도회적 / 세련된	8 (38.1 %)
매력성**	6 (28.6 %)
여성적** / 여성적-남성적 / 페미닌	6 (28.6 %)
섹시한**	6 (28.6 %)
성숙한** / 평가성	6 (28.6 %)
화려한 / 화려한-소박한 / 장식적인	5 (23.9 %)
남성적 / 남성적인-여성적인 / 스포티한 / 중성적인	5 (23.9 %)
낭만적 / 드레시함	5 (23.9 %)
단정한 / 격식을 차린 / 깔끔한	5 (23.9 %)
단순성 / 무난성	4 (19.1 %)
캐주얼성 / 캐주얼한-포말한	3 (14.3 %)
고전성 / 전원적	3 (14.3 %)
흔스러운	2 (9.5 %)
밝은 / 부드러운-딱딱한	2 (9.5 %)
수수한	1 (4.8 %)
여유성	1 (4.8 %)
중량감	1 (4.8 %)
현시성	1 (4.8 %)
용어 수 : 114	분석한 논문 수 : 21

* 백분율은 분석한 논문 21편 중 용어가 사용된 논문의 백분율을 의미함

** 빈도가 가장 높은 대표 이미지를 나타냄

용어가, '활동성'의 요인 안에 청순하다는 이미지 용어가 포함되기도 한다²⁹⁾. 이렇듯, 상관이 없는 의복 이미지들이 한 요인으로 묶여서 명명한 요인의 이름이 요인 속에 포함되는 세부용어들 전체를 설명하지 못하며, 세부용어들이 다른 의미를 가지고 있는 경우도 있다. 또한 용어와 사람들이 생각하는 의복이미지가 일치하지 않는 문제점도 가지고 있다.

기존 연구에 나타난 의복이미지 용어들과 그 빈도들은 따로 분석하였다(표 3), (그림 1).

기존의 연구들에 사용된 이미지 용어들을 보면 용어의 선택이 통일되지 못하여, 같은 의복이미지 요인을 설명하면서 연구마다 비슷한 의미의 다른 용어들을 사용하고 있었다. 따라서 본 연구에서는 총 114개의 의복이미지의 용어들 중 같은 하위이미지를 가진 용어들을 묶어서 구성요인들을 중심으로 살펴본 결과, 24개의 의복이미지 용어로 분류할 수 있었다. 24개의 의복이미지 용어들 중 빈도 6 이상의 이미지들은 품위, 발랄한, 활동성, 독특한, 현대성, 매력성, 여성적, 색시한, 성숙한으로 빈번히 사용되는 대표적인 의복이미지 요인이라고 할 수 있다. 그 중 품위의 의복이미지 요인은 분석에 포함된 연구 중 61.9%에서 명명되었으며, 발랄한의 의복이미지 요인은 57.1%, 활동성의 의복이미지 요인은 47.6%, 독특한의 의복이미지 요인은 42.9%, 현대성은 38.1%, 매력성과 여성적, 색시한, 성숙한의 의복이미지는 28.6%의 연구에서 의복이미지 요인으로 명명되었다.

3. 화장이미지에 관한 기존연구 분석

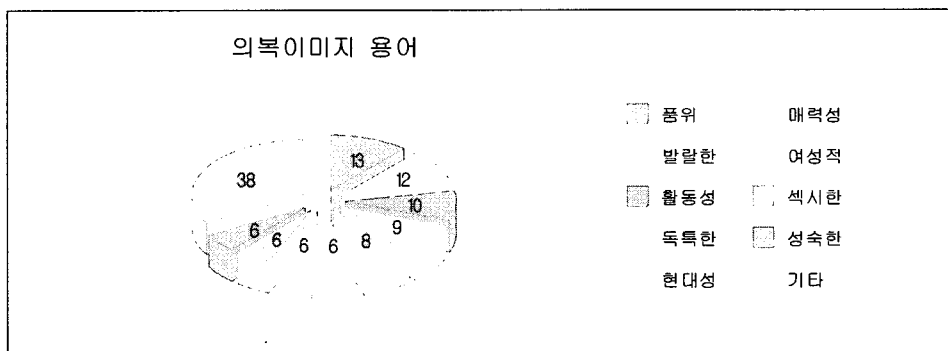
화장은 결점을 커버하고 피부를 보호하는 수단으로 이용되며, 또한 자신의 이미지를 표현하는 수단이기도 하다. 화장을 의복과 어울리게 하면 전체적으로 잘 조화된 하나의 이미지가 생성된다³⁰⁾.

화장은 비언어 의사전달 수단의 하나로, 그 사람을 상대방에게 전달하는 도구가 된다. 화장을 하는 것은 이러한 의사전달을 원활하게 그리고 효과적으로 행하기 위한 하나의 수단이라고 볼 수 있다. 따라서 화장은 자신을 보다 자기답게 나타내주는 얼굴을 중심으로 행해지는 인상관리방법, 의도적인 표출법이라고 할 수 있다³¹⁾. 따라서 화장이미지란 여러 가지 화장품과 도구를 이용하여 자신이 화장을 하였을 때 느끼는, 화장으로 인해 변화된 이미지를 말한다³²⁾.

기존의 연구에서 사용된 화장이미지들을 살펴보면 다음과 같다.

김수진, 한명숙³³⁾은 패션이미지 중에서 메이크업 이미지와 연결되는 대표적인 이미지를 연구자의 연구자 추출이미지로 명시하였는데, 낭만적 이미지, 자연적 이미지, 전통적 이미지, 민속풍 이미지로 분류하여 화장법을 제시하였다.

신은영 외³⁴⁾는 75색의 자극물을 선정한 후 47가지의 어휘를, 관련분야 대학원생과 화장품업계 종사 여성을 대상으로, 7점 리커트 척도를 통하여 립스틱과 아이셰도우의 이미지로 나누어 각각 요인분석 하였



<그림 1> 의복이미지 최빈 사용 용어들

<표 4> 기존 화장이미지 연구의 분석

발행년도	1998	1999	2000	2000	
연구자	김수진, 한명숙	신은영, 이진숙, 송경식, 김종일	김희숙	이성옥, 신지현	
학회지명	복식문화연구	한국색채학회동계학술대회	복식	한국미용학회지	
측정 내용	패션이미지 중 메이크업 이미지와 연결되는 이미지	립스틱과 아이섀도우의 이미지 추출	이미지 연출에 따른 한국적 화장기법	패션의 트렌드 분류	
측정 대상자		관련분야 대학원생, 화장품업계 종사 여성			
측정 자극물 유무	자극물 무	75색의 자극물 선정	요인별로 자극물 제시	요인별로 자극물 제시	
이미지 측정 방법	단일형용사 연구자임의추출이미지	47개의 단일형용사 기존연구추출이미지	단일형용사 연구자임의추출이미지	단일형용사 연구자임의추출이미지	
요인 수	4개의 요인	6개의 요인	5개의 요인	8개의 요인	
요인별 이미지명	낭만적 자연적 전통적 민속풍	젊은/ 캐주얼한 강렬한/ 도발적인 귀족적인/ 품위있는 신비한 상냥한/ 귀여운 시원한/ 도회적인	한국적 한복, 양장에 조화되는 중성적 내추럴리즘 소피스트케이트	엘레강스 액티브 엑조틱 모던 소피스티게이트드 컨츄리 매니쉬 로맨틱	
발행년도	2001	2001	2002*		2002
연구자	한명숙, 선정희	홍성순, 오은정	이연희, 양취경		이화순, 황춘섭
학회지명	한국미용학회지	대한가정학회지	한국의류학회지		복식
측정 내용	웨딩메이크업 이미지 규명	색조화장시 추구하고자 하는 이미지	색채화장 이미지 지각 요인	테마별 트렌드에 의한 화장색채 4, 한국인이 선호하는 화장색 1	화장이미지
측정 대상자	20대 이상의 성인여성	만 19세-50대의 여성	20대-50대 남녀		만 16세-만 59세 여성
측정 자극물 유무	9장의 사진 자극물 제시	자극물 무	6장의 사진 자극물 제시 (연구자추출이미지)		자극물 무
이미지 측정 방법	26쌍의 형용사 기존연구 추출이미지	단일형용사 기존연구 추출이미지	34쌍의 형용사 기존연구 추출이미지	단일형용사 연구자 임의추출이미지	50쌍의 형용사 기존연구 추출이미지
요인 수	4개의 요인	5개의 요인	5개의 요인	6개의 요인	4개의 요인
요인별 이미지명	우아한 현대적 귀여운 화려한	지적이고 세련된 청순하고 깨끗한 우아하고 품위있는 색시한 단정한	매력성 정숙성 온화함 독특성 젊음	내추럴 로맨틱 고저스 업투데이트 클래식 베이직	세련성 품위성 호의성 개성

* 요인분석 후 나온 요인파, 연구자 임의추출 이미지를 별개의 이미지로 분류하여 분석에 사용

는데, 립스틱은 짧은·캐주얼한, 강렬한·도발적인, 귀족적인·품위있는, 신비한의 4개 요인으로 분류하였고, 아이셰도우는 상냥한·귀여운, 강렬한·도발적인, 시원한·도회적인, 귀족적인·품위있는의 4개 요인으로 분류하였다.

김희숙³⁵⁾은 이미지 연출에 따른 한국적 화장기법을 연구하기 위해 한국적 이미지, 한복·양장에 조화되는 이미지, 중성적 이미지, 내츨릴리즘 이미지, 소피스트케이트 이미지의 화장스타일과 헤어스타일을 사진으로 제시하였다.

이성옥, 신지현³⁶⁾은 패션의 트렌드를 연구자의 연구자 추출이미지로 분류하였는데, 엘레강스, 액티브, 엑조틱, 모던, 소피스티게이티드, 컨츄리, 매니쉬, 로맨틱의 8개의 이미지로 분류하여 메이크업과 패션스타일을 제시하였다.

한명숙, 선정희³⁷⁾는 웨딩메이크업이미지를 규명하기 위하여 20대 이상의 성인여성을 대상으로, 강약, 포인트, 색상계열을 달리한 9개의 사진 자극물을 제시한 후 26쌍의 형용사로 구성된 의미미분척도에 의한 7점 리커트 척도로 측정하여, 우아한 이미지, 현대적 이미지, 귀여운 이미지, 화려한 이미지의 4개 요인으로 분류하였다.

홍성순, 오은정³⁸⁾은 성인 여성들을 대상으로 색조 화장시 추구하고자 하는 이미지를 알아보기 위해 연구자의 연구자 추출이미지를 분류하였는데, 지적이고 세련된 이미지, 청순하고 깨끗한 이미지, 우아하고 품위있는 이미지, 섹시한 이미지, 단정한 이미지의 5개 요인을 제시하였다.

이연희, 양취경³⁹⁾은 내츨릴, 로맨틱, 고저스, 업 투데이트, 클래식, 베이직의 6가지 화장의 이미지 경향을 제시하고, 20-50대의 남녀를 대상으로 34쌍의 형용사로 구성된 의미미분척도를 사용하여, 매력성, 정숙성, 온화함, 독특성, 젊음의 5개 요인으로 이미지를 분류하였다.

이화순, 황춘섭⁴⁰⁾은 화장이미지를 측정하기 위하여 만16-59세의 여성을 대상으로 50쌍의 형용사로 구성된 의미미분 척도를 사용하여, 세련성, 품위성, 호의성, 개성의 4개 요인으로 이미지를 분류하였다.

이상의 화장이미지에 대한 연구들을 앞에서 제시한 분석 방법에 따라 학회지명, 측정 자극물 유무, 이

미지 측정 방법, 이미지 요인 수, 요인별 이미지명을 분석한 내용을 정리하면 다음의 <표 4>와 같다.

이상의 기존의 화장이미지 연구를 분석한 내용의 결과를 요약해 보면 다음과 같다(표 5).

화장이미지에 대한 연구 학회지의 게재분포를 보면 복식과 한국미용학회지의 논문이 각 25%, 한국의 류학회지, 복식문화연구, 대한가정학회지, 한국색채학회지의 논문이 각 12.5%로, 다양한 학회지에 골고루 분포되어 있었다.

이는 다양한 분야에서 미용에 대한 관심이 높아지고 있는 것으로 해석할 수 있을 것이다.

화장이미지의 경우 66.7%의 연구에서 측정자극물을 제시하고 있었는데, 자극물은 느낌을 평가하기 위하여도 사용되지만, 연구자가 임의로 추출한 이미지를 제시하기 위하여도 사용되고 있다. 연구자 추출이미지와 화장방법·사진의 제시는 이미지 추출의 객관성을 설명하기 어렵다는 문제점을 가지고 있다. 즉, 자극물의 이미지가 표현하고자 하는 화장이미지를 대표할 수 없거나, 화장이 아닌 의복과 헤어 등이 같이 제시되어 있을 경우, 피험자들이 이미지를 평가하는데 있어 오류를 범할 수 있기 때문이다. 그러나 이미지 용어만 제시했을 경우 피험자들이 이미지에 대해 이해를 하지 못하는 경우가 있는데, 자극물을 제시함으로써 이미지 용어에 대한 이해를 도울 수 있기 때문에 자극물이 사용되고 있다.

이미지 측정방법을 보면 반대 개념의 형용사쌍에 의한 의미미분척도의 사용보다 양극화되지 않은 개별적인 평가 용어를 더 많이 사용하고 있다. 특이한 점은 44.4%의 연구에서 연구자 임의추출 이미지를 제시하고 있다는 점이다. 이것은 아직 화장이미지에 관한 연구가 활발하게 이루어지지 않았기 때문이라 할 수 있다. 즉, 이전에 제시되었던 이미지가 많지 않기 때문에 연구자 본인이 이미지를 제시하는 경우가 많은 것으로 해석된다.

이미지 요인수는 4개와 5개의 요인으로 분류한 연구가 각각 33.3%로 의복이미지와 마찬가지로 한 요인 안에 많은 수의 이미지 용어들이 묶이는 것을 알 수 있다. '짧은·캐주얼한'의 요인 안에 여성스러운, 상냥함과 같은 이미지 용어들이 묶이는 경우도 있고⁴¹⁾, '개성'의 요인 안에 생기있는, 발랄한의 이미지

<표 5> 화장이미지를 분류한 기존연구 측정요인 분석

		측정 요인	빈도	백분율
학회지별 게재편수		한국의류학회지	1	12.5 %
		복식	2	25.0 %
		복식문화연구	1	12.5 %
		대한가정학회지	1	12.5 %
		한국색채학회지	1	12.5 %
		한국미용학회지	2	25.0 %
측정 자극물 유무		있음	6	66.7 %
		없음	3	33.3 %
이미지 측정방법	제시 방법	형용사쌍 측정방법	3	33.3 %
		단일형용사 측정방법	6	66.7 %
	추출 방법	연구자임의추출이미지	4	44.4 %
		제시방법		
		기존연구추출이미지	5	55.6 %
이미지 요인수		4	3	33.3 %
		5	3	33.3 %
		6	2	22.2 %
		8	1	11.1 %

용어가 포함되기도 한다⁴²⁾. 이렇듯, 상관이 없는 화장이미지들이 한 요인으로 묶여서 명명한 요인의 이미지명이 그 이미지에 포함된 하위이미지들을 대표하지 못하여, 하위이미지들과는 다른 이미지를 나타내는 문제점을 가지고 있다.

기존 연구에 나타난 화장이미지 용어들과 그 빈도들은 따로 분석하였다(표 6), (그림 2).

이상의 연구들을 보면, 의복이미지에서와 마찬가지로 용어의 선택이 통일되지 못하여, 같은 화장이미지 요인을 설명하면서 연구마다 비슷한 의미의 다른 용어를 사용하고 있다. 따라서 본 연구에서는 총 47개의 화장이미지의 용어들 중 비슷한 의미로 명명된 용어들을 묶기 위하여 구성요인들을 중심으로 살펴본 결과, 22개의 화장이미지 용어로 분류할 수 있었다. 22개의 화장이미지 용어들 중 빈도 3 이상의 이미지들은 엘레강스, 소피스트케이트, 로맨틱, 내추럴, 모던, 젊음으로 대표적인 화장이미지 요인이라고 할

<표 6> 화장이미지 용어들의 빈도

이미지 용어	용어 사용 빈도 (백분율)*
엘레강스(Elegance)** / 우아한 / 품위성 / 귀족적인, 품위있는 / 우아하고 품위있는	5 (62.5 %)
소피스트케이트** / 소피스티게이트드(Sophisticated) / 지적이고 세련된 / 세련성 / 시원한, 도회적인	5 (62.5 %)
로맨틱(Romantic)** / 낭만적	3 (37.5 %)
내추럴(Natural)** / 자연적	3 (37.5 %)
모던** / 현대적 / 업 투 데이트(Up to Date)	3 (37.5 %)
젊음** / 젊은, 캐주얼한 / 액티브(Active)	3 (37.5 %)
클래식(Classic) / 전통적	2 (25.0 %)
섹시한 / 강렬한, 도발적인	2 (25.0 %)
귀여운 / 상냥한, 귀여운	2 (25.0 %)
독특성 / 개성 /	2 (25.0 %)
중성적 / 매니쉬(Mannish)	2 (25.0 %)
단정한 / 정숙성	2 (25.0 %)
화려한 / 고저스(Gorgeous)	2 (25.0 %)
민속풍(Ethnic) / 엑조틱(Exotic)	2 (25.0 %)
매력성 / 호의성	2 (25.0 %)
청순하고 깨끗한	1 (12.5 %)
베이직(Basic)	1 (12.5 %)
신비한	1 (12.5 %)
온화함	1 (12.5 %)
컨츄리(Country)	1 (12.5 %)
한국적	1 (12.5 %)
한복, 양장에 조화되는	1 (12.5 %)
용어 수 : 47	분석한 논문 수 : 8

* 백분율은 분석한 논문 21편 중 용어가 사용된 논문의 백분율을 의미함

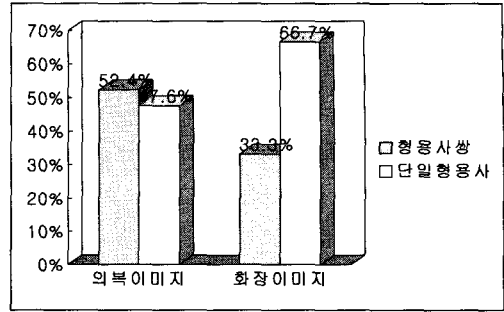
** 빈도가 가장 높은 대표 이미지를 나타냄

수 있다. 그 중 엘레강스와 소피스트케이트의 화장이미지 요인은 분석에 포함된 연구 중 62.5%에서 명명되었으며, 로맨틱, 내추럴, 모던, 젊음의 화장이미지는 37.5%의 연구에서 화장이미지 요인으로 명명되었다.

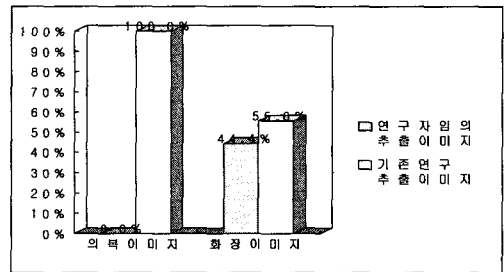
Ⅲ. 의복이미지와 화장이미지 분석 비교

의복이미지와 화장이미지의 연구를 비교 분석하기 위하여 측정자극물 유무, 이미지 측정방법, 이미지 요인수를 각각 비교하여 보았다. 그 결과는 <표 7>, <그림 3>, <그림 4>, <그림 5>와 같다.

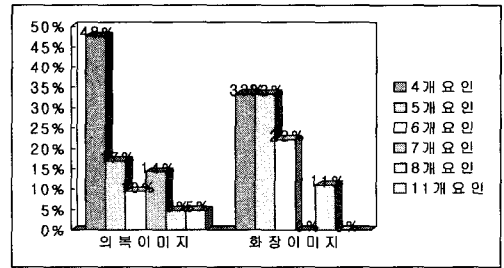
이미지 측정방법을 비교해보면 의복이미지에서 경우 반대개념의 형용사쌍에 의한 의미미분척도의 사용과 양극화되지 않은 개별적인 평가용어의 사용이 비슷하게 이루어지고 있다. 화장이미지에서 특이한 점은 의복이미지에서는 나타나지 않았던 연구자가 임의로 제시하는 이미지가 44.4%나 사용되고 있다는 것이다. 이것은 화장이미지에 대한 연구가 아직 활발히 이루어지지 않아, 기존의 연구에서 화장이미지를 추출할 수 없기 때문이라 할 수 있다. 연구자 임의추출 이미지에 의한 자극물 제시와 이미지 추출은 객관성을 설명하기 어렵다는 문제점을 가지고 있어, 객관적인 근거를 제시할 수 있는 연구방법이 필요하다 하겠다.



<그림 2> 이미지 측정방법 (제시방법)



<그림 3> 이미지 측정방법 (추출방법)



<그림 4> 이미지 요인수

<표 7> 의복이미지와 화장이미지의 분석 비교

		측정 요인	의복이미지 백분율 (빈도)	화장이미지 백분율 (빈도)
이미지 측정방법	제시방법	형용사쌍 측정방법	52.4 % (11)	33.3 % (3)
		단일형용사 측정방법	47.6 % (10)	66.7 % (6)
	추출방법	연구자추출이미지 제시방법	0.0 % (0)	44.4 % (4)
		기존연구추출이미지 제시방법	100 % (21)	55.6 % (5)
이미지 요인수	4		47.6 % (10)	33.3 % (3)
	5		17.0 % (4)	33.3 % (3)
	6		9.5 % (2)	22.2 % (2)
	7		14.3 % (3)	0.0 % (0)
	8		4.8 % (1)	11.1 % (1)
	11		4.8 % (1)	0.0 % (0)

<표 8> 의복이미지와 화장이미지의 대표적 용어 비교

		의복이미지의 대표적 이미지 용어		화장이미지의 대표적 이미지 용어	
대표적 이미지 용어		품위(지적인/우아한) 발달한(젊음/귀여운) 활동성 독특한 현대성(도회적/세련된) 여성적 섹시한 성숙한		엘레강스 소피스트케이트(지적/세련된/도회적인) 로맨틱 내추럴 모던(현대적) 젊음(캐주얼한)	
하위이미지		품위	품위있는 지적인 우아한 고급스러운 클래식한 :	소피스트케이트	도회적인 세련된 지적인 멋있는 자신감있는 :
		발달한	발달한 귀여운 젊어보이는 어려보이는 밝은 :	모던	현대적인 세련된 차가운 :
		현대성	현대적인 도회적인 세련된 유행감각이있는 고급스러운 :	젊음	젊은 캐주얼한 활동적인 밝은 명랑한 :
용어의 개념	지적인	품위 / 우아한		소피스트케이트 / 세련된 / 도회적인	
	세련된/도회적	현대성		지적 / 소피스트케이트	
	현대성	도회적 / 세련된		모던	
	젊음	발달한/귀여운		캐주얼한	

이미지 요인수는 의복이미지와 화장이미지 모두 4-5개 요인으로 묶이는 경우가 많았으며, 한 요인 안에 많은 수의 이미지 용어들이 묶이는 것을 알 수 있었다. 이것은 대표적인 요인으로 명명된 이미지 요인의 이름이, 하위이미지용어들을 다 설명하지 못한다는 문제점이 있다.

의복이미지와 화장이미지의 대표적 이미지 용어들을 비교해보면(표 8), 같은 이미지를 나타내는 이미지 용어가 의복이미지와 화장이미지에서 서로 다른 용어로 사용하고 있는 문제점을 찾을 수 있다.

의복이미지의 '지적인'은 품위·우아함과 같은 이미지의 용어로, 화장이미지에서는 소피스트케이트·세련된·도회적인 이미지의 용어로 사용되고 있다. 또한 '세련된·도회적인'은 의복이미지에서 현대성의 이미지로 사용되는 등 같은 용어가 다른 이미지의 용어들과 묶이고 있었다. 이것은 의복이미지와 화장이미지 용어가 각각 다르게 사용되고 있기 때문이므로, 의복이미지와 화장이미지에 대한 이미지 용어의 표준화가 필요하다고 하겠다.

특히 화장이미지의 용어들을 살펴보면, 엘레강스,

소피스트케이트, 로맨틱, 내추럴, 모던 등 의복이미지 용어와 달리 외국어들이 그대로 사용되는 경우가 많은 것으로 나타났다. 이것은 화장이미지 용어가 표준화가 이루어지지 않았기 때문이라고 하겠다. 이것 역시 이미지 용어에 따라 이미지가 다르게 인지될 수 있는 문제점을 안고 있다.

IV. 결론

본 연구의 목적은 의복이미지와 화장이미지에 대한 기존연구들을 추출하여, 기존연구들을 분석하고, 의복이미지와 화장이미지 분석의 차이를 밝히는 것이었다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 의복이미지를 분류한 기존연구들을 분석한 결과, 의복이미지의 측정방법은 반대 개념의 형용사쌍에 의한 의미미분척도의 사용(52.4%)과 양극화되지 않은 개별적인 평가 용어의 사용(47.6%)이 비슷하게 이루어지고 있었다. 이미지 요인수는 4개의 요인으로 분류한 연구가 절반에 가까운 비율(47.6%)을 차지하고 있었고, 그 다음은 5개의 요인으로 분류한 연구(17.0%)로 한 요인에 많은 수의 하위이미지들이 묶이는 것을 알 수 있었다. 이것은 대표적인 요인으로 명명된 이미지 요인의 명이, 하위이미지들을 다 설명하지 못한다는 문제점을 가지고 있었다.

의복이미지 용어들을 보면, 용어의 선택이 통일되지 못하여 같은 의복이미지들에 대하여 연구마다 비슷한 의미의 다른 용어를 사용하고 있었다. 본 연구에서는 총 114개의 의복이미지의 용어들 중 같은 하위이미지를 가진 용어들을 묶어, 22개의 의복이미지 용어로 분류할 수 있었는데, 그 중 품위, 발랄한, 활동성, 독특한, 현대성, 매력성, 여성적, 세시한, 성숙한의 의복이미지가 대표적인 의복이미지 요인으로 나타났다.

2. 화장이미지를 분류한 기존 연구를 분석한 결과, 측정자극물을 제시한 연구(66.7%)가 제시하지 않은 연구(33.3%)보다 더 많았는데, 자극물은 이미지를 평가하기 위하여 사용되기도 하고 연구자 추출이미

지를 제시하기 위하여도 사용되었다. 이미지 측정방법은 반대개념의 형용사쌍에 의한 의미미분척도(33.3%)와 양극화되지 않은 개별적인 이미지 평가 용어(66.7%)를 사용하였다. 또한 44.4%의 연구에서 연구자들이 임의로 이미지를 선정하여 제시하고 있다는 점이 특이한 점이라 하겠다. 그러나 연구자 임의추출 이미지에서는 이미지 추출의 근거를 객관적으로 제시하지 못한다는 문제점이 있었다. 이미지 요인수는 4-5개의 요인으로 분류한 연구(66.6%)가 많아, 한 요인 안에 많은 수의 하위이미지들이 묶이는 것을 알 수 있었다.

화장이미지 용어들을 보면, 용어의 선택이 통일되지 못하여 같은 화장이미지들에 대하여 연구마다 비슷한 의미의 다른 용어를 사용하고 있었다. 이것은 의복이미지에서 보다 화장이미지의 연구에서 더욱 많이 나타나고 있는 문제점이었다. 본 연구에서는 총 47개의 화장이미지의 용어들 중 같은 하위이미지를 가진 용어들을 묶어, 22개의 화장이미지 용어로 분류할 수 있었는데, 그 중 엘레강스, 소피스트케이트, 로맨틱, 내추럴, 모던, 젊음의 화장이미지가 대표적인 화장이미지 요인으로 나타났다.

3. 의복이미지와 화장이미지의 분석을 비교한 결과, 화장이미지에서의 자극물 사용 비율이 좀 더 높았는데, 이것은 화장이미지의 경우 아직 피험자들이 화장이미지들을 객관적으로 인지하거나 인식하고 있지 못하기 때문이라고 할 수 있다. 측정방법 중 의복이미지에서는 나타나지 않았던 연구자가 임의로 추출한 이미지가 화장이미지 연구에서 절반이상의 비율로 사용되고 있었는데, 이것은 화장이미지를 추출할 수 있는 기존 연구가 많이 이루어지지 않았기 때문인 것으로 해석할 수 있다. 이미지 요인수는 의복이미지와 화장이미지 모두 4-5개 요인으로 묶이는 경우가 많은 것으로 나타났으며, 한 요인 안에 많은 수의 하위이미지들이 묶이는 것을 알 수 있었다.

이미지 용어를 비교해 보면, 의복이미지와 달리 화장이미지 용어에서는 외국어들이 그대로 사용되는 경우가 많은 것으로 나타났는데, 이것은 화장이미지에 대하여 추상적으로 추론하는 경우가 많기 때문으로 사료된다. 대표적 이미지 용어들을 비교해보면 같은 용어가 의복이미지와 화장이미지에서 다른 용어

로 사용되고 있었다. 그러나 의복과 화장은 이미지 연출에서 서로 보완관계에 있는 것으로 대부분 의복과 화장이 조화되기 위해선 같은 이미지를 연출하게 된다. 즉, 서로 다른 이미지의 용어를 사용할 경우 마케팅 전략이 상호보완이 되지 않을 것이다. 따라서 의복이미지와 화장이미지에 대한 이미지 용어의 표준화가 이루어져야 할 것이다.

본 연구는 일부 학회지에 수록된 논문을 추출하여 분석한 것이므로, 전체 의복이미지와 화장이미지 연구로 확대해석에는 신중을 기해야 할 것이다.

후속 연구에서는 의복이미지와 화장이미지 용어의 표준화를 위한 연구가 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- 1) 이명희, 김현주 (1997). 의복스타일 이미지 선호와 자기 이미지와의 관계 연구. *복식*, 33, pp. 41-53.
- 2) 정인희, 이은영 (1992). 의복 이미지의 구성요인과 평가 차원에 대한 연구. *한국의류학회지*, 16(4), pp. 379-391.
- 3) 이명희 (1993). 한국과 미국 남녀 대학생의 의복 이미지 선호도와 성역할 정체감에 관한 연구. *한국의류학회지*, 17(3), pp. 367-379.
- 4) 박정혜, 이선재 (2002). 추구의복이미지와 의복태도에 따른 색조화장품 색 선호도 연구. *복식*, 52(7), pp. 87-102.
- 5) 정인희 (2001). 여자 대학생의 의복 추구 이미지와 소재 선호에 대한 연구. *복식문화연구*, 9(4), pp. 629-638.
- 6) 김영인 (1992). 패션이미지에 의한 남자대학생 의류시장 세분화에 관한 연구. *한국의류학회지*, 16(3), pp. 299-314.
- 7) 김은애, 이명희 (1992). 가치관과 의복이미지 및 의복디자인 선호도에 관한 연구. *복식*, 18, pp. 269-281.
- 8) 정인희, 이은영. *앞의 책*, pp. 379-391.
- 9) 정인희, 이은영 (1993). 의복 이미지의 계층구조에 대한 연구. *한국의류학회지*, 17(4), pp. 529-538.
- 10) 홍병숙, 정미경 (1993). 여성 수트의 이미지 구성 요인에 관한 연구. *복식*, 20, pp. 73-82.
- 11) 이명희. *앞의 책*, pp. 367-379.
- 12) 박소향, 김인숙 (1994). 남자대학생의 여성복 이미지 평가 연구. *한국의류학회지*, 18(2), pp. 170-179.
- 13) 이경희 (1997). 한국적 의복이미지와 디자인과의 관계: 한국과 미국의 비교. *한국의류학회지*, 21(2), 302-313.
- 14) 김유진, 이경희 (1997). 상반되는 의복이미지의 조합에 따른 시각적 평가에 관한 연구. *한국의류학회지*, 21(8), pp. 1297-1306.
- 15) 이명희, 유경숙 (1998). 외향성-내향성, 성별 및 연령과 의복이미지 선호에 관한 연구. *대한가정학회지*, 36(12), pp. 105-114.
- 16) 김일분, 유태순 (1999). 의복 이미지 유형과 디자인 요소와의 관계. *복식*, 45, pp. 103-119.
- 17) 황진숙, 나영주 (1999). 남자대학생의 신체만족도와 의복이미지 선호의 관계 연구. *복식*, 49, pp. 65-72.
- 18) 김영인, 고애란, 홍희숙 (2000). 의복 이미지 선호에 따른 20대 여성 정장시장 세분화 및 색채 선호도. *한국의류학회지*, 24(1), pp. 3-14.
- 19) 김희정, 이경희 (2000). 동양적 복식디자인의 특성과 이미지 연구(제1보): 한국, 중국, 일본을 중심으로. *한국의류학회지*, 24(1), pp. 24-33.
- 20) 문미아, 박혜선 (2000). 남자 중·고등학생의 자기이미지와 의복추구이미지에 대한 연구. *한국의류학회지*, 24(5), pp. 748-759.
- 21) 정인희. *앞의 책*, pp. 629-638.
- 22) 류숙희, 김보연 (2001). 자기 이미지가 의복 스타일 이미지 평가와 선택에 미치는 영향. *복식문화연구*, 19(5), pp. 734-746.
- 23) 류숙희, 김보연 (2002). 라이프스타일이 의복스타일 이미지평가와 선택에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 26(2), pp. 227-238.
- 24) 박정혜, 이선재. *앞의 책*, pp. 87-102.
- 25) 이숙희, 임숙자 (2003). 선호 의복이미지와 편익에 의한 시장세분화에 관한 연구(제1보). *한국의류학회지*, 27(1), pp. 100-110.
- 26) 하오선, 신혜원 (2003). 아바타의 의복이미지. *한국의류학회지*, 27(5), pp. 560-569.
- 27) 정인희, 이은영. *앞의 책*, pp. 379-391.
- 28) 홍병숙, 정미경. *앞의 책*, pp. 73-82.
- 29) 박소향, 김인숙. *앞의 책*, pp. 170-179.
- 30) 김수진, 한명숙 (1998). 1990년대의 패션과 메이크업 경향에 관한 연구. *복식문화연구*, 6(1), pp. 84-93.
- 31) 한명숙, 선정희 (2001). 웨딩메이크업의 이미지 유형과 디자인 요소와의 관계. *한국미용학회지*, 7(2), pp. 73-85.
- 32) 이화순, 황춘섭 (2002). 화장의 사회·심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구. *복식*, 52(8), pp. 137-149.
- 33) 김수진, 한명숙. *앞의 책*, pp. 84-93.
- 34) 신은영, 이진숙, 송경석, 김종일 (1999). 브랜드의 이미지추출 및 메이크업 제품의 색상개발. *한국색채학회동계학술대회*, pp. 67-72.
- 35) 김희숙 (2000). 20세기 한국과 서양의 여성 화장문화

비교연구. 복식, 50(1), pp. 85-96.

- 36) 이성욱, 신지현 (2000). 토탈 코디네이션을 위한 유행 트렌드 고찰: 패션지에 나타난 메이크업, 패션사진 중심으로. 한국미용학회지, 6(1), pp. 113-147.
- 37) 한명숙, 선정희. 앞의 책, pp. 73-85.
- 38) 홍성순, 오은정 (2001). 라이프스타일에 따른 색조화장 표현도와 색조화장품 구매행동에 관한 연구. 대한가정학회지, 39(7), pp. 85-99.
- 39) 이연희, 양취경 (2002). 인구통계적 변인에 따른 부분 색채화장 이미지각과 선호도에 관한 연구. 한국의류학회지, 26(3/4), pp. 515-526.
- 40) 이화순, 황춘섭. 앞의 책, pp. 137-149.
- 41) 신은영, 이진숙, 송경석, 김종일. 앞의 책, pp. 67-72.
- 42) 이화순, 황춘섭. 앞의 책, pp. 137-149.