

의복 이미지의 계층구조에 대한 연구

정 인 희 · 이 은 영

서울대학교 의류학과

A Study on the Hierarchy of Clothing Images

Ihn-Hee Chung · Eun-Young Rhee

Dept. of Clothing and Textiles, Seoul National University

(1993. 3. 24 접수)

Abstract

This study was intended to identify the hierarchy of clothing images, which is expected to be helpful in style classification and product positioning.

A questionnaire consisted of 110 words expressing clothing images was developed, and eight clothing photographs were selected as stimuli. 289 female subjects aged between 22 to 37 responded to two of the eight photographs during September, 1991.

110 words were reduced to 62 words based on their independence before conducting factor analysis to identify the constructing factors of clothing images. Nine words with negative connotations were eliminated, because they are not sought in product development.

To explain the hierarchy of clothing images, cluster analysis was applied. To observe the association of 53 words, dendrogram was introduced, and to interpret the result, eleven sub clusters were determined. This 11 clusters were continuously combined according to their similarities, until they integrated into one 'clothing image'. Two major division of image clusters were 'graceful and feminine image', and 'mannish and simple image'.

I. 서 론

의복의 착용동기나 기능에는 여러가지가 있을 수 있지만, 현대인에게 있어서 의복은 개인을 표현하는 수단이라는 의미가 크다. 즉, 복식은 무성의 언어(nonverbal language)로서, 자신을 표현하는 수단이 되며 또한 상대방을 지각하고 평가하는 수단이 되는 것이다.

이와 같이 의복을 통해서 전달되는 느낌들은 의복 이미지를 형성하며, 우리가 흔히 내리는 의복에 대한 평가들은 의복 이미지를 형성하는 요소들이 된다. 예컨대, '남성적이다', '스포티하다', '캐주얼하다', '직선적이다', '활동적이다'라는 의복 평가용어들은 「남성

적」 이미지를 대변하며, '여성적이다', '곡선적이다', '성숙해보인다', '단정하다' 등의 평가용어들이 모여서 「여성적」 이미지를 이룬다.¹⁾

이러한 의복 이미지는 의류학 분야 제 연구에 있어서의 의복 스타일 분류나 의류산업에 있어서의 제품 포지셔닝에 있어서 중요한 근거로 쓰일 수 있다. 따라서, 의복 이미지에 대한 분석을 행해보는 것은 흥미있고 또한 유용한 작업이라 여겨진다.

그런데, 대부분의 선행연구들에서는 자극물의 스타일 분류에 의복 이미지를 적용할 경우 남성적 스타일과 여성적 스타일로의 구분 외에는 이론적 근거를 갖는 스타일 분류가 없이 연구자 임의로 선정된 기준들을

사용하여 왔다. 또한, 여러 의류회사의 여성복 포지셔닝 맵과 이미지 맵에서는 같은 이미지라도 몇 개의 이미지와 상대화되어 나타나는 것을 볼 수 있다. 따라서, 이러한 현상을 뒷받침해 줄 수 있는 이론적 근거들이 필요하며, 그 구체적 방법으로 의복 이미지 계층구조를 밝히는 것을 고려해 볼 수 있다.

따라서 본 연구에서는 의복 평가용어들에 대한 군집 분석 과정을 덴드로그램을 통해 제시함으로써, 그 평가용어들의 결합과정을 통해 의복 이미지 하위군집을 밝히고 이 군집들의 계층구조를 밝히는 것을 목적으로 하였다. 이에 따라, 의복 스타일을 분류하고 의류제품을 포지셔닝 할 때의 다양한 기준들을 제시할 수 있으며, 특히, 한 이미지에 대해 다수의 상대 개념을 채택하여 사용할 수 있는 근거를 제공할 수 있다.

II. 이론적 배경

1. 의복 이미지 분석

지금까지의 의복 이미지 관련 연구를 보면, 의복 평가용어들로 구성된 의미미분척도를 이용, 의복에 대한 시각적 반응을 측정된 것을 요인분석하여 의복 이미지의 구성요인을 밝힌 연구들이 많이 있어왔다.²⁻⁷⁾ 그러나, 의복 이미지의 구성요인들을 통해서, 의복 이미지를 구성하는 데 기여하는 요인들이 어떠한 것인가를 알아볼 수는 있지만, 구체적인 의복 이미지를 분류해 낼 수는 없다.

또한, 의복에 대한 모든 평가들이 반드시 상대적인 개념을 갖고 있다고는 할 수 없고 때로는 다수의 상대 개념을 갖는 경우가 있기도 하므로, 의미미분척도 구성은 그 타당성이 문제시될 수 있으며, 또 의미미분척도를 사용할 경우 양극화된 용어들이 하나의 변수로 다루어지므로, 요인분석을 통해 의복 이미지 구성요인을 밝히는 기능은 할 수 있지만, 의복 이미지 분류를 위한 다른 분석기법을 적용할 수 없다.

의복 이미지 분류를 위해 의복 평가용어들에 적용할 수 있는 분석기법으로는 군집분석과 다차원척도법을 들 수 있으며, 이 경우 의미미분척도가 아닌 리커트형 척도를 사용하여 양극화되지 않은 개별적인 평가용어들에 피험자들이 반응하게 하여야 한다.

藤原康晴·川端澄子⁸⁾은 의미미분척도를 사용하지 않

고 의미유사를 측정, 군집분석을 통해 의복 평가용어를 집산화하는 방법으로 여성 의복 평가용어 군집의 계층구조를 제시하였다. 또, 藤原康晴 등⁹⁾은 5개 사진 자극을 각 평가용어로 평가하도록 한 후 용어들 간의 거리를 입력자료로 하여, 군집분석을 사용하여 참신하고 눈에 띄는, 캐서너블하고 고급스러운, 어울리지 않고 역겨운, 스포티하고 남성적인, 젊고 신선한, 청결하고 날씬한, 싸구려같고 촌스러운, 우아하고 포멀한, 조심스럽고 베이직한, 여성적이고 고상한의 10개 기본 군집을 얻어 이를 계층화시켰으며, 크게는 강한 이미지와 약한 이미지로의 이미지 분류를 얻었다.

한편, 藤原康晴 등⁹⁾은 같은 연구에서 다차원척도분석을 이용하여 야단스러움과 검소함, 포멀함과 캐주얼함, 고상함과 친함의 차원에 의해 평가용어가 위치함을 발견하였다. 또한, 정인희·이은영¹⁾은 의복 평가용어들에 대한 「남성적-여성적」, 「단순한-장식적」, 「전원적-도회적」의 의복 이미지 평가차원을 규명하였는데, 이들은 각각 하나의 이미지를 형성한다.

2. 의복 이미지의 분류 및 상대화

의복 이미지 분류의 가장 기본적인 차원은 남성적 이미지와 여성적 이미지로의 대별이다.¹⁾ 고대 중국에서는, 자연이든 인공물이든 모든 대상에는 보다 크고 강하고 직선적이며 짙고 무거운 느낌을 주는 것이 있는 반면, 보다 작고 약하고 곡선적이며 얇고 가벼운 느낌을 주는 것이 있다는 사상에서 '음양설'을 발전시켰다. 그런데, 이 음양이론은 그 의미가 광범위하여 의복과 관련하여서도 또 사람과 관련하여서도 사용될 수 있는 개념이라는 장점을 가진다.¹⁰⁾

이러한 근거하에 Sweat와 Zentner¹¹⁻¹²⁾는 의복에 음양유형을 도입하였으며, Forsythe 등¹³⁾, Forsythe¹⁴⁾도 남성성과 여성성의 대비로 의복 이미지 분류를 한 바 있다. 또, 정인희·이은영¹⁾은 의복 이미지의 평가차원을 3차원으로 해석하면서, 가장 기본적인 1차원의 이미지 평가축으로 남성적 이미지와 여성적 이미지의 대립을 제시하였다.

이와 같이, 기본적으로는 남성적 이미지와 여성적 이미지로 의복 이미지를 상대화시켜 분류한다 하더라도, 현대의 개성화된 옷차림과 오늘날의 세분화된 의류시장을 고려한다면, 보다 다양한 의복 이미지 분류방법들이 제시될 수 있어야 한다. 실제로, 여러 의류회사의

여성복 포지셔닝 맵과 이미지 맵의 축으로 사용되는 기준들을 보면, 이미지가 그 기준의 많은 부분을 차지하고 있으며, 의복 이미지의 다양한 상대적 분류들이 제시되어 있다.

〈표1〉은 1989년 9월호~1991년 8월호까지의 섬유저널

〈표 1〉 여성복 포지셔닝에 사용되는 기준^{a)}

	기 준	사용횟수
	연 령	11
	가 격	12
	품 질	1
이	ACTIVE - ELEGANT	3
	ADVANCED - ESTABLISHED	1
	AUTHENTIC - CASUAL	1
	BASIC - CHARACTER	1
	BASIC - TRENDY	2
	CASUAL - CLASSIC	4
	CASUAL - ELEGANT	1
	CASUAL - FORMAL	12
	CITY - PASTORAL	1
	CLASSIC - COUNTRY	1
미	CLASSIC - MODERN	1
	COUNTRY - SOPHISTICATED	2
	CONSERVATIVE - CONTEMPORARY	10
	CONSERVATIVE - FASHIONABLE	1
	CONSERVATIVE - TRENDY	3
	DANDY - FEMININE	4
	ELEGANT - MANNISH	3
	ELEGANT - SPORTY	4
	EXOTIC - MODERN	2
	FEMININE - MANNISH	3
지	HARD - SOFT	11
	MANNISH - ROMANTIC	3
	POPULAR - STATUS	1
	ROMANTIC - SOPHISTICATED	1
	SPORTY - ROMANTIC	1
	TRENDY - TRADITIONAL	2

a) 본 자료는 1989년 9월호에서 1991년 8월호까지의 2개 년에 걸쳐 섬유저널에서 소개한 의류제품 포지셔닝 맵과 이미지 맵 가운데서 여자 기성복의 것만을 발췌, 양극화된 이미지의 알파벳 서열이 앞서 있는 것을 앞에 오도록 하고 이들을 다시 알파벳 순으로 정리한 것이다.

잡지¹⁵⁾에서 여성복 포지셔닝 맵과 이미지 맵의 축으로 사용되는 기준들을 정리한 것이다. 포지셔닝 맵이나 이미지 맵에서는 각 기준들이 축으로 제시되므로, 의복 이미지 또한 양극화되어 나타난다.

그런데, 〈표1〉에서 양극화된 이미지들을 검토해 보면 두가지의 문제가 제기된다. 첫째, 한국어로는 같은 용어로 표현될 수 있는 이미지가 복수의 외국어로 표현된 것에 대한 문제이다. 즉, MODERN과 CONTEMPORARY는 모두 '현대적이다'로 나타낼 수 있으며, COUNTRY와 PASTORAL은 '전원적이다'로 표현될 수 있다. 또, ADVANCED, FASHIONABLE, TRENDY는 '패셔너블하다'로 통일될 수 있다.

그러므로, 같은 한국어로 제시될 수 있는 말들이 여러개의 외국어로 표현되는 경우는 한국어로의 용어전환 사용이 가능할 것이며, 적절한 한국어 대안이 없을 경우에는 외래어로 간주되는 적절한 용어를 선택하여 이미지 표현에 사용할 수 있다. 클래식이나 캐주얼, 스포티같은 경우가 이에 해당한다.

둘째, 같은 이미지라도 몇 개의 이미지와 상대화되어 있는 것에 대한 문제이다. 가령 CASUAL은 FORMAL, CLASSIC, ELEGANT와 상대적 개념이며 또 CLASSIC은 CASUAL 이외에 COUNTRY, MODERN과 상대적 개념을 형성하고 있음을 발견할 수 있다. 이에 대해 본 연구는 군집분석으로 의복 이미지 계층구조를 마련함으로써 다수의 상대적 이미지가 존립하는 것이 타당함을 입증할 것이다.

III. 연구 방법

1. 연구문제

본 연구에서의 연구문제는 의복 이미지의 계층구조를 밝히는 것이다. 즉, 의복 평가용어들의 결합과정을 멘드로그램을 통해 제시함으로써 의복 이미지의 하위군집과 군집들의 계층구조를 밝힌다. 이에 따라, 의복 스타일을 분류하고 의류제품을 포지셔닝 할 때의 다양한 기준을 제시한다. 이 때 특히, 한 이미지에 대해 다수의 상대 개념을 채택하여 사용할 수 있는 근거를 제공한다.

2. 설문지 구성

먼저 소비자들의 자유기술식 응답, 연구자의 판단,

사전 연구의 방법을 사용하여 연구에 쓰일 110개의 의복 평가용어를 선정하였다. 110개 용어에는 일반적으로 동의어로 생각되는 외래어와 한국어의 의미 차이가 과연 없는가를 보기 위해 '클래식하다'와 '고전적이다', '로맨틱하다'와 '낭만적이다', '모던하다'와 '현대적이다'를 함께 포함시켰다.

본 연구의 자극선정을 위한 기준으로는 디자인의 세 가지 요소인 선, 색채, 재질을 사용하였다. 그런데, 이중 선은 시각적으로 뚜렷이 구별되는 기준이 있으므로, 기본적으로는 선이 직선적인가 곡선적인가에 따라 자극을 분류하고, 각 분류집단 내에서 가능한 한 색채와 재질을 다양하게 하여 모두 8개의 의복 자극 사진을 얻었다.

의복자극사진은 다양한 이미지의 의복이 제공될 수 있는 20대 중반에서 30대 중반여성들을 목표시장으로 하는 기성복 상표들의 1991년 가을용 카탈로그에서 선택하였다. 선정된 사진은 표정에 의한 효과를 없애기 위해 목깃부분을 제거하고, 배경 효과를 통일하기 위해 동일한 청회색의 색지에 놓고 촬영하여 3×5 크기의 사진으로 만들었다.

설문지는 자극으로 선정된 사진에 대해, 추출된 110개 의복 평가용어의 적합정도를 '아주 그렇다' '그렇다' '조금 그렇다' '그렇지 않다'의 4단계 평정척도로 응답하게 하는 것으로 구성하였다. 이 때, 평가용어는 가나다 순으로 배열한 용어들에 난수표를 적용하여 순서화된대로 제시하였다.

한편, 본 연구는 자극사진 각각에 대한 개별적 반응보다 의복 이미지 평가용어 서로간의 관계에 관심을 갖고 있고, 또 한사람이 8개 자극 모두에 대해 110개 용어로 반응하는데는 무리가 따르므로, 직선적인 디자인과 곡선적인 디자인 한 종류씩을 한조로 하여 모두 4조의 설문지 유형이 되게 하였으며, 각 응답자는 4조의 설문지 중 하나에 반응하도록 하였다.

3. 자료수집 및 분석

본 조사는 1991년 9월 9일에서 9월 28일에 걸쳐 20대 중반에서 30대 중반의 여성을 목표표집하여 이루어졌다. 의복 평가는 자신이 입을 수 있는 의복을 평가할 경우에야 그 평가가 타당할 것이고, 또 이들 연령대에는 여러가지 이미지를 가진 의복의 제공이 가능하기 때문이다. 선행연구들에서 지지자의 심리적 변수, 전공여부는

평가 반응에 영향을 미치지 않는 것으로 알려졌으므로¹⁶² 11,12), 기타의 평가자 변수는 설정하지 않았다.

설문지는 모두 360부를 배부한 것에서 308부를 회수하여 회수율은 85.5%였다. 회수된 308부 중, 적합하지 않은 19부는 분석에서 제외하였다. 분석에 사용된 자료의 표본은 만 22세에서 37세 여성이었고, 자극별 응답자수는 자극 1에서 8까지 각각 74, 75, 67, 71, 70, 68, 75, 73으로 고른 분포를 보였다.

평가에 있어서의 신뢰도 검증은 내적일관성법(internal consistency method)과 재검사법(test-retest method)의 두가지 방법으로 하였다. 내적일관성법으로는 평가의 일관성(크론바하의 알파 = .9166)을, 재검사법으로는 평가의 안정성(상관계수 = .6331)을 확인할 수 있었다.

본 연구는 예비조사 과정을 거치지 않았고, 추출된 평가용어 110개는 제 통계분석을 행하기에 너무 많은 양이므로, 분석에 사용될 형용사를 H-지수^{17,162)}, 그리고 유사성계수와 일차 요인분석으로 축소선정하는 과정을 거쳤다.

이 과정에서 외래어와 한국어의 의미를 비교한 결과, '현대적이다'와 '모던하다', '낭만적이다'와 '로맨틱하다'는 서로 비슷한 의미를 갖는 것으로 밝혀져 '현대적이다'와 '낭만적이다'만을 채택하였지만, '고전적이다'와 '클래식하다'가 갖는 의미에는 서로 차이가 있어 둘 다를 채택하였다.

또한, 본 연구에서와 같이 의복 스타일 분류와 의류 제품 포지셔닝 기준 제시를 위해 의복 이미지 계층구조를 밝히고자 하는 경우에, 부정적인 이미지를 구성하는 평가용어는 고려할 필요가 없으므로, 요인분석으로 이미지 구성요인을 밝힌 선행 연구결과¹⁾를 토대로 하여 부정적인 평가용어는 제외하였다. 결과, 53개 평가용어가 최종적으로 확정되었다.

본 연구의 연구문제로 제기된 의복 이미지의 계층구조를 밝히기 위한 분석방법으로는 군집분석(Cluster Analysis)을 채택하였다. 군집분석을 위한 유사성 측정 방법으로는 SEUCLID(Squared Euclidean Distance)를 이용하였으며, 군집화 방법으로는 집단간 평균기준 결합방식(BAVERAGE)을 사용하였다. 군집분석의 결과를 가시적으로 제시하는 데는 덴드로그램을 사용하였는데, 이 경우 군집의 계층구조를 쉽게 확인할 수 있는 장점이 있다. 이 통계분석은 서울대학교 중앙교육 전산원 IBM 3090 컴퓨터의 'SPSS release 4.1' 패키지를 이용하여

진행하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 의복 평가용어들의 결합과정

의복 평가용어들의 결합 과정을 중심으로 의복 이미지 계층을 고찰하기 위해 덴드로그램을 사용하였으며, <그림1>에 그 결과가 제시되어 있다. 이 때 가로방향의 거리는 용어간 유사성을 보여주는 척도이다. 본 결과에서는 모든 용어들이 한 군집에 속하게 되는 거리를 25로 하였을 때의 군집간 상대적 거리를 나타내고 있으며, 거리가 짧을수록 두 용어 혹은 군집 간의 유사성이 높다.

가장 가까운 거리에서 결합하고 있는 것은 '멋있다'와 '세련되었다'로, 사람들은 어떤 의복에서 세련된 이미지를 느낄 때 동시에 멋있다고 지각, 평가함을 알 수 있다. '멋있다'와 '세련되었다'는 다시 '매력적이다', '맵시있다', '예쁘다'와 차례로 결합하여 하나의 소군집이 되므로, 예쁘다는 평가는 보다 멋있는 것, 세련된 것, 매력적인 것, 맵시있는 것을 일컫는다고 할 수 있다.

그리고, '우아하다'와 '품위있다' 사이의 거리는 아주 작아서, 우아하다는 것과 품위있다는 것은 거의 유사한 의미의 평가라고 할 수 있다. '우아하다', '품위있다'는 '고급스럽다'와 결합하여, 우아하고 품위있는 것은 보다 고급스러운 느낌을 주며, 여기에 다시 고상하고 지적인 이미지가 결부됨을 본다.

'멋있다', '세련되었다', '매력적이다', '맵시있다', '예쁘다'가 포함된 소군집과, '우아하다', '품위있다', '고급스럽다', '고상하다', '지적이다'가 포함된 소군집은 다음 결합 단계에서 한 군집으로 묶이기는 하나, 두 소군집 간에는 미묘한 차이가 있으며, 각 소군집 내의 용어들에는 상호 밀접한 상관이 있는 것으로 보인다.

이 두 소군집의 결합과 가장 짧은 거리를 갖는 용어는 '자연스럽다'로, 멋있거나 우아한 이미지는 자연스러움을 동반할 여지가 많다. 멋있고 우아하며 자연스러운 이미지에는 청순하고 참신함이 덧붙여지며, 이것이 다시 단정하고 깔끔함, 그리고 클래식한 이미지와 결합된다.

즉, '청순하다'와 '참신하다', 그리고 '단정하다'와 '깔끔하다'는 각각 유사한 평가라고 할 수 있다. '정숙하다'는 '얌전해 보인다'와 가장 먼저 결합되어, 얌

전해 보이는 의복을 정숙하다고 평가한다 할 수 있으며, '클래식하다'는 이들과 결합되어, 클래식하다는 평가에는 정숙하고 얌전해 보인다는 뜻이 많이 포함되어 있다 할 수 있다.

'멋있다'로부터 '클래식하다'에 이르는 용어들은 '날씬해 보인다'와 결합함으로써 하나의 기본 군집을 완성하여, 멋있다거나 우아하거나 자연스럽고 청순하며 단정하고 클래식한 이미지는 보통 날씬해 보이는 의복에 대해 적용된다 할 수 있다.

다음으로, '서양적이다', '현대적이다', '도회적이다', '젊어 보인다'가 하나의 소군집을 형성하는데, 서양적 이미지와 현대적 이미지가 보다 유사하여, 20세기 이후 서양문화가 곧 현대문화인 것으로 인식된 영향이라 생각되며, 서양문화는 도시에서 보다 빨리 수용되어 다시 도회적인 것으로 여겨지며, 현대적이고 도회적인 것은 젊은 이미지와 통한다고 해석할 수 있다.

'동양적이다', '고전적이다', '전원적이다'도 하나의 소군집에 속하는데, 서양적인 것에 반대되는 동양적인 것이 현대적인 것과 반대된다 할 수 있는 고전적인 것과 먼저 결합하고, 여기에 도회적인 것과 반대되는 전원적인 이미지가 다시 결부된다. 즉, 동양적인 것은 보다 고전적이어서 옛스러운 것으로 평가된다.

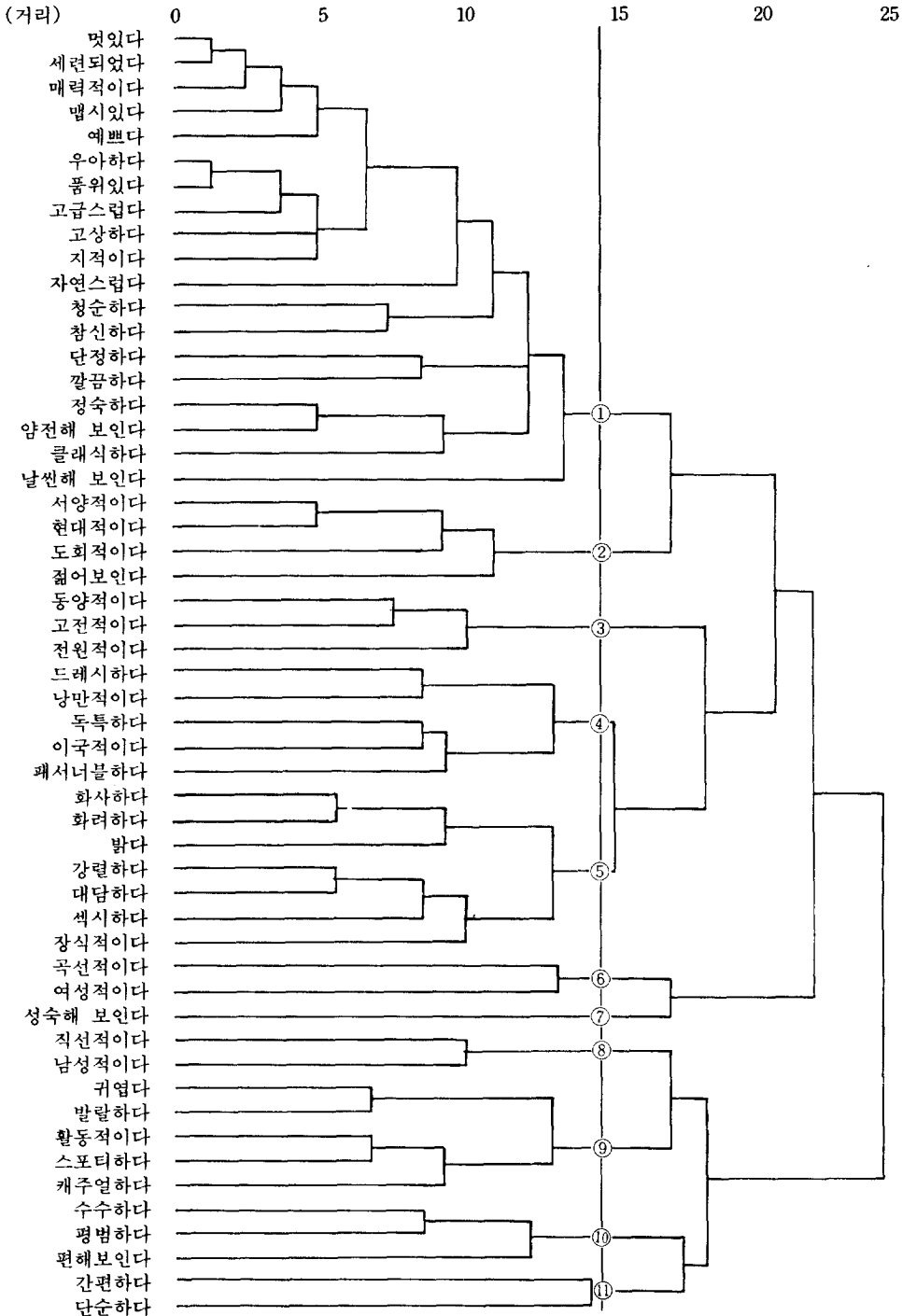
'드레시하다'와 '낭만적이다'의 거리도 비교적 가까와 서로 유사한 평가용어라 할 수 있다. '패셔너블하다'는 '독특하다'와 '이국적이다'가 결합한 이미지와 연결되어, 패셔너블한 이미지는 현대적이거나 대담하고 섹시한 것이기 보다는 독특하고 이국적이어서 낯선 것, 즉 새로운 것에 대해 형성되는 이미지라 생각된다.

'화사하다'는 '화려하다'와 먼저 결합하여, '밝다'와 다시 하나의 소군집을 이루며, '강렬하다'와 '대담하다'는 함께 '섹시하다', '장식적이다'와 차례로 결합하고 있다.

곡선적인 이미지와 여성적인 이미지는 결합후, '성숙해 보인다'와 가깝게 위치해서, 곡선적인 데서 여성적인 이미지가 비롯되며, 이는 곧 성숙한 이미지를 뜻하는 것이라 할 수 있다.

'직선적이다'와 '남성적이다'도 '곡선적이다'와 '여성적이다'가 결합하는 것과 마찬가지로, 다른 평가용어들과의 거리보다 더 밀접히 있는 의미라 할 수 있다.

또, 귀여운 것은 곧 발랄한 것이며, 활동적인 것은 스포티함과 유사한 의미이고, 캐주얼한 것은 활동적이고



〈그림 1〉 의복 평가용어들의 결합과정

스포티한 데 더해지는 이미지이다.

'수수하다'와 '평범하다'는 '편해 보인다'와 결합되어, 수수하고 평범한 것은 장식적이거나 화려하지 않아 편해 보이는 느낌이 강조된다 할 수 있으며, 여기에 간편하고 단순한 이미지가 더해질 수 있다.

이상의 결과에서 관심을 가지고 살펴볼 수 있는 것 중의 하나는 외래어와 한국어의 의미 차이이다. '클래식하다'는 정숙하고 얌전해 보이는 이미지를 일컫는 것인데 반해, '고전적이다'는 동양적이고 전원적인 의미를 많이 포함하고 있었다.

또, '패셔너블하다'는 앞에서 해석된 바와 같이, 독특하고 이국적인 것, 즉 흔히 보아오던 것이 아니라 새롭고 낯선 것에 대한 평가 개념으로, 이는 새로운 의 추구에 의해 기원되기도 하는 패션의 의미 해석에도 도움을 준다. 또, 패셔너블하다고 할 때의 패션은 대중 유행보다는 하이패션의 의미로 통용됨을 알 수 있다.

그리고, 드레시함은 낭만적임과 호환하여 쓰일 수 있으며, '섹시하다'는 강렬하고 대담한 느낌을 갖는다. '스포티하다'와 '캐주얼하다'에 대해서는, 스포티한 것이 보다 활동성을 내포하고 있는 의미라 할 수 있다.

한편, 곡선적인 것은 여성적인 것과, 직선적인 것은 남성적인 것과 가장 가깝게 위치하고 있어, 선의 차이에서 오는 여성적이고 남성적인 이미지 차이를 시사해 준다.

2. 의복 평가용어들의 하위군집 및 계층구조

의복 평가용어들의 결합과정을 보다 가시적으로 제시하기 위해서는 적정 거리에서 하나로 묶을 수 있는 기본 하위군집들을 선정할 수 있다. 본 연구에서는 거리 14.5에서 군집을 나누는 것이 적합하다고 판단하였으며, 그 결과, 11개의 군집을 얻을 수 있었다.

군집1은 가장 큰 군집으로, 멋있다, 세련되었다, 매력적이다, 맵시있다, 예쁘다, 우아하다, 품위있다, 고급스럽다, 고상하다, 지적이다, 자연스럽다, 청순하다, 참신하다, 단정하다, 깔끔하다, 정숙하다, 얌전해 보인다, 클래식하다, 날씬해 보인다의 19개 용어로 구성되었다. 이들은 앞에서 고찰한 바와 같이 서로 미묘한 의미의 차이를 가지지만, 다른 군집에 속하는 용어들과의 거리보다는 상대적으로 가까와 같은 군집에 포함된 것 같다. 군집명은 '우아한 이미지'로 하였다.

군집2는 서양적이다, 현대적이다, 도회적이다, 젊어보

인다로 구성되었으며, 군집명은 '도회적 이미지'로 하였다.

군집3에는 동양적이다, 고전적이다, 전원적이다의 변수가 포함되어, 군집명은 '전원적 이미지'로 하였다.

군집4에는 드레시하다, 낭만적이다, 독특하다, 이국적이다, 패셔너블하다의 용어들이 포함되었다. 이 군집은 '낭만적 이미지'로 명명하였다.

군집5를 구성하는 변수는 화려하다, 밝다, 강렬하다, 대담하다, 섹시하다, 장식적이다의 7개 용어였으며, 군집명은 '장식적 이미지'로 하였다.

군집6에는 곡선적이다와 여성적이다의 2개 용어가 포함되어, '여성적 이미지'로 군집명을 붙였다.

군집7에는 성숙해 보인다라는 하나의 용어만이 속해서, '성숙한 이미지'가 그대로 군집명이 되었다.

군집8은 직선적이다와 남성적이다 2개 용어로 구성되어, 군집명은 '남성적 이미지'로 하였다.

군집9는 귀엽다, 발랄하다, 활동적이다, 스포티하다, 캐주얼하다의 5개 변수로 구성되어, '활동적 이미지'로 군집명을 붙였다.

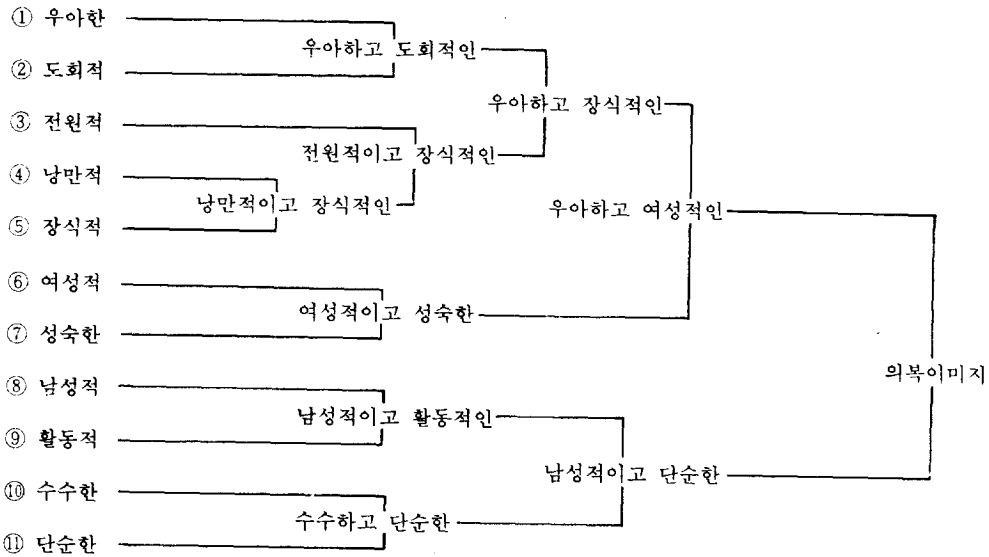
군집10에는 수수하다, 평범하다, 편해보인다의 3개 용어가 포함되었으며, 군집명은 '수수한 이미지'로 하였다.

군집11은 간편하다와 단순하다 2개의 용어로 이루어져, 군집명은 '단순한 이미지'가 되었다.

위에서 구성된 기본 11개 군집은 다시 가장 유사한 것부터 결합하기 시작하여 계층을 이루면서 '의복 이미지'로 통합된다. 의복 이미지의 이러한 계층구조를 도식화한 것이 <그림2>이다.

그림에서 보면, '낭만적 이미지'는 '장식적 이미지'와 결합하는데, 이를 '낭만적이고 장식적인 이미지'라 하였다. '낭만적이고 장식적인 이미지'는 다시 '전원적 이미지'와 결합하여 '전원적이고 장식적인 이미지'가 된다. 또, '우아한 이미지'와 '도회적 이미지'가 결합하여 '우아하고 도회적인 이미지'를 이루며, 이것이 '전원적이고 장식적인 이미지'와 만나서 '우아하고 장식적인 이미지'를 이룬다. '여성적 이미지'는 '성숙한 이미지'와 결합하여 '여성적이고 성숙한 이미지'가 되는데, 다시 '우아하고 장식적인 이미지'와 하나가 되어 '우아하고 여성적인 이미지'군을 형성한다.

한편, '남성적 이미지'와 '활동적 이미지'가 결합된 '남성적이고 활동적인 이미지'와, '수수한 이미지'와



〈그림 2〉 의복 이미지 계층구조

‘단순한 이미지’가 결합된 ‘수수하고 단순한 이미지’는 다시 합해져서 ‘우아하고 여성적인 이미지’군에 대응되는 ‘남성적이고 단순한 이미지’군을 이룬다.

즉, 의복 이미지는 가장 기본적으로, ‘우아하고 여성적인 이미지’와 ‘남성적이고 단순한 이미지’로 대별된다. ‘우아하고 여성적인 이미지’에는 결국, ‘우아한 이미지’, ‘도회적 이미지’, ‘전원적 이미지’, ‘낭만적 이미지’, ‘장식적 이미지’, ‘여성적 이미지’, ‘성숙한 이미지’가 포함된다. 그리고, ‘남성적이고 단순한 이미지’에는 ‘남성적 이미지’, ‘활동적 이미지’, ‘수수한 이미지’, ‘단순한 이미지’가 포함된다.

藤原康晴 등은 역시 군집분석으로 ‘강한 이미지’와 ‘약한 이미지’로 대별되는 이미지 군을 얻었으므로, 본 연구결과에서 ‘우아하고 여성적인 이미지’와 ‘남성적이고 단순한 이미지’군을 얻은 것과 유사하다고 할 수 있다.

3. 의복 스타일 분류와 의류제품 포지셔닝에의 적용

정인희·이은영¹¹⁾이 다차원척도분석으로 의복평가차원을 밝힌 연구에서는 「남성적 이미지-여성적 이미지」, 「단순한 이미지-장식적 이미지」, 「전원적 이미지-도

회적 이미지」를 의복 스타일 분류와 의류제품 포지셔닝의 가장 기본적이고도 타당성있는 기준으로 제시하였다.

본 연구에서 밝힌 의복 이미지 계층구조를 이 결과에 적용시켜 보면, 「남성적 이미지-여성적 이미지」의 차원은 ‘남성적이고 단순한 이미지’와, ‘우아하고 여성적인 이미지’와의 대립이며, 「단순한 이미지-장식적 이미지」의 차원은 ‘남성적이고 단순한 이미지’와 ‘전원적이고 장식적인 이미지’와의 대립이다. 또, 「전원적 이미지-도회적 이미지」의 차원은 대체로 ‘우아하고 도회적인 이미지’와 ‘전원적이고 장식적인 이미지’의 대립이라 할 수 있다.

이와 같이, 의복 이미지 계층구조로 의복 평가차원을 설명할 수 있는 것은, 「남성적 이미지-여성적 이미지」의 차원이 가장 중요하고도 기본적이며 「단순한 이미지-장식적 이미지」, 「전원적 이미지-도회적 이미지」 역시 의복 스타일 분류와 의류제품 포지셔닝의 중요한 기준이 될 수 있음을 보여준다.

그러나, 의복 평가용어의 군집분석 결과로 얻은 의복 이미지 계층구조는 의복 스타일 분류와 의류제품 포지셔닝 기준으로서 의복 이미지를 제시하는 여러가지 방법을 타당성있게 하여 준다.

예컨대, 우아한 이미지는 활동적 이미지, 남성적 이

미지와 상대화될 수 있으며, 도회적 이미지는 전원적 이미지와도, 장식적인 이미지와도 대응하여 사용될 수 있다. 또, 여성적 이미지는 남성적 이미지와 상대적이며, 성숙한 이미지는 장식적 이미지와도, 활동적 이미지와도 상대화될 수 있다. 그리고, 남성적 이미지는 우아한 이미지, 여성적 이미지, 낭만적 이미지와 대응할 수 있으며, 단순한 이미지는 낭만적 이미지와도, 장식적 이미지와도 상대화될 수 있다.

그래서, 의복 스타일을 이미지에 따라 분류할 때, 의복은 「남성적 스타일-여성적 스타일」, 「성숙한 스타일-활동적 스타일」, 「도회적 스타일-전원적 스타일」 등으로 분류될 수 있다. 또한, 「남성적-여성적」, 「성숙한-활동적」, 「도회적-전원적」이라는 이미지 축으로 구성된 맵에 의류제품을 포지셔닝할 수 있다.

이 결과의 유용함은, 상위계층에서는 한 군집에 속하게 되는 이미지들이 하위계층에서는 서로 속하는 군집이 다름으로 인해 상대화될 수 있고, 또 상위 혹은 하위 계층수준에서도 상대적 이미지를 발견할 수 있다는 것이다. 결국, 기본 하위군집에서 구별되는 용어들은 모두 상대화될 가능성이 있다.

이렇게 상대화될 수 있는 개념들이 많다는 것은, 보다 다양한 방법으로 스타일을 제시하고자 하거나 제품개발을 하고자 할 때 의복 이미지 계층구조를 도입, 사용할 수 있음을 시사한다. 즉, 이미지 계층구조를 의복 스타일 분류와 의류제품 포지셔닝에 사용하고자 할 때에는 평가용어 결합과정을 잘 고찰하여, 필요에 따라 적절한 상대적 이미지를 채택하여 양극화시킬 수 있을 것이다.

V. 요약 및 결론

본 연구는 의복 이미지의 계층구조를 밝히는 것을 목적으로 진행되었으며, 이를 통해 다양한 의복 스타일 분류와 의류제품 포지셔닝을 위한 근거를 제시하고자 하였다.

1991년 9월 중에 20대 중반에서 30대 중반 여성들을 대상으로 8개의 의복 자극사진에 의복평가용어로 응답하게 하는 설문조사를 하였으며, 53개 용어에 대한 289명의 응답을 최종 분석자료로 삼아 이를 군집분석 하였다.

의복 이미지 계층구조를 밝히기 위한 군집분석 결과를

해석함에 있어, 기본 하위군집은 11개로 하였으며, 이들은 우아한 이미지, 도회적 이미지, 전원적 이미지, 낭만적 이미지, 장식적 이미지, 여성적 이미지, 성숙한 이미지, 남성적 이미지, 활동적 이미지, 수수한 이미지, 단순한 이미지였다.

이들 군집들은 다시 가장 유사한 것부터 결합하기 시작하여 계층을 이루면서 '의복 이미지'로 통합되는데, 가장 기본적인 이미지 분류는 '우아하고 여성적인 이미지' 군과 '남성적이고 단순한 이미지'군으로 나누어지는 것이었다.

본 연구는 분석방법으로서의 군집분석을 의복 이미지 연구에 유용하게 적용시킬 수 있음을 입증하는 탐색적 연구로서의 역할 또한 하는데, 군집분석으로는 의복 평가용어간의 상호거리, 즉 유사도를 시각적으로 관찰하고, 이들 용어들이 결합되어 가는 과정을 통해 의복 이미지 계층구조를 마련함으로써, 절대적인 양극개념이 아닌 상대적인 양극개념으로 의복 이미지를 인식하고 구성할 수 있다는 결과를 얻었다.

따라서, 오늘날과 같이 세분화된 시장에 대한 제품 포지셔닝 전략을 세울 경우, 군집분석의 결과인 이미지 계층구조를 이용하면 보다 유용하고 적합한 이미지 축들을 얻을 수 있을 것이다. 이 때 군집명화된 것 뿐만 아니라, 군집 속에 포함되어 있는 어떠한 용어라도 군집을 대표하는 이미지 용어가 되어 이미지 축으로 쓰일 수 있을 것이다.

즉, 본 연구의 결과는 결정적으로 의복 스타일 분류나 의류제품 포지셔닝 기준을 제시하는 것이 아니라, 연구자나 제품 기획자의 필요에 따라 의복 이미지 제시 기준을 선택적으로 취할 수 있게 하는 유연성을 갖는 것으로, 앞으로 다른 연구에서의 의복 자극 제시나, 포지셔닝 맵을 구성하기 위한 축의 구성에 유용한 자료가 될 것이다.

참고 문헌

- 1) 정인희·이은영. 의복 이미지의 구성요인과 평가차원에 대한 연구. 한국의류학회지, 16(4), pp.379-391. 1992.
- 2) 박혜선. 의복에 대한 의미미분척도 개발 연구. 서울대학교 대학원 의류학과 석사학위논문. 1982.

- 3) 石塚純子・加藤雪枝・楢山藤子. 各種デザインにおける着裝イメージ. 日本家政學會誌, **38**(4), pp.321-332. 1987.
- 4) 홍명숙. 의미분별척도법에 의한 양장과 한복의 이미지 비교 평가. 한국의류학회지, **12**(3), pp.373-382. 1988.
- 5) 이경희. 의복디자인의 평가도구 개발을 위한 연구-실루엣 평가를 중심으로. 대한가정학회지, **29**(1), pp.37-49. 1991.
- 6) 渡辺澄子・川本榮子・中川早苗. 服裝におけるイメージとデザインとの 關連について(第1報)-イメージを構成する主要因子とデザインとの關連. 日本家政學會誌, **42**(5), pp.459-466. 1991.
- 7) 강혜원・고애란. 여자한복의 인상형성 연구: 디자인의 변형과 배색을 중심으로. 한국의류학회지, **15**(2), pp.211-227. 1991.
- 8) 藤原康晴・川端澄子. 女性の服裝を評價する用語の分類(第1報)-意味類似による分類. 日本家政學會誌, **40**(4), pp.287-293. 1989.
- 9) 藤原康晴・川端澄子・近藤信子. 女性の服裝を評價する用語の分類(第2報)-服裝評價による分類. 日本家政學會誌, **41**(3), pp.241-248. 1990.
- 10) McJimsey, Harriet T. *Art and Fashion in Clothing Selection*. Ames, Iowa: The Iowa State University Press. 1973.
- 11) Sweat, Sarah J., & Zentner, Mary Ann. Attributions toward Female Appearance Styles. in Michael R. Solomon (Ed.), *The Psychology of Fashion*(pp.321-335). Lexington, Massachusetts: Lexington Books. 1985.
- 12) Sweat, Sarah J., & Zentner, Mary Ann. Female Appearance Presentation: Gender Differences in Social Attribution and Situational Choice. *Home Economics Research Journal*, **14**(2), pp.176-186. 1985.
- 13) Forsythe, Sandra Monk, Drake, Mary Frances, & Cox, Jr. Charles A. Dress as an Influence on the Perceptions of Management Characteristics in Women. *Home Economics Research Journal*, **13**(2), pp.112-121. 1984.
- 14) Forsythe, Sandra M. Effect of Clothing Masculinity on Perceptions of Managerial Traits: Does Gender of the Perceiver Make a Difference? *Clothing and Textiles Research Journal*, **6**(2), pp.10-16. 1988.
- 15) 섬유저널. 1989년 9월호~1991년 8월호.
- 16) Alexander, Harold H., Alexander, Marjorie A., & Tzeng, Oliver C. S. Designing Semantic Differential Scales for a Universe of the Near Environment-Chairs. *Home Economics Research Journal*, **6**(4), pp.293-304. 1978.
- 17) Osgood, Charles E., Mary, William H., & Miron, Murray S. *Cross-Cultural Universals of Affective Meaning*. Chicago: University of Illinois Press. 1975.