

패션연출 방법에 관한 조사 연구
- 직장여성을 중심으로 -

허 갑 섬 · 이 병 화

성신여자대학교 생활과학대학 의류학과

A study on the method of Fashion Coordination
- In the Focus of Working Women -

Kap Sum Huh · Byoung Hwa Lee

Dept. of Clothing and Textiles, Sungshin Women's University
(1998. 9. 8 접수)

Abstract

The purpose of this study is to examine the tendency of the fashion coordination of working women, to explain it's trend according to occupation, and to present the fundamental data for the new fashion coordination.

This study selected as objects 500 working women who are working around Seoul and Kyenggi Province, and collected statistics of 471 pieces of data by questionnaire examination method.

The data are analysed by the factor analysis, the method of quantification, the χ^2 analysis, the correspondence analysis in SAS system, and the cronbach's- α are produced for measuring confidence.

The result is following as:

- 1) According to the factor analysis, the factors in the fashion coordination is classified into by 4 kinds, this is, the self-confidence coordination, the accessory coordination, the trend coordination and the individuality coordination. The fashion coordination is affected by occupation and marriage. By occupation, saleswomen show high interests in the fashion coordination, By marriage, Single women have more interest in the fashion coordination than the married ones.
- 2) According to the correspondence analysis, nurses and selling women purchase clothing by pieces for the piece coordination, while saleswomen, teachers, and office women purchase clothing with accessories. Specially teachers and saleswomen choose accessories of similar color to clothing for coordination considering their occupation(job).
- 3) There were singnificant effects color, accessory coordination by their cocupation.
- 4) Most have interests in the fashion coordination but have low confidence in their own.

Key words: self-confidence coordination, piece coordination, trend coordination;
자신감 연출, 단일품목 연출, 유행연출.

I. 서론

현대는 생활수준의 향상과 산업의 고도화로 인하여 여성의 사회 진출 기회가 증가되고 있다. 1997년 4/4 분기에 비경제 활동인구(주부)의 취업율이 증가 추세¹⁾를 보이고 결혼이나 출산을 계기로 직장을 떠나야 했던 과거와는 달리 오늘날은 일에 대한 성취감과 자기실현에 대한 보람을 중요시 하므로 가정을 이룬 후에도 계속하여 직장 생활을 하는 여성은 더욱 증가하리라 보여진다. 따라서 다변화 되어가는 경쟁적 직업 사회에서의 패션연출은 성공적인 사회 생활을 영위 하는데 있어서 그 기능이 강조 되고 있다. 패션연출이라는 이미지 표현수단을 통하여 자신의 개성이나 분위기를 긍정적으로 전달 하려 하기 때문에 직장 상황에 적절한 패션연출은 원만한 대인관계와 일의 능력을 고조시키는 것으로 비즈니스를 성공적으로 이끌 수 있는 계기가 된다. 이와 같이 패션연출 기능이 중요시 되는 이유는 다음과 같다.

첫째 시대변화에 따른 경제적 측면에서 볼 때 고도 산업화로 인한 소비자 성향이 90년대의 물질풍요 정보포화 상태속에서 자기확립과 자기만의 세계를 구축하려는 개성추구형으로 패션에대한 관심이 높아지고 있다. 둘째 여성의 직업에 대한 인식변화로 전문직 여성의 증가와 일에대한 성취감이나 능력면에서 남성과 대등한 입장으로 다양한 직업에 진출하고 있으므로 직업 상황에 적절한 패션연출이 요구되고 있다. 셋째 의식변화에 따른 생활 스타일의 다양화를 추구하는 신세대들의 가치관 확립에 따라 독신여성의 증가, 결혼연령의 증가, 한자녀 가정의 증가로 여유로워진 여성의 사회활동 영역의 확대는 자신의 이미지를 연출하는데 더 많은 것을 할애 할 것이다.

이와같이 패션연출에 대한 관심은 점차 대두 되고 고도 산업화로 인한 의류상품의 세분화로 다양해진 많은 의류의 선택과 패션의 유행성으로 인하여 사장되어 있는 의복의 효과적 활용 차원에서 더욱 고조 되리라 여겨지기 때문에 이에 대한 다양한 연구가 요구되고 있다. 그동안 직장여성들의 옷차림

이나 의복 예절에 관한 연구들이 진행되고는 있으나 패션연출에 대한 사례연구는 미흡한 실정이다. 그러므로 패션연출과 관련된 다양한 연구가 구체적으로 제시 된다면 패션생활에 대한 만족을 더욱 높일 수 있을 것이다.

따라서 본 연구의 목적은 첫째, 직장여성들의 패션연출 형태를 밝히고 둘째, 직업에 따른 코디네이트 상품구입 성향을 규명한다. 셋째, 직업 상황에 적절한 새로운 연출 방법을 제시한다.

II. 이론적 배경

1. 패션연출

패션연출이란 패션 코디네이션을 말하며 코디네이션은 조정, 통합, 조합을 의미하는 것으로 두 가지 이상의 조합으로 전체의 조화를 이룰 수 있어야 효과를 얻을 수 있다²⁾. 따라서 의복과 액세서리, 착용자등 패션연출의 요소가 되는 변인을 서로 각각 조정하는 것으로 소비자들의 가치관 변화에 따라 패션의 개성화 추구 현상으로 연출된다. 이것은 시대변화에 따른 패션의 캐주얼화 경향에 의하여 단일 품목을 조합해서 연출하는 유행경향, 소비자의 개성지향, 생활의 질 추구등을 통하여 자신의 이미지를 나타내려는 시도가 부각 되면서 중요성이 인식 되었다³⁾.

패션연출은 개념적으로 미적인 측면뿐 아니라 상징적인 측면이 복합되어 나타나는 이미지 창출, 이미지 연출이다⁴⁾. 이러한 이미지 연출은 의복과 액세서리 및 착용자의 특성에 의해 나타나는 외모에 의한 외적인 내용과 착용자의 내적인 내용이 포함되어 지각되는 상⁵⁾이며 순간적 판단의 기준이 되는 외모에서 강하게 직용된다. 이 외모는 첫인상과 함께 이미지를 형성하고 착용자에 대한 정보를 제공하는 비언어적 단서⁶⁾로 작용하므로 외모가 매력적인 여성이 지적이고 도덕적으로 인식되며 내면의 질도 외모만큼 매력적일 것이라 하였다⁷⁾. 따라서 패션연출은 자신의 외모나 내면의 것을 말 이전에 타인에게 전달하는 이미지 이므로 성공적인 연출을 위하여 패션감각에 대한 테크닉이 필요하다.

패션 산업의 고도화로 인한 의복 세분화와 다양

해진 현대패션은 자기 주장이 강하게 작용하기 때문에 어떻게 남과 다르게 개성적인 의복을 착용하는가에 초점이 맞춰져 있으므로⁸⁾ 값비싼 의복을 착용하기 보다는 색상이나 소재, 아이템, 액세서리 코디네이트로 패션을 연출하는 센스있는 감각이 요구된다.

또한 소비자의 감성이 세련되면서 패션도 감각위주의 디자인⁹⁾ 및 개성적 연출법을 요구하므로 상황과 목적에 적절한 연출이 이루어져야 한다. 상황에 따른 의복의 적절성은 외적평가와 활동요인에서 긍정적 인상을 형성하는 것으로 평가¹⁰⁾ 되며 상류층일수록 자신을 타인으로 부터 차별화 하고 싶어하며 상황에의 적절성을 중요시 하는 것으로 나타났다¹¹⁾. 이와같이 T(time), P(place), O(occasion)에 따라 자신의 이미지를 부각시키면서 개성을 표현하는 패션연출은 착용자의 분위기나 인격을 말해주는 바로미터¹²⁾로써 품위를 높여주고 자신감을 주는 패션 생활을 영위하게 한다.

2. 패션연출 방법

1) 이미지 연출

패션연출에서의 이미지는 의복 착용자로부터 느껴지는 일정한 타입을 결정하는 것으로 착용자의 외적특성, 내적특성, 의복과 액세서리, 배경등과 같이 착용자와 관련된 모든 것의해해 만들어지는 것이다. 좀더 근원적인 어원을 보면 이미지는 주어진 자극에 과거의 경험이나 기억의 상호작용 및 개인 각자의 생활 환경에의한 연상이나 감정이 복합적으로 작용하는데 이 모든 것이 총체적으로 지각되어 어떤의미를 불러 일으키는 형체 또는 감각적 표현체 즉 실체의 시간적 표상으로 나타나는것¹³⁾이라 하였으며 사회심리학적 관점에서 볼 때 외모에 기초를 두고 타인을 판단하는 과정을 인상형성¹⁴⁾이라 하며 지각자에게 어떤인상을 전달 하고자 하는 착용자의 관점에서 본 것이 이미지 창출, 이미지 관리, 인상관리라 하였다¹⁵⁾. 이것은 지각자나 착용자에게 복합적인 것이 하나의 형상으로 나타나서 자신의 타입을 결정하는 개성적 특성으로 외적, 내적 특성의 내용이 형용사나 어떤 묘사적 용어로 표현되어진다. 즉 날씬한—뚱뚱한, 부드러운—예리한, 엘레강

스한—매니쉬한 등과같이 분위기를 결정하는 것으로 자신의 이미지가 어떠한 유형에 속하는지 파악해보고 의복의 이미지, 액세서리 이미지를 통합하여 착용자의 이미지를 연출한다. 이와같은 이미지 연출은 훈련에 의해 자신의 외적, 내적 이미지를 먼저 찾아보고 의복과 액세서리를 결합하여 보는 형식으로 이미지 연출에 대한 테크닉을 기를 수 있다.

2) 의복연출

의복은 욕구를 충족시키고 개성을 표현하는 매체로서 의복 디자인의 기본요소인 선, 색, 재질이 하나의 형태로 인체위에서 연출된다. 연출기법으로 의복끼리의 조합, 의복과 비율, 색상조합, 재질조합, 디자인조합, 이미지와 테마를 조합하여 연출하는것으로²⁾ 의복끼리의 연출은 한 벌의 세트로 된 의복보다 단일품목으로 자유롭게 감각이나 개성을 연출하는 것이 효과적이고 색상은 디자인 요소중 가장 강하게 작용하여 시각적인 효과를 발상하는 힘이 크므로 사물을 볼 때 70~80%가 색에의해 인식 되어진다¹⁶⁾.

색상조합은 유사색으로 동일색상, 인접색상의 조합과 대비색으로 보색, 준보색조합, 톤 분류에의한 배색, 채도와 명도의 배합으로 연출이 가능하며 재질은 물리적 특성, 감각적 특성, 직조 자체에서 오는 재질감, 가공상태, 무늬의 모티브 형과크기, 면적의 비 등에의해 새로운 연출이 가능하다. 또한 다룬다 양한 날염의 단품류와 다른색의 라인이 있는 슈트나 자켓은 날염지에 있는 색상이나 라인색을 이용하여 여러벌의 연출이 가능하다.

3) 토탈 패션연출

머리에서부터 구두까지의 전체적인 조합을 연출하여 완벽한 조화를 이루게하는 것²⁾으로 화장, 헤어스타일, 의복, 액세서리 등이 조화를 이루어 이미지를 연출하는 것이다. 이때 착용자가 가지고 있는 신체적 특징간의 조화, 의복이미지나 디자인 요소의 조화로 이루어지는 토탈 패션은 연출의 마지막 분위기를 액세서리로 정리하여 준다.

액세서리에는 실용적 및 장식적인 액세서리로 모자, 안경, 시계, 장갑, 양말, 스타킹, 스카프, 머플러, 구두, 핸드백, 벨트, 단추, 양산, 팔찌, 귀걸이 반지, 목걸이, 브로치, 발찌, 헤어밴드, 헤어핀, 보석류 등이 있고 재료의 특성에 따라 전통적인 보석류, 나무

나 준보석 및 자연석, 플라스틱이나 인공에 의한 합성소재, 금속류의 연출에 의하여 새로운 패션적 이미지가 창출된다⁴⁾. 따라서 액세서리는 구체적인 motif 즉 구두모양, 동물모양, 건물모양이나 색상으로 스토리를 만들어 연출하는 방법이 있고⁵⁾ 재료, 디자인, 형태, 크기가 의복과 함께 어우러져 의복의 연장, 의복과의 조화, 또는 포인트로서 상황에 적절한 연출방법이 있다. 이상과 같이 토털패션은 신체적 특성, 의복스타일, 내면적 분위기, 적절한 액세서리를 연출하여 개성적인 분위기를 도출해내는 것이다.

3. 직장여성의 의복 연출법

경제성장과 산업의 고도화로 인하여 여성의 사회활동 참여가 증가 하면서 의복연출은 좋은 인상을 착용자에게 전달하고 업무적 승진에도 영향을 미친다고 여기고 있다. 따라서 패션이라는 표현적 기능을 통하여 성공적인 직장 생활을 영위하기 위하여 자신의 첫인상이나 분위기를 긍정적으로 전달 하려 한다. 첫인상이란 대인접촉이 잦은 사회적 상황에서 사람을 즉각적 판단에 의해 형성되는 이미지를 의미하는 것으로 직장상황에 적절한 패션연출은 고객에 대한 신뢰나 직장에 대한 이미지를 부각시킨다.

직장여성들의 복장은 비즈니스 웨어로서 주의를 강하게 인식¹⁰⁾하므로 직업상 성공을 위하여 적절한 이미지 유지가 중요하고 그 범주안에서 최신 유행을 수용하려고 하며 의복이 업무성취에 영향을 준다고 믿는다. 의복 스타일과 업무능력 평가에 대한 연구에서 여성의 정장은 남성의 신사복에 대응하는 복장으로 착용되었고¹⁶⁾ 캐주얼 또는 드레스보다 정장을 착용한 여성이 더 유능하게 지각되고^{17, 18)} 사무직의 전문직에 종사하는 여성의 의복 스타일은 남성적 이거나 중성적 스타일이 업무수행 능력을 높게 평가 받았다¹⁹⁾. 연령이 많을수록 외모에 의해 능력, 개성, 활동성 등의 평가가 높게 나타났고²⁰⁾ 직업의 성격에 따라서 여성의 직업이 남성적일 때 남성적 스타일을, 여성적일 때 여성적 스타일을 직업복으로 지각되며²¹⁾ 매력적인 직업복은 일처리의 유능성을 나타내어 일에 대한 능력과 인내력, 수용력을 갖은 사람이라는 평판을 하게 된다²²⁾. stone과 form은 의복이 사무직 종사자가 기능직 종사자보다 의

복의 중요성을 두고 인터뷰시 최상의 비즈니스 슈트를 착용하며 의복이 직업을 갖는데 도와주며 어떻게 착용하느냐에 따라 직업을 오래 유지할 수도 혹은 잃어버릴 수도 있다고 하였다²³⁾.

이와같이 70년대 이후 성공을 위한 의복 연출법에 대한 연구가 이루어지면서 비즈니스 웨어는 짙은 색상으로된 한벌의 정장이 권위적이며 능력적으로 인지되어 왔다. 그러나 최근에는 보수적인 기존의 방식에서 탈피하여 개성 연출의 시도가 이루어지면서 감각과 센스가 살아있는 연출이 업무면에서도 유능하게 인식되고 있다. 이은미·강혜원의 연구에서 직장남성이 짙은 감색의 정장을 착용한자 보다 베이지색 정장을 착용한자가 보기좋고 세련되고 능력있는 사람으로 지각되었다²⁴⁾ 직장인의 업무복은 건실하고 활동적이면서 밝은 인상이 살아나는 것으로 업무수행에 지장이 없는 의복을 착용하는 것이 바람직하며 지나치게 시선을 끄는 대담한 디자인, 혼란한 색상, 요란한 액세서리, 너무 짧거나 긴 스커트와 같이 극단적인 의복은 적절치 못한 옷차림으로 지적하였다²⁵⁾. 따라서 직장인들의 의복 연출은 업무를 성공적으로 이끌며 일에 대한 성취감이나 만족을 느끼는 복장연출이 중요하고 자신의 이미지와 직장 상황에 적절한 의복을 개성적으로 연출하는 세련된 감각이 요구된다.

III. 연구방법

1. 연구문제

문제 1. 직장여성의 패션연출 형태를 파악한다.

문제 2. 패션연출에 대한 관심도가 인구통계적 변인에 미치는 영향력을 알아본다.

문제 3. 의복구입시 코디네이트 상품구입 성향과 직업별 경향성을 밝힌다.

2. 연구대상 및 자료분석

본 연구는 직장여성들의 패션연출 실태를 파악하기 위하여 서울시와 경기도 근교에 직장을 다니고 있는 여성들을 표집대상으로 선정하였다. 1차 조사는 1998년 4월에 150부를 배포한 후 139명을 대상으로 예비조사(pre-test)를 실시한 후 문항의 타당성

을 검증하기 위하여 신뢰도(Cronbach- α) 검사를 하여 문항이 비슷하거나 애매한 문항을 수정보완한 후 최종적으로 패션연출에 관한 32문항, 의복 구입시 코디네이트와 관련된 내용 21문항, 연출상태나 패션에 관한 제반사항 19문항과, 인구통계적 변인으로 직업, 학력, 연령, 소득, 결혼여부가 조사되었다. 본조사는 총 500부를 배부한 후 최종적으로 471부가 통계처리되었으며 조사기간은 1998년 5~6월이었다.

자료분석은 SAS System을 사용하였으며 통계분석 방법은 요인분석, 수량화방법, χ^2 -검정, Duncan의 다중범위 검증, 대응분석을 하였다.

IV. 분석결과 및 논의

1. 패션 연출에 대한 속성분류 및 영향력

인구통계적 변인의 분포를 보면 <표 1>과 같다.

1) 요인분석

패션연출에 관한 32개의 속성에 대하여 타당한 요인수를 결정하기 위하여 주성분 분석방법으로 분석하고 각 요인의 독립성을 유지하기 위하여 Varimax 회전법을 사용하였다. 그결과 고유값이 1.4이상인 4개 요인이 선택되었고 각요인별 요인 부하량이 0.5 이상인 것만이 채택되었으며 요인별 문항의 내용 및 요인 부하량은 다음과 같다(표 2).

요인 1은 요인 부하량이 .52이상이며 패션연출 형태에 대한 관심도나 자신감 연출에 대한 기분과 관련된 11개 문항과 높은관계로 나타나서 자신감 연출이라 하였고 요인 2는 의복에 액세서리로 포인트를 주거나 장식을 함으로써 분위기를 연출하는 7개 문항으로 액세서리 연출이라 하였다. 요인 3은 유행과 관련된 색상이나 디자인을 자주 착용하는 5개 문항으로 유행연출 요인이라 하였고 요인 4는 자신의 외

<표 1> 직업과 인구통계적 변인과의 분포도

(%)

구분	직업 항목	교사	사무직	간호사	세일즈우먼	판매직	계
		N=92 (19.53)	N=89 (18.90)	N=98 (20.81)	N=100 (21.23)	N=92 (19.53)	471 (100.00)
학 력	중졸	0 (0.00)	1 (0.21)	0 (0.00)	5 (1.06)	5 (1.06)	11 (2.34)
	고졸	2 (0.42)	59 (12.53)	27 (5.73)	74 (15.71)	75 (15.92)	237 (50.52)
	대졸	90 (19.11)	29 (6.16)	71 (15.07)	21 (4.46)	12 (2.55)	223 (47.35)
연 령	20~29	18 (3.82)	59 (12.53)	73 (15.50)	7 (1.49)	41 (8.70)	198 (42.04)
	30~39	42 (8.92)	26 (5.52)	22 (4.67)	45 (9.55)	36 (7.64)	171 (36.31)
	40~49	32 (6.79)	4 (0.85)	3 (0.64)	48 (10.19)	15 (3.18)	102 (21.66)
월 수 입	50~100	5 (1.06)	43 (9.13)	30 (6.37)	30 (6.37)	41 (8.70)	149 (31.36)
	100~150	47 (9.98)	33 (7.01)	54 (11.46)	31 (6.58)	28 (5.94)	193 (40.98)
	150~200	33 (7.01)	9 (1.91)	13 (2.76)	19 (4.03)	13 (2.76)	87 (18.47)
	200이상	7 (1.49)	4 (0.85)	1 (0.21)	20 (4.25)	10 (2.12)	42 (8.92)
결혼여부	미혼	27 (5.73)	63 (13.38)	70 (14.86)	11 (2.34)	41 (8.70)	212 (45.01)
	기혼	63 (0.42)	23 (12.53)	28 (5.73)	87 (15.71)	48 (15.92)	249 (50.52)
	독신	2 (0.42)	3 (0.64)	0 (0.00)	2 (0.42)	3 (0.64)	10 (2.12)

형이나 다른옷과 어울리는 것을 자주 착용하는 2개 문항이 채택되어 개성연출 요인이라 하였다. 이들 4개의 요인에대한 신뢰도는 모두 Cronbach- α .67 이상으로 나타났으며 패션연출 형태의 속성을 설명할 수 있는 총 설명력은 48.7%이다. 따라서 본 연구에서 조사된 패션 연출에 관한 속성은 자신감 연출, 액세서리 연출, 유행연출, 개성연출로 분류되어 연출 형태의 다양성을 보이고 있다.

2) 패션연출에 미치는 영향

패션연출에 대한 속성이 인구통계적 변인에 의한 영향력을 측정하기 위하여 패션연출에 대한 관심도를 연속형 종속 변수로 하고 각각의 인구통계적 변

인 직업, 교육정도(학력), 연령, 월수입, 결혼여부를 범주형 설명 변인으로 놓고 수량화 방법을 실시하였다. 이 분석의 특징은 각 변인의 중요도를 측정하여 중심화된 값을 편상관으로 놓고 변인내에서 수량화 값으로 양과 음의 영향력을 측정하여 변수별 비교가 용이한 점이다.

결과는 다음과 같다(표 3).

인구 통계적 변인이 패션연출에 미치는 영향력은 직업(0.161) 변인과 결혼여부(0.161) 변인이 가장 크게 나타났고 그 다음으로 월수입(0.129)으로 나타났다. 연령이나 교육정도는 패션연출에 그다지 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 변인내에서의 영향력을

<표 2> 패션연출에 관한 요인분석 결과와 요인별 문항

요인	구분	문항	부하량	고유치	변량	α -값
요인 1: 자신감연출		의복끼리 잘 조화 되는 것을 골라서 착용한다.	.71	8.86	27.71%	0.897
		의복색상 조화를 하여 착용한다.	.68			
		의복을 잘 조화하여 연출하는 멋장이다.	.68			
		다른 사람의 패션연출에도 관심있게 살펴본다.	.67			
		옷을 잘 차려입은 날은 타인을 만날때 자신이 생긴다.	.67			
		상황에 적합한 옷을 입으려고 노력한다.	.66			
		옷을 잘 입은 날은 기분이 좋고 매사에 자신감 있다.	.64			
		나는 의복색상에 신경을 많이 쓴다.	.60			
		나에게 잘 어울린다는 옷은 자주 입는다.	.55			
		패션연출에서 의복코디에 자신이 있다.	.53			
세련된 디자인을 자주 착용한다.	.52					
요인 2: 액세서리연출		여러개의 스카프를 가지고 다양하게 연출한다.	.78	3.43	10.72%	0.847
		의복착용시 장식품을 꼭 달아준다.	.76			
		옷에 어울리는 스카프나 장식을 꼭 한다.	.75			
		단순한 옷은 액세서리로 포인트를 준다.	.74			
		복장이 마음에 안들면 소품으로 분위기를 바꾼다.	.53			
		의복에 따라 귀걸이 목걸이 반지를 자주한다.	.53			
의복에 따라 도자도 자주 착용한다.	.52					
요인 3: 유행연출		유행중인 옷을 착용하면 자신감이 생긴다.	.76	1.82	5.71%	0.778
		유행을 따르는 옷을 자주 입는다.	.76			
		최신 유행의 옷을 착용하고 싶다.	.74			
		남보다 독특한 디자인을 자주 입는다.	.56			
		장식이 있는 여성스런 옷을 자주 입는다.	.51			
요인 4: 개성연출		나의 외형에 어울리는 옷만 입는다.	.70	1.47	4.60%	0.671
		유행중이라도 어울리지 않으면 안 입는다	.63			

<표 3> 인구통계적 특성과 패션연출과의 관계

구분 표집대상	수준	빈도수	수량화 값	범위	편상관
직업	교육계(교사)	92	-0.105	6.679	0.161
	사무직	89	1.995		
	간호사	98	-3.231		
	세일즈우먼	100	3.448		
	판매직	92	-2.131		
교육정도 (학력)	중졸	11	-7.556	8.008	0.083
	고졸	237	0.452		
	대졸이상	223	-0.108		
연령	20~29세	198	-0.481	1.192	0.022
	30~39세	171	0.133		
	40~49세	102	0.711		
월수입	50~100만원	149	-3.055	5.742	0.129
	100~150만원	193	0.645		
	150~200만원	87	2.687		
	200만원이상	42	2.307		
결혼여부	미혼	212	3.290	6.083	0.161
	기혼	249	-2.793		
	독신	10	0.198		

살펴보면 직업변인 내에서는 세일즈 우먼이 3.448로 패션연출에 대한 관심도가 커서 영향력이 큰 것으로 보이며 그 다음으로 사무직 여성이 1.995로 나타났다. 간호사나 판매직 여성은 각각 -3.231, -2.131로 나타나 패션연출에 대한 관심도나 영향력이 떨어지는 것으로 나타났다. 이는 직업과 관련하여 볼 때 세일즈 우먼은 많은 고객을 대하는 일이 빈번하므로 자신의 이미지를 고객에게 부각시키기 위하여 패션에 많은 관심을 갖고 있는 것으로 해석되어지며 본 연구에서 간호사나 판매직여성의 패션에 대

한 관심도가 낮아진 이유는 연구자의 주관적인 견해로 볼 때 업무특성상 근무중에 유니폼을 착용하기 때문인 것으로 해석할 수 있다. 이와같이 직업에 따라 패션연출에 대한 관심도가 다르게 나타난 것은 직업의 특성에 적절한 패션연출을 하려는 것으로, 박성은·임숙자¹⁰⁾의 연구에서 적절한 의복을 입은 착용자가 외모평가나 활동성 요인에서 긍정적 인상을 형성한다고 한 결과로 해석할 수 있다.

교육정도에서는 중졸이 낮은 경향을 보이고 있으나 이 경우는 빈도수가 적게 나타났기 때문에 반드시 저학력을 가진 여성이 패션연출에 관심도나 자신감이 떨어진다고 결론지을 수 없다. 연령은 40대가 수량화값 0.711, 20대는 -0.418로 40대가 패션연출에 더 많은 관심이 있는 것으로 나타났다. 직장여성은 연령이 많을수록 업무에 대한 경륜과 사회적 지위, 체형의 변화등을 패션연출로 품위를 나타내려는 것으로 이은미·강혜원¹¹⁾의 착용자 연령 및 의복 단서의 영향이 40대~50대 집단에서 외모, 능력, 개성, 활동성 및 평가 요인이 20대 집단보다 더 많이 받는 것으로 나타난 것과 일치함을 보여준다. 월수입 변인에서는 월수입이 많을수록, 결혼여부에서는 미혼여성이 기혼여성보다 패션연출에 더 많은 관심을 보이는 것으로 나타난 것은 중·상류층이 패션에 관심이 높고 미혼 여성이 결혼과 관련하여 패션에 관심이 높다는 기존의 관념을 지지하는 것이다.

3) 직업에 미치는 연출 형태

패션연출 형태에서 분류된 요인들이 직업과의 관계에서 나타난 결과 액세서리 연출에서 집단간 유의한 차이를 보였다. 사무직과 판매직에서 큰 차이를 보이며 교사, 세일즈 우먼과 간호사 에서 약간의 차이가 보여짐은 사무직 여성이 액세서리에 높은 관심을 갖고 패션연출시 다양하게 연출하는 것이며, 교

<표 4> 직업에 따른 연출 요인간의 차이

요인	직업	교육계	사무직	간호사	세일즈우먼	판매직	F
자신감연출		3.49 ^a	3.56 ^a	3.47 ^a	3.59 ^a	3.55 ^a	1.03
액세서리연출		2.52 ^{ab}	2.64 ^a	2.37 ^{bc}	2.55 ^{ab}	2.28 ^c	4.08 ^{**}
유행연출		2.61 ^{ab}	2.79 ^a	2.65 ^{ab}	2.70 ^{ab}	2.51 ^b	2.13
개성연출		3.71 ^a	3.64 ^a	3.70 ^a	3.58 ^a	3.72 ^a	0.66

**P< .01 a, b, c는 Duncan의 다중범위검증

사와 세일즈 우먼이 액세서리에 대한 관심이 같은 성향으로 연출하는 것이라 보여진다. 자신감 연출과 개성연출에서는 집단간의 차이가 없고 같은 경향을 보이고 있다. 이와같은 결과로 사무직 여성은 의복 이미지를 액세서리와 결부하여 연출하는 방법의 시도가 필요하며, 교육계 및 세일즈 우먼은 간단한 액세서리로 약간의 변화를 주는 연출법으로, 간호사나 판매직 여성은 디자인이 단순하고 매니쉬한 의복이 적절한 연출방법으로 제시된다.

2. 코디네이트 상품구매에 관한 요인분석

의복구입시 패션연출과 관련하여 코디네이트 상품 구매에 관한 문항을 분류하기 위하여 주성분 분석을 하고 varimax법에 의하여 직교회전을 하였다. 그 결과 고유값이 2.63이상으로 2개의 요인이 선택되었고 각요인별 부하량은 .41이상인 것만이 채택되었다.

요인별 문항의 내용 및 부하량은 <표 5>와 같다.

요인 1은 요인 부하량이 .48이상이 선택 되었으며 스카프, 모자, 구두, 핸드백 등 의복과 함께 조화 또는 강조로 연출할 수 있는 액세서리 구매에 관련된 10개의 문항으로 액세서리 구매 요인이라 명하였고, 신뢰도는 0.884이다. 요인 2는 요인 부하량이 .41이상의 9개 문항이 선택되었으며 신뢰도는 0.718이며 의복끼리 유사색이나 유행품목등 의복과 관련된 문항으로 단일품목 구매 요인으로 정하였으며 2개 요인에 대한 총 설명력은 40.51%이었다. 이들문항은 분석시 스크리 검사에 의해 고유값이 1이상인 4개의 요인이 선택 되어야하나 문항의 분산으로 속성분류에 어려움이 있어 구매품목의 다양성이 보이지않고 2개의 요인으로 선택되었다. 따라서 의복구입시 코디네이션에 대한 속성은 액세서리 구매요인, 단일품목 구매요인으로 분류되었다.

3. 직업에 따른 코디네이트 상품 구매성향

코디네이트와 관련하여 의복 및 액세서리 구매

<표 5> 코디네이트 상품 구매에 관한 요인분석 결과와 요인별 문항

구분 요인	문항	부하량	고유치	변량	α -값
요인 1: 액세서리구매	의복구입시 구두와 핸드백도 함께 구입한다.	.80	5.876	27.98%	0.884
	브로치나 코사아지는 의복에 포인트를 주지귀해 자주 구입한다	.79			
	패션연출이 쉬운 스카프를 자주 구입한다.	.77			
	의복구입시 액세서리도 함께 구입한다.	.76			
	귀걸이 목걸이는 의복과의 조화를 생각하여 자주 구입한다.	.75			
	유행과 계절에 따라 모자를 구입한다.	.75			
	모자구입시 반드시 의복과의 조화를 생각한다.	.60			
	액세서리 색은 의복보다 밝고 튀는 것을 한다.	.52			
	액세서리 색상은 의복과 비슷한 색을 구입한다.	.49			
	스카프 구입시 의복과 조화를 생각한다.	.48			
요인 2: 단일품목구매	단품류 구입시 다른 옷과 비슷한 색상을 구입한다.	.69	2.630	12.53%	0.718
	의복구입시 반드시 다른 옷과의 어울림을 생각한다.	.57			
	화려한 것은 단품류로 구입한다.	.59			
	의복끼리의 색상 조화를 신경써서 구입한다.	.57			
	자켓을 주로 많이 구입한다.	.52			
	의복이 직업과 어울리는지 고려해보고 구입한다.	.47			
	유행이 지났어도 다른 옷과 어울리면 구입한다.	.46			
	무채색옷이 조화시키기 쉬우므로 주로 구입한다.	.42			
	의복 구입시 단품류를 많이 구입한다.	.41			

성향에 관한 경향성을 살펴보기 위하여 대응분석을 실시하였다. 그 결과 표는 [그림 1]과 같다.

대응분석이란 분할표 자료의 행과 열을 저차원 공간상의 점들로 동시에 나타내어 이들의 관계를 탐구하려는 탐색적 자료분석으로 선호도나 경향성을 살펴보고 구매전략이나 마케팅 전략으로 사용할 수 있는 분석법이다.

본 연구에서는 직업에 따라 액세서리나 단일품목 구매 정도가 패션 연출에 나타나는 경향성을 보기 위하여 실시하였다.

좌표축으로부터 얻어진 지각도를 보고 좌표점의 성향을 판단하는 것으로 제1축에 대한 설명력은 50.37%이고 제2축에 대한 설명력은 32.12%이며, 두 축에 대한 설명력을 합하여 82.85%로 행과 열의 대응관계를 충분히 보여줄 수 있다. 제1축을 기점으로 위로갈수록 패션상품 구입시 단일품목 구입 성향을 의미하며 아래로 갈수록 액세서리 구입 성향으로 설명되어 질 수 있으며 제2축은 직업별 구매성향으로 설명할 수 있다. 간호사나 판매직 여성들은 패션 연출시 의복끼리의 코디네이션을 할 수 있는 단일 품목을 구입하는 것으로 나타났고 사무직, 교육계(교사), 세일즈 우먼은 스카프나 구두, 핸드백등 액

세서리를 의복과 관련하여 자주구입하는 것으로 나타났다. 특히 간호사는 가격이 다소 비싸더라도 자신에게 어울리는 단일품목을 구입하는 것으로 보이며 세일즈 우먼이나 교육계 여성은 패션상품 구입시 자신의 직업을 고려해보고 구입하는 것으로 나타났다.

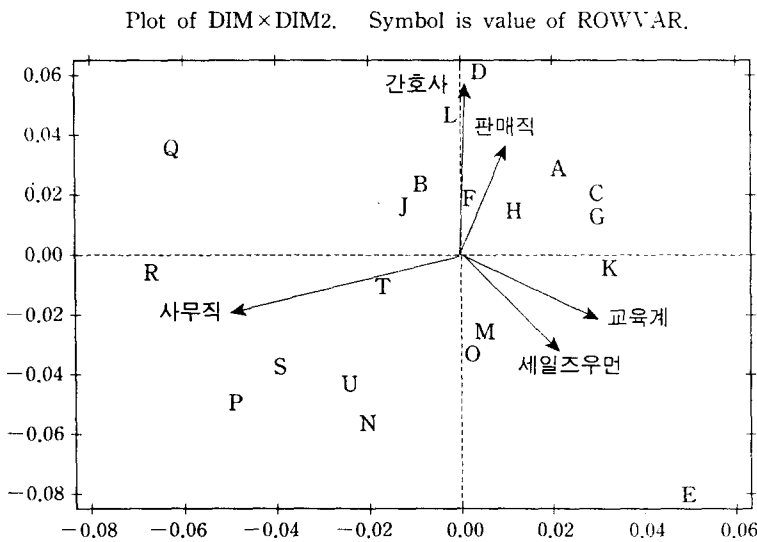
직업별 구매성향에서 사무직 여성들은 모자, 구두, 핸드백 등 의복 구입시 액세서리를 함께 구입하거나 자주 구입하는 경향이 높아서 판매직과의 대응관계를 확실히 보여주고 있다. 이와같이 직업별로 코디네이트 상품 구입성향에 나타난 결과도 패션연출 형태와 직업간의 차이에서 밝혀진 연출방법을 지지하는 구매 성향이라 볼 수 있어서 직업에 따라 패션 연출형태가 다를 수 있음을 파악할 수 있고 마케팅 전략차원의 판매시장 구축 제시가 가능하다.

4. 패션연출과 직업 변인와의 관계

패션연출과 직업변인과의 관계를 알아보기 위하여 χ^2 검정을 실시하였다. 그 결과는 다음과 같다.

여성 정장의 주요품목인 자켓의 색상과 무늬 연출중 색상연출에서는 $P < .01$ 수준에서 유의한 관계가 있는 것으로 나타났고, 무늬 연출에서는 $P < .05$

<대응분석 plot>



- A: 다른옷과의 코디네이션 고려
- B: 단일품목
- C: 유행이 지난 의복
- D: 가격이 높아도 어울리는 것
- E: 직업을 고려해 본다
- F: 화려한 단일품목
- G: 자켓
- H: 비슷한 색상의 품목
- I: 색상조화에 신경을 쓴다
- J: 화려한 색의 의복
- K: 액세서리는 의복과 비슷한 것
- L: 무채색 의류
- M: 액세서리는 밝고 튀는색
- N: 의복과 액세서리 함께 구입
- O: 스카프의 어울림 정도
- P: 구두와 핸드백
- Q: 모자
- R: 유행, 계절별 모자
- S: 스카프
- T: 귀걸이, 목걸이
- U: 브로치, 꼬사아지

[그림 1] 직업과 코디네이트 상품 구매 성향

수준에서 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다. 직장여성들은 직업별로 자켓색상과 연출되는 단일품목에 따라 대비색, 유사색, 중간색, 같은 무채색의 코디네이션에서 각기 다르게 연출함을 볼 수 있고 자켓무늬와 원피스의 코디네이션은 자켓무늬의 종류를 직업별로 각기 다르게 연출함을 보이고 있다.

직장여성이 의복과 함께 자주 연출하는 액세서리의 종류가 직업별로 어떠한 관계가 있는가를 파악하기 위하여 분석한 결과 액세서리 연출에 있어 $P < .01$ 수준에서 의미있는 관계로 나타났다. 이는 직업에 따라 액세서리를 종류별로 다르게 연출하는 것으로 의복에 적절한 액세서리를 자신의 개성이나 직업에 적절한 종류로 연출한다고 할 수 있다.

직업에 따른 패션 연출에 대한 견해는 $P < .01$ 수준에서 유의한 관계를 보이고 있다.

직장여성들은 직장의 성격에 따라 적절한 의복연출이 업무적 승진이나 직업성취도에 영향이 미친다고 여기기 때문에 패션연출에 관심은 높으나 실제 연출법에 있어 자신이 없는 것으로 보인다. 그러므로 직장여성에게 센스있는 개성연출법의 제시와

패션생활에 만족을 느낄 수 있는 구체적인 연출 방법이 요구되고 있다.

V. 결론 및 제언

본연구는 직장여성의 패션연출 실태를 밝히기 위하여 20~40대 직장여성을 대상으로 조사 하였으며 그결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째 직장여성의 패션연출에 대한 형태는 자신감연출, 액세서리연출, 유행연출, 개성연출의 4가지 요인으로 분류됨으로서 패션연출에 대한 다양성을 보여주며 연출 형태 중 액세서리 연출에서 직업 집단간의 의미있는 차이를 보였다. 둘째 패션연출에 대한 인구통계적 변인에 미치는 영향력 측정에서는 직업과 결혼 여부에서 높게 나타났다. 이는 직업에 따라 패션연출에 대한 자신감이나 관심도가 다르며 결혼여부에 따라서도 다르게 나타남을 알 수 있었다. 직업변인 내에서는 세일즈 우먼이 가장 큰 관심이 있는것으로 나타났고, 간호사와 판매직여성은 패션연출에 대한 영향력이 떨어지는 것으로 나타났다. 학력에서는 고졸여성

〈표 6〉 직작여성에 따른 자켓 패션 연출과의 관계

(%)

문항	직업 항목	교육계 (교사)	사무직	간호사	세일즈	판매직	계	χ^2
자켓의 색상연출	빨간자켓과 검은 스커트	15 (3.21)	22 (4.71)	17 (3.64)	16 (3.43)	6 (1.28)	76 (16.27)	34.396** df=12
	녹색자켓과 연두색 원피스	24 (5.14)	17 (3.64)	13 (2.78)	19 (4.07)	11 (2.36)	84 (17.99)	
	보라자켓과 군청바지	16 (3.43)	6 (1.28)	4 (0.86)	9 (1.93)	11 (2.36)	46 (9.85)	
	검정자켓과 스커트	37 (7.92)	43 (9.21)	63 (13.5)	55 (11.7)	63 (13.5)	261 (55.5)	
	계	92 (19.70)	88 (18.84)	97 (20.77)	99 (21.20)	91 (19.49)	467 (100.00)	
자켓무늬 연출	꽃무늬 자켓과 단색원피스	31 (6.64)	27 (5.78)	30 (6.42)	33 (7.07)	25 (5.35)	146 (31.29)	19.331* df=8
	추상적 무늬자켓과 단색원피스	31 (6.64)	36 (7.71)	29 (6.21)	28 (6.00)	15 (3.21)	139 (29.76)	
	줄무늬 자켓과 단색 원피스	30 (6.42)	26 (5.57)	38 (8.14)	38 (8.14)	50 (10.71)	182 (38.97)	
	계	92 (19.70)	89 (19.06)	97 (20.77)	99 (21.20)	90 (19.27)	467 (100.00)	

* $P < .05$, ** $P < .01$

〈표 7〉 직업에 따른 액세서리 연출과의 관계

(%)

항목 \ 직업	교육계 (교사)	사무직	간호사	세일즈우먼	판매직	계	χ^2
스카프	13 (2.79)	12 (2.58)	10 (2.15)	10 (2.15)	9 (1.93)	54 (11.59)	34.190** df=12
액세서리 (목걸이 브로치)	52 (11.16)	32 (6.87)	32 (6.87)	35 (7.51)	29 (6.22)	180 (38.63)	
모자	5 (1.07)	6 (1.29)	12 (2.58)	1 (0.21)	7 (1.50)	31 (6.65)	
구두와 핸드백	21 (4.51)	39 (8.37)	41 (8.80)	53 (11.37)	47 (10.09)	201 (43.13)	
계	91 (19.53)	89 (19.10)	95 (20.39)	100 (21.24)	92 (19.74)	466 (100.00)	

**P<.01

〈표 8〉 직업에 따른 패션연출에 대한 견해

(%)

항목 \ 직업	교육계 (교사)	사무직	간호사	세일즈우먼	판매직	계	χ^2
패션연출에 자신있다	19 (4.07)	22 (4.71)	12 (2.57)	29 (6.21)	25 (5.36)	107 (22.91)	30.417** df=12
관심은 있으나 자신은 없다	31 (6.64)	42 (8.99)	52 (11.13)	35 (7.49)	22 (4.71)	182 (38.97)	
조언자가 있으면 좋겠다	14 (3.00)	10 (2.14)	14 (3.00)	16 (3.43)	13 (2.78)	67 (14.35)	
신경을 별로 안쓴다	27 (5.78)	14 (3.00)	19 (4.07)	20 (4.28)	31 (6.64)	111 (23.77)	
계	91 (19.49)	88 (18.84)	97 (20.77)	100 (21.41)	91 (19.49)	467 (100.00)	

**P<.01

이, 연령은 40대가 패션연출에 관심이 많고 수입이 많을수록, 기혼 여성보다 미혼 여성이 패션연출에 관심이 많은 것으로 나타났다. 셋째 코디네이트 상품구매 성향에서 간호사나 판매직 여성들은 단일품목을 구입하여 피스(piece) 코디네이트로 패션연출을 하는 것으로 나타났고 세일즈우먼과 교사, 사무직여성은 의복구입시 액세서리를 함께 구입하는 것으로 나타났다. 특히 교사와 세일즈우먼은 의복구입시 직업의 적절성을 고려해보고 구입하는 것으로 나타났고 직업별 관계에서 사무직과 판매직여성이 대응관계를 확연히 보여주므로 사무직 여성은 패션연출에 관심이 높고 액세서리 활용도가 높은 반면에 판매직여성은 패션에대한 관심이 낮게 나타났다. 넷째 자신의 패션연출에 대한 견해에서는 대부분 관심은 있으나 실제 연출시 자신감이 없는 것으로

나타났으므로 구체적인 연출방법 제시가 요구된다. 이상과 같은 결론에서 다음과 같은 제언을 하고자 한다. 패션연출에 있어서 직업이 좀더 세분화 되어, 특히 사무직인 경우 업무성격에의해 다양한 그룹으로 분류한 후 구체적인 사례연구가 요구되며 의복스타일이나 이미지에 따른 각각의 액세서리 연출 방법 제시도 필요하다.

참 고 문 헌

- 1) 통계청, 1997년 4/4 분기 고용동향, 2, 1998.
- 2) 허갑섭, Fashion coordination, 성신여자대학교 생활문화연구소, 제12집, pp. 45-70, 1988.
- 3) 이호정, 의류 상품학, 교학사, p. 240, 1986.
- 4) 김미영, 의상연출학의 개념 정립, 한국의류학회지,

- 20(6), pp. 1178-1192, 1996.
- 5) 정인희 · 이은영, 의복과 자기이미지, *한국의류학회지*, 20(1), pp. 207-217, 1996.
 - 6) Horn, M. J. Gurel, L. M., *The Skin* (3rd ed) Boston, Houghton Mifflin Co. p. 177, 1981.
 - 7) Kaiser, S. B., *The social psychology of clothing and personal Adornment*, New York: Macmillan publishing co., p. 222, 1985.
 - 8) 이경순 · 김희섭, 의생활과 패션코디네이션, 교문사, p. 166, 1998.
 - 9) 조규화, 현대여성의 소비 실태, *한국패션협회*, p. 43, 1993.
 - 10) 박성은 · 임숙자, 의복의 적절성이 대인지각에 미치는 영향에 관한 연구, *한국의류학회지*, 19(2), pp. 264-277, 1995.
 - 11) 강혜원 · 임숙자, 사회계층에 따른 의복행동에 관한 연구, *한국의류학회지*, 20(5), pp. 769-782, 1996.
 - 12) 한정혜, 매너는 매력이다, *식필*, p. 148, 1996.
 - 13) 강혜원, 의상사회 심리학, 교문사, p. 49, 1984.
 - 14) 허갑섭, 의류산업 경영과 의류 상품학, 후세, p. 123, 1996.
 - 15) 김유리, 옷잘입는 여자가 일도 잘한다, *조선일보사*, p. 70, 1996.
 - 16) 김옥경, 옷과 그들, *삼신각*, p. 26, 1994.
 - 17) Thurston, J. L., Lennon, S. J., and Clayton, R. V., Influence of Age, Body Type, Fashion and Garment Type on Women's Professional Image, *Home Economics Research Journal*, 19(2), pp. 139-150, 1990.
 - 18) Johnson, K. K. P., Crutsinger, C., and Workman, J. E., Can professional Women Appear Too Masculine?, The Case of the Nectie, *Clothing and Textiles Research Journal*, 12(2), pp. 27-31, 1994.
 - 19) 전호경 · 황선진, 직장상황 임신부의 의복스타일과 직업유형이 호의도와 업무 수행능력 평가에 미치는 영향, *한국의류학회지*, 22(6), pp. 706-715, 1998.
 - 20) 이은미 · 강혜원, 의복단서 및 착용자 연령이 인상형성에 미치는 영향, *한국의류학회지*, 18(2), pp. 197-210, 1994.
 - 21) 김광경 · 강혜원, 남성적-여성적 의복이 직장여성의 직업특성과 직업적합성 지각에 미치는 영향(I), (II), *대한가정학회지*, 30 2, pp. 1-34, 1992.
 - 22) 유태순, 패션과 여성, *홍익출판사*, p. 264, 1990.