

## 의복, 배경의 조합에 따른 시각적 이미지 연구(제1보)

주 소 현 · 이 경 희

부산대학교 의류학과

### A Study on the Visual Evaluation for the Combination of 'Clothing and Ground'

So-hyoun Joo · Kyoung-hee Lee

Dept. of Clothing and Textiles, Pusan University

(1998. 9. 30 접수)

#### Abstract

Clothes enhance visual images through the interaction between space and background of the wearer. The influence of background is important as that of the clothes when the observer understands the images. We look at fashion pictures used as important means of advertisement these days. We can find that various backgrounds are presented depending on the image of the clothes. The clothing the model wears in the pictures, takes on shape and space which supports the clothes. The background interact to form the whole image. The background has an important influence on the delivery of image for the clothes. However, when the clothes are presented in the background, there are some cases that all or parts of clothes can be shown. We must consider the composition ratio of the clothes and background which influences the whole image of the clothing. These interactions and influences on the whole image in regards to clothing, background and the ratio will be the focus of this study.

Clothing was Modern, Mannish, Casual, Feminine, Ground was decided artificial setting 1, natural setting 1, indoor setting 1, artificial setting 2, natural setting 2, indoor setting 2, Percentage of Clothing was 80%, 140%, 200%. Thus visual stimulus were 72 pictures that were combined Clothing, Ground and Percentage of Clothing.

The main survey of questionnaire consisted of their evaluation of the Picture image combined Clothing and Ground by 30 semantic differential bi-polar scales and the subjects were 50 students majoring in clothing and textile. The data analyzed by factor analysis, MCA, MDS.

The major finding were as follows; 1) As a result of factor analysis, 5 factors— Attractiveness, Hardness and softness, Cuteness, Attention, Cool and Warm factor were found out as constructing factors the Picture image combined Clothing and Ground. 2) According to multidimensional positioning map were presented in a stimulus position, the perceptive image differed in degree of similarity as a ground construction of stimulus in spite of same clothing image. It will aid in choosing the most beneficial background for any clothing brand. It will enhance the picture images to their full potential in any advertising medium.

**Key words:** Clothing, Ground, Percentage of Clothing, Visual image :

의복, 배경, 비율, 시각적 이미지

## I. 서 론

의복이미지는 의복을 구성하고 있는 선, 형, 공간, 재질, 색채와 같은 여러 디자인 요소에 따라 결정되며, 의복을 구성하고 있는 디자인 요소들의 시각적 특성은 의복이미지에 중요한 시각적 매개체로 작용하여 전체적인 이미지에 영향을 준다.

현대의 소비자는 제품보다는 제품이 지니고 있는 이미지를 구매하며<sup>1)</sup> 특히 의복은 다른 제품에 비해 이미지 특성이 강한 제품이므로 의복이 지니는 이미지가 중시되고 있다.

의류학의 관점에서 이미지 연구는 의복이미지, 상표이미지, 자아이미지, 디자인의 특성에 따른 스타일 또는 감각적인 관점에서의 이미지, 의복평가기준으로서의 이미지와 그 외의 대인지각과 관련되는 이미지 등으로 연구되어져 왔다<sup>2)</sup>.

그 중에서도 특히 의복에 대한 시각적 반응을 중심으로 한 연구가 많이 보고되었다. 즉 의복이미지에 대한 연구는 의복 그 자체가 가지고 있는 형상을 전체로 보고 그 전체에서 느껴지는 시각적 이미지(Delong & Larnts, 1980; Delong, Salusso & Larnts, 1981; 박혜선·이은영, 1982, 1984; 楠用唐, 1983; 渡近澄子, 川本榮子, 中川早苗, 1991; 정인희·이은영, 1992; 장은영, 1993; 홍병숙·정미경, 1993; 박소향·김인숙, 1994; 김인숙, 1994; 橋本梧子, 加藤雪枝, 1994; 김양진, 1996; 이은영·이경희, 1995; 김희정·이경희, 1997), 의복을 전체로 봤을 때 전체적 형상 내에서 의복의 부분과 부분의 특징들에 의해서 이루어지는 시각적 이미지(Gibbins & Scheneider, 1980; 최정·이경희, 1995; 김유진·이경희, 1997), 의복의 전체와 의복의 부분간의 상호작용 등을 밝히고자 하는 관점(이경희, 1991; 차미승·이경희, 1992; 문삼련·이경희, 1993; 이경희·이경희, 1994)에서 이루어져 왔다.

이상의 선행연구에서 살펴보면 의복과 관련된 이미지 연구는 배경을 제외한 의복을 중심으로 이루어져 왔다.

최근 모기업에서 의류광고에 대한 한국 소비자들의 의식을 조사한 결과 소비자들은 TV, 잡지, 신문

중 잡지에 실린 광고를 가장 인상깊게 보며, 특정 광고를 좋아하게 된 것은 광고모델이나 촬영장소 및 배경의 영향이라고 하였다<sup>3)</sup>. 이와 같이 전체적인 이미지를 전달하는데는 의복이미지 뿐만 아니라 모델, 배경이 중요한 요인임을 알 수 있다.

패션사진의 모델에게 착용된 의복은 형상으로, 이를 뒷받침하는 공간은 배경으로 상호간에 복합적으로 시각적 이미지를 형성하여 지각자에게 인식된다고 보아진다.

따라서 이 연구에서는 의복이 배경에 따라 어떠한 영향을 받으며 조합된 의복과 배경의 시각적 이미지를 알아보고자 한다. 그런데 의복이 배경속에서 표현될 때 의복의 전체 또는 부분이 제시되는 경우가 있으므로 의복과 배경의 구성에 있어서 비율 또한 전체적인 이미지에 영향을 줄 것으로 생각된다.

의복, 배경, 비율이 전체적인 시각적 이미지에 미치는 영향과 의복, 배경, 비율 간에 어떻게 상호작용하는지를 파악하기 위해, 연구 내용을 1·2부로 나누어 구성한다.

이 연구(1부)는 의복, 배경, 비율에 의한 시각적 이미지의 구성요인과 상호작용을 알아본 후 의복이미지별로 배경에 대한 포지셔닝을 파악하여 제시하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 시각적 이미지

현대인들은 다양한 정보원으로부터 제공되는 수많은 내용의 정보에 노출되어 있는데, 여러 관련 단서들을 종합하여 이미지를 형성하려는 경향을 가지고 있다. 우리가 일상적으로 사용하는 이미지의 개념은 일반적으로 상, 심상, 영상 등으로 이해할 수 있으며 어떠한 대상에 대하여 개인이 갖고 있는 이미지란 결국 그 대상에 대한 주관적 지식이라고 할 수 있다. 즉, 의복이미지란 의복이 전달해 주는 전반적인 느낌으로 우리가 흔히 내리는 의복에 대한 평가들이 의복이미지를 형성하는 요소들이 된다. 지금까지의 의복평가는 주로 의복에 대한 주관적인 반응을 반대 개념의 단어쌍을 이용한 의미미분척도를 사용한 후 그 요인구조를 밝힘으로써 의복평가의

구성요인을 객관화했다.

의류학 분야에서 진행되고 있는 시각적 이미지에 관련된 연구들을 살펴보면 다음과 같다.

의복형태를 기준으로 하여 의복이 가지는 형상을 전체로 보고 그 전체에서 느껴지는 시각적 이미지에 관한 연구, 전반적인 의복이미지의 구성요인을 알아보고 의복이미지에 미치는 영향과 전체(의복형태)와 부분(디자인요소)과의 상호작용효과를 밝히는 연구와 의복내에서 부분과 부분의 특징에 의해 전체를 이루는 시각적 이미지에 관한 연구로 분류하여 살펴보았다.

의복 자체가 가지고 있는 형상을 전체로 보고 의복의 유형이나 착용된 의복이미지를 분석한 연구를 살펴 보면 다음과 같다.

Delong & Larntz<sup>1)</sup>은 의복착용자의 사진을 자극물로 사용하여 연구한 결과 의복 착용자의 인상에서는 평가성, 활동성, 복잡함, 실용성, 역능성, 기타 등의 특성으로 분류되었고 박혜선<sup>2)</sup>은 의복 이미지 구성요인을 평가, 활동, 역능 등으로 분류하였다. 渡近澄子, 川本榮子, 中川早苗<sup>3)</sup>은 여성복에 있어서의 캐주얼, 눈에렘, 세련성, 경제함, 친숙함 요인을 이미지 구성요인으로 명명하였다. 정인희와 이은영<sup>4)</sup>은 곡선적인 디자인이 더 품위있고 현대적이며 젊어보이는 이미지로, 직선적인 디자인이 촌스러운 이미지로 의복 이미지 형성에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 이미지 요인은 품위, 현대성, 촌스러움, 활동성, 드레시함, 젊음으로 구성되었으며 다차원척도를 이용한 의복이미지의 평가차원은 남성적-여성적, 단순함-장식적, 전원적-도회적으로 나타났다. 홍병숙과 정미경<sup>5)</sup>은 여성 수트의 구성요인을 매력성, 독특성, 품위성, 여성성, 젊음성, 편안성으로 밝혔으며 김인숙<sup>6)</sup>은 정장과 캐주얼 의복유형을 대상으로 의복의 반복노출과 의복인상평가와의 관계에 대하여 심미성과 조화성 두 요인구조를 밝혔다. 박소향과 김인숙<sup>7)</sup>은 남자대학생에 의한 여성복 이미지의 구성요인을 현대성, 품위, 활동성, 독특성, 남성성 등으로 분류하였다. 橋本絹子, 加藤雪枝<sup>8)</sup>는 착장 이미지 표현에 의복과 개성이 어떤 역할을 하는가를 연구하기 위해 피복이미지, 개성이미지, 착장이미지를 각각 측정하였는데 피복이미지에 의한 기본인자는 차

가움, 여성성, 현대성으로, 개성에 의한 기본인자는 섬세함, 우아함, 평범함, 친근감, 외소함, 건강함으로, 착장이미지에 의한 개성표현의 기본인자는 평가성, 여성성, 성숙성, 현대성으로 구성되었다. 이 연구에서 평가성, 여성성, 현대성은 주로 개성과 의복디자인에 의해 영향을 받았으며 성숙성은 개성과 의복디자인의 상호관계에 의해서 생기는 것이 아니라 의복디자인에 의해 형성되는 것으로 규명하였다. 이은령<sup>9)</sup>은 실루엣을 구성하는 요소 중 어깨폭, 스커트폭, 스커트길이가 실루엣에 미치는 이미지를 연구한 결과 의미구조는 경연성, 현시성, 성숙성, 매력성으로 구성되었으며 어깨폭은 매력성과 경연성과, 스커트폭은 현시성과, 스커트길이는 성숙성과 밀접한 관련이 있음을 밝혔다.

의복형태를 기준으로 하여 다른 디자인 요소와의 관계를 전체와 의복의 부분간의 관계로 보고 분석한 연구들은 다음과 같다.

이경희<sup>10)</sup>는 의복 지각이 하나로 통합된 전체적인 영상이며 시지각에 의해 좌우되는 것이라 하였으며 의복형태로서의 실루엣과 복식구조에 따른 디테일 변화를 준 의복디자인의 시각적 평가의 차이를 연구한 결과 실루엣은 의복디자인보다 강한 이미지를 지니고, 의복디자인은 디테일에 의해 시각적 효과가 완화되어 나타나 디테일이 의복이미지 형성에 영향을 줌을 밝혔으며 실루엣유형들을 대상으로 하여 의미구조는 매력성, 실용성, 품위성, 편안성, 경연성 요인으로 구성되었다. 차미승<sup>11)</sup>은 4종류의 실루엣과 색채이디지의 관계를 연구한 결과 의미구조는 성숙성, 매력성, 편안성, 현시성, 경연성 등으로 구성되었으며, 의복의 편안하고 활동적인 이미지는 의복형태에 영향을 많이 받고 딱딱하고 부드러운 이미지는 의복형태와 색채 모두에 영향을 받는다고 하였다. 문삼련<sup>12)</sup>은 4종류의 실루엣과 물방울무늬의 공간변화에 따른 시각적 이미지 차이를 연구한 결과 의미구조는 현시성, 활동성, 매력성, 성숙성, 대담성 등으로 구성되었으며, 현시적인 측면은 물방울 무늬의 공간변화에 영향을 받으며 활동성과 대담성은 의복의 형태각 차원에 영향을 받는다고 하였다. 李慶姬<sup>13)</sup>는 4종류의 실루엣과 디테일에 의한 표면이미지의 시각적 이미지 차이를 연구한 결과 의미구조는 매

력성, 귀여움, 장식성, 현대성, 젊음 등으로 구성되었으며 디테일의 방향차원은 어떠한 요인 측면에도 영향을 미치지 못한다고 하였다. 이러한 전체와 부분의 관계에 관한 연구들은 제작한 의복을 자극물로서 제시하여 요인구조를 설명하고 전체와 부분의 상호작용을 규명하고 있다.

의복을 전체적 형상내에서 부분과 부분의 특징들에 의해서 이루어지는 시각적 이미지에 관하여 분석한 연구들은 다음과 같다.

Gibbins & Scheneider<sup>17)</sup>는 의복 상의와 하의의 조화에 대한 지각자의 인상이 분리된 상의나 하의에 의한 긍정적 인상과는 매우 다를 수 있다는 것을 발견하였다. 최정<sup>18)</sup>은 8개의 칼라와 4개의 슬리브를 조합하여 착시효과와 이미지를 연구한 결과 의복지각에 있어서 슬리브의 달림선의 위치, 칼라의 형태, 칼라의 길이와 각도 등에 의해 착시현상을 일으키며 의미구조는 경연성, 활동성, 매력성, 용모성 등으로 구성됨을 밝혔다. 김유진<sup>19)</sup>은 상반되는 의복이미지를 엘레강스한-캐주얼한, 에스닉한-모던한으로 선정하여 상의와 하의를 조합하였으며 이러한 의복이미지의 조합에 따른 시각적 평가에 관해 연구한 결과 의미구조는 매력성, 캐주얼성, 무난성, 현대성으로 구성되었음을 밝혔다. 이러한 연구들은 부분과 부분이 전체를 이룰 때 전체적 형상이 부분들의 총합보다는 더욱 영향력 있다는 것을 내포하는 계위탈트의 개념<sup>20)</sup>에 부합되고 있다.

따라서 이상의 선행연구를 살펴보면 연구 주제에 따라 사용된 평가 용어가 다르게 구성되었으며 대상의 변화에 따라 지각되는 시각적 이미지가 차이가 있음을 알 수 있다.

## 2. 이미지의 포지셔닝

다차원척도법은 각 대상에 대한 종합적인 평가에 의해서 얻어진 자료를 이용해서 평가의 기준이 되는 차원을 찾아내고, 각 차원에서 평가대상들의 위치를 규명함으로써 평가자의 심리적 평가공간을 가시적으로 나타내는 기법이다. 여기서 종합적인 평가란 평가대상들간의 유사성 또는 평가대상에 대한 선호도의 정도를 평가한 것을 말하며, 다차원척도법의 입력자료가 된다. 다차원척도법의 원리는 여러

점이 있을 때 각 점들간의 거리를 알고 그 점들간의 좌표를 추정하는 과정이라 할 수 있다.

포지셔닝이란 사람들의 마음 속에 어떤 대상이 차지할 자리를 만드는 과정으로, 포지셔닝전략의 목적은 소비자의 마음속에 특별한 상품의 이미지를 형성하는 것이며 이러한 이미지는 소비자들이 제품 구입시 사용하는 평가기준으로서도 중요한 역할을 한다.

의류제품의 포지셔닝을 할 때 가장 보편적으로 사용되고 있는 축은 연령, 가격, 품질, 그리고 의복 이미지이다. 특히 의복이미지는 의류제품의 포지셔닝에 가장 빈번히 사용되는 중요 기준이라 하겠다.

포지셔닝 맵이란 소비자들이 기업, 제품, 상표 등의 대상을 평가기준에 대하여 어떻게 평가하고 있는가를 좌표의 위치로 표시한 그림이라 하였으므로<sup>21)</sup>, 평가기준으로서 중요한 의복 이미지는 좋은 포지셔닝 기준이 될 수 있으며, 따라서 여러 의류업체들에서는 포지셔닝의 하나 혹은 양축으로 이미지를 사용하며, 따로 이미지 맵을 구성하여 스타일을 기획하기도 한다. 한편, 포지셔닝 맵은 기존 상표 상황에 대한 소비자 인지와 선호 기준을 확인하기 위해 작성하기도 한다.

김유진·이경희<sup>19)</sup>는 의복이미지에 따라 포지셔닝한 결과 의복을 구성하는 디자인 요소가 다르다면 같은 의복이미지라도 다차원 공간에서 자극물의 위치가 다르게 나타났다.

박수경·임숙자<sup>22)</sup>는 점포분위기에 따른 점포 포지셔닝을 하기 위하여 유클리드모델을 이용한 다차원 척도법을 이용하여 분석하였는데 점포와 점포사이의 거리를 보여주었다.

오현주<sup>23)</sup>는 다차원척도법을 도입하여, 여성 기성복 상표 포지셔닝을 한 결과 '유행을 타지않는-유행에 민감한', '친숙하지 않은-친숙한'의 기준에 의해 소비자 상표 인지가 형성되고, '원숙한-젊음지향적', '유행을 타지않는-유행에 민감한' 기준에 의해 소비자 상표선호가 형성된다는 연구결과를 얻었다.

정인희·이은영<sup>24)</sup>의 연구에서 포지셔닝 기준으로서의 의복 이미지 평가차원은 남성적-여성적, 단순한-장식적, 전원적-도회적으로 나타났다.

### III. 연구 방법

#### 1. 용어의 정의

본 논문에서 사용되는 용어의 의미를 다음과 같이 정의하고 사용하였다.

- 1) 시각적 이미지-의복과 배경에 의해 이루어지는 전체적인 이미지를 말한다.
- 2) 의복이미지-의복이 인체에 착용되어 그 이미지가 타인에게 전달된다고 볼 때 의복과 인체는 복합되어 한 이미지를 이룬다고 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 이를 의복이미지라 지칭하였다. 이 연구에서 사용되는 이미지는 산업체에서 디자인의 특성에 따라 감각적으로 분류한 것으로 Modern, Mannish, Casual, Feminine 4가지이다.
- 3) 비율-본 연구에서의 비율은 전신이 배경길이 만큼 꼭 찬 상태를 100%로 보고 의복을 확대, 축소시켜 배경과 인체간의 면적비를 변화시킨 것을 말한다. 즉 배경의 길이가 10일 때 의복의 길이가 10이면 100%, 의복의 길이가 8이면 80%, 의복의 길이가 20이면 200%가 되는 것이다. 이 때 배경은 일정하게 고정하고 인체의 하부를 사진에서 제외시키는 방법을 이용하여 비율조정을 실시하였다.

#### 2. 사진자극물의 구성

의복, 배경, 비율의 조합에 따른 시각적 이미지를 알아보기 위해 기성복 카다로그(1994년~1996년)를 조사분석하여 의복과 배경을 선정한 후 비율을 선정하였다. 최종 사진자극물을 구성하는 의복, 배경, 비율의 선정기준은 다음과 같다.

##### (1) 의복이미지 선정

다양하고 복합적인 의복 이미지를 전달하는데 있어 패션 카다로그를 많이 사용하는 Adult Missy 여성복 브랜드를 중심으로 하였으며 배경효과가 다양하게 연출되는 추동복을 대상으로 하였다. 의복 종류는 카다로그 분석결과에 따라 빈도수가 가장 높고 현대여성의 근무복 및 일상 외출복으로 가장 많이 착용되고 있는 품목인 슈트로 선정하였다.

의복 이미지를 선정하기 위해 수집한 카다로그 중에서 정방향을 고려하여 사진 200장을 추출하였

다. 의류학전공자 10명이 수집된 사진에서 가장 많이 사용되는 의복이미지를 분류하여(1997년 1월 23일~1월 24일) Modern, Mannish, Casual, Feminine 등 4가지의 대표적인 의복이미지를 추출하였다.

의복이미지에 적합한 의복을 선정하기 위해 의류학 전공자 10명이 슈트사진 중 전신크기의 정방향을 고려한 62개의 사진에 대해 이미지를 평가하게 한 결과(1997년 1월 30일~1월 31일) 4가지 의복이미지에 가장 높은 점수를 얻은 15개의 사진을 선택한 후, 다시 Modern, Mannish, Casual, Feminine 등의 4가지 의복이미지에 가장 적합한 의복사진을 각각 1개씩 선정하였다.


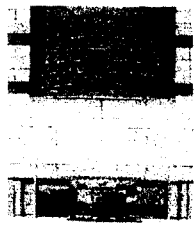



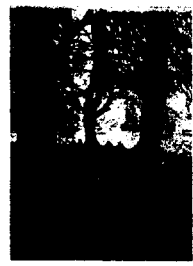




##### (2) 배경 선정

수집된 패션카다로그를 분석한 결과 자연물, 인공건축물, 구조물(소품), 실내, 단일색채배경, 흑백배경, Computer Simulation, 흐릿한 배경 등 다양한 방법이 사용되는 것으로 나타났다. 그 중에서 가장 많이 사용되고 있는 배경이 자연물, 인공물, 실내로 나타났으므로 본 연구를 위한 배경으로 선정하였다. 배경선정을 위한 척도를 구성하기 위해 부산대학교 의류학과 대학생들을 대상으로 인공물, 자연물, 실내에서 느껴지는 이미지를 자유언어연상을 실시하게 한 결과(1996년 3월 18일~3월 20일) 빈도수가 높은 것을 기준으로 인공물에 대한 형용사 5개, 자연물에 대한 형용사 5개, 실내에 대한 형용사 5개를 채택하였다. 수집된 15개의 배경사진에 대해 15개의 형용사로 구성된 Likert형의 평가척도(6점척도)로서 평가하게 한 결과(1997년 4월 15일~4월 16일) 인공물 2개, 자연물 2개, 실내 2개로 총 6개의 배경을 선정하였다.

##### (3) 비율 선정

본 연구에서의 비율은 배경의 공간에 대해 전신이 배경길이 만큼 꼭 찬 상태를 100%로 보았을 때 카다로그를 분석한 결과 대략 40%~200%가 많이 사용되었다.

적정한 비율을 선정하기 위해 두가지 의복에 대하여 18개 슬라이드를 20%씩 같은 비율로 차이를 두어 40%, 60%, 80%, 100%, 120%, 140%, 160%, 180%, 200%를 대학원 의류학전공자 10명과 의류학과 4학년 20명을 피험자로 하여 5월 26일부터 6월 4

|           |   | 사진자극물   |  |          |  |
|-----------|---|---|--|----------|--|
| 의복<br>이미지 |   |   |  |          |  |
|           | Modern  | Mannish   | Casual   | Feminine |  |
| 배경1       |    |    |    |          |  |
|           | 인공물 1   | 자연물 1   | 실내 1   |          |  |
| 배경2       |   |   |   |          |  |
|           | 인공물 1   | 자연물 2   | 실내 2   |          |  |
| 비율        |  |  |  |          |  |
|           | 80%   | 140%  | 200%   |          |  |

[그림 1] 사진자극물의 구성

일까지 실험하였다. 차이검증을 실시한 결과 의복이 미지가 유의적인 차이가 있는 것으로 나타난 80%, 140%, 200%로 선정하였다.

### 3. 사진자극물의 제작

선정된 의복이미지 4가지(Modern, Mannish, Casual, Feminine)와 배경 6가지(인공물, 자연물, 실내 각각 2종류)와 비율 3가지(80%, 140%, 200%)의 3원요인 설계에 의해 72개의 사진자극물을 구성하였다. 조합된 사진자극물을 Scanner(Hewlett Packard 4C)로 입력하여 Polaroid Digital Palette HR 6000을 사용하여 슬라이드로 제작하였다.

### 4. 의미미분척도의 구성

의미미분척도를 구성하기 위해 부산대학교 의류학과에 재학 중인 3, 4학년과 부산대학교 의류학 전공 대학원생 20명을 대상으로 자유언어연상을 실시하였다. 그 결과 빈도수가 높게 나타난 형용사 31개를 얻었으며 선행연구 등을 통하여 반의어를 얻었다. 31개의 형용사쌍에 대하여 의복자극물의 평가적 합성 여부를 알아본 결과 평가용어로 부적절한 것으로 나타난 1쌍을 제외한 30개의 형용사쌍으로 의미미분척도를 구성하였다. 관찰자들에게 제시할 때는 형용사쌍들을 좌우에 무작위로 배치하였으며 느끼는 정도를 자유롭게 평가하게 하였다. 자료를 통계처리할 때에는 오른쪽 형용사를 1점 왼쪽 형용사에 7점을 부여한 7단계평정법으로 분석하였다.

평가용어에 대한 신뢰도를 검증하기 위해 72개의 사진자극물 중 36개를 무작위로 선정하여 30쌍의 형용사로 구성된 의미미분척도를 이용하여 예비실험을 실시하였다. (1997년 6월 9일~6월 20일)

평가에 있어서의 신뢰도 검증은 내적 일관성법(internal consistency method)과 재검사법(test-retest)의 두가지 방법으로 하였다.

내적일관성을 알아보기 위해 Chronbach's  $\alpha$ 를 계산한 결과, 용어 30쌍에 대해 .848의 좋은 신뢰도 계수를 얻었다. 따라서 용어들은 내적일관성있게 평가되었음을 알 수 있다.

용어에 대한 평가의 안정성을 얻기 위하여 의류학 전공 대학원생 18명에게 재검사법을 실시하였다.

2차 평가는 1차 평가 후 1주일에서 10일 사이에 행하였는데, 전체 30쌍의 형용사 각각에 대한 1차 평가와 2차 평가 사이의 상관계수는 P .001 수준에서 유의한 상관이 나타났으므로 1차 평가와 2차 평가의 사이에는 안정성이 있다는 것을 알 수 있다.

### 5. 자료수집 및 분석

본 연구의 자료수집은 부산대학교 의류학과에 재학중인 3, 4학년과 의류학 전공 대학원생 50명을 대상으로 6월 26일부터 30일 사이에 실시되었다. 본 연구의 자료분석은 SPSSWIN을 사용하여 통계처리하였으며 주성분법에 의한 Varimax 직교회전을 이용한 요인분석, 삼원변량분석과 다중분류분석, 다차원 척도법을 실시하였다.

## IV. 결과 및 논의

### 1. 의복, 배경, 비율의 조합에 따른 시각적 이미지의 의미구조

의복과 배경, 비율의 조합에 따른 시각적 이미지의 의미구조를 밝히기 위해 30개의 형용사쌍으로 구성된 의미미분척도로서 평가한 자료를 요인분석한 결과는 <표 1>과 같다.

요인수는 아이겐 값 1.0이상으로 하여 5개로 결정하였으며, 주성분분석방법을 이용하여 Varimax 직교회전시킨 결과 5개의 요인으로 추출되었다.

요인 1은 어울리는-어색한, 조화로운-조화롭지 않은, 좋아하는-싫어하는 등의 15개의 형용사쌍으로 형용사의 의미에 따라 매력성요인이라 하였으며 요인 2는 딱딱한-부드러운, 도시적인-전원적인, 현대적인-고전적인 등의 6개의 형용사쌍으로 구성되어 형용사쌍의 의미에 따라 경연성요인이라 하였으며 요인 3은 특이한-평범한, 강렬한-무난한, 눈에 띄는-눈에안띄는 등의 5개의 형용사쌍으로 구성되어 형용사쌍의 의미에 따라 현시성요인이라 하였으며 공통변량의 17.4%를 차지하였다.

요인 4는 귀여운-노숙한, 발랄한-점잖은, 화사한-칙칙한 등의 형용사쌍으로 구성되어 형용사쌍의 의미에 따라 귀여움요인이라 하였으며 요인 5는 차가운-따뜻한 등의 형용사쌍으로 구성되어 형용

사쌍의 의미에 따라 온도감요인이라 하였으며 공통 변량의 6.0%를 차지하였다.

의복이미지에 대한 다섯 개의 요인이 전체변량에서 차지하는 비율은 59.7%로 나타났으며 다섯 개의 요인 중에서 매력성요인과 경연성요인은 공통변량 중 68.3%를 차지함으로써 시각적 이미지의 의미공간내에서 중요한 차원임을 알 수 있다. 이상의 의복 이미지는 요인 1에서는 조화롭고 아름다운 경향을, 요인 2에서는 딱딱하고 현대적인 경향을, 요인 3에서는 특이하고 강렬한 경향을, 요인 4에서는 귀엽고 발랄한 경향을, 요인 5에서는 차가운 경향을 나타내는 것을 의미한다.

본 연구의 요인분석 결과를 선행연구와 비교해보면 각 구성요인마다 구성개념에 있어서 약간의 차이를 나타내었다.

대부분의 선행연구에서 가장 설명력이 높은 요인으로 나타난 매력성요인은 그 요인을 구성하는 의복이미지의 의미구조에 따라 평가성요인과 유사한 요인으로 해석되었다. 요인 1의 매력성요인은 石塚純子, 加藤雪枝, 堀山藤子<sup>24)</sup>의 평가인자, 이주현<sup>25)</sup>의 평가·매력인자, 李京姬<sup>13)</sup>, 차미승<sup>14)</sup>, 문삼련<sup>15)</sup>, 李慶姬<sup>16)</sup>의 매력성인자, 橋本福子, 加藤雪枝<sup>11)</sup>의 평가인자, 이은령<sup>12)</sup>의 매력성인자에 부합된다.

요인 2의 경연성요인은 李京姬<sup>13)</sup>의 경연성요인, 정인희<sup>7)</sup>의 현대성요인, 홍병숙<sup>8)</sup>의 여성성요인, 이명희<sup>30)</sup>의 고전적-현대적 이미지와 유사하게 나타났다.

요인 3의 현시성요인은 박혜선<sup>9)</sup>의 역능요인, 李京姬<sup>13)</sup>의 실용성요인, 渡邊澄子, 中川早苗<sup>6)</sup>의 현시성요인, 문삼련<sup>15)</sup>의 현시성요인, 李慶姬<sup>16)</sup>의 장식성요인과 유사한 것으로 나타났다.

요인 4의 귀여움요인은 문삼련<sup>15)</sup>의 성숙성요인, 홍병숙<sup>8)</sup>의 젊음성요인, 정인희<sup>7)</sup>의 젊음요인, 김희정<sup>21)</sup>의 성숙성요인, 이은령<sup>12)</sup>의 성숙성요인과 유사한 것으로 나타났다.

요인 5의 온도감요인은 加藤雪枝, 堀山藤子<sup>24)</sup>의 따뜻함요인, 石塚純子<sup>24)</sup>의 따뜻함요인과 비슷하게 나타났다.

이상의 결과는 선행연구들에서 밝혀진 요인분석 결과와 유사한 면이 있음을 알 수 있다. 본 연구의

〈표 1〉 시각적 이미지의 요인분석

| 요인명과 형용사쌍                                 | 요인부하치 |
|---|-------|
| <b>요인 1 : 매력성 요인</b>                      |       |
| 어울리는 - 어색한                                | 0.816 |
| 조화로운 - 조화롭지않은                             | 0.799 |
| 좋아하는 - 싫어하는                               | 0.788 |
| 자연스러운 - 부자연스러운                            | 0.784 |
| 멋있는 - 멋없는                                 | 0.776 |
| 아름다운 - 추한                                 | 0.770 |
| 세련된 - 촌스러운                                | 0.723 |
| 분위기있는 - 분위기없는                             | 0.712 |
| 자유로운 - 부자유로운                              | 0.705 |
| 우아한 - 천박한                                 | 0.703 |
| 편안한 - 불편한                                 | 0.643 |
| 안정된 - 불안한                                 | 0.628 |
| 정돈된 - 산만한                                 | 0.620 |
| 깔끔한 - 지저분한                                | 0.575 |
| 시원한 - 답답한                                 | 0.574 |
| 고유치 : 8.280 전체변량(%) : 27.6 공통변량(%) : 46.2 |       |
| <b>요인 2 : 경연성 요인</b>                      |       |
| 딱딱한 - 부드러운                                | 0.786 |
| 도시적인 - 전원적인                               | 0.773 |
| 현대적인 - 고전적인                               | 0.767 |
| 직선적인 - 곡선적인                               | 0.681 |
| 현실적인 - 낭만적인                               | 0.631 |
| 남성적인 - 여성적인                               | 0.486 |
| 고유치 : 3.952 전체변량(%) : 13.2 공통변량(%) : 22.1 |       |
| <b>요인 3 : 현시성 요인</b>                      |       |
| 특이한 - 평범한                                 | 0.775 |
| 강렬한 - 무난한                                 | 0.769 |
| 눈에 띄는 - 눈에안띄는                             | 0.684 |
| 복잡한 - 단순한                                 | 0.665 |
| 동적인 - 정적인                                 | 0.464 |
| 고유치 : 3.128 전체변량(%) : 10.4 공통변량(%) : 17.4 |       |
| <b>요인 4 : 귀여움 요인</b>                      |       |
| 귀여운 - 노숙한                                 | 0.770 |
| 발랄한 - 점잖은                                 | 0.743 |
| 화사한 - 칙칙한                                 | 0.543 |
| 고유치 : 1.464 전체변량(%) : 4.9 공통변량(%) : 8.2   |       |
| <b>요인 5 : 온도감 요인</b>                      |       |
| 차가운 - 따뜻한                                 | 0.535 |
| 고유치 : 1.080 전체변량(%) : 3.6 공통변량(%) : 6.0   |       |



요인 2인 경연성요인은 딱딱한-부드러운을 중심으로 현대성요인과 남성-여성요인을 포함하고 있다.

이들 요인들을 구성하는 변인들의 내적일관성을 보기 위해 요인별로 각각 Chronbach's  $\alpha$ 을 계산한 결과, 각각 0.93, 0.82, 0.74, 0.65을 얻었으므로, 한 요인을 구성하는 용어들에 대한 응답에는 내적일관성이 있음을 알 수 있다.

**2. 의복, 배경, 비율의 조합에 삼원변량분석**

의복, 배경, 비율에 따른 시각적 이미지 차이를 알아보기 위하여 먼저 삼원변량분석과 다중분류분석을 실시하여 전체적인 상호작용효과를 알아본 후 각각의 시각적 이미지 차이를 분산분석과 Scheffé 검증을 통하여 분석하였다.

의복, 배경, 비율에 따른 시각적 이미지의 구성요인에 대한 영향력을 알아보기 위해 각 요인별로 삼원변량분석을 실시한 결과 <표 2>와 같다.

그 결과 주효과는 매력성요인, 경연성요인, 현시성요인, 귀여움요인, 온도감요인 모두에서 유의적인 차이가 나타났다.

의복에 의한 주효과는 모든 요인에서 유의하며 배경에 의한 주효과는 경연성요인, 현시성요인, 귀여움요인, 온도감요인에서 유의적이며 매력성요인에서는 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 그리고 비율에 의한 주효과는 매력성요인, 귀여움요인, 온도감요인에서 유의적으로 나타났다. 의복과 배경의 상

호작용은 매력성요인, 현시성요인, 온도감요인에서, 의복과 비율의 상호작용은 현시성요인에서, 배경과 비율의 상호작용은 매력성요인, 경연성요인에서 유의적인 차이가 나타났다.

의복, 배경, 비율의 상호작용효과는 온도감요인에서만 나타났다.

현시성은 의복과 배경에 따라 유의적인 차이가 나타났는데 의복의 영향이 더 큰 것으로 나타났다. 귀여움과 온도감은 의복, 배경, 비율에서 유의적인 차이가 나타났는데 귀여움에서는 의복의 영향이 더 크며, 온도감에서는 배경의 영향이 더 크게 나타났다.

시각적 이미지의 의미구조 중 1요인인 매력성요인에서의 의복과 배경의 주효과가 낮은 이유는 사진자극물의 구성의 선정기준 때문이라고 할 수 있다.

의복은 94년도에서 96년도의 카탈로그에서 추출한 사진으로 최근 유행경향에서 크게 벗어나지 않으며 배경 또한 의복의 공간으로서 적합한 배경이기 때문에 다른 요인과 비교하여 평가적 측면의 매력성요인의 영향이 적다고 볼 수 있다.

의복, 배경, 비율의 상호작용효과가 유의적이지 않은 매력성요인, 경연성요인, 현시성요인, 귀여움요인에 대하여 다중분류분석을 실시한 결과는 <표 3>과 같다.

다중분류분석 결과 모든 요인에서 eta계수의 자승

<표 2> 의복, 배경, 비율의 조합에 따른 삼원변량분석

| 요인<br>통계치<br>변량원 | 매력성       |           | 경연성       |           | 현시성       |           | 귀여움       |           | 온도감       |           |
|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                  | 평균<br>자승합 | F-value   | 평균<br>자승합 | F-value   | 평균<br>자승합 | F-value   | 평균<br>자승합 | F-value   | 평균<br>자승합 | F-value   |
| 주효과              | 275.12    | 32.01***  | 1685.71   | 319.31*** | 1334.21   | 214.54*** | 1172.06   | 173.47*** | 373.322   | 42.462*** |
| 의복(A)            | 259.33    | 100.58*** | 1101.84   | 695.70*** | 1284.16   | 688.32*** | 1089.39   | 537.45*** | 53.61     | 20.33***  |
| 배경(B)            | 7.48      | 1.74      | 583.43    | 221.03*** | 49.75     | 16.00***  | 76.95     | 22.78***  | 292.21    | 66.47***  |
| 비율(C)            | 8.31      | 4.83**    | 0.44      | 0.42      | 0.31      | 0.25      | 5.72      | 4.23*     | 27.50     | 15.64***  |
| A * B            | 220.09    | 17.07***  | 10.38     | 1.31      | 29.24     | 3.11***   | 15.28     | 1.51      | 65.76     | 4.99***   |
| B * C            | 2.41      | 0.47      | 6.55      | 2.07      | 12.49     | 3.35***   | 1.58      | 0.39      | 7.50      | 1.42      |
| A * C            | 39.66     | 4.61***   | 12.89     | 2.44**    | 9.68      | 1.56      | 9.69      | 1.43      | 5.10      | 0.58      |
| A * B * C        | 29.45     | 1.14      | 20.94     | 1.32      | 19.56     | 1.05      | 16.69     | 0.82      | 45.53     | 1.73**    |

\*\*\*P<.001, \*\*P<.01, \*P<0.05

〈표 3〉 의복, 배경, 비율의 조합에 따른 다중분류분석

| 변량원                     | 요인       | 매력성요인 |     | 경연성요인 |     | 현시성요인 |     | 귀여움요인 |     |
|-------------------------|----------|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
|                         |          | 편차    | eta | 편차    | eta | 편차    | eta | 편차    | eta |
| 의복                      | Modern   | .11   |     | .56   |     | .87   |     | .28   |     |
|                         | Mannish  | .32   |     | .45   |     | -.44  |     | -.81  |     |
|                         | Casual   | -.41  |     | -.81  |     | .22   |     | -.14  |     |
|                         | Feminine | -.02  | .28 | -.20  | .55 | -.65  | .60 | .68   | .55 |
| 배경                      | 인공물 1    | .02   |     | .79   |     | -.17  |     | .28   |     |
|                         | 자연물 1    | .03   |     | .01   |     | -.07  |     | .05   |     |
|                         | 실내 1     | -.10  |     | -.45  |     | -.02  |     | -.12  |     |
|                         | 인공물 2    | .03   |     | .16   |     | -.04  |     | .04   |     |
|                         | 자연물 2    | .00   |     | -.45  |     | .19   |     | -.12  |     |
|                         | 실내 2     | .02   | .05 | -.22  | .40 | .11   | .12 | -.12  | .15 |
| 비율                      | 80%      | -.06  |     | -.01  |     | .00   |     | -.05  |     |
|                         | 140%     | -.01  |     | .02   |     | .01   |     | .01   |     |
|                         | 200%     | .06   | .05 | -.01  | .01 | -.01  | .01 | .04   | .04 |
| Multiple R <sup>2</sup> |          | .076  |     | .468  |     | .371  |     | .326  |     |
| Multiple R              |          | .276  |     | .684  |     | .609  |     | .571  |     |

값을 살펴보면 의복이미지가 배경, 비율보다 더 많은 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 특히 전체적인 이미지에서 의복과 배경의 영향이 큼을 알 수 있다.

### 3. 배경에 따른 포지셔닝

의복이 배경, 비율의 조합에 따른 시각적 이미지 차이가 어느 정도인지 좀 더 밝히기 위하여 선정된 사진자극물의 유사성을 다차원척도법으로 분석하였다. 각 자극물간의 거리는 시각적 이미지에 대한 유클리드거리로 나타냈으며 분석결과에 대한 적합성을 알아보기 위하여 Kruscal의 스트레스값(stress)과 결정계수값(RSQ)을 조사하였다. 차원 수의 결정에 있어서 Kruscal의 판별기준으로 보아 부적합도를 나타내는 스트레스값이 0.1에 가까운 값을 가지면 보통수준 이상으로 해석 가능하므로(최용석, 1995) 축의 명명과 해석의 용이성을 고려하여 2차원으로 해석하였다.

#### 1) Modern

의복자극물에 대한 다차원 분석결과를 살펴보면 2차원에서 스트레스값 0.056와 98.4%의 설명력을 나타내었다. Modern의 의복에 대한 의복배경의 위치

를 살펴보면 1/4분면에서는 인공물2가 위치하고 있으며 2/4분면에서는 자연물2, 실내2가 위치하고 있으며 3/4분면에서는 실내1이, 4/4분면에서는 인공물1이 위치하고 있으며 자연물1은 3/4분면과 4/4분면에 걸쳐 있다. 포지셔닝된 의복자극물의 위치는 가까울수록 유사한 이미지로 인식되며 포지셔닝된 위치에 따라 X축은 어울리는-어색한의 축으로 Y축은 분위기있는-분위기없는의 축으로 해석할 수 있다.

이상의 결과를 살펴보면 의복이미지가 Modern일 경우 인공물배경이 자연물과 실내보다 잘 어울린다고 볼 수 있다.

#### 2) Mannish

의복자극물에 대한 다차원 분석결과를 살펴보면 2차원에서 스트레스값 0.077와 97.7%의 설명력을 나타내었다. Mannish의 의복에 대한 의복배경의 위치를 살펴보면 1/4분면에서는 인공물1이 위치하고 있으며 2/4분면에서는 실내1이, 3/4분면에서는 4/4분면에서는 자연물1이 위치하고 있다. 포지셔닝된 위치에 따라 X축은 깔끔한-지저분한의 축으로 Y축은 편안한-불편한의 축으로 해석할 수 있다.

이상의 결과에서 살펴보면 의복이미지가 Man-nish일 경우 인공물1배경이 가장 깔끔하고 편안한 이미지를 형성해 준다.

### 3) Casual

의복자극물에 대한 다차원 분석결과를 살펴보면 2차원에서 스트레스값 0.072와 98.3%의 설명력을 나타내었다. Casual의 의복에 대한 의복배경의 위치를 살펴보면 1/4분면에서는 인공물2가, 2/4분면에서는 실내2, 자연물2가, 3/4분면과 4/4분면에 걸쳐 자연물1이 위치하고 있다. 포지셔닝된 위치와 디자인 특성에 따라 X축은 어색한-어울리는의 축으로 해석하였으며 Y축은 답답한-시원한의 축으로 해석할 수 있다.

이상의 결과에서 살펴보면 의복이미지가 Casual일 경우 자연물2배경이 가장 어울리는 것으로 나타났다.

### 4) Feminine

의복자극물에 대한 다차원 분석결과를 살펴보면 2차원에서 스트레스값 0.097와 95.7%의 설명력을 나타내었다. Feminine의 의복에 대한 의복배경의 위치를 살펴보면 1/4분면에서는 인공물1이, 2/4분면과 3/4분면에 걸쳐 실내2, 자연물2, 실내1이 위치하며 4/4분면에서는 자연물1이 위치하고 있다. 포지셔닝된 위치와 디자인 특성에 따라 X축은 현대적인-고전적인의 축으로 해석하였으며 Y축은 답답한-시원한의 축으로 해석할 수 있다.

이상의 결과에서 살펴보면 의복이미지가 Feminine일 경우 현대적인-고전적인, 답답한-시원한이 되고 자연물1배경이 가장 현대적이면서 시원한 이미지를 형성해 준다.

이상의 결과에서 다차원 공간의 포지셔닝에 의해 사진자극물의 위치를 나타내 봄으로써 같은 의복이라도 배경에 따라 시각적 이미지가 지각되는 유사성의 정도에는 차이를 보였다.

## V. 결론 및 제언

본 연구결과를 요약하여 결론을 내리면 다음과 같다.

의복, 배경, 비율에 따른 시각적 이미지의 의미구조는 매력성, 경연성, 현시성, 귀여움, 온도감 등으로

구성되었다. 매력성, 경연성은 의복, 배경, 비율 변화에 의한 시각적 이미지의 의미공간내에서 중요한 요인이다.

의복, 배경, 비율의 조합의 효과는 매력성, 경연성, 현시성, 귀여움, 온도감 등으로 나타났다. 의복에 의한 주효과는 모든 요인에서 유의하며 배경에 의한 주효과는 경연성, 현시성, 귀여움, 온도감 등을 나타내며, 매력성은 무관한 것으로 나타났다. 그리고 비율에 의한 효과는 매력성, 귀여움, 온도감 등으로 나타났다.

의복과 배경의 상호작용은 매력성, 현시성, 온도감에서, 의복과 비율의 상호작용은 현시성에서, 배경과 비율의 상호작용은 매력성, 경연성 등으로 각각 나타났다. 의복, 배경, 비율의 상호작용효과는 온도감에 영향을 미치고 있다.

의복과 배경의 조합에 의한 전체적인 시각적 이미지는 의복과 배경과의 상호작용으로 특히 의복이미지에 영향을 미친다.

다차원 공간의 포지셔닝에 의해 나타내어진 사진자극물의 위치를 살펴보면 같은 의복이미지라도 사진을 구성하는 배경에 따라 각각 다른 이미지를 형성하는 것으로 나타났다.

의복에 적합한 배경을 설정하면 의도하는 시각적 이미지를 창출하는데 도움을 줄 것이다.

이상의 연구 결과들은 의복과 배경에 의한 시각적 이미지 연구의 기초자료로 활용될 수 있을 것이다. 또한 패션업계에서 카타로그 촬영시 브랜드 이미지를 잘 전달할 수 있는 사진연출에 도움을 줄 것이다.

그러나 본 연구는 연령과 지역적 제한이 따르므로 결과의 확대해석에는 신중을 기해야 할 것이다. 그리고 사진의 구성요소를 의복, 배경, 비율로 제한하였으므로 사진이미지에 영향을 줄 수 있는 다른 요인에 대한 폭넓은 연구가 이루어져야 할 것이다. 후속 연구에서는 풍경배경 뿐만 아니라 단색구성, 컴퓨터 합성에 의한 배경 등의 다양한 배경구성에 따른 시각적 효과와 의복이미지와와의 관계에서 연구가 이루어져야 할 것이다.

## 참고 문헌

- 1) 김원수(1986). 마아케팅정보 시스템론. 박영사.
- 2) 김미영(1997). 이미지의 이론적 개념 및 구조-의류학의 관점에서-. 복식 31, 223-236.
- 3) 패션 마케팅(1994.1) 보이기에서 보기로 변한 잡지계 재 광고 가장 인상
- 4) Delong, M. R. & Larntz, K.(1980). Measuring Visual Response to Clothing, Home Economics Research Journal, 8(4), 281-293.
- 5) 박혜선(1982). 의복에 대한 의미분척도 개발 연구. 서울대학교 의류학과 석사학위논문.
- 6) 渡近澄子, 川本榮子, 中川早苗(1991). 服装におけるイメージとデザインと関連について(第1報)-イメージを構成する主要因子とデザインと関連-日本家政學會誌, 42(5), 495-466.
- 7) 정인희 · 이은영(1992). 의복이미지의 구성요인과 평가차원에 대한 연구. 한국의류학회지, 16(4), 379-391.
- 8) 홍병숙(1988). 의미분별척도(Semantic Differential)에 의한 양장과 한복의 이미지 비교 평가. 한국의류학회지, 12(3), 373-382.
- 9) 김인숙(1994). 의복의 친숙성과 의복인상평가의 변화. 복식 23, 45-52.
- 10) 박소향 · 김인숙(1994). 남자대학생의 여성복 이미지 평가 연구. 한국의류학회지, 18(2), 170-179.
- 11) 橋本瑠子, 加藤雪枝(1994). 個性における着装イメージ表現. 日本家政學誌, 45(7), 61-70.
- 12) 이은령 · 이경희(1996). 실루엣 이미지의 시각적 평가에 관한 연구. 한국의류학회지, 20(4), 631-646.
- 13) 이경희(1991). 의복형태 이미지의 시각적 평가에 관한 연구. 부산대학교 대학원. 박사학위논문.
- 14) 차미승(1992). 의복형태와 색채이미지의 시각적 평가와 분석. 부산대학교 대학원. 석사학위논문.
- 15) 문삼련 · 이경희(1994). 의복형태와 물방울무늬 공간 변화에 따른 이미지의 시각적 평가. 한국의류학회지, 18(1), 3-14.
- 16) 李慶姬 · 李京姬(1994). 의복형태와 디테일에 의한 표면이미지의 시각적 평가. 한국의류학회지, 18(5), 646-660.
- 17) Gibbins, K., & Scheneider, A.(1980). Meaning of garments: Relation between impression of an outfit and the message carried by its component garments. Perceptual and Motor Skills, 51, 287-291.
- 18) 최정 · 이경희(1996). Collar와 Sleeve변화에 의한 의복의 시각적 효과에 관한 연구-Computer Simulation을 이용하여-. 한국의류학회지, 20(5), 915-929.
- 19) 김유진 · 이경희(1997) 상반되는 의복이미지의 조합에 따른 시각적 평가에 관한 연구. 한국의류학회지, 21(8), 1297-1306.
- 20) Kiser, S. B.(1985). The Social Psychology of Clothing and Personal Adornment. NewYork: The Macmillan Company.
- 21) 이은영(1991). 패션마케팅. 서울: 교문사
- 22) 박수경 · 임숙자(1996). 소비자의 의류쇼핑동기유형과 점포에 관한 연구. 한국의류학회지, 20(3), 414-428.
- 23) 오현주 · 이은영(1990). 다차원척도법을 이용한 여성기성복 상표 포지셔닝에 관한 연구. 한국의류학회지, 14(2), 129-136.
- 24) 石塚純子, 加藤雪枝, 榎山藤子(1987). 各種デザインに着装イメージ. 日本家庭學會誌, 38(4), 321-332.
- 25) 이주현 · 조공호(1995). 의상디자인요소가 의복착용자의 인상에 미치는 영향(제1보) -의복 형태와 색채의 영향을 중심으로-. 한국의류학회지, 19(5), 747-764.
- 26) 이명희(1993). 한국과 미국 남녀 대학생의 의복이미지 선호도와 성역할 정체감에 관한 연구. 한국의류학회지, 17(3), 367-379.
- 27) 김희정 · 이경희(1993). 의복자극물과 제시방법에 따른 시각적 평가. 한국의류학회지, 17(3), 428-435.
- 28) 加藤雪枝, 榎山藤子(1980). 服装における配色效果の研究. (第1報) 家政學雜誌, 31(1).