

동양적 복식디자인의 특성과 이미지 연구(제2보)

-한국, 중국, 일본을 중심으로-

김희정* · 이경희

*부산경상대학 패션디자인과, 부산대학교 의류학과

A Study on the Characteristic and Image of Oriental Costume Design:
-Korea, China and Japan-

Hee Jung Kim* · Kyoung Hee Lee

*Dept. of Fashion Design, Pusan Kyungsang College
Dept. of Clothing and Textiles, Pusan National University
(1999. 7. 2 접수)

Abstract

The purpose of this study was to investigate the characteristic and image of oriental costume designs which represented among three countries, Korea, China and Japan.

The specific objectives were: 1) to find out the positioning of oriental costume design, 2) to find out relation to oriental costume image and preference.

The stimulus were 75 costume designs of contemporary costume which represented the traditional images of three countries Korea, China and Japan.

The main survey of questionnaire consisted of their evaluation of the oriental costume image by 26 semantic differential bi-polar scales and the subjects were 99 female students majoring in clothing and textile.

The data were analyzed by Multidimensional Scaling Method and Regression Analysis.

The specific objectives were as follows:

1. According to image positioning, The oriental costume design was classified by simple-decorative, soft-hard.
2. As result of regression analysis, The preference of oriental costume image was related to attractive factor.

Key words: Costume Image, Oriental Costume Image, Positioning, Preference:

복식이미지, 동양적 복식이미지, 포지셔닝, 선호도

I. 서론

오늘날 인류는 하나의 지구촌을 형성하면서 각국

의 문화를 상호교류하는 문화의 총체적 다양성을 이루고 있다. 패션계에도 이러한 현상이 나타나 그 동안 패션계에서 다소 소외되었던 동양문화권에 대한 관심이 증대되면서 세계적인 디자이너들은 동

양풍이 표현되는 디자인을 많이 발표 하고있다.

특히 20세기이래 동양의 영향은 지속적으로 작용하여 폴 프와레는 중국, 중동풍의 이미지를 그의 작품에 표현하면서 동양복식의 특징과 미를 패션의 주제로 부각시켰다. 1970년대 중·후반부터 동양적 패션은 거대 패션산업의 한 하위 영역으로 보다 많은 대중에게 선보이고 소비되었으며(이상례, 1994), 1980년대 이르러서는 패션이 개성화, 다양화되면서 기존의 고정관념에서 탈피한 미적 견해를 표현한 디자인이 제시되고 있으며, 과거와는 달리 디자이너 세계에서 서구에서 탈중심화하여 비서구권 디자이너들이 활약하게 되었다(이정후·양숙희, 1977). 특히 1980년대 초반에 경제대국으로 성장한 일본은 패션선도국으로서 자리를 확보하기 시작했으며 일본의 디자이너들은 옷에 대한 서구인의 고정관념을 깨고 동양의 문화와 패션으로 세계패션의 흐름에 새로운 방향을 제시하였다.

더구나 다가올 21세기는 인류가 하나의 지구촌을 형성하면서 문화의 총체적 다양성을 이루어 상호교류가 보다 활발히 이루어지고 지역적·국가적 한계를 극복한 국제화된 디자인 감각이 더욱 보편화 될 것으로 여겨진다.

이렇듯 패션계에서도 국제화 추세가 점차 고조되고 있으며 이러한 국제화와 유통개방 및 소비자들의 고감각에 대응하기 위해서는 각 나라 고유의 전통적인 감각과 국제적으로 보편화된 감각이 함께 표현된 디자인으로 국제적인 경쟁력을 키워 나갈 필요가 더욱 절실히 요구된다.

또한 세계화된 사회에서는 다른 나라에 대한 이해와 더불어 각국 고유의 전통문화에 대한 깊이 있는 이해와 적극적인 활용이 필요하며 나아가 세계 속에 전통적인 이미지가 보다 고유한 특성을 지니면서 보편적으로 인식되기 위해서는 산·학계의 꾸준한 연구가 이루어져야 할 것이다.

이에 본 연구에서는 20세기 후반에 이르러 뚜렷한 패션테마의 하나로 나타나 1980년대 이후 시대적 흐름에 독창적인 조형요소로 부각된 오리엔탈리즘을 극동아시아 지역에 위치한 한국, 중국, 일본을 대상으로 동양적 복식디자인의 특성과 이미지를 알아보고자 하였다. 본 보에서는 제 1보에 이어 동양적

인 복식디자인의 포지셔닝을 알아보고 복식이미지와 좋아하는-싫어하는의 선호도와와의 관계를 밝히고자 하였다. 이러한 디자인특성에 근거하여 형성되는 동양적 복식이미지에 대한 연구는 포지셔닝 기준으로서 활용되어 스타일을 분류하거나 세분화된 표적시장을 대상으로 보다 효과적인 패션산업의 상품기획 수립 시 기초자료로 이용될 수 있을 것이다.

II. 복식이미지

이미지란 어떤 특정의 사물이나 사항에 대해 가지는 기분, 인상 및 태도 등의 총체로서 특정의 사물이나 사항에 대해 특정의 감정을 가지게 하는 영상이다(김동기, 1984). 그리고 특정 대상을 지각하고 인식하는 과정에서 경험하는 주관적이고 종합적인 지식과 가치로 볼 때 이미지는 실제적인 요소들과 감정적인 요소들이 조합된 것으로, 부분의 합 이상의 의미를 지니는 전체로서의 복합물이라 볼 수 있다(Marks, 1976). 또한 이미지는 하나의 감각대상에 의해 형성되어 대상과 관련된 다양한 정보와 속성이 개인이 가지는 관점에 따라 다르게 평가될 수 있기 때문에 매우 주관적이고 관념적일 수 있으며 비가시적 실체라고 볼 수 있지만 인간의 행동에 막대한 영향력을 끼친다고하여 이미지의 중요성이 점차 강조되고 있다(손대현, 1991).

한편, 의복이미지는 의복자체의 형태, 색상, 소재, 문양 등에 의해 시각적으로 형성되는 이미지를 말하기도 하며 착용된 상태에서 착용자의 특성과의 상호관계에서 형성되기도 한다(柳田庸, 1983). 또한 의복이미지는 의복의 시각적 형태를 지각하는 과정에서 형성되는 것으로 복식의 전체형태에 대한 지각, 복식의 전체와 부분의 관계에 의한 지각, 복식의 부분과 부분의 관계에 의한 지각 등으로 분석되어진다(Delong, 1987: 22-31).

그런데 복식이미지는 의복 뿐 아니라 장식적 요소까지 포함되어 형성되는 분위기나 연상으로 복식을 단서로 지각되거나 인지되는 모든 내용으로 외모에 의한 외적인 내용뿐 아니라 착용자와 관찰자의 사회심리적 특성에 의한 내적인 내용까지 포함된다(Kaiser, 1985). 이러한 복식이미지는 관찰대상,

관찰자, 상황과 문화간의 상호작용에 의해 형성되며 관찰대상에는 인체와 복식(今井弥生, 1987: 石塚純子, 1987: 万江八重子, 1992: 橋本令子, 1994), 배경(주수현, 1998) 등 물리·형태적 요인에 따라 달라질 수 있다. 관찰자 요인에는 심리적, 사회환경적, 경험·지식 등 개인적 요인이 포함되며 관찰대상의 물리·형태적 요인에 의한 시각적 정보와 관찰자의 개인적 요인에 의한 내재적 정보는 지각과 인지반응에 의해 복식이미지를 형성하게 되는데 이러한 복식이미지는 단일수준과 복합수준으로 구성된다(김미영, 1997).

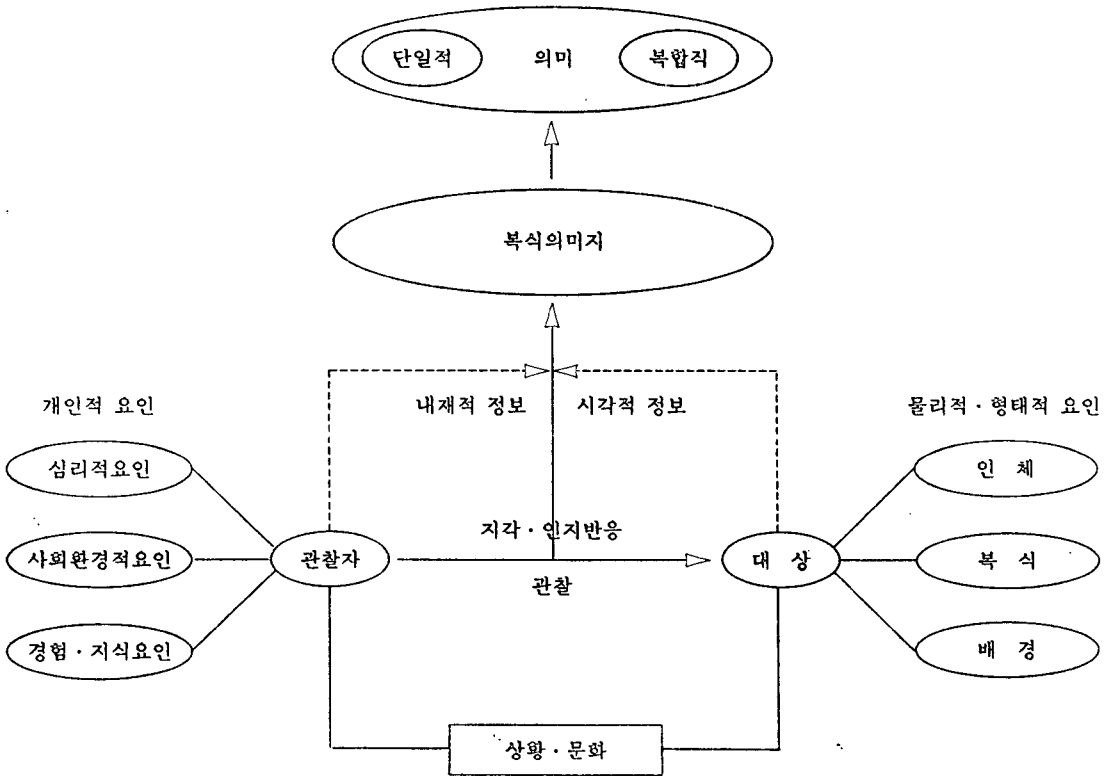
이러한 복식이미지의 형성과정을 모형화해서 나타내면 [그림 1]과 같으며 본 연구에서의 복식이미지는 관찰자의 개인적 요인과 상황문화적 요인을 제외한 관찰대상인 복식의 외적형태에서 느껴지는 시각적 이미지로 형성된 것이다.

또한 의류학 분야에서 연구되고 있는 이미지는

복식이미지외에 의복평가 기준으로서의 이미지, 상품이미지, 상표이미지, 상점이미지와 포지셔닝 기준으로서의 이미지, 대인·대물지각과 이미지, 자아이미지, 디자인 특성에 따른 스타일 또는 감각적인 관점에서의 이미지 등 다양한 관점에서 이루어지고 있다(김미영, 1997).

이상의 연구영역 중에서도 복식이미지는 의복평가 기준으로서의 이미지, 상품이미지, 디자인 특성에 따른 스타일 또는 감각적인 관점에서의 이미지 등과 관련되어 다양하게 연구되어 왔다. 이렇게 복식이미지의 중요성이 강조되어 여러 관점에서 다양한 연구가 이루어지고 있으나 21세기에 보다 보편화 될 것으로 여겨지는 국제적인 감각의 패션이미지에 대한 체계적 연구는 아직 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 다양한 국제적 패션이미지 중에서도 극동아시아 지역에 위치한 한국, 중국, 일본 등을 중심으로 한 동양적 복식 디자인 특성에 따



[그림 1] 복식이미지의 형성

른 이미지 포지셔닝에 대해 알아보고자 하였으며 이와 함께 복식이미지와 선호도의 관계를 밝히고자 하였다.

III. 연구방법 및 절차

본 연구는 앞서 발표된 1보와 함께 진행된 연구이므로 중복되는 이론적 배경과 연구방법 및 절차에 대해서는 생략하기로 한다.

1. 자극물 선정 및 제작

동양적 이미지를 나타내는 복식자극물은 한국, 중국, 일본 각 나라의 전통적 이미지가 표현된 현대복식을 중심으로 1980년대 후반부터 1990년대 중반까지 국내외 패션잡지(섬유저널, 패션투데이, 플레지오니, 콜렉션, 엘르), SFAA Collection, 디자이너브랜드의 디자인실에서 추천해준 작품 등을 중심으로 총 501점을 수집하였다(1997. 7. 28~1997. 11. 29). 이 중에서 동양적 이미지가 보다 뚜렷한 복식사진을 추출하기 위해 복식의장학 전공 대학생들로 하여금 각 나라별로 한국적인-한국적이지않은, 중국적인-중국적이지않은, 일본적인-일본적이지않은의 형용사 척도를 이용하여 7점 평정척도로 평가하게 하였다(1997. 12. 2~1998. 2. 7). 그 결과 평점 5.0이상의 복식사진을 대상으로 각 나라별 25점씩을 선정하여 총 75점의 자극물을 동양적 복식이미지평가에 사용하였다. 그리고 복식이미지 평가에 있어 자극물 제시방법은 슬라이드 제시방법이 적절하고 용이하므로(김희정·이경희, 1993) 추출된 복식사진을 이미지 전달에 영향을 미칠 수 있는 얼굴부분을 제외하고 회색대지를 대어 배경을 동일하게 하여 Polaroid기기(Digital Palette HR 6000)를 사용하여 슬라이드로 제작하여 사용하였다.

2. 평가도구

동양적 복식이미지의 평가를 위한 의미미분척도를 구성하기 위하여 자유언어연상법에 의해 형용사를 수집하였다. 수집된 형용사 중 사용빈도가 높은 것을 우선적으로 추출한 후 수집된 자료와 선행연구를 참고하여 반대어를 추출하여 60개의 형용사쌍

으로 의미미분척도를 구성하였다. 추출된 60개의 형용사쌍은 빈도수를 바탕으로 구성되어 의미의 중복 가능성이 있으며 피험자의 피로도를 고려하여 군집분석의 Ward법을 실시하여 30개의 형용사 쌍으로 축소하였다. 군집분석 결과 추출된 30개의 형용사쌍에 대한 신뢰도 검정은 재검사법(1998. 3. 21~4. 6)으로 하였으며 그 결과 안정성이 부족한 4개의 형용사를 제외하여 26개의 형용사쌍으로 의미미분척도를 구성하였다. 형용사쌍에 대해 내적일관성을 검정한 결과 Cronbach's α 가 .642로서 비교적 좋은 신뢰도 계수를 얻었으며 의류학 전공자들로부터 내용타당성을 검정받아 실증적 연구를 위한 평가도구로 사용하였다.

3. 자료수집 및 자료분석

본 연구의 자료 수집은 부산대학교 의류학과에 재학중인 3, 4학년과 의류학 전공 대학원생 99명을 대상으로 1998. 4. 9~4. 18에 걸쳐 이루어졌다. 수집된 자료는 SPSS를 사용하여 통계처리 하였으며 다차원척도법, 다중회귀분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 동양적 복식디자인의 포지셔닝

동양적 복식디자인의 포지셔닝을 알아보기 위하여 75개의 자극물을 대상으로 하여 다차원 척도법을 실시하였다. 각 자극물간의 거리는 복식이미지에 대한 유클리드 거리(Euclidean Distance)로 나타냈으며 분석결과와 적합성을 알아보기 위해 Kruscal의 stress값과 결정계수(RSQ)를 조사하였다.

Kruscal의 판별기준으로 보아 부적합도를 나타내는 stress값이 .1에 가까운 값을 가지면 보통 수준 이상으로 해석 가능하므로(최용석, 1995: 24) 본 연구에서는 stress값 .136과 89%의 설명력을 나타내어 축의 명명과 해석의 용이성을 고려하여 2차원으로 차원수를 결정하여 해석하였다.

[그림 2]는 유클리드 거리에 의해 유도된 각 자극물의 위치를 나타낸 것으로 디자인 특성을 중심으로 I~IV의 4개의 그룹으로 나눌 수 있다.

[그림 2]에 나타난 가로축을 기준으로 했을 때 양

의 방향에 분포된 디자인은 인체의 윤곽을 강조하지 않은 H형, A형 등의 단순한 실루엣이 많고 음의 방향으로 갈수록 전통적 문양과 매듭, 지수, 끈, 부분적 털 장식 등을 이용한 장식적 디자인이 많아 이들 디자인의 특성과 유사성에 따라 가로축은 Simple-Decorative의 이미지로 해석하였다. 세로축을 기준으로 했을 때 양의 방향에 분포된 디자인은 인체의 윤곽을 드러내는 퍼트한 실루엣에 파스텔톤의 색채와 부드러운 소재를 사용한 디자인이 많았으며 음의 방향은 양감있는 형태에 두꺼운 소재를 사용한 디자인이 많이 분포되어 디자인 특성과 유사성에 따라 세로축은 Soft-Hard의 이미지로 해석하였다. 동양적 복식디자인을 Decorative-Simple한 이미지와 Soft-Hard한 이미지의 양축을 중심으로 나누어 볼 수 있으며 이 축을 중심으로 4개의 그룹으로 디자인이 분류되며 분포된 위치에 따른 특성을 살펴보면 다음과 같다.

그룹 1에 포지셔닝된 디자인은 심플하고 부드러운 이미지축을 중심으로 분포되어 있으며 의복형태는 인체의 윤곽을 드러내는 심플하면서 단정한 디자인이 많았다. 또한 색채는高明도 저채도의 파스텔톤 페인트 등 밝은 색채의 사용이 특징적으로 나타났다. 소재는 광택 있는 실크, 공단 혹은 저지와 같은 부드러운 재질감의 소재를 사용하고 있으며 무지보다는 부분적, 혹은 전체적으로 대나무, 매화나무 등과 같이 식물문양이 프린트된 직물을 사용한 디자인이 많다.

이와 같이 그룹 1에 분포된 디자인은 장식적 요소의 강조보다는 전체적으로 심플하고 부드러운 이미지가 적절히 조화를 이루는 디자인 요소를 사용함으로써 여성스러운 이미지가 강조되어 나타났으며 중국적 복식디자인이 많이 분포되는 경향을 띄고 있다.

그룹 2에 포지셔닝된 디자인은 장식적인 이미지축을 중심으로 분포되어 디자인 요소에 있어 형태와 소재면에서 두가지 특성을 지니고 있다. 하나는 부드럽고 광택있는 소재를 사용하여 인체의 실루엣을 강조하는 디자인이며 다른 하나는 면직물, 마직물, 혼방소재 등을 사용하여 인체를 감싸는 형태의 디자인이다. 그러나 이처럼 형태와 소재를 달리 사

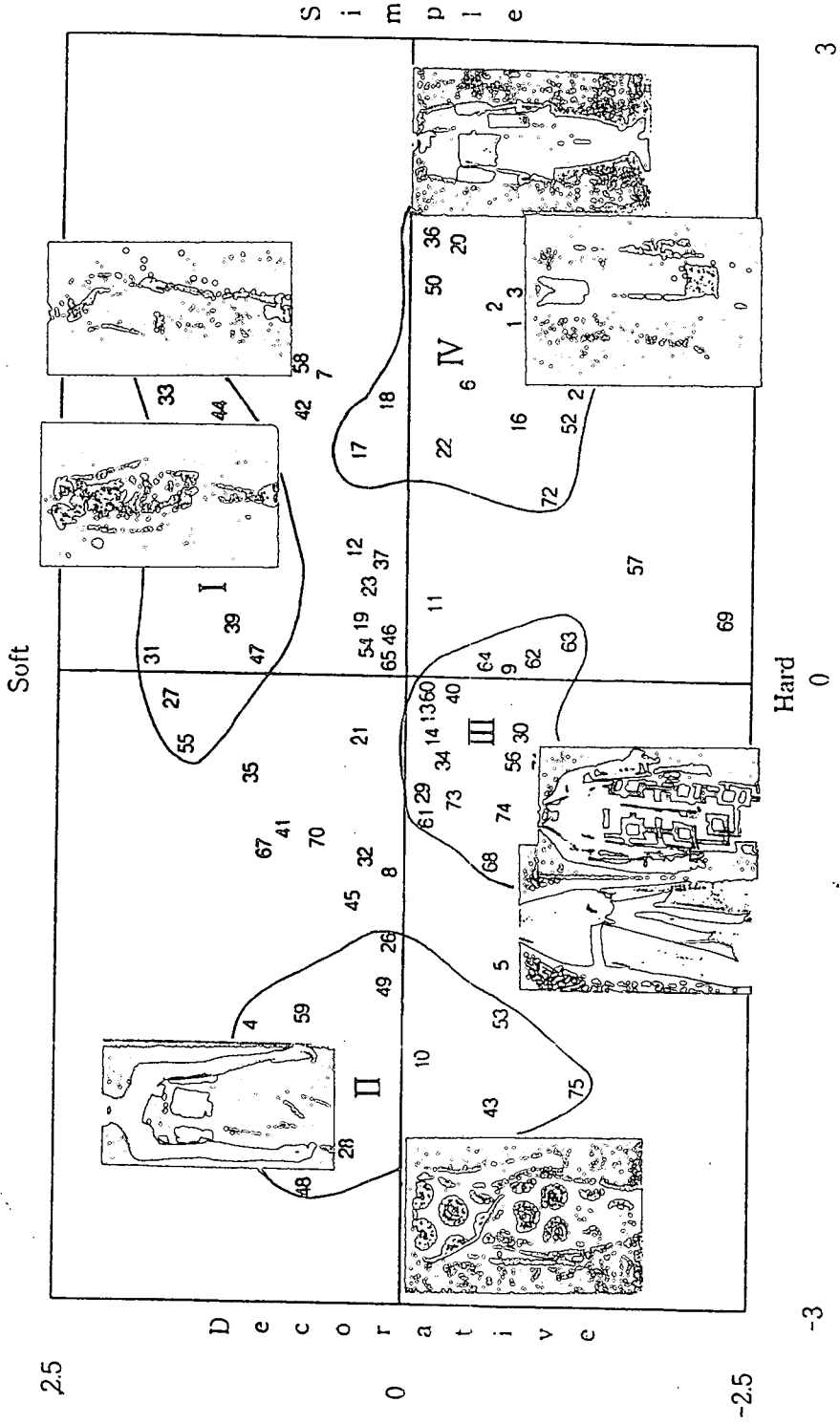
용하더라도 이들 디자인은 모두 전통적 이미지를 표현하고 있다. 색채는 빨강, 주황 등 주로 난색계를 사용하며 대부분의 디자인에 크기가 다양한 문양을 사용하고 매듭단추, 자수기법, 소매나 단 부분에 부분적 털장식 등의 장식적 요소의 활용으로 전통적 이미지를 표현하고 있다.

이와 같이 그룹 2에 분포된 디자인은 직물문양과 디테일, 트리밍 등의 활용으로 장식적인 이미지를 강조하고 있다. 나라별로는 중국과 한국적인 디자인이 많이 분포되어 있으며 중국적 디자인은 크기가 다양한 문양이 프린트된 직물의 사용, 한국적 디자인은 자수기법, 털 장식, 끈의 사용 등 트리밍으로 장식효과를 나타내고 있다. 이처럼 동양적 복식에서 장식적인 이미지축에 포지셔닝된 디자인은 한국, 중국 등 나라간 이미지의 차별화가 되지 않고 하나의 그룹을 형성하여 나타나므로 한국의 이미지를 보다 강조한 상품을 기획하고자 할 때는 동양권내의 다른 나라와는 차별화 된 고유의 디자인 요소를 반영해야 할 것이다.

그룹 3에 포지셔닝된 디자인은 이미지축의 중심 부분에서 딱딱한 이미지 방향으로 분포되어 있으며 인체 허리의 실루엣을 강조하지 않은 O형의 실루엣으로 인체를 충분히 감싸는 양감 있는 형태적 특성을 지니고 있다. 색채는 빨강, 주황, 핑크 등 난색계열과 무채색 계열이 많았으며 소재는 면, 마, 공단, 실크 등 다양하게 사용하고 있으며 문양은 식물문양, 전통문양, 양식화된 문양 등 다양한 문양이 복식 전체에 프린트된 디자인이 많이 나타났다.

이와 같이 그룹 3에 분포된 디자인은 대체로 이미지축의 중앙부분에 위치하여 다른 그룹의 이미지 특성과 비교했을 때 디자인 특성이 다소 복합적으로 나타났으며 딱딱한 이미지가 약간 강조되었다. 나라별로는 일본적 디자인이 많이 분포되었으며 복식의 여유성과 V넥크라인 등 어깨를 강조한 형태적 특성에서 노숙한 이미지도 같이 표현되고 있다.

그룹 4에 포지셔닝된 디자인은 심플하고 딱딱한 이미지축을 중심으로 분포되어 있으며 인체를 여유 있게 감싸는 H형, A형 등 비교적 단순한 실루엣을 사용하고 있다. 색채는 검정, 회색 등의 무채색과 저명도 저채도의 어두운 색채를 주조색으로 하고 흰



[그림 2] 동양적 복식디자인의 포지셔닝

3

-3

색, 노란색 등을 부분적 액센트 칼라로 사용하고 있다. 소재는 마직물, 누빔기법을 이용한 실크 등 다소 두꺼운 재질을 많이 사용하였으며 문양과 디테일의 사용이 절제된 디자인이 많이 분포하고 있다.

이와 같이 그룹 4에 분포된 디자인은 직선적 실루엣에 다소 두껍고 투박한 소재와 어두운 색의 모노톤을 사용함으로써 심플하고 현대적인 이미지가 강조되어 나타났다. 나라별로는 한국적인 복식디자인이 많이 분포되어 장식의 효과보다는 전통복식의 내재적 미적가치인 단순미와 소박미가 선과 형태적 특성으로 강조되면서 보다 현대적으로 해석되어 표현되고 있음을 알 수 있다.

이상과 같이 동양적 복식이미지는 세 나라의 디자인 특성에 따라 Simple-Decorative, Soft-Hard의 이미지로 해석할 수 있으며 한국적인 복식디자인은 직선적인 H형의 실루엣, 회색, 검정 등이 무채색의 사용, 소박한 재질감의 마직류, 면직류의 사용으로 전체적으로 심플한 이미지의 디자인이 많이 포지셔닝되어 나타났다. 이는 한국의 전통복식에 나타난 단순미와 소박미 등의 미적가치가 선이나 형태적 특성으로 현대적 패션에서의 활용에서도 그대로 강조되어 사용되고 있음을 반영하고 있다. 중국적인 복식디자인은 인체의 윤곽을 드러내는 실루엣과 달걀, 주황 등을 중심으로 한 난색계의 색채, 부드럽고 광택있는 소재의 사용, 매듭, 자수기법 등의 활용으로 장식적 이미지를 많이 표현하여 여성스러움과 섹시함을 강조하고 있다. 일본적인 복식디자인은 장식적 이미지의 디자인 특성보다 전체적으로 풍성하고 여유있는 실루엣의 강조로 현대화된 경향을 나타내고 있다.

이상의 결과에서 동양적 복식디자인은 여성스럽고 부드러운 이미지, 장식적 요소를 강조한 전통적 이미지, 딱딱하고 노숙한 이미지, 심플하면서 현대적인 이미지 등으로 분류할 수 있으며 이러한 복식이미지는 같은 극동 아시아 지역에 위치한 한국, 중국, 일본 등 나라에 따라 다르게 포지셔닝되어 나타났다. 이렇게 나라마다 다르게 나타난 고유한 디자인 특성과 이를 통해 표현되고 있는 이미지의 효과를 충분히 활용한다면 나라마다 차별화된 상품기획으로 세계화된 패션시장에서 고유의 독자성을 지녀

국제 경쟁력을 확보할 수 있을 것이다.

2. 동양적 복식이미지와 선호도의 관계

동양적 복식이미지와 선호도의 관련성을 알아보기 위하여 동양적 복식이미지를 한국적 복식이미지, 중국적 복식이미지, 일본적 복식이미지로 각각 나누어 「좋아하는-싫어하는」을 종속변수로 하여 25쌍의 동양적 복식이미지를 나타내는 형용사를 독립변수로 하여 단계별 회귀분석을 실시하였다(표 1).

한국적 복식이미지의 경우 좋아하는-싫어하는에 대한 다중회귀 분석결과 11쌍의 독립변수와 관련있는 것으로 나타났으며 58.9%의 설명력을 나타내었다. 이 중 멋있는-멋없는이 가장 관련 있는 것으로 나타났으며 세련된-촌스러운, 조화로운-부조화로운, 답답한-시원한, 청순한-오염한, 편안함-불편한, 귀여운-노숙한, 고전적인-현대적인, 산만한-정돈된, 여성적인-남성적인, 사치스러운-소박한 등의 순으로 관련 있는 것으로 나타났다. 회귀계수의 상대적 중요도를 나타내는 Beta의 값은 정적 부하량이 각 독립변수의 왼쪽 복식이미지와 정적관계를 나타내므로 한국적 복식디자인에 대한 선호도와 관계 있는 이미지는 멋있는, 세련된, 조화로운, 시원한, 청순한, 편안한, 귀여운, 고전적인, 정돈된, 여성적인, 사치스러운 이미지 등임을 알 수 있다. 이 중에서도 한국적 복식디자인은 중국, 일본과는 달리 고전적인, 여성적인, 사치스러운 이미지일 때 더 좋아하는 것으로 나타나 같은 동양권 내에서도 중국과 일본과는 차별화된 고전적이며 여성적이며 사치스러운 이미지를 좀더 부각시켜 디자인한다면 좋아하는 선호도와 관련되어 보다 바람직한 상품 이미지와 함께 세계 패션시장에서 보편성과 독특함을 갖춘 긍정적인 한국적 이미지를 전달할 수 있을 것이다.

중국적 복식이미지의 경우 좋아하는-싫어하는에 대한 다중회귀 분석결과 11쌍의 독립변수와 관련 있는 것으로 나타났으며 59.3%의 설명력을 나타내었다.

이 중 멋있는-멋없는이 가장 관련이 있었으며, 세련된-촌스러운, 산만한-정돈된, 답답한-시원한, 편안한-불편한, 귀여운-노숙한, 조화로운-부조화

〈표 1〉 동양적 복식이미지와 선호도의 관계

종속 변수	복식 이미지	독립변수	Beta	T-value	R ²
종아하리 — 잡아하리	한국적 복식 이미지	멋있는-멋없는	.396	22.089 ^{***}	58.9%
		세련된-촌스러운	.238	13.112 ^{***}	
		조화로운-부조화로운	.141	8.377 ^{**}	
		답답한-시원한	-.097	-6.800 ^{***}	
		청순한-요염한	.076	5.182 ^{**}	
		편안한-불편한	.071	4.721 ^{**}	
		귀여운-노숙한	.063	4.576 ^{**}	
		고전적인-현대적인	.045	3.354 ^{**}	
		산만한-정돈된	-.056	-3.437 ^{**}	
	중국적 복식 이미지	멋있는-멋없는	.373	20.609 ^{***}	59.3%
		세련된-촌스러운	.275	15.264 ^{***}	
		산만한-정돈된	-.090	-5.055 ^{***}	
		답답한-시원한	-.091	-6.337 ^{***}	
		편안한-불편한	.072	5.314 ^{**}	
		귀여운-노숙한	.059	4.378 ^{**}	
		조화로운-부조화로운	.064	3.694 ^{**}	
		우아한-천박한	.058	3.601 ^{**}	
		복잡한-단순한	-.052	-3.222 ^{**}	
	일본적 복식 이미지	들뜬-차분한	.034	2.010 [°]	59.8%
		따뜻한-차가운	.026	1.984 [°]	
		멋있는-멋없는	.351	18.910 ^{***}	
		세련된-촌스러운	.287	15.738 ^{***}	
		답답한-시원한	-.113	-7.856 ^{***}	
		산만한-정돈된	-.085	-5.201 ^{***}	
		편안한-불편한	.061	4.451 ^{**}	
		우아한-천박한	.058	3.521 ^{**}	
		조화로운-부조화로운	.052	3.476 ^{**}	
		청순한-요염한	.042	2.905 ^{**}	
화사한-칙칙한	.043	2.863 [°]			
들뜬-차분한	-.044	-2.847 [°]			
귀여운-노숙한	.033	2.378 [°]			

^{***}p<.001 ^{**}p<.01 [°]p<.05

로운, 우아한-천박한, 복잡한-단순한, 들뜬-차분한, 따뜻한-차가운의 순으로 관련 있는 것으로 나타났다. 회귀계수의 상대적 중요도를 나타내는 Beta 값의 정적 부하량이 각 독립변수의 왼쪽 복식이미지와 정적관계를 나타내므로 중국적 복식디자인에 대한 선호도와 관련 있는 이미지는 멋있는, 세련된,

정돈된, 시원한, 편안한, 귀여운, 조화로운, 우아한, 단순한, 들뜬, 따뜻한 등의 이미지로 나타났다. 이 중에서도 중국적 복식디자인은 한국, 일본과는 달리 단순하고 따뜻한 등의 이미지일 때 더 좋아하는 것으로 나타나 중국적 디자인을 표현하고자 할 때는 멋있는, 세련된, 정돈된 등의 이미지와 함께 단순하고 따뜻한 등의 중국적 디자인에서 선호된 이미지를 보다 부각시킨다면 선호도와 함께 보다 효과적인 중국적 상품이미지를 전달 할 수 있을 것이다. 일본적 복식이미지의 경우 좋아하는-싫어하는에 대한 다중회귀 분석결과 11쌍의 독립변수가 관련 있는 것으로 나타났으며 59.8%의 설명력을 나타내었다.

이 중 멋있는-멋없는이 가장 관련이 높게 나타났으며 세련된-촌스러운, 답답한-시원한, 산만한-정돈된, 편안한-불편한, 우아한-천박한, 조화로운-부조화로운, 청순한-요염한, 화사한-칙칙한, 들뜬-차분한, 귀여운-노숙한 등의 순으로 관련 있는 것으로 나타났다. 회귀계수의 상대적 중요도를 나타내는 Beta값에 따라 일본적 복식디자인에 대한 선호도와 관계 있는 이미지는 멋있는, 세련된, 시원한, 정돈된, 편안한, 우아한, 조화로운, 청순한, 화사한, 차분한, 귀여운 등의 이미지로 나타났다. 이 중에서도 일본적 복식디자인에서는 한국, 중국과는 달리 화사한 이미지일 때 더 좋아하는 것으로 나타나 일본적 디자인을 표현하고자 할 때 멋있는, 세련된, 시원한 등의 이미지와 일본적 디자인에서 선호된 화사한 이미지를 상품기획 시 참고하여 디자인한다면 좋아하는 선호도와 함께 일본적 이미지가 좀 더 부각되어 보다 효과적인 상품 이미지를 전달 할 수 있을 것이다.

이상의 결과에서 동양적 복식디자인에 대한 선호도와 관계 있는 이미지는 한국, 중국, 일본 등 나라에 따라 관련성의 정도에는 다소 차이가 나타났으나 매우 유사한 경향을 보이고 있다. 특히 멋있는, 세련된 등의 매력성을 나타내는 이미지가 선호도와 가장 관련이 있었으며 이외에도 시원한, 편안한, 정돈된, 조화로운 등의 이미지를 지닐 때 좋아하는 것으로 평가되었다.

그러나 한국, 중국, 일본 세 나라의 복식이미지와

선호도의 차이에서 한국적 복식디자인에서는 고전적인, 여성적인, 사치스러운 등의 이미지일 때 선호도가 더 높아질 수 있으며, 중국적 복식디자인은 단순한, 따뜻한 이미지일 때, 일본적 복식디자인은 화사한 이미지일 때 더 높은 선호경향을 나타내었다.

이러한 연구결과를 바탕으로 동양적 복식디자인은 멋있는, 세련된 등의 매력성을 나타내는 이미지와 각 나라의 선호도와 관련된 특징적인 이미지를 좀더 부각시켜 디자인한다면 선호도와 관련되어 보다 바람직한 이미지표현이 가능할 것이며 이와 함께 소비자의 상품구매욕구에도 긍정적인 효과를 가져올 수 있을 것으로 기대되어 상품기획에 적극 활용할 수 있을 것이다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 동양적 복식디자인의 특성과 이미지를 알아보고자 하였으며 제 1보에 이어 제 2보에서는 동양적 복식디자인의 포지셔닝을 알아보고 동양적 복식이미지와 선호도의 관계를 알아보는 것으로 선정하였다.

실증적 연구결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

1) 동양적 복식디자인의 이미지축은 포지셔닝된 디자인의 특성에 따라 Simple-Decorative, Soft-Hard의 양축으로 나뉘며 이 축을 중심으로 디자인 특성은 4개의 그룹으로 분류된다. 심플하고 부드러운 이미지로 분류된 디자인은 여성스러움을 강조한 디자인 요소를 많이 활용하였으며 중국적인 복식디자인이 많이 분포된 경향을 띄었다. 장식적인 이미지축을 중심으로 분류된 디자인은 전통적 이미지를 강조하였으며 한국과 중국적인 복식디자인이 고루 분포되었다. 이미지축의 중심부분에서 딱딱한 이미지위치로 분류된 디자인은 노숙한 이미지를 나타내는 디자인요소의 활용이 많았고 일본적인 복식디자인이 많이 분포되었다. 심플하고 딱딱한 이미지축을 중심으로 분류된 디자인은 현대적인 이미지를 강조하였으며 한국적인 복식디자인이 많이 분포되었다. 한국, 중국, 일본의 복식이미지는 표현된 디자인 특성에 따라 이미지축의 분포가 다르게 포지셔

닝 되었으며 이러한 각 나라의 고유한 디자인 특성을 충분히 활용하여 패션상품기획에 반영한다며 세계화된 패션시장에서 고유의 독자성으로 국제경쟁력을 확보 할 수 있을 것이다.

2) 동양적 복식디자인에 대한 선호도는 한국, 중국, 일본 등 나라에 따라 관련성의 정도에는 다소 차이가 나타났지만 전체적으로는 매우 유사한 경향을 보이고 있으며 특히 멋있는, 세련된 등의 매력적인 이미지를 나타낼 때 선호도가 더 높아지는 것으로 나타났다. 멋있는, 세련된 등의 이미지는 한국의 경우 고유복식인 한복의 선과 형태 등을 활용하여 표현하였으며 중국은 여성미를 강조하는 타이트한 실루엣 전통복식의 세부적 장식요소의 활용으로 표현하였으며 일본은 복식의 여유성 오비의 현대적 활용 등으로 표현하여 나라별 고유한 미적 디자인 요소를 선별하여 활용하는 방법으로 매력적 이미지를 표현하고 있다. 따라서 동양적 복식디자인은 멋있는, 세련된 등의 매력성을 나타내는 이미지를 디자인 요소를 활용하여 패션상품 기획 시 반영한다면 소비자의 구매와 연결되어 마케팅전략을 세우는데 자료로 활용될 수 있을 것이다.

이상의 현대패션에 나타난 동양적 복식이미지에 대한 연구는 동양적 이미지 표현과 각 나라 고유의 특성을 표현한 상품기획 시 기초자료로 활용될 수 있을 것이며 세계적 패션시장이 형성되는 현 시점에 각 나라의 전통적 이미지를 부각시키고 패션산업을 보호 육성하고 발전시키기 위한 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

그러나 본 연구는 실증적 연구과정의 자료수집에 있어 부산지역의 의류학 전공자를 대상으로 하였으므로 확대해석에는 신중을 기해야 할 것이다. 또한 후속연구에서는 전공자들의 평가 외에도 비전공자, 일반인들의 평가가 필요하며 자극물 수집에 있어서도 한국, 중국, 일본적인 복식디자인은 디자이너의 국가나 소속에 상관없이 복식이 지니는 이미지만을 대상으로 선정하였으므로 차후의 연구에서는 각 나라의 디자이너가 자국의 이미지를 표현하고 있는 작품과 본국의 디자이너가 아닌 경우에 작품에 나타난 디자인 특성과 이미지의 차이점과 공통점에 대해서도 밝힐 필요가 있을 것이다.

참고문헌

- 강병서·김계수(1988), 통계분석을 위한 SPSSWIN EASY, 서울:법문사.
- 최용석(1995), SAS다차원척도법, 서울:자유아카데미, 24.
- 김동기(1984), 현대마케팅원론, 서울:박영사.
- 손대현(1991), 한국문화의 매력과 관광이해, 서울:일신출판.
- 송용섭(1986), 현대소비자행동론, 서울:법문사, 200.
- 김미영(1997), 이미지의 이론적 개념 및 구조, 복식 31, 223-236
- 김희경·이경희(1993), 의복자극물과 제시방법에 따른 시각적 평가, 한국의류학회지, 17(3), 428-435.
- 이상례(1994), 현대패션 디자인에 나타난 동방풍에 관한 연구 -한국·몽골·중국·일본을 중심으로-, 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 이정후·양숙희(1977), 현대 일본 복식에 나타난 선미학적 경향에 관한 연구 -1980년대 이후 Rei Kawakubo, Issey Miyake의 작품을 중심으로-, 한국의류학회지, 21(7), 1184-1195.
- 橋本令子·加藤雪枝(1994), 個性による着装イメージの表現, 日本家政學會誌, 45(7), 639-648.
- 今井弥生·高野美榮·井尚子(1987), 服装におけるイメージの分析, 東京家政學院大學紀要, 第27号, 97-104.
- 万江八重子(1992), 身體イメージと服装デザインに関する研究(第1報), 文化女子大學紀要, 99-109.
- 石塚純子·加藤雪枝·梶山藤子(1987), 各種デザインにおける着装イメージ, 日本家政學會誌, 38(4), 321-332.
- 栢田麻(1983), 婦人服のイメージ評價に関する調査研究 第1報 -男子大學生による婦人服のイメージ評價について-, 纖維製品消費科學誌, 24(6), 43-54.
- Delong, M.R.(1987), The Way We Look, Iowa State University Press, 22-31.
- Kaiser, S. B.(1985), The Social Psychology of Clothing and Personal Adornment. New York: The Macmillan Company, 4-8.
- Marks(1976), Operationalizing the Concept of Store Image, *Journal of Retailing*, 52(3), 37-46.