

## 체형에 적합한 시각효과를 위한 중년남성 정장디자인 (제2보)

박순천\* · 이순홍

\*조선대학교 미술대학 디자인학부, 성신여자대학교 의류학과

### The Formal Suit Design for Visual Effect of Mid-Aged Men's Shape (Part II)

Soon chun Park\* · Soon hong Lee

\*Dept. of Fashion design, Chosun University

Dept. of Clothing & textiles, Sungshin Women's University

(2003. 5. 30. 접수)

#### Abstract

This paper endeavors to examine the most suitable formal dress design for mid-aged men who lives in Kwangju, the Republic of Korea. Visual effect in associate design is considered with adjustment, figured and the body type. There are partly similarity differences in associate design visual effect by one's shape and clothes design. Firstly, in thin type, striped figured suit is the most attractive. Single adjustment suit with striped figured tend to be attractive, young and modernistic. Single adjustment without figured is felt the mellowest. Secondly, in standard type, the suit without figured is perceived the most attractive and masculine. The suit with striped figured is looked more young. Single adjustment suit without figured is the most attractive and mellow also single adjustment with figured is felt the youngest. Double adjustment without figured is felt mellow and with striped figured is felt the most modernistic and familiar. Also double adjustment suit with check figured is felt more modernistic. Thirdly, in pyknic type, the solid figured and striped figured of the suits are felt more masculine and single without figured is thought attractive. Single adjustment with check figured is common image. Also, double adjustment with stripe figured is perceived attractive. In conclusion, the adjustment, number of button and figure are very important facts for the clothes for giving whole visual effect of men's suit.

**Key words:** associate design visual effect, clothes image, visual perception; 연상디자인 시각효과, 의복이미지, 시 시각

#### I. 서 론

현대 산업사회는 급속한 경제성장을 이룩하였고 이에 따른 개인들의 소득 증가로 인한 의·식·주 모든 면에서 생활의 여유를 갖게 되었다. 또한 교육의 확대와 대중매체의 발달로 소비자들의 다양한 욕구가 창출되어 개성화와 생활수준의 향상을 추구하게 되었으며 물질적 만족지향에서 정신적 만족지향으로 가치관의 변화를 가져왔다. 특히 사회활동이 활발한 남성들에게 의복은 더욱 중요한 의미를 지니게 되며

그들의 사회적 상황과 입지에 부합되는 적절한 의복에 의해 얻어지는 첫인상은 사업과 사회적 성공에 큰 영향을 미친다.

최근 남성 소비자들은 고도의 자본주의와 함께 하는 물질적 풍요와 다양한 영상매체의 영향으로 여성들 못지않게 자기표현의 욕구를 드러내는 다양한 의복을 착용하여 자신을 인식시키고자 한다. 남성 의복의 전체적인 스타일을 결정짓는 데는 다른 어떤 아이템보다도 정장수트가 가장 큰 비중을 차지한다. 따라서 정장수트는 옷차림의 분위기나 외양의 인상을 규

정짓는 중요한 요소라고 할 수 있다.

특히, 젊은 층의 정장수트는 캐주얼스타일이 가미되어 단추의 수, 칼라의 위치가 변화되고 있으며, 디자인 상에서 허리를 꼭 맞게 한다든지 소매통의 변화로 꼭 맞게 입혀지거나 헐렁하게 입혀지는 캐주얼 정장수트가 많이 착용되고 있는 추세를 보여준다. 첨단디지털 사회와 더불어 모든 생활양식에 많은 변화를 가져오면서 기성복에 대한 소비자의 욕구는 더 한층 높아가고 있으며, 각 개인의 생활과 가치관이 다양해짐에 따라서 남성의류에 있어서도 질적인 향상이 요구되고 있다.

본 연구에서는 20~50대의 남녀를 대상으로 중년남성의 의복디자인에 따른 시각효과를 연상디자인적인 면에서 고찰하여 중년남성의 체형에 가장 적합한 의복디자인을 규명하는 것에 그 목적을 두었다.

중년남성의 체형에 다른 연상디자인 시각효과를 유발시킬 수 있는 신사복 정장수트의 형태를 파악하기 위해서 일반적으로 중년남성이 외출복으로 착용하는 정장스타일의 수트를 선정하여 의복디자인의 형태구성요인이 다르게 조합된 연상디자인 시각효과를 분석한다. 그리하여 체형결점을 보완할 수 있는 의복의 형태구성요인을 파악하여 현대 사회적 상황에서 중년남성들이 표출하고 싶은 시각적 느낌을 효과적으로 드러낼 수 있는 체형에 대해서 적절하며 효과적인 의복디자인을 제시하고자한다.

본 연구의 구체적인 목적을 기술하면 다음과 같다.

첫째, 중년남성 정장수트 착용에 대한 연상디자인 시각효과의 차원을 밝힌다.

둘째, 여밈, 무늬, 체형에 따른 연상디자인 시각효과의 차이를 규명한다.

제1보에서는 중년남성 정장수트의 여밈, 무늬, 체형에 따른 신체디자인 시각효과의 차이를 규명하였다. 제2보에서는 제1보와 함께 진행된 연구이므로 여기에서 제1보와 중복되는 이론적 배경, 용어정의, 연구방법의 일부는 생략하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 시 지각의 특성에 따른 시각효과

철학자 루돌프 아른하임은 그의 '시각적 사고'에서 사고(思考)는 지각(知覺) 그 자체의 핵심요소로서 시 지각을 시각적 사고(visual thinking)라고 주장한 바 있다. 즉, 모든 사고에는 지각적 기초가 있으며, 특히

시지각적 기초가 중요하다는 것이다(아른하임, 1982). 이는 인간의 눈이 정밀하다고 하나 사물을 잘못 보는 경우가 있으며, 도형이나 색체에 대한 그와 같은 착오를 시각의 착시(錯視)라고 한다. 착시 즉, 시각적 착오는 우리 눈의 생리적 작용에 의한 것으로 시각적 착시는 대상의 길이, 방향, 면적, 색체의 각 부분에 걸쳐 생길 수 있다(오태환, 1996). 이것은 대상의 물리적 성질 또는 망막에 비치는 상과 우리들이 지각하는 내용과의 사이에는 기본적으로 이미 차이가 있기 때문이다. 착시는 외계에 대응하는 자극이 존재하여야 하며, 객관적 성질과는 현저하게 다르게 지각되어야 한다. 심리학에서는 착시를 관찰된 세계와 물리적 세계와의 사이에 오차가 발생하는 경우라고 정의하고 있으며 예술학에서도 보는 것과 보이는 것 사이의 오차라고 말하기도 한다(조열, 1996).

형태지각 심리학자(Gestalt Psychologist)들은 사물을 있는 그대로 지각하지 않고 다소 수정된 형태로 지각하는 인간들의 심리상태는 양호성, 근접성, 유사성의 특성에서 근거한다고 하였다(신명희, 1995). 형태는 내용을 가지적으로 하는 형으로서 사물의 본질을 우리들 눈에 이해가 가능하도록 하는 그런 형(shape)을 말한다(아른하임, 1982). 시각 디자인 요소로서의 형태는 심리적 효과와 착시를 표현하기 위해 놀라운 잠재력을 제공하며 단순한 선의 변화에서도 실루엣 전체이미지에 큰 영향력을 일으킬 수 있다. 또한 의복에 대한 시각적 평가는 전체적인 형태를 나타내는 실루엣에 대한 관찰, 실루엣 내부의 부분에 대한 형의 관찰, 실루엣과 부분간의 상호작용에 대한 분석을 통한 종합적인 해석 및 평가의 단계로 구성된다(Delong, 1980).

따라서 성공적인 의복은 부분의 형들 사이와 부분과 전체사이의 편안한 관계를 가지고 있으며 착용자가 쉬고 있을 때나 움직이고 있을 때, 어떤 각도에서든지 아름답고 잘 결합된 구조적, 장식적인 형과 형태의 통일된 배합을 나타낸다고 하겠다.

### 2. 시 지각의 특성에 따른 의복이미지

의복은 인간의 사회적, 심리적 특성을 상징해 주는 개인적인 요소이며, 중요한 부호 언어로서 사회생활에서 의복이 지닌 상징적 의미는 크다고 할 수 있다. 또한 한 시대의 문화 체계 속으로 깊이 파고드는 사회활동의 표현이므로 인간 활동의 영역에서 의복의

선택은 개인의 가치, 성격, 생활양식 등을 분명하게 나타낸다고 할 수 있다(Horn & Gurel, 1981). 일반적으로 의복은 비언어적인 의사소통의 한 형태로서 그것의 상징성에 의해서 전달되는 독특한 의미가 일련의 상황에 따라서 영향을 받는다.

이미지는 단순한 시각적인 상만이 아니고, 일체의 심상을 표현하는 것으로 어떤 사람이나 사물에 대하여 지니는 시각상, 기억 호의감, 인상평가 및 태도 등의 총칭으로서 특정한 사물이나 인물에 대하여 특별한 감정을 가지게 하는 영상이라고 볼 수 있다(Solomon, 1985). 이러한 견해는 학자마다 다양한 정의를 내리고 있는데 이미지에 대해서는 어떤 개인이나 집단이 특정 대상에 대해 지니는 모든 객관적 지식, 인상, 편견 그리고 감정적 사고의 표현으로 정의하였다. 한편 마케팅에서 이미지는 고객 또는 소비자가 특정 기업 및 상품에 대하여 갖고 있는 좋거나 나쁜 느낌을 말한다. 이미지는 이들 실제에 대해 투사된 개성이며, 고객이 지각 대상물과 함께 연상되는 감정적이거나 미학적인 품질을 포함한다(Phipps, 1977). Kotler(1996)는 '이미지는 한 개인이 특정 대상에 대해 가지는 신념, 생각, 인상의 총체이며, 사람들의 태도와 행위는 상당부분 대상의 이미지에 의해 좌우된다'고 하였다. 이와같이 이미지는 소비자의 행동을 일으키는 잠재적인 힘을 가지는 것으로서 추상적이며 관념적인 것 같이 보이지만 실제 행동을 좌우하는 큰 힘을 가지고 있다고 하여 소비자의 구매행동과 관련하여 이미지의 중요성을 강조하고 있다.

의복이미지는 의복이 전달해 주는 전체적인 느낌으로, 의복을 구성하고 있는 선, 형, 공간, 재질, 색채와 같은 여러 디자인 요소에 따라 결정되며, 사회의 문화적 규범이나 개인의 특성에 따라 의복 인지도와 선호하는 의복특성이 다양하게 나타날 수 있다. 의복을 구성하고 있는 디자인 요소들의 시각적 특성은 중요한 시각적 매개체로 작용하여 사람들이 어떤 특정 의복을 접하였을 때 나타나는 반응과 느낌은 의복에서 표출되는 시각적 이미지에 영향을 받게 된다. 시각디자인의 조형적 요소로서 형과 형태는 전반적인 이미지에 영향을 주며 흥미를 끌어내고 심리적 분위기과 착시를 표출하기 위한 잠재력을 지닌다.

이러한 관찰자의 지각특성에 따라 의복-인체 구조가 지니는 시각적 효과는 디자인 요소에 의한 착시현상으로 의복에 의해 체형이 달라 보이는 신체디자인 시각효과와 쾌적성, 기호성 등 감정에 미치는 연상

자인 시각효과로 나타난다(可勝雪枝, 1984). 실제 의복은 인체에 착용되어 착용자의 특성뿐만 아니라 착용자가 처한 생활 속에서 공간 및 배경과 상호 작용하여 시각적 이미지를 형성하므로 이미지는 실제적인 요소들과 느낌 및 감정적인 요소들의 조합으로서(Oxenfeldt, 1974) 부분의 합 이상의 의미를 가지는 전체로서 대상을 지각하는 여러 차원에서의 복합물이다(Marks, 1976). 의복은 사회적인 상호작용, 개인적 수용 그리고 사회성 지각에 중요한 역할을 하는 것으로 보여진다(Workman & Johnson, 1989). 소비자들의 의복선택 기준은 기능적 측면보다는 소비자의 생활방식이나 그들의 자아이미지, 성격 등을 표현하는 상징적 측면이며 즉 그러한 이미지에 의해서 선택되는 경향이 크게 나타나고 있다(Sirgy, 1982).

의복이미지 평가를 위한 선행연구(고애란, 1990; 박혜선, 1982; 李京姬, 1991; 이은미, 1992)는 반대개념의 형용사 쌍에 의한 의미미분척도 혹은 양극화되지 않은 개별적인 평가 용어에 의해 의복의 시각적 느낌을 측정 후 그 요인 구조를 분석함으로써 의복 이미지의 구성요인을 객관화했다. 또한 다차원 척도법을 사용하여 사람들이 의복이미지를 평가하는데 내재된 차원을 규명하였다.

### III. 연구방법 및 절차

#### 1. 측정도구

본 연구는 실험물에 대한 지각자의 반응을 측정하는 실험연구방법으로, 측정도구는 설문지를 사용하였다. 본 연구에 사용된 실험물은 정장수트를 입은 중년남성의 모습에 대한 여밈, 무늬, 체형에 관한 연구이다.

착의모델을 선정하기 위하여 '97 국민표준체위조사보고서에 제시된 40~59세 근거하여 유사한 신체치수를 지닌 것으로 추정되는 광주광역시에 거주하는 중년남성을 의도적으로 표집하여 계측 선정하였다. 그 중에서 얼굴이미지와 체형이 합당한 표준, 비만, 마른체형의 모델 3명을 선정하였다. 본 연구의 실험 얼굴유형에 조합되어질 정장수트 디테일디자인 결정은 내용분석법과 예비평가를 실시하여 중년남성들의 외출복으로 가장 많이 착용되는 정장수트를 디자인 별로 사진을 수집하여 선정하였다.

측정방법은 7점 의미미분척도로 측정하였다. 각 문

항은 양극으로 된 형용사로서 점수가 높을수록 뒤쪽에 위치한 형용사에 해당된다. 즉 ‘멋있는-멋있지 않은’의 문항은 점수가 낮을수록 멋있는 것에 해당된다.

**2. 조사대상 및 자료수집**

전체 연구 대상자의 인구통계적 분포는 <표 1>과 같다. 연구대상자의 성별은 남녀 각각 719명(50%)이며, 연령은 20~29세가 358명(24.9%), 30~39세가 359명(25.0%), 40~49세가 361명(25.1%), 50~59세가 360명(25.0%)로 성별, 연령별로 비교적 고른 분포를 보였다.

**<표 1> 연구대상자의 특징**

요소	내용	N	%
성별	남자	719	50.0
	여자	719	50.0
연령	20~29세	358	24.9
	30~39세	359	25.0
	40~49세	361	25.1
	50~59세	360	25.0
합계		1438	100.0

자료수집기간은 2001년 3월이었다. 전체적으로 756부가 회수되어 이중 응답이 불완전하거나 적합하지 않은 질문지를 제외한 719부가 최종 분석 자료에 사용되었다.

**3. 자료분석**

본 연구의 자료 분석은 SPSS 프로그램을 사용하여 백분율, 요인분석, 삼원변량분석, MCA를 실시하였다.

**IV. 결과 및 논의**

**1. 중년남성 수트착용에 대한 연상디자인 시각효과 요인 분석**

남성 정장수트에 대한 연상디자인 시각효과를 파악하기 위한 의미분척도 29문항에 대하여 주성분분석과 Varimax 회전법에 의한 요인분석을 실시하였다.

요인 수는 고유치 1 이상을 기준으로 요인분석을 실시하였다. 이때 비교적 동질적인 문항이 같은 요인

에 있는지에 대한 검토를 하였다. 요인분석 결과에서 신뢰도가 낮은 2문항을 제외하고, 나머지 27문항에 대하여 2차 요인분석을 실시하여 고유치 1.01 이상의 요인 5개가 선택되었다. 각 요인별로 결정된 문항내용 및 요인 부하량은 <표 2>와 같다.

요인 1은 매력성으로 명명하며, 구성어휘는 분위기 있는-분위기 없는, 품위 있는-품위 없는, 지적인-지적이지 않은, 세련된-세련되지 않은 등의 총 10개 문항으로서 요인 부하량은 .37 이상이었다. 요인 2는 젊음

**<표 2> 연상디자인 시각효과 요인분석**

요인 및 내용	요인부하량	α 신뢰도
<b>&lt;요인 1&gt; 매력성</b>		
분위기 있는-분위기 없는	.77	.87
품위 있는-품위 없는	.74	
지적인-지적이지 않은	.73	
세련된-세련되지 않은	.69	
멋있는-멋없는	.67	
고상한-고상하지 않은	.60	
조화로운-조화롭지 않은	.56	
보기 좋은-보기 싫은	.54	
중후한-경박한	.50	
깔끔해 보이는-지저분해 보이는	.37	
변량(%)=24.53    누적변량(%)=24.53    고유값=6.62		
<b>&lt;요인 2&gt; 젊음</b>		
노숙해 보이는-젊어보이는(R)	-.69	.74
독특한-평범한	.68	
눈에 띄는-눈에 띄지 않은	.60	
나이들어 보이는-어려보이는(R)	-.60	
점잖은-점잖지 않은(R)	-.56	
변량(%)=16.30    누적변량(%)=40.83    고유값=4.40		
<b>&lt;요인 3&gt; 현대성</b>		
진보적인-보수적인	.75	.84
도시적인-전원적인	.73	
상냥한-무뚝뚝한	.67	
현대적인-고전적인	.65	
밝은-어두운	.52	
변량(%)=7.70    누적변량(%)=48.53    고유값=2.08		
<b>&lt;요인 4&gt; 친근함</b>		
거리감 있는-친근한(R)	-.73	.58
편안해 보이는-불편해 보이는	.66	
인상이 좋은-인상이 나쁜	.48	
변량(%)=4.19    누적변량(%)=52.72    고유값=1.13		
<b>&lt;요인 5&gt; 남성성</b>		
강해 보이는-약해 보이는	.80	.55
대담한-섬세한	.76	
남성적인-여성적인	.47	
강렬한-무난한	.47	
변량(%)=3.73    누적변량(%)=56.45    고유값=1.01		

(R): 거꾸로 채점

이라고 칭하며, 노숙해 보이는-젊어 보이는, 나이 들어 보이는-어려 보이는, 점잖은-점잖지 않은 등의 총 5문항으로서 요인 부하량은 .56 이상이였다. 요인 3은 현대성이며, 진보적인-보수적인, 도시적인-전원적인, 현대적인-고전적인 등의 총 5문항으로서 요인 부하량은 .52 이상이였다. 요인 4는 친근함이며, 거리감 있는-친근한, 편안해 보이는-불편해 보이는, 인상이 좋은-인상이 나쁜 등의 총 3문항으로서 요인 부하량은 .48 이상이였다. 요인 5는 남성성으로 명명하며, 강해 보이는-약해 보이는, 대담한-섬세한, 남성적인-여성적인 등의 총 4문항으로서 요인 부하량은 .47 이상이였다.

이상에서 결정된 5개의 요인은 요인의 문항 점수를 합하여 문항수로 나눈 후 계속되는 자료 분석에 사용하였다. 각 문항의 점수는 각 요인과 각 문항의 양극으로 된 형용사 중에서 점수가 높을수록 뒤쪽에 위치한 형용사에 해당된다. 즉 '세련된-세련되지 않은'의 문항은 점수가 낮을수록 세련됨을 뜻한다.

추출된 5개차원의 신뢰도를 알아보기 위하여 Cronbach  $\alpha$  값을 조사하였다. 즉 요인 1의 매력성은 .87, 요인 2의 젊음은 .74, 요인 3의 현대성은 .84, 요인 4의 친근함은 .58, 요인 6의 남성성은 .55의 수치를 나타내었다.

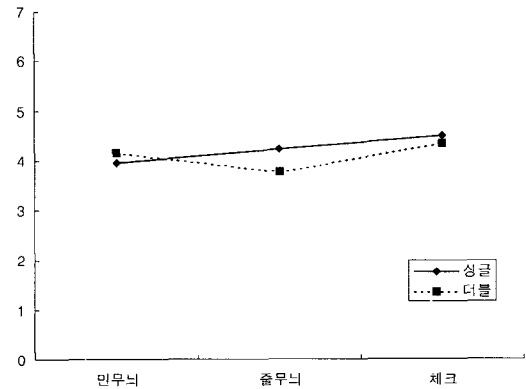
**2. 여밈, 무늬, 체형에 따른 연상디자인 시각효과 의 차이**

정장수트의 여밈, 무늬, 체형에 따른 연상디자인 시각 효과의 상호작용효과를 알아보기 위하여 삼원변량분석

을 실시하였으며, 보조적 분석으로 MCA(Multiple Classification Analysis)를 실시하였다. 그 결과는 <표 3>과 같다. <표 3>에서 매력성 부분은 3개의 독립요소에 의한 상호작용효과가 있었으며, 여밈, 무늬와 무늬, 체형의 2개의 독립요소에 의해 각각 상호작용효과가 있었다. 주효과를 보면, 무늬 따라 각각 유의적인 차이를 나타내었다. MCA에서 나타난 무늬에 따른 차이를 보면 줄무늬가 가장 매력이 있었으며, 체크무늬가 매력성이 가장 낮은 것으로 평가되었다.

매력성에 대해 여밈, 무늬에 의한 상호작용효과 형태를 조사한 결과는 <그림 1>과 같으며, 이에 대한 평균치는 <표 4>에 제시되었다.

<그림 1>과 <표 4>에서 싱글 여밈은 민무늬일 때



<그림 1> 매력성에 대한 여밈 및 무늬에 의한 상호작용형태

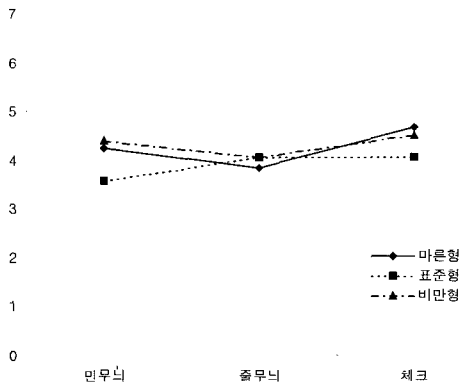
<표 3> 여밈, 무늬 및 체형에 따른 연상디자인 시각효과 의 차이(N=719)

연구 방법	변량원		df	매력성 F	젊음 F	현대성 F	친근함 F	남성성 F
3원 변량 분석	주효과	무늬	3	14.90**	30.30**	14.66**	5.53**	5.10**
	2원상호작용 효과	여밈×무늬	3	7.73**	.24	.26	11.01**	.73
		무늬×체형	6	7.47**	20.68**	1.52	1.79	8.34**
	3원상호작용 효과	여밈×무늬×체형	6	7.07**	5.21**	9.88**	2.58*	1.40
집단내 오차			719					
MCA	요소	속성	N	평균의 차	평균의 차	평균의 차	평균의 차	평균의 차
	무늬	민무늬	239	-.09	.35	.18	.08	-.08
		줄무늬	240	-.16	-.26	-.33	-.18	-.07
		체크무늬	240	.26	.19	-.09	.26	.15

\*p<.05, \*\*p<.01

<표 4> 매력성에 대한 여밈 및 무늬에 따른 평균치 (N=719)

무늬 \ 여밈	싱글	더블
민무늬	3.96	4.16
줄무늬	4.22	3.77
체크	4.49	4.34



<그림 2> 매력성에 따른 무늬 및 체형에 의한 상호작용형태

<표 5> 매력성에 대한 무늬 및 체형에 따른 평균치 (N=719)

무늬 \ 체형	마른형	표준형	비만형
민무늬	4.23	3.57	4.39
줄무늬	3.84	4.07	4.06
체크	3.67	4.07	4.50

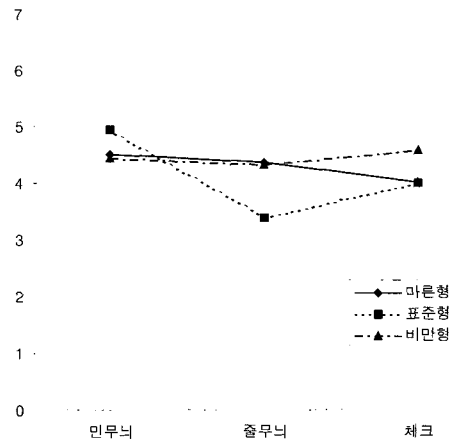
가 가장 매력적으로 나타났으나, 더블 여밈은 줄무늬일 때 가장 매력적인 것으로 평가되었다.

매력성에 대해 무늬, 체형에 의한 상호작용효과 형태를 조사한 결과는 <그림 2>와 같으며, 이에 대한 평균치는 <표 5>에 제시되었다.

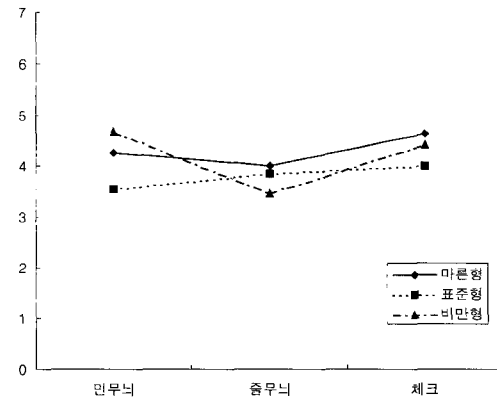
<그림 2>와 <표 5>에서 마른형은 줄무늬일 때가 가장 매력적으로 나타났으나, 표준형은 민무늬일 때 가장 매력적인 것으로 평가되었다. 비만형은 직물의 변화에 대해 비교적 평가가 비슷하게 나타났다.

매력성에 대해 여밈, 무늬, 체형에 의한 상호작용효과 형태를 조사한 결과는 <그림 3> <그림 4>와 같으며, 이에 대한 평균치는 <표 6>에 제시되었다.

<그림 3>, <그림 4>와 <표 6>에서 싱글 여밈의 경우 표준형과 비만체형은 민무늬일 때 가장 매력적으



<그림 3> 매력성에 대한 여밈, 무늬, 체형에 의한 상호작용형태(싱글 여밈)

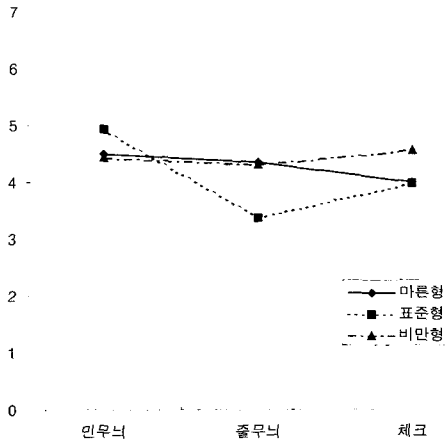


<그림 4> 매력성에 대한 여밈, 무늬, 체형에 의한 상호작용형태(더블 여밈)

<표 6> 매력성에 대한 여밈, 무늬, 체형에 따른 평균치 (N=719)

무늬 \ 체형	싱글 여밈			더블 여밈		
	마른형	표준형	비만형	마른형	표준형	비만형
민무늬	4.20	3.60	4.09	4.27	3.55	4.68
줄무늬	3.68	4.30	4.67	4.00	3.85	3.46
체크	4.72	4.16	4.60	4.62	3.99	4.41

로 평가되었다. 그러나 마른형은 줄무늬일 때 가장 매력적인 것으로 나타났다. 더블 여밈의 경우 마른체형의 경우 체크무늬가 가장 매력적이지 않은 것으로 평가되었고, 비만형은 줄무늬일 때 가장 매력적으로 나타났다. 한편 표준형은 직물의 변화에 대해 비슷한



<그림 5> 젊음에 대한 무늬 및 체형에 의한 상호작용 형태

<표 7> 젊음에 대한 무늬 및 체형에 따른 평균치 (N=719)

무늬 \ 체형	마른형	표준형	비만형
민무늬	4.49	4.93	4.43
줄무늬	4.35	3.37	4.32
체크	4.01	3.97	4.57

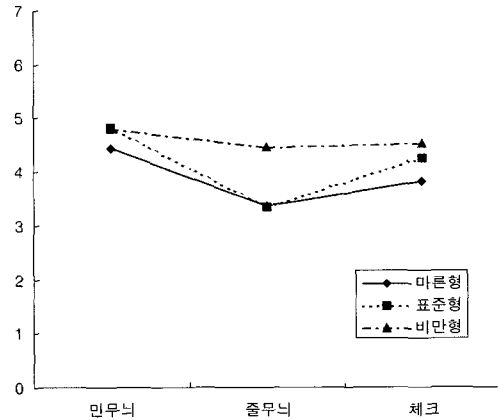
분포를 나타내었다. <표 3>에서 젊음 요인은 3개의 독립요소에 의한 상호작용효과가 있었으며, 무늬, 체형의 2개의 독립요소에 의해 각각 상호작용효과가 있었다. 주효과를 보면, 무늬 따라 각각 유의적인 차이를 나타내었다. MCA에서 나타난 무늬에 따른 차이를 보면 줄무늬가 가장 젊게 나타났으며, 민무늬가 가장 노숙하게 평가되었다.

젊음에 대해 무늬, 체형에 의한 상호작용효과 형태를 조사한 결과는 <그림 5>와 같으며, 이에 대한 평균치는 <표 7>에 제시되었다.

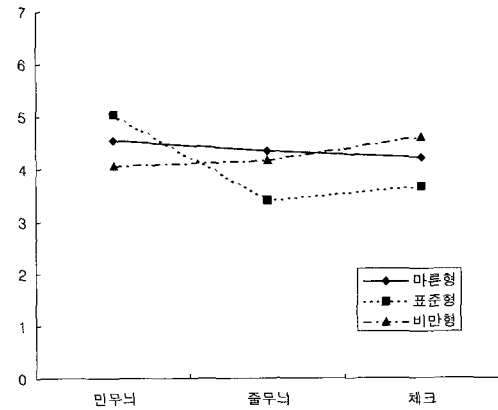
<그림 5>와 <표 7>에서 표준형은 줄무늬일 때 가장 젊게 평가되었다. 한편 마른형과 비만형은 직물변화에 대해 비슷한 분포를 보였다.

젊음에 대해 여밈, 무늬, 체형에 의한 상호작용효과 형태를 조사한 결과는 <그림 6>, <그림 7>와 같으며, 이에 대한 평균치는 <표 8>에 제시되었다.

<그림 6>, <그림 7>와 <표 8>에서 싱글 여밈의 경우 마른형과 표준형은 무늬에 따라 차이를 나타내었다. 즉 줄무늬일 때 가장 젊게 평가되었고, 민무늬일 때 가장 노숙하게 평가되었다. 한편 비만형의 경우는 무늬



<그림 6> 젊음에 대한 여밈, 무늬, 체형에 의한 상호작용형태(싱글 여밈)



<그림 7> 젊음에 대한 여밈, 무늬, 체형에 의한 상호작용형태(더블 여밈)

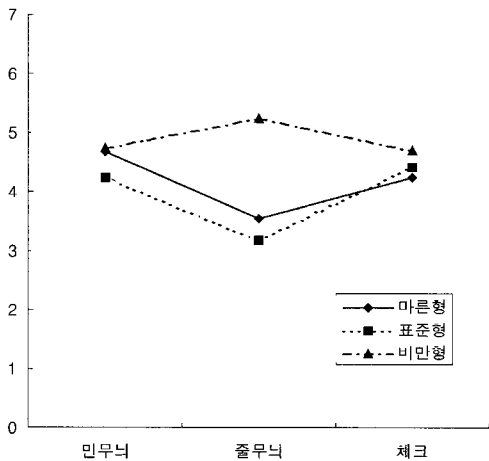
<표 8> 젊음에 대한 여밈, 무늬, 체형에 따른 평균치 (N=719)

무늬 \ 체형	싱글 여밈			더블 여밈		
	마른형	표준형	비만형	마른형	표준형	비만형
민무늬	4.43	4.83	4.81	4.55	5.04	4.06
줄무늬	3.36	3.33	4.47	4.34	3.42	4.17
체크	3.81	4.26	4.52	4.22	3.67	4.61

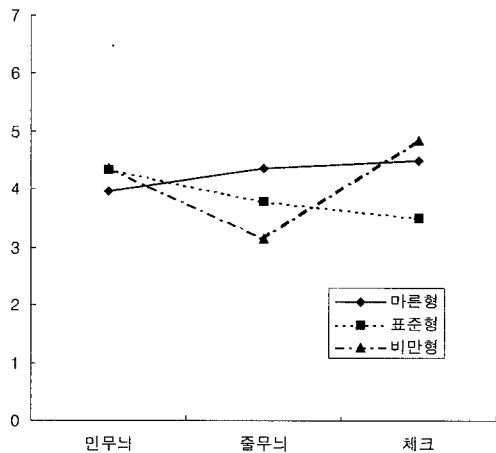
변화에 대해 비슷한 분포를 나타내었다. 더블 여밈의 경우 표준형은 무늬에 따라 차이를 나타내어, 민무늬일 때 가장 노숙하게 평가되었다. 한편 마른형과 비만형은 직물의 변화에 대해 비슷한 분포를 나타내었다. <표 3>에서 현대성 요인은 3개의 독립요소에 의한 상호작용효과가 있었으며, 무늬 따라 각각 유의적인 차

이를 나타내었다. MCA에서 나타난 무늬에 따른 차이를 보면 줄무늬가 가장 현대성이 높은 것으로 나타났다.

현대성에 대해 여밈, 무늬, 체형에 의한 상호작용



<그림 8> 현대성에 대한 여밈, 무늬, 체형에 의한 상호작용형태(싱글 여밈)



<그림 9> 현대성에 대한 여밈, 무늬, 체형에 의한 상호작용형태(더블 여밈)

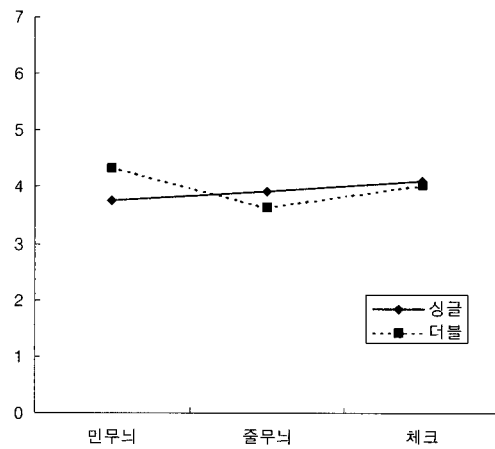
<표 9> 현대성에 대한 여밈, 무늬, 체형에 따른 평균치

무늬	싱글 여밈			더블 여밈		
	마른형	표준형	비만형	마른형	표준형	비만형
민무늬	4.67	4.25	4.74	3.97	4.34	4.35
줄무늬	3.54	3.17	5.24	4.35	3.79	3.14
체크	4.24	4.42	4.69	4.48	3.50	4.84

효과 형태를 조사한 결과는 <그림 8>, <그림 9>과 같으며, 이에 대한 평균치는 <표 9>에 제시되었다.

<그림 8>, <그림 9>과 <표 9>에서 싱글 여밈의 경우 마른형과 표준형은 무늬에 따라 차이를 나타내어, 줄무늬일 때 가장 현대적으로 평가되었다. 한편 비만형의 경우는 무늬 변화에 대해 비슷한 분포를 나타내었다. 더블 여밈의 경우 표준형과 비만형은 무늬에 따라 차이를 나타냈다. 즉 표준형은 체크무늬일 때 가장 현대적으로 평가되었고, 비만형은 줄무늬일 때 가장 현대적으로 나타났다. 한편 마른형은 직물의 변화에 대해 비슷한 분포를 나타내었다. <표 3>에서 친근함 부분은 3개의 독립요소에 의한 상호작용효과가 있었으며, 여밈, 무늬의 2개의 독립요소에 의해 각각 상호작용효과가 있었다. 주효과를 보면, 무늬 따라 각각 유의적인 차이를 나타내었다. MCA에서 나타난 무늬에 따른 차이를 보면 줄무늬가 가장 친근하게 평가되었다.

친근함에 대해 여밈, 무늬에 의한 상호작용효과 형태를 조사한 결과는 <그림 10>와 같으며, 이에 대한 평균치는 <표 10>에 제시되었다.



<그림 10> 친근함에 대한 여밈 및 무늬에 의한 상호작용형태

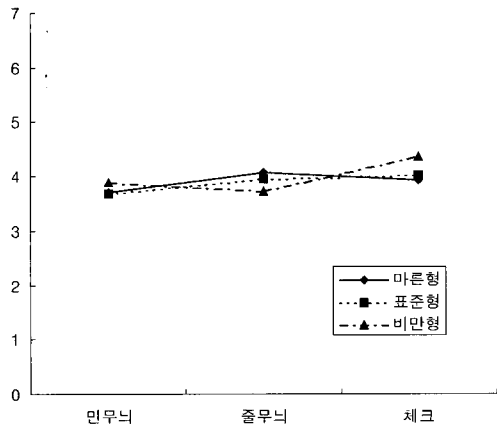
<표 10> 친근함에 대한 여밈 및 무늬에 따른 평균치

무늬	여밈	싱글	더블
민무늬		3.76	4.33
줄무늬		3.92	3.65
체크		4.11	4.04

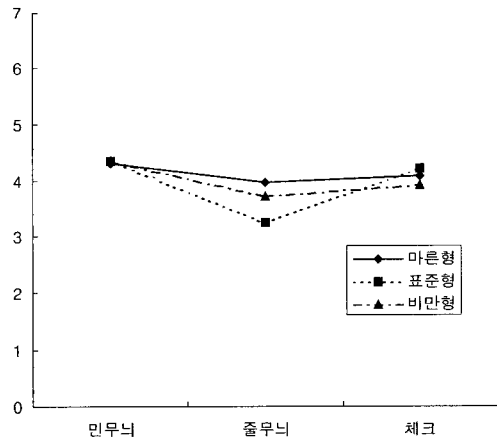


<그림 10>와 <표 10>에서 더블 여밈은 무늬에 따라 차이를 나타내어, 줄무늬일 때 가장 친근한 것으로 평가되었다. 한편 싱글 여밈의 경우는 무늬 변화에 대해 비슷한 분포를 나타내었다.

친근함에 대해 여밈, 무늬, 체형에 의한 상호작용 효과 형태를 조사한 결과는 <그림 11>, <그림 12>와



<그림 11> 친근함에 대한 여밈, 무늬, 체형에 의한 상호작용형태(싱글 여밈)



<그림 12> 친근함에 대한 여밈, 무늬, 체형에 의한 상호작용형태(더블 여밈)

<표 11> 친근함에 대한 여밈, 무늬, 체형에 따른 평균치

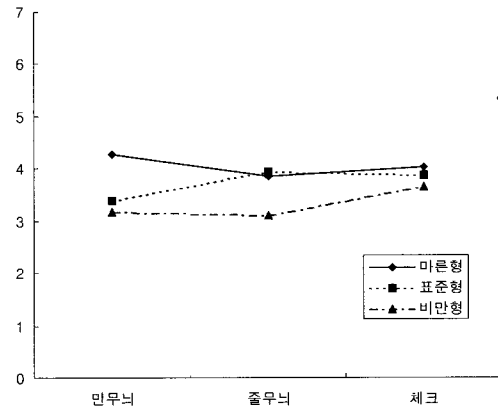
무늬	체형	싱글 여밈			더블 여밈		
		마른형	표준형	비만형	마른형	표준형	비만형
민무늬		3.70	3.68	3.89	4.31	4.35	4.34
줄무늬		4.08	3.95	3.73	3.97	3.25	3.73
체크		3.93	4.03	4.37	4.07	4.22	3.83

같으며, 이에 대한 평균치는 <표 11>에 제시되었다.

<그림 11>, <그림 12>와 <표 11>에서 싱글 여밈의 경우 비만형은 무늬에 따라 차이를 나타내어, 체크일 때 가장 친근하지 않은 것으로 평가되었다. 한편 마른형과 표준형의 경우는 무늬 변화에 대해 대체로 비슷한 분포를 나타내었다. 더블 여밈의 경우 표준형은 무늬에 따라 차이를 나타내어, 줄무늬일 때 가장 친근한 것으로 평가되었다. 한편 마른형과 비만형은 직물의 변화에 대해 비슷한 분포를 나타내었다. <표 3>에서 남성성 요인은 무늬, 체형의 2개의 독립요소에 의해 상호작용효과가 있었다. 주효과를 보면, 무늬 따라 각각 유의적인 차이를 나타내었다. MCA에서 나타난 무늬에 따른 차이를 보면 체크무늬가 가장 여성적인 소재로 평가되었다.

남성성에 대해 무늬, 체형에 의한 상호작용효과 형태를 조사한 결과는 <그림 13>과 같으며, 이에 대한 평균치는 <표 12>에 제시되었다.

<그림 13>과 <표 12>에서 표준형과 비만형은 무늬에 따라 차이를 나타내었다. 즉 표준형은 민무늬일 때 가장 남성적인 것으로 평가되었고, 비만형은 민무늬와 줄무늬가 체크무늬보다 더 남성적으로 나타났다.



<그림 13> 남성성에 대한 무늬 및 체형에 의한 상호작용형태

<표 12> 남성성에 대한 무늬 및 체형에 따른 평균치

무늬	체형	마른형	표준형	비만형
민무늬		4.27	3.40	3.18
줄무늬		3.86	3.93	3.10
체크		4.02	3.87	3.65

V. 요약 및 결론

본 연구는 20~50대 남녀를 대상으로 중년남성 정장수트의 여밈, 무늬, 체형에 따른 의복디자인 시각적 효과를 연상디자인적 면에서 고찰하여 남성의 체형에 가장 적합한 정장수트 디자인을 규명하는 것에 그 목적을 두었다. 본 연구의 내용을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 남성 정장수트에 대한 연상디자인 시각효과를 파악하기 위한 의미미분척도 29문항에 대하여 주성분분석과 Varimax 회전법에 의한 요인분석을 실시한 결과, 5개 요인이 도출되어 매력성, 젊음, 현대성, 친근함, 남성성 요인으로 분류되었다.

둘째, 무늬에 따른 연상디자인 시각효과와 차이를 보면 민무늬는 가장 노숙하게 평가되었다. 줄무늬는 가장 매력적이고 젊으며 현대적이며 친근한 시각효과를 나타내었다. 한편 체크무늬는 매력성이 가장 낮고 가장 남성적이지 않은 소재로 평가되었다.

셋째, 여밈, 무늬, 체형에 따른 연상디자인 시각효과와 차이를 보면 매력성 요인에 대해 싱글 여밈의 경우 표준형과 비만형은 민무늬일 때 가장 매력적으로 평가되었다. 그러나 마른형은 줄무늬일 때 가장 매력적인 것으로 평가되었다. 더블 여밈의 경우 마른 체형의 경우 체크무늬가 가장 매력적이지 않은 것으로 평가되었고, 비만형은 줄무늬일 때 가장 매력적으로 나타났다.

넷째, 젊음성 요인에 대해 싱글 여밈의 경우 마른형과 표준형은 무늬에 따라 차이를 나타내었다. 즉 줄무늬일 때 가장 젊게 평가되었고, 민무늬일 때 가장 노숙하게 평가되었다. 더블 여밈의 경우 표준형은 무늬에 따라 차이를 나타내어, 민무늬일 때 가장 노숙하게 평가되었다.

다섯째, 현대성 요인에 대해 싱글 여밈의 경우 마른형과 표준형은 무늬에 따라 차이를 나타내어, 줄무늬일 때 가장 현대적으로 평가되었다. 더블 여밈의 경우 표준형과 비만형은 무늬에 따라 차이를 나타냈다. 즉 표준형은 체크무늬일 때 가장 현대적으로 평가되었고, 비만형은 줄무늬일 때 가장 현대적으로 나타났다.

여섯째, 친근성 요인에 대해 싱글 여밈의 경우 비만형은 무늬에 따라 차이를 나타내어, 체크일 때 가장 친근하지 않은 것으로 평가되었다. 더블 여밈의 경우 표준형은 무늬에 따라 차이를 나타내어, 줄무늬

일 때 가장 친근한 것으로 평가되었다.

이상과 같이 체형에 적합한 시각효과를 위한 중년남성 정장수트 디자인을 1. 2보에서 살펴보았다. 의복 착용에 있어서 신체디자인 및 연상디자인 면이 고려되어 진다면 전체적으로 상황과 목적에 알맞고 개성 및 기호를 따라서 체형을 균형감 있는 시각효과로 표현할 수 있을 것이다. 또한, 의류업체에서 소비자의 눈높이에 맞추어서 활용한다면, 좀 더 매력적이고 세련된 시각효과를 연출하는데 도움이 되며, 재고를 줄이는데도 일조할 것으로 사려 된다.

참고문헌

고애란. (1990). *Suit의 색과 신체노출이 정숙성 인상에 미치는 영향* 연세대학교 대학원 박사학위 논문.  
 루돌프, 아른하임. (1982). *視覺的思考*. 이화여자대학교출판부.  
 박순천, 이순홍. (2002) 체형에 적합한 시각효과를 위한 중년남성 정장디자인(제1보). *한국의류학회지* 26(11), 1547-1557.  
 박혜신. (1982). *의복에 대한 의미미분척도 개발 연구*. 서울대학교대학원 석사학위 논문.  
 신명희 편저. (1995). *지각의심리*. 학지사.  
 李京姬. (1991). *의복형태이미지의 시각적 평가에 관한 연구*. 부산대학교 대학원 박사학위 논문.  
 이은미. (1992). *남성정장착용자의 연령 및 의복단서가 인상형성에 미치는 영향* 연세대학교대학원 박사학위 논문.  
 오태환 편저. (1996). *조형통론*. 도서출판 하이터치.  
 조열역. (1996). *착시디자인*. 도서출판 브랜미술.  
 可勝雪枝. (1984). 被服の形態と色彩效果に關する一連の研究. *纖維製品消費科學會誌*, 25(9).  
 Delong, M. R. (1980). *The Way We Look Ames*. Iowa state University Press, 3.  
 Horn, M. J., & Gurel, L. M. (1981). *The Second Skin: An Interdisciplinary Study of Clothing* (3rd ed.). Boston: Houghton Mifflin Co.  
 Marks, C., & Jenkins. E. D. (1976). Consumer Types Based on Evaluation Criteria Underlying clothing Decision. *Home Economics Research Journal*, 4(3), 150-162.  
 Oxenfeldt, A. R. (1974). Developing a Favorable price-Quality image. *Journal of Retailing*, 50, 8-14.  
 Phipps, G. A. (1977). Clothing Design for Handicapped Elderly Woman. *Journal of Home Economics*, September, 69(4).  
 Sirgy, M. J. (1982). Self-concept in Consumer Behavior: A Critical Review. *Journal of Consumer Research*, 9, 287-300.  
 Solomon, M. R. (1985). *The Psychology of Fashion*. Mass., Lexington Books.  
 Workman, J., & Johnson, K. (1989). The role of clothing in perpetrating ageism. *Journal of Home Economics*, 81(3), 11-14.