

## 타투 패션에 따른 패션감성과 감정연구

김미영<sup>†</sup> · 이경희

부산대학교 의류학과

### Study on Fashion Sensibility and Emotion through Tattoo Fashion

Mi Young Kim<sup>†</sup> · Kyoung Hee Lee

Dept. of Clothing & Textiles, Pusan National University

(2005. 8. 23. 접수)

#### Abstract

The objective of this study is to provide the basis to planning the design of commercial products and effective image coordination for various situation in investigating the existence of Tattoo with an examination of fashion sensibilities and emotions as well as in analyzing Tattoo fashions which have an effect on the unique image coordinations in the fashion collection. Stimulus pictures have collected from fashion photographs appeared Tattoo expression released on the fashion collection and selected 35 pieces of pictures out of total through the analysing process in many times. Valuation tools have used with 19 pairs of adjective as fashion sensibilities valuation tool and 13 questionnaire as emotion valuation tool. Data has been collected from August 30th to September 17th on the subject of 20's men and women who live in Busan city area and those data has been analyzed by using SPSS statistics package program.

The summary and conclusion of verified outcomes on this study are as follows:

1. Main factors of fashion sensibilities about Tattoo fashion are composed of three factors, such as Attractiveness, Visibility, Maturity and those factors have explained by 60.9%. On the other han, the fashion emotions are composed of negative emotion and positive emotion and explained by 66.3%.
2. The image of Tattoo fashion has shown four groups; Sexy, Romantic, Grotesque, Natural.
3. The positioning according to the image of Tattoo fashion has interpreted that X-axis as Grotesque-Romantic, Y-axis as Simple-Dazzling according to design features.

**Key words:** Fashion sensibility, Emotion, Tattoo fashion; 패션감성, 감정, 타투 패션

#### I. 서 론

현대 사회는 자기표현의 욕구가 강하고 자신의 개성이나 감각을 표출하는 것이 자연스럽고 당연한 것으로 받아들여지고 있으며 현대인의 개성표현 욕구를 충족시킬 수 있는 방법도 발달하여 여러 매체를 통하여 급속도로 바뀌는 유행과 세계 각지의 소식이 대중에게 쉽게 전파되고 있다. 이런 상황 속에서 최근 짚

<sup>†</sup>Corresponding author

E-mail: 96nc007@hanmail.net

은 충을 중심으로 퍼져나가고 있는 유행중의 하나로 타투를 들 수 있으며 현대 복식에서 타투는 패션 작품의 종속적인 요소로써만이 아닌 독창적이고 개성적인 패션작품으로 등장하고 있다. 과거 우리나라에서 타투는 특정 하위 집단에 한정된 것으로 수감자나 폭력배들의 전유물과 같이 인식되어왔으나 일반인들에게 새로운 트렌드로 나타난 것은 2002년 한일 월드컵 거리 응원에서 었으며 “액세서리보다 품난다”는 반응을 불러 일으키면서 짚은 ‘신드롬’을 몰고 왔다(“거침없는 개성표현, 문신은 패션이다”, 2003). 이처럼 신세

대들 사이에서 필수 아이템으로 자리를 잡기 시작한 타투는 산업적으로 큰 파장을 몰고 왔다. 백화점마다 일회용 타투 전문 매장을 열고 각종 타투 이벤트를 실시하였으며(“다시 만든 패션 문신, 월드컵 보디 페인팅 응원”, 2002) 유명 액세서리 브랜드와 화장품 전문 브랜드에서도 일회용 타투 상품을 출시, 판매하는 현상이 나타났다(Design to thrill, 2002). 이러한 사회적 현상은 학계에도 큰 변화를 가져와 타투에 관한 다양한 연구가 이루어지기 시작했다. 구체적으로 연구동향을 살펴보면 상징성과 표현특성에 관한 연구(김은진, 2003; 김정임, 2001; 윤정혜, 유영선, 2001; 이수경, 2003; 이효진, 1999)와 디자인에 관한 연구(장미라, 2003)와, 자해심리에 관한 연구(김종주, 1979; 박홍삼, 1999)가 이루어져 왔다.

이와 같이 타투 패션에 대한 연구는 복식사적인 측면과 외형적인 문양의 상징성과 표현특성의 분류, 분석에만 한정되는 경향을 보이고 있다. 그러나 타투는 독특한 패션성향을 지닌 감성 소비자들을 통해 나타나고 있고 오늘날의 소비자들은 적극적이고 능동적인 삶의 주체로서 유행을 창조하며 적극적으로 정보를 탐색하고 자신들이 가지고 있는 세련된 감각을 활용하여 새로운 자극과 신기함을 추구하는 높은 패션감성을 가지고 있다. 이러한 높은 패션감성을 가진 소비자들은 타투 패션의 산업적 활성화와 새로운 트렌드를 형성하기에 이르렀다고 할 수 있다(“피부인가 도화지인가 ‘문신열풍’”, 2003). 또한 패션을 통해 감정을 표출하고 경험하고자 하는 욕구는 생활 전반에 걸쳐 개성과 감각, 즐거움을 추구하는 소비생활의 폐락적인 욕구를 반영하고 있다(김유진, 2002). 이러한 욕구는 타투 패션을 통해 더욱 강하게 나타나며 타투 패션을 통해 나타난 감정은 신세대의 개성 표출 수단으로 멋 있다는 긍정적인 반응을 불러일으키고 있어 이전의 부정적 감정과는 상반되는 감정으로 소비자들에게 받아들여지고 있다(“나는 문신했다, 고로 멋있다”, 2003). 그러므로 감정적 측면을 부각시켜 연구하는 것은 의미 있는 일이라 할 수 있다.

이 연구의 목적은 오늘날 소비자들의 다양한 감성과 심리적 특성을 반영할 수 있는 타투 패션의 구성 요인을 알아보고 이미지를 분석한다. 추출된 이미지를 유형화하여 이미지에 따른 패션감성과 감정의 차이를 알아보고 이미지에 따른 타투 패션을 포지셔닝하여 상황에 따라 효과적인 이미지 연출과 기업의 타투 패션상품의 디자인 기획에 기여할 수 있는 기초

자료를 제공하는 것이다. 연구방법은 다음과 같다. 사진자극물을, 패션컬렉션에 발표된 타투가 표현된 패션 사진을 수집하여 여러 차례의 분석과정을 거쳐 35 장의 사진자극물을 구성하였으며 평가도구는 19쌍의 형용사로 구성된 패션감성 평가도구와 13개의 문항으로 구성된 감정 평가도구를 이용하였다. 자료수집은 부산시내 거주하는 20대 남녀 648명을 대상으로 2002년 8월 30일-9월 17일까지 이루어졌으며 SPSS 통계패키지를 이용하여 통계처리 하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 타투 패션

타투란 피부나 피하조직에 상처를 만들고 색소 등을 고의로 넣어서 그림이나 문자 등을 나타내는 것(동아세계어사전, 1988)으로 타투 패션에 관한 연구로는 표현특성, 자해심리, 상징성에 관한 연구들이 있는데 의류학 분야에서는 표현특성과 문양의 상징성에 관한 연구가 주로 이루어져 왔다.

윤정혜, 유영선(2001)는 타투 패션의 발생배경을 미의식의 변화, 에로티시즘의 부각, 이국정서의 도입, 스트리트 스타일의 대중화로 설명하였다. 1990년 이후에 나타난 타투 패션을 표현방법과 미적 특성으로 나누어 분석하였으며 타투 패션은 새로운 영역에 끊임없이 도전하는 디자이너들의 창조적 노력인 동시에 시대정신을 반영한다고 하였다. 이효진(1999)은 신체에 직접 표현한 문신과 타투룩이라는 조형적 측면으로 분석하였고 신체에 직접 표현한 문신은 예술적 감각추구를 위한 순수한 장식이라 하였으며 타투룩은 현대인의 자아표현을 극대화하고자 하는데 그 의의가 있다고 하였다. 김정임(2001)은 문신에 나타난 전통문양의 상징성에 대해 알아보았으며 용은 힘과 성취, 잉어는 인내와 용기, 호랑이는 용맹, 나비는 부활, 장미는 욕망, 해골은 삶의 덧없음, 도깨비는 수호신을 상징한다고 하였다. 장미라(2003)는 동·서양의 타투 디자인에 대해 알아보았으며 동양의 타투 디자인은 보색대비를 사용해 화려하면서 동적인 이미지를 구사하는 반면 서양의 타투 디자인은 단색을 많이 이용하고 명암을 주어 구체적이고 사실적이며 입체적이라고 하였다. 이수경(2003)은 현대 패션에 표현되는 문신의 에로티시즘의 유형은 노출된 신체에 새겨 표현하는 직접적 표현과 채색하거나 붙여 표현

하는 간접적 표현, 성적인 부위에 문양으로 드러내는 상징적 표현으로 나타난다고 하였다. 김은진(2003)은 소재, 주체, 표현양식에 따라 그 시각적 특성을 분석 하였으며 한국의 문신을 타투이스트 김건원씨의 작품세계를 중심으로 설명하면서 문신의 인식전환이 필요하다고 하였다.

이상의 연구들을 살펴보면 타투 패션에 관한 연구는 문양 그 자체의 상징성을 밝히거나 특성을 분석하는 연구에만 치우치고 있으므로 타투 패션의 사진 자극물을 가지고 그 대상에 대한 이미지 연구를 한 것은 부족한 실정이다. 따라서 타투 패션을 통해 나타나는 의미구조를 알아보고 타투 패션을 유형화 해보는 것은 의미 있는 일이라 할 수 있다.

## 2. 패션감성

의류학 측면에서는 다양한 패션제품에서 느끼는 감성을 패션감성이라 정의하고 대표적인 패션제품이라 할 수 있는 의복을 대상으로 많은 연구가 이루어지고 있다.

김유진(2002)은 의복이 다양한 시각적 정보를 가지고 있을 뿐 아니라 인체에 직접 작용되기 때문에 형태, 색채, 무늬 등의 디자인 요소에 따라 다양한 감성으로 표현되므로 색채감성, 소재감성, 무늬감성 등의 의복 조형성에 따른 감성과 개개의 의복 조형성에 복합되어 나타나는 전체로서 패션감성을 의미한다고 하였다.

따라서 패션감성은 패션제품을 대상으로 경험하게 되는쾌-불쾌, 선호 등과 관련된 심미적 감성으로 제품이 가지는 특성과 개인의 심리상태, 연령, 성별 등 개인적 특성, 전통, 관습 등의 문화적 특성 등에 의한 개인성, 불확실성을 가진다고 할 수 있을 것이다.

패션감성의 의미구조는 주로 의복을 대상으로 인간의 느낌을 가장 잘 표현할 수 있는 형용사 어휘를 사용하여 형태와 특성을 묘사하고 이미지로 떠올리는 대상에 대한 감정적 느낌으로 평가되어 왔으며, 이러한 이미지를 표현한 어휘들을 요인 분석하여 파악하고 있다. 패션감성은 제품에서 끌어낸 감성이 아니라 인간의 내면에 잠재된 감성들을 제품 개발에 반영하기 위한 것으로(김유진, 2002) 의복과 관련된 감성연구로는 의복에서 표현되는 무늬(김윤경, 이경희, 2000; 박금옥, 1996; 박수진, 2001; 임원희, 이인자, 2002), 색채(차미승, 1992) 등을 대상으로 의복 이미지 구성 요인을 밝히는 연구와 의복이미지 분류기준을 밝히는 연

구(주소현, 이경희, 1999) 등이 있어왔다.

김윤경, 이경희(2000)는 의복무늬에 대한 패션감성이 조화성, 경연성, 주목성, 율동성으로 구성되며 김유진, 이경희(2000)는 장식적 의복디자인의 경우 매력성, 경연성, 장식성, 율동성, 귀여움으로 감성요인을 구성하였다. 하수진, 이경희(1999)는 브래지어 디자인에 대한 패션감성은 매력성, 용모성, 귀여움으로 구성되며 김지연, 이경희(2001)는 노출의복에 대한 패션감성은 매력성, 활동성, 대담성, 단순성으로 구성됨을 밝혔다. 이관이(2004)는 이상적 여성미에 대한 패션감성은 당당함, 우아함, 발랄함, 순수함으로 구성하였고 김애경, 이경희(2003)는 Head Image에 대한 패션감성을 개성, 매력성, 여성성으로 구성하였다.

이와 같은 연구들은 특정한 의복조형성에 시각적 우선권이 있을 경우 평가자의 내재적 감성보다 의복조형성에 따라 감성요인이 형성된 것을 알 수 있다. 그러므로 소비자를 통해 독특한 하나님의 패션 아이템으로 부각되는 타투 패션에 대한 패션감성을 다각적인 측면에서 모색함으로써 소비자 내면에 잠재된 개개인의 감정을 객관화시켜 타투 패션디자인 개발에 활용할 필요가 있다.

## 3. 감정

감정(Emotion)의 사전적 의미를 살펴보면 강도가 강한 심리적 변화(동아세국어사전, 1998)로 감정의 발생은 대부분 신체적인 변화를 동반한다고 정의하고 있다. 그러나 많은 연구에서 감정과 정서, 기분 등의 용어들이 많은 부분에 있어서 의미가 중첩되며 감정 개념의 복잡함을 반영한다. 의류학에서의 감정은 쇼핑행위나 의복착용시 경험하게 되는 감정을 중심으로 연구되고 있으며 의복착용시 경험하는 감정(최선영, 이은영, 1994)과 의복구매시 경험하게 되는 감정(박은주, 소귀숙 2000), 그리고 의복조형성과 감정의 관계(김유진, 2002)에 관한 연구가 있어왔다. 최선영, 이은영(1994)는 소비자가 의복착용시 경험하는 감정의 유형을 밝히고자 수집된 감정 형용사를 대상으로 요인분석을 실시하였다. 유창조(1999)는 쇼핑시 느끼는 기분이나 감정이 매장태도와 구매의사에 미치는 영향에 관한 연구에서 쇼핑시 경험하는 긍정적인 감정은 즐거움, 매력, 흥미, 과시욕, 충족감, 포만감이며 부정적 감정은 무시감, 불쾌감, 허탈감, 불안감, 위축감이라 하였다. 박은주, 소귀숙(2000)은 소비

자 행동과 관련하여 감정을 의복구매 직전에 선행되는 기분상태인 선행된 기분과 의복구매 당시 의복에 의해 유발된 흥분 상태인 경험한 감정으로 나누어 연구하였다. 김유진, 이경희(2000)는 의복조형성에 대한 감정을 부정적 감정, 각성, 수치감, 즐거움으로 구성하여 살펴보았고 김애경, 이경희(2003)는 Head Image에 관한 감정은 부정적 감정과 긍정적 감정으로 구성된다고 하였다.

이상의 연구들을 살펴보면 감정 연구는 인간의 감정 그 자체의 유형을 분류하거나 인간의 행동과 관련하여 감정을 유발시킨 상황에 대한 연구들로 이루어지고 있으므로 감정을 일으킨 대상에 대한 감정연구는 부족한 실정이다. 따라서 타투 패션을 통해 나타난 감정의 의미구조와 패션감성과의 관계를 살펴보는 것은 패션이란 하나의 기호를 통해 자신을 표현하고 차별화된 디자인 욕구를 실현시킬 수 있는 타투 상품 디자인의 개발에 있어서 필요할 것이다.

### III. 연구방법

#### 1. 연구문제

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1 : 타투 패션에 따른 패션감성과 감정의

의미구조를 알아본다.

1-1. 타투 패션에 따른 패션감성의 구성요인을 알아본다.

1-2. 타투 패션에 따른 감정의 구성요인을 알아본다.

연구문제 2 : 타투 패션의 이미지에 따른 패션감성과 감정의 차이를 알아본다.

2-1. 타투 패션의 이미지 유형을 분석한다.

2-2. 타투 패션의 이미지에 따른 패션감성의 차이를 알아본다.

2-3. 타투 패션의 이미지에 따른 감정의 차이를 알아본다.

연구문제 3 : 타투 패션의 이미지에 따른 포지셔닝을 알아본다.

#### 2. 측정도구

##### I) 사진자극물의 구성

이 연구의 자극물은 현재의 트렌드를 반영하고 있다고 생각되는 1995년부터 2004년까지 국내외 패션 잡지(Collezioni, Book Moda 등)와 인터넷사이트에 나타난 패션사진으로 구성하였다.

먼저, 사진자극물은 타투가 페인팅 되거나 시술된 사진을 중심으로 수집된 245장 중 타투 문양이 나타



<그림 1> 사진자극물의 예

난 부위를 중심으로 빈도수가 높은 4가지 부위를 기준으로 전체적인 의복 이미지를 고려하여 각 항목별 얼굴 부위 11장, 가슴 부위 8장, 상완 부위 9장, 등 부위 7장으로 총 35장의 사진자극물을 선정하였다. 사진자극물은 <그림 1>과 같다.

## 2) 평가도구

타투 패션에 대한 패션감성평가를 위한 척도를 구성하였다. 자유언어연상은 의류학 전공 대학생과 대학원생, 뷰티 관련 종사자 70명을 대상으로 2004년 7월 5일-2004년 7월 15일에 사진자극물 35장을 제시하여 실시한 결과 총 252개의 형용사를 수집하였으며, 2000년 이후 인터넷(다음, 네이트, 네이버) 타투 관련기사에서 101개의 형용사가 수집되었다. 빈도수가 높은 형용사를 중심으로 이경희(2001)의 패션감성 평가 도구 FSS(Fashion Sensibility Scale), 자유언어 연상, 인터넷 타투 관련 기사에서 중복으로 나타난 귀여운-성숙한, 우아한-천박한 등의 12쌍을 선정하였다. 또한 자유언어연상, 인터넷 타투 관련 기사에서 중복으로 나타난 2쌍을 선정하였고, FSS에서 3쌍을, 자유언어연상에서 4쌍을 선정하였다. 선정된 형용사 쌍은 국어사전(연세대학교 언어정보개발연구원, 1998)을 참고로 하여 최종적으로 총 21쌍의 형용사 쌍을 선정하였다. 형용사 쌍들은 좌우에 무작위로 배치하였으며 느끼는 정도를 자유롭게 평가하도록 하였다. 타투 패션에 대한 감정 평가를 위한 척도 구성은 김유진(2002)의 감정 척도와 자유언어연상, 인터넷 타투 관련 기사에서 중복으로 나타난 7개와 김유진(2002)의 감정척도에서 3개, 자유언어연상과 인터넷 타투 관련 기사에서 중복으로 나타난 감정어휘 5개를 선정하였다. 국어사전(연세대학교 언어정보개발연구원, 1998)을 참고로 하여 최종적으로 15개의 감정어휘를 선정해 7점 단극 척도를 사용하였다. 선정된 패션감성척도와 감정척도의 신뢰도 측정을 위해 의류학 전공자와 뷰티 관련 종사자 여성 75명을 대상으로 2004년 8월 13일-2004년 8월 21일 예비조사를 실시하였다.

예비조사 결과 평가도구의 Chronbach's  $\alpha$  값이 감성평가가 0.79, 감정평가가 0.92로서 내적 일관성이 있음을 확인하였다. 감성평가도구는 요인분석과 군집분석 결과 불안정한 항목 자연스러운-어색한, 신기한-신기하지 않은 항목을 제외한 19쌍으로 구성하였고 감정 평가도구는 역겨움, 흥측함 항목을 제외한

13개의 항목으로 구성하여 본 조사에 사용하였다. 척도에 대한 신뢰도를 검증하기 위하여 Chronbach's  $\alpha$  값을 이용한 내적일관성법(internal consistency method)을 이용하였다. 각 평가에 있어 신뢰성 검증결과가 0.79~0.92로 나타남으로써 신뢰도가 비교적 높다고 볼 수 있다.

## 3. 연구범위와 분석방법

이 연구의 범위는 부산시내에 거주하는 의류학 전공자 216명, 일반인 432명 총 648명을 대상으로 2004년 8월 30일부터 9월 17일까지 응답자와의 대면접촉을 통한 일대일 대인면접방법으로 이루어졌으며 35장의 사진자극물을 구성하여 한 사람이 6장의 사진자극물을 보고 평가하도록 하였다. 총 648부의 설문지를 배부하여 635부를 회수하였으며 회수된 설문지 중 불성실하고 부정확한 설문을 제외한 총 612부를 최종 분석 자료로 사용하였다. 이 연구의 분석방법은 SPSS 통계 패키지를 사용해서 요인분석, 상관분석, 분산분석, 군집분석, 다차원척도법 등에 의해 분석되었다.

# IV. 결과 및 논의

## 1. 타투 패션에 따른 패션감성과 감정의 의미구조

### I) 타투 패션에 대한 패션감성의 구성요인

패션감성의 구성요인을 밝히기 위하여 19쌍의 감성어휘에 대하여 주성분법을 사용하여 Varimax 직교 회전을 통한 요인 분석을 실시하였다. 그 결과 고유값 1 이상에서 3개의 요인으로 추출되었고 전체변량의 60.9%를 설명하는 것으로 나타났다. 요인 분석한 결과는 <표 1>과 같다.

요인 1은 보기좋은-보기싫은, 매력있는-매력없는, 세련된-촌스러운, 섹시한-섹시하지않은, 재미있는-재미없는 등의 12개의 형용사 쌍으로 구성되었으며 매력성 요인이라 하였다. 매력성에서는 요인부하값이 정적인 값을 가질 경우 긍정적인, 매력있는, 고급스러운 등의 감성을 나타내며, 부적인 값을 가질 경우 부정적인, 매력없는, 저속한 등의 감성을 나타낸다.

요인 2는 파격적인-파격적이지않은, 강렬한-온온한, 특이한-평범한, 화려한-수수한 등의 5개의 형용사 쌍으로 구성되었으며 현시성 요인이라 하였다. 현시성

요인에서는 요인부하값이 정적인 값을 가질 경우 과격적인, 강렬한, 특이한 등의 감성을 나타내며, 부적인 값을 가질 경우 과격적이지 않은, 은은한, 평범한 등의 감성을 나타낸다.

요인 3은 귀여운-성숙한, 가벼운-무거운의 2개의 형용사 쌍으로 구성되었으며 성숙성 요인이라 하였다. 귀엽성에서는 요인부하값이 정적인 값을 가질 경우 귀여운, 가벼운 감성을 나타내며 부적인 값을 가질 경우 성숙한, 무거운의 감성을 나타낸다.

타투 패션의 감성을 평가하는 3개의 요인 중 매력성 요인과 현시성 요인이 가장 중요한 요인으로 작용한다. 요인 1의 매력성 요인은 전체변량의 39.9%를

설명하며 매력있고 세련된 경향을, 요인 2의 현시성 요인은 전체변량의 14.5%를 설명하며 강렬하고 특이한 경향을, 요인 3의 현시성 요인은 전체변량의 6.3%를 설명하며 귀여운 경향을 나타낸다. 따라서 타투 패션의 패션감성은 아름다움에 대한 평가적 측면을 나타내는 매력성 요인, 개인의 취향을 나타내는 현시성 요인, 내적 이미지를 나타내는 성숙성 요인으로 구성되었다.

## 2) 타투 패션에 대한 감정의 구성요인

타투 패션에 대한 감정의 구성요인을 밝히기 위하여 13개의 감정어휘에 대하여 주성분법과 Varimax

<표 1> 타투 패션에 대한 패션감성의 요인분석

구 분 요 인	형용사 쌍	요인부하값	고유값	전체변량의 %
요인 1 매력성	보기좋은-보기싫은	.865		
	긍정적인-부정적인	.837		
	유쾌한-불쾌한	.831		
	매력있는-매력없는	.821		
	우아한-천박한	.794		
	고급스러운-저속한	.791		
	세련된-촌스러운	.782	7.599	39.997
	깨끗한-지저분한	.775		
	퇴폐적인-퇴폐적이지 않은	-.740		
	섹시한-섹시하지 않은	.724		
	재미있는-재미없는	.704		
	여성적인-남성적인	.616		
요인 2 현시성	과격적인-과격적이지 않은	.749		
	강렬한-은은한	.712		
	화려한-수수한	.711	2.766	14.557
	특이한-평범한	.679		
	발랄한-점잖은	.576		
요인 3 성숙성	귀여운-성숙한	.707		
	가벼운-무거운	.628	1.206	6.348

<표 2> 타투 패션에 대한 감정의 요인분석

구 분 요 인	감정어휘	요인부하값	고유값	전체변량의 %
요인 1 부정적 감정	혐오스러움	.890		
	징그러움	.878		
	괴기스러움	.867		
	찌증스러움	.851		
	경멸스러움	.851		
	무서움	.827	7.007	53.900
	우스꽝스러움	.785		
	놀라움	.779		
	우울함	.721		
	부끄러움	.695		
요인 2 긍정적 감정	신비로움	.803		
	즐거움	.708		
	주의를 끔	.520	1.622	12.479

직교회전을 통한 요인분석을 실시하였다. 그 결과 고유값 1 이상에서 2개의 요인으로 추출되었고 전체변량의 66.3%를 설명하는 것으로 나타났다. 요인분석 한 결과는 <표 2>와 같다. 요인 1은 험오스러움, 징그러움, 짜증스러움, 괴기스러움 등을 평가하는 감정어 휘로서 부정적인 감정어휘로 구성이 되어있어 부정적 감정요인이라 하였으며 전체변량의 53.9%를 차지하였다.

요인 2는 신비로움, 즐거움, 주의를 끈 의 감정어휘로서 긍정적인 감정어휘로 구성되어 긍정적 감정 요인이라 하였으며 전체변량의 12.47%를 차지하였다.

## 2. 타투 패션의 이미지에 따른 패션감성과 감정의 차이

### 1) 타투 패션의 이미지 유형 분석

타투 패션의 이미지 유형을 알아보기 위하여 타투가 나타난 사진 35장을 대상으로 군집분석을 실시하였으며, 각 사진자극물들이 군집화 되어가는 계층구조를 알아보기 위하여 덴드로그램을 실시하였다.

각 군집의 군집화 과정을 살펴보면 군집 1은 총 12 장의 사진자극물 구성되며 34.3%를 차지한다. 형태는 타이트한 원피스 스타일이며 가슴의 노출이 많고, 바디 전체가 피트 되는 실루엣으로 표현되었다. 색채는 블랙과 레드, 화이트 등의 강렬한 악센트 색채가 주로 사용되었으며, 시쓰루 소재나 레이스, 가죽, 틸 소재 등이 함께 사용되었다. 무늬는 대부분 없거나 꽃무늬가 사용되었고 같은 소재의 모자가 장식효과로 나타났다. 타투는 가슴, 상완, 등, 얼굴 부위에 대부분 작고 귀엽게 꽃문양이나 기하학적 문양으로 나타났다. 이 상의 디자인 특성을 고려해 볼 때 전체적으로 타이트한 의복 디자인에 노출이 심하며 섹시하고 화려한 이미지로 평가되어 섹시 이미지로 명명하였다. 군집 2는 총 10장의 사진자극물로 구성되며 28.6%를 차지한다. 형태는 X라인, A라인의 원피스나 이브닝드레스가 주

아이템이었고 색채는 화이트, 블랙, 핑크 등이 사용되어 화사하고 은은하게 표현되었다. 소재는 실크와 면 등의 부드러운 소재가 다양하게 사용되었고 무늬는 꽃무늬와 물방울무늬가 화사하게 표현되었다. 악세사리는 같은 소재의 모자나 장갑이 사용되었다. 타투 부위는 주로 등과 가슴이 많았고 문양은 꽃문양과 그림, 기하학적 문양 등이 작고 귀엽게 표현되었다. 이상의 디자인 특성을 고려해 볼 때 귀엽고 화사한 이미지로 평가되어 로맨틱 이미지로 명명하였다. 군집 3은 총 10장의 사진으로 구성되며 28.6%를 차지한다. 형태는 여러 가지 비정형화 된 형태의 디자인에 색채는 화이트, 블랙, 블루, 레드 등이 사용되어 어둡고 차갑게 표현되었으며 면과 실크, 쉬폰 등의 여러 가지 소재가 다양하게 사용되었다. 무늬는 물방울무늬와 스트라이프무늬가 강하게 표현되었다. 장식은 검은색의 특이한 모자나 가면이 사용되었다. 타투 부위는 주로 얼굴과 가슴이 많았고 문양은 기하학적인 문양을 크고 강하게 표현하였다. 이상의 디자인 특성을 고려해 볼 때 공포, 악마적, 이질적인 미적특성을 가지며 특이하고 퇴폐적이며 강렬한 이미지로 평가되어 그로테스크 이미지로 명명하였다. 군집 4는 총 3장의 사진으로 구성되며 8.6%를 차지한다. 형태는 장식이 없는 심플한 원피스와 셔츠 디자인에 색채는 블랙, 블루, 레드 등이 사용되어 심플하고 고급스럽게 표현되었으며, 가죽, 실크 등의 소재가 사용되었다. 무늬와 장식은 나타나지 않았고 타투의 부위는 주로 얼굴의 눈 주위와 상완 부위가 많았고 문양은 기하학적인 문양을 아주 작게 표현하였다. 이상의 디자인 특성을 고려해 볼 때 보기 좋고 고급스러우며 깨끗한 이미지로 평가되어 내츄럴 이미지로 명명하였다.

### 2) 타투 패션의 이미지에 따른 패션감성의 차이

타투 패션의 이미지에 따른 패션감성의 차이를 알아보기 위해 매력성, 현시성, 성숙성 요인에 대해 분산분

<표 3> 타투 패션의 이미지에 따른 패션감성의 차이

요인	섹시	로맨틱	그로테스크	내츄럴	F-value
매력성	-0.029c	0.550a	-0.577d	0.197b	135.402***
현시성	0.065a	0.035a	0.118a	-0.751b	34.057***
성숙성	0.017a/b	0.115a	-0.090a/b	-0.140b	4.726**

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001

석과 Scheffé 검증을 실시한 결과는 <표 3>과 같다.

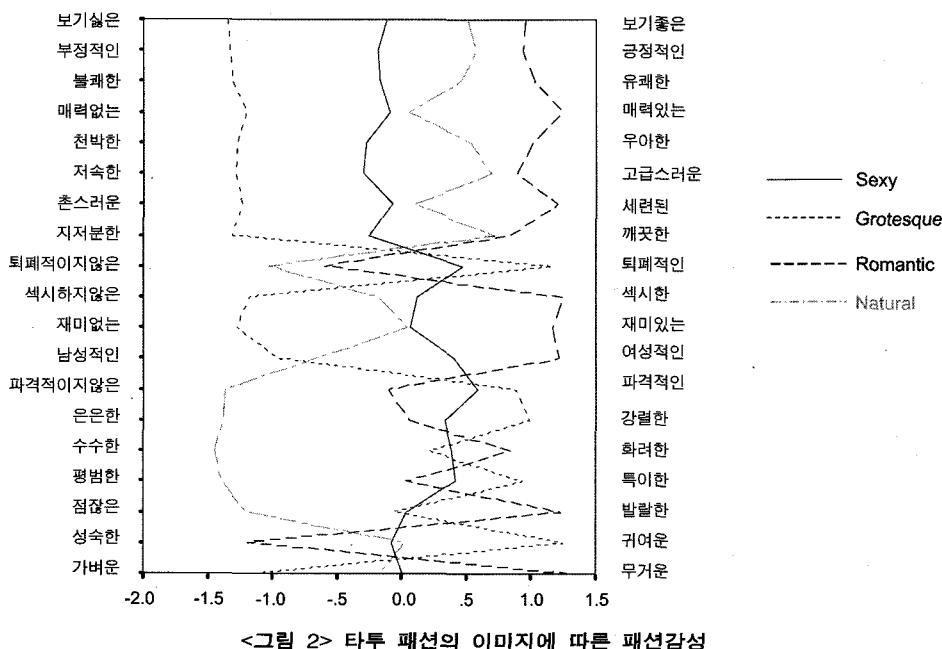
타투 패션의 이미지에 따른 패션감성 평가에서는 모든 요인에서 유의한 차이가 나타났으며 특히 매력성에서 두드러진 차이가 나타났다.

매력성 요인에서 살펴보면 로맨틱 이미지가 가장 매력적인 것으로 평가되었고 그로테스크 이미지는 가장 매력적이지 않은 것으로 평가되었다. 현시성 요인에서는 섹시, 로맨틱, 그로테스크 이미지가 현시적인 것으로 나타났다. 내츄럴 이미지는 현시적이지 않은 것으로 평가되었다. 성숙성 요인에서는 로맨틱 이미지가 가장 귀엽고 가볍게 보여지는 것으로 평가되었고 그 다음으로 섹시, 그로테스크 순으로 평가되었다. 구체적으로 타투 패션의 이미지에 따른 패션감성을 살펴보면 <그림 2>와 같다. 섹시 이미지는 중간 값으로 나타나고 이미지가 두드러지지 않으며 퇴폐적인, 파격적인 특이한의 패션감성으로 나타났다. 로맨틱 이미지는 보기좋은, 긍정적인, 유쾌한, 매력있는, 우아

한, 고급스러운, 세련된, 깨끗한, 섹시한, 여성적인, 파격적인, 화려한, 발랄한, 성숙한의 패션감성으로 나타났다. 그로테스크 이미지는 보기싫은, 부정적인, 불쾌한, 매력없는, 천박한, 저속한, 촌스러운, 지저분한, 섹시하지않은, 재미없는, 남성적인, 파격적인, 강렬한, 특이한, 귀여운의 패션감성으로 나타났다. 내츄럴 이미지는 고급스러운, 퇴폐적이지않은, 파격적이지않은, 은은한, 수수한, 평범한, 점잖은의 패션감성으로 나타났다.

타투 패션의 패션감성에서 섹시 이미지는 중간 값을 나타내며 이미지가 두드러지지 않았다. 로맨틱, 그로테스크 이미지는 다른 집단과 비교하여 두드러진 점수로 나타나고 반대의 상반된 이미지로 나타나며 대응하는 위치에 있다. 내츄럴 이미지는 현시적인 측면에서 다른 세 가지의 이미지와 비교하여 상반된 느낌을 준다.

따라서 개성있고 화려한 타투 패션을 연출하기 위



<그림 2> 타투 패션의 이미지에 따른 패션감성

<표 4> 타투 패션의 이미지에 따른 감정의 차이

요인 \ 이미지	섹시	로맨틱	그로테스크	내츄럴	F-value
부정적 감정	0.072b	-0.505c	0.590a	-0.564c	150.600***
긍정적 감정	0.022a	0.144a	-0.050a	-0.403b	12.598***

\*\*\*p<.001

해서는 그로테스크 이미지 유형의 디자인 특성을 활용하면 효과적이며 매력있고 성숙한 타투 패션을 연출하기 위해서는 로맨틱 이미지 유형의 디자인 특성을 활용하면 효과적이다.

### 3) 타투 패션의 이미지에 따른 감정의 차이

타투 패션의 이미지에 따른 감정의 차이를 알아보기 위해 이미지에 대해 부정적 감정, 긍정적 감정 요인에 대해 분산분석과 Scheffé 검증을 실시한 결과는 <표 4>과 같다.

타투 패션의 이미지에 따른 감정평가에서는 모든 요인에서 유의한 차이가 나타났으며 특히 부정적 감정에 따른 차이가 크게 나타났다.

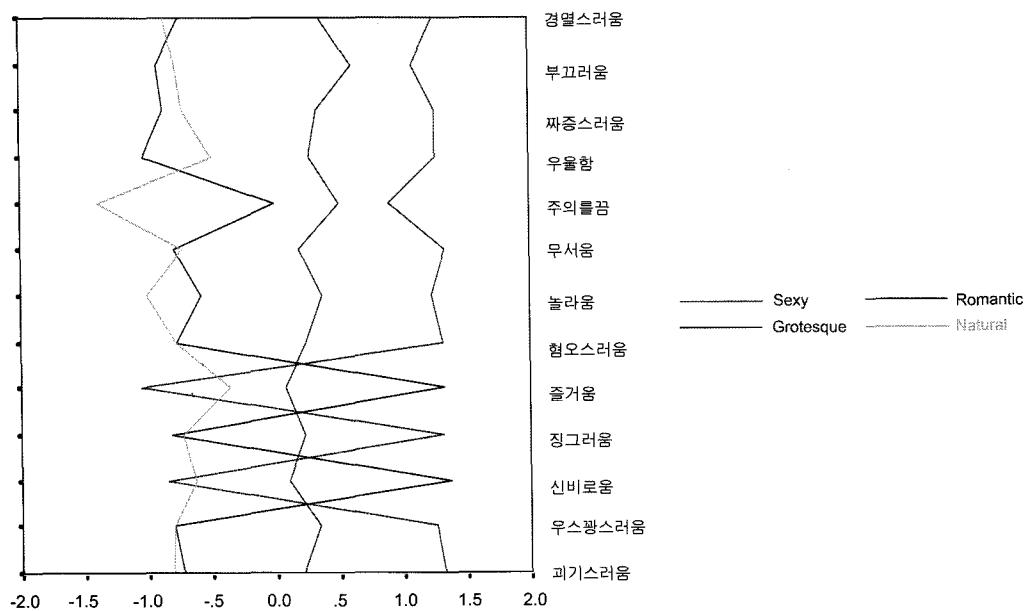
먼저 부정적 감정요인에서 그로테스크 이미지는 가장 부정적인 것으로 평가되었고 로맨틱, 내츄럴 이미지는 부정적이지 않은 것으로 평가되었다. 긍정적 감정요인에서 로맨틱, 섹시 이미지는 긍정적인 것으로 평가 되었고 내츄럴 이미지는 긍정적이지 않은 것으로 평가되었다.

구체적으로 타투 패션의 이미지에 따른 감정은 <그림 3>와 같다. 섹시 이미지는 중간값으로 나타나고 이미지가 두드러지지 않으며 부끄러움, 주의를 끌는 감정으로 나타났다. 로맨틱 이미지는 혐오스럽지않음, 징그럽지않음, 괴기스럽지않음, 짜증나지않음, 경멸스럽

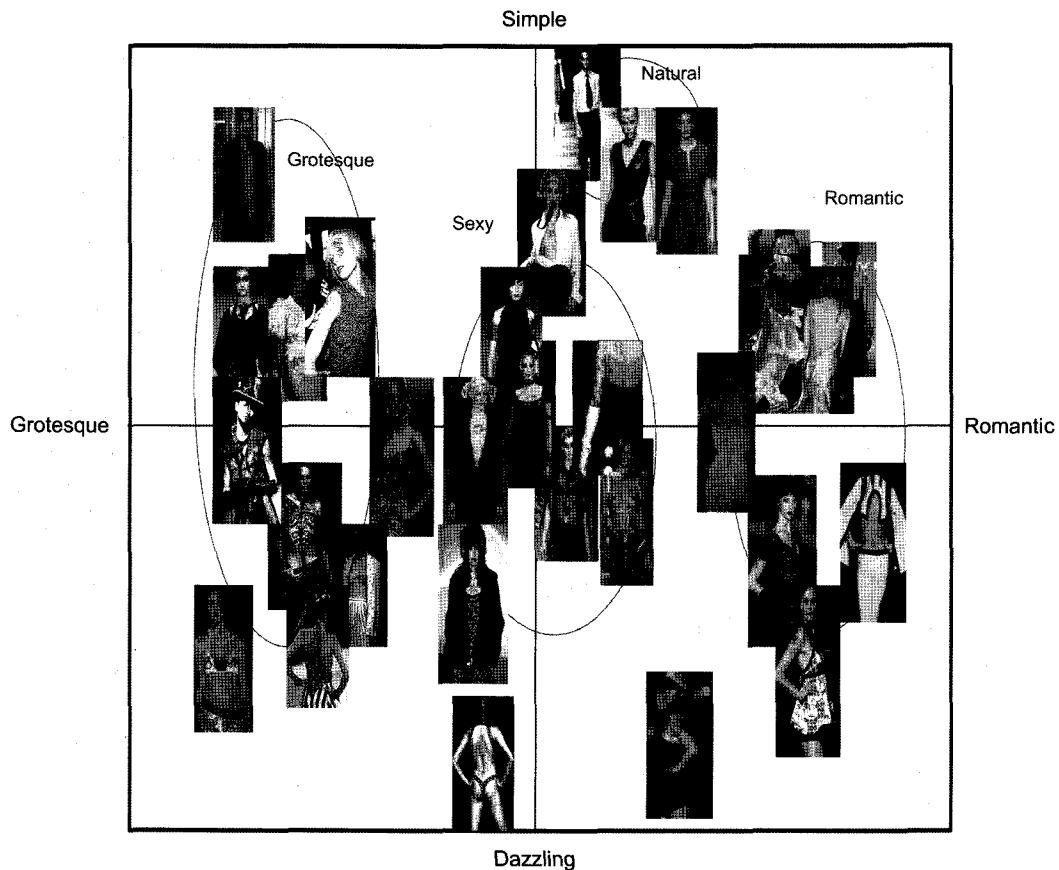
지않음, 무섭지않음, 우스꽝스럽지않음, 놀랍지않음, 우울하지않음, 부끄럽지않음, 신비로움, 즐거움의 감정으로 나타났다. 그로테스크 이미지는 혐오스러움, 징그러움, 괴기스러움, 짜증남, 경멸스러움, 무서움, 우스꽝스러움, 놀라움, 우울함, 부끄러움, 신비롭지않음, 즐겁지않음의 감정으로 나타났다. 내츄럴 이미지는 혐오스럽지않음, 징그럽지않음, 괴기스럽지않음, 짜증나지않음, 경멸스럽지않음, 무섭지않음, 우스꽝스럽지않음, 놀랍지않음, 우울하지않음, 부끄럽지않음, 주의를 끌지않음의 감정으로 나타났다. 타투 패션의 감정에서 섹시 이미지는 중간값을 나타내며 이미지가 두드러지지 않았다. 로맨틱, 내츄럴, 그로테스크 이미지는 다른 집단과 비교하여 두드러진 점수로 나타나고 반대의 상반된 이미지로 나타나며 대응하는 위치에 있다. 따라서 놀랍고 괴기스러운 부정적 감정을 유발시키는 타투 패션을 연출하기 위해서는 그로테스크 이미지의 디자인 특성을 활용하면 효과적이며 신비롭고 주의를 끄는 긍정적 감정을 유발하는 타투 패션을 연출하기 위해서는 로맨틱 이미지의 디자인 특성을 활용하면 효과적이다.

### 3. 타투 패션의 이미지에 따른 포지셔닝

타투 패션의 이미지 구조를 분석하기 위하여 35개의 사진자극물에 대한 다차원척도법을 실시하였다.



<그림 3> 타투 패션의 이미지에 따른 감정



<그림 4> 타투 패션의 이미지에 따른 포지셔닝

각 사진자극물간의 거리는 유클리드 거리(Euclidean Distance)로 나타냈으며 다차원 척도법 결과에 따른 사진 자극물의 포지셔닝은 <그림 4>와 같다. 제 1사분면은 평범하고 심플한 디자인에 블랙, 블루, 레드 등의 색채가 사용되고 타투는 얼굴, 상완 부위에 꽃, 기하학적 무늬가 나타난 내츄럴 이미지가 나타났다. 또한 A-line드레스에 블랙, 화이트, 베이지가 주로 나타나고 타투는 여러 부위에 꽃, 기하학적 무늬 등이 작게 표현된 로맨틱 이미지가 나타났다. 제 2사분면은 여러 가지 다양한 디자인에 블랙, 화이트, 블루의 색채가 주로 나타났다. 타투는 주로 얼굴에 기하학적 무늬로 징그럽게 표현된 그로테스크 이미지가 나타났다. 전체적으로 네크라인이 깊게 파인 디자인에 블랙, 레드, 블루, 화이트 등의 강렬한 색채가 주로 사용되고 타투는 가슴과 상완, 얼굴 부위에 작게 표현된 섹시 이미지가 나타났다. 제 3사분면은 노출이 많은

다양한 디자인에 레드, 블랙, 퍼플 등의 색채가 사용되었다. 타투는 가슴 전면과 얼굴, 등 부위에 크고 강하게 기하학적 무늬를 그려 넣거나 동물 뼈 무늬이나 레이스 무늬를 그려 넣은 그로테스크 이미지가 나타났다. 또한 노출이 많은 디자인에 화이트, 레드의 색채를 사용하고 타투는 여러 가지 크기로 가슴, 등 부위에 강하게 나타난 섹시 이미지가 나타났다. 제 4사분면은 fit & flare 디자인과 레드, 핑크, 화이트 계열의 색채에 면, 레이스 소재로 타투의 표현도 작게 상완 부위에 나타난 로맨틱 이미지가 나타났다. 또한 시스루 등 의 소재, 블랙, 블루의 색채를 많이 사용하였고 타투는 가슴 부위에 강하게 나타난 섹시 이미지가 나타났다. 따라서 X축의 양의 방향으로 갈수록 가볍고, 회사한 시각적 효과가 두드러지게 나타나고 있으며 X축의 음의 방향으로 갈수록 기괴하며 특이하고 퇴폐적인 감성을 나타내고 있어 Grotesque-Romantic의 축으로 명명

하였다. Y축은 양의 방향으로 갈수록 심풀하고, 무난한 시각적 효과가 두드러지게 나타나고 있으며 Y축의 음의 방향으로 갈수록 부정형 실루엣, 시각적 효과가 두드러진 의복 디자인과 강한 타투 표현으로 눈에 띄는 감성을 나타내고 있어 Simple-Dazzling의 축으로 명명하였다.

타투 패션의 이미지 유형에 따른 포지셔닝은 Grotesque-Romantic, Simple-Dazzling의 축을 중심으로 4개의 그룹으로 분류 할 수 있었으며 그 특성은 군집 분석으로 알아본 이미지와 비슷하게 분포함을 알 수 있었다. 로맨틱 이미지는 X축의 양의 방향인 1사분면과 4사분면에 포지셔닝 되어 나타났으며 화사한, 새련된, 매력있는 등의 패션감성을 가진다. 내츄럴 이미지는 Y축의 양의 방향에 위치하고 1사분면에 포지셔닝 되어 나타났으며 고급스러운, 평범한 등의 패션 감성으로 나타났다. 그로테스크 이미지는 X축 음의 방향에 위치하며 2사분면과 3사분면에 포지셔닝 되어 나타났고 특이한, 퇴폐적인, 강렬한 등의 패션 감성을 나타내었다. 섹시 이미지는 X축과 Y축의 꼭지점 부분에 위치하고 1, 2, 3, 4사분면에 모두 포지셔닝 되어 나타났으며 파격적인, 특이한 등의 패션 감성을 나타내었다.

따라서 타투 패션을 고려하여 낭만적이고 심풀한 감성을 표현하기 위해서는 내츄럴 이미지를 나타내는 디자인 특성을 활용한다면 효과적일 것이며, 심풀하고 퇴폐적인 감성을 표현하기 위해서는 얼굴 부위에 타투를 표현한 그로테스크 이미지와 섹시 이미지의 디자인 특성을 활용한다면 효과적일 것이다. 또한 장식적이며 개성있고 퇴폐적인 감성을 표현하기 위해서는 가슴, 등 부위에 타투를 표현한 그로테스크 이미지와 섹시 이미지의 디자인 특성을 활용한다면 효과적일 것이다. 낭만적이고 장식적인 감성을 표현하기 위해서는 섹시 이미지와 로맨틱 이미지의 디자인 특성을 활용한다면 감성적 의복디자인 개발과 포지셔닝에 유용한 자료로 활용할 수 있을 것이다.

## V. 결 론

이 연구 결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다. 첫째, 타투 패션에 대한 패션감성의 구성요인은 매력성, 현시성, 성숙성의 3요인으로 구성되었으며 60.9%의 설명력을 나타내었다. 타투 패션에 대한 감정의 구성요인은 부정적 감정, 긍정적 감정으로 구성되었

으며 66.3%의 설명력을 나타내었다. 타투 패션에 대한 패션감성은 매력성과 현시성이 중요한 구성요인이고 감정에 있어서는 부정적 감정과 긍정적 감정이 감정을 평가하는 중요한 구성요인이다. 패션감성보다 감정은 설명력이 높게 나타나 감정이 타투 패션의 시각적 효과에 영향이 큼을 알 수 있다. 둘째, 타투 패션의 이미지는 군집분석 결과 섹시, 로맨틱, 그로테스크, 내츄럴의 4군집으로 나타났다. 패션감성에 대한 이미지의 차이는 모든 요인에서 유의한 차이가 나타났다. 매력성은 로맨틱 이미지에서 높게 나타났고 현시성은 섹시, 로맨틱, 그로테스크 이미지가, 귀염성은 로맨틱 이미지에서 높게 나타났다. 감정에 대한 이미지의 차이를 살펴본 결과 모든 요인에서 유의한 차이가 나타났다. 부정적 감정은 그로테스크 이미지에서 높게 나타났고 긍정적 감정은 로맨틱, 섹시, 그로테스크 이미지에서 높게 나타났다. 따라서 매력적인 타투 패션을 표현하기 위해서는 로맨틱 이미지의 디자인 특성을 활용하고 현시성 있는 타투 패션을 표현하기 위해서는 섹시, 로맨틱, 그로테스크 이미지의 디자인 특성을 활용하면 효과적일 것이다. 긍정적 감정을 표현하기 위해서는 로맨틱 이미지의 디자인 특성을 활용하면 효과적일 것이다. 또한, 그로테스크 이미지를 표현하고자 한다면 부정적 감정과 긍정적 감정 두 가지를 모두 고려하여야 할 것이다. 셋째, 타투 패션의 이미지에 따른 포지셔닝은 X축은 양의 방향으로 갈수록 낭만적이며 음의 방향으로 갈수록 기괴한 감성을 나타내 Grotesque-Romantic의 축으로 명명하였다. Y축은 양의 방향으로 갈수록 심풀하며 음의 방향으로 갈수록 눈에 띄는 감성으로 나타나 Simple-Dazzling 축으로 명명하였으며 포지셔닝된 타투 패션의 특징을 찾아내어 실제 패션감성과 감정을 반영한 디자인 기획 시 활용할 수 있는 기초 자료가 될 수 있을 것이다.

따라서 이 연구의 결과를 통해 타투 패션에 따른 패션감성과 감정이 어떠한 요인으로 구성되는지 쉽게 판단할 수 있고 이는 소비자의 심리적 만족을 높이는 차별화 된 타투 패션상품의 디자인 개발 뿐 아니라 다양한 패션감성과 감정을 표현하는 축제 이상 등과 같은 특별한 용도의 타투 패션의 디자인 개발에 있어서도 기초 자료로 활용될 수 있을 것이라 생각된다. 이 연구는 연령이 20대로 한정되었고 지역적 제한이 따르므로 결과의 확대 해석에는 신중을 기해야 할 것이다.

## 참고문헌

- 거침없는 개성표현, 문신은 패션이다. (2003, 6. 10). 주간한국, p. 47-49.
- 김애경, 이경희. (2003). 패션컬렉션에 나타난 Head Image 연구. 한국의류산업학회 추계학술대회 발표, 대구.
- 김유진, 이경희. (2000). 의복디자인의 조형적 특성에 따른 감성연구. *한국의류학회지*, 24(7), 976-986.
- 김유진. (2002). 패션감성과 감정에 대한 의복조형성 연구. 부산대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김윤경, 이경희. (2000). 의복무늬의 시각적 감성 연구. *한국의류학회지*, 24(6), 861-872.
- 김은진. (2003). 문신의 시각적 표현특성에 관한 연구-하위 문화의 상징성을 중심으로-. 동서대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김정임. (2001). 문신에 나타난 상징성과 표현특성에 관한 연구-바디아트를 중심으로-. 한성대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김종주. (1979). 문신에 관한 정신의학적 연구. *신경정신의학*, 18, 420.
- 김지연, 이경희. (2001). 현대 패션에 나타난 인체 노출의 감성연구. *한국의류학회지*, 25(5), 913-924.
- 김희정, 이경희. (2001). 현대 패션에 나타난 동양적 복식 이미지 연구(제2보). *한국의류학회지*, 25(5), 861-872.
- 나는 문신했다, 고로 멋있다. (2003, 6). 시사저널, p. 46-48.
- 다시 만든 패션 문신, 월드컵 보디 페인팅 응원. (2002, 6. 12). 중앙일보, p. 7.
- 동아세계어사전. (1988). 서울: 동아출판사.
- 박금옥. (1996). 색채와 무늬에 따른 이미지 지각. *건국대학교 생활문화 예술논문*, 21, 41-54.
- 박수진. (2001). 19세기 서양 여성의복 패턴과 현대패턴의 비교연구-서양여성의복의 패턴변화에 미친 영향을 중심으로-. *한국의류학회 학술대회지*, *한국의류학회 01 추계 학술대회*, 57.
- 박은주, 소귀숙. (2000). 의류제품 구매시 감정적 요인이 구매 행동에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 24(3), 361-372.
- 박현희. (2002). 인터넷 패션 쇼핑몰에 대한 감성단어추출과 평가차원. *대한가정학회지*, 40(1), 135-146.
- 박홍삼. (1999). 비행청소년의 신체적 자해행동과 성격특성 간 관계: 문신, 자상, 담뱃불, 상흔을 중심으로. 경기대학교 행정대학원 석사학위 논문.
- 손향미, 박길순. (2003). 현대 패션에 표현된 신체장식의 혼성모방 분석. *한국의류학회지*, 27(8), 981-991.
- 연세대학교 언어정보개발연구원. (1998). *연세한국어사전*. 동아: 두산동아.
- 유창조. (1999). 소비자의 감정적 반응에 관한 연구: 유형별 분석과 차원별 분석의 비교. *광고학연구*, 10(1), 155-182.
- 윤정혜, 유영선. (2001). 복식에 나타난 타투룩(Tattoo Look) 패션의 표현특성. *한국복식학회지*, 51(3), 87-98.
- 이경희. (2001). 패션감성의 측정도구 개발에 관한 연구 (제 1보). *한국의류학회지*, 25(3), 537-547.
- 이관이. (2004). 이상적 여성미와 패션과의 관계. 부산대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이수경. (2003). 문신의 애로터시즘을 융용한 현대 패션 연구-성신여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이인자, 이경희, 신효정. (2001). 의상심리. 파주: 교문사.
- 이화순, 황춘섭. (2002). 화장의 사회·심리적 기대효과에 따른 화장이미지와 자의식에 관한 연구. *한국복식학회지*, 52(8), 137-149.
- 이효진. (1999). 현대 서양복식에 나타난 TATTOO에 관한 연구. *복식문화연구지*, 7(4), 52-68.
- 임원희, 이인자. (2002). 한국전통 복식의 배색 이미지-조선 시대 후기 복식유물을 중심으로-. *한국의류학회 학술대회지*, *한국의류학회 02 섬유·패션산업의 비전*, 515-516.
- 임은혁. (2003). 21세기 전환기 하이패션에 나타난 하위문화 스타일-펑크룩을 중심으로-. *한국복식학회지*, 53(2), 71-85.
- 장미라. (2003). *Tattoo Design*에 관한 연구. *복식문화연구*, 37, 107-133.
- 정은숙, 김향수. (2003). TATTOO의 패션성에 관한 연구. *한국복식학회지*, 53(2), 153-169.
- 주소현, 이경희. (1999). 의복, 배경의 조합에 따른 시각적 이미지 연구 (제2보). *한국의류학회지*, 23(2), 196-207.
- 주소현. (2003). 여성패션 트렌드 분석을 통한 감성 지표화 연구. 부산대학교 대학원 박사학위 논문.
- 차미승. (1992). 衣服形態와 色彩이미지의 視覺的評價와 分析. 부산대학교 대학원 석사학위 논문.
- 최선영, 이은영. (1994). 의복착용시 경험하는 감정의 유형. *한국의류학회지*, 13(3), 395-409.
- 괴부인가 도화지인가 '문신열풍'. (2003, 6). WEEKLY DONG-A 통권389호, p. 36-39.
- 하수진, 이경희. (1999). 브래지어 디자인에 대한 시각적 감성연구 (제1보). *한국의류학회지*, 23(5), 635-655.
- Design to thrill. (2002, 12). *Vogue Korea*, p. 76.
- Victoria, E. (1998). *신체장식(The Body Decoration)*. 임숙자 옮김 (1998). 서울: 경춘사.