

클래식 패션 이미지와 감성 어휘 연구 - 베이비붐, Y세대 여성을 중심으로 -

상 윤 진 · 유 정 민* · 박 민 정** · 이 인 성****
이화여자대학교 일반대학원 의류학과 박사과정
이화여자대학교 일반대학원 의류학과 석사과정
이화여자대학교 일반대학원 의류학과 교수**
이화여자대학교 일반대학원 의류학과 교수****

A Study on Classic Fashion Image and Sensible Vocabularies - Focusing on Women of Baby Boom and Y Generations -

Yoon-Jin Sang · Jung-Min Yoo* · Minjung Park** · Inseong Lee****
Doctoral Course, Dept. of Clothing & Textiles, Ewha Womans University
Master Course, Dept. of Clothing & Textiles, Ewha Womans University*
Prof., Dept. of Clothing & Textiles, Ewha Womans University**
Prof., Dept. of Clothing & Textiles, Ewha Womans University****
(2015. 4. 12. 접수; 2015. 6. 19. 수정; 2015. 6. 25. 채택)

Abstract

Modern fashion shows the trend of various styles and the period focusing on only product functions is changed to the period focusing on consumer's sensibility. Consumers show different sensitivities and preference by individual at the stage cognizing and recognizing the stimulation of given image and the method of objective measurement based on the fashion sensible vocabularies is necessary to measure fashion sensibility. Therefore, this research is significant to examine differences of preference to classic fashion by generation and awareness for sensible vocabularies and suggest methodology of design sensible evaluation research through the quantitative evaluation objectifying subjective sensibility. For the method of research, precedent theses related to classic, concept and characteristics of classic in books and definition and characteristics by generation were examined, the best 3 domestic portal sites were selected and adjective vocabularies and images related to classic were collected from 2010 to 2014. Among the 206 adjectives collected, vocabularies whose average is more than 3.5 were drawn by 5-point Likert scale for fashion expert group. And, among the total 306 images collected, 21 representative images were selected by preliminary investigation of fashion expert group. For the classic images and vocabularies selected, frequency analysis, factor analysis and variance analysis were conducted by SPSS 19.0.

The results of analysis are as follows. Preference to classic fashion image by generation was analyzed. As a result, both of two generations selected classic fashion as the most classic one. The images of the next orders were analyzed. As a result, Y generation selected basic classic fashion image which is casual with high activity as a classic one. Baby boom generation selected ancient classic fashion image, so there were differences in preference for

classic by generation. As a factor analysis on classic adjective vocabularies, they could be divided into 5 factors such as basic form, attractive form, traditional form, vintage form and active form and they verified that credibility of all measuring variables for classic sensible vocabularies was achieved. Differences of classic sensible vocabularies by classic fashion image and generation were examined. As a result, generation and classic fashion image made a significant effect on five factors.

Therefore, there were differences of the awareness on classic fashion images and sensible vocabularies among the generations and this thesis can be a fundamental material which objectifies subjective sensibility and suggests the methodology of new research.

Key Words: Classic fashion(클래식 패션), Classic image(클래식 이미지), Fashion sensibility vocabulary(패션 감성 어휘), Y generation(Y세대), Baby boom generation(베이비붐 세대)

I. 서론

1. 연구의 목적 및 의의

현대 패션은 다양한 스타일의 유행이 공존하고 있으며 그 주기 또한 빨라지고 있다. 그러나 제품의 기능만을 생각했던 시대에서 소비자의 감성을 중요시 하는 시대로 변화해가고 있으며, 소비자의 감성에 적합한 제품을 생산하여 경쟁력을 향상시키고자 하는 노력이 증가되고 있다.

소비자가 기대하는 패션 감성 충족 요인들은 어디까지나 소비자의 마음속에 품은 감정이나 이미지에 대한 만족도이므로 패션 감성을 측정하기 위해서는 이를 나타내는 패션 감성 어휘를 바탕으로 한 객관적인 측정 방법이 필요하다. 이런 감성 평가를 위한 방법 중 형용사 어휘를 사용한 평가 방법은 디자인, 예술 분야에서 일반적으로 사용하고 있는 방법 중 하나이나(정현원, 나건, 2007), 대표적인 패션 제품이라고 할 수 있는 의복을 대상으로 많은 연구가 이루어지지 못하고 있으며, 패션 이미지 분류 중 클래식과 관련된 형용사 어휘의 척도 개발과 감성 어휘 평가, 이미지 선호도 분석은 아직 미비하며, 개개인의 주관적인 감성을 객관적으로 명확히 규정하고 있지 못하는 실정이다.

소비자들은 주어진 이미지의 자극물을 지각하여 인식하는 단계에서 과거의 경험이나 기억

의 상호작용 및 각자의 생활환경 등의 개인의 주관적인 가치의식, 연령에 따라 패션 감성이나 선호도 등이 다르며, 동일한 연령이라도 서로 다른 감성과 선호도에 차이를 보이고 있다. 또한 소비자의 지역 및 성별 등에 따라서도 선호도가 다르기 때문에 소비자의 감성 척도를 객관화 하는 작업이 필요한 실정이다. 그러므로 소비자의 다양한 기호와 감성을 분석하여 다양한 개성을 유지하면서 클래식한 감성 연출을 원하는 소비자들을 위해 클래식 스타일을 세분화할 필요가 있다.

클래식 이미지는 유행과 상관없이 성숙된 취향의 보수적이고 전통적인 이미지를 추구하며 시대를 초월하는 보편성을 지니고 있어 해마다 여성들에게 안정적이고 기본적인 스타일로 자리 잡고 있다(이경림 외, 2009). 클래식 스타일은 사람들에게 강하게 부각되지는 않지만 유행의 주기와 상관없이 지속적으로 유지되는 스타일로(김정실, 2012) 2010년대 이후 클래식 스타일이 다시금 주목받기 시작하였다. 그러나 클래식 스타일의 경우에도 각각의 시대별 유행에 따라 차이를 보이며, 시각적으로 인식되는 자극이므로 주관적 해석이 개입되어 오랫동안 지속되어져 온 클래식 패션에 대해 시대별, 세대별로 클래식에 대한 인식에 차이가 있다고 사료된다.

이에 본 연구의 목적은 세대간의 클래식 패션에 대한 선호도 및 감성 어휘에 대한 인식의 차이를 알아보고 주관적인 감성을 객관화하는 정

량적 평가 방법을 통해 디자인 감성 평가 연구 방법론을 알아보고자 하며, 클래식 패션 이미지에 대한 주관적인 감성 어휘를 객관화하는 정량적 평가 방법론을 제시하는데 의의가 있다. 본 연구의 결과는 세대가 다른 소비자층에 맞는 적절한 디자인 방향 제시와 디자인의 기초 자료를 제공하고자 한다.

본 연구에서는 1차적으로 다양한 분야에서 사용되는 클래식에 대한 감성 어휘를 패션에 국한지어 클래식 어휘를 추출하고, 2차적으로는 세대 간의 클래식에 대한 패션 이미지 선호도와 클래식에 대한 감성 어휘 대한 인식 정도 차이를 알아보고자 한다.

2. 연구의 범위 및 방법

본 연구에서는 세대 간의 클래식 이미지에 대한 인식, 선호도 차이와 클래식 이미지에 대한 패션 감성 어휘의 차이에 대해 알아보고자 문헌 연구와 실증적 연구를 병행하였다. 문헌 연구로는 클래식과 관련된 선행논문, 단행본에서 클래식의 개념과 특성, 세대별 정의와 특성에 대해 알아보고, 실증적 연구로는 국내 포털 사이트 상위 3곳인 네이버, 다음, 구글을 선정하여 최근 4년인 2010~2014년 동안 클래식과 관련된 형용사 어휘와 이미지를 수집하였다. 수집된 형용사 어휘 206개를 패션 전문가 집단을 대상으로 5점 리커트 척도법을 활용하여 평균 3.5 이상인 어휘를 추출하여 2차 어휘를 선정하였고, 수집된 이미지는 총 306장 중 클래식 정의를 바탕으로 패션 전문가 집단의 예비조사를 거쳐 대표 이미지 21장을 선정하였다. 선정된 클래식 이미지와 형용사 어휘는 SPSS 19.0을 사용하여 빈도분석, 요인분석, 분산분석을 실시하였다.

II. 이론적 고찰

1. 클래식 패션에 대한 정의 및 특징

1) 클래식 패션의 정의

클래식의 사전적 정의를 살펴보면 ‘최고 수준의, 전통적인, 고대 그리스 로마의, 고전적, 싫증이 나지 않는’ 등의 뜻이며, 예술이나 문학에서 사용되는 클래식의 의미는 ‘이미 확립된, 표준적인, 규범적인, 전통을 배경으로 삼는’ 등과 같은 의미로 사용된다.

단행본과 선행 연구에서 클래식 정의를 살펴보면, 두산백과사전(2002)에서는 유행을 따르지 않는 스타일을 말하며, 클래식을 크게 분류하면 베이직 스타일, 클래식 스타일, 아메리칸 클래식 스타일로 나눌 수 있다. 베이직 스타일은 소박한 스웨터, 세미 타이트스커트, 재킷, 테일러드 수트, 트렌치 코트, T 셔츠, 청바지 등을 포함하며 클래식 스타일은 최고급을 지향하는 스타일, 샤넬 수트와 같은 진품 정장 차림, 아메리칸 클래식 스타일은 1940~50년대 미국 패션 스타일을 칭한다. 1990년대 이후 소재와 착용법을 변화시켜 보수성을 기본으로 하면서도 신선함이 느껴질 수 있도록 새롭게 해석되어 누보 클래식, 컨템포러리 클래식이란 새로운 클래식 감각이 나타나고 있다.

클래식 패션에 대해 함연자(2003)는 시간적 지속성을 통해 표준적인 것이 되는 것을 의미한다고 하였고, 김영인 외(2006)에서는 다양한 라이프스타일에 부합, 시대를 초월하는 보편성을 지닌 스타일이라고 정의하였으며, 박숙현(2007)에 의하면 성숙된 취향의 전통적인 느낌, 유행의 주기와 상관없이 오랫동안 살아남은 스타일로 안정감이 있어 유행보다는 자신의 스타일을 중요시 하는 보수적인 이미지를 추구하는 사람들에게 의해 착용되는 스타일이라고 하였다. 한성지, 김이영(2007)은 클래식은 유행의 흐름에 따라 변하지 않고 오랫동안 지속되는 전통적인 느낌의 패션이미지로 베이직하면서 성숙하고 안정된 느낌을 준다고 정의하였다. 박혜원, 이미숙, 염혜정, 최경희, 박수진(2006)은 고전적, 전통적이란 의미로 패션에서는 유행에 좌우되지 않고 긴 시간동안 애용되어 온 차림을 말하며 기본적인, 정통적인, 전통적인 키워드로 테일러드 수트, 트렌치 코트, 샤넬 수트 등의 아이템을 말한다. 이정주, 유효순(2008)은 클래식을 유행에 관계없이 오랫동안 지속되는 가치와 보편성을 가진다고 정의하였으며, 전통적, 베이직, 최

<표 1> 클래식 패션의 분류

| 분류 | 정의 | 특징 | 이미지 |
|-------------|---|---|--|
| 고전적 클래식 패션 | <ul style="list-style-type: none"> - 예로부터 전해 내려오는 클래식 패션의 가장 오래되고 보편적인 개념을 지닌 패션을 말함. - 유행을 많이 따르지 않지만 최고급을 지향하는 스타일로서 높은 가치를 지니고, 정통성과 고급스러움, 우아함을 지님. | 샤넬 수트와 같은 진품의 정장 차림, 프레피룩, 리치룩 등 |  <p>(출처: 여성의 패션을 바꾼 가브리엘 샤넬. (2013.7.7). www.fashionfave.com/)</p> |
| 베이직 클래식 패션 | <ul style="list-style-type: none"> - 유행을 따르지 않는 패션이라는 클래식 개념을 가장 필수적이며 안정적인 스타일을 통해 구현해 내는 클래식 - 스테디셀러이며 깔끔하고 단정 | 기본적인 스타일 소박한 스웨터, 세미 타이트 스커트, 재킷, 테일러드 슈트, 트렌치 코트, T셔츠, 청바지 등. |  <p>(출처: 여름철 남자들이 좋아하는 여자옷스타일. (2013.6.15.). http://mama01.tistory.com/)</p> |
| 아메리칸 클래식 패션 | <ul style="list-style-type: none"> - 1940~50년대 미국 패션 스타일을 기본으로 캐주얼하고 활동적이며 귀족적인 취향을 모두 포괄하는 패션 - 정통성과 고급스러움을 지닌다는 점에서 정통 클래식과 유사하지만 캐주얼하고 전체적으로 컬러감이 더 다채로우며 보다 편안하고 다양한 실루엣을 가짐. | 아이비 리그 룩, 프레피룩, 로얄 룩 누구에게나 적합한 캐주얼하고 합리적이며 경제적인, 노동복이나 스포츠 웨어 등을 어레인지한스타일 |  <p>(출처:아메리칸 클래식. (2013.11.21). http://blog.naver.com/)</p> |

고급, 누보, 컨템포러리 클래식으로 분류하였다.

본 연구에서 클래식은 사전적 정의와 선행 연구에서 공통적으로 나타났던 클래식의 유형 중 시대의 흐름에 따른 다양한 클래식의 범주를 포괄하고, 특징의 구분이 뚜렷한 고전적 클래식, 베이직 클래식, 아메리칸 클래식 패션으로 크게 세가지로 분류하였으며, 각각 분류 체계에 대한 세부 설명은 다음 <표 1>과 같다.

2) 클래식 패션의 특성 및 현황

클래식 패션은 시대를 초월한 가치와 보편성을 가진 특정 스타일로 유행에 크게 좌우되지 않는 오랫동안 지속되는 스타일을 의미하며 전통적이고 보수적이어서 정형화된 것이 특징이다.

현대 패션에서 클래식은 유행을 따르지 않는 스타일을 말하며, 사람들에게 강하게 부각되지 않지만 누구나 항상 입을 수 있으므로 많은 사람에 의해 꾸준히 입혀지고 있다. 그러므로 클래식 패션은 21세기 현재에도 가장 영향력 있는 스타일로서 패션 디자이너들에게 새로운 디자



<그림 1>
(출처: 여성의 패션을 바꾼
가브리엘 샤넬. (2013.7.7).
www.fashionfave.com/)



<그림 2>
(출처: 패션을 사랑한 남자,
칼 라카펠트. (2014.1.9).
http://korea.namesdesign.com/)



<그림 3>
(출처: 스타들의 트렌치 코트
포착. (2012.9.25.).엘르.
http://decor.elle.co.kr)



<그림 4>
(출처: 낭만과 우수의
대명사,버버리. (2011.5.23.).
한경닷컴
http://kizom.hankyung.com/)

인의 영감을 제공하며 다양하게 재창조 되고 있어 패션에 부가가치와 함께 경제적 수요를 창출하고 있다(김정실, 2012).

클래식 패션을 상징하는 아이템으로는 베이직한 테일러드 수트가 대표적이며 가디건 스웨터, 타이트 스커트, 블레이저 재킷, 트렌치 코트, T셔츠, 청바지(오희순, 박화순, 1994) 등이 있는데, <그림 1>에서와 같이 고전적 샤넬풍의 스타일이 <그림 2>처럼 현재까지도 그 스타일을 유지하여 이어져 오고 있으며, 현대적으로 재해석되어 나타나지만 그 자체에는 변화가 많지 않고 색채나 소재의 변화, 칼라, 소매와 같은 부분적인 디테일의 변화로 시대의 흐름에 따라 클래식 스타일을 표현하고 있는 것이 특징이다. 그리고 클래식 패션 아이템은 지속적으로 유행을 타지 않고 사람들에게 꾸준히 입혀져 오랜 생명력으로 지속성이 있는 아이템이 클래식을 대표하는 아이템이 되기도 하는데, 그 중의 한 예로 폴로 셔츠는 세계에서 가장 유명한 캐주얼웨어로 사람들에게 클래식한 아이템으로 인정받고 있다.

이와 같이 클래식 패션은 시대의 흐름에 따라 다양한 사회적 욕구와 문화적 변화를 배경으로 항상 새로운 것을 찾아야 하는 현대 디자이너들에게 재창조의 수단으로 과거와 현재, 미래를 연결시키는 고리가 되어 새로운 방식으로 변화를 일으키고 있으며 새로운 형식의 미를 창조하는 역할을 하고 있다(최진영, 2010).

2. 세대별 정의 및 특징

1) 세대의 정의

세대의 사전적 정의를 살펴보면, ‘공통의 체험을 기반으로 공통의 의식이나 풍속을 전개하는 일정폭의 연령층’이라고 정의(김우성, 허은정, 2007)되어 있으며, 동일한 세대에 속한 집단은 연령적으로 동질적인 뿐만 아니라 일반적으로 역사적 의식과 경험을 공유(두산백과사전, 2014)하므로 각 세대는 세대별로 독특한 특성을 보이는 세대 차이를 나타내는 중요한 의미를 가지고 있다.

세대를 구분하는 기준은 학자마다 다양하지만, 일반적으로 세대가 처한 상황이나 역사적, 사회적 문제, 세대 구성원들의 상호결합 등에 따라 사회적으로 중요한 의미를 가지고 있다고 보며 같은 시대의 사람들은 생각하고 느끼고 행동하는 방식에서 다른 시대의 사람들과 구분되는 그들만의 공통점을 가진다(김우성, 허은정, 2007). 그러므로 세대를 구분할 때 연령을 기준으로 세대를 구분하는 것이 가장 일반적으로 사용되며, 비슷한 시기에 태어난 동년배 집단으로 묶어 베이비붐 세대, X세대, Y세대로 구분할 수 있다.

2) 세대별 특징

각 세대는 세대별로 자라온 환경과 문화가 달라서 그 구성원들만의 사고, 태도, 가치관, 라이프스타일, 행동 양식 등에서 특징들을 가지며, 이 특징들이 각 세대의 차별적인 소비 패턴들을

보여주고 있다(김우성, 허은정, 2007).

베이비붐 세대는 6.25전쟁 이후 다산의 시기에 태어난 사람들을 규정하는 세대 명칭으로 한국의 베이비붐 세대는 1955년에서 1963년에 태어난 집단을 말한다(두산백과사전, 2015). 이들은 전후 경제 성장기에 자라 인구 과잉으로 인한 경쟁을 경험하였으며, 체계적인 교육을 처음 받아 교육을 중요시하는 특징을 가지고 있다(박민정, 2013). 이 세대는 가족 중심적 가치를 가지고 있고 부모 부양을 하지만, 스스로를 돌볼 수 있다는 자신감에 차있어 자녀에겐 노후에 자신들의 부양을 기대하진 않는 세대이다. 베이비붐 세대는 여가를 중시하고, 젊음을 유지하기 위해 노력하는 특성을 가지며, 소비 특성은 근면 절약하고 검소하며 계획적인 소비와 시간을 절약하는 것이 특징이다. 이들은 가족지향, 여권주의, 자유지향, 탈권위주의와 생활주의의 가치관을 보였고, 소비 생활에서는 저가 상품 선호, 기능성과 실용성(김영신 등, 2004) 합리적인 선택을 하는 소비양식을 보였다. 그리고 쇼핑을 즐기지 않고 패션지향적 행동이 낮으며(김우성, 허은정, 2007), 저축에 큰 가치를 두는 특성을 가지고 있다.

X세대는 1965년에서 1979년 사이에 출생한 집단으로 정의하였다. 이들 집단은 청소년기에 6.29 민주화 항쟁을 경험하면서 정치적으로 민주화된 시기에 성장하였고, 산업화의 수혜세대로서 물질적, 경제적 풍요 속에서 성장한 집단

이다. 이 집단은 베이비붐 세대와 Y세대와 비교할 때 중간 특성을 보여 주요 특징들을 일반화하기 어려운 세대이며, 베이비붐 세대보다 자기중심적, 개인주의 성향이 강하고 현실적인 집단의 특징을 가지고 있다. 패션에서도 편안함을 중시하고 타인을 의식하지 않으며 계획적인 구매를 하는 것으로 나타났다.

Y세대는 1980년에서 1999년 사이에 출생하여 베이비붐 세대의 자녀들을 포함한 세대로 21세기의 중심이 되는 밀레니엄 세대, 디지털 세대로 불리는 세대이다. 베이비붐 세대의 경제적으로 풍요로운 생활을 누리며 성장하였으며, 베이비붐 세대나 X세대보다 큰 규모로 급성장하여 개성과 다양성을 추구하고 쇼핑을 즐기는 특성이 있어 현재 새로운 소비 계층으로 주목받고 있다. 다른 세대에 비해 쾌락적이고 감각적인 소비를 하고 패션 지향적이며 경제적인 절약이나 시간 절약에 덜 민감하여 계획적인 소비를 덜하는 것으로 나타난다. Y세대는 패션을 자신을 표현하는 수단으로 사용하며 브랜드를 중요시 하며 패션을 통해 사회, 경제적인 자신의 위치를 표현하고, 집단에 동조하는 수단으로 사용한다.

각 세대별 특징에 대해 정리한 것은 다음 <표 2>과 같으며, 본 연구에서는 X세대를 제외한 세대별 차이가 뚜렷이 나타나는 베이비붐 세대와, Y세대 집단 두 집단간의 비교를 하여 패션에서의 클래식에 대한 이미지와 행동사 어휘 분석을

<표 2> 세대별 특징

| 세대 특징 | 베이비붐 세대 | X세대 | Y세대 |
|----------|--|---|---|
| 시기 | 1955년~1963년 | 1965년~1979년 | 1980년~ 1999년 |
| 특징 | <ul style="list-style-type: none"> - 가족 중심적 가치 - 교육중시 - 여가 중시 - 젊음을 유지하기 위해 노력 - 근면 절약, 검소 - 저가 상품 선호 - 기능성, 실용성 중시 - 패션지향적 소비 낮음. | <ul style="list-style-type: none"> - 물질적, 경제적 풍요 속에서 성장한 집단 - 베이비붐 세대와 Y세대의 중간 특성 - 편안함을 중시, 계획적인 구매 | <ul style="list-style-type: none"> - 경제적으로 풍요로운 생활을 누리며 성장 - 개성과 다양성 추구 - 쾌락적이고 감각적인 소비 - 패션 지향적 - 패션을 통해 자신을 표현, 사회, 경제적인 위치를 표현하는 수단으로 활용 - 실용적, 편리함 추구 |

실시하였다.

III. 연구 방법

1. 연구 문제

연구를 수행하기 위해 설정된 연구 문제는 다음과 같다.

연구 문제 1. 세대에 따른 클래식 이미지의 선호도 차이를 알아본다.

연구 문제 2. 클래식 패션 이미지에 대한 클래식 감성 어휘의 차이를 알아본다.

연구 문제 3. 세대별 클래식 감성 어휘의 차이를 알아본다.

2. 자료 수집 및 분석

1) 클래식 감성 어휘 척도 개발

패션 감성 척도는 주관적인 인간의 감성을 평가하는 방법으로 소비자의 감성을 구체화하고 객관화하기 위해서는 평가대상의 의미를 잘 나타낼 수 있는 형용사의 수집과 선정(이경희, 김유진, 2001)이 필요하다. 인간이 대상에 대한 느낌을 표현하는 방법으로 주로 언어나 행동, 표정으로 나타나는데 이 중 어휘는 가장 대표적인 감성의 표현 수단이 되며(한명흠, 오인옥, 2010) 패션 감성 어휘는 소비자가 디자인에 대해 발생하는 감성에 대해 가장 세밀한 부분까지도 표현이 가능한 중요한 측정 도구로서 활용될 수 있다.

이에 클래식 패션에 관한 감성 평가에 관련된 측정도구가 없으므로, 본 연구는 일련의 과정을 거쳐 클래식 감성 평가 척도를 개발하였다.

클래식 감성 평가 척도는 감성 형용사 어휘로 구성되었으며 어휘 수집 및 척도 구성 절차는 다음과 같다. 먼저, 클래식 관련 선행연구와 단행본, 국내 인터넷 포털 사이트에서 높은 순위에 랭크된 네이버, 다음, 구글을 통해 음악, 영화, 문화, 공연, 패션, 서적, 외식 등 다양한 분야에 걸쳐 2010년~2014년 동안 클래식과 관련된 인터넷 기사를 수집하여 클래식 관련 형용사 어휘를 수집 및 정리하였다. 그리고 패션 전문가 집단 23인의 FGI에 의한 자유연상을 통해 어휘

가 추가 및 보완되었다.

수집된 형용사 어휘들은 중복되는 어휘를 제거한 후, 패션 전공 석사 이상 전문가 30인에게 총 206개의 어휘를 5점 리커트 척도(1-매우 그렇지 않다, 2-그렇지 않다, 3-보통이다, 4-약간 그렇다, 5-매우 그렇다)를 바탕으로 1차 예비조사를 실시하였다. 1차 예비 조사 결과 응답 평균이 3.5이상인 문항을 중심으로 2차 어휘를 선정하였으며, 선정된 어휘들 중 편향된 이미지를 부여할 우려가 있는 직접적인 브랜드를 나타내는 어휘(예: 샤넬풍의, 폴로의)나 의미가 중복되는 어휘(예: 품격있는, 품위있는), 패션성과 관계가 없는 어휘(예: 오케스트라의, 가을의), 색상과 관련된(예: 블랙의, 갈색의) 항목들을 제외하였다. 이후 의미가 가장 명확하며 평균 3.5점 이상의 어휘를 선정하여 최종적으로 30개의 어휘가 선정되었다.

선정된 감성 어휘는 ‘고급의’, ‘고상한’, ‘고전적인’, ‘구범적인’, ‘기본적인’, ‘까다로운’, ‘꾸준히 팔리는’, ‘단정한’, ‘대표적인’, ‘도시적인’, ‘따분한’, ‘매력적인’, ‘모던한’, ‘믿음있는’, ‘상류층의’, ‘세련된’, ‘세월이 가도 변함없는’, ‘심플한’, ‘어디에나 어울리는’, ‘엘리트의’, ‘오래된’, ‘위엄있는’, ‘유행을 타지 않는’, ‘전통적인’, ‘정돈된’, ‘지속적인’, ‘지적인’, ‘품위있는’, ‘편한’, ‘활동적인’ 이다.

2) 이미지 자극물 선정

본 조사에 활용된 클래식 이미지 자극물 선정을 위해 국내 포털 사이트에서 상위 3위내에 속한 네이버, 다음, 구글을 선정하여 클래식 관련 어휘를 검색하여 나온 이미지들을 수집하였다. 수집된 사진은 출처, 사진, 포즈 등 이미지 분석이 가능한 사진 위주로 추출하였다.

각 사이트에서 ‘클래식’에 대한 사전적 정의에 기반하여 ‘클래식 패션’, ‘클래식 스타일’, ‘클래식 룩’, ‘고전적 클래식’, ‘베이지 클래식’, ‘아메리칸 클래식’ 등 클래식 관련 어휘를 키워드로 넣어 나오는 이미지 자료 306장을 수집하였다. 수집된 이미지 중 분석이 어려운 포즈와 해상도가 낮은 사진을 제외하고 분석이 가능한 정면 이미지로 한정하여 패션 전공 석사 이상 전문가

30인에게 5점 리쿠르트 척도의 1차 예비조사를 실시하였다. 이 이미지들 중 평균점이 가장 높은 이미지 순위와 조작적 정의에서 분류한 클래식 패션의 3가지 카테고리에 맞춰 균등하게 각각 7장의 이미지를 선정하여 다음 <표 3>과 같이 최종 21장의 이미지가 본 설문지에 사용되었다.

2차 예비조사에서 선정된 자극물을 활용하여 최종 설문지를 구성하였다. 본 설문은 서울지역 20~30대, 50~60대 일반인 여성을 대상으로 2014년 6월 19일~7월 6일의 기간 동안 실시하였다. 설문지를 배포하여 자료를 수집, 분석하였으며, 자료의 객관화를 위해 불완전한 확률화 블록 계획법(Randomized Incomplete Block Design)을 이용하였다(남혜진 외, 2003). 21개의 자극물을 무작위로 배열시키고 피험자가 각기 다른 자극물에 대하여 평가하게 하였는데 자극물은 개별적으로 70회 이상의 평가를 받도록 하며 동일

한 숫자로 노출하기 위해 설문지를 4가지 유형으로 설계하여 1인당 5~6개의 자극물을 평가하도록 실험 설계 하였다. 총 280부의 설문지 중 부적합한 평가자료 15부를 제외하고 265부의 설문지가 통계 분석에 사용되었으며, 수집된 세대별 설문지는 Y세대 152명, 베이비붐 세대 113명을 수집하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 인구통계학적 특성

클래식 패션 이미지에 대한 선호도와 형용사 어휘에 대한 설문조사 결과 Y세대, 베이비붐 세대 설문 응답은 Y세대 152명(57.1%), 베이비붐

<표 3> 클래식 패션 이미지 자극물

| 이미지 분류 | 클래식 패션 이미지 | | | | | | |
|--------|---|---|---|---|--|---|---|
| 이미지 |  |  |  |  |  |  |  |
| 번호 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 이미지 |  |  |  |  |  |  |  |
| 번호 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 이미지 |  |  |  |  |  |  |  |
| 번호 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |

세대 113명(42.9%)을 차지하였다.

2. 세대별 클래식 이미지 선호도 분석

세대별 클래식 패션 이미지의 선호도 차이를 알아보기 위해 21개의 이미지 중 세대별 응답자들이 가장 클래식하다고 생각하는 이미지에 대해 평가한 결과표는 다음 <표 4>과 같다.

평균 3.5 이상인 1위~8위의 높은 순위에 랭크된 이미지를 분석해 본 결과, Y세대는 화이트 기본 셔츠와 블랙 컬러의 플레어 스커트 차림의 고전적인 클래식 패션이 21.71%로 가장 높게 나타났으며, 베이비 붐 세대는 샤넬풍의 수트 이미지가 23.03%로 가장 높은 순위에 선정되었다. Y세대는 2순위로는 베이비 붐 세대가 가장 클래식하다고 생각하는 고전적 샤넬풍 스타일이 선정되었으며, 베이비 붐 세대는 Y세대가 가장 클래식하다고 선정한 블랙&화이트의 기본 아이템이 매치된 고전적 클래식 이미지를 선정하였다. 이처럼 세대별 간의 공통적으로 같은 이미지가 높은 순위로 선택이 되어 고전적 클래식 패션이 가장 클래식하다고 생각하는 것은 동일함을 알 수가 있었다. 그러나 1위, 2위 다음으로 선택된 이미지들에는 세대 간의 클래식에 대한 선호도가 차이가 있음을 알 수가 있었는데, 좀 더 자유롭고 캐주얼한 스타일을 추구하는 Y세대는 기본 화이트 셔츠와 데님 팬츠를 코디한 이미지를 선정하였고, 동일한 컬러의 테일러드 자켓과 팬츠의 세트 코디가 된 세미 정장차림이나, 기본 트렌치 코트의 베이직한 이미지가 클래식한 이미지로 선정되었다. 베이비 붐 세대는 네이비 색 기본 테일러드 자켓과 화이트 팬츠를 매치하여 활동성이 높은 베이직한 느낌의 아메리칸 클래식과, 여성스러운 H라인 원피스와 롱 자켓 차림의 얌전하고 차분한 느낌의 여성스러움을 강조하는 고전적 클래식 패션 이미지를 선정하여 고전적 클래식과 베이직 클래식 패션 이미지가 세대간에 클래식한 패션으로 인식하는 것을 알 수가 있었다. 그리고 좀 더 넓게 세대 간의 클래식에 패션 선호도의 차이를 알아본 결과, 고전적 클래식과 베이직 클래식 패션 이미지가 Y세대와 베이비 붐 세대가 클래식하다고 인식하는 패션이미지임을 알 수가 있었다. 그

러나 Y세대는 캐주얼하고 활동성이 높은 베이직한 이미지를 많이 선정하였고, 베이비 붐 세대는 테일러드 자켓을 입고 있는 정장풍의 차림이나 원피스, 스커트를 착용한 이미지를 높게 선정하여 클래식의 세부 분류에서는 차이가 있음을 알 수 있었다.

3. 클래식 감성 어휘에 대한 요인분석

클래식 이미지를 나타내는 형용사 감성 어휘에 대한 요인분석을 실시하였다. 추출된 클래식 형용사 감성 어휘 30개 중 요인 적재량이 0.40내외이며 두 요인에 해당되는 문항 7개의 어휘를 제외한 후 최종적으로 23개의 형용사 어휘로 구성된 5개의 요인으로 추출되었으며, 각 요인은 문항의 내용과 선행 연구를 참조하여, ‘꾸준히 팔리는’, ‘심플한’, ‘기본적인’, ‘세월이가도’, ‘유행을 타지 않는’, ‘어디에나 어울리는’, ‘지속적인’, 대표적인 형용사를 제 1요인 “기본성”으로 명명하였다. 또한 제 2요인에서는 ‘세련된’, ‘매력적인’, ‘도시적인’, ‘모던한’, ‘상류층의’, ‘지적인’, ‘엘리트의’를 “매력성”으로 명명하였고, 제 3요인에서는 ‘오래된’, ‘전통적인’, ‘위엄있는’을 “전통성”으로 명명하였다. 제 4요인은 ‘고전적인’, ‘규범적인’, ‘고상한’을 “고풍성”으로 명명하였고, 제 5요인은 ‘활동적인’, ‘편한’의 형용사를 “활동성”으로 명명하였으며, 각 요인의 Cronbach's α 계수는 0.70 이상이였으므로, 클래식과 클래식 어휘에 대한 모든 측정 변수의 신뢰성이 성립되었음을 검증하였다.

클래식에 대한 형용사 감성 어휘의 요인분석 결과는 다음 <표 5>와 같다.

4. 클래식 이미지와 세대에 따른 감성 어휘의 차이

클래식 패션 이미지와 세대에 따른 클래식 감성 어휘의 차이를 알아보기 위해 다변량 분산분석(MANOVA)을 실시하였다. 먼저 가설을 검증하기 위해, 세대, 클래식 이미지를 독립 변수로 하고, 5개의 요인(기본성, 매력성, 전통성, 고풍성, 활동성)을 종속 변수로 하여 MANOVA를

<표 4> 세대별 클래식 패션 이미지 선호도 분석

| 세대 순위 | Y세대 | | | 베이비붐 | | |
|----------|---|----|-------|---|----|-------|
| | 이미지 | N | % | 이미지 | N | % |
| 1 | 10  | 33 | 21.71 | 17  | 26 | 23.03 |
| 2 | 17  | 22 | 14.47 | 10  | 15 | 13.34 |
| 3 | 1  | 18 | 11.84 | 8  | 14 | 12.42 |
| 4 | 3  | 17 | 11.18 | 3  | 11 | 9.78 |
| 5 | 11  | 16 | 10.53 | 18  | 10 | 8.82 |
| 6 | 7  | 15 | 9.87 | 11  | 7 | 6.24 |
| 7 | 18  | 6 | 3.95 | 7  | 7 | 6.25 |
| 8 | 4  | 6 | 3.95 | 14  | 4 | 3.53 |

<표 5> 클래식 감성 어휘의 요인분석 결과

| 변수 | 형용사 어휘 | 성분 | | | |
|-----|----------|------|------|-------|--------------|
| | | 요인 | 아이겐값 | 분산% | Cronbach's α |
| 기본성 | 꾸준히 팔리는 | 0.80 | 5.23 | 22.75 | 0.92 |
| | 세월이가도 | 0.78 | | | |
| | 기본적인 | 0.77 | | | |
| | 심플한 | 0.77 | | | |
| | 유행을 타지않는 | 0.77 | | | |
| | 어디에나 | 0.74 | | | |
| | 지속적인 | 0.71 | | | |
| | 대표적인 | 0.63 | | | |
| 매력성 | 세련된 | 0.84 | 4.28 | 18.60 | 0.88 |
| | 매력적인 | 0.78 | | | |
| | 도시적인 | 0.74 | | | |
| | 모던한 | 0.70 | | | |
| | 상류층의 | 0.65 | | | |
| | 지적인 | 0.61 | | | |
| | 엘리트의 | 0.58 | | | |
| 전통성 | 오래된 | 0.77 | 2.66 | 11.55 | 0.76 |
| | 전통적인 | 0.72 | | | |
| | 위엄있는 | 0.66 | | | |
| 고풍성 | 고전적인 | 0.90 | 2.36 | 10.27 | 0.83 |
| | 규범적인 | 0.71 | | | |
| | 고상한 | 0.66 | | | |
| 활동성 | 활동적인 | 0.92 | 1.90 | 8.27 | 0.89 |
| | 편한 | 0.88 | | | |

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

실시하였다. 각 요인별 차이 검증을 위해 사후 검증으로 Duncan test를 실시한 결과를 살펴보면 <표 6>과 같으며, 두 독립변수인 세대[F(5,1382) =13.71, p<0.001]와 클래식 이미지[F(10,2764)= 95.62, p<0.001]가 종속변수에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

구체적으로 세대별 클래식 감성어휘 평가 차이를 살펴본 결과, 클래식 감성어휘 중 활동성만이 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 베이

비 붐 세대(M=3.18)가 Y세대(M=2.86)에 비해 활동성 평가가 높았다[F(2,1386)=38.07, p<.001].

클래식 패션 이미지에 따른 클래식 감성 어휘의 차이를 살펴본 결과, 클래식 감성 어휘의 5개 요인에서 모두 차이가 있는 것으로 나타났다. 기본성 평가에 대해서는 베이직 클래식(M=3.57)이 가장 높은 점수를 보였고, 아메리칸 클래식이 가장 낮은 점수를(M=2.81), 고전적 클래식(M=3.33)은 중간 점수를 나타냈다[F(1,1386)=

103.10, $p<0.001$]. 매력성 평가에 대해서는 고전적 클래식(M=3.50), 아메리칸 클래식(M=3.11), 베이직 클래식(M=2.95)의 순으로 나타났다[F(1,1386)=66.73, $p<0.001$]. 전통성 평가를 살펴보면, 고전적 클래식(M=3.04)로 가장 높게 나타났으며, 아메리칸 클래식(M=2.75), 베이직 클래식(M=2.54) 순으로 나타났다[F(1,1386)=44.47, $p<0.001$]. 고풍성 평가의 순위는 고전적 클래식(M=3.55), 아메리칸 클래식(M=2.94), 베이직 클래식(M=2.67)순으로 나타났으며[F(1,1386)=117.86 $p<0.001$], 활동성 평가에서는 베이직 클래식(M=3.55), 아메리칸 클래식(M=2.92), 고전적 클래식(M=2.51)로 나타나 활동성 요인에는 베이직 클래식이 가장 높게 나타남을 알 수 있었다[F(1,1386)=132.96, $p<0.001$].

5. 클래식 이미지와 세대 간의 상호작용 효과

본 연구에서는 세대별로 클래식 감성어휘 평가에 대한 차이를 예측하였으나, 차이가 없는 것으로 나타나 클래식 이미지와 세대 간의 상호작용효과를 살펴보고, 클래식 감성어휘의 모든 요인에 통계적으로 유의한 상호작용효과가 있는 것으로 나타났다.

먼저 기본성 평가에 대한 결과를 살펴보면, Y세대는 클래식 이미지 중 베이직 클래식에 대한 기본성 평가(M=3.74)가 가장 높았으며, 베이비붐세대는 고전적 클래식(M=3.39)에 기본성을 가장 높게 평가하였다. Y세대는 유행을 따르지 않고 필수적인 아이টে임 베이직 클래식에 대해서 기본적이라고 평가를 한 반면, 베이비붐세대는 오래되고 보편적인 개념으로 전통적이고 고급스러운 정장풍 차림인 고전적 클래식 패션에 대해 기본성을 높게 평가함을 알 수 있었다[F(2,1386)=19.73, $p<0.001$].

다음으로 매력성 평가에 대한 결과를 살펴보

<표 6> MANOVA분석 결과

| 독립변수 | | 종속변수 | | 기본성 | 매력성 | 전통성 | 고풍성 | 활동성 |
|---------|------------|------|------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|
| | | 평균 | 표준편차 | | | | | |
| 세대 | Y세대 | 평균 | | 3.25 | 3.17 | 2.75 | 3.11 | 2.85 |
| | | 표준편차 | | 0.90 | 0.80 | 0.88 | 0.97 | 1.07 |
| | 베이비붐세대 | 평균 | | 3.22 | 3.21 | 2.82 | 3.00 | 3.18 |
| | | 표준편차 | | 0.74 | 0.78 | 0.86 | 0.95 | 1.08 |
| | F(2,1386) | | | .67 | .71 | 2.33 | 5.33 | 38.07*** |
| | F(5,1382) | | | 13.71*** | | | | |
| 클래식 이미지 | 베이직 클래식 | 평균 | | 3.57a | 2.95c | 2.54c | 2.67c | 3.55a |
| | | 표준편차 | | 0.74 | 0.76 | 0.82 | 0.94 | 1.03 |
| | 아메리칸 클래식 | 평균 | | 2.82c | 3.11b | 2.75b | 2.94b | 2.92b |
| | | 표준편차 | | 0.81 | 0.79 | 0.81 | 0.84 | 0.95 |
| | 고전적 클래식 | 평균 | | 3.33b | 3.50a | 3.04a | 3.55a | 2.51c |
| | | 표준편차 | | 0.78 | 0.73 | 0.89 | 0.91 | 0.99 |
| | F(1,1386) | | | 103.10*** | 66.73*** | 44.47*** | 117.86*** | 132.96*** |
| | F(10,2764) | | | 95.62*** | | | | |

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

면 Y세대와 베이비붐 세대 모두 고전적 클래식 이미지가 세련되고, 지적인, 고급스러움으로 표현되는 매력성이 가장 높이 평가된 것을 알 수 있었다. Y세대는 아메리칸 클래식에 매력성을 낮게 평가하고, 베이비붐 세대는 베이직 클래식에 대한 매력성을 가장 낮게 평가함을 알 수 있었다[F(2,1386)=10.71, p<0.001].

전통성 평가에 대한 결과는 Y세대와 베이비붐 두 세대 모두 유행을 따르지 않고 보편적인 이미지를 가진 고전적 클래식을 가장 전통성을 높게 평가[F(2,1386)=1.66]하였고, 베이직 클래식을 가장 전통성이 낮다고 평가하였다.

고풍성 평가에 대한 결과는 Y세대와 베이비붐 세대 모두 동일하게 오래되고 보편적인 개념을 가진 고전적 클래식에 대한 고풍성을 가장 높게 평가(MY세대=3.54, M베이비붐세대=3.55)했으며, 두 세대 모두 동일하게 기본적으로 캐주얼한 느낌의 베이직 클래식에 대한 고풍성을 가장 낮게 평가(MY세대=2.87, M베이비붐세대=3.55)하였다[F(2,1386)=9.12, p<0.001].

마지막으로 활동성 평가에 대한 결과를 살펴보면, 전통성, 고풍성 평가와는 반대로 두 세대 모두 활동적이고 편한 청바지나 니트, 기본적인 아이템으로 구성된 베이직 클래식을 가장 활동적으로 평가(MY세대=3.44, M베이비붐세대=3.71)하였으며, 정장 차림이나 스커트 등의 아이템으로 구성된 고전적 클래식을 가장 덜 활동적으로 평가(MY세대=2.38, M베이비붐세대=2.69)하였다[F(2,1386)=0.56].

V. 결론 및 제언

클래식 이미지와 패션 감성 어휘에 대한 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 클래식은 시대를 초월하는, 유행을 따르지 않는 스타일로서 현재까지도 사람들에게 꾸준히 입혀지며 현재까지도 영향력 있는 스타일로 시대의 흐름에 따라 지속적으로 이어져 오고 있는 스타일을 말한다.

둘째, 세대는 공통의 체험을 기반으로 비슷한 시기에 태어난 사람들의 집단을 말하며 집단만

의 라이프스타일과 행동 양식이 차별적으로 나타나고 있다. 이에 따라 꾸준히 지속적으로 나타나고 있는 클래식 스타일에 대해 시대적 흐름에 따라 세대별로 클래식을 인지하는데 차이가 있는지를 살펴보기 위해 베이비붐 세대와 Y세대로 집단을 분류하여 클래식 이미지와 클래식 형용사 어휘에 대해 분석해보았다.

셋째, 연구 가설에 따라 클래식 감성 어휘를 알아본 결과, 클래식을 표현하는 형용사 어휘로는 ‘고급의’, ‘고상한’, ‘고전적인’, ‘규범적인’, ‘기본적인’, ‘까다로운’, ‘꾸준히 팔리는’, ‘단정한’, ‘대표적인’, ‘도시적인’, ‘따분한’, ‘매력적인’, ‘모던한’, ‘믿음있는’, ‘상류층의’, ‘세련된’, ‘세월이 가도 변함없는’, ‘심플한’, ‘어디에나 어울리는’, ‘엘리트의’, ‘오래된’, ‘위엄있는’, ‘유행을 타지 않는’, ‘전통적인’, ‘정돈된’, ‘지속적인’, ‘지적인’, ‘품위있는’, ‘편한’, ‘활동적인’이 나타남을 알 수가 있었다. 클래식 이미지에 대한 세대별 선호도 분석을 한 결과, 순위에는 큰 차이가 없었으나, 가장 클래식 하다고 생각하는 이미지는 샤넬풍 투피스, 화이트 셔츠와 블랙 플레어 스커트를 착용한 이미지를 선택하여 지속적으로 이어져 오고 있는 샤넬 스타일과 여성스럽고 우아한, 고급스러운 느낌의 이미지를 가장 클래식하다고 선정하였다. 베이비붐 세대는 Y세대보다 테일러드 자켓, 정장이나 여성스러운 H라인의 원피스를 클래식하다고 하였으며, Y세대는 청바지, 화이트 셔츠, 트렌치 코트 등 좀 더 캐주얼한 이미지를 클래식하다고 인지하는 것을 알 수 있었다.

수집된 총 30개의 클래식 형용사 어휘에 대한 요인분석 결과 5가지의 요인 기본성, 매력성, 전통성, 고풍성, 활동성으로 나눌 수 있었으며, 클래식 감성 어휘에 대한 모든 측정 변수의 신뢰성이 성립되었음을 검증하였다.

클래식 패션 이미지와 세대에 따른 클래식 감성 어휘의 차이를 알아본 결과, 세대와 클래식 패션 이미지가 5가지 요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 기본성 평가를 살펴보면, Y세대는 베이직 클래식에 대해서 기본적인이라고 평가를 한 반면, 베이비붐 세대는 고전적 클래식 패션에 대해 기본적인이라고 평가하여 세대간의 차이가 있음을 알 수 있었다. 매력성, 전통성,

고풍성 평가에서는 두 세대 모두 고전적 클래식 이미지가 가장 높이 평가된 것을 알 수 있었으며, 활동성 평가는 두 세대 모두 베이직 클래식이 가장 높이 평가된 것을 알 수 있었다. 베이비붐 세대는 베이직 클래식의 이미지를 활동적이라고 평가하는 반면, Y세대는 베이직 클래식 패션을 기본적이라고 평가하는 것에 세대별 클래식 패션에 대한 인지의 차이가 있음을 알 수 있었다.

이처럼 세대 간의 클래식 패션 이미지와 감성 어휘에 대한 인식의 차이가 있음을 알 수가 있었고, 주관적인 감성을 객관화하는 정량적 평가 방법론을 제시하여 새로운 연구 방법론에 대한 기초자료가 될 수 있다. 또한 본 연구는 세대 간에 클래식에 대한 선호도가 다름을 인지하여 패션 교육에서나 디자인 기획 시 대상을 고려한 적절한 디자인에 제안에 도움을 줄 수 있을 것으로 기대된다.

참고문헌

- 김영인 외 4. (2006). *Look : 패션을 보는 아홉가지 시선*. 서울 : 교문사.
- 김영신 외 3. (2004). *새로 쓰는 소비자 및 시장환경*. 서울 : 시그마프레스.
- 김우성, 허은정. (2007). 베이비붐세대, X세대, Y세대 소비자들의 소비관련 가치관과 라이프스타일의 비교. *한국소비문화학회*, 10(4), 31-53.
- 김정실. (2012). 현대패션에 나타난 클래식 스타일 분석. *한국디자인포럼*, 36, 412-432.
- 김지영. (2007). 클래식 패션으로서의 트렌치 코트 (trench coat)에 관한 연구. *한국복식학회*, 57(9), 49-66.
- 나길주, 조영수. (2002). 선호감성 어휘 분석을 통한 남녀 대학생의 감성 유형화. *감성과학회지*, 5(1), 9-16.
- 남혜진 외 2. (2003). 캐주얼 티셔츠의 디자인 요소가 소비자 감성에 미치는 영향. *한국감성과학회지*, 4(4), 51-60.
- 두산백과사전. (2014). 자료검색일 2015. 2. 4, 자료 출처 <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1112946&cid=40942&categoryId=31630>
- 두산백과사전. (2015). 자료검색일 2015. 6. 8, 자료 출처 <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1382859&cid=40942&categoryId=31630>
- 박민정. (2013). 복합쇼핑몰에서의 세대별 물렁문화에 관한 연구 -엔터테인먼트 경험을 중심으로-. *복식문화학회*, 21(5), 726-741.
- 박숙현. (2007). *패션이미지 메이킹*. 서울 : 예학사.
- 박혜원 외 4. (2006). *현대 패션 디자인*. 서울 : 교문사.
- 오희순, 박화순. (1994). *의상디자인*. 서울 : 경춘사.
- 이경림, 박숙현, 권미정. (2008). 의복의 조형요소에 따른 클래식이미지 분류. *한국의류학회*, 33(1), 160-171.
- 이경희, 김유진 (2001). 패션 감성의 척도화 과정. *한국감성과학회*, 4(1), 33-42.
- 정현원, 나진. (2007). 디자인 평가를 위한 감성어휘 연구. *한국디자인지식학회*, 4(-), 165-174.
- 최진영. (2010). *클래식 패션 스타일의 현대적 적용 -마들렌 비오네의 드레이퍼리 디자인 사례를 중심으로-*. 이화여자대학교 박사학위 논문.
- 한명흠, 오인욱. (2010). 공간 환경의 감성 평가 척도에 관한 연구. *한국실내디자인학회*, 19(4), 3-10.
- 한성지, 김이영. (2007). *패션디자인*. 서울 : 교학사.
- 함연자 (2003). 현대 패션에 나타난 클래식 테일러드 수트의 미적 특성. *한국복식학회*, 53(6), 101-115.