

패션을 통해 발현되는 페르소나 분석

김 종 선 · 하 지 수*

서울대학교 의류학과 강사
서울대학교 의류학과 교수*

페르소나는 개인이 사회에 적응하기 위해 타협해서 만들어낸 적응 원형 즉 외적 인격이라 할 수 있으며 패션을 통해 다양한 방식으로 발현된다. 따라서 본 연구는 문헌연구와 사례연구를 바탕으로 패션으로 발현되는 페르소나를 분석하고 그 발현 원인을 밝히고자 하였다. 페르소나 분석을 위해 은유추출기법을 설계하였으며, 20~30대 성인기 여성 12명을 대상으로 페르소나 발현 원인을 파악할 수 있는 심층 인터뷰를 진행하였다. 패션을 통해 발현되는 페르소나를 분석한 결과, 보호통제 페르소나, 권력지향 페르소나, 성취지향 페르소나, 완벽지향 페르소나 등 사회적인 상황에서 타인과의 관계를 증시하는 패션을 통해 주로 발현되는 페르소나임을 확인할 수 있었다. 패션을 통해 페르소나가 발현되는 원인은 회피형, 연출형, 억제/분출형으로 나타났다. 회피형은 패션을 통한 평가와 관련하여 논란 회피, 외모 평가에 대한 압박에 의한 것이며, 연출형은 역할 상정의 표현, 역할과의 분리, 자기표현 고려를 위한 역할 이미지 연출과 어울림의 추구, 조직 적응을 위한 집단 이미지 연출, 이상적 이미지 표현과 부재 이미지 표현을 위한 이상적 이미지 연출로 분석되었다. 억제/분출형은 집단 압박으로 인한 은폐, 개인 선택에 의한 은폐, 억제된 이미지 분출을 위해 패션을 통해 페르소나를 표현하는 것으로 확인되었다. 이처럼 페르소나는 패션을 통해 다양한 방식으로 발현되며, 말투나 행동, 표정에 비해 패션을 통해 시각적으로 구현된다는 측면에서 타인에게 표현하고자 하는 자신의 페르소나의 의미를 더욱 효과적으로 전달할 수 있는 역할을 한다. 이 연구를 통해 패션을 통해 발현되는 페르소나의 중요성을 인식하고 이를 분석하는 다양한 연구방법을 모색하는 데 도움을 줄 수 있을 것이다.

주제어 : 페르소나, 은유추출기법, 페르소나 발현 원인

본 논문은 박사학위 논문의 일부임.

본 논문은 서울대학교 생활과학연구소의 지원으로 수행된 연구임.

+교신저자: 하지수, jisooaha@snu.ac.kr

접수일: 2017년 1월 20일, 수정논문접수일: 2017년 3월 6일, 게재확정일: 2017년 3월 8일

I. 서론

페르소나(persona)는 심리학에서 칼 구스타브 융(Carl Gustav Jung)의 인격 이론에서 인간 정신의 구조를 설명하며 사용된 개념으로, 인간은 내적 인격과 외적 인격을 가지고 있으며 외부 세계에 적응하는 데 필요한 어느 정도 자율성을 지닌 외적 인격을 페르소나로 정의하였다. 페르소나는 개인과 사회가 ‘어떤 사람이 무엇으로 보이는 것’에 대하여 서로 타협하여 만들어낸 것으로 개인은 다양한 상황과 요구된 역할에 따라 각기 다른 페르소나를 드러내며 사회에 적응해 나간다(Lee, 2011).

현대사회에서 개인에게 요구되는 외부 상황의 역할은 매우 다양하며, 자신이 속한 사회의 일원으로 타인과 지속적인 관계를 맺으며 그 집단의 가치에 맞는 역할을 수행하며 살아간다. 이때 페르소나는 집단이 기대하는 특정한 역할을 위해 선택된 가상의 가면으로, 집단의 요구와 개인성의 추구 사이의 긴장관계를 해결할 수 있는 타협점이 될 수 있다. 특히 현대사회에서 패션은 개인을 표현하는 효과적인 수단으로, 페르소나 역시 개인의 패션을 통해 표현될 수 있을 것이라 판단된다. 이렇듯 패션과 페르소나는 직접적이며 중요한 관련성을 가진 개념으로 볼 수 있으며, 페르소나는 실제 개인의 삶 속에서 패션스타일을 통해 구현됨으로써 집단과 개인 사이의 긴장관계를 해결하는 방식으로 작용한다는 점에서 중요한 의미를 갖는다.

페르소나와 관련된 패션디자인 분야에서의 선행연구를 살펴보면, Park(2008)은 마스크와 베일을 페르소나 아이템으로 규정하고 패션 컬렉션에 나타난 페르소나 아이템의 형태와 경향에 대해 고찰하였다. Ye and Yim(2015)은 패션디자이너가 연출하는 페르소나가 브랜드의 이미지를 결정짓는 것으로 보고, 페르소나를 이용하는 패션디자이너들의 특징을 분석하였다. 선행연구들은 페르소나를 단순히 가면 아이템, 브랜드를 위해 만들어진 가

면이라는 측면에서 접근하였으며, 개인과 사회의 타협에 의해 만들어진 것이라는 페르소나의 중요한 의미와 역할을 간과하였다는 점에서 한계를 갖는다. 따라서 심리학의 중요 이론인 페르소나를 패션디자인 분야 연구에 적용시키는 과정에서 가면이라는 표피적 현상에만 주목할 것이 아니라, 개인의 실제 삶에서 패션을 통해 발현되는 페르소나에 대한 심도 깊은 이해를 바탕으로 연구되어야 할 필요가 있다고 판단하였다.

따라서 본 연구에서는 패션을 통해 발현되는 페르소나를 실증적으로 분석하고 그 발현 원인을 밝히고자 하였다. 이를 위해 구체적으로 설정한 연구 문제는 다음과 같다. 첫째, 패션을 통해 발현되는 페르소나를 실증적으로 분석할 수 있는 방법론을 밝힌다. 둘째, 위에서 밝힌 방법론인 이미지를 통해 무의식적 동기를 파악하는 은유추출기법을 적용하여 패션을 통해 발현되는 페르소나를 분석한다. 셋째, 패션을 통해 발현되는 페르소나의 발현 원인을 밝힌다. 이를 통해 페르소나 발현에서의 패션의 역할과 의미를 확인하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 페르소나의 개념

페르소나는 융이 개인의 인격과 행동을 형상화 하는데 매우 중요하다고 본 몇 가지 원형 중 하나로, ‘적응 원형’ 또는 ‘외적 인격’으로 설명하고 있다. 자아는 외부의 집단 세계에 적응하는 데 필요한 여러 가지 행동양식을 외부 세계와 접촉하며 익히게 된다. 이것을 융은 외적 태도 또는 페르소나라고 하였다. 집단이 개인에게 준 역할, 의무, 약속, 그 밖의 여러 행동양식인 페르소나는 여러 개의 인격체처럼 어느 정도의 자율성과 일정한 특징을 갖고 있으므로 개인의 외적 인격이라 부르기도

한다(Lee, 2011).

윙은 페르소나를 개인의 공적 얼굴이라고 표현하기도 하였는데(Fawkes, 2015), 페르소나는 그리스·로마시대에 배우들이 공연할 때 썼던 가면을 뜻했던 라틴어의 페르소나에서 유래한 말로 한 개인의 사회, 문화에 적응하기 위하여 지니고 있는 가면이나 외관상 모습이라고 볼 수 있으며 또는 사회적 역할을 책임지고 있는 신분, 지위나 태도 같은 것이라고 할 수 있다(Jung, 2008). 윙은 페르소나를 개인과 사회가 ‘어떤 사람이 무엇으로 보이는 것’에 대하여 서로 타협하여 얻은 결과이며 이것이 어떤 의미에서는 현실이기는 하나 그 사람의 개성에 비추어 보아서는 이차적인 현실, 그 사람보다는 다른 사람이 더 많이 참여한 타협 형성에 불과한 것이라고 하였다. 즉, 페르소나는 하나의 가상이며 개성이라고 착각하기 쉬운 집단정신의 한 단면으로, 많은 집단정신 가운데서 그 사람이 무엇을 받아들였는가에 개인적인 특징이 나타나기도 한다고 설명하였다(Lee, 2011).

이러한 관점에서 외부로 드러나는 페르소나는 집단정신이나 개인적인 욕구의 어느 한 면에만 근거하지 않고 양측면이 모두 고려되어 나타난다고 볼 수 있으며, 대체로 당사자 개인적인 것보다는 집단적인 것이 더 많이 개입되어 나타나는 것으로 생각할 수 있다. 즉, 페르소나는 개인이 사회에 적응하기 위해 타협해서 만들어낸 적응 원형 즉 하위 인격으로, 집단정신에서 빌려온 틀이라는 의미와 가장 표면에 드러나는 자아인 외적 인격이라는 측면으로 나누어 생각하여야 한다.

2. 페르소나의 유형

Stone and Stone(1998/2015)은 각각의 페르소나들이 그 나름의 고유한 에너지 패턴과 신념, 행동 양식을 지니고 있어 얼굴 표정, 자세, 목소리, 음색 등이 서로 다른 하나의 하위 인격과 같이 작동하

는 것을 확인하였다. 이것은 각각의 페르소나가 한 인간처럼 어느 정도 자율적이고 반영구적으로 기능할 수 있는 전체 인격의 일부분으로서 그 나름의 심리적, 정서적, 행동적 특징을 갖고 있는 것이라고 할 수 있다(Park & Sim, 2006). 개인 내에서 발견할 수 있는 페르소나는 수없이 존재할 수 있지만 어떤 개인에게 주로 나타나서 영향을 미치는 페르소나는 몇 가지에 불과하다고 할 수 있다(Stone & Stone, 1998/2015). 대표적인 주요 페르소나는 다음과 같다.

보호통제 페르소나는 생애 초기에 생겨나서 어떤 행동들이 사회적으로 수용되는지를 판단하여 페르소나를 만들어낸다. 이 페르소나는 보호와 감독자로서의 역할로, 우리 환경을 관찰하고 어떤 행동이 적절하며 타인들을 편하게 하는지를 결정한다. 성취지향 페르소나는 우리가 목표를 달성하고 성취하며 발전해나가도록 부추기는 페르소나이다. 이 페르소나가 없으면 무엇인가를 성취한다는 것 자체가 어려울 수 있고 과도할 때는 너무 야망적이 되게 하는 경향이 있다. 이와 반대되는 히피지향 페르소나도 존재하며 우리가 삶을 즐기면서 천천히 일을 하고 자신을 돌보게 하는 역할을 한다. 어디론가 떠나고 싶거나 힘들지 않고 단순한 삶을 살기를 바라는 페르소나를 말한다. 비판적 페르소나는 자신의 싫어하는 측면들을 지적하는 페르소나이다. 적절한 수준이라면 행동을 객관적으로 평가하여 자신의 실수나 잘못, 비효과적인 측면을 고쳐 나가도록 하지만, 이 페르소나의 수준이 과도하게 작용한다면 극도의 무능감, 수치심, 굴욕감 등의 감정을 느끼게 한다. 완벽지향 페르소나는 완벽성을 목표로 하면서 어떤 것이 할 만한 가치가 있는 일이라고 생각되면 그것을 완벽하게 해결해야 한다고 생각하는 페르소나이다. 권력지향 페르소나는 자신이 강하고 주도적이며 힘을 가져야 한다고 생각하는 페르소나로, 수동적이거나 약해서 상처받는 것을 거부하는 페르소나라고

할 수 있다. 배려지향 페르소나는 자신의 행복이 나 기쁨보다는 주변 사람들의 행복에 더 신경을 쓰는 페르소나이며, 민감한 어린이 페르소나는 우리 자신의 감수성과 두려움을 구체화 한 것이다. 이 페르소나의 감정은 쉽게 상처받으며 버림받지 않을까 하는 두려움 속에 살고 있다. 놀기 좋아하고 상상력이 풍부한 유희적 어린이 페르소나도 존재한다(Stone & Stone, 1998/2015).

이처럼 다양한 페르소나는 개인의 성장 배경과 심리적 상태에 따라 여러 가지 모습으로 나타나게 되며 시간과 상황에 따라 바뀌거나, 복수의 페르소나가 동시에 작용하는 모습이 나타나기도 한다. 이와 같이 문헌연구를 통해 얻어진 페르소나의 특성과 유형은 연구 참여자들의 페르소나를 분석하는 이론적 근거로 사용하였다.

III. 연구의 방법과 범위

본 연구는 문헌연구와 심층인터뷰를 병행하였다. 페르소나의 개념과 특성, 페르소나의 유형을 파악하기 위하여 문헌연구를 실시하였으며, 패션을 통해 발현되는 페르소나와 그 발현원인을 분석하기 위하여 은유추출기법을 적용한 심층인터뷰를 진행하였다. 연구 참여자는 사회생활을 시작하며 자신의 사회적 역할을 훌륭하게 수행하는 것이 중요한 단계로 구분되는 20~30대 성인기 여성을 대상으로 목적표집 방법에 의해 총 12명을 선정하였다. 페르소나 분석을 위한 은유추출기법은 ZMET (Zaltman Metaphor Elicitation Technic)와 ZMET를 변형한 DME(Jung, 2009)를 활용하여 8단계로 수정, 설계하였다. 페르소나 발현원인에 대한 기본 구조는 질적연구자료의 분석방법인 지속적 비교분석방법을 사용하여 분석하였다.

1. ZMET를 활용한 은유추출기법 설계

페르소나를 분석하는 기존의 연구방법으로 다면 페르소나 검사지가 개발되어있다. 그러나 다면 페르소나 검사지는 개인의 성격을 다양한 측면에서 포괄적으로 알아볼 수 있게 하는 상담심리학 분야의 검사로, 개인의 일상생활에서의 경험을 바탕으로 패션을 통해 표현되는 페르소나를 분석하기에는 적절하지 않은 것으로 판단되어 새로운 방법을 모색하고자 하였다. 또한 페르소나는 개인의 내면 무의식의 심층적인 욕구와 외부 세계의 필요를 반영하여 형성되는 것으로 언어적 기법을 사용해 묻고 대답하는 기존의 인터뷰 방식을 통해서 쉽게 드러나지 않을 것이라고 판단되었다. 따라서 특정 질문에 어울리는 그림을 찾게 한 뒤 그 그림의 의미와 질문 주제와의 연관성에 대한 이야기를 하는 방법을 통해 그 안에 담겨진 무의식적 동기들을 추출하는 은유추출기법을 사용하는 페르소나 연구 방법을 제시하고자 하였다.

ZMET는 은유유도기법이라고도 하며 무의식적으로 형성되는 마인드와 사고를 비언어적, 시각적 이미지를 통해 이해하고자 하는 기법을 의미한다. ZMET의 기본 전제는 ‘사람은 언어만으로는 자신의 생각을 표현할 수 없다’는 것이다. 제럴드 자트먼(Gerald Zaltman)은 인간의 커뮤니케이션 중 약 80%가 비언어적이며, 인간의 사고는 이미지를 통해 구체적으로 표현될 수 있다는 심리학적 이론을 바탕으로 ZMET를 제시하였다(Zaltman, 2003/2004).

ZMET는 7단계 또는 10단계로 구성된다. 7단계의 경우 스토리텔링-못 찾은 그림이야기-그림비교-그림틀 확장-감각 이미지-동영상은유-합성 이미지로 진행된다. 10단계는 이야기하기-누락된 이미지-분류 작업-구조 유도-가장 대표적인 그림-반대 이미지-감각 이미지-관념도-요약 이미지-묘사로 구성되어 있다. ZMET를 사용할 경우 특허와 관련한 법률적 제약이 존재하여 ZMET를 한국 실

정에 맞게 변형한 무의식 코드 조사법인 ‘심층 은유 파악을 위한 11단계 접근법 DME’가 개발되기도 하였다. DME는 사전준비-위밍업-그림 단서 찾기 및 선택-스토리텔링-기존 그림 보완-그림 분류-주요 개념 유도-은유의 정교화 및 반대 이미지-감각 이미지-단계 요약 이미지-사후접촉으로 구성되어 있다(Jung, 2009).

본 연구에서는 위의 ZMET와 DME에서 공통적으로 나타난 무의식 차원의 사고를 측정하기 위해 이미지를 사용하여 진행되는 인터뷰라는 큰 틀을 유지하며 다음과 같은 8단계로 수정하였다.

1단계는 이미지 준비 단계로 인터뷰 7~10일 전 연구 참여자들에게 각각의 상황마다 다르다고 밝힌 자신의 모습을 떠올리며 이미지를 수집하도록 요구하였다. 그들이 준비해 온 이미지를 같이 보면서 어떤 이유에서 이런 이미지를 골라왔는지, 무엇이 자신을 잘 표현한다고 생각하는지에 대한 이야기를 나누었다. 2단계는 찾지 못한 이미지에 대해 얘기하는 것으로 연구 참여자가 찾으려고 했으나 가져오지 못한 이미지나 1단계를 진행하면서 새롭게 떠오르는 이미지가 있는지 확인하였다. 3단계는 이미지를 분류 단계로 자신이 준비한 이미지들을 유사한 의미를 가지고 있는 그룹으로 분류한 후, 분류 기준과 각 그룹의 의미를 얘기하도록 하였다. 4단계는 구성개념도출 단계로 연구자가 무작위로 3장의 이미지를 선택하여 제시한 후, 연구 참여자가 비슷한 2개와 다른 나머지 1개를 구분하도록 하여 구분한 기준과 의미에 대해 설명하도록 하였다. 5단계는 대표 이미지 선택 단계로 어떤 이미지가 자신의 모습을 잘 표현해주는지 선택하도록 하고 그 이유를 설명하는 과정이다. 6단계는 감각 이미지 표현 단계로 시각, 청각, 촉각, 후각, 미각을 사용하는 표현으로 이미지를 설명하도록 하였다. 각 연구 참여자들이 가장 어려워하는 단계였으나 이전에 사용하지 않았던 감각형용사를 이용하여 다시 설명하였으며, 그러한 감각형용사

를 선택한 이유 등 새로운 관점에서 이미지를 설명하면서 새로운 구성개념과 의미들을 찾을 수 있는 단계였다. 7단계는 관념도 작성으로 대표 이미지를 시작으로 하여 연구 참여자들이 밝힌 개념들 간의 관계를 도식적으로 표현하도록 요구하였다. 그 동안 논의되었던 이미지들을 검토하여 빠진 것은 없는지 확인한 후 연결 지도를 작성하도록 하였다. 이 단계에서 도출된 관념도를 도식적으로 분석하여 표현한 원의 크기와 연결 거리에 따라 각각의 페르소나에서 어떤 점을 더 중요하게 생각하는지 확인할 수 있었다. 8단계는 요약 및 이미지 묘사 단계로 연구 참여자가 골라온 이미지들을 모아 각 페르소나에 대한 생각과 느낌을 하나의 이미지로 만든 후 전체적으로 어떤 의미인지를 기술하도록 하였다. 관념도를 기반으로 하였으며 각 사진들 간의 의미와 강조하고자 하는 점 등을 반영하여 사진을 편집하도록 요구하였다. 이 단계를 통해 연구 참여자가 인식하고 있는 자신의 페르소나는 무엇이며 그러한 페르소나를 형성하게 된 전반적인 맥락을 확인할 수 있었다. 각 단계별 진행 사항을 정리하면 다음 <Table 1>과 같다.

2. 자료 분석

ZMET를 활용하여 설계한 은유추출기법을 통해 연구 참여자들의 페르소나를 분석하였다. 연구 참여자들의 인터뷰 내용 중 의미 있는 문구들을 영역별로 묶어 중복되는 용어를 제거하고, 비슷한 이미지를 가지는 항목들의 의미를 포괄할 수 있도록 범주화 시켜 표층 은유를 분석하였다. 이 과정에서 연구자의 판단에 오류가 있을 수 있어 전문가 3인의 검증 단계를 거쳐 수정하여 정리하였다. 표층 은유 분석을 통해 도출된 항목들은 연구 참여자의 페르소나를 구성하고 있는 개념으로, 구성개념의 수는 연구 참여자에 따라 27개에서 110개로 다양하게 나타났다. 이러한 차이는 준비한 이












Table 1. 은유추출기법 인터뷰 단계별 진행 사항.

단계	내용	면접내용	주요내용
1단계	이미지 준비	인터뷰하기 7-10일 전 이미지를 수집 응답자들이 준비해 온 이미지들에 대한 내용을 이야기하도록 하는 단계	
2단계	찾지 못한 이미지	응답자가 인터뷰에 가져오고 싶었으나 가져오지 못한 이미지나 1단계를 진행하며 새롭게 떠오르는 이미지를 이야기 하는 단계	
3단계	이미지 분류	유사한 의미를 가지고 있는 이미지별로 세트로 분류하고 분류된 세트에 있는 이미지들이 다른 세트와 구분되는 이유를 설명하는 단계	
4단계	구성개념 도출	무작위로 선정한 3개의 이미지를 응답자에 제시하고 비슷한 2개와 다른 나머지 1개를 구분하고 그에 대한 설명을 하도록 하는 단계	
5단계	대표 이미지	응답자가 준비해온 이미지들 중 자신의 모습을 가장 잘 표현해주는 것을 선택하고 이유를 설명하는 단계	
6단계	감각 이미지	응답자들에게 오감의 관점에서 촉각, 시각, 후각, 미각, 청각 등을 사용하여 그 개념에 대한 생각과 감정을 설명하도록 하는 단계	
7단계	관념도 작성	5단계 대표 이미지로 뽑은 그림을 시각점으로 하여 응답자에게 개념들 간의 관계를 도식적으로 표현하도록 요구	
8단계	요약 이미지 및 묘사	골라온 이미지들의 몇몇 부분들을 모아 합성한 요약된 이미지를 묘사하고 구술하는 단계	

미지의 수와 인터뷰를 반복하면서 다양한 표현을 할 수 있는 연구 참여자의 어휘 구사 능력에 영향을 받는 것으로 판단되었다. 최종적으로는 표층 은유를 통해 범주화 시켜 추출된 구성개념과 7단

계에서 작성한 관념도와 대표 개념을 중심으로 심층 은유를 파악하여 연구 참여자들의 페르소나를 분석하였다. 위 분석 방법에 따라 정리한 자료의 예는 다음과 같다(Table 2).

Table 2. 은유추출기법으로 분석한 자료의 정리 예.

연구 참여자가 제시한 주제: 자유		
		
		
		
		
대표 이미지	대표 이미지 확장(콜라주)	관념도
		
구성개념		
벗어내고 싶은, 마구잡이로 조합하는, 건강한 몸에 대한 관심, 나약함을 감추기 위한, 강박적인		

(이미지 제공: 연구 참여자)

패션을 통한 페르소나 발현원인은 지속적 비교 분석방법을 사용하여 분석하였다. 코딩은 자료를 해체, 검사, 비교, 개념화, 범주화하는 과정으로, 텍스트로 전사한 인터뷰 자료를 줄 단위 혹은 단어 단위로 분석하여 개념들을 추출해내고 이들에 대한 반복적인 검토를 통해 개념적 유사성과 차이점에 대해 비교하는 과정으로 진행된다(Strauss & Corbin, 1998/2001). 이를 의미별로 분류하여 유사하거나 관련되는 것끼리 재분류하는 범주화를 실시하였다. 연구 결과의 신뢰성을 위해 질적 연구 자료의 코딩 경험이 있는 전문가 3인의 검토를 거쳐 일치하지 않는 부분에 대해서는 재개념화를 실시하고 범주를 이동시켰다.

IV. 패션을 통해 발현되는 페르소나 분석

1. 연구 참여자별 페르소나 분석

본 연구에서 사용한 은유추출기법은 특정 질문에 어울리는 이미지를 찾게 한 뒤 그 이미지의 의미, 이미지와 질문 주제의 연관성에 대해 반복적으로 이야기하게 하여 그 안에 담겨진 무의식적인 동기들을 추출하는 기법으로, 페르소나를 분석하기 위해 직접적으로 패션스타일을 설명하는 의미는 제외하였고 자신을 잘 나타낼 수 있는 의미가 담긴 일반적인 이미지를 찾도록 하여 이를 바

탕으로 인터뷰를 진행하였다. 특히 페르소나라는 연구 주제를 인지하면서 생기는 선입견이 인터뷰 결과에 영향을 미칠 수 있을 것이라 판단되어, 연구 참여자들에게는 ‘상황에 따라 다른’, ‘어떤 사람으로 보이고 싶은지’, ‘패션스타일’과 같은 일반적인 문구들을 사용하여 질문하였다. 따라서 연구 참여자들에게 어떤 상황에서 자기 다른 패션스타일을 연출하고 있는지, 자기 다른 사람으로 보이기 위해 패션스타일을 다르게 연출하고자 하는 의도가 있는가를 확인하였으며, 그런 상황에서 나는 어떤 사람인지 또는 어떤 사람으로 보이고 싶은지, 왜 이런 패션스타일을 연출하는지, 그때의 스타일을 떠올리면서 이미지를 준비하도록 요구하였다.

연구 참여자들이 각각 자신의 페르소나가 발현된다고 구분해 온 주제들은 역할이나 장소, 상황 등 다양한 기준이 혼재되어 있었다. 어떤 역할이나 상황에서 자신이 어떤 사람으로 보이고 싶은 것을 선택하여 발현하는 페르소나의 구분을 연구 참여자의 주관에 따라 제시한 범주를 그대로 따르는 것이 더욱 정확한 연구 결과를 가져올 것이라고 판단하였기 때문에 이에 대해서는 연구자가 가이드라인을 제시하거나 별도의 제한을 두지 않았다.

은유추출기법을 사용하여 분석한 연구 참여자들의 페르소나는 다음과 같으며, 각각의 페르소나를 분석하는데 사용된 주제별 이미지의 개수와 구성개념은 다음 <Table 3>과 같다.

연구 참여자들의 패션을 통해 발현되는 페르소나를 분석한 결과 보호통제 페르소나(7), 권력지향

Table 3. 은유추출기법으로 분석한 연구 참여자들의 페르소나.

구분	주제(이미지 개수)	페르소나	구성개념
연구 참여자 1	대학원(10)	성취지향 페르소나	힘든 길 참고 최선을 다해 노력하는, 스스로 만족해야 하는, 도서관에서 오래 공부하는 데 어울리는, 화려해 보이지 않는, 주변에 어울려서 튀지 않는
	교회(10)	보호통제 페르소나	단정하고 수수한, 젊고 도전하는, 성숙하고 착한, 내면을 드러내는
	여행(11)	유희적 어린이 페르소나	일탈적인 재미를 추구하는, 편안한 휴식을 추구하는, 화려하고 색시하게, 평소와 차이가 큰

구분	주제(이미지 개수)	페르소나	구성개념
연구 참여자 2	학교(8)	성취지향 페르소나	불안한 미래에 대한 스트레스, 힘들고 피곤한 삶, 익숙해진 일상, 남을 의식하지 않는, 일관된 이미지의, 편안한
	가족(7)	착한자녀 페르소나	부담스러운, 보수적인 스타일의, 엄마의 기준에 맞춘, 마음이 불편해지는, 건강하고 단정한, 여성스럽고 예쁜
연구 참여자 3	회사(6)	권력지향 페르소나	전문가다운 신뢰감을 주는, 접근하기 어려워 보이게, 정해진 규칙을 지키는
	평소(7)	히피지향 페르소나	다양한 색깔의, 어린 시절의 즐거움, 따뜻하고 행복한, 편안하고 여유 있는
연구 참여자 4	공식적(9)	보호통제 페르소나	포멀하고 심플한, 정형화되고 일관된, 사람들에게 보여주기 위해 연출한, 답답하고 불편한, 전문가다운 신뢰감을 주는
	비공식적(8)	유희적 어린이 페르소나	활동적이고 효율적인, 독특하고 유머러스한, 편안하고 부드러운, 자유롭게 선택할 수 있는, 나의 개성을 표현하는, 남과 함께하는
연구 참여자 5	구속(8)	완벽지향 페르소나	남의 시선을 의식하는, 누구에게나 사랑받고 싶은, 우아하고 여성스러운 스타일, 시선의 집중을 즐기는, 정상 범위를 벗어나기 싫은
	자유(10)	민감한 어린이 페르소나	벗어나고 싶은, 마구잡이로 조합하는, 건강한 몸체에 대한 관심, 나약함을 감추기 위한, 강박적인
연구 참여자 6	외면(7)	완벽지향 페르소나	완벽하고 위압적인, 화려하고 돈이 많아 보이는, 남들보다 앞서나가는, 똑똑하고 친절함, 건강한 여성의
	내부(7)	히피지향 페르소나	조용하고 편안한, 따뜻하고 가족적인, 혼자만의 상상의 세계, 오래된 듯한
연구 참여자 7	회사(10)	보호통제 페르소나	친근하고 착한, 잘 어울리면서도 다르고 싶은, 안정적으로 속하고 싶은, 틀에 박힌 규율, 조직의 하나로 융화된
		권력지향 페르소나	정의감에 불타 앞에 나서서 이야기하는, 능력 있고 전문적인, 권위적으로 통솔하는, 냉철하고 자신감 있는, 자기관리를 잘하는, 이성적이고 논리적인, 도도하고 우아한
	소셜 라이프(8)	권력지향 페르소나	제일 잘하는 사람이 되고 싶은, 많은 사람들과의 관계를 즐기는, 모임을 잘 이끌고 싶은, 아름답게 꾸며진 것처럼 보이는, 차별하면서 따뜻하게, 어린아이처럼 신나게, 화려하고 강한 이미지
	여행(7)	자유지향 페르소나	사회적 시선을 의식하지 않아도 되는, 나이를 신경 쓰지 않는, 편안한 자유로움을 느끼는, 혼자라 외로운, 무엇이든 될 수 있는 자유로운 상태, 여행지에 자연스럽게 어울리는, 어떤 모습으로도 연출 가능한
연구 참여자 8	자연인(8)	민감한 어린이 페르소나	꾸미지 않은 자연스러움, 편하게 얘기를 잘 들어주는, 시간과 정성을 들이는, 소극적이고 낮은 가리는, 밝고 긍정적인, 주변에 어울리지만 자기 색은 있는, 순수한 어린아이 같은
	사교인(8)	변화지향 페르소나	소녀스러움과 섹시함을 동시에 가진, 정성 들여 예쁘게 꾸민, 화려하고 강한 스타일, 숨겨진 매력의, 매일매일 새로운 모습을 추구하는
	학교(9)	보호통제 페르소나	지적인 학자의 모습으로, 다양한 역할을 할 수 있는, 하나의 큰 그림을 그려나가는, 틀이 있는 인간적인 매력을 가진, 단정한 태도, 개성 있는 패션디자인 선생님, 진심으로 이끌어주는 선생님, 정확하게 처리하는
연구 참여자 9	패션 이벤트(9)	권력지향 페르소나	가장 주목받는 인물이 되고 싶은, 남들보다 튀고 싶은, 패션을 보는 안목이 있는, 자기만의 시각을 가진, 섹시해 보이고 싶은
	회사(10)	권력지향 페르소나	전체를 정확하게 컨트롤하고 싶어하는, 평범하고 싶지 않은, 조금이라도 더 잘하려는
		성취지향 페르소나	강한 집념으로 최선을 다해 노력하는, 스스로 이루어내려는, 빠르고 집중해서 하는
	친구(9)	자유지향 페르소나	나이에 구속받지 않고 자유롭게 사는, 하고 싶은 일을 하며 인생을 즐기는, 선망의 대상이 되는, 자유롭게 시도하는, 통찰력을 가지고 고민을 들어줄 수 있는 친구, 집념을 가지고 열심히 하는

구분	주제(이미지 개수)	페르소나	구성개념
연구 참여자 10	교회(7)	보호통제 페르소나	단정하고 암전하게 조심하는 모습, 모두 비슷하게 조화를 이루는, 말로 하지 않아도 당연한, 깨끗하고 시작하는 모습으로
	남자친구(8)	완벽지향 페르소나	상큼 발랄한 모습이고 싶은, 볼륨감 있는 몸매처럼 보이게, 향기에 익숙해지게 하는, 마음에 들 때까지 계속 노력하는, 완벽함을 유지하기 위해 다 준비해 나가 는, 불편함을 참는 것도 즐거운 일이 되는, 늘 새로운 모습을 보여주고 싶은
	생일파티(9)	권력지향 페르소나	내가 제일 예쁘고 싶은, 자신감을 위해 참아내는, 섹시한 모습으로 보이게, 새로운 옷을 보여줘야 하는, 여자들 사이의 경쟁심
연구 참여자 11	중요한 모임(9)	배려지향 페르소나	타인의 시선을 의식하는, 힘든 모습을 보이고 싶지 않아서, 남의 눈을 신경 쓰는 것이 힘든, 겉으로는 밝아 보이게 속마음을 감추는
	아나운서 준비(12)	완벽지향 페르소나	꼭 성공하겠다는 자신감, 열심히 노력했고 발전 가능성이 많은, 계속된 실패로 지친, 나와 다른 부자연스러운 모습의, 걱정과 스트레스가 심한, 경쟁자들 속에서 차별화된 모습으로, 타인에게 관찰되는 상황이 두려운
연구 참여자 12	강의(9)	완벽지향 페르소나	전문 지식이 풍부한 학자, 핵심을 자연스럽게 전달하는 강의력, 경험이 부족한 초임 교수, 고리타분하고 근엄한 모습, 교수님의 권위를 가진, 카리스마 있는, 학생과의 지속적인 관계 유지의 어려움, 많은 것에 신경 쓰고 노력해야 하는 괴로움
	교수회의(9)	보호통제 페르소나	가식적으로 좋은 말만 하는, 서로 비교하는, 교수 집단 구성원 수준에 어울리게, 사회생활을 위해 필요한, 내가 하고 싶은 대로 하고 싶은, 나에게 맞는 절충인이 필요한
	남편(9)	보호통제 페르소나	동질감을 느끼도록 비슷하게, 서로 도와주는, 편안한 관계, 결혼으로 생긴 새로운 역할에 맞춰, 불편함을 느끼는, 독립된 하나의 가정을 이루는

페르소나(6), 완벽지향 페르소나(5), 성취지향 페르소나(3)가 주요 페르소나로 나타났다. 남들이 보기 에 적절한 행동을 하도록 조절하는 보호통제 페르소나, 대인관계에서 주도권과 통제권을 갖고 싶어 하는 권력지향 페르소나, 목표를 달성하고 발전해 나가도록 하는 성취지향 페르소나, 완벽성을 목표로 하는 완벽지향 페르소나는 개인이 타인 혹은 타인과의 관계나 사회적 성공등과 관련하여 나타나는 페르소나라 할 수 있다. 이것은 페르소나 중 사회적 상황과 관련된 페르소나가 더 많이 나타난 것으로, 문헌연구에서 도출된 사회적 관계기능이라는 페르소나의 특성을 실증적 연구 결과를 통해

다시 한 번 확인할 수 있었다.

2. 패션을 통한 페르소나 발현원인

페르소나를 표현할 수 있는 다양한 요소들 중 패션스타일의 변화를 통해 각각의 페르소나를 표현하는 원인들을 살펴봄으로써 패션을 통해 발현되는 페르소나의 특징을 파악하고자 하였다. 연구 참여자들이 밝힌 패션을 통한 페르소나 발현 원인은 회피형, 연출형, 억제/분출형으로 범주화 할 수 있었다. 이를 정리하면 다음 <Table 4>와 같다.

Table 4. 패션을 통한 페르소나 발현 원인 범주화.

개념	하위범주	범주화 유형
차림새 같은 게 논란을 일으키는 데 한 몫 하는 옷이나 액세서리 때문에 분란이 일어나는	논란 회피	회피형
복장을 보고 판단하잖아요. 복장에 따라서 이 사람이 어떤 식으로 준비하고 나왔는지 생각할 수 있어서 후줄근하게 입고 다니면 무슨 힘든 일 있냐?	외모 평가에 대한 압박	

개념	하위범주		범주화 유형
	모두 다 내 모습이지만 잘 분리할 수 있는 사람이면 좋겠다 상황에 따라 달라질 수 있는 나의 모습	역할 상장의 표현	역할 이미지
그것도 제가 갖고 있는 모습 중에 하나라서 기꺼이 받아들이는 나를 나타내는 아이덴티티 중 하나이기 때문에 이 두 개를 뗄 수가 없어서	역할과의 분리		
내 색깔을 내고 싶은 것도 있고 나를 안 입고 싶은 게 있는 내 캐릭터는 있되 내 바운더리는 확실한	자기표현 고려		
정상범위에서 벗어나는 게 싫고 어우러지는 그런 게 분위기에 맞는 게 중요 비슷하게 중간은 가야되지 않을까 다른 사람과의 관계라든지 어울림이 중요	어울림의 추구	집단 이미지	
그 조직에 적응하면서 사회적인 활동 중에 하나니까 그 집단의 분위기가 그러니까 나도 해야 하는 그 집단에서 빠지지는 않는다 정도의	조직 적용		
다른 사람이 봐주기 원했던 이미지 내 스스로에게 원했던 이미지 주어진 환경에서 제가 보여주고 싶은 이미지	이상적 이미지 표현	이상적 이미지	
실제로는 안 그러기 때문에 더 그런 모습으로 보이고 싶은 현실은 그렇지 않지만 실제로는 부자가 아니어서 그래 보이려고 나를 땀가로 더 과장되어 보이고 싶어 하는	부재 이미지 표현		
회사에서 잘 못 입으니까 더 입는 평소에 하지 못해서 더 그런 것 같은	집단 압박으로 인한 은폐		역제/분출형
제 안의 사치스러운 면을 거기서는 안하고 싶은 남들에게 보여질 때는 그런 모습으로 안 보이고 싶은	개인 선택에 의한 은폐		
평소에 시도하지 못했던 것들을 사용해보는 전형으로 보여지는 것들에서 벗어나고자 했던 마음	역제된 이미지 분출		

1) 회피형

회피형은 패션을 통한 평가와 관련된 것으로 논란을 피하고, 외모 평가에 대한 압박에 의해 페르소나를 패션으로 표현하는 것을 말한다. 이는 외모에 의해 타인을 판단하는 인상형성과 관련된 개념으로 Schneider, Hastof와 Ellsworth는 외모에 의해 정서반응이나 고정관념에 따른 판단이 형성된다고 보았으며, 특히 패션은 비언어적 단서로서 타인에 대한 인상 판단을 형성하게 하는 중요한 요인으로 꼽았다. Sears, Freedman과 Peplau는 전체 인상을 이루는 평가, 능력, 활동성 차원 중에서 평가적 차원이 가장 중요하며, 어떤 사람에 대해 좋

다는 인상을 갖게 되면 전혀 관계없는 다른 측면 및 다른 상황에도 영향을 미치게 됨으로 패션을 통한 인상형성이 중요한 것으로 보았다(as cited in Lee et al., 2006).

연구 참여자 1의 경우 집단 내 논란을 피하기 위해 자신의 페르소나를 조절하였는데 그 과정에서 패션은 논란의 대상이 되기도 하며 갈등 상황을 해결할 수 있는 효과적인 수단이 되기도 하였다. 연구 참여자 11은 사람에 대한 평가에 외모가 중요한 역할을 하고 있음을 인지하고 있었고 이를 위해 자신의 페르소나 표현에 있어 패션이 중요하다고 생각하고 있었다.

“연구실 생활에 대해서 **논란을 일으키지 않는** 보면 인간관계, 사람들 이런 게 더 힘들어하는 거 같아요 내가 속한 공동체에서 문제가 있으면 이 건 누가 해결해 줄 수도 없고 피곤한데, 어떻게 보면 그런 **차림새 같은 게 한 몫 한다는 느낌도 분명히 있어요 이렇게 논란이 일어나는 경우가 있어요 옷을 파하게 입지 않는다면지 액세서리를 하지 않는다면지, 높은 신을 신지 않는다면지** 라는 방식으로 패션을 통해 페르소나를 만들어요.. 이런 게 나쁜 생각이라고 생각하면서도 불구하고 결국 사람들 입에 오르내리는 것들이 그런 게 패션이 양념이 되요” (연구 참여자, 주제: 대학원)

“사람들의 눈을 의식하는 제 모습이 왜 그럴까 했더니 흔히들 사람의 얼굴도 중요하지만 **복장을 보고 사람을 판단하잖아요** 사람들 복장에 따라서 이 사람의 얼굴 생김새를 생각할 수 있고 이 사람이 어떤 식으로 준비하고 나왔는지를 생각할 수 있어서” (연구 참여자1, 주제: 아나운서 준비)

연구 참여자들의 사례를 분석한 결과 페르소나의 표현에서 패션은 외모에 대한 고정관념이나 평가를 조절하는 중요한 역할을 하였다. 특히 패션 스타일로 인해 논란이 되는 상황을 피하기 위해 페르소나를 연출하거나 논란을 피하기 위해 패션 스타일을 조절함으로써 페르소나를 만드는 것을 확인할 수 있었다.

2) 연출형

분석 결과, 연출형은 역할 이미지, 집단 이미지, 이상적 이미지로 범주화 되었으며, 각각의 이미지를 연출하기 위한 페르소나 표현에서 패션은 중요한 수단으로 활용되고 있었다. 역할 이미지는 역할 상징의 표현, 역할과의 분리, 자기표현을 고려하기 위해 패션을 활용하였으며, 어울림의 추구, 조직 적응은 집단 이미지를 표현하는 과정에서 패션을 통해 페르소나를 표현하는 중요한 원인으로 나타났다. 이상적 이미지는 이상적 이미지 표현, 부재 이미지 표현을 위한 패션을 통한 페르소나

발현원인으로 분석되었다.

역할 상징의 표현은 한 개인에게 주어진 다양한 역할을 상징하는 페르소나를 표현하기 위해 각각 다른 패션스타일을 통해 연출하는 것을 의미한다, 개인에게 주어진 다양한 역할을 수행할 때마다 그에 따른 역할기대를 모두 충족시키기 어려운 때가 있으며 이때 역할긴장 혹은 스트레스가 생긴다(Kang, 1995). 이러한 역할긴장이 생기는 상황들을 Saks와 Kruapat은 역할의 의무가 개인의 성격특성과 맞지 않을 때, 새 직업을 얻었거나 새로운 문화권에 접해 역할요구가 분명하지 않을 때, 둘 이상 또는 그 이상의 역할요구가 서로 맞지 않거나 또는 너무 많은 역할요구가 주어질 때, 여러 명의 역할 파트너들이 한 개인에게 요구하는 행동양식이 일치하지 않을 때로 구분하였다. 이러한 갈등 상황에서 해결방법으로 시간과 장소를 분리해서 역할을 수행하거나 역할의 우선순위에 따라 중요한 것부터 수행하는 방법을 제시하고 있다(as cited in Kang, 1995). 이러한 다양한 역할과 관련하여 형성된 페르소나들은 각각의 역할 상징들을 잘 표현할 수 있는 패션스타일을 통해 대응함으로써 역할 갈등의 상황을 효과적으로 해결할 수 있다. 분석 결과, 각각의 역할에 따라 요구되는 행동이나 가치 등을 페르소나로 표현하였으며 각각의 페르소나에 따라 다른 패션스타일을 연출하고 있었다.

“**감사팀에 있을 때는 클라이언트를 만나는 시간과 안 만나는 시간이 분리되어 있어서 좀 편하게 입기도 했어요 그런데 지금은 강의를 해야 하니깐 그런 게 원천적으로 안 되서 요즘에는 신경을 많이 쓰는 편이에요 그래서 옷을 살 때 강의용 옷과 업무용 옷과 일상생활에서 입는 옷이 되게 명확하게 구분되는 편이에요**” (연구 참여자4, 주제: 공식직)

역할과의 분리를 위해 패션스타일을 활용하는 연구 참여자들의 페르소나를 분석한 결과, 자신의 역할별 다중적 페르소나간의 분리를 위해 자기 다

른 패션스타일을 이용하여 표현하고 있었으며, 다중적 역할 간 분리 외에 역할과 자기 자신의 분리 위해서도 패션을 사용하고 있었다. 자신이 맡은 역할들과 진정한 자기 자신의 모습은 일치하지 않을 수 있기 때문에 패션을 통해 내가 표현되기를 원했으며, 진짜 나의 모습이라고 생각하는 것과 함께 자신의 역할 또 자기가 표현해야 하는 페르소나임을 인식하고 있었다. 이를 위해 역할 간 분리, 역할과 개인적 정체성의 분리를 패션스타일의 분리를 통해 표현하는 것을 확인할 수 있었다.

“학교는 보은성과 스트레치가 중요하면 가족은 디자인과 라인이 중요해. **학교는 기능이라던지 편안함을 추구하기 때문에 그것에 맞는 옷을 입는 거고 가족은 부모님이 말한 대로 입는 게 덜 욕먹기 때문에 편하고** 학교는 오히려 내 의지가 조금 반영된 옷을 입는 것에 비해 가족은 내 의지보다는 부모님의 의견에 좀 더 영향을 많이 받는 거지.” (연구 참여자2, 주제: 가족)

“회계사라는 직업도 **저를 나타내는 아이덴티티 중에 하나이기 때문에 그것도 제가 갖고 있는 모습 중에 하나라고 생각 되서 기꺼이 받아들이는 편이예요** 신뢰성을 주는 효과가 분명히 있으니까” (연구 참여자4, 주제: 공식적)

자기표현의 고려는 조직이나 상황, 규칙에서 요구하는 페르소나를 만들어내면서 자신의 스타일을 유지하기 위해 패션스타일을 활용하는 것을 의미하며 이는 페르소나와 자신의 개성과의 분리로 볼 수 있다. 페르소나에 개인의 특성을 반영하지만 사회적 요구에 의해 페르소나를 형성하는 경우 자신의 개성을 추구하기 위해 패션스타일을 활용함으로써 페르소나 표현에서 개인적 특성을 유지하는 경우라 볼 수 있다. 연구 참여자들은 조직과 주변 상황을 고려하여 동화나 순응하는 페르소나를 만들어냈지만 그 중에서도 자신의 개성은 잃고 싶지 않은 이유에서 페르소나를 표현하는 과정 중

패션스타일을 중요하게 활용하고 있음을 확인할 수 있었다.

“**나를 안 잃고 싶은**, 나라는 어떤 주체적인 부분은 분명히 있는데, **내 색깔을 내고 싶은 것도** 있기는 있고..기본적으로는 전체적인 상황이나 틀이나 사람들 간의 전반적인 것에 맞춰가는 거고 그렇다고 나를 완전히 버리거나 나라는 존재감이 없는 것은 또 원하지 않아서 **저를 나타내고 싶은 것 때문에 이렇게 나눠지지 않았나**” (연구 참여자7, 주제: 여행)

“그 집단에는 잘 어울려야 되는 거고 그럼에도 불구하고 나는 내 갈 길을 가겠다. 그냥 **내 스타일을 어쨌든 고수하겠다. 최소한의 정도만 맞춰주고** 튀지 않으면서도 내 존재를 드러낼 수 있게, **절충을 해서 나에게 집중하는 거야**.” (연구 참여자12, 주제: 교수회의)

집단 이미지는 어울림을 추구하거나 조직에 적응하기 위해 패션을 통해 페르소나를 표현하는 것을 의미한다. 적응원형으로 작용하는 페르소나의 가장 큰 역할은 바로 자신이 속한 집단에 맞춰 자신을 연출할 수 있다는 것으로, 특히 패션을 활용할 때 더욱 효과적일 수 있다. 이 과정에서 패션을 통해 발현되는 페르소나는 준거집단과 관련되어 형성된다고 볼 수 있다. 준거집단이란 개인의 가치, 태도, 행동수행에 직접적 혹은 간접적으로 준거점으로 제공하는 개인이나 집단으로, 페르소나는 준거집단의 가치 표현적 영향을 받은 것이라 할 수 있다(Lim et al., 2001). 특히 패션을 통해 자신이 속한 집단과 유사한 모습을 표현하거나 집단 내 융화된 모습을 보임으로써 일체감을 느낄 수 있고 집단을 따르게 된다. 연구 참여자들의 사례를 분석한 결과 집단 내에서 자기를 돋보이고자 하는 욕구보다는 논란을 일으키지 않고 집단 구성원으로서 융화되기 위해 집단구성원의 스타일과 비슷하게 연출하여 어울림을 추구하거나, 집단에

서 요구하는 복잡 규범을 준수하며 조직에 적응하기 위해 패션을 통해 페르소나를 표현하는 것으로 나타났다.

“연구실 생활에서 **융합**이랄까, 사고를 치지 않는 조용히 있고 싶은 그런 게 제가 원하는 모습인 것 같아요. 그러한 분위기에 맞는 그런 옷을 입고 가는 것 같아요. 오히려 그 곳에서 유니클로 패딩을 입으면 눈에 띄는 거잖아요. **어디든지 눈에 띄고 싶지 않은 마음**이 있고, 대학원이나 교회나 여행이나 다 **중요한 건 어우러지는 건데**” (연구 참여자1, 주제: 여행)

“**다른 사람과의 관계라든지 어울림**이라든지 그런 것들이 많이 있는 부분이라면, 기피해지고 싶지는 않고 최대한 거기서 자연스럽게 녹아드는, 제가 기본적으로 갖고 있는 **적응**이라든지 **융화**라든지 그런 키워드는 계속 유지를 하는 것 같아요.” (연구 참여자7, 주제: 소셜라이프)

“어쨌든 이 건 하나의 **사회적 집단**이고 **나도 그 집단 구성원 중에 하나**니까 나도 그 중에 하나가 되어야 되지 않을까 이런 생각을 하는 거지.” (연구 참여자12, 주제: 교수회)

이상적 이미지는 이상적 이미지 표현과 부재 이미지 표현으로 범주화되었는데, 페르소나를 통해 자신이 되고자 하는 모습을 연출하기 위해 패션스타일을 이용하는 것을 의미한다. 개인은 스스로 정한 이상형이거나 사회에서 요구되는 이상적 이미지를 페르소나를 통해 표현하고자 하며, 이것이 자기 내부에 존재하지 않는다고 생각될 때 가상의 페르소나를 만들어낸다. 이러한 과정에서 패션은 이상적 이미지를 연출해내고 부재한 이미지를 만들어 내는 중요한 역할을 한다. 특히 부재 이미지 표현은 자신에게 결여된 이미지를 표현하기 위해 보충하고 변신하기 위해 패션을 사용하는 것으로 연구 참여자의 사례를 분석한 결과, 이상적 이미지가 중요하기 때문에 자신에게 없는 모습을 만들어내는 페르소나가 필요하기도 하고, 자신에

대한 이상형과 실제 모습 사이에 괴리가 존재할 때 패션스타일을 활용하여 보충함으로써 이상적 이미지의 페르소나를 연출하는 것을 확인할 수 있었다.

“제가 지키고 싶은 가치는 성숙함, 순수함, 깨끗함 이런 것들인데 제가 그렇지 않기 때문에 **성숙한 인간이 되고 싶어서 더 이런 걸 이렇게 되고 싶은.. 이렇게 입고 그런 모습을 보이고 싶은 건 결코 그렇지 않기 때문에 그렇게 되고 싶어서 그런 것 같아요**” (연구 참여자1, 주제: 교회)

“**좀 화려하게 있어보이게 명품 백**이라든지 그런 걸 하고 나가는 거지, 실제로는 리치하지 않아 실제로는 푸어해. 워킹 푸어야 정말 **리치해 보이기 위한 거지**.” (연구 참여자6, 주제: 외면)

“**현실은 그렇지 않지만 여유가 있는 그런 사람** 같이. 그게 제 꿈입니다. 여유 있고 회사에 쫓겨 있지 않은 사람같이 보이고 싶은” (연구 참여자3, 주제: 평소)

3) 억제/분출형

억제/분출형은 집단 압박으로 인한 은폐, 개인 선택에 의한 은폐, 억제된 이미지 분출로 범주화되었다. 개인이 속한 집단 내 존재하는 규범에 의한 압박으로 숨겨야 하는 모습이 존재하거나 자신이 가지고 있는 모습을 특정 집단 혹은 특정 상황 속에서 표현되지 않기를 바라는 개인적 선택에 의한 은폐를 위해 패션으로 페르소나를 표현하는 것이라 할 수 있다. 연구 참여자들의 사례를 분석한 결과, 자신이 가진 정체성이지만 특정 집단이나 상황에서 숨겨야 하는 압박이 존재하거나 자신의 선택으로 타인에게 노출되지 않기를 위한 페르소나를 연출하기 위해 패션스타일을 제한하거나 특정 아이템을 은폐하기도 하고, 새로운 패션스타일로 대응하는 것을 확인할 수 있었다. 이것은 자기를 숨기면서 또 다른 자기를 드러내는 이중적 구조를 가진 가면이라는 페르소나의 정의와 같은 맥

락에서 이해할 수 있다.

“남들에게 보여 질 때, **교회에서는 그런 모습으로 안보이고 싶은 그런 게 있어요** 내 안에 사치스러운 면이 있는 데 그걸 꼬집어 말할까봐 무섭기도 하고 또 그런 모습을 원하진 않으니까, 명품 가방을 들여야 되는 날이 있어요 그런데 **브랜드명이 드러나기가 싫은 거예요** 그래서 거꾸로 메면 브랜드명이 제 몸 쪽으로 오잖아요 **민소매를 입는 다거나 짧은 길 입거나 그런 걸 잘 하지 않는 것 같아요**” (연구 참여자1, 주제: 교회)

“제가 무지개 색 모든 원색을 좋아해요 **요즘은 회사에 잘 못 입으니까 평소에 더 입는 그런 것도 있는 것 같아요** 회사에 다니고 이런 째들었고 일하기 싫고 그러니까 어린이나 백수 느낌의 옷을 입죠” (연구 참여자2, 주제: 평소)

또한 이러한 은폐는 한편으로는 억제된 이미지를 분출하게 하는 요인이 되기도 한다. 억제된 이미지 분출은 평소에 표현할 수 없고 표현되면 안 되는 페르소나를 구분하여 패션스타일로 표현하거나 특정 상황과 집단을 벗어나 억제된 이미지를 표현할 수 있는 페르소나를 패션을 통해 표현하는 것으로 확인되었다.

“제가 **평소에 하지 못해서 더 그런 것도 있겠**지만 막 화려하거나 이런 걸 제가 좋아하는 것 같아요 **굉장히 차이가 커요 평상시의 삶과**” (연구 참여자1, 주제: 여행)

“혼자 외국에 있을 때도 그때부터 더 이런 **피어싱 아이템 많이 했었어요 내 속의 나약함을 감추고 싶고 더 세보이고 싶어서**” (연구 참여자5, 주제: 자유)

V. 결 론

본 논문은 한 개인에게 다양한 역할이 요구되

는 현대사회에서 집단의 요구, 기대와 개인성의 추구 사이의 긴장적 관계를 조절하는 페르소나 의미와 역할을 확인하고자 하였으며, 특히 패션을 통해 발현된다는 관점에서 개인의 삶에서의 페르소나를 실증적으로 분석하고자 하였다. 이를 위해 패션을 통해 발현되는 페르소나를 분석하는 연구 방법을 제시하였으며, 이를 적용하여 분석한 연구 결과를 종합하면 다음과 같다.

첫째, 패션을 통해 발현되는 페르소나를 분석을 위해 시각적 이미지를 사용해 그 안에 담겨진 무의식적 동기들을 추출하는 인터뷰 기법인 ZMET를 활용하여, 이미지 준비-찾지 못한 이미지-이미지 분류-구성개념 도출-대표 이미지-감각 이미지-관념도 작성-요약 이미지 및 묘사의 8단계 은유추출기법 설계하였다.

둘째, 패션을 통해 발현되는 페르소나를 분석한 결과, 보호통제 페르소나, 권력지향 페르소나, 성취지향 페르소나, 완벽지향 페르소나 등 사회적인 상황에서 타인과의 관계를 증시하는 패션을 통해 주로 발현되는 페르소나임을 확인할 수 있었다. 이는 문헌연구에서 도출된 사회적 관계기능이라는 페르소나의 특성이 실증적 연구를 통해 재확인된 것이라 할 수 있으며, 하나의 역할과 상황 내에서도 다수의 페르소나를 가질 수 있으며 이것이 표현되는 방식도 다양하게 조합되어 나타난다는 사실을 새롭게 확인할 수 있었다.

셋째, 패션을 통해 페르소나가 발현되는 원인은 회피형, 연출형, 억제/분출형으로 나타났다. 회피형은 패션을 통한 평가와 관련하여 논란 회피, 외모 평가에 대한 압박에 의한 것이며, 연출형은 역할 상징의 표현, 역할과의 분리, 자기표현 고려를 위한 역할 이미지 연출과 어울림의 추구, 조직 적응을 위한 집단 이미지 연출, 이상적 이미지 표현과 부재 이미지 표현을 위한 이상적 이미지 연출로 분석되었다. 억제/분출형은 집단 압박으로 인한 은폐, 개인 선택에 의한 은폐, 억제된 이미지 분출을

위해 패션을 통해 페르소나를 표현하는 것으로 확인되었다.

본 연구를 통해 페르소나 발현에 있어서 패션은 다양한 방식으로 집단과 개인의 관계를 조절하는 역할을 하고 있으며 이는 집단과 개인 사이의 긴장을 줄이는 방향으로 페르소나를 표현하고 있음을 확인할 수 있었다. 특히 현대사회에서 패션은 개인을 표현하는 효과적인 수단으로 인식되고 있지만, 개인의 정체성이나 자아 개념을 중심으로 의복구매동기, 의복추구혜택 등과 관련된 양적연구에만 초점이 맞추어져 왔다. 그러나 본 연구에서는 현대인들이 속한 다양한 집단에서 요구하는 다중적 역할을 효과적으로 수행하기 위해 만들어 내는 페르소나가 패션을 통해 표현될 수 있다는 새로운 관점을 제시하였으며 이를 분석하기 위한 질적연구를 수행하였다는 데 학문적 의의가 있다. 특히, 심리학 이론인 페르소나를 패션을 통한 발현이라는 관점에서 접근하여 그 발현 원인을 실증적으로 분석하였으며, 페르소나 분석을 위해 ZMET를 활용한 은유추출기법을 설계하여 적용시켰다는 점에서 의의가 있다. 또한 단순히 유행이나 취향의 변화에 따라 패션스타일을 변경시키는 것이 아닌 자신의 다중적 역할과 상황에 따라 선택적으로 패션스타일을 변화시키며 대응하는 소비자 집단에 대한 새로운 정보를 제공하였다는 데에 실무적 의의가 있다. 이러한 새로운 유형의 소비자에 대한 이해를 증진시킬 수 있으며 이를 통해 소비자의 구매 동기와 의복 추구 혜택에 대한 새로운 관점을 제시하고 새로운 소비자 유형에 대한 마케팅 전략을 수립하는 데 기초적인 정보를 제공할 수 있을 것이며 앞으로 다양한 영역에서 이루어진 페르소나 연구에 시사점을 제공할 것으로 기대된다.

Reference

- Fawkes, J. (2015). Performance and persona: Goffman and Jung's approaches to professional identity applied to public relations. *Public Relations Review*, 41(5), 675-680. doi:10.1016/2014.02.011
- Jung, I. S. (2008). *의식과 무의식의 대화: 융의 분석심리학을 중심으로* [Dialogue between the conscious and the unconscious]. Paju: Daewangsa.
- Jung, S. H. (2009). *무의식 마케팅* [Unconscious marketing]. Seoul: Senior-communication.
- Kang, H. W. (1995). *의상사회심리학* [The social psychology of clothing]. Paju: Gyomoon Publishers.
- Lee, B. Y. (2011). *분석심리학: C.G. 융의 인간심성론* [Analytical psychology: C. G. Jung's thoughts on mind]. Seoul: Ilchokak.
- Lee, I. J., Lee, K. H., & Shin, H. J. (2006). *의상심리* [Psychology of dress]. Paju: Gyomoon Publishers.
- Lim, S. J., Shin, H. B., Kim, H. J., & Lee, H. M. (2001). *패션마케팅과 소비자행동* [Fashion marketing and consumer behavior]. Paju: Gyomoon Publishers.
- Park, J. H. (2008). *A study on specialty of persona item at fashion show*. Unpublished doctoral dissertation, Kyunghee University, Seoul.
- Park, S. H., & Sim, H. S. (2006). The development and validation of the multiphasic persona inventory. *Korea Journal of Counseling*, 7(2), 231-257.
- Stone, H., & Stone, S. (2015). *다락방 속의 자아들* [Embracing our selves: The voice dialogue manual] (An, C. H., Trans.). Seoul: Innerworld Publishing. (Original work published 1998)
- Strauss, A., & Corbin, J. (2001). *질적연구 근거이론의 단계* [Basics of qualitative research] (Shin, K. R., Trans.). Seoul: Hyunmoon. (Original work published 1998)
- Ye, M. H., & Yim, E. H. (2015). Persona marketing of fashion designers. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 39(3), 446-456. doi:10.5850/JK SCT.2015.39.3.446
- Zaltman, G. (2004). *HOW CUSTOMERS THINK* (No, G. H., Trans.). Paju: Book21. (Original work published 2003)

An Analysis of Persona Manifestation through Fashion Style

Kim, Jong Sun · Ha, Ji Soo⁺

Lecturer, Dept. of Textiles, Merchandising and Fashion Design, Seoul National University
Professor, Dept. of Textiles, Merchandising and Fashion Design, Seoul National University⁺

Abstract

Persona is said as an external expression of multiple identities formed by interaction with others and revealed through fashion in various manners. Hence, this research is designed to analyze the persona revealed by fashion and cause of persona manifestation based on literature study and case study. Metaphor Elicitation Technique was designed for analyzing persona and in-depth interview was done for 12 adult women in their 20s~30s to examine persona manifestation causes. Analytic findings are as follows. Analysis on a persona revealed by fashion shows mainly 4 kinds of personas including a protective control-persona inducing to do a seemingly proper behavior, power-oriented persona inducing to have an initiative and control in interpersonal relations, accomplishment-oriented persona inducing to achieve an aim and succeed, and perfection-oriented persona inducing to pursue completeness. 4 kinds of personas above are ones to lay stress on relationship with others in a social situation, and an empirical research shows that theoretical characteristic of a persona where a group is intervened to a large extent than individual is revealed through fashion in an actual individual life. As for causes by which persona is revealed through fashion, it shows types of evasion, presentation, control/eruption. The evasion type refers to avoidance to controversies over evaluation through fashion, caused by pressure on an appearance evaluation. The presentation type may be analyzed as expression of a role symbol, separation from a role, role image presentation for considering self-expression and pursuit of harmony, group image presentation for adaptation to an organization, ideal image expression, and ideal image presentation for expressing an absent image. The control/eruption type includes concealment by group pressure and individual selection, and expression of a persona through fashion for erupting controlled images. This study will be expected to be conducive to various research methodology on persona manifestation through fashion style.

Key words : persona, metaphor elicitation technic, cause of persona manifestation