

한국과 중국 대학생의 빨강색 티셔츠에 대한 시각적 감성 비교

Comparison of Red T-shirts' Visual Sensibility between Korean and Chinese University Students

반홍우* 최종명

충북대학교 패션디자인정보학과

Key words: Visual Sensibility, Red Color, T-shirts, Comparative Study

1. 서론

오늘날 통신기술의 급격한 발달로 인해 전자상거래는 더욱 보편화되고 있다. 그런데 온라인상에서 의류제품의 구매는 손으로 만지지 못하기 때문에 시촉각적 감성은 온라인상의 판매에 있어서 결정적인 요인이 되고 있다. 특히 의류제품의 경우 색상은 소비자가 가장 빠르고 강하게 느끼는 디자인 요소로서 온라인상에서 의류제품의 시각적 감성을 자극하는 데 중요한 역할을 하고 있다. 또한 특정 색상에 대한 감성과 선호도는 개인적 성향과 문화적 차이에 따라 차이가 있는 것으로 알려져 있다. 삼원색의 하나인 빨강은 중국과 한국에서 의복색채로서 많이 사용되고 있으며 유행색으로 제시되는 색의 하나이다.

따라서 본 연구는 대학생들이 즐겨 착용하는 아이템인 티셔츠 색채기획에 도움을 주고자 수행되었다. 이를 위해서 한국과 중국 대학생들 대상으로 온라인상에서 시각적 평가방법으로 7 가지 톤의 빨강색 면 티셔츠에 대한 시각적 감성과 선호도를 평가시켰다.

2. 연구방법

본 연구에서는 7 가지 톤의 빨강색지 자극물과 7 장의 면 티셔츠 사진을 합하여 총 14 장의 자극물을 photoshop 을 이용하여 제작하여 회색 배경에 붙여 준비하였다(그림 1). 빨강에 대한 한중 대학생의 색상 선호도를 알아보기 위하여 7 가지의 빨강 색지를 제시하여 7 점 척도로 평가시키고 난 후, 빨강 티셔츠를 하나씩 제시하여 각각의 시각적 감성과 색상선호도를 평가하게 하였다. 자극물은 모두 컴퓨터를 이용하여 제시하였다. 티셔츠의 감성과 선호도 평가를 위한 설문문항은 선행연구(김재숙, 이순임, 2005; 조은영, 2007; 조필교, 정혜민 2003)를 참고로 7 점 의미미분 척도로 구성하였다. 자료수집은 2010 년 3 월 17 일부터 3 월 30 일 사이에

이루어졌으며, 충북지역에 거주하는 한국 대학생(남 22 명, 여 22 명)과 중국 유학생(남 22 명, 여 22 명)이 참여하여 평가하였다. 조사된 자료는 SPSS win 12.0 을 사용하여 빈도분석, t-test, 요인분석, 다원분산분석을 실시하였다.

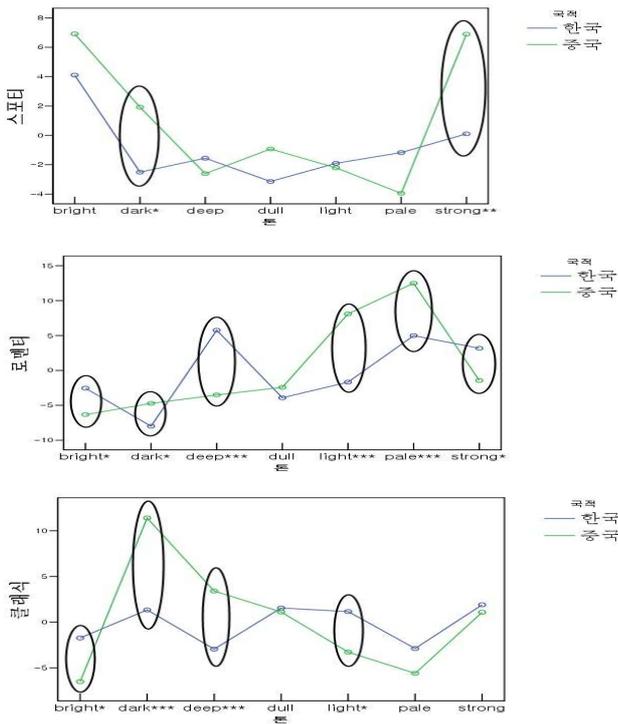


그림 1. 자극물

3. 연구결과

3.1. 시각적 감성

빨강색 면 티셔츠의 시각적 감성을 요인분석한 결과, 스포티, 로맨틱, 클래식 등 3 개의 요인이 추출되었으며, 전체분산의 80.97%를 설명하였다. 다원분산분석을 실시한 결과, 빨강색 면 티셔츠의 시각적 감성은 톤과 국적에 따라 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다(그림 2). 한중 대학생 모두 bright 톤의 빨강색 면 티셔츠의 감성이 가장 스포티하다고 평가하였지만, dark 톤과 strong 톤에 대한 평가는 국적에 따라 유의한 차이가 발견되었다. 즉, 중국 대학생은 한국 대학생에 비해 dark 톤과 strong 톤의 빨강색 티셔츠가 더 스포티하다고 지각하였다. 한편 '로맨틱' 감성에 대해서는 dull 톤을 제외한 양국 대학생이 서로 다른 평가를 내린 것으로 나타났다. 특히 한국 대학생은 deep 톤의 빨강색 티셔츠를 로맨틱하다고 평가하였으나, 중국 대학생은 light 톤과 pale 톤의 티셔츠를 가장 로맨틱하고 평가하였다. '클래식' 감성에 대해서는 bright, dark, deep 톤에서 통계적으로 유의한 차이를 볼 수 있는데, 특히 중국 대학생은 dark 톤의 빨강색 티셔츠를 매우 클래식하다고 평가하였다.



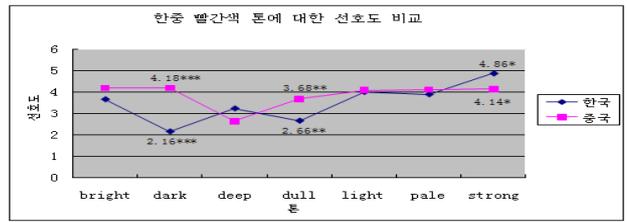
*p < .05, **p < .01, ***p < .001

그림 2. 빨강색에 대한 시각적 감성 비교

3.2. 선호도

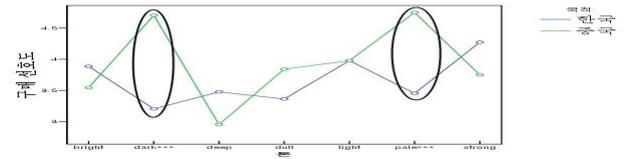
한국과 중국 대학생을 대상으로 7가지 톤의 빨간색에 대한 색채선호도를 조사한 결과(그림 3), 중국 대학생은 빨강에 대해 deep 톤을 제외하고는 대체로 선호하는 경향을 보인 반면, 한국 대학생은 톤에 따라 선호도가 다른 것으로 나타났으며, dark, dull, strong 톤에서 한중 대학생의 선호도는 유의한 차이를 보였다. 즉 중국 대학생은 한국 대학생보다 dark 톤과 dull 톤의 빨강을 더 선호하는 반면, 한국 대학생은 strong 톤의 빨강을 더 선호하는 것으로 나타났다.

한중 대학생의 빨강 면 티셔츠에 대한 구매선호도를 비교해 보면 dark 톤과 pale 톤의 티셔츠에서만 유의한 차이가 나타나서 중국 대학생은 한국 대학생보다 dark 톤과 pale 톤의 티셔츠를 더 선호하는 것으로 나타났다(그림 4). 즉, 중국 대학생은 가장 클래식하다고 지각하는 어두운 빨강색과 로맨틱하다고 평가한 은은한 빨강색의 티셔츠에 대해 높은 구매선호도를 가지고 있으며, 한국 대학생은 상대적으로 strong 톤의 빨강 티셔츠를 가장 선호하는 것을 알 수 있었다.



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

그림 3. 빨강색상의 톤에 따른 선호도 비교



***p < .001

그림 4. 빨강색 면 티셔츠의 구매선호도 비교

4. 결론

빨강색 티셔츠의 시각적 감성을 비교 분석하여 티셔츠 색채기획에 도움을 주고자 한국과 중국 대학생을 대상으로 온라인상에서 시각적 평가방법으로 7 가지 톤의 빨강색과 티셔츠 색상에 대한 시각적 감성과 선호도를 평가시킨 결과 다음과 같은 결론을 얻었다. 빨강색 티셔츠의 시각적 감성은 스포티, 로맨틱, 클래식 등 3 개의 감성요인이 추출되었는데, 이들 요인은 국적에 따라 유의한 차이가 나타났다. 즉 중국 대학생은 한국 대학생에 비해 strong 톤의 빨강색 티셔츠가 더 스포티하고, dark 톤이 더 클래식하다고 지각하였다. 또한 한국 대학생은 deep 톤의 빨강색 티셔츠를 로맨틱하다고 평가하였으나, 중국 대학생은 light 톤과 pale 톤의 티셔츠를 로맨틱하다고 평가하였다. 한편, 중국 대학생은 한국 대학생보다 dark 톤과 pale 톤의 티셔츠를 더 선호하는 것으로 나타났다.

참고문헌

- 김재숙, 이순임 (2005). 직물 소재와 색상, 톤에 따른 감성 이미지 평가-한산모시와 면을 중심으로-, *한국의류학회지*, 29(5), 662-670.
- 조은영 (2007). 색채감성의 국가별 분석과 한국인의 개인색채 유형에 따른 패션색채 기호에 관한 연구, 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위논문.
- 조필교, 정혜민 (2003). 패션 디자인과 색채. 서울: 전원문화사.