

넥타이의 폭과 체형을 고려한 남성패션 이미지 연구

최수경·정수진**

마산대학 뷰티케어학부 전임강사·한국국제대학교 실크패션학과 강의전담교수**

A Study on the Image of Male Fashion Considering the Necktie Width and Body Type

Su-Gyeong Choi · Su-Jin Jeong**

Full-time Instructor, Dept. of Beauty & Care Masan College

Visiting Full-time Prof., Dept. of Silk Fashion International University of Korea**

(2009. 1. 5. 접수; 2009. 2. 2. 수정; 2009. 2. 4. 채택)

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effect of body type(thin, standard, fat), necktie width(narrow, medium, wide), gender(man, woman) on image formation. Sets of stimulus and response scales(7 point semantic) were used as experimental materials. The stimuli were 9 color pictures manipulated with the combination of necktie-width and body type using computer simulation. The subjects were 116 male undergraduates and 99 female undergraduates living in Gyeongsangnam-do.

Image factor of the stimulus was composed of 4 different components, young-activity, attractiveness-gracefulness, stability, and boldness. In the young-activity, attractiveness-gracefulness and stability, body type and necktie-width showed independent effect. In the boldness, body type showed independent effect. Significant interaction effects of body type and necktie-width on young-activity, attractiveness-gracefulness and stability were found. For young-activity image, necktie of narrow width were effective. For attractiveness-gracefulness image, body type of standard were effective. For stability image, body type of standard and body type of thin on necktie of narrow and medium width were effective.

The male fashion image can be perceived differently according to combination of the clues used in body type and necktie-width. Therefore, when the male fashion to create images that will have to consider the body type and necktie width.

Key Words: Necktie width(넥타이 폭), Body type(체형), Male fashion(남성패션), Image(이미지)

Corresponding author ; Su-Jin Jeong

Tel. +82-10-7142-6881, Fax. +82-55-751-8339

E-mail : jini5980@hanmail.net

I. 서론

오늘날 현대사회에서 좋은 이미지를 갖는다는 것은 성공적인 사회생활을 영위할 수 있는 밑거름이 된다. 의복과 외모는 커뮤니케이션의 한 수단으로 대인관계에서 중요한 영향을 미칠 뿐만 아니라 이미지 형성에 중요한 요소가 된다. 긍정적인 이미지는 상대방에게 호감을 줄 수 있을 뿐만 아니라 자신의 가치를 상승시켜 사회생활에서 자신감을 향상시키고 능력을 발휘할 수 있는 수단이 될 수 있으므로 자신에게 어울리는 이미지 연출이 필요하며, 토털 패션을 지향하는 현대패션에서도 이미지의 중요성이 더욱 부각되고 있다. 미에 대한 가치 기준과 이미지 연출에 관한 연구 영역이 여러 분야로 확장되면서 의복은 단순히 입는다는 의미에서 벗어나 자신의 개성을 살리고 시각적으로 미적조화를 이루는 코디네이션의 중요성이 절실히 요구되고 있다. 최근 남성들도 라이프스타일이 다양해지고 의복을 통한 자기표현의 욕구가 커지면서 여성들 못지않게 효과적인 이미지 연출을 위한 수단으로써 의복 및 외모에 대한 관심이 크게 증가되었고 남성패션에도 많은 변화가 생겨났다. 남성들에게 의복은 사회적 성공을 위한 중요한 요인으로 작용하지만 남성복은 여성복과는 달리 유행변화가 크게 심하지 않아 스타일이나 디자인 변화가 한정되어 있다고 볼 수 있다. 남성복 코디네이션에서 중요한 아이템 중의 대표적인 넥타이는 복장의 일부 요소로서 개인의 개성을 연출하고, 시각적 이미지를 강하게 한다. 즉 넥타이는 남성복 착용자의 태도나 지위를 나타내는데 중요한 부분이 되고, 전체적인 분위기를 좌우하는 특성을 지니고 있다.

넥타이의 폭은 넥타이의 색상과 무늬 등에 비해 소비자의 선호경향과 유행에 있어 두드러진 급격한 변화는 나타나지 않았다. 그러나 넥타이의 폭이 서서히 좁아지거나 넓어지는 폭의 변화가 있어 왔으며 특히 최근의 미니멀리즘의 패션 디자인 경향으로 남성 신사복의 슬림화가 트렌드로 부각되면서 좁아진 V존의 효과적인 연출을 위해 좁은 폭의 넥타이가 유행으로 확산되었다. 슬림 타이(slim tie), 스키니 타이(skinny tie) 등으로 불리는 폭 좁은 타이는 1960년대 영국에

서 유행한 모즈 룩(mods look)의 영향을 받았다. 폭이 6~7cm 정도로 좁은 '내로타이(Narrow Tie)'는 시중의 대부분 브랜드에서 다양한 색상과 소재로 선보여 폭이 좁은 타이의 유행은 절정에 달하고 있는 추세이다. 특히 젊은 층을 겨냥한 브랜드뿐만 아니라 30-40대를 타깃으로 한 신사복 브랜드에서도 타이 폭이 점점 좁아지고 있다.¹⁾

넥타이는 남성들의 옷차림에서 변화를 줄 수 있는 아이템으로 단순히 유행경향에 따라 넥타이를 착용하는 것이 아니라 자신의 체형과 이미지 연출에 효과적인 넥타이를 코디네이션 한다면 자신의 이미지를 더욱 상승시킬 수 있을 것이다. 남성패션에 관한 연구에 있어서도 다양화, 고급화, 개성화를 추구하는 남성소비자의 변화된 패션의식에 맞추어 감성적인 패션이미지에 대한 연구가 요구되고 있다. 기존의 넥타이와 관련된 남성복 이미지 연구에서는 넥타이의 문양과 색상 등을 중심으로 한 연구^{2),3),4)}와 넥타이와 셔츠 또는 재킷과의 배색을 중심으로^{5),6)} 연구되어 넥타이 착용자의 이미지를 규명하였다. 그러나 남성의 체형과 넥타이 폭을 고려한 남성 패션 이미지 연구는 이루어지지 않은 실정이다. 체형을 고려한 코디네이션은 착용자의 개성과 가치를 높일 수 있으며, 착용자의 감성적 요구를 만족시킬 수 있을 것으로 본다.

따라서 본 연구의 목적은 넥타이 디자인이 다양화되고 폭이 좁은 넥타이가 트렌드로 부각된 현 시점에서 넥타이의 유행경향을 반영하여 남성체형과 넥타이 폭에 따른 남성패션 이미지 차원을 밝히고, 남성패션 이미지에 연출 시 남성체형과 넥타이 폭의 효과를 규명하는데 있다. 남성체형과 넥타이 폭을 고려한 남성패션 이미지 분석 자료는 남성패션 이미지 메이킹을 위한 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

의복을 포함한 신체적 외모는 이미지 형성에 있어 중요한 비언어적 단서로서 지각자의 즉각적인 판단을 이끌어 내며 특히 타인에 대한 정보가 부족할 경우 더욱 중요한 역할을 한다. 신체적 매력성은 다른 특질에 비해 착용자의 이미

지에 미치는 영향이 큰 것으로 보고되고 있는데, 자신의 체격이 매력적이고 인기가 있다고 생각하는 사람은 사회생활에서 자신만만하고 긍정적인 생활을 하게 되며, 아름다운 체격을 가진 사람은 그렇지 못한 체격을 가진 사람에 비해 사회에서 타인으로부터 좋은 대우를 받는 경우가 많다. 신체적 매력성은 이미지 지각 시 중요한 특질 중 하나로 그 자체만이 평가의 대상이 되는 것이 아니라 다른 특질에 대한 추론에 후광효과로서 영향을 미친다.⁷⁾ Pedersen과 Markee(1994)⁸⁾는 남성과 여성의 신체 매력을 평가하는데 가장 중요한 특징은 체형이라고 하였다. 외모변인 중 체형이 지각자의 이미지 형성에 중요한 영향을 미친다고 한 Douty(1984)⁹⁾의 연구에서는 마른체형의 착용자가 뚱뚱한 체형의 착용자보다 더 매력적으로 평가되었다. 김재숙, 김희숙(1992)¹⁰⁾은 정상체형의 착용자가 비만체형보다 더 호의적인 인상으로 평가하였으며, 이명희, 이미연(2004)¹¹⁾은 보통체형이 비만체형보다 대인매력성이 높게 평가된다고 하였다. 그리고 송선옥, 이인자(2001)¹²⁾는 남성체형은 멋스러움과 강인성 이미지에 영향을 미친다고 하였다. 이처럼 체형은 외모를 판단하고 이미지를 전달하는데 있어서 중요한 요소가 된다. 남성체형에 적합한 정장슈트의 여밈, 무늬와 체형에 따른 시각적 효과를 분석한 박순천, 이순홍(2003)¹³⁾의 연구에서 이미지 요인은 매력성, 젊음, 현대성, 친근함, 남성성 요인으로 도출되었으며, 마른형은 줄무늬일 때 가장 매력적이고, 표준형은 민무늬일 때 매력적이고 남성적이며, 줄무늬일 경우는 짙어 보이는 것으로, 비만형은 민무늬와 줄무늬일 때 체크무늬보다 남성적인 것으로 평가되었다. 이와 같이 체형은 의복이미지 평가에 영향을 미치는 중요한 단서로 작용하는 것으로 나타났다. 의복은 착용자와 조화될 때 미적인 아름다움이 완성될 수 있으므로 착용자의 긍정적인 이미지 연출을 위해서는 체형을 고려한 코디네이션이 이루어져야 할 것이다. 남성복 코디네이션에서 중요한 아이템 중의 대표적인 넥타이는 남성의 스타일을 조금 더 세련되게 만들어주는 액세서리가 아니라, 수트 자체를 완성시키는 정장의 일부라고 볼 수 있다. 넥타이는 남성복에 있어 즉각적이고 두드러지게 눈

에 띄므로 착용자의 태도나 지위를 나타내어 작은 부분에 불과하지만 시각적 이미지가 강하게 전달된다. 즉 넥타이는 남성복 착용자의 태도나 지위를 나타내는데 중요한 부분이 되고, 개성을 살리는 요소로 부각된다. 남성패션에서 넥타이가 가지고 있는 상징성 및 시각적인 효과를 고려해 볼 때 체형에 어울리는 넥타이를 착용하는 것은 남성패션 이미지에 더욱 긍정적인 효과를 부여할 수 있을 것이다.

넥타이 이미지와 관련된 선행연구로 넥타이의 색과 무늬와 관련된 성남숙(2008)¹⁴⁾의 연구에서 3색 배색으로 구성된 사선 스트라이프 문양의 넥타이를 톤 인 톤 배색, 톤 온 톤 배색, 무채-유채 배색유형과 면적비에 따라 이미지를 분석한 결과 넥타이의 이미지는 배색유형과 면적비에 따라 차이를 보여 3색 배색을 배색유형과 면적비를 어떻게 관련시키느냐에 따라 넥타이의 이미지가 결정되고 다양해질 수 있음을 입증하였다. 도트패턴의 크기, 도트패턴과 바탕과의 색상조합, 톤과 면적비 변화에 따른 도트패턴 넥타이 이미지에 관한 선행연구¹⁵⁾에서 개성적인 이미지에는 유채색 바탕에 회색 물방울의 크기가 클수록 효과적이며, 매력적인 이미지는 파랑 바탕/회색무늬로 조합될 때, 품위성 이미지에서 파랑바탕/회색무늬, 노랑무늬/회색바탕일 때, 온유성 이미지는 라이트 톤일 때 효과적으로 나타나 넥타이 패턴의 컬러코디네이션 시 면적비와 도트 크기의 조합에 따라 넥타이 이미지는 차이를 보이는 것으로 나타났다. 넥타이색과 무늬가 남성복 이미지에 미치는 영향에 관한 연구¹⁶⁾에서 넥타이 무늬는 매력성 요인에 지배적인 영향을 주었으며 능력성과 독특성 이미지에는 넥타이색이, 온유성 요인에는 의복색이 지배적인 영향을 미친다고 하였다. 온유성 요인을 제외한 세 요인에서 넥타이의 영향력이 크게 작용한 것으로 나타나 남성복에 있어 작은 부분이지만 이미지 형성에 중요한 단서가 됨을 알 수 있다. 최유진, 이명희(2004)¹⁷⁾의 남성 재킷, 셔츠, 넥타이 색의 이미지 지각과 선호도 연구에서 능력성, 선호평가, 남성성에는 의복색이, 품위성과 현시성 요인에는 넥타이색이 지배적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 파란색 셔츠와 파란색 재킷 그리고 파란색 넥타이가 배색될 때 능

력 있고 매력 있게 평가되었고, 넥타이는 과관색 계열이 가장 선호되었다. 김현지(2003)¹⁸⁾의 연구에서는 남성 선거입후보자의 옷차림에서 검색 넥타이는 친근하고 빨강 넥타이는 역동적인 것으로 평가되었다.

이은미, 강혜원(1994)¹⁹⁾의 의복단서 및 착용자 연령이 인상형성에 미치는 영향에 관한 연구에서는 외모·능력, 개성·활동성, 평가 요인이 도출되었고, 중년착용자의 넥타이색에 대하여 20대 관찰자는 정장의 색과 유사색의 넥타이를 착용한 경우 더 개성적이고 활동적이라고 지각하였고 40·50대 관찰자는 정장의 색과 대비색 넥타이를 착용하였을 때 더 따뜻하고 부드러운 인상을 준다고 지각하였다. 그리고 Molloy(1978)²⁰⁾는 넥타이색은 수트와 셔츠보다 진하고 채도가 낮은 것이 권위적인 효과를 낸다고 하였다.

이상에서 넥타이의 색과 무늬 및 셔츠와 재킷과의 배색 등에 따른 넥타이 이미지를 통해 남성패션 이미지 연구가 이루어져 오고 있으나 넥타이 유행의 변화 요소인 넥타이 폭을 고려한 연구와 체형을 넥타이 코디네이션과 관련시킨 연구는 미비한 실정으므로 본 연구의 단서로 사용하였다.

III. 연구방법

1. 측정도구

1) 자극물 선정 및 제작

본 연구에 사용된 자극물은 드레스 셔츠와 넥타이를 착용한 20대 남성으로 허벅지 중간까지의 사진으로 하였다. 자극물의 모델은 우리나라 20대 남성의 기본체형(사이크로리아, 2004)²¹⁾을 고려하여 모델을 선정하였으며 얼굴과 헤어스타일 등은 통제하였다.

본 연구에서 사용한 자극물은 흰색 셔츠에 진한 남색 바지를 착용한 모델에게 3가지 폭의 남색 넥타이를 각각 따로 착용시켜 Digital Camera로 촬영한 후 포토샵 프로그램으로 체형을 표준형, 마른형, 비만형이 되도록 조작하였다. 표준형 100%를 기준으로 마른형은 80%, 비만형은 120%

되도록 가로비율을 조작하여 본 연구의 자극물에 사용하였다.

<표 1> 자극물 조작분류

	좁은(a)	중간(b)	넓은(c)
마른(A)	Aa	Ab	Ac
표준(B)	Ba	Bb	Bc
비만(C)	Ca	Cb	Cc

자극물에 사용된 넥타이 폭은 경남지역 백화점과 로드샵 등을 시장조사한 결과 시중에 판매되고 있는 넥타이 폭은 9cm, 8cm, 7.5cm, 7cm, 6cm, 5cm등과 3cm정도의 초슬림 넥타이 폭까지 다양하였으나 현재 대부분의 브랜드에서 5~6cm 폭의 넥타이가 많이 분포 되어 있었고, 30~40대 이상을 타겟으로 하는 신사복 브랜드에서 7cm이상의 넥타이 폭을 볼 수 있었으며, 20대 남성복 매장에서는 6cm이하의 좁은 폭의 넥타이만 판매되고 있었다. 이러한 결과와 유행경향을 반영하여 본 연구에 사용될 넥타이 자극물의 폭은 좁은(3.5cm), 중간(5.5cm), 넓은(9.5cm) 넥타이 3가지로 하였다. 선정된 체형 3가지와 넥타이 폭 3가지를 각각 조합시켜 넥타이 폭(3)×체형(3)이 되도록 한 9개 자극물을 최종적으로 사용하였으며 배경색은 밝은 회색으로 통제하였다. 본 연구에 사용된 자극물의 조작내용은 <표 1>과 같다.

2) 실험설계

본 연구의 독립변인은 넥타이 폭 3가지(좁은, 중간, 넓은), 체형 3가지(표준형, 마른형, 비만형), 성별(남, 여)이며, 피험자간(between subject)설계로 이루어졌다. 2가지 독립변인인 넥타이 폭과 체형에 의해 조합된 총 9개의 자극물에 대해 피험자는 1개의 자극물을 평가하도록 하였다.

3) 의미미분척도

의미미분척도를 구성하기 위해 넥타이 이미지와 체형에 관한 선행연구들²²⁻²⁹⁾에서 사용된 형용사쌍을 참고하여 27개의 형용사쌍을 선정하였다. 요인분석결과 요인부하치가 낮은 문항과 여러 요인에 걸쳐 있는 문항을 제외한 19개의

형용사쌍이 도출되었다. 넥타이 폭과 체형에 따른 남성패션 이미지를 측정하는 의미미분척도는 형용사쌍 중간을 기준으로 좌측의 긍정적인 형용사에 7점 우측의 부정적 형용사에 1점을 주어 자료를 수량화 하였다.

2. 자료수집 및 분석방법

본 연구의 피험자는 경남에 거주하는 남, 녀 대학생을 대상으로 남자 116명과 여자 99명을 조사하였다. 그리고 자료 수집은 2008년 11월 10일에서 11월 28일에 이루어졌다.

본 연구의 자료 분석은 SPSS program을 사용하여 통계처리 하였다. 통계방법으로는 요인분석, 신뢰도분석, 삼원변량분석 등을 실시하였다.

IV. 연구결과 및 논의

1. 넥타이의 폭과 체형에 따른 이미지 차원

넥타이의 폭과 체형에 변화를 주어 제작한 자극물에 대한 이미지 차원을 밝히기 위해 27쌍의 형용사 쌍으로 평가한 자료를 주성분 분석과 Varimax 회전방법에 의해 요인분석 한 결과는 <표 2>와 같다. 아이겐 값 1.0 이상으로 하여 19쌍의 형용사쌍들이 4개 요인으로 묶이어 넥타이의 폭과 체형의 변화에 따른 남성패션 이미지는 젊음활동성, 매력품위성, 안정성, 대담성의 4개 차원으로 도출되었다. 각 요인의 신뢰도 계수는 .92, .91, .64, .61로 나타났다.

요인 1은 어려보이는-나이들어보이는, 현대적

<표 2> 넥타이의 폭과 체형에 따른 남성패션 이미지 요인

	젊음활동성	매력품위성	안정성	대담성	공통성
어려보이는-나이들어보이는	.863	.126	.073	-.166	.794
현대적인-고전적인	.863	.233	.013	.069	.805
캐주얼한-포멀한	.809	.006	.130	.035	.673
젊어보이는-노숙해보이는	.797	.289	.108	-.164	.757
진보적인-보수적인	.778	.172	.020	.082	.642
활동적인-비활동적인	.774	.128	.075	-.035	.622
개성있는-개성없는	.704	-.029	-.139	.352	.640
사교적인-비사교적인	.585	.351	.129	.155	.507
품위있는-품위없는	.055	.870	.097	.259	.836
분위기있는-분위기없는	.251	.844	.155	.034	.801
지적인-지적이지않는	.157	.827	.149	.101	.741
조화되는-조화되지않는	.344	.790	.144	-.159	.788
보기좋은-보기싫은	.401	.716	.252	-.043	.739
고상한-고상하지않은	-.083	.618	.350	.185	.545
차분한-들뜬	-.153	.189	.776	.097	.671
여유로운-조급한	.307	.210	.642	.203	.592
단정한-단정하지않은	.239	.398	.626	-.023	.608
대담한-섬세한	.098	-.033	.194	.806	.697
강해보이는-약해보이는	-.041	.275	.041	.764	.662
고유치	7.377	3.152	1.542	1.049	13.12
전체변량(%)	28.35	22.69	9.39	8.63	69.05
신뢰도(α)	.92	.91	.64	.61	

인-고전적인, 캐주얼한-포멀한, 젊어보이는-노숙해보이는, 진보적인-보수적인, 활동적인-비활동적인, 개성있는-개성없는, 사교적인-비사교적인의 8개의 형용사쌍으로 구성되어 젊음활동성이라 하였다.

요인 2는 품위있는-품위없는, 분위기있는-분위기없는, 지적인-지적이지않는, 조화되는-조화되지않는, 보기좋은-보기싫은, 고상한-고상하지않은의 6개의 형용사 쌍으로 구성되어 매력품위성이라고 명명하였다.

요인 3은 차분한-들뜬, 여유로운-조급한, 단정한-단정하지않은의 3개 형용사쌍으로 구성되어 안정성이라 명명하였다.

요인 4는 대담한-섬세한, 강해보이는-약해보이는 2개의 형용사쌍이 포함되어 대담성이라 명명하였다.

4개의 요인이 전체 변량에서 차지하는 비율은 69.05%이고 젊음활동성 요인이 28.35%, 매력품위성 요인이 22.69%로 나타났으며, 각 이미지 요인은 점수가 높을수록 앞쪽에 위치한 형용사의 특성과 그 요인의 성향이 높은 것을 의미한다.

2. 넥타이 폭과 체형에 따른 남성패션 이미지 형성에 미치는 영향의 차이

전체 응답자를 대상으로 넥타이 폭과 체형의

변화가 이미지 형성에 미치는 차이를 알아보기 위하여 분산분석을 실시한 결과는 <표 3>과 같다. 분석결과 독립변인인 체형과 넥타이 폭은 남성패션 이미지에 유의한 영향을 미치는 단서로 작용하였다. 그러나 이들 단서들이 이미지 형성에 미치는 영향력 차이는 이미지 차원에 따라 다르게 나타났다. 주효과를 보면 단서가 체형인 경우는 젊음활동성, 매력품위성 안정성, 대담성에서, 단서가 넥타이 폭인 경우에는 대담성을 제외한 젊음활동성, 매력품위성 안정성에서 유의한 차이가 나타났다. 그러나 성별은 4가지 이미지 차원에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 평가되어, 넥타이 폭과 체형에 따른 남성패션 이미지 지각 시 성별에 따른 차이는 보이지 않는 것으로 볼 수 있다.

넥타이 폭과 체형이 이미지 형성에 미치는 영향의 차이를 알아보기 위해 유의적인 상호작용 효과를 <그림 1>~<그림 3>에 나타내었다.

1) 젊음활동성

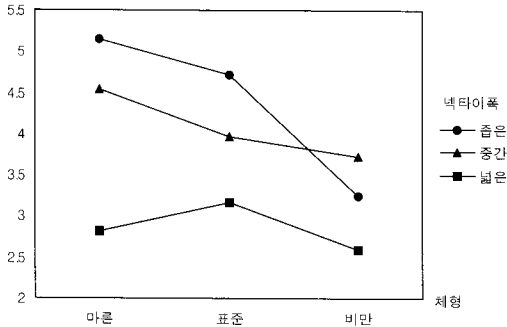
젊음활동성 이미지를 <표 3>에서 살펴보면 성별을 제외한 체형과 넥타이 폭은 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 그 중 넥타이 폭은 두드러진 효과를 보이는 단서로 나타났다. 그리고 체형과 넥타이 폭은 상호작용하여 젊음활동성 이미지에 유의한 영향을 미치는 것으로

<표 3> 넥타이의 폭과 체형에 따른 남성패션 이미지 형성의 차이

	젊음활동성		매력품위성		안정성		대담성	
	Type III Sum of Squares	F	Type III Sum of Squares	F	Type III Sum of Squares	F	Type III Sum of Squares	F
체형	32.916	13.870***	82.598	35.679***	16.210	7.868**	20.544	6.775**
넥타이 폭	92.098	38.808***	12.539	5.416**	7.315	3.551*	4.591	1.514
성별	3.726	3.140	.007	.006	2.951	2.865	4.533	2.990
체형 * 넥타이폭	22.321	4.703**	32.687	7.060***	15.092	3.663**	2.855	.471
체형 * 성별	3.304	1.392	2.490	1.076	1.484	.720	.572	.189
넥타이폭 * 성별	2.532	1.067	.651	.281	.423	.205	3.439	1.134
체형 * 넥타이폭 * 성별	3.485	.734	1.738	.375	3.591	.872	7.835	1.292
오차	233.754		229.192		203.959		300.218	
합계	3465.922		3556.361		4346.444		3569.750	

* : P < .05 ** : P < .01 *** : P < .001

나타났다.



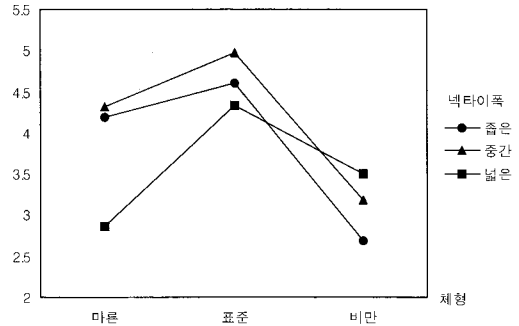
<그림 1> 젊음활동성 이미지에 대한 체형과 넥타이 폭의 상호작용효과

젊음활동성 이미지에 영향을 미치는 체형과 넥타이 폭의 상호작용효과를 <그림 1>에서 살펴보면 마른체형과 표준체형일 경우는 넥타이의 폭이 좁은, 중간, 넓은 순으로 현대적이고 젊어 보이며 활동적인 것으로 나타났으나, 비만체형일 경우는 넓은, 좁은, 중간 순으로 나이들어 보이고 비활동적인 이미지로 평가되었다. 특히 마른체형의 경우 넥타이 폭에 따라 젊음활동성 이미지 차이가 크게 나타나 좁은 넥타이 착용 시 가장 젊고 활동적으로, 넓은 넥타이 착용 시 가장 나이들어 보이고 비활동적인 이미지로 나타났다. 좁은 넥타이와 중간 폭의 넥타이는 마른 체형과 표준체형이 착용하였을 때 젊음활동성 이미지에서 긍정적인 평가를 보였으며 좁은 넥타이일 경우 젊어 보이고 활동적인 이미지가 강하게 나타나 넥타이 폭의 영향에 의한 차이가 큰 것으로 볼 수 있다. 그러나 비만 체형의 경우는 넥타이 폭에 관계없이 모두 낮게 나타나 남성체형이 비만일 경우는 넥타이 폭보다 체형의 영향이 더 크게 작용하여 나이들어 보이고 비활동적인 이미지로 평가되었다.

2) 매력품위성

매력품위성 이미지를 <표 3>에서 살펴보면 성별을 제외한 체형과 넥타이 폭은 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 그 중 체형은 두드러진 영향을 미치는 단서로 나타났다. 그리고 체형과 넥타이 폭은 상호작용하여 매력품위성

이미지에 유의한 효과를 미치는 것으로 나타났다.



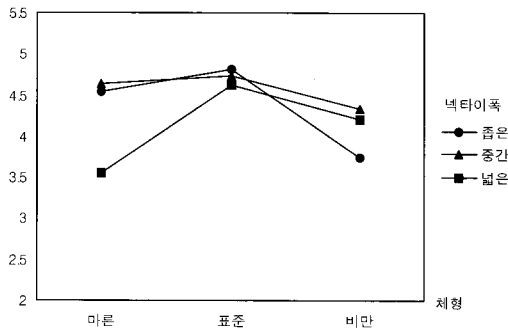
<그림 2> 매력품위성 이미지에 대한 체형과 넥타이 폭의 상호작용효과

매력품위성 이미지에 영향을 미치는 체형과 넥타이 폭의 상호작용효과를 <그림 2>에서 살펴보면 넥타이 폭은 체형에 비교적 일관된 방향성을 보여 표준체형일 때 가장 매력적이고 품위있는 이미지를 보였다. 표준체형일 경우는 중간, 좁은, 넓은 넥타이 폭의 순으로 모두 품위있고 분위기 있는 이미지로 나타났다. 마른 체형의 경우는 중간과 좁은 넥타이 폭일 경우는 매력품위성 이미지에 긍정적인 반응을 보였으나 넓은 넥타이 폭일 경우는 매우 낮게 나타나 품위없고 보기싫은 이미지를 보여 넥타이 폭과 체형의 상호작용효과에 따른 이미지 차이가 큰 것으로 볼 수 있다. 즉, 마른체형의 경우 어떤 넥타이 폭을 코디네이션 하느냐에 따라 매력품위성 이미지가 다르게 표현될 수 있으므로 매력적이고 품위있는 이미지 연출을 위해서는 넥타이 폭을 고려하여 코디네이션 되어야 할 것이다. 비만체형일 경우는 3가지 넥타이 폭 모두 낮게 나타났으며, 그 중 비만체형일 때 좁은 넥타이를 착용할 경우 가장 품위없고 보기싫은 것으로 평가되었다.

마른체형에 넓은 넥타이와 비만체형에 좁은 넥타이와 같이 체형과 상반되는 넥타이 폭은 체형의 결점을 더욱 부각시켜 매력품위성이 낮게 평가되었다. 이와 같이 체형이 매력품위성 이미지에 크게 영향을 미친 결과는 선행연구¹⁹⁾의 결과와 부분적으로 일치한다.

3) 안정성

안정성 이미지를 <표 3>에서 살펴보면 성별을 제외한 체형과 넥타이 폭은 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 체형과 넥타이 폭은 상호작용하여 안정성 이미지에 유의한 효과를 미치는 것으로 나타났다.



<그림 3> 안정성 이미지에 대한 체형과 넥타이 폭과의 상호작용효과

안정성 이미지에 영향을 미치는 체형과 넥타이 폭의 상호작용효과를 <그림 3>에서 살펴보면 표준체형일 경우는 넥타이 폭에 관계없이 모두 차분하고 여유롭고 단정한 이미지로 나타났다. 마른 체형의 경우는 중간과 좁은 넥타이를 착용

할 경우는 차분하고 안정적인 것으로 나타났으나 넓은 넥타이일 경우는 부정적인 반응을 보여 넥타이 폭에 따른 차이를 보였다. 즉 마른체형의 경우 차분하고 단정한 이미지 연출을 위해서는 넥타이 폭을 좁거나 중간 폭 정도로 하는 것이 효과적인 것으로 볼 수 있다. 비만 체형일 경우는 중간, 넓은 넥타이는 차분하고 단정해 보이는 것으로, 좁은 넥타이는 단정해보이지 않는 것으로 나타나 비만체형의 경우 차분하고 단정한 이미지 연출을 위해서는 넥타이 폭을 중간 또는 넓은 폭을 하는 것이 효과적인 것으로 볼 수 있다. 표준체형의 경우는 넥타이의 폭에 관계없이 비교적 안정된 이미지를 보이지만 마른 체형과 비만 체형일 때는 넥타이 폭과의 상호작용으로 안정성 이미지가 다르게 표현되는 것으로 나타나 동일한 체형이라도 체형을 고려한 넥타이 폭을 코디네이션 할 경우 긍정적인 이미지로 변화가 가능함을 시사한다.

4) 대담성

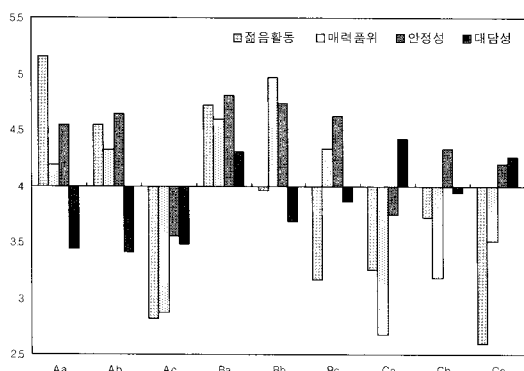
대담성 이미지를 <표 3>에서 살펴보면 3가지 독립변인 중 체형만 주효과로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 체형은 대담하고 강해보이는 이미지에 영향을 미치는 것으로 평가되었다.

<표 4> 체형과 넥타이 폭의 변화에 따른 이미지 차이

체형	이미지	넥타이폭			F값
		좁은 (M)	중간 (M)	넓은 (M)	
마른	젊음활동성	5.155	4.544	2.823	27.760***
	매력품위성	4.193	4.319	2.868	10.899***
	안정성	4.547	4.638	3.556	8.932***
	대담성	3.440	3.413	3.479	.015
표준	젊음활동성	4.723	3.964	3.160	12.028***
	매력품위성	4.601	4.965	4.333	2.642
	안정성	4.812	4.736	4.627	.196
	대담성	4.304	3.688	3.860	1.994
비만	젊음활동성	3.250	3.725	2.597	6.792**
	매력품위성	2.681	3.180	3.507	3.916*
	안정성	3.750	4.333	4.203	2.164
	대담성	4.417	3.940	4.261	.867

* : p < .05 ** : p < .01 *** : p < .001

이는 남성의 이미지에 체형은 강인성 이미지에 영향을 미친다고 보고한 송선옥, 이인자(2001)²⁰의 연구결과와 유사한 결과로 볼 수 있다. 그러나 독립변인들의 상호작용효과는 나타나지 않았으며 체형과 넥타이 폭에 따른 대담성 이미지의 차이는 <표 4>와 <그림 4>의 평균값 비교를 통해 살펴보고자 한다.



<그림 4> 체형과 넥타이 폭의 변화에 따른 이미지 차이

3. 체형별 넥타이 폭에 따른 이미지 차이

체형별 넥타이 폭에 따른 이미지 차이를 분석한 결과는 <표 4>, <그림 4>와 같다. 마른체형일 경우는 젊음활동성, 매력품위성, 안정성 이미지에 넥타이 폭에 따른 유의한 차이를 보였다. 좁은, 중간 폭의 넥타이를 착용할 경우 긍정적인 반응을 보여 젊어보이고 활동적이며 품위있으며 보기 좋고 차분한 이미지로, 넓은 넥타이를 착용할 경우는 부정적인 이미지로 평가되었다.

표준체형일 경우는 젊음활동성 이미지에서 넥타이 폭에 따른 유의한 차이를 보였다. 좁은 폭의 넥타이를 착용할 경우 가장 젊어보이고 활동적인 이미지로 평가되었으며, 중간 또는 넓은 넥타이를 착용할 경우는 나이들어 보이고 비활동적인 이미지로 나타나 젊음활동성 이미지 연출에 넥타이 폭은 중요한 변수로 작용하는 것으로 볼 수 있다. 유의한 차이를 보이지는 않았으나 표준체형은 넥타이 폭에 관계없이 매력품위성과 안정성 이미지에서 모두 긍정적인 반응을 보여 매력적이고 품위 있으며, 차분하고 단정한 이미지로 나타났다.

비만체형일 경우에는 젊음활동성 및 매력품위성 이미지에서 넥타이 폭에 따른 유의한 차이를 보였으며, 모두 부정적으로 나타나 나이들어 보이고 비활동적이며 매력적이지 않는 것으로 나타났다. 그 중 넓은 넥타이일 경우 가장 나이들어 보이고 비활동적인 이미지로, 좁은 넥타이 착용시 가장 품위없고 분위기 없는 것으로 나타났다.

이상의 결과로 볼 때 마른체형의 착용자가 뚱뚱한 체형의 착용자보다 더 매력적으로 평가된 Douty(1984)²¹의 연구결과를 지지하였으며, 남성복 코디네이션 시 이상적인 체형이 아니더라도 체형을 고려한 넥타이 폭을 선정한다면 원하는 좋은 이미지를 창출하는데 효과적일 것이다.

IV. 결론

본 연구는 체형과 넥타이 폭에 따른 남성패션 이미지를 분석하고자 하였다. 넥타이 폭 3가지(좁은, 중간, 넓은), 체형 3가지(표준형, 마른형, 비만형)의 변화에 따라 제작한 자극물을 27쌍의 형용사 쌍으로 평가하여 남성패션 이미지 차원을 밝히고, 넥타이 폭과 체형의 변화가 이미지 형성에 미치는 차이를 분석하여 남성패션에서 체형과 넥타이 폭을 고려한 조화로운 넥타이 코디네이션 방법을 규명하고자 하였다. 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 넥타이의 폭과 체형의 변화에 따른 남성패션 이미지는 젊음활동성, 매력품위성, 안정성, 대담성의 4개 차원으로 도출되었다.

둘째, 체형과 넥타이 폭은 남성패션 이미지에 유의한 영향을 미치는 단서로 작용하였다. 체형은 젊음활동성, 매력품위성, 안정성, 대담성에서, 넥타이 폭은 대담성을 제외한 젊음활동성, 매력품위성, 안정성에서 유의한 차이가 나타났다. 또한 체형은 매력품위성에서, 넥타이 폭은 젊음활동성에서 두드러진 효과를 나타내는 단서로 작용하였다. 그러나 성별은 4가지 이미지 차원에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 평가되어 넥타이 폭과 체형에 따른 남성패션 이미지 지각시 성별에 따른 차이는 나타나지 않는 것으로 볼 수 있다.

젊음활동성 이미지에는 넥타이 폭이 좁은 경

우 짝어보이고 활동적인 이미지가 강하게 나타나 마른체형과 표준체형일 때 넥타이의 폭이 좁은, 중간, 넓은 순으로 현대적이고 짝어보이며 활동적인 것으로 나타났다.

매력품위성 이미지에는 체형의 영향이 크게 나타나 표준체형일 때 중간, 좁은, 넓은 넥타이 폭의 순으로 모두 품위있고 분위기있는 이미지로 나타났다. 비만체형일 경우는 3가지 넥타이 폭 모두 낮게 나타났으며, 그 중 비만체형일 때 좁은 넥타이를 착용할 경우 가장 품위없고 보기 싫은 것으로 평가되었다.

안정성 이미지에는 표준체형일 경우는 넥타이 폭에 관계없이 모두 차분하고 여유롭고 단정한 이미지로 나타났다. 마른 체형의 경우는 중간과 좁은 넥타이를 착용할 때, 비만 체형일 경우는 중간, 넓은 넥타이일 때 차분하고 단정해 보이는 것으로 나타나 마른체형과 비만 체형은 넥타이 폭과의 상호작용으로 안정성 이미지가 다르게 표현될 수 있는 것으로 볼 수 있다.

대담성 이미지에는 체형만 주효과로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 비만 체형일 때 대담하고 강해보이는 것으로 나타났다.

셋째, 체형별 넥타이 폭에 따른 이미지 차이를 보면 마른체형일 경우는 좁은, 중간 폭의 넥타이를 착용할 경우 짝어보이고 활동적이며 품위있고, 보기좋고 차분한 이미지로 나타났으나 넓은 넥타이를 착용할 경우는 젊음활동성, 매력품위성, 안정성 이미지에 부정적인 영향을 미치므로 마른체형은 좁거나 중간 폭의 넥타이를 착용하는 것이 효과적인 것으로 평가되었다.

표준체형일 경우는 넥타이 폭에 관계없이 매력적이고 품위있으며, 안정된 이미지로 나타났으며, 좁은 넥타이를 착용할 경우 더욱 짝어보이고 활동적으로 평가되었다.

비만체형일 경우 젊음활동성과 매력품위성 이미지 모두 부정적인 이미지로 나타났으며, 특히 넓은 넥타이 착용 시 가장 나이들어 보이고 비활동적인 이미지로, 좁은 넥타이 착용 시에는 체형의 결점을 더욱 부각시켜 매력품위성 이미지에서 가장 낮게 평가되었다. 비만체형은 넥타이 폭을 고려한 이미지 평가에서 가장 부정적인 것으로 나타나 체형이 이미지 지각에 미치는 영향이 크게 작용하는 것으로 볼 수 있다.

본 연구는 체형과 넥타이 폭의 변화에 따른 남성패션 이미지를 분석하여 남성패션 이미지 연출 시 체형과 넥타이 폭을 고려한 코디네이션 방법을 제시하였다는 점에서 의의가 있다고 할 수 있다. 최근 트렌드로 부각된 슬림형 넥타이를 자신의 체형과 관계없이 착용하기 보다는 넥타이 폭의 변화에 따른 넥타이 코디네이션에 대한 객관적인 자료를 제시함으로써 넥타이 디자인 개발 및 남성패션 이미지 메이킹의 기초자료로 활용될 수 있을 것으로 본다. 그러나 넥타이 폭을 3가지로 통제하고, 남성체형을 3가지로 한정하여 조사하였으므로 본 연구의 결과를 일반화 하는 데는 신중을 기해야 할 것이다. 따라서 후속연구에서는 본 연구에 포함시키지 못한 남성체형을 고려한 셔츠와 넥타이 폭 및 배색 방법 등에 따른 남성복 이미지에 미치는 영향을 다각도로 분석한다면 체형을 고려한 넥타이의 이미지 연출을 위한 보다 다양하고 체계적인 결과를 얻을 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

- 1) 남성 넥타이 폭 점점 좁아진다 (2007). *디자인 DB 디자인뉴스* 자료검색일. 2008. 10. 6. 자료출처 www.designdb.com
- 2) 강경자, 임지영 (1994). 넥타이의 색과 무늬가 남성복 이미지에 미치는 영향. *한국의류학회지* 16(4), pp.371-377.
- 3) 성남숙 (2008). 스트라이프 문양의 3색 배색과 그 면적비 변화가 넥타이 이미지에 미치는 영향. 경상대학교 대학원 박사학위논문.
- 4) 최수경, 정수진 (2008). 도트 패턴의 배색과 크기 및 면적비 변화에 따른 넥타이 이미지 연구. *한국디자인문화학회지* 14(4), pp. 501-509.
- 5) 이명희, 최유진 (2007). 셔츠와 넥타이의 배색에 대한 시각적 평가 연구. *복식문화연구* 15(6), pp.982-995.
- 6) 최유진, 이명희 (2004). 남성의 재킷, 셔츠, 넥타이 색의 이미지지각과 선호도 연구. *복식* 54(6), pp.131-140.

- 7) Zebrowitz, L.A. (1990). *Social perception*. Pacific Grove. California: Brooks/Cole Publishing.
- 8) Pedersen & Markee (1994). Gender Differences in Characteristics Reported to be Important features of Physical Attractiveness. *Perceptual and Motor Skills* 79, pp.1539-1544.
- 9) Douty, H. I., & Brannon. E. L. (1984). Figure attractiveness: Male and female preferences for female figure. *Home Economics Research Journal* 13(2), pp.122-137.
- 10) 김재숙, 김희숙 (1992). 의복범주가 젊은이의 대인지각에 미치는 영향 -유행성 및 체형과 관련지어-. *한국의류학회지* 16(4), pp.371-377.
- 11) 이명희, 이미연 (2004). 여성외모의 대인매력 평가 연구. *복식* 54(6), pp.101-114.
- 12) 송선옥, 이인자 (2001). 남자의 인상에 미치는 의복유형, 얼굴형 및 체형의 영향. *한국의류학회지* 25(2), pp.369-378.
- 13) 박순천, 이순홍 (2003). 체형에 적합한 시각 효과를 위한 중년남성 정장 디자인(제2보). *한국의류학회지* 27(11), pp.1260-1269.
- 14) 성남숙 (2008). Op. cit., pp.35-38.
- 15) 최수경, 정수진 (2008). Op. cit., pp.501-509.
- 16) 강경자, 임지영 (1994). Op. cit., pp.371-377.
- 17) 최유진, 이명희 (2004). Op. cit., pp.131-140.
- 18) 김현지 (2003). 남성 선거입후보자의 옷차림이 유권자들의 인상형성에 미치는 영향. 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 19) 이은미, 강혜원 (1994). 의복단서 및 연령이 인상형성에 미치는 영향 -남성정장을 중심으로-. *한국의류학회지* 18(2), pp.197-210.
- 20) Molloy, J. T. (1978). *Dress for Success*. N.Y., Warner Book Inc.
- 21) 한국인 인체치수 조사자료 (2004). 사이즈코리아. 자료검색일. 2006. 1. 30. 자료출처 <http://sizekorea.ats.go.kr>
- 22) 김재숙, 김희숙 (1992). Op. cit., pp.371-377.
- 23) 성남숙 (2008). Op. cit., pp.35-38.
- 24) 송선옥, 이인자 (2001). Op. cit., pp.369-378.
- 25) 이명희, 최유진 (2007). Op. cit., pp.982-995.
- 26) 이은미, 강혜원 (1994). Op. cit., pp.197-210.
- 27) 최수경, 정수진 (2008). Op. cit., pp.501-509.
- 28) 최유진, 이명희 (2004). Op. cit., pp.131-140.
- 29) 팽숙경 (2006). 체형과 의복단서가 여성 착용자의 인상에 미치는 영향. 경상대학교 대학원 박사학위논문. pp.32-34.
- 30) Ibid., p.60.
- 31) 송선옥, 이인자 (2001). Op. cit., pp.369-378.
- 32) Douty, H. I., & Brannon. E. L. (1984). Op. cit., pp.122-137.