

의복스타일별 색채에 대한 이미지 분석

최재란[†] · 류숙희*

한국폴리텍섬유패션대학 패션마케팅과, *계명대학교 패션디자인학과

Image Analysis of Color in Clothes Style

Jae-Ran Choi[†] · Sook-Hee Ryoo*

Dept. of Fashion Marketing, Korea Textile & Fashion Polytechnic

*Dept. of Fashion Design, Keimyung University

접수일(2009년 9월 11일), 수정일(1차 : 2009년 12월 30일, 완료일 : 2010년 1월 8일), 게재확정일(2010년 1월 19일)

Abstract

This research investigates the influence of color as an important factor of the visual image created by clothes. First, the factor analysis of the adjectives describing the images of clothes shows that the images of clothes are classified into 4 factors that include attraction, brightness, femininity, and the figure type (of which the attraction factor and brightness factor were found to be important dimensions). Second, as for the images of feminine style clothes colors, violet appears more refined and attractive than other colors in all 3 tones. Red appears as a brilliant and glowing image in a vivid tone. Yellow in a vivid tone and pale tone, and red in deep tone appear as a warm image, while blue appears as a cold image in all 3 tones. Blue and violet appear as a tall and slim image in all 3 tones. As for the images of mannish style clothes colors, yellow in vivid tone, violet in pale tone and red in deep tone appear as the most refined and attractive image, while green in all the tones appears as a rustic and unattractive image. Red in vivid tone, yellow in pale tone and violet in deep tone appear as a very brilliant and glowing image. Red in pale tone and deep tone appear as a warm and feminine image. Third, yellow in all the tones is evaluated to be attractive in the mannish style in the comparison of the image of feminine and mannish style clothes color, while blue in a pale tone in feminine style and in deep tone in mannish style earned high points. Red and violet did not show any significant differences between the two styles.

Key words: Feminine style, Mannish style, Color, Tone; 페미니스타일, 매니쉬스타일, 색상, 톤

I. 서 론

사회와 문화가 발전되고 생활수준이 향상되면서 패션 제품의 소비 경향은 개성화, 다양화, 고급화되고 있으며 가격보다는 디자인이 중요한 경쟁력이 되고 있다. 산업 발전에 따른 제품의 다양화가 가속화되고 문화적 교류가 활성화됨에 따라 이전보다 세분화된 소비자의 감성적 욕구를 만족시킬 수 있는 제품 개발

의 필요성이 대두되고 있으며 이를 위해 효율적으로 사용할 수 있는 디자인 요소의 하나인 색채의 중요성이 인식되고 있다. 색채는 디자인의 부가가치를 높이고 새로움을 주기위해 전략적으로 사용되는 중요한 요소이며, 가장 민감한 감성으로서 인간의 심미감을 만족시킬 수 있는 가장 직관적인 분야이다. 최근에 들어서는 디자인의 독창성 확보 차원에서 어느 때보다도 감성적인 색채요소가 강조되고 있다. 선행연구들에서도 이러한 디자인 요소 각각의 중요성을 인식하고 색채이미지 분류 및 분석 연구(유금화, 2001; 임원

[†]Corresponding author

E-mail: jrchoi@kopo.ac.kr

회, 2001; 추선행, 2000)가 이루어져 활용되고 있다.

의복의 색채는 소비자가 의류상점에서 상품을 선택할 때 거치는 의사결정과정의 첫번째 단계인 흥미 단계에서 매우 중요한 영향 요인이다(Eckman & Kadolph, 1990). 즉 소비자의 흥미를 끌지 못한 상품들은 그 다음의 시도 단계와 구매 단계로 연결되지 않기 때문에 첫번째 흥미 단계에서 의복의 색채가 소비자의 흥미를 끌 수 있다는 것은 구매에 이르는 과정에 있어 매우 중요한 요소로 해석될 수 있다. 또한 현대 소비자는 물질적인 만족감보다는 정신적인 가치를 충족시키고자 하는 욕구가 강하며 이러한 양상은 특히 구매하는 제품을 통하여 다양하고 복잡한 감성이 표현되는 특성으로 나타나고 있다. 소비자들은 의복구매 후 색채불만족으로 인한 의복교환경험이 높아 의복 색채에 대한 소비자들의 불만행동이 구매 이후까지 계속 이어진다. 그러므로 의복의 색채는 의류상품의 이미지 계획에 있어 매우 중요한 요소인 한편, 적절한 사용에 의해 소비자의 구매흥미를 자극함과 동시에 소비자 만족과 직결되므로 소비자의 색채선호에 대한 조사가 중요하다고 하겠다. 따라서 소비자의 감성적 요구에 맞는 적절한 색채의 활용은 패션 제품의 구매 행동에 결정적으로 영향을 주고 마케팅적인 측면에서 제품 판매의 성공여부를 좌우하는 요소라 할 수 있다(이윤주, 1999). 특히 의류상품에서 의복이미지는 의류상품에 대한 지각 및 평가와 관련되어 매우 중요하다. 그 이유는 소비자가 의복착용을 통해 자신의 신분이나 역할, 가치관 감정 및 자신의 미적 감각 등을 나타내기 때문이며, 의류업체는 자사의 목표시장이 선호하는 의복 이미지를 구축함으로써 경쟁력에서 우위를 점하는 마케팅 전략을 수립 할 수 있기 때문이다.

여성복을 대상으로 한 연구들은 의복의 종류에 따라 중요시하는 측면에 차이가 있으나, 대부분 의복 선택에 있어서 자신의 신체적 조건을 보완할 수 있는 디자인과 색상을 중요시하고 있다(김미영, 1989). 특히 의복분야에서는 색채가 디자인의 좋고 나쁨을 좌우하는 중요한 요소이지만 대부분 경험과 느낌에 의하여 사용되고 있어 새로운 감성추구를 위해서는 색채에 대한 감성이미지를 체계적으로 연구하는 것이 매우 필요하다. 지금까지의 색채에 관한 연구들은 색채기호도나 유행색 정보에 관한 연구가 많이 이루어져 왔으며 주로 단색에 대한 일반적인 색채감성 연구가 대부분이고 의복의 색상이나 색조에 관한 각각적인 연구는 미흡하다. 특히 색조에 대한 구체화된 연구가 매우 적을 뿐

아니라 체계적인 연구가 부족한 실정이다.

이에 본 연구는 색채에 따른 의복이미지를 파악하기 위해 색상의 영향과 명도와 채도의 복합적 느낌을 의미하는 색조(tone)의 영향을 살펴보고자 한다. 색상과 색조에 따른 의복이미지를 제시함으로써 추상적인 색채 이미지를 보다 구체화 할 수 있게 하며, 패션 디자인 단계에서 가장 먼저 유행색이 제시되는 흐름에 맞추어 색채기획에 유용한 자료가 될 수 있을 것이다. 또한 의복선택 시 색채를 통해 자신이 원하는 의복 이미지를 연출하는데 있어서 실질적인 도움이 되고자 한다. 이를 위하여 첫째, 의복에 의해 인지되는 의복 이미지를 파악하고 중요 요인으로 분류한다. 둘째, 페미닌스타일과 매니쉬스타일 의복별 색상에 의한 의복 이미지를 살펴본다. 셋째, 페미닌스타일과 매니쉬스타일 의복의 색상에 의한 의복이미지 차이를 비교 분석한다.

II. 이론적 배경

1. 의복스타일

의복스타일에 대한 연구는 1970년대 이후부터 시작되었는데, 의복스타일에 대한 일반적인 정의로서 McJimsey and Harriet(1973)는 특정한 시기에 사용된 특정한 실루엣이나 직물, 장식 또는 액세서리를 말한다 고 하였다. 의복디자인 요소에서는 스타일, 색상, 직물이 있는데 그 중 스타일이 가장 중요한 디자인 요소라 하였다. 의복에서의 스타일은 좁게는 특징적인 재단이나 선, 디테일의 형 등을 의미하며, 넓게는 형과 옷 입는 법을 의미한다. 스타일의 경우에는 전체적인 인상, 즉 형을 초월한 내용적 의미를 부여하는 정신적인 표현으로까지 확대될 수 있다고 하였다(강진석, 1990). 그러므로 의복에서의 스타일이란 다른 스타일과 구별되는 의복의 특징적인 외관으로 외부윤곽선인 실루엣, 내부재단에 사용된 선과 형태에 의해 주로 구분되며, 직물이나 장식의 조합으로도 구분된다 고 할 수 있다. 이은미(1986)의 생산직 근로여성을 대상으로 한 연구에서는 이들 여성이 의복선택 시 우선적으로 고려하는 사항은 디자인이었으며 선호하는 스타일은 여성적이며 부드러운 스타일로 나타났다. 김영인(1989)의 연구에서는 연령에 따른 의복스타일의 선호도를 보았는데, 19세 이하 연령층은 여성적 감각의 귀여운 스타일을 좀 더 선호하고 20대 연령층은 활동

적 감각의 단순한 스타일, 남성적 감각의 편한 스타일을 선호하는 것으로 나타났다. 특히 10대 후반에서 20대까지의 비교적 낮은 경제수준의 미혼여성들은 여성적 감각의 스타일을 더욱 선호하며 자신과의 조화보다는 외부조건에 기준을 맞추어 의복을 선택하는 것으로 나타났다. 藤原康晴(1987)은 5개 사진 자극물을 평가하도록 하여 용어 간의 거리를 다차원으로 분석한 결과 야단스러움과 검소함, 포멀과 캐주얼, 고상함과 친함의 의복평가차원을 얻었다. 장은영(1993)은 의류상품이미지 차원을 4차원으로 제시했다. 혁신-보수, 캐주얼-포멀, 남성적-여성적 차원 및 신체와 관련된 매력성을 나타내는 키가 큰-작은 이미지 항목을 신체성 매력이미지로 하였다. 김현주(1996)는 성인여성을 대상으로 의복스타일 이미지를 '남성적-여성적', '화려한-수수한', '캐주얼한-포멀한' 이미지로 분류하여, 의복스타일 선호와 자기이미지와와의 관계를 조사했다. 그 결과 의복스타일에서 받는 이미지와 자기이미지가 유사할수록 그 스타일을 더 선호하는 것으로 파악되어 의복이미지 스타일 분류에 의해 개인이 어떠한 의복스타일 이미지를 선호하는지 파악할 수 있다고 하였다. 황주란(1989)은 의복스타일 분류에 대한 국내와 국외의 자료를 통합적으로 묶어서 첫째, '엘레강스, 로맨틱', 둘째, '클래식, 보수적', 셋째, '캐주얼, 스포티, 내추럴', 넷째, '드라마틱, 대담한' 스타일의 4가지로 분류하였다. 김문진, 임숙자(1989)도 의류상표이미지를 4개의 속성 즉 '정장형-캐주얼형', '고전적-현대적', '여성적-남성적', '점잖은-화려한' 등으로 구분하여 각 상표의 스타일을 분석한 결과 '여성적-남성적' 스타일과 '정장형-캐주얼형' 스타일이 여대생 집단에서 같은 스타일로 인지되고 있음을 발견하였다. 정인희(1991)는 의복스타일 분류의 가장 기본적인 타당성 있는 기준을 '남성적-여성적', '단순한-장식적', '전원적-도회적' 스타일로 삼았으며, 이들 이미지가 의복으로 표현되었을 경우 스타일이라 부를 수 있다고 하였다. 김미지(1996)의 연구에서 소재감성을 스포티, 클래식, 페미닌의 3분류의 패션이미지로 집약하였는데 스포티는 8개의 소재감성 요소 중에서 에스닉, 컨트리, 액티브 등을, 클래식은 매니쉬, 소피스티케이티, 엘레гант, 로맨틱, 모던, 에스닉을 포함하는 감성으로 고찰하였다. 주소현, 이정희(1998)의 연구에서 1994년에서 1997년까지의 미시 캐주얼 카다로그를 분석하여 가장 많이 나타난 패션스타일을 살펴본 결과 모던, 매니쉬, 캐주얼, 페미닌 등 4가지의 대표적인

패션스타일로 추출되었으며 모던은 현대적이고 강렬한 스타일로, 매니쉬는 직선적이고 점잖은 스타일로, 캐주얼은 전원적이고 따뜻한 스타일로, 페미닌은 여성적이고 무난한 스타일로 나타났다. 이상에서 의복스타일 분류를 살펴보았는데 앞에 제시한 선행연구를 기초로 볼 때 남성적, 여성적 스타일로 의복을 분류하고 있는 것이 가장 많으며 그 외 캐주얼한-포멀한, 화려한-수수한, 진보적-보수적, 단순한-장식적인, 독특한-평범한 스타일 등으로 분류되었다. 이에 여성복과 관련된 의복스타일은 우아한 여성적인 이미지군인 페미닌스타일과 단순하고 남성적인 이미지군인 매니쉬스타일이 대표적인 스타일로 나타났다.

2. 색채이미지

인간이 색채를 인지할 때 광선이 눈을 통해 뇌에 도착하는 과정을 거치는 단계에서 주관적인 판단에 따라 감정적으로 해석하게 되는 것이 색채이미지이다. 색채는 생활환경과 밀접하게 형성되는 상징적인 면을 가지고 있으며 형태와 더불어 표현성을 가지므로 사물과 사건에 대한 정제성을 통하여 정보를 얻게 해준다. 그 때문에 의사전달의 수단으로 사용될 수 있다(아른하임, 1981/1996). 색채이미지는 고정된 것이 아니지만 여러 선행연구결과를 보면 대표적인 색채에 대해서는 공통된 상징과 이미지가 형성되어 있음을 알 수 있다. 이현주(1999)의 연구에서 제시된 의복의 색채이미지를 정리하면 빨강은 건강한·정열적인·대담한·섹시한·위험한 이미지, 노랑은 밝은·젊은·화려한·빛나는 이미지, 초록은 건강한·젊은·자연보호·미숙한·기이한 이미지, 파랑은 보수적인·캐주얼한·활동적인·남성적인·산뜻한 이미지, 보라는 로맨틱·엘레강스·슈크·댄디이미지, 흰색은 깨끗한·은은한 이미지, 검정은 세련된·강한·반항적인 이미지를 주는 것으로 나타났다.

이윤주(1999)는 패션 유행 정보지에 제시된 색채이미지 사진의 형용사를 사용하여 패션 색채이미지를 연구하였다. 패션 색채이미지는 '밝은', '낭만적인', '여성적인', '강렬한', '현대적인'의 다섯 가지 요인으로 구성되었고 이를 다시 패션 색채이미지 공간으로 분석한 결과 패션 색채이미지는 '활기찬-평온한', '밝은-어두운'을 축으로 하는 공간에 위치시킬 수 있다고 하였다. 이는 선행연구에서 의복이미지를 유형별로 분석한 것과 마찬가지로 패션 색채이미지도 요인으로

분석되며 각 요인별로 대표되는 색채가 선정될 수 있음을 보여주었다. 加藤雪枝(1982)는 의복이미지에 미치는 의복형태와 색채효과에 관한 연구에서 의복형태보다 색채의 영향이 크다고 하였다. 역량성과 따뜻함 차원에는 색채의 영향이 크고 평가성, 활동성, 날씬함 차원에는 색채와 형태가 모두 관련이 있다고 보고하였다. 이혜숙(1997)은 한복 착용자를 대상으로 복식색과 색조합의 이미지 지각을 연구한 결과 남색과 초록의 조합이 다른 조합에 비해 긍정적인 평가 이미지를, 노랑과 빨강의 조합이 매력적인 이미지를, 초록과 노랑이 가장 부정적인 평가이미지를, 초록과 파랑의 조합이 매력 없는 이미지로 나타났다. 또한 상하 배색이 상하동색보다 현시적인 이미지, 상하동색이 상하배색보다 매력적인 이미지로 지각된다고 하였다. 그리고 한복 착용자의 상하배색이미지는 저고리색과 치마색에 따라 다르게 지각되었고 특히 저고리색의 효과가 크다고 하였다. 배색의 유형은 각각의 색상에 따라 다른 이미지를 전달하고 있으며 톤은 톤 배색은 매력성 요인에 보색배색은 젊음성, 매력성, 친근성, 유연성, 역량성의 요인으로 구성되어 있으며, 색상과 흰색 배색은 매력성, 젊음성, 역량성, 친근성, 유연성 요인에 색상과 회색배색의 이미지는 매력성, 젊음성, 친근성, 역량성, 유연성의 순서로 나타났다(유금화, 2001). 류숙희 외(2000)은 검정·회색1·회색·흰색의 네 가지 무채색의 H라인·A라인·X라인·O라인의 의복형태에 따른 이미지의 차이와 관찰자 특성별 이미지 차이를 알아보았다. 그 결과, 검정은 V라인이 가장 성숙한 이미지로, X라인이 가장 매력적인 요인으로 나타났으며, 회색은 VH라인이 가장 성숙된 이미지이며, X라인이 가장 어려보이는 이미지로 나타났다. 흰색은 모든 의복의 형태에서 차이가 보였는데 대체로 V라인을 제외하고는 모든 의복의 형태가 어려 보이는 부드러운 경향을 나타내었다. 의복의 형태와 색채 이미지를 분석한 차미승(1992) 연구에서도 의복이미지 요인으로 성숙성, 매력성, 편안성, 현시성, 경연성의 5가지 요인을 도출하고 각 요인이 형태와 색채에 의해 어떠한 영향을 받는지 분석했다. 그 결과 의복형태와 관계없이 빨강과 보라는 현시성이 높고, 파랑과 보라는 성숙한 이미지로 인식되었고, 노랑은 어려 보이는 것으로 나타나 의복이미지 중 현시성과 성숙성은 의복색채에 의해 영향을 받는다고 하였다. 조각보의 면구성과 색채를 응용한 의복의 감성이미지를 분석한 최윤희(2004) 연구에서도 무채색의 바람개비형,

페일 톤의 삼각형이 흥미있는 이미지, 무채색과 페일 톤의 바람개비형, 비비드 톤의 수직형이 현대적인 이미지로 나타났다. 색채에 따라 의복의 감성이미지는 무채색일 때 현대적인 이미지로, 페일 톤의 경우 간결하고 여성적인 이미지로 나타내었다. 색채의 색상과 색조를 모두 고려한 김영인 외(2000)의 연구에서 20대 여성의 정장의류에 대한 선호이미지를 살펴본 결과 의복이미지의 차원으로 '지적 이미지', '색시한 이미지', '발랄한 이미지', '낭만적 이미지'가 도출되었다.

이를 종합하여 볼 때, 색채는 의복에 있어서 그 이미지를 전달하는 중요한 요소이며, 의복에서는 단색만이 아니라 여러 색들이 어울려 어떤 종류의 감정효과를 표출하는 수단이 되는 것이다. 따라서 이러한 의복에서 사용되는 색채의 배색에 파생되는 이미지는 그 의복의 이미지를 형성하는데 적절한 효과를 주기 때문에 이미지에 대한 이해를 통해 디자인의 목적에 적용시키는 것은 극히 중요한 일이다. 또한 색채의 감정효과를 정확하게 파악하는 것이 반드시 필요하다. 색채 분류에 있어서 일반적 색체계와 달리 패션 색채의 특징으로 나타난 것은 색상과 색조 각각에 의해 패션 색채이미지가 유의한 차이를 보이는 것이었다. 특히 색상보다는 색조에 의한 차이가 더 뚜렷한 것으로 나타났다. 또한 패션이미지 형성에 있어서 이미지 유형 중 의복형태보다는 색채의 영향이 큰 것으로 나타났다.

III. 연구방법

1. 연구방법 및 절차

첫째, 의복스타일을 선택하기 위해 선행연구 및 패션스타일 자료 등을 통해 의복스타일을 분류정리한 후 두 스타일(페미닌, 매니쉬)을 선택하였다. 색채는 5가지 색상(빨강, 노랑, 초록, 파랑, 보라), 3가지 색조(비비드 톤, 페일 톤, 댄 톤)를 선택하여 30개의 의복자극물을 제작하였다. 둘째, 1차 예비조사는 패션 관련 전문직 종사자 50명을 대상으로 하여 30개 의복자극물을 보여주고 색채와 의복스타일 변화에 의한 연상 어휘를 자유 기술하도록 하였다. 셋째, 의복이미지에 관한 설문지를 작성하기 위해 1차 예비조사를 통해서 얻어진 형용사와 선행연구를 통해 얻어진 형용사를 재검정하여 75개를 선정하여 예비설문을 실시 한 결

과 최종 36개의 형용사를 선정하였다. 넷째, 본 설문 조사는 대구시에 거주하고 있는 만 20세에서 50세의 여성을 대상으로 편의표집방법으로 총 495부를 배부하였고 이중 불성실한 응답을 제외한 466부의 설문지를 최종 분석에 사용하였다. 다섯째, 설문조사는 이미 지 평가를 위해 빔 프로젝트를 사용하여 의복 30개의 자극물을 각각 1회, 2분씩, 보여주어 이미지를 평가하게 하였다. 빔 프로젝트는 SHARP 社의 XG-501K로 밝기 3,500ANSI Lumens, 화면 크기 40"× 300"로 제시하였으며, 연상되는 이미지는 7점 리커트 척도로 표시하게 하였다.

2. 측정도구

1) 자극물 의복스타일 선정

현대 패션에는 수많은 의복스타일이 나타나므로 이중 대표적인 의복스타일을 추출하기 위하여 최근 10년간 패션 전문매체에 나타난 여성복 사진을 1996년 S/S 부터 2006년 F/W까지 조사대상기간으로 선정하여 총 2,500장의 패션 사진을 수집하였다. 수집된 패션사진을 패션이미지 기준으로 분류하였다. 의복이미지 선정의 적합성을 위해 패션 전공전문인 50명을 검증위원으로 위촉하여 검증한 결과 기준이 되는 의복이미지는 캐주얼, 매니쉬, 클래식, 페미닌, 에스닉, 로맨틱, 내츨 순으로 나타났다. 그 중 빈도가 많은 이미지 중 이미지 분류에 자주 사용되는 페미닌은 현재의 유행 경향인 여성적 이미지를 반영할 수 있는 이미지로서 활용도가 높아 선택하였으며, 강한 남성적 이미지를 보여주는 매니쉬는 아주 명확하게 구분되는 감성축의 이미지로 품위있고, 정숙한 여성적인 분위기를 가진 페미니스타일, 남성복의 아이템을 발상의 원천으로 삼아 남성적인 느낌의 매니쉬스타일을 기준으로 차이점을 보고자 의복자극물의 이미지 스타일로 정하였다.

2) 의복의 배색칼라의 선정

자극물 의복이미지의 배색에 사용할 색상과 색조의 선정은 가장 기본이 되는 색채의 선정을 위하여 빛의 삼원색인 빨강(R), 노랑(Y), 초록(G)을 선정하였으며, 페미니스타일의 이미지 연상 대표 색으로 여성성이 강조되는 보라(P), 남성적 이미지의 연상 대표 색으로 파랑(B)을 선정하였다. 색조는 비비드 톤(vivid tone), 페일 톤(pale tone), 딥 톤(deep tone)으로 하였다. 이와

<표 1> 선정된 색채

톤색상	비비드 톤	페일 톤	딥 톤
빨 강	5R4/14	5R8/4	5R3.5/10
노 랑	5Y8.5/11	5Y9/4	5Y5/8
초 록	5G5.5/11	5G8.5/4	5G4/8
파 랑	5B4.5/10	5B8.5/3	5B3/8
보 라	5P3.5/10	5P8/4	5P3/10

같은 색상과 색조를 의복이미지에 적용하는 방법은 하의의 색상과 톤은 색상별로 고정하고, 상의의 색조를 달리하는 방법으로 배색하였다(표 1).

3) 의복자극물 제작

자극물은 photoshop과 CAD로 제작되었으며 resolution 350 DPI 환경에서 NedGraPhics 社 software인 fashion studio의 color separating & cleaning과 easy map을 사용하여 최종적으로 페미니스타일 의복이미지 15가지, 매니쉬스타일 의복이미지 15가지<그림 1>, 총 30가지의 자극물을 본 연구에서 사용하였다.

4) 설문측정도구

주성분 분석에 의한 Varimax 직교회전을 이용하여 요인을 추출한 결과 4개의 요인이 도출되었으며 23개의 형용사 중 요인부하량이 0.5 이하인 5개의 형용사를 제외하고 18개의 형용사 쌍이 요인분석에 사용되었고 <표 2>와 같이 SD(Semantic Differential) 척도로 구성되었다.

5) 자료분석방법

본 연구의 자료분석은 Spsswin 12.00 프로그램을 사용하여 분석하였다. 분석방법은 Varimax 회전을 이용한 요인분석, 신뢰도 검증, t-test, 기술통계분석, 분산분석, 사후검증으로 Duncan 검증을 실시하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 의복이미지 구성요인

색채가 의복이미지에 미치는 영향을 파악하기 위해 색상 5가지, 색조 3가지의 페미니스타일, 매니쉬 스타일 여성복 이미지 카드를 제작하여 자극물을 이용한 설문조사를 실시하여 색상, 색조에 따른 의복이미지의 색채형성이미지 구성요인을 밝히고자 한다. 의

스타일 색상	페미닌			매니쉬		
	비비드톤	페일톤	딤톤	비비드톤	페일톤	딤톤
빨강						
노랑						
초록						
파랑						
보라						

<그림 1> 스타일별 의복이미지

<표 2> 감성어휘의 의미미분척도

	매우 <---- 보통 ----> 매우	
수수한	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	화려한
눈에 띄지 않는	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	눈에 띄는
점잖은	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	발랄한
품위없는	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	품위있는
촌스러운	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	세련된
남성적인	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	여성적인
평범한	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	특이한
감미롭지 않은	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	감미로운
차가운	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	따뜻한
딱딱한	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	부드러운
매력없는	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	매력있는
나이들어 보이는	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	젊어 보이는
전통적인	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	현대적인
은은한	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	강렬한
입고싶지 않은	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	입고싶은
똥똥해 보이는	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	날씬해 보이는
개성없는	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	개성있는
키가 작아 보이는	1 -- 2 -- 3 -- 4 -- 5 -- 6 -- 7	키가 커 보이는

복이미지 구성요인의 측정을 위해 18쌍의 형용사를 사용하여 의미미분척도로 평가하였다. 문항들은 Osgood and Suci(1955)의 양극척도를 사용하였으며 왼쪽 극단 1점으로부터 오른쪽 극단 7점으로 점수화하여 평가하였다. 466명을 대상으로 설문조사한 의복이미지 18문항을 요인분석하였다. 요인분석은 주성분 분석방법에 의한 Varimax 회전법을 실시한 결과 의복이미지의 구성요인은 4가지로 나타났다(표 3). 요인1은 세련된-촌스러운, 입고싶은-입고싶지 않은, 매력있는-매력없는, 젊어 보이는-나이들어 보이는, 현대적인-전통적인, 감미로운-감미롭지 않은, 품위있는-품위없는 등의 미적가치를 나타내는 7개의 형용사들로 구성되었고, 그 중 세련된, 입고싶은, 매력있는의 요인부하량이 .76, .72, .71로 나타났으며 품위있는 문항이 .50으로 가장 낮은 요인부하량을 나타냈다. 요인1은 '매력성 요인'으로 명명하였으며, 전체변량에 대한 비율은 36.90%였다. 요인2는 화려한-수수한, 강렬한-은은한, 눈에 띄는-눈에 띄지 않는, 특이한-평범한, 발랄한-점잖은, 개성있는-개성없는 등 6개의 형용사로 구성되었고, 그 중 화려한, 화려, 눈에 띄는의 요인부하량이 .80, .78, .77로 나타났으며, 개성있는 문항이 .50으로 가장 낮은 요인부하량을 나타냈다. 요인2는 형용사들이 나타내는 의

미에 따라 '현시성 요인'으로 명명하였으며, 전체변량의 12.15%였다. 요인3은 따뜻한-차가운, 부드러운-딱딱한, 여성적인-남성적인 등의 3개의 형용사들로 구성되었으며, 그 중 따뜻한의 요인부하량이 .84로 높게 나타났다. 요인3은 '여성성 요인'으로 명명하였으며, 전체변량에 대한 비율은 9.74%였다. 요인4는 키가 커 보이는-키가 작아 보이는, 날씬해 보이는-똥똥해 보이는 등의 2개의 형용사들로 구성되었으며, 그 중 키가 커 보이는의 요인부하량이 .80으로 높게 나타났으며, '체형성 요인'으로 명명하였으며, 전체변량에 대한 비율은 5.20%였다.

페미닌스타일, 매니쉬스타일 여성복을 대상으로 느끼는 이미지는 매력성, 현시성, 여성성, 체형성의 네 개의 요인으로 대별된다고 할 수 있으며 네 개 요인이 전체변량의 63.98%를 차지하였다. 이 중에서 매력성 요인, 현시성 요인이 누적변량의 49.05%를 차지함으로써 페미닌스타일, 매니쉬스타일 여성복의 중요한 이미지 차원으로 분석되었다. 이와 같은 의복 스타일 이미지의 요인분석결과 페미닌스타일과 매니쉬스타일의 의복이미지 구성요인은 매력성 요인, 현시성 요인, 여성성 요인, 체형성 요인의 4가지 구성요인으로 형성되었다고 볼 수 있다.

<표 3> 의복이미지 구성요인

요 인	평가항목	요인부하량				요인명	Cronbach's α
		1	2	3	4		
1	세련된 - 촌스러운	.76	.24	.12	.25	매력성	.87
	입고싶은 - 입고싶지 않은	.72	.06	.14	.37		
	매력있는 - 매력없는	.71	.21	.23	.20		
	젊어 보이는 - 나이들어 보이는	.70	.42	-.01	.07		
	현대적인 - 전통적인	.64	.44	-.11	.16		
	감미로운 - 감미롭지 않은	.58	.08	.44	.14		
	품위있는 - 품위없는	.50	-.17	.25	.44		
2	화려한 - 수수한	.19	.80	.13	.07	현시성	.85
	강렬한 - 은은한	.00	.78	-.07	.14		
	눈에 띄는 - 눈에 띄지 않는	.25	.77	.11	.03		
	특이한 - 평범한	.08	.76	.08	.14		
	발랄한 - 짐잡은	.43	.60	.16	-.11		
	개성있는 - 개성없는	.31	.50	.08	.44		
3	따뜻한 - 차가운	-.08	.07	.84	-.04	여성성	.70
	부드러운 - 딱딱한	.27	.02	.81	-.01		
	여성적인 - 남성적인	.38	.26	.55	.14		
4	키가 커 보이는 - 키가 작아 보이는	.16	.19	.04	.80	체형성	.71
	날씬해 보이는 - 뚱뚱해 보이는	.28	.09	-.08	.77		
	고유치	6.64	2.19	1.75	.93		
	전체변량 (%)	36.90	12.15	9.74	5.19		
	누적변량 (%)	36.90	49.05	58.79	63.98		

선행연구들과 비교해 보면, 매력성 요인은 대학생 을 대상으로 분석한 여성복 이미지의 구성요인 중 ‘평가·품위성’(강혜원, 고애란, 1991), ‘매력성 요인’(이혜숙, 1997)과 유사하다고 볼 수 있다. 요인2의 현시성은 ‘현시성’(차미승, 1992), ‘대담성’(은소영, 2000), ‘현시성’(임원희, 2001) 요인과 유사한 것으로 나타났다. 요인3의 여성성은 우아한, 여성적인, 부드러운, 미묘한 여성적인 이미지를 주는 형용사들로 구성되어 있는 ‘여성적인’ 요인(이윤주, 1999), 유연성(유금화, 2001), 경연성(최운혜, 2004)의 의복배색이미지를 대상으로 한 선행연구와 본 연구의 구성요인을 분석한 결과 요인에 포함된 형용사 쌍들은 서로 비슷한 경향으로 구성되어 있음을 알 수 있으며, 요인4의 체형성은 소비자의 감성을 고려한 원피스 드레스에 대한 감성(정은영, 2001)의 연구에서 풍성한, 넓어 보이는, 가늘어 보이는, 날씬해 보이는 등의 형용사로 구성되어 있는 형태적 요인과 일치하였다.

2. 페미니스타일 의복의 색상에 의한 의복이미지

페미니스타일 의복의 색상차이가 의복이미지에 미치는 영향을 알아보기 위해 분산분석을 실시한 결과는 <표 4>와 같다. 매력성의 경우를 살펴보면 비비드 톤에서는 보라가 4.09로 높게 나타났으며, 그 다음으로 노랑, 파랑, 초록, 빨강 순으로 점수가 낮았다. 즉 보라는 세련되고 매력있는 이미지로 평가되었으며, 빨강은 촌스러우며 매력없는 이미지로 평가되었다. 페일 톤에서는 보라가 4.65로 높게 나타났으며, 그 다음으로 파랑, 초록, 노랑, 빨강 순으로 점수가 낮았다. 즉 보라는 입고 싶으며 매력있는 이미지로 평가되었다. 땀 톤은 전체적으로 모든 색상에서 점수가 낮게 나타났으며, 특히 노랑에서 가장 낮게 나타나 촌스러우며 매력없는 이미지로 평가되었다. 이상과 같이 매력성 요인의 경우 모든 톤에서 보라가 세련되고 매력있는 이미지로 평가되었다. 현시성을 살펴보면 비비드 톤의 경우 모든 색상에서 현시성이 높게 나타났으며,

<표 4> 페미니스타일 의복의 색상에 의한 의복이미지

요 인	색 상	톤		
		비비드톤	페일톤	딥톤
매력성	빨강	3.66c	4.04b	3.64a
	노랑	4.01ab	4.12b	2.96b
	초록	3.90b	4.50a	3.61a
	파랑	3.96ab	4.56a	3.75a
	보라	4.09a	4.65a	3.73a
	F값	8.90***	26.41***	31.40***
현시성	빨강	5.40a	3.91c	4.36b
	노랑	4.91b	3.69d	2.94d
	초록	4.86b	4.09b	4.41b
	파랑	4.27d	3.88c	3.74c
	보라	4.70c	4.55a	4.61a
	F값	60.43***	36.65***	133.82***
여성성	빨강	4.68b	5.37b	4.70a
	노랑	5.41a	5.53a	4.33b
	초록	3.70d	4.71c	3.49d
	파랑	3.29e	3.84e	3.17e
	보라	3.98c	4.50d	3.67c
	F값	282.56***	196.48***	126.75***
체형성	빨강	3.81b	3.93b	4.11b
	노랑	3.93b	3.99b	3.47c
	초록	4.41a	4.77a	4.17b
	파랑	4.32a	4.81a	4.47a
	보라	4.49a	4.69a	4.30ab
	F값	21.99***	48.12***	30.61***

*** $p < .001$

a>b>c: Duncan test 결과로 .05 수준에서 유의함을 나타냄.

특히 빨강이 5.40으로 가장 높게 나타나 화려하고 강렬하며 눈에 띄는 이미지로 평가되었다. 페일 톤에서는 보라가 4.55로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 초록, 빨강, 파랑, 노랑 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 보라는 화려하고 강렬한 이미지로 평가되었으며 노랑은 수수하고 은은한 이미지로 평가되었다. 딥 톤에서는 보라가 4.61로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 초록, 빨강, 파랑, 노랑 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 보라는 강렬하며 눈에 띄는 이미지로 평가되었으며, 노랑은 은은하며 눈에 띄지 않는 이미지로 평가되었다. 이상과 같이 현시성 요인의 경우 비비드 톤에서는 빨강, 페일 톤과 딥 톤에서는 보라가 화려하고 강렬하며 눈에 띄는 이미지로 평가되었으며, 페일 톤과 딥 톤에

서 노랑이 수수하며 은은하고 눈에 띄지 않는 이미지로 평가되었다. 이것은 파랑 수트착용자가 가장 능력 있고 활동적인 사람으로, 빨강 수트착용자는 화려하고 특이한 사람으로 지각된 이주현, 조공호(1995) 등의 연구결과와 빨강은 의복형태와 관계없이 가장 두드러진 것으로 평가된 차미승(1992)의 연구결과와 일치하는 것이었다. 이러한 결과는 빨강이 화려하고 눈에 띄는 이미지 지각에 매우 큰 영향을 주는 색이며, 시각적으로 주목받는 색이라는 것을 입증하는 것이다.

여성성의 경우를 살펴보면 비비드 톤에서는 노랑이 5.41로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 빨강, 보라, 초록, 파랑 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 노랑은 따뜻하며 여성적인 이미지로 평가되었으며, 파랑은 차가우

며 남성적인 이미지로 평가되었다. 페일 톤에서는 노랑이 5.53으로 가장 높은 점수를 나타냈으며 그 다음으로 빨강, 초록, 보라, 파랑 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 노랑은 부드러우며 여성적인 이미지로 평가되었으며, 파랑은 딱딱하며 남성적인 이미지로 평가되었다. 딥 톤에서는 빨강이 4.70으로 점수가 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 노랑, 보라, 초록, 파랑 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 빨강은 따뜻하며 여성적인 이미지로 평가되었으며, 파랑은 차가우며 남성적인 이미지로 평가되었다. 이상과 같이 여성성 요인의 경우 비비드 톤과 페일 톤에서 노랑, 딥 톤에서 빨강이 따뜻하며 여성적인 이미지로 평가되었으며, 파랑은 세가지 톤 전체에서 차가우며 남성적인 이미지로 평가되었다. 이는 선행연구들에 의한 색 연상에서도 빨강, 자주, 자주색의 경우 색채이미지가 여성적인, 우아함 등으로 나타난 것과 일치하는 결과이며 추선형(2000)의 연구에서 빨강, 주황, 자주 등의 붉은색 계열이 우아한 이미지로 나타나고 연두, 초록같은 녹색 계열이 우아하지 않은 이미지와 관련한다는 내용과도 일치한다. 이는 우아한 이미지가 여성스러우며 성숙한 이미지를 의미하므로 붉은색 계열이 우아한 이미지를 나타내는 것으로 보이고 또한 녹색 계열은 젊은, 어린 등의 이미지와 연관되는 것으로 볼 때 여성스럽고 성숙한 이미지와는 반대적 이미지를 주는 것으로 나타났다고 해석할 수 있다. 체형성의 경우를 살펴보면 비비드 톤에서는 보라가 4.49로 높게 나타났으며 그 다음으로 초록, 파랑, 노랑, 빨강 순으로 점수가 낮았다. 즉 보라, 초록, 파랑은 키가 커 보이며 날씬한 이미지로 평가되었으며 노랑, 빨강은 키가 작아 보이는 이미지로 평가되었다. 페일 톤에서는 파랑이 4.81로 높게 나타났으며 그 다음으로 초록, 보라, 노랑, 빨강 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 파랑은 키가 커 보이며 날씬한 이미지로 평가되었으며 빨강은 키가 작아 보이는 이미지로 평가되었다. 딥 톤에서는 파랑이 4.47로 점수가 가장 높게 나타났으며, 보라, 초록, 빨강, 노랑 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 파랑이 날씬해 보이는 이미지로 평가되었으며, 노랑은 뚱뚱해 보이는 이미지로 평가되었다. 이상과 같이 체형성 요인의 경우 모든 톤에서 파랑, 보라 등의 한색 계열이 키가 커 보이며 날씬해 보이는 이미지로 평가되었으며, 노랑, 빨강 등의 난색 계열이 키가 작아 보이며 뚱뚱해 보이는 이미지로 평가되었다. 이것은 같은 크기 같은 디자인 이 같은 위치에 배치되어 있음에도 불구하고 빨강, 주

황, 노랑과 같은 난색계의 색상은 실제의 크기보다 크게 느껴지며, 청록, 파랑, 청자와 같은 한색계의 색상은 실제의 크기보다 작게 느껴지는 수축성에 해당된다는 조현주 외(2006)의 연구결과와 일치하였다.

3. 매니쉬스타일 의복의 색상에 의한 의복이미지

매니쉬스타일 의복의 색상이 의복이미지에 미치는 영향을 알아보기 위해 분산분석을 실시한 결과는 <표 5>와 같다. 매력성의 경우를 살펴보면 비비드 톤에서는 노랑이 4.30으로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 파랑, 보라, 빨강, 초록 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 노랑은 세련되고 매력 있는 이미지로 평가되었으며 초록은 촌스러우며 매력 없는 이미지로 평가되었다. 페일 톤에서는 보라가 4.65로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 파랑, 노랑, 빨강, 초록 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 보라가 세련되고 매력있는 이미지로 평가되었다. 딥 톤에서는 빨강이 4.19, 파랑이 4.03으로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 보라, 초록, 노랑 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 빨강, 파랑은 입고 싶으며 매력 있는 이미지로 평가되었으며, 노랑은 입고 싶지 않으며 매력없는 이미지로 평가되었다. 이상과 같이 매력성 요인의 경우 비비드 톤에서는 노랑이, 페일 톤에서는 보라, 딥 톤에서는 빨강이 세련되고 매력있는 이미지로 평가되었으며 비비드 톤, 페일 톤에서는 초록이 딥 톤에서는 노랑이 촌스럽고 매력없는 이미지로 평가되었다.

현시성 요인의 경우를 살펴보면 비비드 톤에서 빨강이 5.39로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 노랑, 보라 파랑, 초록 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 빨강이 화려하고 눈에 띄는 이미지로 평가되었다. 페일 톤에서 노랑이 5.43으로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 초록, 보라, 파랑, 빨강 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 노랑이 화려하고 눈에 띄는 이미지로 평가되었으며, 빨강은 수수하고 은은한 이미지로 평가되었다. 딥 톤에서 보라가 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 빨강, 초록, 파랑, 노랑 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 보라는 화려하고 눈에 띄는 이미지로 평가되었으며, 노랑은 수수하고 은은한 이미지로 평가되었다. 이상과 같이 현시성 요인의 경우 비비드 톤에서 빨강이 페일 톤에서 노랑이 딥 톤에서 보라가 화려하고 눈에 띄는 이미지로 평가되었으며, 딥 톤에서 노랑이 수수하고 눈에 띄지 않는 이미지로 평가되었다.

〈표 5〉 매니쉬스타일 의복의 색상에 의한 의복이미지

요 인	톤			
	색 상	비비드톤	페일톤	딥톤
매력성	빨강	3.73c	4.16bc	4.19a
	노랑	4.30a	4.31b	3.45c
	초록	3.55d	4.02c	3.65b
	파랑	4.03b	4.32b	4.03a
	보라	3.90b	4.65a	3.80b
	F값	27.68***	17.19***	24.25***
현시성	빨강	5.39a	3.99d	4.27b
	노랑	4.70b	5.43a	3.25d
	초록	4.41d	4.55b	4.25b
	파랑	4.51cd	4.19c	4.07c
	보라	4.57bc	4.52b	4.67a
	F값	56.32***	110.42***	78.22***
여성성	빨강	4.56b	5.15a	4.37a
	노랑	5.23a	4.98b	4.04b
	초록	3.31d	3.98c	3.27c
	파랑	3.13e	3.47d	2.84d
	보라	3.86c	4.06c	3.27c
	F값	287.66***	176.12***	126.34***
체형성	빨강	3.80b	4.06b	4.62a
	노랑	3.92b	3.92b	3.97c
	초록	4.11a	4.08b	4.38b
	파랑	4.26a	4.49a	4.63a
	보라	4.17a	4.53a	4.50ab
	F값	8.66***	17.74***	16.47***

*** $p < .001$

a>b>c: Duncan test 결과로 .05 수준에서 유의함을 나타냄.

여성성 요인의 경우를 살펴보면 비비드 톤에서 노랑이 5.23으로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 빨강, 보라, 초록, 파랑 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 노랑은 따뜻하고 여성적인 이미지로 평가되었으며, 파랑은 차갑고 남성적인 이미지로 평가되었다. 페일 톤에서 빨강이 5.15로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 노랑, 보라, 초록, 파랑 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 빨강은 부드럽으며 여성적인 이미지로 평가되었으며, 파랑은 차갑고 남성적인 이미지로 평가되었다. 딥 톤에서 빨강이 4.37로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 노랑, 보라, 초록, 파랑 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 빨강은 따뜻하며 여성적인 이미지로 평가되었고, 파랑은 차가우며 남성적인 이미지로 평가되었

다. 이상과 같이 여성성 요인의 경우 비비드 톤에서는 노랑이, 페일 톤, 딥 톤에서 빨강이 따뜻하고 여성적인 이미지로 평가되었으며, 전체 세 가지 톤에서 파랑은 차가우며 남성적인 이미지로 평가되었다. 이상과 같이 여성성 요인의 경우 비비드 톤, 페일 톤, 딥 톤에서 노랑, 빨강이 따뜻하며 여성적인 이미지로 평가되었으며 파랑은 차가우며 남성적인 이미지로 평가되었다. 이혜숙(1997) 연구에 의한 색 연상에서 빨강과 노랑의 경우 색채이미지가 여성적인 우아함 등으로 나타난 것과 일치하는 결과이며, 추선형(2000)의 연구에서도 빨강, 주황, 자주 등의 붉은색 계열이 우아한 이미지로 나타나고, 초록, 파랑은 우아하지 않는 이미지로 나타난 결과와 일치하였다. 이는 우아한 이미지

가 여성스러우며 성숙한 이미지를 의미하므로 붉은색 계열이 가장 우아한 이미지를 나타내는 것으로 보이고 초록, 파랑은 젊은, 어린 등의 이미지와 연관되는 것으로 볼 때 여성스럽고 성숙한 이미지와는 반대적 이미지를 주는 것으로 사료된다. 체형성 요인의 경우를 살펴보면 비비드 톤에서 파랑이 4.26, 보라가 4.17, 초록이 4.11로 높게 나타났으며 그 다음으로 노랑, 빨강 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 파랑, 보라, 초록이 키가 커 보이며 날씬해 보이는 이미지로 평가되었으며, 빨강은 키가 작아 보이며 뚱뚱해 보이는 이미지로 평가되었다. 페일 톤에서 보라가 4.53, 파랑이 4.49로 높게 나타났으며, 그 다음으로 초록, 빨강, 노랑 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 보라, 파랑은 키가 커 보이는 이미지로 평가되었으며, 노랑은 키가 작아 보이는 이미지로 평가되었다. 딥 톤에서 파랑이 4.63, 빨강이 4.62, 보라가 4.50으로 높게 나타났으며, 그 다음으로 초록, 노랑 순으로 점수가 낮아졌다. 즉 파랑, 빨강, 보라는 키가 커 보이며 날씬해 보이는 이미지로 평가되었으며, 노랑의 난색 계열은 키가 작아 보이며 뚱뚱해 보이는 이미지로 평가되었다. 이상과 같이 체형성 요인의 경우 모든 톤에서 파랑, 보라 등 한색 계열의 색상이 키가 커 보이며 날씬해 보이는 이미지로 평

가되었으며, 노랑은 키가 작아 보이며 뚱뚱해 보이는 이미지로 평가되었다. 이는 加藤雪枝(1982)의 연구에서 빨강은 활동적이고 따뜻한 이미지, 파랑은 날씬한 이미지로 나타난 결과와 일치하였다.

4. 페미닌·매니쉬 스타일 의복의 색상에 의한 의복 이미지 비교

페미닌·매니쉬스타일 의복의 색상에 의한 의복이미지 비교를 파악하기 위해 t 검정을 실시한 결과는 <표 6>과 같다. 매력성 요인을 살펴보면 빨강은 딥 톤에서 유의적인 차이가 있어 매니쉬스타일이 세련되고 매력적인 이미지로 평가되었다. 노랑은 비비드 톤, 페일 톤, 딥 톤 모두 매니쉬스타일이 매력성이 높다고 평가되었다. 초록은 비비드 톤, 페일 톤에서 페미닌 스타일이 매니쉬스타일보다 매력적인 이미지로 평가되었다. 보라는 비비드 톤에서 유의적인 차이가 나타났으며 페일 톤, 딥 톤에서는 유의적인 차이가 나타나지 않았다. 비비드 톤에서 페미닌스타일이 매력성이 높다고 평가되었다. 파랑은 페일 톤에서 페미닌스타일 딥 톤에서 매니쉬스타일을 보다 매력적인 이미지로 평가되었다.

<표 6> 페미닌·매니쉬스타일 의복의 색상에 의한 의복이미지 비교

색상	스타일 톤	요인			매력성			현시성			여성성			체형성		
		페미닌	매니쉬	t 값	페미닌	매니쉬	t 값	페미닌	매니쉬	t 값	페미닌	매니쉬	t 값			
빨강	비비드 톤	3.66	3.73	-.94	5.40	5.39	.22	4.68	4.56	1.73	3.81	3.80	.08			
	페일 톤	4.04	4.16	-1.52	3.91	3.99	-1.08	5.37	5.15	3.38**	3.93	4.06	-1.47			
	딥 톤	3.64	4.19	-6.37***	4.36	4.27	.99	4.70	4.37	4.24***	4.11	4.62	-5.38***			
노랑	비비드 톤	4.01	4.30	-3.74***	4.91	4.70	2.72**	5.41	5.23	2.78**	3.93	3.92	.17			
	페일 톤	4.12	4.31	-2.46*	3.69	5.43	-24.12***	5.53	4.98	8.04***	3.99	3.92	.69			
	딥 톤	2.96	3.45	-5.93***	2.94	3.25	-3.97***	4.33	4.04	3.66***	3.47	3.97	-5.25***			
초록	비비드 톤	3.90	3.55	4.43***	4.86	4.41	5.84***	3.70	3.31	5.25***	4.41	4.11	3.48**			
	페일 톤	4.50	4.02	6.34***	4.09	4.55	-6.15***	4.71	3.98	9.82***	4.77	4.08	7.54***			
	딥 톤	3.61	3.65	-.57	4.41	4.25	1.77	3.49	3.27	2.92**	4.17	4.38	-2.31*			
파랑	비비드 톤	3.96	4.03	-.91	4.27	4.51	-3.31**	3.29	3.13	2.27*	4.32	4.26	.71			
	페일 톤	4.56	4.32	3.17**	3.88	4.19	-4.20***	3.84	3.47	4.93***	4.81	4.49	3.65***			
	딥 톤	3.75	4.03	-3.38**	3.74	4.07	-4.22***	3.17	2.84	4.57***	4.47	4.63	-1.73			
보라	비비드 톤	4.09	3.90	2.46*	4.70	4.57	1.80	3.98	3.86	1.54	4.49	4.17	3.40**			
	페일 톤	4.65	4.65	.12	4.55	4.52	.35	4.50	4.06	5.55***	4.69	4.53	1.80			
	딥 톤	3.73	3.80	-.90	4.61	4.67	-.71	3.67	3.27	4.50***	4.30	4.50	-2.05*			

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

a>b>c: Duncan test 결과로 .05 수준에서 유의함을 나타냄.

현시성 요인을 살펴보면 빨강은 비비드 톤, 페일 톤, 딥 톤에서 유의적인 차이가 나타나지 않았다. 노랑은 페일 톤에서 매니쉬스타일이 페미니스타일보다 화려한 이미지로 평가되었다. 초록은 비비드 톤에서 페미니스타일이 매니쉬스타일보다 현시성이 높게 평가되었으며, 페일 톤에서 매니쉬스타일이 페미니스타일보다 현시성 점수가 높은 것을 알 수 있다. 파랑은 모든 톤에서 매니쉬스타일이 화려하고 강렬한 이미지로 평가되었다. 보라는 모든 톤에서 유의적인 차이가 나타나지 않았다.

여성성 요인을 살펴보면 빨강은 비비드 톤에서 유의적인 차이가 나타나지 않았으며 페일 톤, 딥 톤에서 페미니스타일이 매니쉬스타일보다 여성적인 이미지로 평가되었다. 노랑, 초록, 파랑은 비비드 톤, 페일 톤, 딥 톤의 세 톤 모두 페미니스타일이 여성적인 이미지로 평가되었다. 보라는 페일 톤, 딥 톤에서 페미니스타일이 매니쉬스타일보다 여성성이 높은 것으로 평가되었다.

체형성 요인을 살펴보면 빨강, 노랑은 비비드 톤, 페일 톤에서 유의적인 차이가 나타나지 않았으며, 딥 톤은 유의적인 차이가 나타났다. 딥 톤은 매니쉬스타일에서 키가 커 보이는 이미지로 평가되었다. 초록은 비비드 톤, 페일 톤에서 페미니스타일이 키가 커 보이는 이미지로 평가되었으며, 딥 톤에서 매니쉬스타일이 페미니스타일보다 체형성이 높게 평가되었다. 파랑은 페일 톤에서 유의수준 1%에서 차이가 나타나 페미니스타일이 체형성 점수가 높았다. 보라는 비비드 톤에서 유의적인 차이가 나타나 페미니스타일이 체형성 점수가 높았다. 딥 톤에서 유의적인 차이가 나타나 매니쉬스타일이 페미니스타일보다 체형성이 높게 평가되었다.

페미니스타일, 매니쉬스타일 의복의 색상에 의한 의복이미지 비교에서 매력성, 현시성, 여성성, 체형성 이미지는 의복스타일이 상반됨에도 거의 유사하게 나타나 의복이미지는 의복스타일보다는 색상의 영향을 많이 받는 것으로 나타났다.

V. 결 론

본 연구는 의복에 의해 시각적으로 느껴지는 이미지의 중요한 요인인 색채의 영향을 알아보기 위한 것이다. 색채선정은 5가지 색상(빨강, 노랑, 초록, 파랑, 보라), 3가지 색조(비비드 톤, 페일 톤, 딥 톤)로 한정하고, 의복스타일은 페미니스타일과 매니쉬스타일의

2종류를 선정하여 30개의 의복자극물을 제작하였다. 의복이미지 형용사는 7점 척도로 답하게 하였으며, 조사대상자는 대구시에 거주하고 있는 만 20세~50세의 여성 466명이었다. 페미니스타일, 매니쉬스타일 의복 각각의 색상과 두 스타일의 의복이미지 차이를 비교하였다.

첫째, 의복이미지를 나탄 낸 형용사를 요인분석한 결과, 의복이미지 구성요인은 매력성 요인, 현시성 요인, 여성성 요인, 체형성 요인의 4개 요인으로 구분되었으며, 이들 중 매력성 요인과 현시성 요인이 중요한 차원인 것으로 나타났다. 둘째, 페미니스타일 의복의 색상에 의한 이미지는 보라색은 세 가지 톤 모두에서 다른 색보다 세련되고 매력 있는 이미지로 나타났다. 빨강은 비비드 톤에서 매우 화려하고 강렬한 이미지로 나타났으며, 노랑은 딥 톤에서 매우 수수하고 은은한 이미지로 나타났다. 노랑은 비비드 톤, 페일 톤에서, 빨강은 딥 톤에서 따뜻한 이미지로 나타났으며, 파랑은 세 가지 톤에서 차가운 이미지로 나타났다. 모든 톤에서 파랑과 보라는 키가 커 보이며 날씬해 보이는 이미지로 나타났으며, 노랑과 빨강은 키가 작아 보이며 뚱뚱해 보이는 이미지로 나타났다. 매니쉬스타일 의복의 색상에 의한 이미지는 노랑은 비비드 톤, 보라는 페일 톤, 빨강은 딥 톤에서 가장 세련되고 매력적인 이미지로 나타난 반면, 초록은 모든 톤에서 촌스럽고 매력없는 이미지로 나타났다. 비비드 톤 빨강, 페일 톤 노랑, 딥 톤 보라는 화려하고 강렬한 이미지로 나타났다. 페일 톤, 딥 톤에서 빨강은 따뜻하고 여성적인 이미지로 나타났으며 파랑은 세 가지 톤에서 차갑고 남성적인 이미지로 나타났다. 파랑은 비비드 톤, 딥 톤에서 키가 커 보이는 이미지로 나타났다. 셋째, 페미닌·매니쉬스타일 의복의 색상에 의한 의복이미지는 노랑은 모든 톤이 매니쉬스타일에서 매력적인 이미지로 평가되었으며, 파랑은 페일 톤에서 페미니스타일, 딥 톤에서 매니쉬스타일이 점수가 높은 특성을 보였다. 빨강, 보라는 두 스타일에서 유의적인 차이가 나타나지 않았으며, 노랑은 비비드 톤에서 페미니스타일이, 페일 톤, 딥 톤에서 매니쉬스타일이 점수가 높아 현시성이 높은 이미지로 평가되었다. 파랑은 모든 톤에서 매니쉬스타일이 화려한 이미지로 평가되었다. 노랑, 초록, 파랑은 모든 톤에서 매니쉬스타일이 페미니스타일보다 여성적인 이미지로 평가되었다. 본 연구는 다양한 색채에 의해 인지되는 의복이미지를 분석 제공함으로써 색상 및 색조에

근거한 색채를 활용하는데 효율적인 도움을 줄 수 있을 것이다. 패션 디자인 단계에서 가장 먼저 유행색이 제시되는 흐름에 맞추어 디자인을 기획할 수 있는 유용한 자료가 되며 소비자의 요구에 부합하는 디자인을 유도할 수 있을 것이다. 위와 같은 결론을 바탕으로 후속연구를 위한 제언을 하면 다음과 같다. 색채는 시각적으로 식별이 가능한 수많은 색을 일일이 조합해 볼 수 없으며 색상, 명도, 채도에 따른 데이터베이스를 구축할 수 없어 의복에서 가장 많이 사용하는 5가지 색상과 3가지 색조로 제한하였다. 또한 본 연구에서는 동일색상에서 상의에만 톤의 변화를 주어 배색효과에 한정된 연구였으나 이를 활용하여 의복 전반에 걸친 배색의 이미지로 포함하여 연구하면 종합적인 연구결과를 얻을 수 있을 것이다. 응답자의 경우 무작위로 선별하여 응답자의 한사람이 빔 프로젝트에 제시된 화면을 통하여 30개의 자극물을 다양한 방법으로 다룰 수 없었으며 모델의 자세가 동일하지 않은 점을 고려하여 여러 가지 의복스타일, 색상, 색조를 포함시켜 더 다양하게 연구하는 것이 필요하다고 생각된다.

참고문헌

- 강진석. (1990). *샤넬 복식에 나타난 기능주의와 클래식스타일에 관한 고찰*. 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
- 강혜원, 고애란. (1991). 여자 한복의 인상 형성 연구-디자인의 변형과 배색을 중심으로-. *한국의류학회지*, 15(2), 211-272.
- 김문진, 임숙자. (1989). 상표이미지 선호도와 패션 광고 전략에 관한 연구. *한국의류학회지*, 13(3), 197-206.
- 김미영. (1989). *생활양식유형과 의복평가기준에 관한 연구*. 서울대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김미지자. (1996). *Texture와 Colour Coordination의 감성공학적 Technology에 관한 연구*. 한양대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김영인. (1989). 선호디자인 감각에 따른 의복구매자 유형과 관련된 생활양식 특성에 관한 연구. *복식*, 18, 269-281.
- 김영인, 고애란, 홍희숙. (2000). 의복이미지 선호에 따른 20대 여성 정장시장 세분화 및 색채선호도. *한국의류학회지*, 24(1), 3-14.
- 김현주. (1996). *의복스타일 이미지와 자기이미지와의 관계 연구*. 성신여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 아른하임, 루돌프. (1981). *미술과 시지각*. 김춘일 역 (1996). 서울: 미진사.
- 류숙희, 박종희, 최재란. (2000). 4가지 무채색 의복의 형태변화에 따른 시각적 이미지. *한국의류학회지*, 24(8), 1177-1186.
- 유금화. (2001). *여성 정장의 2색 배색에 의한 이미지 지각*. 건국대학교 대학원 박사학위 논문.
- 은소영. (2000). *의복배색의 시각적 감성 연구*. 부산대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이윤주. (1999). *색채이미지에 기반한 패션 색채계획 도구의 개발*. 연세대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이은미. (1986). *생산직 근로여성의 자아수용성과 의복행동과의 상관연구*. 연세대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이주현, 조공호. (1995). 의상디자인 요소가 의복착용자의 인상에 미치는 영향 (제1보)-Dress 및 Pants/Blouse의 형태와 색채를 중심으로-. *한국의류학회지*, 19(5), 747-764.
- 이현주. (1999). *노란색 이미지에 의한 복식디자인*. 연세대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이혜숙. (1997). *복식색과 색조합의 이미지 지각: 여자 저고리, 치마를 중심으로 한 준 실험 연구*. 충남대학교 대학원 박사학위 논문.
- 임원희. (2001). *한국 전통 복식의 배색이미지-조선시대 후기 복식유물을 중심으로*. 건국대학교 대학원 박사학위 논문.
- 장은영. (1993). *의류상품이미지에 의한 의복색채모형 연구*. 숙명여자대학교 대학원 박사학위 논문.
- 정은영. (2001). *원피스 드레스 디자인에 관한 감성공학적 연구*. 영남대학교 대학원 박사학위 논문.
- 정인희. (1991). 의복이미지 구성요인과 평가차원에 관한 연구. *한국의류학회지*, 15(4), 379-391.
- 조현주, 이광훈, 정혜민. (2006). *쉽게 이해하는 색채학*. 서울: 시그마프레스.
- 주소현, 이경희. (1998). 의복, 배경의 조합에 따른 시각적 이미지 연구. *한국의류학회지*, 23(1), 78-89.
- 차미승. (1992). *의복형태와 색채이미지의 시각적 평가와 분석*. 부산대학교 대학원 석사학위 논문.
- 최운혜. (2004). *조각보의 면구성과 색채를 응용한 의복의 감성이미지 연구*. 계명대학교 대학원 박사학위 논문.
- 추선형. (2000). *색채와 질감에 의한 패션 소재 이미지*. 연세대학교 대학원 박사학위 논문.
- 황주란. (1989). *상황별 의복선택에 관한 연구: 의복스타일과 평가기준을 중심으로*. 연세대학교 대학원 석사학위 논문.
- 加藤雪枝. (1982).ブラウスの 衿のイメツに反ばず形態反て色の效. *纖維製品消費科學誌*, 23(4), 159-164.
- 藤原康晴. (1987). 女子大學生の好きな被服のイメツと自己概念との關聯性. *日本家政學會誌*, 38(7), 593-598.
- Eckman, D. M., & Kadolph, S. J. (1990). Toward a model of the instore purchase decision process: Consumer use of criteria for evaluating women's apparel. *Clothing and Textiles Research Journal*, 8(2), 13-22.
- McJimsey, H. J., & Harriet, T. (1973). *Art and fashion in Clothing Selection*. Ames, Iowa: The Iowa State University Press.
- Osgood, L. E., & Suci, G. J. (1955). Factor analysis of meaning. *Journal of Experimental Psychology*, 50(5), 325-339.