

스트라이프 넥타이의 톤온톤 배색과 그 면적비가
남성복 이미지 지각에 미치는 영향
-1 : 2 : 3 면적비 중심으로-

**The Effect on the Image of Men's Wearer with Color and
Area of Tone on Tone Combination of Stripe Necktie
-Based on 1:2:3 Area Ratio-**

성 남 숙⁺ · 강 경 자

Nam Sook Sung⁺ · Kyeong Ja Kang

진주국제대학교 패션액세서리학과 교수⁺

경상대학교 의류학과 교수

Associate Professor, Department of Fashion Accessory, Jinju International University⁺

Professor, Department of Clothings, Gyeongsang National University

Abstract

This study aims to characterize the effect of different combinations of colors and tone-area-ratio of stripe necktie, and gender on the image of male wearer. The experimental materials developed for this study are a set of stimuli and response scales. The stimuli consist of 28 color pictures manipulated with every combination of 4 different colors and 7 different tone-area-ratio. The 7-point scale designed for visual evaluation of image formation included 29 bipolar adjectives. The subjects were 336 undergraduate students in Gyeongnam, Seoul, Busan, and Daegu areas. The results of this study were as follows: The analyses of images of wearer in men's clothing in terms of colors and tone-area-ratio of oblique stripe necktie reveal that the concerned factors are of five characteristic dimensions of activity, ability, attractiveness, appeal, and warmness. In addition, it has been found that individual images of people in men's clothes are affected by observer's gender as well as colors and tone-area-ratio of stripe neckties and that those images vary with every combination of each factor. The study results are highly expected to be used as useful sources in developing necktie designs.

Key Words : Stripe Necktie, Tone on Tone Combination, Area Ratio, Image of Male Wearer

I. 서론

남성들은 일상생활 속에서 정장을 하거나 캐주얼한 차림에 넥타이를 착용하는 것이 일반적인 경향으로 넥타이는 남성복에서 필수적인 아이템 중의 하나이다. 넥타이는 개인의 기호나 감정에 의해 선택되기 때문에 감성을 개성화 시킬 수 있는 자기표현의 장이 될 수 있다. 또한 정장에 비하면 작은 부분에 불과하지만 넥타이가 주는 느낌은 즉각적이고 두드러져 착용자의 이미지 형성에 결정적인 단서로 작용하게 된다.

지금까지 넥타이에 관한 선행연구들(이은미·강혜원, 1993; 남미우·강혜원, 1994; 강경자·임지영, 1996; 최유진·이명희, 2004; 임지영·강경자, 2005)은 대부분 남성복과의 배색 조화를 중심으로 이미지에 미치는 영향을 연구하여 넥타이와 셔츠나 정장의 코디네이션에서 배색의 중요성을 강조하였다. 특히 넥타이는 얼굴 바로 아래에 위치하고 있어 색의 영향은 크다고 할 수 있다. 넥타이는 무늬의 단색도 있지만 대부분 무늬가 있고 무늬에는 선(line), 스페이스(space), 형태(form) 그리고 색채(color)라는 디자인 요소를 포함하고(Davis, 1990; 이호정, 2005) 있어 작은 면적이지만 무늬에 의한 이미지 또한 다양할 수 있다. 그러나 무늬도 사실무늬, 기하무늬, 추상무늬, 전통무늬, 양식화된 무늬 등 다양하여 무늬종류나 배색방법을 모두 포함시킨 넥타이의 이미지를 알아내는 것은 쉽지 않다.

넥타이의 문양 중 가장 일반적으로 무난하게 사용되는 대표적인 문양은 기하문양의 하나인 사선 스트라이프를 들 수 있다. Molley (1977), Hix (1978), Furstenberg (1978), 및 Jackson (1984) 등은 성공을 위한 의복의 중요성을 언급하면서 넥타이 무늬는 작고 제한된 것으로 도트, 스트라이프 패턴, 체크 패턴 등이 좋다고 하였고 선행연구(1992)는 줄 문양이 넥타이 전체의 20%에 달한다고 하였다.

스트라이프 패턴양은 선의 종류와 수, 선의 넓이, 선들 간의 공간 간격에 따라 느낌이 다를 수 있고 여기에 색을 변화시킴으로써 색의 양적비례에 따라 다양한 이미지를 전달할 수 있어 스트라이프 문양에서 선과 색채, 면적은 가장 시각적으로 먼저 인지될 수 있는 중요한 요소가 된다.

따라서 스트라이프 문양 디자인에서 이들 변인들은 과학적인 측면보다 감성적인 측면에서 접근 할 필요가 있다고 보고 이들 변인들을 통해 변화를 시도하는 것은 의미가 있다고 본다. 그러나 스트라이프 문양에 관한 선행연구들(加藤雪枝·梶山藤子, 1984; 吉岡徹, 1986; 山川藤 외, 1985; 山川藤 외, 1987; 小營啓子, 1990; 吉岡徹, 1990; 橋本令子·加藤雪江, 1991)은 피복의 착장상태에서 스트라이프 문양의 폭, 방향, 배색에 변화를 주어 그 시각적 효과나 이미지에 관해 연구되었고 국내 연구들(박상의, 1978; 조희래·김영인, 1996; 강병희·김영인, 1998; 김혜수, 2002; 이영진 외, 2002)은 색동의 리듬 특성 및 스트라이프에 내재된 리듬특성을 연구하

스트라이프 넥타이의 톤온톤 배색과 그 면적비가 남성복 이미지 지각에 미치는 영향 -1:2:3 면적비 중심으로-

거나 블록 스트라이프의 폭·간격·색상을 배제한 명도차이, 패턴배열방식이 감성에 미치는 영향을 밝힌 연구들이 있다. 또한 색은 구체적인 대상에 따라 전달되는 이미지와 그 효과가 다를 수 있다.

특히 넥타이의 경우 스트라이프 문양의 배색을 어떻게 하느냐는 매우 중요하고 배색되는 색의 면적 또한 미적 효과에 영향을 미칠 수 있다. 内谷(1973)도 면적비의 효과가 존재한다고 하였고 하야시(林, 1975; 강경자, 2005)는 면적비의 영향이 큰 배색과 작은 배색이 있다고 하였다. 이러한 관점에서 배색되는 색상과 그 면적비는 이미지 형성에 중요한 변수가 될 수 있다. 따라서 스트라이프 패턴에서 배색방법과 면적비의 영향은 규명될 필요가 있다고 본다. 그러나 이러한 측면에서 연구는 이루어지지 않고 있다.

본 연구에서는 남성복에서 악센트가 되는 넥타이의 문양 중 일반적으로 스트라이프 문양이 선호되는 점을 이용하여 문양을 사선 스트라이프로 선정하였다. 배색은 모든 색이나 배색방법을 한 번에 다룰 수가 없으므로 배색되는 색상을 3색으로 통제하고 배색방법은 선행연구(강경자·임지영, 2005)에서 다양한 이미지 창출이 가능한 톤온톤 배색으로 색상은 동일하지만 톤이 다르도록 조합하였다. 즉 넥타이 색상을 빨강, 노랑, 파랑, 보라의 4가지 색으로 선정하고 각 색상별로 비비드, 라이트, 다크의 3가지 톤이 하나의 넥타이에 포함 되도록 조합하여 3가지의 톤 단계로 디자인 된 패턴으로 하였다. 따라서 스트라이프 문양 색상의 명도 변화는 그 면적에 따라 이미지가 다를 수 있다고 보고 색상별로 3가지 톤의 면적비를 1:1:1의 기본에서 1:2:3의 면적비가 되도록 한 후 이를 서로 바꾸어 6가지 조합으로 조작하여 변화시켜봄으로써 배색되는 색상과 그 면적비가 넥타이 착용자의 이미지 형성에 어떻게 영향을 미치는지 밝히고 지각자 성별에 따른 차이를 알아보려고 한다.

본 연구의 결과는 넥타이를 선택하는 소비자의 감성을 파악하고 기업에서는 소비자의 감성에 부합하는 넥타이제품 개발을 위한 디자인 기법으로 활용 될 수 있을 것으로 본다.

II. 이론적 배경

현대의 비즈니스에서 '신뢰감'을 위한 넥타이 전략은 크다고 볼 수 있다. 최근 남성복은 고급화, 개성화, 다양화 추세를 보이고 남성복에 코디네이션 되는 아이템에서 빼놓을 수 없는 것으로 와이셔츠와 함께 넥타이를 들 수 있다.

Jackson (1984)은 넥타이 문양으로 도트, 스트라이프 패턴, 체크 패턴 등의 작고 제한된 것이 좋다고 하였다. 넥타이 문양을 선행란(1992), 이남순(1994)은 크게 기하학적 문양과 자연 문양으로 분류 하였다. 기하학적 문양에는 체크, 도트, 패턴, 클럽 문양으로, 자연 문양에는 사실적 형태를 단순화한 식물문양, 동물문양, 페이즐리 문양으로 구분하고 문양 중 기하학적 문양은

약 29%로 나타났으며 방향에 따라 가로 문양, 세로 문양, 사선 문양이 있고 이 중에서 사선 문양이 우세하였다.

의복에서 색은 자신의 감정을 표현할 수 있는 요소가 된다. 색은 자신의 이미지를 변화시키는데 효과적으로 사용될 수 있어 원하는 이미지 창출을 가능하게 해준다. 그러나 색이 착용자의 이미지에 미치는 영향요인은 그다지 간단하지 않다. 의복의 배색에서는 색상, 명도, 채도의 차이가 그 기초가 되어 조화를 이루어야한다. 넥타이에 있어서도 색이 디자인의 다른 구성요소 즉 무늬, 형태보다도 먼저 우리 눈에 띄게 되고 또한 매는 사람의 개성을 잘 표현해 준다.

넥타이 색채를 크게 분류하면 유채색(87%)과 무채색(13%)으로 구분되고, 유채색 중 색의 조화를 분석한 결과 색의 혼합정도가 4색, 5색, 3색, 6색, 및 2색의 혼합 순으로 나타나고 색상별 비율은 적색(29%), 청색(24%), 갈색(20%), 자색(14%) 순으로 무채색은 회색(6%), 흑색(4%), 백색(3%) 순으로 나타났다).

이와 같이 넥타이에는 색상이 단독으로 되는 경우는 드물고 대부분 2색 이상의 배색으로 구성된다. 배색의 출발점은 한 색으로 나타낼 수 없는 효과를 두색 이상의 조합에 의해 만들어 내는데 있다. 비록 같은 색이라도 2색 또는 3색 배색의 대상이 될 수 있다. 즉 색의 삼속성인 색상, 명도, 채도의 차가 조화의 여부를 결정하게 된다.

Moon과 Spencer는 배색되는 색채간의 조화를 분류할 때 한 속성만 다르고 나머지 두 속성이 같은 경우, 두 속성이 다르고 나머지 한 속성만 같은 경우, 세 개 속성이 모두 다른 경우로 나누고, 한 개의 속성이 다를 경우에는 명도만 다른 경우, 채도만 다른 경우, 색상만 다른 경우가 있다²⁾고 하였다.

색상의 조화, 즉 배색을 효과적으로 하려면 각 색상을 알맞은 명도로 사용해야 하는데 같은 색상의 배색이라 하더라도 주 색채와 부 색채의 명도로 이들 명도 대비 정도에 따라서 의복 전체의 느낌이 달라진다. 이러한 느낌은 무늬의 배색에서도 가능하여 넥타이 문양의 배색에 적용될 수 있다고 본다.

배색 시 조화에 영향을 미치는 명도는 색상의 톤을 결정하는 요인이 된다. 톤에 따른 배색 유형을 보면 일반적으로 동일 색상이면서 상·하 톤에 차이를 둔 톤온톤 배색, 톤은 동일하고 상·하 색상에 차이를 둔 톤인톤 배색, 그리고 톤이나 색이 현저하게 대비되는 콘트라스트 배색, 유채색과 무채색을 조합한 배색 등으로 구분된다(오희선·박희순, 1999; 조필교·정혜민, 1999). 또한 다색 그라데이션 효과에 의한 스트라이프는 다채롭고 경쾌한 느낌의 직물이 되고 유사한 그라데이션 효과에 의한 그라데이션도 자연스러운 스트라이프를 형성함으로써 명쾌하고 깨끗하면서도 새로운 스트라이프 패턴의 개발이 가능하다³⁾.

1) 선향란 (1992) “넥타이에 사용된 직물에 관한 연구” 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문

2) 유송옥 (1996) “복식의장학” 수확사

톤온톤 배색에 대한 조화감을 밝힌 강경자(2001)는 조화를 이루는 배색의 분포범위 즉, 복수의 톤이 서로 짜 맞추어 졌을 때 조화 영역의 좁고 넓은 정도가 문화 간에 차이를 보여 한국 여대생은 상하 톤 차이가 나는 배색을 미국 여대생은 상·하가 같은 톤의 배색이 조화된다고 평가하였다. 또한 톤온톤 배색 시, 톤 차이가 큰 라이트/다크, 비비드/다크의 톤 배색은 색상 면적 비 변화에 따라 조화감 지각에서 차이를 보여 면적비의 영향이 큰 배색과 적은 배색이 존재한다고 하였다(강경자·팽숙경, 2005). 加藤雪枝·梶山藤子(1984)는 피복에 대한 스트라이프 패턴의 배색 효과를 연구한 스트라이프 패턴 원피스의 이미지는 역량, 활동, 평가, 따뜻함 인자로 구성되고 石塚純子 외(1987)는 디자인에 의한 착장이미지를 도출하여 평가성에 대한 형태, 색상, 톤이, 기능성에는 형태가, 경량성에는 형태와 톤이, 따뜻함의 인자에는 색상이 영향을 미친다고 하였다.

吉岡徹(1993)은 체형에 의한 스트라이프 패턴과 색채의 이미지 계량에 관한 연구에서 스트라이프 패턴의 방향, 굵기 및 색에 의해서 그 이미지는 큰 영향을 받는다고 하였다. 橋本命子·加蘇雪江(1991)은 2색 배색과 3색 배색을 중심으로 피복 착용상태에 의한 스트라이프 패턴의 이미지에 미치는 면적과 배색 효과에 관해 검토한 결과, 면적비율이 다른 스트라이프 패턴 이미지는 2색 배색의 경우 평가성, 눈에 띄는, 키 커보이게 하는, 부드러움 요인으로, 3색 배색의 경우는 평가성, 눈에 띄는, 부드러움의 요인으로 구성되고 이들 이미지에 면적비율과 배색이 영향을 미친다고 하였다. 그러나 2색 배색에서 3색 배색으로 바뀌면 면적비율의 영향은 적어지고 스트라이프 패턴의 색이 되는 배색의 영향이 커진다고 하여 배색의 영향과 함께 면적도 미적효과를 높이는데 중요한 역할을 한다고 하였다. Kato (1995)는 패턴의 색채와 디자인이 시각인상에 어느 정도 기여하는지를 밝히기 위해 유채색 배색 디자인의 시각인상을 분석한 결과 4가지 요인, 즉 능력, 활동성, 화려함, 평가요인으로 구성된다고 하였다. 또한 삼색의 본질적 요소는 능력과 화려함 요인에, 디자인은 활동성 요인에, 색채와 형태는 평가요인에 영향을 준다고 하였다.

여성 정장의 2색 배색에서 톤온톤 배색에 대한 이미지는 매력성, 젊음성, 친근성, 역량성, 유연성으로 구성된다⁴⁾고 하였고, 톤온톤 배색에 대한 한복 착용자의 이미지는 젊음·활동성, 매력성, 품위성, 현시성, 온유성 요인으로 구성되고⁵⁾, 톤인톤 배색에 대한 한복착용자의 이미지는 젊음·활동성, 매력성, 현시성 요인으로 구성되어 톤온톤 배색이 보다 다양한 이미지 표현에 효과적인 것으로 나타났다⁶⁾. 또한 넥타이의 색과 무늬에 의한 남성복 이미지는 매력성,

3) 김태현 (1999) “자연의 선을 모티브로 한 스트라이프 직물디자인 연구” 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문.

4) 유금화 (2001) “여성정장의 2색 배색에 의한 이미지 지각” 건국대학교 대학원 석사학위논문.

5) 강경자, 임지영 (2005) “톤온톤 배색이 한복착용자이 이미지에 미치는 영향” 복식문화연구, 13(5), 804-818.

6) 강경자, 최수경 (2005) “배색방법이 한복착용자의 이미지에 미치는 영향” 복식문화연구, 13(6), 977-989

능력성, 독특성, 온유성 요인으로 구성되고 베이지색 양복에는 대비색 넥타이가, 감색 양복에는 유사색 넥타이가 매력적인 이미지를 형성한다고 하였다. 또한 남성복에서 2색 배색으로 셔츠와 넥타이의 톤온톤 배색에 대한 인상 차원은 능력성, 활동성, 매력성, 현시성, 온유성 요인으로 구성되고 색상과 셔츠 톤, 타이 톤은 다양한 이미지를 창출하는 영향요인이 된다고 밝혔다. 이상에서 한복이나 정장 등 의복유형에 상관없이 톤온톤 배색을 통해 다양한 이미지가 연출될 수 있음을 알 수 있다. 따라서 톤온톤 배색을 의복의 2색 배색에 한정시키지 않고 이들 배색을 무늬 패턴에 적용하여 스트라이프 넥타이의 3색 배색과 그 면적비 변화에 따른 이미지를 연구하는 것은 의미가 있다고 본다.

III. 연구 방법

1. 연구 문제

본 논문의 구체적인 연구 문제는 다음과 같다. 첫째, 스트라이프 문양의 색상과 톤 면적비, 평가자의 성별에 따른 넥타이 착용자의 이미지 차원을 밝히며, 둘째, 스트라이프 문양의 색상과 톤 면적비, 성별이 넥타이 착용자의 이미지에 미치는 영향과 이들 단서들의 상호작용효과를 밝힌다.

2. 측정 도구

1) 자극물 선정

본 연구에서 넥타이 자극물을 제작하기 위해 먼저 국내외 의류시장에서 찾아 볼 수 있는 스트라이프 문양의 현황을 파악하였다. 2005년 1~2월 사이에 3회에 걸쳐 MCM, 닥스, 레노마, 카운테스마라, 니나리찌 등 서울 시내에 위치한 백화점들의 트레이디셔널 넥타이 매장과 페르가모, 헤르메스, 버버리, 구찌 등 해외 브랜드 매장, 국내 넥타이 생산의 70%를 제작하는 진주의 태화, 동화, 동남, 창미, 드림실크 대표 5개 업체를 각각 방문하여 스트라이프 패턴의 폭과 간격, 패턴 배열 방식과 색상의 배색에 대한 실물 자료 수집을 실시한 후, 이를 디지털카메라로 촬영하였다. 수집된 자료를 분석한 결과 스트라이프 패턴은 사선방향이 가장 많았으며, 특히 사선의 방향은 모두 오른쪽에서 왼쪽을 향하도록 되어 있었다.

7) 강경자, 임지영 (1996) “넥타이의 색과 무늬가 남성복 이미지에 미치는 영향” 한국의류학회지, 20(5), 753-768.

8) 임지영, 강경자 (2006) “셔츠와 넥타이의 톤 온 톤 배색에 대한 조화감 연구-한남색을 중심으로” 복식문화학회지, 13(4), 637-645.

스트라이프 넥타이의 톤온톤 배색과 그 면적비가 남성복 이미지 지각에 미치는 영향 -1:2:3 면적비 중심으로-

넥타이 무늬의 배색은 단색인 경우도 있지만 대체로 2색, 3색, 4색, 5색, 및 6색으로 3색 이상의 배색이 많고 배색된 색상도 톤과 색상이 다양하게 조합된 것으로 나타났다. 대체로 시중에 나와 있는 넥타이의 배색경향을 보면 유사한 색상 즉, 동일색상을 톤이 다르도록 조합하고 거기에 악센트 색상이 있는 경우, 동일 톤이면서 색상에 차이를 두어 3가지 이상의 색상으로 배색되는 경우, 다양한 색상과 톤 변화가 혼용된 경우, 유채색에 흰색이나 회색, 검정색 같은 무채색이 종속적인 색으로 배색된 경우, 대비되는 색상을 사용하는 경우 등 다양한 것으로 나타났다. 따라서 스트라이프 패턴의 방향은 사선으로, 사선의 방향은 오른쪽에서 왼쪽으로 줄쳐 있는 것으로, 배색은 3색 배색으로 선정하고 배색방법은 색상은 동일하고 톤이 다르도록 조합한 톤온톤 배색이 조합되도록 하였다.

사선 스트라이프 패턴의 폭은 1mm에서 60mm사이로 다양하게 나타났으며, 하나의 패턴에 넓고 좁은 폭의 사선이 들어있거나, 0.5와 3.5cm, 0.7cm와 4cm등 다양한 폭의 조합으로 나타났다. 이들 조합을 모두 포함시킬 수가 없으므로 본 연구에서는 매장 직원과 현장생산업체 관계자의 조언과 자료를 참고로 하여 스트라이프 폭을 색의 면적으로 정하였다. 면적비율은 선형 연구(橋本令子·加藤雪江, 1991)를 참고하여 3색 배색, 즉 3가지 톤의 면적 비를 1: 2: 3이 되도록 한 후 이를 서로 바꾸어 1:3:2, 2:1:3, 2:3:1, 3:1:2, 3:2:1 등 6가지 조합으로 조작하고, 기본인 1:1:1를 포함해 총 7가지 면적비가 되도록 하였다. 이때 톤의 면적비 1은 0.7cm를 기준으로 하였다.

<표 1> 자극물에 사용된 색

Sample		면적기호
빨강 (red)	vivid	5R 4/14
	light	5R 8/6
	dark	5R 2/6
노랑 (yellow)	vivid	5Y 8.5/14
	light	5Y 8.5/6
	dark	5Y 3/4
파랑 (blue)	vivid	5B 5/10
	light	5B 8/4
	dark	5B 2/4
보라 (purple)	vivid	5B 4/12
	light	5B 8/4
	dark	5B 2/4
흰색(white)		N9
중간 회색(medium gray)		N5.5

스트라이프 패턴의 색상선정은 조사시점에서 비교적 착용빈도가 높게 나타나는 색채의 삼원색인 빨강(Red), 노랑(Yellow), 파랑(Blue), 그리고 시즌의 유행색인 보라(Purple)의 4가지 색으로 정하였다. 톤은 선행연구(강경자, 2002)를 토대로 전문가 집단(교수, 대학원생)의 의견을 참고한 결과 각 색상별로 비비드(vivid), 라이트(light), 다크(dark)의 3가지 톤이 선정되었다. 스트라이프 넥타이에 사용된 색상과 톤은 KBS 한국색채연구소의 실용한국표준색표집에 근거하여 선정하였으며 <표 1>과 같다. <표 1>의 4가지 색상을 각각 3가지 톤의 색으로 만들기 위해 컬러차트를 출력한 후 이를 참고하여 제시된 색과 근접하도록 컬러를 조작하였다. 이렇게 선정된 색상과 톤은 사선 스트라이프 패턴에 각 색상별로 색상은 동일하고 톤이 서로 다르도록, 즉 3가지 톤의 면적비가 7가지 종류가 되도록 조합한 톤온톤의 3색 배색으로 조작하였다.

본 연구에 사용된 자극물의 스타일은 먼저 남성복에서 넥타이는 두드러지게 눈에 띄어 시선이 넥타이 쪽으로 집중되므로 제한된 거리에서는 전신이나 상체제시 여부에 따른 이미지 차이가 없다고 밝힌 선행 연구(강경자·임지영 1996; 임지영·강경자 2005)를 참고로 허벅지 중간까지 제시된 상반신 사진으로 하였다. 모델은 우리나라 20대 남성의 기본체형으로 선정하였으며 서 있는 상태에서 팔 길이까지의 셔츠에 넥타이를 착용한 모습으로 한 후 시선이 분산되는 것을 막기 위해 얼굴은 제외 시켰다.

2) 자극물 제작

자극물 제작은 Digital Camera (캐논 IXUS 750)로 모델을 촬영하여 포토샵 프로그램으로 사진을 수정한 후 선정된 색상과 면적비가 넥타이에 배색되도록 조합 시킨 후 프린트 하였다.

셔츠는 흰색의 기본형 드레스 셔츠이며 넥타이는 길이 150cm 가장 넓은 부분의 폭이 9.5cm 인 형태로 선정하고, 넥타이 색상은 빨강(R), 노랑(Y), 파랑(B), 보라(P)로 구분한 후 각 색상별로 비비드(V), 라이트(L), 다크(D)의 3가지 톤이 하나의 넥타이 패턴에 포함(배색)되도록 조합하여 3색 배색이 반복되도록 하였다. 이때 3가지 톤인 V:L:D의 면적비를 기본적으로 1:1:1이

<표 2> 자극물의 조작분류

톤조합	면적비	빨강(R)	노랑(Y)	파랑(B)	보라(P)
V:L:D	1:1:1(a)	Ra	Ya	Ba	Pa
	1:2:3(b)	Rb	Yb	Bb	Pb
	1:3:2(c)	Rc	Yc	Bc	Pc
	2:1:3(d)	Rd	Yd	Bd	Pd
	2:3:1(e)	Re	Ye	Be	Pe
	3:1:2(f)	Rf	Yf	Bf	Pf
	3:2:1(g)	Rg	Yg	Bg	Pg

스트라이프 넥타이의 톤온톤 배색과 그 면적비가 남성복 이미지 지각에 미치는 영향 -1:2:3 면적비 중심으로-

되도록 하고 1의 기준은 0.7cm로 하였다. 다음으로 1:2:3 (0.7cm:1.4cm:2.1cm)의 면적이 되도록 만든 후, 이들 면적을 서로 바꾸어 조합하여 6가지 면적비 1:2:3, 1:3:2, 2:1:3, 2:3:1, 3:1:2, 및 3:2:1이 되도록 조작 반복한 후 넥타이에 각각 맵핑시켰다. 맵핑시킨 컬러는 출력된 칼라차트와 일치하도록 수정하여 완성하고 총 28개(4색×7면적)의 자극물이 본 연구에 사용되었다. 이 때 배경색은 흰색으로 통제하였으며 자극물의 조작 내용은 <표 2>와 같다.

3) 실험설계

본 연구는 넥타이의 색상(4), 면적비(7), 성별(2)의 3원 요인 설계로 이루어졌다. 총 28개의 자극물(4색×7개 면적)을 29개의 실험조합으로 구성하고 하나의 실험조합에 하나의 자극물을 포함시켰다. 각 실험조합 당 피험자는 실험조합별로 12명씩 피험자간(between Subject) 설계에 의해 무선배치 되었다.

4) 의미미분 척도

의미미분 척도 문항은 먼저 넥타이 및 남성복에 관한 선행 연구(이은미·강혜원, 1993; 남미우·강혜원, 1994; 강경자·임지영, 1996; 최유진·이명희, 2004; 임지영·강경자, 2005)에서 사용한 형용사 38쌍과 색상과 면적비 변화에 따른 이미지를 표현하는데 적절하다고 판단되는 형용사 5쌍을 추가하여 총 43쌍의 형용사 쌍이 수집되었다. 요인분석결과 이미지 평가 어휘로써 적합성 여부를 평가한 후 부적절 하다고 판단되는 형용사 쌍을 제외하고 최종적으로 29개의 형용사 쌍이 도출되었다. 자료를 수량화하기 위해 형용사 쌍 중간을 기준으로 하여 좌측극단의 긍정적인 형용사에 +3점을, 우측극단의 부정적인 형용사에 -3점을 주어 7단계로 평가하였다.

3. 자료수집 및 분석방법

본 연구의 피험자는 경남, 서울, 부산, 대구 등지에 거주하는 남녀 대학생 336명을 대상으로 하였으며, 자료 수집은 2006 4월에서 6월 사이에 이루어졌다.

본 연구의 자료 분석은 SAS 프로그램을 사용하였다. 넥타이 색상, 톤의 면적비, 성별에 따라 넥타이 착용자가 주는 이미지의 요인구조를 밝히기 위해 주성분 분석방법과 Varimax의 직교회전을 이용하여 요인분석 하였다. 도출된 이미지 차원별 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach- α 계수를 산출 한 결과 총 28개 형용사 쌍에 대해 $\alpha=0.858$ 로 용어들은 내적 일관성 있게 평가되었으며 도출된 이미지 요인들 활동성, 능력성, 매력성, 현시성, 온유성 요인의 신뢰도 계수는 각각 0.892, 0.863, 0.865, 0.780, 0.583로 나타났다. 넥타이 색상, 톤 면적비, 성별이 이미지 차원에 미치는 영향을 밝히기 위해 변량분석을 하였고 그 결과 독립변인간의 유의

<표 3> 넥타이 착용자의 이미지 차원 요인분석

이미지 차원	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5	h ²
26. 활동적인-비활동적인	0.748	-0.142	0.086	0.189	0.083	0.630
30. 즐거운-우울한	0.725	0.032	0.058	0.178	0.241	0.620
20. 젊어 보이는-나이 들어 보이는	0.720	-0.119	0.370	0.154	0.017	0.693
25. 캐주얼한-포멀한	0.688	-0.009	0.141	0.057	0.017	0.496
19. 개방적인-보수적인	0.685	-0.216	0.210	0.287	0.058	0.647
27. 개성적인-개성없는	0.663	-0.077	0.099	0.397	0.024	0.614
24. 현대적인-고전적인	0.640	0.057	0.421	0.156	-0.094	0.623
11. 산뜻한-칙칙한	0.607	-0.045	0.342	0.096	0.191	0.533
31. 책임감 있는-책임감 없는	0.064	0.772	-0.001	0.010	0.024	0.601
32. 성실한-성실하지 않는	0.079	0.766	0.011	-0.075	-0.004	0.599
29. 안정된-불안정한	0.033	0.703	0.073	-0.176	0.032	0.533
33. 예의 있는-예의 없는	-0.072	0.695	0.151	-0.076	0.103	0.528
12. 자제력 있는-충동적인	-0.212	0.625	0.156	-0.206	-0.024	0.503
15. 권위적인-권위적이지 않는	-0.348	0.608	0.050	0.210	-0.120	0.552
18. 지적인-지적이지 못한	0.045	0.598	0.358	-0.091	-0.088	0.504
4. 신중한-경박한	-0.185	0.593	0.346	-0.205	0.047	0.549
8. 점잖은-점잖지 않은	-0.239	0.582	0.169	-0.368	0.098	0.569
3. 멋있는-멋없는	0.158	0.188	0.775	0.143	0.095	0.691
1. 어울리는-어울리지 않는	0.168	0.227	0.752	-0.060	0.064	0.653
7. 감각 있는-감각 없는	0.349	0.098	0.723	0.178	0.070	0.691
17. 보기 좋은-보기 싫은	0.369	0.330	0.636	-0.067	0.103	0.664
14. 매력있는-매력없는	0.383	0.172	0.615	0.297	0.020	0.643
13. 강렬한-은은한	0.110	-0.045	-0.010	0.766	-0.170	0.631
2. 야한-고상한	0.048	-0.247	0.116	0.676	0.093	0.542
9. 화려한-수수한	0.346	-0.198	0.125	0.657	0.159	0.631
16. 눈에 띄는-무난한	0.410	-0.142	-0.006	0.634	0.059	0.594
5. 대담한-소심한	0.292	-0.057	0.143	0.577	0.095	0.451
6. 따뜻한-차가운	0.050	-0.032	0.053	0.144	0.829	0.714
10. 부드러운-딱딱한	0.259	0.116	0.143	-0.065	0.757	0.678
고유치	4.954	4.438	3.391	3.066	1.525	17.374
전체 변량의 %	17.084	15.304	11.694	10.572	5.26	59.914
공통 변량의 %	28.514	25.544	19.518	17.647	8.777	100.00

적인 상호작용이 나타나지 않는 경우 다중분류분석(MCA: Multiple Classification Analysis)를 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 스트라이프 넥타이의 톤온톤 배색과 면적 비에 의한 이미지 차원 분석

사선 스트라이프 넥타이의 톤온톤 배색과 그 면적 비에 변화를 준 28개의 자극물에 대한 넥타이 착용자의 이미지를 밝히기 위하여 28개의 형용사 쌍으로 평가한 자료를 주성분분석과 Varimax 회전법에 의해 요인 분석한 결과는 <표 3>에 나타내었다. 그 결과 아이겐 값 1.0 이상으로 하여 형용사 쌍 들이 5개 요인으로 묶이어 넥타이 착용자의 이미지는 매력성, 활동성, 현시성, 온유성 등의 요인으로 도출되었다.

이는 원색 6가지 색상과 여러 면적 비율을 조합하여 3색 배색을 연구한 선행 연구(橋本壽子·加藤雪江, 1991)에서 평가성, 현시성, 부드러움 요인으로 나타난 것과 차이를 보였다. 선행 연구에서는 원색과 다양한 면적 비율을 조합한데 반해 본 연구에서는 4가지 색상을 각 색상 별로 톤에 변화를 준 톤온톤 배색과 면적 비율을 조합한데서 오는 차이로 보인다.

요인 1은 활동적인-비활동적인, 즐거운-우울한, 젊어 보이는-나이 들어 보이는, 캐주얼한-포멀한 등의 8개의 형용사 쌍으로 구성되어 활동성요인으로 명명하였으며 전체 변량에 대해 17.1%의 설명력을 보여 5개 요인중에서 비교적 중요한 요인으로 나타났다. 활동성 요인의 구성인자는 임지영·강경자(2006)의 무지 셔츠 색과 넥타이의 톤온톤 배색에서 도출된 활동성요인과 유사하게 나타났다

요인 2는 전체변량에 대해 15.3%의 설명력을 나타내며 책임감 있는-책임감 없는, 성실한-성실하지 않는, 예의 있는-예의 없는, 안정된-불안정한, 점잖은-점잖지 않은 등 9개의 형용사 쌍으로 구성되어 능력성 요인으로 명명하였다. 이는 이은미(1993)의 외모, 능력 요인의 능력 관리 특성 그리고 강경자·임지영(1994)의 의복색에 대한 넥타이색 및 무늬에 대한 이미지에서 능력성 요인과 유사하였다.

요인 3은 전체변량에 대한 설명력이 11.7%로 5개 요인 중에서 비교적 중요한 요인으로 나타났다. 멋있는-멋없는, 어울리는-어울리지 않는, 감각 있는-감각 없는, 세련되-촌스러운, 매력 있는-매력 없는 등이 포함된 5개의 형용사 쌍으로 구성되어 매력성 요인으로 명명하였다.

요인 4는 강렬한-은은한, 야한-고상한, 화려한-수수한, 대담한-소심한, 눈에 띄는-무난 한의 5개의 형용사 쌍으로 구성되어 현시성 요인으로 명명하였으며 전체변량에 대해 10.6%의 설명력을 나타내었다.

요인 5는 전체변량에 대해 5.3%의 설명력을 나타내며 따뜻한-차가운, 부드러운-딱딱한, 2개의 형용사 쌍으로 구성되어 온유성 요인으로 명명 하였다. 온유성 요인의 구성인자는 유금하(2001)의 2색 톤온톤 배색의 이미지 중 유연성 요인, 강경자·임지영(2005)의 한복 톤온톤 배색의 이미지지각에서 온유성 요인과 유사하였다.

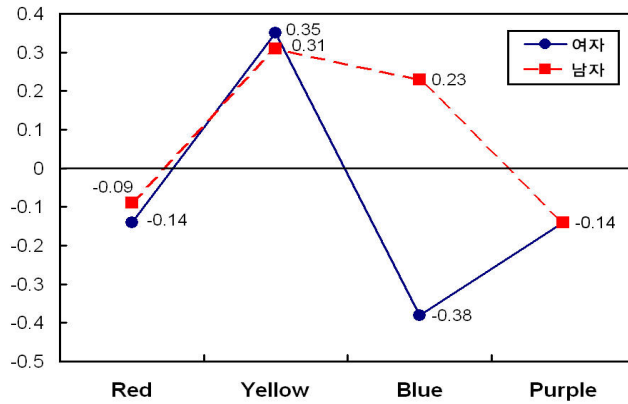
<표 4> 넥타이 색상, 톤 면적비, 지각자 성별이 이미지에 미치는 영향

		활동성요인		능력성요인		매력성요인		현시성요인		운유성요인	
		평균 제공합	F값	평균 제공합	F값	평균 제공합	F값	평균 제공합	F값	평균 제공합	F값
주 효 과	성별(A)	3.964	4.196*	.582	.664	.097	.100	4.791	6.463*	2.776	3.343
	색상(B)	7.347	7.779***	20.912	23.845***	4.358	4.479**	45.709	61.662***	27.667	33.315***
	톤면적비(C)	1.456	1.542	2.006	2.288*	1.045	1.074	.571	.770	.471	.567
2 원 상 상 작 용 효 과	A×B	3.515	3.721*	.827	.943	1.099	1.129	1.314	1.772	5.418	6.524***
	A×C	.893	.945	.578	.659	1.370	1.408	1.660	2.239*	1.319	1.588
	B×C	.993	1.051	1.104	1.259	1.603	1.648*	.998	1.346	1.089	1.311
3 원 상 상 작 용 효 과	A×B×C	1.021	1.081	1.366	1.557	.615	.632	1.302	1.756*	.992	1.194
MCA		편차	eta	편차	eta	편차	eta	편차	eta	편차	eta
성 별	여자	-.08		-.03		.01		.09		-.07	
	남자	.08	.081	.03	.026	-.01	.009	-.08	.086	.07	.071
색 상	빨강	-.12		-.18		-.14		.69		.28	
	노랑	.33		-.43		-.14		-.15		.44	
	파랑	-.08		.38		.06		-.63		-.23	
	보라	-.14	.193	.22	.321	.20	.144	.13	.470	-.46	.366
면 적 비	1:1:1	.05		-.09		-.11		-.08		-.07	
	1:2:3	-.08		.22		-.09		-.04		-.02	
	1:3:2	-.03		.15		.11		.05		.02	
	2:1:3	-.22		-.08		-.11		-.05		.03	
	2:3:1	.09		-.15		.14		-.05		.01	
	3:1:2	.02		-.12		.03		.16		-.12	
	3:2:1	.17	.116	.08	.136	.03	.097	.01	.077	.14	.077
Multiple R ²		.138		.199		.112		.323		.242	
Multiple R		.371		.446		.335		.568		.492	

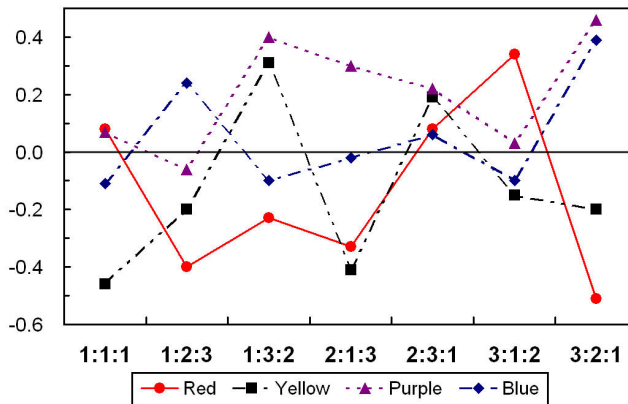
* : p <.05, ** : p <.01, *** : p <.001

회귀모형 방식에 의해 산출된 요인점수들의 결과해석은 요인점수가 높을수록 활동성 요인에서는 활동적이고, 즐겁고, 개방적이고, 캐주얼하고, 젊어 보이는 것으로, 능력성 요인에서는 책임감 있고, 성실하고, 예의 있고, 안정되고, 점잖고, 신중하고, 자제력 있는 것으로 지각됨을 의미한다. 매력성 요인에서는 멋있고, 감각 있고, 세련되고, 매력 있는 것으로, 현시성 요인에서는 강렬하고, 야하고, 화려하고, 대담한 것으로, 운유성 요인에서는 따뜻하고, 부드러운 것으로 지각됨을 의미한다. 도출된 5개의 이미지 차원이 전체변량에서 차지하는 비율이 60.0%이

스트라이프 넥타이의 톤온톤 배색과 그 면적비가 남성복 이미지 지각에 미치는 영향 -1:2:3 면적비 중심으로-



<그림 1> 활동성 요인에 미치는 색상과 성별의 상호작용 효과



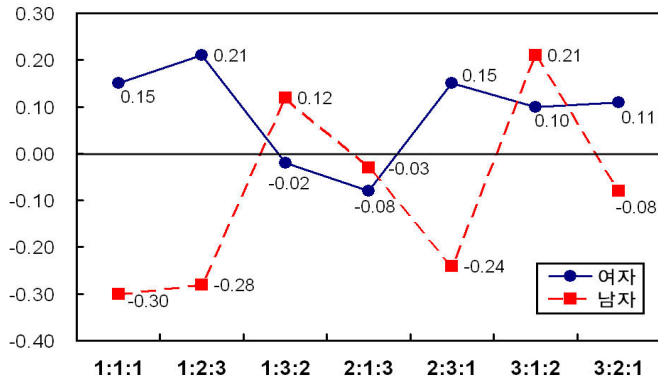
<그림 2> 매력성에 미치는 색상과 면적비간의 상호작용 효과

며 이 중 활동성요인과 능력성 요인, 매력성 요인이 공통변량의 73.5%를 차지하여 이세요인은 넥타이 착용자의 이미지 형성에 비교적 중요한 차원임을 알 수 있다.

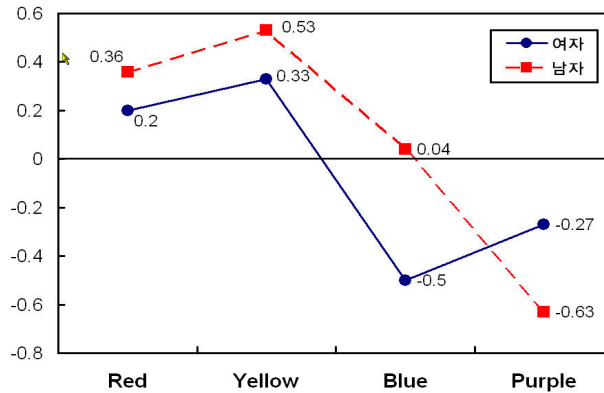
2. 넥타이 색상과 톤 조합의 면적비, 지각자 성별이 이미지 형성에 미치는 영향

넥타이 색상과 톤 조합의 면적비, 지각자 성별의 3가지 단서들이 넥타이 착용자의 5가지 이미지 차원에 미치는 영향을 알아보기 위하여 3원 변량 분석을 실시하였으며 그 결과 <표 4>와 같다.

변량분석 결과 독립변인인 색상, 톤 면적비, 성별은 넥타이 착용자의 이미지에 유의적인 영향을 미치는 단서로 작용하였다. 그러나 이미지 형성에 미치는 이들 단서들의 영향력은 이미



<그림 3> 현실성 차원에 미치는 톤 면적비와 성별의 상호작용 효과



<그림 4> 온유성 차원에 미치는 색상과 성별의 상호작용 효과

지 차원에 따라 차이를 보였다.

주 효과를 보면 단서가 색상일 경우 5가지 모든 요인에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 세 가지 단서인 색상, 톤 면적비, 성별이 이미지 차원에 미치는 영향을 알아보기 위해 유의적인 상호작용 효과가 나타나는 요인에 대해 <그림1-4>으로 나타내고 이미지 차원별로 설명하였다.

1) 활동성 차원

활동성 요인을 <표 4>에서 보면 색상과 성별이 독립적인 영향을 미치고 색상과 성별은 상호작용하여 활동성 요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 톤 면적비는 독립적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

MCA의 평균 값 차를 비교해 보면 넥타이 색상은 노랑 일 때, V:L:D의 톤 면적비가 각각

스트라이프 넥타이의 톤온톤 배색과 그 면적비가 남성복 이미지 지각에 미치는 영향 -1:2:3 면적비 중심으로-

3:2:1, 2:3:1, 1:1:1, 및 3:1:2일 때 긍정적으로 지각하여 대체로 톤온톤 배색에서 비비드 톤이나 라이트 톤의 면적이 클 때 활동적이고 젊어 보이고 캐주얼하고 현대적이고 산뜻한 이미지로 지각됨을 알 수 있다.

또한 세 독립변인 중 활동성 차원에 영향을 미치는 색상과 성별의 상호작용 효과는 <그림 1>에 나타내었다.

넥타이 색상인 빨강, 노랑, 파랑, 보라와 지각자 성별 간의 상호작용을 보면 남녀 성별에 관계없이 빨강 넥타이는 비활동적이고, 나이 들어 보이고, 포멀하고, 개성 없는 것으로 지각된 반면에 넥타이 색이 노랑일 때는 활동적이고, 젊어 보이고, 캐주얼하고, 현대적이고, 산뜻한 이미지로 지각되었다.

또한 넥타이 색상 중 노랑과 파랑색과 성별 간의 상호작용을 보면 넥타이 색이 노랑인 경우 남·여 간에 차이가 크지 않는 반면에 파랑색인 경우 남·여 간에 큰 지각차이를 보였다. 즉 넥타이 색상이 파랑일 때 여자는 매우 부정적으로 지각하여 비활동적이고, 나이 들어 보이고, 포멀한 이미지를 주는 것으로 평가한 반면, 남자의 경우는 활동적이고, 젊어 보이는 것으로 평가하여 상반된 반응을 보였다.

파랑색과 보라색 간의 상호작용을 보면 넥타이 색상이 파랑인 경우는 남·여 간의 지각 차이가 큰 반면에 유사색인 보라일 때는 남·여 모두 부정적으로 지각하여 비활동적인 이미지로 평가하였다.

전체적으로 파랑색을 제외한 빨강, 보라색의 넥타이는 남·여 모두 비활동적인 이미지로, 노랑인 경우는 활동적인 이미지로 지각되어 대체로 난색계열일 경우 넥타이 색상에 따라 남·여 간에는 활동성 요인에 대한 이미지가 일관성 있는 차의 방향을 보이는 것으로 나타났다.

2) 능력성 차원

능력성 차원을 <표 4>에서 보면 넥타이 색상, 톤 면적비는 주 효과로 독립적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 넥타이 색상은 지배적인 요인으로 나타나 한색인 파랑과 보라는 능력있는 것으로 난색인 빨강, 노랑은 능력성 이미지가 낮은 색으로 지각하였다. 그러나 이들 단서들은 상호작용하여 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. MCA의 평균값 차를 <표 4>에서 보면 남자는 넥타이 색상이 파랑과 보라색이고 V:L:D의 톤 면적비가 1:2:3, 1:3:2 그리고 3:2:1 일 때 책임감 있고, 안정되고, 예의 있고, 지적이고, 신중해 보이는 것으로 지각된 반면에 여자는 넥타이 색상이 빨강이나 노랑색이고 V:L:D의 톤 면적비가 2:3:1, 3:1:2, 2:1:3, 1:1:1 일 때 책임감 없고, 불안정하고, 충동적이고, 지적이지 못하고, 경박한 것으로 지각하였다.

3) 매력성 차원

매력성 요인을 <표 4>에서 보면 넥타이색상이 주효과로 유의적인 영향을 미치고 3색 배색에서 톤 면적 비, 성별은 유의적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그러나 톤 면적 비는 넥타이 색상과 상호작용 함으로써 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 매력성 요인에 영향을 미치는 넥타이색상과 톤 면적비 간의 상호작용 효과는 <그림 2>에 나타내었다.

V:L:D의 톤 면적비가 기본인 1:1:1의 경우 넥타이 색상이 빨강, 보라일 때 긍정적으로 지각되어 매력 있는 것으로, 노랑, 파랑인 경우는 부정적으로 지각되어 매력 없는 이미지로 평가되었으며 이러한 이미지는 파랑색보다 노랑색일 때 더 강하게 지각되었다.

기본적으로 1:1:1인 V:L:D의 톤 면적비를 1:2:3의 면적비로 바꾸어 톤에 의한 3색 배색을 6가지로 조합할 경우 넥타이 색상과의 상호작용을 살펴보면 V:L:D의 면적비가 1:2:3으로 다크 톤의 면적이 가장 넓을 때 파랑색 넥타이는 긍정적으로 지각되고 빨강, 노랑, 보라는 매력없는 이미지로 지각되었다. 그러나 V:L:D의 면적비가 1:3:2로, 즉 라이트 톤의 면적이 넓은 경우 빨강색을 제외하고는 1:2:3의 면적비와는 상반된 반응을 보여 파랑색 넥타이는 부정적으로 보라, 노랑넥타이는 긍정적으로 지각하여 멋있고, 어울리고, 감각 있고, 매력 있는 것으로 평가하였다. 이는 3 가지의 톤 조합에서 비비드 톤은 동일하지만 라이트와 다크 톤의 면적이 바뀌어서 상반된 평가를 하여 동일 색상이라도 톤의 면적비에 따라 매력성 이미지는 다르게 지각됨을 알 수 있다. 그러나 V:L:D의 면적비가 2:1:3일 경우 보라색 넥타이는 매력있는 것으로, 빨강, 노랑색 넥타이는 파랑색보다 매우 매력없는 것으로 평가되었다. 또한 V:L:D의 면적비를 2:3:1로 할 경우는 4가지 색의 넥타이를 모두 긍정적으로 지각하여 2:3:1의 면적비는 색상에 상관없이 멋있고, 감각 있고, 매력 있는 이미지를 주는 톤 조합인 것으로 나타났다. 그러나 비비드 톤의 면적이 넓은 V:L:D의 면적이 3:1:2와 3:2:1의 면적비를 보면 다소 차이를 보였다. 특히 빨강 넥타이 경우 톤 조합의 면적비가 3:1:2의 면적 일 때 매우 긍정적으로 지각된 반면에 톤 조합이 3:2:1의 면적 일 때 매우 부정적으로 지각되어 상반된 반응을 보였다. 이는 빨강색 넥타이를 할 경우 V:L:D의 면적 비율에서 오는 차이로 비비드 톤은 일정하게 넓은 면적으로 하고 라이트와 다크 톤의 면적을 다르게 했을 때, 즉 라이트 면적이 좁고 다크 면적이 넓으면 매력적인 이미지로 지각되지만 라이트 면적이 넓고 다크 면적이 좁으면 아주매력 없는 이미지로 지각됨을 알 수 있다. 그러나 보라, 파랑색의 넥타이는 빨강 넥타이와 상반된 경향을 보이는 것으로 나타나 동일한 톤 면적비도 색상에 따라 동일색상도 톤의 면적비에 따라 매력정도가 다르게 지각되어 매력적인 이미지에 미치는 영향이 큰 면적비와 작은 면적비가 존재함을 알 수 있다.

빨강넥타이를 선택할 경우 V:L:D의 톤 면적비가 1:1:1, 2:3:1, 3:1:2 특히 3:1:2의 면적일 때 매력적인 이미지를 나타내는데 효과적이고 노랑넥타이를 할 경우는V:L:D의 톤 면적비가

스트라이프 넥타이의 톤온톤 배색과 그 면적비가 남성복 이미지 지각에 미치는 영향 -1:2:3 면적비 중심으로-

1:3:2, 2:3:1의 배색을, 파랑넥타이로 할 경우는 1:3:2, 2:3:1의 면적 비를, 보라 넥타이는 1:2:3을 제외한1:1:1, 1:3:2, 2:1:3, 2:3:1, 3:1:2, 3:2:1의 면적비에서 특히 3:2:1과 1:3:2의 톤 면적비를 선택하는 것이 매력적이고, 멋있고, 감각적인 이미지를 나타내는데 효과적인 것으로 나타났다. 이는 조사 시점에서 보라색이 유행하여 다른색 보다 톤 면적비의 영향을 크게 받지 않은 것으로 볼 수 있다.

이와 같이 넥타이의 색상은 명도변화에 의한 톤의 면적비에 따라 매력적인 이미지에서 차이를 나타내었다. 따라서 3색 배색에서 넥타이의 색상과 면적비는 각각 단독으로 지각되지 않고 스트라이프문양의 색과 톤의 면적이 함께 작용하여 매력적인 이미지가 형성됨을 알 수 있다.

4) 현시성 차원

현시성 요인을 <표 4>에서 보면 색상과 성별은 독립적인 영향을 미치고 톤 면적비는 현시성 이미지 차원에 독립적으로 영향을 미치지 않고 성별과 상호작용하거나 성별, 색상과 상호작용하여 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 현시성 이미지에 영향을 미치는 V:L:D의 톤 면적비와 성별의 상호작용효과를 <그림 3>에 나타내었다. 전체적으로 현시성 이미지에서 V:L:D의 면적비에 따라 남·여 간에 차이를 보인 면적은 1:1:1, 1:2:3, 1:3:2, 2:3:1, 3:2:1인 것으로 나타났다. 특히 V:L:D의 면적비가 동일한 1:1:1인 경우나 D톤의 면적이 넓은 1:2:3인 경우 현시성 이미지에서 남,여 간에 차이가 매우 크게 나타났다.

즉 여자의 경우는 톤 면적비가 1:1:1이든 1:2:3이든 상관없이 긍정적으로 평가하여 눈에 띄고, 강렬하고, 화려하고, 대담한 이미지로 지각한 반면에 남자의 경우는 은은하고, 수수하고, 무난하고, 고상한 것으로 지각하였다. 그러나 면적비가 1:2:3 인 경우 즉 라이트 면적이 좁고 다크 면적이 넓으면 남자가, 비비드 면적은 그대로 두고 라이트와 다크 톤을 바꾸어 1:3:2로 할 경우 즉, 라이트 면적이 넓고 다크 면적이 좁으면 여자가 부정적으로 지각하여 남녀 간에 매우 상반된 반응을 보였다. 또한 V:L:D의 톤 조합에서 비비드 톤이 같은 면적인 2:1:3과 2:3:1의 면적비를 보면 라이트 면적이 좁고 다크 면적이 넓은 2:1:3의 면적비는 남·여 모두 부정적인 이미지로 지각된 반면, 라이트 면적이 넓고 다크 면적이 좁은 2:3:1의 면적비일 경우 남자는 현시적이지 않은 이미지로, 여자는 현시적인 이미지로 지각하여 남, 여 간에 상반된 평가를 하였다. 그리고 비비드 톤의 면적이 가장 넓은 3:1:2의 면적비와 3:2:1의 면적비를 보면 성별에 상관없이 넓은 면적의 선명한 톤과 어두운 다크 톤 보다 밝은 톤의 면적이 좁은 3:1:2의 면적비는 현시적 이미지가 강한 것으로 지각되고 넓은 면적의 선명한 톤과 어두운 다크 톤보다 밝은 라이트 톤의 면적이 넓은 3:2:1의 면적비는 남녀간에 차이를 보여 여자는 긍정적으로 남자는 부정적으로 지각하였다. 전체적으로 V:L:D의 톤면적비에 따라 남,여 간에는 현시성 이미지 차원이 일관성 있는 차의 방향을 보이지 않는 것으로 나타났다.

5) 온유성 차원

온유성 요인을 <표 4>에서 보면 넥타이 색상은 주효과로 독립적인 영향을 미치는 중요한 단서로 작용하고 또한 색상은 성별과 상호작용하여 온유성 이미지에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

MCA의 평균값 차를 <표 4>에서 비교해 보면, 넥타이 색상은 난색인 빨강, 노랑일 때, V:L:D의 톤 면적비가 3:2:1, 1:3:2, 2:1:3, 2:3:1 일 때 따뜻하고 부드러운 이미지로 지각됨을 알 수 있다. 온유성 차원에 영향을 미치는 색상과 성별의 상호작용효과를 <그림 4>에 나타내었다.

넥타이 색상이 난색인 빨강이나 노랑일 경우 성별에 상관없이 남·여 모두 따뜻하고 부드러운 이미지로 지각하였으며 이러한 이미지는 여자보다 남자에게서 더 강하게 지각하였다. 그러나 넥타이 색상이 파랑색이나 보라일 경우 대체로 부정적으로 지각되어 차갑고 딱딱한 이미지로 지각되었다. 특히 넥타이 색상이 파랑일 때와 보라일 때 지각되는 이미지는 남·여 간에 차이를 보였다. 즉 넥타이 색상이 파랑색일 때 여자가, 보라색 일 때는 남자가 더 부정적으로 지각하여 차갑고 딱딱한 것으로 평가함으로써 남·여 간에 상반된 반응을 나타내었다.

V. 결 론

본 연구에서는 남녀 대학생을 대상으로 사선 스트라이프 넥타이의 문양에 4가지 색상의 톤 온톤 배색을 사용하여 그 면적비를 변화시킴으로서 남성복 착용자의 이미지에 미치는 색상, 톤 면적비, 성별의 영향을 규명하고자 하였다. 단서로 사용된 넥타이색상(4), 면적 비(7), 성별 (2)에 따른 28개의 자극물에 대한 이미지를 평가하기위해 29쌍의 의미미분 척도를 요인 분석하여 이미지 차원을 밝히고 이들 단서들이 어떻게 조합되어 이미지에 영향을 미치는지 규명하기 위해 분석 고찰한 결론은 다음과 같다.

첫째, 넥타이 색상, 톤 면적비, 성별에 따른 3색 사선 스트라이프 넥타이 착용자의 이미지 차원은 활동성, 능력성, 매력성, 현시성, 온유성의 5개 차원으로 도출되었다.

둘째, 넥타이 색상, 톤 면적비, 지각자의 성별이 이미지형성에 미치는 영향은 이미지 차원에 따라 다음과 같은 차이를 나타내었다.

활동성 차원의 이미지에는 넥타이 색상, 지각자 성별이 독립적으로 영향을 미치고 이들 단서들은 상호작용으로 지각단계에서 통합되어 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 성별에 관계없이 넥타이 색이 노랑일 때는 활동적인 이미지로, 빨강, 보라일 때는 비활동적인 이미지로 지각되고 파랑일 때는 성별에 따라 차이를 보여 남자는 활동적인 이미지로, 여자는 비활동적인 이미지로 지각하였다. 그러나 톤 면적비는 영향을 미치지 않았다.

능력성차원의 이미지에는 넥타이 색상과 톤 면적비가 독립적인 영향을 미치고 이중 색상은

두드러진 단서로 나타났다. 그러나 이들 단서들의 상호작용 효과는 나타나지 않았다.

매력성 차원의 이미지에는 넥타이 색상만 독립적인 영향을 미치고 톤 면적비는 영향을 미치지 않았다. 그러나 색상과 상호작용으로 지각단계에서 통합되어 영향을 미치는 것으로 나타났다. 색상별로 보면 빨강 넥타이의 경우 V:L:D의 면적비가 3:1:2, 2:3:1, 1:1:1일 때, 노랑 넥타이의 경우 V:L:D의 면적비가 1:3:2, 2:3:1일 때, 파랑 넥타이의 경우는 3:2:1, 1:2:3, 2:3:1일 때, 보라 넥타이의 경우는 3:2:1, 1:3:2, 2:1:3, 2:3:1, 1:1:1, 3:1:2일 때 매력 있는 것으로 지각하여 넥타이 색상에 상관없이 매력적인 이미지를 주는 톤 면적비는 2:3:1인 것으로 나타났다. 그러나 넥타이 색상은 톤의 면적비에 따라, 또한 동일한 톤의 면적도 색상에 따라 매력성 이미지는 차이를 보이므로 스트라이프 패턴을 톤온톤 배색으로 할 경우, 사용하는 색상과 톤의 면적비를 어떻게 정하느냐에 따라서 매력성 차원의 이미지가 다르게 지각됨을 알 수 있었다.

현시성 차원의 이미지에는 넥타이 색상, 지각자의 성별이 독립적인 영향을 미치고 특히 색상은 지배적인 단서로 작용하였다. 그러나 톤 면적비는 독립적으로 영향을 미치지 않고 지각자 성별과 상호작용으로 지각단계에서 통합되어 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 남, 여 모두 V:L:D의 톤 면적비가 3:1:2일 때는 현시성이 높은 것으로, 2:1:3일 경우는 현시성이 낮은 것으로 지각하여 공통된 반응을 보였다. 그러나 톤 면적비가 1:1:1, 1:2:3, 2:3:1, 3:2:1의 경우는 여자들이, 1:3:2일 때는 남자들이 높게 지각하여 현시성 이미지가 강한 것으로 지각된 면적비의 범위는 남자보다 여자가 넓어 성별에 따라 크게 차이를 보였다.

온유성 차원의 이미지에는 넥타이 색상만 독립적인 영향을 미치고 지각자 성별과 색상과 상호작용으로 지각단계에서 통합되어 영향을 미치는 것으로 나타났다. 톤 면적비와 성별은 영향을 미치지 않았다. 즉, 넥타이 색상이 빨강, 노랑의 난색일 때는 긍정적으로 평가하여 남, 여 모두 따뜻하고 부드러운 이미지로 지각하는 공통된 반응을 보인데 반해 파랑색은 여자가, 보라색은 남자가 부정적으로 지각하여 성별에 따라 차이를 보였다.

이상의 결과에서 넥타이 색상, 톤 면적비, 지각자 성별이 남성복 착용자의 이미지에 미치는 영향력을 밝히고 이들 단서들의 조합 상태에 따라 이미지 차원이 다르게 지각됨을 알 수 있다. 배색방법이 톤온톤 배색으로 통제되어 넥타이 색상은 5가지 모든 이미지 차원에 영향을 미치는 중요한 단서로 작용하고 톤 면적비는 직접 또는 상호작용으로 지각단계에서 통합되어 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 이미지 형성 시 자극 정보들의 의미가 고정되어 있지 않고 한 정보는 다른 정보와의 관계 속에서 그 의미가 변한다고 보는 형태주의 접근 이론을 지지해 준다.

또한 4가지 색상을 색상별로 동일 색상의 V:L:D의 3가지 톤의 조합을 7가지 면적비로 변화시킨 후 톤 면적의 상관관계, 즉 3가지 톤으로 이루어진 색면적의 대비를 살펴 본 결과, 넥타이 색상에 따라 차이는 있으나 동일 색상도 3가지 톤의 면적에 의해서 즉 톤의 양적비례에 따

라 이미지가 다를 수 있는 것으로 나타났다.

이는 사선 스트라이프 넥타이의 배색이 톤온톤 배색일 경우 넥타이 색상과 그 명도에 따른 톤 면적의 조합 상태, 즉 톤의 양적 비례가 이미지를 형성하는 영향 요인이 됨을 의미하고 그 톤이 차지하는 면적비의 영향력은 톤의 면적비보다 넥타이 색상의 영향이 큰 것으로 볼 수 있다. 또한 톤 면적비의 영향이 큰 배색과 작은 배색이 존재하고 톤의 면적비가 이미지에 미치는 영향 양상은 색상에 따라 다르고 지각자 성별에 따라 다른 것으로 나타나 하야시(林, 1975; 강경자, 2005)의 견해를 지지해 준다.

따라서 넥타이 색상, 톤 면적비는 넥타이 착용자의 이미지 형성에 영향을 미치는 정보로서, 넥타이 배색을 톤온톤 배색으로 할 경우 색상과 3가지 톤의 양적 비례에 따라 다양한 이미지 연출이 가능함을 의미한다. 지금까지 남성복 이미지를 형성하는 단서로 의복색, 넥타이 색의 배색, 무늬 등의 영향을 밝히고 있다. 본 연구에서는 선행연구에서 다루어지지 않았던 넥타이 문양의 배색에 초점을 맞추어 톤온톤 배색을 중심으로 스트라이프 넥타이의 3색 배색과 그 면적비 변화에 따른 이미지 차이를 규명하고자 하였다. 앞으로 본 연구에 포함시키지 못한 다양한 색상과 배색방법, 셔츠와 양복과의 배색 등이 남성복이미지에 미치는 영향을 다각도로 분석할 필요가 있다.

이러한 연구결과는 소비자에게 넥타이 연출을 통해 자신의 감성적 만족을 추구하게 하고 기업에게는 남성복 시장을 다양화 시키고 소비자의 감성을 충족시킬 수 있는 넥타이 문양 개발에 자료 제시가 될 것으로 본다.

본 연구는 자극물 제작시의 흰색 셔츠에 넥타이를 착용시킨 상체를 제시하고 얼굴은 제외시켰으며 평가가 강의실에서 이루어지고 지각자의 연령층이 20대로 한정되어 확대 해석에는 신중을 기해야 할 것이다.

참고문헌

- 강경자 (2002). 한복배색의 조화감에 대한 한·미 여대학생의 지각반응 연구II-톤온톤 배색을 중심으로. 한국의류학회지, 26권(3/4호).
- 강경자 (2005). 한복배색의 조화감에 대한 한·미 여대학생의 지각반응 연구IV-컨트라스트 배색을 중심으로. 한국의류학회지, 29권(6호).
- 강경자, 임지영 (1996). 넥타이의 색과 무늬가 남성복 이미지에 미치는 영향. 한국의류학회지, 20권(5호).
- 강경자, 임지영 (2005). 톤온톤 배색이 한복착용자이 이미지에 미치는 영향. 복식문화연구, 13권(5호).

- 강경자, 최수경 (2005). 배색방법이 한복착용자의 이미지에 미치는 영향. *복식문화연구*, 13권(6호).
- 강병희, 김영인 (1998). 명절복 색동의 색채분석. *한국색채학회논문집*. 10권.
- 권오정 (1999). 텍스타일디자인의 이론과 실제. 미진사.
- 김태현 (1999). 자연의 선을 모티브로 한 스트라이프 직물디자인 연구. *이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문*.
- 김현지 (2003). 남성 선거입후보자의 옷차림이 유권자들의 인상 형성에 미치는 영향. *건국대학교 대학원 석사학위논문*.
- 김혜수 (2002). 스트라이프에 내재된 리듬 특성과 복식디자인을 위한 자원화 방법연구. *연세대학교 대학원 박사학위논문*.
- 남미우, 강혜원 (1994). 상황, 의복단서 및 관찰자의 연령이 남자 의복착용자의 인상에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 18권(3호).
- 문삼련 (1994). 의복형태와 물방울무늬 공간변화에 따른 이미지의 시각적 평가. *한국의류학회지*. 18권(1호).
- 박상의 (1978). 색동에 관한 연구. *이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문*.
- 선향란 (1992). 넥타이에 사용된 직물에 관한 연구. *숙명여자대학교 대학원 석사학위논문*.
- 오희선, 박화순 (1999). 패션을 위한 디자인. 경춘사.
- 용호숙 (1992). 기하학적 직물패턴의 시지각 현상에 대한 연구. *숙명여자대학교 대학원 석사학위논문*.
- 유금화 (2001). 여성정장의 2색 배색에 의한 이미지 지각. *건국대학교 대학원 석사학위논문*.
- 유송옥 (1996). 복식의장학. 수학사.
- 이남순 (1994). 남성용 넥타이의 변화에 관한 연구. *원광대학교 교육대학원 석사학위논문*.
- 이영진, 정해진, 박희주, 이주현, 조길수 (2002). 블록스트라이프패턴의 디자인요소가 감성에 미치는 영향. *한국감성과학회지*, 5권(3호).
- 이은미, 강혜원 (1994). 의복단서 및 연령이 인상형성에 미치는 영향-남성정장을 중심으로. *한국의류학회지*. 18권(2호).
- 이호정 (2000). 패션디자인. 교학연구사.
- 임지영, 강경자 (2006). 셔츠와 넥타이의 톤 온 톤 배색에 대한 조화감 연구-한남색을 중심으로. *복식문화학회지*, 13권(4호).
- 조민선 (1982). 우리나라 남성용 넥타이에 관한 연구. *홍익대학교 대학원 석사학위논문*.
- 조필교, 정혜민 (1999). 패션디자인과 색채. 전원문화사.
- 조희래, 김영인 (1996). 색동으로 응용한 한국적 디자인의 개발(1). *한국의류학회지*, 20권(5호).
- 차미승 (1992). 의복형태와 색채이미지의 시각적 평가와 분석. *부산대학교 대학원 석사학위논문*.

최유진, 이명희 (2004). 남성의 재킷, 셔츠, 넥타이 색의 이미지지각과 선호도 연구. 복식. 54권 (6호).

한국색채연구소 (1994). KBS 한국표준색표집. 공업진흥청.

吉岡 徹 (1990). 縞柄の 2色配色 におけるイメ-ツ 計量. 纖維製品消費科學誌. 31권(5호).

加藤雪枝, 梶山藤子 (1984). 被服に おける 縞柄の 配色 効果. 纖維製品消費科學誌. 25권(4호).

小營啓子, 小林茂雄 (1990). 水玉柄のイメ-ツに關する一考察. 纖維製品消費科學誌. 31권(9호).

橋本令子, 加藤雪江 (1991). 被服着裝狀態における縞柄面積と 配色効果 -2色配色と3色配色. 日本家庭學會誌, 42권(12호).

山川藤, 増田洋子, 井上恵美子 (1985). 縞柄の 錯視 効果(第 1報). 武庫川 女子大學紀要. 33권.

山川藤, 米田維佐子, 秋山珠美 (1987). 縞柄の 錯視 効果(第 2報). 武庫川 女子大學 紀要. 35권.

石塚純子, 加藤雪江, 梶山藤子 (1987). 名種デザインにおける着裝にメ-ツ. 日本家政學會誌, 38권 (4호).

林知己夫, 相馬一郎, 富家直, 近江源太郎, 矢部和子 (1975). 配色の調和判斷に及ぼす 面積比の 効果. 日本心理學會. 第39回 大會.

Davis, M.L. (1980). Visual Design in Dress. Prentice-Hall Inc.

Furstenberg, E.V. (1978). The Power Look. Fawcett Columbine, N.Y.:

Hix, C. (1978). Dressing Right. A Guide For Men. Crown Publishers. N.Y.:

Jackson, C. (1984). Color of Men. Ballantine Books.

Molloy, J.T. (1978). Dress for Success. N.Y.: Warner Book Inc.

Patureo, M. (2003). 악마의 무늬 스트라이프. 이마고.

Kato, Y. (1995). Effective factors for the Impression of three-color design. Journal of Home Economics. 46권(3호).