

현대 패션에 나타난 레드 이미지

김윤경 · 이경희

부산대학교 의류학과

Red Image in the Modern Fashion

Yoon-Kyoung Kim and Kyoung-Hee Lee

Dept. of Clothing and Textiles, Pusan National University, Busan, Korea

Abstract : The purpose of the study is to clarify red image in the modern fashion. 40 kinds of costume samples being visual power in red have been selected from photographs in fashion magazines and divided into tones : pale (Vp, Lgr, L), bright (P, B), vivid (S, B, Dp), dark (Gr, Dl, Dgr, Dk). The study was measured by using Semantic Differential method. The subjects were 50 students majoring in clothing and textile. The data were analyzed by factor analysis, ANOVA, discriminant analysis, MDS and regression analysis. The results of analysis are as follow; 1. Factor analysis has extracted 5 factors of red image in the fashion. These factor are Attractiveness, Hardness and Softness, Emotion, Attention, Simplicity. 2. There were significant difference in visual evaluation of red tones. 3. The discrimination among 4 red tones was related to attention and weight of red. 4. Evaluative dimensions of red was classified as Soft-Hard, Lively-Decent. 5. The image effect on Preference, Buying needs, Pleasant and Riches was consist of complicated sensibility.

Key words : red image, pale, bright, vivid, dark

1. 서 론

현재까지 색채는 물리적인 시각각으로만 여겨져 왔으나 오늘날 생리적·심리적 능력을 발휘하며 이미지로서 정보화시대의 주축이 되고 있다. 과학과 생활기술의 발달은 상품의 기능적 품질을 만족스럽게 향상시키고 있어 형태를 감지할 수 없는 먼 거리에서도 제품을 차별화 할 수 있는 색채는 상품에 생명을 불어넣어 소비자의 눈을 사로잡고 있다.

인간의 오감 중 시각을 가장 많이 자극하는 색채는 생활용품에서 의류, 스포츠 심지어 정치에까지 그 적용범위가 광범위하다. 색채는 우선 사람의 시선을 끌고 아름다움을 제공하며 보다 쉽게 정보를 전달하거나 감정의 공감대를 형성시키는 등 그 기능과 역할이 다양하다. 이는 색의 연상과 상징으로부터 생기는 감정적 효과 즉 이미지가 대상의 속성을 결정하는 중요한 수단으로 작용하기 때문이다.

이러한 색이 주는 이미지는 의복에 있어서도 자신의 개성을 표현하는 중요한 수단으로 작용한다. 의복에서의 색채는 복식의 조형성을 평가하는 중요한 요소 중의 하나로 형태, 재질, 무늬 등 다른 디자인 요소에 비해 시각적인 전달 메시지가 강해서, 의복 이미지를 결정하는데 중요한 역할을 한다. 감각과 이미지가 지배하는 시대에 개성을 효과적으로 표현하는 의복 디

자인을 위해서는 체계적인 색채 계획이 필요하며 이를 위해서는 과학적이고 객관적인 색채 연구가 선행되어야 한다.

지금까지의 색채에 대한 연구를 살펴보면, 단색을 중심으로 색 자체의 연상이나 상징적 의미를 도출하고자 하는 연구와 선호색에 대한 연구가 주를 이루고 있으며 이를 특정 대상에 대한 색채 이미지로 구체화시키는 연구는 미흡한 실정이다. 마케팅 학자 헤프너(Harry W. Hepner)는 '색채가 제품을 판매한다'라고 하여 색채가 제품선택의 중요한 요인임을 언급하고 있다. 이러한 시점에서 색채 연구의 실용화 단계로 의복에 나타난 색채 이미지 연구는 필요할 것이다.

색채연구는 기본 3원색이나 5원색을 중심으로 이루어지고 있으며 이는 색 배합에 따라 다양한 색을 만들어 낼 수 있는 기본 1차색에 대한 중요성이 크기 때문이다. 동일한 색이라 하더라도 색이 사용되는 용도나 목적에 따라 그 색이 주는 이미지가 다르며, 톤에 따라서도 그 색의 느낌이 다르므로 단색 하나에 대한 연구의 범위도 광범위하다.

기본 3원색 중의 하나인 레드(red)는 주목성과 충동성이 강한 색이다. 흔히 레드하면 마리텔 먼로의 입술을 떠올리게 되는데, 그녀는 레드의 특성을 살린 섹시한 이미지로 성공하였다. 오늘날 슈퍼마켓을 가면 가장 눈에 많이 띄는 것이 레드이고 심지어 과자 봉지도 레드가 가장 많다. 특히 패션에서는 유행색으로 자주 등장하며 올 여름의 거리도 레드가 물들고 있다.

이렇듯 역사적으로 볼 때 레드는 시대를 초월하여 많은 사랑을 받아 오고 있다. 하지만 이에 반해 레드가 주는 색채 이

미지에 대한 연구는 아직 미흡한 실정이므로 체계적인 연구는 필요할 것으로 여겨진다. 이에 본 연구는 의복에 나타난 레드 의 이미지에 대해 알아보고자 하며, 이를 통해 레드에 대한 효과적인 색채계획에 도움을 주고자 한다.

2. 이론적 배경

색채를 대상으로 하는 연구는 빛의 자극 정도나 색의 화학적 성분을 분석하는 물리적·화학적 측면과 색의 지각을 통해 얻어지는 생리·심리적 측면 그리고 색이 주는 미적 가치를 평가하는 미학적 측면 등 그 연구의 범위가 광범위하다.

색채의 심리적 속성은 색상, 명도, 채도의 세 가지 기본적인 색채 반응과 관련되어 나타나고 이것이 감각을 통해 연상과 상징적 의미로 표현되거나 이미지로 구체화되어 나타난다. 사람마다 일어나는 색채에 대한 심리적 반응은 개개인의 주관적인 감정작용이나 과거의 경험에 의한 기억, 연상작용에 의해 나타난다. 이러한 색채의 연상과 상징적 의미에 관한 연구를 살펴보면 다음과 같다.

飯塚등(1983)은 赤, 綠, 靑, 紫, 黃, 赤橙, 黃橙, 黃綠에 대한 연상어를 수집, 분석, 분류화하고 이를 톤에 결합시키는 과정을 통해 색채와 거기에 대응하는 연상용어와의 결합을 시도하였다. 김희정(1997)은 영화의상에 표현된 색의 상징성에 대해 살펴봄으로써 의상을 통해 표현되는 색의 역할을 고찰하였으며 박혜선·금지숙(1998)은 흑색의상의 시대별 고찰을 통해 흑색의 상징을 죽음, 억압된 자의 표출, 현대성으로 분석하였다.

지각되어진 색으로의 색채는 여러 가지 심리적인 느낌이나 판단, 연상 등이 함께 하며 이는 어떤 구체적 대상에 대한 전체 이미지를 결정하는 중요한 역할을 한다. 우리는 색을 보고 그 색에 자극을 받아 여러 가지 감정을 일으키는데 이러한 감정은 개성, 기분, 지식과 경험, 민족성, 성별, 생활환경 등에 따라 다르게 나타나지만 대체로 근본적인 공통성이 있어 객관적인 경향을 가지며 이것을 이미지로 구체화시켜 디자인 개발에 반영하면 상품의 가치를 높일 수 있다.

이미지(image)는 상, 표상, 심상 등을 표현하는 말로 어떤 사람이나 사물에 대하여 가지는 시각상, 기억, 인상평가 및 태도 등의 총체로서 사물이나 인물에 대하여 특정한 감정을 가지게 하는 영상이다(김동기, 1979). 그러므로 의복을 대상으로 하는 의복 이미지는 의복이 전달해 주는 전반적인 느낌으로 사람들이 어떤 의복을 접했을 때 나타나는 반응은 디자인 요소들의 시각적 특징에 의해 형성된다.

의복이미지와 디자인요소간의 관계연구를 살펴보면 김영인·이윤주(1994)는 색채에 의해 형성되는 의복이미지 연구에서 검정색의 배색이 현대적이며 대담한 이미지를 형성한다고 하였다. 문삼련·이경희(1994)는 의복형태와 물방울 무늬의 공간변화에 따른 이미지 연구에서 의복의 현시성 요인은 의복형태보다 물방울무늬로서 그 이미지를 보다 잘 연출할 수 있으며 의복의 활동성과 대담성을 의복 형태적 차원에서 보다 효과적으

로 연출 할 수 있다고 하였다. 김일분·유태순(1999)은 의복 이미지 유형과 디자인 요소와의 관계연구에서 실크나 새틴, 가죽과 비닐소재는 의복의 유행성 이미지를 면 마 등의 소재는 활동성 이미지를 울과 혼방, 실크소재 중심은 품위성을 높인다고 하였다. 이경희(1991)는 의복형태 이미지의 시각적 평가 연구에서 실루엣은 의복디자인보다 강한 이미지를 지니고 의복디자인은 디테일에 의해 시각적 효과가 완화되어 나타나 디테일이 의복이미지 형성에 영향을 준다고 하였다.

이러한 디자인 요소와 관계한 이미지 연구에서도 특히 색채는 특정 대상이나 상황에 대한 이미지를 결정하는데 다른 요소에 비해 강하게 나타난다.

황상민의 2(1999)는 캐주얼, 비즈니스, 지적분위기, 이브닝의 다른 사회적 상황에 따른 색채 이미지 차이를 살펴본 결과 각각의 상황은 일관적인 색채 이미지를 가지고 있다고 하였으며 이진숙의 4(1999)는 실제 현장에서의 색채 적용을 목적으로 메이트업에서의 주요 색채특성을 평가 변인으로 하여 이미지 유형을 분석한 결과 「품위있는·귀족적인」, 「깔끔한·여성스러운」, 「강렬한·도발적인」, 「캐주얼한·경쾌한」, 「수수한·부드러운」의 5가지 이미지 유형을 추출하였다. 김은경·김영인(2000)은 보라색의 상징적 가치와 복식의 이미지를 살펴본 결과 현대의 복식에서의 이미지는 로맨틱, 내추럴, 엘레강스, 클래식, 고저스, 쉬크, 댄디 이미지로 분석하였으며 문혜정·김민자(1998)는 서양 복식에 나타난 검정색의 복식사적 이미지를 위엄성, 우아성, 관능성, 금욕성, 비애성으로 분석하였다. 강경자·임지영(1996)은 넥타이의 색과 무늬에 의한 남성복 이미지 구성요인을 살펴본 결과 매력성, 능력성, 독특성, 운율성으로 나누었다. 김일분·유태순(1999)은 의복의 대표적인 이미지를 유행성, 품위성, 활동성, 단순성 등으로 정의하고 이 중 유행성 이미지는 vivid톤을 중심으로 한 red, white, black 색상이 품위성 이미지는 주로 단색, 2색 배색에 beige를 주로 한 brown과 gray의 색상의 동색배색 또는 pale, grayish와 dark톤이 품위성을 높인다고 하였다.

색채지각을 일으키는 자극요소인 색은 다른 어떤 조형요소보다 직접적이며 예민한 요소로 즉각적인 정서적 반응을 일으킨다. 특히 레드(red)는 모든 색채 중에서 가장 높은 채도를 가지는 색으로 자극의 정도가 크고 적극적이며 색상이 가지는 선명도 때문에 선호도 또한 높다. 일반적으로 열기와 사랑, 생명, 활동, 용기, 투쟁, 위험 등 많은 상징적 의미를 내포하고 있는 레드는 오늘날을 식욕을 증진시키거나 활력을 불어넣거나 화합을 도모하는 등의 긍정적인 의미로 우리의 시각을 자극하고 있다.

최근의 색채연구는 시대적 상황이나 사회적 변화에 의해 색채 마케팅의 중요성이 부각되면서 색에 대한 관심과 함께 활발히 이루어지고 있다. 이러한 시점에 지명도가 높으면서 의복에서도 자주 유행색으로 등장하는 레드에 관한 연구는 필요할 것이다.

飯塚등(1982)은 문헌상의 색의 연상용어를 수집하고 P.C.C.S의 TONE 분류에 따라 색채 레드와 관련된 연상 용어를 찾았다. 그 결과 각각의 톤에 반응하는 연상용어가 있는 반면 서로

인접한 톤끼리 같은 연상용어로 묶이는 경우가 있어 색채에 대한 이미지를 평가할 경우 톤의 범위를 줄일 수 있는 가능성을 보여주고 있다. IRI(1997)는 한국인의 색채감성 척도 개발을 위한 연구에서 한국인의 색채감성은 일본과 다르게 톤을 기준으로 크게 은은한(Vp, Lgr, L), 밝은(P, B), 선명한(S, B, Dp), 어두운(Gr, Dl, Dgr, Dk) 이미지로 나누어진다고 하였다.

이상의 내용을 바탕으로 의복에 나타난 레드의 이미지를 톤에 따라 구체적으로 살펴봄으로써 소비자의 기호나 감성을 만족시킬 수 있는 합리적이고 과학적인 색채계획에 도움을 주고자 한다.

3. 연구방법

3.1. 연구문제

의복에 나타난 레드의 이미지를 알아보기 위해 설정한 연구문제는 다음과 같다.

- 연구문제 1. 레드에 대한 이미지의 구성요인을 알아본다.
- 연구문제 2. 레드의 톤에 따른 이미지의 차이를 알아본다.
- 연구문제 3. 레드의 톤에 따른 판별이미지를 알아본다.
- 연구문제 4. 레드의 이미지에 대한 포지셔닝을 알아본다.
- 연구문제 5. 선호도, 구매욕구, 고급감, 쾌감과 레드 이미지와의 관계를 알아본다.

3.2. 평가도구

자극물의 선정 : 의복에 나타난 레드의 이미지를 평가하기 위해 최근 10년(1991~2000)간 국내·외 패션잡지를 통해 레드의 기미가 강하며 색채 레드에 시각적 우선권이 있는 사진 175장을 수집하였다.

한국인 색채 감성의 공간분류(IRI, 1997)에 따라 은은한(Vp, Lgr, L), 밝은(P, B), 선명한(S, V, Dp), 어두운(Dgr, Dk, Dl, Gr)의 4개의 톤으로 나누어 사진을 분류하여 각 톤별 10장씩 최종 40장의 자극물을 선정하였다.

최종 선정된 40장의 사진자극물은 의복에 나타난 레드의 이미지 평가에 영향을 미칠 수 있는 얼굴 부분을 제외하고 3×5"의 회색대지로 배경을 동일하게 처리하여 제작하였다.

의미미분척도의 구성 : 의미미분척도를 구성하기 위해 의류학 전공자 50명을 대상으로 사진 자극물 제시를 통한 자유언어 연상을 실시(2000년 11월 28일~12월 2일)한 결과 총 362개의 어휘가 추출되었다. 선행연구를 통해 수집한 170어휘를 참고로 하여 빈도분석을 실시한 결과 빈도수가 높은 형용사를 기준으로 의미의 유사성을 고려하여 27쌍의 형용사를 선정하였다. 재검증법의 일종인 중복 문항법을 사용하여 신뢰도 검증 한 결과 Chronbach's α 값이 .84로 높은 신뢰도를 나타내어 내적 일관성이 있음을 확인하였다.

좀 더 효율적이고 적합한 척도의 개발을 위해 요인분석을 실시하여 27쌍의 형용사 중 요인부하치와 공변량이 불안정한 2쌍의 형용사를 제외한 25개의 형용사쌍을 의복에 나타난 레드의 이미지를 평가하는 적합한 척도로서 사용하였으며 척도에

대한 신뢰도 검증 결과 Chronbach's α 가 .86으로 나타났다.

3.3. 자료수집 및 분석

본 연구의 자료수집은 톤별 10장씩 40장의 사진 자극물에 대하여 부산대학교 의류학 전공 대학생, 대학원생 50명을 대상으로 실시되었다. 자료분석은 SPSS 통계 패키지를 이용하여 요인분석, 분산분석, 판별분석, 다차원척도법(MDS), 다중회귀분석을 실시하였다.

4. 결과 및 논의

4.1. 의복에 나타난 레드의 이미지 구성요인

의복에 나타난 레드의 이미지에 대한 구성요인을 밝히기 위해

Table 1. 의복에 나타난 레드의 이미지 구성요인

요인명과 감성어휘	요인부하치
요인 1 : 매력성 요인	
고급스러운 - 고급스럽지않은	.780
지적인 - 지적이지않은	.750
우아한 - 천박한	.727
사교적인 - 사기적인	.722
좋아하는 - 싫어하는	.709
매력있는 - 매력없는	.672
자연스러운 - 어색한	.648
세련된 - 촌스러운	.646
안정한 - 불안정한	.646
깨끗한 - 지저분한	.530
고유치 : 7.881	전체 변량(%) : 31.5
요인 2 : 경연성 요인	
여성적인 - 남성적인	.830
부드러운 - 딱딱한	.795
가벼운 - 무거운	.680
고유치 : 3.233	체 변량(%) : 12.9
요인 3 : 정서성 요인	
명량한 - 우울한	.722
달콤한 - 쓴맛한	.604
귀여운 - 성숙한	.552
유쾌한 - 불쾌한	.519
재미있는 - 재미없는	.476
활동적인 - 정적인	.466
고유치 : 2.217	전체 변량(%) : 8.9
요인 4 : 현시성 요인	
강렬한 - 은은한	.715
화려한 - 수수한	.686
색시한 - 색시하지않은	.651
고유치 : 1.402	전체 변량(%) : 5.6
요인 5 : 단순성 요인	
단순한 - 복잡한	.783
특이한 - 평범한	-.730
편안한 - 불편한	.525
고유치 : 1.160	전체 변량(%) : 4.6

25쌍의 형용사에 대한 요인분석 결과는 다음과 같다(Table 1).

요인 1은 고급스러운-고급스럽지않은, 지적인-지적이지않은, 우아한-천박한, 사고싶은-사기싫은, 좋아하는-싫어하는, 매력있는-매력없는, 자연스러운-어색한, 세련된-촌스러운, 안정한-불안정한, 깨끗한-지저분한 등의 10개의 형용사쌍으로 이루어져 매력성 요인이라 명하였으며 전체변량의 31.5%를 차지하였다. 요인 2는 여성적인-남성적인, 부드러운-딱딱한, 가벼운-무거운 등의 3개의 형용사쌍으로 이루어져 경연성 요인이라 명하였으며 전체변량의 12.9%를 차지하였다.

요인 3은 명량한-우울한, 달콤한-씹쓸한, 귀여운-성숙한, 유쾌한-불쾌한, 재미있는-재미없는, 활동적인-정적인 등의 6개의 형용사쌍으로 이루어져 정서성 요인이라 명하였으며 전체변량의 8.9%를 차지하였다. 요인 4는 강렬한-은은한, 화려한-수수한, 섹시한-섹시하지않은 등 3개의 형용사쌍으로 이루어져 현시성 요인이라 명하였으며 전체변량의 5.6%를 차지하였다.

요인 5는 단순한-복잡한, 특이한-평범한, 편안한-불편한 등의 3개의 형용사쌍으로 이루어져 단순성 요인이라 명하였으며 전체변량의 4.6%를 차지하였다.

이상 5개의 요인은 전체변량의 63.6%를 차지하는 것으로 나타났다. 5개의 요인 중 매력성 요인과 경연성 요인은 공통변량의 69.8%를 차지하는 것으로 나타나 의복에 나타난 레드의 이미지를 평가하는 의미공간 내에서 중요한 요인으로 나타났다. 이와같이 의복에 나타난 레드의 이미지 대한 의미구조는 매력성, 경연성 요인이 큰 비중을 차지하는 가운데 정서성, 현시성, 단순성 요인으로 더욱 구체화 시켜 볼 수 있음을 알 수 있다.

4.2. 의복에 나타난 레드의 톤에 따른 이미지 차이

레드의 톤에 따른 이미지 차이를 알아보기 위해 일원배치 분산분석을 실시한 결과는 Table 2와 같다. 레드의 4가지 톤은 모든 요인에서 유의한 차이가 나타났으며 특히 현시성 요인에

Table 2. 레드의 톤에 따른 이미지 차이

요인	톤	은은한	밝은	선명한	어두운	F-value
매력성	.210 a	.109 ab	-.308 c	-.011 b	26.10***	
경연성	.397 a	.294 a	.017 b	-.708 c	152.49***	
정서성	-.066 b	.302 a	.331 a	-.567 c	100.99***	
현시성	-.638 d	-.361 c	.850 a	.156 b	310.52***	
단순성	.040 b	.267 a	-.214 c	-.093 bc	21.89***	

***P<.001, **P<.01, *P<.05

Table 3. 의복에 나타난 레드의 톤 판별이미지

	Function 1	Function 2	Wilks'Lambda	F-Value	Hit-ratio(%)
가벼운-무거운	-.335 ^a	.961	.500	18.017***	67.2
강렬한-은은한	.882	.508	.295	43.010***	
판별함수의 기여율(%)	85	15			

^aStandardized canonical discriminant function coefficients. ***P<0.001, **P<0.01, *P<0.05

서 두드러진 차이를 보였다.

매력성 요인에서는 은은한 톤이 가장 고급스럽고 매력적인 것으로 선명한 톤이 고급스럽지않고 매력적이지 않은 것으로 평가되어 채도가 영향을 미치는 것으로 나타났다. 경연성 요인에서는 은은한, 밝은 톤이 가볍고 여성적인 것으로 어두운 톤이 무겁고 남성적인 것으로 평가되어 톤이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 정서성 요인에서는 선명한 톤과 밝은 톤이 명량하고 재미있는 것으로 어두운 톤이 우울하고 씹쓸한 것으로 나타난 명도가 낮을수록 부정적인 감정 효과를 나타내는 것으로 여겨진다.

현시성 요인에서는 선명한 톤이 강렬하고 화려한 것으로 은은한 톤이 수수하고 은은한 것으로 나타나 시각적인 자극에 인한 주목성의 정도는 채도가 영향을 미치는 것으로 평가되었다. 단순성 요인에서는 밝은 톤이 단순한 것으로 선명한 톤이 특이한 것으로 어두운 톤이 불편한 것으로 나타나 톤의 영향과 함께 디자인이 영향을 미치는 것으로 평가되었다.

이상의 결과를 통해 레드의 명도와 채도, 톤에 따른 이미지의 차별성을 구체화 시켜 볼 수 있으며 의복을 통해 표현된 레드의 이미지이므로 의복의 형태도 고려한 디자인 적용이 필요할 것이다.

4.3. 레드의 톤에 따른 판별이미지

의복에 나타난 레드의 톤을 판별하는 이미지를 알아보기 위해 4가지 톤을 종속변수로 하고 25쌍의 형용사를 독립변수로 하여 단계적 판별분석을 실시한 결과는 다음과 같다(Table 3). 그 결과 25쌍의 형용사중 2쌍의 형용사가 의복에 나타난 레드의 톤을 판별하는데 관련이 있는 것으로 나타났으며 67.2%의 적중률을 보였다.

전체변량의 85%를 설명하는 판별함수 1의 판별계수를 살펴보면 강렬한-은은한이 가장 높게 나타났고 다음으로 가벼운-무거운 순으로 나타났다. 따라서 의복에 나타난 레드의 톤은 맑고 탁한 정도를 나타내는 채도와 밝고 어두운 정도를 나타내는 명도의 복합적인 영향으로 레드가 주는 주목성의 정도와 시각을 통해 인지되는 톤의 경중에 따른 이미지에 의해 톤이 판별됨을 알 수 있다.

4.4. 레드의 이미지에 대한 포지셔닝

의복에 나타난 레드의 이미지에 대한 유사성의 차이를 밝혀 종합적 평가를 해 보고자 40장의 사진자극물에 대한 다차원적 도법(MDS)을 실시하였다. 상대적인 거리의 정확도를 통한 적

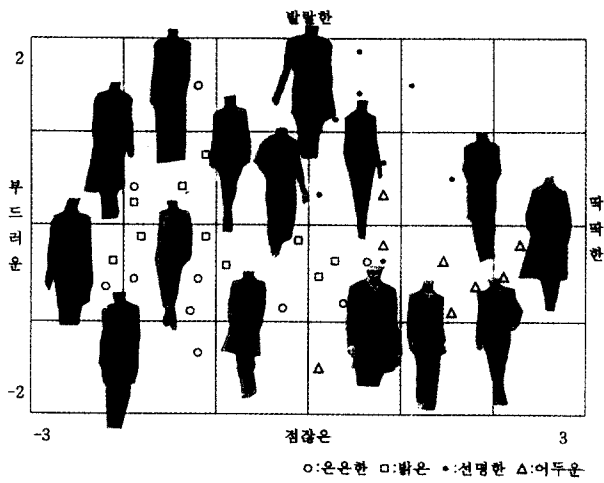


Fig. 1. 의복에 나타난 레드 이미지 포지셔닝.

합성의 정도를 알아보기 위해 Kruscal의 stress값과 결정계수값(RSQ)을 조사하였으며 그 결과 2차원에서 stress .122와 92%의 설명력을 나타내었다(Fig. 1).

포지셔닝 결과 레드와 톤과 디자인 특성을 고려하여 가로축은 톤의 이미지에 따라 「부드러운-딱딱한」으로 세로축은 의복의 형태와 채도의 영향으로 「발랄한-점잖은」으로 명명하였다.

2차원상에 분포된 자극물의 특징을 전반적으로 살펴보면 1

사분면은 S, V, Dp 중심의 선명한 톤이 2사분면은 P, B 중심의 밝은 톤, 3사분면은 Vp, Lgr, L 중심의 은은한 톤, 4사분면은 Dgr, Dk, Dl, Gr의 어두운 톤 중심으로 분포되어 있다. 이는 고채도에서 고명도·저채도로 다시 저명도·저채도로의 이동을 보여주고 있으며 P.C.C.S TONE 분류표의 변화와 그 흐름을 같이하면서 톤의 이미지와 디자인 특성을 함께 고려할 수 있는 차원으로 나타났다.

각 분면별 의복무늬의 대한 디자인 특성을 살펴보면 다음과 같다.

1/4분면(발랄한-딱딱한)은 전체적으로 선명한 톤을 중심으로 약간 힘이 있는 가벼운 소재로 허리 라인을 강조하거나 노출시킨 여성적인 디자인이 특징으로 젊고 강렬한 이미지로 해석하였다. 2/4분면(발랄한-부드러운)은 밝은 톤을 중심으로 흐르는 듯한 가벼운 소재의 원피스 아이템이 주를 이루고 있으며 어깨를 드러낸 디자인이 특징으로 심플하면서 자연스러운 이미지로 해석하였다. 3/4분면(부드러운-점잖은)은 은은한 톤을 중심으로 매트한 소재의 신체 노출이 적은 디자인이 특징으로 차분하고 무난한 이미지로 해석하였다. 4/4분면(점잖은-딱딱한)은 어두운 톤을 중심으로 의복의 디테일이나, 트리밍이 선의 형태를 지니거나 약간의 힘이 있는 소재로 바지 아이템의 투피스가 주를 이루고 있어 중후하면서 남성적인 이미지로 해석하였다.

이상의 결과 의복에 나타난 레드 이미지 포지셔닝은 가로축 「부드러운-딱딱한」, 세로축은 「발랄한-점잖은」으로 해

Table 4. 선호도, 구매욕구, 쾌감 고급감과 관련된 레드 이미지

독립변수	중속변수		선호도		구매욕구		쾌 감		고급감	
	Beta	T-value	Beta	T-value	Beta	T-value	Beta	T-value	Beta	T-value
사고싶은 - 사기싫은	.482	24.058***							.075	2.999**
자연스러운-어색한	.114	6.354***	.126	8.203***	.073	3.498***				
세련된 - 촌스러운	.102	6.429***	.068	4.368***	.045	2.296*	.124	5.935***		
매력있는 - 매력없는	.098	5.140***	.264	15.016***	.135	6.065***	.113	4.618***		
유쾌한 - 불쾌한	.092	5.885***								
재미있는 - 재미없는	.052	3.678***	.031	2.314**			.052	2.664**		
편안한 - 불편한	.049	3.343**								
안정한 - 불안정한	.040	2.655**								
귀여운 - 성숙한	.036	2.862**	.034	2.817**					-.038	-2.219*
우아한 - 천박한	.030	2.001*							.203	10.235***
화려한 - 수수한	.029	2.096*					-.068	-4.190***	.090	4.858***
좋아하는 - 싫어하는			.469	24.788***	.149	6.231***				
고급스러운 - 고급스럽지않은			.046	3.095**						
깨끗한 - 지저분한					.195	9.856***	.179	9.044***		
달콤한 - 씹쓸한					.185	8.959***				
명랑한 - 우울한					.158	8.366***				
여성적인 - 남성적인					.078	4.440***	.051	2.654**		
활동적인 - 정적인					.068	4.240***	-.048	-2.893**		
지적인 - 지적이지않은					.061	3.457**	.254	13.121***		
가벼운 - 무거운									-.086	-4.300*
특이한 - 평범한									.041	2.234***
R ²		.725		.734		.569		.535		

***P<.001, **P<.01, *P<.05

석되어질 수 있다. 이는 레드의 톤이 가지는 이미지를 중심으로 의복의 형태나 소재, 아이템 등의 복합적 작용으로 나타난 종합적 평가로 분류된 레드의 이미지 특성은 의류업체의 색채 기획에 있어 유용하게 활용될 수 있을 것이다.

4.5. 선호도, 구매욕구, 쾌감 고급감과 관련된 레드 이미지

의복에 나타난 레드의 이미지가 어떠한 감성으로 구체화되어 나타나는지 알아보기 위해 선호도, 구매욕구, 쾌감, 고급감을 종속변수로 각각의 용어에 대한 24개의 형용사쌍을 독립변수로 하여 다중회귀분석을 실시하였다<Table 4>.

선호도에 영향을 미치는 독립변수는 유의수준 .05 이상에서 11쌍이 나타났으며 전체 73%의 설명력을 보였다. 그 중 사고 싶은-사기 싫은이 가장 높은 상관을 보였고 자연스러운-어색한, 세련된-촌스러운, 매력있는-매력없는 등의 순으로 나타났다. 따라서 매력성을 평가하는 이미지 용어가 선호도와 높은 상관을 보이면서 구매로 이어질 수 있음을 알 수 있다.

구매욕구는 7개의 형용사쌍과 관련이 있는 것으로 나타났으며 전체 73%의 설명력을 보였다. 좋아하는-싫어하는이 가장 높은 상관을 보였고 다음으로 매력있는-매력없는, 자연스러운-어색한, 세련된-촌스러운, 고급스러운-고급스럽지않은 등의 순으로 나타났다. 따라서 구매는 매력적인 측면을 평가함과 동시에 좀 더 높은 수준의 미적 가치를 추구하는 고급감이 관련되어 나타남을 알 수 있다.

쾌감은 11개의 형용사쌍과 관련이 있는 것으로 나타났으며 전체 57%의 설명력을 보였다. 그 중 깨끗한-지저분한이 가장 높은 상관을 보였으며 달콤한-씁쓸한, 명랑한-우울한, 좋아하는-싫어하는, 매력있는-매력없는 등의 순으로 나타났다. 따라서 쾌의 감정은 5감의 자극을 통해 얻을 수 있는 즐겁고 유쾌한 감각·감정 어휘들과 의복으로 표현되어 졌을 때 나타나는 전체적 느낌이나 기분과 관련되어 나타남을 알 수 있다.

고급감은 14개의 형용사쌍과 관련이 있는 것으로 나타났으며 전체 54%의 설명력을 보였다. 그 중 지적인-지적이지않은이 가장 높은 상관을 보였으며 우아한-천박한, 깨끗한-지저분한, 세련된-촌스러운, 매력있는-매력없는 등의 순으로 나타났다. 고차원적인 감성인 고급감은 의복을 통해서 표현되고자 하는 내적인 아름다움을 내포하는 어휘들과 관련되어 복합적이고 모호한 감성을 구체화시키고 있음을 알 수 있다.

5. 결론 및 제언

본 연구의 결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

1. 의복에 나타난 레드의 이미지 구성요인은 매력성, 경연성, 정서성, 현시성, 단순성의 5요인으로 구성되어 전체 변량의 63.6%를 차지하였으며 5개의 요인 중 매력성, 경연성 요인이 의복에 나타난 레드의 이미지를 평가하는 의미공간 내에서 중요한 차원으로 나타났다.

2. 레드의 톤에 따른 이미지 차이를 알아본 결과 모든 요인

에서 유의한 차이가 나타났으며 특히 현시성 요인에서 두드러진 차이를 보였다. 이상의 결과 레드의 명도와 채도, 톤에 따라 의복에 나타난 레드 이미지가 달라짐으로 패션업계에서는 브랜드 컨셉에 맞는 레드의 효과적인 색채 활용을 기대해 볼 수 있을 것이다.

3. 의복에 나타난 레드의 톤 판별이미지는 강렬한-은은한이 가장 높게 나타났고 다음으로 가벼운-무거운 순으로 나타나 레드가 주는 주목성의 정도와 시각을 통해 인지되는 톤의 경중에 따른 이미지에 의해 톤이 판별됨을 알 수 있다.

4. 의복에 나타난 레드의 포지셔닝 결과 레드의 톤과 디자인 특성을 고려하여 가로축은 톤의 이미지에 따라 「부드러운-딱딱한」으로 세로축은 의복의 형태와 채도의 영향으로 「발랄한-점잖은」으로 명명하였다. 이는 레드의 색채 이미지를 중심으로 의복의 형태나 소재, 아이템 등의 복합적 작용으로 나타난 결과이다. 각각의 축을 중심으로 한 레드의 이미지 및 디자인 분석은 의류업체의 디자인 개발에 있어 색채기획을 더욱 구체화시키는데 도움을 줄 수 있을 것이다.

5. 선호도, 구매욕구, 쾌감, 고급감에 영향을 미치는 레드의 이미지는 다양한 요인들이 영향을 미침을 알 수 있다. 의복에 나타난 레드에 대한 좋아하는 감정은 곧 구매로 연결되며 쾌감은 의복을 통해 표현되어 지는 전체적인 느낌이나 이를 통한 즐거운 감정 등과, 고급감은 의복을 통해 표현되고자 하는 내적인 아름다움을 내포하는 어휘들과 관련되어 복합적이고 모호한 감성을 구체화시키고 있음을 알 수 있다. 그러므로 감성어휘들과 레드 이미지와의 관계를 분석하여 이를 디자인 개발에 반영한다면 소비자의 구매력을 자극하는 마케팅 효과도 기대할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 강경자·임지영 (1996) 벡타이의 색과 무늬가 남성복 이미지에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 20(5), 753-768.
- 고을한·김동욱 (1994) "디자인을 위한 색채계획". 미진사, 서울, pp.13-14.
- 곽혜선·김기숙 (1998) 흑색의상의 조형성과 상징성에 관한 연구. *복식*, 37, 231-252.
- 김미영 (1997) 이미지의 이론적 개념 및 구조-의류학의 관점에서-. *복식*, 31, 223-236.
- 김영인·이윤주 (1994) 아르데코시대를 중심으로 한 복식의 색채 이미지에 관한 연구. *복식*, 22, 119-133.
- 김용훈 (1998) "색채메카니즘". 법문사, 서울, pp.15-18.
- 김은경·김영인 (2000) 보라색 복식의 이미지 특성. *한국의류학회지*, 24(2), 373-384.
- 김일분·유태순 (1999) 의복 이미지 유형과 디자인 요소와의 관계. *복식*, 45, 103-119.
- 김희정 (1997) 영화 의상에 표현된 색의 상징성에 관한 연구. *복식*, 35, 195-210.
- 문삼련·이경희 (1994) 의복형태와 물방울무늬의 공간변화에 따른 이미지의 시각적 평가. *한국의류학회지*, 18(1), 646-660.
- 문혜정·김민자 (1998) 서양 복식에 나타난 검정색의 이미지. *복식*,

- 41, 207-222.
- 이경희 (1991) 의복형태 이미지의 시각적 평가에 관한 연구. 부산대학교 대학원 박사학위논문.
- 이원자의 2명 (2000) 나이와 지역에 따른 피부색, 화장색, 얼굴색의 분포. *한국색채학회지*, 9, 37-47.
- 이진숙의 4명 (1999) 색채감성 분석기법에 의한 메이크업의 이미지 유형별 예측모델 작성에 관한 연구. *한국감성과학회지*, 2(2), 67-74.
- 추선형 · 김영인 (1997) 녹색을 중심으로 한 복식의 색채계획. *복식*, 31, 33-46.
- 황상민의 2명 (1999) 심리적 환경에 맞는 색채 이미지 디자인-color로 표현되는 상황에 맞는 이미지의 구현. *한국감성과학회지*, 2(2), 115-221.
- 飯塚弘子 · 鈴木正文 · 香川幸子 · 盛田眞千子 · 方江八重子 · 下地一丸 (1982) 文獻上の色の連想用語と色彩との照合(1) -赤-. *文化女子大學研究紀要*, 13, 137-150.
- 鈴木正文 · 香川幸子 · 方江八重子 · 盛田眞千子 · 下地一丸 · 飯塚弘子 (1982) 文獻上の色の連想用語と色彩との照合(3) -緑-. *文化女子大學研究紀要*, 13, 163-174.
- 下地一丸 · 飯塚弘子 · 香川幸子 · 方江八重子 · 鈴木正文 · 盛田眞千子 (1984) 文獻上の色の連想用語と色彩との照合(5) -赤みの橙 · 黄みの橙 · 黄緑-. *文化女子大學研究紀要*, 15, 111-129.
- 下地一丸 · 飯塚弘子 · 香川幸子 · 方江八重子 · 鈴木正文 · 盛田眞千子 (1982) 文獻上の色の連想用語と色彩との照合(4) -紫-. *文化女子大學研究紀要*, 13, 175-186.
- 方江八重子 · 飯塚弘子 · 香川幸子 · 渡貫るみ子 · 盛田眞千子 · 鈴木正文 · 下地一丸 (1979) 色彩“青”についての研究(I) -文獻上の連想用語-. *文化女子大學研究紀要*, 10, 1-15.
- 宮内博美 (1998) 色彩とデザイン. *한국의류학회 추계학술발표대회 논문집*, pp. 15-18.

(2001년 8월 6일 접수)