

현대패션에 나타난 노랑의 조형성과 이미지

Yellow Image and Formative Properties in Modern Fashion

부산대학교 의류학과
오 해 순 · 이 경 희

Dept. of Clothing and Textiles, Pusan National University

Hae-Soon Oh · Kyoung-Hee Lee

(2002. 1. 18 접수)

Abstract

The purpose of the study is to clarify yellow image and formative properties in modern fashion. For the study of formative properties 230 kinds of costume samples being visual power in yellow have been selected from photographs in fashion magazines and divided into tones: vivid(S, B, Dp), vague(L, Lgr, D), bright(Vp, P, B). For the study of image 30 kinds of costume samples is used. 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, MDS and regression analysis. The results of analysis are as follow: 1. Factor analysis has extracted 4 factors of yellow image in the fashion. These factor are Attractiveness, Cheerfulness, Hardness and Softness, Gorgeousness. 2. There were significant difference in visual evaluation of yellow tones. 3. Evaluative dimensions of yellow was classified as Soft-Hard, Gorgeous-Unpretentious. 4. The mage effect on Preference, Buying needs, Pleasant and Riches was consist of complicated sensibility.

Key words: color image, vivid tone, vague tone, bright tone;

색채이미지, 선명한 톤, 은은한 톤, 밝은 톤

I. 서 론

현대사회는 정적인 세계를 추구하던 과거와는 달리 점점 더 역동적이며 컬러풀한 세계로 변하고 있다. 갈수록 복잡한 양상을 띠는 환경 속에서 살고 있는 현대인은 산업기술의 발달과 함께 표현 가능한 색채가 다양해지고 기능적·감성적 측면에서 색채의 역할이 중요해지면서 색채에 대한 관심이 갈수록 고조되고 있다.

인간의 오감 중에서 가장 민감한 시각을 자극하는 색채는 색채자체나 문자, 기호 또는 형태와 더불어 강

력한 표현성을 갖는다. 색채의 표현성은 특수한 분위기를 연출하는데 그 문화권에 따라 상징적인 방법으로 표출되며, 이러한 현상은 색채의 표현이 연상에 근거하고 있기 때문이다(김춘일, 1981).

패션에 있어서 색채는 디자인의 중요한 요소 중의 하나로 형태, 재질, 무늬 등 다른 디자인 요소에 비해 시각적인 전달 메시지가 강하며 패션상품의 구매동기를 유발하는 인자 중에서 중요한 요인으로 인식되고 있는데 이러한 실용적인 가치뿐만 아니라 미적·상징적인 가치를 지니고 있다. 따라서 체계적인 색채계획은 상품의 부가가치를 높여줌으로써 소비자의 기호를 만

족시킬 뿐만 아니라 성공적인 기업의 운영과도 관계하는 것이므로 과학적이고 객관적인 색채연구가 선행되어야 할 것이다.

지금까지 의복에 관한 색채연구는 단색을 중심으로 색 자체의 연상이나 상징적 의미를 도출하고자 하는 연구(곽혜선·금기숙, 1998; 김희정, 1997)와 지각자의 선호색에 대한 연구(김영인 외 3인, 2000), 색조화의 어울림이 착용자의 이미지에 미치는 영향(이혜숙·김재숙, 1998)을 다룬 연구가 주를 이루고 있으며 이를 특정 대상에 대한 색채 이미지로 구체화시키는 연구는 미흡한 실정이다. 색채는 시각적인 이미지를 형성하는 중요한 요소의 하나로 색이 주는 이미지는 의복에 있어서도 개성을 표현하고 특정한 이미지를 전달하는데 중요한 역할을 하며 상품구매시 선택, 결정에 많은 비중을 차지하고 있다. 이러한 시점에서 소비자의 만족과 기업의 이익에 직결되는 효과적인 색채계획을 위해 의복에 나타난 색채이미지 연구가 필요할 것이다.

여러 색상 중에서 노랑은 순색명도가 가장 높은 색으로 적극적인 이미지의 결합과 인상에서 보면 생명을 주는 태양의 이미지를 암시하는 색이다(프랑크 H. 만케, 1998). 서양화가들에게 있어 노랑은 생명의 원천이며 정열인 것도 그 때문이다. 고희의 「해바라기」, 「밤길의 카페」, 「알르르의 여인」 등 그 모두가 프로방스의 태양아래 이글거리는 생명과 정열의 노랑이고, 고갱은 그리스도까지 노랑으로 그리고 있다. 노랑은 전통적으로 풍요와 위엄을 상징하며 계급표시로 사용되었고 밝은 미래와 희망, 지혜를 대표하며 광범위한 의미를 지니고 있다. 노랑은 활동성과 쾌활함을 나타내기 위해 광고와 포장에 많이 사용된다. 코닥필름의 광고에서 포장지는 노랑이고 금빛 모래해변과 꿈꾸는 듯한 장소를 나타내며, 맥도널드사의 광고에서도 월드컵의 열기를 안고 축구경기장의 골대모양을 로고인 'M' 으로 하고 노랑을 사용하여 광고효과를 극대화하였다.

현대패션에서 노랑은 명시성이 높아 비웃에서 아동복에 이르기까지 널리 사용되고 계절적으로 봄과 여름에 특히 많이 출현되고 있다. 하지만 현대인의 관심이 높은 노랑의 이미지에 대한 연구는 아직 부족한 실정이므로 체계적인 연구가 필요할 것이다. 따라서 본 연구에서는 현대패션에 나타난 노랑의 조형성과

이미지를 분석하여 패션디자인과 색채계획에 적용할 수 있는 방안을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 의복과 색채이미지

의복은 개인을 표현하는 수단으로써 의복으로 전달되는 이미지는 착용자의 개성을 형성하는 중요한 역할을 한다. 의복의 이미지는 주로 시각적인 것으로 의복 디자인 요소인 선, 색채, 재질의 변화에 의해 전체 이미지가 달라지게 된다. 이 중에서도 특히 색채는 의복 이미지에 있어서 선이나 재질에 의한 형태적 요소보다도 더 직접적인 영향을 준다. 차미승(1992)은 의복형태와 색채이미지의 관계를 연구한 결과 의복이미지를 형성하는 단서로서 형태보다는 색채가 더 큰 작용을 한다고 하였으며 의복의 착장이미지에 미치는 의복형태와 색채의 영향을 각각 다르게 나타낸다고 하였다. 주소현(1999)은 의복과 배경의 조합에 의해 형성된 시각적 이미지에서 경연성은 의복과 배경에서의 선의 특성과 색채구성의 영향을 받고 현시성은 색채조화의 영향을 받는다고 하였다.

이와 같이 색은 의복에서 가장 먼저 눈에 띄는 시각적 디자인의 요소로서 의복의 느낌을 형성하는데 중요한 역할을 하며, 의복 착용자에 대한 지각과정에서 심리·생리적으로 작용하여 색이 가진 특수한 이미지에 의해 착용자의 이미지가 지각된다(박은주, 1997).

색채는 물리적 현상으로서의 색이 감각기관인 눈을 통해서 지각되어졌거나 그와 같은 지각현상과 마찬가지로 경험효과를 가리키는 현상이다. 그래서 일반적으로 색이 물리적 현상에 비해서 색채는 심리적 현상이라고 할 수 있으며, 다시 말해 색채는 외적 및 내적으로 주어진 것에 의해서 성립하는 시각각의 일종이라고 할 수 있다(박은주, 1997).

지각되어진 색으로서의 색채는 여러 가지 심리적인 느낌이나 판단, 연상 등의 이미지가 함께 하며 색채가 주는 이미지는 연상, 상징과 관련되어 언어적 기능을 할뿐만 아니라 언어로 표현할 수 있는 것 이상의 의미를 전달하기도 한다.

이러한 색채의 연상과 상징적 의미에 관한 연구를

살펴보면 김희정(1997)은 영화 의상에 나타난 색의 상징성에 대해 살펴봄으로써 의상을 통해 표현되는 색의 역할을 고찰하였고 광혜선·금기숙(1998)은 흑색 의상의 시대별 고찰을 통해 흑색의 상징성을 죽음, 엄격함, 간소함, 현대성, 저항, 성으로 분석하였으며 김은경·김영인(2000)은 보라색의 상징적 가치를 살펴본 결과 고대에는 빛의 의미와 관련되어 신성한 복식 색채로 중요시되었고 밝혔다.

색채 이미지는 색채라는 시각적인 자극이 지각화의 과정을 통해 받아들여진 후 인간의 경험이나 기억 또는 개인의 생활 환경이나 사회적 상황, 문화적 배경 등에 의한 연상이나 감정 등의 복합적 작용에 의해 그 색채에 관한 모든 것들이 총체적으로 지각되어 형성되는 형상, 의미 또는 감각적 표현체, 즉 시각적 표상이라고 할 수 있다. 의복에서의 색채이미지에 대한 연구를 살펴보면 김영인·이윤주(1994)는 복식의 색채이미지는 대담하고 강렬하며 현대적인 이미지로 요약하고 검정색이 다른 색과의 배색에서 현대적이며 대담한 이미지를 준다고 하였다. 강경자·임지영(1996)은 넥타이색이나 무늬가 남성복 이미지 형성에 영향을 미치는 정보들로서, 이들 조합에 의해 다양한 이미지 연출이 가능하다고 하였다. 추선영·김영인(1997)은 녹색의 색채심리적 측면에서 복식에 표현된 녹색의 이미지를 녹색의 일반적 색채이미지와 비교하여 자연의 상징으로서 녹색이 갖는 이미지와 젊음의 이미지를 전달하는 긍정적인 측면이 복식에 적용되어 나타난다고 하였다.

이혜숙·김재숙(1998)은 복식색과 색조합이 이미지 지각에 미치는 영향을 알아보기 위하여 형태주의 이론을 적용하여 한복착용자의 이미지를 분석한 결과 한복착용자는 색에 따라 이미지가 다르게 지각되었으며 상하배색의 경우에도 이미지 차원에 따라 착용자의 이미지가 다르게 지각되었다. 김은경·김영인(2000)은 복식이미지를 현대에서는 로맨틱, 내추럴, 엘레강스, 댄디, 고저스, 클래식, 쉬크이미지를 전달한다고 하였다.

색채가 지니는 일반적인 이미지를 소비자가 추구하는 상품이미지와 연결하여 상품의 색채계획시 반영하기 위해 색채이미지를 파악하는 것이 필요하다.

각각의 색은 색상, 명도, 채도의 삼요소로 구성되며 명도 채도를 동시에 고려한 것이 톤이다. 색의 삼요소에 의해 구체적인 색의 이미지를 떠올리는 것은 상당히 어려우므로 이것을 이해하기 쉬운 이미지 감각적 표현방법으로 생각되어진 것이 톤이다. 톤에 의한 색채분류에는 먼셀 색체계를 토대로 하여 미국 색채협회와 미국 표준국에서 만든 ISCC-NBC 25톤 체계(1995)가 있으며 일본의 색채연구소에서는 이를 토대로 다시 실용적인 12톤으로 구성하여 PCCS로 제시하였다. 현재 패션분야에서는 PCCS에 의한 톤의 분류를 많이 사용하고 있다. 각 색상에 있어서 명도는 무게감과, 채도는 강약감과 관련되는데 두 속성이 동시에 고려되는 톤은 경연감을 준다. 예를 들어 딱딱한 느낌이나 부드러운 느낌은 톤에 의한 것이다. 따라서 색상이 지니는 톤에 의해서 같은 색상이라도 이미지가 달라진다(추선영·김영인, 1997).

飯場 등(1983)은 黃, 黃燈, 黃綠, 綠, 赤, 靑, 紫에 대한 연상어를 수집, 분석, 분류화하고 이를 PCCS의 TONE 분류에 따라 각 색채와 관련된 연상용어를 살펴본 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(김윤경, 2001). IRI(1997)는 한국인의 색채감성 척도 개발을 위한 연구에서 한국인의 색채감성은 일본과 다르게 톤을 기준으로 크게 선명한(S, B, Dp), 은은한(Vp, Lgr, L), 밝은(P, B), 어두운(Gr, Dl, Dg, Dk)이미지로 나누어진다고 하였다.

2. 노랑의 특성과 의미

노랑의 정의를 살펴보면 노랑은 삼원색 중의 한 색이며 순색 중에서 명도가 제일 밝은 색으로 스펙트럼의 파장 580 μ m 부근의 색채로 난색과 한색의 중간에서 빨간색을 가하면 온색계의 색계가 전개되고 파란색을 가하면 한색의 색채들이 나타난다(우리말 색이름사전, 1991). 노랑은 시인도(視認度)가 높기 때문에 이 같은 성질을 잘 살려서 잠재적인 위험이나 불안정한 행동에 대해 '주의'를 환기시키는 색으로 널리 쓰이고 있다. 추상적으로는 역삼각형이나 피라밋꼴과 연관되며 뾰족하고 날카로운 느낌을 준다. 또한 노랑

은 운동신경을 활성화하고 근육에 사용되는 에너지를 생성하므로 치료에 효과적으로 사용되는데, 노랑은 기능을 자극하고 상처를 회복시키는 두 가지 경향이 있다. 그것은 실망감을 없애주며 기쁨, 즐거움, 지성, 인식 등을 자극하며 사람을 들뜨게 하는 반면 기억력 감퇴 치료에도 효과가 있는 것으로 밝혀졌다(파버 비렌, 1985).

고대 이집트, 중국에 이르는 다양한 문화적 배경들을 지닌 집단에 발견되는 색의 상징성은 특정한 색들에 의해 중요한 정서적 결합들로 전환되거나 발전되었다. 이들 정서적 결합들은 차례로 사회·문화적 혹은 종교적 경험들로 전환되었는데, 일반적으로 노랑은 고귀한 색에서 경멸 당하는 색의 영역에 걸쳐져 있다.

동양에서 색은 인간의 감정이나 정서 상태에 깊이 관련되어 있고 정신세계를 지배해온 음양오행 사상이다. 오행에서의 황색은 중앙의 토(土)로 사계절을 의미하고 몸과 단맛을 상징한다. 하늘의 상징색이 황색이며, 동서남북 방위에 있어 그 중심색이 황색이다. 중국인에게 있어서 황색은 권위와 그에 상응하는 화려한 이미지를 상징하고 있는 색이다. 하늘이 도와 천기일순해서 나라 안이 화평하길 바라는 소원이 함축된 황색이기도 한 것이다. 노랑이 평화의 상징인 것이 동서가 다르지 않음은 그 때문일 것이다.

우리 나라에서도 임금만이 입을 수 있는 옷색으로, 여염에서는 일생일대의 경사인 시집가는 날에만 노랑 저고리를 입을 수가 있었다. 종교에서 불교는 경전을 노란 종이나 비단에 경문을 썼고, 불상은 어떤 재료로 만들었던 간에 그 표면은 금니(金泥)나 노란 도금을 하여 신성을 상징한다. 유교에서는 임금은 노란 곤룡포에 황룡(黃龍)을 금실로 수놓아 입어 위엄을 상징하였다. 우리나라에서는 황색에 대해 금제령이 많이 내렸는데 중국황제의 용포(龍袍)색이라 하여 금해졌다(유희경·김문자, 1998). 한중록에서는 영조대 세자 가례 시 선발된 처자에게 궁에서 송화(松花)색 저고리가 내려졌다고 하며 고종대에도 내인들 중 젊은이는 노랑 저고리를 입을 수 있었다 한다. 이처럼 황색은 중국의 역사와 더불어 중원의 천자색으로 정해져 우리나라 왕, 왕비가 입지 못한 색이지만 반면에 이것은 계급이 아주 낮은 자가 입기도 했는데 예를 들면 어전 취타수

(吹打手)들은 황천익(黃天翼)을 입었다 한다. 그 외에 금향(金鄕)색, 아황(鴉黃)색 등이 있다(유희경). 조선 광무 원년에는 황제로 일컬게 되면서 곤룡포의 색깔도 대홍색에서 황색으로 바뀌었다(한국문화사전편찬위원회, 1992). 이러한 노랑은 신선한 빛, 신비로운 영적 세계의 상징으로서 신전, 불상, 종교적 의미로 동서양 모두 다를 바가 없었다.

색채에 대한 이미지 연상은 남·여·노·소나 민족·계절·환경 등에 따라서 다르게 일어난다. 일반적으로 어린 시절에는 어떤 색을 구체적인 사물이나 동물 또는 하늘·바다·동물·식물 등의 자연현상에 관련 지워서 연상하는 경우가 많지만, 나이가 들어감에 따라서 추상적인 문화·사회·정치적인 것에까지 연상의 범위는 넓어진다.

그런데 색에 대한 경험적인 연상은 그 경험이 진하고 인상적이었던 사건에서부터 기억되어진 것이 대부분이며, 중성적인 색에 대한 연상이 많지 않은 것도 특색이다.

노랑의 연상용어를 알아보기 위해 국내문헌 22권을 대상으로 연상용어를 추출하였다. 취급하는 색상은 멘셀치로 2.5Y~7.5Y에 해당하는 색상이다. 문헌에서 추출한 노랑색에 관한 연상용어는 명사 190개, 형용사 82개로 총 272개였다.

연상용어의 추출된 빈도수가 1회인 용어는 146개로 전체의 53.6%, 2~6회는 113개로 41.6%, 7회 이상은 13개로 4.8%를 차지하였다. 이처럼 빈도수가 높은 13개의 단어들이 노랑을 연상하기 쉽고, 노랑색을 특징짓는 상용어라고 생각되며 Table 1과 같다.

Table 1. 추출 빈도수가 높은 연상용어

연상용어 추출수	구체적	추상적
10~13	개나리·태양	명랑한
7~9	봄·병아리· 해바라기·레몬	질투·광명·희망· 정순·온화한·화려한

III. 연구방법

1. 연구문제

현대패션에 나타난 노랑의 조형성과 이미지를 알아

보기 위해 설정한 연구문제는 다음과 같다.

- 연구문제 1. 노랑의 조형성을 알아본다.
- 연구문제 2. 노랑에 대한 시각적 이미지의 구성요인을 알아본다.
- 연구문제 3. 노랑에 대한 특별 시각적 이미지차이를 알아본다.
- 연구문제 4. 노랑에 대한 시각적 이미지 포지셔닝을 알아본다.
- 연구문제 5. 노랑에 대한 선호도, 구매욕구, 고급감, 쾌감과 이미지어휘와의 관계를 알아본다.

2. 평가도구

1) 자극물의 선정

자극물의 선정은 의복에 나타난 노랑의 이미지를 평가하기 위하여 최근 6년간(1996년~2001년)의 국내외Collection지(COLLECTION 동아TV, BOOK MODA, GAP PRESS, COLLECTIONS 등)를 통해 멘셀기호 2.5Y~7.5Y사이의 색상으로 노랑에 시각적 우선권이 있는 사진 230장을 수집하였다. 수집된 사진을 예비조사와 선행연구를 바탕으로 노랑색기미가 느껴지는 선명한 톤(S, V, Dp: 명도 6~8, 채도 10~16), 은은한 톤(L, Lgr, D: 명도 4~7, 채도 2~8), 밝은 톤(Vp, P, B: 명도 8~9, 채도 2~12)으로 분류하여 노랑의 조형성을 평가하는데 사용하였고 분류 표는 Table 2와 같다.

이들 중에서 각 톤별로 10장씩 최종 30장의 사진자극물을 구성하여 노랑의 이미지평가에 사용하였으며 이미지 평가에 영향을 미칠 수 있는 얼굴부분의 코선 위로는 제외하고 3x5"의 회색대지를 대어 배경을 동일하게 처리하여 제작되었다.

2) 의미미분척도의 구성

의미미분척도를 구성하기 위해 부산대학교 의류학 전공 대학원생 50명을 대상으로 선정된 자극물 30개를 슬라이드로 제시하여 자유언어연상법을 실시하였다. 그 결과 노랑에 대한 연상용어로 명사 95개와 형용사 252개 총 347개가 추출되었다. 선행연구와 수집된 어휘를 참고로 빈도분석을 실시한 결과 빈도수가 높은 형용사를 기준으로 의미의 유사성을 고려하여 이미지어휘 27쌍을 선정하였다. 좀 더 효율적이고 적합한 척도

의 개발을 위해 요인분석을 실시하여 27쌍의 형용사중 요인부하치와 공변량이 불안정한 형용사쌍 「안정한-불안정한」, 「활동적인-정적인」, 「색시한-색시하지않은」을 제외한 24개의 형용사쌍을 현대패션에 나타난 노랑의 이미지를 평가하는 적합한 척도로서 사용하였다. 재검정법의 일종인 중복 문항법을 실시하여 척도에 대한 신뢰도 검증한 결과 Cronbach's α 값이 .89로 높은 신뢰도를 나타내어 내적 일관성이 있음을 확인하였다.

형용사쌍들은 좌우에 무작위로 배치되었으며 느끼는 정도를 자유롭게 평정하도록 하였다. 자료를 통계처리 할 때는 긍정적 의미의 형용사에 7점, 부정적 의미의 형용사에 1점을 부여하였고 긍정과 부정의 의미가 모호한 형용사쌍은 임의로 점수를 주어 7단계 평정법으로 분석하였다.

3. 자료수집 및 분석

본 연구의 자료수집은 특별 10장씩 30장의 사진자극물에 대하여 부산대학교 의류학 전공자 50명을 대상으로 2001년 7월 16일부터 7월 30일 사이에 실시되었다. 수집된 자료의 분석은 SPSS를 사용하여 요인분석, 분산분석, 다차원척도법, 다중회귀분석 등의 통계처리를 통해 이루어졌다.

Table 2. 톤의 분류기준

톤의 종류	색조(약호)	설명
선명한 톤	strong(S)	V톤보다 약간 탈색된 톤톤하고 실용적인 느낌
	vivid(V)	선명하고 생생하여 주위를 끌기 쉽고 활동적인 느낌
	deep(Dp)	감칠맛과 깊은 맛이 있는 충실한 느낌
은은한 톤	light(L)	온화하고 부드러운 느낌
	light gray(Lgr)	산뜻하고 안전하며 정적인 느낌
	dull(D)	차분하고 옛스러운 느낌
밝은 톤	very pale(Vp)	담색이면서 부드러움이 있는 달콤한 느낌
	pale(P)	사랑스럽고 감미로우며 꿈이 있는 느낌
	bright(B)	밝고 맑으며 빛나는 느낌

IV. 결과 및 논의

1. 노랑의 조형성

의복은 선, 형태, 디테일, 색채, 재질 등에 대한 개별의 지각이 하나로 통합되어 전체적인 의복이미지를 형성하므로 이런 시각적인 조형요소들의 특성을 파악하는 것이 중요하다. 현대패션에 나타난 노랑의 조형성을 각 톤별로 살펴보면 다음과 같다.

수집된 사진 230장 중에서 선명한 톤(S, V, Dp)은 19%를 차지하였고 아이템은 원피스가 가장 많았고 실루엣은 H라인, 스트레이트, 피트앤플레어 실루엣 순으로 직선적이고 단순한 선을 이루고 있는 것이 특징이었다. 디테일로는 셔어링, 러플 등이 사용되었고 악

세서리는 벨트를 많이 사용하였다. 재질은 하드와 소프트 재질이 고루 사용되었으며 광택 나는 소재를 사용하여 노랑이 주는 화려함을 더욱 강조하기도 하고 비치는 쉬폰소재를 사용하여 환상적인 느낌을 표현하기도 하였다(Fig. 1).

은은한 톤(L, Lgr, D)은 36%를 차지하였고 아이템은 투피스, 원피스, 코트의 순으로 다른 톤에 비해 코트디자인이 많았다. 실루엣은 슬림과 피트앤플레어 실루엣이 많이 보였고 디테일은 스티치와 컷워크, 핀턱과 개더, 러플, 플레어 등이 사용되었다. 악세서리는 스카프와 코사쥬를 이용하여 시선을 유도하였고 재질은 수수한 것에서 은은한 광택이 나는 재질과 소프트에서 하드한 재질까지 다양하게 사용되었다(Fig. 2).

밝은 톤(Vp, P, B)은 43%를 차지하였고 원피스와 투



CAROLINA HERRERA

Fig. 1. vivid tone

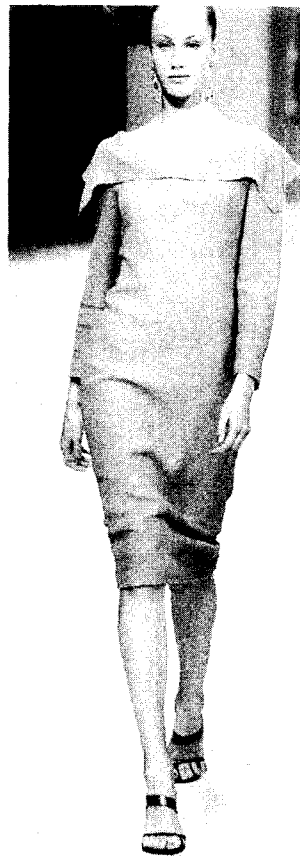


Fig. 2. vague tone

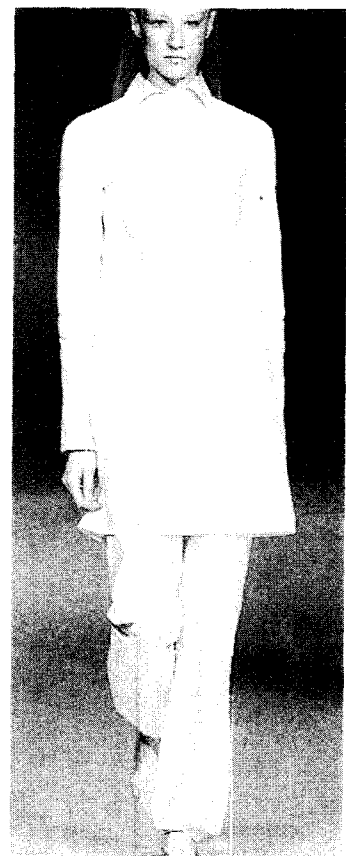


Fig. 3. bright tone

피스디자인이 주를 이루었는데 스커트보다 팬츠가 많이 보였다. 실루엣은 슬림실루엣이 많았고 피트엔플레어, 스트레이트, H라인 순이고 디테일은 드로스트링과 보우, 바인딩 등이 사용되었고 코사주와 짙은 색의 벨트를 이용하여 포인트를 주기도 하였다. 재질은 소프트한 재질과 비치는 재질이 많이 사용되었고 기계주름을 잡아 표면효과를 주기도 하였다(Fig. 3).

이상의 결과에서 노랑의 톤에 있어 밝은 톤의 사용빈도가 가장 높았고 다음으로 은은한 톤, 선명한 톤의 순으로 나타났다. 은은한 톤이 아이템과 실루엣, 재질의 사용에 비교적 제약을 받지 않고 다양하게 사용되고 있으며 선명한 톤은 단순하고 직선적인 원피스 디자인에 밝은 톤은 팬츠타입의 슬림한 투피스 디자인에 많이 사용되었다.

2. 노랑 이미지의 구성요인

현대패션에 나타난 노랑에 대한 이미지의 구성요인을 알아보기 위하여 24쌍의 형용사쌍에 대한 요인분석을 실시한 결과는 Table 3과 같다. 공변량과 요인부하치에서 불안정하게 나타난 형용사쌍 「편안한-불편한」, 「따뜻한-차가운」을 제외한 22쌍의 형용사쌍에 대하여 요인분석을 실시하였다. 요인수는 고유값 1.0 이상으로 하여 4개로 결정하였으며 주성분법을 이용하여 Varimax 직교회전을 시켰다.

요인 1은 고급스러운-고급스럽지않은, 사고싶은-사기싫은, 세련된-촌스러운, 좋아하는-싫어하는, 매력있는-매력없는, 지적인-지적이지않은, 우아한-천박한, 자연스러운-어색한, 유쾌한-불쾌한, 깨끗한-지저분한 등의 10개의 형용사쌍으로 현대패션에 나타난 노랑의 이미지를 평가하는 용어로 구성되었으며 요인명은 선호도와 평가에 관련된 형용사들로 이루어져 매력성 요인으로 명명하였고 전체변량의 31.7%를 차지하였다. 요인 2는 명랑한-우울한, 달콤한-쓴쓸한, 귀여운-성숙한 등의 3개의 형용사쌍으로 구성되었으며 요인명은 노랑에서 연상되는 어휘들로 이루어져 명랑성 요인이라 명명하였고 전체변량의 13.8%를 차지하였다.

요인 3은 부드러운-딱딱한, 여성적인-남성적인, 가벼운-무거운, 시원한-답답한 등의 4개의 형용사

쌍으로 구성되었으며 요인명은 포함된 용어의 의미에 따라 경연성 요인이라 명명하였고 전체변량의 10.6%를 차지하였다.

요인 4는 특이한-평범한, 화려한-수수한, 단순한-복잡한, 강렬한-은은한, 재미있는-재미없는 등의 5개의 형용사쌍으로 구성되었으며 요인명은 디자인의 특성과 시각적 강도를 나타내는 형용사들로 이루어져 화려성 요인이라 명명하였고 전체변량의 6.4%를 차지하였다.

Table 3. Factor analysis of yellow image

요인명과 형용사쌍	요인부하치
요인 1: 매력성 요인	
고급스러운-고급스럽지않은	.811
사고싶은-사기싫은	.783
세련된-촌스러운	.781
좋아하는-싫어하는	.778
매력있는-매력없는	.768
지적인-지적이지않은	.757
우아한-천박한	.714
자연스러운-어색한	.645
유쾌한-불쾌한	.603
깨끗한-지저분한	.561
고유치; 6.971	전체변량(%); 31.7
요인 2: 명랑성 요인	
명랑한-우울한	.805
달콤한-쓴쓸한	.748
귀여운-성숙한	.442
고유치; 3.040	전체변량(%); 13.8
요인 3: 경연성 요인	
부드러운-딱딱한	.830
여성적인-남성적인	.769
가벼운-무거운	.694
시원한-답답한	.555
고유치; 2.322	전체변량(%); 10.6
요인 4: 화려성 요인	
특이한-평범한	.785
화려한-수수한	.736
단순한-복잡한	-.664
강렬한-은은한	.562
재미있는-재미없는	.532
고유치; 1.407	전체변량(%); 6.4

현대패션에 나타난 노랑의 이미지에 대한 4개의 요인은 전체변량의 62.5%를 차지하는 것으로 나타났으며 4개의 요인중 매력성 요인은 노랑의 이미지를 평가하는 의미공간내에서 중요한 요인으로 나타났다.

본 연구의 요인분석 결과를 색채에 관한 선행연구와 비교해 보면 요인 1의 매력성 요인은 그 요인을 구성하는 인자의 의미구조에 따라 평가성 요인과 유사하게 나타났으며 요인의 구성개념에 있어 매력성 요인(차미성, 1992; 은소영, 2000)과 비슷한 것으로 나타났다. 요인 3의 경연성 요인은 색의 감정을 자극하는 효과의 내용을 포괄하는 IRI(1997)의 1요인과 유사하게 나타났다.

3. 노랑의 톤에 대한 시각적 이미지차이

현대패션에 나타난 노랑의 톤에 따른 시각적 이미지 차이를 알아보기 위하여 선명한 톤, 은은한 톤, 밝은 톤에 따른 요인별 분산분석과 Scheffé 검정을 실시한 결과는 Table 2와 같다.

노랑의 3가지 톤은 모든 요인에서 유의적인 차이가 크게 나타났다. 매력성 요인에서는 은은한 톤이 가장 매력적인 것으로 선명한 톤이 가장 매력적이지 않은 것으로 평가되어 채도가 영향을 미치는 것으로 나타났다. 명랑성 요인에서는 밝은 톤이 명랑하고 달콤한 것으로 은은한 톤이 성숙한 것으로 평가되어 명도가 영향을 미치는 것으로 나타났다. 경연성 요인에서는 밝은 톤이 가장 부드럽고 가벼운 것으로 나타났고 선명한 톤은 무겁고 딱딱한 것으로 평가되어 톤이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 화려성 요인에서는 선명한 톤이 가장 화려하고 강렬한 것으로 밝은 톤은 단순하고 평범한 것으로 나타나 톤의 영향과 함께 디자인이 영향을 미치는 것으로 평가되었다.

좀 더 구체적으로 각 톤별 이미지 차이를 알아보기 위하여 형용사쌍에 대한 평균값을 사용하여 노랑의 톤에 따른 차이검정을 실시한 결과 모두 유의적인 차이를 나타내었다.

이상의 결과에서 노랑의 색상이 동일하다 하더라도 톤에 따라 서로 다른 이미지의 차이를 나타내고 있음을 알 수 있다. 그러므로 화려하고 강렬한 이미지를 나타내기 위해서는 선명한 톤을 세련되고 우아한 이미

지를 표현하기 위해서는 은은한 톤을 명랑하고 여성적인 이미지를 나타내기 위해서는 밝은 톤을 사용함으로써 색채기획시 브랜드 컨셉에 맞는 톤을 선정하는데 활용할 수 있을 것이다.

Table 4. Analysis of variance of yellow tone

요인	톤	선명한 톤	은은한 톤	밝은 톤	F-value
매력성		-0.310 c	0.404 a	-9.40E-02 b	73.71***
명랑성		0.193 b	-0.542 c	0.350 a	133.55***
경연성		-0.454 c	-1.11E-02 b	0.465 a	122.82***
화려성		0.338 a	-6.99E-02 b	-0.268 c	50.84***

4. 노랑에 대한 시각적 이미지의 포지셔닝

의복에 나타난 노랑의 이미지에 대한 유사성의 차이를 밝혀 종합적 평가를 시도해 보고자 30개의 사진 자극물에 대한 다차원척도법을 실시하였다. 다차원척도법은 각 대상에 대한 종합적인 평가에서 얻어진 자료를 이용하여 평가의 기준이 되는 차원을 찾아내고, 각 차원에서 평가대상들의 위치를 규명함으로써 평가자의 심리적 평가공간을 가시적으로 나타내는 기법이므로 각 자극물간의 적합성을 알아보기 위해 Kruskal의 stress값과 결정계수값(RSQ)을 조사하였다. 그 결과 2차원에서 stress .046과 99.5%의 설명력을 나타내었으며 Fig. 4는 유클리드 거리에 의해 유도된 각 자극물의 위치를 나타낸 것이다.

포지셔닝된 결과 노랑의 톤과 디자인 특성을 고려하여 세로축은 톤의 이미지에 따라 「화려한-수수한」으로 명명하였으며 가로축은 의복디자인의 형태와 재질에 따라 「부드러운-딱딱한」으로 명명하였다.

좌표상의 자극물의 특징을 톤으로 살펴보면 1사분면은 L, Lgr, D중심의 은은한 톤이 2, 3사분면은 전반적으로 Vp, P, B중심의 밝은 톤이 넓게 분포되어 있고 4분면은 S, V, Dp중심의 선명한 톤이 위치 있으며 톤의 이미지와 디자인 특성을 함께 고려할 수 있는 차원으로 나타났다.

각 분면별 노랑에 대한 디자인 특성을 살펴보면 다음과 같다.

1/4분면(수수한, 딱딱한)은 은은한 톤이 주를 이루고 있으며 약간 힘이 있는 매트한 재질로 상의 헴라인이 힘을 댄 슬림한 실루엣의 투피스 아이템으로 차분한 느낌을 주고 전체적으로 직선적이며 딱딱한 디자인 선으로 구성되어 있어 세련되고 성숙한 이미지로 해석하였다.

2/4분면(수수한, 부드러운)은 밝은 톤과 은은한 톤이 위치하고 있으며 부드럽고 가벼운 재질로 몸에 흐르는 듯한 실루엣의 비교적 신체노출이 적은 디자인 특성을 가지고 있어 부드럽고 우아한 이미지로 해석하였다.

3/4분면(화려한, 부드러운)은 밝은 톤과 선명한 톤이 위치하고 있으며 어깨가 드러나는 원피스 아이템과 코사쥬, 러플 등의 여성미가 느껴지는 형태와 디테일을 사용한 디자인이 특징으로 화려하고 여성적인 이미지로 해석하였다.

4/4분면(화려한, 딱딱한)은 선명한 톤이 주를 이루고 힘이 있고 약간 광택이 나는 재질로 투피스 아이템이 주를 이루고 디자인선이 직선적이고 심플하여 모던한 느낌을 주어 강렬하고 고급스런 이미지로 해석하였다.

이상의 결과 현대패션에 나타난 노랑의 이미지 포지셔닝은 세로축 「화려한-수수한」, 가로축은 「부드러운-딱딱한」로 해석되어질 수 있다. 이는 노랑이 가지는 색채이미지를 중심으로 의복의 형태나 재질, 아이템 등이 복합적으로 작용한 것으로 보인다. 이와 같이 종합적 평가로 분류된 노랑의 이미지 특성은 의류업체의 색채기획에 있어 유용하게 활용될 수 있을 것이다.

5. 선호도, 구매욕구, 쾌감, 고급감에 영향을 미치는 노랑 이미지

현대패션에 나타난 노랑의 이미지가 어떠한 감성으로 구체화되어 나타나는지 알아보기 위해 선호도, 구

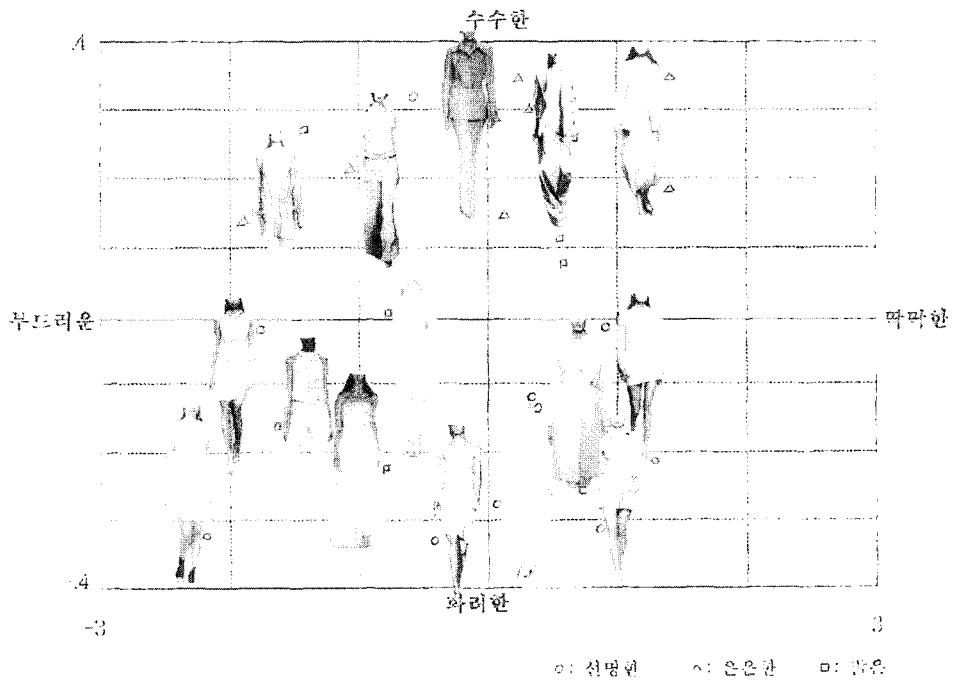


Fig. 4. yellow image positioning

매욕구, 쾌감, 고급감을 종속변수로 각각의 용어에 대한 21개의 형용사쌍을 독립변수로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 Table 5과 같다.

의복에 대한 선호는 단순히 좋아하고 싫어하는 정도의 수준이 아니라 의복이미지를 구체적인 감성요소로 특징지을 수 있어야 한다. 단계적 회귀분석을 실시한 결과 11개의 독립변수가 선호도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 .05 수준 이상에서 유의한 상관을 보였고 전체 71.7%의 설명력을 나타내었다. 이 중 사고 싶은-사기 싫은이 가장 높은 상관을 보였고 그 다음으로 매력있는-매력없는, 유쾌한-불쾌한, 지적인-지적이지않은, 귀여운-성숙한, 자연스러운-어색한, 단순한-복잡한 등의 순으로 나타났다. 따라서 이미지에 대한 선호도가 바로 구매로 이어질 수 있고 매력있는, 지적인, 귀여운 등 주로 매력적 측면이 선호도와 관련되어 있음을 알 수 있다.

구매욕구는 유의수준 .05 이상에서 9개의 독립변수가 관련이 있는 것으로 나타났고 73.3%의 설명력을 나타내었다. 이 중 좋아하는-싫어하는, 매력있는-매력없는이 관련이 큰 것으로 나타났으며 그 다음으로 자연스러운-불편한, 평범한-특이한, 고급스러운-고급스럽지않은, 재미있는-재미없는 등의 순으로 나타났다. 따라서 노랑의 이미지에 대한 선호도는 주로 매력적 측면과 관련된 반면 구매에 있어서는 특이하고 강렬한 것보다는 평범하고 무난한 등의 실용적인 측면을 고려한 의복이미지까지 다양하게 관련됨을 알 수 있다.

쾌감은 9개의 독립변수 영향을 미치는 것으로 나타났으며 0.5 수준 이상에서 유의적인 상관을 보였고 57.6%의 설명력을 나타내었다. 이 중 깨끗한-지저분한이 가장 상관이 높은 것으로 나타났으며 좋아하는-싫어하는, 달콤한-썩쓸한, 명랑한-우울한, 매

Table 5. The mage effect on Preference, Buying needs, Pleasant and Riches

독립변수	선호도		구매욕구		쾌감		고급감	
	Beta	T-value	Beta	T-value	Beta	T-value	Beta	T-value
종속변수								
사고싶은-사기싫은	.415	16.941***	.347	15.084***			.097	2.936**
매력있는-매력없는	.245	9.963***			.080	2.589**	.088	2.803**
유쾌한-불쾌한	.146	7.007***					.059	2.261*
지적인-지적이지않은	.065	3.194***					.249	10.275***
귀여운-성숙한	.044	2.820**					-.066	-3.398***
자연스러운-어색한	.054	2.702**	.090	4.709***	.059	2.446*	.067	2.708**
단순한-복잡한	.045	-2.696**						
세련된-촌스러운	.051	2.445*	.043	2.130*			.125	4.929***
달콤한-썩쓸한	.044	2.130*			.160	6.322***		
여성적인-남성적인	.040	-2.068*						
좋아하는-싫어하는			.392	16.941***	.220	7.007***		
특이한-평범한			-.052	-2.951**				
고급스러운-고급스럽지않은			.060	2.936**	.058	2.261*		
재미있는-재미없는			.053	2.857**	.055	2.330*		
화려한-수수한			.044	2.517*	-.052	-2.370*	.059	2.670**
강렬한-은은한			-.037	-2.170*				
깨끗한-지저분한					.289	12.332***	.065	2.600**
명랑한-우울한					.126	5.036***		
우아한-천박한							.169	7.199***
가벼운-무거운							-.064	-2.620**
R ²	.717		.733		.576		.566	

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

력있는-매력없는 등의 순으로 쾌감과 관련이 큰 것으로 나타났다. 따라서 쾌감은 고차원적인 복합감성으로 깨끗한, 달콤한 등의 오감의 자극을 통해 얻을 수 있는 감각과 명랑한, 재미있는 등의 의복을 통해 느껴지는 감정과 관련되어 나타남을 알 수 있다.

고급감과 이미지어휘와의 관계를 알아보기 위해 「고급스러운-고급스럽지않은」을 종속변수로 하고 21개의 형용사쌍을 독립변수로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과 고급감은 11개의 형용사쌍과 관련이 있는 것으로 나타났으며 56.6%의 설명력을 보였다. 이 중 지적인-지적이지않은이 가장 높은 상관을 보였으며 그 다음으로 우아한-천박한, 세련된-촌스러운, 성숙한-귀여운, 사고싶은-사기싫은, 매력있는-매력없는 등의 순으로 나타났다. 따라서 노랑의 이미지에 있어 고급감은 의복을 통해 나타내고자 하는 내재적인 미와 관련이 높게 나타났으며 이는 곧 구매로 연결되어짐을 알 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구의 결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

첫째, 노랑의 조형성을 살펴본 결과 밝은 톤의 사용 빈도가 가장 높았으며 밝은 톤은 팬츠타입의 슬림한 투피스 디자인에 많고 소프트한 재질과 비치는 재질을 많이 사용하였다. 다음으로 은은한 톤은 아이템과 실루엣, 재질의 사용에 비교적 제약을 받지 않고 다양하게 사용되고 있으며, 선명한 톤은 원피스와 H라인의 실루엣의 단순하고 직선적인 선이 특징이다.

둘째, 노랑에 대한 시각적 이미지의 구성요인은 매력성, 명랑성, 경연성, 화려성의 4개 요인으로 나타났으며 전체변량의 62.5%를 차지하였으며 4개의 요인중 매력성 요인이 노랑의 이미지를 평가하는 의미공간 내에서 중요한 요인으로 나타났다.

셋째, 노랑의 톤에 대한 시각적 이미지의 차이를 살펴본 결과 매력성, 명랑성, 경연성, 화려성요인에서 모두 유의적인 차이를 나타내었다. 이는 노랑의 색상이 동일하다 하더라도 톤에 따라 서로 다른 이미지의 차이를 나타내고 있음을 알 수 있다. 그러므로 화려하고

강렬한 이미지를 나타내기 위해서는 선명한 톤을 세련되고 우아한 이미지를 표현하기 위해서는 은은한 톤을 명랑하고 여성적인 이미지를 나타내기 위해서는 밝은 톤을 사용함으로써 색채기획시 브랜드 컨셉에 맞는 톤을 선정하는데 활용할 수 있을 것이다.

넷째, 노랑에 대한 이미지의 포지셔닝을 해본 결과 세로축은 톤의 정도에 따라 「화려한-수수한」으로 명명하였으며, 가로축은 의복디자인의 이미지에 따라 「부드러운-딱딱한」으로 명명하였다. 이는 노랑이 가지는 색채이미지를 중심으로 의복의 형태나 재질, 아이템 등이 복합적으로 작용한 것으로 보인다. 이와 같이 종합적 평가로 분류된 노랑의 이미지 특성은 의류업체의 색채기획에 있어 유용하게 활용될 수 있을 것이다.

다섯째, 노랑에 대한 선호도, 구매욕구, 쾌감에 영향을 미치는 노랑의 이미지를 살펴본 결과 이미지에 대한 선호는 매력적 측면과 관련되어 바로 구매로 이어질 수 있으며 구매는 실용적인 측면을 고려한 의복 이미지까지 다양하게 관련됨을 알 수 있다. 쾌감은 오감의 자극을 통해 얻을 수 있는 감각과 의복을 통해 느껴지는 감정과 관련되어 나타남을 알 수 있고 고급감은 의복을 통해 나타내고자 하는 내재적인 미와 관련이 높은 것으로 나타나 복합적이고 고차원적인 감성을 구체화시키고 있음을 알 수 있다. 따라서 노랑의 이미지와 감성어휘와의 관계를 분석하여 상품개발에 반영한다면 소비자의 기호를 만족시킬 뿐만 아니라 구매를 유발하는 마케팅 효과도 기대할 수 있을 것이다.

색채기획시 해당 브랜드의 해당시즌의 색채이미지를 테마와 더불어 설정하여 시각화하고 사용할 색채를 추출, 결정하게 되는데 노랑의 경우 화려하고 강렬한 이미지에는 선명한 톤을, 세련되고 우아한 이미지를 표현하려면 은은한 톤을, 명랑하고 여성적인 이미지에는 밝은 톤을 사용하여 브랜드 컨셉에 알맞는 노랑의 색채이미지를 제시하는데 활용될 것이다.

참고 문헌

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

- 곽혜선 · 금기숙, 흑색의상의 조형성과 상징성에 관한 연구, 복식 37, 231-252, 1998.
- 김영인 · 이윤주, 아르데코 시대를 중심으로 한 복식의 색채 이미지에 관한 연구, 복식 22, 199-133, 1994.
- 김영인 · 추선형 · 강죽형, 아동복의 선호이미지와 선호색채 이미지에 관한 조사연구, 한국의류학회지 50(1), 23-32, 2000.
- 김윤경 · 이경희, 현대패션에 나타난 레드 이미지, 한국의류산업학회지, 3(3), 204-210, 2001.
- 김은경 · 김영인, 보라색 복식의 이미지 특성, 한국의류학회지 24(3), 373-384, 2000.
- 김춘일, 미술과 시지각, 흥성사, p. 437, 1981.
- 김희정, 영화 의상에 표현된 색의 상징성에 관한 연구, 복식 35, 195-210, 1997.
- 박은주, 색채조형의 기초, 미진사, p. 10, 1997.
- 오희순, 박화순, 의상디자인, 경춘사, 1994.
- 우리말 색이름사전, KBS 한국색채연구소, 1991.
- 유희경, 한국복식사 연구, 이화여자대학출판부.
- 유희경 · 김문자, 한국복식문화사, 교문사, p. 4, 1998.
- 은소영, 의복배색의 시각적 감성연구, 부산대학교 석사학위논문, 2000.
- 이혜숙 · 김재숙, 복식색과 색조합의 이미지 지각(1)-여자저고리, 치마를 중심으로 한 준 실험연구-, 한국의류학회지 22(5), 597-606, 1998.
- 주소현, 의복, 배경의 조합에 따른 시각적 이미지 연구(제2보), 한국의류학회지 23(2), 196-207, 1999.
- 차미승, 의복형태와 색채이미지의 시각적 평가와 분석, 부산대학교 대학원, 석사학위논문, 1992.
- 추선형 · 김영인, 녹색을 중심으로 한 복식의 색채계획, 복식 31, 33-46, 1997.
- 파버 비렌, 김화중 역, 색채 심리, 동국, p. 204-205, 1985.
- 프랑크 H. 만케, 최승희 · 이명순 역, 색채, 환경 그리고 인간의 반응, 국제, p. 62, 1998.
- IRI 디자인 연구소, 한국인의 색채감성 척도의 개발에 관한 연구, 통산산업부 보고서.
- 飯塚弘子 · 鈴木正文 · 香川幸子 · 盛田眞千子 · 方江八重子 · 下地一九, 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, 1982.
- 方江八重子 · 下地一九 · 飯塚弘子 · 香川幸子 · 渡貴のみ子 · 盛田眞千子 · 鈴木正文 · 下地一九, 色彩 '青' についての研究(1), 文化女子大學研究紀要 10, 1-15, 1979.
- 鈴木正文 · 香川幸子 · 方江八重子 · 盛田眞千子 · 下地一九 · 飯塚弘子, 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, 1982.
- 下地一九 · 飯塚弘子 · 香川幸子 · 方江八重子 · 鈴木正文 · 盛田眞千子, 文獻上・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, 1984.
- 下地一九 · 飯塚弘子 · 香川幸子 · 方江八重子 · 鈴木正文 · 盛田眞千子, 文獻上の色の連想用語と色彩との照合.