

# 스트라이프 넥타이의 유채-무채 배색과 면적비가 남성복 착용자의 이미지 지각에 미치는 영향

The Effect on Image Perception of Male Wearer with Chromatic-Achromatic Colors and Area-Ratio of Stripe Necktie

성남숙†

Nam-Suk Sung

한국국제대학교 실크패션학과†

Dept. of Silk & Fashion, Korea International University

**Abstract:** This study aims to characterize the effect of different combinations of chromatic-achromatic colors and 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 84 color pictures manipulated with every combination of 12 different colors and 7 different area-ratio. The 7-point scale designed for visual evaluation of image formation included 26 bipolar adjectives. The subjects were 2016 undergraduate students in Gyeongnam, Seoul, Busan, and Daegu areas. The results of this study were as follows.; The analyses of images of male wearer in terms of combinations of chromatic-achromatic colors and area-ratio of oblique stripe necktie reveal that the concerned factors are of five characteristic dimensions of youth-activity, ability, attractiveness, appeal, and warmth. In addition, it has been found that individual images of male wearer are affected by observer's gender as well as combinations of chromatic-achromatic colors and 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, Chromatic-Achromatic Colors, Area-Ratio, Image Perception

**요약 :** 본 연구는 남녀 대학생을 대상으로 유채-무채 배색, 면적비, 성별이 남성복 착용자의 이미지에 미치는 영향을 규명하고자 한다. 이들 단서로 사용된 84개의 자극물에 대한 이미지를 평가하기 위해 경남, 서울, 부산, 대구 등지에 거주하는 남녀 대학생 2016명의 피험자를 대상으로 하였으며 26쌍의 의미미분척도를 요인 분석하여 이미지 차원을 밝혔다. 그 결과 이들 단서들이 어떻

---

† 교신저자 : 성남숙(한국국제대학교 실크패션학부)

E-mail : ns1962@hanmail.net

TEL : 055-751-8248

FAX : 055-751-8248

게 조합되어 이미지에 영향을 미치는지 규명하였으며 다음과 같은 결론을 얻었다. 유채-무채 배색, 면적비, 성별에 따른 3색 사선 스트라이프 넥타이 착용자의 이미지 차원은 젊음·활동성, 능력성, 매력성, 현시성, 온유성의 5개 차원으로 도출되었으며, 유채-무채 배색, 면적비, 지각자의 성별이 이미지 형성에 미치는 영향은 이미지 차원에 따라 차이를 나타내었다. 이러한 연구결과는 넥타이 디자인 기획 시 소비자의 감성을 충족시킬 수 있는 자료제시가 될 것으로 본다.

**주제어** : 스트라이프 넥타이, 유채-무채 배색, 면적비, 이미지 지각

## 1. 서론

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 때는 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, 2색의 혼합 순으로 나타나고 색상별 비율은 적색(29%), 청색(24%), 갈색(20%), 자색(14%) 순으로 무채색은 회색(6%), 흑색(4%), 백색(3%) 순으로 나타났다[8].

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.

현대의 비즈니스에서 '신뢰감'을 위한 넥타이의 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.

지금까지 넥타이에 관한 선행연구들[9, 6, 3, 14, 12]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 있어[15, 11] 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.

스트라이프 패턴은 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 시각적으로 먼저 인지될 수 있는 중요한 요소가 된다.

따라서 스트라이프 문양 디자인에서 이들 변인들은 과학적인 측면보다 감정적인 측면에서 접근 할 필요가 있다고 보고 이들 변인들을 통해 변화를 시도하는 것은 의미가 있다고 본다. 그러나 스트라이프 문양에 관한 선행연구들[16, 18, 21, 20, 22, 17]은 피복의 착용상태에서 스트라이프 문양의 폭, 방향, 배색에 변화를 주어 그 시각

적 효과나 이미지에 관해 연구되었고 국내 연구들[7, 13, 4, 5, 10]은 색동의 리듬 특성 및 스트라이프에 내재된 리듬특성을 연구하거나 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. 納谷[19]도 면적비의 효과가 존재한다고 하였고, 林知, 강경자[23, 1]는 면적비의 영향이 큰 배색과 작은 배색이 있다고 하였다. 이러한 관점에서 배색되는 색상과 그 면적비는 이미지 지각에 중요한 변수가 될 수 있다. 따라서 스트라이프 패턴에서 배색방법과 면적비의 영향은 규명될 필요가 있다고 본다.

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[2]에서 다양한 이미지 창출이 가능한 유채-무채 배색으로 선정하였다. 유채-무채 배색은 유채색인 빨강, 노랑, 파랑, 보라의 4가지 색상을 빨강/노랑(R/Y), 빨강/파랑(R/B), 빨강/보라(R/P), 노랑/파랑(Y/B), 노랑/보라(Y/P), 파랑/보라(B/P)의 6가지로 조합하고 이들 배색에 흰색과 회색을 각각 조합하여 12가지 배색이 되도록 조작하였다. 이러한 스트라이프 문양은 그 면적비에 따라 이미지가 다를 수 있다고 보고 12가지 배색별로 면적비를 1:1의 기본에서 1:3:6의 면적비가 되도록 한 후 이를 서로 바꾸어 6가지 조합으로 조작하여 변화시켰다. 따라서 배색되는 색상과 그 면적비가 넥타이 착용자의 이미지 지각에 어떻게 영향을 미치는지 밝히고 지각자 성별에 따른 차이

를 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.

## 2. 연구방법

### 2.1 측정도구

#### 2.1.1 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 서울시내에 위치한 백화점들의 트레이디셔널 넥타이매장(MCM, 닥스, 레노마, 카운테스마라, 니나리찌 등)과 해외브랜드(페르가모, 헤르메스, 버버리, 구찌 등), 국내 넥타이 생산의 70%를 제작하는 진주의 대표 5개 업체(태화, 동화, 동남, 창미, 드림실크)를 방문하여 줄무늬의 폭과 간격, 패턴 배열 방식과 색상의 배색에 대한 실물 자료수집을 실시한 후 이를 디지털카메라로 촬영하였다. 수집된 자료를 분석한 결과 스트라이프 문양은 사선방향이 가장 많아 스트라이프 문양이 넥타이 전체의 20.0% 차지하며 사선 문양이 우세하다는 선행연구[8]의 결과와 일치하였다. 넥타이 무늬의 배색은 단색인 경우도 있지만 대체로 2색, 3색, 4색, 5색, 6색으로 3색이상의 배색이 많고 배색된 색상도 톤과 색상이 다양하게 조합된 것으로 나타났다. 따라서 스트라이프 문양의 방향은 사선으로, 사선의 방향은 오른쪽에서 왼쪽으로, 배색은 3색 배색으로 선정하였다. 배색방법은 유채-무채 배색, 즉 유채색인 빨강, 노랑, 파랑, 보라의 4가지 색상을 빨강/노랑(R/Y), 빨강/파랑(R/B), 빨강/보라(R/P),

노랑/파랑(Y/B), 노랑/보라(Y/P), 파랑/보라(B/P)의 6가지로 조합하고 이들 배색에 흰색과 회색을 각각 조합하여 12가지 배색이 되도록 하였다.

사선스트라이프 문양의 폭은 매장 직원과 현장생산업체 관계자의 조언과 자료를 참고로 하여 스트라이프 폭을 색의 면적으로 정하였다. 면적 비율은 선행연구[17]를 참고하여 3색 배색, 즉 3가지 톤의 면적비를 1:3:6이 되도록 한 후 이를 서로 바꾸어 1:6:3, 3:1:6, 3:6:1, 6:1:3, 6:3:1등 6가지 조합으로 조작하고 기본인 1: 1: 1을 포함해 총 7가지 면적비가 되도록 하였다. 이때 톤의 면

표 1. 자극물에 사용된 색

Sample	면적기호
빨강(red)	5R 4/14
노랑(yellow)	5Y 8.5/14
파랑(blue)	5B 5/10
보라(purple)	5P 4/12
흰색(white)	N9
회색(gray)	N5.5

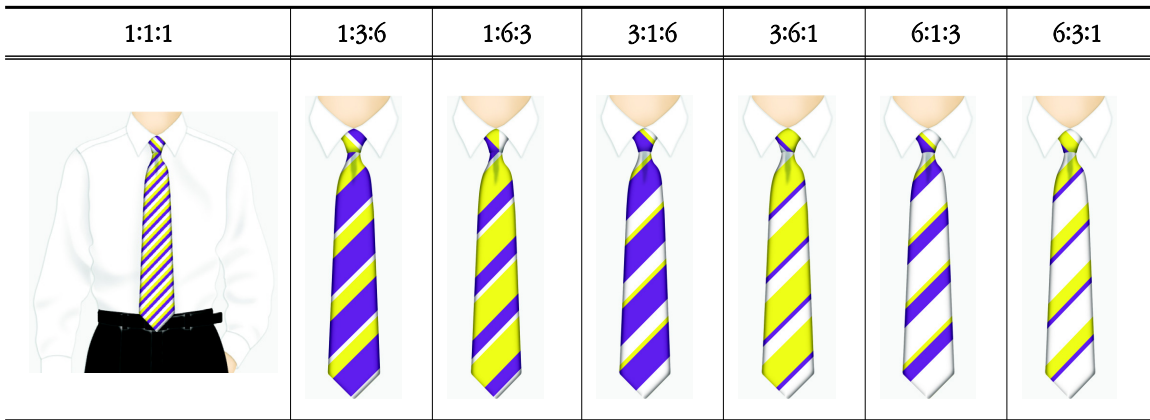


그림 1. 넥타이 착용자의 자극물

적비 1은 0.7cm를 기준으로 하였다.

스트라이프 문양의 색상선정은 조사상의 어려움 때문에 다양하게 다루지 못하므로 넥타이 색으로 적색(29%), 청색(24%), 갈색(20%), 자색(14%) 순으로 나타난다는 선행연구[8]를 참고로 하여 조사시점에서 비교적 착용빈도가 높게 나타나고 색채의 삼원색인 빨강(Red), 노랑(Yellow), 파랑(Blue), 그리고 시즌의 유행색인 보라(Purple)의 4가지 색으로 정하였다. 스트라이프 넥타이에 사용된 색은 KBS한국색채연구소의 실용한국표준색표집에 근거하여 선정하였으며, <표 1>과 같다.

본 연구에 사용된 자극물의 스타일은 선행연구[3, 12]를 참고로 허벅지 중간까지 제시된 상반신 사진으로 하여 <그림 1>에 나타내었다. 모델은 우리나라 20대 남성의 기본체형으로 선정하였으며, 서 있는 상태에서 팔 길이까지의 셔츠에 넥타이를 착용한 모습으로 한 후 시선이 분산되는 것을 막기 위해 얼굴은 제외시켰다.

표 2. 유채-무채 배색 자극물의 조작분류

유채-무채 배색 면적비		G						W					
		RY (A)	RB (B)	RP (C)	YB (D)	YP (E)	BP (F)	RY (G)	RB (H)	RP (I)	YB (J)	YP (K)	BP (L)
1:3:6	1:3:6(h)	GAh	GBh	GCh	GDh	GEh	GFh	WGh	WHh	WIh	WJh	WKh	WLh
	1:6:3(i)	GAi	GBi	GCi	GDi	GEi	GFi	WGi	WHi	WIi	WJi	WKi	WLi
	3:1:6(j)	GAj	GBj	GCj	GDj	GEj	GFj	WGj	WHj	WIj	WJj	WKj	WLj
	3:6:1(k)	GAk	GBk	Gck	Gdk	GEk	GFk	WGk	WHk	WIk	WJk	WkK	WLk
	6:1:3(l)	GAl	GBl	GCl	Gdl	GEl	GFl	WGl	WHl	WIl	WJl	Wkl	Wll
	6:3:1(m)	GAm	GBm	Gcm	Gdm	GEm	GFm	Wgm	WHm	WIm	WJm	Wkm	Wlm

### 2.1.2 자극물 제작

자극물 제작은 디지털 카메라(Cannon IXUS 750)로 모델을 촬영하여 포토샵 프로그램으로 사진을 수정한 후 선정된 색상과 면적비가 넥타이에 배색되도록 조합시킨 후 프린트하였다.

서츠는 흰색의 기본 드레스셔츠이며, 넥타이는 길이 150cm로 가장 넓은 부분의 폭이 9.5cm인 형태로 선정하였다. 넥타이의 유채-무채 배색은 흰색(W)과 회색(G)을 각각 2가지 유채색상인 빨강/노랑(R/Y), 빨강/파랑(R/B), 빨강/보라(R/P), 노랑/파랑(Y/B), 노랑/보라(Y/P), 파랑/보라(B/P)을 조합하여 하나의 넥타이 패턴에 3색 배색이 되도록 반복하였다. 이때 색의 면적비를 기본적으로 1: 1: 1이 되도록 하고 1의 기준은 0.7cm로 하였다. 다음으로 1: 3: 6(0.7cm: 2.1cm: 4.2cm)의 면적이 되도록 만든 후 이들 면적을 서로 바꾸어 조합하여 6가지 면적비인 1: 3: 6, 1: 6: 3, 3: 1: 6, 3: 6: 1, 6: 1: 3, 6: 3: 1이 되도록 조합 반복한 후 넥타이에 각각 맵핑시켰다. 맵핑시킨 컬러는 출력된 칼라차트와 일치하도록 수정하여 완성하고 총 84개(12색×7면적)의 자극물이 본 연구에 사용되었다. 이때 배경색은 흰색으로 통제하였으며, 자극물의 조작 내용은 <표 2>와 같다.

### 2.1.3 실험설계

본 연구는 넥타이의 색조합(12), 면적비(7), 성별(2)의 삼원요인설계로 이루어졌다. 총 84개의 자극물(12×7)을 84개의 실험조합으로 구성하여 하나의 실험조합에 하나의 자극물을 포함시켰다. 각 실험조합 당 피험자는 실험조합별로 12명씩 피험자간(between Subject) 설계에 의해 무선배치되었다.

### 2.1.4 의미미분척도

의미미분척도 문항은 넥타이 및 남성복에 관한 선행연구[9, 6, 3, 14, 12]에서 사용한 형용사 쌍을 수집하여 색과 면적비에 따른 이미지를 표현하는데 적절하다고 판단되는 총 33쌍의 형용사 쌍이 선정되었다. 요인분석결과 이미지 평가 어휘로써 적합성 여부를 평가한 후 부적절하다고 판단되는 형용사 쌍을 제외하고 최종적으로 26개의 형용사 쌍이 도출되었다. 자료를 수량화하기 위해 형용사 쌍 중간을 기준으로 하여 좌측극단의 긍정적인 형용사에 +3점을, 우측극단의 부정적인 형용사에 -3점을 주어 7단계로 평가하였다.

## 3.2 자료수집 및 분석방법

본 연구의 피험자는 경남, 서울, 부산, 대구에 거

표 3. 유채-무채 배색과 면적비에 따른 이미지 차원

형용사쌍	요인					공통성(h <sup>2</sup> )
	요인1 젊음·활동성	요인2 능력성	요인3 매력성	요인4 현시성	요인5 온유성	
활동적인-비활동적인	.77	.00	.16	.23	.10	.68
캐주얼한-포멀한	.73	.00	.18	.08	.15	.59
젊어 보이는-나이들어 보이는	.69	-.05	.43	.18	.06	.70
개성 있는-개성 없는	.68	-.07	.14	.40	.05	.64
현대적인-고전적인	.66	.12	.42	.17	-.01	.65
즐거움-우울함	.66	.09	.25	.21	.19	.59
개방적인-보수적인	.66	-.17	.25	.36	.04	.65
성실한-성실하지 않는	.13	.81	.09	-.08	.03	.68
책임감 있는-책임감 없는	.11	.80	.11	.05	-.04	.67
예의 있는-예의 없는	.01	.77	.13	-.15	.11	.64
안정된-불안정한	.04	.64	.20	-.19	.15	.55
자제력 있는-충동적인	-.15	.60	.25	-.27	.05	.52
점잖은-점잖지 않은	-.21	.58	.27	-.34	.16	.59
권위적인-권위적이지 않는	-.35	.56	.09	.21	-.19	.53
멋있는-멋없는	.22	.21	.81	.09	.09	.77
어울리는-어울리지 않는	.17	.26	.77	-.04	.12	.70
감각 있는-감각 없는	.34	.16	.75	.12	.18	.75
보기 좋은-보기 싫은	.34	.29	.73	-.02	.09	.73
매력 있는-매력 없는	.37	.19	.69	.24	.05	.70
강렬한-은은한	.12	-.95	-.01	.79	-.15	.66
눈에 띄는-무난한	.37	-.11	.03	.67	-.02	.60
대담한-소심한	.22	-.05	.17	.67	.07	.534
화려한-수수한	.34	-.18	.13	.66	.17	.63
야한-고상한	.08	-.17	.03	.60	.20	.43
따뜻한-차가운	.11	.61	.12	.22	.82	.76
부드러운-딱딱한	.30	.18	.25	-.07	.70	.68
고유치	4.44	3.77	3.71	3.2	1.51	16.6
전체 변량의 %	17.07	14.51	14.26	12.3	5.80	63.9
공통 변량의 %	26.70	22.69	22.31	19.2	9.07	100.0

주하는 남녀 대학생 2016명을 대상으로 하였으며, 자료수집은 2006 7월-9월 사이에 이루어졌다.

본 연구의 자료분석은 SAS 프로그램을 사용하였다. 넥타이의 색조합과 면적비에 따라 남성 복착용자가 주는 이미지의 요인구조를 밝히기 위

해 주성분 분석방법과 Varimax의 직교회전을 이용하여 요인분석 하였으며, 성별, 면적비, 유채-무채 조합이 이미지에 미치는 영향과 상호작용효과를 알아보기 위해서 삼원변량분석을 실시하였다. 도출된 이미지 차원별로 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach- $\alpha$  계수를 산출한 결과 총 26개의 형용사 쌍에 대해  $\alpha = .886$ 로 용어들은 내적 일관성 있게 평가되었다.

### 3. 연구결과

#### 3.1 스트라이프 넥타이의 유채-무채 배색과 면적비에 따른 이미지 차원

유채-무채 배색과 면적비에 따른 스트라이프 넥타이의 이미지를 밝히기 위하여 총 84개의 자극물을 제작하였다. 자극물은 26개의 형용사쌍으로 평가하도록 하였으며, 평가한 자료는 주성분 모형과 Varimax 방법에 의해 요인분석을 실시한 결과 <표 3>과 같다. 그 결과 26개의 형용사쌍이 도출되었고, 아이겐 값이 1.0 이상인 형용사쌍들이 5개 요인으로 묶이어서 스트라이프 넥타이 착용자의 이미지는 젊음·활동성, 능력성, 매력성, 현시성, 온유성 요인으로 나타났으며, 신뢰도 계수

는 각각 .897, .840, .902, .796, .608로 타당한 자료로 평가되었다.

요인 1은 전체 변량에 대한 설명력이 17.1%로 나타나 5요인 중에서 비교적 중요한 요인으로 드러났으며, 활동적인-비활동적인, 젊어 보이는-나이 들어 보이는, 캐주얼한-포멀한, 즐거운-우울한 등 7개의 형용사쌍으로 구성되어 젊음·활동성 요인으로 명명하였다. 요인 2는 성실한-성실하지 않는, 책임감 있는-책임감 없는, 예의 있는-예의 없는, 안정된-불안정한, 점잖은-점잖지 않은 등의 7개의 형용사쌍으로 구성되어 능력성 요인으로 명명하였으며, 전체 변량에 대해 14.5%의 설명력을 보였다. 이는 강경자와 임지영[3]의 의복색에 대한 넥타이색 및 문양에 대한 이미지에서 능력성 요인 그리고 이은미와 강혜원[9]의 외모, 능력성 요인과 유사하였다. 요인 3은 멋있는-멋없는, 감각 있는-감각 없는, 매력 있는-매력 없는 등이 포함된 5개의 형용사쌍으로 구성되어 매력성 요인으로 명명하였다. 이 요인은 전체 변량에 대한 설명력이 14.3%로 나타났다. 요인 4는 전체 변량에 대한 설명력이 12.3%로, 강렬한-은은한, 대담한-소심한, 눈에 띄는-무난한, 화려한-수수한, 야한-고상한의 5개 형용사쌍으로 구성되어 현시성 요인으로 명명하였다. 요인 5는 따뜻

표 4. 색조합, 면적비, 지각자 성별이 이미지 지각에 미치는 영향

변량원	요인	젊음·활동성		능력성		매력성		현시성		온유성	
		평균 제공합	F값	평균 제공합	F값	평균 제공합	F값	평균 제공합	F값	평균 제공합	F값
주효과	성별(A)	7.45	8.94**	.70	.75	8.31	8.96**	1.27	1.52	12.49	14.60***
	면적비(B)	2.87	3.45**	3.06	3.29**	1.33	1.43	18.40	21.98***	6.25	7.29***
	유채-무채조합(C)	20.22	24.29***	11.22	12.06***	11.28	12.16***	18.50	22.00***	16.26	18.98***
2원 상호작용 효과	A×B	1.97	2.37*	2.03	2.18*	.66	.72	1.17	1.39	1.36	1.59
	A×C	1.13	1.35	.48	.52	1.48	1.60	1.77	2.05*	1.29	1.50
	B×C	1.78	2.14**	1.60	1.72**	1.47	1.58**	1.72	2.05**	1.70	1.98**
3원 상호작용 효과	A×B×C	.76	.92	1.05	1.12	.92	.99	.63	.75	.67	.78

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

한-차가운, 부드러운-딱딱한의 형용사쌍으로 구성되어 온유성 요인으로 명명하였으며, 전체 변량에 대해 5.8%의 설명력을 나타내었다.

도출된 5개의 이미지 차원이 전체 변량에서 차지하는 비율이 63.9%로 나타났다. 이들 요인 중 젊음·활동성 요인과 능력성, 매력성 요인은 공통 변량의 71.7%를 차지하여 중요한 차원임이 규명되었다.

### 3.2 색조합, 면적비, 지각자 성별이 이미지 지각에 미치는 영향

2가지 무채색과 6가지 유채색의 조합, 1:3:6 면적비의 6가지 하위 면적비와 기본 면적비 1:1:1을 포함한 7가지 면적비, 성별(남, 여)의 3가지 단서들이 스트라이프 넥타이의 이미지에 미치는 영향을 알아보기 위하여 삼원변량분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 4>에 나타내었다.

3가지 단서 중 면적비는 젊음·활동성, 능력성, 매력성, 현시성, 온유성 이미지에서, 유채-무채 조합은 5가지 모든 요인에서, 성별은 젊음·활동성, 매력성, 온유성 요인에서 독립적으로 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 유채-무채 조합은 이미지 지각에 가장 지배적인 독립변인으로 나타나 색의 영향이 크게 작용함을 알 수 있었다.

### 3.3 면적비와 유채-무채 조합 간 상호작용이 이미지 지각에 미치는 영향

성별, 면적비, 유채-무채 조합은 각각 독립적으로 이미지 차원에 영향을 미치기도 하지만 어떤 경우에는 두 가지의 변인이 상호작용하여 시각적 효과를 나타내거나 또는 그 이상의 변인이 상호작용하여 시각적 효과를 나타내게 된다. 본 연구에서는 가장 두드러진 상호작용효과를 나타낸 면적비와 유채-무채 조합 간의 상호작용효과를 이미지 차원별로 알아보고자 한다.

먼저 젊음·활동성 요인에 영향을 미치는 면적비와 유채-무채 조합의 상호작용효과를 <그림 2>에 나타내었다. <그림 2>에서 살펴보면 무채색인 회색이 GRP 배색으로 조합되면 6:1:3>6:3:1>1:1:1>1:6:3, 1:3:6, 3:6:1>3:1:6 면적비 순으로, 회색이 GBP배색으로 조합되면 비활동적이고, 나이 들어 보이고, 개성 없고, 우울하고, 보수적이고, 칙칙한 이미지로 평가되었다. 반면에 무채색인 흰색이 WRV 배색과 조합되면

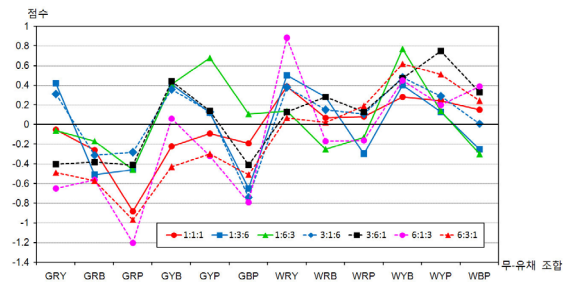


그림 2. 젊음·활동성 차원에 영향을 미치는 면적비와 유채-무채 조합 상호작용효과

6:1:3>1:3:6>3:1:6, 1:1:1>1:6:3, 3:6:1>6:3:1 순으로, 흰색이 WYB 배색과 조합되면 1:6:3>6:3:1>3:6:1, 3:1:6, 6:1:3> 1:3:6>1:1:1 순으로, 흰색이 노랑/파랑의 유채색과 조합되면 3:6:1>6:3:1>3:1:6>1:1:1, 6:1:3>1:6:3, 1:3:6 순으로 젊어 보이고, 활동적이고, 개성있고, 현대적이고, 산뜻한 이미지로 평가 되었다. 이들 배색들은 면적비와 상관없이 극단적으로 긍정적인 이미지를 주는 배색과 부정적 이미지를 주는 배색으로 나타나 면적비의 영향보다 유채-무채 조합의 영향이 크게 작용한 것을 알 수 있다. 즉 어떤 유채색과 어떤 무채색이 조합되느냐는 젊음·활동성 이미지를 결정하는 기준이 된다. 반면에 젊음·활동성 이미지에서 7가지 면적 변화에 따라 차이를 보인 배색은 무채색인 회색과 유채색의 조합인 GRY, GYB, GYP, GBP, WRB, WRP 및 WBP 배색으로 나타났다. 즉 하위 배색별로 살펴보면 GRY 배색은 그 면적비가 1:3:6, 3:1:6일 때는 젊음·활



동성 이미지가 강한 것으로, 6:1:3>6:3:1>3:6:1>1:6:3, 1:1:1 면적비일 때 부정적인 이미지가 강한 것으로 지각되었다. GYB 배색은 그 면적비가 3:6:1, 1:3:6, 3:1:6, 1:6:3>6:1:3일 때 젊음·활동성 이미지가 긍정적으로 지각되고, 6:3:1>1:1:1일 때는 부정적으로 지각되는 차이를 보였다. GYP 배색은 그 면적비가 1:6:3>3:6:1, 1:3:6, 3:1:6일 때 긍정적인 이미지로, 특히 1:6:3일 때는 활동적이고, 젊어 보이고, 현대적이고 산뜻한 이미지가 매우 강한 것으로 평가된 반면 6:1:3, 6:3:1>1:1:1 면적비는 부정적인 이미지로 지각되었다. 또한 WRB 배색은 그 면적비가 3:6:1> 3:1:6>1:1:1, 6:3:1일 때 젊음·활동성 이미지가 긍정적으로 지각되고, 1:6:3>6:1:3 면적비일 때 부정적인 이미지로 지각되었다. WBP 배색은 그 면적비가 1:3:6, 1:6:3 면적비일 때 젊음·활동성 이미지는 부정적으로 지각되고, 6:1:3, 3:6:1>6:3:1>1:1:1>3:1:6 면적비는 긍정적으로 지각되어 차이를 보였다. 또한 유채-무채 조합에 따라 동일한 면적비도 젊음·활동성 이미지 지각에서 차이를 보였다. 이상으로 젊음·활동성 이미지에서는 12가지 배색 중 면적비에 상관없이 긍정적으로 지각되는 배색 3가지, 부정적으로 지각되는 배색 2가지와 면적비에 따라 차이를 보이는 배색 7가지로 나타났다. 따라서 무채색과 유채색의 조합 정도에 따라 차이를 보이는 배색과 차이를 보이지 않는 배색이 존재하는 것을 알 수 있다. 또한 동일한 면적비도 조합되는 유채-무채 조합 정도에 따라 젊음·활동성 이미지

도 다르게 지각된다고 볼 수 있다.

능력성 요인에 영향을 미치는 면적비와 유채-무채 조합의 상호작용효과를 <그림 3>에 나타내었다. 무채색인 회색이 GBP 배색이 되면 1:1:1>3:6:1, 6:1:3>6:3:1>3:1:6>1:6:3>1:3:6 면적비 순으로 능력 있는 이미지, 즉 책임감 있고, 성실하고, 안정되고, 예의 있고, 점잖은 이미지로 지각되었다. 그러나 회색이 GRY 배색과 조합되면 3:6:1>6:3:1>6:1:3>3:1:6>1:3:6 >1:6:3>1:1:1 면적비 순으로 부정적인 이미지, 즉 불안정하고, 충동적이고, 경박하고, 지적이지 못한 이미지로 지각되는 차이를 보였다. 이와 같이 부정적, 긍정적인 이미지로 지각된 것은 면적비의 영향보다 유채-무채 조합에서 오는 차이로 볼 수 있다. 반면에 능력성 이미지에서 7가지 면적비 변화에 따라 차이를 보인 배색은 무채색인 회색과 유채색의 조합인 GRB, GRP, GYB, 및 GYP 배색, 그리고 무채색인 흰색과 유채색의 조합인 WRY, WRB, WRP, WYB, WYP 및 WBP 배색으로 나타났다. 즉 하위 유채-무채 조합별로 살펴보면 GRB 배색은 그 면적비가 3:1:6>6:3:1, 6:1:3일 때는 능력 있는 이미지로, 3:6:1>1:6:3>1:3:6, 1:1:1 면적비는 능력 없는 이미지로 평가되었다. GRP 배색은 그 면적비가 6:3:1>3:1:6, 1:1:1>6:1:3일 때는 능력 있는 이미지로, 3:6:1>1:3:6>1:6:3의 면적비는 능력 없는 이미지로 지각되었다. GYB 배색은 그 면적비가 3:6:1>1:3:6>1:1:1>3:1:6, 1:6:3 면적비는 능력 없는 이미지로 지각되었다. GYP 배색은 그 면적비가 6:3:1, 6:1:3> 3:1:6의 면적비일 때 능력 있는 이미지로, 3:6:1>1:3:6>1:6:3, 1:1:1 순 일 때 능력 없는 이미지로 지각되는 차이를 보였다. 다음으로 WRY 배색은 그 면적비가 6:1:3일 때 능력 있는 이미지로, 그 외의 면적비, 즉 3:1:6>1:3:6, 1:6:3, 1:1:1>6:3:1>3:6:1 순의 면적비에서는 부정적인 이미지로 지각되어 6:1:3 면적비를 제외한 모든 면적비에서 능력 없는 이미지로 평가되었다. WRB 배색은 그 면적비가

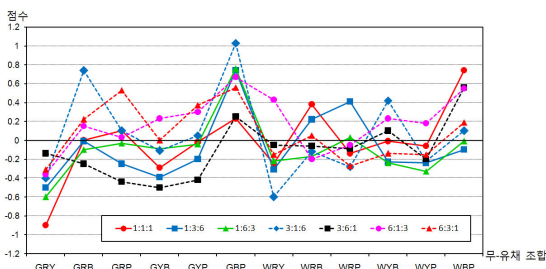


그림 3. 능력성 차원에 영향을 미치는 면적비와 유채-무채 조합의 상호작용효과

1:1:1>1:3:6>6:3:1일 때 능력성 이미지가 긍정적으로 지각되고, 3:6:1> 3:1:6, 1:6:3>6:1:3 면적비는 부정적으로 지각되었다. WRP 배색은 그 면적비가 3:1:6>1:6:3일 때 능력 있는 이미지로, 6:1:3, 1:1:1, 3:6:1>6:3:1, 3:1:6 면적비는 능력 없는 이미지로 지각되는 차이를 보였다. WYB 배색은 그 면적비가 3:1:6>6:1:3>3:6:1일 때 능력성 이미지가 긍정적으로, 1:6:3, 1:3:6>6:3:1>1:1:1 면적비는 부정적으로 지각되었다. WYP 배색은 6:1:3일 때 능력 있는 이미지로 지각되고, 1:6:3>3:6:1, 1:3:6, 3:1:6>6:1:3>1:1:1의 면적비는 능력 없는 이미지로 지각되었다. WBP 배색은 그 면적비가 1:1:1>6:1:3, 3:6:1>6:3:1>3:1:6일 때 긍정적인 이미지로, 1:3:6>1:6:3 면적비는 능력 없는 이미지로 지각되는 차이를 보였다. 이상으로 능력성 이미지에서는 유채-무채 조합에 따른 3색 스트라이프 백타이 배색 12가지 중에서 면적비에 상관없이 긍정적 이미지를 주는 배색 1가지, 부정적 이미지를 주는 배색 1가지, 면적비에 따라 긍정적, 부정적 이미지를 주는 배색이 10가지로 나타났다. 따라서 능력성 이미지의 지각 반응에서는 조합되는 면적비에 따라 상반된 경향을 보이는 것으로 볼 수 있다. 또한 동일한 면적비도 유채-무채 조합에 따라 능력성 이미지 지각에서 차이를 나타내었다.

매력성에 영향을 미치는 면적비와 유채-무채 조합의 상호작용을 <그림 4>에 나타내었다. 무채색인 흰색이 WBP 배색이 되면 6:3:1>6:1:3,

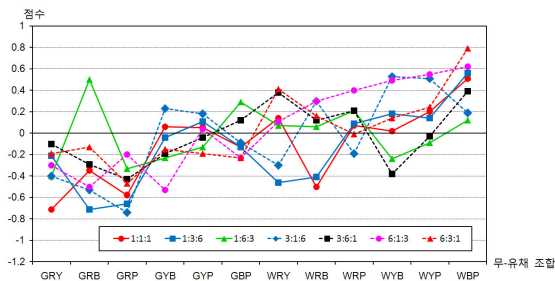


그림 4. 매력성 차원에 영향을 미치는 면적비와 유채-무채 조합의 상호작용효과

1:3:6, 1:1:1>3:6:1> 3:1:6>1:6:3 면적비 순으로 멋있고, 보기 좋고, 어울리고, 매력 있는 이미지로 지각되었다. 그러나 무채색인 회색이 GRY 배색이 되면 1:1:1> 3:1:6, 1:6:3>6:1:3>1:3:6>6:3:1>3:6:1 면적비 순으로, 빨강/보라 유채색과 조합되면 3:1:6>1:3:6>1:1:1>6:3:1, 3:6:1>1:6:3>6:1:3 면적비 순으로 부정적인 이미지, 즉 멋없고, 어울리지 않고, 매력 없는 이미지로 지각되어 이들 세 가지 배색은 면적비의 영향에 상관없이 매력성 이미지에 부정적으로 영향을 미치는 배색임을 알 수 있다. 반면에 매력성 이미지에서 7가지 면적비 변화에 따라 차이를 보인 배색은 무채색인 회색과 유채색의 조합인 GRB, GYB, GYP, GBP 배색, 그리고 무채색인 흰색과 유채색의 조합인 WRY, WRB, WRP, WYB 및 WYP 배색으로 나타났다. 즉 하위 조합별로 살펴보면 GRB 배색은 그 면적비가 1:6:3일 때는 매우 매력 있는 이미지로, 1:3:6>3:1:6, 6:1:3>1:1:1>3:6:1>6:3:1 순의 면적비는 매력 없는 이미지로 평가되는 차이를 보였다. GYB 배색은 그 면적비가 3:1:6>1:1:1일 때 매력 있는 이미지로, 6:1:3>1:6:3, 6:3:1, 3:6:1>1:3:6의 면적비는 매력 없는 이미지로 지각되었다. GYP 배색은 그 면적비가 3:1:6>1:3:6>1:1:1, 6:1:3일 때 매력 있는 이미지로, 6:3:1>1:6:3>3:6:1 면적비는 매력 없는 이미지로 평가되었다. GBP 배색은 그 면적비가 1:6:3>3:6:1일 때 매력 있는 것으로, 6:3:1, 6:1:3>1:3:6, 3:1:6, 1:1:1 면적비는 매력 없는 이미지로 지각되었다. 다음으로 흰색과 조합된 WRY 배색은 그 면적비가 6:3:1, 3:6:1>1:1:1, 1:6:3, 6:1:3 일 때 매력 있는 이미지로, 1:3:6>3:1:6의 면적비에서는 부정적인 이미지로 지각되었다. WRB 배색은 그 면적비가 6:1:3, 3:1:6> 6:3:1, 3:6:1>1:6:3일 때 매력 있는 이미지로, 1:1:1>1:3:6의 면적비일 때는 매력 없는 이미지로 지각되었다. WRP 배색은 그 면적비가 6:1:3>3:6:1, 1:6:3>1:3:6, 1:1:1일 때 매력 있는 것으로, 3:1:6>6:3:1 면적비는 매력 없는 이미지로 지각되

는 차이를 보였다. WYB 배색은 그 면적비가 3:1:6 > 6:1:3 > 1:3:6, 6:3:1 > 1:1:1 일 때 매력 있는 이미지로, 3:6:1 > 1:6:3의 면적비는 매력없는 것으로 지각되었다. WYP 배색은 6:1:3, 3:1:6 > 6:3:1, 1:1:1 > 1:3:6 일 때 매력적인 이미지로, 3:6:1 > 1:6:3의 면적비는 부정적으로 지각되었다. 이상에서 유채-무채 조합에 따른 3색 스트라이프 넥타이 배색 12가지 중에서 면적비에 상관없이 긍정적인 이미지를 주는 배색 1가지와 부정적인 이미지를 주는 배색 2가지가 존재하고, 면적비에 따라 긍정적, 부정적 이미지를 주는 배색이 9가지로 나타났다. 따라서 매력성 이미지의 지각 반응에서는 조합되는 면적비에 따라 상반된 반응을 보이는 것을 알 수 있다. 그리고 동일한 면적비도 유채-무채 조합에 따라 매력성 이미지 지각에서 차이를 보였다.

현시성에 영향을 미치는 면적비와 유채-무채 조합의 상호작용효과를 <그림 5>에서 살펴보면 13가지 유채-무채 조합에 따라 7가지 면적비 간에는 일관된 차의 방향을 보이지 않는 것으로 나타났다. 그러나 무채색인 회색이 GYB 배색이 되면 6:1:3 > 3:1:6 > 6:3:1 > 1:3:6, 1:1:1, 3:6:1, 1:6:3 일때, 흰색이 WBP 배색이 되면

1:3:6, 3:1:6 면적비는 강렬하고, 화려하고, 눈에 띄는 이미지로 나타났다. GRP 배색은 면적비 간의 차이가 가장 적으며 전반적으로 현시적인 경향을 보여주며, 그 면적비가 1:6:3, 3:6:1 > 1:1:1 > 1:3:6 > 3:1:6 > 6:3:1, 6:1:3 일 때 강렬하고, 화려하고, 눈에 띄는 이미지로 나타났다.

GBP 배색은 그 면적비가 3:1:6 일 때 현시적인 이미지로 지각되고, 6:3:1 > 6:1:3 > 3:6:1, 1:1:1, 1:6:3 > 1:3:6의 면적비일 때는 현시적이지 못한 이미지로 평가 되었다. GYP 배색은 그 면적비가 6:1:3, 6:3:1 > 3:1:6 > 6:3:1 > 1:3:6 > 3:6:1, 특히 1:6:3 면적비일 때는 소심하고, 수수하고 고상한 것으로 지각되었다.

무채색인 회색이 GRY 배색이 되면 3:6:1 > 1:6:3 > 6:3:1, 3:1:6 > 1:1:1 일 때 현시적 이미지, 즉 강렬하고, 야하고, 화려하고, 눈에 띄고, 대담한 이미지로, 1:3:6 > 6:1:3의 면적비는 현시성이 낮은 이미지로 지각되는 차이를 보였다. 다음으로 흰색과 조합된 WRP 배색에서 1:6:3 > 3:6:1 > 6:3:1 > 1:3:6 > 1:1:1, 3:1:6의 면적비는 야한, 강렬한 현시적인 이미지로, 6:1:3 일 때 가장 현시적이지 못한 것으로 평가되었다. 이는 무채색의 면적이 넓어지면 대체로 부정적인 이미지로 평가됨을 알 수 있다. WYB 배색은 3:6:1 > 1:6:3 > 1:3:6 면적비일 때 현시적인 것으로, 3:1:6, 6:1:3 > 6:3:1 > 1:1:1 배색에서는 부정적으로 지각되어 유채색 조합 보다 무채색의 영향이 현시성 이미지에 크게 작용한 것으로 볼 수 있다. WRB 배색은 1:6:3 > 3:6:1 > 6:3:1 > 1:3:6 > 3:1:6 면적비일 때 현시적이고, 6:1:3 면적비일 때 부정적인 이미지로 평가됨을 알 수 있다. WYP 배색의 경우도 1:1:1 일 때 현시적인 것으로, 6:1:3, 3:1:6 > 6:3:1 > 1:3:6 > 1:6:3 > 3:6:1의 면적비에서는 부정적인 이미지로 지각되었다. 또한 무채색인 흰색이 WRY 배색이 되면 3:6:1 > 1:6:3 > 1:3:6 > 6:3:1, 3:1:6 > 1:1:1 일 때 현시적이고, 6:1:3 일 때의 면적비는 현시성이 없는 이미지로 지각되었다. 이상에서 유채-무채 조합에 따른 3색 스트라이프 넥타이

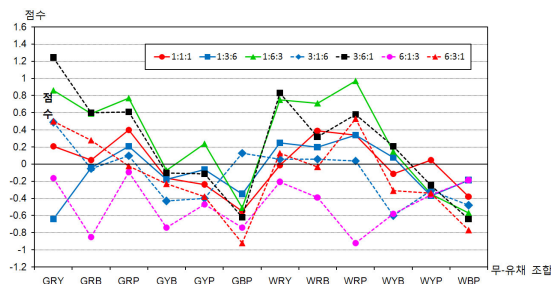


그림 5. 현시성 차원에 영향을 미치는 면적비와 유채-무채 조합의 상호작용효과

6:3:1 > 3:6:1 > 1:6:3 > 3:1:6 > 1:1:1 > 6:1:3, 1:3:6의 면적비 순으로 은은하고, 고상하고, 수수하고, 무난한 이미지로 평가되었다. 즉 하위 면적비별로 살펴보면 무채색 회색이 GRB 배색이 되면 6:1:3 일 때 현시적이지 않고, 1:6:3 > 3:6:1 > 6:3:1 > 1:1:1,

이 배색 12가지 중에서 면적비에 상관없이 긍정적인 이미지를 주는 배색은 나타나지 않으며, 부정적인 이미지를 주는 배색은 GYB, WBP 배색으로 나타났다. 면적비에 따라 차이를 보여 긍정적, 부정적 이미지를 주는 배색은 10가지로 나타났다. 따라서 현시성 이미지의 지각 반응에서는 조합되는 면적에 따라 상반된 반응을 보이는 것을 알 수 있다. 또한 동일한 면적비도 유채-무채 조합에 따라 현시성 이미지 지각에서 차이를 보였다.

온유성에 영향을 미치는 면적비와 유채-무채 조합과 상호작용효과는 <그림 6>에 나타내었다. <그림 6>에서 면적비와 유채-무채 조합의 상호작용효과를 살펴보면 무채색인 회색이 GRY 배색이 되면 1:1:1 > 3:1:6 > 1:6:3 > 6:1:3 > 1:3:6 > 6:3:1 > 3:6:1 의 면적비 순으로, 무채색인 흰색이 WRY 배색이

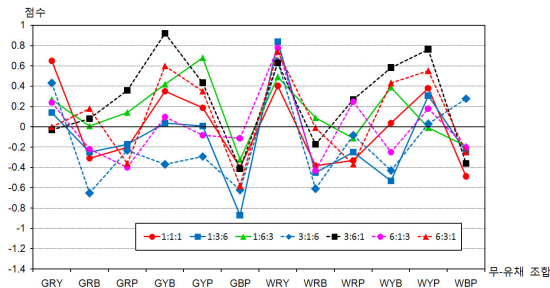


그림 6. 온유성 차원에 영향을 미치는 면적비와 유채-무채 조합의 상호작용효과

되면 1:3:6 > 3:1:6 > 6:1:3 > 6:3:1 > 3:6:1 > 1:6:3 > 1:1:1 의 면적비 순으로, WYP 배색도 3:6:1 > 6:3:1 > 1:1:1 > 1:3:6 > 6:1:3 > 3:1:6 > 1:6:3 순으로 면적비와 관계없이 긍정적으로 지각되어 부드럽고, 따뜻한 이미지로 평가되었다.

반면에 무채색인 회색이 GBP 배색이 되면 6:1:3 > 1:6:3 > 1:1:1 > 3:6:1 > 6:3:1 > 3:1:6 > 1:3:6 순으로 6가지 면적비 모두 부정적으로 지각되어 딱딱하고, 차가운 이미지로 평가되었다. 이는 능력성 요인과는 상반된 결과로 빨강/노랑의 배색이 난색

의 조합으로 온유성 이미지에서는 긍정적으로 작용되고, 파랑/보라의 배색은 한색의 조합으로 차갑고, 딱딱한 이미지에 영향을 미친 것으로 볼 수 있다. 온유성 이미지에서 7가지 면적비에 따라 차이를 보인 배색은 무채색인 회색과 유채색의 조합인 GRB, GRP, GYB, GYP 배색, 흰색과 유채색의 조합인 WRB, WRP, WYB, WBP 배색으로 나타났다. 즉 유채-무채 조합별로 살펴보면 GRB 배색은 그 면적비가 6:3:1 > 3:6:1 > 1:6:3 일 때는 온유한 이미지로, 3:1:6 > 1:1:1 > 1:3:6 > 6:1:3 면적비 순으로 부정적인 이미지로 지각하여 대체로 면적비에 따라 부드럽거나 또는 차갑고, 딱딱한 이미지로 구분되었다. GRP 배색은 3:6:1 > 1:6:3 순으로 긍정적인 이미지로 지각하고, 6:1:3 > 6:3:1 > 3:1:6 > 1:1:1 > 1:3:6 면적비일 때 부정적인 이미지로 지각되어 딱딱하고, 차가운 이미지로 평가하였다. WRP 배색은 그 면적비가 3:6:1, 6:1:3은 부드럽고, 따뜻한 이미지로 지각하고, 6:3:1 > 1:1:1 > 1:3:6 > 1:6:3 > 3:1:6 면적비일 때 딱딱하고, 차가운 이미지로 차이를 나타내었다. 이상에서 2가지 유채색과 1가지 무채색의 조합에 따른 3색 스트라이프 넥타이의 배색 12가지 중 면적비와 상관없이 긍정적인 이미지의 배색 3가지, 부정적인 이미지를 주는 배색 1가지로 나타났다. 또한 동일한 면적비도 유채-무채 조합에 따라 온유성 이미지 지각에서 차이를 나타내었다.

#### 4. 결론

본 연구는 스트라이프 넥타이의 유채-무채 배색과 면적비에 따른 남성복착용자의 이미지를 평가하기 위하여 26개의 형용사쌍을 요인분석하여 이미지 차원을 밝히고, 이들 단서들에 따라 남성복착용자의 이미지 지각에 미치는 영향을 알아보았다.

본 연구결과를 요약하여 결론을 내리면 다음과 같다.

첫째, 스트라이프 넥타이의 유채-무채 배색과

그 면적비에 따른 넥타이 착용자의 이미지 차원은 다르게 나타났다.

둘째, 2가지 유채색과 1가지 무채색으로 조합된 12가지 배색 중 조합되는 무채색의 영향이 큰 배색과 유채색의 영향이 큰 배색이 존재하고, 면적비에 따라 차이를 보이는 배색과 면적비 변화에 상관없이 긍정적 또는 부정적으로 지각되어 면적비보다 조합되는 색의 영향이 큰 배색이 존재하는 것으로 나타났다. 이러한 경향은 이미지 차원에 따라 차이를 보였다.

이상에서 넥타이 문양 중 스트라이프는 배색되는 색상과 면적비로 구성되며, 이 두 요인은 이미지를 결정하는 기본 요건이 된다. 따라서 3색 스트라이프 넥타이의 이미지 지각에 색이나 면적비가 독립된 정보로 처리되어 단독으로 지각되지 않고 지각단계에서 상호작용으로 통합되어 영향을 미치게 된다.

넥타이는 남성복에서 자기표현의 장이 되고 있다. 이러한 관점에서 본 연구는 지금까지 다루지 않았던 스트라이프 넥타이의 3색 배색과 그 면적비에 따른 이미지를 분석하였다는 점에서 의의가 있다고 본다.

이들 분석 자료를 통해 배색방법에 따라 적절한 면적비를 제시한다면 남녀 모두 선호하는 색상과 다양한 이미지 연출에 효과적인 넥타이 디자인의 예측이 가능할 것이다. 이러한 연구는 남성복 상품 기획 시 소비자들의 변화 욕구에 부응할 수 있는 넥타이 문양의 디자인 개발 및 남성복 착용자의 이미지 연출에 활용될 수 있을 것으로 본다.

## 참고문헌

- [1] 강경자 (2005). 한복배색의 조화감에 대한 한·미 여대학생의 지각반응 연구Ⅳ-컨트라스트 배색을 중심으로, 한국의류학회지, 29(6), 825-836.
- [2] 강경자, 문주영 (2004). 한복배색의 조화감에 대한 한미여대생의 지각 반응 연구(제3보)-유채색과 무채색을 중심으로-, 한국의류학회지, 28(7), 962-973.
- [3] 강경자, 임지영 (1996). 넥타이의 색과 무늬가 남성복 이미지에 미치는 영향, 한국의류학회지, 20(5), 753-768.
- [4] 강병희, 김영인 (1998). 명절복 색동의 색채분석, 한국색채학회논문집, 10권, 81-90.
- [5] 김혜수 (2002). 스트라이프에 내재된 리듬 특성과 복식디자인을 위한 자원화 방법연구, 연세대학교 대학원 박사학위논문.
- [6] 남미우, 강혜원 (1994). 상황, 의복단서 및 관찰자의 연령이 남자 의복착용자의 인상에 미치는 영향, 한국의류학회지, 18(3), 311-326.
- [7] 박상의 (1978). 색동에 관한 연구, 이화여자대학교 교육대학원 석사학위논문.
- [8] 선향란 (1992). 넥타이에 사용된 직물에 관한 연구, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- [9] 이영진, 정해진, 박희주, 이주현, 조길수 (2002). 블록스트라이프패턴의 디자인요소가 감성에 미치는 영향, 한국감성과학회지, 5(3), 21-28.
- [10] 이은미, 강혜원 (1994). 의복단서 및 연령이 인상형성에 미치는 영향-남성정장을 중심으로, 한국의류학회지, 18(2), 197-210.
- [11] 이호정 (2000). 패션디자인, 교학연구사.
- [12] 임지영, 강경자 (2006). 셔츠와 넥타이의 톤 온 톤 배색에 대한 조화감 연구-한난색을 중심으로, 복식문화학회지, 13(4), 637-645.
- [13] 조희래, 김영인 (1996). 색동으로 응용한 한국적 디자인의 개발(1), 한국의류학회지, 20(5), 718-727.
- [14] 최유진, 이명희 (2004). 남성의 재킷, 셔츠, 넥타이 색의 이미지지각과 선호도 연구, 복식, 54(6), 131-140.
- [15] Davis, M.L. (1980). Visual Design in Dress, Prentice-Hall, Inc.
- [16] 加藤雪枝, 梶山藤子 (1984). 被服における 鑑

柄の 配色 効果, 纖維製品消費科學誌, 25(4), 38-44.

- [17] 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, 42(12), 1073-1083.
- [18] 吉岡 徹 (1990). 縞柄の 2色配色に おけるイメージ 計量. 纖維製品消費科學誌, 31(5), 250-262.
- [19] 納谷嘉信 (1973). 色彩の心理效果. テレビジョン(編), 測と色彩心理 日本放送出版協會.
- [20] 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, 35, 489-497.
- [21] 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, 33, 85-89.
- [22] 小營啓子, 小林茂雄 (1990). 水玉柄のイメージに 關する一考察, 纖維製品消費科學誌, 31(9), 42-49.
- [23] 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 面積比の效果, 日本心理學會, 第39回 大會.

원고접수 : 08/04/14

수정접수 : 08/06/15

게재확정 : 08/09/04