

드레스 셔츠와 넥타이의 배색 및 넥타이 폭에 따른 이미지 평가

-중국여대생을 중심으로-

정 수 진* · 최 수 경[†]

경상대학교 가정교육과 조교수* · 마산대학 뷰티케어학부 전임강사[†]

Image Evaluation according to the Coloration of Dress

Shirts and the Width of Neckties

- Focusing on Chinese Female College Students -

Su-Jin Jeong* · Su-Koung Choi[†]

Assistant Professor, Dept. of Home Economic Education, Gyeongsang National University*

Full-time Lecturer, Dept. of Beauty & Care, Masan College[†]

(투고일: 2010. 2. 4, 심사(수정)일: 2010. 3. 18, 게재확정일: 2010. 4. 23)

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the image evaluation of chinese female college students according to coloration of dress shirt and necktie and necktie width. The experimental materials developed for this study were a set of stimulus and response scales. The stimuli were 12 color pictures, in which the hue(red, blue), tone(lt-shirt/dk-tie, dk-shirt/lt-tie), and necktie width(narrow, medium, width) were manipulated. The 7-point scale was used for evaluation of image. The subjects of this research were 120 chinese female college students living in *Shandong*, China. The investigation was carried out at April-May 2009. The data were analyzed by using SPSS program. Analysis methods were ANOVA and Duncan-test. The results of this study were as follows.: The analyses of image according to coloration of dress shirt and necktie and necktie width revealed that the concerned factors are four characteristic dimensions of ability-elegance, youth-attractiveness, appeal, and warmness. Hue showed an independent effect on ability-elegance, appeal, and warmness. Tone showed an independent effect on appeal and warmness. Necktie width showed an independent effect on appeal. In addition, interaction effects of hue and tone on ability-elegance were found. Interaction effects of hue and necktie width on appeal were found. Interaction effects of tone and necktie width on youth-attractiveness were found.

Key words: chinese female college students(중국여대생),
coloration of dress shirt and necktie(드레스 셔츠와 넥타이의 배색),
image evaluation(이미지 평가), necktie width(넥타이 폭)

I. 서론

현대에 와서 남성 정장의 개념이 바뀌면서 편안함과 개성을 중시하는 캐주얼한 감각 추구 등 남성 패션에 있어서도 과감한 트렌드가 출현하고 있다. 이렇게 남성 정장의 개념이 변화되어 감에 따라 남자들의 V-Zone연출을 위한 드레스 셔츠와 베크타이가 중요한 위치를 차지하는 아이템이 되었다.

과거 속옷의 개념으로 출발하여 슈트의 일부로 인식되었던 드레스 셔츠는 오늘날 남성 정장의 얼굴과도 같은 V-Zone연출에서 패션성이 강하게 요구되는 하나의 독립된 아이템으로써 그 중요성이 점차 높아가고 있다¹⁾.

남성복에 있어 베크타이는 즉각적이고 두드러지게 눈에 띄므로 작은 부분에 불과하지만 시각적인 인상을 강하게 하여 착용자의 태도나 지위를 나타내는데 중요한 부분이 된다. 베크타이와 의복은 모두 색을 가지고 인접해 있어서 이들 색이 독립적으로 보이지 않고 상호작용으로 통합되어 지각된다. 게다가 남성의 비즈니스 슈트는 검정, 회색, 청색, 갈색이 가장 보편적인 색상으로 한정되어 있어 슈트를 더욱 다양하고 세련되게 착용하기 위해서는 셔츠와 타이의 배색에 변화를 주는 것이 가장 효과적인 방법이라고 한다²⁾.

셔츠는 베크타이와 함께 V-Zone을 연출할 경우 베크타이의 폭과 형태를 고려하여 V-Zone을 연출하는 것이 바람직하다. 예를 들어 기존의 베크타이 폭이 8-9cm였다면 좁은 총을 중심으로 5.5-7cm의 좁은 베크타이가 주목받고 있으며, 좁은 타이는 좁은 셔츠 칼라와 어울리고 짧어 보인다³⁾. 베크타이 폭은 최수경과 정수진⁴⁾의 연구에서도 짧음활동성과 매력품위성, 그리고 안정성에 영향을 주는 중요한 변인으로 밝히고 있다.

지금까지 남성복에 관한 선행연구에서는 드레스 셔츠와 베크타이를 배색하여 이미지를 분석한 연구들⁵⁾⁶⁾이 이루어져 왔으나 이들의 배색과 베크타이 폭을 동시에 고려한 연구는 전무후무한 실정이므로 이에 대한 연구의 필요성이 제기된다. 또한 Homlong⁷⁾, 성남숙과 최수경⁸⁾은 의복의 색채이미지와 선호도가 개개

인의 수준에 따라 각각 다르게 나타나 응답대상자의 선정에 신중을 기해야 함을 강조하고 있다.

최근 5년 동안 중국 대학생 수는 108만 명에서 1700만 명으로 급속하게 증가했다. 중국대학생들은 중국 소비자 중 특수한 집단으로 비교적 큰 비중을 차지하고 있다. 대학생은 장차 고소득층으로 부상할 것이며, 브랜드에 대한 충성도를 형성하면서 응고의 결정적인 시기이고, 이 시기를 놓치면 미래의 고급 시장 경쟁에서 열세에 놓이게 될 것으로 예상된다⁹⁾. 이들은 어려서부터 자본주의 사회에 노출되어 성장하였기 때문에 외국 문화에 대한 포용력이 커서 '한류'를 비롯한 외국 문화를 열광적으로 수용하는 현상을 보인다¹⁰⁾.

우리나라와 중국은 1992년 한중 수교 이래 경제적, 무역적 상호협력국가로서 많은 교류가 행해지고 있으며, 중국의 주요 무역교역 대상국 중 하나를 차지하고 있다. 중국의 빠른 경제성장과 잠재력, 그리고 우리나라와 지리적, 문화적 이점¹¹⁾으로 비추어 볼 때 중국소비자의 의복에 대한 시각적 평가 및 이에 대응한 국내 의류 상품개발이 요구되고 있다.

이에 본 연구에서는 중국여대생을 중심으로 드레스 셔츠와 베크타이의 배색 및 베크타이 폭에 따른 이미지 차원을 분석하고, 이를 단서들의 이미지 평가와 상호작용효과를 알아보자 한다. 따라서 본 연구결과는 중국소비자를 감성적 측면에서 접근하여 수량화한 객관적인 자료를 제공함으로써 남성복 업체의 디자인 개발에 도움이 될 것으로 본다.

II. 이론적 배경

1. 드레스 셔츠와 베크타이

드레스 셔츠는 남자 정장 슈트 밑에 입는 밴드가 달린 칼라와 단추가 달린 앞판으로 처리되어 베크타이를 겉들이는 정통 정장 스타일의 셔츠를 가리킨다.

셔츠는 상반신을 덮는 속옷의 개념으로 볼 수 있는데 지금과 같은 속옷이 발명되기 이전에는 피부에 직접 착용함으로써 더러워지기 쉬운 것이었고, 겉옷의 안에 입는 속옷으로서 셔츠가 팬티의 기능까지

하였다. 이것은 오늘날까지 남아 있는 셔츠의 밑단 부분의 형태를 보면 알 수 있는데, 과거 셔츠의 밑단 형태를 보면 앞판의 밑단 끝에는 버튼이 붙어 있고 뒤판의 밑단 끝부분에는 버튼 홀이 붙어 있어 잠글 수 있도록 한 것이 이 사실을 뒷받침 해준다.

시대가 변화되어감에 따라 셔츠의 의미도 점차적으로 바뀌어졌다. 예전에는 반드시 겉옷의 안에 보이지 않도록 입었던 것이 점차 밖으로 노출되어 착용되었고 색깔있는 셔츠가 등장하면서 현재는 겉옷의 역할을 충분히 하고 있다. 이제 셔츠는 남성들의 신사복이나 예복차림에서 빠뜨릴 수 없는 품목이 되었으며, 사회생활을 영위하는데 필수 불가결한 요소가 되었다. 최근에는 흰색 이외의 다양한 색상과 문양도 많이 선보이고 있고, 용도에 따라 다양하게 디자인되기도 한다¹²⁾.

구인숙¹³⁾은 드레스 셔츠의 이미지를 Basic & Traditional 이미지, Character & Ethnic 이미지, Soft & Elegant 이미지, Hart & Modern 이미지, Dandy & Sophisticate 이미지로 분류하였고, 셔츠를 구입할 때 가장 중요한 점으로 셔츠의 디자인과 이미지를 들었다.

채선미¹⁴⁾의 연구에서는 현대남성복에 나타난 드레스 셔츠의 조형적 특성을 분석한 결과 여성적인 장식과 성이미지의 변화, 탈부착 기능과 비대칭 균형의 응용, 아이템의 결합과 관념적 형태의 탈피, 전통적 클래식과 예장용 스타일의 부각으로 구분하여 다양한 디자인의 변화를 살펴보았다.

이와 같이 드레스 셔츠는 남성 패션의 중요한 요소로 부각되고 있으며, 드레스 셔츠와 코디네이션되는 넥타이 또한 비교적 단조로운 남성 정장에서 개인의 이미지를 연출하는 부분이 된다.

넥타이는 자체로 의복의 기능을 못하지만 20세기 초 까지 다양한 매듭장식으로, 또 그 뒤로는 색상이나 소재의 다채로움을 통해 넥타이는 모든 남성들에게 나이나 여건을 초월해서 나름대로 독특한 개성을 실현시킬 수 있는 유일한 도구가 되어왔다¹⁵⁾.

김선영¹⁶⁾은 넥타이의 형태변화 및 기타 액세서리와의 조화에 의한 장식성과 의상과의 코디네이션 조화를 이를 수 있는 실용성을 겸비하고 있으며, 착용

자의 개성에 따라 목에 감거나 두르기, 허리에 두르기, 다른 용도로의 전환 등 다양하게 연출할 수 있는 가변적인 새로운 조형미를 표현하였으며, 이러한 넥타이의 다양한 연출을 통해 양성성의 표출과 해체성의 특성을 나타내었다.

성남숙과 최수경¹⁷⁾은 스트라이프 넥타이의 배색과 면적비에 따른 이미지를 분석한 결과 넥타이의 배색과 면적비는 다양한 이미지 창출에 효과적이며, 도트 넥타이의 디자인 요소에 따른 이미지를 알아본 연구¹⁸⁾에서도 넥타이의 색채는 두드러진 영향을 미치는 요인으로 드러났다.

넥타이 폭과 체형 및 성별이 남성패션 이미지에 미치는 영향을 분석한 최수경과 정수진¹⁹⁾의 연구에서는 넥타이 폭이 짧음활동성, 매력품위성, 안정성에서, 체형이 짧음활동성, 매력품위성, 안정성, 대담성에서 유의적인 영향을 나타낸다고 하였다. 그러나 각자 변인으로 선정된 성별에서는 주효과와 상호작용효과에서 어떠한 유의차도 보이지 않아 남성복을 시각적으로 평가하는 데는 남녀 간에 차이가 크게 영향을 미치지 않는다고 볼 수 있다.

이상에서 드레스 셔츠와 넥타이는 다양한 디자인 요소의 조합으로 여러 가지 이미지의 표현이 가능함을 알 수 있다.

2. 남성복의 색채 이미지

최근 중국 남성복은 세계 남성복 패션흐름에 맞춰 패션의식을 가진 신세대 남성 소비자들의 증가와 함께 20~30대 남성의 패션시장이 소비의 새로운 축으로 부상하고 있는 실정이다. 1903년 중국 최초의 양복이 탄생한 이래, 중국 남성복 시장의 10대 브랜드가 중국 전체 시장의 50%를 점유하고 있다. 국내에서는 2004년 상반기를 기점으로 남성복 브랜드의 중국 시장 진출이 활발해지기 시작했다²⁰⁾.

남성복은 여성복에 비해 디자인의 변화가 크지 않고, 정장에서 사용되는 색채도 제한적이다. 이에 남성 정장에서 색채를 다양하게 연출할 수 있는 드레스 셔츠와 넥타이는 소비자의 의복 선택 시 중요한 결정 요인으로 작용한다.

임지영과 강경자²¹⁾는 셔츠와 넥타이의 배색에 따

른 이미지를 분석한 결과 능력성, 활동성, 매력성, 현시성, 온유성 이미지 차원으로 나타나며, 이러한 이미지는 셔츠와 타이를 어떻게 배색하느냐에 따라 차이를 보였다. 특히 셔츠에 비하면 벨트의 면적이 적지만 이미지형성에 중요한 정보가 되고, 이를 정보는 이미지 차원에 따라 다르게 지각됨으로 정보들의 의미가 고정되지 않고 서로의 관계 속에서 변할 수 있다고 하였다.

이향미와 김재숙²²⁾은 의복의 격식차림과 색 및 맥락이 인상에 미치는 영향을 분석한 연구에서 감색의 복은 평가성 차원에서 긍정적인 평가를 얻어 지적이고 예의바르고 신뢰감이 드는 것으로 지각되었고, 적벽들색 의복은 사교성 차원에서 긍정적으로 평가되어 밝고 편안하고 친근한 이미지로 나타났다. 남성의 인상 차원에 미치는 영향력은 의복색, 지각자의 성별, 맥락, 의복 격식차림의 순으로 나타나 의복색의 영향이 가장 크다고 하였다.

남성 정장의 색채 이미지와 선호도를 연구한 최유진과 이명희²³⁾는 검정과 은회색, 흰색과 은회색, 파란색과 남색, 흰색과 남색 등 무채색간의 배색 또는 파란색 계통의 배색인 경우 품위/지성, 사교성, 능력/매력성 등의 평가에서 긍정적인 이미지를 연출한다고 하였다. 또한 유사색 배색은 대비가 높은 색의 배색보다 품위와 지성이 높게 나타났으며, 각 옷차림에서 품위/지성과 개성 차원은 거의 반대되는 결과를 나타내어 두 차원은 상반된 시각적 효과를 지닌다고 보고하였다.

김현지²⁴⁾의 연구를 보면 남성 선거 입후보자의 옷차림은 감색 재킷이 회색과 검정 재킷보다 대체로 긍정적인 평가를 받았고, 셔츠는 흰색이 파랑보다 친근한 인상을 주는 것으로 나타났으며, 벨트이는 감색이 친근한 인상을 주는 반면 빨강이 역동적인 인상으로 지각된다고 하였다.

이상을 종합해 보면 남성복에서 색채는 중요한 변수로 작용하여 이미지 차원이 다양하게 도출되고, 착용자의 이미지에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 따라서 중국소비자에 의해 평가되는 남성복의 색채 이미지는 중국 남성복의 시장 진출과 확대를 위한 디자인 기획에 활용될 것으로 사료된다.

III. 연구방법

1. 연구문제

본 연구를 실증적으로 분석하기 위한 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 드레스 셔츠와 벨트의 배색 및 벨트이 폭에 따른 이미지 차원을 알아본다.

연구문제 2. 드레스 셔츠와 벨트의 배색 및 벨트이 폭에 따른 이미지 평가와 상호작용효과를 알아본다.

2. 측정도구

본 연구에 사용된 도구는 드레스 셔츠와 벨트이가 조합된 자극물을 보고, 이에 대한 지각 반응을 측정하는 이미지 척도로 구성되었다.

1) 자극물 선정 및 제작

본 연구에 사용된 자극물은 드레스 셔츠와 벨트이를 착용한 20대 남성으로 얼굴을 제외한 목부터 허벅지 중간까지의 사진으로 하였다. 사진의 배경색은 이미지 평가에 영향을 주지 않기 위해 밝은 회색으로 통제하였다. 자극물의 모델은 우리나라 20대 남성의 기본체형²⁵⁾을 기준으로 서울, 광주, 진주, 마산 지역의 대학교에서 유학중인 중국인과 전문가 집단(교수와 대학원생)의 의견을 고려하여 선정되었다.

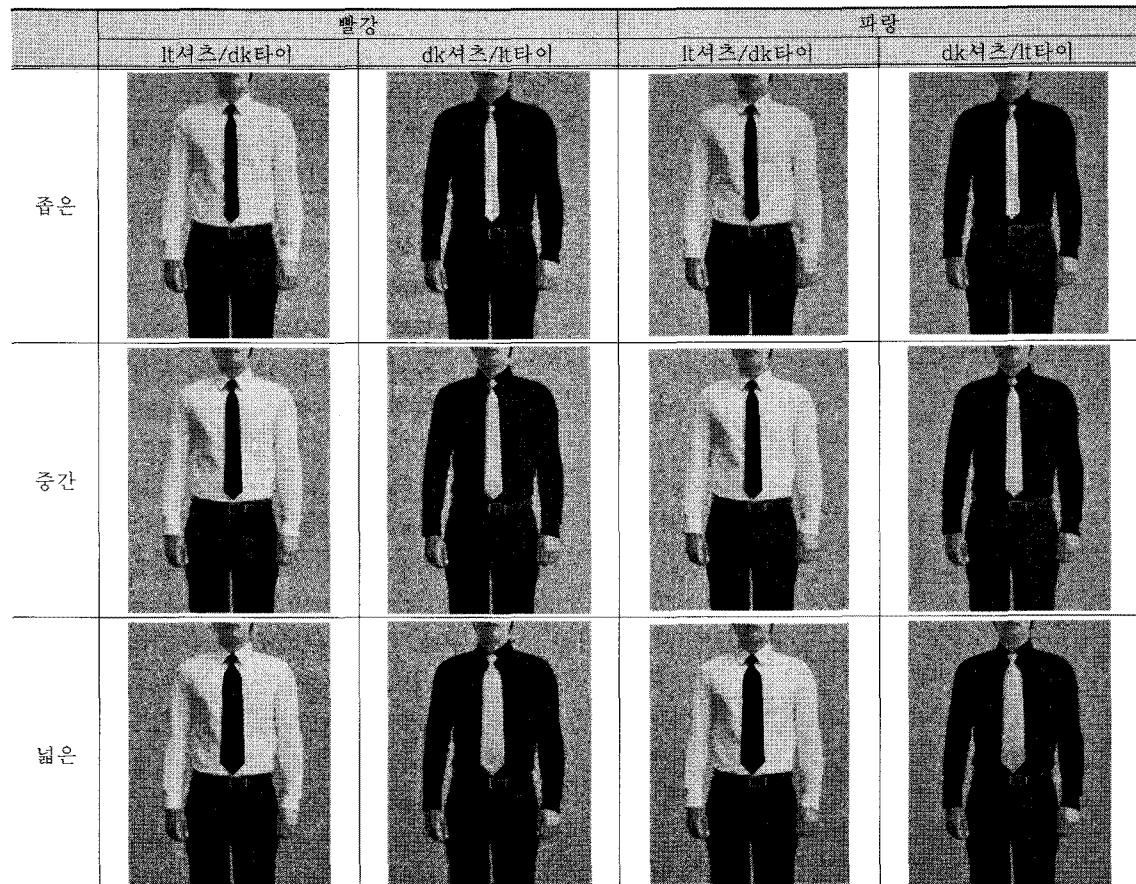
자극물을 제작하기 위해 흰색 셔츠에 진한 남색 바지를 착용한 모델에게 3가지 폭의 남색 벨트이를 각각 따로 착용시켜 Digital Camera로 촬영한 후 포토샵 프로그램으로 색상과 톤을 조작하였다.

자극물의 색상은 선행연구²⁶⁾와 한난색을 중심으로 빨강과 파랑이 선정되었고, 이를 색상에 따른 톤은 명도에 변화를 주어 라이트와 다크가 되도록 하였다. 즉 톤은 라이트 톤 셔츠와 다크 톤 벨트이, 다크 톤 셔츠와 라이트 톤 벨트이로 조합되어 lt셔츠/dk타이, dk셔츠/lt타이로 표기하였다. 자극물에 사용된 색상과 톤은 한국표준색표집에 근거하였으며, <표 1>과 같다.

〈표 1〉 자극물에 사용된 색상과 색조

Sample		면적기호
빨강(red)	라이트(light)	5R 8/6
	다크(dark)	5R 2/6
파랑(blue)	라이트(light)	5B 8/4
	다크(dark)	5B 2/4

〈표 2〉 자극물에 사용된 드레스셔츠와 넥타이



넥타이 폭은 경남지역 백화점과 로드샵 등을 시장조사한 결과 시중에 판매되고 있는 넥타이 폭이 9cm, 8cm, 7.5cm, 7cm, 6cm등과 3cm정도의 초슬림 넥타이 폭까지 다양하였으나 현재 대부분의 남성복 브랜드에서 5-6cm 폭의 넥타이가 많이 분포되어 있었다. 30-40대 이상을 타깃으로 하는 신사복 브랜드에서는 7cm이상의 넥타이 폭을 볼 수 있었고, 20대

남성복 매장에서는 6cm이하의 좁은 폭의 넥타이만 판매되고 있었다. 이러한 시장조사 결과와 유행 경향을 반영하여 자극물에 사용된 넥타이 폭은 좁은(3.5cm), 중간(5.5cm), 넓은(9.5cm)으로 하였다.

본 연구에서는 선정된 색상 2가지, 톤 2가지, 넥타이 폭 3가지를 각각 조합시킨 12개의 자극물이 사용되었으며, 〈표 2〉와 같다.

2) 実験設計

本研究は独립変数인 색상 2가지(빨강, 파랑), 톤 2가지(lt셔츠/dk타이), dk셔츠/lt타이), 넥타이 폭 3가지(좁은, 중간, 넓은)의 삼원요인설계로 이루어졌다. 색상, 톤, 넥타이 폭으로 조합된 총 12개의 자극물에 대하여 피험자는 1개의 자극물을 평가하도록 하였다.

3) 이미지 척도

본 연구에서는 이미지 척도를 구성하기 위해 남성 복 이미지에 관한 선행연구들²⁷⁾²⁸⁾²⁹⁾³⁰⁾³¹⁾과 중국인 유학생(서울, 광주, 진주, 마산 지역의 대학교) 18명을 대상으로 한 예비조사를 참고로 하였으며, 그 결과 서로 반대되는 형용사 쌍들 중 일부의 의미가 중국어로 변환되는 과정에서 다르게 인식되었다. 따라서 본 연구의 이미지 척도는 지각자의 변인과 평가의 용이성을 감안하여 20개의 단일 형용사들로 설정되었다. 요인분석으로 요인부하치가 낮은 문항과 여러 요인에 걸쳐있는 문항을 제외한 18개의 형용사들이 최종적으로 도출되었다. 자료를 수량화하기 위해 형용사의 좌측 극단에 7점을, 우측 극단에 1점을 주어 7단계로 평가하였다.

3. 자료수집 및 분석방법

본 연구의 조사지역은 한국과 지리적 위치가 근접하여 문화와 경제적인 교류가 활발한 중국의 산동지역으로 하였으며, 피험자는 시각적 평가에 있어서 남자보다 여자가 더 다양한 반응을 보인다는 선행연구³²⁾와 남성패션 이미지에서 성별에 따른 차이를 나타내지 않는다는 연구결과³³⁾에 의해 여대생 120명을 대상으로 하였다. 자료수집은 2009년 4~5월에 이루어졌다.

본 연구의 자료분석은 SPSS프로그램을 이용하여 통계처리하였다.

ドレス シャツ와 ネクタイの 鮮やか 및 ネクタイ ポケ에 따른 이미지 차원을 알아보기 위해 요인분석으로 주성분분석과 Varimax의 직교회전을 사용하였다. 요인분석으로 도출된 결과의 문항이 동질적인 하나의 개념으로 묶였는지를 알아보기 위해 신뢰도 분석으로 Cronbach- α 계수를 산출하였다. 드레스 シャツ와 ネク

이의 鮮やか 및 ネクタイ ポケ에 따른 이미지 평가와 상호작용효과를 밝히기 위해 변량분석과 사후검증으로 Duncan-test를 실시하였다.

IV. 研究結果

1. 드레스 シャツ와 ネクタイ의 鮮やか 및 ネクタイ ポケ에 따른 이미지 차원

ドレス シャツ와 ネクタイ의 鮮やか 및 ネクタイ ポケ에 따른 이미지 차원을 분석한 결과는 <표 3>과 같다. 그 결과 아이겐 값 1.0 이상으로 하여 18개의 형용사들이 4개의 요인으로 도출되었다. 각 요인의 신뢰도 계수는 .890, .896, .882, .701로 내적일관성있게 나타났다.

요인 1은 책임감있는, 능력있는, 전문적인, 단정한, 점잖은, 세련된이 포함된 6개의 형용사들로 구성되었으며, 강경자와 임지영³⁴⁾의 이미지 차원 중 능력성 요인, 최수경과 정수진³⁵⁾의 매력품위성 요인과 유사하게 나타나 능력품위성 요인으로 명명하였다.

요인 2는 젊어보이는, 보기좋은, 현대적인, 감각있는, 매력있는, 적극적인이 포함된 6개의 형용사들로 구성되었다. 이러한 결과는 성남숙과 최수경³⁶⁾의 젊음·활동성과 매력성 요인에 있는 문항들로 조합되어 젊음매력성 요인이라고 명명하였다.

요인 3은 대담한, 화려한, 개성있는으로 구성된 3개의 형용사들로 현시성 요인이라고 명명하였으며, 임지영과 강경자³⁷⁾의 현시성 요인과 유사하게 나타났다.

요인 4는 따뜻한, 밝은, 부드러운으로 3개의 형용사들이 구성되어 온유성 요인이라고 명명하였다.

각각의 요인은 점수가 높을수록 형용사의 특성과 그 요인의 성향이 높은 것을 의미한다. 이렇게 도출된 4개의 요인은 변수로 설정하여 드레스 シャツ와 ネクタイ의 鮮やか 및 ネクタイ ポケ에 따른 이미지 평가와 상호작용효과를 분석하는 데 사용되었다.

2. 드레스 シャツ와 ネクタイ의 鮮やか 및 ネクタイ ポケ에 따른 이미지 평가와 상호작용효과

ドレス シャツ와 ネクタイ의 鮮やか 및 ネクタイ ポケ에 따른 이미지 평가와 상호작용효과

〈표 3〉 드레스 셔츠와 넥타이의 배색 및 넥타이 폭에 따른 이미지 차원

요인명	영웅사상	요인부과도	고유차	전체변량(%)	누적변량(%)	신뢰도계수
능력품위성	능력있는	.885	4.398	24.434	24.434	.890
	책임감있는	.885				
	전문적인	.828				
	단정한	.789				
	젊잖은	.704				
	세련된	.640				
젊음매력성	젊어보이는	.813	4.326	24.033	48.468	.896
	보기좋은	.802				
	현대적인	.791				
	감각있는	.771				
	매력있는	.722				
	적극적인	.633				
현시성	대담한	.853	2.561	14.230	62.697	.882
	화려한	.805				
	개성있는	.767				
온유성	따뜻한	.848	2.075	11.527	74.225	.701
	밝은	.701				
	부드러운	.666				

〈표 4〉 드레스 셔츠와 넥타이의 배색 및 넥타이 폭에 따른 이미지 평가

		능력품위성			젊음매력성			현시성			온유성		
		평균 제곱합	자유도	F값	평균 제곱합	자유도	F값	평균 제곱합	자유도	F값	평균 제곱합	자유도	F값
주 효 과	색상	25.715	1	33.920***	.233	1	.247	16.800	1	27.806***	14.861	1	17.687***
	톤	2.419	1	3.191	2.786	1	2.960	20.294	1	33.587***	5.278	1	6.281*
상호 작용 효과	넥타이 폭	2.507	2	1.654	.301	2	.160	3.932	2	3.254*	1.105	2	.658
	색상×톤	3.388	1	4.469*	2.991	1	3.177	.638	1	1.055	.573	1	.682
	색상×넥타이 폭	.589	2	.388	1.504	2	.799	5.633	2	4.661*	1.966	2	1.170
	톤×넥타이 폭	2.150	2	1.418	6.201	2	3.294*	.204	2	.169	.997	2	.593
색상	평균			평균			평균			평균			
	빨강	-.457			-.058			.406			.361		
톤	파랑	.478			.031			-.350			-.350		
	lt셔츠/dk타이	-.133			-.167			-.387			.217		
넥타이 폭	dk셔츠/lt타이	.153			.141			.443			-.207		
	좁은	.162			-.081			.287			.065		
	중간	.060			.040			-.119			-.129		
	넓은	-.191			.020			-.085			.080		

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

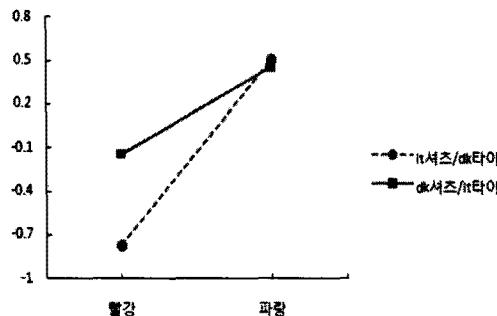
른 이미지 평가를 알아본 결과는 〈표 4〉과 같으며, 이들의 상호작용효과를 분석한 결과는 〈그림 1-3〉에 나타내었다.

분석결과 독립변인인 드레스 셔츠와 넥타이의 색상, 드레스 셔츠와 넥타이의 톤, 넥타이 폭은 남성복 착용자의 이미지에 유의한 영향을 미치는 단서로 작용하였다. 그러나 이를 단서의 영향력은 이미지 차원

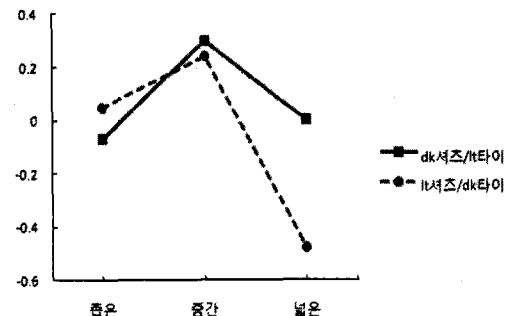
에 따라 다르게 나타나 이미지 차원별로 설명하고자 한다.

1) 능력품위성 차원

능력품위성 차원을 〈표 4〉에서 살펴보면 색상은 주효과에서 두드러지게 유의한 영향을 나타내었을



〈그림 1〉 능력품위성 차원에 대한 색상과 톤의 상호작용효과



〈그림 2〉 짧음매력성 차원에 대한 톤과 벨트의 폴리シー 상호작용효과

뿐만 아니라 톤과 상호작용하여서도 유의적인 영향을 미쳤다.

주효과에서 유의적인 영향을 나타낸 색상의 평균을 보면 색상이 파랑인 경우 능력있고 품위있는 이미지로, 빨강인 경우 능력없고 품위없는 이미지로 지각되었다. 이는 셔츠와 타이가 파랑 계열로 배색될 때 능력있는 인상을 준다고 한 임지영과 강경자³⁸⁾의 연구결과와 부분적으로 일치한다.

능력품위성 차원에 영향을 미치는 색상과 톤의 상호작용효과를 〈그림 1〉에서 보면 드레스 셔츠와 벨트의 톤에 상관없이 빨강보다 파랑인 경우 전문적이고 책임감있고 단정한 것으로 지각되었으며, lt셔츠/dk타이인 경우 지각 차이를 크게 나타내었다. 드레스 셔츠와 벨트의 색상이 빨강일 때는 톤이 lt셔츠/dk타이보다 dk셔츠/lt타이에서 높게 평가되었다. 그러나 선행연구³⁹⁾에서는 빨강의 톤조합이 라이트 톤 셔츠와 다크 톤 벨트에서 능력있는 이미지로 지각된 반면 다크 톤 셔츠와 라이트 톤 벨트에서 능력없는 이미지로 나타나 본 연구와는 다소 상반된 결과를 보여주었다. 따라서 빨강의 톤조합으로 능력있는 이미지를 나타내려면 중국에서는 어둡고 중후한 분위기를 나타내는 다크톤의 면적이 넓은 경우 효과적이며, 한국에서는 밝고 가벼운 이미지를 주는 라이트톤이 넓은 면적으로 분포될 때 원하는 이미지 연출이 가능하리라 본다. 이러한 결과는 중국과 한국 간에 문화권이 다르고, 본 연구에서 능력성에 품위성 요인이 포함됨으로 인해 나타난 차이로 추측된다. 따

라서 후속연구를 통해서 한국여대생이 지각하는 시각적 효과를 보다 더 명확히 밝힐 필요성이 있을 것이다. 드레스 셔츠와 벨트의 색상이 파랑인 경우 톤에 따른 지각 차이가 거의 나타나지 않았다.

2) 짧음매력성 차원

짧음매력성 차원을 〈표 4〉에서 살펴보면 색상, 톤, 벨트의 폴리シー 독립적으로 어떠한 영향도 나타내지 않았지만 톤과 벨트의 폴리씨 서로 상호작용하여 유의적인 영향을 미쳤다.

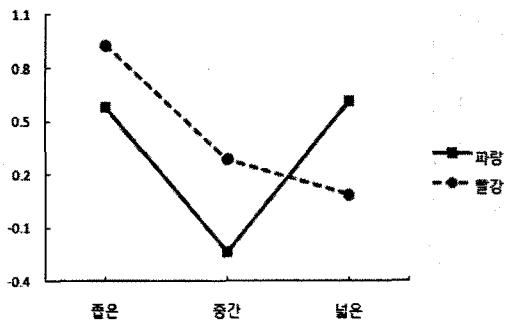
짧음매력성 차원에 영향을 미치는 톤과 벨트의 폴리씨 상호작용효과를 〈그림 2〉에서 보면 드레스 셔츠와 벨트의 톤이 lt셔츠/dk타이인 경우 중간>넓은>좁은의 순으로 높게 평가되었고, dk셔츠/lt타이인 경우 중간>좁은>넓은의 순으로 높게 평가되어 드레스 셔츠와 벨트의 톤에 상관없이 모두 중간 폴리씨의 벨트를 착용했을 때 짧어보이고 감각적이고 현대적인 것으로 나타났다. 벨트의 폴리씨가 좁은 일 때는 dk셔츠/lt타이보다 lt셔츠/dk타이에서, 중간과 넓은 일 때는 모두 lt셔츠/dk타이보다 dk셔츠/lt타이에서 높게 지각되었다. 특히 벨트의 폴리씨가 넓고 톤이 dk셔츠/lt타이에서는 더 낮게 평가되어 가장 짧어보이지 않고 매력없는 이미지로 나타났다. 따라서 짧고 매력적인 이미지를 연출하려면 중간 폴리씨의 벨트를 착용하는 것이 효과적이며, dk톤의 면적이 넓은 범위를 차지할 경우 더 짧고 매력적인 이미지의 표현이 가능할 것이다.

3) 현시성 차원

현시성 차원을 <표 4>에서 살펴보면 독립변인인 색상, 톤, 넥타이 폭은 모두 유의한 영향을 미쳤으며, 특히 색상과 톤은 두드러진 영향을 나타내었다. 색상과 넥타이 폭 간에는 상호작용하여 유의적인 영향을 미쳤다.

주효과에 유의적인 영향을 나타낸 색상을 평균에서 보면 드레스 셔츠와 넥타이의 색상이 빨강일 때 현시적인 이미지로, 파랑일 때 현시적이지 않은 이미지로 나타났다. 이는 빨강으로 된 의복이 현시성이 가장 높은 것으로 나타나 난색계는 진출성과 화려함으로 현시적인 이미지를 나타내는 반면 한색계 의복은 후퇴, 진정의 효과로 현시성이 낮다고 보고한 차미승⁴⁰⁾의 견해를 지지해 준다. 톤을 평균에서 보면 lt 셔츠/dk타이보다 dk셔츠/lt타이에서 높게 지각되어 dk셔츠/lt타이일 경우 대담하고 화려하고 개성적인 것으로 나타났다. 이것은 셔츠와 타이의 톤 조합이 다크 톤과 라이트 톤이면 강렬하고 대담한 인상으로 지각된다는 선행연구⁴¹⁾의 결과와 맥락을 같이한다. 넥타이 폭을 평균에서 보면 넥타이 폭이 좁은 경우 대담하고 화려하고 개성적인 이미지로 나타난 반면 중간과 넓은 경우 대담하지 않고 화려하지 않고 개성 없는 이미지로 나타났다. 그러나 최수경과 정수진⁴²⁾의 연구에서는 대담한 이미지에서 넥타이의 폭에 따라 유의적인 영향을 미치지 않아 본 연구결과와 일치하지 않았다. 따라서 한국에서는 넥타이 폭이 대담한 이미지를 표현하는 데 필요하지 않지만 중국에서는 넥타이 폭에 따라 차이를 보임으로써 좁은 폭의 넥타이를 착용할 경우 대담하고 화려한 이미지를 연출할 수 있을 것이다.

현시성 차원에 영향을 미치는 색상과 넥타이 폭의 상호작용효과를 <그림 3>에서 보면 드레스 셔츠와 넥타이의 색상이 파랑인 경우 넥타이 폭은 좁은>중간>넓은의 순으로 높게 나타났다. 빨강인 경우 넥타이 폭은 넓은>좁은>중간의 순으로 높게 나타났고, 이 중 넓은과 좁은 폭의 넥타이는 지각 차이가 거의 없었다. 따라서 빨강으로 드레스 셔츠와 넥타이를 배색할 경우는 좁은 폭의 넥타이를, 파랑으로 배색할 경우는 좁거나 넓은 폭의 넥타이를 착용하는 것이 현



<그림 3> 현시성 차원에 대한 색상과 넥타이 폭의 상호작용효과

시적인 이미지를 연출하는 데 도움이 될 수 있을 것이다. 넥타이 폭이 좁은과 중간일 때는 색상에 따라 일관된 방향성을 보여 색상에 관계없이 넥타이 폭이 좁은에서 대담하고 화려하고 개성있는 것으로, 중간에서 현시적이지 않는 이미지로 지각되었다. 그러나 넥타이 폭이 좁은과 중간에서는 드레스 셔츠와 넥타이의 색상이 파랑보다 빨강에서 높게 평가되었으며, 특히 색상이 빨강이고 넥타이 폭이 좁은 경우 더 높게 지각되어 가장 현시적인 이미지로 나타났다. 넥타이 폭이 넓은 일 때는 빨강보다 파랑에서 높게 지각되어 좁은과 중간 폭의 넥타이일 때와 상반된 결과를 보였다. 즉 현시성 차원에서는 조합되는 색상이 동일할지라도 넥타이의 폭에 따라 다르게 지각됨을 알 수 있다.

4) 온유성 차원

온유성 차원을 <표 4>에서 살펴보면 색상과 톤은 주효과에서 유의한 영향을 나타내었고, 어떠한 상호작용효과도 일어나지 않았다.

주효과에 유의적인 영향을 나타낸 색상을 평균에서 보면 파랑보다 빨강에서 높게 지각되어 따뜻하고 차가운 정도를 나타내는 온도감은 색상이 크게 작용한다고 알려진 선행연구⁴³⁾의 결과를 뒷받침해 준다. 주효과에 유의적인 영향을 나타낸 톤의 평균을 보면 lt셔츠/dk타이는 온유한 이미지로 나타났지만 dk셔츠/lt타이는 온유하지 않는 이미지로 나타나 밝은 톤이 어두운 톤의 의복보다 온유한 이미지로 지각된다는

최수경과 강경자⁴⁴⁾의 연구와 일치한다. 따라서 온유한 이미지를 나타내려면 의복의 형태보다 색상이나 톤을 고려해야 된다고 볼 수 있다.

V. 결론

본 연구는 드레스 셔츠와 벨트의 배색 및 벨트 폭에 따른 이미지 차원을 알아보고, 드레스 셔츠와 벨트의 배색 및 벨트 폭에 따른 이미지 평가와 상호작용효과를 분석하는 데 있었다.

본 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 드레스 셔츠와 벨트의 배색 및 벨트 폭에 따른 이미지 차원을 알아보기 위해서 요인분석한 결과 능력품위성, 젊음매력성, 현시성, 온유성 차원으로 도출되었다.

둘째, 드레스 셔츠와 벨트의 배색 및 벨트 폭에 따른 이미지 평가와 상호작용효과를 분석하기 위해서 변량분석과 사후검증을 실시한 결과 먼저 능력품위성 차원에는 주효과에서 두드러지게 유의한 영향을 나타낸 색상이 파랑인 경우 능력있고 품위있는 이미지로 평가되었다. 상호작용효과에서 유의적인 영향을 나타낸 색상과 톤은 톤에 상관없이 파랑일 때 높게 평가되었으며, 빨강일 때 지각 차이를 보여 It셔츠/dk벨트보다 dk셔츠/lt벨트에서 높게 지각되었다.

젊음매력성 차원에는 주효과에서 독립변인들이 어떠한 영향도 미치지 않았으며, 상호작용효과에서 유의한 영향을 미친 톤과 벨트 폭은 톤에 상관없이 모두 중간 폭의 벨트를 착용할 때 젊고 매력적인 이미지로 지각되었다. 그러나 벨트 폭에 따라 톤 간에 지각 차이를 나타내어 동일한 벨트 폭이라도 조합되는 톤에 따라 젊음매력성 차원에 다르게 지각될 수 있음을 보여준다.

현시성 차원에는 주효과에서 색상, 톤, 벨트 폭이 모두 유의한 영향을 미쳤다. 특히 색상과 톤은 두드러진 영향을 나타내어 색상이 빨강인 경우, 톤이 dk셔츠/lt벨트인 경우 현시적인 이미지로 지각되었으며, 벨트 폭은 넓은 보다 좁은에서 높게 평가되었다. 상호작용효과에서 유의적인 영향을 미친 색상과 벨트 폭은 색상이 빨강인 경우 좁은 폭의 벨트

를, 파랑인 경우 좁거나 넓은 폭의 벨트를 착용하는 것이 현시적인 이미지를 나타내는 데 효과적임을 알 수 있다.

온유성 차원에는 주효과에서 색상이 빨강인 경우, 톤이 lt셔츠/dk벨트인 경우 온유한 이미지로 지각되었다. 그러나 독립변인 간에는 어떠한 상호작용효과도 일어나지 않아 서로 통합되어 지각되며 보다는 각각 단독으로 영향을 미치는 것이 온유한 이미지를 상승시킬 수 있음을 시사하고 있다.

이상에서 본 연구결과를 요약하여 결론을 내리면 독립변인 중 색상은 남성복 착용자의 이미지에 두드러진 영향을 미쳤고, 다른 단서들과 상호작용하여서도 유의한 영향을 나타내어 남성복 착용자의 이미지에 지배적인 영향을 미치는 단서임을 알 수 있다. 그러나 드레스 셔츠와 벨트의 배색 및 벨트 폭에 따른 단서들은 이미지 차원에 따라 다르게 지각되었고, 이들 단서는 서로 지각단계에서 통합되어 이미지에 영향을 미치기도 하였다. 따라서 남성복 착용자의 이미지는 드레스 셔츠와 벨트의 배색에 따라 차이를 보이는 벨트 폭이 있고, 벨트 폭의 변화에 관계없이 지각되어 폭보다 조합되는 색상이나 톤의 영향이 크게 작용하는 이미지 차원이 존재하는 것으로 나타났다. 즉 남성복 착용자의 이미지 차원은 드레스 셔츠와 벨트의 배색, 벨트 폭으로 구성되고, 이들 단서는 독립적으로 또는 서로 상호작용하여 남성복 착용자의 이미지를 결정하는 기본 요건이 된다고 본다.

이러한 연구결과를 통해 적절한 드레스 셔츠와 벨트의 배색, 벨트 폭을 제시한다면 중국소비자가 요구하는 남성복디자인 기획이 가능할 것이다. 글로벌화, 국제화 시대에 지리적으로 가까우면서 소비시장으로 급부상하고 있는 중국인과의 사업 상 모임이나 미팅을 위한 이미지 연출에도 효과적으로 활용될 것이다. 그러나 연구대상자를 중국 산동지역에 소재하는 몇 개의 대학에서 편의 추출된 자료이므로 전체 모집단에 적용시키는 데는 제한점을 가지고 있고, 드레스 셔츠와 벨트가 여러 가지 배색 방법으로 구성되어 있음에도 불구하고 조사 상 어려움으로 인해 연구변인을 통제하였으므로 본 연구결과를 일반

화하는 데는 신중을 기해야 한다. 이에 후속연구에서는 다양한 배색방법과 중국의 다른 지역에 거주하는 지각자의 반응을 분석하고 한국소비자의 지각 반응 또한 고려한다면 보다 체계적인 연구결과를 얻을 수 있을 것이다.

참고문헌

- 1) 임혜원, 손희순 (2000). 성인 남성의 드레스 셔츠 소비자 실태조사 I -착용실태와 구매실태를 중심으로-. *패션비지니스*, 4(4), pp. 135-136.
- 2) 임지영, 강경자 (2006). 셔츠와 벡타이의 동일색상 톤 조합에 따른 인상평가. *한국의상디자인학회지*, 8(2), p. 1.
- 3) 구인숙 (2006). 드레스 셔츠의 이미지 분석-서울, 대전, 경기지역을 중심으로-. *패션비지니스*, 10(4), p. 3.
- 4) 최수경, 정수진 (2009). 벡타이의 폭과 제형을 고려한 남성패션 이미지 연구. *한국의상디자인학회지*, 11(1), pp. 111-121.
- 5) 임지영, 강경자. 앞의 논문, pp. 1-16.
- 6) 이명희, 최유진 (2007). 셔츠와 벡타이의 배색에 대한 시각적 평가 연구. *복식문화연구*, 15(6), pp. 982-995.
- 7) Homlong, S. (2006). *The Language of Textile: Description and Judgement on Textile Pattern Composition*. Ph.D. thesis (digital comprehensive summaries). Acta University Upsaliensis, Uppsala University, Sweden, p. 90.
- 8) 성남숙, 최수경 (2009). 동일색조 코디네이션에 따른 벡타이의 감성 이미지와 상호작용효과-스트라이프 패턴의 1:2:3면적비 변화를 중심으로-. *감성과학*, 12(10), 65-76.
- 9) 왕야, 김용숙 (2007). 중국 여대생의 의모 관리 특성과 의복구매 행동. *한국생활과학회지*, 16(1), pp. 145-157.
- 10) 김용숙 (2003). 한국과 중국 여대생의 물질주의 성향과 의복태도에 관한 비교연구. *복식*, 53(8), p. 12.
- 11) 손희순, 임순, 김효숙, 손희정, 김영숙, 장희경, 임호선 (2000). 한국과 중국 여대생의 의복 맞음새 선호도 및 의복행동 비교연구. *패션비지니스*, 4(1), pp. 59-72.
- 12) 임혜원, 손희순. 앞의 논문, pp. 136-137.
- 13) 구인숙. 앞의 논문, pp. 1-15.
- 14) 채선미 (2006). 현대 남성복에 나타난 드레스 셔츠 디자인의 조형적 특성. *대한가정학회지*, 44(10), pp. 79-90.
- 15) 김선영 (2007). 현대 패션에 표현된 벡타이의 미적 특성. *대한가정학회지*, 45(5), pp. 15-23.
- 16) 위의 논문, p. 19.
- 17) 성남숙, 최수경 (2009). 무채색과 유채색의 면적비 변화에 따른 스트라이프 패턴의 벡타이 이미지 연구. *복식*, 59(4), pp. 67-81.
- 18) 최수경, 정수진 (2008). 도트 패턴의 배색과 크기 및 면적비 변화에 따른 벡타이 이미지 연구. *한국디자인문화학회지*, 14(4), pp. 501-509.
- 19) 최수경, 정수진 (2009). 앞의 논문, pp. 111-121.
- 20) 심부자 (2007). 중국 수출 남성 기성복 치수에 관한 연구-한국 남성복 치수를 중심으로 한 중국 남성복 대응 치수의 설정 및 제시-. *패션비지니스*, 11(2), p. 156.
- 21) 임지영, 강경자. 앞의 논문, pp. 1-16.
- 22) 이향미, 김재숙 (1998). 남자 고등학생 교사의 인상형 성에 미치는 의복 격식차림, 색 및 맥락의 영향: 대전 지역 남·여 고등학생을 대상으로. *한국의류학회지*, 22(3), pp. 312-320.
- 23) 이명희, 최유진. 앞의 논문, pp. 982-995.
- 24) 김현지 (2003). 남성 선거입후보자의 옷차림이 유권자들의 인상형성에 미치는 영향. *전국대학교 대학원 석사학위논문*, pp. 70-72.
- 25) 한국인 인체치수 조사자료 (2004). 사이즈코리아. 자료검색일 2006.1.30. 자료출처 <http://sizekorea.ats.go.kr>
- 26) 임지영, 강경자. 앞의 논문, p. 4.
- 27) 최수경, 정수진 (2009). 앞의 논문, p. 115.
- 28) 성남숙, 최수경. 앞의 논문, p. 73.
- 29) 이명희, 최유진. 앞의 논문, p. 70.
- 30) 임지영, 강경자. 앞의 논문, p. 5.
- 31) 강경자, 임지영 (1996). 벡타이의 색과 무늬가 남성복 이미지에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 20(5), p. 760.
- 32) 박영희 (2004). 남성복에 나타난 문양의 감성 이미지와 선호도. *복식*, 54(4), pp. 113-127.
- 33) 최수경, 정수진 (2009). 앞의 논문, pp. 111-121.
- 34) 강경자, 임지영. 앞의 논문, p. 760.
- 35) 최수경, 정수진 (2009). 앞의 논문, p. 118.
- 36) 성남숙, 최수경. 앞의 논문, p. 73.
- 37) 임지영, 강경자. 앞의 논문, p. 5.
- 38) 위의 논문, p. 13.
- 39) 위의 논문, p. 13.
- 40) 차미승 (1992). 의복형태와 색채 이미지의 시각적 평가와 분석. *부산대학교 대학원 석사학위논문*, pp. 52-56.
- 41) 임지영, 강경자. 앞의 논문, p. 14.
- 42) 최수경, 정수진 (2009). 앞의 논문, p. 120.
- 43) 한국색채학회 (2002). *컬러리스트 이론편*. 서울: 도서출판국제, p. 50.
- 44) 최수경, 강경자 (2003). 원피스드레스의 색상과 톤, 스커트 길이·폭의 변화가 인상형성에 미치는 영향. *복식문화연구*, 11(4), p. 471.