

남성셔츠 줄무늬 특성이 감성지각에 미치는 영향

Effect of Stripe Pattern for Men's Shirts on Emotion

공진희* · 권영아**†

Kong, Jin Hee* · Kwon, Young Ah**†

*신라대학교 일반대학원 의류학과

*Dept. of Clothing & Textiles, Graduate School, Silla University

**신라대학교 패션산업학부

**Div. of Fashion Industry, College of Design, Silla University

Abstract

The visual sensibility and preferences are closely related with color combinations, stripe intervals, and stripe complexity. We studied the effect of stripes characteristics on visual sensibility and preferences for men's shirts fabrics. As a result of a factor analysis, the adjectives were classified by viewers into 5 factors as attraction, maturity, dignity, practicality, and simplicity. We found that stripe intervals had a significant visual effect on maturity, dignity, and practicality. The uneven stripes had higher scores for dignity and practical while lower for mature. The stripes with consecutive order of two different thickness were felt more strongly in attractive, practical, and preferred. The results also showed that stripes with compound and contrast colors were attractive and preferred.

Key words : Shirts, Stripes, Color, Sensibility, Preference

요약

본 연구는 남성셔츠 소재의 선염 줄무늬 특성에 따른 시각적 감성 이미지의 차원을 알아보고 소비자들의 감성을 만족시키는 남성셔츠 소재용 줄무늬 디자인 개발을 위한 기초정보를 얻고자 하는 것이다. 본 연구 결과 남성셔츠 줄무늬 감성은 매력성, 성숙성, 품위성, 실용성, 단순성의 5가지 차원으로 구분되었다. 남성셔츠 소재 줄무늬의 특성이 감성 차원 및 선호도와 구매 욕구에 밀접한 관계가 있었다. 색상, 배열, 간격 등 줄무늬의 특성이 남성셔츠 소재의 시각적 감성에 유의한 영향을 미치고 두 가지 두께의 부등간격 줄무늬 조합이 매력성, 실용성이 높기 때문에 선호된다는 것을 확인하였다. 또한 대조되는 복합색의 줄무늬가 매력성이 높으므로 선호되는 것으로 나타났다.

주제어 : 셔츠, 줄무늬, 색상, 감성, 선호도

† 교신저자 : 권영아 (신라대학교 패션산업학부)

E-mail : yakwon@silla.ac.kr

Tel : 051-999-5063

Fax : 051-999-5452

1. 서론

현대 남성복 패션은 환경과 소비자 기호 변화에 따라 다양한 이미지로 변화하고, 남성패션의 연출방법도 변화하고 있다. 최근 라이프스타일 및 남성패션 의식의 변화에 따라 남성용 셔츠의 디자인 및 소재가 다양해지고 있는 추세이다. 그러나 남성셔츠에 관한 연구는 소재 특성 또는 표현된 문양의 감성 연구가 부분적으로 이루어진 정도이다. 김희숙과 나미희(2005)는 계절별로 셔츠소재의 태와 감성요인이 선호도에 미치는 영향을 검토하였고, 이승현과 이경희(2009)는 남성 캐주얼 브랜드 무니셔츠에 대한 패션 감성과 소비감성을 연구하였으며, 최수경(2010)은 무채색 체크무늬의 배색과 간격에 따른 셔츠의 이미지 차원을 알아보았다. 최근 겨울철 캐주얼 남성셔츠용 소재로 선호되던 모 혼방 소재가 양모의 장점 때문에 남성복 브랜드 업체는 물론 스포츠웨어 브랜드 업체에서 여름철 셔츠소재로 기획되는 추세이다. 여름철 고급 남성셔츠 소재는 세 번수의 울에 레이온, 면, 폴리에스테르 등의 혼방사로 제작되는데, 이 소재의 대부분이 제작 전에 선염 줄무늬로 다양하게 디자인된다. 세분화된 남성복 시장의 성장과 함께 다각화된 감성의 남성복 소비자들의 요구와 만족도를 높이기 위해서 남성셔츠의 선염 줄무늬를 대상으로 한 감성 및 선호도 연구가 필요하다.

따라서 본 연구의 목적은 남성셔츠 소재의 선염 줄무늬 특성에 따른 감성 이미지 차원을 알아보고 소비자들의 감성을 만족시키는 남성셔츠 소재용 줄무늬 디자인 개발을 위한 기초정보를 얻고자 하는 것이다. 본 연구의 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 남성셔츠 소재의 줄무늬 특성이 감성에 미치는 영향을 알아본다.

둘째, 남성셔츠 소재 줄무늬의 감성이 선호도와 구매 욕구에 미치는 영향을 알아본다.

2. 연구배경

2.1. 문양의 감성

문양은 선, 색채, 질감 등 다양한 디자인 요소를 포함하고 있어 타 디자인 요소보다 더 강한 시각적 효과를 발휘한다. 문양은 인간생활과 밀접한 관계를 가

지고 있어 그 시대의 문화, 정서를 대변함과 동시에 한 시대의 양식을 표현해 왔다. 이는 시대 변화에 따라 다양한 문양을 포함한 옷을 착용한 착용자의 이미지가 달라짐을 의미한다.

직물 문양의 감성이미지에 대한 선행연구(이소라, 김재숙, 2007)에서 ‘매력성’, ‘현시성’, ‘역능성’의 3가지 직물 문양의 감성 요인이 도출되었고, 직물 문양 중 줄무늬가 가장 매력적인 이미지로 나타났다. 이소라(2008)의 연구에서는 직물 문양의 감성이 ‘현시성’, ‘매력성’, ‘안락감’, ‘온유성’의 4가지 차원으로 분류되었으며, 꽃문양은 다른 문양에 비해 매력적이지 않게 지각된 반면 줄무늬는 비교적 매력적이고 안락한 이미지로 나타났다.

줄무늬는 선의 종류, 선의 수, 선의 넓이, 선들 간의 간격에 따라 느낌이 다를 수 있다(김혜수, 김영인, 2004). 한편 의복 디자인에서 색채가 형태나 구성선, 문양보다 의복의 이미지 형성에 중요한 역할을 할 수 있지만(문주영, 강경자, 2003), 의복을 착용한 상태에서 줄무늬의 폭, 배열방법에 따라 다양한 변화를 통해 이미지를 변화시키고, 시각적 착시효과를 유발할 수 있다(문주영, 강경자, 2006). 또한 줄무늬의 폭 뿐만 아니라 배색이 의복스타일 지각에 주요한 변수가 될 수 있다(문주영, 2010).

2.2. 남성복 문양의 감성

남성복은 여성복보다 디자인이나 스타일 면에서 제한되는 부분이 많기 때문에 남성복을 기획할 때는 소재나 소재에 표현되는 문양에 비중을 두는 것이 한 방법이 될 수 있다(박영희, 2004). 남성복 문양의 감성 이미지와 선호도에 관한 박영희(2004)의 연구에서 CAD를 활용하여 스트라이프(사선, 세로, 가로), 체크, 네모, 물방울, 페이즐리, 사실적 꽃, 양식적 꽃, 추상 문양들을 남성셔츠에 맵핑한 이미지를 자극물로 만들어 사용하였다. 박영희(2004)의 연구에서 남성셔츠의 문양에 대한 감성이미지는 ‘매력·품위성’, ‘대담성’, ‘부드러움성’, ‘남성성’의 4개 차원으로 구성되며 이중 매력·품위성이 주요 차원으로 나타났다.

이승현, 이경희(2009)는 남성복 캐주얼 브랜드 무니셔츠의 사진 자극물을 사용하여 남성 캐주얼 무니셔츠의 감성차원으로 ‘매력성’, ‘현시성’, ‘경연성’, ‘온유성’의 4개 감성차원을 도출하였다. 이승현과 이경희(2009)의 연구결과는 박영희(2004)의 연구에서처럼 자

극물이 기하(스트라이프, 체크, 도트)문양, 자연문양, 추상문양 등 다양한 문양을 포함하였기 때문에 남성셔츠의 무늬에 대해서 도출된 4개의 감성차원이 매우 유사하다고 할 수 있다.

남성복 전문 패션잡지를 통해 남성복에 이용되는 문양의 빈도를 연구한 박영희(2004)의 연구에서 남성복의 문양은 도트, 스트라이프, 체크를 포함한 기하문양, 자연(꽃, 동물)문양, 추상문양, 전통문양 중에서 기하문양이 전체의 58%로 주를 이루며 기하문양 중에서도 줄무늬가 전체의 20~30%를 차지하는 것으로 나타났다.

줄무늬는 남성복에서 가장 많이 사용되는 문양 중의 하나로 넥타이 업체에서 다른 문양에 비해 절대적인 우위를 차지하며(이정희, 2005). 이에 따라 넥타이 줄무늬 이미지에 관한 연구는 비교적 활발하게 이루어진 바 있다. 넥타이 줄무늬는 염색실과 조직설계로 제작되는 선염디자인이 많은데, 선행연구(성남숙, 최수경, 2008; 성남숙, 2008; 최수경, 2012)에서 제시한 줄무늬 자극물은 CAD를 활용하여 후염디자인으로 제작한 것이었다. 성남숙(2008)은 스트라이프 넥타이를 셔츠에 착장한 이미지 출력물을 자극물로 사용하였고, 성남숙, 최수경(2008)의 연구에서도 사선의 면적비, 색상조합 톤을 달리하여 넥타이에 맵핑한 출력물을 자극물로 사용하였다.

성남숙, 최수경(2008)의 연구에서 줄무늬 넥타이의 색상과 면적비에 따른 시각적 이미지 차원은 ‘매력성’, ‘젊음-활동성’, ‘현시성’, ‘능력성’, ‘운유성’ 5개 요인으로 도출되었으며, 색상조합, 톤, 면적비에 따라서 넥타이 착용자의 다양한 이미지 연출이 가능한 것으로 나타났다.

최수경(2012)의 연구에서 줄무늬 폭(좁은, 중간, 넓은), 배열(가로, 세로, 사선), 면적비(1:1, 1:2, 1:3)로 조합한 실물사이즈 넥타이 위에 맵핑한 자극물에 대해 소비자 감성 평가 결과 ‘매력성’, ‘품위성’, ‘개성’, ‘능력성’, ‘활동성’의 5개 감성차원이 도출되었다. 최수경(2012)은 이러한 줄무늬의 간격 및 배열이 단독으로 소비자 감성에 영향을 준다고 하였다.

이상에서 줄무늬 간격 및 배열상태, 배색이 다차원의 소비자 감성을 구성하여 다양한 감성 차원이 선호도와 구매 욕구에 영향을 줄 수 있음을 시사한다. 최근 시판되는 줄무늬 남성셔츠 소재는 유채색 또는 무채색의 유사색 배열 또는 대조색 배열과 다양한 간격으로 변화를 주면서 수직 줄무늬가 반복되어 나타난

다. 이러한 다양한 선염 줄무늬의 디자인요소를 반영한 남성셔츠 소재를 자극물로 제시하여 남성셔츠 선염 줄무늬의 간격, 색상 온도감 및 배열에 따른 소비자 감성요인을 분석하고 소비자 감성에 관계된 줄무늬 특성을 파악한다면 남성셔츠 줄무늬 상품기획 및 개발에 유용한 정보 제공이 가능할 것이다.

3. 연구방법

3.1. 자극물

본 평가에 사용된 자극물은 2010년 국내 남성 캐주얼 브랜드들이 전개하는 S/S 남성셔츠용 선염 줄무늬 양모혼방 직물 소재로 한정하였다. 최근 웰빙 열풍과 메트로 섹슈얼 트렌드의 인기가 높아지면서 남성들도 웰빙형 쿨을 양모혼방 셔츠 상품을 찾는 경향이 뚜렷해졌기 때문에 양모혼방 직물 소재를 선정하였다. 자극물 선정을 위해 2010년 6월 현재 부산의 S백화점에 입점된 남성복 캐주얼 브랜드 업체중 연매출이 큰 5곳에서 사용한 줄무늬 선염셔츠 소재 40점을 조사하여 그 중 울이 50%이상 혼용된 평직물 소재 중 줄무늬의 간격, 색상과 배열방식을 달리한 18종의 소재를 자극물로 최종 선정하여 구입하였다. 자극물을 선정하기 위해 시장 조사를 실시한 결과 선염 남성셔츠의 줄무늬 0.2~1cm의 폭을 다양한 순서로 반복 배열하여 줄무늬 간격(리피트) 1~10cm으로 디자인된 것으로 나타났다. 본 연구에 사용된 18종의 자극물은 수직(경사)방향의 줄무늬 간격 균등성에 따라 등간격 4종, 부등간격 14종으로, 선염 줄무늬의 배색은 난색 5종, 한색 6종, 복합색 7종으로, 색 도수는 1도 8종, 2도 이상 10종으로 각각 구성되었다. 줄무늬의 복잡성에 따라 분류하면 한 가지 폭의 선들로 이루어진 줄무늬 4종, 두 종류 폭의 선들로 이루어진 중간 수준의 줄무늬 4종, 세 종류 폭이 혼합된 복잡한 수준의 줄무늬 10종으로 구성되었다. 줄무늬 폭은 예비조사와 시장조사 결과를 토대로 하여 좁은(0.5cm미만), 중간(0.5~1cm미만), 넓은(1cm이상) 폭으로 정하여 분류하였다. 줄무늬 배열방식은 한 가지 줄무늬를 사용한 단순배열방식 8종, 두 가지 이상의 줄무늬를 반복해서 배열한 교차배열방식 10종으로 구성되었다. 자극물로 사용된 남성셔츠용 선염 줄무늬 소재의 특성은 Table 1에 나타났다.

Table 1. Characteristics of the stimuli

No.	Fiber	Weight (g/m ²)	Thickness (mm)	Fabric Count (inch)	Structure	Stripe Interval	Color	Color Combination	Stripe Complexity	Stripe Order	Image
1	W/P/C/R	10.03	0.34	80/75	Plain	Uneven	Mix	Contrast	Medium	Consecutive	
2	W/P/C	10.67	0.43	87/58	Plain	Uneven	Mix	Similar	Complex	Intersection	
3	W/P/C	9.50	0.33	90/66	Plain	Uneven	Cool	Similar	Simple	Consecutive	
4	W/P/R	17.22	0.62	71/77	Plain	Even	Warm	Contrast	Simple	Consecutive	
5	W/P/C/	10.03	0.34	80/75	Plain	Uneven	Mix	Contrast	Simple	Consecutive	
6	W/P	9.69	0.34	77/63	Plain	Uneven	Mix	Contrast	Midium	Consecutive	
7	W/P/R	18.2	0.62	82/65	Plain	Uneven	Mix	Contrast	Complex	Intersection	
8	W/P/C	10.37	0.35	90/74	Plain	Even	Warm	Contrast	Complex	Intersection	
9	W/P/R	9.82	0.33	78/70	Plain	Uneven	Warm	Similar	Complex	Intersection	
10	W/P/C	9.68	0.33	72/64	Plain	Uneven	Mix	Contrast	Complex	Intersection	
11	W/P	9.49	0.33	71/52	Plain	Uneven	Mix	Contrast	Complex	Intersection	
12	W/P/C	10.39	0.42	84/67	Plain	Uneven	Cool	Similar	Complex	Intersection	
13	W/P/C	11.06	0.45	86/66	Plain	Even	Cool	Contrast	Complex	Consecutive	
14	W/P/C	11.06	0.45	86/66	Plain	Even	Cool	Similar	Medium	Consecutive	
15	W/P/C	9.97	0.44	98/73	Plain	Uneven	Cool	Contrast	Medium	Intersection	
16	W/P/C	9.70	0.36	72/72	Plain	Uneven	Warm	Similar	Simple	Consecutive	
17	W/P/C	10.41	0.38	72/65	Plain	Uneven	Warm	Similar	Complex	Intersection	
18	W/P/C	9.82	0.33	78/70	Plain	Uneven	Cool	Similar	Complex	Intersection	

W: wool, P: polyester, C: cotton, R: rayon

3.2. 조사방법

본 연구를 위한 평가는 2010년 7월부터 8월에 이루어졌으며, 부산 소재 S대학의 의류 전공 대학생 93명을 대상으로 하였다. 선염 줄무늬 남성셔츠용 양모혼방 소재의 감성이미지 평가는 25×25(cm)크기의 자극물을 패널에게 30 cm 거리를 두고 제시하여 시각적으로 평가하도록 하였다. 각 패널에게 랜덤하게 6개씩의 자극물을 주고 평가하도록 하였으며 평가는 1개 자극물 평가 후 3분간 쉬게 하여 6개 평가에 총 60분 내외가 소요되었다. 남성셔츠 소재의 줄무늬 감성평가를 위한 척도를 구성하기 위해 줄무늬 관련 선행연구(이소라, 김재숙, 2007; 성남숙, 최수경, 2008; 성남숙, 2008; 문주영, 2010; 최수경, 2012)와 남성셔츠 무늬관련 선행연구(박영희, 2004; 이승현, 이경희, 2009)를 통해 수집한 어휘 중 빈도수가 높은 어휘를 선정하고 대학원생 5명을 대상으로 예비조사를 통해 수집된 어휘를 추가하여 최종적으로 22문항을 평가에 사용하였다. 평가지 내용에는 성별, 월수입의 인구통계학적 2문항을 포함하였고, 감성이미지에 관한 22문항, 선호도 및 구매욕구를 각각 7점 척도로 평가하도록 하였다. 줄무늬가 주는 감성이미지가 작을수록 1에 가깝게, 클수록 7에 가깝게, 중간이면 4에 표시하도록 하였다. 선호도와 구매욕구 조사를 위해 ‘입고 싶은’, ‘사고 싶은’의 2가지 질문 항목이 주어졌으며 평가는 7점 척도로 이루어졌다.

3.3. 통계분석

본 연구의 자료 분석은 SPSS win 18.0을 사용하였으며, 선염 줄무늬 남성셔츠 소재의 감성 및 감각이미지의 차원을 알아보기 위해 Varimax 회전법에 의한 요인분석을 실시하였고, 요인추출은 고유 값 1이상으로 하였다. 줄무늬의 간격, 색상 및 배열방식에 따른 남성셔츠 소재의 감성요인 점수의 통계적 차이를 확인하기 위하여 t-test를 하였고, 줄무늬 배색 및 줄무늬의 복잡성에 따른 감성요인의 통계적 차이를 확인하기 위하여 ANOVA와 Duncan의 다중 비교 검정을 실시하였다. 남성셔츠 소재의 줄무늬 특성과 선호도에 대해 감성요인이 미치는 영향을 알아보기 위해 다중 선형 회귀분석을 각각 실시하였다.

4. 연구결과

4.1. 남성셔츠 줄무늬의 감성 요인분석

줄무늬 남성셔츠 소재의 감성 표현 22개 형용사에 대한 요인을 추출하기 위해 요인분석을 실시한 결과는 Table 2와 같다. 고유 값이 1이상인 요인은 5개로 나타났으며, 전체 변량의 62.41%를 설명하였다.

요인 1은 ‘새로운’, ‘신선한’, ‘개성적인’, ‘액티브한’, ‘젊은’, ‘자유로운’, ‘세련된’의 7개 형용사로 구성되어 ‘매력성’이라고 명명하였으며, 고유 값이 27.25로 전체 변량의 20.88%를 설명하였다. 요인 2는 ‘성숙한’, ‘중후한’, ‘점잖은’, ‘클래식한’, ‘차분한’, ‘답답한’의 6개의 형용사로 구성되어 ‘성숙성’으로 명명하였으며, 고유 값이 18.57로 전체 변량의 12.10%를 설명하였다. 요인 3은 ‘지적인’, ‘품위있는’, ‘고급스러운’의 3개의 형용사로 구성되어 이미지를 ‘품위성’이라고 명명하였으며, 고유 값이 6.19로 전체 변량의 12.23%를 설명하였다. 요인 4는 ‘수수한’, ‘실용적인’, ‘깨끗한’, ‘깨주얼한’의 4개의 형용사로 구성되어 ‘실용성’이라고 명명하였으며, 고유 값이 5.38로 전체 변량의 10.60%를 설명하였다. 요인 5는 ‘단순한’, ‘남성적인’의 2개의 형용사로 구성되어 ‘단순성’이라고 명명하였으며, 고유 값이 5.02로 전체 변량의 5.99%를 설명하였다.

‘매력성’, ‘성숙성’, ‘품위성’, ‘실용성’, ‘단순성’의 신뢰도는 .90, .76, .85, .69, .34로 각각 나타났다. 각각의 요인은 점수가 높을수록 앞쪽에 위치한 형용사의 특성과 그 요인의 성향이 높은 것을 의미한다. 자극물로 남성셔츠용 선염 줄무늬 울 혼방 소재 18종을 사용한 본 연구 결과에서 중요하게 도출된 ‘매력성’은 넥타이의 폭, 스트라이프의 배열과 면적비에 따른 소비자 감성을 요인 분석한 최수경(2012)의 연구결과에서 주요하게 도출된 ‘매력성’의 감성 차원과 유사하다. 또한 남성셔츠의 문양 감성에 관한 선행연구(박영희, 2004; 이승현, 이경희, 2009)에서 ‘매력성’이 가장 중요한 차원으로 나타난 것과도 유사하다. 도출된 5개의 남성셔츠 줄무늬의 감성요인을 변수로 설정하여 선염 남성셔츠 소재의 줄무늬 특성에 따른 이미지 평가와 선호도 분석에 사용하였다.

Table 2. The sensibility factors of the men's shirt stripes

Factor	Adjective	Factor Score	Eigen Value	Explanation Variati on(%)	Cumul ative Variati on(%)	Cronb ach's alpha
Attraction	New	.85	27.25	20.88	20.88	.90
	Fresh	.84				
	Individual	.81				
	Active	.78				
	Young	.77				
	Unrestrict ed	.73				
	Refine	.46				
Maturity	Mature	.71	18.57	12.10	33.59	.76
	Grave	.71				
	Generous	.68				
	Classic	.61				
	Calm	.53				
	Stuffy	.53				
	Dignity	Intelligent				
Elegant		.78				
Deluxe		.75				
Practic ality	Quiet	.76	5.38	10.60	56.41	.69
	Practical	.71				
	Clean	.57				
	Casual	.46				
Simpli city	Simple	.75	5.02	5.99	62.41	.34
	Mannish	.67				

4.2. 남성셔츠 줄무늬 특성별 감성의 차이

4.2.1. 줄무늬 간격에 따른 감성의 차이

Table 3은 남성셔츠 소재의 줄무늬의 간격에 따른 감성요인의 차이를 알아보기 위해 t-test를 실시한 결과이다. 줄무늬 간격의 종류에 따라서는 ‘성숙성’, ‘품위성’, ‘단순성’에서 유의한 차이를 보였다. ‘등간격’의 줄무늬가 ‘부등간격’의 줄무늬보다 더 ‘성숙성’, ‘품위성’, ‘단순성’을 나타낸다는 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 이영진 등(2001)의 연구에서 줄 사이의 명도차가 작으면서 폭을 좁게 반복하여 디자인할수록 짐작

은, 고급스러우면서 수수한 감성을 유발한다는 결과와 유사하다고 하겠다. 설화정 등(2003)의 연구에서 수직 줄무늬의 폭, 배열, 간격에 변화를 주면 소비자의 감성차이가 유발된다고 하였는데 줄무늬의 폭이 좁게 반복될 때 고급스러운 감성이 유발되며 줄 간격을 넓게 하면서 명도차이를 크게 디자인하는 것이 강력한 감성을 표현할 수 있다고 한 것과 유사하다.

Table 3. Sensibility factors by the stripe interval.

Sensibility Factors	Even	Uneven	t
	Mean (Std)	Mean (Std)	
Attraction	-.10(.96)	.03(1.01)	-1.83
Maturity	.18(.96)	-.05(1.00)	3.29*
Dignity	.14(.95)	-.04(1.01)	2.56*
Practicality	.13(.91)	-.04(1.02)	2.36*
Simplicity	.05(1.02)	-.01(.99)	.87

* p<0.05

4.2.2. 줄무늬 색상 온도감에 따른 감성의 차이

Table 4는 남성셔츠 소재 줄무늬의 색상 온도감에 따른 감성요인의 차이를 알아보기 위해 분산분석과 Duncan의 사후분석을 실시한 결과이다. 남성셔츠 소재의 줄무늬 색상에 따라 ‘매력성’, ‘품위성’, ‘실용성’, ‘단순성’에서 차이가 나타났으며, ‘단순성’이 가장 유의한 차이가 있었다. 색상 온도감별로 ‘난색’은 매력적이지 않으며 고급스럽지 않고 실용적이지 않고 복잡하게 느끼는 것으로 나타났다. ‘한색’은 매력적이지 않지만 고급스럽고 실용적이며 단순하게 느끼는 것으로 나타났다. 한편 난색과 한색이 섞여있는 ‘복합색’이 ‘매력성’에서 유의하게 높은 것으로 나타나 색상 온도감은 줄무늬 감성이미지에 있어서 중요한 단서로 인지됨을 확인할 수 있다.

Table 4. The difference of the sensibility factor due to the difference in the color of the stripes

Sensibility Factors	Warm Color	Cool Color	Mixed Color	F
	Mean(Std)	Mean(Std)	Mean(Std)	
Attraction	-.06(.96) a	-.11(.98) a	.15(1.03) b	7.40*

Maturity	.10(.99) b	-.00(.94) ab	-.07(1.06) a	2.72
Dignity	-.03(.98) a	.17(.99) b	-.13(1.01) a	8.84***
Practicality	-.14(.98) a	.19(.97) b	-.06(1.02) a	1.05***
Simplicity	-.27(.99) a	.26(.94) c	-.03(1.00)b	25.25** *

Significant differences appeared according to the Duncan-test result display items to different characters. (a<b<c), ***p<0.001, * p<0.05

4.2.3. 줄무늬 배색별 감성의 차이

Table 5는 남성셔츠 소재 줄무늬의 배색에 따른 감성요인의 차이를 알아보기 위해 t-test한 결과이다. 줄무늬 배색에 따라 ‘매력성’, ‘품위성’, ‘단순성’에서 차이가 나타났다. 배색별로 살펴보면 ‘유사배색’이 ‘대조배색’에 비해 ‘품위성’과 ‘단순성’이 높은 것으로 나타났다. 그러나 ‘대조배색’이 ‘유사배색’에 비해 ‘매력성’이 유의하게 높게 나타났다. 남성셔츠 소재의 줄무늬 배색은 독립적으로도 ‘매력성’에 영향을 미치므로 대조배색의 줄무늬 사용으로 남성셔츠의 매력적 이미지 연출에 효과적일 것이다.

Table 5. The difference of the sensibility factor due to the difference in the color combination of the stripes

Sensibility Factors	Similar Combination	Contrast Combination	t
	Mean (Std)	Mean (Std)	
Attraction	-.14(.96)	-.11(1.02)	-4.14***
Maturity	-.00(.97)	.00(1.03)	-.03
Dignity	.09(1.01)	-.07(.99)	2.60*
Practicality	-.02(1.02)	.01(.99)	-.47
Simplicity	.07(1.00)	-.06(1.00)	2.14*

***p<0.001, *p<0.05

4.2.4. 줄무늬 복잡성별 감성의 차이

Table 6은 남성셔츠 소재 줄무늬의 복잡성에 따른 감성요인의 차이를 알아보기 위해 분산분석과 Duncan의 사후분석을 실시한 결과이다. 줄무늬의 복잡성별로 ‘매력성’, ‘성숙성’, ‘실용성’에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 남성셔츠 소재에 두 종류 두께의

직선으로 이루어진 중간 단계의 줄무늬로 구성된 것이 ‘매력성’과 ‘실용성’이 높게 나타난 반면 ‘성숙성’이 낮게 나타났다. 따라서 남성셔츠의 줄무늬에 직선 두께 1가지 또는 3개 이상을 사용하는 것보다 직선 두께가 다른 2가지로 디자인할 필요가 있다.

Table 6. The difference of the sensibility factor due to the difference in the color complexity of the stripes

Sensibility Factors	Simple	Medium	Complex	F
	Mean (Std)	Mean (Std)	Mean (Std)	
Attraction	.04(.97) a	.22(1.07) b	-.10(.97) a	9.36***
Maturity	.03(1.01) b	-.25(.96) a	.09(1.00) b	10.27** *
Dignity	.02(1.02)	.01(1.00)	-.01(1.00)	.12
Practicality	-.09(.98) a	.25(.86) b	-.07(1.04) a	9.93***
Simplicity	-.09	.05	.02	1.39

Significant differences appeared according to the Duncan-test result display items to different characters. (a<b<c), ***p<0.001, *p<0.05

4.2.5. 줄무늬 배열방식별 감성의 차이

Table 7은 남성셔츠 소재 줄무늬의 배열방식에 따른 감성요인의 차이를 알아보기 위해 t-test를 실시한 결과이다. 감성요인에서는 ‘매력성’, ‘성숙성’, ‘실용성’에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 순배열의 줄무늬가 ‘매력성’과 ‘실용성’이 높게 평가되었고, 교차배열의 줄무늬는 ‘성숙성’이 높은 것으로 나타났다. 배열방식에 따라 ‘단순성’에 차이는 없는 것으로 나타났다. 이는 순배열이 교차배열보다 ‘수수한’, ‘심플한’, ‘깨끗한’ 감성을 나타낸다고 하는 주장(이영진 등, 2002)과 교차배열 줄무늬가 단순배열 줄무늬보다 더 수수하고 깨끗하며 심플하고 캐주얼한 이미지로 평가된다는(설화정 등, 2003) 상반된 연구의 결과가 있듯이 배열방식 이외에 다른 줄무늬 특성이 더 크게 영향을 주어 배열방식 단독으로는 줄무늬의 감성에 영향을 주지 못한 것으로 사료된다.

Table 7. The difference of the sensibility factor due to the difference in the 5 order of the stripes

Sensibility Factors	Consecutive	Intersection	t
	Mean (Std)	Mean (Std)	
Attraction	.11(1.03)	-.08(.97)	2.93*
Maturity	-.10(.99)	.08(1.01)	-2.86*
Dignity	.03(.99)	.00(1.02)	.45
Practicality	.10(.91)	-.11(1.06)	3.42*
Simplicity	.02(1.03)	-.02(.98)	.02

*p<0.05

4.3. 남성셔츠 줄무늬 감성이 선호도와 구매 욕구에 미치는 영향

남성셔츠 소재 줄무늬의 감성요인이 선호도, 구매 욕구에 미치는 영향을 살펴보기 위해, ‘입고 싶은’, ‘사고 싶은’ 정도를 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 Table 8과 같다.

Table 8. Influence of the stripes sensibility factors on the preferences and desire to purchase

Dependent Variable	Independent Variable	β	t	R ²	F
Preference	Attraction	.80	23.61**	.46	174.51***
	Maturity	-.12	-3.65***		
	Dignity	.49	14.34***		
	Practicality	.31	9.28***		
	Simplicity	.11	3.23***		
Purchase Desire	Attraction	.78	24.63***	.48	201.86***
	Maturity	-.14	-4.46***		
	Dignity	.50	15.87***		
	Practicality	.31	9.62***		
	Simplicity	.20	6.18***		

***p<0.001, **p<0.01

남성셔츠 소재 줄무늬의 선호도와 구매 욕구에 미치는 영향은 모든 감성요인에서 유의하게 나타났고, ‘매력성’, ‘품위성’, ‘실용성’, ‘단순성’의 순으로 긍정

적인 영향력을, ‘성숙성’은 부정적인 영향력을 미치는 것으로 나타났다. ‘성숙성’에는 ‘성숙한’, ‘중후한’, ‘점잖은’, ‘클래식한’, ‘차분한’, ‘등의 감성과 함께 ‘답답한’ 부정적 감성 형용사가 포함되어 성숙성이 적을수록 선호되고 구매욕구가 생기는 것으로 사료된다.

이러한 결과를 선행 연구결과와 비교하여 살펴보면, 박영희(2004)의 연구에서 남녀 피험자 모두 매력성이 소재의 선호도 및 구매 의도에 높은 영향을 미치는 차원으로 나타난 것과 일치하며, 이소라(2008)의 연구에서 매력성이 선호도에 가장 큰 영향을 미치는 결과도 본 연구의 결과를 지지하는 것이라 하겠다.

5. 결론

본 연구에서는 남성셔츠 소재의 줄무늬 특성에 따른 감성요인을 알아보고 줄무늬 특성과 감성요인에 따른 선호도를 분석함으로써 선염 남성셔츠 소재의 줄무늬 개발을 위한 지침서를 제안하고자 하였다. 본 연구를 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 남성셔츠 소재의 줄무늬 감성요인은 ‘매력성’, ‘성숙성’, ‘품위성’, ‘실용성’, ‘단순성’의 5가지 요인으로 나타났다.

둘째, 남성셔츠 줄무늬 간격에 따라 ‘등간격’ 일 때 ‘부등간격’ 보다 ‘성숙성’을 유발한 것으로 나타났다. 줄무늬 복잡성에서 일정 두께의 직선으로 이루어진 단순한 줄무늬는 ‘성숙성’, 두 가지 두께의 선으로 이루어진 중간 단계의 줄무늬는 ‘매력성’과 ‘실용성’이 높게 나타났다. 세 종류의 두께가 혼합되어진 복잡한 줄무늬는 성숙한 이미지로 나타났다. 줄무늬 배열방식에서는 순배열의 줄무늬가 ‘매력성’, 교차배열의 줄무늬는 ‘성숙성’이 높게 나타났다. 순배열이 교차배열보다 ‘매력성’, ‘실용성’이 높게 나타났다.

셋째, 남성셔츠 줄무늬가 ‘단색’이면 ‘매력성’이 낮고 ‘한색’은 ‘품위성’, ‘실용성’이 높으며, 단색과 한색이 섞여있는 ‘복합색’은 ‘매력성’이 높은 것으로 나타났다. 남성셔츠 줄무늬의 ‘유사배색’을 ‘대조배색’에 비해 고급스럽고 단순하고 차가운 이미지로 평가하였고, ‘대조배색’이 ‘유사배색’에 비해 매력적이고 매끄럽고 부드럽게 느끼는 것으로 나타났다.

넷째, 남성셔츠 줄무늬의 감성요인 중 ‘매력성’이 선호도와 구매 욕구에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 남성셔츠 줄무늬의 ‘매력성’을 반영하고, ‘성숙성’은 오히려 선호도를 떨어뜨리는 차원이므로

디자인 제작 시에 되도록 배제해야 할 것으로 사료된다. 남성셔츠의 선염소재 기획 시 매력적 감성을 표현하여 선호도를 높이기 위해서는 대조되는 난색과 한색의 두 가지 다른 폭을 부등간격의 순배열로 된 줄무늬를 선택해야 할 것이다. ‘품위성’을 낮게 표현하여 선호도를 높이기 위해서는 한색의 등간격 단순배열 줄무늬를 선택해야 한다. ‘실용성’을 높이기 위해서도 한색의 등간격 줄무늬를 너무 단순하거나 복잡하지 않게 사용하면 될 것이다. 한편 ‘단순성’을 높게 표현하여 선호도를 높이기 위해서는 유사배색으로 줄무늬를 선택해야 할 것이다.

이상에서 남성셔츠 소재 줄무늬의 배열 방식 및 복잡성은 물론 배색에 따라 감성 차원과 선호도가 다르게 나타나므로 소비자의 요구에 부합하는 줄무늬 남성셔츠의 상품기획 및 개발이 가능함을 시사한다.

본 연구에서는 다음과 같은 제한점이 있다. 연구대상자를 20대 대학생으로 편의 추출하였으며, 자극물 제시를 남성셔츠용 모 혼방 직물 소재로 제한하였으므로 본 연구결과를 확대해석하는 데에는 신중을 기해야 한다. 후속 연구에서는 본 연구에 포함시키지 못한 선염 직물소재의 섬유조성 및 구조적 특성과 인구통계 특성을 고려하면 보다 체계적인 결과를 얻을 수 있을 것으로 사료된다.

REFERENCES

- Kim, H. S. & Na, M. H. (2005). A Study on the Effect of Hand and Sensibility Image on the Preference to Clothing Material -Focused on Shirts-. *Journal of The Korean Society of Clothing and Textiles*, 29(2), 210-219.
- Kim, H. S. & Kim, Y. I. (2004). Rhythmic Characteristics of Line and Color of Stripes indwelling in Natural Objects. *Journal of Korean Society of Color Studies*, 18(1), 204-210.
- Moon, J. Y. (2010). The Study of the Image and Positioning according to Stripe Pattern and Clothing Style. *Journal of The Korean Society for Clothing Industry*, 12(1), 1-9.
- Moon, J. Y. & Kang, K. J. (2006). Effect of Stripe Pattern Direction, Width, and Color Contrast of Upper Garment on Impression Formation. *Journal of The Korea Fashion and Costume Design Association*. 8(3), 1-15.
- Moon, J. Y. & Kang, K. J. (2003). The Effect of Clothing Coloration and Type of Pants/Skirt on Impression Formation. *Journal of The Korean Society of Clothing and Textiles*, 27(1), 111-122.
- Park, Y. H. (2004). The Sensibility Image and Preference Degree of Pattern which Appeared on Men's Clothing. *Journal of The Korean Society of Clothing and Textiles*, 54(4), 113-127.
- Sung, N. S. (2008). The Effect on Image Perception of Male Wearer with Chromatic-Achromatic Colors and Area-Ratio of Stripe Necktie. *Korean Journal of the Science of Emotion & Sensibility*, 11(3), 325-338.
- Seong, N. S. & Choi, S. K. (2008). The Effects on Image of Necktie by Color Coordination of Stripe Patterns -Focusing on Tone-in-Tone Coloration and 1:3:6 Area-Ratio-. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 14(2), 237-248.
- Seol, H. J., Park, H. S., & Hong, K. H. (2003). Sensibility elicited from the design elements of vertical stripe pattern. *Chungnam Human Life Science Research Journal*. 16(1), 1-15.
- Lee, S. R. & Kim, J. S. (2007). Effect of Motif Designs on Preferences and Image Perception. *The Research Journal of the Costume Culture*, 15(2), 193-202.
- Lee, S. R. (2008). Effect of Colors and Categories of Motives on Evaluating of Sensory Image of Fashion Fabrics. *The Research Journal of the Costume Culture*, 16(5), 841-851.
- Lee, S. H. & Lee, K. H. (2009). A Study of Fashion Sensibility and Consumer Sensibility of Men's Casual Brand's Patterned Woven Shirts. *Journal of The Korean Society of Clothing and Textiles*, 33(3), 444-456.
- Lee, Y. J., Chung, H. J., Park, H. J., Lee, J. H., & Cho, G. S. (2002). Effect of Design Elements of Block Stripe Pattern on Sensibility. *Journal of the Science of Emotion & Sensibility*, 5(3), 21-28.
- Choi, S. K. (2010). The Effect of interval and Color of a Checked Pattern, and of the Perceiver's Gender on Clothing Image. *Journal of The Korean*

Society of Costume, 60(6), 37-47.

Choi, S. K. (2012). The Consumer Sensibility Evaluation according to the Arrangement and Area-ratio of a Stripe, and the Necktie Width. *Journal of the Science of Emotion & Sensibility*, 15(2), 193-200.

원고접수: 2013.01.23

수정접수: 2013.03.17

게재확정: 2013.03.25