

A study on emotional images and preference of knitwear according to tone on tone combination

Mi-sook Lee* and Seo-young Suh[†]

Dept. of Fashion Design & Merchandising, Kongju National University, Korea*

Dept. of Clothing & Textiles, Chungnam National University, Korea

톤 온 톤 배색에 따른 니트웨어의 감성이미지와 선호도 연구

이 미 숙* · 서 서 영[†]

공주대학교 의류상품학과*, 충남대학교 의류학과

Abstract

The purpose of this study was to investigate emotional images and preference of knitwear by tone on tone combination. The subjects were 357 university students in Daejeon and Chungnam province, and the measuring instruments were 6 stimuli manipulated by color and tone combination type of background and pattern in the tone and tone combination, and self-administrated questionnaires consisted of emotional images items, preference items, and subjects' demographics attributions. The data were analyzed by Cronbach's α , factor analysis, *t*-test, MANOVA and Duncan's multiple range test, using SPSS program. The results were as follows. First, four factors (attractiveness, conspicuity, mildness, and activity) are emerged on emotional images of knitwear. Second, color had main effects on emotional images and preference. Gray color was perceived as most attractive image and more preferred than others. Third, tone combination type had some effects on emotional images. Vivid tone background/light tone pattern was perceived more attractive image but less conspicuous and mild than light tone background/vivid tone pattern. Forth, subjects' gender had an effects on conspicuous image. Male was perceived more conspicuous image on knitwear stimuli than female. Fifth, color and subjects' gender had interaction effects on attractiveness image and preference. Male perceived that blue is more attractive and preferred than female.

Keywords: emotional image(감성이미지), knitwear(니트웨어), preference(선호도), tone on tone combination(톤 온 톤 배색)

I. Introduction

현대인은 소비에 있어서 고급스러우면서도 독특한 개인의 감성을 만족시키는 제품을 선택한다. 패

Received 17 April 2014, revised 30 May 2014, accepted 9 June 2014.

이 논문은 2009년 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2009-351-C00194).

[†] Corresponding author (flowerlei@naver.com)

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

선에 있어서 좋은 옷, 고급스러운 옷에 대한 감성은 두텁고 무거운 제품에서 얇고 가벼우면서 보온이나 통풍 등의 특성이 좋고, 동시에 착용감이 편안하며, 활동에 편리한 제품으로 변화하였다(Lee, 1997). 이러한 변화로 기존 트렌드였던 정장 제품보다 활동성이 뛰어난 캐주얼 제품이나 스포츠의류제품에 대한 수요가 대폭 확대되면서 니트웨어 제품의 소비 역시 지속적으로 증가하고 있으며 특히, 캐주얼의류 시장에서 니트웨어 제품별 추이를 보면 티셔츠와 가디건의 소비가 높은 증가율을 나타냈다(“Supply-demand imbalance in growth of knit consumption”, 2010). 이는 니트가 편안한 착용감과 부드럽고 따뜻하며, 다양한 소재와 문양, 색상 등의 사용으로 개성과 아름다움을 동시에 만족시키는 감성적인 패션 아이템이기 때문이다. 따라서 패션업체들은 경쟁력을 갖기 위해서 소비자의 감성을 자극할 수 있는 차별화된 니트웨어 제품의 개발이 필요하다.

감성은 제품의 모양, 색상, 디자인 등 시각적 정보와 제품의 소리, 표면에 대한 촉감 그리고 냄새 등 다양한 요소들에 의해 영향을 받는데, 특히 의복은 쾌적감이나 불쾌감 또는 시각정보를 가장 빨리 그리고 직접적으로 느낄 수 있는 것 중의 하나이다(Park, 2005). 상품의 색상에 대한 인간의 감각적 경험은 시각에 의해서만 경험할 수 있으며, 시각적 감성 연구에 있어서 색상 연구는 매우 중요한 역할을 차지한다(Eun, Joo & Lee, 2001). 즉, 의복의 시각정보 중 색상은 사람들의 반응을 가장 강하고 빠르게 유도하여 감성자극을 효과적으로 할 수 있는 디자인 요소이다.

색상은 단 한 가지 색만으로는 인상도 약하고, 감정을 움직이는 힘도 미약하지만, 두 가지 색 이상 조합시킨 배색의 경우는 복잡한 의미 전달이 가능해지고, 감정을 움직이는 힘도 강해진다(Jo & Jung, 1998). 따라서 색상은 의복에서 단색보다는 여러 색을 조합한 배색으로 사용함으로써, 개성적이고 다양한 패션이미지를 표현할 수 있는데, 동일 색상 내에서 톤의 차이를 두는 톤 온 톤 배색은 가장 용이하게 활용할 수 있는 배색방법이다. 니트웨어에 적용된 톤 온 톤 배색에 따른 감성이미지와 선호도를 파악한다면 소비자들의 구매력을 높일 수 있는 감성적 니트웨어 디자인을 개발할 수 있을 것이다.

배색에 대한 연구는 의복아이템과 그것에 사용된 무늬의 종류, 형태 등에 따라 소비자가 느끼는 다양한 감성을 파악하고, 의복 제품의 디자인 개발 시 유용한 정보로 활용될 수 있다. 이제까지 톤 온 톤 배색에 관한 연구는 한복을 대상으로 한 연구(Kang & Lim, 2005; Kang, Jeong & Jeong, 2005; Lee & Kim, 1998)와 남성복을 대상으로 한 연구(Lim & Kang, 2006a, 2006b; Sung, 2009)가 대부분이며, 여성복을 대상으로 한 Yu(2002)의 연구 등이 이루어져, 아직까지 니트웨어를 대상으로 톤 온 톤 배색에 대해 소비자의 감성을 알아본 연구는 매우 미흡한 실정이다. 고부가가치의 차별화된 니트웨어 디자인 개발을 위하여 톤 온 톤 배색에 대한 소비자의 감성이미지와 선호도에 대한 연구가 필요하다.

따라서 본 연구의 목적은 남녀 대학생을 대상으로 니트웨어에 적용된 톤 온 톤 배색에 대한 감성 이미지와 선호도를 알아보고자 한다. 이와 같은 연구를 통하여 소비자의 감성과 선호도를 고려한 니트웨어 디자인 개발 시 배색을 위한 기초 자료로 제시하는데 본 연구의 의의가 있다.

II. Review of Literature

1. Tone on tone combination

의복의 이미지 형성과정에서 색상은 표현적인 요소로서 의복의 형태보다 더 중요한 역할을 하며, 단색보다는 두 색이 조합된 경우가 색상이미지의 내포적 힘이 강해지고 표현범위가 넓어져, 소비자에게 감정적으로 어필하는데 효과적이다.

톤 온 톤이란 ‘톤을 겹친다’라는 의미로, 그 기본은 동일색상에서 두 가지 톤의 명도차를 비교적 크게 둔 배색이다. 보통, 동계색의 농담배색이라고 불리는 배색으로, 밝은 베이지와 어두운 브라운, 밝은 물색과 감색 등은 그 전형적인 예이다(Jo & Jung, 1998). Kang et al.(2005)은 톤 온 톤 배색에는 색상과 톤의 영향이 작용하며, 명도차가 큰 톤의 배색이 다양한 이미지 연출을 가능하게 한다고 하였다. Cho(2004)에 의하면 세계 4대 컬렉션에 소개된 작품의 패션디자인 색 조합 특성은 통일의 요소로는 색상이, 변화의 요소로는 톤이 가장 많이 사용되었다. 이는 톤 온 톤 배색이 가장 많이 사용되는 배색

방법으로 패션디자인을 할 때 중요하게 고려되어야 할 요인이라고 할 수 있다.

톤 온 톤 배색에 대한 조화감을 연구한 Kang (2002)은 한국 여대생은 상하의 톤 차이가 있는 배색을, 미국 여대생은 상하가 같은 톤의 배색을 보다 조화된다고 평가하여 조화에 대한 판단기준이 문화에 따라 차이를 보인다고 하였다. 또한 Kang, Chu, and Pang(2005)은 톤 온 톤 배색이 유사한 톤으로 구성된 경우에는 상하의 색상 면적비 변화가 조화감 지각에 큰 영향을 주지 않으나, 톤 차이가 큰 경우에는 면적비에 따라 조화감 지각에서 차이가 있다고 하였다. 이 연구에서 좁은 면적인 저고리에 밝고 선명한 라이트나 비비드톤을, 넓은 면적인 치마에 흐리거나 어두운 털이나 다크톤을 조합하였을 때, 보다 조화롭게 지각하는 것으로 나타났다. 그러나 Lim(2007)은 톤 온 톤 배색이 유사한 톤으로 구성된 경우에도 색상 면적비 변화가 조화감 지각에 영향을 주는 배색과 영향을 주지 않는 배색이 있는데, 이는 의복 유형과 색상면적의 위치에 영향을 받는 것이라고 하였다.

2. Emotional image of color combination

인간의 감성은 웹스터 사전(Lee 재인용, 1997)에 의하면 “인체의 감각기관에 의하여 감지된 사물이나 환경에 대하여 인간이 느끼는 복합감정”이라고 할 수 있다. 이와 같이 색상에 의한 시각 자극에 대해 복합감정을 유발할 수 있으며, 색상의 조합에 의해 발생하는 배색에 대해 갖는 느낌을 형용사를 이용하여 나타내는 감성이미지는 소비자를 만족시키는 패션제품에 있어서 매우 중요한 요인이라고 할 수 있다.

Eun et al.(2002)은 의복의 색상은 톤에 따라 다르며, 톤의 조합에 따라서도 다양한 이미지로 표현되어 은은한 톤은 부드러운 이미지를, 밝은 톤은 가볍고 명랑한 이미지를, 선명한 톤은 강렬한 이미지를, 어두운 톤은 성숙한 이미지를 나타낸다고 하였다. Paeng and Kang(2004)의 연구에서는 라이트/라이트, 다크/다크의 톤 조합은 품위있는 인상을, 라이트/미디움과 미디움/라이트의 톤 조합은 온유한 인상을 주는 것으로 나타났다. Kim(2010)은 톤 온 톤에 근거한 배색은 전체적으로 좋다고 평가되

었으며, 라이트 그레이시, 다크, 다크 그레이시톤의 톤 온 톤 배색은 어른다운 인상에 큰 영향을 미치고 페일, 라이트, 비비드톤의 톤 온 톤 배색은 어린 이다운 인상에 영향을 미친다고 하였다.

Lee and Kim(1998)은 한복 치마저고리의 배색이 미지 차원으로 사회성, 평가성, 현시성, 매력성 요인이 도출되었으며, 색 조합에 따라 착용자의 이미지가 다르게 지각되어 상하의 이색배색은 동색배색보다 더 현시적으로 지각되었고, 상하의 동색배색은 이색배색보다 더 매력적으로 지각되었다고 하였다. Kang and Lim(2005)과 Kang et al.(2005)은 치마와 저고리의 톤 온 톤 배색에 대한 이미지 차원으로 젊음·활동성, 매력성, 품위성, 현시성, 온유성 5개 요인이 도출되었고, 젊음·활동성과 매력성 요인이 중요한 차원이었으며, 색상과 톤이 통합적으로 이미지 형성에 영향을 미친다고 하였다.

Lim and Kang(2006a, 2006b)은 남성 셔츠와 넥타이의 톤 온 톤 배색이미지 차원으로 능력성, 활동성, 매력성, 현시성, 온유성 요인이 도출되었고, 능력성과 활동성 요인이 중요한 차원이었으며, 빨강은 현시성과 온유성이 파랑보다 더 높게 지각되었고, 파랑은 능력성, 활동성, 매력성이 빨강보다 더 높게 지각되었다고 하였다. Sung(2009)은 톤 온 톤 배색에 따른 줄무늬 넥타이의 이미지 차원으로 젊음·활동성, 매력성, 능력성, 현시성, 온유성 요인이 도출되었으며, 젊음·활동성, 매력성, 능력성 요인이 중요한 차원이라고 하였다.

Yu(2002)는 여성 정장의 톤 온 톤 배색이미지 차원으로 매력성, 젊음성, 친근성, 역량성, 유연성 요인으로 도출되었고, 무채색의 명도차에 의한 배색 이미지 차원은 매력성, 젊음성, 역량성, 품위성, 친근성 요인으로 도출되어 두 가지 배색에서 매력성 요인이 가장 중요한 차원이라고 하였다. 또한 녹색의 톤 온 톤 배색은 가장 매력적이며, 파랑 톤 온 톤 배색은 가장 유연성 있고, 무채색 배색은 여성적이고 부드러운 유연성보다는 점잖고 성숙한 이미지로 품위있게 지각되었다고 하였다.

Kim and Kang(2003)의 연구에서 여성 의복스타일, 색상, 톤 조합의 변화에 따른 이미지 차원으로 매력성, 품위성, 활동성, 현시성, 온유성 요인이 도출되었고, 이들 요인 중에서 매력성과 품위성 요인

이 중요한 차원이며, 유채색보다 무채색이 더 매력적으로 지각되었다. 또한 착용자의 이미지가 의복스타일, 의복색, 톤 조합, 지각자의 연령에 따라 다르게 지각되었다.

3. Preference of color combination

색상은 소비자의 시각적 감성에 강하게 호소하는 의복디자인 요소로 의복의 배색에 대한 선호도는 의복구매결정에 중요한 영향을 미칠 것으로 보인다. 이러한 의복배색 선호도에 대해 연구한 Ryou and Kim(2001)은 20~30대 성인 남성은 재킷과 바지의 색으로 무채색을 가장 선호하였고, 무채색과 무채색의 배색을 가장 선호한다고 하였다. Lee(2011)는 저명도나 고채도의 캐주얼 상의, 베이지 면바지의 선호도가 높다고 하였다.

톤 온 톤 배색 선호도를 알아본 Kang and Pang(2004), Kang and Choi(2005)의 연구에서 한국 여대생은 치마저고리의 명도 변화가 선호 정도에 큰 영향을 미쳤으나, 미국 여대생은 명도 변화가 선호 정도에 큰 영향을 미치지 않았다. 한국 여대생은 동일 톤 배색을 매우 선호하지 않은 반면, 미국 여대생은 대체로 선호하였으며, 한국 여대생은 노랑 톤 온 톤 배색에 대한 선호도가 더 높게 나타났고, 미국 여대생은 빨강과 초록 톤 온 톤 배색에 대한 선호도가 더 높게 나타나, 톤 조합에 따라 두 문화간에 차이를 나타냈다.

니트웨어의 배색에 대한 연구에서 Shin and Lee(2001)는 골프니트웨어의 배색으로 유사배색이나 단색은 선호되었으나, 보색배색은 선호되지 않았으며, 색상은 파스텔색, 감색, 검정색 순으로 선호되었다고 하였다. Lee and Suh(2014)는 무채색/무채색 배색이 무채색/유채색의 혼합배색, 유채색/유채색 배색보다 더 선호되었고, 혼합배색 중에서는 어두운 회색바탕/파랑무늬가 가장 선호되었으며, 유채색/유채색 배색은 빨강바탕/파랑무늬가 파랑바탕/빨강무늬보다 더 선호되었다고 하였다. 또한 일반적인 색상은 검정, 파랑계열, 빨강계열, 회색 순으로 선호되었으나, 니트웨어 색상으로는 검정, 회색, 빨강, 파랑 순으로 선호되었으며, 일반적인 색상 톤은 딥 톤과 파스텔톤에 대한 선호도가 유사하게 나타난 반면, 니트웨어 색상 톤으로는 딥톤에 대한 선호가

매우 높게 나타나, 일반적인 색 선호도와 니트웨어 색 선호도에 차이를 나타냈다.

니트웨어의 색 선호도에 대한 Lee et al.(2007)의 연구에서 성인 남녀는 색상을 회색, 브라운, 베이지, 남색 순으로 선호하였고, 톤은 무채색, 파스텔 톤, 혼합색 순으로 선호하였다. Lee(2009)의 연구에서 중년여성은 니트웨어 색상으로 베이지계열과 브라운계열을, 톤은 무채색을 가장 선호하였고, 보수적 이미지를 선호하는 사람들은 무채색을, 개성적 이미지를 선호하는 사람들은 파스텔톤을 더 선호하였다. 또한 Suh and Lee(2012)의 연구에서 남녀 대학생은 유채색보다 무채색을 매우 선호하였고, 유채색 중에는 파랑계열을 선호하였으며, 톤은 파스텔톤을 가장 선호하였다.

이상에서 보면 의복의 색상은 색 조합방법뿐만 아니라, 소재, 문양, 의복 유형 등에 따라 다양한 배색이미지를 형성하며, 선호도에도 영향을 미칠 것으로 보인다. 그러나 패션의 배색으로 가장 많이 사용되고 있는 톤 온 톤 배색의 감성이미지와 선호도에 대한 연구는 대부분 한복 치마저고리, 남성 셔츠와 넥타이, 여성복을 중심으로 이루어졌으며, 아직까지도 소비가 증가하고 있는 니트웨어를 대상으로 한 연구는 미흡한 실정이다. 따라서 소재의 특성이 강하게 표현되는 니트웨어의 톤 온 톤 배색에 대한 감성이미지와 선호도에 대한 연구가 이루어져야 할 것으로 보인다.

III. Research Method

1. Research problems

본 연구는 남녀 대학생을 대상으로 톤 온 톤 배색의 색상, 그리고 바탕과 무늬의 톤 조합방법에 따른 니트웨어의 감성이미지와 선호도를 알아보기 위해 실시되었으며, 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

1. 니트웨어의 감성이미지 차원을 알아본다.
2. 톤 온 톤 배색의 색상, 톤 조합방법, 피험자의 성별에 따라 니트웨어의 감성이미지와 선호도에 어떠한 차이가 있는지를 알아본다.
3. 톤 온 톤 배색의 색상, 톤 조합방법, 피험자의 성별이 니트웨어의 감성이미지와 선호도에 미

치는 상호작용 효과를 알아본다.

4. 톤 온 톤 배색에 따라 제작된 각 자극물별 감성이미지와 선호도에 어떠한 차이가 있는지를 알아본다.

2. Research objects

본 연구의 피험자로는 대전과 충남지역에 거주하고 있는 남녀 대학생 총 357명이 선정되었으며, 피험자의 인구통계학적 특성은 <Table 1>과 같다.

3. Research instruction

본 연구를 위한 측정도구는 톤 온 톤 배색의 색상과 톤 조합방법에 대한 6개의 자극물과 설문지로 구성되었다. 자극물로 사용된 니트웨어 아이템으로는 봄·가을철에 가장 널리 입혀지는 가디건을 선정하였으며, 자극물은 3가지 색상(빨강, 파랑, 회색)과 2가지 톤 조합방법(비비드톤 바탕/라이트톤 무

늬, 라이트톤 바탕/비비드톤 무늬)에 따라 <Table 2>와 같이 총 6개의 자극물로 제작되었다. 톤 온 톤 배색을 위한 자극물의 톤은 선행연구에서 남녀 대학생은 니트웨어로 파스텔톤을 가장 선호하는 것으로 나타나(Suh & Lee, 2012), 그에 해당되는 라이트톤(Lt)을 선정하였고, 라이트톤과 배색이 되는 톤은 피험자들이 어떤 색상을 배색한 것인지 잘 알 수 있도록 하기 위해 본연의 색을 가장 잘 나타내는 비비드톤을 선정하였다. 자극물은 CAD program (Texpro 10.1)을 사용하여 제작하였으며, 의류학 분야의 박사학위를 소지한 전문가 5명으로 구성된 준거집단과의 토론을 거쳐 타당성을 검증하였다.

본 연구에서 사용된 설문지는 감성이미지 측정 문항, 선호도 측정문항, 그리고 피험자의 인구통계학적 특성에 대한 문항으로 구성되었다. 감성이미지 측정도구는 선행연구(Choi, 2010; Lim & Kang, 2006; Yu, 2002)를 토대로 총 20개의 문항을 선정하였으며, 감성이미지 차원에 따라 .61~.89의 신뢰도를 나타내었고, 7점의 Likert형 척도(1: 전혀 그렇지 않다, 4: 보통이다, 7: 매우 그렇다)로 제시되었다. 선호도 측정문항은 제시된 자극물이 얼마나 마음에 드는지를 묻는 1문항으로 구성되었으며, 5점의 Likert형 척도(1: 전혀 그렇지 않다, 3: 보통이다, 5: 매우 그렇다)로 제시되었다. 피험자의 인구통계학적 특성을 묻는 문항으로는 피험자의 성별과 연령, 한 달 용돈을 묻는 문항이 포함되었다.

4. Data collection and analysis







설문조사는 2011년 5월 16일~27일에 실시되었으며, 총 384부의 설문지가 배포되어 368부가 회

<Table 1> Demographic characteristics of subjects

n(%)=357

Demographic variables		n(%)
Gender	Male	178(49.9)
	Female	179(50.1)
Age	Late 10's	108(30.3)
	Early 20's	133(37.3)
	Middle & late 20's	116(31.5)
Monthly pocket money	~100,000 won	46(12.9)
	100,000~200,000 won	107(30.0)
	200,000~300,000 won	119(33.3)
	300,000 won~	85(23.8)

<Table 2> Stimuli manipulated by tone on tone combination

Color	Red		Blue		Gray	
	Lt/v	V/l	Lt/v	V/l	Lt/v	V/l
Stimuli						

Lt/v: light tone background/vivid tone pattern, V/l: vivid tone background/light tone pattern

수되었고, 그 중 불성실하게 응답한 설문지를 제외하고 총 357부가 최종 자료분석에 사용되었다. 자료분석은 SPSS 통계프로그램(Ver. 20.0)을 사용하여 실시되었으며, 구체적인 자료분석 방법으로는 기술통계, 요인분석, 신뢰도분석, *t*-test, 다변량분석(MANOVA), Duncan의 다중범위검정이 사용되었다.

IV. Result and Discussion

1. The dimensions of emotional image of knit-wear

니트웨어의 감성이미지 차원을 알아보기 위하여 주성분분석과 Varimax 회전법을 사용하여 요인분석을 실시하였다. 그 결과, <Table 3>과 같이 매력성, 현시성, 온유성, 활동성의 4개 차원이 도출되었으며 총 설명력은 62.40%로 나타났다.

<Table 3> The dimensions of emotional image of knit-wear

Factor	Items	Factor loading	% of variance	Cronbach's α
Attractiveness	Sophisticated	.81	22.58 (22.58)	.89
	Chic	.79		
	Prepossessing	.79		
	Luxurious	.78		
	Elegant	.75		
	Attractive	.73		
Conspicuity	Intellectual	.72	20.55 (43.13)	.87
	Splendid	.84		
	Flamboyant	.82		
	Characteristic	.79		
	Conspicuous	.78		
Mildness	Strong	.72	10.37 (53.50)	.64
	Feminine	.76		
	Bright	.67		
	Kind	.63		
Activity	Warm	.57	8.90 (62.40)	.61
	Casual	.80		
	Comfortable	.67		
	Active	.56		

첫 번째 요인은 ‘세련된’, ‘멋진’, ‘보기 좋은’, ‘고급스러운’, ‘품위 있는’, ‘매력적인’, ‘지적인’ 등의 내용으로 구성되어 매력성 차원으로 명명하였으며, 전체 변량의 22.58%를 설명하였다. 두 번째 요인은 ‘화려한’, ‘대담한’, ‘독특한’, ‘눈에 띄는’, ‘강한’ 등의 내용으로 구성되어 현시성 차원으로 명명하였으며, 전체 변량의 20.55%를 설명하였다. 세 번째 요인은 ‘여성적인’, ‘밝은’, ‘부드러운’, ‘따뜻한’ 등의 내용으로 구성되어 온유성 차원으로 명명하였으며, 전체 변량의 10.37%를 설명하였다. 네 번째 요인은 ‘캐주얼한’, ‘편안한’, ‘활동적인’ 등의 내용으로 구성되어 활동성 차원으로 명명하였으며, 전체 변량의 8.90%를 설명하였다. 요인점수는 각 요인에 포함된 문항의 평균점수를 산출하여 제시하였으며, 요인점수의 해석은 점수가 높을수록 매력 있고 현시적이며 온유하고 활동적인 것을 의미한다.

2. Emotional images and preference by tone on tone combination

본 연구의 종속변인인 4개의 감성이미지 차원과 선호도는 유의한 상관관계(Bartlett의 구형성 검정 =870.38, $p < .001$)를 지니고 있으며, 정규분포성과 동분산성(Box의 $M=285.96$, $F=1.13$, $P > .05$)을 충족시키므로 다변량분석(MANOVA)을 실시하기에 적합한 것으로 나타났다. 따라서 본 연구의 독립변인인 톤 온 톤 배색의 색상(빨강, 파랑, 회색), 톤 조합 방법(라이트톤 바탕에 비비드톤 무늬, 비비드톤 바탕에 라이트톤 무늬), 피험자의 성별(남자, 여자)의 주 효과와 상호작용 효과를 알아보기 위해 다변량분석(MANOVA)을 실시하였다.

다변량분석 결과, <Table 4>와 같이 톤 온 톤 배색의 색상은 활동성을 제외한 매력성, 현시성, 온유성 차원과 선호도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며(Wilks의 람다=.417, $F=28.87$, $p < .001$), F 값을 고려해볼 때 특히 온유성과 현시성에 미치는 영향이 큰 것으로 보인다. 톤 조합방법은 매력성, 현시성, 온유성 차원에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며(Wilks의 람다=.812, $F=12.16$, $p < .001$), 온유성 차원에 미치는 영향이 상대적으로 큰 것으로 나타났다. 피험자의 성별은 현시성 차원에

〈Table 4〉 Emotional images and preference by tone on tone combination

Independent variable Dependent variable	Color	Tone combination type	Subjects' gender	Color×gender	
Emotional image	Attractivity	17.78***	6.00*	.00	6.47**
	Conspicuity	86.14***	5.73*	5.03*	2.30
	Mildness	112.19***	38.79***	3.57	.44
	Activity	1.93	.16	.52	1.82
Preference	6.37**	1.66	.02	3.70*	

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

서만 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

한편, 톤 온 톤 배색의 색상, 톤 조합방법, 피험자의 성별이 감성이미지와 선호도에 미치는 상호작용 효과를 살펴본 결과, 톤 온 톤 배색의 색상과 피험자의 성별은 상호작용 효과를 나타내어(Wilks의 램다=.925, $F=2.08$, $p<.05$), 감성이미지의 매력성 차원과 선호도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

1) Emotional images and preference by color

색상이 니트웨어의 감성이미지와 선호도에 미치는 영향을 구체적으로 살펴보기 위해 다변량분석과 Duncan의 다중범위검정을 실시하였다. 그 결과, 〈Table 5〉와 같이 매력성 차원에서는 회색이 가장 멋지고 세련되며 매력적인 것으로 지각되었으며, 파랑은 중간 수준이고, 빨강은 가장 멋없고 매력 없는 것으로 지각되었다. 이는 유채색보다 무채색이 더 매력적으로 지각되었다는 Kim and Kang(2003)의 연구결과와 일치한다. 현시성 차원에서는 빨강이 가장 화려하고 대담하며 독특하고 눈에 띄는 것

으로 지각되었으며, 회색은 가장 화려하거나 눈에 띄지 않으며 평범하고 무난한 것으로 지각되었고, 파랑은 중간 수준으로 나타났다. 온유성 차원에서는 빨강이 가장 여성적이고, 밝고 부드럽고 따뜻한 것으로 지각되었으며, 회색은 가장 부드럽고 따뜻하지 않으며, 어두운 것으로 지각되었고, 파랑은 중간 수준이었다. 현시성과 온유성 차원에서 빨강이 파랑보다 더 높게 지각되었다고 한 Lim and Kang (2006b)의 연구결과와 일치한다. 한편, 선호도에서는 회색이 빨강이나 파랑보다 선호도가 높은 것으로 나타났는데, 이는 무채색이 가장 선호되었고, 유채색 중에서 파랑이 빨강보다 더 선호되었던 Ryoo and Kim(2001), Suh and Lee(2012)의 연구결과와 일치한다.

2) Emotional images and preference by tone combination

다변량분석과 Duncan의 다중범위검정 결과, 톤 조합방법은 〈Table 6〉과 같이 매력성, 현시성, 온유성 차원에 통계적으로 유의한 영향을 미쳤으며, 활

〈Table 5〉 Emotional images and preference by color

Dependent variable	Color	Red	Blue	Gray	F
Emotional image	Attractivity	3.19 c	3.57 b	4.14 a	17.78***
	Conspicuity	5.72 a	4.70 b	3.69 c	86.14***
	Mildness	4.99 a	3.75 b	3.36 c	112.19***
	Activity	4.40	4.39	4.15	1.93
Preference		2.79 b	2.81 b	3.24 a	6.37**

** $p<.01$, *** $p<.001$

<Table 6> Emotional images and preference by tone combination type

Tone combination type Dependent variable		Lt/v	V/lt	t
Emotional image	Attractivity	3.47	3.80	6.00*
	Conspicuity	4.54	4.85	5.73*
	Mildness	4.32	3.74	38.79***
	Activity	4.34	4.29	.16
Preference		2.87	3.02	1.66

* $p < .05$, *** $p < .001$

Lt/v: light tone background/vivid tone pattern

V/lt: vivid tone background/light tone pattern

동성 차원과 선호도에서는 유의한 영향이 나타나지 않았다. 분석결과를 살펴보면, 매력성 차원에서는 비비드톤 바탕에 라이트톤 무늬(V/lt)가 라이트톤 바탕에 비비드톤 무늬(Lt/v)보다 더 멋지고 세련되며 매력 있는 것으로 지각되었다. 현시성 차원에서는 비비드톤 바탕에 라이트톤 무늬(V/lt)가 라이트톤 바탕에 비비드톤 무늬(Lt/v)보다 더 화려하고 독특하며, 개성적이고 눈에 띄는 것으로 지각되었다. 온유성 차원에서는 라이트톤 바탕에 비비드톤 무늬(Lt/v)가 비비드톤 바탕에 라이트톤 무늬(V/lt)보다 더 여성적이며 밝고 부드럽고 따뜻한 이미지를 전달하는 것으로 나타났다.

3) Emotional images and preference by subjects' gender

피험자의 성별이 니트웨어의 감성이미지와 선호도에 미치는 영향을 구체적으로 살펴보기 위해 다변량분석과 Duncan의 다중범위검정을 실시하였다. 그 결과, <Table 7>과 같이 피험자의 성별은 현시성 차원에서만 유의한 영향을 미쳐, 남성이 여성보다 동일한 니트웨어에 대해서 더 화려하고 대담하며, 개성적이고 눈에 띄게 지각하는 것으로 나타났다. 이러한 이유는 여성은 남성보다 의복사용에 있어서 더 밝고 화려하며 다양한 색상과 디자인의 의상을 채택하고 수용하는 반면, 남성은 여성에 비해 비교적 어둡고 무거운 색상과 직선적인 문양을 사용하고, 의복디자인에서도 여성보다는 비교적 제한적인 범위의 디자인을 수용하는 경향이 있기

<Table 7> Emotional images and preference by subjects' gender

Subjects' gender Dependent variable		Male	Female	t
Emotional image	Attractivity	3.63	3.63	.00
	Conspicuity	4.84	4.55	5.03*
	Mildness	3.94	4.11	3.57
	Activity	4.27	4.36	.52
Preference		2.93	2.95	.02

* $p < .05$

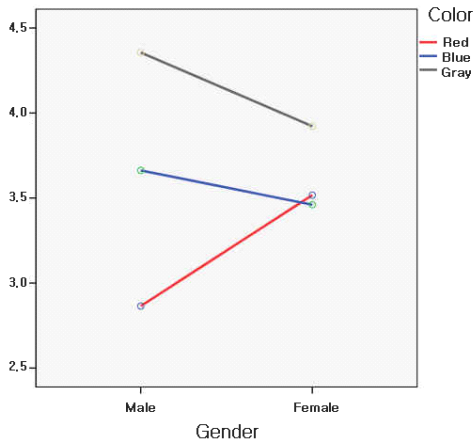
때문에, 남성은 자신들의 의복규범을 기준으로 여성에 비해 동일한 색상과 디자인의 의복을 더 화려하고 개성적이며, 눈에 띄는 것으로 지각하는 경향을 보이는 것이라고 판단된다.

4) Emotional images and preference by interaction effects of color & subjects' gender

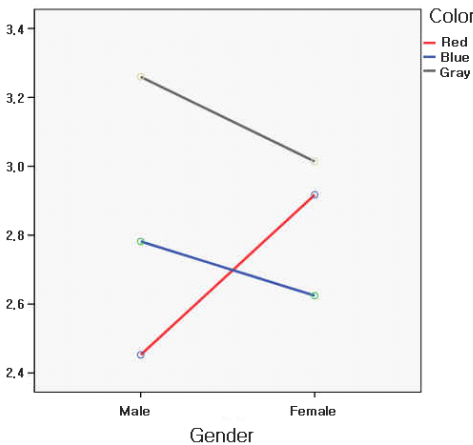
톤 온 톤 배색의 색상, 톤 조합방법, 피험자의 성별이 감성이미지와 선호도에 상호작용 효과를 보이는 지를 알아보기 위해 다변량분석을 실시한 결과, 톤 온 톤 배색의 색상과 피험자의 성별이 니트웨어 감성이미지의 매력성 차원과 선호도에 유의한 상호작용 효과를 지니는 것으로 나타났다. 분석결과를 살펴보면, <Fig. 1>과 같이 남녀 모두 회색이 가장 매력성이 높다고 지각한 점에서는 동일하나, 남자는 파랑을 빨강보다 멋지고 세련되며 고급스럽고 품위 있으며 매력 있다고 지각한 반면, 여자는 빨강을 파랑보다 멋지고 세련되며 고급스럽고 품위 있으며 매력 있다고 지각하는 것으로 나타났다.

또한 점수의 차이를 살펴보면, 남자는 색상에 따라 매력성에 차이가 큰 반면, 여자는 색상에 따른 매력성의 차이가 남자에 비해 적은 것을 알 수 있다. 따라서 색상이 매력성에 미치는 영향은 여자보다 남자에게서 더 클 것으로 예측된다. 이러한 결과는 여자가 남자에 비해 비교적 다양한 색을 선호하는 것과 같은 맥락이라고 생각된다.

한편, 톤 온 톤 배색의 색상과 피험자의 성별이 선호도에 미치는 상호작용 효과를 살펴보면, <Fig. 2>와 같이 남녀 모두 회색을 선호하는 경향에는 차



<Fig. 1> The interaction effect of color & subjects' gender on attractivity dimension



<Fig. 2> The interaction effect of color & subjects' gender on preference

이가 없으나, 남자는 파랑을 빨강보다 선호하는 반면, 여자는 빨강을 파랑보다 선호하는 것으로 나타났다. 이는 니트웨어 색상 선호도에서 남녀 모두 검정색 다음으로 회색, 빨강, 파랑 순으로 선호하였다는 Lee and Suh(2014)의 연구결과와 차이를 나타내는데, 색상으로만 제시된 것과 톤 온 톤 배색된 그림으로 제시된 것에서의 차이가 있는 것으로 보인다. 또한 회색에 대한 선호도를 보면 남자는 여자보다 회색에 대한 선호 경향이 높은 반면, 여자는 남자보다 회색에 대한 선호 경향이 낮아, 회색과 빨강의 선호도의 차이가 남자에 비해 매우 적은 수준임을 알 수 있다.

5) Emotional images and preference by stimuli of tone on tone combination

색상과 톤 조합방법에 따른 6개 자극물이 감성 이미지와 선호도에서 어떠한 차이를 보이는 지를 구체적으로 알아보기 위해 일원변량분석을 실시하였다. 그 결과, <Table 8>과 같이 색상과 톤 조합방법에 따른 6개 자극물은 활동성 차원을 제외한 3개의 감성이미지 차원과 선호도에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

분석결과를 살펴보면, 매력성 차원에서는 회색의 라이트톤 바탕에 비비드톤 무늬(G Lt/v), 회색의 비비드톤 바탕에 라이트톤 무늬(G V/l), 파랑의 비비드톤 바탕에 라이트톤 무늬(B V/l)가 다른 자극물보다 더 매력적인 것으로 지각되었다. 현시성 차원에서는 빨강 자극물이 가장 화려하고 대담하며 개성적이고 눈에 띄는 것으로 지각되었으며, 그 다음으로 파랑, 회색의 순으로 나타났다. 온유성 차원

<Table 8> Emotional images and preference by stimuli

Stimuli		Red Lt/v	Red V/l	Blue Lt/v	Blue V/l	Gray Lt/v	Gray V/l	F
Emotional image	Attractivity	3.11 b	3.26 b	3.32 b	3.81 a	3.99 a	4.22 a	7.90***
	Conspicuity	5.57 a	5.86 a	4.60 b	4.74 b	3.51 c	3.86 c	34.74***
	Mildness	5.19 a	4.77 b	4.14 c	3.39de	3.63 d	3.10 e	53.99***
	Activity	4.43	4.36	4.29	4.44	4.30	4.01	1.27
Preference		2.20 b	2.38 ab	2.28 b	2.38 ab	2.71 a	2.75 a	2.69*

* $p < .05$, *** $p < .001$

Lt/v: light tone background/vivid tone pattern, V/l: vivid tone background/light tone pattern

에서는 빨강의 라이트톤 바탕에 비비드톤 무늬(R Lt/v)가 가장 여성적이고 밝으며 부드럽고 따뜻한 것으로 지각되었으며, 그 다음으로는 빨강의 비비드톤 바탕에 라이트톤 무늬(R V/lt), 파랑의 라이트톤 바탕에 비비드톤 무늬(B Lt/v), 회색의 라이트톤 바탕에 비비드톤 무늬(G Lt/v) 순으로 나타났으며, 회색의 비비드톤 바탕에 라이트톤 무늬(G V/lt)는 온유성이 낮은 것으로 지각되었다. 선호도에서는 회색의 자극물이 빨강이나 파랑 자극물보다 높은 선호도를 지니는 것으로 나타났다.

V. Conclusion

본 연구는 20대 남녀 대학생을 대상으로 톤 온 톤 배색의 색상과 톤 조합방법에 따른 니트웨어의 감성이미지와 선호도를 알아보기 위해 실시되었으며, 연구결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 니트웨어의 감성이미지 차원을 알아본 결과, 매력성, 현시성, 온유성, 활동성의 4차원이 도출되었다. 둘째, 톤 온 톤 배색의 색상, 톤 조합방법, 피험자의 성별에 따라 감성이미지와 선호도에 어떠한 차이가 있는지를 알아본 결과, 색상에서는 회색이 가장 매력성이 높으나, 현시성과 온유성은 낮은 반면, 빨강은 현시성과 온유성은 가장 높으나, 매력성은 가장 낮았고 파랑은 중간수준이었으며, 선호도에서는 회색이 빨강이나 파랑보다 높은 선호도를 보였다. 톤 조합방법에서는 비비드톤 바탕에 라이트톤 무늬(V/lt)의 조합이 라이트톤 바탕에 비비드톤 무늬(Lt/v)의 조합보다 매력성은 높으나, 현시성과 온유성은 낮은 것으로 지각되었고, 피험자의 성별에서는 남성이 여성보다 현시성을 높게 지각하였다. 셋째, 톤 온 톤 배색의 색상과 피험자의 성별은 매력성 차원과 선호도에서 상호작용 효과를 나타내어, 남녀 모두 회색을 가장 매력성이 높은 것으로 선호하는 경향은 동일하나, 남성은 여성보다 파랑을, 여성은 남성보다 빨강을 선호하는 경향을 보였으며, 이러한 차이는 선호도에서 더 뚜렷하게 나타났다. 넷째, 톤 온 톤 배색의 색상과 톤 조합방법에 따라 제작된 6개 자극물 간의 감성이미지와 선호도 차이를 알아본 결과, 회색의 자극물은 톤 조합방법에 상관없이 다른 색상에 비해 가장 매력성과 선호도

가 높은 것으로 나타났고, 빨강의 두 자극물은 다른 색상에 비해 현시성이 높았으며, 빨강의 라이트톤 바탕에 비비드톤 무늬(R Lt/v) 자극물은 온유성은 가장 높으나 선호되지 않는 것으로 나타났다. 파랑은 매력성, 현시성, 온유성에서는 중간수준으로 나타났으나, 파랑의 라이트톤 바탕에 비비드톤 무늬(B Lt/v)는 선호도가 낮게 나타났다.

본 연구결과를 통한 결론으로는 첫째, 회색은 빨강이나 파랑에 비해 현시성과 온유성은 낮으나 매력성이 높았으며, 선호도 또한 높은 것으로 나타나 현대의 젊은이들은 모던한 이미지의 무채색 배색을 선호하는 경향이 높은 것으로 예측된다. 따라서 니트웨어 의류업체에서는 상품 개발 시 회색이나 검정색 등의 무채색을 중심으로 한 모던한 이미지의 색상 배색을 위주로 상품을 개발하는 것이 효율적일 것으로 판단된다. 둘째, 남녀 대학생들은 비비드톤 바탕에 라이트톤 무늬(V/lt)를 라이트톤 바탕에 비비드톤 무늬(Lt/v)보다 매력적이라고 지각하였으므로 톤 온 톤 색상 배색시 바탕색을 비비드톤이나 딥 또는 다크톤처럼 짙은 톤으로 하고 문양을 밝은 톤으로 배색하는 것이 소비자들의 색상선호 경향에 맞는 적절한 방법이라고 생각된다. 셋째, 피험자의 성별에 따라 니트웨어의 감성이미지와 선호도에 큰 차이는 없는 것으로 보이나, 상호작용 분석 결과, 성별에 따라 유채색인 빨강과 파랑에 대한 매력성과 선호도에서는 성별에 따른 차이가 나타났다. 따라서 남녀 모두 무채색의 모던한 이미지를 선호하는 것은 동일하나, 유채색에 대한 매력성 지각이나 선호도에는 성별에 따른 차이가 존재하므로, 의류업체에서는 상품 개발 시 이러한 경향을 고려하여 상품개발을 할 필요가 있다고 여겨진다.

본 연구는 대전과 충남지역의 남녀 대학생만을 대상으로 연구를 수행하였으므로, 연구결과를 일반화하기에는 신중한 주의가 필요하다. 본 연구결과를 통한 후속연구의 제언을 살펴보면, 본 연구에서는 독립변인으로 3가지 색상과 2가지 톤만을 대상으로 연구를 수행하였으므로, 후속연구에서는 보다 다양한 색상과 톤의 조합방법을 대상으로 색상배색이 소비자의 감성이미지와 선호도 및 구매의도에 미치는 영향에 대한 체계적인 연구를 수행할 필요가 있다고 생각된다. 또한 최근 한류열풍과 함께

한국문화에 대한 세계적인 관심이 증가하면서 한국의 패션상품에 대한 선호도가 높아지고 있으므로, 세계의 소비자들을 대상으로 색상배색에 대한 감성이미지와 선호경향을 분석하는 연구가 수행될 필요가 있다고 생각된다.

References

- Ahn, H. M.(2010). A study on design methods of jewelry shop interior through application analysis of brand identity and evaluation of image. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul, Korea.
- Cho, J. K.(2010, December 9). 니트 소비 증가 속 수급불균형 심화 [Supply-demand imbalance in growth of knit consumption]. *The Apparelnews*. Retrieved February 11, 2014, from <http://www.apparelnews.co.kr>
- Cho, M. J.(2004). Color harmony types and system based on the color combination in fashion design. Unpublished doctoral dissertation, Yonsei University, Seoul, Korea.
- Choi, E. G.(2003). The effect of color of jacket, shirt, and necktie on image perception of male. Graduate school of Sungshin Women's University.
- Choi, S.(2010). A study on the clothing image and checked pattern according to coloration of chromatic and achromatic color. *Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association*, 12(3), 133-143.
- Eun, S., Joo S., & Lee, K.(2002). A study on the visual sensibility of color combination for clothing (Part I). *Journal of the Korean Society and Clothing and Textiles*, 26(5), 715-726.
- Jo, P. K., & Jung, H. M.(1998). *패션디자인과 색채* [Fashion design & color]. JeonwonMoonhwsa.
- Kang, K. J.(2002). A study in the perception of the harmony of coloration in traditional Korean dress of Korean and American students: on the tone on tone coloration. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 26(3/4), 443-453.
- Kang, K. J., & Choi, S. K.(2005). A study in the preference of coloration traditional Korean dress of Korean and American students: On the tone on tone variation of red jacket. *Korean Journal of Human Ecology*, 14(4), 631-643.
- Kang, K. J., & Lim, J. Y.(2005). The effect of tone-on-tone coloration on the visual image of traditional Korean dress. *The Research Journal of the Costume Culture*, 13(5), 804-818.
- Kang, K. J., & Pang, S.(2004). A study in the preference of tone on tone coloration in traditional Korean dress: by Korean and American students. *Journal of the Korean Society of Costume*, 54(8), 15-26.
- Kang, K. J., Chu, M. S., & Pang, S. K.(2005). A comparative study of the harmony of coloration according to transformation of color area-ratio in traditional Korean dress: On the tone on tone coloration. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 43(5), 107-115.
- Kang, K. J., Jeong, B. N., & Jeong, S. J.(2005). The image perception depending on the tone-on-tone coloration of a Korean skirt and a Korean jacket. *Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association*, 7(2), 39-50.
- Kim, J. H.(2010). The sensibility evaluation of tone in tone combination and tone on tone combination. *Korean Journal of The Sciences of Emotion & Sensibility*, 13(2), 301-308.
- Kim, S., & Jeong, S.(2008). The visual image evaluation for the dot pattern size and the variation of coloration in the Achromatic color. *Journal of Fashion Business*, 12(4), 114-130.
- Kim, Y. K., & Kang, K. J.(2003). The effect of clothing style and color, tone combination on impressions formation. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 27(3/4), 395-406.
- Lee, H. S., & Kim, J. S.(1998). A visual image perception of clothing colors, color combinations of Korean traditional dress for woman (Part I).

- Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 22(5), 597-606.
- Lee, K. H.(1997). Sensibility ergonomics and development of textile products applying sensibility ergonomics. *Fiber Technology and Industry*, 1(3), 389-400.
- Lee, M. H.(2011). Visual evaluation and preference in men's clothing color according to variation in value and chroma. *Journal of Korean Society of Costume*, 61(3), 51-62.
- Lee, M. S., & Suh, S. Y.(2014). A study on color coordination of knitwear items for cultural goods development: Focused on the combination of chromatic colors. *Journal of the Korea Fashion Design Association*, 16(1), 125-138.
- Lee, S. M.(2009). A study on knitwears preferred image and preferred design of middle-aged women. *The Journal of the Korean Society of Knit Design*, 7(2), 70-82.
- Lee, Y. M., Kim, Y. H., Kim, M. J., Lee, Y. K., Youn, S. Y., and Lee, K. H.(2007). Consumer age group differences in knitwear consumption behavior. *The Research Journal of the Costume Culture*, 15(2), 284-298.
- Lim, J. Y.(2007). A comparative of the harmony of tone on tone coloration according to transformation of color area-ratio in shirt and necktie. *Journal of Korean Society for Clothing Industry*, 9(2), 138-144.
- Lim, J. Y., & Kang, K. J.(2006a). The impression evaluation for tone combination of identical hue of shirt and necktie. *Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association*, 8(2), 1-16.
- Lim, J. Y., & Kang, K. J.(2006b). The effect of color coordination type on impression of male (Part I): Focus on tone-on-tone coloration. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 30(7), 1012-1024.
- Paeng, S. K., & Kang, K. J.(2004). The impression evaluation of the cloth's wearer in relation to tone combination and body type of wearer. *Korean Journal of Human Ecology*, 13(6), 1007-1021.
- Park, Y. H.(2005). A study on the sensibility image by Dangcho pattern according to demographic characteristic. *Journal of the Korean Society of Costume*, 55(6), 33-44.
- Ryoo, S. H., & Kim, B. Y.(2001). A study on adult Mmn's color preference and color interest in clothing: Focusing on age, personality and skin color. *The Research Journal of the Costume Culture*, 9(2), 308-318.
- Shin, S. M., & Lee, J. R.(2001). Consumers preference and dissatisfaction on knitted golf wear. *Journal of the Korean Society of Costume*, 51(4), pp. 97-112.
- Suh, S. Y., & Lee, M. S.(2012). Comparison of knitwear preferences and purchase behavior of university students by sex. *Journal of the Korea Fashion Design Association*, 14(1), 43-59.
- Sung, N. S.(2009). The visual effect of striped necktie according to tone on tone combination: Focused on college students in 20s. *한·국·공예·논·총* [Korea Craft Publications], 12(4), 67-79.
- Yu, K. W.(2002). Image perception by two-color arrangement of woman's suits. Unpublished doctoral dissertation, Kon-Kuk University, Seoul, Korea.