스트라이프 문양과 의복스타일에 따른 이미지 차이와 포지셔닝 연구

문주영

한국실크연구원 연구사업본부 디자인개발팀 연구원

The Study of the Image and Positioning according to Stripe Pattern and Clothing Style

Ju-Young Moon

Researcher, Dept. of Design Development, Division of R&D, Korea Silk Research Institute

Abstract : A purpose of this study was to find out how the casual and formal style clothes of stripe pattern giving variety by pattern direction, pattern width, and contrast coloration have an effect on image of wearers. 432 stimuli were made and 2,800 testee evaluated them using semantic differential scale. As a result, five image dimensions were drawn as a factor of attractiveness, activeness, gracefulness, visibility, and tenderness. In consequence of analysing the image difference by stripe pattern and clothing style, the stripe pattern and clothing style affect image presentation as a significant clue. And besides, as a result of positioning stimuli by image, pattern direction, coloration, and tone combination were important clues that decide image. Consequently, clothing style, stripe pattern, and contrast coloration were made clear as an efficient parameter in image presentation of clothing wearers

Key words : clothing style, pattern direction, pattern width, contrast coloration, semantic differential scale

1. 서 론

의복은 다양한 디자인 요소를 포함하고 있는 문양을 현할 수 있는 최종 제품으로 의복스타일이나 문양의 변화에 따라 다양한 감정이나 정서를 함께 나타내므로 착용자의 이미지를 결정하는 중요한 요소가 된다. 문양은 선, 색채, 질감 등 다양한 디자인 요소를 포함하고 있어 타 디자인요소보다 더 강한 시각적 효과를 발휘한다. 또, 문양은 인간의 생활과 밀접한 관계를 가지고 있어 그 시대의 문화, 정서를 대변함과 동시에 한 시대의 양식을 현해 왔다. 이는 시대 변화에 따라 문양이 갖는 의미가 달라짐을 의미하며, 더불어 이러한 문양이 들어간 옷을 착용한 착용자의 이미지도 달라짐을 의미한다.

문양 중에서도 스트라이프는 반복과 변화에 의한 강렬한 시각적 효과 때문에 1990년대 초반에도 스트라이프 문양이 들어간 옷을 착용하고 거리를 활보하기 위해서는 대담성과 수치심을 극복할 수 있는 용기가 필요했다(Pastoureau, 2003). 하지만 착용자의 개성현이 사회규범이나 관습보다 더 우위에 있고 과거의 불리한 단점이 오히려 장점이 될 수 있는 현재, 스트라이프 문양의 의복을 입고 거리를 활보하는 것은 이제 너무나도 일상적이고 평범한 모습이 되어버렸다. 패션정보 사이트에서도

스트라이프 문양은 변화를 통해 시즌마다 중요한 아이템으로 각광받고 있다. 2005년부터 2009년까지의 패션 패브릭 경향을 보면, 05 S/S 시즌에는 멀티컬러의 스트라이프, 06 S/S 시즌에는 밝고 가벼워 보이는 스트라이프, 07 S/S 시즌에는 1:1 강한 컬러 대비를 이루는 마린 스트라이프와 소프트 스트라이프, 08 S/S 시즌에는 옅티컬 스트라이프, 0809 F/W 시즌에는 입체적인 스트라이프, 2009 F/W 시즌에는 밝고 경쾌한 스트라이프가 중요한 패브릭 패턴으로 부각되었다(Season's fashion trend, 2005~2009; 08 S/S Trend Seminar, 2007). 다시 말해, 스트라이프 문양의 의복은 현대적 감각을 현할 수 있는 대적인 형태로 제품소유와 착용에 있어 기본적인 패션아이템으로 각광받고 있다는 것이다. 그것은 스트라이프의 컬러와 간격, 넓이, 방향, 배열방식에 따라 시각적 착시효과를 일으키고 착용자의 이미지를 다양하게 연출할 수 있기 때문이다(이영진 외, 2002; 이경희 외, 1990; Davis, 1987; 居宿昌義, 田中佳子, 1982).

이러한 관점에서, 다양한 디자인 요소를 포함하여 착용자의 이미지를 다양하게 변화시킬 수 있는 스트라이프의 문양을 심도 깊게 고찰하는 것은 의미가 있다고 생각한다. 그러므로 본 연구에서는 첫째, 스트라이프 문양의 방향과 폭, 색상과 톤배색, 의복스타일을 변화시켜 의복착용자의 이미지에 미치는 영향을 규명하고자 하며, 둘째, 스트라이프 문양과 의복스타일의 변화에 따른 이미지 차이를 분석하여 패션 소비자의 요구에 부응할 수 있는 패션상품기획 기초자료를 제공하고자 한다.

Corresponding author;
Tel. +82-55-761-1291, Fax. +82-55-761-0214
E-mail: mjhpyhappy@empal.com

2. 이론적 배경

2.1. 스트라이프 문양

문양은 크게 기하학, 전통, 자연, 점, 추상 문양으로 구분된다. 이 중 기하학 문양은 스트라이프, 체크, 플레이드, 사선 등으로 구분된다(이은영, 1983). 기하학 문양 중에서도 스트라이프는 직물이 개발되기 시작하면서 장식을 통해 아름다움을 추구하고자 하였던 인간이 현한 가장 단순한 문양으로 스트라이프 조형의 원형은 자연 속에서 찾을 수 있다. 이렇게 자연 속에서 존재하는 수많은 스트라이프는 인간의 조형 적응과 관련하여 각 민족 고유의 정서와 함께 다양한 형태로 현되어 발전되어 왔으며 오늘날에도 가장 기본적인 유형으로 다양한 영역에서 이용되고 있다(김혜수, 2003). 20대 여성 상의의 유행 경향의 변화를 조사한 연구(조정미, 2005)에서도 문양 중 스트라이프 문양이 지역에 관계없이 가장 많은 분포를 나타내고 있어 스트라이프 문양의 사용빈도가 얼마나 빈번한지를 뒷받침해주고 있다.

스트라이프에서 가장 먼저 인지하게 되는 요소는 선인데 스트라이프 문양은 분명한 가장자리 선을 가짐으로써 시각적인 우선성을 준다. 이런 시각적인 우선성은 그 효과가 매우 커서 심리적인 요인에 작용한다. 스포티한 느낌을 주는 가로 스트라이프, 도시적인 이미지의 세로 스트라이프 등 스트라이프의 방향은 의복에서 시각적인 이미지 차이를 제공해 준다(김주은, 2001).

스트라이프는 일정한 방향으로 전개되는 스트라이프의 변형에 따라 그 형태미가 현되는데 스트라이프의 선과 선 사이의 공간의 수평적 반복은 우리의 시선을 가로 방향으로 이끌고 동일한 폭의 선은 반복은 그 반복 방향을 강조하게 된다(김혜수, 2003). 강한 스트라이프 선일수록 그 선의 방향이 중요한 역할을 하며, 그 스트라이프 패턴의 흐름에 의한 변화를 현저하게 느낄 수 있게 한다(이호정, 1999).

수직 스트라이프의 폭, 배열, 간격에 변화를 주면 소비자의 감성차이가 유발되는데 스트라이프 폭이 좁을 때, 고급스럽고 모던하고 캐주얼한 감성을, 단순배열일 때 수수하고 깨끗하고 심플한 감성을, 교차배열 방식은 캐주얼한 감성이 유발된다고 하였다(설화정 외, 2003).

이상에서 스트라이프 문양은 문양의 방향과 폭, 배열방법에 따른 다양한 변화를 통해 이미지를 변화시키고, 시각적 착시효과를 유발할 수 있음을 알 수 있었다.

2.2. 의복스타일

조형 요소 중 선과 선에 의하여 형성되는 의복스타일, 즉 패턴 아이템의 조합은 의복착용자의 이미지를 구성하는 데 중요하게 작용한다. 특히, 타인이 착용한 의복은 단순한 의복의 의미만이 아니라 감정을 불러일으키는 상징적인 역할을 하며 의사소통의 매개체가 된다(이인자 외, 2003; 강혜원, 2002).

강승희, 이명희(2008)은 재킷 스타일과 색, 셔츠 스타일이 남

성의 이미지 지각에 어떠한 영향을 주는지 연구하였는데 재킷은 점퍼보다 능력, 개성, 사교성이 높게 지각되었고, 점퍼는 재킷보다 활동적으로 지각되었다. 또 자극물 제작방법에 따라 다르게 지각되었는데 테일러드 재킷은 안에 와이셔츠를 착용하는 것이 티셔츠를 착용하는 것보다 더 능력있는 이미지로, 의복스타일은 색과 상호작용하여 테일러드 재킷은 베이지색일 때, 점퍼는 남색일 때 더 활동적으로 지각되었다.

은숙, 박재옥(2008)은 여성 정장과 캐주얼 브랜드에 나타난 의복이미지 어휘를 분류하였는데 고급스럽고 현대적이며 여성적인 이미지는 두 의복 스타일 모두에서 공통적으로 나타난 반면, 정장은 우아한 이미지, 캐주얼은 편안하고 세련되며 단순한 이미지가 더 높게 나타나 의복스타일에 따라 추구하는 의복이미지에 차이가 있음을 시사하였다.

차미승(1992)은 의복형태는 편안하고 활동적인 이미지를 연출에, 의복형태와 컬러는 딱딱하고 부드러운 이미지를 연출에 효과적이라고 하였다.

Mitsu(1991)는 의복과 관련한 패션 감성 이미지를 연구하기 위해 대상의 선정, 형용사 수집, 형용사의 의미구조 파악, 구체적인 요소를 포함한 슬라이드 작성, 감성평가, 통계분석, 시스템 구축의 순으로 20대 여대생의 감성과 원피스에 대한 의복디자인 요소와의 관련성을 분석함으로써 감성 이미지가 의복디자인에도 적용될 수 있음을 제시하였다.

이상의 의복스타일에 대한 선행연구 고찰을 통해, 의복스타일은 착용자의 다양한 이미지를 다양하게 연출할 수 중요한 변수임을 알 수 있었다. 본 연구에서 의복 단서인 스트라이프 문양과 폭, 의복스타일의 변화가 착용자의 이미지에 어떻게 영향을 미치는지 심도 깊게 다루고자 한다.

3. 연구방법 및 절차

3.1. 연구문제

본 논문의 필요성을 실증적으로 분석하기 위한 연구문제는 다음과 같다.

[연구문제1] 스트라이프 문양방향과 폭, 의복스타일에 따른 의복착용자의 이미지 차이를 밝힌다.

[연구문제2] 스트라이프 문양방향에 따른 의복착용자의 포지셔닝을 밝힌다.

3.2. 실험절차 및 방법

3.2.1. 자극물 선정 및 제작

본 연구에 사용된 모델은 제 4차 한국준체위예비조사(2003). 자료와 팽숙경, 강경자(2005)가 사용한 기준을 참고로 준체형에 가깝다고 생각하는 20대 여성 3명을 선정하여 30명의 의류학 전공 대학원생과 대학생으로 이루어진 평가집단에게 평가하게 한 후, 준체형에 가장 근접한 키 162 cm, 몸무게 52 kg의 20대 여성 1명을 최종선정 하였다. 얼굴형은 '얼굴, 한국인의 낮'에서 제시하는 한국인의 평균 얼굴 기준인 머리전체 길이

233.38 mm, 얼굴의 길이 194.05 mm, 이마의 가로 폭 120.66 mm에 가까운 계란형을 기준으로 하였으며, 얼굴색상은 최영훈이 제시한 한국인의 피부색으로 가장 많은 색채로 나타난 6.5YR 7/3으로 하였다(정해선, 강경자, 2004).

먼저 의복스타일은 평가집단에 의해 2가지 스타일군(①티셔츠/블루데님 팬츠, 자켓/블루데님 스커트, ②티셔츠/베이지색 면 팬츠, 자켓/베이지색 면 스커트)이 선정되었는데 2가지 스타일군으로 pre-test를 한 결과, 스타일군 간에 유의한 차이를 나타내지 않아 20대 여대생들의 소유정도와 착용빈도가 높고 스트라이프 문양을 현할 수 있는 것으로 평가된 티셔츠/블루 데님 팬츠를 캐주얼스타일로, 자켓/블루데님 스커트를 포멀스타일로 최종 선정하였다. 자켓의 칼라는 테일러드 칼라로 통제하고, 또 스커트 길이는 무릎 아래 길이로 통제하였다.

문양은 티셔츠와 자켓에 각각 스트라이프 문양으로 통제하고 문양의 폭과 방향에 변화를 주었다. 스트라이프 문양의 방향은 사선을 제외하고 자켓이나 티셔츠에서 사용빈도가 높은 가로, 세로 방향으로 구분하여 수평선, 수직선 두 종류로 제한하였다. 폭은 선행연구(김혜수·김영인, 2004; 설화정 외, 2003; 이정희 외, 1990)와 2005년~2007년 패션 컬렉션, 2005~2006년 서울, 대구 지역의 원단시장에 시판되고 있는 스트라이프 문양의 폭을 참고로 하여 각각 1.6, 4.0, 6.4, 10.0 cm 4가지로 구분하고 문양의 바탕 즉, 폭과 폭사이의 간격은 문양 폭과 동일하게 하였다. 본 논문의 스트라이프 문양에 사용된 배색은 빨강/청록, 노랑/남색, 파랑/주황인 3가지 색상 콘트라스트 배색, 이 3가지 콘트라스트 배색을 기준으로 배색되는 두 색상과의

색상이 바탕색과 채도 톤 차이는 최소화하고 명도차는 4이상 이 되도록 한 명도 콘트라스트 배색(4: light/dark, dark/light, pale/grayish, grayish/pale), 명도의 톤 차이는 최소화하고 채도 차는 6이상이 되도록 한 채도 콘트라스트 배색(4: deep/grayish, grayish/deep, bright/light grayish, light grayish/bright)이 포함되게 하였다.

이상에서 먼저 선정된 두 가지 수준의 의복스타일을 모델에게 착용시켜 디지털카메라 Nikon Coolpix 8800VR로 촬영한 후, 스트라이프 문양방향(2: 수평, 수직)과 문양 폭(4: 1.6, 4.0, 6.4, 10.0 cm)이 각기 다르게 조합되도록 Nedgraphics CAD system과 Adobe Photoshop CS program을 사용하여 Table 1과 같이 16개의 자극물을 제작하였다.

이렇게 제작된 의복 자극물은 색상, 명도, 채도에 따라 콘트라스트 배색이 되도록 구분, 조작한 컬러를 상의인 티셔츠와 자켓에 각각 수직, 수평무늬가 되도록 맵핑시켜 최종자극물을 완성시켰다. 따라서 색상 콘트라스트 배색의 자극물은 2개의 의복스타일, 2개의 문양방향, 4개의 문양 폭, 3개의 색상조합을 각기 다르게 조합한 48개의 자극물로, 명도 및 채도 콘트라스트 배색의 자극물은 색상 콘트라스트 배색에 4개의 명도 톤조합, 4개의 채도 톤조합을 각각 추가하여 명도 콘트라스트 배색 192개, 채도 콘트라스트 배색 192개로 총 432개의 자극물이 가로 14.5 cm, 세로 21 cm의 크기로 제작되었다. 이때 자극물의 배경과 피험자의 외모는 인상평가에 영향을 미칠 것으로 보고 배경색은 white로 처리하고 피험자의 헤어스타일, 얼굴, 자세, 연령을 통제하여 Fuji Xerox Phaser 8500N으로 출력하였다.

Table 1. 자극물에 사용된 스트라이프 문양

문양 폭 방향 의복스타일	1.6 cm		4.0 cm		6.4 cm		10.0 cm	
	수평	수직	수평	수직	수평	수직	수평	수직
캐주얼웨어: 티셔츠/ 팬츠
포멀웨어: 자켓/ 스커트

3.2.2. 실험설계 및 자극물평가

색상 콘트라스트, 명도 콘트라스트, 채도 콘트라스트 배색 자극물로 총 432개의 자극물을 216개의 실험조합으로 구성하고 하나의 실험조합에 2개의 자극물을 포함시켰다. 하나의 실험조합에 포함된 자극물은 색상과 톤의 조합이 중복되지 않도록 하였으며 순서효과를 없애기 위하여 각각자에게 제시되는 자극물의 순서를 달리하였다. 각 실험조합별로 피험자 수는 12명씩 피험자간 설계에 의해 무선배치 되었다.

3.2.3. 의미미분척도

의미미분척도를 구성하기 위해 의복착용자와 이미지에 관련된 선행연구(문주영, 강경자, 2006, 문주영, 강경자, 2003; 설화정 외, 2003; 이경희 외 1990)에서 사용된 형용사쌍과 예비조사를 통해 본 연구에 적절하다고 생각되는 형용사쌍 10개를 추가하여 총 41쌍의 형용사쌍이 선정되었다. 자극물 속의 착용자 이미지 측정은 의미미분척도로 7점 척도를 사용하여 각 형용사쌍을 기준으로 좌측의 긍정적 형용사에 7점, 우측의 부정적 형용사에 1점을 주어 자료를 수렴화하였다.

3.3. 자료수집

본 연구의 피험자는 지역의 제한이나 전공의 특수성을 배제하기 서울, 부산, 경남에 거주하는 여대생으로 학과구분 없이 2,800명을 대상으로 실시하였다. 그 결과 2,746부를 회수하였고, 이 중 미비한 자료를 제외하여 2,592부를 최종분석 자료로 사용하였다. 자료 수집은 2006년 5월~9월 사이에 이루어졌다.

3.4. 자료분석방법

본 연구의 자료분석은 SPSS program을 사용하여 통계처리하였다. 디자인 요소에 따른 20대 여성 의복착용자의 이미지 차원을 밝히기 위해 주성분 분석방법과 Varimax의 직교회전을 이용하였다. 각 이미지차원별로 용어의 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach- α 계수를 산출하였다. 스트라이프 문양과 의복스타일에 따른 이미지 차이는 분산분석과 t검증을 하였다. 스트라이프 문양 의복착용자의 이미지의 유사성을 알아보기 위해 다차원척도법(Multi Dimensional Scaling: MDS)을 실시하고, 각 문양 방향과 문양 폭별로 이미지 포지셔닝의 적합성을 알아보기 위해 Kruskal stress값과 결정계수(RSQ)를 조사하였다.

4. 연구결과

4.1. 스트라이프 문양 의복착용자의 이미지 차원

스트라이프 문양 의복착용자의 요인구조를 밝히기 위해 문양 방향과 폭, 의복스타일, 색상·채도·명도 콘트라스트로 변화를 준 432개의 자극물을 41개의 형용사쌍을 의미미분척도로 평가하게 하였다. 평가한 자료를 주성분모형과 Varimax방법에 의해 요인분석한 결과 27개의 형용사쌍이 도출되었고, 아이겐값이 1.0이상인 형용사쌍들이 5개의 요인으로 분류되었다. 구체적

인 분석결과는 Table 2와 같다. 도출된 이미지 차원의 신뢰도 계수는 .93, .88, .82, .66, .59로 타당한 자료로 평가되었다.

요인 1은 전체변량에 대한 설명력이 20%로 5개의 요인 중

Table 2. 스트라이프 문양에 따른 의복착용자의 이미지 차원

형용사쌍	요인	요인부하량
요인 1. 매력성 요인		
사고싶은-사고싶지않은		.83
세련된-촌스러운		.80
보기좋은-보기싫은		.75
매력있는-매력없는		.74
좋아하는-싫어하는		.73
감각있는-감각없는		.72
유행에앞선-유행에뒤떨어진		.72
자연스러운-어색한		.68
Cronbach's α : .93 고유치: 5.71 변량: 20.00 누적변량: 20.00		
요인 2. 활동성 요인		
외향적인-내향적인		.76
시원한-답답한		.73
자신감있는-자신감없는		.71
진보적인-보수적인		.71
사교적인-비사교적인		.70
동적인-정적인		.70
발랄한-점잖은		.61
Cronbach's α : .88 고유치: 4.44 변량: 16.45 누적변량: 36.45		
요인 3. 품위성 요인		
정숙한-정숙하지않은		.73
단정한-단정치못한		.70
신중한-신중하지않은		.67
지적인-지적이지않은		.66
품위있는-품위없는		.65
안정된-불안정한		.59
고상한-유치한		.58
Cronbach's α : .82 고유치: 3.60 변량: 13.32 누적변량: 49.77		
요인 4. 현시성 요인		
강한-약한		.79
강렬한-은은한		.71
Cronbach's α : .66 고유치: 1.79 변량: 6.61 누적변량: 56.38		
요인 5. 온유성 요인		
따뜻한-차가운		.77
감성적인-이성적인		.72
부드러운-딱딱한		.54
Cronbach's α : .59 고유치: 1.69 변량: 6.25 누적변량: 62.33		

가장 비중이 높은 요인으로, 이에 포함된 형용사쌍은 사고 싶은-사고 싶지 않은, 세련된-촌스러운, 보기 좋은-보기 싫은, 매력 있는-매력 없는 등 8개 형용사쌍으로 구성되어 '매력성' 요인으로 명명하였다. 이는 세련되고, 보기 좋고, 감각 있는 스타일을 보면 '매력적이다'라고 판단하는 20대 젊은 여성들의 매력성에 대한 판단기준이 잘 반영된 것으로 보인다.

요인 2는 외향적인-내향적인, 사교적인-비사교적인, 동적인-정적인, 발랄한-점잖은 등 7개 형용사쌍으로, 활동성과 관련된 형용사쌍이 포함되어 '활동성' 요인으로 명명하였다. 이 요인은 전체변량에 대한 설명력이 16.45%로 나타났다.

요인 3은 정숙한-정숙하지 않은, 신중한-신중하지 않은, 품위 있는-품위 없는, 고상한-유치한 등 7개 형용사쌍으로 구성되어 '품위성' 요인이라 하였고 전체변량에 대한 설명력은 13.32%로 나타났다.

요인 4는 강한-약한, 강렬한-은은한의 2개의 형용사쌍이 포함되어 '현시성' 요인으로 명명하였고 전체변량에 대한 설명력은 6.61%로 나타났다.

요인 5는 따뜻한-차가운, 부드러운-딱딱한 등의 3개의 형용사쌍을 포함하고 있어 '온유성'이라 하였고, 전체 변량에 대한 설명력은 6.25%로 나타났다.

회귀모형 방식에 의하여 산출된 요인점수는 높을수록 매력성 요인에서는 사고 싶고, 세련되고, 보기 좋고, 매력 있는 것으로, 활동성 요인에서는 외향적이고, 사교적이며, 동적인 것으로, 품위성 요인에서는 정숙하고, 신중하며, 품위 있는 것으로, 현시성 요인에서는 강하고, 강렬한 것으로, 온유성 요인에서는 따뜻하고, 부드러운 것으로 지각됨을 의미한다. 도출된 5개의 이미지 차원이 전체 변량에서 차지하는 비율은 62.63%로 나타났다. 특히 매력성, 품위성, 활동성 요인의 설명력은 49.77%로 나타나 스트라이프 의복 착용자의 이미지 차원에서 중요한 차원으로 규명되었다.

4.2. 스트라이프 문양과 의복스타일에 따른 이미지 차이

수평 스트라이프와 수직 스트라이프를 기준으로 문양 폭에 변화를 주어 의복스타일과의 이미지 차이를 살펴보았다. 그 결과는 Table 3~10에 제시하였다.

4.2.1. 수평 스트라이프 문양과 의복스타일에 따른 이미지 차이

수평 스트라이프 문양과 의복스타일에 따른 이미지 차이를 문양 폭에 따라 Table 3~6에 제시하였다. Table 3은 수평 스트라이프 폭이 1.6 cm인 경우로, 이미지 요인에서 따라 의복스타일이 상반된 이미지 차이를 나타내었는데 현시성 이미지 요인에서는 포멀인 경우 긍정적으로, 캐주얼인 경우 부정적으로 평가되었다. 반면 온유성 차원에서는 포멀웨어보다는 캐주얼웨어가 더 긍정적으로 평가되어 같은 문양도 이미지 차원에 따라 의복스타일이 다르게 지각됨을 확인 할 수 있었다.

Table 4는 수평 스트라이프 폭이 4.0 cm인 경우로, 활동성, 품위성, 현시성 차원에서 유의한 차이를 나타내었다. 활동성, 품

Table 3. 1.6 cm폭 수평 스트라이프의 의복스타일에 따른 이미지 차이

요인 \ 의복스타일	캐주얼		포멀		t
	M	SD	M	SD	
매력성	.20	1.04	.10	1.00	1.09
활동성	-.05	.98	-.03	1.01	-.22
품위성	-.08	.84	.01	1.03	-1.14
현시성	-.34	1.07	.04	.96	-4.35***
온유성	.19	.94	.02	.97	2.10*

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

Table 4. 4.0 cm폭 수평 스트라이프의 의복스타일에 따른 이미지 차이

요인 \ 의복스타일	캐주얼		포멀		t
	M	SD	M	SD	
매력성	.13	.97	.11	1.00	.21
활동성	-.07	.93	.19	.93	-3.37**
품위성	-.09	.85	.17	.97	-3.28**
현시성	-.19	.90	-.02	.82	-2.18*
온유성	.06	.96	.10	.90	-.56

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

위성, 현시성 차원 모두 캐주얼웨어보다는 포멀웨어를 착용하는 것이 더 긍정적으로 지각되었다.

Table 5는 수평스트라이프 폭이 6.4 cm인 경우로, 매력성, 활동성, 현시성 차원에서 유의한 차이를 나타내었다. 매력성 차원에서는 캐주얼웨어가 구매하고 싶고, 세련되고, 감각 있는 것으로, 활동성과 현시성 차원에서는 포멀웨어를 착용하는 것이 긍정적으로 지각되어 외향성과, 자신감, 그리고 강한 이미지 연출에 효과적이었다.

수평 스트라이프 폭이 가장 큰 10.0 cm인 경우 의복스타일에 따른 이미지 차이는 Table 6과 같다. 유의한 차이는 활동성과 현시성 요인에서만 나타났다. 활동성 요인에서는 포멀웨어가 캐주얼웨어보다 긍정적으로 인식되어 외향적이고 자신감 있는 이미지로 지각되는 반면에, 현시성 차원에서는 캐주얼웨어보다 포멀웨어가 부정적으로 인식되어 약하고 은은한 이미지로 평가되었다.

문양 폭별로 의복스타일의 이미지 차이를 분석한 결과, 대체로 문양 폭에 관계없이 활동성과 현시성 차원에서 유의한 차이

Table 5. 6.4 cm폭 수평 스트라이프의 의복스타일에 따른 이미지 차이

요인 \ 의복스타일	캐주얼		포멀		t
	M	SD	M	SD	
매력성	.30	.97	.01	1.04	3.40**
활동성	-.15	1.06	.06	1.01	-2.32*
품위성	-.02	.88	.06	1.06	-.95
현시성	-.36	1.06	.06	.85	-5.09***
온유성	.17	1.06	.02	1.06	1.68

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

Table 6. 10.0 cm폭 수평 스트라이프의 의복스타일에 따른 이미지 차이

요인	의복스타일		캐주얼		포멀		t
	M	SD	M	SD	M	SD	
매력성	.04	.96	.09	1.03	-	.60	
활동성	-.15	1.03	.03	.94	-2.16*		
품위성	.05	.99	.18	1.02	-1.58		
현시성	-.38	1.05	-.06	.93	-3.80***		
온유성	.13	1.02	.02	1.04	1.20		

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

를 나타내어 의복스타일 중 포멀웨어가 활동적이고 현시적인 이미지로 지각되었다. 단, 문양 폭이 6.4 cm일 경우에는 매력성 요인에서만 캐주얼웨어가 긍정적으로 평가되었다. 따라서 의복스타일은 문양 폭에 관계없이 활동적이고 현시적인 이미지를 표현하는데 중요한 단서임을 확인 할 수 있었다.

4.2.2. 수직 스트라이프 문양과 의복스타일에 따른 이미지 차이

수직 스트라이프를 기준으로 문양 폭에 변화를 주어 의복스타일과의 이미지 차이를 살펴보았다. 그 결과는 Table 7~10에 제시하였다. Table 7은 수직 스트라이프 폭이 1.6 cm인 경우 의복스타일에 따른 이미지 차이로, 매력성, 활동성, 품위성 요인에서 유의한 차이를 보였는데, 특히 품위성과 매력성 요인에서 두드러진 차이를 나타내었다. 수직 스트라이프 문양 폭이 가장 작은 1.6 cm일 때는 매력성, 활동성, 품위성 요인 모두에서 캐주얼웨어는 부정적으로, 포멀웨어는 긍정적으로 지각되었다.

Table 8에서 수직 스트라이프 폭이 4.0 cm인 경우 의복스타일에 따른 이미지 차이를 보면, 폭이 1.6 cm인 경우와 동일하게 매력성, 활동성, 품위성 차원에서 유의한 차이가 나타났고, 캐주얼웨어는 부정적으로 포멀웨어는 긍정적으로 지각되었다.

Table 9는 수직 스트라이프 폭이 6.4 cm인 경우 의복스타일에 따른 이미지 차이를 나타낸 것으로 활동성, 품위성 요인에서 유의한 차이를 나타내었다. 문양 폭이 1.6, 4.0에 이어 6.4에서도 활동성, 품위성 요인 모두 캐주얼보다 포멀웨어가 더 긍정적으로 지각되었다.

Table 10은 수직 스트라이프 폭이 10.0 cm인 경우 의복스타일에 따른 이미지 차이를 나타낸 것으로 매력성, 품위성, 현시성 요인에서 유의한 차이를 나타내었다. 현시성, 매력성, 품위성 요인에서도 캐주얼웨어보다는 포멀웨어가 더 긍정적으로 지각되어 매력 있고, 품위 있고 현시적인 것으로 평가 되었다.

이상에서 수직방향의 스트라이프 문양을 문양 폭별로 이미지 차이를 분석해 본 결과, 문양 폭에 관계없이 매력성, 활동성, 품위성 차원은 의복스타일이 두드러진 단서로 작용하여 포멀웨어가 긍정적으로 지각되었다. 수평 스트라이프를 문양 폭별로 의복스타일의 이미지 차이를 분석한 결과에서도 포멀웨어가 긍정적으로 지각되어 스트라이프 의복 디자인 기획시, 디자인 의도에 맞는 의복스타일이 우선적으로 선정되어야 함을 확인할 수 있었다.

Table 7. 1.6 cm폭 수직 스트라이프의 의복스타일에 따른 이미지 차이

요인	의복스타일		캐주얼		포멀		t
	M	SD	M	SD	M	SD	
매력성	-.29	.89	.10	1.12	-4.58***		
활동성	-.11	1.04	.14	.88	-3.08**		
품위성	-.34	1.11	.18	.97	-5.73***		
현시성	.23	.98	.18	1.04	.56		
온유성	-.14	1.04	-.11	.94	-.35		

** $p < .01$, *** $p < .001$ **Table 8.** 4.0 cm폭 수직 스트라이프의 의복스타일에 따른 이미지 차이

요인	의복스타일		캐주얼		포멀		t
	M	SD	M	SD	M	SD	
매력성	-.12	.92	.08	1.04	-2.38*		
활동성	-.04	1.02	.27	.96	-3.60***		
품위성	-.22	.87	.18	1.01	-5.00***		
현시성	.08	1.00	.22	.97	-1.61		
온유성	-.04	1.05	-.07	.95	.30		

* $p < .05$, *** $p < .001$ **Table 9.** 6.4 cm폭 수직 스트라이프의 의복스타일에 따른 이미지 차이

요인	의복스타일		캐주얼		포멀		t
	M	SD	M	SD	M	SD	
매력성	-.18	.92	-.06	1.00	-1.46		
활동성	-.20	.92	.13	1.00	-3.99***		
품위성	-.17	1.03	.22	1.00	-4.43***		
현시성	.02	.96	.17	.96	-1.79		
온유성	-.08	.96	-.11	.98	.40		

*** $p < .001$ **Table 10.** 10.0 cm폭 수직 스트라이프의 의복스타일에 따른 이미지 차이

요인	의복스타일		캐주얼		포멀		t
	M	SD	M	SD	M	SD	
매력성	-.37	.86	-.14	.98	-2.87**		
활동성	-.11	1.15	.07	.99	-1.89		
품위성	-.22	1.04	.09	1.09	-3.30**		
현시성	.04	1.06	.32	1.03	-3.02**		
온유성	-.02	1.02	-.14	1.03	1.32		

** $p < .01$

4.3. 스트라이프 문양의 이미지에 대한 포지셔닝

문양방향과 문양 폭별로 스트라이프 의복디자인의 이미지에 대한 유사성을 알아보기 위해 432개의 자극물에 대해 다차원 척도법(Multi Dimensional Scaling: MDS)을 실시하였다. 각 문양 방향과 문양 폭별로 이미지 포지셔닝의 적합성을 알아보기 위해 Kruskal stress값과 결정계수(RSQ)를 조사하였다. Kruskal의 판별기준으로 보아 부적합도를 나타내는 stress 값이

Fig. 1. 수평 방향에 대한 이미지 포지셔닝

0.1에 가까우면 보통 수준 이상으로 해석 가능하므로(서의훈, 2002; 최용석, 1995) 분석의 용이성을 고려하여 2차원으로 해석하였다. 2차원에서는 stress .21과 71.93%의 설명력을 나타내었다. Fig. 1~2는 유클리드 거리에 의해 유도된 각 사진 자극물의 위치를 문양 방향과 폭에 따라 나타낸 것이다.

4.3.1. 수평방향 스트라이프 의복의 포지셔닝

Fig. 1의 수평방향의 포지셔닝은 전체적으로 고루 분포되어 있으나 제 1사분면의 빈도가 높았다. 제 1사분면에는 색상 콘트라스트의 강렬하고 활동적인 이미지와 고명도 저채도의 톤조합이 포함되어 부드러운 이미지가, 제 3사분면에는 채도 콘트라스트 중 저명도의 톤조합으로 딱딱한 이미지가, 제 4사분면에는 강렬하고 활동적인 이미지를 나타내는 색상, 명도, 채도 콘트라스트가 포지셔닝 되었다.

따라서 X축 양의 방향으로 갈수록 분포된 스트라이프 의복 착용자의 이미지 특성은 밝고 활동적인 이미지를 나타내어 dynamic으로, 음의 방향으로 갈수록 이미지가 차분한 이미지를 나타내어 static으로 명명하였다. 또 Y축은 양의 방향으로 갈수록 고명도의 톤조합으로 부드러운 이미지를 나타내어 soft로, 음영 방향으로 갈수록 저명도의 톤조합이나 순색의 색상 콘트라스트 이미지가 포지셔닝 되어 hard로 명명하였다. 문양 방향이 수평인 의복이미지는 X축과 Y축을 중심으로 5개의 그룹으로 분류될 수 있으며 그 특성을 살펴보면 다음과 같다.

그룹 I에 포지셔닝 된 수평 스트라이프의 이미지는 주로 문양 폭이 큰 6.4 cm, 10.0 cm의 노랑/남색과 파랑/주황의 색상 콘트라스트로 구성되어 X축의 양의 방향에 위치한 제 1사분면에 분포되었다. 그룹 II에 포지셔닝 된 이미지는 다양한 문양

폭과 노랑/남색과 파랑/주황의 고명도의 pale 톤이 포함된 명도 콘트라스트와 고명도의 light grayish 톤과 bright 톤이 포함된 채도 콘트라스트로 Y축의 양의 방향에 위치한 제 1사분면에 분포되었다. 그룹 III은 문양 폭이 가장 좁은 1.6 cm의 명도가 낮은 채도 콘트라스트와 문양 폭이 가장 넓은 10.0 cm의 pale/grayish 또는 grayish/pale의 명도 콘트라스트가 X축의 음의 방향과 Y축의 양의 방향에 위치한 제 2사분면에 분포되었다. 그룹 IV는 빨강/청록의 배색이면서 문양 폭은 10.0 cm이고 톤은 dark/light톤의 명도콘트라스트인 이미지와, 역시 문양 폭이 10.0 cm이면서 파랑/주황의 명도가 낮은 deep/grayish톤의 채도 콘트라스트, 노랑/남색의 deep/grayish 또는 grayish/deep톤의 채도 콘트라스트 조합의 이미지가 X축의 음의 방향과 Y축의 음의 방향에 위치한 제 3사분면에 분포되었다. 그룹 V는 빨강/청록의 색상조합만으로 구성되었는데, 1.6 cm, 4.0 cm, 6.4 cm폭의 색상 콘트라스트 조합과 4.0 cm의 명도, 채도 콘트라스트 조합이 분포되어 X축의 양의 방향과 Y축의 음의 방향에 위치한 제 4사분면에 분포되었다.

4.3.2. 수직방향 스트라이프 의복의 포지셔닝

Fig. 2의 수직방향의 포지셔닝은 수평방향과 동일하게 고루 분포되어 있으나 제 3사분면과 제 4사분면에 높은 빈도를 나타내었는데 의복스타일보다는 배색에 따라 포지셔닝 되는 위치가 다르게 나타났다. 문양 방향이 수직인 의복이미지는 X축과 Y축을 중심으로 5개의 그룹으로 분류되었으며 그 특성을 살펴보면 다음과 같다.

그룹 I은 grayish/pale, pale/grayish 톤으로 고명도의 pale 톤이 포함된 명도차가 큰 콘트라스트 배색으로 X축의 중심방

Fig. 2. 수직 방향에 대한 이미지 포지셔닝

향과 Y축의 양의 방향에 위치한 제 1, 2사분면에 분포되었다. 그룹 II는 3가지 색상조합과 다양한 문양 폭이 pale 톤과 grayish 톤의 조합으로 즉, 명도차가 큰 콘트라스트 배색으로 구성되어 제 2사분면과 3사분면 사이에 포지셔닝 되었다. 그룹 III은 6.4 cm 이상의 문양 폭이 넓고 채도차가 큰 즉, grayish 톤과 deep 톤의 조합으로 구성되어 X축과 Y축이 모두 음인 제 3사분면에 포지셔닝 되었다. 그룹 IV는 대체로 빨강/청록으로 색상 차가 큰 배색조합으로 문양 폭에 관계없이 4가지 문양 폭이 모두 포함된 채도차가 큰 배색으로 X축의 중심에 가까운 양의 방향과 Y축의 음의 방향에 위치한 제 4사분면에 포지셔닝 되었다. 그룹 V는 노랑/남색과 파랑/주황의 색상 콘트라스트와 채도 콘트라스트로 bright 톤과 light grayish 톤으로 조합된 자극물로 X 축의 양의 방향과 Y축의 중심에 가까운 음의 방향에 위치한 제 4사분면에 포지셔닝 되었다.

이상의 결과에서 문양 방향별로 포지셔닝 되는 위치는 수평, 수직방향 모두 고루 분포되었으나 수평 방향은 제 1사분면과 제 2사분면의 빈도가 높은 반면에 수직 방향은 대체로 제 3사분면과 제 4사분면의 빈도가 높았다. 문양 폭이 큰 노랑/남색과 파랑/주황의 색상 콘트라스트는 문양 방향이 수평인 경우에는 제 1사분면에, 수직인 경우에는 제 4사분면에 분포되어 문양 방향에 따라 포지셔닝 되는 위치가 다른 반면에, 빨강/청록의 색상조합은 문양 방향에 관계없이 제 4사분면에 분포되어 색상의 영향이 지배적인 것으로 나타났다.

5. 결 론

본 연구는 CAD 시스템을 이용하여 스트라이프 문양방향과

폭, 의복스타일, 색상콘트라스트, 콘트라스트 된 색상조합의 톤을 명도 콘트라스트와 채도 콘트라스트로 변화를 주어 제작한 자극물로, 이것을 20대 여성에게 착상시킬 경우 이미지가 어떻게 달라지는지를 규명한 것이다. 27개의 형용사쌍을 요인분석한 결과 매력성, 활동성, 품위성, 현시성, 운유성 요인으로 5개의 이미지 차원이 도출되었다. 스트라이프 문양 중 수직과 수평을 기준으로 문양 폭을 달리하여 의복스타일에 따른 이미지 차이를 고찰하였다. 스트라이프 문양 의복착용자의 이미지의 유사성을 알아보기 위해 다차원척도법(Multi Dimensional Scaling: MDS)을 실시하고, 각 문양 방향과 문양 폭별로 이미지 포지셔닝의 적합성을 알아보기 위해 Kruskal stress값과 결정계수(RSQ)를 조사하였다.본 연구에 스트라이프 문양별 사용된 5개의 의복단서는 이미지 차원에 따라 그 영향력은 다르게 나타났으며 분석결과는 다음과 같다.

첫째, 스트라이프 문양별 조형성에 따른 이미지 차이를 문양 폭별로 분석한 결과, 문양 폭이 1.6 cm인 경우에는 수평방향의 캐주얼스타일은 운유한 이미지로, 포멀스타일은 현시적인 이미지로 지각되었다. 그러나 수직방향인 경우에는 수평방향에서 나타나지 않았던 매력성, 품위성, 활동성 요인에서 포멀스타일이 긍정적으로 지각되었다. 문양 폭이 4.0 cm인 경우에는 문양방향에 관계없이 포멀스타일이 활동성과 품위성 이미지 연출에 효과적이고, 수평방향인 경우에는 현시성 요인에서, 수직방향인 경우에는 매력성 요인에서 포멀스타일이 긍정적으로 지각되었다. 문양 폭이 6.4 cm인 경우에는 수평문양의 캐주얼스타일은 매력적인 이미지로, 수평방향의 포멀스타일은 활동적이고 현시적인 이미지로, 수직방향의 포멀스타일은 매력적, 활동적, 품위 있는 이미지에 효과적으로 나타났다. 10.0 cm의 문양 폭에서는

문양방향에 관계없이 포털스타일은 현시성 이미지에, 수평방향의 포털스타일은 활동성 이미지에, 수직방향의 포털스타일은 매력성, 품위성 이미지에 효과적이었다.

둘째, 문양방향과 폭별로 이미지 포지셔닝을 살펴본 결과, 같은 배색이라도 수직방향은 딱딱하고 강하며 활동적인 이미지를, 수평방향은 부드럽고 정적인 이미지를 나타내어 문양방향에 따라 포지셔닝 되는 위치가 달라짐을 확인할 수 있었다. 또 포지셔닝 되는 영역은 문양 폭보다는 색상조합이나 톤 배색에 따라 달라졌는데, 특히 빨강/청록의 색상조합보다는 노랑/남색, 파랑/주황의 색상조합, 명도차가 큰 pale/grayish, grayish/pale 톤조합, 채도차가 큰 bright/light grayish 톤조합은 부드럽고 정적인 이미지 영역에, 노랑/남색이나 파랑/주황의 색상조합에 명도차가 큰 light/dark, dark/light 톤조합이나 채도차가 큰 deep/grayish, grayish/deep 톤조합은 딱딱하고 정적인 이미지 영역에 포지셔닝 되었다. 색상콘트라스트 배색은 활동적이거나 딱딱한 이미지 영역에 주로 포지셔닝 되었는데 노랑/남색의 색상조합은 활동적인 영역에, 빨강/주황은 딱딱한 이미지 영역에 포지셔닝 되어 문양방향과 함께 배색조합은 이미지를 결정하는 중요한 단서로 작용됨을 확인할 수 있었다.

이상에서 스트라이프 문양의 의복을 디자인 할 때, 의복스타일, 문양의 방향과 폭, 그리고 콘트라스트 배색 즉 색상, 명도, 채도에 의한 배색은 다양한 이미지 창출에 효과적인 변수임이 입증되었다. 일반적으로 콘트라스트 배색은 너무 강렬해서 일상생활 속에서 연출하기 힘든 배색으로만 인식되어 명도, 채도의 톤 변화를 고려한 실증적인 연구가 미흡하였으나 본 연구에서는 문양 중 가장 기본적이지만 사용빈도가 높은 스트라이프 의복을 색의 3속성을 기준으로 콘트라스트 배색시켜 다양한 이미지 차이를 규명하는데 의의가 있다고 하겠다. 다양한 디자인 요소를 포함하고 있는 스트라이프 문양과 의복이미지 지각에 중요한 변수로 작용하는 의복스타일을 포지셔닝하여 세분화함으로써 여성복의 제품기획이나 디자인 개발을 위한 기초 자료로 활용이 가능하다는 점에서 의의가 있다고 하겠다.

그러나 문양방향은 수평과 수직으로, 문양 폭은 문양과 바탕을 1:1 비율로 통제하고, 배색 방법도 2색 배색으로 제한하고, 의복스타일은 2가지 스타일로 착용자의 얼굴과 체형은 통제되어 본 연구의 결과를 일반화 하는데 제한사항이 있을 수 있다. 따라서 후속연구에서는 콘트라스트 배색에 따른 스트라이프 의복착용자의 이미지와 조형성을 다각도로 연구하기 위해 여성 피험자뿐만 아니라 남성 피험자도 포함시켜 본 연구에서 다루지 못한 다양한 의복스타일과 문양방향, 그리고 3색 이상의 멀티 컬러배색, 문양과 바탕의 다양한 간격 비율을 포함시킨다면 보다 의미 있는 결과를 얻을 수 있을 것이다.

참고문헌

강승희, 이명희. (2008). 제킷 스타일과 색, 셔츠 스타일이 남성의 이

- 미지 지각에 미치는 영향. *한국복식학회지*, 58(1), 33-44.
- 강혜원. (2002). *의상사회심리학*. 서울: 교문사, pp. 59-82.
- 김주은. (2001). *의상 디자인 줄무늬 연구, 20세기 이후 서양 여성패션을 중심으로*. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김혜수. (2003). *스트라이프에 내재된 리듬특성과 복식디자인을 위한 자원화 방법 연구*. 연세대학교 대학원 박사학위논문.
- 김혜수, 김영인. (2004). 자연물에 나타난 스트라이프의 선과 색채에 의한 리듬 특성. *한국색채학회지*, 18(1), 45-56.
- 문주영, 강경자. (2003). 상·하의 배색과 하의형태가 인상형성에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 27(1), 111-122.
- 문주영, 강경자. (2006). 상의 스트라이프의 방향, 폭, 색상대비가 인상형성에 미치는 영향. *한국상디자인학회지*, 8(3), 1-15.
- 서의훈. (2002). *SPSS통계분석*. 서울: 자유아카데미.
- 설화정, 박희숙, 홍경희. (2003). 수직 스트라이프 패턴의 디자인 요소와 감성의 관계 연구. *충남생활과학연구지*, 16(1), 1-15.
- 은숙, 박재옥. (2008). 여성 정장과 캐주얼 브랜드에 나타난 의복이미지 연구. *한국의류학회지*, 32(4), 630-640.
- 이경희, 윤정혜, 박정순. (1990). 원피스 드레스의 줄무늬 시각효과에 관한 연구. *한국의류학회지*, 14(4), 314-323.
- 이영진, 정혜진, 박희주, 이주현, 조길수. (2002). 블록 스트라이프 패턴의 디자인 요소가 감성에 미치는 영향. *한국감성과학회지*, 5(3), 21-28.
- 이은영. (1983). *복식의장학*. 서울: 교문사, p. 200.
- 이인자, 이경희, 신호정. (2003). *의상심리*. 서울: 교문사, pp. 80-81.
- 이호정. (1999). *패션디자인*. 교학연구사, p. 132.
- 정해선, 강경자. (2004). 헤어스타일·길이와 모자유형이 인상형성에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 28(3/4), 460-471.
- 조정미. (2005). 20대 여성 상의의 착용 색채 변화에 대한 비교 분석, 1998년과 2004년을 대상으로. *한국의류학회지*, 29(5), 680-691.
- 차미승. (1992). *의복형태와 색채이미지의 시각적 평가와 분석*. 부산대학교 대학원 석사학위 논문.
- 최용석. (1995). *SAS 다차원 척도법*. 서울: 자유아카데미.
- 팽숙경, 강경자. (2005). 착용자의 체형과 의복유형, 무채색 톤조합이 인상형성에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 29(9/10), 1207-1218.
- 한국표준채위예비조사. (2003, 5). *사이즈코리아*. 자료검색일 2005, 5, 30, 자료출처 <http://www.sizekorea.kats.go.kr>
- 居宿昌義, 田中佳子(1982). *염직디자인의 기법*. (이신재 역). 서울: 세진사. (원저 1989 출판)
- Davis, M. L. (1987). *Visual Design in Dress*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., pp. 209-218.
- Pastoureau, M. (2003). *악마의 무늬 스트라이프* (강주현 역). 서울: 이마고출판사. (원저 2002 출판)
- Mitsu, N. (1991). An Image Technology Expert System and Its Application to Design Consulting. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 3(3),
- Season's fashion trend. (2005~2009). *인터패션플래닝*. 자료검색일 2009, 10, 5, 자료출처 <http://www.ifp.co.kr>
- 08 S/S Trend Seminar. (2007, 11, 30). *말콤브릿지*. 자료검색일 2009, 10, 7, 자료출처 <http://www.malcom.co.kr>

(2009년 9월 11일 접수/ 2009년 10월 12일 1차 수정/
2009년 11월 2일 2차 수정/ 2009년 11월 2일 게재확정)