

개인 이미지에 따른 맞춤형 넥타이 개발

- 넥타이 디자인의 특징 및 직업군과의 연결 -

Development of Custom Necktie According to Personal Image

- Characteristic of Necktie Design & Connecting to Job -

홍지원(Hong jeewon)

인덕대학교 시각디자인과 교수

홍지원피아이(주) CEO

1. 서론

- 1-1 연구주제 및 목적
- 1-2 연구방법

2. 남성 이미지 분류 및 직업과의 연결

- 2-1 남성 이미지 분류
- 2-2 직업에 따른 필요한 남성 이미지

3. 남성 이미지에 따른 넥타이 디자인의 평가

- 3-1 넥타이 디자인의 선정
- 3-2 넥타이 디자인 평가를 위한 측정도구 및 방법
- 3-3 넥타이 디자인 평가 결과

4. 결론

참고문헌

(요약)

개인 이미지를 결정하는데 큰 역할을 하는 것은 첫인상으로, 남성의 옷차림에서 상대방 눈 다음으로 시선이 바로 머무르는 곳은 바로 수트의 브이 존(v zone)이다. 따라서 남성의 이미지를 전달하는 데에 넥타이가 순간적으로 강한 영향력을 미치게 된다.

본 연구에서는 남성 이미지 표현에 중요한 역할을 담당하는 넥타이를 소재로 하여, 남성의 이미지를 몇 가지 요인으로 분류하고 이를 표현할 수 있는 넥타이의 디자인적 특징에 대하여 고찰하고 이를 설문조사를 통해 시각적으로 평가하였다.

그 결과, 남성의 이미지는 매력성과 능력성의 2개의 축으로 독특성, 사교성, 온유성, 주목성, 역동성/활동성, 신뢰성의 6가지 요인으로 분류하였으며, 각 이미지에 적합한 넥타이 디자인의 특징을 제시하였다. 또한 각 이미지를 분류된 6개의 직업군과 연결시킴으로써 직업군에 어울리는 넥타이 디자인의 특징을 제시하였다.

이상의 결과를 넥타이 판매에 활용한다면 소비자들은 손쉽게 자신의 기호, 상황, 직업과 관련하여 적합한 이미지를 표현할 수 있는 넥타이를 선택할 수 있을 것이며 또한, 이를 통해 보다 나은 이미지를 구축할 수 있을 것이다.

(Abstract)

The first impression of people plays a crucial role in deciding personal image. Except for the eyes, the V zone of a suit attracts people's attention most. Therefore, a necktie has an instant and strong influence in delivering the image of a man.

This research divided images of men into several factors based on necktie that plays an important role in expressing men's images. Furthermore, this research inquired into characteristics of necktie designs that can express men's images. And this research presented visually through surveys.

As a result, men's images were divided into six factors of uniqueness, sociality, generosity, notability, activeness & vitality and reliability with two axes of attractiveness and capability. Afterwards, the characteristic of necktie designs suitable for each image was presented. Furthermore, the characteristic of necktie designs suitable for jobs classification was presented by relating each image to six job classifications.

Applying these facts into necktie sales, consumers will be able to choose their neckties that can express proper images according to their tastes, situations and jobs. Furthermore, consumers will be able to establish better image for themselves.

(Keyword)

personal image, characteristic necktie design

1. 서론

1-1 연구주제 및 목적

본 연구에서는 남성 이미지 표현에 중요한 역할을 담당하는 넥타이를 소재로 하여, 남성의 이미지를 몇 가지 요인으로 분류하고, 각 이미지 요인을 표현할 수 있는 넥타이의 디자인적 특징을 고찰하고자 하였다. 또한, 이때 각 이미지를 직업과 연결시킴으로써 직업에 적합한 넥타이 디자인의 특징을 제시하고자 하였다.

최근 보수적인 남성 이미지부터 캐주얼, 로맨틱까지 남성 패션 이미지가 다양화되고 있으나, 여전히 남성의 정장 차림은 시대를 초월하는 미적 가치를 지니고 있으며, 넥타이는 보편적인 정장 차림의 셔츠와 수트에, 변화를 줄 수 있는 요소로 여겨지고 있다. 또한 넥타이는 화려하고 풍요로운 감각 등 심미성을 더해줌과 개인이 표현하고자 하는 이미지를 표현해주는 중요한 아이템이라고 할 수 있다.

따라서 남성의 이미지를 전달하는 데에 넥타이가 순간적으로 강한 영향력을 미치게 된다).

그러나 현재 시중에 나와 있는 넥타이는, 넥타이를 통해서 표현하고자 하는 개인의 이미지에 대한 적절한 분류없이 단지 넥타이 자체만으로 디자인되어 판매되고 있어서 소비자들이 자신이 원하는 이미지를 표현하기 위해 적절한 넥타이를 선택하는데는 어려움이 많다. 따라서 체계적인 개인 이미지 분류하에, 각 이미지 컨셉에 맞는 넥타이를 디자인하고 생산함으로써 소비자들이 직업 또는 상황 등과 관련하여 적절하게 자기 이미지를 표현할 수 있게 하며 또한, 필요한 넥타이의 선택을 용이하게 할 필요가 있다.

1-2 연구방법

본 연구는 다음과 같은 단계로 진행되었다.

단계1. 우선 자료조사와 자유기술식 사전 연구를 통하여 넥타이를 통해 표현될 수 있는 남성의 이미지를 분류하고, 직업과 관련하여 분류된 각 이미지를 포지셔닝하였다.

자유 기술식 사전 연구를 위하여 의류학과와 시각디자인과 대학원생과 교수 10명에게 남성 이미지에 대하여 기술하게 하였다.

단계2. 다음으로 이상에서 분류된 각 이미지를 표현하는 대표적 넥타이 디자인의 특징을 고찰하기 위하여, 자료조사를 통해 각 이미지를 나타내는 넥타이 디자인을 선정하였으며 이 디자인으로 남성 수트상의 브이 존(V-Zone) 자극물을 작성하여 넥타이가 표현하는 이미지에 대한 객관적 평가를 실시하였다.

평가는 각 자극물에 대해 7점 척도로 평가하게 하였으며 SPSS PC+를 이용하여 평균분석 및 일원분산분석과 던컨테스트 등의 통계분석을 실시하여 넥타이 디자인에 따른 각 이미지의 시각적 평가의 차이를 검증하였다.

피험자는 시각디자인학과 의류학 전공자 235명으로 하였으며 조사시간은 2002년 10월 ~11월이었다.

1) 타이콘 패션 연구소, 남자의 옷 이야기 I - 정장편, 시공사, 141, (2000).

2. 남성 이미지 분류 및 직업과의 연결

2-1 남성 이미지 분류

임지영²⁾은 남성의 양복색과 넥타이배색, 넥타이무늬에 의한 남성복의 이미지는 매력성요인, 능력성요인, 독특성요인, 운유성요인의 4개 요인으로 구성되며 이들 요인 중에서 매력성요인, 능력성요인이 중요한 차원으로 나타났다고 하였다.

김철순, 이훈자³⁾는 남성복 이미지를 사교적, 외모 및 매력적, 역동적차원으로 구분하였다. 또한 표유경, 이명희⁴⁾는 선행연구와 자유기술식 사전 연구를 통해 이미지 평가와 관련된 남성적, 능력, 활동성, 선호 및 평가, 현시성 차원을 선정하였다. 이상에서 남성복 이미지로 매력성, 능력성, 독특성, 운유성, 사교성, 활동성요인을 추출할 수 있다.

또한 자유기술식 사전 연구 결과, 신뢰성요인이 추가로 추출되었으며 역시, 매력성과 능력성요인이 중요한 차원으로 나타났다.

이상의 남성 이미지에 대한 선행연구와 자유 기술식 사전 연구를 통해서, 본 연구에서는 남성의 이미지를 매력성과 능력성의 2가지 차원을 기준으로 독특성, 사교성, 운유성, 주목성, 역동성/활동성, 신뢰성의 6가지 하부 요인을 추출하여 포지셔닝 하였다(그림1).

이때 매력성과 능력성 등의 평가 기준은 실제로 남성이 가지고 있는 매력과 능력 등에 대한 평가가 아니라 이미지로 나타나는 표현도이다. 따라서 매력성은 성적매력 표현과 인간적 매력 표현 정도로 표시하였으며 능력성은 가시적 표현과 내재적 표현 정도로 표시하였다.

다음에 제시한 각 이미지를 대표하는 형용사는 서울, 경기지역의 시각디자인과 의류 전공 150명을 대상으로 한 설문 조사 결과, 20번 이상 표현된 형용사들이다.

- 독특성 능력의 가시적 표현 정도가 낮고 매력의 성적 표현 정도가 큰 이미지로, 이 이미지를 나타내는 대표적인 형용사는 튀는, 개성있는, 특이한, 화려한 등이다.
- 사교성 능력의 가시적 표현 정도가 낮고 성적 매력과 인간적 매력이 모두 표현되어야 하는 이미지로, 이 이미지를 나타내는 대표적인 형용사는 친근한, 밝은, 재미있는 등이다.
- 운유성 능력의 가시적 표현 정도가 낮고 매력의 인간적 표현 정도가 큰 이미지로, 이 이미지를 나타내는 대표적인 형용사는 편안한, 무난한, 부드러운, 포근한 등이다.
- 주목성 능력의 가시적 표현 정도가 크고 매력의 성적 표현 정도가 큰 이미지로, 이 이미지를 나타내는 대표적인 형용사는 확실한, 압도하는, 기억에 남는 등이다.
- 역동성/활동성 능력의 가시적 표현 정도가 크고 성적 매력과 인간적 매력이 모두 표현되어야 하는 이미지로, 이 이미지를 나타내는 대표적인 형용사는 적극적인, 능동적인, 활발한

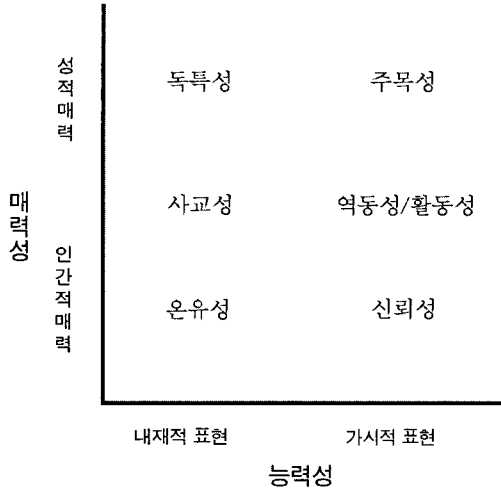
2) 임지영, 넥타이 무늬와 양복과의 배색에 따른 남성복 이미지의 시각적 평가, 경성대학 석사학위논문, (1996).

3) 김철순, 이훈자, 진의류 마케팅 전략을 위한 데이터 베이스 구축에 관한 연구, 한국의류학회지, 22(4), 503 ~ 514, (1998).

4) 표유경, 이명희, 야구 유니폼의 이미지 평가에 관한 연구, 한국의류학회지, 50(8), 12, (2000).

등이다.

- 신뢰성 능력의 가시적 표현 정도가 크고 매력의 인간적 표현 정도가 큰 이미지로, 이 이미지를 나타내는 대표적인 형용사는 청렴한, 유능한, 믿음직스러운 등이다.



[그림 1] 넥타이를 통해 표현되는 남성 이미지 포지셔닝

2-2 직업에 따른 필요한 남성 이미지

위에서 분류한 남성 이미지를 직업과 연결시키기 위하여 먼저 넥타이 작용이 빈번한 직업을 분류하였다. 직업 분류는 한국표준직업분류⁵⁾를 참고하였다. 우선, 직업은 크게 개인 그 자체가 비즈니스, 개인대 다수의 비즈니스, 개인대 개인의 비즈니스, 일반적 비즈니스 네 개의 군단으로 나누고 각 직업군에 속하는 세부직업을 분류해 보면 다음과 같다.

개인 그 자체가 비즈니스인 경우는, 스포츠맨, 연예인, 프리랜서 등의 직업군과 외교관, 딜러, 세일즈맨 등의 직업군이 이에 속하며, 개인대 개인의 비즈니스인 경우는 기자, 의사, 한의사, 변호사, 컨설턴트 등의 직업군, 개인대 다수의 비즈니스인 경우는 교수, 강사, 정치인 등의 직업군 등이 이에 속한다. 일반적 비즈니스인 경우는 외교관, 국제마케터 등의 직업군과 정치인, 고위공무원, 기업 고위임원 등의 직업군이 이에 속한다. 다른 직업군도 물론 상황에 따라서 다양한 이미지를 표현할 필요가 있지만 가장 중요한 업무를 기준으로 했을 때, 외교관의 경우는 그 특성상 대외적 업무와 대내적 업무 수행을 고려하여, 정치인의 경우는 국민을 대상으로 하였을 때와 국경영무를 수행할 때를 구분하여 두 직업군에 포함시켰다.

직업별로 바람직한 이미지는 공무원의 경우 신뢰감, 청결한 인상, 언론

이상의 6가지 직업군에서 필요한 남성 이미지를 분류해 보면 다음과 같다.

- 스포츠맨, 연예인, 프리랜서 등의 직업군 독특성이 넥타이를 통해서 표현되어야 하는 이미지이다.
- 외교관, 딜러, 세일즈맨 등의 직업군 사교성이 넥타이를

5) 한국표준직업분류, 통계청, (2000).

통해서 표현되어야 하는 이미지이다.

- 기자, 의사, 변호사, 컨설턴트 등의 직업군 온유성이 넥타이를 통해서 표현되어야 하는 이미지이다.
- 교사, 강사, 정치인 등의 직업군 주목성이 넥타이를 통해서 표현되어야 하는 이미지이다.
- 국제마케터, 외교관 등의 직업군 역동성/활동성이 넥타이를 통해서 표현되어야 하는 이미지이다.
- 정치인, 고위공무원, 기업 고위임원 등의 직업군 신뢰성이 넥타이를 통해서 표현되어야 하는 이미지이다.

3. 남성 이미지에 따른 넥타이 디자인의 평가

이상에서 분류된 각 이미지를 표현하는 대표적 넥타이 디자인의 특징을 고찰하기 위하여, 자료조사를 통해 각 이미지를 나타내는 넥타이 디자인을 선정하고 이 디자인으로 남성 수트상의 브이 존(V-Zone) 자극물을 작성하여 넥타이가 표현하는 이미지에 대한 객관적 평가를 실시한 결과는 다음과 같다.

3-1 넥타이 디자인의 선정

남성복에 있어 넥타이는 즉각적이고 두드러지게 눈에 띄므로 착용자의 태도나 지위를 나타내는데 중요한 부분이 되고 넥타이의 무늬나 색, 수트와의 배색이 의복의 이미지에 영향을 미친다. 따라서 이에 대한 고찰을 통하여 각 이미지를 표현하는 넥타이 디자인을 선정하면 다음과 같다.

(1) 넥타이 무늬에 관한 고찰

넥타이 무늬는 일반적으로, 자연물(플로랄·애니멀·풍경무늬 등)과 인공물의 있는 그대로의 모습을 시각화시킨 사실 무늬, 자연물·인공물을 알아볼 수 있는 범위 안에서 단순화시킨 약화 무늬(페이즐리 무늬 등), 인간의 상상력에 의해 생겨난 무한히 자유로운 형태의 추상 무늬, 추상 무늬의 특별한 종류로, 도트·스트라이프·체크무늬 등의 기하학적 무늬로 분류될 수 있다. 이상의 분류를 기초로 하여 많이 사용되고 있는 넥타이 무늬를 분류해 보면 다음과 같다.

- 플로랄(Floral) : 꽃무늬를 사용한 디자인 패턴을 일컫는 말이다. 크고 다이내믹한 경우 독특한 이미지를 준다.
- 페이즐리(Paisley) : 마치 울챙이와 같은 곡목모양을 한 아이비의 대표적인 프린트 패턴의 하나로, 부드럽고 로맨틱한 인상을 준다.
- 도트(Dot) : 물방울처럼 동글동글한 무늬를 이루는 것을 총칭한다. 핀도트, 그보다 조금 큰 것을 폴카도트 등 크기에 따라 호칭이 다르며 크고 작은 물방울을 조합하여 같은 동그라미라도 변형된 느낌을 주는 것을 샤프도트라고 한다. 샤프도트의 경우는 활동적인 이미지를 준다.
- 스트라이프(Stripe) : 사선 줄무늬로 다양한 형태가 있으며 도시적이고 이지적이며 세련된 느낌을 준다. 스트라이프의 굵기에 따라 헤어라인(Hairline), 펜슬(Pencil), 초크(Chalk) 스

트라이프 등이 있다. 그밖에 블록(Block) 스트라이프, 더블바(Double-bar) 스트라이프, 레지멘탈(Regimental) 스트라이프 등이 있다. 스트라이프는 신뢰감을 준다.

- 체크(Check) : 체크 무늬가 들어 간 것으로 글렌(Glen) 체크와 태터솔(Tattersall) 등이 있다. 차분하면서 감각적인 느낌을 준다.

- 크레스트(Crest) : 가문이나 특정단체의 문장을 무늬로 한 트래디셔널 룩의 대표적인 디자인이다.

- 로얄크레스트(Royal Crest) : 크레스트 무늬와 스트라이프를 조합한 것으로, 중후한 이미지를 줄 수 있으며 트래디셔널한 스타일의 타이이다.

- 아트워크(Art Work) : 예술 작품을 이용한 디자인으로 독특한 이미지를 표현한다.

- 캐릭터(Character) : 동·식물 또는 사람의 캐릭터 등을 이용한 디자인이다. 자신의 캐릭터를 이용한 넥타이의 경우는 독특한 개인의 개성을 표현해 줄 수 있다.

- 올오버(All-over) : 넥타이 전체에 같은 패턴 무늬가 반복해서 사용된 것으로 온유한 느낌을 준다.

- 무지(Solid) : 무지, 단색 무지 외에 표면효과를 낸 것이나 무지처럼 보이지만 가까이서 보면 작은 무늬가 있는 것도 있다.

(2) 넥타이의 색, 무늬와 이미지와의 관계

선행연구에 의하면, 빨강색은 강한, 따뜻한, 화려한, 발랄한, 정열적 이미지로 지각되었으며⁶⁾ 또한 능력 있음, 호의적, 활동적으로 지각되었고⁷⁾, 적벽돌색 의복은 사교적 차원에서 긍정적으로 평가되었다⁸⁾.

남색은 강한, 냉정한, 남성적인, 침착한, 어두운 이미지로 지각되었고⁹⁾, 능력 있고 활동적인 사람으로 지각되었으며¹⁰⁾ 더 지적이고 예의 바르게 보였다¹¹⁾.

임지영¹²⁾은 매력적 이미지는 양복과 넥타이색의 배색에 상관 없이 무늬만이 영향을 미치며, 추상·체크 무늬의 넥타이가 효과적이며 무지가 가장 효과가 적다고 하였다. 또한, 능력있

6) 유경숙, 티셔츠색 선호 외모만족도와 외향성과의 관계 - 남녀 고등학생과 대학생을 중심으로, 한국복식학회지, 28, 75~86, (1996).

7) 이명희, 강승희, 장신구와 재킷 색이 여성의 인상에 미치는 영향, 한국의류학회지, 22(8), 1111~1121, (1998).

8) 이향미, 김재숙, 남자 고등학교 교사의 인상형성에 미치는 의복 격식차별, 색 및 맥락의 영향, 한국의류학회지, 22(3), 312~320, (1998).

9) 유경숙, 1996, op., cit.

10) 이주현, 의복단서가 인상형성에 미치는 영향, 연세대학교 박사학위논문, (1990).

11) 이혜숙, 김재숙, 복식색과 색조합의 이미지 조합, 한국의류학회지, 22(5), 597~606, (1998).

12) 임지영, 1996, op., cit.

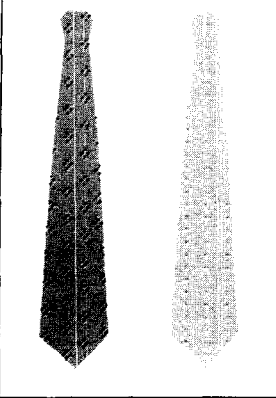

는 이미지는 양복색과 유사한 배색의 스트라이프·페이즐리·체크무늬의 넥타이를 착용하는 것이 효과적이고 독특한 이미지는 베이지색의 양복에 대비된 색으로 추상무늬·플로랄무늬가 효과적이며 온유한 이미지는 감색양복에 대비색, 베이지양복에 유사색 넥타이가 효과적이라고 하였다.

(3) 넥타이 디자인의 선정

이상의 선행연구와 문헌을 참고하여 이미지에 따른 넥타이의 디자인적 특징을 정리하고 이를 대표하는 넥타이 디자인을 제시하면 다음과 같다(그림 2).

독특성 이미지	주목성 이미지
	
<ul style="list-style-type: none"> · 자유로운 패턴, 자신의 아이덴티티를 나타내는 패턴 · 파스텔색이나 화려하고 대담한 다이나믹한 색상 · 고명도 고채도, 저명도 저채도의 색상군 	<ul style="list-style-type: none"> · 레지멘탈·로얄 크레스트 등의 포인트를 주는 패턴 · 보색대비로 포인트 부여 · 고명도 고채도의 색상군
사교성 이미지	역동성/활동성 이미지
	
<ul style="list-style-type: none"> · 배색감이 어울어진 올오버나 페이즐리의 패턴 · 배색과 대비 이용 · 난색계열로 고명도 중채도 색상군 	<ul style="list-style-type: none"> · 배색이 강한 스트라이프·도트 등의 생동감 있는 패턴 · 보색과 면적대비 이용 · 난색계열로 중명도 고채도의 색상군

[그림 2] 남성 이미지에 따른 넥타이 디자인

온유성 이미지	신뢰성 이미지
	
<ul style="list-style-type: none"> · 배색이 약한 울오버·기하학 무늬 등의 패턴 · 파스텔톤 색상 등 온화하며 편안하고 부드러운 색상 · 난색계열로 고명도 저채도의 색상 	<ul style="list-style-type: none"> · 스트라이프·체크무늬, 무지 등의 패턴 · 단조로운 모노톤의 세련된 색상 · 한색계열로 증명도 중채도의 색상

[그림 2] 남성 이미지에 따른 넥타이 디자인(계속)

3-2 넥타이 디자인 평가를 위한 측정도구 및 방법

넥타이 디자인의 이미지에 대한 객관적 평가를 위하여 자극물로 수트의 바이존(V-zone)을 Adobe Illustrator와 Photoshop 프로그램을 이용하여 작성하였다.

넥타이와 수트와의 배색이 의복의 이미지에 영향을 미치므로 선행연구를 참고하여 수트의 색상을 정하였으며 앞에서 선정된 2개씩의 넥타이 디자인 중 하나씩을 이용하여 6개의 수트의 바이존 자극물을 완성하였다.

Molloy¹³⁾와 Hix¹⁴⁾는 성공을 위한 의복으로서 정장의 색은 감색(곤색) 계열이 가장 좋고 옅은 색보다 짙은 색이 효과적이라고 하였다.

또한 이은미¹⁵⁾는 베이지색은 더 부드럽고 따뜻하고 권위적이지 않게 지각되고 감색 정장의 경우 유사색 넥타이가 대비색 넥타이보다 더 개성적이고 활동적으로 지각된 반면, 베이지색 정장에서는 대비색 넥타이가 더 개성적이고 활동적인 것이라고 하였다. 임지영¹⁶⁾은 능력있는 이미지는 양복색과 유사한 배색의 넥타이를 착용하는 것이 효과적이고 독특한 이미지는 베이지색의 양복에 대비된 색이 효과적이며 온유한 이미지는 감색양복에 대비색, 베이지 양복에 유사색 넥타이가 효과적이라고 하였다.

따라서 능력의 가시적 표현도가 높은 주목성, 역동성/활동성, 신뢰성의 이미지의 수트 색상은 감색 계열(C100% M75%

Y19% K40%)로, 능력의 가시적 표현도가 낮은 독특성, 사교성, 온유성의 이미지의 수트 색상은 베이지색 계열(각각 C% M13% Y25%, C10% M36% Y62%, C10% M36% Y62% K31%)로 하였다. 또한, 역동성/활동성, 신뢰성, 온유성의 경우는 정장의 색에 따른 유사색과 주목성, 독특성, 사교성은 대비색으로 조작하였다.

본 조사에 사용된 자극물은 [그림 3]과 같으며, 6개의 자극물에 대해 이미지를 나타내는 6개의 형용사로 평가하게 하였다.

넥타이 디자인에 따른 각 이미지의 시각적 평가의 차이를 검증하기 위하여 평균분석 및 일원분산분석과 던컨테스트를 실시하였다.



[그림 3] 본 조사에 사용된 자극물

3-3 넥타이 디자인 평가 결과

넥타이 디자인 자극물에 따른 이미지의 시각적 차이를 평가하기 위하여 평균분석 및 일원분산분석과 던컨테스트를 실시한 결과는 다음과 같다(표1).

평가에서 전혀 그렇지 않다는 0점, 매우 그렇다는 6점을 부여하였다.

평균분석 결과 자극물1은 6가지 이미지에 대한 평가 점수 중에서 독특성 이미지 점수가 가장 높게 나타났으며 각 이미지별 일원분산분석과 던컨테스트 결과 역시, 자극물1이 독특성 이미지 평가 점수가 가장 높은 집단으로 나타나 자극물1이 독특성 이미지로 평가되었다.

자극물2는 6가지 이미지에 대한 평가 점수 중에서 사교성 이미지 점수가 가장 높게 나타났으며 각 이미지별 일원분산분석과 던컨테스트 결과 역시, 자극물2가 사교성 이미지 평가 점수가 가장 높은 집단으로 나타나 자극물2는 사교성 이미지로 평가되었다.

13) Molloy, J.T., Dress for Success, N.Y., Warner Book, Inc, (1978).

14) Hix, C., Dressing Right, A Guide For Men, N.Y., Crown Publishers, (1978).

15) 이은미, 남성 정장착용자의 연령 및 의복 단서가 인상 형성에 미치는 영향, 연세대학교 석사학위논문, (1993).

16) 임지영, 1996, op., cit.

자극물3은 6가지 이미지에 대한 평가 점수 중에서 온유성 이미지 점수가 가장 높게 나타났으며 각 이미지별 일원분산분석과 던컨테스트 결과 역시, 자극물3이 온유성 이미지 평가 점수가 가장 높은 집단으로 나타나 자극물3이 온유성 이미지로 평가되었다.

자극물4는 6가지 이미지에 대한 평가 점수 중에서 주목성 이미지 점수가 가장 높게 나타났으며 각 이미지별 일원분산분석과 던컨테스트 결과 역시, 자극물4가 주목성 이미지 평가 점수가 가장 높은 집단으로 나타나 자극물4는 주목성 이미지로 평가되었다.

자극물5는 6가지 이미지에 대한 평가 점수 중에서 역동성/활동성 이미지 점수가 가장 높게 나타났으며 각 이미지별 일원분산분석과 던컨테스트 결과 역시, 자극물5가 역동성/활동성 이미지 평가 점수가 가장 높은 집단으로 나타나 자극물5는 역동성/활동성 이미지로 평가되었다.

자극물6은 6가지 이미지에 대한 평가 점수 중에서 신뢰성 이미지 점수가 가장 높게 나타났으며 각 이미지별 일원분산분석과 던컨테스트 결과 역시, 자극물6이 신뢰성 이미지 평가 점수가 가장 높은 집단으로 나타나 자극물6은 신뢰성 이미지로 평가되었다.

또한 독특성 이미지를 나타내는 자극물로 자극물1 다음으로 주목성 이미지로 가장 높게 평가된 자극물4가 나타나 독특성 이미지와 주목성 이미지가 유사한 것으로 평가되었다. 온유성 이미지의 경우는 자극물3 다음으로 신뢰성 이미지로 가장 높게 평가된 자극물6의 평가 점수가 높게 나타나 온유성 이미지와 신뢰성 이미지가 유사한 것으로 평가되었다. 독특성과 주목성 이미지, 온유성과 신뢰성 이미지는 매력성을 기준으로 한 분류에서 각각 성적 매력과 인간적 매력을 나타내는 이미지군으로 넥타이에 대한 이미지 평가에서 유사한 평가점수를 받았다.

4. 결론

본 연구에서는 남성 이미지 표현에 중요한 역할을 담당하는 넥타이를 소재로 하여, 남성의 이미지를 몇 가지 요인으로 분류하고 이를 직업과 연결하여 포지셔닝하였다. 또한 설문조사를 통한 시각적 평가를 실시하여 각 이미지를 표현할 수 있는 넥타이 디자인의 특징을 고찰하였다(그림 1).

그 결과, 남성의 이미지는 매력성과 능력성의 2개의 축으로 독특성, 사교성, 온유성, 주목성, 역동성/활동성, 신뢰성의 6가지 요인으로 분류되었으며 다음의 특징을 나타내었다.

독특성 이미지는 능력의 가시적 표현 정도가 낮고 매력의 성적 표현 정도가 큰 이미지로, 스포츠맨, 연예인, 프리랜서 등의 개인 그 자체가 비즈니스인 직업군에서 넥타이를 통해서 표현되어야 하는 이미지이다. 독특성 이미지를 나타내는 넥타이는 무지·도트·플로럴의 크고ダイナミック한 패턴과 색상을 자유롭게 표현하여 시선을 한눈에 끌 수 있는 디자인이다. 자신의 캐릭터 또는 사진을 이용한 패턴 등 자신만의 아이덴티티를 나타낼 수 있는 자신만의 유일무이한 패턴이며, 색상 또한 파스텔이나 화려하고 대담한 색상들이다. 색상은 고명도 고채도나 저명도 저채도의 색상군을 사용한다.

사교성 이미지는 능력의 가시적 표현 정도가 낮고 성적 매력과 인간적 매력이 모두 표현되어야 하는 이미지로, 외교관, 세일즈맨 등의 일대일 비즈니스 직업군에서 넥타이를 통해서 표현되어야 하는 이미지이다. 사교성 이미지를 나타내는 넥타이는 배색감이 잘 어우러진 올오버·페이즐리 패턴 등 친근하고 익숙한 패턴들이며, 배색과 대비를 이용하여 사교성 느낌을 줄 수 있다. 로맨틱한 색상을 사용하고 난색계열로 고명도 중채도 색상군이다.

온유성 이미지는 능력의 가시적 표현 정도가 낮고 매력의 인간적 표현 정도가 큰 이미지로, 기자, 의사, 변호사, 컨설턴트 등의 일대일 비즈니스 직업군에서 넥타이를 통해서 표현되어야 하는 이미지이다. 온유성 이미지를 나타내는 넥타이는 배색이 약한 올오버·기하학 패턴으로 칼라와 패턴이 은화하여 편안함과 부드러움을 느낄 수 있다. 난색계열로 고명도 저채도 색상군이다.

주목성 이미지는 능력의 가시적 표현 정도가 크고 매력의 성적 표현 정도가 큰 이미지로, 교사, 강사, 정치인 등의 일대대수 비즈니스 직업군은 주목성이 넥타이를 통해서 표현되어야 하는 이미지이다. 주목성 이미지를 나타내는 넥타이는 레지멘탈·로얄 크레스트 패턴을 포인트로 전체적으로 심플하게 절제하면서 시선을 한눈에 끌 수 있어야 한다. 강렬함을 느낄 수 있도록 보색대비 몇 색으로 포인트를 준다. 고명도 고채도의 색상군을 사용한다.

역동성/활동성 이미지는 능력의 가시적 표현 정도가 크고 성적 매력과 인간적 매력이 모두 표현되어야 하는 이미지로, 국제마케터, 외교관, 기업 고위임원 등의 일반적 비즈니스 직업군에서 넥타이를 통해서 표현되어야 하는 이미지이다. 역동

[표1] 각 자극물에 대한 이미지 평가 일원분산분석 결과

자극물	이미지	독특성	사교성	온유성	주목성	활동성	신뢰성
		평균	3.11	1.80	4.45	3.74	1.67
자극물1	평균	5.09	3.11	1.80	4.45	3.74	1.67
	표준편차	1.09	1.12	1.10	0.94	1.09	0.97
자극물2	평균	3.32	4.20	2.22	3.45	3.77	2.30
	표준편차	1.01	1.01	1.02	1.11	1.03	0.98
자극물3	평균	1.25	2.48	4.57	1.52	1.43	4.04
	표준편차	0.89	1.08	1.03	0.79	0.72	0.83
자극물4	평균	4.66	3.20	1.14	5.08	4.02	2.11
	표준편차	0.73	1.18	0.99	0.61	0.94	1.00
자극물5	평균	4.03	3.08	1.73	4.11	4.53	2.02
	표준편차	0.91	0.94	0.71	0.86	0.87	0.87
자극물6	평균	1.71	3.22	3.26	2.30	3.00	4.66
	표준편차	0.99	1.06	0.92	1.01	1.24	1.06
F값		233.9***	22.6***	110.9***	202.0***	114.0***	135.9***

*** p<0.001 유의수준

알파벳은 던컨테스트 결과, 다른 집단으로 나타난 (A>B>C>D>E>F)

성/활동성 이미지를 나타내는 넥타이는 배색이 강한 스트라이프나 도트 무늬로 변하는 크기의 반복적 무늬로 활동성을 느낄 수 있다. 색상의 대조가 강한 배색이면서 보색이나 면적 대비를 통해 활동성 느낌을 줄 수 있으며, 증명도 고채도의 색상군을 사용한다.

신뢰성 이미지는 능력의 가시적 표현 정도가 크고 매력의 인간적 표현 정도가 큰 이미지로, 정치인, 고위공무원, 기업고위 임원 등의 일반적 비즈니스 직업군에서 넥타이를 통해서 표현되어야 하는 이미지이다. 신뢰성 이미지를 나타내는 넥타이는 스트라이프·체크 패턴, 무지 등의 넥타이로 색상은 단조롭고 모노톤을 사용하면서 세련됨을 느낄 수 있어야 한다. 한색계열로 증명도 중채도 색상군이다.

이상의 결과를 넥타이 판매에 활용한다면 소비자들은 쉽게 자신의 직업과 관련하여 적합한 이미지를 표현할 수 있는 넥타이를 선택할 수 있을 것이며 또한, 이를 통해 그들의 이미지 관리에 도움을 줄 수 있을 것이다.

본 연구에서는 일반적으로 적용될 수 있는 넥타이 디자인에 대하여 고찰하였다. 그런데, 넥타이 디자인은 개인의 성격과 취향, 얼굴형, 체형 등과 밀접하게 관련되어 있다. 따라서 후속 연구로 이를 고려한 개인별 넥타이 디자인에 관하여 고찰할 필요가 있다고 하겠다.

참고문헌

- 김칠순, 이훈자, 진의류 마케팅 전략을 위한 데이터 베이스 구축에 관한 연구, 한국의류학회지, 22(4), 503~514, (1998).
- 실용한국표준색표집, 공업진흥청/한국방송공사, p32, p7, (1991).
- 유경숙, 티셔츠색 선호 외모만족도와 외향성과의 관계 - 남녀 고등학생과 대학생을 중심으로, 한국복식학회지, 28, 75~86, (1996)
- 이명희, 강승희, 장신구와 재킷 색이 여성의 인상에 미치는 영향, 한국의류학회지, 22(8), pp1111~1121, (1998).
- 이은미, 남성 정장착용자의 연령 및 의복 단서가 인상형성에 미치는 영향, 연세대학교 석사학위논문, (1993).
- 이주현, 의복단서가 인상형성에 미치는 영향, 연세대학교 박사학위논문, (1990).
- 이향미, 김재숙, 남자 고등학교 교사의 인상형성에 미치는 의복 격식차림, 색 및 맥락의 영향, 한국의류학회지, 22(3), 312~320, (1998).
- 이해숙, 김재숙, 복식색과 색조합의 이미지 조합, 한국의류학회지, 22(5), 597~606, (1998).
- 임지영, 넥타이 무늬와 양복과의 배색에 따른 남성복 이미지의 시각적 평가, 경상대학 석사논문, (1996).
- 타이콘 패션 연구소, 남자의 옷 이야기 I - 정장편, 시공사, 141, (2000).
- 한국표준직업분류, 통계청, (2000).
- 표유경, 이명희, 야구 유니폼의 이미지 평가에 관한 연구. 한국의류학회지, 50(8), 12, (2000).
- Molloy, J.T., Dress for Success, N.Y., Warner Book, Inc, (1978).
- Hix, C., Dressing Right, A Guide For Men, N.Y., Crown Publishers, (1978).