

유아의 성별에 따른 티셔츠 색상 및 톤의 착용욕구 분석

최수경

마산대학 뷰티케어학부

The Analysis of Children's Wearing Need towards Hues and Tones of T-shirts based on Gender

Su-Koung Choi

Dept. of Beauty & Care, Masan College; Masan, Korea

Abstract : The purpose of this study was to identify the analysis of children's wearing need towards hues and tones of T-shirts based on gender. The experimental materials developed for this study were a set of stimulus and response scales. The 15 color pictures and 5-point scales were used for evaluation of wearing need. Data were obtained from 150 boys and 150 girls living in Seoul, Busan, Jinju, and Changwon on May and June 2010. For data analysis, ANOVA and Duncan-test were used by using SPSS program. Results of this study were as follows.; Hues and tones showed an independent effect on children's wearing need. Interaction effects of children's gender and tones on children's wearing need were found. Interaction effects of hues and tones on children's wearing need were found. Also, interaction effects of gender, hues, and tones on children's wearing need were found. These results suggested that children's wearing need can be affected by their gender, hues, and tones.

Key words: children's wearing need, T-shirts, hues, tones, gender

1. 서 론

의복은 개인을 표현하는 수단으로써 의복으로 전달되는 이미지는 착용자의 개성을 형성하는 중요한 역할을 한다. 의복의 이미지는 주로 시각적인 것으로 의복디자인 요소인 선, 색채, 재질의 변화에 의해서 전체 이미지가 달라지게 된다. 이 중에서도 특히 색채는 의복이미지에 있어서 선이나 재질에 의한 형태적 요소보다도 더 직접적인 영향을 준다(차미승, 1992). 선행연구들(김윤경, 2002; 박종희 외, 2000; 이인자, 1974; 정수진, 2007)에서도 의복색채는 연구자에 따라 조합되는 변수에서 차이를 보였지만 시각적인 효과를 드러내는 중요한 요인임을 밝히고 있다.

최수경, 강경자(2003)는 의복을 착용한 상대방을 지각할 때 의복의 형태보다 색상과 톤이 더 많은 영향을 미친다고 하였고, 김영인, 조민정(1999)은 의류업체의 색채기획 시 색상보다 톤을 우선적으로 고려한다고 하여 톤의 중요성을 시사하였다.

최근에는 유아동복도 성인복과 마찬가지로 시장이 세분화, 다양화되고 있는 추세이다. 유아동복 시장은 맞벌이 부부의 증가로 인한 소득 수준의 향상과 생활 패턴의 고급화 영향으로

과거와 다른 변화를 보이고 있다. 즉 이전에 단순히 착용하는 것으로 만족하는 옷이 아닌 보다 '뽀셔너블'한 스타일의 제품을 선호하고 있으며, 갈수록 고급화 추세가 될 전망이다(현승호, 2002).

의복의 구매의사결정에서 유아가 미치는 영향력은 과거에 비해 증가할 뿐만 아니라 유아 자신의 구매력이 증가함에 따라 유아는 독립적인 소비자로 인식되고 있다. 실제로 유아는 여러 가지 제품에 대해 전문화된 시장을 구성하고 있으며, 마케팅 실무자들은 이동 시장을 표적 시장으로 하여 다양한 촉진 활동을 펴고 있다(최교정, 2002).

유아의 발달특성을 살펴보면 유아기에는 성역할을 인식하여 여자는 여자다운 것을, 남자는 남자다운 것을 선택하고 행동한다. 색에 대한 선호나 놀이 유형 등에서도 성에 따른 차이가 현저하게 나타나고, 친구관계에서도 동성끼리 더 잘 어울리는 특성을 가지고 있다(조성현, 2005). 또한 유아는 3세를 기점으로 유아들의 색채에 대한 지각능력이 발달함을 알 수 있으며, 유아들을 위한 제품과 토들러북 전개 시에 그들의 선호색을 응용하면 더 큰 효과를 거둘 수 있다(주미영, 2000).

유아동복의 색채에 관한 선행연구들은 착용자의 어머니로 제한하여 유아동복의 색채에 대한 선호도를 분석(김영인 외, 1999; 조명수, 1999)하거나 톤이 배제된 상태에서 색상만으로 유아가 선호하는 의복색을 조사한 연구(김채령, 1995; 서정희,

Corresponding author; Su-Koung Choi
Tel. +82-55-583-2140, Fax. +82
E-mail: csk5257@hanmail.net

1981)가 이루어져 왔으므로 착용자인 유아를 대상으로 체계적인 의복 색채를 분석한 연구는 미비한 실정이다. 따라서 유아 동복 시장이 증대되고 있는 시점에서 유아의 의복 색채에 대한 지각 반응을 알아보는 것은 의미가 있다고 본다.

본 연구에서는 유아의 성별에 따라 입고 싶은 의복색이 차이를 보일 것으로 판단되므로 유아의 성별을 본 연구의 지각자로 하였으며, 의복의 종류로는 남녀노소 누구나 손쉽게 보편적으로 착용할 수 있는 티셔츠를 의복 자극물로 선정하였다.

본 연구의 구체적인 목적은 유아의 성별에 따른 티셔츠 색상 및 톤의 착용욕구 차이를 알아보고, 티셔츠의 착용욕구에 대한 단서들 간의 상호작용효과를 분석하여 유아복업계의 색채기획 시 유용한 기초 자료를 제공하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 의복의 색상과 톤

색은 다양하고 보편적인 이미지 특성으로 인하여 언어보다 먼저 선행되어 빠른 의사소통을 가능하게 하는 농축된 조형언어가 될 수 있다. 색채이미지는 색상, 명도, 채도의 변화에 따라 달라지므로 어떤 색채가 어떤 연상을 일으킨다는 단순한 생각은 위험하며 한 색상일지라도 명암이나 채도에 따라 그 색채의 이미지가 다르게 지각된다(강병희, 1995).

색채에 따라 따뜻하거나 시원한 느낌을 주게 되는 온도감은 주로 색상에 의해서 결정된다. 색상은 유채색에서만 나타나는 속성으로 감각에 따라 구별되는 색기미의 차이를 의미하며, 감각에 따라 구별되는 색채의 명칭이다(이현주, 2000).

각각의 색상은 여러 가지 톤을 지니게 되고, 톤은 명도와 채도의 상호작용으로 나타난다(Kobayasi, 1981). 이러한 톤체계는 물리적 색체계와는 다른 심리적 색체계로 색을 감각적인 측면으로 의사소통하고 표현해야하는 디자이너가 보다 활용하기 편리하도록 단순화시킨 체계라고 할 수 있다(이운주, 1999).

복식에서 색채는 가장 먼저 눈에 띄는 디자인요소 중의 하나로 의복이미지를 나타내는데 중요한 역할을 한다.

차미승(1992)은 의복형태와 색채이미지의 시각적 평가에서 의복의 형태보다 색채가 더 큰 작용을 한다고 밝혔으며, 의복이미지의 계층구조에 관해서 분석한 정인희, 이은영(1993)의 연구에서도 디자인과 색채가 이미지를 형성하는 중요한 요인이라고 보고하였다.

김영인 외(1999)에 의하면 의류패션은 계절의 구분이 뚜렷하고 유행의 변화가 타 분야에 비해 빠르다는 고유한 특징을 가지므로 다른 요소보다 색채가 전략적인 차원에서 중요하게 사용된다고 하였다.

패션 예측색에 대해 분석한 이운주(1999)의 연구에서 패션에 사용되는 색채는 제한된 영역에서 유행색의 영향을 받아 톤에 변화를 줌으로써 풍부한 메시지의 전달이 가능하며, 새로움을 창조하여 소비자의 구매욕구를 불러일으킨다고 하였다.

이상과 같이 의복에 있어서 색채는 시각적인 효과를 나타내는 중요한 요인임을 알 수 있다.

2.2. 유아의 성별에 따른 의복색채 선호

유아들은 자연스럽게 색을 사랑하고 그것에 자발적으로 반응을 보이기 때문에 그들의 반응은 아주 의미가 있다. 유아들은 형태보다도 색채에 대해 더 민감해서 색을 즐기며 선호하는 색을 이용하여 그들의 내적 감정을 파악해 낼 수 있다(Birren, 1978/1996).

유아들의 색채 기호는 전반적으로 3-7세의 유아는 노란색과 빨간색 등의 난색계를 선호하며, 자라면서 난색계에서 한색계로 그 선호도가 옮겨가고, 많은 선행연구들에서 남녀에 따라 선호하는 색상은 차이를 보였다(주미영, 2000).

유아의 성별에 따라 선호하는 의복 색채에 관한 연구를 살펴보면 김영인 외 (1999)는 어머니가 자녀의 의복색으로 선호하는 색상과 톤을 알아본 결과 의복 색상 선호도는 주로 남아의 의복에 파란색 계열을, 여아의 의복에 빨간색 계열을 선호하여 성별에 따른 차이를 확실히 나타냈으며, 최미숙(2007)도 유아의 색채 선호도에 관한 연구에서 유아의 성별에 따라 선호색의 순위에 대한 차이가 뚜렷이 나타난다고 하였다.

만5-7세의 남녀어린이를 대상으로 가장 입고 싶어 하는 의복색을 분석한 김채령(1995)의 연구에서 남자는 파란색을 가장 선호하였고, 그 다음으로 빨간색, 초록색 등을 선호하였다. 여자는 분홍색을 가장 입고 싶어 하는 의복색으로 지각하였으며, 다음으로 노란색, 빨간색 순으로 선호하였다.

정연자(1987)는 어머니들이 선호하는 아동복 디자인과 기성복 디자인을 비교 분석한 결과 여아용 원피스 디자인의 배색 방법, 스타일, 질감, 디테일 등은 어머니들이 선호하는 디자인과 기성복 디자인이 대체로 일치하는 것으로 나타났으나 색상에 있어서 어머니들은 밝고 선명한 색을 선호한 반면 기성복 디자인은 어둡고 탁한 색이 많은 것으로 나타나 차이를 보였다.

조명수(1990)는 3-6세의 학령기전 아동복의 구매자인 어머니를 중심으로 조사한 결과 남아의 어머니인 경우 선호색은 빨강 >노랑 >파랑의 순으로 나타났으며, 여아의 어머니인 경우 노랑 >분홍 >흰색의 순으로 나타나 아동의 성별에서 의미있는 차이를 보인다고 밝혔다.

서정희(1981)의 연구를 보면 취학 전 아동의 색채선호와 의복색은 남아, 여아 모두 노란색을 가장 좋아하며, 빨강과 파랑 중에서 여자는 남아보다 빨강을 좋아한 반면 남자는 파랑을 더 좋아하는 것으로 나타났다.

이상에서 유아의 성별에 따라 선호하는 의복색채는 다르게 지각되었다. 그러나 선행연구들은 대부분 의복의 색상에 초점을 두거나 착용자의 어머니를 대상으로 선호하는 의복색채를 조사하였기 때문에 실제적인 착용자의 의사를 반영하여 유아복의 색채 기획에 적용하려면 지각자를 유아로 하여 의복의 색상과 톤이 구체적으로 분석될 필요가 있다.

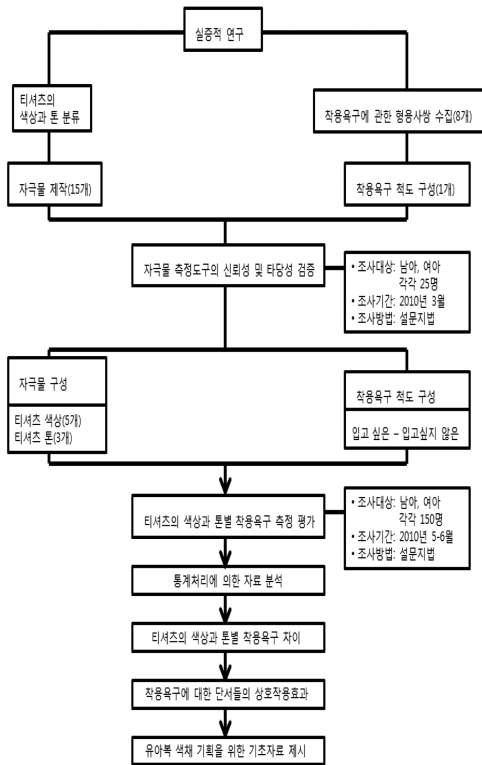


Fig. 1. 연구의 과정

3. 연구방법

3.1. 연구과정

실증적 연구의 과정은 Fig. 1과 같은 절차에 의해 진행되었다.

3.2. 측정도구

3.2.1. 자극물 선정 및 제작

자극물을 선정하기 위해 유아복 시장과 예비조사를 실시한 결과 유아복은 성별에 관계없이 가장 많이 입혀지는 의복이 티셔츠로 나타났다. 티셔츠는 무늬가 있거나 여러 가지 색이 조합된 경우도 있었지만 대체로 넓은 면적을 차지하는 주조색이 존재하므로 색상과 톤이 단색 위주로 구성되어 있었다. 따라서 본 연구에서는 단색으로 통제된 티셔츠의 색상과 톤을 다 사용할 수 없으므로 선행연구들(최수경, 2009; 성남숙, 2008)을 토대로 하여 조사시점에서 비교적 착용빈도가 높게 나타난 색상과 톤을 선정하였다. 티셔츠의 색상과 톤은 빨강, 노랑, 초록, 파랑, 보라로 구분하여 비비드, 라이트, 다크가 되도록 조합하였다. 이렇게 조합된 색상과 톤은 준거집단(교수 및 대학원생)의 의견을 참고로 하여 15가지 색을 Table 1과 같이 선정하였다.

본 연구는 티셔츠의 색상과 톤을 판단함에 있어서 유아의 성별에 따라 차이를 보일 것으로 예상되어 남아나 여아의 사진이 아닌 남녀공용의 티셔츠를 선그림으로 제시하였다.

Table 1. 자극물에 사용된 색상과 톤

	Sample	면셀기호
빨강(Red)	비비드(vivid)	5R 4/14
	라이트(light)	5R 8/6
	다크(dark)	5R 2/6
노랑(Yellow)	비비드(vivid)	5Y 8.5/14
	라이트(light)	5Y 8.5/6
초록(Green)	비비드(vivid)	5G 5/10
	라이트(light)	5G 8/4
파랑(Blue)	비비드(vivid)	5B 5/10
	라이트(light)	5B 8/4
보라(Purple)	비비드(vivid)	5P 4/12
	라이트(light)	5P 8/4
	다크(dark)	5P 2/4

Table 2. 자극물의 조작 분류

		남아(B)	여아(G)
빨강(R)	비비드(V)	BRV	GRV
	라이트(L)	BRL	GRL
	다크(D)	BRD	GRD
노랑(Y)	비비드(V)	BYV	GYV
	라이트(L)	BYL	GYL
초록(G)	비비드(V)	BGV	GGV
	라이트(L)	BGL	GGL
파랑(B)	비비드(V)	BBV	GBV
	라이트(L)	BBL	GBL
보라(P)	비비드(V)	BPV	GPV
	라이트(L)	BPL	GPL
	다크(D)	BPD	GPD

자극물을 제작하기 위해 Adobe illustrator CS3를 사용하였으며, 선정된 색상과 톤을 각각 다르게 하여 티셔츠 위에 레이아웃시켰다. 다음으로 한국표준색표집의 색상과 톤에 준하여 수정한 후 완성된 최종 자극물을 HP Deskjet F735프린터로 출력하였다.

3.2.2. 실험설계

본 연구에 사용된 실험도구는 독립변인인 유아의 성별(남아, 여아), 색상(빨강, 노랑, 초록, 파랑, 보라), 톤(비비드, 라이트, 다크)의 3원요인설계로 이루어졌으며, 자극물의 조작내용은

Table 2와 같다. 총 15개의 자극물(5×3)은 15개의 실험조합으로 구성되어 하나의 실험조합에 하나의 자극물을 포함시켰다. 각 실험조합 당 피험자는 실험조합별로 10명씩 피험자 간 설계에 의해 무선배치 되었다.

3.2.3. 착용욕구 척도

본 연구의 척도를 선정하기 위해 의복구매와 관련성이 있는 단어를 선행연구들(손세영, 이경희, 2007; 최수경, 2009)과 준거집단(교수 및 대학원생)의 의견을 참고로 조사한 결과 선호하는-선호하지않은, 좋아하는-좋아하지않은, 조화되는-조화되지 않는, 구매하고싶은-구매하고싶지않은, 사고싶은-사고싶지않은, 입고싶은-입고싶지않은, 착용하고싶은-착용하고싶지않은, 갖고 싶은-갖고싶지않은의 형용사쌍이 수집되었다. 수집된 형용사쌍으로 1차 예비조사를 실시하여 유아의 기준에서 이해하기 어려운 단어가 포함되거나 구매로 자연스럽게 이어지지 않는 형용사쌍을 제외시켰다. 그러나 적합하다고 판단된 2개의 형용사쌍(갖고싶은-갖고싶지않은, 입고싶은-입고싶지않은)을 가지고 2차 예비조사를 실시한 결과 2개의 형용사쌍에 대한 질문이 빈번하고 헷갈려하는 부분이 드러나 자극물 자체에 대한 지각 반응보다 형용사쌍의 의미에 관심을 두는 경우가 많았다. 따라서 최종적으로 구매와 관련이 있으면서 유아의 의사를 반영할 수 있는 ‘입고싶은-입고싶지 않은’의 형용사쌍을 사용하여 질문지를 구성하였으며, 선행연구(손세영, 이경희, 2007)와 형용사쌍에 대한 사전적 의미를 바탕으로 하여 본 연구에서는 착용욕구로 정의하였다. 착용욕구에 대한 척도의 단계는 형용사쌍 중간을 기준으로 좌측 극단의 긍정적인 형용사에 5점을, 우측 극단의 부정적인 형용사에 1점을 주어 자료를 수량화하였다. 일반적으로 성인남녀를 대상으로 의복색의 지각 반응을 조사하는 연구는 7단계로 평가되지만 본 연구에서는 예비조사 결과와 유아지각차라는 점을 감안하여 5단계로 평가하였다.

3.3. 조사대상 및 자료 분석

본 연구의 조사대상자를 선정하기 위해 먼저 진주시역 유치원의 원아 50명을 대상으로 각각 1차와 2차 예비조사를 실시하였다. 그 결과 36개월 미만의 원아는 의복색에 대한 지각 반응에서 대부분이 모든 색의 의복을 매우 입고 싶다고 하여 의미있는 답변이 이루어지지 않았으며, 설문지 표기 시 본인의 의사대로 체크하는 것이 원활하지 않았다. 따라서 본 연구의 피험자는 서울, 부산, 진주, 창원지역에서 유치원이나 어린이집에 다니는 만3-5세의 유아로 하였으며, 남아, 여아 각각 150명을 대상으로 조사하였다. 이 때 설문지 표기는 피험자가 직접 하지 않고 본 연구자와 지인, 유치원, 어린이집에 근무하는 여러 선생님들의 도움으로 피험자의 착용욕구 정도를 간접적으로 체크하였다.

자료 수집은 2010년 5-6월 사이에 이루어졌고, 자료 분석은 SPSS프로그램을 이용하여 통계 처리하였다. 유아의 성별에 따른 티셔츠 색상 및 톤의 착용욕구 차이를 알아보고, 티셔츠의

착용욕구에 대한 단서들 간의 상호작용효과를 밝히기 위해 변량분석과 사후검증으로 Duncan-test를 실시하였다.

4. 연구결과

4.1. 유아의 성별에 따른 티셔츠 색상 및 톤의 착용욕구 차이

유아의 성별에 따른 티셔츠 색상 및 톤의 착용욕구 차이를 분석한 결과는 Table 3과 같다.

유아의 성별에 따른 티셔츠 색상 및 톤의 착용욕구 차이를 알아보기 위하여 사용된 단서 중 티셔츠의 색상과 톤은 주효과에서 유의한 차이를 나타내는 단서로 작용하였다. 성별은 주효과에서 차이를 나타내지 않는 것으로 나타났으나 상호작용효과에서 유의적인 차이를 보였다. 이들 단서 중 티셔츠의 톤은 주효과와 상호작용효과에서 두드러진 영향을 주는 것으로 나타났다. 즉 티셔츠에 대한 착용욕구는 톤이 지배적인 단서임이 드러나 그 중요성을 보여주었다. 이것은 의복의 색채기획에서 색상보다 톤이 더 많은 영향을 준다고 보고한 김영인, 조민정(1999)의 연구결과를 한 번 더 입증해 준다.

주효과에서 유의적인 차이를 나타낸 티셔츠의 색상을 평균에서 보면 노랑>보라>초록>빨강>파랑의 순으로 높게 나타나 노랑일 때 가장 입고 싶은 티셔츠로, 파랑일 때 가장 입고 싶지 않는 티셔츠로 나타났다. 유아기는 보편적으로 노랑을 가장 선호하는 색상이라고 밝힌 선행연구(Birren, 1978/1993)를 볼 때 성별에 관계없이 남아, 여아 모두 노랑 티셔츠에서 착용욕

Table 3. 유아의 성별에 따른 티셔츠 색상 및 톤의 착용욕구 차이

		선호도	
		평균 제곱합	F값
주 효 과	성별	.853	.427
	색상	6.312	3.157*
	톤	61.543	30.783***
상호 작용 효과	성별×색상	1.045	.523
	성별×톤	22.763	11.386***
	색상×톤	4.289	2.145*
	성별×색상×톤	2.160	.031*
		평균(M)	
성별	남아	3.703	
	여아	3.760	
색상	빨강	3.567 ^c	
	노랑	4.217 ^a	
	초록	3.683 ^{bc}	
	파랑	3.500 ^c	
	보라	4.100 ^{ab}	
톤	비비드	4.390 ^d	
	라이트	4.130 ^d	
	다크	2.920 ^b	

*:p<.05 ***:p<.001 a, b, c : Duncan-test

구가 가장 높게 지각된 것으로 판단된다.

주효과에서 유의적인 차이를 나타낸 톤을 평균에서 보면 비비드>라이트>다크의 순으로 높게 나타나 유아는 어두운 색보다 선명한 색을 더 입고 싶어하는 티셔츠로 지각하였다. 성인을 대상으로 의복색채의 시각적인 효과를 분석한 연구들(최수경, 2010; 최수경, 강경자, 2003)에서는 선명하거나 어두운 색보다 밝은 색이 더 매력적인 의복으로 지각되어 본 연구와 다소 차이를 보였다. 이는 의류업계의 색채 기획 시 타겟으로 하는 연령에 따라 톤을 고려해야 된다는 점을 뒷받침하고 있다. 따라서 만3-5세를 대상으로 하는 유아복업계는 선명한 색상을 위주로 색채기획을 한다면 효과적일 것이고, 만1-2세의 영아를 대상으로 하는 유아복업계는 영아보다 착용자의 어머니 의사에 의한 구입이 대부분을 차지하므로 밝은 색으로 구성된 의복이 판매하는 데 유리할 것으로 여겨진다.

4.2. 티셔츠의 착용욕구에 대한 단서들의 상호작용효과

티셔츠의 착용욕구에 대한 단서들 간의 유의적인 상호작용 효과는 Fig. 2-4와 같다.

티셔츠의 착용욕구에 대한 성별과 톤의 상호작용효과를 Fig. 2에서 살펴보면 성별이 남아인 경우 티셔츠의 톤이 비비드>라이트>다크의 순으로 높게 나타났으며, 여아인 경우 라이트>비비드>다크의 순으로 높게 나타났다. 남아인 경우 비비드톤 티셔츠를, 여아인 경우 라이트톤 티셔츠를 가장 입고 싶어하는 것으로 지각하였으며, 성별에 관계없이 다크톤 티셔츠를 가장 입

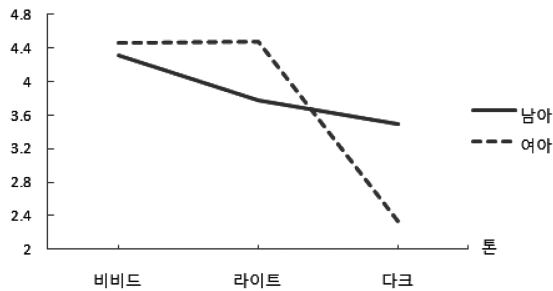


Fig. 2. 티셔츠의 착용욕구에 대한 성별과 톤의 상호작용효과

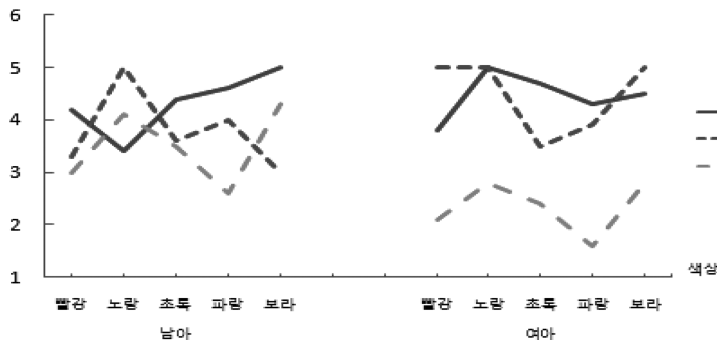


Fig. 4. 티셔츠의 착용욕구에 대한 성별과 색상 및 톤의 상호작용효과

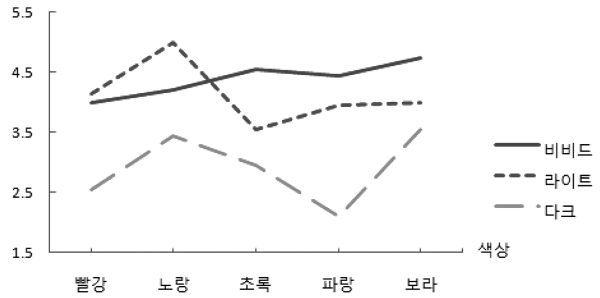


Fig. 3. 티셔츠의 착용욕구에 대한 색상과 톤의 상호작용효과

고 싶어하지 않았다. 남아에 비해 여아는 톤에 따라 지각 차이를 뚜렷하게 나타내었다. 톤이 비비드일 때는 성별에 따라 거의 지각 차이를 보이지 않았다. 라이트일 때는 여아가 높게 지각한 반면 다크일 때는 남아가 높게 지각하였다. 따라서 톤은 성별 간에 다르게 나타났으므로 유아복 색채기획 시 착용자의 성별에 따라 의복 톤을 적용하는 것이 효과적임을 알 수 있다.

티셔츠의 착용욕구에 대한 색상과 톤의 상호작용효과를 Fig. 3에서 살펴보면 톤이 비비드인 경우 색상이 보라>초록>파랑>노랑>빨강의 순으로 착용욕구의 정도가 높았으며, 색상에 따라 지각 차이를 크게 나타내지 않았다. 톤이 라이트인 경우 색상이 노랑>빨강>보라>파랑>초록의 순으로 입고 싶은 것으로 나타났고, 다크인 경우 보라>노랑>초록>빨강>파랑의 순으로 입고 싶은 것으로 나타났다. 색상이 빨강과 노랑일 때는 톤이 라이트>비비드>다크의 순으로 높게 나타나 라이트톤의 빨강과 노랑 티셔츠를 가장 입고 싶어 하는 것으로 지각되었다. 색상이 초록, 파랑, 보라일 때는 톤이 비비드>라이트>다크의 순으로 높게 나타나 비비드톤 티셔츠를 가장 입고 싶어 하는 것으로 지각되었다. 대체로 색상에 관계없이 비비드톤은 착용욕구가 높게 나타난 반면 다크톤은 낮게 나타났다. 그러나 티셔츠의 톤에 따라 입고 싶은 색상은 차이를 보이므로 유아의 착용욕구를 높이기 위해서는 색상과 톤을 동시에 고려해야 될 것이다.

티셔츠의 착용욕구에 대한 성별과 색상 및 톤의 상호작용효과를 Fig. 4에서 살펴보면 먼저 남아에서는 톤이 비비드인 경우 색상이 보라>파랑>초록>빨강>노랑의 순으로, 라이트인 경

우 노랑>파랑>초록>빨강>보라의 순으로, 다크인 경우 보라>노랑>초록>빨강>파랑의 순으로 높게 나타났다. 색상이 빨강, 초록, 파랑일 때는 톤이 비비드>라이트>다크의 순으로, 노랑일 때는 라이트>다크>비비드의 순으로, 보라일 때는 비비드>다크>라이트의 순으로 높게 나타나 입고 싶은 티셔츠의 색상은 톤에 따라 다르게 지각되었다. 여아에서는 톤이 비비드인 경우 색상이 노랑>초록>보라>파랑>빨강의 순으로, 라이트인 경우 빨강=노랑=보라>파랑>초록의 순으로, 다크인 경우 노랑=보라>초록>빨강>파랑의 순으로 높게 나타났다. 색상이 빨강과 보라일 때는 톤이 라이트>비비드>다크의 순으로, 노랑일 때는 비비드=라이트>다크의 순으로, 초록과 파랑일 때는 비비드>라이트>다크의 순으로 나타났으며, 색상은 대체로 톤 간에 큰 지각 차이를 보였다. 전체적으로 볼 때 남이는 확실한 지각 반응을 나타내지 않는 반면 여아는 지각 차이를 뚜렷하게 나타내었다. 성인남녀를 대상으로 의복의 시각적인 효과를 분석한 선행연구들(박영희, 2004; 최수경, 2010)에서도 여자는 남자보다 지각 반응을 다양하게 나타낸다고 하여 본 연구와 유사한 결과를 보였다. 따라서 색채에 대한 지각 반응은 오랜 경험과 외부적인 영향에 의해 형성되기 보다는 생리적으로 여자가 남자보다 더 민감하게 반응하는 것으로 유추해 볼 수 있다. 이상에서 티셔츠의 착용욕구는 조합되는 단서가 무엇이나에 따라 유의한 차이를 보였다. 즉 각각의 단서는 지각단계에서 서로 상호작용하여 독립된 단서로 지각될 때에는 달리 또 다른 의미를 형성한다는 것을 알 수 있다.

5. 결 론

본 연구는 유아의 성별에 따른 티셔츠 색상 및 톤의 착용욕구 차이를 알아보고, 티셔츠의 착용욕구에 대한 단서들 간의 상호작용효과를 분석한 결과 다음과 같은 결론을 얻었다.

첫째, 유아의 성별에 따른 티셔츠 색상 및 톤의 착용욕구 차이를 알아본 결과 주효과에서는 색상과 톤이 독립적으로 유의한 차이를 나타내었다. 그러나 성별은 주효과에서 유의적인 차이를 나타내지 않았으나 다른 단서들과 상호작용하여 유의한 차이를 보였다. 티셔츠의 착용욕구는 색상이 노랑이고 톤이 비비드일 때 가장 높게 나타나 선명한 노랑색의 티셔츠를 입고 싶어 하는 것으로 지각되었다.

둘째, 티셔츠의 착용욕구에 대한 단서들 간의 상호작용효과를 알아본 결과 성별과 톤, 색상과 톤, 성별과 색상 및 톤이 유의적인 상호작용효과를 나타내었다. 성별과 톤의 상호작용효과를 보면 남아인 경우 비비드톤을, 여아인 경우 라이트톤을 가장 입고 싶어 하는 것으로 나타나 성별에 따라 입고 싶은 티셔츠의 톤은 다르게 지각되었고, 남아에 비해 여아는 톤에 따라 뚜렷한 지각 차이를 나타내었다. 색상과 톤의 상호작용효과를 보면 빨강과 노랑인 경우 라이트톤에서, 초록, 파랑, 보라인 경우 비비드톤에서 착용욕구가 높은 것으로 나타나 톤에 따라 입고 싶은 색상은 차이를 보였다. 성별과 색상 및 톤의 상호작용

효과를 보면 남아에서는 빨강, 초록, 파랑, 보라인 경우 비비드톤에서, 노랑인 경우 라이트톤에서 착용욕구가 높은 것으로 나타났다. 여아에서는 빨강과 보라인 경우 라이트톤에서, 노랑인 경우 비비드와 라이트톤에서, 초록과 파랑인 경우 비비드톤에서 착용욕구가 높게 나타났고, 대체로 여자는 남자보다 색상에 따라 톤 간에 큰 지각 차이를 보였다.

이상에서 티셔츠의 착용욕구는 사용된 단서들이 단독으로 또는 서로 상호작용하여 유의적인 차이를 나타냄으로써 단서들 간의 조화를 충분히 고려하여야 착용자가 입고 싶은 티셔츠로 지각되어 구매의사로 이어질 수 있을 것이다. 특히 톤은 티셔츠의 착용욕구에 지배적인 단서로 작용하였고, 성별과 색상에 따라 다르게 지각되므로 그 효과는 독립적인 효과는 물론 다른 요소와의 조합을 통해서도 상승될 수 있었다. 따라서 유아의 성별과 색상 및 톤은 티셔츠의 착용욕구를 결정하는 중요한 요인이 된다는 것을 알 수 있다.

본 연구는 유아에 대한 관심이 높아지면서 조기교육과 각종 매스컴의 노출 등으로 유아의 개성 및 정체성이 예전에 비해 일찍 형성되고 있는 현재 상황을 비추어 볼 때 유아를 대상으로 의복의 색상과 톤에 따른 착용욕구를 처음으로 분석하였다는 점에서 의의가 있다고 할 수 있다. 이러한 분석 자료는 유아의 색채감성을 파악하고, 유아복디자인 기획을 위한 기초 자료로 활용될 수 있을 것으로 본다.

본 연구의 제한점은 조사대상자를 만3-5세의 유아로 한정하여 연령에 따른 지각 반응의 차이를 다루지 못하였고, 자극물 선정 시 티셔츠를 통제된 상태에서 제한된 색상과 톤으로 착용욕구를 분석하였으므로 본 연구결과를 확대해석하는 데는 신중을 기해야 할 것이다.

이에 앞으로의 연구에서는 다양한 의복스타일의 색상과 톤을 적용하여 유아의 지각 반응을 분석한 연구가 지속된다면 유아의 의복색채에 대한 좀 더 체계적인 자료가 마련될 수 있을 것이다.

참고문헌

- 강병희. (1995). *청색이미지의 고찰에 의한 복식디자인*. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 김영인, 이현주, 이윤주. (1999). 국내외 유행 예측색의 특성 비교. *연세대학교 생활과학논집*, 13, 22-30.
- 김영인, 추선형, 조민정. (1999). 아동복 색채선호에 대한 조사연구. *복식*, 42, 59-68.
- 김윤경. (2002). *의복스타일, 색, 톤조합이 인상형성에 미치는 영향*. 경상대학교 대학원 석사학위논문.
- 김재령. (1995). *의복을 통한 어린이의 성 인식·놀이행위 및 성격/행동특성의 연상을 중심으로*. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 박영희. (2004). 남성복에 나타난 문양의 감성이미지와 선호도. *복식*, 54(4), 113-127.
- 박종희, 최재란, 류숙희. (2000). 4가지 무채색 의복의 형태변화에 따른 시각적 이미지. *한국의류학회지*, 24(8), 1177-1186.
- 서정희. (1981). 취학전 아동의 색채기호와 의복색에 관한 연구. *한*

- 국의류학회지, 5(2), 55-62.
- 성남숙. (2008). 스트라이프 문양의 3색 배색과 그 면적비 변화가 넥 타이 이미지에 미치는 영향. 경상대학교 대학원 석사학위논문.
- 손세영, 이경희. (2007). 캐릭터 티셔츠에 대한 패션감성과 소비감성 분석. *한국의류학회지*, 31(9/10), 1352-1362.
- 이윤주. (1999). 색채 이미지에 기반한 패션 색채 계획 도구의 개발. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 이인자. (1974). 성격과 의복디자인 선호 간의 상관관계 연구. *대한가정학회지*, 14(2), 785-799.
- 이현주. (2000). 노란색 이미지에 의한 복식디자인. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 정수진. (2007). 메이크업과 의복의 컬러코디네이션에 따른 이미지 연구. 경상대학교 대학원 석사학위논문.
- 정연자. (1987). 어머니들이 선호하는 아동복 디자인과 기성복 간의 비교 연구. 초등학교 저학년 여아들을 중심으로. 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 정인희, 이은영. (1993). 의복이미지의 계층구조에 대한 연구. *한국의류학회지*, 17(4), 529-538.
- 조명수. (1990). 아동복의 구매실태에 관한 연구. 학령기전 아동을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 조성현. (2005). *아동발달의 이해*. 서울: 신정, p. 324.
- 주미영. (2000). 토틀러복의 이미지 분류와 색채특성. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 차미승. (1992). 의복형태와 색채이미지의 시각적 평가와 분석. 부산대학교 대학원 석사학위논문.
- 최고정. (2002). 유아의 의복 선호도와 어머니의 구매과정에 관한 연구. 단국대학교 대학원 석사학위논문.
- 최미숙. (2007). 유아의 성별에 따른 색채 선호도 연구. 서울지역 5-7세 유아를 중심으로. 경희대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 최수경. (2009). 체크넥타이의 디자인요소가 선호도와 구매도에 미치는 영향. *한국디자인문화학회지*, 15(4), 567-575.
- 최수경. (2010). 무채색 체크무늬 셔츠의 시각적 이미지 연구. *한국생활과학회지* 19(2), 399-407.
- 최수경, 강경자. (2003). 원피스드레스의 색상과 톤, 스커트 길이·폭의 변화가 인상형성에 미치는 영향. *복식문화연구*, 11(4), 459-473.
- 현승호. (2002). 소매믹스가 유아동복 구매의사결정에 미치는 영향에 관한 연구. 숭실대학교 대학원 석사학위논문.
- Birren, F. (1993). *색채심리* (김화중 역). 서울: 동국출판사. (원저 1978 출판)
- Birren, F. (1996). *색채의 영향* (김진한 역). 서울: 시공사. (원저 1978 출판)
- Kobayasi, S. (1981). The Aim and Method of the Color Image Scale. *Color Research and Application*, 6(2), 93-107.

(2010년 8월 24일 접수/2010년 9월 27일 1차 수정/
2010년 10월 16일 2차 수정/2010년 10월 16일 게재확정)