

남성 패션에 나타난 청색의 배색 특성

장정임* · 조주연** · 이연희†

한양대학교 대학원 의류학과*, 유한김벌리 디지털날염사업부**
한양대학교 의류학과

The Characteristics of Blue Color Combination Shown in Men's Fashion

Jungim Jang*, Juyeon Cho** and Yeonhee Lee†

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

Dept. of Digital Textile Printing, Yuhan-Kimberly**

Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University

(2008. 10. 22. 접수일 : 2009. 4. 6. 수정완료일 : 2009. 4. 25. 게재확정일)

Abstract

This study's goal is to analyze the color characteristics of Blue used in men's fashion for design developing process. First, we researched the previous studies and examined documents about color characteristics of Blue in general as well as coloration in fashion design and men's fashion. We composed color samples by collecting two-color coloration used in men's fashion collection for 5 years from 2004 S/S to 2008 F/W through a specialized fashion information web-sites. We limited the colors from Blue Green(BG) to Purple Blue(PB). Second, we analyzed the characteristics of hue combination and tone combination. A total of 351 pictures were collected and RGB and HV/C value were converted with Munsell Conversion program(ver.8.0.1). Color data has been sorted to 10 hues and 12 PCCS tones. From this, we were able to figure out that similar/same hue coloration was used more than contrary hue coloration and similar/same tone coloration was used more than contrary tone coloration for Blue. We've limited Blue coloration characteristics of men's fashion to two-color coloration for an analysis; the succeeding study will need to examine on the characteristics of multi-coloration and detailed Blue coloration image by various garments.

Key words: blue(청색), color combination(배색), hue(색상), tone(색조).

I. 서론

현대의 소비자들은 단순히 제품(product)의 특징이나 제품이 주는 편익(benefit) 등의 합리적인 제안

보다는 자신만의 감성을 자극하여 마음을 움직일 수 있는 감성 중심의 제품이나 서비스에 관심을 가지고 구매를 하고 있다. 이러한 소비 행동을 감성 소비¹⁾(emotional consumption)라고 하며, 이는 시각매체의 발달과도 연관이 깊다. 트렌드 전략가인 캐시 라만

† 교신저자 E-mail : yiyhee@hanyang.ac.kr

쿠사(Kathy Lamancusa)는 미국 컬러리서치 연구소(ICR)의 연구결과를 토대로 “소비자가 제품에 대해 가지는 첫 인상의 60% 이상은 색채에 의하여 결정된다”²⁾고 했다.

이처럼 색채는 소비자들의 시각 영역을 가장 효과적으로 자극함과 동시에 가장 빠르고 견고하게 브랜드(brand)를 포지셔닝(positioning)하는 효과를 노릴 수 있기 때문에 기업은 자사 브랜드에 독창적인 아이덴티티(identity)를 가진 색채를 부여하려는 시도가 계속적으로 이뤄지고 있다. 지금까지 전자업체들이 주로 활용한 색채 마케팅은 최근 식음료를 비롯한 유통, 제약 등으로까지 그 영역을 넓혀가고 있다.

색채는 디자인의 구성요소 중에서도 형태나 재질보다 사람들의 반응을 가장 강하고 빠르게 유도할 수 있어서 패션 이미지 전달에 있어 매우 중요한 부분을 차지한다. 이러한 색채는 단색보다는 배색에 의한 시각적 이미지의 효과가 더욱 섬세해지고 다양해지고 있으며, 이러한 이유로 배색은 패션디자인에서 시각적 핵심이 되는 조형요소로서 사용되고 있다. 색조에 의한 배색은 명도와 채도를 복합적으로 고려한 배색으로 특정 색조가 가지는 독립된 이미지를 통하여 배색을 계획할 때 효율적으로 활용할 수 있는 배색 방법이다.

최근의 색채 경향을 살펴보면 청색(blue)이 트렌드 컬러(trend color)로서 여러 분야에서 활용되고 있음을 알 수 있다. 광고 마케팅 회사인 JWT는 청색을 2008년 top 10 트렌드 중 하나로 선정하였으며, 기업 팬톤(Pantone)도 2008년도의 주요 컬러로 Pantone 18-3943 ‘블루 아이리스(Blue Iris)’를 선정하였다³⁾. 또한, 국내 트렌드 정보 기업인 인터패션플래닝에서도 2008년도 S/S의 주요 컬러로 ‘퍼플 블루(Purple Blue)’를 제안하였다⁴⁾. 이와 같은 컬러 선정은 나날

이 복잡해지는 세계 속에서 안도감을 주는 컬러에 대한 필요성을 반영한 것으로서 청색은 환경과 관련된 새로운 컬러로 떠오르고 있다.

청색은 패션에서도 많이 사용되고 있는 컬러로서 2007년 랑방(Lanvin)의 패션쇼에서도 석호 청색이 사용되었고, 마르니(Marni), 클로에(Chloe), 프라다(Prada), 알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen)의 남성복 라인에서도 주요 컬러로 청색이 사용된 것을 찾아볼 수 있었다.

이처럼 청색은 국내외를 불문하고 여성복보다는 남성복에서 더 많이 사용되는 컬러이다. 최근 국내 남성복 시장을 살펴보면 수입 편집 매장이 붐을 이루고 있다. 남성 수입 브랜드를 가장 많이 유치한 갤러리아 백화점의 경우, 수입 브랜드 선호 남성 고객수가 2006년 전년 대비 35% 증가했으며, 2007년에도 30% 이상 늘었다⁵⁾. 이처럼 국내 패션 시장에 진출하고 있는 해외 브랜드의 런칭 범위가 확대되고 있으며, 직수입, 라이선스, 병행수입 등 그 형태도 매우 다양해졌다.

또한, 국내뿐만 아니라 전 세계적인 현상으로 양극화 소비가 확대됨에 따라 가격경쟁력에 대한 부담감이 높아진 국내 남성복 브랜드들은 가격보다는 최상급의 제품을 통해 브랜드 신뢰도 회복 및 매출 증대를 위한 프리미엄 라인을 확대하고 수입 브랜드와의 경쟁을 위해 상품력, 브랜드력을 제고하고 있다.

여성에 못지 않은 트렌디한 감각을 즐기는 남성 소비자층이 늘어나고 이에 따라 브랜드간의 경쟁이 날로 치열해지고 있는 상황에서 색채 정보의 분석은 남성복 시장에서 경쟁력을 높일 수 있는 실증적인 마케팅 수단으로서 활용 가능할 것이다. 특히 국내 남성복 시장의 선호도가 높은 프랑스, 이태리 남성복에서 활용되고 있는 색채 정보를 분석하여 제시함으로써 수입 브랜드와의 경쟁에서 국내 브랜드가 선

1) 감각이나 기분에 따라 소비하는 것을 말한다. 소비의 다양화·개성화·분산화 경향이 높아짐에 따라 단순히 좋고 싫음이라는 감성에 의해 선택하는 소비행동이다. -두산백과사전 EnCyber & EnCyber.com

2) “Emotional Reactions to Color,” (2003년 [2008년 7월 2일 검색]); available from World Wide Web@http://creativelatitude.com/articles/articles_lamacusa_color.html

3) “Pantone Color Report 2008 Fall,” (2008년 3월 6일 [2008년 7월 2일 검색]); available from World Wide Web @http://www.samsungdesign.net/Report/IndustryTrend/Style

4) “08 S/S KEY COLOR,” ([2008년 7월 22일 검색]); available from World Wide Web @ http://www.ifp.co.kr

5) 공동취재, “남성 수입 시장도 성장세 지속: 하이엔드에서 컨템포러리 브랜드까지,” 패션채널 2007년 8월호, p. 34.

전할 수 있는 밀거름이 될 수 있을 것으로 사료된다.

기존의 청색에 관한 연구를 살펴보면 주로 여성 복에 국한되어 있으므로 본 연구에서는 현대 남성 패션에서 청색을 연구대상으로 그 배색 특성을 분석하는데 목적이 있다. 이 연구의 세부 목적은 다음과 같다. 첫째, 현대 남성 패션에서 사용되는 2색 배색을 청색을 중심으로 수집하여 배색 팔레트를 구성한다. 둘째, 현대 남성 패션에서 사용되는 청색 2색 배색의 색상 특성을 분석한다. 셋째, 현대 남성 패션에서 사용되는 청색 2색 배색의 색조 특성을 분석한다. 또한, 이를 통하여 패션디자인 개발 과정에서 활용될 수 있는 색채 자료를 제시하는데 도움이 되고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 청색의 일반적 특성과 패션에서의 사용 경향

청색은 빨강, 초록과 함께 빛의 3원색으로서 먼셀 휴(Munsell Hue)라고 부르는 색상(H)에서는 최초의 기준으로서 배열되는 빨강(R), 노랑(Y), 녹색(G), 청색(B), 보라(P)의 5색 중 하나인 기본색이다. 가시(可視) 스펙트럼에서는 465~482 m μ 까지가 청색으로 보인다. 표준적인 청색은 먼셀 표색계에서 대체로 2·5 PB4/12 정도에 상당한다.

한국에서는 예부터 초록·남·곤 등의 총칭으로서 청(靑: 파랑)으로 흔히 써왔다. 녹색이 식물의 색이라면 청색은 바다나 강, 그리고 하늘의 색으로서 세계 여러 나라의 국가에서도 이러한 자연의 색을 나타내는 경우가 많다. 한편, 서구문화권의 영향을 받은 대부분의 국가에서는 성인의 절반 이상이 청색을 가장 선호하는 색으로 꼽고 있으며, 이와 같은 세계 공통의 선호적 특성 때문에 ‘청색의 민주화(Blue Civilization)’라는 말까지 만들어졌다⁶⁾. 또한, 서양 패션에서 가장 대표적인 아이덴티진 진(jean)의 색으로 대중적으로 사용되는 색이며, 시즌마다 발표되는 컬러 트렌드에도 빠지지 않고 제시되고 있는 현대적으

로 활용도가 높은 색이다.

청색의 색채 표현 특성을 살펴보면, 청색은 시원하다, 차갑다 등의 심리적 온도감을 일으키는 한색계의 대표적인 색이며, 색의 시각적 효과의 면에서 실제의 거리보다 멀리 있는 것 같아 보이는 후퇴색으로, 바탕색이나 배경의 효과를 주는 배색으로 사용된다. 또한, 빨강색이나 주황색과 같은 흥분색의 반대로 갈색이나 어두운 회색 등과 더불어 진정색의 대표적인 색이다.

청색이 지닌 다양한 기능과 의미를 살펴보면 무한하고 멀리 있는 것과 꿈을 나타내는 색이고, 성실한 애정을 나타내는 색으로서 불성실한 애정을 나타내는 색인 초록과 대비되기도 한다. 또한, 평화의 색으로 많이 쓰이므로 규모가 큰 국제기관인 국제연합, 유네스코, 유럽의회에서 청색을 사용하고 있다. 프랑스 국왕의 문장으로 사용되는 등 왕실, 귀족을 나타내는 색이기도 하다⁷⁾.

패션에서의 청색 컬러에 관한 주요 트렌드를 살펴보면⁸⁾ 2008년 F/W 시즌에는 청색의 증가가 돋보이며, 특히 터코이즈(turquoise)를 위시한 블루이쉬 그린(bluish green)과 함께 라벤더 블루(lavender blue)가 주요하게 부상하였고, 깊이감 있는 코발트 블루(cobalt blue)나 잉크 블루(inky blue) 역시 주목되는 컬러로 제안되었다. 2009년 S/S 시즌에도 청색의 강세는 이어져 그린(green)이나 퍼플(purple)이 가미된 청색이나 라벤더 블루, 마린 블루(marine blue) 등 강렬한 컬러 군이 강세를 보일 것으로 전망되었다.

2. 청색에 관한 선행 연구

청색에 관한 선행 연구를 살펴보면(표 1 참조), 김미진 등⁹⁾은 현대 패션에 나타난 청색의 배색 특성을 2000년부터 2006년까지의 여성 패션을 중심으로 그 배색 방법을 유형화하고 배색 이미지를 분석하였다. 색상을 기준으로 할 때 청색은 2005년 컬렉션에서 가장 많은 배색 분포를 나타내었고, 배색 유형별로는 대조 색상 배색이 출현 빈도가 높았다. 색조를 기

6) 사단법인 한국색채학회, *COLORIST 이론편*, (서울: 도서출판국제, 2002), p. 143.

7) 미셸 파스투로, 전창림 옮김. *미셸 파스투로의 색의 비밀*, (서울: 미술문화, 2003). pp. 29-31.

8) “Pre-Trend,” (2008년 [2008년 7월 5일 검색]); available from World Wide Web@www.samsungdesign.net

9) 김미진, 김연희, 김혜수, “현대 패션에 나타난 청색의 배색특성에 관한 연구,” *한국색채학회지* 21권 3호 (2007), pp. 45-56.

준으로 할 때 청색 배색 유형은 2000년대 초반에 비해 전체적으로 점차 증가하여 2006년 컬렉션에서 가장 많은 출현 빈도를 나타내었으며, 유사 색조 배색이 많이 사용되었다. 배색 방법에 따른 배색 이미지를 분석해본 결과, 배색하는 색의 색상과 색조를 변화하면 청색의 패션 이미지가 다양하게 나타났다.

김종미 등¹⁰⁾이 여성복 브랜드 중 클래식한 브랜드와 트렌디한 브랜드 두 가지씩을 선정한 후 10년간의 시간차를 두고 비교 분석한 결과, 클래식 브랜드의 경우 톤의 변화는 소프트(soft)에서 라이트 그레이쉬(light grayish), 그레이쉬(grayish)로, 색상은 PB(Purple Blue)에서 B(Blue)의 비중이 더 커졌으며, 이미지는 편안하고 매니쉬(manish)한 이미지에서 활기차고 로맨틱(romantic)한 여성적 분위기로의 변화가 보였다. 트렌디한 브랜드의 경우 톤은 소프트(soft), 라이트(light)에서 라이트 그레이쉬(light grayish), 그레이쉬(grayish)로 변화였고, 색상 활용 빈도는 PB(Purple Blue)에서 B(Blue), BG(Blue Green)으로 변화하였다. 이미지는 매니쉬하고 도발적이며 화려한 분위기에서 여성스럽고 소녀 같은, 지적인 도도한 등으로 변화하였다.

강병희¹¹⁾의 연구를 살펴보면, 패션에서의 청색의 이미지는 전통적, 보수적, 활동적, 캐주얼, 남성적 등의 이미지를 나타내었고, 흰색, 노란색과 배색된 네이비 블루(Navy Blue)는 스포티(sporty), 산뜻한 등의

이미지로 나타났다.

이상의 연구들로 볼 때 청색에 의해 전달되는 이미지는 디자인의 특성에 따라 다르게 고려되어야 하며, 시대적, 문화적인 측면이 고려되어야 함을 알 수 있었다.

3. 패션디자인에서의 배색

배색은 색상·명도·채도라는 3속성에 의해서 조화되지만, 일반적으로 색상에 중점을 두고서 조화를 고려하는 경향이 강하다¹²⁾. 우리가 흔히 색채를 평가할 때 아름다운 색, 추한 색 등으로 표현하여 개개의 색채에는 고유성이 강한 것 같으나 실제로는 그 색채의 독자성에 의하여 지각(知覺)되는 것보다 그 색과 인접한 색과의 관계에 의하여 결정되는 경우가 많다. 색채가 효과적이거나 아니냐는 그 배색에 의하여 결정되며, 이를 통해 아름다움이 표현된다. 색채는 단색보다는 두 색이 조합되어 어울릴 때 그 이미지가 강해지고 표현 범위가 넓어져 두 색 이상의 조합에서 주는 이미지는 단색이 주는 이미지보다 감정 가치가 크다¹³⁾.

이처럼 배색의 목적은 두 가지 이상의 색을 특별한 효과나 목적에 맞게 위치시키거나 조합함으로써 디자인의 전체 효과를 높이는 데 있으며, 색의 3속성인 색상과 명도, 채도의 관계를 적절히 조화시키는 전개방법으로 다수의 배색 변화를 얻을 수 있다¹⁴⁾.

<표 1> 청색에 관한 선행 연구

연구자	제목	연구 결과
김미진, 김연희, 김혜수 (2007)	현대 패션에 나타난 청색의 배색 특성에 관한 연구	여성 패션의 배색에 있어 색상과 색조의 변화에 따른 패션 이미지가 다양하게 나타남.
김종미, 구소형, 추선형 (1996)	패션에 나타난 청색 이미지의 고찰	여성복 브랜드 중 클래식한 브랜드와 트렌디한 브랜드 두 가지씩을 선정한 후 10년간의 시간 차를 두고 톤, 색상, 이미지를 비교 분석함.
강병희 (1995)	청색 이미지의 고찰에 의한 복식디자인	패션에서의 청색의 이미지는 전통적, 보수적, 활동적, 캐주얼, 남성적 등의 이미지를 나타내었고, 흰색, 노란색과 배색된 네이비 블루는 스포티, 산뜻한 등의 이미지로 나타남.

10) 김종미, 구소형, 추선형, “패션에 나타난 청색 이미지의 고찰: 1996, 2006년 여성복 Collection을 중심으로,” *한국색채학회지* 20권 3호 (2006), pp. 29-37.

11) 강병희, “청색 이미지의 고찰에 의한 복식디자인” (연세대학교 대학원 석사학위논문, 1995).

12) 사단법인 한국색채학회, *COLORIST 이론편*, (서울: 도서출판국제, 2002), p. 69.

13) 박은주, *색채조형의 기초*, (서울: 미진사, 1999), p. 232.

배색에 관한 연구는 색채 조화론으로부터 발달하였으며, 연구자들은 크게 배색을 동일 색상 배색(identity), 유사 색상 배색(similarity), 대조 색상 배색(contrast)의 세 가지 유형으로 분류하고 있다. 동일 색상 배색은 명도나 채도가 다르더라도 같은 색상으로 통합하여 조화가 생기는 관계이며, 유사 색상 배색은 색상 환상에서 가까운 위치에 있는 색의 조합을 뜻한다. 또한, 대조 색상 배색은 색상 환상에서 반대편 위치에 있는 색의 조합이다. 색조에 의한 배색은 명도와 채도를 복합적으로 고려한 배색으로 특정 색조가 가지는 독립된 이미지를 통하여 배색을 계획할 때 효율적으로 활용할 수 있는 배색 방법이다.

패션에 있어 색채의 배색에 관한 연구로서 은소영 등¹⁵⁾은 의복 배색에서 대체로 유채색 간의 배색은

대담한 감성으로, 무채색 간의 배색은 성숙하고 무난한 감성으로 평가될 수 있다고 하였으며, 유금화¹⁶⁾는 여성 정장의 경우 톤온톤 배색이 친근성 요인의 이미지를, 보색 배색이 젊음성 요인의 이미지를 잘 나타낸다고 하였다. 그 외에도 이명희¹⁷⁾는 여성복을 대상으로 배색 이미지를 평가하였다(표 2).

배색의 유형과 체계에 대한 연구로서, 박현숙과 박연선¹⁸⁾은 국내 패션지의 사진을 분석하여 색채 배색을 위한 95개 주조색을 선정하였다. 송지영¹⁹⁾은 국내 여성복 브랜드의 세분시장별 활용색과 배색 특성을 연구하였는데, 여성복의 상, 하의 배색은 모든 세분시장에서 온화하고 통일감을 주는 동일 색상 배색과 부드러운 이미지를 주는 유사 색상 배색이 주로 이루어지고 있다고 하였다. 조민정²⁰⁾은 유사성과 조

<표 2> 배색 이미지의 평가에 관한 선행 연구

연구자	제목	연구 결과
은소영, 주소현, 이경희 (2002)	의복 배색의 시각적 감성 연구	유채색 간의 배색은 대담한 감성으로, 무채색 간의 배색은 성숙하고 무난한 감성으로 평가됨.
유금화 (2001)	여성 정장의 2색 배색에 의한 이미지 지각	여성 정장의 경우 톤온톤 배색이 친근성 요인의 이미지를, 보색 배색이 젊음성 요인의 이미지를 잘 나타냄.
이명희 (2002)	상황, 의복 유형 및 배색이 여성의 인상 형성에 미치는 영향	수트는 고명도의 상·하동색이 가장 좋은 이미지를 나타내며, 상·하동색의 캐주얼웨어는 부정적인 인상을 줌.

<표 3> 배색의 유형 분류와 체계에 관한 선행 연구

연구자	제목	연구 결과
박현숙, 박연선 (2000)	패션디자인을 위한 색채 배색 연구	국내 패션지의 사진을 분석하여 색채 배색을 위한 95개 주조색을 선정함.
송지영 (2002)	국내 여성복 브랜드의 세분 시장별 활용색과 배색 특성	여성복의 상·하의 배색은 모든 세분시장에서 온화하고 통일감을 주는 동일 색상 배색과 부드러운 이미지를 주는 유사색상 배색이 주로 이루어짐.
조민정 (2004)	패션디자인에 있어서 색채 조합에 따른 색채 조화 유형과 체계 연구	유사성과 조화성을 두 축으로 하는 색채 조화 체계를 개발함.

- 14) 정수진, “의복과 메이크업의 콘트라스트 배색에 따른 조화감 연구,” *한국생활과학회지* 16권 3호 (2007), pp. 601-613.
- 15) 은소영, 주소현, 이경희, “의복배색의 시각적 감성 연구,” *한국의류학회지* 26권 6호 (2002), pp. 833-842.
- 16) 유금화, “여성 정장의 2색 배색에 의한 이미지 지각” (건국대학교 대학원 석사학위논문, 2001).
- 17) 이명희, “상황, 의복 유형 및 배색이 여성의 인상형성에 미치는 영향,” *한국의류학회지* 26권 3호 (2002), pp. 503-514.
- 18) 박현숙, 박연선, “패션디자인을 위한 색채 배색 연구,” *기초조형학연구* 1권 1호 (2000), pp. 95-103.
- 19) 송지영, “국내 여성복 브랜드의 세분 시장별 활용색과 배색 특성” (연세대학교 대학원 석사학위논문, 2002).
- 20) 조민정, “패션 디자인에 있어서 색채조합에 따른 색채조화 유형과 체계 연구” (연세대학교 대학원 박사학위논문, 2004).

화성을 두 축으로 하는 색채 조화 체계를 개발하였다(표 3).

이상의 연구들을 살펴볼 때 배색의 이미지와 유형 및 체계에 대한 연구들은 주로 여성복을 위주로 이루어져 왔으므로 현대 남성 패션에서 활용되고 있는 청색의 상·하의 2색 배색 특성에 관한 연구는 현대 남성 패션의 경향을 파악하는데 중요한 자료가 될 것이라 여겨진다.

4. 남성 패션

1990년대 이후 국내 남성 패션의 경향을 살펴보면 실루엣과 소재, 색채, 액세서리, 헤어스타일에서 남성 패션의 여성화 경향이 두드러지게 나타남²¹⁾을 알 수 있는데, 이 같은 특징은 여성의 사회 진출로 인한 남성의 성역할 변화, 여성적인 남성을 선호하는 시대적인 이상미의 변화 및 인터넷과 전문적인 패션 정보를 통한 남성들의 패션에 대한 관심 증가에 기인한다고 할 수 있다.

남성 패션에서 셔츠와 넥타이의 톤 온 톤 배색에 대한 조화감을 연구한 임지영과 강경자²²⁾의 연구에서는 남녀 간에 조화된다고 한 배색 수는 빨강은 동일하였고, 파랑은 남자 대학생이 여자 대학생보다 조화의 범위가 넓었다. 동일 색상의 셔츠와 타이의 배색 시 빨강 비비드 셔츠(vivid shirts)와 비비드 타

이(vivid tie)의 배색을 제외하고는 톤 차이가 있는 배색이 조화되는 것으로 나타났으며, 남녀 간에 유의한 차이를 나타낸 배색은 빨강 덜 셔츠(dull shirts)와 비비드 타이의 조합과 파랑 덜 셔츠와 덜 타이(dull tie)의 조합인 것으로 나타났다.

최유진, 이명희²³⁾의 연구에서 능력성, 선호 평가, 남성성에는 의복색이, 품위성과 현시성 요인에서는 넥타이색이 지배적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 파랑 셔츠와 파랑 재킷 그리고 파랑 넥타이가 배색될 때 능력 있고 매력 있게 평가되었고, 셔츠는 흰색, 하늘색, 파랑 순으로, 넥타이는 파랑 계열이 가장 선호되었다.

이상에서 남성복에서도 여성복과 마찬가지로 색상과 톤에 의한 배색은 착용자의 인상 형성이나 조화감 지각에 중요한 단서로 작용함을 알 수 있다.

남성 패션의 색채 관련 선행 연구(표 4)로는 김영인 등²⁴⁾이 국내 남성복 브랜드를 대상으로 세분시장별로 활용되는 색채 특성을 분석해 본 결과 국내 남성 패션은 기본 색채군의 제품들이 높은 비중을 차지하나, 캐릭터 캐주얼 마켓의 의류들과 아이টে음으로 상의 아이টে음들에서 다양한 색채 기획이 나타나고 있음을 알 수 있었다.

추선형²⁵⁾은 판매 색채를 중심으로 국내 남성 패션 브랜드의 기본색을 분석하였는데, 시즌별, 그리고 정

<표 4> 남성 패션의 색채에 관한 선행 연구

연구자	연구주제	연구내용과 결과
김영인, 조주연, 추선형 (2004)	국내 남성복 브랜드의 세분시장별 활용색 특성	기본 색채군의 제품들이 높은 비중을 차지하나, 캐릭터 캐주얼 마켓의 의류들과 아이টে음으로는 상의 아이টে음들에서 다양한 색채 기획이 나타나고 있음.
추선형 (2003)	국내 남성복 브랜드 기본색 연구 -'00 FW~'02 SS 판매 색채를 중심으로-	시즌별, 그리고 정장과 캐릭터 & 캐주얼 마켓의 세분시장별로 판매 색채 분포가 다름. 시즌에 따라 색상계열의 변화는 적고 색조의 변화폭이 크며 무채색의 비중이 시즌에 관계없이 높게 나타남.

21) 박옥련, 이현지, “1990년대 이후 국내 남성복의 여성화경향,” *한국의류학회지* 28권 2호 (2004), pp. 364-375.

22) 임지영, 강경자, “셔츠와 넥타이의 톤 온 톤 배색에 대한 조화감 연구: 한탄색을 중심으로,” *복식문화연구* 13권 4호 (2005), pp. 632-645.

23) 최유진, 이명희, “남성의 재킷, 와이셔츠, 넥타이 색의 이미지 지각과 선호도 연구,” *복식* 54권 6호 (2004), pp. 131-140.

24) 김영인, 조주연, 추선형, “국내 남성복 브랜드의 세분 시장별 활용색 특성,” *한국색채학회지* 18권 1호 (2004), pp. 33-43.

25) 추선형, “국내 남성복 브랜드 기본색 연구: '00 FW~'02 SS 판매 색채를 중심으로,” *한국색채학회지* 17권 1호 (2003), pp. 69-78.

장과 캐릭터 & 캐주얼 마켓의 세분시장별로 판매 색채 분포가 다름을 밝혔으며, 남성 패션에서는 시즌에 따라 색상계열의 변화는 적고 색조의 변화폭이 크며 무채색의 비중이 시즌에 관계없이 높게 나타나는 특징을 지닌다고 했다.

이상에서 살펴본 것과 같이 남성 패션에 관한 연구는 주로 셔츠와 타이를 중심으로 한 이미지 관련 연구로 이루어져 왔으며, 국내 브랜드에 국한되어 진행되어 왔다. 패션에 관심이 높은 남성 소비자가 늘어나고 있는 현시점에서 기존 연구들에서 미흡하게 다루어져 왔던 국의 남성 패션 브랜드의 색채를 분석하는 것은 의미 있는 일이라 여겨진다.

Ⅲ. 연구 범위 및 방법

1. 브랜드 선정 및 자료 수집 방법

본 연구에서는 문헌연구와 조사연구를 병행하였다. 일반적인 청색의 색채 특성에 대한 문헌적 고찰과 더불어 패션디자인에서의 배색에 관한 문헌적 고찰을 하였다. 연구대상인 청색은 먼셀표색계의 청색(BG)~파랑(B)~남색(PB)까지의 범주에 해당하는 색상으로 한정하였다. 2004년 S/S부터 2008 F/W까지 5년 동안 Paris · Milano 남성 패션 컬렉션에서 발표된 작품 중 액세서리를 제외한 상·하 의복만을 기준으로 청색의 2색 배색 자료들을 삼성디자인넷(samsung design.net)과 스타일닷컴(www.style.com) 등의 전문 패션 정보 사이트를 통해 수집하였다. 수집 대상 브랜드는 모두 38개이며, 자세한 브랜드 명칭은 <표 5>에 제시된 바와 같다.

2. 색채 분석 방법

총 351개의 사진을 수집하였으며, 수집된 사진들

을 jpg파일로 저장 후 Munsell Conversion(ver.8.0.1)을 이용하여 RGB, HV/C, L*a*b*값을 추출하였다. 이 연구의 색채 자료는 먼셀 색채계에 의한 R(Red), YR(Yellow Red), Y(Yellow), GY(Green Yellow), G(Green), BG(Blue Green), B(Blue), PB(Purple Blue), P(Purple), RP(Red Purple)의 10색상과 무채색 분석, 색조는 PCCS(Practical Color Co-ordinate System)에 의한 p(pale), ltg(light grayish), g(grayish), dkg(dark grayish), lt(light), sf(soft), d(dull), dk(dark), b(bright), s(strong), dp(deep), v(vivid)의 12색조와 W(White), Gy(grey), dkGy(dark grey), Bk(Black)의 무채색으로 분류하여 분석하였다. 색채 수집과 배색 특성 분석은 <표 6>과 같이 이루어졌다.

<표 6> 색채 수집과 배색 특성 분석의 예

		
F/W 2008 Bottega Beneta	S/S 2008 Calvin Klein	F/W 2006 Dolce & Gabbana
 ltg/PB	 lt/PB	 dkg/PB
 ltg/PB	 ltg/PB	 g/Y
동일색상 동일색조	동일색상 유사색조	대조색상 유사색조

<표 5> 연구대상 남성 패션 브랜드

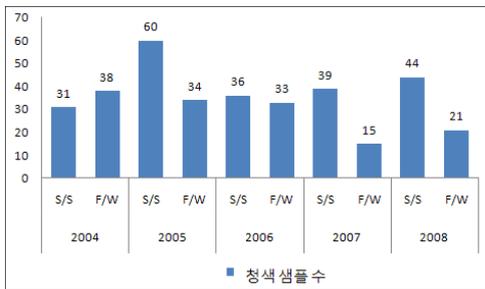
구분	브랜드 명
밀라노	Bottega Veneta, Burberry Prorsum, Calvin Klein, Dolce & Gabbana, D Squared, Etro, Fendi, Gianni Versace, Giorgio Armani, Gucci, Jil Sander, Prada, Alessandro Dell'Acqua, Alexander McQueen, D&G, Emporio Armani, Marni, Moschino, Neil Barrett
파리	Ann Demelemeester, Comme des Gar ons, Dior Homme, Dries Van Noton, Givenchy, Hermes, Jean Paul Gaultier, John Galliano, Junya Watanabe, Lanvin, Louis Vuitton, Paul Smith, Raf Simons, Yohji Yamamoto, Yves Saint Laurent, Kris Van Assche, Rykiel Homme

IV. 분석결과

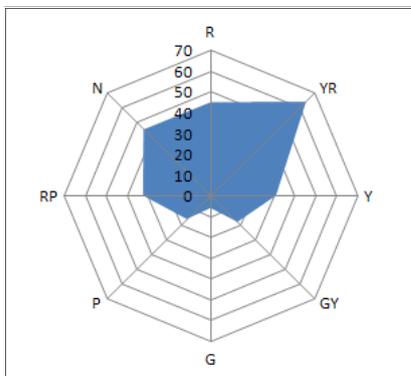
연구결과는 다음과 같다. 수집된 총 351개의 샘플 중 청색이 상의에 사용된 경우는 227개, 하의에 사용된 경우는 218개였다. 년도 별로 살펴보면 <그림 1> 과 같이 2004년 69개, 2005년 94개, 2006년 69개, 2007년 54개, 2008년 65개가 수집되었다.

전체 445개의 청색 샘플 중 PB는 363(81.6%)개로 가장 많이 사용되었으며, B가 69(15.5%), BG가 13(2.9%)로 나타났다. 청색을 포함해 전체적으로 가장 많이 사용된 색상은 PB(51.7%), B(9.85%), 그리고 YR(6.4%)였고, 청색을 제외한 색상들 중 가장 많이 사용된 색상은 YR(9.1%), R과 N(각 6.4%), RP(4.6%) 순으로 나타났다(그림 2).

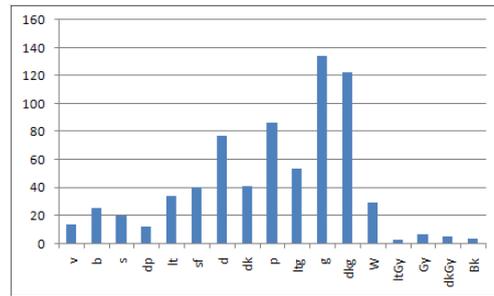
전체적으로 가장 많이 사용된 색조는 g(19.1%), dkg(17.4%), 그리고 p(12.3%)였다. 또한, g/PB(11.3%), d/PB(9.0%), dkg/PB(6.4%)의 색조/색상 조합이 많이 사용되었다(그림 3).



<그림 1> 청색 샘플 수 (년도 별).



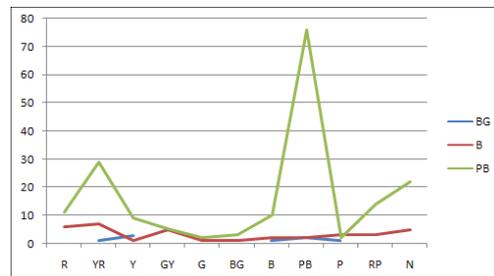
<그림 2> 색상 분포 (청색 제외).



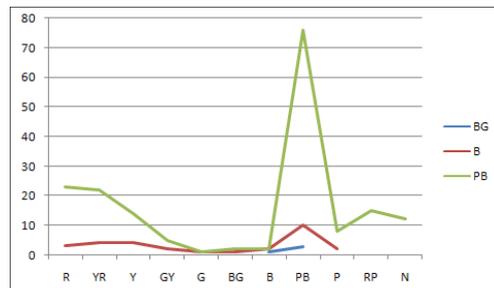
<그림 3> 색조 분포 (전체).

I. 색상 분석

시즌과 관계없이 상의가 청색일 때 하의의 색상으로는 PB(35.2%), YR(16.3%), N(11.9%)가, 하의가 청색일 때 상의의 색상으로는 PB(40.8%), R(12.4%), YR(11.3%)이 주로 사용되었다(그림 4, 5). S/S 전체적으로 볼 때는 PB(24.6%)가 가장 많이 사용되었으며, B(23.9%)와 N(11.2%)도 주요 색상으로 나타났다. F/W 전체적으로 가장 많이 사용된 색상은 PB(48.7%)였고, YR(23.1%), R(18.8%)이 그 다음으로 나타났다(그림 6).



<그림 4> 하의 색상 분포 (상의: 청색).



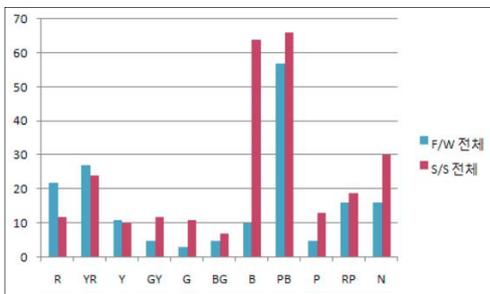
<그림 5> 상의 색상 분포 (하의: 청색).

청색의 배색으로 사용된 색상의 순위를 시즌과 상하의 기준에 따라 분석한 결과, S/S 시즌의 결과는 다음과 같다. 상의가 청색일 때 하의 배색으로는 PB (38.8%)가 가장 많이 나타났으며, YR(16.5%), N(12.2%) 순이었고 하의가 청색일 때 상의 배색으로는 B(45.0%), YR(16.5%), N(12.2%)이 많이 사용되었다(그림 7). F/W 시즌을 살펴보면, 상의가 청색일 때 하의 배색으로는 PB(29.5%), YR(15.9%), N(11.4%)가 주로 사용되었고, 하의가 청색일 때 상의 배색으로는 PB(34.8%), R(16.9%), YR(14.6%)가 주요 색상으로 나타났다(그림 8).

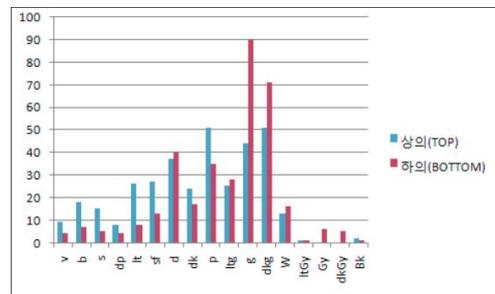
이로써 현대 남성 패션의 청색 배색으로는 유사·동일 색상 배색이 대조 색상 배색보다 많이 사용되고 있음을 알 수 있었다.

2. 색조 분석

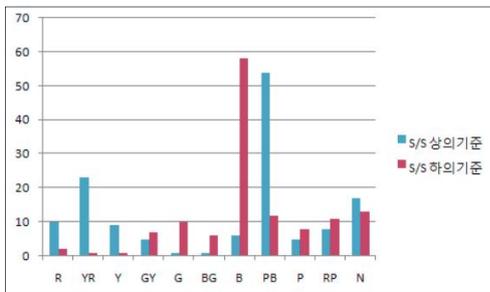
청색의 상·하의별 색조 분포를 살펴보면, 상의의 경우 p와 dkg(14.5%), g(12.5%)가 사용 빈도가 높았고, 하의의 경우 g(25.6%), dkg(20.2%), d(11.4%)가 많이 사용되었다(그림 9). 청색의 색조를 시즌과 상하의 기준에 따라 분석한 결과, S/S 시즌의 결과는



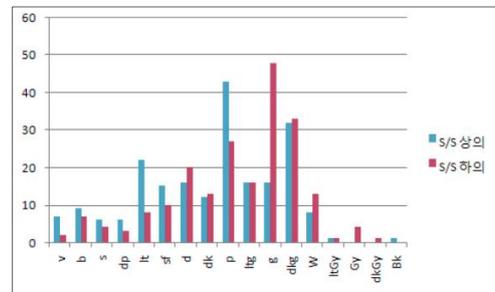
<그림 6> 색상 분포 (시즌 별).



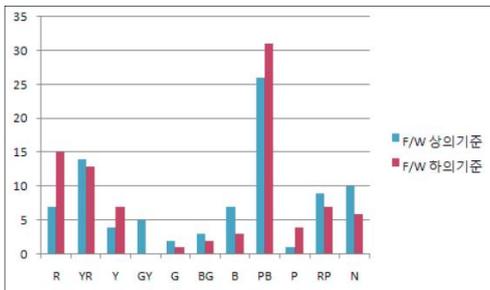
<그림 9> 색조 분포 (전체, 상·하의별).



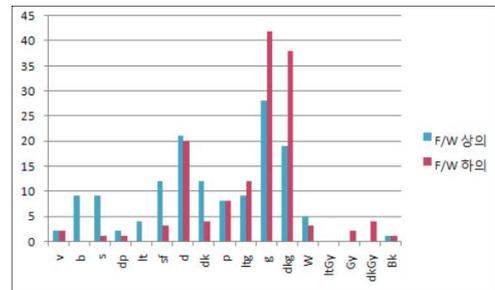
<그림 7> 색상 분포 (S/S, 상·하의별).



<그림 10> 색조 분포 (S/S, 상·하의별).



<그림 8> 색상 분포 (F/W, 상·하의별).



<그림 11> 색조 분포 (F/W, 상·하의별).

다음과 같다. 상의에는 p(20.5%), dkg(15.2%), lt(10.5%)가, 하의에는 g(22.9%), dkg(15.7%), p(12.9%) 등의 색조가 많이 사용되었다(그림 10). F/W 시즌의 경우, 상의에는 g(19.9%), d(14.9%), dkg(13.5%)가, 하의에는 g(29.8%), dkg(27.0%), d(14.2%) 등의 색조가 사용되었다(그림 11). 상하 배색 색조를 샘플 별로 살펴보면 g/g(4.1%), dkg/g(3.1%), d/dkg, dkg/dkg, lt/g, p/dkg(2.8%)의 조합이 많이 나타났다.

이로써 현대 남성 패션의 청색 배색으로는 유사·동일 색조 배색이 대조 색조 배색보다 많이 사용되고 있음을 알 수 있었다.

V. 결 론

본 연구는 파리·밀라노 남성 패션 브랜드에 활용된 청색의 2색 배색 특성을 연구하여 국내 남성 패션 브랜드의 색채 기획에 활용될 수 있는 색채 자료를 제시하고자 하였다. 이를 위하여 38개의 수집 대상 브랜드의 컬렉션 자료를 통해 수집된 총 351개의 색채 샘플을 분석하였으며, 그 결과는 다음과 같이 요약된다.

첫째, 수집된 총 351개의 샘플 중 청색이 상의에 사용된 경우는 227개, 하의에 사용된 경우는 218개였다. 년도 별로 살펴보면 2004년 69개, 2005년 94개, 2006년 69개, 2007년 54개, 2008년 65개가 수집되었다. 전체 445개(상·하의)의 청색 샘플 중 PB는 363(81.6%)개로 가장 많이 사용되었으며 B와 BG가 뒤를 이었다. 청색을 포함해 전체적으로 가장 많이 사용된 색상은 PB(51.7%), B, YR이었으며, 청색을 제외한 색상들을 살펴볼 때 가장 많이 사용된 색상은 YR(9.1%), R과 N, RP 순으로 나타났다. 전체적으로 가장 많이 사용된 색조는 g(19.1%), dkg, 그리고 p였다. 또한, g/PB(11.3%), d/PB, dkg/PB의 색조/색상 조합이 많이 사용되었다.

둘째, 청색의 배색으로 사용된 색상의 순위를 시즌과 상하의 기준에 따라 분석한 결과, S/S 전체적으로 볼 때는 PB(24.6%)가 가장 많이 사용되었으며, B(23.9%)와 N(11.2%)도 주요 색상으로 나타났다. 상의가 청색일 때 하의 배색으로는 PB(38.8%)가 가장 많이 나타났으며, YR, N 순이었고 하의가 청색일 때 상의 배색으로는 B(45.0%), YR, N이 많이 사용되었

다. F/W 전체적으로 가장 많이 사용된 색상은 PB(48.7%)였고, YR, R이 그 뒤를 이었다. 상의가 청색일 때 하의 배색으로는 PB(29.5%), YR, N가 주로 사용되었고 하의가 청색일 때 상의 배색으로는 PB(34.8%), R, YR가 주요 색상으로 나타났다. 시즌과 상관없이 상의에는 PB(35.2%), YR, N가, 하의에는 PB(40.8%), R, YR이 주로 사용되었다. 이로써 현대 남성 패션의 청색 배색으로는 유사·동일 색상 배색이 대조 색상 배색보다 많이 사용되고 있음을 알 수 있었다.

셋째, 전체적으로 가장 많이 사용된 색조는 g(19.1%), dkg, 그리고 p였다. 상의의 경우 p과 dkg(14.5%), g가 사용 빈도가 높았고, 하의의 경우, g(25.6%), dkg, d가 많이 사용되었다. 상하 배색 색조를 샘플 별로 살펴보면 g/g(4.1%), dkg/g(3.1%), d/dkg, dkg/dkg, lt/g, p/dkg(2.8%)의 조합이 많이 나타났다. 이로써 현대 남성 패션의 청색 배색으로는 유사·동일 색조 배색이 대조 색조 배색보다 많이 사용되고 있음을 알 수 있었다.

본 연구에서는 남성 패션의 청색 배색 특성을 2색 배색에 한정하여 분석하였으므로 후속 연구에서는 다색 배색의 특성에 관한 연구와 복종별 세분화된 청색 배색 이미지에 대한 연구도 이루어져야 할 것이다. 또한, 급변하는 남성 패션 시장에서 보다 상품성 있고 유행 감각을 반영한 색채 기획이 이루어질 수 있도록 남성 패션 마켓의 지속적인 색채 조사 연구를 제언해본다.

참고문헌

- 강병희 (1995). “청색 이미지의 고찰에 의한 복식디자인.” 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 공동취재 (2007년 8월호). “남성 수입 시장도 성장세 지속: 하이엔드에서 컨템포러리 브랜드까지.” *패션채널*.
- 김미진, 김연희, 김혜수 (2007). “현대 패션에 나타난 청색의 배색 특성에 관한 연구.” *한국색채학회지* 21권 3호.
- 김영인, 조주연, 추선형 (2004). “국내 남성복 브랜드의 세분 시장별 활용색 특성.” *한국색채학회지* 18권 1호.
- 김윤경, 강경자 (2003). “의복스타일과 색상·톤조합

- 이 인상형성에 미치는 영향.” *한국의류학회지* 27권 3/4호.
- 김준미, 구소형, 추선형 (2006). “패션에 나타난 청색 이미지의 고찰: 1996, 2006년 여성복 Collection 을 중심으로.” *한국색채학회지* 20권 3호.
- 박선령 (2004). “청색이미지를 통한 내면세계 표현연구: 연구자의 작품을 중심으로.” 계명대학교 대학원 석사학위논문.
- 박은림, 이현지 (2004). “1990년대 이후 국내 남성복 의 여성화경향.” *한국의류학회지* 28권 2호.
- 박은주 (1999). *색채조형의 기초*. 서울: 미진사.
- 박현숙, 박연선 (2000). “패션디자인을 위한 색채 배색 연구.” *기초조형학연구* 1권 1호.
- 사단법인 한국색채학회 (2002). *COLORIST 이론편*. 서울: 도서출판국제.
- 송선옥, 이인자 (2000). “남자의 인상에 미치는 의복 유형, 얼굴형 및 체형의 영향.” *한국의류학회지* 25권 2호.
- 송지영 (2002). “국내 여성복 브랜드의 세분 시장별 활용색과 배색 특성.” 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 유금화 (2001). “여성 정장의 2색 배색에 의한 이미지 지각.” 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 은소영, 주소현, 이경희 (2002). “의복배색의 시각적 감성 연구.” *한국의류학회지* 26권 6호.
- 이명희 (2002). “상황, 의복 유형 및 배색이 여성의 인상형성에 미치는 영향.” *한국의류학회지* 26권 3호.
- 이정옥, 권미정, 박영실 (1995). “한국 도시여성의 얼굴색과 의복 색과의 배색 이미지에 관한 연구.” *한국가정학회지* 33권 2호.
- 임원희 (2002). “한국 전통 복식의 배색 이미지.” 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 임지영, 강경자 (2005). “셔츠와 넥타이의 톤 온 톤 배색에 대한 조화감 연구: 한남색을 중심으로.” *복식문화연구* 13권 4호.
- 정수진 (2007). “의복과 메이크업의 콘트라스트 배색에 따른 조화감 연구.” *한국생활과학회지* 16권 3호.
- 조민정 (2004). “패션디자인에 있어서 색채조합에 따른 색채조화 유형과 체계 연구.” 연세대학교 대학원 박사학위논문.
- 차미승 (1992). “의복형태와 색채이미지가 시각적 평가와 분석.” 부산대학교 대학원 석사학위논문.
- 채희정 (2002). “청색을 활용한 한국적 패션디자인 개발에 관한 연구.” 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 최유진, 이명희 (2004). “남성의 재킷, 와이셔츠, 넥타이 색의 이미지 지각과 선호도 연구.” *복식* 54권 6호.
- 추선형 (2003). “국내 남성복 브랜드 기본색 연구: '00 FW~'02 SS 판매 색채를 중심으로.” *한국색채학회지* 17권 1호.
- “Pantone Color Report 2008 Fall” (2008년 3월 6일 [2008년 7월 2일 검색]). *삼성디자인넷*; available from World Wide Web@<http://www.samsungdesign.net/Report/IndustryTrend/Style>
- “Pre-Trend” (2008년 [2008년 7월 5일 검색]). *삼성디자인넷*; available from World Wide Web@www.samsungdesign.net
- “Emotional Reactions to Color” (2003년 [2008년 7월 2일 검색]); available from World Wide Web@http://creativelatitude.com/articles/articles_lamacusa_color.html