

다차원 척도법을 이용한 의류소재 이미지의 평가

이정순*, 신혜원

충남대학교 의류학과*, 동국대학교 가정교육과

Evaluation of Textile Images by Multidimensional Scaling Method

Jung Soon Lee, Hye Won Shin

Dept. of Clothing and Textiles, Chungnam National University

Dept. of Home Economics Education, Dongguk University

Abstract

본 연구에서는 피륙의 물리화학적 특성에 의해 결정되는 촉감, 태 이외에도 색채, 무늬 등 여러 요소들의 영향을 받아 복합적으로 표현되는 의류소재의 총체적인 개념인 의류소재 이미지는 어떤 것들이 있으며 이러한 이미지들은 어떻게 분류될 수 있는지를 알아보기 위하여 의류소재 이미지의 평가를 위한 축을 개발해 보았다. 1995년부터 2000년까지의 Texjournal과 인터패션플래닝에서 발간되는 98/99FW부터 02SS까지 트렌드 북에서 소재를 설명하는 형용사를 조사하여 유사한 형용사를 통합 처리하여 87개의 형용사를 최종 추출하여 형용사쌍을 만들고 소재 자극 없이 형용사쌍이 주는 소재이미지만을 가지고 쌍비교법을 통해 유사성을 7점 척도로 표시하도록 하였다. 얻어진 결과를 다차원척도법을 이용하여 분석하여 87개의 형용사의 평가차원을 살펴보았다. 의류소재 이미지를 평가하는 축을 다차원 척도법을 이용하여 개발한 결과 '남성적-여성적', '새로운-낡은 듯한', '캐주얼-클래식', '모호한-정돈된'의 4가지 차원의 8개축이 개발되었다.

Key words : 의류소재 이미지, 형용사쌍, 다차원 척도법, 평가차원

1. 서론

패션기업에서 패션상품기획에 맞는 의복을 생산하기 위해서는 적합한 소재를 여러 각도에서 검토하고 선택하여 개발하여야 한다. 이러한

작업을 소재기획(김정규 외, 2001)이라 하며, 소재기획을 할 경우 먼저 패션테마를 결정하고 그에 맞는 소재를 선정하는데 이것은 소재의 이미지를 평가하는 작업이므로 의류소재의 이미지에 대한 연구는 매우 중요하다고 할 수 있

다.

그러나 기존의 연구(정인희, 1992, 2001; 이경희외, 2001)는 주로 의복의 이미지나 패션 감성에 대한 연구이며 소재의 이미지에 대한 연구는 거의 없는 실정이다. 의복 이미지는 의복이 전달해 주는 전반적인 느낌으로 소재에도 영향을 받으나 그 외에 스타일에도 영향을 많이 받으므로 의복이미지와 소재이미지는 차이가 있다고 생각된다. 그러나 실제로는 많이 혼용되어 함께 쓰이고 있는 실정이다.

소재의 이미지는 소재의 여러 물리화학적 특성 외에도 색채, 패턴 등 여러 요소들에 영향을 받아 복합적으로 나타나는 총체적인 개념이다. 그러므로 이러한 소재 이미지에 영향을 미치는 요소들을 약간만 변화시켜도 전혀 다른 이미지를 나타내게 된다. 이러한 소재이미지에 대해서는 최근 들어 감성 측면에서 많은 연구들이(김은애 외, 2000; 김윤경 외, 2000; 나영주 외, 2000; 오해순, 2000; 이윤숙 외, 2001) 행해지고 있으나 소재의 특성과 감성을 구분하지 않고 사용하거나, 이미지를 연구자가 임의로 정보지 같은 자료로부터 분류해 사용하고 있으므로 소재 이미지를 체계적으로 조사 분류할 필요가 있다고 생각한다. 따라서 의류 소재가 주는 이미지는 어떤 것들이 있으며 이러한 이미지들은 어떻게 분류될 수 있는지 의류 소재 이미지의 평가를 위한 차원을 개발해 보는 것은 매우 중요하다고 할 수 있다.

그러므로 본 연구에서는 의류 소재가 주는 이미지는 어떤 것들이 있으며 이러한 이미지들은 어떻게 분류될 수 있는지 다차원 분석을 이용하여 의류 소재 이미지의 평가를 위한 차원을 개발해 보았다.

2. 연구방법

2-1. 용어 추출 및 설문지 구성

의류 소재가 갖는 이미지를 추출하기 위하여 의류 소재를 설명하는 형용사를 1995년부터 2000년까지의 Texjournal과 인터패션플래닝에서 발간되는 98/99 FW부터 02 SS까지의 트렌드 북에서 추출하여 이중 빈도수가 적은 것은

삭제하고 의미가 중복되는 것은 합쳐서 121개의 형용사를 최종 추출하였다. 추출된 121개 형용사들의 유사성을 향의 이미지 구조를 연구한 논문에서 자극을 제시한 경우와 자극을 제시하지 않은 경우 구조적이며 근본적인 차이가 없다는 연구결과(신미경 외, 2000)를 바탕으로 자극물의 제시 없이 설문지로 쌍 비교법을 사용하여 7점 척도로 측정하였다. 설문지의 구성은 121개 형용사로부터 7260개의 형용사쌍을 만들고 형용사쌍을 배치할 때 좌우의 영향을 배제하기 위하여 좌우를 바꿔 총 14520개의 형용사쌍을 만들었다. 그리고 이 14520개의 형용사쌍은 난수표를 이용하여 배열하였다. 설문조사는 2001년 10월중에 20대 대학생 726명을 대상으로 실시되었다.

2-2. 다차원 분석에 사용될 용어의 선정

121개의 형용사에 대해 만들어진 7260개의 형용사쌍의 유사성을 평균을 내고 7에서 각각의 평균을 빼서 상이성 거리를 구한 뒤 이것으로 121×121 거리행렬을 만든 뒤 군집분석을 하였다. 군집분석결과로부터 가까운 거리에서 결합한 유사한 의미의 형용사를 통합 처리하여 87개의 형용사를 최종 추출하였다.

2-3. 분석방법

SPSS 10.0 프로그램을 사용하여 선정된 87개의 형용사를 다차원분석을 하여 의류 소재 이미지 평가차원을 살펴보았다.

3. 결과 및 고찰

3-1. 의류 소재 이미지 평가차원

의류 소재 이미지의 평가가 어떤 기준에 의하여 이루어지는 가를 다차원 분석을 통하여 살펴보았다. 87개 형용사를 다차원분석 한 결과 2차원부터 6차원까지의 부적합도(stress)와 설명변량(RSQ)이 [표2]에 나타나있다.

어느 정도의 적합한 부적합도와 설명변량을 얻을 수 있으면 차원 수가 적을수록 해석하기가 쉬우므로 본 연구에서는 4차원으로 결과를 해석하기로 하였다. 4차원에서의 스트레스 값은

[표 2] 차원 수에 따른 부적합도와 설명변량

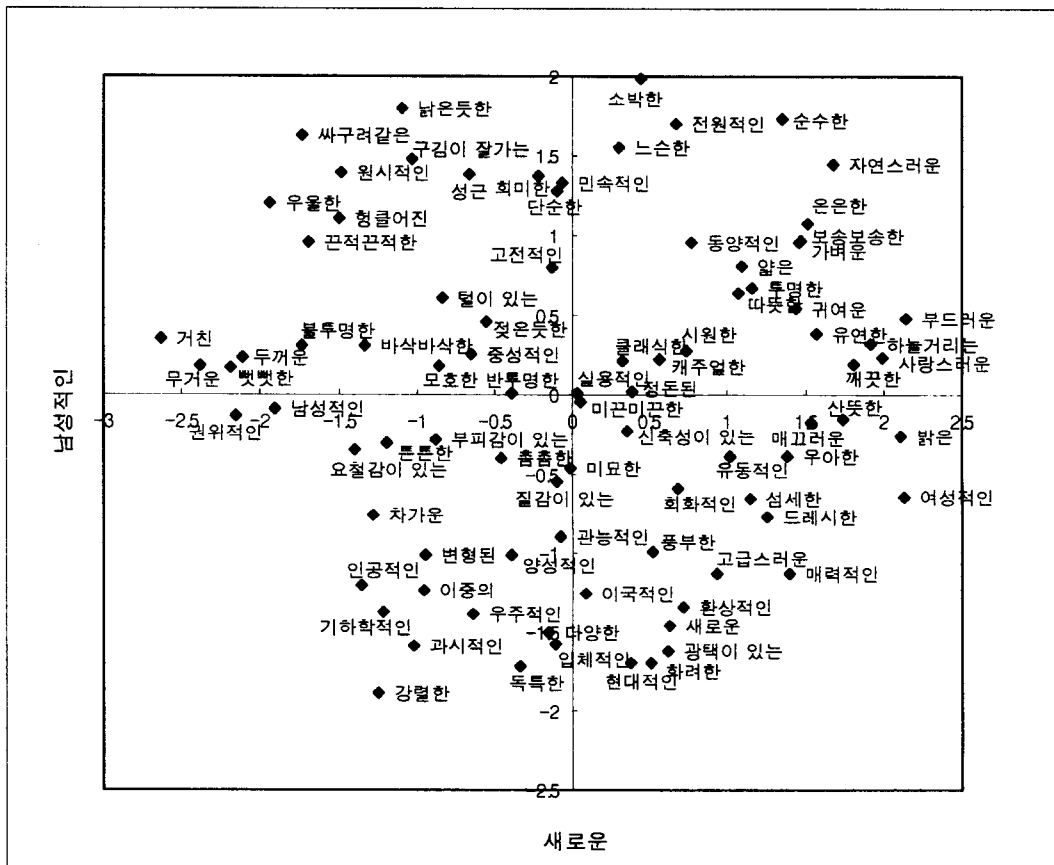
차원 수	부적합도(stress)	설명변량(RSQ)
2	0.31229	0.65720
3	0.20995	0.78321
4	0.15611	0.84684
5	0.11976	0.89293
6	0.09798	0.91529

0.15611로 적합도는 보통이며 설명변량은 0.84684이었다. 4차원으로 다차원 분석한 결과를 공간배열로 각각 [그림1], [그림2], [그림3]에 나를 1차원-2차원, 1차원-3차원, 1차원-4차원의 타내었다.

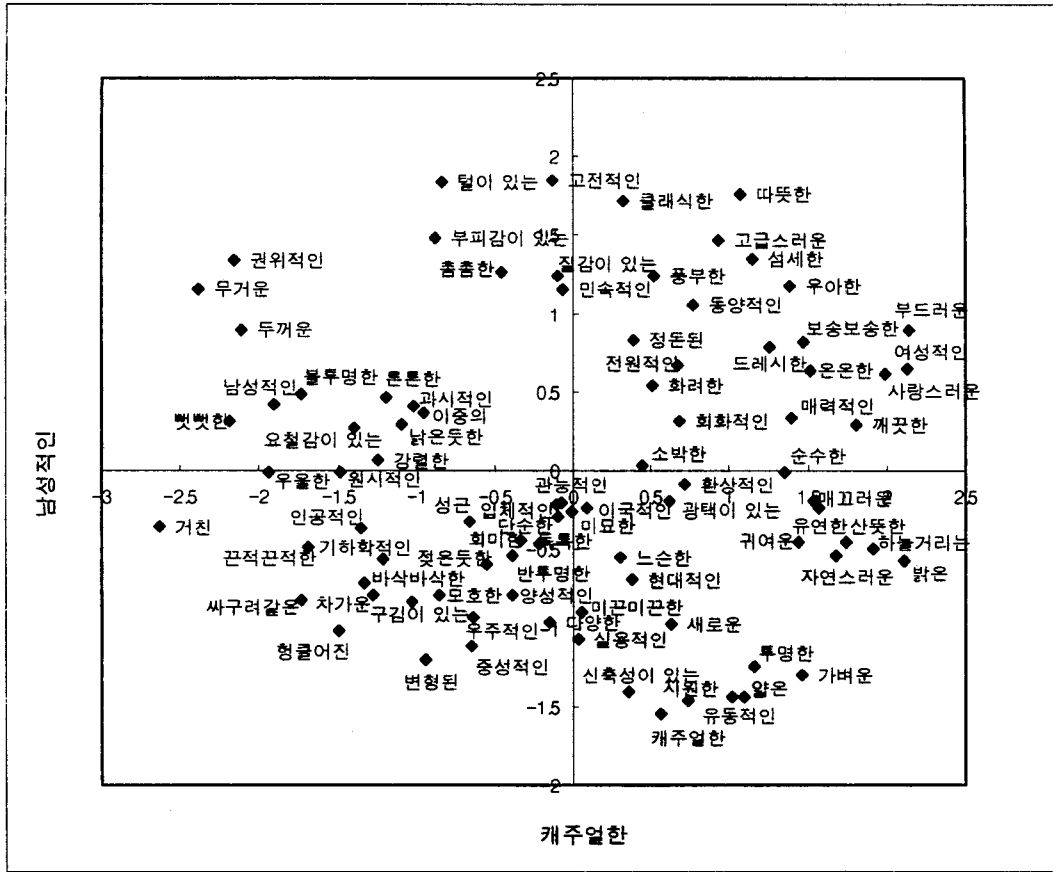
[그림1]에서 보면 1차원의 의미는 음의 방향으로 갈수록 남성적인 이미지가 증가하고 양의 방향으로 갈수록 여성적인 이미지가 증가하는

것을 볼 수 있다. 즉, 1차원에서 음의 값이 큰 형용사에는 거친, 무거운, 뻣뻣한, 권위적인, 두꺼운, 우울한, 남성적인 등이 속하고, 양의 값이 큰 형용사에는 부드러운, 여성적인, 밝은, 사랑스러운, 하늘거리는, 깨끗한, 산뜻한, 유연한, 매끄러운, 우아한 등이 속하는 것을 볼 수 있다. 그러므로 의류 소재 이미지의 가장 기본적인 1차원 축을 '남성적-여성적'으로 해석할 수 있다. 이는 정인희(1992)의 의복이미지와 일치하게 나타나 의류 소재 이미지와 의복이미지의 기본적인 1차원이 동일함을 알 수 있었다.

[그림1]에서 2차원의 의미는 '새로운'과 '낡은 듯한'이 대립되는 축으로 볼 수 있다. 즉, 2차원의 음의 방향으로 갈수록 강렬한, 독특한, 현대적인, 화려한, 광택이 있는, 과시적인, 입체적인, 다양한, 새로운, 우주적인 등의 형용사가 속하여 새로운 이미지를 나타내고, 양의 방향으로 갈수록 소박한, 낡은 듯한, 순수한, 전원적인, 싸구려 같은, 느슨한, 구김이 잘 가는, 자연스러운, 원시적인,



[그림 1] 의류소재 이미지 평가차원(남성적-여성적, 새로운-낡은 듯한)



[그림 2] 의류소재 이미지 평가차원(남성적-여성적, 캐주얼한-클래식한)

성근, 회미한, 민속적인, 단순한 등의 형용사가 속해 낡은 듯한 이미지를 나타냈다.

[그림2]에서는 3차원이 '캐주얼'한 이미지와 '클래식'한 이미지가 대립되는 축임을 알 수 있었다. 3차원 축의 음의 방향으로 캐주얼한, 시원한, 유동적인, 얇은, 신축성이 있는, 가벼운, 투명한, 변형된, 중성적인, 실용적인 등의 형용사가 큰 값을 가지며, 양의 방향으로 고전적인, 클래식한, 털이 있는, 따뜻한, 부피감이 있는, 고급스러운, 섬세한, 촉촉한, 질감이 있는 등의 형용사가 포함되었다. 따라서 3차원의 의류소재 이미지는 '캐주얼-클래식'의 축으로 해석할 수 있었다.

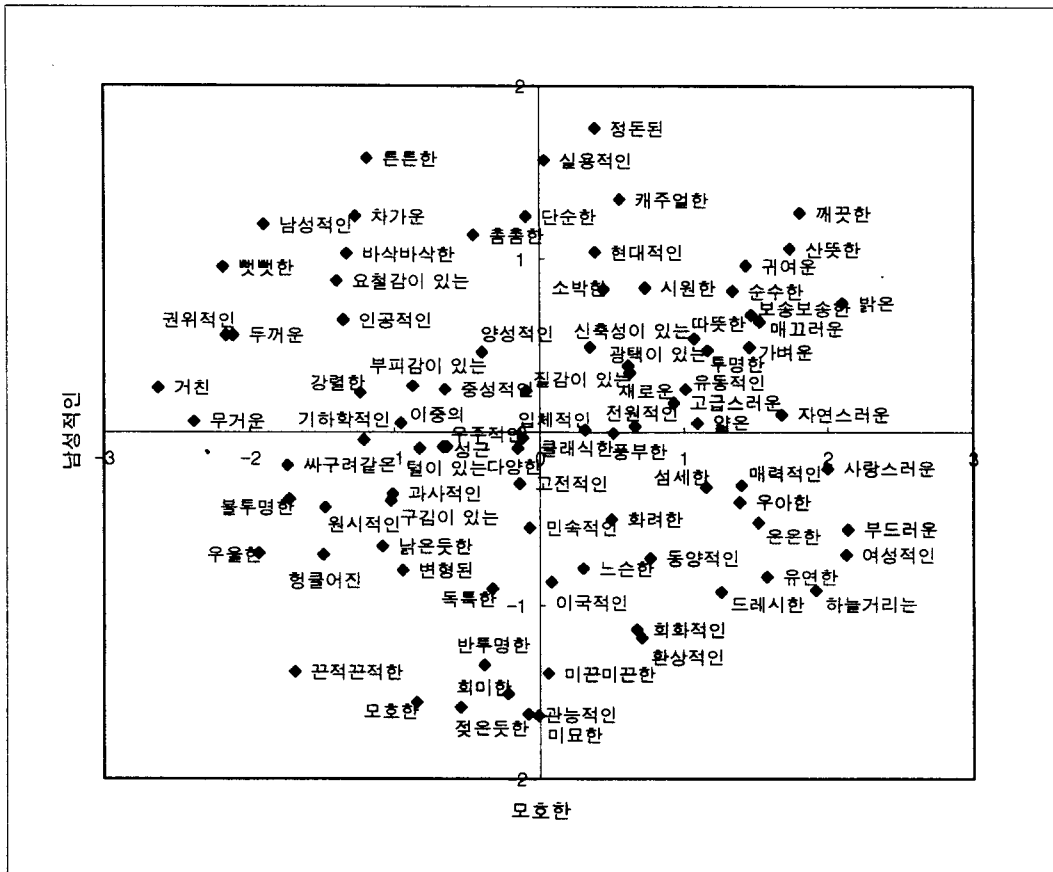
[그림3]에서 4차원은 '모호한'과 '정돈된'의 이미지가 대립되는 것을 알 수 있다. 4차원의 음의 방향으로 미묘한, 관능적인, 젖은 듯한, 모호한, 회미한, 미끈미끈한, 끈적끈적한, 반투명한, 환상적인, 회화적인 등의 형용사가, 양의 방

향으로는 정돈된, 실용적인, 캐주얼한, 깨끗한, 단순한, 촉촉한, 산뜻한 등의 형용사가 포함된다. 따라서 4차원의 의류 소재 이미지 축은 '모호한-정돈된'으로 해석할 수 있다.

이상에서 의류 소재 이미지는 '남성적-여성적', '새로운-낡은 듯한', '캐주얼-클래식', '모호한-정돈된'의 4가지 평가차원 축을 갖는 것을 알 수 있었다. 그러나 그림에서도 볼 수 있듯이 이러한 4개의 각각의 차원은 공간상에서 서로 일정한 거리를 두고 있지 않으며 또한 직교하지도 않는 것을 볼 수 있었다. 이러한 관계는 의류 소재 이미지의 계층구조에 기인하는 것으로 여겨지므로 이러한 관계에 대한 연구가 더 이루어져야 할 것으로 사료된다.

4. 결론

본 연구에서는 의류소재 자극이 없이 소재



[그림 3] 의류소재 이미지 평가차원(남성적-여성적, 모호한-정돈된)

를 설명하는 형용사의 소재 이미지만을 가지고 의류소재 이미지의 평가차원을 밝혀보았다. 의류 소재 이미지를 평가하는 축을 다차원 척도법을 이용하여 개발한 결과 '남성적-여성적', '새로운-낡은 듯한', '캐주얼-클래식', '모호한-정돈된'의 4가지 차원이 개발되었다. 이러한 의류 소재 이미지 평가 축은 다양한 소재들을 분류하고 포지셔닝하는데 이용될 수 있으며 이는 소재 기획에 도움이 될 것으로 사료된다.

참고문헌

김윤경, 이경희, 의복무늬의 시각적感性연구, 한국의류학회지, 24(6), 861-872, 2000
 김은애 외, 패션소재기획과 정보, 교문사, 2000
 김정규, 박정희, 패션소재기획, 교문사, 2001
 나영주, 권오경, 여성복 텍스타일 디자인의 특성과 감성에 관한 연구, 한국의류산업학회지,

2(3), 198-204, 2000
 신미경, 민병찬, 정순철, 박미경, 민병운, 남경돈, 김수진, 김준수, 형용사를 이용한 주관적感性 연구의 두 방법 비교, 2000 한국감성과학회 추계학술발표논문집, 7-12, 2000
 오해순, 의복재질의感性연구, 부산대학교 석사학위논문, 2000
 이경희, 김유진, 패션감성의 척도화 과정, 한국감성과학회지, 4(1), 33-41, 2001
 이윤숙, 신정원, 안미영, 김은애, 의류소재의 구조적 특성이 감각특성 및 이미지에 미치는 영향, 한국의류학회지, 25(8), 1408-1419, 2001
 정인희, 의복 이미지의 구성요인, 계층구조 및 평가차원에 대한 연구, 서울대학교 석사학위논문, 1992
 정인희, 여자 대학생의 의복추구이미지와 소재 선호에 대한 연구, 복식문화연구, 9(4), 629-638, 2001