

한국 전통 문양을 활용한 자카드 직물의 감성 평가

이정순

충남대학교 의류학과

The Sensibility of Jacquard Fabrics applied by Korean Traditional Motives

Jung Soon Lee

Department of Clothing & Textiles, Chungnam National Univ.

1. 서론

패션 소재 기획에 있어서 직물에 대한 질감 및 이미지 감성평가는 매우 중요한 과정이다. 그런데 직물에 대한 감성 평가가 정량적으로 이루어지기는 상당히 어렵다. 직물의 특성에 대해 반응하는 소비자의 다양한 감성을 객관화하기 위해 많은 연구들이 행해져왔다. 다양한 소재의 태, 질감, 이미지 감성 및 선호도 등에 관하여 연구가 이루어졌으나, 자카드 직물의 질감 및 이미지 감성에 대한 체계적인 연구는 거의 없는 실정이다. 자카드 직물은 고부가가치를 창출하는 패션상품의 소재이며, 소비자의 선호도를 반영하는 우리나라의 전통 문양을 활용한 디자인을 자카드 직물에 활용한다면 더 큰 부가가치가 창출될 수 있다.

따라서 본 연구에서는 전통문양을 활용한 자카드 직물에 대한 소비자의 질감 및 이미지 감성 평가, 분석함으로써 자카드 직물 설계시 품질 향상 및 소재 활용의 데이터베이스를 구축하고자 한다. 이를 위하여 첫째, 자카드 직물에 관한 인지도 및 선호도 실태를 조사하고, 둘째, 자카드 직물의 질감 및 이미지 감성 평가 척도를 개발하고, 셋째, 자카드 직물의 질감 및 이미지 감성 평가를 통해 감성차원을 도출하며, 넷째, 선호도를 결정짓는 데 영향을 미치는 이미지 감성을 규명하고자 한다.

2. 연구방법

2.1. 시료 및 조사대상

본 연구에 사용된 자카드 직물은 유구 자카드

센터에서 전통문양을 활용하여 개발한 소재로, 조직, 색상, 패턴 등이 중복되지 않도록 하여 총 23 종류를 선택하였다. 백제 금관 장식, 국화꽃, 연꽃, 연잎, 나비, 대나무, 장미 등의 자연소재, 한글과 한문 등 문자문, 격자문, 와당문 등 전통 문양을 현대적인 감각에 맞추어 디자인된 것이다.

본 연구는 대전지역 20-30대 대학생과 대학원생 466명을 조사 대상으로 하였다.

2.2. 직물의 질감 및 이미지 감성 평가

23개의 질감 감성 형용사와 50개의 이미지 감성 형용사로 구성되었고 7점 리커트 척도로 이루어진 설문지를 사용하여 직물을 피험자가 자유롭게 만지고 보게 한 후 느껴지는 감성을 표시하도록 하였다. 예비조사는 2007년 7월12일에서 16일까지 대학원생 13명으로 대상으로 행해졌다. 본 조사는 2007년 9월 1일부터 28일까지 실시되었다.

2.3. 자료 분석 방법

자료 분석은 SPSS 통계 패키지를 이용하여 통계분석을 실시하였다. 성별 및 전공에 따른 질감 및 이미지감성 평가의 차이를 분석하기 위해 빈도분석과 분산분석을, 질감 평가의 하위요인을 추출하기 위해 주성분 분석에 의한 요인분석을, 군집분석을 실시하여 이미지 감성의 계층구조 및 평가차원을, 다차원 분석은 이용하여 질감감성 및 이미지감성의 위치도를 작성하였다.

3. 결과 및 고찰

3.1. 한국 전통문양을 활용한 자카드 직물에 대한 관심도

자카드 직물에 대한 관심도는 관심없다가 30.9%, 보통 40%, 관심있다가 29.4%로 관심, 무관심이 거의 비슷하게 나타났으며, 자카드 소재의 선호도에 관해서는 선호하지 않는다 23.6%, 보통은 48.5%, 선호한다 27.9%로 선호와 비선호도 비슷하게 나타났다. 자카드 제품의 구매의사에 관해서는 없다 19.1%, 보통이 39.3%, 있다 41.7%로 나타나 구매의사가 더 높았다. 자카드 소재가 제품에 활용될 필요성에 대해서는 없다 4.1%, 보통이 20.6%, 있다 75.3%로 대부분은 활용 필요성이 있다고 하였다. 선호하는 문양의 표현방법으로는 사실적 표현이 17.2%, 추상적 표현은 54.3%, 복합적 표현이 26.8%로 추상적 표현법에 대해 가장 높은 선호도를 보였다.

3.2. 전통문양을 활용한 자카드 직물의 질감 감성을 군집 분석

뻣뻣한, 요철이 있는, 두꺼운, 광택이 있는, 매끄러운, 신축성이 있는, 성근, 끈적거리는, 구김이 잘 가는 등 9개 하위군집이 추출되었다. 이미지 감성의 경우, 고전적인, 전원적인, 사실적인, 권위적인, 여성스러운, 화려한, 답답한, 낡은 듯한, 순수한, 단순한, 원시적인, 이국적인, 추상적인, 양성적인 등 14개의 하위 군집으로 분류되었다.

3.3. 전통문양을 활용한 자카드 직물의 이미지 감성

다차원 척도법을 통해 분석한 결과, 자카드 직물의 이미지 감성을 평가하는 차원으로 고전적인-현대적인, 화려한-소박한, 추상적인-사실적인의 3차원 6개의 축이 도출되었다.

3.4 선호도 평가

선호직물과 비선호 직물의 이미지 감성용어에 대해 t 검정한 결과, 다양한, 멋있는, 아름다운, 운화한, 은은한, 전통적인, 정돈된, 지적인, 편안한, 품위있는, 풍부한, 환상적인, 희미한과 같은 이미지 감성이 높을수록, 강렬한, 낡은 듯한, 답답한,

이국적인, 정적인 등의 이미지 감성이 낮을수록 선호도가 높게 나타났다.

IV. 결론

본 연구에서는 대학생들을 대상으로 전통문양을 활용한 자카드 직물에 관한 인지도 실태를 조사하였고, 자카드 직물의 감성에 관해 전문가집단의 자유기술식 조사로 추출된 어휘와 선행연구에서 사용된 소재의 질감, 이미지 감성 형용사를 보충하여 23개의 질감 감성 형용사와 50개의 이미지 감성 형용사로 구성된 7점 척도의 평가척도를 개발하였다. 군집분석과 다차원척도법을 이용하여 질감 및 이미지 감성의 평가 차원을 도출하였다. 또한, 선호도 최상위와 최하위 직물을 선정하여 두 직물의 이미지 감성을 비교함으로써 선호도에 영향 미치는 이미지 감성 형용사를 파악하였다.

참 고 문 헌

- [1] 권영아 (2004), 아동용 내의 니트 제품 개발 방안-아동 내의에 선호되는 캐릭터의 감성 특성에 관한 연구-, **복식문화연구**, 12(4), 628-637.
- [2] 김희숙, 나미희 (2005), 의복소재의 선호도에 대한 태와 감성 이미지의 영향-셔츠용 소재를 중심으로-, **한국의류학회지**, 29(2), 210-219.
- [3] 나영주, 권오경 (2000), 여성복 텍스타일 디자인의 특성과 감성에 관한 연구, **한국의류산업학회지**, 23(3), 198-204.
- [4] 신혜원, 이정순 (2002), 의류소재의 이미지 평가 차원 개발에 관한 연구, **한국의류학회지**, 26(11), 1638-1648.
- [5] 이윤숙, 신정원, 안미영, 김은애 (2001), 의류 소재의 구조적 특성이 감각 특성 및 이미지에 미치는 영향, **한국의류학회지**, 25(8), 1408-1419.
- [6] 정인희 (2002), 의류제품 구매시 소재의 영향과 소비자 선호 구조 분석, **한국의류학회지**, 26(1), 83-94.
- [7] 주정아, 유효선 (2003), 소재 트렌드 테마별 직물의 역할적 특성 연구-2002/03 여성복 추동 시즌을 중심으로-, **한국의류학회지**, 27(8), 958-968.
- [8] 한은경, 김은애 (2006), 옷감의 질감 명명 체계 확립을 위한 질감 속성자 분류-여성슈트용 추동복지의 질감 속성을 중심으로-, **한국의류학회지**, 30(5), 699-710.