

## 우리말 감성 어휘의 범주-차원 모형 \*

- 직물 디자인의 시각적 요소와 관련하여 -

### Category-based dimensional model of affective words

박수진, 정찬섭

SooJin Park, ChanSup Chung

요 약 직물 및 직물 관련 제품에서 주로 사용되는 감성 어휘들의 관계 및 구조를 분석하기 위해 잡지 및 설문 조사 과정을 통해 어휘를 수집하였다. 수집된 어휘의 빈도를 조사하고 어휘 적절성을 평가하여 감성어라고 생각될 수 있는 어휘들만을 정리하였다. 여기서 추출된 372개의 어휘는 직물 및 직물 관련 상황에서의 감성어로 사용될 수 있을 뿐만 아니라 유사 분야의 감성어 모형에 대한 기본 자료로 활용될 수 있을 것이다. 어휘들 간 관계구조에 대한 분석은 몇 가지 면에서 이뤄졌다. 자유연상 과제를 실시하여 어휘들 간 관계의 연결망(network)을 확인할 수 있었다. 어휘들이 내포하고 있는 의미의 여러 측면에서 어휘들 간 관계를 파악할 수 있도록 어휘들에 대해 다차원 분석을 실시한 결과 어휘 간 관계는 3차원이면 충분히 설명될 수 있는 것으로 나타났다. 두 개의 주차원을 중심으로 어휘들의 공간 분포를 그리고 이들 어휘를 범주로 분류한 결과 대략 11개의 범주로 어휘들을 나눌 수 있었다.

디자인 분야를 비롯한 예술 작품에서는 제작자와 감상자 간에 같은 종류의 감성이 유발되는지가 매우 중요한 문제이다. 화가는 그림의 구상 단계에서 특정한 예술적 효과를 생각하고 그러한 효과를 높여줄 수 있는 표현 양식과 소재를 탐색, 선정한다(지상현, 1995). 이러한 과정은 비단 화가에게만 국한되는 것이 아니다. 다양한 분야에서 종사하는 디자이너들도 디자인 단계에서 감상자(또는 구매자)에게 특정 감성을 불러일으키겠다는 의도를 가지고 적절한 소재와 색상, 형태 등을 선정하고자 한다. 그러나 제작자인 디자이너들의 의도가 감상자에게, 심지어는 제작에 참여하지 않은 다른 제작자(디자이너)들에게 공감을 불러일으키는지에 대한 분석적 연구는 많지 않았는데, 이

는 감성에 대한 정의, 감성을 표현하는 어휘의 구조, 감성에 대한 내적 모형에 대한 연구가 많지 않았던 데 기인한다.

감성(sensibility)이란 아직까지는 심리학적으로 명확하게 정의된 개념은 아니지만, 몇몇 연구자들의 제안을 통해 그 의미를 개략적으로 파악해 볼 수 있다. 감성공학의 개척자라고 할 수 있는 長町三生(1989a)은 감성을 감각과 대비시켜 정의하였다. 그에 의하면 감각은 외부의 물리적 자극을 신체의 감각 기관이 받아들인 정도인 반면, 감성은 보다 종합적인 개념으로서 외부 대상의 감각에만 근거하는 것이 아니라 그 대상이 속해 있는 환경이나 대상을 지각하는 개인의 연령, 성별, 생활 방식에 의해서도 영향을 받는 개념이다. 한편, 정찬섭(1998)은 감성을 정서(emotion)와 비교하여 설명하였는데, 정서는 감성과 가장 근접해 있는 개념이지만 정서가 사회적이거나 생존 관련 반응에 치우쳐 있는 반면에 감성은 기본 정서뿐 아니라 유머 반응이나 심미적 반응같은 다양한 반

\* 본 연구는 산업자원부 공업기반기술개발사업과제의 연구 지원을 받아 수행되었음(과제번호: 961-41-1)

\*\* 연세대학교 심리학과

e-mail: eulb@psylab.yonsei.ac.kr

cschung@psylab.yonsei.ac.kr

응을 포함하는 보다 광범위한 개념이라고 할 수 있다. 즉 감성은 좁은 의미에서는 기본 정서와 유사한 개념이라고 할 수 있지만, 넓은 의미에서는 전반적인 비인지적 내적 상태(non-cognitive internal states)라고 정의될 수 있는 것이다.

감성은 다음과 같은 점에서 몇 가지 특징을 지니고 있다. 첫째로 감성은 어떤 대상에 대한 것이냐에 따라 나타나는 양상이 달라질 수 있다. 감성은 일반 정서와 달리 감성을 유발하는 대상이 무엇이나에 따라 특정 감성 반응 쪽으로 편향되어 나타날 소지가 있는 것이다. 예를 들어 건축물에서는 '장중하다'와 같은 감성이 유발될 수 있지만, 호출기(beeper)와 같은 소형의 물건에서라면 이런 종류의 감성은 결코 유발될 수 없을 것이다. 또한 감성은 감각된 것을 기초로 하기 때문에 대상별로 중요시되는 감각의 종류에 따라 감성 반응의 범위가 달라질 수 있다. 둘째로 감성은 주변 환경이나 시대 등에 의해서도 달라질 수 있다. 이는 우선 감성 연구가 국가별 또는 지역별로 동일한 결과를 내놓지 않을 수도 있음을 의미한다. 게다가 감성은 직접 측정이 어렵기 때문에 형용사 어휘를 통해 파악해내는 경우가 있는데 이 경우 다른 문화권의 감성 모형을 그대로 사용하는 데에는 지역차에 따른 감성 반응의 차이 이외에도 번역이 곤란한 표현들이 있을 수 있다. 셋째로 감성은 연령이나 성별, 교육 수준이나 전문성 등 개인의 특성에 따라 달라질 수 있다. 미묘한 터치(touch)같은 것은 어떤 사람들에게는 인지되어 독특한 감성을 유발할 수도 있지만 어떤 사람의 감성 유발에는 별 영향을 주지 않을 수도 있다(이순요와 나까마찌미쥬오, 1996). 개인에 따라 선호하는 감성 표현의 차이도 있을 수 있다. 그러나 선호하는 감성 표현의 경우 사용하는 어휘는 다를지라도 어휘들이 나타내는 바는 공통된 감성인 경우가 많다(박미자, 신수길, 한광희, 및 황상민, 1998). 감성의 이러한 점들을 고려하여 본 연구에서는 직물 및 직물 제품의 시각적 속성에 국한하여 한국인의 감성 반응을 모형화하는 것에 초점을 맞추고자 한다. 본 연구의 대상이 직물 및 직물 제품에서의 감성 반응으로 국한되어 있을지라도 본 연구에서 도출된 내적 상태에 대한 모형은 패션 일반에 대한 감성 반응의 이해에 기반이 될 수 있을 것이다.

정서나 감성에 대한 기존의 연구 모형은 크게 범주 모형과 차원 모형으로 나뉠 수 있다(정찬섭, 1998; 한재현과 정찬섭, 1998). 일반적으로 범주 모형에서는 개별 내적 상태를 몇 가지 유목 중 하나로 분류하여 나타내며(Izard, 1971; Ekman, 1972;

Ekman, Friesen, & Ellsworth, 1982; Tomkins, 1984; Oatley, & Johnson-Laird, 1987), 차원 모형에서는 개별 내적 상태를 차원 값의 결합으로 나타낸다(Schlosberg, 1952; Averill, 1975; Russell, 1978, 1980, 1983; Russell & Bullock, 1986; 김영아, 김진관, 박수경, 및 오경자, 1997; 정찬섭, 오경자, 이일병, 및 변해란, 1998). 특정 대상과 관련된 감성을 모형화하기 위해 형용사 범주나 형용사 어휘를 이용하는 경우에는 의미미분법(SD: semantic differential method)이나 척도법(scaling method), 또는 분류 과제(sorting task) 등이 사용된다. 의미미분법이나 척도법 등을 사용하는 경우에는 대상의 항목 수가 많으면 일일이 평가할 때 많은 시간이 소요될 뿐 아니라 피로 등의 이유 때문에 측정자들의 신뢰성도 보장받기 어렵다. 대안으로 사용되는 분류 과제 역시 많은 평가 항목을 동시에 비교하는 일은 어려운 과제일 뿐 아니라 어휘들을 전반적으로 분류하기 때문에 세부 정보가 상실되기 쉽다. 한편, 특정 대상과 관련된 감성을 모형화하기 위해 차원 모형을 이용하는 경우에는 최소의 차원에 대해서만 평정을 하면 되기 때문에 과제 자체의 분량이나 어려움은 감소될 수 있지만 차원 개념이 추상적이기 때문에 차원 값에 대응되는 내적 상태가 무엇인지 분명하지 않아서 평정치들을 그대로 사용하기 어렵다. 한재현 등은 범주 모형과 차원 모형 간에 서로 공유되는 부분이 있으므로 한 모형을 제안하는 것이 반드시 다른 모형을 배제하는 것은 아니라고 보았다. 그들에 의하면 범주 모형은 내적 상태가 각 범주 내에서 강도(intensity)에 따라 구별될 수 있고 두 가지 이상의 내적 상태를 합성하면 두 특징을 모두 가지는 새로운 내적 상태를 나타낼 수 있다는(Plutchik, 1980) 점에서 차원 모형의 속성을 지니고 있다. 차원 모형은 유사한 내적 상태가 차원 공간에서 근접하여 분포되어 있어 범주로 볼 수 있다는(Russell, & Fehr, 1987) 점에서 범주 모형의 속성을 일부 가지고 있다. 이에 본 연구에서는 직물 및 직물 제품과 관련된 감성 어휘의 내적 구조에 대한 모형의 개발 과정에서 두 모형의 장점을 취하여 범주-차원으로서 감성을 모형화하고, 과제 난이도는 낮추면서 대응되는 내적 상태를 구체화할 수 있는 도구를 개발할 수 있도록 하고자 하였다.

## 1. 감성 어휘의 수집 및 정리

일반적으로 직물이나 직물 제품에 대한 사람들의 감각적 경험은 시각과 촉각에 의한 것으로 볼 수 있다.

최근에는 향기나 직물로 만들어진 제품들도 등장하고 있지만 후각적 경험은 전통적으로 직물이나 직물 제품을 접할 때 흔히 경험하는 상황이라고는 보기 어려울 뿐 아니라 아직까지는 그리 보편적이지도 않다. 이제까지 직물 및 직물 제품에 대해 이뤄진 감성 연구는 대개 촉각적인 측면에 치우쳐 있는 편인데 (Dawes, & Owen, 1971; 홍경희, 김재숙, 박춘순, 박길순, 이영선, 및 김재임, 1994; 권현선, 권오경, 및 성수광, 1997; 김지은, 이경화, 이입갑, 및 손진훈, 1997; 문지성, 권영하, 이주영, 및 강대임, 1997), 촉각적인 측면은 시각에 비해 물리적 속성을 객관적으로 정의하기 쉽기 때문인 듯하다. 시각적 표현은 형태와 색채의 조합에 의해 연구 대상의 종류가 매우 다양할 수 있지만, 촉각은 소재의 속성이라는 다소 일차원적인 측면에 의해 좌우되는 것이기 때문에 객관적으로 정의하는 것이 보다 용이할 것이다. 본 연구에서는 상대적으로 연구가 미진한 직물 및 직물 제품의 시각적 속성과 관련된 내적 상태를 살펴보고자 하였으며 궁극적으로는 이를 기반으로 시각적 디자인 속성과 감성을 연결짓는 모형을 개발하고자 하였다. 직물의 감성은 시각과 촉각 모두에 의해 영향을 받지만, 제작자의 의도에 의해 만들어진 구성물에 대한 감상자의 공감이라는 측면에서 볼 때 촉각적인 측면은 제작 과정에서 디자이너가 그 상태를 변화시킬 수 있는 것은 아니기 때문에 본 연구에서는 일단 시각적인 측면과 관련된 감성 반응에 대해서만 고려했다(물론 디자이너는 자신이 디자인을 하는 과정 이전에 어떤 소재를 사용할 것인지를 결정할 수 있고, 심지어는 디자인물을 구성한 다음에 어떤 소재에 표현할 것인가를 결정할 수도 있을 것이다).

감성이라는 내적 상태를 모형화하기 위해서는 사람들이 느끼는 감성에 대한 파악이 이뤄져야 하지만 실제로 사람들의 감성을 직접 파악하는 것은 어려우며 (이순요 등, 1996) 인간의 느낌이나 감성은 언어적으로 어느 정도 표현가능하기(권규식, 1995) 때문에 감성을 표현하는 어휘를 수집하였다. 사람들의 감성 반응은 어휘 이외에도 뇌파를 비롯한 생리적 반응의 측정을 통해서도 이뤄질 수 있지만 이런 경우에는 측정된 생리적 반응이 어떤 감성을 나타내는 것인지를 다시 추론해야 하는 과정이 필요하다(정찬섭, 1998). 그런데 감성 반응이라는 것은 미묘하고 잘 분화되는 것이 아니기 때문에 생리적 반응을 그대로 특정 감성과 연결하여 해석하는 일은 쉽지 않다. 언어적으로 감성을 표현하게 하는 경우에도 사람들에게 자신의 감성에 대해 전반적으로 기술하게 하는 것은 쉽지 않은 일

이기 때문에(이순요 등, 1996) 본 연구에서는 사람들이 감성을 표현하기 위해 사용하는 다양한 어휘를 여러 경로를 통해 수집하고 그것들을 토대로 감성을 모형화하였다. 일반 정서에 대한 기존의 많은 연구에서도 문화권에 따른 차이 때문에 연구자들이 어휘의 번역에 곤란을 겪고 있으며(안신호, 이승혜, 및 권오식, 1993) 특히 제품과 관련된 감성 표현은 대상 제품의 종류에 따라 가능한 어휘들이 달라질 수 있다(長町三生, 1989a)는 보고들이 있기 때문에 기존 연구를 활용하지 않고 처음부터 관련 감성 어휘를 전부 수집하는 방식을 취하였다.

## 1-1. 감성 어휘의 수집

### (1) 잡지 분석

**재료 및 방법.** 잡지 분석은 흔히 대상 제품과 관련된 전문 잡지를 통해 이뤄지지만(長町三生, 1989a) 본 연구에서는 디자이너 역시 일반인과 유사한 감성을 가지고 있을 것이라는 전체 하에 직물 관련 전문 잡지 외에 일반 대중 잡지도 분석하였다. 디자이너와 일반인은 디자인 상황에서의 기술적 용어의 사용에 있어서는 차이가 날 수 있으나 감성의 측면에서는 공통된 감성 표현들을 사용할 것이라고 생각하였다. 또한 디자이너가 궁극적으로 이루고자 하는 것도 일반인의 감성에 호소할 수 있는 디자인물의 제작이므로 일반인의 감성 표현에 대한 조사가 보다 중요하다고 생각하였다. 노무수(1997)는 기존의 감성과학적 제품 개발의 결과가 대부분 성공적이지 못했던 이유가 바로 대다수 소비자의 감성과는 거리가 있는 소수의 전문가(디자이너) 또는 준전문가(opinion leader)들에 기반하여 감성 조사가 이뤄졌기 때문이라고 보았다. 이에 본 연구에서는 다양한 접근 방식으로 일반인의 감성 특성을 파악하는 데 중점을 두었다.

직물이나 직물 제품은 계절에 따라 사용되는 소재나 색채, 무늬(pattern) 등이 달라질 수 있고 그에 따라 감성 어휘들의 사용 여부나 사용 빈도가 달라질 수 있을 것이라 생각하여 일반 대중 잡지의 과월호 1년치(Céci, 1994~1995년)에 대한 분석을 하였다. 또한 대중 잡지가 목표로 삼고 있는 구독 대상의 특징(연령, 성별, 사회적 직업 활동 여부, 결혼 여부), 주로 다루는 내용상의 특징(패션, 인테리어, 일반 생활 기사)에 따라 추출될 수 있는 감성 어휘들이 달라질 수도 있을 것이라 생각하여 같은 시기에 출판된 대중 잡지를 그 성격별로 한 권씩 분석, 비교하였다(She's, Queen, Working Woman, HIM, 행복

(표 1) 대중 잡지의 특성에 관한 표. 잡지의 실제 구독층과 잡지사에서 목표하고 있는 구독층에는 약간의 차이가 있는 것같았다.

잡지명	Céci	She's	Queen	Working Woman	HIM	행복이 가득한 집
목표 대상 연령	20대	20대	30대	20-30대	20대	
목표 대상 성별	여성	여성	여성	여성	남성	
목표 대상 결혼 여부	미혼	미혼	기혼			
목표 대상 직업			주부	직장 여성		
주 내용	패션	패션	생활 전반		생활 전반	인테리어

이 가득한 집, 1997년 1/4분기)(표 1). 대중 잡지 분석 결과 계절별로 사용되는 감성 어휘의 종류나 사용 빈도가 거의 다르지 않은 것으로 나타났기 때문에 전문 잡지의 분석 과정에서는 계절별로 대표적인 달을 우선적으로 선정하여 분석을 진행하였다. 분석에 사용된 직물 관련 전문 잡지는 Texjournal(1996년 8권), Korea Textile(1996년 6권), Fashion Today(1996년 1권)였다. 각 잡지에서 감성 어휘를 추출하는 일은 연세대학교 대학원 심리학과 및 인지과학 협동과정에 재학 중인 4인의 대학원생에 의해 이뤄졌으며, 추출된 감성 어휘들에 대해 각 잡지별, 각 권별로 사용 빈도를 기록하였다. 감성 어휘는 사전 논의를 거쳐 물리적 속성을 기술하는 어휘가 아닌 인상이나 느낌을 표현하는 어휘들로 설정하였으며, 감성 어휘에 대한 기준은 실제로 감성 표현을 대하면서 흔들릴 수 있을 것이라 생각하여 4인이 각기 감성 어휘라고 생각한 어휘를 추출, 기록한 다음 자료를 한꺼번에 통합하였다.

**결과 및 논의.** 잡지 분석 결과 감성 어휘만을 추출하도록 하였음에도 불구하고 물리적인 상태 기술어 등이 포함되어 있었다. 대중 잡지와 전문 잡지 간에는 기술적인 전문 용어의 사용 여부에 있어서는 많은 차이가 있었으나 감성을 표현하는 어휘의 사용 여부나 사용 정도에 있어서는 별 차이가 없었다. 물리적인 속성을 묘사하거나 설명하는 데 사용되는 일부 기술적인 용어들은 전문 잡지에서만 볼 수 있었으며 이들 어휘들 중에는 일반인들이 전혀 이해할 수 없는 어휘들도 있었다(이들 어휘들은 어휘 수집 후 디자인 전문가들에게 문의하여 의미를 파악할 수 있었다). 대중 잡지나 전문 잡지 모두 외국어 표현이 많이 쓰이고 있었는데(전체 어휘 중 약 20% 정도) 이는 다음과 같은 이

유들 때문이라고 생각된다. 첫째로 디자인 교육 및 직물 관련 산업이 선진 외국의 영향을 많이 받아 실제로 디자인 상황에서 외국어로 된 감성 표현이 원어(原語) 그대로 많이 사용되고 이를 다루는 관련 잡지들에서도 자연스럽게 많은 외국어가 사용되는 것으로 볼 수 있다. 특히 어휘의 미묘한 어감(nuance) 차이를 중시하여 번역을 꺼리는 경향이 있는 듯하며 극단적인 경우에는 사전적인 의미는 거의 같은 우리말과 외국어를 반복적으로 사용하기도 하였다(예: 단순하고 심플하다). 이는 부분적으로는 문화권에 따라 감성 표현의 범위나 내용이 다르기 때문에 번역이 어렵기 때문인 탓도 있지만 실생활에서의 어휘 사용이 시대적인 변화에 따라 사전에서의 의미를 넘어서 사용됨을 반영하기도 하는 것 같다. 따라서 단순히 어휘만을 보고 표현하고자 하는 감성이 무엇일지에 대해 파악하는 데에는 문제가 있을 수도 있으나, 실제로는 사전적 의미가 유사한 표현들이 감성 공간에서 가깝게 위치하는 것으로 나타났다. 둘째로 외국어는 덜 친숙하기 때문에 듣는 이에게 참신하며 세련되었다는 느낌을 주며 그 결과 외국어를 사용하여 직물 및 직물 제품에서의 감성을 표현하는 것이 제품의 가치를 높여주리라 기대하는 경향이 있는 것 같다. 외국어 이외의 우리말의 경우에도 전반적으로 일상적인 사용 빈도가 낮은 어휘들이 많이 사용되고 있음을 통해서도 이를 미루어 짐작할 수 있다(표 2). 직물 관련 산업에서는 유행을 선도하는 것이나 고급감을 주는 것 등을 중시하기 때문에 일상 생활에 비해 외국어를 자주 사용하고 구매자도 이러한 측면에 많은 영향을 받고 있는 것으로 알려져 있다(김미영과 한명숙, 1997). 이러한 경향은 단순히 직물 및 직물 제품에서만 나타나는 것도 아니며 여러 제품에 대한 신문, 잡지의 광고에서도 이러한 효과를 기대하고 있는 것 같고, 경우에 따라서는 외국

(표 2) 어휘 목록. 감성 어휘들은 기본형으로 정리하였다. 한글 사용 빈도는 연세대학교 한글사전편찬위원회에서 만든 연세 말뭉치 I의 어휘빈도표(1991)를 참조하였다. 반의어조사는 직물 및 직물 제품 상황에서 반의어라고 생각되는 어휘를 일반인들이 직접 보고하도록 하여 얻어낸 결과이다. 어휘들 중 일부만이 제시되어 있다.

단어	대중잡지	전문잡지	일반인조사	전문가조사	한글사용빈도	반의어조사
개성있다	0	0	0		개성 198	평범하다
거칠다	0		0		31	(부드럽다)
결쾌하다	0				22	
고급스럽다	0	0	0		고급 161	싸구려같다
고상하다		0			19	천박하다
고전적이다	0		0	0	고전적 27	현대적이다
고풍스럽다			0		1	
곱다	0				77	거칠다
귀엽다	0	0	0	0	51	성숙하다
귀족적이다			0		귀족 50	서민적이다
깔끔하다	0	0	0		23	지저분하다
깨끗하다	0	0	0	0	132	지저분하다
낭만적이다	0				낭만 36	
다이내믹하다	0				다이내믹 4	
단조롭다	0				19	
답답하다			0	0	68	(자유롭다)
댄디하다	0					
도회적이다	0	0			도회 6	
독특하다	0	0	0		128	평범하다
딱딱하다	0		0	0	38	
로맨틱하다	0	0			7	
리치하다	0	0			5	
모던하다	0	0			모던 1	
무겁다	0		0		147	
밋밋하다	0				4	
보수적이다			0		보수적 31	
보이시하다	0					
부드럽다	0	0	0	0	171	거칠다
새롭다	0	0	0		1204	낡다
생동감있다	0				생동감 14	
섬세하다	0	0			52	
세련되다	0	0	0	0	51	촌스럽다
섹시하다	0	0			섹시 3	수수하다
소녀적이다	0				소녀 196	남성적이다
스포티하다	0	0				
시골풍이다					시골 195	
시원하다	0		0	0	90	따뜻하다
신기하다			0		48	
신신하다	0	0			98	
심플하다	0	0	0		1	복잡하다
싸구려같다			0			(고급스럽다)
아름답다	0	0	0		469	추하다
양중맞다	0				양중스럽다 2	
액티브하다		0				차분하다
야성적이다			0		야성적 3	
어느스럽다	0				어느 305	
엘레강스하다	0	0				
예쁘다	0		0		96	밋다
예술적이다			0		예술적 66	평범하다
와일드하다	0				와일드 11	
요란하다	0				65	차분하다

단어	대중잡지	전문잡지	일반인조사	전문가조사	한글사용빈도	반의어조사
우아하다	0	0	0	0	32	촌스럽다
유치하다			0		53	
은은하다	0	0	0	0	25	
이색적이다	0				이색적 22	평범하다
잔잔하다	0				32	
전통적이다		0			124	
전잡다	0				42	요란하다
조잡하다			0		14	
중후하다	0				11	가볍다
촌스럽다	0		0	0	촌 58	세련되다
캐주얼하다	0	0				
컨템포러리하다		0				
큐트하다		0				
클래식하다	0	0			클래식 59	
터프하다	0		0		터프 3	
패셔너블하다	0					
핑키하다	0	0				
페미닌하다	0	0				
편안하다	0	0	0		55	불편하다
프레시하다			0			
현란하다			0		19	
화려하다	0	0	0	0	183	(수수하다)
화사하다	0		0		28	
활기차다	0				110	
획일적이다		0			11	

어와 우리말을 조합한 신조어마저 등장하는 것 같다(이주행, 1992). 셋째로 교육 및 대중 매체의 영향에 의해 일반 대중(특히 청년층의 경우)에게도 외국어 표현을 사용하는 것이 과거에 비해 비교적 일상화되고 있다고 볼 수 있다. 분석에 이용된 대중 잡지들은 잡지의 실제 구독층이야 어떻든 간에 전반적으로 20~30대를 목표 대상으로 삼고 있기 때문에 외국어 표현을 사용함에 있어 더 거리낌이 없는 것 같다(아마도 잡지를 만드는 사람들 또한 이런 연령 범주에 속할 것이다).

'따뜻하다'나 '시원하다'와 같이 기후 변화에 영향을 받을 수 있는 어휘를 제외하고는 어휘 사용에 있어 계절적인 차이는 거의 없었으며 잡지 특성별 차이도 거의 없었다. 인테리어를 주로 다루는 잡지에서는 다른 잡지들과 달리 '소박하다'와 같은 어휘의 사용이 약간 두드러졌는데, 의류 제품의 감성 표현에서는 자주 사용되지 않는 어휘이기 때문에 다른 잡지에서는 쉽게 발견되지 않았던 것 같다. 이는 유사한 품목 내에서는 제품의 종류에 따라 감성 표현이 크게 다르지 않으리

라는 점과 아울러 그림에도 불구하고 부분적으로는 사용 어휘가 다를 수 있음을 의미하는 것이다. 남성을 상대로 한 잡지에서는 '중후하다'와 같은 어휘가 추출된 것이 특기할 만하였으며 그 밖의 감성 어휘 사용에 있어서는 여성 잡지들과 거의 다르지 않았다. 이 점은 두 가지 사실과 관련하여 생각해 볼 수 있다. 첫째로 '중후하다'와 같은 어휘는 여성과 관련된 디자인 물에서는 전혀 사용되지 않는 성별과 강하게 연합된 감성 표현이다. 둘째로 직물 관련 제품에서는 상대성(性)의 느낌을 주거나 성별의 구별이 확실하지 않은 느낌을 주는 것이 부적절한 것으로 간주되지 않고 도리어 세련되거나 개성적임과 같은 긍정적인 측면으로 인식될 수 있다. 그 결과 남성을 위한 직물 관련 제품에서 '여성적이다'라는 어휘가, 여성을 위한 직물 관련 제품에서 '보이시하다(boyish)'와 같은 어휘가 사용되는 것이다.

## (2) 설문 조사

**대상 및 방법.** 설문 조사는 크게 다섯 가지 유형으로

실시되었다. 첫째는 각 개인당 12~13개의 표본을 연세대학교 심리학과 및 인지과학 협동 과정의 20대 남녀 대학생 12명(남녀 각각 여섯 명)에게 제시하고, 그 표본 각각에 대해 직물을 보았을 때 느껴지는 감성과 직물을 만졌을 때 느껴지는 감성에 해당하는 어휘를 각각 다섯 개 이상, 그리고 물리적인 상태 기술 어휘를 다섯 개 이상 보고하게 하였다. 둘째, 교양 심리학 과목을 수강하는 연세대학교 남녀 학생 85명에게 각각 한 개의 직물 표본을 제시하고 직물 표본을 보았을 때 유발되는 감성에 해당하는 어휘를 다섯 개 이상씩 보고하도록 하였다. 셋째, 교양 심리학 과목을 수강하는 충북대학교 남녀 학생 156명에게 직물 및 직물 제품에 대한 감성 어휘를 일곱 개 이상씩 보고하도록 하였다. 넷째, 사전적으로 유사한 의미를 갖는 우리말과 외국어를 포함하여 직물 및 직물 제품의 감성 표현으로 사용되는 빈도가 높았던 108개의 감성 어휘를 교양 심리학 과목을 수강하는 연세대학교 여학생 22명에게 제시하고 각각의 어휘에 대해 직물 및 직물 제품에서의 감성 표현에 국한하여 다섯 개 이상의 연상어를 보고하도록 하였다. 설문 조사 및 분석 과정에서 전문가와 달리 일반인은 남성에게 비해 여성이 직물 및 직물 제품에서의 감성 표현의 이해 정도나 사용 정도가 보다 다양한 것으로 나타나 광범위한 어휘 수집을 할 수 있도록 여성에 한하여 자유 연상 과제를 실시하였다. 마지막으로 잡지 분석 결과 전문가와 일반인의 감성 표현 종류가 크게 다르지 않은 것으로 나타나 전문가는 10인(수석급 의류 디자이너 다섯 명, 인테리어 디자이너 다섯 명)을 선정하여 각각 9~10개의 표본을 제시하고 각 표본별로 10개 이상의 감성 표현을 보고하도록 하였다. 일반인의 경우 다섯 개 안팎의 감성 어휘를 보고하는 과제에 대해서도 어렵다는 보고가 많았으나, 전문가들의 경우 직물 및 직물 관련 제품에 대해 감성 어휘를 사용하는 시간이나 상황이 일반인보다 많고 따라서 어휘를 보고하는 과제가 그다지 어렵지 않을 것이라 생각하여 전문가에게는 일반인보다 많은 어휘를 보고하도록 하였다. 감성 어휘는 원칙적으로 형용사를 보고하도록 하였으며 그밖에 명사나 관형사 또는 관형어 표현도 부분적으로 허용하였다.

**결과 및 논의.** 직물 하나에 대해 많은 감성 어휘를 보고하게 하는 경우에 조사 대상자들은 과제가 어렵다는 보고를 많이 하였으며, 전반적으로 한 개인 내에서는 여러 직물에 걸쳐 유사한 어휘가 반복적으로 보고되는 경향이 있었다. 각종 잡지에서는 외국어가 많이

사용되고 있었던 데 반해 감성 어휘를 보고하도록 하는 설문 조사에서는 외국어 표현이 별로 없었는데, 이것은 외국어 표현을 이해하는 것과 실제 사용하는 것이 다를 가능성이 있음을 시사한다. 한 개인 내에서 유사한 어휘들이 반복적으로 보고되는 것이나 외국어 표현이 별로 보고되지 않은 것은 사용가능한 감성 어휘의 종류는 다양할지라도 실제 사용되는 어휘는 극히 제한적일 수 있음을 나타내는 것이다. 이 때문인지 설문 조사 과정에서는 섬세하고 미묘한 느낌의 차이를 반영하는 어휘들은 보고되지 않았다.

잡지 분석과 달리 설문 조사에서는 부정적인 감성 표현들이 꽤 보고되었는데 잡지는 독자에게 긍정적인 감성을 불러일으키는 것을 지향하기 때문에 부정어의 사용이 자제되기도 하고 부정적인 감성을 불러일으키는 직물 및 직물 제품은 거의 게재하지도 않기 때문인 것 같다. 잡지에 게재된 직물 및 직물 제품은 감상자의 관점을 나타내고 있다기보다는 제품을 만든 디자이너의 생각이나 느낌을 대변해 주는 경우가 많으며 디자이너들은 제품 제작시 부정적인 감성 유발은 기대하지 않을 것이기 때문에 잡지에서 부정적인 감성 어휘가 추출되는 경우는 거의 없다. 잡지에서 긍정적인 감성 표현만이 주로 나타나는 것은 단순히 직물이나 직물 제품에만 국한되는 일은 아닐 것이다. 이와 달리 설문 조사에서는 조사 대상자들이 자유롭게 솔직하게 자신의 감성을 보고할 수 있었기 때문에 자기 마음에 들지 않는 직물 표본에 대해서도 그 느낌을 그대로 보고하였고 그 결과 부정적인 감성 어휘들이 나타난 것이라 생각된다. 그러나, 부정적인 감성을 보고하는 경우에도 전적으로 부정적인 감성만이 보고되지는 않았다. 예를 들면 동일 피험자가 같은 직물에 대해 '정그럽다'와 '세련되다'를 동시에 보고하였다.

자유 연상 과제는 본래 어휘 수집을 목적으로 실시된 것은 아니었으나 어휘 수집에 기여했음은 물론 간접적으로 어휘의 이해도에 대해 시사점을 제공하였다. 조사 대상자 다수가 의미를 분명하게 알고 있지 못한 어휘의 경우에는 보고되는 연상어가 상대적으로 적은 것으로 나타났으며 연상어를 전혀 보고하지 못하는 사람들도 있었고 어떤 경우에는 일반적으로는 무관련하다고 생각되는 어휘를 보고하기도 하였다. 자유 연상 과제에서 도출된 어휘들은 대개 유사어들로 이루어져서 가능한 감성 표현 전체를 아우르는 것 같지는 않았다. 즉 제시어와 비슷한 긍정어들이 주로 보고되었다.

설문 조사 과정에서 전문가와 일반인이 보고하는 감성 어휘의 종류는 예상했듯이 거의 다르지 않았으나

전문가들은 일반인에 비해 즉각적으로 감성 표현을 잘 하는 경향이 있었으며 보다 객관적인 표현을 사용하려는 경향이 있었다. 디자인 전문가들은 직업적으로 특정 감성의 유발을 기대하면서 디자인을 하는 일이 많아서인지 또는 직물 및 직물 제품을 보고 평가하는 일이 많아서인지 일반인에 비해 보다 쉽고 빠르게 감성 표현을 떠올리는 경향이 있었다. 자주 보고하는 어휘의 종류면에서는 디자이너들은 일반인들에 비해 '단순하다'나 '복잡하다'와 같은 물리적 특징에 보다 쉽게 연결될 수 있는 감성 표현을 많이 보고하는 것으로 보아 직물을 평가적으로 보는 것같았다.

일반인들은 직물을 묘사하기 위해 사용되는 물리적인 상태 기술어와 감성 표현을 잘 구분하지 못하는 경향이 있었으며 시각적으로 유발되는 감성 표현과 촉각적으로 유발되는 감성 표현 간의 차이도 거의 없었다. 시각에 의해 유발될 수 있는 감성이 촉각에만 의존하여 유발되기는 어려우나 촉각에 의해 유발될 수 있는 감성들은 보는 것만으로도 어느 정도 유발되는 것같다. 이는 우리가 일상적으로 '~해 보인다'와 같은 보조 용언을 이용하여 촉각적인 상태를 시각화해서 묘사하는 경우들이 있음에서도 알 수 있다. 따라서 같은 패턴 디자인으로 되어 있는 경우, 만지지 못하게 하여도 제품 소재에 따라 유발되는 감성이 달라질 가능성은 있다. 직물 표본을 이용한 감성 어휘 조사의 경우 일반인들은 직물 표본을 제시하여도 그 표본으로 제작될 수 있으리라 기대되는 직물 제품을 연상하는 경향이 있었으며 이 역시 감성 표현에 영향을 주는 것같았다.

설문 조사 과정에서 감성 표현으로서 형용사를 보고하는 것을 원칙으로 하였으나 조사 결과 '명사 + 어미형(~ 같다, ~스럽다 등)'의 보고도 많았으며 일부는 동사를 형용사로 알고 사용하는 경우도 있었다. 본 연구에서는 적절한 형용사 감성 표현이 쉽게 떠오르지 않을 때 특정 대상에 '~ 같다' 등을 붙여 보고한다고 생각하여 이들 어휘를 기본 감성 어휘에서 배제하였으나 복합적인 감성을 표현하기 위해 이런 어휘들을 사용했을 가능성도 있다. 이런 어휘들을 감성 표현으로서 모두 수용할 경우 가능한 표현이 무제한적이기 때문에 문제가 있지만 일상 생활에서 미묘하고 복잡한 감성들을 한꺼번에 표현하고자 할 때는 이런 표현들이 편리하고 유용할 수 있다. 특히 비슷한 경험을 가진 동일 문화권의 또래들에게는 이런 어휘가 어떤 감성을 표현하는 것인지 쉽게 이해되는 것같다. 동사와 형용사의 개념 혼동은 어휘 사용 과정에서 어휘의 의미들이 변형되어 나타난 결과라고 생각된다.

예를 들어 '튀다'는 표현은 동사 '튀다'에서 나온 말이지만 많은 사람들이 형용사로서 인식하고 있는 경향이 있었으며 따라서 움직임을 나타낸다고 보다는 상태나 느낌을 나타내기 위해 더 많이 사용되고 있는 것같다.

### (3) 현장 조사

각종 직물이 구비되어 있는 동대문 시장과 다양한 종류의 직물 제품이 판매되는 백화점을 방문하여 구매 시 사용되는 감성 어휘를 수집하고자 하였으나, 3회에 걸친 사전 조사 결과 구매 상황에서는 감성 표현이 거의 사용되지 않는 것으로 나타났다. 직물 또는 직물 제품의 경우 구매자는 색에 대한 표현 정도만 할 뿐, 판매자 또는 동행인과 감성 표현을 사용한 대화를 거의 하지 않는 것으로 나타났으며 구매 여부를 결정하기 위해 깊은 대화나 상담을 하지도 않았다. 이는 구매 상황에서 그다지 어렵지 않게 감성 어휘들을 수집할 수 있었던 국외의 다른 연구들(長町三生, 伊藤宏司, 福場良之, 迅 敏夫, 1984a, b; 長町三生, 1989b, c)과는 매우 다른 현상인데 연구 대상 자체의 차이와 문화적인 차이로 해석해 볼 수 있다. 연구 대상의 측면에서 볼 때 자동차나 주택과 같은 고가(高價)의 제품은 구매시 신중한 선택이 보다 많이 요구되고 구매자의 요구를 반영하여 수정하거나 추가할 수 있는 부분도 많기 때문에 제작자(또는 판매자)와 감상자(또는 구매자) 간에 많은 상담이 진행될 수 있다. 그에 반해 직물이나 직물 제품은 자주 구매하는 일상적인 품목으로서 상대적으로 뭉뚱이 드는 품목도 아니고, 선택의 폭이 넓은 편이면서 구매자가 수정을 요구할 수 있는 부분도 별로 없기 때문에 상담을 거쳐 수정하는 대신 새롭게 맘에 드는 제품을 찾게 된다. 문화적인 측면에서 볼 때 우리 나라 사람들은 자신의 감정 등을 언어적으로 표현하여 드러내지 않는 경향이 있고, 이것이 일반화되어 일부러 요구받지 않는 한 제품 구매 상황에서도 감성 표현이 거의 나타나지 않은 것일 수 있다.

### (4) 사전(辭典) 분석

국어 사전으로서 '훈글 우리말 큰사전(한글학회, 1995)'이 사용되었으며, 각 감성 어휘의 일상적인 사용 빈도는 연세 말뭉치 I의 어휘 빈도표(이상섭, 이기동, 남기심, 정찬섭, 이익환, 및 최윤철, 1991)에 의거하여 정리하였다. 국어 사전은 감성 어휘의 수집 목적으로 준비하였으나, 어휘 분석 과정에서 유사어와 반의어 관계, 품사, 사전적인 의미의 파악을 위해서도 사용되었다(한글의 경우 유사어나 반의어만을 다루는



특수 목적의 사전이 없다). 사전에서 직접 해당 감성 어휘를 수집하는 것은 대상에 따라 표현이 달라질 수 있다는 점에서 적절하지 못한 것으로 판단되어 사전은 참고 자료로만 활용하였다.

수집된 감성 어휘 각각을 한글 사용 빈도 조사표에 의거하여 일상적인 사용 빈도와 비교, 분석한 결과 직물 및 직물 제품에 사용되는 감성 표현은 일상적으로는 자주 사용되지 않는 저빈도어로 나타났다(표 2). 직물 및 직물 제품에서 사용되는 감성 표현에 많이 나타나는 외국어 표현들의 경우에도 과거에 비해 사용 빈도가 증가하고는 있으나 아직까지 일상적인 우리말들에 비해서는 상대적으로 사용 빈도가 낮은 편이었다. 앞서서도 언급하였듯이 외국어를 비롯한 저빈도 어휘들이 많이 사용되는 것은 새로움이나 고급스러움, 독특함과 같은 감성을 불러일으키으로써 제품의 가치를 높이고자 하는 의도와 관련하여 생각해 볼 수 있다. 새롭다는 것을 이용하여 시선을 끌고 구매 동기를 높이고자 하는 의도는 광고에 있어서는 아예 '새롭다'는 어휘 자체를 흔히 사용하는 강력어(소비자의 주목과 관심을 불러일으키는 능력있는 단어)로 만들어버리기까지 하고 있다(Ogilvy, 1987; 리대룡과 김신의, 1996).

(5) 기타 자료 분석: 신문 기사, 광고, 카탈로그(catalog) 분석

조선일보 1997년 4월분을 중심으로 일반 신문 4종(조선일보, 동아일보, 한겨레신문, 일간스포츠)과 직물 관련 신문 2종(국제섬유신문, 한국섬유신문)에서도 관련 기사에서 어휘를 수집하였으며 그밖에 각종 의류 및 기타 직물 제품 광고(신문 및 잡지 게재 광고), 카탈로그 등을 분석하였다. 수집된 어휘들은 잡지나 설문 조사에서 수집된 어휘들과 중복되었으며 새롭게 나타난 어휘들은 없었다. 카탈로그의 경우에는 감성 표현은 물론 기타 언어적인 표현이 거의 사용되고 있지 않았으며, 직물 관련 제품(특히 의류)의 카탈로그나 광고에서 나타나는 언어를 배제한 시각적 이미지의 강조는 최근에 더욱 두드러지는 경향이 있다(디자인, 1997 참조). 이는 각종 카탈로그들이 특정 감성 어휘를 사용함으로써 디자이너와 감상자 간에 발생될 수도 있는 감성의 불일치에서 파생되는 문제를 피하고 감상자에게 특정 감성을 강요하는 듯한 인상을 주는 대신 시각적인 자극을 통해 개개인의 마음 속에서 감성을 창출하고자 하는 의도로 제작되기 때문이라고 생각된다. 시각적인 이미지만 제시하는 경우에 디자이너의 감성과 감상자의 감성이 일치하는지는 여전

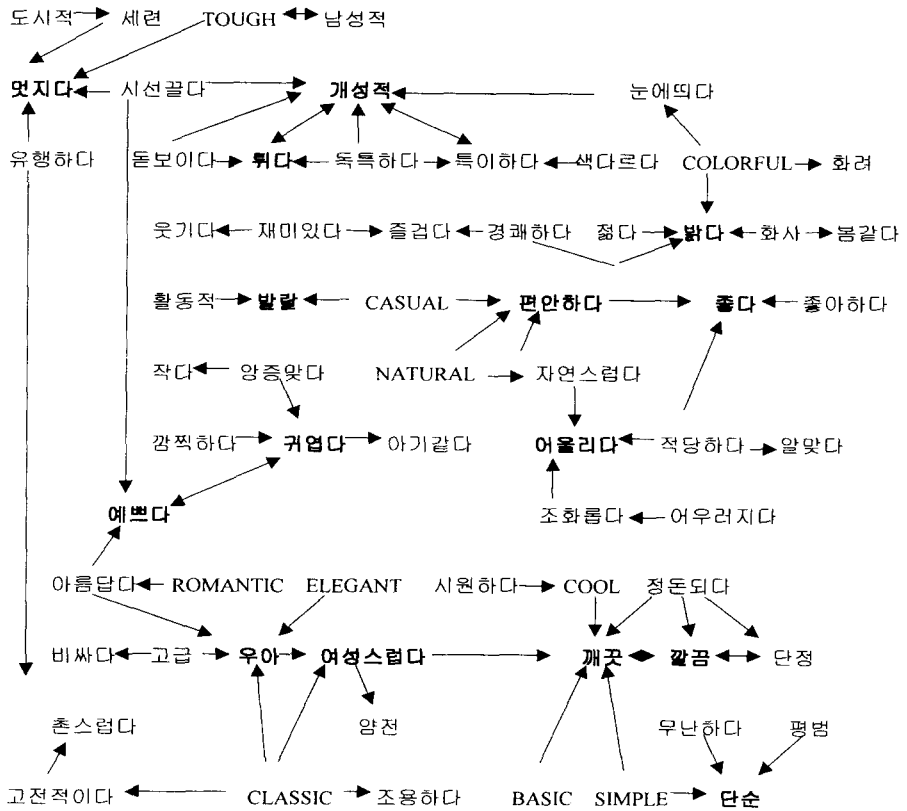
히 알 수 없으나 디자이너가 의도한 감성이 감상자에게도 유발되리라 기대하는 것 같다.

1-2. 감성 어휘의 적절성 및 이해도

**평가대상 및 방법** : 한 피험자가 모두 평가하기에는 수집된 어휘 목록이 너무 방대했기 때문에 어휘 목록을 120개 내외로 분할하여 9개의 조(set)를 만든 다음 연세대학교 교양심리학 과목을 수강하는 남녀 학생 270명에게 적절성 평정을 하도록 하였다. 결과적으로 각 조별로 어휘 평정을 한 사람의 수는 30명씩이었다. 조사 대상자들에게 각각의 어휘가 직물에 대한 감성(느낌)을 표현하기 위해 사용하기에 적절한지에 대해 7점 척도로 평가하도록 하였다(전혀 적절하지 않다 1점 - 매우 적절하다 7점).

**결과 및 논의**. 분석 과정에서 7점 척도로의 세세한 평정이 매우 어려운 과제로서 상대적인 적절도를 제대로 반영하고 있지 못한 것으로 나타났으며 연구의 관심 또한 개별 어휘가 얼마나 적절한지에 대해 상대적인 정도를 비교, 분석하고자 하는 것이 아니기 때문에 적절성 설문 결과의 결과를 적절하다와 부적절하다로 이분(二分)하여 빈도 분석을 하였다. 빈도 분석 결과  $p < .05$ 에서 유의하게 부적절하다고 평정된 어휘들은 시공간 상태 표현과 관련된 어휘(~년대 풍이다, 에드워드조(Edward朝)의 등), 물리적인 기술(記述) 또는 묘사와 관련된 어휘(끝없다, 녹녹하다 등), 신체 상태와 관련된 어휘(피롭다, 나른하다, 역겹다 등), 일반 정서 어휘(happy, 기쁘다, 슬프다 등), 잘 이해되지 않는 어휘 또는 잘 모르는 어휘(androgynous, itty-bitty, pastoral 등) 등으로 나타났으며 이들 어휘를 배제한 결과 372개의 어휘로 정리할 수 있었다. 적절성 평가 과정에서 적절하다고 평가된 어휘를 선정하는 대신 부적절한 어휘를 배제한 것은 적절성 평정에서 중간 정도로 평정된 어휘들에 다소 애매한 점이 있어 이들 어휘를 이후의 분석 과정에 일단 포함시키기 위함이었다. 적절성 평가 과정에서 이해되지 않는 어려운 표현들이 대체로 부적절한 어휘로 평정되는 것으로 나타남에 따라 이해도에 대한 설문 조사는 별도로 실시하지 않았다. 이해되지 않는 어휘들은 일부 외국어 표현들과 현대에 와서 널리 쓰이지 않는 우리말 어휘 등이었다.

적절성 평가 과정에서 부적절한 것으로 평가된 어휘들을 포함하여 어휘 전체를 다른 각도에서 분석하면 대체로 감성 연구에서 다루질 수 있는 어휘들은 대략 네 단계 정도의 위계 구조 속에 분포하는 것 같다. 대



(그림 1) 어휘들 간 관계구조 연결망. 자유 연상 과제에서 자주 보고된 어휘를 중심으로 제시하였다.

상을 단순 묘사하기 위해 사용하는 어휘, 그리고 물리적인 상태로 객관화하기에 보다 쉬운 감성 어휘(예를 들면, 복잡하다), 조금 더 추상적인 형태의 감성 어휘(예를 들면, 예쁘다), 그리고 일반 정서 어휘의 네 단계 정도로 어휘의 위계를 생각해 볼 수 있는 것 같다. 이 부분은 후속 연구에서 어휘 구조의 위계성으로서 고려해볼 필요가 있다고 생각된다.

## 2. 내적 상태로서의 감성에 대한 모형

### 2-1. 어휘 간 관계구조 연결망

기존의 정서 연구(Shaver, Schwartz, Kirson, & O'Connor, 1987; 이만영과 이홍철, 1990; 안신호, 이승혜, 및 권오식, 1993)나 감성 연구(박영순, 1985; 長町三生, 1989a; 홍경희, 김재숙, 박춘순, 박길순, 이영선, 및 김재임, 1994; Bhushan, Rao, & Lohse, 1997; I. R. I., 1997; Kobayashi,

1998)에서는 수집된 많은 감성 어휘를 순차적으로 줄여나가면서 최종적으로 선택된 어휘를 사용하여 정서 또는 감성을 모형화하는 방법을 주로 사용하고 있으나 본 연구에서는 이러한 방법과 병행하여 초기부터 대략적인 감성 어휘 구조에 대해 파악하는 방안도 제안하고자 한다.

**대상 및 방법.** 어휘 수집 과정에서 기술한 바와 같이 연세대학교 교양심리학 과목을 수강하는 여학생 22명을 대상으로 하였으며 직물 및 직물 제품 상황에서 사용 빈도가 높은 108개의 어휘에 대해 연상되는 감성 어휘를 각각 다섯 개 이상 보고하도록 하였다.

**결과 및 논의.** 108개 어휘들에 대해 어휘 간 관계 구조에 대한 연결망(network)을 그려냈으며, 각각의 연결 관계 중 일부가 그림 1에 제시되어 있다. 그림 1은 Anderson (1985)이 언급한 명제망(proposi-

tional network)과 유사하다. 그림 1에서 보는 바와 같이 어휘들 중에는 중심어 역할을 하는 어휘들이 있으며 부정어들은 이 관계구조 연결망 속에 포함되지 않는 경향이 있었다. 이는 반의어나 유사어에 대한 지식을 특별히 주지 않았음에도 자유 연상 과정에서 연상어가 주로 유사어에 치우쳐 있었기 때문일 수 있으며, 이 점은 어휘 연결망에서 어휘 간 관계구조가 유사어 중심으로 엮여 있어 제약을 두지 않는 경우에는 이들 유사어 위주로 보고되기 때문일 수 있다.

중심어는 크게 두 가지 측면에서 생각해볼 수 있는데, 어떤 어휘는 자신으로부터 연상되는 어휘가 많아서 나가는 화살표가 많고 어떤 어휘는 주로 다른 어휘들에 의해 연상되어 들어오는 화살표가 많았다. 연상되어 나가는 화살표가 많은 어휘들은 어휘의 개념이 모호하거나 많은 뜻을 지닌 다의어(多意語)라고 생각되며 연상되어 들어오는 화살표가 많은 어휘들은 여러 어휘들을 대표하는 어휘 또는 어휘 위계 구조(hierarchical tree) 상에서 한 단계 위의 어휘일 수 있다고 생각된다. 이 중 대표어를 중심으로 주변의 어휘들을 묶어내면 대략적인 어휘군(語彙群) 또는 범주를 확인할 수 있다. 이 때의 범주는 어떠한 차원 공간에서의 범주인지는 분명하지 않으며, 어휘들을 군집 분석하였을 때와 유사한 양상을 보인다.

## 2-2. 반의어 관계 조사

감성 어휘의 수집 과정에서도 언급하였듯이 감성 표현들은 전반적으로 긍정적 표현이 중심이 되며 따라서 반의 관계도 사전적인 반의어와는 다를 가능성이 있다. 기존의 연구들(長町三生, 1989a; 홍경의, 김재숙, 박춘순, 박길순, 이영선, 및 김재임, 1994; 이순요와 나까마찌미유오, 1996; 손진훈, 임재중, 이경화, 여형식, 및 박진우, 1997; 조현승, 1997)에서 SD 척도상에서 반의어로 표현된 어휘들은 이러한 측면에 대해 충분히 고려하지 않았다고 생각된다. 대개 각 척도의 반대 극단에 표현된 어휘들은 사전적인 반의어이거나 단순히 부정의 의미를 갖는 보조 용언(‘~하지 않다’)을 덧붙인 것들이다. 그러나 실제로 사람들의 마음 속에 있는 감성 어휘들의 의미 관계 속에서는 반의 관계가 다른 양상으로 나타날 가능성이 있으며, 대상에 따라 이러한 관계 양상이 다를 가능성도 있다. 이에 본 연구에서는 기존 연구에서 사용되는 SD 척도의 타당성도 살펴 보고 차원 공간의 상대적인 축과 어휘들 분포 양상의 분석을 위해 반의어 조사를 하였다.

**대상 및 방법.** 적절성 평가 과제에서 선택된 372개의 단어 모두에 대해 반의어를 조사하는 것은 어렵기도 하고 반의어에 대해 전반적인 파악을 하는 것만으로도 충분하다고 생각하여 상대적으로 사용 빈도가 높은 56개 어휘를 선정하여 반의어 관계를 조사하였다. 연세대학교 대학원 심리학과 및 인지과학 협동과정의 남녀 대학원생 30명이 설문에 참여하였다. 분명하게 일 대 일 대응이 되는 반의어가 있는지를 미리 알 수도 없었고 자유 연상 과제에서 어휘가 여러 갈래로 퍼져 연결될 수 있음을 보았기 때문에 한 단어에 대해 각각 세 개 이상의 어휘를 보고하도록 하였다.

**결과 및 논의.** 반의어에 대한 조사도 일종의 자유 연상 기법이라고 할 수 있으나 어휘 간 관계구조 연결망에서 실시한 자유 연상 과제에 비해 연상 어휘의 수렴율이 더 좋았다. 아마도 앞의 경우에는 너무 많은 어휘들이 사용되어 과제가 어려웠고 유사어와 반의어에 대한 자유 연상의 방향이 주어지지 않아 조사 대상자들 간에 서로 다른 다양한 어휘들이 보고되었기 때문일 것이다. 반의어에 대한 조사 결과, 자유 연상 과제에서처럼 특정 어휘에 대한 연상이 두드러지는 경향이 있었다. 이는 반의어 연상 과정에서 하위 개념어들보다는 그 개념어들의 대표어가 연상되었기 때문일 수도 있지만, 그보다는 반의 관계의 비대칭성 때문인 것 같다. 표 2에서 보듯이 여러 어휘들의 반의어로 ‘평범하다’가 연상될 수 있지만, 정작 ‘평범하다’는 어휘의 반의어로 보고된 어휘는 그리 다양하지 않았다. ‘평범하다’는 것이 직물 및 직물 제품 관련 상황에서 별 특징이 없는 기본적인 것의 의미한다면 그에 반해 어떤 방향으로 변화가 추구되었으나에 따라 나타나는 감성의 양상은 여러 방향으로 달라질 수 있는 것 같다. 또한 전체적으로 볼 때 일부 어휘는 기존 연구자들이 직관에 의존하여 반의어라고 사용한 어휘들과는 다르게 나타났다. 이것은 본 연구에서의 반의어 조사가 직물 및 직물 제품과 관련된 감성 어휘에 국한되어 있기 때문일 수도 있으나 그렇다고 하더라도 감성 유발 대상에 따라 반의어 관계가 달라질 수 있다는 것은 반의어를 이용한 척도의 제작시 사전에 반의어 관계를 조사하는 등의 보다 세심한 배려가 필요함을 의미한다.

## 2-3. 감성에 대한 차원 공간

자유 연상 과제에서 파악한 어휘 간의 관계는 평면적인 것으로 앞서도 언급하였듯이 나가는 화살표가 많은 어휘들은 어떤 차원 측면에서 그 어휘를 고려했

느냐에 따라 연상어가 다르기 때문에 그렇게 된 것일 수 있고, 들어오는 화살표가 많은 어휘들은 어휘 위계 구조에서 상위어 또는 대표어일 가능성이 있다. 따라서 어휘들의 관계는 다차원 공간 구조 속에서 살펴볼 필요가 있다.

#### (1) 감성 차원 공간 파악

**대상 및 방법.** 자유 연상 과제를 통해 대략적으로 살펴본 어휘군에서 대표어 역할을 하는 중심어들 중 상대적으로 연상 비율이 높은 어휘(5회 이상 언급된 어휘)를 선정하여 어휘 수집 과정에서 기록된 빈도를 고려하고 '좋아하다'와 같은 다소 일반적인 감성 표현 어휘를 제외한 다음 일차로 18개의 어휘를 선정하였다: 강렬하다, 고급스럽다, 고전적이다, 귀엽다, 깨끗하다, 단순하다, 따뜻하다, 멋지다, 밝다, 부드럽다, 새롭다, 세련되다, 여성스럽다, 예쁘다, 우아하다, 튀다, 편안하다, 화려하다(가나다 순).

선정된 18개의 어휘를 두 개씩 짝지워 총 153개 쌍을 만든 후 연세대학교 교양심리학 과목을 수강하는 남녀 학생 222명에게 어휘 쌍별로 어휘들의 의미가 서로 얼마나 유사한지를 7점 척도로 평정하게 하였다(전혀 유사하지 않다 0점 ~ 매우 유사하다 6점). 제시 순서의 효과가 나타날 수 있을 것이라 생각되어 어휘 쌍을 다섯 조로 분할하여 조별로 제시되는 순서를 달리하였으며, 각 조 내에서도 어휘 쌍별로 왼쪽에 제시된 어휘와 오른쪽에 제시된 어휘의 위치를 달리하였다. 전체적으로는 내용은 같으나 제시 순서와 위치를 달리한 설문이 총 10가지였다.

**결과 및 논의.** 수집된 자료를 가지고 어휘 간 비유사성 행렬을 만들어 다차원 척도법(MDS: multidimensional scaling method)으로 분석하였다. 분석 결과 어휘 간 관계는 세 차원이면 85%, 네 차원이면 93% 정도 설명될 수 있었으며, 스트레스값(stress)은 각각 0.08, 0.13이었다. 18개 어휘 간 관계는 1차원에 의해 48% 정도 설명될 수 있었으며 1차원에서 어휘들은 한 극단에는 '편안하다', '부드럽다', 다른 한 극단에는 '튀다', '새롭다' 등으로 나타났다. 1차원은 별 특징이 없이 무난하다는 느낌을 표현하는 것과 시선을 끄는 것에 대한 표현들로 나뉘는 것이라 생각되어 '평범하다-독특하다'로 명명하였다. 2차원까지의 누적된 설명량은 74%였으며 어휘들의 분포가 '귀엽다', '밝다' 대 '고급스럽다', '우아하다' 등으로 어리고 귀여운 것에 대한 표현과 어른스럽고 품위 있는 것에 대한 표현으로 나타나 '감쪽하다-품위있다'

로 명명하였다. 3차원은 화려하고 여성적이며 따뜻한 것과 단순하고 깨끗한 것으로 나타나 '여성적이다-남성적이다'로 명명하였다. 마지막 4차원은 '따뜻하다-시원하다'로 명명하였으나, 상대적인 관계가 불분명하여 다른 차원에 비해 명명하기가 더욱 어려웠으며 이후의 추가 분석 과정에서 4차원의 설명력은 매우 낮고 다른 차원들과 중복되는 부분이 많아 중요한 차원은 아닌 것으로 나타남에 따라 4차원은 제외되었다.

#### (2) 감성 차원 공간 모형 검증

감성 어휘들의 관계 구조에 대한 3차원 공간 모형의 타당성을 파악하기 위해 2회에 걸쳐 각각 20개의 어휘를 추출하여 190개 어휘 쌍별로 감성 차원 공간 파악을 위해 했던 어휘 간 유사성 평정과 같은 과제를 실시하였다.

**대상 및 방법.** 첫번째 검증 과정에서는 연세대학교 교양심리학 과목을 수강하는 남녀 학생 197명이 평정에 참여하였다. 어휘 선정은 372개의 어휘가 네 개 차원에 대해 각각 어느 정도의 값을 갖는지에 대한 평정 결과(어휘의 차원 공간 위치 평정치)를 이용하였다. 감성 차원 공간을 파악하기 위해 실시한 유사성 평정에 의해 설정된 네 개 차원 각각에 대해 차원의 양 극단을 가장 잘 대표하는 어휘들을 추출하여 사용하였다: 고상하다, 굵다, 귀엽다, 귀족적이다, 감쪽하다, 남성적이다, 독창적이다, 독특하다, 따뜻하다, 소녀적이다, 수수하다, 시원하다, 아름답다, 야성적이다, 이색적이다, 중후하다, 파격적이다, 편안하다, 평범하다, 포근하다(가나다 순).

두번째 검증 과정에서는 교양심리학 과목을 수강하는 충북대학교 남녀 학생 200명이 평정에 참여하였다. 어휘는 첫번째 검증에서와 같이 372개의 어휘에 대한 차원 공간 위치 평정 결과를 이용하여 선정되었으나 첫번째 검증에서와는 다른 방식으로 추출되었다. 네 개 차원에 대한 평정치들을 사용하여 372개의 어휘를 20개의 어휘군으로 군집 분석(cluster analysis)하고 각 군집별로 사용 빈도가 높은 어휘들을 선정하였다: 고전적이다, 굵다, 감쪽하다, 낭만적이다, 산만하다, 세련되다, 시원하다, 신나다, 예술적이다, 요란하다, 우아하다, 이국적이다, 인상적이다, 자극적이다, 자연스럽다, 차분하다, 촌스럽다, 평범하다, 한국적이다, 현대적이다(가나다 순).

**결과 및 논의.** 2회의 모형 검증 결과 직물 및 직물 제품과 관련된 감성들은 3차원 공간이면 충분히 표

현될 수 있는 것으로 나타났다. 첫번째 검증 자료를 다차원 척도법으로 분석한 결과 3차원이면 어휘들 간 관계를 94% 정도 설명할 수 있었으며 사용된 어휘가 달랐으므로 차원의 내용은 약간 달라졌으나 거의 중복적이었다. 두번째 검증 자료 역시 다차원 척도법으로 분석한 결과 3차원이면 평정에 사용된 20개 어휘들에 대해 91%를 설명할 수 있었다. 평정에 사용된 어휘가 달랐으므로 내용은 약간씩 달라졌지만 3회에 걸친 분석 결과 3차원이면 감성 공간을 90% 이상 설명할 수 있는 것 같다.

일본의 색채 및 색과 관련된 제품 연구(Kobayashi, 1981, 1990; 小林重順, 1985, 1997; Kobayashi & Iwamatsu, 1997)나 국내의 색채 연구(I. R. I., 1997)에서 나타난 감성 차원들은 색과 관련된 감성이 2차원으로 표현될 수 있음을 제안하고 있는데 반해(일본의 색채 연구에서는 '따뜻하다-시원하다 warm-cool', '부드럽다-딱딱하다 soft-hard', 국내의 색채 연구에서는 '정적(靜的)이다-동적(動的)이다', '부드럽다-딱딱하다'), 직물의 시각적 디자인 요소와 관련된 감성은 3차원공간에서 잘 표현될 수 있는 것 같다. 직물과 관련된 감성이 3차원공간에서 잘 표현될 수 있다는 것은 직물 디자인이 색채만이 아니라 패턴에 의해 영향을 받으며, 간접적으로는 소재에 의해서도 영향을 받는 보다 복잡한 상황이기 때문일 것이다. 일본의 색채 연구에서도 단일 색 이상의 복잡한 상황에서는 3차원 모형('맑다-탁하다 clear-grayish'의 제 3차원축)을, 국내의 배색 연구에서도 3차원 모형을 제안하고 있으며(이주현 외, 1999), 표면 결(texture)에 대한 감성 연구(Brushan, Rao, & Lohse, 1997)에서도 3차원 모형을 제안하고 있는 것이 이를 뒷받침해 준다.

### (3) 차원축명의 결정

3회에 걸친 감성 차원 공간 추출을 근거로 차원축명에 대해 몇 가지 후보 어휘 쌍(한 차원 축을 말하기 위해서는 항상 한 쌍의 어휘가 필요하다)들을 상징한 다음 차원 공간의 원점을 기준으로 각각 벡터 값(vector)을 계산하고 쌍을 이루는 어휘들의 벡터 간 각도를 계산하였다.

차원축명 후보군 1: 단순하다-복잡하다, 따뜻하다-시원하다, 부드럽다-딱딱하다

차원축명 후보군 2: 평범하다-독특하다, 감쪽하다-품위있다, 여성적이다-남성적이다

벡터 간 각도가 180°에 가까울수록 한 차원축명을 이루는 두 어휘 간 관계가 1차원 구조의 양 극단

으로 잘 표현될 수 있는 것이라 할 수 있다. 벡터 간 각도가 완벽하게 180°를 이루는 어휘 쌍은 없었으며 '감쪽하다-품위있다(172°)', '여성적이다-남성적이다(156°)가 비교적 180°에 가까운 높은 각도 값을 갖는 차원명이었다.

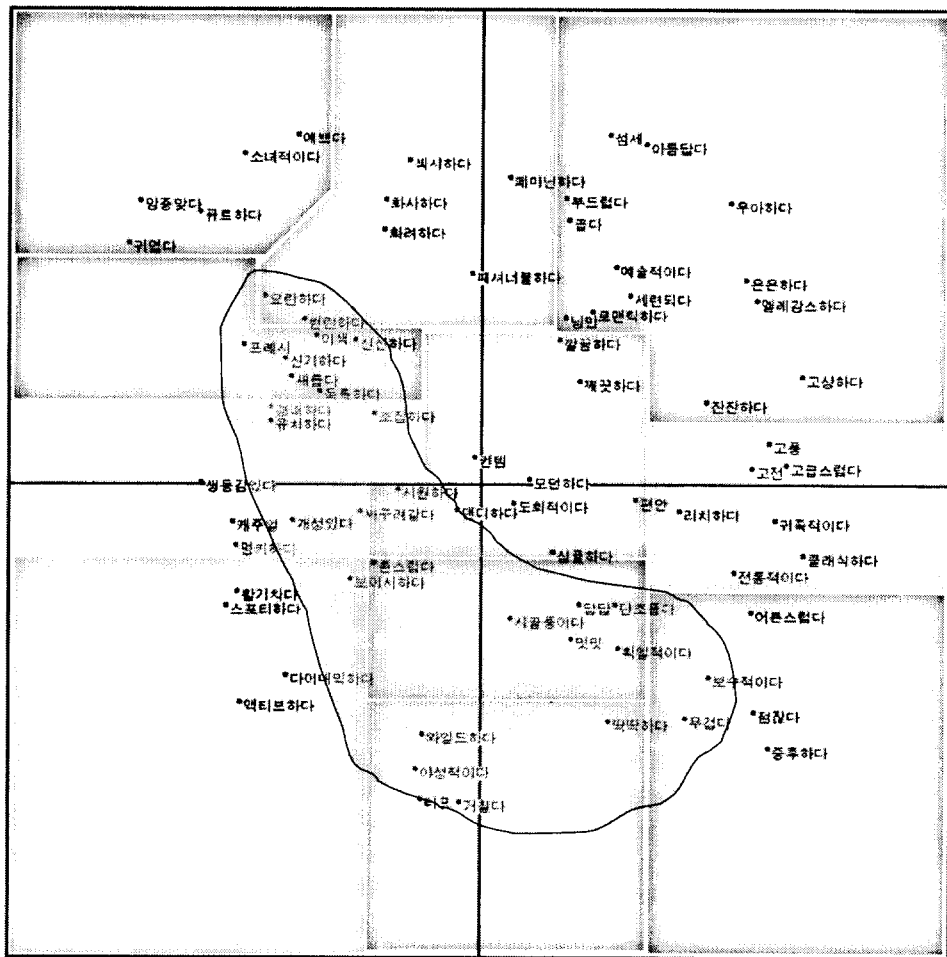
차원축명들 간의 독립성은 각각의 후보 차원축명별로 수집한 372개 어휘의 차원 위치 평정치들 간의 상관을 계산하여 판단하였다. 차원축명 후보군 2의 차원축명들 간 상관은 .2 안팎으로 대체로 낮았으나 '감쪽하다-품위있다'와 '평범하다-독특하다'는 .5 정도의 상관값을 보였다. '감쪽하다-품위있다'를 내용면에서는 유사하나(.9) '평범하다-독특하다'와의 상관은 좀 더 낮은(.3) '어리다-어른스럽다'로 대체하여 생각해볼 수도 있다. 그러나 어휘들을 새로이 추출하여 추가 분석한 결과 차원축명의 중요성 측면에서 '평범하다-독특하다' 축이 제 3의 차원축으로 생각되었고, '감쪽하다-품위있다'는 차원축명이 어리면서도 동적인 측면과 어른스러우면서도 정적인 측면을 좀 더 복합적으로 반영한다고 생각되어 '감쪽하다-품위있다', '여성적이다-남성적이다'를 중심으로 차원축명을 확정하였다. 감성을 표현하기 위해 3차원 공간이 가장 적절하다고 하더라도 이 감성 차원 모형을 실제 장면에서 활용하여 제품 개발을 할 때는 3차원 공간이 시각화하기에 불편한 점이 많으므로 주요 차원축을 중심으로 '평범하다-독특하다' 축은 필요에 따라 추가적으로 사용하는 것이 적절할 것이다.

## 2-4. 감성 어휘의 범주 분포

### (1) 개별 어휘의 차원 위치 평정값 파악

**대상 및 방법.** 3차원 감성 모형에 근거하여 372개 어휘들이 각 차원을 대표하는 정도를 평정하는 과제(어휘의 차원 공간 위치 평정)를 여러 차원축명에 대해 실시하였다. 네 개 차원축명(평범하다-독특하다, 감쪽하다-품위있다, 여성적이다-남성적이다, 시원하다-따뜻하다)의 평정에 대해서는 연세대학교 교양심리학 과목을 수강하는 남녀 학생 450명이 참여하였으며, 조사 대상자들은 각 어휘가 차원축명별로 각 차원의 양 극단을 기준으로 어디에 위치하는지를 7점 척도로 평정하였다. 즉, 피험자의 과제는 각각의 감성 어휘가 차원축의 양 극단에서 어느 쪽에 가까운지를 표기하는 것이었다. 372개 어휘를 여섯 조로 나누어 각 개인별로 62개의 어휘를 차원축별로 평정하도록 하였으며 각 조별로는 75명 내외의 조사 대상자가 평정에 참여하였다.

2차의 평정은 세 개 차원축명에 대해 이뤄졌다:



(그림 2) 2차원 감성 공간에서 11가지 범주로 분류된 감성 어휘들의 분포도. 왼쪽 위부터 시계 방향으로 '귀엽다', '화려하다', '우아하다', '고급스럽다', '중후하다', '와일드하다', '다이내믹하다', '캐주얼하다', '프레시하다', 그리고 안쪽으로는 위의 것은 '모던하다', 아래 것은 '시골풍이다' 범주이다. 빗금친 부분은 부정어들이 분포하는 부분을 나타낸 것이다.

단순하다-복잡하다, 부드럽다-딱딱하다, 어리다-어른스럽다. 연세대학교 및 충북대학교 교양심리학 과목을 수강하는 학생 270명이 참여하였으며 372개 어휘를 네 조로 나누어 각 개인별로 93개의 어휘를 세 개의 차원축명별로 평정하도록 하였다.

결과 및 논의. 수집된 결과를 토대로 각 어휘별로 차

원 위치 평정값을 정리하였으며 군집 분석도 실시하였다. 군집 분석 결과, 유사한 의미를 지닌 우리말과 외국어는 가까운 위치에 놓여 하나의 군집으로 묶이는 경향이 있었다. 이는 우려와 달리 외국어로 된 감성 표현을 우리말로 바꾸었을 때 어감의 차이가 그리 크지 않을 것임을 시사하는 것이다.

## (2) 감성 어휘 범주

감성 어휘들은 3차원 공간에서 분류하여 범주화해 보는 것이 더 적절하겠으나 3차원 공간에서의 범주는 시각화하여 보기 어렵기 때문에 본 연구에서는 2차원 공간에서의 범주화에 대한 제안만을 언급하겠다. 차원 공간 내에 372개 어휘를 모두 제시하면 어휘들의 분포 양상을 시각화하여 보기 어렵기 때문에 군집 분석 자료를 활용하여 유사한 어휘들 중 사용 빈도가 높은 어휘들을 중심으로 76개로 압축한 다음 그림 2와 같이 2차원 감성 공간을 그려내었다. 감성 공간 내에서 각각의 범주는 기본적으로 각 차원축의 극단을 대표할 수 있도록 분류하되, 군집 분석 결과를 활용하여 크기를 결정하였다. 각 범주를 대표하는 어휘는 범주 내에 있는 어휘들 중 긍정어를 중심으로 범주 내 위치와 사용 빈도를 고려하여 선정하였다. 각 범주를 대표하는 어휘를 보다 정교하게 설정하기 위해서는 어휘들의 위계 구조에 대한 연구가 시행되어야 할 것이다.

그림 2에서 보는 바와 같이 감성 공간에는 해당 감성 어휘가 나타나지 않는 부분들이 있다. 적절한 감성 표현 어휘가 없는 부분에는 해당되는 감성도 없을 것인지 또는 지각(perception) 과정에서와 같이 명명이 없더라도 감성은 존재할 수 있을지는 후속 연구의 과제가 될 것이다. 그림 2에서 부정어들은 하나의 개념 범주를 이룰 수 있는 것으로 보이며, 이들 부정어들은 전체 감성 공간에 고루 분포하지 않고 편향되어 나타나고 있다.

## 종합 논의

본 연구에서의 감성 모형은 한국인의 감성 표현어들의 관계 구조에 대한 하나의 지침이 될 수 있을 것이다. 몇 가지 측면에서 수정, 보완되어야 할 점이 있다. 첫째, 본 연구의 감성 모형은 전체 감성어들을 모두 아우르지 못하고 있다. 식물 및 식물 관련 제품이라는 특정 대상에서 사용가능한 감성 표현어들을 중심으로 모형이 이뤄져 있기 때문에 많은 감성어들이 누락되어 있어서 범용성이라는 측면에서 문제가 있다. 보다 범용성이 있는 감성 모형이 되기 위해서는 다른 연구 과제들에서 사용하고 있는 감성어들과의 비교, 분석이 필요하리라 생각된다. 두번째로 감성 표현 어휘들의 위계성에 관한 분석이 필요하다. 감성 표현 어휘들의 위계 구조에 대한 분석이 선행되어야 감성 범주 대표어를 보다 합리적으로 선정할 수 있을 것이다. 세번째로 본 연구에서는 감성 공간 속에 부정어들이 분포하고 있으나 주된 분석은 긍정적인 감성어들

위주로 되어 있다. 궁극적으로 지향하는 감성이 긍정적인 것들이라고 할지라도 부정어들과 긍정어들 간의 관계에 대한 심도있는 분석은 제품 개발 과정에서 시사점을 제공해 줄 수 있을 것이다.

## 참고 문헌

- [1] 권규식(1995). 감성의 기능화를 통한 신제품 개발에의 활용. *한국심리학회지: 산업 및 조직*, 8(1), 30-50.
- [2] 권현선, 권오경, 및 성수광(1997). 시판 한복지의 태(hand)에 관한 연구: (1) 주관적 감각치와 역락량과의 상관성. '97 *한국감성과학회 연차학술대회논문집*, 57-62.
- [3] 김미영과 한명숙(1997). 여성 속옷 광고에 나타난 문자의상의 내용분석. *복식문화연구*, 5(2), 181-193.
- [4] 김영아, 김진관, 박수경, 및 오경자(1997). 정서 관련 어휘 분석을 통한 내적 상태의 차원 연구. '97 *한국감성과학회 연차학술대회논문집*, 209-214.
- [5] 김지은, 이경화, 이임갑, 및 손진훈(1997). 식물 촉각자극에 의해 유발된 정서와 EEG 특성. '97 *한국감성과학회 연차학술대회논문집*, 189-192.
- [6] 노무수(1997). 산업환경의 변화와 감성과학. '97 *한국감성과학회 연차학술대회논문집*, 6-10.
- [7] 리대용과 김선의(1996). 인쇄광고 헤드라인에 있어서 강력어의 설득 효과. *광고연구*, 1996년 봄호, 31-65.
- [8] 문지성, 권영하, 이주영, 및 강대임(1997). 질감의 객관적 표현을 위한 표면 특성 측정장치의 설계. '97 *한국감성과학회 연차학술대회논문집*, 16-21.
- [9] 박미자, 신수길, 한광희, 및 황상민(1998). 감성 측정을 위한 우리말 형용사의 의미구조. *감성과학*, 1(2), 1-10.
- [10] 박영순(1985). *의미분별척도법에 의한 디자인 평가도구의 개발*. 연세대학교 박사학위 청구논문.
- [11] 손진훈, 임재중, 이경화, 여형석, 및 박진우(1997). 피부자극에 의해 나타나는 감성변화의 평가를 위한 HRV 스펙트럼 분석. '97 *한국감성과학회 연차학술대회논문집*, 94-97.
- [12] 안신호, 이승혜, 및 권오식(1993). 정서의 구조: 한국어 정서단어 분석. *한국심리학회지: 사회*, 7(1), 107-123.

- [13] 월간디자인 편집부(1997). 특집/ 국내 패션 브랜드의 디자인 파워. *디자인*, 1997년 11월호, 108-145.
- [14] 이만영과 이홍철(1990). 형용사 서술 의미의 구조에 관한 연구 - 정서관련 어휘를 중심으로. *한국심리학회지: 실험 및 인지*, 2, 118-138.
- [15] 이상섭, 이기동, 남기삼, 정찬섭, 이익환, 및 최윤철(1991). *현대 한국어 사전 편찬을 위한 한국어 자료의 선정과 그 전산적 처리에 관한 연구 부록: 연세 말뭉치 I의 어휘 빈도표*. 연세대학교 한국어사전 편찬실.
- [16] 이순요와 나까마찌미쥬오(1996). *정보화시대의 감성인간공학*. 서울: 양영각.
- [17] 이주행(1992). 신문, 잡지 광고에 나타난 언어의 문제. *새국어생활*, 2(2), 81-96.
- [18] 이주현 외(1999). *생활디자인물의 배색이미지에 대한 감성과학적 분석*. 산업자원부 산업디자인 기술개발사업 위탁과제 연구개발보고서.
- [19] 정찬섭(1998). 감성과학의 심리학적 측면. *감성과학*, 1(1), 19-24.
- [20] 정찬섭, 오경자, 이일병, 및 변혜란(1998). 감성 인터페이스 - 얼굴표정의 인식 및 합성 모형. *1998년도 한국심리학회 동계연구세미나: 인지공학-인지심리학의 응용*, 121-160.
- [21] 조현승(1997). *꽃문양 스카프 디자인을 위한 레이아웃 지침 제시*. 연세대학교 석사학위 청구논문.
- [22] 지상현(1995). *그림의 지각적 표현양식이 심미적 인상에 미치는 효과 - 지각이론에 기초한 표현양식 기술체계의 개발*. 연세대학교 박사학위 청구논문.
- [23] 한글학회 편(1995). *훈글 우리말 큰사전(CD ver 1.0)*. 서울: 한글과 컴퓨터.
- [24] 한재현과 정찬섭(1998). *얼굴표정에 의한 내적 상태 추정*. *감성과학*, 1(1), 41-57.
- [25] 홍경희, 김재숙, 박춘순, 박길순, 이영선, 및 김재인(1994). 여성용 춘추복지의 태에 관한 연구(제 1보) - 태의 주관적 평가척도 개발을 중심으로. *한국의류학회지*, 18(3), 327-338.
- [26] Anderson, J. R. (1985). *Cognitive psychology and its implications*. (이영애 역(1987). *인지심리학*. 서울: 을유문화사.)
- [27] Averill, J. R. (1975). A semantic atlas of emotional concepts. *JSAS Catalogue of Selected Documents in Psychology*, 5, 330(MS. No. 421).
- [28] Bhushan, A., Rao, A. R., & Lohse, G. L. (1997). The texture lexicon: Understanding the categorization of visual texture terms and their relationship to texture images. *Cognitive Science*, 21(2), 219-246.
- [29] Dawes, V. H., & Owen, J. O. (1971). The assessment of fabric handle - Part. I & II. *Journal of Textile Institute*, 62(5), 233-244.
- [30] Ekman, P., Friesen, W. V., & Ellsworth, P. (1982). Research foundations. In P. Ekman(Ed.), *Emotion in the human face*(2nd, pp. 1-143). New York: Cambridge University Press.
- [31] Ekman, P. (1972). Universal and cultural differences in facial expressions of emotions. In J. K. Cole(Ed.), *Nebraska symposium on motivation: 1971*(pp. 207-283). Lincoln: University of Nebraska Press.
- [32] I. R. I. (1997). *한국인 색채감성 척도의 개발에 관한 연구*. 통상산업부 프로젝트 최종보고서.
- [33] Izard, C. E. (1971). *The maximally discriminative facial movement coding system(MAX)*. Newark: University of Delaware.
- [34] Kobayashi, S. (1990). *Color image scale*. NY: Kodansha.
- [35] Kobayashi, S. (1981). The aim and method of the color image scale. *COLOR research and application*, 6(2), 93-107.
- [36] Kobayashi, S. (1998). Development of the image scale - six methods of color psychological study. *1998년도 한국심리학회 동계연구세미나: 인지공학-인지심리학의 응용*, 161-176.
- [37] Kobayashi, S., & Iwamatsu, K. (1997). Development of six methods of color psychological study. *Proceedings of the 8th Congress of the International Colour Association*, 727-730.



- [38] Oatley, K., & Johnson-Laird, P. N. (1987). Towards a cognitive theory of emotions. *Cognition and Emotion*, 1, 29-50.
- [39] Ogilby, D. (1987). *Confessions of an advertising man*. New York: Atheneum.
- [40] Plutchik, R. (1980). *Emotion: A Psychoevolutionary synthesis*. New York: Harper & Row.
- [41] Russell, J. A. (1978). Evidence of convergent validity on the dimensions of affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30, 1152-1168.
- [42] Russell, J. A. (1980). A circumplex model of affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(6), 1161-1178.
- [43] Russell, J. A. (1983). Pancultural aspects of the human conceptual organization of emotions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(6), 1281-1288.
- [44] Russell, J. A., & Bullock, M. (1986). Fuzzy concepts and the perception of emotion in facial expressions. *Social Cognition*, 4, 309-341.
- [45] Russell, J. A., & Fehr, B. (1987). Relativity in the perception of emotion in facial expressions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 116(3), 223-237.
- [46] Schlosberg, H. (1952). The descriptions of facial expressions in terms of two dimensions. *Journal of Experimental Psychology*, 44, 229-237.
- [47] Shaver, P., Schwartz, J., Kirson, D., & O'Connor, C. (1987). Emotion knowledge: Further exploration of a prototype approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(6), 1061-1086.
- [48] Tomkins, S. S. (1984). Affect theory. In K. R. Scherer, & P. Ekman(Eds.), *Approaches to emotion*(pp. 163-195). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- [49] 小林重順(1985). 색채전략. 일본능률협회.
- [50] 小林重順(1987). 컬러리스트: 色彩心理ハンドブック. 東京: 講談社.
- [51] 長町三生(1989a). 感性工學. 海文堂. (김연민 역(1994). 감성공학 - 감성을 디자인에 활용하는 기술. 울산: 울산대학교 출판부.)
- [52] 長町三生(1989b). 自動車の 感性工學的 アプローチ. *自動車 技術*, 43(1), 94-110.
- [53] 長町三生(1989c). 自動車の 感性工學. *自動車 研究*, 11(1), 2-6.
- [54] 長町三生, 伊藤宏司, 福場良之, 迅 敏夫 (1984a). 住宅建築に関する情緒工學的研究. *日本人間工學會誌*, 20(特別號), 90-91.
- [55] 長町三生, 伊藤宏司, 福場良之, 迅 敏夫 (1984b). 목구조택 인테리어, color simulation system의 개발. 일본 건설부 주택건설 85 프로젝트 위탁개발업무보고서.

## Category-based dimensional model of affective words

SooJin Park, ChanSup Chung

(Yonsei University)

**Abstract.** This study was conducted to propose a model of affective words. At first, we collected the affective words related to textile image through the investigation and analysis of journals and questionnaires. The 372 words were arranged in the standard form with the frequency. And then we plotted the network of words using the free recall task, but in this case we couldn't know various properties of the words' meaning. So we abstracted the several words based on the location of words in the network, and constructed three dimensional model of words by using multidimensional scaling method after estimating the similarity among the words. The validity of three dimensional model was tested twice. The main axes were 'cute-dignified' and 'feminine-masculine', and the additional axis was 'common-unique'.