

의복무늬의 시각적 감성연구

김 윤 경 · 이 경 희

부산대학교 의류학과

A Study on the Visual Sensibility of Clothing Pattern

Yoon-kyoung Kim · Kyoung-hee Lee

Dept. of Clothing and Textiles, Graduate School, Pusan National University
(2000. 2. 17 접수)

Abstract

The purpose of this study is to objectively explain the visual sensibility of clothing pattern and develop the design of clothing pattern that satisfies the consumer's sensibility. The photos stimuli on clothing pattern are divided into source, presentation, layout and are composed of each 6 photos per chapter totally 48 photos and semantic differential bi-polar scales are consist of 27 couples sensibility words. The subjects were 400 females in the twenties. Data were analyzed by SAS. The major finds were as follows: 1. As a result of the factor analysis, 4 factors of visual sensibility were consist of Coordination, Hardness and Softness, Attention, Rhythm. 2. As to the difference of visual sensibility based on the composition of clothing pattern, there were differences Hardness and Softness, Rhythm by source and there were significant differences among 4 factors by presentation and layout. 3. According to the age and education level, there were significant differences in Attention, Rhythm and according to the consuming areas, there were significant differences in Coordination, Rhythm. 4. According to sensibility positioning, The clothing pattern was classified as soft-hard, simple-complicated. 5. As a result of the regression analysis, preference, consuming desire and satisfaction appears to be closely related. Good quality is related with total clothing image which is brought about composition of clothing pattern.

Key words: clothing pattern, source, presentation, layout, sensibility;
의복무늬, 원천, 표현방법, 배치, 감성

I. 서 론

오늘날 사회전반의 모든 산업들은 제3의 산업혁

명기를 맞이하고 있다. 제품에 대한 소유 자체가 만족이었던 과거와는 달리 제품의 활용을 통한 생활의 편리함과 여유를 추구하게 되었고 감성을 중시하는 가치관의 변화와 함께 나만의 복잡하고 다양한 개성을 추구하며 스스로 제품에 대한 만족도를 평가하게 되었다. 이는 소비자의 행동과 생각이 생활에서 감성으로 이동하고 있음을 보여주는 것으로

※ 이 논문은 1998년 한국학술진흥재단의 학술연구비에 의하여 일부 지원되었음.

이러한 변화는 개인의 개성과 감성이 중요한 평가 기준으로 떠오르고 있음을 의미한다.

감성이란 외부의 물리적인 자극에 의한 감각, 시각으로부터 인간의 내부에서 일어나는 고도의 심리적인 체험으로 쾌적감, 고급감, 불쾌감 등의 복합적인 감정이라고 정의하고 있다(이순요, 1992; 379).

이러한 복잡 미묘하고 다양한 감성을 지닌 소비자는 제품에 있어 물리적 편이성을 뛰어넘어 정서적인 충족감을 추구하게 되었고 이를 만족시키는 제품개발을 위한 체계적 방법론의 하나로 감성과학이 등장하게 되었다.

이러한 감성과학은 여러 분야에서 응용 연구될 수 있는데 그 중에서도 특히 패션은 감성시대의 도래와 함께 소비자의 감성을 민감하게 파악하고 적극 응용해야 할 분야이며 이는 학문적 연구를 바탕으로 의류상품에 활용되어야 할 부분이다.

기존의 의류학에서는 복식디자인 측면에서 의복과 디자인 요소사이의 시각적 이미지 평가를 통해 감성적 접근이 이루어져 왔다. 의복의 구성요소인 형태, 색채, 무늬, 재질 등은 의복의 이미지 평가에 있어 중요한 연구대상이 되어왔으며 그 중 무늬는 색을 지닌 선, 공간, 형을 포함하여 그 자체로서 시각적 효과를 나타내는 패션디자인 요소로서 물리적·심리적 효과는 물론 무늬의 구성에 따라 다양한 시각적 감성을 불러일으킬 수 있어 직물 디자인이나 의류디자인 분야에서 이미지 연구의 대상이 되어왔다.

직물디자인 측면에서의 무늬에 대한 연구를 살펴보면 무늬자체가 주는 대표적 이미지를 찾아내어 이를 범주화시키거나(장수경·김재숙, 1996) 무늬의 종류에 따른 각각의 이미지를 평가(이인자, 1998; 박금옥, 1996)함으로써 무늬의 형태에서 오는 이미지의 차이를 밝히고자 하는 연구가 선행되어 왔다.

또한 무늬 자체가 색을 지닌 선, 공간, 형을 포함하는 다양한 요소로 구성되어 있어 이러한 무늬의 형태, 크기, 배경과의 관계, 색채대비 등 여러 측면에서 몇 가지의 변화요인을 제시하여 이미지를 고찰한 연구(용호숙, 1981; 小管啓子·小林茂雄, 1990; 류정아, 1992; 장은영, 1987; 최은영, 1995)들도 있다.

이러한 무늬에 대한 연구는 평면적인 직물디자인

요소로서의 이미지 평가에 그치지 않고 직접 의복에 표현되어 질 때 나타나는 이미지 연구(문삼련·이경희, 1994; 이경희·윤정혜·박정순, 1990)와 위의 두 가지 측면을 모두 고려하여 이미지 차이를 평가하는 연구(장수경, 1997)등을 통해 그 활용개념이 확장되어져 왔으며 이러한 이미지 연구를 바탕으로 연령, 성별에 따른 선호도 연구(박길순, 1981; 조진숙, 1993)도 부분적으로 병행되어져 왔다.

이상 기존의 무늬에 대한 연구는 의류디자인이나 직물디자인 측면에서의 시각적 이미지 평가가 대부분으로 무늬의 구성에 따른 평가연구와 선호도에 관한 연구가 병행되고 있다고는 하나 단편적이거나 부분적인 연구로 무늬의 다양한 구성에 따른 복합적인 관계를 밝히기에는 아직 미흡한 실정이다. 또한 대상으로부터 형성된 이미지 연구를 복합적이고 모호한 감정의 표현인 감성연구로 확대 해석하기에 신중을 기해야 할 것이다.

감성연구는 소비자의 감성을 파악하여 이를 제품 개발에 실현하고자 하는데 목적을 두고 있는 만큼 의복무늬에 대한 감성연구 또한 평면적인 직물디자인으로서가 아닌 소비자가 직접적으로 접할 수 있는 의복에 연출되어진 무늬의 감성을 파악하는 실질적인 연구방법이 필요하다 할 것이다. 이에 본 연구는 의복무늬에 대한 시각적 감성차원, 의복무늬의 구성과 인구통계적 특성에 따른 시각적 감성차이, 시각적 감성의 포지셔닝과 선호도, 구매욕구, 쾌감, 고급감과 감성어휘와의 단계적 관계를 밝힘으로서 시각적 감성에 대한 객관적 규명을 통해 소비자 감성을 만족시키는 의복무늬 디자인 개발의 기초자료로 제공되고자 한다.

II. 의복무늬와 감성

감성은 물리적인 자극이 오감의 감각 수용기를 통하여 감지된 것에 개인의 생활방식이나 가치관이 연결되어 나타나는 느낌, 기분, 심리를 총괄하는 정서상태이다. 이러한 감성은 소비자중심의 구체적인 제품개념 설정에 중요한 기준으로 작용하고 있으며 특히 인터넷과 TV 등의 대중매체를 통해 홈쇼핑이나 전자상거래가 활발히 이루어지고 있는 오늘날은

소비자의 시각적 감성을 분석하여 디자인 개발에 응용하고자 하는 방법이 강구되고 있다.

이러한 흐름의 하나로 의류학에서의 감성접근방식은 인간 내면의 심리적 분석을 통한 의복과 디자인 요소사이의 이미지 연구로서 이루어져 왔으며 기존의 의복에 대한 이미지의 시각적 평가 연구는 오늘날의 주관적이고 모호한 감성분석 접근에 바탕이 되어왔다.

의복디자인 요소 중의 하나인 무늬(pattern)는 일반적으로 색을 지닌 선, 공간, 형을 포함하여 그 자체로서 시각적 효과를 나타내는 매개체 및 구성요소의 역할을 하므로 하나의 디자인 요소로 중요하게 취급된다(Davis, 1988). 무늬감성에 영향을 주는 요인들은 무늬의 종류, 표현방법, 배경과의 관계, 색상, 배열 등을 들 수 있으며 이러한 요인들을 대상으로 직물이나 의복을 통해 무늬의 이미지에 대해 선행된 평가연구는 다음과 같다.

우선, 직물무늬에 대한 이미지 연구를 살펴보면 Shigenobu Kobayashi(1981)는 직물무늬에 대한 포지셔닝을 통해 구상무늬는 따뜻한 이미지에 기하학적인 무늬는 차가운 이미지에 위치하며 줄무늬의 경우 차가움-딱딱함의 공간에, 꽃무늬의 경우 부드러움-따뜻함의 공간에 위치한다고 하였다. 宮内博美(1998)는 무늬에 대한 스케일상에서 구상무늬는 따뜻하며 기하학적인 직선무늬는 차가운 이미지를 나타내고 soft-hard측은 무늬의 크기와 밀도정도에 의해 결정된다고 하였다. 박금옥(1996)은 색채와 무늬에 따른 직물의 시각적 이미지 연구에서 직물무늬 이미지는 품위성, 경직성, 경량성, 단정성, 복합성의 5개 요인으로 구성되며 그 중 품위성과 경직성 요인이 무늬간에 현저한 차이를 나타내고 특히 꽃무늬가 가장 품위있는 것으로 무늬없는 것이 가장 경직된 것으로 나타났다고 하였다. 이인자(1996)는 직물문양에 따른 이미지 지각연구에 있어 직물문양의 이미지는 현대성, 매력성, 품위성, 경연성 요인으로 구성되며 자연무늬는 품위성이 추상무늬는 경량성이 점무늬는 품위성과 매력성이 기하학무늬는 현대적 이미지가 높게 나타나 무늬의 종류에 따라 다른 이미지 지각을 나타낸다고 하였다.

한편 의복에 나타나는 무늬에 대한 연구로서 장

수경(1997)은 컴퓨터 시뮬레이션으로 꽃무늬를 중심으로 한 의복무늬의 시각적 평가연구에서 꽃무늬는 매력성, 온유성, 현시성, 성숙성 요인의 4가지로 구성되며 표현방법과 배경과의 관계, 명도대비에 따라 유의적인 차이를 나타낸다고 하였다. 이경희·윤정혜·박정순(1990)은 줄무늬 원피스의 시각적 효과에 대한 연구에서 줄무늬의 간격, 배열과 디자인에 따라 형태적, 감각적, 기호특성이 다르게 지각된다고 하였다. 오승희(1992)는 추상적 무늬를 중심으로 의상디자인에 나타난 문양들이 정서에 미치는 영향을 살펴본 결과 모티브의 형태, 크기, 배경면적의 크기, 모티브의 배열상태 또는 배경의 흑백여부에 따라 다른 정서를 느끼며 문양의 지각에서도 선형적인 고정관념이 있다고 하였다.

배경과의 관계를 살펴본 이미지 연구에서 문삼련·이경희(1994)는 의복제작을 통한 의복형태와 물방울무늬의 공간변화에 따른 이미지는 현시성, 활동성, 매력성, 성숙성, 대담성의 5개 요인으로 구성된다고 하였으며 무늬의 공간변화에 따른 이미지차이는 현시성 요인에서 현저한 차이를 나타내는데 의복형태에서 물방울 공간이 넓을수록 현시적이지 않으면서 매력있는 이미지를 연출한다고 하였다.

또한 무늬는 그 구성요소의 특성에 따라 다양한 물리적·심리적 효과를 주므로 무늬에 대한 의복의 착시효과와 선호도에 대한 연구도 선행되어져 왔다. 최은영(1995)은 무늬의 크기, 배열, 명도대비에 따른 시각적 효과 연구에서 격자무늬와 물방울무늬는 크기와 배열, 명도대비에 따라 체형의 착시와 의복의 시지각 이미지에 영향을 미친다고 하였으며 격자무늬의 경우 크기가 커질수록 단순성과 대담한 이미지가 커지고 사선방향이 정방향에 비해 동적이고 매력적인 것으로, 물방울무늬의 경우 저명도의 배경에 고명도의 무늬가 체형의 착시에 영향을 준다고 하였다. 용호숙(1981)은 기하학적 직물패턴의 시지각 현상에 관한 연구에서 색채효과는 거리간격에 따라 동화와 대비에 의해 지각이 달라지는 현상이 나타난다고 하였다.

의복무늬에 대한 선호도 연구를 살펴보면 박길순(1981)은 직물무늬의 기호와 여대생을 대상으로 직물무늬에 대한 선호도를 조사한 결과 의복스타일에

따라 선호하는 무늬가 다르다고 하였다. 조진숙(1993)은 성인남성의 개인적 특성에 따른 남성양복 무늬의 선호도에 관해 연구한 결과 줄무늬에 대한 선호성향이 높았으며 연령과 직업이 줄무늬간격 선호에 영향력을 미친다고 하였다.

이상의 기존 무늬에 대한 연구는 직물무늬 또는 의복을 통해 표현되어지는 무늬의 이미지에 대한 시각적 평가와 이로 인한 착시현상, 선호도에 대한 연구가 단편적으로 이루어져 왔다. 그러나 감성연구는 인간 내부 깊숙히 잠재되어 있는 정서를 이끌어내는 작업이므로 좀 더 복잡적이고 체계적인 분석방법이 필요하다. 그러므로 소비자가 직접 접할 수 있는 의복을 통해 연출되어지는 무늬를 다각도로 분석해봄으로서 소비자 내면에 잠재된 개개인의 감성을 객관화시켜 의복무늬 감성디자인 개발에 활용 할 필요가 있다.

III. 연구방법

1. 평가도구

1) 자극물의 선정

의복에 대한 감성을 평가하는데 있어 관찰자들이 가장 객관적으로 평가할 수 있는 것은 바로 지금 유행하고 있는 의복이므로 본 연구에서는 '97~'99년도 국내·외 패션잡지를 통해 사진을 수집하였다. 의복무늬에 관한 감성연구이므로 여러 디자인 요소 중 무늬에 시각적 우선권이 있는 사진을 수집하였으며 선정된 사진 562장을 부산대학교 의류학 전공 대학원생 10명을 대상으로 타당성 검증을 실시한 결과 326장이 선정되었다.

의복무늬 구성에 준하여 원천(구상, 비구상), 표현방법(사실적표현, 추상적표현 / 정형, 비정형), 배치(전면적인, 부분적인)로 단계적 미분화 한 기준에 따라 최종 48장의 사진자극물이 본 조사에 사용되었으며 최종 선정된 48장의 사진자극물은 의복무늬에 대한 감성 평가에 영향을 미칠 수 있는 얼굴부분을 제외하고 3×5"의 회색대지를 대어 배경을 동일하게 처리해 제작되었다.

2) 의미미분척도의 구성

의미미분척도를 구성하기 위해 부산대학교 의류학 전공 대학생, 대학원생 107명을 대상으로 80장의 사진 자극물 제시를 통한 자유언어연상법을 실시하였다. 그 결과 622개의 감성어휘가 추출되었고 이를 인간의 감각기관을 통해 느껴지는 자극물의 물리적 현상을 나타내는 감각어 96개(부드러운-딱딱한)와 이러한 현상을 통해 야기될 수 있는 인간의 기분이나 정서를 표현하는 감정어 49개(좋아하는-싫어하는), 이들의 복합적 작용으로 나타나는 이미지형용어 477개(고급스러운-고급스럽지않은)로 나누어 분류하였다. 선행연구와 '97, '98년도 패션관련잡지를 통해 수집된 감성어휘를 참고로 하여 빈도분석을 실시한 결과 빈도수가 높은 형용사를 기준으로 의미의 유사성을 고려하여 감성어휘 27쌍을 선정하였으며 좀 더 효율적이고 적합한 척도의 개발을 위해 요인분석을 실시하여 27쌍의 형용사중 요인부하치와 공변량이 불안정한 형용사쌍 「단순한-복잡한」, 「현대적인-고전적인」을 제외한 25개의 형용사쌍을 의복무늬에 대한 시각적 감성을 평가하는 적합한 척도로서 사용하였으며 척도에 대한 신뢰도 검증 결과 Cronbach's α 값이 .87로 높은 신뢰도를 나타내었다.

2. 자료수집 및 분석

본 연구의 자료수집은 부산시내 거주하는 20대 여성 430명을 대상으로 이루어 졌으며 무작위 자료수집을 위해 부산의 4대 상권(부산대학앞, 서면, 남포동, 광안리)을 중심으로 1999년 7월 12일부터 8월 2일 사이에 1:1 면접으로 이루어졌다. 총 430부의 설문지가 수집되었으며 그 중 부적합한 평가자료 30부를 제외한 400부를 SAS를 사용하여 통계처리 하였으며 요인분석, 분산분석, 다차원척도법, 다중회귀분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 의복무늬에 대한 시각적 감성차원

의복무늬에 대한 시각적 감성차원을 밝히기 위해 25쌍의 형용사쌍에 대한 요인분석을 통해 시각적 감성의 구성요인을 알아보았다. 요인수는 고유값 1.0 이상으로 하여 4개로 결정하였으며 주성분법을 이

용하여 Varimax 직교회전을 시켰다. <표 1>

요인 1은 보기좋은-보기싫은, 좋아하는-싫어하는, 사고싶은-사기싫은, 유쾌한-불쾌한, 매력있는-매력없는, 자연스러운-어색한, 세련된-촌스러운, 조화로운-조화롭지않은, 고급스러운-고급스럽지않은, 우아한-천박한, 깨끗한-지저분한, 편안한-불편한, 재미있는-재미없는, 섬세한-투박한 등의 14개의 형용사쌍으로 의복무늬의 감성을 평가하는 용어로 구성되었으며 요인명은 포함된 형용사의 의미에 따라 조화성 요인으로 명명하였고 전체변량의 32.5%를 차지하였다.

요인 2는 여성적인-남성적인, 부드러운-딱딱한, 가벼운-무거운, 시원한-답답한, 감성적인-이성적인 등의 5개의 형용사쌍으로 구성되었으며 요인명은 포함된 용어의 의미에 따라 경연성 요인이라 명명하였고 전체변량의 10.0%를 차지하였다.

요인 3은 화려한-수수한, 특이한-평범한, 강렬한-은은한 등의 3개의 형용사쌍으로 구성되어 의복무늬에 대한 시각적 집중과 자극의 정도를 표현하는 의미의 형용사 결합이라고 여겨짐으로 주목성 요인이라 명하였으며 전체변량의 7.5%를 차지하였다.

요인 4는 발랄한-점잖은, 귀여운-성숙한, 동적인-정적인 등의 3개의 형용사쌍으로 구성되어 무늬의 율동적인 시각적 특성으로 인해 야기되는 감성이라 여겨짐으로 율동성 요인이라 명하였으며 전체변량의 6.5%를 차지하였다.

의복무늬의 시각적 감성에 대한 4개의 요인은 전체변량의 57.6%를 차지하는 것으로 나타났으며 4개의 요인 중 조화성 요인은 의복무늬의 감성을 평가하는 의미공간 내에서 중요한 요인으로 나타났다.

본 연구의 요인분석 결과를 무늬에 관한 선행연구와 비교해 보면 요인 1의 조화성 요인은 그 요인을 구성하는 인자의 의미구조에 따라 평가성 요인과 유사하게 나타났으며 요인의 구성개념에 있어 매력성 요인(강경자·임지영, 1996; 장수경, 1997; 이인자, 1998)과 호오-심미감 차원(조현승·이주현, 1998)과 비슷한 것으로 나타났다. 요인 2의 경연성 요인은 구성인자의 의미구조에서 온화감 요인(조현승·이주현, 1998)과 경량성 요인(이인자, 1998), 온

<표 1> 의복무늬에 대한 시각적 감성의 구성요인

요인명과 감성어휘	요인부하치
요인 1 : 조화성 요인	
보기좋은-보기싫은	.827
좋아하는-싫어하는	.824
사고싶은-사기싫은	.816
유쾌한-불쾌한	.767
매력있는-매력없는	.754
자연스러운-어색한	.751
세련된-촌스러운	.733
조화로운-조화롭지않은	.703
고급스러운-고급스럽지않은	.691
우아한-천박한	.683
깨끗한-지저분한	.655
편안한-불편한	.554
재미있는-재미없는	.554
섬세한-투박한	.536
고유치 : 8.133 전체변량(%) : 32.5	
요인 2 : 경연성 요인	
여성적인-남성적인	.742
부드러운-딱딱한	.733
가벼운-무거운	.703
시원한-답답한	.620
감성적인-이성적인	.603
고유치 : 2.510 전체변량(%) : 10.0	
요인 3 : 주목성 요인	
화려한-수수한	.750
특이한-평범한	.704
강렬한-은은한	.560
고유치 : 2.128 전체변량(%) : 8.5	
요인 4 : 율동성 요인	
발랄한-점잖은	.757
귀여운-성숙한	.610
동적인-정적인	.592
고유치 : 1.624 전체변량(%) : 6.5	

유성 요인(강경자·임지영, 1996; 장수경, 1997)과 그 의미가 유사한 것으로 나타났다. 요인 3의 주목성 요인은 독특성 요인(강경자·임지영, 1996)과 현시성 요인(장수경, 1997), 액센트감 차원(조현승·이주현, 1998)과 인자의 의미구조가 비슷한 것으로 나타났다. 요인 4의 율동성 요인은 요인의 구성개념을 살펴볼 때 리듬감 차원(조현승·이주현, 1998)과 성

속성 요인(장수경, 1997), 현대성 요인(이인자, 1998)과 유사한 것으로 나타났다.

이상의 무늬에 관한 선행연구와 요인결과 비교에서 살펴보면 구성요인과 각 구성요인마다의 인자개념에 있어 약간의 차이를 보이는 것으로 나타났는데 이는 무늬에 관한 연구라 할지라도 무늬의 종류, 직물디자인으로서의 무늬, 의복에 사용된 무늬 등 연구의 목적에 따라 그 구성요인과 인자의 구성에 차이가 있기 때문인 것으로 여겨진다.

2. 의복무늬에 대한 시각적 감성차이

1) 의복무늬의 구성에 따른 시각적 감성차이

의복무늬의 구성에 따른 시각적 감성차이를 알아보기 위해 원천, 표현방법, 배치에 따라 각 단계별 차이검증을 실시하였다.

(1) 원천에 따른 시각적 감성차이

의복무늬의 원천에 따라 차이가 있는지 알아보기 위해 구상무늬와 비구상무늬로 나누어 시각적 감성의 차이를 알아보았다.<표 2>

그 결과 구상무늬와 비구상무늬는 경연성 요인과 울동성 요인에서 유의적인 차이를 나타내었는데 경연성 요인에서는 구상무늬가 비구상무늬에 비해 부드러운, 여성적인, 감성적인 것으로 평가되었고 울동성 요인에서는 비구상무늬가 구상무늬에 비해 발랄한, 동적인 것으로 평가되었다.

이상은 무늬의 구성요소 중 무늬의 원천에서 오는 선의 종류와 강·약, 리듬 등의 선의 특성이 시각적 감성에 영향을 주므로 의복무늬에 대한 디자인

<표 2> 원천에 따른 시각적 감성차이

요인 \ 원천	구상무늬	비구상무늬	T-value
조화성	-.024	.024	-1.670
경연성	.206	-.206	14.593***
주목성	.019	-.019	1.332
울동성	-.190	.190	-13.422***

***P<.001 **P<.01 *P<.05

인 기획 시 고려되어야 할 것이며 부드러운, 여성적인, 감성적인 의복무늬를 디자인하기 위해서는 구상무늬를 발랄한, 동적인 감성을 나타내기 위해서는 비구상무늬를 사용함으로써 소비자 감성을 만족시키는 디자인 개발에 활용할 수 있을 것이다.

(2) 표현방법에 따른 시각적 감성차이

의복무늬의 표현방법에 따른 시각적 감성차이를 알아보기 위해 사실적 표현, 추상적 표현/정형, 비정형의 구성에 따른 요인별 분산분석과 scheff 검증 실시한 결과 모든 요인에서 유의적인 차이를 나타내었다.<표 3>

조화성 요인에서는 정형이 가장 조화로운 것으로 추상적 표현이 가장 조화롭지 않은 것으로 평가되었으며 경연성 요인에서는 사실적 표현이 가벼운, 여성적인 부드러운 것으로 정형이 딱딱하고 이성적인 것으로 나타났으며 울동성 요인에서는 정형이 가장 울동적인 것으로 평가되었다.

이상의 결과에서 무늬의 원천이 동일하다 하더라도 표현방법에 따라 서로 다른 감성의 차이를 나타

<표 3> 표현방법에 따른 시각적 감성차이

요인 \ 표현	사실적표현	추상적표현	정형	비정형	F-value
조화성	.028 ab	-.076 b	.073 a	-.025 ab	5.07**
경연성	.344 a	.068 b	-.367 d	-.046 c	110.98***
주목성	-.058 c	.097 b	-.253 d	.214 a	50.58***
울동성	-.216 c	-.165 c	.380 a	.000 b	92.28***

***P<.001 **P<.01 *P<.05

내고 있음을 알 수 있다. 그러므로 구상무늬에서도 여성적인, 부드러운 감성을 나타내기 위해서는 사실적 표현을 비구상무늬에서도 발랄한 감성을 표현하기 위해서는 정형을 사용하는 것이 소비자 감성에 부응하는 디자인 개발이 될 것이다.

(3) 배치에 따른 시각적 감성차이

의복무늬의 배치에 따른 시각적 감성차이를 알아본 결과는 <표 4>와 같으며 4요인 모두에서 유의적인 차이를 나타내었다.

조화성 요인에서는 부분적인 배치의 의복무늬가 매력적인, 세련된, 고급스러운, 우아한, 깨끗한, 섬세한 감성으로 평가되었으며 특히 사실적 표현과 비정형의 부분적인 배치는 매력적인, 세련된, 고급스러운, 우아한 감성에 영향을 주는 것으로 나타났다.

경연성 요인에서는 부분적인 배치의 구상무늬가 가장 여성적이고 부드러운 것으로 평가되었으며 전면적인 배치의 비구상 무늬가 남성적이고 딱딱한 것으로 평가되었다.

주목성 요인에서는 부분적인 배치의 비정형 비구상무늬가 가장 특이한 것으로 평가되었으며 울동성 요인에서는 전체적으로 전면적인 배치가 울동적인 것으로 평가되었다.

그러므로 무늬 디자인에 있어 우아한, 깨끗한, 매력적인, 세련된, 고급스러운, 여성적인, 부드러운 감성을 표현하기 위해서는 부분적인 배치를 발랄한, 동적인 감성을 표현하기 위해서는 전면적인 배치를 고려하는 것이 바람직 할 것이다.

이상의 결과에서 의복무늬는 원천, 표현방법, 배치

<표 4> 배치에 따른 시각적 감성차이

배치	전면배치	부분배치	T-value
요인			
조화성	-.108 b	.108 a	-7.520***
경연성	-.154 b	.154 a	-10.765***
주목성	-.053 b	.053 a	-3.640***
울동성	.229 a	-.229 b	16.288***

***P < .001 **P < .01 *P < .05

에 따라 다른 시각적 감성을 나타내므로 의복무늬 디자인 기획 시 고려해야 할 것이며 부분적인 배치의 사실적 표현에 구상무늬는 여성적인, 부드러운 감성을 전면적인 배치의 비구상무늬는 발랄한, 동적인 감성을 표현하는데 적합하므로 의복무늬 디자인 개발에 활용한다면 소비자 감성을 만족시킬 수 있을 것이다.

2) 인구통계적 특성에 따른 시각적 감성차이

인구통계적 특성에 따른 시각적 평가의 차이를 알아보고자 각 요인 점수를 이용하여 요인별 분산분석과 scheff 검증을 실시한 결과는 <표 5>와 같다.

연령에 따른 시각적 평가차이는 주목성, 울동성 요인에서 유의적인 차이를 나타내었다. 주목성 요인에서는 20대 초반과 후반의 여성들이 화려한, 강렬한 것으로 평가하였으며 울동성 요인에서는 20대 중·후반의 여성들이 의복무늬에 대해 발랄한, 귀여운 것으로 평가하였다. 조화성 요인에서도 20대 중·후반의 여성들이 의복무늬에 대해 보기좋은 것으로 평가하고 있어 의복무늬에 대한 관심과 선호가 높은 것으로 나타나므로 차별적인 디자인 기획이 필요할 것이다.

교육수준에 따라서는 주목성, 울동성 요인에서 유의적인 평가차이를 나타내었으며 교육수준이 높을수록 무난한, 수수한, 발랄한, 동적인 것으로 평가되었다.

상권에 따라서는 조화성, 울동성 요인에서 유의적인 차이를 나타내었는데 서면과 남포동 상권에서 가장 조화로운 것으로 평가되었으며 남포동, 부산대학앞 상권이 가장 귀여운 것으로 평가되었다.

<표 5> 인구통계적 특성에 따른 시각적 평가차이

변인	연령	교육수준	상권
요인			
조화성	1.31	0.74	11.02***
경연성	0.07	0.14	1.75
주목성	4.91**	3.74*	2.06
울동성	7.22**	3.18*	4.54**

***P < .001 **P < .01 *P < .05

이상의 결과에서 개인이나 지역적 특성이 의복무늬에 대한 감성평가에 영향을 주므로 의복무늬에 대한 상품기획시 고려되어야 할 것이며 이러한 의복무늬에 대한 감성평가의 차이점들을 고려하여 인구통계적 특성에 따른 세분화된 마케팅 전략수립이 필요할 것이다.

3. 의복무늬에 대한 시각적 감성의 포지셔닝

의복무늬의 시각적 감성에 대한 유사성의 차이를 밝혀 종합적 평가를 시도해 보고자 48개의 사진자극물에 대한 다차원척도법을 실시한 결과 2차원에서 stress 값 .120과 92.7%의 설명력을 나타내었다.

포지셔닝된 결과 세로축은 의복무늬가 가지는 형태적 특징을 통해 느껴지는 감성으로 「soft-hard」로 명명하였으며 가로축은 의복무늬에 있어 shape와 space의 인지적 측면을 고려하여 「simple-complicated」한 감성으로 명명하였다.

각 분면별 의복무늬의 대한 디자인 특성을 살펴보면 다음과 같다.

1/4분면(soft, complicated)은 전체적으로 둥글고 흐르는 듯한 형태적 특성을 가지며 의복전체에 펼쳐져 있는 무늬의 형이 배경에 비해 크게 부각되는 특징과 원색의 의복무늬 배색으로 화려하고 강렬한 감성으로 해석하였다. 2/4분면(soft, simple)은 무늬가 부드럽고 곡선적인 형태를 취하고 있으며 의복무늬와 배경과의 관계에서는 유사색의 배색이 주로 사용되고 배경이 더 크게 인지되어 매력적이면서 고급스러운 감성으로 해석하였다. 3/4분면(hard, simple)은 무늬가 각진 형태를 가지며 의복의 특정 부위에 부분적으로 전개되고 있어 단순하고 깨끗한 감성으로 해석하였다. 4/4분면(hard, complicated)은 직선적이거나 뾰족한 형태적 특성을 가지는 무늬가 의복전체에 높은 밀도로 전개되어 형이 크게 인지되며 2배색의 색 대비로 발랄하고 동적인 감성으로 해석하였다.

감성축을 중심으로 분포된 위치와 의복무늬의 특성에 따라 5개의 그룹으로 분류하였으며 그 특성을 의복무늬에 대한 감성어휘의 포지셔닝과 관련시켜 살펴보면 다음과 같다[그림 1]

그룹 I에 포지셔닝 된 의복무늬는 complicated의

감성축을 중심으로 분포되어 있는데 shape와 space의 구분이 불명확한 전면적인 배치와 어둡고 무거운 배색으로 인해 강렬하고 복잡한 감성을 나타내고 있다.

그룹 II에 포지셔닝 된 의복무늬는 soft의 감성축을 중심으로 분포되어 있는데 shape와 space의 구분이 드러나는 전면적인 배치와 밝고 가벼운 배색으로 인해 화사하고 여성적인 감성을 나타내고 있다.

그룹 III에 포지셔닝 된 의복무늬는 simple의 감성축을 중심으로 분포되어 있는데 무늬가 의복의 상하 길이 방향의 부분적인 배치로 인해 시선을 상하로 유도함으로써 전체적으로 길어보이는 시각적 효과를 주고 있어 깨끗하고 우아한 감성을 나타내고 있다.

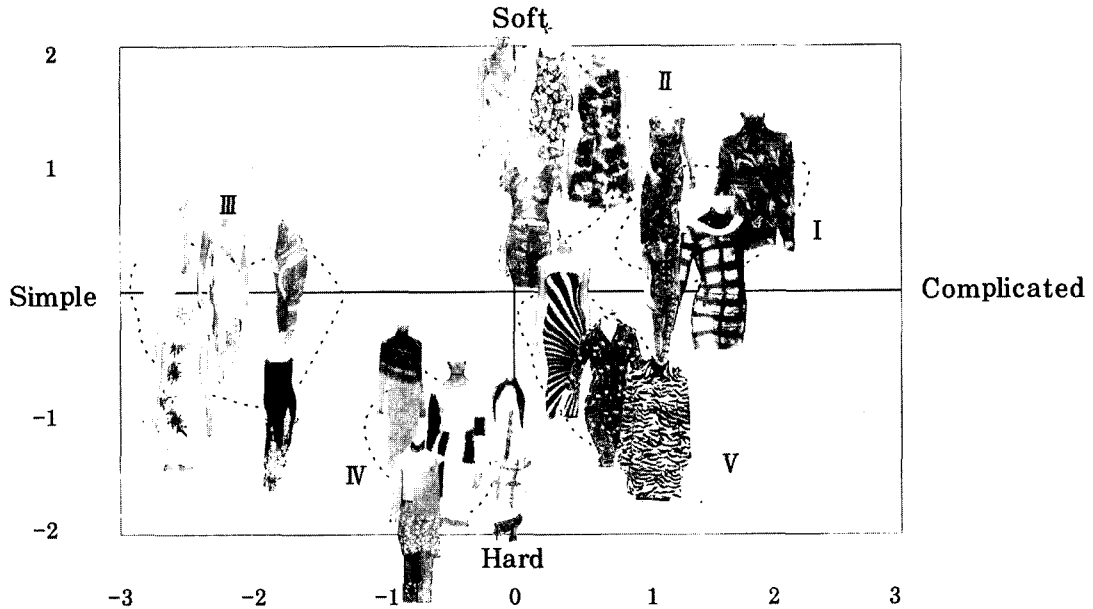
그룹 IV에 포지셔닝 된 의복무늬는 hard의 감성축을 중심으로 전개되어 있는데 비교적 명도차가 큰 2색을 사용한 부분적인 배치로 shape와 space가 확연히 분리되어 시선을 한곳으로 집중시키고 있으며 직선적인 실루엣으로 차분하고 성숙한 감성을 나타내고 있다.

그룹 V에 포지셔닝 된 의복무늬는 hard, complicated의 감성축을 중심으로 전개되어 있는데 기하학적 무늬가 주를 이루고 딱찬 전면적인 배치로 동적이고 캐주얼한 감성을 나타내고 있다.

이상의 결과 의복무늬에 대한 시각적 감성의 포지셔닝 축은 세로축 soft-hard와 가로축 simple-complicated의 감성으로 해석되어질 수 있다. 이는 무늬의 형태적 특성, 배경과의 관계, 배색효과 등에 의한 상호작용으로 의복무늬에 대한 종합적인 평가가 이루어진 것으로 2차원의 공간에서 강렬하고 복잡한, 화사하고 여성적인, 깨끗하고 우아한, 차분하고 성숙한, 동적이고 캐주얼한 감성을 나타내고 있다. 이러한 의복무늬의 특성에 따라 분류된 감성의 분석은 브랜드 컨셉 설정에 있어 포지셔닝 전략을 세우는데 유용하게 활용될 수 있을 것이다.

4. 의복무늬에 대한 선호도, 구매욕구, 쾌감, 고급감과 감성어휘와의 관계

의복무늬의 시각적 감성평가용어와 이미지와의 관계를 알아보기 위해 선호도, 구매욕구, 쾌감, 고급



[그림 1] 의복무늬에 대한 시각적 감성의 포지셔닝

감을 평가하는 감성어휘를 종속변수로 하고 각각의 용어에 대한 24개의 형용사쌍을 독립변수로 하여 단계적 회귀분석(stepwise)을 실시하였다.<표 6>

1) 의복무늬에 대한 선호도와 감성어휘와의 관계
 의복무늬에 대한 선호도와 감성어휘와의 관계를 알아보기 위해 「좋아하는-싫어하는」을 종속변수로 하고 24개의 형용사쌍을 독립변수로 하여 다중회귀 분석한 결과 선호도에 영향을 미치는 용어는 8쌍이 나타났으며 전체 69.4%의 설명력을 나타내었다. 이 중 사고싶은-사기싫은이 가장 의미있는 관련성을 가지는 것으로 나타났으며 그 다음으로 보기좋은-보기싫은, 자연스러운-어색한, 유쾌한-불쾌한, 깨끗한,-지저분한, 조화로운-조화롭지않은, 매력있는-매력없는, 세련된-촌스러운 순으로 나타났다.
 이상으로 선호도와 관련한 단계적 회귀분석 결과는 의복무늬에 있어 평가성 용어와 관련이 있는 것으로 나타났으며 감성차원에서 볼 때 조화성요인이 선호도에 있어 크게 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2) 의복무늬에 대한 구매욕구와 감성어휘와의 관계
 의복무늬에 대한 구매욕구와 감성어휘와의 관계를 알아보기 위해 「사고싶은-사기싫은」을 종속변수로 하고 24개의 형용사쌍을 독립변수로 하여 단계적 회귀분석한 결과 10쌍의 형용사와 관련이 있는 것으로 나타났으며 67.5%의 설명력을 나타내었다. 이 중 좋아하는-싫어하는이 가장 관련이 큰 것으로 나타났으며 그 다음으로 유쾌한-불쾌한, 자연스러운-어색한, 보기좋은-보기싫은, 세련된-촌스러운, 섬세한-투박한, 깨끗한-지저분한, 강렬한-은은한, 화려한-수수한 순으로 나타났다.

이상의 결과에서 볼 때 선호도가 높으면 그것이 바로 구매로 이어질 수 있는 가능성이 높음을 알 수 있으며 무늬의 형태나 색채배색측면에서도 강렬하고 화려한 것보다는 은은하고 수수한 것이 의복구매로의 연결에 있어 용이한 것으로 나타났다.

3) 의복무늬에 대한 쾌감과 감성어휘와의 관계
 의복무늬에 대한 쾌감과 감성어휘와의 관계를 알아보기 위해 「유쾌한-불쾌한」을 종속변수로 하고 24개의 형용사쌍을 독립변수로 하여 단계적 회귀분

〈표 6〉 의복무늬에 대한 선호도, 구매욕구, 쾌감, 고급감과 감성어휘와의 관계

독립변수	종속변수		선호도 (좋아하는-싫어하는)		구매욕구 (사고싶은-사기싫은)		쾌감 (유쾌한-불쾌한)		고급감 (고급스러운-고급스럽지않은)	
	Beta	T-value	Beta	T-value	Beta	T-value	Beta	T-value	Beta	T-value
깨끗한-지저분한	.043	3.920***	.034	2.994***	.051	4.004***	.099	8.097***		
세련된-촌스러운	.038	3.190**	.050	4.033***	.038	2.735**	.120	8.918***		
강렬한-은은한			-.029	-2.844**	.028	2.427*	-.029	-2.589**		
매력있는-매력없는	.046	3.513***			.059	3.806***	.352	25.238***		
보기좋은-보기싫은	.244	18.334***	.101	7.136***	.071	4.432***				
섬세한-투박한			.038	3.497***	.171	14.376***	.023	1.990*		
좋아하는-싫어하는			.438	32.444***	.082	4.865***				
사고싶은-사기싫은	.414	32.444***			.193	11.995***				
유쾌한-불쾌한	.060	4.865***	.152	11.995***						
자연스러운-어색한	.085	6.940***	.129	10.343***	.157	11.142***				
재미있는-재미없는					.114	9.925***	.030	2.646**		
조화로운-조화롭지않은	.042	3.870***			.026	2.063*				
특이한-평범한					-.050	-4.634***	.133	12.842***		
발랄한-점잖은					.076	6.495***	-.062	-5.474***		
귀여운-성숙한					.029	2.685**	-.059	-5.714***		
우아한-천박한							.221	17.120***		
가벼운-무거운							-.086	-7.374***		
편안한-불편한					.044	3.839***				
시원한-답답한					.067	5.212***				
감성적인-이성적인					-.022	-2.117*				
화려한-수수한			-.026	-2.508*						
R ²	69.4%		67.5%		58.6%		61.4%			

***P<.001 **P<.01 *P<.05

석을 실시한 결과 17쌍의 독립변수와 관련이 있는 것으로 나타났으며 58.6%의 설명력을 보였다. 이 중 섬세한-투박한, 사고싶은-사기싫은, 자연스러운-어색한이 쾌감과 관계가 큰 것으로 나타났으며 그 다음으로 재미있는-재미없는, 발랄한-점잖은, 좋아하는-싫어하는, 보기좋은-보기싫은, 깨끗한-지저분한, 편안한-불편한, 매력있는-매력없는, 세련된-촌스러운, 귀여운-성숙한, 강렬한-은은한, 감성적인-이성적인, 조화로운-조화롭지않은 순으로 나타났다.

이상으로 쾌감은 다양한 시각적 감성 어휘들과 의미있는 관련성을 지니는 것으로 나타나 쾌의 감정을 일으키는 요인은 의복무늬 구성의 여러 측면

즉 원천, 표현방법, 배치 등에 따라 고려될 수 있으며 이는 결국 선호와 구매욕구로도 연결지어 생각할 수 있다.

4) 의복무늬에 대한 고급감과 감성어휘와의 관계

「고급스러운-고급스럽지않은」을 종속변수로 하고 24쌍의 형용사를 독립변수로 하여 단계적 회귀분석한 결과 11쌍의 독립변수와 관련이 있는 것으로 나타났으며 61.4%의 설명력을 나타내었다. 매력있는-매력없는이 가장 의미있는 관련성을 가지는 것으로 나타났으며 그 다음으로 우아한-천박한, 특이한-평범한, 세련된-촌스러운, 깨끗한-지저분한, 가벼운-무거운, 귀여운-성숙한, 발랄한-점잖은,

재미있는—재미없는, 강렬한—은은한, 섬세한—투박한 순으로 나타났다.

이상의 결과에서 의복무늬의 감성을 평가하는데 있어 고급감은 의복무늬가 가지는 내재적 특성과 그것으로 인해 의복전체로 표현되어지는 이미지와 연관이 있는 것으로 나타났다.

V. 결론 및 제언

본 연구의 결과를 요약하고 결론을 내리면 다음과 같다.

1. 의복무늬에 대한 시각적 감성차원은 조화성, 경연성, 주목성, 율동성의 4요인으로 구성되어 전체 변량의 57.6%를 차지하였으며 4개의 요인 중 조화성 요인이 의복무늬의 감성을 평가하는 의미공간 내에서 중요한 차원으로 나타났다. 조화성 요인은 보기 좋은, 좋아하는, 윤택한, 세련된, 조화로운, 고급스러운 등의 감성을, 경연성 요인은 여성적인, 부드러운, 가벼운 등의 감성을 나타내었고 주목성 요인에서는 화려한, 특이한, 강렬한 감성을, 율동성 요인에서는 발랄한, 귀여운, 동적인 감성을 나타내었다.

2. 의복무늬의 구성에 따른 시각적 감성을 살펴본 결과 원천에 따라서는 경연성, 율동성 요인에서 표현방법과 배치에 따라서는 4요인 모두에서 유의적인 차이를 나타내었다. 이상의 결과를 종합하면 부분적인 배치의 사실적 표현에 구상무늬는 여성적인, 부드러운 감성을, 전면적인 배치의 비구상무늬는 발랄한, 동적인 감성을 표현하는데 적합하므로 의복무늬 디자인 개발에 활용한다면 소비자 감성을 만족시킬 수 있을 것이다.

3. 인구통계적 특성에 따른 시각적 평가를 살펴본 결과 나이와 교육수준에 따라서는 주목성, 율동성요인에서, 상권에 따라서는 조화성, 율동성요인에서 유의적인 차이를 나타내었다. 따라서 이러한 개인과 지역적인 특성이 의복무늬에 대한 시각적 감성에 영향을 주므로 의복무늬 디자인 기획은 물론 마케팅 전략 수립에 있어서도 이러한 인구통계적 특성을 고려해야 할 것이다.

4. 의복무늬에 대한 시각적 감성의 포지셔닝 결과 세로축은 의복무늬가 가지는 형태적 특징을 통해

느껴지는 감성으로 soft—hard로 명명하였으며 가로축은 의복무늬에 있어 shape와 space의 인지적 측면을 고려하여 simple—complicated한 감성으로 명명하였다. 복잡한 감성축을 중심으로 분포된 의복무늬 특성은 강렬하고 복잡한 감성을 부드러운 감성축을 중심으로 분포된 의복무늬는 화사하고 여성적인 감성을 나타내는 특징을 가지고 있다. 또한 단순한 감성축을 중심으로는 깨끗하고 우아한 감성을 딱딱한 감성축을 중심으로는 차분하고 성숙한 감성을 딱딱하고 복잡한 감성축을 중심으로 한 의복무늬 특성은 동적이고 캐주얼한 감성을 나타내고 있다.

이와 같이 soft—hard, simple—complicated한 감성축을 중심으로 분류된 의복무늬에 대한 감성 분석을 잘 활용하여 브랜드 컨셉 설정에 연결한다면 소비자 감성을 만족시키는 효과적인 포지셔닝 전략을 세울 수 있을 것이다.

5. 의복무늬에 대한 선호도, 구매욕구, 쾌감, 고급감과 감성어휘와의 관계를 살펴본 결과 선호도와 구매욕구는 조화성 요인과 쾌감은 다양한 시각적 감성어휘들과 의미있는 관련성을 지니는 것으로 나타났으며 고급감은 의복무늬 구성을 통해서 의복전체에 표현되어지는 이미지와 관련이 있는 것으로 나타났다.

이상의 결과를 살펴보면 선호도와 구매욕구, 쾌감이 서로 유의미한 영향을 주고받음으로써 쾌의 감정을 유발하는 것이 결국 선호와 구매로 연결될 수 있음을 알 수 있다. 또한 고급감은 의복무늬 구성을 통해서 나타나는 전체적인 의복이미지를 평가하는 감성과 연결되므로 디자인 기획이나 마케팅 전략 수립에 있어 이러한 감성간의 관계이해는 기초자료로서 효율적으로 활용될 수 있을 것이다.

이상의 결과들은 소비자의 의복무늬에 대한 시각적 감성분석이 가능해짐에 따라 기존의 디자이너의 감각에만 의존하던 의복무늬 디자인 개발을 객관적으로 풀어나가는 도구로 활용될 수 있을 것이며 이러한 분석을 토대로 소비자의 감각적인 감성에 부응하는 감성마케팅 전환을 기대할 수 있을 것이다.

본 연구는 대상에 있어 연령과 지역적인 제한이 따르므로 확대해석에는 신중을 기해야 할 것이며 의복무늬 구성에 대한 좀 더 세밀한 분석을 통해 무

니의 복합적인 특성에 대한 감성평가가 이루어져야 할 것이다. 후속연구에서는 연령별, 지역별 감성차이를 살펴봄으로써 좀 더 세분화된 감성분석이 이루어져야 할 것이며 인간의 감각기관 측정을 통한 생리적 감성실험과 병행하여 복합감성에 대한 다차원적인 연구방법을 모색함으로써 경쟁력 있는 디자인 개발에 적극적인 참여가 이루어져야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 강경자·임지영(1996). 넥타이의 색과 무늬가 남성복 이미지에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 20(5), 753-768.
- 박길순(1981). 직물문양의 기호와 내향성-외향성 성격과의 관계. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 문삼련·이경희(1994). 의복형태와 물방울무늬 공간변화에 따른 이미지의 시각적 평가. *한국의류학회지*, 18(1), 3-14.
- 박금옥(1996). 색채와 무늬에 따른 직물의 시각적 연구. 중앙대학교 박사학위논문.
- 오승희(1992). 의상에 나타난 무늬가 인간정서에 미치는 영향-추상적 문양 중심으로-. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 용호숙(1981). 기하학적 직물패턴의 시지각 현상에 대한 연구. 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 이경희·윤정혜·박정순(1990). 의복 디자인 선에 따른 시각적 효과에 관한 연구. *한국의류학회지*, 14(4), 314-323.
- 이순요(1992). 미래지향적 인간공학. 專英社, 379.
- 이인자(1998). 직물문양 차이에 따른 이미지 지각. 건국대학교 생활문화·예술논집, 21집, 41-54.
- 장수경(1997). 모티프의 표현방법, 모티프와 배경과의 명도대비에 따른 시각적 평가. *대한가정학회지*, 35(2)
- 장수경·김재숙(1996). 질적·양적 접근방법에 의한 연화문, 학문의 분류원형 추출. *한국의류학회지*, 20(6), 1016-1026.
- 조진숙(1993). 추동복 정장양복과 콤비양복의 색채 및 직물 무늬에 관한 연구. *대한가정학회지*, 3(1), 193-210.
- 조현승·이주현(1998). 소비자 감성분석을 기반으로 한 꽃문양 스카프 디자인의 레이아웃 기법 제안 : 제1보. *한국감성과학회지*, 1(2).
- 최은영(1995). 무늬의 크기, 배열, 명도대비에 따른 시각적 효과에 관한 연구-격자무늬와 물방울무늬를 중심으로 -. *복식*, 24, 194-195.
- 宮内博美(1998). タイトル「色彩とデザイン」. *한국의류학회 추계학술발표논문집*, 15-18.
- 小管啓子·小林茂雄(1990). 水玉柄のイメージに関する一考察. *纖維製品消費科學誌*, 31(9).
- Davis, M. L.(1988). *Visual Design in Dress*. 164.
- Shigenobu Kobayashi(1981). The Aim and Method of the Color Image Scale. *COLOR research and Application*, 6(2), 105.