

모시 소재의 문양에 따른 감성 이미지 평가

이 순 임 · 김 재 숙^{*}
충남대학교 의류학과

The Effect of Motives of Ramie Fabrics on Sensory Image Evaluation

Soon-Im Lee and Jae-Sook Kim^{*}

Dept. of Clothing & Textile, Chungnam National University
(2006. 9. 25. 접수 : 2006. 11. 29. 채택)

Abstract

The purpose of the study were to find out (1) the effect of motives on perceiver's image perception on ramie fabrics, and perceiver's trait, age and gender on sensory image evaluation of ramie fabrics.

The research was a quasi experiment and experimental materials developed for the study were a set of material stimuli and semantic differential scales to measure sensory image of the stimuli, an aesthetic value scale. the independent design was motif design techniques(Plain Weave, burnt-out, embroidery, stripe, check).

The subjects were 421 adults in Daejeon and Seachun.

The results was as follows: The factor analysis of semantic differential scales for the ramie materials emerged 4 different image dimensions: attractiveness, hand, elegancce, weight). The five design techniques showed significantly different image affects on some selective dimensions. The burn-out design gave the most attractive image, the embroidery design gave the softest image and plain weaved fabric presented the lightest hand image.

Consumer's aesthetic values, gender and age tended to affect sensory image evaluation of ramie materials.

On conclusion the result revealed that design strategy for the ramie material, design development though motives will be an essential process. and for material design pursued design image and target consumer's trait should be carefully considered.

Key word: fabric's perceived image (지각된 소재 이미지), ramie material (모시 소재), design technique (디자인 기법), design development(디자인 개발).

I. 서 론

오늘날 패션의 변화는 매우 민감하고 감성 지향적으로 나타나고 있다. 다양한 패션 소비 욕구

와 패션 업계의 치열한 경쟁 속에서 특징적인 디자인 개발 및 소재의 심미적인 가치는 매우 중요한 핵심 분야이다. 복식 디자인에서 심미성과 감성적 측면은 소비자들의 의류 소재 및 의복의 선택과 구매에 가장 중요한 측면이다¹⁾. 소비자들은

^{*} 교신저자 E-mail : jskim@cnu.ac.kr

1) M. Eckman, M. L. Damhorst and S. J. Kadolph, "Toward a model of the in-store purchase decision process; Consumer use of criteria for evaluating women's apparel," *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 8 No. 2 (1990), pp. 13-22.

의류 제품을 통하여 심미적 즐거움을 추구하기 때문에 디자인의 심미적 측면은 품질 지각과 구매와 관련된 의사 결정 과정에서 가장 중요한 요인으로 나타나고 있다²⁾.

웰빙의 열풍과 함께 아름다운 패션을 추구하면서 동시에 환경에 해를 끼치지 않고 인체에도 유익한 기능성 의류에 대한 관심이 높아지고 있다.

우리의 전통 옷감인 모시는 오랜 역사를 통해 우수한 품질로 인정 받아온 우리나라의 대표적인 섬유이다. 중국과의 주요 교역품 중의 하나였고, 그 짜여지는 노고와 우수한 품질로 인하여 화폐와 같이 취급되어온 귀한 섬유이었다.

이러한 오랜 전통으로 지역 경제의 중요한 재원이었으나 해방 후 합성 섬유에 밀리어 소비자들의 호응을 받지 못할 뿐 아니라 생산 방식 또한 전통적인 방법 그대로 이어져 내려오고 있어 수공업적인 생산 방식에 의한 한정된 물량만이 유통됨에 따라 값싼 중국 모시와 가격 경쟁에서 뒤지고 있다.

모시가 소비자들에게 외면 당하는 중요한 요인은 가격에 비하여 디자인과 기능성이 떨어지고 현대인의 라이프스타일에 맞지 않기 때문이다. 따라서 모시도 전통 섬유로서의 이미지뿐만 아니라 새로운 감성적 패션 소재라는 인식을 갖게 하기 위해서는 소재의 다양한 개발에 중점을 두고 기존의 획일적인 모시의 이미지를 개선하여 현대인의 라이프스타일에 적합한 소재로 개발되어야 한다.

선행된 연구에서는 디자인을 개발하기 위한 연구보다는 모시의 물리적인 속성과 환경적 특성들에 관한 것들이 대부분을 차지하고 있어서 모시 소재의 고 부가가치를 위한 디자인의 감성적이며 심리적인 측면의 수량적 결과를 바탕으로 한 과학적 연구 방법을 통한 디자인 개발이 필요하다고 사료된다. 따라서 기존의 전통적인 모시 직조법을 개량하여 다양한 문양을 표현하여 그 감상

이미지를 평가하는 구체적인 언어와 객관적인 수량을 제시하기 위한 본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다

첫째, 모시 소재 문양의 이미지 효과를 알아보고, 둘째, 지각자의 심미적 특질이 소재 평가에 영향을 미치는지를 밝혀 디자인의 기초적 방향을 제시하는 자료를 얻고자 하는데 있다.

II. 이론적 배경

1. 심미성

審美觀 말의 사전적 해석은 “아름다움을 살펴보는 것”을 말하며, 쓰임새의 기능을 추구하는 실용성의 합목적성과 반대되는 개념³⁾으로서 아름다운 것과 추한 것을 분별하는 것을 의미한다. 즉, 순수하게 아름다움의 질을 추구하는 것으로서 창조적 활동의 생명력을 좌우하는 중요한 요소이다.

고대 그리스인들은 美的 대상이 될 수 있는 것을 살펴 분석하고 논리를 세워 美가 무엇인지 반성하고 규명하려 하였고, 호메로스와 같은 시인은 자연에서의 아름다움을 찾는 것뿐만 아니라 인간 생활과 밀접한 관계를 갖는 일상적인 것 안에서도 용기나 명예와 같은 숭고함을 미로 노래하고 있다. 이러한 고대 그리스의 사회적 분위기는 자연철학자들로 하여금 美의 형식적 개념을 형성하게 하였고 美를 학문적으로 고찰하기 시작하였다⁴⁾.

6세기 후반 Pythagoras 학파는 우주의 형식적 완전성을 조화라고 하여 미의 본질로 보았으며, 美의 근원은 수적인 조화에 의하여 성립된다고 믿어 모든 대립에서 數的인 균제, 질서, 통일을 찾으려고 하였고, 이러한 추구는 미의 객관적이며 논리적 척도의 원리를 성립시켰다. 그 일례로 파르테논 신전과 같은 그리스 시대의 건축과 조각들은 인간의 영혼이 美術을 통하여 우주의 조화와 질서를 모방하여 구체화 시켜 놓은 것으로서 數的인 완전성에 바탕을 두고 만들어진 것이다⁵⁾.

2) A. M. Fiore and M. L. Damhorst, "Intrinsic cues as predictors of perceived quality of apparel," *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction Complaining Behavior* Vol. 5 (1992), pp.168-178.

3) 이승녕, 남광우, 이용백, 이을환, 최학근, *국어대사전* (서울: 교육도서, 1989), p. 1282.

4) 이남규, "고대미학의 학문적인 고찰," *공주대학교 학보* 제347호 (1975).

5) 백기수, *미의 사색* (서울대학교 출판부, 1981), p. 97-100.

이러한 외면적 마 표현 형식의 추구와 함께 내면적인 미의식 즉 사랑에 의하여 결합되는 우주적 질서의 완성을 조화로 보는 엠페도크레스(Empedokles)의 미의 관점은 이 두 가지의 통합으로 통일된 하나의 미에 대한 관점이 형성된다고 하였고, “비합리적인 작업을 예술로 지칭하지 않는다”라고 말한 플라톤 이후 근대에 이르기 까지 미의 근본적인 개념으로서 미는 외적인 요소와 내적인 요소로 이루어진다고 이해되어 왔다⁶⁾.

칸딘스키는 그의 논문에서 心性은 육체와 연결되어 있으므로 감정 - 감각 - 예술 작품 - 감각된 것 - 감정(관조자)이라는 순서를 통해서 처음의 감정은 예술 작품이 성공적일 때 예술 작품을 본 후의 감정과 같거나 혹은 증가된다고 하여 예술에 있어서 정신적인 것, 즉 내면적 요소의 중요성에 대하여 언급하며, 처음에는 감정으로만 존재하는 내적인 요소가 예술 작품으로 발전하기 위해서는 제 2의 요소인 외적인 요소가 구체적인 것으로서 이용되어야 한다고 하였다. 감정은 언제나 표현 수단인 물질적 형식을 취하여 예술의 형식을 결정하는 것으로서 억제할 수 없는 내적인 힘에 의해서 결정되며 이는 예술에 있어서 불변의 법칙이라고 하였다⁷⁾.

이러한 견해는 우리가 예술 작품에서만 한정되어 논의되는 것이 아니며 어떤 대상의 아름다움을 느끼는 감정은 미의 형식을 통하여 나타난 내면적, 즉 정신적인 것과 외적인 형식의 완전한 일치에 의하여 얻어지는 심미적 감정으로서 계슈탈트 심리학자들의 연구에 의하여 구체화되었다.

계슈탈트 이론은 단조로운 선으로 그려진 하나의 패턴을 바라보는 단순한 행동에서도 통일과 질서를 찾으려는 노력이 있다고 하여 시각은 감각적 요소들을 기계적으로 기록하는 것이 아니라 실재를 창의적으로, 즉 상상적이고, 발명적이며, 기민하고, 아름답게 구조적인 패턴으로 파악하는 정신의 구형 과정⁸⁾이라고 하였다. 그러므로 예술

작품이라든지 어떤 대상으로부터 미적인 쾌감을 얻으려면 대상으로부터 시각적으로 아름답다고 느끼게 되는 어떤 구조를 지니고 있어야만 가능하게 된다.

Gombrich에 따르면 사물을 지각할 때 우리는 오로지 눈에만 의존하는 게 아니라 개념적 사유를 하는 인간 자신이 이미 알고 있는 지식의 틀을 이용한다고 한다⁹⁾. 미의 표현에 있어서도 이 같은 방식이 적용되며 있는 사실 그대로를 표현하는 제한적인 방식이 아니라 경험에 의해 미적인 쾌감을 유발하는 것에 의하여 형성되어진 개념에 따라 미를 표현하게 되며 이러한 심미성을 유발하는 가장 핵심적인 요소를 통일과 변화, 균형과 조화에 두고 있다¹⁰⁾.

디자인의 원리나 회화에서 화면 배치, 즉 구도를 잡는 것은 바로 이러한 통일과 변화, 균형과 조화를 얻어내기 위한 형식을 객관화시켜 주관적인 관점이 아닌 보편적인 관점으로 개념화시킨 것이라고 할 수 있다. 심미적 만족은 이러한 표현 원리에 잘 부합되어 표현된 결과물에서 얻어질 수 있다. 그러나 미의 기준이 되는 표현 원리는 시대와 문화에 따라 다르게 발전하여 왔기 때문에 각각의 문화와 시대에 따라 심미성은 다르다. 또한 심미성은 지각자의 내면적 요소들의 반영에 의한 결과이므로 시대와 문화, 성별, 나이, 개인 등에 따라 차이가 있으며 디자인의 합목적성에 적합한 심미적 표현은 이러한 개인차를 최소화 하여 대중들의 공통된 미의식을 표현하는데 있다.

2. 한산 모시의 현황 및 한국인의 정서

1) 모시의 기원 및 현황

모시는 쌍자엽 식물 줄기의 인피를 벗겨 섬유로 사용하는 연질섬유이고, 다년생 삼마(森麻)과의 저마(苧麻)로서 학명은 *Boehmeria nivea* Hooker et Arnot, 영어로는 Ramie 혹은 China grass이고, 우

6) 이남규, *Op. cit.*

7) 권영필, “예술에 있어서 정신적인 것에 대하여,” *칸딘스키 예술론* (서울: 열화당, 1993), p. 18.

8) 아른하임, *미술과 시지각*, 김준일 역 (서울: 기원원, 1989), pp. 444-445.

9) 진중권, *미학 오딧세이* (서울: 휴머니스트, 2003), p. 28.

10) 임연용, *현대디자인원론* (서울: 학문사, 1994), p. 187.

라나라에서는 모시풀이라¹¹⁾하며 상과(桑科)의 대마(大麻)와 함께 우리나라의 대표적인 의복 재료로 사용되어져 왔다.

우리나라와 중국, 일본에서는 모든 인피 섬유를 통칭하여 마(麻) 혹은 포(布)라고 기록하고 있으므로 언제부터 모시가 직조되어졌는지는 정확히 알 수는 없으나, 마포와 저포로 구분하여 기록된 것은 통일 신라 시대(현안왕 4년·860년) 때부터이다. 포에 대한 첫 기록은 삼국지에 처음 나타나며, 또한 구전에 의해서도 삼국시대 때 한산의 견지산에 자생하는 모시풀을 원료로 하여 모시가 직조되었다고 하는 점 등을 미루어 삼국시대를 즈음하여 모시가 직조되었을 것으로 추정하고 있다.

저마의 원산지는 일본에서부터 중국의 동남부를 거쳐서 말레이시아로 알려져 있으나, 기록으로 보아 주로 중국과 한국, 일본에서 옷감으로 쓰였던 것으로 추정된다. 열대, 아열대의 고온다습한 일기에 일조량이 풍부하고 연간 강수량이 1,000mm 이상의 토질에서 풍해가 없어야 하는 생육조건이 까다로운 섬유식물이다. 우리나라에서는 전라 남·북도와 충청남도, 경상남도의 해안지대가 재배의 적지이며 특히 서천과 한산의 세모시는 품질이 가장 우수하여 조선시대부터 궁중의 진상품으로 유명하였다. 오늘날에도 모시의 전통이 그대로 남아있는 지역도 역시 한산과 서천을 중심으로 한 인근 지역으로서 그중 한산이 가장 명산지이다. 고려 말까지 면화가 들어오기 전 일반 서민은 물론 왕에게 이르기까지 즐겨 입었고 그 직조기술이 아주 발달하여 교역품, 조공품 등은 물론 화폐의 대용으로도 쓰였던 것으로 보아 저마의 사용과 생산은 아주 보편화 되었던 것으로 보인다. 조선시대에 이르러서는 더욱 정교하여지고 그 수요도 늘어 공급이 수요를 따르지 못하였다. 그러나 중종 17년의 복석금제로 인하여 새저포의 생산이 금지됨으로서 저포의 생산 기술이 쇠퇴하여 거칠게 재직되어 한때 중국산이 수입되었던

때도 있었다¹²⁾.

해방 후에는 정부에서 식재를 장려하여 1965~1967년에는 재배 면적이 3000정보¹³⁾가 넘었으나 이후 수익성이 떨어지면서 해마다 감소하여 한산 모시 조합의 자료에 의하면 2002년도의 필 모시 생산량은 3,991필로 평균소득이 1,317,030,000원이었던 것이 2003년에는 2,297필의 모시 생산에 소득 689,100,000으로 일 년 사이 1,600여필이 감소하였다. 재배 면적도 2002년 자료에 의하면 42,573m²(12,900평)으로 감소하였다. 이에 종사하는 기존의 직인들이 고령화됨에 따라 그 수가 감소하여 최근에는 100가구에도 못 미치는 실정이다.

2) 한산 모시에 대한 한국인의 감성 및 정서

모시는 남자의 고의적삼, 조끼, 두루마기와 여인의 치마, 적삼, 두루마기 감으로 사용되었다. 모시의 뛰어난 통풍성과 깔깔한 촉감은 무덥고 습한 한국의 기후 조건에 가장 잘 맞는 시원한 섬유로서, 한여름 옷으로 가장 귀한 자리를 차지하였고 뻣뻣하게 풀 먹여 손질한 모시옷을 입은 자태가 더없이 청결하고 정숙하여 입는 이의 품격을 고격하게 만들어 주기 때문인 것으로 보인다.

중국인이나 일본인이 조선에 처음 와서 마주친 한국인의 첫인상에 대하여 남녀노소 모두가 항상 흰옷을 입고 예의바르고 청결하며 상류 가정의 부인이 흰 옷을 입은 자태는 고아하고 온화하며 무기교하여 아름답음이 대단하여 참으로 경쾌한 모습이며 기생마저도 그러하다고 기록하고 있다¹⁴⁾. 이는 모시 의복의 특성상 그 흰 빛이 수려하였고 풀을 먹여 손질하여야만 하는 번거로움과 수고스러움을 생각하여 새로 손질한 옷을 입고 함부로 행동하지 않고 조심스럽게 행동한 것에서 비롯된 인상이었으리라 짐작된다.

이는 유교적 정신과도 맞물려 청빈한 생활 속에서도 멋과 여유를 즐기는 한국 사회의 정서와 정신적으로 잘 어울리는 의복 형태로 꾸밈과 기교가 없는 청결함과 자연스러움만으로 최고의 멋

11) 여화연, "한산저포의 염색 및 조직개량에 관한 연구" (홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문, 1991), pp. 3-5.

12) *Ibid.*, pp. 5-6.

13) 한상익, "한산 저포에 관한 지리학적 연구" (고려대학교 교육대학원 석사학위논문, 1981).

14) 민길자, *전통 옷감* (서울: 대원사, 1997), p. 29.

을 낸 정숙한 여인상을 나타내고 있다.

모사 의복에 대한 한국인의 감성은 가장 정결하며 진솔한 이상형의 아름다움을 내포하고 있으며 누구나 입고 싶어 할 뿐만 아니라 또한 수의애도 사용되어 죽은 자에 대한 최고의 예우로써 사용되었다. 또한 옷을 짓고 남은 자투리 조각도 버리지 않고 모아 서로 이어 조각보, 밥상보, 수건 등을 만드는 지혜로우며 검약한 조상의 정신이 배어 있기도 한 산자와 죽은 자에게 다 같이 귀한 옷감으로 자리하고 있다¹⁵⁾.

3. 감성 이미지 평가

의류 소재의 감성적 측면을 평가하는 선행 연구는 마직물의 태에 관한 연구(박성혜, 유효선, 1999), 견직물의 감성 이미지 스케일에 관한 연구(김춘정, 나영주, 1999) 및 면직물의 감성(이정순, 신혜원, 2003), 여성 정장용 의복 소재의 선호도(안춘순 외, 2001), 소비자의 소재 선호도(정인희, 2002), 여성복 텍스타일 디자인의 특성과 감성에 관한 연구(나영주, 권오경, 2000), 의복 소재의 선호도에 대한 태와 감성 이미지의 영향(김희숙, 나미희, 2005), 니트 소재의 주관적 질감 및 감성과 객관적 태에 관한 연구(주정아, 유효선, 2006), 직물 소재와 색상, 톤에 따른 감성 이미지 평가(김재숙, 이순임, 2005) 등이 있으며, 주로 의복 소재의 태와 선호도를 조사하는 연구이다. 한편 의류 소재의 이미지 평가 차원 개발에 관한 연구(신혜원, 이정순, 2002)도 있어 소재 이미지의 척도를 개발하기 위한 연구도 있다. 각 연구들은 감성 이미지를 나타낼 수 있는 측정 도구로서 소재 이미지를 표현하는 형용사로 의미 미분 척도를 만들어 피험자로 하여금 자극물을 관찰한 후 알맞은 척도의 위치에 표시하여 답하도록 설계된 연구 방법을 취하고 있다. 이러한 방법으로 주관적일 수 있는 감성 이미지를 객관화, 수량화 하고 있고 실험들은 성별과 연령에 따라 소재를 다르게 지각하는 결과를 보여주고 있어 연령과 소재의 선호 의식을 조사하는 방법으로 타당하다고 생각되며, 본 연구도 모시 소재의 문양에 따른 지각 차이

를 조사하기 위해 선행 연구의 측정 도구들을 기초로 삼아 진행되었다.

III 연구 방법 및 절차

본 연구의 목적이 소재의 문양이 성별과 연령, 자각자의 심미성에 따른 직물 이미지의 지각 차이를 알아보는 것이므로 독립 변인 문양(5)×성별(2)×연령(4)×심미성과 종속 변인 문양 이미지(4가지 차원)로 구성되었다. 실험은 소재 자극물이 할당된 피험자 간 설계로서 자극물을 보거나 만져 보는 방법으로 지각된 느낌을 설문지의 형용사의 의미 미분 척도로 측정하였고, 인구 통계학적인 내용을 표시하도록 하였다. 자료 분석을 위해 SPSS 통계 방법을 사용하였다.

1. 측정 도구의 제작

1) 자극물의 제작

(1) 소재의 문양 자극물

10×15cm의 흰색 모시로 총 5가지의 문양을 각각 다르게 표현하여 소재를 완성한 후 두 장의 20×30cm의 백색 하드지의 중앙 부분을 8×13cm 만큼 오려내고 오려낸 빈 곳에 모시를 끼워 넣은 후 두 장을 맞붙여 고정하여 자극물을 완성하였다. 실험은 제작된 자극물을 측정 도구와 함께 제시하여 자극물을 보고 만져서 관찰한 후 측정 도구에 기록하도록 하였다

① 빈 아웃 기법의 포도 문양

실크와 모시를 교직하여 직조된 모시를 산 처리 가공에 의하여 모시부분을 태워버림으로서 투명, 불투명의 효과에 의해 포도의 문양이 나타나도록 제작되었다.

② 체크 문양

모시 경사와 위사의 굵기와 밀도에 변화를 주어 직조함으로써 평직의 바탕에 도드라진 굵기에

15) Ibid., pp. 29.

의하여 체크의 문양이 나타나도록 제작되었다.

③ 스트라이프 문양

모시 경사와 위사의 굵기와 밀도에 변화를 주어 직조함으로써 평직 바탕에 도드라진 굵기에 의하여 스트라이프의 문양이 나타나도록 제작되었다.

④ 자수 기법의 포도 문양

평직 모시에 바탕 모시와 같은 색인 흰색의 실로 기계 자수를 놓아 문양의 윤곽이 두드러지도록 양감의 이미지를 살렸다. 번 아웃 기법에서 느껴지는 투명감과는 반대의 느낌이 나도록 표현기법을 달리하여 제작하였다.

⑤ 평직의 만무늬

무늬의 유무에 따른 지각 차이를 보기 위하여 아무런 무늬도 없는 기존의 평직 만무늬 모시로 제작되었다.

2) 의미 미분 척도의 제작

(1) 소재 이미지의 측정 도구

소재 이미지를 나타내는 형용사 쌍으로 구성된 22개 문항으로 7점 척도로 제작되었다. 형용사 쌍은 예비 조사와 선행 연구¹⁶⁾에서 소재와 관련된 문항 25문항 중 요인 점수가 낮은 3문항을 제외한 22개의 문항으로 서로 상반되는 형용사 쌍을 양극으로 하여 제작하였다.

(2) 지각자의 심미성 측정 도구

지각자의 심미적인 특성에 따라 모시 소재의 이미지를 어떻게 지각하는지를 알아보기 위해 Shaw, M. E. & Wright, J. M.(1967)가 제시한 태도

측정을 위한 도구(p. 292)에서 발췌한 20개의 심미적 가치를 향한 태도(Attitude toward the Acsthetic value)의 문항을 전공자로 구성된 준거 집단과 토의를 거쳐 예비 조사를 한 후 요인 분석하여 요인별 점수가 높은 10개의 문항을 사용하여 7점 Likert type으로 제작하였다.

2. 연구의 진행

본 연구의 대상자는 대전광역시와 서천에 거주하는 남녀 총 471명으로 편의 표집되었다. 2004년 9월부터 2005년 5월까지 대전 충남대학교와 대전 직할시 노은동 성당, 충남 서천군 소재의 서천군청에서 실시되었다. 실험 방법은 자극물과 설문지를 피험자 한 명 당 한 개씩 제시한 후 약 10분 정도의 시간 안에서 답하도록 진행되었다. 성별과 연령의 분포는 <표 1>과 같다.

3. 자료 분석 방법

본 연구의 자료 분석은 SPSS 12.0의 통계 프로그램을 사용하였으며 요인 분석, 분산 분석, 사후 검정, t-검정을 실시하였다.

첫째, 모시 소재의 이미지 차원과 지각자의 심미성의 구조를 밝히기 위하여 주성분 분석과 Varimax 회전법을 사용하여 요인 분석하였다

둘째, 소재의 문양과 피험자의 심미성, 인구 통계학적 변인이 모시의 이미지에 영향을 주는지 알아보기 위해 분산 분석, t-검정, 사후 분석이 실시되었다.

IV. 연구 결과

1. 모시 소재에 대한 지각자의 이미지 차원

소재의 이미지 차원을 도출하기 위하여 총 22개의 의미 미분 척도가 분석에 사용되었고 주성분

<표 1> 피험자의 연령, 성별 분포

(N= 471)

연령 명수	20대	30대	40대	50대	60대	성별 명수	남자	여자
	N	173	78	80	41		49	N

16) 김재숙, 이순임, "직물 소재와 색상, 톤에 따른 감성이미지 평가: 한산모시와 면을 중심으로," 한국외류학회지 29권 5호 (2005), pp. 662-670.

분석과 Varimax 회전으로 요인 분석을 수행하였으며, 분석 결과는 <표 2>와 같이 매력성, 촉감성, 품위성, 중량감의 순서로 4가지 차원이 도출되었다.

첫 번째 요인은 매력성 요인으로 매력적인, 멋있는, 세련된, 마음에 드는, 산뜻한 등 10개의 형용사 척도로 구성되어 매력성 요인으로 명명되었으며 고유값은 5.32로 전체 변량의 24.16%를 차지하였다. 모시 소재의 이미지를 설명하는 가장 중요한 요인으로서 각각자는 모시 소재에서 촉감이 나 무게감, 품위보다 먼저 멋있다거나 아름답다는 등의 매력적인 요소를 지각하게 되는 것을 알 수 있었다.

두 번째 요인은 촉감성 요인으로 부드러운, 매끈한, 고운, 섬세한 등과 같은 촉감의 이미지에 관계된 총 5개의 형용사로 구성되었고, 고유값 2.29, 설명 변량 13.28%로 각각자는 가장 먼저 아름답음에 대하여 인식하나 그 다음으로는 촉감에 대한 인식을 하는 것으로 나타났다.

세 번째 요인은 품위성 요인으로 단아한, 자연스러운, 은은한, 고상한 등과 같은 품위적 요소로 구성되었고, 고유값 2.89, 13.14%의 설명 변량으로 나타나 촉감을 인식한 다음으로는 고상하다거나 은은하다는 등의 품위 요소를 인식하는 것으로 보인다.

네 번째 요인은 소재의 무게와 두께와 관련된

<표 2> 소재의 이미지 차원

(N=471)

문항 내용	이미지 차원			
	매력성	촉감성	품위성	중량감
매력적인	.78			
멋있는	.78			
세련된	.74			
독특한	.74			
마음에 드는	.72			
신비로운	.72			
아름다운	.67			
산뜻한	.58			
화사한	.56			
고급스러운	.53			
부드러운		.80		
매끈한		.78		
고운		.73		
여성스러운		.59		
섬세한		.42		
단아한			.77	
은은한			.71	
자연스러운			.67	
고상한			.61	
우아한			.54	
가벼운				.81
얇은				.75
고유값	5.32	2.92	2.89	1.58
설명 변량 비율(%)	24.16	13.28	13.14	7.17
총 설명 변량 비율(%)	57.76			

주성분 분석/ Kaiser 정규화가 있는 배리맥스 회전법.

차원으로 가벼운, 얇은과 같은 무게에 관련되어 있어 중량감으로 명명되었으며, 고유값 1.58, 설명력 7.17%로 나타났다.

이와 같이 모시 소재에 대한 지각자의 이미지 차원은 가장 먼저 배열적 요소를, 그 다음으로 촉감, 품위, 중량감의 순서로 지각됨을 알 수 있었다.

2. 지각자의 심미성

실험에 참여한 각 개인의 심미적인 관심 정도는 소재의 이미지 지각에 영향을 미칠 수 있으므로 지각자의 심미성의 구조를 알아보기 위해 심미성에 관한 문항을 요인 분석한 결과 <표 3>와 같은 결과가 도출되었다.

첫 번째는 아름다움에 대한 관심이 높아 심미성 추구를 중요하게 인식하는 심미성 추구 요인으로 고유값 2.94, 29.44%의 설명 변량으로 나타났다.

두 번째는 아름다움의 추구는 시간과 경제의 낭비이며 실생활에서 중요하지 않다고 생각하는 경제성 추구 요인으로 나타났고, 2.00의 고유 값에 19.90%의 설명 변량이었다.

세 번째로는 중요하긴 하나 지나치게 강조하는 것은 실용적 측면에서 바람직하지 못하다고 생각하는 실용성 추구 요인으로 1.26% 고유 값, 12.62%로서 전체 61.97%의 누적 설명 변량을 나타내었다. 즉 지각자의 심미성 구조는 세 추구 요인, 경

제성 추구 요인, 실용성 추구 요인의 3가지 차원으로 구성되었음을 알 수 있다.

1) 문양이 소재 이미지에 미치는 영향

다섯 종류의 모시 문양을 독립 변인으로 소재 이미지의 4차원을 종속 변인으로 하여 각각의 문양이 소재 이미지에 영향을 미치는지를 알아보기 위해 분산 분석과 Duncan의 사후 검정을 실시한 결과는 <표 4>와 같다

다섯 종류의 소재 문양은 4차원의 이미지에 모두 유의한 차이를 보였으며 그 효과는 매력 이미지에서 가장 두드러지게 나타났고 다음은 촉감성, 품위성, 중량감 순서로 나타났다.

매력성 차원에서는 번 아웃 기법의 포도 문양을 가장 매력적으로 보였고, 그 다음으로 자수 문양, 체크 문양과 스트라이프 문양의 순서로 소재 이미지의 매력성을 보였고, 체크 문양과 스트라이프 문양은 서로 차이가 나타나지 않았다. 평직의 민무늬는 가장 매력성이 떨어지는 것으로 나타났으며, 이러한 결과는 기존의 평직인 모시보다 문양이 들어간 모시를 더 멋있고 세련되며 매력적으로 지각하는 것을 보여 주는 것으로 문양을 통한 새로운 소재 개발의 필요성이 뒷받침되는 결과로 사료되었다.

두 번째 요인인 촉감성 요인에서는 자수 문양과 평직의 민무늬를 부드럽고 여성스럽게 지각했으며, 번 아웃의 포도 문양, 체크 문양, 스트라이프

<표 3> 지각자의 심미성 구조

(N=471)

요인	문항 내용	요인 부하량	고유값	설명 변량(%)
심미성 추구	• 아름다운 것은 나에게 참된 기쁨을 준다.	.82	2.94	29.44
	• 나는 무엇보다도 심미성 추구를 통하여 만족감을 얻는다.	.80		
	• 아름다운 것을 감상하는 것은 인생을 좀 더 행복하게 한다.	.77		
	• 심미적 측면은 내 생활에서 중요한 역할을 한다	.75		
	• 심미적 관심이 중요하며 실행하기 위해 시간을 낸다.	.61		
경제성 추구	• 자신의 총력을 예술에 쏟는 것은 바보스러운 일이다.	.78	2.00	19.90
	• 예술교육에 공적 자금을 투자하는 것은 낭비라고 생각한다.	.76		
	• 아름다움의 추구는 시간의 낭비일 뿐이다.	.64		
실용성 추구	• 심미성이 중요하긴 하나 지나친 과장은 좋아하지 않는다.	.81	1.26	12.62
	• 그림, 음악, 조각과 같은 예술적인 아름다움을 즐기거나 가끔은 실용성이 없다고 생각한다.	.51		

주성분 분석/ Kaiser 정규화가 있는 배리맥스 회전법.

〈표 4〉 문양의 차이가 소재 이미지에 미치는 영향 (N=471)

	매력성	촉감성	품위성	중량감
빈아웃	.359A	-.382B	-.409B	-.192B
자수	.236AB	.419A	.093A	-.148B
체크	.034B	-.233B	.106A	.017AB
스트라이프	.035B	-.175B	.078A	.057AB
평직	-.59C	.151A	.036A	.221A
F 값	14.11***	11.64***	4.03**	2.81*

*p<.05, **p<.01, ***p<.001.

A~C : Duncan의 다중범위 검정에 의한 집단구분.

문양을 거칠고 남성적으로 보였다. 체크 문양과 스트라이프의 두 문양은 매력성과 같이 촉감에서도 차이가 없게 나타났다. 이러한 결과는 평직의 민무늬를 매력성 이미지에서는 부정적이었으나 촉감은 가장 부드럽게 생각하는 것으로 나타났다.

세 번째 요인인 품위성 요인에서는 평직의 민무늬, 스트라이프 문양, 체크 문양, 자수 문양을 동일하게 은은하고 고상하며 자연스럽게 지각했으며 빈 아웃은 좀 더 인위적이며 험란하게 보였다.

네 번째 요인인 중량감 요인에서는 평직의 민무늬를 가장 가볍고 얇게 빈 아웃의 포도 문양과 자수 문양을 가장 무겁고 두껍게 지각하였다. 체크 문양과 스트라이프 문양은 차이가 없으며 평직의 민무늬와 자수 문양과도 차이가 뚜렷하지 않은 것으로 나타났다.

결과적으로 지각자는 각 문양들의 이미지들을 서로 다르게 지각하는 것을 알 수 있고 각각의 문양을 이용하여 차별화된 디자인 이미지를 표현할 수 있을 것이다.

2) 지각자의 심미성이 이미지 지각에 미치는 영향
소재 이미지의 4차원인 매력성, 촉감성, 품위성, 중량감을 종속 변수로 지각자의 심미적 특질 3가지 요인인 미 추구, 실용 추구, 경제성 추구를 추구 욕구가 높은 집단과 낮은 집단으로 나누어 t 검정을 실행하였으며 결과는 〈표 5〉와 같다.

결과는 미 추구 성향에 따라 촉감성의 평가에 유의한 차이가 있어, 미 추구 성향이 높은 집단은 낮은 집단보다 모시 소재의 촉감성을 높게 평가하는 경향은 있으나, 매력성에서는 유의한 차이를 보이지 않으므로 결과적으로 모시 소재 이미지에서 심미적 성향에 따른 디자인 적용의 적합성은 나타나지 않았다. 경제성 추구 요인이 품위성 요인에 유의한 차이를 보여 낮은 집단은 높은 집단에 비하여 품위성을 높게 평가하였다.

3) 인구 통계학적 변인이 이미지 지각에 미치는 영향

(1) 연령이 소재 이미지에 미치는 영향

〈표 5〉 지각자의 심미성이 소재 이미지에 미치는 영향 (N=471)

심미성	이미지 차원	촉감성		품위성	
		평균	t-value	평균	t-value
미 추구	높은 집단	.12	2.52*	-.09	2.00*
	낮은 집단	-.12		.09	
경제성 추구	높은 집단			-.15	3.54***
	낮은 집단			.18	

*p<.05, ***p<.001.

통계적으로 유의한 결과만 제시하였음.

연령별 이미지 지각의 차이는 <표 6>에서 보는 바와 같이 모든 요인에서 유의한 차이를 보였다. 같은 문양이라도 나이에 따라 다르게 지각하였고 매력성 요인에서 가장 뚜렷한 차이를 보였다.

매력성 요인은 4개의 집단으로 분류되었고 가장 큰 차이는 20대와 60대로 나이가 많을수록 모시를 매력 있고 아름답게 지각하는 것을 알 수 있다.

촉감성은 50대와 20대가 뚜렷한 차이를 보이며 50대는 모시를 더 부드럽게 20대는 더 거칠게 느끼는 것을 알 수 있었다. 30대, 40대, 60대는 비슷한 지각을 보였으나 연령이 높을수록 더 부드럽고 매끈하며 고운 느낌을 받는 것을 알 수 있었다. 모시에 대하여 경험이 부족한 20대들이 타 소재 보다 모시의 깔깔한 촉감을 더 강하게 느끼는 것으로 생각된다.

품위성도 매력성과 같이 20대와 60대 간에 뚜렷한 차이를 보이거나 20대가 60대보다 더 품위 있다고 보았다. 이러한 결과는 매력성과 정 반대의 결과로 20대는 모시를 매력적인 소재로 보지는 않으나 단아하고 고상하며 단정한 이미지의 소재로 파악하고 있고 60대는 멋있고 매력적인 소재로 보나 품위 면에서는 현란하고 인위적으로 지각하는 것을 알 수 있었다. 중량감에서는 나이와 관계없이 똑같이 지각하였다.

이로서 나이에 따라서 모시를 지각하는 정도가 다른 것을 알 수 있고 이는 모시 소재의 디자인에서 연령에 따라 문양을 다르게 적용하는 것이 바람직하다는 결론을 얻을 수 있다.

(2) 성별이 소재 이미지에 지각에 미치는 영향

<표 7> 성별에 따른 이미지 지각의 차이 (N=471)

소재 이미지 차원		품위성
성별(명수)		
여자 (378명)		-.36
남자 (93명)		.09
t-Value		4.06 ***

***p<.001.

<표 7>에서와 같이 성별에 따른 이미지 지각의 차이는 품위성에서만 유의한 차이를 보였다. 같은 소재를 보면서 느끼는 이미지를 남성이 여성보다 더욱 더 품위가 있다고 지각하였고 여성은 보다 품위 없다고 지각하였다. 이것은 남성이 여성보다 더 모시옷을 품위 요인인 단아한, 자연스러운, 고상한, 우아한 이미지로 지각한다는 것이므로 품위성에서 여성복의 디자인을 남성복보다 더 고려하여 강조할 필요가 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구의 목적은 모시 소재의 문양에 따른 이미지가 피험자의 심미적 특성과 인구 통계학적 변인에 따라 어떻게 지각이 되며 지각에 차이가 있다면 그 차이의 원인은 무엇인지를 과학적으로 분석하는데 그 목적이 있었고 결과는 다음과 같다.

1. 본 연구에서 도출된 소재의 이미지 차원은 매력성, 촉감성, 품위성, 중량감의 4가지 차원으로 소재의 문양에 따른 외관의 시각효과에 의한 매력성, 품위성 요인과 소재의 물리적인 속성인 질감과 부피감의 영향에 따

<표 6> 연령별 소재 이미지 지각의 차이 (N=471)

연령(명수)	매력성	촉감성	품위성	중량감
20대	-.25D	-.15B	.23A	.07A
30대	.07CD	.02AB	-.30B	-.21A
40대	.30BC	.18AB	-.25B	-.00A
50대	.62AB	.46A	-.18AB	.16A
60대	.78A	.25AB	-.60B	-.21A
F 값	13.153***	4.553**	8.296***	2.464*

*p<.05, **p<.01, ***p<.001.

A~D : Duncan의 다중 범위 검정에 의한 집단 구분.

른 촉감성, 중량감 요인으로 나타났다.

매력성 이미지에서는 번 아웃 기법의 포도 문양을 가장 매력적으로, 평직의 민무늬가 가장 매력이 없는 것으로 나타났으며, 촉감성 이미지에서는 자수 문양과 평직의 민무늬를 부드럽게 지각했으며, 번 아웃된 포도 문양, 체크 문양, 스트라이프 문양을 거칠게 보았다.

품위성 이미지는 평직의 민무늬, 스트라이프 문양, 체크 문양, 자수 문양을 품위 있게, 중량감 이미지에서는 평직의 민무늬를 가장 가볍게 번 아웃의 포도 문양과 자수 문양을 가장 무겁고 두껍게 지각하였다.

2. 지각자의 심미성에 따른 내면적 추구 요인은 미적 추구, 경제성 추구, 실용 추구의 3 가지 요인으로 구성되어 지각자는 소재의 아름다움을 추구하고자 하는 욕구와 함께 경제성과 실용성을 고려하였으며 미 추구 욕구가 강한 집단은 촉감성에, 경제 추구 욕구가 강한 집단은 품위성과 중량감에 미소한 영향을 주어 디자인 적용의 적합성은 나타나지 않았다.

3. 지각자의 연령과 성별은 소재 이미지의 지각에 영향을 주어 매력성 이미지는 나이가 많을수록 모시를 매력 있고 아름답게 지각하였고 촉감성 이미지에서는 연령이 높을수록 더 부드럽고 매끈하며 고운 느낌으로 지각하였다. 품위성 이미지에서는 매력성과 반대의 결과로 20대는 품위성을 높게 지각하였고, 60대는 낮게 지각하였다. 중량감 이미지 지각에서는 연령이 유의한 차이를 나타내지 않았다.

성별에 따른 이미지 지각의 차이는 품위성에 서만 유의한 차이를 보여 남성은 품위요인을 높게 지각하였고 여성은 낮게 지각하였다.

결과적으로 문양을 통하여 본 모시 이미지는 남성과 연령이 높은 세대는 품위적인 소재로 보았고, 젊은 세대와 여성은 모시를 매력적인 소재로 인식하였다.

본 연구의 의의는 소재 디자인 개발을 실험을 통한 수량적 결과에 의하여 제시한 점이며, 소재 디자인의 문양 효과와 소비자의 인구 통계학적 변인과 심미성과 같은 특질을 통합하여 소재 마

케팅 전략을 수립하는데 참고 자료가 될 것으로 기대된다.

후속 연구에서는 모시의 단점을 보완하기 위한 보다 심층적인 연구를 위하여 모시 소재를 타 소재와 혼합하였을 때 나타나는 모시 소재의 물리적인 특성의 변화를 조사하고 기존의 모시와의 이미지 지각의 차이를 밝혀 소비자의 반응을 고려한 디자인의 개발 전략의 필요성을 제시하고자 한다.

참고문헌

- 권영필 (1993). *예술에 있어서 정신적인 것에 대하여*. 칸딘스키 예술론. 서울: 열화당.
- 김유진, 이경희 (2003). “현대 패션에 대한 감성과 감정의 관계 연구.” *한국의류학회지* 27권 3/4 호.
- 김재숙, 이순임 (2005). “직물 소재와 색상, 톤에 따른 감성 이미지 평가: 한산 모시와 면을 중심으로.” *한국의류학회지* 29권 5호.
- 김희숙, 나미희 (2005). “의복 소재의 선호도에 대한 감성 이미지 영향: 셔츠용 소재를 중심으로.” *한국의류학회지* 29권 2호.
- 민길자 (1997). *전통 옷감*. 서울: 대원사.
- 민희식 (1977). *영원한 미*. 서울: 삼성 출판 문화재단.
- 백기수 (1981). *미의 사색*. 서울: 서울대학교 출판부.
- 아른 하임, 김춘일 역 (1989). *미술과 시지각*. 서울: 기린원.
- 여화연 (1991). “한산저포의 염색 및 조직개량에 관한 연구.” *홍익대학교 산업미술대학원 석사 학위논문*.
- 우티츠 (1975). *미학사*. 윤고종 역. 서울: 서문 문고.
- 이남규 (1975). “고대미학의 학문적인 고찰.” *공주대학교 학보* 제347호.
- 이승녕, 남광우, 이용백, 이을환, 최화근 (1989). *국어대사전*. 서울: 교육도서.
- 임연웅 (1994). *현대디자인원론*. 서울: 학문사.
- 장수경 (1999). “한국 전통 문양의 종류, 표현유형,

- 구성형식 및 적용 대상에 대한 감성 이미지와 선호도." 충남대학교 대학원 박사학위논문.
- 진중권 (2003). *미학 오딧세이*. 서울: 휴머니스트.
- 추선영, 김영인 (2002). "패션 소재의 색채 이미지와 질감에 관한 연구." *한국의류학회지* 26권 2호.
- 한상익 (1981). "한산 저포에 관한 지리학작 연구." 고려대학교 교육대학원 석사학위논문.
- Eckman, M., M. L. Damhorst and S. J. Kadolph (1990). "Toward a model of the in-store purchase decision process; Consumer use of criteria for evaluating women's apparel." *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 8 No. 2.
- Bem, S. L. (1974). "The Measurement of Psychological Androgyny." *Journal of Clinical and Counseling Psychology* Vol. 42.
- Damhorst, M. L. (1990). "In Search of a Common Thread: Classification of Information Communicated Though Dress." *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 8 No. 2.
- Davis, F. (1992). *Fashion Culture and Identity*. Chicago: University of Chicago Press.
- Eckman, M., M. L. Damhorst and S. J. Kadolph. (1990). "Toward a model of the in-store purchase decision process; Consumer use of criteria for evaluating women's apparel." *Clothing and Textiles Research Journal* Vol. 8 No. 2.
- Fehrman, K. and C. Fehrman (2000). *Color: The Secret Influence*. Prentice-Hall.
- Fiore, A. M. and M. L. Damhorst (1992). "Intrinsic cues as predictors of perceived quality of apparel." *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction Complaining Behavior* Vol. 5.
- Freedman, J., D. Sears and J. M. Carlsmith (1981). *Social Psychology*. 4th ed., Englewood Cliffs. N. J.: Prentice-Hall.
- Shaw, M. E. and J. M. Wright (1967). *Scales for the measurement of attitudes*. New York: Mc Grow-Hill.