

한국 전통 문양을 활용한 자카드 직물의 감성 평가*

The Sensibility of Jacquard Fabrics Applied by Korean Traditional Motives

이선영 · 김정화 · 이정순**

충남대학교 의류학과

Sun Young Lee · Jeong Hwa Kim · Jung Soon Lee**

Department of Clothing & Textiles, Chungnam National University

Abstract

Abstract: In this research, we investigated the university students' consciousness and preference for the jacquard fabrics and developed the evaluation scale of the sensibility of jacquard fabrics applied by Korean traditional motives. 23 jacquard fabrics were assessed subjectively by 466 consumers using the 7-point scale of 23 descriptors of texture sensibility and 50 descriptors image sensibility. The percentage of students who were interested in jacquard fabrics was similar as that of students who were uninterested. 75.3% of students were shown to think that it was necessary to apply Korean traditional motives to the jacquard fabrics.

Through cluster analysis, the hierarchy of the image sensibility was examined. The tactile sensibility of jacquard fabrics were classified into 9 sub-clusters, image sensibility of them were classified into 14 sub-clusters. The dimensions evaluating the image sensibility of jacquard fabrics were developed using multi-dimensional scaling method. A 3-dimensions and 6-axes system were determined, which consisted of 'classic-modern', 'splendid-plain', 'abstract-realistic'. It was shown that preference of jacquard fabrics was increased, as image sensibility such as 'various', 'gorgeouse', 'beautiful', 'mild', 'dim', 'traditional', 'orderly', 'comfortable', 'dignified', 'abundant', 'fantastic', and 'vague' were increased and those such as 'intense', 'old', 'stuffy', 'exotic' and 'static' were decreased.

Key Words : jacquard fabrics, tactile sensibility, image sensibility, evaluation dimension, preference for jacquard fabrics, Korean traditional motives

I. 서론

기업들은 기술혁신에 의한 차별화 전략은 기술의 범용화, 기업 간 기술격차 축소 등으로 점점 더 쉽게 모방되면서 기업들은 한계에 직면하고 있다. 신흥국가의 저 원가 기업들이 저렴한 인건비를 활용해 생산 측면에서 원가 우위를 창출하고 있기 때문이다. 최근 소비자의 변화하는 감성적 요구를 포착하고 독특한 아이디어와 창의력을 기반으로 한 새로운 컨셉을 지속적으로 창출하고 실제 수익으로 연결시키는 새로운 비즈니스 모델을 제시할 수 있는 시스템을 구축하는 '하이컨셉 기업'이 나타나고 있다.

현재 지식 근로자가 주도하는 정보화시대가 창의성, 감

성 등 새로운 능력으로 무장한 창조 근로자가 주도하는 '하이컨셉 시대'로 진화함에 따라 소비자와의 감성적 교감과 시대를 앞서가는 컨셉 창조가 기업에서 경쟁력의 주된 요소로 작용할 것이라고 예견되고 있다. 하이컨셉이란 ("하이컨셉 시대", 2007) 예술적, 감성적 아름다움을 창조하는 능력을 말하며, 이는 트렌드와 기회를 감지하는 능력, 훌륭한 스토리를 만들어내는 능력, 언뜻 관계가 없어 보이는 아이디어를 결합해 뛰어난 발명품으로 만들어내는 능력을 지칭하는 개념을 의미한다.

우리나라 섬유패션산업의 경쟁력을 향상시키기 위해서 소비자의 변화하는 감성적 요구를 조사, 분석하여 이를 토대로 소비자 지향적인 상품을 생산해야 한다. 섬유패션 산업계는 이를 위해 소재의 차별화전략을 도모하는 경향

* 이 논문은 2007년도 충남대학교 학술연구비의 지원에 의하여 연구되었음.

** Corresponding author: Jung Soon Lee

Tel: 042) 821-6830, Fax: 042) 821-8887

E-mail: jungsoon@cnu.ac.kr

이 두드러지고 있다.

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.

신혜원과 이정순(2002)은 의류 소재의 이미지 차원을 남성적인-여성적인, 새로운-오래된 듯한, 캐주얼한-클래식한, 모호한-정돈된 이미지 8개축으로 개발하였다. 이운숙(2001)은 의류 소재의 이미지를 내추럴, 이노센트, 로맨틱, 에스닉, 차일디쉬, 캐주얼, 모던, 테크니컬의 9개로 분류하였다. 나영주와 권오경(2000)은 여성복 텍스타일 디자인의 감성 차원으로 컨트리-소피스티케이티드, 엘레강스-스포티, 로맨틱-매니쉬, 컨저버티브-컨템포러리 등 8개 축을 도출하였다.

한은경과 김은애(2006)은 여성 슈트 추동복 직물의 질감 속성은 평활감, 강연감, 신축감으로 3차원으로 구분되었다고 하였다. 정인희(2002)는 대학생들의 재킷이나 점퍼 구매시 재질감 차원으로 부드러운-거친, 얇은-두꺼운을 도출하였으며, 선호 재질감은 부드러우면서 두껍지 않은 범위라고 하였다. 주정아와 유효선(2003)은 여성복 추동복 소재의 트렌드 감성연구에서 장식적이고 따뜻한 느낌, 표면감을 강조하는 소재는 압축 및 표면특성값이 크고 두꺼

운 직물로 부드러운 실루엣이 형성될 수 있다고 하였다. 김희숙과 나미희(2005)는 계절별 셔츠용 소재의 감성 및 감성차원이 다르게 추출되며 선호도에 영향을 미치는 이미지 감성이 다르다고 하였다. 권영아(2004)는 아동용 내의 니트에 선호되는 캐릭터 감성을 유쾌성, 고급성, 유치성의 3차원으로 분류하였다.

그런데 지금까지 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 대학생 및 대학원생들을 대상으로 전통문양을 활용한 자카드 직물에 대한 소비자의 질감 및 이미지 감성을 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.

<표 1> 소재의 특성

Fabric No.	Warp		Weft		motif
	Fiber	Density	Fiber	Density	
1	PET	150/48	Rayon	5.5s	chrysanthemum, stem
2	Rayon-like	75/36	Silk-like	75/36	traditional lattice, butterfly, chrysanthemum
3	Rayon-like	75/36	Silk-like	75/36	gold crown, stripe
4	PET	30	PET	75/36	the Korean script
5	PET	150/48	Cotton	10s	lotus
6	PET	150/48	Cotton	10s	cursive style Chinese character
7	PET	150/48	PET Channel		the Korean script
8	Rayon-like	150/48	Cotton, PET	30s, 300/96	flower, leaf
9	PET	150/48	Rayon Channel, PET	5.5s, 300/96	the Korean script
10	Nylon	70/24	Cotton, metal	30s	water-fallen flower
11	PET	150/48	PET Channel		chrysanthemum, tile
12	Rayon-like	75/36	HTY	240/96	cursive style, Chinese character
13	PET	150/48	PET Channel		rose
14	PET	150/48	PET Channel		fruit
15	PET	150/48	PET Channel		orchid
16	PET	75/36	PET	150/48	orchid
17	Rayon-like	75/36	PS	30s	bird, rock, tree, peach, nature
18	PET	150/48	Cotton, PET	30s,150/48	lotus
19	PET	300/96	Rayon Channel,	5.5s,	bamboo
20	Rayon-like	75/36	ROM	320/96	rose, gold crown
21	Nylon	70/24	Cotton, metal	30s	chrysanthemum, tile
22	Nylon	75/36	PET	150	rose
23	Rayon-like	75/36	Cotton, metal	50s	rose

II 연구방법

2. 조사 대상

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









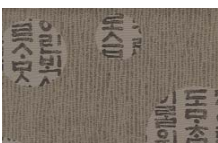



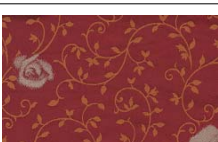






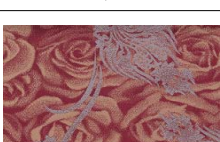



1. 시료

자카드 직물은 유구 자카드 센터에서 전통문양을 활용하여 개발한 소재로, 조직, 색상, 패턴 등이 중복되지 않도록 하여 총 23종류를 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. 사용된 시료의 특성과 문양은 표 1과 표 2에 제시하였다.

3. 소재의 질감 및 이미지 감성 척도

자카드 직물의 감성평가를 위한 설문지는 전문가 집단의 자유기술식 설문조사를 바탕으로 추출된 어휘와 선행 연구에서 사용된 소재의 주관적 질감, 감성 형용사를 보충하여 23개의 질감 감성 형용사와 50개의 이미지 감성

<표 2> 소재의 패턴

			
1	2	3	4
			
5	6	7	8
			
9	10	11	12
			
13	14	15	16
			
17	18	19	20
			
21	22	23	

형용사로 구성되었고 7점 리커트 척도로 이루어졌다. 설문문에 사용된 질감 감성 형용사와 이미지 감성 형용사는 각각 표 3과 표 4에 나타내었다.

<표 3> 선정된 질감 감성 형용사

1	가벼운	13	부피감이 있는
2	거친	14	뽀뽀한
3	광택이 있는	15	성근
4	구김이 잘 가는	16	신축감이 있는
5	까슬까슬한	17	요철이 있는
6	끈적거리는	18	유연한
7	두꺼운	19	탄력감이 있는
8	따뜻한	20	투명한
9	매끄러운	21	폭신폭신했
10	버석거리는	22	하늘거리는
11	보송보송한	23	촉감이 좋다
12	부드러운		

<표 4> 선정된 이미지 감성 형용사

1	강렬한	26	아름다운
2	고급스러운	27	양성적인
3	고상한	28	여성스러운
4	고전적인	29	은화한
5	권위적인	30	우아한
6	기하학적인	31	원시적인
7	깔끔한	32	은은한
8	밝은 듯한	33	이국적인
9	다양한	34	인위적인
10	단아한	35	입체적인
11	단순한	36	전원적인
12	답답한	37	전통적인
13	독특한	38	정돈되어 있는
14	동양적인	39	정적인
15	매혹적인	40	지적인
16	멋있는	41	추상적인
17	모호한	42	탁한
18	변형되어 있는	43	편안한
19	복잡한	44	품위있는
20	사실적인	45	풍부한
21	사치스러운	46	화려한
22	순수한	47	환상적인
23	시원한	48	회화적인
24	신비로운	49	희미한
25	아늑한	50	선호한다

4. 직물의 질감 및 이미지 감성 평가

자카드 직물의 주관적 질감 및 이미지 감성평가는 피험자에게 설문지와 25×25cm 크기의 시료를 나누어준 뒤, 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. 총 23종의 소재에 대해 한 사람이 2종의 직물에 응답하도록 하였다. 480부를 배포하였는데 부실기재한 것을 제외하고 최종 466명의 응답을 분석하였다.

5. 자료 분석 방법

자료 분석은 SPSS 통계 패키지를 이용하여 통계분석을 실시하였다. 성별 및 전공에 따른 질감 및 이미지감성 평가의 차이를 분석하기 위해 빈도분석과 분산분석을 실시하였다. 질감 평가의 하위요인을 추출하기 위해 주성분 분석에 의한 요인분석을 실시하였으며, 요인과 변수들을 보다 의미 있게 구분하기 위하여 Kaiser정규화가 있는 Varimax 방법에 의한 직교회전을 이용하였고, 각 요인과 유의한 부하량을 보인 문항들의 신뢰도를 측정하기 위하여 Cronbach'α계수를 산출하였다.

이미지 감성은 복합적인 구조라 요인이 추출되지 못해 군집분석을 실시하여 이미지 감성의 계층구조를 살펴보았다.

다차원 분석은 SPSS의 Alscal을 이용하여, 질감감성 및 이미지감성 문항들 사이의 거리를 근접행렬로 작성하여 위치도를 통해 행하였으며, 이미지 감성의 평가차원은 군집분석 결과를 토대로 살펴보았다.

Ⅲ. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 특징

인구통계학적 변인의 빈도 분석 결과를 표 5에 나타내었다. 성별은 남성 37.6%, 여성 62.4%의 비율이었다. 전공은 의류학 전공자가 46.6%, 타전공은 53.4%였다.

자카드 직물에 대한 인지도 실태 조사 결과를 표 6에 나타내었다. 자카드 직물에 대한 관심도는 관심없다가 30.9%, 보통 40%, 관심있다가 29.4%로 관심, 무관심이 거의 비슷하게 나타났으며, 자카드 소재의 선호도에 관해서는 선호하지 않는다가 23.6%, 보통은 48.5%, 선호한다

<표 5> 조사 대상자의 인구통계학적 변인의 비율

성별		빈도	백분율(%)
성	남성	175	37.6
	여성	291	62.4
	합계	466	100.0
전공	의류학	217	46.6
	타전공	249	53.4
	합계	466	100.0

<표 6> 자카드 직물에 대한 인지도

성별		빈도	백분율(%)
관심	있다	147	29.4
	보통	185	40.0
	없다	144	30.4
선호	한다	130	27.9
	보통	226	48.5
	하지 않는다	110	23.6
구매의사	있다	194	41.7
	보통	183	39.3
	없다	89	19.1
활용필요성	있다	351	75.3
	보통	96	20.6
	없다	19	4.1
표현방법	사실적 표현	80	17.2
	추상적 표현	253	54.3
	복합적 표현	125	26.8

27.9%로 선호와 비선호도 비슷하게 나타났다. 자카드 제품의 구매의사에 관해서는 없다가 19.1%, 보통이 39.3%, 있다가 41.7%로 나타나 구매의사가 더 높았다. 자카드 소재가 제품에 활용될 필요성에 대해서는 없다가 4.1%, 보통이 20.6%, 있다가 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.

2. 자카드 직물의 질감 및 이미지 감성의 계층구조

자카드 직물의 질감 감성용어의 상대적 거리와 관계를 알아보기 위하여 계층적 군집분석을 실시하였다. 표 7에 질감 감성용어의 계층구조를 살펴보기 위한 덴드로그램을 제시하였다. 표에서 가로방향의 거리는 용어간의 유사성을 보여주는 척도로 모든 용어들이 한 군집에 속하게 되는 거리를 25로 하였을 때 군집간 상대적 거리를 나타내

고 있으며, 거리가 짧을수록 두 군집 간 유사성이 높아진다. 군집 수, 거리, 의미를 고려하여 거리 14를 기준으로 군집을 나눈 결과, 9개의 군집을 얻을 수 있었다. 군집명은 소속 용어 중 대표성이 있다고 사료되는 용어를 선정하여 명명하였다.

질감 감성 용어의 계층구조를 살펴보면 다음과 같다. 군집 1은 '거친', '까슬까슬한', '버석거리는', '뻣뻣한' 등으로 구성되었으며 군집명은 '강연감'으로 정의하였다. 군집 2는 '요철이 있는'으로 구성되어 '요철감'으로 군집명을 정하였다. 군집 3은 '두꺼운', '부피감이 있는', '따뜻한' 등으로 나타나 군집명을 '두께/부피감'으로 명명하였다. 군집 4는 '광택이 있는'으로 구성되어 있고 군집명을 '광택감'으로 정하였다. 군집 5는 '매끄러운', '부드러운', '유연한', '가벼운'이 포함되어 '평활감'으로 군집명을 정하였다. 군집 6은 '신축감이 있는', '탄력감이 있는', '보송보송한', '폭신폭신향', '하늘거리는' 등이 구성되었으며 군집명을 '신축감'으로 정의하였다. 군집 7은 '성근'으로 군집명을 '밀도감'으로 하였다. 군집 8은 '끈적거리는', '투명한' 등이 속하였고 이를 'waxy감'으로 군집명을 명명하였다. 군집 9는 '구김이 잘 가는'으로 나타나 군집명을 'wrinkle감'으로 정하였다. 즉, 자카드 직물의 질감 감성의 하위군집은 강연감, 요철감, 두께감, 광택감, 평활감, 신축감, 밀도감, waxy감, wrinkle감 등으로 분류되어 이해될 수 있다. 또한, 자카드 직물의 질감 감성은 9개 하위군집으로 나누어지나, 거리 18에서는 군집 1에서 군집 3까지 통합되므로 '강연감 군집'이라 명명하였고, 군집 4는 단독으로 존재하며 '광택감 군집'이라 명명하였고, 군집 5에서 군집 7까지 합쳐져 '신축성 군집'이라 칭하였으며 군집 8, 군집 9는 'waxy감 군집'이라 정의하였다. 그런데, 여성 슈트용 추동복지를 대상으로 질감 속성자를 분류한 한은경과 김은애 [2006]의 연구에서는 밀도/온냉감, 강연감, 신축감, 평활감 군집으로 나타났다. 자카드 직물 질감 감성의 계층구조가 강연감, 광택감, 신축감, waxy감 등으로 구성되는 결과와 차이를 보였다. 이는 자카드 직물의 조직의 특성이 반영되었기 때문이라 할 수 있다. 즉, 자카드 직물의 표면의 패턴 효과로 인해 유발되는 광택, waxy감 등이 하위군집으로서 중요하게 부각되어 질감감성을 구성하기 때문으로 사료된다.

자카드 직물의 이미지 감성용어를 분류하고 계층구조를 살펴보기 위해 계층적 군집분석을 실시한 결과를 표 8에 제시하였다. 표 8에서와 같이 모든 용어들이 한 군집에 속하게 되는 거리를 25로 하였을 때 군집 간 상대적 거리를 나타내고 있다. 이미지 감성의 경우, 군집 수, 거리, 의미를 고려하여 거리 14에서 군집을 나눈 결과, 14개의 군집을 얻었다. 군집명은 하위군집에 소속된 용어 중

대표성이 있다고 생각되는 용어로 표현하였다.

군집 1은 '고급스러운', '고상한', '품위있는', '고전적인', '동양적인', '전통적인' 등으로 구성되었으며 군집명은 '고전적인'으로 정하였다. 군집 2는 '정돈된', '정적인', '아늑한', '편한', '온화한', '우아한', '단아한', '지적인', '온순한', '깔끔한', '전원적인'이 포함되어 '전원적인'으로 군집명을 정하였다. 군집 3은 '사실적인'으로 나타나 이를 군집명으로 하였다. 군집 4는 '강렬한', '권위적인' 등이 속하여 군집명을 '권위적인'으로 정하였다. 군집 5는 '여성스러운', '회화적인'이 속하며 '여성스러운'으로 군집명을 명명하였다. 군집 6은 '멋있는', '아름다운', '매혹적인', '독특한', '신비로운', '풍부한', '화려한', '환상적인', '다양한', '입체적인' 등이 구성되며 군집명을 '화려한'으로 정하였다. 군집 7은 '답답한', '탁한'이 포함되어 군집명은 '답답한'으로 정하였다. 8군집은 '낮은 듯한'이 속하였고 이를 군집명으로 하였다. 군집 9는 '순수한', '시원한'이 포함되어 군집명을

'순수한'으로 명명하였다. 군집 10은 '단순한', '희미한' 등이 속하여 군집명을 '단순한'으로 명명하였다. 군집 11은 '원시적인'이, 군집 12는 '사치스러운', '이국적인' 등이 포함되어 군집명을 각각 '원시적인'과 '이국적인'으로 명명하였다. 군집 13은 '변형된', '복잡한', '기하학적인', '추상적인', '모호한', '인위적인' 등으로 구성되고, 군집 14는 '양성적인'으로 구성되어 군집명으로 각각 '추상적인'과 '양성적인'이라고 명명하였다.

이와 같이 소재의 이미지 감성은 14개 하위군집으로 나뉘어지나, 거리 17에서는 군집 1에서 군집 3까지 통합되므로 '고전적인 군집'이라 명하였고, 군집 4에서 군집 6이 통합되어 '화려한 군집'으로, 군집 7에서 군집 14까지 통합되어 '추상적인 군집'이라 명명하였다. 이러한 자카드 직물의 이미지 감성의 계층 구조 결과는 직물의 감성 평가차원의 근거를 뒷받침하는 데 이용될 수 있다.

<표 7> 자카드 직물의 질감 감성의 계층구조



<표 8> 자카드 직물의 이미지 감성의 계층구조

형용사	거리			
	10	15	20	25
고급스러운, 고상한, 품위있는, 고전적인, 동양적인, 전통적인	고전적이다			
정돈되어 있는, 정적인, 아늑한, 편한, 온화한, 우아한, 단아한, 지적인, 은은한, 깔끔한, 전원적인	정돈되어있다			
사실적인	사실적이다			
강렬한, 권위적인	강렬하다			
여성스러운, 회화적인	여성적이다			
멋있는, 아름다운, 매력적인, 독특한, 신비로운, 풍부한, 화려한, 환상적인, 다양한, 입체적인	환상적이다			
답답한, 탁한	답답하다			
낡은 듯한	낡은 듯하다			
순수한, 시원한	순수하다			
단순한, 희미한	단순하다			
원시적인	원시적이다			
사치스러운, 이국적인	이국적이다			
변형이 되어 있는, 복잡한, 기하학적인, 추상적인, 모호한, 인위적인	추상적이다			
양성적인	양성적이다			

3. 자카드 직물 이미지 감성의 평가 차원

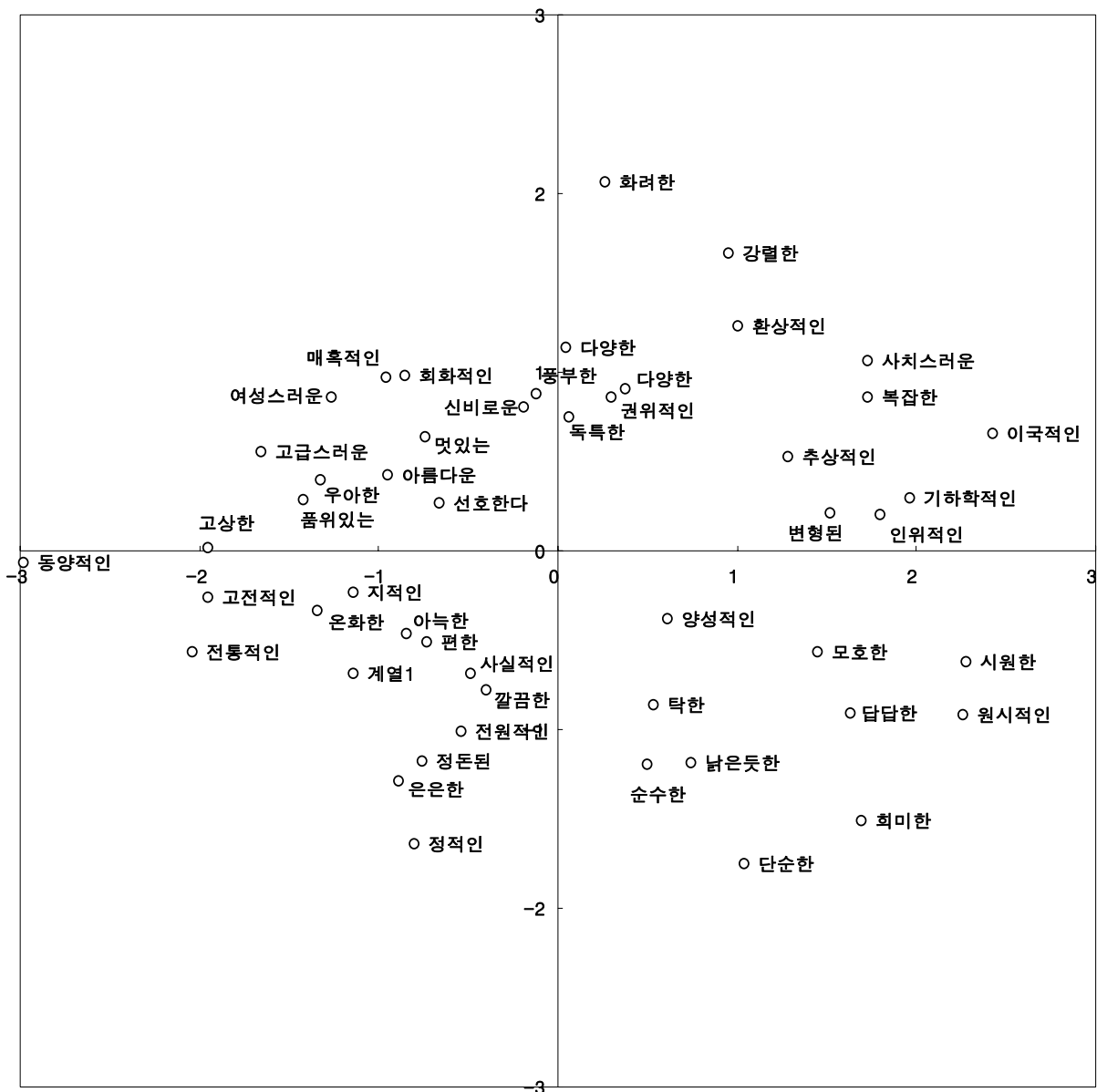
자카드 직물의 이미지 감성을 구성하는 차원을 평가하기 위해 다차원 척도법을 통해 차원수에 따른 적합도와 설명변량을 분석하였고 이 결과를 표 9에 나타내었다. 적합도와 설명변량을 고려하고 차원 수가 낮을수록 해석하기 용이하므로 본 연구에서는 통계적으로 유의한 3차원으로 결과를 해석하였다. 이때, 적합도는 0.10978이고 설명변량은 0.92363이었다. 3차원으로 다차원 분석한 결과를 1차원-2차원, 1차원-3차원, 2차원-3차원의 공간 배열로 나타내었고 이를 각각 그림 1, 그림 2, 그림 3에 제시하였다.

1차원은 그림 1, 그림 2에서와 같이 음의 방향으로 갈

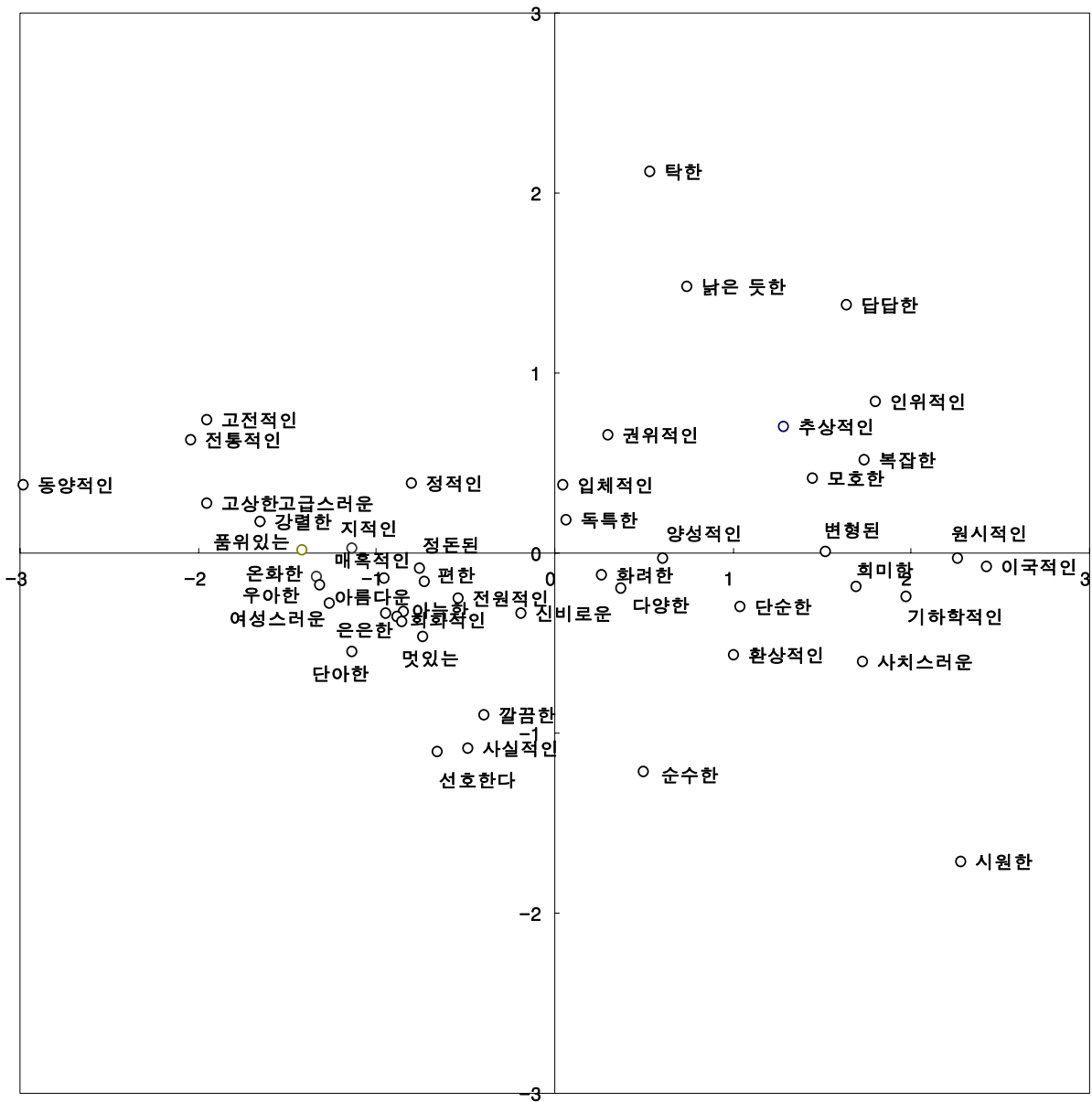
수록 고전적인 이미지 감성이 증가하고 양의 방향으로 갈수록 현대적인 이미지 감성이 증가하는 것을 알 수 있다. 1차원은 고전적인-현대적인의 차원으로 정하였다. 2차원은 그림1과 그림 3에서 보듯이 양의 방향으로 갈수록 화려한 음의 방향으로 갈수록 소박한 이미지 감성이 나타나므로 2차원은 화려한-소박한의 차원으로 결정하였다. 3차원은 그림 2와 그림 3에서 보는 바와 같이 양의 방향으로 갈수록 추상적인 이미지 감성이 증가하며 음의 방향으로 갈수록 사실적이 이미지 감성이 증가하고 있으므로 3차원은 추상적인-사실적인이라 명명하였다. 이러한 평가차원은 자카드 직물의 이미지 감성을 분류하고 평가하는데 효과적으로 적용될 수 있을 것으로 사료된다.

<표 9> 차원 수에 따른 적합도와 설명 변량

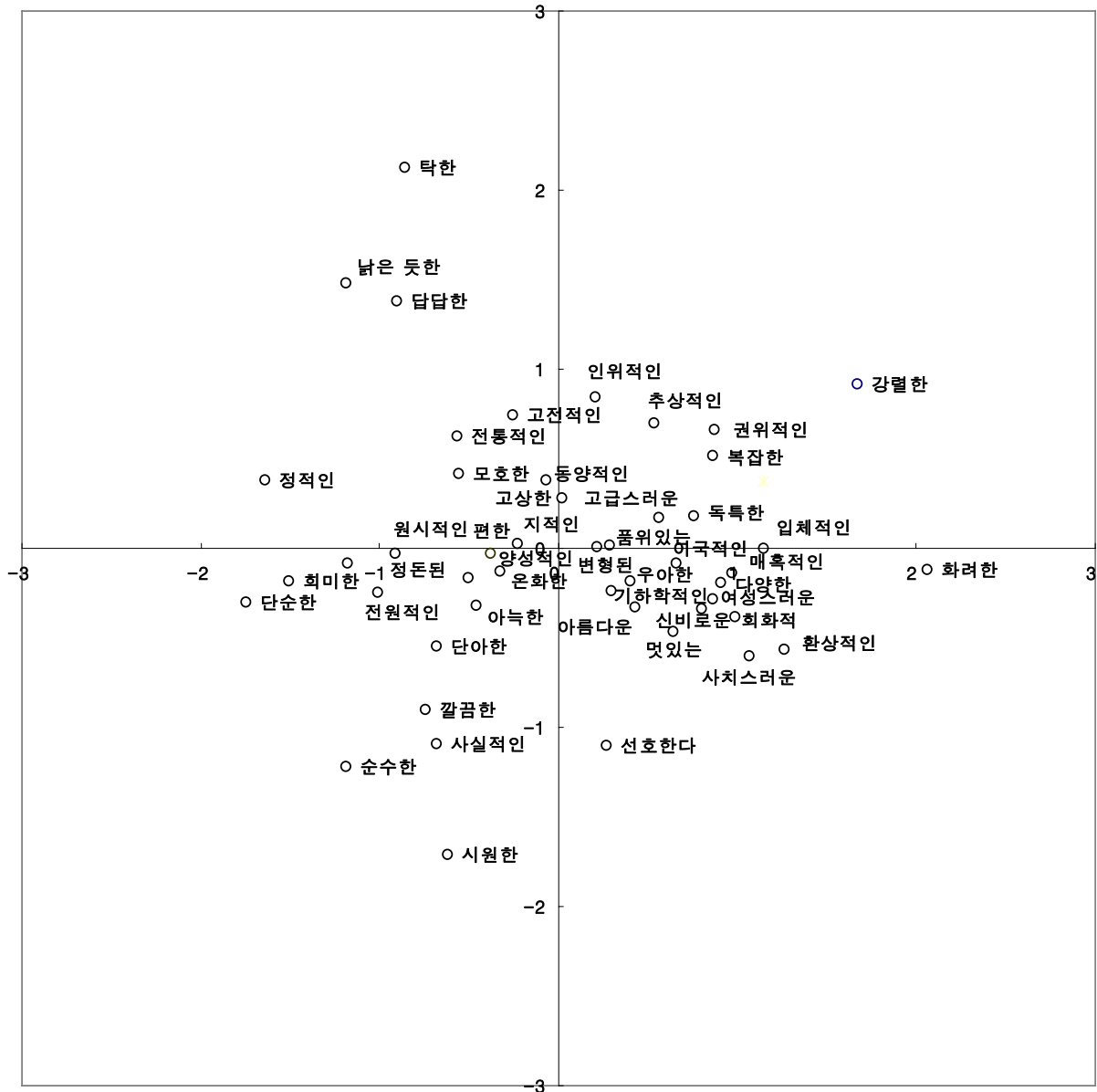
차원수	적합도 (stress value)	설명변량 (RSQ)	차원수	적합도 (stress value)	설명변량 (RSQ)
2	0.14958	0.88197	2	0.16315	0.86588
3	0.08694	0.94490	3	0.10978	0.92363
4	0.05106	0.97623	4	0.07958	0.95204
5	0.03494	0.98730	5	0.06378	0.96531
6	0.02154	0.99454	6	0.05228	0.97436



[그림 1] 자카드 직물의 감성 이미지 평가 차원(1차원/2차원)



[그림 2] 자카드 직물의 감성 이미지 평가 차원(1차원/3차원)



[그림 3] 자카드 직물의 감성 이미지 평가 차원(2차원/3차원)

4. 선호도에 영향 미치는 전통문양을 활용한 자카드 직물의 이미지 감성

전통문양을 활용한 자카드 직물의 종류별로 선호도의 평가치의 평균을 표 10에 나타내었다. 표에서 보는 바와 같이 가장 선호하는 직물은 11, 17, 19번 직물이었고, 가장 선호하지 않은 직물은 10, 15, 21번 직물로 나타났다.

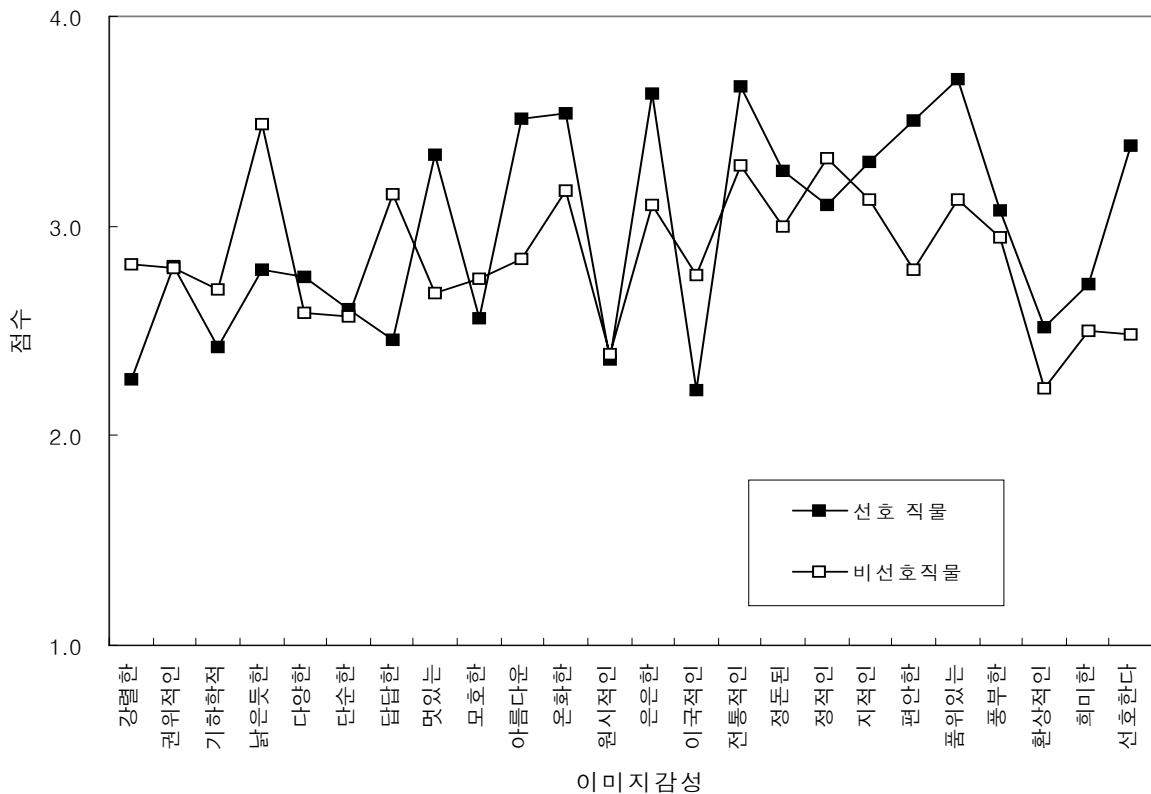
선호하는 11번 직물은 추상화된 국화무늬, 기와무늬이고, 17번 직물은 복숭아나무, 새, 와당무늬이며, 19번 직물

은 대나무 무늬이고 공통적으로 회갈색이나 카키색 톤의 차분하고 모던한 느낌의 무늬임을 알 수 있다. 반대로 10번은 번짐효과가 가미된 화려한 꽃무늬이며, 15번은 작은 난초무늬, 21번은 큰 국화와 기와무늬이다. 10, 21번은 적색으로 전통직물로 색상이 강렬하고, 15번은 카키색이나 무늬가 단순하고 지루하다. 패턴, 배치, 색상의 효과를 통제하고 각 변인의 감성 평가에 대해 심층연구할 필요가 있을 것으로 생각된다.

선호도에 관련 있는 이미지 감성을 파악하기 위해서

<표 10> 직물별 선호도 평균

직물번호	평균	직물번호	평균	직물번호	평균	직물번호	평균
1	3.00	7	2.96	13	3.10	19	3.35
2	2.93	8	3.15	14	2.70	20	2.73
3	3.00	9	2.88	15	2.52	21	2.56
4	2.77	10	2.55	16	2.95	22	3.09
5	3.30	11	3.37	17	3.44	23	2.38
6	2.93	12	2.88	18	3.24	전체	2.96



[그림 4] 선호 직물과 비선호 직물의 이미지 감성

선호도 최상위 직물 3종과 최하위 직물 3종을 선택하여 선호 직물과 비선호 직물별 이미지 감성에 대해 t-검정을 실시하였다. t-검정 결과, 선호도에 유의차가 있는 이미지 감성용어를 추출하여 그림 4에 제시하였다. 이를 보면, 다양한, 멋진, 아름다운, 온화한, 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. 따라서 직물의 문양 이미지를 다양한, 멋진, 아름다운, 온화한, 은은한, 전통적인, 정돈된, 지적인, 편안한, 품위있는, 풍부한, 환상적인, 희미한 감성을

더욱 강화하여 자카드 직물 디자인에 적용한다면 소비자 들의 선호도를 높일 수 있는 자카드 직물이 설계될 수 있을 것이다.

IV. 결론

본 연구에서는 대학생들을 대상으로 전통문양을 활용한 자카드 직물에 관한 인지도 실태를 조사하였고, 자카드 직물의 질감 및 이미지 감성 평가 척도를 개발하여 이

를 통한 질감 및 이미지 감성 평가를 실시하였다. 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.

1. 한국 전통문양을 활용한 자카드 직물에 대한 관심도에 대해 대학생 집단의 경우 관심집단과 무관심집단의 비율이 서로 비슷하였고, 선호도도 같은 결과였다. 또한, 많은 학생들이 (75.3%) 전통 문양의 제품에의 활용이 필요하다고 생각하는 것으로 나타났다. 문양의 표현방법으로는 54.3%가 추상적 표현법에 가장 높은 선호를 보였다.

2. 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.

3. 전통문양을 활용한 자카드 직물의 질감 감성을 군집분석한 결과, 뽀뽀한, 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.

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

5. 전통문양을 활용한 자카드 직물 중 선호 직물과 비선호 직물의 이미지 감성용어에 대해 t 검정한 결과, 다양한, 멋있는, 아름다운, 온화한, 은은한, 전통적인, 정돈된, 지적인, 편안한, 품위있는, 풍부한, 환상적인, 희미함과 같은 이미지 감성이 높을수록, 강렬한, 낡은 듯한, 답답한, 이국적인, 정적인 등의 이미지 감성이 낮을수록 선호도가 높게 나타났다.

본 연구에서 대학생들은 한국 전통문양을 자카드직물에 활용할 필요성이 있으며 전통문양의 추상적 표현을 선호하고 있어 이는 소재개발에 중요한 고려요소가 될 수 있음을 시사한다. 또한, 자카드직물의 감성 평가를 위해 새롭게 개발된 질감, 이미지 감성 평가척도와 질감, 이미지 감성 차원을 활용하여 다양한 자카드직물의 질감, 이

미지 감성을 효과적으로 평가하고 분류할 수 있으며 나아가 의류소재기획에도 적용되어 의류제품의 경쟁력을 강화시킬 수 있을 것이라라고 기대된다.

본 연구는 대학생들을 대상으로 이루어졌으므로 연구 결과를 확대 해석하는데 무리가 있어 다양한 소비자를 대상으로 하는 후속연구가 이루어져야한다고 생각된다.

주제어 : 질감감성, 이미지 감성, 평가차원, 자카드 직물의 선호도, 한국전통문양

참 고 문 헌

- 권영아 (2004) 아동용 내의 니트 제품 개발 방안-아동 내의에 선호되는 캐릭터의 감성 특성에 관한 연구-, *복식문화연구*, 12(4), 628-637.
- 권오경, 김희은, 나영주 (2000) 패션과 감성과학, 교문사, 111.
- 김미지자 (1998) *감성공학*, 디자인오피스, 101.
- 김은애, 박명자, 신혜원, 오경화(1999) 패션소재기획과 정보, 교문사, 43.
- 김희숙, 나미희 (2005) 의복소재의 선호도에 대한 태와 감성 이미지의 영향-셔츠용 소재를 중심으로-, *한국의류학회지*, 29(2), 210-219.
- 나영주, 권오경 (2000) 여성복 텍스타일 디자인의 특성과 감성에 관한 연구, *한국의류산업학회지*, 23(3), 198-204.
- 신혜원, 이정순 (2002) 의류소재의 이미지 평가 차원 개발에 관한 연구, *한국의류학회지*, 26(11), 1638-1648.
- 이윤숙, 신정원, 안미영, 김은애 (2001) 의류 소재의 구조적 특성이 감각 특성 및 이미지에 미치는 영향, *한국의류학회지*, 25(8), 1408-1419.
- 정인희 (2002) 의류제품 구매시 소재의 영향과 소비자 선호 구조 분석, *한국의류학회지*, 26(1), 83-94.
- 주정아, 유효선 (2003) 소재 트렌드 테마별 직물의 역학적 특성 연구-2002/03 여성복 추동 시즌을 중심으로-, *한국의류학회지*, 27(8), 958-968.
- 한은경, 김은애 (2006) 옷감의 질감 명명 체계 확립을 위한 질감 속성자 분류-여성셔츠용 추동복지의 질감 속성을 중심으로-, *한국의류학회지*, 30(5), 699-710.
- 하이컨셉 시대 (2007) 삼성디자인넷 보고서, 자료검색일 2008. 3. 2, 자료출처 <http://samsungdesign.net>.

(2008. 4. 29 접수; 2008. 6. 20 채택)