

친환경 감성 어휘의 종류별 사용빈도 및 변화 양상*

Appearance Frequency of 'Eco-Friendly' Emotion and Sensibility Words and their Changes

나영주**†

Youngjoo Na**†

인하대학교 생활과학대학 의류디자인학전공**

Department of Clothing & Textiles, College of Human Ecology, Inha University**

Abstract

The purpose of this study is to investigate sensibility words related with eco-friendly in the two media fashion magazines and internet newspapers and to analysis their appearance frequency and changes by the year through 1999~2010. Most frequently used words are 'nature, eco, cotton, natural fiber, health, fresh, clear, preservation, harmony, corn fiber, and Lohas'. The words are divided in 4 groups: 'Nature/Environment, Material/Fiber, Human, and Adjectives/Micell'. A point of appearing time is analyzed: 'ecology, memory-shape material, organic, spa' were used before 2000, 'nature environment, eco-friendly, stretch material, wellbeing, substitute, recycling' were in 2000-2001, 'smart material, eco material, green' in 2002-2003, 'coolbiz, Lohas, natural dye' in 2004-2005, 'herb medicine, sustainable, warmbiz' in 2006-2007, 'greensumer, greenlife, solar energy, forest bath' in 2008-2009. Looking into their changes, in early 2000, the words of eco-friendly emotion and sensibility had appeared frequently relatively, but later on they decreased, and again recently increased showing highest appearing frequency. 'Nature/Environment' words have appeared recently very much, while 'Human' sensibility words have not changed much or decreased a little. 'Adjective/Micell' words has increased little bit recently. 'Material/Fiber' words showed decrease at fashion magazine, while they increased at the pages of internet news.

Keywords : eco-friendly words, sensibility words, nature, adjective, fashion magazine, internet newspaper

요약

친환경 감성단어를 '환경/자연, 소재/섬유, 인간, 형용사/기타' 등의 4가지 영역으로 분류하고 각 단어에 대하여 그 출현시점, 빈도를 1999~2010년 상반기 간의 인터넷 섬유패션 신문 및 잡지를 중심으로 조사한 결과, 다음과 같은 결론을 얻었다. 가장 빈번히 출현한 단어는 '자연, 환경, 면, 천연섬유, 건강, 신선한, 맑은, 보존, 하모니, 옥수수섬유, 로하스' 등이었다. '친환경' 관련 감성단어의 출현시점을 살펴보면, 2000년도 이전부터 '에코, 형상기억소재, 오가닉, 스파' 등이 사용되어왔으며, 2000-1년도에 '자연환경, 친환경, 스트레치소재, 웰빙의, 대체가능한, 재생가능한' 등이 등장하였다. 2002-3년도에 '스마트소재, 친환경소재, 그린' 등이 사용되기 시작하였고, 2004-5년도에 '쿨비즈, 로하스, 자연염색' 등이 처음으로 사용되었다. 2006-7년도에 '한방, 지속가능한, 워비즈' 등이 사용되었고, 2008-9년도에 '그린슈머, 그린라이프, 태양에너지, 삼림욕' 등이 섬유패션 분야에서 처음 사용되었다. 친환경 감성단어의 출현 양상을 살펴보면, 친환경 감성단어의 출현은 과거 어느 때보다

* 이 논문은 2009년도 기초연구지원인문사회과제(H00036)에 의해 수행되었음.

† 교신저자 : 나영주 (인하대학교 생활과학대학 의류디자인학전공)

E-mail : youngjoo@inha.ac.kr

TEL : 032-860-8136

FAX : 032-865-8130

2008-09년도에 가장 많이 등장하고 있었는데 2000년도 초반에는 비교적 많이 등장하였으나 이후 다소 주춤하였고 이는 근래에 들어 다시 출현빈도가 높아졌다. 영역별로 살펴보면 ‘환경/자연’ 관련 친환경 감성 단어가 과거보다 최근에 두드러지게 빈번히 사용되고 있으며, 이에 비해 ‘인간’ 관련 단어는 주춤하여 약간 감소세이거나 동일한 빈도를 나타내고 있다. 또 ‘형용사/기타’ 관련 단어는 약간 증가세이거나 과거와 동일한 빈도를 나타내고 있었다. ‘소재/섬유’ 관련 단어는 패션잡지에서는 최근에 그 빈도가 줄어드는 경향을 보이는 반면 인터넷 신문에서는 약간 증가하는 추세를 보였다.

주제어 : 친환경 감성단어, 환경, 자연, 인간, 섬유소재, 형용사, 패션잡지, 인터넷 신문

1. 서론

최근 ‘저성장 녹색 시대’를 맞이하여 지구 및 환경을 고려한 상품들이 출시되고 있다. 자연 및 환경을 거스르지 않고 서로 공존하고 재료를 자연에서 얻을 뿐만 아니라 자연 및 환경 유지에 위배되지 않는 범위 내에서 지속가능한 생산 및 소비를 하자는 의식이 일반적으로 받아들여지게 되었으며 업계 및 일반 소비자들 사이에서 이에 대한 관심도가 점차 증가하게 되었다. 예전처럼 완제품을 생산만 하면 기업의 업무가 끝나는 것이 아니라 기업들은 제품을 만들 때 제품의 생산 및 판매하는 과정에까지 주의하게 되었는데, 이는 어떤 재료를 어떻게 첨가하고 개발하였는지, 생산과정 및 부산물이 인체 및 환경에 미치는 영향은 어떠한지 등 소비자들의 환경인식 및 요구 수준이 점차 높아지고 있기 때문이다.

환경문제에 대하여 과거에는 정부차원의 정책이나 규제의 문제로만 보았고 기업과 일반소비자들은 그에 대한 적극적인 관심이나 행동을 보이지 않았었다. 그러나 오늘날에는 환경 및 건강 문제에 대한 심각성이 개개인에게까지 확산되어, 또 이는 환경 보호에 대한 관심, 환경 보호적 행동에까지 미치게 되며 소비자 주도의 새로운 환경주의가 등장하게 되었다.

최근 섬유, 패션분야에서도 환경 문제에 대한 심각성을 인식하게 되었고 ‘건강 및 행복’의 소비자 트렌드가 나타나면서 환경 친화적인 디자인과 마케팅이 널리 확산되고 있다(박술이, 2005; 정희정, 2009). 이러한 사회변화에 맞춰 환경 관련 테마와 관련하여 몇몇 연구가 행해지고 있는데 최근에는 GREEN 제품에 대한 소비자의 인지도와 행위적 특성을 분석하기도 하였다(이종숙 외, 2007). 그러나 친환경 마케팅을 관련한 소비자 연구가 대부분을 차지하며 친환경 감성의 체계 및 감성어휘에 대한 연구는 아직까지 찾아보기 힘들다. 섬유 패션 소비자 및 기업의 환경의식이 강화

되고 환경 친화적 소비자들의 시장이 형성되면서 친환경 관련 감성단어들의 등장 및 사용이 점차 활발해지고 있으므로 ‘친환경’ 관련 감성을 연구해야 할 필요성이 대두된다. 또 논리, 지식으로부터의 복잡한 사회적 사고들을 정리하기 위해서 21세기의 마음 및 심적 상태로서 감성에 대한 연구 특히 감성 단어에 관한 연구가 필요하겠다. 즉 물질적 풍요에서 비롯되었지만 마음의 풍요로 확대된 감성을 정량적으로 다루고 이를 심도있게 고찰하기 위해서 친환경 감성 단어에 대한 체계적, 정량적 분석이 필요함에도 불구하고 ‘친환경’ 관련 감성 단어에 대한 체계적인 연구가 전무하다. 2000년대 들어서 친환경 감성단어의 사용 빈도가 급격히 증가하고 있으나 이에 관한 연구가 부족한 형편이므로, ‘친환경’과 관련한 ‘감성’의 체계를 분석하기 위해서 친환경 감성 관련 단어의 종류를 살펴보고 그 종류에 따른 출현시점, 출현빈도, 출현의 변화 양상 등에 대한 고찰이 필요하겠다. 따라서 본 연구에서는 ‘친환경’ 감성 단어에 대하여 그 출현시점 및 빈도를 정량적으로 분석하고 연도별 변화 과정을 파악하고자 하였다.

2. 연구 방법

2.1. 조사 대상

1999도년부터 2010년도 상반기까지 친환경 감성과 관련된 단어의 출현빈도 및 변화 양상을 조사하고자 패션잡지 및 패션 인터넷신문을 이용하였는데 이는 섬유 및 패션의 정보를 가장 집약적으로 나타내며 접근 가능성이 용이하기 때문이다. 조사 대상은 패션잡지와 인터넷 신문으로 구성하였는데, 패션잡지는 국내의 대표적인 B잡지, V잡지 2종류에 대하여 총 10년 동안 매해의 1월, 4월, 7월, 10월호를 이용하였으며 중앙국립도서관에서 과년도 잡지를 열람하였다. 인터넷

신문으로는 국내 K신문과 A뉴스의 사이트를 이용하였는데 인터넷 기사 내용 및 타이틀을 대상으로 하였다.

2.2. 자료수집 방법 및 조사 시기

‘자연’, ‘생태적인’, ‘에콜로지’, ‘웰빙의’, ‘콩섬유’ 등과 같은 친환경 관련 단어를 형용사, 명사, 부사, 외래어, 외국어 등을 중심으로 수집하였으며 각 단어에 대하여 그 종류, 출현빈도, 등장시점을 기록하였다. ‘친환경’ 관련 감성 어휘의 여부는 대략적으로 광범위하게 인체, 자연, 환경과 관련성이 깊으며 감각과 감성, 느낌, 생리, 심리 측면에서 주로 다루고 있는 것으로 정하였다(김돈환, 2009). 생태계 및 주변 환경과 관련된 단어들은 ‘환경/자연’으로 분류하였고, 인체 및 건강이나 운동을 나타내는 여러 라이프스타일과 관련된 단어들은 ‘인간’으로 규정하였다. 또 친환경 패션이나 섬유소재와 관련된 단어는 ‘소재/섬유’로 집단화 하였고, ‘선선한, 맑은, 생생한’ 등과 같은 형용사와 위의 3분류에 속하지 않는 기타 단어는 ‘형용사/기타’로 분류하였다. 패션잡지 분석에서는 주로 광고나 홍보, 기사 등에서 관련단어를 전수 조사하였는데 각 단어와 등장시점을 집계하였으며, 인터넷 신문 분석에서는 먼저 검색어, 키워드를 결정하고 이를 이용하여 기사 검색 건수를 집계하였는데 잡지분석과 동시에 병행되었다. 조사 시기는 2010년도 3-5월 두 달이었으며 따라서 2010년도의 데이터는 상반기만의 결과이다. 인터넷 신문조사에서는 브레인스토밍 및 무작위 방법으로 친환경 감성단어를 수집하였는데 이 방법을 통해 수집한 약 100개 단어 중에서 S 패션연구소 및 I 정보회사 등 인터넷 사이트 내 리포트, 검색어 등을 중심으로 빈도수가 높고 친환경 관련성이 커서 영향력이 큰 단어들로 집약시켰으며 유사단어들 중에서 대표어휘를 선정 분류하였는데 핵심적인 단어 37가지로 수렴 도출시켰다.

2.3. 자료 분석

패션 잡지 조사는 잡지내 광고 및 홍보 문구 속에 친환경과 관련된 단어를 일일이 수집하였으므로 각기 분류, 집계하여 출현 빈도 분석 및 시간 분석, 그래프 분석 등을 행하였다. 연도별 단어출현빈도 및 잡지간 출현 단어종류에 대한 유의차 검증을 위해서는 SPSS를 통해 교차분석을 행하였다. 인터넷 신문 조사에서

는 37개 단어의 최초 등장시기를 확인하고, 이후 연도별 빈도수를 파악하였으며 표와 그래프를 작성하여 분석하였다.

3. 연구 결과

3.1. 패션 잡지에 나타난 친환경 감성 단어

3.1.1. 친환경 감성단어의 영역별 출현빈도와 양상

두 잡지의 결과를 각기 조사한 후 그 결과를 하나로 합친 <표 1>을 보면, 가장 많은 출현빈도를 보인 영역은 220회 출현한 ‘환경/자연’이었다. 다음은 166회의 ‘형용사/기타’, 그 다음은 156회의 ‘인간’이었으며 가장 빈도가 상대적으로 낮은 것은 131회의 ‘소재/섬유’였다. 이는 패션잡지의 특성으로 인해 홍보, 광고성의 문구가 소재/섬유보다 많이 나타난 것으로 보인다. ‘환경/자연’ 영역에서 눈에 띄는 추이는 2006년부터 2009년도까지 지속적인 상승을 나타낸 점이다. ‘소재/섬유’ 영역은 2004~2007년도까지 눈에 띄게 출현빈도가 하락하였다. ‘인간’은 ‘환경/자연’과는 반대로 나타나는데, ‘환경/자연’이 증가하였던 2006년도부터 2009년도까지 꾸준히 빈도가 하강하였다. ‘형용사/기타’는 2000년도에 높은 빈도를 차지하였다가 이후 하강하다가 2006년도를 기점으로 다시 상승을 하다가 2008년도에 다시 하강하는 추이를 보였다. 공통적으로 두 잡지에서 시간경과에 따라 ‘환경/자연’이 점차 상승세이고 ‘소재/섬유’는 V자형의 굴곡을 나타내고 있었다.

<그림 1>을 보면, 2000년도에는 ‘소재/섬유’가 가장 출현빈도가 높았으나, 최근에는 ‘환경/자연’이 강세로 나타나는데 이러한 현상은 2005년도부터 시작되었다고 볼 수 있다. ‘환경/자연’은 2000년 이래로 꾸준한 상승 추세를 보여 최근 가장 인기를 누리고 있는 감

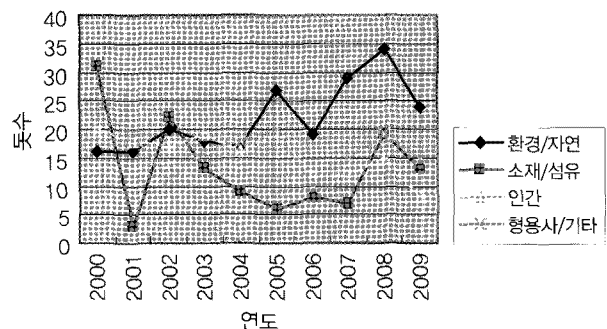


그림 1. 패션잡지에서 나타난 친환경 감성단어의 출현 양상

표 1. 잡지에서 나타난 친환경 감성 단어의 영역별 출현 빈도

연도	환경/자연	소재/섬유	인간	형용사/기타	계
2000	16	31	20	23	90
2001	16	3	18	19	56
2002	20	22	17	11	70
2003	18	13	19	16	66
2004	17	9	16	18	60
2005	27	6	19	20	72
2006	19	8	12	10	49
2007	29	7	12	15	63
2008	34	19	15	19	87
2009	24	13	8	15	60
계	220	131	156	166	673

성이라고 볼 수 있다. ‘소재/섬유’는 하락 추세를 보이다가 2007년부터는 약간 반전하는 것으로 보인다. ‘인간’은 점차 출현빈도가 줄고 있는데 이는 ‘환경/자연’으로 대체되었기 때문으로 사료된다. ‘형용사/기타’는 상승과 하강을 반복하나 비교적 그 빈도가 꾸준히 많은 편으로서 변동이 적다. 2000~2009년까지 2년씩 묶어서 연도별로 두 잡지의 통합 단어의 출현 횟수에 차이가 유의한지 교차분석을 행한 결과, 유의한 차이가 나타났다(카이 값=28.41, 자유도=12, $p<0.05$). 즉 다른 영역에서는 변화의 양상에서 차이가 거의 없으나 ‘환경/자연’ 단어가 2004-5년도 이후 비교적 많이 출현하였고 ‘소재/섬유’ 단어가 유사한 시점에 약간 적게 출현한 것으로 나타났다.

또 두 잡지에 따라 친환경 감성의 영역별 출현 빈도에 차이가 있는지 확인하기 위하여 교차 분석을 실시한 결과 <표 2>, 5% 수준에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 ‘형용사/기타, 인간’에서는 두 잡지 간에 차이가 없으나, ‘환경/자연’에서 뚜렷한 차이가 있었는데, V잡지에서는 ‘환경/자연’ 단어가 빈번히 출현한 반면에 B잡지에서는 ‘소재/섬유’ 단어가 빈번히 출현하였다. B잡지는 전체 패션기사 중 섬유 및 소재 관련 정보를 접할 수 있는 컬렉션 기사와 브랜드 기사가 차지하는 비율이 각각 38.6%과 39.2%로 V잡지의 경우 30.6%, 29.1%보다 많았다(석효정, 2006). 또한 자연 관련 정보를 접할 수 있는 이슈기사가 차지하는 비율이 V잡지가 41.5%로 B잡지 24.5%보다 더 많았으며 이러한 기사 게재 비율은 해가 바뀔에 따라 거의 변동이 없는 것으로 나타났는데 이 결과를 지지 하듯이 B잡지와 V잡지에서 ‘환경/자연’과 ‘소재/섬유’

라는 친환경 감성 단어 영역의 빈도 결과에 차이가 나타났다.

표 2. 두 잡지 간 감성단어의 출현빈도에 대한 교차 분석 결과 (단위: 회)

	영역				전체
	환경/자연	소재/섬유	인간	형용사/기타	
B잡지	84	72	79	91	326
V잡지	132	59	78	85	354
전체	216	131	157	176	680
		값	df	유의확률(양쪽)	
Person 카이제곱검정		11.03	3	.005	

3.1.2. 친환경 감성 단어의 세부적 출현빈도와 변화 양상

잡지에 사용된 친환경 단어들은 약간씩 다른 표현이 많이 있어서 유목화의 필요성이 있었으므로 유사한 느낌을 갖는 단어끼리 묶어서 이를 표에 제시하였다. <표 3>은 친환경 감성의 ‘환경/자연’ 관련 단어들로서 잡지에 나타난 전부를 실은 것이다. ‘환경/자연’ 영역에 속한 감성단어들을 종합한 표이다. 가장 빈번하게 출현한 단어는 ‘자연, 천연, 자연회귀, 자연주의’ 등의 자연 관련 단어였다. 다음으로는 ‘환경, 친환경, 환경운동, 환경문제, Ecology’의 환경관련 단어였다. 그 다음으로는 ‘오가닉, 식물성, 정화’ 등의 순서였다. 연도가 경과함에 따라 살펴보면, ‘환경/자연’ 감성 단어는 매년 증가하는 추세로 나타났으며 2009년에만

표 3. '환경/자연' 단어의 연도별 상세 변화 추이(단위-회)

수집 단어	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	계
자연, 천연, 자연회귀, 자연주의	4	7	8	11	10	8	5	5	6	3	67
환경, 친환경, 환경운동, 환경문제, ecology	2	1	5	1	1	1	2	5	9	7	34
오가닉, 유기농, 그린, 그린라이프	1	4	4		3	4	3	8	8	2	37
식물성, 천연원료, 천연성분의, 동식물, 생태계	2		1	1		2	3	3	9	4	32
정화, 공해, 오염, 유해물질, 지구온난화, 황사, 스모그		1			2	3	2	8	6	2	24
earth, 황토, world, 지구, ocean, 무공해, 청청정정	1		1			1	3		1	2	11
보존, 보호							1	3	2	1	7
신선한 바람, 풍력에너지, 자연의 색, 자연광, 에너지절약	1				1	2			2		6
green tea, 녹차			1	1						1	3
알부틴성분, 쌀성분, 곡물재료					1	1	1				3
감초, 한약									1	2	3
천연향, 해초	1			1				1			3
줄기세포, 생명								2		1	3
재활용	1										1
계	13	13	20	15	18	22	20	35	44	25	234

약간 줄어들었다. 즉 사용된 '환경/자연'의 총 단어 빈도수는 연도에 따라 13 → 15 → 22 → 35 → 44 등으로 늘어나고 있었는데 지속적인 상승추세를 나타내는 추이로서 이는 '환경/자연'에 대한 높은 사회적 관심이 나타난 결과이다.

가장 높은 출현빈도를 나타낸 '자연/천연/자연회귀/자연주의'는 2000년도 이전부터 사용되어 왔으며, 그 출현도는 해를 거듭함에 따라 점차 감소하고 있는데 이는 다양한 단어들로 교체되는 것으로, 즉 '환경, 식물성, 정화, earth, 보존,' 등 새로 출현하는 단어로 대체되고 '환경/자연'을 나타내는 다양한 모습의 단어들로 세분화되어 나타나는 것으로 파악된다. 즉 자연주의라는 단순한 개념에서 벗어나 이보다는 구체적이고 실천적인 모습으로 변화되어 출현하고 있다고 볼 수 있겠다. '보존, 보호' 단어는 2006년도에 처음 등장하였는데 이는 인터넷 신문의 경우 1999년도보다 훨씬 늦게 나타난 경우이다. 또 '녹차, 곡물재료, 줄기세포' 등 구체적인 식물 명칭이 등장하기 시작하였으며 한국적 가치 증가에 따른 등장으로 보이는 '감초, 한약' 등이 2008년에 등장하기 시작하였다.

<표 4>를 참고하면, '소재/섬유' 관련 친환경 단어는 그 종류가 매우 다양하였다. 이를 유사한 종류로 더 묶어서 출현빈도를 살펴보면 '면/마소재(47), 천연섬유/자연섬유(29), 하이테크/신소재(23), 친환경소재/스트레치소재(13)' 등이 가장 빈번하게 출현하였다.

<표 4>의 연도별 합산으로 출현빈도를 살펴보면, 2000년도를 33건의 최대 정점으로 '소재/섬유'단어가 많이 출현하였다가 차츰 감소하여 2005년도에 6건으로 최소치를 나타내었다. 그 후 빈도는 약간의 회복세를 보이지만 완전한 회복은 나타나지 못하고 있다. '소재/섬유' 친환경 감성단어는 소재의 구체적인 명칭을 사용하는 관계로 서로 묶는 것이 무리가 있어 그 빈도를 각각 나타내었다. 최빈도수를 보이는 '면/마, 천연소재, 하이테크/신소재, 친환경소재' 등은 2000년도 이전에 이미 출현하여 많이 사용되었고 이와 유사한 시점에 등장하였으나 '레이온, 오가닉소재, 비닐소재' 등은 그리 많이 사용되지 못하였다. 이후에는 기존에 사용하지 않던 물질을 섬유 소재로 활용한 신소재의 명칭이 다양하게 나타나고 있는데 '스마트섬유, wood소재, 대나무소재' 등은 2002년도에 처음 등장하였고, '재생가능한, 재활용소재'는 잡지에는 2008년도에 비로서 나타났는데 이는 인터넷 신문 보다 6년이나 늦게 나타난 것이다. 즉 패션잡지는 소비자의 구매도 및 인식정도를 의식하는 정도가 인터넷 신문보다 비교적 높은 것으로 파악된다.

<표 5>를 보면 '인간' 관련 친환경 감성단어로는 '건강, 스파, 웰빙, 운동/스포츠' 등의 순서로 많이 등장하였으며 이들은 2000년도 이전부터 사용된 것으로 나타난다. 기타의 단어를 살펴보면, '친환경'이 2002년도부터 등장하였고, '요가'는 2001년부터 사용되었으

표 4. '소재/섬유' 단어의 연도별 상세 변화 추이(단위-회)

수집 단어	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	계
면, 코튼, 순면	5	1	5	3	3	1	2	4	5	3	32
천연섬유, 천연소재, 천연가죽, 천연색	6		4	2	2				2	1	17
하이테크놀리지 소재, 신소재, 특수가공소재	7		3		2		1		2	1	16
마, 린넨	2		3	2		2	3	1	1	1	15
자연섬유, 자연소재, 내추럴 소재, 자연이미지	4	1	2	1		1	2		1		12
스트레치소재, 라이크라, 저지, 고무	3	1	1	1						1	7
친환경적 소재, ecology look				1	1				1	3	6
재활용 소재, 재생가능한 소재									4	1	5
콩, 대두섬유, 단백질 섬유				2		1		1			4
wood 소재, 대나무소재			1			1			1		3
비스크스레이온, 펄프소재, 종이원사	1		1		1						3
맥반석 섬유, 백옥토, 세라믹 소재					1		1		1		3
밀추출물, 식물추출물	1			1							2
오가닉 룩, 오가닉 소재	1								1		2
비닐소재	2										2
스마트섬유, 전자섬유			2								2
초경량보온소재, 절연재				1					1		2
세번수			1								1
옥수수섬유								1			1
한방소재										1	1
생지 color	1										1
항공소재									1		1
펠트소재										1	1
계	33	3	24	14	11	6	9	7	19	12	137

표 5. '인간' 단어의 연도별 상세 변화 추이(단위-회)

수집 단어	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	계
건강	8	7	5	3	6	6	4	5	5	6	55
스파	1	4	3	2	2	3	3	3	2	1	24
웰빙		2	2		2	2	4	4	1		17
운동, 스포츠	2	1		3		2	3	2			13
친환경, 그린마케팅			3	3	2	2			2	2	14
요가, 피트니스		1	1	2	1	1	2	2			10
다이어트, 채식주의자, 브레인 푸드	1	2	1		1		1	1	1	2	10
휴식, 스트레스해소, healer		1	3	3		1					8
레저족, 아웃도어, 등산							2		1	2	5
아로마				1	1			1	1		4
detox					1	2			1		4
두뇌활력, 혈액순환	1								1		2
피부미용, hydro 테라피	2										2
오가닉 라이프			1		1						2
피부, 산소흡수치료			1	1							2
오가닉 샵, 에코 샵					1			1			2
한방							2				2
에코 테라피									1		1
계	15	18	20	18	18	19	21	19	16	13	177

표 6. '형용사/기타' 단어의 연도별 상세 변화 추이(단위-회)

수집단어	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	계
신선한, fresh, 싱그러운		3	1	3	4	4	1	3	5	3	27
맑은, 투명한	1	4		2	4	1	3	3	2	5	25
생생한, 생명력넘치는, 생동감, 생기있는, 숨쉬는, feel alive	2	1	3	6	1	3	1	3	3	1	24
순수한, pure	3	1	2	2		3	1	3	2	1	18
natural, 자연스러운	4	2			3	2	2	2	2		17
깨끗한, 청결한	1	2	1	1	2	1		1		2	11
경쾌한, 상쾌한	1	1		2	1	1	1	1	1		9
편안한, comfortable, 안식	1		1				1		2	1	6
산뜻한	2		1			2					5
휴식의, relaxing		1	1		1	1					4
청량한	2	1									3
푸른, 푸르른						1				1	2
부드러운									2		2
봄을 닮은, spring white			1	1							2
neutral color					1						1
자유의					1						1
energetic						1					1
정글 color		1									1
모래빛의		1									1
자연향의									1		1
계	17	18	11	17	18	20	10	16	20	14	161

며, ‘아로마’는 2003년부터 등장하였다. 또 ‘오가닉 라이프’, ‘피부, 산소흡수 치료’ 등은 2002년부터 등장하였고, 2년 뒤에 ‘오가닉 샵, 에코 샵’ 등이 등장하였다. ‘한방’은 2006년도에, ‘에코 테라피’는 2008년도에 등장하였다.

<표 6>을 보면, ‘형용사/기타’ 영역에서 가장 빈도가 높게 사용된 친환경 관련 감성 단어는 ‘신선한, 맑은, 생생한, 순수한’ 등인 것으로 나타났다. ‘형용사/기타’는 잡지에서 다양한 모습으로 많이 사용되는데 ‘생생한’만 보더라도, ‘생명력 넘치는, 생동감, 생기있는, 숨쉬는, feel alive’ 등 상당히 많이 존재한다. ‘자연스러운, 깨끗한, 경쾌한, 편안한, 산뜻한, 휴식의, 청량한’ 등도 그러하다. 이러한 단어가 모두 산발적으로 고루 많이 사용되었으므로 그 출현 시점을 정하기가 다소 어려운 편이다. 그러나 ‘봄을 닮은, 정글 color’(2001년도), ‘neutral color, 자유의’(2004년도), ‘푸른, energetic’(2005년도), ‘자연향의’(2008년도) 등과 같이 혼하지 않은 감성 단어는 그 시점을 확실히 알 수 있었다. 이들은 기존의 감성단어의 중복 사용에서 탈피하고자 새로이 출현하게 된다.

3.2. 인터넷 신문에서 나타난 친환경 감성단어

3.2.1. 친환경 감성단어의 대표적 단어 선정

한글과 외래어가 같은 의미로 쓰이는 경우, 또 비슷한 의미의 단어가 여러 개 있는 경우 대표단어를 선택하는 첫 번째 기준은 한글 여부였다. 또 같은 의미의 단어가 여러 개 있을 경우에는 빈도수가 가능한 적은 것으로 선택하였는데 이는 출현빈도 및 시점의 계수시 용이하도록 하기 위함이다. 즉 ‘환경/자연’ 관련 단어로 ‘에코’, ‘에콜로지’의 경우, A뉴스에서만 검색수가 550회가 넘으므로 빈도수가 적은 ‘에콜로지’를 선택하였는데 이는 다른 단어와 같은 축에 그래프를 그릴 수 있을 뿐만 아니라, ‘에콜로지’의 연도별 A뉴스와 K신문 상에 나왔던 연도별 빈도추세가 ‘에코’의 경우와 유사하였기 때문이다. 즉 ‘에콜로지’는 ‘에코’, ‘eco’, ‘ecology’ 등 의미가 비슷한 단어를 많이 갖고 있으나 한글이면서 빈도수가 낮은 ‘에콜로지’를 선택하였다. ‘자연환경’은 ‘자연’, ‘nature’, ‘자연환경’ 등에서 선정하였고, ‘내추럴’은 ‘자연적’, ‘자연스러운’,

표 7. 감성단어별 최초 출현시점 및 총 빈도수(영역- 1.환경/자연 2.소재/섬유 3.인간 4.형용사/기타)

	영역	A뉴스	K신문
에콜로지	1	1999/01/11, 33건	1999/08/06, 36건
보존	1	1999/02/08, 81건	1999/08/16, 69건
하모니	1	1999/09/20, 47건	1999/08/09, 71건
내추럴	1	2000/01/24, 56건	1999/07/19, 109건
자연환경	1	2000/12/04, 13건	2000/04/10, 18건
자연분해	1	2007/03/26, 2건	2009/04/18, 2건
친환경의	1	2008/05/19, 7건	2004/08/16, 4건
재생가능한	1	2008/06/30, 2건	2000/09/04, 1건
그린 라이프	1	2008/09/29, 1건	2009/05/11, 1건
태양 에너지	1		2009/03/30, 4건
거미줄(섬유)	2	1999/01/11, 18건	2001/08/13, 28건
우유(섬유)	2	1999/01/11, 48건	1999/09/20, 53건
옥수수(섬유)	2	1999/01/18, 58건	2000/06/26, 75건
형상기억	2	1999/02/08, 47건	1999/08/30, 67건
탄소(섬유)	2	1999/04/26, 19건	2000/05/01, 82건
천연염료	2	1999/05/17, 9건	2000/05/15, 18건
참숯(섬유)	2	1999/09/13, 22건	2000/03/06, 12건
치즈(섬유)	2	1999/10/04, 27건	1999/07/26, 24건
은행잎(섬유)	2	1999/11/22, 8건	2004/07/12, 2건
코코넛(섬유)	2	2000/01/24, 28건	2007/06/25, 13건
키티(섬유)	2	2000/10/02, 8건	2003/09/01, 4건
폐원단(섬유)	2	2002/11/18, 8건	2002/08/26, 5건
슈퍼섬유	2	2004/10/04, 11건	2001/01/29, 71건
닥(섬유)	2	2006/09/11, 11건	2002/06/10, 26건
자연염색	2	2009/04/20, 2건	2005/03/14, 8건
보건	3	1999/10/04, 46건	1999/07/19, 40건
휴먼	3	2001/04/23, 59건	1999/08/16, 54건
웰빙의	3	2004/03/08, 8건	2002/10/28, 17건
쿨비즈	3	2005/07/18, 50건	2007/02/12, 8건
웜비즈	3	2007/12/03, 11건	2007/11/05, 1건
그린슈머	3	2008/03/17, 5건	2008/03/17, 1건
슬립	3	2009/02/09, 1건	2002/07/22, 4건
슬로우	4	1999/04/05, 12건	2000/06/05, 18건
필링	4	1999/10/25, 6건	2002/10/7, 10건
대체가능한	4	2000/10/09, 4건	1999/08/16, 15건
로하스	4	2006/05/29, 42건	2005/04/15, 37건
지속가능한	4	2007/06/18, 21건	2009/06/23, 4건

‘natural’ 등과 같은 유사한 단어 중에서 선정하였다. ‘내추럴’은 엄밀히 말하면 형용사이지만 한글로 표기되어 사용될 때는 ‘천연적, 자연’ 등처럼 명사형으로 사용되고 있고 종류보다는 그 의미가 중요하므로 이를 ‘형용사/기타’에 넣기보다는 ‘환경/자연’에 소속시

켰다. ‘인간’ 관련 부분에서는 ‘휴먼’, ‘웰빙의’ 단어를 예로 들 수 있다. ‘휴먼’은 ‘인간’, ‘인체’, ‘human’의 단어들 중에서 선택했으며, ‘웰빙의’는 ‘웰빙’, ‘건강의’, ‘wellbeing’ 등에서 선정하였다. 마지막으로 ‘형용사/기타’ 관련 부분에서는 ‘필링’, ‘지속 가능한’ 등을

예로 들 수 있다. ‘필링’은 ‘emotion’, ‘감정’ 등의 단어들 중에서 선택하였고, ‘지속가능한’은 ‘sustainable’, ‘지속가능의’ 등의 단어들 중에서 선택하였으며, ‘대체가능한’은 ‘alternative’, ‘대체적인’ 등과 같은 단어들 중에서 선정하였다.

이와 같은 방법으로 최종 선정된 대표 단어는 총 37개이었으며 이를 각 영역별로 나누어 보면, ‘환경/자연’ 관련 10개, ‘소재/섬유’ 관련 15개, ‘인간’ 관련 7개, ‘형용사/기타’ 관련 5개 등이었다. ‘환경/자연’, ‘소재/섬유’ 관련 단어가 많은 이유는 ‘환경/자연’ 관련 단어는 오래 전부터 사용되어 온 단어가 많고 최근 트렌드이며, 또 ‘소재/섬유’ 관련 단어는 인터넷 신문의 고객이 섬유 및 패션 관련 종사자이기 때문이다. 또 ‘인간’, ‘형용사/기타’ 관련 단어가 비교적 적은 이유는 비교적 최근에 새로이 생성된 신조어이므로 그 단어수도 적을 뿐만 아니라 언급된 빈도수도 상대적으로 적기 때문이라고 사료된다.

3.2.2. 친환경 감성 어휘의 최초 출현시점과 빈도

K신문, A뉴스를 통해 각 감성단어를 각 연도에 따른 출현 빈도수를 추적하여 그 변화하는 양상을 조사했으며, 그 결과를 ‘환경/자연, 소재/섬유, 인간, 형용사/기타’ 등의 4가지 영역 기준에 따라 조사하였는데 다음의 표들은 두 신문의 데이터를 합산한 것이다. 37개 단어가 1999년도~2010/4월까지 두 인터넷 신문에 출현한 총 횟수는 1845건이었으며 각 영역별 10년간 출현한 횟수를 살펴보면, ‘환경/자연’ 관련단어가 단어별 평균 55.7건(총557건/10단어) 출현하였고, ‘소재/섬유’ 관련단어가 평균 54.1건(총812건/15단어), ‘인간’ 관련단어가 평균 43.7건(총306건/7단어), ‘형용사/기타’ 관련 단어가 평균 34.0건(총170건/5단어) 출현하였다. 총 37단어는 <표 7>과 같으며 이를 중심으로 최초 출현시점 및 빈도조사를 하였다. 각 신문마다 단어의 최초 출현시점과 그 이후부터 조사시점까지의 총 출현 빈도수를 산출한 결과이다.

‘환경/자연’ 관련 친환경 단어로는 ‘에콜로지, 보존,

하모니, 내추럴, 자연환경’ 등이 가장 빈번히 출현하였다. 그 출현시점은 2000년 이전과 최근 것으로 크게 두 부류로 나누어는 것이 특이한 점이다. 즉 ‘에콜로지, 보존, 하모니, 내추럴’ 등과 같이 1999년도 이전부터 사용되어온 단어와 ‘자연 분해, 친환경의, 재생가능한, 그린라이프’ 등과 같이 최근에 사용되기 시작한 단어로 나뉘고 있었다.

‘소재/섬유’ 관련 친환경 감성단어로는 ‘우유섬유, 옥수수섬유, 형상기억소재, 탄소섬유’ 등이 가장 빈번히 출현하였다. ‘소재/섬유’ 관련 단어는 거의 모든 단어가 2000년도 이전에 이미 개발되어 사용된 것으로 나타나며 약간의 단어만 근래에 등장한 것으로 나타난다. 한국적인 가치를 재고하면서 등장한 ‘닥섬유’, 천연염색 외에 새로 등장한 ‘자연염색’, 자원절약 및 재활용을 위한 ‘폐원단’ 등이 그러하다.

‘인간’ 관련 친환경 단어로는 ‘보건, 휴먼, 쿨비즈, 웰빙의’ 등이 가장 빈번히 출현하였다. ‘보건, 휴먼’ 정도로 소수가 2000년도 이전에 사용되었으며 대부분의 ‘인간’ 관련 단어들은 근래에 출현, 사용되기 시작하였다. ‘형용사/기타’ 관련 친환경 단어로는 ‘로하스, 지속가능한’ 등이 가장 빈번히 출현하였다. 이 두 단어는 비교적 근래 들어와 많이 사용하기 시작한 단어들로서 각각 2005, 2007년에 처음 등장하였다.

<표 8>는 매년 새로이 등장한 친환경 감성 단어의 수를 나타낸 것이다. 1999년도부터 검색하였기에 1999년도와 2010년도의 제외하고 살펴보면 2000년도에 신생어가 비교적 많이 출현한 것을 볼 수 있다. 이후 약간 멈칫하는 것을 보게 되며 이는 다시 2007년부터 증가하였는데 새로운 단어들은 매년 꾸준히 등장하고 있었다. 인터넷 신문의 종류에 따라서 생성 차이는 보이지 않았다.

3.2.3. 친환경 감성 단어의 연도별 출현 양상

<그림 2>를 보면, ‘환경/자연’은 2000년에 비교적 높은 출현을 보였으나, 이후 감소하였다가 2007년을

표 8. 새로운 단어의 생성 빈도(단위-회)

인터넷 신문	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	계
A뉴스	5	1	1		2	1	1	3	4	2	36
K신문	7	2	5	1	2	2		3	1	4	37

기점으로 다시 증가하는 경향을 볼 수 있다. ‘소재/섭유’ 관련 친환경 단어는 꾸준히 출현하였으나 특히 2007-9년도를 기점으로 대폭 증대되어 사용되고 있었다. ‘인간’ 관련 단어는 변화가 거의 없는 편이며, ‘형용사/기타’ 관련 단어는 최근에 약간 증가한 것으로 나타났다. 인터넷 조사결과에서는 ‘소재/섭유’ 관련 단어의 출현빈도가 다른 단어들보다 높다고 할 수 없고 시간의 흐름에 대한 상대적 변화양상 만을 보아야 한다. 이는 ‘환경/자연’의 ‘에코, ecology’, 또 ‘인간’의 ‘웰빙’, ‘wellbeing’ 등 유사한 의미의 단어들이 너무 많고 그 빈도도 너무 높은 관계로 이들을 총 빈도에 포함시키지 않았기 때문이다.

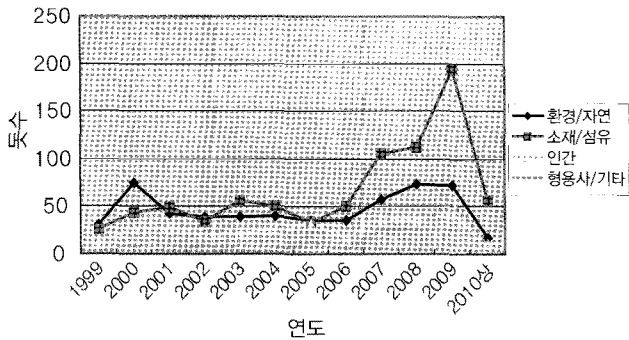


그림 2. 인터넷 신문에서 나타난 친환경 감성 단어의 출현양상

3.2.4. 친환경 감성의 단어별 구체적 변화

3.2.4.1. 환경/자연

가장 많은 빈도를 나타내는 ‘에콜로지, 내추럴, 보

존, 하모니’ 등은 2000년도 이전부터 사용되어왔으며 유사한 단어들이 많은 이유로 ‘에콜로지’ 단어는 상대적으로 출현도가 낮게 나타났다<표 9>. ‘내추럴, 하모니’는 2000년대 초반에 많이 나온 편이고 ‘보존’은 2000년대 후반에 많이 출현하는 편이었다. 2000년도를 중심으로 이 단어들이 근간을 이루며 많이 등장하여 대부분을 차지하였는데 이는 그대로 현재까지 이어지면서 많이 출현하고 있다. ‘그린라이프’, ‘친환경’, ‘재생가능한’ 단어들이 2007-8년도에 등장하여 ‘환경/자연’ 관련 단어에 다양성을 부여하고 있다. 현재 이들 단어의 빈도수는 낮지만 앞으로 자주 언급될 가능성이 높아 보인다.

두 신문에서 각 단어가 출현한 빈도수는 약간씩 다르지만 전반적인 출현 양상은 서로 유사하였다. 두 신문 모두 ‘내추럴, 보존, 하모니, 에콜로지, 자연환경’이 많이 출현한 것으로 나타났으며 A뉴스에서는 ‘보존’이 최다인 반면에 K신문에서는 ‘내추럴’이 최다였다. 년도별로 보면 2000년도의 합계가 많았다가 조금 줄어들었고 이는 다시 증가하여 2008, 2009년에 와서 많아지고 있었다. 즉 ‘환경/자연’ 관련 감성단어는 2000년도에 많이 등장하였으나 2005-6년도에는 주춤하였으며 이후 2008년 근래 들어와 다시 많이 등장하는 것으로 파악된다.

두 신문의 차이점으로는, ‘재생가능한’ 단어가 K신문에서는 2000년도에 처음 나타났으나 A뉴스에서는 2008년도에 비로서 나타났다. 또 ‘친환경의’ 단어도 K신문에서는 2004년도에 처음 나왔으나 A뉴스에서는 2008년도에 비로서 나타났다. 또 ‘태양에너지’는 K신문에서만 2009년도에 등장했다. 이를 통해서 K신문이

표 9. ‘환경/자연’ 관련 감성단어의 시간경과에 따른 출현 양상(단위-회)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010상	계
내추럴	5	30	15	11	11	19	11	21	10	13	11	8	165
보존	10	10	11	11	9	5	8	8	16	30	26	6	150
하모니	6	21	12	9	12	10	11	4	16	8	9	0	118
에콜로지	10	9	4	5	4	2	3	0	11	14	6	1	69
자연환경		4	1	3	3	2	2	3	3	3	6	1	31
친환경의						2				2	6	1	11
자연분해									1		3		4
태양에너지											4		4
재생가능한		1								2			3
그린라이프										1	1		2
계	31	75	43	39	39	40	35	36	57	73	72	17	557

A뉴스 보다 ‘환경/자연’ 측면의 기사가 적다고 볼 수 있겠다. 그러나 ‘그린라이프’ 단어는 2008년도에 A뉴스에서 1년 먼저 등장하였고, ‘자연분해’ 단어도 2007년에 A뉴스에서 2년 먼저 등장하였다.

3.2.4.2. 소재/섬유

‘소재/섬유’ 관련 친환경 단어로는 ‘옥수수’, ‘형상기억’, ‘탄소’, ‘우유’, ‘슈퍼섬유’의 단어가 많이 출현한 것을 볼 수 있다<표 10>. 이로서 앞으로는 친환경적이면서 천연의 물질에서 추출한 재료를 더욱 많이 이용하게 되며, 친환경적이며 천연재료를 이용한 신제품 개발 및 상용화가 더욱 증가하리라 기대를 할 수 있겠다. 가장 많이 출현한 ‘옥수수’ 단어는 2000년도에 등장하여 매년 해마다 꾸준히 증가하는 추세이다. 2000년도 이전부터 출현한 ‘형상기억, 탄소섬유, 우유섬유’는 현재까지 꾸준히 출현하고 있는 것으로 나타났으며 특히 ‘탄소섬유’는 2000년대 초 후반을 통틀어 꾸준히 많이 등장하고 있었으며 특히 올해 두드러진 출현을 보이고 있다. ‘슈퍼섬유’는 이보다 약 2년 뒤에 늦게 등장한 편이나 2009년도에는 최고의 출현빈도를 나타내고 올해 최고의 빈도수를 나타낸다. 그 밖의 단어로는 ‘치즈섬유’가 꾸준히 매년 등장하고 있으며, ‘거미줄섬유’는 2003년도에 최고치를 보이며

꾸준히 출현하였고, ‘코코넛섬유, 닥섬유’가 각각 2000년도, 2002년도에 등장하여 근래 들어 많이 출현하고 있다. ‘자연염색’은 2005년도 처음 등장한 이래 최근에 급격히 많이 출현하고 있다.

두 신문에서 공통적으로 2000도 전반부에 비해 2000도 후반부에 ‘소재/섬유’ 부분의 단어들어 더 많은 출현빈도를 보인다. 2005년도를 기점으로 확연히 나타나는데 이러한 특성은 K신문에서 더욱 두드러진다. 두 신문의 차이점을 조사하면, A뉴스에서는 ‘우유, 옥수수, 형상기억 섬유’의 순서로 많았으나 K신문에서는 ‘탄소섬유, 옥수수, 슈퍼섬유’의 순서로 많았다. 이는 ‘탄소섬유’와 ‘슈퍼섬유’는 어패럴에는 비교적 사용이 되지 않는 종류이기 때문인 것으로 사료된다. 또 ‘슈퍼섬유, 닥섬유, 자연염색’ 등의 단어들어 처음 등장한 출현시점을 A뉴스와 비교해 보면, K신문의 경우가 약 2~4년 정도 빠른 것으로 나타났다.

3.2.4.3. 인간

<표 11>를 보면, ‘인간’ 관련 친환경 단어 중에서 ‘휴먼’이 가장 많은 빈도를 보였다. 다음으로 ‘보건’, ‘쿨비즈’ 순으로 출현하였다. ‘웰빙’의는 ‘웰빙, wellbeing’ 등 유사한 단어가 많이 존재하기 때문에 이들을 포함시키지 않아서 비교적 빈도가 낮은 것처럼 보이나 사

표 10. ‘소재/섬유’ 관련 감성단어의 시간경과에 따른 출현 양상(단위-회)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010상	계
옥수수섬유		2	4	3	6	6	7	10	18	28	43	6	133
형상기억	8	7	4	2	1	2	2	15	30	20	19	4	114
탄소섬유	1	7	18	6	13	5	4	2	6	7	16	16	101
우유섬유	5	1	6	7	5	21	4	7	11	5	27	2	101
슈퍼섬유			1		2	1			3	6	51	18	82
치즈섬유	5	12	2	1	7	2	2	1	12	3	3	1	51
거미줄섬유	2	3	3	1	10	5	4	2	3	7	3	3	46
코코넛섬유		1				1			11	16	12		41
닥섬유				2		3	1	5	7	8	9	2	37
참숯섬유	3	6	5	1	2		5	5	1	4	2		34
천연염료	1	4	5	6	2		2	1	1	2	1	2	27
키틴		1	1	2	1	4	1	1		1			12
폐원단				3	7					2	1		13
자연염색							1			1	6	2	10
은행잎	1					1		2	3	2	1		10
계	26	44	49	34	56	51	33	51	106	112	194	56	812

표 11. '인간' 관련 감성단어의 시간경과에 따른 출현 양상(단위-회)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010상	계
휴먼	8	18	16	9	19	10	18	6	2	2	3	2	113
보건	5	9	10	7	3	3	8	7	12	6	13	3	86
웰빙의	0	0	0	2	0	11	4	3	4	0	1	0	25
쿨비즈	0	0	0	0	0	0	1	1	17	18	16	6	59
웬비즈	0	0	0	0	0	0	0	0	2	5	5	0	12
그린슈머	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	1	0	6
슬립	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	5
계	13	27	26	19	22	25	32	17	38	36	40	11	306

실은 가장 출현 빈도가 높았다.

‘휴먼’은 2000년도 초반에 많이 등장하였다가 근래에 들어와서는 그 출현빈도가 많이 낮아지고 있었다. 반면에 ‘보건’은 2000년대 초반과 후반이 유사한 빈도로 많이 나타나고 있었다. ‘웰빙의’는 2004년을 중심으로 많이 사용되었고 지금은 조금 줄어들었다고 볼 수 있다. ‘쿨비즈’는 2005년도부터 사용되기 시작하여 총 59건의 연관 문서가 나타났고, 2007-9년도에는 두드러지게 출현했다. ‘쿨비즈’ 보다 늦게 ‘웬비즈’가 2007년도에 등장하였으며 이는 앞으로 더욱 많이 사용될 것으로 생각된다. ‘그린슈머’는 2008년도에 한꺼번에 많이 등장하였다.

두 신문의 차이점은 A뉴스에서 ‘쿨비즈’는 무려 50건이나 검색되었으나, K신문에서는 빈도수가 현저하게 낮았던 점이였다. ‘웰빙의’는 K신문에서 2002년도에 처음 등장하여 A뉴스보다 2년이 빨랐다. 반면에 ‘쿨비즈’는 A뉴스에서 2005년도에 처음 등장하여 K신문보다 2년이 빠르게 나타났다.

전체적으로 볼 때 ‘인간’ 관련 단어는 2007-2009년에 많이 출현하였다.

3.2.4.4. 형용사기타

‘형용사/기타’ 관련 감성단어는 예전부터 사용되어 온 형용사들 보다는 단어들이 결합되어 새로 생겨났든지 신조어 성향인 ‘기타’를 중심으로 조사하였다. <표 12>에서 ‘로하스’가 총 79건으로 가장 많이 언급되었고 다음은 ‘슬로우’로서 총 30건이 검색되었다. 그 다음은 ‘지속가능한’ 26건이 언급되었다. ‘대체가능한’은 총 19건이 검색되었다. 등장 시점은 ‘슬로우, 필링’이 1999년도 이전부터 사용되어왔으며, ‘대체가능한’도 비교적 일찍 2000년도부터 사용되어왔다. 반면에 ‘로하스’는 2005년도부터, ‘지속가능한’은 2007년도부터 등장한 단어로 지금까지 꾸준히 사용되어왔으며 2009년도에 가장 많은 출현도를 보이고 있다.

4. 토의

4.1. 패션잡지 분석 결과

첫째, 두 잡지를 통해서 감성단어의 출현빈도를 조사한 결과, ‘환경/자연 > 형용사/기타 > 인간 > 소재/섬유’의 순서로 친환경 관련 감성단어가 많이 출현하

표 12. ‘형용사/기타’ 관련 감성단어의 시간경과에 따른 출현 양상(단위-회)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010상	계
로하스	0	0	0	0	0	0	8	6	15	22	26	2	79
슬로우	1	3	2	6	0	2	1	0	2	3	9	1	30
지속가능한	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	17	7	26
대체가능한	0	6	2	0	2	1	0	0	5	0	3	0	19
필링	2	0	0	3	2	2	4	0	1	2	0	0	16
계	3	9	4	9	4	5	13	6	25	27	55	10	170

였다. 친환경 감성 단어들의 출현빈도는 잡지의 종류에 따라 유의한 차이가 있었다. V잡지의 경우에 ‘환경/자연’ 관련 단어가 더 많이 출현하였고, B잡지의 경우에는 ‘소재/섬유’ 관련 단어가 더 많이 출현하였다. 연도별로 각 단어의 출현빈도의 변화양상을 살펴본 결과, ‘환경/자연’ 만이 시간 경과에 따라 점차 출현빈도가 높아지고 있었고 나머지 ‘소재/섬유, 형용사/기타, 인간’ 관련 단어는 시간경과에 따라 약간씩 출현빈도가 낮아지거나 동일한 수준이었다.

둘째, ‘환경/자연’ 관련 단어로 빈번하게 출현한 단어로는 ‘대자연, 친환경, 자연회귀, eco 천연재료, 오가닉, green, 정화, 동식물, 생태계, earth, 황토, 지구, ocean’ 등이었으며 비교적 최근에 등장한 단어로는 ‘한약, 곡물재료, 줄기세포, 황사, 해초’ 등이었다. ‘소재/섬유’ 관련 단어로 빈번하게 출현한 것으로는 ‘오가닉 코튼, 천연섬유, natural소재, 마, 신소재, 하이테크소재, 스트레치소재’ 등이었으며 비교적 최근에 사용된 것으로는 ‘재활용소재, 맥반석섬유, 종이원사, 백옥토섬유, 한방소재’ 등이 있었다. ‘인간’ 관련 단어로 빈번하게 출현한 것으로는 ‘health, 건강생활, 건강미인, 스파, 반신욕, 웰빙, 운동/스포츠, 친환경마케팅/단체, 휴식, 요가’ 등이었으며, 비교적 최근에 사용된 단어로는 ‘채식주의자, healer 오가닉샐/라이프, 브레인푸드, 에코테라피, 레저족’ 등이 있었다. ‘형용사/기타’ 관련 단어로 빈번하게 출현한 단어로는 ‘natural, 천연의, 자연의, 순수한, pure, 신선한, fresh, 싱그러운, 맑은, 투명한, 생생한’ 등이 있으며 비교적 최근에 등장하여 출현 빈도가 낮은 단어로는 ‘푸른, 자유의, energetic, 자연향의, 정글color의, 모래빛의’ 등 오감과 관련된 것들이었다. 셋째, ‘환경/자연’으로는 ‘정화, 친환경’이 2001년도에, ‘그린’이 2004년도에, ‘지구온난화’가 2008년도, ‘에너지절약’이 2008년도에 각기 등장하였다. ‘소재/섬유’로는 ‘오가닉코튼’이 2000년도 이전부터, ‘스트레치소재’가 2001년도에, ‘스마트섬유’가 2002년도에, ‘친환경소재’가 2003년도에 등장하였다. 특이점은 ‘재활용의’는 2000년도에 등장하였으나 ‘재활용섬유’는 2008년도에, ‘재생가능한’도 2008년도에 등장하였다. ‘인간’ 단어로는 ‘스파’가 2000년도 이전부터, ‘웰빙의’가 2001년도에, ‘요가’가 2002년도에, ‘아로마’가 2003년도에, ‘한방’이 2006년도에, ‘삼림욕’이 2008년도에 각기 등장하였다. ‘형용사/기타’로는 대부분이 2000년도 이전부터 사용되던 것이었으며, 두드러진 출현으로 ‘푸른’이 2005년도, ‘자연향의’가

2008년도에 등장하였다.

4.2. 인터넷 신문 분석 결과

첫째, 친환경 관련 대표적 감성 단어는 37개가 선정되었으며, ‘환경/자연’ 관련 단어가 10개, ‘소재/섬유’ 관련 단어가 15개, ‘인간’ 관련 단어가 7개, ‘형용사/기타’ 관련 단어가 5개이었다. 단어 수는 ‘소재/섬유’ 관련이 가장 많은 수를 차지하나 출현 빈도는 ‘환경/자연’ 관련이 가장 빈번하게 출현하였고 다음이 ‘소재/섬유’, ‘인간’, ‘형용사/기타’의 순서로 많이 등장하였다. 각 영역별로 최빈출 단어를 3~4개 정도로 압축하면 ‘환경/자연’ 관련에서는 ‘내추럴, 보존, 하모니, 에콜로지’ 단어가 많이 출현하였다. ‘소재/섬유’ 관련에서는 ‘옥수수, 형상기억, 탄소섬유, 우유섬유’ 등이 많이 등장하였다. ‘인간’ 관련 영역에서는 ‘휴먼, 보건, 웰빙의’가 많이 등장하였으며, ‘형용사/기타’ 관련 영역에서는 ‘로하스’, ‘슬로우’, ‘지속 가능한’ 등의 단어가 많이 출현하였다.

둘째, 단어별 최초 등장시기를 살펴보면, ‘에콜로지, 대체가능한, 보존, 하모니, 옥수수, 우유, 탄소섬유, 형상기억, 보건, 휴먼’ 등은 2000년도 이전부터 사용하고 있었으며, ‘재생가능한, 자연환경’은 2000년도에, ‘슈퍼섬유’도 2001년도에, ‘웰빙의’는 2002년도에, ‘친환경’은 2004년도에, ‘로하스, 콜비즈’는 2005년도에, ‘지속가능한, 그린슈머, 웹비즈, 자연분해’는 2007년도에, ‘그린라이프’는 2008년도에, ‘태양에너지’는 2009년도에 처음 등장하였다.

셋째, 시간경과에 따른 출현빈도의 양상을 파악한 결과를 보면, ‘환경/자연’ 관련 단어는 2000년도 초반에 많이 나타나다가 2005-6년에는 줄었으며 이는 다시 2008-9년도 후반에 다시 회복되었다. ‘소재/섬유’ 부문에서는 시간경과에 따라 점진적으로 증가하는 것으로 나타나 2007년도 이후 빈번하게 출현하였다. ‘인간’ 관련 단어는 시간경과에 따른 큰 변화가 없으며 근래에 약간 증가하는 경향이 보였다. ‘형용사/기타’ 관련 분야는 2000년도 후반부에서 많이 나타나고 있었다.

종합적으로 살펴보면, ‘환경/자연’ 관련 친환경 감성 단어가 과거보다 최근에 두드러지게 빈번히 사용되고 있으며, 이에 비해 ‘인간’ 관련 단어는 주춤하여 약간 감소세이거나 동일한 빈도를 나타내고 있었다. 또 ‘형용사/기타’ 관련 단어는 약간 증가세이거나 과

거와 동일한 빈도를 나타내고 있었는데 이는 패션잡지와 인터넷 신문의 결과가 유사하였다. 패션잡지와 인터넷 신문의 차이점은 '소재/섬유' 관련 단어의 추세인데, 패션잡지에서는 최근에 그 빈도가 줄어드는 경향을 보이는 반면에 인터넷 신문에서는 약간 증가하는 추세를 보인다는 점이다. 이는 전문화, 영역화가 심화되어 나타나는 결과로서 패션잡지는 보다 독자를 위한 패션 제안 쪽으로 강화되고, 인터넷신문은 보다 신소재 소개를 통한 섬유산업 활성화 쪽으로 강화되는 전략의 차이에서 비롯한 것이라고 생각된다.

친환경 감성단어의 출현은 과거 어느 때보다 2008-09년도에 가장 많이 등장하고 있었다. '환경/자연', '소재/섬유' 단어는 2000-01년도에는 각 118, 93회 정도 출현하다가 이후 감소하여 2004-5년도에 각 75, 84회 정도로 출현하였으며, 이후 2008-09년도에 다시 각 145, 306회로 출현이 더욱 활발하게 나타났다. '인간' 관련 단어와 '형용사/기타' 관련 단어도 비교적 출현빈도는 낮을지라도 그 패턴은 이와 유사하였다. '친환경' 감성단어의 출현시점을 살펴보면, 2000년도 이전에 '에콜로지, 형상기억, 오가닉, 스파' 등이 사용되어왔으며, 2000-1년도에 '자연환경, 친환경, 스트레치 소재, 웰빙의, 대체가능한, 재생가능한' 등이 등장하였다. 2002-3년도에 '스마트소재, 친환경소재, 그린' 등이 처음으로 사용되었고, 2004-5년도에 '쿨비즈, 로하스, 자연염색' 등이 처음 등장하였다. 2006-7년도에 '한방, 지속가능한, 웹비즈' 등이 사용되었고, 2008-9년도에 '그린슈머, 그린라이프, 태양에너지' 등이 등장하기 시작하였다. 이는 섬유, 패션 관련해서 분석한 결과이므로 다른 분야에까지의 확대 해석에는 유의해야 한다.

참고문헌

- 김돈한 (2009). 직감적 범주화를 이용한 계층적 감성평가 방법. *감성과학*, 12(1), 45-54.
- 박솔이 (2005). 소비자의 친환경제품 구매의도 특성 분석 연구. 성균관대학 경영대학원 석사학위논문.
- 서은연, 유태순 (1999). 환경보호 관심도가 환경보호적 의류구매행동에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 23(8), 1182-1193.
- 석효정 (2006). 시크 스타일, '그린 폭풍' 몰려오다. 글로벌 패션비즈니스 전문매거진. p.25.
- 송현옥 (2008). 친환경 기능성 소재에 대한 소비자 구매태도 및 신뢰도 연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 이수철, 정재연 (2003). 21세기 친환경 섬유소재 활용 사례연구. *한국디자인문화학회지*, 9(4), 96-97.
- 이종숙, 양리나, 최나영 (2007). 그린패션제품에 대한 환경친화적 소비자 특성 및 인지도 분석. *한국의류산업학회지*, 9(4), 401-408.
- 장남경, 김유정, 주찬나 (2007). 패션 산업에서의 친환경 디자인. *복식문화연구*, 6(16), 36-48.
- 정희정 (2009). 환경 친화적 태도에 따른 친환경 패션 제품 구매행동. 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 천유정 (2004). 친환경의류제품의 구매태도에 미치는 영향 요인. 서울대학교 환경대학원 석사학위논문.
- 최승숙 (2001). 환경 친화적 소비사회를 위한 실천적 과제연구. 숭실대학교 기독교대학원 석사학위논문.
- 탁혜령 (2005). 웰빙 의류제품 채택의 영향요인 연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 허경옥, 박선영 (2007). 생활양식에 따른 소비자의 웰빙제품 구매행동 분석. *한국경영학회 통합 학술대회 논문집*, 15-17.

원고접수 : 11.12.07

수정접수 : 11.02.08

게재확정 : 11.05.26