

여성복 텍스타일디자인의 특성과 감성에 관한 연구

나영주¹⁾ · 권오경²⁾

1) 인하대학교 의류학과

2) 경일대학교 의상디자인학과

Characteristics of Domestic Textile Designs and Trend Sensibility for Women's Apparel

Young Joo Na¹⁾ and Oh Kyung Kwon²⁾

1) Dept. of Clothing and Textiles, Inha University, Incheon, Korea

2) Dept. of Clothing and Design, Kyungil University, Kyungsan, Korea

Abstract : This study aimed to analyze the characteristics of domestic textile designs for miss and madam apparel and to find out the trend sensibility felt by young female judge according to the product year and apparel target age. Textile designs of 170 pictures of 1999 and 1994-1995 were collected at 4 shopping malls and from consumers, and results are as follows; As the sources of textile design were 'nature', 'imagination', and 'combination' used in the order of frequency, but the sources appeared more diverse in 1999 than in 1994-1995. The interpretation techniques expressed most often were 'stylized', 'geometry', and the most frequent arrangements were 'all over', and the second was '4-way' in 1994-1995, '2-way' in 1999, that is, the arrangement were different according to product year. The trend sensibility were varying to the target age and product year. 1999 apparel products were felt more 'sophisticated', 'contemporary', and 'sporty' if they were the textile designs for miss, while 1994-1995 products were more 'sophisticated', 'contemporary', and 'sporty' if for madam.

Key words : textile design attern arrangement, interpretation technique, pattern source, trend sensibility

1. 서 론

유행성이 중요한 패션산업에서 텍스타일디자인과 의류는 상호 불가분의 관계를 유지하고 있는데, 이는 텍스타일디자인에 의하여 의류가 존재할 수 있고 또한 의류디자인을 위하여 텍스타일디자인이 존재하기 때문이다. 텍스타일디자인이란 표현하고자 하는 형태나 색상을 피륙의 직물에 짜넣거나 표면장식을 직물에 나타내기 위해 기획하고 설계하는 모든 조형활동을 말한다. 텍스타일디자인에는 예술성, 가공성, 시장성이 필수적이며, 원료, 섬유, 실, 조직 및 가공의 신상품뿐만 아니라 텍스타일디자인의 시간성, 시장성이 점차 중요해지고 있다. 현대 소비자들은 감성 및 욕구가 고도화되고 있기 때문에 이에 대처하기 위해서는 직물에 감성을 표현하고 고급화시키는 텍스타일디자인 개발에 대한 노력이 절실히 요구되고 있는 상황이다(이연순, 1996; 이선화, 1993; 오희선과 이정우, 1996).

소비자의 감성에 맞는 텍스타일디자인을 개발하기 위해서는 디자인요소들을 효과적으로 적용하여야 한다. 텍스타일디자인

은 형, 색채, 배색, 여백, 재질 등이 동시에 어우러지는 것으로서 매우 복잡하다. 그러므로 분류하는 기준이나 방법이 간단하지는 않으며 현재 체계적인 연구가 진행 중에 있다(조현승과 이주현, 1998; 이주현, 조현승과 지상현, 1999). 텍스타일디자인은 모티브 형태와 특징, 레이아웃(layout), 색채 조화 등에 따라 보는 이로 하여금 감성 효과를 달리 나타내므로 모티브의 크기, 모티브간의 방향대비, 반복배열 기법, 모티브와 배경의 면적비 등은 중요한 요소가 된다(오희선과 이정우, 1996).

모티브 크기의 경우, 작은 꽃무늬보다는 큰 꽃무늬가 소비자에게 더욱 심미적 감성을 나타내었으며, 무늬의 반복 배열방식의 경우 4분할 반복 패턴을 봤을 때 비반복이나 2분할 반복 패턴을 보았을 때보다 더욱 화려하며 눈에 띄고 사치스러우며 강렬하게 느낀다고 하였다(조현승과 이주현, 1998). Davis(1987)는 텍스타일디자인에서 모티브의 선, 방향, 크기, 형, 여백 등의 요소를 조합시켰을 때 소비자에게 심리적인 효과를 나타낸다고 하였다. 즉 유사한 요소들의 조합은 심리적 효과를 강화시키는 반면 대립되는 요소들의 조합은 심리적 효과를 완화시킨다고 하였다. 또한 모티브가 조밀하게 배열되면 복잡하고 긴장된 느낌을 주는 반면에 모티브가 띄엄띄엄 배열되면 영성함 느낌과 진정한 느낌을 준다고 하였다. 단순하고 평면적인 모티

브는 캐주얼한 느낌을 주고, 깊이감을 느끼게 하고 입체적인 모티브는 복잡하고 세련된 느낌을 준다. 큰 모티브는 활기차고 대담한 느낌을 주고 작은 모티브는 차분하고 우아하게 보이며, 전면에 배열된 모티브는 안정적이지만 방향이 있는 모티브는 방향에 따라 그 효과가 달라진다고 하였다.

이와 같이 텍스타일디자인은 의류의 감성을 결정하며 또한 상품의 고품질화를 가능하는 척도이다(김근배, 1993; 김미지자, 1996). 그럼에도 불구하고 국내 의류상품의 텍스타일디자인에 관한 연구나 이와 관련된 소비자 감성의 조사 사례는 현재 미흡한 형편이다. 그러므로 국내 텍스타일디자인의 특성과 분포를 파악하고 그에 따른 소비자의 감성을 파악하여 국내 패션소재산업을 활성화시켜야만 할 것이다. 따라서 본 연구에서는 국내 여성복에 사용되어 온 텍스타일디자인의 특성, 즉 텍스타일디자인에서 모티브로 사용된 소재, 표현기법, 모티브의 배열구도를 조사하고 의류상품의 시간성과 목표시장의 연령에 따른 차이, 소비자의 감성 등을 파악하고 텍스타일디자인 전반에 대한 소비자의 감성을 분석하였다.

2. 연구방법 및 절차

2.1. 연구대상 및 자료수집

수도권 소재의 백화점 2곳, 패션몰 2곳을 대상으로 현재 시판중인 여성복 중에서 단색의류를 제외하고 텍스타일디자인이 분명한 의류 90벌을 사진으로 찍어 자료로 사용하였다. 이에선염의 줄무늬, 체크무늬 등도 포함되어 있었으며 이에선직물뿐만 아니라 편성물에 프린트 혹은 나염된 것이나 자수 및 수공예 기법을 사용하여 무늬를 표현한 것 등이 포함되었다. 자료 수집 기간은 1999년 7~10월이었는데 여름상품과 가을상품이 모두 전시 판매되고 있는 계절이었으므로 실제적으로 S/S와 F/W 상품들이 거의 모두 포함되었다고 볼 수 있었다. 여대생 평가자들이 판단하기에 20대 숙녀용 브랜드라고 여기는 상품과 그렇지 않은 상품을 기준으로 하여 목표시장을 크게 들로 나누었다. 즉 20대 전후의 숙녀복(miss)에 사용된 텍스타일디자인과 40대 전후의 부인복(madam)에 사용된 텍스타일디자인의 두 가지로 구분하여 표집하였는데 각각 50점, 40점이었다.

또한 4~5년 전에 구입한 것으로 알려진 여름 및 가을용 여성복의 텍스타일디자인도 수집하였다. 1~2년 전의 텍스타일디자인은 신상품과 확실한 구분이 가지 않을 수 있는데 이는 시장 및 브랜드에 따라 시기적으로 연속성이 있으므로 신상품과 중복된 상품이 선정될 우려가 있기 때문이다. 그러므로 주변에서 쉽게 찾을 수 있으며 신상품과 구별이 확실한 4~5년전의 과거 상품을 연구대상에 포함시켰다. 20대와 40대 전후의 여성들이 소유하고 있는 의류 중에서 과거 4~5년 전에 구입한 의류 80 벌을 수집하여 사진을 찍었는데 숙녀복 40점, 부인복 40점이었으며, 이는 편의추출법에 의존하였다. 즉 99년 신상품 텍스타일디자인 90장은 판매장소에서 전시중인 것을 대상으로

한 반면에 4~5년전 텍스타일디자인 80 장은 소비자들에게 이미 구입된 것을 대상으로 하였는데 총 170장의 사진 자료가 분석에 사용되었다.

2.2. 측정도구 및 자료분석

의류 전공자로서 패션의류 및 원단에 폭넓은 지식을 보유한 4학년 의류학 전공자 여대생 5명이 텍스타일디자인을 평가하였다. 모티브의 소재, 표현기법, 배열구도(Davis, 1987), 감성(권오정, 1995; 김미지자, 1996) 등에 대하여 다음과 같은 기준에 의하여 판정하였다. 감성 평가는 전문가들이 현장에서 객관적으로 사용하도록 고안된 감성 8축을 이용하여 평가하도록 하였다. 그러나 객관적 측정도구라 할지라도 평가자의 전문성 여부, 연령 및 성별에 따라 각자 느끼는 감성 평가는 다소 차이가 있을 수 있으므로 본 연구에서는 평가자를 여대생으로 한정하여 조사하였다는 제한점을 지닌다.

목표시장인 연령대, 시간성(상품년도)에 따라서 국내 여성복의 텍스타일디자인의 특성, 즉 모티브의 소재, 표현기법, 배열구도를 비교하였으며, 또한 국내 텍스타일디자인에 대한 여대생의 감성을 분석하였다. 자료분석은 excel과 SAS 통계패키지를 사용하여 빈도, 백분율, χ^2 검증 등을 적용하였다.

모티브 소재

① 자연물(nature); 꽃무늬, 해초, 화환, 나뭇잎 등의 식물성과 동물가족, 새, 산호, 곤충, 깃털, 조개 등의 동물성, 또한 물결, 구름이나 광물성 등으로서 자연에서 찾을 수 있는 소재

② 인공물(man-made); 인간이 만들어 낸 대상, 즉 배, 비행기, 밧줄, 시계, 주전자, 우산, 부채, 악기, 빌딩, 리본 등

③ 상징물(symbol); 하트, 브랜드 로고, 알파벳, 캐릭터 등의 전달성이 강한 소재

④ 상상물(imagination); 체크무늬, 줄무늬, 도트, 노프린트 프린트(no-print print; 바스켓조직, 하운드투스 등)

⑤ 복합(combination); 바탕은 체크무늬이고 무늬는 자연물인 경우와 같이 두 가지 이상의 소재가 사용된 경우

표현기법 : 약화(stylized), 기하학(geometric), 추상적(abstract), 사실적(realistic), 복합(combination)의 5종류로 크게 구분하였다.

배열구도

① 올오버(all-over); 모티브의 상하좌우 구분이 없으며 전체에 골고루 퍼져 분포하는 경우

② 원웨이(1-way); 모티브의 방향성 때문에 옷감을 한 방향으로만 사용해야하는 경우

③ 투웨이(2-way); 상하 구분없이 사용할 수는 있으나 좌우 구분을 해야하는 경우

④ 포웨이(4-way); 상하좌우 구분은 없으나 바이어스로 사용하는 것이 표시가 나는 경우

⑤ 스페이스드(spaced); 반복되지 않는 단독모티브

감성 : '컨트리-소피스티케이티드(country-sophisticate)', '엘레강스스포르티(elegance-sporty)', '로맨틱-매니쉬(romantic-mannish)', '컨저버티브-컨템포러리(conservative-contemporary)'의 트렌드

감성 8축을 사용하였다. 구체적으로 '컨트리-소피스티케이티' 감성은 '시골적인, 자연적인<-> 세련된, 지적인'의 이미지이며, '엘레강스-스포티' 감성은 '우아한, 차분한<->자유로운, 활동적인'의 이미지이다. '로맨틱-매니쉬' 감성은 '낭만적인, 여성적인<-> 남성적인, 적극적인'의 이미지이며 '컨저버티브-컨템포러리'의 감성은 '보수적인, 전통적인<->동시대적인, 실용적인'의 이미지이다.

매 사진 자료는 양극의 감성 중에서 강하게 느껴지는 감성을 선택하도록 하였다. 이는 χ^2 검증을 통하여 유의한 차이가 있는지 분석하였으며, 백분율을 기초로 8축의 감성스케일 상에서의 비교도표를 작성하였다. 다음 Fig. 1은 본 연구의 자료로 사용된 여성복 텍스타일디자인 중에서 부인복/숙녀복으로서 각 기 신상품과 4~5년 전의 4점이다.

3. 결과 및 논의

3.1. 여성복 텍스타일디자인에 사용된 모티브의 소재

Fig. 2와 같이 여성복의 경우 전체적으로 보면 텍스타일디자인의 모티브 소재로서 '자연물'이 가장 많이 사용되었으며, 다음으로는 '상상물', 그 다음으로는 '복합'의 순으로 많이 사용되었다. 숙녀용에서 상품년도에 따른 모티브의 소재를 살펴보면, 99년도에는 4~5년전 보다 '자연물'의 빈도가 증가하였으며 '상징물'이 새로이 등장하였고 '인공물'은 전혀 보이지 않았다. 부인용에서 상품년도에 따른 모티브의 소재를 살펴보면, 99년도에는 4~5년전 보다 '자연물'이 증가하였으며 '인공물'이 새로이 등장하였다.

전반적으로는 4~5년전에는 '상상물'이 많이 사용되었고 '상징물'은 보이지 않았으나 99년도에는 '상상물'의 비중이 줄고

Fig. 2. Source types of textile design used for miss/madam apparel produced in 1999/1994.

Fig. 1. Examples of apparel textile design (a; example for madam in 1994, nature, stylized, all-over, sophisticated, elegance, romantic and contemporary, b; example for miss in 1994, combination source, combination (geometry+stylized), 4-way, country, sporty, mannish and conservative, c; example for madam in 1999, imagination, abstract, all-over, country, elegance, mannish and conservative, d; example for miss in 1999, nature, stylized, 2-way, sophisticated, sporty, mannish and contemporary).

Fig. 3. Interpretation types of textile design used for miss/madam apparel produced in 1999/1994.

‘상징물’이 등장하여 모티브의 소재가 보다 다양하게 사용됨을 알 수 있었다. 부인복에는 ‘상징물’이 전혀 사용되지 않았지만 숙녀복에는 ‘상징물’이 사용되었다. 또한 부인복의 경우가 숙녀복의 경우보다 ‘복합’물이 많이 출현하는 것을 볼 수 있다.

3.2. 여성복 텍스타일디자인의 표현기법

국내 여성복 텍스타일디자인의 표현기법으로는 ‘약화’가 가장 많이 사용되고 있었다(Fig. 3). 다음으로는 ‘기하학’이었으며 가장 빈도가 적게 나타난 표현기법은 ‘사실적’인 표현기법이었다. ‘사실적’ 표현기법은 4~5년전에는 보이지 않다가 99년도에는 숙녀복에서 나타나고 있다. 이는 세기말적 풍토, 동양적 이미지, 수채화풍이 세기말에 유행한 결과이며 ‘자연물’ 소재를 ‘사실적’으로 표현하고자 하는 자연주의로의 회귀를 추구하는 결과라고 볼 수 있다.

모티브의 소재에서와 마찬가지로 표현기법에서도 한 두가지의 표현기법이 함께 사용되는 ‘복합’적 표현기법이 숙녀복에서 보다는 부인복에서 많이 출현하고 있었다. 부인복보다는 숙녀복에서, 4~5년전보다는 99년도에서 표현기법이 다양하게 사용되고 있었다. 이는 점차 소비자의 기호가 개성화, 다양화되고 있기 때문이라고 생각된다.

3.3. 여성복 텍스타일디자인의 배열구도

배열구도로는 ‘all over’가 가장 많이 사용되고 있었다. 다음으로 빈번하게 출현하는 배열구도는 4~5년전에는 ‘4-way’, 99년도 상품에는 ‘2-way’로서 상품년도에 따라 차이가 있었다 (Fig. 4). 가장 적게 사용되는 배열구도는 ‘spaced’이었는데 ‘spaced’는 부인복에서 보다는 숙녀복에서 많이 사용하고 있었으며 4~5년전보다 99년도 상품에서 많이 사용하고 있었다. 4~5년전 상품에는 ‘4-way’가 많이 사용된 반면에 99년도 상품에는 ‘2-way’가 많이 사용되고 있는데 이는 표현기법의 분포와 깊은 관련이 있는 것으로서 99년도의 ‘사실적’ 표현기법이 많이 출현하는데 이를 배열하기에는 ‘2-way’가 ‘4-way’보다 더 효과적이기 때문이라고 사료된다. 예를 들어, 99년도에 유행한 얼룩말이나 호랑이 등의 가족무늬를 텍스타일디자인으로서 해석할 때는 주로 ‘사실적’ 표현기법을 사용하며 또한 방향성이 있으므로 ‘2-way’

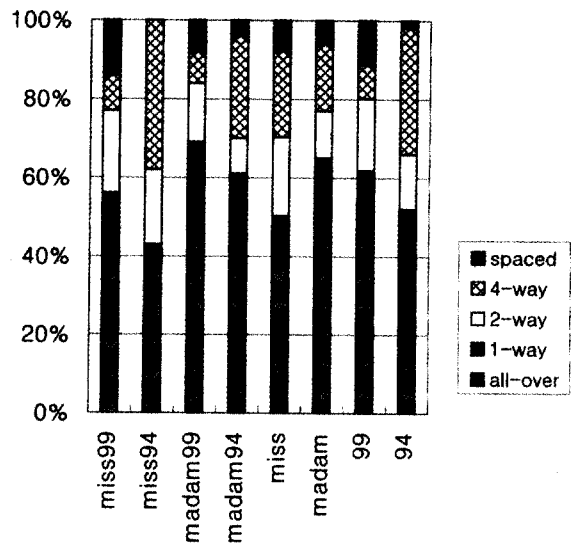


Fig. 4. Arrangement types of textile design used for miss/madam apparel produced in 1999/1994.

가 주된 배열구도가 되기 때문이다.

3.4 텍스타일디자인에 대한 감성 분석

의류학전공 여학생이 국내 여성복의 텍스타일디자인 170 점을 대상으로 ‘컨트리-소피스티케이트’, ‘엘레강스-스포티’, ‘로맨틱-매니쉬’, ‘컨저버티브-컨템포러리’ 등의 4가지 축에 대하여 강하게 느끼는 쪽의 감성을 조사한 결과는 다음과 같다.

‘컨트리-소피스티케이트’ 감성 : Table 1은 여성복 텍스타일디자인에 대한 ‘컨트리-소피스티케이트’ 감성의 분포로서 χ^2 검정을 수행한 결과이다. 숙녀용 의류중 99년도 신상품에 사용된 텍스타일디자인에는 ‘소피스티케이트’ 감성을 나타내는 것이 주로 많았으나 4~5년전에는 ‘컨트리’의 감성을 일으키는 것이 많았다. 또한 99년도 숙녀용과 99년도 부인용 의류를 비교해 보면 부인용에 사용된 텍스타일디자인은 ‘컨트리’의 감성을 일으키는 것이 대다수였다. 그러나 4~5년전 부인용 의류는 ‘소피스티케이트’와 ‘컨트리’의 빈도가 비슷하였는데 4~5년전 부인용이 99년 신상품 부인용의류 보다 덜 ‘컨트리’하게 느끼고 있었

Table 1. ‘Country-Sophisticated’ sensibility occurred from textile design by target ale and product year

frequency (# of pictures)	miss99 ①	miss94 ②	madam99 ③	madam94 ④	Miss	Madam	'99	'94
country	20	25	31	21	45	52	51	46
sophisticated	30	15	9	19	45	28	39	34
χ^2 test	①-②	$\chi^2 = 4.5^*$			$\chi^2 = 3.9^*$			N S
	①-③	$\chi^2 = 12.7^{***}$						
	②-④	N						
	③-④	$\chi^2 = 5.5^*$						

*P<0.05, ***P<0.001, NS: not significant

Table 2. 'Elegance-Sporty' sensibility occurred from textile design by target age and product year

frequency (# of pictures)	miss99 ①	miss94 ②	madam99 ③	madam94 ④	Miss	Madam	'99	'94
elegance	16	15	31	26	31	57	47	41
sporty	34	25	9	14	59	23	43	39
χ^2 test	①-②	N S			$\chi^2 = 22.9^{***}$	N S		
	①-③	$\chi^2 = 18.4^{***}$						
	②-④	$\chi^2 = 6.05^*$						
	③-④	N S						

*P<0.05, ***P<0.001, NS; not significant

Table 3. 'Romantic-Mannish' sensibility occurred from textile design by target age and product year

frequency (# of pictures)	miss99 ①	miss94 ②	madam99 ③	madam94 ④	Miss	Madam	'99	'94
romantic	21	20	12	26	41	38	33	46
mannish	29	20	28	14	49	42	57	34
χ^2 test	①-②	N S			N S			$\chi^2 = 7.39^{**}$
	①-③	N S						
	②-④	N S						
	③-④	$\chi^2 = 9.8^{**}$						

**P<0.01, NS; not significant

다. 평가자들은 부인복 텍스타일디자인을 99년도 신상품보다 4-5년 전의 과거상품을 더욱 '소피스티케이티'하다고 평가하였는데 이는 평가자들이 여대생이며 또한 이들이 현 유행에 익숙해져있기 때문이라고 사료된다.

전체적으로 보면 숙녀용 의류 전체 텍스타일디자인에 대하여 '컨트리'와 '소피스티케이티' 감성이 서로 비슷한 빈도로 출현하였다고 답하였으나 부인용 의류 전체에서는 '컨트리' 감성이 많다고 하였다. 또한 텍스타일디자인에 대한 '컨트리'와 '소피스티케이티' 감성은 상품년도에 따라서 차이가 없었으나 '컨트리' 감성의 빈도가 '소피스티케이티' 감성보다 높은 빈도를 차지하는 경향이었다. 이는 숙녀용 99년 신상품만 제외하고 모든 상품을 '컨트리'라고 느끼고 있었기 때문이다. 이는 목표연령대가 숙녀용에서 부인용까지로 폭이 넓기 때문에 상품년도의 효과가 잘 드러나지 않은 것으로 사료되며 즉 숙녀용만 혹은 부인복용만을 보면 상품년도에 따른 '컨트리'와 '소피스티케이티' 감성의 차이는 분명하였기 때문이다.

'엘레강스-스포티' 감성 : Table 2를 보면 숙녀용 텍스타일디자인에서는 1999년도에서나 4-5년전에서나 '스포티'의 감성이 많이 출현하여 숙녀용내에서의 상품년도에 따른 차이는 볼 수 없었으며 부인용에서는 '엘레강스' 감성이 많이 출현하였는데 상품년도에 따른 차이는 없었다.

텍스타일디자인을 목표 연령대별로 전체적으로 살펴보면 숙녀용 전체와 부인용 전체에 대한 결과를 보면 '엘레강스-스포티' 감성의 출현빈도는 서로 달랐는데, 즉 숙녀용 전체에서는

주로 '스포티'가 느껴진 반면에 부인용 전체에서는 주로 '엘레강스'의 감성이 느껴졌다. 그러나 상품년도에 따른 '엘레강스-스포티'의 감성에는 유의한 차이가 보이지 않았는데 이는 숙녀용과 부인용이 모두 포함되어 99년도 신상품과 4-5년전 상품으로 대별하여 분석하였기 때문이다.

'로맨틱-매니쉬' 감성 : 숙녀용에서 상품년도에 따라서 '로맨틱-매니쉬' 감성은 서로 다르지 않았는데 99년도 신상품의 경우 약간 더 '매니쉬'의 출현이 많은 경향은 있었다(Table 3). 그러나 부인용의 경우 상품년도에 따라서 '로맨틱-매니쉬' 감성이 달랐는데 99년도 상품에서는 '매니쉬'가, 4-5년전 상품에는 '로맨틱'이 많이 출현하였다. 이는 부인용에서는 4-5년전 상품을 복고풍으로서 더 '로맨틱'하게 느끼며 덜 '매니쉬'하게 느끼게 되는 것으로 해석할 수 있다. 99년도 신상품 중에서 숙녀용/부인용에 따라서 '로맨틱-매니쉬' 감성은 서로 다르지 않았으며 4-5년전 상품 중에서 숙녀용/부인용에 따라서 '로맨틱-매니쉬' 감성은 서로 다르지 않았다.

전체적으로 살펴보면, 숙녀용 전체와 부인용 전체에 따라서 '로맨틱-매니쉬' 감성은 서로 다르지 않았으나 상품년도에 따라서는 달랐다. 99년도 신상품 전체에서는 '매니쉬' 감성이 주로 나타났으며 4-5년전 상품 전체에서는 '로맨틱' 감성이 많이 나타났다.

'컨저버티브-컨템포러리' 감성 : Table 4에 의하면 숙녀용의 경우 신상품에서 '컨템포러리' 감성이 약간 많이 출현한 경향이 있으나 4-5년전의 상품과 비교할 때에 상품년도에 따라 '컨저

Table 4. 'Conservative-Contemporary' sensibility occurred from textile design by target age and product year

frequency (# of pictures)	miss99 ①	miss94 ②	madam99 ③	madam94 ④	Miss	Madam	'99	'94
conservative	22	20	31	23	42	53	53	43
contemporary	28	20	9	17	48	27	37	37
χ^2 test	①-②	N S			$\chi^2 = 6.59^{**}$	N S		
	①-③	$\chi^2 = 10.3^{***}$						
	②-④	N S						
	③-④	N S						

P<0.01, *P<0.001, NS; not significant

버티브-컨템포러리' 감성이 다르지 않다고 할 수 있다. 99년도 신상품의 경우, 숙녀용/부인용에 따라서 '컨저버티브-컨템포러리'의 감성이 다르게 나타났는데 숙녀용에서는 주로 '컨템포러리'가 많은 반면에 부인용에서는 '컨저버티브'가 많이 나타났다. 부인용 중에서는 '컨저버티브'의 감성이 많이 출현하는 경향이 있었으나 상품년도의 차이에 따른 감성의 차이도 보이지 않았다. 4~5년전의 상품을 숙녀용/부인용에 따라 살펴보면 '컨저버티브-컨템포러리' 감성의 출현의 빈도가 서로 비슷하여 차이는 보이지 않았다.

숙녀용 전체에서는 '컨템포러리'가 주된 감성으로 나타난 반면에 부인용 전체에서는 '컨저버티브'가 많이 출현하였다. 여기에서 주목할만한 현상은 부인용을 평가할 때에 상품년도가 4~5년전인 것을 99년의 경우보다 더 '컨템포러리'하다고 느낀다는 사실이다. 이는 위에서 부인용에서 99년도 상품보다 4~5년전 상품을 더 '스포티'하고 '소피스티케이트'하다고 느끼는 것과 매우 밀접하다고 볼 수 있는데, 이는 평가자가 20대 여대생이므로 숙녀용에 대해서는 99년도의 신상품을 '소피스티케이트'하고 '컨템포러리'하고 '스포티'하게 느끼지만 부인용에 대해서는 4~5년전 상품을 더 '소피스티케이트'하고 '컨템포러리'하고 '스포티'하게 느끼기 때문이라고 사료된다. 즉 목표시장 연령대와 상품년도가 상호작용으로 여대생의 감성에 영향을 미친다고 할 수 있다. 이는 현재 유행과 목표시장 연령대에

대한 선입관이 존재하는 상황에서 표출된 감성의 결과라고 사료되며 이의 구체적인 관계는 앞으로의 지속적인 연구를 통해 조사할 필요가 있겠다.

목표시장 연령대와 상품년도에 따른 감성 : Fig. 5는 목표시장 연령대에 따른 텍스타일디자인이 여대생에게 미친 감성을 8축으로 도표화한 것이다. 부인용 텍스타일디자인의 경우 '엘레강스', '컨트리', '컨저버티브'의 감성 쪽으로 치우치는 것을 볼 수 있으며 숙녀용의 경우에는 '스포티'의 쪽으로 치우치는 것을 볼 수 있다. 이는 평가자가 20대 여대생이기 때문이기도 하지만 실제로도 부인용이 우아하고 자연친화적이며 보수적인 감성을 표출시키는 텍스타일디자인을 숙녀용에서보다 많이 사용하고 있기 때문이기도 하다.

Fig. 6은 상품년도에 따라 여성복의 텍스타일디자인의 감성을 8축으로 도표화한 것이다. 신상품의 텍스타일디자인이 '메니쉬' 쪽의 감성을 나타내었으며 4~5년전 상품은 '로맨틱'쪽으로 치우쳐 있었다. 그러나 다른 감성에서는 상품년도에 따른 차이는 없는 것으로 나타났다. 이는 목표시장 연령대를 통합적으로 살펴보았기 때문이기도 하지만, 또한 실제적으로도 텍스타일디자인을 기획할 때 목표시장의 연령대를 인식하기보다는 시간에 따른 유행사조의 큰 흐름의 변화를 주의하기 때문이며 이 결과는 99년도에 대중패션에서 미니멀리즘이 최고의 절정으로 표현된 것이라고 사료된다. 즉 시간성을 가장 많이 반영하는 감

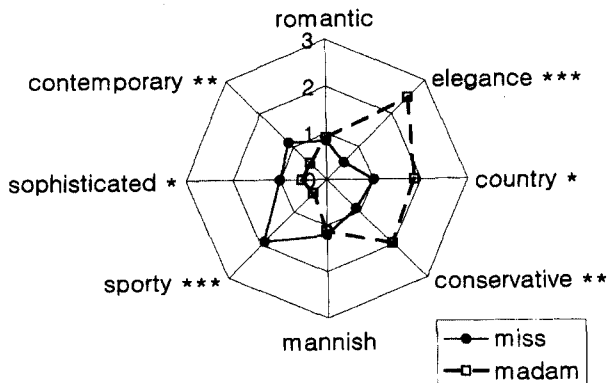


Fig. 5. Tend sensibility of textile designs according to age target by young female.

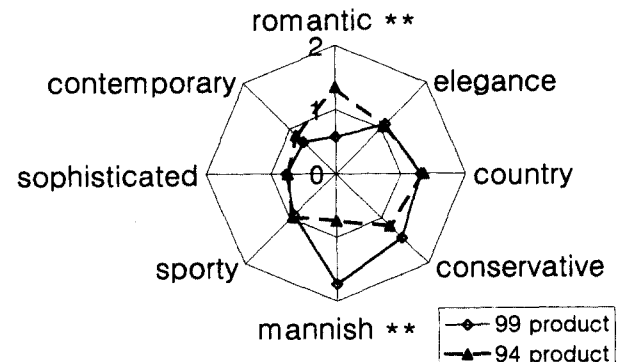


Fig. 6. Trend sensibility of textile design according to product year by young female.

성은 '로맨틱-매니쉬'라고 할 수 있겠다.

4. 결론 및 제안

여성복에서 사용되고 있는 텍스타일디자인을 수집하여 모티브의 소재, 표현기법, 배열구도, 감성 등의 특성을 분석하고 목표시장 연령대와 상품년도에 따른 차이를 조사한 결과 다음과 같은 결론을 얻을 수 있었다.

1. 여성복 텍스타일디자인의 모티브 소재에는 '자연물', '상상물', '복합'의 순으로 많이 사용되고 있었다. 4~5년전에는 '상상물'이 비교적 많이 사용되었으나 99년도 상품에는 모티브의 소재가 점차 다양하게 사용되고 있었다. 목표시장 연령대에 따라서 여성복의 텍스타일디자인에 사용된 모티브의 소재에는 차이가 있었는데 숙녀용에는 '상징물'의 사용이 출현하였지만 부인용에서는 '복합'의 사용빈도가 높았다.

2. 여성복 텍스타일디자인의 표현기법으로는 '약화', '기하학'이 주로 많이 사용되었으며 가장 빈도가 적게 나타난 표현기법은 '사실적'인 표현기법이었다. 숙녀용에서는 '사실적'의 출현 빈도가 있으나 부인용에서는 '약화'와 '복합'의 표현기법이 비교적 많이 출현하였다.

3. 가장 많이 사용된 배열구도는 'all over'였으며 가장 사용빈도가 낮은 구도는 'spaced'이었으나 99년도 신상품에서는 그 사용빈도가 급증하였다. 두번째로 사용이 많이된 구도는 4~5년전에는 '4-way'였으나, 99년도에는 '2-way'였는데 상품년도에 따라서 여성복의 텍스타일디자인의 배열구도에는 차이가 있었다.

4. 99년도 신상품의 숙녀용 의류에 사용된 텍스타일디자인은 '소피스티케이티드' 감성이 주로 많았으나 4~5년전 숙녀용에는 '컨트리'의 감성을 일으키는 것이 많았다. 4~5년전 부인용의류는 '소피스티케이티드'와 '컨트리'가 비슷하게 출현하였으나 부인용의 99년 상품은 주로 '컨트리'하게 느끼고 있었다.

5. 모든 상품년도에서 숙녀용과 부인용의 텍스타일디자인은 '엘레강스-스포티' 감성이 서로 달랐는데 숙녀용에서는 주로 '스포티'가 느껴진 반면 부인용에서는 주로 '엘레강스'의 감성이 느껴졌다. 즉 유행의 시간성에 상관없이 '엘레강스-스포티' 감성은 목표연령대에 따라 달랐다.

6. '로맨틱-매니쉬' 감성은 숙녀용과 부인용에 따라 다르게

나타나지 않았으나 상품년도에 따라서는 달랐는데, 99년도 신상품에서는 '매니쉬' 감성을 주로 느꼈으며 4~5년전 상품에서는 '로맨틱' 감성을 주로 느꼈다.

7. 숙녀용 전체에서 '컨템포러리'가 주된 감성으로 나타난 반면에 부인용 전체에서 '컨저버티브'가 주로 나타난 감성임을 알 수 있다.

종합적으로 여대생 평가자는 숙녀용에 대해서는 99년도의 신상품이 '소피스티케이티드' 하고 '컨템포러리' 하고 '스포티' 하게 느꼈으며 부인용에 대해서는 4~5년전 상품에서 더 '소피스티케이티드' 하고 '컨템포러리' 하고 '스포티' 하게 느꼈다. 앞으로는 목표시장의 연령대와 상품년도가 상호작용을 하는 효과나 평가자의 연령에 따른 고찰, 색채조화, 배색, 세분화된 감성에 따른 텍스타일디자인 관련연구가 가능할 것이다.

참고문헌

- 권오정 (1995) "텍스타일디자인의 이론과 실제". 미진사, pp.185-186.
 김근배 (1993) 의류소재 선정요소 중요도분석을 통한 텍스타일머천다이징 전략. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
 김미지자 (1996) Texture와 Colour Coordination의 감성공학적 Technology에 관한 연구. 한양대학교 박사학위논문.
 박옥련 · 이행화 (1999) 일본소수에 나타난 문양분석. *한국의류산업학회지*, 1(1), 62-68.
 문미영 (1997) 발리의 송켓직물디자인에 관한 연구. *한국의류학회지*, 21(7), 1215-1226.
 오희선 · 이정우 (1996) "텍스타일 디자인론". 교학연구사, pp.51-53, pp.87-91.
 이경희 · 정혜민 (2000) 윌리엄모리스 패턴디자인의 특성. *한국의류산업학회지*, 2(1), 42-50.
 이연순 (1996) "직물디자인". 형설출판사, 10.
 이선화 (1993) "텍스타일디자인". 미진사, 8.
 이주현 (1996) 포스트모더니즘과 텍스타일디자인을 위한 연구. *한국 의류학회지* 20(1), 183-196.
 이주현 · 조현승 (1998) 소비자 감성분석을 기반으로 한 꽃문양 스카프디자인의 레이아웃기법 제안: 제1보, *한국감성과학회지*, 1(2), 23-33.
 조현승 · 이주현 · 지상현 (1998) 시각적 속성에 기초한 섬유패턴 디자인 요소분석체계개발, *한국감성과학회지*, 1(2), 55-63.
 Davis M. L. (1987) "Visual design in dress". Prentice-Hall, NJ, pp.164-181.

(2000년 4월 3일 접수)