

# 현대패션을 통한 감정경험과 감성의 관계연구

김유진\* · 이경희

## The Study of the Relationship between Emotional Experience and Sensibility in Fashion

You-Jin Kim\* · Kyoung-Hee Lee  
Dept. of Clothing & Textile, Pusan National University

### Abstract

본 연구는 18개의 감정어휘와 25쌍의 감성어휘를 사용하여 부산지역 거주 남녀 970명을 대상으로 현대패션에 대한 감정과 감성을 평가하여 구성요인과 의미의 차원을 밝히고, 감정경험과 감성과의 관계를 의복디자인의 조형적 특성으로 분석한 것이다. 본 연구 결과는 구매행동과 구매욕구에 실질적으로 영향을 미치는 감정경험에 대한 실증적 자료로서 의의가 있으며 디자인 기획시 그 활용도를 기대해 볼 수 있을 것이다.

*Keyword : Emotion, Sensibility, Formative Properties*

## I. 서 론

1990년대부터 인간이 가지고 있는 이미지나 감성을 구체적인 제품설계로 실현하기 위해 인간의 감성을 정량적·정성적으로 측정하고 과학적으로 분석·평가하여 이를 제품이나 환

경설계에 응용하는 감성공학적 접근이 이루어져 왔으며, 섬유·의류 분야에 있어서도 개개인의 주관적이고 다양한 감성에서부터 공통된

요소를 찾아내어 이를 의복디자인 개발에 응용하고 있다. 이러한 감정 연구들은 대부분 특정 제품에 대한 감성을 측정·평가할 수 있는 가능성을 모색하거나 감성을 표현하는 어휘구조에 관한 분석, 그리고 특정 감성을 만족시켜 줄 수 있는 디자인 요소들을 찾아 제품기획시 반영하고자 하는 연구로 이루어지고 있다.

의복은 개개인의 복잡하고 다양한 감성에 따라 매우 주관적이고, 서로 다른 의미를 부여할 수 있으며 특정한 감정을 일으킨 대상은 충동적으로 구매 욕구가 직접 유발될 수 있다. 그러므로 단순히 제품에 내재된 감정 파악과 디자인 요소와의 관련성을 밝히는데 그칠 것이 아니라 제품을 통해 경험하게 되는 다양한 감정의 유형을 밝히고 감정과 감성에 따른 의복의 조형적 특성을 함께 분석하여 database화하는 작업이 필요할 것이다.

그러나 의복 디자인과 관련한 감정연구는 매우 부족하여 지금까지의 감정 연구만으로는 의복을 통해 표현된 감성이 어떤 감정을 불러 일으키는지 그 관련성을 정확하게 파악하지 못하고 있는 실정이다.

따라서 본 연구는 현대패션에서 경험한 감정의 유형을 밝히고 패션감성, 의복의 조형적 특성과 관련지어 살펴봄으로서 의복을 통해 유발될 수 있는 부정적 감정을 피하고 긍정적인 감정을 유발하여 현대 패션에서 경험한 감정 감성간의 새로운 의미작용의 체계를 구축하고자 하는데 그 목적이 있다.

## II. 연구 방법

### 1. 연구문제

1. 현대패션에서 경험한 감정의 구성요인과 차원을 알아본다.
2. 패션감성의 구성요인과 차원을 알아본다.
3. 현대 패션에서 경험한 감정과 패션감성간의 관계를 알아본다.
4. 감정과 감성, 의복조형성의 관계를 알아본다.

### 2. 측정도구

#### 1) 자극물의 구성

의복은 대표적인 패션제품으로 다양한 시각적 정보를 가지고 있을 뿐 아니라 인체에 직접 착용되기 때문에 시각적 자극에 의한 감정과 개개인의 감성을 표현하는데 용이하다. 따라서 현재의 트렌드를 잘 반영하고 있다고 생각되는 1997년 F/W부터 2002년 S/S까지의 국내·외 패션잡지에 나타난 사진으로 구성하였다.

Izard(1977)의 10가지 정서유형 중 패션 사진에 의해 유발되기 어렵다고 생각되는 죄책(guilt)항목을 제외한 9가지 항목에 의해 162개의 자극물을 선정하여 판별분석 결과와 감정어휘의 평균값을 고려하여 본 실험에는 총 54개의 사진 자극물이 사용되었다.

#### 2) 척도의 구성

감정을 측정하기 위한 평가도구는 Izard

(1977)의 DES(Differential Emotion Scale)에 준하여 선정하였으며 예비조사 결과 패션자극물에 대해 감정경험을 측정하기에는 감정의 강도가 매우 강하거나 의미가 부적절한 문항을 제외·수정하여 18개의 문항으로 단극 7점 likert 척도로 구성하였다.

감성을 평가하기 위한 척도는 이경희(2001)의 한국인의 패션감성 측정 도구에 준하여 감정어의 척도와 의미가 유사하고 부적 상관을 보인 감성어휘를 제외한 25쌍의 형용사에 대한 양극 7점 likert 척도로 구성하였다.

### 3. 자료수집 및 분석방법

자료수집은 부산시내 거주하는 남·녀 970명을 대상으로 단순무작위 표본추출(simple random sampling)하였으며 불성실하거나 분석에 부적절하다고 판단된 자료를 제외한 850명의 자료가 분석에 사용되었다.

자료의 수집기간은 2002년 3월 4일~9일이며 SPSS/WINDOWS를 이용하여 통계처리하였다.

## Ⅲ. 결과 및 논의

### 1. 감성의 의미구조

감성의 의미구조를 알아보기 위해 요인분석한 결과 현대패션에서 경험한 감정은 부정적 요인, 슬픔·두려움, 각성, 수치감, 기쁨의 5요인으로 구성되었으며 60.165%의 설명력을

나타내었다. 감성의 중요한 차원을 이루는 유쾌함의 쾌-불쾌, 각성의 흥분-침잠의 차원은 현대 패션에 있어서도 경험할 수 있는 중요한 차원임을 확인하였다. 감정경험의 차원 또한 포지셔닝된 디자인의 특성에 따라 X축은 「유쾌한-불쾌한」, Y축은 「각성된-비각성된」의 축으로 해석되었다.

따라서 현대패션에서 경험한 부정적 감정은 다른 감정 경험에 비해 세분화되어 나타나지 않았으나 제품을 통한 부정적 감정경험은 소비자의 기억 속에 강한 인상을 남길 뿐 아니라 상표와 점포이미지 등으로 확대될 수 있으므로 혐오, 경멸, 분노 등 전반적으로 부정적 감정을 유발하지 않는 의복디자인 개발에 주력해야 할 것이다.

### 2. 감성의 의미구조

패션감성은 심미성, 활동성, 개성, 여성, 남성성의 4요인으로 구성되었으며 57.172%의 설명력을 나타내었다. 따라서 패션에 있어서의 미적인 측면을 의미하는 심미성은 패션감성의 의미 공간내에 중요한 차원일 뿐 아니라 패션 감성을 나타내는 중요한 감성이미지임을 알 수 있다. 그리고 건강과 즐거움에 대한 관심을 의미하는 활동성과 개인의 취향을 나타내는 개성, 부드러운 감각의 여성성은 오늘날의 고감각적이고 유연한 패션 경향을 나타낸다 할 것이다.

패션감성의 차원은 포지셔닝된 디자인의 특성에 따라 X축은 「심플한-아방가르드한」, Y축은 「가벼운-무거운」의 축으로 해석하였

다.

### 3. 감정과 감성의 관계

감정과 감성의 상관관계를 알아보기 위해 피어슨의 상관계수를 살펴본 결과 대부분의 요인에서 유의적인 상관을 나타내었다.

부정적 감정과 가장 관련이 있는 감정적 요인은 심미성으로 부적 상관을 나타내었다. 개성과는 부정적 감정과 유의적인 상관이 없는 것으로 나타나 개성을 추구하는 독특한 디자인은 부정적인 감정을 불러일으키지 않음을 알 수 있다. 슬픔·두려움의 감정은 심미성, 활동성, 개성, 여성성 모두에서 부적 상관을 보였고 각성을 불러일으키는 감성은 비록 심미적이진 않지만 개성을 추구하고 활동적이며 여성적인 감성을 갖는 디자인임을 알 수 있다. 수치감의 경우 심미성, 활동성, 개성, 여성성 모두에서 유의적인 상관을 보였고 심미성과는 부적 상관을 나타내었다. 기쁨의 경우에도 심미성, 활동성, 개성, 여성성 모두에서 유의적인 상관을 보였으며 개성과는 부적 상관을 나타내었다. 따라서 심미성과 개성은 감정경험에 중요한 변수로 작용하며 개성적이지 못한 디자인은 기쁨의 감정을 불러일으키지 않음을 알 수 있다

감정유형을 판별하는 감성이미지는 유쾌한-불쾌한, 화려한-수수한으로 나타나 의복디자인은 대부분 심미적 측면의 유쾌한-불쾌한의 감성이미지와 개성을 나타내는 화려한-수수한의 감성이미지에서 판별되었다.

따라서 패션과 관련한 디자인의 판별은 부

분적인 특성에 의한 시각적 인지에서 이루어지기보다는 전체적인 시각에서 복합적인 감성에 의해 판별되고 있음을 알 수 있다.

### 4. 의복조형성과의 관계

감정과 감성의 관계에 있어서 의복조형성과의 두드러진 관련을 나타낸 조형요소들을 살펴보면 다음과 같다.

의복 형태에 있어서 H-line 실루엣은 부정적인 감정을 유발하고 감성에 있어서는 활동성과 높은 관련성을 보였으며 X-line 실루엣은 기쁨의 감정과 심미성의 감성과 높은 관련성을 나타내었다. 색채에 있어서는 유채색의 단색은 각성의 감정과 관련이 높으며 이는 개성, 여성성의 감성과 관련되는 것으로 나타났다. 복합배색은 수치심과 관련이 높고 활동성과 높은 관련성을 나타내었다. 재질감에 있어서는 광택 재질감은 수치심과 관련이 높으나 높은 심미성을 나타내었고 비치는 재질감은 부정적 감정, 각성, 기쁨 등의 다양한 감정을 나타내었고 이는 개성과 여성성의 감성을 나타내었다. 무늬에 있어서 정형적 무늬는 기쁨의 감정과 심미성, 여성성을 나타내었다. 장식에 있어서는 비교적 감정과 감성과의 관련이 가장 적게 나타났으나 소매의 장식적 요소가 각성되고 개성적으로 나타났다.

본 연구의 결과는 긍정적인 감정과 유쾌한 감성을 나타내는 디자인을 개발하고 부정적인 감정과 불쾌한 감성을 나타내는 디자인은 개선할 수 있는 디자인 기획시 기초자료로 활용

될 수 있을 것이다. 그리고 현대 패션을 인지적 측면에서 분석·연구해왔던 시각에서 벗어나 감정적 측면에서 접근함으로써 심리학 뿐 아니라 소비자 행동 등 여러 학문분야에서 중요시되고 있는 감정에 대한 이해의 폭을 넓히고, 패션디자인에 대한 학문적 기반을 확대시킨 점에서도 그 의의를 찾아 볼 수 있을 것이다.

#### 참고문헌

- 권규식(1997), 감성측정기술의 개발 및 제품개발에의 활용, 한국심리학회지, 10(1), 57-83.
- 이경희(2001), 패션감성의 측정도구 개발에 관한 연구(제1보), 한국의류학회지, 25(3).
- Izard, C. E.(1977), Pattern of emotions, New-York : Academic Press.
- James A. Russell(1979), Affective Space is Bipolar, Journal of Personality and Social Psychology, 37(3), 345-356.
- Osgood, C. E., Suci, G. J., Tannenbaum, P. H. & (1967), The measurement of meaning, Urbana : University of illinois Press.