

S/S 티셔츠 소재의 역학적 특성치 및 기본태가 주관적 감성에 미치는 영향

이지은, 권영아
신라대학교 패션디자인산업학과

Effect of The Mechanical Properties and Hand Values of Knitted Fabric for S/S T-shirts on Subjective Hand Evaluation.

Young Ah Kwon, Ji-Eun Rhee
Silla University

Abstract

이 연구의 목적은 S/S 티셔츠 소재의 기본태 및 역학적 특성이 소재에 대한 주관적 감성에 미치는 영향을 밝혀 티셔츠 소재의 감성 이미지를 확립하고 소비자 감성에 적합한 S/S용 티셔츠 소재를 개발하기 위함이다.

이 연구를 위해 2003 봄, 여름에 시판된 5개의 티셔츠 소재가 사용되었고, 티셔츠 소재에 대한 감성 이미지를 도출하기 위해 티셔츠 소재와 관련된 20개의 감성형용어로 설문지를 작성하였다. 설문조사는 총 75명의 성인 남녀를 대상으로 실시하였으며 평가자는 각 문항에 대해서 7점 리커트형 척도를 사용하여 평가하였다. 5개의 시료 각각에 대한 19개의 역학적 특성치를 측정하여 태의 값을 산출하였으며, 각 특성치들과 주관적 감성 이미지와의 관계는 SPSS_Win 10.1을 사용하여 분석하였다.

본 연구결과는 다음과 같다. S/S 티셔츠 소재의 감성이미지는 '유연감', '청결감', '매력성', '건조감', '강성'으로 분류되었으며, 소재의 감성 이미지가 소재의 기본 태에 의해 영향을 받는 정도는 다르게 나타났다. 감성이미지에 가장 많은 영향을 미치는 기본태는 Shari였다. 또한 편성구조 및 섬유조성과 같은 티셔츠 소재의 기본적인 특성이 소재에 대한 주관적 감성이미지에 미치는 영향이 큰 것으로 나타났다.

Keyword : Subjective Hand, Knitted Fabrics, S/S T-Shirts, Image Factor, THV.

1. 서론

티셔츠는 봄과 여름철에 가장 즐겨 입는 의복아이템이다. 여름용 티셔츠의 소재는 편성물인데, 티셔츠의 스타일이 기본적인 디자인에서 크게 차이가 나지 않기 때문

에 소재에 대한 태 및 감성은 티셔츠의 구매와 선호도에 직접적인 영향을 미칠 수 있다. 따라서 티셔츠 소재의 태와 감성 이미지를 파악하는 것은 소비자가 선호하는 여름용 티셔츠를 개발하는데 기초적으

로 연구되어야 한다. 그러나 직물의 태와 감성에 관한 연구들은 많이 수행되어온 반면, 편성물의 태와 감성에 관한 연구는 거의 수행되지 않은 실정이다. 이에 본 연구는 봄과 여름용 니트 티셔츠 소재인 위편성물의 역학적 특성치와 기본태 값을 산출한 다음, 이 객관적 소재의 특성이 티셔츠 소재의 주관적 감성에 미치는 영향을 밝혀 티셔츠 소재 기획시 기초자료로 제시하고자 한다.

2. 연구 방법

1) 시료

2003년에 일반적으로 많이 시판한 S/S 남성용 니트 티셔츠 5종을 수집하여 티셔츠 소재의 시료로 사용하였다. 수집된 티셔츠 소재는 면 100%의 single, pique, interlock과 Coolmax의 single, pique이다.

2) 소재의 역학적 특성 및 태 측정

티셔츠 소재의 역학적 특성치 측정은 KES-FB system을 사용하였다. 기본태값은 KN-403-KTU로, 종합태값은 KN-304-SUMMER로 각각 구하였다.

3) 주관적 감성 평가 및 자료분석 방법

주관적 감성 평가는 설문조사에 의해 측정하였으며, 평가기간은 2003년 8월 한달간 부산시내에 거주하는 20대 남녀 대학생집단을 대상으로 소재를 제시하고 소재에 대한 20쌍의 감성이미지 형용어에 관한 문항에 응답하게 하였다. 평가자는 소재를 보고 만져보면서 각 문항에 대해서 7점 리커트형 척도법을 사용하여 평가하였다. 자료분석을 위해 SPSS_Win 10.1을 사용하여 요인분석, t-검정, 회귀분석을 행하였다.

3. 결과

1) S/S 티셔츠 소재의 감성이미지

티셔츠 소재의 감성이미지에 대한 평가 자료를 요인분석한 결과 5가지 요인으로 분류되었는데 요인1은 '유연감', 요인2는 '청결감', 요인3은 '매력성', 요인4는 '건조감', 요인5는 '강성'로 명하였다.

2) 소재의 특성치가 주관적 감성이미지에 미치는 영향

감성이미지에 가장 많은 영향을 끼친 소재의 역학적 특성치는 2HG5 < 무게 < 표면 거칠기 < 실 번수 순이었다. 요인1의 '유연감' 이미지는 인장특성과 압축특성을 제외한 다른 모든 역학적 특성치의 영향을 유의하게 받았고, 요인3의 '매력성' 이미지는 인장특성과 압축특성에 의해 유의한 영향을 받았다.

3) 소재의 특성치 및 태가 주관적 감성형용어에 미치는 영향

감성이미지에 가장 큰 영향을 미친 소재의 특성치는 실번수, SMD, 두께 순으로 나타났다. 감성이미지에 가장 영향력이 큰 실번수의 경우, '부드러운'과 '흡수가 잘 되는'의 감성형용어의 영향력이 컸고 표면 특성의 SMD의 경우, '매끄러운'과 '부드러운'의 감성형용어의 영향력이 컸다. 또 두께는 '가벼운'과 '흡수가 잘 되는'의 감성형용어의 영향력이 컸다.

기본태 중 Shari가 감성형용어에 미치는 영향력이 가장 컸으며, Shari는 5개의 감성형용어 중 요인1의 '가벼운'에 영향을 가장 많이 주는 것으로 나타났다. 종합태는 요인1의 영향을 가장 많이 받았고 기본태의 Shari와 마찬가지로 요인1의 '가벼운'의 영향을 가장 많이 받는 것으로 나타났다.

4. 결론

본 연구 결과는 다음과 같다.

1) S/S 티셔츠 소재의 감성이미지는 ‘유연감’, ‘청결감’, ‘매력성’, ‘건조감’, ‘강성’으로 분류되었다.

2) ‘건조감’, ‘강성’은 티셔츠의 쾌적성과 관리성에 영향을 줄 수 있는 기능적 감성 이미지인 반면, ‘매력성’, ‘청결감’은 티셔츠 착용 시 외관에 영향을 줄 수 있는 심미적 감성 이미지라고 할 수 있다.

3) 인장특성과 압축특성은 티셔츠 소재의 기능적 이미지보다는 심미적 이미지에 더 영향을 준다는 것을 알 수 있다.

4) 소재의 역학적 특성치는 소재에 대한 기능적 감성이미지와 심미적 감성이미지 모두에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 소재의 기본태는 기능적 감성이미지에만 영향을 미치는 것으로 나타났다.

5) 편성구조 및 섬유조성과 같은 티셔츠 소재의 기본적 특성이 소재에 대한 주관적 감성이미지에 미치는 영향이 유의한 것으로 나타났다.

본 연구 결과, 소재의 역학적 특성 및 소재의 기본특성이 소비자의 주관적인 감성에 미치는 관계식을 구함으로써 S/S 티셔츠 기획에 있어서 소비자의 선호감성을 고려한 소재기획의 방향을 제시할 수 있을 것으로 기대된다. 한편 개발된 편성물의 태 측정식에 의해 구한 태값은 니트소재의 심미적 감성이미지를 예측하는데 그다지 기여하지 못하므로 다양한 편성물제품에 대한 객관적 태 측정식에 대한 후속연구가 필요하다고 사료된다.

5. 참고문헌

In Hoe Jeong, 2000. Transactions: The Analysis of Fabric Impact and Consumer's Preference for Fabric on Clothing Purchase. J. Of KSCT, 26(1), 83-95

Sam Ho Jeong, 1990. A Study on the Color Preference of Women by Fabric Samples in Solid Colors and Drawings of Clothing Styles Painted in Colors, Home Economics Culture Journal, 4, 55-75.

Sang-Song Lai, 2001. Objective Evaluation for the Visual Texture of Men's Summer Shirt Fabric, Jpn. Res. Assn. Text. End-Uses, 42(10), 47-54.