

텍스타일 프린트 디자인 발상을 위한 대중음악 장르별 감성 언어이미지 연구 I

김지연¹⁾ · 오경화^{2)†}

¹⁾중앙대학교 의복과학전공
²⁾중앙대학교 패션디자인전공

A Study on the Emotional Language Imagery according to Popular Music Genres for Development of Textile Print Design Ideas I

Ji Yeon Kim¹⁾ and Kyung Wha Oh^{2)†}

¹⁾Major in Clothing & Textile Science, Chung-Ang University; Seoul, Korea

²⁾Dept. of Fashion Design, Chung-Ang University; Seoul, Korea

Abstract : This study investigates the positioning of emotional language images in popular music genres for developing textile print design ideas. Auditory and synaesthetic imagery were employed to deduct emotional language images from popular music genres and analyze differences in emotional language images according to popular music genres. Six genres of popular music were selected as stimulus and a survey was conducted to analyze emotional language imagery differences and similarities depending on popular music genres. The results of this study were: The results of the factor analysis and the reliability test on emotional language imagery showed factorial structures that include Lyrical-Feminine, Intense-Masculine, Euphoric-Active, Gloomy-Melancholy, Abstruse-Sophisticated, and Addictive-Continuous. The results of the mean scores of emotional language imagery of each popular music genre showed that respondents tended to perceive that ballad and new age music are similar and hip-hop & rap, dance, and metal-rock are similar. Based on the multi-dimensional scaling analysis, new age positioned Lyrical-Feminine, metal-rock positioned Intense-Masculine, dance music positioned Euphoric-Active, and ballad positioned Gloomy-Melancholy. This study provides elementary resources to inspire innovative textile prints designed through different characteristics of emotional language imagery according to each popular music genre.

Key words : emotional language imagery(감성 언어 이미지), popular music genres(대중음악 장르), synesthesia(공감각), textile print design(텍스타일 프린트 디자인)

1. 서 론

다양한 정보가 대량으로 유통되는 현대사회는 양적 충족보다 질적인 변화가 대두되는 감성 정보화 사회로, 소비자는 상품의 기능적인 부분보다 정신적, 심리적, 정서적 부분에서의 충족을 요구하고 있다. 즉 경제적으로 풍요로워진 소비자들은 다양한 구매성향을 표출하면서 실용적인 가치를 추구하기 보다는 미적, 사회적, 문화적 요소를 모두 만족시켜줄 수 있는 차별화된 디자인을 계속해서 요구하고 있다. 특히 소비자들의 감성적 예측이 지속적으로 필요한 패션 관련분야는 상품선택에 있어 소비자 개인의 감성이 고도로 작용하는 분야로 그 시대의 문화의 흐름을 주도하고 있다. 따라서 다른 산업 분야에 비해 빠른 속도로 변화하는 텍스타일 · 패션 제품 소비성향의 주요 안건

은 소비자 자신의 라이프스타일을 만족시켜 줄 수 있는 디자인에 대한 감성적 충족일 것이다. 이에 따라 현대 사회에서 텍스타일을 비롯한 대부분의 디자인 방법론을 제시할 때 감성적 접근이 매우 중요해지고 있다(Kim & Kim, 2010).

인간이 가지는 감성은 자극에 대하여 지각할 때 서로 다른 부분에 영향을 주거나 또는 영향을 받아 반응한다(Birren, 1985). 이는 공감각(共感覺, synesthesia)이라는 개념으로 설명할 수 있으며, 즉 인간의 오감은 서로 통해 있고 그 상호작용의 결과로 대상에 대한 인간의 반응이 가능하다는 것으로 이러한 오감이 연계되어 청각적인 자극에서 시각, 후각, 촉각 등을 경험하고, 시각적인 자극에서 후각, 촉각, 청각 등을 경험하는 것을 의미한다(Jung, 2002). 공감각에 대한 연구는 다각적으로 이루어지고 있으며 특히 소리나 음악 등과 같은 청각적인 요소에서 색채연상을 경험하고, 회화를 비롯한 시각물로부터 음악적 감성을 체험하는 연구는 색채나 형태로 전환될 수 있는 예술과 디자인 분야에서 많이 다루어져왔다(Lee, 2004). 그러나 개인의 감성적인 성향을 청각이미지를 통한 언어이미지로 추출하고 또

†Corresponding author; Kyung Wha Oh
Tel. +82-2-820-5381, Fax. +82-2-826-4243
E-mail: kwahoh@cau.ac.kr
본 논문은 박사학위논문의 일부임.

그 차이와 대상에 따른 포지셔닝을 해 봄으로써 감성이미지를 도출하는 연구는 거의 이루어지지 않았다. 특히 모든 사람들이 즐기는 가장 보편적인 문화이자 당시의 사회상을 반영하면서 사회, 문화 전반에 큰 영향을 미치고 있는 대중음악의 여러 장르들을 대상으로 한 연구는 다소 미흡한 실정이다.

이에 본 연구는 청각으로부터 유발된 감성을 시각적으로 표현한 선행연구를 토대로 음악적 감성을 감성형용사와 같은 감성 언어이미지로 표현하는 과정에서 요구되는 이론적인 배경과 구체적인 사례들을 살펴보고자 한다. 특히 본 연구는 다양한 음악 분야들 중에서 현대사회에서 인간에게 가장 많은 영향을 미치고 있는 대중음악의 여러 장르에 주목하고자 한다. 전문서적 및 대중음악 전문가 인터뷰, 음악 전문 웹 사이트 검색 및 분석 등을 바탕으로 발라드, 재즈, 메탈락, 댄스, 힙합앤랩, 뉴에이지 등 대중음악의 대표적인 장르별 특성과 감성형용사를 통한 감성 언어이미지를 정성적으로 조사한 후 설문조사를 통해 정량적으로 분석하여 객관성을 갖고자 한다. 대중음악의 장르별 감성 언어이미지를 분석하고 관계구조를 공간상의 그림으로 나타내어 표현 전달 효과를 높이기 위해 다차원 척도법을 사용하도록 하겠다. 본 연구는 공감각을 이용하여 대표적인 대중음악 장르별 다양한 특성을 감성 언어이미지로 표현하고 이를 바탕으로 텍스타일 프린트 디자인 발상에 활용할 수 있는 기반을 마련하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 공감각

우리가 환경에서 받는 물리적 힘을 탐지하여 신경신호로 변환시키는 과정을 감각(sensation)이라고 한다. 그리고 이러한 감각을 통해 느끼게 하는 것을 지각(perception)이라고 하며 감각의 한 수용세계에 자극을 주어졌을 때 직접 감각계통에 따르는 반응 외에 다른 감각계통의 감성 반응을 불러일으키는 현상을 공감각이라 한다(Kim's study as cite in Gombrich, 1960, 1992). 즉, 복합감각이 둘이상의 감각이 물리적으로 혼합되어 있는 것이라면, 공감각은 하나의 감각에서 다른 감각으로 전이

됨으로써 생기는 한 이미지 단위 안에 공존하는 둘이상의 감각인 것이다(Jung, 2002). 이것은 하나의 자극에 대응하여 두 개 이상의 감각이 연합되어 나타나는 현상으로 신경계의 모든 부분이 결합되어 있고 서로 간의 상호작용에 의해 반응을 말해 준다(Kim's study as cite in Kim, 2007). 이러한 동시성의 개념은 인간의 모든 감각기관에서 체험되는 감정을 수렴하여 표현하는 것으로 시간과 공간의 경험적인 것에 한계를 두지 않은 통합적 개념이다. 예를 들어 오래전에 들던 노래를 들었을 때 당시의 분위기를 기억하듯 기억되는 과정 동안 다른 감각과 다른 감정을 유발하게 되는 것을 말한다. 이것은 하나의 감각이 공유되는 다른 감각을 설명하며 감성을 자극하는 매체로서 공감각적인 반응이 가능함을 시사한다(Kim, 2012).

고도화된 감성사회로 접어들어 소비자의 라이프스타일이 변화하고 개인적 욕구충족에 대한 제품의 의존도가 높아지면서 소비자의 감성을 고려한 공감각적 성향의 통합적인 제품개발 및 마케팅이 부각되고 있어 공감각에 대한 연구는 다각적으로 이루어지고 있다. 이러한 시도는 회화에서 청각을 통한 이미지를 색채로 표현하여 개념적 추상화로 형상화한 러시아의 화가 바실리 칸딘스키로 인해 시작되었다. 음악의 리듬을 균형과 조화와 화음으로 나타내듯 탈 장르를 지향하는 현대미술에서 색채와 형태를 이용해 청각적인 이미지를 시각적인 조형적 구성을 통해 공감각적으로 표현하려하였다. 또한 모든 색채가 의미를 가지듯 형태 또한 감성적 의미 부여를 통해 균형, 대비, 조화, 운동감 등을 자유롭게 표현할 수 있다고 설명하였다. Table 1은 칸딘스키의 작품에서 음악을 시각화한 대표적인 작품으로 음악이 주는 균형과 조화, 리듬감을 미술적 일치성을 통해 표현한 즉흥(Improvisation) 11번, 구성(Composition) 5번, 인상(Impression) 3번이다.

또한 1920-1930년대 한국문학의 시와 시조에서 표현된 공감각적 심상이 활용된 사례 중 Table 2는 청각적 감각 기관에 자극 없이 의식 속에 떠오르는 영상이 시각적 감각기관의 의식 형태로 전이되는 공감각적 현상을 잘 보여준다. 이런 효과는 시 자체가 가지는 감성을 은유적으로 표현하게 하며 우리의 일련적인 의식을 해체 시키는 인지효과를 가져오게 한다.

Table 1. Wassily Kandinsky's the visualization of music

Improvisation 11. (1910)	Composition 5. (1911)	Impression 3. (1911)

<http://www.wikipaintings.org>

Table 2. Synesthetic expression in poetry

No.	Expression/Author and Book Title	Sense of transition
1	Blue bells scattered like fractions / Kim Gwang Gyun <Exogenous Village>	Visualizations of Hearing
2	Far-away sound take off the clothes of a woman / Kim Gwang Gyun <Snowy Evening>	Hearing of Visual
3	Smoky sound of insects kicked and kicked / Kim Gwang Gyun <The lyricism of some autumn>	Visualizations of Hearing
4	Bells may miss / Kim eok <Spring goes>	Visualizations of Hearing
5	Gold as the joyful ringing of the burning sun / Park Nam Su <Morning image>	Hearing of Visual
6	Red-and cried all night crying like a flower / Suh Jung Joo <Leper>	Visualizations of Hearing
7	Body under the sun, the flag cry out. / Lee Ho Woo <The flag>	Hearing of Visual
8	Golden lazy Weeping / Jeong Ji Yong <Incense>	Visualizations of Hearing
9	Streamlet that old story / Jeong Ji Yong <Incense>	Hearing of Visual
10	Running to the end of the night breeze sound / Jeong Ji Yong <Incense>	Visualizations of Hearing
11	Ring a bell at the dawn / Kim Kwang Sub <In life senses>	Hearing of Visual
12	Lank cricket gradually freezes and sound / Lee Byung Kee <Plum Blossom >	Visualizations of Hearing

공감각을 통한 발상에 대한 관심이 높아짐에 따라 패션 디자인 분야에서도 공감각 연구를 통한 디자인 발상이 꾸준히 이루어져 왔다. 특히 대중음악 장르에 따른 공감각적 디자인 발상에 대한 연구로, Jung(2002)은 재즈음악의 시각화를 통해 의

상디자인 연구를 하였으며, Lee(2004)는 펑크록 음악의 시각화를 통해 의상디자인을 하였다(Table 3). 이러한 선행연구들은 대중음악의 한 가지 장르를 바탕으로 공감각적 디자인을 제안하였으며 대중음악의 다양한 장르에 따라 디자인 발상의 차이에 대한 조사는 이루어진 바 없다. 이에 본 연구는 대중음악의 장르별 청각이미지를 감성 언어이미지로 도출하여, 대중음악 장르별로 표현되는 감성 언어이미지의 차이에 따라 대중음악의 각 장르를 포지셔닝을 해봄으로써 텍스타일 프린트 디자인의 발상에 활용할 감성 언어이미지를 제시해 보고자 한다.

2.2. 감성이미지

감성이란 인간의 감각기관을 통하여 받아들여지는 자극에 대한 생각이나 반응으로 어떤 사물에 대하여 마음속에 일어나는 직관적 인상이나 감정을 의미한다. Boulding(1956)은 시각적으로 보여지는 모든 요소들을 통일시키고 내적자극을 통합하는 이미지를 개인의 주관적인 인식에 의해 긍정적 또는 부정적인 판단으로 분별하고 신뢰와 불신 등과 같은 인식을 하는 일이라고 하였다. 그러므로 이미지의 형성은 외부와 내부의 자극에 의해 반응에 이르는 지각화 과정을 통하여 각각의 자극이 내적 이미지들과 결합하여 새로운 의미를 갖게 되는 것이며 이때 부여된 의미를 감성 이미지라 할 수 있는 것이다(Kim, 2012b).

감성 이미지의 의미 전달은 사물이나 표상(表象)의 공통된 속성이나 관계를 만들어내고 개별적인 지적 활동을 통한 연상 작용과 관련이 있다. 또한 언어 이미지(verbal image)는 일정한 뜻과 함께 구실과 작용을 위한 기능을 가지고 있으며 구전을 통해 마음속에서 재생되는 언어 심상으로 감각 기관에 대한 자극 없이 의식 속에 떠오르는 영상의 측면이 강하다. 현대 모든 산업은 고도정보화 시대에 다품종 소량 생산체제로 사회적 경

Table 3. Fashion designs by synesthetic interpretation of popular music

Jung(2002). A study of fashion design based on musical sensitivities : centered on synesthetic interpretation about Jazz

Lee(2004). A study of fashion design based on visualization of music :centered on expressing cosmos image by synesthetic interpretation about Punk Rock

제작 문화적 흐름이 바뀌고 개인욕구충족을 위한 감성에 대한 소비의 패턴이 주류를 이루고 있다. 그러므로 평가대상에 따른 이미지를 형성하는 형용사 어휘들을 일정한 기준에 따라 범주화 하고 내포적 의미를 파악하고 평가대상의 의미 공간을 잘 나타낼 수 있는 연구가 필요하다. 또한 감성 이미지의 구성 요인을 밝히는 동시에 시각적으로 느끼는 감성의 차이를 분석하여 디자인 요소들을 모두 함께 평가할 수 있는 감성 이미지 연구가 절실한 시점이다. 섬유 패션 분야에 형태나 색채, 패턴 등의 디자인 요소인 시각적인 형태 이미지를 간접적으로 객관화하거나 감성을 직접적으로 구체화하는 시도는 감성 이미지 연구를 통하여 포괄적으로 이루어지고 있다. Cho and Lee(2005)는 소비자 감성에 기반한 데이터베이스를 구축하기 위한 시스템개발 연구를 통해 디자인요소들이 감성에 미치는 영향을 분석하였으며 감성어휘를 추출하여 감성 척도를 연구하였다.

Na and Kwon(2000)은 텍스타일 전반에 대한 소비자 감성 등을 파악하는 연구를 하였으며 Na and Han(2002)은 텍스타일 디자인 요소에 따라 소비자의 감성이 어떻게 변화하는지를 분석하였다. 그러나 다양한 감성 이미지들을 분류하고 범주화하여 감성 이미지의 구성 요인 간 차이를 규명한 연구는 다소 미흡하다. 이에 본 연구는 패션을 이루는 모든 디자인 요인들이 통합적으로 상호작용을 하여 전체적인 이미지가 형성되는 점을 고려할 때, 패션에서 일정한 목적이나 기능에 맞게 제작되는 상품의 감성 이미지에 관련된 언어 이미지를 포지셔닝 하

기 위해 대중음악 장르를 이용하여 감성형용사를 도출하고 분류해 보고자 한다.

2.3. 대중음악의 장르별 특성

대중음악은 대중을 대상으로 하여 다양한 매체를 통해 전파되는 음악 양식을 총칭하는 것으로 모든 사람들이 즐기는 가장 보편적인 문화중 하나이다. 일찍이 보급된 라디오, TV, 오디오 등을 통해 자연스럽게 사람들의 생활 속으로 밀착되었으며 방송매체의 확장으로 미디어 뿐만 아니라 시대의 문화 콘텐츠로 그 규모도 비약적으로 커졌다(Seo & Choi, 2007). 또한 대중음악은 사람이 살아가면서 느끼는 회노애락을 중시하며 대중성과 보편성을 갖고 형태나 양식이 다양한 음악 장르로 발전하였다. 대중과의 결합에 가치를 두는 이형 문화 중 하나인 대중음악 장르의 범위는 음악 양식과 구조에 따라 다르게 구분되기 때문에 장르의 분류에 있어 범위가 넓고 분명하지 않은 부분이 있다. 그러나 대중들이 까다롭거나 힘들지 않게 접근하고 해석할 수 있으며 사회적 동조 현상과 상업성이 강하기 때문에 음향과 미디어 상품이 합쳐진 뮤직비디오 산업으로도 크게 발전하였다.

뿐만 아니라 최근 소셜 미디어의 발전은 이를 매개체로 한 음악이 가지는 청각적 요소에 시각적인 요소가 결합하여 새롭게 변화되는 양상을 띠고 있다. 또한 새로운 가수들의 연출이나 여러 가지 시각적인 자극들은 패션상품에도 영향을 주고 있다. 다양한 대중매체를 통한 대중문화가 빠르게 변화하며 발달

Table 4. Musical characteristics of popular music genres

Popular music genres	Musical characteristics	Details types
Ballad	· Romantic and sentimental songs · Mild and slow bit music with subject of love · Gloomy songs to express one's depression and pains with broken heart of love · Easy and comfortable, sweet and soft, and feminine and sad music	Pop ballads, rock ballads, hip-hop ballad, R&B ballad, metal ballads
Jazz	· African rhythm and blues with a mixture of white folk and classical music · Importance of improvisation: the distinctive emotion of the swing based on off-beat rhythm · Free playing with musical instruments: the players' distinguishable musical sense of individuality and creativity	New Orleans jazz, swing, bebop, cool jazz, bossa nova, free jazz, fusion jazz, acid jazz
Metal Rock	· Rock has started to become artistically sophisticated and have a strong bit after Beatles, four men's group originated from the U.K., entered the U.S. in 1964. · Metallic and massive sound, aggressive and masculine styles and lyrics	Space Music (cosmic music), progressive rock, art rock, jazz rock, punk rock, modern rock, metal rock
Dance	· All kinds of musical accompaniment to dance · After the 20th century, the dance music has not meant simply incidental music for dancing but listening for the entertainment, then, dance musician led to the emergence of a new entertainer.	Disco, hip-hop, techno, popping, locking metal, jazz, break, salsa, club, shuffle
Hip-hop & Rap	· Originated from the lower-status African and Spanish teenagers' cultures in Harlem in the late 1970s · The art form of hip hop consist of deejaying (the cutting and scratching of records), emceeing/ rapping, break dancing, and graffiti art.	Alternative rap, jazz rap, West Coast Rap, East Coast Rap, underground rap, Latin rap, hardcore rap, old school, Southern rap, British rap, G-funk, pop rap, French rap, abstract hip hop
New age	· A type of gentle melodic popular music originating in the US in the late 1980s, which takes in elements of jazz, folk, and classical music and is played largely on synthesizers and acoustic instruments · The communion of Eastern and Western cultures: express oriental mysterious, Avant-garde, and improvised musics playing with acoustic musical instruments or synthesizer	New Age music, New Age song, a classic New Age, New Age music for the treatment

하고 있는 가운데, 특히 패션산업이 대중음악과 같은 대중문화에 많은 영향을 받고 있어 대중음악을 통한 다양한 텍스타일 패션의 창출이 요구되고 있다(Seo & Choi, 2007). 본 연구에서는 대중음악 중 가장 보편적이며 장르 간에 구분이 확실하고 대중들의 선호도가 높은 6개의 장르(발라드, 재즈, 메탈락, 댄스, 힙합앤랩, 뉴에이지)를 선정하여 대중음악의 장르별로 가지고 있는 특성에 따른 감성 이미지를 언어 이미지를 통해 구분해 보고 대중문화 저변에 자리 잡고 있는 대중음악과 텍스타일 패션의 공감각적 관련성을 알아보고자 한다. Table 4는 Kim(2012b)의 선행연구와 음악 전문 웹사이트인 엠넷(mnet. com), 중앙일보 'Special Knowledge <151> Popular music genres' (2010)를 참고하여 6개 장르의 음악적 특성을 정리한 것이다.

3. 연구방법

3.1. 연구문제

본 연구의 목적은 음악의 공감각을 통해 대중음악 장르별 감성 언어이미지의 특성 차이를 분석하여 텍스타일 프린트 디자인 아이디어를 얻고자 하는 것이다. 본 연구의 목적을 위하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 대중음악의 장르에서 지각된 감성 언어이미지의 하위차원을 규명한다.

Table 5. Selection of music genres

Genres	Title of Song
Ballade	2AM - You like me
Hip-hop & Rap	Jay-Z - Empire State Of Mind
Metal Rock	Journey - Separate Ways
Jazz	Stanley Gayetzby - Autumn Leaves
Dance	Big Bang - FANTASTIC BABY
New Age	Yiruma - River Flows In You

연구문제 2. 대중음악의 장르별 지각된 감성 언어이미지 하위차원의 차이를 살펴본다.

연구문제 3. 감성 언어이미지에 따라 대중음악의 장르들을 포지셔닝한다.

3.2. 자극물의 선정

대중음악 장르의 분류와 음악의 선정은 공증된 음악전문 웹사이트인 엠넷을 이용하였다. 대중음악 장르의 특성 및 정보, 인기 차트 순위를 참고하여 장르 간에 구분이 확실히 될 수 있으며 대중들의 선호도가 높은 음악을 국내외로 구별하지 않은 장르별 순위에 따른 것으로 2012년 3월부터 4월까지 1위에서 5위내 순위의 실질적으로 현대의 이 시점에서 대중적인 감성을 표현하고 있는 곡들을 본 연구의 자극물로 선정하였다. 자

Table 6. Emotional adjectives by popular music genres

Genres	Emotional adjectives
Ballade	warm, slow, sad, stable, comfortable, warm, gentle, noble, romantic, static, elegant, soft, sweet, sensual, charming, bright, stylish, passive, calm, sweet, crisp, delicate, elegant, simple, modest, shy, pure, natural, affectionate, feminine, intelligent, orderly, quiet, beautiful, sad, sorrowful, harmonious, calm, young, fresh, happy, peaceful, cool, attractive, mature, dark
Hiphop & Rap	modern, fast, upbeat, sexy, free-spirited, jaunty, rhythmically straightforward, candid, dark, grungy, simple lasting, unique, mischievous, chaotic, cult, minimalist, melancholy, dark, disturbing, simple despicable, critical, topical, sticky, addictive, passionate
Metal Rock	continued, primitive, impulsive, desperate, divisive, self-injury, intense, disturbing, insane, shocking, obscure, unusual, unpleasant, destructive, tough, explosive, aggressive, blunt, chaotic, gloomy minimalist, outrageous, rebellious, provocative, vanity, extreme, loud, sarcastic, loud, discordant, simple, intense, unstable, anger, shocking, extreme distorted, poignant, outrageous, grossly, innovative, dark, gloomy, dirty, rough, rigid, repetitive, desperate, cult, gray, grim, heavy, dark, political, symbolic of death, in vain, to resist, nervous, threatening, combative, explosive, violent, colorful, swirling, powerful, vibrant, bursting, heavy, feral, male, thrill, enemy, rowdy, confusing, irritating, primitive, cruel, arrogant, material, robustious, disruptive, aggressive, primitive, desperate, screaming, distorted, fragmented, bleak, intense, jaunty, joyous, exciting, fast, rhythmical, bright, colorful, joyous vitality, humorous, sensual, open, jaunty, joyous, free-spirited, outspoken, exotic, noisy, unique, unlimited, new, rhythmic, loud, unusual, mischievous, fast, exciting, explosive, energetic, open, crazy
Jazz	jaunty, bright, simple, intense, colorful, festive, free, improvised, hopeful, luxury, urban, extroverted, cheerful, rhythmic, enterprising, regret, intense, loud, insane, fast, violent, innovative, dynamic, unconstrained, suspenseful, discordant, radical, avant-garde, colorful, bouncing, moving, fast-paced, flamboyant, aggressive, mixed, contradictory, ironic, anxious, impatient, profound, esoteric, challenging, an aggressive, progressive, spirit, strong, pungent, dark and harsh, angry, sensitive, calm, gentle, intelligent, non-aggressive, peaceful, comfortable, tediousness, structure, formalized heavy, seems to meditate, that is simple, neat, light, calm, degage, intelligent, neat, sober, safe, decent, gentle, sophisticated, sexy, sticky, passionate
Dance	addictive, joyous, free-spirited, jaunty, rhythmically, loud, simple, spirit, passionate, intense, free, unconstrained, unscripted, sexy, passionate, open, bright, mischievous, fast, exciting, Unlimited, new, rhythmic, loud, lasting, simple, vibrant, passionate, extroverted, lavish, upbeat, rhythmic, urban, cool, energetic, extroverted, young, vibrant, profound, modern, vibrant, spirited, colorful, voluptuous, cute
New Age	clear, clean, natural, fresh, beautiful, comfortable, soft, delicate, lyrical, metaphorical, emotional, static, warm, gentle, passive, placid, happy, peaceful, mysterious, feminine, natural, mature, calm, clean, light, healing, natural, universal, cozy, calm, quiet, hazy, languid decadent, gloomy

Table 7. Primary extraction of emotional adjectives

Genres	Emotional adjectives
Ballade	bright, warm, slow, sad, gentle, noble, gentle, romantic, static, elegant, subtle, sensual, stylish, elegant, pure, feminine, intelligent, quiet, sad, sorrowful, beautiful, calm, cool, attractive, mature, dark
Hiphop & rap	candid, modern, free-spirited, rhythmical, simple, straightforward, continuing, critical, topical, despicable, sticky, addictive, passionate
Metal Rock	intense, destructive, impulsive, rough, loud, intense, innovative, dark, repetitive, simple, colorful, vibrant, exciting, masculine, provocative, explosive, intense, exciting, rhythmical, rhythmic, explosive, free-spirited, energetic, crazy
Jazz	tense, vibrant, bright, intense, colorful, simple, free, improvised, termless, dissonance, gaudy, profound, intricate, tender, decent, gentle, sophisticated, sexy, sticky, passionate
Dance	complex, joyous, free-spirited, rhythmical, passionate, rhythmical, addictive, free, improvised, Pharmaceuticals, new, bright, sexy, passionate, exciting, fast, rhythmic, lasting, passionate, vibrant, simple, energetic, colorful, cute
New Age	clear, a natural, comfortable, beautiful, soft, delicate, lyrical, metaphorical, emotional, static, placid, happy, peaceful, natural, mature, calm, clean, healing, natural, cozy, calm, quiet, hazy, lazy, depressed

극물의 객관성과 신뢰도를 높이기 위해 2012년 4월 12일부터 28일까지 대중음악 작곡가와 현직 실용음악과 교수, 영상음악 프로듀서 등 대중음악에 대한 지식과 정보가 많은 전문가 5명을 선정하여 장르 분류의 적합성과 장르에 선정될 곡의 분류, 장르별 특성을 가지는 감성형용사를 파악하고자 일대일 심층면접을 시행하였다. 전문가 심층면접 결과, 선정된 장르는 발라드, 재즈, 메탈락, 댄스, 힙합앤랩, 뉴에이지 등 6개 장르로 발라드와 댄스는 가요에서, 메탈락은 락/메탈에서, 뉴에이지는 이지리스닝 부분에서, 그리고 재즈의 분류는 재즈 블루스의 쿨재즈에서 그리고 힙합앤랩은 댄스의 장르에서 곡을 선정하였다(Table 5).

3.2.1. 언어이미지 분석을 위한 감성형용사 선정

본 연구에서 언어이미지 조사를 위하여 Jung(2002)와 Lee(2004)의 선행연구에 사용된 감성형용사와 엠넷 등의 음원사이트, 대중음악 전문자료를 통해 해당 음악장르와 관련된 내용 중 언급된 감성형용사로부터 장르별로 총 350여개의 감성형용사를 선정하였다(Table 6).

수집된 형용사를 같은 의미를 갖는 반복된 어휘는 삭제하고 유사어휘는 의미상 대표어휘로 묶어 133개의 감성형용사를 추출하였다(Table 7). 그리고 대표 형용사를 추출하기 위해 앞서 선정한 실용음악 작곡가와 현직 실용음악과 교수, 영상음악전문가 등 5인의 심층면접을 실시한 결과 대중음악의 특성을 나타내는 감성형용사를 장르 구분없이 최종적으로 40개를 추출하였다(Table 8).

3.3. 자료수집 및 분석방법

대중음악 장르별 감성 언어이미지 조사를 위해 최종 선정된 40개 감성형용사로 설문 내용을 구성하였다. 설문의 내용은 음악을 듣고 연상되는 감성형용사에 대한 것으로 응답자의 음악적 감성과 경험이 중요시되므로 설문 대상을 실용음악 전공학생, 음악관련 종사자, 실용음악 전문가 및 교육자로 한정하였다. 설문조사 기간은 2012년 4월 11일부터 4월 18일까지였으며, 설문조사에 참여한 응답자는 120명이며 최종 자료 분석에 사용된 응답자 수는 117명이었다. 조사대상자의 응답자 특성은 연

Table 8. Final extraction of emotional adjectives

Windless	Improvised	Strong	Addictive
Sorrowful	Impulsive	Destructive	Clear
Soft	Wanton	Manly	Natural
Feminine	Discordant	Energetic	Lyrical
Emotional	Tension in	Rhythmical	Healing
Delicate	Profound	Explosive	Warm fuzzy
Elegant	Abstruse	Frank	Languid
Dark	Glaring	Continued	Decadent
Brighter	Sexy	Simple	Gloomy
Merriment	Sticky	Critical	Sad

령별로 20-25세가 74.1%로 가장 많았고, 36세 이상이 10%, 31-35세가 10%, 26-30세가 8% 순으로 나타났다. 직업의 경우 학생이 79.5%, 일반직장인이 11.1%, 교수와 음악프로듀서 등의 전문직이 9.4%를 나타냈다. 본 연구를 위해 선정된 대중음악 6곡의 청취가 가능한 장소에서 20명을 한 그룹으로 구성해 총 여섯 그룹을 대상으로 120명에게 설문조사를 실시하였다. 설문의 진행은 설문 응답자들이 선정된 6개의 곡을 한곡씩 청취하게 하고, 한 곡을 청취하는 동안에 해당 곡과 40개의 각 감성형용사에 대하여 이미지가 어느 정도 적합한지에 대하여 그 정도를 ‘전혀 그렇지 않다’를 1점, ‘매우 그렇다’를 7점으로 점수를 체크하여 평가하도록 하였다.

수집된 자료는 통계 패키지인 SPSS 18.0을 사용하여 주성분 분석과 Varimax 회전법에 의한 요인분석을 통해 감성 언어이미지의 구성요인을 도출(연구문제 1)하고 대중음악의 장르별 감성 언어이미지의 평균값을 측정하기 위해 기술통계(연구문제 2)를 실시하였다. 여섯 곡의 대중음악 장르가 어떻게 포지셔닝되는지를 볼 수 있도록 유사성 거리에 근거해 다차원 척도법(MDS: Multidimensional Scaling)을 사용하였으며 다차원 척도법 결과에서 얻은 좌표값과 감성 언어이미지의 평균값을 이용하여 회귀분석을 수행하였다(연구문제 3).

4. 결과 및 논의

4.1. 대중음악에서 표현된 감성 언어이미지의 하위차원(연구문제 1)

본 연구에서 선정된 여섯 가지 대중음악 장르들에 대하여 표현한 40문항의 감성형용사들을 바탕으로 주성분분석과 Varimax 회전법에 의한 요인분석을 실시하였다. 첫번째 요인분석 결과에서 문항의 내용을 검토하여 요인과 문항 내용이 부합되지 않으며 신뢰도를 저해하는 4개의 문항을 제거하였다. 4문항을 제외한 36문항에 대한 제 2차 요인분석을 실시하였으며 그 결과 (Table 9), 71.3%의 누적 설명 분산을 가진 6개의 요인이 도출되었다. 요인 1은 치유적이며 서정적이고 여성적인 부드러운 느낌의 감성 언어이미지 문항으로 Lyrical-Feminine으로 명명하였다. 요인 2는 힘이 넘치며 남성적이고 강렬한 이미지의 문항이 포함되었기 때문에 Intense-Masculine으로 명명하였다. 요인 3은 흥겨운 느낌의 즉흥적이고 자유분방한 언어이미지를 의미하는 것으로 Euphoric-Active로 요인 4는 슬프고 우울하며 어두운 이미지를 표현하는 문항으로 Gloomy-Melancholy로 명명하였다. 요인 5는 난해한, 심오한 느낌의 감성형용사 문항이 포함되어 Abstruse-Sophisticated로, 요인 6은 단순하면서 계속되는 느낌의 중독성 있는 언어이미지를 의미하여 Addictive-Continuous로 명명하였다. 추출된 요인들의 문항에 대해 신뢰도 검증을 실시한 결과, 여섯 요인 모두 Cronbach's α 값이 일반적인 수요기준치인 0.60을 넘어 내적 일관성이 검증되었다 (Nunnally, 1978).

4.2. 대중음악 장르별 감성 언어이미지의 평균 차이(연구문제 2)

전체 응답자를 대상(N=117)으로 여섯 가지 대중음악 장르를 청취하게 한 후, 각 장르에 대하여 응답자들이 느낀 감성 언어 이미지 하위차원의 평균을 알아보기 위해 기술통계 분석을 실시하였다(Table 10). 그 결과, 발라드의 경우 Lyrical-Feminine이 가장 높았으며, 그 다음 Gloomy-Melancholy의 감성이미지가 높았다. 힙합앤랩은 Addictive-Continuous가 가장 높았으며 Euphoric-Active, Intense-Masculine의 감성이미지 순으로 높은 것으로 나타났다. 메탈락은 Intense-Masculine 이미지가 가장 높은 점수를 보였으며 그 다음 Addictive-Continuous와 Abstruse-Sophisticated 이미지가 동시에 높게 나타났다. 재즈의 감성 언어이미지 평균을 살펴보았을 때 Lyrical-Feminine이 가장 높았고 Euphoric-Active 이미지도 높게 나타났다. 댄스는 Euphoric-Active 이미지가 가장 높은 점수를 보였고 그 다음 Intense-Masculine 감성이 높은 것으로 나타났다. 뉴에이지의 경우, Lyrical-Feminine 감성 언어이미지 차원이 가장 높게 나타났다. 그 다음 Addictive-Continuous가 높은 점수를 보였다.

위의 결과를 바탕으로 대중음악 각 장르별 언어이미지 하위차원의 평균값을 이용하여 방사형 도표로 작성하였다(Fig. 1). 방사형 도표에서 선이 바깥으로 나갈수록 언어이미지는 해당 대중음악에서 가장 두드러지게 표현되는 이미지이다. 방사형 도

Table 9. Factor analysis and reliability test of language image expressions of popular musics

Factors	Items	Factor loading	Eigen value	Variance (%)	Cronbach's α
Lyrical-Feminine	healing	0.83	14.59	40.52	0.96
	clear	0.80			
	natural	0.80			
	lyrical	0.78			
	languid	0.72			
	delicate	0.70			
	warm fuzzy	0.70			
	feminine	0.70			
	soft	0.67			
	emotional	0.66			
	elegant	0.62			
	windless	0.61			
Intense-Masculine	sorrowful	0.60	3.95	10.96	0.92
	energetic	0.81			
	explosive	0.80			
	masculine	0.80			
	destructive	0.71			
	strong	0.68			
	rhythmical	0.56			
	critical	0.48			
	tension in	0.48			
Euphoric-Active	sticky	0.79	2.96	8.22	0.89
	sexy	0.77			
	improvised	0.73			
	wanton	0.66			
	merriment	0.62			
	impulsive	0.57			
	brighter	0.45			
Gloomy-Melancholy	sad	0.73	1.90	5.27	0.74
	gloomy	0.73			
	dark	0.57			
Abstruse-Sophisticated	abstruse	0.82	1.24	3.44	0.78
	profound	0.76			
Addictive-Continuous	continued	0.81	1.01	2.80	0.66
	simple	0.80			
	addictive	0.55			

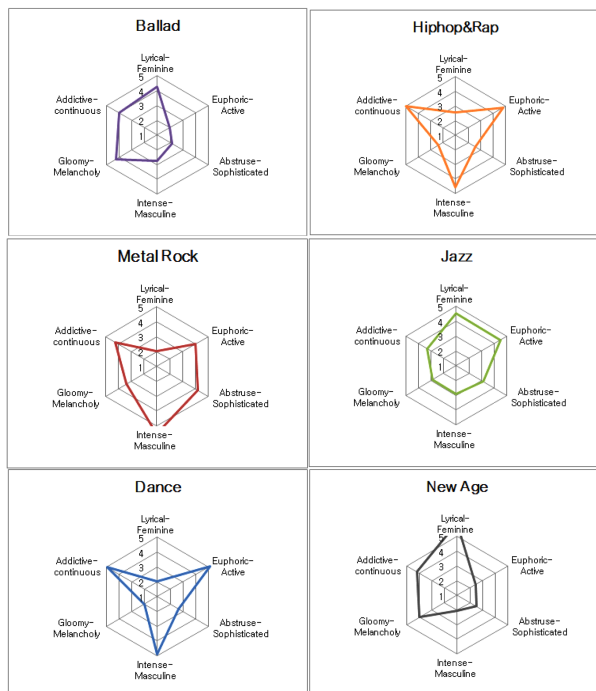
표에 나타난 대중음악 장르별(발라드, 힙합앤랩, 메탈락, 재즈, 댄스, 뉴에이지)에서 느껴지는 감성 언어이미지(Lyrical-Feminine, Intense-Masculine, Euphoric-Active, Gloomy-Melancholy, Abstruse-Sophisticated, Addictive-Continuous)에 근거하여 텍스타일 프린트 디자인 발상 시 컨셉과 이미지를 표현할 수 있을 것으로 사료된다.

Table 10. Mean differences in emotional language image factors among popular music genres

Genres	Factor	Lyrical-Feminine	Intense-Masculine	Euphoric-Active	Gloomy-Melancholy	Abstruse-Sophisticated	Addictive-Continuous
Ballade	mean	4.30^b	2.76	1.94	4.25	2.11	3.99
	S.D. ^a	0.64	0.99	0.73	1.11	0.98	1.12
Hip-hop & Rap	mean	2.56	4.59	4.80	2.41	2.58	5.00
	S.D.	0.79	1.06	0.98	1.08	1.30	0.95
Metal Rock	mean	2.02	5.52	4.00	3.35	4.18	4.25
	S.D.	0.76	0.87	0.92	1.29	1.51	1.18
Jazz	mean	4.54	2.93	4.48	2.89	3.15	3.30
	S.D.	0.91	0.93	0.99	1.25	1.52	1.16
Dance	mean	2.02	4.88	5.08	2.01	2.65	4.93
	S.D.	0.78	1.00	0.99	1.03	1.38	1.20
New Age	mean	5.92	2.05	2.46	4.00	2.51	4.21
	S.D.	0.81	0.93	0.97	1.48	1.46	1.19

a: Standard deviation

b: The mean value of the response scores for 7-point Likert scale, a higher point means a higher score of emotional language image factors

**Fig. 1.** Differences in six expression of emotional language image according to six popular music genres.

4.3. 감성 언어이미지에 따른 대중음악 장르 포지셔닝(연구 문제 3)

본 연구에서는 감성 언어이미지에 따른 대중음악 장르의 포지셔닝을 알아보기 위해 먼저 각 대중음악 장르의 언어이미지 평균을 바탕으로 대중음악 장르간의 유사성 거리를 측정하였다. 그 다음 대중음악 장르들의 유사성 거리에 근거하여 다차원 척도법(MDS: Multidimensional Scaling)을 실행하고 이를 통해

여섯 가지 대중음악 장르들이 다차원 공간상에서 어떠한 위치에 포지셔닝하고 있는지 살펴보았다. 또한 다차원 척도법 결과 얻은 대중음악의 좌표값과 대중음악 장르별 감성 언어이미지 평균값을 이용하여 다중회귀분석을 실행하여 감성 언어이미지에 따른 대중음악 장르의 포지셔닝 맵을 살펴보았다. 마지막으로 감성 언어이미지를 구성하는 감성형용사의 포지셔닝 맵을 구성하고 본 연구에서 사용한 36개의 감성형용사들을 바탕으로 대중음악 장르의 포지셔닝 맵을 나타내었다. 마지막으로 감성형용사들에 따라 발라드, 힙합앤랩, 메탈락, 재즈, 댄스, 뉴에이지가 어떻게 포지셔닝하고 있는지 살펴보았다.

4.3.1. 대중음악 장르별 유사성 거리

감성 언어이미지 속성에 따라 6개의 대중음악 장르가 어떻게 포지셔닝 되는지 보여주는 지각도를 그리기 위해, 먼저 감성 언어이미지 평균을 근거로 군집분석을 실행하여 유사성 거리를 측정하였다(Table 11). 감성 언어이미지 속성에 따른 대중음악 간 유사성 거리를 살펴보면 가장 거리가 가까운 즉 응답자들이 느끼기에 비슷한 성향의 대중음악으로는 힙합앤랩과 댄스(0.79)로 나타났고, 가장 거리가 멀게 나타난 대중음악으로는 댄스와 뉴에이지(5.88)로 나타났다.

각 대중음악 장르별로 유사성 거리를 살펴보면, 발라드는 댄스와 유사성 거리가 가장 멀고 뉴에이지와 가장 가깝게 나타났다. 힙합앤랩은 댄스와 가장 가깝고 뉴에이지와 가장 멀었으며, 메탈락은 힙합앤랩과 가장 가까우며 뉴에이지와 가장 멀게 나타났다. 재즈는 메탈락과 가장 멀고 뉴에이지와 가장 가깝게 나타났다. 댄스는 힙합앤랩과 가장 가까우며 뉴에이지와 가장 멀게 나타났으며, 뉴에이지는 발라드와 가장 가깝고 댄스와 가장 멀게 나타났다. 이러한 결과를 종합해보면, 응답자들은 대중음악을 청취하였을 때, 발라드와 뉴에이지를, 힙합앤랩과 댄스 그리고 메탈락을 비교적 유사하게 인식하고 있는 경향이 있었다.

Table 11. The similarity distance of popular music genres

Genres	Ballade	Hiphop&rap	Metal Rock	Jazz	Dance	New Age
Ballade	0	4.38	4.71	3.15	5.07	1.92
Hiphop&rap	4.38a	0	2.41	3.20	0.79	5.14
Metal Rock	4.71	2.41	0	3.93	2.48	5.73
Jazz	3.15	3.20	3.93	0	3.77	3.04
Dance	5.07	0.79	2.48	3.77	0	5.88
New Age	1.92	5.14	5.73	3.04	5.88	0

a: Smaller numbers means the closer distance between two corresponding popular musics and higher number means the farer distance between two corresponding popular musics.

4.3.2. 대중음악 장르별 감성 언어이미지 포지셔닝

대중음악의 6개 장르들이 다차원 공간상에서 어떠한 위치에 포지셔닝하고 있는지 살펴보기 위하여 앞서 측정한 대중음악 장르들의 유사성 거리에 근거하여 다차원 척도법(MDS: Multidimensional Scaling)의 ALSCAL 분석기법을 실시하였다. 다차원 척도법의 결과는 평가된 대상들의 좌표값 및 좌표값에 따라 대상들을 위치시킨 지각도로 얻어지며 본 연구에서는 6개의 대중음악 장르들의 좌표값과 지각도를 얻을 수 있다.

Table 12는 대중음악 6개 장르의 2차원 공간상 좌표값을 나타내고 있으며 Stress값이 0.07, 결정계수값(RSQ)이 0.98로 나타나 본 자료는 매우 적합하다는 것을 알 수 있다. 차원 1과 2는 지각도상에서 X축과 Y축을 의미하며 차원의 축은 차원의 양 끝에 위치한 대상 값의 증가에 따른 대상의 배열들을 고려하여 주관적으로 명명해야 한다. 본 연구에서는 대중음악의 6개 장르의 배열을 고려하여 X축을 Intense-Masculine와 Lyrical-Feminine으로, Y축을 Gloomy-Melancholy와 Euphoric-Active로 명명하였다.

대중음악 장르별 속성값의 크기 비교는 유사성에 대한 포지셔닝 결과의 자료에서 추출된 2차원 공간상의 대중음악 장르의 위치좌표(X, Y)를 이용하여 속성값의 크기들을 포지셔닝 맵 상에서 속성벡터를 구해서 나타냈다(Bae & Moon, 2010). 또한 유사성 거리 자료로부터 산출된 대중음악 장르별 위치 좌표값(X, Y)을 독립변수로 두고 장르별 언어이미지 평균값을 종속변

Table 12. Coordinate values of the two-dimensional space on the perceptual map of popular music genres

Genres	Dimension 1(X-axis)	Dimension 2(Y-axis)
Ballade	1.35	0.53
Hiphop & rap	-1.00	-0.20
Metal Rock	-1.27	0.74
Jazz	0.46	-0.65
Dance	-1.48	-0.27
New Age	1.94	-0.14
Stress values	0.07	
RSQ (stress and squared correlation)	0.98	

Table 13. Coordinate values on the two-dimensional space of emotional language images

Language Image	Standardized regression coefficients(β)		Adjusted R ²
	Dimension 1(X-axis)	Dimension 2(Y-axis)	
Lyrical-Feminine	0.96	-0.21	0.96
Intense-Masculine	-0.95	0.25	0.99
Euphoric-Active	-0.87	-0.52	0.97
Gloomy-Melancholy	0.84	0.58	0.97
Abstruse-Sophisticated	-0.49	0.26	-0.13
Addictive-Continuous	-0.57	0.06	-0.12

수로 한 회귀분석의 결과를 통해 속성벡터를 구했다(Kruskal, 1964). 이것은 회귀분석 결과에서 추출된 표준화 회귀계수 값이 좌표를 나타내며 포지셔닝 맵상의 속성벡터의 방향이 된다. Table 13은 회귀분석 결과에서 얻은 표준화된 회귀계수(방향코사인 값)인 속성벡터 좌표값과 수정된 R² 값을 제시한 것이다.

회귀분석에 의해 추출된 표준화 회귀계수 값을 토대로 X축과 Y축에 차원별 좌표값이 지정되며 이 좌표값과 0을 지나는 속성선을 그려 Fig. 2에 포지셔닝 맵을 나타내었다. 포지셔닝 맵에 위치한 각 대중음악 장르를 나타내는 점들을 속성벡터에서 직각이 되는 직선을 그렸을 때 벡터가 지향하는 방향에 있는 대중음악일수록 속성값이 높다고 해석할 수 있다.

따라서 Lyrical-Feminine 이미지가 두드러지는 대중음악 장르는 뉴에이지 > 발라드 > 재즈 > 힙합앤랩 > 댄스 > 메탈락 순서로 해석할 수 있다. 또한 Intense-Masculine 이미지가 높은 대중음악으로는 메탈락 > 댄스 > 힙합앤랩 > 재즈 > 발라드 > 뉴에이지 순으로 나타났다. Euphoric-Active 이미지의 대중음악은 댄스 > 힙합앤랩 > 재즈 > 메탈락 > 뉴에이지 > 발라드 순서로 나타났다. Gloomy-Melancholy 이미지의 대중음악은 발라드 > 뉴에이지 > 메탈락 > 재즈 > 힙합앤랩 > 댄스 순서로 거리가 가까운 것으로 나타났다. Abstruse-Sophisticated 이미지의 대중음악으로는 메탈락 > 댄스 > 힙합앤랩 > 발라드 > 재즈 > 뉴에이지 순서로 나타났으며 Addictive-Continuous 이미지는 메탈락 > 댄스 > 힙합앤랩 > 재즈 > 발라드 > 뉴에이지 순서로 나타났다.

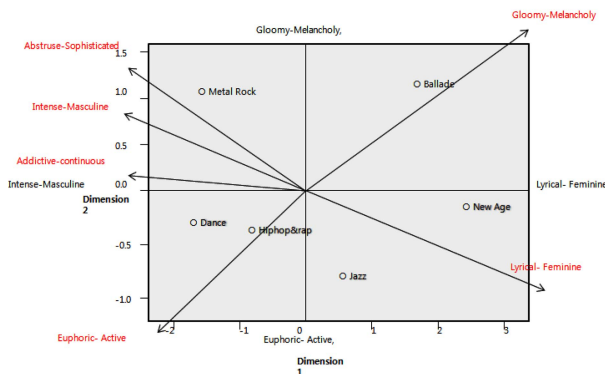


Fig. 2. Perceptual map using characteristic vector of popular music genres and emotional language images.

4.3.3. 대중음악 장르별 감성형용사 포지셔닝

대중음악 장르와 함께 36개의 감성형용사들의 포지셔닝을 알아보기 위하여 먼저 감성 언어이미지의 하위차원(Lyrical-Feminine, Intense-Masculine, Euphoric-Active, Gloomy-Melancholy, Addictive-Continuous, Abstruse-Sophisticated)을 구성하는 감성형용사의 포지셔닝 맵을 구성하고 난 후, 36개의 감성형용사들을 바탕으로 대중음악 장르의 포지셔닝 맵을 나타내었다. 이러한 작업을 바탕으로 감성형용사들에 따라 발라드, 힙합앤랩, 메탈락, 재즈, 댄스, 뉴에이지가 어떻게 포지셔닝 하고 있는지 살펴해보았다. 먼저 36개 감성형용사들의 유사성 거리를 측정하고 이를 바탕으로 다차원 척도법을 실행하였다. 그 결과, 36개 감성형용사들의 2차원 좌표값, Stress값과 결정계수값이 나타났으며 Stress값은 0.03, 결정계수는 0.99로 지각도를 신뢰할 수 있었다.

Fig. 3은 36개 감성형용사들과 6가지 대중음악 장르들의 포지셔닝을 통합적으로 나타내기 위한 것으로, 대중음악 장르별 공간상 좌표값을 바탕으로 36개 감성형용사들의 지각도에 6개

대중음악 장르의 포지셔닝을 표시한 것이다. 차원 1과 2는 지각도상에서 X축과 Y축이며 본 연구에서는 X축을 Intense-Masculine, Lyrical-Feminine으로 Y축을 Gloomy-Melancholy, Abstruse-Sophisticated와 Euphoric-Active, Addictive-Continuous로 명명하였으며 각 언어이미지의 하위차원을 구성하고 있는 감성형용사들을 묶어 타원으로 표시하였다. 포지셔닝 맵을 살펴보면, 댄스는 Euphoric-Active와 Intense-Masculine에 포지셔닝하고, 힙합앤랩은 Euphoric-Active와 Addictive-Continuous에 포지셔닝되어 있음을 알 수 있다. 발라드는 Gloomy-Melancholy와 Lyrical-Feminine에 포지셔닝 되어 있으나 Gloomy-Melancholy의 방향으로 더 치우쳐 있었다. 뉴에이지는 Lyrical-Feminine에 포지셔닝 되어 있었다. 재즈는 Lyrical-Feminine과 Addictive-Continuous에 가까우나 포지셔닝점에서 벗어나 감성적 여러 가지 복합적인 이미지를 가지고 있음을 알 수 있었다.

따라서 발라드는 Gloomy-Melancholy, Lyrical-Feminine에 뉴에이지는 Lyrical-Feminine, Addictive-Continuous에 감성 언어이미지와 관계가 있다고 볼 수 있다. 또한 댄스는 Euphoric-Active, Intense-Masculine에 메탈락은 Intense-Masculine, Euphoric-Active에 힙합앤랩은 Euphoric-Active, Addictive-Continuous에 언어이미지와 관계가 있다고 볼 수 있으며 재즈는 Lyrical-Feminine과 Addictive-Continuous에 언어이미지와 관계가 있다고 볼 수 있다.

5. 결 론

본 연구는 텍스타일 프린트 디자인의 발상을 위해 공감각을 활용한 것으로 대중음악 장르별 나타나는 감성 언어이미지의 특성을 구분하고 분석하여 상호관계성을 알아보기 위함이다. 감성 언어이미지 해석을 통하여 청각으로부터 유발된 감성을 공감각의 이론적 고찰을 통해 공감각의 개념과 특성, 감각간의 상

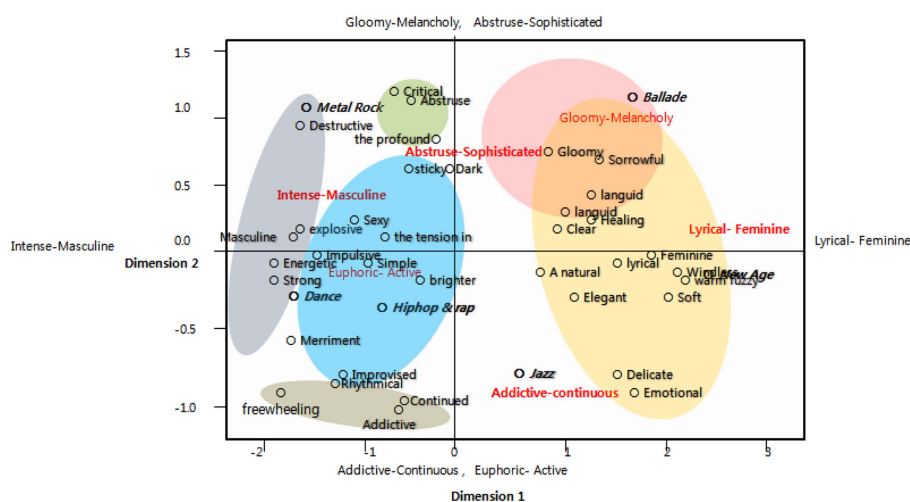


Fig. 3. Perceptual map of 36-language adjectives and six popular music genres.

호작용을 조사하고 감성 언어이미지를 추출하였다. 또한 실증적 연구를 위해 실용음악과 전공 대학생과 대중음악관련 종사자로 구성된 전문가들을 대상으로 여섯 곡을 자극물로 이용하여 설문조사를 실시하였다. 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 요인분석 하여 얻어진 언어이미지의 구성요인은 Lyrical-Feminine, Intense-Masculine, Euphoric-Active, Gloomy-Melancholy, Abstruse-Sophisticated, Addictive-Continuous의 여섯 가지 요인으로 구성되었다. 둘째, 대중음악 장르별 감성 언어이미지의 차이에 따른 특성을 보면 Lyrical-Feminine 이미지가 두드러지는 대중음악 장르는 뉴에이지 > 발라드 > 재즈 > 힙합앤랩 > 댄스 > 메탈락 순서로 해석할 수 있다. 또한 Intense-Masculine 이미지가 높은 대중음악으로는 메탈락 > 댄스 > 힙합앤랩 > 재즈 > 발라드 > 뉴에이지 순서로 나타났다. Euphoric-Active 이미지의 대중음악은 댄스 > 힙합앤랩 > 재즈 > 메탈락 > 뉴에이지 > 발라드 순서로 나타났으며 Gloomy-Melancholy 이미지의 대중음악은 발라드 > 뉴에이지 > 메탈락 > 재즈 > 힙합앤랩 > 댄스 순서로 나타났다. Abstruse-Sophisticated 이미지의 대중음악으로는 메탈락 > 댄스 > 힙합앤랩 > 발라드 > 재즈 > 뉴에이지 순서로 나타났으며 Addictive-Continuous 이미지는 메탈락 > 댄스 > 힙합앤랩 > 재즈 > 발라드 > 뉴에이지 순서로 나타났다. 6곡의 대중음악 장르별 언어이미지를 통한 감성이미지는 음악의 장르와 스타일에 따라 다르며, 장르의 분류상 같은 속성이 있는 음악들은 같은 감성을 가지는 것을 알 수 있었다.

셋째, 감성형용사와 대중음악 장르의 지각도를 통해 감성 언어이미지에 따른 대중음악장르를 포지셔닝 한 결과 댄스는 Euphoric-Active과 Intense-Masculine에 포지셔닝되고, 힙합앤랩은 Euphoric-Active와 Addictive-Continuous, Abstruse-Sophisticated의 중간지점에 포지셔닝되어 감성적 복합적인 이미지를 가지고 있음을 알 수 있었다. 메탈락은 Intense-Masculine과 Euphoric-Active에 위치해 있었다. 발라드는 Gloomy-Melancholy와 Lyrical-Feminine에 포지셔닝 되어 있었으며, 특히 Gloomy-Melancholy의 방향으로 더 치우쳐 있었다. 뉴에이지는 Lyrical-Feminine에 포지셔닝 되어 있었다. 재즈는 Lyrical-Feminine과 Abstruse-Sophisticated, Addictive-Continuous의 중간지점에 포지셔닝 되어 감성적 복합적인 이미지를 가지고 있음을 알 수 있었다. 따라서 발라드는 Gloomy-Melancholy, Lyrical-Feminine 뉴에이지는 Lyrical-Feminine, Addictive-Continuous 댄스는 Euphoric-Active, Intense-Masculine 메탈락은 Intense-Masculine, Euphoric-Active 힙합앤랩은 Euphoric-Active, Addictive-Continuous에 재즈는 Lyrical-Feminine과 Addictive-Continuous의 감성 언어이미지와 관계가 있다고 볼 수 있다.

본 연구의 결과를 바탕으로 대중음악의 장르별 감성 언어이미지 추출하여 대중음악 장르를 포지셔닝 해보고 대중음악 장르의 특성에 따른 감성형용사 포지셔닝을 해봄으로써 대중음악 장르별로 표현할 수 있는 감성 언어이미지를 파악하여 대중음악 장르들이 가지는 감성 언어이미지를 총체적으로 분석할 수 있었다. 이에 본 연구는 현대 소비자들의 감성적 부분을 파악

하기 위해 청각과 같은 감성이미지를 언어이미지를 통해 구체적으로 규명하고 대중음악 장르별 감성 언어이미지들 간의 상호관계를 파악함으로써 텍스타일 프린트 디자인을 효과적으로 제안할 수 있는 유용한 자료가 될 것으로 사료된다.

References

- Bae, H. W., & Moon, H. S. (2010). *Statistics with R to*. Seoul: Gyoowosa.
- Birren, F. (1985). *Color psychology and color therapy* (H. J. Kim, Trans.). Seoul: Dongkuk Publishers. (Original work published 1950).
- Boulding, K. E. (1956). *The Image*. Michigan: University of Michigan Press.
- Cho, H. S., & Lee, J. H. (2005). A development of a forecasting system of textile design based on consumer emotion(II) - Suggestion of an efficient textile design method-. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 7(2), 187-195.
- Gombrich, E. H. (1992). *Art and illusion* (M. R. Cha, Trans.). Seoul: Yeolhwadang. (Original work published 1960)
- Jung, A. R. (2002). *A study of fashion design based on musical sensitivities : centered on synesthetic interpretation about Jazz*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- Kim, B. O. (2007). *A study on the synesthetic expression of brand design through emotion structuring : Focused on the analysis of consumers' experiential attitude toward brand logo design*. Unpublished doctoral dissertation, Hanyang University, Seoul.
- Kim, J. H. (2012). *A study on the correlation between fashion shown through popular music and music trend (Mainly in the United Kingdom and the United States)*. Unpublished master's thesis, Sangmyung University, Seoul.
- Kim, J. Y. (2012). *A study on the idea of textile pattern design through the expression of visualizations in music : Focused on the characteristics of expression in varied genres of popular music*. Unpublished doctoral dissertation, Chung-Ang University, Seoul.
- Kim, O. H., & Kim, J. Y. (2010). An analysis of sensibility evaluation and image about optical pattern. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 16(1), 39-48.
- Kruskal, J. B. (1964). Multidimensional scaling by optimizing goodness of fit to a nonmetric hypothesis. *Psychometrika*, 29, 1-27.
- Lee, H. A. (2004). *A study of fashion design based on visualization of music : Centered on expressing cosmos image by synesthetic interpretation about Punk Rock*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- M net.com (2012, March 4). *Genre Music Guide*. Retrieved April 30, 2012, from <http://www.mnet.com>
- Synesthetic expression in poetry. (n.d.). *Ganggyirong the language classroom, Literature Archives*. Retrieved March 1, 2012, from <http://korstudy.co.kr>
- Na, Y. J., & Han, K. M. (2002). Sensibilities according to the design factors of woven textiles. *Korean Society for Emotion & Sensibility*, 5(3), 29-34.
- Na, Y. J., & Kwon, O. K. (2000). Characteristics of domestic textile designs and trend sensibility for women's apparel. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 2(3), 198-204.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw

Hill.

Seo, E. H., & Choi, J. W. (2007). A study on popular music genre in fashion style. *Proceedings of the Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 2007, pp. 247-250

Special Knowledge <151> Popular music genres. (2010, April 15).

Joongang Ilbo. Retrieved March 30, 2012, from <http://article.joinsmsn.com>

(Received 24 February 2014; 1st Revised 16 March 2014;
2nd Revised 29 April 2014; Accepted 10 May 2014)

Copyright © 2014 (by) the authors. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.
