

2015년 한국패션비즈니스학회
정기총회 및 춘계학술대회
패션비즈니스와 창업

등 록	09:20~09:50
개회 및 정기총회	09:50~10:30
사회 : 염혜정 전북대학교 교수	
■ 개회 및 국민의례 ■ 회장 인사 ■ 2014년도 사업보고 ■ 2014년도 결산보고 ■ 감사보고 ■ 제 11대 신임 회장 선임 ■ 제 11대 신임 회장 인사 ■ 제 11대 신임 임원 선임 ■ 2015년도 사업계획(안) 승인 ■ 2015년도 예산(안) 승인 ■ 상장수여 ■ 폐회	
축 사	10:30-10:40
휴 식	10:40-10:50

초청강연 I

10:50~11:30

사회 : 김주용 숭실대학교 교수

- 통상환경변화와 섬유패션산업
문제도 산업통상자원부 차관

휴 식

11:30~11:40

초청강연 II

11:40~12:20

사회 : 이규진 한세대학교 교수

- 섬유패션산업과 슈퍼자본주의
윤수영 한국섬유산업연합회 부회장

중 식

12:20~13:20

포스터 학술발표

13:20~14:00

진행 : 차수정 우송대학교 교수

주제강연 III

14:00~14:50

사회 : 간호섭 홍익대학교 교수

- 패션창업을 위한 Eco-System의 이해
- 동대문 패션 클러스터를 중심으로 -
윤현덕 숭실대학교 중소기업대학원장

휴 식

14:50~15:00

◇ 친환경 패션트렌드에 따른 천연염색소재에 대한 평가

발표자 : 김지민* · 김종준 이화여자대학교

토론자 : 이규진 한세대학교

◇ 의료용 보조기구의 생활패션 접목 및 상용화방안

-생활패션에 접목시킨 의료기기-

발표자 : 엄성흠* 고려대학교 박상희 수원대학교 박진희 배화여자대학교

토론자 : 김성희 우석대학교

◇ 패셔노이드 연구센터 최신 연구 동향

-스마트 밴드, 스마트 신발, 직물 태양전지, 스마트 안전·보호복, 4D 프린팅-

발표자 : 최민기* · 신상무 숭실대학교 이규진 한세대학교 김주용 숭실대학교

토론자 : 김종준 이화여자대학교

◇ 한국 디자이너의 중국현지 취업 및 창업 전략

발표자 : 허용구 한중패션인재개발원

◇ 헤어샵 근무자의 유니폼 착용실태 연구

발표자 : 차수정 우송대학교

토론자 : 곽연신 배화여자대학교

◇ 3D 프린팅 기법을 활용한 자연주의 문양 의상디자인 연구

발표자 : 이소연* · 간호섭 홍익대학교

토론자 : 이영재 한양대학교

◇ 현대 패션에 나타난 Normcore 스타일의 조형성 연구

발표자 : 정가을* · 간호섭 홍익대학교

토론자 : 김영선 숙명여자대학교

◇ 창업 사례

-가방 브랜드 WillC-

발표자 : 김병건 주식회사 윌씨

◇ 영화 ‘안나 카레니나’의 복식과 메이크업 연구

발표자 : 정지원* 전남대학교 김은실 광주대학교 배수정 전남대학교

토론자 : 신세영 서경대학교

◇ 관상학적 관점의 메이크업 적용 연구

발표자 : 김연희* · 이현숙 서경대학교

토론자 : 안현경 동남보건대학교

◇ 3D 분장 시뮬레이션 교육프로그램 개발과 활용(제2보)

발표자 : 방기정* 대전대학교 김진서 한국전자통신연구원 SW 콘텐츠 연구소

토론자 : 조고미 호남대학교

◇ 한국뷰티산업의 동향과 창업 성공사례 연구

성공적인 창업을 위한 창업 프로세스 및 뷰티산업지원정책 제언

발표자 : 김은유 주식회사 에데니꼬

학술발표, FABI전 우수상 시상 및 폐회

16:30-17:00

사회 : 안현경 동남보건대학교 교수

리셉션

17:00-

목 차

축사.....	한현수 / 14
초청강연 I	
■ 통상환경변화와 섬유패션산업	문재도 / 15
초청강연 II	
■ 섬유패션산업과 슈퍼자본주의	윤수영 / 34
주제강연 III	
■ 패션창업에 위한 Eco-System의 이해 -동대문 패션 클러스터를 중심으로-	윤현덕 / 48
구두 학술발표	
◇ 친환경 패션트렌드에 따른 천연염색소재에 대한 평가	김지민 · 김중준 / 67
◇ 의료용 보조기구의 생활패션 접목 및 상용화방안 -생활패션에 접목시킨 의료기-	엄성흠 · 박상희 · 박진희 / 69
◇ 패셔노이드 연구센터 최신 연구 동향	
-스마트 밴드, 스마트 신발, 식물 태양전지, 스마트 안전·보호복, 4D 프린팅-	
	최민기 · 신상무 · 이규진 · 김주용 / 72
◇ 한국 디자이너의 중국현지 취업 및 창업 전략	허용구 / 75
◇ 헤어샵 근무자의 유니폼 착용실태 연구	차수정 / 77
◇ 3D 프린팅 기법을 활용한 자연주의 문양 의상디자인 연구	이소연 · 간호섭 / 80
◇ 현대 패션에 나타난 Normcore 스타일의 조형성 연구	정가을 · 간호섭 / 83
◇ 창업 사례 -가방 브랜드 WillC-	김병건 / 87

◇ 영화 ‘안나 카레니나’의 복식과 메이크업 연구	정지원 · 김은실 · 배수정 / 89
◇ 관상학적 관점의 메이크업 적용 연구	김연희 · 이현숙 / 92
◇ 3D 분장 시뮬레이션 교육프로그램 개발과 활용(제2보)	방기정 · 김진서 / 95
◇ 한국뷰티산업의 동향과 창업 성공사례 연구 성공적인 창업을 위한 창업 프로세스 및 뷰티산업지원정책 제언	김온유 / 99

포스터 학술발표

- 복식사 · 복식미학

◇ 중국 묘족(苗族)의 의복 및 신발 문양 연구	쉬루이 · 배수정 / 101
◇ Martin Margiela의 디자인 코드 분석 -체크리스트법을 중심으로-	목소리 · 조진숙 / 104
◇ 현대패션에 나타난 파워 숄더의 조형성 연구 -20세기와 21세기 비교를 중심으로-	김효주 · 배수정 / 107
◇ 1890~1940년대 여성 테일러드 재킷의 유행에 따른 실루엣의 변화	박정현 · 간호섭 / 110
◇ 영화 ‘크리스마스 악몽’에 나타난 패션에 관한 연구	김혜정 / 113
◇ 70년대 글램 룩에 나타난 슈즈 디자인의 특성	신정순 · 간호섭 / 116
◇ 사극에 나타난 백제 전투복 비교 연구	김성희 / 119
◇ 프라그마티즘을 바탕으로 한 멀티기능주의	박유신 / 121

- 패션마케팅 · 의상사회심리

- ◇ 모바일 패션쇼핑몰의 사용용이성과 유용성에 영향을 미치는 소비자 특성 변수연구
.....이상협 · 신상무 / 124
- ◇ 패션브랜드 이미지 및 선호도에 영향을 미치는 facebook 광고특성 선행변수연구
.....김지원 · 신상무 / 127
- ◇ 여성 대통령의 정치 이미지와 패션 폴리틱스 현상
-Cristina Fernández de Kirchner 사례 연구-
.....김미경 / 130
- ◇ 여성소비자의 화장품구매체험이 이미지메이킹 효능감과 화장품 추구혜택에 미치는 영향
.....박은희 / 132
- ◇ 패션 편집매장 구매행동에 관한 연구
.....위혜정 / 135
- ◇ SNS를 통해 나타난 데일리룩(Dailylook)사진과 문화 특성에 관한 연구
-인스타그램(Instagram)을 중심으로-
.....김한준 · 김진영 / 138
- ◇ 기획상품의 구매행동에 관한 연구
-30-50대 여성의 패션 라이프스타일을 중심으로-
.....신남진 / 141
- ◇ 미국 의류 브랜드의 한국 소싱 현황과 앞으로의 방향
-Macy's의 프라이빗 브랜드 INC 사례를 중심으로-
.....최유주 · 간호섭 / 144
- ◇ 의류 브랜드 소비 경험이 소비자-브랜드 관계 형성에 미치는 영향
.....박지선 / 147
- ◇ 청소년의 교복변형행동에 따른 외모태도와 신체 만족
.....박은희 / 149
- ◇ 의류 판매원의 인구통계적 특성, 직무 특성, 브랜드 특성에 따른
감정노동 프로세스의 집단 간 차이 연구
.....김지형 · 이승희 / 152

- 패션디자인

- ◇ 고대 이집트 복식을 응용한 3차원 의상 시뮬레이션 연구
-DC suite을 중심으로-
.....Yuan XinYi · 배수정 / 155
- ◇ 영화 <이상한 나라의 앨리스>의 패션색채 연구
.....박혜원 / 158
- ◇ 패션 브랜드의 아이덴티티 표현요소로서 일러스트레이션 특성 연구
.....백정현 · 배수정 / 162
- ◇ GPS 장치를 이용한 반려동물 목줄 디자인 사례 연구
.....김수지 · 이영재 / 165
- ◇ SPA 브랜드의 지속가능패션에 관한 연구 -H&M 브랜드를 중심으로-
.....정경희 · 배수정 / 168
- ◇ 오트 쿠튀르 컬렉션에 나타난 헤드드레스 디자인
-2010 S/S~2015 S/S 컬렉션을 중심으로-
.....최진영 · 김지영 / 171
- ◇ 한류 여배우 패션스타일의 이미지 비교 분석 연구
.....이영재 / 174
- ◇ Paul Smith 의상디자인에 나타난 브리티쉬 감성 프린트 문양 분석
-2006S/S~2015F/W 런던 프레타 포르테 컬렉션의 작품을 중심으로-
.....이주현 · 배수정 / 177
- ◇ 한국 모던 걸 패션의 스타일링 연구
.....양정희 · 박혜원 / 180
- ◇ 중국 스트리트패션 색채와 전통 선호색 상관성 분석
-2005~2012년 S/S 중국 다렌시의 사례를 중심으로-
.....김명은 · 배수정 / 183

◇ 일본의 민속 자수 사시코의 고유성	이경희 · 김금화 / 186
◇ 2015년 S/S 패션잡화브랜드에 나타난 하이힐 트렌드 연구 -지미추·크리스찬 루부탱·마놀로 블라닉을 중심으로-	신현진 · 박혜원 / 189
◇ 지방시 리카르도 티시의 디자인에 나타난 고딕 로맨티시즘 -2005년에서 2015년 컬렉션 중심으로-	권숙영 · 김진영 / 192
◇ 현대 패션 컬렉션에 나타난 아웃도어 룩의 특성 연구 -2014년에서 2015년 여성복 컬렉션을 중심으로-	김미경 · 간호섭 / 195
◇ 현대 패션에 나타난 사이클 룩의 패션 스타일 및 미적가치에 관한 연구	임송미 · 나청청 · 이미숙 / 198
◇ 21세기 한국 힙합 뮤지션의 그래피티 패션에 나타나는 조형적 특성연구	이세지 · 간호섭 / 201
◇ 에디 슬리먼(Hedi Sliamne)의 남성복에 나타난 디자인 특성	나청청 · 이미숙 / 204
◇ 니트 소재가 여성 스포티즘 룩에 미친 영향 -1920년에서 1930년을 중심으로-	이수영 · 김진영 / 207
◇ 현대패션에 나타난 농코어 스타일에 관한 연구	김영아 · 최경희 / 210
◇ 이상 기후 현상에 의해 새롭게 유행하는 패션 아이템의 경향에 관한 연구	권기남 · 김진영 / 213
◇ 예술작품에 나타난 욕망을 주조해 내는 색채 -마네, 드가, 쉐라, 로트렉을 중심으로-	이금희 / 216

◇ 중국 마오 재킷의 변천 및 현대패션의 응용 사례	紀超 · 홍수진 · 배수정 / 219
◇ 19세기 소비문화 궁전의 출현과 패션 -프랑스를 중심으로-	이금희 / 222
◇ 한·중·일 전통극 무대화장에 표현된 그로테스크의 조형성 -가면극·경극·가부키를 중심으로-	양정원 · 이미숙 / 225
◇ 온라인 게임 속 한복 이미지의 조형적 특성	이영재 · 허가영 / 228
- 의복구성	
◇ 켈팅 기법 중 프리모션 기법에 관한 연구 -본인 제작 사례를 중심으로-	윤지영 · 간호섭 / 231
◇ 압박타이즈 착용이 중년여성의 체형보정에 미치는 영향 -50~60대를 중심으로-	엄성흠 · 박진희 · 박상희 / 234
◇ 켈리백 제작 방법에 따른 형태의 비교 분석	이혜영 · 김진영 / 237
◇ 여성 패션모델용 개발인대를 활용한 상반신 길원형 특성	박진아 / 240
◇ 20대 남성을 위한 slim fit no tuck 정장 바지 패턴 비교	박상희 · 이은혜 / 243
◇ 태양광을 활용한 스마트 다운재킷 개발 및 보온성능 평가	이경화 · 김금화 / 245

- 의류소재

- ◇ 장식사 트위드 소재의 감각/감성 평가 및 패션소재 트렌드 예측
.....김지민 · 여수진 · 김종준 / 248
- ◇ 네오프렌 소재의 레이저 커팅 기법 적용에 따른 물리적 성질 및
드레이프 형상 변화 연구
.....한유정 · 김종준 / 250
- ◇ 피혁 염색 후 가지제에 의한 표면색 변화 및 염착성
.....배상경 / 252
- ◇ 골프자세 훈련용 스마트 웨어의 개발에 관한 연구
-전도성 원사, 가속도 및 키넥트 센서를 장착하여-
.....이은아 · 김종준 / 254
- ◇ 패션소재의 특성과 Linear Motion과정 중 진동감쇠에 대한 연구
.....여수진 · 이선아 · 김종준 / 257

- 뷰티 · 기타

- ◇ 중국 내수시장 진출을 위한 중국 웨딩 · 뷰티 이미지 분석 연구
.....오현아 · 배수정 / 259
- ◇ 미용사의 소화기계 건강에 영향을 미치는 요소에 관한 연구
.....안현경 / 261
- ◇ 한국 전통 황색의 고유성
.....이경희 / 263
- ◇ 성인 여성의 화장품 유통채널별 인식도와 구매의도에 관한 연구
.....황금빛누리 · 신세영 / 267
- ◇ 일본 근세의 색채 문화
.....이경희 / 270

- ◇ 시니어남성의 외모관심도가 화장품 구매행동 및 요구도에 미치는 영향
김효경 · 신세영 / 275
- ◇ 헤어 액세서리에 대한 여대생의 인식 조사 및 특징 연구
이유진 · 박현진 / 278
- ◇ 여고생의 교복과 자유품 선호이미지가 헤어 선호이미지에 미치는 영향
박영희 · 최수경 / 280

축 사

한국패션비즈니스학회에 참석하기 위해 송실대학교 캠퍼스를 방문하신 여러분들을 진심으로 환영합니다. 그리고 한국패션비즈니스학회가 창립 20주년을 맞이하는 시점에 새롭게 취임하시는 학회장님께도 축하드립니다.

우리나라 패션산업 발전을 위해 학계와 업계 공동의 장으로 출범한 (사)한국패션비즈니스학회가 등재학술지를 발행하여 한국과학기술총연합회의 우수 학술지 지원학회로 선정되고 학술대회와 의상전시회(FABI)를 정기적으로 개최하고 또한, 한국섬유신문사와 공동으로 텍스타일 디자인 어워드를 진행하는 등 활발한 활동을 해온 것으로 알고 있습니다. 섬유패션산업 분야의 학문연구 및 정보교환과 글로벌 인재를 양성하는 등 우리나라 섬유패션산업의 글로벌화와 선진화에 많은 공헌을 해온 것으로 알려져 있습니다. 한국패션비즈니스학회 여러분들이 열정과 관심을 가지고 IT, CT 등 다양한 분야의 융·복합을 통한 선도적 기술과 독창성으로 섬유패션산업 발전에 앞장서서 많은 활동을 하심에 찬사와 기대를 보내고 싶습니다.

앞으로 한국패션비즈니스학회의 비약적인 성장과 약진을 기대합니다. 다시 한 번 ‘한국패션비즈니스학회 정기총회 및 춘계학술대회’를 송실대학교에서 개최할 수 있도록 애쓰신 회장님을 비롯한 여러 이사님들, 그리고 회원님들께 감사의 말씀을 드립니다.

한국패션비즈니스학회의 무궁한 발전을 기원합니다. 감사합니다.

2015년 4월 25일
송실대학교 총장 한헌수



목차

I. 최근 통상환경의 변화

II. 우리나라 통상정책 및 FTA 추진 현황

III. 세계 및 국내 섬유패션산업의 현황

IV. 섬유패션산업의 통상대응전략

I. 최근 통상환경의 변화

1. 전통적 성장전략의 유효성 저하

저성장기조와 '고용없는 성장'이 심각한 과제로 대두



수출주도형 경제발전 모델의 한계도 우려



2. 지속가능한 성장동력을 해외에서 찾아야 하는 상황

해외시장의 중요성이 커지면서 무역규모 확대를 위한 모멘텀이 필요

- 국내총생산(GDP) 대비 내수비중 : ('96) 99.7% → ('13) 74.3%
- 대외의존도 : ('02) 67.1% → ('07) 85.9% → ('12) 112.8%

〈 주요국의 상품분야 대외의존도 〉



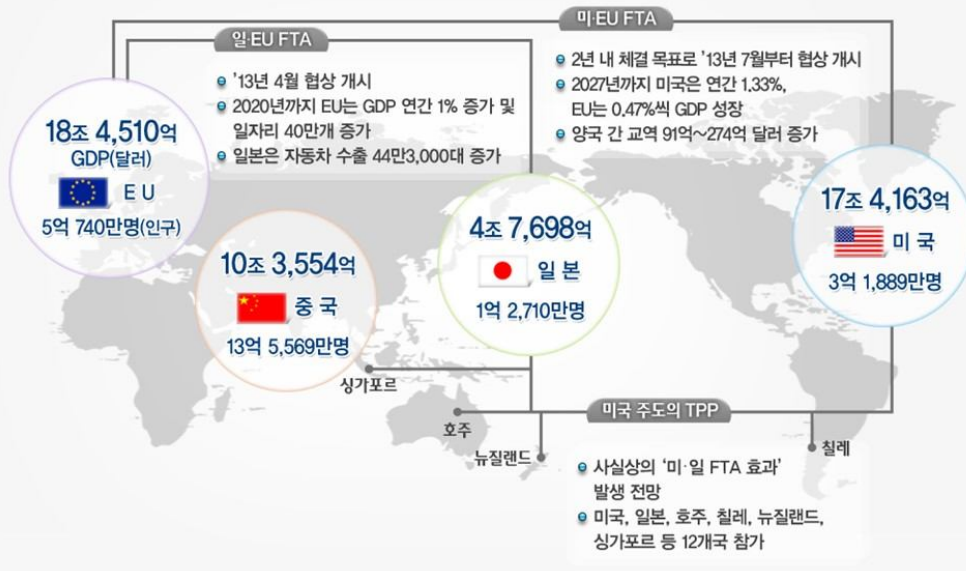
Global Supply Chain의 확대에 대응하는 전략 수립도 중요

- 신흥국의 부상 및 다국적기업들의 글로벌 소싱 전략에 대응하여, 지속적인 해외 수요 발굴 및 시장 개척 노력 필요

해외 성장동력 확보를 위한 통상의 역할이 요청

3. 세계 각국간 FTA 네트워크 경쟁 치열

거대경제권간 FTA 체결 움직임이 활발



Ⅱ. 우리나라 통상정책 및 FTA 추진 현황

1. 신통상 로드맵

추진 배경

통상기능의 일원화

- 통상과 산업간의 시너지 효과 기대

대외적 통상여건 급변

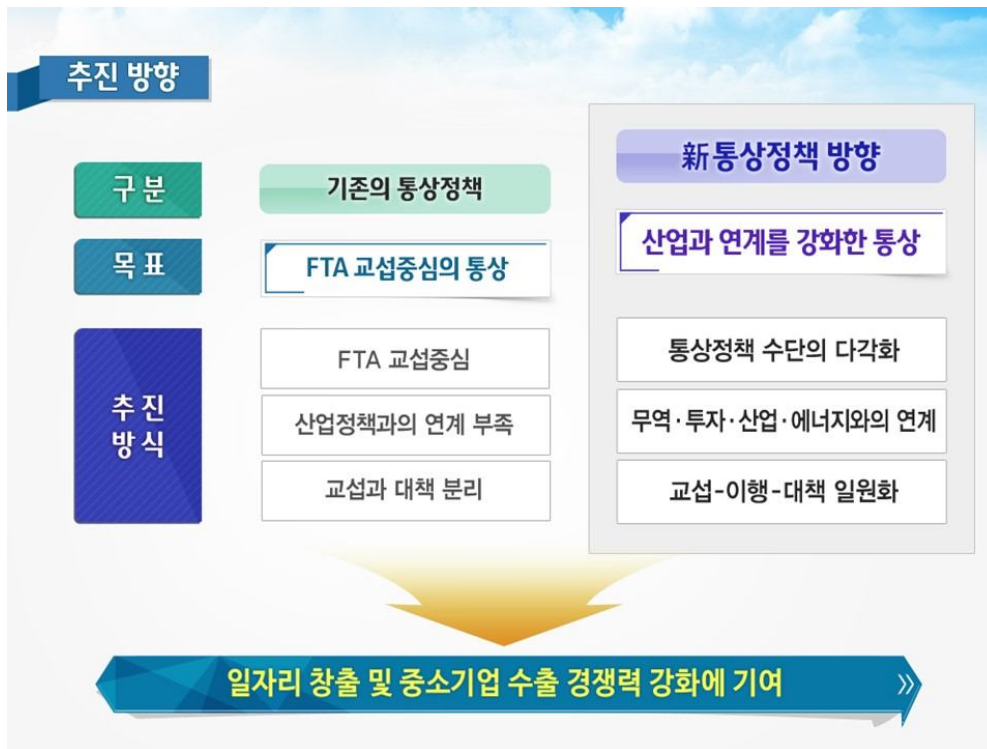
- 선진 경제권간의 FTA
* 미-EU FTA, TPP, RCEP
- 신흥국 부상
- 비관세장벽 확대

신통상정책

대내적 통상여건 급변

- 대기업·제조업 중심의 발전전략의 유효성이 저하

새정부 5년간 통상정책의 기본방향인 신통상 로드맵을 발표 ('13.6월) »



추진 계획

통상교섭	RTA	- Mega FTA 적극 대응 - 신흥 유망국 중심 FTA 확산
	다자(WTO)	- 다자적/복수국간 협상에 능동적 동참 - 글로벌 스탠다드 확산 및 규범수준 제고
통상협력		- 지역별 차별화된 진출전략 수립 - 정상외교 성과 공유·확산
FTA 활용		- 중소·중견기업의 FTA 활용도 제고 - 한·중 FTA 활용 및 경쟁력 강화 - 업종별 FTA 활용대책 추진 - FTA 플랫폼을 활용한 외자유치 확대
통상인프라		- 산업별 통상 대응전략 마련 - 산업-통상 Think-net 구축 - 산업-통상 전문인력 양성

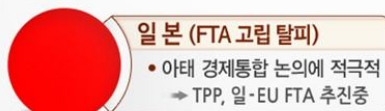
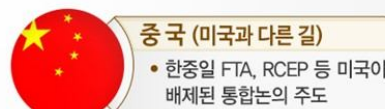
2. 우리나라의 FTA 추진 현황

1 동시다발적 FTA 추진 → FTA 허브국가로 부상

- 2003년 FTA 로드맵 작성 후 52개국(16건)과 FTA 타결 (발효 11건 50개국)
 - * [발효] 칠레, 싱가포르, EFTA, ASEAN, 인도, EU, 페루, 미국, 터키, 호주, 캐나다
 - * [타결] 콜롬비아, 터키(서비스·투자 협정), 중국, 뉴질랜드, 베트남
- 세계 10대 교역국 중 유일하게 미국, EU, 중국과 FTA 모두 타결



2 우리의 지역경제통합 핵심축(Linchpin) 전략



3. 한·중 FTA 체결 의의 및 성과

1 세계 3대 경제권과 FTA 네트워크를 완성하여 FTA 허브국가로 발돋움

- 미국, EU, 중국 등 글로벌 3대 경제권과 FTA를 모두 체결함으로써 FTA 시장규모를 73.2%로 확대 (세계 5위에서 3위로 도약)
 - * FTA 시장규모 순위 : ①칠레(85.1%), ②페루(78.0%), ④멕시코(63.6%), ⑤코스타리카(63.5%)
- 우리나라 전체 교역 중에서 FTA 체결국과의 교역 비중도 62.4%로 제고
 - * 우리나라 전체 교역 중 중국의 비중 21.3%, 전체 수출 중 중국의 비중 26.1%



2 글로벌 FTA 허브로서 투자유치 확대 및 향후 동아시아 경제통합 논의에서 주도적 역할을 할 수 있는 중요한 계기 마련

- 한·미/한·EU FTA 활용을 희망하는 중국 기업들의 對韓 투자 확대와 중국시장 진출을 모색하는 미국·EU·일본 등 선진국 기업들의 對韓 투자 증대 및 일자리 창출
- 한·중 FTA는 한중일 FTA, RCEP, TPP 등 아태 지역 경제협력 활성화 움직임 속에서 우리나라가 핵심축(Linchpin) 역할을 할 수 있는 중요한 토대로 작용

3 중국이라는 거대시장을 제2 내수시장으로 선점할 수 있는 기회 확보

- 對中 수출 연간 734억불 상당의 물품 → 관세가 발효 즉시 철폐
對中 수출 연간 1,105억불 상당의 물품 → 발효 10년내 관세 모두 철폐
- 기존 주력 소재 제품에 더하여, 패션, 영유아용품, 의료기기, 고급 생활 가전 등 중소기업 상품의 경쟁력 강화에 중점
 - * 현재는 비주력 내수 중심의 제품이라든, 향후 주력 수출 품목으로 발전 가능성
→ 정부의 '내수 중소기업의 수출기업화 정책' 등과 연계하여 추진
- 對中 수출 절대액이 큰 만큼, 자유화 최종 달성(발효 후 20년 경과)시 중국의 관세 철폐액은 연간 54.5억불 (한·미 FTA 9.3억불, 한·EU FTA 13.8억불)



4 중국 소비시장 확대 추세에 맞추어 對中 주력 수출 품목을 기존 부품, 소재 등 중간재 중심에서 소비재 중심으로 재편하는 계기

- 한·중 FTA 체결로 10조불 이상(韓 1.3조불 + 中 9.2조불, 2013년 기준) 규모의 거대 지역 경제공동체 탄생



Ⅲ. 세계 및 국내 섬유패션산업의 현황

1. 세계 섬유패션산업 현황

글로벌 경쟁 심화

- 중국에 이어 베트남, 인도 등 후발개도국의 지속적인 성장으로 경쟁이 더욱 본격화
- 향후 10년간 Post China 16으로 지목되는 후발개도국의 생산 및 수출 증가에 따라 가격경쟁 심화 예상

세계 교역 전망

단위 : 억 달러, %

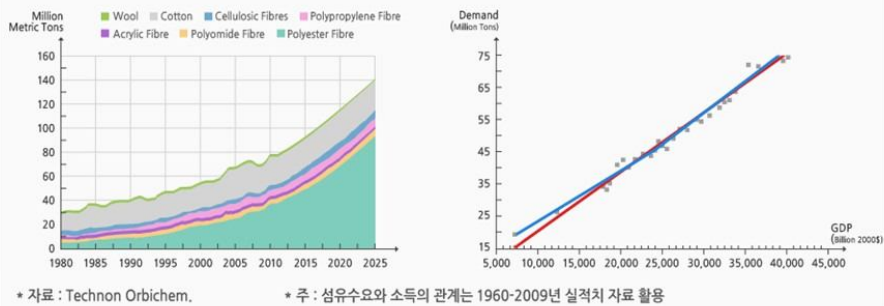
- 섬유전체 (연평균증가율 : 5.9)
- 섬유소재 (연평균증가율 : 5.7)
- 의류 (연평균증가율 : 6.1)



섬유 소비 확대

- 후발국들의 산업화 및 경제성장에 따른 소득증대로 구매력이 높아짐에 따라 소득탄력성이 높은 섬유의 소비가 지속적으로 높아질 것
- WTO에 의하면 의류소비는 2005년 1인당 10.3kg에서 2010년 11.2kg, 2015년 12.3kg로 높아질 것으로 나타남
- 패션의류와 비의류용 산업용 섬유의 높은 수요가 예상됨

섬유 생산 전망 및 섬유수요와 GDP 관계 추정



산업용 섬유소재의 지속 발전

- 20세기에는 기본 성능을 중심으로 토목, 건축, 농업용으로 활용
- 21세기에는 고기능 및 극한성능을 구현한 아라미드, 탄소섬유, PBO 섬유와 같은 특수섬유소재로 발전해 왔으며 자동차 등 수송기기, 항공, 보호용, 메디컬 등으로 용도가 확대
- 또한 섬유산업의 기술혁신에 따라 IT, BT, NT 등 첨단기술과의 융합발전 가속화로 고성능 산업용섬유 발전이 더욱 탄력을 받을 전망

고성능 슈퍼섬유의 세계 시장규모 및 전망(원사기준)

단위 : 톤, %

	2005	2009	2015(p)	연성장률		금액기준(억원)	
				2005~2009	2010~2015	2009	2015(p)
탄소섬유	25,000	35,500	65,400	10.5	13.0	15,000	23,500
아라미드섬유	59,500	83,300	146,800	10.0	12.0	30,900	44,040
초고분자량PE섬유	10,800	12,500	20,100	4.0	10.0	7,050	9,650
PPS 섬유	6,900	10,500	14,544	13.0	13.0	2,520	3,490
폴리아리레이트섬유	700	1,100	3,000	11.4	28.8	1,320	2,880
PBO 섬유	200	300	1,000	10.0	38.8	540	1,200
기타	5,200	7,100	11,400	7.3	10.0	4,260	6,160
합계	108,300	150,300	262,244	9.4	17.4	61,590	90,920

2. 우리나라 섬유산업의 현황

① 한국내 섬유산업의 입지

국가 경제발전의 모태산업이자 현재도 주력산업의 하나

- **(산업동향)** 글로벌 금융위기 이후 감소세에서 벗어나 증가세로 전환
 - * 생산액(조원) : ('75) 17.5(제조업의 21.4%) → ('10) 42.8 → ('11) 47.1 → ('12) 45.3 (제조업의 3.0%)
 - * 수출액(억불) : ('75) 16(제조업의 32.2%) → ('00) 188 → ('11) 159 → ('12) 156 → ('13) 160 (제조업의 2.8%)
- **(인력동향)** 설비 자동화로 인해 생산인력은 꾸준히 감소하다 최근 안정세
 - * 생산액(조원) : ('75) 47.7(제조업의 33.7%) → ('08) 294 → ('10) 288 → ('12) 307 (제조업의 8.3%)

우리나라도 글로벌 패션브랜드 창출단계에 진입

- **(기술/품질)** R&D 및 생산성 향상을 통해 기술/품질은 세계적 수준으로 발전
 - * 섬유소재/의류의 품질은 이태리 등 선진국과 대등한 수준, 탄소섬유 등은 산업화 진입 단계
- **(해외 투자)** 값싼 인건비 활용 및 현지시장 확보를 위해 꾸준히 해외투자 진행
 - * 해외투자(억달러) : ('95) 232 → ('00) 327 → ('05) 584 → ('07) 441 → ('12) 274
- **(브랜드 진출)** 최근 중국을 기점으로 한 국산 브랜드의 해외진출 증가
 - * 국산브랜드 중국진출 건수 : ('03) 52 → ('05) 120 → ('10) 158 → ('13) 177

② 한국의 섬유교역 현황

섬유의류 수출의 증가세

- 2000년 188억 달러를 정점으로 감소세를 보이다 생산 품목의 고부가가치화 진전으로 2009년 이후 글로벌 금융위기 및 재정위기에도 불구하고 점차 증가세로 전환

섬유산업 수출입 현황

섬유 수출 2009년 이후 증가세 전환



수출증감률 △8.1('05) → △12.6('09) → 19.5('10)
→ △2.1('12) → △2.3('13)

2012년 세계시장 점유율 2.0%, 세계 8위 수출국



* 자료 : 한국무역협회, WTO(International trade statistics 2013)

베트남, 중국이 최대 수출시장

- 대중 섬유수출이 감소하면서 베트남은 한국의 최대 수출국으로 부상
- 섬유소재 수출은 감소, 의류제품 수출은 증가하는 수출품목의 구조변화 진행

국가별 교역 현황 (2014.12월 누계)



대중국, 대베트남 섬유류 수출추이 (2014.12 누계)



3 섬유산업 해외 투자 현황

- ◆ 섬유산업 해외투자는 신규법인수 기준 5,443건, 투자금액 기준 71억달러 기록 ('14.9월 누계기준)

연도별 투자금액



* 출처 : 한국수출입은행 (2014.9 기준)

◆ 對중국 투자가 25억불로 전체투자금액의 35.2%, 베트남 14억불(19.7%), 인도네시아 8.5억불(11.9%) 순



* 출처 : 한국수출입은행

3. 우리나라 섬유산업의 과제

브랜드 파워

- 낮은 브랜드 인지도, 마케팅 취약
- 글로벌 마케팅 부재로 고부가가치 시장 개척에 한계

▶ ① 글로벌 브랜드 육성

기술 경쟁력

- 신소재, 차별화 제품 개발에 미흡
 - * 아라미드, 탄소섬유 등을 생산하고 있으나 선진 경쟁국 대비 기술수준 및 산업확산 미흡
- 섬유공정/수요산업 간 협력 미약

▶ ② 산업용섬유 수요 확산

숙련 인력

- 신규인력의 취업기피로 개발 및 생산인력의 상시적 부족현상
- 디자인 인력이 의류에 편중, 토탈 브랜드 확산에 애로

▶ ③ 전문인력 양성 촉진

제조 기반

- 생산시설의 해외투자, 해외 저가품 대량수입으로 제조기반 약화
- 한-중 FTA 등에 따른 섬유공정간 어려움 확산 예상

▶ ④ FTA/TPP 대응 강화

IV. 섬유패션산업의 통상대응전략

1. 섬유패션산업의 FTA 활용 전략

FTA가 경제에 미치는 영향

경제성장 기여 및 소비자 후생 증진

- 우리 총 경제성장에서 FTA로 인한 추가 성장 비중이 39.7%('13)로 FTA 정책이 금융위기 타개 및 전체 성장에 크게 기여
- 소비자후생 비교시 ASEAN 64.14억불, EU 45.10억불, 칠레 8.01억불 증가

FTA 무역비중 41.1%, 수출비중은 43.1% ('14)

- 對FTA 체결국 교역 · 수출증가율이 對세계 교역 · 수출증가율 증가
 - ➡ FTA 체결 이후 당해연도 4.6% ➡ 5년후 11.8% 수출 증가
- 가격경쟁력 확보, 新시장 개척, 무역창출 · 전환 효과
 - ➡ FTA 체결 이후 수출입 품목이 다변화되며, 관세 절감으로 수익률 개선



성과극대화를 위한 FTA의 효율적 활용 방안 모색 필요



FTA 플랫폼을 활용한 산업경쟁력 강화

중소기업 FTA 활용 제고



한-중 FTA 활용 및 경쟁력 강화 대책



업종별 FTA 활용대책 추진



FTA 플랫폼을 활용한 외자유치 확대



중소중견기업의 FTA 활용도 제고

중소·중견기업의 FTA 활용률을 65% 이상 제고

찾아가는 FTA 서비스 신설

- 주요 산업단지에 FTA 전문가 파견, 중소기업 직접 방문하여 FTA 활용 가능성 진단 및 지원



원산지 관리 아웃소싱 지원

- 관세사 등이 중소기업의 FTA 활용을 위해 원산지 관리 업무 대행



활용부진 업종에 특화된 지원

- 농수산물품 특화 원산지 관리시스템 보급 확산
- 생활용품 품목별 활용매뉴얼 보급



원산지 기준에 부합하는 신제품 개발 지원

- FTA 원산지 규정 충족을 위한 공정개선 및 신제품 개발 R&D 수요를 적극 발굴하여 지원



한·중 FTA 활용 및 경쟁력 강화

원스톱 지원체계 구축

- China Desk
- Yes FTA 센터



중국 내수시장 개척

- 중국의 주요 권역에 중소기업 전용매장, 현지 유통망 연계
- 농수산물, 식품, 소비재 등 유망품목 지원 및 문화컨텐츠 등 서비스 시장 진출 지원

역직구 활성화

- 중국 온라인 쇼핑몰과의 협력 강화
- 권역별 진출 거점 확대



산업경쟁력 제고

- 농수산업의 미래성장산업화 추진
- 제조업 생산성 제고 및 고부가가치화 추진



FTA 플랫폼을 사용한 외자유치

유망산업 비즈니스 거점 구축

- 새로운 비즈니스가 가능한 유망산업을 발굴하여 외투 확대
- 유망산업별 외자유치를 확대 시킬 수 있는 비즈니스 모델을 발굴

경제특구의 외투 전초 기지화

- 기구축된 경제특구 등 각종 인프라 및 환경의 활용 보안을 통해 비즈니스 거점화 실현 가능성과 효과성을 제고
- 규제완화와 맞춤형 인센티브 제공 등을 통해 경자구역과 새만금의 투자매력도를 제고

외자유치 체계 개선

- FTA를 활용한 중화권, 미국, EU 투자 유치 및 정상외교를 활용한 중동지역의 외자유치 활성화
- 서비스형 외투자역 제도 개선, 서비스업 외국인투자 재정지원 확대, 세제지원 확대 등을 추진



2. 섬유패션산업의 글로벌 경쟁력 강화 방안

① 고부가가치화 및 글로벌 브랜드화를 위한 기반조성

글로벌 브랜드 수출거점 마련

- ‘섬유스트림간협력사업’으로 FTA를 겨냥한 수출 공략품목 개발 (‘14년 337억원)
- KTC, 해외전시회를 활용, 해외 마케팅 거점 강화와 국산브랜드 해외진출 촉진
 - * 상해/뉴욕/LA 등 수출거점 강화, 한-이태리 130주년 기념패션쇼 개최(‘14.10월)

동대문의 재창조를 통한 패션허브화 기반마련

- ‘동대문패션비즈니스센터’의 공공기능 확대(‘14년 20억원), 패션 컨트롤타워 역할 수행
 - * 상설전시장 운영(온라인 판매장 포함), 봉제 시제품개발 지원, 디자이너 창업공간 제공 등 DDP와 연계 활용 강화
- 동대문을 한류/K-pop과 접목시켜 밀라노와 같은 패션 중심지로 육성
 - * 동대문을 패션집적지로 확대 육성하여 ‘서울’이 런던이나 밀라노와 같은 세계적인 패션중심지가 되도록 노력
 - * 서울시 중심으로 동대문 재건 프로젝트를 추진하여 집중 지원 검토

② 섬유-신발 협력 등 산업간 융합 강화

섬유-신발간 협력을 통한 성과 창출

- 지역 특화산업(대구: 섬유, 부산: 신발)의 광역 거점간 협력모델 제시
 - * 대구-부산 지역소재 연구기관간 동반성장 MOU 체결(‘13.2), 성과 발표회 개최(‘13.11)
- 무봉제/고기능 신발소재 개발 등 차별화 수요 확대 및 고부가가치화 촉진
 - * 방탄소재를 초경량 등산화에 적용, 3D를 활용하여 무봉제 신발 개발 등

섬유-신발간 스트림간 협력을 통한 상호 성장 유도

- 고부가가치 신발산업의 활성화를 위한 성공모델 발굴 및 홍보 추진
 - * 섬유와 신발간 우수 협력사례 제시를 통해 산업간 융합을 활성화
- 섬유+신발 스트림간 협력기술개발 강화, 對중국 유망품목 개발 등 유도

섬유산업과 기타 산업간 융합촉진 유도

- IT+섬유/패션, 소방/안전복 등에 대한 융합을 촉진하여 산업의 다양성 촉진
 - * 패션노이드, 섬유IT융합센터(섬산련) 등 분야별 융합활동 지원, 수요산업과의 융합촉진방안 수립 등 추진

③ 산업용섬유의 산업화 및 수요산업과의 연계 강화

그간의 성과와 당면과제

- 아라미드섬유, 탄소섬유 등의 개발을 통한 첨단 산업용섬유 본격 양산 착수
* 대구 슈퍼소재 산업화 사업(아라미드 등), 전북 탄소밸리 구축(탄소섬유 등) 예타사업을 통한 집중 지원
- 국내 수요시장의 확대에 비해 국내산업이 차지하는 생산 및 수출은 부족한 상황
* 국내 산업용섬유 시장 비중 : '00) 25% → '10) 35% → '12) 37% (선진국인 일본, 독일, 미국 등은 70~80% 수준)

사업화 지원, 수요산업과의 수요연계 확대로 산업용섬유 활용 촉진

- 슈퍼소재, 탄소섬유, 메디컬섬유 등 R&D의 성과분석으로 지속 발전 유도
* 슈퍼소재 산업화('10~'14, 대구), 탄소밸리 구축('11~'15, 전북), 첨단 메디컬 신소재('11~'15, 경북)
- 자동차, 조선 등 수요산업과의 연계 강화, 시험인증기반 구축 등 기반 마련
- 신수요 산업용섬유 개발을 위한 지원 강화
* 염분, 파도, 저온 등에 강한 '해양산업용 융복합소재 산업화' 예타 진행중 (부산, 제주, 전남 광역연계 추진)

④ 한·중 FTA/TPP에 대한 선제적 대응

한·중 FTA 협상 및 중국시장 진출을 위한 선제적 대응 추진

- 양국 FTA 체결에 따른 중국 내수시장의 선제적 공략 필요
* '섬유스트림간협력기술개발사업'을 통해 중국시장을 타겟으로 한 품목발굴 및 R&D 지원 강화
* 중국시장 진출 모델(이랜드와 같은 현지화 전략 등), 각 성별 체형, 제도, 상도 등 맞춤형 정보 제공
- 한중 FTA를 계기로 섬유패션 업계의 자율적인 구조 개선과 제품 고부가가치화 추진을 위해 업계 차원의 경쟁력 강화방안 마련
- 섬유산업연합회를 중심으로 '한-중 FTA 대책반'을 구성하여 분야별 추진대책 및 액션플랜 수립 추진

TPP에 대한 섬유산업의 활용도 확충

- TPP 참여국의 생산기반과 국내산업과의 연계 협력을 강화하여 수출 확대
* 참여국간 통일원산지 규정 및 원산지 누적기준 도입 등을 통해 섬유기업의 활용도 확대 추진 (베트남은 누적원산지 기준이 도입될 경우 우리나라와의 섬유소재 교역이 크게 증가될 전망)

⑤ 업종별 섬유인력 수급 촉진

4대 전략업종 인력대책에 섬유분야 포함

- 섬유를 포함한 해양플랜트, 뿌리산업 등의 인력육성을 중점 추진키로 대책 수립

고급 기술인력, 기능인력 등 분야별 맞춤형 인력 공급 추진

- **고급 기술인력** 수요산업에의 이해 확대를 통한 하이브리드 및 슈퍼 섬유 전문인력양성 추진
* 산업용 섬유와 수요산업의 이해 확대를 위한 석박사 인력의 커리큘럼 개편, 산학연 연계 강화 등 지원
- **기술인력** 해외 생산거점 확대, 마케팅 확대에 필요한 무역, 섬유, 언어 등 다방면의 능력을 갖춘 통섭형 인력양성 ('14년부터 섬산련 및 섬유업계 공동(6개사) 추진)
- **기능인력** 산학연 공동 인력양성 등 인적자원개발협의체(SC) 강화, 재소자 등 유휴인력의 활용 추진

감사합니다.



산업통상자원부
MINISTRY OF
TRADE, INDUSTRY & ENERGY



약 력



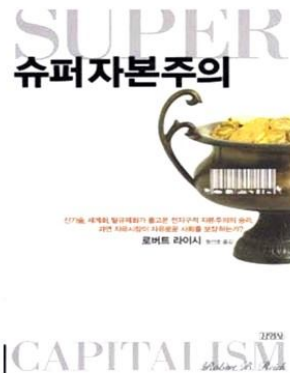
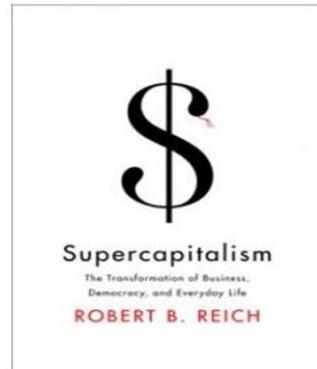
문 재 도

□ 주요경력

- 1981 제25회 행정고등고시 합격
- 1982-1995 원자력발전과, 석유정책과, 전력정책과
- 1995-2005 불공정수출입조사과장, 수송기계과장, 전기위 총괄정책과장, 자원정책과장
- 2005-2006 KOTRA 외국인투자지원센터
- 2007-2009 제네바 국제연합사무처 및 국제기구대표부 공사참사관
- 2009-2010 지식경제부 통상협력정책관
- 2010-2011 지식경제부 자원개발원전정책관
- 2011-2013 지식경제부 산업자원협력실장
- 2013-2014 대통령비서실 경제수석비서관 산업통상자원비서관
- 2014-현재 산업통상자원부 제2 차관

□ 학 력

- 1982 서울대학교 경제학과
- 1985 서울대학교 정책학과 석사
- 1986 한국과학기술대학 경영학과 석사



섬유패션산업과 슈퍼자본주의

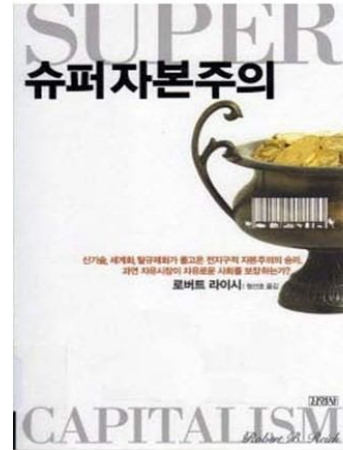


1. 슈퍼자본주의 시대의 도래
2. SPA의 약진
3. 신섬유의 등장
4. 섬유패션산업의 위상과 미래

1. 슈퍼 자본주의 시대

(1) 슈퍼자본주의 (Super Capitalism)

- 로버트 라이시 버클리대 교수 (슈퍼자본주의)
- 엄청난 소득격차는 인터넷 기술혁신 때문에 생긴 것
- 혁신을 이끌 인재에 대한 수요는 공급을 훨씬 초과하는 반면 단순 업무는 기계나 해외 근로자로 인해 공급이 늘어났다. '상위 1%만이 이끌어갈 수 있는 경제'가 됐다.



7

1. 슈퍼 자본주의 시대

(2) 우리는 소비자&투자자

- 두 개의 '월(Wall)', '월' 스트리트와 '월'마트가 민주적 자본주의의 시민정신을 함락시켰다.
- 우리들은 '시민'에서 '소비자'와 '투자자'로
- 광속의 정보 유통, 세계적인 공급체계, 금융시장과 투자 시스템의 발달은 소비자와 투자자의 성마름을 가속화



8

1. 슈퍼 자본주의 시대

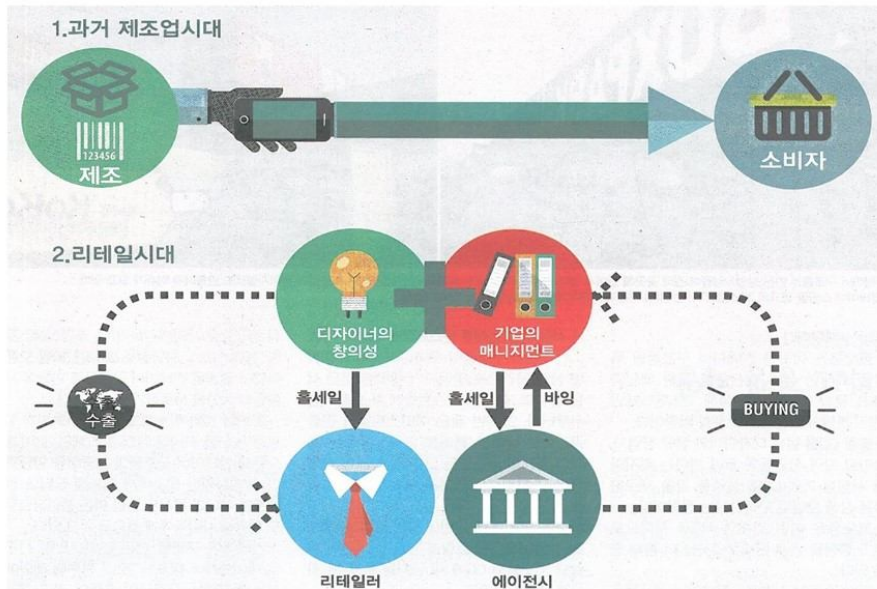
(3) Transition of Fashion Industry



9

1. 슈퍼 자본주의 시대

(4) Retail시대의 도래



10

1. 슈퍼 자본주의 시대

(5) Forbes' Billionaire List의 섬유패션기업인들

(2015년 3월 2일)

	Amancio Ortega	Stefan Persson	Tadashi Yanai & family
Net Worth	\$64.5 Billion	\$24.5 Billion	\$20.2 Billion
Age	78	67	66
Source Of Wealth	Retail, Self Made	H&M (Hennes & Mauritz)	Retail, Self Made
Education	Waseda University	University of Stockholm	Waseda University
Billionaires # in 2015	#4 (#3 in 2014) (#1 in Spain)	#28 (#12 in 2014) (#1 in Sweden)	#41 (#66 in 2013) (#1 in Japan)
Marital Status	Married Children 3	Married Children 3	Married Children 2

11

1. 슈퍼 자본주의 시대

(6) Forbes' Billionaire List의 한국인들

(2015년 3월 2일)

	Lee Kun-Hee	Suh Kyung-Bae	Jin-Sook & Do-Won Chang	Chung Mong-Koo
Net Worth	\$11.3 Billion	\$7.2 Billion	\$5.9 Billion	\$5.7 Billion
Age	73	52	60	76
Source Of Wealth	Samsung	Amore Pacific	Fashion retail, Self Made	Hyundai
Education	Waseda University	Yonsei University	High School	Hanyang University
Billionaires # in 2014	#110 (#102 in 2014) (#1 in Korea)	#185 (#609 in 2014) (#2 in Korea)	#248 (#244 in 2014) (#93 in U.S.)	#259 (#202 in 2014) (#4 in Korea)
Marital Status	Married Children 3	Married Children 2	Married Children 2	Married Children 4

12

1. 슈퍼 자본주의 시대

(7) Forbes' Billionaire List의 한중일 패션소매기업인들

(2015년 3월 2일)

	Tadashi Yanai & family	Suh Kyung-Bae	William Fung	Zhou Chengjian
Net Worth	\$20.2 Billion	\$7.2 Billion	\$2.2 Billion	\$1.65 Billion
Age	66	52	66	49
Source Of Wealth	Retail, Self-made	Amore Pacific	Li&Fung	Meters Bonwe
Education	Waseda University	Yonsei University	Harvard University	Zhejiang University
Billionaires # in 2015	#41 (#6 in Asia) (#1 in Japan Fashion&Retail)	#185 (#25 in Asia) (#1 in Korea Fashion&Retail)	#847 (#110 in Asia) (#1 in HongKong Fashion&Retail)	#1173 (#159 in Asia) (#1 in China Fashion&Retail)

13

1. 슈퍼 자본주의 시대

(8) 중국 비즈니스의 성공사례

- 서경배 회장(아모레 퍼시픽)
포브스 슈퍼리치 '14년 609위에서 '15년 185위로(아시아 25위, 한국 2위) 급상승
한류를 활용한 중국시장(요우커) 공략으로 매출 급신장
- 권혁빈 회장(스마일게이트)
2002년 온라인 게임회사 스마일게이트 창업 후 한국에서 실패
2008년 중국 인터넷회사 텐센트를 통해 중국 서비스 실시 후 매출 급성장
(('08)49억 → ('13)3,760억)



14

2. SPA의 약진

(1) ZARA

- Amancio Ortega '63년 창업, '85년 인디텍스社 설립,
- '07년 총 50개국에 매장을 오픈하면서 급성장 ('14년 기준 8개 브랜드, 88개국 6,460개 이상의 점포 운영)
- '14년 매출은 241억불로 글로벌 SPA브랜드 1위 기업으로 부상
- 성공전략 : Speed (6개월전 시즌라인의 15~25% 기획, 시즌시작시 50~60% 확정 *일반적으로 50~60%를 사전기획)



구분	매출액(백만불)	영업이익(백만불)
'05	8,386	1,361
'06	10,292	1,703
'07	12,926	2,263
'08	15,306	2,366
'09	15,466	2,412
'10	16,625	3,039
'11	19,201	3,511
'12	20,497	4,007
'13	22,208	4,078
'14	24,076	4,250

15

2. SPA의 약진

(2) H&M

- '47년 Erling Persson에 의해 '헤네스' 여성복 판매업체로 창업
- '68년 사명을 "Hennes&Mauritz"(H&M)로 바꾼 후 '00년 뉴욕과 스페인, '07년 홍콩과 상하이에 매장을 운영
- '07년부터 런칭, 인수 등을 통해 새로운 브랜드를 추가, '14년 기준 6개 브랜드, 3,500개의 점포를 운영, 직원수 116,000여명
- 성공전략 : Price(Coto-benefit ratio), Collaboration



구분	매출액(백만불)	영업이익(백만불)
'05	8,189	1,761
'06	9,268	2,073
'07	11,589	2,719
'08	13,419	3,052
'09	13,266	2,832
'10	15,060	3,423
'11	16,931	3,137
'12	17,830	3,211
'13	19,729	3,390
'14	22,066	3,728

16

2. SPA의 약진

(3) UNIQLO

- '82년 히로시마에 유니클로 1호점 오픈, '84년 야나이 다다시 사장취임, '91년 패스트리테일링으로 사명을 변경
- '14년 기준 2,753개 매장에 30,448명을 고용, 매출 130.6억불
 - 전 세계 의류업체 중 매출액 4위 (ZARA, H&M, GAP 순)
- 성공전략 : Function, Big Shift



구분	매출액(백만불)	영업이익(백만불)
'05	3,483	514
'06	3,858	605
'07	4,460	552
'08	5,675	847
'09	7,316	1,160
'10	9,288	1,509
'11	10,287	1,460
'12	11,636	1,585
'13	11,709	1,361
'14	13,056	1,403

17

2. SPA의 약진

(4) 국내 영업이익률 10%이상 기업

NO	회사명	매출액	영업이익	영업이익률	비고
1	케이투 코리아	407,495	93,479	22.9	
2	네파	473,236	92,932	19.6	
3	신라섬유	3,033	557	18.4	
4	BYC	176,910	27,901	15.8	
5	영원무역	1,246,336	185,502	14.9	
6	디피앤케이	12,466	1,806	14.5	
7	영원무역홀딩스	1,644,311	234,996	14.3	
8	블랙야크	572,367	80,994	14.2	
9	힐라코리아	797,476	93,549	11.7	

18

2. SPA의 약진

(5) 패션시장의 콜라보레이션

- 콜라보레이션(Collaboration) : 기업 간 또는 유명인 등 다양한 분야와 협력해 새로운 가치를 창출하는 활동
- 조직개편, 브랜드 정체성 변화, 큰 리스크 없이도 외부자원을 활용해 기존상품의 변화 시도



- 패션 디자이너 마크 제이콥스를 크리에이티브 디렉터로 영입(1997)
- 콜라보레이션이란 단어가 대중에 널리 각인
- 원색컬러(핫핑크, 옐로우 등)와 손으로 휘갈긴 듯한 로고 등 파격적 디자인 도입



- 샤넬 수석디자이너 칼 라거펠트(2004), 지미추(2009), 랑방(2010), 베르사체(2011) 등 하이패션과의 협업을 계속 시도
- H&M 명동 매장에서 Marni(이 명품브랜드)와 협업한 'Marni at H&M' 컬렉션 판매, 첫날 완판

19

2. SPA의 약진

(5) 패션시장의 콜라보레이션



- 질 샌더(이 명품브랜드)와 협업컬렉션을 선보여 시장의 호응 획득(2009)
- 명품브랜드 디자이너와 협업함으로써, 패셔너블하고 신선하다는 브랜드 이미지를 부각, 마케팅 효과 유발



- '나이키 + 아이팟 스포츠 키트' 개발
- 운동한 거리와 시간, 칼로리 소모량 등을 기록
- 새로운 아이디어 결합을 통해 혁신적인 제품 창조



- 구겐하임미술관 등 해체주의적 건축물을 선보여 온 건축가 프랭크게리와 콜라보레이션(2006)
- 유명 건축가의 창조성과 조형미가 담긴 보석 컬렉션 발표

20

3. 신섬유의 등장

(6) 신소재개발을 통한 합성섬유시대의 개막

섬유소재		개발, 생산 및 상업화
합성 섬유	나일론	1938년 듀폰이 최초의 합성섬유 개발 - 일상생활에 가장 큰 영향을 준 섬유, 실크 감성
	폴리에스터	1941년 영국에서 개발, 1953년 듀폰이 상업화 성공 - 세계에서 가장 널리 사용되는 섬유, 면 감성
	아크릴	1931년 독일 개발, 1948년 듀폰이 상업화 성공 - 나일론, 폴리에스터와 함께 3대 합성섬유, 양모 감성
재생 섬유	비스코스 레이온	천연재료인 펄프에서 추출해 생분해되는 특성 (친환경섬유) - 텐셀 (유칼립투스나무) : 내의류, 침대커버, 유아복 - 모달 (너도밤나무) : 속옷 등 니트류, 고급 여성의류

21

3. 신섬유의 등장

(15) 신섬유 개발 : 탄소섬유

탄소섬유 : 강철에 비해 10배 정도의 강도, 가벼운 무게와 낮은 열팽창율
- 항공우주산업, 토목, 군사, 골프채, 자전거 프레임 등 다양한 분야에서 활용



22

(16) 신섬유 개발 : 아라미드 섬유

23

(17) 신섬유 개발 : 웨어러블 디바이스

● 개념

신체에 착용, 부착하여 정보를 입력/출력/처리하는 스마트 기기 통칭

● 종류

밴드, 브로치, 글래스, 신발, 목걸이,
반지, 모자, 귀걸이, 장갑, 의류 등

영양

생활·문화, 고위험 작업 환경,
제조·안전 등 다양한 분야에 적용

웨어블 기기



스마트워치

▶ 애플워치, 갤럭시워치, 삼성 갤럭시 스마트워치 등 다양한 스마트워치가 출시되어 있다.

스마트 안경

▶ 구글 글래스, 마이크로소프트 홀로 등 다양한 스마트 안경이 출시되어 있다.

스마트 밴드

▶ 애플 워치, 갤럭시 워치, 삼성 갤럭시 스마트워치 등 다양한 스마트 밴드가 출시되어 있다.

스마트 시계

▶ 애플 워치, 갤럭시 워치, 삼성 갤럭시 스마트워치 등 다양한 스마트 시계가 출시되어 있다.

스마트 브러시

▶ 애플 워치, 갤럭시 워치, 삼성 갤럭시 스마트워치 등 다양한 스마트 브러시가 출시되어 있다.

스마트 링

▶ 애플 워치, 갤럭시 워치, 삼성 갤럭시 스마트워치 등 다양한 스마트 링이 출시되어 있다.

웨어블 기기



스마트워치

▶ 애플워치, 갤럭시워치, 삼성 갤럭시 스마트워치 등 다양한 스마트워치가 출시되어 있다.

스마트 안경

▶ 구글 글래스, 마이크로소프트 홀로 등 다양한 스마트 안경이 출시되어 있다.

스마트 밴드

▶ 애플 워치, 갤럭시 워치, 삼성 갤럭시 스마트워치 등 다양한 스마트 밴드가 출시되어 있다.

스마트 시계

▶ 애플 워치, 갤럭시 워치, 삼성 갤럭시 스마트워치 등 다양한 스마트 시계가 출시되어 있다.

스마트 브러시

▶ 애플 워치, 갤럭시 워치, 삼성 갤럭시 스마트워치 등 다양한 스마트 브러시가 출시되어 있다.

스마트 링

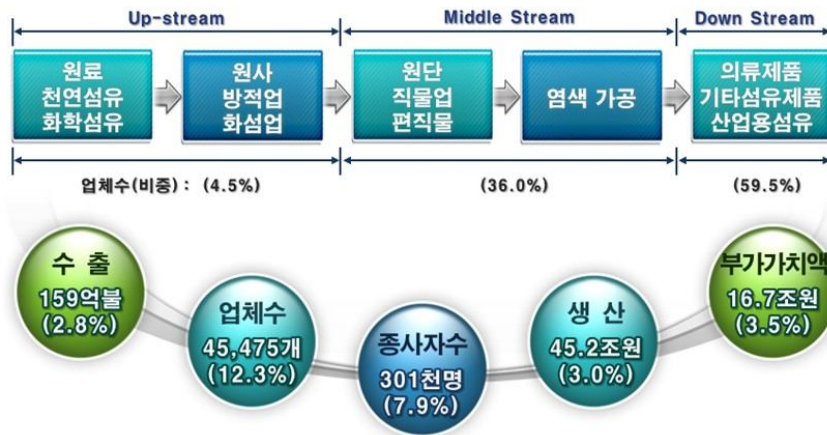
▶ 애플 워치, 갤럭시 워치, 삼성 갤럭시 스마트워치 등 다양한 스마트 링이 출시되어 있다.

24

4. 섬유패션산업의 미래

(1) 섬유패션산업의 위상

- 전체 제조업 중 업체수 12.3%, 고용 7.9%, 생산 3.0%를 점유하는 핵심 기간산업
- 지난 38년간 3.137억불의 무역수지 흑자를 기록, 타 산업 발전을 이끈 모태산업
- 세계 8위 섬유수출국, 세계 4위 생산기술국



3

4. 섬유패션산업의 미래

(2) FTA 체결 현황

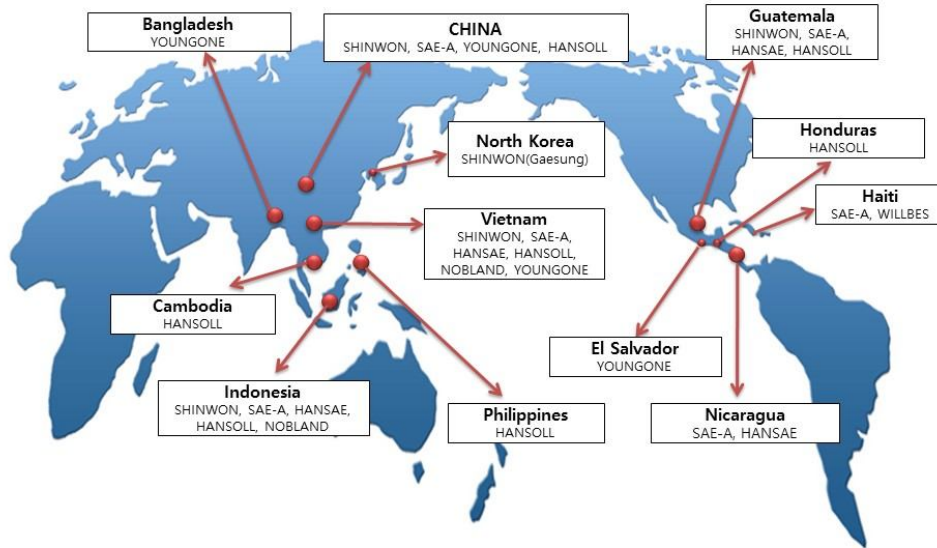
- In Effect or Concluded ● Under Negotiation
- ※ The size of the circle represents trade volume



4

4. 섬유패션산업의 미래

(3) 해외 생산공장 현황



5

4. 섬유패션산업의 미래

(4) 주요 벤더 기업

(2014년 기준, 십억원)

회사명 (설립연도)	매출액 (영업이익)	Overseas Factories	Main Buyers	Main Products
한세실업 (1982)	1,728 (114)	- Guatemala, Nicaragua, USA - Vietnam, Indonesia, Philippines	Gap, Hollister, Kohl's	Knit
영원무역 (1974)	1,644 (235)	- Bangladesh, Vietnam - China	North Face, Nike	Outdoors
세아상역 (1988)	1,425 (80)	- Guatemala, Nicaragua, Haiti - Indonesia - China	Walmart, Kohl's, J.C.Penny	Knit, Woven
한솔섬유 (1992)	1,041 (46)	- Guatemala, Nicaragua - Vietnam, Indonesia, Cambodia, Philippines	Walmart, GAP, Kohl's	Knit
신성통상 (1968)	778 (26)	- Nicaragua, Honduras - Vietnam, Indonesia, Myanmar	Gap, Target, Forever21	Knit, Woven

6

4. 섬유패션산업의 미래

(5) 2022년 발전비전

섬유비전			
2022년 세계4위 섬유산업 강국으로 도약			
수출	160억불('13년)	⇒	270억불
생산액	38조원('12년)	⇒	60조원
고용(5인 이상 업체)	24만명('12년)	⇒	30만명
신섬유 비중	27%('13년)	⇒	60%

25

약 력



□ 학 력

- 경기고등학교 졸업
- 서울대학교 미생물학과 졸업
- 서울대학교 행정대학원 수료
- 미국 콜롬비아대학교 로스쿨 연수
- 밴더빌트대 대학원 경제학 석사
- 숭실대학교 경영학 박사

윤 수 영

□ 경 력

- 1980년 : 제24회 행정고등고시 합격
- 1981년 - 1992년 : 행정사무관
 - 경제기획원 행정사무관 (물가정책과/조정총괄과)
 - 상공부 행정사무관 (가전제품과/조사총괄과)
- 1992년 - 2004년 : 상공부(통상산업부, 산업자원부)과장
 - 대통령비서실 행정관, 공업진흥청 비서관,
 - 국가과학기술자문회의 실장
 - 통상산업부 전자부품과장, 무역정책과장,

말레이시아 상무참사관

- 산업자원부 구아협력과장, 가스산업과장, 섬유패션산업과장
- 2004년 - 2009년 : 일반직 고위공무원
 - 산업자원부 방사성폐기물 종합상황지원반장,
 - 재정경제부 지역특구단장
 - 대통령직인수위원회 경제2분과 전문위원
 - 지식경제부 신산업정책관
 - 지식경제부 무역위원회 상임위원
- 2009년 7월 - 2013년 8월 - : 한국무역정보통신 사장
- 2013년 9월 - 한국섬유산업연합회 상근부회장

□ 상 훈

- 1987년 : 경제기획원장관 표창
- 1995년 : 밴더빌트대, GPED Most Outstanding Student상(Perfect Score)

□ 저 서

- 2007. 11 세속경제학

**패션 창업을 위한 Eco-System의 이해
- 동대문 패션 클러스터를 중심으로 -**

2015. 4. 25.

한국 패션비즈니스학회 춘계 학술대회
충실대학교 윤현덕교수

I . 개요

1. 서울의 대표 패션상권 현황
2. 향후 패션상권 재편 전망
3. 동대문 패션 클러스터의 경쟁력
4. 동대문 패션 클러스터의 변화

1. 서울의 대표 패션상권 현황



2

남대문상권의 쇠퇴

가. 인프라, 접근성, 주차능력, 보행여건 등에서 열위

나. 1990년 이후 동대문 패션 상권으로 이주

- '90년대 동대문에 현대식 쇼핑몰이 들어서면서 남대문 상인이 집단 이동
 - 탑시크리트, 삼익타운, 시티보이, 페인트타운, 빅게이트, 노바상가 등
- 1990년대 후반 이후 여성의류 주도권은 동대문으로 이동

다. 액세서리 · 아동복 · 도깨비 시장으로 명맥 유지

- 액세서리는 가격 · 디자인에서 경쟁력 보유 (개별 점포 약 2200개, 2004년)
 - 랭땅, 남정, 삼호, 우주, 연세, 영창, 장안, 코코 등
- 아동복은 국내 최대 도매상권을 형성
 - 부르당, 포키, 마마, 포핀스 등



라. 값싼 중국산 의류 유입에 타격

- 중국 청도에 한국인 운영 액세서리 공장이 수백개 (남대문유통의 30% 추정)
- 아동복은 출산율저하, 대형할인점(중국산) 잠식의 영향

3

이태원상권의 쇠퇴

가. 한국의 대표적 관광·쇼핑·문화지구

- 1997년 서울의 첫 관광 특구로 지정
- 1988년 서울올림픽 때 최대의 호황 이래 계속 매출 감소

나. 한국관광공사 실태조사 결과 외국인의 선호도 하락

- 한국관광공사 관광실태조사:
외국인의 서울 시내 관광 선호도 순위
명동 > 동대문 > 남대문 > 인사동 > 이태원
- 열악한 인프라, 짝퉁 천국의 오명, 성범죄 오주의 지역 등 나쁜 이미지, 동대문 및 남대문 등 다른 관광 특구와의 차별력 약화, 불편한 교통 등이 원인



자료출처 : 국민일보

다. 주요고객인 용산 주한 미군 이전 확정후 위기

4

청계천변 상권의 쇠퇴



구역	과거업종	신공업종	유망업종
1. 서린, 무교, 다동권	기업본사, 금융, 미디어	식음료, 외식업	국제 금융 및 비즈니스
2. 관철, 관수동권	음식점, 카페, 학원, 소방, 방재설비	고급카페, 음식점	식음료, 관광쇼핑
3. 세운상가권	전기, 전자, 조명, 기계공구상	이주 준비 중	IT, 첨단기술, 상업, 문화, 컨퍼런스
4. 동대문시장권	의류 도, 소매	식음료, 숙박업	패션, 디자인, 문화, 공연, 체육시설
5. 왕학동권	중고품, 베품시장, 주방용품	식음료업	주상복합타운
6. 왕십리뉴타운권	공구상, 철물점	주택, 점포 증가	주거, 상업, 산업기능복합타운

자료출처 : 청계천변에 따른 도시구조·형태 변화 모니터링 연구, 서울시정개발연구원, 2006.7

5

명동상권의 부활

가. 2004년 이후 고급화로 상권 가치 상승 및 부활 시작

- 롯데백화점 명품관 ‘에비뉴엘’ 개장과 신세계본점 재개관 등 명품시장의 강북 진출
- 가두매장의 브랜드 메가숍 (대형화, 콘셉트화) 개장



나. 2005.10 이후 청계천 복원의 수혜

- 상권부활의 바로미터인 패밀리레스토랑의 오픈 및 리노베이션 (T.G.I.프라이데이스, 아웃백스테이크 하우스, 브루스케타, 베니건스, 토니로마스, 스파게티아, 마르쉴, 파파조스 등)
- 국립극장까지 명동에 들어서면 청계천효과와 시너지작용 예상



다. 한국을 대표하는 상권으로 자리 매김

- 한류문화의 글로벌화로 한국을 대표하는 상권으로 자리 매김
- 국내외 유명 패션 브랜드의 플래그십 매장 입점 증가
- 패션 브랜드 매장보다는 화장품 매장의 급격한 증가

6

동대문 패션 상권의 부활

가. 동대문 디자인 플라자(DDP) 개관 이후 여러 기회요인에 의해 부활의 시동

- 중국산 저급 상품에 대한 동대문상품의 비교우위 재평가로 바이어의 회유 추세
- DDP, 지난해 3월 개관 이후, 2월말 현재 총 850만명 방문
- 신규 쇼룸, 리뉴얼, 리모델링, 증축 등 활발

나. 서울시 상권재편 과정에서 대안 역할 기대

- 상권재편 과정에서 청계천변상권, 남대문상권, 이태원상권을 흡수할 대안지로 부상

7

2. 향후 패션 상권 재편 전망



8

3. 동대문 패션 클러스터의 경쟁력

- 동대문 패션 상권의 잠재력
 - 기획, 생산, 유통이 모두 동대문 패션 상권 반경 5km내 집중된 패션클러스터를 이루고 있는 세계최대규모 의류시장
 - 동대문 특유의 다품종 소량생산과 스피드 생산 가능
- 타 상권 소멸기능의 수용 여력이 충분
 - 동대문 일대의 풍부한 공공용지(공병단, 국립의료원, 기동대부지 등) 및 26,700평의 동대문운동장 부지
 - 지상, 지하 복합 공간개발이 가능한 유일 상권



9

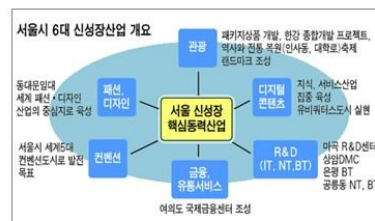
4. 동대문 패션 클러스터의 변화

동대문 일대의 역할은,

첫째, 패션산업의 모든 기능, 기획-조달-생산-유통이 동대문을 중심으로 한 패션 산업 집적지(Fashion Industrial Cluster)

둘째, 패션·디자인산업 중심지로 조성

신성장 6대 핵심동력산업에서 동대문일대는
세계 패션·디자인 산업의 중심지로 육성 계획



셋째, 패션 클러스터로서 요구되는 원, 부자재 공급이 용이하고
소량 제품 단납기 생산이 가능한 지역

10

II. 동대문 패션 상권의 현황

1. 유통시스템으로 본 동대문 패션 상권의 발전단계
2. 동대문 패션 상권의 유통시스템
3. 기로에 선 동대문 패션 상권

1. 유통시스템으로 본 동대문 패션 상권의 발전단계

A. 제1기(1961년~1970년) : 조달기능



조달 기능 완성

제1기 1단계 (1961~1968)

- 1961년 평화시장은 1층 판매, 2·3층 생산으로 생산과 판매를 한 장소에서 해결한 경쟁력 있는 모델임
- 광장시장에서 원·부자재 조달
- 생산-유통-조달이 500m 이내에서 이뤄짐

제1기 2단계 (1969~1970)

- 단일지역 동양최대규모의 조달기능인 동화시장, 통일상가, 동대문종합시장이 연이어 개관
- 생산-유통-조달이 100m 이내에서 이뤄짐
- 의류산업성장을 위한 조달기능 완성

12

B. 제2기(1980년~2000년) : 도매상가



생산·유통·물류기능 완성

제2기 1단계 (1979~1984): 도매상가 개발

- 1979~1980 흥인, 덕운, 남평화, 제일평화, 광희, 에어리어엑스 개점
- 10년간 대호황 (수요>공급)
- 생산공장이 반경 3km 이내로 확산
- 생산-유통-물류기능 완성

제2기 2단계 (1990~2000): 도매상가 팽창

- 1990년 아트프라자 이후 도매 6개 상가 추가 개점
전통도매상가 - Madame, Formal
신규도매상가 - Young/Missy, Casual
- 남대문상권에 대한 우위 확립

13

C. 제3기(1998년~2007년) : 소매상가



제3기 1단계 (1998~1999) : 소매상가개발

- 밀리오레가 소매상가로 전환하여 대성공하였으며, 곧이어 두산타워, 프레이타운이 소매로 개점
- IMF시기, 도매상가는 환율차이로 폭발적 수출
- IMF시기 자영공장 다수 도산으로 생산기반 약화

제3기 2단계 (2000~) : 소매상가팽창

- 소매상가간 경쟁
- 한국인 운영 중국 현지공장 생산 → 국내 유통으로 국내설비가 유희시설이 되며 생산기반 더욱 약화

유통업체 분화 · 생산기능 약화

14

2. 동대문 패션 상권의 유통시스템

수많은 소기업으로 구성되어 '생산→유통'의 전 과정이 반경 5km 이내의 패션 클러스터를 이루고 있는 세계최대의류시장



- 국내소비자 입장에서 동대문 시스템의 강점 : 저가격+제품다양성+가격대비 고품질
- 해외바이어 입장에서 동대문 시스템의 강점 : 위의 3가지+초스피드생산시스템

15

생산(봉제공장) 시스템



<생산단계 특징>

- 상인이 자체 생산하거나 하청 생산하는 방식
- 생산단계가 분화되어 있고 각 생산단계마다 무수히 많은 전문화된 소기업이 생산활동을 영위함.
- 특정공장에 소속되지 않은 프리랜서 객공 (숙련공, 재단사, 보조, 시다로 구성)에 의한 하도급 생산이 많음

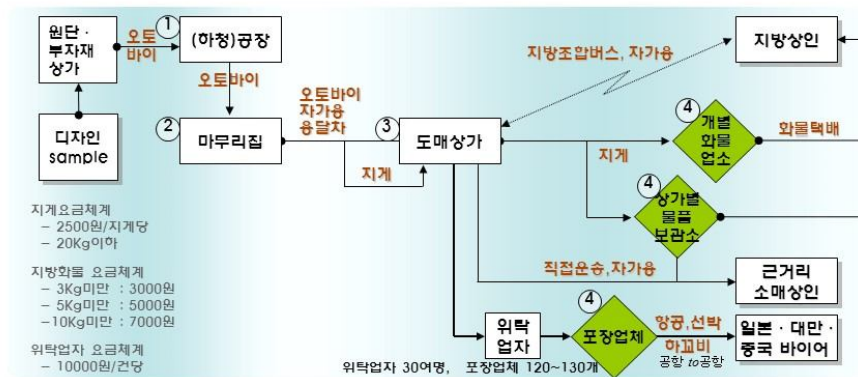
<생산업체 특징>

- 영세하고 규모가 작음
- 장기간의 숙련 기능으로 제품 완성도가 높음
- 다품종 소량생산에 강점
- 신규 종원인력 부족으로 전문인력 노령화
- 객공이 생산의 주요 구성원임

자료출처 : 재래시장에서 패션네트워크로, 삼성경제연구소, 2000

16

물류·유통현황



<물류 특징>

물류기반이 영세하며 분산운영

- 상권 특성에 맞게 효율적이며 소규모 형태로 발달 (오토바이 택배, 운반조(지게), 위탁업자, 하교비 등)
- 물품보관소는 중부상권의 상가만 운영, 화물업소는 다수가 산재해 있음
개별 포장업체는 해외바이어 대상이며, 회현동/연남동(일본, 대만, 중국), 광희동(러시아)에 집중
- 차량은 중대운송용장 주차장을 이용하고 있음.

17

동대문 패션 상권의 현황

18

1. 지원기관의 역할 미흡 및 상호 유기적인 Network 부족

- 서울시**
JUNG-GU, SEOUL

 - 서울시의 계획 등에 따른 소극적인 대응

서울특별시

 - 충대문운동장 공립화 및 월드컵디자인 센터 건립 중 서울시의 독자적인 계획 수립

충대문상가운영법인 상인연합회

 - 판매시설의 인프라는 충분 하지만 상가별 차별화 부족으로 경쟁력 약화

충대문상가운영법인

 - 충대문 관장특구로써의 적절한 역할 부족

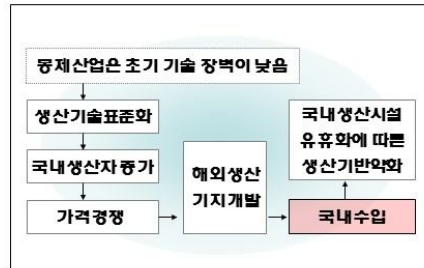
SBA 서울특별시장

 - 상인들에게 지속적인 패션 정보 및 트렌드 제공에 있어 한계

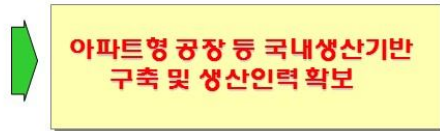
19

2. 국내생산기반시설의 약화 및 생산인력 절대 부족

- IMF시기 자영업생산업체 다수 도산
- 90년대 중반 이후 도·소매점이 가격경쟁력을 높이기 위해 중국산 완제품을 수입하며, 국내생산 기반시설이 약화 시작
- 이에, 다수의 생산업체는 중국 등으로 직진출 생산후 국내로 역수입함으로써 국내 생산설비가 유향설비화 되어 국내 생산기반 더욱 약화



- 봉제 인력의 노후화 → 봉제 인프라 약화



20

3. 소비자의 구매력 분산에 따른 시장규모의 감소

- 보세의류점, 백화점, 아울렛, 할인점, 홈쇼핑, 전자상거래 등으로 소비자의 구매력 분산
- 특히, 전자상거래 2004년 9300억, 2005년 1조5800억으로 중대문의 최대 위협 요인

➡ 의류산업에 대한 해외시장 개척 필요

21

4. 방문고객의 편의시설 부재

가. 편의시설은 먹거리와 극장1개소 뿐

- 상거래 규모에 비해 먹거리 환경은 열악
 - 점포형 먹거리 (4곳) : 주변환경이 비위생적
 - 비위생적인 포장마차 군집 - 2곳
- 점포형 먹거리는 모두 한국인의 입맛
- 위생적인 식사는 서부상권의 푸드코트 4곳
- 고급식당은 1곳 (두타9층)



나. 다음의 편의시설을 갖지 못함

- 패밀리 레스토랑/고급한정식/고급 일식/고급 중식/피자스파게티 전문점, 패스트푸드 체인, 유명 베이커리, 세계적 메뉴 음식점, 커피숍체인 등
- 대형서점, 레코드샵, 문구점, 캐릭터숍, 완구점 등
- 휴게공간, 젊은이의 이벤트 공간, 광장, 우체국분소 등 공공편의시설

다. 청계천 복원과 DDP 개관에 따른 내방객증가의 기회요인을 활용 못함

→ **내방고객 및 잠재고객의 향유를 위한 계획적인 대규모 편의시설 유치**

22

5. 서부·중부상권의 단절

가. 고객의 접근성 및 최악의 보행여건

- 오픈된 보행로로 우천에 영향
- 외부 보행로는 노점상에 의한 보행흐름 차단
- 주말이면 수만명의 유동객이 붐비는 서부상권은 보도폭 1.2~2.4m의 병목구간 3곳이 있어 보행 안전성 위협
(두타와 평화시장 경계, 밀리오레앞, 헬로apM앞)



나. 용인도로에 의한 서부·중부상권의 분리

- 서부상권과 중부(중부)상권이 폭 60M~26M의 넓은 도로에 의해 상권이 분리
- 서부의 소매상권과 중부상권(및 동부상권)을 왕래의 어려움
 - 동서를 연결하는 지하철역 및 지하 보도 3개소가 혼잡스럽게 연결
 - 동서상권을 서로 왕래하는 것이 쉽지 않아 내방고객이 목적구매가 아니면 왕래가 없는 상황임.

→ **충대운 패션 상권을 하나로 연결할 수 있는 전천후 지하개발 필요**

23

6. 의류지원 인프라 부족 및 도심내 부적절한 시설 내제

가. 민간자율에 의해 발전한 배경이므로 의류패션 지원 인프라가 없거나 빈약함

→ 개별상가의 판매에만 집중되어 개발이 되어 판매를 뒷받침할 수 있는 지원시설 부족

→ 산업 규모에 맞는 인프라를 갖지 못함에 따라 성장의 한계상황에 직면

나. 도심 내 미공병단, 기동대 및 용인변전소 등 동대문 패션 상권의 불필요시설 내제

- 도심 내 미공병단, 기동대 등의 이전 → 생산기반시설 등 동대문 패션 상권의 기본 인프라
시설 구축의 유도

- 도심 한가운데 용인변전소 → 공원 개발 시 지하 이전 및 동시에 향후의 필요한
수요에 따라 적정 용량 확보



상권 활성화를 위한 의류 지원 인프라 확보 및 부적절한 시설 이전

24

Ⅲ. 동대문 패션 상권 발전 및 활성화를 위한 제안

1. 동대문 패션 상권의 위상과 역할
2. 동대문 패션 상권의 활성화를 위한 기본 구상
3. 동대문 패션 상권의 활성화 방안
4. 패션 창업 Eco-System으로서 필요기능

1. 동대문 패션 상권의 위상과 역할

대표적인 패션, 쇼핑
그리고 관광 명소로 부상



세계적인 의류시장으로서
외국인 관광객 600만 명,
매출 10조 원, 수출전진기지



패션 산업의 모든 기능을 갖춘
글로벌 패션 클러스터

26

2. 동대문 패션 상권의 활성화를 위한 기본 구상

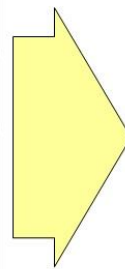
동대문 패션 상권을 세계적인 패션디자인 중심의 랜드마크가 되도록 개발하기 위해서는 패션쇼핑몰, 문화공간, 복합기능 집적시설에 대한 기능을 갖춘 수 있도록 체계적이고 종합적인 마스터 플랜하에 동대문 패션 상권을 개발하여야 함.

동대문 패션 상권 활성화를 위한 주요과제

• 개발계획이 패션클러스터 산업으로 적극 추진될 수 있도록 정부기관 및 이해관계자와의 유기적인 네트워크구축

• 생산인력 확보를 위한 인프라 구축

- 국내생산기반 구축 및 시설 유치
- 의류산업에 대한 해외시장 개척
- 방문 고객을 위한 대규모 편의시설 유치
- 상권을 연결할 수 있는 지하 개발 필요
- 의류 지원 인프라시설 확보
- 부적절한 시설 이전



세계적 디자인 ·
패션산업의 메카 및
랜드마크로 육성

27

3. 동대문 패션 상권의 활성화 방안

동대문 패션 상권의 협의체제 구성

정부기관 및 상인, 상가대표 등 상권 당사자가 포함된 협의기구를 구성하여 당면하는 문제를 스스로 해결하는 시스템 구성이 필요함.

정부·지자체 등 기관의 지원	· 서울시 및 지자체는 동대문운동장공원화가 패션클러스터 사업이 적극 추진될 수 있도록 계획 · 생산·편의시설 등 기본 인프라 구축 · 상인 개인이나 개별 상가단위에서 조달하기 어려운 기술개발, 마케팅, 창업지원, 인적자원 교육 등 제공
관광특구·디자인센터 등 지원	· 관광특구협의회는 녹지공원과 디자인 클러스터 산업단지를 외국인 관광객의 관광코스 개발 및 면세구역의 지정 · 디자인센터는 개별상인들에게 디자인 등의 지속적인 자료 제공 등
상가의 노력	· 개별상가는 쇼룸별 기능을 차별화·다양화 · 동일 업태내 상가별 특화로 상권 전체 매력도 제고
상인의 노력	· 카피 탈피 및 향상된 품질, 새로운 디자인 개발 · 디자인의 현지화를 통한 해외 시장 개척 (일본, 중국)

현 단계에서는 지자체·정부의 역할이 중요
필요한 시설·기능이 ①체계적 ②획기적 ③시너지를 극대화 할 수 있는 지원이 필요함.

28

생산인력 확보를 위한 인프라 구축

· 인건비가 싼 중국에 밀려 세계적으로 인정받던 봉제기술이 제 기능을 하고 있지 못 함. 현재 디자인 만큼 중요한 것이 봉제기술.



<창신동 골목 수다공방 생산공장>

· “수다공방” 과 같이 체계적으로 고급봉제기술을 가르쳐 봉제를 하는 사람들에게 자긍심 갖게 할 수 있는 동기를 부여하여야 함.

· 봉제기술이 더 이상 60년대와 같이 3D업종이 아니라 쾌적한 아파트 형 공장 등의 시설 지원 및 봉제인력을 위한 생산인력 확보를 위한 교육 및 창업지원의 기회를 제공하여야 함.



<수다공방 패션쇼>

29

4. 패션 창업 Eco-System으로서 필요기능

동대문 DESIGN PLAZA (DDP) 의 적극 활용

1. 디자인센터

- 디자인 및 패션 트렌드와 관련된 정보의 수집 및 제공
- 밀라노, 파리, 뉴욕, 동경 전시회의 트렌드 및 컬러, 소재, 테마 등에 대한 책자발간
- 시즌마다 유행하는 원사나 원단의 기술적 측면, 생산과정에서의 문제들에 대한 정보지 발간
- 소재 및 품질검사 등의 기술적인 문제들에 대한 리포트 발간



2. 컨벤션센터

- 패션쇼룸, 상설전시회 공간을 확보
- 바이어를 대상으로 한 상설전시회나 전세계를 대상으로 한 전시회, 이벤트 개최
- 상인 디자이너 패션쇼, 소재Fair, 원단Fair, 부자재Fair 등 개최로 수출을 늘림
- 관련기관 및 단체들이 자유롭게 회의를 개최하거나 수시로 상담하는 공간으로 활용
- 상인들의 상담 장소로 시장 전체의 네트워크를 구축할 수 있는 공간으로 활용



30

3. 패션비즈니스지원실 (국내 상인 대상)

- 일본 · 중국시장 진출을 희망하는 상인에게 필요한 정보를 제공하여 해외 진출을 지원
- 주요 지역별 현지의 패션산업 정보, 패션트렌드, 유통구조 및 법률제도 등의 정보 제공
- 무역, 수출업무 교육, 무역 업무지원
- 일본 · 중국 주요지역의 패션 흐름을 추적할 수 있는 별도 전시실 유지



4. 수출입지원실 (외국인 바이어 대상)

- 동대문의 구매, 물류, 숙박시스템은 동대문을 처음 접하는 외국인에게 복잡하고 불편
- 현재 외국인구매안내소의 기능과 회원동 '포장업체' 의 수출입 지원업무를 모두 포함한 범위 (24시간 상담, 통역서비스, 수출입업무, 숙박안내 등)



31

5. 대학의상학과 실험실 · 연구소 유치

- 신소재/디자인 개발
- 상품의 산학연계시스템을 주관



6. 패션아카데미스쿨

과정1

- 의복의 스타일화, 제작 및 전 과정의 매니지먼트, 마케팅 교육

한국, 에스모드 서울 (www.esmod.co.kr 파리 에스모드 서울 분교)
미국, 파슨즈, 뉴욕주립대산하 FIT

과정2

- 디자이너, 판매원, 근로자 등 관련 종사자를 위한 재교육 및 훈련
- 정부 지원 및 대학과 공동 운영
- 디자인 컴플렉스내 교육실 유치, 현장을 찾아 가는 교육



32

생산기능 복원

1. 아파트형 공장

- 원활한 정보교류, 생산단계별 협업/전문화, 서비스나 부품의 신속, 원활한 공급이 가능
- 원자재 구입, 물류기능 등 공유
- 대규모 시설이 요구되며 1개동~2개동의 소규모로는 효과를 볼 수 없음
- 동대문 반경 5km에 산재한 생산기능을 모아 입점시키는 의미
- 소재별 · 수출대상국가별 · 아이템별 집중
(니트/가죽/실크 등, 對중국/對일본, 정장/캐주얼/단품 등)
- 생산주기단축 효과



<필요성1> 산업의 특징

의류산업은 소재에 따른 기능적 가치가 요구되는 고부가가치 생활문화산업, 감성산업, 시간산업, 업체간 협력산업으로 공간적으로 통합되어야 경쟁력이 확보되므로 집적의 필요성이 높은 산업

<필요성2> 반드시 동대문에 위치해야 함 (조달, 유통기능과 공간적 통합)

- 이미 생산기능이 중국으로 이전되며 생산기능 약화를 경험하였음
- 개성공단을 생산기지로 하는 등 동대문외부에 생산기지 조성방안은 과거 중국으로 생산기능 유출과 같이 동대문생산기능의 약화를 가져올 것이므로 반드시 동대문 인근에 조성해야 함

33

인재육성 및 창업 인큐베이터 정책

1. 패션특성화 전문학교

- 특히 생산측의 전문가를 양성하여 동대문을 이어갈 차세대 주자의 육성
- 실업계고등학교와 전문대학교를 포함한 과정의 특성화학교 설립
 - 5년제 (섬유, 디자인, 재단, 재봉, 가공과정, 염색, 프린트 등 의류제작의 전과정, 마케팅)



2. 창업지원 (패션특성화 전문학교내 기능)

- 일정 자격의 졸업생 대상으로 금융, 세제 등 창업 지원



34

3. 재능 있는 디자이너 발굴

- 서울시에서 지원하는 서울컬렉션은 유명디자이너(SFAA, KAFDA, NWS)대상의 년1회
- 동대문에 점포를 운영하는 디자이너 패션쇼를 수시로 개최하여 재능 있는 디자이너 발굴 육성(예) 동대문패션축제

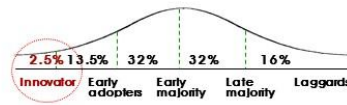
4. 패션특성화 전문학교의 전문인력 양성과 패션 창업 지원

- 패션특성화 전문학교 과정을 통해 장기간에 걸쳐, 체계적인 과정으로, 기초부터 패션 전반에 걸쳐 기반이 잘 다져지고 전도 다양한 전문가를 다수 양성하여 패션산업의 기반을 강화함
- 특히 패션특성화 전문학교는 생산분야를 중시한 과정이므로 중장기적으로 생산 기반이 강화
- 졸업생에 대한 금융 · 세제지원으로 재능 있는 젊은이의 창업이 계속되어 동대문 발전이 지속됨

35

기획/생산자의 패션역량 강화와 고부가가치 상품개발 지원

- 아파트형 공장의 집적효과 및 정보교류, 협업/전문화 기능, 디자인센터의 정보제공은 상인이 부가가치 높은 상품을 개발하는데 도움
- 여건의 변화는 전체상인의 2.5%에 해당하는 창조적 혁신가(Fashion innovator)가 고부가가치 상품을 개발하도록 동기부여
- Fashion innovator에 의해 중대문 패션 상권의 경쟁력이 UP됨은 물론, 상권전체의 수준을 높이는 동기로 작용
- 고유 브랜드 개발 지원을 통한 상품 가치 업그레이드



36

약 력



윤 현 덕

- 숭실대학교 경영대 벤처중소기업학과 교수
- 숭실대학교 대외부총장 (전)
- 숭실대학교 중소기업대학원장(현)
- 한국중소기업학회, 한국경영컨설팅 학회, 한국 라틴아메리카 학회 회장 (전)

친환경 패션트렌드에 따른 천연염색소재에 대한 평가

김지민* · 김종준

이화여자대학교 의류학과 석사*, 이화여자대학교 의류학과 교수

1. 연구목적

패션소재 분야에서 친환경패션 혹은 지속가능 에코패션 트렌드는 자연친화적 라이프스타일의 일종으로 일상의 행복, 느리게 사는 삶 등을 중심으로 주목을 받고 있다. 특히 최근의 패션트렌드 중 매년 중요한 분야로서 지속가능 에코패션이나 힐링 등에 관한 주제가 등장하고 있다. 이러한 친환경트렌드에 맞추어, 패션에서도 웰빙, 슬로우패션, “킨포크” 라이프스타일 등에 대한 관심이 증가하고 있다. 그리고 패션소비감성 및 트렌드를 예측하기 위한 방법으로 빅데이터에 관한 연구가 진행되고 있다. 빅데이터는 사회, 경제문화 뿐만 아니라 패션산업 분야에서도 소비에 관한 유용한 정보를 제공해 줄 수 있는 가능성을 보여준다.

천연염색소재는 슬로우 라이프스타일을 반영하는 자연친화적 패션트렌드 중 중요한 요소이다. 천연염색의 주된 원료로 쪽, 소목, 감물 등이 있다. 그 중에서 감물염색은 최근 친환경 패션소비 현상과 더불어 학계와 산업계에서 점차 주목을 받고 있다. 천연염색 후에 편안한 느낌을 주는 갈색을 띠는 감물은 타닌 성분을 지니고 있는데, 이는 자외선을 차단해주며 견뢰도가 높고, 코팅효과가 좋은 특성을 지니고 있다. 우리가 사용하는 섬유 중, Nylon과 Silk는 특히 햇빛에 의해 쉽게 취화하는 성질을 지니고 있다. 섬유 패션분야에서는 소재의 취화를 방지하기 위한 여러 연구가 진행되어 왔다. 그 중에서 감물을 사용하여 위의 소재들이 지니고 있는 취약점을 보완하는 연구를 진행하고자 한다.

본 연구에서는 패션소비 트렌드 분석 중 친환경 패션에 관한 자료 확보를 위해서, 감물염색에 대한 설문조사를 통하여 선호도 조사를 진행하였다. 또한 감물을 이용하여 Nylon과 Silk에 염색한 후 UV시간에 따른 변화를 평가하였다. 이를 기반으로 향후 증대될 수 있는 친환경적 천연염색에 관한 소비자들의 트렌드를 조사하기 위한 시스템 구축에 일조하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

감물에 대한 소재감성에 대한 설문조사를 의류학 분야의 학생 31명을 대상으로 진행하였다. 본 실험에 사용된 감물염색의 원료는 경상북도 청도에서 2014년 8월말~9월초에 감을 따서 저장해놓은 감물을 구입하였고, 직물시료는 시판되는 합성섬유 중 Nylon직물과 천연섬유 중 Silk 직물을 사용하여 염색하였다. 그리고 원포와 함께 염색을 한 후, Dry한 직물과 Wet한 직물을 두

*본 연구는 2014년 한국산업기술평가관리원 지원 2-2014-1758-001-1 과제의 지원을 받았습니다.

어 차이점을 보았다. 감물 염색한 후, 20, 40시간 UV변화를 주어 자외선을 조사한 후, 그에 따른 물성, 색상변화(L*a*b*)를 측정하였다.

3. 결과 및 고찰

설문조사 결과, 친환경에 대한 관심과 앞으로의 필요성에 대해 긍정적인 결과가 도출되었다. 그리고 구체적인 사진과 시료를 제시했을 경우, 소재 색상은 자연그대로의 옅은 색상을 선호하고 관련 제품군(에코백) 구입의사가 있다는 경향이 나왔다. 또한, 친환경(eco-friendly)에 대한 관심, 개발의 필요성에 대한 높은 인식을 확인하였다.

UV 조사시간이 길어질수록, 색상의 차이가 났다. 특히, Dry한 상태보다 Wet한 상태에서 색상이 더 진해지는 결과가 나타났다.

UV 조사 후, 미처리 Nylon과 Silk 모두 강도가 현저하게 떨어지는 결과가 나타났다. 감물염색을 했을 경우, 두 시료 모두 UV에 의한 강도저하가 억제되는 것을 확인하였다. Nylon과 Silk 모두 Dry한 상태가 Wet한 상태보다 값이 더 높게 나왔다.

4. 결론

Nylon과 Silk에서 감물염색을 한 후, 자외선에 노출되었을 때, 소재 자체의 취화가 억제되는 것을 확인하였다. 또한, 취화억제효과와 더불어 색상의 변화와의 상관관계는 향후 추가 연구가 필요할 것으로 생각된다.

설문조사를 바탕으로 한 천연염색 중, 감물염색 직물에 대한 소재감성을 참고를 한다면, 슬로우라이프, 핸드메이드가 중요시되는 최근 패션소비 트렌드에 따라, 향후 빅데이터를 기반한 친환경 패션소재연구에 큰 도움을 줄 것으로 예상된다.

■ 참고문헌

- 조경래(2000), 천연염료와 염색, 형설출판사
- 이승철(2004), 자연염색, 학고재
- 허만우 · 배정숙 · 안선영(2008), “감즙에 의한 견직물의 염색성과 기능성”, 한국의류산업학회지, 10(6), pp.1036-1044.
- 허만우 · 배정숙(2014), “감즙에 의한 합성섬유의 염색성과 기능성”, 한국염색가공학회지, 26(2), p.131-142.
- 배정숙(2013), “감즙 염색에 의한 견직물의 역학적 특성”, 한국의류산업학회지, 15(1), pp.156-162
- 이경현(2014), 천연염색 직물의 물리적 색채 특성과 심리적 감성 간의 관계, 연세대학교 대학원 석사학위논문

의료용 보조기구의 생활패션 접목 및 상용화방안

-생활패션에 접목시킨 의료기가-

엄성흠* · 박상희 · 박진희

고려대학교 스포츠의학과 연구원*, 배화여자대학교 전통의상과 조교수, 수원대학교 강사

1. 연구목적

세계적으로 의료용 보조기구 시장은 나날이 성장하고 있으며 최근 자료에 따르면 의료용 보조기구 시장의 규모가 연간 4조원 이상 된다고 한다. 의료용 보조기구는 신체손상정도에 따라 짧게는 1~2주 길게는 수개월에서 수년에 걸쳐 착용한다. 뜻하지 않은 사고나 장애를 갖게 되면, 운동능력이 떨어지고, 활동성이 저하되며 그로인한 정서적인 위축이 나타나기도 한다.

스포츠분야나 패션이 의료보조기구나 장애인들의 의수, 의족, 의료기기와 콜라보레이션 된다면 기능성도 향상시키고 심미성도 높일 수 있을 것이 사료된다. 콜라보레이션 전략이란 공동의 이익을 위해 둘 이상의 주체가 함께 결속하여 여력 가지 기능을 공동으로 수행하는 것으로 동종업계 또는 이종업계간의 협작을 통해 그 이익을 극대화 하는 전략을 뜻하는데 장애인들에게는 역동성 높이고, 사람들과의 상호교류를 통한 정서적 안정을 기대할 수 있는 방안으로 스포츠파션과의 콜라보레이션을 예를 들 수 있다. 주기적으로 스포츠유니폼을 입고 운동을 수행하는 장애인들의 자존감이 일반 장애인들에 비해 높은 것을 알 수 있었다.

장애인의 활동능력을 향상시켜주는 기능성 의복은 신체의 가동범위나 활동성을 높여줄 수 있고 정서적으로 타인에게 친근감을 유발하는 긍정적인 효과가 있다. 장애인 의복에 관한 선행연구에서도 장애인들의 위한 기능성 디자인 의복은 장애인들의 미적가치와 요구 그리고 기능적 만족도를 높이기 위해서는 동작의 한계를 보완하고, 일상생활에 적응이 용이하며 착용의 용이성, 심리적 만족감을 줄 수 있어야 한다고 하였다. 특히 절단장애인을 위한 의복을 만들 때는 기능적인 부분을 생각하여야 한다. 장애가 있는 부위를 반드시 고려하고, 신체적인 만족뿐만 아니라 정신적으로도 도움을 줄 수 있어야 한다고 하였다.

따라서 기능성 장애인 의복의 개발은 본격적인 고령화 사회에 따른 노인과 장애인들의 활동에 도움을 준은 물론 심미적 가치도 만족시키는 생활 패션 마켓을 형성함으로서 기능성 의복의 질적 도약과 소외계층에 대한 대중적 관심을 이끌 것으로 사료된다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구방법으로 문헌연구와 사례연구를 중심으로 장애인과 활동성이 저하된 의료보조기구 착용자들의 생활패션 접목을 위한 방법을 학위논문 및 학회지 연구 논문, 뉴스, 패션 정보와 의료

Corresponding author : Um sung heum Tel.+82-070-8824-8045 Fax.+82-2-2654-8045
E-mail : eomhan@naver.com

기기 정보 사이트를 수록한 인터넷 자료를 바탕으로 고찰하였다. 또한 장애인 스포츠선수와 신체적인 손상을 입은 국내외 아티스트들의 보도 자료와 장애인들의 위한 보조기 연구 report를 바탕으로 사례를 분석하고 이미지 자료로 제시하였다.

연구범위는 의료용 보조기구나 의료기기를 착용하고 기본적인 보행이 가능 한 노인들이나 환자, 장애인을 대상으로 하였으며 휠체어나 거동이 불가능한 중증장애 사례는 다루지 않았다.

디자인 수정 및 제안 시 활용한 프로그램은 Adobe Illustrator CS5 및 Adobe Photoshop CS5 프로그램을 활용하여 디자인을 시뮬레이션화 하였으며 본 연구에서는 의료기구가 패션과 접목하여 상용화 할 수 있는 가능성의 여부를 알아보았다.

3. 결과 및 고찰

근육의 장애인은 장애 유형과 발생원인 등에 따라 신체유형이 매우 다양하여 장애유형보다는 사용하는 보장구 종류를 기준으로 기능성 의복을 개발하는 것이 유용하다. 장애인을 위한 기능성 의복은 신체구조와 기능을 수행하는 것에 무리가 없고, 착 탈의를 용이하게 하여 활동성, 가동성을 주어야 하며, 외모 콤플렉스 완화와 자신감, 장식욕구 충족, 사회참여율을 높이는 역할을 한다

국내 업계의 상황은 기능성 의복에 대한 학문적 연구가 비교적 많이 이루어지고 있지만 장애인을 위한 기능성 의복을 제작 판매하는 곳은 외국에 비해 적었으며 장애인 여성들은 기능성 의복에 대한 요구와 특수의료전문점, 장애부위와 정도에 맞추어 기능복을 수선해주는 전문점에 대한 요구가 높았다고 한다. 장애인들은 의류 구매 시 '장애인의 불편사항이 배려된 의류상품의 부족'을 가장 많이 요구했으며 장애인전문 의류쇼핑몰이 생긴다면 거의 모든 사람들이 구매의사가 있다고 하였다.

4. 결론

거동이 불편한 장애인과 노약자들이 사용하는 의료용 보조기구를 생활패션에 접목시킨다면 장애인들의 삶의 가치와 자존감을 높일 수 있을 뿐만 아니라 기능적인 편리함과 더불어 미적인 요소로 사용자와 함께 하는 동료들에게도 거부감을 줄 여줄 수 있는 방안이 될 수 있을 것이다.

장애인 전문 의류쇼핑몰은 사회적으로 중심에 서지 못한 장애인들의 불편사항을 줄여 줄 것이며 새로운 니치마켓으로 부각되어 의류기구나 장애인 전용 기능성 의류가 패션과의 접목으로 상용화 될 수 있는 기회를 제공 할 것으로 기대된다.

■ 참고문헌

간호섭(2008) 현대 패션에 나타난 콜라보레이션의 문화적 특성에 관한 연구, 성균관대학원 박사학위논문.

김경아, 박선정(2005) 시각장애인을 위한 의복 개발 연구, 한국패션디자인학회, 5(2), 15-43.

문선정(2006) 노인 및 장애 여성을 위한 유니버설 패션디자인개발, 중앙대학교 대학원 박사학위논문.

배순이(2013) 하지절단 남성 장애인 의복개발을 위한 선호도연구, 한국니트디자인학회, 11(1)81-89.

이현정(2005) 지체장애인 여성의 체형특성분석 및 기능성의복디자인연구, 중앙대학교 대학원 박

사학위논문.

정성지(2007) 보행장애인들의 의복 구매행동에 관한 연구, 디자인포럼21, 10(1)1-13

패셔노이드 연구센터 최신 연구 동향

-스마트 밴드, 스마트 신발, 직물 태양전지, 스마트 안전·보호복, 4D 프린팅-

최민기 · 신상무 · 이규진* · 김주용

송실대학교 유기신소재파이버공학과/패셔노이드 연구센터, 한세대학교 섬유패션디자인전공*

1. 연구목적

텍스타일 형태의 웨어러블 디바이스 제품은 사용자의 효용성 측면에서 기존의 상품화 또는 개발 중인 일반 웨어러블 디바이스와 큰 차이를 가지고 있다. 하지만 이러한 텍스타일 형태의 웨어러블 디바이스는 연구 및 개발 수준에서 머무르는 경우가 많으며, 실제 제품을 개발할 수 있으면 섬유, 전기, 패션디자인 등의 다양한 분야의 전문가들이 한 자리에 모여 제품에 대한 상상력 및 상호 피드백을 해줄 수 있는 미디어가 있어야 한다. 따라서 이러한 니즈를 반영한 패셔노이드 연구센터를 설립하였고, 현재 진행 중인 연구들에 대하여 정리하였다.

패셔노이드의 대표적인 연구 동향을 살펴보면, 전도성 섬유 및 패브릭을 이용하여, 압력, 빛 등에 반응하는 전자소자를 구성하고 이를 사용하여 1)스마트 밴드, 2)스마트 신발 (인솔) 및 3)스마트 안전보호복 등을 제조하는 연구가 있으며, 3D 프린팅 기술에 스마트 소재 와 키네마틱 기반의 기하학적 패턴을 적용한 4)4D 프린팅 의류·패션 제품 개발 연구 등이 있다.

2. 연구방법 및 내용

- 금속 및 카본 분말 (CNT 및 카본 블랙)을 사용하여 유연한 전도성 실 및 패브릭을 제조한 후, 센싱부와 전극부 그리고 마이크로 프로세서 및 컴퓨터 인터페이싱 시스템으로 구성된 텍스타일 전자 디바이스를 개발
 - 디바이스는 크게 센서, MCU, 액츄에이터로 구성되어 있으며, 이를 텍스타일 형태의 웨어러블 디바이스로 개발하기 위해서는 각각의 소자들을 섬유화하여 텍스타일 공정에 적용할 수 있어야 함.
 - 그 중에 센서는 구동 원리로 크게 나누었을 때, 레지스티브(Resistive) 타입과 캐패시티브(Capacitive) 타입으로 나눌 수 있으며 이러한 원리를 적용하여 텍스타일 형태의 센서를 제조할 수 있음.
 - 전극 및 회로, 커넥터 등도 일정 이상의 전도성을 갖는 텍스타일 형태의 소재 제조가 가능하다면, 텍스타일 형태의 웨어러블 디바이스의 부품으로 적용이 가능함.
 - 텍스타일 형태의 재료들에 전도성을 부여하기 위해서는 금속 및 카본 분말을 실 또는 패브릭의 표면, 내부 등에 분산시켜 제조하고, 적용하려는 소자에 따라서 분산 정도 및 분말 농도를 조절

함.

- 운동량, 근력, 맥박, 체온, 유연성, 순발력, 체지방등을 측정할 수 있는 스마트 밴드를 개발
 - 실제 나와 있는 웨어러블 디바이스는 필름 형태의 밴드 제품이 대부분이며, 이를 일상 생활에 상시로 착용할 수 있도록, 패션 제품 형태(텍스타일 형)의 디바이스를 제조 해야 함.
 - 전도성 실 및 직물을 사용하여 압력 등의 기타 에너지에 전기 신호가 변하는 소자를 개발하고, 이를 측정 부위, 측정 범위, 사용시간 등을 고려하여 운동량, 근력, 맥박, 체온, 유연성, 순발력, 체지방 등의 데이터를 수집할 수 있는 텍스타일 형 스마트 밴드를 개발 함.
- 족압을 실시간으로 측정하고, 전자기유도 및 압전 방식에 의해 전기를 발생할 수 있는 스마트 신발 개발
 - 사람은 직립 보행을 함으로 활동을 하면서 다양한 형태의 압력을 발바닥에 받게 되고, 이러한 압력의 형태는 활동, 건강 등과 관련한 많은 데이터를 포함할 수 있으므로, 이러한 데이터를 수집할 수 있으며, 더불어 평소에 착용하는데 있어서 이질감 및 불편함이 없는 웨어러블 디바이스가 필요함.
 - 전도성 원단을 사용하여 4개 또는 8개 포인트의 압력을 측정할 수 있는 텍스타일 형 센서를 제작하고 이를 실 구조의 회로를 이용하여 데이터 처리 장치까지 정보를 가져 올 수 있도록 시스템을 구성하며, 또한 이러한 데이터를 무선으로 컴퓨터, 스마트폰 등에 전송할 수 있는 스마트 신발을 개발함
- 가스 센서, 온·습도 센서 및 생체 신호 측정 센서등을 내장하고 통신 기능을 탑재한 안전·보호복 개발
 - 최근 산업 기술의 발달로 극한 조건에서 작업하는 인력이 많아 졌으며, 또한 교통 수단 및 건축 기술의 고도화가 이루어져 점점 생활을 편리해지고는 있으나, 안전에 대한 인식이 기술 발달을 따라 오지 못해, 대형사고 및 인명 피해가 발생하는 경우가 늘어나고 있음.
 - 이러한 안전에 대한 인식 수준을 높이고, 불감증을 해소하기 위해서는, 주변에 많은 위험요소들에 대한 관리가 필수적이며, 보다 체계적으로 이러한 정보를 관리하기 위해서는 많은 양의 데이터를 수집하여 정리해 놓는 것이 중요함. 따라서 이러한 정보를 가장 많이 수집할 수 있는 의류 형태의 웨어러블 디바이스를 개발하여야 함.
 - 또한 위험 환경에 노출되는 즉시 본인에게 피드백 해줄 수 있도록 무선 통신 또는 액추에이터를 통한 알림 시스템을 포함하고 있는 웨어러블 디바이스 개발이 필요함.
- 온도, 수분등에 의하여 변형되거나, 착용시 드레이프성이 매우 우수한 스마트 4D 프린팅 제품의 개발
 - 3D 프린팅 등의 새로운 공정 기술의 발달로 인하여, 이제 의류·패션 제품 또한 기존의 제조 공정 기술을 뛰어넘어 새로운 패러다임의 제품 공정 기술을 요구 받고 있음
 - 3D 프린팅이 단순 목업(mock-up)이 아닌 의류·패션 제품으로써 가치를 발휘하기 위해서는 소재의 유연화, 기하학적 구조 도입에 의한 드레이프성의 개선, 스마트 소재 특성 부여 기술 등이

동시에 개발될 필요가 있음.

3. 결과 및 고찰

- 스마트 밴드 및 신발, 보호안전복, 4D프린팅 의류 제품 등에 사용이 가능한 전도성 재료를 개발하였으며, 이를 이용하여 개발된 센서 및 회로등의 소자를 개발.
- 이러한 소재 및 소자들은 스마트 밴드 및 신발, 보호안전복, 4D프린팅 의류 제품 등 뿐만아 니고, 기타 많은 디바이스에도 장착할 수 있어 다양한 제품 개발이 가능함.

4. 결론

- 이러한 시제품 형태의 텍스타일 형 웨어러블 디바이스는 시장 조사, 디자인 구체화 등의 사업화 단계를 거쳐 상품화 될 수 있도록 노력해야하며, 이를 통해 실제 웨어러블 디바이스 시장의 본질적인 니즈를 충족할 수 있을 것임.

■ 참고문헌

Yu Enokibori, "E-textile Pressure Sensor Based on Conductive Fiber and Its Structure", UbiComp'13, Zurich, Switzerland, pp.207-210, 2013.

한국 디자이너의 중국현지 취업 및 창업 전략

허 용 구
한중패션인재개발원

1. 중국 복장산업의 성장배경 및 내 외부적 환경분석

- 중국 복장산업의 성장배경 및 환경분석
- 제조 산업에서 창조산업으로 패러다임 변화에 따른 시장환경 변화
- 중국 정부의 내수시장 확대와 도시화 전략에 따른 수요확대

2. 중국의 산업발전에 따른 소비자 시장의 확대

- 인구 밀집에 따른 내수 시장 동력
- 중국 전역의 산업인프라 확대에 따른 발전속도 확장
- 해외여행의 급증으로 인한 소비자 욕구 급증

3. 현재 중국패션산업의 현황 분석

- 전 국토의 도시화 정책에 따른 새로운 유통망 구축
- 온라인 쇼핑물 확장과 모바일 마케팅 접목의 확장
- 패션, IT, 금융산업의 접목을 통한 새로운 가치 창출

4. 중국 복장산업의 향후 한국적 비전

- 한류의 영향으로 한국적 문화를 기반으로 한 정품 상품의 수요확대
- 정치 경제적 우호관계 존속 및 FTA 체결에 따른 교역확대 예상
- 중국에서 한국적 패션문화산업의 우위성 확보
- 한국적 콘텐츠를 중국의 생산 유통산업 접목을 통한 상호 발전 전략

5. 한국패션전문가 중국 취업 및 창업전략

1) 중국 내 패션디자인 취업전략

- 중국어, 혹은 영어를 기반으로 중국기업에 인턴십 추천 가능
- 중국 진출의 강력한 의지만으로도 인턴 및 취업 가능
- 장기적 진출계획 수립 후 한국에서 브랜드, 혹은 프로모션 취업 후 진출 후 취업

2) 중국에서의 창업

- 주요도시 편집 샵이 지속적으로 확대되고 있으며 상류층을 위한 1:1 맞춤시장

- 패션 디자인 상품으로 중국 내 온, 오프라인 수주 회
- 중국 내 IT 산업과 연계한 다양한 창업기회
- 패션디자인, VMD, 코디네이터 등 창업을 위한 다양한 기회

헤어샵 근무자의 유니폼 착용실태 연구

차 수 정

우송대학교 뷰티디자인경영학과

1. 연구목적

국민의 소득 수준향상과 사회활동 증가로 남녀노소에 관계없이 아름다움을 가꾸는데 많은 관심을 갖게 되었다. 한류열풍과 함께 미용서비스 산업이 글로벌화 되면서 미용서비스 산업의 경쟁이 나날이 증가하고 있다. 따라서 미용서비스 산업에 있어 적극적인 광고와 차별화된 서비스 제공은 무엇보다 중요하게 되었다. 타 브랜드와 차별화된 기업의 이미지와 전문인으로서의 역할과 업무 수행을 하는 이미지를 고객에게 전달하기 위해서 유니폼은 중요한 역할을 하게 되었다.

이에 본 연구에서는 서울, 경기와 대전지역 헤어샵 종사자를 대상으로 헤어샵의 유니폼 착용실태, 유니폼에 대한 만족도와 선호하는 유니폼 디자인 및 기능에 대해 알아봄으로써 미용서비스 산업에서 요구되는 유니폼의 기능 및 디자인에 대해 제시하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

1) 연구대상 및 시기: 연구대상은 서울과 경기, 대전지역의 유니폼을 착용하는 헤어샵 종사자로 단순무작위추출법(simple random sampling method)을 사용하여 추출하였다. 설문지 220부를 배포하여 총 185부를 회수하여 응답이 불성실한 자료를 제외하고 총 158부를 분석자료로 사용하였다. 본 조사는 2014년 11월 10일~2014년 11월 24일에 걸쳐 실시되었다.

2) 설문지의 구성: 본 설문지의 내용은 조사자의 인구통계학적 특성 6문항과 유니폼의 착용실태 및 선호도에 관한 20문항으로 구성되었다. 착용실태 및 선호도에 관한 20문항 중 유니폼의 오염도 관련 문항은 11개, 업무자세에 관한 문항은 6개, 유니폼 사이즈에 관한 문항 6개, 유니폼 착용 후 활동에 관한 18문항, 디자인관련 31문항으로 세부문항을 두어 총 78문항으로 구성되었다.

3) 자료분석: 수집된 설문자료는 SPSS 18.0 program을 사용하여 분석하였다.

3. 연구결과

첫째 헤어샵 종사자들은 유니폼의 기능적인 면을 중요시하였으며, 개성을 표현해주면서도 회사의 이미지를 표현해주는 디자인을 선호하였다. 즉, 유니폼 본연의 기능 중 하나인 소속감을 느끼게 하는 것이 중요한 요인으로 작용함을 알 수 있었다. 또, 색상에 있어서는 무채색에 대한 선호가 높아 작업 시 오염이 잘 되지 않는 유니폼을 선호함을 알 수 있었다.

Corresponding author : Cha SuJoung Tel.+82-42-629-6672 Fax.+82-42-629-6681
E-mail : carollain@nate.com

둘째, 유니폼에 있어 색상의 개선이 필요하다고 생각하는 경우는 근무경력이 낮을수록 많았으며, 디자인의 개선이 필요하다고 생각하는 경우는 근무경력이 많을수록 높았다.

셋째, 업무 중 많이 하는 자세와 유니폼의 더러워지거나 해지는 정도의 상관관계를 살펴본 결과, 서서 하는 일과 상의 겨드랑이의 오염 및 낡음 정도는 부적 상관관계가 있었으며, 서서 하는 일과 소매 끝의 오염 및 낡음 정도는 정적 상관관계가 있었다. 즉, 서서 하는 일이 많을수록 소매 끝이 많이 오염되고 해지는 것을 알 수 있다.

넷째, 유니폼을 착용한 후 행동을 조심하게 되는 정도는 샴푸나 드라이, 커트업무를 하는 경우 더 높은 것으로 나타났다. 샴푸나 드라이 등의 업무는 경력이 낮은 경우에 주로 하는 업무에 속하므로 경력이 낮을수록 유니폼을 착용함으로써 좀 더 행동에 주의를 기울이게 됨을 알 수 있다.

다섯째, 유니폼의 아이템은 셔츠에 스커트나 바지를 매치 시키는 것을 선호하였으며, 신축성 있는 소재와 검정과 남색 등의 짙은 색상을 선호하는 것으로 나타났다. 즉, 작업을 하는데 활동의 편리성이 중요함으로 신축성이 포함된 소재를 선호하고 오염이 묻어도 잘 표시가 나지 않는 색상을 선호함을 알 수 있다.

헤어샵 종사자들에게 있어 유니폼은 무엇보다 작업의 편리성과 같은 기능적인 부분이 중요한 요소 중 하나이며 뿐만 아니라 헤어샵의 이미지 및 근무자들의 소속감을 나타내는데 중요한 역할을 한다. 따라서 다른 헤어샵과 차별화되는 개성을 표현하면서도 직업의 특성을 반영한 디자인이 요구된다고 할 수 있다.

4. 결론

헤어샵 종사자를 대상으로 헤어샵의 유니폼 착용실태, 유니폼에 대한 만족도와 선호하는 유니폼 디자인 및 기능에 대해 알아본 결과, 헤어샵 종사자들은 유니폼의 가장 기본이 되는 작업 편리성과 회사의 이미지를 나타내는 기능을 중요하게 생각하였으며, 유니폼을 착용함으로써 행동에 주의를 기울이는 것으로 나타났다. 디자인에 있어서는 직업의 특성을 나타내고 다른 헤어샵과의 차별성을 중요하게 생각하였다.

본 연구는 서울과 경기, 대전 지역의 헤어샵에 국한되어 연구가 진행되었으므로 좀 더 다양한 지역의 헤어샵에 대한 연구가 이루어져야 할 것으로 생각되며, 헤어샵 근무자의 경력도 3년 미만 이 많은 부분을 차지하였으므로 다양한 경력을 가진 근무자 및 남성 근무자에 대한 폭넓은 연구가 이루어져야 할 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

- Ham, J. S. (2011). *An Empirical of the Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Beauty Art*. Unpublished master's thesis, Kyungwon University, Seoul.
- Hwang, E. K. (2003). *Satisfaction and Evaluation of Dental Hygienist on their Uniform*. Unpublished master's thesis, Dongduk women's University, Seoul.
- Jeong, J. C., Park, S. K., & Min, S. J. (2012). A Study on Uniform Design of Female Flight Attendants Using Korean Images. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 12(1), 55-73.

- Joseph, N., & Alex, N. (1979). The Uniform, A sociological perspective. *In. L. M, Gurel and M. S. Beeson Dimensions of dress and adornment*, 3(2), 122-128.
- Kim, M. J. (2008). *Designing National Museum of Korea Uniform inspired by Korean Symbols*. Unpublished master's thesis, Ewha women's University, Seoul.
- Kim, S. H. (2007). A Study on Relationship of Salesperson's Attachment Tendency, Relationship Beliefs, and Adaptive selling. *Journal of Korean Marketing Association*, 22(2), 135-175.
- Lee, M. J. (2008). *Job satisfaction measured in relation to the Flight Attendant's uniform satisfaction*. Unpublished master's thesis, Sejong University, Seoul.
- Lee, E. Y. (1983). *A Study of dressing design*. Seoul: Kyomun Publishing Ltd.
- Min, I. S. (2013). *How are satisfaction, the intent of recommendation and improvement affected by recognition in uniform: Mainly about customer and hairdresser*. Unpublished master's thesis, Seokyeong University, Seoul.
- Shin, I. S. (1984). *Clothing sanitary science*. Seoul: Kyungchun Publishing Ltd.
- Public health act. (2013, March 23). Retrieved November 20, 2014, from <http://www.law.go.kr>

3D 프린팅 기법을 활용한 자연주의 문양 의상디자인 연구

이소연* · 간호섭

홍익대학교 일반대학원 의상디자인학과 석사*, 홍익대학교 섬유미술 패션디자인학과 교수

1. 연구목적

과학의 발전은 예술과 디자인을 포함한 사회 전반적인 부분에 영향을 미쳐왔다. 첨단 과학기술을 창작활동의 일부로 연구, 사용하는 것은 예술적이고 창의적인 디자인을 완성하는데 도움을 준다.

3D 프린팅 기술은 공학적 분야로 발명되어 조금씩 그 활용 범위를 넓혀가고 있다. 이미 해외의 여러 디자이너들은 3D 프린팅 기법을 활용하여 자신의 디자인 영역을 넓혀 창의적이고 예술적인 디자인을 제작하고 있다.

본 연구의 목적은 첨단 기술인 3D 프린팅에 대해 조사 분석하여 이를 독창적인 의상디자인에 접목시켜 작품의 완성도를 높이고 새로운 시도를 통해 디자인 분야를 발전시키는 것에 의의가 있다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구 방법으로는 3D 프린팅에 관한 전문자료와 서적을 통해 3D 프린팅의 종류와 활용법을 연구하고 제작에는 사용이 용이하며 보편적 사용률이 가장 높은 FDM(Fused Deposition Modeling)방식의 3D 프린터를 활용하고자 한다. 자연주의 문양 연구는 복식사를 토대로 의상에 활용된 예를 기준으로 그림과 사진 등을 활용하여 분석 연구하고자 한다.

본 연구의 내용은 전문 자료들의 분석을 통해 3D 프린터의 원리를 이해하고 활용법을 습득하여 3D 프린팅을 활용한 작품들을 분석하고 특성을 도출하고자 한다. 문양의 연구로는 철학서와 전문 자료의 분석, 시대적인 변화 연구를 통해 문양의 특성을 연구하고 자연주의 문양 중에서도 형태에 제한이 있는 동물 문양보다 표현의 범위가 자유롭고 유기적인 형태와 패턴을 구성할 수 있는 식물 문양을 중심으로 연구하고자 한다. 이와 같은 연구를 통해 고찰된 특성을 활용하여 유기적이고 독창적인 문양을 반영한 의상디자인을 구상하고 3D 프린팅을 활용하여 제작한 8점의 작품을 제시하고자 한다.

3. 결과 및 고찰

자연주의 문양의 역사적인 변천사와 전문 자료의 분석을 통해 의상디자인에 나타난 자연주의

+This paper is part of a master's thesis.

식물 문양의 특성을 세 가지로 분류 분석하였다.

첫째, 일정한 크기의 문양이 연속되어 나타나는 반복성이다.

둘째, 특정한 규칙에 맞춰 크기의 변화가 연속되며 나타나는 점이성이다.

셋째, 특정 축을 기준으로 하여 대칭 또는 비대칭으로 생겨나는 균형성이다.

또한 3D 프린터의 이론적 고찰을 통해 도출된 고유의 특성으로는 정밀성, 복제성, 내구성, 편리성, 구조성, 다양성 등이 있으며 이를 바탕으로 3D 프린팅에 의한 의상디자인 사례분석을 통해 3D 프린팅 기법의 특성을 3가지로 도출 하였다.

첫째, 유기적인 추상성은 3D 프린터의 정밀성과 내구성, 다양성을 바탕으로 생동감있는 곡선들의 연속적인 배치를 통해 나타난다.

둘째, 입체적인 공간성은 3D 프린터의 기본적인 원리인 X, Y, Z축의 입체적 형태의 구조와 반복적인 제작이 가능한 복제성을 바탕으로 형태의 연속으로 인해 생겨난다.

셋째, 독창적인 예술성은 디자이너의 고유한 특성을 뜻하며 3D 프린팅 특성 중 소재의 다양성을 바탕으로 소재와 색채의 배치 또는 의상의 전체적인 형태에서 나타난다.

위와 같이 도출된 특성들을 바탕으로 독자적인 자연주의 문양을 포함한 의상디자인을 진행하고 이를 3D 프린팅 기법을 통해 완성하였다. 각각의 디자인은 자연주의 문양의 특성을 고려한 주목, 통일, 분리, 속도, 방향, 무한, 상징, 율동, 추상이 반영된 의상디자인 8점을 제시하고 분석하였다.

의상 I 과 의상 II는 장미를 모티브로 제작되었으며 의상 I에서는 장미꽃의 디테일을 반복시켜 시선의 방향과 속도 등을 제시하였고 의상 II에서는 불규칙적인 점진을 통해 공간의 깊이를 제시하였다.

의상 III과 의상 IV는 능소화를 모티브로 제작되었으며 의상 III은 일률적인 반복을 통해 시선의 주목과 공간의 분리 또는 통일감을 제시하였으며 의상 IV에서는 비대칭적인 패턴을 통한 시선의 율동, 추상적인 이미지로 무한의 공간을 표현하고자 하였다.

의상 V와 의상 VI는 아이비를 모티브로 제작되었으며 의상 V에서는 불규칙적인 점진과 반복을 통한 무한한 공간과 시선의 주목을 제시하고 의상 VI에서는 일정하지 않은 군집을 규칙적으로 반복시켜 공간의 분리와 시선의 주목시켰다. 또한 규칙적인 점진을 통해 시선의 방향과 속도를 제시하였다.

의상 VII과 의상 VIII는 포도를 모티브로 제작되었으며 의상 VII에서는 파생적 반복을 활용하여 시선의 방향을 제시하고 일정한 문양의 반복을 통한 공간의 분리를 제시하였다. 의상 VIII에서는 불규칙적인 점진을 통한 무한한 공간을 제시하며 의상 전체를 아우르는 리듬을 표현하였다.

4. 결론

본 연구는 첨단 과학 기술인 3D 프린터의 발생과 원리를 조사하여 이해하고 특성을 도출 한 후, 모티브인 자연주의 문양의 이론적 고찰과 특성을 연구하여 이를 활용한 유기적이고 창의적인 자연주의 문양의 의상디자인을 진행하였으며 3D 프린팅 기법을 통해 완성하였다.

이와 같은 연구를 통해 다음과 같은 세 가지의 결론을 도출하였다.

첫째, 문양의 조합을 통해 다양한 조형미를 도출할 수 있으며 유기적인 추상성을 갖게 되어 그 형태가 아름답게 표현된다.

둘째, 각각의 문양은 중첩을 통해 입체적인 공간의 창출이 가능함을 알 수 있었다.

셋째, 문양의 특성인 반복성, 점이성, 균형성을 활용하여 표현한다면 창의적이고 조화로운 디자인 할 수 있으며 이에 첨단 기술을 통해 보다 완벽한 작품을 완성할 수 있었다.

본 연구를 통하여 디자이너의 창의적인 디자인을 표현함에 있어 3D 프린팅 기법이 새로운 가능성으로 제시되기를 희망한다.

■ 참고문헌

- Pati, Chandra, Umesh.(2012), “3-D Surface Geometry and Reconstruction : Developing Concepts and Applications”
- Lipson, Hod, Kurman, Melba.(2013), “Fabricated: The New World of 3D Printing”
- Roebuck, Kevin.(2011), “3D Printing.”
- Horvath, Joan.(2014), “Mastering 3D Printing”
- Cadieux, Georgann.(2014), “How to Start a Hobby in 3D Printing”
- 간호섭, 유송옥, 김경실(2006), “패션 디자인”
- 고애란(2008), “서양의 복식문화와 역사”
- 김민자 외(2010), “서양패션 멀티콘테츠”
- 허제, 고산(2014), “3D 프린터의 모든 것”
- 안창현(2001), “나는 콘테츠닷! 3D 프린터”

현대 패션에 나타난 Normcore 스타일의 조형성 연구

정가을* · 간호섭

홍익대학교 의상디자인학과

1. 연구목적

본 연구의 목적은 기존에 가지고 있던 패션의 특성과는 다른 새로운 트렌드인 농코어를 발견하고 현대사회와 패션에 나타나는 농코어 스타일을 학술적인 가치에서 정의하고 분석하여 조형성을 도출해 내는 데에 목적을 두고 있다.

본 연구의 의의는 농코어에 대한 선행연구가 없고 기준이 명확하지 않는 이 시점에서 현대 패션에 나타난 농코어 스타일을 분석하며 살펴봄으로써 앞으로의 연구에 효율적인 정보로 활용되어 정확한 기준 뿐 아니라 패션 디자인 개발에도 활용하는 데 있다. 나아가 농코어 스타일과 같은 실용적이면서 라이프스타일이 반영된 패션 트렌드가 미래의 하이패션 트렌드에 미칠 영향을 예측하는데 본 연구의 의의가 있다.

2. 연구 방법 및 내용

본 연구는 2014년 등장한 패션 트렌드 개념의 'Normcore' 스타일을 분석하기 위한 연구이다. 이론적 배경으로 트렌드가 패션을 거쳐 가듯이 농코어 스타일은 단지 1990년대의 패션 트렌드가 돌아 온 것 이라고 해석하는 사람들도 있다. 과거 존재하던 스타일을 통해 현대패션의 트렌드로 나타나게 된 농코어 스타일의 배경 및 특성을 분석하기위해 1990년대와 2000년대 패션에 나타난 스타일 흐름을 분석하였다.

연구 방법은 현대 패션에 나타난 농코어 스타일을 분석하기 위해 대중매체와 인터넷을 통한 자료 수집과 사회, 문화적 측면에 대한 관련 서적과 논문을 통한 문헌연구를 병행하였다. 이를 위한 연구 내용과 방법은 다음과 같다.

첫째, 이론적 고찰에서는 농코어의 개념 및 용어정의를 통하여 개념을 파악하고 농코어가 언급된 문헌자료를 통해 농코어 스타일 용어 정의를 내린다. 이를 배경으로 1990~2000년 시대별로 스타일 변화를 중점적으로 고찰하였다.

둘째, 다음으로 농코어 스타일이 확산되는 사회적 배경과 라이프스타일을 토대로 설명하고 농코어 스타일 특성분석을 통해 정의 내렸으며, 기사나 해당디자인 인터넷 사이트를 통하여 구체적으로 살펴보았다.

셋째, 이러한 흐름과 함께 현대 패션에 나타난 농코어 스타일이 나타나기까지의 배경을 복식사, 디자인 관련 전문서적, 논문, 패션전문지, 정기간행물, 웹 등을 참조하여 문헌 연구를 하였다.

Corresponding author : JEONG GA-EUL Tel.+82-010-5375-6881

E-mail : jeonggaeul@naver.com

넷째, II장을 통해 도출한 정보를 바탕으로 스타일을 분석하기 위해 컬렉션에 나타난 농코어 스타일의 실루엣 아이템 색상 소재로 나누어 분석하였으며 이를 분석하기 위해 뉴욕, 런던, 밀란, 파리 컬렉션에서 30명의 디자이너를 선정하였다. 디자이너 선정에 있어서 2014년 패션 매거진, 정기간행물에 농코어 스타일로 언급된 뉴욕, 파리, 밀란, 런던 컬렉션 기준으로 디자이너를 선정하였다. 또한 좀 더 세밀하게 조사하기 위하여 II장에서 도출한 농코어 스타일 정의와 특성분석을 통해 실루엣, 아이템, 색상, 소재, 4가지 요소로 나누어 스타일을 분석하였으며 농코어 스타일이 발생하기 시작한 2014년S/S, 2014F/W, 2015S/S 컬렉션을 조사하였다. 수집한 자료를 통해 객관성 있는 연구를 위해 패션디자인을 전공한 석사 이상의 전문가 집단 10명의 검증을 통해 진행되었다. 이를 통해 총 2307벌의 의상 중 486벌을 선정하였다.

패션 사회의 확장과 패션에 대한 대중들의 의식의 변화로 인한 패션에 대한 관심, 스트리트 패션의 영향을 받은 현대 패션 스타일은 특별한 양식이 정해진 스타일이 아닌 여러 가지 스타일이 혼합된 경향이 있다. 이는 기존에 패션 스타일에 나타났던 스타일의 다양성으로 인한 복합적 패션 스타일임을 볼 수 있었다. 현대 패션에서 스트리트 패션은 하이패션만큼이나 중요하다. 온라인에서 수 십장의 농코어 스타일의 스트리트 사진을 손쉽게 접하게 되었다. 기존에는 고급정보라 여겨지지 않던 SNS의 패션 정보는 보다 빠르고 정확한 기사거리를 업데이트 해주고 있다. 패션 위크 동안 많은 사람들은 리얼웨이 속 스트리트 패션은 더 많은 관심을 받고 있다. 유명 패션지의 편집장, 패션 블로거, 모델들이 컬렉션의 아이템을 풀장착하고 화려한 패션을 뽐내는 시대는 지나갔다. 그중 포토그래퍼들이 스트리트 속사람들의 다양한 옷 입는 스타일에 대한 사진을 올리면서 대중들은 더 많은 관심을 갖기 시작했다. 따라서 농코어 스타일 분석을 하기 위해 패션 파워 블로그와, 웹 사이트를 통하여 스트리트 패션에 나타난 농코어 스타일에 대해 조사하였다.

다섯째, 현대 패션에 나타난 농코어 스타일의 조형성을 단순성, 지속성, 자연성, 복합성 네 가지로 나누어 도출하여 분석, 연구 하였다. 이를 분석하기 위하여 패션 컬렉션 및 기사, 광고, 캠페인, 파워 블로그, 웹 등의 자료를 통하여 스타일 분석 사례를 연구하였다. 여섯째, 결론에서는 연구결과에 대한 요약 및 시사점을 제시하고 연구의 한계 및 후속연구의 방향을 제언하였다.

연구의 범위로는 뉴욕, 런던, 밀란, 파리 2014F/W~2015S/S까지의 최신 트렌드의 농코어 스타일 이미지를 기반으로 연구를 진행하였다.

3. 결과 및 고찰

첫째, 본 연구에서는 현대 패션에 트렌드의 형태로 나타난 농코어 스타일의 개념정의와 스타일 분석을 통한 농코어 스타일의 조형성을 연구하였다. 농코어란 시대적 흐름과 농코어 스타일이 확산된 배경을 통해 도출된 농코어 스타일은 평범한 아이템을 통한 멋스러움으로 기본에 충실하며 입었을 때 편안함을 유지하고 유행에 좌우 되지 않는 스타일로써 오랫동안 입을 수 있고 다른 사람과 비교해 보았을 때 과시하지 않으며 소속감을 느낄 수 있는 옷차림으로 실용성, 동조성, 유연성, 절제성 4가지특성을 내릴 수 있었다. 둘째, 앞선 농코어 스타일의 정의를 기반으로 농코어 스타일에 대해 세밀하게 분석하기 위해 실루엣, 아이템, 색상, 소재, 스트리트 패션으로 분류하여 농코어 스타일을 분석하고 이를 통해 단순성, 지속성, 자연성, 복합성 4가지의 조형성을 도출하였다. 셋째, 스타일 분석을 통해 도출된 농코어 스타일의 4가지 조형성들을 디자인 분야의 사례분석을 통해 명확히 증명하고 이해하였다. 또한 이론 연구 과정을 바탕으로 컬렉션에 나타나

는 농코어 스타일의 조형성을 분석하였다.

4. 결론

농코어 스타일의 단순성은 군더더기 없는 말끔한 실루엣과 최소한의 디테일에서 멋스러움을 구성하고 있으며 평범한 아이템으로 최대한의 스타일을 내는 기본에 충실한 형태를 가지고 있다. 농코어 스타일의 지속성은 오래 지속 가능한 디자인의 특성과 클래식한 소재, 색상의 활용을 통해 스타일의 지속성이 나타난다. 지속성은 유행과 상관없이 오랜 시간 입을 수 있다. 이것은 미래 패션의 유행의 주기를 늦춰주는 슬로우 패션의 형태를 가지고 있다.

농코어 스타일의 자연성은 복잡하지 않는 스타일로써 인공적이지 않는 자연스러운 실루엣과 친 환경 소재의 사용으로 인체의 편안함을 제공해 주는 스타일이다.

농코어 스타일의 복합성은 창의적인 감성과 새로운 스타일의 제시를 위한 새로운 발상으로 인해 스타일간의 경계가 모호해져 새로운 스타일을 도출 하였으며 이를 통해 더욱 다양한 디자인을 제시할 수 있는 복합성 스타일을 표출하는 계기가 되었다.

■ 참고문헌

- Bent, James,(2014),"Asian street Fashion",*Thames&hudson*
- David, Blazer,(2014),"Curationism:The industry of taste, and its undoing",*Consortium Book sales & Dist*
- Dyanns, Dawson,(2013),"Street fashion photography",*Chronic Books*
- Don Cameron,(2000),"off-the-Rack Identities: Japanese Street Fashion Magazines and the Commomdification cation of style, *Japanese studies*
- Gans,H.(1974),"Popular Culture and High Culture",*New york: Quartet book*
- Takamura, Zeshu,(1997),"Roots of street style",*Graphic-sha publishing Tokyo*
- Jennifer Craik,(1994),"The face of fashion",*London: Routledge*
- Lisa, Robertson,(2014),"Cinema of the present". *Consortium Book Sales & Dist*
- Mariko Sanchanta,(2009),"Cheap and Trendy Gains as Luxury Fades in Japan, Wall street Journal(Eastern edition),*New york N.Y: Nov 10*
- Strategic Book Publishing,(2013), "Portraits of Lifestyle Dressing : your style, your closet", *Strategic Book Publishing*
- Ted, Polhemus,(1994), "Street style". *Theames and hudson*
- Walter, Isaacson,(2013) Steve jobs, *Simon&Schuster*
- Willam, Ford Gibson,(2005) Pattern Recognition, *BerkleyPubGroup*
- 케이트 플레처,(2011),"지속가능한 패션&텍스타일",*교문사*
- Kinfolk,(2014),"kinfolk",*책읽는수요일*
- Oliver,w.(2012),"Style feed:The world's top fashion blogs",*London:Prestel*
- Mendes Valerie,(2003),"20세기 패션",*서울:시공사*
- N1, 최세희 역,(2011),"힙스터에 주의하라",*마티*
- Williams, Nathan,(2013),"kinfolktable 1",*월북*

금기숙 외4,(2012), “현대패션 110년”, 서울: 교문사
김난도 외4,(2014), “트렌드 코리아2015”, 미래의창
김민자,(2004), “복식미학 강의1”, 서울:교문사
김민자 외5,(2010), “서양 패션 멀티 콘텐츠”, 서울:교문사
신상옥 외3,(2000), “현대 패션과 의생활”, 서울: 교문사
준마사지,(2013), “패션의 역사”, 시공사
안명숙 외4,(1999), “현대인의 패션”, 예학사
유송옥 외2,(2012), “패션디자인”, 수학사
윤광준,(2008), “윤광준의생활명품”, 을유문화사
이재정, 박은경,(2004), “라이프스타일과 트렌드”, 예경

창업 사례 -가방 브랜드 WillC-

김 병 건
주식회사 월씨 대표

1. 미우앤휴 창업

- 뉴욕 파슨스에서 졸업하고 현지에서 하이엔드 패션 프로덕션에서 근무.
- Marc Jacobs, Thakoon, Tory Burch, Proenza shouler등 뉴욕에서 컬렉션을 하는 디자이너들과 많은 작업을 진행.
- 한국의 패션 시장을 분석.
남성복과 여성복은 이미 경쟁이 치열하며 선불리 시장진입을 했다가는 실패할 확률이 높다고 판단.
구두는 편해야 한다는 기능적인 측면과 독특한 디자인 기획에 적지 않은 자본이 소요된다고 판단.
가방은 상대적으로 국내에 다양한 브랜드와 디자인이 존재하지 않은 널 경쟁화된 시장이라고 판단.
특히 남성가방 분야에서는 유명한 국내 브랜드 혹은 좋은 디자인을 찾기가 힘들다고 판단.
- 색다른 콘텐츠로 가방 판매를 하기 위해 온라인 쇼핑몰 기획.
크게 두가지 콘텐츠를 가지고 쇼핑몰을 기획
Story: Miu와 Hugh라는 남녀 가상 캐릭터가 ‘냉정과 열정사이’의 구성처럼 같은시간 다른 공간에서 뉴욕커의 이야기를 풀어나감
Voyage: Story에 나온 뉴욕의 핫스팟을 Google Street View를 통해 가상체험하도록 함.
- 동대문 도매사업.
서울시에서 패션 인큐베이팅 지원사업이란 것을 통해 저렴한 임대료로 동대문 광희시장에 지하 1층에 매장을 얻게 됨.
실제로 상당히 침체되어있는 구역이었지만 독특한 컨셉으로 중도매의 단점을 극복
지원기간 6개월이 지나고 나서 본격적으로 잘되는 상가에서 도매사업을 할 것인지, 브랜드화를 시킬 것 인지에 대한 갈등
- 인도네시아 해외소싱 추진
- 다양한 정부 지원사업 받음

2. WillC 창업

- 홍콩 패션위크에서 런칭
한국패션협회에서 지원하는 홍콩패션위크 참가자 모집에 선발되어 참여하게 됨.

- 한국 뿐만 아니라 해외 많은 나라에서 입점 및 오더 요청 받음.
홍콩, 대만, 브라질, 미국, 프랑스, 이탈리아등 세계 각국의 바이어들에게 호평을 받고 약 7만 불의 수주달성
- 패션 창작 스튜디오
동대문에 있는 서울 패션 창작 스튜디오에 입주하게 됨. 사무실 뿐만 아니라 홍보, 유통, 촬영, 네트워크등 다양한 도움을 받음
- 서울 패션위크
서울 패션위크 페어에 참가함으로써 국내 바이어들에게 더욱 알려지게 됨.
- 싱가포르 블루프린트
해외 바이어들과 꾸준한 교류를 위해 참가하였고, 좋은 반응을 이끌어냄.
- 개인 작가활동을 통한 마케팅
파슨스 출신의 작가모임인 N.PAKTORY에서 매년 갤러리에서 그룹전을 함.

3. 패션 브랜드 창업 길잡이

- 패션 브랜드 컨설팅
가방 브랜드 CUSTOMI의 브랜드 컨설팅
해외 전시 나갈 때마다 브랜딩을 해달라는 요청 많음.
- 창업기업 세무관리
간이과세자, 일반사업자, 법인사업자
- 사업초기 자금 운용
신용보증기관 및 중소기업진흥원을 통한 창업대출
- 정부 지원사업 활용
시제품제작지원과 같은 다양한 정부지원사업 활용
- 대학 강의 활동.
학교와의 관계를 통해 인력수급 및 다양한 프로젝트 진행.

영화 ‘안나 카레니나’의 복식과 메이크업 연구

정지원 · 김은실 · 배수정

전남대학교 의류학과 박사과정, 광주대학교 뷰티미용과 교수, 전남대학교 의류학과 교수

1. 연구목적

본 연구는 세계적으로 권위 있는 아카데미시상식에서 2013년도에 의상상을 수상한 영화 ‘안나 카레니나’에 나타난 의상과 메이크업을 남·녀 주인공 3인(안나 카레리나, 브론스키, 알렉시 카레닌)의 성격과 연결하여 분석함으로써, 주인공이 처한 상황과 심리 상태가 어떠한 방식으로 의상에 표현되었는지 살펴보고, 나아가 영화의 배경이 되는 19세기 러시아의 사회문화적 배경 및 복식과 관련지어 분석해 보는데 그 목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

연구방법은 문헌연구와 실증적 사례분석을 병행하였다. 문헌연구에서는 선행연구 및 기타 문헌 자료, 국·내외 관련 문헌 및 영상자료를 참고하였으며, 사례분석에서는 주요 등장인물이 처한 상황과 성격에 따른 의상과 메이크업을 조형적인 측면에서 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

① 의상

영화에 나타난 안나 카레니나의 의상을 살펴보면, 크리놀린 스타일 드레스에 주름을 엉덩이 부분에 말아 올린 형태가 지배적으로 나타났다. 영화 초반 행복한 가정에서의 안나는 바이올렛 색상의 차분하고 단아한 분위기의 로브를 착용하였으며, 스커트의 형태는 크리놀린의 폭이 다소 줄어든 초기 벅슬스타일과 유사하게 나타났다. 특히, 브론스키와 함께 등장하는 장면은 매우 화려하고 우아한 장신구와 헤드드레스를 착용하여 사랑에 빠진 여인의 아름다움을 극대화 하였다. 안나는 사랑에 빠지는 장면과 삶을 마감하려는 장면에서 동일계열 로브를 착용하였는데, 사랑의 절정에서는 오건디 소재를 사용한 붉은 계열의 드레스를 착용하였고 죽음이라는 결정을 내릴 때는 비치지 않는 소재의 어두운 톤을 사용하여 소재 변화로 감정의 차이를 표현하고 있었다. 이처럼 19세기 러시아를 배경으로 한 영화 안나 카레니나의 안나 의상은 대부분 후기 크리놀린스타일과 초기 벅슬스타일이 혼재하고 있었을 뿐, 러시아 전통복식의 형태나 특징은 전혀 나타나지 않은 것을 알 수 있다. 이는 당시 귀족들에게 더욱 강력하게 요구하였던 서구화 정책 때문인 것으로

+ 이 논문은 2015년도 정부(교육과학기술부)의 지원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행한 연구임 (BK21플러스 사업. S15HR15D0801).

Corresponding author : Bae, Soo Jeong Tel.+82-62-530-1344 Fax.+82-62-530-1349
E-mail :sjbae63@chonnam.ac.kr

추측할 수 있으며, 안나의 심경의 변화에 따라 달라지는 의복색과 소재, 장신구, 헤어드레스의 차이는 당시 유행하던 서유럽복식에 현대적인 감각을 가미한 것으로 분석할 수 있다.

19세기 중·후반 러시아의 남성복식은 여성과 마찬가지로 민속복식의 착용을 금지하고 화려하고 다양한 소재의 서유럽 복식을 착용하도록 하였으며, 특히 군인들은 컬러풀하고 고급스러운 장식의 제복을 착용하게 하였다. 극중 브론스키의 의상은 러시아 복식과 유사한 형태와 소재를 사용했지만 코트의 길이, 실루엣, 단추 위치, 타이와 같은 디테일 등을 현대적인 감각으로 재해석하여 매력적인 캐릭터를 더욱 부각한 것으로 보인다.

안나의 남편인 알렉시 카레닌은 강한 책임감을 가진 인물로 항상 짙은 색의 단정한 의상을 입었지만 감정이 크게 요동치는 장면에서는 붉은색 코트를 착용하여 의복색으로 감정의 차이를 표현하고 있음을 알 수 있다. 또한 화려한 장식이 특징이었던 19세기 당시 러시아 남성 복식과는 차이가 있어 의상 디자이너가 인물의 성격에 맞게 재구성한 것임을 알 수 있다.

② 메이크업

영화 속 안나의 메이크업은 심경의 변화나 장면에 따라 큰 차이가 있기보다는 전체적으로 은은한 핑크 브라운 톤의 메이크업이 나타났다. 이는 19세기 자연주의 영향으로 화려한 색조 화장보다는 자연스러운 화장이 선호되는 경향을 반영한 결과로 분석된다.

브론스키와 알렉시 카레닌은 수염 삭발령이 내려졌던 19세기 당시 러시아의 시대적 배경과는 무관하게 수염의 형태로 인상을 형성하고 캐릭터를 표현하고 있었으며, 이를 브론스키는 할리우드(Hollywood) 형, 알렉시 카레닌은 찰 커튼(Chin Curtain) 형으로 구분하여 분석하였다. 할리우드 형 수염은 이목구비가 뚜렷하고 눈썹라인이 짙은 미남형에게 어울리는 형태로 브론스키의 매력을 배가 시키는 효과를 주었으며, 찰 커튼 형은 구렛나루에서 부터 턱까지 이어지는 형태로 강직하고 우직한 알렉시 카레닌의 성품을 반영한 것으로 분석된다. 특히 술이 많게 표현하여 체면과 명예를 중요시 하는 인상을 주도록 표현하였다.

4. 결론

본 연구 결과, 영화 ‘안나 카레니나’의 주요 등장인물들의 의상은 19세기 중·후반 러시아 복식의 형태와 소재를 크게 벗어나지 않게 표현하였지만, 화려했던 당시 의상을 인물의 성격에 따라 재구성 하고 있음을 알 수 있었다. 또한, 인물이 처해진 상황과 심경의 변화를 의복색 및 소재의 차이로 표현한 것과 더불어 코트의 길이나 단추의 위치 등을 현대적으로 재해석한 디자인을 선보였다. 뿐만 아니라, 메이크업을 통해 인물들의 캐릭터를 효과적으로 부각시켰다.

이를 통하여 영화에 있어서 의상과 메이크업은 등장인물의 변화하는 감정을 표현하는 수단 일 뿐만 아니라, 인물과의 관계를 효과적으로 전달하고 나아가 영화의 분위기를 좌우한다는 것을 알 수 있었다. 따라서 이러한 영화의상 분석은 의상을 통해 관객의 영화 이해도를 높이는데 기여하고 영화의상의 중요성을 재인식시키는데 의의가 있다고 사료된다.

■ 참고문헌

- 윤은재(2007), “미국 아카데미 의상디자인상에 대한 연구”, *미용교육연구*, 2(1), p.69.
정현(2014), “현대 패션에 반영된 러시아풍의 특성”, *한국패션디자인학회지*, 14(3), p.54.
Alyoshina. T. S.(2013), *History of Russian Costume from the Eleventh to the Twentieth*

Century, Yale Univ Pr, pp.21-25,.

Svetlana A. Amelekhina(2010), *Magnificence of the Tsars: Ceremonial Men's Dress of the Russian Imperial Court*, Victoria & Albert Museum.

관상학적 관점의 메이크업 적용 연구

김연희* · 이현숙

서경대학교 대학원 박사과정*, 서경대학교 미용예술학과 교수

1. 연구목적

얼굴은 첫 인상을 결정짓는 중요한 요소이며, 외모를 평가할 수 있는 중요한 척도이다. 최근 영화, 드라마 및 대중매체에서 얼굴의 관상을 주제로 한 방송이 방영되면서 관상에 대한 사회적 이슈와 관심이 증가됨에 따라 첫인상에 대한 긍정적인 효과를 최대한 높일 수 있는 관상학적 관점의 얼굴 이미지 표현에 대한 관심 또한 높아지고 있다. 그 방법의 일환으로 시행되는 고비용과 시간, 위험부담이 따르는 성형수술은 수술적 방법으로 인한 여러 가지 부작용 등이 보고됨에 따라서 보다 안전하고 경제적 비용 부담이 적은 비수술적 방법인 관상메이크업에 대한 사회적 관심이 높아지고 있는 추세이다. 최근 메이크업 트렌드 관련 뷰티 방송 프로그램과 패션 잡지 등에서 유명 메이크업 아티스트들에 의해서 관상 메이크업을 통한 긍정적인 관상학을 기초로 취업운을 좋게 하는 메이크업, 애정운을 상승시키는 메이크업 방법 등이 다양하게 소개되면서 관상메이크업이 또 하나의 메이크업 트렌드로 자리 잡고 있다. 그러나 다양한 얼굴형과 이목구비에 따른 관상메이크업 적용에 따른 연구는 미비한 실정이다. 이에 본 연구에서는 관상학적 관점에서 이상적인 얼굴 형태를 기준으로 삼아 관상메이크업 디자인을 고안하여 향후 수정메이크업 분야의 자료로 활용될 수 있기를 기대한다.

2. 연구방법 및 내용

관상메이크업디자인은 관상학적으로 이상적인 얼굴 형태를 분석하여 관상메이크업디자인을 고안한 것이다. 관상학에서의 이상적인 형태는 이마는 완만하게 나오고 둥근 형태이며 기색이 밝아야 부모운, 관록운이 좋다. 눈썹은 눈보다 길며 눈을 감싼 형태가 좋은 형태로 이는 형제운을 나타낸다. 눈은 애정운을 나타내는 요소로 완만한 곡선을 이루며 눈 길이가 가로로 긴 형태가 좋은 형태이다. 코는 얼굴에서 가장 높은 곳으로 바르고 높아야 하며 코끝이 도톰하게 살이 있어야 재물운이 좋다. 입은 입술의 위, 아래 균형이 맞아야 하며, 색이 붉어야 자녀운이 좋다. 이를 기초로 '관록궁 하이라이트', '별눈썹 메이크업', '간문라인 메이크업', '산근빛 하이라이트', '주사 립메이크업'이라 명명한 메이크업방법인 '관상메이크업'을 고안하였다. 고안된 관상메이크업이 다양한 얼굴에 적용이 가능한지 여부를 검증하기 위해 모델에게 직접 적용하여 개선사항을 분석하였다. 연구 기간은 2014년 7월 31일부터 9월 28일까지 진행되었으며, 적용 대상은 이미지 변화를 가장 필요로 하는 취업 준비생, 직장인, 이성교제를 원하는 20~30대 여성을 선정하여 관상학에서

Corresponding author : HyeonSuk Lee Tel.+82-10-4111-6241
E-mail : hyunju1109@hanmail.net

사람을 분류하는 가장 기본 단위인 오행의 5가지 얼굴형으로 전문가 집단에 의해 분류하여 한 유형별 7명을 대상으로 관상메이크업을 적용하였다. 분석은 고안된 관상메이크업을 적용하기 전과 적용한 후를 사진 촬영하여 이미지 변화와 관상학적인 측면에서의 개선사항을 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

첫째, 긴 형태의 목형에게 관상메이크업을 적용한 결과 긴 얼굴형으로 인해 나이가 들어 보이는 이미지를 젊은 이미지로 개선하였으며, 각각의 얼굴 요소의 관상학적으로 부정적인 부분을 수정하여 관상학의 이상적인 형태로 개선되었다.

둘째, 뾰족한 형태의 화형에게 관상메이크업을 적용한 결과 뾰족한 얼굴형으로 인해 예민하고 가벼운 이미지를 차분하고 안정적인 이미지로 개선하였으며, 각각의 얼굴 요소의 관상학적으로 부정적인 부분을 수정하여 관상학의 이상적인 형태로 개선되었다.

셋째, 네모 형태의 토형에게 관상메이크업을 적용한 결과 네모 형태로 인해 남성스럽고 고집이 세 보이는 이미지를 부드러운 여성이미지로 개선하였으며, 각각의 얼굴 요소의 관상학적으로 부정적인 부분을 수정하여 관상학의 이상적인 형태로 개선되었다.

넷째, 각이 진 형태의 금형에게 관상메이크업을 적용한 결과 각이 진 형태로 인해 남성적이고 강한 이미지를 여성스러운 이미지로 개선하였으며, 각각의 얼굴 요소의 관상학적으로 부정적인 부분을 수정하여 관상학의 이상적인 형태로 개선되었다.

다섯째, 둥근 형태의 수형에게 관상메이크업을 적용한 결과 살집이 있어 둥근형태의 얼굴로 인해 유유부단 해 보이는 이미지를 아무지고 또렷한 이미지로 개선하였으며, 각각의 얼굴 요소의 관상학적으로 부정적인 부분을 수정하여 관상학의 이상적인 형태로 개선되었다.

4. 결론

본 연구는 관상학을 기초로 하여 관상메이크업 디자인을 고안하였으며, 이를 오행의 다섯 가지의 얼굴형으로 분류한 실험 대상에게 관상메이크업을 적용하였다. 그 결과 관상메이크업은 다양한 얼굴에 적용이 가능함을 알 수 있었으며, 각각의 얼굴 요소의 형태로 인해 나타나는 이미지를 개선할 수 있었다. 또한 관상학 측면에서 부정적인 요소를 수정할 수 있음을 알 수 있었다. 본 연구의 결과는 좋은 관상을 만들기 위한 수정메이크업 기초자료로 활용될 수 있으며, 이미지메이킹이나 마케팅, 엔터테인먼트 산업 등 얼굴의 관상을 좋게 변화하길 원하는 다양한 영역에서 활용될 수 있다.

■ 참고문헌

- 강선희 · 김효동 · 이경원(2008), “동양 관상학을 적용한 성격별 얼굴 설계 시스템에 관한 연구”, *디자인학연구*, 21(4), pp.271-284.
- 이경화 · 김정희(2007), “수정메이크업을 위한 성인 여성의 얼굴 유형 분석”, *한국의류학회지*, 31(11), pp.1478-1499.
- 장미화 · 노효경(2000), “분장과 인상학에 관한 상호 연관성 연구”, *한국미용학회지*, 6(1), pp.99-112.
- 전인미(2007), “관상학에 근거한 성격유형별 무대 분장디자인 모형 연구”, *디자인학연구*,

69(20), p.279.

허순득(2005), “이미지 수정 메이크업이 인상형성에 미치는 효과(7가지 얼굴형을 중심으로)”, *한국메이크업디자인학회지*, 1(2), pp.79-92.

3D 분장 시뮬레이션 교육프로그램 개발과 활용(제2보)

방기정* · 김진서

대전대학교 뷰티건강관리학과*, 한국전자통신연구원 SW 콘텐츠 연구소

I. Introduction

고객중심의 창의성은 주변에 애정을 가지고 사용자의 입장에서 이해를 하는 것이다. 최근 청소년들은 멀티 콘텐츠 스마트폰 세대라고 할 수 있으며, 이러한 스마트폰 시대에는 호환되기 쉬운 장르, 즉 모든 디지털 기기와의 사용이 편한 사용 용이성이 좋은 기술에 관심을 가지고 있다. 또한 융합은 문화발전의 중요한 원리로 인지되고 있다. 현대적 가치 발견에 기술의 활용은 중요한 수단이자 방법이 되었다.

21세기 지식정보화 시대에 사회 각 분야는 새로운 기술과 정보가 많이 제공되고 있다. 새로운 기술은 효과적인 커뮤니케이션을 위해 기술의 발달과 함께 꾸준히 변화를 해왔다. 뷰티산업은 부가가치의 증가와 사회적 위상이 높아짐에 따라 학문적으로도 가치 있게 연구되고 있다. 이러한 영상 Media의 발전은 CG(Computer Graphics)를 다양한 분야에 접목하였다. 많은 분야에서도 사람의 얼굴 형태는 굴곡이 매우 많고 입체적이기 때문에 2D CG Software를 이용한 메이크업 패턴 연구 및 개발들은 실제적 사용에 있어서 실용성이 매우 제한적이다. 뷰티전문 인력의 현장 수행능력 저하와 적응력 부족으로 인한 조기 이직 등이 많이 연구되고 보고되고 있으나, 현장 수행능력 향상을 위한 뷰티전공 학생의 실습과 체험의 범위는 날로 줄어들고 있는 실정이다. 뷰티산업의 다양하고 많은 전문 분야와 고가의 재료의 구입 및 진행 환경의 어려움으로 실습은 이전보다 더 어려워졌다. 그러나 뷰티전문 인력교육은 지식의 향상과 디자인 교육뿐만 아니라 수행능력 향상을 위한 실습 및 체험교육이 반드시 함께 이루어져야 하므로 부족한 실습 및 체험을 보완하기 위한 대안이 필요하다. 시뮬레이션은 사전에 설계된 안전한 환경에서 실제와 비슷한 모형을 가지고, 가상의 시나리오를 이용하여 학습하는 것을 말하며, 현실에서 수행해보기 어려운 사례 혹은 비용이 많이 소요되는 상황일 때 활용할 수 있다(Kane, Pye, & Jones, 2010). 스마트 세대인 청소년 대상으로 빠르게 변화하는 소비자의 니즈를 세분화하여 파악하고, 교육과정에 적용하여 그에 따른 뷰티전문 인력양성을 위한 맞춤형 교육 프로그램 개발이 필요하다.

본 연구의 목적은 전공지식의 전달과 현장실습을 통한 교육 효과가 높은 3D 분장 시뮬레이션 프로그램 모델을 교육과정에 적용하여 다양한 실습과 체험교육이 필요한 뷰티전공 기초지식과 현장실무에서 필요한 맞춤교육을 위해 쉽게 익힐 수 있는 도구와 매체로 도움이 되고자 한다.

II. Research Methods

본 연구의 분석단위는 개인 및 그룹이며 대전에 위치하고 있는 4년제 대학교 94명의 대학생을 대상으로 교양 선택 및 뷰티전공 교과목을 수강 신청한 학생을 연구 대상으로 진행하였다.

연구방법은 뷰티전공 선택 중에서 3차원 아바타 모델에 적합한 메이크업 전공 적용과 실감색상이 가능하다는 프로그램의 특성을 반영하여 '응용 메이크업' 교과목에 적용하였다. 교양 선택은 '무대 분장' 및 '일러스트 및 색채학'의 2가지의 교과목을 선택하였다. 뷰티전공 교과목을 선택한 46명의 학생과 교양 선택 교과목을 선택한 48명의 수강생을 대상으로 일주일에 3시간 수업의 15주 수업시간을 선택하여 1학기 동안 연구를 진행하였다. 본 연구의 자료수집은 2014년 3월 1일부터 2014년 8월 30일까지 이루어 졌다. 설문조사 결과 총 94부가 본 연구의 통계분석을 위하여 사용되었다. 본 연구에서 사용된 조사도구는 설문지를 사용하였으며, 측정도구의 구성 내용은 인구통계적 특성(2 문항), 프로그램의 만족도 평가 유형별 특성(25 문항), 프로그램의 중요기술 장점 및 만족 (3문항)의 3개의 영역으로 구성하였다. 프로그램의 평가 유형은 유용성, 흥미성, 습득성, 창의성의 4가지로 구분하고, 시뮬레이션 프로그램의 각 문항은 '매우 그렇지 않다'(1점)에서 '매우 그렇다'(5점)의 5점 Likert 척도로 구성 되었으며, 점수가 높을수록 각 문항의 내용이 더 그러하다는 것을 뜻하였다.

사용 프로그램은 문화체육관광부 및 한국콘텐츠진흥원의 2014년도 콘텐츠산업기술 지원사업의 CT R&D Program 재원에 의한 한국전자통신연구소(ETRI)의 "3D 페이스 아바타 기반 실감 분장 시뮬레이션 프로그램" 지원을 받아 수행된 연구 프로그램을 사용하였다.

본 연구의 수집된 자료는 SPSS(Statistical Package for the Social Science) WIN 21.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 분석 기법으로는 연구대상자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도와 백분율을 산출하였다. 또한 수강생들의 3D 시뮬레이션 프로그램 만족도 차이를 알아보기 위해 t-test(검증)을 실시하였으며, 3D 시뮬레이션 프로그램의 장점 및 중요기술에 대한 인식을 살펴보기 위해 χ^2 (Chi-square) 검증을 실시하였다. 본 연구 측정도구의 신뢰도를 검증한 결과는 Cronbach α 가 유용성 0.87, 흥미성 0.82, 습득성 0.82, 창의성 0.81, 으로 나타났다. 프로그램 만족도 0.95로, 모두 0.80 이상으로 신뢰할 만한 수준인 것으로 나타났다. 따라서 본 연구의 측정도구는 신뢰할만한 수준임을 알 수 있었다. 본 연구에서 관련문헌과 선행연구를 토대로 연구목적에 위한 연구 문제는 다음과 같다.

1. 연구 대상자의 일반적 특성과 프로그램의 만족도를 대해 알아본다.
2. 연구 대상자의 프로그램 만족도에는 유의미한 상관 관계가 있을 것이다.
3. 교양선택 및 뷰티전공 수강생의 3D 프로그램에는 만족도 요인 및 인식에 따른 유의미한 차이가 있을 것이다.

III. Result and discussion

뷰티 전문 인력 양성을 위한 필요한 도구 및 매체를 수업에 적용하여 메이크업 전공수업 및 교양 선택 교육을 통한 교과목 교육프로그램을 설계한 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 연구 대상자의 성별로는 교양 선택과 전공필수 수강생 모두 각각 93.5%, 93.5%로 여학생이 대부분을 차지하였다. 학년별로는 교양 선택 수강생은 1학년이 91.7%로 대부분을 차지한 반면에 전공필수 수강생은 3학년이 71.7%로 대부분 이었다. 둘째, 연구 대상자의 교양 선택 수강생과 전공필수 수강생들의 3D 분장 시뮬레이션 프로그램의 흥미성, 습득성, 유용성, 창의성에 대한 인식 차이를 살펴본 결과, 전공필수 수강생이 교양 선택 수강생 만족도는 유의미한 상관관계가 있었다. 뷰티 전공필수 수강생들은 3D 분장 시뮬레이션 프로그램을 교양 선택의 수강생보다 높은 인식을 보였다. 셋째, 교양 선택과 전공필수에 따른 별다른 차이 없이 연구 대상자들은 3D 시뮬레이션 프로그램의 가장 큰 장점이 '얼굴 3D 모형'이라고 인식하였고, 또한 수강생들은 '섬세한 분장기술'이 3D 시뮬레이션 프로그램의 중요기술이라고 인식하고 있음을 알 수 있다. 이것을 통해 스마트 세대인 청소년에게는 중요하고 쉽게 다가가는 도구 및 기기매체로서 디지털 기기는 매우 친숙하고 익숙하며 사용용이성과 접근성이 중요 하였다. 또한 3차원 시스템과 섬세한 분장기술을 접목한 뷰티 전문인을 위한 맞춤형 교육 프로그램 개발이 필요하고 요구된다.

IV. Conclusion and suggestion

학교 정규교육 프로그램에서 시행중인 뷰티교육의 현실적 보완과 발전 방안에 뷰티 및 디지털 콘텐츠를 적용한 실무교육이 필요하다. 뷰티전문 인력의 양성을 위한 유형별 세분화와 다양한 변수들과의 연구 필요성에 의해 본 연구자는 뷰티전문 인력교육에 필요한 3D 분장 시뮬레이션 교육프로그램을 적용하고 설계하였다. 본 연구결과를 통해서 뷰티전공을 하는 전공필수 수강생이 교양선택 수강생보다 3D 시뮬레이션 프로그램에 대한 만족도가 높음을 있음을 알 수 있었다. 또한 3D 분장 시뮬레이션 프로그램은 뷰티 전공필수 수강생 및 뷰티 전문인력 양성 프로그램으로 적용하기에 사용 용이성, 가변성이 매우 높은 디지털 기술의 적용이 적합한 프로그램 이라는 것을 알게 되었다. 기존에는 뷰티 전공교육을 하고 취업 및 직접 현장 수행능력에 적용을 위한 연구진행 및 필요한 기술에 대한 교육 프로그램이 매우 제한적이었다.

본 연구가 기존연구와의 가장 차별성이 보여 지는 내용은 3차원 컴퓨터그래픽 프로그램의 적용을 통한 사실적 시뮬레이션 기술을 활용하여 비교분석하여 진행하고, 융·복합 연구 및 수강생의 사용자 경험을 시도 하였다는 것이다.

본 연구결과를 통해 대학교 및 미용 특성화 고등학교 등 특수목적을 가진 마이스터 고교 및 정규 교육과정에 본 프로그램을 적용하여 디지털 컬러프로세싱과 영상 메이크업에 적용한다면, 효율적이고 수행능력 향상을 위한 실습 및 체험 교육에 적합하다고 생각한다. 3D 프로그램 모델 적용을 통한 뷰티 및 아트 디지털 콘텐츠의 관련 산업은 아직 성장 초기에 있다. 성장을 앞둔 뷰티아트 교육 프로그램 디지털 콘텐츠 산업의 글로벌 경쟁력을 확보하기 위한 새로운 시장 환경과 사용자에 대한 면밀한 분석의 기초 자료제공에 의의가 있다.

■ References

Barng, KJ. (2014), Makeup Design and the Application of 3D Facial Avatar Makeup

- Simulation, *Journal of fashion business*, 18(6), 1-10.
- Barng KJ. (2012), A study in Mobile Functionality of beauty products according to the Digital changes , *Journal of fashion business*, 16(1), 83-102.
- Choi WJ. & Kwag EH. (2011), A study to find measures to enhance the competitiveness of beauty industry. *Journal of the Korea beauty design society*, 7(1), 35-44.
- Lee JM. & Kim YS. (2007), A Study on the Futurism Appeared in the Beauty Trend-Focusing on. *Journal of the Korea beauty design society*, 3(3), 147-151.
- Kim M. (2010), A Study on the Dual Co-evolution of the Situation Comedy Genre : Through Analyzing “High Kick Through the Roof, *journal of broadcasting*, 11(2), 5-37.
- Kim MS. (2010), “Multifunctional Fashion Design Reflecting Characteristics of Future Environmen”t. Unpublished doctor's thesis, Kyung Hee University.
- Won YJ. & Joo HJ. (2002), Putting “Dual Co-Evolution” into TV Genre Studies, *Korean journal of broadcasting*, 16(1), 300-332.
- Lee SC. (2006), “Study on the Instance of Co-Evolution Phenomenon that Appear at Mobile Phone”, Unpublished master dissertation, Hongik University
- Song SJ. (2012), “A Study on the Advanced Process of Music Video Se”t, Unpublished master dissertation, Hongik University

한국뷰티산업의 동향과 창업 성공사례 연구 성공적인 창업을 위한 창업 프로세스 및 뷰티산업지원정책 제언

김 온 유
주식회사 에데니고

한국의 뷰티 시장은 2009년부터 최근까지 약 7여년에 걸쳐 그 성장세가 가속화되었으며, 국내 화장품 시장 규모는 2010년 60억달러, 2011년 63억7800만달러, 2012년 65억8200만달러를 기록한데 이어 지난해는 68억3000만달러로 24억8000만달러나 증가했다. 또한 중국을 비롯한 아시아 시장에서 국내 뷰티 브랜드가 차지하는 비율 최대 40%까지 점점 높아지면서 한국 뷰티 산업의 영향력이 막대해졌음을 알 수 있다.

최근 몇 년 동안 한류 열풍으로 인해 해외에서 한국 문화에 대한 관심이 크게 높아졌고 인터넷 매체를 통해 그 확장 속도가 무척 빨라졌다. 특히 한류 문화의 시각적 이미지가 동반되어 뷰티 분야 역시 소위 ‘K-코스메틱’이라는 이름으로 범세계적인 트렌드 반열에 함께 올랐다.

2014 데이터모니터(Datamonitor)에 따르면 세계 화장품 시장 규모는 2013년 2467억달러로 전년대비 4.3% 증가했다. 최근 세계시장 점유율을 살펴보면 미국 14.3%, 일본 10.8%, 중국 8.9%, 브라질 6.6%, 독일이 6.2%를 차지하고 있으며, 우리나라는 2.8%로 시장 규모면에서 크게 성장한 것을 알 수 있지만, 글로벌 시장과 비교하면 아직은 미미한 수준이다. 업계 전문가들은 “국내시장 포화에 따른 기업들의 적극적인 해외시장 진출과 동남아 관광객 증가 등에 따라 화장품 시장 규모가 큰 성장을 이뤘다”며 “아직은 선진국에 비해 규모가 작지만, 앞으로 국내 화장품 산업의 성장 잠재력과 발전 가능성에 대한 기대감을 높이는 결과”라고 평가했다. 지속 가능한 성장을 위해 국내 화장품 기업은 연구개발투자에 적극적으로 나서야 한다는 게 그의 견해이다. 이에 한국은 세계적인 뷰티 브랜드를 창출하는 데에 주력해야 할 것이며, 그것을 명품화시켜 고부가가치를 창출하고, 아시아 시장에 그칠 것이 아니라 아시아 시장을 벗어나 글로벌 시장의 확대를 위한 신성장 동력을 찾는 노력이 요구되어진다.

따라서 본 발표에서는 첫째, 최근 한국의 뷰티산업동향과 최근 케이-뷰티 산업에서 대두되고 있는 다양한 비즈니스 분야에 대해 요약하여 한국뷰티산업의 전망과 발전가능성에 대해 설명하고자 한다. 둘째, 최근 이슈화된 뷰티 브랜드의 창업사례연구를 통하여 성공 사례를 분석하고 뷰티 분야 창업의 성공을 위한 요인 및 정부를 포함한 여러 가지 지원정책 등을 제안하는 데에 그 목적이 있다.

본 발표의 결론은 다음과 같이 요약한다.

첫째, 패션과 뷰티는 떼려야 뗄 수 없는 유기적 관계를 가지고 있다. 최근 패션과 뷰티의 콜라보레이션으로 패션 및 뷰티산업이 더욱 빛을 보고 있는 가운데, 본 발표자는 한국뷰티산업에서 패션과 뷰티 브랜드의 성공적인 창업을 기록한 스타일난다와 그의 뷰티 브랜드인 쓰리컨셉아이를 성공사례로 채택하여, 성공요인 분석 및 지속가능한 성장을 위한 브랜드 확대에 대해 언급하

고자 한다.

둘째, 뷰티분야의 새로운 패러다임인 프리미엄 향수 브랜드가 이슈화되고 있는 지금, 에고 컨슈머를 겨냥한 프라이빗 센터의 즐거운 행보가 계속되고 있다. 이에 발맞춰 에고 컨슈머를 겨냥한 이색적인 체험을 제공하고, 이에 따른 브랜드 가치와 브랜드 인지도 상승의 효과를 동반하게 된 향 컨설팅 기업 주식회사 에데니끄의 창업사례를 통해 이색적인 뷰티 아이템 창출과 성공요인 분석에 관한 내용을 다루고자 한다.

마지막으로, 뷰티분야창업에서 여러 가지 인프라를 활용할 수 있는 가이드 라인을 제시하고자 한다. 현재 창업시장에서 두각을 나타내고 있는 뷰티 브랜드를 우리는 심심치 않게 찾아볼 수 있지만, 탄탄한 준비 없이 덜컥 창업을 시작하여 시장에서 사라진 많은 업체들도 상당수 있다. 이에 뷰티 분야의 창업을 준비하는 시점에서, 비즈니스의 최대 역량을 발휘할 수 있는 사업 환경의 조성을 위하여, 지자체를 포함한 정부의 뷰티 산업 지원에 대한 정책, 청년실업을 위한 정부의 창업지원정책 및 지원금 등을 알아보고, 활용 가능성에 대해 타진해보도록 한다.

중국 묘족(苗族)의 의복 및 신발 문양 연구

쉬루이* · 배수정

전남대학교 의류학과 박사과정*, 전남대학교 의류학과 교수

1. 연구목적

중국 소수민족의 복식은 중국 전체 복식문화에 있어 상당히 높은 비중을 차지하고 있다. 그 중에 묘족은 소수민족 중에서 인구가 많은 민족 중의 하나로, 귀주성(貴州省), 운남성(雲南省), 호남성(湖南省), 사천성(四川省) 등의 지역에 분포되어 있다. 자신들의 전통적 풍습을 상당히 잘 유지·계승하고 있기 때문에 다른 소수민족에서 찾아볼 수 없는 묘족만의 독특한 복식문화를 형성하여서 연구의 필요성이 있다고 할 수 있다. 특히 의복과 신발에 표현된 문양의 의미를 통하여 묘족의 복식문화를 이해할 수 있다는 점에서 묘족의 의복과 신발 문양에 관한 연구의 필요성이 제기된다. 따라서 본 연구의 목적은 묘족의 독특한 역사와 문화를 반영하고 있는 의복과 신발에 나타난 문양의 유형과 구성을 분석하여 사라져가는 중국 소수민족의 복식문화를 이해하고 보존하는데 있다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구의 범위는 귀주성, 운남성, 호남성, 사천성 지역에 분포된 묘족의 문화적 배경을 살펴보고, 여성의 의복과 신발을 중심으로 한정하였다. 연구방법은 문헌연구와 사례연구를 병행하였다. 문헌연구는 이론적 고찰을 위해 국내·외 복식사 및 문화사 선행연구 단행본 및 인터넷 등 2차 자료 등을 활용하였다. 사례연구는 묘족의 여성 의복 50점, 묘족의 여성 신발 50점을 문헌, 단행본, 인터넷 등에서 발췌하여 문양을 중심으로 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 묘족 의복에 나타난 문양

선행연구, 단행본, 인터넷 등에서 선정한 총 50점의 묘족 의복의 문양은 꽃문양, 기하문양, 추상문양 등이 포함된 복합문양이 18점(36.0%)으로 가장 많이 나타났고, 기하문양 15점(30.0%), 꽃문양 13점(26.0%), 추상문양 3점(6.0%), 인물문양 1점(2.0%)순으로 나타났다.

연구의 대상인 총 50점의 묘족 여성 의복을 구체적으로 살펴보면, 복합문양 19점(38.0%) 중 12점(24.0%)에 종교적 의미의 기하문양과 토템의 상징을 내포하는 꽃문양이 함께 사용되는 경

+ 이 논문은 2015년도 정부(교육과학기술부)의 지원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행한 연구임 (BK21플러스 사업. S15HR15D0801).

우가 많았는데, 기하문양은 종교 신앙과 도교, 불교의 이중적 의미, 행운 등을 내포하고 있고, 꽃문양은 행운뿐만 아니라 조상을 그리워하는 의미를 상징하는 것이기도 하다. 꽃문양은 주로 옷깃과 여밈 부분에 자수로 장식되어 있고, 기하문양은 소매의 중간부분에 대칭으로 배치되어 세련된 복식미를 보여주고 있다. 흑색 바탕에 나비문양과 꽃문양이 함께 묘사된 것도 있는데, 나비문양은 조상을 숭배하는 의미를 내포하고 있다. 그 외에 백색(白色) 바탕에 정면 중앙에 기하문양이 장식되어 있고, 소매단에 황색(黃色), 녹색(綠色), 적색(赤色) 삼각형 모양으로 현대적으로 장식되어 있는 예도 있다. 또한 청색(靑色) 바탕에 도트문양이 대칭구조로 배치되어 있는 것도 있고, 상의 하단의 적색, 녹색, 청색 추상문양, 의복의 가장자리에 줄무늬가 처리되어 현대적 감각을 보여주기도 한다. 또한 실물처럼 보이는 적색 인물문양 자수로 장식된 예도 볼 수 있는데, 인물문양은 나비문양과 마찬가지로 조상숭배의 의미를 상징하고 있다. 따라서 의복의 문양은 대칭구조로 나타나는 경우가 대부분이고, 독특한 상징성을 내포하는 꽃문양, 기하문양, 나비문양 등이 자수 장식되어 화려하면서도 세련된 전통미를 표현하고 있었다.

2) 묘족 신발에 나타난 문양

본 연구에서 선정된 묘족 신발 50점의 문양은 꽃문양이 32점(64.0%)으로 가장 많이 나타났고, 복합문양 11점(22.0%), 동물문양 3점(6%), 인물문양 2점(4.0%), 기하문양과 태양문양 각 1점(2.0%)순으로 나타났다.

신발에는 주로 앞코와 옆에 문양이 장식된 경우가 대부분이었는데, 앞코 부분에 장식된 꽃문양은 분홍색(粉紅色), 적색, 황색, 녹색으로 화려하게 자수 장식되어 있고, 신발 양쪽에 같은 꽃문양으로 배치되어 있는데 색 구성만 다르게 보여주는 예가 대부분이다. 이러한 문양 구조는 묘족의 여성 신발뿐만 아니라 복식에도 다수 나타났다. 꽃문양의 자수 장식 위에 시퀸(sequin)으로 장식되어 단조롭지 않고 화려한 예를 나타낸 사례도 있었다. 복합문양 11점(22.0%) 중 4점(8.0%)에 꽃문양과 기하문양이 함께 사용되었다. 예컨대 적색 바탕에 흑색의 장식 선으로 가장자리 처리된 위에 백색 기하문양이 자수 장식되었고, 신발 양쪽에는 꽃문양이 분홍색, 황색, 녹색으로 표현되었다. 또한 신발 앞코 부분에 분홍색 물결문양이 반복되어 있고, 신발 양쪽에 꽃문양의 아플리케(applique)로 장식한 예도 볼 수 있다. 그 외에 앞코 중앙 부분에 청색, 분홍색, 은색(銀色)의 태양문양 자수가 장식되어 있어 강하게 시선을 집중시키는 문양도 있었다. 또한 물고기문양의 자수가 장식된 신발도 있었는데, 중국에서 물고기는 행운과 왕성한 번식을 상징하는 문양이다. 매우 예외적으로 앞코 중앙에 인물문양이 자수 장식되어 있는 예도 있었다. 이처럼 복식에 장식되어 있는 문양이 신발에도 유사한 구조로 사용된 것을 볼 수 있으며 특히 꽃문양과 기하문양의 혼합문양이 다수 사용된 것으로 나타났다.

4. 결론

본 연구에서 문헌, 단행본, 인터넷 등에서 선정된 묘족 여성의 복식과 신발을 중심으로 문양을 분석하였다. 복식에서 기하문양, 꽃문양, 추상문양 등이 포함된 복합문양이 가장 높게 나타났고, 기하문양>꽃문양>추상문양>인물문양 순으로 나타났다. 신발에서는 꽃문양이 가장 높게 나타났고, 복합문양>동물문양>인물문양>기하문양과 태양문양 순으로 나타났다. 빈도의 차이는 있으나 의복과 신발에 나타난 문양의 유형이 매우 유사하고 그 구성도 대부분 대칭문양으로 유사하게 나타났으며, 일부의 문양은 상징성도 내포한 경우가 있었다. 전체적으로 묘족의 여성 신발과 의

복 문양은 아름다운 조화를 통한 높은 상관성을 보이고 있었다.

본 연구를 통하여 중국의 소수민족인 묘족 의복과 신발의 화려하고 다양한 문양을 고찰하고 이들 소수민족의 문양의 종류 및 구성을 정리함으로써 사라져가는 중국 소수민족의 복식문화를 이해하고 보존하는데 일조할 수 있기를 기대하며, 더 나아가 이러한 전통 문양이 현대패션에 다양하게 활용되는데 본 연구의 의의가 있다고 사료된다.

■ 참고문헌

- 김희섭(2004), “중국 묘족 복식에 나타난 문양 연구-납염·자수·금직을 중심으로”, *한복문화*, 12(2), pp.31-42.
- 김영신 · 홍정민(2001), “中國 貴州省 苗族 여자복식의 織繪紋樣에 관한 研究”, *복식*, 52(1), pp.21-36.
- 세쓰쓰(2013), “중국 투자족과 묘족 복식의 비교 연구”, 건국대학교 석사학위논문.

Martin Margiela의 디자인 코드 분석

-체크리스트법을 중심으로-

목소리 · 조진숙
가천대학교 예술대학 패션디자인전공

1. 연구 목적

최근 패션계는 20세기 말에 등장한 포스트모더니즘의 영향을 받아 기존의 관념을 거부하고 인간을 탐구, 이해하려는 움직임이 나타났다. 이러한 현상은 어느 특정 계층에만 국한된 것은 아니고, 누구나 접근가능한 일로서 규격화된 틀에 맞추는 관습에서 벗어나 모든 양식에 선입견 없이 접근하고 받아들이며 다양성을 인정하게 되었다. 이로써 통념의 거부, 다양성, 해체주의, 개성 중시의 풍토가 생겨났으며 이를 반영한 작품들도 쏟아져 나왔다. 그 중에서도 마틴 마르지엘라(Martin Margiela, 1957-현재)는 단연코 전위적이고 실험적이며 개성을 중요시하는 디자이너로 손꼽을 수 있다. 그의 등장은 패션계에 있어서 해체주의, 기존 관념의 탈피 등으로 새로운 바람을 몰고 왔으며 현재까지도 많은 디자이너들에게 큰 영향을 미치고 있다. 따라서 본 연구는 기존 고정 관념의 붕괴 및 탈피 과정을 통해 파괴적이고 구조적이며 자신만의 철학을 반영하여 꾸준히 활동하고 있는 마틴 마르지엘라 작품의 구체적 발상방법인 창의적 디자인 코드를 밝히고자 오스본(A. F. Osborn, 1888-1966)의 체크리스트법을 적용하여 분석하고자 한다.

2. 연구 방법

연구방법은 이론적 연구로 문헌과 선행연구들을 통하여 마틴 마르지엘라와 체크리스트법에 대하여 고찰하였으며, 실증적 연구로는 COLLECTION(동아TV: 서울)지를 통하여 2011년 S/S부터 2014 A/W까지 최근 3년 간 발표된 마틴 마르지엘라의 작품을 선정한 후, 체크리스트법을 적용하여 분석하였다. 선정과정에는 의류학을 전공한 석사이상의 3인이 참여하였다.

3. 결과 및 고찰

전위적인 마틴 마르지엘라의 작품을 체크리스트법을 적용하여 디자인 코드를 분석해 보았을 때, 항목은 부가, 확대, 비대칭, 전위, 평면화, 해체, 전도, 삭제 등으로 나타났다. 구체적인 내용을 살펴보면 다음과 같다.

부가는 무엇인가를 덧붙이는 것으로 마틴 마르지엘라의 작품에서는 옷 위에 원단을 덧붙이거나 옷을 덧붙이는 것으로 나타났다. 그는 옷 위에 원단이나 옷을 덧붙이는 작업을 통해서 색상이나

Corresponding author : Jean Suk Cho Tel. +82-31-750-5948
E-mail : bich201@naver.com

질감, 덧붙이는 표현기법 등의 변화에 따라 새로운 형태미, 색채배색 효과, 울동감 등 다양하게 표현하였으며, 과거와 현재, 겉과 안, 포멀과 드레시, 남성성과 여성성 등 대립되는 개념을 동시에 보여주는 철학적 예술성을 표현하였다. 즉, 소재와 착장의 변화를 통해서 기본관념을 깨뜨린 무형식의 발상으로 표현에는 한계가 없다는 무한한 가능성을 보여주었다.

확대는 부분 또는 전체의 규모가 증가하는 것으로 마틴 마르지엘라의 작품에서는 어깨선, 목둘레선의 위치, 허리둘레, 칼라, 소매, 포켓뚜껑의 크기 등 디자인 요소들의 위치나 크기가 매우 과장되게 확대된 것으로 나타났다. 그는 디자인 요소들의 과장된 확대를 통해 의복형태에 대한 기존의 고정관념을 의도적으로 파괴하고 형태의 불확정성을 제시함으로써 새로운 형태미를 보여주고 있다. 즉, 디자인 요소의 변형을 통한 사고의 전환으로 새롭게 재창조된 디자인을 보여준다.

비대칭은 길이나 형태 등이 대칭을 이루지 않고 좌우로 달라지는 것으로 마틴 마르지엘라의 작품에서는 옷의 좌우, 앞뒤의 길이나 형태가 불규칙하게 다르게 표현된 것으로 나타났다. 그는 옷의 좌우나 앞뒤의 길이나 형태가 각기 다른 디자인을 선보임으로써 마치 두 개의 디자인을 동시에 보는 듯 독특한 미적 감각을 표현하였다. 이러한 변화는 대상의 외관을 변화시켜 통일감에서 벗어난 미적 모순에 빠지게 함으로써 규칙성과 조화를 해체하고 다양함을 인정하게 하는 것이다. 그는 불규칙한 비대칭의 탈구조적인 독특한 실루엣으로 의복의 기능성, 목적론을 해체시키는 디자이너 특유의 감성을 표현하였다.

해체는 찢어지거나 풀어지는 등 흩어지고 분해되는 것으로 마틴 마르지엘라 작품에서는 옷의 일부분을 찢고 풀어헤치거나 소매나 솔기 등 연결된 부분을 뜯어내거나 풀어헤치는 것으로 나타났다. 그는 의식적 파괴에 의한 인지 가능한 물리적 형태의 파괴를 통해 기존의 미에 대한 고정관념을 깨트리는 것으로 기존의 옷을 다양하게 변화시킬 수 있는 디자인의 가능성을 보여주었다. 또한 전통적인 옷 입는 방식을 해체하여 착용자의 주관에 따라 얼마든지 새로운 표현이 가능한 착용자의 주관성을 인정하였다. 즉, 해체는 과거의 흔적을 토대로 새롭게 탄생되는 그 무엇으로 옷 안에 존재하는 긴장감을 드러냄과 동시에 자신의 내적 조형의지와 예술적 감각에 의해 구축되는 이미지를 통해 특유의 아이덴티티를 창조하는 것이다.

삭제는 있어야 할 것이 없거나 부분 또는 전체 등이 생략되거나 그것을 없애는 것으로 마틴 마르지엘라의 작품에서는 바지나 재킷, 블라우스, 코트 등 옷의 일부분을 삭제한 것으로 나타났다. 그는 바지의 앞부분을 뚫거나 블라우스의 어깨부분을 삭제하거나 코트의 칼라나 소매 몸판 부분의 삭제 등 디자인 요소의 변형을 통해 새로운 디자인을 추구하였다. 그는 기존의 체형을 고려한 인체 측정, 이를 반영한 의복구성에서 벗어난 탈구조를 추구하였다. 즉, 인체의 3차원적인 입체감을 전혀 고려하지 않은 2차원의 평면구성, 탈사이즈 등을 통하여 서양의 입체구성의 전통을 파괴하였다. 이는 새로운 실험적인 시도로서 의상디자인의 영역을 넓힌 개혁적인 작품이었다.

전도는 앞뒤, 차례, 위치 등이 바뀌는 것으로 마틴 마르지엘라의 작품에서는 안에 있어야 할 솔기나 지퍼 등이 겉으로 노출되거나 착장상태가 뒤바뀌는 것으로 나타났다. 그는 옷의 내부에 있어야 할 솔기나 지퍼 등을 외부로 노출시키거나 옷의 창장 순서를 뒤바꿈으로써 미에 대한 기존관념을 뒤엎고 그에 따른 다양한 실험들을 대중에게 보여주고 낯선 충격효과를 불러일으켰다.

이상과 같이 마틴 마르지엘라의 작품은 기존의 옷에 대한 고정관념을 깨뜨리는 사고전환에 의해 창조되었다. 즉, 소재와 착장의 변화를 통해 시간적 개념이나 상반된 개념을 공존시키는 철학

적 예술성, 크기의 불확정성을 통한 디자인의 재창조, 규칙과 조화의 해체를 통한 디자인의 다양성, 물리적 형태의 파괴를 통한 추에 대한 새로운 미학적 개념, 착장방법에 따른 착용자의 개성 중시, 디자인 요소의 변형을 통한 새로운 디자인 추구, 의복형태의 2차원적 표현을 통한 탈구조성 등을 표현하였다.

4. 결론

창의적 디자인으로 유명한 마틴 마르지엘라 작품의 디자인 코드를 밝히기 위하여 체크리스트법을 적용하여 분석해 보았다. 연구범위는 2011년 S/S에서 2014년 A/W까지 이다. 그 결과 그의 창의적인 디자인 코드는 부가, 확대, 비대칭, 해체, 삭제, 평면화, 전도 등의 항목으로 나타났다. 이러한 항목을 통해 새로운 형태미, 새로운 미적개념, 새로운 착장방법을 제시하였으며 디자이너의 철학적 예술성과 착장자의 주관성을 중시하였다. 이러한 결과들은 디자인의 발상 영역에는 한계가 없다는 무제한의 발상 가능성을 보여주었다.

이처럼 창의력을 표현하는 구체적인 디자인 발상법에 관한 연구는 패션디자인에 대한 이해를 높일 뿐 아니라 다양한 디자인 발상법을 제시함으로써 디자이너들의 창의적 활동에 도움이 되리라 생각한다.

■ 참고문헌

정수영(2011), “마틴 마르지엘라 작품에 나타난 윤리적 패션에 관한 연구”, 성신여자대학교 석사학위논문.

조선일보 Weekly Biz, ‘에디톨로지, 김정운’, 2015년 1월 17일.

김민채 · 임지영(2012), 체크리스트법에 의한 트렌치코트 디자인 분석, 복식, 62(7).

현대패션에 나타난 파워 솔더의 조형성 연구

-20세기와 21세기 비교를 중심으로-

김효주* · 배수정

전남대학교 의류학과 박사과정*

전남대학교 의류학과 교수, 전남대학교 생활과학연구소

1. 연구목적

현대패션에 나타난 다양화 경향은 시대를 뛰어넘어 다양한 요소들이 공존한다. 때문에 이들 사이에는 명확한 시대적 경계선이 없고 완전히 단절되지 않아 서로 병행하며 포용하는 연장선상에 있다고 할 수 있다. 즉, 과거 양식이 재현될 때에는 과거 형태의 재현이 아니라 현대를 살아가는 이들의 정서와 시대상에 어울리게 재정립된 새로운 모습의 복고스타일로 등장하게 된다. 21세기 패션에 등장한 복고스타일 중 단연 독보적인 것은 파워 솔더 룩이다. 파워 솔더 룩은 20세기에 처음으로 등장하여 이후 현재까지도 꾸준히 유행하고 있다. 지금까지 파워 솔더에 관한 연구는 파워 솔더 룩의 패턴연구, 파워 솔더 재킷의 조형적 특성에 관한 연구들이 있으나, 파워 솔더가 처음으로 등장한 20세기와 21세기의 파워 솔더의 형태에 관한 비교 연구는 미비한 실정이다. 따라서 본 연구의 목적은 20세기와 21세기에 나타나는 파워 솔더의 형태를 비교·분석 하는데 있으며, 이러한 연구는 또 다시 리바이벌될 파워 솔더의 변화양상을 예측하고 분석하는데 도움을 줄 수 있을 것이라 생각된다.

2. 연구방법 및 내용

연구 방법은 문헌연구와 실증연구를 병행하였다. 문헌 연구는 국내·외 복식사 관련 서적과 학술지, 학위논문 등을 중심으로 고찰하였고, 실증 연구는 20세기와 21세기의 파워 솔더가 잘 나타난 복식사 관련 서적과 컬렉션을 통해 각 60점의 사진자료를 분석하였다. 연구 범위는 파워 솔더가 성행하였던 시기를 중심으로 20세기는 1930년대 말~40년대와 80년대, 21세기는 2002년~2012년까지로 설정하였으며, 이를 토대로 20세기와 21세기에 나타난 파워 솔더의 형태를 비교·분석하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 20세기 파워 솔더

+ 이 논문은 2015년도 정부(교육과학기술부)의 지원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행한 연구임 (BK21플러스 사업. S15HR15D0801).

20세기의 파워 솔더는 이 용어가 시작된 1930년대 말~40년대와 1980년대로 나눌 수 있다. 먼저 1930년대 말~40년대는 제2차 세계대전(1939-1944)으로 인해 여성들이 남성의 역할을 대신 하였기 때문에, 전통적인 여성상에 대한 고정관념이 무너지게 되었으며, 넓은 어깨의 완만한 신체의 변화로 독립적이고 강한 여성이 긍정적인 여성상으로 제시되었다. 또한 1930년대 말경에 나타난 밀리터리룩의 영향으로 남성복의 디테일이 여성복에 많이 첨가되어 남성성을 부각하는 넓은 어깨를 표현하듯 어깨 패드를 넣어 남성적인 실루엣인 수평형의 파워 솔더가 나타나기 시작하였다. 또한 1980년대 초반에 나타난 파워 솔더 역시 남성과 대등한 위치에 서고자 했던 여성들의 희망이 투영된 것처럼 직선적인 수평형으로 나타났다. 1980년대 중반에는 초반에 비해 실루엣이 부드럽고 곡선적으로 변화하면서 여성스러운 실루엣에 파워 솔더가 나타나게 되었으며, 형태는 대부분 수평형이었다. 이와 같이 20세기의 파워 솔더의 형태를 분석한 결과, 사진자료 60점 중 수평형 58점(96.7%), 사선형 2점(3.3%)으로 대부분 수평형으로 나타났는데, 이러한 파워 솔더가 등장한 사회적 배경은 남성의 역할을 대신하고자 하는 욕망 혹은 남성과 같은 사회적 지위를 갖고자 하는 열망을 복식을 통해 표현하려했기 때문으로 분석된다.

2) 21세기 파워 솔더

21세기의 파워 솔더는 극대지향, 최대지향을 표방하는 맥시멀리즘의 하나로 20세기 파워 솔더가 재조명되어 부각된 것이다. 2002년부터 디자이너들이 파워 솔더 룩을 선보이기 시작했으며, 특히 2008~2010년대의 파워 솔더는 수평형, 사선형(상향, 하향), 원형, 장식형 등의 다양한 형태와 여러 아이템의 적용으로 새로움을 추구하는 실험적인 디자인으로 제시되었다. 21세기의 파워 솔더의 형태를 분석한 결과, 사진자료 60점 중 원형 28점(46.7%), 사선형(상향, 하향) 15점(25%), 수평형 10점(16.7%), 오브제를 사용한 장식형 7점(11.7%)의 순으로 나타났으며, 20세기 파워 솔더에 비해 다양한 형태들이 나타났고, 파워 솔더의 어깨 각도, 넓이 등도 다양하게 나타났다. 또한 재킷뿐만 아니라 베스트, 블라우스, 원피스 등의 아이템에도 다양하게 나타났다. 이러한 파워 솔더가 등장한 사회적 배경은 현대인들이 더욱 새롭고 다양한 삶의 가치를 추구하게 되면서 패션에 자신의 개성을 강하게 표현하게 되었고, 더 나아가 남성을 넘어서는 여성들의 능력을 과시하고자 하는 욕구가 패션에 반영된 결과로 분석된다.

4. 결론

이상의 연구를 통하여 20세기의 파워 솔더의 형태는 대부분 수평형이고 재킷을 중심으로 나타났으나, 21세기의 파워 솔더는 원형, 사선형(상향, 하향), 수평형, 오브제를 사용한 장식형 등의 순서로 다양하게 나타났고, 재킷뿐만 아니라 베스트, 블라우스, 원피스 등의 아이템에도 폭넓게 나타났음을 알 수 있었다. 또한 파워 솔더의 유형도 원형, 장식형 등으로 과거 보다 세분화 되어 나타났음을 알 수 있었다.

이러한 연구는 새로운 것을 추구하는 현대인들의 욕구에 맞게 미래에 다시 리바이벌될 파워 솔더의 변화양상을 예측하는데 도움을 줄 수 있을 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

이재정 · 박신미 (2011), 패션, 문화를 말한다. 서울: 예경.

김정미 · 이정순 (2011), “파워 솔더 재킷의 디자인변화에 따른 시각적 평가”, *패션비즈니스*,

15(1), pp.80~91.

남궁나연 (2012), *현대패션에서의 과장형 복식의 미적특성에 관한연구*, 중앙대학교 석사학위논문.

1890~1940년대 여성 테일러드 재킷의 유행에 따른 실루엣의 변화

박정현* · 간호섭

홍익대학교 디자인콘텐츠대학원 패션디자인 석사과정*

홍익대학교 섬유미술.패션디자인과 교수

1. 연구목적

의복은 전통적으로 대부분의 사회에서 여성과 남성을 구분짓는 도구로 사용되어 왔다.

서양의복의 역사를 보면 복식의 성 구별은 남성은 바지, 여성은 치마로 구분 짓고 있다.

그러나 여성의 사회, 경제, 문화, 정치적인 진출로 인해, 또한 남성위주의 가부장적 제도에서의 경제 해방, 여성의 권리신장으로 인해 복식의 성구별은 점차 희미해져 양성간의 의복차이가 점점 좁혀지는 현상이 나타났다. 산업혁명 이후 여성의 사회진출, 여성스포츠패션의 증가와 세계1,2차 대전을 통해 점차 등장하는 양성화 현상을 살펴보려 한다.

이에 본 연구는 1890년 ~1940년대 여성 테일러드 재킷의 유행에 따른 실루엣의 변화를 분석하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 1890~1940년대 50년에 걸친 테일러드 재킷의 실루엣 변화를 살펴보기 위한 연구로서 문헌 연구를 통해 시대별로 유행한 테일러드 재킷에 대해 살펴보고 이것을 시간의 흐름에 맞게 정렬하여 분석함으로써 시대에 따라 어떠한 형태로 여성의 테일러드 재킷의 실루엣이 변화하였는지 살펴보고자 한다.

3. 결과 및 고찰

1) 테일러드 재킷의 시대별 전개

1900년대 이전 처음으로 재킷과 스커트가 분리된 형태가 나타났다. 재킷 바디는 앞 단추가 죽 늘어선 몸에 밀착된 스타일이었다. 당시 남자 웨이스트 코우트와 비슷한 형태로 아래위가 붙기도 하고 떨어지기도 하는 gilet-cuirasse라는 옷도 등장하였다. 자전거의 인기가 높아짐에 따라 여성들은 트레인이 달린 스커트를 착용하고 자전거를 탈수 없었기에 따라 이원화된 복식의 착용이 불가피하게 되었다. 야외스포츠를 위한 보다 합리적인 복식에 대한 열정이 대중적으로 무르익었고 이에 따라 재킷, 셔츠와 셔트웨이스트 의상(shirtwaister)으로 구성된 여성용 테일러드 수트가 등장했다. 외출할 때 쓰는 실크 헛과 뽀뽀한 흰 깃을 함께 착용하였다. 당시 여성들을 위한 스포츠용은 홈스핀이나 트위드를 재료로 하고 어두운 색상을 사용하여 무거운 인상을 주었다.

Corresponding author : park jung hyun Tel.+82-2-010-3637-3798

E-mail : ujihji@naver.com

1900년대 이후 여성의 교육증가, 사회참여, 스포츠 참여 기회확대 등으로 여성복에 여성스러움과 남성스러움이 동시에 나타났다. 19세기 말부터 유행하기 시작한 테일러드 수트는 실용성 면에서 새로운 여성복의 형태로 정착되었다. 1901년 에드워드왕이 즉위하자 비로소 여성들은 패션에 보다 자유로움을 추구했다. 이전에는 보지 못했던 mish-mash 스타일이 등장하여 의상의 모더니즘이 본격적으로 이루어지기 시작하는 시기이다.

1910년까지의 특징중 하나인 이튼수국은 남학생들의 재킷과 닮았다고 해서 이튼 바디스(eaton bodice)라 불리기도 했던 볼레로(bolero)도 인기였다. 윗부분은 부풀고 손목은 갈수록 좁아지는 소매, 타이트한 소매, 타이트한 허리, 벨형 스커트등 옆에서 보면 S커브 실루엣이 보였다.

1910년이후 1차 세계대전의 영향으로 남성들이 전쟁에 참전하게 되면서 여성들은 그 공백을 메우기 위해 여러가지 사회적 역할을 하게 되어, 튜닉형의 직선적인 실루엣으로 변화하기 시작하였으며 테일러드 수트는 여성의 일상복으로 자리잡게 되었고 밀리터리룩이 나타나는 시기였다.

1920년대에는 여자다움보다는 스커트와 머리를 짧게 하여 몸매를 드러냈지만 가슴은 더 납작하여 마치 소년 같은 보이시 스타일과 여성성을 가미한 가르손느 스타일이 유행하였다. 이러한 스타일의 수트를 프리덤 수트(freedom suit) 라고 하는데 성차별로 부터의 해방을 상징했으며 1920년대 말까지 유행했다. 또한 샤넬은 평범한 천이었던 저지를 이용해 직선적이고 활동적이고 자유로운 샤넬수트를 선보여 여성들을 자유롭게 해주었다.

1930년대에는 미술분야에 나타난 초현실주의(surrealism) 양식은 패션에 많은 영향을 주었다. 여성의 신체 곡선을 살린 의상이 주를 이루기도 했지만 1930년대에는 어깨에 패드를 넣어 과장시킨 의상이 초현실주의 복식 디자이너 스키타파렐리(Elsa Schiaparelli)에 의해 나타났다. 각진 어깨와 강조된 허리, 입체감 있는 남성적인 실루엣으로 다음시기에 밀리터리 룩으로 계승되었다.

1940년대에는 2차 세계대전으로 인해 밀리터리룩이 유행하면서 테일러드 수트가 여성의 의복으로 자리잡았다. 군복과 유사한 어둡고 칙칙한 색의 각진 어깨, 짧은 스커트의 테일러드 수트 스타일인 밀리터리룩은 재킷의 품은 넓고 길이는 엉덩이까지 오며 허리위에 폭이 넓은 벨트를 느슨하게 맨다. 장식 디테일로 기능적인 군복을 연상시키는 크고 실용적인 패치포켓(patch pocket)과 파스망트리(passé menterie), 브레이드(braid), 프로그(frog) 등이 사용되어 실용적인 기능복이 되었고, 또한 그것이 모드로 변천되었다.

이 시기에는 전쟁으로 인해 옷감을 절감시키기 위한 정책이었기 때문에 여성적인 느낌의 과장은 없었다. 전쟁으로 떠난 남성들이 남겨둔 코트도 재활용 되었으며. 매력적인 남성수트는 여성수트로 바뀌었다. 전쟁으로 인해 밀리터리룩이 여성의 의복으로 정착되면서, 후에 뉴 룩(new look), 빅 룩, 파워 룩 등의 과장이 나타날 수 있는 기반을 만들었다.

종전 후 여성복장의 흐름에 영향을 준 디자이너는 크리스티앙 디오르(Christian Dior)가 1947년 봄 컬렉션에서 발표한 뉴 룩은, 전시에 사회적으로 남성성을 강요받았던 여성들에게 완전한 여성성을 표현하였으며, 획기적인 실루엣의 변화를 주었다. 뉴 룩은 둥근 어깨에 허리를 조이고, 엉덩이 부분은 퍼지게 디자인하여 재킷만으로도 X자형 실루엣을 나타내고 있다.

2) 테일러드 재킷의 유행에 따른 실루엣 변화

1900이전에는 아루누보의 영향으로 S커브스타일이 주를 이루었고 이에 맞추어 여성의 재킷 역시 실루엣을 유지할수 있는 프린세스 라인을 기반으로 한 타이트한 재킷이 유행하였다. 1910

년대에는 스포츠의 발달과 여성의 사회참여의 증대로 테일러드 재킷과 함께 한 벌로 입는 수트 패션이 유행하였으며, 주로 스포츠 웨어로서 테일러드 재킷이 많이 사용되었다. 1920년대에는 아르데코의 영향으로 직선적이며 박시한 H스타일이 유행하였고 밀리터리룩의 영향으로 군복을 연상시키는 테일러드 수트 스타일의 엉덩이까지 길어진 재킷이 유행하였다. 1930년대에는 초현실주의의 영향으로 역삼각형 형태의 실루엣이 유행하였고 이를 위해 어깨에 패드를 넣고 과장시켜 각진 어깨와 가는 허리를 강조하였다. 1940년대에는 밀리터리룩 유행이후 뉴룩의 등장으로 둥근 어깨에 허리를 조이며 엉덩이를 강조하는 X자형 실루엣이 주를 이루었다.

4. 결론

과거를 돌아보면 여성의 유행복식은 열등함이 상징일 뿐 아니라 열등함의 원인의 한 단면이라고도 볼 수 있다. 남성들이 지위 향상을 위해 일하고 편안함과 건강, 실용성을 추구할 때, 여성들은 자신들을 성적대상으로 타락시키는 유행에 정력과 시간을 낭비한 것이다. 그들은 여성들이 존엄하고 도덕적인 존재로 진지하게 받아들여지기를 원했다. 그러기 위해서 여성들은 유행복식을 폐기하고 진보를 향한 더 나은 미래를 위해 변화해야 했다. 남성의 테일러드 수트의 지향은 여성성으로서의 해방, 도덕성, 자기 결정, 의지 등을 상징한다. 지금까지 1900년이전부터 1940년대까지 여성의 테일러드 재킷의 유행에 따른 실루엣의 변화를 살펴보았다. 앞으로도 그 시대의 사회, 경제, 문화, 정치, 예술사조 등의 반영들로 인해 다양한 스타일의 유행으로 인한 다양한 실루엣의 변화가 생겨나게 될 것이다.

■ 참고문헌

- 김미경(2000), "현대 여성 SUIT의 페미니즘 표현양식에 관한 연구", 경일대학원 석사학위논문
- 김언정 · 유영선(2011), "여성 슈트에 나타난 복고적 디자인 표현 특성", 기초조형학연구, Vol.12 No.4,
- 윤수경(1988), "20세기 여성복에 나타난 실루엣 변천에 관한 고찰 1960~1987까지", 세종대학교 석사학위 논문
- 이세종(2011), "현대 패션에 나타난 과장형 재킷패턴제작 연구 : 2011 F/W 여성복컬렉션을 중심으로", 세종대학교 석사학위 논문
- 손미희(1995), "페미니즘이 현대패션에 미친 영향에 관한 연구", 세종대학교 석사학위논문

영화 ‘크리스마스 악몽’에 나타난 패션에 관한 연구

김 혜 정

한경대학교 의류산업학과 교수

1. 연구목적

팀 버튼(Tim Burton) 원작, 헨리 셀릭(Henry Selick) 감독의 크리스마스의 악몽(The Nightmare Before Christmas)은 스톱모션 피쳐(stop-motion feature)로 애니메이션 장르의 영화이다. 영화 ‘크리스마스 악몽’ 속 장면은 가족 애니메이션의 속성인 성의 구분과 연령의 구분 없이 모든 이의 뇌리 속에 각인되었으며 영화에 표현된 시각적 요소는 비주얼적 모티브로써 ‘크리스마스’와 ‘할로윈 데이’의 아이콘(icon)으로 존재하고 있다.

이에 영화 속 의상 등의 비주얼적 요소가 패션디자이너들의 디자인 발상에 인스퍼레이션을 주고 아이디어를 도출해내는 원천임을 밝히고 우리들의 일상생활과 결합하여 패션산업과 상호관련하고 있음을 밝히는데 그 목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

영화 ‘크리스마스 악몽’의 내용 분석을 위해 원작자이자 캐릭터를 만든 주역 ‘팀 버튼’과 스톱 모션제작을 연출한 ‘헨리 셀릭’의 필모그래피를 알아본다. 또한 영화의 플롯에 따라 하나 하나의 씬(scene)의 내용 및 의미를 살펴보고 그 상징성을 파악한다. 그를 토대로 패션스타일, 그래픽적 요소와 컬러 등을 분석하고자 한다.

본 영화를 연출한 헨리 셀릭은 메이저 아메리칸 스튜디오의 스톱모션 피쳐사인 팀 버트의 프로덕션에서 일했으며 1993년에 스톱모션 피쳐로서 첫 장편인 ‘크리스마스 악몽’의 피쳐 디렉팅(feature-directing)으로 데뷔했다. 영화 ‘크리스마스 악몽’은 박스오피스 초기부터 대중으로부터 갈채를 받았으며 결국 컬트영화의 정수로 인정받았다. 또한 아카데미 어워드에서 최고 시각효과 상에 노미네이트되었고 ‘라이온 킹(The Lion King)’을 누르고 국제 애니메이션 영화협회의 애니 상에서 최고 크리에이티브 감독상을 수상하였다.

영화 ‘크리스마스 악몽’은 1993년 첫 제작된 이후 2006년 디지털 3D 영상으로 재탄생되었다. 기존의 클래식 애니메이션을 3차원 디지털 영상으로 재현하여 사물을 현장감 있게 연출해냈다는 데 그 의미가 있다. 3D 컴퓨터그래픽의 발전은 미니어처가 사실적으로 보여 질 수 있게 하였다. 한 장면을 연출하기 위해 사물 하나 하나 사이에 공간을 두어 여러 층의 레이어를 겹쳐지게 함으로써 입체적이고 현실적 연출을 가능케 하였으며 이는 보는 사람으로 하여금 마치 살아 움직이는 캐릭터와 환상여행을 하는 착각을 하게 만든다.

Corresponding author : Kim, Hyejeong Tel.+82-31-670-5364 Fax.+82-31-672-3097
E-mail : hjkim160@hanmail.net

“사실적 캐릭터로 활기가 있었으며 촬영현장이 놀이터와 같았다”는 팀 버튼의 주장에서도 보듯 촬영현장은 초현실적인 공간으로 꾸며졌으며 클레이로 제작된 캐릭터의 모션을 프레임 단위로 찍어 살아있는 듯한 영상을 연출하였다.

3. 결과 및 고찰

영화 ‘크리스마스 악몽’ 크리스마스의 환상을 통해 희망을 주는 영화이다. 영화에 드러나는 비주얼은 무시무시하고 어두움의 세계를 배경으로 하고 있지만 할로윈과 크리스마스의 시각적 요소는 무궁무진한 상상의 세계를 보여주어 서정적 감성을 불러일으킨다.

영화에서 아이콘이란 유사한 속성의 모든 영화에 지속적, 반복적으로 나타나는 이미지를 가리킨다. 이 용어는 공식(formula), 관습(convention)이란 용어와 밀접한 관련을 맺고 있는데 공식이 한 장르에 속하는 영화에서 언제나 유사한 방식으로 진행되는 이야기 구조를 말한다면 관습은 시퀀스 혹은 씬(scene) 단위에서 벌어지는 행위나 사건을 묘사할 때 공통적으로 발견되는 패턴을 말하는 것으로 공식(formula)적이거나 관습(convention)적으로 나타난 영화 속 의상 및 도식, 컬러 등이 아이콘화 되고 있다.

영화 ‘크리스마스 악몽’ 또한 의상 및 컬러, 다양한 도상학적 기호들이 상징적으로 아이콘화 되어 타 영역 속 비주얼 뿐 아니라 우리의 일상생활 속에도 재현되어 나타나고 있다.

영화 속에 연출된 의상은 패션산업에서 메르헨(märchen)풍으로 정의될 수 있다. 메르헨은 독일어로써 공상적인 이야기나 동화를 뜻하며 이와 같은 분위기를 살린 의상을 메르헨풍의 패션이라 부른다. 영화 ‘크리스마스 악몽’에 표현된 다양한 도식들은 메르헨풍의 패션을 디자인 하는데 매우 유용하여 애니메이션 영화 속 이야기를 기반으로 한 스타일 연출이나 원 포인트 캐릭터 디자인을 하는데 많이 이용되고 있다.

주로 활용되는 아이템은 T셔츠나 스웨터 등의 프린팅이나 일상복, 악세사리 등에 다양한 양식으로 활용되고 있다. 또한 영화 ‘크리스마스 악몽’ 속 의상은 특히 무대의상이나 공연의상에 활용도가 높게 나타나고 있으며 ‘할로윈 데이’나 ‘크리스마스’ 등의 특정 기념일 등의 연출의상으로 많이 차용되고 있다.

4. 결론

영화 ‘크리스마스 악몽’에서 드러난 다양한 도식적 양식은 메르헨(märchen)이라는 패션 키워드로 표현될 수 있다.

할로윈 데이에서 보여지고 있는 마녀, 유령, 해골 등에 표현된 의상이 캐릭터별 대표 심볼로 등장하고 있으며 크리스마스를 상징하는 산타크로스 의상과 더불어 손으로 짠 니트 양말, 그 이외에도 선물꾸러미나 패치워크, 크로셰 등으로 만들어진 다양한 장식 등은 영화 ‘크리스마스 악몽’의 대표적 비주얼로 영화의 도식적 안목을 한층 드러내는데 일조하고 있다.

■ 참고문헌

단일 프레임의 연속 반복 재생하여 마치 화면을 정사진처럼 보이게 하는 정지 화면 효과를 일컬음.

스톱 모션 (stop motion) 영화사전(2004.9.30), 자료검색일 2015. 4. 6, 자료출처

<http://terms.naver.com/>
Henry Selick, 자료검색일 2015. 4. 2, 자료출처 http://en.wikipedia.org/wiki/Henry_Selick
메이킹 필름 참조, 자료검색일 2015. 4. 5 자료출처 <http://movie.naver.com/movie/bi/mi/mediaView.nhn?code=14584&mid=6359>
아이콘 [icon], 영화사전(2004.9.30), 자료검색일 2015. 4. 5, 자료출처 <http://terms.naver.com/>
김종복(2002), *패션키워드*, 에스디 패션디자인아카데미, p.62

70년대 글램 룩에 나타난 슈즈 디자인의 특성

신정순* · 간호섭

홍익대학교 디자인 콘텐츠 대학원 패션디자인 석사과정

홍익대학교 섬유미술 · 패션디자인과 교수

1. 연구목적

최근 다시 유행하는 ‘복고’는 음악, 영화, 패션과 아울러 문화 전반에 걸쳐 영향을 주고 있으며 디자인 전반에 걸쳐 새롭게 재조명되어 활발히 이루어지고 있다. 패션에서 글램룩의 화려한 복귀는 현란하고 글리치한 스타일의 디자인이 나오기 시작 하였으며 패션 아이템 중에서도 슈즈는 젊은 여성들의 많은 관심을 갖을 만큼 중요한 아이템으로 그 부분의 비중이 커졌다. 70년대 글램 룩 스타일에서 슈즈 대한 디자인을 분석을 해 봄으로 글램룩에 나타난 슈즈 디자인의 특성을 살펴보고 그 특성이 현대 슈즈 디자인에 미친 영향에 대해 연구하는 것에 목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

이 연구는 관련 문헌을 중심으로 70년대 글램룩(glamlook) 스타일에 관한 내용을 정리하고 이를 바탕으로 글램룩(glamlook) 스타일의 슈즈 디자인의 특성을 정리했다. 세부적인 내용으로는 슈즈 디자인의 형태, 굽, 소재로 분류하여 70년대 글램룩에 나타난 슈즈 디자인의 특성에 대해 면밀히 분석하였다. 연구 방법으로는 패션 전문 사이트인 스타일닷컴(style.com), 단행본(The shoe best foot forward)등에서 이미지를 추출하여 그 사례를 통해 특성을 도출하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 글램룩의 일반적 고찰

글램룩(glamlook)이란 글램(glam)의 화려하고 매력적이란 의미로 여성의 실루엣을 강조하고 글리치(glitzy)한 느낌의 스타일을 말한다. 글램룩(glamrock)의 영향을 받은 스타일로 1970년 영국과 미국에서 유행한 음악의 한 장르로 기존의 규범을 거부하고 저항적 하위 문화에 대한 개개인의 자기주장의 표현으로 소박함을 거부하고 도시적이며 공상 과학 영화에서 영향을 받아 많은 젊은이들이 추종하게 되었고 패션의 한 영역으로 자리 잡게 되고 글램룩이란 용어로 정착되었다

글램룩의 특징으로는 반짝거리는 디테일과 블랙, 골드, 실버 등 광택 있는 소재를 사용하며 메탈릭하고 볼드한 액세서리 등 금속성이 강한 재료를 사용하고 과장되고 화려한 무대의상과 과장된 메이크업, 헤어스타일과 중성적이고 매니쉬한 스타일이다. 글램 룩은 벨벳이나 가죽, 모피 등을 사용하여 장식성을 더 해 주었으며 비즈(beads) 등을 사용해 여성적인 화려함을 표현 하

Corresponding author : Shin Jeoung Tel.+82-10-3328-6674

E-mail : gh6250@naver.com

었다. 특히 이 시기의 특징은 남성들도 굽이 높은 플랫폼(platform)슈즈를 착용함으로 글램룩 스타일의 특징을 더욱 부각 시켰다. 이 시기의 플랫폼 슈즈는 글램룩을 완성하는 대표 아이템으로 하나의 아이콘으로 자리 잡았다.

2) 글램룩에 나타난 슈즈

① 형태

대표적으로 플랫폼(platform) 슈즈를 말한다. 플랫폼 슈즈는 글램룩 스타일의 인공적인스타일을 잘 표현 되어 있으며 투박하고 과장된 형태의 부피감을 줌으로써 비구조적인 면을 강조하였다. 샌들은 굽은 스트랩 형태로 과감한 섹시함을 표현하였고 인위적인 글램 스타일을 완성하였다. 또한 부츠의 경우 몸에 딱 달라붙게 타이트하게 디자인함으로섹시함과 과장된 굽을 사용함으로 중성적인 감각을 표현하기도 하였다. 슈즈의 어퍼(upper) 부분에 과감한 커팅을 줌으로 시선이 길이나 사선으로 확장되거나 과장된 느낌의 디자인의 형태로 표현하기도 했다.

② 굽

글램룩 스타일에서 굽은 플랫폼 형태의 투박하고 뭉툭한 과장된 디자인으로 표현되어 불안정하고 확장된 구조의 형태로 부피감이 있는 높은 웻지 힐과 앞굽과 뒷굽이 분리되어 있는 굽 등이 있다. 이런 디자인의 굽은 무게감과 와일드한 실루엣, 과장된 굽의 구조를 부각시켰다. 불안정한 형태의 굽 모양으로는 앞은 투박하고 뒤는 일반적인 플랫폼 형태를 벗어나 둥근 원으로 커팅하여 또 다른 디자인으로 글램룩 스타일의 이국적 스타일을 만들어 내기도 하였다.

③ 소재

플랫폼 슈즈의 소재로는 어퍼 위에 메탈장식과 스트랩 등을 사용함으로 글램룩 스타일의 화려하고 인공적인 느낌을 표현하였다. 어퍼의 소재로는 글리치한 느낌의 골드, 실버 등 에나멜 소재와 가죽 등을 사용하였으며 메탈 장식, 트리밍으로는 아일렛(eyelet), 징(stud), 스팅글(spangle), 비즈(beads) 등을 사용해 과도한 장식을 함으로 글램룩 스타일을 표현하였다. 또한 어퍼 부분을 여러 색으로 색상 대비 되게 함으로 강렬한 느낌의 비비드한 면을 표현함으로 소재를 다양하게 표현하려 하였다.

3) 글램룩에 나타난 슈즈의 특성

첫째 인공성이다. 글램룩에서 나타난 슈즈 디자인은 형태, 굽, 소재 부분에서 자연적인 느낌보다는 투박하고 강한 느낌의 인위적인 굽과 인공적인 칼라인 메탈 칼라와 과한 장식을 사용함으로 인공성을 가지고 있다.

둘째 구조성이다. 글램룩에서 나타난 슈즈의 굽과 형태는 투박하고 뭉툭하며 과장된 디자인으로 건축과 같은 구조성을 가지고 있다. 이러한 구조성은 글램룩 슈즈를 대표하는 플랫폼 슈즈에 확실히 드러난다.

셋째 장식성이다. 화려한 시대를 대변하는 글램룩인 만큼 슈즈 디자인에 있어서도 다양한 트리밍과 장식을 사용하고 메탈소재로 포인트를 줌으로서 다소 과할 수 있는 강렬한 디자인을 많이 선보였다.

4. 결론

화려하고 글리치한 70년대의 플랫폼 슈즈는 글램 룩 스타일을 완성하는 하나의 패션 아이콘이 되어 2015년, 현재까지 많은 디자이너들에게 영감을 주고 있으며 복고풍의 유행으로 최근 글램

룩이 새롭게 재조명되어 디자인 되고 있다. 그 중 슈즈 디자인은 자체의 룩을 완성하는 또 다른 디자인 영역으로 특성으로는 인위적인 느낌의 인공성과 투박한 굽을 통한 건축적인 구조성, 다양한 트리밍과 다채로운 소재로 표현한 장식성을 볼수 있었다. 이러한 스타일은 오늘날 더욱 세련되게 재해석되어 형태면에서는 어퍼 부분의 다양한 디자인으로 체인이나 스트랩을 사용하여 더욱 글리치한 느낌이 들게 현대적 감각을 가미하여 글램룩 슈즈의 영향을 받은 새로운 디자인으로 변모하여 나타나고 있다. 앞으로 글램룩 스타일 슈즈의 그 특성과 기능을 반영하여 차별화된 슈즈 디자인에 많은 영향이 미치는 계기가 되었으면 한다.

■ 참고문헌

- 김지수 역(2010), “세상을 바꾼 50가지 신발“, 홍디자인, p.52
김정은 역(2013), “패션의 역사“, 시공아트, p135
김은아 (2000), “글램 스타일의 디자인 연구“, 전북대학교대학원 석사논문, pp. 5-26
송지현,최정욱(2008), “글램룩 스타일 구두 디자인에 관한 연구“, 복식문화지,Vol.16 No.6
차은아 (2004), “1990년대 여성 구두의 디자인 특성과 패션이미지 연구“, 경희대학교 대학원 석사학위논문, pp.44-60
Linda O'Keef(1996), "Shoes" New York. Workman Publishing, p349
Tamsin Blanchard(2012) " the shoe best foot forward", CARLTON BOOKS, p34

사극에 나타난 백제 전투복 비교 연구

김 성 희
우석대학교 패션디자인학과

1. 연구목적

최근 들어 사극 드라마 분야의 다양한 소재 개발로 상대시대를 배경으로 한 드라마 작품들이 많이 등장하고 있다. 예전 드라마들이 주로 조선시대를 배경으로 하여 역사적 고증을 통해 드라마 의상을 제작하였다면 상대시대를 배경으로 한 드라마에서는 의상을 정확히 제작할 만큼 사적 자료가 충분하지 않아 고증보다는 극중 인물의 콘셉트에 기반을 두고 의상을 제작할 가능성이 커지고 있다. 하지만 사극에서 의상의 역사성과 창의적 해석 사이의 조화로운 균형을 찾는 노력은 의상기획에 앞서 요구되는 요소라고 하겠다.

이에 본 논문에서는 상대복식 중에서도 역사적 자료의 빈약함으로 그 어느 시대보다도 복식 고증이 어려운 것으로 알려져 의상제작에 극적 해석의 경향이 좀 더 나타날 수 있는 백제시대를 선정하여, 같은 시대를 배경으로 한 의상이 어떻게 드라마에서 표현될 수 있는지 그 양상을 살펴보고자 하였다. 이를 위해 최근에 방송되었던 백제시대 배경의 두 드라마 KBS의 근초고왕과 MBC의 계백을 대상으로, 고구려 신라에 비해 갑옷의 출토사례가 흔하지 않아(Seoul Baekje Museum[SBM], 2013) 고증 자료가 제한적인 전투복을 선택하여 드라마에서 전투복이 어떻게 구현되고 있는지 그 특성 추이를 살펴보고자 하였다.

2. 연구방법 및 내용

동일 시대를 배경으로 한 드라마에서 등장인물들의 의상이 어떻게 해석되었는지 분석하기 위하여 비슷한 시기에 제작 방영되었던 드라마 의상을 연구대상으로 선정하였다. 2010년 11월 26일에서 2011년 5월 29일까지 방송된 60부작 근초고왕과 2011년 7월 25일에서 11월 22일까지 방송된 36부작 계백에 나타난 전투복을 그 분석대상으로 선정하여 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

드라마 근초고왕과 계백에 나타난 갑옷의 형태적인 면에서부터 살펴보면 근초고왕의 갑옷은 횡장판 판갑에 앞 중앙에서 여미는 동환식이었다. 반면 계백은 찰갑의 형태를 빌려 창의적으로 구성한 갑옷을 착용하고 있다. 부속물로는 두 드라마 모두에서 경갑, 견갑, 상박갑, 광갑, 상갑, 대퇴갑, 경갑 등을 착용하고 있었다.

색채면에서는 드라마 계백의 경우 주인공인 계백은 빨간 포에 찰갑의 갑편을 포와 같은 색의

Corresponding author : SUNG HEE KIM Tel.+82-63-290-1541 Fax.+82-63-290-1541
E-mail : regina541@naver.com

가죽끈으로 연결하고 빨간 술 장식이 달린 갑옷을 입어, 파란색 포를 받쳐 입고 갑편을 파란끈으로 연결하고 파란 술을 단 갑옷을 입은 무사들과 색상으로 구분되었다. 왕의 경우도 갑옷에 금색을 부분적으로 사용하여 은색을 사용한 나머지 장수들과 서로 색상 차별을 두었다. 반면 드라마 근초고왕에서 색상의 차이를 이용한 인물간의 구별은 없었다.

Ra and Kim(2009)은 백제에서는 쇠찰갑으로 만든 갑옷에 황칠수의 나무껍질을 벗겨 진액을 사용해 황금빛으로 칠한 명광개, 금휴개, 금갑 등을 착용하였다고 하였고 SBM(2013)은 왕족이나 최고위층은 금동제 갑옷이나 금빛 갑옷을 착용하였을 것이라고 하였으나 이들 드라마에서 전체가 금빛인 갑옷은 보이지 않았다. 드라마 계백에서는 쇠갑옷의 경우 갑옷을 갖 만들었을 때 은빛으로 빛났을 것이라고 한 SBM(2013)의 해석과 같이 은색을 갑옷과 부속물에 두드러지게 사용하고 있다.

장식적인 면에서는 드라마 계백의 갑옷이 드라마 근초고왕의 갑옷보다 세부 디테일을 더욱 살려 장식적으로 표현되었다. 갑옷 위에 아래 받쳐 입은 포와 같은 색깔의 술을 두드러지게 달아 장식적이면서 동시에 색채 강화를 통한 화려함도 만들어 냈다. 의자왕의 경우는 갑옷의 양 어깨에 금색 도깨비 장식을 첨가하여 다른 이들과 구별되는 포인트를 두기도 하였다. 반면 드라마 근초고왕은 부분적으로 과하지 않은 금색 장식이 부착된 정도로만 갑옷이 표현되어 장식적인 면에 있어 두 드라마에서 차이가 있었다. 투구는 드라마 근초고왕과 계백에서 같은 형태가 보이고 있으나 계백에서는 비늘투구의 형태가 좀 더 현대적으로 해석되고 있다.

4. 결론

드라마 근초고왕과 계백에 나타난 갑옷을 비교해 본 결과 두 드라마 모두에서 견갑과 상박갑 및 경갑(목)을 좀 과장되게 착용해 위풍당당한 상체의 모습을 그려내려 하였다는 공통점이 보인다. 그러나 전체적인 실루엣, 색상, 장식, 문양 등에 있어서는 차별화된 모습을 보이고 있다. 드라마 근초고왕의 경우는 대백제 건설의 사명을 쫓는 정복왕으로서의 모습이 전투복의 시각적 효과로 만들어 지지는 않았으며 역사성에 기반을 둔 전투복을 구현하려는데 좀 더 치중한 것으로 보인다. 반면 드라마 계백의 경우는 드라마의 주인공이 장군인 관계로 좀 더 장식적이고 화려한 분위기의 전투복을 등장시켜 시각적인 효과를 높인 것을 볼 수 있다. 즉 고증을 통해 역사 속 인물의 의상을 재현하기 보다는 좀 더 강한 실루엣과 화려한 색상 그리고 장식 등을 이용해 극적 특성을 살릴 수 있는 전투복으로 스타일링하였다고 할 수 있다.

같은 시대를 배경으로 한 두 드라마에 나타난 전투복의 경우 근초고왕에서는 역사 드라마가 가지고 있는 교육적 기능에 그 가치 비중을 더 크게 두어 복식을 재현하려고 한 것으로 보이며 계백의 경우는 좀 더 새로운 시도를 통해 현대적인 감각으로 시청자와 소통하려는 시도를 한 것으로 보인다.

■ Reference

- Ra, S-J., & Kim, B. M. (2009). The study of Baekje's combat uniform. *Proceedings of 2009 Conference on Korean fashion Costume Design* (pp. 123-127). Seoul: Korea Fashion Costume Design Association.
- Seoul Baekje Museum. (2013). *Baekje's elegance: Costume and ornament*. Retrieved from http://baekjemuseum.seoul.go.kr/ebook/2012_0409_100/2012_0409_100.html

프래그마티즘을 바탕으로 한 멀티기능주의

박 유 신

서일대학교 의상학과 부교수

1. 연구목적

프래그마티즘(pragmatism)은 실용주의로 사전적 정의는 ‘실제로 씀’ 또는 ‘실질적인 쓸모’를 의미하며, 사회와 문화의 시대적 흐름에 따라 수정되고 변화하며 생활에 유용해야 한다. 또한 가치의 상대성과 인류의 사회발전, 진보를 중점으로 논한다. 리처드 슈스터만은 살 아 있음이란 이 세상의 충돌이나 모순과 부딪혀 그것을 해결해 나가는 과정이며, 그 과정을 통해 해결이 절정에 이르렀을 때 우리의 미적 경험은 정점에 달한다고 말하고 있다.

기능주의는 기능을 건축이나 디자인의 핵심 또는 지배적 요소로 하는 사고방식으로 건축이나 공예에 있어서 그 용도 및 목적에 적합한 디자인을 취한다면 그 조형의 미는 스스로 갖추어진다는 사고방식을 의미하며, 조형 미술 분야에서 바우하우스, 순수 주의, 구축주의 등에 여러 형태로 상당한 영향을 주었다. 설리반은 단적으로 “형태(form)는 기능에 따른다”고 하였다. 이러한 프래그마티즘의 인간 실생활에서의 사물의 실용과 기능주의의 조형의 미의 근간이 기능이라는 원칙에 현대인들의 한 가지에 여러 가지 기능을 요구하고 선택하는 트렌드에 맞추어 기능의 멀티성을 부각하여 우리 실생활의 직접적인 상호작용을 하는 패션과 가구에 대한 연구를 하고자 한다.

이러한 연구 결과를 바탕으로 하나의 사물에 다기능을 접목시킨 생활용품들이 서로에게 영향을 주어 다양하게 개발되고 여러 사물이 한가지로 융합되면서 에너지 및 비용을 절감시킨 아이디어 상품 개발에 도움이 될 것으로 사료된다.

2. 연구방법 및 내용

가구와 패션은 인간을 보호하는 기본적 역할 뿐 아니라 정신세계와 신체, 즉 몸과 밀접한 관계를 가진다. 두 아이템은 몸의 구조와 편리성에 따라 디자인되고 변형되며 신재료의 개발로 그 기능이 더욱 발전되고 있는 특징이 있다. 가구와 패션에 나타난 유사점을 발견하고 그 특징에 대해 분류, 다기능적 디자인을 분석하고자 한다.

3. 결과 및 고찰

가구는 집안 살림에 쓰는 기구를 의미하며, 패션은 일반적으로 복식을 중심으로 한 유행현상, 및 유행하고 있는 복식 그 자체를 말한다. 또 어떤 복식이나 인테리어의 디자인을 받아들인 가치

Corresponding author : Park, You Shin Tel.+82-2-490-7504
E-mail : tricia7@naver.com

관 내지는 미의식을 말할 경우도 있다.

이에 인간의 신체와 가장 관련성이 높고 직접 접촉되며, 소재의 호환 가능성이 큰 패션과 가구의 디자인을 조사하였으며, 그 중에서도 멀티기능이 부각된 디자인을 중심으로 분류, 분석한 결과 첫째, 용도의 다양성 둘째, 가구와 패션의 하이브리드 셋째, 테크놀로지의 융합 세가지로 귀결되었다.

첫째, 용도의 다양성의 경우, 조르디 카너다스(Jordi Canudas, 2010)의 Behind the wall 소파로 일명 월파라는 별칭을 얻은 작품이다. 벽에 편안하게 기대는 느낌의 이 소파는 가운데 등받이 역할의 소재가 스트레치 소재로 이 소재를 앞,뒤로 의자가 내장되어 있어 사람들이 앞,뒤로 앉는 자세에 따라 등받이가 돌출되기도 하고 흡사 조각과도 같은 조형물의 형상을 가지게 된다. 또한 책꽂이와 의자가 하나로 되어있는 캐티 벡커(Catie Becker)의 Lapsi Children Chair, 엠마 펙서스(Emma Fexeus, 2012)의 책갈피 역할을 하는 책꽂이 또한 책꽂이 위 부분이 삼각형 태로 읽던 페이지를 그대로 얹어 놓으면 책갈피 역할을 하게 되는 디자인이다.

패션분야에서는 인피니티드 드레스를 들 수 있는데 드레스 한 벌로 9가지 또는 30가지 이상의 디자인을 연출 할 수 있고 소재 또한 부피가 작고 잘 구겨지지 않는 것으로 여행중에 다양하게 연출, 착용할 수 있다(2015.3.10검색).

둘째, 가구와 패션의 하이브리드 경우, 이세이 미야케는 의자 커버를 새로운 디자인의 자켓으로 변형시켜 입을 수 있는 디자인을 개발하였고, 후세인 샬 라얀 역시 원피스에서 의자 커버로의 변신 및 테이블이 스커트가 되는 하이브리드형의 옷을 디자인하기도 하였다 (2000).

셋째, 테크놀로지의 융합의 경우, 후세인 샬 라얀은 패션, 건축, 디자인, 과학 기술 등 한계를 두지 않고 실험적인 작품 활동을 하고 있다. 스와로브스키 크리스탈로 장식한 드레스에 최신 LED 기술을 접목하여 15,000 감박임 조명과 200개 이상의 이동 레이저를 사용하여 움직이는 조명기구이기도 하고 신기술의 패션으로 신체의 움직임에 따라 그 모양과 빛이 여러 각도로 움직여 하나의 작품을 만들어내고 있다. 살아있는 인체, 즉 유기체와 주위의 환경이 상호 작용하여 나타나는 결과라는 듀이(John Dewey)의 프라그마티즘과 그 뜻을 같이 한다고 할 수 있겠다.

4. 결론

프라그마티즘의 사물의 실용과 기능주의의 조형미의 근간이 기능이라는 원칙에 현대인들의 다기능을 요구하고 선택하는 트렌드에 맞추어 기능의 멀티성을 부각하여 우리 실생활의 직접적인 상호작용을 하는 패션과 가구에 대한 연구를 한 결과, 첫째, 용도의 다양성 둘째, 가구와 패션의 하이브리드 셋째, 테크놀로지의 융합 세가지로 귀결되었다. 이에 따른 디자인의 예를 살피고 실용성과 기능성을 넘어 멀티 기능을 포함하고 있는 작품을 제시하고자 한다. 이는 여러 사물이 한 가지로 결합되면서 에너지 및 비용을 절감시킨 아이디어 상품 개발에 도움이 될 뿐만아니라 최근 화두가 되고 있는 “융합”의 모델이 될 것이라 사료된다.

■ 참고문헌

국립국어원 표준국어대사전, ‘실용’, <http://stdweb2.korean.go.kr/main.jsp>, (2015.3.15 검색)
리처드 슈스터만, 김광명·김진엽 역(2009), 프라그마티즘 미학
naver 지식백과, 세계미술용어사전, <http://terms.naver.com/entry.nhn?>

패션전문 자료사전(1997), 한국사전 연구사, p.1343

Brooke Hodge(2007), Skin + Bones : Parallel Practices in Fashion and Architecture,
pp.166~167

모바일 패션쇼핑몰의 사용용이성과 유용성에 영향을 미치는 소비자 특성 변수연구

이상협 · 신상무*

송실대학교 유기신소재, 파이버공학과

1. 연구목적

모바일 쇼핑(Mobile Shopping)은 휴대폰으로 무선 인터넷에 접속해 쇼핑 할 수 있는 서비스를 의미 한다. Siau, Lim, and Shen(2001)에 의하면 모바일쇼핑은 무선 통신 네트워크를 활용하는 모바일 기기를 통해 이루어지는 새로운 형태의 전자상거래라고 하였다. 모바일 패션 쇼핑의 정의에 대해서 김민정(2009), 김지혜(2010)는 휴대폰을 이용하여 인터넷에 접속해 패션 관련 정보를 얻거나 구매하는 것 이라고 하였다. 본 연구에서는 패션제품과 관련된 쇼핑 등의 거래를 모바일 패션쇼핑으로 정의하였다. 즉, 모바일 패션쇼핑은 휴대폰이나 스마트기기 등 무선인터넷이 가능한 단말기를 이용하여 시간과 장소에 구애받지 않고 패션제품을 구매하는 행위로 정의하였다.

기술수용모형(TAM)에서 인지된 유용성(Perceived Usefulness)은 이용자가 정보기술을 이용하는 것이 직무성과를 향상시킬 것이라고 생각하는 정도를 의미한다(Davis et al., 1989). 본 연구에서 인지된 유용성(Perceived Usefulness)은 모바일 패션쇼핑몰의 사용이 효율적이고 효과적인 도움을 줄 것이라고 지각하는 정도를 의미한다. 인지된 사용의 용이성(Easy to Use)은 이용자가 시스템을 편하게 이용할 수 있는 정도를 말한다(Davis, 1989). 본 연구에서는 인지된 사용의 용이성(Easy to Use)을 모바일 패션쇼핑몰을 이용하는 것이 어렵지 않다고 믿는 정도와 이를 이용하여 원하는 응용 프로그램과 콘텐츠를 편리하게 이용할 수 있는가에 대한 지각의 정도를 의미한다.

따라서 본 연구의 목적은 모바일 패션쇼핑몰의 사용용이성과 지각된 유용성에 영향을 미치는 소비자 특성 변수를 규명하고자 하였다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구를 수행하기 위해 모바일 패션 쇼핑을 이용하고 있는 소비자들을 대상으로 선행연구들을 바탕으로 5점 리커드 척도로 개발된 설문을 진행하였다. 모바일 패션쇼핑몰을 이용하는 소비자 특성은 모바일 기기 사용의 능숙한 정도, 정보 활용에 능숙한 정도의 개념으로 구성된 주관적 지식, 소비자가 평상시에 패션 상품에 대한 개인의 중요성 지각정도와 관심도를 의미하는 패션관여, 그리고 소비자가 모바일 기기를 이용할 때 새로운 것을 시도하고자 하는 혁신성으로 구

Corresponding author : Sangmoo Shin Tel.+82-2-820-0627

E-mail : smshin@ssu.ac.kr

성하였다. 회수된 유효한 156부를 SPSS를 이용하여 기술적인 통계와 신뢰도 분석, 요인분석, 회귀분석하여 가설을 검정하였다.

3. 결과 및 고찰

소비자 특성 요인분석을 통하여 3개의 요인이 도출되었다. 특성을 나타내는 중심적인 개념에 따라서 도출된 3개의 요인에 이름을 부여하였다. 요인을 구성하는 항목들의 특성에 따라 패션관여, 주관적 지식, 혁신성으로 명명하였다. 신뢰도는 0.738-0.9로 높게 나타났고 전체 요인의 설명력은 53%로 나타났으며, KMO값은 .80로 유의하게 나타나 모형의 설명력은 검증되었다.

모바일 패션쇼핑의 지각된 유용성과 사용 용이성 요인분석을 통하여 2개의 요인이 도출되었다. 요인을 구성하는 항목들의 특성에 따라 사용 용이성, 지각된 유용성으로 명명하였다. 신뢰도는 0.807-0.878로 높게 나타났으며 전체 요인의 설명력은 67%로 나타났고 KMO값은 .84로 유의하게 나타나 모형의 설명력은 검증되었다.

모바일 패션쇼핑몰의 소비자 특성이 지각된 유용성에 미치는 영향을 살펴보면 혁신성 회귀계수값이 .252로 나타나 유의한 정적인(+) 영향을 미치는 것을 알 수 있다($p < .001$). 주관적지식의 경우 회귀계수값이 .311로 나타나 유의한 정적인(+) 영향을 미치는 것을 알 수 있다($p < .001$). 회귀식의 설명력은 26%로 나타났다. 이러한 결과는 모바일 패션쇼핑몰의 소비자 특성이 지각된 유용성에 미치는 영향에서 주관적지식이 가장 큰 영향을 미치며, 다음으로 혁신성 순으로 나타났다. 이는 모바일 패션쇼핑몰 소비자 특성 중 주관적 지식과 혁신성이 크면 클수록 지각된 유용성에 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

모바일 패션쇼핑몰의 소비자 특성이 사용 용이성에 미치는 영향을 살펴보면 주관적지식의 경우 회귀계수값 이 .581로 나타나 유의한 정적인(+) 영향을 미치는 것을 알 수 있다($p < .001$). 회귀식의 설명력은 39%로 나타났다. 이러한 결과는 모바일 패션쇼핑몰 소비자 특성이 사용 용이성에 미치는 영향에서 주관적 지식이 영향을 미치는 것으로 나타났음을 알 수 있다. 즉, 모바일 패션쇼핑몰 소비자 특성 중 주관적 지식이 크면 클수록 사용용이성에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

4. 결론

본 연구 결과 모바일 패션쇼핑몰의 소비자 특성 중 혁신성이 지각된 유용성에 가장 많이 긍정적인 영향을 미치고, 그 다음이 주관적 지식이 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 이는 소비자가 모바일 기기를 사용하는 도전의식이 있고 최신 기기를 이용하여 정보 검색 등 무한한 가능성과 최상의 능력을 발휘할 수 있는 혁신성이 모바일 패션쇼핑에 대해 유용하게 생각하는 것으로 사료된다. 또한 모바일 패션쇼핑몰의 소비자 특성 중 주관적지식이 사용 용이성에 영향을 미치는 것으로 나타났음을 알 수 있다. 이는 소비자가 모바일 기기 사용에 능숙하여 정보검색 등 다른 사람보다 모바일 기기 이용에 뛰어난 소비자가 모바일 패션쇼핑몰을 이용할 때 용이하게 사용하는 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

김민정(2009), “모바일 패션 쇼핑에 대한 태도 및 이용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구:

- 20~30대 여성을 중심으로”, *복식문화연구*, 17(4), pp. 709-722.
- 김지혜(2010), 패션관여와 인터넷 쇼핑 친숙도가 모바일 패션쇼핑의 구매행동에 미치는 영향, 건국대학교 석사학위 논문.
- Siau, K., Lim, E. P., & Shen, Z. (2001), "Mobile Commerce: Promises, Challenges and Research Agenda", *Journal of Database Marketing*, 12(3), pp. 4-13.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989), "User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models", *The Institute of Management Sciences*, 33(8), pp. 982-1003.
- Davis, F. D.(1989), "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, 13(3), pp. 319-340.

패션브랜드 이미지 및 선호도에 영향을 미치는 facebook 광고특성 선행변수연구

김지원 · 신상무*

충실대학교 유기신소재.파이버공학과

1. 연구목적

정보기술(IT)의 발전으로 인터넷을 활용한 마케팅 활동이 급변하고 있다. SNS는 정치, 경제, 사회 문화 등의 전 분야에 활용되면서 기존의 패러다임을 바꾸고 있을 만큼 영향력이 증가하고 있다. 이에 따라 기업에서는 SNS를 활용한 마케팅 방법에 주목해야 할 필요가 있다(정지은, 2012). SNS란 Social Network Service의 약자로 온라인상에서 사용자간의 의사소통이나 정보를 공유하는 것을 주목적으로 하는 서비스이다. 대표적인 SNS로 페이스북(Facebook), 트위터(Twitter), 그리고 싸이월드(Cyworld)를 들 수 있다(고재성, 2013).

이 중에서도 페이스북은 전 세계적으로 이용자 수와 그 이용도가 급격히 성장하고 있다. 구글에 이어 전 세계 가입자가 10억 명을 넘어섰음은 물론 현재 1,403억 개의 친구 관계가 형성되었고, 2009년 '좋아요' 런칭 이후 1조 1,300억 개 이상의 '좋아요'가 클릭됐으며, 2005년 런칭된 사진 업로드 기능은 2012년 9월 기준으로 총 2,190억 장에 이르고 있다(양호토야, 2013). 페이스북의 이용자가 많은 만큼 기업 또한 페이스북을 마케팅 도구로 많이 이용하고 있고 패션 업계에서도 페이스북을 이용한 마케팅을 전개하고 있다(고아라, 2013). 따라서 본 연구의 목적은 패션브랜드 이미지 및 선호도에 영향을 미치는 facebook광고특성 선행변수를 규명하였다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구를 수행하기 위해 페이스북을 이용하고 있는 소비자들을 대상으로 선행연구들을 바탕으로 5점 리커드 척도로 개발된 설문을 진행하였다. 페이스북 광고 특성은 기능의 실현을 통하여 이용자에게 재미를 주는 오락성, 제품이나 서비스에 대한 정보를 알림으로서 이용자를 만족시킬 수 있는 정보성, 시공간을 초월하고 사용자 간에 네트워크 형성이나 커뮤니케이션이 가능한 상호작용성, 그리고 광고메시지의 진위 여부에 대한 소비자의 신뢰성으로 구성하였다. 회수된 유효한 220부를 SPSS를 이용하여 기술적인 통계와 신뢰도 분석, 요인분석, 회귀분석하여 가설을 검정하였다.

3. 결과 및 고찰

인구통계적 특성을 살펴보면 성별은 남성이 105(47.7%), 여성이 115(52.3%)로 나타났고 결

Corresponding author : Sangmoo Shin Tel.+82-2-820-0627

E-mail : smshin@ssu.ac.kr

혼여부를 보면 미혼이 213(96.8%), 기혼이 7(3.2%)로 나타났다. 연령은 18세~24세가 128(58.2%), 25세~34세가 91(41.4%), 35세~44세가 1(0.5%)의 순으로 나타났다.

응답자의 페이스북 관련 특성을 살펴본 결과, 페이스북을 사용한 기간은 2년~3년 미만 75(34.1%)이 가장 높은 비율을 보였고, 하루 평균 페이스북 이용 시간은 30분 미만 81(36.8%)이 가장 높은 비율을 보였다. 일주일 평균 접속 횟수는 7회 122(55.5%)이 가장 높은 비율을 보였고, 페이스북 친구 수는 100명~200명 미만 82(37.3%)이 가장 높은 비율을 보였다. 페이스북 이용 계기로는 커뮤니케이션을 하기 위해 120(54.5%)이 가장 높은 비율을 보였다.

페이스북 광고 특성에 대한 요인분석을 실시하였다. 고유값 1을 기준으로 하여 4개의 요인(오락성, 정보성, 상호작용성, 신뢰성)이 추출되었고 총 설명변량은 62.871%로 나타났으며 신뢰도 분석 결과 신뢰도 계수는 0.865~0.628로 나타났다. 브랜드이미지와 브랜드선호도의 문항을 요인분석한 결과 2개의 요인(브랜드이미지, 브랜드선호도)으로 추출되었으며, 총 설명변량은 67.142%로 나타났으며 신뢰도 분석 결과 신뢰도 계수는 0.901~0.877로 나타났다.

페이스북 광고특성과 브랜드 이미지와의 영향 관계에 대해 알아보기 위해 페이스북 광고특성을 독립변수로 브랜드 이미지를 종속변수로 다중회귀 분석결과 브랜드 이미지에 가장 많은 정(+)의 영향을 주는 페이스북 광고 특성 요인은 신뢰성임을 알 수 있으며, 그 다음으로 오락성임을 알 수 있었다. 전체 설명량을 나타내는 R²값은 38.5%로 나타났다. 이는 페이스북 광고 특성 중 신뢰성과 오락성이 높을수록 브랜드이미지에 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

페이스북 광고특성과 브랜드 선호도와의 영향 관계에 대해 알아보기 위해 페이스북 광고특성을 독립변수로 브랜드 선호도를 종속변수로 다중회귀 분석결과 브랜드 선호도에 가장 많은 정(+)의 영향을 주는 페이스북 광고특성 요인은 신뢰성임을 알 수 있다. 전체 설명량은 31.3%이며 브랜드 선호도에 대해 페이스북 광고특성 중 신뢰성만 유의한 것으로 나타났다. 이는 페이스북 광고 특성 중 신뢰성이 높을수록 브랜드선호도가 높은 것을 알 수 있다.

4. 결론

본 연구 결과 소비자들이 페이스북을 사용한 기간은 2년~3년 미만으로 일주일 평균 접속 횟수는 7회로 하루 평균 페이스북 이용 시간은 30분 미만이 가장 많은 것으로 나타나 이는 오늘날 페이스북이 소비자들의 소비행동에 영향을 주는 주요 수단임을 알 수 있다. 따라서 패션업체들은 10, 20, 30대 소비자들에게 페이스북을 이용한 마케팅 광고 전략이 중요함을 인식하고 소비자들에게 신뢰성을 줄 수 있는 내용을 구성하고 더불어 흥미를 유발할 수 있는 오락적인 요소를 개발하는 것이 필요한 것으로 사료된다. 이는 패션브랜드의 이미지 향상과 나아가 그 패션 브랜드의 선호도를 증가시켜 실질적인 매출액 상승을 유도할 수 있을 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

- 고아라(2013), 패션브랜드의 SNS 마케팅에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 고재성(2013). SNS(Social Network Service)의 패션 광고속성이 광고 만족도 및 구매의도에 미치는 영향. 건국대학교 대학원 석사학위 논문.
- 양호토야(2014). 페이스북 광고유형이 클릭의도 및 구매의도에 미치는 영향: 브랜드 관여도 및

페이스북 관여도 조절효과를 중심으로, 한성대학교 대학원 석사학위 논문.
정지은 (2012). 기업 페이스북의 이용과 마케팅형태에 따른 브랜드 이미지 및 선호도 변화 연구:
스타벅스 팬페이지를 중심으로, 건국대학교 언론홍보대학원 석사학위 논문.

여성 대통령의 정치 이미지와 패션 폴리틱스 현상

-Cristina Fernández de Kirchner 사례 연구-

김 미 경

숙명여자대학교 리더십교양학부

1. 연구목적

이 연구는 여성 정치 리더인 여성 대통령의 정치적 이미지 형성에 있어 영향을 미치는 정치 이미지와 패션 폴리틱스 현상에 대해 분석함으로써 패션이 정치적 함의를 나타내는 기호로서의 의미와 중요성을 제시하고자 한다. 연구 대상자의 정치 이미지에 대한 분석은 여론의 관심이 가장 집중되는 취임식 및 외교 행사, 해외순방 등의 국제정치와 이슈가 되고 있는 국내정치 행사 때 집중적으로 조명된 이미지를 분석하고 그 시기에 착용한 패션 스타일을 분석하여 패션에 담겨진 폴리틱스 현상에 대해 논의하고자 한다. 여성 대통령의 정치 이미지와 패션 폴리틱스 현상에 대한 연구는 여성의 정치참여가 증가하는 시대적 상황 속에서 자신의 정체성과 특성을 패션을 통해 가시화함으로써 정치적 이미지를 전략적으로 창출할 수 있는 유용한 방법을 모색하는데 목적을 두고 있다. 이를 통해 패션의 영역이 의식주라는 기본적 욕구의 영역에서 확장되어 개인의 특성과 정치적 사회적 메시지를 전달할 수 있는 비언어적 의사소통의 중요한 매개체임을 인지시킴으로써 정치, 사회, 문화적 담론을 담아낼 수 있는 코드로서의 의미를 확장시키는데 기여하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 여성 대통령의 정치 이미지와 패션 폴리틱스 현상에 대한 실증적 분석을 위해 이론적 배경에서 제기한 정치 이미지 형성에 영향을 주는 정치적 이슈를 중심으로 정치 이미지를 분석하고자 한다. 또한 정치 이미지 형성과정에 나타난 여성 정치 리더의 패션 스타일 특성을 분석하여 정치적 함의가 담긴 패션 폴리틱스 현상에 대해 논의하고자 한다. 이를 위해 현 여성 대통령 중 Forbes가 선정한 '세계에서 가장 영향력 있는 여성 100인'에 꾸준히 선정되면서 2011년에는 타임지가 선정한 '세계 탑 여성 지도자' 4위에 올랐으며 패션에 대한 관심과 표현이 가장 적극적이고 이슈가 되어 hottest heads of state에서 선정한 '세계에서 가장 섹시한 지도자' 4위에 오른 아르헨티나의 크리스티나 페르난데스 데 키르치니 대통령을 분석 사례로 하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

첫째, 크리스티나 페르난데스 대통령의 정치 이미지 형성 과정을 분석한다.

둘째, 크리스티나 페르난데스 대통령의 패션 스타일을 분석한다.

Corresponding author : Kim Mikyung Tel.+82-2-2007-7266 Fax.+82-2-2007-7514
E-mail : kimmk@sm.ac.kr

셋째, 패션 스타일에 나타난 패션 폴리틱스 현상에 대해 논의한다.

분석 방법은 ProQuest 데이터베이스를 이용한 저널 및 기사 분석 방법을 사용하였으며 분석에 사용된 사진은 대통령 홈페이지와 UN 홈페이지 및 구글 등에서 제공하는 사진 중 본 내용과 관련된 사진을 추출하여 분석하였다. 분석 시기는 대통령에 첫 취임된 2007년 12월부터 재임기간인 2015년 2월까지로 설정하였다.

3. 결과 및 고찰

크리스티나 페르난데스 정부는 남편인 네스토르 키르치네르 대통령이 이룬 정치적 안정과 경제 성장의 후광으로 탄탄한 신임을 얻으며 탄생한 정부로 네스토르 키르치네르 대통령의 정책 프레임에 계승하는 키르치네르주의를 표방하고 있다. 또한 아르헨티나 국립코르도바 대학교 연구원 박채순(2013)은 크리스티나 정부의 탄생에 대해 여성의 지위향상, 페론당에 대한 지지, 페론주의 상징인 에바 페론 이미지의 오버랩이 당선의 요인으로 평가된다고 하였다. 따라서 크리스티나 페르난데스의 정치 이미지를 형성하는 정치 이슈는 네스토르 키르치네르 대통령의 정책 프레임에 계승하는 키르치네르주의로 설명할 수 있으며 인물 이미지는 페론당의 지지를 이끄는 동력으로서 페론주의의 상징인 제2의 에바 페론 이미지를 전략적 구축하고 있다. 패션 스타일은 스커트와 재킷을 착용하여 여성적 우아함을 강조하고 있으며 의상과 구두 핸드백의 색상 매치를 통해 심미적 특성을 나타내고 있다. 또한 고가의 보석과 액세서리를 착용함으로써 장식적 요소를 추가하고 있다. 패션 스타일에 함의된 패션 폴리틱스 현상은 사회적 지위를 나타내는 부와 권력의 과시적 현상, 에바 페론의 이미지를 차용하고 대중을 선동하기 위한 동일화 현상, 여성적 특성을 강조한 페미니스트 현상이 특징적으로 나타나고 있다.

4. 결론

크리스티나 페르난데스 대통령은 다양한 정치적 역할(퍼스트레이디, 상원의원, 대통령)을 수행하면서 오랫동안 정치적 패션 감각을 체득해온 여성 정치인으로 그녀의 패션은 정치 이미지를 형성하는데 있어 유의한 의미를 제공하며 대중에게 인지되어왔다. 패션의 관점에서도 ‘스타일 디바’라 지칭되어질 정도의 확고한 스타일 아이콘으로서 패션계의 한 획을 긋는 정치인으로 평가되고 있다. 이러한 관점에서 세계 정상 여성 정치 리더인 아르헨티나의 크리스티나 페르난데스 대통령의 정치 이미지와 패션 폴리틱스 현상에 대한 분석은 패션이 정치 이미지를 형성하는 과정에 어떻게 활용되며 평가되는가를 논의하는데 중요한 자료를 제공하게 될 것이다.

■ 참고문헌

- Luciano Lanare(2013), “크리스티나 정부, 키르치네르 없는 키르치네르주의”, 김용호 역 *트랜스라틴*, 25, pp.23-31.
- 박채순(2013), “아르헨티나 키르치네르 정부 10년의 평가와 향후 전망”, *트랜스라틴*, 25, pp.32-43.
- “Top Female Leaders Around the World”,(2011.09.16), Time, 자료출처 <http://content.time.com/time/specials/packages/article>
<http://hottestheadsofstate.com/features>

여성소비자의 화장품구매체험이 이미지메이킹 효능감과 화장품 추구혜택에 미치는 영향

박 은 희
경북대학교 가정교육과

1. 연구목적

화장품 기업들은 자사 브랜드의 표적 소비계층의 실질적인 소비경험에 초점을 맞춘 체험마케팅을 활용하여 경쟁사와의 차별성을 확보하고 소비자와 관계 강화를 향상시키려고 노력하고 있다. 소비자는 소비를 통해 자신의 가치들을 표현하며 개인적, 사회적으로 특정제품과의 관계적 유대감을 확인한다. 이때 체험은 개인이 어떤 상황 속에서 적극적으로 참여하고 실제로 겪으면서 발생하며 감각, 마음 그리고 정신을 자극하는 계기가 된다. 화장품 매장에서 소비자는 판매원과의 관계에 의해 체험이 이루어지고 매장 분위기를 느끼며 제품 테스트를 통해 평가가 이루어져 체험을 하게 된다.

화장은 한 개인의 외모를 구성하는 중요한 요소이며, 사회적 비교에 의해 외모평가가 이루어진다. 이처럼 자신의 외모를 향상시키기 위해 손쉽고 다양한 방법으로 할 수 있는 것이 화장으로 화장품에 대한 소비자들의 소비행위를 살펴보는 것은 중요하다.

이에 본 연구에서는 여성소비자의 화장품 구매체험이 이미지메이킹 효능감과 화장품 추구혜택에 어떤 영향을 미치는지 알아보고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

본 조사는 2014년 6월 7일~6월 17일에 걸쳐 대구·경북 지역에 거주하는 성인여성을 대상으로 설문지 430부를 배부하여 실시하였다. 이 중 415부가 회수되었고, 불성실한 설문지를 제외한 405부를 자료에 사용하였다. SPSS PC+ 20.0 통계 프로그램을 이용하여 자료를 분석하였다. 통계방법은 빈도, 요인분석, 신뢰도검증, 회귀분석을 이용하였다.

본 연구에서는 여성소비자의 화장품구매체험과 이미지메이킹 효능감 및 화장품 추구혜택을 알아보기 위해 다음과 같은 연구내용을 설정하였다.

1. 여성소비자의 화장품구매체험, 이미지메이킹 효능감 및 화장품 추구혜택의 요인을 분석한다.
2. 화장품구매체험이 이미지메이킹 효능감에 미치는 영향을 알아본다.
3. 화장품구매체험이 화장품 추구혜택에 미치는 영향을 알아본다.

3. 결과 및 고찰

여성소비자의 화장품구매체험을 요인분석 한 결과 인지체험, 관계체험, 사회적체험, 매장체험, 감각체험으로 나타났으며, 전체설명력은 64.50%였다. 이미지메이킹 효능감을 요인분석 한 결과 연출자심감, 긍정적이미지, 연출능력으로 나타났으며, 전체설명력은 60.25%였다. 화장품 추구혜택을 요인분석 한 결과 유행/브랜드추구, 외모향상추구, 기능성추구, 경제성추구로 나타났으며, 전체설명력은 65.18%였다.

여성소비자의 화장품 구매체험이 이미지메이킹 효능감에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과, $R^2=0.19$ 로 전체변동 19%의 회귀모형을 설명하였다. 변수간 다중공선성을 진단하기 위하여 분산팽창계수와 허용치를 살펴보았으며, 모형에 대한 분산분석 결과 추정된 모형은 유의한 것을 알 수 있으며($F=20.22$, $p<.001$), 화장품구매체험의 인지체험($\beta=.29$, $p<.001$), 감각체험($\beta=.18$, $p<.01$)이 화장품구매체험에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 사용하고 있는 화장품에 만족하고 효능을 믿고 구매를 하는 여성은 호감 가는 이미지를 연출할 수 있다는 긍정적 이미지를 갖고 있는 것을 보여주었다.

화장품구매체험이 이미지메이킹 효능감에 미치는 영향을 알아본 결과, 화장품구매체험의 인지체험과 감각체험이 이미지메이킹 효능감의 연출자심감에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 12%였다. 현재 사용하고 있는 화장품의 품질이 만족스럽고 매장의 분위기가 자신과 어울린다고 생각하는 여성은 만나는 사람들과 분위기를 유쾌하게 이끌 수 있다고 여겼다. 화장품 구매체험의 인지체험과 매장체험이 이미지메이킹 효능감의 긍정적이미지에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 13%였다. 자주 방문하는 매장의 제품을 믿고 구매를 하는 여성은 얼굴이미지가 좋아지면 대인관계도 원활하게 되므로 긍정적이미지를 만들려는 노력을 하였다. 화장품구매체험의 인지체험과 감각체험이 이미지메이킹 효능감의 연출능력에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 18%였다. 주로 방문하는 매장에서 제품을 신뢰하고 분위기를 좋아 하는 여성은 자신의 얼굴에 맞는 화장을 연출할 수 있다고 생각하였다.

여성소비자의 화장품 구매체험이 화장품 추구혜택에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과, $R^2=0.52$ 로 전체변동 52%의 회귀모형을 설명하였다. 변수간 다중공선성을 진단하기 위하여 분산팽창계수와 허용치를 살펴보았으며, 모형에 대한 분산분석 결과 추정된 모형은 유의한 것을 알 수 있으며($F=82.76$ $p<.001$), 화장품구매체험의 관계체험($\beta=.36$, $p<.001$), 감각체험($\beta=.27$, $p<.01$), 인지체험($\beta=.18$, $p<.001$), 사회적체험($\beta=.10$, $p<.05$)이 화장품 추구혜택에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 주로 방문하는 매장에서 판매원과 지속적인 관계를 유지하려고 하며 화장품 효능을 믿고 구매 하는 의도를 나타내었다.

화장품구매체험이 화장품 추구혜택에 미치는 영향을 알아보기 위하여 회귀분석을 실시한 결과, 화장품구매체험의 인지체험, 관계체험, 감각체험이 화장품 추구혜택의 유행/브랜드 추구에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 43%였다. 사용하고 있는 제품이 자신의 피부에 맞으며 판매원으로부터 정보를 얻는 구매자는 유행하는 화장품에 관심이 많으며 유명브랜드를 선호한다. 화장품구매체험의 인지체험, 관계체험, 감각체험이 화장품 추구혜택의 외모향상추구에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 29%였다. 자신의 취향에 맞는 매장분위기와 판매원의 서비스를 받기를 원하는 구매자는 최신 유행하는 컬러로 자신에게 어울리는 화장을 하는 것을 알 수 있다. 화장품구매체험의 인지체험과 매장체험이 화장품 추구혜택의 기능성추구에 유의한 영향

을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 21%였다. 매장의 제품을 믿고 구입할 제품이 있을 때 방문하는 여성은 피부 타입에 맞는지 파악한 후 제품을 구입한다. 화장품구매체험의 관계체험과 매장체험이 화장품 추구혜택의 경제성추구에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 20%였다. 매장을 방문하여 판매원과 지속적인 관계를 유지하는 여성은 가격을 고려하여 구입하는 것을 알 수 있다.

4. 결론

성인 여성을 대상으로 화장품구매체험이 이미지메이킹 효능감과 화장품 추구혜택에 미치는 영향을 알아본 결론은 다음과 같다.

화장품구매체험 평균에서, 인지체험과 매장체험에서 높게 나타나 현재 사용하고 있는 화장품의 품질 만족을 통해 재구매시 인지 경험으로 구매 하는 것을 알 수 있었다. 이미지메이킹 효능감 평균에서, 모든 요인이 평균보다 높게 나타났으며 특히 긍정적 이미지에서 높게 나타나 얼굴이미지가 좋아지면 자신감이 생겨 좋은 이미지를 연출하는데 중요한 역할을 하는 것을 알 수 있었다. 화장품 추구혜택 평균에서, 여성들에게 있어 화장품은 필수품으로 자신에게 맞는 피부타입을 고려하고 자외선 차단 및 미백 등이 가미된 기능성화장품을 선택하여 자신을 아름답게 꾸미는 것을 선호하였다. 매장에서 판매원로부터 정보를 얻고 배경음악과 함께 즐거움을 느끼며 제품을 신뢰하고 체험할 수 있는 기회를 얻고자 하는 여성은 직접 경험을 통해 다양한 화장품 추구혜택을 볼 수 있었다. 매장의 분위기에 어울리는 디스플레이와 현재 사용하고 있는 제품의 성능을 알고 구매하는 여성은 자신을 당당하게 표현할 수 있어 자신감이 높고 좋은 인상을 만들기 위해 노력하는 경향을 볼 수 있었다. 매력적인 외모관리를 위해 화장은 자신의 개성을 연출하는데 중요한 역할을 하므로 화장품 구매자의 체험을 통해 이미지메이킹에 대한 자신의 능력과 화장품 구입시 추구하는 이점을 살펴본 것은 의미가 있다. 본 연구는 조사대상자를 한정하여 실증 조사를 하였으므로 확대 해석에는 신중을 기해야 할 것이다.

■ 참고문헌

- 김주연. (2012). 대학생의 외모관심도가 이미지메이킹 효능감에 미치는 영향. *한국미용학회지*, 18(4), 892-900.
- 박은희, 조현주. (2014). 외모관리기대가치가 화장관심도와 화장품 선택기준에 미치는 영향. *패션 비즈니스*, 18(1), 22-36.
- 윤성준, 이형주, 김영미. (2011). 소비재 제품의 제품 화장품 추구혜택, 구매체험이 소비자-브랜드 관계에 미치는 영향: 화장품 제품을 중심으로. *한국마케팅저널*, 13(2), 1-26.

패션 편집매장 구매행동에 관한 연구

위 혜 정*

청강문화산업대학교 패션스쿨 패션디자인전공

1. 연구목적

국내 패션산업의 구조는 패션제조와 유통이 유기적으로 연결되어 있으며 서울과 수도권에 집중되어 서울과 수도권의 패션 제조업체 수는 국내 전체의 65.34%, 패션도매업 업체 수는 53.65%, 디자인 전문업체 수는 83.9%가 집중되어 있다.

국내 패션산업 규모가 소폭 상승하는 가운데 패션업계는 국내의 높은 인건비, 생산비용 증가 등으로 중국이나 동남아시아를 통한 의류생산의 글로벌 소싱이 점차 증가하면서 패션제조 분야의 성장률은 낮은 반면 패션유통 분야는 점점 커지고 있다.

유통채널의 세분화속에서 국내 편집숍은 2004년 신세계인터내셔널 분더숍이 오픈하면서부터. 최근에는 중견 의류업체인 FnC코오롱과 제일모직이 편집숍 브랜드 '시리즈'와 'Pole 659'를 각각 론칭하고 있으며, 백화점도 내셔널브랜드 위주의 입점 방식에서 벗어나 다양한 편집샵을 구성하는 차별화 전략을 모색하고 있으며, 극심한 불황에 허덕이고 있는 백화점 업계에 '편집매장'이 효자노릇을 하고 있다.

편집샵은 매장에 2개 이상의 브랜드 제품을 모아 판매하는 유통 형태로 멀티숍 혹은 셀렉트숍이라고도 하며, 주로 다품종 소량생산의 방식을 따른다. 적게는 두 개에서 많게는 수십 가지의 브랜드 제품을 구비해 소비자가 자신의 취향에 맞는 물건을 다양한 범위에서 고를 수 있다는 장점이 있다. 가방이나 의류 등을 모아둔 혼합 편집숍의 형태에서 신발이나 액세서리 등 한 가지에 집중한 편집숍도 다수 생겨나고 있어, 여러 브랜드를 한 곳에서 살펴볼 수 있고, 새로운 브랜드와 트렌드를 확인할 수 있다는 점에서 강점을 갖는다.

편집매장의 패션 유통업의 중심축이 되어가고 있는 현 시점에서 매장의 디자인과 아이덴티티 등에 관한 공간에 대한 연구가 다수 이루어지고 있는데 비해서, 패션 편집매장 의복구매행동에 관한 연구는 김태연 외 2명(2014), 박수현(2014), 한민지(2013) 등에 의해서 이루어지고 있는 실정이다.

따라서, 본 연구의 목적은 현재 특정한 콘셉트 아래 다양한 브랜드의 상품을 한 공간에 전시해 놓고 패션과 라이프스타일의 분야를 넘어 더욱 확장되어지며 패션유통업의 중심이 되고 있는 편집매장에서의 향후 소비의 주축이 될 수도권에 거주하는 20대 여대생들의 패션상품 구매행동을 조사함으로써 패션산업체의 소매업 유통 전략에 일조하고자한다.

Corresponding author : Wee Hyejung Tel.+82-31-639-5974 Fax.+82-31-639-5738
E-mail : gil0911@ck.ac.kr

2. 연구방법 및 내용

1) 연구방법

(1) 측정도구

본 연구에서 수도권에 거주하는 20대 여대생들의 패션편집매장에서의 구매행동을 고찰하기 위해 설문지를 이용하였다. 설문지의 문항은 A는 패션 편집매장 구매실태, B는 쇼핑성향, C는 편집매장의 점포 속성, D는 이용하는 정보원, E는 인구통계학적으로 구성하였다.

(2) 표본설계

자료 수집은 수도권에 거주하는 20대 여대생 표본으로 하였으며 특히, 학부는 패션관련학과(패션, 패션디자인, 스타일, 뷰티) 여대생을 대상으로 하여 학년, 한달 평균 의복구입비를 조사하였다. 응답자 학년의 비율은 1학년 31%, 2학년 34%, 3학년 22%, 4학년 13%으로 나타났다.

(3) 자료수집 및 분석방법

본 연구에서는 2014년 11월 05일부터 12월 3일까지 본 조사를 실시하였으며, 설문에 이용된 부수는 총 211부로 부정확하게 응답한 5부를 제외한 총 206부가 분석에 사용되었다. 자료 분석은 SPSS Package Program을 사용하였으며, 편집매장 구매실태는 기술통계를 이용한 빈도분석(frequency), 쇼핑성향, 편집매장 점포 속성, 정보원의 이용 요인분석(Factor Analysis, 분산분석(ANOVA)을 실시하였다.

2) 연구내용

첫째, 수도권에 거주하는 20대 여대생의 패션 편집매장에서의 구매실태를 조사한다. 이용하는 편집매장의 유형, 편집매장 이용 회수, 편집매장 이용 시 구매한 상품을 조사한다.

둘째, 수도권에 거주하고 편집매장을 이용하는 20대 여대생의 이용하는 쇼핑성향을 분석하고, 이용하는 편집매장의 유형과 쇼핑성향과의 관계를 밝힌다.

3. 결과 및 고찰

본 연구의 결과 및 고찰은 다음과 같다.

첫째, 수도권에 거주하는 20대 여대생의 편집매장에서의 구매실태를 조사한 결과, 20대 여대생이 이용하는 편집매장 유형은 백화점내 편집샵 15%, 브랜드편집샵 16%, 로드(편집)샵 27%, 온라인편집샵 23%, 아울렛편집샵 17%, 기타 2%, 편집매장 이용 회수는 1개월에 1회 이상 18%, 2개월에 1회 34%, 3개월에 1회 27%, 6개월에 1회 14%, 12개월에 1회 7%, 편집매장에서 구매하는 상품은 코트 12%, 재킷 13%, 블라우스 11%, 스커트 7%, 팬츠 8%, 원피스 3%, 신발 12%, 가방 13%, 패션액세서리 20%, 기타 무응답 1%로 조사되었다.

둘째, 패션 편집매장을 이용하고 수도권에 거주하는 20대 여대생의 쇼핑성향을 분석한다.

편집매장을 이용하는 20대 여대생의 의복구매행동에 따른 쇼핑성향을 분류하기 위하여 총 20개의 항목을 개발하였으며 설문은 5점 Likert 척도를 사용하였다. 설문 총 20개 항목에 대해 요인분석(Factor analysis)실시하였으며 설문 결과 20대 여대생의 의복구매행동에 영향을 미치는 쇼핑성향은 3개의 요인으로 추출되었다.

제 1요인은 패션에 대한 유행추구형, 제 2요인은 실리추구형, 제 3요인은 브랜드이미지추구형으로 분류되었다. 제 1요인 유행추구형 쇼핑성향은 패션에 대한 흥미, 관심 및 자신감, 개성을 추구하는 형, 제 2요인은 실리 추구형 쇼핑성향은 구매에 대한 계획, 가격, 및 경제적 실리를 추

구하는 형, 제 3요인은 브랜드 이미지 추구형 쇼핑성향은 선호 브랜드의 이미지나 컨셉을 추구하는 형을 나타낸다. 백화점내 편집샵 이용자는 유의수준 0.01에서 차이를 보였으며 실리성을 추구하였고, 브랜드편집샵 이용자는 유의수준 0.001에서 차이를 보였으며 유행 및 실리성을 추구하였고, 온라인편집샵 이용자는 유의차가 없었으며, 아울렛편집샵은 유의수준 0.001에서 차이를 보였으며 실리성 및 브랜드이미지를 추구하였다.

4. 결론

본 연구의 결론은 다음과 같다.

수도권에 거주하는 20대 여대생이 패션상품 구매시 이용하는 편집매장의 유형을 살펴본 결과, 로드(편집)샵 및 온라인편집샵, 아울렛편집샵, 브랜드편집샵, 백화점편집샵 순으로 나타났다. 패션 편집매장을 이용하는 20대 여대생의 의복구매행동에 따른 쇼핑성향은 유행추구형, 실리추구형 및 브랜드이미지추구형으로 분류되었으며 실리추구형은 백화점내 편집샵 및 아울렛편집샵 이용자, 유행 및 실리성추구형은 브랜드편집샵 이용자, 실리성 및 브랜드이미지추구형은 아울렛편집샵 이용자였다. 본 논문은 편집매장의 패션상품 구매행동에 관한 연구로써 수도권에 거주하는 20대 여대생 206명을 대상으로 하여 확대 해석하기에는 제한점을 가진다.

■ 참고문헌

- 한국생산성본부(2013), “서울 패션산업 현황 조사” 보고서
파이낸셜뉴스(2015.03.30.), “롯데마트 아동유아 상품기획자(MD): 아동복 편집매장”
국민일보, www.kmib(2015.03.27), “매출부진 백화점 업계 ‘편집매장’이 효자… 고객반응 즉각 확인할 수 있고 고유색 드러낼 차별화 가능: 롯데 본점 지난해 102%·현대 2~3년간 최대 80% 증가”
김태연 외 2명(2014), “편집매장 소비자의 의복구매동기에 대한 탐색적 연구”, *한국의류학회지*, 38(5), pp.743-754
박수현(2014), “A-Land 패션 편집매장 유통채널에 따른 소비자 라이프스타일과 구매행동”, 중앙대학교 석사학위 논문
한민지(2013), “시장 환경 변화에 따른 골프웨어 리테일 개발 전략 : 편집매장 브랜드 사례를 중심으로”, 이화여자대학교 석사학위논문

SNS를 통해 나타난 데일리룩(Dailylook)사진과 문화 특성에 관한 연구 -인스타그램(Instagram)을 중심으로-

김한준* · 김진영

홍익대학교 디자인콘텐츠대학원 패션디자인 석사과정*
홍익대학교 섬유미술. 패션디자인과 강사

1. 연구목적

불과 몇 년 전만 하더라도 패션 잡지 속 스트리트 뷰(Streetview) 코너나, 인터넷 스트리트룩(Streetlook) 페이지 등 제한된 콘텐츠를 통해서 다른 사람의 패션을 엿볼 수 있었지만 현재에는 미디어의 발달로 언제 어디서나 해시태그를 통해 수많은 사람들의 패션을 엿볼 수 있게 되었다. 또한 개인의 (미디어)계정을 통해 자신의 스타일과 패션을 자랑할 수 있고 다른 사용자와의 소통으로 자신의 스타일을 실시간으로 평가 받기도 질책 받기도 한다.

1968년 앤디 워홀은 “미래에 모든 사람은 15분 동안 유명해질 것이다”라고 했다. 미디어가 폭발적으로 증가하고 그런 미디어들은 대중의 관심에 따라 하루에도 수십 번 새로운 화두를 제시한다. 예를 들어, 네이버 실시간 급상승 검색어는 매시간 교체되고, 트위터 속 해시태그는 새로운 이슈를 찾아 계속 업데이트 된다. 그 중에서도 최근 국내에서 가장 인기 있는 인스타그램(Instagram)은 기존의 텍스트 중심의 SNS(Social Network Service)와는 차별된 간결한 텍스트를 제공하며 사진 및 동영상의 이미지를 공유하는 비주얼 중심의 SNS이다. 최근에 가장 이슈가 되고 있는 인스타그램에서는 하루에도 수백 건 이상의 개성 넘치는 ‘데일리룩(Dailylook)’ 사진이 올라오고 있고, 그 중에서는 사람들의 수많은 관심과 사랑을 받는 사진도 어렵지 않게 찾아볼 수 있다. 이에 본 연구는 새로운 사회, 문화적 현상으로 자리매김한 데일리룩을 알아보고 동시에 데일리룩 문화를 이해, 그 특성에 알아보고자 함의 그 연구의 목적이 있다. 또한 인맥 위주의 이전 SNS와는 다른 관심사, 취향 위주의 인스타그램에서 ‘데일리룩’ 해시태그를 이용한 패션 브랜드 홍보 및 비즈니스 방향을 제시하는데 그 의의가 있다.

2. 연구방법 및 내용

최근 1주일간 ‘데일리룩’ 해시태그를 검색하여 나오는 수많은 사진 자료 중 신체의 일부분이 아닌 전체의 룩이 명확히 보여지는 사진을 토대로 11명의 석박사 전문인 집단이 첫째, 옷을 주제로 한 사진과 둘째 특별한 장소가 아닌 일상 생활에서 연출한 사진, 셋째 기업체에서 진행하는

Corresponding author : Hanjun, Kim Tel.+82-2-320-1254
E-mail : lesqor@hotmail.com

데일리룩이 아닌 개인이 업로드한 사진 위의 세가지의 기준을 가지고 선별과정을 거쳐 데일리룩의 기본 특성에 부합하는 700개의 이미지를 산출하고, 이를 토대로 연구를 진행하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 용어정리

데일리룩(Dailylook)은 데일리(Daily)와 룩(Look)의 합성어로 매일 입어도 무난한 스타일이란 의미이다. 하지만, 오늘의 스타일, 오늘의 패션이라는 의미로 더욱 많이 쓰이고 있는데 특정한 트렌드가 없고 하나의 스타일을 뜻하지 않기 때문에 남녀노소 구분 없이 최신 유행에서부터 지나간 복고풍의 스타일까지 모두가 자신만의 데일리룩을 완성할 수 있다. 즉, 데일리룩이란 매일 매일의 자신만의 스타일링을 의미한다.

2) 데일리룩의 발생 및 전개

‘데일리룩’ 단어의 시작을 정확히 찾을 수 없으나, 네이버 블로그 기준 2009년 7월 6일에 첫 포스팅으로 기록 되어 있으며, 잡지 보그걸(Voogegirl)에서 같은 해 10월에 “할리우드 패셔니 스타5인의 가을데일리 룩 50 & 머스트 해브 아이템 78”이라는 부록에서 처음으로 이 단어를 사용하였다. 그 후 꾸준한 단어의 사용으로, 2015년 4월 첫째 주 기준 인스타그램에 ‘데일리룩’ 해시태그는 약 400만 개에 이르며 지금도 그 숫자는 빠르게 증가하고 있다. 영어권 나라의 경우 Outfit Of The Day의 약자로 ‘데일리룩’과 같은 의미인 ‘OOTD’라는 해시태그로 한국과 같은 현상을 보이는데, ‘OOTD’ 해시태그는 현재 5천6백만개 이상으로 세계 전역에서 관련 사진이 실시간으로 업데이트 되고 있다.

3) 데일리룩의 특성

첫 번째로 상당수의 데일리룩 사진의 특성은 기록성이다. 대부분의 사람은 자신의 스타일을 저장하기 위한 아카이브(archive)의 역할로 인스타그램을 이용하는데, 이들은 당시 자신의 스타일을 인터넷 상에 기록하고 이 후에 회상하기 위한 저장 공간으로 이용한다. 이를 통해 자신의 스타일을 인터넷 상에 기록, 공유 할 수 있다. 또한 다른 사람들의 스타일도 쉽게 찾아볼 수 있는데, 개 중에는 다른 사람의 스타일에 반응하며 댓글을 달거나 호, 흥하기도 한다.

두 번째로, 자신의 스타일링이나 옷(명품)을 또는 자신의 외형적 모습, 자신의 신분을 드러내고 우월함을 평가받고자 하는 과시성이다. 이런 사진의 특징으로는 특정 브랜드를 돋보이게 사진을 찍는다거나 자신의 외형적 우월함을 강조한 모습의 사진을 업데이트 하는 경우이다. 혹은 고급 레스토랑과 같은 장소에서 찍은 사진을 의도적으로 올려 자신의 경제적 부를 자랑하는 경우도 있다.

세 번째는 광고효과를 목적으로 전략적으로 데일리룩 사진을 업데이트하여 자신의 제품을 홍보하는 상업성이다. 최근 여성 온라인 쇼핑몰을 중심으로 위와 같은 현상이 빈번히 일어나고 있는데, 텍스트 보다는 비주얼을 중심의 인스타그램 속에서 여성 사용자들이 좋아할 만한 예술적이고 아름다운 사진에 부각되게 상품사진 더해 광고수단으로 이용하고 이를 바탕으로 자신의 비즈니스의 발전을 도모한다.

즉 데일리룩 사진이 갖고 있는 특성으로는 기록성, 과시성, 상업성이라 말할 수 있다.

4. 결론

이전 단일미디어 시대의 잡지 속 패션 인터뷰 사진부터 현재의 매스미디어의 인스타그램 속 ‘데일리룩’ 사진까지 패션사진은 사람들로부터 꾸준한 관심과 사랑을 받고 있다. 그리고 1968년 앤디 워홀이 말한 것처럼 폭발적으로 증가한 미디어는 모든 사람에게 유명해질 기회를 주었다. 각자의 개성 넘치는 패션사진들이 미디어에 등장하고 있으며, 사람들은 자신의 입맛에 맞는 것만을 골라 수용하고 원하는 것을 찾아 접할 수 있게 되었다. 본 연구에서는 ‘데일리룩’ 사진의 특성에 관하여 기록성, 과시성, 상업성 총 3가지로 특성을 도출하였다. 700개의 사진을 분석한 결과 기록성 45.6%, 과시성 18.2%, 상업성 36.2%를 보였다. 개인의 욕구로 이루어지는 기록성과 과시성의 ‘데일리룩’ 사진 외에 상업성에서 나타나는 비즈니스적인 측면을 가장 강하다는 것을 연구를 통해 알 수 있었다. 앞으로 기존 광고와는 차별되는 SNS를 통한 광고효과의 신뢰성에 대해 조금 더 중점을 두고, 최근 여성쇼핑몰을 중심으로 빈번히 나타나는 인스타그램 ‘데일리룩’ 사진을 통한 홍보 및 더 나아가 패션기업들의 SNS 마케팅을 연구 분석하여 비즈니스로 연결시키는 것에 대한 후속 연구가 지속되길 바란다.

■ 참고문헌

- 김선영(2007) “1인 미디어를 활용한 브랜드 커뮤니티의 특성이 소비자 브랜드 관계형성에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구”, 연세대학교 석사학위논문
- 김슬아(2011), “블로그 물입이 패션제품 구매행동과 정보 재생산 활동에 미치는 영향”, 신라대학교 석사학위논문
- 박지영(2014), “페이스북 이용 동기에 따른 상호작용성이 패션제품의 구전의도 및 구매의도에 미치는 영향”, 동덕여자대학원 박사학위 논문
- 이희정(2012), “SNS(social network service)내 상호작용 영향요인과 소비자의 정보 구전 의도에 대한 연구, 서울대학교 대학원 박사학위 논문
- 경호빈(2015), “모바일 SNS 마케팅”, (주)행간
- 최재용 외 7명(2014), “SNS 홍보 마케팅 불변의 법칙”, 시대에듀

기획상품의 구매행동에 관한 연구

-30-50대 여성의 패션 라이프스타일을 중심으로-

신 남 진
서울여자대학교 의류학과

1. 연구목적

최근 패션업계는 매출의 향상을 위해 기획상품의 기획, 생산에 주력하고 있으며, 실제로 기획상품은 패션브랜드의 매출향상에 기여하고 있다. 기획상품은 다수의 소비자를 대상으로 하기 때문에, 안정된 판매를 위해 소비자의 요구를 파악하여 제품에 적용하는 객관적인 상품기획 방법이 필요하다. 소비자의 라이프스타일은 패션분야에 있어 소비자를 이해하는데 중요한 개념이고 (Choi, 2001), 효과적인 패션시장 세분화의 기준으로 구매행동을 포함한 소비자행동 전반을 파악하는데 주요한 변인으로 사용되고 있다.

여성복 패션시장은 주 소비자층의 연령대가 패션에 민감한 20대가 아닌 구매력이 높은 30-50대의 중장년층으로 높아지는 현상이 나타나고 있다. 따라서 본 연구는 30-50대의 여성 소비자들의 패션 라이프스타일을 세분화하고, 패션 라이프스타일에 따른 기획상품의 구매행동을 분석하고자 한다. 구체적인 연구문제는 첫째, 30-50대 여성의 패션 라이프스타일을 유형화한다. 둘째, 30-50대 여성의 패션 라이프스타일 유형별로 기획상품의 구매행동을 알아본다. 셋째, 30-50대 여성의 패션 라이프스타일 유형별로 구매행동의 차이가 있는지 알아본다. 이로써 패션 업계에게 소비자의 행동의 이해를 위한 기획상품의 실제적인 정보를 제공하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구의 조사대상은 30세에서 59세의 서울 및 경기도에 거주하는 여성으로 350부의 설문지를 배부하여 339부를 회수하였고, 응답이 불완전한 설문지를 제외한 322부를 통계분석에 사용하였다. 자료는 2014년 3월24일부터 5월22일에 걸쳐 수집하였다.

설문지의 패션 라이프스타일 문항은 선행연구를 참조한 총 22문항으로 구성하였다. 기획상품의 구매행동 문항은 선행연구를 토대로 구매경험, 구매시기, 구매횟수, 선택기준, 구매아이템, 정보원, 구매장소로 구분하였다. 본 연구의 자료 분석은 SPSS 18.0 프로그램을 사용하였고, 분석 방법으로는 빈도분석, 요인분석, 교차분석, 군집분석 등을 실시하였다. 각 측정도구의 신뢰도 검증은 cronbach's α 로 산출하였다.

Corresponding author : Nam-Jin Shin Tel. 82-10-3345-5449
E-mail : njshin2000@daum.net

3. 결과 및 고찰

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 30~50대 여성의 패션 라이프스타일 유형화를 위하여 요인분석을 실시한 결과 과시성/유행성(cronbach's α =.850), 차별성/심미성(cronbach's α =.864), 실용성(cronbach's α =.749)의 세 가지 요인으로 추출되고, 총 분산 설명력은 70.216%로 나타났다. 이를 근거로 군집분석을 실시한 결과 패션 라이프스타일 집단은 과시적 유행지향(59.0%), 개성적 심미지향(32.3%), 실용지향(8.7%)으로 분류되었다.

둘째, 30~50대 여성의 패션 라이프스타일 유형별 기획상품의 구매행동은 다음과 같다.

과시적 유행지향 집단의 구매경험은 있음(75.8%)이 가장 많았다. 구매시기는 S/S에서 계절을 상관하지 않는다(46.3%)가 가장 많았고, 봄(18.9%)보다는 여름(34.7%)에 구매시기가 많은 것으로 나타났다. F/W에서는 겨울(72.1%)이 절대적으로 많이 나타났다. 구매횟수는 계절별 1~2회(38.9%)가 가장 많았고, 선택기준은 디자인(44.2%)과 가격(31.6%)을 중요시했다. 구매 아이템은 코트(45.3%), 패딩(37.4%)으로 나타났고, 정보원은 매장에 부착된 포스터(36.3%)가 가장 높았고, 구매장소는 백화점 & 의류쇼핑몰(52.1%)이 가장 많으며, 그 다음은 아울렛(20.0%), 가두점(14.7%)순으로 나타났다.

개성적 심미지향 집단의 구매경험은 있음(74.0%)이 가장 많았고, 구매시기는 S/S에서 봄(0%)보다는 여름(50%)과 계절을 상관하지 않는다(50%)에 집중되어 나타났다. F/W에서는 겨울(57.7%)이 절대적으로 높게 나타났다. 구매횟수는 계절별 1~2회(35.6%)가 가장 많았고, 선택기준은 다른 집단에 비해 디자인(89.4%)이 절대적으로 높았다. 구매 아이템은 코트(65.4%), 니트(24.0%)로 나타났다. 정보원은 홍보용 우편물(33.7%)이 가장 많았고, 구매장소는 백화점 & 의류쇼핑몰(67.3%)이 가장 많았다.

실용지향 집단의 구매경험은 있음(75.0%)이 가장 많았고, 구매시기는 S/S에서 봄(35.7%), 여름(25%), 계절을 상관하지 않는다(39.3%)로 나타나 여름보다 봄이 많고 구매시기가 다른 집단에 비해 비교적 고른 편이었다. F/W에서도 가을(25%), 겨울(35.7%), 계절을 상관하지 않는다(39.3%)로 비교적 고르게 나타나 다른 집단들에 비해 구매시기가 가장 다양함을 알 수 있었다. 구매횟수는 계절별 1~2회(64.3%)가 가장 많았고 다른 집단들에 비해 월 3회 이상(25.0%)도 가장 많았다. 또한 구매 아이템은 코트(39.3%), 니트(25.0%), 다운(25.0%)순으로 나타나 구매 시기와 마찬가지로 다른 집단들에 비해 비교적 고르게 나타나고 있음을 알 수 있었다. 정보원은 매장에 부착된 포스터(50.0%)가 가장 많았고, 구매장소는 백화점 & 의류쇼핑몰(50%)과 아울렛(50%)이 모두 많이 나타났다.

셋째, 패션 라이프스타일 유형별 기획상품의 구매행동의 차이를 분석한 결과, 구매경험($X^2=0.111$, $p=.946$)을 제외한 구매시기($X^2=32.863$, $p=.000$), 구매횟수($X^2=142.189$, $p=.000$), 선택기준($X^2=61.339$, $p=.000$), 구매아이템($X^2=86.457$, $p=.000$), 정보원($X^2=81.944$, $p=.000$), 구매장소($X^2=57.648$, $p=.000$)에서 차이가 유의한 것으로 나타났다.

4. 결론

본 연구의 결과에 따른 시사점은 다음과 같다.

첫째, 30~50대 여성의 패션 라이프스타일 유형별로 기획상품의 구매시기, 구매횟수, 선택기준,

구매아이템, 정보원, 구매장소가 차이가 있음을 알 수 있었다. 이는 기획상품이 패션 라이프스타일 유형별로 시즌, 물량, 아이템, 홍보, 유통을 차별화하여 기획되어야 함을 시사한다.

둘째, 30~50대 여성의 모든 패션 라이프스타일에서 기획상품의 선택기준으로 디자인이 가장 높게 나타났다. 이는 기획상품이 전략적 가격뿐 아니라 디자인에도 높은 비중을 두고 생산되어야 함을 시사한다.

■ 참고문헌

Choi, E. D.(2001). *"A study on the fashion planing based on domestic consumer's lifestyle and preference of current fashion trends"* (Unpublished Master's Thesis). Yonsei University, Seoul, Korea.

미국 의류 브랜드의 한국 소싱 현황과 앞으로의 방향

-Macy's의 프라이빗 브랜드 INC 사례를 중심으로-

최유주* · 간호섭

홍익대학교 디자인 콘텐츠 대학원 패션디자인 석사과정*

홍익대학교 섬유미술 · 패션디자인과 교수

1. 연구목적

국내 의류벤처 업체는 200개 이상, 종사자만 6만 여명에 이른다. 그리고 이들이 미국 의류 브랜드들을 상대로 벌어들이고 있는 외화도 연 10조원으로 조사를 통해 알려져 있다. 이들 벤더는 지난 20년간 OEM(Original Equipment Manufacturing) 방식을 활용하여 제품을 수출하였다. 그러나 점차 미국 바이어들은 우리나라 벤더들에게 ODM(Original Development Manufacturing)방식을 요구하고 있고 또한 이를 장려하고 있다. 그러므로 이 논문에서는 Macy's 백화점의 프라이빗 여성복 브랜드 INC 사례를 중심으로 한국 소싱 현황을 살펴보고 이를 통해 ODM으로 산업이 점차 변화하고 있는 이유를 살펴보고 이를 통해 우리나라 벤더들이 앞으로 나아가야 할 방향에 대해 제시하고자 함에 그 연구의 목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구에서는 미국 의류 브랜드의 한국 소싱 현황을 조사하기 위해 MACY'S의 INC 바이어 6명과 벤더업체의 디자이너 8명을 대상으로 면접법으로 조사하였다. 미국 바이어 6명에게는 각각의 설문 문답법으로 현재의 소싱 현황에 대해 자료를 수집하였고, 앞으로 한국 벤더들에게 원하는 바에 대해서는 면접법을 활용하였다. 그리고 국내 벤더 업체의 기획을 담당하는 디자이너 8명에게는 설문조사를 통해 지난 10년간의 변화가 무엇이었는지, 앞으로의 계획이 무엇인지 조사하여 이를 토대로 미국 의류 브랜드의 한국 소싱 현황과 앞으로의 방향에 대해 연구 하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 미국 의류 브랜드의 한국 소싱 현황

“미국인 3명 중 1명이 한세웁을 입습니다.” 이는 국내 의류 벤더 업체중 하나인 한세실업의 홈페이지 메인글이다. GAP, OLD NAVY, DKNY, ABERCROMBIE&FITCH, ANN TAYLOR, EXPRESS, MACY'S, SEARS, KOHL'S, MICHAEL KORS, VICTORIA'S SECRET 등 저가의류부터 디자이너 브랜드까지 이처럼 수많은 미국 브랜드들이 한국인들의 생산력과 관리 능력에 크게 의존하고 있는 실정이다. 한국 벤더들은 길게는 40년에서 50년동안 한 우물을 파왔으며, 대기업

Corresponding author : Uju Choil Tel.+82-2-548-4311

E-mail :ujuc@naver.com

못지않은 매출을 올리고 있다. 현재 OEM생산률이 전체의 70%를 차지하고 있으며, ODM은 20~30%정도의 수준이지만 지난 10년간 오더량이 500% 이상으로 급증하였다.

2) INC의 한국 소싱 현황

180여년의 역사를 가지고 있는 Macy's 백화점은 미국 전역에 총 800여개의 상점을 운영 중이며 뉴욕 맨하탄에는 미국 내에서 가장 큰 상점을 가지고 있다. 미국 소비자가 무엇을 원하는지 제일 잘 알고 있는 상점이라 하여도 과언이 아닌 Macy's는 INC, Style&Co, JMcollection, Maison Jules, Thalia Sodi, Karen Scott, 등 다수의 자체 브랜드를 운영 중이며 이들은 상점 내 여성복 브랜드 중 큰 매출 비중을 차지하고 있다. 그 중 INC는 30년의 역사를 가진 Macy's의 대표 브랜드이며, 30~40대 비즈니스 여성을 위한 브랜드이다. 보수적인 미국 여성들에게 큰 사랑을 받으며 급성장을 하였지만 이들도 2000년대말 Subprime mortgage crisis의 경제 타격을 피해 갈 수 는 없었다. 여성들은 지갑을 닫았고, 더 이상 INC의 상품들은 많은 여성들에게 사치품으로 여겨졌다. 이로 인하여 INC의 디자이너들도 구조조정에 들어갔으며, 정직원이었던 디자이너들을 대체 할수 있는 방안을 한국의 벤더들로부터 얻고자 하였다. 한국의 벤더 디자이너들은 탁월하고 발빠른 트렌드 분석능력과 반영능력을 가지고 있었으며 미국의 현실에 안주해있던 비싼 임금의 full-time 디자이너보다 세련되기까지 했다. 그리고 더욱 매력적인 사실은 INC가 벤더에게 디자인 개발부터 생산까지 모두 맡기면서, 이 고급 디자인력을 부담 없이 쓸 수 있다는 것이었다. 이로 인하여 한국의 벤더 들은 생산력과 디자인력 모두 검증을 받으며 더 좋은 마진을 남길 수 있게 되었고 미국과 한국의 의류 시장이 얼어붙었음에도 불구하고 매출 신장을 꾸준히 유지하고 있다.

3) 앞으로의 방향

미국 의류 브랜드의 디자이너 들은 한국이란 나라의 의류 벤더들을 하청 업체라 생각하며 디자인에 있어선 상당한 자신감을 보이며 자신들의 디자인을 실물로 실현시켜주기만을 원하였다. 그러나 한국 벤더의 R&D팀들의 부단한 노력으로 인하여 이제는 대신 트렌드 분석을 벤더들에게 요청하고 디자인 개발도 100% 의존 하며 하청업체에서 협력 업체로 벤더를 인식하고 있다. 여러 벤더들은 최근 5년간 R&D부서를 강화 시켰고 트렌드 분석을 집중적으로 하였으며 각 브랜드의 컨셉과 특징을 파악하는데 투자 하였다. 이 연구를 반영하여 조금씩 자체 디자인을 미국 브랜드들에게 제안하였고 초창기 소수의 스타일을 구입하던 것들이 반응이 좋고 재주문으로 이어지면서 점차 벤더들의 자체 디자인을 적극적으로 구매하기 시작했다. 앞으로 더 많은 매출 향상을 위해서는 지속적인 R&D지원이 있어야 하고, R&D부서에선 더욱 발 빠르게 바이어의 원하는 바를 반영한 디자인을 제공 하여야 한다.

4. 결론

현재 한국의 200개 정도의 벤더 업체들은 미국에서 주문하는 양은 정해져 있기 때문에 작은 범위 안에서 경쟁이 치열해져 있다. 이로 인하여 더욱 힘을 가진 대형 벤더들이 오더를 독식하는 사례가 점차 많아지고 있다. 벤더 업체들 모두가 오더를 늘리려면 각자 회사의 강점인 부분을 더욱 강화하고 이를 바탕으로 R&D의 비중 있는 개입이 필요할 것으로 보인다. 기술력과 신뢰는 이미 가지고 있는 것이므로 앞으로는 디자인력을 강화하여 바이어를 만족 시킬 수 있어야 할 것 같다. 바이어가 원하는 바를 한발 먼저 앞서 준비할 수 있는 자질을 키우려면 더 빠른 트렌드 분

석을 통하여 각 브랜드의 특성에 맞게 이를 접목시켜야 할 것이다. 또 R&D부서의 디자인을 보다 경쟁력 있는 가격에 생산 할 수 있는 영업부의 노력이 꼭 필요하다. 원단과 부자재의 소싱에 조금 더 발품을 팔아 경쟁력 있는 가격에 조달하고 생산 관리 하는 것이 상당히 중요하다. 누가 봐도 멋진 디자인을 하는 것도 중요하지만 바이어가 오더 할수 있는 가격에 이를 제시하는 것도 경쟁력이기 때문이다.

■ 참고문헌

- 김병수 · 노승욱 · 강승태 · 류지민(2014), 매경이코노미. 제1767호 (2014-07-23), pp.26-28
- 음찬미(2012), “국내 캐주얼 의류브랜드의 봉제니트제품 글로벌 소싱 현황에 관한 연구”, 동덕여자대학교 패션전문대학원 석사학위논문
- 용유진(2009), “국내 의류업체의 해외소싱 현황과 해외소싱 결정동기, 파트너십, 해외소싱 성과에 관한 연구”, 건국대학교 디자인대학원 석사학위논문
- Ryan,T.J(2003) “Private Labels: Strong, Strategic & Growing As their private label programs grow, retailers are redefining their roles in design, product development and sourcing, and the traditional parts played by brands and vendors”
- <http://www.appnews.co.kr>, “3大 의류수출기업 올 최대 실적 전망”, 검색일:2015년4월2일

의류 브랜드 소비 경험이 소비자-브랜드 관계 형성에 미치는 영향

박 지 선*

인천대학교 대학원 뷰티산업학과

1. 연구목적

본 연구는 소비자들이 의류상품을 구입, 소비 후 브랜드 소비 경험을 통해 지각된 혜택에 대한 평가가 해당 브랜드와 소비자간 관계형성에 어떤 영향을 미치는 지 알아보고, 소비자와 브랜드간의 관계형성 과정이 기업에게 어떤 전략적 시사점을 제시하는 지 알아보고자 하였다. 브랜드 상품은 브랜드 이미지 전략에 따라 기능적, 사회적 또는 감각적 기능을 중심으로 개발이 되며, 특정 기능을 강조하여 마케팅된다(Park, Jaworski, & MacInnis, 1986). 의류 제품의 경우 가시성이 높은 제품으로 소비자들은 브랜드 및 제품 경험 시 기능적인 부분에 대한 만족 뿐 아니라 감각적인 부분 및 사회적인 부분에서의 만족이 높은 제품에 대하여 구매의사 결정 및 관계 형성에 있어서 편안함을 느끼게 된다. 즉, 상품 소비 후 소비자들에게 지각되는 제품 기능에 대한 평가, 감각적 만족 및 사회적 가치는 소비자 기반의 브랜드 가치에 영향을 미치는 것이다(Mishra, Dash, & Cyr, 2014). 이와 같은 개념을 기초로 하여 본 연구는 의류 브랜드 상품 소비 시 지각되는 상품에 대한 혜택이 소비자와 브랜드 간의 관계형성에 미치는 영향에 대해서 연구하고자 한다. 특히 의류 브랜드 상품의 소비 후 지각되는 혜택 관련 요인에 따라 브랜드와 자아의 연결에 대한 지각에 영향을 주며, 이는 궁극적으로 소비자-브랜드 관계 형성에 영향을 미치는 영향에 대해서 실증 분석하였다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구에서는 의류 브랜드 상품 소비 후 소비자들에게 지각되는 혜택(제품 기능에 대한 평가, 감각적 만족, 사회적 가치)가 브랜드-자아 연결에 미치는 영향을 알아보고자 하였다. 또한 지각된 브랜드-자아 연결이 소비자-브랜드 애착을 통한 관계 형성에 영향을 미치는 지 알아보고자 하였다. 본 연구는 최근 6개월 이내 의류브랜드를 구입한 적이 있는 20세-60세 국내 소비자들을 대상으로 온라인 설문조사를 실시하였다. 측정도구 평가 및 연구문제 검증을 위하여 확인적 요인분석 및 구조방정식 모델 분석을 실시하였으며, 통계분석은 AMOS 21을 사용하였다.

3. 결과 및 고찰

다수문항으로 측정된 측정모형을 검증하기 위하여 실시한 확인적 요인분석 결과 수정후 모델은 수용 가능한 수준이었으며($\chi^2=149.405$ df=65, $p<.001$, CFI=.971, RMSEA=.071), 연구문제

Corresponding author : Jee-Sun Park Tel.+82-32-835-8259 Fax.+82-32-835-0765
E-mail : jpark@inu.ac.kr

검증을 위해 실시한 구조방정식모형분석 모델 또한 수용 가능한 수준이었다($\chi^2=175.811$, $df=69$, $p<.001$, $CFI=.964$, $RMSEA=.078$). 연구결과 소비 후 지각되는 의류 상품에 대한 사회적 가치($b=.771$, $p<.001$) 및 감각적 만족($b=.389$, $p<.05$)은 브랜드-자아 연결에 유의미한 영향을 미치나 기능적 만족은 유의한 영향을 미치지 않음을 발견하였다. 소비자들이 지각하는 브랜드-자아 연결은 브랜드와의 장기적인 관계 형성에 영향을 미치는 것을 확인하였다($b=.763$, $p<.001$).

4. 결론

의류상품 소비 후 제품에 대한 사회적 가치 및 감각적 만족은 소비자들로 하여금 해당 브랜드를 자신의 연장선에 있다고 느낄 만큼 특별하게 생각하며 이는 브랜드와의 장기적 관계 형성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 결론적으로, 국내 의류브랜드 기업들은 소비자들과 긍정적인 장기적 관계를 형성하기 위해서는 소비자들이 제품에 대하여 감가적인 만족을 느낄 수 있고 사회적인 안정감을 느낄 수 있는 소비 경험을 제공할 수 있도록 하여야 할 것이다.

■ 참고문헌

- Mishra, A., Bhusan Dash, S., & Cyr, D.(2014). "Linking user experience and consumer-based brand equity: the moderating role of consumer expertise and lifestyle", *Journal of Product & Brand Management*, 23(4/5), pp.333-348.
- Park, C. W., Jaworski, B. J., & MacInnis, D. J.(1986). "Strategic brand concept-image management", *The Journal of Marketing*, 50(4), pp.135-145.

청소년의 교복변형행동에 따른 외모태도와 신체 만족

박 은 희

경북대학교 가정교육과

1. 연구목적

중고등학생들은 대부분의 시간을 교복을 착용하므로 교복은 의복으로서 중요한 의미를 갖는다. 게다가 이들은 높은 의복관심과 또래집단의 의복동조, 연예인에 대한 외모 모방과 유행에의 몰입 등과 같은 특징적인 행동을 형성되어간다(이인자, 이경희, 신효정, 2001). 즉 외모에 대한 동조, 욕구는 청소년들에게 사회적 상황을 나타내는 비교기준이 되며, 하루 생활 중 가장 많은 시간을 착용하는 교복은 사회, 문화적으로 공유할 수 있는 의미를 지닌 외모의 평가기준으로서 중요한 의미를 지닌다. 이와 같이 청소년 여학생은 외모에 관심 높아지는 시기이며 매스컴의 노출에 인해 영향을 받아서 연예인을 모방하거나 내면화시키려는 의도가 높다. 이들은 교복으로 마음껏 멋을 내려고 하며 현재 트렌드가 반영된 몸매를 돋보일 수 있는 교복으로 변형하려고 한다. 따라서 청소년 여학생의 교복변형을 하려는 의도를 파악하므로 현재 청소년의 의복행동을 알 수 있고 업체에서는 청소년의 의복행동을 통해 이들에게 적합한 기능과 디자인을 적용한 교복을 만들 수 있을 것으로 사료된다.

이에 본 연구에서는 청소년 여학생의 교복변형실태를 파악하여 교복변형행동에 따른 외모태도와 신체만족의 차이를 알아보고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

본 조사는 2014년 5월 3일~5월 13일에 걸쳐 대구지역의 여자 청소년을 대상으로 설문지 390부를 배부하여 실시하였다. 이 중 385부가 회수되었고, 불성실한 설문지를 제외한 369부를 자료에 사용하였다. SPSS PC+ 20.0 통계 프로그램을 이용하여 자료를 분석하였다. 통계방법은 빈도, 요인분석, 신뢰도검증, 상관관계, t-test, χ^2 -test를 이용하였다.

본 연구에서는 청소년 여학생의 교복변형행동에 따른 외모태도와 신체만족을 알아보기 위해 다음과 같은 연구내용을 설정하였다.

1. 청소년 여학생의 교복변형실태를 파악한다.
2. 청소년 여학생의 외모태도, 교복변형동기의 요인을 파악한다.
3. 청소년 여학생의 외모태도와 교복변형동기와의 상관관계를 알아본다.
4. 청소년 여학생의 교복변형행동에 따른 외모태도와 신체만족의 차이를 알아본다.

Corresponding author : Park Eun Hee Tel.010-9587-3245 Fax.053-950-6219
E-mail : parkh1987@hanmail.net

3. 결과 및 고찰

교복변형실태는 교복변형의 유무와 변형이유, 교복변형 부위에 대해 조사하였다. 교복의 변형 유무는 전체의 230명(62.3%)이 교복 변형을 하였으며 변형을 하지 않은 학생은 139명(37.7%)으로 나타났으며 여중생은 35.2%, 여고생은 64.8%에서 교복변형경험이 있다고 응답하여 학교 급별 유의성이 검증되었다. 가계한달 수입에 따른 차이에서는 교복변형경험이 있다고 응답한 여학생이 200만원 이상, 200만원 이상-300만원미만, 300만원이상-400만원미만, 400만원이상-500만원미만, 500만원 이상에서 고르게 분포되었고 교복변형경험이 없다고 응답한 여학생은 200만원 이상-300만원미만, 300만원이상-400만원미만에서 높은 빈도를 나타내어 교복변형경험 유무에 따라 유의성이 검증되었다. 한달 용돈에서는 교복변형경험 유에서는 3만원이상-5만원미만, 5만원이상-8만원미만에서 높은 빈도를 나타내었고 교복변형경험 무에서는 3만원미만, 3만원이상-5만원미만에서 높은 빈도를 나타내어 유의성이 검증되었다.

여학생들의 자켓 변형행동에서, 어깨너비, 가슴둘레, 소매통, 소매길이를 수선하지 않고 그대로 착용하는 비율이 90%이상으로 나타난 반면에 허리둘레 그대로 착용 82.7%, 자켓길이 그대로 착용 89.4%로 나타나 자켓에서 수선하기를 원하는 부위는 허리둘레와 자켓길이였다. 여학생들의 스커트 변형행동에서, 엉덩이 둘레는 수선하지 않고 그대로 착용하는 비율이 91.6%로 나타난 반면에 스커트길이는 그대로 착용 36.3%, 허리둘레 그대로 착용 77.2%로 나타났다.

외모태도는 외모내면화, 적극적 외모관리, 외모욕구, 사회적 인식, 동조로 나타났으며 외모욕구에서 높은 점수를 나타내었다. 교복을 변형 경험 있다고 응답한 230명을 대상으로 한 결과 여중생은 35.2%, 여고생은 64.8%에서 교복변형경험이 있다고 응답하였다. 교복변형경험이 있다고 응답한 여학생들의 교복변형 동기를 요인분석 한 결과 사회성, 신체매력, 실용성으로 나타났다. 전체적으로 낮은 점수를 나타내었고 그 중 신체매력에서 높게 나타났다.

여학생의 교복변형동기와 외모태도에서 상관관계를 나타내었다. 교복변형동기의 하위요인(사회성, 신체매력, 실용성)은 외모태도의 하위요인(외모내면화, 적극적 외모관리, 외모욕구, 사회적 인식, 동조)과 $p < .05$, $p < .01$ 수준에서 의미있는 상관관계를 나타내었다. 여학생은 교복변형 동기의 사회성이 높을수록 외모태도의 외모내면화, 적극적 외모관리, 외모욕구, 사회적 인식, 동조에서 높게 나타났다. 또한 교복변형 동기의 신체 매력이 높은 여학생일수록 외모내면화, 적극적 외모관리, 사회적 인식, 동조에서 높게 나타났다.

교복변형유무에 따른 외모태도의 적극적 외모관리($p < .001$), 외모욕구($p < .001$), 사회적 인식($p < .05$)에서 차이를 나타내었고 신체만족의 실제 키와 이상적 키($p < .001$), BMI($p < .05$)에서 차이를 나타내었다. 청소년 여학생의 교복변형유무에 따른 외모태도의 적극적 외모관리, 외모욕구, 사회적 인식에서 차이를 나타내었다. 교복변형 경험이 있는 여학생일수록 외모를 적극적으로 관리하고 연예인 중 닮고 싶은 이상형이 있으며 사회적 인식을 중요하게 생각하였다. 반면에 교복변형 경험이 없는 여학생일수록 실제 키와 이상적 키에서 차이를 나타내어 불만족함을 보여주고 BMI(체질량지수)에서도 높게 나타나 신체 불만족함을 나타내었다. 교복변형유무에 따른 신체만족의 하위변인(BMI, 다이어트, 성형이 필요하다면 앞으로 할 것인지, 얼굴 부위 중 성형하고 싶은 부분)에서 유의성이 검증되었다. BMI(체질량지수)를 대한비만학회의 기준에 따라 분류하면 표본의 여학생은 18.5kg/m² 미만의 저체중이 27.6%, 18.5-22.9kg/m²의 정상이 70.2%, 23-24.9kg/m²의 과체중이 1.9%, 25kg/m² 이상의 비만이 0.3%였다. 교복변형경험 유무에 따른

BMI와 관련성은 없었다.

4. 결론

청소년 여학생을 대상으로 교복변형실태를 파악하였으며 교복변형행동에 따른 외모태도와 신체 만족을 알아본 결론은 다음과 같다.

청소년 여학생은 교복 스커트 길이를 짧게 착용하였고 스커트 치수체계가 엉덩이 둘레에 맞추어져 있으며 허리둘레는 신체에 따라 다름을 알 수 있었다. 여학생은 방송매체를 통해 이상형이 형성되고 이상형을 향해 노력하면서 친구 사귀에 있어도 외모가 중요해지는 것을 알 수 있었다. 현재 교복으로 표현하려는 여학생은 자기 체형의 불만족한 부위를 보완하여 날씬하게 보이려는 의도를 볼 수 있었다.

유행하는 스타일을 따르고 친구들과 비슷해 보이기 위해서 교복변형을 하는 여학생일수록 요즘 말하는 몸짱, 얼짱이 되기를 원하며 매력적으로 보이기 위해 노력하고 인기있는 연예인들이 입은 옷을 구입하는 경향을 나타내었다. 체형의 단점을 보완하기 위해 교복을 변형하는 여학생일수록 매력적인 연예인을 보면 닮고 싶어하고 현재 사회에서 동등한 사람보다는 마른 사람이 더 매력적이라고 여기므로 자신도 날씬하게 보이기를 원하였다. 교복변형경험이 있는 여학생은 다이어트와 미래 성형을 하려는 의도를 나타내어 신체에 관심을 가지고 만족하기 위해 노력을 하는 것을 볼 수 있었다. 또한 얼굴 부위 중 성형하고 싶은 부분으로 코와 눈의 비율에서 높았고 교복변형경험 유무에 따라 없음에서 차이를 나타내어 교복변형경험이 없는 여학생은 성형에 관심이 낮은 것을 보여주었다.

본 연구에서는 교복변형을 원하는 청소년 여학생들의 의복행동을 통해 외모에 대한 사회적 인식, 선호감정, 평가에 대해 알 수 있었다. 또한 교복변형 유무에 따라 신체 관심의 정도와 불만족한 부분을 가꾸고 관리하려는 의도를 파악할 수 있었다.

■ 참고문헌

- 박은희 · 조현주. (2012). 대학생의 외모관리태도 유형에 따른 자기효능감과 신체만족. *복식문화학회*, 20(4), 515-528.
- 이애경 · 이해자 · 한영숙. (2006). 청소년의 의복행동과 교복만족도 및 교복변형행동. *한국가정교교육학회지*, 18(3), 133-148.
- 이인자 · 이경희 · 신호정. (2001). *의상심리*. 교문사.

의류 판매원의 인구통계적 특성, 직무 특성, 브랜드 특성에 따른 감정노동 프로세스의 집단 간 차이 연구

김지형* · 이승희
숙명여자대학교 의류학과

1. 연구목적

감정노동이란 조직의 목표달성을 위하여 조직 구성원이 적절한 감정을 표현하고 감정을 관리하는 과정이다(Grandey, 2000). 감정노동에 대한 개념을 최초로 제시하였던 Hochschild(1979)의 항공 승무원을 대상으로 한 연구 이후, 감정노동 연구는 관광 및 요식업을 중심으로 이루어졌으며 의류업 관련 연구는 부족한 실정이다. 의류업에서 특히 판매 업무는 서비스의 일반적 특성을 가지면서도, 감정노동의 수행이 조직의 직접적 이득으로 연결(Rafaeli & Sutton, 1987)되는 차별적 특성을 가지고 있기에 의류 판매원을 대상으로 심도 있는 감정노동 연구가 필요하겠다.

의류학에서 감정노동 연구는 감정노동 개념의 이해 및 감정부조화, 고객 만족, 고객 서비스 품질과 관련하여 이루어졌으나, 최근 급변하는 의류업 유통 경로 및 다변화된 브랜드 특성에 따른 감정노동 프로세스의 차이 분석은 거의 이루어지지 않았다. 감정노동 프로세스란 원인, 수행, 결과에 이르는 감정노동이 발생하는 일련의 과정이며, 감정노동의 원인으로 개인 정서성, 조직 직무 자율성, 고객 무례성이, 감정노동의 수행으로 표면행동과 심층행동이, 감정노동의 결과로 감정 고갈, 물개인화, 이직의도, 자기효능, 직무만족이 주요 개념이다. 이에 본 연구는 의류 판매원을 대상으로 하여 인구 통계적 특성, 직무 특성, 브랜드 특성에 따라 집단 간 감정노동 프로세스의 차이를 밝히는 것을 목적으로 하며, 연구가설은 다음과 같다.

가설 1. 인구통계적 특성에 따라 의류 판매원의 감정노동의 프로세스에서 집단 간 차이가 있을 것이다.

가설 2. 직무 특성에 따라 의류 판매원의 감정노동의 프로세스에서 집단 간 차이가 있을 것이다.

가설 3. 브랜드 특성에 따라 의류 판매원의 감정노동의 프로세스에서 집단 간 차이가 있을 것이다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 연구목적에 따라 감정노동 집단을 인구통계적 특성, 직무 특성, 브랜드 특성에 따라 분류하였다. 인구통계적 특성으로 성별(남성, 여성), 연령(20대, 30대, 40대 이상), 결혼여부(미혼, 기혼), 학력(고졸, 전문대졸, 대졸 이상), 월평균 소득(200만원 이하, 201~300만원 이하,

Corresponding author : Seunghee Lee Tel.+82-2-710-9857 Fax.+82-2-2077-7324
E-mail : leeseu1@sookmyung.ac.kr

301~400만원 이하, 401만원 이상)을, 직무 특성으로 근무지(가두점, 대리점, 백화점, 아울렛, 면세점), 직책(매니저, 세일즈, 캐쉬어, 코디네이터), 고용형태(개인사업자, 정규직, 비정규직, 인센티브), 서비스업 총경력(1년 미만, 1~3년 미만, 3~5년 미만, 5~10년 미만, 10년 이상)을, 브랜드 특성으로 브랜드 복종(종합, 남성복, 여성복, 잡화, 액세서리, 홈웨어), 가격(고가, 중가, 저가), 국적(국내, 해외)을 구분하여 설문지 작성에 활용하였다.

설문조사는 의류 및 패션 상품을 취급하는 매장의 20세 이상 판매원을 대상으로 실시하였다. 설문지는 감정노동 프로세스의 주요 개념인 정서성, 직무 자율성, 고객 무례성, 표면행동, 심층행동, 감정고갈, 물개인화, 이직의도, 자기효능, 직무만족에 대한 질문과 인구통계적 특성, 직무 특성, 브랜드 특성에 대한 질문을 포함하였다. 편의 추출법을 사용하여 설문 대상자를 선정하였고, 특정 복종 및 브랜드의 편향을 피하기 위해 설문조사기관과의 협업을 통하여 지역을 구분하여 설문을 진행하였다. 총 350부의 설문지를 배부하여 326부를 회수하였으며, 불성실한 응답지 6개를 제외한 총 320부의 설문지가 최종적으로 통계분석에 사용되었다.

응답자의 인구통계적 특성 및 직무 특성, 브랜드 특성을 파악하기 위하여 기술 통계 및 빈도 분석을 실시하였고, 감정노동 프로세스의 주요 개념들에 대한 설문항목들의 신뢰도 및 타당도를 확보하기 위하여 신뢰도 분석과 요인분석을 수행하였다. 최종적으로 응답자 특성에 따른 집단 간 차이를 검정하기 위하여 분산분석 및 다중비교를 실시하였다.

3. 결과 및 고찰

응답자의 인구통계적 특성을 분석한 결과, 여성(74.7%)이 다수를 차지하였고, 20대, 30대, 40대 이상이 고루 분포하였다. 미혼자(52.5%)가 기혼자보다 많았으며, 고등학교 및 전문대학 졸업자가 다수(76.9%)를 차지하였다. 월평균 소득은 300만원 이하(76.6%)를 차지하였다. 응답자의 직무 특성을 분석한 결과, 직영매장 가두점 근무자(34.7%), 스토어 매니저(점장, 37.8%), 풀타임 정규직(41.9%), 5년~10년 미만의 서비스업 총 경력자(26.9%)가 가장 많았다. 응답자의 브랜드 특성을 분석한 결과, 종합 브랜드(42.5%), 중가(46.9%), 국내 브랜드(62.8%)가 가장 많았다.

응답자의 인구통계적 특성에 따른 의류 판매원의 감정노동 프로세스의 집단 간 차이를 살펴본 결과, 연령과 결혼 여부에 따라 감정노동 프로세스 대부분의 항목에서 통계적으로 유의미한 차이가 있음을 발견하였다. 연령이 높을수록 긍정적 감정노동 수행 형태를 보였으며, 기혼자의 경우 미혼자보다 높은 긍정 정서성을 가지고 감정노동을 수행하며 감정고갈, 물개인화, 이직의도에서 낮은 수치를 보였다.

응답자의 직무 특성에 따른 의류 판매원의 감정노동 프로세스의 집단 간 차이를 살펴본 결과, 근무지에 따라 감정노동 프로세스 대부분의 항목에서 통계적으로 유의미한 차이를 발견하였으며, 직책과 고용형태, 서비스업 총 경력에 따라서는 부분적으로 유의미한 차이를 발견하였다. 백화점은 개인 대리점과 아울렛보다 낮은 심층행동을 보였으나 자기 효능감이 높았으며, 면세점은 감정고갈, 물개인화, 이직의도에서 상대적으로 높은 수치를 보였다. 코디네이터의 경우 다른 직책에 비해 부정정서성과 물개인화가 높았으며, 5년 이상 경력의 판매원들은 경력 3년 미만의 판매원들보다 부정정서성, 표면행동, 물개인화가 낮은 것으로 나타났다.

응답자의 브랜드 특성에 따른 의류 판매원의 감정노동 프로세스의 집단 간 차이를 살펴본 결

과, 브랜드 가격과 국적에 따라 통계적으로 유의미한 차이를 발견하였다. 고가와 저가 브랜드 판매원이 중가 브랜드 판매원보다 높은 감정고갈, 몰개인화 및 이직의도를 보였으며, 국내 브랜드 판매원은 심층행동을 통해 감정노동을 수행하며 상대적으로 낮은 감정고갈과 몰개인화를 보였다.

4. 결론

감정노동 프로세스의 집단 간 차이 검정 결과, 연령이 높고, 결혼을 하고, 오랜 서비스 경력을 체득한 경력직 의류 판매원의 경우 감정노동 문제를 긍정적으로 극복할 수 있는 가능성이 엿보였다. 반면, 어리고 미혼이며 경력이 3년 미만인 판매원들의 경우 감정관리에 취약하고 부정적 정서를 보이는 것으로 나타나 이러한 직원들을 대상으로 감정노동 문제의 인식, 극복방안 마련 및 지원 프로그램을 개발하는 조직의 노력이 필요해 보인다. 본 연구의 결과를 바탕으로 패션 기업들이 의류 매장의 젊고 신선한 분위기 유지 및 인건비 절감을 위해 어린 판매원 고용을 선호하는 추세를 성찰해 볼 필요가 있다. 백화점 및 면세점에 근무하는 판매원들은 대리점 및 아울렛 근무 판매원들보다 높은 감정노동 강도를 경험하였기에, 백화점 및 면세점의 경우 판매원들의 감정노동 문제에 더욱 적극적으로 대처할 필요성이 있겠다. 백화점에 입점해 있는 저가의 패스트 패션 의류 판매원의 경우 감정노동의 강도를 더욱 높게 경험할 가능성이 있으며, 고가의 럭셔리 브랜드 판매원의 경우 감정노동의 강도는 높으나 자기효능감 또한 높아 브랜드에 대한 자부심을 내면화하여 감정노동의 강도를 경감시킬 가능성을 고려해야 하겠다. 본 연구의 결과를 바탕으로 의류 소매업의 판매원은 인구통계적 특성, 직무 특성, 브랜드 특성에 따라 감정노동을 수행하는데 차이가 있음을 인식하고, 의류 판매 서비스 품질 향상 및 비즈니스 효율성 도모를 위한 감정노동 문제 개선에 있어 패션 기업의 차별적 접근이 필요하겠다.

■ 참고문헌

- Grandey, A. A. (2000). Emotion regulation in the workplace: A new way to conceptualize emotional labor. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5, 95-100.
- Hochschild, A. R.(1979). Emotion work, feeling rules, and social structure. *American Journal of Society*, 85(3), 551-575.
- Rafaeli, A., & Sutton, R. I. (1987). Expression of emotion as part of the work role. *Academy of Management Review*, 12(1), 23-37.

고대 이집트 복식을 응용한 3차원 의상 시뮬레이션 연구

-DC suite을 중심으로-

Yuan XinYi* · 배수정

전남대학교 생활과학대학 의류학과 박사과정

전남대학교 생활과학대학 의류학과 교수

1. 연구목적

고대 이집트 복식은 오랜 시간을 거쳐 끊임없이 재구성되어 왔고 현대에도 많은 디자이너들에게 영감을 준다는 점에서 패션계에서 중요한 위치를 차지하고 있다. 디지털 클로딩은 3D 컴퓨터 디지털 기술을 활용하여 하나로 통합된 프로그램 내에서 가상의를 제작하는 것을 말하며, 렌더링과 시뮬레이션을 포함하여 옷의 형태를 컴퓨터상에 재현하는 기술이다(이서윤, 조규화, 김지영, 2014). 지금까지 이집트 복식을 모티브로 하여 현대적 디자인으로 재구성한 연구나 디지털 클로딩 프로그램을 활용하여 의상을 디자인한 연구는 많으나, 둘을 접목시킨 연구는 많지 않다. 이집트 복식을 모티브로 한 디자인들은 공통적으로 다양한 형식과 문양, 두드러지는 입체감을 특징으로 하기 때문에 디지털 클로딩 프로그램을 활용했을 때 그 특성을 더 잘 드러낼 수 있다. 본 연구는 고대 이집트 복식을 응용한 의상디자인을 디지털 클로딩 프로그램으로 구현함으로써 패션 분야의 디지털화를 통한 효율성 향상에 기여하고자 하는 데에 목적이 있다. 최근 이집트 복식을 응용한 디자인이 활발히 발표되는 만큼, 본 연구가 이집트 복식을 응용한 의상을 디자인하려는 패션디자이너들에게 새로운 방법을 제시할 수 있으리라 기대한다.

2. 연구방법 및 내용

본 논문은 고대 이집트 복식을 형태, 색채, 문양, 직물 등으로 나누어 분석한 후 이를 모티프로 하여 현대적인 감각의 의상디자인을 개발하고 디지털 시뮬레이션으로 구현하였다. 이를 위해 고대 이집트 복식과 관련된 국내 단행본과 간행물 및 학위논문 등의 문헌자료를 중심으로 살펴보았으며, 최근 3년간 컬렉션에서 발표된 이집트 복식을 응용한 디자인을 참고하였다. 이후 서울대학교 디지털 클로딩 센터에서 개발된 3D 시뮬레이션 프로그램인 DC Suite version 5.0을 사용하여 의상디자인을 3D로 구현하였다.

+ 이 논문은 2015년도 정부(교육과학기술부)의 지원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행한 연구임 (BK21플러스 사업. S15HR15D0801).

3. 결과 및 고찰

1) 고대 이집트 복식을 응용한 디자인

디자인1은 이집트 복식 중 칼라시리스를 현대적 디자인으로 재구성한 것이다. 칼라시리스는 속이 비치는 리넨을 주 소재로 하여 인체의 실루엣을 자연스럽게 드러내는 것이 특징인데(김영옥, 안수경, 조신현, 2010) 디자인1은 이러한 특성을 살린 원피스형태 드레스이다. 상체 쪽은 길고 넓은 금색 쉬폰 소재를 주름 잡아서 앞에서 x자로 교차시킨 후 양끝 부분을 등 뒤에서 묶은 형태이다. 묶은 옷감은 등에서 바닥까지 늘어뜨린 후 50cm~1m 가량의 길이로 바닥에 길게 늘어뜨렸으며 폭이 점점 넓어지는 형태로 구성하였다. 여기에 이집트 상형문자를 프린트 한 직물을 사용하였다. 하체는 반투명한 아이보리색 실크 재질을 사용했으며, 아래쪽으로 갈수록 폭이 넓어지는 A라인 형태로 디자인하였다. 잔주름이 매우 많고, 폭이 풍성하여 화려하고 여성스러운 느낌을 주며, 비치는 재질을 통해 하체의 실루엣을 자연스럽게 드러내는 것이 특징이다.

디자인2는 시스 스커트 중에서도 어깨끈을 달아서 가슴이 노출되지 않은 형태를 응용하였다(배수정, 2008). 상체는 작은 사각 스팅글이 반복되는 금색 폴리에스테르 원단 옷감을 두르고, 여기에 실크 재질의 넓은 금색 어깨 끈 두 개를 연결하여 가슴을 가리었다. 하의부분은 고대 이집트에서 왕족이 사용했던 머릿수건인 클라프트에서 영감을 얻어 직사각형의 각각 길이가 다른 긴 가죽 여러 조각을 연결하여 스트라이프 줄무늬처럼 보이도록 디자인하였다. 각 가죽의 색깔은 블루, 레드, 골드 등 이집트 장신구에서 자주 사용되었던 색으로 구성하였으며 앞판이 뒤판에 비해 조금 짧아 비대칭을 이루도록 디자인하였다. 마지막으로 장식용 쓰개는 마직물로, 안쪽에 상형문자 문양을 프린트하였으며 윗부분은 좁고 아래로 갈수록 넓어지는 형태로 길이는 바닥까지 온다. 빛이 반사되는 금색의 상의와, 여러 색깔의 비대칭 하의에 머리쓰개를 결합함으로써 매우 화려하고 독특한 느낌을 주는 것이 특징이다.

2) DC Suite으로 디지털 클로딩 제작과정

앞서 완성된 그림의 디자인을 DC Suite 프로그램을 활용하여 구현하였다. DC Suite의 두 가지 패턴 메이킹 방법 중 본 연구에서는 패턴 캐드로 직접 제도하는 방식을 활용했는데, 각 의상의 폭과 길이는 수치를 입력하고 조절하여 정확하게 표현하였다. 이후 그려진 패턴을 패턴로 전환하기 위해, 앞판과 뒤판을 구분하여 바디에 입힐 위치에 정확히 배치한 후 3D로 변환하였다. Garment 제작 단계에서는 상의와 하의, 앞판과 뒤판을 가상모델 몸에 알맞게 배치하고 각각의 봉제선을 연결해 주었다. Garment 제작이 완료된 이후에는 시뮬레이션을 실행하기 위해 모델의 동작을 선택한 후, textile과 texture에 해당하는 그림 파일을 프로그램에 삽입하고, 셰이더 메뉴를 통해 직물의 소재를 표현하였다. 원단의 투명도, 무게, 딱딱한 정도 등은 수치를 조절하여 선명하게 드러나게 하였다.

4. 결론

본 연구는 디지털 클로딩 기술을 활용하여 고대 이집트 복식 중 칼라시리스와 시스 스커트를 응용한 두 벌의 디자인을 개발하였다. DC Suite 프로그램을 이용하여 디지털 클로딩 디자인 제작과정의 효율성을 모색한 결과, 디자인 변형이나 패턴 수정 시 중복된 작업이 필요 없으며, 결과물을 실시간으로 바로 확인할 수 있어 제작 시간을 크게 단축할 수 있었다. 텍스타일과 원단을 적용할 때에도 간단하고 빠르게 실현할 수 있었으며, 원단의 투명도, 무게, 드레이프성 등의 수치

를 조절하는 것으로 디자인의 다양한 변화를 확인할 수 있어 자원이 절감되는 효과를 볼 수 있었다. 현재까지의 디지털 클로딩 기술은 한계가 있으나 향후 프로그램이 개발됨에 따라 패션 분야의 디지털화를 통한 효율성의 향상에 크게 기여할 수 있으리라 본다. 본 연구가 디자인의 디지털화 및 고대 복식을 응용한 창의적 의상디자인 개발을 위한 기초 자료로 활용될 수 있기를 기대해 본다.

■ 참고문헌

- 김영옥 · 안수경 · 조신현(2010), "서양복식문화의 현대적 이해", p26.
이서윤 · 조규화 · 김지영(2014), "디지털 클로딩에 의한 웨딩드레스 디자인 개발". *패션비즈니스*, Vol. 18 No.2.
배수정(2008), "현대패션과 서양복식 문화사", p17.

영화 <이상한 나라의 앨리스>의 패션색채 연구

박 혜 원
창원대학교 의류학과

1. 연구목적

본 연구는 2010년 개봉된 팀 버튼(Tim Burton 미국, 1958 ~) 감독의 환타지 영화 <이상한 나라의 앨리스 Alice in Wonderland>에 등장하는 주인공 앨리스의 영화의상 색채분석을 수행하는데 그 목적이 있다. 영화의상은 단순한 주인공의 특성을 알려주는 시각적 매체일 뿐 아니라, 감독이 전달하고자하는 영화의 본질과 그 안에 내재되어있는 각종 정보의 결과이며 또한 스토리의 구조와 그 흐름을 알려주는 역할을 하기에 영화에서는 매우 중요한 요소이기 때문이다. 특히 판타지 영화에서의 색채는 그 이미지 효과로 인해 중요하며, 의상의 색채를 단편적 분석이 아니라 스토리 전개에 따라 영화 배경과 함께 비교분석하는 것은 의미있다고 생각한다.

2. 연구방법 및 내용

연구방법은 이론연구와 실증적 연구를 수행 하였다. 소설 <이상한 나라의 앨리스>와, 팀 버튼 감독 이전의 영화 혹은 만화영화 <이상한 나라의 앨리스> 관련 문헌 및 인터넷 자료를 검색하였으며, 영화의상관련 문헌연구, 선행연구들을 살펴보았다. 이를 통하여 이상한 나라의 앨리스의 문학적, 대중문화적 의미 등에 관련된 이자료를 조사하였다. 실증적 연구는 영화 <이상한 나라의 앨리스>를 DVD로 본 후, 스토리 전개별 대표 이미지 9장면을 캡처하였다. 각 장면을 픽셀 조절을 통한 모자이크 이미지화 시켜 대표 색상을 분석하고 또한 각 장면의 배경과 앨리스 패션(머리부터 발끝까지)의 대표 색상을 추출하여 먼셀 색환과 PCSS 톤 맵으로 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 문헌연구 결과

팀 버튼 감독은 영화적 색채의 독특함으로 유명하며, 미국의 제 83회 아카데미 시상식에서 미술상과 의상상을 비롯하여 64회 영국 아카데미 시상식에서 역시 의상상, 분장상, 미술상을 수상하였다. <이상한 나라의 앨리스>는 루이스 캐럴(Carroll, L. 1832-1898)의 영국소설 <Alice's Adventures in Wonderland(1865)>이 원작이다. 2010년 개봉된 팀 버튼의 영화 <이상한 나라의 앨리스>는 루이스 캐럴(Carroll, L. 1832-1898)의 소설도 그리고 디즈니사의 애니메이션도 아닌 완전 새롭고 독창적인 버전으로 인정받고 있다. USA Today에서의 지적처럼 “월트 디즈니의 앨리스가 소녀적(girlish, frilly)이고 영국적인 긴장한 느낌(uptight)인 반면에 팀 버튼의 앨리

Corresponding author : Park, Hyewon Tel.+82-55-213-3494 Fax.+82-55-213-3490
E-mail : hwpark@changwon.ac.kr

스는 전투적이고 성숙하다는 것”으로 평하였다. 캐럴의 앨리스는 호기심 많고 상상력이 풍부한 보통의 소녀라면 팀버튼의 앨리스는 강하고 자의식이 충분하고 생산적이고 앨리스말고는 앨리스처럼 될 수 없는 그런 주인공이라고 규정하고 있다. 현실사회를 반영하여 과거의 앨리스보다 더 강해지고 철학적인 느낌은 줄여서 꿈이 아닌 현실을 존재하는 원더랜드로 표현한 것으로 해석하기도 한다.

팀 버튼의 <이상한 나라의 앨리스> 영화에 대한 국내의 연구는 문학적 환상성의 이론을 토대로 경이성, 과장성, 모방성을 도출하거나 의복의 과장, 축소 형태의 의인화나 변화, 인위적 변형, 부자연스러움, 모방과 해체등의 시각 요소의 분석을 중심으로 진행되었거나 여성성에 관련된 연구의 사회학적 관점에서의 연구도 진행되어 비교적 꾸준히 연구가 진행되어왔다. 그러나 색채가 포함되지 않은 아쉬움이 있다.

2) 주인공 앨리스의 패션 색채 결과

(1) 앨리스의 프로포즈 장면

인물(앨리스의 피부, 머리색, 옷)과 배경을 색상환으로 분석한 결과, 인물은 R, PR, PB계열이었고 특히 PB계열이 집중되어 나타났다. 톤 분석에서는 인물은 페일, 라이트 그레이시, 그레이시, 스트롱, 디프톤으로 채도가 낮은 그러나 중명도 이상의 높은 명도에 주로 배치되었다. 배경의 경우는 GY, G의 그린, 그린옐로우 색상에 편중되었으며 톤의 경우는 그레이시, 스트롱, 디프톤으로 명도는 중명도 이하의 무게감과 중채도에 집중되어 인물이 두드러지고 인물은 매우 밝고 그러나 페일, 라이트 톤의 분위기로 표현되고 있다.

(2) 토끼를 뒤따라 숲을 뛰어가는 장면

인물은 PB, RP, B의 블루, 퍼플계통의 신비스러움이 표현되고 톤의 경우는 라이트 그레이시, 덜, 디프 톤에 집중되었다. 배경의 경우는 Y, GY, G, BG등 숲속의 색채들로 톤의 경우는 덜, 다크, 다크 그레이시, 디프 톤으로 다소 어둡고 무거운 배경으로 암시적 느낌을 주고있다.

(3) 원더랜드로 떨어지는 토끼 굴 입구

앨리스가 잠시 망설이며 호기심을 품는 이 장면에서 인물의 색은 모두 B계열이며 머리색상에 의해서만 다소 yR계열이 보인다. 톤의 경우 라이트 그레이시와 약간의 스트롱 톤으로 인물은 몽환적으로 보이고 있다. 반면 배경의 경우는 색상에 있어서 인물과 중복되는 B 계열이 강하나 G색상이 우세하다. 톤의 경우는 인물은 앞의 1, 2 장면과 마찬가지로 라이트 그레이시, 스트롱 톤이며 배경은 대조적인 다크 톤에 집중되어 있고 하늘 배경으로 인한 페일도 나타나 대조적인 톤의 배경을 이룬다.

(4) 토끼굴로 떨어진 후의 어두운 실내

인물은 모두 R, YR 일색이며 톤의 경우는 다크와 디프 톤이다. 배경의 경우도 색상은 모두 YR에 집중되어 앨리스와 배경이 섞이는 모호함을 주고있다. 배경의 톤 역시 덜과 다크 톤이 집중되었는데 다크 톤이 우세하다. 미지의 세계 앞에서의 두려움과 어두움이 가득한 느낌을 주고 있다.

(5) 원더랜드에 도착한 앨리스

인물은 모두 PB계열로 환상적이고 창백하다. 톤의 경우는 라이트 그레이시, 덜 톤이며 배경의 색상은 이전의 장면들 보다 다소 다양하여 RP, PB, G, GY이며, 배경의 톤은 페일, 그레이시, 덜, 다크 톤으로 다양하게 분포되었으나 주로 한색조와 명도가 낮은 톤과 회색조의 조합으로 신

비스러움이 오버랩 되었다.

(6) 갑옷을 입은 앨리스

붉은 여왕과 맞서는 하얀 여왕을 도와 전사로 변한 앨리스의 장면이다. 인물의 색상은 B, RP, YR 이며 배경의 색상은 YR, RP, P이다. 그러나 배경의 톤은 인물이 라이트 그레이시, 그레이시, 덜 톤의 중명도 저채도의 회색조가 가득한 느낌이나 배경은 이보다 더 명도가 높은 페일 톤, 그레이시, 그리고 약간의 다크가 존재한다.

(7) 전사 앨리스의 전투 장면

인물은 YR, PB이며, 배경은 RP, P, PB로 색상이 유사하다. 톤 분석에서는 인물은 그레이시와 다크 톤이며 배경은 조금 더 확대되어 라이트 그레이시, 그레이시, 다크 그레이시의 그레이 톤과 다크 톤으로 저채도 저명도의 배경으로 무거운 긴장감을 주었다.

(8) 전투 승리 후 영웅 앨리스

인물의 색상은 YR, P, PB로 앞 장면과 동일하다. 배경의 색상 역시 YR, P, PB로서 동일하며 단지 R계열이 더 표현되었다. 톤의 경우 인물은 그레이시, 덜, 다크 그레이시 였으며 배경은 앞의 장면에 비하여 다크 톤이 조금 더 많으며 또한 라이트 그레이시도 많은 면적으로 나타나 명도의 차이가 대비되어 인물을 도드라지게 부각시키는 효과를 주고 있다.

(9) 현실로 돌아와 항해를 떠나는 앨리스

결혼을 선택하지 않고 항해를 떠나 독립적인 여성으로 미래 개척을 꿈꾸는 앨리스를 표현한 장면이다. 인물 B 색상으로 동일색상으로 표현되며 배경은 보다 다양하여 YR, R, PR, B로 나타나고 있다. 톤의 경우 인물은 덜, 다크 톤으로 나타났으며 배경은 그레이시, 스트롱, 다크 그레이시, 다크, 디프 톤으로 강하고 웅장한 느낌으로 인물을 받쳐주고 있다.

4. 결론

영화의 배경과 의상을 포함한 인물의 색채는 영화의 각 장면의 이미지 전달력에 매우 중요하다. 특히 뛰어난 상상력과 컴퓨터 그래픽, 의상 등으로 색채마술적 판타지를 선보인 팀 버튼 감독의 <이상한 나라의 앨리스>에서는 스토리의 서사적 구조와 함께 인물의 일관된 색상과 톤의 미미한 변화와 달리 배경은 유사, 대조 톤의 변화를 통하여 이미지를 잘 표현하였음을 알 수 있었다. 각 장면마다 제한된 색상과 일관된 톤의 움직임이 원더랜드와 주인공 앨리스의 변화를 잘 표현하였음을 알 수 있었다. 본 연구는 문헌연구와 함께 실제 기승전결의 서사구조에 따른 장면을 색채분석을 하여 보다 실증적으로 색상과 톤의 변화를 살펴본 것에 의미를 둘 수 있으며 앞으로 영화의 색채 연구에 도움이 될 수 있을 것으로 기대한다. 앞으로 앨리스 뿐 아니라 등장 인물과의 구조와 갈등 또한 색채적 분석이 필요할 것으로 보이며 총 9가지 장면만을 대표로 선정하여 분석하였기에 확대 해석에는 제한이 있음을 밝힌다. 그러나 기존의 선행연구가 형태적 분석에 머문 것과는 달리 배경과 인물 의상의 색채분석을 함께 진행하여 판타지영화의 특성중 하나인 색채 이미지를 중점적으로 다루었다는 점에서는 차별성을 갖을 수 있다고 사료된다.

■ 참고문헌

Marling, Karal Ann(1999), "Really the Are Disney Movies Devil's Work?" , Culturefront 8(3/4), pp.25-28.

Edelstein, David(2010), "Welcome to the Fun House", New York, Mar, 08.

Deborah Ross(2004), "Escape from Wonderland : Disney and Female Imagination", s :
Journal of Fairy- Tale, Marvel & Tale Studies 18(1), pp53-66.

Setoodeh, Ramin, "Rabbit Redux", Newsweek, 155(10), 2010, pp. 50-51

Susan, Wloszczyna, " Alice's World Looks Curiouser", USA Today, 2010년 2월 26일
자.Feminist Response to Pop Culture 48, pp.26-31.

Callen, Jeffrey C. " Impossible Things", Administrative Theory & Praxis(M.E. Sharpe),
34(1), 2012, pp.120-124.

Howard, Hilary, "Follow That Rabbit to the Makeup Aisle: Style Desk", The New York
Times, 2010. 2. 18

패션 브랜드의 아이덴티티 표현요소로서 일러스트레이션 특성 연구

백정현* · 배수정

전남대학교 의류학과 강사*

전남대학교 의류학과 교수 전남대학교 생활과학연구소

1. 연구목적

패션 브랜드의 아이덴티티는 제품 디자인이나 마케팅의 구심점으로 소비자가 패션 브랜드의 이미지를 인지하고 결정하고 나아가 브랜드의 자산과 문화를 구성하는 중요한 요소가 된다. 특히, 패션은 다른 분야에 비해 트렌드의 교체 속도가 빠르고 아이템의 종류가 많기 때문에 고유의 아이덴티티를 유지하는 것과 시대의 변화를 앞서 표현할 수 있는 유연성이 동시에 요구된다. 따라서 패션 브랜드도 차별화된 아이덴티티를 가지기 위해서는 트렌드를 반영하면서도 브랜드의 컨셉을 유지하는 디자인과 브랜드의 문화와 역사에 대한 독특한 이야기와 정서를 동시에 전달할 수 있는 감성적 표현방법에 대한 전략이 선행되어야 한다. 이에 본 연구는 일러스트레이션을 브랜드 아이덴티티 디자인을 위한 효과적인 서브그래픽 엘리먼트(Subgraphic Element)로 인식하고 브랜드의 컨셉과 제품 이미지의 감성적 표현을 위해 활용된 사례들을 디자인적 측면과 마케팅적 측면에서 그 특성을 분석하고자 하였다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 문헌 연구와 실증 연구를 중심으로 진행하였는데, 문헌연구는 패션 브랜드의 아이덴티티와 일러스트레이션에 관련한 선행논문과 단행본, 국내 일간지 및 인터넷 신문, 패션 전문기관(삼성디자인넷:www.samsungdesign.net), 패션정기간행물(패션비즈, 패션채널, 어패럴 뉴스, 패션지오), 패션 브랜드의 웹사이트 등에서 수집한 자료를 고찰하였다.

패션 브랜드에 나타난 일러스트레이션의 활용 사례는 2000 S/S~20015 S/S 세계 4대 컬렉션(Prêt-à-Porter Collection: Paris, Milano, London, New York)을 중심으로 패션컬렉션전문지(Mode et Mode, Fashion New, Gap), 패션정기간행물(Vogue, Bazaar), 패션컬렉션전문 웹사이트(www.style.com) 등에서 디자인 측면과 마케팅 측면으로 분류하여 수집하였다.

3. 결과 및 고찰

패션 아이템에의 활용은 의상이나 가방, 신발, 액세서리 등의 패션 아이템에 프린트된 형태로 가장 일차적으로 일러스트레이션에 접근할 수 있는 방법이다. 2000년대 초반에는 패션 아이템에

Corresponding author : Soo-Jung, Bae Tel.+82-62-530-1344 Fax.++82-62-530-1349
E-mail : sjbae@jnu.ac.kr

만 한정적으로 적용되었지만 최근에는 한 시즌의 표현 주제로 광고 캠페인과 패션쇼의 무대장치, 쇼윈도우 디스플레이에 이르기까지 전반적으로 활용되어 디자인 컨셉의 역할을 함으로써 일관된 모습을 보여주는 경우가 많아졌다는 특성을 보였다. 표현 형태에 있어서도 만화적 표현이나 패션 일러스트레이션(스타일화)이 주를 이루던 것에서 벗어나 개성적인 시각적 표현들을 시도하고 있으며, 순수미술 작가나 그래픽 디자이너가 참여하는 콜레보레이션이 활성화되면서 그 표현도 다양해지고 작품화 되는 경향을 보여 패션 디자인의 조형적 가치를 높이는 역할을 하고 있다. 또한 조사 결과 F/W 시즌보다 S/S 시즌에 활용도가 높은 것으로 나타났는데, 이는 프린트가 용이한 소재의 특성에 관한 부분이 작용한 것으로 보이며, 경쾌하거나 캐주얼한 이미지를 자아낼 수 있어 봄여름 시즌에 더욱 적합하기 때문으로도 해석해 볼 수 있다. 일러스트레이션이 패션 아이템에 표현된 형태를 살펴보면 프린트나 직조된 형태가 대부분이었으며, 가방, 신발, 액세서리의 경우에는 표면에 프린트된 경우, 패치의 형태로 부착된 경우, 입체적인 형태로 표현된 경우로 세분할 수 있었다.

마케팅적 측면에서는 일러스트레이션을 패션 아이템 이외에 브랜드 아이덴티티와 관련하여 해당 시즌 컬렉션 홍보의 목적으로 활용하는 사례를 중심으로 분석하였다. 세부적으로는 브로슈어나 룩 북, 지면광고 등 인쇄물에 활용된 경우, 웹사이트나 동영상, 애니메이션 등과 같은 영상물에 활용된 경우, 패션쇼의 무대장치, 매장의 인테리어, 쇼윈도우 디스플레이 등 패션연출을 위한 공간에 활용된 경우의 세 가지로 분류하였다.

더불어 브랜드의 이미지를 고착 및 확대하거나 매스티지 아이템의 활성화, 패션 브랜드의 문화 후원이나 사회적 이슈를 표현하는 방법으로서도 활용도가 높으며 예술적 가치가 더해진 독특한 스타일 창출이 용이하므로 다양하고 풍부한 이야기를 엮어낼 수 있는 등 많은 장점을 가지고 있는 것을 확인할 수 있었다.

4. 결론

연구 결과 일러스트레이션은 소비자의 감성을 자극하며, 유머와 따듯함을 전달하여 공감대 형성이 용이하고, 상품에 담긴 이야기를 쉽게 이해되도록 하며, 시각적인 자극효과가 커서 오랫동안 기억에 남기 때문에 브랜드의 이미지를 확실하게 심어주는 효과를 발휘할 수 있는 것으로 나타났다. 이처럼 패션 브랜드 아이덴티티의 요소로 활용된 일러스트레이션은 제 3의 로고와 같은 기능이 가능한 브랜드 상징요소의 일종으로 소비자의 상표 기억도를 높임으로써 타 브랜드와의 이미지 차별화에 긍정적 영향을 줄 수 있다. 이러한 연구를 통해 순수미술을 응용하는 사례에 비하여 소비자에게 보다 쉽고 친근하게 다가갈 수 있고, 궁극적으로 브랜드 이미지도 향상시킬 수 있는 일러스트레이션의 가치를 재발견할 수 있는 기대효과가 있을 것으로 생각된다.

■ 참고문헌

- 김현정(2011), “컨템포러리 아트를 통한 럭셔리 패션 브랜드의 아트 마케팅 전략 연구-루이비통, 에르메스, 프라다의 전략분석을 중심으로, *이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문*, p.20.
- 백수연(2003), 브랜드 시각 아이덴티티(Brand Visual Identity)의 전략에 관한 연구, *중앙대학교 예술대학원 석사학위논문*, p.12.
- 백정현 · 배수정(2012), “럭셔리 패션 브랜드의 문화예술 활용에 관한 연구-PRADA를 중심으로”,

패션비즈니스, 16(5), p.151.

최정운 · 김정연, “브랜드 아이덴티티 표현전략으로서의 일러스트레이션 연구-화장품 브랜드 사례를 중심으로”, *일러스트레이션 포럼*, 17, pp.31-34.

GPS 장치를 이용한 반려동물 목줄 디자인 사례 연구

김수지* · 이영재

한양대학교 주얼리패션디자인학과

1. 연구목적

최근 1인 가구와 고령인구의 증가에 따라 반려동물과 함께 하는 인구가 천만명이 넘어 인구의 5분의1에 달한다. 애완동물이 인생의 동반자 역할을 하는 반려견이 우리 삶의 일부로 자리 잡고 있다. 그러므로 이들이 실종될 경우 가족을 잃은 것과 같은 극심한 슬픔에 직면하게 된다. 이에 아두이노 GPS 모듈과 LED 조명을 활용하여 반려동물의 안전과 실종 시 위치를 추적할 수 있는 장신구를 제작하는 연구가 활발히 진행되고 있다. GPS 모듈의 사이즈가 20mm*35mm가 되기 때문에 장신구 크기가 그 이상의 사이즈로 제작되어야 하며, 디자인적인 요소를 더하여 아두이노가 들어가 있는 것이 잘 보이지 않는 형태와 반려동물의 등 부분에 LED 조명을 넣어 밤길에도 안전을 지켜주는 디자인이 대부분이다. 애완동물 관련 산업의 규모가 커지고 있고 그에 따른 액세서리 개발 분야에 IT를 접목한 사례 연구를 통해 디자인적으로 세련된 다양한 디자인을 할 수 있는 기초자료를 제공하는데 연구목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

현재 시중에 나와 있는 반려동물의 위치 추적장치 대부분은, 국내에서 상용화가 되지 않았다. GPS 추적장치를 이용하여 사용자가 등록한 모바일기기로 반려동물의 위치를 추적할 수 있는 시스템으로 이루어져 있다.

1) Tractive

“Tractive”는 GPS 기술이 탑재된 초소형 장치를 반려동물에 부착해 동물의 위치를 스마트폰으로 확인할 수 있다. 이 제품의 강점은 무료 애플리케이션을 통해 반려동물의 활동 범위를 가상 울타리를 설정하고 세이프 존으로 정의 내릴 수 있다는 점이다. 세이프 존을 이탈했을 시 모바일 기기를 통해 경보메시지를 보내 사용자가 알 수 있도록 하고 있다. 또한 애플리케이션을 이용하여 동물병원 방문 예약이나 예방 접종 관리 등을 할 수 있다. 다만 “Tractive”는 4.5kg 이상의 애완동물에 사용하기를 권장하고 있다. 이 제품은 유럽을 포함해 약 70여개의 나라에서 사용 가능하며 GPS 추적 서비스를 이용 시 249달러의 기계 값 외에 매달 3.75유로를 지불해야 한다.

2) TAGG

“TAGG”는 4가지의 디자인으로 나온 GPS 추적장치이다. 이 제품의 강점은 무료 애플리케이션은 물론, 사이트를 통해 반려동물의 위치를 추적할 수 있기 때문에 PC와 모바일기기 모두 사

Corresponding author : Lee, Youngjae Tel.+82-31-400-5696 Fax.+82-31-400-5681
E-mail : YJL@hanyang.ac.kr

용 가능하다. 또한 반려동물이 길을 잃었다고 판단이 될 때 애플리케이션은 물론 이 메일, 문자를 통해서 사용자에게 알린다. 충전형태의 배터리는 10일정도 사용이 가능하며 1시간이내에 충전이 가능하다. 방수기능과 충격에 견딜 수 있도록 내구성을 높였기 때문에 활동적인 반려동물에게도 적합하다. “Tagg”는 반려동물의 체온을 감지하는 것 외에도 시간대에 따라 활동과 휴식의 정도를 그래프로 제공한다. 이를 이용해 사용자는 반려동물의 건강을 체크할 수 있다. 단, 서비스는 미국에서만 가능하며 이용하려면 매달 8달러의 사용료를 납부해야 한다. 제품 가격은 약 70달러 내외이다.

3) StickR TrackR

“StickR TrackR”는 본래 귀중품의 분실을 막고, 정확한 위치 파악을 위해 제작되어 반려동물 목줄에도 유용하게 활용할 수 있다. 이 제품을 어디든 붙여놓기만 하면, 스마트폰 애플리케이션으로 물건을 위치를 추적하고 지도상에 위치를 표시한다. 하지만 반려동물에 특화된 상품이 아니기 때문에 위치추적 이외에 기능이 부족하다. 상품은 동전만한 크기(25mm)이며, 장착된 배터리는 1년간 사용이 가능하다. 한개당 25달러이고 여러개를 한 번에 구입 시 할인된 가격으로 구매가 가능하다.

3. 결과 및 고찰

첫째, “Tractive”는 단순한 디자인을 가지고 있음에도 불구하고 소형견에게는 부적절한 사이즈를 가지고 있다. 따라서 4.5kg이상의 반려동물에게 사용할 것을 권장하고 있다. 또한 상대적으로 가격대가 비싸고, 애플리케이션을 이용해야하기 때문에 스마트 기기 활용을 하지 못하는 장년층의 사용이 어려울 수 있다. 둘째, “StickR TrackR”는 다른 2가지 상품에 비해 작고 가벼운 대신, 반려동물만을 위한 서비스가 현저히 부족하다. 상대적으로 저렴한 가격에 구입이 가능하여 다른 서비스 대신 반려동물의 위치추적만을 위해 사용하는 사람에게 적합하다. 셋째, “TAGG”는 애플리케이션 외 이메일과 문자를 통해 반려동물의 위치를 알려주기 때문에 스마트기기의 활용이 어려운 장년층에게 도움이 될 수 있다. 한 번 충전 시 10일 지속이 가능하기 때문에 반려동물을 기간내에 찾지 못하면 GPS 추적기의 역할을 하지 못하는 문제점이 있다.

4. 결론

시중에 나와 있는 GPS 장치를 이용한 반려동물 목줄 디자인 사례 연구한 결과 대부분이 해외 디자인으로 국내 것은 없었다. 국내의 경우는 내장형 칩으로 반려동물의 주인 이름, 주소, 연락처, 주민등록번호 등의 개인정보를 알 수 있고, GPS추적도 가능하도록 되어있을 뿐 외형적으로 나타나는 상품이 상용화된 단계는 아니다. 디자인은 최첨단 IT를 내장한 느낌이 나는 심플하고 모던한 것이 대부분으로 반려동물의 이미지에 맞는 귀엽거나 사랑스러운 느낌의 디자인은 없었다. 귀엽고 반려동물이 좋아할만한 동화적인 디자인으로 다양하게 만들어지면 상품성이 더 있을 것으로 사료된다.

“Tractive”의 경우 화이트와 블랙 2가지 색상에 1가지 디자인의 상품이 전부였고, “TAGG”는 4가지 색상을 선택할 수는 있지만 디자인 역시 1가지였다. “StickR TrackR”는 반려동물에게 장착할 수 있는 제품은 블랙 한가지 색상에 원형형 1가지 디자인이 전부이다. 제품들은 전부 반려동물의 모피 색상과 무관하게 진행된 것으로 반려동물의 모피 색을 고려해 톤온톤 배색이나 모노

톤 배색으로 제품을 기획하여 다양한 제품으로 소비자의 구매의욕을 자극할 필요가 있음을 알 수 있었다.

■ 참고문헌

“Tractive”, 05.04.2015 from <https://tractive.com>

“TAGG”, 05.04.2015 from <http://www.pettracker.com>

“tickR TrackR”, 05.04.2015 from <https://www.thetrackr.com>

양진숙, 김주연(2014), “뉴미디어 시대의 웨어러블 디바이스 사례분석 연구 : 휴대형 디바이스를 중심으로”, 한국디자인문화학회

SPA 브랜드의 지속가능패션에 관한 연구

-H&M 브랜드를 중심으로-

정경희* · 배수정

전남대학교 의류학과 강사*, 전남대학교 의류학과 교수

1. 연구목적

SPA 브랜드의 성장으로 국내 캐주얼 브랜드 및 국내 패션 시장 환경은 급속도로 변화하고 있다. 2005년, '유니클로(Uniqlo)'의 국내 진출을 시작으로 2008년 '자라(ZARA)', 'H&M' 등 글로벌 SPA 브랜드의 진출이 본격화된 이후, SPA 시장은 꾸준히 성장하고 있으며, 이에 국내 패션 시장에서도 SPA 브랜드에 대한 관심이 증대하고 있다. 특히, 2013년 국내 SPA 시장규모 중 '유니클로', '자라', 'H&M', '갭(Gap)'을 포함한 글로벌 SPA 브랜드는 39.5%로 가장 높은 비중을 차지하였고, 향후 2~3년 안에 더욱 성장할 것으로 보이고 있다. 하지만 가파른 성장세를 보이고 있는 글로벌 SPA 브랜드에 비해, 현재 '에잇세컨즈(8seconds)', '탑텐(TOPTEN10)', '스파오(SPAO)' 등의 내셔널 SPA 브랜드들은 많은 비중을 차지하지 못하며, 낮은 성장세를 보이고 있다. 이에 국내 SPA 브랜드 및 정통 캐주얼 브랜드들은 글로벌 SPA 브랜드에 대응하기 위해 각 브랜드의 강점요인 벤치마킹 및 상품개발, 가격 경쟁력 강화, 차별화된 아이템 개발 등 여러 전략을 세우며 대응책을 간구하고 있으며, 그 중 차별화된 가치 및 틈새시장 아이템으로 지속 가능한 패션이 패션 시장에 이슈로 떠오르고 있다.

따라서 본 연구는 글로벌 SPA 브랜드 중, 패스트 패션에서 지속 가능한 패션 기업으로 성공적으로 변화하며 성장하고 있는 H&M 브랜드의 지속 가능한 패션 활동의 사례를 분석함으로써 내셔널 SPA 브랜드에 적용할 수 있는 방안 및 한국형 SPA 브랜드의 글로벌화를 위한 기본자료 및 정보를 제시하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구의 방법은 일차적으로 문헌연구를 통해 지속 가능한 디자인 및 패션의 개념, 국내외 SPA 브랜드의 시장 현황, 패션 브랜드들의 지속 가능한 패션 사례 등에 대해 살펴보고, 이차적으로 글로벌 SPA 브랜드 중 성공적으로 친환경 기업으로 변화하고 있는 H&M 브랜드의 지속 가능한 패션 사례를 디자인 특성, 소재 활용, 기업 활동 측면에서 분석하였다. 연구 자료는 서적, 선행연구, 신문 및 잡지의 기사, 패션정보제공 사이트의 자료를 참고하였다.

Corresponding author : Bae, Soo-Jeong Tel. +82-62-530-1344 Fax. +82-62-530-1349
E-mail : sjbae@chonnam.ac.kr

3. 결과 및 고찰

환경에 해를 끼치지 않는 방식 안에서 자연적 생산물과 에너지를 사용하는 것과 관련된 오랜 시간동안 지속될 수 있거나 지속할 수 있는 의미의 지속가능성(Sustainability)이란 이슈는 기업의 윤리성과 함께 기업의 생존전략으로 대두되고 있으며, 오늘날 심각해져가고 있는 환경문제의 해결과 소비자의 라이프스타일 변화로 패션계에서도 패션의 미래와 직결되는 패션 기업의 주효한 가치요소로 떠오르고 있다. 이에 많은 패션 브랜드들이 지속가능성의 한 분야로 환경을 보호하고 재생소재 활용을 촉진하기 위해 노력하고 있으며, 이러한 흐름은 패스트 패션으로 대표되는 H&M, 유니클로, 탑샵(Topshop)과 같은 글로벌 SPA 브랜드들에도 이어져 브랜드마다 친환경 움직임을 이끌어 내고 있다. 그 중 지속적인 친환경 활동으로 브랜드 이미지 변신을 꾀하고 있는 H&M 브랜드의 지속가능한 패션 활동을 분석한 결과, 크게 디자인 측면, 친환경 소재 활용, 윤리적 기업 활동 등으로 분류할 수 있었다. 첫 번째, 디자인 측면에 있어, 2011년부터 친환경 소재를 활용한 컨셔스 컬렉션(Conscious collection)을 발표하고 있는 H&M 브랜드는 친환경 소재가 갖고 있는 이미지에 탈피하여, 재생 플라스틱으로 만든 비즈와 금속, 우드 플랫폼 샌들, 재활용 데님 등을 활용한 아이템으로 하이엔드 패션으로도 손색이 없는 최신의 스타일을 선보이고 있다. 둘째, 소재사용에 있어, 오가닉 코튼, 비료를 사용하지 않는 린넨, 텐셀, 재활용 코튼, 재활용 폴리에스테르, 재활용 울 등 친환경 섬유를 활용한 제품을 선보이고 있으며, 2020년까지 모든 면 제품을 100% 지속가능한 소재로 교체하는 것을 목표로 삼고 있다. 셋째, 지속가능경영 보고서 작성, 생산업체에 공정 임금법 시행, 전 직원들에게 물 부족 문제에 대한 윤리적 교육을 실행하고 있으며, 그 밖에도 재생 에너지원으로부터 얻은 전기사용, 매장의 탄소배출량 감소, 브랜드와 상관없이 입지 않은 옷을 수거하는 재활용 시스템 도입 등의 활동을 지속적으로 진행하고 있었다.

4. 결론

본 연구에서 패스트 패션 브랜드임에도 불구하고 지속 가능한 패션 활동을 선보여 반(反)환경적 이미지에서 성공적으로 책임 있는 기업 이미지로 변화하고 있는 H&M 브랜드의 지속 가능한 패션 사례를 분석한 결과, 친환경 소재가 갖는 한계에서 벗어나 패셔너블한 디자인의 컬렉션 전개, 책임감 있는 소재와 자연자원 사용, 소비자와 생산자가 모두 윤리적일 수 있도록 다양한 방면에서 노력하고 있음을 알 수 있었다. 이는 패스트 패션 브랜드의 단점을 보완해주면서 지속적 으로는 가치 소비로 변화하는 패션 시장에서 살아남을 수 있는 키워드가 될 것으로 보인다. 따라서 이러한 결과는 내셔널 SPA 브랜드의 국내 점유율 확대 및 성장과 해외 시장 진출을 위한 마케팅 전략을 수립하는데 도움을 줄 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

- 김경희(2014), “지속가능 패션에 대한 국내 소비자 의식 조사 연구”, *한복문화*, 17(3), pp.93-107.
- 김주현 · 이재정(2006), “지속가능한 패션디자인의 개념과 원리”, *기초조형학연구*, 7(3), pp.223-237.
- 신혜영(2011), “패션 산업의 메가트렌드로 나타난 지속가능성에 대한 연구”, *홍익대학교 박사학*

위논문.

유홍식(2012), “패션산업에서의 윤리적 패션”, *한국패션디자인학회지*, 12(2), pp.39-57.

이정전(1995), “지속가능한 사회와 환경”, *전영사*

삼성디자인넷(www.samsungdesign.net)

오프 쿠티르 컬렉션에 나타난 헤드드레스 디자인

-2010 S/S~2015 S/S 컬렉션을 중심으로-

최진영* · 김지영

이화여자대학교 의류학과*, 충북대학교 패션디자인정보학과

1. 연구목적

아름다움을 위한 치장의 욕구는 인간의 기본적인 본능으로 의복착용의 근본적인 동기 중 하나로 여겨진다. 특히 머리에 하는 장식은 얼굴과 함께 시선이 집중되는 위치에 있기 때문에 동서양을 막론하고 역사적 변천을 거듭하며 다양한 스타일이 존재하여왔다. 머리에 행하는 장식 일체를 헤드 드레스(head dress) 혹은 헤드 기어(head gear)라고 하는데 역사적으로 머리 부위를 보호하거나 의례적인 목적으로 착용되었고, 현대에는 패션의 목적이 더해져 중요한 패션 아이템으로 여겨지고 있다.

토탈 코디네이션의 보편화와 효과적인 패션 이미지 연출을 위하여 헤드 드레스의 중요성은 더욱 부각되고 있다. 특히 디자인의 창의적 표현이 중요한 오프 쿠티르의 경우 독창적인 헤드드레스가 많이 등장하고 있는데, 이에 대한 연구는 아직 부족한 실정이다. 이에 본 연구의 목적은 오프 쿠티르 컬렉션에 나타난 헤드드레스의 유형별 디자인 특징을 파악하고 디자인을 분석하여 창의적인 패션 디자인 연출에 도움이 될 수 있는 기초자료를 제공하는 것이다.

2. 연구방법

연구대상은 패션전문잡지와 패션전문 인터넷 사이트(www.style.com, www.samsung design.net)를 통해 2010년 S/S부터 2015년 S/S까지 오프 쿠티르 컬렉션에 나타난 헤드드레스를 중심으로 하였고, 총 1433점을 분석하였다. 분석방법은 양기옥(2011), 김선영(2012)의 선행 연구를 토대로 분석유목을 수정, 보완하여 헤드 드레스의 유형별 디자인의 형태, 소재, 색상 등을 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

오프 쿠티르 컬렉션에 나타난 헤드드레스는 스카프, 모자, 베일, 터번, 화관, 가면 등 다양한 종류를 선보였으며, 이를 스카프형태, 모자형태, 장식형태로 나누어 디자인 경향을 분석하였다.

스카프 형태의 경우 베일형으로 얼굴의 일부를 가리면서 신비로움을 주거나 후드처럼 의복과 연장된 형, 볼륨감 있고 드라마틱한 터번형 등이 있었다. 스카프와 장식형이 결합되어 화려하게 헤어를 장식하면서 얼굴 부위를 가리는 스타일도 선보였다. 전체적인 형태감은 우아하게 흘러내

Corresponding author : Kim Jiyoung Tel.+82-43-261-2783 Fax.+82-43-274-2792
E-mail : coco7@cbnu.ac.kr

리면서 신체를 덮는 형이 많았고, 시스루, 소프트한 텍스처의 소재를 여러 겹 겹쳐 사용한 사례가 많았다. 2013 S/S 장 폴 고티에는 시폰 소재의 사리(sari)형 헤드드레스로 우아한 여성미를 표현하였고, 2014 F/W 아르마니 프리베의 경우 베일형으로 얼굴을 가리면서 볼륨감을 준 우아한 스타일을 선보였다.

모자형태의 경우 브림이 넓고 클래식한 카트휠 햇(cartwheel hat) 형, 작고 양증맞은 필 박스(pill box) 형, 고깔 형 뿐 아니라 크라운 부분이 독특하게 변형된 다양한 아트 햇(art hat)이 등장하였다. 모자형태의 디자인은 기본에 충실한 클래식 스타일과 모자의 형태가 드라마틱하게 변형된 창의적인 스타일로 양분되었는데, 후자의 경우는 컬러감도 오렌지, 레드, 그린 등 비비드한 컬러감으로 시선을 집중시킨 경우가 많았다. 여자 가수들을 등장시킨 2010년 S/S 디올의 컬렉션은 승마용 스커트나 무도회드레스에 클래식 햇을 매치하여 고혹적인 여성의 아름다움을 섬세하게 연출하였고, 같은 시즌 장 폴 고티에서는 멕시코 전통 솜브레로(sombrero) 스타일의 다양한 모자와 나뭇잎, 금속, 꽃잎 등을 이용해서 원주민의 토속적인 이미지를 연출하였다. 2014 F/W 스키타파렐리에서는 헤어 캡에 입체적인 조형물을 얹은 듯한 다양한 형태의 아트 햇을 통해 스타일링의 포인트를 주었다.

장식형태의 경우 대부분의 사례가 다양한 컬러의 헤어피스와 함께 레이스, 툴, 플라스틱, 깃털, 비닐, 나무, 비즈, 니트, 구슬, 금속, 모피, 가죽 등 여러 재료가 함께 복합적으로 사용되었고, 수직으로 길이감을 강조하거나 드라마틱한 볼륨감을 준 경우도 많았다. 2011 S/S 장 폴 고티에 컬렉션은 모호크족 스타일의 헤드드레스와 볼륨드레스로 핑크스타일을 완성하였다. 2011 F/W 디올에서는 해, 달, 직육면체 등 입체적인 조형물을 사용하여 아방가르드 이미지를 전달하였고, 같은 시즌 조르지오 아르마니 컬렉션은 종이접기를 한 리본이나 꽃다발을 연상시키는 형태, 새 모형의 독창적인 헤드드레스를 선보였다. 2015 S/S 시즌 빅터 앤 롤프는 베이비 돌 드레스에 입체적인 꽃 조형을 다양하게 장식하여 마치 정원을 옮겨 놓은 것 같은 압도적인 장면을 연출하였다.

4. 결론

지금까지 2010년 이후 오트 쿠튀르 컬렉션에 나타난 헤드드레스의 디자인 경향을 스카프형, 모자형, 장식형으로 나누어 살펴보았다. 스카프형은 가볍고 얇은 소재감으로 우아하고 신비한 이미지를 연출한 사례가 많았고, 모자형은 기본형태의 클래식 햇과 독특하게 변형된 아트 햇이 공존하였고 얇은 스카프나 꽃, 리본 등의 장식요소가 함께 사용된 경우도 많았다. 장식형태의 헤드드레스는 다양한 재질의 꽃, 리본, 깃털, 패브릭 등이 광범위하게 사용되었고, 독특한 형태감, 수직의 높이감, 과장된 볼륨감을 통해 창의적 표현을 강조한 사례가 많았다. 이처럼 헤드드레스는 창의성 표현과 다채로운 이미지 연출이 가능하여 패션 액세서리 이상의 의미를 가지며, 앞으로도 패션산업에 중요한 아이템이자 독립적인 조형물로서 무궁무진한 표현이 가능하여 지속적으로 중요한 역할을 할 것이라고 사료된다.

■ 참고문헌

- 유태순 · 김지희(1999), “세계 민족 헤드드레스 유형의 지역별 분류”, *의류산업학회*, 1(3), pp.246-251.
- 양기옥(2011), “초현실주의 헤어와 헤드드레스 디자인 연구”, *미용학회*, 17(1), pp.105-115.

- 김선영(2012), “Jean Paul Gaultier 컬렉션에 나타난 헤드드레스의 해체적 특성”, *의류학회*, 36(5), pp.489-500.
- 이은실(2013), “문화 및 웨딩 메이크업과 헤드드레스가 이미지 지각에 미치는 영향”, *복식학회*, 21(6), pp.907-920.

한류 여배우 패션스타일의 이미지 비교 분석 연구

이 영 재

한양대학교 디자인대학 주얼리패션디자인학과

1. 연구목적

한류 여배우들의 패션 스타일은 대중에게 파급력이 매우 크다. 그러므로 그들의 이미지를 패션 상품기획 시 적용한다면 판매 효과가 클 것이므로 한류 여배우들의 패션 이미지를 분석하여 국내 패션 산업체 수출용 패션디자인 기획 시 기초자료를 제공하는 것이 본연구의 목적이다.

2. 연구방법 및 내용

1차 연구 시 선정된 한류 여배우 이영애, 전지현, 최지우, 송혜교 4인의 주 활동 시기였던 1997년부터 2014년까지 TV 드라마와 영화 속 이미지 스틸 컷 각 각 20장씩 총 80장을 자극 물로 선정하였다. 이를 전공 전문인 집단 150인에게 보여준 후 자유 연상법에 의해 수집된 형용사 26쌍을 도출하였다. 이들의 내적 일관성을 알아본 결과 Chronbach's α 값 .9083의 신뢰도 값을 얻었다. 한류 여배우 각 각의 패션스타일 이미지의 차이를 밝히기 위해 분산분석을 실시하였다.

3. 결과 및 고찰

한류 여배우 별 패션스타일 이미지 비교에서 이영애는 다른 여배우들에 비해 품위성 요인에서 높은 점수를 받았다. 가장 품위 있는, 우아한, 단정한, 성숙한, 지적인 것으로 나타났다. 활동성 요인에서도 다른 여배우들보다 높은 이미지로 평가 받았는데 적극적인, 독립적인 것으로 나타났다. 그에 비해 최지우는 매력성 요인에서 가장 청순한, 패션성 요인에서 페미닌한, 엘레강스한으로 나타났고 경연성 요인에서 네 명의 여배우중 가장 부드러운으로 평가되었다. 전지현은 매력성 요인과 패션성 요인에서 높게 나타났다. 가장 예쁜, 멋있는, 화려한, 섹시한, 패션성에서는 패셔너블한, 아방가르드한, 세련된으로 평가되었다. 송혜교는 매력성 요인의 귀여운, 품위성 요인의 낭만적인 경연성 요인의 유연한으로 평가되었다.

Corresponding author : Lee, Youngjae. Tel.+82-31-400-5696 Fax.+82-31-400-5681
E-mail : YJL@hanyang.ac.kr

Table1. 한류 여배우 패션스타일의 여배우별 이미지 비교결과

요인	형용사 \ 여배우	이영애	최지우	전지현	송혜교	F
매력성 요인	예쁜-예쁘지 않은	3.991	4.102	4.994	4.823	195.03***
		C	B	A	A	
	매력있는-매력없는	4.729	4.019	4.906	4.736	183.74***
		B	C	A	B	
	멋있는-멋없는	4.897	4.605	5.115	4.587	226.94***
		B	C	A	C	
	화려한-수수한	3.623	3.856	4.987	4.608	196.37***
		D	C	A	B	
	좋아하는-싫어하는	4.391	4.169	4.365	4.276	171.70***
		A	C	A	B	
품위성 요인	청순한-강인한	4.461	5.020	4.776	4.789	108.70***
		C	A	B	B	
	귀여운-노숙한	3.653	3.856	4.235	4.494	83.00**
		D	C	B	A	
	섹시한-섹시하지 않는	3.867	4.310	4.683	4.283	45.32***
		D	B	A	C	
	품위있는-품위없는	5.978	5.302	5.143	4.910	302.41***
		A	B	C	D	
	우아한-천박한	5.237	4.722	4.691	3.818	227.63***
		A	B	B	C	
패션성 요인	단정한-지저분한	4.847	4.762	4.103	4.069	75.69***
		A	A	C	D	
	고급스러운-싸구려 같은	4.269	4.171	4.210	3.962	48.35***
		A	B	A	C	
	낭만적인-현실적인	3.776	3.973	4.410	4.067	68.82***
		C	B	A	A	
	성숙한-어린	4.692	4.416	4.318	4.074	39.74***
		A	B	C	D	
	지적인-지적이지 않은	4.449	4.201	4.116	4.097	23.87***
		A	B	C	D	
패션성 요인	페미닌한-매니쉬한	3.606	4.888	3.759	4.497	199.31***
		D	A	C	B	
	엘레강스한-스포츠리한	4.813	4.856	B	C	135.42***
		A	A	4.333	3.987	
	패셔너블한-패셔너블하지 않은	3.918	4.345	4.678	4.502	127.69***
		D	C	A	B	
	클래식한-아방가르드한	5.603	4.265	3.440	3.903	137.123**
		A	B	D	C	
패션성 요인	세련된-촌스러운	3.518	4.233	4.652	4.419	182.95***
		D	C	A	B	

Table1. Continued

요인	형용사 \ 여배우	이영애	최지우	전지현	송혜교	F
활동성 요인	활동적인-비활동적인	4.961	4.036	4.915	4.554	27.76***
		A	C	A	B	
	적극적인-소극적인	5.421	4.590	3.676	3.557	334.28***
		A	C	B	C	
	독립적인-의존적인	5.020	3.352	4.739	4.557	204.86***
		A	D	B	C	
	자연스러운-어색한	4.798	4.831	4.683	4.377	55.86***
		C	A	B	C	
경연성 요인	부드러운-딱딱한	3.413	4.252	3.613	3.446	116.32***
		D	A	B	C	
	유연한-억센	3.179	3.613	3.595	4.265	100.78***
		D	B	C	A	

4. 결론

한류 여배우 4인의 패션스타일 이미지 비교연구 결과 품위성과 매력성요인에서 높은 평가가 나타났다. 이는 드라마 속 이미지가 사극을 포함하고 있어 전지현을 제외하고는 패션성에서 높은 점수가 나오지 않은 것으로 해석된다. 특히 서양 여배우들의 억센 전사 이미지나 섹시한 스타일에 많은 점수가 나오지 않아 한류 여배우에게서는 품위있는 단정함과 적극적인 활동성요인에서 높게 평가되고 있는 것을 알 수 있다.

■ 참고문헌

- 이영재(2014), “한류 여배우에 나타난 패션이미지의 의미구조와 구성요인”, *한국디자인문화학회지*, 20(4), pp.494-504.
- 藤原康晴·川端燈子·近城信子, “女性の服裝を評價する用語の分類(第3報)”, *日本家政學會誌*, 43(1), 1992.
- 石塚燈子·加藤密枝·捨山藤子, “各種 デザインにおける着裝イメージ”, *日本家政學會誌*, 38(4), 1987.
- Bear, M, “Visual Recall of Dress Design Determined by Perception of Clothing”, *Home Economic Research Journal*, 8(4), 1975.
- Delong, M. R. & Larntz, K., “Measuring Visual Response to Clothing”, *Home Economic Research Journal*, 8(4), 1980.

Paul Smith 의상디자인에 나타난 브리티쉬 감성
프린트 문양 분석
-2006S/S~2015F/W 런던 프레타 포르테 컬렉션의 작품을 중심으로-

이주현* · 배수정
전남대학교 생활과학대학 의류학과 석사과정*, 전남대학교 생활과학대학 의류학과 교수

1. 연구목적

‘폴 스미스’ 브랜드는 많은 명품 브랜드 중에서도 다양한 색채와 재미있는 디자인으로 소비자들을 사로잡는다. 또한 클래식에 위트를 가미한 영국 패션의 새로운 지평을 연 대표 디자이너로서 ‘가장 영국적인 디자이너’로 불린다. 이에 본 연구의 목적으로는 영국인의 유머와 위트를 살린 그의 브리티쉬 감성이 나타난 대표적인 프린트 문양들을 분석함으로써 앞으로 디자이너들에게 패션 디자인 영감의 원천을 제공하는데 있다.

2. 연구방법 및 내용

연구방법 및 내용으로는 폴 스미스 브랜드만의 독특한 디자인들 중 2006 S/S부터 최근 2015F/W까지 10년 동안 발표된 런던 프레타 포르테 컬렉션의 디자인을 중심으로 반복적으로 나타나는 프린트 문양을 분석하였다. 프린트 문양 분석에는 style.com과 Bazaar 컬렉션 사진들을 참고하였고 폴 스미스의 남성복, 여성복에서 나타나는 대표 문양들의 특징과 이미지, 컬러 등을 정성적으로 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

영국은 오늘날 의복을 구성하는 중요한 요소인 직물의 ‘무늬’를 만들어 낸 나라로 영국풍의 헤링본, 글렌체크, 타탄체크 등을 탄생시켰다. 이렇게 영국의 문학, 음악, 영화, 미술, 철학, 건축 등은 전 세계에 영향력이 미치고 있다. 그 중에서도 패션디자인에 나타나는 브리티쉬 감성에는 변화가 있는 클래식함, 자유스럽고 개성 넘치는 스타일, 멋과 실용의 경계를 허무는 위트와 유머 등이 있다고 볼 수 있다. 폴 스미스 디자인의 프린트 문양에 나타난 브리티쉬 감성 역시 기본적으로 품격과 여유를 중시하는 것이 특징이라 할 수 있다. 이러한 브리티쉬 감성을 잘 표현해 낸 폴 스미스만의 디자인에서 대표적인 문양을 분석한 결과 4가지로 분류하여 분석할 수 있었다.

+ 이 논문은 2015년도 정부(교육과학기술부)의 지원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행한 연구임 (BK21플러스 사업. S15HR15D0801).

첫 번째는 폴 스미스의 고유한 패턴인 스트라이프 문양이다. 스트라이프는 가장 영국적인 문양으로 유머러스함과 재치가 가미된 독특한 디자인을 볼 수 있다. 2008 S/S 남성복 컬렉션에서는 화이트, 블랙, 그린, 옐로우 컬러 등을 믹스한 스트라이프 문양이 돋보였다. 이는 폴 스미스의 대표적인 스트라이프 문양으로 인지되며 캐주얼한 이미지를 부각시켰다. 2010 S/S 여성복 컬렉션에서도 신체를 둘러싸며 묶은 카디건에서 화이트와 블랙을 중심으로 한 오렌지, 레드, 블루, 핑크 컬러 등의 다양한 색상조합의 스트라이프 문양들을 볼 수 있다. 2014 F/W 여성복 컬렉션에서는 강한 대비를 이루는 컬러들이 조합된 핀 스트라이프 문양을 볼 수 있었는데 그 외에도 기하학적인 문양, 플라워 문양이 조화를 이루는 디자인이 많이 나타났다.

두 번째는 직선을 이용하여 면을 분할한 체크문양이다. 이는 남성성을 강조하여 폴 스미스의 디자인에서 높은 비중으로 나타난다. 2009 S/S 남성복 컬렉션에서는 브라운 컬러 계열의 핀 스트라이프 셔츠 아래에 그와 비슷한 색상의 체크 문양 팬츠를 볼 수 있다. 2013 F/W 남성복 컬렉션에서는 하운드 투스 체크문양을 많이 볼 수 있었는데 컬러의 변화와 체크 문양의 넓고 좁은 형태를 통해 문양이 더욱 강조되었다. 최근 2015 F/W 여성복 컬렉션에서는 베이지, 다크 블루 컬러의 변화를 준 모노톤 컬러 조합, 블록이 넓은 체크문양이 H라인 실루엣의 코트에 나타났는데 이는 차별하면서도 편안한 분위기로 완성되었다.

세 번째는 플라워 문양이다. 1960년대 많은 젊은 남성이 여성적인 면에 관심을 기울이면서 폴 스미스의 컬렉션에서도 자주 등장한 문양으로 스카프나 여러 장신구에서 볼 수 있다. 2006 S/S 남성복 컬렉션에서는 화이트 컬러의 니트와 셔츠에 플라워 문양이 프린트된 디자인을 볼 수 있었는데 이는 활기찬 느낌을 불러 넣었고 여성적인 이미지가 나타났다. 2010 F/W 여성복 컬렉션에서는 전체적인 블랙 컬러의 볼륨감 있는 드레스 위에 물감으로 찍어 그린 듯 빨간 장미를 연상시키는 플라워 프린트 문양이 나타나 개성 있는 여성상을 강조하는 듯하였고, 섹시한 느낌을 주었다. 2015 S/S 여성복 컬렉션에서는 여성들을 위한 워크 웨어들이 많이 나타났는데 화이트와 네이비 컬러의 바탕에 프린트된 플라워 문양은 시원한 느낌을 주었다. 그 중에서도 여유로운 실루엣의 실크 원단으로 디자인된 셔츠와 플리츠 스커트에는 수채화 느낌으로 점을 찍은 듯한 플라워 문양이 돋보였다.

네 번째는 기타 기하학적 문양이다. 2007 F/W 여성복 컬렉션에서는 베이지 컬러 바탕에 그린, 블루 컬러가 강조된 기하학적 문양의 미니멀한 재킷을 볼 수 있다. 이는 에스닉하면서도 우아한 느낌을 준다. 2014 S/S 남성복 컬렉션에서는 화이트 바탕에 블랙의 표범을 연상시키기도 하고 식물문양으로도 보이는 독특한 기하학적 문양이 나타났다. 남성성이 느껴지면서도 핑크 컬러의 팬츠와 매치하여 신선한 느낌을 준다. 2015 S/S 남성복 컬렉션에서 또한 네이비와 핑크 컬러의 기하학적인 식물문양이 맨투맨 셔츠와 블루종의 아이템으로 나타났는데 화려한 색상이 돋보이는 디자인이었다.

4. 결론

본 연구에서는 폴 스미스만의 대표적인 문양으로 스트라이프 문양, 체크 문양, 플라워 문양과 기타 다양한 기하학적인 문양들을 볼 수 있었다. 그는 항상 “영감은 온 주위에 있다고” 말하며 모든 사물에서 디자인 영감을 얻어 소비자들에게 자신만의 프린트 문양의 의상들을 각인시켰다. 또한 특유의 유머러스함을 디자인에 가미하여 자유로운 사고와 이상에 대한 동경을 표현하였고,

여기에 일탈적 재미와 반전을 부여한 브리티쉬 감성 프린트 문양들을 자유롭게 활용하였다. 이렇게 그의 디자인에서 나타난 다양하고 감각적인 프린트 문양 은 앞으로 패션디자이너들에게 많은 영감의 원천이 될 수 있을 것으로 생각된다.

■ 참고문헌

폴 스미스 · 올리비에 위케르 지음, 김이선 옮김(2012), *가장 영국적인 디자인 폴 스미스 A to Z : 폴 스미스 스타일*, 파주: 아트박스, 머리말, p. 69.

송은영(2003), “현대 영국 남성복의 조형성 연구 -Paul smith의 디자인을 중심으로-”, 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문, p. 4, p. 7.

김소라(2014), “폴 스미스 패션의 특성에 관한 연구”, 서울여자대학교 대학원 의류학과 박사학위 논문, p. 68.

한국 모던 걸 패션의 스타일링 연구

양정희* · 박혜원
창원대학교 의류학과

1. 연구목적

본 연구는 우리나라 알파 걸의 시작으로 여성의 의식과 패션의 유행을 선도한 모던 걸의 패션 스타일링을 연구하고자 한다. 이를 위해 한국 모던 걸들의 패션 분석을 통해 미적 특성을 규명하고 최근 트렌드에 맞추어 한국 모던 걸 패션 스타일링을 기획하고 실제 스타일링을 연출하였다.

연구의 시대적 범위는 우리나라 모던 걸이라는 집단이 발생하여 활동한 1920~1930년대로 하였다.

2. 연구방법 및 내용

모던 걸의 미적특성은 한국 모던 걸의 패션 특성과 모던 걸 이미지를 통하여 도출하였다. 패션 특성은 모던 걸 및 모던 걸 패션과 관련된 당시의 신문기사, 전문 서적, 선행 논문, 인터넷 자료 등을 통해 모던 걸 패션 사진을 수집하였다. 당시 사회적으로 활발한 활동을 하였던 직업여성들 중 무용, 음악, 미술, 교육 그리고 기타 분야에서 현재까지 사진자료가 많이 남아있고 대중적으로 알려진 실존 인물들의 사진 총 53장을 수집하였다. 또한 2000년도 이후 발표된 대중영화 중 1920-30년대를 시대적 배경으로 하며 최근에 모던 걸들을 재해석하거나 적용한 한국 영화의 모던 걸 주인공 패션 33장을 수집하여 총 86장의 사진을 내용 분석하였다.

한국 모던 걸 이미지는 객관적 이미지 분류를 위해 전문가 5인(패션 디자인 전공 석·박사)의 평가단을 구성하고 8가지 패션 이미지(클래식, 모던, 매니시, 스포티브, 아방가르드, 에스닉, 로맨틱, 엘레강스)를 기준으로 평가하여 분류하였다.

도출된 미적 특성을 기준으로 2015/16 패션 트렌드에 적합한 패션 스타일링을 기획하고 실제 연출하여 사진으로 제시하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 한국 모던 걸 패션의 미적특성

한국 모던 걸의 패션 특성으로 실존 인물들의 패션은 가르손느 스타일과 롱 앤 슬림 스타일로 서구 패션을 적극 수용함과 동시에 여성미를 표출하였다. 또한 매니시 스타일로 서구적 남성 패션을 시도하였으며, 전통한복, 개량한복, 양한 혼용 스타일로 전통성을 추구하였다. 한편 핫 팬츠

Corresponding author : Junghee Yang Tel.+82-55-213-2724 Fax.+82-55-213-2724
E-mail : yangssi408@naver.com

등의 노출이 있는 의상 착용으로 과감한 노출을 시도하기도 하였다. 영화 주인공의 패션 역시 가르손느, 롱 앤 슬림 스타일의 서구 패션을 적극 수용하였으며, 로맨틱한 의상 착용으로 여성미를 표출하였다. 또한 슬리브리스의 노출이 있는 의상으로 과감한 노출을 시도하였으며, 매니시한 남성 수트를 착용하여 서구적 남성 패션을 시도하였다.

한국 모던 걸의 이미지는 도회적인 양장과 롱 앤 슬림 룩의 영향으로 모던 이미지와 엘레강스 이미지가 대세를 이루었다. 다음으로 통치마에 의한 클래식 이미지가 분석되었고, 모던 걸들의 서구 남성 패션 착용에 의해 매니시 이미지가 나타났다. 또한 레이스, 꽃무늬 가르손느 룩으로 인해 로맨틱 이미지가 분석되었다.

이상의 사진 분석 결과와 전문가에 의한 이미지 분류를 토대로 한국 모던 걸의 미적 특성을 도출하였다. 미적특성은 관능적 고전미, 현대적 우아미, 페미니즘적 양성미, 낭만적 단순미로 해석할 수 있었다.

관능적 고전미는 우리의 전통 복식 중 모던 걸이 주로 착용했던 흰색 저고리, 검정 통치마와 상하 동색의 개량한복에서 찾아볼 수 있었다. 특히 치마로 발등까지 가렸던 이전의 관습과 비교해 발을 드러내었던 짧은 통치마에서 노출의 관능적인 특성이 나타났다.

현대적 우아미는 모던 걸들의 양장착용 중 롱 앤 슬림 룩에서 찾아볼 수 있었다. 전통복식에서 서양복으로 넘어가던 과도기적 시기에 모던 걸들의 양장착용은 신식의 현대화를 추구한 것이며, 유행에 민감한 경향으로 인해 나타난 서구패션의 적극적인 수용이고 성숙하고 여성스런 패션의 추구였다.

페미니즘적 양성미는 모던 걸들의 서구 남성 패션 시도에서 찾아 볼 수 있었다. 이는 우리나라 근대화에 따른 하나의 인간으로서의 성에 관계없이 자신을 표현하고자 하는 의미이며, 여성들의 주체성을 찾기 위한 현대적 의식의 표현이었다.

낭만적 단순미는 모던 걸의 적극적 양장 착용 중 단순하고 직선적인 실루엣의 가르손느 룩에서 찾아 볼 수 있었으며, 파스텔 톤 색채와 꽃무늬, 리본, 프릴 등의 디테일에서 낭만적인 경향이 나타났다. 이는 서구에서 보이시한 경향으로 나타난 것과는 달리 여성스럽고 로맨틱하게 나타난 것이었다.

2) 한국 모던 걸 이미지 스타일링

미적 특성을 기본으로 한국 모던 걸 패션 스타일링을 기획·연출하였다. 2015/16 S/S, F/W 시즌의 트렌드를 반영하여 시즌리스 토털 패션 스타일링을 하였다. 테마는 ‘Retro Modern’ 이며 총 4가지의 스타일링을 시도하였다.

‘Progressive Tradition’은 관능적 고전미의 미적 특성을 표현하는 스타일로 슬리브리스 탑과 시스루 스커트, 재킷을 코디네이션하여 흰색 저고리와 검정 통치마, 상하동색의 개량한복을 현대적으로 재해석 하였다. 이는 한복의 고전미와 노출의 섹시함을 조합한 스타일링으로 헤어는 보브 컷 단발로 연출하였고, 메이크업은 짙은 아이라인과 붉은 입술을 포인트로 하였다.

‘Luxe Beauty’는 현대적 우아미의 미적 특성을 표현하는 스타일로 실크 롱 드레스와 롱 트렌치 코트를 매치하여 1930년대 유행한 롱 앤 슬림 스타일을 트렌디하게 연출하였다. 이는 아이템의 착용에 따라 평상시 뿐만 아니라 파티 등의 특별한 상황에 착용 가능하도록 스타일링 한 것으로 헤어는 롱 웨이브 스타일로 연출하였고, 메이크업은 가늘고 긴 눈썹과 카키 스모키 메이크업을 하였다.

'Dressy Avant-garde'는 페미니즘적 양성미의 미적 특성을 표현하는 스타일로 코사지 장식의 슬리브리스 블라우스, 재킷, 와이드 팬츠를 레이어드하여 매니시한 스타일의 양복을 유행 트렌드에 맞추어 제시하였다. 이는 스타일은 남성적이지만 여성적인 디테일을 가미시켜 양성화된 스타일링을 한 것으로 헤어는 다운 포니테일 스타일로 연출하였고, 메이크업은 굵고 짙은 눈썹을 포인트로 하였다.

'Minimal Couture'는 낭만적 단순미의 미적 특성을 표현하는 스타일로 나염 원피스, 레이스 슬립을 매치하여 1920년대 유행하였던 가르손느 룩을 최근의 경향에 맞도록 연출하였다. 이는 무릎 아래 길이와 미니 길이의 가르손느 룩으로 스타일링 한 것으로 헤어는 핑거 웨이브 업스타일로 연출하였고, 메이크업은 로맨틱한 핑크 톤의 메이크업을 하였다.

4. 결론

본 연구는 우리나라 알파 걸의 시작으로 여성 의식과 패션 유행을 선도한 모던 걸의 패션 스타일링을 연구하고자 하였다. 한국 모던 걸 패션의 미적특성은 관능적 고전미, 현대적 우아미, 페미니즘적 양성미, 낭만적 단순미로 도출되었으며, 미적특성을 기본으로 'Progressive Tradition', 'Luxe Beauty', 'Dressy Avant-garde', 'Minimal Couture'의 스타일링이 연출되었다.

본 연구의 결과는 한국적 패션 아이콘으로서 문화 콘텐츠로 활용될 수 있을 것으로 생각되며, 한국 모던 걸 패션의 미적특성을 규정하고 현대적으로 재해석하여 스타일링 함으로써 과거의 모던 걸 패션이 현 시대의 패션 유행으로 탄생되는 계기가 될 것으로 생각한다.

■ 참고문헌

- 이현영 · 박혜원. (2011). "연구논문 (研究論文): 진즈 패션 스타일링 연구-2000 년 이후 여성복을 중심으로", *패션비즈니스*, 15(2), pp.39-56.
- 박애란 · 박혜원. (2012). "연구논문 (研究論文): 무용가 최승희 패션 스타일의 현대적 재조명", *패션비즈니스*, 16(4), pp.13-28.
- 김선영(2006). "샤넬 오프 꾸뛰르 디자인의 미적 특성", *복식문화연구*, 14(5), pp.755-765.

중국 스트리트패션 색채와 전통 선호색 상관성 분석

-2005~2012년 S/S 중국 다렌시의 사례를 중심으로-

김명은* · 배수정

전남대학교 의류학과 박사과정*, 전남대학교 의류학과 교수

1. 연구목적

중국은 각 지역이 지역 국가를 능가하는 거대한 규모로, 21세기에 가장 주목받는 시장이다. 각 지역은 문화, 사회, 역사적 배경과 소비성향, 경제수준, 시장특성, 다양한 민족 구성을 배경으로 하고 있기 때문에 이 거대한 시장에서 살아남기 위해서는 지역 특성을 고려한 세분화된 시장에 대한 조사가 필수적이다. 본 연구의 목적은 중국의 새로운 성장축인 동북지역의 패션 중심인 다렌시의 여성 스트리트패션의 변화를 선행연구 중심으로 고찰하여 중국 전통 선호색 반영여부를 살펴봄으로써 한국기업의 중국 패션시장에 대한 이해를 돕고 중국 여성들이 선호하는 디자인 및 마케팅 전략을 세우는데 기초자료를 제공하는데 있다.

2. 연구방법 및 내용

연구의 방법은 중국의 동북지역 다렌시의 여성 스트리트 패션을 분석한 선행연구를 중심으로 2005년부터 2012년까지의 스트리트 패션에 나타난 색채 변화를 고찰하고 이 색채 변화와 중국 전통 선호색과의 상관성을 빈도분석을 통하여 정량적으로 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 중국 전통 선호색

중국 고대 세계관의 기초에는 청(靑), 적(赤), 황(黃), 백(白), 흑(黑)의 5색을 정색(正色)으로 하는 음양오행설(陰陽五行說)에 입각한 색체계가 있었다. 5 정색은 동(東)-봄(春)-청(靑)-청룡(靑龍), 남(南)-여름(夏)-적(赤)-주작(朱雀), 서(西)-가을(秋)-백(白)-백호(白虎), 북(北)-겨울(冬)-흑(黑)-현무(玄武), 중앙(中)-황(黃)-황제(皇帝)를 상징하였다.

일반적으로 같은 문화 속에서도 색채감정이나 색채상징은 시간이 지남에 따라 변화한다. 그러나 중국인의 색채감정은 수천 년이 지난 지금도 그 명맥을 유지하는 독특한 성향이 있다. 예컨대 신년이면 모든 중국인들이 적색(赤色)으로 복(福)자를 써서 대문 앞에 붙이거나, 결혼 축의금 및 세뱃돈을 적색 봉투에 넣어 준다거나, 신부의 예복 및 신혼부부의 침구의 색이 모두 적색인 점,

+ 이 논문은 2015년도 정부(교육과학기술부)의 지원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행한 연구임 (BK21플러스 사업. S15HR15D0801).

중국 황제의 색이었던 황색(黃色)을 지금도 부귀영화를 누리고 행운을 가져다주는 상서로운 색으로 간주하는 점 등이 있다.

이처럼 중국인은 정색(正色) 중에서도 적색이나 황색을 좋아하였다. 적색은 '귀신을 쫓고 복을 부른다고 믿고 있으며, 황색은 권력의 상징인 황제 고유색이었기 때문에 권력을 갖고자 하는 욕망에서 황색을 선호하게 되었다고 한다. 이처럼 중국인은 그들만의 고유한 색채감정을 갖고 있으며 현재도 이러한 색채감정은 그들의 선호색에 영향을 미치고 있을 것으로 보인다. 이러한 색채감정이 얼마나 현대 중국 여성의 의복 색 선택에 영향을 미치는지 본 연구를 통해 살펴보는 것도 중국에 진출한 패션기업과 브랜드에서 상품을 기획할 때 고려해야 할 의미있는 부분으로 생각된다.

2) 다롄시 여성 스트리트 패션에 나타난 색채

'2005년 여름 중국 대련시 여성 스트리트 패션 분석(2006)'한 연구에 의하면 Black과 White가 기본 컬러로 나타났고 Brown>Purple 순으로 나타났다. 그러나 2006년 여름을 분석한 '중국의 새로운 성장축 동북지역 스트리트 패션 분석'을 보면 White 다음으로 Red> Black> Yellow가 나타났다. Red와 Yellow의 높은 빈도는 중국인 특유의 선호색이 스트리트 패션에 반영되고 있음을 의미한다.

또한 '2007년 여름 중국 대련시 여성 스트리트 패션 분석'의 연구에 의하면 2007년도 여름은 Blue> White> Black> Multi> Red순으로 나타났다. 이는 세계적인 컬러 트렌드와 일치하는 면이 있었으나, Red에 대한 선호도가 여전히 높은 것은 중국 특유의 색 선호 경향의 명맥이 유지되고 있음을 의미한다. '2007~2009년 중국 동북지역 스트리트 스타일 변화 추이 분석'의 연구를 살펴보면 2008년과 2009년 여름에는 White가 가장 높은 빈도를 보였고 Multi> Blue> Black> Red> Gray 순으로 높게 나타났다. '중국 동북지역 다롄시 스트리트 패션에 나타난 컬러트렌드 분석(제2보)'에 의하면 2010년 역시 Black과 White가 매우 높게 나타났고 그 다음으로 Multi> Purple> Blue> Yellow>Red >Gray 순으로 나타났다.

2007년에서 2010년 4년간의 스트리트패션 색채변화의 가장 큰 특징은 Multi, Blue의 증가가 눈에 띄게 높게 나타난 점이다. 이는 여름이라는 계절적 요인으로 White가 선호되었고, 하체를 날씬하게 보이고 싶은 여성의 욕구로 인해 하의에 Black과 Blue(청바지)의 사용이 높게 나타난 결과로 분석된다. '한국과 중국 여성의 스트리트 패션 컬러트렌드 비교분석'의 연구를 보면 2011년은 White의 빈도가 가장 높게 나타났고 유채색에서는 Red> Yellow> Blue 순으로 나타났다. 2012년 역시 White> Multi> Black의 빈도가 높게 나타났고, 유채색에서는 Red> Blue> Yellow순으로 나타나 2011년과 2012년 거의 유사한 결과를 보였다.

4. 결론

이상의 결과를 종합하면, 2005년~2006년에는 중국의 다롄지역 여성복에 나타난 색채는 세계의 유행색의 경향보다는 White 다음으로 Red> Black> Yellow으로 나타났다. 2007년에는 Blue> White> Black> Multi> Red로 나타났으며 2008~2009년에는 white가 가장 많고 Multi> Blue> Black> Red> Gray순이었다. 2010년 Black과 White를 기본으로 하여 Multi> Purple> Blue> Yellow>Red >Gray로 나타났다. 2011-2012년 사이의 색채 경향에서도 Blue, Red, Yellow의 색채 경향은 유행색과 무관하게 상당한 빈도를 보이는 것으로 나타났다. 경제성

장이 높은 지역일수록 세계적인 유행색을 수용하려는 경향이 증가하면서 전통색채에 대한 이미지가 퇴색된다는 선행연구 결과로 비추어볼 때, 중국은 아직 그들만의 독특한 선호색 경향을 갖고 있고 아직도 이것이 중국 여성들의 의복색 선택에 영향을 미치고 있음을 본 연구를 통하여 확인할 수 있었다.

■ 참고문헌

- 천지영 · 배수정(2006), “2005年 여름 中國 大連市 女性 스트리트 패션 分析”, *패션비즈니스*, 10(2), pp.1~17.
- 배수정 · 오현아(2007), “중국의 새로운 성장축 동북지역 스트리트 패션 분석(제1보)”, *한국가정과 학회*, 10(3), pp.1~12.
- 오현아 · 배수정(2013), “한국과 중국 여성의 스트리트 패션 컬러트렌드 비교분석 -2011년~2012년 S/S시즌 서울과 다롄을 중심으로-”, *한국디자인문화학회*, 19(2), pp.294~305.
- 배수정(2011), 중국 동북지역 다롄시 스트리트 패션에 나타난 컬러트렌드 분석(제2보), *패션비즈니스*, 15(5), pp.161~177.
- Kim, E. S., Bae, S. J.(2011), An Analysis on the Color Trend of Street Fashion in Dalian, China(paper no.1), *Journal of Fashion Business*, 15(3), pp.51-66.

일본의 민속 자수 사시코의 고유성

이경희 · 김금화*

금오공과대학교 화학소재융합학부 소재디자인공학과 교수

건국대학교 디자인대학 패션디자인 조교수*

1. 연구목적

자수는 전 세계 여성들의 수공업으로 민족에 따른 고유 특성을 가지고 있다. 자수의 목적도 천(布)의 장식을 위한 것과 천의 보강을 위한 것 등으로 구분할 수도 있다. 일본에서는 전통적으로 천을 겹쳐 일면을 누빈 것을 사시코(刺し子)라고 부르고 있다. 사시코는 지역에 따라 다양한 방법의 다양한 디자인으로 누벼졌으므로, 사시코를 한 마디로 정의하기는 상당히 어렵다. 예를 들면 츠가루의 코긴(こぎん)처럼 빈틈이 없이 바닥 천을 누빈 것은 직물처럼, 혹은 자수처럼 보이고, 단순히 천을 겹쳐 누빈 것은 단지 꿰맨 것 만으로 생각된다. 봉제에는 「자(刺)」, 「봉(縫)」, 「수(繡)」의 세가지 기술이 복잡하게 조합되어 있다. 「자」는 천을 상하로 겹쳐 바늘을 위로부터 아래로 찔러 입체적으로 연결해 간다. 「봉」은 옷을 만드는 경우처럼, 두 장의 천을 옆으로 이어서 봉합해 가는 경우처럼, 평면적인 연결이다. 「수」는 실로 자유롭게 형상을 나타내는, 장식적인 의미가 강한 것이다. 한마디로 사시코라고 해도, 「자(刺)」, 「봉(縫)」, 「수(繡)」의 세가지 기술이 복잡하게 조합되어 있으므로, 정확하게는 분류하기는 대단히 어렵다. 엄밀하게 분류하기 보다는 도리어 사시코가 왜 시작이 되었는지, 그 원류에 착목해 보아야 할 것이다. 본 연구에서는 일본의 민속 자수라고 할 사시코의 기원과 사시코의 대표 지역인 츠가루·난베이에서 행해진 사시코의 고유성에 대하여 고찰하였다.

2. 연구방법 및 내용

2.1 문헌고찰을 통한 일본의 사시코 조사

문헌에 기록된 일본의 사시코 문화를 고찰하였다.

2.2 유물의 실증조사를 통한 일본의 사시코 조사

일본의 민속박물관과 복식박물관에 소장된 복식에 실시된 사시코를 실증조사 하였다.

3. 결과 및 고찰

3.1 사시코의 기원

일본 사시코의 원형의 하나로 보는 것이 아스카·나라시대의 이노게사(刺衲袈裟)로 부르는 가사(袈裟)이다. 이노게사는 사람들이 버린 누더기를 승려가 주워, 그것을 서로 연결하여 걸레처럼

Corresponding author : Kim Gum-Hwa Tel.+82-43-840-3688 Fax.+82-43-851-9828
E-mail : ghkim@kku.ac.kr

궤매 자신의 옷으로 만든 것이다. 사람들이 버린 것을 사용하고, 식사도 사람들로부터 얻은 것을 먹는다고 하는 출가한 사람의 결인정신이 잘 나타나 있는 것이 누더기를 궤맨 훈조우에(糞掃衣)다. 훈조우에도 이노우의 가사도 수리한다고 하는 사시의 원초적인 것으로부터 시작한다고 할 수 있다.

「자(刺)」의 기법은 천을 몇 장 겹쳐 궤매므로 수리와 보강에 가장 많이 이용되고 있다. 장식적인 자수가 되기 전에 가장 실용적인 것인 사시이다. 일상의 의류와 마모가 심한 작업복의 수리·보강에는 사시가 많이 사용되어져, 전국 각지에서 볼 수가 있다. 천이 풍부하지 못했던 시대, 그러나 그 천도 소박하고 내구성이 떨어지던 시대에는 귀중한 천을 소중히 사용하기 위하여 수리는 불가결하였다. 그 수리에 사시라고 하는 기법이 아무래도 필요했다.

수리·보강으로부터 시작한 사시코가 서서히 장식적인 의미를 갖게 된다. 그것은 각지의 사시코에 공통된 것인데, 그 전형적인 것이 츠가루의 코긴이다. 바늘땀이 대단히 섬세한 문양이다. 츠가루에서 사시코가 발달한 것은 목면이 재배되지 않았던 것, 마직물로 겨울의 추위를 견디기 위하여 빈틈없이 누벼 방한의 역할을 이룬 것과 관계있을 것이다. 츠가루 코진의 패턴 디자인은 마름모꼴, 꽃 등 문양이 정해져 있었다.

3.2 츠가루(津輕) 코긴과 난베이(南部) 비시사시(菱刺し)의 기원

눈이 많은 열도의 북쪽 지역에서 「코긴사시 기모노」와 「난베이 비시사시 기모노」가 탄생했다. 정밀하고 화려한 작업복이다. 목면의 재배가 안되는 한랭지 아오모리(靑森)에서는 부녀자들이 마를 재배하고, 자은 실로 천을 짜고, 입수할 수 있는 소량의 목면사를 소중히 하면서 마포를 누벼, 추위를 극복했다. 온난지방에서는 목면에 의한 염직문화가 융성을 극했는데, 에도 중기로부터 메이지 중기 경까지이다. 마포에 목면사를 누빈 것은 보강이고, 보온, 장식을 겸하는 것이었다. 거기에는 츠가루, 난베이의 구분 없이, 자연풍토 중에 길러져 온 의생활이었다.

3.3 에도 시대 후반에 시작된 츠가루 코긴

구 번시대, 현재의 아오모리(靑森)현은 이분되어 일본해측이 츠가루번이었다. 「코긴」이라는 언어는 에도 시대 겐로쿠(元祿) 8년(1685)년의 문헌에 나온다. 코긴이라는 명칭은 츠가루만이 아니고, 전국적으로 「농감(濃紺)의 마포(麻布)의 작업복」이라는 의미였다. 그후, 안영4년(1775년)의 츠가루번 일기 중에도 기록되어 있는데, 이즈음은 이미 아사기색의 마포에 사시문양이 누벼졌던 것이다. 에도시대 후반의 일이다. 이러한 기록을 보면, 농감의 마포지에 백사로 누빈, 다양한 문양의 코진이 농민에게 상용되었던 것이다. 단, 백사가 목면사였는지, 마사였는지는 확실하지 않다. 그즈음에는 교역에 의해 목면사가 들어왔으므로, 목면사가 아닐까라고 생각된다. 그 이전의 누비사는 저마일 것이다. 저마는 대마와 달리, 섬유가 부드럽고 유연하고, 광택이 있으므로, 목면사가 손에 들어오지 않는 사람은 그것을 사용했다고 한다. 목면사가 츠가루의 농민들의 손에 들어오게 된 것은 에도시대 중기였는데, 보다 풍부하게 입수된 것은 메이지가 되어서였다. 그때가 코긴사시의 절정기로, 호화로운 코긴사시의 문양의 기모노가 지금도 남아있다. 그리고 목면사가 주변에서 구해지는 상업도시가 주변의 농촌에 코긴사시 기모노다 많고, 특색도 있다. 이것은 난베이사시의 기모노에도 보여진다.

3.4 아사기(淺葱)색을 특징으로 하는 난베이 비시사시

구 번(藩)시대, 아오모리현의 태평양 측은 난베이번에 속하였다. 남부지방은 「아마세」라고 불리는, 차가운 북동의 바람이 부는 황량한 곳이었다. 그리고 벼작물이 적은 밭작물의 지대였다. 잦은

기아를 당하여 사람들은 작업복으로서 츠가루의 코긴사시 기모노와 같은 화미함을 억제한 실리와 합리성을 고려하고, 검소하고 공들인 것을 만들었다. 마사로 짠 마포를 농감(濃紺)으로 염색하지 않고, 연한 청색인 아사기이로(淺葱色)로 염색했다. 남으로 염색하면 벌레가 근접하지 않는 장점과 남색은 몸을 지킨다고 하는 예로부터의 습관도 이 지역에서는 지켜지지 않았다. 마포는 라이트 블루인 아사기이로인 것이다.

그리고 메이지(明治) 시대 중엽, 동북 본선 개통과 함께 목면사가 대량으로 유통되었으므로, 츠가루에서는 마포를 만드는 일도 목면사로 누비하는 일도 사라졌기 때문에, 남부의 한 지역에서는 다이쇼(大正) 말기까지 마를 심고, 실을 만들고, 천을 짰다. 그 때문에 기모노(着物)의 안감으로서 고수목면(古手木綿)이 사용되었다. 특히 마에타레(前垂れ)의 중앙부에는 흑백의 목면사를 대신하여, 다양한 색 모사를 사용하였다.

마의 작업복은 긴 세월 입어 마모되고 찢어지면, 사키오리(裂織)로 재생되었다. 사키오리는 누더기직이라고도 불리었다.

4. 결론

현대에는 상상할 수 없지만, 의료가 부자유하던 시대, 가족의 의복을 관리하는 부녀자에게 마포를 짜고, 목면을 얻기 위해서는 격심한 노동을 해야 했다. 또, 의복은 식품과 마찬가지로 사람들의 집념과 기량이 모아지는 생활 필수품이었다. 지금 「코긴사시 기모노」와 「난베이 비시사시 기모노」를 손에 들고 보면, 그 문양의 치밀함, 공들임, 훌륭한 감성에 놀란다. 차가운 북국에 핀 호화로운 꽃이라고도 생각된다. 또한 당시의 여성들의 강한 생명력에 감탄하게 된다. 일본 열도 북부 아오모리(青森)는 목면의 재배가 불가능한 한랭지이다. 온난한 지방의 사람들은 부드럽고 따뜻한 목면포로 몸을 감싸고, 면이 들어간 침구를 덮고 생활하였다. 그러나 아오모리의 츠가루에서는 그런 생활이 불가능했다. 긴 겨울, 살을 에는 한기를 견디지 않으면 안되었다. 천에도 생명이 있다고 생각하고, 그 생명을 아까와 하듯이 부녀자들은 얇고 약해진 천을 사시코로 누벼 보강하였다. 코긴과 사시코는 천이 가진 생명의 재생을 바란 부녀자들의 마음이었다. 사람 눈에 보이는 외출복도 작업복도 정성껏 누벼 장식하였다. 구 번정시대의 농민들에게는 목면의 옷을 입어서는 안된다는 금령이 자주 발령되었다. 당시의 농민들은 이러한 압정 속에서도 능률하게 백목면사를 사용한 마포의(麻布衣)를 누벼, 오늘날 일본의 민속 자수라고 할, 「츠가루 코긴」, 「난베이의 비시사시」라고 부르는 멋진 문양을 만들어 내어 장식하고, 보강하여 입었던 것이다.

■ 참고문헌

Ogikubo Kiyoko(1993), Kogin and Sashiko Stitch, Kyoto Shoin
津輕こぎんと刺し子(1998), INAX出版
布のちから布のわざ(1998), 國立歴史民俗博物館

2015년 S/S 패션잡화브랜드에 나타난 하이힐 트렌드 연구

-지미추·크리스찬 루부탱·마놀로 블라닉을 중심으로-

신현진 · 박혜원*

창원대학교 의류학과 석사과정, 창원대학교 의류학과 교수*

1. 연구목적

신발은 패션에서 의상에 맞추어 신는 보조적인 역할을 수행하던 과거와 달리, 현재에는 의상의 이미지를 부각시키기 위한 수단이 될 뿐만 아니라 하나의 개별적인 아이템으로써 패션 전체의 이미지를 결정하는 독창적인 아이템으로 발전하였다. 과거에 신발은 패션스타일링에서 의상과 조화롭게 어울리도록 신겨져 왔으나 최근에는 독특한 개성을 표현하거나, 전체적인 의상에 포인트를 주기위해 다양한 종류와 디자인의 신발이 신겨지고 있다.

본 연구는 다양한 종류의 신발 중에서도 ‘슈어홀릭’이라는 유행어를 만들어 낼 만큼 여성들에게 사랑받는 하이힐에 대한 디자인 경향을 연구하고자 한다. 이를 위해 전 세계적으로 인기를 누렸던 미국 드라마 시리즈 ‘섹스 앤더 시티’를 통해 큰 인기를 얻게 된 하이힐 브랜드 마놀로 블라닉과 지미추, 크리스찬 루부탱의 2015년 S/S 하이힐 트렌드를 연구하는데 목적을 두었다. 또한 세 브랜드의 2015년 S/S 하이힐 트렌드 분석을 통해 현대패션에서의 하이힐이 갖는 가치에 대해 재인식하고 향후 개성적인 패션이미지 연출에 도움을 제공하는데 목적을 두었다.

2. 연구방법 및 내용

지미추, 크리스찬 루부탱, 마놀로 블라닉의 세 브랜드의 인터넷 홈페이지에 나타난 2015년 S/S 컬렉션 사진을 바탕으로 굽이 없는 플랫슈즈와 운동화를 제외하고 총 121개의 하이힐 사진을 수집하였다. 총 121개의 사진 중에서 지미추 43개, 크리스찬 루부탱 42개, 마놀로 블라닉 36개의 하이힐 사진을 수집하였으며, 홈페이지에서 제공된 사진과 디자인 특성 정보를 바탕으로 형태, 색상, 소재로 나누어 디자인 특성을 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

지미추 브랜드의 2015년 S/S 하이힐은 기본 형태의 펌프스를 중심으로 오픈토 펌프스, 오픈백 펌프스, 스틸레토 힐, 스트랩 힐, 발가락과 발뒤꿈치 부분이 노출된 앵클 힐, 웨지힐 등 다양한 종류의 하이힐이 선보였다.

형태적 특성은 S/S의 영향으로 스트랩을 이용하여 발등이 많이 들어 난 디자인이나, 옆면에 과감한 커팅을 주어 시원한 느낌의 디자인이 대부분이었다. 색상은 블랙을 중심으로 화이트, 브라운,

Corresponding author : Park, Hyewon Tel.+82-55-213-3494 Fax.+82-55-213-3490
E-mail : hwpark@changwon.ac.kr

블루, 옐로우, 레드, 그린 등 다양한 컬러를 사용한 것을 볼 수 있었으며, 톤은 비비드한 컬러를 사용하여 밝고 화사한 느낌을 주었다. 또한 S/S에 맞는 밝고 화사한 컬러의 하이힐도 있었지만, 적갈색과 같은 그레이쉬한 톤의 레드, 블루, 그레이 등을 사용하여 다소 차분하고 톤다운 된 색상의 하이힐도 있었다. 소재 또한 마찬가지로 메탈릭한 소재와 광택이 있는 애나멜 소재를 사용하여 시원하고 화사한 느낌의 디자인과 레더와 스웨이드, 광택이 없는 애나멜을 사용하여 무게감 있으면서도 세련된 느낌의 다소 상반된 하이힐을 선보였다.

크리스찬 루부탱의 2015년 S/S 하이힐은 기본 펌프스, 오픈토 힐, 오픈백 힐, 스틸레토 힐, 스트랩 힐, 웨지힐 등의 기본 아이템들과 함께 앵글부츠, 종아리까지 오는 미들부츠, 구두의 앞부분에 두꺼운 두께의 플랫폼으로 된 하이힐까지 개성있는 디자인의 하이힐을 선보였다. 주로 발목을 감싸는 스트랩의 디자인과 발등에 다양한 문양을 연상하게 하는 커팅, 발뒤꿈치에 곡선의 아름다움을 살린 특이한 디자인들로 재미있는 컬렉션을 선보였다. 색상은 블랙, 화이트, 골드를 중심으로 레드, 핑크, 오렌지, 블루, 그린 등의 밝고 선명한 비비드톤과 브라이드톤을 주로 사용하였다. 소재는 대부분 광택있는 애나멜과 레더, 스웨이드를 사용하여 통일된 소재의 사용을 보여주었다.

마놀로 블라닉의 2015년 S/S 컬렉션의 형태적 특성은 오픈토 힐을 중심으로 스트랩 힐, 펌프스, 슬리퍼 형태의 힐을 선보였으며, 반복되는 원형이나 물고기나 나뭇잎 모양의 패턴들을 하이힐의 전체에 반복적으로 사용하여 기하학적인 느낌을 주었다. 그 밖에도 꽃의 수술이나 봉오리를 연상하게 하는 스트랩을 사용하여 특이하면서도 아트적인 컬렉션을 선보였다. 색상은 형태적 특성에서 보여진 것처럼 자연의 느낌이 나는 그린, 옐로우, 레드, 블루의 색상과 함께 블랙, 화이트 색상을 사용하였고, 전체적으로 밝은 브라이드 컬러를 사용하여 자연적이면서도 S/S의 느낌을 잘 살린 컬렉션을 선보였다. 소재는 대부분 레더와 광택없는 애나멜 소재를 사용하여 형태와 소재에서 다소 복잡해 보일 수 있는 디자인에 통일성을 더하였다.

4. 결론

지미 추, 크리스찬 루부탱, 마놀로 블라닉 세 브랜드의 2015년 S/S 컬렉션 사진을 분석한 결과 하이힐의 조형적 특성 중 종류와 형태는 기본형태의 펌프스를 중심으로 오픈토 힐, 스트랩 힐, 웨지힐이 대부분이었으며, 스트랩을 사용하여 발이 많이 노출되거나, 발등과 옆면, 뒤꿈치 부분에 다양한 형태로 커팅을 주어 시즌에 맞는 시원한 디자인들을 공통적으로 선보였다. 색상은 세 브랜드 모두 블랙과 화이트를 기본으로 옐로우, 그린, 레드, 블루 등의 밝고 화사한 비비드톤과 브라이드톤을 사용하였으며, 예외적으로 지미추에서는 F/W 감성이 묻어나는 차분한 그레이쉬 톤의 레드, 블루, 그레이가 사용되어 다른 두 브랜드에 비해 다소 차분한 컬렉션을 선보였다. 소재에서도 마찬가지로 지미추는 시원하고 화사한 느낌의 메탈릭한 소재와 광택있는 애나멜 소재와 함께 다소 무게감이 있는 레더와 스웨이드를 사용해 상반된 느낌을 주었다. 또한 지미추는 두 브랜드에 비해 뱀피가죽과 같은 동물가죽 소재와 레이스를 사용해 가장 많은 종류의 소재를 사용하였음을 볼 수 있었다. 크리스찬 루부탱은 광택있는 애나멜, 레더, 스웨이드 소재를 사용하여 가장 S/S 시즌다운 컬렉션을 선보였으며, 마놀로 블라닉은 대부분 레더와 광택없는 애나멜 소재를 사용하여 통일성 있는 컬렉션을 선보였다.

세 브랜드의 하이힐 트렌드를 분석하면서 일반적이고 관습적인 디자인에서 벗어난 독창적이고 신선한 아이디어의 하이힐 디자인들을 볼 수 있었다. 이를 통해 하이힐은 창조적 자율성의 가치

를 지니며, 단순한 신발의 개념을 넘어 현 시대가 요구하는 미적가치를 반영하고 새로운 패션 이미지를 창조할 수 있는 중요한 아이템이라 여겨 질 수 있다.

■ 참고문헌

이경손 · 김희섭 · 박영신 (2011). 패션 스타일링을 위한 코디네이션, 서울: 교문사, p.68.

김선영(2014), “패션컬렉션에 나타난 아이웨어(eyewear)에 관한 연구”, 한국패션디자인, 14(1), PP.98~99

네이버(검색어: 지미추), 자료검색일 2015.04.06. <http://us.jimmychoo.com>

네이버(검색어: 크리스찬 루부탱), 자료검색일 2015.04.06. <http://www.christian.louboutin.com>

네이버(검색어: 마놀로 블라닉), 자료검색일 2015.04.06. <http://www.manoloblahnik.com>

지방시 리카르도 티시의 디자인에 나타난 고딕 로맨티시즘

-2005년에서 2015년 컬렉션 중심으로-

권숙영* · 김진영

홍익대학교 디자인 콘텐츠 대학원 패션디자인 석사과정*

홍익대학교 섬유미술, 패션디자인과 강사

1. 연구목적

Givenchy는 1952년 파리의 디자이너 위베르 드 지방시(Hubert de Givenchy)가 창립한 엘레강스하고 클래식한 디자인이 특징인 오트 쿠튀르 브랜드이다. 소재의 특징과 재단의 기술을 이용한 그의 디자인은 몸위에 조각을 하듯 인위적 요소를 배제한 형태위주의 디자인 이었다. 그의 시대를 뛰어넘는 우아함은 흔들림 없이 중심을 지키며 40년간 지방시를 세계적인 명품브랜드 반열에 올려놓았다. 그가 1995년 하우스 오브 지방시를 떠난 후, 존 갈리아노, 알렉산더 맥퀸, 줄리안 맥도날드 등 영국의 젊은 디자이너들이 이끌었으나 그리 좋은 성과를 내지 못하였다.

2005년 리카르도 티시는 지방시의 여성복 크리에이티브 디렉터로 발탁되어 2015년 현재까지 절제된 우아함을 강조하는 브랜드의 이미지를 지키면서도, 그만의 재해석으로 지방시만의 새로운 미의 기준을 세움으로 창시자인 위베르 드 지방시가 떠난 뒤 10년간의 침체기에 마침표를 찍었다. 그의 독창적인 디자인은 하위문화(subculture)인 고스(Goth)를 지방시가 가진 블랙의 우아함과 과감한 실루엣 아카이브에 흡수시켜, 반항적이며 관능적인 매력을 강조하고, 낭만주의를 사랑하는 자신의 비전을 그대로 녹여내 감성적 판타지를 만들어내며 지방시를 네오고딕의 대표디자인 하우스로 성장시켰다. 따라서 리카르도 티시의 지방시가 10년을 맞이한 지금 제 2의 전성기를 맞이하고 있는 하우스 오브 지방시의 디자인적 특성을 고찰함으로써 그가 디자인에 반영한 고딕 로맨티시즘을 살펴보고 디자인 하우스를 다시 이끈 원동력은 무엇인지 알아보는데 그 연구의 목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구에서는 우선 고딕 로맨티시즘에 대해 연구하고 이를 바탕으로 2005년에서 2015년까지의 리카르도 티시의 지방시 컬렉션을 관찰하여, 이를 통해 보여지는 고딕 로맨티시즘을 연구하고자 한다. 연구 방법으로는 문헌을 통한 선행연구 및 인터넷 매거진을 통한 자료 수집을 통해 지방시의 컬렉션을 분석하고 이에 나타난 고딕 로맨티시즘을 고찰하고자 한다.

3. 결과 및 고찰

Corresponding author : Kwon Sookyeong Tel.+82.10.3852.7391

E-mail: sookyeongkwon@gmail.com

1) 고딕 로맨티시즘

고딕(Gothic)양식이란, 이탈리아 르네상스 예술가들이 중세 건축을 야만족인 고트족에 의한 건축이라고 폄하한데서 유래되었다. 18세기 들어 '고딕'이라는 단어는 중세적인 것, 17세기 중반 이전의 것을 의미하게 되었다. 고스의 사전적 정의는 첫째, 종말론적인 혹은 신비주의적인 가사를 동반하고 펑크 음악에서 파생된 록 음악 스타일, 둘째, 블랙의 의복과 흑백 메이크업, 고스 음악을 선호하는 하위문화 추종자로 명시되어 있다. 고딕의 원형에서 여과된 세련미는 다음시대의 로맨틱 부흥으로 이어져 고딕-로맨티시즘을 형성하였다. 로맨티시즘(Romanticism)이란, 18세기 말에 계몽주의에 반대하여 시작된 정신운동으로 지나치게 환상적이라는 어원을 가지고 있다. 고전적 표준이나 법칙에 반하는 성질 또는 고전적이라는 말에 대응되는 개념으로, 개개인의 감수성에서 새로운 창조를 추구한다. 영원에 대한 동경, 인간의 내면에 내재되어 있는 신비스러운 것로서의 도피적 성향이며, 이러한 성향은 현대사회의 과도한 물질주의에 대한 공포를 미화하고, 빈곤과 퇴락은 하이패션의 영감으로 승화되었다. 1970년대 이후 락과 메탈음악이 유행함과 맞물려 고딕 로맨티시즘은 하이패션 전반에 커다란 영향을 주었다. 고딕스타일은 로맨티시즘과 결합되어, 네오 로맨티시즘 또는 네오 고딕으로 명칭된다.

2) 리카르도 티시의 디자인에 나타난 고딕 로맨티시즘

락과 메탈음악에서 파생된 고스룩의 관능적이며 어둡고 신비한 외적 조형성을 차용하였다. 지방시 컬렉션에서 볼 수 있는 크고 노골적인 십자가와 장식, 레이어링 된 금장 목걸이 등 화려하고 장식적인 스타일링 또한 고딕적 요소이다. 그는 고딕적인 특성을 고급스러운 여성미로 재해석하여 지방시에 흡수시켜 새로운 방향을 제시하였다. 그가 말했듯 전형적인 아름다움에 개성이 더해짐으로 생명력을 가지게 되는 것, 감성을 전달하는 매개체로 패션을 대하는 것은 그의 낭만주의적 접근이다.

첫째, 실루엣에서는 19세기 카톨릭 건축에서 볼 수 있는 수직적인 움직임의 웅장함을 표현한 실루엣이 두드러진다. 이탈리아인인 리카르도 티시의 고딕적인 성향과 카톨릭적인 요소는 성장배경인 이탈리아에 뿌리를 두고 있는데, '카톨릭은 내 DNA의 큰 일부를 차지하고 있으며 컬렉션도 종교적인 부분을 표현하는 하나의 방법이다'라고 말했듯 고딕적인 요소는 매 컬렉션마다 새로운 아이디어와 결합하여 모던하게 연출된다. 입체감을 가미하면서도 스트레이트한 실용적인 실루엣을 추구하였다.

둘째, 디자인 디테일에서는 그는 십자가와 해골 등 그로테스크한 상징을 디자인 소재로 사용하며, 그동안 지방시가 가졌던 로맨틱함과는 다른 '죽음을 바라보는 로맨틱한 방법'을 표현했다. 종교적인 소재를 때로는 본디지적이며 섹슈얼하게 또는 세련되게 표현하였다. 2013 S/S 컬렉션에서 카톨릭 신부를 연상케 하는 초커칼라와 주교들의 복식에 나타난 비숍 슬리브가 디자인에 응용되고, 마치 성직자의 제의를 가장 관능적이며 우아하게 표현한듯하다. 2011S/S 컬렉션에 보여진 창백한 얼굴에 검붉은 립스틱, 양 갈래로 땀아 내린 헤어스타일은 뱀파이어와 흡사하며, 절개를 사용하여 표현된 십자가가 그의 고딕 로맨티시즘의 상징처럼 보인다. 2010S/S 컬렉션을 살펴보면 아라비아 문화와 쿠튀르적 요소를 융합하기도하고, 각진 테일러링과 부드럽게 떨어지는 드레이핑이 공존하기도 한다.

셋째, 칼라와 소재에서는 블랙은 지방시 컬렉션을 대표하는 칼라로 위베르 드 지방시가 모던함과 우아함의 도구로 사용했다면, 리카르도 티시는 관능적인 로맨티시즘의 상징으로 블랙을 선택

했다. 블랙에 과감한 컬러와 형이상학적인 그래픽요소를 더하여 이국적인 영감을 현대적으로 녹여냈다. 보라색 난초의 로얄 퍼플과 그린의 블랙과 조화를 이루고, 그로테스크한 그래픽이 프린트된 맨투맨은 반투명한 오르간자와 믹스해 여성성을 강조한다. 가죽과 쉬폰, 레이스와 저지와 같이 대비되는 소재들을 하나의 룩에 잘 녹여냈다. 핑크, 골드, 레드, 마룬 등 컬러들을 올 블랙 팔레트에 믹스해 다크한 무드의 낭만주의 감성으로 풀었다.

3) 리카르도 티시의 디자인에 나타난 고딕 로맨티시즘의 특성

위 세 가지 분석을 통해 지방시의 고딕로맨티시즘에는 첫째, 19세기 카톨릭 건축에서 볼 수 있는 수직적인 움직임의 웅장함, 둘째, 종교적인 소재를 섹슈얼하게 또는 세련되게 표현하고, 십자가와 해골 등 그로테스크한 상징을 디자인 소재로 사용한 종교적 이미지의 패션화, 셋째, 블랙에 과감한 컬러와 형이상학적인 요소를 더한 과감한 그래픽의 사용을 통한 그로테스크화를 들 수 있다.

4. 결론

본 연구는 디자이너 리카르도 티시의 지방시 컬렉션에 나타난 고딕 로맨티시즘을 관찰하고 분석함으로써 디자인의 조형적 특성을 이해하고, 위베르 드 지방시가 떠난 지방시를 위기에서 정상의 반열에 올려놓은 그의 디자인의 강점을 살펴보았다. 하위문화에서 시작된 고스룩은 로맨티시즘과 융합되어 하이패션에 다양하게 스며들었고, 많은 디자이너들이 응용하였다. 시대가 변함에 따라 때로는 하위문화에서 하이패션으로 또 하이패션에서 유스컬처로 순환되기도 하는데, 고딕 로맨티시즘은 그 좋은 예이다. 개개인의 감수성에서 새로움을 창조 추구하는 리카르도 티시의 지방시가 젊은 층의 대중적인 지지를 받는 것은, 고스라는 하위문화를 낭만주의 철학을 바탕으로 받아 들여 고급화하고, 이국적 아이디어를 믹스하여 재탄생시킴으로 익숙하지만 새로운 패션을 소개했기 때문일 것이다. 리카르도 티시의 디자인에 나타난 고딕 로맨티시즘에 대하여 실루엣, 디자인 디테일, 칼라와 소재로 나누어 특성을 고찰하고 이를 바탕으로 3가지 특성을 도출해 내었다. 첫째는 수직적인 움직임의 웅장함, 둘째 종교적 이미지의 패션화, 셋째 과감한 그래픽의 사용을 통한 그로테스크화 이다. 앞으로도 여성복의 새로운 방향을 제시하고 있는 지방시의 컬렉션에 대한 후속 연구가 지속되길 바란다.

■ 참고문헌

- 김지후(2013), "천재의 쿠티리에, 지방시" Singles 5월호
- 김은지(2010), "Afternoon at Givenchy's" Vogue 1월호
- 소지현(2014), "리카르도 티시", Vogue.com
- 월간미술(1998), "세계미술용어사전", 월간미술, p.24
- 이경아(2003), "로맨티시즘 복식의 양식", 서울여자대학교 박사학위논문, pp.60~75
- 정다울(2013), "고스 스타일의 조형적 특성 및 의미 해석", 서울대학교 석사학위논문, p.8
- 허남빙(2010), "고딕 건축 양식을 응용한 현대 패션디자인 연구", 영남대학교 석사학위논문, pp.6-10
- Lesley Brown et al. eds.(1993). "The New Shorter Oxford English Dictionary", Oxford: Clarendon Press, p.1121

현대 패션 컬렉션에 나타난 아웃도어 룩의 특성 연구

-2014년에서 2015년 여성복 컬렉션을 중심으로-

김미경* · 간호섭

홍익대학교 디자인콘텐츠대학원 패션디자인 석사과정*

홍익대학교 섬유미술.패션디자인과 교수

1. 연구목적

지난 몇 년간 아웃도어 시장은 눈부신 성장을 해왔고 예전에는 그저 기능성 바지와 컬러풀한 바람막이 재킷으로 대표되어 젊은 사람들로부터 외면 받았던 아웃도어 룩(outdoor look)이 현재는 쇼핑이나 커피숍에서조차 적합한 복장으로 인식될 정도이며 특히 한국인들에게는 일상복으로 통하는 용어가 되었다. 이에 아웃도어 전문 브랜드가 아닌 일반 패션 브랜드들에서도 아웃도어 라인을 선보이고자 다양한 시도를 하고 있으며, 4대 패션 도시의 런웨이에서도 역시 세련된 스타일의 아웃도어 룩을 선보이고 있다. 이에 본 연구는 현대 패션 컬렉션에서 아웃도어 룩이 어떠한 방식으로 선보이고 있으며 그 특성이 무엇인지 살펴봄으로써 아웃도어 룩이 현대 패션에 새로운 메가트렌드로써 어떠한 영향을 끼치는지 분석하는데 그 연구의 목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 아웃도어 룩의 새로운 시도가 많이 보여 지고 있는 2014년부터 2015년까지의 컬렉션으로 범위를 한정하여 패션 4대 도시인 밀라노(Milano), 파리(Paris), 뉴욕(Newyork), 런던(London)의 여성복 컬렉션에서 나타난 아웃도어 룩의 특성에 대해 연구하고자 한다. 연구 방법으로는 패션 전문 사이트인 스타일닷컴(www.style.com), 퍼스트뷰코리아(www.firstviewkorea.com)에서 추출한 실물 사진들을 대상으로 컬렉션의 이미지를 수집, 분석하여 아웃도어 룩의 이미지를 한정짓고 이를 통해 그 특성을 도출해 내고자 한다.

3. 결과 및 고찰

1) 아웃도어 룩의 일반적 고찰

아웃도어(outdoor)란 집밖, 즉 야외를 뜻하며 아웃도어 웨어(outdoor wear)란 야외에서 입는 옷을 지칭하는데 산악활동, 조깅, 자전거, 스키 등의 야외 스포츠나 레저 활동을 위해 착용하는 모든 의류를 총칭한다. 정신적 만족으로써의 스포츠의 이미지가 우아한 일상복으로 발전하게 되고, 이것이 하위문화로 내려와 거리에서 입을 수 있게 패션화가 되면서 아웃도어 룩의 용어가 생겨났다.

Corresponding author : Kim Mikyoung Tel.+82-10-3013-0421

E-mail : mizzle0421@naver.com

아웃도어룩의 가장 중요한 특징은 다양한 기능성을 가졌다는 것이다. 추위에 버틸 수 있는 보온성을 높이기 위해 다양한 기법이 사용되며, 내구성과 경량화를 위해 무봉제 접합 기법들이 사용되는 것이 특징이다. 또한 아웃도어 룩은 통기성, 방수성, 투습성, 방풍성, 활동성 등 그 기능에 맞추어 다양하게 가공된 특수 소재의 사용이 많고, 그 컬러 역시 안전과 개성을 위해 다른 룩들에 비해 고채도의 선명하고 밝은 비비드 컬러가 많이 사용되고 있다. 뿐만 아니라 외부 활동에서의 편의성을 위한 기능적 디테일과 부자재들의 사용이 많은 것이 특징이다. 또한 이러한 특징은 옷뿐만이 아니라 신발과 가방, 모자 등 잡화에 있어서도 나타나는데 그 사용 용도에 맞는 기능과 실용성을 겸비하는 것이 아웃도어 잡화들의 일반적 특징이다.

2) 현대 패션 컬렉션에 나타난 아웃도어 룩의 특성

첫째, 특수 소재들의 사용을 통한 기능성 추구이다. 기존의 패션 브랜드들에서는 잘 사용되지 않던 특수 소재들을 사용하여 디자인과 더불어 기능성을 추구하고 있는데, 가장 눈에 띄는 소재는 비닐류를 가공하여 인체에 무해하게 만든 무공해 소재로 방수성이 뛰어난 폴리에틸렌 비닐 아세테이트(E.V.A:ethylenevinylacetate)이다. Christian Wijnants(15Fall/Winter)는 이 소재와 경량 나일론 소재를 함께 사용하여 여성스러운 아웃도어 룩을 연출했고, Hunter Original(14Fall/Winter, 15Spring/Summer)은 이 소재를 사용하여 사파리 점퍼와 망토, 팬츠 등 다양한 아이템을 선보였다. 그리고 Miu Miu(14Fall/Winter)는 방수용 소재인 P.V.C(Poly Vinyl Chloride)와 타폴린(Tarpaulin)을 사용한 아웃도어 룩을 선보였으며, Marc by Marcjacobs(14Fall/Winter)는 뛰어난 스트레치성으로 활동성을 높여주는 스판덱스 소재와 고 기능성의 하이브리드 소재 등 다양한 기능성 소재들을 사용한 컬렉션을 선보였다.

둘째, 고채도 컬러의 사용을 통한 높은 명시성이다. Spring/Summer 컬렉션에서나 볼 수 있었던 고 채도의 선명하고 밝은 비비드 컬러가 Fall/Winter 컬렉션에서도 많이 보이고 있는데, 그 중 가장 명시성이 높은 컬렉션은 Moschino(14Fall/Winter)이다. Moschino는 옐로우, 오렌지, 블루, 그린, 바이올렛에 이르기까지 다양한 색상의 선명한 비비드 컬러를 사용한 패딩 아이템들과 저지 아이템들을 함께 스타일링하여 선명한 컬러 대비를 주었다. 그리고 어두운 컬러와의 배색 사용도 두드러지게 보였는데, Polo Ralph Lauren(14Fall/Winter)과 Rag&Bone(15Fall/Winter)은 선명한 비비드 컬러와 블랙 컬러의 아이템을 함께 스타일링 하여 대비를 주었으며, Fay(14Fall/Winter)와 Miu Miu(14Fall/Winter)는 한 아이템 안에서 비비드 컬러들을 서로 블록킹하여 사용하였는데 이로 인해 높은 명시성을 띄고 있었다.

셋째, 기능적 디테일의 장식화이다. 기능성과 실용성을 위해 많이 사용되던 투웨이 지퍼나 웰딩 방수 지퍼 등 특수 지퍼들이 장식적 요소로 다양하게 활용되었다. Rag&Bone(15Fall/Winter)은 투웨이 지퍼들을 활용한 아웃도어 점퍼들을 선보였고, Publicschool(15Fall/Winter)과 Fay(15Spring/Summer)는 방수 지퍼와 드로 스트링을 활용하여 다양한 아웃도어 룩을 선보였다. 또한 Hunter Original(15Spring/Summer)은 투 터치 버클과 드로 스트링, 그리고 방수 지퍼, 심실링 테이프 등을 사용한 아웃도어 룩을 선보였는데, 이렇듯 아웃도어에서 많이 사용되던 기능성 여밈 디테일들이 기능성과 함께 장식적인 포인트로 사용되었다. 그리고 외부 활동에서의 편의성을 위해 기능적으로 포함되었던 많고 다양한 크기의 아웃포켓들이 새롭게 변형되어 장식적인 요소로 많이 나타났는데 그 중 Alexander Wang(14Fall/Winter)은 다양한 모양과 크기의 포켓 형태들을 장식적으로 사용하여 자신만의 아웃도어 룩을 연출하였다.

넷째, 특수 기능을 가진 아웃도어용 잡화의 일상화이다. 트레킹이나 익스트림 스포츠에서 사용되던 신발들이 그 기능성은 살리되 세련된 컬러와 디자인이 더해져 고급스러운 의상들과 매치되어 많이 보였는데, Chanel(14Fall/Winter)은 힐을 벗고 처음으로 기능성 운동화를 신고 나왔으며, Marc by Marcjacobs(14Fall/Winter)는 트레킹화를 연상시키는 운동화들과 아웃도어용 방한 부츠에서 변형된 부츠들을 신고 나왔다. 뿐만 아니라 Spring/Summer 컬렉션에서도 앞이나 뒤가 트여있는 스포츠용 샌들이나 방수용 장화 등이 세련된 의상들과 함께 선보였다. 그리고 Kenzo(14Fall/Winter)와 Hunter Original(15Fall/Winter) 등 다양한 브랜드에서 패딩이나 다운에 쿼팅 기법을 사용한 가방을 선보였고, Christian Wijnants(15Fall/Winter)는 등산과 사파리용 모자를 여성스러운 아웃도어 룩 연출에 사용하는 등 아웃도어용 기능성 신발이나 가방, 모자들이 다양하게 코디되어 컬렉션에 소개되었는데, 이로 인해 아웃도어용으로 사용되던 기능성 잡화들이 일상적으로도 다양하게 사용될 수 있음을 보여주었다.

4. 결론

2014년부터 2015년까지의 최근 2년간 패션 4대 도시의 여성복 컬렉션에 나타난 아웃도어 룩을 분석한 결과, 그 특성으로 첫째, 특수 소재들의 사용을 통한 기능성의 추구, 둘째, 고체도 컬러의 사용을 통한 높은 명시성, 셋째, 기능적 디테일의 장식화, 넷째 특수 기능을 가진 아웃도어용 잡화의 일상화로 정리 할 수 있다. 디자이너들로부터 그저 등산복으로만 치부되어 온 아웃도어 룩이 더 이상 야외 활동을 위한 룩이 아닌 패셔너블한 하이패션으로써 진화하고 있다. 뿐만 아니라 컬렉션에서 선보여진 아웃도어 룩은 기존의 아웃도어 룩과 차별화 되어 다양한 기능성을 가지면서도 그들 브랜드만의 독특한 스타일로 제 탄생되어 아웃도어패션과 하이패션 사이에서 징검다리 역할을 하고 있다. 또한 럭셔리한 라이프스타일을 추구하는 소비자들까지 아웃도어 패션에 참여시킴으로써 새로운 소비를 이끌어 내고 있다. 본 연구는 2014년부터 2015년까지 패션 4대 도시의 여성복 컬렉션에서 나타난 아웃도어 룩의 특성에 대해 살펴보았다. 앞으로 아웃도어 룩이 현대 패션의 새로운 메가트렌드로써 많은 패션 디자이너들에게 그 기능성과 실용성으로 일상 패션에 많은 영향을 끼치길 기대한다.

■ 참고문헌

- 김인혜 · 하지수(2012), “국내 아웃도어웨어 디자인 특성에 관한 연구”, 한국패션디자인학회지, 12(1)호, pp.95-97
- 윤성아(2012), “컬렉션에 나타난 아웃도어 패션에 관한 연구”, 홍익대학교, pp.5~43
- Omote, Y(2012), "Trend in Outdoor Fashion-Progress in Outdoor Wear", Journal of the Japan Research Association for Textile End-Uses, 53(3), pp. 8-14
- 하승연 · 이연희 · 박재옥(2006), “21세기 이후 스포츠웨어의 미적 특성”, 한국의류학회지, 30(6), pp.880-891
- 황기애, "아웃도어 룩의 진화", LEEL 2014년 9월호, 자료 검색일 2015.3.23, 자료출처 http://navercast.naver.com/magazine_contents.nhn?rid=2033&rid=&contents_id=65656

현대 패션에 나타난 사이클 룩의 패션 스타일 및 미적가치에 관한 연구

임송미 · 나청청 · 이미숙*

전남대학교 의류학과

1. 연구목적

오늘날 지구 온난화로 인한 기후 이상과 이변으로 인한 피해가 속출함에 따라 전세계적으로 많은 사람들이 친환경, 지속가능한 삶에 관심을 갖기 시작하였다. 이러한 환경보호에 대한 인식과 함께 대표적 친환경 운송 수단인 자전거를 이용하는 사람들이 확산되면서 자동차 대신 자전거를 즐기는 자전거 피크닉족, MTB 동호회, 자전거를 타고 출퇴근하는 '자출족'까지 다양한 자전거 인프라가 구축되고 있다. 국내에서도 저탄소 녹색성장 정책의 일환으로 친환경 교통수단인 자전거에 주목하고 있으며, 2010년 행정안전부는 시민의 출·퇴근, 쇼핑 등 일상생활에서 편리한 자전거 이용환경을 조성하고, 전국 주요도시를 연결하는 자전거도로 사업을 추진하였다.

최근에는 자연과 환경을 보호하는 친환경 라이프스타일이 세계적인 트렌드로 부각되면서 라이프스타일에서 건강, 환경, 스타일 모두를 만족시키는 패션아이템들이 새롭게 요구되고 있다. 특히 사이클을 통해 개성과 감각을 추구하는 2030 세대뿐만 아니라 건강한 삶을 추구하는 실버층 등 세대를 거슬러 다양한 연령대에서 사이클이 새로운 문화 코드로 자리 잡아 가면서 사이클 룩이 패션아이템으로 보편화되고 있다. 그러나 사이클 룩에 관한 관심의 증대에 비해 아직 사이클 룩의 시장은 좁고, 디자인 개발과 연구 또한 미비한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 사이클이 친환경 스포츠 시장의 새로운 라이프스타일로 부각되고 있는 시점에서 사이클 룩의 패션 스타일과 내재된 미적 가치를 살펴보고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

연구 방법은 문헌연구와 실증연구를 병행하였는데, 문헌연구에서는 국내·외 관련서적과 논문 등의 선행연구를 토대로 사이클 룩의 개념과 역사, 친환경 라이프 스타일과 사이클 문화에 대해 살펴보고, 실증연구에서는 2000 S/S부터 2015 S/S까지의 패션컬렉션을 중심으로 사이클을 모티브로 활용한 패션 아이템과 사이클 룩의 조형성에 대해 살펴본 다음, 이를 토대로 사이클 룩에 나타난 패션스타일과 내재된 미적가치를 분석하였다. 분석을 위한 자료조사는 Mode et Mode, Gap, Fashion News 등 국내·외 패션 컬렉션지와 인터넷 사이트인 스타일닷컴(www.style.com)과 삼성디자인넷(www.samsungdesign.net) 및 동영상 사이트인 유튜브(www.youtube.com) 등을 참고하였다.

Corresponding author : Lee Misuk Tel.+82-62-530-1345

Fax.+82-62-530-1349

E-mail : ms1347@chonnam.ac.kr

3. 결과 및 고찰

사이클 룩(Cycle look)은 자전거 타는 사람(cyclist)의 복장을 스트리트 캐주얼 패션에 도입한 것으로, 날씬한 몸에 무릎길이의 저지 팬츠(사이클 팬츠)와 하이 넥 셔츠의 조합이 대표적인 스타일이며, 자전거 경기의 인기에서 급속히 패션화된 스포츠 룩의 하나이다. 최근에는 전용도로를 이용해 출근하는 일명 ‘자출족’이 즐겨 입는 출근복과 스포츠 룩이 완성된 의상을 의미하기도 한다.

패션컬렉션을 중심으로 사이클을 모티브로 활용한 패션 아이템과 사이클 룩을 살펴본 결과, 세계 각국의 유명 패션브랜드들이 자전거 또는 자전거를 모티브로 한 패션아이템들을 개발하고 있다. 클래식의 대명사 샤넬(Chanel)에서 출시한 ‘Chanel 2.55’ 자전거는 새들과 새들백, 핸들커버, 체인보호대까지 송아지 가죽으로 퀼팅되어 있으며, 여성들을 위한 메이크업 케이스, 이에 어울리는 패션을 선보였으며, 구찌는 베이징 올림픽을 기념하여 붉은 색을 좋아하는 중국인을 위해 Red Bike를 디자인하였고, 이외에도 영국 디자이너 폴 스미스는 자전거 브랜드 메르시앙과 협업하여 특유의 줄무늬를 가미한 자전거를 디자인하였다. 또한 라코스테는 LOOK BIKE와 콜라보레이션을 하여 의류 매장에서 사이클 룩과 코디시켜 판매하고 있으며, 클럽 모나코도 슬림한 수트와 함께 자전거를 전시함으로써 자전거를 활용한 사이클 패션이 소비자들에게 많은 인기를 얻고 있다. 일본에서도 건강과 자연을 생각하는 사람이 늘어나면서 기능성뿐만 아니라 패션에도 민감한 젊은 층의 자전거족을 위한 패션이 개발되고 있는데, 일본 디자이너 히데토 스즈키가 런칭한 ‘페달이다(pedaled)’는 대마와 오가닉 코튼 등 천연소재를 사용하고 활동적인 움직임을 돕기 위해 통기성을 높였고, 이어폰을 고정하기 쉽게 재킷 안에 고리를 장착하여 기능성을 높였다. 또한 AOKI에서 자전거출근족을 위한 자전거 수트를 개발하였는데, 기존의 수트로는 자전거를 타기 힘들다는 단점을 반영하여 만들어진 수트는 주름 방지, 원단 뒷면의 스트레치 소재 사용 등으로 세심하게 보완된 수트의 형태이다.

이러한 패션브랜드를 중심으로 사이클룩의 스타일을 고급스럽고 귀족적인 뎀디스타일, 전통적이고 차분한 클래식 스타일, 활동적이고 스포티한 캐주얼 스타일, 스피드와 라이딩을 즐기는 액티비스타일로 분류하였고, 미적 가치를 살펴본 결과, 건강지향성, 감성지향성, 개성지향성으로 나타났다.

4. 결론

이와 같이 국내외 패션브랜드들이 아티스틱한 감성으로 자전거에 패션을 입히거나 자전거를 패션의 모티브로 활용하고 있는 것은 전 세계적으로 대두된 환경문제로 인해 패션 라이프스타일 전반에 친환경과 윤리적 패션에 대한 관심이 확산된 경향이라 볼 수 있다. 본 연구를 통해 디자인개발 측면에서는 향후 국내 사이클 룩을 개발하는데 필요한 실증적인 기초자료를 제공하고, 친환경적인 사회의 인식 조성과 다양한 사이클 룩 스타일의 활용도를 향상시킴으로써 스포츠 패션의 활성화에 기여하고자 한다.

■ 참고문헌

안현주 (2012), 국내 바이크 룩(Bike Look)의 패션스타일 특성, 한국니트디자인학회 춘계학술대회, 41-43

차유미 · 이상은 (2012), 자전거 출퇴근 시 착용의류 불만족 요인 및 선호 아이템 연구, 한복문화, Vol.15 No.2, 31-43.

조송현 (2001), 자전거이용 활성화에 관한 연구, 서울대학교 체육연구소논집, Vol.22 No.1, 13-22.

어패럴뉴스사 편집부 (2011), 자전거 패션의 중심에 서다, 서울: 어패럴뉴스사, p.323.

<http://gidals2000.blog.me/90114446469>

21세기 한국 힙합 뮤지션의 그래피티 패션에 나타나는 조형적 특성연구

이세지* · 간호섭

홍익대학교 디자인콘텐츠대학원 패션디자인 석사과정*

홍익대학교 섬유미술.패션디자인과 교수

1. 연구목적

힙합음악은 자유 반란 일탈 등을 기호로 표출하여 흑인들의 저항문화를 표현하는 것으로 초기에는 단순히 자기자랑이나 타인의 비방 등을 즉흥적으로 내뱉는 것에서 출발하여 이후 사회문제나 정치 비판 등을 직설적으로 표현하는 것이 흑인사회의 거리문화로 퍼지게 되면서 본격적으로 발전하기 시작한 음악 장르이다.

21세기 현대 패션에서 그래피티 요소의 활용은 디자이너가 대중에게 전달하고자 하는 메시지의 전달 수단 혹은 심미적인 기능의 충족과 판매증진을 위한 마케팅에의 활용 그리고 브랜드의 아이덴티티를 구축하는 요인 등으로 다양하게 그 역할을 담당하고 있다. 이러한 그래피티 요소는 문화 현상인 힙합패션에도 반영되어 특정 시대와 사회에서 유행하는 힙합 뮤지션의 스타일과 패션 현상에 나타나고 있다.

이에 본 연구는 21세기 한국 힙합뮤지션의 그래피티 패션에 보여지는 조형적 특성의 분석을 통해 한 장르로 자리잡은 힙합 패션 가운데 그래피티 패션이 힙합 뮤지션의 의상에는 어떻게 나타났는지 살펴보고자 함에 이 연구의 목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 21세기 한국을 배경으로 활동하는 힙합뮤지션 중 대중 매체에 노출되어 메이저 가수로 활발히 활동하고 있는 뮤지션을 대상으로 뮤직비디오와 앨범 자켓 그리고 무대의상으로 범위를 정하고 연구하였다. 문헌연구로는 “장희(2013)의 그래피티 아트의 유희적 표현 연구”와 “김영태(2009)의 현대패션에 나타난 Graffiti” 이미지에 관한 연구” 그리고 “강은지(2010)의 국내 힙합뮤지션의 패션스타일 유형별특징”를 바탕으로 한 학술 연구를 통해 이론적 고찰을 하고 실제 가수들의 뮤직비디오 의상과 무대의상을 바탕으로 사례분석을 통해 그 조형적 특성을 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 힙합 뮤지션의 그래피티 패션

Corresponding author : Lee Seji Tel. +82-10-3933-9180

E-mail : dltpwl055@hanmail.net

힙합뮤지션의 그래피티 요소가 나타난 패션이 등장한 것은 1990년대에 그래픽적인 그림이 티셔츠에 프린트되어 나타나는 것으로 시작되며 스포츠 패션브랜드인 아디다스, 나이키 등의 자기브랜드의 아이덴티티를 표현 할 수 있는 로고가 옷의 그래피티 형태로 나타난다. 현재 21세기는 힙합뮤지션의 앨범자켓, 무대의상, 뮤직비디오 등에 패션디자이너들이 고유의 힙합 옷의 실루엣 형태를 지니면서 그래픽적인 요소가 옷에 포함되는 것을 볼 수 있다. 힙합 뮤지션에서 보여지는 그래피티 특성중 믹스 앤 매치 힙합 스타일도 나타나고 있으며 옷에 특징뿐만 아니라 신발, 악세사리, 모자, 가방 모든 스타일링에서도 보여지고 있다. 현대21세기 패션브랜드에서도 명품브랜드인 루이비통에서 그래피티를 입힌 가방을 출시해 엄청난 인기를 끈 바있고, 세계적인 시계브랜드 스와치 에서도 그래피티 아티스트인 그레엄스와 손잡고 그래피티 스페셜 시계를 선보였다

2) 한국 힙합 뮤지션의 패션에서 보여지는 그래피티

한국 힙합 뮤지션에 보여지는 대표적인 그래피티 패션은 레터링 나염이 들어간 그래피티 티셔츠이다. 일반적으로 비속어나 유행하는 단어 혹은 사회 비판적인 의미를 가진 단어를 가지고 그래피티로 표현한다. 디지털 나염이나 일반적인 염료 나염 혹은 실리콘 라벨등의 다양한 재료를 사용한다. 다음으로는 상의 자켓이나 점퍼에 들어가는 패치에 사용되는 그래피티 이다. 지드래곤이나 지코 같은 한국 힙합 뮤지션은 무대 의상에서 거대한 자켓 혹은 점퍼를 입고 웅장한 느낌을 연출한다. 이때 사용되는 그래피티는 자수가 놓아진 패치 형태로 옷에 직접적으로 새기기 보다는 패치에 그래피티를 새겨 덧 입혀지는 형태로 보여진다. 마지막으로 굵은 목걸이나 체인, 반지 등의 금속 장신구에 들어가는 그래피티 형태이다. 씨엘과 윤미래 같은 여성 힙합 뮤지션의 경우 짧은 탑 의상에 굵은 목걸이 포인트를 줌으로서 여성성도 강조하면서 동시에 힙합 뮤지션만의 강렬함도 보여준다. 이러한 장신구는 그래피티의 라인을 굵은 선으로 표현하며 일반적인 장신구의 5배 이상의 큰 사이즈로 시선을 끈다.

3) 한국 힙합 뮤지션의 그래피티 패션에서 나타나는 조형적 특성

위의 연구를 통해 살펴본 한국 힙합 뮤지션의 그래피티 패션에 나타나는 조형적 특성은 크게 풍자성, 주목성, 과장성으로 나누어 살펴볼 수 있다.

첫 번째 풍자성이다. 폭등사회정당 이라 하여 집단적 폭력 행위를 일으켜 사회의 질서를 어지럽게 하는 정당을 비판하는 그래픽적인 사진의상을 볼 수 있다. 자신이 애기고 싶은 메시지를 옷을 통해서 나타내고 있으며 이러한 특성이 힙합음악과 비슷한 경향을 보여지고 있다.

두 번째 주목성이다. 기존의 힙합의 상징인 그래피티는 21세기 현대적으로 해석하여 뮤지션의 화보,의상,뮤직비디오에 적용하고 있다. 특히 한국 힙합 뮤지션은 메시지를 전달하기 위한 목적으로 그래피티 의상을 많이 사용하고 있으며 이를 통해 사람들을 집중시켜 자신의 음악적 색을 알리는 목적으로 그래피티 의상을 많이 착용한다. 이러한 주목성을 이용하여 스포츠 패션브랜드 아디다스는 브랜드의 마케팅, 판매증진을 위해 뮤지션과의 콜라보레이션을 통해 다양한 이벤트로 소비자의 주목을 끌고 있다.

세 번째 과장성이다. 그래피티에 나타나는 다양한 문구와 요소들은 과장된 형태를 보이고 있는데 이러한 과장성은 그들의 음악적 정체성과 메시지를 표현하고자 더욱 강하게 표현된다. 또한 강한 배색과 다채로운 칼라를 과장되기 사용하는 과장된 표현을 통해 주목을 끌고자 한다.

4. 결론

21세기 한국 힙합 뮤지션은 자신만의 음악개성으로 메시지를 표현하고자 하며 이러한 힙합 뮤지션의 특성은 패션에도 반영되어 패션에서는 사회를 향한 부조리와 문제 의식을 빗대어 표현하는 풍자성, 사람들을 집중시켜 자신만의 음악 색깔을 잘 표현하기 위한 주목성, 과장된 칼라와 형태로 과시하고자 하는 과장성으로 세가지의 조형적 특성이 보인다.

이러한 힙합 뮤지션의 그래피티 패션은 일반인의 스트리트 패션에도 영향을 미쳐 전체의상이 힙합패션이 아니더라도 부분적으로 이러한 그래피티적 요소가 보여지고 있으며 앞으로도 일반적 패션에 그 풍자성과 주목성 과장성을 바탕으로 많은 영향을 끼칠 것으로 보인다.

■ 참고문헌

- 강은지(2010), "국내 힙합뮤지션의 패션스타일 유형별 특징", 서경대학교 대학원
김영태(2009), "현대패션에 나타난 Graffiti 이미지에 관한 연구", 연세대학교 생활환경대학원
김태룡(2013), "한국 언더그라운드 힙합에 대한 연구", 단국대학교 대중문화예술대학원
장희(2013), "그래피티 아트의 유희적 표현 연구", 영남대학교 대학원
엄지영(2015), "남성 컬렉션에 나타난 힙합패션스타일 : 2000년 이후 컬렉션 중심으로", 건국대학교 대학원

에디 슬리먼(Hedi Sliamne)의 남성복에 나타난 디자인 특성

나청청* · 이미숙

전남대학교 생활과학대학 의류학과 석사과정*

전남대학교 생활과학대학 의류학과 교수

1. 연구목적

미의 기준은 시대의 흐름에 따라 가변적이다. 수천 년간 지속되어온 남성의 아름다움은 현대에 들어와 전통적인 관념에서 벗어나 더욱 개성적이고 자유로운 스타일로 변화되었다. 현재 이브 생 로랑의 크리에이티브 디렉터인 에디 슬리먼(Hedi Sliamne)은 세계 패션계에서 남성복에 커다란 영향을 끼친 디자이너라고 할 수 있다. 그가 2000년부터 2007년까지 디올 옴므에서 디자인한 슬림하고 개성적인 로큰롤 스타일은 남성복 이미지에 막강한 영향력을 발휘하였다. 2012년에 이브 생 로랑으로 복귀한 에디 슬리먼은 슬림 앤 롱 스타일을 고수하면서 다양한 문화에서 영감을 받아 남성복을 새롭게 해석함으로써 세계 패션계에 반향을 불러일으켰다. 그럼에도 에디 슬리먼의 디자인에 관한 연구는 아직 미미한 실정이다. 이에 본 연구는 에디 슬리먼이 디자인한 디올 옴므(Dior Homme)와 이브 생 로랑(Yves saint Laurent)에서 발표한 남성복 디자인을 비교하여 슬리먼 룩(Sliamne Look)으로 대표되는 독특한 스타일을 탐구하고 미래의 남성복 개발에 유용한 자료를 마련하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구의 대상은 에디 슬리먼이 디올 옴므에서 발표한 2003 S/S부터 2007 F/W컬렉션, 이브 생 로랑에서 발표한 2013 F/W부터 2015 F/W 남성복 컬렉션으로 한정하였다. 연구방법은 먼저 에디 슬리먼의 디자이너로서의 경력을 살펴본 다음, Style, Vogue, Fashion News, Collections 등 국내외 패션전문지에 게재된 작품의 사진과 인터넷 사이트 기사, DVD 등 패션 관련 자료를 중심으로 디올 옴므와 이브 생 로랑의 남성복 디자인의 특성을 형태, 색채, 소재, 액세서리로 각각 비교하여 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

에디 슬리먼은 이탈리아 계통의 브라질인으로 프랑스에서 활동하고 있는 디자이너이다. 그는 1997년부터 이브 생 로랑의 아티스트 디렉터로 활동하다가 1999년에 YSL그룹이 구찌 그룹으로 넘어가면서 구찌그룹에서 그의 이름을 내건 고유 라벨을 런칭하자고 제안했으나 LVMH그룹의 크리스티앙 디올(Christion Dior)의 새로운 남성복 라인인 디올 옴므의 크리에이티브 디렉터가

Corresponding author : Lee Misuk Tel.+82-62-530-1345
E-mail : ms1347@chonnam.ac.kr

Fax.+82-62-530-1349

되어 의상뿐만 아니라 향수, 시계 라인 등은 런칭하였다. 그러나 2012년에 그는 이브 생 로랑의 크리에이티브 디렉터로써 다시 복귀했다.

에디 슬리먼이 디올 옴므와 이브 생 로랑의 남성복 컬렉션에서 발표한 디자인 특성을 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 디올 옴므 컬렉션의 아이템은 주로 코트, 셔츠, 재킷, 점퍼와 팬츠로 구성되었다. 2005년 이전에는 점퍼와 폭 넓은 팬츠 구성 있는 H형 실루엣이 많았지만 그 이후에는 팬츠의 여유가 줄어 점점 타이트한 실루엣으로 변화되었다. 넓고 딱딱한 남성적인 라인도 부드럽게 변화였다. 반면에 이브 생 로랑의 남성복 컬렉션에서는 주로 슬림한 재킷과 몸에 딱 붙는 팬츠 구성이 가장 높은 빈도로 나타났다. 즉 상의는 좁은 어깨선에 품이 적당히 여유 있는 형태이며, 하의는 다리 라인이 완전히 드러나는 스트레이트형이 많았다. 기존 남성복의 전형인 딱딱하고 폭이 넓은 H라인에서 벗어나 슬림한 라인과 신체에 밀착된 실루엣을 강조함으로써 에디 슬리먼의 대표적인 스키니 룩 이미지를 연출하였다.

둘째, 디올 옴므의 경우, 2003 S/S부터 2004 F/W까지는 주로 블랙이나 그레이, 화이트 등 무채색을 사용되었는데 2005 S/S부터 무채색 기조로 레드, 핑크, 옐로 등이 포인트 색채로 많이 사용되었던 반면 이브 생 로랑의 경우에는 주로 블랙을 사용하면서 포인트로 밝은 톤의 레드, 블루, 그레이 핑크 등을 가미하여 생동적인 이미지를 표현하였다. 특히 2014 S/S와 2015 F/W 컬렉션에서 밝은 톤의 핑크를 사용함으로써 여성적인 이미지를 강조한 메트로섹슈얼 룩 이미지를 연출하였다.

셋째, 디올 옴므의 컬렉션에서는 니트, 면, 모직 뿐 만 아니라 가죽, 광택 있는 섬유도 많이 사용되었다. 특히 2003 F/W 컬렉션에서 블랙 가죽으로 표현된 1970년대의 그런지 룩은 시각적인 충격을 주었다. 이브 생 로랑의 컬렉션에서는 이러한 소재 뿐 만 아니라 모피, 시스루, 스웨이드, 플란넬, 레이스 등 다양한 소재를 활용함으로써 남성복에 화려하고 풍부한 감성을 부여하였다. 특히 금사나 은사를 가미한 글리터링 효과를 통해 고급스러우면서도 생동감 있는 이미지를 연출하였고, 레이스, 시스루, 호피 문양의 모피, 실크 등을 사용함으로써 매혹적인 여성의 이미지를 연출하였다. 이는 에디 슬리먼이 디올 옴므 컬렉션에서 표현한 은은한 여성적 이미지보다 더욱 직접적이고 노골적으로 여성적 이미지를 전달하는 것이라 볼 수 있다.

넷째, 액세서리로 디올 옴므의 컬렉션에서는 가죽 장갑, 금속 목걸이, 목도리가 나타났는데, 이는 에디 슬리먼의 그런지 룩에 맞춰 남성의 강인함을 표현한 것이다. 반면, 이브 생 로랑의 경우는 스카프, 팔찌, 귀걸이 등 다양한 장식을 사용하였고, 특히 2015 S/S 컬렉션에서 다채로운 스카프, 카오보이 모자, 화려한 목걸이, 팔찌 등은 에스닉 이미지를 창출하였다.

4. 결론

이상으로 에디 슬리먼의 남성복 디자인 특성을 분석한 결과, 디올 옴므에서 보다는 이브 생 로랑에서는 더욱 슬림하게 변화하는 추세를 보였다. 즉 슬리먼 룩이란 말은 디올 옴므 컬렉션에서 나왔는데 이브 생 로랑의 남성복 컬렉션에서는 더욱 성숙하게 해석되었다. 디올 옴므에서 과장된 그런지 룩을 이브 생 로랑 컬렉션에서 점점 더 수렴하면서 남성 이미지를 깔끔하게 표현하며 여성 이미지 더욱 강하게 연출하였다. 이는 남성복 이미지에서 독창적인 스타일로 섬세한 아름다움을 표현함으로써 남성복의 새로운 영역을 개척하였다고 볼 수 있다. 또한 이브 생 로랑에서 에스

닉 이미지를 보면 에디 슬리먼의 남성복 디자인 특성은 더욱 다문화적으로 발전한 추세를 보였다. 본 연구를 통한 에디 슬리먼의 디자인 특성을 분석함으로써 남성복의 디자인 트렌드 변화를 파악 할 수 있으며, 이는 미래 남성복의 이미지 방향을 예측하는데 에도 도움이 될 것이다.

■ 참고문헌

- 김해진 · 곽태기(2010). 현대 남성복 컬렉션에 나타난 크로스 섹슈얼 스타일에 관한 연구. *한국 패션디자인학회지*. 10(4). pp.24~26
- 황혜림(2014). 생 로랑 패션 하우스의 디자인 정체성 연구. 인천대학교 석사학위논문. pp.66~96
- 刘斐元(2010). 浅析男装女性化时尚的形成因素及设计元素. *美与时代*. pp.102~103
- 刘永利(2010). 从男服女性化看后现代对性别的解构. *大众文艺*. p.71.
- <http://www.yoka.com/club/sstz/2012/0912710956.shtml>
- http://www.thesingle.co.kr/common/cms_view.asp?channel=15&subChannel=44&idx=7423
- <http://www.styletv.com.cn/fashion/trends/20140630-cta-14705.shtml>
- <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=050&aid=0000007140>

니트 소재가 여성 스포티즘 룩에 미친 영향

-1920년에서 1930년을 중심으로-

이수영* 김진영

홍익대학교 디자인콘텐츠대학원 패션디자인 석사과정*

홍익대학교 섬유미술 · 패션디자인과 강사

1. 연구목적

스포티맨먼트 즉, 즐기는 스포츠가 21세기 현대인의 중요한 라이프스타일로 자리잡으면서 스포츠웨어는 더 이상 운동을 위해서만 착용하는 기능복이 아닌 하나의 트렌디이자 유행 스타일이 되었다. 스포츠의 활동성과 기능성, 캐주얼 웨어의 편안함과 자유로움에 고감도 캐릭터가 결합된 새로운 패션이 나타났으며 이는 일시적인 현상이 아닌 메가 트렌드로 자리매김하였다. 특히 원사와 조직, 게이지(guage)에 따라 다양한 디자인 표현이 가능하며 신축성, 유연성, 다공성과 함기량, 다양성 등 스포츠패션에 적용되기 좋은 특성을 지니고 있는 니트는 그 가치를 높이 평가받았다. 따라서 스포티즘룩이 새로운 개념으로 자리 잡았던 20세기 초를 중심으로 니트소재가 여성 스포티즘룩의 형성에 미친 영향에 대해 살펴보고자 함에 그 연구 목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구의 이론적 배경과 사진자료는 국내에서 출판된 복식사와 패션관련 단행본, 학위논문지, 학회지 등을 활용하였다. 각 년도 별로 나타난 니트웨어의 형태, 소재, 대표 디자이너 등의 자료를 참조하였고, 니트 소재로 인한 영향을 학문적으로 분석해보았다.

연구범위는 여성 스포티즘룩에서 니트 소재가 각광받기 시작한 1920년대와 스포티즘룩이 널리 유행한 1930년대까지로 제한하여 연구를 하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 스포츠웨어에서 니트 소재의 등장

패션은 시대를 반영하는 거울이다. 사회와 밀접한 영향을 주고받으며 발전해왔고 이로 인한 패션무드는 시대의 아이콘이 되었다. 20세기 초 니트웨어가 패션아이템으로 등장한 데는 1차 세계대전 이후 여성해방운동으로 인한 여성의 새로운 역할이 크다. 여성들이 산업전선에 뛰어들면서 진취적인 삶을 영위하였다. 여성들의 경제활동이 늘면서 스포츠 등의 야외활동을 즐기게 시작했고 옷차림에 많은 변화가 생겼다. 제 1차 세계대전 직전 Carl Janzen은 고무편으로 짜여진 몸에 꼭 맞는 수영복을 생산하였다. 이후 스포츠웨어를 디자인하기 위한 ‘스포츠하우스’가 세워졌으며

Corresponding author : Lee soo young Tel.+82-2-010-9447-7454

E-mail : djskalx@naver.com

골프, 테니스, 아이스하키 복에 니트 가디건을 착용하였다.

2) 니트 소재가 여성 스포티즘 룩에 미친 영향

① 실루엣의 변화

가브리엘 샤넬(Gabriel Chanel)은 여성들이 스포티하고 편안한 옷을 원한다는 것을 간파하였다. 그녀는 제 1차 세계 대전 이후 옷감이 부족할 때 남성 속옷 소재였던 저지(jersey)의 용도를 확장시켜 여성복으로 개발하였다. 1913년 도빌에서 스포츠모드를 발표, 저지를 사용한 스웨터를 선보이면서 편안하고 캐주얼한 스포츠 니트웨어를 디자인하였다.

이후 그녀는 1916년 저지로 만든 슈트를 발표하였다. 저지는 자체의 신축성 때문에 다트나 여유분을 주지 않아도 인체의 움직임을 자유롭게 만드는 장점이 있기 때문에 당시 기능성과 실용성을 추구하는 사회적 요구와 맞는 직선적인 실루엣의 디자인이 가능했다. 또한 그녀는 금이나 은을 함께 직조하여 편성물 저지를 대중화시켰다. 이는 플리츠스커트, 앙상블 니트, 스웨터로 애용되었는데 잘 차려입은 기능적인 복식의 발전으로 이어졌다.

② 젠더구별의 모호화

1919년 제 1차 세계대전이 끝난 후 유럽사회는 여성들의 활발한 사회진출로 의생활에 큰 변화가 일어났다. 남성들이 전쟁에 참가하는 동안 여성들이 그 자리를 대신했고 여성들의 직업군이 다양해지면서 스타일에 큰 변화가 생겼다. 1925년 샤넬이 제안한 가르손느(garconne)룩은 기능성을 살린 니트 카디건, 남성복의 여유 있는 재단과 편안함에 기초한 니트 재킷, 넓은 폭의 니트 주름치마 등의 스타일은 많은 남성적인 요소들로 구성되었다. 1928년 랑방이 발표한 스포츠웨어도 남성복의 전유물이었던 기하학적 패턴이 들어간 스웨터, 블레이저 재킷, 카디건 수트로 구성되어있다. 이는 레저(leisure), 야외(open air), 여유(relaxtion)의 의미를 내포한 여성의 복식에 스포츠를 즐기 위한 최소한의 실용성을 고려하여 제안한 새로운 의복 형식이었고, 남성적 스타일의 여성복 혹은 자유를 상징하는 중성적 스타일인 앤드로지너스(Androgynous)룩으로 1920년대 새로운 트렌드가 되었다.

③ 복식의 기능성 향상

이 시기 복식의 특이할 만한 변화는 장소나 시간, 착용자가 참가하는 행사나 용도에 따라 액티브 스포츠웨어(Active sports wear), 관람자용 스펙테이터 스포츠웨어(Spectator sports wear)로 세분화된 점이다. 특히 이러한 변화를 이끈 대표 아이템이 니트였다. 장파투는 니트를 활용한 스포츠웨어의 경험을 바탕으로 1925년 Le coin de sports를 오픈하였고 수영•승마•골프•스키용 의상을 디자인하였다. 특히 프랑스 테니스 스타 수잔 랭글렌(Suzanne Lenglen)을 위한 디자인은 세련된 스포티즘룩의 대표적 사례라 할 수 있다. 또한 여러 가지 색상으로 짜여진 페어아일 스웨터(fair-isle sweater)를 입고 골프를 치는 윈저공의 패션 또한 대중에게 큰 영향을 미쳤으며, 1924년 제 1회 동계올림픽, 1928년 제 2회 동계올림픽이 개최되면서 스키열풍이 불었다. 1920년대 중반까지 여성들은 스커트를 입고 스키를 즐겼지만 20년대 후반 활동성이 편리한 울 저지 소재로 제작된 터틀넥 스웨터와 팬츠를 즐겨 입었다. 이와 같이 기능적이면서 동시에 패션 상품으로서의 가치를 가진 니트로 인해 스포티즘룩은 더욱 다양해졌다.

4. 결론

본 연구는 현대 스포티즘룩의 대표적인 소재와 아이템으로 각광받고 있는 니트, 특히 니트 소

재가 20세기 여성 스포티즘룩에 미친 영향에 대해 알아보았다. 1920년대 대표적인 룩이자 시대를 초월한 클래식함으로 지금까지도 그 가치를 인정받고 있는 샤넬 슈트의 소재인 저지로 인해 여성 스포티즘룩이 발전하였다. 직선적인 실루엣으로 변화를 가능하게 하여 1920년대 복식 전체에 큰 영향을 미쳤으며, 스포츠웨어에 적합한 니트 소재로 스포티즘룩의 기능에 따른 세분화가 이루어져 용도에 따른 다양한 디자인과 착장이 가능할 수 있게 되었다. 이처럼 그 중요성에 비해 객관적 자료나 연구 실적이 미미한 니트의 의의에 대한 후속연구가 지속되어 그 가치를 평가받기를 바란다.

■ 참고문헌

- 이재정 · 박신미(2011), “패션,문화를 말한다. 패션으로 20세기 문화 읽기”, 애경, p87
이미숙 · 조규화(1999), “샤넬 스타일의 변천과 조형적 특성”, Jonal of Fashion Business Vol.3 No.2, pp3-4
최광돈(2010), “현대 니트 패션의 조형성 연구”, 홍익대학교 박사학위논문, p47-57
하승연 · 이연희 · 박명자(2004), “20세기 스포츠웨어에 표현된 니트디자인”, Fashion&Costume Design Association Vol.6 No.2 p.92-94
현대패션100년 편찬 위원회(2006), “현대 패션 100년”, 교문사 pp. 89-92
Fashion&Costume Design Association Vol.6 No.2 p.92-94

현대패션에 나타난 농코어 스타일에 관한 연구

김영아* · 최경희

호남대학교 의상디자인학과 석사과정*

호남대학교 의상디자인학과 부교수

1. 연구목적

최근 스트리트 패션에서 단순하고 평범함을 추구하는 패션이 주목받기 시작하면서, 농코어(Nomcore) 스타일이라는 신조어가 등장하였다.

패션이 한 시대를 대표하는 문화요소로서 비중이 커가고 있으며 지속가능한 패션을 추구하는 소비자의 욕구에 따라 미니멀하면서도 평범한 스타일링이 각광을 받는 가운데 스티브잡스(Steve Jobs), 버락오바마(Barack Obama) 등 해외 유명인사들의 일상복 스타일이 매스컴을 통해 주목받기 시작하면서 농코어 스타일이 스트리트 패션의 하나로써 확산되게 되었다.

2014년 F/W 컬렉션부터 본격적으로 발표된 농코어 패션스타일은 페스트 패션 및 스트리트 패션의 유행과 함께 소비자들에게 더욱 주목받게 되면서 지속 유행될 전망이다.

이에 본 연구는 소비자들의 라이프스타일과 사회 문화적 현상에 따른 농코어 패션스타일의 특성을 분석하여 시대적 상황에 맞는 새로운 유행스타일의 제안을 위한 기초자료로 쓰고자 함에 있다.

2. 연구방법 및 내용

연구방법은 농코어의 개념과 농코어 스타일이 나타난 사회, 문화적인 배경에 대해서 패션스타일 관련 서적과 인터넷 자료, 선행연구를 참조하였고, 실증적인 분석을 위해 2014년 F/W부터 크게 유행되어지기 시작한 모노톤 컬러의 편안한 보이는 루즈핏(loose fit) 농코어 스타일을 2014 F/W Collection부터 2015 S/S Collection을 중심으로 작품을 선정하였다.

2014 F/W Collection 부터 2015 S/S Collection 을 걸쳐서 대표적인 농코어 패션 스타일인 주로 미니멀하면서도 루즈 핏의 편안한 요소의 농코어 스타일의 특징을 살려 발표한 대표적인 총 20여명의 디자이너 작품 중 300점 가량의 컬렉션 사진을 수집하여 농코어 패션 스타일의 대표적인 아이템, 실루엣, 색상, 소재, 액세서리 스타일링을 분석하였다. 본 연구에서는 디테일을 최대한 자제한 채 심플한 디자인 위주의 농코어 패션스타일에서는 거의 문양을 사용하지 않기 때문에 문양을 분석대상에서 제외하였다.

Corresponding author : KIM, Young-ah Tel. +82-10-8624-5907
E-mail : aa60000@naver.com

3. 결과 및 고찰

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, ‘놈코어’(Normcore)는 표준을 의미하는 ‘normal’과 핵심을 의미하는 ‘hardcore’의 합성어로 평범함을 추구하면서 핵심을 찾는 패션이다.

미국 출신 소설가 윌리엄깁슨(William Gibson)의 2005년작 ‘패턴이식(Pattern recognition)’에서 ‘Normal’과 ‘Hardcore’의 합성어로 생성된 신조어로서 2014년 뉴욕매거진에 의해 패션용어로 시작되어 통용되기 시작하였다. 놈코어란 용어는 한 개념 미술 전시에서 처음 등장했으며, ‘대중과 유리된 채 개성을 우선시하던 까다롭고 돈 많은 천재적 엘리트들이 보통 사람들의 삶을 즐기려는 태도’라는 사회적 의미를 내포한다.

둘째, 2014 F/W ~ 2015년 S/S 시즌까지의 컬렉션에서 나타난 대표적인 놈코어 패션 스타일인 주로 미니멀하면서도 루즈 핏의 편안한 요소의 놈코어 스타일을 선보인 디자이너에는 에르메스(Hermes), 마가렛호웰(Margaret Howell), 보테가 베네타(Bottega veneta), 셀린느(Celine), 하이더아크만(Haider ackermann), 이로(Iro), 아크네(Acne studio) 등이 있다.

셋째, 놈코어 아이템은 팬츠, 맨투맨, 티셔츠, 재킷, 셔츠, 풀오버 순으로 나타났다. 놈코어 스타일에서 많이 볼 수 있는 와이드 팬츠를 비롯하여 물빠진 진, 블랙 진, 일자 팬츠 등이 있으며, 무채색의 맨투맨과 티셔츠, 재킷, 셔츠, 풀오버 등을 루즈핏으로 착용하여 편안함 속에 멋스러움을 나타내고자 하는 놈코어 스타일이다.

넷째, 놈코어 스타일의 실루엣은 아워글래스, 스트레이트, 벌크실루엣 기타 등이 있다. 몸에 피트 되는 아워글래스 실루엣에서의 피트 앤 타이트 실루엣을 볼 수 있는데, 군더더기 없는 디자인으로 유행을 타지 않아 클래식과 트렌드를 놓치지 않는 스타일이다. 스트레이트 실루엣은 놈코어 스타일에서 많이 볼 수 있는 실루엣으로 미니멀하면서 편안함을 느낄 수 있는 실루엣이다.

벌크 실루엣에는 배럴실루엣과 Y형 실루엣 등이 있는데, 상체를 여유롭게 하고 실루엣을 둥글게 나타내는 실루엣이라고 볼 수 있다.

다섯째, 놈코어 스타일의 색상경향으로 전체적으로 톤다운 된 컬러와 무채색 컬러가 있는데 2014년 컬렉션에서는 톤 다운된 모노톤의 컬러를 사용하여 실루엣으로 놈코어 룩을 나타냈다면, 2015년 컬렉션에서는 그레이 컬러와 화이트 컬러를 사용해 놈코어 스타일을 보여줬다.

여섯째, 모, 면과 같은 부드럽고 매끄러운 소재들이 주로 사용되고 있으며 데님과 니트 또한 놈코어 스타일에 많이 나타났다.

일곱번째, 놈코어 액세서리 스타일링으로 스니커즈, 슬리퍼, 모자, 시계, 실버 반지 악세서리를 들 수 있다. 놈코어 스타일의 대표적인 액세서리 아이템으로 아디다스 스니커즈와 나이키의 스니커즈를 많이 볼 수 있다. 또한 슬리퍼도 패션 컬렉션에서 스니커즈나 슬리퍼를 스타일링 연출하는 것을 볼 수 있으며, 편안하고 무난한 복장에 페도라(fedora)나 플로피햇(floppy hat)으로 포인트를 줘서 스타일링 할 수 있다. 시계와 실버 반지로 레이어링하여 감각적인 놈코어 스타일을 연출할 수 있다.

4. 결론

이처럼 놈코어 스타일은 현대 패션산업에서 중요시되는 요소인 그 시대의 사회현상과 문화를

반영하는 대표적 스타일 중의 하나로서 소비자들의 라이프스타일로 받아들여진 트렌드의 한 형태임을 알 수 있었다. 즉 누구나 하나쯤은 가지고 있을 법한 베이직한 아이템으로 스타일링 한 것이 뚱코어 스타일이다. 일부러 꾸미지 않은 듯한 소박하고 평범한 것을 의식하는 라이프스타일을 보여주고 있는 현대인들에게 뚱코어 스타일은 기본적인 것에 믹스매치 함으로써 더욱 받아들여지고 있다고 볼 수 있다.

나아가 뚱코어 스타일은 소비자의 다양한 생활양식과 저마다의 개성있는 패션감각에 의해 막대한 영향을 받는 패션산업에서 오랫동안 지속가능한 스타일로서 더욱 자리잡을 수 있으리라 본다.

■ 참고문헌

정가을(2015), “현대패션에 나타난 Normcore 스타일의 조형성 연구, pp. 107-108.

<http://fashioninkorea.org/normcore-fashion-korea-2014-kr/>

http://www.koreafashion.org/_html/information/fa_story_view.asp?cataldx=803&boardId=story&clientIdx=850&num=802

이상 기후 현상에 의해 새롭게 유행하는 패션 아이템의 경향에 관한 연구

권기남* · 김진영

홍익대학교 디자인콘텐츠대학원 패션디자인학과 석사과정*

홍익대학교 섬유미술 · 패션디자인과 강사

1. 연구목적

최근 전 세계적으로 이상기후 현상이 이슈이자 범지구적 문제로 떠오르고 있다. 지구의 온난화로 인해 빠르게 기후가 변하면서 기온, 날씨, 계절의 변화와 같은 이상기후현상이 나타나고 있다. 기상청은 2010년부터 매년 『이상기후 보고서』를 발간하여 각종 이상기후 현상을 분석하고 있는데, 기상청의 발표에 따르면, 이상고온, 폭설, 집중호우, 가뭄 및 한파 등의 이상기후 현상은 그 빈도수가 해마다 증가하고 있다고 한다. 이러한 극단적인 이상 기후현상은 일상생활에 영향을 미치고 있으며, 이에 각층의 다양한 산업분야에서는 이러한 이상 기온 현상에 주목, 이를 극복할 수 있는 다양한 아이템을 개발하고 있다. 패션산업 역시 이상 기후와 밀접한 산업 중의 하나로 이러한 현상에 주목하여 다양한 패션 아이템을 개발하고자 노력하고 있다. 이렇듯 이상 기후로부터 신체를 보호하고자 하는 욕망이 점점 높아지면서 이러한 기후 현상에 유연하게 적응할 수 있는 패션아이템이 유행하고 있다. 자연적 흐름과 함께 이상 기후와 관련한 다양한 기능성 패션아이템에 대한 관심과 수요가 증가하는 시점에서 이에 대한 연구의 필요성이 요구된다. 이에 본 연구에서는 이상기후 현상에 의해 새롭게 유행하는 패션아이템의 경향에 관해 분석하고자 함에 연구의 목적이 있으며, 이를 통해 이상 기후 현상에 적합한 패션 아이템 경향을 바탕으로 새로운 아이템 창출에 영향을 미치고자 함에 연구의 의의가 있다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 국내 2010년에서 2015년까지의 범위를 한정하여 ‘기후변화’, ‘패션산업’을 다룬 국내 학위자료, 보도자료를 통한 선행연구 및 인터넷 기사를 통해 다양한 자료에 대해 수집, 분석하여 연구하고자 한다. 첫째 기상청 보고서를 통해 나타난 국내 이상기후를 분석하였다. 둘째 기후변화에 따른 패션 기업의 전략을 분석한 학위자료 및 인터넷 기사를 조사하여 기후와 관련해 유행한 아이템에 대해 수집, 분석하여 연구하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 이상기후 현상

Corresponding author : Kwon Kinam Tel.+82-10-4750-5709

E-mail : nam_5709@naver.com

기후변화란 평균적인 기후변화 또는 이상기후 현상을 의미하는데, 평균적인 기후에서 벗어난 상태를 이상 기후라 말한다. 과거 한반도의 뚜렷한 4계절은 사람들에게 하여금 다양한 의류가 필요하게 했다. 그러나 최근 봄/가을이 짧아지면서 여름과 겨울에 입을 수 있는 패션아이템의 수요가 높아지고 있다. 또한, 초여름에 있던 장마 기간이 불분명해지고 집중호우 현상이 나타나면서 여름은 아열대성 기후와 닮아가고 있다. 이에 국내에서도 극단적인 기후에 적응할 필요성이 증가하였고, 새로운 패션 아이템이 떠오르고 있다.

2) 이상기후 현상에 따른 패션 아이템

각종 이상기후 현상에 따른 패션 아이템은 그 기능에 따라 방수제품, 배수제품, 방한제품 등으로 나눌 수 있다.

방수제품의 대표적인 아이템은 헌터의 레인부츠이다. 레인부츠의 유행이 시작된 것은 비가 많이 오는 런던으로부터이다. 브랜드 헌터의 부츠가 략 페스티벌을 중심으로 패션에 접목되면서 2005년 이후로 유행이 시작되었다. 국내에서는 2010년 전후로 본격적으로 유행하였으며 초기에는 장마 기간에 주로 착용 되었으나 최근에는 계절과 무관하게 그날의 날씨에 따라 착용되고 있다. 또한, 기능적 측면과 아울러 디자인 측면에서도 심미적이어서 패션 아이템으로도 유행하고 있다. 더불어 우비도 일상복과 어울리는 색과 디자인으로 출시되면서 하나의 패션아이템으로 자리 잡고 있다.

방수기능과는 반대로 배수기능의 대표 아이템은 크록스의 젤리슈즈이다. 크록스의 젤리슈즈는 비가 와도 금방 물이 빠지는 기능으로 인기를 얻고 있다. 초기에는 샌들과 슬리퍼를 중심으로 유행하였고 여성용 웨지힐 또한 뒤를 이어 유행했다.

방한기능의 대표적인 아이템은 유니클로의 히트텍과 캐나다구스 패딩/몽클레어 패딩이 있다. 유니클로는 발열기능을 넣은 히트텍 소재를 개발하여 추운 날 얇은 히트텍만으로도 추위와 스타일을 잡을 수 있다는 메시지로 높은 매출을 올리고 있다. 캐나다구스, 몽클레어 패딩은 산악인, 탐험가에게 인정받아온 방한복으로 최근엔 일반인들에게까지 알려지며 패딩자켓의 베스트 브랜드로 떠올랐다.

3) 이상기후 현상에 따른 패션 아이템의 경향

첫째, 이상 기후에 대응하는 기능성의 추구이다. 방수기능 또는 방한기능을 강조한 기능성 소재를 사용하여 특수한 기후에서 쾌적한 상태를 유지할 수 있도록 하고 있다. 기존 패션브랜드에서 볼 수 없었던 소재로 특정 기후에 특화된 제품 이미지로 차별화를 추구하고 있다.

뛰어난 방수기능의 천연고무소재 미끄럼방지 기능의 크로슬라이트 소재, 발열기능을 가진 히트텍 소재를 사용한 제품들은 특수 기후에 대응할 수 있다는 메시지로 소비자에게 어필하고 있다.

둘째, 디자인 발전을 통한 아이템의 재해석화이다. 과거 디자인적으로 발전하지 않았던 아이템들을 재해석함으로써 아이템 자체의 이미지의 변신을 동반했다. 유니클로의 히트텍은 내복의 이미지를 세련되게 변신시켰고, 헌터의 레인부츠는 투박하고 칙칙했던 강화를 날씬하고 디자인과 다양한 색상으로 전개하여 패션아이템으로 신어도 좋도록 만들었다. 아이템의 사회적 인식을 한 단계 발전시켜 해당 아이템을 거부감 없이 사용할 수 있도록 하고 있다.

셋째, 특수 목적 아이템의 일상화이다. 작업용이나 전문가용으로 사용되던 아이템들이 이상기후 현상에 따라 일상에서의 사용에도 어색하지 않게 되었다. 강화는 물에 닿는 일을 하는 직업 종사자들이 주로 사용했으나 현재는 일상에서 패션아이템으로 사용되고 있으며, 캐나다구스/몽클

레어 패딩은 탐험, 트레킹 전문 용도로 사용되었으나 현재 일상에서 고기능성의 패딩 고급브랜드로 인기를 얻고 있다. 이렇게 특수 목적으로 사용되던 기능성 아이템들이 이상기후에 따라 일상화를 볼 수 있다.

4. 결론

2010년부터 2015년까지의 이상기후 현상에 의해 새롭게 유행하는 패션아이템의 경향에 대해 분석한 결과, 첫째, 이상기후에 대응하는 기능성의 추구 둘째, 디자인 발전을 통한 아이템의 재해석화, 셋째, 특수 목적 아이템의 일상화의 특성이 나타났다. 온난화 추세에 따라 이상기후 현상이 빈번히 나타나면서 기후와 관련한 패션 아이템은 기능성과 심미적인 디자인을 바탕으로 경쟁력 있는 시장으로 발전하고 있으며 이에 다양한 기능을 가진 기능성 아이템이 많이 개발될 것이다. 앞으로 후속연구를 통해 이러한 경향에 따른 새로운 디자인제시에는 어떠한 것이 있는지 구체적인 기능과 디자인에 대한 연구가 필요할 것이다.

■ 참고문헌

- 김서원(2013), “기후 변화에 따른 통합 디자인 예측 프로그램 개발 전략 연구”, 이화여자대학교
김미진(2013), “청소년의 노스페이스 선호와 의복행동에 관한 연구”, 인하대학교
녹색성장위원회, 기상청(2010), “2010 이상기후 특별보고서”
산업통상자원부(2010), “지식경제용어사전”
이용욱(2014), “소재 브랜드 제시가 구매의도에 미치는 영향”, 국민대학교
양아람, 이효진(2015), “현대 패션에 나타난 레이니 룩”, 한국복식학회

예술작품에 나타난 욕망을 구조해 내는 색채

-마네, 드가, 쉐라, 로트렉을 중심으로-

이 금 희

서울여자대학교 의류학과

1. 연구목적

19세기의 프랑스의 파리는 근대화된 도시의 모습을 갖추고 소비 산업 사회를 맞이하게 되자 당시 예술가들에게 중요한 소재가 되었다. 즉, 작품 속 모티프로 넓어진 도로, 철도, 센 강 및 공원을 그린 풍경화와 경마, 해수욕, 보트, 자전거 등을 즐길 수 있는 근대화된 놀이터 및 극장, 뮤직홀, 카페와 같은 유흥문화의 실내화를 그리거나 여배우, 가수, 유흥녀, 세탁부와 같은 여성들을 그림으로써 당대의 모습을 읽을 수 있게 해주었다. 특히 프랑스의 인상주의 화가들은 근대화된 생활을 작품의 소재로 선택했고, 빛의 인상을 나타내는데 주목하여 선명한 색채를 사용하기 시작하였다. 뿐만 아니라 작품의 구매자가 된 부르주아의 일상과 패션을 담은 실내화를 그리거나 전통에 맞선 태도로 작품에 접근했다. 그러므로 본 연구에서는 19세기 후반 프랑스에서 근대화된 생활에서 소비사회의 진전과 함께 나타난 동시대의 미술 작품을 살펴보고자 한다. 이를 통해 본 연구의 목적은 화가들이 관객이나 소비자와 같은 관찰자의 시각으로 제작된 작품에 나타난 소비문화의 상징적 색채를 도출해 보고자 한다. 또한 이러한 색채들이 당대 소비문화의 욕망을 구조해 낸 색채임을 밝혀내고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

보들레르(Charles Pierre Baudelaire)는 『현대 생활의 화가』에서 예술가들의 작품에는 동시대 파리의 모습과 사람들의 삶이 사실 그대로 묘사되고 있다고 하였다. 본 연구에서는 소비문화의 탄생과 함께 근대화를 상징하는 실내 장소와 그 속의 인물, 패션 및 소품들을 묘사한 1870년대 마네(Edouard Manet), 1880년대 드가(Edgar De Gas) 1880년대 쉐라(Georges Seurat), 그리고 1890년대 로트렉(Henri de Toulouse-Lautrec)의 작품들을 대상으로 하였다. 마네가 즐겨 찾았던 <카페 콩세르>, 드가의 <모자가게>, 쉐라의 <서커스>, 그리고 로트렉을 세상에 알리게 해 준 뮤직홀 <물랑루즈>는 근대화의 산물이자 작품의 모티브를 제공해 주었기에 소비문화의 관점으로 묘사된 대상을 고찰해 볼 수 있기 때문이다. 작가별로 관찰된 욕망의 대상과 이를 불러일으키기 위해 작품에 사용된 색채의 분석방법은 연구자의 컬러 맵 및 컬러 칩 도출의 특허출원

+ 본 연구는 2014년 한국연구재단의 지원에 의해 수행되고 있는 연구의 일부입니다.

Corresponding author : Lee, Keum Hee Tel.+82-2-970-5627 Fax.+82-2-970-5979
E-mail : khlee@swu.ac.kr

(Korean Patent No, 10-0107484(2009))을 사용하였고, 작품 선정은 연구자 3인이 소비상품을 집중적으로 다룬 작품들을 작가별로 10점씩 선정하였다. 이론적 배경과 작품분석을 위해 19세기 유럽의 역사와 문화, 예술과 패션 관련 서적 및 논문을 중심으로 한 문헌 연구와 예술가들의 작품 및 그에 관한 기록들을 살펴보기 위하여 박물관, 기사, 동영상 등의 웹 사이트에서 시각 자료를 수집하였다.

3. 결과 및 고찰

마네의 작품 <The Lady with Fans, Portrait of Nina de Callias, 1874>의 일본 풍 부채로 된 오렌지옐로우 배경의 블랙 드레스, <The conservatory, 1879>의 옐로우 모자와 양산과 옐로우 바지, <Madame Manet at Bellevue, 1880>의 공원에 앉아있는 마담 마네의 옐로우 모자, <The Milliner, 1881>의 블랙 드레스와 모자, <A Bar at the Folies-Bergere, 1882>의 블랙 재킷과 금발, 금팔지, 옐로우로 반짝이는 산들리에, <Spring, 1882>의 옐로우 양산, 장갑, 모자 트림을 볼 수 있다.

드가의 작품 <At the Milliner's, 1882>, <Woman Trying on a Hat, 1884>에서는 모자를 써보는 여성 고객의 모습이 묘사되어있고 <The Milliners Shop 1879/86>, <The Little Milliners, 1992>에서는 모자를 열심히 제작하는 장인의 모습이 부각되어있다. 일련의 '모자가게'의 작품들에서는 인물들의 모습이 뭉개지거나 어두운 색인 반면 모자들은 인물보다 크거나 앞으로 도출되어 보이고 선명하고 화려한 색이 사용되었다. 특히 모자의 장식은 만개한 레드의 꽃이나 리본, 트리밍 등으로 자세히 묘사되어 상품에 대한 욕망을 두드러지게 표현하였다. 때로는 레드의 테이블과 바닥은 그림에 활기를 불어넣어주고 있다.

쉐라의 작품 <Chahut, 1889-90>의 인공조명과 춤추는 여인이 다리를 들어 올려 보여주고 있는 스커트의 안단은 밝은 옐로우로 시선을 끌고, <Circus Sideshow(La Parade), 1887-88>의 인물들은 무채색에 가깝지만 무대 조명은 밝은 오렌지 빛 옐로우로 정지된 마네킹과 같은 모습을 부각시키고 있다. <The Circus, 1890-91>의 여주인공의 밝은 옐로우와 다양한 톤의 옐로우로 전체배경이 채워져 있다. <The Models, 1887-88>는 블랙 재킷과 양산이 돋보이는 <그랑자드 섬의 일요일>을 배경으로 아바타 같은 모델들 주변에 살아 움직이는 듯 묘사된 레드, 옐로우, 그린의 모자, 양산, 장갑, 스타킹 등이 놓여있다.

로트렉의 작품 <Moulin Rouge La Goulue, 1891>, <La Goulue, 1891>와 같은 몰랑루즈의 석판화와 포스터에는 레드, 옐로우, 블랙이 나타나고 <At the Moulin Rouge, La Goulue with Her Sister, 1892>, <Reine de Joie, 1892>에서는 관객의 장면을 담으면서 남성 관객의 블랙의 상이 주로 나타난다. 여성 무회나 가수를 그린 <Jane Avril at the Jardin de Paris', 1893>, <They Cha U Kao, Chinese Clown, Seated, 1896>의 블랙 스타킹과 대조를 이루는 옐로우 의상 <Yvette Guilbert, 1893>, <Yvette Guilbert Taking a Curtain Call, 1894>에서는 블랙 장갑이 강조되어있다.

4. 결론

마네, 드가, 쉐라, 로트렉은 근대의 도시로 탈바꿈한 실상을 실내화로 흥미롭게 담아내고 있을 뿐만 아니라 근대가 만들어낸 소비자의 존재를 보여주고 있다. 마네는 여성 및 여성의 패션과 소

품을 통해 내면까지 보이는 것을 그대로 표현하였고, 드가는 모자가게에서 장인 및 점원과 구매자를 통해 유혹을, 쉼라는 아바타와 같은 인물의 모습과 이와 대조를 이루는 패션 용품들을, 로트렉은 객석에서 무대의 유희를 감상하거나 이들의 실제 생활에 들어간 모습들을 그렸다. 이와 같은 상반된 모습으로 묘사하면서 반짝이는 인공조명을 통해 더욱 빛나면서 선명해진 색채에 주목했고 인물보다는 사물이 숭배되는 당시 소비문화에 대한 태도도 반영하였다. 이들이 작품 속에서 주로 보여진 색채는 레드, 옐로우, 블랙으로 나타났다. 당시 남성 부르주아의 의상의 상징인 블랙은 여성의 모더니티 패션으로 남성을 유혹하고, 강렬한 레드 장식으로 꾸며진 패션소품은 여성을 유혹하고, 인공조명의 옐로우는 아바타와 같은 군상들을 비추며 당대의 유희문화로 소비를 유도한다. 이와 같은 묘사는 근대 도시문명의 화려함과 소비문화를 상징하는 상품 및 장소를 집중적으로 다루어 인간의 무의식적 욕망을 그려냈기에 작품 속 색채는 욕망을 주조내고 있다고 볼 수 있다. 또한 예술가들은 근대 소비사회에서 취한 모티브를 통해 여성과 패션을 욕망의 대상이자 소비의 대상으로 바라보았던 시각을 드러냈을 뿐만 아니라 자신들의 예술작품 또한 상품임을 인지했다.

■ 참고문헌

- Chun K. H.(2006) "Fashion as the Sign of Modernity", *Association of Western Art History*, 25(2) pp. 98-121
- Perrot, Philippe(2007). *Society and Fashion of the bourgeoisie: 19th century the bourgeoisie's Society and costume history*. (Lee, J.H. Trans.). Seoul: Hyunsilmoonwha Study. (Original Work published 1981).

중국 마오 재킷의 변천 및 현대패션의 응용 사례

紀超* · 홍수진 · 배수정

전남대학교 의류학과 석사과정*, 전남대학교 의류학과 교수

1. 서론

본 연구의 목적은 중국지도자 및 유명인들이 중요한 자리에 참석할 때 착용하는 마오 재킷(Mao jacket)의 변천사를 고찰하고, 현대의 패션디자인에 활용되는 사례를 분석하여 중국 정치의 상징인 마오 재킷의 의미를 재고하고 현대패션의 다양한 활용 가능성과 디자인 영감의 원천을 제공하는데 있다.

2. 연구범위 및 연구방법

중국 근대 남성의 대표적 복장인 중산복의 상의인 마오 재킷의 변화를 중심으로 복식사, 근대사, 미술사 등 다양한 선행연구와 관련문헌 및 인터넷 자료를 참고하여 마오 재킷의 변화를 고찰하였으며 사례 분석은 북경 올림픽이 개최된 2008년부터 2014년까지 'London Collection', 'New York Collection', 북경에서 개최되는 'Chinese's Week' 3개의 컬렉션과 북경패션디자인학원에서 2009년 11월 개최된 "마오 재킷의 개념"(中山裝概念)을 주제로 한 전시회 작품에 나타나 마오 재킷의 활용사례로 제한하였다. 연구방법은 작품의 소재, 실루엣, 디자인의 포인트를 중심으로 정성적으로 분석하였다.

3. 이론적 배경

1912년 쑨원(孫文, 호 中山, 1866-1925)은 새로운 의복 개혁을 시작하였다. 쑨원은 서양의 남성복 구조에 중국 전통 복식을 접목한 재킷과 바지(중산복)를 직접 고안하여 활동적이면서도 단정하고 품위 있는 중산복을 각종 회의와 외국사절 접견 시 착용하였다. 마오 재킷의 주요 특징은 4개의 커다란 주머니와 앞 중심의 5개의 단추, 양 소매의 3개의 단추, 뾰뚱하게 세운 단정한 옷깃으로 매우 단순하다. 그러나 여기에는 5권 분립과 예의염치(禮義廉恥), 삼민주의, 국가통일 등 다양한 상징이 내포되어 있었다. 1929년 중산복이 중국 공무원의 제복으로 채택된 이후 많은 중국인들이 일상생활에서 착용하였다. 특히 마오쩌둥이 즐겨 착용하였다하여 중산복 상의를 마오 재킷이라고 부르게 되었다. 마오 재킷은 중국의 인민복과 대만의 국민복으로 구분되었는데 이는 포켓이 겹으로 드러나는 여부에 따라 달라진다. 그러나 1979년 덩샤오핑(鄧小平)이 개혁개방을

+ 이 논문은 2015년도 정부(교육과학기술부)의 지원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행한 연구임 (BK21플러스 사업. S15HR15D0801).

주장한 후, 서양복이 보편화 되자 점차 중산복의 인기는 줄어들었다. 영화배우 성룡(成龙)은 마오 재킷의 대변인이라고 할 수 있다. 그는 중요한 행사 때 검은색이나 흰색 면직물 혹은 광택이 있는 은색 견직물로 제작된 마오 재킷을 즐겨 착용한다. 이제 일반 중국인은 더 이상 마오 재킷을 착용하지 않지만 중국지도자들이나 유명인들은 중국의 정신을 대변하는 복장으로 착용하고 있다.

4. 마오 재킷의 현대 패션의 응용 사례

개혁개방 이후 세계의 관심이 중국에 쏠리면서 중국을 대표하는 마오 재킷도 재조명되었으며, 특히 패션디자이너들은 디자인 영감의 원천으로 마오 재킷을 활용하기 시작하였다. 2008년 북경 올림픽은 중국의 문화적 가치를 세계에 알리는 시발점이 되었으며 패션쇼 무대에도 “Chinese's Style”이 마오 재킷의 형태로 빈번하게 나타나기 시작하였다.

2008년 New York 컬렉션에서 Narciso Rodriguez는 마오 재킷을 응용한 여성복 투피스를 선보였다. 상의 마오 재킷 소매에 약간의 변형을 가하고, 하의는 반바지와 시스루 스커트를 활용하여 변화를 시도하였다. 2008년 New York 컬렉션에서 중국계 미국인 디자이너 Vivienne Tam은 마오 재킷의 원형을 그대로 이용하고 단지 칼라에 반짝이는 장식을 달아 현대적인 변화를 시도하였다. 2009년 Chinese's Week에 출품된 이성남(李盛楠)의 여성용 마오 재킷은 칼라가 더 커지고, 잘 맞는 허리라인과 주머니뒤편개가 밑단까지 내려온 변화를 주었다. 2012년 Chinese's Week에 선보인 정용(丁勇)의 작품은 남성복에 응용된 사례로, 이 작품은 마오 재킷 원형과 매우 유사하지만 줄무늬 실크소재로 제작하여 럭셔리한 느낌을 더하였다. 2013 영국 디자이너 Paul Smith는 남성복에서 영국의 ‘Play Boy's Style’을 융합하여 만든 마오 재킷을 선보였다. 이 작품의 상의는 꽃무늬 소재를 활용하였고, 하의는 줄무늬 소재의 바지통이 좁은 모즈(mods) 스타일을 제시하여 영국적인 자유스러움과 마오 재킷의 단정함을 믹스한 사례를 보여주었다. 2009년 북경패션디자인학원에서 중국의 문화를 알리기 위해 “마오 재킷”을 주제로 전시회를 개최하였다. 그 중 초연(楚艳)의 작품은 갈색 면소재를 이용하여 마오 재킷 원형을 그대로 제작하였고 주머니 위에 황금색으로 중국고대 문양을 프린트하였다. 그리고 주머니에 여러 개의 주머니뒤편개를 달아 장식적으로 활용하였다. 이처럼 현대에서 마오 재킷은 남녀 복식에 활용되고 있으며, 그 활용사례도 소재, 문양, 장식, 색 등에서 다양하게 나타났다.

5. 결론

마오 재킷은 20세기 초반에 등장한 이후 현재까지 근대 중국 남성복의 대표 복장으로 인식되고 있으며 중국지도자의 정장으로 착용되고 있다. 마오 재킷은 중국공무원의 제복이자 현재 중국 경찰복의 원형이 되었으며 중산복 혹은 인민복 등으로 불린다. 중국 내에서 중국 정치의 상징으로 남녀노소 모두가 착용하던 마오 재킷은 덩샤오핑의 개혁개방 이후 그 착용이 줄어들었으나, 2008년 북경 올림픽을 기점으로 현대 패션디자이너들에게 디자인 영감을 제공하여 패션쇼에서 빈번하게 마오 재킷의 응용사례를 찾아 볼 수 있었다.

현대패션에 응용된 마오 재킷은 남성복뿐만 아니라 여성복에도 나타나고 있으며, 재킷 원형을 그대로 두고 장식이나 문양을 가한 경우, 재킷의 실루엣과 소재를 변형한 경우, 재킷의 색과 장식을 변형한 세 가지 유형으로 나타났다. 앞으로도 중국의 전통 복식뿐만 아니라 마오 재킷도 중국을 대표하는 복장으로 패션디자이너에게 다양한 영감의 원천을 제공할 수 있을 것으로 사료된다.

다.

■ 참고문헌

홍나영 · 신혜성 · 이은진 (2011), 동아시아 복식의 역사, pp.414-418.

장유진 (2011) 2008년 이후 중국과 서양 디자이너 컬렉션에 나타난 중국풍, 건국대학교대학원 석사학위논문, pp.26-29.

김민자 · 이예영 (2011), 패션디자인활용, pp.143-146.

비비안 탐 저, 이원제 역 (2000), 中國風 China Chic, 서울: 한길사

19세기 소비문화 궁전의 출현과 패션

-프랑스를 중심으로-

이 금 희

서울여자대학교 의류학과

1. 연구목적

Gilles Lipovetsky는『패션의 제국』에서 패션이 근대 서구의 탄생 및 발전과 떼어 수 없으며 패션이 등장한 때는 19세기 중반이라고 하였다(Lipovetsky, p.91). 백화점 역시 이 시기에 등장하여 전례 없는 생산과 판매의 확산체제가 나타나 현재까지 꾸준히 지속되는 소비 민주혁명의 한 단면을 나타낸다. 본 연구는 대중소비사회로 성숙해가는 시기의 프랑스를 대상으로 새로운 상품뿐만 아니라, 새로운 라이프스타일 등을 제안하면서 소비문화를 역동적으로 이끌어간 백화점과 패션에 관해 살펴보고자한다. 본 연구의 관점은 패션 현상의 독특함, 그 지배의 출현과 확립이 다른 곳 이 아닌 근대 서구 안에서 이루어졌다는 점, 오스만의 대대적인 도시 변형 작업을 감행함으로써 근대화된 모습을 갖춘 파리는 ‘19세기의 수도’라고 불린다는 점, 그리고 도시의 발전에 커다란 영향을 끼친 것은 백화점이라는 Walter Benjamin의 주장에 초점을 맞추어 진행하고자 한다. 그러므로 본 연구의 목적은 파리를 기반으로 탄생된 백화점과 패션에 관해 모더니티 관점으로 역할과 의의를 살펴보는 것이다.

2. 연구방법 및 내용

소비문화의 시작에 대한 주장은 엘리자베스 1세 통치 시절인 16세기 말엽, 값싼 인도산 면직물이 대량으로 유입되면서 시작된 17세기 말엽, 또는 중산층이 좀 더 합리적인 소비가 본격적으로 시작된 18세기 중엽이라고 한다. 본 연구에서는 백화점의 탄생으로 본 소비문화와 패션을 다루기 위하여 산업혁명 후 신흥 부르주아를 사회적 기반으로 하는 근대 자본주의 문화 창출에 상응하여 패션 현상이 나타나기 시작한 19세기 중엽과 파리를 중심으로 하였다. 연구 방법은 19세기 유럽의 역사, 문화, 예술, 패션 관련 서적 및 논문을 중심으로 한 문헌 연구와 작품, 일러스트레이션, 삽화, 사진 등의 시각자료와 그에 관한 기록들을 살펴보기 위하여 프랑스 국립도서관, 파리국립 고문서관, 파리 장식미술 도서관, 백화점 홈페이지 등 의 웹 사이트에서 자료를 수집하였다.

+ 본 연구는 2014년 한국연구재단의 지원에 의해 수행되고 있는 연구의 일부입니다.

Corresponding author : Lee, Keum Hee Tel.+82-2-970-5627 Fax.+82-2-970-5979
E-mail : khlee@swu.ac.kr

3. 결과 및 고찰

백화점 출현의 배경에는 근대적 도시의 탄생, 산업 혁명 및 봉재, 직기, 염료의 기술개발에 따른 대량생산 가능, 교통망의 확충에 따라 이동의 편리와 도시로의 인구집중화, 신흥 부르주아 등장, 여성의 역할 및 인식변화가 작용했다. 백화점의 기원은 1852년 파리에 설립된 봉마르세(Au Bon Marche)로 '좋은 시장'과 '가격이 싸다'라는 의미처럼 정찰판매, 반품이 허용되는 새로운 판매 전략의 실행에 두고 있다(Perrot, p.126). 또한 첨단 설비, 극도로 화려한 장식, 파리 최대 사교 살롱의 이미지를 갖추고 있어 '소비의 궁전'으로 비유되었다. 이후 1855년 루브르(Louvre), 1865년 뿌렝탕(Au Printemps), 1869년 사마리탄(Au Samaritaine)이 파리에 개점하였다. 영국의 백화점들이 식료품점에서 출발한 것과는 대조적으로 파리 백화점들은 대부분 의상점에서 출발했을 뿐만 아니라 뿌렝탕 백화점이 리옹에서 직접 주문 제작한 직물 마리 블랑쉬(Marie Blanche), 옷에 어울리는 외투, 모자, 가방 등의 시리즈 제작 및 판매, 여성복 코너의 가장 높은 판매 및 수익, 당시 백화점 카탈로그에서 보여주는 다양한 상품 등은 패션 산업과 밀접한 관계를 나타낸다(Lee, pp.184-190). 이와같은 백화점의 역할은 쇼윈도, 카탈로그, 포스터 등의 시각자료로 볼거리를 제공할 뿐만 아니라 블랙과 파스텔 위주에서 화려하고 다양한 색채를 제공하면서 유행의 리더로 자리매김하였고 소비의 주체를 남성에서 여성으로 끌어 모았다. 또한 패션용품을 판매하는 남자 점원 '칼리코(calicot)'와 여성 모자를 판매하는 여자 점원 '모디스트(modiste)'라는 전문 직종을 탄생시켰다. 자체적으로 기성복을 생산하여 판매 및 유행을 유도하거나 대량생산을 위한 위스의 디자인 모델 판매 시스템 수용과 백화점의 새로운 대량 판매 및 유통체계 대두는 패션의 대중소비를 주도하였다. 이와 같이 파리가 패션의 도시로 성장하고 세계 패션의 중심지로 정착하게 된 것은 프랑스 백화점의 발전과 함께했기 때문이며 파리 패션의 세계적인 보급과 백화점의 역사는 매우 밀접한 관계를 갖고 있어 파리에서 발표된 패션이 대량으로 복제되어 전 세계로 퍼지는 시스템에 커다란 역할을 하였다(Kim, p.17).

4. 결론

인류의 가장 위대한 창조물인 도시 중에서도 19세기 파리는 소비문화의 총체로 백화점과 패션으로 상징된다. 즉 19세기 도시는 모더니티의 공간이었고 도시가 소비문화를 창출했듯 이곳에서 백화점이 탄생되었다. 백화점은 끊임없이 새로운 또는 유행이라는 가치를 패션에 부여하여 모더니티의 기호를 상징하게 하였다. 또한 근대 패션이 확산하는 핵심에는 모방이 있었는데 이를 가능하게 제공해준 것은 파리의 백화점이었고 각국의 백화점은 파리의 제품을 복제하여 퍼지게 하는데 기여 하였다. 이로서 파리는 19세기의 가장 근대화된 소비문화의 도시에서 현재까지 전 세계 패션문화의 수도로 군림하고 있다.

■ 참고문헌

- Benjamin, Walter(2008), *The dream of bourgeoisie*. (Zo. H. J. Trans.). Seoul: New wave, (Original Work published 1982).
- Kim, I. H.(2006). *Cultural history of department: Create modern and time-space of desire*. Pazoo: Salim.
- Lee, J. E.(2011). *Pleasant private life of the bourgeoisie : Research era modern*

invention. Seoul: Gian.

Lipovetsky, Gilles(1999). *L'empire de l'éphémère*. Seoul: Moonyoe 1999 (Original Work published 1987).

Perrot, Philppe(2007). *Society and Fashion of the bourgeoisie: 19th century the bourgeoisie's Society and costume history*. (Lee, J.H. Trans.). Seoul: Hyunsilmoonwha Study. (Original Work published 1981).

한·중·일 전통극 무대화장에 표현된 그로테스크의 조형성

-가면극·경극·가부키를 중심으로-

양정원* · 이미숙

전남대학교 생활과학대학 의류학과

1. 연구 목적

동양의 전통극의 무대 관례 중에 얼굴분장은 가면(탈) 내지는 탈과 흡사할 정도의 짙은 분장탈을 하는 공통점을 갖는데, 가면에 채색하는 한국의 가면극의 가면분장이나 중국의 경극, 일본의 가부키의 얼굴에 채색하는 도면화장에는 그로테스크 이미지가 강하게 나타난다. 이러한 전통극의 그로테스크한 추상도안들은 아방가르드한 서구 연극미학인 브레히트(Bertolt Brecht)의 소외효과(V-Effekt) 이론에 결정적인 영향을 주었다.

그로테스크는 그로테(grotta: 동굴)라는 이탈리아 낱말에서 생겨났다는 단어의 어원으로도 알 수 있듯이 동양적인 문화보다는 서양에서부터 파생된 문화라는 인식이 강하며 지금까지 공연예술 분야에서도 그로테스크 양식은 서구의 연극이론으로 고안된 개념으로 서구 중심의 시각에서 연구되어져왔지만, 본 연구는 여기서 동양의 전통극으로 부터 순수하게 파생된 그로테스크 양식을 확인하고, 이를 통해서 동아시아 한·중·일 전통극 무대화장의 내적 의미를 도출함으로써 미학적·예술학적 이해를 도모하는 한편, 동양의 전통 공연예술을 다각적으로 논의할 수 있는 가능성을 열어놓고자 한다.

지금까지의 무대화장과 관련하여 그로테스크의 미학적 특성을 살펴본 연구는 전반적으로 현대 메이크업에 관련된 연구가 대부분이다. 또한 동양 전통극 무대화장에 대한 연구는 주로 색채와 형태를 살펴본 것으로 그 내재적 가치를 살펴본 미학적 맥락에서의 연구 자료는 미미한 실정이다. 따라서 추(醜)를 미적 범주로 수용하는데 크게 기여한 그로테스크를 한·중·일의 전통극 무대화장에서 살펴보는 것은 그 의미가 크겠다.

따라서 본 연구의 목적은 한·중·일 전통극의 무대화장에서 표현된 그로테스크적 이미지를 미학적으로 접근함으로써 동양 전통극의 무대화장의 미학적 본질을 규명하는데 있다.

2. 연구방법 및 내용

연구 방법 및 내용은 삼국의 전통극 관련 복식도감(服飾圖鑑)을 중심으로 공연 팸플렛, 비디오 테이프, 인터넷 등에서 삼국의 전통극 무대화장의 시각적 도해를 참고하고, 문헌자료를 중심으로 먼저 가면극, 경극, 가부키 무대화장의 특징과 가면극, 경극, 가부키의 분장의 유형을 살펴본 후, 그로테스크의 일반적 개념 및 전개와 서양 전통 연극의 무대분장에서의 그로테스크 이미지, 그로

Corresponding author : Lee Misuk Tel.+82-62-530-1347 Fax.+82-62-530-1349
E-mail : mslee1347@chonnam.ac.kr

테스크의 조형적 특징을 살펴보고, 이러한 결과를 토대로 한·중·일 전통극의 무대화장에 반영된 그로테스크의 미학적 특성을 분석하고자 한다.

3. 결과 및 고찰

경극과 가부키의 경우는 도면분장으로 배역에 따라 특정의 색채 사용이나 화장법이 체계적으로 정립되어 무대약속으로써 작용한다. 이는 극중 배역에 대한 관객들의 정확한 이해를 도움으로써 극에 대한 관객들의 흥미를 자아내는 것이 주목적이었다. 반면에 가면극은 가면에 채색하는 가면 분장이며, 무대약속에 따라 특정한 색채사용이나 화장법이 존재하지는 않았다. 한편 그로테스크는 '괴기한 것, 극도로 부자연스러운 것, 흉측하고 우스꽝스러운 것'등을 형용하는 말로서 환상적인 괴기성을 가리키는 것이 되어, 오늘날 문화 예술전반에 새롭게 표현하는 수단으로 받아들여지고 있다. 따라서 그로테스크는 미나 선보다는 추와 악에 더 가까운 것이었으며 유쾌함 보다는 불쾌감을 통해 심미적 가치를 갖는 예술방법 중 하나이다.

이상을 종합하면 한·중·일 전통극의 무대화장의 유형은 크게 도면화장과 가면화장으로 분류할 수 있고, 그 형상은 인물형상, 동물형상, 초인간적 형상(악마, 귀신, 도깨비), 추상적 형상 등으로 나누어 살펴볼 수 있다.

한·중·일 전통극의 무대화장에서 표현된 그로테스크의 미학적 특징을 왜곡과 과장을 통한 추함, 희극적인 것, 괴기스러운 것 등으로 대별하여 이를 토대로 한·중·일 전통극의 무대화장의 그로테스크적 특성을 살펴 본 결과는 다음과 같다.

첫째, 가면들 중에서 양반의 분장 형태는 한결같이 비정상적으로 왜곡시켜 불균형적 형태를 통해서 추함의 그로테스크성이 표현되었다. 한편 경극에서는 검보의 왜검에서 형태의 왜곡이 나타나는데, 좌우가 대칭을 이루지 못하고 오관을 비뚤게 그려 전체적인 균형을 이루지 못한 얼굴모양에서 추함의 그로테스크성이 나타났다.

둘째, 희극적 그로테스크성은 가면극의 양반탈은 밝은 웃음을 표현하는 형태와 경극의 문인 어릿광대 역할을 맡은 축 배역이 그리는 검보의 형태, 즉 소화검(小花臉)에서 엿 볼 수 있다.

셋째, 괴기적인 그로테스크성은 한·중·일 전통극 무대화장에서 공통적으로 나타난 특징으로 다양한 색과 추형은 배역의 초인간적인 힘을 표현하기 위한 것이었다.

4. 결론

본 연구는 포스트모더니즘 이후 '추의 미'가 미의 영역으로 수용되는 아방가르드적 시도가 다양하게 이루어지는 시점에서 동양 전통극 무대화장의 그로테스크적 요소들은 연극 및 패션분야의 무대화장에 실험적이고 상상력을 확장시키려는 크리에이터들에게 기초자료로 활용될 것이다.

■ 참고문헌

- 안현순(2000), "일본 가부키(歌舞伎)극의 구마도리(畏取)에 관한 연구", 한국인체예술학회지, 1(2), pp.87-99.
- 양정원 · 이미숙(2011), "한·중·일 전통극 복식의 미적특성", 한국디자인문화학회지, 17(2), p.399-410.
- 이미숙(2005), "일본 문화에 나타난 인물 도형의 그로테스크 양상", 日本研究, Vol.25 No.-,

pp.113-135.

이정식(2001), "경극·가부키의 색채운용과 그 의미", 한중인문과학연구, Vol.7, pp.250-282.

온라인 게임 속 한복 이미지의 조형적 특성

이영재* · 허가영

한양대학교 주얼리·패션디자인과*, 한양대학교 주얼리·패션디자인과

1. 연구목적

2014년에 발표한 글로벌 게임 마켓 리포트(Global Games Market Report)에 따르면 전 세계적으로 게임 사용자는 약 18억 명에 이르고, 온라인 게임 시장의 지속적인 성장을 전망하였다. 820억 달러 상당의 전 세계 게임 시장 중 한국은 34억 달러에 가까운 게임시장 규모를 가지고, 1인당 게임 지출액은 79달러로 이는 일본에 이어 세계에서 두 번째로 많이 지출하는 큰 게임시장이다. 따라서 국내 제작 게임뿐 아니라 해외 제작 게임에서도 한복의 등장이 빈번해졌다. 하지만 한복을 중심으로 게임 캐릭터의 의상을 분석한 연구는 부재상태이고, 게임 캐릭터 의상과 한복을 연구하더라도 하나의 게임을 대상으로 디자인을 제안하는 연구 형태이기 때문에 동시대의 온라인 게임에 등장하는 한복에 대한 보편적인 분석과 특성 도출이 불가능한 실정이다. 국내외 인기 온라인 게임에서 한복 아이템이 상당수 등장하는 시기임에도 불구하고, 게임별 우리나라 전통 의상인 한복에 대한 연구가 부재하다는 점에 본 연구의 필요성이 있겠다. 따라서 본 연구에서는 게임 캐릭터들의 한복 착용 실태를 파악하고, 조형적 이미지를 분석하여 온라인 게임 속 한복 의상 디자인의 특성을 도출하고자 한다. 본 논문의 연구 결과를 토대로 게임 제작자들에게 한복 이미지를 재고할 기회를 마련하고자 한다. 게임 제작자들이 좀 더 다양하고 새로운 의상에 관심을 돌릴 사회적 파급효과를 불러일으키기 위해, 향후 한국 게임 디자인의 풍부한 의상 콘텐츠를 제공함으로써 국내 게임 콘텐츠의 고부가가치화에 일조하는 것이 최종 연구목적이다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구에서는 국내 상용 온라인 게임 중 한복 코스튬을 제공하는 게임을 선별하고, 분류하여 조형적 특성을 도출하고자한다. 전국에 분포된 4천여 개의 표본 PC에서 사용된 게임 사용량을 취합하는 방식으로 순위를 책정하는 국내에서 공신력 있는 게임 순위 사이트인 게임트릭스의 온라인 게임 상위 20개의 게임 중 한복 코스튬 아이템을 제공하는 11개의 게임을 연구대상으로 선정하였다. 한복 코스튬 아이템을 제공하는 게임은 ‘리그 오브 레전드’, ‘아이온’, ‘리니지’, ‘던전 앤 파이터’, ‘블레이드 앤 소울’, ‘월드 오브 워크래프트’, ‘사이퍼즈’, ‘검은 사막’, ‘이카루스’, ‘테라’, ‘메이플 스토리’ 총 11개의 게임이다. 게임 장르를 보면 주로 RTS, RPG장르의 게임위주인데 이는 캐릭터 꾸미기 기능을 통해 게임 사용자에게 커스터마이징의 자유를 부여하고, 게임사에서 사용자에게 수집 욕을 자극하는 한정 의상 아이템을 제공하는 등의 이벤트를 진행하는 게임의 특

Corresponding author : Lee, Young Jae Tel.+82-31-400-5696
E-mail : YJL@hanyang.ac.kr

성 때문에 사료된다.

3. 결과 및 고찰

온라인 게임 속 등장하는 한복을 분석해본 결과 크게 한복 그대로의 특성을 살려 재현한 사례와 단순히 한복의 길이나 형태의 디자인을 변형한 사례, 그리고 이질적인 요소들이 혼합된 사례로 구분하였다. 재현한 사례에는 리니지, 사이퍼스, 메이플 스토리가 있다. 리니지는 캐릭터의 크기가 작아 복식의 자세한 분석에는 어려움이 있으나 자주색 당의와 보라치마를 전통 한복에서 큰 변화 없이 등장시켰다. 사이퍼스 또한 남녀 복장 모두 전통 한복형에서 유사하게 표현하였다. 던전 앤 파이터에서 남성 캐릭터의 의상은 전통형에 속하고, 여성 일부 캐릭터에서는 길이가 살짝 짧아지는 변형을 제외하고 전통형의 특성을 유지한다. 메이플 스토리에서도 여자 캐릭터는 색동 저고리와 치마, 남자 캐릭터는 전복, 복건 등을 전통 한복으로 등장시켰다.

한복을 변형한 사례로는 LOL, 아이온, 블레이드 앤 소울이 있다. LOL의 아리는 고름을 짧게 변형시킨 자주 끝동 저고리와 길이를 짧게 올려 고정된 치마를 착용하였다. 아이온 여성캐릭터의 의상은 무릎위로 짧게 올라오는 원피스 형으로 깊게 파인 반팔 형태의 상의는 몸에 딱 붙는 밀착 형태를 보인다. 남성캐릭터의 의상은 깃과 여밈 부분에서 변형되었다. 블레이드 앤 소울에서는 상당 부분 변형이 되었는데 여성 캐릭터의 저고리는 몸에 밀착되지만 길이가 길고, 하의는 상의보다 짧은 길이이다. 남성 의상은 한복의 기본 형태는 유지하나 색이나 문양에서 변형되었다.

혼성형에서는 LOL, 와우, 검은 사막, 이카루스, 테라가 있다. LOL에서 하회탈을 쓰고 부채와 칼은 든 캐릭터인 샤코의 짧게 변형된 바지와 조끼를 입고 있는데 조끼는 어깨가 강조된 사무라이 일본풍 의상이라는 의견이 있는데 이는 서양에서 일본의 큰 영향력 때문일 것으로 보인다. 와우에서는 붉은색 전통 한복이라고 나오는 아이템은 고름이 없고, 손목부분으로 갈수록 넓어지며 중국 여밈 장식이 결합된 몸에 붙은 원피스이다. 검은 사막의 금수랑 캐릭터의 의상은 무릎위로 올라오는 얇고 비치는 검정원피스에 가슴에는 서양풍의 프릴 장식이, 허리에는 전통 노리개 장식이 변형되어 착장되었다. 다른 의상의 상의에는 갑옷의 요소들과 레이어드 되어 나타나기도 한다. 이카루스의 여성치마는 서양의 레이스가 덧 데어진 플레어 형태의 짧은 형태이며 상의는 소매 끝을 끈으로 묶는 타이트한 반팔 형태이다. 테라에서도 서양 복식의 영향을 받은 짧은 플레어 스커트에 고름이 없는 타이트한 상의가 나타난다.

4. 결론

한복 코스튬 아이템을 제공하는 11개의 게임을 대상으로 한복을 분석해본 결과 전통 한복을 그대로 재현하는 '전통 재현형'과 단순히 형태를 변형하는 '형태 변형형', 그리고 이질적인 요소를 결합한 '혼합형'으로 나누어 볼 수 있었다. 이들의 조형적 특성을 분석하여 전통성, 관능성, 혼성모방을 도출하였다. 전통 그대로의 복식을 큰 변형 없이 재현한 전통성은 주로 조선 시대 복식의 형태가 주를 이루었고, 약간의 변형을 제외하고는 기존의 복식에 중점을 두었다. 여성캐릭터의 의상은 주로 인체 밀착형, 짧은 길이의 치마, 깊은 목파임 등 여성의 신체를 드러내고 과장하는 관능미를 의도하는 디자인이 두드러졌다. 또한 다른 나라 복식 특성의 여러 가지 이질적인 요소들이 공존하는 혼성모방의 현상이 관찰되었다. 전통한복에 중국, 일본, 서양 복식의 요소들과 시대와 지역을 넘나드는 여러 혼재양상이 특징적으로 나타났다.

한국의 큰 온라인 게임 시장과 한류의 바람은 국내 제작 온라인 게임뿐 아니라 해외 제작 게임에서도 한복의 등장은 보편화되었다. 하지만 온라인 속 한복 관련 연구들이 부족한 실정에서 온라인 게임내의 한복을 대상으로 연구했다는데 의의가 있겠다. 차후 활발하고 다양한 연구와 관심 속에 온라인 게임 속 한복의 위상이 제고되기를 기대한다.

■ 참고문헌

윤형섭 외(2012), “한국 게임의 역사 세계를 놀라게 한 한국 게임의 기적” 북코리아, 2012
박근서(2005), “컴퓨터 게임의 역사와 게임 패러다임의 전환”, 게임 산업 저널, 여름호, 8호
금기숙(1994), “조선복식미학”, 열화당
류희경(2008), “우리 옷 이천년”, 미술문화

퀼팅 기법 중 프리모션 기법에 관한 연구

-본인 제작 사례를 중심으로-

윤지영* · 간호섭

홍익대학교 디자인콘텐츠대학원 패션디자인 석사과정*

홍익대학교 섬유미술, 패션디자인과 교수

1. 연구목적

현대는 예술가뿐만 아니라 일반인들조차도 나만의 개성을 표현하거나 나만의 것에 열광하게 되었다. 또한 DIY도 생활 곳곳에서 번져가고 있다. 이에 패션에서도 남들과는 다른 디자이너의 예술적 감성을 독특하게 표현할 수 있는 도구로서의 퀼트 기법에 대해 알아보려한다.

핸드퀼트(Hand quilt)에 비해 쉽고 간단하게 빨리 완성할 수 있는 머신 퀼트(Machine quilt)에는 다양한 기법이 있다. 그 중에서도 디자이너의 독창성과 예술성을 발휘할 수 있는 현대적 기법인 프리모션(Free motion) 기법에 대해 알아보고자한다. 한 땀 한 땀을 정성스럽게 바느질했던 핸드퀼트와 달리, 재봉틀의 발달로 머신퀼트가 탄생하며 빠른 속도뿐 아니라 작가의 예술세계를 천에 마음껏 펼칠 수 있는 가능성을 제시하는 프리모션 퀼팅기법이 개발되었다. 이에 본 연구는 프리모션 퀼팅이란 무엇이며 어떤 표현이 가능하고 어떤 특성이 있는지 연구하여 앞으로 많은 개인적인 창작의 도구로서 프리모션 기법의 가능성을 제시함에 그 목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 퀼트 전문서적과 퀼트와 연관된 학술논문, 국내외 퀼터들의 사이트나 블로그 등을 참고하고 이를 토대로 직접제작을 통해 연구하고자 한다.

3. 결론 및 고찰

1) 용어정리

① 퀼팅

퀼트(Quilt)란 겹감과 안감사이에 솜이나 융 같은 부드러운 속을 넣고 그 물질이 움직이지 않도록 디자인된 패턴이나, 제작자의 임의대로 겹감, 속, 안감의 세 개 층을 함께 누빔 질(Quilting)하여 맞붙이는 작업을 말한다. 또한, 퀼팅(Quilting)은 보통 누비는 것을 뜻하며 겹 천과 중간에 끼는 퀼트 솜, 안천을 합쳐 튼튼하게 보강하고, 동시에 패치워크, 아플리케 등을 덧붙인 겹 천의 디자인에 부조적인 효과를 주어 작품을 더 돋보이게 하는 역할을 한다.

Corresponding author : JIYOUNG YUN Tel.+82-2-6465-2871 c.p.+82-10-2501-2263
E-mail : yvlin1228@hanmail.net

②프리모션 퀴팅(Free motion quilting)

프리모션 퀴팅이란 천위에 여러 방향으로 퀴팅스티치가 가능한 기법을 말하며 쉽게 말하면 바늘로 천에 그림을 그리는 것이다. 종이에 연필로 그림을 그리는 것과 다른 점이 있다면 종이는 가만히 있고 연필을 움직이는 것과 반대로 재봉틀의 바늘은 고정되어있고 제작하는 사람이 천을 자유롭게 움직이며 실로 그림을 그린다는 차이가 있다. 근래에는 넓은 면적을 전문적으로 퀴팅할 수 있는 롱-암(Long-arm machine) 머신이 등장했지만 높은 가격으로 인해 보급화하기 힘들다.

2) 프리모션 퀴팅의 일반적 고찰

우선 프리모션 퀴팅을 위해서는 두 가지 체크해야 할 것이 있다. 첫째, feed dog(재봉틀 본체에 달린 노루발이 밟는 곳에 있는 톱니 모양의 부품)이 표면 아래로 내려가 있는지, 둘째, 프리모션 용 노루발(보통 직선박기에 쓰는 노루발과 달리 프리 모션을 하는데 쓰이는 전문 노루발이 있다.)이 있는가이다. 또한 고정되어있는 바늘 아래서 하는 작업이기 때문에 양손이 천을 꼭 붙잡아야하므로 이를 위한 장갑도 준비한다. 그 다음은 작가의 역량에 달려있다. 프리모션 퀴팅은 바느질의 속도와 땀의 길이도 중요해서 자유로운 라인을 만들기 위한 꾸준한 연습을 할 때 만족할 만한 성과가 나온다. 프리모션 기법은 전통퀴팅문양과 같이 정해진 규칙이 있지 않으므로, 주어진 공간 전체를 프리모션 기법으로 퀴팅 할 수도 있고(원, 구름, 파도, 나선형무늬 등등 작가가 원하는 형태대로), 다른 자수기법이나 어플리케이션과 같이 부분적으로 사용할 수도 있고, 트라폰토 (Trapunto: 겹감과 안감 사이에 솜, 면사, 울사 등을 넣어 줌으로써 굴곡을 더욱 강조하는 효과의 기법)기법처럼 나오는 부분을 더 강조하기위해 뒤의 배경을 프리모션 기법으로 메울 수도 있는 등 그 활용도가 매우 높다. 이 연구에서도 프리모션 기법을 부분적으로도 사용하고 전체적으로도 사용해보며 이 기법의 가능성에 대해 연구해 보았다.

3) 프리모션 퀴팅의 특성

다음은 프리모션 퀴팅의 성질이다. 첫째, 즉흥성이다. 프리모션 퀴팅은 작가가 원하는 모티브를 미리 그려놓거나 하나하나 계산된 치수에 의해 이뤄지는 작업이라기 보단 작가가 정해놓은 범위에 작가가 숙련된 퀴팅을 즉흥적이고 자유롭게 하는 것이다.

둘째는 주도성이다. 작가는 의상, 가방, 벽걸이등 주어진 패턴이나 공간에 작가가 혼자 작업을 하므로 철저히 자기주도적일 수밖에 없고 그 결과도 온전히 작가의 책임이다.

셋째는 표현의 무한성이다. 프리모션 퀴팅은 앞에 언급했듯이 종이에 그림을 그리는 것과 같이 여러 색깔의 실을 사용해서 그림을 그리는 작업이므로 표현에 제약이 없다. 마음에 담은 색의 실과 제작자의 기술만 받쳐준다면 표현의 제약은 없다.

4. 결론

지금까지 프리모션 퀴팅이 어떤 기법인지, 또 어떤 특징을 갖고 있는지 알아보았다. 이미 아트 퀴팅의 한 분야에 많이 이용되고 있는 이 기법은 작가의 예술적 감성에 따라 보여 지는 즉흥성과 작가 주도에 의해 진행되는 주도성, 다양한 표현을 가능하게 해주는 무한성으로 특성을 정리할 수 있다. 최근에는 미술작품이나 패션제품에도 응용하는 사례가 점점 많아지고 있다. 이 연구는 프리모션 기법을 이용해 작가 자신만의 작품을 개성 있고 독창적으로 표현할 수 있는 가능성을 살펴봄에 그 의의가 있으며 후속 연구를 통해 프리모션 기법에 대한 심도 있는 연구가 이어

지길 기대해 본다.

■ 참고문헌

- 백미화(2008), “자수기법을 활용한 퀼트 패션 디자인”, 상주대학교 산업대학원 석사논문
- 장미선(2011), “아트퀼트(Art Quilt)의 기법연구. 샤도우 퀼트(Shadow Quilt)표현 방법을 중심으로”, 홍익대 산업미술대학원 석사논문
- 주리(2004), “현대 패션에 나타난 마스터피스 퀼트에 관한 연구” 세종대학교대학원 박사학위 논문
- 최은령(2013), “친절한 머신퀼트 DIY”, 터닝포인트
- 허은옥,배천범(2001), “구스타프클림트의 작품을 응용한 의상디자인 연구: 퀼트기법을 중심으로”, 한국 패션디자인학회지.vol.1
- 허혜진(2004), “퀼트(QUILT) 기법을 응용한 패션일러스트레이션의 연구”이화여자대학교 디

압박타이즈 착용이 중년여성의 체형보정에 미치는 영향

-50~60대를 중심으로-

엄성흠* · 박진화 · 박상희

고려대학교 fortium 책임연구원*, 수원대학교 강사, 배화여자대학교 전통의상과 조교수

1. 연구목적

중년여성은 나이가 들어감에 따라 배가 나오는 복부비만형 체형으로 변해가고 의류 착용시 허벅지부위, 엉덩이와 배, 바지밑위 부분 등 허리아래 부분에 대한 착용 만족도가 낮은 것으로 조사되었다. 중년여성들의 경우 정상 체중보다 비만이나 과체중의 경향이 높아 의류 구매시 착용기능성과 날씬하게 보이는 외관을 중요시하나 본인의 체형에 잘 맞는 의복을 찾지 못해 구매 만족도가 낮게 나타나며 비만체형일수록 착용 기능성을 중시한다고 하였다. 또한 미국의 사회사학 페이스 팝콘에 따르면 단순히 노화를 예방하기 위한 anti-aging이 아닌 한층 더 어려 보이고 싶어하는 down-aging현상이 40-50대에 붐을 일으키고 있다고 했다.

의료용 압박스타킹은 하지정맥류나 신체의 불균형을 정상범위로 회복하기 위한 의료기기로 사용되어졌으나 최근 피부탄력이나 혈액순환증진효과가 알려지면서 미용 목적으로 일상생활에서도 사용이 증가되고 있다(엄성흠, 2014). 압박스타킹은 원활한 혈액순환을 위하여 심장에서 멀리 떨어진 하지부위는 강한 압력으로 가까운 곳은 약한 압력으로 차등 압력을 갖는 구조로 만들어졌으며, 심장에서 가장 먼 쪽인 발목은 100%의 압력으로, 무릎아래쪽은 70%, 허벅지는 40% 순으로 점점 약하게 압력을 가해주는 점진감압방식(graded compression)으로 설계된다. 따라서 정맥혈류의 속도를 증가시켜 자연스럽게 정맥피를 심장으로 밀어 올리는 역할을 한다. 압박력을 갖는 기능성 보정웨어는 신체의 일정한 압력을 구현하며 근육과 관절의 움직임에 안정을 가져오고 운동선수들의 부상의 위험을 줄여주는 것은 물론 근육회복 기능은 항공우주선 조종사의 옷에도 사용되며 중력의 영향이 줄어든 고공에서 장시간 비행에도 하지정맥 순환에 도움을 주는 것으로 알려져 있다. 이러한 기능성 보정웨어나 압박스타킹, 압박기능이 있는 스포츠타이즈 등 압박기능성 의류는 소재의 신축성과 의복압의 강도에 따라 근육이나 관절에 밀접한 영향을 미치고, 신체조성 및 체력요소에도 긍정적인 효과가 있다고 했다.

따라서 본 연구는 중년여성이 일상생활이나 가벼운 운동 시에 일반 운동복을 착용한 경우와 의료용 압박스타킹을 착용하였을 때의 체형변화와 피부탄력도를 비교 연구하고자 한다. 이는 의료용 압박스타킹이 단순히 의료용이 아닌 일상 의류로 활용될 수 있는 계기를 마련하고 나아가 이를 일반 운동복이나 기능성 이너웨어로의 응용에 대한 자료를 제공하는 것에 목적이 있다,

Corresponding author : Um sung heum Tel.+82-070-8824-8045 Fax.+82-2-2654-8045
E-mail : eomhan@naver.com

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 송파구에 거주하는 50~60세의 중년여성 62명을 대상으로 실시하였으며 피험자들을 압박력 있는 보정웨어와 압박력이 없는 보정웨어를 착용한 두 그룹으로 구분하고 블라인드 테스트를 실시하였다.

의료용 압박 스타킹의 식품의약품안전청에서 승인한 제품으로 근육모양의 특수구조로 구성된 테이핑 형태의 압박타이즈가 하체의 비복근과 가자미근을 입체적으로 압박을 해주는 형태로 특허등록번호 101436686 특허기술로 제작된 제품을 사용하였다.

실험의류를 착용 전후로 나누어 사전과 사후로 피부탄력도와 신체치수를 측정하였다. 피험자들은 주3회 이상 걷기, 스트레칭 등 기초운동이 가능한 자로 신체적, 정신적, 사회적으로 건강한 상태를 확인하였으며 실험에 관한 설명과 함께 동의서를 받고 실험을 진행하였다.

선행연구에서 보고된 적정 의복압을 구현하기 위해 의복압측정기(AMI-3037, Japan)를 사용하였으며 점진감압방식(graded compression)의 압박타이즈와 압력을 전혀 갖지 않는 일반 운동복을 입고 60일간 실험을 실시하였다. 실험 전 기초신체검사와 함께 종아리, 허벅지, 엉덩이, 복부 4곳의 제일 굵은 체표면적을 측정하였다.

3. 결과 및 고찰

연구결과에 따르면 점진감압방식(graded compression)의 압박타이즈를 착용하는 것이 일반 운동을 착용하였을 때 보다 체형보정효과가 높은 것으로 나타났으며 이는 선행연구(이명천 외, 2010)에 보고된 결과와 유사하다. 피부탄력도 변화는 개인에 따라 변화량의 차이를 보이지만 압박타이즈착용 그룹이 일상복을 입은 그룹에 비해 피부탄력도 개선효과가 나타났다. 따라서 압박타이즈착용이 중년여성들의 체형을 보완하고 피부탄력도 개선에 긍정적인 효과를 나타내는 것으로 사료되며 나아가 중년여성의 신체 만족도도 높여줄 것으로 기대된다.

■ 참고문헌

- Moon, N. H., Wee, E. H., & Park, W. M. (2008). A study on body proportion character of middle aged women with their body cathexis and fit satisfaction. Journal of the Korean society of Clothing and Textiles, 32(5), 821-833.
- Jung, H. H.(2010). Study on purchasing and usage of cosmetic products of cognitive age group. Unpublished master's thesis, Chung-Ang University, Seoul.
- Lim, J. Y. (2008). A study on the satisfaction level with the purchasing and size of ready-to-wear for middle-aged women. Journal of the Korean Society of Clothing Industry, 10(3), 335-341
- Wanner M and Avram M. (2008). An evidence-based assessment of treatments for cellulite. J. Drugs. Dermatol., 7(4), 341-345
- Lotti T, Ghersetich I, Grappone C and Dini G. (1990). Proteoglycans in so-called cellulite. Int. J. Dermatol., 29(4), 272-274
- 김민정 · 김우경 · 김재등 · 임용택. (2010). 파동 에너지를 방출하는 성분을 함유하는 기능성 의류의 착용과 규칙적 복합운동이 혈중 지질 및 체구성에 미치는 효과. 한국발육발달학회지,

18(1), 77-84.

엄성흠(2014), 자전거 에르고미터 최대하 운동시 기능성타이즈 착용에 따른 혈중젖산, 크레아틴 키나제, 코티졸, 성장호르몬, 테스토스테론의 변화. 고려대학교 석사학위논문

선상규 · 정동춘 · 이강구 · 이호진 · 기선경(2008) 압박의류 착용이 비만여성의 혈중지질, 체구성, 체력에 미치는 영향, 체육과학연구, 19(3), 39-50

백윤정 · 최정화(2007). 거들과 올인원에 있어서 의복압 측정 부위 선정에 관한 연구. 한국지역 사회생활과학회지, 18(4), 609-616.

켈리백 제작 방법에 따른 형태의 비교 분석

이혜영* · 김진영

홍익대학교 디자인 콘텐츠 대학원 패션디자인 석사과정*

홍익대학교 섬유미술 · 패션디자인과 강사

1. 연구목적

최근 몇 년간 가죽 공방들이 많아지면서 새들 스티치(Saddle Stichi)를 이용하여 가방을 만드는 인구가 많아졌다. 미싱으로 가죽가방을 만드는 것보다는 비교적 간단한 도구와 손바느질 방법만 익히면 쉽게 나만의 가방을 만들 수 있다는 장점이 작용한 듯하다. 대부분의 공방들의 커리큘럼 중 가장 높은 난위도에 있고 여자들의 사랑을 많이 받는 가방은 단연 에르메스의 버킨과 켈리 가방을 꼽을 수 있겠다. 그중 켈리 가방은 인스티치와 아웃스티치 두 가지로 제작방법을 나눌 수 있는데 이에 따른 합봉 방법, 가방 패턴의 차이점과 그에 따른 가방의 모양, 느낌을 변화를 비교해 보겠다.

2. 연구방법 및 내용

가방의 합봉 방법은 여러 가지가 있는데 그중 크게 겉면에서 스티치가 보이게 합봉하는 방법과 안쪽에서 합봉후 뒤집는 방법으로 나눌 수 있다. 에르메스의 대표 가방인 버킨은 파이핑을 두른 후 뒤집는 방법으로 제작된다. 이와는 다르게 켈리가방은 인 스티치와 아웃 스티치 두 가지 방법으로 제작을 할 수 있는데 이는 가죽의 특성에 관련이 깊다. 켈리만이 가지는 이 두 가지 제작방법을 비교해 봄으로써 차이점을 알아보도록 하겠다.

3. 결론 및 고찰

1) 켈리백의 일반적 고찰

켈리백은 1837년 에르메스 창립당시 기수들이 사냥을 나갈 때 사용하던 '새들 캐리어(Saddle Carrier)'라고 불리는 백으로 처음 선보여졌다. 이후 여성들이 사용할 수 있도록 작은 크기로 만들어지면서 '쁘띠 삭 오 크로와(Petit sac a Courroie)'라는 이름으로 불리었다. 켈리백으로 이름을 가지게 된 것은 1956년 모나코의 왕세자비 그레이스 켈리(Grace Kelly)가 '쁘띠 삭 오 크로와(Petit sac a Courroie)'를 들고 임신한 배를 가리고 있는 사진이 '라이프(Life)'잡지를 통해 공개되면서 사람들은 이 백을 켈리백이라고 부르기 시작했다. 이에 로베르 뒤마는 직접 모나코 왕실을 찾아가 이 가방의 이름을 '켈리'라고 지어도 된다는 허락을 받았고 공식적으로 켈리라는 이름으로 사용할 수 있었다.

Corresponding author : Hea Young Lee Tel.+82-10-5339-0622 Fax.+82-2-385-3772
E-mail : eye0122@hotmail.com

2) 캘리백 제작 방법

캘리가방을 포함한 에르메스 가죽제품의 가장 중요한 디테일은 새들 스티치 즉 손바느질이다. 이는 에르메스의 역사의 시작인 마구 및 안장을 만드는 기술에서 시작된 것이다. 두꺼운 안장을 꼬메기 위해서 쓰이는 전통 수공 바느질 기술인 새들 스티치는 가죽 사이를 바늘이 부러지지 않고 통과 할 수 있도록 그리프(Griffe)라는 사선 모양의 날을 가진 도구로 미리 구멍을 내주고 마찰에 강하도록 왁스를 입힌 린넨 사로(Lincable) 바느질 해준다. 보통의 바느질과 다르게 바늘을 실 양쪽에 각 각 2개를 끼워 주는데 이는 두꺼운 가죽을 통과해도 바늘귀에서 실이 풀리지 않게 하기 위함이다. 가죽을 포니라는 도구에 물려놓고 말 그대로 한땀 한땀 손바느질을 하게 되면 새들 스티치만의 매력이자 특징인 왼쪽위에서 오른쪽 아래로 내려가는 사선모양의 바늘땀이 보이게 된다. 이는 손바느질 만 의 매력이라 할 수 있다.

캘리백은 U자형 옆판을 가지는 구조로 하나의 탑 핸들과 탈착이 가능한 솔더 스트랩을 가지고 있다. 탑 핸들의 부드러운 곡선과 솔더 스트랩으로 버킨보다는 좀더 편하게 들수 있는 장점이 있다. 가방의 제작 순서는 가죽 재단, 필요한 부분에 따른 보강, 접합, 바느질로 크게 나눌 수 있는데 그 중 캘리만의 특징은 옆판 합봉시 인 스티치 방법과 아웃 스티치 방법 두 가지의 제작방법을 가진다는 점이다

① 인스티치

인 스티치의 제작 방법은 U자 모양의 옆판을 가진 가방을 뒤집는 방식으로 합봉 하는데 안에서 합봉 한다고 해서 인 스티치라 불리 운다. 합봉할 때 물리게 되는 가죽의 앞판과 옆판 사이에 얇게 피할 한 가죽을 넣어주는데 때로는 얇은 심재를 넣은 파이핑을 넣어 주기도 한다. 이는 봉제 선을 좀 더 단단히 잡아주고 합봉시 옆구리가 꺼지는 현상을 막아주어 심미적인 작용을 하게 된다. 이처럼 가방 앞판과 뒷판, 밑판을 U자 모양의 옆판과 바느질 한후 뒤집을 수 있어야 하기 때문에 단단한 가죽보다는 부드러운 가죽을 사용하게 된다. 주로 슈링큰이나 토고라 불리는 가죽을 사용하는데 봉제후 뒤집어 모양을 잡아주고 나면 옆판이 자연스런 콜라병 모양으로 살짝 무너지는 듯한 모양을 가지게 된다. 또한 U자 모양의 옆판 아래의 곡선은 뒤집었을 때 터지지 않도록 2cm 이상의 R 값을 가지게 된다.

② 아웃스티치

이에 반해 아웃 스티치로 제작하는 캘리가방은 가죽에 제한은 없는 편이다. 아웃스티치는 가방의 틀을 완성한 후 겉면에서 봉제하기 때문에 부드러운 가죽은 물론 딱딱한 성질의 가죽으로도 제작 할 수 있는데 가죽은 주로 바레니아나 박스카프를 사용한다. 하지만 아웃 스티치의 견고한 느낌을 살려주기 위해 아무래도 하드한 가죽 위주로 만들어 진다.

아웃스티치로 제작하면 옆판 봉제시 뒤집지 않고 겉에서 봉제하기 때문에 외곽 U자 라인에 봉제 선이 보이게 된다. U자형 옆판의 R값은 뒤집지 않으므로 2cm정도로 설정된다. 가죽과 같은 색 실로 봉제하기도 하지만 짙은 가죽에 (Lin Cable Gris)연한 색상의 실로 포인트를 주는 경우가 더 많다. 아웃 스티치는 옆판이 둥글지 않고 좀 더 각이 선 느낌으로 나오게 되는데 이는 합봉 방법과 이에 따른 패턴, 가죽의 특징이 작용하기 때문이다

3) 캘리백 제작 방법에 따른 형태의 비교 분석

이상 캘리백의 두 가지 제작방법에 따른 가방 외형의 차이를 비교해 보았다. 그레이스 캘리가 '라이프'지에서 들었던 가방은 아웃 스티치로 제작된 가방 이었는데 이는 인 스티치 보다 좀 더

클래식한 모양에 각이 잡혀있다. 옆판에 R값을 많이 줄 필요성이 없어 U자형 모양에 곡이 거의 없고 뒤집지 않으므로 하드한 타입의 가죽이 사용되어서 이다. 이에 반해 인 스티치로 제작된 켈리 가방은 2cm 이상의 R값을 가지는 패턴으로 좀 더 둥근 느낌을 가지고 뒤집을 수 있는 부드러운 가죽의 사용으로 콜라병 모양의 곡선적 옆판 모양이 나온다.

4. 결론

같은 디자인의 가방이라도 어떤 가죽을 쓰고 어떤 봉제기법을 쓰느냐에 따라 전체적인 분위기가 달라짐을 알 수 있었다. 가방 디자인도 물론 중요하지만 그 디자인을 잘 표현해 줄 수 있는 가죽과 그에 따른 패턴의 미묘한 차이점을 인지해 앞으로 가방 디자이너들이 기술적 차이의 이해와 이를 바탕으로 창의적 디자인이 나올 거라 사료된다.

■ 참고문헌

조미애(2002), “이것이 명품이다”, 서울, 시지락
지세현 역(2007), “Made in 브랜드 : 루이비통, 에르메스, 샤넬은 어떻게 팔리는가”, 디플
최진교 (2012), “핸드백 제작 기술의 이론과 실제”, 행복에너지
황현숙(2001), “패션의 클래식”, 서울, 예경
전기현(2005), “가방 디자인에 관한 연구 : 브랜드 아이덴티티를 중심으로”, 홍익대학교 산업
미술대학원 석사학위 논문
www.fashionbiz.co.kr, “에르메스, 나홀로 훨훨”, 검색일: 2014년 3월 25일
www.Heremes.com

여성 패션모델용 개발인대를 활용한 상반신 길원형 특성

박 진 아
국립창원대학교 의류학과

1. 연구목적

본 연구에 앞서 선행된 연구에서는 국내 여성 패션모델의 인체치수와 체형을 3차원 스캔한 데이터터를 활용하여 가상인체를 모델링하였고 그 결과를 토대로 토르소 형태의 입체재단용 인대를 개발하였다. 개발된 여성 패션모델용 인대의 체형 특성을 상반신과 하반신으로 구분하여 제시한 선행연구의 결과를 참고하여, 본 연구에서는 개발된 인대를 활용하여 입체재단 방식으로 제작한 길원형의 특성을, 기존인대를 활용하여 제작한 길원형과 비교 분석함으로써 개발 인대의 상반신 형태적 특성과 함께 제시하는 데에 연구의 목적을 두었다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구에서는 새롭게 개발된 인대(인대 A)를 활용하여 입체재단 방식으로 여유를 제외하고 제작한 길원형의 특성을 분석하기 위해 비교 대상으로 기존에 사용하고 있는 인대를 선정하였다. 의류 업체와 의상관련 교육기관에서 패션쇼를 준비하는 과정 중 상대적으로 사용 만족도가 높았던 국내에서 주문제작한 기존 인대(인대 B)를 선정하여 길원형 앞, 뒤 패턴을 입체재단 방식으로 제작한 결과물의 차이를 비교 분석하였다.

2 종류의 개발 및 기존 인대를 활용하여 입체재단 방식으로 만든 상반신 길원형은 앞판은 어깨 및 허리 다트를 포함하는 형태이고, 뒤판 역시 앞판과 동일하게 어깨중심선 위치에 어깨다트와 허리다트를 포함한 형태로 제작되었다.

길원형의 어깨경사 각도를 측정하기 위해 뒤목점에서부터 시작된 수평선으로부터 어깨끝점이 만나는 수직거리와 앞판의 옆목점에서부터 시작된 수평선으로부터 어깨끝점이 만나는 수직거리를 측정하여 비교하였다. 그리고 가슴 컵의 돌출정도와 허리둘레선 단면 형태의 특성을 파악하기 위해 길원형 앞, 뒤판의 어깨다트와 허리다트의 분량과 겨드랑점에서 내려온 수직선으로부터 허리 옆선까지 안쪽으로 들어온 분량을 측정하여 비교하였다.

3. 결과 및 고찰

선행연구에서 개발된 인대의 상반신 특성을 인체계측치수와 체형의 각도, 두 가지 측면에서 살펴보고 그 결과는 다음과 같다. 첫째, 인체계측치수 측면에서의 특성은 어깨가쪽사이길이: 36.0cm, 젖꼭지사이수평길이: 16.6cm, 겨드랑앞벽사이길이: 32.0cm, 겨드랑뒤벽사이길이:

Corresponding author : Park, Gin Ah Tel.+82-55-213-3496 Fax.+82-55-213-3490
E-mail: gpark@changwon.ac.kr

33.0cm, 목옆젖꼭지길이: 26.0cm, 목옆젖꼭지허리둘레선길이: 41.5cm, 등길이: 38.5cm, 앞중심길이: 34.5cm, 어깨길이: 12.0cm, 목밑둘레: 36.0cm, 젖가슴둘레: 85.0cm, 젖가슴아래둘레: 75.0cm, 허리둘레: 65.0cm로 나타났다. 개발된 인대와 기존 인대의 체형 각도를 비교 분석한 결과에 의하면 ① 개발 인대의 가슴부위는 상, 하컵 부분 모두 실제적 각도를 반영함으로 가슴둘레선에서 허리둘레선 사이의 상반신 전면 인대 형상이 입체적으로 제작되었다. 따라서 가슴에 밀착된 브라 탱크 톱(bra tank top) 유형의 의류패턴 제작에서 개선된 맞음새를 제공할 것이 예상되었다. ② 개발 인대 등면의 견갑골 위쪽 각도가 다른 기존 인대에 비해 곧게 세워진 형태로 제작되었으며 견갑골 아래부터 허리둘레선까지의 등 아래 부분의 각도가 안쪽으로 크게 휘어진 체형으로 제작되었다. 따라서 개발된 인대의 상반신은 전면과 후면 모두 몸에 밀착되는 스타일의 의복 패턴 제작에서 보다 차별화된 맞음새의 결과를 낼 것으로 예상된다. ③ 인대의 상반신에서 개발 인대의 어깨 각도가 기존 인대의 각도보다 완만한 경사를 보이는 결과를 나타냈다. 이것은 기존인대 사용현황에 대한 또 다른 선행연구에서 기존 인대에 대한 인체치수항목 별 만족도 연구 결과 어깨경사에 대한 만족도가 낮았던 것을 고려해볼 때 개발 인대의 경사 각도를 적용하는 것을 통해 개발 인대 사용 만족도를 높이는 요인이 될 것으로 예측되어 본 연구에서 맞음새에 대한 평가 시 주목하여야 할 인체의 부분이다.

개발인대(인대 A)의 길원형과 기존의 국내 주문제작 인대(인대 B)의 길원형을 비교한 결과를 비교하였다. 뒤목점에서부터 시작된 수평선으로부터 뒤어깨끝점이 만나는 수직거리는 인대 A: 2.6cm, 인대 B: 4.0cm로 개발인대의 어깨경사가 더 완만한 체형적 특성이 확실하게 반영된 결과를 보였다. 뒤어깨다트의 분량은 인대 A: 1.7cm, 인대 B: 2.8cm로 개발인대의 뒤어깨가 더 곧게 퍼진 체형적 특성이 반영된 결과로 보인다. 뒤허리다트의 분량과 겨드랑점에서 내려온 수직선으로부터 허리옆선까지 안쪽으로 들어온 분량은 인대 A: 4.8/1.7cm, 인대 B: 2.6/3.5cm로 기존인대의 허리가 개발인대의 허리 단면보다 더 원형에 가까운 것으로 예측할 수 있으며 개발인대는 견갑골 아래에서 허리둘레선을 향하여 더 큰 각도로 휘어진 체형적 특성이 패턴에 반영된 것을 알 수 있다. 길원형 앞판의 비교를 위하여 앞판의 옆목점에서부터 시작된 수평선으로부터 어깨끝점이 만나는 수직거리를 비교하였다. 인대 A: 5.1cm, 인대 B: 7.2cm로 나타나 뒤판의 결과와 마찬가지로 개발인대의 어깨경사가 기존인대의 경우보다 더 완만한 체형특성을 보였다. 앞어깨다트의 분량은 가슴둘레선을 수평으로 유지하는 방법일 때, 인대 A: 5.0cm, 인대 B: 8.0cm로 나타나 상컵의 돌출각도는 기존 인대 B의 각도가 더 큼을 알 수 있다. 앞허리다트의 분량과 겨드랑점에서 내려온 수직선으로부터 허리옆선까지 안쪽으로 들어온 분량은 인대 A: 3.2/2.0cm, 인대 B: 3.0/3.0cm로 기존인대의 앞허리가 개발인대의 허리 단면보다 더 원형에 가까운 것으로 예측할 수 있으며 개발인대는 기존인대보다 하컵의 돌출각도가 더 크게 제작되어 그 형태적 특성을 패턴에 두드러지게 반영하고 있다.

4. 결론

향후 개발 인대를 활용하여 입체재단 방법을 통하여 생성된 길원형 패턴을 기초로 실험복을 최종적으로 제작한 후, 국내 여성 패션모델용 인대와 동일한 인체치수를 가진 인체에 착의시켜 그 맞음새를 분석하는 것이 계획되어 있다. 3차원 전신 스캐닝과 신속조형 3차원 프린팅 기술을 활용하여 국내 여성 패션모델의 체형을 반영한 인대의 개발과 그 맞음새의 입증은 궁극적으로 패

선쇼를 통한 제품개발과 홍보의 효율을 높임으로써 패션산업의 발전에 기여할 것으로 기대된다.

■ 참고문헌

- Park, G.(2015), "The Analysis on the Torso Type Dress Form Developed Through the 3-D Virtual Body Modeling of the Korean Female Fashion Models", *Costume*, 65(2), pp.157-175.
- Park, G., Lee, H. and Choi, J.(2006), "A Study on the Actual Conditions of and Satisfaction with the Existed Female Dress Forms Usage", *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 30(3), pp.378-385.
- Jang, J. and Yang, C.(2005), "A Study on the Torso Pattern for Plus-sized Women by Draping", *Family and Environment Research*, 43(10), pp.179-190.

20대 남성을 위한 slim fit no tuck 정장 바지 패턴 비교

박상희* · 이은혜

배화여자대학교 전통의상과*, 연성대학교 패션스페셜리스트과

1. 연구목적

최근에는 젊은 남성들이 패션에 대한 관심이 높아지면서 패션 감각이 발달한 20~30대의 젊고(young), 도시에 거주하는(urban) 남성(man)을 의미하는 예미족(yummy)이 주 소비자층으로 주목을 받고 있다. 이들은 패션에 아낌없이 투자하는 새로운 남성소비자로 대두되면서 캐주얼 정장에 많은 관심을 가지고 있다. 뿐만 아니라 전 연령대에서 격식보다는 개성과 실용성에 중점을 둔 소비성향이 주류를 잡으면서 전반적으로 스타일리쉬한 남성복이 시장을 주도하고 있으며 이는 기업이나 관공서에서 더 이상 클래식 정장을 고집하지 않는 것도 하나의 이유로 볼 수 있다. LF에 따르면 슬림한 옷에 대한 중년층의 요구가 높아지고 있어 슬림 라인의 수트 생산을 40% 늘렸으며 체형과 취향 등이 반영된 맞춤 수트 브랜드도 점차 늘어나고 있다.

과거 남성복의 표준이 되었던 가슴둘레와 허리둘레의 6인치 drop치를 크게 늘림으로서 남성들도 자신의 몸에 맞춘 옷을 입기 시작하면서 정장의 단정함과 캐주얼의 편의성을 모두 갖춘 정장수트가 인기를 끌면서 유럽식의 수트가 현재의 트렌드가 되었다. 최근에 리뉴얼하거나 새롭게 런칭한 남성복 브랜드들은 컨템포러리한 감성과 편안함을 내세운 디자인으로 차별화되었으며 결과적으로는 허리둘레가 굵을 경우 바지 앞단 주름이 잡힌 바지를 입었던 과거와 달리 현대는 주름이 없는 바지가 기본 스타일이 되었다.

따라서 본 연구는 턱(tuck)이 없는 남성정장바지 패턴을 문헌자료와 업체의 것들을 비교하여 현재 20대 표준 남성 체형에 가장 잘 맞고 선호되는 패턴을 제의하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

no tuck 바지의 패턴은 산업패턴 실무(허동진 외 4인)의 캐주얼 바지와 남성복 패턴 디자인(김옥경·박광애)의 no dart 바지 패턴, 그리고 20대 남성복 업체 패턴 등 3가지를 비교하였다. 교재의 패턴은 정장 기본 바지 패턴에서 보다 슬림하게 변형된 캐주얼 바지패턴 위주로 선정하였으며 각 패턴은 사이즈코리아의 20대 남성 표준 치수를 기준으로 제작하고 각 패턴을 20수 광목으로 제작하여 20대 표준 체형 남성 3인을 선정하여 바로 선 자세와 쪼그려 앉은 자세, 계단 오르는 자세로 동작평가를 실시하였다. 또한 패턴의 외관은 석사학위 이상의 의복구성 전공자 5인들을 대상으로 평가를 실시하였다.

Corresponding author : Sanghee Park Tel.+82-2-399-0759 Fax.+82-2-06944-8491
E-mail : coolsanghee@baewha.ac.kr

3. 결과 및 고찰

3종류 패턴을 비교해 볼 때 바로 선 자세에서는 전체적인 슬림 핏은 김옥경·박광애의 것이 가장 좋은 것으로 나타났으며 허리둘레와 엉덩이 둘레 여유분량이 가장 적절한 것으로 나타났다. 또한 쪼그려 앉는 자세에도 넓적다리 중간둘레와 밀위둘레가 편안하다고 평가되었다. 걸거나 계단을 올라가는 동작에서는 업체의 패턴이 밀위둘레의 당김이나 바지 길이에서 가장 좋은 평가를 얻었으며 전체적인 허리둘레선위치와 바지 부리 폭은 가장 선호되는 것으로 평가되었다. 다만 업체 패턴은 전체적인 여유분이 가장 많은 것으로 나타났으며 김옥경·박광애의 것은 바로 선 자세의 둘레부분 여유가 가장 적고 둘레부분이 조이는 것으로 나타났다.

외관평가의 결과에서는 전체적인 슬림 핏 정도에서 가장 좋게 평가된 것은 업체 패턴으로 나타났다. 김옥경·박광애의 것은 약간 헐렁한 것으로 허동진 외 4인의 패턴이 가장 헐렁하게 보이는 것으로 나타났다. 그러나 김옥경·박광애의 것은 후면의 경우 조금 타이트한 것으로 무릎선의 위치도 약간 낮은 것으로 평가되었다. 신체의 기준선인 허리둘레선, 엉덩이 둘레선 그리고 밀위선 위치 적절성의 경우는 업체패턴, 허동진 외 4인 패턴, 김옥경·박광애의 패턴 순으로 나타났다. 김옥경·박광애의 패턴이 허리둘레의 여유분에 가장 좋게 평가되었으며 업체패턴의 경우 바지길이와 바지부리, 밀위둘레의 여유분 그리고 전체적인 측면과 후면의 바지 맞음새, 후면의 전체적인 맞음새에 가장 좋은 것으로 나타났다. 허동진 외 4인의 패턴은 다른 패턴과 달리 무릎길이가 피험자의 무릎위치보다 낮고 바지길이가 긴 것으로 평가되었으며 이는 피험자의 동작 평가에서도 같은 양상을 보인다.

3패턴 모두 전면보다는 후면에 대한 외관평가가 상대적으로 좋게 평가되었으며 엉덩이둘레 및 허리둘레 등 신체에 밀착되는 부분의 여유는 김옥경·박광애의 것이 가장 적절하게 평가되었고 그 외의 부분은 업체패턴이 가장 높게 평가되었다.

4. 결론

남성 정장용 no tuck 바지 패턴을 비교한 결과 주관동작 평가의 여유분의 경우 바로 선 자세에서는 김옥경·박광애의 것이 그 외의 자세에서는 업체 패턴이 가장 좋은 결과를 나타냈으며 외관 평가에서는 허리둘레 및 엉덩이둘레 여유에서는 김옥경·박광애의 것이 그 외의 부분에서는 업체 패턴의 경우가 가장 좋은 결과를 나타냈다. 실질적으로 슬림 핏의 경우 전체적인 외관은 엉덩이둘레의 맞음새와 바지통의 라인은 바지부리의 폭이 영향을 주며 동작 주관 평가에서 보여지는 것처럼 자세별 착용감 정도차이가 패턴의 여유분에 영향을 받는 것과 같이 슬림핏의 경우 화동의 용이성을 위해 신축성 소재를 사용하는 것이 바람직한 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

김옥경·박광애(2004), “남성복 패턴디자인”, 경춘사
허동진 외 4인(2006), “산업패턴설계”, 교학연구사
[그루밍 족 엿보기] 배나온 당신, “드러낼수록 날씬해진다” <http://biz.chosun.com>
올 봄 남성복 키워드는 ‘컨템포러리 + 편안함’, 김은영, <http://m.fashionn.com>
‘아저씨 정장’ 위기, 생존을 위한 남성 정장의 변신, 장원수, <http://daily.hankooki.com>
[‘킹스맨’처럼...남성정장 입기] 박노익 <http://www.imaeil.com>

태양광을 활용한 스마트 다운재킷 개발 및 보온성능 평가

이경화* · 김금화

가톨릭대학교 의류학전공*, 이화여자대학교 의류학과

1. 연구목적

대기환경 오염으로 발생된 초미세먼지는 국민건강을 위협하는 수준에 까지 이르렀으며, 선택의 여지가 없이 우리는 대기오염을 초래하지 않은 차세대 미래 에너지를 찾아야만 하는 시점에 도달해 있다. 따라서 친환경적이면서도 무상일 뿐더러 무제한 공급이 가능한 차세대 미래 에너지인 태양광은 일상생활 및 산업에 중요한 부분을 차지하게 될 것으로 예측된다. 최근 미국과 유럽 국가들을 중심으로 개발된 플렉시블 한 태양전지는 고효율, 저비용, 경량화 그리고 다양한 형태의 제품생산을 기반으로 여러 분야에 적용되어 고부가가치를 추구하면서도 고수익의 시장을 창출할 수 있을 것으로 보인다. 태양광 발전은 태양전지를 사용하여 태양광을 직접 전기에너지로 변환시키는 것으로, 본 연구에서는 긍정적 효용가치가 높은 태양광을 활용한 다기능 발열 스마트 다운재킷 개발을 목표로 하였다.

2. 연구방법 및 내용

태양광을 활용한 스마트 다운 재킷 모듈개발에 사용된 센서와 기기들은 충전부와 배터리 구동부로 구성되어있다. 충전부는 태양전지와 충전모듈 두 가지로 구성하였으며, 구동부에는 발열패드, LED Indicator, LED Flash로 구성하여 개발하였다. 본 연구에서는 추운 환경에서 활동량이 많은 착의자 보다는 정립 또는 착석자세와 같은 정적 자세를 취하고 있는 착의자의 추위가 훨씬 더 극심할 수 있다는 전제 하에 피험자에게 착석상태를 취하도록 하였다. 피험자는 인공기후실에 입실한 후, 총 80분 동안 의자에 앉은 자세로 실험에 임하였다. 피험자가 입실한 후 초기 40분은 데이터 안정화 구간으로 보았으며, 입실 후 40분에서 80분까지의 피부온, 직장온, 의복내온습도에 대한 데이터를 개발된 재킷의 보온성 분석에 사용하였다.

3. 결과 및 고찰

재킷에 사용된 Flexible Solar Panel은 Typical Output Voltage 6.4V를 사용하였으며, 태양전지 모듈 2개를 직렬로 연결함으로써 최종 Output Voltage를 12.8V로 설정하였다. Output Voltage는 배터리 전압에 따라 결정되는데, 최종적으로 적용한 배터리는 3.6V lithium ion battery 2개가 직렬로 연결되어 7.2V 전압이었다. 면상발열체는 열효율이 매우 높으며, 유연해서 의복에 적용하기에 유리하였다. 재킷에 적용한 면상발열패드는 80℃까지 발열이 가능한 고효율

Corresponding author : Yi Kyong Hwa Tel.+82-2-2164-4329 Fax.+82-2-2164-6583
E-mail : ykh@catholic.ac.kr

면상발열체로, 다섯 단계로 구분해서 온도조절이 가능하도록 하였다. LED 발광모듈은 중에서 Flash는 배터리 전원만으로 Regulator를 사용하여 5V 정격전압이 유지되도록 설계하였다. 배터리에서 나오는 전압이 줄어들거나 부하저항에 의해 최종 LED로 입력되는 전압이 가변적이면 밝기도 변하기 때문에 Regulator를 통한 정격전압을 유지시킬 수 있도록 LED를 구동시켰다. 재킷의 외피에는 Solar Panel이 삽입되어 위치할 수 있도록, Seam sealing과 Seamless welding Technology를 활용하여 필름 형태의 포켓을 부착하였다. 발열패드는 재킷 내피의 가슴부위와 등부위 그리고 배 부위에 패드 삽입이 가능하도록 포켓을 만들어서, 착용자가 보온을 요구하는 부위에 선별하여 패드를 삽입할 수 있도록 디자인하였다. 솔라패널은 6개가 사용되었으며, 아랫부분의 팔 부위의 경우 75×74cm 규격의 솔라패널 2개를 사용하였지만 기타 부위에 사용된 패널은 150×74cm의 규격이었다. 착용자의 왼쪽 아래팔에는 LED가 있어 조명기능과 배터리 잔량 확인용 Indicator의 역할을 수행할 수 있도록 하였다. 영하 15℃의 환경조건에서 미발열, 등발열, 배발열, 등배발열의 변인을 가진 재킷을 착용한 상태의 20대 성인여성 5인의 평균피부온 평균을 살펴보면 등발열 27.81℃, 배발열 27.64℃, 등배발열 26.59℃, 미발열 26.54℃ 순으로 높게 나타났다. 심부온을 살펴보면 등발열 32.55℃, 배발열 32.43℃, 미발열 31.92℃, 등배발열 31.90℃ 순서로 높게 나타났다. 등배발열의 심부온의 경우에는 미발열의 심부온과 비교했을 때 큰 차이가 없었으며 오히려 미세하게 미발열 보다 낮은 심부온을 나타내었다. 의복 내 온도는 등발열일 경우 43.7℃로 매우 높게 나타났다. 이 또한 재킷이 인체의 등부위에 가깝게 입혀있었기 때문에 나타난 결과인 것으로 파악된다. 의복내 온도를 측정했던 가슴과 등 부위의 의복 내 온도 평균을 살펴보면 등발열이 32.23℃, 등배발열 23.82℃, 배발열 23.25℃, 미발열이 22.16℃ 순으로 높게 나타났다.

4. 결론

본 연구에서는 미래형 에너지인 태양광을 에너지로 변환 할 수 있는 Solar panel을 재킷에 장착시켜 발열 패드를 통해서 보온 효과를 얻고, LED 발광을 통해서 충전량을 알려주는 인디케이터와 플레시 기능을 얻을 수 있는 스마트 패딩재킷을 개발하였으며, 재킷의 구현성능 중에서 보온성을 평가하고자 하였다. 재킷의 요구기능을 구현하는데 필요한 Output Voltage 배터리 전압은 3.6V lithium ion battery 2개가 직렬로 연결되어 7.2V의 전압으로 태양 전지의 효율을 판단할 수 있는 전류량은 Operating Current로 확인할 수 있었다. 보온성 분석을 위해 평균 피부온, 심부온, 의복 내 온습도를 살펴본 결과 발열체를 분산해서 위치시키는 것 보다는 한 부위에 집중해서 위치시키는 것이 보온성에 보다 더 효과적인 것으로 나타났으며, 배부위는 등부위에 비해 착용 시 인체에 들떠있어서 피부온과 심부온 그리고 의복 내 온습도 모두 효과적이지 못한 것으로 나타났다. 따라서 발열체의 위치는 등부위가 적합한 것으로 보이며, 발열체가 분산되어 위치하기 보다는 한 부위에 집약되어 위치하는 것이 효과적인 것으로 판단된다.

■ 참고문헌

Havenith, G., Fogarty, A., Bartlett, R., Smith, C. J., & Ventenat, V. (2008). Male and female upper body sweat distribution during running measured with technical absorbents. *European Journal of Applied Physiology*, 104(2), 245-255.

Inukas, Y., Sugeno, J., Kato, M., Nishimura, N., Nishiyama, T., Matsumoto, T., Sato, M., Ogata, A., Taniguchi, Y., & Osada, A. (2005). Effects of body posture on local sweating and sudomotor outflow as estimated using sweat expulsion. *Autonomic Neuroscience: Basic and Clinical*, 119, 48-55.

장식사 트위드 소재의 감각/감성 평가 및 패션소재 트렌드 예측

김지민 · 여수진 · 김종준
이화여자대학교 의류학과

1. 연구목적

빠르게 변화하는 패션소비트렌드와 더불어, 다양한 패션아이템과 소재가 출시되고 있다. 소비자들은 이미 다양한 패션제품을 경험하고 있기 때문에, 그들의 제품에 관한 취향과 니즈는 점점 더 고급화되고 있는 실정이다. 까다로운 그들의 감성을 충족하기 위한 요소로, 디자인과 소재의 다양화와 변화가 주로 사용된다. 그 중, 소재에선 미적이면서 고감성적인 개발을 위해, 여러 종류의 장식사를 이용한 직물이 개발되고 있다. 장식사를 사용하면 소재의 물성뿐만 아니라, 외관특성 표면효과 및 감각적인 부분까지 차별을 주는 강점을 가지고 있다.

다양한 장식사가 사용되는 직물 중 하나가 트위드 소재이다. 트위드는 여러 하이패션 브랜드에서 오랫동안 사용되어 온 클래식한 소재이면서 동시에 패스트 패션에서도 폭넓게 사용되고 있는 소재라 할 수 있다. 대표적으로 샤넬(Chanel)은 트위드(tweed)를 시그니처 직물로 사용하고 있고 전통을 이어받아 최근까지도 컬렉션에서도 다양한 장식사를 활용한 트위드 직물의 의복 아이템을 보여주고 있다. 장식사에 대한 논문 중 니트에 관한 연구나 소재 감성언어에 관한 연구도 활발히 이루어지고 있다.

따라서 본 연구에서는 장식사가 사용된 트위드 직물의 주관적 감각과 시각적, 촉각적 감성을 평가하여, 향후 패션산업에서의 상품기획, 혹은 소재기획 분야에서 아이템 제시를 하는데 그 목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

본 조사에 사용될 시료는 2014년 말경부터 조사하여 시판되는 직물을 구입하였다. 의류학분야의 학생 49명을 대상으로 설문조사를 실시하였고, 시기는 2015년 초에 실시하였다. 설문조사 방법은 트위드 소재 5종을 사용된 장식사에 대한 시각적 자료와 함께, 직물시료의 시각적 감각 및 감성 평가, 촉감 평가를 하도록 하였다. 감각을 나타내는 형용사 20문항을 선정하여 평가하도록 작성했다. 설문조사 결과를 비교분석하여, 장식사 사용에 따른 트위드 직물의 시각적 감각 및 감성요인, 촉감등과 선호 아이템을 분석하였다.

+ 본 연구는 2014년 한국산업기술평가관리원 지원 2-2014-1758-001-1 과제의 지원을 받았습니다.

Corresponding author : Kim Jongjun Tel.+82-2-3277-3102 Fax.+82-2-3277-3079
E-mail : jjkim@ewha.ac.kr

3. 결과 및 고찰

설문조사 결과, 트위드 소재의 시각적 감각 및 감성요인은 대체적으로 고급스러운 느낌을 주나, 너무 다양한 장식사가 사용되면 전형적으로 생각하는 트위드의 느낌 (우아함, 클래식, 고급스러움 등)이 감소하는 것으로 나타났다. 그리고 전반적으로 페미닌하게 인식하나 로맨틱한 느낌을 주지는 않았다. 하지만 비교적 밝은 색상에서는 로맨틱한 느낌을 가지는 경향이 나타났다. 촉각적 감각은 모가 사용된 직물일수록 포근하고, 따뜻하게 느끼는 경향이 있고 동시에 두께감도 비슷한 경향으로 나타났다. 촘촘함의 정도는 짜임의 정도에 따라 느끼는 게 다르고 대체적으로 신축성이 있다고 생각했다. 아이템으로는 코트와 신발/가방 선호도가 높고, 투피스 또한 구매의향이 높은 아이템으로 나타났다.

4. 결론 및 제언

트weed 소재를 사용하여 분석된 결과를 바탕으로, 선호하는 아이템을 제안하고 다양한 장식사를 이용한 고감성 소재의 발전 방향을 제시하였다. 이들 자료를 바탕으로 패션 소비트렌드 분석을 위한 빅데이터 자료를 효율적으로 해석하기 위한 근거를 제시할 수 있을 것으로 생각된다. 또한 이들 자료와 함께 향후 NFC 등 ICT관련 기술을 적용하여 구체적인 SNS 데이터의 수집이 용이하게 될 것으로 기대한다.

■ 참고문헌

- 오해순 · 이경희(2002), “의복재질의 시각적 감성연구”, 한국의류학회지, 26(9/10), p.1412-1423.
- 김미진 · 박기윤 · 박명자(2011), “수편용 장식사의 주관적 감각과 감성평가 및 선호도”, 한국의상디자인학회지, 13(1), pp.11-20
- 주정아(2005), “니트 소재의 구성 특성과 주관적 질감, 감성 및 선호도의 관계-ANFIS의 이용-”, 서울대학교 대학원 학위논문(박사).
- 김미진 · 이윤미 · 김영주 · 박명자(2008), “Computer Knitting Simulation을 활용한 장식사 니트소재의 시각적 감성평가 -SDS-ONE의 Paint 기능 활용-”, 한국의류학회지, 32(9), p.1333-1342

네오프렌 소재의 레이저 커팅 기법 적용에 따른 물리적 성질 및 드레이프 형상 변화 연구

한유정 · 김종준
이화여자대학교 의류학과

1. 연구목적

최근 텍스타일의 소재 개발이 활발해지고, 과학적인 전자기술에 의하여 최첨단 텍스타일 기법과 소재들이 등장하게 되었다, 이와 같은 경향들이 테크노 텍스타일이라는 새로운 트렌드를 형성하게 되었다.

이러한 가운데 현대 섬유산업분야에서 특히 20세기 테크노 텍스타일의 성공적인 업적 중 하나로 꼽히는 것이 신축성 소재의 발달이다. 이런 신축성 소재의 하나인 네오프렌에 최근 많은 패션 브랜드들이 관심을 보이고 있다.

네오프렌은 세계적인 기업 듀폰사의 합성고무소재에 상품명으로, 기능성 소재인 이 합성고무를 2012년 세계적인 패션하우스인 발렌시아가가 하이엔드 패션의 영역으로 끌어들이면서 세계적인 패션 디자이너들의 컬렉션 무대는 물론 리얼 웨어룩에서까지 각광받고 있다. 2012년 발렌시아가의 네오프렌소재의 스웨트셔츠에 SF적인 프린트를 가미하여 컬렉션을 선보임을 필두로 2012 F/W 준지, 2013 F/W지방시에서도 매력적인 프린팅이 된 네오프렌 스웨트셔츠를 선보였다. 이후로도 겐지, Kay, 알렉산더왕, 버버리, 꼼데가르송 등 네오프렌소재는 매 시즌마다 다양한 아이템과 디자인으로 컬렉션에 등장하여 트렌드 소재로 자리 잡았다. 대체로 이번 2015년 시즌 컬렉션에서는 좀 더 부피감을 줄이고 경량화 된 네오프렌 소재를 이용한 디자인들이 등장했다.

네오프렌소재는 네오프렌의 바운시한 질감은 살리며 스폰지 충전으로 가볍고 표면에 니트, 메탈릭, 천연 소재, 저지 등 다양한 소재와 결합하여 다양한 효과를 낼 수 있고 일반 우븐과 달리 울이 풀리지 않아 슬래시, 레이저 커팅 등의 다양한 가공 방법을 통해 2차적 소재개발이 가능한 장점이 있다,

본 연구는 네오프렌 소재에 레이저 커팅 기법을 적용하여 그에 따른 물성 및 드레이프 형상의 변화에 대해 고찰하고 앞으로 디자인에 응용할 수 있도록 기초자료를 제시하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

시료는 1mm두께(공칭) 네오프렌에 각 원형(동일 형상, 간격 변화)과 직사각형 (동일 형상, 간격 변화/ 변화된 형상, 간격 동일)을 레이저 커팅하여 간격과 크기에 따른 네오프렌소재의 물성과 드레이프성 알아보기 위해 사용하였다.

Corresponding author : Kim Jongjun Tel.+82-2-3277-3102 Fax.+82-2-3277-3079
E-mail : jjkim@ewha.ac.kr

레이저 커팅한 시료들의 분석을 위해 공기투과도, 두께, 중량, 강경도, 인장강도, 굽힘 강성을 측정하였다.

시험장비로는

- Air Permeability Tester (Textest FX 3300, Switzerland)
- Thickness Gauge (Hanwon, Korea)
- Electronic Balance (Shimadzu, Japan)
- Flexometer
- Tensile Tester(Testometric, UK)
- Bending tester(자체 제작품)을 사용했다.

3. 결과 및 고찰

같은 크기(지름8mm), 다른 간격별(C4,C6,C8,C10,C12) 원형의 레이저 커팅한 네오프렌 시료의 경우 공기투과도는 간격이 좁을수록 증가 하였다. 시료들 간의 두께 차이는 중량에도 영향을 주었으며 중량 측정 결과 대체로 간격이 넓어질수록 증가하였다. 플렉스 강경도는 소재를 경사면 위로 밀어낼 때 소재가 처지는 길이(L)를 측정했다. 레이저 커팅된 시료의 경우 L/2값이 감소하는 것을 확인했다. wale방향보다는 course방향의 값이 더 낮아 course방향이 더 유연함을 알 수 있다.

굽힘 강성은 레이저 커팅을 하지 않은 시료와 비교하여 모두 감소하였고, 강경도와 마찬가지로 course방향이 wale방향의 값보다 더 낮았다. 즉 레이저 커팅 조건을 변경시킴으로써 드레이프성을 방향에 따라 조절할 수 있을 것으로 판단된다.

4. 결론

네오프렌에 레이저 커팅을 적용하여 간격과 크기에 따른 네오프렌소재의 물성과 드레이프성 에 대해 알아본 결과 전반적으로 레이저 커팅을 한 시료가 강경도, 인장강도, 굽힘 강성에서 값이 감소함으로써 레이저 커팅을 하지 않은 시료에 비해 더 유연함을 알 수 있었다. 또한 레이저 커팅의 방향에 따른 드레이프 형상 변화를 확인할 수 있었다. 이러한 방향에 따른 변화를 기초로 하여, 선정된 패턴과 의상의 디자인에 최적인 레이저 커팅방향과 조건을 적용한 네오프렌 소재의 개발이 가능할 것으로 기대한다.

위 결과를 바탕으로 하여, 네오프렌의 종합적인 특성을 고려한 레이저 커팅의 다양한 적용이 가능할 것이며, 또한 디자이너가 의도하는 최적의 디자인을 완성하기 위한 기초 자료가 될 것으로 기대한다.

■ 참고문헌

김재원(2010), 레이저 커팅 가공기법을 이용한 섬유소재별 커팅 효과 연구, 건국대학교대학원, 석사학위논문

김난(2011), 테크노텍스타일의 기법과 소재를 활용한 패션 폰 디자인연구, 한국디자인문화학회지, 17(3)

최정임 · 전동원 · 김종준(2007), 패션작품에 표현된 신축성 소재의 연구. 패션비즈니스, 11(4)

피혁 염색 후 가지제에 의한 표면색 변화 및 염착성

배 상 경
수원대학교 의류학과 교수

1. 연구목적

천연염색은 식물성섬유보다는 동물성섬유에서 실시했을 경우 염착성이 더 좋으며, 매염처리후에도 염색효과가 좋은 것으로 알려져 있다. 동물성 섬유재료의 일부 피혁은 소가죽, 특수피, 돈피가 주로 쓰이는데 이중 소가죽은 의류용, 가방, 구두, 가구로, 특수피는 의류, 가방, 구두에, 돈피는 가방의 속지나 의류용으로 쓰이고 있다. 베지터블 태닝 소가죽은 공예용소재, 가방, 가구에 주로 쓰이는데 크롬을 사용하지 않아(송계원 외, 1992, p. 82) 친환경적 소재로 알려져 있다. 가죽은 염색 후 기름칠(송계원 외, 1992, p. 153)을 하여 가죽 표면을 보호하고 발수성과 염착성을 유지한다.

본 연구는 베지터블 태닝 소가죽에 락염료로 염색한 후 가지제로 시중에서 판매되고 있는 올리브유, 포도씨유, 콩 식용유, 옥수수 식용유로 가지 처리하여 표면색의 변화와 염착성을 살펴본 것이다.

2. 연구방법 및 내용

베지터블 태닝한 통가죽을 두께 1.0-1.1 mm로 피할하여 시험포로 하고, 락 염료 가루로 염색한 후 식용유로 도포, 침지하여 표면색의 변화와 염착성을 관찰하였다. 염색조건은 농도 30%(owf.), 염색시간 30분, 염색온도 30℃, 욕비 30:1로 실시한 후 건조시켰다. 가지로는 시판되고 있는 올리브유, 포도씨유, 콩유와 옥수수유를 사용하여 도포(바르기)와 침지(담그기)방법으로 가지하였으며, 사용된 기름의 양은 총 50%(owf.)로 하였다. 도포는 기름의 양을 2회 나눠서 5분 간격으로 발랐고, 침지시는 1회에 10분간 침지하였다.

표면색의 변화와 염착성의 측정은 Colormeter SP 60을 사용하여 L^* , a^* , b^* 값과 ΔE , 먼셀 색차계에 의한 $H(V/C)$, Kubelka-Munk의 함수 K/S 로 정리하였다.

3. 결과 및 고찰

피혁의 가지처리가 염색물의 색상 변화에 어떤 영향을 주는 지 알아보기 위한 실험에서 가지 처리후 2시간, 24시간, 48시간 경과한 후 결과를 측정하였다. 가지처리의 효과를 살펴 보면, 2시간 후 측정한 색차가 식용유의 종류별로 차이가 2.4정도로 그다지 크지 않았다. 염착성은 포도씨유에서 가장 높았고 올리브, 콩유, 옥수수유 순서로 조금씩 작아졌다. 24시간 후의 결과는 2시

Corresponding author : Bai, Sangkyoung Tel.+82-2-536-9686 Fax.+82-31-220-2535
E-mail : skbai@suwon.ac.kr

간과 같은 양상을 나타냈으나 올리브유와 옥수수유간의 차이가 약간 커졌다. 48시간 후의 결과는 조금 더 커져서 4.6 정도의 색차가 났다.

가지처리 방법에 따른 차이를 살펴보기 위해서 도포법과 침지법에서의 색차를 비교하였다. 가지 처리후 2시간에서 살펴본 바에 의하면, 침지법에서는 모두 32.0 이상의 색차를 나타냈으며 포도씨유에서 색차가 가장 컸고 콩유에서 가장 작았다. 그러나 그 차이가 1.4로 그다지 큰 의미를 나타나지 않았다. 따라서 가지 처리시 식물성 유의 종류에 따른 색차는 크지 않았음을 알 수 있었다. 염착성에서는 가지처리를 하지 않은 표준포보다는 도포, 침지시 모두 큰 증가를 나타냈다. 도포, 침지 모두 2시간 후보다는 48시간이 지난후의 염착성은 감소하였고, 도포보다는 침지에서 염착성이 높았다. 그러나 색상은 침지보다 도포에서 밝은 홍색을 나타냈고 침지에서는 어둡고 진한 홍색을 나타내서 락의 원래 색으로 표현하려면 도포가 더 적합하였음을 알 수 있었다.

4. 결론

베지터블 태닝한 통가죽에 락으로 염색하고 가지제로 올리브유, 포도씨유, 콩유, 옥수수유를 도포와 침지로 처리한 후 표면색의 변화와 염착성을 측정 한 후 다음과 같은 결론을 얻었다.

- 1) 가지제로 사용된 식물성 기름의 종류에 따른 색차와 염착성의 차이는 크지 않았다. 포도씨유에서 약간 컸고 옥수수유에서 가장 작았다.
- 2) 가지처리 후 2시간 후와 48시간 후의 색차는 시간이 지남에 따라서 조금씩 낮아졌으며 그 차이는 5를 넘지 않았다.
- 3) 가지방법에서는 도포보다 침지에서 색차와 염착성이 컸으며, 색상은 도포에서 밝은 홍색을 나타냈고, 침지에서는 어두운 홍색을 나타냈다.

■ 참고문헌

송계원 · 이무하 · 채영석(1992), “피혁과 모피의 과학”, 선진문화사, p. 82.
Ibid., p. 153.

골프자세 훈련용 스마트 웨어의 개발에 관한 연구

-전도성 원사, 가속도 및 키넥트 센서를 장착하여-

이은아* · 김종준

이화여자대학교 의류학과

1. 연구목적

섬유와 의복 생산의 범위를 확대하는 혁신의 분야로서 스마트 웨어(smart wear)의 개발은 의류 산업에 대한 새로운 도전이 되고 있다. 스마트 웨어는 착용 할 수 있는 최첨단 기술을 의미하는 용어로 액추에이터, 컨트롤러, 센서, 배선 등의 전자적인 요소를 직물에 추가하여 착용자와 즉각적으로 상호작용하도록 하는 것이다. 따라서 스마트 웨어는 섬유/의복과 과학적인 기술력이 혼합된 하이브리드 제품이며, 사용되는 섬유재료와 응용 프로그램에 따라 다양한 기능을 창출할 수 있다. 본 연구는 전도성 원사와 스마트센서를 분석하여 골프 훈련자가 자세 습득 시 활용할 수 있는 스마트 웨어의 방안을 제시하고자 하였다.

2. 연구방법 및 내용

이 논문은 다음과 같이 구성되었다.

첫째, 스마트 웨어에 사용된 전도성 원사의 사례를 설명 한다; 스마트 웨어는 전도성 섬유, 열을 통제하는 섬유, EMI 실드 섬유, 특수 용도의 섬유 등 많은 최첨단 재료가 사용되고 있지만, 본 논문에서는 스마트 분야의 핵심 기술인 전도성 원사에 초점을 맞추어 조사하였다.

둘째, 다양한 유형의 스마트 센서들을 설명 한다; 스마트 웨어에 주로 사용되는 힘, 압력, 인장, 광학, 화학, 온도, 습도, 형상기억 센서 중에서, 특히 인체의 동작을 측정하는 센서들과 전도성 원사를 사용하여 설계된 패브릭 센서들의 플랫폼을 요약하였다.

셋째, '착용자의 동작을 측정하는 골프자세 훈련용 스마트 웨어 모니터링 시스템'을 제안 한다; 착용자의 동작을 측정하기 위해서 마이크로 소프트 키넥트 센서와 가속도 센서를 사용해, 아두이노로 컨트롤하는 프로토타입을 설정하였다.

3. 결과 및 고찰

3.1. 동작인식 스마트 웨어에 사용된 전도성 원사의 사례분석

전도성 원사를 사용한 선행 연구는 섬유의 물리적이 측면에서 전도성 원사의 탄성, 드레이프성, 기계적 강도를 개선시키는 연구와 전도성 원사와 비 전도성 원사를 혼합하여 개발하는 연구가 이루어지고 있으며, 전도성 원사의 사용기법은 위빙, 니팅, 스티칭, 자수 등의 다양한 방법으

Corresponding author : Lee Euna Tel.+82-31-272-5880 Fax.+82-2-821-9000
E-mail : bella9977@naver.com

로 발표되고 있는 추세이다. 인체의 동작을 감지하는 대표적인 사례들은 다음과 같다.

전도성 원사를 니팅하여 착용자의 발뒤꿈치의 압력과 리프팅, 발가락의 움직임에 따라서 변형되는 루프의 모양을 센서로 만드는 연구(Preece et al., 2011), 금속 스냅 모양의 수분측정 센서를 전도성 원사로 탄성 밴드에 봉제한 연구(Hännikäinen, Vuorela, & Vanhala, 2007), 굽힘 밴드를 지그재그 스티치를 활용하여 탄성 밴드에 봉제한 연구(Lee, & kim, 2014), 팔 스윙과 가벼운 운동 시 확장되는 흉부의 볼륨을 전도성 원사의 전극을 측정하여 분석한 연구(Vuorela, Seppa, Vanhala, & Hyttinen, 2010) 등이 이루어지고 있다.

3.2. 동작인식 스마트 웨어에 사용된 센서의 사례분석

인체의 움직임의 속도를 인식하는 방법으로는 가속도계 센서(Gibbs & Asada, 2005)가 사용되고 있으며, 관절의 움직임을 측정하기 위해서는 자이로스코프(Tormene et al., 2012), 굽힘(Lee, & kim, 2014), 스트레인(Giorgino, Tormene, Lorussi, De Rossi, & Quaglini, 2009; Harms, Amft, & Tröster, 2010; Lee, Kim, & Lee, 2011), CE 센서가 주로 활용되고 있다. 가속도계는 10센트 동전의 약 7분의 1 사이즈의 초소형 제품이 'mCube'사에 의해 개발되어 스마트 골프 의류로 출시될 예정이며, Heapsylon사에 의해 개발된 '센서리아(Sensoria)'도 양말에 부착하여 발을 땅에 디딜 때마다 이동 거리, 속도 등의 정보를 무선으로 스마트폰에 전달할 수 있다. 'Intel'사는 심장 박동 등 다양한 신체 반응을 측정하여 모니터링 할 수 있는 다양한 센서가 부착된 스마트 웨어러블 셔츠를 개발하였고, 'OMsignal'사와 'Polo'도 아이폰과 연결하여 모니터링 할 수 있는 생체측정 센서(biometric sensor)가 들어 있는 스포츠 셔츠를 개발하였다.

3.3. 골프자세 훈련용 스마트 웨어 모니터링 시스템 제안

본 연구에서 제안하는 키넥트 센서는 착용자의 동작을 인식하기 위해 마커(marker)를 몸에 부착하거나 컨트롤러 등과 같은 보조 장치를 손에 들어야 하는 불편함이 없이, 키넥트의 화각(field of view) 내 움직이는 물체인식을 위한 관절의 위치 정보를 제공할 수 있다. 이 모듈은 파라메트릭 변환 방향으로 임의의 자세에 대해 설명할 수 있으며, 시뮬레이션 프레임워크의 개요는 다음과 같다. 첫째, 골프자세 측정은 3차원 영상 정보를 제공하는 모션 센싱 기반 키넥트 센서를 이용하여 착용자의 움직임에 따른 각 관절의 값을 획득한다. 둘째, 획득된 각 관절의 값은 프로 골퍼의 동영상과 더불어 입력된 관절값 정보를 담고 있는 스켈레탈 데이터(skeletal data)와 착용자의 운동 수행에서 획득된 관절값 들을 포함한 스켈레탈 데이터와 비교하여 수행 정확도 평가를 위해 유사도 측정을 시행한다. 셋째, 가속도 센서를 전도성 원사를 사용하여 본 연구에서 자체 제작한 '스마트 웨어'에 부착하여 골프자세에 따른 스윙 속도의 데이터(raw data)신호를 분석하도록 한다.

4. 결론

본 연구는 선행 연구를 통해 전도성 원사와 가속도 센서가 스포츠 스마트 웨어에 적용하기 적합하다는 것을 보여주며, 그 결과 모션 센싱 장치인 키넥트와 웨어러블 가속도 센서를 활용한 골프자세 훈련용 스마트 웨어를 제안할 수 있었다. 이와 같은 결과를 통해 골프 운동을 위한 착용자가 인식하지 못하는 자신의 자세를 지속적으로 측정이 가능하게 하는 스마트 웨어는 보다 효과적으로 운동을 할 수 있게 하며, 개인맞춤형 최적의 골프 운동 자세를 설정하여 지속적으로 훈련할 수 있다는 점에서 ICT와 연결된 첫 단계가 되기를 기대한다.

■ 참고문헌

- Gibbs, P. T., & Asada, H. H. (2005). Wearable conductive fiber sensors for multi-axis human joint angle measurements. *Journal of Neuroengineering and Rehabilitation*, 2(1), 7. doi:1743-0003-2-7 [pii]
- Giorgino, T., Tormene, P., Lorussi, F., De Rossi, D., & Quaglini, S. (2009). Sensor evaluation for wearable strain gauges in neurological rehabilitation. *Neural Systems and Rehabilitation Engineering, IEEE Transactions On*, 17(4), 409-415.
- Hännikäinen, J., Vuorela, T., & Vanhala, J. (2007). Physiological measurements in smart clothing: A case study of total body water estimation with bioimpedance. *Transactions of the Institute of Measurement and Control*, 29(3-4), 337-354.
- Harms, H., Amft, O., & Tröster, G. (2010). Estimating posture-recognition performance in sensing garments using geometric wrinkle modeling. *IEEE Transactions on Information Technology in Biomedicine*, 14(6), 1436-1445.
- Lee, E., & Kim, J. (2014). Theses : A Study on Practical Function of Neoprene Fabric Design in wearable Device for Golf Posture Training. *Journal of fashion business*, 18(4), 1-14.
- Lee, B. W., Lee, C., Kim, J., & Lee, M. (2011). Optimum conductive fabric sensor sites for evaluating the status of knee joint movements using bio-impedance. *Biomedical Engineering Online*, 10, 48-925X-10-48. doi:10.1186/1475-925X-10-48 [doi]
- Lorussi, F., Galatolo, S., & De Rossi, D. E. (2009). Textile-based electrogoniometers for wearable posture and gesture capture systems. *Sensors Journal, IEEE*, 9(9), 1014-1024.
- Preece, S. J., Kenney, L. P., Major, M. J., Dias, T., Lay, E., & Fernandes, B. T. (2011). Automatic identification of gait events using an instrumented sock. *Journal of Neuroengineering and Rehabilitation*, 8, 32-32.
- Tormene, P., Bartolo, M., De Nunzio, A. M., Fecchio, F., Quaglini, S., Tassorelli, C., & Sandrini, G. (2012). Estimation of human trunk movements by wearable strain sensors and improvement of sensor's placement on intelligent biomedical clothes. *Biomed.Eng.Online*, 11, 95.
- Vuorela, T., Seppä, V., Vanhala, J., & Hyttinen, J. (2010). Design and implementation of a portable long-term physiological signal recorder. *Information Technology in Biomedicine, IEEE Transactions On*, 14(3), 718-725.
- <http://hifipublic.com/2014/08/23/mcube-taking-us-one-step-closer-to-smart-clothes/>

패션소재의 특성과 Linear Motion과정 중 진동감쇠에 대한 연구

여수진 · 이선아 · 김종준
이화여자대학교 의류학과

1. 연구목적

최근 패션소재 트렌드 중 2016S/S의 주요 경향을 요약하면 1) 자연과 인간을 중심으로 본질과 공정성을 지향하며, 친환경 윤리적 패션트렌드에 대한 증대된 관심, 2) 개인의 특성에 최적화된 3D 프린트 기술의 발전을 포용하는 패션아이템과 실생활에서 적극 활용될 휴먼 디바이스, 3) Individual Globalism, 즉 개인맞춤형 생산체제의 등장에 따른 대량판매 시장의 축소를 예상하고, 지역적 산물과 기술이 현 시대의 발전과 공감대를 이루는 로컬 트렌드 등으로 말할 수 있다. 개별적인 소재를 정리하면, 천연소재의 자연스러운 표면감과 터치의 강조, 광택소재의 영역을 넘는 표현이 다양화, 메쉬조각, 혹은 니트와 메쉬 사이의 아이템으로서 컷아웃 소재의 채용, 퀴팅, 자카드, 핸드메이드 느낌을 주는 다양한 색상의 트위드, 브로케이드의 영향을 받은 리트로 자카드 등을 예로 들 수 있다(한국패션소재협회, 2014). 즉 최근의 패션소재 트렌드의 특징은 전통적인 소재를 포용하고 있으나 그 스펙트럼은 매우 다양하게 전개되고 있으며, 전통을 바탕으로 한 첨단소재 및 최신 테크놀로지의 융합 양상이 강화되고 있음을 알 수 있다.

한편 ICT융합은 산업적 영역 및 학문적 영역에서도 두드러지게 나타나고 있다. 이에 부응하여 의류산업에서는 3차원 가상의복 프로그램들의 상용화가 이루어지고 있다. 이러한 소프트웨어 시스템이 보편화되기 위해서는 간편하고 합리적이며 직관적 시뮬레이션 프로세스가 필요하다. 또한 준비된 가상의복이 실제의 의복을 사실에 가깝게 신속히 모사할 수 있는 표현력도 중요하다. 패션상품에서는 실루엣과 디자인이 중요하며, 또한 각각의 소재의 특성에 의존하는 고유의 미적 특성이 표현되어야 한다. 이들 소재의 특성은 의복을 구성하는 중요 요소이며 결국 가상소재와 실제소재의 제반 특성에 대한 연구의 필요성이 증대되고 있다. 현재까지 이루어진 연구는 정적인 특성에 관한 것이 주류를 이루었다. 그러나 최근의 3차원가상의복 프로그램은 점차 런웨이에서 표현되는 소재의 미적특성 즉 동적인 거동 중의 소재의 미묘한 표현에 대해서도 점차 중요하게 다루기 시작하였다. 이에 본 연구에서는 가상적인 의복과 실제의 의복이 표현하는 동적 거동 중의 패션소재의 거동에 대한 기초연구를 진행하였다. 특히 직선적 거동 중의 패션소재의 진동 감쇠의 측정기구 시스템의 설계를 중심으로 연구하고자 하였다.

2. 연구방법 및 내용

Swing motion을 중심으로 한 소재의 진동감쇠 연구를 기초로 진행하고자 하였다. Swing

Corresponding author : Kim, Jongjun Tel.+82-2-3277-3102 Fax.+82-2-3277-3079
E-mail : jjkim@ewha.ac.kr

motion을 직선적 거동으로 변경하여 패션소재 진동감쇠를 측정하고자 별도의 장치를 준비하였다. 이 때 Linear motion system을 채용하고, 이 중 일부 기구를 개조하였다. 이는 직선 운동과 정 중에서 가속과 감속을 조절할 수 있는 동작기구를 포함하고 있다. 해당 시스템은 또한 직선운동의 속도를 일정 구간에서 조절할 수 있는 모터를 장착하고 있다. 이 기구에 패션소재 시료를 직사각형의 형태로 취부하였다. 일정 속도에서 움직이는 시료를 일정한 감속도 구간을 통해 정지 시킴으로써 착용자의 동작을 어느 정도 모사하고자 하였다. 이 때 시료 선단의 움직임을 영상으로 기록하고 선단의 점을 추출하여 진동 감쇠 거동을 수치화시켜 기록하였다. 얻어진 데이터에서 감쇠거동의 평가의 요소인 감쇠비를 계산하였다. 감쇠비는 주기별 Peak와 Period 그래프의 진동 패턴을 분석한 후 산정하였다. 시료는 2종류의 소재군을 사용하였다. 즉 두께와 중량이 상이한 다양한 패션소재군, 나일론과 견직물에 타닌 처리를 시행한 소재군 등 2종의 소재군으로 구분하였다.

3. 결과 및 고찰

시료로 선정한 1)두께와 중량이 상이한 다양한 패션소재군 2)나일론과 견직물에 타닌 처리를 시행한 소재군의 결과는 다음과 같다. 즉 1)소재군에서 각 소재의 주요 특성에 의거하여 일정한 직선운동과 정지에 따라 진동의 패턴에 변화를 보이고 있음을 알 수 있다. 또한 2)군에서 미처리 시료에 비해 타닌 처리를 시행한 시료는 일정한 직선운동과 정지에 따라 진동의 패턴에 변화를 보이고 있음을 알 수 있다. 즉 타닌 처리는 특히 나일론 시료의 경우 필라멘트 섬유의 팽윤을 초래하고, 이에 따라 소재의 두께 변화를 수반하게 되며 섬유와 실 사이의 전단특성의 변화에 따라 위의 진동패턴의 변화를 초래한 것으로 판단된다.

4. 결론

본 연구에서는 직선적 거동 중의 패션소재의 진동감쇠를 정밀히 평가하기 위한 기구를 제안하였다. 이 때 영상의 분석을 통해 소재의 특성과 진동 감쇠의 거동 사이의 상관성을 분석하였다. 이를 기초로 하여 가상적인 의복과 실제의 의복이 표현하는 동적 거동 중의 패션소재의 거동에 대한 자료를 확보할 수 있었다. 향후 이들 자료가 3차원 가상의복과 실제의복 사이의 거동을 해석하기 위한 데이터베이스로 활용되기를 기대한다.

■ 참고문헌

- 한국패션소재협회(2014), "Global Fabric Trend, 2016Spring/Summer: Korea Fashion Textile Association".
- 이윤주 · 김중준(2011), "3D 가상패션소재의 드레이프성 연구 -3D 의상CAD 시스템활용-", *패션 비즈니스*, 15(5), pp.103-114.
- 이윤주(2011), *디지털 의상 소프트웨어의 활용을 위한 패션소재의 기본물성/드레이프 및 동적 변위특성의 상관성에 대한 연구*, 이화여자대학교 석사학위청구논문.
- 여수진(2013), *타닌산 처리에 의한 나일론 6와 견직물의 외관특성 및 물성변화에 대한 연구*, 이화여자대학교 석사학위청구논문.

중국 내수시장 진출을 위한 중국 웨딩·뷰티 이미지 분석 연구

오현아* · 배수정

전남대학교 의류학과 박사*, 전남대학교 의류학과 교수

1. 연구목적

중국에서의 웨딩산업은 성장 속도가 매우 빠르고, 한류의 영향으로 한국식 드레스, 웨딩촬영 등 웨딩문화에 대한 주링허우와 바링허우에게 이미지가 좋아 우리 웨딩산업의 진출전망은 밝다. 그러나 많은 중국 웨딩업체들이 우후죽순 생겨나기 때문에 경쟁은 매우 치열한 시장이기도 하다. 여기에 최근 각종 언론에서 한류의 효과를 언급하고 있으나 이 또한 한시적이기에 중국소비자가 선호하는 중국 웨딩 트렌드에 대한 심도있는 연구가 절실히 필요한 시점이다. 이에 본 연구는 향후 중국 웨딩 산업의 주체로 부상하고 있는 주링허우와 바링허우의 여성을 대상으로 웨딩·뷰티 스타일 트렌드를 조사 분석하여 그들의 니즈에 맞는 패션·뷰티 정보를 중국에 진출 중이거나 진출 중인 한국 웨딩업체에 제공하는데 그 목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

연구방법으로는 문헌연구와 실증적 연구를 병행하였는데, 문헌연구에서는 선행연구 및 관련 산업 현황을 조사하였고, 실증적 연구에서는 웨딩·뷰티 트렌드의 특성을 파악하기 위하여 중국의 대표 웨딩 전문잡지인 시상신양(时尚新娘; Cosmo Bride)의 2011년 1월~2013년 12월까지 총 36개월의 자료와 중국의 결혼과 관련해 가장 보편화된 웨딩 관련 사이트인 www.jiehun.com, www.55bbs.com, www.dianping.com 등 과 같은 인터넷 자료와 웨딩 박람회 자료를 선택한 후 패션·뷰티 이미지 분석을 전문가 집단을 통하여 실시하였다.

3. 결과 및 고찰

연구의 분석결과는 다음과 같다. 중국 웨딩 패션뷰티 이미지 분석 결과 엘레강스 이미지가 가장 높게 나왔으며, 메이크업은 유사 색상 배색을 통해 단아하고 차분한 이미지를 연출하는 것을 선호하는 것으로 나타났다. 헤어에 있어서는 업스타일 형태가 주를 이루었다. 형태적인 면에 있어서는 실루엣은 A라인 실루엣, 넥라인은 베어드탑, 웨이스트 라인은 노멀 웨이스트 라인, 소매는 슬리브리스가 높은 빈도를 보였다. 웨딩드레스의 소재는 시스루 소재, 드레스 색채는 무채색이 높은 비율을 보였고, 장신구는 착용하지 않는 형태가 가장 높은 빈도를 보였다. 이러한 결과를 통해 중국의 주링허우와 바링허우를 타겟으로 하는 웨딩산업에 있어 이들의 선호 경향에 적절한 웨딩 패션뷰티 제품을 갖출 수 있는 기초를 마련한 계기가 될 수 있을 것으로 생각된다.

Corresponding author : Bae, Soo Jeong Tel.+82-62-530-1344 Fax.+82-62-530-1349
E-mail : sjbae63@chonnam.ac.kr

4. 결론

중국의 주링허우와 바링허우를 타겟으로 하는 웨딩 트렌드는 기존의 선행논문에서 나타난 한국 웨딩 스타일 선호 경향과는 미묘한 차이가 있음을 알 수 있었다. 무엇보다도 중국 웨딩 소비시장의 규모가 상승세를 타고 있는 시점에서 막연한 한류보다는 그들의 구체적인 선호 트렌드를 파악함으로써 또 다른 웨딩한류를 기획하는 마케팅 전략을 개발하는데 유용한 정보를 제공할 수 있을 것으로 생각된다. 특히 중국은 메가리전이라 언급될 만큼 거대하고 지역적으로 선호되는 패션 스타일의 차이가 있기에 본 연구에서 분석한 웨딩 패션 뷰티 분야도 지역적 선호 경향에 차이가 있을 것으로 추정됨으로 향후 후속 연구에서는 직접 현지 방문하여 웨딩뷰티 시장을 인터뷰, 설문조사를 병행하여 실시함으로써 보다 구체적인 중국 지역별 마케팅 전략을 수립할 필요가 있다.

■ 참고문헌

- 시효명, 여은아(2009), “한중 소비자의 웨딩드레스 스타일 선호도, 정보원, 점포선택기준에 대한 비교 연구”, *대한가정학회지*, 47(10), pp.1-11.
- Vincent Lui 외 (2011), “Dressing Up Capturing the Dynamic Growth of China's Fashion Market”, *BCG*, pp. 1-4.
- 김칠순(2012), “중국 상해 및 인근도시에 거주하는 20-30대 여성의 웨딩행동 분석”, *한국의류산업학회*, 14(2), p.252.
- 남경한국투자기업협회(2011), “중국 웨딩산업 현황 및 시장분석”, *지역동향*, pp.1-2.

미용사의 소화기계 건강에 영향을 미치는 요소에 관한 연구

안 현 경
동남보건대학교 피부미용과

1. 연구목적

미용사들은 아직까지 정착되지 않은 예약제로 불규칙한 식사시간과 퇴근시간에 시달리며, 낮은 임금과 긴 노동시간 등 열악한 근로환경에 노출되어 신체적 정신적 스트레스를 경험하고 있다. 이러한 불규칙한 생활습관과 식사습관은 미용인들에게 다양한 소화기계 건강 문제를 야기하고 있다. 본 논문에서는 미용사들에게 다발할 것으로 예상되는 역류성 식도염 (K77), 소화불량(K30), 위염(K29), 변비·설사(K59)를 대상으로 연구를 하고자 한다.

미용업 종사자라는 특정 직업에서 특별한 노동상황에 접하면서 발생하는 소화기계 질병에 대한 연구는 Kwack, Y. S. Kim, and E. S. Kim(2001)의 미용사의 소화불량에 관한 조사연구, E. S. Kim & Y. C. Kim(2006)의 미용사의 소화장애 관련요인 등의 연구가 있으나, 다양한 미용업의 노동상황에서 소화불량이 있음과 없음으로만 나누어 한 연구로, 다양한 소화기계 질병과의 관련성을 연구하지는 않았다.

이에 본 논문에서는 식사패턴, 근무환경, 스트레스, 건강관리상태로 나누어 어떠한 요소가 미용사의 소화기계 건강에 영향을 미치는 질병인 역류성식도염, 소화불량, 위염, 변비·설사와 관련되는 지를 연구하여 미용사들의 소화기계 건강 유지에 도움을 주는데 그 목적을 둔다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구를 위하여 수도권과 충청도 미용사 총 300명을 설문조사하여, 데이터 크리닝을 통해 242부를 분석대상으로 하였다. 자료 조사 기간은 2014년 8월 30일부터 2014년 10월 30일까지 약 60일 간이었다.

본 연구를 위한 설문지는 인구통계학적 특성 4문항, 미용사의 식사패턴 5문항, 미용사의 근무환경 11문항, 미용사의 스트레스 9문항, 미용사의 건강관리상태 12문항, 소화기계 건강 3문항으로 총 45문항으로 구성되었다. 조사된 자료는 SPSS(V.14) 통계 패키지를 이용하여, 빈도분석, 회귀분석, 교차분석, χ^2 -test를 하였다.

본 연구를 위하여 다음과 같은 연구 가설을 설정하였다.

- 1) 미용사의 식사패턴과 소화기계 건강은 관련이 있다.
- 2) 미용사의 근무환경과 소화기계 건강은 관련이 있다.
- 3) 미용사의 스트레스와 소화기계 건강은 관련이 있다.

Corresponding author : An, Hyeon-kyeong Tel.+82-31-249-6571 Fax.+82-31-249-6570
E-mail : ac1419ts@hanmail.net

4) 미용사의 건강관리상태와 소화기계 건강은 관련이 있다.

3. 결과 및 고찰

1) 미용사의 식사패턴과 소화기계 건강은 관련이 있다. 규칙적인 식사시간을 갖고, 식사 소요 시간이 길수록 소화기계 질병이 덜 나타난다. 또한 역류성 식도염, 소화불량, 위염, 변비·설사는 일반적인 식사의 형태에 따라 진통양상이 다르게 나타나며, 특히 인스턴트식은 소화기계 건강에 좋지 않은 영향을 끼친다.

2) 미용사의 근무환경과 소화기계 건강은 관련이 있다. 하루 근무시간이 길수록, 화학약품 냄새에 노출되는 시간이 길수록 소화기계 질병이 발생할 가능성이 높고, 근무시간 중 서 있는 시간, 동료와의 대화시간이 길수록 소화기계 질병이 발생할 가능성이 적다.

3) 미용사의 스트레스와 소화기계 건강은 관련이 있다. 두통, 권태감, 보수보상 갈등, 불면증 등은 소화기계 질병의 원인이 된다.

4) 미용사의 건강관리상태와 소화기계 건강은 관련이 있다. 주기적으로 병원에 가서 건강검진을 받고, 평소에 스트레칭을 할수록 소화기계 질병이 많이 발생한다. 또한 평소에 격한 운동을 주기적으로 하고, 배변활동을 규칙적으로 하는 사람들에게는 소화기계 질병이 적다.

4. 결론

위와 같은 결과 미용사들의 소화기계 질병 예방을 위해서는 식사패턴은 식사를 규칙적이고, 여유 있게 하고, 인스턴트식은 지양하도록 하여야 하며, 근무환경은 하루 적절한 근무시간을 지키고 과로를 피하며, 환기를 자주 하고, 동료와 즐겁게 대화하고, 몸을 많이 움직이도록 하여야 한다. 또한 스트레스는 운동, 대화, 모임, 여행, 레저활동 등으로 적절하게 풀고 즐겁게 근무할 수 있는 환경이 조성되어야 하며, 건강관리는 평소 규칙적 운동과 배변활동을 해야 한다. 또한 향후 후속 연구자들은 이 연구를 좀 더 세분화하여 미용사의 소화기계 건강에 영향을 미치는 좀 더 다양한 요소와 소화기계 질병과의 연관성을 연구해 보는 것을 제언한다.

■ 참고문헌

- An, H. (2014). The Research on the Relationship of Cosmetologists' Health Characteristics with Demographic, Health Management, and Working Environment Characteristics, *Journal of The Korean Society of Fashion business* 18(5). 88-115.
- Kim, E. S. & Kim, Y. C. (2006). Factors Associated with the Beautician's Dyspepsia, *Journal of Korean Society for Health Education and Promotion*. 23(3). 121-134.
- Kwack, H., Kim, Y. S., & Kim E. S.(2001). correlation between hair dressers indigestion experience and relevant factors, *Korean Beauty Society*, 7(3). 15, 18.
- Disease Classification Code. (2015). Retrieved from <http://www.kcdcode.co.kr/browse/contents/99?keyword=K30#>
- Gastro-esophagus reflux disease, Indigestion, Gastritis, Constipation, Diarrhea(2015). Retrieved from <http://terms.naver.com>

한국 전통 황색의 고유성

이 경 희

금오공과대학교 화학소재융합학부 소재디자인공학과 교수

1. 연구목적

민족마다 문화가 다르듯이 색채문화에서도 민족별로 고유의 색채문화와 색채감정을 갖고 있다. 한국 전통색에는 한국인의 색채감정의 고유성이 응축되어 있다. 한국 전통색이란 오랜 세월동안 한국의 역사 속에 전해져 온 색채로, 한반도의 독특한 자연풍토와 사회적인 환경 속에서 형성되어 온 색이라고 하겠다. 그러므로 한국 전통색은 한국인의 색채 역사 속에서 널리 애용되어 왔고, 현재도 그 색명과 색조, 그리고 색채감정이 계승되고 있는 색이라고 말할 수 있다. 즉 전통색이란 시대를 초월하여 민족의 색채감각 속에 살아있는 색이다. 이런 의미에서 전통색의 연구는 지나간 색채역사의 연구임과 동시에 금일적인 연구이기도 하다. 현대는 서구중심의 다량의 색채 정보가 발신되어 자칫하면 외래의 색명과 색조의 유행 속에 전통색이 사라질 위험에 있다. 색명에서는 이미 그러한 위험이 나타나 현행 한국 표준색이름에는 전통색명에 유래한 황색계 색명이 주황, 황토색에 불과하다. 그러므로 전통색에 응축되어 있는 한국인의 색채감정을 이해하고, 한국 문화의 특성을 나타내는 색채계획을 세우기 위해서는 먼저 한국 전통색의 색명과 색조를 이해해야 한다. 이를 위해 본 연구에서는 한국 전통색 중, 황색계 색명과 색조의 특성을 문헌고찰과 유물측색을 통하여 고찰하였다.

2. 연구방법 및 내용

2.1 문헌고찰을 통한 황색계 색명의 조사

조선왕조실록, 규합총서, 임원경제지, 한양가 등의 고문헌에 기록된 황색계 색명을 추출하였다.

2.2 유물측색을 통한 황색계 색조의 조사

궁중유물전시관 및 박물관 등에 보존된 조선 왕조의 유물과 조선 말기의 염직품에 나타난 황색계 색조를 시감비색 및 색채색차계(Minolta CR-300)를 통한 측색조사를 실시하였다.

3. 결과 및 고찰

3.1 시대에 따른 황색계 색명

문헌 고찰을 통하여 시대에 따른 황색계 색명을 정리한 것은 표1과 같다

Corresponding author : Lee Kyung-Hee Tel.+82-54-478-7713 Fax.+82-54-478-7710
E-mail : k.lee@kumoh.ac.kr

표 1. 시대에 따른 황색계 색명

시대		황색계 색명
삼국 시대	고구려	황(黃), 적황(赤黃)
	백제	황(黃)
	신라	황(黃)
통일신라		황, 자황(赭黃), 황설(黃屑)
고려		황, 자황, 치황(柅黃), 홍황(紅黃), 자황(柘黃), 지황(芝黃), 주황(朱黃), 심황(深黃), 천황(淺黃), 담황(淡黃), 명황(明黃), 남황(藍黃), 행황(杏黃), 금색(金色), 괴색(壞色), 황상(黃廂)
조선		황(黃), 심황(深黃), 명황(明黃), 담황(淡黃), 유황(柳黃), 토황(土黃), 담토황(淡土黃), 국진(鞠塵), 홍황(紅黃), 미황(微黃), 명금(明金), 순황(純黃), 금황(金黃), 선황(鮮黃), 진황(眞黃), 송화색(松花色), 타색(駝色), 상아색(象牙色), 은행색(銀杏色), 금향색(金鄉色), 아황(鵝黃), 정황색(正黃色), 주황(朱黃), 당리황(棠梨黃)

3.2 조선시대 문헌에 나타난 황색계 색명

한국의 전통색명은 시대가 내려옴에 따라 분화되어 조선시대에는 150여색이 넘는 가장 다수의 색명을 나타낸다. 이 색명에는 중복되는 색도 있지만, 전 시대인 고려시대에 비하여 크게 색명이 증가되었음을 알 수 있다. 이는 조선시대에 색의 분화가 다양했음을 의미하고, 염색 시 색과 색의 혼색인 교염(交染)에 의해 중간색이 많이 출현했음을 의미한다. 이것은 또한 조선인이 미묘한 색의 차이를 구분해 쓸 수 있는 세련된 색채감정을 갖고 있었다는 것과 매염제 사용 등의 염색 기술이 발달했음을 의미하기도 한다. 조선시대의 색명 중 황색은 오정색(홍, 청, 황, 백, 흑)의 하나로, 인국 중국에서는 황색계 색 중, 명황색(明黃色)이 황제의 색으로 가장 귀하게 여겨졌다. 조선에서는 왕가 여성들의 원삼이나 색동 등의 복식에 부분적으로 사용되었음을 볼 수 있다.

본 연구에서 조사한 황색계의 출현색명은 황(黃), 심황(深黃), 명황(明黃), 담황(淡黃), 유황(柳黃), 토황(土黃), 담토황(淡土黃), 국진(鞠塵), 홍황(紅黃), 미황(微黃), 명금(明金), 순황(純黃), 금황(金黃), 선황(鮮黃), 진황(眞黃), 송화색(松花色), 타색(駝色), 은행색(銀杏色), 금향색(金鄉色), 아황(鵝黃), 정황색(正黃色), 주황(朱黃), 당리황(棠梨黃) 등의 20여색이다. 이러한 황색계 색명의 구조를 분석해보면, 기본색명, 수식어와 기본색명이 조합된 색명, 기타로 나누어 볼 수 있다.

1) 기본색명

기본색명은 황색계의 기본이 되는 색을 가리키는 색명으로, 황색계의 경우는 황(黃), 일색이다.

2) 농담을 나타내는 수식어와 기본색명의 조합

전통색의 색명에는 기본색명 위에 수식어가 붙어 농색, 담색, 명색, 암색 등의 색조를 나타내었다. 황색계의 농담색을 나타내는 수식어의 종류를 보면, 농색을 나타내는 수식어로는 심(深)이 붙어 심황(深黃), 담색을 나타내는 수식어로는 담(淡)과 미(微)가 나타나, 담황(淡黃), 담토황(淡土黃), 미황(微黃) 등이 나타났다.

3) 명도와 채도를 나타내는 수식어와 기본색명의 조합

밝기인 명도를 나타내는 수식어로는 명(明)이 붙어 명황(明黃), 명금(明金) 등이 나타났고,, 채도를 나타내는 수식어로는 선(鮮), 순(純), 진(眞) 등이 붙어, 선황(鮮黃), 순황(紅黃)과 진황(眞黃)이 출현하였다.

4) 중간 색조의 색명

중간 색조의 색명으로는 홍황(紅黃)과 주황(朱黃)을 들 수 있는데, 홍황은 홍색과 황색의 중간 색조, 주황은 주색과 황색의 중간 색조를 나타낸 것으로 현대의 오렌지색과 유사한 것으로 사료된다.

5) 사물의 색조에 빗댄 색조를 나타내는 황색계 색명

색명에는 사물의 색조에 빗댄 것이 가장 많은데, 황색계 색명에도 유황(柳黃), 토황(土黃), 금황(金黃), 송화색(松花色), 타색(駝色), 상아색(象牙色), 은행색(銀杏色), 아황(鵝黃) 등이 나타나, 각각, 버드나무, 흙, 금, 송화, 낙타, 상아, 은행, 거위 등의 황색을 빗댄 색명이다.

6) 오방색을 나타내는 황색계 색명

전통 오방색은 적, 청, 황, 백, 흑의 5가지인데, 황도 오정색의 하나이므로, 정황색(正黃色)이라 함은 오정색의 하나임을 나타내는 색명으로 사료된다.

7) 일본의 전통 색명과 동일한 황색계 색명

국진(鞠塵, 기쿠진)은 일본 전통색의 하나로, 황태자의 복색이었다. 조선시대에 국진(鞠塵)이 나타난 것은 한반도에서 일본으로 전해진 것인지, 혹은 그 반대로 일본에서 한반도로 전래된 것인지 유래는 확실하지 않다. 조선과 일본에서 함께 쓰인 예가 드문 색명이다.

8) 기타 황색계 색명

기타 황색계 색명에는 금향색(金鄕色), 당리황(棠梨黃)을 들 수 있다.

표 2. 황색계 색명의 구조

구조	황색명	구조	황색명
기본	황	사물	유황, 토황, 금황, 송화색, 타색, 상아색, 은행색, 아황
농담	심황, 담황, 담토황, 미황	오방색	정황색
명도, 채도	명황, 명금, 선황, 순황, 진황	일본	국진
중간	홍황, 주황	기타	금향색, 당리황

3.2 유물 측색을 통해 본 황색계 색조

조선시대의 황색계 유물은 황원삼(黃圓衫), 색동, 노랑 저고리 등이 있다. 이러한 유물을 시감 비색과 측색기로 측색을 한 결과를 통해 본 주요 황색의 색조는 다음과 같다.

표 3. 주요 황색의 색조

황색계 색명	HV/C	황색계 색명	HV/C
黃	1.8Y6.4/4.6	紅黃	7.7R7.0/5.7
土黃	6.9YR5.8/7.6	淡黃	7.5Y9.2/3.2
明黃	2.5GY8.3/12.0	松花色	2.0GY9.0/7.0

3.3 황색계 염재

황색계의 염재는 다른 염재에 비하여 풍부하였는데, 금제 때문인지 구체적인 염색방법은 문헌에 그다지 나타나있지 않다. 염재 중에는 치자, 황련, 황백이 많이 이용되었다.

3.4 고찰

황은 오행사상으로는 중앙을 상징하는 색이지만, 삼국시대에는 그다지 존중되지 않았다. 백제와 신라시대에는 위색(位色)으로는 하위의 색이었다. 그러나 통일신라시대에는 중국의 복색제도의 완전한 습용(習用)에 의해, 자황(赭黃)이 왕의 색이 되어, 황이 최고위의 색이 되었다. 그리고 흥덕왕복식금령(興德王服飾禁令)에서는 자황이 금색이었다. 이어서 고려시대에는 황은 왕의 복색이었으므로, 치황(梔黃)과 담황(淡黃)은 복색으로서는 국왕이외에는 금색이었다. 그러나 황색은 고려시대의 유행색이었으므로, 다수의 황색계의 색명분화가 된 것을 통해서 알 수 있듯이 부녀자의 치마의 색으로서 이용되었다. 조선시대의 황은 중국의 영향으로 금색이었으나, 12회에 걸친 금제가 나타난 것으로 보아 황색에 대한 기호가 매우 컸던 것으로 사료된다. 그러나 중국의 영향력이 약해진 조선 말기에는 왕의 복색으로 이용되어, 고종황제와 순종황제는 황룡포(黃龍袍)를 착용하였다.

4. 결론

한국 전통 황색의 고유성을 탐구하기 위하여, 황색계 색명과 색조를 조사해 본 결과, 조선 시대의 황색은 이전 시대에 비하여 색 수가 크게 증가하였는데, 이는 조선 시대에 색의 분화가 다양했음을 의미하고, 염색 시 색과 색의 혼색인 교염(交染)에 의해 중간색이 많이 출현했음을 의미한다. 이것은 또한 조선인이 미묘한 색의 차이를 구분해 쓸 수 있는 세련된 색채감정을 갖고 있었다는 것과 매염제 사용 등의 염색기술이 발달했음을 의미하기도 한다.

색명의 구조에서는 조선 시대의 황색 색명에는 사물의 색조에 빚댄 색명이 증가하였고, 색조에서는 황, 홍황, 토황, 담황, 명황, 송화색 등, 6개의 주요 색조를 제시하였다. 후속 연구로는 한국 전통 자색(紫色)의 특성을 조사해봄으로써, 한국 전통색의 고유성을 정리해 보고자 한다.

■ 참고문헌

金東旭(1979), “增補韓國服飾史研究”, 亞細亞文化社, pp.3-448.

朝鮮總督府中樞院編(1987), “風俗關係資料撮要”, 國書刊行會, pp.1-851.

億虛閣李氏(1992), “閨閣叢書”, 寶晉齋, pp.143-154.

李相恩(1992), “朝鮮王朝服飾史論”, 東方圖書, pp.11-449.

白英子(1993), “韓國의 服飾”, 경춘사, pp.3-472.

세종대왕기념사업회(1994), “조선왕조실록 주석색인”, 천풍전산인쇄사, pp.9-783.

서유규 지음, 정명현 외 3인 옮김(2012), 임원경제지, 씨앗을 뿌리는 사람, pp.677-678.

성인 여성의 화장품 유통채널별 인식도와 구매의도에 관한 연구

황금빛누리* · 신세영

서경대학교 대학원 미용예술학과*, 서경대학교 미용예술학과

1. 연구목적

국내 화장품 유통경로는 과거 방문판매와 전문점이 전체 화장품 시장을 양분해 왔으나, 최근에는 매우 다양하게 포진되어 화장품 유통채널의 다각화 현상이 대두되고 있다. 화장품 유통업체들이 비약적 발전을 이루면서 20세기에는 오프라인에 국한되던 화장품 유통채널이 21세기에 들어서면서 온라인 분야까지 확장되었다. 현재 화장품 유통경로는 백화점, 면세점, 단단계, 전문점, TV, 인터넷, 약국, 피부과, 피부 관리실, 기내(機內), 방문판매 등으로 다른 산업에 비해 유통경로가 매우 다양하고 복잡하다.

이에 이 연구에서는 화장품 유통채널별 경쟁력 확보를 위한 화장품 유통채널에 대한 소비자의 정확한 인식적 배경을 제공하기 위하여 성인 여성의 화장품 유통채널별 인식도와 화장품 구매의도를 중심으로 연구모형을 수립하고, 이들 변수들 간의 인과관계를 규명하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

화장품 유통채널(백화점, 로드샵, 방문판매, TV홈쇼핑, 인터넷 화장품 쇼핑몰, 드럭스토어)별 특성 및 선행연구에 대한 문헌적 고찰을 하였으며, 설문조사를 통해 인식도 및 구매의도를 연구하였다. 설문조사를 위해 서울시에 거주하는 20세 이상의 여성 소비자 20명을 대상으로 2014년 7월 26일부터 8월 1일까지 1주일간 예비조사를 실시하였으며, 2014년 9월 1일부터 2014년 9월 14일까지 본 조사를 실시하였다. 배부된 500부의 설문지 중에서 468부가 회수되었으며, 이 중 응답내용이 불성실한 53부를 제외한 총 415부가 분석에 사용되었다. 자료의 분석을 위해 SPSS 21.0 Program을 사용하였으며, 대응표본 t-검증, 독립표본 t-test, Cronbach's alpha 신뢰도 검증, ANOVA Duncan-test가 이루어 졌다.

3. 결과 및 고찰

연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 백화점은 프리미엄 마켓의 특성상 고가의 제품 위주로 구성되어 있기 때문에 품질에 대한 신뢰, 기능, 사후관리, 소비자의 요구파악, 자부심 부여, 정보획득의 용이성, 구전의도에서 다른 유통채널에 비해 높은 긍정적 인식도가 나타났으나, 합리적 가격에서는 가장 낮은 긍정적 인식도가 나타났다. 이 외에도 거주지에 따른 인식도의 차이를 보였으며, 50세 이상의 여성 소비자

Corresponding author : Shin Sae Young Tel.+82-10-6209-1487 Fax.+82-2-940-7827
E-mail : syshin@skuniv.ac.kr

들에게서 높은 구매의도를 보였다.

둘째, 로드샵은 합리적 가격과 정보획득의 용이성, 구전의도에서 높은 긍정적 인식도가 나타났으나, 기능에서는 가장 낮은 긍정적 인식도가 나타났다. 이 외에도 50대 이상의 여성 소비자들에게서 낮은 긍정적 인식도와 낮은 구매의도를 보였다.

셋째, 인터넷 화장품 쇼핑물은 품질에 대한 신뢰, 기능, 자부심 부여에서 낮은 긍정적 인식도가 나타났으며, 50대 이상의 여성 소비자들에게 낮은 긍정적 인식도와 낮은 구매의도를 보였다.

넷째, 방문판매는 합리적 가격에서 낮은 긍정적 인식도가 나타났으며 특히, 20대의 여성 소비자들에게서 낮은 긍정적 인식도와 낮은 구매의도가 나타났다. 이 외에도 소비자의 월 소득에 따라 인식도와 구매의도에 차이를 보였다.

셋째, 드럭스토어는 합리적 가격, 정보획득의 용이성에서 낮은 긍정적 인식도가 나타났으며 특히, 50대 이상의 여성 소비자들에게 낮은 긍정적 인식도와 낮은 구매의도를 보였다.

여섯째, TV홈쇼핑은 품질에 대한 신뢰, 기능에서 낮은 긍정적 인식도가 나타났지만, 인구 통계적 특성에는 큰 영향을 받고 있지 않는 것으로 나타났다.

4. 결론

백화점은 고가의 제품에 대한 영향력과 효과, 다른 제품들과의 비교 등을 기존과는 다른 방법으로 소비자들에게 좀 더 효과적으로 다가갈 수 있는 전략을 모색하여 합리적 가격요인 측면의 위험지각을 줄일 수 있을 것으로 사료된다. 또한, 거주지에 따른 인식도의 차이를 고려하여 전략을 세우는 것이 효과적일 것이다. 로드샵은 저렴한 가격의 가격경쟁력은 그대로 유지하되, 품질을 좀 더 개선하고 개발할 필요가 있을 것이고, 50대 이상을 타겟으로 한 제품 라인 출시와 이미지 제고 및 연령 별 마케팅 전략의 강화가 요구된다. 인터넷 화장품 쇼핑물은 전반적인 인터넷 화장품의 마케팅 전략을 모색하는 것이 효과적일 것이고, 브랜드이미지의 가치를 형성하고, 모든 연령을 아우르는 차별화 된 마케팅 전략으로 인터넷 화장품 쇼핑물이라는 화장품 유통채널에 대한 낮은 평균의 긍정적 인식도를 끌어올려야 할 것이다. 방문판매는 화장품 브랜드의 종류와 가격대를 다양하게 포진시켜 합리적 가격요인에 대한 위험지각을 줄임으로써 소비자들이 연령과 월 소득에 제한 받지 않고 부담 없이 방문판매를 통해 화장품을 구매할 수 있도록 해야 할 것으로 사료된다. 드럭스토어는 각 브랜드별로 화장품의 기능이나 사용법 등에 대한 판매사원의 교육을 증진하여 역량을 강화시키는 것이 무엇보다 중요하다. 또한, 50대 이상의 여성 소비자들에게 드럭스토어의 이미지가 친근하면서 고급스럽게 다가갈 수 있도록 50대 이상을 겨냥한 광고 전략이 필요할 것으로 보인다. TV홈쇼핑은 그들만의 화장품 유통채널의 이미지에 대해 긍정적인 이미지를 개념화시켜 소비자들에게 제품을 호의적으로 받아들일 수 있도록 하고, 동시에 브랜드의 가치를 높일 수 있는 마케팅 전략이 필요하다고 사료된다.

후속연구에서는 좀 더 개선된 표본의 비율로 연구대상을 확대하여 다루어질 필요가 있으며, 화장품 유통채널의 폭을 좀 더 다양하게 확대하여 더 많은 수의 화장품 유통채널에 대한 연구가 이루어지길 기대한다.

■ 참고문헌

박임구(2008), “성인 여성의 로하스 라이프스타일에 따른 자연주의 화장품 구매행동과 태도”, 『

선비즈니스, 12(1), pp.63-75.

선정희 · 유태순(2004), “화장품 유통경로에 따른 소비자 쇼핑성향, 정보원, 점포이미지에 관한 연구”, *한국의류학회지*, 28(5), pp.559-569.

이정우 · 김미영(2010), “화장품 유형별 유통 경로에 관한 연구”, *한국의상디자인학회*, 12(3), pp.1-15.

황완균 외 3명, “여성의 라이프스타일에 따른 화장품 구매태도”, *대한피부미용학회*, 8(2), pp.117-126.

일본 근세의 색채 문화

이 경 희

금오공과대학교 화학소재융합학부 소재디자인공학과 교수

1. 연구목적

일본 근세인 에도(江戸) 시대(1608~1868)의 색채는 직전 시대인 아즈치·모모야마 시대(安土·桃山時代)의 기분을 남겨, 당시의 지배계층인 무가(武家) 사이에 화려한 색채가 기호되었다. 그러나 에도 시대 중기 경에는 상인계급인 초닌(町人)이 경제력을 갖게 되고, 서민도 자신이 좋아하는 색을 구하게 되었으니, 소위 유행색이 등장하였다. 당시의 유행색은 에도 막부(幕府)의 사치금지령에 의한 염가의 천과 염료, 수수한 색조의 사용이라는 제한이 있었으므로, 고가인 홍화염(紅花染)과 자근염(紫根染)은 유행색이 되지 못했다. 가장 많은 유행색이 된 것은 차색(茶色)계통과 후기에 유행한 서색(鼠色)계통이다. 후기에는 계속되는 금령에 의해 서민이 화려함과 역의 수수한, 그러나 세련된 「이키(粹)」의 감각을 지향하게 되는데, 차와 서의 색조는 이러한 에도인의 이키를 표현하는 색으로서도 적당했을 것이다. 이러한 두 계통의 색은 서민의 색채요구와 업자의 상술이 맞물려 점차 색역을 넓혀갔다. 그중에는 심지어 차와 서의 두가지 이름으로 다 불리우는 색도 나타날 정도였다. 당시 가장 애용된 유행색은 미증유의 인기였던 가부키(歌舞伎) 배우들로부터 유래한, 소위 「배우색」이었다. 그 대부분은 교겐(狂言)에서 입은 의상의 염색으로부터 유래한다. 배우색의 명칭에는 에도 시대의 유행색이었던 「-차(茶)」를 붙이는 것이 많은데, 색을 내는 방법이 다양하여 색상은 각각 달랐다. 본 연구에서는 일본의 근세인 에도 시대의 색채 문화에 관하여 고찰하였다.

2. 연구방법 및 내용

2.1 문헌고찰을 통한 일본 근세의 색채 문화 조사

문헌에 기록된 일본 근세의 색채 문화를 고찰하였다.

2.2 유물의 색채조사를 통한 일본 근세의 색채 문화 조사

동경국립중앙박물관 및 복식박물관 등에 보존된 일본 근세의 복식유물의 색채 조사를 통하여, 일본 근세의 색채 문화를 고찰하였다.

3. 결과 및 고찰

3.1 에도 전기의 색채 문화

게이초(慶長) 8년(1603)에 도쿠가와이에야스(德川家康)가 에도 막부(幕府)를 열면서, 에도시대

Corresponding author : Lee Kyung-Hee Tel.+82-54-478-7713 Fax.+82-54-478-7710
E-mail : k.lee@kumoh.ac.kr

가 시작된다. 에도의 전기는 거의 17세기에 해당된다. 이 시대의 색채문화의 담당자는 이미 상업
을 통해 부를 쌓은 신흥계급이었던 초닌(町人)계급이었다. 정치의 중심은 에도(東京)이지만 문화
와 유행의 발신원은 아직 교토(京都), 오사카(大阪)에 있었다. 복식에서는 오가타코린(尾形光琳)
등에 의해, 금지(金地)에 녹청, 군청 등으로 채색된 코린의 장식미술이 탄생하였다. 노노촌(野々村)
은 다채로운 교야키(京陶)를 창시하였고, 미야자키 유젠(宮崎友單)도 교토에서 손으로 그린 유
젠염(友單染)을 시작하였다. 교토의 유명한 니시진직(西陣織)의 고급직물이 발달한 것도 이 시대
였다. 막부의 자근염과 홍화염의 금지령에 의해, 니세무라사키(似紫)와 마가이베니(紛紅) 등 대체
염에 의해 자색과 홍색을 흉내낸 색이, 기모노점(呉服店) 상인이나 직인 등에 의한 신색(新色) 고
안의 예가 나와 당시 유행한 색에 대한 화제도 많았다. 1600년대 중반 이후, 젠차(煎茶)가 일반
으로도 보급되었기 때문인지 무로마치(室町)시대 말기로부터 행해진 차염(茶染)의 색이 이 시대에
는 다색(茶色)으로 불리우게 되었다. 색 뿐만이 아니고 -차(茶)가 접미어에 붙은 색 이름이 애호
되어, 속칭 에도의 「48차」로 불리우는 다양한 차색의 유행이 시작되었다. 이처럼 고대에 낡은 신
분의 상징이었던 차계통의 탁한 색은 에도 서민의 멋을 나타내는 「이키(粹)」한 색으로 다시 태어
났다.

3.2 에도 중기의 색채 문화

에도 중기는 18세기와 거의 8할이 겹친다. 「48차(茶) 100서(鼠)」라는 말이 유행할 정도로 차
색과 서색(쥐색)이 함께 유행하기 시작한 것은 에도 중기로부터이다. 이 즈음에는 교토의 전통공
예, 염직품 이외에도 각 지방에 특산품과 명물이 탄생한다. 에도에서도 무사시노(武蔵野)의 자초
(紫草)에 빚낸 에도무라사키(江戸紫)가 에도 사람들을 지칭하는 에도코(江戸子)의 자랑스런 색이
되었다. 옛날의 하리스리(榛摺), 후시조메(柴染)가 48차의 차색이 되고, 불길한 니비이로(鈍色),
스미조메(墨染)가 유행의 쥐색이 된 것처럼, 전통색의 호칭도 시대에 따라 변해갔다. 헤이안의 하
나다이로(縹色), 중세의 하나다이로(花田色)는 화색(花色), 그리고 가부키 배우인 5대 단주로(團十郎)
가 기호한 마스하나이로가 된다. 어느 것이나 남염(藍染)의 청색이다. 또한, 이 시대에 가장
흔히 사용되게 된 남염의 색명에는 오난도이로(御納戸色)가 있다.

3.3 에도 후기의 색채 문화

18세기 말부터 메이지 유신이 일어난 19세기 중기까지가 에도 후기가 된다. 막부의 지배계층
인 다이묘(大名)의 재정은 궁핍하여, 자주 사치금지령이 나오지만, 초닌 문화는 난숙기를 맞아 전
통적인 염직기술은 이 즈음 정점에 달했다. 유명한 아와아이(阿波藍)는 19세기에는 국내 수요의
9할을 담당하게 되었고, 남염 직인인 코우야(紺屋)는 염색업의 대명사가 되었다. 최상의 홍화도
유명 브랜드가 되었다. 산업의 발달에 의해 대중화된 에도의 유행색명은 언어유희의 산물로 각각
의 색의 정보가 범람했다. 그 때문에 염색과 문양의 안내서, 해설서가 여러가지 간행되었다. 판화
인 우키요에(浮世繪)는 이 시대에 절정기를 맞아, 히타가와(喜多川), 갓쇼크(葛飾), 우타가와 히로
시게(歌川廣重) 등의 작품이 이윅고 유럽을 비롯하여 세계에 알려지게 되었다.

한편, 모모야마(桃山) 시대에 상급 무장들 사이에 확대되었던 금색 찬미의 바람은 도요도미(豊
信)로부터 도쿠가와(徳川)의 세상으로 이동하였다. 게이초(慶長)로부터 3대 쇼군 이에미츠(家光)의
관영(寛永) 즈음까지 이어졌다. 그 사이에 변함없이 금은의 광휘, 오채의 화려함이 애호되었다.
그 즈음은 평화가 왔다고는 하나, 또 「무(武)」가 세력을 넓혔으므로, 무력과 부(富)를 손에 넣은
전국 이래의 무장들은 금은을 충분히 사용하여 위세를 과시했다. 그들 대부분은 전국의 세상을

이겨낸 거친 무장들로 성격은 단순, 취미는 저급이었다. 이러한 무장은 늘 힘을 얻으면 본능의 만족을 구하는 외에, 스스로의 권위와 부를 과시하기 위하여 호화로운 저택을 짓고, 금벽(金碧)에 빛나는 의상을 입었다. 실질을 숭상한 이에야스(家康) 조차, 내벽을 금으로 장식하는 외에, 외관을 찬란한 금색으로 장식한 것을 『당대기(當代記)』에서 전하고 있다. 복식도 그에 따라 눈부신 화려함을 나타내 금은박의 고소데(小袖)와 무사의 예복인 카미시모(上下)를 착용한 것이 전해진다.

이처럼 에도 초기의 상층 무가계급의 의상미는 권력과 부를 과시하는 호사스러운 것이었으나, 하층 서민의 의복은 아직까지 목면포의 소박한 것이었다. 그러나 그것도 명력(明曆)3년(1657)에 일어난, 에도의 대화재를 계기로 변했다.

복식면에서는 조달을 효과적으 하기 위해, 고소데(小袖)의 문양을 종래와 같이 전면적으로 배치한 것이 아니었다. 하나의 문양을 그림풍으로 배치하고, 배경의 여백을 남기도록 문양을 궁리하여 가공면적을 적게 했다. 이것이 소위 「관문문양(寛文模様)」이다. 이 문양구성에서 여백을 많이 잡으면 가공의 수고가 줄어들 뿐만 아니라, 문양에 여운을 줄 수 있다. 그 여백은 단순한 빈이 아니고, 실형(實形)의 문양을 살린 허형(虛形)으로서의 역할을 한다.

이 고소데(小袖) 문양을 주문주가 이것저것 선택할 수 있도록 한 책으로 만든 것이 소위 문양의 히나가타본(雛形本, 현재의 패션 북)인데, 이즈음 간행되었다. 그 제1호가 관문6년(1666) 7월에 간행되었다. 거기에 게재된 문양 200여 종 중, 180종의 지색에는 당시의 애호색인 흑홍·적홍·도색·홍·적이라는 난색계의 색을 들 수 있다. 이 계통의 색이 여성들에게 애호되는 것은 예나 지금이나 같다. 이 외에 울금의 황색도 관문문양의 출현 이래, 한 동안 많았다. 그 후, 연보(延宝)로부터 천화(天和, 1673~83)에 걸쳐 다시 호화로운 금사의 자수와 가노코시보리 등의 세밀한 홀치기, 그리고 카라오리(唐織) 등의 고급직물 등이 이용되어지고, 문양구성도 종래의 종합 문양이나 반복문양으로 바뀌었다.

그런데 여기에서 주목할 것은 종래의 미복(美服)계급이라면 상류 무사계급이었으나, 이 즈음은 무사보다도 상인계급이었던 초닌이 미복을 구하는 계급이 되었다는 것이다. 에도 개막 당초의 「무(武)」를 존중한 시대에 초닌은 사회의 최하층에 속해 무력했으나, 태평이 계속됨에 따라 무는 무용이 되고 금력이 힘을 얻게 된다. 그런데 무사는 변함없이 청빈을 자랑하므로, 금전의 이윤추구를 수치로 생각해, 금력에서는 상인에게 당할 수가 없었다. 이 즈음부터 에도, 교토, 오사카에서 거만의 부를 이룬 상인은 영주인 다이묘(大名)를 능가하는 경제력을 갖게 되었다. 명력과 관문의 두 번의 에도의 대화재로, 건축과 복식자재의 수요가 일거에 증가한 것으로부터 그것을 공급하는 교토·오사카는 물론, 에도의 상인도 부를 일층 축적하여 사치스런 생활을 하는 사람이 많아졌다. 신분상에서는 사회의 하층에 놓여져 「초닌(町人)의 분제(分際)」로 경시된 그들에게, 복식은 귀천과 신분을 묻지않아, 금력만이 인정되는 별천지였다. 이처럼 금력을 과시하는 생활은 무사계급을 압도했다. 그러나 유흥은 남자만의 것이므로, 여자들은 아름답게 장식하고 가부키 등의 극을 보러 가는 것에서 미를 겨루었다. 장자(長子)로 불리운 부호의 부녀자는 돈을 아끼지않고 호화로운 의상을 조달하여, 그 아름다움을 겨루고, 때로는 에도, 교토, 오사카의 3도(都) 부호 처녀들 간에 호화미를 겨루는 의상경쟁이 행해지기도 했다.

막부는 이러한 부호 초닌의 사치를 경계하기 위해 천화 3년(1683)에 미복금지의 금령을 발했으나, 미복을 추구하는 풍은 바뀌지 않아 2, 3년 후에는 금령 전 이상으로 화려한 염·작·봉·가

노코를 이용한 의상을 입게 되었다. 의복 유행사상, 「겐로쿠(元祿) 시대」(1681~1703)는 에도시대를 통하여 서민의 복장이 가장 화미하게 된 시기로, 호화스런 처녀들은 새로운 의상을 경쟁했다.

이러한 의복의 사치풍조는 일반 초닌에게도 미쳤는데, 막부는 이러한 사치부호에게 엄벌을 가해 서민에게 경계가 되었다. 그러나 미장(美粧)은 여성의 관심사이고, 여성을 위한 유흥이 별로 없던 당시에 미복으로 몸을 장식하는 것은 여성 최고의 즐거움이었다. 당시, 초닌 부녀자 일반이 미복을 추구해, 미를 경쟁하게 된 것은 꽃구경에 아름다운 고소대를 입고 미를 경쟁하는 것이었다.

기모노업자들은 대중의 기호를 알아채고 새로운 색을 만들어내어, 유행색이라 선전했다. 이러한 겐로쿠 시대로부터는 초닌의 호사스런 색에 대한 대중들에게 유행한 「이키」기호의 색이 에도인의 화제가 되었다. 일본의 색채사상 유행색이 의복에 나타난 것은 에도시대의 겐로쿠 시대부터이다. 그 이전에도 시대색을 나타내는 상징은 있었으나, 그것들은 시대의 지배자로부터 생겨난 것이었다. 그러나 에도시대가 되자 서민이 경제력을 갖고, 저마다가 좋아하는 색을 구하게 되면서 유행색이 나타난다. 그 움직임이 활발하게 된 것이 겐로쿠 경 부터이고, 색조는 수수하고 부드러운 것이 많았다. 이 시대의 유행색은 후세와 달리 염가의 지질, 염료, 수수한 색조라는 제한 중에서 나온 것이므로, 고가인 홍화염의 홍매색과 자근염은 서민에게는 금지되어 유행색이 되지 않았다. 이에 대하여 싸고 수수한 차색계, 서색계와 남염의 난도·아사기 등은 막부의 서민정책에 부합한 색이었으므로, 이후에도 제한 외의 색으로 통했다. 이 외에 금제인 홍매색과 자색에 근사한 위홍매·위자와 황색의 울금, 길경색 등도 한 때 유행했으나, 에도시대를 통하여 가장 많은 유행색이 된 것은 차색계의 색과 후기의 서색계의 색이었다.

4. 결론

본 연구를 통해서 일본의 근세인 에도 시대의 색채문화의 특징을 고찰하였다. 에도 시대에는 초닌이 부를 축적하면서 서민의 색에는 에도코(江戸子)가 이키(粹)의 색이라고 한 차(茶)와 서(鼠)가 붙은 색명이 많이 등장했다. 또한, 에도 시대에는 가부키가 미증유의 성황을 이룸과 더불어, 가부키 배우에서 유래한 유행색이 등장하였다. 에도 시대 후기에 초닌 문화는 난숙기를 맞아 전통적인 염직기술은 이 즈음 정점에 달했다. 복식에 남염(藍染)이 많이 사용되어, 유명한 도쿠시마(徳島)현의 아와아이(阿波藍)는 19세기에는 국내 수요의 9할을 담당하게 되었고, 남염 직인인 코우야(紺屋)는 염색업의 대명사가 되었다. 후속 연구로는 다이쇼(大正)와 쇼와(昭和)로 대표되는 일본 근대의 색채 문화를 고찰함으로써, 일본의 민족 색채의 특징을 정리하고자 한다.

■ 참고문헌

- 高島秀造(1973), 江戸の彩飾, 東屋
- 前田千寸(1983), 日本色彩文化史(復刻版), 岩波書店
- 長崎盛輝(1990), 色·彩飾の日本史, 淡交社
- 松本宗久(1993), 日本色彩大鑑, 河出書房新社
- 長崎盛輝(2006), 新版 日本の傳統色, 青幻舎
- 中江克己(2007), 歴史にみる日本の色, PHP研究所

福田邦夫(2009), 日本の傳統色, 東京美術

吉岡幸雄(2009), 日本の色辭典, 紫紅社

長崎 巖. (1993), 小袖(日本の染織 4). 京都: 京都書院美術双書.

長崎 巖. (1999), きものと文様. 東京: 講談社.

시니어남성의 외모관심도가 화장품 구매행동 및 요구도에 미치는 영향

김효경* · 신세영

서경대학교 대학원 미용예술학과*, 서경대학교 미용예술학과

1. 연구목적

고령화 속도가 점점 빨라지면서 백세시대라는 말 역시 일반화 되고, 중·장년 계층의 생활 패턴이 자신의 소비와 여가 생활을 즐기며, 사회 활동에 적극적으로 참여하는 것으로 변화 하였다. 여기에 외모를 중시하는 사회적 풍조까지 더해지면서 고령화 사회로 진입 할수록 시니어 세대 남성의 화장품 수요는 점점 확대 될 것으로 전망하고 있다. 그러나 현재 시니어 세대 남성을 위한 화장품 시장이 크게 형성 되지 않았으며, 관련 논문이 미비한 상태이다. 이에 이 연구에서는 시니어 세대 남성의 외모관심도 및 화장품 구매행동, 화장품에 대한 요구도에 대해 알아보고, 외모 관심도가 화장품 구매행동과 화장품에 대한 요구도에 미치는 영향을 알아보고자 한다. 이를 통해 화장품 산업에 기초 자료로 제공하며, 시니어 세대 남성이 요구하는 상품에 관한 시장 세분화에 대한 방향성을 제시하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

이 연구는 문헌연구와 조사연구를 병행하였다. 시니어 세대와 관련된 선행연구와 문헌을 고찰 하였으며, 설문조사를 위해 2014년 8월 23일부터 8월 29일까지 서울 강동구 지역 거주 50대 이상 남성 50명을 대상으로 예비조사를 실시하였다.

본 조사는 2014년 9월 3일부터 9월 13일까지 서울시 거주 50대 이상 남성들에게 이루어졌고, 총 612부의 설문지를 배부하여 550부가 회수되었으며, 이 중에서 미완성 되거나 응답이 불성실한 47부를 제외하고 총 503부를 최종 분석 자료로 활용하였다.

수집된 자료분석은 SPSS 20.0 프로그램을 이용하였으며, 빈도분석, 요인분석, 신뢰도 분석, 회귀 분석을 실시하였다.

3. 결과 및 고찰

연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 외모 관심도, 화장품 구매 행동, 화장품에 대한 요구도를 알아보기 위해 요인 분석을 실시한 결과 외모 관심도에서는 ‘심리적 외모 관심’과 ‘현실적 외모 관리’로 2개의 요인이 도출되었다. 조사 대상자들의 구매행동을 알아보기 위하여 요인분석을 실시한 결과 ‘기능적’과 ‘심리적으로’

2개의 요인이 도출 되었고, 화장품에 대한 요구도에서는 ‘합리적 가격’과 ‘제품 구색’으로 2개의 요인이 도출 되었다.

둘째, 조사 대상을 현재 화장품을 사용하는 집단과 화장품을 사용하지 않는 집단으로 구분 한 후, 현재 화장품을 사용하는 집단을 대상으로 이들의 외모관심도가 화장품 구매행동에 미치는 영향을 알아본 결과, ‘현실적 외모 관리’가 높을수록 기능적, 가치적 구매 행동 역시 증가하는 것을 알 수 있었다.

셋째, 현재 화장품을 사용하는 집단의 경우 외모관심도 요인 중 ‘심리적 측면’과 ‘현실적 측면’이 높아질수록 화장품에 대한 요구도의 합리적 가격 요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 화장품에 대한 요구도 중에서도 ‘제품 구색’은 외모관심도 요인 중에서도 ‘현실적 측면’과 ‘심리적 측면’이 높아질수록 화장품에 대한 요구도 중 제품 구색 요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 화장품을 사용하지 않는 집단의 경우 외모관심도 중에서도 ‘현실적 측면’이 화장품에 대한 요구도 중 제품 구색요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

4. 결론

이 연구는 고령화 사회로 인해 새로운 마케팅 대상으로 부각되는 시니어 남성의 화장품 외모 관심도, 구매행동 및 화장품에 대한 요구도 요인에 대해 알아보고, 시니어 남성의 외모관심도가 화장품 구매행동 및 요구도에 미치는 영향에 대해 검증하였으며, 그 연구 결론은 다음과 같다.

첫째, 외모관심도가 높아질수록 화장품 구매행동 2가지 요인 모두에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 최근 시니어 남성 세대들이 외모에 대한 관심이 높아지면서 자기 관리에 신경 쓰는 중년 남성이 증가하고, 패션과 미용, 화장품 등의 구매율 역시 증가하는 것을 볼 수 있으며, 과거와 달리 화장품 구입 시 화장품의 기능성이 많은 영향을 미칠 것으로 사료된다.

둘째, 화장품의 사용 유무를 떠나 외모관심도가 높아질수록 화장품에 대한 요구도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 현대 사회에서 외모는 하나의 경쟁력이 되었으며 시니어세대 남성들 역시 외모에 대한 관심 역시 높아지면서, 이들의 화장품에 대한 요구도 역시 점차 세분화 될 것으로 사료된다. 따라서 이들의 화장품에 대한 요구도를 파악하여 제품을 만든다면 외모에 관심이 많은 시니어 세대들의 화장품의 구매 역시 증가할 것으로 사료된다.

이 연구는 서울지역에 거주하는 50대 이상 남성들을 대상으로만 실시하였기 때문에 연구결과를 일반화하는 데는 한계가 있다고 본다. 향후 연구에서는 지역별 50대 이상 남성들을 대상으로, 여러 가지 변수와 관련된 다양한 요인으로 외모 관심도와 화장품 구매행동, 화장품에 대한 요구도에 상관성 관계를 정확히 규명하여 심층적인 연구가 이루어질 것을 기대한다.

■ 참고문헌

- 김희연 외 3명(2014). “시니어 여성의 패션스타일과 선호색 및 자기이미지에 따른 패션이미지 유형화. *한국복식학회*. 64(3). pp. 142 - 154.
- 임경복(2014). “뉴 실버세대의 자기효능감과 외모관심이 외모관리행동과 의복구매 행동에 미치는 영향”. *한국의상디자인학회*. 16(2). pp.163 - 175.
- 장진영 외 3명(2007). “외모관심도, 화장품 브랜드 원산지 및 판촉유형에 따른 남성 화장품 구매

행동”. *한국복식학회*. 57(6). pp. 160 -171.

정삼호(2009). “시니어세대의 연령에 따른 실내복 디자인 선호도 및 구매행동 연구: 50대 이상 중·노년 여성을 중심으로”. *한국복식학회*. 59(4). pp143 - 154.

헤어 액세서리에 대한 여대생의 의식 조사 및 특징 연구

이유진* · 박현진

청주대학교 예술대학 패션디자인학과*, 청주대학교 산업경영대학원 의상디자인학과

1. 연구목적

본 연구에서는 현재 패션의 일부라고 인식되고 있는 헤어 액세서리에 대해서 20대 여대생들의 의식 조사 및 그 특징을 연구하여, 현재 사용되고 있는 헤어 액세서리의 정리와 더불어 향후 헤어 액세서리 디자인 개발에 있어서 도움이 될 수 있는 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

연구 방법으로는 우선 문헌조사를 통해서 시대별로 헤어 액세서리에 대한 개념 및 문양에 따른 의미를 정리하였다. 또한 현재 시판되고 있는 헤어 액세서리의 현황을 알아보기 위하여 20대 여대생들이 주로 구매하는 인터넷 사이트를 무작위로 추출하여 2차에(각 6사) 걸쳐 시장조사를 하였으며, 현재 주로 판매되고 있는 헤어 액세서리의 크기, 문양의 종류, 가격 등을 정리, 분석을 하였다. 마지막으로 20대 여대생들을 대상으로 헤어 액세서리에 대하여 선호도를 포함한 인식조사 및 시각적 관능검사를 실시하여 그 특징을 파악하였다.

3. 결과 및 고찰

본 연구에서는 다음과 같은 결과를 얻었다.

첫째, 문헌조사 결과 헤어액세서는 시대별로 문양의 소재 및 종류, 그리고 의미에 변화가 있었다는 것을 알 수 있었다.

둘째, 현재 시판 되고 있는 헤어 액세서리의 시장조사 결과, 가장 많이 판매되고 있는 헤어 액세서리 종류는 자동핀이며, 문양으로는 기하학문양, 식물문양, 문양이 없는 무지, 순의 비율로 조사되었다.

또한 크기는 5cm 이하는 거의 없었으며, 6cm 이상의 사이즈가 많은 것을 알 수 있었다.

셋째, 헤어 액세서리에 대한 명칭조사에서는 정확한 명칭에 의해서 구분되어 불리지는 않으나 비교적 형태와 쓰임이 유사한 경우에는 동일한 명칭으로 불리고 있다는 것을 알 수 있었다.

넷째, 헤어 액세서리에 대한 여대생들의 의식조사에서는 대부분의 여대생들이 1년 이내에 헤어 액세서를 구매한 경험이 있으며, 향후에도 재구매 할 의사가 있다고 나타났다.

선호 문양으로는 무지의 경우가 가장 많았으며, 구입시 가장 중요하게 생각하는 것은 형태 디자인을 포함한 문양으로 나타났다.

Corresponding author : Lee, Yoo-Jin Tel.+82-10-7371-7029 Fax.+82-2-423-1339
E-mail : saileeyj@hanmail.net

다섯째, 헤어 액세서리의 문양으로 자주 사용되는 문양에 대해서(기하학 5종, 식물 4종, 동물 5종)시각적 관능검사를 통한 이미지 지각의 차이에 대해서 알아본 결과, 각각 종류별 간의 일원배치 분산분석 결과 대부분의 항목에서 평가의 차이를 보였다. 기하학에서 줄무늬의 경우 감각적이고 수수하며 남성적인 이미지로 평가되는 것을 알 수 있었다. 또한 다른 기하학문양과 비교하여 깔끔하고 현대적인 이미지임을 알 수 있었다. 식물에서는 다른 식물 문양과 비교하여 꽃으로만 디자인 되어 있는 경우에, 화려하고 여성적이며 친근감이 있다고 평가되었다.

동물에서 호피문양은 화려하고 개성적이며 친근감이 있다고 평가되었으며, 파이톤의 경우에는 남성적이고 현대적이며 포멀한 이미지로 평가되는 것을 알 수 있었다.

4. 결론

본 연구 결과 헤어 액세서리는 시대별로 사용된 소재와 의미, 특징에 변화가 있었다. 현대 20대 여성들이 사용하고 있는 헤어 액세서리의 의미는 과거와는 달리 패션의 일부라고 인식되어지고 있었으며 향후에도 지속적으로 구입의사를 보여 의상과 더불어 자신의 이미지를 나타내는데 중요한 부분임을 알 수 있었다. 또한 헤어 액세서리는 그 크기 및 문양의 색, 종류가 여대생들의 이미지에 영향을 미치는 것을 알 수 있었다.

■ 참고문헌

- 권기형 · 김정현(2009), “고전머리 장신구에 관한 연구”, *한국미용예술학회지*, Vol.3, No.1.
- 이영숙 · 이주영(2008), “고대 그리스, 로마 시대의 헤어스타일을 응용한 현대 업스타일 기법 연구 - 작품 제작을 중심으로 -”, *한국미용학회지*, Vol.14, No.2.
- 이명희(2006), “액세서리 착용이 여성의 전문성 및 매력성 평가에 미치는 영향”, *한국의상디자인학회지*, Vol.8, No.1.
- 윤영애(2005), “액세서리에 따른 이미지 지각의 차이 - 귀걸이의 재료와 형태를 중심으로 -”, *한국패션뷰티학회지*, Vol.3, No.3.
- 이유진 · 최원정(2012), “고감도 니트디자인을 위한 무봉제 니트 조직패턴의 성능과 이미지간의 연구 - 관능검사를 중심으로 -”, *한국디자인문화학회지*, Vol.18, No.2.
- 조현영(2009), “조선시대 여성장신구에 나타난 문양연구 - 머리장신구를 중심으로 -”, 강원대학교 교육대학원, 석사학위논문.
- 정영숙(1987), “조선시대 부인용 머리장신구 문양에 관한 고찰”, 한양대학교 교육대학원, 석사학위논문.
- Lee Yoo-Jin(2002), “Fundamental Study for Textile Design Construction, Doctoral Dissertation, Department of Science of Clothing Environment”, Bunka Women's University, Tokyo, Japan.
- 박현 · 김영숙 · 나미향(1998), “현대생활과 패션”, 교학연구사.
- 김영인 외 7인(2001), “현대 패션과 액세서리 디자인”, 교문사.
- 정현진 외 5인(2004), “미용문화사”, 광문각.
- 장선일 외 11인(2007), “미용학 개론”, 광문각.
- 김용숙 · 김정숙 · 유숙희 · 권수애 · 최해주(2008), “패션 액세서리”, 시그마프레스.

여고생의 교복과 자율복 선호이미지가 헤어 선호이미지에 미치는 영향

박영희* · 최수경
경남대학교 패션의류학과

1. 연구목적

본 연구는 여고생을 대상으로 교복 선호이미지, 자율복 선호이미지, 헤어 선호이미지의 요인을 분석한 후 교복 선호이미지, 자율복 선호이미지와 헤어 선호이미지와 상관관계를 알아보고, 헤어 선호이미지에 영향을 미치는 교복과 자율복 선호이미지의 변인을 규명하는 데 그 목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

연구대상은 경남지역에 거주하는 300명의 여고생을 임의로 선정하였으며, 2014년 11-12월 사이에 설문지 320부를 배부하여 응답이 미비한 것을 제외한 300부를 자료 분석에 사용하였다. 측정도구는 교복 선호이미지, 자율복 선호이미지, 헤어 선호이미지로 구성하였다. 측정방법은 매우 그렇다의 5점에서 전혀 그렇지 않다의 1점 까지 5점 리커트 척도로 측정하였다. 본 연구의 자료 분석을 위해 SPSS통계패키지를 이용하였다. 교복 선호이미지, 자율복 선호이미지, 헤어 선호이미지의 요인을 파악하기 위해 주성분분석과 Varimax의 직교회전에 의한 요인분석을 실시하였고, 그 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach's α 계수를 산출하였다. 교복 선호이미지, 자율복 선호이미지와 헤어 선호이미지와 상관관계를 알아보기 위해 Pearson의 적률상관분석을 실시하였으며, 교복과 자율복 선호이미지가 헤어 선호이미지에 미치는 영향을 규명하기 위해 다중회귀분석을 사용하였다.

3. 결과 및 고찰

교복 선호이미지 요인분석 결과 매력성, 단정성, 발랄성, 현시성, 실용성, 유행성과 같은 6개의 요인으로 도출되었으며, 전체 설명력은 약 72%로 나타났다. 자율복 선호이미지에 대한 요인을 분석한 결과 단정성, 실용성, 매력성, 발랄성, 현시성 그리고 유행성의 6개 요인으로 도출되었으며, 전체 설명력은 약 70%로 나타났다. 헤어 선호이미지에 대한 요인을 분석한 결과, 주의 집중성, 편리성, 품위성, 매력성, 유행성, 귀염성의 6개 요인으로 도출되었으며 전체 설명력은 약 76%로 비교적 높게 나타났다.

교복 선호이미지와 헤어 선호이미지와 상관관계를 분석한 결과 교복 선호이미지의 매력성과 현시성 이미지는 헤어 선호이미지의 6개 이미지와 모두 유의한 상관관계가 나타났으며, 단정성

이미지는 유행성 이미지를 제외한 5개의 헤어 선호이미지와 유의한 상관관계가 나타났다. 현시성과 유행성 이미지는 편리성을 제외한 모든 헤어 선호이미지와 유의한 상관관계가 나타났으며, 반면 실용성 이미지는 편리성과 매력성 이미지에서 유의한 상관관계를 보였다. 자율복 선호이미지와 헤어 선호이미지와 상관관계 결과 자율복의 단정성 선호이미지는 주의집중성을 제외한 모든 헤어 선호이미지와, 실용성 이미지는 주의집중성, 품위성, 유행성을 제외한 모든 선호이미지와, 매력성 선호이미지는 모든 헤어 선호이미지와, 발랄성, 현시성 그리고 유행성 이미지는 편리성을 제외한 모든 헤어 선호이미지와 유의한 상관관계를 보였다.

헤어 선호이미지에 영향을 미치는 교복 선호이미지를 살펴보기 위해 회귀분석을 실시한 결과 헤어 선호이미지의 주의 집중성에 가장 크게 영향을 미치는 변수는 귀염성으로 나타났으며, 다음으로 품위성, 매력성, 유행성, 편리성, 주의집중성의 순으로 나타났다. 헤어 선호이미지에 영향을 미치는 자율복 선호이미지를 살펴보기 위해 회귀분석을 실시한 결과 헤어 선호이미지에 가장 크게 영향을 미치는 변수는 귀염성이었으며, 다음으로 주의집중성, 매력성, 유행성, 품위성, 편리성의 순으로 나타났다.

4. 결론

여고생의 교복과 자율복의 선호이미지가 헤어 선호이미지에 미치는 영향을 살펴본 결과 다음과 같은 결론을 얻을 수 있었다.

교복과 자율복 선호이미지의 요인분석 결과 매력성, 단정성, 발랄성, 현시성, 실용성, 유행성의 6개 요인으로 나타났으며, 이 중 교복 선호이미지 요인으로 가장 큰 비중을 차지하는 요인은 매력성이었으며, 자율복 선호이미지 요인으로 가장 큰 비중을 차지하는 요인은 단정성으로 나타났다. 헤어 선호이미지 요인 또한 6개의 요인으로 나타났으며, 그 중 가장 큰 비중을 차지하는 요인은 주의집중성으로 나타났다. 교복 및 자율복 선호 이미지와 헤어 선호이미지와 상관관계 분석 결과 대부분의 이미지에서 서로 유의한 상관관계를 보였다. 헤어 선호 이미지에 가장 크게 영향을 미치는 교복 및 자율복 선호이미지는 귀염성으로 나타났다.

이상에서 여고생의 교복 선호이미지, 자율복 선호이미지, 헤어 선호이미지는 다차원 구조를 형성하고 있어 이들을 활용하면 다양한 이미지 창출이 가능함을 시사하고 있다. 또한 여고생의 교복과 자율복 선호이미지는 헤어 선호이미지에 영향을 미치는 것으로 나타나 여고생은 교복과 자율복으로 나타내고자 하는 이미지가 무엇인지에 따라 헤어스타일의 연출 의도 및 방향을 결정하는 것으로 볼 수 있다. 즉 여고생의 이미지 연출 시 의복과 헤어스타일은 서로 상호 보완관계에 있는 것으로 조화를 이루어야 하는 요소임을 알 수 있다.

■ 참고문헌

- Oh, J. Y. & Kim, Y. C. (2006). The Relationship between Hair Style and Clothing Image Preference by Personality Types in College Students. *The Research Journal of the Costume*, 14(4), pp.635-646.
- Park, J. B. & Jung, O. I. (2005), Clothing and Hair style Behavior Dependence on the Physical Characteristics of college Women. *Family and Environment Research*, 43(6), pp.97-112.

준비위원장	배수정	
준비위원	간호섭	김주용
	김혜정	신상무
	염혜정	이미숙
사무국장	이정민	
간 사	한유정	
주 최	사단법인 한국패션비즈니스학회	
주 관	전남대학교	송실대학교
후 원	한국과학기술단체총연합회	
	한국섬유산업연합회	
	(주) 지엔코	

“이 발표논문집은 2015년도 정부재원(과학기술진흥기금 및 복권기금)으로 한국과학기술
단체총연합회의 지원을 받아 발간되었음.”

“This work was supported by the Korean Federation of Science and Technology
Societies(KOFST) grant funded by the Korean Government.”