

2016년 한국패션비즈니스학회 정기총회 및 춘계학술대회

ICT융합 패션비즈니스 뉴패러다임과 지식재산권

등 록 09:30~09:50
엄소희 강릉원주대학교 교수

개 회 및 정기총회 09:50~10:20
사회 최경희 호남대학교 교수

- 개회 및 국민의례
- 회장 인사
- 2015년도 사업보고
- 2015년도 결산보고
- 감사보고
- 2016년도 사업계획(안) 승인
- 2016년도 예산(안) 승인
- 상장 수여
- 폐회

주제강연 I 10:30-11:20
사회 간호섭 홍익대학교 교수

- 패션기업의 지적자본
김석주 (주)지엔코 대표이사

주제강연 II 11:20-12:10
사회 엄성흠 포티움 대표이사

- 패션의 혁신과 지식재산권
정상조 서울대학교 교수

중 식 12:10-13:10

포스터 학술발표 13:10-13:50
사회 이수진 동덕여자대학교 교수 김한나 충남대학교 교수

주제강연 III 13:50-14:40

- 패션신소재의 뉴패러다임과 융복합 트렌드 사회 고행석 서울대학교 교수
남복규 (주)영풍필텍스 대표

휴 식 14:40~14:50

구두 학술발표 14:50-16:20

Session 1 (디자인, 예지관 208) 좌장 이금희 서울여자대학교 교수
이청청 NIE대표이사 및 이상봉General Manager

◇ 데 스틸(De Stijl)의 특성을 활용한 비대칭 구조의 패션디자인 연구

발표자 : 이해연* 홍익대학교

토론자 : 임지영 경상대학교

◇ 3D 소프트웨어를 활용한 웨딩드레스 디자인 개발

발표자 : 위안썬이* 배수정 전남대학교

우세희· 고영아 서울대학교 디지털클로딩센터 고행석 서울대학교

토론자 : 이영재 한양대학교

◇ 지속가능 디자인 마인드를 적용한 패션디자이너의 역할

-디자인 사례를 중심으로-

발표자 : 이정수* 홍익대학교

토론자 : 김미경 숙명여자대학교

◇ 현대 패션에 나타난 로베르토 카푸치(Roberto Capucci)의 건축적 조형 주름 디자인 연구

발표자 : 송아름* · 간호섭 홍익대학교

토론자 : 안현경 동남보건대학교

Session 2 (산업계, 예지관 209)

좌장 **문희강** 배재대학교 교수
윤재현 METROCITY 부사장

- ◇ 우리는 라이프 스타일을 입는다.
Life style of Thursday Island
발표자 : 김세권* (주)지엔코 CNT팀
토론자 : 김영삼 중앙대학교

- ◇ 인체안전 소재 및 고강도 재봉사 등에 활용되는 아라미드 섬유의 용도
발표자 : 강철규* (주)효성 아라미드 사업단
토론자 : 안영무 한성대학교

- ◇ 란제리 생산MD에 대한 직무 소개
발표자 : 김동현* BYC 란제리 사업부
토론자 : 차수정 우송대학교

- ◇ 내수 의류 브랜드 영업 구조 및 유통망 체계
발표자 : 정원기* 인디에프
토론자 : 이유순 패션인트렌드

Session 3 (창업, 예지관 401)

좌장 **신경섭** 신시아 대표
류은정 창원대학교 교수

- ◇ 반응성염료를 이용한 스트링벽지 패딩염색에 관한 연구(1)
발표자 : 이준한* · 강영웅 여명벽지(주) 우종형 한국섬유소재연구원
김지훈 ECO융합섬유연구원 김선미 건국대학교
토론자 : 배상경 수원대학교

- ◇ 국내 화장품 시장의 저가상품 성장을 반영한 향수제품개발
-에데니고 퍼폼머스 아뜰리에의맞춤형 향수 키트 '리틀오르간' 개발 사례연구-
발표자 : 김운유* (주)에데니고
토론자 : 방기정 대전대학교

- ◇ 8주간 EMANA 섬유웨어 착용시 20대 여성의 체형변화
- 기능성웨어의 체형보정효과 연구 -
발표자 : 엄성흠* 고려대학교 박진희 청강대학교 박상희 배화여자대학교
토론자 : 정화연 국제대학교

- ◇ 환편기 종류 및 환편 편성물의 이해 -환편 편성물의 이해 및 고찰-
발표자 : 김형호* 선형상사 주식회사
토론자 : 박영희 경남대학교

◇ SNS 패션 브랜드 팬 페이지에서 지각된 의사사회적 상호작용의 역할

발표자 : 박지선* 인천대학교 하세진 University of Tennessee

토론자 : 채진미 한성대학교

◇ 봉 마르세(Bon Marché)백화점의 촉진 유형별 전략과 국내 백화점 마케팅 연계성 연구

- 에밀 줄라의『여인들의 행복백화점(Au Bonheur des Dames)』중심으로 -

발표자 : 오정숙* · 이승희 숙명여자대학교

토론자 : 박유신 서일대학교

◇ 패션소재 정보 전달을 위한 NFC 모바일 어플리케이션 개발

발표자 : 박소현* · 김종준 이화여자대학교

토론자 : 김성달 건국대학교

◇ 텍스타일 디자인 분야의 적정기술 활용 방안

발표자 : 이주영* · 김성달 건국대학교

토론자 : 이규진 한세대학교

학술발표우수상 시상 및 폐회

16:30-17:00

사회 **박찬미** 부천대학교 교수 **김혜정** 한경대학교 교수

리셉션

17:00-

김지영 충북대학교 교수

김성희 우석대학교 교수

목 차

회장인사.....	신상무 / 13
주제강연 I	
■ 패션 기업의 지적 자본	김석주 / 14
주제강연 II	
■ 패션의 혁신과 지식재산권	정상조 / 25
주제강연 III	
■ 패션신소재의 뉴패러다임과 융복합 트렌드	남복규 / 37
구두 학술발표	
◇ 데 스틸(De Stijl)의 특성을 활용한 비대칭 구조의 패션디자인 연구	이혜연 / 47
◇ 3D 소프트웨어를 활용한 웨딩드레스 디자인 개발	위안썬이 · 배수정 · 우세희 · 고영아 · 고희석 / 50
◇ 지속가능 디자인 마인드를 적용한 패션디자이너의 역할 -디자인 사례를 중심으로-	이정수 / 53
◇ 현대 패션에 나타난 로베르토 카푸치(Roberto Capucci)의 건축적 조형 주름 디자인 연구	송아름 · 간호섭 / 56
◇ 우리는 라이프 스타일을 입는다. Life style of Thursday Island	김세권 / 59
◇ 인체안전 소재 및 고강도 재봉사 등에 활용되는 아라미드 섬유의 용도	강철규 / 62
◇ 란제리 생산MD에 대한 직무 소개	김동현 / 64

◇ 내수 의류 브랜드 영업 구조 및 유통망 체계	정원기 / 66
◇ 반응성염료를 이용한 스트링벽지 패딩염색에 관한 연구(1)	이준한 · 강영웅 · 우종형 · 김지훈 · 김선미 / 67
◇ 국내 화장품 시장의 저가상품 성장을 반영한 향수제품개발 -에데니고 퍼퓸머스 아뜰리에의맞춤형 향수 키트 '리틀오르간' 개발 사례연구-	김온유 / 69
◇ 8주간 EMANA 섬유웨어 착용시 20대 여성의 체형변화 - 기능성웨어의 체형보정효과 연구 -	엄성흠 · 박진화 · 박상희 / 71
◇ 환편기 종류 및 환편 편성물의 이해 -환편 편성물의 이해 및 고찰-	김형호 / 74
◇ SNS 패션 브랜드 팬 페이지에서 지각된 의사사회적 상호작용의 역할	박지선 · 하세진 / 76
◇ 봉 마르세(Bon Marché)백화점의 촉진 유형별 전략과 국내 백화점 마케팅 연계성 연구 - 에밀 줄라의『여인들의 행복백화점(Au Bonheur des Dames)』중심으로 -	오정숙 · 이승희 / 78
◇ 패션소재 정보 전달을 위한 NFC 모바일 어플리케이션 개발	박소현 · 김종준 / 80
◇ 텍스타일 디자인 분야의 적정기술 활용 방안	이주영 · 김성달 / 85

포스터 학술발표

- 패션마케팅 · 의상사회심리

◇ 친환경 의류제품의 친환경성 가치가 소비자의 지각된 혜택에 미치는 영향연구	전지혜 · 신상무 / 88
◇ 액티브 시니어 소비자의 패션구매행동 - 패션관여도를 중심으로 -	갈정현 · 이미영 / 90

- ◇ 소비자의 윤리적 행동과 패션기업의 CSR -패션기업 CSR 동기귀인과 지각-
.....안수경 / 92
- ◇ 브랜드 역사제시, 브랜드 원산지과 제조원산지 일치여부,
과시적 소비성향이 브랜드 평가에 미치는 영향
.....송해오름 · 황선진 / 95
- ◇ Social mobile shopping experience at KakaoTalk:
Impacts of information source and e-service quality
.....Yi Kyonghwa · HaeJung Maria Kim· Judith Forney / 97
- ◇ 패션제품에 대한 모바일 사이트 유형별 커머스 전략 연구
.....장은영 / 101
- ◇ 불확실성 회피성향과 비교광고 메시지, 패션제품유형이 구매의도에 미치는 영향
-모바일 광고를 중심으로-
.....남샘 · 황선진 / 104
- ◇ 의류 모바일쇼핑몰에서 제공되는 상품정보전달이 쇼핑가치와 재구매의도에 미치는 영향연구
.....서해원 · 신상무 / 106
- ◇ 모바일 패션앱 특성이 만족과 지속사용의도에 미치는 영향
.....박은희 · 황선진 / 108
- ◇ 여대생의 외모관리행동이 진로결정수준에 미치는 영향
.....김미경 / 110
- ◇ 웨어러블 스마트 디바이스의 의상 심리학적 기능에 대한 이론적 고찰
.....김민지 / 113
- ◇ 국내 여대생의 화장품 구매 및 사용 실태에 관한 연구
-서울, 경기, 인천지역 소재 대학의 재학생을 중심으로-
.....김태미 / 117
- ◇ 대학생의 진로결정효능감이 사회계층과 심리적안녕감에 미치는 영향
.....박은희 / 120
- ◇ 의류브랜드 생산관리 업무체계와 해외소싱에 관한 연구
.....박문수 · 김한나 / 123

◇ 화장품 콜라보레이션 사례분석	박해나 · 박지선 / 125
◇ 한국과 중국의 패션제품 소비자 불평행동의 비교분석	이옥희 / 127
◇ 50-60대 실버 여성의 사이코그래픽스 유형에 따른 브랜드 선호도 및 의복 선호 이미지 분석	김선하 · 김칠순 / 129

- 패션디자인

◇ 현대 패션컬렉션에 나타난 헤드드레스 소재 분류	김효주 · 배수정 / 131
◇ 국내 항공사 유니폼의 비교 분석	임지혜 · 송아름 · 간호섭 / 134
◇ Renoir의 이국취미와 패션 컬러	이금희 / 136
◇ 청나라 복식에 나타난 치파오(長袍) 패션 연구 -자희태후(慈禧太后) 초상화를 중심으로-	적자혜 · 간호섭 / 139
◇ 패션 브랜드와 패션 코스메틱 브랜드에 나타난 브랜드 아이덴티티의 상관성 연구	백정현 · 배수정 / 141
◇ 태권도 도복의 기능과 이미지를 고려한 디자인 개발	유희지 · 간호섭 / 144
◇ 현대패션에 나타난 너드 룩에 관한 연구	김민정 · 임지영 / 146
◇ Jeanne Lanvin의 이국취미와 패션컬러	이금희 / 149
◇ 트랜스 휴머니즘의 표현특성이 반영된 현대패션연구	백희영 · 박희정 · 간호섭 / 152
◇ 한류 트렌디 드라마 속 패션의 기능적 특성	이지아 · 서승희 / 155

◇ 현대 패션에 나타난 레이디 라이크룩의 조형성 연구 -율리아나 세르젠코 컬렉션을 중심으로-	조은유 · 간호섭 / 157
◇ 바 재킷의 디자인 특징을 통한 형태적 정의	서지영 · 임지영 / 159
◇ 서울 시청과 가로수 길 스트리트 패션의 컬러 비교 분석	이영재 · 김수지 · 유아람 / 162
◇ 인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 선호도 및 추구이미지의 차이 분석	박영희 / 165
◇ 여성결혼이민자를 위한 패션 교육의 필요성 연구	양정희 / 168
◇ 릭 오웬스(Rick Ows) 디자인에 나타난 상호텍스트성	김지영 / 170
◇ 현대패션에 나타난 3D 프린팅을 이용한 패션디자인 분석	김영아 · 최경희 / 172
◇ 현대 패션디자인에 표현된 중국 전통 문양의 상징성 연구	치에잉 · 간호섭 / 174
◇ 19세기 낭만시대에 나타난 발레의상의 조형성	김지현 · 송아름 · 간호섭 / 176
◇ 적정기술 개념이 적용된 제3세계 국가를 위한 패션 제언	유아람 · 서승희 / 178
◇ 데님패션의 리바이터리제이션을 위한 현황 및 특성연구	이연지 · 엄소희 / 181
◇ 작업환경, 동작성, 편의성을 갖춘 보급형 다목적 생활 안전 작업복 디자인 연구개발 및 제작 -119구조대원복 및 주유복과 건설·중공업복 중심으로-	이규진 / 184
◇ 패션스타일과 메이크업의 상관성 연구	차수정 / 187

- 복식사 · 복식미학

- ◇ 중국 소수민족 여성의 신발 형태 분석
.....쉬루이 · 배수정 / 190
- ◇ 16세기 르네상스 복식의 인체미 변형에 관한 연구
-엘리자베스(1998), '영화<Elizabeth:The Golden Age>(2007) 비교분석-
.....명승현 · 송아름 · 간호섭 / 193
- ◇ 사실주의 화가 귀스타브 쿠르베의 회화 작품에 나타난 의상 고찰
.....이영재 · 김혜숙 / 196
- ◇ 현대 패션에 나타난 비잔틴 복식의 조형성 연구
.....전지혜 · 간호섭 / 199
- ◇ Chinese Inspiration in Vogue Magazine
.....Weijia Li · Yuh-Sun Jun · Young-Sam Kim / 202
- ◇ 중국 전통복식 한푸(漢服)의 시대별 비교분석
.....플로라 · 간호섭 / 205

- 의류소재 · 텍스타일 디자인

- ◇ 소가죽의 식물성 가지처리 후 염색효과
.....배상경 / 207
- ◇ 3D 프린팅 기술의 패션 텍스타일 분야에 활용사례 연구
.....한유정 · 김종준 / 209
- ◇ 자초를 이용한 양피의 천연염색
.....김상률 / 211
- ◇ 2016 S/S 남성복에 나타난 기능성 소재의 최신 동향
.....여수진 · 김종준 / 212
- ◇ 일본 아스카나라 시대의 색채와 염직
.....이경희 / 214

- ◇ Printing of Textile Fabrics with Azo Lake Pigment
-The Influence of Particle Size and Dispersion-
.....Hee Sung Seo · Hyun Kyung Lee · Eui Sang Yoo / 217
- ◇ 현대패션에 나타난 자카드 직물의 패턴 디자인 유형 분석 -아르누보 패턴을 중심으로-
.....이서정 · 송아름 · 간호섭 / 219
- ◇ DTP(Digital textile Printing)분야에서의 연구주제에 대한 리뷰
-최근 10년간 게재된 국내 학위논문 및 학술지 논문 중심으로-
.....김지민 · 김종준 / 221
- ◇ 세계 피해경험에 따른 위험지각요인과 세제사용행동에 대한 연구
.....김태미 / 226
- ◇ 텍스타일 스트럭처 원리와 연계된 3D 프린팅 개발 유형과 제작 특징
.....김효진 · 김성달 / 228
- ◇ 디지털 전사날염으로 프린트 된 컬러 QR코드의 인식률 연구
-직물의 데니어(denier)와 색상의 변화를 중심으로-
.....박서린 · 김종준 / 230

- 의복구성 · 뷰티

- ◇ Ice sledge hockey jersey uniform design 및 pattern 개발 연구
.....박상희 · 엄성흠 · 박진희 / 233
- ◇ 여성 패션모델용 개발인대 하반신 맞음새 평가
.....박진아 / 236
- ◇ CHIN COLLAR 패턴 설계에 따른 이미지 연구
.....박찬미 / 239
- ◇ 한국미용학회 논문에 사용된 통계 기법 분석
.....김성희 / 241
- ◇ 초등학생을 위한 마스크 디자인 융합교육 프로그램 적용과 제작연구
.....방기정 / 243
- ◇ 중국여성소비자의 쇼핑성향에 따른 유통채널 선택요인 및 한국화장품 구매행동
.....지연 · 신세영 / 246

춘풍화기의 계절을 맞이하여 4월 30일(토)에 개최되는 2016년도 한국패션비즈니스학회 춘계학술대회 및 정기총회에 회원 여러분들을 모시고자 합니다.

이번 춘계학술대회는 'ICT융합 패션비즈니스 뉴패러다임과 지식재산권'이란 주제 하에 유익하고 미래지향적인 주제 강연들과 산업계와 학계의 구두 발표 등을 준비하였습니다.

정상조 서울대학교 교수의 '패션의 혁신과 지식재산권', 김석주 (주)GNCO 대표이사의 '패션기업의 지적 자본', 그리고 남복규 (주)영풍필텍스 대표의 '패션신소재의 뉴패러다임과 융복합 트렌드'에 대한 주제 강연들로 ICT융합 패션비즈니스 뉴패러다임과 지식재산권에 대한 중요성을 제시함으로써 학계에서 교육, 연구하고 산업계에서 비즈니스 활동하는데 도움이 될 것입니다. 이는 섬유패션산업이 고부가가치를 창출하는 창조경제의 원동력이 될 것으로 사료됩니다.

회원여러분들의 끊임없는 성원과 관심에 감사드리며, 바쁘신 중에 초청강연을 해주시는 연사님들과 약 80여편의 구두발표 및 포스터 발표에 참여하신 여러분께도 감사드립니다. 그리고 본 대회 준비를 위해 애쓰신 모든 분들과 섬유산업연합회, (주)지엔코, METROCITY, (주)웰크론, Lectra Korea Ltd., (주)CJ대한통운, (주)텍스텍 글로벌 등 후원기관 및 기업에 진심으로 감사 말씀을 드립니다.



신 상 무

한국패션비즈니스학회
회장
승실대학교
교수

패션 기업의 지적 자본

2016. 04. 30

김 석 주
(주) 지엔코 대표이사

CONTENS

- I. 최근 패션시장의 주요 동향
- II. 기업의 가치 평가
- III. 패션 기업의 지적 자본

최근 패션시장의 주요 동향

최근 패션 시장의 주요 동향

- 기업(자본) + 디자이너(디자인) 결합, R&D 인수, M&A, 콜라보.

- 2015. SK네트웍스, “스티브J&요니P” 인수 – 해외 진출, “SJYP” 블룸화 개시
- 2012. 코오롱(FNC), “슈콤마보니” 인수 – “슈퍼콤마비” 런칭
- 2011. 삼성물산(패션), “준지” 인수 – “준지” 글로벌화, 국내 영업 강화
- 기업 + 디자이너 결합/협업 : SJ 듀코 X 김석원 디자이너, 네파 X 한상혁 디자이너
- M&A, 사모투자회사 MBK Partners , 네파 인수
- M&A, 현대백화점 그룹, 한섬 인수

최근 패션 시장의 주요 동향

- Digital Technology와의 결합 계속.

Off-Line X On-Line X Mobile X New Tech.

- Omni-Channel - O2O 전략, 스마트 매장
- Social Media - 카카오톡 & 스토리, 콘텐츠
- Digital Tech. - 웨어러블, 3D 프린트, 센서
- Beacon (& Location) - 실시간 고객 Targeting
- Customer Analysis & Experience - 고객 행태 분석 / 반응 측정

최근 패션 시장의 주요 동향

- 패션 + 라이프스타일의 결합.

소비형태, 사회구조, 소비자, 소득의 변화,
명확한 특화 - 스토리 + 비주얼 + Feeling + 생활.문화 트렌드

- 젠틀몬스터 (라이프스타일 선글라스) - 매장. 공간 디자인
- 코벳블랑 (여행+Home) - 라이프스타일의 특화, 트렌드 세분화
- 퀸마마켓 (가드닝) - 그린 라이프

최근 패션 시장의 주요 동향

- Third Stage 소비시대 (가치 소비)

수많은 Platform 존재, 시간과 장소에 구애 없이 소비 활동

- 1st, Stage 소비 : 상품이 부족한 시대, 용도만 충족되면 구매
- 2nd, Stage 소비 : 상품의 용도 + 상품의 가치를 생각
- 3rd, Stage 소비 : 상품의 용도 + 상품의 가치 + 시간/장소/문화 까지 생각

최근 패션 시장의 주요 동향

- 글로벌 전략, 생존 전략

- 한국 경제의 저성장 기조 지속
- 모바일과 아울렛의 확대 지속 / 가성비
- 중국시장 둔화, 침체 (중국 해외직구 세수 조정, 최저 성장율)

브랜드의 Originality, Identity 라는 Key Word 보다 고객, 가치,
라이프 스타일, 디지털(SNS), 생존 전략의 비중이 높아짐.

(패션)기업의 가치 평가

기업가치의 평가 방법 (Valuation)

- 기업의 실질 가치 :

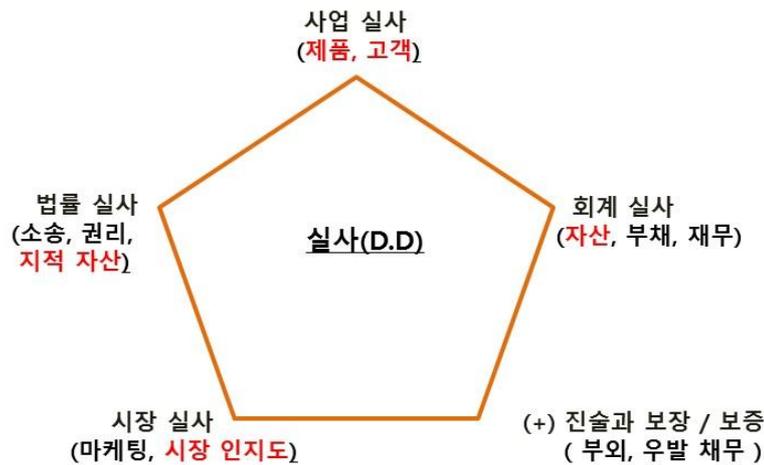
장부(재무적)상 가치 + 시장 가치

- 기업의 가치평가 방법

순자산가치평가	현금흐름할인법(DCF)	상대가치평가법
<ul style="list-style-type: none">• 기업의 자산-부채 = 순자산가치	<ul style="list-style-type: none">• 기업의 미래 현금 유입액과 현금 유출액을 추정하여 순현금흐름을 산출.• 기업의 Risks가 반영된 적정 할인율로 할인후, 타인자본을 차감. (수익환원방식)	<ul style="list-style-type: none">• 기업의 유사 업종, 유사한 규모의 기업과 비교 평가

기업가치 평가를 위한 실사

- 기업의 가치평가를 위한 실사(Due Diligence) :



기업 재무상태표의 구성

재무상태표

자산총계	유동자산+비유동자산	부채총계	유동부채+비유동부채
	<ol style="list-style-type: none"> 유동자산 <ul style="list-style-type: none"> -. 현금/현금성자산 -. 금융자산 -. 매출채권 / 재고자산 -. 기타 유동자산 비유동자산 <ul style="list-style-type: none"> -. 투자자산/투자유가증권 -. 유형자산 -. 무형자산 -. 기타 유동자산 		<ol style="list-style-type: none"> 유동부채 <ul style="list-style-type: none"> -. 매입채무 -. 단기차입금/미지급금 -. 선수금/예수금 -. 기타 유동자산 비유동부채 <ul style="list-style-type: none"> -. 사채 -. 장기차입금/장기미지급금 -. 기타 유동자산
		자본총계	자본금+자본잉여금+이익잉여금

기업 재무상태표상 무형자산

- 무형자산 ?

- 물리적 형체는 없지만,
식별 가능하고,
통제 가능하고,
미래 경제적 효익이 있는 비화폐성 자산

- SW, 특허권, 저작권, 디자인권, 상표권, 영업권(프랜차이즈), 고객 DB,
고객 인지도.충성도, 시장 점유율, 판매권 등
(기타, 어업권, 광업권, 자원 채취권, 에너지 공급권, 시설 이용권 등)

(패션)기업의 지적 자본

기업의 지적 자본?

• 기업의 지적 자본 ?

- 무형자산의 총합 :

비 재무적 자본, 비 물질적 자본, 무형자산. 비재무적 무형자산의 총합

• 패션기업 지적 자본의 구성



패션 기업의 지적 자본 구성/개념

인적 자본	구조 자본	고객(관계) 자본
<ul style="list-style-type: none"> • CEO & MGMT. Group : 기획, CD, 영업, 생산 담당 임원 • 직원 구성원의 전문성, 감성, 경험, 인력 관리.평가.보상 시스템 	<ul style="list-style-type: none"> • 상품기획 능력, 상품기획을 위한 기초 자산, 정보 • 기획, 경영, 관리 시스템 (ERP, MIS, CIS, 재고관리, 생산관리 등) • 의사결정 절차 (Reporting Line, 전결권) • 기업 문화 	<ul style="list-style-type: none"> • 고객 / 브랜드 충성도, 신뢰도, 인지도 • 마케팅 채널, 고객과의 소통 채널/방식 • 대외적 협업(협력) 체계 : 생산, 서비스 SCM 체계 등 • 유통(망) 채널/방식

한국 패션기업의 지적자본 관리/축척

- CEO & MGMT. Group : **효율적 ?**
-. 오너 경영 or 전문 경영인 + MGMT. Group
- 인력의 전문성, 감성, 경험 : **부족**
-. 높은 이직율, 교육, 투자 부족
- 인력 관리, 평가, 보상 시스템 : **미흡**
-. 공정 / 투명한 평가, 보상 시스템
- 상품기획 능력, 자산, 정보 보유 : **부족**
-. 인력, Data Base
- ERP, MIS, CIS, 관리 시스템 : **미흡**
-. 소극적 전산투자, 중요성 인식
- 의사결정 시스템 / 기업문화 : **미흡 ?**

한국 패션 기업의 지적자본 관리/축척

- 브랜드, 고객 관리 : **양호**
-. CRM, 판매분석
- 마케팅, 소통 : **양호**
-. SNS
- SCM 체계, 유통(망) 분석 관리 : **미흡**

(이종) 기업의 지적 자본(R&D) 투자 성과

- 제약, 한미약품 :

15년간 9,000억원 투자, 7조5,000억원 신약 수출

- 제빵, SPC(파리바케뜨) :

식품연구소 개발 코팡(단팥+크림-코리아 빵) 프랑스 역수출

- 화장품, 아모레퍼시픽 :

아시아뷰티연구소. 중국 여성의 피부 연구.

- 정보통신, iPhone (스티브 잡스) :

iPhone를 판매하려고 했다가 보다는 iPhone을 통한 라이프스타일 제안

한국 패션 기업의 지적 자본

• 한국 패션기업의 지적자본 투자 ??

- 한류 콘텐츠 K POP / K Art. 우수, K 럭셔리(명품) ??

- 삼성패션디자인펀드

• 지적자본 = 미래 가치

- 저성장에 대응하는 핵심자산

- 미래의 생존 전략

• 지적자본 제고

- 고객 가치의 재구축 : 시간/공간의 디자인

- 기획. 생각의 자유로움, 즐거움

- 라이프스타일의 제안 . 제공

- Data Base, Resource

20

약 력



- 고려대학교 졸업
- 한국외환은행
- (주)호라이즌엠씨 대표이사 사장
- (주)지엔코 대표이사 사장

김 석 주

주제강연 II

Sang Jo JONG
Professor of Law
Seoul National University



디자인 전쟁: Apple v. Samsung



v.



f. Sang Jo JONG

100년 후 미래의 삶



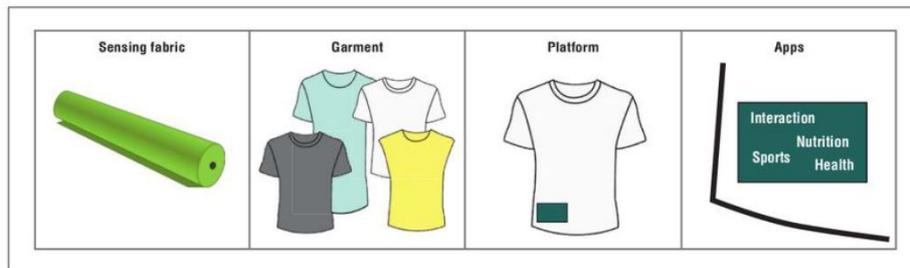
Wearable Smart Textile



Close to the Heart 심박수를 측정해 주는
스포츠 브라



Wearable Healthcare: SimpleSkin project



Wearable Smart Device



Recone Jet

The regulatory framework

- The Commission proposal for a package of measures on **consumer product safety and market surveillance** (13 February 2013) aims at improving the safety of consumer products circulating in the European single market and stepping up market surveillance. Its objective is also to improve the traceability of consumer products throughout the supply chain. Manufacturers and importers will therefore be required to ensure that products bear **an indication of the country of origin**.
- Moreover, selective distribution is crucial for protecting the product's **brand and image**; it allows brands to maintain the **high level of service and consumer trust** in both offline and online transactions. It is important to ensure, in line with current rules contained in the Vertical Restraints Block Exemption Regulation, freedom to choose distributors and distribution formats and prevent possible free-riding between them, while promoting competition, both online and offline.

WAL-MART v. Samara Brothers



Samara Brothers

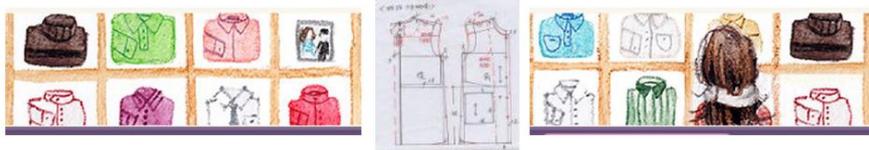


Wal-Mart

\$1.15 million in gross profit

Product designs are not inherently distinctive and therefore cannot be protected as unregistered trade dress under Section 43(a) of the Lanham Act unless and until the product design has developed "secondary meaning" in the mind of the public: Wal-Mart Stores, Inc. v. Samara Bros., Inc., 529 U.S. 205, 216 (2000).

패션브랜드의 명성



자, 타인이 제작한 상품의 형태(형상·모양·색채·광택 또는 이들을 결합한 것)를 모방한 상품을 양도·대여 또는 이를 위한 전시를 하거나 수입·수출하는 행위. 다만, 다음의 어느 하나에 해당하는 행위는 제외한다. (2004. 1. 20. 법률 제7095호로 신설되어 2004. 7. 20.부터 시행)

- (1) 상품의 시제품 제작 등 상품의 형태가 갖추어진 날부터 3년이 지난 상품의 형태를 모방한 상품을 양도·대여 또는 이를 위한 전시를 하거나 수입·수출하는 행위
- (2) 타인이 제작한 상품과 동종의 상품이 통상적으로 가지는 형태를 모방한 상품을 양도·대여 또는 이를 위한 전시를 하거나 수입·수출하는 행위

고급 이미지의 의류로서 명성과 신용을 얻고 있는 타인의 의류와 유사한 디자인의 의류를 제조하여 10% 정도의 저가로 유통시킨 행위가 타인의 신용을 훼손하는 행위는 불법행위에 해당: 대법원 2008.10.9. 선고 2006다53146 판결.

패션 디자인의 보호?



2000. 3. 28. 선고 2000도79 판결



대법원 2008.10.9. 선고 2006다53146 판결

Separability under the Revised Act

Supreme Court's Decision 2003do7572 on Guus Hiddink's Neck Ties

원심결정: 우리 민족 전래의 태극문양 및 팔괘문양을 상하 좌우 연속 반복한 넥타이 도안으로서 저작물에 해당되지 아니함
 파기환송: '물품에 동일한 형상으로 복제될 수 있는 미술저작물 (복제가능성)'이므로 그 이용된 물품(넥타이)과 구분되어 독자성을 인정할 수 있는 것이라면(분리가능성) 응용미술저작물에 해당



저작권등록



Kieselstein-Cord v. Accessories by Pearl

Textile Designs

Supreme Court's Decision [94도3266](#) on Textile Designs (織物圖案)



- » Design patents are available for textile designs
- » Copyright protection for textile designs contrary to the policy goal of the Design Act
- » Designs not separable from textile fabrics
- Q1:** Textile designs similar to mannequins used to display articles of clothing as in *Carol Barnhart v. Economy Cover*, 773 F.2d 411 or closer to colorful toy airplane as in *Gay Toys v. Buddy L Corp.*, 703 F.2d 970 ?
- Q2:** Design Act amended to allow for no-exam registration. Owner of registered design entitled to claim copyright even after the expiration of design patent right?

패션 디자인의 보호방법: 저작권 v. 디자인권



응용미술작품이 상업적인 대량생산에의 이용 또는 실용적인 기능을 주된 목적으로 하여 창작된 경우 그 모두가 바로 저작권법상의 저작물로 보호될 수는 없고, 그 중에서도 그 자체가 하나의 독립적인 예술적 특성이나 가치를 가지고 있어 예술의 범위에 속하는 창작물에 해당하는 것만이 저작물로서 보호된다:
대법원 2000. 3. 28. 선고 2000도79 판결

New York Law Journal

Intellectual
PROPERTY

An indispensable publication

WWW.NLJ.COM

TUESDAY, JANUARY 20, 2009

The Design Piracy Prohibition Act

In style, but fashionably late?

BY STEVEN L. WEINBERG,
DANN RUTENBERG ALPERT
AND BRIAN M. HUDOWITZ

UNDER CURRENT U.S. law designers looking to keep their designs ahead of the curve have enough means to use. Advances in textile and garment production as well as the pervasiveness of the Internet, on-demand video sharing Web sites, and the availability of cheap labor in emerging economies enable quick and inexpensive copying of fashion designs.¹ The volume and speed of knockoffs hitting the market make it exceedingly difficult, expensive and nearly futile for designers to combat design piracy under current U.S. law.²

This is not a minor issue. A great deal of money is at stake. The U.S. fashion industry currently generates roughly \$180 billion in sales annually, \$47 billion of which is attributable to the New York fashion industry.³

Attempting to combat pervasive fashion design piracy, Senator Charles Schumer (D-N.Y.), among others, introduced the Design Piracy Prohibition Act (DPPA), which would amend the Copyright Act of 1976, to the Senate in Aug. 3, 2007.⁴ A nearly identical bill was introduced in the House of Representatives on March 30, 2006.⁵

The introduction of the DPPA has stirred up much debate over whether design piracy is good

and the automation of copying and manufacturing may occur within hours of the original publication of a design.⁶ They also point out that the United States is the exception among western nations in not protecting designs.⁶

Critics argue that design copying makes the industry thrive and encourages innovation through the "accepted practice" of "paying homage" to others' designs, and that prohibiting such "inspired" designs would stifle, not promote, innovation.⁷ They further believe that fashion design originality is too ethereal for copyright law to distinguish protected elements from non-protected elements.⁸

Regardless of which side of the switch you find yourself on in this debate, it is indisputable that current U.S. law provides little protection for fashion designs, and the DPPA, if enacted, is likely to significantly impact fashion throughout the world.

Current Protection Vary Limited



against such copying.

For example, under U.S. copyright law there is protection for fabric designs (those sketches and patterns or images imprinted or attached on fabric).⁹ But this protection extends only to non-functional articles or, if functional, only if the incorporated expression (i.e., the design) is



\$180 billion in the US
\$47 billion in the NY

the appearance as a whole of an article of apparel including gloves, footwear, headgear, handbags, purses, and tote bags, belts, and eyeglass frames.

3 year protection with registration.

패션의 명성



대법원 2008.10.9. 선고 2006다53146 판결

뉴욕 패션위크 2016 S/S 콜렉션: Intel + Chromat



인텔은 미래 지향적인 디자인으로 유명한 웨어 업체인 크로맷(Chromat)과 손잡고 인텔 웨어러블 기술을 활용한 의상을 선보여 화제를 모았다.

새로운 비즈니스 모델을 'Design'하는 'Big Design' 혁신



English: Zara Store, Pitt Street Mall, Sydney (Photo credit: Wikipedia)

Zara: Responding to Consumer Trends

Spanish apparel company Zara has built its strategy around consumer trends, embracing the fast-changing tastes of its customers. To do this successfully, Zara has developed a highly responsive supply chain that enables delivery of new fashions as soon as a trend emerges.

Zara delivers new products **twice each week** to its 1,670 stores around the world. This adds up to more than **10,000 new designs each year!** It takes the company only 10 to 15 days to go from the design stage to the sales floor. Because of this streamlined model, Zara is not forced to be ahead of the curve. Rather, they exist on the curve, evaluating trends first, then following.

Big Data 활용과 개인정보

FEB 16, 2012 @ 11:02 AM 2,867,405 VIEWS

How Target Figured Out A Teen Girl Was Pregnant Before Her Father Did



Kashmir Hill
FORBES STAFF

Welcome to *The Not-So Private Parts* where technology & privacy collide

[FOLLOW ON FORBES \(2081\)](#)



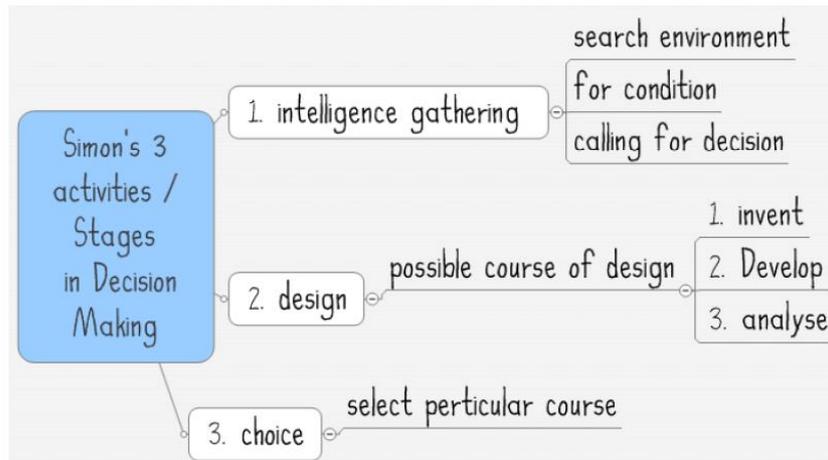
Target has got you in its aim



스마트폰의 등장과 패션마케팅의 변화



Design Thinking



- At Fordham Law School in 2006, Professor Susan Scafidi offered **the first course in Fashion Law**. Now, Benjamin N. Cardozo School of Law, New York Law School, New York University and many others.
- In 2010, the world's first academic center dedicated fashion law, **the Fashion Law Institute**, launched with the support of the Council of Fashion Designers of America.
- In 2010, **designer turned lawyer**, Brittany Rawlings, headed up the first Fashion Law practice group.

Design Piracy Prohibition Act

<http://www.slideshare.net/janetkimlin/design-piracy-ppt>

약 력



정 상 조

- 서울대학교 법과대학
- sjjong@snu.ac.kr

□ 학 력

- London School of Economics, Ph. D. (1988. 1 - 1991. 6)
- London School of Economics, LL. M. (1986. 10 - 1987. 9)
- 서울대학교 대학원 법학과 법학석사 (1982. 3 - 1984. 2)
- 서울대학교 법과대학 법학사 (1978. 3 - 1982. 2)

□ 경 력

- 현재, 서울대학교 법과대학 교수 (1994.3. -)
- 현재, IP Hub Court 추진위원회 위원 (2015.6 ~)
- 현재, 국가지식재산위원회 민간위원 (2011.7. ~)
- 현재, 한국과학기술단체총연합회 지식재산위원회 위원장 (2014.5. -)
- 현재, 사법연수원 운영위원회 위원 (2014.5. -)
- 현재, 공공데이터제공분쟁조정위원회 위원 (안전행정부, 2013.12 -)
- 현재, 한국게임법과정책학회 회장 (2014.5. -)
- 현재, WIPO Arbitration and Mediation Center UDRP Panelist (2000.5 -)
- Visiting Professor teaching Korean Law, Harvard Law School (January Term 2015)
- Garvey Schubert Barer Professor of Law, University of Washington School of Law (September to December 2014)
- 특허청 산업재산정책제도 분과위원회 위원장 (2014.6. - 2014.8)
- 2013 한미 지재소송 컨퍼런스 추진위원회 위원장 (2012.10 - 2014.9)
- 서울대학교 법과대학 학장 겸 법학대학원 원장 (2012.6. - 2014.5.)
- 서울대학교 법학연구소 技術과法센터장 (2003. 1. - 2012. 5.)
- Visiting Professor teaching Korean law and comparative intellectual property, Georgetown Law Center (Jan. & Feb. 2007)
- 서울대학교 법과대학 “인터넷과 법률” 공개과정 주임교수 (2005. 1. - 2005. 6)
- Visiting Professor teaching Korean intellectual property law, Duke Law School (Jan. & Feb. 2003)
- 법무부 법무자문위원회 위원 (2007.12 - 2009.12)
- 서울지방검찰청 컴퓨터수사 자문위원회 위원(2000. 3. - 2002.3)
- 산림청 정책자문위원회 위원 (2014. 2. - 2015. 12.)
- 특허법원 시민소통자문위원회 위원 (2012.10 -2014.10.)
- 독일 MAX-PLANCK 研究所 招請研究員 (1991. 3 - 1991. 9)
- 문화관광부 저작권심의조정위원회 심의조정위원 (1996. 7. - 1998. 6.)
- 서울대학교 법학도서관장 (2002. 6. - 2004. 6.)

패션신소재의 뉴패러다임과 융복합 트렌드

2016.04.30

(주)영풍필텍스 남복규 대표

목 차

1. Premiere Vision 전시회 17 SS

2016. 02. 16 ~ 2016. 02. 18 파리

2. 밀라노 우니카 전시회 17 SS

2016. 02. 09 ~ 2016. 02. 11 밀라노

3. ISPO 전시회 소재 경향 17 SS

2016. 01. 24 ~ 2016. 01. 27 뮌헨

4. ICT 융합 등

5. (주)영풍필텍스

□ Premiere Vision 17SS 동향

□ 색상



풍요롭고 따듯함
불그스름한 톤
관능적이며 감각적이다.

□ 음영의 뉘앙스



투명함의 뉘앙스 표현
융합적 분위기
신선하며 선명한 색조
미세한 브라이트 색상과
매력적인 다크 색상

□ 변화를 준 천연 소재



LANIFICIO FAISA (ITI)

RIAL 1957 (FRI)

□ 시크한 인공소재 :



AMALTEA BY INGROPELLI (ITI)

TESSUTI & TESSUTI (ITI)

□ Premiere Vision 17SS 소재 동향

□ Premiere Vision 트렌드 포럼관 선정 ITEM

PREMIÈREVISION
PARIS

□ 3중 복합 소재

- #1001 NANO 3L
- #1032 W2.5L EMBO
- #1009 NANO 3L
- #4707 WB3L

□ 교직물 + 기능성 소재

- #6014 TEF
- #6220 CLEAR LAMI
- #YPS-16717 DP
- #YPS-16719 PU+Peach
- #6224 W3L

□ Stretch / Bonding

- #9110 Bonding
- #YPS-16716 EMBO

▣ Premiere Vision 17SS 소재 동향

▣ Premiere Vision 인기 ITEM

- 기능성 + 촉감/패션
 - ✓ No1. #YPS-16718
 - Cotton/Nylon 소재에 Bio W/S 가공을 통해 부드러운 촉감을 극대화한 소재
 - 바이어 : COACH, REEBOK, PINCO

 - ✓ No2. #1003 SKIN+ PRINT
 - Nylon 100% 소재에 Skin+ 가공과 Digital Print 가공을 한 기능성 패션 소재
 - 바이어 : DIESEL, CHANEL, KOLON

- Stretch + 기능성 / Bonding
 - ✓ No3. #1032 TEF
 - Nylon Stretch소재에 TEFLON 가공을 적용한 소재
 - 바이어 : BROOKS, YOH, SPERRY, NIKE

 - ✓ No4. #1032 W2.5L EMBO
 - Nylon Stretch소재에 2.5Layer 가공 후 EMBO 가공을 적용한 소재
 - 바이어 : SCOTTA, LACOSTE, BREAL

 - ✓ No5. # #1310 BD
 - Nylon 100% 소재에 Polyester를 Bonding한 소재
 - 바이어 : ROKA, SANDRO

▣ MILANO UNICA 17SS 소재 동향



▣ MILANO UNICA 17SS 컬러 트렌드

- 색상 : 산호와 라벤더와 함께 강렬한 파란색 화려한 바다의 그늘



- 색상 : 검은 색과 혼합 노란색에서 빨간색과 녹색으로, 강렬하고 화려한 따뜻한 음색



- 색상 : 따뜻한 색상의 존재, 노란색에서 녹색, 흰색과 검은 색에 보라색과 일치



▣ MILANO UNICA 17SS 소재 동향

▣ Milano Unica 전시회 BEST ITEM 5

▣ 3중 복합소재

- ✓ No1. #6221 W3L
 - Nylon/Cotton 소재에 3Layer 가공을한 제품으로 무봉제 의류 소재로 개발됨
 - 바이어 : DIESEL, SAMSONITE, MAURIZIO STANCANELLI
- ✓ No2. #1981 SKIN+CLEAR
 - Nylon 100% 소재에 Skin+ Clear 가공을
 - 바이어 : GIORGIO ARMANI, RETRO

▣ Stretch + 기능성

- ✓ No3. #YPS-15132
 - Nylon/Polyester Stretch소재에 발수가공한 소재
 - 바이어 : GA OPERATION, ANGELO MILELLA
- ✓ No5. #YPS-15260
 - Nylon/Polyester Stretch소재에 발수가공한 소재
 - 바이어 : J.CREW, PARAH

▣ 패션

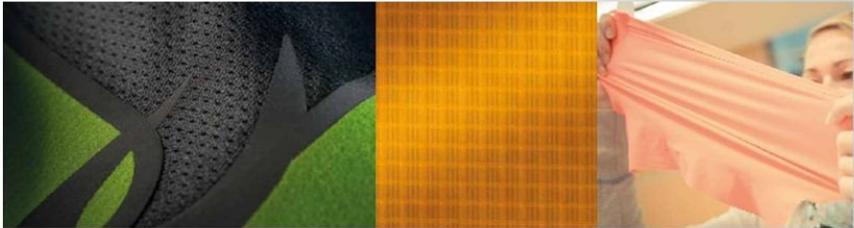
- ✓ No4. #YPS-15148
 - Nylon/Polyest Mesh 소재
 - 바이어 : H&M, FASHION SNOOPS

☐ ISPO 17SS 트렌드 (국제스포츠용품전시회) 소재 동향



☐ ISPO 17SS 트렌드 (국제스포츠용품전시회) 컬러 트렌드

☐ 고기능성 복합직물 (고기능 + 패션 + 스트레치 직물)



Color Card

Classic Active - Color Palette Autumn/Winter 2017/18

BLACK	17-4540 TPX	16-1462 TPX	WHITE	13-0858 TPX
16-6340 TPX	18-1856 TPX	12-4302 TPX	18-3518 TPX	18-1703 TPX

- 선명하고 강렬한 컬러
- 블랙과 화이트 중간의 자연스러운 그레이 톤의 컬러

□ ISPO 17SS 소재 동향

□ ISPO 전시회 BEST ITEM 5

□ 3중복합소재

- ✓ No1. #1001 W3LNTR15
 - Nylon 100% 소재에 White 3Layer 가공을 적용한 기능성 소재
 - 바이어 : ENGELBERT STRANSS, LEVEL GOLOVES, SHARKPHIN DESIGN

□ 기능성 + 패션

- ✓ No2. #1002 DTP
 - Nylon 100% 소재에 DIGITAL PRINT 가공을 적용한 소재
 - 바이어 : LIGHT FLEX, HYPHEN, crazy idea
- ✓ No3. #1002 NEO 2.5 PRINT
 - Nylon 100% 소재에 Neo Skin+ 가공후 2.5Layer 프린트를 적용한 소재
 - 바이어 : HAGLOGS, TEXTIME
- ✓ No4. #1002 SILVER 2.5L DT
 - Nylon 100% 소재에 Silver 코팅 후 2.5 Layer 프린트를 적용한 소재
 - 바이어 : E-STAR, ORIENTAL YICHEN, TECHNICAL OUTDOOR
- ✓ No5. #1002 SKIN+ PC
 - Nylon 100% 소재에 Skin+ 가공후 Punching을 적용한 소재
 - 바이어 : ANGELSENSE, NORTHLAND GmbH

□ ICT 융합

□ ICT 융합 제품

- ICT는 Information & Communication Technology의 약자이며, 정보통신기술로 사용됩니다

□ 도레이 & NTT - 도전성 코팅 직물



□ 나이키 - 스마트 슈즈



□ 스콧 - 스마트 웨어러블 조끼



스콧베스트(Scottvest)의 스마트 웨어러블 조끼(출처 : travel)

□ ICT 융합

□ 폴로 - 스마트 의류



□ UTOPE - 웨어러블 가방 및 자켓



□ ICT 융합 등

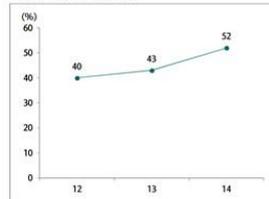
□ 신개념 고감성 의류 : 애슬레저(Athleisure)

- 애슬레저(Athletic+Leisure): 생활스포츠 (피트니스, 요가 등) 의류로 기능성 원단+세련된 디자인



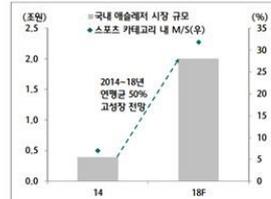
- 여성들 체육활동 늘면서 기능성을 갖춘 세련된 패션 운동복 선호
- 가벼운 외출용으로 활용

여성의 생활체육 참여율



주: 주 1회 30분 이상 운동 기준
자료: 문화체육관광부, 이나눔통부자

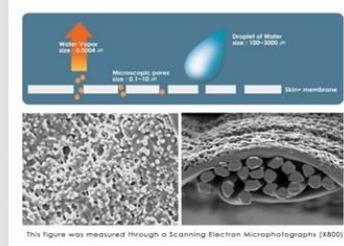
국내 애슬레저 시장 고성장 전망



자료: 업계 추산, 이나눔통부자

▣ (주) 영풍필텍스 - HISTORY

- 1994 (주)영풍필텍스 설립,
고내수압 투습방수 소재개발 (REISSA)
- 1995 고강력사를 이용한 내마모성 소재개발 (DYNAX)
- 1996 산업부 장관상 수상
- 2000 4-way stretch 소재개발 (NYSPAN)
- 2001 고강력, 내마모성 stretch 소재개발 (KENYSPAN, POWERSPAN)
- 2004 제14회 한국 섬유대상 신소재 개발 부문 수상
15denier 초경량 소재개발 (airshell)
- 2005 고강력 방호 직물개발 (UTD)
- 2006 (주)영풍필텍스 기업부설 연구소 설립
부품소재전문기업 인증획득, 벤처기업 인증획득, INNOBIZ 인증획득
- 2007 국내최초 PREMIERE VISION 참가 (FUNCTIONAL FABRICS관)
스트림 간 협력기술개발 사업 주관기관 선정
- 2007 '섬유의 날' 국무총리상 수상
- 2008 ISO 9001 / ISO 14001 인증 획득
- 2009 국내최초 PREMIERE VISION AWARDS 후보선정
- 2011 자외선 차단 및 냉감 기능 소재 개발 (COLD NOIR)
Oeko-tex standard 100 인증
- 2012 정현섬유기술상, 슈퍼소재융합제품화사업 참여기관 선정
- 2013 벤처형전문소재기술개발 주관기관 선정



▣ (주) 영풍필텍스 - 주요 BRAND

□ 국내



□ 해외



▣ (주) 영풍필텍스 - 개발소재

□ 특허 및 상표

- 특허 : 등록 3건
- 상표 : 국내 21건, 해외 20건 상표 보유

airshell

- 깃털보다 가벼운 초경량 고밀도 직물
- DTY 가공한 15 denier의 나일론 원사를 이용하여 부드러운 터치감과 고급스러운 외관을 보유한 국내 최초의 초경량 직물

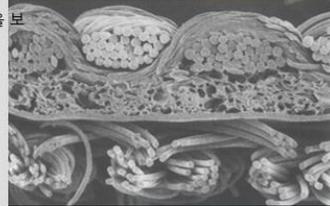


- 영풍필텍스에서 개발한 투습방수성이 우수한 기능성 소재
- 특화된 친수성 폴리우레탄으로 구성된 멤브레인은, 보다 효율적인 수분 전달과 방수 기능을 증폭시켜 주며 코팅과 라미네이션을 통해, 다양한 직물구조로 표현됨
- 이 기술은 열악한 기후조건 하에서도, 편안한 착용감과 최상의 내구성을 유지함



- 신축성 소재(spandex)를 사용하여 짜여진, 2way, 4way stretch 원단
- 모양의 가변이 용이하여, 착용시 만족스러운 편안함을 제공함

* 용이한 신축성, 뛰어난 형태 회복력을 지님



▣ (주) 영풍필텍스 - 개발소재



- 뛰어난 내구성을 가진 직물로 높은 수준의 안정성을 가짐
- 촉감이 좋으며, 무거운 요구에 대처하고 매력적인 외관을 가지고 있음
- 의류 뿐만 아니라 가방이나 다양한 액세서리에 사용됨



- 모터사이클 스포츠와 요트에서 영감을 받아 제작됨
- 매력적이고 기능적인 고강도 소재로 다양한 종류의 조직과 강도를 가지고 있어 보다 다양한 용도로 사용할 수 있음



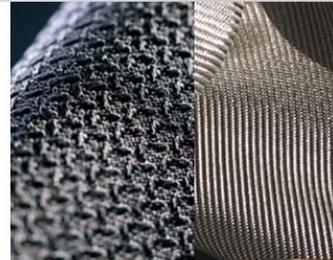
- 강화된 아라미드 섬유를 사용한 최상의 고강도 섬유 (Kevlar by Dupont)
- 편안한 활동과 활동의 자유를 제공하면서 동시에 가죽과 같은 방어기능을 제공하는 섬유를 목표로 개발됨



- Dupont에서 공급받는 Kevlar를 함유하는 고강도 소재
- 스트레처성이 있어 편안함과 신체 보호기능을 동시에 충족시키는 소재로 외부의 강한 자극에 최상의 안정성을 유지시켜 줌



- 두꺼운 나일론 원사와 spandex를 사용하여 개발된 소재
- 높은 마모저항성과 신축성을 가짐
- 코팅과 라미네이팅으로 방수성과 투습성을 부여하여 다양한 용도로 사용



약 력



남 복 규

- 1976 서울대학교 섬유공학과 졸업
- 1979 ~ 1993 동양나일론 중앙연구소 연구실장
- 1996 산업부 장관상 수상
- 2007 섬유의 날 '국무총리상' 수상
- 2012 정현섬유상 기술부문 수상
- 1994 ~ 현재 (주)영풍필텍스 대표이사
- 2010 ~ 현재 한국패션소재협회 부회장
- 2011 ~ 현재 한국섬유수출입조합 부이사장

데 스틸(De Stijl)의 특성을 활용한 비대칭 구조의 패션디자인 연구

이혜연

홍익대학교 디자인콘텐츠대학원 패션디자인전공

1. 연구목적

예술사조는 시대상을 반영하면서 존속 및 변화를 거듭하고 있으며, 현재진행중인 예술흐름을 바탕으로 새로운 사조가 생성된다. 20세기 초에 등장했던 데 스틸(De Stijl)은 신조형주의의 이념을 확립하고 공간개념을 미학적 조형원리에 입각하여 표현한 예술운동이었다. 데 스틸의 조형원리는 현재에 이르러서도 그 맥락을 같이하고 동시대적인 예술사조로 여러 분야의 조형예술에 영향을 미치고 있다.

본 연구의 목적은 데 스틸의 예술운동에 나타난 그 조형원리를 살펴보고 표현 특성을 도출하여, 그 특성 중 역 구성을 갖는 비대칭 구조를 활용한 패션디자인을 제시하고 새로운 시각으로서의 의상표현 가능성을 열어두는데 있다. 또한 비대칭 구조를 개념화하고 시각화하여 의상의 새로운 조형미를 제시하고 창의적인 의상디자인 개발을 촉진시키고 도모하는데 본 연구의 의의가 있다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구의 방법은 데 스틸 예술사조에 관련된 문헌과 논문, 학회지, 서양미술사·예술·디자인 관련 서적, 인터넷 자료 등을 통한 실증적 자료를 바탕으로 하였다. 데 스틸의 조형원리에서 나타난 조형적이고 미적인 특성이 현대 패션에서 어떠한 형태로 적용 및 활용되어 표현되었는지를 살펴보고, 2010년 이후에 발표한 컬렉션을 중점적으로 동시대의 현대 패션디자인에 나타난 사례를 분석하였다. 비대칭 구조 특성을 중심으로 한 패션디자인을 제시하고 이를 연구 범위로 하였다.

이에 본 연구에서는 데 스틸의 조형원리에서 표현 특성을 도출하고, 데 스틸의 비대칭 구조 특성을 4가지로 분류하여 분석하였다.

첫째, 선의 의한 연속성이다. 데 스틸의 조형원리를 통해 나타나는 선의 구성 방식은 수평선과 수직선으로 이루어지는 비대칭적 구성과 대각선, 즉 사선이 중심이 된 역동적 구성이다. 사선은 기울어진 선이 갖는 불안정한 긴장감과 역동성, 방향성을 가져다주며, 시선을 이동시키는 힘을 가지고 있어서 선에 의한 시각적인 연속성이 극대화된다.

둘째, 면에 의한 역동성이다. 연속적으로 분할되어 만들어지는 직각의 면에 의한 리듬은 공간 확장과 함께 역동성을 준다. 대각선은 수직 및 수평선이 만나 면의 형태를 띤 사선 구도를 보이는데 대각선의 도입, 사선 구도 및 비대칭적 구성을 통해 면에 의한 역동성을 보인다.

Corresponding author : Hye Yeon Lee Tel. +82-10-4137-0059

E-mail : design.yoni@gmail.com

셋째, 색채에 의한 대조성이다. 빨강, 노랑, 파랑으로 대표되는 삼원색과 흰색, 검정, 회색으로 구성된 무채색의 제한된 색상의 사용으로 엄격한 색상의 구분이 지어진다. 색채와 면의 관계에 있어서 색채의 채도에 의한 강도 및 무게감은 구성화면의 면적 대비를 통해 비대칭적 구조로 보이고 여기에 가미된 선택적으로 제한된 색채와 무채색의 대비 및 조화에 의해 색채에 의한 대조성을 보인다.

넷째, 비대칭에 의한 균형성이다. '조화는 대립의 균형이다'라는 신조형주의의 명제에서 보듯 수직선과 삼원색 및 이것과 대립하는 양상인 수평선과 무채색에 의해 비대칭적 구조 속에서 질서를 갖추며 조화 및 균형을 이룬다.

3. 결과 및 고찰

위의 분석과정을 통해 도출된 데 스틸의 특성을 활용하여 비대칭 구조의 패션디자인으로 여성복 8점을 작품으로 제시하였다.

전체적인 디자인 기본 개념은 모던(modern)한 미니멀리즘(minimalism)으로 간결한 선, 면, 색채의 사용과 비대칭적 구성에 의한 조화를 의상에 발현하고자 하였다. 실루엣(silhouette)은 직선을 기본으로 한 사각의 형태를 기본 형태로 잡고, H-Line 실루엣을 근간으로 디자인 별로 조금씩 변주해가면서 전체적으로 슬림(slim)하게 제시하였다. 색상 구성에 있어서는 빨강, 노랑, 파랑에 갈색을 사용하고 여기에 유채색을 돋보이게 하는 무채색인 흰색, 검정, 회색에 아이보리(ivory)색을 사용하여 표현하였다. 소재 사용에 있어서는 전반적으로 두께감이 있는 소재를 사용하고 여기에 심지를 부착하거나 한 겹의 사용보다는 같거나 다른 소재를 서로 포개어 사용하는 방식을 통해 소재가 인체에 흐르면서 기본 형태가 크게 왜곡되지 않고 힘을 받을 수 있도록 하였다. 세부 디자인에 있어서는 직선과 사선, 수직선을 주로 사용하면서 절제된 선과 면, 색채를 사용하였다. 직선으로 이루어진 긴 면의 형태가 중력에 의해 아래로 떨어지면서 자연스럽게 생기는 곡선의미를 살려 모던하게 접근하였다. 디테일과 기법에 있어서는 심실링 필름(seam sealing film)과 테이프를 사용하여 선, 면의 두께와 간격 차이를 두어 면을 분할하고 색채를 강조하여 표현하였으며, 배색을 통한 컬러블로킹(color blocking)을 통해 색상을 부각시키고 면 분할의미를 나타내고자 하였다.

4. 결론

본 연구는 데 스틸의 특성을 활용하고 여기에 비대칭 구조를 중심으로 패션 디자인에 적용하여 구조적인 특성뿐만 아니라 공간 구성방식의 특성을 활용 및 변주하여 의상의 영역을 확장시키고 새로운 시각으로서의 패션 디자인 작품을 제작함에 초점을 두었다. 유기적인 관계에 있는 예술과 의상과의 접목을 통해 예술과 의상의 각 영역의 경계를 허물고 그 접목된 영역을 확장하고자 한다. 데 스틸의 조형원리는 변하지 않고 같지만 이를 이해하고 표현하는 디자이너의 관점에 따라 다양한 형태로 발현될 수 있다. 본 연구는 데 스틸의 특성을 통하여 비대칭 구조라는 새로운 시선으로 작품을 제작하였고, 예술의 표현을 의상의 영역에서 재해석하여 표현하였다. 이에 본 연구를 통해 다양한 디자인 가능성을 모색하고 응용할 수 있는 기반을 마련하는데 일조하기를 기대한다.

■ 참고문헌

최백선(2003), "데 스틸의 표현적 특성을 고려한 오피스 공간의 실내설계 계획 연구 -면분할을 중심으로", 국민대학교 디자인대학원 석사학위논문

이혜연(2015), “리 브랜딩 된 Celine의 패션하우스 이미지 아이덴티티에 대한 연구”, *한국복식*, 65(3), p.97.

Penny Sparke, 편집부 역(1998), 『현대디자인의 전개』, 서울: 미진사

월간미술 저(1999), 『세계미술용어사전』, 서울: 월간미술

3D 소프트웨어를 활용한 웨딩드레스 디자인 개발

위안썬이* · 배수정* · 우세희** · 고영아** · 고희석

전남대학교 생활과학대학 의류학과*, 서울대학교 디지털클로딩센터**

서울대학교 전기컴퓨터공학부

1. 연구목적

최근 스몰 웨딩(small wedding)이 점차 대중화되고 있다. 이러한 영향으로 소비자들은 개인의 취향을 고려한 새로운 웨딩문화를 원하고 있다. 그 중 결혼식에서 가장 중요한 요소인 웨딩드레스를 구입하거나 대여하는 부분에서 상당한 시간과 비용이 소요된다. 디지털 클로딩 기술을 웨딩산업에 도입하여 소비자들이 웨딩샵에 직접 방문하지 않고, 나의 바디에 여러 벌의 웨딩드레스를 가상으로 착용해 보고 소비자가 원하는 디자인을 선택한다면 웨딩산업에도 큰 변화가 예상되며 그 필요성이 대두되고 있다. 본 연구는 디지털 기기를 활용하여 웨딩드레스를 제작한 선행연구에서 더 나아가 현재의 디지털 기술을 이용한 웨딩드레스 디자인이 어디까지 표현이 가능한가, 그리고 이 기술을 웨딩 산업에 도입하였을 때 얼마나 유용한가를 살펴보는 데 목적이 있다. 또한 웨딩드레스를 디자인함에 있어 보완할 디지털 기술이 무엇인가에 대해 다루고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

연구방법은 1.웨딩드레스에 관련된 선행논문, 관련 서적, 인터넷 자료 조사를 통해 2016 웨딩드레스 컬렉션의 형태, 색상, 소재, 디테일 등을 분석한 결과를 토대로 소재와 실루엣을 선정하였다. 2.디지털 클로딩 프로그램인 DC Suite을 사용해 웨딩드레스 디자인 4점을 제작하고 3. PIO를 통해 3D 웨딩드레스를 소비자의 입장에서 미리 착용해보고 웨딩산업의 활용 가능성에 대해 검증함으로써 새로운 방향을 제시하고자 하였다. 연구내용은 1.웨딩드레스에서 중요한 요소인 페티코트(petticoat) 등의 부속품을 3D 모델링 프로그램에서 제작하여 DC Suite에 불러오기(Import)하였다. 2.앞서 분석한 2016년 트렌드를 토대로 하여 DC Suite의 CAD 기능을 사용하여 패턴을 제작하였다. 또한 기존의 3D 의상에서 구현하기 어려웠던 다트(dart), 플리츠(pleats), 개더(gather) 등의 요소를 사용하여 다양한 실루엣을 표현하였다. 3.선행연구에서 주로 지적되었던 사실적인 직물을 표현하기 위해 DC Suite의 멀티 텍스타일(multi textile), 텍스추어(texture), 셰이더(shader) 기능을 이용하여

다양하게 시도하였다. 4. DC Suite에서 제작된 웨딩드레스를 PIO에 입력하여 소비자가 터치로 손쉽게 경험해 볼 수 있게 하였다.

3. 결과 및 고찰

본 연구에서는 2016 웨딩드레스 디자인경향 분석을 토대로 현재 가장 유행하고 있는 네 가지 실루엣을 선정하였다. 또한 기존의 시도 되지 않았던 다양한 3D 기능들을 사용하여 작품으로 표현하였다.

작품 I은 투피스 형식으로 전통적인 로코코 X자형 실루엣으로 구성하였다. 베르타 칼라(bertha collar)와 오프 숄더 네크라인 (off shoulder neckline) 그리고 소매의 길이를 기존보다 약간 길게 하여 특유의 우아함을 더하였다. 소재는 아이보리 레이스(lace)와 자카드(jacquard)를 재현하였다. 소재 표현을 위해 셰이더의 반사율, 거칠기, 광택 등을 값을 조절한 후 텍스처어를 적용하여 입체적인 자카드 직물을 재현하였다. 레이스는 멀티 텍스타일 기능을 이용하여 망사와 레이스 문양을 더욱 사실적으로 표현하였다. 로코코 스타일에서 주로 사용되는 액세서리인 레이스 장갑, 리본장식을 사용하였다. 작품 II는 트럼펫 라인(Trumpet line)의 웨딩드레스이다. 작품의 구성은 속치마, 드레스, 볼레로(Bolero), 긴 베일(Veil), 짧은 베일이 있다. 디지털 상에서만 가능한 가변적인 요소를 이용하여 긴 베일과 짧은 베일 볼레로의 탈부착이 가능하게 하였다. 2016 웨딩드레스에 많이 선보인 블랙 컬러를 표현하기 위해 이미 디자인 된 웨딩드레스에 컬러웨이(Color way) 기능을 이용하여 터치 한번으로 색을 바꾸어 저장하였다. 작품 III은 모던한 머메이드(mermaid) 실루엣의 웨딩드레스를 연출하였다. 바디 부분은 스트랩리스 네크라인(strapless neckline)에 슬림한 실루엣으로 여성 바디 라인을 극대화 시켰다. 소재는 DC Suite의 투명도(opacity)기능을 이용하여 반투명한 쉬폰 소재로 아름다운 신부를 표현하였다. 엉덩이 부분은 버슬(Bustle) 스타일 리본 장식으로 포인트를 주었다. 작품 IV는 티 렉스(tea length) 실루엣으로 디자인하였고, 소재는 레이스와 입체적인 꽃문양이 있는 벨벳을 재현하였다. 벨벳 소재 특유의 입체감을 주기 위해 텍스처어의 깊이(depth)기능을 이용하여 실제 소재와 같이 재현하였다. 왕관 장식이 있는 베일을 사용하였고 DC suite의 단추(button)기능을 내부점(interior point)으로 배열을 하였다. 베일은 여러 겹의 반투명한 망사를 주름 잡아 머리에 고정하였다.

4. 결론

디지털 클로딩 기술을 웨딩산업에 도입하여 소비자들이 나의 바디에 여러 벌의 웨딩드레스를 가상으로 착용해 보고 소비자가 원하는 디자인을 선택하면 그 디자인의 웨딩드레스 생산이 가능한 새로운 생산 프로세스 방향을 본 연구에서 제시하였다. 첫째, 다른 캐드나 3D 시뮬레이션 프로그램에 비해 패턴의 수정이 간편하고 빠르며 수정된 패턴의 실루엣이 3D로 바로 확인할 수 있어서 소비자가 원하는 디자인을 빠르게 제작이 가능하였다. 둘째, 소비자는 시공간의 제약 없이 데이터베이스화

된 웨딩드레스에서 자유자재로 디자인, 컬러, 소재를 손쉽게 바꿀 수 있었다. 셋째는 웨딩드레스에 필요한 액세서리 왕관, 베일, 장갑 등을 제작하여 헤어스타일과 신발의 색깔을 드레스에 쉽게 코디네이션 할 수 있었다. 넷째로는 소비자가 PIO를 이용하여 직접 자신의 얼굴을 입력하여 피부색 조절이 가능하였고, 이 결과 나에게 가장 어울리는 웨딩드레스를 선택할 수 있었다. 소재의 유사성과 웨딩드레스 디자인을 선택함에 있어 유용함에 대한 검증을 받을 수 있었다. 그러나 PIO에서는 현재 데이터베이스화 된 헤어스타일, 신발 그리고 디자인이 제한되었다. 또한 자신의 얼굴을 입력할 때 부자연스러운 표정과 얼굴형이 생성되었다. 앞으로 웨딩 업계에 디지털 기술이 도입되어 소재 및 패턴 등의 요소가 서로 호환이 되어 데이터베이스가 많아지고 아바타 부분에 있어 자연스러운 얼굴 생성 기술이 보완된다면 앞으로의 웨딩산업의 디지털 혁신을 기대해 본다.

■ Acknowledgements

This work was supported by Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST) and Korea Culture

Content Agency (KOCCA) in the Culture Technology (CT) Research & Development Programs 2015, Korea Research Foundation 2015~2016, Brain Korea 21 Plus Project in 2016(S13HR15D0801) supervised by the NRF, and ASRI (Automation and Systems Research Institute at Seoul National University)

■ 참고문헌

고형석(2015), 디지털 클로딩 개론, 교문사.

이서윤(2013), “3D 컴퓨터 그래픽스에 의한 웨딩드레스 디자인 연구”, 이화여자대학교 대학원, 박사학위논문.

아시아뉴스(2016. 02. 16), 웨딩드레스 직구 VS 대여, 스몰웨딩 족이 주류로 떠올라.

지속가능 디자인 마인드를 적용한 패션디자이너의 역할 -디자인 사례를 중심으로-

이 정 수

홍익대학교 섬유미술 패션디자인과

1. 연구목적

새로운 것을 생산하고, 소비하는 문화의 중심에 있는 패션은 대표적인 소모적 사이클 산업이다. 날로 심각해지는 환경에 대한 관심이 고조되면서 패션에서도 다양한 접근방법을 통해 지속가능성 디자인을 실행하려는 움직임이 계속되어 왔다. 국내 패션분야에서 지속가능 디자인에 관한 연구는 주로 친환경 소재의 사용이나, 재활용, 제로웨이스트 디자인의 사례에 관한 연구 다수이고, 디자이너의 지속가능 디자인을 실행하기 위한 전반적인 지침이 될 수 있는 이론적인 정립과 구체적인 실행방법에 관한 정리는 부족한 실정이다. 본 연구는 새로운 패러다임인 지속가능 패션디자인에서의 디자이너들이 역할을 고찰하고, 이전 문헌연구와 디자인 사례들을 통해 실행 방법을 분류, 조사해 봄으로써 디자이너들에게 지속적인 디자인 마인드를 위한 방향을 제시하는데 그 목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

연구 방법으로는 지속가능 디자인에 관한 일반적 개념을 고찰하고, 그에 관련하여 패션의 개념, 패션과 지속 가능성의 공존에 대한 이슈를 짚어 본다. 지속가능 디자인을 위해 디자이너 입장에서 갖춰야 할 마인드를 선행연구와 문헌을 통해 조사한 후, 지속가능 패션디자이너로서 디자인 실행 방안을 선행 연구의 검토와 구체적 디자인 사례를 통해 조사하였다.

자료수집의 범위는 지속가능 패션의 대두의 대표적인 요인으로서 패스트 패션의 시장점유가 본격적이기 시작한 2000년 이후부터 현재까지로 하였다. 다양한 패션분야에 걸쳐서 지속가능한 디자인이 제시되고 있으나 본 연구에서는 의상디자인으로 그 범위를 제한하였다.

3. 결과 및 고찰

지속가능(sustainability)의 개념은 환경 및 발전에 관한 세계위원회(World Commission on Environment & Development)에서 제시된 지속가능 발전(Sustainable Development)에서 파생된 것으로 생활의 질, 의사결정의 통합, 평등에 대한 세 가지 개념을 이루고 있다. 지속가능성은 사회, 경제, 환경 다양한 분야 전반에 걸쳐 이슈화 되었으며, 디자인 분야에서는 녹색(green), 환경 친화적(eco-friendly), 느린 디자인(slow design) 등 의 단어와 중복되어 쓰이기도 한다.

지속가능(sustainable)이라는 뜻은 어떻게 보면 패션이라는 단어와는 이율배반적일 수도 있겠다.

Corresponding author : Jung Soo Lee

E-mail : jsoolee@gmail.com

“패션의 궁극적인 개념은 변화이다. 그리고 그 변화의 과정에는 버려지는 것이 생긴다. (Hethorn & Ulasewicz, 2008, p.xix)” 이처럼 새롭게 대두되고 이전 것이 저물어 갈 때, 그것이 비로소 패션인 것이고, 오랜 시간 지속적으로 머무를 수 있는 것은 패션의 정수와 상반되는 개념이기 때문이다. 마찬가지로 전통적으로 패션디자이너의 역할도 소비자들의 변화 욕구를 충족 혹은 야기시킬 수 있도록, 새롭고 창의적인 디자인을 제안하는 것이고, 그 사이클이 빠르면 빠를수록 더욱 성공적인 것이었다. 패션 이론가 Lewis(2008)는 “패션, 그러므로 패션디자이너의 역할 또한, 슬로우 패션의 칙령에 반대되는 것이다.”라 했다. 즉 전통적으로 패션 디자이너의 궁극적 역할은 새롭고 매력적인 상품을 디자인 하고, 그로 인해 소비자들의 소비를 촉진시켜 이윤을 남기는 일에 동참하는 것이었으나, 지속적인 패션디자인을 위해서는 그 다른 방법으로 역할을 이행해야 된다는 것이다.

이러한 변화에 맞서 환경의 문제를 해결하기 위해 패션대기업, 디자이너, 소비자, 환경운동가등 재활용과 재생의 순환시스템을 가진 지속적인 패션디자인을 시도하기 시작하였다. 아직은 많은 디자인들이 사례, 시범단계에 가까우나 앞으로 미래의 디자이너들에게는 지속가능한 패션디자인을 위한 생각은 반드시 갖춰야 할 마인드일 것이다. 다양한 연구자들이 지속적인 디자인을 위한 이해를 위한 이론을 제시하였고, 그중 Lewis(2008)는 디자이너가 따라야 할 기본 방침으로 1) 디자인은 사람과 그들의 꿈, 환경을 위한 것이다, 2) 디자인은 locally 생산되고, globally 나누어져야 한다, 3)개인은 반드시 글래머와 품질과 같은 시각적 가치를 타협해야 한다, 4) 디자이너는 반드시 사회의 자산과 기업의 이윤을 위해 디자인해야 한다, 5)디자인은 반드시 경제, 경영 모델의 중심에 있어야 한다, 6) 디자인 매니지먼트 과정은 반드시 사람과 환경을 재생시키는 이윤을 남기기 위한 과정이어야 한다. 등 6가지를 제시하였다.

지속가능한 패션 시스템(sustainable fashion system)을 구축하기 위한 패션 디자이너의 실행 범주를 크게 두 가지로 나누어 볼 수 있다.

첫째, 디자인 생산을 위한 투입(input)을 감축하는 디자인 방법이다. 이 방법은 디자이너가 디자인에 사용하는 재료를 최소화하여 효율성을 높이는 디자인 방법이다. 1) 환경적 영향을 최소화하는 소재의 선택, 2) 원단, 재료의 재사용, 의복의 재활용 (리사이클 또는 업사이클), 3)의복 생산에서 cut & Sew의 제작공정 중 손실을 최소화하는 제로 웨이스트 디자인 방법 등이 있다. 환경을 고려한 소재의 선택의 디자인 사례로는 오가닉 코튼을 지속적으로 이용하는 브루클린 인더스트리와 아일린 피셔, 식물성 바이오 소재를 이용한 수잔 리, 친환경 염색을 이용한 스텔라 메카트니의 아디다스를 꼽을 수 있다. 이러한 소재 선택을 위해서 디자이너와 섬유 공학자와의 긴밀한 연구 혹은 소재의 생산공정, 폐기과정에 관한 구체적인 이해가 선행되어야 한다. 리사이클을 이용한 디자인 사례로는 마틴마르지엘라, 게리하비, 프롬썸웨어, 이미테이션 오브 크라이스트, 래코드 등 있으며, 이 또한 다양한 폐자원의 활용에 관한 이해가 선행 되어야 할 것이다. 제로웨이스트 디자인 사례로는 이세이 미야케의 APOC컬렉션, 마크리우, 임선옥의 파츠파츠 컬렉션이 있으며, 디자이너의 구체적 실행 방법으로는 제로웨이스트 디자인 방법 소분류의 이해와 더불어 새로운 아이디어를 위한 창의적인 패턴 메이킹 방법에 관한 연구가 필요할 것이다.

둘째, 소비자의 적은 소비를 유도하는 디자인 방법이다. 궁극적으로 소비자들의 새로움에 관한 욕구를 충족시켜 주어 소비자들로 하여금 적은 횟수의 소비로 제품의 오랜 사용을 이끄는 방법이다. 구체적인 실행 방법으로는 4) 참여디자인(Co-design), 5) 모듈화 디자인, 6) 트랜스포머블 디자인, 7) 감성적 디자인, 8) 테크놀러지 적용의 디자인 등이 있다. 참여디자인의 디자인 사례로는 오토 본

부쉬의 리폼 프로젝트, 메트루쉬카의 T-구성의 밤 이벤트, 두 셔츠(Do-shirt)프로젝트 등이 있으며, 디자이너가 사용자의 참여를 이끌어 내기 위한 새로운 프로세스 개발 및 참여자를 생산자로서 이끌기 위한 아이디어 제안이 필요하다고 사료된다. 모듈화 디자인의 사례로는 갈야 로젠필드, 카를로스 빌라밀, 스테파니등이 있으며, 이 또한 새로운 패턴디자인이나 기존의 전통적인 패션디자인 프로세스에서 탈피한 창의적인 디자인 개발의 노력이 필요하다. 트랜스포머블 디자인의 사례로는 텐트의 기능을 가진 CP company 의 rubber coating cape, 멀티 스타일링이 가능한 도나카란의 디자인이 있으며, 이를 위해 디자이너는 다른 범주의 기능을 접목하는 아이디어 발현과 다양한 스타일링을 유도할 수 있는 유연한 사고를 적용할 디자인 개발이 요구된다. 감성적 디자인에 관한 사례는 착용자가 옷에 대한 감성을 나누는 디자인 프로젝트를 진행한 오토 본 부쉬와 애착이 있는 제품을 활용한 디자인을 제안한 패트 그레이의 작업이 있다. 감성적 디자인의 실행 방법으로는 소비자로 하여금 감성적인 교감이 가능한 의복으로 느낄 수 있도록 스토리를 디자이너가 제작 과정에서 도입해야 하겠다. 테크놀러지를 적용한 디자인으로는 미적요소에 초점을 맞춘 후세인 살라얀 잉 가오의 작업이나, 기능적 측면에 초점을 맞춘 Wearable Experiment의 요가팬츠, OMsignal shirt등이 있다. 디자이너는 테크놀러지 기능의 다각적 이해와 전문가와의 협업을 통해 테크놀러지의 활용으로 소비자로 하여금 디자인의 지속적인 사용을 유도하는 역할을 이행해야 하겠다.

4. 결론

21세기 환경오염과 대한 우려가 높아지면서 지속가능 디자인은 패션디자인 분야에서도 끊임없이 해결해야할 문제일 것이다. 지속가능 패션디자인을 실현하기 위해서 디자이너로서 갖춰야할 전반적인 마인드와 이를 실행할 수 있는 구체적인 방법을 선행연구와 문헌을 통해 분류하였다. 생산재 투입 측면에서의 지속적인 디자인 방법으로는 친환경 소재의 선택, 재활용 재료 사용, 제로웨이스트 디자인 적용 등이 있었고, 소비자의 소비욕구를 낮추는 디자인 방법으로는 참여디자인, 모듈화 디자인, 트랜스포머블 디자인, 감성적 디자인, 테크놀러지 적용의 디자인이 있었다. 각 방법 별 디자인 사례를 바탕으로 디자이너의 구체적 실행방안을 도출, 제안하였다. 본 연구는 지속가능 패션디자인을 위한 디자인 방법적 고찰을 통해 현재의 패스트 패션 지향적인 시스템에서 지속가능한 패션시스템으로 변화하는 패러다임 속에서 패션의 근본적인 특성을 충족시킬 수 있는 성공적인 디자이너들의 발전에 도움이 되길 기대한다.

■ 참고문헌

- Fletcher, K. (2008) *Sustainable fashion & textiles: Design journeys*, London: Routledge,
- Lewis, V. D. (2008) *Developing Strategies for a Typology of Sustainable Fashion Design*, In Hethorn, J., & Ulasewicz, C. (Eds.), *Sustainable Fashion: why now?: A conversation about issues, practices, and possibilities* pp. 233-263.
- Hethorn, J. & Ulasewicz, C (2008) *Sustainable Fashion: why now?: A conversation about issues, practices, and possibilities*, New York: Fairchild Books.
- 나현신, 김현주 (2015) 제로 웨이스트 커팅 패션 디자인 사례 연구, *한국디자인포럼*, 48. pp 207-216.

현대 패션에 나타난 로베르토 카푸치(Roberto Capucci)의 건축적 조형 주름 디자인 연구

송아름* · 간호섭

국제대학교 패션디자인계열*, 홍익대학교 섬유·패션디자인학과

1. 연구목적

디테일 중에서도 주름디자인은 그리스, 로마 시대를 거쳐 현대까지 시대의 특징을 반영하며 변함없는 사랑을 받고 있다. 또한 우아한 디자인에 없어서는 안될 필수적인 디자인 요소가 되었고 현대에 들어서 디자이너들이 각자의 개성을 담아 다양한 주름의 특징들을 보여주고 있다.

주름 량의 간격, 소재에 따른 부피의 차이, 볼륨감등 여러 가지 요소들에 의해 디자이너의 특징을 구분 지을 수 있다. 그 중에서도 이세이 미야케(Issey Miyake), 마담 그레(Madame Gres), 포츨니(Fortuny) 등이 시대별로 주름을 표현하여 자신만의 스타일을 보여주었다. 한편, 이태리의 디자이너 로베르토 카푸치는 기존의 주름을 다루었던 다른 디자이너들과는 달리 중력을 따르지 않은 기하학적 형태가 있는 구조적인 조형의 주름을 독창적으로 표현하였다. 또한 그는 건축적 조형미와 원색의 사용으로 강한 시각적 효과를 나타냈다.

본 연구의 목적은 주름의 디테일도 조형으로 인식하여 그만의 주름을 표현한 로베르토 카푸치만의 표현 방법과 디자이너의 조형의지에 대해 살펴보고, 그것을 토대로 주름 디자인의 특성에 대해 알아보고자 한다.

또한 이러한 연구를 통해 몸의 곡선을 따라 수축과 확장을 넘나드는 박스 플리츠의 디테일을 3차원적인 의복디자인에 활용하여 어떻게 구조적인 조형으로 나타내는지 알고 주름 디자인 특성을 활용하는 창작물의 기초자료로 활용되기를 기대한다.

2. 연구방법 및 내용

연구의 방법은 연구의 기본이 되는 주름에 관한 일반적인 고찰을 통해 주름에 관련된 전문서적 및 패션 용어 사전, 사진자료 등을 통해 알아보고자 한다. 근대에서 현재까지의 여성 복식에 나타난 주름의 독창적인 디자이너들의 비교특징을 선행논문 및 국내외 패션 전문 서적과 간행물, 패션 관련 사이트 등에서 수집된 이미지 자료를 분석하여 정리한다. 또한 연구의 범위는 로베르토 카푸치가 타프타 실크로 주름을 표현한 시기인 1950년대부터 1970년대까지의 작품 총 30점을 토대로 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 주름의 이론적 고찰

1990년대 초반에 주름개념이 건축 디자인 분야에서 회자되기 시작하면서 해체주의 건축을 대체할 수 있는 새로운 건축 이론으로 관심을 받기 시작했다. 이 분야에서 두각을 드러낸 들뢰즈의 주름이론은 라이프니치의 모나드 이론에 근원을 두고 이를 시공간개념으로 해석하여 발전시킨 것이라 볼 수 있다. 여기서 모나드란 더 이상 분해될 수 없는 통일체, 단일체로서의 의미이며 끊임없이 새로운 관계와 사건이 발생한다고 보았다. 특히 의상에서의 주름은 의복의 공간을 외부환경으로 확장시키고 유동적인 구조로 변화시키는 효율적인 방안으로 인식되고 있다.

이세이 미야케는 직물의 표면에 주름을 통한 인정한 패턴을 만들어 3차원적인 공간을 생성함으로써 신체의 외형과 움직임에 따라 유동적으로 변화하는 구조로 표현하였다.

포츨니는 인간의 신체를 찬미하는 합리적이고 기능적인 요소들을 주름에 가미하여 우아하고 고급스러운 표현방법으로 자연스러운 신체를 부각시켰다.

마담 그레는 아르데코적 성향의 단순한 형태의 실루엣과 주름에 의한 직선과 곡선의 반복되는 리듬과 울동감을 창조하여 옷감을 걸치는 방법에 따라 다양하게 표현하였다.

2) 로베르토 카푸치의 디자인 특성

이탈리아의 로베르토 카푸치는 기하학에 기초를 둔 조형으로 구조적 의상을 입체적으로 표현하는 디자이너이다. 그는 자신의 작품을 표현하기 위해 빗살처럼 주름진 재질을 이용하였다. 또한 다양한 양식과 색채구사를 통하여 표현적 의상을 선보이고 있다. 이는 기하학을 의상구성의 기초적인 단위로 사용하여, 감성적이고 비논리적인 특성인 디오니소스의 이미지를 산출하는 복식의 양면성을 창조해주는 것이다. 원과 사각형을 기본으로 한 다양한 기하학적 형태들을 이용하여 매우 화려하고 강렬한 의상의 이미지를 나타내주는 그의 일러스트레이션이다. 그가 입체파적 표현주의와 긴밀한 디자이너라는 사실은 여러 모양의 입체도형을 다양한 방법으로 해체하여 전개하거나, 구축하듯이 배치하여 조각적인 의상을 구사하는 데서 규명될 수 있을 것이다. 1980년대이후로 로베르토 카푸치의 주름 조형은 반복적인 울동감을 나타낸다. 또한 로베르토 주름 조형을 현대적으로 재해석한 작품에서도 주름 소재의 사용으로 인한 볼륨성과 조형적이고 기하학적인 디자인 주를 이룬다.

3) 로베르토 카푸치의 조형주름의 표현특성

로베르토 카푸치의 조형주름은 기하학적 구성에 평면적인 도형의 입체적 실루엣, 건축적 조형의 재해석 등으로 독창적인 기법이 나오고 있다.

이렇듯 로베르토 카푸치의 조형주름은 반복적인 표현 특성을 가지고 있다. 이는 한방향으로 접히는 반복적인 플리츠는 주름 너비에 따라 3차원적인 조형물로 인식된다. 길이, 폭, 소재에 따라 형태가 달라지고 상의와 하의로 구분하여 부분적인 주름을 사용하였다.

4. 결론

로베르토 카푸치의 주름 디자인의 조형성을 연구한 결과는 다음과 같다. 균형과 비율의 미, 원색의 상징성, 기하학적 형태로의 재해석 등이 있다. 또한 현대 패션에 적용된 로베르토 카푸치(Roberto Capucci)의 주름의 조형성은 신체 형태의 변형과 왜곡, 원색의 강렬함(환상성), 실크와 타프타를 결합한 타프타 실크의 유연성, 기하학적 형태로의 재해석, 리드미컬 리듬감으로 분석되었다.

인체의 구조를 벗어난 3차원으로 표현하여 새로운 조형 형태를 만들어냈다. 강렬하고 극적인 의상을 조각적인 이미지로 형상화한 로베르토 카푸치의 디자인은 르네상스의 이상적인 아름다움과 균형감각 속에 바로크의 감성적이고 극적인 요소를 기하학적인 형태로 재해석하였다.

■ 참고문헌

채금석(2007), “현대복식미학-표현주의에 근거한 양면가치를 중심으로”, *경춘사*, pp.241-256

고경남(2007), “주름의 조형성을 이용한 디자인연구”, *국민대학교 석사학위논문*

이서희(2004), “로베르토 카푸치 작품에서 나타나는 조각적 조형성 특성”, *한국디자인트렌드학회*, 6(2), pp.109-118.

추연실(2005), 바이오 모픽 이미지를 응용한 직조디자인 연구, *이화여대 디자인대학원 석사학위논문*

우리는 라이프 스타일을 입는다.

Life style of Thursday Island

김 세 권

(주)지엔코 CNT팀

1. 연구목적

국내 캐주얼 패션브랜드 Thursday Island의 2000년 런칭과 이후 16년간 변화를 통해 트렌드, 라이프스타일이 브랜드에 미치는 영향을 다양한 사례를 통해 알아보고, 변화가 가져오는 새로운 소비자 창출 기회와 건강한 브랜드를 만들고 유지하기 위한 전략을 알아보하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

첫째, Thursday Island의 16년간 History를 간략하게 알아보하고자 한다.

Thursday Island는 2000년 스포츠 브랜드들의 전성기와 맞물려 urban vintage casual이라는 브랜드 장르로 런칭하게 되었다. 초창기 브랜드는 아메리칸 캐주얼 에버크롬비의 style을 모티브이션으로 한 유니섹스 캐주얼브랜드였다. 그때만 해도 다양한 브랜드를 접해 볼 수 없었기 때문에 Thursday Island의 내추럴하고 빈티지한 컨셉의 브랜드 런칭은 소비자들로 하여금 새로운 style로 사랑받게 되었고, 유사한 컨셉의 브랜드가 탄생하는 계기가 되기도 한다. (ex/ Who A U)

이후 브랜드가 성공적으로 안착을 하게되는 계기가 있다면, 키얼스 던스트 모델기용으로 브랜드가 대중적으로 사랑을 받게되고 정상의 괴도에 올라 안정적으로 유지가 되었다. 2년동안 지속적인 셀럽 마케팅으로 브랜드의 질적 양적 성장을 하게 되는 반면 상대적으로 남성 소비자들에게는 강력한 임팩트를 주지 못했다. 이때 T.I for men이라는 별도 남성 브랜드를 런칭하게 된다. 이시기는 남자들도 서서히 옷에 대해서 관심을 갖게 되는 때이며, 스스로 옷을 구매하기 시작하는 시점이기도 한다.

보수적인 한국 남성소비시장에 캐주얼이라는 개념이 미미한 시점. 일명 양복 브랜드(지크, 갠럴시, 트루젠 등)들에 캐주얼이 메인인 되는 남성복을 런칭하였고. 그후 커스텀멜로우, 시리즈등이 런칭하게 되어 균을 이루게 되기도 한다. 이러한 변화는 현재 브랜드의 형태를 유지하게되는 모태가 된다.

두번째, Thursday Island의 origin에 대해서 알아보하고자 한다.

브랜드 이미지는 제품이상으로 중요한 부분이다. Thursday Island이름은 호주 인근의 작은섬의 이름으로 여행이라는 테마를 가지고 있다. 목요섬에 휴식과 같은 네이밍은 지금껏 소비자들에게 건강한 정신과 여행이 가지고 있는 정신을 테마로 전달해준다. 그 정신은 브랜드의 Style이 오랫동안 큰 흔들림 없는 이유이기도 하다.

Thursday island는 국내 브랜드이지만 많은 소비자들은 지금까지 해외브랜드로 아는 고객이 많다. 브랜드가 16년동안 유지해오면서 여러 캠페인을 진행하는데 그중에 광고 캠페인을 해외

Location광고와 모델들로만 캠페인을 펼친 결과로 분석되고 있다. 그런것들이 소비자들의 머리속에 자연스럽게 인식되고, 브랜드는 오히려 해외 수출을 하게 된다.

세번째, Thursday Island의 소비자들과의 다양한 소통방식에 대해서 알아 보고자 한다. 먼저 브랜드 마케팅에 대해서 알아보려고 한다. 그중에서도 콜라보레이션을 통한 마케팅에 대해서 알아보자.

Thursday Island에서는 오르세미술관(2011), 루브르 박물관(2012)과 콜라보 레이션을 진행하였다.

오르세미술관의 전시에서는 전시작품 고흐의 별밤등 6가지 작품을 티셔츠에 프린트를 하여 제작 및 전시하였고 가수 FX와 화보진행도 함께 진행하였다. 르부르 박물관전은 반다나와 액세서리 목걸이 팔지등에 작품을 입혀 제작, 같은 방법으로 작품을 판매 아티스트 영상으로 제작 퍼블리싱 하였다.

2013년에는 그린플러그드에는 함께 참여해 소비자들 속에 들어가 여행이라는 테마를 문화를 통해 전달했으며, 2014년 Music 콜라보레이션은. 베르린, 뉴욕등 4개국 13팀의 언더그라운드 아티스트의 밴드음악을 목요일마다 선보이게 하였다. 우리나라 대표로는 모델 장윤주씨등이 참여하기도 하여 화보도 함께 진행하였다. 이렇게 Thursdya Island는 꾸준히 뮤직, 아트 그리고 문화 전반에 걸쳐 고객과 다양하게 소통한다.

네 번째, 소비자들의 의식주 변화에 따른 브랜드 인식 변화에 대해 알아본다.

힐링(Healing)이라는 말은 얼마전까지만 해도 유행처럼 쓰여지는 단어다. 지금은 그보다 발전된 키포크라이프(kinfolk Life)까지 이러한 소비자들의 의식주와 연관된 말들은 브랜드를 만들고 브랜드를 변하게 만든다. 힐링이라는 말이 유행했을 무렵 아웃도어 브랜드들의 런칭이 주류를 이뤘다. 단순히 입는 것은 입는것으로 끝나는 것이 아니라 나의 라이프 스타일을 변화시키고 발전시킨다.

몇 해 전부터 먹방 쿡방을 비롯하여 각종 요리에 관한 컨텐츠들이 쏟아져 나왔다. 그리고는 최근에는 집방이 여기저기에서 방송되기 시작했다. 스웨덴 브랜드 이케아가 들어오고 스페인 브랜드 자라홈이 국내에 진출한것도 이와 관련이 있다고 볼 수 있는 것이다.

소비자들은 이제 내가 머무르는 집에 관심을 갖기 시작한 것으로 판단된다.

다섯째, Thursday Island의 Life style brand “COVETBLAN”

Instyle market이 진화를 거듭하고 있다. ‘인도어 라이프(indoor life)’ 로 업그레이드 되며 홈 패브릭등 리빙 제품뿐 아니라 키친 웨어와 보디케어까지 그 범위를 확장하고 있다. 집안을 꾸미는 것에 대한 관심이 높아지면서 ‘가드닝(Gardening)’이 확대되며 ‘소비자’의 일상생활이 변하고 있다.

현재 라이프스타일 및 잡화 카테고리 세어가 확대되고 있으며 다양한 결합 형태를 보인다.

패션쪽에서도 많은 브랜드들이 Life style을 접목한 다양한 형태를 브랜드를 만들고 있다. 소비자들은 브랜드안에서 모든 의식주를 해결하기를 원하고 있는데, F&B(food and beverage)를 시도하고 있는 것이 일 예라고 할 수 있다. 국내에서는 바버샵을 오픈한 클럽 모나코가 그렇고, 도쿄 오모테산도에 카페를 오픈한 메종키츠네가 그렇다.

Thursday Island 또한 브랜드가 가진 자유로운 감성과 여행을 테마로 Life style 브랜드를 준비하고 있다. 집에서 느끼는 여행의 감정, 또는 여행지에서 느끼는 편안한 집 같은 느낌은 어떨까? Thursday Island Life Style 브랜드“COVETBLAN”의 브랜드 컨셉과, 테마다. 소비자들의

트렌드 변화가 새로운 브랜드를 탄생시키며 필요한 브랜드로 성장하게 만든 결과가 아닐까? 한다

3. 결과 및 고찰

브랜드 Thursday Island를 통해 소비자의 트렌드와 라이프스타일이 브랜드에 미치는 직·간접적인 영향과 그의 따른 브랜드의 변화를 볼 수 있으며, 그 변화는 아직도 진행중이다. 의류 매장은 단순히 옷을 파는 차원을 넘어서 그들만의 문화를 체험, 공유하는 ‘복합 문화 공간’으로 변화해 가고 있다.

4. 결론

소비자들은 새로운것에 쉽게 반응하고, 브랜드에 끊임없이 변화를 요구하며, 라이프스타일과 트렌드의 변화에 맞춰 브랜드를 변화시키는 주체적 역할을 한다. 그에 따라 브랜드는 가치있는 브랜드를 위해 소비자들에 귀를 기울이고 끊임없이 변화하며 노력해야 한다.

인체안전 소재 및 고강도 재봉사 등에 활용되는 아라미드 섬유의 용도

강 철 규
(주)효성 아라미드 사업단

1. 서론

예기하지 못한 일상적인 위험이나 사고에 대처하기 위한 섬유 및 의류산업 분야의 최근 개발제품 중 중요한 품목으로서 안전에 관한 신소재를 들 수 있다. 본 연구에서는 이들 안전을 포함한 산업 자재 분야에서의 신소재인 아라미드 섬유에 대한 연구결과와 인체안전성 관련 의류분야에서의 용도 등에 대해 보고하고자 한다.

2. 연구내용

산업자재 분야에서 아라미드 섬유는 강철보다 높은 인장강도와 탄성률, 섭씨 500도에서도 타지 않는 내열성과 화학 약품에 강한 내성을 지닌 Super 섬유를 말한다. 이 섬유는 방탄복, 광케이블 및 로프, 타이어 보강용 등으로 사용되고 있다.

Para계 aramid 섬유는 방향족 고리 사이에 Amide결합 (-NHCO-)이 para형으로 적어도 85% 이상 결합한 분자구조를 가진 섬유라고 정의되고 있다.

방탄재 사업은 고객이 처해있는 위협요인(Threat)에 대한 최적의 방호Solution(Performance, Weight, Cost, Comfort)을 제공하는 것이다. 과거의 위협요인(총탄, 파편 등)별 방호능력 중심의 Needs에서, 최근에는 활동성(Light Weight, Comfort)과 다기능(Multi Threat Protection) 방호능을 요구하는 Trend로 변화하고 있다.

이 중 위협에 대한 등급을 보면 미국의 경우 그 등급을 NIJ기준에서는 다음과 같이 구분하고 있다.

Level II~III : 섬유만으로 방어 가능.(Handgun protection)

Level III~IV : 섬유 + Plate로 방어 (Rifle protection)

이 분야에서 국제적 경쟁력을 강화하기 위해서는 이들 방호용 섬유의 개발 및 활용에 있어서 사용자의 안전성 확보와 함께 내구성, 착용감의 만족, 의복 형태의 디자인, 패턴과 봉제 등 총체적인 설계 요소에 대한 지속적인 연구 개발이 필요한 상황이다.

한편 수송 분야 중 자동차 타이어, 산업용 중 벨트 등에서 주목을 받고 있는 아라미드의 주요 MRG(Mechanical rubber goods)용도는 Tire, Hose, Belt, Brake Pad 등으로 자동차 용도의 내부 보강재로 사용되거나 Tirecord, 연사품, Dip-cord, Pulp 등의 형태 등 각 용도에 적합한 형태로 가공되어 자동차 용도에 사용되고 있다.

재봉사 용도로서 아라미드는 Spun yarn 및 Filament형태로 재봉사로 제작되어 침구류 및 산업용

재봉사에 사용되고 있으며, 최근 Protective wear 및 Footwear에 적용되는 사례가 증가하고 있다. 미국의 경우 California 주법은 매트리스 재봉사는 고강력과 고난연성 소재인 파라계 아라미드를 사용하도록 하고 있다. 또한 매트리스 내부 재료와의 결속력을 강화하고 화재에 노출되는 위험한 상황에 미리 대비할 수 있도록 하였다.

이때 요구하는 기준은 다음과 같다. 즉 Vertical Flammability 시험을 만족시키기 위한 탄화거리(Char length)는 100mm 미만이며, After flame time은 2초 미만이 되어야 한다고 규정하고 있다. 또한 재봉사는 Melting/Dripping이 발생해서는 안된다고 요구하고 있다.

3. 결론

향후 의류 패션산업 분야는 첨단 고분자분야의 개발성과를 공유하며, 정보통신산업분야를 포함한 여러 신성장동력 분야의 융복합 산업과 함께 성장할 때 보다 폭넓은 발전이 있을 것으로 보인다. 특히 국내외적으로 급변하고 있는 상황에 대비한 새로운 연구분야의 확장과 산업의 창출을 위한 산학연의 공동연구와 개발 및 교류가 시급한 상황이다. 앞으로 산업자재 및 인체의 안전성 확보를 위한 연구개발의 성과가 산업 및 학문의 발전에 기여하기를 기대한다.

■ 참고문헌

WO 2015093722 A1, “일방향 아라미드 시트와 폴리에틸렌 필름을 이용한 방탄복 및 이의 제조 방법”, 공개일 2015년 6월 25일.

란제리 생산MD에 대한 직무 소개

김 동 현

BYC 란제리 사업부

1. 연구목적

본 연구는 국내 내의 업체(BYC) 란제리 사업부의 생산자 역할을 분석해 봄으로써 란제리 생산 MD에 대한 직무를 재정립해보고자 한다. 이를 위해 생산관리자의 조직 및 역할, 업무 내용 및 특성 등을 분석하고자 하며, 외의 브랜드의 생산관리 업무와의 차이점을 비교, 분석해보고자 한다. 본 연구는 향후 내의 업체의 생산관리자 역할 정립에 기초 자료를 제공하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

BYC 생산관리부에 근무하고 있는 생산관리자의 업무 파악을 위해 담당 업무 내용을 중심으로 상담을 실시하였다. 이를 통해 현재 BYC에서 택하고 있는 생산방식에 대해 알아보고, 타 패션업체와는 다른 생산관리자의 차별화된 업무 내용에 대해 파악해보고자 한다.

3. 결과 및 고찰

생산관리부서는 독립적인 형태의 조직으로 구성되어 있으며 생산, 구매, 개발, QC팀 등으로 나뉘어 업무를 분장하고 있다. 생산관리팀의 업무 내용은 타사와는 다르게 영업MD 업무의 일부를 포함하고 있다. 그 업무의 흐름을 보면 다음과 같다. 디자인실에서 개발된 제품에 대한 품평회를 통해 개발 제품을 채택하고 품번을 등록하며 사전 원가계산을 진행하게 된다. 이후 최종 생산량이 결정되면 생산업체를 선정하고, 수량에 따른 원단 요청, 부자재 소요량을 입력한 뒤 원부자재 가격에 대한 협상을 진행하며 봉제의 난이도에 따라 임가공비를 점수화하여 최종원가계산을 실시하게 된다. 일련의 업무 지시가 끝나면 디자이너에게 제품지도서와 샘플을 인계받아 해당 봉제처로 발송하여 본격적인 생산 진행, 납기 등의 업무를 진행하게 된다. 이 절차는 동종업계 및 아우터를 진행하는 방식과 거의 비슷하지만, 생산MD의 고유 업무 외적인 공급제품의 매장별 초도 배분과 제품 순환지시 등 영업MD가 하는 업무까지 맡아서 동시에 진행하고 있다. 또한 BYC의 경우 각 거래처에서 수주를 통해 제품 사입을 하게 되고, 이를 통해 출고하는 시스템이므로 매출관리와 재고관리에서 매우 효율적이라 할 수 있다. 아울러 각 지역별 판매 사원에게 매출을 독려하여 사업부 별 매출 목표를 이룰 수 있도록 한다.

4. 결론

많은 사람들이 속옷은 계절감이나 기능적 부분이 아우터 보다 적을 것 이라고 생각하지만, 최근 속옷의 트렌드는 각 계절에 맞는 패션 원단과 기능적인 부분을 많이 강조하고 있다. 예를 들어 브래지어의 경우 착용 시 중요 역할을 담당하는 와이어와 몰드를 더욱 편안하게 제작하고자 노력하고 있으며, 미세한 신체보정을 위해 전문화된 연구 등이 이루어지는 등 패션과 기능 두 가지를 한꺼번에 만족시키고자 노력하고 있다.

본 연구에서는 BYC의 란제리 기획 및 생산 직무 소개를 통하여 란제리와 관련된 패션 사업을 준비하고자 하는 기업에서 생산MD의 구체적 업무를 파악할 수 있을 것이다. 즉 아우터와는 다른 특수성을 인지하여 기업에서 요구하는 업무를 해결할 수 있는 실무적 능력 함양에 기초적인 자료로 활용될 수 있을 것이다.

■ 참고문헌

천종숙, 신상무(2009), “글로벌 어패럴 비즈니스 시스템”, *시그마프레스*,

내수 의류 브랜드 영업 구조 및 유통망 체계

정 원 기
인디에프

1. 연구목적

본 연구는 내수 의류 브랜드(여성복)의 종류를 파악하고, 브랜드 영업 구조 및 유통망 체계를 이해하는 데 그 목적을 둔다.

2. 연구방법 및 내용

먼저, 의류 브랜드의 종류를 알아보려 한다. 구체적으로, 국내에 존재하는 의류 브랜드는 기본적으로 크게 내수 브랜드 및 해외 수입 브랜드로 분류된다. 의류 브랜드를 구분하는 기준에 대해서 알아보고, 어떠한 기준으로 의류 브랜드가 구분이 되는지에 대해서 알아보려 한다.

다음으로, 내수 의류 브랜드 유통망 별 영업 구조를 분석하고자 한다. 각 브랜드들은 여러 가지 유통망 안에 존재하며, 고객들에게 의류를 판매하고 있다. 유통망 종류에 대해서 알아보고, 각 유통망 별로 어떠한 영업 구조를 가지고 있는지 분석한다.

마지막으로, 의류 브랜드의 유통망은 대리점, 백화점, 아울렛으로 크게 3가지로 나누어진다. 각 유통망 별로 의류 브랜드와의 관계는 현저히 다르다. 이 점에 대해서 분석하여 어떻게 차이점이 있는지에 대해서 알아본다.

3. 결과 및 고찰

의류 브랜드는 각기 다른 유통망에서 다양한 방식으로 운영되고 있다. 유통망의 빠른 변화에 맞춰서 브랜드가 가지는 영업 구조도 계속해서 변화하고 있는 것을 알 수 있다.

4. 결론

현재 국내 의류 브랜드의 영업 구조 및 유통망 체계를 이해하고, 앞으로 어떻게 나아갈 지에 대해서 판단할 수 있다.

■ 참고문헌

장은영(2013), *패션유통과 마케팅*, 교학연구사, pp.101-108.

반응성염료를 이용한 스트링벽지 패딩염색에 관한 연구(1)

이준한 · 강영웅 · 우종형* · 김지훈** · 김선미***

여명벽지(주), 한국섬유소재연구원*, ECO융합섬유연구원**, 건국대학교***

1. 연구목적

스트링벽지는 셀룰로오스계 원사를 나열하여 원지에 배접(laminating)한 섬유벽지로 제작공정이 생략되어 대량생산 시 제조비용이 낮으며, 소재의 자연스러운 시각적 효과와 보온성, 통기성, 흡음성 등 우수한 기능성으로 인해서 인테리어 시장에서 꾸준히 각광 받고 있는 제품이다.

현재 스트링벽지는 Raw-white 원사를 배접하고 직접염료 또는 안료로 패딩(padding)염색하여 제조하는데, 유해물질이 포함된 직접염료와 안료는 일부 선진국에서 사용이 금지되어 있을 뿐만 아니라 표면의 광택 및 촉감을 저하시켜 해외의 고급시장 진출에 한계가 있다.

또한, 원사를 선염하여 제조하는 방법은 고품질의 제품생산이 가능하지만, 원사의 작태-염색-해사-분콘(分cone)-크릴거치의 복잡한 제조공정을 거치므로 높은 인건비와 에너지가 발생하여 다품종 소량생산 요구에 부응하기 어렵다.

본 연구에서는 직접염료와 안료 사용의 대안으로 반응성염료를 이용한 스트링벽지 패딩염색을 연구하여 우수한 외관과 품질을 갖는 스트링벽지의 생산 방안을 마련하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

1) 접착제에 따른 박리강도 및 유연성 평가

조양산업의 아크릴계 CP500과 Wacker사의 EVA계 AE555 2종을 각각 20g/m²씩 원지(Ahlstrom사, MA8212, 90gsm)에 도포하여 스트링벽지를 제조하였다. 접착제의 내수성을 확인하기 위하여 제조한 벽지를 상온의 물에 10분간 침지 후 50℃에 50분간 건조하여 침지에 따른 접착제별 박리강도의 차이를 KS F 3217의 실험방법을 통해 평가하였다. 접착제 도포량에 따른 유연성 차이는 KS K ISO 9073-7을 응용하여 벽지의 굽힘 깊이를 측정해 평가하였다.

2) 최적염료 선정

벽지에 적합한 수준의 견뢰도를 가진 염료를 선정하기 위해, 규산나트륨 50g/l, 침투제 5g/l를 혼합한 용액에 Synozol K3RS, Sunfron CR, Drimarene 및 Synozol K-HL 반응성염료를 각각 Yellow, Red, Blue 및 Combi의 배합으로 총 16종의 염액을 제조하였다. 제조된 염액에 스트링벽지를 침지-숙성-수세-건조하여 일광견뢰도와 마찰견뢰도를 KS K 0605와 KS K ISO105-B02으로 평가하였다.

본 연구는 중소기업기술개발지원사업(과제번호:S2295325)으로 수행되었음.

Corresponding author : Sun Mee Kim, Tel.+82-2-450-4296

E-mail : cemi@konkuk.ac.kr

3. 결과 및 고찰

1) 접착제에 따른 박리강도 및 유연성 평가

EVA계 접착제를 도포한 스트링벽지의 굽힘깊이는 7.42cm, 박리강도는 3.11N를 보였고, 아크릴계 접착제를 도포한 스트링벽지의 굽힘깊이는 6.79cm, 박리강도는 2.05N를 보였다. EVA계 접착제를 사용할 경우, 내수성과 유연성이 모두 우수하여 염료패딩과 수세공정에서 발생하는 박리와 접힘에 의한 불량률 감소시킬 수 있는 것으로 확인되었다.

2) 최적염료 선정

16종의 염액을 사용하여 제조한 스트링벽지의 일광견뢰도는 모두 4급 또는 4급 이상으로 측정되었다. 건마찰견뢰도는 Synozol K-HL가 모든 색상에서 4-5급으로 가장 우수했으며 그 외 시료는 4급으로 측정되었다. 습마찰견뢰도는 16종의 배합 모두 3급 미만이었다.

4. 결론

박리강도와 유연성이 고려된 배접조건을 확립하여 반응성 염료를 이용한 스트링벽지의 패딩염색과 수세가능성을 확인하였으며, 벽지에 사용하기 적합한 수준의 일광견뢰도를 가진 염료를 검증하였다. 앞으로 계속되는 연구를 통해, 습마찰견뢰도를 증진시킬 수 있는 가공조건을 확립하여 직접염료나 안료 사용에 비해 물성과 친환경성이 모두 우수하며 다품종소량생산이 가능한 공정조건의 확립이 기대된다.

나아가 목표색상을 구현하는 염액의 처방과 검증방법을 구축하여 실제 현장에 적용하는 것을 최종 목표로 연구를 진행하고자 한다.

■ 참고문헌

김해림, 김영탁, 박영주, 이해평(2009), “내장벽지의 연소특성에 관한 연구”, *한국화재소방학회*, pp. 520-525

이정호, 이인열, 조성훈, 조현태(2013), “면니트의 CPB 염색에서 NNMF 알고리즘을 이용한 새로운 컬러처방 예측 기법”, *한국섬유공학회지*, 50(1), pp. 7-15

우종형, 용광중, 이귀왕(2009), “합지벽지용 수성접착제의 내수성 향상에 관한 연구” *한국염색가공학회*, 41, pp. 151-152

김기성(1995), “벽지와 도배”, *유림*, pp. 108-210

국내 화장품 시장의 저가상품 성장을 반영한 향수제품개발 -‘에데니고 퍼퓨머스 아뜰리에’의 맞춤형 향수 키트 ‘리틀오르간’ 개발 사례연구-

김 은 유
주식회사 에데니고

한국의 유명한 중저가 화장품 브랜드인 미샤는 지난 2010년 3분기부터 화장품 업계와 국내의 소비자들의 이목을 받기 시작했다. 2010년 5월 9일 KBS 다큐멘터리 ‘화장품 회사가 알려주지 않는 진실’에서, 미샤의 저가 에센스 제품과 소위 명품 브랜드라고 불리는 S브랜드의 고가 에센스 제품의 블라인드 테스트 경쟁을 통해 가격대비 품질차이가 나지 않는다는 것이 밝혀졌다. 방송 이후 비교 대상이었던 미샤의 에센스 제품에 대한 네티즌 문의가 빗발쳤고, 한동안 제품의 품귀현상이 지속되었으며, 리뉴얼된 제품이 출시되었을 때에도 그 인기가 여전하였다. 방송이 나간 후, 고가 화장품의 효능 대한 불신이 커지게 되었고, 이를 본 시청자들은 “가격대비 상품의 질이 결정될 것이라 믿었는데 배신당한 기분”이라며, “이제부터라도 합리적인 소비를 하겠다.”는 등의 반응을 보였다고 한다.

한국은 2016년 현재까지 계속되는 경기 침체로 가성비를 중요하게 생각하는 소비 트렌드가 형성되었고, 품질이 우수한 저가 제품에 대한 소비자의 열망이 화장품 시장에도 반영되어 가성비 좋은 화장품 브랜드에 대한 관심이 점차 높아지고 있다. 최근 한국의 화장품 시장이 확장됨에 따라 수입 화장품에 대한 의존도가 감소되고 있는 추세이다. 비싼 명품 화장품이나 유명한 수입 브랜드 화장품만 고르는 시대는 지났다. 뛰어난 품질에 합리적인 가격의 화장품에 대한 수요가 늘어나고 있으며, 이렇게 가성비를 따지는 ‘가치소비’의 시대가 도래된 것이다.

이러한 합리적인 가치소비는 스킨케어와 색조화장품에만 그치지 않고, 최근 주목받고 있는 향수시장에도 비슷한 양상을 보인다. 국내의 중저가 화장품 브랜드는 향수시장의 성장세가 가속화됨에 따라 연이어 향수 라인을 지속적으로 선보이고 있다. 더페이스샵, 이니스프리, 아리따움, 에뛰드, 토니모리 등 중저가 브랜드로 오랫동안 자리매김을 한 국내 브랜드들은 향수, 고체향수, 롤온퍼퓸 등 다양한 향수 제품을 출시하여 인기를 끌고 있다. 특히 더페이스샵은 카카오프렌즈와의 콜라보레이션으로 ‘소울향수’라는 향수라인을 개발하였으며, 가성비가 좋다는 품평으로 네티즌들 사이에서 소문이 자자하다. 그 외에도 랩코스의 롤온 퍼퓸, 올리브영 PB브랜드인 라운드어라운드의 향수라인 등 다양한 각도에서 향수 제품에 대한 개발이 이루어지고 있으며, 5,000원대부터 20,000원대까지의 저가 향수 제품이 지속적으로 출시되고 있다.

따라서 본 발표에서는 첫째, 국내 화장품 시장의 저가 브랜드 및 저가 제품의 성장 추이를 연구, 분석하여 저가 화장품의 시장 점유율과 성공 사례를 설명하고자 한다. 둘째, 중저가 화장품 브랜드에서 연이어 출시되고 있는 향수 제품 라인에 대해 살펴보고, 마지막으로 이러한 사례를 바탕으로 국내 저가 화장품 시장의 새로운 트렌드를 반영한 향수 브랜드 ‘에데니고 퍼퓨머스 아뜰리에’의 맞춤형 향수 키트 ‘리틀오르간’ 제품 개발 사례를 소개하고자 한다.

<목차>

1. 국내 화장품 소비트렌드
2. 국내 저가화장품 시장의 규모
3. 저가화장품 브랜드의 성공사례
4. 저가향수제품 개발사례연구
5. 에데니끄의 저가향수 브랜드 제품개발 사례연구

8주간 EMANA 섬유웨어 착용시 20대 여성의 체형변화 -기능성웨어의 체형보정효과 연구-

엄성흠* · 박진화 · 박상희

고려대학교 스포츠의학과*, 청강대학교, 배화여자대학교 전통의상학과

1. 연구목적

현대사회에서 좌식생활은 보편화 되었고 이는 건강상 위험 요소를 증가시키는 것과 관련이 있다고 보고되었다. 최근 운동역학 연구에 따르면 1시간의 좌식 생활은 담배 2개피 만큼 해롭다는 견해와 하루 14시간이상 의자에 앉아서 생활하는 사람이 비만이 될 확률이 높다는 연구결과가 있었다. 이는 체형변화에 민감한 20대 여성들에 있어서 하체의 비만을 초래하는 좌식생활 패턴에 대한 해결 방안으로 보다 간편하고 일상생활에 적용하기 위한 방법으로 체형보정효과를 알아보고자 하였다. 8주간의 체형보정을 만들어주는 체표열반사 기능이 있는 emana 특수 원사로 만들어진 기능성 체형보정웨어를 하루 12시간 8주간 착용시 신체에 미치는 효과를 검증하였고, 식이요법은 키와 몸무게 체중을 고려하여 WHO의 1day 권장량을 섭취하도록 지도하였다. 하루에 음식물로 섭취하는 Kcal보다 신체활동으로 소비되는 열량이 많다면 근육량이 증가되고 기초대사량이 높아지며, 혈액순환이 원활하게 되어 신진대사가 원활해진다. 이는 신체의 긍정적인 반응으로 나타나며 지방세포를 줄여주거나 고지혈증을 예방하고 혈관내에 콜레스테롤 수치를 정상범위 내에서 유지할 수 있다.

여기에 체형보정 기능이 있는 10~30mmhg 범위의 의료용 압박타이즈에 준하는 emana 기능성웨어를 착용하여 효과를 알아보고자 하였다.

이번 연구에서는 특별한 운동프로그램을 적용하지 않고, 기능성 타이즈를 입고 8주간 적절한 식이요법을 적용한 20대 여성들의 부위별 사이즈 변화를 측정하였다. 현장적용 및 통제를 원활하게 하기 위해 신체활동을 별도로 제한하지는 않았으며, 대상자는 무작위로 무선 배정하여 측정하였다.

본 연구에서는 원적외선을 방사하여 체표열 반사효과를 나타내는 프랑스 로디아사의 EMANA 섬유 침착 코팅방법으로 제작된 특수 원사를 3D스캐닝을 통해 체표면적을 분석한 뒤 심리스공법으로 타이즈 형태의 기능성웨어를 제작하여 착용 실험하였다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구를 위해 의학적 문진과 검사를 통하여 심혈관계질환이나 과거 특별한 질환이 없는 20대 여성 12명을 선정하였다. 참가자 전원으로부터 자발적인 참여 동의를 얻어 선발하며, 실험참여에 앞서 본 실험에 대한 충분한 설명과 체형분석 절차에 따른 주의사항을 알려주었다.

원적외선과 음이온 방출 R제품 착용한 집단, 일반 제품을 착용한 집단을 6명씩 각각 무선배정하여 측정하였다.

실험설계는 다음과 같다.

pre test 1일 -> 일반 웨어 및 emana 기능성웨어 그룹 8주간 실험 -> post test 1일

Table 1. General characteristics of subjects *p<.05

	waist	thigh	arm	calf	p
emana.(n=6)	2.43±0.30	1.43±0.53	0.89±0.29	0.86±0.55	.033*
Cont.(n=6)	0.57±0.37	0.57±0.57	0.57±0.37	0.29±0.61	.041*

Table 2. Measurement of body size (pre -post) *p<.05

	emana.(n=6) Male: 7	Cont.(n=6) Male: 7	p
Age(years)	24.29±1.74	22.57±0.95	.404
Height(cm)	165.57±1.63	163.14±1.49	.132
Weight(kg)	52.86±2.14	51.57±3.08	.233

3. 결과 및 고찰

20대 여성들을 대상으로 8주간의 실험 후 기능성웨어 착용그룹이 일반웨어 착용그룹에 비해 체중이 1.2 ± 0.3kg 만큼 유의미하게 줄어 들었다. 이는 선행연구결과에 제시되었듯이 체형보정기능이 있는 기능성웨어 착용이 운동효과를 및 기초대사량을 증진시켜 체형관리에 도움이 된다는 것으로 해석할 수 있으며, 체표열반사기능이 있는 emana웨어 제품이 일반 스포츠웨어에 비해서 동일한 신체활동 적용 시 근육사용률이 증가되어진다고 할 수 있다.

혈류량을 비교하는 실험에서는 실험결과 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났으나 모세혈류량의 평균값은 기능성웨어가 높게 나타났다.

신체부위별 사이즈 둘레비교에서는 복부 > 허벅지 > 상완 > 종아리 순으로 기능성웨어 착용그룹이 일반웨어를 착용한 그룹보다 신체둘레 사이즈가 감소한 것으로 나타났다.

피부탄력도 비교실험에서는 두 그룹간의 차이에 있어서 유의미한 결과가 나타나지는 않았다.

4. 결론

체표열을 반사시켜 혈액순환을 향상시켜주는 체형보정웨어 착용은 20대 여성들의 체형보정 측면에 있어서 칼로리 소비를 촉진시키고, 신체의 기능을 향상시키는 것으로 생각된다. 이것은 인체가 원적외선을 받음으로써 혈관확장, 혈액순환촉진, 세포활성화 및 효소작용을 활성화 시키고 또한 피부로부터 흡수된 열에너지가 말초혈류 및 열전도에 의해 생체심부 혹은 생체전체에 열적작용에 의한 대사 작용을 활성화시키기 때문이라고 볼 수 있으며, 또한 혈관능력을 향상시킴으로써 각 조직에

필요한 혈액순환이 촉진된다고 보고한 선행연구 내용과 같은 맥락에서 나타난 현상이라고 할 수 있다.

다만 선행연구와 달리 피부탄력도 측정에 있어서 그룹간의 차이가 없었던 이유는 대상자들이 피부의 탄력도가 저하되는 진피 층의 노화가 진행되기 전의 연령이기 때문일 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

- 권오경, 고재운(2002) 고기능 섬유와 스포츠웨어. 한국의류산업학회지, 4(5), 421~431.
- 최태섭(1997) 천연광물의 원적외선 방사 특성과 이용 기술. 한국광물학회, 10(2), 46~73.
- 정연희, 이예진(2012) 3D 스캔을 이용한 사이클 동작 전후 체표 변화 고찰 및 2D 전개 패턴의 비교. 한국의류산업학회지, 21(5), 975~988.
- 여남희(2002) 생리보조물 함유 기능성 운동복 착용이 운동수행능력 및 자율신경과 체표 온도에 미치는 영향. 한국운동생리학회지, 11(1), 259~276.
- 박은주(2001) 거들 착용이 체형보정에 미치는 효과. 한국의류산업학회지, 3(3), 235~240.
- 박동호, 고병구, 윤성원, 이명천, 이종각, 정동식(2004) 온열, 원적외선, 카이로프랙틱 복합 처치가 갑상선, 스트레스 및 동화 호르몬의 변화에 미치는 영향. 체육과학연구원, 15(1), 34~46.
- 엄성흠, 박상희, 박진희(2015) 압박타이즈 착용이 중년여성들의 체형보정에 미치는 영향. 한국패션비즈니스학회, 춘계학술대회.
- 이미나, 김경란, 신수정, 이나라, 이채원, 최은주, 이인희 (2011) 20대 여대생의 체성분분석이 비만 인식과 비만관리 프로그램에 미치는 영향. 한국미용예술학회지, 5(1), 185~195.
- 윤성원, 김영수, 이명천, 정동식(2001) 원적외선 방출 기능성 운동복이 유산소성 운동능력 및 피로 회복에 경기력 향상 보조물로서의 효용성 검토. 체육과학연구원, 12(1), 26~37.
- 구현정, 이종각(2003) 원적외선, 온열, 카이로프랙틱 복합처치가 운동선수의 피로회복에 미치는 영향. 한국여성체육학회지, 17(2), 1~17.

환편기 종류 및 환편 편성물의 이해

-환편 편성물의 이해 및 고찰-

김 형 호

선형상사 주식회사

1. 환편기의 종류

환편기(다이마루, Circular Knitting Machine)는 바늘이 원형으로 배열되어 여러 가닥의 실이 가로 방향으로 Loop를 만들어 가면서 Loop와 Loop를 위아래로 차례차례 연결 되며 편성되는 기계를 말하며 종류는 크게 Single편기와 Double편기로 나뉘어진다. 현장에서의 Single편기는 Single 피다(feeder), Single 다피다, Single E-stripe(Engineering stripe) or 덴강(轉換-てんかん), Single Jacquard, Single E-stripe Jacquard로 나뉘며 Double편기도 역시 Double 피다(feeder), Double 다피다, Double E-stripe or 덴강(轉換(전환)-てんかん), Double Jacquard, Double E-stripe Jacquard로 나뉜다. Single 환편기와 Double환편기와 다른 양두(兩頭)기계(Double headed machine)도 있다.

1) 조직에 따른 분류

Single편기와 Double편기 양두편기의 분류는 Cylinder의 개수 및 Dial의 有無로 구분된다. 우선 Single편기는 Cylinder하나로 구성되어있으며 Cylinder에 배열된 Cam 운동에 따라 needle이 움직여 편성물을 생산하는 기계다. Double편기는 상판(Dial)과 하판(Cylinder)에 배열된 Cam 운동에 따라 바늘이 움직여 편성물을 생산하는 기계이며 Cam은 (Knit, Tuck, Welt or Float or Miss)로 이루어진다. Cam timing은 Cylinder Dial 환편기에서 Cylinder Cam과 Dial Cam 사이의 상호 위치 관계, 즉 Cylinder needle과 Dial needle에 의해서 Loops가 형성되는 Cylinder Cam의 환편탈출(Knock-over) 위치와 Dial Cam의 환편탈출(Knock-over)위치간의 타이밍을 의미하며, 이들 간격 위치 관계는 자유롭게 조정될 수 있다. Cam timing은 3종류로 나뉘는데 동시 타이밍(Synchronized timing), 지연 타이밍(Delayed timing), 역 타이밍(Reverse timing)이다. Double편기의 경우 일반적으로 지연 타이밍(Delayed timing) 방식이 적용된다. 양두(兩頭)편기는 Cylinder가 2개 있으며 Cylinder의 형태는 上下로 마주보는 형태로 이루어져있다.

2) 패턴에 따른 분류

편성물은 패턴에 따라 피다(feeder), 다피다, E-stripe or 덴강[전환](轉換-てんかん), Jacquard로 구분이 되며 Single편기를 기준으로 일반적인 기계제작시 114F 이상 즉 114피다 이상의 Stripe를 형성 할 수 없다. 이에 특수목적으로 제작된 다피다가 있다. 다피다(115F~432F)는 432피다 이상의 Stripe를 형성 할 수 없으며 보유 기종이 많지 않고 직경(Diameter) 및 게이지(Gauge)에 국한

되어 다양하게 편성 할 수 없는 부분과 많아진 Feeder로 인한 사행도(Skewness)가 우려되는 부분이다. (Single => Diameter(in) * 5.2, Double => Diameter(in) * 3.2) 이를 보완하기 위해 나온 형태가 E-stripe or 덴깡(轉換-てんかん)이다. 편직기계에서 Feeder수와 상관없이 간격을 자유롭게 조정 할 수 있는 편성기계이며 덴깡(轉換-てんかん)은 복수기(Yarn Change Device)가 달려있어 feeder, 다피다 간격 이상을 편성 할 수 있는 기계를 말한다. E-stripe는 일반 환편기로 표현 할 수 없는 Pattern stripe를 Repeat에 상관없이 편성하는데 사용하며 패턴반복 단위를 무한대로 설정할 수 있어서 어떤 Repeat이던 구현 가능하다. Jacquard편기는 편성물에 복잡한 변화 조직이나 무늬를 만들기 위해 사용되는 Jacquard 기구를 갖춘 편성기를 말하며 Pattern jack[needle과 같은 needle home에 위치하여, needle을 이동시키는 보조 요소로 한 개 혹은 여러 개의 버트(Butt: Latch나 Beard needle의 하단에 부착된 돌기부로 Latch needle에서는 이 부분이 Cam에 접촉하여 편성운동을 시킨다)가 있어 이 Butt가 Cam에 작용함]에 의하여 캠의 운동을 전달한다.

2. 환편 편성물의 종류

1) Single 편성물 조직

Jersey, Pique, Mini Zurry, 3단 Zurry 등

2) Double 편성물 조직

Interlock, Rib, Waffle, Sakariba, Punto 등

3) Single, Double Jacquard 편성물 조직

다양한 패턴물

4) 양두(兩頭) Jacquard 편성물 조직

다양한 패턴물

SNS 패션 브랜드 팬 페이지에서 지각된 의사사회적 상호작용의 역할

박지선* · 하세진

인천대학교 패션산업학과*

Dept. of Retail Hospitality and Tourism Management, University of Tennessee

1. 연구목적

소셜 미디어는 소비자들이 정보를 획득, 공유, 또는 분석하는 방법을 변화시켰으며, 이에 따라 브랜드 마케터들에게 중요한 마케팅 커뮤니케이션의 채널이 되었다. 많은 브랜드에서는 소셜 미디어 브랜드 계정을 만들어, 소비자와 직접적인 우호관계 형성을 기대한다. 이와 같은 브랜드 팬 페이지는 소비자들에게 브랜드 정보를 제공할 뿐 아니라, 소비자로서 하위 커뮤니케이션 및 브랜드 팬 페이지에 참여를 유도하고, 브랜드 충성도에 영향을 주며 소비자-브랜드 관계 형성에 중요한 역할을 하게 되었다. 이에 많은 회사들은 소비자와의 우호적인 관계 형성에 영향을 주는 성공적인 브랜드 팬 페이지 환경을 디자인하기 위하여 많은 노력을 보이고 있다. 본 연구는 브랜드 팬 페이지에서 소비자들이 팬 페이지와 우호적인 관계 형성을 하고 더 나아가 브랜드 충성도를 보이게 되는 과정에 대한 이해를 높이고자 한다. 이 과정을 설명할 수 있는 이론으로, 의사사회적 상호작용의 이론을 제안하며, 패션 브랜드 팬 페이지에서 지각된 의사사회적 상호작용의 역할을 알아보고자 하였다. 의사사회적 상호작용은 미디어 시청자가 미디어 속 등장인물과 실제 관계를 하며 상호작용을 하고 있다고 느끼는 정도를 말한다(Horton & Wohl, 1956). 본 연구는 소셜 미디어 환경에서 소비자들이 브랜드 팬 페이지와 상호작용을 하고 있다고 느낄 수 있다고 제안하며, 그 정도가 팬 페이지와의 관계 형성 및 브랜드 충성도에 영향을 미칠 수 있다고 가정하였다. 선행연구를 바탕으로 본 연구는 소비자들의 지각된 의사사회적 상호작용에 영향을 줄 수 있는 요인으로 소비자들의 몰입 정도와 지각된 사회적 실재감을 제안하였다. 이와 같은 소비자들의 지각된 경험은 사이트에 대한 평가가 영향을 미친다고 가정을 바탕으로 한다. 즉, 사이트에서 콘텐츠 정보의 생생함과 상호작용성은 소비자들의 관심과 주의를 불러 일으키고 사용자들에게 감정적 또는 시공간인 거리를 좁히게 되어, 소비자들의 몰입 정도 및 사회적 실재감과 같은 팬 페이지에 대한 경험에 영향을 미치게 될 것이다. 따라서, 본 연구는 팬 페이지에서 소비자들의 지각된 의사사회적 상호작용에 영향을 미치는 요인 및 결과 요인을 제안하고 이 관계를 검증하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구에서는 패션 브랜드 SNS 페이지에서 소비자들의 사이트에 대한 평가(생생함, 상호작용성)

가 소비자들의 브랜드 SNS 페이지에서의 지각된 경험(몰입, 사회적 실재감)에 미치는 영향, 지각된 경험(몰입, 사회적 실재감)이 의사사회적 상호작용에 미치는 영향 및 의사사회적 상호작용이 브랜드 팬 페이지와의 우호적 관계 형성 및 브랜드 충성도에 미치는 영향을 연구모형으로 제안하고, 이를 검증하고자 한다. 연구모형을 실증분석하기 위해서 최근 1개월 이내 패션 브랜드 페이지를 방문한 적이 있는 20세-40세 국내 소비자들을 대상으로 2016년 온라인 설문조사를 실시하였으며, 총 290부가 최종 분석에 사용되었다. 설문 측정도구는 모두 선행연구에 바탕을 두었으며, 측정도구 평가 및 연구문제 검증을 위한 통계분석 프로그램으로 AMOS 21을 사용하였다.

3. 결과 및 고찰

다수문항으로 측정된 측정모형을 검증하기 위하여 실시한 확인적 요인분석 결과 수정후 모델은 수용 가능한 수준이었으며($\chi^2=313.660$, $df=168$, $p<.001$, CMIN/DF=1.867, SRMR=.034, CFI=.971, TLI=.963, RMSEA=.055), 측정 개념의 신뢰도 및 판별타당성을 위한 수치 또한 만족할 수준이었다. 연구문제 검증을 위해 실시한 구조방정식모형 또한 수용 가능한 수준이었다($\chi^2=429.696$, $df=179$, $p<.001$, CMIN/DF=2.401, SRMR=.071, CFI=.950, TLI=.941, RMSEA=.070). 분석 결과 모든 가설은 지지되었다. 소비자들의 사이트에 대한 지각된 생생함 및 상호작용성은 사이트에서 소비자들로 하여금 몰입과 사회적 실재감을 높이며, 이는 곧 의사사회적 상호작용을 촉진시킨다는 것을 확인하였다. 또한 의사사회적 상호작용은 소비자들의 감정적 관계 형성 의도 및 브랜드 충성도에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다.

4. 결론

본 연구는 미디어 커뮤니케이션 연구에서 이용되는 의사사회적 상호작용 이론을 이용하여 패션 브랜드 SNS 페이지에서의 소비자-브랜드 관계 형성 과정을 이해하고자 하였다. 본 연구는 소비자들의 SNS 브랜드 사이트 관계 및 충성도에 의사사회적 상호작용이 중요한 역할을 한다는 것을 보여주었으며, 이는 브랜드 마케터 또는 사이트 디자이너들에게 의사사회적 상호작용을 높일 수 있는 사이트 디자인이 중요하다는 것을 강조한다. 아울러 소비자들의 지각된 의사사회적 상호작용을 촉진시킬 수 있는 방법으로 본 연구는 사이트에서의 사회적 실재감과 몰입 경험이 직접적으로 영향을 준다는 것을 보여주었으며, 팬 페이지에서 생생함과 상호작용성을 높일 수 있는 사이트를 제공하는 것을 권한다. 본 연구를 바탕으로 브랜드 팬 페이지에서 소속된 소비자들을 대상으로 생생함과 상호작용성을 높일 수 있는 요소들에 대한 연구가 필요할 것이다.

■ 참고문헌

Horton, D., & Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215-229.

봉 마르세(Bon Marché)백화점의 촉진 유형별 전략과 국내 백화점 마케팅 연계성 연구

- 에밀 졸라의『여인들의 행복백화점(Au Bonheur des Dames)』중심으로 -

오정숙* · 이승희
숙명여자대학교 의류학과

19세기 프랑스의 봉 마르세 백화점은 부시코(Astride Boucicaut)에 의해 1852년에 설립되어 판매촉진 기법이 현대에까지 영향을 미치는 역사적인 백화점이다. 에밀 졸라(Émile Zola)의 소설 ‘여인들의 행복백화점’에서도 봉 마르세가 소설의 모델이 되어 판매 전략, 유통 단계, 직원 복지 등 오늘날 백화점의 원형이 되고 있음을 보여주고 있다. 이처럼 오랫동안 유지되어온 봉 마르세의 경영방식은 국내 시장에 해외 브랜드들이 수입되면서 경쟁이 심화되고 해외직구, 수입 아울렛 시장 등 유통채널이 매우 다양해져 소비자의 쇼핑태도도 변화하고 있다.

따라서 본 연구는 실제 봉 마르세 백화점의 경영방식을 토대로 ‘여인들의 행복 백화점’ 스토리 전개에 나타난 실제 경영전략을 현대의 국내 백화점 판매촉진 전략과 어떠한 연계성이 있는 지 비교, 검토하여 효율적인 경영시스템을 기획하는데 도움이 될 것으로 기대한다. 또한 여성 소비자의 구매 촉진을 위한 백화점 문화 마케팅과 문화사를 고찰하여 시대 문화적 배경을 이해하고 학술적 의의를 갖는 데 목적을 두었다.

본 연구는 선행 연구를 토대로 첫째, 백화점 촉진 전략 요인을 면밀히 검토, 분류하고, 둘째, 분류된 각 촉진 전략 요인의 특성을 분석하여, 셋째, 각 특성에 적합한 봉 마르세 백화점 경영전략을 유형별로 구체화한 후, 넷째, 국내 백화점 판매촉진 전략과의 연계성을 파악하고자 하였다. 이를 위하여 국내외 백화점 역사 연구, 문화사 연구, 해외사례 연구, 인터넷 자료, 에밀 졸라의 작품 및 사회활동 연구 자료 등을 면밀히 검토하였으며, 국내 연구 자료는 백화점 3사에서 근무한 저자의 경험을 바탕으로 해석되었다.

연구결과, 경영전략의 대표적인 촉진 전략은 판매촉진, 광고, PR, 인적판매의 4개 요인으로 분류되었고, 이를 기준으로 가격, 광고, 문화, 내부 마케팅의 4가지 요인을 도출하여 각 요인별 특성에 따른 국내 백화점과의 연계성을 다음과 같이 확인하였다. 첫 째, 봉 마르세는 염가 판매, 현금 판매 및 정찰제 등과 같은 가격 관련 촉진 방식을 진행하여 상품의 회전율은 높였으며 소비자의 구매 욕구를 촉진시키고 백화점 자금 회전도 원활하게 만들었음을 알 수 있었다. 둘째, 카탈로그에 샘플 직물을 붙여 소비자가 직접 확인하고 구매할 수 있도록 적극적인 광고 전략을 진행함으로써 백화점을 알리는 중요한 역할을 하였다. 셋 째, 봉 마르세의 다양한 문화 마케팅이 백화점에 대한 이미지, 태도 및 충성도를 높여 경제적인 이익을 얻게 함을 확인할 수 있었다. 넷 째, 판매사원들이 백화점에

귀속감을 가지고 근무할 수 있도록 guelte(성과급) 제도, 퇴직금 제도 등을 실시하여 판매사원들의 판매 욕구를 자극시킨 효율적인 전략임을 확인할 수 있었다. 따라서 백화점의 다양한 촉진 전략들이 소비자들에게 시도됨으로써 19세기 소비를 부추기던 백화점의 등장과 같이 기본적인 경영 방식은 유지하면서도 현재의 고감각 소비자 요구를 만족시키고 새로운 소비문화를 형성시킬 만한 상업공간이 마련되기를 기대한다.

패션소재 정보 전달을 위한 NFC 모바일 어플리케이션 개발

박소현* · 김종준

이화여자대학교 의류산업학과

1. 연구목적

최근 패션 산업의 가장 큰 특징은 ‘빠름’으로 요약된다. IT산업의 발달과 미디어의 확장으로 인해 과거에 비해 패션의 변화가 빨라지고 있고, 유행의 지속시간은 단축되고 있다. 따라서 의류 산업에 있어서 과거에 비해 보다 ‘빠른’생산체제가 요구되고 있다. 특히 의류 제작 과정 중 소재 기획부분에서 사용되고 있는 데이터베이스의 양은 매우 방대하기 때문에, 해당 데이터에 대한 접근성 개선 및 효율적으로 관리가 필요하다. 실무적으로도 소재를 기획하고 판매하는 원단 컨버터 회사나 의류 벤더 회사에서는 방대한 양의 원단을 정리하고 관리하는 부분이 업무에서 상당한 시간을 차지한다. 이에 따른 개선을 위하여 본 연구에서는 의복의 기획, 설계 단계에 해당하는 패션소재 기획부분에서 IT 기술을 이용한 모바일 기기를 활용하여 소재 데이터베이스를 관리할 수 있는 효율적인 방법을 제안하고자 한다. 또한 소재의 샘플에 NFC Tag 스티커를 부착한 후, NFC 기능을 탑재하고 있는 모바일기기로 스티커를 태깅(Tagging) 하였을 때, 그 소재에 대한 정보를 모바일기기에서 바로 확인이 가능한 시스템의 재현을 목적으로 삼았다.

2. 선행 연구

패션 분야에서 NFC를 활용한 스마트폰 어플리케이션 개발에 관한 연구는 현재 부족한 실정이다. NFC를 활용한 어플리케이션의 개발과 관련된 연구들을 살펴보고 본 연구에 반영할 시사점을 찾고자 한다. 우선 사용자의 위치 정보를 공유하는 시스템 개발 연구에서는 NFC 태깅(Tagging)을 활용하여 현재 사용자의 실시간 위치를 파악하고 해당 정보의 전송이 가능하게 하였다. NFC 기반의 고등교육기관 출결지원 시스템에 대한 실증적 연구에서는 NFC 기반으로 구현된 저비용 구조의 출결지원 시스템을 제안하고, 실제로 고등교육기관에서 운영된 사례를 소개하였다. 수강자의 스마트폰으로 강의실 내 책상에 부착되어 있는 NFC Tag에 태깅(Tagging)을 하면 자동으로 출결이 처리되는 구조이다. 이 시스템은 하드웨어 비용이 상당히 줄어들었고, 출결체크시간은 수강인원에 관계없이 1분 이내로 줄어들었다. NFC를 이용한 카페 웹 어플리케이션 설계 연구는 카페의 비효율적인 주문 방식과 빈 좌석 확인의 불편함을 보완하기 위하여 NFC Tag를 이용하여 고객이 직접 스마트폰으로 주문을 하고 카페의 빈 좌석을 확인하는 어플리케이션을 설계하였다. 약의 복용시간과 알람 기능을 이용하여 약 복용을 정확하게 할 수 있도록 NFC를 이용한 약 복용 알람 시스템을 구축한 연구의 사례도 있다. 이 연구의 시스템은 모든 연령층에 정확한 약 복용방법이 확실하게 전달이 되

었으며, 약 복용 알람이 울리면서 정확한 시간에 약 복용을 하는 것 또 한 확인이 되어 근거리에서 떨어져 있는 보호자에게 지속적인 관리 감독이 가능했다. 기존에 사용되는 도어락의 문제점을 보완하기 위해서 NFC와 어플리케이션을 이용하여 보안성을 강화시킨 디지털 도어락을 설계한 연구도 있다. 스마트폰을 이용한 간편 결제 시스템 설계 연구에서는 암호화된 토큰과 사용자들의 간접 인증을 통해 결제를 간단히 처리하여 소액결제에 유용하게 사용되도록 하였다. NFC기술을 효율적으로 사용할 수 있는 방안을 제시한 연구에서는 NFC 기반의 모바일 지급 결제 및 주문 예약 시스템 구현 하였다. 기존의 선행 연구들의 목적은 NFC를 활용한 어플리케이션을 이용하여 기존 시스템보다 사용의 편의성 및 신속성을 추구한다는 것이다. 하지만 패션분야에서 NFC에 기반을 둔 어플리케이션 설계에 관한 연구는 아직 부족하다는 것을 알 수 있었다. 따라서 본 연구에서는 '패션소재 분야'에서 NFC기능을 활용하여 소재 정보 데이터베이스의 효율적 관리 및 정보 전달의 신속성을 위한 어플리케이션의 설계 및 활용을 목적으로 한다.

3. 연구방법 및 내용

본 연구는 소재의 샘플에 NFC Tag 스티커를 부착한 후, NFC 기능을 가진 모바일기기로 스티커를 태깅(Tagging) 하였을 때, 그 소재에 대한 정보를 모바일기기에서 바로 확인이 가능한 시스템(이하 본 시스템 이라고 함)의 재현을 하기 위하여 아래와 같은 방법으로 연구를 하였다.

1) 연구 데이터의 수집과 정리

해당 연구 자료의 바탕이 되는 200개의 소재 데이터는 소재 회사인 BNS INC(주)로부터 제공받았다. 소재의 정보는 성분(Composition), 중량(Weight), 폭(Width), 원사 정보(Yarn), 밀도(Density), 조직(Weave), 판매현황(Sales Report) 등 6가지 항목으로 구성되어 있으며, 해당 자료들은 Microsoft Office Excel 프로그램을 이용하여 정리하였다.

2) 사용 기기와 NFC Tag 스티커

본 연구의 목적인 시스템 재현을 위하여 사용된 안드로이드 기기는 NFC기능을 지원하는 안드로이드 4.1.2 버전의 스마트폰(삼성 갤럭시 노트1)이며, NFC Tag 스티커는 '태그터치'의 '원형 NFC Tag'를 사용하였다.

지름 28mm의 스티커를 사용했으며, 안테나 사이즈는 지름 23mm이다. 두께는 0.35mm±0.03mm이며, 라벨은 PVC 스티커로 이루어져있다. 칩은 NTAG203칩을 사용하였으며 총 메모리는 168byte 유저 메모리는 137byte이다. 프로토콜은 ISO 14443A, NFC Forum Type2Tag 모드를 따른다.

3) 시스템 설계

위 항목에서 생성된 데이터를 바탕으로 다음과 같이 모바일에서 재현 가능한 시스템을 3가지 종류로 설계하였다.

1. 본 연구의 목적에 적합한 어플리케이션(NFC 관련 Apps. 및 Database 구축을 위한 Spreadsheet 관련 Apps.)들을 구글 스토어에 공개된 제품을 중심으로 조사하고 안드로이드 스마트폰에 설치하여 시험적으로 사용했다. 이들 중 연구 목적에 가장 유용한 것을 바탕으로 시스템을 재현해보았다.

2. 위 1.항목에서 개발한 시스템을 재현할 때의 문제점과 한계점을 보완하기 위하여 Android Studio 2.0 프로그램을 사용하여 구글 스프레드시트를 활용한 안드로이드 기반 어플리케이션을 개

발하였다. 이 어플리케이션은 NFC App.과 구글 스프레드 시트를 연결하기 위한 App.으로서 이후 “Interface App. A”로 명명하고자 한다.

3. 위 1, 2 번 시스템이 적용된 어플리케이션의 문제점과 한계점을 모두 보완하기 위한 어플리케이션을 개발하였다. 여기서 구글 스프레드시트를 사용하는 경우에 발생하는 사용자의 이메일 정보 입력단계를 생략하기 위해 별도의 App.을 개발하였다. 그리고 Database 프로그램의 신속성과 범용성을 활용하기 위해 구글 스프레드시트를 대체할 MySQL (Oracle, U.S.A.)을 사용하였다. 이 어플리케이션은 NFC App.과 MySQL사이의 연결을 위한 App.으로서 이후 “Interface App. B”로 명명하고자 한다.

2, 3 번의 어플리케이션 개발은 코딩의 필요성으로 인하여 해당 분야 컴퓨터전공자에게 의뢰하여 진행하였다.

4. 결과 및 고찰

기존의 안드로이드 어플리케이션을 활용한 방법은 한 번에 실행이 가능하도록 하는 어플리케이션의 부족으로, 두 가지 어플리케이션(Open Source)을 사용해야 하는 번거로움이 있었다. 그로 인해 NFC를 태깅(Tagging)한 후 정보를 확인하는데까지 걸리는 시간도 오래 걸릴 뿐 아니라 복사된 NFC Tag ID를 붙여넣기를 해야하는 번거로운 점이 있는 등 한계점이 노출되었다. 이 한계점을 보완하기 위해 전자의 데이터베이스를 그대로 활용하여 구글 스프레드시트를 활용한 안드로이드어플리케이션(“Interface App. A”)을 설계하였다. 이는 NFC 태깅(Tagging) 결과, 원하는 소재의 정보를 오류의 발생이 없이 확인할 수 있었지만, 구동 시간이 빠르지 않다는 단점과 사용자의 이메일 주소를 처음 사용할 때 입력해야 한다는 불편함으로 인해 한계점이 확인되었다. 따라서 위의 두 가지 방식의 한계점들을 보완하기 위해서 MySQL 데이터베이스를 활용한 안드로이드기반 어플리케이션(“Interface App. B”)을 설계하였다. 그 결과, 구동 시간도 5초 내외로 매우 단축되었으며, 구글 스프레드시트를 활용한 어플리케이션에서의 큰 한계점이었던 사용자 편의성 부분도 크게 개선되었다.

5. 결론

본 연구에서는 패션소재 기획부분에서 모바일 기기를 활용하여 IT기술을 접목시키기 위한 효율적인 방법을 제안하고자 하였다. IT기술 중 NFC(Near Field Communication)기술을 모바일기기에 활용하여, 패션소재정보 데이터베이스의 활용 효율성을 제고해보고자 하였다. 200개의 직물소재 샘플 행거에 각각의 NFC 태그 스티커들을 부착시킨 후, 모바일 기기로 소재 샘플 위의 스티커를 태깅(Tagging)하였을 때 모바일 기기에서 곧바로 해당 소재의 정보를 확인할 수 있도록 시스템을 설계하였다. 기존의 안드로이드 어플리케이션을 활용한 방법, 구글 스프레드시트를 활용한 시스템 설계방법, 그리고 MySQL 데이터를 활용한 시스템 설계 방법 등 모두 - 3가지 방식의 시스템을 설계하였다.

기존의 안드로이드 어플리케이션을 활용한 방법은 한 번에 실행가능 한 어플리케이션의 부족으로, 두 가지 어플리케이션을 사용해야 하는 번거로움이 있었다. 그로 인해 태깅(Tagging)을 하여 정보를 확인하는데 까지 걸리는 시간도 오래 걸릴 뿐 아니라 그 방법 또한 번거로운 큰 한계점이 있었다. 그 한계점을 보완하기 위해 전자의 데이터베이스를 그대로 활용하여 구글 스프레드시트를 활용한 안드로이드어플리케이션을 설계하였다. 이는 NFC 태깅(Tagging) 결과, 원하는 소재의 정보를 오

류의 발생이 없이 확인할 수 있었지만 구동 시간이 빠르지 않다는 단점과 사용자 편의성 부분에서 한계점이 확인되었다. 그에 따라 위의 두 가지 방식의 한계점들을 보완하기 위해서 MySQL 데이터베이스를 활용한 안드로이드기반 어플리케이션을 설계하였다. 그 결과, 구동 시간도 매우 단축되었으며, 구글 스프레드시트를 활용한 어플리케이션에서의 큰 한계점 이었던 사용자 편의성 부분도 크게 개선되었다.

의류 소재를 기획하고 구입하는 기업이나 디자이너의 입장에서도 이 기술은 유용하게 사용될 수 있다. 소재를 결정하고 기획하는데 있어서 해당 소재 정보를 실시간으로 확인 할 수 있고, 또 해당 소재와 관련한 유행 정보의 사진이나 동영상 및 판매현황까지도 NFC 태그 스티커에 기록함으로써 방대한 양의 정보를 신속하게 파악할 수 있는 등 그 활용도는 매우 다양하고 유용하다. 추가적으로 디자인에 대한 기호도, 감성척도 등을 소재 정보 등과 같이 연계하여 의류 선택과 관련된 소비자들의 기호를 데이터베이스화 한다면, 생산자나 기획자 입장에서 소재와 디자인 분야의 시너지 또한 도모할 수 있을 것이다. 한편 개발된 시스템은 의류 매장에 도입할 경우 소비자의 선택권을 확장시킬 수 있으며, 패션소재에 관한 교육 프로그램에서도 유용하게 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

본 연구에서는 의류 소재 분야에서 IT기술 그 중에서도 NFC 기술을 활용하기 위한 방안으로써 개발된 시스템을 제안하였다. 이는 NFC를 활용한 패션 산업에 기초 자료가 될 수 있을 것이며, 이를 바탕으로 한 다양한 연구가 필요할 것으로 보인다.

■ 참고문헌

- Cho, H., & Lee, J. (2003), "A suggestion of an emotion model on textile design based on consumer emotion", *Journal of fashion business*, 7(1), 14-26.
- Cho, M., & Kim, G. (2012). "NFC 시장 현황 및 활성화 방안 연구 [An examination of NFC market and plans for activation]", *Korea Institute Of Communication Sciences(Journal of The Korean Institute of Communication Sciences)*, 29(6), 58-66.
- Cho, Y., & Kim, K. (2015), *NFC-based Attendance Checking System for Institutions of Higher Education*, *KIISE Transactions on Computing Practices (KTCP)*, 21(4), 283-289.
- Heo, G. "The development of Museum as an Organic Network : a study of interactivity utilizing IoT(Internet of Things)"(Unpublished master's thesis). Kyung Hee University, Seoul, Korea.
- Iván S., & Marta C., & Jukka R., & Mika O. (2011), "NFC-based interactive learning environments for children", *Proceedings of the 10th International Conference on Interaction Design and Children*, 205-208.
- Joo, H., & Park, J., & Lee, C., & Kang, D., & Jung, J, (2015), *Digital Doorlock with NFC and App*, *The Korean Society of Manufacturing Process Engineers*, 2015(4), 191-191.
- Jung, J., & Kim, Y. (2015), *Information Sharing System with Safety Home based NFC Tagging*, *The Korean Institute of Communications and Information Sciences*, 2015(1), 611-612.
- Kim, D., & Choi, S. (2015), *A Design and Implementation of the Easy Payment System by Using Mobile Device*, *Korea Institute of Electronics Communications Science*, 10(5),

607-614.

Kim, H. (2012), Research on the order reservation system configuration of the Near-Field Communication (NFC)(Unpublished master's thesis). Seoul National University of Science and Technology, Seoul, Korea.

Shin, D., & Ko, H., & Kim, D., & Kim, J., & Park, S., & Lee, C., & Park, H. (2014), Cafe Web Application Design Using NFC, The Korean Institute of Information, 14(12), 1633-1635.

Shin, W., & Kim, J., & Lee, S., & Kim, J. (2015), Construction of taking alarm system of medicine that uses NFC, Korean Society For Internet Information, 2015(5), 95-96.

텍스타일 디자인 분야의 적정기술 활용 방안

이주영* · 김성달

건국대학교 일반대학원 의류학과, 건국대학교 리빙디자인학과

1. 연구목적

가난한 삶의 터전에서 살아가고 있는 전 세계 10억에 해당하는 사람들의 빈곤 문제 해소와 지역 사회 발전을 통해 보다 나은 삶을 영위할 수 있도록 다양한 개선방안이 시도되고 있고, 그중 '적정 기술(Appropriate Technology)'의 적용을 대표적인 사례로 들 수 있다. 이는 빈곤 국가와 지역에 생활의 질 향상을 위해 선진기술과 물품을 보급하는데서 더 나아가 그들이 보유한 전통적인 기술과 자원 등의 요소들을 적극적으로 활용하여 자립적으로 생계를 유지할 수 있도록 도움을 주는 기술로서 다양한 분야와의 융합이 가능하다. 그 중 적정기술 개념의 기초를 제공한 인도의 마하트마 간디(Mahatma Gandhi)가 최초 시도한 텍스타일디자인 분야에서의 적정기술 활용은 그들이 보유한 전통적인 기술과 도구를 적극 활용하면서도 생계를 유지하게 하는 가장 효율적인 방법 중 하나이다. 각 지역 장인들의 협업을 통해 그들이 제작한 제품의 판매 활로를 열어주고, 다양한 국가에 제품 판매를 통해 지역장인 스스로 경제적 활동을 하고 있다는 성취감 조성과 삶의 질 향상 등 일련의 과정들이 선순환(善循環)의 지속성을 가진다. 본 연구는 텍스타일디자인에 분야에 적정기술을 도입하여 실질적으로 저개발국가 주민들의 자립화를 위한 다양한 활용 방안을 모색하는데 목적이 있다. 또한 각 지역의 전통적인 재료와 기법을 이용하여 사라져가는 수공예적 감성을 장려하고 지속성을 유지시킬 수 있는 방법과 가능성을 제안하고자 한다. 이를 통해 적정 기술 적용을 통한 텍스타일 제품의 다양성 확장과 향후 발전을 위한 기초적인 자료를 제공하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

선행연구, 단행본, 인터넷 자료 등을 통해 적정기술의 개념과 요소, 발전과정 및 텍스타일 분야에서의 적정기술 적용 특성에 대하여 조사한다. 텍스타일 분야에 적용된 적정기술의 활용사례를 살펴 보기 위해 관련 단체와 기업, 디자이너들을 조사하고, 사례들을 저개발 지역 기반 사례, 선진국 기반 사례, 디자이너 및 기업과의 협업 프로젝트로 크게 세 가지로 분류하여 조사, 분석한다. 이를 바탕으로 향후 텍스타일 분야에서의 적정기술의 지속적인 활용을 위한 개선 방안에 대하여 살펴본다.

3. 결과 및 고찰

성공적인 적정기술의 적용을 위한 기본 요소에는 첫째, 접근 가능성을 높이기 위해 작업장을 현지에 설치하고, 둘째, 외부 의존도를 최소화하여 지역 주민들의 협동심을 이끌어 내어 지역사회 발

전의 토대를 마련한다. 셋째, 제작, 생산 방식의 단순화를 통해 지식과 경험이 부족한 지역주민 누구나 사업에 참여 할 수 있게 하고, 유지관리도 수월하게 한다. 넷째, 재료의 수입에 의존하지 않도록 해당 지역의 원료를 사용해야 한다. 적정기술을 적용한 텍스타일 사업 BOP(Bottom of Pyramid)지역 국가에서의 사례들 중 저개발지역을 기반으로 한 사례, 선진국을 기반으로 한 사례, 디자이너 및 기업과의 협업 사례로 분류하여 각각의 사업 전개 특성을 분석하였다. 저개발 지역 기반 사례에서는 아프리카, 중·남아메리카, 아시아 권역으로 나누어 조사하였다. 각 권역별로 적정기술이 적용되는 기법과 사업방식 등의 측면에서 다양한 특징을 발견할 수 있었다. 선진국 기반사례에서는 각 단체마다 자신의 온라인상에서 다양한 국가에서 발굴, 개발한 수공예 텍스타일 제품 판매를 통해 소비자들에게 다양한 나라의 장인 제품을 접할 수 있게 해주고 있다. 기업 및 디자이너와의 협업 사례에서는 기존의 장인 기술을 새로운 분야나 디자인에 접목시켜 참신한 아이디어와 전통 수공예의 조합으로 대중성 확장을 도모 할 수 있다는 장점이 있다. 적정기술을 텍스타일디자인 분야에 적용할 때, 해당 지역 주민들만의 전통기술을 활용하여 선진국 단체에서 프로세스를 관리, 지원하기 때문에 지역 주민과의 보다 밀접한 관계가 유지됨을 파악할 수 있었다. 개선 방안으로는 첫째, 제품 개발 측면에서 에스닉 스타일의 다양성을 위하여 지역 모티브를 이용한 다양한 제품의 개발이 이루어져야 한다. 둘째, 지속적 관리 측면으로, 교육과 유지관리의 지속성이 필요하다. 셋째, 대중성 확장 측면으로, 협업 및 다양한 감성을 고려한 디자인과 같이 다수의 소비자에게 알릴 수 있는 활로의 개발이 요구된다.

4. 결론

텍스타일디자인 분야에 적정기술의 개념을 적용시 가장 큰 특징은 단순한 기술이나 장비의 보급이 아닌, 그들이 보유하고 있는 수공예 기술로 스스로 자립 할 수 있도록 돕는다는 점이다. 지역 주민이 스스로 그들의 텍스타일 기술을 통한 자립을 할 수 있게 해줌으로서 적정기술 활용의 취지와도 부합된다. 또한 성공적인 사업 전개를 위해서는 저개발 국가 기반 사업 진행시 반드시 사업 프로세스에 있어서 외부의 최소한의 도움이 필요하다는 것을 알 수 있다. 본 연구는 텍스타일 분야에 있어서 적정기술을 활용한 사례에 대하여 고찰하고 이에 따른 개선 방안을 제안 했다는데 그 의의가 있으며 이는 현재 텍스타일 분야에서의 적정기술 활용에 대한 가능성을 제시하고 향후 연구에 기초적인 자료가 될 것이라 사료된다.

■ 참고문헌

- Baek, B., & Kim, J. (2014). A study of the case research for design value reconsideration of appropriate technology. *Journal of Digital Design*, 14(1), 365-375
- Hong, S., & Kim, J. (2013). *What are appropriate technology*. Seoul: Sallimbooks
- Kim, S. (2015). *My hand itches : In Search of Appropriate Technology, Hand Craft, Primitive technology*. Seoul: Sonamu
- Kwon, S. (2015). Application of the Concept of Appropriate Technology in Textile Design. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 15(1), 109-122
- Paul, P. (2012). *Out of poverty: what works when traditional approaches fall* (Hyun, Y. Trans.), Seoul: Saeib

Smithsonian Institution. (2010). Design for the Other 90% (Heo, Y., Heo S., & Hong, S. Trans.). Seoul: Edit the world

친환경 의류제품의 친환경성 가치가 소비자의 지각된 혜택에 미치는 영향연구

전지혜 · 신상무

송실대학교 유기신소재 · 파이버공학과

1. 연구목적

소비자들의 친환경에 대한 관심이 더욱 높아지면서 환경 친화적 의류제품의 관심과 선호가 증가하고 있다. 이러한 사회적 분위기는 국내 의류업체가 친환경의류제품에 대한 관심을 가지고 다양한 제품 기획 및 생산에 대한 경영정책에 전환점을 맞이하고 있다. 그러나 일반의류제품과 친환경의류제품을 병행 생산하게 됨에 따라 생산라인의 시설확충 등 투자비 증가로 원가상승을 가져올 것으로 예상된다. 또한 소비자들은 친환경제품에 대한 신뢰감은 크지 않지만 심리적인 만족감을 느끼면서 소비하는 경향도 있다. 그럼에도 불구하고 친환경 의류를 원하는 소비자는 꾸준히 증가할 것이며 친환경의류제품 시장규모는 더욱 커질 것으로 예상된다. 따라서 본 연구의 목적은 친환경 의류제품의 친환경성 가치가 지각된 혜택에 미치는 영향을 규명하고자 하였다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구를 수행하기 위해 서울, 경기 지역의 소비자들을 대상으로 개발된 설문을 진행하였고 회수된 유효한 231부를 SPSS 22.0을 이용하여 기술적인 통계와 신뢰도 분석, 요인분석, 다중회귀 분석하여 가설을 검정하였다.

3. 결과 및 고찰

친환경성 가치에 대한 요인분석 결과 사회적 친환경성 가치를 보면 0.903의 매우 높은 신뢰도를 가지고 있다. 다음은 개인적 친환경성 가치를 보면 Cronbach's α 0.828의 높은 신뢰도를 보이고 있다. 전체 요인의 설명력은 59%로 나타났으며, KMO값은 .876로 유의하게 나타나 모형의 설명력은 검증되었다.

지각된 혜택에 대한 요인분석 결과 사회적 혜택이 0.915의 매우 높은 신뢰도를 보이고 있으며, 기능적 혜택은 Cronbach's α 0.873으로 높은 신뢰도를 보이고 있다. 심리적 혜택을 보면 Cronbach's α 0.874의 높은 신뢰도를 보이고 있다. 전체 요인의 설명력은 77%로 나타났고 KMO 값은 .924로 유의하게 나타나 모형의 설명력은 검증되었다.

사회적 친환경성 가치와 개인적 친환경성 가치가 사회적 혜택에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과 사회적 친환경성 가치와 개인적 친환경성 가치 모두 사회적 혜택에 영향

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

E-mail : sms shin@ssu.ac.kr

을 미치는 것으로 나타났다. 회귀식의 설명력은 56%로 나타났다.

사회적 친환경성 가치와 개인적 친환경성 가치가 기능적 혜택에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석 결과 개인적 친환경성 가치와 사회적 친환경성 가치 모두 기능적 혜택에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀식의 설명력은 49%로 나타났다.

사회적 친환경성 가치와 개인적 친환경성 가치가 지각된 소비자들의 심리적 혜택에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과 개인적 친환경성 가치와 사회적 친환경성 가치 모두 심리적 혜택에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀식의 설명력은 35%로 나타났다.

4. 결론

본 연구 결과 사회적 친환경성 가치가 개인적 친환경성 가치보다 더 많은 영향을 사회적 혜택에 미치고 있다. 개인적 친환경성 가치가 사회적 친환경성 가치보다 더 많은 영향을 기능적 혜택에 미치고 있다. 사회적 친환경성 가치가 개인적 친환경성 가치보다 더 많은 영향을 심리적 혜택에 미치고 있는 것으로 나타났다.

■ 참고문헌

박유경(2013), “라벨링 및 그린카드에 의한 소비자 녹색구매행동 비교”, 서울대학교 석사학위 논문
천사라(2010), “그린제품의 속성이 구매 후 평가에 미치는 영향에 관한 연구”, 숙명여자대학교 석사학위 논문

액티브 시니어 소비자의 패션구매행동

-패션관여도를 중심으로-

갈정현 · 이미영

인하대학교 대학원 의류학과, 인하대학교 의류디자인학과

1. 연구목적

최근 인구의 노령화에 따라 총인구 중 50대 인구의 비중이 13.7%를 넘어섰으며, 가구주 연령이 50대인 가구의 소비지출 비중은 국내 전체 소비의 22.5%에 이른다. 특히 50~64세의 경제력을 지닌 젊은 시니어인 액티브 시니어(active senior)는 2020년에 이르러 전체 고령 인구의 절반 이상을 차지할 것으로 전망된다. 액티브 시니어들은 1970~80년대 고도의 성장기를 거치며 부동산과 금융으로 축적한 경제력을 바탕으로 주력 소비 계층으로 부상하고 있으며(Ahn, 2011), 이들을 대상으로 하는 시장규모는 2010년 44조원에서 2020년 148조원으로 3배 넘게 증가할 것으로 예상된다 (Korea Chainstores Association, 2013). 본 연구는 패션관여도에 따른 50-64세의 액티브시니어 패션 소비자들의 의복구매 및 불평행동을 살펴보았다.

2. 연구방법 및 내용

서울지역 거주 50세~64세의 성인남녀를 대상으로 설문조사업체를 통해 2014년 2월에 면대면 설문이 진행되었으며, 208부가 최종분석에 사용되었다. 패션소비자구매행동 변수로는 선행논문을 참고하여 패션정보원 활용, 패션점포 선택기준, 판매원 속성 선호도, 불만족시 불평행동을 사용하였다. 응답자의 평균나이는 57세였고, 79%는 여성이었으며, 54%가 200만원~400만원의 가계수입을 올리고 있었다. 패션관여도 6문항의 신뢰도는 0.8 이상이었으며, 패션 관여도를 바탕으로 군집분석을 실시하여 패션 고관여집단($n=101$), 패션중관여집단 ($n=78$), 패션저관여집단($n=29$)으로 분류되었다. 빈도분석, 요인분석, 일원변량분석과 사후검정으로는 Duncun test를 실시하여 패션구매행동 및 불평행동을 살펴보았다.

3. 결과 및 고찰

일반적으로 액티브 시니어 패션 소비자들은 정보원 활용으로는 비인적 정보보다는 인적정보를 더 활용하는 것으로 나타났고, 패션점포 선택기준에서는 상품구성과 분위기 및 판매원과 서비스 모두 중요하게 고려하였으며, 판매원 속성 중에서는 판매원의 외모와 고객지향성이 중요하다고 평가하였다. 패션제품 구매 후 불만족시에는 공적불평보다는 사적불평이나 무행동을 고려하는 것으로 나타났다.

패션관여도에 따라 3집단으로 나누어 살펴본 결과는 다음과 같다. 액티브시니어 패션고관여집단은 세 집단 중 여성의 비율이 높고, 연령이 제일 낮았고(M=56세), 중관여집단은 학력이 가장 높았고, 저관여집단의 경우 연령이 가장 높고 (M=58세), 학력이 가장 낮았다. 패션관여도에 따라 의복

구매행동 및 불평행동이 유의하게 다른 것으로 나타났다. 먼저, 패션 정보원 활용에 있어서는 패션 관여도 중 및 고집단이 인적 정보를 저관여집단보다 더 활용하였고, 비인적 정보의 경우는 고관여집단이 저·중 관여집단에 비해 더 활용하는 것으로 나타났다. 패션점포 선택기준에서는 상품구성과 분위기, 판매원과 서비스요인에서 집단간 차이가 있는 것으로 나타나, 관여도가 높은 액티브시니어 소비자가 상품구성과 분위기와 판매원, 서비스 요인을 모두 더 고려하는 것으로 나타났다. 패션점포 판매원 속성에서 전문성은 관여도와 상관없이 모두 중요하다고 평가하였으나, 판매원의 고객지향성과 외모의 경우는 패션고관여 집단이 다른 집단에 비해 유의하게 중요하다고 평가하였다. 패션 제품에 대해 불만족 시 불평행동에 대해 살펴본 결과, 중관여집단은 무행동을 고려하는 반면, 저관여집단과 고관여집단의 경우 사적불평행동을 더 고려하는 것으로 나타났다.

4. 결론

본 연구결과를 바탕으로 패션관여도에 따라 액티브 시니어 패션시장을 세분화 할 수 있을 것으로 판단되며, 시니어 시장의 특성파악과 고객의 요구에 맞는 마케팅 전략 수립에 기초자료로 활용될 수 있을 것이다. 본 연구의 한계점으로는 수도권 거주자 중 편의표집하였고, 여성 응답자의 비율이 남성에 비해 높아 일반화 하는데 한계점이 있으므로 후속연구에선 지역을 확대하고, 남성 시니어 소비자에 대한 연구가 필요할 것으로 생각된다.

■ 참고문헌

- Korea Chainstores Association (2013). *The Yearbook of Retail Industry*. Seoul: Korea Chainstores Association
- Ahn, S.H. (2011, March 24). Three key words of the new senior generation, Samsung Economic Research Institute. Retrieved SERI December 10, 2013 from http://www.seri.org/db/dbReptV.html?g_menu=02&s_menu=0212&pubkey=db2011032401

소비자의 윤리적 행동과 패션기업의 CSR

-패션기업 CSR 동기귀인과 지각-

안 수 경

전남대학교 의류학과

1. 연구목적

윤리적 소비자는 윤리적 의식을 가지고 있을 뿐만 아니라 소비와 관련된 행동에서도 자신들의 윤리적 기준에 따라 행동하는 소비자를 말한다. 다수의 연구에서 언급되었듯이 윤리적 소비자나 사회적 책임에 대한 소비자들의 태도는 실제 그들의 행동과 많은 차이를 보였다. 즉, 소비자들이 사회 책임적인 태도를 갖고 있거나 윤리적 구매의 의향을 표명하더라도 현실에서는 그것들이 구매결정의 가장 중요한 기준이 되지 못했으며 소비자들은 비윤리적 기업의 가격이 낮은 제품을 여전히 구매하였다(Boulstridge & Carrigan, 2000; Creyer, 1997). 그러므로 기업의 입장에서는 윤리의식이나 태도를 가진 소비자보다는 실제 윤리적으로 행동하는 소비자가 기업의 윤리적 활동을 어떻게 인지하고 평가 하느냐가 더 의미 있는 문제일 것이다. 따라서 본 연구는 소비자의 윤리적 행동과 패션기업의 CSR의 관계를 살펴보는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 첫째, 윤리적 행동에 근거하여 소비자를 분류하여 각 집단의 특성을 알아보고, 둘째, 각 집단 별로 소비자의 윤리적 행동이 기업의 CSR(Corporate Social Responsibility)활동에 대한 동기귀인, 기업의 윤리 지각과 어떤 관계가 있는지 살펴 보고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

전국의 성인남녀 512명을 대상으로 온라인 서베이를 통해 소비자 윤리(Vitell & Muncy, 2005), CSR 활동 기업의 제품 구매경험이나 관련 행사의 참여경험을 질문하고, 응답자들의 몰입을 위해 패션기업의 CSR 사례를 바탕으로 작성된 시나리오를 제시하여 기업활동의 동기 귀인(Ellen et al., 2006; Vlachos et al., 2009), 기업 윤리 지각에 대해 질문하였다. 소비자 집단을 분류하기 위해 이단계 군집분석(TCS)을 실시하였고, 분류된 집단의 특성을 파악, 비교하기 위하여 ANOVA와 Chi-square test를 실시하였다. 이어서 소비자 윤리, 기업활동의 동기 귀인, 기업윤리지각의 변수로 구성된 구조모형을 검증하기 위하여 확인적 요인분석과 구조방정식 모형 분석을 실시하여 결과를 도출하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 소비자 윤리와 CSR동기 귀인의 차원 추출

Corresponding author : Soo-kyoung Ahn, Tel.+82-62-530-1438

E-mail : skahn@jnu.ac.kr

소비자 윤리와 CSR동기 귀인의 차원을 파악하기 위해 주성분 분석과 확인적 요인분석을 통해 소비자 윤리의 여섯 가지 차원인 '적극적 이익관련 윤리', '수동적 이익관련 윤리', '무해한 반칙', '경제적 이익관련 윤리', '저작권 관련 윤리', '환경관련 윤리'를 추출, 확인하였다.

같은 방법으로 CSR동기 귀인의 유형의 세가지 차원인 '전략 중심 귀인', '가치 중심 귀인', '이해관계자 중심 귀인'을 추출, 확인하였다.

2) 소비자 윤리척도와 CSR 관련 구매와 참여경험에 따른 집단 분류

소비자 집단을 분류하기 위해 소비자 윤리, CSR관련 제품의 구매경험과 행사의 참여경험을 이용하여 이단계 군집분석(Two Step Cluster: TSC)을 실시하였다. 그 결과 세 개의 최적 군집이 확인되었고(Ratio of Distance Measures=3.095), 군집1은 292명(57.0%), 군집 2는 71명(13.9%), 군집3은 149명(29.1%)로 구성되었다. 각 군집은 학력수준, 구매경험과 참여경험에서 차이를 나타내었다.

3) 구조모형방정식을 통한 CSR귀인과 기업의 윤리 지각에 대한 소비자 윤리의 영향력 검증

패션기업의 CSR활동에 대한 소비자의 동기추론과 지각된 윤리에 대한 소비자 윤리의 영향력을 검증하고자 구조방정식모형 분석을 실시하였다 ($\chi^2=1882.854$ (df=823, p=.000; $\chi^2/df=2.288$), NFI=.859, CFI=.915, RMSEA=.050). 그 결과, 총 21개의 경로 중 8개의 경로가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 즉, 적극적 이익은 전략중심 귀인에 부의 영향, 가치중심 귀인에는 정의 영향을, 경제적 이익은 전략중심 귀인과 가치중심 귀인에, 환경관련 윤리는 가치중심 귀인과 이해관계자 중심 귀인에 영향력을 나타내었으며, 기업의 윤리성에 대한 지각에는 전략중심 귀인과 가치중심의 귀인이 영향을 주는 것으로 나타났다. 개인 차원에서 적극적으로 이익을 얻으려는 행동이 옳바르지 않다고 생각할수록 기업이 전략적으로 CSR을 이용한다고 추론할 가능성은 낮아지는 반면, 기업이 소비자나 피고용인, 관련된 커뮤니티에 대해 도덕적으로 책임을 진다고 추론할 가능성이 높아진다는 것을 의미한다. 또한 경제적 이익과 관련한 윤리의식이 높을수록 기업의 CSR 활동에 대해 기업의 이윤추구를 위한 전략적인 것으로 추론할 가능성이 높으며 따라서 기업이 윤리적 가치를 고려한 활동으로 추론할 가능성은 낮아지는 것을 볼 수 있다. 또한 개인의 환경 관련한 윤리의식이 높을수록 기업의 윤리적 가치나 이해관계자의 기대를 포용하는 활동으로 추론할 가능성이 높음을 보여준다. 이어서 기업 CSR활동이 기업의 이윤을 위해 전략적인 선택으로 비춰질 경우 기업의 윤리성에 대한 소비자의 지각에 부정적인 영향을 주는 반면, 기업의 커뮤니티와 소비자 등을 배려하는 도덕적인 가치에 의한 CSR활동이라고 인식될 경우기업의 윤리성 지각에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났으며, 이는 소비자의 동기 지각이 기업의 CSR 평가에 영향을 준다는 Vlachos et al.(2009)와 부분적으로 일치하는 결과이다.

4. 결론

본 연구는 윤리적 활동 참여 경험의 변수를 추가하여 행동적인 관점에서 소비자들을 분류하여 각 집단의 특징을 밝히고자 하였다. 또한 소비자들이 기업의 CSR 동기를 어떻게 귀인하며 기업윤리 지각에 어떻게 영향을 미치는가에 대해 논의하였다. 다수의 기존 연구들이 윤리적 소비자들을 분류할 때 일반적인 사회적 책임 의식(i.e., SCC Index, SR Index)이나 사회적 책임이나 환경과 관련된 행동(i.e., SRCB, ECCB)을 중심으로 분류해왔다. 이에 비해 본 연구는 개념적으로 접근하는 소비자의 윤리적 행동이 아니라 직접적으로 CSR을 실천하는 기업의 제품을 구매하거나 기업에서 주관하는

행사에 참여하는 등의 경험적인 행동의 변수를 추가하여 윤리적 행동이라는 본질에 좀 더 가까운 행동적인 관점으로 분류하였다는데 그 의의가 있다. 기업의 윤리적 활동이 언제나 소비자에게 긍정적으로 받아들여 지는 것은 아니기 때문에 본 연구결과는 기업에게 보다 현실적으로 다양한 수준의 윤리의식과 행동을 나타내는 소비자들에게 대처하는 마케팅 전략을 제언할 수 있을 것으로 예상된다.

■ 참고문헌

- Boulstridge, E. and M. Carrigan (2000), "Do Consumers Really Care about Corporate Responsibility? Highlighting the Attitude-Behaviour Gap," *Journal of Communication Management*, 4(4), pp.355 - 368. doi:10.1108/eb023532
- Creyer, H. (1997), "The Influence of Firm Behavior on Purchase Intention: Do Consumers Really Care About Business Ethics?" *Journal of Consumer Marketing*, 14(6), pp.421 - 432. doi:10.1108/07363769710185999
- Ellen, P., D. Webb and L. Mohr (2006), "Building Corporate Associations: Consumer Attributions for Corporate Social Responsible Programs," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(2), pp.147-157. doi:10.1177/0092070305284976
- Vlachos, P., A. Tsamakos, A. Vrechopoulos and P. Avramidis (2009), "Corporate Social Responsibility: Attributions, Loyalty, and the Mediating Role of Trust," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 37(2), pp.170-180.
- Vitell, S. and J. Muncy (2005), "The Muncy-Vitell Consumer Ethics Scale: A Modification and Application," *Journal of Business Ethics*, 62(3), pp.267-275.

브랜드 역사제시, 브랜드 원산지과 제조원산지 일치여부, 과시적 소비성향이 브랜드 평가에 미치는 영향

송해오름 · 황선진
성균관대학교 의상학과

1. 연구목적

최근 패션 시장을 선점하기 위한 패션 브랜드들은 브랜드의 역사와 전통을 통해 신뢰성을 강조하는 헤리티지 마케팅을 활용하고 있으나, 이에 대한 실증적인 연구는 매우 제한적이다. 따라서 본 연구의 목적은 글로벌 패션 유명브랜드의 역사제시, 브랜드 원산지와 제조원산지의 일치여부, 과시적 소비성향이 소비자의 브랜드 평가에 미치는 영향을 실증적으로 연구하는 것이다.

2. 연구방법 및 내용

이를 위한 연구 설계는 2(브랜드 역사제시여부: 제시 vs. 비제시) × 2(브랜드원산지와 제조원산지 일치여부: 일치 vs. 불일치) × 2(과시적 소비성향: 고 vs. 저)의 3원 혼합설계로 구성되었다. 본 연구의 설문조사는 서울 및 수도권에 거주하는 30대 이상의 남녀 302명을 대상으로 진행하였으며, 불성실한 응답을 제외한 총 276부가 최종 분석에 사용되었다. 자료 분석은 SPSS 18.0 통계패키지를 이용하여 신뢰도 분석과 삼원변량분석, 단순상호작용 분석을 실시하였다.

3. 결과 및 고찰

첫째, 브랜드의 역사제시여부와 원산지일치여부 그리고 과시적 소비성향이 각각 소비자의 품질인식과 호의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 브랜드 역사를 제시하면 소비자의 인식된 가치에 영향을 주어 긍정적인 반응을 미치게 되고(Nadine Hennins et, al, 2011), 원산지 효과는 브랜드가 단일 원산지 일 경우 품질 인식이 높아지며 소비자의 해외 유명브랜드 제품선호도의 영향을 미친다는 강보경 & 황진숙(2011)의 연구와 일치한다. 또한 양진옥(2010)에 연구에서 역사성 인지에 따른 브랜드 태도에 과시적 소비성향이 중요한 변수임을 밝힌 바를 입증한 결과로서, 패션 브랜드의 역사를 제시하는 것이 소비자의 품질인식과 호의도에 긍정적인 효과가 있다는 것을 파악하였다. 또한 패션 브랜드원산지와 제조원산지의 일치가 소비자에게 긍정적인 태도를 갖게 하는 중요한 요소임을 시사한다.

둘째, 패션 브랜드의 역사제시여부에 따라 과시적 소비성향이 호의도에 미치는 영향에 유의한 차이가 있음을 밝혔다. 이는 브랜드의 역사와 관련된 브랜드 태도와 역사성 인지에 과시적 소비성향이 중요한 변수임을 밝힌 양진옥(2010)의 연구를 입증한 결과로서, 패션 브랜드의 역사를 제시한 경우

Corresponding author : Sun Jin Hwang, Tel.+82-10-6799-0172

E-mail: sjhwang@skku.edu

과시적 소비성향이 높은 집단이 과시적 소비성향이 낮은 집단보다 높은 호의도를 보였다. 따라서 과시적 소비성향은 패션 브랜드 역사를 제시한 경우 과시적 소비성향이 낮은 집단보다 호의도가 더 높으므로 주 소비자층이 과시적 소비성향이 높을 것으로 예상되는 고가의 브랜드나 상징성이 강조되는 제품군의 브랜드에서는 브랜드의 역사를 강조하는 헤리티지 마케팅을 펼치는 것이 효율적인 전략임을 알 수 있다.

셋째, 원산지일치여부에 따라 과시적 소비성향이 품질인식과 호의도에 유의한 영향을 끼치는 것으로 나타났다. 이는 원산지 이미지와 브랜드 이미지가 소비자의 품질인식과 브랜드 평가에 미치는 영향에 차이가 있다는 김보영, 최정인, & 유원상(2013)의 연구결과를 지지한다. 소비자는 브랜드의 원산지와 제조원산지가 일치할 경우, 과시적 소비성향이 낮은 집단보다 과시적 성향이 높은 집단일 때 품질인식과 호의도가 더 높게 나타났다. 반면 브랜드의 원산지와 제조원산지가 일치하지 않는 경우에는 과시적 소비성향이 높고 낮은 집단 간의 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 높은 과시소비성향을 갖는 소비자를 대상으로 한 패션 브랜드들은 브랜드의 원산지와 제조원산지가 일치하는 것을 강조하는 판촉 전략이 품질인식과 호의도를 높이는 효과적인 전략임을 시사한다.

4. 결론

연구결과에 따르면, 높은 가격을 갖는 고가의 럭셔리 패션기업들에 경우, 글로벌 비즈니스 환경에서도 브랜드 아이덴티티를 고려하여 브랜드의 원산지와 제조원산지가 일치하도록 제조국을 이전하지 않는 것이 소비자들의 품질인식과 호의도를 높인다는 사실을 고려해야 한다. 상표 원산지와 제조원산지가 일치하지 않는 브랜드의 경우에는 소비자들이 낮은 품질인식과 낮은 호의도를 갖지 않도록 품질에 더욱 신경을 써야 한다. 또한 이를 상쇄할 수 있는 제품 디자인과 기술개발 노력이 필요할 것으로 보이며, 소비자에게 또 다른 가치를 부여해 줄 수 있는 다양한 마케팅 활동 등으로 꾸준한 노력을 해야 할 것이다.

■ 참고문헌

- 강보경·황진숙(2011), “패션 명품 브랜드의 제품 속성 조합”, *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association Vol. 13 No. 2*, 89-101
- 김보영, 최정인, 유원상(2013), “명품의 원산지와 브랜드 이미지가 소비자의 브랜드 평가에 미치는 영향 : 과시소비 성향의 조절효과를 중심으로“, *Journal of the Korea Management Engineers Society Vol. 18 No. 2*, 145-170
- 양진욱(2010), “소비자 성향과 패션브랜드 스토리에 나타난 역사길이와 정통성 계승이 브랜드 역사성 인지와 브랜드 태도에 미치는 영향“, *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles Vol. 37 No. 1*~16
- Nadine Hennigs(2011), “The importance of brand heritage as a key performance driver in marketing management“, *Journal of Brand Management Vol. 19, 3*, 182-194

Social mobile shopping experience at KakaoTalk: Impacts of information source and e-service quality

Kyonghwa Yi*· HaeJung Maria Kim· Judith Forney
The Catholic Univ. of Korea*, University of North Texas

1. PURPOSE OF THE STUDY

This study aims to examine the impacts of information source and e-service quality on mobile shopping experience in Kakaotalk. Twofold of objectives are to 1) profile user's mobile shopping experiences at KakaoTalk, and 3) examine impacts of information source and e-service quality on user's perception of attitude, and intention.

2. THEORETICAL BACKGROUND

Two theoretical models of Elaboration Likelihood Model (ELM: Petty & Cacioppo, 1986) and electronic service quality (E-S-QUAL: Parasurament, et al., 2005) are disclosed to investigate information sources effects in high or low involvement conditions (Charles & Richard, 1988) and to examine the quality of KakaoTalk service. Information sources based on ELM, argument quality, post popularity, and post attractiveness are necessary for achieving persuasive influences on KakaoTalk experience. To measure the value of service in mobile platforms, many service quality scales are used such as WebQual and SITEQUAL, but E-S-QUAL considers not only the services that marketers provide, but also the effect of technology on service quality by using four dimensions of (a) efficiency (the simplicity of using and the speed of accessing); (b) fulfillment (a promise about the delivery speed and item availability); (c) system availability (the correct technical function) and (d) privacy (safety and protection of customer information).

3. METHODS

Data were collected in Seoul and Gyeonggi province, South Korea from March, 2015 to June, 2015. Respondents were college students between 18-29 years old with average income of \$439.31. Two-third of respondents did not have previous purchase experience in social mobile shopping. All measurement items for the self-administered questionnaire were adopted from previous literature: argument quality, post popularity, post

Corresponding author : Kyonghwa Yi, Tel.+82-2-2164-4329

E-mail: ykh@catholic.ac.kr

attractiveness, usefulness, preference, overall attitude, like intention, share intention, and purchase intention items. Also, to measure E-S- QUAL, effective, fulfillment, privacy and system availability items were adopted from Parasuraman et al. (2005). All reliability were verified because all items were addressing uni-dimension, and Cronbach's alpha value of information of source (0.891) and electronic service quality (0.930) were exceeds the threshold of 0.70.

4. HYPOTHESES TESTING

By employing multiple regression of enter methods, the hypothesized relationships in figure 1 were tested.

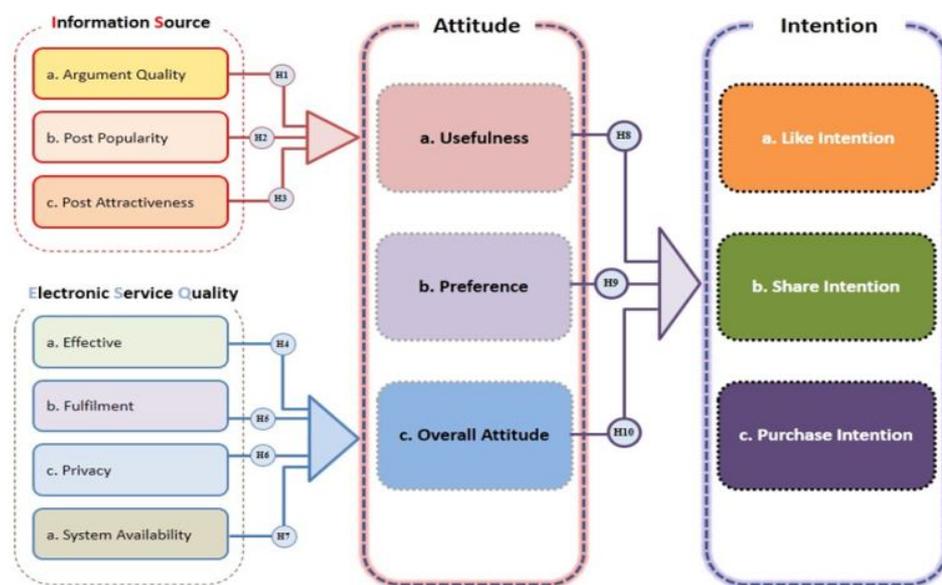


Figure 1. Research hypotheses to test

1) Information Source (H1, H2, H3)

Impacts of Argument Quality (H1a-H1f): The positive influences of argument quality on usefulness (beta=.542), preference (beta=.454), overall attitude (beta=.353), share (beta=.260), like (beta=.262), and purchase (beta=.328) intention were all significant supporting H1a, H1b, H1c, H1d, H1e, and H1f.

Impacts of Post Popularity (H2a-H2f): All influences on every dependent variable were insignificant except share intention (beta=.211), thus only H2e was supported.

Impacts of Post Attractive H3a-H3f: The positive influences of post attractive on preference (beta=.294) and attitude (beta=.286) were significant. Thus H3b and H3c

were supported.

2) Electronic Service Quality (H4-H7)

Impacts of Effective: H4a-H4f: The positive influences of effective on usefulness (beta=.411), preference (beta=.547), like intention (beta=.294), and share intentions (beta=.384) were significant. Thus H4a, H4b, H4d and H4e were supported.

Impacts of Impacts of Fulfillment H5a-H5f: All influences on every dependent variable were insignificant except purchase intention (beta=.348), thus only H5fe was supported.

Impacts of Privacy H6a-H6f: The positive influences of privacy on attitude was significant. Thus, only H6c was supported.

Impacts of System Availability H7a-H7f: The positive influences of system availability on usefulness (beta=.189) and attitude (beta=.330) and the negative influence of on share intention (beta=-.248) were significant. Thus, H7a and H7c and H7e were supported.

3) Attitude and Intentions (H8-H10)

Impacts of Usefulness H8d-H8f: The positive influences of usefulness on like, share and purchase intention were not significant. Thus, H8a, H8b, and H8c were all rejected.

Impacts of Preference H9d-H9f: The positive influences of preference on like intention (beta=.299), share intention (beta=.250) were significant. Thus, H8a, H8b were supported.

Impacts of Overall Attitude H10d-H10f: The positive influences of preference on like intention, share intention were not significant, while the positive influence of preference on purchase intention (beta=.256) were significant. Thus, H8c was accepted.

5. CONCLUSIONS AND IMPLICATIONS

ELM model and E-SQAL models are explicit theoretical orientations in functioning consumers' social mobile shopping experience at KakaoTalk. Interestingly, college students are robustly motivated by "argument quality" of information in KakaoTalk rather than "post attractiveness" or "post popularity" to perceive usefulness, preference, overall attitude and intention to share, like and purchase. Upon considering respondents' low involvement of shopping at KakaoTalk, the reliable information is most influential rather than the hedonic side of information such as attractiveness and popularity. Indeed, they are taking the short cut of information route to decide their attitudinal behaviors. "Effectiveness" of KakaoTalk service is much of interest in their usefulness and preference perceptions in conjunction with share and like intention. However, the fractional influences of fulfillment, privacy and system availability have illustrated in their usefulness perception, overall attitude or purchase intention respectfully. This perspective of service quality insights KakaoTalk to develop and optimize their service in social mobile platforms. Considering respondents' profiles which limit the generalization of sampling, findings should be carefully interpreted in understanding college students' social mobile shopping

experience at KakaoTalk.

■ **REFERENCE**

Parasuraman, A.; Zeithaml, V.; Malhotra, A. (2005). E-S-Qual: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213-233.

Petty, R. & Cacioppo, J. (1986). *The Elaboration Likelihood Model of Persuasion*. Part of the series Springer Series in Social Psychology. 1-24

패션제품에 대한 모바일 사이트 유형별 커머스 전략 연구

장은영
동서울대학교 패션디자인과

1. 연구목적

최근 모바일을 이용한 쇼핑 시장이 급성장하면서 지난해 모바일쇼핑 거래액이 24조원을 넘어서면서 모바일쇼핑 이용자들이 가장 많이 구매한 품목은 의류, 신발 등 패션 관련용품이 78.2%로 1위를 차지하고 있다. 이와 같이 모바일 패션시장이 확대되면서 패션업체들은 이제 동종업계와의 경쟁에서 더 나아가 포탈사이트와 소셜커머스, 오픈마켓 등의 거대한 온라인 업체와의 경쟁이 불가피해지고 있는 것이 현실이다. 이에 본 연구에서는 향후 가장 강력한 유통채널로 자리 잡게 될 국내 모바일 패션 쇼핑 사이트에 대한 소비자들의 이용 현황을 분석하고 소비자들의 인터넷과 모바일의 패션쇼핑 선호 사이트를 비교분석해봄으로써 향후 패션업계의 모바일 시장 확대에 따른 효과적인 모바일 커머스 운영 전략을 수립하는데 도움이 될 수 있는 기초자료를 제공하고자 한다.

이러한 본 연구의 목적을 달성하기 위한 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 패션제품 쇼핑시 모바일 사이트의 이용 현황을 조사한다.

둘째, 인터넷과 모바일 패션 쇼핑시 선호 사이트의 차이를 비교분석한다.

셋째, 제품 정보검색과 구매시의 선호 사이트의 차이를 비교분석한다.

넷째, 모바일 사이트 유형별 모바일 커머스 전략을 제시한다.

2. 연구방법 및 내용

소비자들의 패션제품에 대한 모바일 패션 쇼핑 사이트 이용 현황을 파악하기 위해 모바일 쇼핑 경험이 가장 많은 20대 초반의 대학생 373명을 대상으로 하였다. 이들의 모바일 선호 쇼핑 사이트를 조사하기 위해 제시한 쇼핑 사이트는 모바일 앱과 모바일 사이트 가운데 쇼핑부문에서 국내에서 상위에 랭킹되어 있는 사이트를 중심으로 선정하였다. 모바일 쇼핑 선호 사이트를 카테고리별로 5개 유형(포탈 사이트, 소셜커머스, 오픈마켓, 종합쇼핑몰, 패션전문쇼핑몰)으로 구분하여 각 유형별로 랭킹 3위까지의 사이트로 제한하여 총 15개의 사이트를 제시하고 의류제품 쇼핑 및 구매시 이용 현황을 조사하였다. 설문지의 구성은 의류제품 쇼핑시 인터넷/모바일 사이트 이용여부, 사이트 방문경로, 제품 구매 금액, 선호 모바일 판촉 등을 포함시켰다. 유형별로 제시된 사이트 외에 이용하는 사이트와 패션 전문 쇼핑몰 중 비브랜드 의류 쇼핑몰은 자유기술하도록 하였다. 자료분석방법은 SPSS 14.0 프로그램을 이용하여 빈도분석과 평균,표준편차를 산출하였으며 t-검증과 교차분석을 실시하였다.

Corresponding author : Eun Young Jang, Tel.+82-31-720-2181 Fax.+82-31-720-2295
E-mail: eyjang@du.ac.kr

3. 결과 및 고찰

1) 의류제품 쇼핑시 모바일 쇼핑 사이트를 이용한 경험은 여학생이 남학생보다 모바일 쇼핑 경험이 높은 것으로 유의한 차이를 보였다. 모바일 쇼핑 사이트 방문경로는 검색사이트 경유가 가장 높고 그 다음이 쇼핑사이트 앱에 직접 방문하는 비율로 나타나고 이는 성별에 따라 차이가 없었다. 모바일을 이용한 의류제품 구매시 한 아이템당 평균금액 1~5만원 사이가 가장 높고 남학생이 여학생에 비해 5만원 이상 구매율이 더 높았다. 소비자들이 선호하는 모바일 판촉은 가격할인이 가장 높고 그 다음이 패션정보 제공으로 나타나고 성별에 따라 유의한 차이가 없다.

2) 소비자들이 온라인 상에서 의류제품 쇼핑시 가장 많이 이용하는 사이트는 포탈 사이트로 82.6%로 나타나고 그 다음이 오픈 마켓, 소셜커머스 쇼핑물, 종합쇼핑물, 비브랜드 의류 쇼핑물, 브랜드 종합의류 쇼핑물의 순으로 나타났다. 이를 모바일에서의 선호사이트와 인터넷에서의 선호사이트로 비교해보면 거의 유사하게 나타나고 있다. 단지 차이가 있는 것은 포탈 사이트와 소셜커머스 쇼핑물, 비브랜드 의류전문 사이트들은 모바일에서의 이용율이 약간 더 높은 것으로 나타나고 반면에 브랜드 의류쇼핑물은 인터넷 이용율이 높고 모바일 이용율은 떨어지는 것으로 나타났다.

3) 소비자들이 온라인상에서의 패션 쇼핑시 정보검색 과정과 제품구매 과정을 거치는데 이 두 과정에서 이용하는 사이트가 다르게 나타나고 있다. 즉, 제품정보 검색시에는 포탈 사이트의 네이버 이용율이 가장 높고 의류제품 구매시 이용 사이트는 소비자들 개인이 선호하는 비브랜드 패션전문 쇼핑물이 네이버와 비슷한 비율로 높게 나타나고 있다. 즉, 포탈사이트는 제품 구매보다는 제품 정보 검색 이용 빈도가 훨씬 높게 나타나고 소셜 커머스 쇼핑사이트와 오픈마켓은 인터넷 모바일 모두 정보검색보다는 제품 구매시 이용율이 약간 더 높은 것으로 나타났다. 브랜드 의류쇼핑물은 인터넷에서의 제품정보 검색시 이용빈도는 높게 나타나고 제품구매시 이용도는 낮게 나타나고 있다. 이에 반해 비 브랜드 의류 쇼핑물은 제품 정보 검색보다는 제품 구매시 이용빈도가 훨씬 더 높게 나타나고 있다.

4. 결론

본 연구결과를 바탕으로 패션제품에 대한 모바일 사이트 유형별 커머스 전략을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 모바일을 이용한 구매제품의 가격대가 저가위주의 제품이며 소비자들이 원하는 판촉수단도 가격할인이 매우 높은 것을 볼 때 저가의류 소비의 트렌드가 모바일 패션시장의 확대와 함께 빠르게 진행되고 있음을 인식해야 할 것이다.

둘째, 포탈 사이트인 네이버는 PC와 모바일 모두 패션제품 정보검색은 물론 제품 구매에 이르기 까지 높은 이용도를 나타냄으로써 패션제품에 대한 주요 광고 및 판매유통 채널로 자리매김하고 있음을 알 수 있다. 특히 모바일 쇼핑사이트 방문 경로가 쇼핑 앱 방문보다는 검색사이트 경유 방문이 높음에 따라 네이버를 이용한 모바일 커머스 전략이 요구된다.

셋째, 패션제품의 주요 유통채널인 브랜드 의류 전문몰이나 종합쇼핑몰보다 오픈 마켓의 11번가와 G마켓, 소셜커머스의 위메프와 쿠팡이 PC와 모바일 모두에서 패션제품에 대한 정보검색과 구매율이 높다는 것은 이제는 직접 제품을 입어보고 구매하는 패션제품에 있어서도 온라인 유통, 로켓배송의 배송혁신의 서비스 마케팅 전개가 필요함을 시사하고 있다. 즉, 이러한 대형 사이트들이 온라인과 모바일 플랫폼을 확실히 구축함에 따라 모바일 패션시장을 주도하고 있는 만큼 패션업체들도

이들과의 제휴를 통한 모바일 커머스 서비스 운영 전략 수립을 세워야 할 것이다.

넷째, 소비자들이 패션 제품 정보검색은 브랜드의류 쇼핑몰이나 검색 사이트를 이용하여 정보를 탐색하고 구매는 본인이 선호하는 비브랜드 쇼핑몰을 이용한다는 것은 소비자들이 패션제품 구매시 브랜드 사이트는 최신 트렌드 제품에 대한 검색 수단으로만 이용할 뿐 구매는 가격이 저렴하지만 트렌디한 비브랜드 쇼핑몰 제품을 구매하고 있음을 의미한다. 이와 같은 결과는 합리적 소비성향을 가진 소비자들이 브랜드 가치만을 고수하면서 시대의 새로운 온라인 모바일 판로를 아직 확고히 갖지 못하는 브랜드들보다는 가격경쟁력과 배송혁신 서비스를 제공하는 소셜 커머스 사이트들을 패션 제품의 주요 구매처로 선택하게 됨을 말해주고 있다. 이에 패션 브랜드들 역시 오프라인과 온라인 모바일을 통합한 옴니채널 서비스를 강화해야 할 것이다.

이상 본 연구의 결과는 조사대상자를 대학생으로 한정하여 본 연구의 결과를 일반화하기에는 제한점이 있으므로 후속 연구에서는 조사대상을 확대하여 보다 심도 있는 연구가 이루어져야 할 것이다. 또한 조사대상 사이트를 온라인 모바일 커머스 서비스를 동시에 제공하는 사이트를 중심으로 하였으므로 후속연구에서는 보다 다양한 패션 사이트를 대상으로 연구가 이루어져야 할 것이다.

■ 참고문헌

- 연합인포맥스(2015.11.26.), 모바일 쇼핑 구매 1위는'패션', 업계경쟁도 '치열'검색일(2016.01.07.).
<http://news.einfomax.co.kr/news/articleView.html?idxno=196913>
- 디지털 타임스(2015. 12.14), 신개념 '모바일 패션 플랫폼' 필요하다. 검색일 (2016.01.12.),
http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2015121502102351798001
- 모바일커머스 온라인 핵심채널로 부상(2014.10.06.),어패럴 뉴스, 검색일 (2016.12.21)
- 성희원 (2013), 패션 앱을 이용한 모바일 쇼핑 태도 및 사용의도 영향요인 연구 : 성별과 연령집단 별 차이 비교, 한국의류학회지 제37권 제7호 pp.1000-1014

불확실성 회피성향과 비교광고 메시지, 패션제품유형이 구매의도에 미치는 영향

- 모바일 광고를 중심으로 -

남샘 · 황선진
성균관대학교 의상학과

1. 연구목적

성숙기의 패션산업에서는 글로벌 패션기업 간의 치열한 경쟁으로 효율적인 판촉 전략이 요구되고 있다. 이중 하나가 후발브랜드가 선발브랜드와의 비교광고를 통한 광고 전략이다. 이에 본 연구는 소비자들의 불확실성 회피성향, 모바일을 통한 패션브랜드의 비교광고 메시지, 패션제품유형이 구매의도에 미치는 영향을 검증하고자 하였다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구목적을 위한 연구설계는 2(불확실성 회피성향: 고 vs 저) x 2 (비교광고 메시지: 일면적 vs 양면적) x 2(패션제품유형: 실용재 vs 쾌락재)의 삼원혼합설계로 구성되었으며, 서울 지역의 20~30대 여성 대학생 및 일반인 233명을 대상으로 조사하였다. 불성실한 설문지 33부와 불확실성 회피성향 중위수인 4.67을 기준으로 이에 해당하는 17명의 자료를 제외하고 4.67보다 높은 95명을 고집단, 4.67보다 낮은 88명을 저집단으로 분류하여 총 183부가 최종 분석에 사용되었다. 자료 분석은 SPSS 18.0 통계패키지를 이용하여 빈도분석, 신뢰도 분석, t-test, 삼원변량분석, 단순 상호작용 분석을 실시하였다. 또한 불확실성 회피성향은 배지양(2011)과 전송월(2012)이 사용한 12개 문항을 7점 리커트 척도로 측정하였고, 비교광고 메시지는 일면적과 양면적 메시지로 나누어 이에 대한 메시지를 설정하였으며 비교광고에 필요한 선발브랜드와 후발브랜드를 제시하여 모바일 광고 형태로 제작하였다. 패션제품유형은 Voss et al.(2003)의 연구에서 사용된 4개의 문항을 5점 리커트 척도로 측정하였다.

3. 결과 및 고찰

첫째, 모바일 광고에서 구매의도는 비교광고 메시지와 패션제품유형에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 경쟁자의 상표명을 제시하면서 자사 상표의 우월성을 강조하는 것이 구매의도 형성에 있어서 효과적이고, 제품유형에 따라 구매의도에 영향을 미친다는 박은주(2002)와 심이석(2012)의 연구를 지지한다. 이에 따라 모바일 광고의 비교광고를 시행함에 있어서 제품유형에 맞는

Corresponding author : Sun Jin Hwang, Tel.+82-10-6799-0172
E-mail : sjhwang@skku.edu

차별적 속성정보를 제공하여 광고에 대한 신뢰성을 높이고, 소비자의 긍정적인 의사결정을 형성시킬 수 있는 설득적 커뮤니케이션 전략이 될 수 있도록 노력해야 할 것이다.

둘째, 불확실성 회피성향과 비교광고 메시지가 구매의도에 미치는 영향에는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났는데, 불확실성 회피성향이 높은 소비자 집단은 모바일 비교광고 메시지의 양면적 메시지를 더 긍정적으로 평가하는 것으로 나타났다. 이는 불확실성 회피성향이 높은 사람들은 불확실성을 감소시키기 위해 명료하고 직접적인 메시지를 받았을 경우 구매의도에 긍정적인 영향을 미친다는 배지양(2010)의 연구를 지지한다. 따라서 후발브랜드가 선발브랜드와의 모바일 비교광고를 실시 할 때는 표적 고객의 심리적 특성을 고려해야 하며, 구체적으로 어떤 비교유형이 더 효율적인지를 고려해야 함을 시사한다.

셋째, 비교광고 메시지와 패션제품유형은 구매의도에 유의한 상호작용 효과가 있는 것으로 밝혀졌다. 즉, 실용적 패션제품의 경우 모바일 광고 시 비교광고 메시지 유형이 양면적 메시지일 때 더 긍정적으로 평가하고 있었다. 이는 실용적 제품은 비교광고에 노출 되었을 경우 강한 설득지식의 활성화가 일어나기 때문에 양면적 메시지에서 더 높은 구매의도가 나타난다는 여준상 & 송환웅(2007)의 연구를 지지하는 결과로서 패션브랜드들은 모바일 광고 상황에서 자사의 제품 특성에 맞는 비교광고 메시지를 선택하여 소비자들의 집중을 높일 수 있는 효과적인 광고를 제시해야 함을 시사한다.

4. 결론

본 연구결과에 따르면, 불확실성 회피성향과 비교광고 메시지, 패션제품유형에 따라 구매의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 비교광고는 일반광고와 다르기 때문에 해외 SPA브랜드의 경쟁사 상표에 대한 비교를 통해 국내 SPA브랜드 제품에 대한 구매의도를 증가시킬 수 있는 전략적인 도구로 사용될 수 있는 것이다. 또한, 신상품의 경우에는 모바일 비교광고의 메시지 측면성에 따라 제품의 특성을 효율적으로 전달할 수 있는 마케팅 커뮤니케이션 전략에 유용한 시사점이 될 것이라 사료된다.

■ 참고문헌

- 박은주(2003). *소비자 구매태도에 미치는 비교광고의 효과에 대한 연구*, 서강대학교 석사학위논문.
- 배지양(2011). CSR메시지의 모호성 정도가 수신자의 사회책임성 인식, 태도 및 구매의도에 미치는 영향: 수신자의 자기검양적 커뮤니케이션 성향과 불확실성회피성향의 중재효과를 중심으로, *한국 언론학보*, 55(1), pp.6-30.
- 심이석(2012). *소셜 커머스의 지각된 위험이 구매의도에 미치는 영향에 관한연구: 제품 유형과 구전 방향성을 중심으로 하여*, 국민대학교 석사학위논문.
- 여준상, 송환웅(2007). 자기조절초점과 제품유형이 비교 광고 노출에 따른 소비자반응에 미치는 영향, *광고연구*, -(77), pp.95-118.

의류 모바일쇼핑몰에서 제공되는 상품정보전달이 쇼핑가치와 재구매의도에 미치는 영향연구

서해원 · 신상무

송실대학교 유기신소재 · 파이버공학과

1. 연구목적

2009년 100억원에 불과하던 국내 모바일쇼핑 시장은 2015년 기준 약 22조 4600억원의 시장을 형성하며 모바일 쇼핑이 급격히 성장하고 있으나 아직까지 소비자에게 제품과 관련된 충분한 정보와 이미지 및 동영상 등을 제공되지 못하고 있고, 결제 시스템 또한 소비자가 완전히 신뢰할 만큼의 안전성 및 안정성, 편리성을 제공하지 못하고 있다(김원민, 2012). 따라서 본 연구의 목적은 의류 모바일 쇼핑몰에서 제공되는 상품정보전달이 쇼핑 가치와 재구매 의도에 미치는 영향을 규명하고자 하였다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 설문지법을 사용하였고, 모바일 쇼핑몰을 이용해 본 경험이 있는 남녀를 대상으로 설문을 진행하였다. 소셜네트워크인 '페이스북'과 '트위터', '카카오톡'을 이용하여 온라인 설문지를 배포하였다. 회수된 사용가능한 300부 설문지를 SPSS를 이용하여 기술적인 통계와 신뢰도 분석, 요인 분석, 회귀분석하여 가설을 검증하였다.

3. 결과 및 고찰

응답자의 인구통계적 특성은 남자가 135명으로 45%, 여자가 165명으로 55%를 차지하고 있다. 나이를 보면 20대가 179명(59.7%), 30대가 77명(25.7%), 40대가 24명(8.0%) 그리고 50대가 20명(8.7%)로 나타났다.

변수의 내적 신뢰도를 살펴보면 상품디테일 0.894, 구매동기유발 0.767, 제공혜택 0.879, 쾌락적 쇼핑가치 0.947, 재구매 의도 0.937로 신뢰성이 있는 것으로 나타났다. 상품정보전달 요인의 요인분석 결과, 상품디테일, 구매동기유발, 제공혜택 3가지 요인으로 나타났고 총 분산의 75.565%로 나타났다. KMO는 0.780으로 높게 나타났고, Bartlett의 구형성 검정치는 4533.473로 유의하게 나타났다.

상품정보전달 요인 상품디테일, 구매동기유발, 제공혜택 모두 쾌락적 쇼핑 가치에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 모형 F값이 167.077($p < 0.05$)으로 통계적으로 유의하고 모형적합도가 62.9%로 설명력이 좋다고 할 수 있다. 또한 모바일 쾌락적 쇼핑가치가 재구매 의도에 영향을 미치는 것으로

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

E-mail : smshin@ssu.ac.kr

나타났다.

4. 결론

상품정보전달 요인 상품디테일, 구매동기유발, 제공혜택 순으로 쾌락적 쇼핑 가치에 영향을 미치는 것으로 나타났고 모바일 쾌락적 쇼핑가치가 재구매 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 의류색상, 치수 및 피팅 사진 제공, 의류의 기능성 및 소재, 그리고 의류제조지에 대한 상품디테일 정보 제공과 할인 쿠폰, 타쇼핑몰 보다 저렴한 가격 제공, 제품 동영상 제공 등의 구매동기 유발, 무이자 할부 및 적립금 제공 혜택 등이 의류 모바일 쇼핑 시 쾌락적 쇼핑 가치에 영향을 미치고 재구매 의도에 영향을 미치므로 모바일 쇼핑몰 운영자들은 상품정보 전달에 효율적인 방안을 모색하면 좋을 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

- 김원민(2012), *모바일 쇼핑몰 서비스 특성이 고객만족과 이용의도에 미치는 영향*, 경희대학교 경영대학원 석사학위논문
- 정원진,(2012), *스마트폰을 통한 모바일 쇼핑 시 모바일 쇼핑몰의 이용성이 구매의도에 미치는 영향*, *대한경영학회지*, 25(3), 1769-1791
- 임연우, 전주형(2012), *쇼핑몰의 서비스품질과 구매의도에 관한 연구*, *한국산학기술학회지*, 13(4), 1609-1618

모바일 패션앱 특성이 만족과 지속사용의도에 미치는 영향

박은희 · 황선진
성균관대학교 의상학과

1. 연구목적

스마트폰의 보급과 스마트 폰 앱 및 콘텐츠 마케팅 개발이 활성화됨에 따라 모바일 앱 서비스의 확산에 대한 관심이 증대되고 있으며 모바일 쇼핑 거래액도 증가하는 추세다. 특히 상품주기가 상대적으로 짧은 패션 업계는 다른 산업에 비해 가장 많은 수의 앱을 활용하여 빠르게 변화하는 소비자들의 욕구를 충족시키고 있다. 한편 최근 경영학분야의 연구경향을 살펴보면 모바일 앱의 사용 후 단계인 이용의도 또는 지속적인 사용의도(Expectation Confirmation Model: ECM)를 활용한 연구가 늘고 있다. 또한 패션 앱이 활성화되고 패션업계의 중요한 유통경로로 부각되고 있으나 패션 앱의 지속적 사용의도까지 규명한 연구는 매우 제한적이다. 따라서 본 연구의 목적은 패션 앱의 지속적 사용의도를 예측할 수 있는 ECM (Expectation Confirmation Model: ECM)모델을 패션앱에 적용하여 모바일 패션 앱의 특성이 만족과 지속사용의도에 각각 어떠한 영향을 미치고 있으며 패션 관여도에 따라 어떠한 차이가 있는지 알아보았다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구의 대상자는 최근 1년 내 패션 앱을 사용한 경험이 있는 서울, 경기도에 거주하는 20~40대 남녀 231명을 대상으로 설문지법을 이용하여 설문을 실시하였다. 자료 분석 방법으로는 SPSS 20.0 통계패키지를 이용하여 빈도분석과 요인분석, 다중회귀분석을 실시하였다. 또한 패션에 관련된 정보를 얻을 수 있고 제공 및 구매할 수 있는 것을 패션앱 특성이라 하였으며 패션 관여도는 모바일 패션 앱에서 패션 제품에 대한 관심이나 중요성으로 정의 하였다.

3. 결론

본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 모바일 패션 앱 특성 중 가시성, 최신성, 친숙성, 정확성, 리뷰신뢰성 요인이 혁신성, 유용성, 유희성, 경제성 요인보다 모바일 패션 앱 만족에 더 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 혁신성은 부적인 영향으로 나타났다.

둘째, 모바일 패션 앱 특성요인들은 지속사용의도에 미치는 영향을 분석한 결과 최신성, 친숙성, 유희성 요인이 모바일 패션 앱 지속사용 의도에 영향을 주는 요인으로 나타났다. 그러나 혁신성은 부적인 영향을 주었다. 이처럼 혁신성이 만족과 지속사용의도에 부적인 영향을 준 이유는 이미 모바일 앱을 사용하고 있는 사용자들에게 패션앱은 더 이상 혁신적이지 않기 때문인 것으로 해석된다.

Corresponding author : Sun Jin Hwang, Tel.+82-10-6799-0172

E-mail : sjhwang@skku.edu

셋째, 모바일 패션 앱 특성에 의한 만족도는 지속사용의도에 정적인 영향을 주는 것으로 나타났고 모바일 쇼핑 만족이 높아질수록 모바일 쇼핑 지속사용의도도 높아지는 결과를 보였다. 이는 사용자의 만족이 지속사용의도에 유의한 영향을 미친다고 한 Oliver(1980)의 주장과 동일한 결과라고 할 수 있다. 따라서 모바일 패션앱 사용자의 전반적인 만족도는 패션앱을 이용한 이후에도 지속적으로 이용할 의도가 높다는 것으로 확인 하였으며 사용자들을 만족시키기 위한 앱의 특성을 사용자 필요에 맞도록 최적화된 환경으로 구성하도록 노력해야 할 것이다.

넷째, 패션 관여도에 따라 모바일 패션 앱을 이용한 소비자의 만족에 차이가 있는지를 조사한 결과, 패션 관여도가 높은 집단에서는 패션앱의 유희성과 리뷰신뢰성이 만족에 영향을 미쳤다. 이는 패션 앱 쇼핑을하며 즐거움을 느끼고 자주 이용하는 패션 앱 리뷰를 신뢰한다는 것을 알 수 있었다. 반면 패션관여도가 낮은 집단은 유용성, 최신성, 정확성, 리뷰신뢰성이 만족에 영향을 미쳤다. 즉, 관여도가 높은 소비자에 비해 모바일 패션 앱에서 상품을 구입하는데 신속하고 효율적으로 느끼며 주변의 긍정적 리뷰가 믿음만 하다고 느낄 때 더 만족이 높음을 의미한다고 볼 수 있다. 따라서 패션 모바일 앱이 신규회원을 모집하고 지속적 사용을 하기 위해서는 신뢰할만한 리뷰 부분을 강조할 필요가 있음을 시사한다.

■ 참고문헌

- 김관현(2012), “모바일 애플리케이션 마켓 특성이 이용자의 지속적 이용의도에 미치는 영향.” 호서대학교대학원 석사학위논문.
- 이미진(2012), “모바일 쇼핑동기와 패션애플리케이션 속성 중요도.” 한양대학원 석사학위 논문.
- Exicon(2010), “Branded Apps & Luxury Fashion.” pp.15-19
- Verkasalo, H.Lopez-Nicolas, C.Molina-Castillo, F.J.and Bouwman, H.(2010), “Analysis of user and non-users of smartphone application.”, *Telematics and Informatics*, 27, (3), pp.242-255.
- Oliver, R.L.(1980), “A cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions.”, *Journal of Marketing Research*, 17(Nov).
- 코참넷(2015.01.02.) 소매유통업 전망조사 <http://www.korcham.net/nCham/Service/EconBrief/appl/EconindexDetail.asp?SEQNO=2241>
- 통계청(2015), 온라인 쇼핑동향 http://kostat.go.kr/portal/korea/kor_nw/2/1/index.board?bmode=read&aSeq=335423

여대생의 외모관리행동이 진로결정수준에 미치는 영향

김 미 경

숙명여자대학교 리더십교양학부

1. 연구목적

글로벌 경제 침체로 인한 고용불안과 청년실업률이 사회적 문제로 이슈화되면서 사회진출을 준비해야 하는 대학생들에게 있어 직업과 진로 결정을 위한 자기개발 전략은 중요한 교육 콘텐츠로 부각되고 있다. 이러한 사회적 현상으로 인해 교육부와 노동부 등 국가 산하기관들은 학생들의 취업을 향상을 위한 정책 방안을 개발하고 학생들의 취업과 진로를 담당하는 대학 부속기관들의 적극적인 참여와 자발적인 교육 프로그램의 개발을 유도하고 있다. 진로개발에 대한 정책과 프로그램이 활성화됨에 따라 학생들은 경쟁력 있는 경력개발 포트폴리오를 구축하며 자신의 미래와 진로를 결정하기 위한 다양한 프로젝트에 참여하고 있다.

진로결정은 사회진출을 시작하는 대학생들에게 있어 자신의 삶의 방향을 결정하는데 중요한 영향을 미치는 요인으로 이에 대한 심층적 연구와 관련 변인에 대한 다양한 측면에서의 연구는 청년고용촉진을 위한 정부정책과 맥을 같이하며 청년실업을 해결을 위한 정책 수립에 유용한 자료를 제공하고 있다. 진로결정과 취업전략에 대한 선행연구를 살펴볼 때 여대생은 남학생 보다 진로결정수준이 낮으며 취업준비가 취약하다는 연구결과가 제시되고 있다(Super, 1980; Lee, 1994).

이러한 관점에서 본 연구는 여대생의 외모관리 행동이 진로결정수준에 미치는 영향을 분석함으로써 진로결정수준을 높일 수 있는 탐색적 방안을 제시하고 진로결정을 위한 효과적인 프로그램 개발과 전략수립에 기여하고자 한다. 또한 이미지가 경쟁력으로 부각되고 있는 비주얼 시대에 있어 외모에 대한 관심과 관리에 보다 적극적인 여대생의 행동적 특성을 고려할 때 외모관리와 진로결정수준과의 연관성에 대한 분석은 진로와 취업을 준비하는 여대생들에게 보다 적극적인 행동전략을 수립할 수 있는 계기를 제공하게 될 것이다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 이론적 고찰을 통해 외모관리와 진로결정수준에 대한 선행연구의 결과를 토대로 실증적 분석을 위한 변인을 추출하여 정량적 연구방법으로 진행되었다.

여대생의 외모관리행동이 진로결정수준에 미치는 영향을 분석하기 위해 설정한 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 외모관리행동의 요인을 추출하기 위해 선행이론에 근거하여 요인분석을 실시한 후 타당도를 검증한다.

Corresponding author : Mikyung Kim, Tel.+82-2-2077-7266 Fax.+82-2-2077-7514

E-mail: kimmk@sm.ac.kr

둘째, 변수간의 관련성을 규명하기 위해 외모관리행동 요인과 진로결정수준 요인간의 상관관계를 분석한다.

셋째, 외모관리행동의 요인이 진로결정수준을 측정하는 변수인 진로확신과 진로미결정수준 요인에 미치는 영향력을 규명한다.

연구방법은 서울시내 대학의 여대생을 연구대상으로 설정하여 설문조사방법을 실시하였으며, 350부의 설문지 중 무응답 처리되었거나 응답에 오류가 있는 설문지를 제외한 291부의 설문지를 통계 분석에 사용하였다. 분석에 사용된 통계프로그램은 SPSS 21버전이며 통계분석은 척도의 신뢰도 검증 및 기초통계분석과 요인분석, 상관관계, 회귀분석을 실시하였다.

3. 결과 및 고찰

연구 분석 결과 표본의 인구통계적 특성은 1학년 32.5%, 2학년 14%, 3학년 28.1%, 4학년 25.3%로 구성되어 있으며, 전공은 어문계열 20.9%, 사회계열 12.3%, 인문계열 11.7%, 경상계열 13.7%, 자연계열 17.8%, 예체능계열 23.7%로 분포되었다.

첫째, 외모관리행동에 대한 척도의 타당도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 분석결과 패션, 뷰티, 체형의 3개 요인이 추출되었다. 고유값과 분산설명력은 패션이 4.133과 31.792%, 뷰티가 2.123과 16.331%, 체형이 1.614와 12.419%로 나타났다.

둘째, 각 변수의 하위요인 간 상관관계를 분석한 결과 진로확신과 체형관리 간의 상관계수는 .127로 정(+)의 상관관계를 나타내었으며, 진로미결정수준과 패션관리 간의 상관계수는 -.119, 체형관리 간의 상관계수는 -.202로 부(-)의 상관관계를 나타내었다.

셋째, 여대생의 외모관리행동이 진로결정수준에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석 결과 진로확신에서는 뷰티관리 요인의 t값이 -2.224(p=.027)로 부(-)의 영향을 미쳤으며 체형관리 요인은 t값이 2.206(p=.028)로 정(+)의 영향을 미쳤다. 진로미결정수준에서는 모든 요인에서 유의한 영향이 나타났다. 패션관리와 체형관리 요인의 t값은 -2.149(p=.033), -3.580(p=.000)으로 부(-)의 영향을 미쳤으며, 뷰티관리 요인의 t값은 2.939(p=.004)로 정(+)의 영향을 미쳤다.

4. 결론

연구결과 여대생의 진로결정수준을 측정하는데 있어 외모관리 행동 요인과는 유의한 상관관계를 나타내고 있음이 밝혀졌다. 진로확신 요인에서는 체형관리 행동이 정적 영향을 미쳤으며 진로미결정수준에서는 패션과 체형관리 행동 모두 부의 영향을 미쳤으므로 체형과 패션에 대한 관리행동이 적극적일수록 진로확신과 진로결정수준이 높아짐을 알 수 있다.

이러한 결론은 진로탐색과 취업준비를 하는 여대생들에게 자신의 외적 이미지를 관리하기 위한 체형과 패션에 대한 적극적인 관심과 관리의 중요성을 인식시키는 계기가 될 것이다.

또한 높은 청년실업률의 체감으로 불안정한 미래를 준비하는 여대생에게 있어 자신의 진로를 결정하는데 영향을 미치는 외모관리 행동에 대한 탐색적 연구는 보다 효과적인 자기개발전략을 수립하고 진로 프로그램 모형을 개발하는데 유의한 자료를 제공하게 될 것이다.

■ 참고문헌

Super, D. (1980), "A life-span, life-space approach to career development", *Journal of Vocational Behavior*, 16, pp. 282-298.

이선민(1994), "대학생의 취업포부와 취업전략분석". 이화여자대학교 석사학위논문.

웨어러블 스마트 디바이스의 의상 심리학적 기능에 대한 이론적 고찰

김민지

상지대학교 생활조형디자인학부(학과)

1. 연구목적

스마트디바이스(Smart Device)는 컴퓨터 기술을 활용한 무한의 연쇄고리를 가지고 있는 정보 네트워크이다. 첨단 과학기술이 만들어 내는 인간 생활의 유익함은 삶의 혁명을 가져오고 있다. 스마트 폰으로 시작된 스마트 디바이스의 시장은 포화되어 웨어러블 디바이스의 영역으로 확장하고 있으나 하드웨어적으로는 모두들 비슷한 수준을 만들기 때문에 소프트웨어와 디자인에서 승부를 내려고 있다. 이러한 스마트 기술을 적용한 웨어러블 디바이스는 무궁무진한 진화를 거듭하고 있으나 의복에서는 대중에게 까지 상용화 되는 단계에 아직 이르고 있지 못하고 있다. 이는 점점 다양해지는 개인의 니즈를 만족하지 못하고 있으며, 기기가 아무리 좋은 기능을 가지고 있더라도 이를 수용하는 의복의 형태, 개개인의 취향과 감각에 맞지 않는다면 상용화에 문제가 발생하기 때문이다.

본 연구는 스마트 디바이스의 종류별 기능에 대한 고찰과 분석을 통해 개인의 니즈를 만족시키는 요소를 심리적 요소로 재분석하여 스마트 디바이스의 의복 디자인으로의 활용에 대한 방안을 새로운 시각으로 연구하는 것을 목적으로 한다. 테크놀러지를 활용한 의복의 기능을 심리적인 분석과 함께 적용하는 것을 통해 스마트 패션의 새로운 방향을 모색할 수 있을 것이다. 또한 이는 스마트 의복의 발전과 상용화를 위한 핵심 키워드가 될 수 있다.

2. 연구방법 및 내용

연구의 방법은 스마트 디바이스의 고찰과 심리학에 관한 연구로 이루어지며 이는 국내외의 선행 연구와 문헌 및 각종 미디어의 기사를 통해 고찰하였다. 연구범위는 초기의 스마트 디바이스인 스마트 폰 출현 시기로 2009년부터 2016년 현재까지로 하였다. 연구의 내용은 스마트 디바이스 제품을 기능별로 분류하여 고찰하고 이를 의상 심리학적 요인과 함께 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 웨어러블 스마트 디바이스

(1)정의

웨어러블 디바이스란 '착용하는 전자기기'를 뜻하며, 단순히 액세서리처럼 전자기기를 착용하는 것이 아니라 사용자 신체의 가장 가까운 위치에서 사용자와 소통 할 수 있는 저자기기이다. 또한 웨어러블 디바이스는 머리나 손목, 손가락, 팔에 착용할 수 있는 액세서리 형태로 입거나 신체에 부착

Corresponding author : Min Ji Kim, Tel.+82-10-6267-5618

E-mail: minji309@sangji.ac.kr

하는 형태(신체부착형)로 개발되어 왔으며, 여러 가지 형태로 진화하고 발전하면서 사용자의 이용 편의성이 증대 될 수 있도록 개발되고 있다. 스마트 기술을 도입한 액세서리를 비롯한 의류를 통칭하는 것으로 특정한 기능을 신체에 착용하여 인체의 한 부분으로 편리함과 즐거움을 주는 제 2의 인체기관이라고 할 수 있다.

(2) 웨어러블 스마트 디바이스의 기능별 유형

■ 웰빙기능(Wellness)

웰빙기능은 스마트폰 기술이 발달하면서 다운로드한 피트니스 어플리케이션과 피트니스 웨어러블 디바이스가 블루투스를 통해 연결이 가능해지면서 이러한 기기로 수치화된 데이터(운동으로 뒀 거리, 속도, 칼로리, 심장 박동수)를 분석하여 건강관리를 할 수 있게 되었다. 이러한 제품으로는 나이키에서 출시된 스마트 슈즈와 퓨얼밴드(Fuel Band)가 있고 그 외에도 스포츠 워치GPS를 출시하였다. 건강 관리용 웨어러블 디바이스에 대한 수요가 증가하여 관련 제조업체인 나이키Nike와 아이다스 등의 수입액이 증가하는 추세이다. 스포츠 선수의 신체의 움직임을 체크하는 센서, 전도성 섬유를 기반으로 심박수, 호흡수, 체온과 운동량 등의 생체정보를 측정하는 바이오센서가 출시되기도 하였다. 이와같은 첨단 스마트 기술이 의복에 적용되어 신체활동을 측정하여 건강을 유지하도록 조력하는 기능을 한다.

■ 의료용(Healthcare and Medical)

의료용은 치료목적으로 소비자들에게 호응을 얻고 있으며, 인체에 장착된 디지털 기기들을 무선으로 연결해 인체를 중심으로 자유로운 통신을 하는 근거리 무선통신이다. 실시간 진단, 진료, 예방 등의 보건 의료 및 건강관리를 해준다.

■ 인포테인먼트(Information + Entertainment)

인포테인먼트는 정보와 오락의 합성어로 정보의 전달에 오락성을 가미한 소프트웨어 또는 미디어를 가리키는 용어이다. 대표적인 인포테인먼트 아이템으로는 스마트 안경과 스마트 워치가 있다. 스마트 안경은 착용자의 눈앞에 일상의 환경을 바로 볼 수 있는 핸드프리 디스플레이 기능으로 직관적인 형태로 증강현실 기능을 이용할 수 있다. 네비게이션 기능 및 원하는 정보를 입력하면 표시해주는 기능 등이다. 이외에도 사용자의 움직임을 모니터링 하는 센서가 내장되어 문자, 메시지 및 이메일 확인 등의 기능이 다양하다.

2) 웨어러블 스마트 디바이스의 의상심리학적 기능

의상심리학은 의복에 대해 사회 심리학적 측면에서 접근하는 학문이며 의복의 사회 심리학적 접근은 의복에 대한 인간행동의 형태로 보는 것이다. 의복은 인체를 보호하기 위한 물리적인 기능과 더불어 심미적인 기능으로 심리학적 측면을 갖고 있다. 자아정체성을 드러내어 의복을 통해 심리적인 안정감을 얻을 수 있다. 의복은 자기 향상의 중요한 원동력으로 긍정적으로 사용되어 질 때는 자기의 수용감, 자존심과 자기존중에 기여할 수 있게 된다고 하였다. 또한 첨단기술에 의한 인간 소외보다는 인간의 심리적인 안정을 주고 또 다른 쾌를 주는 심리학적으로 유익한 기능을 갖는다. 의복을 입는 심리학적 요소를 흥미성, 안락성과 편의성, 심리적 의존성, 실용성, 동조성, 유행성, 심미성의 여덟 가지로 나누어 이를 웨어러블 스마트 디바이스의 심리적인 요인으로 분석하였다.

의복의 흥미성은 의복에 대한 지식, 선택 및 착용 등에 관심과 호기심을 지니는 것을 의미하는 것으로(Rosencranz, M.L.(1972), Clothing Concept, N.Y.;The Macmillan Company)이는 인포테인먼트 아이템의 기능과 더불어 탑재된 오락성을 가미한 미디어 기능에서 발견되는 요소이다. 편

리성과 심리적 의존성은 의료용과 피트니스용 웨어러블 스마트 디바이스에서 찾을 수 있다. 신체의 불편함을 개선 및 향상시켜주고 또한 건강을 체크하는 기능은 심리적인 안정감과 편리함을 준다. 자콥슨(Jacobson)은 자기주장, 사회적 인정 및 동조에 대한 욕구가 패션지향적인 행동의 기본 동기라고 하였다. 시멜(Simmel)은 동조성과 개성이 패션성립의 필수적이며 패션의 주기는 급격히 끝나버려 패션이 형성되지 않을 것이라고 하였다. 동조성은 유행현상의 필수 조건으로 스마트 디바이스의 상용화를 위한 중요한 변인으로 작용한다. 실용성은 의복을 실제 사용하는데 용이한 정도를 말하며, '의복의 구입, 착용, 관리 면에서 편리하고, 용이하게 의복을 착용하는 행위'라고 정의하였다. 스마트 웨어는 이러한 실용성의 면에서 신소재와 기기의 부착에 의해 실용성에서 개발이 요구된다. 또한 동조성을 자콥슨은 자기주장, 사회적 인정 및 동조에 대한 욕구가 패션지향적인 행동의 기본 동기라고 하였다. Simmel은 동조성과 개성이 패션성립의 필수적이며 패션의 주기는 급격히 끝나버려 패션이 형성되지 않을 것이라고 하였다. 동조성은 유행현상의 필수 조건으로 스마트 디바이스의 상용화를 위한 중요한 변인으로 작용한다. 이에 동조성을 유행성과 연장하여 분석할 수 있겠다. 심미성은 미적인 기능을 위한 측면이 강하다. 또한 다른 사람들과 구분되기 위한 자기표현의 수단이다. 의복을 통한 장식과 기능을 통해 정신적인 안정감과 욕구를 충족하게 된다. 본능적인 감정을 조절하고 극복하는 수단으로 활용한 것이다. 기능적인 것과 더불어 '보이는 것'을 고려하여 선택하는 기호가 조사에서 나타났듯이 디자인의 패션속성이 더욱 중요해지며, 상용화를 위한 키워드가 된다.

4. 결론

웨어러블 스마트 디바이스 시장은 액세서리부터 의복으로까지 점차 확대되고 있는 미래형 산업으로 지속적인 발전을 거듭하고 있다. 의료와 피트니스 그리고 인포테인먼트의 기능으로 많은 제품들이 나와 상용화되고 있지만 아직 의복에서는 심리학적인 요인으로 액세서리 제품들에 비해 상용화가 미비한 실정이다. 이제 웨어러블 디바이스는 단순한 기계이상의 의미를 소비자들에게 전달 할 수 있어야 한다. 웨어러블 스마트 디바이스들이 기존의 기기들이 제공하지 못했던 사용자 맞춤형 감성을 전달 할 수 있어야 피로도와 부담스러움이 아닌 감성적인 기쁨, 행복으로 변화 할 수 있다. 흥미성과 편리성과 더불어 실용성, 동조성, 유행성과 심미성을 고려한 제품들을 통해 웨어러블 스마트 디바이스의 의복으로서의 상용화를 가져 올 수 있다. 향후 연구에서는 웨어러블 스마트 디바이스 의복의 심리학적 연구를 실증적인 연구로 진행하여 심도 있는 결과를 도출 할 예정이다.

■ 참고문헌

- 이재영(2014), 미래를 바꿀 IT 과학이야기, 로드북.
 김대건(2013), 웨어러블 디바이스(Wearable Device) 동향과 시사점, 방송통신 정책, 제25권 21호, pp1-26.
 문혜경(201), 사회적 자기효능감이 우울성향 및 스트레스 정도에 따라 의복태도와 화장도에 미치는 영향, 한국복식학회, Vol.51, No.5, pp77-94.
 박혜선(1989), 의복동조성에 대한 이론적 연구, 의류섬유학회, Vol. No.3, p.223-241.
 박광희, 정인향, 최선영, 한정숙(1998), 의복행동에 관한 이론적 고찰(1) 의복의 동조성, 유행, 개성, 흥미성, 실용성, 심미성중심으로, 과학논집, pp87-112.
 손현정, 이상원, 조문희,(2014), 대학생의 디바이스 사용의도에 영향을 미치는 요인, 한국언론정보학

보,pp. 7-33.

이종근, 정재훈(2014),사물인터넷 세상의 핵심 모멘텀 웨어러블혁명, 한스미디어.

국내 여대생의 화장품 구매 및 사용 실태에 관한 연구

-서울, 경기, 인천지역 소재 대학의 재학생을 중심으로-

김 태 미

부천대학교 섬유유통비즈니스학과

1. 연구목적

현대여성들에게 화장품은 단순히 아름다움만을 추구하는 것이 아니라 일상 속의 필수품으로 사용되고 있다. 또한, 색조 화장품은 그 사용 연령이 점차 낮아지고 있으며, 피부관리에 대한 인식도 젊은 나이에서부터 시작해야 한다는 인식이 높아지고 있는 추세이다. 화장품은 청결과 보호, 개인의 개성과 자아 표현 뿐 아니라 현대 소비자의 욕구에 따라 미백, 주름제거, 자외선 차단과 같은 기능성 제품과 각종 친환경 제품 등이 다양하게 출시되고 있다. 따라서, 화장품에 관심이 가장 많고, 유행에 민감한 여대생들의 화장품 구매와 사용에 실태를 연구해 봄으로써 젊은 층에 부합한 제품의 생산과 마케팅 전략 수립의 기초자료로 제공하는 데 그 목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 국내 여대생의 화장품 구매 및 사용 실태를 알아보기 위한 연구로 연구대상은 서울, 인천, 경기지역 소재에 재학 중인 여학생을 대상으로 실시하였으며, 조사기간은 2015년 12월 1일부터 12월 20일까지 직접 배포한 후 회수한 359부 중 불완전한 8부를 제외한 351부를 SPSS 22.0을 사용하여 분석하였다.

연구를 위한 측정도구로는 설문지를 사용하였으며, 설문지는 선행연구를 참조하여 화장품 사용 실태 관련 문항과 부작용 관련 문항, 피부관리정도에 관한 문항과 화장품 지식관련 문항, 인구통계학적 특성을 알아보기 위한 문항으로 이루어졌다.

화장품 사용 실태 관련 문항은 최근 구매한 화장품의 유형, 주로 사용하는 화장품 유형, 최근 구매한 화장품 구매처, 화장품 구매시 정보처, 최근 화장품을 구매이유, 현재 사용하는 화장품의 지속 사용여부와 지속사용이유, 화장품 구매 후 후회한 이유, 화장품 구매시 가장 중요하게 생각하는 요인, 화장품 성분확인 여부와 성분확인수준, 미백제품 사용경험과 만족도, 주름제거 제품 사용경험과 만족도, 자외선차단 제품사용 경험과 만족도, 친환경제품 사용경험과 만족도로 이루어졌다.

화장품 부작용 경험유무와 경험한 부작용의 종류, 화장품 부작용 발생시 대처법, 화장품의 부작용 성분에 대한 인지정도, 피부관리 정도와 화장품성분 지식정도에 대한 문항과 인구통계학적 특성에 대한 문항으로 구성되었다.

Corresponding author : Tae Mi Kim, Tel.+82-32-610-3320 Fax.+82-32-610-3219

E-mail: taemik@naver.com

3. 결과 및 고찰

연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 화장품 사용 실태에 대한 연구 결과는 다음과 같다. 화장품을 사용하는 이유는 미적추구 66.1%, 피부보호 26.5%, 품위유지 4.8%, 개성창조 2.6% 로 나타났다. 최근 구매한 화장품의 유형은 저가브랜드 65.8%, 고가 유명브랜드 22.8%, 친환경 천연화장품 10.5% 로 나타났다. 주로 사용하는 화장품의 유형은 색조화장품(아이섀도, 립스틱 등) 57.8%, 기초화장품(스킨, 로션) 32.2%, 기능성 화장품(아이크림, 미백화장품, 자외선 차단 등) 9.1%, 향수류 0.9% 로 나타났다. 최근 구매한 화장품 구매처는 화장품전문점 67.5%, 백화점 16.2%, 인터넷 10.3%, 할인점 5.7% 로 나타났다. 화장품 구매시 필요한 정보 구하는 방법은 인터넷 67.2%, 친구나 가족 21.9%, 판매사원 5.1%, TV광고 2.6% 잡지 2.3% 등으로 나타났다. 최근 화장품을 구매한 이유는 사용하던 제품을 다 사용했을 때 49.0%, 신제품이 출시되었을 때, 피부상태의 개선을 원할 때, 할인행사 등 이 각 13.4%, 쇼핑시 충동구매 가 11.1% 로 나타났다. 현재 사용하는 화장품의 지속 사용여부에 대해서 37.9%가 지속해서 사용하겠다고 하였으며, 지속사용 이유로는 품질 63.8%, 호기심 16.0%, 구매편리성 7.4%, 주변사람들의 권유 5.4%, 화장품 용기의 디자인 2.8%, 가격 2.6%, 광고 1.1%, 용량 0.9% 로 나타났다. 화장품 구매후 후회한 이유로는 품질 67.8%, 호기심 11.1%, 광고 5.7%, 가격과 용량이 각각 4.8%, 화장품 용기의 디자인이 2.8%, 주변사람들의 권유 3.1%로 나타났으며, 구매편리성으로 인한 후회는 나타나지 않았다. 화장품 구매시 가장 중요하게 생각하는 요인은 품질(제품의 효과 효능) 80.6%, 가격 9.7%, 제품성분 6.0%, 제조년월일 등의 사용기한 1.1%, 그 밖에 용기 디자인 0.9%, 용량 0.3%, 브랜드 인지도 0.3%로 나타났다. 제품 구매시 화장품의 성분을 확인은 41.9%가 한다고 하였으며, 58.1%가 하지 않는다고 답하였다. 이때 성분을 확인하는 수준에 대해서는 주요성분이나 기능성 성분만 확인하거나 유해한 성분의 유무를 확인하는 정도가 가장 높았으며, 성분확인을 하지 않는 주된 이유는 표시된 성분에 대해 잘 모르고, 성분자체에 관심이 없어서라는 응답이 가장 많았다.

둘째, 각 제품의 유형별 사용경험자는 미백제품 78.6%, 주름제거 제품 66.1%, 자외선차단 제품 98.3, 친환경 제품 68.1%로 나타났다. 각 제품의 유형별 사용 만족도는 5점 척도를 통해 측정하였으며, 측정결과 미백 제품 2.21, 주름제거 제품 1.97, 자외선차단 제품 3.4, 친환경 제품 2.38로 나타났다.

셋째, 화장품 부작용 경험이 있는 자는 72.6%였으며 경험한 부작용의 종류는 뾰루지 및 여드름이 가장 많았으며, 피부발진 및 붉어짐과 따가움·화끈거림, 가려움증, 부어오름의 순서로 나타났다. 화장품 부작용 발생시 대처법으로는 제품 사용을 중단하고 다른 제품을 사용하다가 가장 많이 나타났으며, 그 다음으로 피부진정을 위해 관리를 한다, 그냥 피부과를 방문한다, 화장품 용기나 포장지 등을 가지고 피부과를 방문한다, 그냥 방치한다 의 순서로 나타났다. 화장품의 부작용 성분에 대해 78.3%가 인지하지 못하는 것으로 나타났다. 피부관리 정도 3.99로 높은 편이나, 화장품의 부작용 성분에 대한 지식 정도는 2.25로 낮게 나타났다.

4. 결론

연구의 결과를 통해 미적추구와 피부보호를 주요 기능으로 하는 중저가브랜드를 가장 선호하나 고가 유명브랜드와 친환경 천연화장품에 대한 수요도 높으므로 이를 고려한 생산이 이루어져야 할

것이며, 화장품전문점67.5%을 중심으로 하는 유통과 더불어 백화점, 인터넷, 할인점 등의 다양한 채널을 통한 유통이 이루어져야 할 것이다. 화장품 구매시 인터넷을 이용한 정보수집이 가장 많으며, 사용하던 제품을 다 사용했을 때 가장 구매가 많은 점을 이용하여 구매 고객의 제품사용 주기를 적절하게 이용한 정보 제공이 피로할 것으로 보여진다. 또한,化妆품을 지속 사용하거나 후회할 때, 구매시 가장 중요하게 생각하는 요인은 모두 품질(제품의 효과 효능)이며, 제품 구매시 화장품의 성분을 확인의 수준이 점차 높아지고 있음을 고려하여 제품의 품질과 유해물질이 없음을 올바르게 표기할 필요성이 있다.

각 제품의 유형별로 자외선 차단제는 필수적으로 사용하며 20대 임에도 미백제품과 주름제거 제품, 친환경 제품 또한 절반 이상의 응답자가 사용한 경험이 있음에도 사용 만족도는 자외선 차단제 외에는 낮게 나타나 이에 대한 추가적인 연구가 이루어져야 할 것이다.

연구의 결과를 통해 20대 초반의 여대생을 목표시장으로 하는 다양한 화장품의 생산과 유통, 마케팅에 적극 활용 할 수 있을 것으로 기대된다.

■ 참고문헌

- 김주희,하종경(2010), "인터넷 쇼핑물에서 화장품 구매시 위험지각에 따른 구매행동에 관한 연구", *한국생활과학회지*, 19(6), pp.1003-1012.
- 박송이,최미옥(2015), "화장품 부작용 경험 유·무에 따른 화장품 전성분표시제에 대한 인식", *대한피부미용학회지*, 13(3), pp.301-307.
- 윤지주, 권수애(2004), "여대생의 기능성화장품 구매 및 사용실태와 요구도", *한국생활과학회지*, 13(2), pp.271-282.
- 이영재(2014), "한국화장품 구매 선호도에 관한 연구", *한국생활과학회지*, 23(3), pp.545-556.
- 이은실(2011), "연령 및 피부타입에 따른 피부관리태도와 피부만족도에 대한 연구", *대한피부미용학회지*, 9(3), pp.269-279.

대학생의 진로결정효능감이 사회계층과 심리적안녕감에 미치는 영향

박 은 희

경북대학교 가정교육과

1. 연구목적

대학 시기는 졸업 이후 진로를 결정하여 직업을 선택하고 준비하는 과정에 있기 때문에 이시기 이들은 진로 및 취업에 대한 많은 좌절과 갈등을 경험할 수 있다. 즉 전공 관련 수업에 흥미가 높을 경우 학점관리 및 직업 준비를 계획적으로 수행할 것이지만 전공 관련하여 적성에 맞지 않을 경우 대학 시기 갈등과 좌절을 겪으면서 적성과 직업을 찾기 위해 노력할 것이다. 이런 대학생들의 학과 수업과 관련하여 과제들을 성공적으로 해결할 수 있다고 느끼는 자신의 능력 정도에 따라 진로결정효능감은 다를 것이다. 또한 가정의 경제력과 부모의 교육수준, 직업과 같은 사회경제적 배경이 학생들의 진로결정에 영향을 미치므로 대학생들의 주관적 사회계층에 따라 진로결정효능감에 어떤 영향을 미치는지 살펴보고자 한다. 인간은 어떻게 하면 더 오래 행복한 삶을 누릴 수 있을까에 관심을 두고 있으며, 특히 대학생활을 행복하게 하는 것 중 하나는 졸업 이후 자신의 직업이다. 이들이 원하는 직장을 찾기 위해 대학시기에 겪게 되는 진로결정에 대한 자신감이 삶의 목적과 자신의 행동을 조절하고 주위 환경을 통제하는 심리적 안녕감에 영향을 미칠 것이다.

이에 본 연구에서는 대학생의 진로결정효능감이 사회계층과 심리적안녕감에 어떤 영향을 미치는지 알아보고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

본 조사는 2016년 3월 21일~3월 31일 대구·경북 지역 대학교와 전문학교 대학생을 대상으로 설문지 260부를 배부하여 실시하였다. 회수된 질문지 중 불성실한 설문지를 제외한 243부를 자료 분석에 이용되었다. 1학년 48명(19.8%), 2학년 74명(30.5), 3학년 63명(25.9%), 4학년 58명(23.9%)이었다. 주관적 계층의식은 채진미,이은영(2005)의 연구에서 사용된 문항을 수정하여 경제력, 사회적 지위, 소비생활 수준, 문화수준, 전체적인 계층의식에 대해 본인이 주관적으로 어느 계층에 속한다고 생각하는지를 5단계(상류층, 중상류층, 중중류층, 중하류층, 하류층)에서 평가하도록 하였다. SPSS PC+ 20.0 통계 프로그램을 이용하여 자료를 분석하였다. 통계방법은 빈도, 요인분석, 신뢰도검증, 회귀분석을 이용하였다. 본 연구에서는 대학생의 진로결정효능감과 사회계층 및 심리적 안녕감을 알아보기 위해 다음과 같은 연구내용을 설정하였다.

1. 대학생의 진로결정효능감 및 심리적안녕감의 요인을 분석한다.
2. 대학생의 진로결정효능감이 사회계층에 미치는 영향을 알아본다.

Corresponding author : Eun Hee Park, Tel.+82-10-9587-3245 Fax.+82-53-950-6219

E-mail: parkh1987@hanmail.net

3. 대학생의 진로결정효능감이 심리적안녕감에 미치는 영향을 알아본다.

3. 결과 및 고찰

대학생의 진로결정효능감을 요인분석 한 결과 직업수행능력, 목표설정, 대안선택능력으로 나타났으며, 전체설명력은 66.00%였다. 심리적안녕감을 요인분석 한 결과 긍정적 자아수용, 부정적 대인관계, 힘든 삶, 자율성, 환경순응, 현실 안주, 타인의존으로 나타났으며, 전체설명력은 66.54%였다.

진로결정효능감의 직업수행능력이 주관적 계층의식의 경제력에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 10%였다. 선택한 전공의 교과 과정을 알고 수업을 이수하는 대학생일수록 주관적 계층의식의 경제력이 높은 것으로 나타났다. 진로결정효능감의 직업수행능력이 주관적 계층의식의 사회적 지위에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 11%였다. 힘든 상황에서도 진로를 위해 지속적으로 수행할수록 사회적 지위를 중요하게 여긴다. 진로결정효능감의 직업수행능력은 주관적 계층의식의 문화수준에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 10%였다. 취업과 관련하여 미리 계획을 세우는 대학생일수록 문화수준이 높은 것으로 나타났다. 진로결정효능감의 직업수행능력이 전체적인 계층의식에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며 설명력은 10%였다. 직업을 갖기 위해 준비를 철저히 하는 대학생일수록 전체적인 사회계층의식이 높은 경향을 나타내었다.

진로결정효능감의 목표설정이 심리적안녕감의 긍정적 자아수용에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 30%였다. 취업면접과 관련된 절차를 잘 수행할 수 있으면서 관심 있는 전공이나 진로를 선택할 수 있는 대학생일수록 자신에 대한 자부심이 높고 현재의 결과에 만족하는 경향을 나타내었다. 진로결정효능감의 목표설정이 부정적 대인관계에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 7%였다. 자신이 원하는 전공을 선택할 수 있는 대학생일수록 친구와 친밀한 인간관계를 유지하여 대인관계의 폭을 넓히는 경향을 나타내었다. 진로결정효능감의 목표설정은 심리적안녕감의 힘든 삶에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 12%였다. 직업과 관련하여 가치를 두고 우선순위를 정하여 실천하는 대학생일수록 해야 할 일들을 힘겹게 느껴질 때가 많은 것을 알 수 있다. 진로결정효능감의 대안선택능력이 심리적안녕감의 자율성에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며 설명력은 8%였다. 진로를 선택하는데 어려움을 느끼고 선택한 전공이 만족스럽지 못하면 전공을 바꿀 수 있다고 여기는 대학생일수록 많은 사람들의 의견을 따르기보다는 자신의 의견을 소신껏 말하는 경향을 나타내었다. 진로결정효능감의 직업수행능력이 심리적안녕감의 환경순응에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며 설명력은 10%였다. 앞으로의 직업에 대한 고용경향을 파악하는 대학생일수록 새로운 상황을 적극적으로 받아들이는 것을 알 수 있다. 진로결정효능감의 직업수행능력과 목표설정이 심리적안녕감의 현실안주에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으며, 설명력은 26%였다. 전공에 대한 목표설정이 확립되어 있으며 직업에 대한 고용경향을 잘 파악하는 대학생일수록 현실에 안주하기보다는 자신의 인생 목표를 향해 나아가는 경향을 나타내었다.

4. 결론

대학생을 대상으로 진로결정효능감이 사회계층과 심리적안녕감에 미치는 영향을 알아본 결론은 다음과 같다.

진로결정효능감 평균에서, 모든 요인이 평균보다 높게 나타났으며 특히 대학생들은 자신이 원하는

전공을 선택할 수 있으며 전공과 관련된 여러 가지 대안들을 고려하는 것을 알 수 있었다. 심리적 안녕감 평균에서, 주변의 강한 의견을 가진 사람으로부터 영향을 받는 편이었고 자신에 대해 자부심을 가지고 있었다. 또한 가까운 친구로부터 고민을 털어 놓기도 하고 들어주기도 하여 대인관계에 어려움을 덜 느끼는 것을 알 수 있었다.

진로결정효능감의 직업수행능력은 주관적 계층의식의 하위변인인 경제력, 사회적 지위, 문화수준, 전체적인 계층의식에 영향을 미치는 변인임을 알 수 있다. 따라서 대학생들은 가정의 경제수준, 부모의 문화수준, 사회적 지위에 의해 주관적으로 자신의 사회계층을 의식하고 이를 통해 자신의 진로 결정에 필요한 과업을 성공적으로 달성할 수 있다는 진로결정효능감이 주관적 계층의식에 영향을 미침을 알 수 있었다.

전공의 관심을 가지고 진로를 계획하는 대학생들은 교내에서 선후배 관계뿐만 아니라 취업한 선배와 소통하여 정보를 얻는 것을 알 수 있었다. 취업에 가치를 두고 스펙을 쌓아가는 대학생들은 자신에 대한 자긍심이 높았고 현재 결과를 적극적으로 수용하면서 만족해하였다. 대학교의 전공 선택이 만족스럽지 못한 대학생들은 수업과 함께 학교 적응이 힘들어 방황하고 휴학하기도 하여 자신의 진로를 재탐색한다. 이럴 때 학교에서는 학생이 처한 상황을 고려하고 자기 적성에 맞는 진로의 방향을 안내하여 정형화된 틀보다는 유동적인 학교 행정을 필요로 한다. 전공 관련 정보를 직접 찾아서 수집하는 대학생들은 직업에 대한 의지가 확고하므로 산업체와 연계된 현장학습을 하여 전공 관련 교과과정의 필요성을 인지시킨다. 목표가 뚜렷하지 않는 대학생들은 현재 주어진 일에 매달려 큰 숲을 보지 못하는 경우가 발생하므로 대학교에서는 교과과정의 내용을 숲과 나무를 같이 볼 수 있는 안목을 인지시킨다.

■ 참고문헌

- 류정희, 이명자. (2007). 청소년의 심리적, 사회적 안녕감: 그 구조 및 주관적 안녕감과 관계. *한국심리학회지: 학교*, 4(1), 55-77.
- 채진미, 이은영. (2005). 연령과 사회계층 변인에 따른 해외 명품에 대한 태도와 구매빈도. *한국의류학회지*, 29(6), 885-895.
- 홍성순. (2012). 패션전공 대학생의 전공인식과 진로결정 자기효능감이 진로미결정에 미치는 영향: 경기권 2년제 대학생을 중심으로. *패션비즈니스*, 16(5), 39-56.

의류브랜드 생산관리 업무체계와 해외소싱에 관한 연구

박문수 · 김한나

서울패션전문학교, 충남대학교 의류학과

1. 연구목적

국내 의류산업은 자본 및 기술력을 기반으로 하는 고부가가치 산업들이 발달하면서 인건비 상승, 고기능 생산인력의 감소, 생산설비 노후화 및 제반 비용 상승으로 인하여 국내 의류업체들은 국내 생산을 줄이고 생산원가 감소를 위한 해외소싱 또는 직접투자를 통해 생산기지를 해외로 이동하였다(서추연 2008; 최혜선 등, 2012; 홍경희 등, 2010). 이러한 상황에서 생산관리의 중요성이 대두됨에 따라 본 연구는 의류브랜드의 제품을 생산하고, 그 품질을 책임지고 있는 현역 생산관리자를 대상으로 생산관리 조직과 역할, 생산관리 업무, 해외소싱의 특징 및 생산관리자 교육시스템을 조사, 분석함으로써 생산관리 업무의 향후 발전방향에 맞는 효율적인 생산관리 교육프로그램을 제안하고자 하였다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구에서는 국내의 지명도와 마켓이 큰 의류브랜드에 근무하는 10년 이상의 과장급 이상의 생산관리 경력 10년 이상의 전문 생산관리자 14인을 대상으로 2014년 2월15일부터 2014년 3월20일까지 비형식적 대화형 면접법을 심층면접을 실시하여 자료를 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

첫째, 의류제품 생산방식에 따른 생산관리부서 조직과 생산관리업무의 차이를 살펴보면, 의류생산 방식에 따라 완제품사입 방식, 임가공 생산방식, CMT 생산방식으로 나누어지며, 비중에 따라 생산부서의 조직상에 차이가 나타났다. 제품 사입 생산방식이 높은 업체는 생산 핵심역량(원자재, 부자재, 봉제 및 가공)이 외부에 있고 아웃소싱으로 이용하는 형태이므로, 본사의 상품기획부와 생산부는 통합되어 상품본부 소속 구조를 가진 경우가 많았다. 반면, 임가공이나 CMT 생산방식의 비율이 높을수록 생산관리부는 독립부서 구조로서 생산관리조직상에 '생산, 구매, 개발, QC'의 기본 부서가 모두 존재하고 있다. 본사의 주도적인 처리 업무량이 많아져 생산관리 업무가 세부적으로 분담되어 생산관리 조직구조에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 밖의 특징으로 QC팀을 별도로 구성하지 않고 외주에 맡기는 브랜드가 있는 반면, 의복안정성과 위험성을 보다 더 중요하게 다루는 아동복의 경우는 QC(검사원)팀을 부서장 직속으로 편제, 검사관리를 신중히 하고 있는 특징도 있었다. 또한, 전량 완사입생산방식의 SPA브랜드의 경우, TD(Technical Designer)를 별도로 구성하여 국제기준에

Corresponding author : Hanna Kim, Tel.+82-42-821-6823 Fax.+82-42-821-8887

E-mail: hanna@cnu.ac.kr

맞춘 표준화된 작업지시서 작성이 필요하므로 '생산기술 부문'의 업무인 테크니컬 디자인에 대한 중요성이 부각되고 있다.

둘째, 해외소싱 대표적 생산기지국인 중국, 미얀마, 베트남, 인도네시아 4개국과 개성공단에 대한 장단점과 특징과 주요 생산복종을 알아보았다. 중국은 고급 제품의 인프라 발달로, 속도와 품질이 우수하고, 원부자재 수급이 유리한 장점이 있으나 점차 원가상승률이 높아지고 있고, 환경규제가 심해지는 단점이 있다. 차세대 유망 국가인 미얀마는 저렴한 인건비와 국민성이 좋은 것, 우븐생산을 잘하는 것이 장점인 반면, 원부자재 수급과 납기에 어려움이 있고 아직 품질에 단점이 있다. 베트남은 관세특혜로 원가절감이 장점이며, 노동력이 풍부하고 생산 속도도 빨라 리드타임에 강점이 있는 반면, 품질관리와 원부자재 수급이 어려워 이동시간이 길다는 단점이 있다. 점퍼, 바지, 다운, 니트, 스웨터, 스포츠복 등 다양한 아이템을 생산할 수 있는 것이 특징이다. 인도네시아의 장점은 환편니트(다이마루) 생산기지가 많고, 수트류 작업처가 많으며 안정된 국민성의 장점이 있으나, 우븐 봉제의 품질이 약하고 특히 워싱이 불리한 단점이 있다. 개성공단은 우븐바지, 블레이저, 셔츠 등의 생산에 유리하며, 품질과 납기에 우수하나 정치적 불안정성을 가장 중요한 단점으로 꼽았다. 한편, 해외생산 시 발생하는 문제점은 퀄리티(현장체크 불편), 납기, 소통이 3가지가 거론되었다. 해외소싱의 이유는 원가절감에 의한 가격경쟁력이며, 실제로 해외소싱 협력업체를 선정할 때는 원가보다는 생산 경력이나 품질관리가 용이한 협력업체를 선정하여 품질을 가장 중요하게 고려하고 있음을 알 수 있다.

셋째, 산업체의 의류생산교육 및 생산 업무의 개선점에 대한 분석 결과, 생산관리자의 역량 향상을 위해서는 주기적인 생산관련 직무 교육이 필요하며 회사 차원의 체계적인 교육 시스템 확립을 통해 생산관리자의 비전 향상, 업무 역량 향상 및 문제해결 능력 향상에 기여할 필요가 있다고 지적하였다. 생산관리자 본인 스스로 주도적인 생산관리자 역량을 향상시키기 위해 노력하는 자세가 필요하다고 강조하였으며, 타부서에서는 생산관리자의 전문성을 인정해 주고 회사의 이익을 높이는 매우 중요한 역할자로서 존중해주는 인식변화가 필요하다고 하였다.

4. 결론

현재 의류 브랜드에는 생산관련 인력의 필요성이 대두되고 있으나 대학 교육현장에서는 아직 그 중요성이 인식되지 못하고 있는 시점에서 생산관리자의 업무와 생산직무 교육방향에 대한 본연구의 내용은 생산관리자에 대한 새로운 시각과 관심을 제시하였다. 따라서 연구결과를 바탕으로 생산관리자의 업무 개선 방향에 기여하고, 생산직무 인력양성의 교육방향에 도움이 될 것으로 기대한다.

■ 참고문헌

- 서추연(2008), "한국 봉제 산업의 해외진출 현황. 패션정보와 기술", *패션정보와 기술*, 5, pp.10-15.
- 최혜선, 이은영, 김지은(2012). "의류무역회사의 해외생산공장 현황과 소싱지역의 한류 영향에 대한 연구 -베트남과 인도네시아를 중심으로". *복식*, 62(4), pp.149-163.
- 홍경희, 김영미, 양진옥, 이지수, 이윤정(2010), "국내 의류업체의 해외소싱에 대한 질적 연구". *한국의류학회지*, 34(4), pp. 703-714.

화장품 콜라보레이션 사례분석

박해나 · 박지선

인천대학교 뷰티산업학과, 인천대학교 패션산업학과

1. 연구목적

화장품 브랜드는 브랜드이미지 향상 혹은 변화를 위해 다양한 콜라보레이션 활동을 펼치고 있다. 성공적인 화장품 콜라보레이션 제품은 새로운 이미지를 창출해내며 새로운 고객층을 확보하는 성과를 보이고 있다. 그 결과 화장품의 콜라보레이션은 단순한 패키지디자인의 차별화가 아닌 하나의 마케팅 전략의 하나로 자리 잡게 되었다. 많은 브랜드는 세분화된 고객의 니즈에 충족시키기 위해 다양한 협력을 꾀하고 있는데, 콜라보레이션은 다양한 접근을 통해 고객의 감성적인 측면에 도달할 수 있는 마케팅의 활동이기 때문이다. 최근 콜라보레이션의 활동이 다양한 가운데, 2014년부터 2015년의 국내 화장품 브랜드에서 행한 콜라보레이션 현황을 알아보고자 한다. 현재 다양한 산업과의 콜라보레이션들이 증가함에 따라 새로운 유형의 콜라보레이션 활동이 증가하고 있다. 이에 과거 연구된 콜라보레이션 사례를 분류 및 분석한 선행연구를 바탕으로 현재 유형화 작업을 해보고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

2014년과 2015년에 행해진 국내 화장품 브랜드 콜라보레이션 사례를 조사하였다. 인터넷조사를 통하여, 구체적으로 2014년에는 37개, 2015년 86개의 사례를 조사하였다. 최근 국내 화장품 브랜드의 콜라보레이션 활동 사례를 수집하여 현황을 알아보고, 콜라보레이션의 유형을 분류해보고자 한다.

3. 결과 및 고찰

본 사례연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 2000년부터 2010년까지 진행된 콜라보레이션은 총 16건이지만, 2015년에 이르러 연구한 사례는 총86건으로 콜라보레이션 사례가 급격한 수고 증가함을 알 수 있었다. 이는 콜라보레이션 마케팅 활동은 화장품 기술이 상향평준화되며 선택적 마케팅이 아닌 필수적 마케팅이 되었다는 것을 의미하고 있다. 둘째, 과거 고가의 브랜드에서 주로 이뤄지던 콜라보레이션은 현재 중·저가브랜드를 중심으로 더욱 활발하게 이어지고 있음을 관찰할 수 있었다. 이전 연구에 따르면 대부분의 콜라보레이션은 고가화장품에서 이루어 지는 것을 알 수 있었는데, 2014-2015년도 콜라보레이션 사례를 보면 중·저가의 브랜드숍에서 많은 콜라보레이션을 진행해온 것을 확인할 수 있었다. 셋째, 고가 뿐 아니라 중·저가 브랜드의 콜라보레이션이 증가함에 따라 고

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

급스러운 이미지를 보여주던 아트 콜라보레이션과 달리 귀엽고 친근한 캐릭터 콜라보레이션이 가장 활발한 협업을 보이고 있다. 10대에게는 귀여운 캐릭터 디자인의 제품으로 2,30대 고객에게는 향수를 불러일으켜 고객의 다양한 니즈를 부합시키고 있었다. 넷째, 단순히 브랜드와 브랜드, 아티스트와 브랜드, 캐릭터와 브랜드로 진행되던 콜라보레이션은 다양한 매체가 발달됨에 따라 뷰티 유투버 또는 이모티콘 캐릭터와의 새로운 콜라보레이션이 생겨나며 다양한 시장으로 확대되고 있음을 알 수 있었다. 온라인과 오프라인의 경계가 모호해짐에 온라인 이모티콘캐릭터나 유투버 등의 영향이 화장품 업계에도 미치고 있다는 것을 의미한다.

4. 결론

콜라보레이션에 관한 선행연구에 의하면, 과거 콜라보레이션은 아티스트-브랜드, 브랜드-브랜드, 캐릭터-브랜드로 유형을 분류 할 수 있었으나, 최근 뷰티 유투버들의 인기와 함께 유투버가 직접 브랜드 개발에 참여한 콜라보레이션이나 이모티콘 캐릭터가 각광을 받음에 따라 등장한 이모티콘 화장품 콜라보레이션 등에서 볼 수 있듯이 콜라보레이션 유형이 보다 다양하게 확대되었으며, 이에 따라 새로운 유형 분류 체계가 필요하다는 것을 알 수 있었다. 또한 고가의 색조브랜드가 주로 아트 콜라보레이션을 진행하였던 과거 화장품 콜라보레이션 시장에서 최근 중·저가 브랜드에서 더욱 활발한 콜라보레이션이 진행되어 왔으며, 색조 뿐 아니라 기초화장품과 바디제품 등 다양한 제품군에서도 협업이 이뤄진 것에서 콜라보레이션 소비시장이 확대 된 것을 확인할 수 있었다. 이렇듯 화장품 콜라보레이션은 다양한 콜라보레이티 뿐 아니라 다양한 브랜드, 가격대 및 제품군으로 확대되는 현상이 관찰되었다. 본 현황조사에 따르면, 과거 제한된 영역에서 한시적으로 일부 품목에서 진행되었던 화장품 콜라보레이션 제품은 현재 다양한 영역에서 다양한 제품의 형태로 끊임없이 시장에 출시되고 있다. 과거와 다른 화장품 콜라보레이션 시장에 대해서 소비자들은 콜라보레이션 제품에 대해서 어떻게 지각하는 지에 대한 연구가 필요할 것이다.

■ 참고문헌

- 정주영,신세영.(2011). 화장품 브랜드의 감성 콜라보레이션. 한국미용예술학회지. 5(2). p79-92.
- 김아람,김보연.(2015). 화장품 브랜드의 캐릭터 콜라보레이션 사례를 통한 콜라보레이션 유형연구. 디지털디자인학연구. 15(2). p373-381.

한국과 중국의 패션제품 소비자 불평행동의 비교분석

이 옥 희

순천대학교 패션디자인학과

1. 연구목적

미국의 금융위기와 유럽의 재정위기로 인한 장기적인 경기 침체는 선진국의 소비지출 감소와 그에 따른 수요 감소로 신흥국의 경제에 악영향을 미치고 있다. 이러한 장기적인 경제 침체현상과 더불어 더욱 심화된 경쟁 구조 가운데서 많은 기업들이 지속가능한 전략으로 인구 밀집도가 높고 소비 인구가 많은 중국과 인도와 같은 큰 시장에서의 선점을 모색하고 있다. 해외 시장의 성격에 따라 정치, 사회적인 제도뿐만 아니라 경제적인 정책 등의 면에서 다양한 차이와 유사한 점들이 존재할 수 있으므로 국가 간 소비자 문화를 정확히 파악하고 이해하는 것이 경쟁우위를 차지할 수 있을 것이다. 소비자는 제품을 구매하고 사용하는 과정에서 제품에 대한 불만을 경험하게 되면 불만을 표현하는 등, 다양한 방식으로 불평행동을 한다(백병성, 2009). 따라서 본 연구에서는 한국과 중국의 패션제품에 대한 소비자 불평행동과 한국과 중국의 패션제품 소비자 불평행동에 대한 태도, 불평행동에 영향을 미치는 요인에 대하여 비교 분석하여 해외시장에서 경쟁우위를 차지할 수 있는 전략적 시사점을 제공하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

자료수집은 설문지를 통하여 진행되었다. 설문지 내용은 패션제품에 대한 불만정도, 불평행동의 여부와 이유, 불만 경험한 장소와 품목 및 원인, 불평행동에 대한 결정요인, 불평행동 유형, 불평행동에 미치는 영향요인 등에 관한 항목으로 구성되었다. 조사대상자는 한국과 중국을 중심으로 비교분석하기 위하여 한국의 전라남/북도에 소재하는 대학과 중국의 운남성에 소재하는 대학의 여대생을 주 대상으로 수집하였으며, 편의 표집하였다. 본 연구의 자료분석은 SPSS WIN 22.0의 통계패키지를 활용하였으며, 빈도, 백분율, 요인분석, t-test, x2-test, 신뢰도 검증, 회귀분석을 실시하였다.

3. 결과 및 고찰

첫째, 불평행동 여부를 비교한 결과 중국의 소비자가 한국 소비자에 비해 불만정도가 약간 더 높으나, 패션제품에 대한 불만을 행동으로 옮기는 것은 한국 소비자가 훨씬 높은 것으로 나타났다. 불평행동을 하는 이유로 한국의 소비자는 피해를 보상받기 위해서이며, 중국의 소비자는 화가 나거나, 사업자의 잘못을 시정하고 다른 소비자의 피해를 줄이기 위해 불평행동을 하는 것으로 나타났다. 불

Corresponding author : OK Hee Lee, Tel.+82-61-750-3684 Fax.+82-61-750-3684

E-mail: loh@sunchon.ac.kr

만을 경험한 모든 장소에서 중국의 비율이 높게 나타났다. 불만을 경험한 패션제품으로 투피스, 셔츠, 바지, 아웃웨어, 스포츠 웨어, 속옷, 신발, 악세서리 등에서 중국이 한국보다 불만을 더 높게 경험하였으며, 원피스와 캐주얼웨어에서는 한국이 중국보다 불만을 높게 경험한 것으로 나타났다. 불만원인으로는 봉제불량과 소재불량, 세탁 후 변형, 등에서 중국이 한국보다 높게 나타났으며 사이즈 불량은 한국이 중국보다 높게 나타났다.

둘째, 불평행동에 대한 소비자태도에서는 개인적 규범과 사회적 책임 모두 한국보다 중국이 높게 나타났다. 불평행동 결정요인에서는 불만족 책임귀인과 불평비용에 대하여는 한국이 중국보다 더 높게 나타났으며 제품의 중요성과 성공가능성은 중국이 한국보다 더 높게 나타났다. 주위사람들에게 불만경험을 적극적으로 말하는 사적행동을 한국의 소비자들이 중국의 소비자들보다 유의하게 높게 나타났다. 제품의 불만에 대하여 판매원에게 불만을 토로하거나 사과를 요구하며, 소비자 보호센터에 고발하는 등의 직접 대응행동에 대하여는 한국보다 중국 소비자들이 더 적극적인 것으로 나타났다. 또한 본사에 전하, 서면으로 불만을 제기하거나 커뮤니티나 카페에 불만 내용을 게재하고 신문, 잡지에 고발하는 등 가능한 법적행동을 취하는 제3자 대응행동에서도 중국의 소비자들이 한국의 소비자들에 비하여 매우 활발한 것으로 나타났다.

셋째, 패션제품 불평행동에 미치는 변수들의 영향을 비교한 결과 한국은 사회적 혜택이 가장 높고 다음은 제품의 중요성, 개인적 규범의 순으로 불평행동에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 중국은 패션제품 불평행동에 대하여 불평비용이 가장 영향을 많이 미치는 것으로 나타났으며 다음은 사회적 혜택, 개인적 규범, 불만족 책임귀인의 순으로 나타났다.

4. 결론

첫째, 불평행동여부와 불평행동의 이유 그리고 불만 경험 장소, 불만을 경험한 패션제품, 불만 원인 등에서 양국 간에 차이를 발견하였다. 그 결과는 마케팅에 유용하게 이용할 수 있을 것이다.

둘째, 불평행동에 대한 소비자태도는 개인적 규범과 사회적 혜택에서 중국이 더 높게 나타났으며, 불평행동 결정요인에서는 불만족 책임귀인과 불평비용에 대하여는 한국이, 제품의 중요성과 성공가능성은 중국이 더 높게 나타났다. 불평행동 유형에서는 주위사람들에게 불만경험을 적극적으로 말하는 사적행동을 한국이, 직접 대응행동과 제3자 대응행동에서는 중국의 소비자들이 더 높게 나타났다.

셋째, 패션제품 불평행동에 미치는 영향 요인으로 한국은 사회적 혜택, 제품의 중요성, 개인적 규범의 순으로 나타났으며, 중국은 불평비용, 사회적 혜택, 개인적 규범, 불만족 책임귀인의 순으로 나타났다. 그 결과는 중국진출 기업의 마케팅에 유용한 자료가 될 것이다.

■ 참고문헌

백병성(2009), “소비자 불평행동 결정요인: 한국과 미국의 비교를 중심으로”, *소비자학연구*, 20(3), 75-98.

50-60대 실버 여성의 사이코그래픽스 유형에 따른 브랜드 선호도 및 의복 선호 이미지 분석

김선하 · 김철순

경희대학교 대학원 텍스타일·패션디자인 학과, 경희대학교 의류디자인 학과

1. 연구목적

최근 노인 인구가 증가하고, 경제적인 여유를 가진 실버 인구가 증가함에 따라 실버 관련 산업이 활발해 지고 있으며 50·60대 소비자를 대상으로 한 의류 산업도 점점 확장되고 있다. 본 연구는 실버패션 마케팅 전략을 위해 50·60대 중장년층 예비 실버 소비자인 여성들을 대상으로 사이코그래픽스 특성에 대해 파악하고, 이들의 사이코그래픽스 특성을 유형화한 다음 연구집단을 세분화하여 집단별 브랜드 선호도, 의복 선호 이미지를 분석하고자 하였다.

2. 연구방법 및 내용

연구 방법은 설문지법을 사용하였으며, 측정도구는 예비 조사를 실시 후 수정·보완된 설문지이며, 연구 대상은 서울 및 수도권 지역에 거주하는 50·60대 여성 소비자이다. 자료수집은 할당표본에 의하여 수집하였고 자료분석은 총 411부로 SPSS를 사용하여 빈도분석, 요인분석, 군집분석, ANOVA 분석, Chi-square 검증을 실시하였다.

3. 결과 및 고찰

50·60대 실버 여성 소비자들의 사이코그래픽스 특성을 유형화를 위한 요인 분석결과 '외모 및 최신패션 관심형', '사고 및 지식 추구형', '독립적 자기개발 추구형', '건강 추구형'의 4가지 요인이 있는 것으로 나타났다. 또한 각 요인의 요인값으로 군집분석을 실시하여 3개의 군집으로 분류하였고, 각 군집은 요인의 평균값으로부터 '자기개발 및 사고적 성향 집단', '건강추구형 집단', '어번그래니 성향집단'의 3가지 군집 유형으로 명명 하였다. 각 군집의 이름은 군집 후 각 요인의 평균값을 보고 그 군집에 적합한 이름을 명명 하였다. 여기서 어번 그래니(urban granny) 유형은 예비 실버 세대로 젊음에 대한 욕구, 세련된 감각, 자기 개발 투자 하며, 자식과 함께 사는 것을 원치 않아 독립적으로 살아가고자 하는 유형이다. 선호하는 의복이미지를 각 군집 유형별로 유의한 차이를 확인하기 위하여 ANOVA 분석을 실시한 결과 통계적으로 유의하게 어번 그래니 성향의 집단은 다른 두 그룹들 보다 비교적 '드레시한', '여성스러운', '어려보이는', '세련된', '도시적인', '개성있는', '귀족적인' 이미지에서 선호도 점수가 좀더 높게 나타났다. 반면에 건강 추구 성향과 자기개발/사고적 성향 군집은 '스포티한', '성숙한', '강해보이는', '고전적인', '전원적인', '평범한', '서민적인' 이미지에서

Corresponding author : Chil Soon Kim, Tel.+82-10-9133-2935

E-mail : cskim@khu.ac.kr

선호도가 높게 나타났다.

브랜드 선호도의 경우 1위인 손정완은 어번 그래니 군집에서, 2위인 버버리는 어번 래니 군집에서, 3위는 빈폴 레이디스는 자기개발/사교적 성향을 가진 소비자군집에서 높은 선호율을 보였다.

4. 결론

연구대상은 사이코그래픽스 변인으로 3개의 군집으로 분류가 되었고 이 군집들은 서로 다른 개성/가치 또는 라이프스타일을 가졌는데 이러한 군집유형에 따라서 선호하는 의복이미지에서 유의한 차이를 나타내었으며 브랜드 선호도에서 다른 비율을 보였다. 본 연구를 통하여 관심이 되는 군집은 어번 그래니 소비자 집단으로 젊어 보이고 세련된 패션 감성을 가지고 차별성이 있는 실버집단이다. 경제적으로 여유가 있는 이 여성 집단은 패션에 과감히 투자를 할 수 있기 때문에 패션마케터들에게 매력적인 집단으로 보인다. 타겟소비자로 하여 그들의 취향에 적합한 상품개발과 브랜드 전략을 펼친다면 좋은 결과를 가질 수 있을 것으로 생각한다.

■ 참고문헌

김선하(2015), “어번 그래니 실버여성을 타겟으로 하는 마케팅 전략을 위한 소비자 행동 분석-50~60대 여성의 사이코그래픽스 유형에 따른 쇼핑성향 비교분석-”, 경희대학교 대학원 석사학위논문.

현대 패션컬렉션에 나타난 헤드드레스 소재 분류

김효주* · 배수정

전남대학교 의류학과*, 전남대학교 의류학과, 전남대학교 생활과학연구소

1. 연구목적

의복과 더불어 헤드드레스는 신체부위 중 얼굴과 가장 근접한 위치에 있기 때문에 많은 연구의 대상이 되어 왔다. 21세기에 접어들어 헤드드레스는 다른 표현 수단에 비해 자기 연출적인 성향이 강하고 변화가 쉬우며 전체적인 이미지 변화에 쉽게 접근 할 수 있어 그 중요성이 더욱 부각되고 있다. 과거의 헤드드레스는 단지 실용적이고 상징적인 것이 목적이었다면, 오늘날의 헤드드레스는 실용적, 상징적 뿐만 아니라 미적 장식적 측면에서 다양한 소재로 과감하게 표현되고 있다. 또한 패션컬렉션에 나타난 헤드드레스는 패션 액세서리에서 벗어나 다양한 표현이 가능한 하나의 작품으로 평가되고 있다.

현재까지 헤드드레스에 관한 연구는 헤드드레스에 표현된 맥시멀리즘 특성에 관한 연구, 초현실주의 헤어와 헤드드레스 디자인에 관한 연구, 과장된 서양 여성 의복과 헤드드레스의 상관성에 관한 연구들이 있으나, 패션컬렉션에 나타난 헤드드레스의 유형 분류에 관한 연구는 미비한 실정이다. 이에 본 연구의 목적은 헤드드레스에 대한 개념을 정리하고, 패션컬렉션에 나타난 헤드드레스의 소재를 분류하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

연구의 방법은 문헌연구와 실증연구를 병행하였다. 문헌연구는 국내외 헤드드레스 관련 서적과 학술지, 학위논문 등을 중심으로 고찰하였고, 실증연구는 2011 S/S부터 2015 F/W 까지 패션컬렉션에 나타난 헤드드레스의 사진 도판 1381점을 전문가 집단 3인과 함께 추출 후, 정량적으로 분석하였으며, 이를 토대로 패션 컬렉션에 나타난 헤드드레스의 소재를 분류하였다.

3. 결과 및 고찰

헤드드레스는 가발과 모자를 포함하여 과거부터 현재까지 사람의 머리 위에 장식적이거나 상징적으로 올려놓은 모든 것을 지칭한다. 2011 S/S부터 2015 F/W 까지 최근 5년간 패션컬렉션에 나타난 헤드드레스는 총 1381점으로 나타났으며, 이를 소재별로 섬유, 금속, 깃털, 종이로 분류 할 수 있었다. 분석한 결과, 섬유는 830점(60.1%), 금속은 247점(17.9%), 깃털은 221점(16%), 종이는

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

Corresponding author : Soojeong Bae, Tel.+82-62-530-1344 Fax.+82-62-530-1349

E-mail : sjbae@chonnam.ac.kr

83점(6%)의 순으로 나타났다.

1) 섬유

패션컬렉션에 나타난 섬유 소재의 헤드드레스 경우, 크게 옷에 사용된 동질 혹은 이질 섬유를 헤드드레스에 사용한 경우로 나타났다. 옷과 헤드드레스에 동질 섬유로 표현된 경우, 옷과 헤드드레스가 융합되어 통일성 있게 표현된 반면, 이질 섬유의 경우에는 강한 대비조화로 표현되었다. 주로 직물을 이용해서 꽃모양이나 꽃다발을 만들어 머리에 장식함으로써 로맨틱한 이미지를 표현하거나, 레이스 소재를 이용해서 면사포처럼 머리 위를 덮거나, 가면 효과를 나타내기 위해 얼굴전체를 덮어 신비스러운 효과를 연출하였다.

2) 금속

패션컬렉션에 나타난 금속 소재의 헤드드레스 경우, 날카로운 칼 혹은 자동차 타이어의 휠을 장식적으로 사용하기도 했으며, 스테인리스 양동이를 머리 위에 모자처럼 착용하는 등, 예기치 못한 장식적으로 대중에게 재미를 제공함으로써 신선함 감각이 돋보였다. 금속을 사용한 헤드드레스의 경우 키치 스타일로 많이 표현되고 있었다.

3) 깃털

깃털은 주로 자연의 이미지를 표현하기 위해 많이 사용되는데, 패션컬렉션에 나타난 깃털 소재의 헤드드레스 경우, 깃털을 이용하여 공작새가 날개를 활짝 핀 모습을 표현하거나, 나비 형상을 표현하였으며, 인디언 부족의 족장을 상징하기 위해 깃털을 머리에 꽂아 표현한 것 등 다양하게 나타났다. 또한 깃털은 단순히 모자의 장식품으로 사용된 경우도 있었다.

4) 종이

종이는 두께, 질감, 색상 등에 제한을 받지 않으며, 구기거나 접어서 다양한 표현이 가능하다는 장점이 있다. 패션컬렉션에 나타난 종이 소재의 헤드드레스의 경우, 헤어 색과 유사한 종이를 이용하여 마치 머리카락처럼 보이게 표현을 하거나, 종이를 여러 겹으로 겹쳐 모자를 만드는 등의 방법으로 헤드드레스를 표현하였다.

4. 결론

이상의 결과를 종합하면, 섬유를 이용해서 꽃이나, 꽃다발 모양을 로맨틱한 이미지로 표현을 하거나, 레이스를 면사포처럼 머리 위를 덮거나, 가면처럼 얼굴전체를 덮어 신비로움을 표현하기도 했다. 종이를 이용해서 머리카락처럼 표현을 하거나 모자를 만들어 표현하였다. 또한 깃털을 이용해서 자연물의 형상을 표현하거나 특정 부족 족장 등의 상징성을 표현하였으며, 칼이나, 타이어의 휠, 양동이 등의 금속 오브제를 이용해서 우스꽝스러운 키치 스타일을 표현한 경우 등 다양한 소재가 사용되고 있었다.

본 연구를 통해 패션컬렉션에 나타난 헤드드레스는 우리 일상에서 존재하는 사물 중, 주로 섬유, 종이, 깃털, 금속으로 제작되어 다양하고 재미있는 방식으로 의복과의 조화를 이루고 있었다. 이러한 연구는 헤드드레스에 관한 기초자료를 제공할 수 있을 것이라 사료되며, 나아가 후속 연구에는 이러한 헤드드레스들이 어떻게 변형되어 표현되고 있는지에 대한 연구도 이루어졌으면 하는 바람이다.

■ 참고문헌

양기숙 · 장미숙(2011), “초현실주의 헤어와 헤드 드레스 디자인 연구”, *한국미용학회지*, 17(1), pp.105-115.

김선영(2012), “Jean Paul Gaultier 컬렉션에 나타난 헤드드레스의 해체적 특성”, *한국의류학회지*, 36(5), pp.489-500.

윤지성(2012), *현대 헤드드레스에 표현된 맥시멀리즘의 특성*, 한남대학교 석사학위논문.

국내 항공사 유니폼의 비교 분석

임지혜* · 송아름 · 간호섭
홍익대학교 디자인 콘텐츠 대학원*, 국제대학교 패션디자인 계열
홍익대학교 섬유 · 패션디자인학과

1. 연구목적

최근 잇따른 한류 열풍에 따라 외국인들의 한국 방문이 급증하고 있는데, 이중 외국인들이 처음 만나는 한국인은 항공사의 승무원들이다. 그렇기에 우리나라의 이미지를 대표하는 승무원의 유니폼은 외국인들이 우리나라를 여행하는 시점에서 국가이미지에 영향력이 큰 홍보수단이다. 한국적인 고유의 아름다움과 세계적인 패션감각으로 조화를 이루어 극찬을 받고 있는 국내 항공사의 유니폼은 각 기업의 이미지가 유니폼에 그대로 녹아 있다.

본 연구는 각 항공사 유니폼을 비교 분석하여 유니폼에서 발현되는 디자인 조형을 연구하고자 한다. 항공사의 이미지는 기내에서 승객을 가까이 마주하고, 다양한 업무를 응대하게 되는 승무원에 의해 결정되기에 본 연구에서는 국내 항공사의 독창적인 유니폼의 조형적 특징을 조사하여 이러한 특징이 항공사 이미지에 미치는 영향을 알아보고 각 항공사 별 정체성 확립에 기여하는 것을 궁극적 목표로 하고 있다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 항공사 유니폼에 관한 선행 연구를 통한 문헌연구와 각종 학위논문, 학술지 패션과 인터넷을 통해 수집된 자료를 바탕으로 분석하였다. 연구의 범위는 국내 7대 항공사(대한항공, 아시아나항공, 티웨이항공, 제주항공, 에어부산, 이스타항공, 진에어) 유니폼의 유형을 분석하고자 한다.

3. 결과 및 고찰

국내7대 항공사의 유니폼을 비교 분석한 결과는 다음과 같다. 먼저 대한항공은 활동성을 고려해 스커트와 바지를 함께 도입한 것이 특징인데, 우리의 한복과 하늘을 통해 연상되는 이미지의 결합으로 청자색과 백자색을 메인 컬러로 사용하고, 포인트 장식은 비녀를 모티브로 제작된 리본핀이 장식미를 더했다. 다음으로 아시아나항공의 디자인 특징은 피트되는 바디 실루엣에 포인트로 색동 패턴이 넥라인과 소매, 스카프에 적용되어 고전적인 이미지를 발산하였다. 제주항공은 화이트 베이지톤으로 통일감을 주고 오렌지 컬러의 꽃 형태 스카프와 허리띠로 장식을 하였다. 티웨이항공은 레드와 그린의 보색대비로 선명한 인상을 주는 효과를 창출했고, 6가지

Corresponding author : JI HYE LIM, Tel.+82-10-9099-5893
E-mail : hye871205@naver.com

스타일의 연출이 가능한 유니폼은 각자의 개성을 존중하는 티웨이항공의 문화를 반영한다. 진에어는 타 항공사의 여성미를 강조한 오피스웨어 스타일과는 달리 셔츠와 청바지를 유니폼으로 한 항공사로서 타이장식이 포인트로 발랄함과 젊은 이미지를 강조하였다. 부산에어는 동백꽃을 형상화한 스카프를 사용하였고, 보브컷의 경우 파란 헤어밴드로 발랄함과 젊은 이미지를 강조하였다. 그리고 세련미를 느낄 수 있는 바디 실루엣과 밸런스를 강조하고 색감과 소재 전반에 실용성을 강조하였다. 마지막으로 이스트항공은 그레이 컬러의 하이웨스트 스커트를 착용하였고, 솟자켓은 모던함을 강조하고 허리부분과 넥라인에 레드 포인트를 주었다.

4. 결론

국내 항공사의 유니폼에 대해 조형적 요소들을 분석하였다. 그 결과 국내 항공사의 유니폼은 상징성, 심미성, 활동성이 있는 것을 확인할 수 있었다. 국내항공사 유니폼의 실루엣은 전형적인 오피스 웨어로 테일러드 싱글 자켓이 많았고, 스커트로는 세미타이트 핏의 기내 활동이 편하도록 실용성을 가미한 디자인이 주를 이뤘다. 유니폼의 색상은 주로 심볼이미지와 연관된 컬러를 사용하였으며 기업의 아이덴티티(identity)를 나타내는 스카프나 모자, 리본과 같은 장식을 주로 사용하였다. 이 논문을 분석한 결과 국내 항공사 유니폼은 대형 항공사와 저가 항공사로 크게 나뉜다는 것을 발견할 수 있었는데 대형 항공사의 승무원 유니폼 이미지로 고급스러움을 추구하는 것에 비중을 두었다. 반면 저가 항공사는 젊고 친숙하게 다가가기 위한 밝은 이미지를 사용하고 소비자의 안정성에 대한 신뢰감을 얻는 것에 중점을 두었다.

이처럼 승무원 유니폼은 항공사 이미지에 영향력이 큰 표현 요소이기 때문에 고객들에게는 항공사 유니폼의 이미지가 곧 기업의 이미지로 직결된다. 그러므로 항공사는 타 산업계열 보다 적극적인 정체성 확립에 전력을 다하여 글로벌 경쟁에서 살아남을 수 있는 강력한 브랜드 파워를 창출해야 한다.

■ 참고문헌

- 윤문선(2010), "국내 항공사의 컬러 아이덴티티가 브랜드 연상에 미치는 영향에 관한 연구", *홍익대학교 석사학위논문*.
- 김은진(2003), "항공사 브랜드 아이덴티티 색채이미지와 승무원 외적이미지의 연관성에 관한 연구", *홍익대학교 석사학위논문*.
- 민소경(2011), "국가 브랜드 이미지 향상을 위한 유니폼 디자인 연구", *국민대학교 석사학위논문*.

Renoir의 이국취미와 패션 컬러

이 금 희
서울여자대학교 의류학과

1. 연구목적

유럽에서의 이국취미는 17세기 중국 도자기와 칠기 유행의 시누와즈리, 19세기 북아프리카와 중동에 대한 유럽인 관점의 오리엔탈리즘을 주제로 한 작품, 그리고 우끼요에를 중심으로 시작된 일본 취미의 자포네즐리는 인상파 화가들의 자포니즘에 근거한 작품이 시작되었다. 모네, 드가, 피사로에 대해서는 일본미술의 영향에 대해 널리 알려졌지만 르누아르(Pierre-Auguste Renoir)에 대해서는 근래에는 긍정적인 견해가 나오고 있다(Fukia, Akiiko, 2004). 본 연구에서는 파리의 근대화 이후의 변화와 이국취미의 시기에 색채 표현에 변화를 꾀한 화가들 중에서 반세기동안 작품 활동을 한 르누아르에 대해 그의 이국취향은 어떠하였으며 무지개 팔레트라고 평가받는 그의 대표 색채는 무엇인지 살펴보고자한다. 이로써 르누아르를 오리엔탈리즘과 재패니즘 영향의 화가로서의 위치를 밝혀내고 여인들의 묘사를 즐긴 그의 패션에 나타난 태도를 고찰해본다. 또한 새로운 시각의 자료 제공 및 대중적 관심에서 멀어져 있는 작품, 밀착 관찰된 자료제공으로 르누아르에 대한 의류학 관점의 평가를 시도해 보고자한다. 이로써 본 연구의 목적은 이제껏 다루어진 적이 없는 르누아르의 이국취미의 작품들을 발췌해 내고 작품 속에 나타난 이국취미의 의상 및 소품들을 통해 패션에 대한 태도와 색채를 밝혀내는 것이다. 이로써 학술적으로는 르누아르에 대한 새로운 평가와 시각의 근거를 제시하고 디자인 측면에서는 이국 문화를 조화시킨 작품의 색채 분석을 통해 글로벌 감각의 색채 디자인 및 디자인 영감으로 활용할 수 있도록 한다.

2. 연구방법 및 내용

작가의 작품을 온전히 이해하기 위해서는 작가의 삶과 환경을 이해하는 것이 선행되어야하기에 르누와르가 살았던 집을 영화감독이자 아들인 장(Jean Renoir)이 전원주택을 그대로 보존하고 있는 칸느 부근인 카뉴쉬르메르에 위치한 르누와르 박물관을 방문하여 생전모습과 활동을 담은 필름을 감상하고 작업실 스튜디오 및 회화와 조각 작품들을 직접 관찰하였다. 또한 파리의 오르세 뮤지엄과 오랑주리 뮤지엄에 전시된 실물 작품들을 직접 관찰하였다. 연구방법은 이와 같은 실물관찰과 뮤지엄의 시각자료, 그리고 국내외 서적 및 논문의 문헌 연구로 이루어졌다. 시각자료는 연구자가 촬영한 작품과 위키아트 사이트에서 제공하는 것을 사용하였다. 르누아르는 여성의 아름다움, 인물화에 전념한 작가이기에 연구범위는 '춤추는 에스메랄다'로 살롱에 입선한 1863년부터 극심한 류마치스

본 연구는 2014년 학술연구재단의 지원에 의해 수행되고 있는 내용 중 일부입니다.

Corresponding author : Keum Hee Lee, Tel.+82-2-970-5627 Fax.+82-2-970-5974

E-mail: khlee@swu.ac.kr

관절염 때문에 붓을 잡을수 없는 상황에서도 1919년 죽음을 맞이하는 순간까지도 작품제작에 몰두한 회화 작품에서 의상 및 패션관련 작품들을 대상으로 이국취미가 나타난 것으로 살펴보았다.

3. 결과 및 고찰

르누아의 이국취미가 드러나는 작품은 프랑스와 지리적으로 가깝지만 나폴레옹 이후 피레네 산맥 너머의 야만인이라는 취급을 받았던 스페인 취향을 나타내는 작품으로 <붉은 옷의 스페인 무용수, 1898>, 마타도르와 유사한 복장을 한 남자가 앉아서 기타를 연주하는 모습의 <스페인 기타, 1897>, 젊은 남자가 서서 기타를 치는 모습의 <서있는 젊은 기타리스트, 1897>, 그가 좋아했던 소재 중의 하나로 이국적인 분위기를 표현하고자 한 <스페인 복식을 한 기타 치는 여인, 1898년>, 폴리 베르제르 극장의 유명한 여배우였던 라 벨 오테로 로부터 영감을 얻어 상징적으로 '스페인의 매력'을 발산하는 인물을 그려낸 <기타 치는 여인, 1896-1897년>, 유명한 화상인 Ambroise Vollard가 의자에 앉아있는 전신<앙브와즈의 초상화, 1908>, 그리고 <스페인 의상을 입은 Dedee, 1914-1917>가 있다.

프랑스의 식민지였던 알제리 관련 작품으로는 알제리의 여인 및 이들의 의상과 두건을 두른 모습을 그린 <알제리 의상을 입은 스토라 부인, 1870>, <알제리 소녀, 1881>, <알제리 여성, 1881>, <앉아있는 알제리 여성, 1882>, <알제리 여성, 1883>, <알제리 여인의 차림을 한 가브리엘, 1905>이 있다. 오달리스크 주제의 작품으로는 리즈 트레오가 자수 놓인 옷을 입고 검은머리. 머리 장식의 술, 강렬한 붉은 입술, 배경 및 의상의 다양한 색채를 통해서 동양적인 분위기를 전달하고 있는 <알제리의 여인(오달리스크), 1870년>이 있고 유혹적인 시선을 던지면서 오리엔트 풍 옷을 입고 있는 <몽마르트르에 있는 하렘의 내부, 1872>는 '알제리 의상을 입고 있는 파리 여인'이라는 부제의 작품이다. 호피무늬와 붉은색 두건이 두드러지게 묘사된 <오달리스크, 1895>, 그리스 로마 고전 미술의 전통을 연구한 <안티오페의 꿈>을 참조한 <잠자는 오달리스크, 1915-1917>가 있다. 또한 <모스크, 아랍축제, 1881년>에서는 들떠 있고 한 곳에 오래 머물지 못하고, 안개 자욱한 일광을 즐긴다거나 알제리의 장밋빛 대기에 젖어든다는 르누아르의 알제리 취향을 보여주고 있다. 지역 명을 언급하지 않고 단지 이국 취향의 하나로 오리엔탈을 보여주는 작품은 <탬버린을 든 댄서, 1909>, <캐스터네츠를 든 댄서, 1909>, <오리엔탈 의상의 앉아있는 여인, 1905>, <오리엔탈 의상을 입고 있는 여인, 1905>이 있다.

일본취미가 분명히 드러나는 작품으로는 당시 루브르 백화점 부인이 기모노를 드레스 위에 입고 허리에 벨트를 매고 있는<에리오 부인, 1882>과 일본식 우산을 펼쳐놓고 앉아있는 <일본 우산과 같이 있는 여성, 1876>이 있다. 동양풍 꽃병과 부채가 나란히 있는 꽃다발을 묘사하고 있는<꽃다발이 있는 정물, 1871>, 소파 뒤 벽에 나란히 배치된 <독서하는 모네부인, 1872>, 유럽 드레스 차림의 여인이 오른손에 부채를 쥐고 있는 <부채를 든 여성과 향아리의 꽃, 1906> 탐스러운 꽃을 배경으로 부채를 들고 있는 모습의 <부채를 든 소녀, 1881>에서는 일본 부채가 등장하고 있다. 그리고 일본 미술에서 영향을 받은 벽장식에서 당시 부유한 배경의 인테리어를 보여주고 있는 <샤르팡티에 부인과 그 아이들의 방, 1878>의 작품과 같이 소품 및 배경에서 일본취미적의 것들이 나타나고 있다.

르누아르의 작품에 나타난 이국취향은 스페인, 알제리, 오리엔탈, 일본이다. 스페인 취향을 보여주는 패션은 화려한 장식 몸에 꼭 끼는 레드 또는 옐로우의 마타도르 의상, 화이트 스타킹과 셔츠, 레

드 두건과 블랙 모자, 짙은 레드의 드레스, 스페인 기타이다. 알제리 취향을 보여주는 패션은 히잡처럼 얼굴주위를 감싸고 있는 옐로우 또는 레드의 베일로 주위에 꽃, 보석 줄, 목걸이, 팔찌 등으로 장식하고 있고 그 외 슬리퍼, 카펫 등도 보여주고 있다. 토브와 유사한 튜닉형 드레스, 알제리 전통 여성복인 Haik 속에 착용했던 넉넉한 형태의 바지, 어깨와 가슴이 장식된 의상이지만 전반적으로 형태를 구체적으로 묘사하기 보다는 진동하는 색채들로 가득하다. 오리엔탈 취향은 하렘을 상상한 오달리스크를 묘사하기 위해 하렘스타일 바지와, 드레이프 성이 좋은 얇은 소재의 의상, 터번, 머리 장식, 자수와 장식이 많은 볼레로 형의 재킷, 넓은 새시 벨트 등으로 묘사되어있고 양탄자를 중심으로 오리엔탈 소품들로 꾸며졌다. 일본 취향을 보여주는 패션은 프랑스에서 1876년 처음 선보인 이후 실내복으로 유행한 기모노로 <에리오 부인>에 묘사된 것은 에도 말기 무가 여성의 정장인 흰 바탕의 고소데이다. 양산, 부채 등과 같은 소품들은 당대 여성들의 일본취미의 유행을 보여주고 있고 화병, 벽장식, 액자, 병풍 등과 같은 일본적인 오브제로 당시의 부유한 배경을 나타냈다. 전반적으로 장미와 태양색으로 대변될 수 있는 레드 계열의 색채가 주류를 이루며 붉거나 반짝이는 옐로우 계열로 이루어졌으며 말기로 갈수록 레드 계열은 점점 더 다양하게 많이 나타나고 있다.

4. 결론

프랑스의 변화와 산업화가 진행된 시기에 대부분의 인상주의 화가들이 현대적인 삶을 사실적으로 보여주었지만 르누아르는 ‘역사의 한 페이지를 쓴 파리의 삶을 담은 매우 중요한 기록’을 그렸다는 평을 받기에 그의 작품은 당시의 이국취미를 보여주는 자료로 가치가 있다. 그는 스페인, 알제리, 일본, 오리엔탈 등을 소재로 작품을 구상하였고 레드와 옐로우 계열로 표현되었다. 패션에 대한 그의 태도는 그가 여인들을 그리면서도 착용하고 있는 의복과 액세서리 그리고 소품에 초점을 맞춘 작품이 많다는 점과 젊은 시절 도자기를 장식에서 익힌 기술의 섬세한 감각으로 표현하였다는 점이다. 그 외에도 모자에 대한 애착, 작품을 위해 모델에게 입힐 의상의 신중한 선택, 그리고 옷을 입고 다양한 연출을 통한 작품 구도 등으로도 알 수 있다.

■ 참고문헌

- Fukia, Akiiko(2011). *Japonism in Fashion*. (Her, E. J. Trans). Seoul: J&C publishing Company.(Original Work published 1994).
- Alexander auf der Heyde(2009). *Art Classic Renoir*. (Kim, Y.S. Trans). Seoul: Yekyung.(Original Work published 2004).
- Gabriele Crepaldi(2009), *Renoir*. (Choi, B. J. Trans). Seoul: Maroniebooks(Original Work published 2006).

청나라 복식에 나타난 치파오(長袍) 패션 연구

-자희태후 (慈禧太后) 초상화를 중심으로-

적자혜* · 간호섭

홍익대학교 일반대학원 의상디자인학과*, 홍익대학교 섬유 · 패션디자인학과

1. 연구목적

최근 중국의 발전으로 중국의 복식에 대한 세계적인 관심이 증가하고 있다. 그 예로 중국의 전통 의상 치파오를 대표적으로 들 수 있다. 치파오는 중국의 전통의상이지만 전 세계 문화의 소중한 자산이기도 하다. 이러한 가치에서 전통문화를 계승하기 위해 중국의 치파오를 연구하게 되었다. 이번 연구를 통해서 현대의 치파오의 모태인 청나라의 치파오에 대해 유래를 알아보고 치파오의 미래가치를 가능하고자 한다. 또한 과거의 치파오 패션의 조형성을 분석하여 현대와의 미적가치의 다른점을 알아보고자 한다. 중국의 전통의상을 연구한 논문은 많으나 자희태후의 복식을 중점적으로 조사한 논문은 거의 없었다.

따라서 본 연구는 청나라 시대의 복식 문화를 바탕으로 치파오 전통의상에 대해 이해하고 자희태후의 초상화속에 나오는 복식을 통하여 치파오의 미적가치를 규명하여 학문적 가치의 범위를 넓히기를 기대한다.

2. 연구방법 및 내용

연구의 방법은 자희태후의 초상화를 통해 선정된 이미지 자료를 대상으로 실루엣, 디테일, 색채, 문양 등을 복식디자인의 조형요소를 통해 분석하였다. 사진과 축소된 도판 등은 석사 이상의 전문자 집단의 30여명의 감정을 거쳐 선정하였다. 연구의 내용으로는 먼저 일반적 고찰에서 청나라의 칭파오 복식에 대해 살펴보고자 한다.

연구의 범위는 자희태후의 초상화 그림으로 범위로 정한 후 서론에서는 연구의 목적과 연구의 방법을 제시하고자 한다. 그리고 일반적 고찰에서는 치파오의 기원과 사회적 배경을 살펴보고, 자희태후의 복식을 통해 조형적 분석을 통해 청나라 시대의 특성에 대하여 알아보고자 한다.

3. 결과 및 고찰

치파오라는 용어가 처음 문헌으로 기록된 것은 청나라 시대이며 이 시대의 치파오와 현대의 치파오와는 많은 차이가 있다. 중국의 대표적인 전통 복식 포의 이름으로 잘 알려진 치파오는 만주족 사람들이 입던 장포에서 유래되었다고 하며 이는 만주족이 전통 복식과 관계가 밀접하다.

자희태후는 청나라시대 함풍제의 후궁이며, 동지체의 생모인 자희황태후 라고도한다. 동지체와 광

Corresponding author : ZHAI ZIHUI, Tel.+82-10-9047-4019

E-mail: zhaizihuio0526@163.com

서제의 섭정을 지냈고 광서제가 입헌파 강유웨이와 입헌군주제를 위한 전환을 꾀하자 무술정변을 일으켰다. 또한 50여년 동안 청나라를 통치한 절대권력자이자 만주족 출신의 자희태후는 그의 권력을 치파오와 같은 복식으로 표현하였다.

청나라 복식 치파오의 디자인 조형적 분석

(1) 실루엣 : 청대 초기의 치파오는 T라인으로 길고 폭이 넓은 형태였으나, 청나라 시대의 말기부문에 붙는 실루엣이 유행했다. 포에는 목 위로 올라오는 디자인에 깃이 없고 좁은 띠로 목을 두르는 정도였다. 예복 위에는 피령 같은 별도의 깃을 착용하였는데, 이 피령은 세일러 칼라처럼 생긴 남녀 공용의 깃으로 어깨를 넓게 보이는 효과가 있다.

(2) 컬러 : 치파오는 다양한 색상을 사용하지만 조복은 주로 밝은 노란색과 붉은색을 사용하고 흑색과 흰색은 금지된 색으로 사용하지 않는다.

(3) 문양 : 조복을 다른 이름으로 용파오라고 부른다. 이 복식은 주로 금색 실로 용 9마리를 자수로 장식하였고, 5가지 색의 식물문인 구름 모양이 수 놓아있다.

4. 결론

중국인들에게 치파오는 청나라시대의 만주복인 치파오에서 유래된 전통복식이다. 자희태후의 복식에 나타난 조형 요소 분석을 복식의 형태, 색채, 소재, 문양, 부속품, 장신구 등 복식디자인을 연구한 결과는 다음과 같다. 청나라시대의 복식인 치파오는 T라인으로 길고 폭이 넓은 형태였다. 컬러는 Y, R가 많이 사용되었으며 문양은 동물문양인 용과 식물문인 구름 모양이 주를 이루었다.

■ 참고문헌

- 교단(2012), “중국풍 패션디자인의 조형적 특성 연구”, *중앙대학교 석사학위논문*
왕교양(2016), “중국 시대별 황후 헤어스타일 조형성 분석 및 작품제작”, *서경대학교 석사학위논문*
주가이(2014), “현대 패션에 나타난 중국풍 디자인 특성”, *공주대학교 석사학위논문*

패션 브랜드와 패션 코스메틱 브랜드에 나타난 브랜드 아이덴티티의 상관성 연구

백정현* · 배수정

전남대학교 의류학과*, 전남대학교 의류학과 · 전남대학교 생활과학연구소

1. 연구목적

이제 패션 브랜드는 옷을 만드는 일 뿐 아니라 라이프 스타일과 관련하여 사업 영역을 넓혀가는 양상을 보이고 있다. 이 중 특히 뷰티 산업은 인간의 아름다움과 신체에 관련된 욕구를 충족시켜준다는 점에서 패션과 동일한 목적을 가지며, 사용 상황적 유사성이 높고, 패션과 유사한 트렌드를 공유하는 경우가 많아 가장 밀접하게 관련된 분야이다. 이러한 이유로 패션 브랜드가 다른 영역으로 사업을 확장하고자 할 때 가장 쉽게 접근이 가능한 시장이라고 할 수 있다. 뷰티 산업은 경기침체에 의한 영향을 덜 받으며, 투자 대비 가치 창출 비율이 높아 향후 지속성장이 가능한 고부가가치 산업분야로 손꼽히고 있고(이근찬 외, p.13), 이러한 장점 때문에 글로벌 경제위기에도 불구하고 오랜 역사의 패션 하우스부터 SPA 브랜드까지 패션 브랜드의 뷰티 라인 런칭 붐이 매년 가속도가 붙고 있는 상황이다(삼성디자인넷, 2012). 패션 브랜드가 코스메틱 브랜드를 런칭함으로써 얻을 수 있는 장점으로는 이미 인지도가 형성되어 있기 때문에 브랜드 충성도가 높은 기존 소비자층을 흡수할 수 있어 최초구매율을 높일 수 있으며, 브랜드 런칭 시 발생하는 브랜드 아이덴티티 관련 개발비를 절감함으로써 타 브랜드에 비해 비교적 단시간 내에 성공적인 시장 진입이 용이하다는 점을 꼽을 수 있다(김수경, p.5).

이렇듯 뷰티 산업의 확장세가 뚜렷하고 패션계에서도 이와 관련한 사업 확장이나 아이템 발굴에 적극적인 상황임에도 아직까지 이에 대한 연구는 아직 활발하지 않아 패션 코스메틱 브랜드에 대한 심층적인 분석이나 패션과 뷰티 산업의 연계성을 밝히는 연구가 필요한 시점이라 생각된다. 이에 본 연구에서는 패션 브랜드에서 런칭한 코스메틱 브랜드의 현황에 대해 살펴보고 패션 코스메틱 브랜드의 아이덴티티를 내면적 의미요소, 외형적 표현요소, 마케팅 커뮤니케이션 요소의 측면에서 분석하여 그 특성을 도출한다. 그리고 이를 통해 패션 브랜드와 패션 코스메틱 브랜드에 나타난 브랜드 아이덴티티 표현의 유사성과 차이점에 대해 비교 분석하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 관련 논문과 단행본, 정기 간행물 등의 문헌 자료 고찰을 통한 브랜드 아이덴티티에 대한 이론적 연구와 국내외 신문, 패션과 뷰티코스메틱 관련 전문지, 패션 브랜드 및 코스메틱 브랜드의 웹사이트, 패션컬렉션 전문 사이트의 자료를 중심으로 하는 사례 연구를 함께 진행한다. 사례

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

연구를 위한 패션 코스메틱 브랜드는 글로벌 패션 브랜드 중 브랜드의 명을 동일하게 사용하여 브랜드의 핵심적 아이덴티티를 공유하며, 스킨케어와 메이크업 중 한 가지 이상의 종류를 생산하고 있는 브랜드를 기준으로 하여 Anna Sui, Burberry, Calvin Klein, Chanel, Christian Dior, Giorgio Armani, Tom Ford, Yves Saint Laurent의 8개의 브랜드를 선정하였다. 본 연구의 시간적 범위는 브랜드마다 역사가 다르므로 각 브랜드의 런칭 이후로 설정하였으며 패션 브랜드와의 상관성 분석에 필요한 패션 컬렉션과 그 외 마케팅 커뮤니케이션 활동에 대한 주요 기간은 2004 S/S 부터 2014 S/S 까지로 설정하였다.

3. 결과 및 고찰

본 연구에서 선정한 8개의 패션 브랜드와 동일한 브랜드명으로 런칭된 패스메틱(Fasmetic: 패션+코스메틱)(스포츠킨, 2006)브랜드에 대한 브랜드 아이덴티티를 분석한 결과, 안나 수이 코스메틱(Anna Sui Cosmetic)은 안나 수이가 패션 디자인을 통해 보여주는 상징적 요소와 동일한 블랙과 퍼플 컬러, 장미 문양, 나비와 꽃 모티브를 통해 로맨틱 이미지를 표현함으로써 메인 컬러, 활용 모티브, 추구하는 여성의 이미지 등에서 패션 브랜드와 유사한 브랜드 아이덴티티를 공유하고 있음을 알 수 있었다. 버버리 뷰티(Burberry Beauty)는 브랜드를 상징하는 베이지, 실버, 그레이 컬러가 혼합된 패키지에 버버리 고유의 체크 패턴이 패키지의 표면이나 립스틱, 아이 섀도우의 표면 등 제품 전반에 표현되고 있고, 광고에서도 해당 시즌의 버버리 코트를 착용한 모델들이 반복적으로 노출되고 있어 브랜드의 핵심적 아이덴티티에 대한 상징적 요소를 공유하고 있는 것으로 나타났다. 캘빈 클라인 코스메틱(Calvin Klein Cosmetic)은 캘빈 클라인 보다는 세컨드 브랜드인 CK 라인이나 대표적 향수인 CK One의 캐주얼하고 유니섹스한 이미지에 가까운 브랜드 정체성을 보여주고 있었다. 상품 패키지도 화이트 컬러에 원형으로 심플하게 디자인되고 색조 제품의 컬러 구성에 있어서도 다른 패션 코스메틱 브랜드에 비해 비비드한 컬러감을 보여줌으로써 브랜드 특유의 '젊음'에 대한 이미지가 상징적으로 담겨 있음을 알 수 있었다. 샤넬(Chanel)은 페미닌한 브랜드 이미지를 유지하고 있으며 코스메틱 브랜드의 색조 라인이나 지면 광고에서 패션 브랜드에서 나타난 시즌 컬러나 특징적 요소를 공유하고 있었다. 더불어 코스메틱 브랜드의 패키지와 제품 내부 디자인에 있어서도 쿨팅 디테일, 블랙&화이트, 카멜리아 등 브랜드만의 독특한 상징적 요소들을 다양하게 활용하고 있어 패션 브랜드와의 브랜드 아이덴티티의 상관성이 매우 높은 브랜드임을 알 수 있었다. 크리스찬 디올(Christian Dior)은 샤넬과 더불어 코스메틱 시장에서 강세를 보이는 브랜드로 패션과 코스메틱 브랜드가 동일한 경영 그룹에 속해 있고 시즌의 패션 컬렉션과 컨셉을 연계하면서 유사한 이미지를 꾸준히 구축해 왔다. 톰 포드(Tom Ford)는 2011년에 런칭하여 급부상하고 있는 브랜드로 뷰티 라인의 모든 과정에 톰 포드가 직접 참여함으로써 패션 브랜드 특유의 섹시하고 도발적인 여성의 이미지가 뷰티 제품에도 표현되고 있다. 또한 코스메틱과 패션 브랜드 광고에서 동일한 모델이 동일한 패션 스타일링과 메이크업으로 등장하기도 하며, 시즌에 따른 큰 변화 없이 브랜드 특유의 스타일을 고수하고 있는 것으로 나타나 패션 브랜드와 코스메틱 브랜드 간의 상관성이 큰 것으로 분석되었다. 입생로랑(Yves Saint Laurent)은 "골드는 그 자체로 순수하고 완전하다" 라고 한 이브 생 로랑의 디자인 철학이 뷰티 라인에도 이어져 골드가 패키지의 메인 컬러로 사용되고 있으며, 2013 S/S 컬렉션에서도 크리에이티브 디렉터인 에디 슬리만(hedi slimane)이 '골드 피버(Gold Fever)'라는 주제로 글래머러스한 여성미를 표현하는 등 핵심적 브랜드 아이덴티티를 공유하고 있는 것으로 나타났다

다.

4. 결론

본 연구는 패션과 코스메틱 영역에서 활용 가능한 브랜드 아이덴티티의 요소를 파악하고 디자인과 마케팅 측면에서의 사례를 연구함으로써 유사한 트렌드와 매체를 공유하는 두 영역의 브랜드가 유사성과 특수성을 효과적으로 표현하면서 독자적인 브랜드 아이덴티티를 지속적으로 구축할 수 있는 구체적 방법을 밝히고자 하였다. 그리고 융합 학문 또는 인접 학문에 대한 가치가 대두되고 있는 상황에서 본 연구가 비교분석과 통합의 이원적 연구방법을 통해 패션과 코스메틱 영역의 연계성을 밝힘으로써 기존 연구의 범위를 넓힐 수 있을 것으로 생각된다. 더불어 국내 패션과 코스메틱 브랜드가 거시적 안목으로 시장을 분석하고 효과적으로 사업을 유지 및 확장하는 것에도 도움이 되는 기초 자료를 제공하고자 하는 바램이다.

■ 참고문헌

- 김수경(2011), “패션 브랜드의 코스메틱 확장을 위한 전략 연구”, *이화여대학교 디자인대학원 디자인매니지먼트전공 석사학위논문*. pp.4-5.
- 삼성디자인넷(2012), “New Beauty Line in 2012”, <http://www.samsungdesign.net/Report/IndustryTrend/Beauty/content.asp?an=16051&glChk=G&block=0&page=1&cnt=9>
- 스포츠경향(2006), “패션 + 코스메틱 아름다운 결합, 패스메틱”, http://sports.khan.co.kr/news/sk_index.html?art_id=200602152051413&sec_id=560101
- 이근찬 외(2009), 2009년 화장품산업 분석 보고서, *한국보건산업진흥원*. p.13.

태권도 도복의 기능과 이미지를 고려한 디자인 개발

유희지 · 간호섭

홍익대학교 일반대학원 의상디자인학과, 홍익대학교 섬유패션디자인학과

1. 연구목적

태권도 도복은 상하의의 화이트 컬러를 구성하고 앞섶 부분에 깃 형태를 이루고 있는 스포츠 의복이다. 현재 태권도 도복은 과거의 일본의 반감으로 인해 개방형 도복을 급조해서 1976년 개발된 V형 네크라인 디자인으로 1981년에 공인도복으로 제정되어 지금까지 입혀지고 있다.

일반적으로 시간이 흐름에 따라 스포츠복도 변화하기 마련이지만 태권도 도복의 경우 오랜시간 동안 큰 변화가 없이 같은 형태의 의복이 유지된 것이 특징이다.

그러나 최근 태권도 도복의 하의에 통상 흰색이 아닌 다른 색을 허용하기로 한 리우 올림픽으로 인해 컬렉션 디자이너의 태권도 도복에 관한 관심이 늘고 있다. 더불어 세계의 여러 스포츠 의복이 각 나라의 이미지를 상징하기에 대한민국 대표 스포츠인 태권도 도복의 상징성 또한 관심을 받고 있는 추세이다. 이러한 관심에도 불구하고 태권도 도복에 대한 연구는 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구의 목적은 태권도 도복의 기능과 디자인 요소를 고려하여 현대의 이미지를 결합한 새로운 태권도 도복을 디자인하고자 한다. 태권도 도복의 조형성과 디자인 요소가 가미된 이미지가 도복이 나타나는 시각적 효과를 보완할 것으로 기대하는 바이다.

2. 연구방법 및 내용

태권도 도복의 기능과 이미지를 고려한 디자인 개발 하기 위해서는, 먼저 과거의 태권도 도복과 현재의 도복을 고찰하고 스포츠 의복을 통해 현대 태권도 도복의 기능과 이미지를 분석하였다. 그리고 컬렉션 및 태권도 스포츠 간행물, 국내 패션연구협회의 자료, 인터넷 시각자료 등으로 태권도 도복의 기능과 이미지를 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 태권도 도복의 조형성

(1) 소재의 기능성

태권도 도복에 있어서 기능성은 소재에서 나타났다. 현재 판매되고 있는 태권도 도복의 소재에는 격렬한 운동에도 장시간 착용할 수 있는 내구성이 강한 면100% 또는 T/C (면과 폴리의 혼방)가 주로 사용된다. 그러나 이러한 소재는 내구성과 강도가 높은 반면 흡수성이 적기 때문에 운동시 분비되는 땀을 흡수하기에는 적절하지 않다. 이와 같이 땀 흡수를 보완하기 위해 도복의 겨드랑이 부

Corresponding author : Liu Qian, Tel.+82-10-2818-6509

E-mail: yooheeji@naver.com

분에 쿨맥스(cool max)와 같은 기능성 소재를 부착하였다..

(2) 컬러로 인한 국가 상징성

태권도 도복은 상징성과 이미지를 내재하고 있어 시각기호가 될 수 있다고 본다. 특히 태권도 도복은 전세계적으로 태권도의 시각적인 기호라 할 수 있다. 태권도 도복의 상징성은 색을 통해 소속하는 집단의 명예와 권위를 표시하고 이로 인한 효과를 얻는다는 점에서 태권도 도복의 구성요소로써의 특성을 가진다.

(3) 심미성

심미성은 개인에 따라 그 느끼는 바와 정도가 다르지만 대중이 공감하는 공통의 미의식은 분명 존재한다. 이는 전통이나 유행에 의해서 좌우되기도 하며 대상의 기호에 대한 조사 자료를 통하여 객관적인 타당성을 얻을 수 있다. 태권도복에 나타나는 심미성은 소속된 집단을 보여주는 것이다. 태권도 동작을 할 때에 나타나는 몸의 실루엣에 맞게 태권도 도복을 만들어 착용했을 때 만족감이 높아진다.

4. 결론

본 연구의 결과는 다음과 같다. 소재에서는 면과 T/C혼방섬유를 사용하여 땀 흡수율을 높이는 기능성과 몸의 움직임을 높이는 편의성, 착용과 탈의의 불편함을 최소화하는 디자인이 나타났다. 이는 현대적인 스타일의 태권도 도복 패션에 응용된 컬러매치와 한국 고유의 아름다움을 도복을 통해 표현한 것이다. 이러한 표현은 소재와 팔의 움직임에 실용성을 더해줄 뿐만 아니라 현대 감각까지 더해져 시각적 측면에서도 한층 더 발전된 의복이 완성될 수 있도록 도움을 준다. 이상의 본 연구의 결과는 디자인 선호 및 기능성을 고려하여 반영된 실효성 있는 태권도복 디자인을 제안함으로써 태권도 도복의 가치를 높이는 데 기여할 것을 기대한다. 또한 태권도 도복의 가치를 높여 태권도의 글로벌한 확산과 더불어 우리나라 대표 스포츠로서의 상징성과 민족의 고유성을 고취하는 계기가 될 것으로 기대하는 바이다.

■ 참고문헌

김은경, 채금석(2006), “현대 스포츠패션에 나타난 에스닉 이미지 연구”, *한국의류학회지*, 30(7) pp.1054-1065

임은안, 채은석(2002), “현대 스포츠패션에 관한 연구”, *한국의류학회지*, 26(9), pp.1308-1319

정성혜(2006), “프라다 스포츠패션의 미적 고찰”, *복식문화학회지*, 14(4), pp.529-541

태권도신문 <http://www.tkdnews.com/news/articleView.html?idxno=11536>

현대패션에 나타난 너드 룩에 관한 연구

김민정 · 임지영
경상대학교 의류학과

1. 연구목적

현대는 '너드(Nerd) 시대'다. 10년 전만 해도 컴퓨터, 인터넷만 아는 사회성 부족한 괴짜들 정도로 평가받던 너드들이지만, 모바일 혁명과 함께 고도화된 정보화 시대가 도래하면서 오히려 이들이 이제는 세계를 이끌고 있다. 이러한 변화로 아날로그 시대의 책벌레에서 21세기형 성공한 너드로 대표되는 IT업계 인물들이 패션계의 주목받는 아이콘으로 떠오른 것이라 할 수 있다.

너드의 특징은 덩수룩한 머리와 두꺼운 뿔테 안경을 쓰고, 지능이 뛰어나지만 강박관념에 사로잡혀 있거나 사회성이 떨어지는 사람을 이르는 말이다. 이러한 대중적이지 않거나 잘 알려지지 않은 비주류 활동을 하는데 과도한 시간을 보내며 과학 기술이나 픽션에 관련한 분야에서 많이 나타나는 '너드'와 대중적인 유행을 선도하는 '패션'이 서로 밀접한 관계를 형성하여 나타난 것은 시대적으로 의미있는 일이라 사료된다.

그러므로 본 연구에서는 현대 패션에 나타난 너드 룩의 표현 특성을 정리하고, 이를 통해 너드 룩의 사회적 의미를 고찰하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 현대 패션에 나타난 너드룩에 관한 표현 특성을 정리하고자 하였다.

연구범위는 스타일 닷컴(www.style.com)에서 너드가 트렌드로 소개된 2015년 F/W를 기점으로 2015F/W, 2016S/S, 2016F/W 3개의 시즌을 대상으로 하였으며, 레디투웨어(Ready TO Wear) 컬렉션으로 한정하였다.

사진 수집은 너드 중 근시가 아주 많다는 연구결과와 너드들의 라이프스타일이 근시를 촉진한다는 연구결과를 바탕으로 너드룩의 대표 아이템인 안경을 착용한 의상 1210개의 사진을 수집한 후 색으로 눈이 보이지 않는 선글라스, 눈이 보이지 않으면서 안경의 테에 컬러가 두드러지게 보이는 컬러뿔테 안경, 안경의 글라스가 연결되어 있는 고글 착용 사진을 제외하고 눈이 보이는 안경을 착용한 사진 188장을 분석에 사용하였다.

비슷한 이미지를 가지는 의상끼리 그룹으로 묶은 후 이름을 명명하고 그 특성을 정리하였다.

3. 결과 및 고찰

현대 패션에 나타난 너드룩의 이미지는 크게 4가지로 분류되었으며, Dweeb, Dork, Geek,

Corresponding author : Ji Young Lim, Tel.+82-10-3615-1012

E-mail: cloth1012@hanmail.net

Granny로 명명하였다. 분석한 자료 188장 중 Dweeb은 39장, Dork 39장, Geek 52, Granny 53, 기타 5장으로 분류되어 Geek과 Granny가 많이 분포된 것을 알 수 있었다. 기타를 제외한 각 이미지 별 특징을 정리하면 다음과 같다.

먼저 Dweeb은 ‘샌님’, ‘얌전하고 고루한 사람’이라는 사전적인 의미를 가지며, 공부벌레 느낌의 모범생룩의 이미지로 스타일에 있어서는 장식이 배제된 차분하고 심플한 디자인에 너드의 쉬크한 패션 스타일이다. Dweeb look에서의 색상은 ivory, beige, brown, gray, green 등의 고급스럽고 따뜻한 이미지의 색상이 덜톤, 딥톤, 다크톤으로 사용되어 나타났으며 소재로는 천연소재, 주로 울 소재를 사용하였다. 문양은 거의 나타나지 않았으며 아이템으로는 기본 테일러드 재킷, 노멀한 길이의 H라인 스커트 또는 스트레이트 팬츠, 미디길이의 오버사이즈 코트 등이 주로 사용되어 나타났다.

Dork는 ‘얼간이’, ‘촌뜨기’이라는 사전적인 의미를 가지며, 스타일에 있어서는 프릴이나 러플, 보우 칼라 등의 디테일로 사회 초년생의 실험적인 너드의 패션 스타일이다. Dork look에서의 색상은 스트롱톤, 딥톤, 다크톤 등을 사용한 톤온톤 배색과 대비색으로 화려한듯 어울리지 않은 배색으로 사용되었으며 소재는 쉬폰, 니트, 울, 가죽, 트위드 등으로 비교적 다양한 소재를 사용하였다. 문양은 체크, 헤링본이 사용되어 나타나며 보우 칼라와 프릴이나 러플, 턱 등의 장식을 위한 디테일이 많이 사용되었다. 아이템으로는 블라우스, 레트로한 팔라초 팬츠, 스커트, 재킷 등으로 사용되었다.

Geek은 ‘괴짜’, ‘특이한’, ‘엉뚱한’이라는 사전적인 뜻을 가지며 스타일에 있어서는 익숙지 않고 고 집스럽게 나만의 패션을 지향하는 자기만의 분야에 깊게 빠져들어 다른 어떤 것과 소통하지 않는 너드의 전위적인 작품성위주의 패션 스타일이다. Geek look에서의 색상은 red, yellow, blue 등의 원색과 white를 기본으로 한 비비드톤이 많이 사용되어 표현되었으며 소재는 데님, 면, 개버딘 등을 주로 사용하였다. 문양은 동화적인 캐릭터, 알파벳 로고나 그래픽적인 꽃모양이 주로 나타났다. 아이템으로는 변형된 퍼프소매의 셔츠, 스커트, 팬츠, 코트, 점퍼 등이 오버사이즈로 주로 사용되어 나타났다.

Granny는 ‘할머니’의 사전적인 의미로, 스타일에 있어서는 레트로적인 특유의 빈티지한 너드의 패션 스타일이다. Granny look에서는 스트롱톤, 덜톤, 비비드톤으로 보색대비로 화려하게 표현되었으며 red, green 계열의 색상이 주로 block과 배색되었으며 소재는 실크, 타프타, 니트 등을 주로 사용하였다. 문양으로는 사실적인 꽃과 트로피컬, 오래된 벽지 모티브의 기하학적인 문양 등이 주로 표현되었으며 아이템으로는 소매가 짧은 블라우스와 셔츠, 카디건 재킷, 미디길이의 원피스와 스커트 등이 주로 나타났으며 토드백과 니트로 된 베레모가 액세서리로 나타났다.

4. 결론

이상에서 현대패션에 나타난 너드룩은 크게 4가지로 분류되었으며, 장식이 배제된 차분하고 심플한 디자인에 공부벌레 느낌의 ‘샌님’, ‘얌전하고 고루한’ 패션 스타일인 Dweeb, ‘얼간이’, ‘촌뜨기’의 패션 스타일인 Dork, 스타일에 있어서는 익숙지 않고 전위적인 작품성위주의 ‘괴짜’, ‘특이한’, ‘엉뚱한’ 스타일인 Geek, 꽃이나 벽지 문양 등 레트로 특유의 빈티지한 ‘할머니’ 스타일인 Granny로 특성을 정리하였다.

이상의 너드룩 분석을 통해 미래를 향해 앞서가며 늘 새로운 매력과 아름다움의 트렌드를 추구하는 패션계도 틀을 깬 새로운 패러다임이 시작되고 있다는 것을 보여주었으며, 이제는 패션이 단순히

보고 그대로 따라하는 스타일에서 벗어나 자기가 주관하는 스타일로 자신을 만족시키는 룩으로 자리 매김할 수 있음을 알 수 있었다.

본 연구는 너드룩의 특성을 도출함에 있어서 안경을 착용한 의상 사진만으로 한정하여 분석하였다는 점에 있어서 연구의 제한점을 가지나, 본 연구를 바탕으로 추후 분석범위를 확대한다면 너드룩에 대한 다각적인 연구가 가능할 것으로 생각된다.

■ 참고문헌

Heraldbiz.com, 2016.02.16.

JORG ZITTLAU(2013), Nerds wo eine Brille ist, ist auch ein Weg.

MONEYTODAY, style M, 2016.01.08.

Yeongnamilbo, mihwacc@gmail.net.com. 2015. 12.04.

wikipedia.org.

www.elle.co.kr.

Jeanne Lanvin의 이국취미와 패션컬러

이 금 희
서울여자대학교 의류학과

1. 연구목적

Bonnie English는 『세상에서 가장 영향력 있는 50인의 패션』에서 “좋은 취향을 정의한 인물”로 랑방(Jeanne Lanvin)을 손꼽으며 온 가족을 위해 디자인하는 유일한 쿠튀리에이자 그녀의 컬러감각은 전설적이라고 까지 평하였다. 쿠튀리계에서 최초의 레지옹 도뇌르(De ra Legion d'Honneur) 훈장 수상자, 로브드 스틸 디자이너로 아르누보와 아르데코 시대를 거치면서 로맨틱 의상을 전개시키면서도 독창적인 디자인 세계를 구축하였다. 그녀가 데뷔한 시기는 Valerie Mendes와 Amy de la Haye가 1900년부터 1913년까지의 시기를 “변화와 이국취미의 시기”로 패션 디자이너들은 이러한 경향에서 벗어날 수 없었다. 본 연구에서는 20세기 초 파리에 열풍을 일으킨 이국취미를 살펴보기 위하여 선행 연구에서 다루어지지 않은 랑방의 패션 디자인에 나타난 이국취미를 살펴보는 것이다. 이를 위해 그녀가 취한 작업방식과 패션디자인 아이디어의 원천을 통해 이국취미의 패션디자인 특징을 밝히고 전설적이라고 평가받는 그녀의 특징적인 컬러와 컬러감각을 고찰해 보는 것이다. 이로써 글로벌 산업의 패션디자인과 컬러의 응용 및 자료로 활용될 수 있도록 한다.

2. 연구방법 및 내용

연구 방법은 2015년 3월 8일부터 8월 23일까지 파리 Palais Galliera Paris Musées에서 전시된 그녀의 실물 디자인 작품들을 직접 관찰하고 시각자료 수집과 전시회에서 제공하는 음성자료 및 사이트 자료를 중심으로 하였다. 그 외 메트로 폴리탄 뮤지엄 사이트의 시각자료와 국내외 서적 및 논문을 중심으로 하는 문헌 연구로 이루어졌다. 연구범위는 잔느 랑방이 활동한 1889년부터 1946년 까지 제작된 의상과 샘플 북을 대상으로 하였다. 전시회 카탈로그에서 밝혔듯이 서양 패션에 이국적인 것들이 끊임없는 원천이 되어 왔으며, 1920년에 아마 클라이맥스였을 것이라면서 랑방의 전 시작품들이 소개되었다. 이에 본 연구의 내용은 이국적이고 민속적인 영향을 펼친 랑방의 디자인들을 찾아내고 이와 같은 이국취향이 지역별로 나타난 사례들의 특징을 밝히는 것이다. 그리고 좋은 취향을 상징하는 특징적인 컬러와 컬러표현을 살펴보는 것이다.

3. 결과 및 고찰

랑방의 작업 방식을 살펴보면 에두아르 비야르(Edouard Vuillard), 오딜론 르동(Odilon redon)과 같은 화가들과 교류하며 신비롭고 독특한 컬러에 대한 영감을 받았다. 컬러의 톤 변화를 조절하

본 연구는 2014년 한국연구재단의 지원에 의해 수행되고 있는 내용 중 일부입니다.

Corresponding author : Keum Hee Lee, Tel.+82-2-970-5627 Fax.+82-2-970-5974

E-mail : khlee@swu.ac.kr

면서 조화롭게 만드는 컬러의 귀재라는 평을 들을 만큼 손으로 직접 원단을 염색하였다. 뿐만 아니라 자신이 원하는 컬러를 얻기위하여 1923년에는 염색공장을 세워 작업하였다. 이탈리아, 이집트, 터키 등의 여행에서 또는 베틀시장에서 구입한 직물자료와 자수 컬렉션 등과 같은 귀중한 증거물이 남아있을 정도로 자료 수집과 연구에도 몰두하였다. 이와 같이 색에 대한 감각과 열정, 직물 및 자수에 대한 풍부한 지식과 애정으로 패션디자인에 많은 변화를 일으켰다.

그녀의 이국취미의 특징은 시공간을 초월한 이국취미로 고대 그리스, 로마, 중세, 근대의 중동 및 이슬람, 아시아 등과 같이 폭 넓고 다양하게 나타났다. 패션디자인에서는 스페인, 중국, 일본, 페르시아, 중동, 북아프리카에서 영감을 받은 것으로 나타났고 문양을 통해 쉽게 드러났다. 특히 1920년대에는 풍부한 자수들이 주목을 받게 되었다. 패션 디자인에 나타난 예로는 알제리의 복장을 본딴 주아브 스커트, 스페인의 베르튀가댕 스커트, 일본의 기모노 슬리브, 오비, 비대칭 여밈, 가문의 문양, 기하학적인 모티브, 중국의 전통 자수와 평면의 패널, 페르시아와 이슬람의 아즈텍 문양, 북아프리카와 이집트의 식물, 동물, 기하학적인 모티브 등이 있다.

특징적인 컬러는 디자인에서 압도적으로 블루가 지배하는데 옅은 보라색이 감도는 푸른 하늘색 ‘랑방 블루(Lanvin Blue)’이다. 이는 프란젤리코(Fra angelico)의 작품<Coronation of the virgin>에서 영감을 얻은 독특한 채도를 갖고 있는 것으로 예술에서의 영감, 종교적 상징성을 내포하고 있어 부드럽기도 하지만 비밀스러운 분위기를 나타낸다. 의상에서 랑방 블루는 딥 블루, 로얄 블루, 네이비 블루로 나타났고 블랙과 골드 또는 실버와 조화를 이루기도 했다. 조용하고 과묵한 그녀의 성격을 나타내듯 화이트가 조금 깃든 블랙 정장을 즐겨 입었기에 블랙과 화이트의 조화도 뚜렷이 나타났다. 미국의 동식물에서 따온 모티브는 블랙을 위주로 블루와 아이보리 의상에서 장식성과 상징성을 나타내기도 했다. Palais Galliera Paris Musées에서 전시된 의상의 절반이상 역시 블랙 위주의 드레스가 많았다. 신소재 및 장식에 의한 메탈릭 컬러는 자수와 진주, 번쩍이는 금속조각, 운모의 번쩍임, 산호, 약간의 조개가루, 금과 은의 실, 리본, 라피아 야자수에서 뽑은 섬유 등 다양한 재질로 표현되었다. 골드는 가장 많이 사용된 보조색으로 자수사, 금속 장식의 비즈와 스팅글, 레이스로 표현되었다. 블랙과 화이트가 사용되지 않는 경우에는 실버가 사용되었다.

4. 결론

랑방의 작업방식은 예술가들과의 교류, 염색공장 설립, 이국취미의 해외여행과 자료 수집, 직물에 대한 지식이 밑받침 되었다. 이를 통해 자신의 색채감각을 높이고 방대한 자료를 토대로 다양한 모티브의 샘플을 개발하고 연구하였기에 자신만의 독창적인 디자인을 할 수 있었다. 이국취미의 패션은 스페인, 중국, 일본, 페르시아, 북아프리카, 이집트, 러시아, 그리스와 국가를 분명히 밝히지 않은 오리엔탈 디자인으로 나타났다. 패션 특징은 종교적 영감, 상징적 스타일, 오리엔탈 패션으로 시대적 트렌드와 일치하기도 했지만 자신만의 특징적인 스타일과 컬러를 고수하였다. 특징적인 컬러는 블루, 블랙 앤 화이트, 메탈릭 컬러로 예술적 영감과 자신의 아비투스 성향, 이국취미의 모티브 개발에 의해 주로 작업된 것이었다. 이국취미 작품에 나타난 색채는 예술작품을 통해 영감을 받은 랑방 블루를 시작으로 스페인의 블랙과 레드, 일본의 무채색 및 레드와 블루의 보조색, 중국의 블루와 레드, 북아프리카 및 이집트의 블랙 등으로 다양하게 나타났다. 이와 같이 그녀의 이국취미는 디자인 소스 및 장식의 아이디어를 제공하는데 큰 역할을 하였고 이를 구체화시키기 위한 노력은 많은 자료들의 수집과 개발로 축적된 앨범이 유품으로 보존되어 후배들에게 전수되기에 오늘날 그 가치

를 더하고 있다.

■ 참고문헌

Paris Muses Palais Galliers(2015), catalogue *Jeanne Lanvin*. Paris: Paris Muses Palais Galliers.

Barille, Elisabeth (2007). LANVIN. New York: Assouline Publishing

Dean L, Merceron(2007). LANVIN Dean L, Merceron, Lanvin New York: Rizzoli.

트랜스 휴머니즘의 표현특성이 반영된 현대패션연구

백희영* · 박희정 · 간호섭

홍익대학교 일반대학원 의상디자인학과* · 백석문화대학교

홍익대학교 섬유미술 · 패션디자인학과

1. 연구목적

현대 사회에서 과학 기술은 우리 생활에 깊숙이 파고들어 건축, 예술, 학문 및 생활환경에 영향을 끼치며 더불어 인간의 생활영역, 인체에 까지 그 범위를 확대하며, 정신적 육체적 능력이 개선된 인간의 진화를 위하여 꾸준히 노력해 왔다. 위와 같이 인간존재의 향상과정을 뜻하는 인간 강화 운동을 “트랜스 휴머니즘”이라 부르며, 20 세기 후반 이후, 기계와 생명공학을 활용하여 인간 향상 뿐 아니라 예술 및 패션에까지 그 영역을 확대 하고 있다. 하지만 선행연구에서 “트랜스 휴머니즘”과 관련한 패션의 연구는 다소 미흡한 실정이다. 따라서 본 연구에서 “트랜스 휴머니즘”의 개념과 용어 정의를 바탕으로 트랜스 휴머니즘의 표현특성을 살피고, 이러한 특성이 현대 패션과 관련하여 어떻게 표현되는지를 찾고자 하는 것이 목적이다. 더불어 최근 미래적 흐름을 토대로 미래 패션의 방향성을 제시하여 기존 현대 패션 산업에 발달하지 않았던 새로운 흐름의 방향을 모색함과 동시에 더 나은 도약이 되어 패션의 발전과 도움을 주는 계기가 될 것으로 기대해 본다.

2. 연구방법 및 내용

트랜스 휴머니즘의 용어 개념 및 특성을 조사하기 위해 관련 문헌, 선행 연구 및 인터넷 사이트를 참고 하였다. 트랜스 휴머니즘이 표현된 현대 패션사례가 국내 사이트에서는 다소 미비하므로 구글(www.google.com)과 핀터레스트(www.pinterest.com)를 토대로 사진 자료를 활용, 트랜스 휴머니즘 연구가 활발했던 시기인 20세기 후반 1998년을 시작으로 가장 최근 사례인 2016년까지를 연구 범위로 설정하여, 컬렉션을 포함한 다양한 패션 사례를 분석하여 트랜스 휴머니즘의 특성이 반영된 현대패션을 연구 하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 트랜스 휴머니즘의 정의

트랜스 휴머니즘은 인간 향상 기술을 활용하여 인간의 정신적, 육체적 특성과 능력을 개선하려는 지적 문화 운동이다. 인간이 가지고 있는 물리적 정신적 한계를 극복함으로써 더 나은 인간으로 나아가는 것을 목적으로 하며 기존 결함을 극복한 완전한 제 2의 인간을 “포스트 휴먼”이라 한다면 “트랜스 휴머니즘”은 “포스트 휴먼”으로 가기 위한 과정을 뜻 한다. 이 용어는 1957년부터 등장했

Corresponding author : Hee-young Baek, Tel.+82-01-4373-1447

E-mail: dolphinb@naver.com

지만 1980년대에 미국의 미래학자들에 의해 지금의 뜻을 갖게 되었으며, 20세기 후반부터 미래 흐름의 하나로 본격적인 관심을 받게 되었다.

2) 트랜스휴머니즘의 종류와 표현특성

(1) 생명 공학

바이오 테크 놀로지(biotechnology)로, 생명 현상 및 생물 기능을 조작하는 기술을 일컫는 말로 유전자 조작, 맞춤 아기와 같은 인간 복제 및 재생산기술을 결합, 시 공간을 초월, 인간을 변형 하거나 강화하는 기술이다.

(2) 인간과 컴퓨터와의 결합

유비쿼터스 장치 및 웨어러블 컴퓨터로, 인체와 결합을 통해 필요한 정보를 수집, 우선순위를 정해 제시해 주는 인공 지능역할 및 인간능력의 확장, 기계를 통한 시공간적 탈 경계 및 변형을 포함한다.

(3) 프로스테시스

프로테시스는 손상 및 상실된 신체 일부의 기능을 대신하는 인공적 장치를 일컫는 말로, 보철, 의족과 의수가 대표적이며, 신체와의 결합을 통해 신체를 확장, 변형하게 되는 제2의 신체적 특성을 말한다.

(4) 나노기술

원자수준에서 물질의 구조를 통제하는 기술로, 다양한 신소재 제조에 활용, 대표적 예로 3D프린팅의 신소재, 탄소 섬유 및 기타 신소재 활용, 인체와의 결합을 통해 형태를 변형 하거나 인간의 능력을 확장시킬 수 있다.

3) 현대 패션에 반영된 사례와 특성

(1) 결합을 통한 탈 경계

2006년 큐트 설킷(Cute Circuit)의 Hug shirt로 웨어러블 컴퓨터를 신체와 결합하여 먼 거리에 있는 연인에게 포옹을 통한 심장박동 및 압력, 체온 등을 시 공간을 넘어 감정을 전달하는 탈 경계의 예이며, 2010 Alexander mcqueen S/S 컬렉션에서는 고대 "Plato's Atlantis"를 주제로 인간의 수중 생활을 컨셉으로 한 인간과 파충류 그리고 바다 생명체와의 결합을 통해 생명 공학적 접근 및 생물학적 변이를 의상에 반영하여 시 공간적 탈 경계를, 2014 F/W Ires van harpen 컬렉션에서는 "Biopiracy"를 타이틀로 컬렉션을 발표, 미래에는 원하는 신체와 패션을 진공 포장하여 상품화, 착용 화 하는 것을 무대배경으로 활용하여 생명공학과 결합한 인체에 시 공간적 탈 경계의 사용 가능성을 암시하였다.

(2) 신체 능력 및 외형의 확장

1998년 Autumn Alexander mcqueen 에서 에이미 멀런스(Aimee Mullins)에게 프로스테시스 장치인 의족을 장착함으로써 장애의 한계를 넘어 런웨이에 모델로서 활동하는 확장의 사례를, Nike와 Apple은 2006년 5월 23일 콜라보 시리즈 "Nike+Ipod"을 발표 Nike 운동화 밑창에 Ipod 센서를 설치하여 조깅 시 수집된 데이터를 토대로 운동 후 사용자 맞춤 동기부여 및 칼로리 체크 등을 해주어 인체가 동시에 추가적으로 할 수 없는 일을 기계가 보조해주는 능력 확장의 사례로, 2010년 Greath pugh가 로얄 국립 발레단 에서 개최한 "Carbon ilfe" 공연을 위해 선보인 탄화 처리소재를 이용한 발레 의상으로 정강이 보호대와 발끝에 변형을 준 슈즈를 활용, 기존의 발레복 보다 효율성 및 심미적 충격을 선사하여 공연을 수행하도록 한 의상으로 신체 능력 및 외형의 확장 적 사

레이다.

(3) 자유적 신체 변형

1998년 Dazed&confused에 등재된 마이크 토마스(Mike thomas)의 "The Difference is clear"로 디지털 효과를 준 옷을 착장, 신체가 투명 인간으로 변형하는 사례를, 2011년 사진작가 스테븐 마이젤(Steven Meisel)이 1950년대 콜셋을 활용하여 허리를 과장하여 변형한 예로, 기존의 인체에 보철을 활용하여 극단적 신체변형을 시킨 사례이며, 2016 Ires van harpen F/W 컬렉션에서는 "Lucid"를 주제로 텔레비전 기술에 사용되는 광학 스크린 뒤에 모델을 배치하여 관객이 보는 각도에 따라 모델의 신체가 유동성을 띤 물체처럼 돌로 나뉘다가 명확히 합쳐지는 이미지를 통하여 유동적 변형 가능성을 꾀하였다.

4. 결론

트랜스 휴머니즘은 인간 진화 운동이며, 생명공학, 인간과 컴퓨터의 결합, 프로스테시스, 나노기술을 활용, 패션에서 시공간적 탈 경계, 신체 능력 및 외형의 확장, 자유적 신체변형의 세 가지 특성을 토대로 인간을 강화 하였으며, 앞으로 트랜스 휴머니즘을 패션시장 환경에서 인간의 결핍된 능력과 소비자들의 변화하는 욕구에 적용하여 패션 상품을 기획하는 것은 기존 패션과 차별화를 이룰 수 있는 효과적인 방법으로, 패션의 미래를 내다보고 새로운 트렌드를 제시하여 상품의 가치를 높일 수 있으리라 기대하는 바이다.

■ 참고문헌

신상규(2014), "호모사피엔스의 미래", 단행본, 1권(1호), pp.83-93

제갈미(2008), "현대패션에 나타난 미디어 아트의 표현 특성", *한양대학교 석사학위논문*, 4(2), pp.114-119. 남경희(2003), "포스트 휴머니즘 미학과 뷰티디자인 방향성 모색", *건국대학교 박사학위 청구논문*, 5(4), pp.90-92.

이미지 검색, 구글(www.google.com), 핀터레스트(www.pinterest.com)

한류 트렌디 드라마 속 패션의 기능적 특성

이지아 · 서승희
성균관대학교 의상학과

1. 연구목적

1992년부터 시작된 국내 트렌디 드라마는 한국 신세대들의 문화를 감각적으로 그려내며 아시아를 중심으로 한 각국의 젊은이들의 호응을 얻어왔다. 이러한 트렌디 드라마에서 한국 문화의 감각적인 트렌드를 보여주는 중요한 요소 중 하나가 패션이다. 드라마 속 패션은 극 중 인물과 배경에 대해 파악할 수 있도록 도와주는 구성요소로서의 역할을 수행할 뿐 아니라, 대중들에게 영향을 미치며 패션 트렌드의 생성과 흐름, 변화에 직접적으로 큰 영향을 미친다. 한국의 대중 문화가 범세계적인 인기를 꿈에 따라 아시아를 중심으로 한 세계 각지에서 한국의 패션에 대한 관심이 고조되는데 일조하고 있으며, 그에 따라 한류 트렌디 드라마 속의 패션의 중요성과 영향력이 주목 받고 있는 실정이다.

현재 한류 열풍의 주역으로 활약하며 한국의 문화를 전파하고 트렌드 생성에 결정적인 영향을 미치는 트렌디 드라마 속 패션의 역할과 위상을 이해하고 그 중요성을 재인식할 필요가 있다. 따라서 본 연구의 목적은 한류를 이끄는 중요한 대중 문화로 여겨지는 트렌디 드라마 속에 나타나는 패션의 기능적인 특성을 도출하는 것이다. 이를 통해 패션 산업이 세계적인 경쟁력을 갖출 수 있도록 정보를 제공하며 트렌디 드라마 속 패션 스타일의 기획에 도움이 되는 기초적인 자료를 마련하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

연구 방법은 한류와 국내 트렌디 드라마와 드라마에서 나타나는 패션을 다룬 국내외 관련 서적, 기사, 논문 등의 문헌의 고찰과 이미지 자료 분석을 토대로 한 사례 조사로 이루어졌다. 연구범위는 미디어 산업이 관광, 패션 등의 부가적인 산업에 영향을 미치기 시작했으며, 문화 산업에 실질적 박차가 가해진 신한류가 시작된 2004년부터 2016년까지, KBS, SBS, MBC의 지상파 방송국과 tvN, OCN 등의 케이블 방송국에서 방영되었던 트렌디 드라마를 선정하였다. 드라마의 선정은 현대를 배경으로 한 트렌디 드라마로, 한국에서 한국방송공사를 비롯해 가장 많이 조사 결과가 인용되어 공신력이 있다고 여겨지는 AGB닐슨 미디어 리서치에서 발표한 국내 시청률과 한국콘텐츠진흥원의 콘텐츠 별 매출액 자료, 한류 드라마의 수출 플랫폼 중 하나인 해외 동영상 사이트 'youku', 'Tudou' 등의 검색어 순위, 동남아시아 및 북미, 남미 등 세계 각국의 한류 드라마 커뮤니티의 앙케이트 결과를 참고하여 영향력 있다고 판단되는 총 20편의 한류 트렌디 드라마를 선정하였다. 선정된 드라마 속 패션의 이미지 자료의 수집은 드라마의 방송 홈페이지 갤러리의 자료 화면과 캡처 화면, 협찬이 이루어졌던 브랜드의 제품 상세 사진, 기사 사진 자료를 수집을 통해 이루어졌다. 드라마 선정과 명명된 기능적 특성의 타당성은 석, 박사 과정의 패션 전문가 8인의 패션 전문

가 집단에 의해 검증 받았으며, 연출 방법에 따른 구체적인 사진의 선정 또한 전문가 집단에 의해 선별되었다.

3. 결과 및 고찰

본 연구에서 한류 트렌디 드라마 속 패션이 가지는 기능적 특성을 서사성, 트렌드 반영성, 묘사성으로 도출하였다.

첫째, 서사성이란 드라마의 극의 내용을 전달하는데 있어 그 과정에서 사용되는 보편적, 관습적으로 기호화된 모든 표현을 포함하며 이야기를 전달하는 특성을 말한다. 서사성을 띤 드라마 속 패션은 크게 드라마의 전반적인 배경이나 분위기를 암시하고 나아가 드라마에서 인물이 처한 상황, 스토리의 흐름을 암시하여 시청자로 하여금 전반적인 드라마의 흐름을 이해하는데 도와주는 역할을 한다.

둘째, 트렌드의 반영성은 현재 국내 패션 시장의 트렌드 경향을 그대로 드러내는 특성이며, 트렌디 드라마속의 패션 아이템을 결정하는데 있어 가장 큰 비중을 차지한다. 이러한 특성은 특정 브랜드나 제품을 소개하는 역할을 하기도 하며 국내 트렌드의 흐름을 알려주며 선도하는 역할을 하기도 한다. 드라마 속 패션이 대부분 협찬을 통해서 이루어지는 점 때문에 트렌디 드라마가 패션 트렌드의 지표로 역할을 할 수 있다.

셋째, 패션을 통해 드라마 속 인물의 외형뿐만 아니라 연령, 성격, 라이프 스타일 등을 포함한 모든 것을 함축적으로 표현하는 묘사성이다. 묘사적인 특성이 잘 드러나는 패션은 드라마 속 캐릭터의 존재감을 부각시키며, 입체감 있는 캐릭터의 형성을 가능하게 하여 시청자들로 하여금 캐릭터에 몰입할 수 있도록 만든다. 이러한 묘사성은 남성 패션보다는 여성 패션에서 더욱 두드러지게 나타나며, 대부분 메이크업, 헤어스타일 등과 함께 어우러져 보편성과 관념성을 지닌 패션 이미지를 통해 전반적인 인물을 묘사하도록 연출된다.

트렌디 드라마 속 패션은 극의 흐름을 표현하는 서사성을 가지고 있는 동시에 현재 트렌드를 반영 해야 하며, 캐릭터에 입체감을 부여할 수 있도록 캐릭터를 잘 묘사할 수 있어야 한다. 즉, 세 가지의 트렌디 드라마속의 패션의 기능적 특성에 알맞게 연출되어야만 트렌디 드라마 속 패션은 트렌디 드라마의 중요한 구성 요소로서 드라마를 보조하는 역할을 수행할 수 있으며 나아가 한류 영상 콘텐츠 발전과 그에 따른 부가적 효과 창출에 일조할 수 있다.

4. 결론

본 논문은 트렌디 드라마 속에서 다양한 역할을 수행하는 패션의 기능적 특성에 대해 고찰하는 기회를 가지고, 트렌디 드라마 속 패션 스타일의 기획에 도움이 되는 기초적인 자료를 마련하였다는 점에서 의의를 갖는다.

■ 참고문헌

- 김영삼(2006), “현대 패션에 나타나는 대중문화의 영향에 관한 연구”, *한국복식학회지*, 65(7).
이지현,정은숙(2005), “국내 패션 스타일에 반영된 TV드라마 의상 분석에 관한 연구”, *한국복식학회지*, 55(11).

현대 패션에 나타난 레이디 라이크룩의 조형성 연구

-울리야나 세르젠코 컬렉션을 중심으로-

조은유 · 간호섭

홍익대학교 일반대학원 의상디자인학과, 홍익대학교 섬유 · 패션디자인학과

1. 연구목적

20세기에 들어서 패션계에는 현대의 감각적인 감성과 20세기 이전의 스타일을 차용한 복고적인 스타일의 의상들이 유행하고 있다. 수많은 복고적인 의상 중에서도 1950년대에 절정을 이루었던 클래식한 여성 스타일의 대명사 격인 레이디 라이크룩은 현대에 와서도 많은 디자이너들에게 사랑을 받고 재해석 되어지고 있다.

러시아의 디자이너 울리야나 세르젠코의 패션은 새로움과 변화를 추구하기 보다는 복고의 고전적인 미학을 현대적인 시각으로 재해석하였다. 이에 따라 복고적인 드레스와 빈티지한 액세서리를 결합하여 더욱 복고적인 느낌이 든다

본 연구의 목적은 복고적인 울리야나 세르젠코의 스타일을 조형요소로 분석을 하고 그 특징들을 세분화하여 미래의 복고 클래식 스타일에 영감을 주는 기초자료로 하고자 한다.

2. 연구방법

본 연구에서는 우아함과 여성미를 기반으로 지속적으로 레이디 라이크룩을 선보이는 울리야나 세르젠코 컬렉션에 표현되는 스타일을 조사하여 특징을 분석하고 어떻게 스타일을 효과적으로 사용했는지 살펴보고자 한다. 이를 위해 단행본과 학술지, 컬렉션, 학위논문 등을 통해 자료를 수집하였다. 연구범위는 2012년 F/W부터 2016년 S/S까지의 파리 쿠티르 컬렉션에 나타난 울리야나 세르젠코의 디자인 총 308벌을 실루엣, 디테일, 액세서리 등으로 분석하고자 한다.

3. 결과 및 고찰

레이디 라이크 룩은 1950년대부터 1960년대에 유행한 패션 트렌드로서 허리를 잘록하게 조이거나 플레어 스커트를 활용하여 여성미를 강조하면서 몸의 곡선을 잘 살려 우아하고 품위 있는 여성 처럼 보이도록 하는 클래식 스타일이다.

울리야나 세르젠코는 러시아의 모델 출신으로 패션디자이너며 포토그래퍼, 스타일리스트, 패션 블로거로 활동중이다. 또한 시대에 뒤떨어지지 않는 트렌디 하면서도 우아하면서 세련된 복고 클래식 스타일을 여성의 아름다운 실루엣 강조하여 표현하였다.

Corresponding author : ZHAOJINGNAN , Tel.+82-10-3235-5613

E-mail: zhaojingnan11@gmail.com

(1) 글래머러스한 여성미의 강조

상의는 여성스러운 짧은 블라우스와 셔츠를 주를 이루며 하의는 무릎 밑까지 내려오는 길이감으로 잘록한 허리라인과 여성스러운 곡선을 보여주는 펜슬 스커트로 글래머러스한 라인을 강조하였다. 1950년대의 클래식한 스타일의 허리를 조여주는 스타일로 여성의 관능적인 아름다움을 표현하였다.

(2) 절제된 디테일의 우아함

장식이 가미되지 않은 스텐드업 칼라와 셔츠 칼라를 비롯해 파러웨이 칼라 등이 전체와 조화를 이루어 단순하면서 간결하게 표현하여 상의를 더욱 돋보이게 하였다. 부드러운 곡선 형태의 식물문양을 자수와 비즈 장식으로 표현하여 우아한 여성성을 강조하였다.

(3) 빈티지 악세서리와 결합

율리아나 세르젠코는 컬렉션에서 복고풍의 모자와 스카프, 그리고 헤어 악세서리를 의상과 함께 현대적인 감각의 스타일로 믹스매치 하여 재창조하였다. 이러한 스타일은 복고적인 이미지를 더욱 돋보이게 하였다. 또한 중세적인 이미지를 차용함으로써 고풍스러운 느낌과 복고적인 이미지의 패턴들은 클래식한 이미지를 나타냈다.

4. 결론

컬렉션 초기부터 지속적인 레이디 라이크룩을 선보인 율리아나 세르젠코의 의상에 나타나는 스타일을 조형요소로 분석한 결과를 종합해 볼 때 다음과 같은 조형 특성을 발견할 수 있었다. 첫째, 실루엣은 율리아나 세르젠코의 디자인에서 가장 중요한 요소로 글래머러스한 여성미를 강조하였고 수직으로 이어진 A라인으로 여성의 관능적인 아름다움을 표현하였다. 둘째, 칼라는 피크트 칼라, 스텐다드 칼라 등의 간결하면서 단순하게 사용함으로써 우아하고 여성스러운 이미지를 표현하였다. 셋째, 율리아나 세르젠코의 컬렉션에서는 복고풍의 모자의 사용으로 현대의 감성에 조화롭게 재창조하여 복고적인 스타일을 더욱 강조하였다.

■ 참고문헌

김양수 (2004), “현대 패션에 나타난 레이디 라이크룩 재킷 연구”, *동의대학교 석사학위논문*,
배정민(2012), “현대 패션에 나타나는 레이디 라이크 룩 스커트 유형연구”, *한국기초조형학회지*,
13(1), pp 217-224
정소영(2005), “할리우드 스타의 패션 아이콘 1930년대-1950년대 여성스타를 중심으로”, *이화여자대학교 박사학위논문*

바 재킷의 디자인 특징을 통한 형태적 정의

서지영 · 임지영
경상대학교 의류학과

1. 연구 목적

크리스찬 디올(Christian Dior)에 관한 기사를 다루는 많은 패션지와 언론 매체에서는 바 재킷(Bar-jacket)이라는 단어를 사용하고 있다. 하지만 이들이 사용하는 바 재킷에 대한 구체적인 정의나 개념은 확립되어 있지 않아 형태적 정의가 모호하다.

사전적 의미의 바 재킷은 '바의 종업원들이 입는 재킷'이라는 뜻으로 '벨보이 재킷(Bell boy jacket)' 혹은 '페이지보이 재킷(Page-boy jacket)'으로 불리는 것으로, '허리 정도까지의 짧은 기장'이 특징이다.

바 재킷은 복식사에서 '뉴 룩(New look)'으로 기록되어 있는 옷의 정식 명칭으로, 둥근 어깨와 가는 허리로 여성성이 강조되어 나타났다. 크리스찬 디올은 본 식사를 마치고 간단한 음료나 술을 마시기 위해 '바에 갈 때 입는 옷'이라는 의미를 부여하여 '바 슈트(Bar suit)'로 명명하였으나, 사전적 의미의 바 재킷과는 디자인 형태와 정의가 확연히 다르다는 것을 알 수 있다.

따라서 복식사에서 큰 의미를 가지는 바 재킷에 대한 새로운 형태적 정의가 필요하며, 현대적으로 재해석된 바 재킷의 디자인 분석이 필요하다. 따라서 본 연구는 디올의 최근 컬렉션에 나타난 바 재킷의 디자인 분석을 통해 바 재킷의 개념을 정립하고, 바 재킷의 학문적 의미를 더하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 디올의 공식 웹사이트인 dior.com에 공개되어있는 여성복 컬렉션에서 '바 재킷'이라 명명된 아이템 37장을 수집하였고, 이 중 바 재킷의 변형된 아이템으로 추측되는 바 코트(Bar coat), 바 코트 드레스(Bar coat dress) 그리고 바 팬츠(Bar pants)를 제외한 총 25장의 바 재킷 사진을 분석에 사용하였다.

본래 바 재킷의 디자인적 특징은 둥근 어깨와 허리가 잘록해 보이도록 부풀린 엉덩이 선과 가슴부분의 여유분에서 나타나는 여성스러운 인체의 곡선에 있으며 이에 따라 재킷의 총장, V존의 깊이와 칼라 형태, 어깨선, 그리고 부풀린 엉덩이 선의 표현방법을 분석하였다. 그리고 디올의 오리지널 바 재킷과 비교고찰 하였다.

3. 결과 및 고찰

본 연구는 디올에 나타난 바 재킷의 형태적 정의를 세우기 위하여 재킷디자인의 중요한 요소로

Corresponding author : Ji Young Su, Tel.+82-10-5064-7147 Fax.+82-55-772-1450
E-mail: genie.suh@gmail.com

재킷의 총장, V존의 깊이, 칼라의 형태, 여밈을 분석하였고, 바 재킷의 특징이 나타나는 어깨선, 엉덩이선 부풀림의 표현방법, 상의와 하의의 코디네이션을 살펴보았다.

디올의 최근 컬렉션에 나타난 바 재킷의 형태적 특성을 분석한 결과는 다음과 같다.

재킷의 총장은 대부분 힙 라인(Hip line)에서 튜닉라인(Tunic line)까지의 길이가 많으며, 세부적으로 살펴보면 튜닉라인과 힙라인보다 짧은 힙본라인(HYipbone line) 그리고 힙라인 순으로 나타났다.

V존의 깊이는 재킷의 총장과는 크게 관련이 없는 것으로 보이며 대부분 목 앞점과 가슴 선의 사이에 위치해 있었다. 칼라 형태는 대부분 너치가 있는 디자인이 20벌로 가장 많이 나타났으며, 대부분 칼라와 라펠이 있는 테일러드 칼라(Tailored collar)의 형태로 제작되었고, 컨버터블 칼라(Convertible collar)나 노 칼라(No-collar)의 형태도 소수 나타났다.

여밈은 싱글 브레스트(Single breasted)의 단추를 숨긴 디자인이 대부분이었으며, 더블 브레스트(Double breasted)의 단추를 드러내는 형태로도 나타났다.

어깨선의 경우 대부분 좌우로 확장되어 나타난 세트 인 슬리브(Set-in sleeve)나 드롭트 숄더 슬리브(Dropped shoulder sleeve)로 각지지 않고 등글게 쳐져 내려오는 형태로서, 과장되지 않으면서도 자연스럽게 흘러내리는 여성의 어깨를 표현하였다.

본래 뉴 룩에 나타난 바 재킷의 경우에는 허리 아래로 페플럼에 패드를 대어 부풀려져 달린 형태 혹은 허리의 다트분을 많이 주어 엉덩이 선의 여유를 많이 두어 부풀어진 형태로 매끈한 형태를 보였다. 그러나 최근 컬렉션에 있어서 엉덩이를 등글게 표현하는 방법은 이외에도 플라운스 또는 크게 턱을 잡은 주름의 형태로도 엉덩이 부분에 여유를 주어 부풀려 허리가 가늘게 강조하여 표현 방법에 변화를 주고 있다.

뉴 룩의 전체적인 느낌과의 비교를 위하여 상의와 하의의 코디네이션을 살펴 본 결과, 대부분의의상에서는 종아리까지 오는 길이 또는 무릎 아래 길이의 노멀 렉스(Normal length) 스커트나 미디 렉스(Midi length) 스커트가 매치되어 선보여지며, 시즌이나 컬렉션의 테마에 따라 풀 렉스(Full length) 팬츠, 혹은 자메이카(Jamaica) 팬츠 혹은 미니(Mini) 스커트와 코디되어 나타나기도 하였다.

4. 결론

바 재킷이라는 단어는 패션지나 언론 매체 그리고 디자이너에 의해 사용되고 있지만 이들이 표현하는 바 재킷은 사전에서 정의하고 있는 것과 다르다.

바 재킷이란 확장된 어깨선으로 인한 둥근 어깨, 다양하게 표현이 된 부풀어진 페플럼으로 인해 잘록하게 강조된 허리로 정의 할 수 있다. 현대 패션에서 나타난 바 재킷의 특징은 대부분 힙라인에서 튜닉라인 정도의 길이와 V존의 깊이는 목 앞 점에서 가슴선 사이에서 가장 많이 나타나며, 너치가 들어간 칼라의 형태이다. 어깨선의 경우 좌우로 확장된 세트 인 슬리브나 드롭트 숄더 슬리브 형태로 등글게 나타났다. 많은 수가 허리의 다트로 엉덩이 선의 부풀린 모양을 표현되고 이 외에도 플라운스 또는 주름 등 표현의 방법이 다양하게 나타났다. 여밈은 싱글 브레스트의 단추를 숨긴 디자인이 일반적이며, 뉴 룩의 전체적인 길이비율과 비슷한 내추럴 길이 혹은 미디 길이의 스커트와 코디네이션 된 것을 많이 볼 수 있었다.

본 연구는 크리스찬 디올의 시그니처 아이템인 바 재킷을 형태적으로 살펴보고 디자인적 정의를

정립하는데 의의가 있으며, 이에 대한 연구가 부족하기에 본 연구를 바탕으로 바 재킷의 디자인 변화 연구를 진행하는 데 기초자료가 되고자 한다.

■ 참고문헌

- An Alleluia Moment for Dior. (2014, July 8). Vogue Korea. Retrieved from <http://www.vogue.co.kr/>
- Dior's Iconic Bar Jacket from 1947 to Today. (2015, March 3). Retrieved from <http://www.fashiongonerogue.com/dior-bar-jacket-new-look/>
- Divia Harilela. (2014, August 29). Raf Simons brings back Dior's classic jacket. South China Morning Post. Retrieved from <http://www.scmp.com/lifestyle/fashion-watches/article/1581446/raf-simons-brings-back-diors-classic-jacket>
- 뉴룩의 혁명. (2016). Retrieved from http://www.dior.com/couture/ko_kr/디올-하우스/디올-히스토리/뉴룩의-혁명
- 패션전문자료편찬위원회. (1997, August 25). 바 재킷. Retrieved from <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=278880&cid=50345&categoryId=50345>

서울 시청과 가로수 길 스트리트 패션의 컬러 비교 분석

이영재 · 김수지 · 유아람
한양대학교 주얼리패션디자인학과

1. 연구목적

본 연구는 서울 지역의 스트리트 패션 컬러(color)와 당시 컬러 트렌드와 비교 분석함으로써 한국 패션 산업체에 연구결과를 제공하여 상품기획의 기초자료를 제공하는 것이 목적이다. 직장인 비중이 높은 시청 앞과 젊은이들의 새로운 패션 쇼핑명소로 떠오르는 가로수 길의 스트리트 패션의 컬러를 분석함으로써 지역차가 있는지 비교 분석하고자 한다. 특히, 2015 F/W 패션 컬러 트렌드를 위 분석결과와도 비교하여 차이점을 파악하고자 한다.

2. 연구방법 및 절차

본 연구는 문헌연구와 조사연구를 병행하여 분석하였다. 문헌연구로는 관련 학술지, 학위논문, 국내외 신문(인터넷 신문포함), 퍼스트뷰 코리아 및 기타 패션관련 사이트를 참고하였다. 조사연구는 서울 시청 앞 광장과 가로수길의 스트리트 패션을 직접 디지털 카메라로 촬영한 후 20~40대 여성의 사진을 추출하여, 총 530장을 선정하였다. 이를 본 연구자를 포함한 3인의 패션 전문가로 구성된 평가단이 선행연구(정지원;2011, 정경희;2012, 오현아;2010)를 참고하여 아이템에 따른 컬러를 분석하였다.

3. 조사기간 및 대상

조사항목은 선행연구(배수정·오현아, 2006, 2009)를 바탕으로 분류 설정하였다. 조사연구의 자료 분석은 WINDOW용 SPSS 19.0(Statistical Package for the Social Sciences) 프로그램으로 처리하여, 평균, 퍼센트, 빈도분석(Frequency)을 실시하였다.

연구범위는 컬러로 한정하였으며, 10월 23일~24일에 유동인구가 가장 많은 오전 11시~오후 3시에 실시한 촬영 분으로 한정하였다. 비교적 선명하게 촬영이 잘되어 판독이 용이한 사진 530장을 추출하여 분석에 사용하였다.

Corresponding author : sooji Kim, Tel.+82-10-7762-3357 Fax.+82-2-400-5681
E-mail: soojikim712@gmail.com

4. 연구결과

본 연구는 2015 가을 시즌 서울 시청 앞 광장의 컬러 특성과 가로수길 컬러 특성을 비교 분석하였으며, 결과는 다음과 같다. 서울 시청 앞 광장에서 촬영한 250장의 표본에서 Outer, Inner, Bottom을 총 합한 숫자는 총 434개이며, 총 135개의 아우터(outer)를 구별, 분석할 수 있었는데 이 135개의 표본에서 무채색톤이 30개(22.2%)로 가장 많았다. 그 다음은 Soft톤 8(14.8%), Dark톤 7(13%)의 비중을 보였다. 이너(inner)는 100개를 구별, 분석할 수 있었는데, 아우터의 선호톤과 동일하게 선호도가 높은 컬러톤은 무채색톤이었고 42.5%였으며, Pale이 7(17.5%), Deep이 5(2.5%)로 그 뒤를 따랐다. 총 188개의 하의(bottom)를 구별, 분석할 수 있었는데, 아우터와 이너에서 보여진 가장 높은 선호도와 동일하게 제일 높은 값을 보인 톤은 무채색 톤이 95(50.7%)이었다. 또 Deep 33(44%)로 그 다음 순서였다. 무채색톤의 선호도는 아우터에 비해 이너가 높고, 그 이너에 비해 하의에서 더 높은 값을 보여짐을 알 수 있었다. (Outer 22% < Inner 43% < Bottom 51%)

서울 시청 앞 광장에서 가장 많이 보여진 색채는 무채색톤의 black 컬러로 총 434개의 표본중 153개로 35.3%였다. 그 뒤를 잇는 색채 톤의 순서는 Deep톤 blue 48(11.05%), Deep톤 purpleblue 43(9.9%), Pale톤 yellow 33(7.6%), Soft톤 yellow 18(4.15%) 이다.

가로수 길의 240장의 착장에서 outer, Inner, Bottom을 총 합한 숫자는 총 480개이며, 총 94개의 아우터 표본 중, 무채색 톤이 36(38.5%)로 가장 많은 비중을 차지했고 Dark톤이 14(15.4%), Pale톤 12(12.7%)과 Dull톤 7(7.7%)를 보였다. 이너로 분별 가능했던 185개 중 무채색 톤의 비중이 아우터 38.2% 대비 2배에 가까운 113(61%)라는 과반수를 보인다. 그 뒤를 Deep톤 17(9.1%), Pale톤과 Dull톤이 10(5.2%)의 순서를 보였다. 하의로 분별이 가능했던 211개의 표본으로 본 하의 아이템의 선호 톤은 앞서 분석한 한국의 아우터와 이너에서 가장 많은 비중을 차지한 무채색톤과 동일했고, 그 수가 118(55.7%)로 과반수였다. 또한 Strong 38(18.2%), Deep 14(6.8%)의 순서로 나타났다.

가로수길에서 취합된 480개의 표본 중에서 가장 많이 보여진 색채는 시청과 동일하게 무채색톤의 Black으로 170(35.4%)였다. 다음으로 무채색톤의 Gray 50(10.4%), 무채색톤의 White 46(9.6%), Strong톤의 purpleblue 26(5.4%), Deep톤의 purpleblue 19(4%)의 순 이었다. 상위권 3개의 색채가 모두 무채색톤으로 266(54.4%) 전체의 과반수를 차지하였다.

5. 결론

서울 시청 앞 스트리트 패션 컬러 분석의 결과로 가장 많이 나타난 컬러는 단연 무채색톤 Black 이었고, Deep톤 blue, Deep톤 purpleblue, Pale톤 yellow, Soft톤 yellow의 순서로 나타났다.

서울 가로수길 스트리트 패션 컬러 분석의 결과는 무채색 Black으로 시청 앞 컬러 분석결과와 같음을 알 수 있었다. 그 다음으로 무채색톤의 Gray, 무채색톤의 White, Strong톤의 purpleblue, Deep톤의 purpleblue와 같았다. 순서는 달랐지만 두 지역 모두 Strong톤 purpleblue이 더 많이 나타났다. 서울 시청 앞은 무채색톤의 Gray와 White이 가로수길보다 더 많이 나타난 것이 특징이었다.

2015F/W 컬러 트렌트는 Brown, Green 등의 자연색상과 함께 Violet, Gray, Red 등의 Retro Classic 감성을 기반으로 하는 컬러들이 자연스러우면서도 세련된 톤 조절로 선보여졌다. 특히

Orange의 영향력이 더욱 두드러지면서 조금 더 넓은 영역으로 사용되었고, 따뜻한 감성이 지속되는 가운데 Green과 Gold, Yellow의 컬러가 더해져 풍부한 컬러감이 제안되었다. Gray와 Black 컬러 역시 2015 F/W 컬러와 어우러져 Classic한 감성이 표현되었다. 연구된 두 장소 모두 2015 F/W 트렌드 컬러인 Black이 35%로 나타나 Black에 치우친 것이 2015 컬러 트렌드와 크게 다른 점이다. 또 가로수길은 무채색의 Gray, White톤이 우세인 반면, 서울 시청 앞은 Pale톤 yellow, Soft톤 yellow가 상대적으로 많이 나타난 것이 특징이었다.

■ 참고문헌

- Kang J Y (2007), "A study on the Color Trends Analysis in Layered Look", Hongik University
- Lee Y J (2013), " A Study on Their Impact on Popular Music and Popularized of Street Style I -Focus on Hip-hop Music & Musician Fashion-", The Korean Society of Design Culture, pp502~512
- Bae S J&Oh H A (2006), 중국 동북 3성 스트리트 패션 분석 (제2보) -2006년 여름 대련시를 중심으로-[An Analysis of Street Fashion in Northeast 3-Sung, China (Part 2) -Focusing on 2006 Summer in Dalian], The Korean Society of Clothing and Textiles, pp111~114
- Joo N A&Lee J M&Chu S H(2012), "A study of the Color Characteristics of Global Street Fashion -Focused on Street Fashion Magazine from 2010 to 2011-", Korea Society of Color Studies, pp107~121
- First View Korea(2016), 2015FW Trends Color, January 5, 2016, <http://www.firstviewkorea.com/>
- Kim J M(2013, March 14), Garosu-gil Road turned 'Korean version of Soho' December 16, 2015, <http://news.mk.co.kr/>
- Samsung Design Net(2015), Women 2015FW Trend Color November 29, 2015, <http://www.samsungdesign.net/>

인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 선호도 및 추구이미지의 차이 분석

박 영 희

경남대학교 패션의류학과

1. 연구목적

스키니 진이 유행되면서 이러한 의복에는 각자 추구하고자 하는 미적 가치관이 반영되어 왔다. 특히 젊은 세대들에게 있어 스키니 진은 자신들의 하반신을 과감하게 드러냄으로써 관능미, 날씬해 보이고자 하는 욕구, 개성 등(윤진아, 2007)을 과감하게 드러내 보이고자 하는 욕구가 반영되어 있음을 선행연구를 통해서도 나타냈다. 본 연구에서는 점차 폭넓은 연령대로 착용 범위가 확산되어 가고 있을 뿐 아니라 지속적으로 착용되고 있는 스키니 진의 선호도 차이와 스키니 진을 통해 추구하고자 하는 이미지에 대해 살펴보고자 한다. 즉 인구통계학적 특성에 따라 스키니 진의 선호도 차이, 스키니 진을 통한 추구 이미지 요인 그리고 인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 추구이미지의 차이를 분석함으로써 더욱 다양해지고 세분화되어 가고 있는 소비자들이 추구하는 의복 욕구를 충족시키기 위한 기초자료를 마련하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 설문지를 통한 조사연구로서 설문 문항은 선행연구(윤진아, 2007; 염인경, 김미숙, 2004)를 토대로 본 연구의 목적에 맞게 수정 보완하여 작성하였다. 연구 대상 선정은 성별, 결혼유무, 연령, 총 소득, 직업을 고려하여 경남지역을 중심으로 설문조사를 실시하였다. 설문 조사 기간은 2016년 3월15일에서 3월 30일까지 이루어졌으며 설문지 130부를 배포한 결과 120부가 회수되었으며, 이 중 신뢰도를 떨어뜨릴 수 있는 것으로 판단되는 설문지를 제외한 결과 본 연구에 이용된 설문지는 총 110부였다. 통계의 신뢰도를 높이기 위해 향후 표본 수를 추가할 계획이다. 설문 문항 구성은 인구통계학적 특성, 스키니 진의 선호도 그리고 스키니 진의 추구이미지로 구성되었으며, 분석방법은 요인 분석, t-test, One-way ANOVA와 Duncan test가 이용되었다.

3. 결과 및 고찰

인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 선호도 차이 결과 성별에 따라서는 유의한 차이를 보였으며, 여자가 남자보다 더 선호하였으며, 결혼유무에 따라서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 연령에 따라서는 유의한 차이를 보이지 않았으며, 직업에 따른 차이결과 유의한 차이를 보였는데 주부가 가장 낮은 선호도를 보인 반면 사무직이 가장 높은 선호도를 보였다. 월 소득에 따른 차이 결과 유의

Corresponding author : Youngee Park, Tel.+82-55-249-2219 Fax.+82-505-986-2183

E-mail: phykk@kyungnam.ac.kr

한 차이를 보였는데 월 소득 200만원에서 300만원의 집단이 가장 낮은 선호도를 보인 반면 월 소득 500만원 이상 600만원 이하의 집단이 가장 높은 선호도를 보였다.

스키니 진에 대한 추구이미지의 요인 분석 결과 4개의 요인이 도출되었으며, 요인1은 6개의 추구 이미지 형용사로 구성되었으며, 구성 이미지의 내용상 섹시한 이미지로 명명하였으며, 요인 2는 5개의 추구 이미지 형용사로 구성되었으며, 구성 이미지의 내용상 자유분방한 이미지로 명명하였다. 요인 3은 3개의 추구 이미지로 구성되었으며, 구성 내용상 슬림한 이미지로 명명하였으며, 요인 4는 3개의 추구 이미지로 구성되었으며, 구성 내용상 대담한 이미지로 명명하였다.

인구통계학적 특성에 따른 추구이미지의 차이를 분석한 결과 섹시한 성별에 따라서는 젊고 세련된 이미지를 제외한 3개의 추구이미지에서 유의한 차이를 보였다. 즉 스키니 진을 통해 여성이 남성보다 섹시하고 슬림하며 대담한 이미지를 더욱 추구하였다. 결혼 유무에 따라서는 대담한 이미지를 제외한 3개의 추구 이미지에서 유의한 차이를 보였다. 즉 미혼보다 기혼자가 더 섹시하고 젊고 세련되며 슬림한 이미지를 추구하는 것으로 나타났다. 연령에 따라서는 4개의 추구 이미지 모두에서 유의한 차이를 보였다. 즉 섹시한 이미지를 가장 추구하는 연령대는 40대였으며, 자유분방한 이미지를 가장 추구하는 연령대는 10대였고, 슬림한 이미지를 가장 추구하는 집단은 40대, 그리고 대담한 이미지를 가장 추구하는 집단은 20대, 40대, 50대로 나타났다. 직업에 따른 차이 결과 4개의 추구 이미지에서 모두 유의한 차이를 보였다. 즉 섹시한 이미지를 가장 추구하는 집단은 생산직이었으며, 자유분방한 이미지를 가장 추구하는 집단도 생산직으로 나타났다. 슬림한 이미지를 가장 추구하는 집단은 주부였으며 대담한 이미지를 가장 추구하는 집단은 판매 및 서비스직으로 나타났다. 월 소득에 따른 차이 결과 섹시한 이미지를 제외한 3개의 추구 이미지에서 유의한 차이를 보였다. 즉 자유분방한 이미지를 가장 추구하는 집단은 월 소득 300만원 미만의 집단과 월 소득 500만원 이상의 집단으로 나타났으며, 슬림한 이미지를 가장 추구하는 집단은 월 소득 200만원 이상 300만원 미만의 집단과 월 소득 500만원 이상 600만원 미만의 집단으로 나타났다. 대담한 이미지를 가장 추구하는 집단은 월 소득 200만원 미만의 집단으로 나타났다.

4. 결론

인구통계학적 특성에 따른 스키니 진에 대한 선호도 차이와 스키니 진의 추구이미지에 대한 요인 그리고 추구이미지의 차이에 대해 분석해본 결과 다음과 같은 결론을 얻을 수 있었다.

인구통계학적 특성에 따른 선호도 차이 결과 여자가, 사무직이 그리고 월 소득 500만원 이상 600만원 이하의 집단이 스키니 진을 가장 선호하였다. 스키니 진에 대한 추구이미지의 요인 분석 결과 섹시한 이미지, 자유분방한 이미지, 슬림한 이미지, 대담한 이미지로 나타났다. 인구통계학적 특성에 따른 추구이미지의 차이 결과 여성이 섹시하고 슬림하며 대담한 이미지를 더 추구하였으며, 미혼보다 기혼자가 더 섹시하고 자유분방하며 슬림한 이미지를 추구하였다. 연령에 따라서는 섹시하고 슬림한 이미지를 가장 추구하는 연령대는 40대였고, 자유분방한 이미지를 가장 추구하는 연령대는 10대였고, 직업에 따라서는 섹시하고 자유분방한 이미지를 가장 추구하는 집단은 생산직이었으며, 슬림한 이미지를 가장 추구하는 집단은 주부였으며 대담한 이미지를 가장 추구하는 집단은 판매 및 서비스직이었다. 월 소득에 따라서는 자유분방한 이미지를 가장 추구하는 집단은 월 소득 300만원 미만의 집단과 월 소득 500만원 이상의 집단으로 나타났으며, 슬림한 이미지를 가장 추구하는 집단은 월 소득 200만원 이상 300만원 미만의 집단과 월 소득 500만원 이상 600만원 미만의 집

단이었고 대담한 이미지를 가장 추구하는 집단은 월 소득 200만원 미만의 집단이었다.

이상과 같은 연구결과를 통해 인구통계학적 대부분의 특성이 스키니 진의 선호도와 이미지 추구에 영향을 미친다는 것을 파악할 수 있었다. 여전히 스키니 진의 대세가 이어지고 있는 현 패션 트렌드를 감안 할 때 소비자들의 스키니 진에 대한 추구 욕구 또한 다양할 것으로 사료된다. 따라서 스키니 진의 기획 시 인구통계학적 특성과 추구이미지의 차이를 적극 활용한다면 시장 세분화를 통한 제품의 차별화에 유용한 자료로 활용될 수 있을 것이라 기대된다. 본 연구는 설문 조사 지역과 조사 대상자의 수에 있어 극히 제한되어 있으므로 향후 연구에서는 조사 대상자 수를 충분히 확보하고 조사 지역을 확대함으로써 본 연구의 제한점을 보완해야 할 것으로 여겨진다. 이에 본 연구 결과를 확대 해석하기에는 무리가 있음을 밝히는 바이다.

■ 참고문헌

- 염인경, 김미숙(2004), “자기 이미지에 따른 착용의복이미지, 추구의복이미지 및 의복구매행동”, *복식문화연구*, 12(1), 90-103 .
- 윤진아(2007), “여대생의 진 팬츠 스타일에 대한 연구-스키니 진을 중심으로-”, *한국의상디자인학회*, 9(1), 189-201.

여성결혼이민자를 위한 패션 교육의 필요성 연구

양 정 희
창원대학교 의류학과

1. 연구목적

세계화 추세에 맞추어 한국사회도 국제결혼의 증가율이 높아지고 있으며 이에 따라 여성결혼이민자 또한 증가하고 있다. 이들은 주민등록을 가지고 있는 한국인이지만 외모적인 차이로 인해 이방인 취급을 받고 있으며 한국사회에 뿌리내리는데 어려움을 겪고 있다. 외모적인 차이는 비단 피부색과 생김새만이 아닌 의복의 선호색상, 전통스타일의 영향, 헤어나 메이크업의 등의 영향으로 인한 것으로 생각된다. 이러한 문제를 해결하기 위해서는 여성결혼이민자들을 위한 외모관리, 패션과 관련된 교육이 필요하다고 생각한다.

따라서 본 연구는 여성결혼이민자들의 의생활 연구를 분석하여 여성결혼이민자들을 위한 패션 교육의 필요성을 밝히고자 하며, 이를 통해 여성결혼이민자들의 실생활의 질적 향상을 기대하는데 목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

연구방법은 그동안 의류학 분야에서 연구되어진 다문화 가정 여성과 여성결혼이민자에 관한 학위 논문과 학술지 논문을 중심으로 고찰하였으며 어떤 연구들이 수행되고 있는지 살펴보았다. 또한 경상남도 다문화가족지원센터의 홈페이지(<http://gyeongnam.liveinkorea.kr>)를 통해 여성결혼이민자들을 위해 현재 실시되고 있는 교육 프로그램들을 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

여러 학문 분야에서 수행된 다문화가정 연구들을 살펴보면 대부분이 다문화가정 주부의 인권문제, 언어적응 문제, 가족 간의 관계에서 발생된 문제, 자녀 교육문제 등이 주를 이루고 있다. 그러나 다문화가정 주부들의 적응을 강조하면서도 일상생활에서 그들이 어떠한 모습으로 살아가고 있는가에 대한 인식은 부족한 편이다.

의류학 분야에서의 다문화 가정, 여성결혼이민자에 관한 연구는 의생활 특성 및 의복 착의 실태 조사, 패션관리행동에 관한 연구가 주를 이루고 있었다. 다문화 가정 여성의 의생활 실태를 살펴보면 월 평균 의복비 지출은 1-3만원>3-5만원>1만원 미만의 순이었고, 의복 구매 시 동반자는 본인>남편>친구의 순이었으며, 연령이 적을수록 본인이 직접 구매하는 경우가 많은 것으로 나타났다. 의복 구매 시 가장 중요하게 고려하는 사항으로는 디자인이고, 의복 구매 시 가장 영향을 미치는 정

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

보원은 점포 내 정보원이었다.

환경기후의 차이에 따른 착의 실태 현황을 살펴보면, 추운지방 출신은 내한성이 우수하여 내복을 입는 경우가 거의 없었으며, 더운 지방 출신은 겨울 착의 량이 상대적으로 많았다. 착의 량 조절은 내의보다는 외의로, 하의보다 상의에 더 의존하였다. 상황에 따른 옷차림은 고유의상이나 한복을 거의 착용하지 않았으며, 외출 시나 행사 참여 시에는 정장이나 가지고 있는 의복 중 단정한 것을 골라 입었고 일반 외출 시에는 캐주얼 차림을 선호하였다.

이상과 같이 의류학 분야에서의 다문화 가정, 여성결혼이민자에 관한 연구는 주로 설문지 방법의 이론 연구로 마무리 되었으며 실증적으로 다문화 가정의 여성결혼이민자를 대상으로 패션과 관련된 실질적인 교육이나 도움을 준 실증연구는 없었다.

또한 현재 경남을 비롯한 여러 다문화가족 지원센터에서 실시되는 여성결혼이민자들을 위한 교육은 부모교육, 리더교육, 한국어 교육, 임신출산교육 등을 실시하고 있으나 패션과 외모 관리에 관련된 교육은 이루어지고 있지 않았다.

4. 결론

본 연구는 여성결혼이민자를 위한 패션 교육의 필요성을 살펴보았다. 의류학 분야에서의 다문화 가정, 여성결혼이민자에 관한 연구는 의생활 특성 및 의복 착의 실태조사, 패션관리행동에 관한 이론 연구들이 주를 이루었고 교육과 관련된 실증적인 연구는 없었다. 또한 현재 다문화가족지원센터에서도 여성결혼이민자들을 위한 패션과 관련된 교육은 이루어지고 있지 않음을 알 수 있었다.

따라서 후속 연구로 여성결혼이민자들을 위한 패션 교육 프로그램 개발에 관한 실증적인 연구가 필요할 것으로 사료된다. 이러한 연구의 시도는 여성결혼이민자들의 외모 자신감의 향상과 심리적 자존감의 향상, 나아가 한국사회에서 한국인으로 뿌리내리는데 도움이 될 수 있을 것이다. 또한 의류학 분야에서 실증적인 연구가 부족한 여성결혼이민자의 의생활 연구에서 실증적인 패션 교육 프로그램 개발은 학문적 범위의 확장과 발전에 기여를 가져올 수 있을 것이다.

■ 참고문헌

- 김태미(2011), 다문화가정 구성원의 자아존중감과 신체만족도에 따른 의복행동 및 뷰티관심도에 관한 연구, 성신여자대학교 박사학위논문.
- 다문화가족지원센터 교육 프로그램, 경상남도다문화가족지원센터, 자료출처: http://gyeongnam.liveinkorea.kr/board/board_list_new.asp?pzt=ct&cc=gyeongnam&id=1989, 자료 검색일: 2016.0.1.13
- 손진아, 남윤자, 권준희(2013), 베트남 다문화가정 의생활 실태조사, 복식, 63(6), pp.127-139.
- 전찬주, 이윤정(2010), 다문화가정의 의류관련 제품 사용 실태와 관리에 관한 질적 연구, 실과교육 연구, 16(4), pp.213-236.
- 정수진, 정해선(2013), 다문화 가정 여성의 의생활 특성 및 의복태도, 한국디자인문화학회지, 19(2), pp.533-540.
- 홍수남, 김호숙(2013), 이주여성의 뷰티관심도와 패션관심도가 패션관리행동에 미치는 영향, 한국의 상디자인학회지, 15(2), pp.123-133.

릭 오웬스(Rick Owens) 디자인에 나타난 상호텍스트성

김 지 영

충북대학교 패션디자인정보학과

1. 연구목적

최근의 패션은 다양화, 개성화된 현대인의 실용적, 미적 욕구를 충족시키며 중요한 자아표현의 수단으로 여겨지고 있다. 다양성과 자율성을 중시한 포스트모더니즘 이후 패션계에서도 탈 중심과 해체, 융합 현상이 전 방위적으로 나타났으며 특히 1990년대 후반 이후 디자인 아이디어나 장르, 영역 간의 상호텍스트적 경향이 가시화되고 있다. 상호텍스트적 경향을 보이는 탈구조주의의 디자인은 특유의 실험정신과 독창적인 미감으로 큰 관심을 받고 있는데, 패션 디자이너 릭 오웬스(Rick Owens)가 대표적인 주자라 할 수 있다. 릭 오웬스는 블랙, 그레이 컬러를 중심으로 유니크한 스타일을 추구하여 전 세계적으로 마니아층을 형성하고 있다. 본 연구의 목적은 릭 오웬스의 디자인을 중심으로 실험적 디자이너의 창작과 표현에 나타난 상호텍스트성의 특징을 고찰하여 현대패션에 나타난 상호텍스트성의 가치와 의미를 파악하고자 하는 것이다.

2. 연구방법 및 내용

연구방법으로는 상호텍스트성의 이론과 패션분야와의 접목을 국내외 관련 서적 및 선행연구를 중심으로 문헌고찰을 실시하였다. 릭 오웬스 디자인에 나타난 상호텍스트성을 살펴보기 위하여 2006 F/W ~ 2016 S/S 시즌 파리 컬렉션에 발표된 남성복 540점과 여성복 877점을 대상으로 하였고 스타일닷컴의 컬렉션 리뷰와 디자이너 관련 인터뷰자료를 활용하였다.

연구내용으로는 먼저 상호텍스트성의 개념과 현대패션에 나타나는 상호텍스트적 특성을 살펴보았다. 이를 바탕으로 릭 오웬스의 디자인 특성을 살펴본 후 릭 오웬스 디자인에 나타난 상호텍스트적 특성을 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 상호텍스트성과 현대패션

광의의 개념에서 볼 때 상호텍스트성은 '텍스트와 텍스트, 혹은 주체와 주체 사이에서 일어나는 모든 지식의 총체'를 의미하며 여기서 텍스트는 단순히 문학 텍스트뿐만 아니라 다른 기호체계, 더 나아가서는 문화일반까지 포함한다. 디자인 분야에서 상호텍스트성은 서로 다른 텍스트의 결합으로 차연(différance)에 가까운 개념으로 여겨지며, 어느 한쪽에 치우치지 않고 다중적인 경향을 보인다.

현대패션에 나타난 상호텍스트성은 기존 규범을 해체하며 성, 지위, T.P.O., 타 예술 영역 등 모

Corresponding author : Jiyoung Kim, Tel.+82-43-261-2783

E-mail: coco7@cbnu.ac.kr

두를 인용하여 패션과 비패션의 경계를 허무는 하이브리드 성향을 보이고 있다. 21세기에 들어 그 범위가 더욱 확장되어 타 영역과 상호 관련하면서 고정된 개념이나 영역을 초월한 다문화적 성향으로 표현되기도 한다.

2) 릭 오웬스 디자인에 나타난 상호텍스트적 특성

릭 오웬스 디자인에 나타난 상호텍스트적 특성은 다음과 같다. 첫째, '실험성과 상업성의 공존'으로 해체주의적이고 때로는 아방가르드한 디자인 경향을 보이지만 웨어러블한 상업성의 범주 내에 공존하여 '극적이면서도 실용적인 디자인'이라는 평가를 받고 있다. 웨어러블한 상업적인 의상과 스텝핑 댄서나 음악 연주가의 퍼포먼스, 사람을 배낭처럼 거꾸로 매달고 나오는 파격적인 패션쇼 등을 통하여 디자이너의 실험정신을 보여준다. 둘째, '창작 장르의 탈경계화'로 릭 오웬스는 패션 뿐 아니라 가구, 공간 디자인 등 여러 디자인 분야를 넘나드는 크리에이터로 활동하며 창작 영역에 대한 상호텍스트적 성향을 보여준다. 셋째, '구조의 개방과 재구성'으로 탈구조적인 비대칭적 디자인과 아이템 간의 재조합을 통해 자유로우면서 시크한 착장방식을 보여준다. 넷째, '이질적 소재의 융합'으로 컬러는 블랙, 그레이 등 무채색을 기본으로 통일하면서 텍스처가 서로 다른 소재의 믹스 앤 매치를 통하여 디자인에 활기를 부여한다. 다섯째, '혼재된 성의 표현'으로 반전통주의, 자유주의 정신을 기반으로 남성성과 여성성이 혼재된 스타일의 패션을 선보이고 있다.

4. 결론

릭 오웬스 디자인에 있어 상호텍스트성은 디자이너의 실험정신을 표현하는 중요한 인자가 되고 있으며, 창의적 표현과 상업적 정신을 조화시키며 디자인의 스펙트럼을 넓히는 데 중요한 역할을 하고 있음을 알 수 있었다. 릭 오웬스는 서로 다른 텍스트의 인용과 교차를 통해 새로움의 요소를 창조하고 이를 현대적 미감에 맞게 표현하면서 패션 디자인영역에서 상호텍스트성이 단순한 탈장르화를 넘어 한계를 초월하는 새로운 미학적 접근이 될 수 있음을 보여준다.

■ 참고문헌

- 김지민(2012). 릭 오웬스(Rick Owens) 패션 작품의 디자인 요소 분석을 통한 스타일 연구, 경희대학교 대학원 석사학위 논문.
- 김형호(1993). *데리다와 해체철학*, 서울: 민음사.
- 김혜정(2004). "21세기 현대 패션에 나타난 타 영역과의 상호텍스트성에 관한 연구 -애니메이션, 음악, 무대예술, 테크놀로지를 중심으로-", *복식*, 54(2), pp.105-119.
- 서경희, 추태귀(2005). "현대패션에 표현된 해체주의의 상호텍스트성에 관한 연구 -1999~2005 파리 컬렉션을 중심으로", *한국의류산업학회지*, 7(4), pp.361-370.

현대패션에 나타난 3D 프린팅을 이용한 패션디자인 분석

김영아* · 최경희

호남대학교 사회융합대학원 의상디자인학과*

호남대학교 의상디자인학과

현대사회에서 과학기술의 발달로 디지털 테크놀로지는 산업, 문화, 디자인 및 예술분야를 포함하여 사회 전반적인 부분에 영향을 미치게 한다. 산업혁명을 일으키는 기술로 주목받고 있는 3D프린팅 산업의 확산은 빠르게 진행되고 있으며, 다양한 분야에서 3D 프린팅을 이용한 사례들을 볼 수 있다.

패션산업 또한 3D 프린팅을 활용하여 테크놀로지와 패션디자인의 융합을 통한 새로운 결과물이 만들어지고, 의상제작에 적용되고 있다.

본 연구의 목적은 최근 해외 패션디자이너에 의해 발표된 기존의 디자인 방식에서 벗어난 3D 프린팅을 활용한 패션디자인의 새로운 패션디자인의 무한한 가능성을 알아보는 데 의의를 둔다.

본 연구방법으로는 3D프린팅 기술을 활용한 패션디자인 사례들을 분석하고자 3D프린팅 기술과 패션디자인이 결합된 인터넷자료, 선행연구를 참조하였고, 3D 프린팅 기술을 이용한 3D 프린팅 기술을 이용한 해외 컬렉션에 나타난 3D 프린팅 기술을 이용한 패션디자이너 작품들을 중심으로 현대 패션에서 나타나는 3D 프린팅 기술을 이용한 신발, 액세서리, 실루엣, 의상 등을 분석하고자 한다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 3D 프린팅은 전문용어로 ‘신속조형기술’ 또는 ‘쾌속 조형기술’이라고 하는데, 컴퓨터로 디자인된 설계단계의 3차원 CAD 모델을 실용적이고 현실적인 모형이나 시제품으로 다른 중간 과정 없이 빠르게 생성하여 출력하는 새로운 기술을 말한다.

둘째, 3D 프린팅의 제작방식은 컴퓨터에서 프린터 버튼을 누르고 디지털 파일을 잉크젯 프린터 대신 3D(computer-aided design)를 이용하는 소프트웨어가 3D 프린터에 지시를 내리고 가루나 용융 플라스틱 또는 고무, 금속, 석회 등을 사용해 한층 씩 지어 올리는 방식으로 복사제품을 만들 수 있다.

셋째, 패션에서의 3D 프린팅의 제작 방식은 컴퓨터 3D패턴과 레이저 커팅(Lasercutting)으로 정확한 절단이 가능하고 절개가 없는 봉제방식으로 바느질이 필요하지 않아서 기본 봉제 방식의 혁명이라고 할 수 있다.

넷째, 3D 프린팅 기술을 이용한 해외 패션 컬렉션에 나타난 대표적 패션디자이너는 아이리스 반 헤르펜(Iris Van Herpen), 빅토리아 시크릿(Victoria's Secret), 마이클 슈미트(Michael Schmidt) 등을 들 수 있으며, 신발, 액세서리 디자이너로는 제니나 알렌(Janina Alleyne), 안드레이아 샤프즈

Corresponding author : Young-ah KIM, Tel.+82-10-8624-5907

E-mail: aa60000@naver.com

(Andreia Chaves), 얼 스튜어트(Earl Stewart) 등을 들 수 있다.

다섯째, 3D 프린팅 소재는 플라스틱, 고무, 금속, 석회 외에도 아크릴, 체인, 가죽 등의 첨가로 다양하고 차별화된 소재 연출이 가능하며 신체의 특정부분이나 볼륨을 고려하여 복잡한 디자인 설계 및 모델의 정확한 수치 해석을 통한 대칭적이고 정교한 디자인이 주를 이루고 있다.

주요 아이템은 티셔츠, 드레스 외에도 모자, 구두, 운동화, 핸드백 그리고 악세서리로는 팔찌, 목걸이, 반지, 귀걸이 등 다양한 품목으로 개발되고 있다.

여섯째, 3차원 스캐닝 기술을 사용하여 해당부분을 3D 디지털 모델을 생산하기 위해 스캔할 수 있어 매우 기능적인 제품 디자인이 용이하다. 비전통적인 재료와 기법의 사용으로 기존의 형식에서 탈피 소량제작에 적합하여 재고를 줄일 수 있으며 복잡한 디자인 설계와 디지털 기술의 융합으로 정확하고도 독특한 형태와 다양한 스타일을 창조할 수 있다.

이와 같이 3D프린팅 기술을 이용한 패션디자인은 제작 시간과 비용의 절감을 통한 경제적인 측면과 디자인 변형과 복제의 무제한성의 특징으로 패션디자이너의 다양하고 창의적인 작품을 제작할 수 있어 3D 프린팅 기술을 이용하여 개인의 개성과 요구에 맞춘 기능적인 소품을 제작하는 데에 적합하며, 나아가 미래 패션산업에서의 3D 프린팅 기술을 이용한 패션디자인은 단순히 패션쇼에서 보이는 예술적 의상표현의 영역을 확대되면서 소비자의 개성과 요구에 부응하는 실용적이고 기능적인 제품개발로서 재료, 디자인 설계 및 제조에 대한 새로운 부가가치를 창출할 것이다..

■ 참고문헌

- 양진원(2013), “3D 프린팅을 활용한 패션디자인연구”, 홍익대학교 산업미술대학원 산업디자인전공 의상디자인세부전공, PP.6
- 김장현(2015), “현대패션에 나타난 환상성의 표현 유형과 미적특성: 문학적 환상성을 이론을 중심으로”, 중앙대학교대학원 패션디자인학과 패션아트&디자인전공.
- 이소연(2015), “3D 프린팅을 활용한 자연주의 문양 의상디자인 연구”, 홍익대학교대학원 의상디자인학과.
- 김소현(2014), “1960년대 스타일을 재현한 현대패션, 뷰티디자인의 조형적 특성 및 미적특성”, 서경대학교 대학원 미용예술학과 메이크업전공.

현대 패션디자인에 표현된 중국 전통 문양의 상징성 연구

치에잉* · 간호섭

홍익대학교 일반대학원 의상디자인*, 홍익대학교 섬유 패션디자인학과

1. 연구목적

최근 중국의 발전으로 인해 전세계적으로 중국에 대한 관심이 늘어나고 있는 추세이다. 이러한 관심은 사회, 경제적인 측면뿐만 아니라 문화적 측면에서도 나타난다. 중국의 다양한 문화 중에서도 전통문양은 그 심미성이 높게 평가되어 예술적 가치로서 인정받고 있다. 예를 들어 당대의 대표적인 문양인 보상화는 중국의 연꽃 문양을 모체로 만들어졌다. 이는 모란꽃과 페르시아에서 유입된 해석류화 문양의 특징이 결합하여 형성된 것이다. 이렇듯 새로운 문양의 탄생을 전통 문양을 기반으로 이루어지듯이 중국 전통 문양을 활용한 현대 패션의 상징성 연구를 통해 중국 전통 문양의 독창성을 알리고, 그 사례들이 현대 패션 분야에 반영되어 전통적인 것과 현대에 나타나는 미를 표현하는 상징성을 밝혀내는 것을 목적으로 둔다. 그리고 현대인들은 동양의 전통 요소와 현대 패션 디자인을 결합하여 만든 복식에 대해 관심이 날로 증가하고 있다. 그러한 이유로 전통문양을 개발하여 만든 복식을 만드는데 기초자료로 활용하고자 한다.

2. 연구방법

본 연구는 문헌 연구를 통해 중국 전통 문양의 이론적 고찰과 중국의 각 시대별 배경을 통해 나타난 전통 문양의 상징성을 알아보고자 한다. 또한 현대 패션에 나타난 중국 전통 문양의 사례를 통해서도 상징성을 분석하고자 한다. 이론적 고찰에서는 중국 전통 문양이 지니는 특성을 바탕으로 고대로부터 현대에 이르는 상징성을 예술적으로 살펴보았다.

3. 결과 및 고찰

중국의 전통 문양의 이론적 고찰과 시대적 배경을 통해 중국 전통문양에 대해 알아보았다. 그 결과 중국 전통 문양은 동식물문양, 인물 문양, 민간민속 문양, 기하학 문양으로 나눌 수 있다. 원시 사회 문양은 원시 사회에 널리 사용하는 문양이다. 대표적인 문양에는 기하학 문양, 식물 문양, 사람 얼굴문양, 생선문, 개구리 문양, 새 문양이 있는데 라인이 거칠고 투박한 스타일은 생동감이 있다. 그리고 원시 사회 문양은 선명한 계층 및 리듬 감각도 있다. 이 문양 구조에서는 대칭, 균형, 분할, 연속, 방사, 중복, 연결, 분리, 그룹 등 방법을 이미 빈번하게 사용했다.

민간 민속 문양은 인민 대중의 창작물을 고유하게 전하는 민간 스타일과 지방 특징이 있는 문양이다. 민간 도안 문양에는 실루엣 자수 등이 있다. 민속 도안 문양에는 정월 대보름 행사할 때

Corresponding author : ZHANG QIANYING, Tel.+82-10-6651-1993

E-mail: 925477084@qq.com

사용하는 조명 등 도안하고 단오절에 짐승 이름 “오독”이 있다.

소수 민족 문양은 소수민족들이 장기를 생산하고 생활할 때 창조하고 유전하는 본래의 민족적 특징이 있는 문양이다. 예를 들어, 몽고족 양탄자 도안, 묘족 납염 도안 등. 도안 문양 사상 내용은 사회 경제 기초에 달려 있고 고대 사회 정치, 경제, 도덕, 윤리를 반영한다. 예를 들어, 수당 때 정치 안정되고 물질 생활이 넉넉하고 따뜻한 인간성과 행복감이 반영된 도안 문양이 많다. 그리고 조형이 풍만하고 라인이 충만해 윤택하고, 색채가 화사해서 좋은 성향을 반영할 수 있다.

4. 결론

이와 같은 중국 전통 문양이 지니는 상징성은 현대 패션 디자인에 표현됨에 따라 다양한 의미로 확장되어 나타났다. 이에 기호성, 상징성, 환상성, 주술성으로 도출되었다.

기호성은 시각적인 문양의 형태가 도안으로 드러난다. 이는 소수민족의 문양에서 가장 많이 나타났다. 상징성은 동식물의 문양에서 나타난다. 용과 구름 등의 자연물에서 나온 문양은 예부터 상징적인 의미를 가지고 있다. 환상성은 백자와 청자의 문양을 그대로 프린트로 사용하여 푸른 빛깔이 주는 어우러짐을 톤의 차이로 표현했다. 주술성은 원초적인 점과 선으로 이루어진 문양들로 토tem적인 성향에서 나온 것으로 자연과 자연회귀의 부분이 문양에 나타났다.

본 연구를 통해 현대 패션 디자인에 나타난 전통문양이 시각적인 조형미와 함께 상징적 의미를 부여함에 있어 사회적인 소통의 가치를 지니고 있음을 확인할 수 있었다. 중국전통 문양의 다의적 상징성은 패션디자인에 있어 창의적인 방법으로 활용되기를 기대한다.

■ 참고문헌

- SU JIE(2006), “중국 전통 길한 도안은 현대 패션 디자인 중에 예술 표현”, *6정기간행물*
Hou Lingling (2002), “청화 백자 요소는 패션 디자인 중에 응용”,
JINGDEZHEN'S CERAMICS , 2002년 20(1)
Jones (1867), example of chinese ornament

19세기 낭만시대에 나타난 발레의상의 조형성

김지현* · 송아름 · 간호섭

홍익대학교 디지털 콘텐츠 대학원*, 국제대학교 패션디자인계열

홍익대학교 섬유 · 패션디자인학과

1. 연구목적

무용예술은 시대상을 반영하는 하나의 표현 도구로 사용되어 왔다. 그 중 낭만발레는 발레의전성기였던 19세기 초 낭만주의 시대의 로맨틱 발레를 의미한다. 낭만시대의 발레의상은 현대인들이 보편적으로 떠올리는 발레의상의 이미지가 정착된 시기이다. 낭만시대 이전에는 특정 발레의상이 없어 개인복이 무대의상을 대신하였다. 그러나 낭만시대를 기점으로 부풀려진 스커트와 토슈즈가 등장하고 그로 인해 발레리나의 환상적인 이미지가 구축되었다. 현대의 발레 의상에 가장 핵심적인 의상인 튜튜가 처음 제작되었으며 현대의 발레 의상의 시초가 되었다. 발레리나의 공식의상이자 발레리나의 상징인 로맨틱 튜튜 (Romantic Tutu) 는 19세기의 발레리나 마리 탈리오니가 라 실피드 (La Sylphide)를 공연할 때 처음 선보였다. 이 때의 발레의상은 길이가 무릎이나 발목길일까지 내려왔으며 3~12겹의 얇고 비치는 천으로 만들어져 발레리나를 공기처럼 가벼운 존재로 표현하는데 큰 역할을 했다. 따라서 본 연구는 19세기 낭만발레에 대해 알아보고 낭만 발레 의상을 조형요소로 분석을 하는 것을 목적으로 한다. 또한 발레 작품을 통해 분석된 조형성이 발레의상의 현대와 미래적 가치를 정립하는 데에 있어 기초자료로 활용되기를 기대하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구방법은 19세기 낭만시대의 발레의상에 관한 이론적 틀을 정리하기 위해 문헌연구와 선행 연구를 통해 자료 수집하여 병행하였다. 또한 낭만 발레 의상의 자료는 단행본, 학위논문 등을 통해 이미지를 수집하고 실루엣, 색, 소재 등으로 나누어 조형적 분석을 하고자 한다. 또한 19세기 낭만 시대의 안무가 쥘 페로(Jules Perrot)의 지젤(Giselle) 과 빠 드 까트르(Pas de Quatre)의 두 작품에 나오는 총 13벌의 의상을 분석하고자 한다.

3. 결과 및 고찰

낭만시대에 나오는 발레의상의 실루엣은 여성의 여성성을 강조한 부드러운 곡선의 아워글래스 실루엣이 주를 이루고, 색채는 White 톤과 Pale Blue 톤이 가장 많이 나타났다. 또한 소재는 얇고 비치는 소재를 여러 겹 겹쳐 사용하여 입체적인 시각을 표현하였으며 장식으로는 장미와 리본을 주로 사용하여 로맨틱한 분위기를 연출하였다.

Corresponding author : Jee Hyun Kim, Tel.+82-10-2033-1611

E-mail: jeehyun119@hanmail.net

(1) 실루엣의 여성성

발레의상은 상의와 하의가 구분되며, 솔더 라인과 웨이스트 라인, 헴 라인 등으로 나뉜다. 또 실루엣은 각 부분의 길이, 폭, 넓이의 변화에 따라 형태가 다르다. 낭만발레시대의 의상에서 대표적인 실루엣은 아워글래스 실루엣이다. 상의의 소매는 퍼프 슬리브로 표현되었고 하의는 코르셋에 의한 가는 허리라인과 허리가 꼭 끼는 엉덩이선 아래로 자연스럽게 플레이어진 A라인의 종모양의 이미지로 나타났다. 이는 활동적이며 여성스러움을 강조하고 풍성하고 여유롭고 우아한 이미지의 효과를 준다.

(2) 색의 순수성

발레 의상에서 가장 두드러지게 사용되는 색은 White 톤과 Pale Blue 톤으로 이는 작품 전체적 이미지를 주도한다. White 톤은 순결, 우아, 진실, 허무, 사별 등의 많은 의미를 담고 있으며 순수한 이미지를 표현한다. 또한 Pale Blue 톤의 이미지는 푸른 하늘, 젊음, 희망, 영혼, 천국을 의미하며 인간세계의 감정을 미묘하면서도 환상적으로 보이게 하는 효과를 갖는다.

(3) 소재의 중첩성

발레 의상의 소재로는 깃털처럼 가벼운 실루엣의 표현이 가능한 소재인 오간자, 노방, 레이스, 샤, 머슬린이 주로 사용되었다. 또한 한 가지 소재로 스커트를 표현하기 보다는 다양한 소재를 결합하여 환상적이고 신비로운 분위기를 연출하였다. 예를 들어 오간자와 샤 등의 성질이 다른 두 가지의 소재를 사용함으로써 풍성한 실루엣이 드러났으며, 이에 따라 발레리나들이 동작을 표현할 때 깊이감이 나타났다.

4. 결론

발레는 무용수의 신체만큼이나 의상이 주는 아름다움이 큰 장르이다. 낭만 발레 시대는 튜튜가 처음으로 제작되어 이전에 없던 혁명적인 발전을 이루었다. 이는 현대 대중에게 발레라고 인식하는 가장 보편적 기법과 주제가 성립된 의상이며, 인간이 갖는 환상을 시각적으로 돋보이게 표현하여 발레라는 장르의 이미지의 바탕이 된 의상이다. 이는 발레 의상 디자인 과정에서 확고한 이미지 이해에 대한 중요한 좌표가 된다. 본 연구를 통해 낭만 발레 의상의 조형적 특성은 4가지로 표현되었다. 실루엣의 여성성, 색의 순수성, 소재의 중첩성으로 나타났다. 19세기 낭만발레 의상의 창조적이고 혁신적인 시도는 발레의 전성기를 만들어 냈을 뿐 만 아니라, 확고한 이미지를 구축하였기에 다양한 무대의상 디자이너들로 하여금 과거에 대한 탐구를 통해 미래의 발레의상에 대한 연구 방향을 제시할 수 있는 중요한 학문적 자료가 될 것이다.

■ 참고문헌

문애령(2001), “즐거워라 발레”, 서울:범조사, p 38

Nancy Reynolds (1986), “발레와 현대무용”, 서울:교학연구사, p 21

윤여정(2002), “무용의상 디자인의 조형적 특성에 관한 연구 - 한국창작무용 중심으로”, 부산대학교 석사학위논문

적정기술 개념이 적용된 제3세계 국가를 위한 패션 제언

유아림 · 서승희
성균관대학교 의상학과

1. 연구목적

세계은행의 경제 부문 통계에 따르면 시민 빈부의 수입 차이는 계속 벌어지고 있으며, 전 세계 수입의 75%를 부유한 상위 20%가 차지하고 있는 반면 가장 가난한 40%에게는 세계 전체 수입의 5%만이 돌아가고 있다. 이러한 문제를 개선하기 위해 UN은 191개 회원국이 2000년부터 2015년까지 달성하기로 합의한 새천년개발목표(Millennium Development Goals)를 발표하였다. 이를 계기로 많은 국가들의 빈곤국과 개발도상국에 대한 관심이 높아지고 있으며, 패션에 있어서도 최근 패션 기업의 공익마케팅으로 윤리적 패션, 착한 패션이라는 이름하에 캠페인, 공정무역, 윤리적 소비가 이슈화되고 있다. 'Labor Behind Label'이나 'Clean Clothes Campaign' 같은 노동착취 문제에 초점을 맞추고 있는 운동단체들은 적정임금, 노동시간, 안전성, 최소 연령, 차별 예방, 강제 노동 금지, 노동관계의 안전의 윤리적인 자세를 홍보하고 있다. 하지만 제3세계 국가를 위한 패션은 소극적인 형태로 진행되어왔으며, 되려 공정무역이라는 명칭을 이용하여 어린이들과 여성들의 노동력을 착취하고 인력과 자원에 대한 불합리한 대가로 인해 사회적 문제로 가시화되기도 하였다. 때문에 패션에서의 제3세계에 대한 사고의 전환과 실천적 배려가 필요한 때이다. 이러한 사회적 문제를 해결하기 위해 1980년대 나타난 기존의 적정기술은 빈곤과 삶의 개선의 문제를 해결하는데 효과적이지 않으며 단기적이라는 비판을 계기로, 2000년대 후반 관점의 변화를 통해 시장 지향적 방향으로 전환되고 있다. 시장 지향적 개념이 적용된 적정기술은 그들의 삶을 스스로 향상시키고 개선시킬 수 있어, 재정지원이 끊기더라도 지속적인 혜택이 보장된다. 이에 본 연구는 새로운 적정기술의 개념이 적용된 제3세계를 위한 패션 사례의 유형을 분류하여 그들의 삶에 미치는 영향을 분석하고, 제3세계 국가를 위한 패션을 제언하는 것을 목적으로 한다. 이를 통하여 향후 윤리적 패션의 발전을 위한 토대를 마련하고, 사회적 책임을 지닌 패션 활성화에 의의가 있다.

2. 연구방법 및 내용

적정기술 개념이 적용된 제3세계 국가를 위한 패션 제언을 분석하기 위해 문헌연구와 사례분석을 병행하였다. 먼저 본 연구에서 제3세계 국가를 UN에서 3년마다 소득·인적자산·경제취약성 기준으로 지정한 전 세계에서 가장 빈곤한 국가로 한정하였으며, 현재 총 49개국(아프가니스탄·방글라데시·캄보디아·앙골라·토고 등)이 지정되어 있다. 이론적 배경을 위한 문헌연구는 제3세계와 빈곤국을 위한 디자인, 적정기술 관련 서적 그리고 윤리적·사회적 패션에 연관된 선행연구를 중심으로

Corresponding author : Seung-hee Suh, Tel.+82-2-760-0506 Fax.+82-2-760-0506
E-mail: shsuh@skku.edu

분석하였다. 이를 통해 적정기술의 개념과 디자인에 적용된 적정기술을 살펴보고, 제3세계 국가의 지속적 발전을 가능하게 한 사례를 조사하였다. 패션의 사례분석범위는 UN의 새천년개발목표 발표로 인본주의 관점에 대한 연구가 활발히 이루어지기 시작한 2000년을 기준으로 2016년까지의 패션으로 설정하였으며, 유형을 분류하기 위해 새천년개발목표 8조항을 근거로 하였다. 사례대상의 기준은 문헌연구를 통해 도출된 적정기술의 개념의 적용된 패션 사례로, 윤리적 패션포럼(Ethical Fashion Forum)기관에 소속된 브랜드와 디자이너로 한정하였다. 윤리적 패션포럼은 2005년에 설립된 영국의 비영리단체로 패션업계의 지속가능성을 지원하고 빈곤을 감소시키는 데 필요한 자원을 제공하며, 환경 피해를 줄이는 것을 목표로 하는 기관이다. 현재 130개 국가의 8000명의 회원을 보유하고 있으며, 1만5000개의 기업과 패션 전문가들이 윤리적 패션에 관한 네트워크를 형성하고 있어 사례 선정 기준으로 적절하다고 판단되었다.

3. 적정기술 개념이 적용된 제3세계 국가를 위한 패션 제언

적정기술 개념이 적용된 제3세계를 위한 패션 분석을 위해 새천년개발목표 8조항을 근거로 경제적 패션, 환경적 패션, 사회적 패션, 윤리적 패션으로 유형을 분류하였다. 경제적 패션은 ‘극심한 빈곤과 기아의 퇴치’, ‘발전을 위한 전세계적인 동반관계의 구축’의 2가지 조항으로 설정하였으며, 환경적 패션은 ‘환경 지속 가능성 보장’의 조항으로 구성하였다. 사회적 패션은 ‘초등 교육의 보편화’, ‘성평등 촉진과 여권신장’의 2가지 조항으로, 윤리적 패션은 ‘유아 사망률 감소’, ‘임산부의 건강 개선’, ‘에이즈와 말라리아 등 질병 퇴치’의 3가지 조항으로 범위를 설정하였다. 첫 번째, 경제적 패션 사례로 피플트리(People Tree)는 회사에 이윤을 남기지 않는 방식으로 개발도상국의 생산자들에게 3배의 임가공비를 주고 있으며, 원활한 생산 활동을 지속할 수 있도록 주문과 동시에 결제 대금의 50%를 선지급하고 있다. 그리고 NGO 단체인 옷캔(OTCAN)은 지속인 기부는 현지인들의 자립 활동을 방해함으로 기부된 옷을 저렴한 가격에 공급하고 판매를 도와줌으로써, 그들 스스로 자립할 수 있도록 지원하고 있다. 두 번째, 환경적 패션 사례로 에코이스트(Ecoist)는 잘못 인쇄되어 폐기되는 포장지를 재료로 멕시코의 장인들을 고용하여 핸드백을 만들어내고 있다. 오르그닷(Orgdot)은 아프리카 난민 여성 작가들을 지원하는 친환경 티셔츠를 제작하고 있으며, 재생폴리에스터 라인을 출시하고 있다. 세 번째, 사회적 패션 사례로 원페이스워치(1:facewatch)는 기부시스템에 초점을 두어, 제품 구매 시 각각의 컬러와 연계된 사회기부운동 단체에 판매금의 일부를 지원하고 있다. 이는 기존에 기부를 하지 않는 사람들의 소비의 일부를 기부로 이끄는 방식으로 패션과 사회적 문제를 접목시킨 사례이다. 네 번째, 윤리적 패션 사례로 다국적 디자인 회사인 프로그(Frog)는 여성들이 의료 시설의 부족으로 고통을 받지 않도록 임신과 출산에 필요한 의료용품이 들어있는 헬시 베이비(Healthy Baby) 가방을 개발하였다. 국제아동권리기관인 세이브 더 칠드런(Save The Children)은 매년 4백만명의 신생아들이 저체온증으로 생후 24시간 이내에 목숨을 잃는 것을 막기 위해 ‘신생아 살리기 모자뜨기 캠페인’을 진행하고 있다. 본 연구를 통해 적정기술의 개념이 적용된 제3세계를 위한 패션의 사례는 노동 착취, 차별, 근로시간, 임금수준, 복지, 안전, 건강이 고려되고 있음을 밝힐 수 있었다. 그리고 사회적 책임에 관한 내용으로 물질적·정서적 지원, 재능기부, 지역사회와의 공유, 교육 등을 지원하고 있었으며, 작업환경, 환경보호 등을 관리하여 그들의 삶의 터전인 자연에 대한 영향을 최소화하고 있었다. 이처럼 제3세계를 위한 패션은 인본주의적 태도로 착한 패션이 작용하여 그들의 삶의 개선에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

이상의 패션사례를 살펴본 결과를 제3세계를 위한 패션 제언은 다음과 같다. 첫째, 제3세계 패션의 궁극적인 목표는 생산자들의 자립을 지원하는 것이다. 그들의 경제활동을 통한 자립과 빈곤문제 해결을 위해서는 국제기구 등 외부의 도움과 관리 체계를 마련하여 공정한 운영 시스템 구축을 해야 한다. 이를 통해 지속적인 고용을 보장하고 그에 합당한 임금이 제공되어야 한다. 둘째, 제3세계의 패션은 노동집약 산업으로 주로 어린이들과 여성이 생산에 참여하고 있다. 약자인 그들이 공정한 대우를 받을 수 있도록 패션기업 및 디자이너들은 The Ethical Trading Initiative(ETI)에 가입하여 생산자들이 공정한 노동 시간, 충분한 보상제도, 조합을 결성한 자유 등을 보장하여 인권을 보호받을 수 있도록 운영해야 한다. 셋째, 유독물질을 유발하는 섬유와 염료 등을 사용하지 않고 유기농 섬유 및 염료로 대체하여 생산자의 건강과 안전을 보장해야 한다. 이를 통해 그들의 삶과 환경이 훼손되지 않도록 해야 한다. 넷째, 이익의 일정 비율을 생산자의 교육과 고용 확보에 사용하고, 사업을 운영하는데 필요한 기술을 제공하는 프로그램을 제공해야 한다. 이러한 교육을 통해 그들 스스로의 사업을 경영하고 확장할 수 있는 능력을 기를 수 있도록 지원해야 한다.

4. 결론

이상의 고찰을 통해 적정기술 개념이 적용된 제3세계를 위한 패션 사례를 분석하고 제3세계를 위한 패션 제언을 연구한 결과, 의식 있는 사람들이 빈곤층과 개발도상국의 사람들을 위한 패션에 관심을 가지고 있으며, 새로운 학문으로서 대두되고 있음을 알 수 있었다. 이에 본 연구를 통하여 제3세계의 패션에 대한 관심이 고조되기를 바라며, 윤리적 패션의 유행현상을 이해하는 자료로 제공되어 패션주체로서 새롭게 자리매김하기 위한 실질적인 실천을 기대한다.

■ 참고문헌

- 나눔과 기술. (2011). 36.5도의 과학기술 : 적정기술, 허원미디어
- 이경선. (2013). 국경 없는 과학기술자들 : 적정기술과 지속가능한 세상, 뜨인돌.
- 장남경·이준옥(2014), “윤리적 패션 인증제도 구축을 위한 탐색적 조사”, *한국패션디자인학회*, 14(2), pp. 143-156.
- Smithsonian Institution. (2007). Design for the other 90% (허성용&허영란, 2010), 서울 : 에딧더월드 : 한밭대학교 적정기술연구소.

데님패션의 리바이터리제이션을 위한 현황 및 특성연구

이연지 · 엄소희

강릉원주대학교 패션디자인학과

1. 연구목적

본 연구는 원료의 재배, 운반, 제조, 폐기의 과정에서 심각한 환경오염을 초래하는 데님패션의 리바이터리제이션 필요성을 인식하고 국내외의 사례를 살펴봄으로써 데님패션의 현황을 파악하고자 한다. 또한 사례 조사를 통해 나타난 데님패션의 디자인 표현방법을 분석하여 특성을 연구함으로써 리바이터리제이션 방향을 제시하는데 목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

리바이터리제이션(Revitalization)의 사전적 의미를 살펴보면 새로운 활력(생명, 힘)을 주는 뜻으로 패션에서의 리바이터리제이션은 지속가능성의 균형을 잡을 수 있는 복원의 디자인 방법인 리디자인의 한 종류로 볼 수 있으며 리유즈(Reuse), 리폼(Reform), 리사이클(Re-cycle) 등의 용어를 아우르는 개념이라 할 수 있다. 연구 방법은 이론적 고찰과 실증적 자료 분석을 통해 이루어졌다. 문헌 연구는 환경·섬유분야 통계연감 등 기관보고서 자료와 기사, 영상, 인터넷 검색 자료 등으로 데님 제조공정에서의 환경오염 현황과 함께 데님패션의 규모에 대해 분석하였으며, 그러한 고찰을 기반으로 한 실증적 연구는 패션전문지와 관련 서적, 온라인 패션정보 사이트인 (www.samsungdesign.net), 퍼스트뷰코리아(www.firstviewkorea.com), 핀터레스트(<http://pinterest.com>) 등을 통해 리서치 자료, 이미지 등을 수집, 분석함으로써 데님패션의 리바이터리제이션을 위한 특성을 고찰하였다. 연구의 분석대상은 리바이터리제이션 데님 제품 124장(56%)과 의상 98장(44%)을 수집하였고, 수집된 총 222장의 시각자료를 분석하였다. 연구범위는 리바이터리제이션 패션의 경향이 두드러지고 시작한 2000년대부터 2016년 현재까지의 사례를 수집하였다.

3. 결과 및 고찰

데님의 리바이터리제이션 현황을 고찰한 결과, 전 세계 재활용 디자인 시장규모는 정확하게 집계되지는 않지만 약 1억 5천만 달러 수준인 것으로 추정되었다. 국외 브랜드인 프라이탁(FREITAG)의 연매출액은 600억 원인 반면, 국내 재활용 디자인 시장 업체들의 매출액은 약 25억 원 수준으로 나타났다. 또한 국내 재활용 업체 수는 2007년부터 디자인 그룹을 중심으로 시작되었다가 2014년 기준으로 약 30개사였으며 현재 활동하고 있는 100여 팀 중 50%가 신생 기업으로 나타났다. 또한 데님 폐기물은 가구, 단열재, 차양막, 패션분야 등에 재활용 되고 있지만 대부분 1인 기업 또는

Corresponding author : So Hee Um, Tel.+82-10-5372-0693 Fax.+82-33-760-8841
E-mail: simple8401@gwnu.ac.kr

소규모 영세기업으로 운영에 많은 어려움을 겪고 있고 매출액도 낮았다. 우리나라 단순 재활용률은 2013년 기준 OECD 국가 중 1위로 81.7%를 차지하는 반면 재활용 제품화율은 19%밖에 되지 않아, 리바이탈리제이션 디자인 시장 규모가 매우 협소함을 알 수 있음과 동시에 한편으로는 성장가능성이 높다.

선행연구 및 실증적 자료의 조사 분석을 통하여 나타난 현재 리바이탈리제이션 데님패션의 특성은 재활용을 통한 경제성, 재배치를 통한 기능성, 수공예적 가치가 더해진 희소성의 세 가지 범주로 나타났다. 첫째, 재활용을 통한 경제성은 재활용을 위한 욕구가 반영된 폐기물 감소를 실현하기 위해 의도적이고 계획된 효율적인 리디자인의 표현을 추구하는 것으로 나타났다. 신세계의 편집숍 블루잇은 2014 S/S 시즌부터 코오롱 인터스트리 레코드와 협력해 재고만을 활용한 의류를 전개하고 있으며, 에코브랜드 젠니클로젯은 재활용 데님원단과 폐 의류를 해체하고 이를 다시 봉제하여 새로운 원단으로 만들어 2013년에 핸드백, 에코백, 노트북 가방 등 독특한 아이디어 상품을 발표하였다. 자르고 나머지 원단은 다시 러플, 포켓 등 장식적으로 활용하는 제로 웨이스트 디자인으로 다가가는 과정을 통하여 경제적 가치를 더하여 주고 있다. 둘째, 재배치를 통한 기능성은 기존의 디자인과는 다른 재배치를 통하여 낯설은 디자인에 대한 재미와 새로운 기능적 미를 부여함으로써 소비자의 개성적 감성에 기여하는 디자인적 매력을 갖는다는 점이 특징적으로 나타났다. 싱가포르의 디-보디는 수천 킬로그램의 폐 청바지를 해체·재배치함으로써 2011년 'D-BLUE'라는 청바지로 만든 가구 컬렉션을 발표하였으며, 피닉스 파이브스는 반디드 로직과의 협업으로 폐 청바지를 모아 분해·응축 과정을 통해 '울트라 터치'라는 기능적인 단열재로 재 탄생시켰다. 또한 2013년 '업사이클 & 리디자인' 프로젝트와 리블랭크(Reblank)의 사례와 같이 중고의 데님 아이템에 디자인적 아이디어를 접목시켜 기존에 알고 있던 형태에서 변형 활용하여 새로운 형태와 기능을 가진 감각적 제품으로 재탄생하는 것으로 나타났다. 셋째, 수공예적 가치가 더해진 희소성은 다양한 수공예 기법이 첨가되어짐으로써 소량생산만 가능한 희귀한 디자인의 리바이탈리제이션 제품을 만들어내는 것으로 나타났다. 일정한 재료가 공장에서 무한히 생산되는 방식이 아니기 때문에 한정된 재고에서 디자이너의 창의력과 상상력을 최대한 발휘하여 믹스앤매치, 패치워크, 자수, 전위, 변형, 엮기, 이어붙이기 등 다양한 기법이 반영되어 수공예적으로 만들어진다는 점은 리바이탈리제이션 데님패션의 희소적 가치를 보여준다고 할 수 있다.

4. 결론

이러한 연구결과는 데님패션의 리바이탈리제이션이 2010년 이전에는 쓰레기를 줄이거나 재료를 재활용하는 단순한 리디자인이었다면, 앞으로 리바이탈리제이션의 방향은 디자인의 계획과정에서 재활용을 염두에 두고 제품을 제작하며, 사용 뒤 폐기처분 하는 것이 아니라 그 가치를 잃지 않고 '재활용'을 할 수 있는 제품으로 다시 태어나 끊임없이 재활용되는 '폐쇄반복순환'의 업사이클의 방향으로 나아가야 할 것이다. 이러한 패션에서의 지속가능성이 일시적인 트렌드로 사라져버리는 현상이 아닌 문화로 정착되길 바라며 데님패션의 리바이탈리제이션이 업그레이드 된 다양한 연구들이 지속적으로 연구되어지길 기대한다.

■ 참고문헌

신혜영(2011), “패션 산업의 업사이클링을 위한 리디자인 연구”, *기초조형학회*, 12(3), pp.259-268.

한국환경공단(2013), “폐기물 재활용실적 및 업체현황(2012)”

한국무역협회 국제무역연구원(2014), “IIT Trade Focus”, 13(46), pp.6-10.

작업환경, 동작성, 편의성을 갖춘 보급형 다목적 생활 안전 작업복 디자인 연구개발 및 제작

-119구조대원복 및 주유복과 건설·중공업복 중심으로-

이 규 진
한세대학교 디자인학부 섬유패션디자인전공

1. 연구목적

국내 보호복은 소방용과 산업용 그리고 군용 보호복으로 분류되어 있으며 규격 및 기준의 경우 소방용 화재 진압복 및 소방용 화학 보호복(소방방재청 고시 제 2006-2호), 산업용 보호복 및 유기 화학물용 보호복(노동부 고시 제2009-38 보호구 의무 안전인증), 군용 특수 보호복 및 침투성 보호의(국방규격 KDC 8415) 등 특수 보호복에 대해서는 명확히 명시되어 있으나 일반 산업 현장에서 피고용인의 기본적인 안전을 보장하기 위한 작업복에 대한 분류나 기준이 명확하지 못한 상황이다. 그러나 선진국의 경우 작업현장에 맞추어 작업복이 설계가 되어 있거나 Color 선정에도 기능성을 부각시켜 안정성을 확보하며 의복의 디자인을 다양화함으로써 작업 시 활동의 편의성이 제공되고 있다. 반면 현재 국내에서는 산업별용도 및 기능성을 고려하지 않은 일률적인 디자인이 동일하게 적용되어 있어 작업환경, 동작성, 편의성 등을 고려하여 작업효율의 향상과 사업장 안전사고를 개선하기 위한 고시인성(High Visible)이 강조되고 패션성이 부각된 다목적 생활 안전 작업복 개발이 시급하다고 본다. 이에 디자인개발과 제작의 효율성을 위해 작업환경과 소재의 특성에 따라 119구조대원복 및 주유복, 건설·중공업으로 크게 분류하여 디자인 연구개발 및 제작을 목적으로 한다. 이에 따라 준·불연 복합기능 원단 개발을 위해 원단업체와 협업하여 선진국(EU) 안전 규정을 통과하는 100% Polyester 원단에 특수 Coating 원단 사용을 한다. 이는 준·불연 방염원단 특정 규정인 EN 14116 Index 1(방염성 : After Flame Time: 10초 이하, After glow time 2초 이하)에 적합하며 고가시성 기능을 적용하여 사용자의 안전을 부각시키는 작업복이다. 따라서 기존의 기능만 중시되었던 작업복에 사용자중심의 생활안전용의 목적에 부합하여 패션성이 가미된 디자인, 산업별 동작적응성, 체형별 사이즈체계를 확립하여 Pattern 다양화 등을 적용한다. 이는 결과적으로, 작업복의 활동 편의성 및 쾌적성이 향상되며 그 외 투습방수, 신축성, 대전방지 기능을 부가적으로 갖는 다목적 생활 안전 작업복 디자인개발 및 제작과 보급에 목적을 둔다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구에서는 최적화된 다목적 생활 안전 작업복 디자인개발을 위해 산업현장의 작업환경 분석

Corresponding author : Kyujin Lee, Tel.+82-31-450-5314 Fax.+82-31-450-5222
E-mail : qjin70@hansei.ac.kr

및 현장평가를 통한 문제점 파악 및 작업 활동성을 분석한다. 또한, 디자인개발과 제작의 효율성을 위해 작업환경에 따라 119구조대원복 및 주유복, 건설·중공업으로 크게 분류한다. 분류에 따라 작업의 목적을 수행하고 능률을 향상시키는 구조, 형태, 소재 등의 측면을 고려하여 활동 편의성 향상시킨 부위별 최적의 소재 및 치수 최적화와 세분화를 통해 기존 안전복 치수개선작업을 한다. 이에 따라, 기준치수표 체계 세분화를 통한 연령별 체형을 고려한 슬림화, 옷길의 조정, 소매와 바지부리의 비율감 조정하였다. 또한, 패턴설계개발을 위해 일반형과 슬림형으로 구분하며 현 트렌드와 심미성이 반영되고 현장 안전 작업복뿐만 아니라 외출복으로도 착용할 정도의 생활 밀착형 안전 작업복 디자인개발 및 제작을 위해 연구하였다. 따라서 다목적 생활 안전 작업복 제작을 위한 복합 기능 원단 생산기술이 우선시 되어야함으로 특수 원단관련 전문가 자문과 특수 원단업체와 협업 하여 방염성, 고가시성, 투습방습, 내수압, 투습도, 대전방지, 흡한속건, 신축성 등 부여한 소재개발을 의뢰 제공받아 디자인개발 및 제작에 효율적으로 활용하였다. 마지막으로 1, 2차 디자인 및 시제품제작 외부 품평회, 작업 현장 표준 동작성 시험에 의한 평가 및 의견 수렴을 반영하여 재 수정하였다. 또한, 독일 국제 A+A 산업 안전복 전시 참여를 통한 해외 안전복 시장 조사와 현장 업체 전문가 피드백을 통한 전문성과 실용성 확보를 위해 연구하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 선진국(EU) 안전 규정(EN 14116 Index 1) 적합한 복합기능의 원단 개발의뢰 및 적용

준 불연 요구 성능에 만족하는 방염성 품질 확보를 위한 원단 기술개발을 의뢰하여 100% Polyester 원단에 특수 Coating 원단 사용으로 특정 규정인 EN 14116 Index 1(방염성 : After Flame Time: 10초 이하, After glow time 2초 이하)에 적합하며 고가시성 기능을 적용하여 사용자의 안전을 부각시키고 또한 고가시성 규정 통과를 위한 적합한 형광 염료의 선정 및 염색조건 확보하고 대전방지 기능이 입증된 Core 도전사 (Beltron-b31) 적용하여 Check Pattern으로 삽입하여 정전기 제어(도전사 최적의 간격 확보)와 투습방수_Technical Dry Type Coating 기술 확보 (투습도 : RET 18이하)하며 흡한속건 가공을 위한 약제 최적의 배합 선정, 신축성_위사 Spandex 원사 삽입으로 신축성 부여한 원단개발 의뢰하여 디자인개발 및 제품제작에 효율적으로 적용하였다.

2) 디자인 및 Pattern 설계 개발 및 적용

작업환경 및 작업자에 따른 다양한 Pattern 설계를 통한 활동 편의성을 고려하여 크게 두 가지로 분류하였다.

- 디자인 A안(일반형) : 기존 사이즈 체계 및 패턴을 활용한 디자인 개발
- 디자인 B안(슬림형) : 연령별 체형 변화를 고려한 패턴 및 디자인 개발

특히, 신축성 원단은 디자인 B안(슬림형)인 연령별 체형 변화를 고려한 패턴 및 디자인 개발을 위해 움직임이 많은 신체 관절부위에 적용하여 신체 부위별 소재 및 봉제 방법을 다양하게 하여 작업복의 뜯어짐, 신축성 등을 개선하였고 이는 작업자의 활동성 및 Quality를 높여 줄 수 있다. 그리고 작업환경 및 작업자의 소속과 집단을 대표함으로 활동성과 동작성, 편의성을 고려한 기능적인측면과 동시에 작업복 색채의 배색, 소재의 질감, 의복의 선, 디테일, 변화된 체형조건을 고려한 디자인으로 집단의 미를 형성하며 작업복별 디자인 다양화로 심미성 강조한 보급형 생활 안전보호용 패션 작업복(Workwear) 개발을 하였다.

4. 결론

본 연구는 작업환경과 작업자의 활동편의성을 고려하여 연령별 체형에 따른 다양한 Pattern 설계를 통한 디자인 A안(일반형)과 디자인 B안(슬림형)을 분류하여 안전보호용 패턴개발과 복합기능 원단 신체 부위별 봉제 다양화 적용으로 안전성 및 동작성의 최적화를 통한 착용자의 선택권과 만족도를 높였다. 총 21 착장 아이템 디자인설계 및 제작을 통한 기존의 작업복이 산업현장에서 보편화되지 못하였던 부분을 보완하여 안전보호가 필요한 일상생활용 스포츠레저 의류 등 다양한 용도로 활용가능 하도록 차별화 하였다. 안전보호용 패션 작업복으로서의 착용성과 심미성을 향상시켜 현장에서의 착용률이 높아지고 이에 따른 재해의 감소, 사회 복지의 증대로 연결 될 것을 전망한다.

■ 참고문헌

- 방창훈 · 이준경 · 허유섭 · 박은주 · 권정숙(2014), “현장소방 활동시 느끼는 소방복 착용 만족도 조사”, *기초과학지*, 31(1), pp.107-115.
- 김성숙(2006), “동작 및 생리적 기능성 향상을 위한 건설현장 작업복 연구”, 경북대학교 박사학위 논문.
- 배현숙(2015) 주력산업현장의 작업환경을 고려하여 개발된 작업복 소재의 특성 및 감성연구, *한국 의류학회지*, 39(5), PP. 778-788

패션스타일과 메이크업의 상관성 연구

차 수 정

1. 연구목적

패션과 메이크업은 개인의 분위기와 성격 등을 시각적으로 나타내주는 도구이다. 대부분의 여성들은 자신을 표현해 줄 패션스타일을 선택하고 이에 어울리는 메이크업을 해줌으로써 자신의 전체적인 이미지를 형성하며 패션과 메이크업의 조화를 통해 타인에게 호감을 주는 이미지를 창출할 수 있다.

토털 코디네이션에 의한 전체적인 이미지 창출이 중요 시 되고 있는 추세에 맞추어 패션 분야에 국한된 것이 아니라 메이크업이나 헤어 등의 뷰티 분야를 포함한 이미지 개념이 필요할 것으로 생각된다.

따라서 본 연구에서는 패션의 착용 및 구매실태, 메이크업의 실태 및 화장품 구매실태를 알아보고 패션이미지별 평가용어 및 의복스타일을 선정하여 각 이미지별 메이크업 스타일과의 상관관계를 규명하고자 한다. 이를 통해 각각의 패션스타일에 따른 메이크업 스타일 선정 시 도움이 될 수 있는 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

1) 연구대상 및 시기: 대전과 경기지역 대학생을 대상으로 설문지 200부를 배포한 후 총 186부를 회수하여 응답이 불성실한 자료를 제외하고 총 168부를 분석 자료로 사용하였다. 조사는 2015년 6월 22일부터 2015년 7월 31일에 걸쳐 실시되었다.

2) 측정도구: 이미지별 평가용어를 추출하기 위해서 문헌연구방법을 이용하였고 패션 및 메이크업 스타일 선정은 가장 널리 알려진 포털사이트 네이버에 이미지 용어를 입력하여 검색되는 이미지 중 내추럴, 로맨틱, 엘레강스, 캐주얼, 아방가르드에 적합한 이미지를 선정하였다.

3) 설문지의 구성: 본 설문지의 내용은 조사자의 인구통계학적 특성 5문항과 의복 착용 실태 및 구매 실태, 의복에 대한 선호도 등 패션에 관한 문항 203문항, 그리고 메이크업 사용 실태 및 구매 실태, 메이크업에 대한 선호도 등 메이크업에 관한 문항 196문항 총 404문항으로 구성되었다.

4) 설문지의 척도: 설문지의 보기는 4~7개로 구성되어 그 중 한 개의 답을 선택하도록 하였으며 정도를 묻는 문항은 5점 척도로 이루어져 '매우 그렇지 않다', '그렇지 않다', '보통', '그렇다', '매우 그렇다'에서 선택할 수 있도록 하였다.

5) 자료분석: 본 연구를 위해 수집된 설문자료는 SPSS 20.0 프로그램을 이용하여 분석하였다.

Corresponding author : SuJoung Cha, Tel.+82-10-5470-7546

E-mail : carollain@nate.com

3. 결과 및 고찰

의복과 화장품의 구매 실태를 살펴본 결과, 의복과 화장품 모두 한 달에 1-3개 정도를 구매하며 10만원 미만으로 지출하는 것으로 나타났다. 화장품의 경우에는 한 달 평균 1개 이상 3개 미만으로 구매하는 경우가 56.5%로 가장 많았으며 1개 미만으로 구매하는 경우가 다음으로 25.0%로 나타났다. 의복구매 시는 디자인과 컬러가 중요한 선택 기준이 되었고 화장품 구매 시는 품질과 가격이 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이미지용어 추출에 있어서 패션이미지는 내추럴 이미지, 로맨틱 이미지, 엘레강스 이미지, 캐주얼 이미지, 아방가르드 이미지 등 5개로 추출되었으며, 메이크업은 로맨틱/캐주얼 이미지, 엘레강스 이미지, 아방가르드 이미지, 내추럴 이미지 등 4개로 추출되었다.

제시된 이미지에 대해 패션스타일에서 A스타일은 내추럴 이미지, B스타일은 로맨틱 이미지, C스타일과 E스타일은 엘레강스 이미지를 나타냈다. D스타일은 아방가르드 이미지, F스타일은 캐주얼한 이미지를 나타냈다. 메이크업스타일에서는 A메이크업은 아방가르드 이미지를 나타냈으며 B메이크업과 E메이크업은 엘레강스 이미지를, C메이크업과 F메이크업은 내추럴 이미지를 나타냈다. D메이크업은 로맨틱 캐주얼 이미지를 나타내는 것으로 조사되었다.

각각의 패션스타일에 어울리는 메이크업을 알아본 결과, A스타일의 패션에는 C스타일 메이크업이, B 패션스타일에 가장 어울리는 메이크업으로는 D메이크업이 선정되었다. C스타일 패션에는 A 메이크업과 B메이크업이 가장 잘 어울리는 것으로 나타났고 D스타일 패션에 가장 잘 어울리는 메이크업은 B스타일 메이크업이, E패션 스타일에는 E메이크업이 잘 어울리는 것으로 나타났다. F스타일 패션에는 C메이크업 스타일이 가장 잘 어울리는 것으로 나타났다.

각각의 메이크업스타일에 어울리는 패션스타일을 알아본 결과, A스타일 메이크업에는 C스타일 패션과 E스타일 패션이 가장 잘 어울리는 것으로 나타났으며, B스타일 메이크업에는 B스타일 패션과 C스타일 패션이, C스타일 메이크업에는 B스타일 패션과 A스타일 패션이 가장 잘 어울리는 것으로 나타났다. D스타일 메이크업에는 B패션 스타일이, E스타일 메이크업에는 E패션 스타일이 가장 잘 어울렸으며 F스타일 메이크업에는 F패션 스타일이 가장 잘 어울렸다. 20대에 가장 어울리는 패션스타일과 메이크업 스타일로는 F패션스타일(51.8%)과 C스타일 메이크업(39.3%)을 선호하는 것으로 나타났으며, 30대에는 B스타일 패션(33.3%)과 B메이크업 스타일(41.1%)이, 40대에는 D스타일 패션(48.8%)과 E스타일 메이크업(31.0%)이 어울리는 것으로 조사되었다. 즉, 20대에는 캐주얼한 패션과 내추럴한 메이크업이, 30대에는 로맨틱한 패션과 엘레강스한 메이크업이 어울리는 것으로 나타났다. 40대에는 아방가르드한 패션과 엘레강스한 메이크업이 어울리는 것으로 조사되었다.

4. 결론

본 연구에서는 패션의 착용 및 구매실태, 메이크업의 실태 및 화장품 구매실태를 알아보고 패션 이미지별 평가용어 및 의복스타일을 선정하여 각 이미지별 메이크업 스타일과의 상관관계를 규명하고자 하였다. 이를 통해 각각의 패션스타일에 따른 메이크업 스타일 선정 시 도움이 될 수 있는 기초자료를 제공하고자 하였다.

의복과 화장품의 구매 실태를 살펴본 결과, 의복과 화장품 모두 한 달에 1-3개 정도를 구매하며 10만원 미만으로 지출하는 것으로 나타났으며 의복과 화장품에 관한 정보는 인터넷을 통해서 얻는 경우가 모두 많았다. 그러나 화장품의 경우에는 의복과 달리 TV매체를 통해서 정보를 얻은 경우가

많은 것으로 조사되었다. 따라서 패션에 대한 광고는 인터넷을 매체로 활용하고 화장품에 대한 광고는 TV를 주요 매체로 활용한다면 그 효과가 클 것으로 사료된다. 의복구매 시는 디자인과 컬러가 중요한 선택 기준이 되었고 화장품 구매 시는 품질과 가격이 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났으므로 의복제조업체의 경우 디자인과 컬러의 선정에 있어서 좀 더 신중함을 기해야 할 것으로 생각되며 화장품제조업체의 경우에는 품질과 가격대 결정에 주의를 기울일 필요가 있을 것으로 생각된다.

각각의 메이크업스타일에 어울리는 패션스타일을 알아본 결과, 내추럴하거나 캐주얼한 패션스타일에는 내추럴한 메이크업이, 로맨틱한 패션스타일에는 로맨틱한 메이크업이, 엘레강스하거나 아방가르드한 패션스타일에는 엘레강스한 메이크업이 가장 잘 어울리는 것으로 평가되었다. 즉, 패션스타일과 메이크업 스타일은 대중이 받아들이는 이미지가 비슷할 때 잘 어울리는 것으로 조사되었다.

그러나 본 연구는 특정지역의 대학생들만을 대상으로 하였으므로 추후에는 좀 더 광범위한 지역의 다양한 연령대에 대한 조사가 이루어져야 할 것으로 생각된다. 또, 패션과 메이크업 스타일은 창의적이며 개인에 따라 각각의 이미지에 대해 느끼는 감정이 다를 수 있음이 고려해야 할 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

- 김나경, 「化粧態度 및 메이크업性向에 관한 研究 : 20~30代 主婦를 中心으로」, 숙명여자대학교 석사학위논문, 2007
- 권경애, 「눈 메이크업이 顔面相에 미치는 영향에 관한 연구」, 한성대학교 석사학위논문, 2000
- 박혜신, 위혜정, 차수정. 「이미지메이킹을 위한 패션스타일링」. 도서출판 청람, 2011
- 방호진, 김정희, 「메이크업 이미지에 따른 시각 반응 평가」, *한국인체미용예술학회지*, 14(2), 2013
- 이명희, 「한국과 미국 남녀 대학생의 의복이미지 선호도와 성역할 정체감에 관한 연구」, *한국의류학회지*, 17(3), 1993
- 이종임, 「2012년 대선 가능 후보의 패션 스타일 고찰 및 제안-박근혜와 유시민을 중심으로-」, 경희대학교 석사학위논문, 2011
- 양취경, 김경란, 「다문화시대 하이브리드 패션과 메이크업에 관한 연구」, *복식문화연구*, 13(3), 2005
- John Ligget(1974). *The human Face*, New York: Stein and Day, p.51.

중국 소수민족 여성의 신발 형태 분석

쉬루이 · 배수정
전남대학교 의류학과

1. 연구목적

중국은 한족을 제외하고 55개 소수민족으로 구성된 다민족국가(多民族國家)이다. 중국 소수민족의 복식은 중국 전통 복식문화에 있어 상당한 비중을 차지하고 있다. 그 중에 소수민족 신발은 중요한 복식 요소로, 복장의 완성도를 높일 수 있을 뿐만 아니라 각 소수민족의 자연환경, 생활방식, 심미관 등을 엿보는데 도움이 된다. 그간 선행연구는 소수민족 의복과 머리장식 연구에 치중되어 있었고, 여성의 신발에 관한 연구는 미비한 실정으므로 연구의 필요성이 제기된다. 따라서 본 연구의 목적은 중국 전역에 분포된 소수민족 여성 신발의 독특한 형태와 장식을 분석하여 현대패션에 구두 디자인의 다양한 방향을 제시하는데 있다.

2. 연구방법 및 내용

연구범위는 중국 전역에 걸친 소수민족을 동북·내몽골지역, 서북지역, 서남지역, 중남·화남지역으로 나누어 분포 및 사회·문화적 배경을 살펴보고, 중국 55개 소수민족 여성 신발의 특징이 표현된 대표적인 사례를 분석하였다. 연구방법은 문헌연구와 사례연구를 병행하였다. 문헌연구는 국내외 복식사와 문화사 선행연구 및 인터넷 등 2차 자료 등을 활용하여 이론적 고찰을 하였다. 사례연구는 중국 55개 소수민족의 대표적인 여성 신발을 각 2점씩 총 110점을 선정하여 형태 및 장식을 중심으로 정성적으로 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

문헌, 단행본 인터넷 등 2차 자료 및 중국의 복식박물관에서 발췌한 총 110점의 중국 소수민족 여성의 신발 형태는 앞코가 올라가지도 내려가지도 않은 일반형이 50점(45.4%)으로 가장 많이 나타났고, 앞코가 올라간 형은 24점(21.8%), 신목 부분이 올라간 장화형은 20점(18.1%), 혼합형이 14점(12.7%), 굽이 달린 형은 2점(1.8%) 순으로 나타났다. 신발의 장식은 주로 자수 장식, 술장식 등으로 나타났다.

1) 일반형

일반형 신발은 다우르족, 싸라족, 회족, 동샹족, 시보족, 나시족, 창족, 와족, 두롱족, 지뉘족, 라후

이 논문은 2015년도 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(BK21플러스사업, S15HR15D0801)

Corresponding author : Soo Jeong Bae, Tel.+82-62-530-1344 Fax.+82-62-530-1349

E-mail : sjbae@chonnam.ac.kr

족, 푸미족, 징포족, 뿌랑족, 누족, 리쑤족, 꺼라우족, 아창족, 더양족, 아우족, 무라우족, 셔족, 징족, 까우산족, 리족의 복식에서 나타나며 총 50점(45.4%)로 가장 많은 소수민족 여성의 신발 형태로 나타났다. 다루르족과 리족의 신발은 앞코가 뾰족하고 올라가지도 내려가지도 않으며, 화려한 자수 장식을 보여주고 있다. 싸라족의 신발은 다른 신발보다 앞코가 투박한 형태로 보이는데, 양쪽에 비대칭 구조로 꽃문양이 장식되어 있는 것을 볼 수 있다. 이러한 구조는 회족과 시보족, 동상족 여성의 신발에도 다수 나타났다. 나시족과 무라우족의 신발에는 앞코가 구부러지지 않고 바닥이 반듯하며, 신목에 장식색이 바탕색과 보색관계로 표현되어 강한 대비를 이루고 있다. 또한 창족의 신발은 굽이 없이 앞코가 구부러지지 않으며, 앞코 및 양쪽에 대칭 구조로 다양한 색이 섞인 문양 자수가 장식되어 있다. 이외에 술장식이 많이 활용된 예를 아우족과 셔족의 신발에서 찾아볼 수 있다. 나머지 소수민족의 신발은 장식이 배제되어 있는 일반형으로 나타났다.

2) 앞코가 올라간 형

앞코가 올라간 형의 신발은 조선족, 바오안족, 마우족, 슈이족, 바이족, 하니족, 동족, 다이족, 이족, 뿌이족, 투자족, 마우난족의 복식에서 총 24점(21.8%)으로 나타났다. 마우족과 조선족, 마우난족 여성의 신발에는 앞코가 뾰족하며 약간 올라간 형태이고, 양쪽에 대칭으로 만개한 꽃은 청색(靑色), 황색(黃色), 녹색(綠色), 자색(紫色)으로 화려하게 자수 장식되어 있는 것을 볼 수 있다. 이러한 구조는 하니족과 이족, 바오안족, 슈이족, 뿌이족의 신발에도 볼 수 있듯이, 신목둘레의 선과 자수의 색이 같은 색으로 처리되어 유사조화를 이루는 예이다. 반면에 투자족, 다이족의 흑색(黑色) 바탕의 신발 양쪽에 대칭으로 적색(赤色), 녹색의 꽃문양이 자수 장식되어 화려함을 보여주고 있다. 또한 동족의 신발은 앞서의 신발보다는 뾰족하고 앞코가 많이 올라가 있으며, 바탕색이 적색과 흑색 2단의 색으로 구성되어 정교하게 제작되었다. 그 외에 바이족의 신발은 양쪽에 술장식이 사용된 예도 볼 수 있다.

3) 장화형

장화형 신발은 몽골족, 어원키족, 오로첸족, 허저족, 티베트족, 타지크족, 위구족, 투족, 먼빠족, 뤼빠족의 복식에서 총 20점(18.1%)로 나타났다. 몽골족과 어원키족의 신발은 신목 부분이 많이 올라가 있고 바닥이 평평한 형태이며, 흑색 바탕에 밝은 분홍색과 녹색, 황색의 자수 장식을 보여주고 있다. 이와 유사한 오로첸족 신발의 양쪽에 꽃문양은 분홍색(粉紅色), 황색으로 처리되었고, 유사한 배색을 통해 꽃과 선의 조화를 나타내고 있다. 또한 허저족의 신발에는 신목 부분이 올라가 있고, 신등에 꽃문양이 바탕색과 동일계로 표현되어 통일감과 세련된 신발의 예를 보여준다. 반면에 티베트족과 위구족의 신발은 신목 부분이 다른 신발보다 많이 올라가 있으며, 문양색과의 대비색 조화를 이루고 있는 예이다. 이러한 구조는 먼빠족과 뤼빠족의 신발에서도 볼 수 있듯이, 적색 바탕의 신발 겉면에 대칭 구조로 분홍색, 녹색, 황색으로 장식되어 있고, 바탕색은 문양색 및 장식색과 강한 색채대비를 통한 화려함을 표현하였다. 투족의 신발은 양쪽에 적색, 녹색, 청색 줄무늬가 여러 줄 반복된 현대적 감각의 사례도 보여주고 있다. 그 외에 장식이 배제되어 있는 예를 타지크족의 신발에서 찾아볼 수 있다.

4) 혼합형

앞코가 올라간 형과 장화형, 굽이 달린 형이 포함된 혼합형 신발은 총 14점(12.7%)로, 이중 타타르족, 우즈베크족, 위구르족, 키르기즈족, 러시아족, 하자크족 신발의 형태는 굽이 달린 형과 장화형의 혼합형으로 나타났는데, 러시아족의 신발을 제외하고 나머지 소수민족의 신발에서 적색, 청색,

녹색으로 화려하게 자수 장식되어 있는 것을 볼 수 있다. 또한 좡족의 신발은 앞코가 올라간 형과 장화형의 혼합형으로 나타났고, 갈색(褐色) 바탕에 분홍색 꽃과 녹색 꽃잎의 표현으로 색채 대비가 뚜렷한 신발의 예를 보여준다.

5) 굽이 달린 형

만족의 신발은 굽이 달린 형 2점(1.8%)으로 나타났는데, 바닥형태가 원보저(元寶底) 모양, 화분(花盆) 모양, 마제(馬蹄) 모양으로 생긴 신발의 형태가 있으며, 앞코가 구부러지지 않고 굽이 달려 있다. 신발 앞코 및 양쪽에 자수 장식되어 있고, 바탕색은 장식색과 강력한 색채대비를 이루고 있는 사례가 많았다.

4. 결론

본 연구에서 문헌, 단행본, 인터넷 등 2차 자료 및 중국의 복식박물관에서 발채된 중국 소수민족 여성의 신발을 중심으로 형태 및 장식을 분석하였다. 신발의 형태에서 앞코가 올라가지도 내려가지도 않은 일반형이 50점(45.4%)으로 가장 높게 나타났고, 앞코가 올라간 형은 24점(21.8%), 신목 부분이 올라간 장화형은 20점(18.1%), 혼합형이 14점(12.7%), 굽이 달린 형은 2점(1.8%) 순으로 나타났다. 신발의 형태는 주로 대칭 구조로 배치되어 있었고, 앞코, 양쪽, 신목에 꽃문양이 장식된 경우가 대부분이었고 술장식도 약간 나타났다. 본 연구를 통하여 중국 소수민족 여성 신발의 독특한 형태와 장식을 분석함으로써 현대패션에 구두 디자인의 다양한 영감의 원천을 제공하고, 더 나아가 중국 소수민족 신발과 복식과의 조화를 연구하는 기초자료를 제공한다는 점에 의의가 있다고 사료된다.

■ 참고문헌

- 戴平(1994). “中國民族服飾文化研究”, 上海: 上海人民出版社.
- 소황옥·김양희(2009), “중국소수 민족과 복식”, 서울: 경춘사.
- 趙孝順·金姬燮(1992), “中國少數民族服飾의 고찰”, 복식, 18, pp.81-96.
- 쉬루이·배수정(2015), “중국 전족 신발의 조형미 및 복식사적 의의”, 패션비즈니스, 19(4), pp.57-74.
- 조선맹(2015), “중국 윈남성 소수민족 복식의 장신구 특성”, 한양대학교 석사학위논문.

16세기 르네상스 복식의 인체미 변형에 관한 연구

-엘리자베스(1998), '영화<Elizabeth:The Golden Age>(2007) 비교분석-

명승현 · 송아름 · 간호섭
홍익대학교 디지털 콘텐츠 대학원, 국제대학교 패션디자인계열
홍익대학교 섬유 · 패션디자인학과

1. 연구목적

복식은 인간의 예술적 감성과 욕구를 매체를 통해 심미적으로 표현하고자 하는 자아성취의 한 방법이다. 또한 복식은 사회와 경제, 문화를 통해 시대를 언급하는 문화적 언어이자 기호이기도 하다. 그러한 이유로 우리는 과거의 복식을 통해 당 시대의 사회상과 예술, 문화 등 많은 것을 연구할 수 있다.

엘리자베스 1세 여왕이 즉위했던 르네상스 시대는 영국이 가장 강력한 절대 왕권을 갖고 막대한 부를 누렸으며 신을 찬양하던 과거에서 벗어나 인간 중심 사상을 꽃피던 시기였다. 신과 같은 권력을 누리던 왕과 귀족계급은 자신들의 위엄과 권위를 과시하기 위해 실루엣을 극도로 과장되고 화려하게 치장하였다. 이에 본 연구에서는 영국의 르네상스 시대 복식의 특징 중 인체의 변형이 왜곡되었던 복식형태를 엘리자베스 여왕을 중심으로 고찰하고자 한다. 또한 영화에 나타난 엘리자베스 여왕복식을 통해 인체의 변형이 어떻게 이루어졌는지를 분석하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

본 논문의 연구방법은 신본주의에서 인본주의로 변화가 많았던 르네상스 시대를 연구 범위로 설정하고, 르네상스 시대의 복식과 관련된 선행자료, 문헌자료를 통해 이론적 배경과 시대적 배경을 살펴보고자 한다. 또한 르네상스 시기의 인체미 변형에 대해 알아보고, 왜곡된 형태로의 변형된 복식이 형태에 따라 전체와 부분적인 실루엣으로 나뉘는지를 조사하고자 한다. 또한, 본 연구에서는 변형된 인체 복식의 실루엣과 컬러, 문양을 포함한 인체미 변형을 분석하고자 한다.

그러한 의미에서 엘리자베스 1세 여왕이 등장하는 영화 중 대중에게 잘 알려진 영화를 선정하였으며, 그 중에 영화 <Elizabeth>와 <Elizabeth: The Golden Age>, 신문, 잡지, 인터넷 등의 기사 및 시각 자료와 복식관련 문헌자료를 중심으로 영화감독 세자르 카프르(Shekhar Kapur, 1945~)와 의상감독 알렉산드라 번(Alexandra Byrne, 1962~)의 표현방식을 살펴보았다. 또 두 영화와 드라마의 주인공인 엘리자베스 여왕의 처한 상황에 따른 복식과 인체미 변형을 비교분석하고 연관성이 있는지도 알아보고자 한다.

Corresponding author : Seung Hyeon Myeong, Tel.+82-10-5533-5354
E-mail : image2010im@hanmail.net

3. 결과 및 고찰

16세기 르네상스 복식의 인체미 변형

르네상스 시대 여성복식은 비잔틴 문화와 로마네스크 등 다양한 문화 및 예술양식이 혼합되어 나타났다. 비잔틴 양식을 기반으로 한 색채, 기독교 야식을 바탕으로 한 장신구 및 보석의 장식적인 사용, 그리고 상징적 문양 등의 기호성을 지니고 인체에 꼭 맞는 양식으로 발전하였다.

초기에는 고딕 말기의 양식과 자연주의 양식의 과도기적 양식이 주를 이뤘다. 복식의 실루엣에서 여전히 고딕 양식을 찾아 볼 수 있었다. 색상은 전반적으로 이전시대의 어두운 색상의 복식양식에서 벗어나 밝고 화려한 색 중심이었다. 문양은 고딕시대에서 성행했던 종교적 분위기의 문양이 점차 사라지고, 천연의 꽃과 잎을 그대로 표현하여 배열하는 자연적 문양이 직물, 공예품에 사용되었다. 르네상스 시대의 여성복식의 구체적 특징들은 다음과 같다.

1) 실루엣

르네상스 시대의 여자들의 대표적인 의상인 가운의 구성은 보디스(bodice), 소매, 스토타커, 러프칼라, 파트렛, 스커트로써 각 부분이 따로 구성되어 결합됨으로써 전체 실루엣을 완성한다.

르네상스의 여성들은 가운(gown 또는 robe)를 입었는데 가운(robe)는 목선을 가슴까지 깊이 파고 허리를 극도로 가늘게 조이고 엉덩이를 크게 부풀려서 육감적인 여성미를 연출했다. 그 목선의 파임을 데콜레테(decollete)라 했는데, décolletes는 16세기 초에는 넓고 깊게 파였기 때문에 앞가슴선 끝에 슈미즈의 후릴(frill)이나 러플(ruffle)장식으로 가슴을 가리도록 했으며, 때로는 가슴과 목만을 가리는 가슴받이로서 파트렛(partlet)을 사용했다.

파트렛은 얇고 투명한 린넨의 레이스에다 작은 진주와 보석 그리고 반짝이는 황금 스팅글(spangle)을 달아 장식했기 때문에 데콜레테로 파인 가슴을 더욱 아름다워 보이게 했다.

여성의 가느다란 허리는 바스퀴이나 꼬르삐께(corps-pique)에 의해서 조여졌는데, 바스퀴은 V자 형태로 앞이나 옆 또는 뒤가 트인 조끼형식으로 허리뿐만 아니라 가슴과 배까지 조이는 역할을 하였다. 바스끄(basque)란 나무뿌리나 고래수염, 금속, 상아 등을 재료로 하여 만든 얇은 패드라한다.

2) 소재

벨벳의 경우, 단색의 벨벳이나 두 가지 색 이상의 문양직(vellutooperato), 털 길이에 차이를 두어 광택과 무늬효과를 살린 것(velluto alto-basso), 금은사를 넣어 짠 것(velluto alluciolato), 자수를 놓은 것 등 많은 종류의 벨벳이 복식에 사용되었으며 벨벳의 호화스러운 색조와 광택, 부드러운 감촉 등으로 인해 더욱 선호되었다.

또한 실크도 많이 사용하였는데 이탈리아는 유럽에서 가장 뛰어난 실크 직물의 생산국이며 영국과 프랑스는 모직물 생산국이었으며, 특히 프랑스의 리옹은 직물 산업의 중심지였다.

그 외 신대륙의 정복으로 무역 통로가 다양해져 중국, 사라센으로부터 비단을 이집트.인도로부터 면직물을 아시아에서는 염료를 수입해 사용하였다.

모피는 부의 상징으로 우아하고 고급스런 의복과 모자의 가장자리 안감으로 사용되었는데, 보통 담비, 은색 다람쥐, 북극산 다람쥐, 흰 담비는 왕후와 궁정복식의 전용이었고 다람쥐, 비버, 수달, 산토끼, 여우는 부르주아 용이었으며, 새끼양, 이리, 산양, 양은 서민이 이용하였다.

16세기 중엽에 레이스가 처음 나타나 무겁게 패드를 넣은 의복에 대조를 이루며 감각을 더하였다.

4. 결론

본 연구는 르네상스 시대의 복식과 영화 ‘Elizabeth’(1998)와 ‘Elizabeth: The Golden Age’(2007)에서 엘리자베스 여왕을 통한 르네상스 복식의 인체미 변형 부분을 크게 실루엣, 소재, 컬러와 문양의 순서로 분석해 보았다. 분석한 결과, 실루엣은 보디스와 바스핀, 소매, 스커트 부분으로 나타났다.

르네상스 시대에 들어서 인체의 구속은 왜곡되고 강화되었으나 패드와 파팅게일의 사용으로 인한 다양한 형태의 변형미가 여성 복식을 발전시켰으며 이로 인해 여성의 관능미가 외관적으로 강요된 시기였음을 확인할 수 있었다. 특히 엘리자베스 칼라는 스커트의 과장된 변형미에 균형을 맞춰 칼라 크기가 머리까지 올라갈 정도로 발달되었음을 확인할 수 있었다.

비교 분석한 영화에서는 제작연도와 영화 속 엘리자베스 여왕의 상황에 따라 조형적인 특성인 차이를 보이지 않았으나, 복식의 실루엣과 장식은 미세한 차이를 보였으며, 특히 영화 속 엘리자베스 여왕의 즉위시기인 1550년대 후반이 배경인 <Elizabeth>(1998)에서는 발전초기 형태의 러프 칼라와 파팅게일을, 통치 전성기인 <Elizabeth: The Golden Age>에서는 원형의 대형 러프 칼라와 엘리자베스 칼라, 과장된 스커트가 권위와 권력, 자본의 상징으로 확대되고 주목성을 지니며 변형되어 발전해가는 유의미한 형태차이를 보였다.

본 연구는 르네상스 시대의 복식을 통해 인체미의 과장된 변형이 짧은 시기에 완성된 것이 아니라 당 시대의 미의식과 사회, 문화의 발달로 인해 패션에 영향을 받아 이루어졌다. 또한 르네상스 시대의 권력의 과시로 추구했던 과장된 인체 변형의 실루엣과 구성형태들은 과거의 인체 변형의 기본 속성을 유지하여 현대까지 여성의 패션미를 결정할 뿐만 아니라 복식의 발달과 불가분한 관계를 유지하고 있음을 알 수 있었다. 본 연구는 인체와 패션의 상관관계를 볼 때 르네상스 인체미 변형의 조형미가 지닌 특성뿐만 아니라 더 나아가 사회심리와 패션에 대한 다각적인 연구노력의 필요성을 확인할 수 있었다.

■ 참고문헌

- 권혜수(2007). ‘영화<Elizabeth:The Golden Age>의 복식과 색채 상징성-엘리자베스1세를 중심으로’. *이화여자대학교 석사학위 논문*.
- 문윤경(2002), “16세기 르네상스 시대의 복장분석과 재현”, *성신여자대학교 박사학위논문*
- 신혜순(2016), “서양 패션의 변천사”, *교문사*
- 윤선미, 배수정(2002), “러프 칼라의 유형고찰”, *전남대학교 박사학위논문*
- 조운영.(2001) ‘영화의상에 나타난 엘리자베스 여왕 1세의 로브에 대한 표현효과 연구’ *숙명여자대학교 석사학위 논문*.

사실주의 화가 귀스타브 쿠르베의 회화 작품에 나타난 의상 고찰

이영재 · 김혜숙

한양대학교 예술디자인대학원 패션뷰티디자인전공

1. 연구목적

지금까지 패션에서 서양복식사를 연구할 때 왕족이나 귀족들의 초상화에 나타난 의상 연구가 대부분이다. 본 연구에서는 19세기 중반 사실주의 화가 귀스타브 쿠르베의 회화 작품에 나타난 의상 고찰을 통해 그동안 연구대상에서 소외시 되어왔던 서민의의상 복식을 연구하고 패션학계에 새로운 연구주제를 연구하는 기반을 다지는데 도움이 되고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

연구방법은 수집 가능한 귀스타브 쿠르베의 작품 56점 중 의상 분석이 가능한 작품 총 16개로 분석하였으며, 귀스타브 쿠르베에 관한 논문 및 문헌자료 등을 중심으로 귀스타브 쿠르베의 작품 속 인물 의상을 파악하였다. 의상 분석에 사용한 16개의 작품명은 다음과 같다. 검은 개를 데리고 있는 쿠르베(1842), 폴 앙소의 초상(1843), 해먹(1844), 줄리에트 쿠르베의 초상(1845), 오르낭의 매장(1850), 마을의 젊은 처녀들(1852), 실 짓다 잠든 여인(1853), 알프레드 브뤼야의 초상(1853), 안녕하세요! 쿠르베씨(1854), 화가의 스튜디오 (1855), 그레고와르 아주머니(1855), 스페인 여인의 초상(1855), 센 강변의 숙녀들(1857), 피에르 조셉 프루동과 그의 아이들(1865), 프루동 부인(1865), 생 펠라지에서의 자화상(1872) 이다.

3. 결과 및 고찰

작품 ‘안녕하세요! 쿠르베씨’는 1854년도에 제작되었으며 이 작품에서는 3명의 남성이 그려졌다. 왼쪽의 첫 번째 남성은 황색의 프록 코트와 베스트, 그 위에 크라바트로 보이는 것이 목둘레에 매어져 있으며 상퀼로트를 착용하고 있고 가운데 인물은 녹색의 외투와 갈색 상퀼로트, 배낭을 맨 남성은 흰 셔츠와 옅은 페일톤의 푸른색 상퀼로트를 입고 있다.

남성의 경우 일반적으로 1789년의 프랑스혁명 당시 상퀼로트(sans-clotte)를 혁명당원들이 입었는데, 이작품은 그로부터 60년 이후로 남성 일반 바지로 정착된 것을 확인 할 수 있다. 지금의 형태로 보자면 바지통이 넉넉하게 넓은 판탈롱 바지라 할 수 있다. 내의로는 단순한 형태의 흰색 슈미즈를 입었다고 문헌에 기록되었는데 이도 이 그림을 통해 확인 할 수 있었다. 의상의 색상은 청색, 갈색, 검정 등 어두운 색상을 많이 착용하였으며 신발은 펌프스나 부츠를 착용한 것으로 나타난다. 쿠르베의 자화상으로 알려진 ‘검은 개를 데리고 있는 쿠르베’(1842)와 ‘생 펠라지에서의 자화상’

Corresponding author : Young-jae Lee, Tel.+82-10-2811-5696 Fax.+82-31-400-5681

E-mail: yjl208@naver.com

상(1872)에서 당시 왕족이나 귀족이 아닌 서민남성복을 살펴 볼 수 있는데 ‘검은 개를 데리고 있는 쿠르베’에서는 젊은 시절의 검정 망토를 입고 앉아있는 쿠르베를 살펴볼 수 있다. 바지는 통이 넓은 상 퀴로트로 카키색에 가까운 갈색이다. ‘생 펠라지에서의 자화상’에서 중년의 쿠르베를 만날 수 있는데 밤색의 재킷, 베스트, 상퀴로트의 쓰리 피스를 착용하고 있다. 흰 셔츠 칼라가 살짝 보이고 붉은색 투박한 크라바트를 착용하고 있다. ‘알프레드 브뤼야의 초상’에서는 검정 재킷과 칼라달린 밤색 베스트에 허리춤에 금줄이 보인다. 흰색 슈미즈 셔츠에 줄무늬 크라바트를 매고 있으며 앞의 중년 쿠르베 초상보다 고급스러운 소재의 의상을 착용하고 있다. ‘폴 앙소의 초상’에서는 검정 재킷과 소박한 검정 크라바트를 보이고 있다. 바지는 통이 넓은 상 퀴로트로 열린 베이지의 격자무늬 체크로 현재 남성복의 원형이 시작되었음을 알 수 있다

마을의 젊은 처녀들(1852)에서 성인 여성 3명과 소녀 한명이 묘사되어있는데 작은 흰색 파라솔을 들고 있는 여성은 흰색 드레스에 붉은색 술을 어깨에 두르고 있다, 본넷을 쓰고 바구니를 들고 있는 여성 밀짚모자와 노란색 계열의 드레스를 입고 뒤쪽사면이 보이는 여성등 성인 3명의 모습은 당시 낭만주의 복식을 그대로 보여주고 있다. 목까지 오는 상의 네크라인 디자인이 단정한 차림임을 나타내며 복식사 문헌을 통해 접했던 귀족 여인들의 오프 숄더 모습은 보이지 않아 비교적 수수하고 단정한 평민 여성들의 옷차림을 살펴 볼 수 있었다. 소녀는 두건을 쓰고 어깨 아래로 커다란 밀짚모자를 걸치고 있고 에이프룬을 두르고 있어 일하던 중임을 알 수 있다. 색채는 옅은 분홍, 노란색, 흰색 등 페일 톤의 밝은 색이 주류를 이루고 있다. 이에 비해 ‘스페인 여인의 초상’에서는 짙은 파랑색에 흰색 레이스가 네크라인과 소매 커프스, 스토크 위치에 트리밍된 드레스가 보여져 이전 시대에 비해 발달된 연색기술로 짙은 색 드레스가 나타나기 시작했음을 알 수 있었다.

이에 비해 나이 든 중년부인이 묘사된 ‘그레고와르 아주머니’는 흰색 레이스 칼라와 흰색 소매 커프스가 달린 검정색에 가까운 짙은 드레스를 입고 있고 ‘프루동 부인’에서는 흰색 칼라가 달린 셔츠 위에 회색 상의를 입고 있으며, ‘실 짓다 잠든 여인’은 작은 꽃무늬가 있는 짙은 갈색 드레스 위에 줄 무늬 술을 두르고 있어 젊은 여성들에 비해 어둡고 짙은 색 드레스를 입었음을 알 수 있었다.

4. 결론

사실주의 화가 귀스타브 쿠르베의 작품에 나타난 의상은 남성의 경우 대부분의 경우 청색과 갈색, 검정 등의 어두운 색상의 상의 카르마놀과 재킷, 폭이 넓은 판탈롱을 착용하였으며, 단순한 형태의 슈미즈 위에 크라바트로 장식하였다. 신발은 주로 펌프스나 부츠를 착용하였다. 소재도 실크나 광택 있는 소재가 아닌 시각적으로 투박해 보이는 소재를 대부분 사용하고 있어 복식사 문헌에서 소외되어왔던 당시 평민 남성 의상을 살펴볼 수 있는 계기가 되었다. 이는 현대 남성복에 가장 근접한 형태로 이시기가 현대 남성복의 원형이 되었던 시기임을 확인 할 수 있었다. 이는 복식사에 나타난 당시 귀족 남성들과 소재의 고급스러움 차이만 있을 뿐 실루엣과 디테일에서 크게 차이 나지 않는 스타일임을 알 수 있다.

여성의 경우 당시 귀족여인들이 슈미즈 가운데 화려한 소재를 사용하고 다양한 장식의 소매를 달고 긴 트레인을 뒤 허리선에 부착한 형태의 엠파이어 스타일 드레스와 크리놀린 버팀대를 사용해 허리가 잘록하게 꼭 끼고 스커트 단이 넓게 퍼진 형태의 크리놀린 드레스를 착용하였던 것과 크게 차이가 있었다. 이는 쿠르베 작품에 등장하는 인물들의 대부분이 왕족이나 귀족이 아닌 평민들이었

기에 소박한 소재의 낭만주의풍 드레스를 입었고 폭이 넓은 크리놀린 드레스는 보이지 않았다. 낭만주의 스타일 드레스에 자주 등장했던 오프 솔더나 소매의 화려한 트리밍은 보이지 않고 목선에 맞는 네크라인과 단순한 형태의 소매가 보여지고있다. 모자도 본넷이나 밀짚모자가 묘사되었기는 하나 복식사 문헌에 보이는 당시 귀족 여성들의 리본, 꽃, 깃털, 레이스 장식의 모자가 아닌 수수한 본넷과 밀짚모자가 보여지고 있다.

이상에서 그동안 복식사 분야에서 진행되어왔던 왕족과 귀족 중심의 의상에서 연구의 저변을 넓혀 평민 의상을 구체적으로 분석해볼 수 있는 기회를 마련했다는 점에서 연구의의를 찾을 수 있겠다. 이는 쿠르베가 사실주의 화가로서 평민의 삶을 진솔하게 묘사한 작품 활동을 했기에 가능했던 것으로 회화사적으로 묘사대상이 다양했던 시기의 화가 작품들을 연구한다면 더 많은 유용하며 새로운 연구결과를 도출할 수 있을 것으로 기대된다.

■ 참고문헌

- 최지혜(2014), “리얼리즘 회화를 활용한 미술수업 모형 연구:19세기 리얼리즘을 중심으로”, *전남대학교 교육대학원*, pp.17-21.
- 박인규(2001), “19세기 리얼리즘 회화 연구 : 쿠르베와 도미에 중심으로”, *홍익대학교 교육대학원*, pp.20.
- 이은기·김미경 저(2006), “서양미술사”, *미진사*, pp.390-393.
- 네이버 지식백과, 사실주의 [寫實主義, Realism, Réalisme] (세계미술용어사전,1999,월간미술), <http://terms.naver.com> (검색일시 2015.11.18.)
- 네이버 지식백과, 카르마놀[carmagnole], <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=285842&cid=42822&categoryId=42822> (검색일시 2016.02.26.)
- 네이버 지식백과, 크리놀린, http://navercast.naver.com/contents.nhn?rid=135&contents_id=5881 (검색일시 2016.02.26.)

현대 패션에 나타난 비잔틴 복식의 조형성 연구

전지혜* · 간호섭

홍익대학교 일반대학원 의상디자인과*, 홍익대학교 섬유 · 패션디자인학과

1. 연구목적

현대에 들어와서 패션계에서는 브랜드의 장인들에게 헌정하고 찬양하는 시대를 반영한 오마주 형태의 컬렉션을 선보이는 경향을 보이고있다. 그 중에는 비잔틴의 복식의 특징과 특성을 사람들이 꾸준히 사랑하여 전해져왔다.

2011년도에 샤넬(Chanel)에서 FW Paris Byzance Pre-Fall 공방 컬렉션이 전개되었다. 이 컬렉션은 특히 비잔틴 복식의 시대상을 반영한 문화와 예술을 재해석하였다. 또 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana) 2013년 컬렉션은 비잔틴의 시그니처(Signature)를 오마주(Hommage)하여 골드, 새틴, 가죽, 벨벳, 캐시미어 등으로 변형하여 현대 복식에 적용하였다. 이를 통해 과거 역사의 복식이 현재의 인간의 삶과 밀접한 관계가 있으며 현재까지도 과거의 복식이 현재의 복식의 근간을 이루고 있다는 것을 알 수 있다. 그렇기에 이와 관련된 연구는 현대까지도 활발하게 이루어지고 있다.

하지만 이와 같은 역사와 패션의 상관성에 관한 연구들은 모두 비잔틴 복식 중심의 연구로서 대부분 과거의 복식에 국한된다는 아쉬움을 남긴다. 따라서 본 연구에서는 비잔틴 복식사와 과거 비잔틴 문화에 영향을 받은 현재의 컬렉션을 바탕으로 비잔틴 복식이 현대 복식에 주는 영향을 분석하고 이와 유사한 형태를 가진 최근 컬렉션을 비교, 분석함으로써 현대 컬렉션과 역사를 담은 의복 디자인의 새로운 방향을 제시하고자 한다

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 학회지와 학술지 및 선행연구를 통하여 비잔틴을 모티브로 한 컬렉션을 조사한 뒤 그 중 비잔틴의 조형성을 중심으로 컬렉션 연구를 진행해 보고자 한다. 연구의 대상이 되는 현대 컬렉션의 범위는 최근 5년간으로 한정하였다. 그 중 2011년에서 2015년 컬렉션으로 샤넬 2011년 FW Paris Byzance Pre-Fall 공방 컬렉션과 오프쿠튀르(Haute Couture), 돌체앤 가바나(Dolce & Gabbana) 2013년 레디 투 웨어(Rady-to-wear)와 2014년 가을(Fall) 맨즈웨어(Manswear) 컬렉션을 토대로 대표적인 사례를 정하여 활용하였다. 특히 활용 자료 중 비잔틴 복식에서 영향을 받은 디자인을 중심으로 분석하였다.

Corresponding author : Ji Hye Chun, Tel.+82-10-7180-5813

E-mail: jh77877787@naver.com

컬렉션 자료를 기본으로 수집된 자료는 비잔틴 복식의 장식적 요소와 컬러, 스타일을 분석하였다. 컬렉션에서 수집된 이미지는 총 220장이며 이 이미지를 대상으로 분석하였으며, 그 중 184장을 대상으로 선정하였다. 선정된 이미지 중 비잔틴복식의 스타일이 모호한 작품은 분석 대상에서 제외하였다.

3. 결과 및 고찰

2011년 발표된 샤넬 FW 파리 컬렉션(Paris collction)과 돌체앤가바나 2013 컬렉션들은 현대 패션에서 비잔틴복식의 조형적 특징이 두드러지게 나타나는 예이다. 비잔틴 문화 양식을 반영한 컨셉으로 이스탄불 왕국을 대표하는 다양한 색상의 엔틱(Antique) 장식과 골드 비즈(Beads)의 화려함, 글라스 카보숯 비주얼, 엔틱 버클, 메탈 램스킨 소재를 사용하여 비잔틴 복식을 새롭게 재현해 냈다.

비잔틴 의복의 특징인 신체를 거의 감추는 것과 종교적인 영향을 받은 것을 적용하여 왕실의상에 쓰이는 화려한 비단 등을 사용하고 금실로 수를 놓거나 복식에 보석장식을 많이 한것은 동양적인 요소 중에 하나라고 볼 수 있다. 남녀의 기본 복식은 튜닉(Tunic), 달마티카(Dalmatica), 팔루다멘툼(Paludamentum)이었다. 또한 평민은 팔라(Palla)와 팔리움(Pallium)을 입었고 귀족과 왕족 등은 팔루다멘툼을 입었다.

또한 후기로 갈 수록 옷감이 뽀뽀해졌으며 화려함이 극대화 된 것을 표현하였다.

돌체앤가바나 컬렉션에서는 섬세한 모자이크 문양 등의 화려한 문양이 사용되었으며 동시대에 다른 복식과는 다른 우아함과 고급스러움을 표현했다.

4. 결론

본 연구의 컬렉션들의 조형성을 연구한 결과 컬러는 주로 블랙(black), 그린(Green), 레드(Red), 옐로우(Yellow), 자색(Purple)등으로 염색한 모직이 주를 이루었고 디테일로는 왕실에서 사용하던 자색 비단에 금과 보석 장식 등을 장식하였음을 알 수 있었다. 고대 복식에서는 남녀의 구별이 뚜렷하지 않았지만 가톨릭의 유입에 따라 성별에 따른 의복의 형태가 구분되어지기 시작한 후 남자의 튜닉은 옷 길이가 짧아지면서 옆선이 사선으로 퍼지게 하거나, 양쪽 옆솔기에 무(gasset)를 대어 넓게 퍼지게 하였고, 여자의 튜닉은 발을 완전히 가릴 만큼 옷 길이가 길어지면서 소매부리가 넓어지고 옷이 허리에 맞게 하여 여자 기본 로브형이 형성된 것을 재해석하여 적용된 형태인 것을 알 수 있었다.

비잔틴 복식에 영감을 받아 제작된 컬렉션은 비잔틴 복식이 종교적인 특징과 동양적인 특징은 각각 과거에 근간을 두고 있지만 달라진 생활양식과 가치관이 존재하는 현재까지 영향을 주고 있는 것을 볼 수 있었다. 자색과 그린 등의 컬러를 사용하고 에나멜과 아이콘들의 엔틱 골드를 사용하여 튜닉과 토가를 현대적으로 해석하였다. 비잔틴 복식의 아름다움과 스타일이 그대로 계승되어 내려오는 것이다. 이것은 역사에 근간을 둔 스타일을 현재의 달라진 양식에 접목하면 진일보한 현대적 감각을 느낄 수 있는 새로운 스타일을 보여 준다는 것을 알 수 있었다.

그러므로 역사에 근간을 둔 스타일에 대한 더욱 지속적인 연구가 필요하다.

■ 참고문헌

- 전여선, 김영삼(2014), “예술적 패러다임 전환기에 나타난 서양 여성 복식의 미적 특성과 현대적표현”, *한국의류산업학회*, 16(6), pp 835-848
- 나인자(1984), 비잔틴복식의 특성과 의미에 대한 연구, *숙명여자대학교, 석사학위논문*
- 김순기(2010), 이스탄불의 비잔틴 교회 건축평면에 관한 연구, *강원대학교, 석사학위논문*
- 이미숙(1998), 샤넬 스타일 디자인 연구, *이화여자대학교, 박사학위논문*

Chinese Inspiration in Vogue Magazine

Weijia Li* · Yuh-Sun Jun · Young-Sam Kim

Dept. of Design, The Graduate School of Chung-Ang University*,
Dept. of Fashion Design, College of Arts, Chung-Ang University

1. Introduction

Fashion Magazines play an intermediary role between the public and fashion. They represent a practical communication method that reflect modern social cultural phenomena and fashion trends. Vogue Magazine delivers worldwide fashion information that has been published as a licensed magazine in various countries for over 100 years. The Chinese edition of Vogue Magazine expresses Chinese inspirations in a natural combining of globalization and localization with a focus on China's contemporary fashion styling trends. The regional cultural characteristics of each country are reflected and localized through fashion photos produced in China that properly express the fashion localization and characteristics of Chinese inspirations.

This study reveals the combination of globalization and localization in the trends of Chinese inspiration of important contemporary phenomenon as expressed in the cover photos of the Chinese edition of Vogue Magazine to facilitate a production of fashion photos that reflect a cultural identity by preparing an opportunity for a new understanding of Chinese culture. Fashion photos included in fashion magazines provide new monthly fashion trends (as condensed by fashion-related experts in a variety of fields) to the public. An analysis of fashion photos that reflect Chinese inspirations show their significance in searching for a means to globalize the Chinese edition of Vogue Magazine.

2. Study methods and results

The study methods included a literature review of previous studies and relevant sources, data collection, and empirical research based on case analysis as well as pattern, color, and styling methods shown in the fashion photos and catalogues included in thirty-six editions of Vogue Magazine published in China from January 2013 to December 2015. We examine how Chinese inspiration reflects the globalization of Chinese culture

Corresponding author : Young Sam Kim, Tel.+82-31-670-3278 Fax.+82-31-676-9932
E-mail: proyskim@cau.ac.kr

through a final analysis of the directing aspect of fashion photos that appear in the catalogue.

The study results on the trends of Chinese inspiration that appear in the fashion photos of Vogue Magazine in China are as follows. The pattern, color, and styling analyses results of the fashion photos reflect a Chinese inspiration that reveal gradual changes throughout our research according to changes in world fashion trends that use Chinese traditional fashion materials as well as items that conceptualize the images of Chinese inspiration. Chinese tradition and endemism continue consistently in the photos and catalogues of fashion magazines analyzed throughout our research.

Common characteristics of Chinese inspirations that appear in the fashion photos of the Chinese edition of Vogue Magazine included: Characteristics found in the patterns, photos, and catalogues as well as the application of auspicious patterns that embody China. Auspicious patterns that provided abundant and various inherent cultural elements as well as the integration of Chinese history and culture to express the genuine culture of China. We examined the design pattern, animal pattern, plant pattern, and human pattern (in which the auspicious pattern was applied). It is noted that big patterns were depicted in detail when trying to produce a Chinese style expression. The use of Chinese Five Colors of white, black, red, blue, and yellow revealed a Chinese inspiration through their prominence in the colors. The traditional vivid color of a contrasting styling (mainly with the strong primary colors symbolizing China) was expressed characteristically as opposed to a harmonious mix and match of colors. The results indirectly reflect the aesthetical idealism of the Chinese towards colors to express beauty using stronger colors. Trends that express Chinese culture without combining with other elements (as shown in the fashion of the Qing Dynasty Era and the traditional clothing Qipao) in the styling expression symbolized and revealed the standards of Chinese traditional fashion. Chinese traditional fashion is based on the Qing Dynasty Era fashions. Its application to Qipao (created in Shanghai after the Qing Dynasty) as a symbol in fashion photos emphasize traditional images of China that reflect the long history and abundant traditional culture of China. Another distinctive characteristic of Chinese inspiration trends in the fashion photos of the Chinese edition of Vogue Magazine were the distinguishing fashion patterns and colors of ancient China. The patterns and colors in each fashion changed with age and social status; subsequently, an expressive meaning was produced differently according to methodology to combine the patterns and colors of traditional fashion. The patterns and colors applied to the modern fashion produce unique catalogues and photos that deliver a harmonious combination of modern fashion and traditional culture from the nontraditional perspective of the designer.

3. Conclusion

This investigation showed that Chinese inspiration trends that appear in The Chinese edition of Vogue Magazine reflect the Chinese identity in modern fashion as well as globally express China's traditional and characteristic elements through media transmission. The analysis indicated that China's spending power on fashion products through the development of the fashion photos related to Chinese inspiration in the global fashion market will be vigorously active through the sophisticated expression of more traditional elements in the future. It is hoped that this analysis of Chinese inspiration trends will help fashion photo concept presentations that reflect Chinese inspirations found in other international fashion magazines that target global markets.

■ References

- Kim, J. Y. (2012) An Analysis of Color on Modern Ethnic Fashion of Korea&China&Japan. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 18(1), pp.94-102
- Kim, S. Y. (2013) Glocalism Trend in the Pictorials of Domestic Licensed Fashion Magazines. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 13(1), pp.47-69.
- LI, M. X. (2010) A Study on Investigation of Chinese Traditional Lucky Pattern Design. On the basis of Chinese knot. *The Korea Society of Illustration Research*, 22, pp.35-44
- Shi, J. M. (2011) Applications research on Chinese traditional patterns in brand design : centered on dragon patterns and phoenix patterns in Han Dynasty. Division of Design, the Graduate School Hanyang University, Seoul, Korea.
- Xie, D. D. (2015) Consumer Feedback Analysis of Traditional Good Fortune Patterns on Chinese Century-old Brand Design. *Design Convergence Study*, 41(1), pp.31-46

중국 전통복식 한푸(漢服)의 시대별 비교분석

플로라* · 간호섭

홍익대학교 일반대학원 의상디자인학과*, 홍익대학교 섬유 · 패션디자인학과

1. 연구목적

한민족 전통복식이라 불리는 한푸의 심미적 의식은 중국 전통 문화의 영향을 받았기에 지속적으로 발전해왔다. 이러한 미의식은 복식사의 영향을 받았을 뿐만 아니라 형태나 소재, 색채까지도 영향을 받는다. 또한 복식의 변천을 통해 사람들의 의식변화까지도 반영하게 된다. 따라서 전통복식의 미적 특징은 복식 자체의 미학적 가치뿐만 아니라 각 시대별 역사적 특징을 함께 반영함으로써 중요한 가치를 가진다고 할 수 있다. 이러한 가치가 현대 디자이너들에게도 큰 영감을 주었기에 중국전통의 문화적 특징을 반영한 다양한 작품들은 지속적으로 발표되고 있다.

따라서 본 연구는 중국의 전통 의상인 한푸를 통해 발현되는 중국 전통의 미적 특징을 바탕으로 중국의 각 시대별 한푸 디자인을 고찰하고자 한다. 또한 각 시대별 전통적인 미의 특성과 한푸 복식이 어떻게 변화하였는지를 분석하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구의 연구 방법은 문헌 연구와 사례 분석으로 이루어진다. 먼저 문헌연구는 중국한족전통복식인 한푸(漢服)에 관한 단행본 및 학술논문을 중심으로 이루어졌고, 실증적 사례분석은 각 디자이너의 작품을 토대로 이미지를 분석하였다. 또한 본 연구에서는 한푸디자인이 처음 나온 당나라시대부터 명나라까지의 한푸 복식의 대표적 디자인을 대상으로 연구 범위를 설정하였다.

3. 결과 및 고찰

한푸는 한민족전통복식의 줄임말이다. 이는 한나라 시대의 복식으로, 정교한 염직과 자수기법을 기반으로 하는 우수한 문화재이다. 한나라 시대부터 각 국가간에 다른 복식이 나타났다. 일례로, 한나라의 한푸는 심의(深衣)와 호복(胡服)으로 나뉘는데, 진나라 때 중국이 통일된 후에는 복식제도도 함께 통일되었다. 한나라 때의 복식 특징은 진나라 때와 비슷한데 곡거(자락)와 직거, 두 종류로 나뉘게 된다. 당나라 때의 복식은 활동하기 편한 의복으로 변화하였으며, 신분과 지위에 따라 복식도 달라졌다.

당나라 때의 복식은 예복과 상복으로 나뉘어졌다. 상복은 일상에서 입을 수 있는 옷이었던 반면, 예복은 특별한 때에만 입는 의복이었다. 이 시기부터는 색채가 다양해졌으며 자수 양식도 그

Corresponding author : Duan Fuli, Tel.+82-10-5012-0230

E-mail: duanfuli0222@gmail.com

가짓수가 많아졌다. 송나라 때의 복식은 당나라 복식의 방식을 답습하여 비슷한 형태를 갖게 되었다. 그러나 장기적으로 내우외환에 시달리기 때문에 복식 형태가 비교적 간소하고 함축적인 형태로 변모하였다. 원나라 때의 복식은 도포라고 일컫는다. 남북의 차이가 크지는 않지만 원단 재료에서의 차이가 크게 나타났다. 명조 때는 면포가 일반화적으로 사용되어서 서민의 일상 복식이 크게 발전하기도 하였다. 이에 따라 그 양식과 종류도 다양해졌다. 청나라 때는 지배자가 통치를 위해 한푸를 만족복식으로 지정하였다

4. 결론

본 연구는 중국전통복식인 한푸를 연구대상으로 선정하여, 한푸의 시대별 미의식을 고찰하였다. 그 결과, 진나라 시대는 수공자수로 한푸를 장식하였으며 문양은 주로 구름무늬, 용무늬 등의 자연물 문양을 사용하였다. 송나라 시대에는 정교한 디테일의 한푸가 주를 이뤘다. 명나라 시대의 복식은 당나라시대의 복식과 비슷하였으나, 우아하고 화려하였다. 소재는 주로 비단을 사용하였고 현대에 이르러서는 최고급 예복으로 그 맥락을 함께 하고 있다. 따라서 본 연구는 중국전통복식인 한푸의 역사와 전통을 연구하고 현대의 패션에서의 재해석된 한푸 디자인을 연구하는데 폭넓은 연구가 이루어져야 할 것으로 사료된다..

■ 참고문헌

- 임진(2016),” 중국 시대극 영화의상의 미적 특징을 활용한 한푸(漢服) 스타일의 현대 패션디자인 연구”, *성균관대학교 석사학위논문*,
- 陳寧 et al, (2007), 中國歷代傳統紋樣, 鄭州: 河南美術出版社.pp.65-82
- 華梅 (1995), 人類服飾文化全書, 天津: 天津人民出版社.pp145-167
- 黃能馥, 陳娟娟 (2014), 中國服裝史, 上海: 上海人民出版社.202-135
- 臧迎春 (2003), 中國傳統服飾, 北京: 五洲傳播出版社.pp.34-78
- 張誌春 (2009), 中國服飾文化, 北京: 中國紡織出版社. pp.87-123
- 朱誌榮 (2005), 中國審美理論, 北京: 北京大學出版社.pp167-182

소가죽의 식물성 가지처리 후 염색효과

배 상 경
수원대학교 의류학과

1. 연구목적

식물성 유제로 태닝한 소가죽은 수공예, 염색공예에 적당하고 세공하기도 쉬워서 악세서리에 많이 사용되는 가죽이다.(민 숙현, 2002) 소가죽은 제혁 과정 중 감소된 지방을 보충하기 위해서 여러 종류의 가지제로 가지 처리하여 가죽 표면에 유연성을 부여하고, 스킨을 보호하면서 발수성과 염착성을 유지시킨다.(송계원 외, 1992) 유지 종류로는 동물 유지, 어유지, 식물유지, 합성유지, 광물유지등이 사용된다. (한 광동 외, 1999)

본 연구는 식물성 유제로 태닝한 소가죽에 락염료로 염색, 후매염 후 시중에서 판매되고 있는 식용유로 가지 처리하여 표면색, 염착성의 변화와 염색견뢰도를 살펴보았다.

2. 연구방법 및 내용

식물성 태닝 소가죽의 두께를 1.0mm로 피할하여 염색시료로 사용하고 락 염료로 염색한 후 식용유로 도포, 침지하여 표면색과 염색견뢰도를 관찰하였다. 염색조건은 농도 30%(o.w.f.), 염색 시간 30분, 염색온도 30℃, 욕비 30:1로 실시한 후 건조시켰다. 후매염은 알루미늄, 구리, 철 매염제(3% o.w.f)로 매염시간 20분, 매염온도 30℃, 욕비 30:1로 처리한 후 수세, 건조하였다. 식물성 가지제는 시판되고 있는 올리브유로 선택하였고, 가지 과정은 소가죽 표면에 시료 양의 50%(o.w.f.)의 오일을 2회로 나눠서 바르고 기름 종이 사이에 끼워서 24시간 눌러 여분의 오일을 제거하였다.

표면색과 염착성 측정은 Spectrophotometer(SP 60, X-rite)로 실시하였으며 CIE-Hunter에 의한 L^* , a^* , b^* , ΔE , 먼셀표색법의H(V/C), Kubelka-Munk공식에 의한 K/S로 정리하였다. 일광견뢰도는 KS K ISO 105-B02:2010 Xenon arc로, 마찰견뢰도는 KS M ISO 2043: 2006으로, 물견뢰도는 KS K ISO 105-E01:2010시험법으로 측정하였다.

3. 결과 및 고찰

가지처리 후 염착성은 모든 시료에서 증가하였으며 색차도 매염제 별로 다양하게 나타났다. 염착성은 매염과 가지처리에 의해서 큰 증가를 나타냈으며 알루미늄보다 구리와 철에서 큰 증가를 나타냈다. 가지 처리전과 후의 시료의 L^* , a^* , b^* 값 모두 20정도의 많은 차이를 나타냈으며 철>구리>알루미늄 매염제 순으로 나타났다. 색상은 가지처리전에는 R, RP 이었고 가지 처리 후에는 R, P,

Corresponding author : Sangkyoung Bai, Tel.+82-2-536-9686 Fax.+82-31-220-2535
E-mail: skbai@suwon.ac.kr

PB로 어두운 색상 계열들로 변했다.

염색견뢰도에서는 일광견뢰도는 모든 매염제에서 등급이 올라갔으며, 마찰견뢰도는 내려갔다. 물 견뢰도에서는 매염제의 종류에 따라서 차이가 나타났다. 아세테이트직물, 면직물, 나일론직물에서는 무매염포와 알루미늄 매염에서 등급이 내려갔고, 양모직물에서는 모든 조건에서 등급이 내려갔다. 폴리에스터와 아크릴직물에서는 변화가 거의 없었다. 구리와 철 매염에서는 비교적 모든 직물들의 견뢰도 변화는 없었다.

4. 결론

식물성 유제로 태닝한 소가죽에 락으로 염색하고 알루미늄, 구리, 철 매염제로 후매염처리 후 올리브유로 가지처리를 하여 표면색, 염착성의 변화와 일광견뢰도, 마찰견뢰도, 물견뢰도를 측정하고 다음과 같은 결론을 얻었다.

1) 가지제로 사용된 올리브 오일은 소가죽 내부로 침투가 용이하여 모든 시료에서 염착성이 증가하였다.

2) 매염전후와 알루미늄, 구리, 철 매염제 모두에서 L^* , a^* , b^* 값과 H, V, C의 변화가 컸다. 전반적으로 색상은 어둡게 변했으며 알루미늄 매염처리에서는 락 고유의 홍색이 발현되었다.

3) 염색견뢰도 중 일광견뢰도는 모든 시료에서 개선이 되었고, 마찰견뢰도는 등급이 내려갔다. 물 견뢰도에서는 폴리에스터와 아크릴은 영향이 없었으며, 아세테이트, 면직물, 나일론에서 약간 감소하였고 양모직물에서는 모든 등급이 내려갔다. 전반적으로 알루미늄 매염에서의 염색견뢰도가 구리, 철 매염보다 낮게 나타났다.

■ 참고문헌

민숙현(2002), “가죽공예염색”, 대일교육, p. 36

송계원, 이무하, 채영석(1992), “피혁과 모피의 과학”, 선진문화사, p. 82

한광동, 김명웅, 한완(1999), “피혁 공업 화학”, 선진문화사, p. 246

3D 프린팅 기술의 패션 텍스타일 분야에 활용사례 연구

한유정 · 김종준

이화여자대학교 의류산업학과

1. 서론

최근 각종 산업분야에 3D 프린팅 기술이 적용되는 범위가 점점 확대되고 있는 추세이다.

이는 기술이 발전함에 따라 PLA수지, ABS수지, 폴리카보네이트, 나일론, 폴리페닐 설피온수지, ULTEM, PEEK-PAEK등의 고강도 엔지니어링 플라스틱을 비롯하여 액체형태의 재료, 고무, 스테인리스 스틸, 유리, 모래 등 여러 다양한 종류의 3D프린팅 소재와 기술 개발이 이뤄지고 있기 때문이다. 패션분야 역시 다른 분야의 산업과 마찬가지로 3D 프린팅의 대중화 바람에 맞춰 다양한 개발 및 연구가 이뤄지고 있다. 하지만 아직 의류 직물소재로서 활용되기에는 기술이나 소재면에서 아직 많은 한계점을 안고 있다.

이에 본 연구는 3D 프린팅 기술을 패션 의류의 텍스타일로서 활용한 사례나 연구들을 고찰해 봄으로써 3D 프린팅을 의류 소재 분야의 활용을 위한 기초자료를 제시하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

연구 방법은 3D 프린팅 관련 선행연구와 문헌, 웹사이트 자료 등을 바탕으로 하여 패션 의류의 텍스타일로서 활용한 사례들을 살펴보고 정리하고자 한다.

3. 결과 및 고찰

3D 프린팅 기술을 통해 의류 직물로서 적용할 수 있는 사례에 대해 살펴보면 대부분 니트 제작 방법을 응용하고 있다. 3D프린팅을 이용하여 기존 니트와 같은 짜임이 있는 형태의 소재를 입체적으로 구현해 냄으로써 이음새 없는 제작이 가능하다. 기존의 니팅 방식과는 다르게 새로운 짜임을 연구, 개발하거나 관절, 경첩구조의 형태를 응용함으로써 좀 더 새롭고 다양한 형태의 텍스타일 제조가 가능하다.

고리끼리 연결시킨 체인형태로 프린팅하여 니팅 기법과 같은 원단을 제작할 수 있다.

Negar Kalantar와 Alireza Borhani의 버지니아 테크 (Virginia Tech) DREAMS 연구실이 개발

Corresponding author : Jongjun Kim, Tel.+82-2-3277-3102 Fax.+82-2-3277-3079
E-mail: jjkim@ewha.ac.kr

한 유연성과 강성을 가진 니트 원단과 같은 프린팅 원단이 경우 공극을 가지고, 원단이 인체의 곡면을 따라 입체적인 유동성을 가지며 착용자의 활동을 편안하게 한다.

개체와 개체를 연결시킨 경첩형태로 활동성과 유연성을 주는 방법도 제시되었다.

디자인 스튜디오 Nervous System의 Kinematics Dress는 수천 개의 삼각형 구성요소를 연결해 프린팅 한 원피스이다. 3D 스캐너를 통해 신체를 스캔, 컴퓨터로 모델링을 한 뒤, 구성 요소를 접어서 3D 프린팅 기계에 한 번에 프린팅 할 수 있도록 하였다. 각각의 개체는 딱딱하지만 개체와 개체 연결 사이가 접히거나 벌어져 의상이 인체의 곡면을 따라 입체적인 형태를 보이고, 착용자의 움직임에 따라 유동적이다.

프링글스 오브 스코틀랜드 (Pringles ofScotland)의 2014년 AW 컬렉션에는 3D 프린팅으로 제작된 니트 의류를 선보였다. 유연한 나일론을 SLS방식으로 제작한 아가일 체크 모양 3D 프린트 조각과 니트를 손뜨개로 연결하였다. 니트와 3D 프린트 조각을 연결하여 함께 제작한 것은 프린팅이 다른 소재와 하나로 연결되어 의상의 일부분으로 편입되었다는데 의의가 있다

니팅이나 경첩과 같은 구조형태는 기존의 레이저로 재료를 가열하여 응고시키는 SLS 조형 방식에서만 가능하였지만 최근에는 고체 수지 재료를 녹여 쌓아 만드는 FDM 조형방식에서도 가능해졌다. 수용성 지지구조물을 동시에 출력한 후 용해하는 방식으로 짜임 구조를 인쇄하는 기술방법을 통해 제조가 가능하다. 그러나 지금의 3D 프린팅의 적층식 조형방식으로는 직물의 조직과 같은 조직구조와 조직의 공극을 구현하는데는 어려움과 한계가 따른다.

4. 결론

최근 의류 패션디자인 분야에서 기존과는 다른 새로운 제조 방법에 많은 관심과 연구 개발이 이뤄지고 있으나 의류 직물로서 원단을 대체하기에는 소재 및 기술 등의 개발이 더 필요한 실정이다. 또한 3D프린팅을 통해 의상이 만들어지기까지의 시간과 속도, 비용 더 나아가 추후 대량의 의류 생산까지도 대체 가능할지에 대해서도 생각해 봐야 할 문제일 것이다.

좀 더 직물과 같은 형태의 유연성과, 활동성을 갖추며 인체에 유해하지 않은 소재와 기술, 시간 소용 등의 문제를 해결한다면 더욱더 3D프린팅의 대중화와 보편화가 이뤄질 수 있을 것이다.

■ 참고문헌

- 이종석외 (2015) “3D프린팅을 활용한 패션 제품 개발 연구”, 브랜드디자인학회지 Vol. 13(1)
- 김효숙,강인애(2015). “패션분야의 3D프린팅 활용 현황에 관한 연구”, 한국의상디자인학회지, Vol.17(2), pp125-143
- 양진원(2013), “3D 디지털 프린팅을 활용한 패션디자인 연구“, 홍익대학교 석사학위논문
- 김혜은(2015), “3D 프린팅 기술의 발달로 인한 패션 산업 변화 연구”, 한국패션디자인학회지 Vol. 15 No.4 pp.17-33
- Nervous System (<http://n-e-r-v-o-u-s.com>)

자초를 이용한 양피의 천연염색

김 상 료
목포대학교 의류학과

다양화되고 개성있는 패션스타일들이 서로 공존하면서 소재 역시 새로운 가공기술에 힘입어 다변화되고 패션소재에 대한 고정관념의 해체로 일반적인 소재뿐만 아니라 이질적인 소재의 사용도 두드러지고 있다. 그러나 가죽은 천연소재가 갖는 고유한 광택과 감촉 등의 자연스러움과 질기고 강한 내구성과 외부로부터 따뜻하게 지켜주는 보온성으로 패션소재로서 개성을 나타내고자 하는 현대인들의 욕구를 변함없이 충족시키고 있다. 특히 가죽은 여러 표현기법에 따른 효과로 독특한 조형미까지 나타냄에 따라 부가가치가 높은 고급소재로 소비자들의 미적 욕구를 만족시킬 수 있는 중요한 소재라 하겠다. 본 연구에서는 가죽 중 양피를 이용하여 자초 추출색소를 활용한 천연염색을 행하였다.

염색은 자초로부터 제조한 색소를 이용하여 양피에 욕비 1:50, 색소농도 50%~300% o.w.f., 염색온도 30~70℃, 염색시간 20~120분, pH 2~11로 변화시키면서 IR염색기(Daelim Starlet Engineering, Model DL-6000)를 이용, 염색한 다음 염착량(K/S)을 비교분석하여 색소농도, 염색온도, 염색시간 및 pH의 영향을 고찰하였다.

매염제로 Al, Cu, Fe 등을 사용, 염색공정조건 등에서 확인된 적정 염색조건을 이용하여 욕비 1:50, 40℃에서 20분간 선매염 및 후매염하고, 욕비 1:50, 적정 색소농도, 적정 염색온도, 염색시간 및 pH에서 염색을 실시하였다. 매염에 의한 적정조건 설정을 위하여 각 매염제 종류, 농도(1~5% o.w.f.) 및 매염법에 따른 염착량을 비교 고찰하였다.

염색온도 40℃, 염색시간 40분에서 염색하였을 때 자초 추출색소농도에 따른 염착량(K/S)은 추출 색소농도가 증가함에 따라 증가하는 경향을 나타내어 색소농도 200 % o.w.f.에서 최대 K/S값을 보였다. 또한 염색성은 염색온도 40℃, 염색시간 40분에서 적정하다고 판단되었다. 염욕은 pH 5 부근이 적정 산도로 판단되었다.

자초 추출색소를 이용, 양피에 매염시 매염조건에 따른 염착량 및 표면색의 변화 등을 분석한 결과, 선매염시 Al 4%, Cu는 4%, Fe는 3%에서 최대 K/S값을 나타냈으며, 후매염시에는 Al 4%, Cu 2%, Fe는 4%에서 최대 K/S값을 나타냈다. 색상은 무매염시 PB계열의 색상을 나타냈으나 선매염시 Al 매염시 PB, Cu 매염제에서는 P 및 RP계열의 색상을, Fe 매염제에서는 PB 및 B계열의 색상을 보였다. 후매염에서 Al 매염시 PB계열을, Cu 매염시 B계열을 Fe 매염시 BG 및 G계열의 색상을 보였다.

본 논문은 중소기업청에서 지원하는 2014년도 산학연협력 기술개발사업(No. C0248912)의 연구수행으로 인한 결과물임을 밝힙니다.

2016 S/S 남성복에 나타난 기능성 소재의 최신 동향

여수진 · 김종준
이화여자대학교 의류산업학과

1. 서론

최근 국내 패션 시장에서 눈에 띄는 변화는 크게 두 가지 패턴이 중심이 되어왔다. 유니클로, 자라 등 SPA브랜드와 인터넷 쇼핑몰 등의 강세, 그리고 다양한 브랜드들을 한 곳에서 운영하는 편집샵들의 증가추세이다. 하지만 '직구' 채널의 활발한 성장과 더불어 소비자들의 쇼핑패턴이 다양해지고 그 니즈 또한 복잡해지고 있는 실정이다. 특히 남성복 시장에서 경제적인 파워와 동시에 자기 자신만의 스타일을 추구하는 30대 이상의 타겟층들은 실용성을 가장 큰 키워드라 생각할 정도로 실용적인 옷들에 초점이 맞춰지고 있다. 아웃도어 브랜드와의 기술적 제휴와 소재 및 봉제기술의 발달로 아웃도어 의류에서나 볼 수 있었던 기능성 소재가 남성복에도 적용되어 발열 수트, 논 아이런 셔츠등과 같은 하이브리드 웨어들이 보여지고 있다. 이에 따라 기능성을 중심으로 최근 남성복 소재에 나타난 경향을 알아 보고자 한다.

2. 연구방법

삼성디자인넷, 패션비즈등 패션연구 사이트에서 2016 S/S컬렉션 자료를 중심으로 조사하였으며 인터넷 자료, 뉴스 자료등을 참조하였다. 문헌자료는 THE FASHION DESIGNER'S TEXTILE DIRECTORY [Gail Baugh], 지속가능한 패션&텍스타일[케이트플레처]에서 조사하였다.

3. 연구결과

하이테크는 새로운 시즌이 다가올수록 두드러지는 것을 볼 수 있다. 기술력을 기반으로 한 브랜드들이 급격히 많이 생기고 있고 점점 가격 측면과 생산 측면에서 점점 대중화가 되고 있는 경향을 보인다. 이 현상은 아웃도어와 캐주얼 의류 사이의 경계가 무너지고 있기 때문이다. 하이테크 소재와 봉제 기술을 기반으로 만들어지는 아웃도어가 캐주얼 시장에 진출하기도 하고 반대로 캐주얼 의류가 아웃도어에서 사용되곤 했던 봉제기술과 소재를 사용하고 있다. 최근 유행에서는 기본 테일러 재킷에 방수 지퍼 디테일 등 새로운 기법들이 접목되기도 하며 아웃도어에서만 사용되는 다양한 첨단 소재들이 캐주얼 의류에 접목되는 것을 쉽게 접할 수 있다.

빈폴은 미국 나노텍스(Nano-tex)사의 나노 가공 기술을 적용, 업계 최초로 면, 리넨 등 천연소재에 나노 가공을 시도했다. 나노 가공 기술을 통해 섬유 고유의 자연스러운 촉감과 투습성을 유지하

Corresponding author : Jongjun Kim, Tel.+82-2-3277-3102 Fax.+82-2-3277-3079
E-mail: jjkim@ewha.ac.kr

는 한편, 어떠한 미세 입자도 투입되지 않도록 했다.

코롱인더스트리 FnC부문이 전개하는 남성복 브랜드 '지오투(GGIO2)'는 올해 S/S시즌을 맞이해 항상 쾌적함을 유지시켜주는 기능성 수트 '스페이스 수트'를 출시했다.

'스페이스 수트'는 외부 환경변화에 따라 열을 흡수 또는 발산하는 상변환 물질(Phase Change Material)이 포함된 아웃라스트(OUTLAST) 기능을 안감에 사용하여 항상 쾌적함을 유지시켜 주는 기능성 수트로, 점차 따뜻해지는 봄 계절에 도심 속에서 활동적으로 업무를 볼 수 있도록 하였다. 이밖에 신원의 지이크는 '익스트림 라이트 수트'를 선보였다. 폴리. 울, 엘라스틱 혼방소재를 썼으며, 스트레치가 가능한 울 혼방 소재로 어깨가 얇고 가벼운데다 안감을 최소화해 활동적 남성들에 적합하도록 했다.

삼성물산 패션부분의 '로가디스'는 스마트수트를 지속적으로 업그레이드해서 발수와 방오는 물론 UV차단기능을 한층 더 높였다. 구김이 덜 가는 태번수를 사용해 실용성을 높이고 팬츠의 경우 물세탁도 가능하도록 했다.

이와 같이 최근 소재를 앞세운 브랜드들의 마케팅 전략은 지난 10년간 아웃도어를 경험하면서 기능성 소재에 대해 더 많은 금액을 지불하는 소비자들의 높은 안목을 충족시키기 위한 것이라 볼 수 있다. 가격이나 디자인으로 차별화하기가 더욱 어려워지고 있는 상황에서 소재를 통한 차별화 전략이 시장에서 좋은 반응을 받고 있는 만큼, 복종을 불문하고 소재와 기능성 당분간 지속될 것으로 보인다.

4. 결론

세분화되어 개인의 라이프 스타일에 최적화된 기능성 원단의 하이브리드 웨어들이 MTO (Manufacture to Order) 방식으로 선보이게 되는 패션시장이 도래했다. 글로벌 시대가 되면서 디자인 자체는 어디서든 명품 브랜드의 디자인을 만나볼 수 있기에 이제는 디자인은 물론이고 여기에 기능성 소재와 하이브리드, 개인의 라이프 스타일을 접목한 브랜드 개발이 앞으로 남성복시장이 나아갈 방향이라 볼 수 있다.

■ 참고문헌

오희선(2011), "아웃도어 웨어 시장분석 연구", 조형미디어학, 14(3)

김희숙, 나미희,(2011), "모섬유의 혼방비율과 직물 특성에 따른 남성 정장용 소재의 질감이미지와 선호도 평가", 한국생활과학회지, 20(2)

조윤진(2011), "남성 소비자의 의복추구혜택이 기능성 소재 의류제품 구매의도에 미치는 영향: 웰빙 건강의식과 연령을 중심으로" 한국의류산업학회지, 13(6)

노용환 · 박효숙,(2014), "스마트웨어 :아웃도어 스포츠웨어용 쾌적 기능성 소재 개발동향", 한국의류학회지, 11

일본 아스카나라 시대의 색채와 염직

이 경 희

금오공과대학교 화학소재융합학부 소재디자인공학전공

1. 서론

일본 색채문화의 전통을 아는 데에는 일본어의 색명이 무엇보다도 좋은 단서가 된다. 그런데 선사시대 이 섬나라에는 문자로 남겨진 색의 기록은 없다. 그래도 태고시대의 주민에게는 이미 석기시대 이래의 문화가 있어, 독자의 토기의 양식으로부터 유래한 이름인 조문(繩文), 야요이(弥生)시대로 불리우고 있다. 그러나 그 시대에는 염료와 안료에 의한 색채가 이미 사용되었음이 유적의 발굴조사 보고 등에서 확인되고 있다. 고분시대가 되면 약간의 금석문이 발견되고 있는데, 거기에도 색채의 기술은 결여되어 있다. 단지, 당시의 사람들도 색에 대한 관심이 있었다는 것은 확실하고, 많은 민족에게 색채문화 발상의 색으로 생각한 불의 색, 피의 색으로 생각하는 적색의 흔적이 눈을 끈다. 한편, 중국에서는 3,600년 전, 이미 한자가 발명되어, 기원전 수세기의 고대로 부터 문자에 의해 다양한 왕조의 흥망의 역사가 기록되었다. 그중에 등장하는 왜인과 왜국의 기술에 의해 2~3세기경의 왜인이 어떤 색을 어떻게 사용하고 있었는지를 알 수 있다. 유명한 사마대국(邪馬臺國)의 여왕 히미코와 왜 왕조와의 교섭을 기록한 『위지왜인전(魏志倭人伝)』에는 3세기경의 왜인의 색채에 관한 기술도 포함되어 있다. 이러한 고고학적 자료와 동시대의 중국의 사서 등을 통하여, 고대 일본인 사이에 싹튼 색채문화의 원형을 추측할 수가 있다. 본 연구에서는 한반도의 영향을 가장 크게 받았던 일본의 상대(上代)인 아스카나라(飛鳥奈良) 시대의 색채와 염직문화를 문헌조사와 현지방문을 통한 실증조사를 통하여 고찰하였다.

2. 아스카나라 시대의 색채

1) 아스카나라 시대의 염색명의 특징

염색의 명칭은 식물이 종자로부터 성장하는 것처럼, 처음 기본이 되는 명칭이 나타나고, 이어서 염료, 염색, 물상의 외관, 염색상의 수법에 기인하는 것 등, 다양한 명칭이 나타난다. 아스카나라 시대에 행하여진 염색의 명칭과 유래를 분류하면 다음과 같다.

- 1) 중국고래의 염색명을 그대로 받아들인 것(예, 紺)
- 2) 색은 중국에서 배우고, 명칭을 일본명으로 바꾼 것(예, 縹)
- 3) 중국의 명칭을 일본명으로 바꾸고, 색의 내용도 바꾼 것(縹)
- 4) 일본에서의 염색의 수법을 그대로 명칭으로 한 것(예, 紅八染)
- 5) 염색에 이용된 염료명을 그대로 색의 명칭으로 한 것(예, 蘇芳)
- 6) 물상의 외관의 색을 따라 그 물상의 이름을 명칭으로 한 것(예, 挑染)
- 7) 상기의 명칭에 심, 중, 천의 형용사를 붙인 것(예, 深縹)

아스카나라 시대에 걸쳐 나타난 염색명을 색상별로 보면, 적색계 15종, 등색계 12종, 황색계 9

중, 녹색계 4종, 청색계 7종, 자색계 8종, 흑색계 4종, 갈색계 9종 등 68종에 이른다. 이 외에 백과 잡색 7종이 있는데, 이 중에는 같은 색을 다른 명칭으로 부르는 것, 예를 들면 적색계의 심홍과 홍팔염의 색, 등색계의 주화와 황단, 자색계의 심자와 흑자 등, 소위 동색이명의 것이 있으므로, 실제의 색수는 이보다 적었을 것이다.

2) 복원염포(復原染布)로 본 아스카나라 시대의 색조의 특징

아스카 나라 시대의 색채감각의 표현은 『만엽집(万葉集)』에서 노래되거나, 정창원(正倉院) 보물 중에 보여지는데 이것을 일반적으로 「만엽의 색」으로 부르고 있다. 아스카 나라시대의 색을 고찰하는 자료로서 이용한 『만엽색명대감(万葉色名大鑑)』은 『만엽집』에 나와있는 색명과 그 시대에 사용된 색을 복원한 것이다.

아스카나라시대의 관용색명의 특징은 적, 황, 청, 백, 흑의 기본색명과 아카네, 구레나이, 소방, 남(쪽) 등의 염료의 이름이 그대로 색명으로서 통용된 것이다. 그리고 또 하나의 특징은 색의 농담을 표현할 때, 기본 색보다 연할 때에는 천(淺-) , 기본 색보다 진한 색일 때에는 심(深-)과 같은 접두어를 붙여 표현한 점이다. 복원염포의 축색치를 중심으로 실제 색조의 변화를 조사해보면 다음과 같은 경향이 나타난다.

- 1) 농담색의 색상은 동일색상이나 인접색상이 많다.
- 2) 淺- 붙은 경우에는 명도는 기본 색 보다도 높으나, 채도는 기본 색보다 낮은 경우가 많다.
- 3) 深- 붙은 경우에는 명도와 채도가 모두 기본 색보다 낮은 경우가 많다.

3. 아스카나라 시대의 염직

아스카 나라시대의 염직은 정창원에 보관된 염직유물을 통해 그 특징을 알 수 있다. 정창원에는 성무천황(聖武天皇)의 봉어 후, 광명황후가 천황의 유품을 동대사(東大寺)에 헌납한 일품들이 전해진다. 정창원에 전해지는 염직품은 8세기 중기 역사를 알려주는 일품들이다. 능(綾)과 금(錦), 라(羅) 등의 고급 문직물을 비롯하여 염색으로는 협힐(夾纈, 교우케치), 갈힐(로우케치), 교힐(코우케치)의 3힐, 그리고 자수와 철직(綴織), 화전(花氈) 등, 각종 기법에 의한 염직품이 보여진다. 당시 정창원의 염직품은 당풍이 나타났고, 화려한 당의 금과 서아시아의 이국적인 문양이 전해진 것을 볼 수 있어, 일본이 실크로드의 종착역이었던 것을 알 수 있다. 정창원 염직품 중에는 일본에서 제작된 것도 적지 않다. 당의 염직품을 동경하여, 그 기술을 배우고, 문양을 모방하는 중에 일본의 염직기술은 크게 발전하였다. 당시 일본의 고급 문직물의 생산은 국가에 의한 율령체제 아래 행해졌다. 능, 금, 라 등의 직물생산과 그에 관련된 염색은 대보(大宝) 원년(701)에 신설된 직부사(織部司)의 관할 하에 있었다.

당의 금이 경금으로부터 위금으로 변해감에 따라, 나라 시대에도 같은 변화가 나타났다. 8세기 중기에는 위금이 주가 되고, 이후 경금은 자취를 감추게 된다. 능도 7세기로부터 8세기에 걸쳐 추이했다. 능은 기본적인 평지계(平地系)의 능으로부터 능지계(綾地系)의 능으로 이행하였다. 즉, 능은 평지능으로부터 능지능으로 이행해간 것을 알 수 있다. 라는 나라 시대 이후의 것은 유례가 적고, 정창원의 라는 질량 모두 발군이었다. 정창원의 라는 130여 문양으로 분류할 수 있다고 한다. 한편, 일본에서의 자수는 고대로부터 행해졌으나, 그 실태는 분명치 않다. 아스카 시대가 되자, 중국과 한반도의 선진문화를 받아들이는 중에 자수도 뺄 수 없는 존재가 된다. 대화(大化) 3년 관위12계의 제도를 정비할 때, 1위의 관을 직관으로 하고, 2위를 수관으로 정하여, 수는 직의 다음으로 격이 높

았다. 성덕태자(聖德太子)의 죽음을 애도하여 추고천황(推古天皇) 30년(622)에 제작된 중궁사(中宮寺) 소장의 천수국수장(千壽國繡帳)은 가장 오래된 자수의 유물이다.

4. 결론

본 연구는 일본의 상대인 아스카나라 시대의 색채와 염직의 특성을 고찰하였다. 색명에서는 일본식 색명이 등장하여, 색의 기본적인 분류개념을 나타낸 백, 흑, 적, 청과 같은 기본색명이 등장하고, 이에서 파생한 30여종의 색명이 등장하였다. 색조에서는 자, 홍, 녹, 황, 표, 비 등의 기본색조가 정해지고, 이러한 기본색의 농담을 나타낸 농담색이 등장하였다. 즉 기본색조 보다 연한 색에는 천(淺)의 접두어를 붙여 담색을 나타내었고, 기본 색조보다 진한 색에는 심(深)의 접두어를 붙인 색이 출현하여, 색조의 범위가 넓어졌다. 색채문화의 특징으로는 신분에 따른 사용색의 범위가 정해져 위색과 금색, 당색 등이 나타나 색채에 의한 신분사회가 제정되었다. 즉, 이 시대는 야마토(大和)조정이 성립되고, 한자와 불교의 전래와 함께 대륙의 선진문명을 모방하여 율령제도(律令制度)가 정비되었다. 추고천황(推古天皇) 11년(603)에 성덕태자에 의해 관위(冠位) 12계의 관직과 위계의 색이 제정되었다. 관위12계의 색은 5행의 5색에 자가 배치된 6색이다. 이 시기로부터 자(紫)는 최상위의 색이 된다. 7세기를 거쳐 위계는 점점 확장되고, 천무(天武)천황 14년(686)에는 48계가 되고, 조정의 색이 규정되었다. 그리고 8세기의 양로(養老) 2년(718)에 고대의 의복령(衣服令)이 거의 정해졌다. 이 사이에 색의 종류는 늘고 그 서열에도 변동은 있었으나, 자가 최고위인 것만은 변하지 않았다. 이처럼 색채의 기초가 제정된 아스카나라시대의 색채문화는 이후의 시대인 평안(平安, 헤이안) 시대에 이르러, 복식에서의 중색목(重色目, 카사네노이로메)을 비롯한 일본 고유의 색채문화를 정립하게 된다. 한편, 일본 상대의 정창원 직물에는 직물의 4원조직 중, 유자조직을 제외한 평조직, 능조직, 러조직이 이미 나타났다. 문양염에서는 천평(天平)의 삼힐(三纈)이라고 하는 협힐(夾纈), 갈힐(臈纈), 교힐(纈纈)이 행해졌고, 자수의 일품도 전해진다.

■ 참고문헌

- 上村六郎(1980), 萬葉色名大鑑, 染織と生活社
- 江幡潤(1982), 色名の由來, 東京書籍
- 前田千寸(1983), 日本色彩文化史(復刻版), 岩波書店
- 上村六郎(1985), 昭和版延喜染鑑, 岩波書店
- 長崎盛輝(1990), 色・彩飾の日本史, 淡交社

Printing of Textile Fabrics with Azo Lake Pigment

- The Influence of Particle Size and Dispersion -

Hee Sung Seo* · Hyun Kyung Lee · Eui Sang Yoo

Department of Clothing & Textiles, Ewha Womans University*

Human and Culture Convergence R&D Group, Korea Institute of Industrial Technology,

1. 연구목적

The pigment printing of textile fabrics with pigment pastes containing Azo lake pigment, C.I. Pigment Red 57:1, was studied. This study was pursued to resolve the influence of the particle properties, such as particle size, morphology, and crystal quality, on the color characteristics of pigment particles and on the printing abilities of fabrics using pigment printing method. The printing quality and color performance of the pastes containing salt-milled pigment particles were investigated in comparison to those of the pastes containing the standard pigment particles without salt milling. This study was aimed at investigating the influence of pigment particles on paste properties and color and fastness characteristics of the printed fabrics.

2. 연구방법 및 내용

The pigment dispersions with different particle sizes were prepared by salt milling and follow prepared the pigment printing pastes. Various pigment pastes that comprise particles of different sizes and morphology were manufactured. The pastes with added binder, thickener, and cross-linker combination were used for pigment printing on fabrics such as cotton, silk, and polyester.

3. 결과 및 고찰

The color properties of the pigment and the printed fabrics varied widely depending on the aggregate size as well as the crystal size of the pigment particles. 10% increase in HCl concentration during the pigment synthesis and salt milling process during the pigment dispersion reduced the aggregate size and increased the crystallite/crystal size. This increased the length of conjugation resulting in deeper and bluer-red shades.

Corresponding author : Hee Sung, Seo, Tel.+82-31-934-3382 Fax.+82-31-934-0332

E-mail: petal8078@gmail.com

Printing performance of the pigment paste with the smallest particle size, 520nm, was the best. K/S values of printed fabrics showed that the pigment paste with small particle size could impart higher color depth. The washing and acidic/alkaline perspiration fastness of fabrics printed using the pigment paste with particle size 520nm was superior to the other pastes.

4. 결론

Because of the reduction in particle size and improvements in particle dispersion and crystal quality, salt-milled pigment particles resulted in more excellent fastness and strength of the colors. The deaggregation of particles in salt-milling system caused the printed fabrics to be soft, as well as brighter and bluer. Especially with an increase in HCl concentration, the pigment particles after salt milling enhanced the blueness and whiteness in addition to the fastness of the red printed cotton, silk and polyester.

■ 참고문헌

- N.C.Woo, Y.H.Kim, and S.W.Ko(2001), "Blend fibers of polyacrylonitrile and water-soluble chitosan derivative prepared from sodium thiocyanate solution." *Journal of applied polymer science* 82(7), pp.1620-1629.
- L.M. Liz-Marzán(2004), "Nanometals: Formation and color", *Materials Today*,7(2), pp.26-31.
- SHUJING, Shi Dachang Jia Chunhua Peng(1996), "IMPROVEMENT ON PROPERTIES OF C I. PIGMENT RED 57 WITH THE 3 HYDROXY 2 NAPHTHOYL DISPROPORTIONATIVE ROSIN AMINE", *JOURNAL OF NANJING FORESTRY UNIVERSITY* .
- McNeil, Steven J., Yi Hu, and Larissa I. Zaitseva(2016), "A Study of the Ability of Modified Dyeing, and Post-Dyeing Processes to Increase the Crystallinity of Dyestuffs and the Lightfastness of Wool Textiles." *Key Engineering Materials*, 671, pp.103-118.

현대패션에 나타난 자카드 직물의 패턴 디자인 유형 분석

-아르누보 패턴을 중심으로-

이서정* · 송아름 · 간호섭

홍익대학교 일반대학원 의상디자인학과*, 국제대학교 패션디자인계열

홍익대학교 섬유 · 패션디자인학과

1. 서론

오늘날의 소비자들은 자신의 생활 방식과 가치관에 따라 다양하고 고급화된 상품들을 요구하고 있다. 이는 패션에 있어서도 마찬가지로, 패션 브랜드들은 고객의 수요를 충족하기 위해 다양한 소재를 사용해왔다. 소재적인 측면을 다양화함으로써 얻은 부가가치는 의류를 돋보이게 하는 패턴에 의해 더욱 높아지게 된다. 이런 관점에서 자카드 직물은 개성화된 패턴을 입힐 수 있다는 장점으로 인해 돋보이게 되었다. 자카드 직물은 제직실을 중첩시키는 복잡한 제직 과정을 거치면서 색채의 깊이 감을 표현할 수 있고, 특유의 고급스러움은 다양한 패턴을 통해서 잘 나타난다.

그 중 예술사조에서 영감을 받은 패턴은 모티브와 색채의 상호작용을 통해 섬세한 아름다움을 잘 나타낼 수 있다. 따라서 최근 예술사조를 토대로 디자인한 패턴이 현대적 감성을 통해 어떻게 표현되고 있는지 조사해볼 필요가 있다. 그러나 자카드 직물의 패턴에 대해 선행된 연구는 제직 방법에 집중했거나, 아니면 자카드 직물로 만들어진 작품 자체에 대한 것뿐이다. 따라서 본 연구에서는 매년 달라지는 패션 시장의 특성을 고려하여, 예술사조 중 아르누보 패턴이 그려진 자카드 직물을 분석했다.

2. 연구의 방법 및 내용

아르누보 패턴이 그려진 자카드 직물이 최근 유행에 따라 어떻게 변화해가고 있는지 이해하기 위해서 섬유 산업 선진국인 이탈리아의 밀라노 컬렉션을 참고했다. 최근 5년간(2011-2015)으로 분석 범위를 한정하였고, 분석 자료로 사용한 컬렉션 이미지는 보그 (<http://www.vogue.co.uk/fashion>)의 것을 이용하였다. 1차로 수집된 전체 컬렉션 이미지 21,810장 중 구체적으로 분석 대상에 포함된 이미지는 840장이다. 직물의 종류, 패턴의 구분이 모호한 이미지는 분석 대상에서 제외하였으며, 자료의 분석은 박사 이상의 전문가와 함께 진행하였다. 수집된 자료는 패턴 디자인 구성의 주요 요소들인 패턴의 종류, 배열 형태, 그리고 표현 기법을 바탕으로 유형을 나누어 분석했다.

Corresponding author : Seo Jung Lee, Tel.+82-10-4164-2146

E-mail: seojeongly@naver.com

3. 결과 및 분석

5년간 밀라노 컬렉션에서 자카드 원단에 표현된 아르누보 패턴 디자인을 고찰한 결과는 다음과 같다. 패턴의 종류로는 자연물이 가장 많은 것으로 조사되었다. 그 중에서 꽃과 잎사귀가 가장 많이 표현되었고, 모티브와 곡선이 함께 어우러진 패턴도 보여졌다.

패턴의 배열 형태의 경우, 방향성이 나타나지 않는 올 오버 배열, 규칙적인 스트라이프, 단을 이루는 보더 배열이 주로 사용되어 공간을 효과적으로 부각시켰다. 약화되어 표현된 모티브가 컬렉션 안에서 다양한 형태와 크기로써 표현되어 여러 종류의 의복에서 나타나고 있음을 확인했다.

표현 기법은 사실적이고 기하학적인인 표현 보다는 모티브가 된 자연물을 부드럽게 단순화한 양식적표현이 주를 이루었다. 그 밖에도 화려한 선과 윤곽을 강조한 기하학적 표현과 양식적으로 그려진 플라워 모티브들이 불규칙적으로 혼재된 패턴 또한 나타나는 것을 알 수 있었다.

4. 결론

본 연구에서는 자카드 직물에 그려진 아르누보 패턴의 최근 동향을 고찰함으로써 5년간 (2011~2015) 밀라노 컬렉션에서 나타난 흐름을 제시했다. 밀라노 컬렉션에서 나타난 아르누보 패턴을 중심으로 패턴의 종류, 배열 형태, 그리고 표현 방식을 중점으로 분석했다. 그 결과 모티브로는 주로 자연물이, 배열 형태로는 불규칙적인 올 오버 배열이, 표현 기법으로는 양식적 표현이 주로 사용되었음이 조사되었다.

빠르게 변화하는 패션시장에서 소재와 패턴은 디자인의 부가가치를 결정하는 중요한 변인요소이다. 그러므로 자카드 직물의 유행에 따라 변화하는 예술사조에 기반한 패턴의 흐름을 제시하는 연구는 앞으로의 유행을 예측할 수 있는 중요한 자료로서 활용될 것이다. 따라서 향후 다른 장소와 시간의 컬렉션에서 나타난 예술사조를 기반한 자카드 직물의 패턴의 비교 분석을 통한 후속 연구가 지속적으로 이루어져야 할 것이다.

■ 참고문헌

- 서지민 (2009). “자카드 직물 디자인 트렌드 분석 연구 : 어패럴 직물을 중심으로”, 한양대학교 대학원, 박사학위논문
- 진영길*·송경자 (2006). “자카드 직물의 용도와 문양 연구”, 한국뷰티학회지, 4(2), P.50~64
- Robert Schmutzler· Edward Roditi (1962), Art Nouveau, trans, New York, Abrams, P.33
- 김성련 (2004). 피복재료학, 서울:교문사, P.309~333
- 이재정, 박선미 (2011), “패션, 문화를 말하다”, 예경, P.38

DTP(Digital textile Printing)분야에서의 연구주제에 대한 리뷰

-최근 10년간 게재된 국내 학위논문 및 학술지 논문 중심으로-

김지민 · 김종준

이화여자대학교 의류산업학과

1. 연구목적

지금까지의 섬유 산업은 소품종 대량생산이 주를 이루었다. 하지만 점차 소비자들이 개인의 개성을 중요하게 생각하고 제품의 다양화를 요구하였기 때문에 다품종 소량생산이라는 새로운 방식이 탄생하게 되었다. 이처럼 의류제품에서도 다품종 소량생산이 적용된다면 소비자가 선택할 수 있는 범위가 넓어지게 되므로 소비자의 구매 욕구를 늘리는 효과를 기대할 수 있다. 그러나 다품종 소량생산은 고비용이라는 단점이 있다. 그리고 원단 날염공정에서 기존의 방법은 비교적 단순한 문양의 대량 날염이 가능하며 효율성이 높으나, 사용하는 색도 수가 제한적이며, 공정의 최적화, 준비 및 처리의 복잡성 등으로 인해서 소품종 대량생산을 중심으로 전개되어 왔다. 매 시즌 다양하게 변화하는 패션 트렌드에 따라 소비자의 요구를 만족시키기 위해서 탄생하게 된 것이 DTP(Digital Textile Printing) 공정이라고 할 수 있다. DTP(Digital Textile Printing)는 사람의 손이 많이 가는 디자인 과정의 복잡성을 단순화시키고, 원단에 신속히 프린트됨으로써 기존의 공정을 단축시킬 수 있다는 장점이 있다. 하지만 생산비용이 아직 높은 점과 디지털 프린트 최종제품의 염색의 선명성, 내구성 등 해결해야할 문제점이 남아 있다.

본 연구는 학계에서 DTP(Digital Textile Printing)에 대한 최근 10년간 발행된 학회지와 학위논문에 대해 조사하고 고찰하여 향후 디지털 프린팅 관련 산업에서 해결해야 할 과제를 살펴보고자 하였다. 또한 최근 학계에서의 DTP(Digital Textile Printing) 논문 주제의 현황과 연구 주제에 대하여 고찰해보고, 이를 바탕으로 앞으로 DTP(Digital Textile Printing)에 관한 연구의 폭을 넓혀갈 수 있는 참고자료로 사용되도록 하는데 의의가 있다.

2. 연구방법 및 내용

DTP(Digital Textile Printing)의 개발동향과 적용사례에 대하여 국내 학위논문과 학술지를 중심으로 정리 및 고찰해본다. 논문 선정은 2015년 10월 말~12월 초에 이루어졌으며, 2005년 이후에 국내에서 발표된 논문으로 한정하였다. 논문 검색은 학술연구정보서비스(riss.kr)에서 'DTP'라는 키워드로 검색하였다. 이에 따라, 학위논문은 총 178건, 189건이 검색되었다. 논문 선정은 2차에 나누어 진행하였다. 1차는 DTP를 패션제품에 적용한 내용과 DTP 공정, 소재, 텍스타일 디자인 중심으로 분류하였다. 2차는 DTP를 의류제품에 적용한 연구와 텍스타일 디자인 개발 연구는 제외하였다.

Corresponding author : Jongjun Kim, Tel.+82-2-3277-3102 Fax.+82-2-3277-3079

E-mail: jjkim@ewha.ac.kr

그 결과, 학위논문은 총 178건 중 12건이 선정되었고, 학회지 논문은 총 183건 중에서 24건이 선정되었다. 그리고 학회지 논문 중 학위논문의 일부는 중복으로 인정하였다. 그리고 학교학술논집은 제외하였다.

3. 결과 및 고찰

발행연도에 따른 학위논문은 총 12개가 선정이 되었는데, 이 중에서 2개는 박사논문이고 10개 논문은 석사논문인 것으로 보아, 석사에서 더 많이 연구되고 있는 주제로 보인다. 발행연도에 따른 국내 학회지는 총 24개가 간추려졌으며, 그 중에서 DTP(Digital Textile Printing)와 관련하여 가장 많이 게재된 상위 3개의 학회지는 패션비즈니스학회, 한국염색가공학회, 한국디자인문화학회였다. 그리고 제일 활발하게 게재되었을 때는 2009년~2012년 사이로 총 14개의 논문이 발표되었다. 또한 최근 5년 전부터 논문이 활발하게 연구되고 있는 사실을 알 수 있는데, 앞서 보았던 학위논문에서도 DTP(Digital Textile Printing)관련 주제로 논문이 많이 연구되는 것으로 보아, 이를 바탕으로 앞으로 학회지에서도 DTP관련 연구는 증대할 것으로 기대되어진다.

연구주제에 대한 분류기준은 크게 가공, 색상, 물성, 연속공정, 시스템개발, 교육, 동향, 고증으로 8가지로 분류할 수 있다. 최근 10년간 학위논문과 학회지 논문으로 분석해보았을 때, 가공으로 분류되는 논문은 학위논문이 4개, 학술지 논문은 2개로 나누어진다. 학위논문에서는 '가공'부분이 제일 연구 주제로 많이 연구되었으나, 학회지 부분에 있어서는 2번째 많이 연구된 주제로 그쳤다. 색상과 관련된 논문은 학위논문 2개와, 학회지 논문 9개로 분류할 수 있다. 학위논문은 2012년과 2014년에 발행되었고, 학회지 논문은 2008년~2012년까지 집중적으로 발행되는 양상을 보여, 이때 DTP(Digital Textile Printing)의 색상에 대한 연구가 활발히 이루어진 것으로 보인다. 학위논문과 학회지 논문의 연구주제를 통틀어서 가장 많이 연구된 것으로 보아 색상이 현재 DTP에서 제일 중요하고 연구되어야 할 사항인 것을 반증하는 자료인 것을 알 수 있다. 물성에 관한 연구는 학위논문 3건, 학회지 논문 4건으로 분석되었다. 색상(11건)다음으로 가공(7건)과 비슷하게 중요하게 연구되어 있는 주제임을 알 수 있다. 그리고 물성에 대한 연구는 미미하게라도 거의 모든 연구에서 이루어지고 있음을 알 수 있다. 연속 공정 시스템에 관한 연구는 학위와 학회지 논문 모두 각각 1건씩 선정되었다. 이는 2011년에 진행되었는데, 다품종 대량생산에 착안하여 연속공정 시스템에 대한 중요성이 이 시기를 중심으로 부각이 되면서 관심을 가지게 된 주제라고 생각된다. 시스템 개발은 주로 2006년~2007년 사이에 이루어졌다. 그 외, 교육에 관한 논문은 학위논문으로 1건, 그리고 동향은 학회지에서 3건이 검색되었는데, 2005년~2007년에 디지털 섬유패션 동향 등에 대해서 연구가 이루어졌다. 그리고 고증은 2009년 발해 유물 문양 디자인에 관한 연구가 진행된 사례가 있다.

4. 결론

본 연구는 DTP(Digital Textile Printing)에 대한 최근 10년간 발행된 학회지와 학위논문을 통해서 최근 학계에서의 DTP(Digital Textile Printing) 논문 주제의 현황과 연구 주제에 대하여 고찰해 보고, 이를 바탕으로 앞으로 DTP(Digital Textile Printing)에 관한 연구에 대한 폭을 넓혀갈 수 있는 참고자료로 사용되도록 하는 것에 의의가 있다. 논문 선정 결과, 학위논문 12건, 학회지 논문은 23건이 채택되었다. 그리고 연구주제에 따라 가공, 색상, 물성, 연속공정, 시스템개발, 교육, 동향,

고증으로 분류되었다. 학위논문과 학회지 논문 통틀어서 가장 많이 연구된 부분은 '색상' 이었으며, 그 외에 '가공', '물성' 분야가 활발하게 연구된 것을 알 수 있었다. 그리고 학회지 논문은 2007년~2012년 사이에 집중되었지만, 최근에 학위논문이 2014년부터 다시 많이 연구되고 있는 것으로 보아, 앞으로 DTP에 관련한 연구는 증대할 것으로 예상된다.

본 연구를 바탕으로 앞으로 DTP에 관한 연구주제와 진행을 좀 더 심도 있게 진행한다면, 학계뿐만 아니라 산업계에서도 도움이 되는 기반지식으로써의 역할을 할 수 있을 것으로 기대된다.

■ 참고문헌

- 전동원(2015), “다목적 함수를 이용한 디지털 전사날염 공정 출력물의 재현성 향상을 위한 연구”, 건국대학교 대학원 석사학위논문
- 정진주(2014), “다구치 방법을 이용한 다특성 Digital Textile Printing 공정의 최적화”, 건국대학교 대학원 석사학위논문
- 황종필(2014), “디지털 전사 날염 프린팅의 색차보정 방법에 관한 연구”, 건국대학교 대학원 석사학위논문
- 최경미(2014), “환경친화형 불소계 발수제를 적용한 기능성 가공 DTP 견직물의 연구 및 활용”, 이화여자대학교 대학원 박사학위논문
- 박순영(2012), “DTP를 활용한 digital color reproduction 공정기술에 관한 연구”, 이화여자대학교 대학원 박사학위논문
- 김세미(2011), “Digital Textile Printing (DTP)을 이용한 맞춤형 주문형 의류의 대량 생산 프로세스 개발”, 건국대학교 대학원 석사학위논문
- 이산하(2010), “견직물의 고발색성 디지털 프린팅을 위한 전처리 효과”, 동의대학교 대학원 석사학위논문
- 김경준(2008), “웨이블릿 알고리즘을 이용한 텍스타일 프린팅 패턴 결점”, 숭실대학교 대학원 석사학위논문
- 최종덕(2008), “연속식 대기압 플라즈마를 이용한 DTP용 전처리에 관한 연구”, 영남대학교 대학원 석사학위논문
- 홍민기(2007), “고발색성 디지털 프린팅 소재의 미디어 전처리 기술에 관한 연구”, 영남대학교 대학원 석사학위논문
- 이상순(2007), “오존 처리가 DTP(Digital Textile Printing) 폐수의 분리막 여과에 미치는 영향에 관한 연구”, 호서대학교 대학원 석사학위논문
- 이현주(2006), “실업자직업훈련에서 활용성을 제고한 DTP교육 방안 연구”, 경희대학교 교육대학원 석사학위논문
- 박혜신(2014), “친환경 소재 개발을 위한 Nano-DTP(Digital Textile Printing)에 관한 연구”, 디지털 디자인연구, 14(1), pp.651-661.
- 최경미 외(2014), “나노잉크 및 반응성잉크를 사용한 DTP 견직물의 친환경 불소계 발수제에 의한 가공효과 연구”, 패션비즈니스, 18(5), pp.159-170.
- 박혜원(2012), “친환경 패션산업 동향과 쓰레기 발생 감량화(Zero Waste)를 위한 실험적 디자인 사례 연구 연구”, 패션비즈니스, 16(4), pp.29-45.

- 김소진 외(2012), “나노 잉크젯 DTP(Digital Textile Printing)의 컬러 재현성 및 내구성에 관한 연구 -2012-2013 F/W COLOR TREND를 중심으로-”, 패션비즈니스, 16(2), pp.138-150.
- 김수연(2012), “Textile CAD를 활용한 자카드 직물개발 연구”, 기초조형학연구, 13(3), pp.61-69.
- 박순영(2012), “DTP를 활용한 Digital Color Reproduction 공정기술”, 염색가공, 7(12), pp.24-35.
- 박순영 외(2011), “DTP(Digital Textile Printing)에서 미디어의 원사꼬임 및 편성구조가 프린팅 Quality에 미치는 영향2”, 한국염색가공, 23(1), pp.35-42.
- 이산하 외(2011), “견직물의 디지털 프린팅에 있어 전처리제가 염색성에 미치는 영향”, 한국염색가공, 23(4), pp.263-273.
- 박순영 외(2011), “DTP(Digital Textile Printing)용 후처리 및 연속공정 시스템에 관한 연구”, 패션비즈니스, 15(5), pp.43-54.
- 최경미 외(2011), “텍스타일 디자인 캐드 시스템의 색정리 기능에 대한 정량적 분석 연구”, 패션비즈니스, 15(4), pp.43-54.
- 이연순 외(2010), “섬유 종류에 따른 디지털 텍스타일 프린팅의 발색성 비교 분석”, 한국의상디자인, 12(2), pp.67-73.
- 박순영 외(2010), “DTP(Digital Textile Printing)에서 미디어의 원사꼬임 및 편성구조가 프린팅 Quality에 미치는 영향 1”, 한국염색가공, 22(3), pp. 282-291.
- 한은주 외(2010), “디지털 텍스타일 프린팅 직물의 색채 구현성 분석 -처리과정을 거친 면직물과 견직물을 중심으로-”, 한국디자인문화, 16(2), pp.485-497.
- 박순영 외(2009), “디지털 텍스타일 프린팅에서 Color Management System이 프린터-모니터간 Color 재현성에 미치는 영향”, 한국섬유공학, 46(2), pp.485-497.
- 김신희(2009), “Developing textile design having watercolor effect and woven texture using Photoshop for Transfer Digital Textile Printing(DTP)”, 패션비즈니스, 13(6), pp.89-98.
- 김신희(2009), “포토샵을 이용하여 공예적 기법인 마블링 패턴을 DTP 출력용 텍스타일 디자인으로 개발”, 패션비즈니스, 13(2), pp.115-122.
- 전현실(2009), “渤海유물을 기초로 한 韓國傳統紋樣DB 구축과 디자인 개발”, 고구려발해연구, 34, pp.275-310.
- 조주연 외(2009), “DCCS(Digital Color Communication Solution) 컬러 트렌드북의 개발 -2009F/W, 2010S/S를 중심으로”, 한국디자인문화, 15(1), pp.344-355.
- 조주연 외(2008), “나노 컬러린트에 의한 DTP 색채 분석”, 한국디자인문화, 14(1), pp. 412-421.
- 권수현 외(2008), “구체관절인형의 고구려 복식 재현”, 생활과학연구논집, 28(1), pp.109-127.
- 김경준 외(2008), “디지털 프린팅을 위한 실시간 직물 결점 검출 시스템”, 한국염색가공, 20(1), pp.48-56.
- 이미재(2007), “유럽대륙의 아날로그(Analog)에서 동아시아로의 디지털(Digital) : 바우하우스 지속성에 대한 디지털 섬유산업디자인”, 유럽연구, 25(3), pp.321-348.
- 이채경 외(2007), “Digital Library를 위한 텍스타일 프린트 디자인의 이미지 유사성 평가”, 감성과학, 10(4), pp.631-637.

- 엄경희(2006), “DTP에 의한 섬유패션산업 발전방안에 관한 연구”, 한국디자인문화, 12(4), pp.118-130.
- 이상순 외(2006), “DTP(Digital Textile Printing) 폐수의 나노여과막 농축수 처리에 관한 연구”, 한국산학기술학회 학술대회, 2006(1), pp.580-581.
- 한은경 외(2005), “패션 마켓에서의 디지털 텍스타일 프린팅의 전략적 응용”, 한국디자인문화, 11(20), pp.163-169.
- 한승완(2007), “디자인 캐드 시스템의 개념과 발전과정”, 패션정보와 기술, 4, pp.2-7.
- 최경미 외(2007), “디자인 캐드 시스템의 기능과 특성”, 패션정보와 기술, 4, pp.8-17.
- 류성훈 외(2007), “패션산업에서 디자인 캐드 시스템의 활용사례와 발전적 사용방안”, 패션정보와 기술, 4, pp.18-24.
- 정진교(2007), “향후 디자인 캐드 시스템의 전개 방향”, 패션정보와 기술, 4, pp.25-33.
- 문수진(2007), “디지털 날염 시스템의 주요 핵심기술”, 패션정보와 기술, 4, pp.34-38.
- 김진홍 외(2007), “디지털 날염 시스템 관련 디자인 및 교육”, 패션정보와 기술, 4, pp.39-43.
- 이영희(2007), “미래를 열어 가는 한국적 패션”, 패션정보와 기술, 4, pp.44-54.
- 배영진(2007), “한국적인 Design의 코세르”, 패션정보와 기술, 4, pp.55-59.
- 최복호(2007), “21세기를 맞이하는 패션의 성공전략”, 패션정보와 기술, 4, pp.60-66.
- 유재부(2007), “패션 민주주의와 한국 패션의 미래”, 패션정보와 기술, v.4, pp.67-72.
- 한국섬유소재연구원 : <http://www.koteri.re.kr/>
- 대한무역투자진흥공사 : <http://www.kotra.or.kr/>

세제 피해경험에 따른 위험지각요인과 세제사용행동에 대한 연구

김 태 미

부천대학교 섬유외류비즈니스학과

1. 연구목적

소비자가 제품을 구매함에 있어 구매시 선택하는 결과에 대한 불안 또는 불확실성에 대해 지각하는 위험에 대한 인식을 위험지각이라고 하며, 위험지각은 소비자의 선택과 구매에 많은 영향을 미치게 된다. 선행연구(김찬주, 1992; 홍희숙, 1996; 김찬주, 이은영, 1995; 하종경, 2010; 정미실, 2014; 정재훈, 김일, 황선정, 2015)에 의하면 지각되는 위험은 다차원적인 성격을 가지고 있으며, 여러 유형으로 분류될 수 있으며, 상황이나 인구통계적 특성에 따른 세분화 집단에 따라 그 위험지각 요인에 차이가 나타났다.

본 연구는 세제피해유무가 소비자의 친환경제품에 대한 위험지각요인의 차이에 대해 알아보고 세제피해유무에 따른 세제 사용시 실시하는 친환경행동에 대해 알아보하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

연구를 위한 측정도구로는 설문지를 사용하였으며, 설문지는 선행연구를 참조하여 합성세제로 인한 피해경험에 대한 문항과 세제지식정도, 친환경실천정도, 세제의 사용시 실시하는 친환경행동에 대한 문항과 위험지각에 대한 문항, 인구통계학적 특성에 대한 문항으로 구성되었다. 연구대상은 서울, 인천, 경기지역의 20대 남녀를 대상으로 실시하였으며, 조사기간은 2015년 12월 1일부터 12월 20일까지 직접 배포 한 후 회수한 445부 중 불완전한 12부를 제외한 433부를 SPSS 22.0 을 사용하여 분석하였다.

연구문제는 다음과 같다.

- 1) 세제피해 경험의 유무에 따른 세제지식정도는 차이를 알아본다.
- 2) 세제피해 경험의 유무에 따른 친환경실천정도를 알아본다.
- 3) 세제피해 경험의 유무에 따른 세제사용시 이루어지는 친환경행동 정도를 알아본다.
- 4) 세제피해 경험의 유무에 따른 위험지각 요인의 차이를 알아본다.

3. 결과 및 고찰

연구의 결과는 다음과 같다. 세제피해 경험의 유무에 따른 세제지식정도와 친환경실천정도는 차이에는 차이가 나타나지 않았으나, 세제사용시 이루어지는 친환경행동 정도에는 유의수준 $p < 0.5$ 이하의 수준에서 차이가 나타났다.

Corresponding author : Tae Mi Kim, Tel.+82-32-610-3320 Fax.+82-32-610-3219

E-mail: taemik@naver.com

위험지각에 대한 요인분석을 실시한 결과, 사회심리적 위험, 심미적 위험, 성과적 위험, 경제적 위험, 시간편의성 위험, 미래기회상실 위험의 6개 요인으로 나타났다. 세계피해 경험이 있는 집단은 사회심리적 위험 18.24%, 심미적 위험 14.37%, 성과적 위험 14.16%, 경제적 위험 13.62%, 시간편의성 위험 11.09%, 미래기회상실 위험 8.59%로 전체의 80.06%를 설명하였다. 세계피해 경험이 없는 집단은 사회심리적 위험+구매시간손실 21.63, 심미적 위험 20.26%, 경제적 위험 16.92%, 성과적 위험 11.43%, 시간편의성 위험 8.62%, 미래기회상실 위험 5.81%로 전체의 84.66%를 설명하였다.

이는 소비자의 위험지각의 요인이 사회심리적 위험과 심미적 위험의 요인으로 지각하는 것은 동일하나, 세계피해의 경험이 있는 소비자는 세탁으로 인한 스타일과 색상, 사이즈와 봉제상태가 변하는 것은 아닌지, 세탁 및 관리시 불편함은 없을 지와 같은 세탁 관리와 관련된 성과관리 위험요인을 경제적 위험요인보다 더 설명력이 크게 지각하는 것으로 나타났다.

4. 결론

본 연구결과에 따르면 세계피해 경험의 유무에 따라 세계관련 지식과 친환경 실천 정도에는 차이가 없으나 세계사용시 이루어지는 친환경행동 정도에는 유의미한 차이가 나타났으며, 세계피해 경험이 있는 집단은 세탁과 관련된 성과위험요인을 경제적 위험요인보다 더 설명력이 크게 지각하므로 연구의 결과를 활용함으로써 소비자의 경험과 유형에 따라 제품을 구매시 지각할 수 있는 위험요소 감소 방안에 활용하여 제품 개발 및 기업의 이미지를 높이는 데 도움이 될 것으로 기대된다.

■ 참고문헌

- 김찬주(1992), “의복구매시 소비자가 지각하는 위험에 관한 연구(II)”, *복식*, 16(1), pp.73-83.
- 김찬주,이은영(1995), “의복구매시 지각되는 위험과 위험감소행동에 대한 영향변인 연구”, *복식*, 19(3), pp.434-447.
- 정미실(2014), “의류구매위험지각, 통제, 충동구매 간의 관계 연구”, *한국생활과학회지*, 23(5), pp.873-890
- 정재훈, 김일, 황선정(2015). “패션명품브랜드 구매빈도에 따른 위험지각과 구매행동에 관한 연구 - 전국 대학생을 대상으로 -”, *브랜드디자인학연구*, 13(2), pp.67-78.
- 하종경(2010), “인터넷 쇼핑물에서 패션제품 소비자의 위험지각과 위험감소행동에 관한 연구”, *한국생활과학회지*, 19(4), pp.675-685.
- 홍희숙(1996), “상황과 인구통계적 특성을 사전적 모형으로 연계시킨 혜택세분화 연구”, *복식*, 20(6), pp.1151-1165.

텍스타일 스트럭처 원리와 연계된 3D 프린팅 개발 유형과 제작 특징

김효진* · 김성달

건국대학교 일반대학원 의류학과 텍스타일디자인전공 · 건국대학교 리빙디자인학과

1. 연구목적

4차 산업혁명의 선도적 역할을 할 것으로 기대되는 3D 프린팅 기술은 패션·텍스타일 분야에서도 신소재와 제품개발에 활발히 적용되고 있어 새로운 분야를 개척할 가능성을 보여주고 있다. 텍스타일은 소재(material)와 스트럭처(structure)에 따라 착용감, 유연성, 무게감 등이 달라지나 실제 패브릭의 느낌을 표현할 수 있을 정도의 3D 프린팅 소재와 기술력은 다른 분야에 비해 개발 초기단계에 있다. 3D 프린팅을 통해 기존의 텍스타일 소재를 대체할 만큼의 미학적, 기능적 측면의 효과를 극대화할 수 있는 방법 중 하나로 위빙, 니팅, 크로셰, 등 다양한 텍스타일 기법의 스트럭처를 재현하거나 확장 적용하는 방법을 모색하는 것을 들 수 있다. 현재 패션 디자인과 악세서리 분야에서는 3D 프린팅과 관련된 선행연구가 활발히 진행되고 있으나 텍스타일과 연관된 연구는 미흡한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 패션·텍스타일 분야에서 텍스타일 스트럭처 원리와 연계된 3D 프린팅 기술로 제작된 다양한 개발 유형과 제작 특징을 분석하고 3D 프린팅을 활용한 패션·텍스타일 산업 분야의 발전과 변화의 흐름을 예측하며 향후 새로운 스트럭처를 적용한 소재 개발을 위한 토대를 마련하는데 연구의 목적이 있다. 또한 3D 프린팅이 가진 기술적, 재료적 한계점을 알아보고 개선 방안을 모색하는데 그 의의가 있다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구에서는 패션·텍스타일 관련 서적과 인터넷 자료, 선행연구를 참조하여 3D 프린팅의 개념과 원리, 기술 현황 등을 살펴본다. 이리스 반 헤르펜(Iris van Herpen)의 2010 S/S 컬렉션을 시작으로 하여 최근까지 패션·텍스타일 분야에 3D 프린팅 기술을 접목시킨 다양한 브랜드들의 사진과 정보, 기술 등을 수집하여 3D 프린팅에서 보이는 특징을 제조방식, 소재, 구조, 작업 방식으로 분류하고 이를 통한 패션·텍스타일 산업의 특징을 분석한다.

3. 결과 및 고찰

3D 프린팅 기술이 패션·텍스타일 분야에 적용된 유형과 특성을 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 초기에는 한 아이템 전체가 하나의 유닛(Unit)으로 제작되어 실용적인 측면에서 여러 가지 한계점들이 존재하였으나 이러한 단점을 보완하기 위하여 개발된 ‘메조스트럭처(Mesostructure)’ 기

Corresponding author : Seong Dal Kim, Tel.+82-10-2462-9892

E-mail: dahlkim@naver.com

법은 신축성을 증가시키기 위해 소재의 역학적 구조를 변경하였다. 메조 스트럭처는 기본적으로 벌집형태로 시작하여 기하학적이고 복잡한 형태의 구성으로 발전되어 레이스나 크로셰 등의 스트럭처에서 심미적, 기능적인 범위가 넓어져 확장 적용 가능성을 볼 수 있다.

둘째, 3D 프린팅에서 흔하게 쓰이는 소재인 PLA 또는 ABS 플라스틱 소재는 딱딱하고 깨지기 쉬운 성질로 인해 실제 직물의 주요한 성질인 신축성이 부족하다는 단점이 있다. 폴리우레탄 신소재인 필라플렉스가 개발된 후 견고함과 유연성, 신축성이 보완되어 실제 직물에 가까운 느낌의 패션-텍스타일 제품을 제작할 수 있게 되었다.

셋째, 너버스 시스템(Nervous System)에서 개발한 '키네매틱스(Kinematics)' 디자인은 접기와 압축이 가능한 경첩의 구조적 원리를 토대로 하여 개발된 기법으로 조립이 필요 없다는 것이 큰 특징이다. 한 벌의 의상은 경첩 메카니즘이 적용된 수백개, 수천개의 조각들로 이루어지며 한 개의 조각은 뾰족한 소재이지만 키네매틱스 기법을 통하여 실제 원단처럼 신체 움직임에 유연하고 유동적으로 움직이게 된다. 또한 전통적인 직물과 다르게 공간을 통해 강도, 주름, 유연성, 투과성 및 패턴이 변화되는 특징을 지닌다. 키네매틱스의 경첩 메카니즘이 일반적인 텍스타일 스트럭처의 연결구조를 대체하여 새로운 스트럭처를 통한 다양한 효과를 기대할 수 있다.

넷째, 3D 프린팅 작업은 디자이너 혼자 작업하기 어렵기 때문에 다양한 분야의 전문가들과 공동 작업을 하는 시대를 열고 있다. 반 헤르펜이 한 매체와의 인터뷰에서 '디자이너가 건축이나 3D 모델링 분야에 대해서 조금의 지식을 가지고 있더라도 전문가에 비하면 부족하기 때문에 디자이너가 굳이 그 기술을 처음부터 배우는 것은 시간 낭비라고 한 것은 그가 다른 분야의 전문가들과 공동 작업을 하며 얻는 시너지 효과를 보여준다.

다섯째, 3D 프린팅은 가루형태의 소재를 디지털화된 3차원의 디자인을 연속적으로 한 층씩 적층하며 인쇄하는 기법으로 개인 맞춤형 디자인 및 온라인상에서 파일을 다운받아 집에서 직접 제조가 가능해지는 유통경로 변화 등 패션-텍스타일 분야에 새로운 가능성을 제시하고 있다.

4. 결론

패션-텍스타일 제품에 쓰이는 3D 프린팅은 여러 가지 기법들로 다양하게 제작되고 있으며, 미래 패션 산업의 커다란 변화와 발전을 예고하고 있다. 하지만 아직까지는 3D 프린팅 소재의 비다양성과 기술적 제한으로 인해 일상 의복으로 사용되기에는 한계점이 있다. 향후 3D 프린팅 기술과 텍스타일 스트럭처를 응용한 다양한 연결 구조들과 소재의 개발을 통해 머지않아 직물의 촉감 및 착용감, 내구성 등 기능적인 부분까지 실제의 패브릭과 유사하게 제작될 수 있을 것으로 예상된다.

■ 참고문헌

- 김혜은 (2015), "3D 프린팅 기술의 발달로 인한 패션 산업 변화 연구", *한국패션디자인학회지*, 15(4), pp.17-33
- 김호숙, 강인애 (2015), "패션분야의 3D 프린팅 활용 현황에 관한 연구", *한국의상디자인학회지*, 17(2), pp.125-143
- 이종석 외 (2015), "3D 프린팅을 활용한 패션제품 개발 연구", *브랜드디자인학연구*, Vol.13 No.1, p.147-162
- Fairs, Marcus(2014), "dezeen book of interviews", *Dezeen Limited*
<http://www.irisvanherpen.com/haute-couture>, "Iris Van Herpen Haute Couture"

디지털 전사날염으로 프린트 된 컬러 QR코드의 인식률 연구

-직물의 데니어(denier)와 색상의 변화를 중심으로-

박서린 · 김종준

이화여자대학교 의류산업학과

1. 연구목적

QR코드의 QR은 'Quick Response'라는 의미로 1994년 일본의 덴소 웨이브(Denso Wave)사에서 개발한 2차원 바코드의 명칭이다. 바코드 데이터를 가로, 세로 양 방향으로 배열하여 정보의 저장량이 크고, QR코드를 생성하거나 읽을 수 있는 스마트폰 애플리케이션(application)이 다양하게 개발되어 전문가가 아니더라도 QR코드의 사용이 쉽다는 장점을 가지고 있다. 이러한 환경을 기반으로 QR코드는 마케팅, 광고 등에 자주 사용되고 생활 속 다양한 분야에서 활용되고 있다. 표준 QR코드는 흑백의 격자 이미지를 활용하는데 최근에는 시각적인 요소들이 접목된 디자인 QR코드(Design Quick Response Code)의 활용도 다양해지고 있다. 디자인 QR코드는 주로 브랜드의 아이덴티티(identity)를 표현하기 위해 로고 이미지, 사진, 색상 등을 적용한 경우가 많은데 시각적인 요소를 중요시하는 분야에서의 활용성이 높다. 디자인 QR코드는 QR코드의 높은 오류 복원 기능에도 표준 QR코드와 비교하면 인식률이 떨어질 수 있고, 모든 색상을 적용하기 어렵다는 한계성을 가지고 있다. 따라서 본 연구는 QR코드가 가진 정보의 저장성, IT 환경에서의 다양한 실용성 등의 장점을 바탕으로 디자인 QR코드의 활용성을 높일 수 있는 연구에 중점을 두었다. 특히 섬유·패션 산업에 사용할 수 있는 디자인 QR코드를 연구 대상으로 하고 있기 때문에 종이와 직물에 적용되는 QR코드의 차이와 표면 질감(texture)에 영향을 줄 수 있는 직물의 데니어(denier)와 색상의 변화요인을 중심으로 연구를 진행하였다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구는 직물의 데니어(denier)와 색상의 변화요인에 따라 QR코드가 애플리케이션에 인식되는 인식률의 변화를 중심으로 실험하였다. 먼저 같은 데이터 파일을 종이와 직물로 나누어 프린트하였고, 종이와 직물에 프린트된 컬러 QR코드가 데니어와 색상의 변화에 따라 인식률이 변화되는지에 대해 비교하였다.

실험을 위하여 색상은 X-rite사의 Macbeth Color Checker Chart의 표준 컬러 중 Red, Green, Blue, Cyan, Magenta, Yellow, White, Neutral 8, Neutral 5, Black 등의 10가지 색상을 선정하였다. 선정된 컬러의 색상 데이터로 QR코드 제작 사이트(<http://mqr.kr>)에서 오류복원 레벨, 모서리 스타일, 모듈의 분리연결 여부, 최대 인식 사각형 사이즈에 변화를 주어 QR코드를 생성하였다.

Corresponding author : Jongjun Kim, Tel.+82-2-3277-3102 Fax.+82-2-3277-3079

E-mail: jjkim@ewha.ac.kr

사이트에서 생성된 QR코드는 인식률에 영향을 줄 수 있는 픽셀의 변화가 되지 않도록 254 해상도로 사이즈의 변경 없이 Adobe Photoshop CS6 버전으로 제작되었다.

시료는 종이와 직물로 제작되었으며, 종이는 Epson Stylus Pro 9900 프린터로 Epson 전용지 170g에 프린트하였고, 직물은 Epson Sure Color F7000으로 프린트 후 75D, 50D F/D, 50D, 30D의 데니어가 다른 4종의 폴리에스터 원사직물인 듀스포(Dewspo)에 180°C온도로 50초간 전사 날염을 하였다.

색상의 측정은 NCS Color Scan 2.0과 X-Lite SP62 Portable Spectrophotometer를 이용하여 측정하였으며, 색상의 비교는 NCS Navigator 3를 활용하였다.

QR코드의 측정은 Arara의 DensoWave QR Scan, VillaCat의 QR Barcode Scanner, Mobile Essentials2의 QR & Barcode Reader, DroidLa의 QR Droid Code Scanner, TWMobil의 QR Code Scanner 등 5종의 애플리케이션을 무작위로 선정하였다. 이때 사용된 휴대전화기의 기종은 갤럭시 노트 5가 사용되었으며, 본 연구에서는 모바일 Android용 애플리케이션으로 제한하여 측정하였다.

3. 결과 및 고찰

바코드의 최소단위는 1비트 값을 가지는 모듈(module)이며, 모듈이 모여서 흑이나 백으로 0이나 1로 계산되는 기본 요소가 된다. QR코드 기술표준에 따르면 QR코드 상징을 읽을 때 0과 1비트의 배열로 어두운 모듈과 밝은 모듈을 인식하며, 어두운 모듈은 이진수 1, 밝은 영역은 이진수 0으로 계산이 된다. 바코드의 인식 알고리즘에 따르면 카메라로부터 색상으로 인식되어진 이미지는 회색조 이미지로 변환된다. 컬러 이미지는 RGB값으로 1,600만색의 값을 가지므로 바코드 영역을 그레이 이미지로 변환되어 계산되는데 X-rite사의 표준 컬러의 색은 Photoshop을 이용하여 Grayscale모드로 변경하여 명암을 비교하면 White>Neutral 8>Yellow>Green>Magenta>Cyan>Neutral 5>Red>Blue> Black의 차례가 White>Neutral 8>Yellow>Green>Magenta=Cyan=Red=Neutral 5>Blue=Black의 L*값을 가진다. 각기 다른 애플리케이션으로 5회의 인식률을 측정하여 비교해 보았을 때 평균적으로 배경색이 White>Neutral 8>Yellow>Neutral 5>Green>Cyan>Magenta>Blue=Black>Red의 순으로 높게 인식되었다. 데니어별 색상은 D50,2°의 조건에서 종이>75D>50D>50D(F/D)>30D의 순으로 원본의 색채와 색채차가 적게 나타났으며 데니어별 인식률에서는 비슷한 결과를 보였다. QR코드의 요소에서 오류복원레벨과 모서리 형태의 변화에 따른 인식률은 변화가 크지 않았지만, 연결형태의 변화는 인식률에 영향을 미치고 동일한 거리에서 측정하였을 때 QR코드의 크기가 작아질수록 인식률이 나빠졌다. 하지만 측정거리를 가깝게 줄이면 인식률이 증가하였다. 종이가 직물보다 원본과의 색상의 차이가 적지만 인식률은 비슷하게 측정되었다.

4. 결론

컬러 QR코드에 적용되는 색상은 기본적으로 밝은 배경과, 어두운 모듈의 QR코드가 인식이 잘됨을 증명하였고, 명암뿐만 아니라 색상이 인식률에 영향을 줄 수 있음이 파악되었다. 더불어 세분화된 컬러의 요인 변경으로 컬러 QR코드의 인식률을 높일 수 있는 가능성 또한 파악되었다. 결과적으로 QR코드의 인식률에는 색상이 데니어보다 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났고 데니어의 차이에 대한 인식의 변화가 크지 않았지만, 데니어별 직물의 컬러 변화와 표면 프린트의 변화를 살펴보

있을 때 컬러 QR코드의 인식률에 데니어는 영향을 줄 수 있는 요인으로 파악할 수 있다. 본 연구는 10가지 색상과 듀스포 직물에 제한을 두어 진행을 하였기 때문에 더욱 많은 색상과 다양한 시료에 대한 연구가 요구되며, 본 연구의 의의는 직물에 프린트되는 QR코드의 인식률을 높이고, 시각적 디자인요소뿐만 아니라 정보전달의 기능을 담당하는 QR코드를 섬유·패션 산업에 다양하게 적용할 수 있게 도움을 줄 수 있을 것이라 기대한다.

■ 참고문헌

- 신상무, 이은정(2014), “패션비즈니스 모바일 마케팅의 QR Code 속성이 소비자구매의도에 영향을 미치는 선행변수연구”, *패션비즈니스*, 18(2), pp.80-94.
- 박선하(2011), “바코드 혁명-국내외 디자인 QR코드에 대한 방향과 연구”, *디지털디자인학연구*, 11(1), pp 505-514.
- 박광욱, 이종연(2015), “2차원 QR코드에서 모폴로지 기반의 경계선 검출 방법”, *디지털융복합연구*, 13(2), pp.159-175.
- 김영중(2015), “PDF417 바코드의 투시변환 기반 인식 알고리즘”, 충북대학교 대학원 석사학위논문, p.33.

Ice sledge hockey jersey uniform design 및 pattern 개발 연구

박상희 · 엄성흠 · 박진희

배화여자대학교 패션산업과, 포티움, 청강문화산업대

1. 연구목적

현대사회의 장애인들은 과학기술의 발달로 삶의 질이 향상됨에 따라 삶의 질에 대한 욕구 또한 증대되고 있다. 고용개발원의 2014년 장애인 통계(2014)에 따르면 스포츠를 즐기는 장애인은 2010년 8.3% 2011년 9.6% 2012년 10.6% 2013년 12.3%로 점차 늘어나고 있는 추세이며 이들은 스포츠 활동을 통하여 치료훈련과 공동사회 생활을 영위하려는 바람이 커지고 있다. 우리나라의 장애인에 대한 인식과 시선이 점차 변화되어가고는 있으나 장애인을 위한 행사와 체육지원 사업에는 소수 장애인들만 관심을 보이거나 참여하고 있어 장애인 체육활성화를 위한 행사는 유명무실한 상황이다

우리나라는 1988년 서울올림픽과 제8회 서울 장애인 올림픽 대회가 동반 개최됨에 따라 장애인 체육은 새로운 전기를 맞이하기는 하였으나 장애인 스포츠 선수들에 대한 사회적 지원은 미비한 상태이다. 이는 장애인 스포츠가 일반 스포츠에 비해 상품성이 떨어진다는 이유로 기업의 부정적 인식과 장애인들의 특수성과 운동선수라는 특수성을 고려하지 않은 행정력에서도 충분히 실감할 수 있는 상황이다. 오늘날 선진국의 장애인 스포츠는 수요자의 입장에서 행정과 제도를 마련해 주고 장애인 스포츠 당사자의 의견과 여론을 수렴하는 행정으로 변화하고 이를 시행하고 있으며 많은 기업에서 장애인 스포츠 선수에 대한 지원을 아끼지 않고 있다, 그러나 우리나라의 경우 장애인 스포츠에 대한 인지도가 낮을 뿐 아니라 대부분의 기업에서도 이들 스포츠 선수에 대한 후원도 전무한 실정이다. 따라서 우리나라도 선진국으로 나아가기 위해서는 장애인 스포츠 선수에 대한 지원이 필요하며 특히나 장애인 운동선수들은 일반 운동선수들과는 달리 그들의 신체 상황과 경기 방식에 적절한 유니폼과 기능복이 필요하다. 따라서 본 연구는 평창 올림픽 대표선수를 대상으로 현재 착용중인 유니폼의 조사하여 문제점을 파악하고 착용감과 운동동작성을 향상시킬 수 있는 유니폼을 제작하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

1) 현행 국가대표팀복 및 타국가 유니폼 조사

현 아이스 슬레지 하키팀이 착용중인 유니폼은 일반 아이스 하키팀과 동일한 것으로 유니폼을 구입하여 사이즈체계 분석하고 및 사이즈별 유니폼을 실측한다. 디자인 표현방법과 사용되는 소재의 물성을 조사 분석한다. 이를 다른 국가에서 착용되는 유니폼과 비교분석한다.

Corresponding author : Sanghee Park, Tel.+82-2-399-0759 Fax.+82-2-737-6723

E-mail: coolsanghee@baewha.ac.kr

2) 선수대상 설문조사

국가 대표 20명 선수들의 착용 유니폼의 착장시 또는 활동시의 문제점, 그 밖의 불만족 요인에 대한 설문을 2015년 9월과 10월 각 1차례씩 춘천과 강릉에서 실시하였다.

3) 유니폼 치수 및 디자인 개발

불만족 요인을 고려한 유니폼 디자인 전개 및 패턴을 개발하고 착장 평가를 통하여 최종 유니폼을 설계한다.

3. 결과 및 고찰

1) 유니폼 비교

국내 아이스하키관련 유니폼업체는 그 수가 적으며 디자인에 대한 선택의 폭도 적은 실정이다. 무엇보다 체계화 되어있지 않은 사이즈 체계로 선수들은 본인의 신체 사이즈에 따라 사이즈를 선택하기보다는 입어보고 만족되는 사이즈로 선택하고 있었다. 유니폼에 디자인을 가미할 때 동작성을 이용한 패턴설계가 아닌 여유가 많은 T-shirt 형태에 상의 전체에 동일한 소재를 사용했을 뿐 아니라 digital printing으로만 디자인을 접목시켰다. 반면 국외 유니폼의 경우 다양한 자수와 패치장식, 그리고 활동성을 고려한 패턴설계와 부위별 소재를 달리하여 의복을 쾌적성 또한 고려된 디자인이 많았으며 대부분 글로벌 브랜드들이 이를 담당하고 있었다. 그러나 국내의 경우 아이스하키 유니폼 시장이 작고 장애인선수를 위한 유니폼 개발은 전혀 고려되어있지 않다.

2) 유니폼 불만족 사항

선수들의 유니폼 불만 사항은 큰 진동둘레에 의한 활동성이 저하되고 소매단이 잘 고정되지 않으며 유니폼이 전반적으로 너무 무겁다는 의견이 많았다. 또한 선명하지 못한 색상을 포함한 디자인에 대한 불만족이 가장 많이 지적되고 있다.

3) 유니폼 치수 및 디자인 개발

사전 평가에서 유니폼의 여유분은 가슴둘레 기준 신체치수+16cm가 가장 적정한 것으로 나타났으며 기존의 T자형태의 세인 슬리브가 아닌 레글런 슬리브 형태의 소매로 기존 유니폼보다 상대적으로 진동깊이가 적은 것을 선호하였다. 또한 깊은 옆트임을 주어 선수 신체 특성상 상의의 전면 하단부를 바지 안에 넣어 입을 수 있도록 설계하였다. 또한 전체적으로 흡한 속건 소재를 사용하는 하지만 마찰이나 스틱으로 인한 찢김이 야기되는 전후면은 두껍고 질긴 소재로, 땀 발산이 많은 겨드랑이 부분을 포함한 측면 소재는 좀 더 얇고 가벼운 소재로 부위별 소재에 차등을 두어 설계하였다. 넥라인은 기존의 유니폼보다 목너비와 \square 앞목깊이를 넓히고 소재 역시 스트레치 소재를 사용하여 착탈을 용이하게 하였다.

최종적인 선수 이름과 번호는 선명하고 쉽게 식별될 수 있도록 자수로 설계하되 선수가 빙판에 미끌어질 때 자수부분이 방해가 되지않도록 두껍고 딱딱한 패치의 느낌은 제거하였다.

4. 결론

설계된 Ice sledge hockey uniform의 패턴은 기존의 유니폼에 비해 선수들의 전반적인 만족도가 높은 것으로 나타났으며 만족도는 소재의 질, 패턴(동작적응성), 디자인 순으로 나타났다. 디자인의 경우 선수, 감독, 협회의 의견이 모두 총합되어야 하므로 상대적으로 선수들의 디자인 만족도는 낮은 것으로 사료된다. 본 Ice sledge hockey는 동계 paralympic에서 가장 인기있는 종목이며 우

리나라의 경우 다른 장애인 스포츠에 비해 국가적 지원이 있으나 실제적으로 다른 나라의 sledge hockey 팀과 비교해 볼 때는 상당히 미비한 편이다. 아직까지 이 장애인 스포츠 종목에 대한 국민적 관심이 저조하고 기업의 후원 역시 미비하지만 장애인 스포츠 의류 관련분야에 대한 연구는 반드시 필요하다. 이들은 일반인과 달리 신체적 한계점이 극명하기 때문에 기능적인 의복으로 그들의 신체적 한계를 극복하는데 도움이 될 것이다. 또한 이러한 연구를 지속적으로 행하게 된다면 장애인 스포츠 선수들의 사기를 고무시키고 나아가 평창 올림픽에서 좋은 결과를 가지게 된다면 국민적, 기업적 관심 역시 확대되리라 사료된다.

■ 참고문헌

- Gioello, D.A(1981). Profiling Fabrics. Fairchild publication.
- Joseph-Armstrong, H(2010). Pattern making for fashion design(5th edition). Prentice hall.
- Lupton, E(2002). Skin. Princeton architectural press.
- O'Mahony, M, Braddock, S(2002). Sportstech. Rhames & Hudson.
- 권명숙, 정기수(2007). 실리콘이 라미네이팅된 신축성 소재의 위생 및 안정성과 역학적 성능. *한국의류학회지*, 31(1), 77~84.
- 김상미(2004). 인체의 운동적합성을 고려한 스포츠웨어 디자인 개발에 관한 연구. 동덕여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김연행, 김여숙(2003). 싸이클 웨어의 패턴개발을 위한 체표면 변화에 관한 연구. *복식문화연구*, 11(3), 375~384.
- 김태영(2008). 동적자세와 피부분절을 이용한 기능성 밀착 의복 제작 프로세스 개발. 충남대학교 대학원 박사학위논문.
- 백천의, 김소영(2005). 하리테크 기능성 액티브 스포츠 웨어의 소재경향에 관한 연구. *한국의상디자인학회지*, 7(1), 55~64.
- 이의정, 백천의(2008). 최근 스포츠 웨어의 소재경향에 관한 연구. *한국의상디자인학회지*, 10(3), 47~59.
- 이한섭, 유소라, 도문삭, 라규일(2003). 신축성 패션 신소 재개발. 섬유 기술과 산업, 7(4), 435~448.
- 정연희, 홍경희(2010). 동작시 3D정보를 이용한 2D 패턴전개 및 신축성원단의 신장률을 고려한 사이클 팬츠 개발. *한국생활과학회지*, 19(3), 555~563.
- 한국섬유개발 연구원(2000). 섬유제품의 특성과 기능.

여성 패션모델용 개발인대 하반신 맞음새 평가

박진아

국립창원대학교 의류학과

1. 연구목적

본 연구에 앞서 수행된 연구에서는 국내 여성 패션모델의 평균 인체치수를 가진 여성 모델 5인의 인체 계측치와 체형을 3차원 스캔한 데이터를 활용하여 가상인체를 모델링하였고, 그 결과를 토대로 3D 프린팅 기술을 활용하여 토르소 형태의 입체재단용 인대를 개발 제작하였다. 본 연구에서는 개발된 인대를 사용하여 입체재단 방식으로 제작한 스트레이트 스커트 원형의 특성을, 기존의 제품화된 국내 제작 인대로 입체재단 제작한 스커트 원형과 비교 분석함으로써 국내 여성 패션모델을 위해 개발된 입체재단용 인대의 하반신 형태적 특성을 고찰한 결과를 제시하는 데에 연구의 목적을 두었다. 개발된 여성 패션모델용 인대의 체형 특성을 상반신과 하반신으로 구분하여 제시한 선행연구의 결과를 참고하여 연구 결과를 함께 고찰하여 보았다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구에서는 새롭게 개발된 인대(이하 인대 A)를 활용하여 입체재단 방식으로 여유를 제외하고 제작한 스커트 원형의 특성을 분석하기 위해 비교 대상으로 기존에 사용하고 있는 인대를 선정하였다. 이 기존 인대(이하 인대 B)는 의류 업체와 의상관련 교육기관에서 패션쇼를 준비하는 과정 중 상대적으로 사용 만족도가 높다고 보고되었던 국내에서 주문제작한 인대로, 개발 및 기존 인대 2 종류의 인대를 사용하여 스트레이트 실루엣 스커트 원형 패턴을 입체재단 방식으로 제작한 결과물(인대 A와 스커트 A, 인대 B와 스커트 B)의 차이를 비교 분석하였다. 스커트 A, B는 개발 및 기존 인대의 하반신의 형태를 그대로 나타내도록 입체재단 방식으로 제작하였으며 앞, 뒤판 각 1개의 허리 다트를 포함하는 형태이고, 앞, 뒤 다트의 위치는 상반신에서 연속되는 프린세스 라인 위에 위치하도록 결정하였다.

스커트 A, B 원형의 분석을 통해 개발 및 기존 인대의 하반신의 인체치수와 형태적 특징을 분석하기 위해 (1) 먼저 스커트 원형의 기본적인 허리둘레와 엉덩이둘레, 엉덩이길이 치수를 측정하여 비교하였다. 둘레 계측치는 앞, 뒤 계측치로 구분하여 측정하였다. (2) 두 번째로 인대의 허리와 엉덩이둘레의 형태적 특징이 반영된 원형의 차이점을 분석하기 위해 ① 앞, 뒤 허리둘레선의 중심점에서부터 시작된 수평 허리둘레선으로부터 각 옆허리둘레선점이 수직으로 올라간 거리를 측정하였다. ② 또한 엉덩이둘레선이 옆선에서 끝난 지점에서부터 허리둘레선까지 올린 수직선에서부터 옆허리둘레선점까지의 수평거리를 측정하여 힙커브 경사의 정도를 비교하였고 이렇게 형성된 힙커브선을

Corresponding author : Gin Ah Park, Tel.+82-55-213-3496 Fax.+82-55-213-3490

E-mail: gpark@changwon.ac.kr

통해 엉덩이둘레 부분의 형태적 특성을 살펴보았다.

3. 결과 및 고찰

선행연구에서 개발된 인대의 특성을 인체계측치수와 체형의 각도, 두 가지 측면에서 기존 사용 인대와의 비교를 통해 분석하였다. 첫째, 인체계측치수 측면에서의 특성은 여러 인체계측 항목 중 엉덩이옆길이 항목의 치수에 대해 개발 인대가 기존 인대의 것과 차별화되어 실제적 치수를 반영하도록 제작되어 하반신용 의복 패턴제작의 정확도를 높일 것으로 기대된다.

둘째로, 개발된 인대와 기존 인대의 하반신 체형 각도를 비교 분석한 결과에 의하면 개발 인대는 엉덩이의 돌출 각도와 엉덩이둘레선 아래쪽 각도 모두 기존 인대의 각도보다 크게, 즉 입체적으로 제작됨으로써 엉덩이 부위가 보다 돌출된 형태로 제작되었음을 보여주었다. 개발된 인대를 사용할 때 여성 패션모델의 스트레이트 실루엣의 스커트뿐만 아니라 신축성 소재를 사용한 몸에 밀착되는 디자인의 하의 개발에 용이함을 제공할 것이다.

개발인대(인대 A)의 스커트 원형 A와 기존의 국내 주문제작 인대(인대 B)의 스커트 원형 B의 형태적 특성을 비교한 결과를 살펴보았다. 계측치수 측면에서, 개발인대 스커트 A의 허리둘레/2: 32.5cm(앞허리둘레/2: 17.0cm, 뒤허리둘레/2: 15.5cm), 기존 인대 스커트 B의 허리둘레/2: 32.5cm(앞허리둘레/2: 17.3cm, 뒤허리둘레/2: 15.2cm)로 나타나 개발 및 기존 인대 모두 65cm의 전체허리둘레를 가진 것을 나타내었다. 개발인대 스커트 A의 엉덩이둘레/2: 45.5cm(앞엉덩이둘레/2: 23.3cm, 뒤엉덩이둘레/2: 22.2cm), 기존 인대 스커트 B의 엉덩이둘레/2: 45.5cm(앞엉덩이둘레/2: 22.7cm, 뒤엉덩이둘레/2: 22.8cm)로 나타나 개발 및 기존 인대 모두 동일하게 91cm의 전체엉덩이둘레를 보였지만 개발인대가 앞, 뒤 엉덩이둘레의 비율에서 차이가 남을 보여주었다. 엉덩이옆길이는 개발인대 스커트 A: 22cm와 기존 인대 스커트 B: 19cm로 측정되어 개발인대의 계측치가 더 큰 것을 보여주었다. 허리둘레선의 중심점에서부터 시작된 수평 허리둘레선으로부터 앞, 뒤 각 옆허리둘레선점이 수직으로 올라간 거리는 개발인대 스커트 A의 경우 앞, 뒤판 모두 옆허리점이 0.7cm 올라가도록 나타났고, 기존 인대 스커트 B의 옆허리점은 앞, 뒤판 모두 0.4cm 올라간 것으로 나타났다. 개발인대의 허리둘레선 곡율이 기존인대의 허리둘레선 곡율보다 더 크게 제작된 것을 반영한 결과로 보인다. 엉덩이둘레선연선점에서 수직으로 올린 선이 옆허리둘레선점 수준에서 만난 지점까지의 수평거리를 측정한 결과와 허리다트 분량을 함께 살펴보았다. 개발인대 스커트 A의 경우 앞판 옆허리점까지 2.2cm 안쪽으로 들어가 힙곡선의 커브가 가장 크게 나타났고 뒤판의 옆허리점까지는 1.5cm 안쪽으로 들어가는 것으로 나타났다. 앞, 뒤판 허리다트 분량은 각각 3.2cm와 3.8cm로 측정되었는데 비교적 비슷한 다트 분량이 앞, 뒤판에 골고루 분포된 것을 알 수 있다. 기존 인대 스커트 B의 옆허리점은 엉덩이둘레선연선 수직선으로부터 앞, 뒤판 모두 1.7cm 동일한 분량이 허리선 안쪽으로 들어가는 것으로 나타났다. 앞, 뒤판 허리다트 분량은 앞판 분량이 3.6cm인 반면 뒤허리 다트량은 5.0cm로 상대적으로 크게 나타났다. 이러한 결과는 기존 인대의 엉덩이둘레의 형태와도 관련이 있을 것이므로 둘레의 단면과 함께 분석한다면 더욱 정확한 고찰을 얻을 수 있을 것으로 보인다.

4. 결론

향후 개발 인대와 기존 인대의 단면도와 입체재단 길 원형과 스커트 원형을 함께 고찰하여 형태

적 특성을 보완한 결과를 기초로 국내 여성 패션모델용 인대와 동일한 인체치수를 가진 실제 여성 피험자에 착의시켜 의복의 맞음새를 분석하는 것이 계획되어 있다. 선행연구에서 개발된 인대는 일반 소비자의 체형과는 다르므로 광범위하게 사용하는 데는 다소 한계가 있으나, 3차원 전신 스캐닝과 신속조형 3차원 프린팅 기술을 활용하여 국내 여성 패션모델의 체형을 반영한 인대의 개발 및 그 맞음새의 입증은 궁극적으로 패션쇼를 통한 제품개발과 홍보의 효율을 높임으로써 패션산업의 발전에 기여할 수 있을 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.

CHIN COLLAR 패턴 설계에 따른 이미지 연구

박 찬 미

부천대학교 섬유패션비즈니스과

1. 연구목적

패턴 설계는 적합성 높은 의복구성의 전제조건일 뿐 아니라 새로운 디자인을 지속적으로 창출해 나가기 위한 필수불가결한 요소로 패션을 즉각적으로 받아들이고 안목이 높아진 소비자의 만족도를 높일 수 있는 패턴 설계를 위해서는 다양한 설계 조건에 따라 달라지는 완성된 의복의 이미지 변화를 파악하는 것이 중요하다. 패턴설계에서 칼라는 전체적인 의복의 인상을 잘 나타내는 디자인 요소이자 중요한 부분 패턴으로 디자인 의도에 적합한 칼라를 만들기 위해서 칼라의 기본 구조를 이해하고 칼라의 이미지를 패턴 상에서 미리 예측 할 수 있도록 칼라의 다양한 이미지에 따른 패턴 설계 방법을 연구하는 일이 매우 필요하다. 여러 칼라 종류 중에서 친 칼라는 스탠드 칼라의 일종으로 착용자의 턱에 가장 가깝게 위치하여 착용자의 인상에 강한 영향을 미치는 칼라로 최근 다양한 디자인으로 전개되고 있다. 그러나 친 칼라의 활용빈도가 높아지고 있는 시점에 비하여 친 칼라 제도법이 소개되고 있는 경우는 드물며 실험 연구는 전혀 이루어지지 않고 있다. 본 연구는 친 칼라의 형태에 미치는 패턴요인을 밝혀 완성된 칼라의 형태이미지를 예측 할 수 있게 함으로써 패턴 설계의 기초자료로 제공하는데 목적이 있다.

2. 연구방법 및 내용

교재에서 친칼라로 소개된 2가지 패턴과 2015년 A/W에 출시된 업계의 3가지 패턴을 수집하여 패턴 경향을 비교 분석 하였으며, 칼라 높이와 목둘레 파임을 같게 한 상태에서 목둘레선의 형태를 라운드형과 V형으로 설계 하였을 때의 이미지를 분석 하였다.

본 연구에 사용된 실험복은 소재 및 이미지의 변화에 따른 영향을 줄이고자 중간 두께의 면 100%의 광복으로 제작 하였으며, 대학원 과정 이상 의류학 전공자 15명으로 구성 된 평가단에게 최종 선정된 20개의 형용사 쌍에 대하여 의미미분척도에 의한 친 칼라 이미지 평가를 실시하였다.

3. 결과 및 고찰

수집된 5가지 친칼라 패턴 설계 분석 결과 목둘레선은 뒷목점 0.5~1.0cm, 옆목점 2.0~4.5cm, 앞목점 2.0~4.0cm 정도를 내리고 있었으며, 칼라 패턴은 뒷 스탠드 높이 6.0~7.0cm, 앞 스탠드 높이는 9.5~12.5cm로 나타났다. 실험복 중에서 가장 높은 평점을 받은 실험복은 뒷목점 0.5cm, 옆목점 1.5cm, 앞목점 3.0cm를 내린 목둘레에 뒷 스탠드 높이는 6.5cm, 앞 스탠드 높이는

Corresponding author : Chanmee Park, Tel.+82-32-610-3393 Fax.+82-32-610-3397

E-mail: pcm@bc.ac.kr

10.0cm 인 칼라의 조합으로 이루어진 패턴이었다.

목둘레의 형태를 달리한 친 칼라의 이미지 지각 실험 결과 두 패턴 간 이미지 지각 정도는 4가지 면에서 현저한 차이를 보였다. 두 종류의 실험복 간에 유의한 차이($p < .05$)를 보인 형용사 쌍은 평범한-특이한, 단순한-복잡한, 전문적인-비전문적인, 날카로운-둔한으로 나타났다. 연구결과 목둘레선이 라운드형인 실험복 A가 실험복 B에 비하여 평범하며($M=4.14$.) 단순하고($M=4.14$) 비전문적이며($M=2.57$) 둔한($M=4.57$) 이미지의 경향이 높은 것으로 평가되었다. 이에 반하여 실험복 B는 특이하며($M=2.71$) 복잡하고($M=2.43$) 전문적이며($M=6.14$) 날카로운($M=2.86$) 이미지로 평가 되었다.

4. 결론

친칼라 패턴 설계에서 가장 높은 평점을 받은 실험복은 뒷목점 0.5cm, 옆목점 1.5cm, 앞목점 3.0cm를 내린 목둘레에 뒷 스탠드 높이는 6.5cm, 앞 스탠드 높이는 10.0cm 인 칼라의 조합으로 이루어진 패턴이었다. 친칼라의 패턴 제도 시 목둘레선이 라운드형인 경우가 더 평범하고 단순하며 비전문적이며 둔한 이미지를 지각하는 것으로 나타났으며, 반면 V형은 특이하며 복잡하고 전문적이며 날카로운 이미지로 평가 되었다.

본 연구는 20대 기본체형 여성을 대상으로 하였으므로 특수한 체형이나 다른 연령대에 그대로 적용하기에는 제한점이 있다. 향 후 소재 및 성별, 연령별 대상을 달리하여 연구를 계속 하고자 한다.

■ 참고문헌

- 류숙희, 김보연(2001), “자기 이미지가 의복 스타일 이미지 평가와 선택에 미치는 영향”, *복식문화 연구*, 9(15), pp.734-746.
- 장미해, 서미아(2110), “셔츠칼라 패턴 설계법에 따른 칼라 형태 및 이미지 변화 : 스탠드 칼라 올림 치수변화를 중심으로”, *한국생활과학연구*, 30(2), pp.3-8.

한국미용학회 논문에 사용된 통계 기법 분석

김 성 희
우석대학교 패션디자인학과

1. 연구목적

21세기의 현대인들은 급속한 경제성장으로 인해 그 어느 때 보다 높은 삶의 질을 추구하고 자신을 위해 내적 외적으로 아낌없이 투자하는 경향을 보이고 있다. 여성들의 사회활동 증가 및 경제적 여유에서 비롯된 외모에 대한 관심증가는 이제 남녀 성별 없이 아름다움의 추구라는 경향으로 일반화되고 있다. 이에 패션분야도 시대적 흐름을 반영하여 교육 및 관심의 영역을 토털 패션이라는 개념으로 확대하여 미용영역까지 포함된 분야에 대해 활발히 교육과 연구를 진행하고 있다. 이러한 경향으로 인해 미용분야에 대한 연구들은 요즘 들어 양적으로 매우 팽창하고 있고 또한 대부분의 연구에서는 단순한 통계분석이상의 통계 기법 등이 사용되고 있다. 따라서 시의적으로 미용분야 논문에 사용 중인 통계 분석의 추세가 어떻게 되고 있는지 그리고 통계기법 사용에 따른 문제는 없는지 한번 살펴보는 과정이 필요하다고 볼 수 있다. 그러나 일부 의학이나 경영학, 행정학 등의 분야(Lim, 2004; Kim, Kwon, & Lee, 2003; Kang, 1997; Jaegal & Lee, 2001)에서는 통계 분석기법에 대한 동향이나 방법적인 문제에 대한 연구가 진행되고 있으나 아직 미용분야에 대한 논문에 대해서는 사용된 통계기법에 대한 분석이 미비하여 미용분야 논문을 중심으로 이에 사용된 통계 분석 기법들을 분석하고자 하였다. 이를 위해 미용관련 분야에서 제일 먼저 창간하여 등재지를 유지하고 있는 한국미용학회를 선정하여 이에 수록된 논문을 중심으로 현재 사용되고 있는 통계 분석의 경향을 알아보고 문제점 등을 살펴봄으로써 앞으로의 미용분야 연구에 도움이 되고자 하였다.

2. 연구방법 및 내용

본 연구를 수행하기 위하여 2015년도 1년 동안 한국미용학회지(21권 1호에서 6호까지)에 실린 전체 논문 137편을 조사하여 통계 분석이 이루어진 논문 114편을 중심으로 이 논문에 사용된 통계기법을 SPSS 22를 사용하여 빈도 분석하였다.

3. 결과 및 고찰

한국미용학회지에 수록된 논문 114개 중 사용된 통계기법을 살펴보면 가장 많이 사용된 분석이 빈도분석으로 전체의 54.4%를 차지하였다. 주로 많이 사용된 분석을 살펴보면 Cronbach's α 가 50% 요인분석이 43%, ANOVA가 42.1% t-test가 37.7%였다. ANOVA의 경우 사후검정으로 Duncan test를 50% Scheffe를 14.5%를 하였다.

Corresponding author : Sung Hee Kim, Tel.+82-63-290-1541 Fax.+82-63-290-1541
E-mail: regina541@naver.com

그리고 다중회귀 분석 27.1% 교차분석 23.6% 상관관계 분석 19.2%, paired t-test 8.7%, 단순회귀 5.2%, 군집분석 6.1%, 구조방정식 4.3% 순으로 나타났고 매우 드물게 대응분석 0.8%, 비모수통계인 Mann-Whitney test 0.8% 및 Wilcoxon 1.7%, 그리고 로지스틱회귀분석 2.6% 등이 사용되었다.

4. 결론

기술통계를 제외하면 대부분의 논문들에서 t-test, ANOVA와 같은 집단 간 차이 또는 교차분석 같은 분석을 많이 하는 것으로 나타났다. 인과관계를 알아보는 회귀분석에서는 다중회귀분석이 많이 사용되었으며 로지스틱 회귀분석은 소수의 논문에서 사용되었다. 그리고 구조방정식도 많이 사용되지는 않았다. 따라서 대부분의 논문들이 차이를 보고자 하는 경우가 인과관계를 보고자 하는 연구보다 많은 것으로 나타났다.

아쉬운 점은 ANOVA 분석의 경우 사후검정을 하지 않고 집단 간 차이의 높고 낮음을 언급하는 논문들이 다수 있었으며 신뢰도 분석에서는 신뢰도명을 언급하지 않거나 없거나 한 경우도 있었다. 또한 통계분석에 대한 명칭의 오류도 몇몇의 연구에서 나타나고 평균과 표준편차만을 제시하고 차이를 언급하는 논문도 있어 통계분석적용에 좀 더 적절성이 요구된다고 하겠다.

■ 참고문헌

- Jaegal, D., & Lee, K. M. (2001). Problems and remedies of using statistical methods in papers of public administration. *Journal of the Korean Data & Information Science Society*, 12(!), 79-87.
- Kang, S. C.(1997). A critical evaluation of the use of statistical methods in an KIS journal. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 7(2), 77-102.
- Kim, J.-S., Kwon, T.-C., & Lee, C.-W.(2003). An assesment of statistical methods in the journal of Korean child neurology society, 1993-2003. *Journal of the Korean Child Neurology Society*, 11(2), 335-342.
- Lim, H.-J. (2004). A review of statistical methods in the Korean journal of orthodontics and the American journal of orthodontics and dentofacial orthopedics. *Korean Journal of Orthodontics*, 34(5), 371-379.

초등학생을 위한 마스크 디자인 융합교육 프로그램 적용과 제작연구

방 기 정

대전대학교 뷰티건강관리학과

I. Introduction

21세기 지식정보화 시대에 사회 각 분야는 새로운 기술과 정보가 많이 제공되고 있다. 새로운 기술은 효과적인 커뮤니케이션을 위해 기술의 발달과 함께 꾸준하게 변화를 해왔다. 이러한 변화와 발달을 위해서는 다양하고 혁신기법에 필요하게 되는데, 교육의 새로운 아이콘인 '융합'이 더욱 확산되기 위해서는 인문이나 예술 정신을 핵심으로 하며 과학과 공학을 사고의 수단으로 활용하는 새로운 접근의 교육 프로그램이 필요하다. 과학과 공학적인 첨단 기술은 학생들에게 재미있고 흥미 있는 작업과 놀이의 연장선으로 인문-예술분야에 대한 흥미를 북돋워 줄 것이다. 이러한 면에서 다양한 디지털 매체의 활용을 통해 학생들과 다양한 방법으로 접근하게 한다면 인문학적·예술적 상상력을 확장시켜 주는 강력한 매체가 될 것이다. 방기정(2015) 선행연구에서도 교육에 있어서도 대상별, 연령별 유형별 세분화와 다양한 변수들과의 연구 필요성을 언급한 바 본 연구자는 초등학교 학생들을 위한 융합아트 교육에 마스크디자인 교육에 3차원 페인팅 시뮬레이션 컴퓨터그래픽 프로그램을 적용하고 제작 방법에 대해서 연구 하였다. 본 연구는 첨단기기 및 디지털 매체 중에서 3차원 컴퓨터 그래픽 SW를 활용하여 초등학교 학생을 위한 마스크 디자인 융합교육을 위한 프로그램의 적용과 제작을 하고자 한다. 본 연구를 통해 초등학교 학생들에게 다양한 창의력을 제공하고 상상할 수 있는 새로운 개념의 디자인 융합 모델을 제안하는 데 본 연구의 목적이 있다.

II. Research Methods

본 연구는 문헌연구, 인터넷 탐색, 사례연구의 방법으로 구성되었다. 이러한 연구목적 달성을 위하여 기존 문헌을 토대로 마스크 디자인 융합교육을 적용한 모델을 제안하고 사례분석을 진행하였다. 연구를 위한 대상은 3차원 페인팅 컴퓨터그래픽 SW 프로그램 활용을 통한 융합 마스크 디자인 교육 프로그램을 위해 초등학교 4학년 20명 학생을 선택 하였다. 연구방법은 '충청 대전 지역 내 청소년 기업가정신 교육' 진행을 통해 1회 3시간 수업의 시간을 선택 하였다. 프로그램은 문화체육관광부 및 한국콘텐츠진흥원의 2015년도 콘텐츠산업기술지원사업의 CT R&D Program 재원에 의한 한국전자통신연구소(ETRI)의 지원을 받아 수행된 연구 프로그램을 사용하였다. 첫째, 점, 선, 면 위주의 디자인 기초를 중심으로 3차원 페인팅 시뮬레이션 프로그램에 대한 화면 설명과 컴퓨터 상에 결과물 저장 방법을 알려주고 연습을 진행하도록 하였다. 둘째, 연구진행을 위한 시간은 학생들의 집중도와 흥미도에 대한 배려를 고려해 연구 시간과 작업 시간은 총 3시간으로 한정하였다.

Corresponding author : Keejung Barng, Tel.+82-42-280-2916 Fax.+82-42-280-2389

E-mail: wp2848@nate.com

셋째, 자신이 원하는 축제 및 상황에 대한 설명과 상상을 통해 자신만의 상상력이 들어간 창의적인 캐릭터 마스크 제작을 위한 연습시간과 작품제작을 진행하도록 하였다

III. Result and discussion

본 연구에서는 초등학교 학생들을 위한 융합아트 교육에 마스크 디자인 교육에 3차원 페인팅 시뮬레이션 컴퓨터그래픽 프로그램을 적용하고 제작 방법에 대해서 알아본 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 초등학교 학생들은 자유로운 상상력을 통한 작품 연습 이후, 점, 선 면 위주의 다양한 얼굴모형 가상 아바타에 학생당 1~3작품 정도의 작품 제작을 하였다. 작품결과를 통해 여학생보다는 남학생이 작품 제작에 매우 적극적이며, 이러한 작업을 통해 색상과 디자인에 대해서 흥미롭고 재미를 느낀다고 답하였다. 둘째, 3차원 마스크 디자인 사례 분석을 통해 초등학교 학생들에게 4장 정도의 2차원 자료를 제시를 해줌으로써 마스크 디자인 상상력을 보다 쉽게 접근 하였다. 초등학교 학생들은 색상을 조색하거나 다양한 색상의 활용은 없었으나 동물, 과일, 제시된 자료의 활용을 통한 상상 캐릭터를 자유롭게 상상하고 제작하였다. 셋째, 초등학교 학생들의 3차원 마스크 디자인 결과물에 대한 활용으로는 2차원 컬러출력 또는 전시 및 포스터 등 다양한 형태로 가공하여 마스크 제작 및 학예회 또는 축제에 활용 하였다. 이러한 결과로 추후 작품 결과물은 3D 프린터나 다양한 디지털 매체 및 페인트 재료를 다양하게 활용이 가능 하였다.

IV. Conclusion and suggestion

본 연구는 첨단기기 및 디지털 매체 중에서 3차원 컴퓨터그래픽 SW를 활용하여 초등학교 학생을 위한 마스크 디자인 융합교육을 위한 프로그램의 적용과 제작을 하는데 목적이 있다. 본 연구결과를 통해서 본 융합 프로그램은 초등학교 학생들에게 유용성, 흥미성, 습득성, 창의성을 통해 가변성이 높은 디지털 기술의 적용이 적합한 프로그램임을 알게 되었다. 이러한 효과를 통해 이를 초등학교 과학예술 융합 정규 교육과정에 적용한다면, 효율적이고 창의적 상상 향상을 위한 융합 교육에 적합하다고 생각한다. 본 연구는 시대적인 융합이라는 흐름에 이해를 돕는 분야의 연구독료와 새로운 범주를 제시하며, 디자인발상 전환에 기여하게 될 것 이다. 창의융합 학교교육 인프라 구축을 위한 기초자료를 제공하고, 과학적인 창의력과 디자인의 융합이라는 측면에서 디자인과 과학의 융합교육 영역에 있어 긍정적 영향을 미칠 것으로 기대한다. 3차원 프로그램 모델 적용을 통한 과학예술 융합 관련 산업은 아직 성장초기에 있다. 성장을 앞둔 융합아트 교육 프로그램 디지털 콘텐츠 산업의 글로벌 경쟁력을 확보하기 위한 새로운 시장 환경과 사용자에게 대한 면밀한 분석의 기초 자료제공에 의의가 있다. 추후 본 연구결과를 통해 복합재료(Composite Material)와 3차원 컴퓨터그래픽 프로그램의 디지털 매체의 활용과 3D Printer등을 이용하여 얼굴에 맞는 마스크 제작과 창의적인 디자인 프로세스의 사고와 분석능력을 확대시키기 위해서는 구체적인 연구가 필요할 것으로 예상된다.

■ References

- Barnng, KJ. (2014), Makeup Design and the Application of 3D Facial Avatar Makeup Simulation, *Journal of fashion business*, 18(6), 1-10.
- Barnng KJ. (2012), A study in Mobile Functionality of beauty products according to the

Digital changes , *Journal of fashion business*, 16(1), pp.83-102.

Dirk J. Stratton, "Design Defined", *Aldus Magazine* no.1, p.92, 1992.

Jones, C.J. 「Design Methods: Seeds of Human Future」, John Wiley&Sons, New York, pp.64-69, 1980.

Nigel Cross, 「Developments in Design Methodology」, John Wiley&Sons, p.136, 1984.

중국여성소비자의 쇼핑성향에 따른 유통채널 선택요인 및 한국화장품 구매행동

지연 · 신세영
서경대학교 미용예술학과

1. 연구목적

최근 중국 내 한국화장품 시장의 성장 및 유통채널의 확대에 따라 중국 여성 소비자들의 화장품 구매가 활발해지고 있다. 이에 이 연구에서는 한국화장품 브랜드를 사용해 본 중국 여성 소비자의 쇼핑성향에 따라 유통채널 선택요인, 한국화장품 구매행동을 분석하고자 하며, 다양화 되어가는 중국 유통채널 시장의 현 상황을 조명해보고 이들을 목표 집단으로 하는 한국화장품 업체들의 상품기획과 차별적인 마케팅 전략수립에 활용 할 수 있는 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

1) 조사대상 및 조사방법

설문 조사 대상은 중국 북경에 거주하는 20~50대 성인여성을 대상으로 임의 표본추출 하였으며, 한번 이상 한국화장품을 사용해 본 소비자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 조사 기간은 2015년 5월 13일부터 7월 20일까지 69일 동안 521명에게 실시하였으며, 이중 응답이 불성실한 응답을 한 설문지 28부를 제외한 493부의 설문지가 최종분석 자료로 활용하였다.

2) 설문지의 구성

설문지의 구성은 쇼핑성향, 유통채널, 유통채널선택요인, 한국화장품 구매행동, 인구통계학적 5가지 부분으로 나눌 수 있다. 측정방법은 5점 척도 및 명목적도로 측정하였다.

3) 자료처리 방법

수집된 자료의 분석을 위해 SPSS 20.0 통계프로그램이 사용되었다. 자료 분석방법은 연구문제에 따라 순차적으로 적용되었고, 구체적인 통계 기법은 다음과 같다.

첫째, 쇼핑성향, 유통채널 선택요인, 한국화장품 구매행동의 각 차원을 알아보기 위해 요인분석과 신뢰도분석을 하였다. 둘째, 쇼핑성향이 유통채널 선택요인에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 하였다. 셋째, 쇼핑성향이 한국화장품 구매행동에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 하였다.

요인분석의 경우 요인의 추출방법으로 변수의 수가 많고 공통인자분산의 값이 심하게 변하지 않을 때 사용할 수 있는 주성분분석법이 사용되었고, 요인의 회전방법으로는 Varimax가 사용되었다. 분산분석의 경우 사후검정으로 던컨테스트(Duncan Test)가 사용되었고, 회귀분석의 경우 독립변수

Corresponding author : Saeyoung Shin, Tel.+82-10-6209-1487 Fax.+82-2-940-7827
E-mail: syshin@skuniv.ac.kr

의 수가 두 개 이상이면 다중회귀분석을 하였으며, 이때의 독립변수의 투입방법으로 단계적 방법이 사용되었다.

3. 결과 및 고찰

1) 중국여성의 쇼핑성향, 유통채널 선택요인, 한국화장품 구매행동의 차원

쇼핑성향은 '유행추구성향', '쾌락추구성향', '브랜드추구성향', '합리적 구매성향'의 4개 유형으로 도출되었고, 유통채널 선택요인에 대한 요인분석 결과 '서비스', '전문성', '접근성', '경제성'의 4가지 요인이 추출 되었다. 한국화장품 구매행동 요인으로는 '계획적 구매행동', '브랜드 유행추구행동', '브랜드명성 추구행동', '브랜드충성 구매행동', '헌신적 구매행동'의 5가지 요인이 추출되었다.

2) 중국여성의 쇼핑성향이 유통채널 선택요인에 미치는 영향

중국여성의 유통채널 선택요인 중에서 '서비스' 요인은 쇼핑성향 중 '쾌락추구성향'과 '브랜드 추구성향'이 증가할수록 '서비스' 요인도 증가하는 정(+)의 관계를 보였다. '전문성' 요인은 쇼핑성향 중에서도 '쾌락추구성향', '브랜드추구성향' '합리적 구매성향'이 증가할수록 '전문성'도 증가하는 정(+)의 관계를 보였다.

3) 중국여성의 쇼핑성향이 한국화장품 구매행동에 미치는 영향

'유행추구성향'이 영향을 미치는 한국화장품 구매행동으로는 '브랜드명성 추구행동', '헌신적 구매행동'으로 나타났고, '쾌락추구성향'이 영향을 미치는 한국화장품 구매행동으로는 '브랜드명성 추구행동'이며, '브랜드추구성향'이 영향을 미치는 한국화장품 구매행동으로는 '계획적 구매행동', '브랜드명성 추구행동', '헌신적 구매행동'이며, '합리적 구매성향'이 영향을 미치는 한국화장품 구매행동으로는 '계획적 구매행동'인 것으로 나타났다.

4. 결론

중국 여성의 쇼핑성향이 유통채널 선택요인에 대한 영향을 알아본 결과, '쾌락추구성향'과 '브랜드 추구성향'이 '서비스'에 영향을 미쳤으며, '쾌락추구성향'과 '브랜드추구성향', '합리적 구매성향'이 '전문성'에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 한국화장품 구매 시 제품에 대한 믿을 수 있는 정보를 제공하는 것이 유통채널 선택요인에 중요한 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 전문적인 정보를 제공하기 위해서는 프랜차이즈 매장, 면세점, 주요 백화점 및 전문점 등의 엄선된 유통채널 전략으로 브랜드 이미지를 유지하여야 하며, 제품성분표시 및 유통기한, 인증마크, 커뮤니케이션 측면에서 소비자에 신뢰를 줄 수 있는 정보를 소비자에게 제시하여야 할 것이다. 이는 엄선된 제품 및 마케팅 전략은 고급 브랜드의 브랜드 자산 가치를 높일 뿐 아니라, 전문화된 가치를 선호하는 고객들에게는 브랜드와의 관계를 지속적으로 유지하는 원동력으로 작용할 것으로 사료된다. 또한, 쇼핑성향이 한국화장품 구매행동에 미치는 영향에서는 '브랜드추구 성향'은 '계획적 구매행동', '브랜드명성추구행동', '헌신적 구매행동'에 모두 영향을 미치는 것으로 나타났다. '합리적 구매성향'은 '계획적 구매행동'에, '쾌락추구성향'과 '유행추구성향'은 '브랜드명성추구행동'에 '유행추구성향'은 '헌신적 구매행동'에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 통해 중국소비자들은 새로운 브랜드에 대한 강한 호기심을 가지고 있는 것을 알 수 있다. 현재 많은 국가의 여러 브랜드들이 경쟁하고 있으며, 새로운 브랜드의 유입이 매우 활발하다. 따라서 넓은 대중을 공략하기 보다는 쇼핑 성향에 따른 한국화장품 구매행동에 미치는 요인을 통해 타겟 소비자를 보다 명확하게 하고 그에

최적화된 제품을 출시하는 것이 필요하다고 할 수 있겠다.

■ 참고문헌

- 고자열(2012), “중국여성의 제품 구매 시 상표선호도 및 구매우 만족도”, 숙명여자대학교 석사학위논문
- 류혜아(2015). “중국소비자의 화장품 라이프스타일과 추구혜택에 따른 선호유통경로에 관한 연구”, 경희대학교 대학원 석사학위논문
- 서선애·오가영(2013). “최적의 유통경로 선정을 위한 소비자 행태분석: 한·중 양국의 유통채널 표준화 및 현지화 전략을 중심으로”, *물류학회지*, 23(1), pp.75-106
- 이 림(2013). “한·중 소비자의 제품별 멀티채널 선택행동 비교연구: 정보탐색과 구매를 중심으로”, 서울대학교 대학원 박사학위논문
- 이정숙(2013), “중국여성의 한류 인지도 차이가 한국 화장품에 대한 품질인식과 구매행동에 미치는 영향”, *한국산학기술학회논문지*, 14(10), pp.5097-5104
- 원정연(2009), “중국여성의 화장품 구매행태에 관한 연구: 상해거주 여성 소비자를 중심으로” 숙명여자대학교 석사학위논문
- 하광옥(2015). “소비자 특성과 상품 특성에 따른 쇼핑채널 선택에 관한 연구”, 중앙대학교 대학원 석사학위논문
- 현인규,박소진(2012), “중국 20~30대 여성소비자들의 화장품 선택요인 연구: 상하이 지역을 중심으로”, *유통경영학회지*, 15(3), pp.78-87
- Ni Weina(2012), “중국 남경 거주 여성의 한국산 화장품 구매태도에 관한 연구“ 우송대학교 석사학위논문