

2017년 한국패션비즈니스학회
추계학술대회

4차 산업혁명 시대의 섬유패션비즈니스 혁신과 대응전략

등 록	09:30~10:00 박찬미 부천대학교 교수
개 회	10:00~10:20 사회 이금희 서울여자대학교 교수
주제강연 I	10:20~11:10 사회 김석주 지엔코 대표이사
■ 4차산업혁명과 패션산업의 진화 조익래 (주)SUS패션연구소 소장	
주제강연 II	11:20~12:10 사회 엄소희 강릉원주대학교 교수
■ 사람을 알려주는 데이터, Social Big Data 류상우 (주)다음소프트 이사	
중 식	12:10~13:10
포스터 학술발표 제5회 Kotrea Textile Design Award 수상작 관람 제17회 국제 FABI전 관람	13:10~13:50 사회 이인숙 송의여자대학교 교수

주제강연 III

13:50-14:40

- 4차 산업혁명 시대의 글로벌 섬유패션 리더십을 위한
기술개발 및 인재육성 방안
박창규 건국대학교 교수

사회 간호섭 홍익대학교 교수

휴 식

14:40~14:50

구두 학술발표

14:50-16:20

Session 1 (산업계, 홍문관 531호)

좌장 김숙진 세종대학교 교수

장은영 동서울대학교 교수

- ◇ 국내 소잉교육 현황에 대한 연구
-전문직업군 확립을 위한 소잉디자이너 자격 활성화 방안 모색-
발표자 : 김은희* 한국재봉기술개발원 신경섭 (썬신시아부
토론자 : 홍미정 계명대학교
- ◇ 반려동물수요의 확산과 지속가능펫산업의 발전방향에 관한 연구
-반려동물 패션용품 중심으로 -
발표자 : 양용* 세상에서가장아름다운나무 김정희 부산대학교
토론자 : 정화연 국제대학교
- ◇ 평창동계올림픽 빙상 국가대표선수 훈련복의 특징
-빙상(쇼트트랙, 스피드스케이팅) 훈련복 소재와 구성-
발표자 : 엄성흠* 고려대학교 오용석 단국대학교
토론자 : 위혜정 청강문화산업대학교
- ◇ 디자이너 브랜드의 디자인 차별화 전략
발표자 : 이수진* 수진리 엄소희 강릉원주대학교
토론자 : 이정수 홍익대학교

Session 2 (디자인, 홍문관 532호)

- ◇ 권력으로 재생산된 몸과 패션디자인 표현 연구
-이미지 연상기법에 의한 시각화를 중심으로-
발표자 : 김민지* 상지대학교
토론자 : 김선영 순천대학교

 - ◇ 현대 패션에 나타난 고저스룩(Gorgeous Look)의 조형적 특성에 관한 연구
-비잔틴 시대 복식 이미지를 중심으로-
발표자 : 김보경* · 간호섭 홍익대학교
토론자 : 차수정 서원대학교

 - ◇ 현대패션에 나타난 이슬람 예술의 상징적 문양에 관한 연구
발표자 : 이지현* 군장대학교 · 간호섭 홍익대학교
토론자 : 홍성순 김포대학교

 - ◇ 퍼커링 기법을 활용한 패션 조형에 관한 연구
발표자 : 범영순* · 금기숙 홍익대학교
토론자 : 임지영 경상대학교
-

Session 3 (마케팅 및 소재, 뷰티, 홍문관 533호)

- ◇ 레이온 섬유벽지의 국내외 화재안전성 평가에 관한 연구
-KS F 2271 가스유해성 시험을 중심으로-
발표자 : 이준현* · 이종근 · 강영웅 (주)여명벽지 김지훈 ECO융합섬유연구원 김선미 건국대학교
토론자 : 박찬미 부천대학교

 - ◇ 패션마켓의 컨버전스와 디버전스 특성에 관한 연구
-국내 대형 유통사와 패션기업을 중심으로-
발표자 : 박연진* · 간호섭 홍익대학교
토론자 : 이인숙 송의여자대학교

 - ◇ 직진출 수입 브랜드 특징 및 업무 수행 사례 연구
발표자 : 김다정* 리치몬트 코리아 이금희 서울여자대학교
토론자 : 채진미 한성대학교

 - ◇ 언어 시각화를 통한 한국의 시대별 고전화장 연구
발표자 : 방기정* 대전대학교
토론자 : 이귀영 신안산대학교
-

◇ 인간대상연구와 IRB 적용

발표자 : 곽호범 · 이미영* 인하대학교

◇ 패션분야 연구설계에 따른 IRB 적용

발표자 : 이수진 동덕여자대학교

제5회 Korea Textile Design Award 시상

제17회 국제 FABI전 시상

학술발표우수상 시상 및 폐회

16:30-17:00

사회 이규진 한세대학교 교수 김성민 목원대학교 교수

김민지 상지대학교 교수 엄소희 강릉원주대학교 교수

리셉션

17:00-

차수정 서원대학교 교수

목 차

회장인사.....최경희 / 12

주제강연 I

- 4차산업혁명과 패션산업의 진화
.....조익래 / 13

주제강연 II

- 사람을 알려주는 데이터, Social Big Data
.....류상우 / 30

주제강연 III

- 4차 산업혁명 시대의 글로벌 섬유패션 리더십을 위한기술개발 및 인재육성 방안
.....박창규 / 46

구두발표

- ◇ 국내 소잉교육 현황에 대한 연구
-전문직업군 확립을 위한 소잉디자이너 자격 활성화 방안 모색-
.....김은희 · 신경섭 / 57
- ◇ 반려동물수요의 확산과 지속가능펫산업의 발전방향에 관한 연구
-반려동물 패션용품을 중심으로 -
.....양 용 · 김정희 / 59
- ◇ 평창동계올림픽 빙상 국가대표선수 훈련복의 특징
-빙상(쇼트트랙, 스피드스케이팅) 훈련복 소재와 구성-
.....엄성흠 · 오용석 / 61
- ◇ 디자이너 브랜드의 디자인 차별화 전략
.....이수진 · 엄소희 / 64
- ◇ 권력으로 재생산된 몸과 패션디자인 표현 연구
-이미지 연상기법에 의한 시각화를 중심으로-
.....김민지 / 66

- ◇ 현대 패션에 나타난 고저스룩(Gorgeous Look)의 조형적 특성에 관한 연구
-비잔틴 시대 복식 이미지를 중심으로-
.....김보경 · 간호섭 / 69
- ◇ 현대패션에 나타난 이슬람 예술의 상징적 문양에 관한 연구
.....이지현 · 간호섭 / 72
- ◇ 퍼커링 기법을 활용한 패션 조형에 관한 연구
.....범영순 · 금기숙 / 75
- ◇ 레이온 섬유벽지의 국내외 화재안전성 평가에 관한 연구
-KS F 2271 가스유해성 시험을 중심으로-
.....이준한 · 이종곤 · 강영웅 · 김지훈 · 김선미 / 77
- ◇ 패션마켓의 컨버전스와 디버전스 특성에 관한 연구
-국내 대형 유통사와 패션기업을 중심으로-
.....박연진 · 간호섭 / 79
- ◇ 직진출 수입 브랜드 특징 및 업무 수행 사례 연구
.....김다정 · 이금희 / 81
- ◇ 언어 시각화를 통한 한국의 시대별 고전화장 연구
.....방기정 / 84

연구윤리세미나

- ◇ 인간대상연구와 IRB 적용
.....곽효범 · 이미영 / 88
- ◇ 패션분야 연구설계에 따른 IRB 적용
.....이수진 / 89

포스터 학술발표

- 패션마케팅 · 의상사회심리
- ◇ The Effect of Corporate Social Responsibility(CSR) on the Corporate Image and Purchase Intention -Case of Chinese Fashion Corporate-
.....Jing Li · Yu Xia Shi · Fang Zhu Lian · Yu Hua Cui / 91
- ◇ Industry 4.0시대, ICT 기반의 패션 플랫폼 비즈니스 모델 분석
.....김미경 / 92

- ◇ The Effects of Consumer Characteristics on Mobile Fashion Shopping
-Focused on Market Mavenship, Innovativeness, Gender-
.....Soo-Kyung Ahn · Eunjeong Ryou / 95
- ◇ The Influence of Fashion Salespersons Attributes on Relationship Commitment
between Salesperson and Customer and fashion brand loyalty
.....Yu Hua Cui / 97
- ◇ 스키니 진의 착용에 따른 부작용 및 착용감
.....박영희 / 98
- ◇ 사진유도인터뷰 (Photo Elicited Interview)를 활용한 복합쇼핑몰 사용자 경험 연구
.....김소영 · 이종배 · 이미영 / 101
- ◇ 국내 SPA 패션 브랜드의 고객 만족도 향상을 위한 전략적 요인 연구
.....오정민 · 신상무 / 103
- ◇ 패션기업 성장단계별 기술혁신과 혁신성과에 대한 연구
.....손진아 / 105
- ◇ 온라인 구매 후기에 대한 소비자 경험 연구
.....박지선 / 107
- 패션디자인
- ◇ 스포츠 레저 인구 확산에 따른 안전 상의에 관한 연구
.....이현영 / 109
- ◇ 마크 제이콥스 컬렉션에 나타난 그런지(Grunge) 룩의 조형적 특성에 관한 연구
-1990년대와 2000년 이후를 중심으로-
.....유희지 · 고지청 / 111
- ◇ 중국 하얼빈시 스트리트 패션에 나타난 여성 의복색 비교 분석
-2016~2017 S/S시즌을 중심으로-
.....치동설 · 오현아 · 배수정 / 113
- ◇ HOW ARTIFICIAL INTELLIGENCE IS TRANSFORMING THE FASHION INDUSTRY IN INDIA
.....리짜 샤르마 · 차하나 / 116

◇ 질 들뢰즈(Gilles Deleuze)의 감각론에 기반한 현대패션디자인 분석 -알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen) 중심으로-	최현명 · 서승희 / 119
◇ 업사이클링 패션브랜드의 소재 특성연구 -레코드, 리블랭크, 에코파티메아리를 중심으로-	이다혜 · 배수정 / 122
◇ 시뮬라시옹 관점에서의 한국적 패션디자인 이미지	김한나 · 서승희 / 125
◇ 극채색의 역동성을 활용한 사이키델릭 패션디자인 연구	조용우 · 이연지 · 엄소희 / 127
◇ 법을 통해 바라본 패션에 대한 인식 변화에 대한 고찰 -사치금지법과 디자인 보호법을 중심으로-	박진영 · 이지은 · 이정수 / 129
◇ 국내 온라인 편집샵의 리테일 전략과 특성	한자영 / 131
◇ 구찌-알렉산드로 미켈레 의상 디자인에 나타난 로맨티시즘 특성 연구	김진영 · 간호섭 / 133
◇ 키스헤링의 낙서화 특성을 활용한 그래피티 패션디자인 연구	강수지 · 이연지 · 엄소희 / 135
◇ 모스키노(MOSCHINO) 캐릭터 의상디자인 연구	김영아 · 최경희 / 137
◇ 한국의 산 이미지를 응용한 패션디자인 개발	박찬미 / 140
◇ 묘족의 아동 모자 연구	조문희 / 142

- 복식사 · 복식미학 · 뷰티

- ◇ 인상주의 화가 작품에 나타난 근대 도시의 기호와 여성 패션(제2보)
-Eduard Manet, Gustave Caillebotte, Jean Béraud를 중심으로-
.....박혜원 / 144
- ◇ 드가의 작품에 나타난 이국취미의 색채와 패션
.....이금희 / 146
- ◇ 국내 학술지에 게재된 패션모델 관련 연구의 동향 분석
.....김영민 · 박근정 · 김영삼 / 150
- ◇ 의상에 나타난 실크텍스타일 디자인연구 -Bizarre silk를 중심으로-
.....김성희 / 152
- ◇ 19세기 회화에서 나타난 버슬 스타일 복식 연구
.....김진아 · Wu Hao · ZhaiZihui · 이정수 / 154
- ◇ 현대 패션에 나타난 뷰티 디자인의 다다이즘 특성
.....임단비 · 신세영 / 156

- 의류소재 · 텍스타일 디자인

- ◇ 섬유벽지의 디자인 패러다임 변화에 관한 연구
-불규칙한 표면의 섬유벽지 개발 사례를 중심으로-
.....이준한 · 이윤주 · 김선미 / 158
- ◇ 대학생들의 패션라이프스타일에 따른 웨어러블 스마트 텍스타일제품 관심 경향 분석
.....송하영 / 161
- ◇ 일상의 변화에 따른 텍스타일 디자인 경향 -초월(trans-)성을 중심으로-
.....김화연 · 이필하 / 164
- ◇ 리인카네이션 개념을 통한 가죽 소품 디자인 개발
.....박유신 / 166
- ◇ 디지털 전사 날염 직물의 색차분석에 대한 연구
-2017 Sport & Outdoor f/w 트렌드를 중심으로-
.....김지민 · 김종준 / 169

◇ 패션컬렉션에 나타난 체크패턴 디자인유형 분석 -2015년 S/S ~ 2017년 F/W를 중심으로-	김미송 · 김성달 / 171
◇ 3차원 가상착의 시스템을 이용한 원피스 드레스 스타일과 스트라이프 무늬의 특성에 따른 시각적 효과	WANG TIAN TIAN · 김종준 / 174
◇ 니들워크 기법과 조직의 융복합적 확장 적용 사례연구	김성달 / 177
◇ 클로드 모네 화풍을 분석한 DTP 디자인 외관특성 연구	조윤희 · 김종준 / 180
- 의복구성	
◇ 노년 여성의 체형별 팬츠원형 비교	차수정 / 182
◇ 가상착의시스템을 활용한 여성용 저고리 패턴 개발 -보디스 원형을 기초로-	위혜정 · 전성연 / 185
◇ 5~7차 SIZEKOREA 인체치수 자료 비교분석 연구 -20~24세 여성 데이터를 중심으로-	서추연 / 188
◇ 여자 축구선수의 축구유니폼 착용 만족도 조사 연구	이은혜 / 191
◇ 고령자를 위한 의류 패턴제작 I-의복제작용 기능성 직물 개발-	전성연 · 위혜정 / 193
◇ 아이스슬레지하키선수를 위한 기능성 이너웨어 패턴개발	박상희 / 196

회장인사



최 경 희

한국패션비즈니스학회
회장

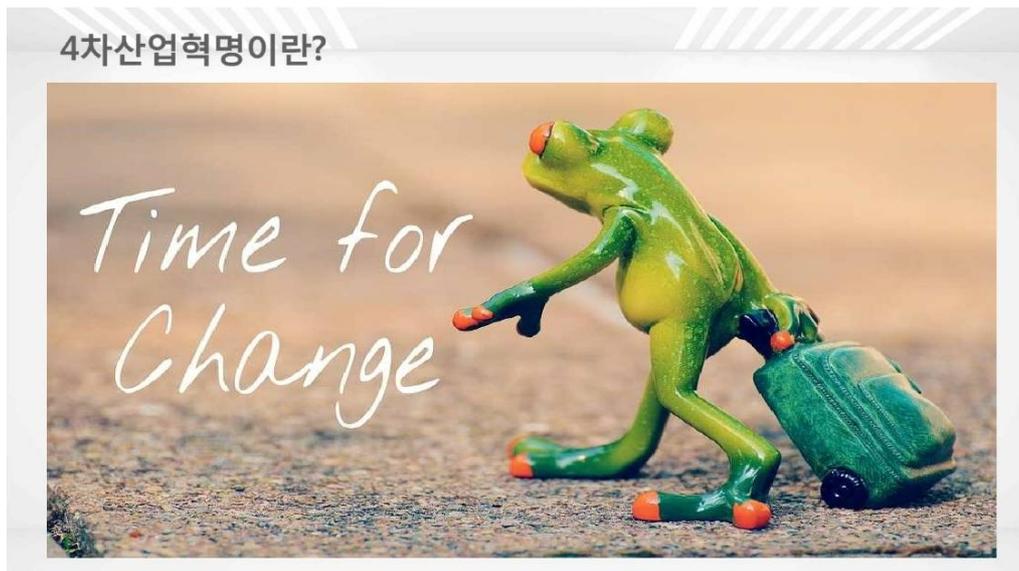
호남대학교 교수

풍요로운 결실의 계절을 맞이하여 2017 한국패션비즈니스학회 추계학술대회에 회원 여러분을 모시고자 합니다.

이번 추계학술대회는 '4차 산업혁명 시대의 섬유패션비즈니스 혁신과 대응전략'의 주제하에 미래사회 변화에 대응하기 위한 기초 강연들과 학계와 산업계 분들의 구두 발표와 포스터 발표 등을 준비하였습니다. 또한 2017 17th International FABI전과 한국섬유신문사와의 공동주관으로 제5회 「KOREA TEXTILE DESIGN AWARD」가 개최됩니다.

조익래 SUS패션연구소 소장의 '4차 산업혁명과 패션산업의 진화', 류상우 다음소프트 이사의 '소셜 빅 데이터 -일상기록의 활용-', 박창규 건국대학교 교수의 '4차 산업혁명 시대의 글로벌 섬유패션 리더십을 위한 기술개발 및 인재육성 방안'에 대한 주제 강연들로 4차 산업혁명 시대의 섬유패션비즈니스 혁신과 대응 전략을 제시함으로써 산업계, 학계, 연구소 등 관계자들이 한 자리에 모여 섬유패션업계의 선제적 대응에 대한 정보와 의견을 공유하는 중요한 자리를 제공할 수 있을 것으로 생각합니다.

회원 여러분의 끊임없는 성원과 관심에 감사드리며, 바쁘신 중에 초청강연을 해주시는 연사님들과 60여편의 구두발표 및 포스터 발표, 그리고 47점의 International FABI전과 총 276점의 「KOREA TEXTILE DESIGN AWARD」에 참여하신 여러분께도 감사드립니다. 그리고 본 대회 준비를 위해 애쓰신 모든 분들과 (주)윌크론 그룹, (주)크린토피아, (주)GNCO, (주)유스하이텍, (주)샤뵈, (주)3D테크놀로지 등 후원 기업에 진심으로 감사드립니다.



4차산업혁명! 위기 및 기회



글로벌 500대 기업변화



<자료출처 : 4차산업혁명시대 투자의 미래 p33, 김 장섭, 트러스트박스 (2017)>

유니콘 기업변화 추이

• 유니콘 (unicorn) 기업이란 기업가치가 10억달러 이상인 비상장 스타트업 기업을 지칭



	2014년	2015년	2016년	2017년
총 유니콘 개수	45	83	147	202
엑시트(누적)		16	27	42
계	45	99	174	244
증가율	-	120%	76%	40%
기업가치	140조원	440조원	720조원	930조원

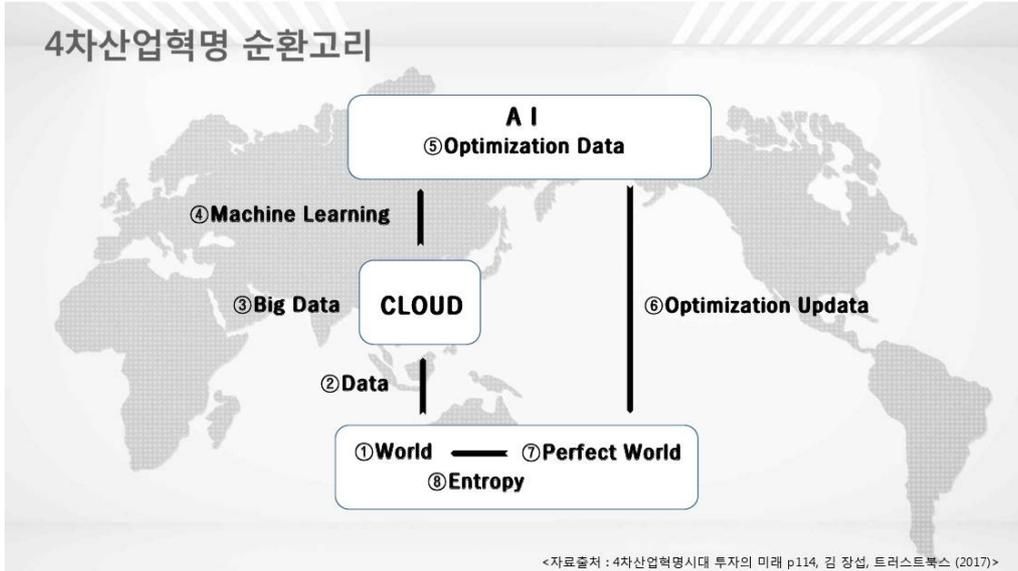
<자료출처 : 4차산업혁명시대의 벼락부자들 p36, 유 효상, 클라우드나인(2017)>

유니콘 기업의 비즈니스 모델

2017년	공유경제 플랫폼	소프트 웨어	아드 웨어	연구 개발	020 서비스	전자 상거래
유니콘 개수	47	66	13	15	70	33
비율(%)	20%	27%	5%	6%	28%	14%
미국(%)	38%	83%	69%	73%	54%	24%
아시아(%)	47%	8%	23%	7%	28%	58%
유럽(%)	11%	5%	0%	20%	15%	12%
기타(%)	4%	5%	8%	0%	3%	6%

<자료출처 : 4차산업혁명시대의 벼락부자들 p89, 유 효상, 클라우드나인(2017)>

4차산업혁명 순환고리



4가지 융합기술이 핵심



현재와 가까운 미래

▶ 제한된 연결성



▶ 모든 것이 연결, 융합, 지능화



주요국 중점육성사업

▶ 세계 각국은 자국 산업의 강점 및 환경적 특징에 따른

중점 육성산업을 중심으로 기술개발 및 상용화를 추진

국가명	중점 육성 산업
미국	첨단 제조업(센서 등), 정밀의학, 두뇌 이니셔티브, 첨단 자동차, 스마트시티, 청정에너지, 교육용 기술, 우주산업, 고성능 컴퓨터
일본	유통·소매, 자동주행, 금융, 의료·건강, 스마트 하우스, 교육, 농업, 관광, 미디어, 콘텐츠, 스마트 보안
독일	산업생산기술, 항공우주, 의료, 기후·환경, 에너지, 정보통신, 자율주행, 인공지능, 고령화 대응
중국	반도체, 정보통신, 고정밀 수치제어, 로봇, 항공우주, 해양장비, 교통설비, 에너지, 전력설비, 농업 기계, 신소재, 의료
영국	로봇 자동화, 빅데이터, 항공우주, 의료
싱가포르	첨단 제조 및 엔지니어링, 의료, 도시공학, 서비스, 디지털 경제

산업구조변화 시사점

▶ 선제적 대응을 위한 생산수단, 산업경쟁력, 핵심역량의 변화



- 1차산업 : 증기기관
- 2차산업 : 전기기술
- 3차산업 : 인터넷

- 소품종 대량생산
- 다품종 소량생산

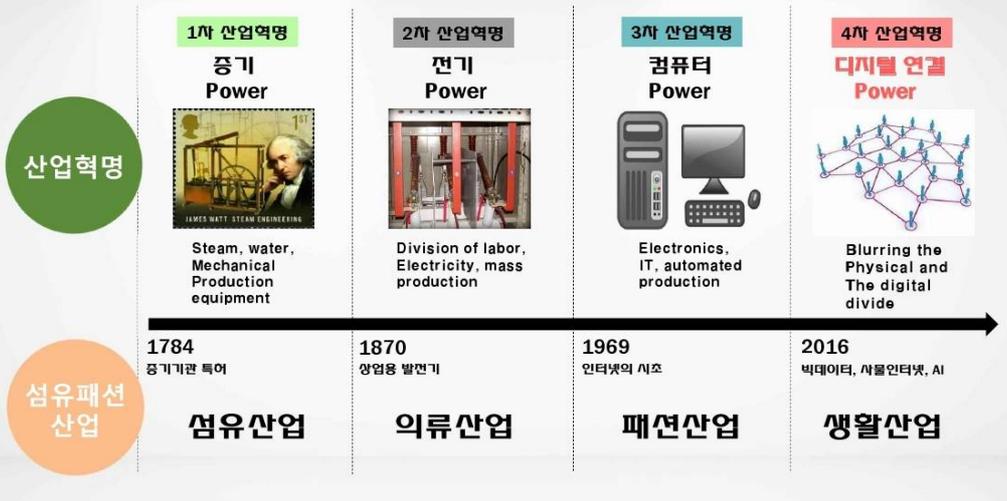
기계와 분업

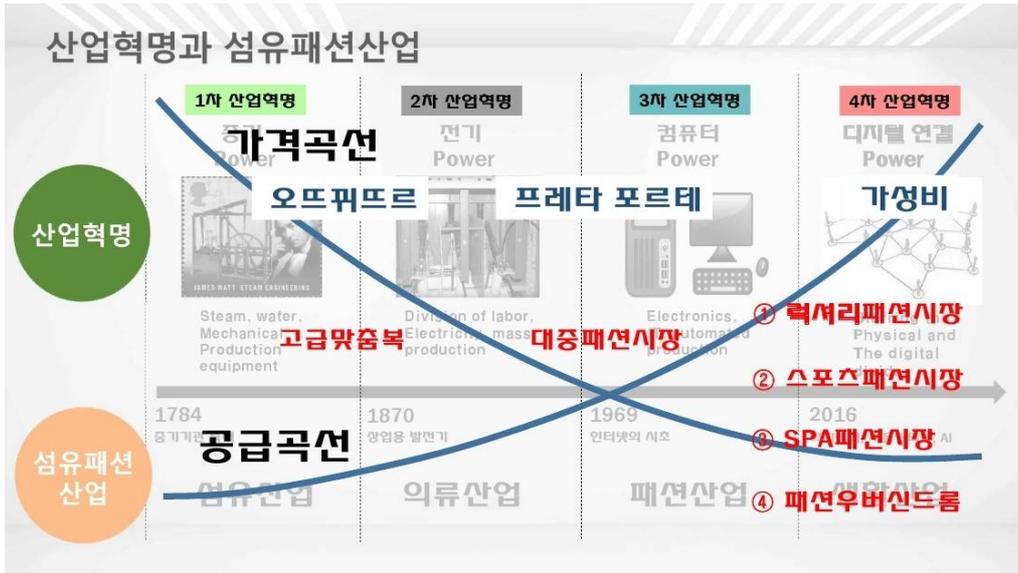
- 4차산업 : 혁신기술

- 다품종 대량생산
- 고객 맞춤형생산

기술과 협업

산업혁명과 섬유패션산업





SPA브랜드 현황

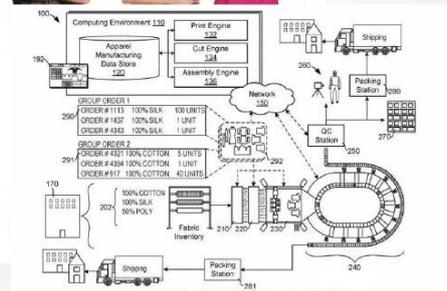


스포츠브랜드 현황



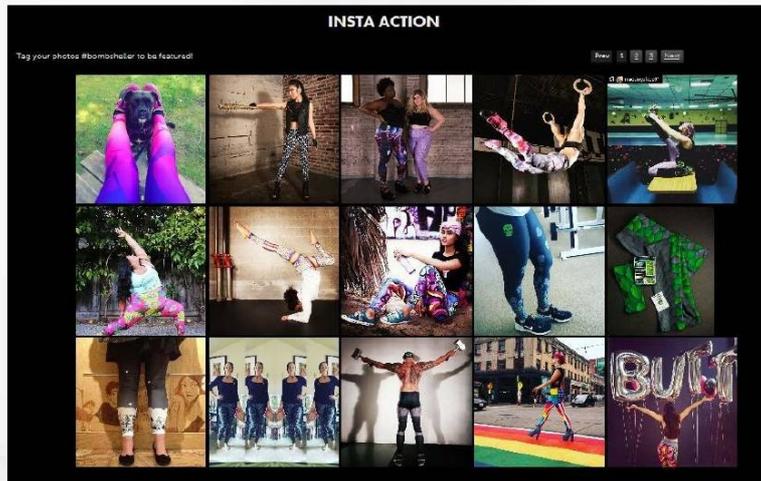
패션 우버신드롬 아마존

Amazon Fashion



<자료출처 : 패션넷코리아, Market Report (2017.9.5)>

BOMB SHELLER



<자료출처 : BOMB SHELLER 홈페이지>

BOMB SELLER Process



1. Inspiration



2. Adaptation



3. Command



4. Fabric Fatale



5. Dye Sublimation



6. Cutting



7. Sewing



8. Shipping



9. Own it

<자료출처 : BOMB SELLER 홈페이지>

패션 SEWBO



Sewbo는 일시적으로 직물을 딱딱하게 하여 이러한 장애물을 없애 고성능 산업용 로봇이 마치 편금으로 작업하는 것처럼 거친 천에서 의류를 쉽게 만들 수 있게 합니다. 직물 패널은 영구적으로 함께 봉제되기 전에 쉽게 성형 및 용접 될 수 있습니다. 수용성 보강재는 운수에서 간단한 행군으로 제조 공정의 끝에서 제거되어 부드럽고 완전히 조립 된 옷감을 남깁니다. 보강재는 재사용을 위해 회수될 수 있습니다.



<자료출처 : SEWBO 홈페이지>

Softwear Automation

Discover the SoftWear t

for precision sewing.

Robotic material handling

Learn more at SoftWearAutomation.com

SoftWear Automation은 Atlanta기반의 머신 비전과 Georgia Tech 에서 연구개발한 로봇공학 그리고 WALMART Foundation 프로젝트를 시작으로 개발되었습니다. SoftWear의 완전 자동화 된 Sewbots는 제조업체가 SEWLOCAL™을 사용하여 공급체인을 고객에게 더 가까이 이동시키면서 보다 저렴한 비용으로 고품질의 제품을 생산할 수 있게 합니다.

<자료출처 : 소프트웨어 오토메이션 홈페이지>

STITCH FIX

STITCH FIX

YOUR PARTNER IN PERSONAL STYLE

01 FOLLOW A STYLE PROFILE

02 REQUEST A SET OF FIXES

03 KEEP WHAT YOU LOVE!

Want In On A Stylish Secret?

STITCH FIX fashion experts can send you the latest looks to try on at home.

GET A PERSONAL STYLIST

STITCH FIX

MEN

How it Works

FASHION TIPS: The Curvy Girl's Guide to Denim

FASHION TIPS: Fall Layering Tricks For Every Body Shape

FASHION TIPS: The Petite Girl's Guide to Denim

<자료출처 : 스티치 픽스 홈페이지>

소비자 본질과 특성

1 산업의 특성과 본질

- 산업의 특성은 시대 따라 진화하지만 산업의 본질은 변하지 않음
 - ▶ 패션산업은 특히 소비자의 본질과 특성을 이해해야 성장할 수 있는 산업

2 소비자의 본질

- 경제적 관점 : 낮은 **가격**에 구입하고자 하는 욕망
- 사회적 관점 : 자신의 **개성**을 표현하고자 하는 욕망

소비자 본질과 특성

3 패션산업의 경쟁우위

- 경제적 관점에서 가격경쟁력을 갖추어야 함
 - 사회적 관점에서는 개성추구를 통해 차별화
- ▶ 경제적 · 사회적 균형감을 어떻게 유지시켜 주는가



소비자 본질과 특성

4 소비자 특성

- 고대 및 중세사회 : 금욕적인 생활을 강조
 - ▶ 달성할 수 없는 물질적 욕구를 억제하는 생존성으로 문제해결
- 산업혁명 이후 : 물질 만능주의에서 우월성을 강조
 - ▶ 중산계급 탄생, 개성을 표현하고 타인에게 과시하는 비교성이 중요

5 소비 트렌드

- 가치소비를 넘어 취향소비
 - ▶ 유행을 넘어 자신만의 색깔과 성향에 집중하는 소비 트렌드가 확대
 - ▶ 패션기업에게는 생산과 판매 프로세스에 큰 변화가 올 것으로 전망

동사중심의 세계



동사시대의 핵심역량

■ 애자일(Agile)기법

신속이 신제품을 만들어 판매고 객반응을 듣고 빨리 수정하는 방식 (시장변화에 신속하고 유연하게 대응)

■ 오픈 이노베이션(Open Innovation)

■ 미래의 리더

'안다' 또는 '안안다'를 결정하는 최고 의사결정자의 역할보다, 조직내에서 다양한 실업을 신속하게 수행할 수 있도록 문화를 조성하는 역할이 점점 중요시 됨

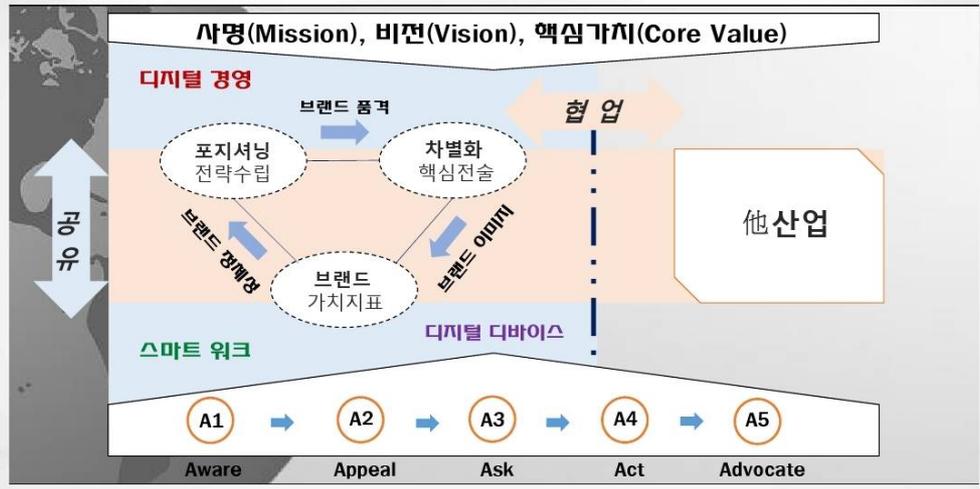
패션산업 가치변화 방향성

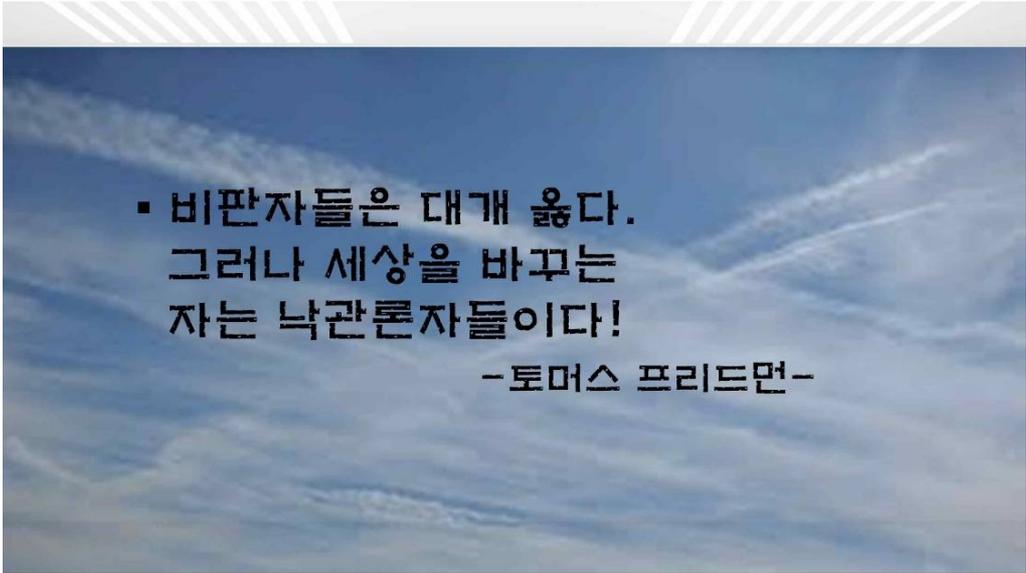


패션기업 전략수립 방향



패션기업 전략추진체계





약 력



조 익 래

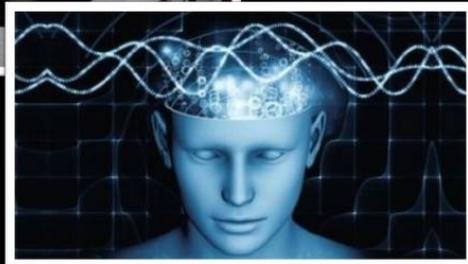
- 인하대학교 공과대학 섬유공학과 졸업
- 아주대학교 경영대학원(MBA) 졸업 (경영학 석사 : 전략경영 전공)
- '81.7 (주)코오롱 입사
- '86.4 (주)코오롱 상품개발과장
- '87.3 (주)코오롱 KFS (Kolon Fashion System) Team장
- '89.12 (주)코오롱 퇴사
- '90.4 (주)에스·유·에스 설립
- '90 - '96 FIK(Fashion Institute of Kolon) 패션조사 부문 전임강사
- '96 - '97 한국패션협회 패션마케팅 교육부문 전문위원
- '90 - 현재 신규브랜드 런칭, 포지셔닝 조사, 데이터베이스 등 국내 패션관련 100여 업체 패션마케팅 전략 컨설팅 실시
- '90 - 현재 삼성, 제일모직, LG패션, 롯데백화점, 현대백화점 등 국내 패션관련 업체 전문인교육 및 실무자 재교육 실시
- '00 - '01 명지대학교 산업대학원 겸임교수
- '00 - '07 호서대학교 산업디자인 대학원, 건국대학교 디자인대학원 세종대학원 패션디자인 학과 패션마케팅, 패션조사론, 패션유통 과목 강의

- '96 - '03 이데아패션산업연구원 패션조사 부문 전임강사
- '96 - '04 이데아패션연구소 소장
- '02 - '04 이데아패션산업연구원 원장
- '04 - '15 FIK 패션조사, 전략부문 전임교수
- '05 - '13 서울산업통상진흥원 하이서울 창업스쿨 전문강사
- '12 - '14 서울산업통상진흥원 청년창업센터 패션산업 코치

- (주)에스·유·에스 패션研究所 代表理事 所長
- 한국패션협회 발전위원회 자문위원
- 한국산업인력공단 패션머천다이징 시험출제 전문위원
- 한국생산성본부 경영진단사
- 한국포털협회 전문위원장
- GF4D(세계패션기구)KOREA 이사



내가 어렸을 때엔,
이런 세상이 올 줄 알았다. 하지만...



소셜미디어, 개인의 일상 기록

한국어트윗, 하루 1천만건



소셜 빅데이터, 사람의 측정



활용 사례 1. 사람 측정 데이터의 방송 활용



소셜 빅데이터, 사람의 측정

- 매우 간단한 활용 예시 #1
: 정량적인 사람 측정 데이터의 활용 예시

비키니 관련하여 무슨 고민인지 짐작은 가요.
하지만 더 객관적이고 정량적인 자료를
구할 수 있을까요?





소셜 빅데이터, 사람의 측정

- 매우 간단한 활용 예시 #2
: 연예인의 화제 키워드나 평판 측정 활용 예시

연예인 xxx 관련하여 최근에 무슨
이야기가 화제인가요?
그 사람에게 대해서 평이 어때요?



소셜 빅데이터, 사람의 측정

- 매우 간단한 활용 예시 #3
: 제품에 대한 소비자의 이야기 분석 활용 예시

우리 제품에 대해서 뭐라 이야기해요?
정말 그렇게 언급되나요?



활용 사례 2. 키워드 분석을 통한 여론조사



소셜 빅데이터, 키워드 분석을 통한 여론 조사

- 조금 간단한 활용 예시 #1
: 사회적 이슈에 대한 비교 분석 예시

이번에 xxx 가 사회적으로 이슈가 되고 있는데 얼마나 문제가 큰 건가요?
국민 여론을 파악 할 수 있을까요?



소셜 빅데이터, 키워드 분석을 통한 여론 조사

- 시사 이슈 비교 분석

2014년 세월호 사태	14 만건	일평균 (한달간)
	20 만건	일최고 (사고 다음날)
2015년 메르스 사태	11 만건	일평균 (한달간)
	40 만건	일최고 (첫 사망자발생 다음날)
2016년 최순실/박근혜 게이트	31 만건	일평균 (29일간)
	66 만건	일최고 (JTBC보도 다음날)

소셜 빅데이터, 키워드 분석을 통한 여론 조사

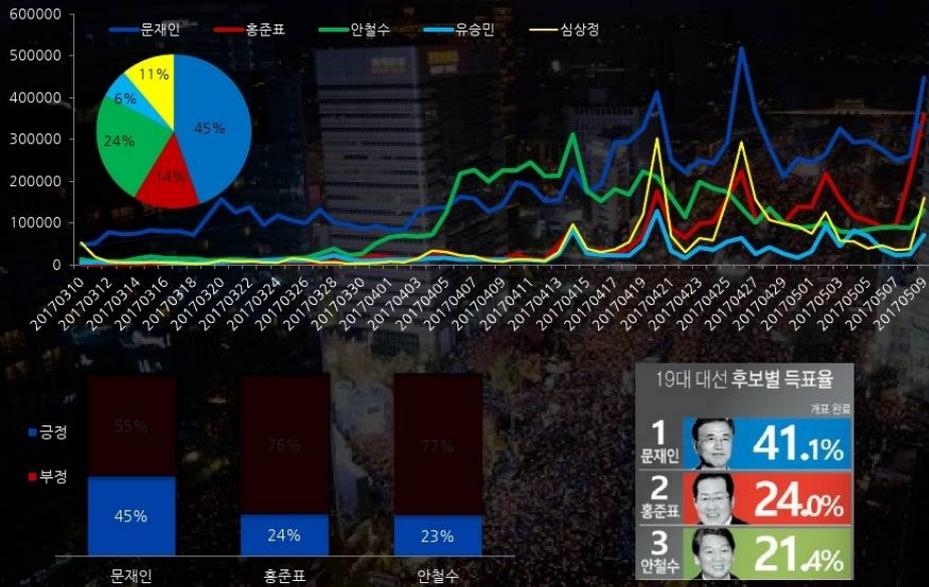
- 조금 간단한 활용 예시 #2
: 선거 분석 예시

이번 총선 / 대선 / 지방 선거 판세가
어때요? 뭐가 이슈예요?
누가 당선될까요?



• 2017 대선 분석

2017년 대선 관련 빅데이터 분석



활용사례 3. 라이프스타일 분석



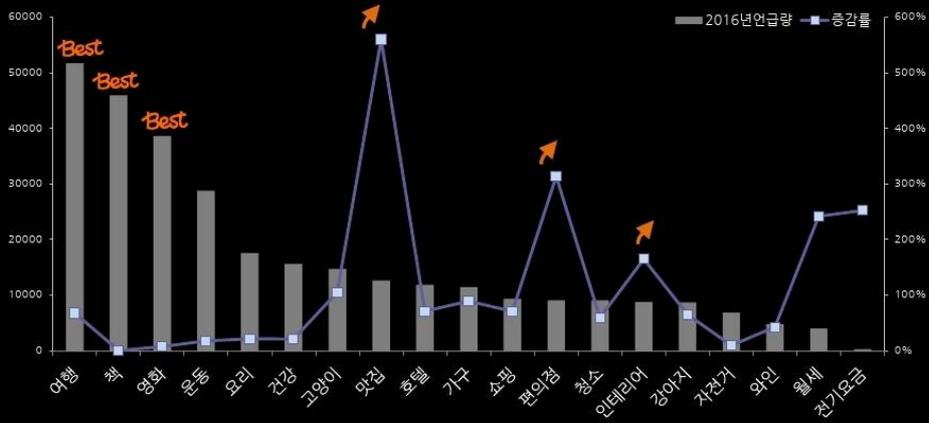
1인 가구 증가

- 실제 1인 가구수의 증가보다 1인 가구와 관련된 담론은 더 급격히 증가



1인 가구 관심의 변화

- 대년간 지속적인 관심 대상 : 여행, 책, 영화
- 최근 급속하게 관심 대상으로 부상된 키워드 : 맛집, 편의점, 인테리어
- 최근 증가된 관심 대상 : 고양이, 강아지, 호텔



1인 가구 무엇을 살까?

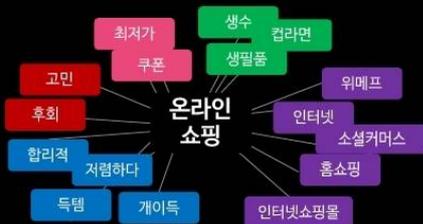
- 쇼핑하다, 구매하다, 주문하다 주변에 나온 상품 분석
- 2016년 새로운 키워드 : 편의점 도시락, 기프트콘, 항공권
- 2016년 증가 키워드 : 가구, 술, 맥주

2013년	2014년	2015년	2016년(-10월)
가방 (1,676) 신발 (1,527) 옷 (5,323) 내의 (6) 가구 (16) 카메라 (892) 소스 (326) 소주 (554) 술 (496) 맥주 (1,837) 마카롱 (276) 후라이팬 (3,969) 우유 (496)	가방 (2,038) 신발 (2,042) 옷 (5,891) 셀카봉 (343) 책 (7,428) 가구 (439) 카메라 (1,150) 소스 (688) 술 (558) 소주 (42) 마카롱 (620) 맥주 (2,804) 우유 (855) 후라이팬 (1,746) 고구마말랭이 (912)	가방 (2,002) 신발 (1,933) 옷 (7,880) 가구 (793) 카메라 (956) 소스 (696) 소주 (8) 술 (2,232) 티라미수 (62) 마카롱 (610) 맥주 (3,291) 우유 (1,087) 후라이팬 (8,605)	가방 (1,482) 신발 (1,443) 옷 (4,817) 내의 (212) 책 (6,226) 가구 (1,738) 카메라 (532) 항공권 (271) 기프트콘 (135) 소스 (667) 술 (2,119) 맥주 (2,762) 마카롱 (366) 편의점도시락 (478) 후라이팬 (9,020) 우유 (805)

1인 가구의 온라인, 오프라인 쇼핑 비교

- 생수, 라면, 생필품 등은 온라인 구매가 대세
- 온라인 쇼핑물은 저렴한 물건을 득템하여 개이득을 얻는 공간
오프라인 쇼핑물은 구경을 하며 기분전환을 얻는 공간

['온라인쇼핑' 주요 연관어]

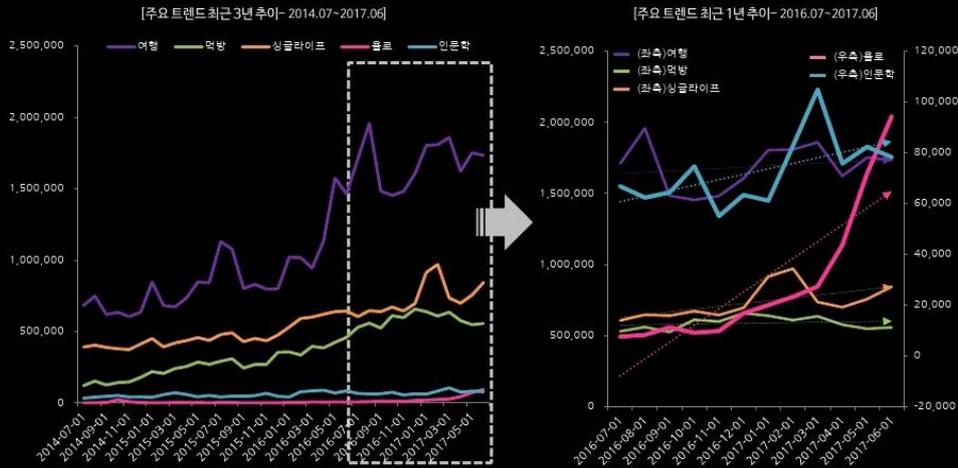


['오프라인쇼핑' 주요 연관어]



새로운 라이프 스타일 트렌드 '몰로'

- 몰로, 인문학, 싱글라이프에 대한 관심이 급증, 특히 몰로는 새로운 트렌드로 발전



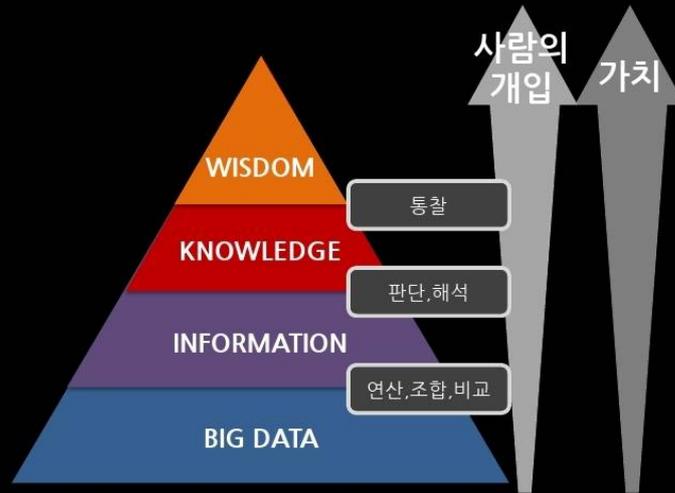
라이프 스타일 연관어 비교

- 일상에서 벗어나 여행을 통한 힐링이 몰로의 대표적인 행위
- 몰로 주변에 맛집이 등장하지 않고 있음

[주요트렌드 최근1년 연관어 - 2016.07~2017.06]

몰로	인문학	여행	먹방	싱글라이프
여행(39,862)	책(57,549)	일상(2,882,634)	먹스타그램(3,780,804)	집(357,483)
일상(31,106)	강의(28,682)	사진(1,790,103)	일상(2,397,681)	생각(336,319)
힐링(10,996)	교육(19,345)	제주도(1,029,263)	맛집(1,203,681)	마음(230,673)
인생(9,545)	생각(17,484)	친구(973,089)	여행(488,065)	여행(161,279)
행복(6,798)	독서(16,989)	맛집(700,150)	술스타그램(300,146)	취미(136,996)
감성(5,773)	프로그램(14,217)	힐링(677,118)	야식(296,243)	외롭다(118,435)

데이터의 활용



DIKW Pyramid

기업/기관과 빅데이터

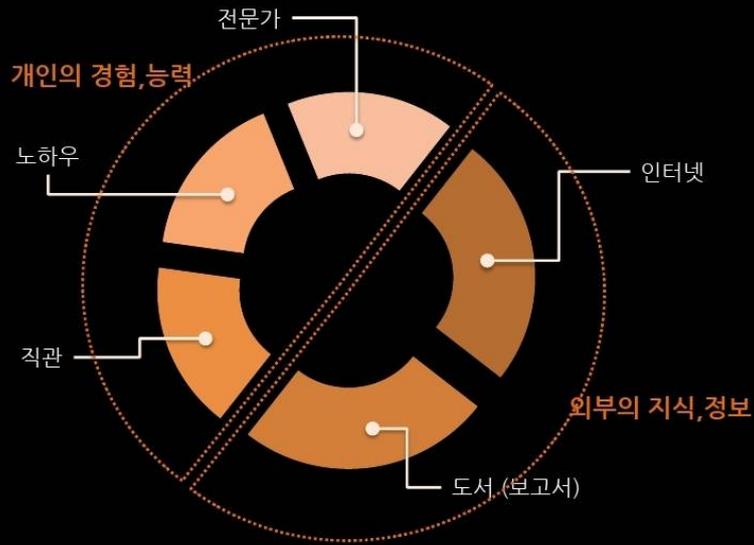
“Life is C between B and D” - 장 폴 사르트르



기업/기관의 의사결정

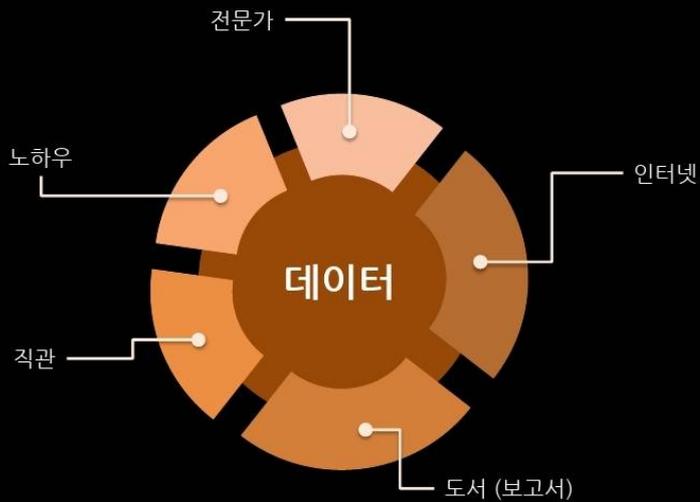
“우리가 앞서가려면 금주 안에 결정해야 돼!!”

“우리의 미래가 걸린 거 알지? 중요하다구”



데이터 기반 의사결정

빅데이터 관련 기술로 실시간 데이터 수집 분석, 대량의 데이터 수집 분석 가능



기업/기관의 데이터 활용

구분	외부 데이터 (Big Data)	내부 데이터 (Small Data)
용도	시장, 소비자, 트렌드의 파악 및 예측 (知彼知己)	우리 기업의 파악 및 예측 (知彼知己)
종류	소셜미디어 데이터 카드매출 데이터 유동인구(이동통신) 데이터 인구 통계 데이터 교통 데이터 등	고객데이터 판매 데이터 생산,재고,유통 데이터 온라인 로그 데이터 등
특징	데이터의 양 : 분석 결과의 정확도와 연관 데이터의 축적 및 분석 속도 : 활용 시기와 연관 데이터는 기본, 지식/지혜화하는 데는 사람이 필수	

감사합니다

swryu@daumsoft.com

약 력



- (주)다음소프트 이사
- 1989.3 - 1993.2 고려대학교 컴퓨터학과
- 1993.3 - 1995.2 고려대학교 컴퓨터학과
- 1995.1 - 1999.4 (주)SKC 중앙연구소
- 1999.5 - 2000.6 한국전자통신연구원

- 2004.1 - (주)다음소프트
2004. 다음커뮤니케이션 검색 서비스 프로젝트 수행
- 2005~2006 대화형 에이전트 서비스 총괄
- 2007~2009 공공 프로젝트(복지부, 국민권익위원회 등) 수행
- 2010~2011 빅데이터 관련 연구 개발 수행
- 2012~현재 소셜 빅데이터 분석 ASP 서비스 총괄

- 2017년 현재 (주)다음소프트 이사 / 소셜메트릭스 ASP 서비스 총괄

주요 외부 활동 및 특강 활동

- TBS 라디오 “김미화의 유쾌한 만남” 의 “깜짝 리서치” 코너 고정 진행 (2015.6~2016.9)
- 주요 특강 : 보건복지부, 국방부, 문화체육관광부, 국립도서관, 서울시, 한국방송광고진흥공사, 국립중앙박물관, 국립 청소년 수련원, KT, 한양대학교, 홈플러스, 롯데그룹, 롯데월드, 두산, 한국패션협회, 백화점협회 등

THE 4TH INDUSTRIAL REVOLUTION

[2017년 한국패션비즈니스학회 추계세미나 기초강연]

**4차 산업혁명 시대의
글로벌 섬유패션 리더십을 위한
기술개발 및 인재육성 방안**

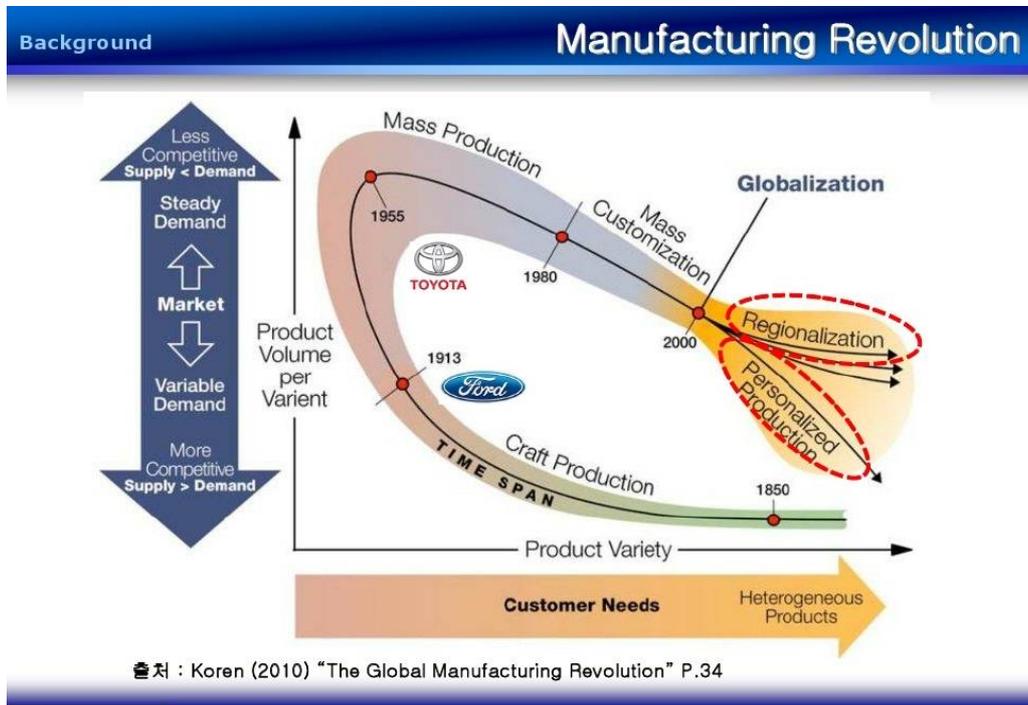
2017. 10. 20(토)

박창규

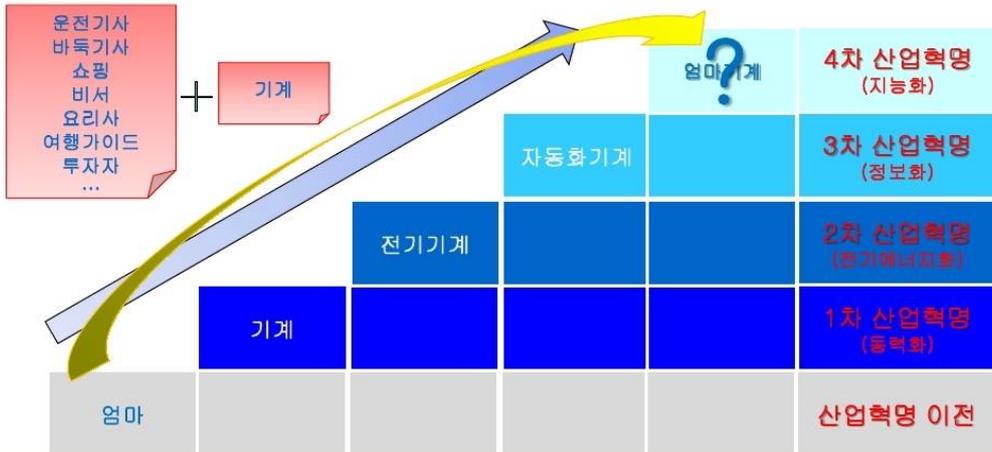
건국대학교 유기나노시스템공학과
유비쿼터스정보기술연구원

cezar@konkuk.ac.kr

COPYRIGHT 2017 CHANK KYU PARK. ALL RIGHTS RESERVED.



엄마 기계TM



Connected
(초연결)

Context
(의도/맥락/상황)

Autonomy
(자율화)

Decentralization
(탈중심/분권화)

Doing **Potential Leaders' Doing**

Setellite GPS

Moving Mobile

5억개 Item
하루 50만개 신규 Item

100 Apps

개인별 영화 추천
주문의 80% 차지

KU KONKUK UNIVERSITY

4

Doing **Doing in Textile & Fashion**

연매출 3억불
종업원 4,400명

Google + H&M

Adidas Speedfactory
수백만가지 조합
500,000결레/년
5시간/10명
Made in Germany

Smart Shoes
250\$/650\$

WARBY PARKER
unbox, try on, review

RENT THE RUNWAY

연매출 1억불
기업가치 6억불

43,000 편의 편의점
정보제조소매업

기업가치 12억불

Doing

Our Doing in Textile & Fashion



Bread & Butter AW13/14: The Top 5 Brands

Avatarmade
A boutique for womenswear, Korea based Avatarmade (launched by i-Cloud Co.) see right up our 'techy' street, using 3D based technologies to make beautiful fashions. The company integrates i-Fashion IT technologies such as 3D body scanning, automatic measurement and 3D body modelling. A scary thought, when getting the right combination of geek and fashion is always tough. The team behind this mix of the two worlds have managed it; at the core of their design is professional DTP design alongside their technology driven production process. This allows each customer to select their garment style and then choose any of the collections artwork, as each piece is made to order. The end result is fascinatingly intricate prints on simple shapes of your choice.



Journal
The Scandinavians never fail to turn out super slick menswear. This debut collection from Danish brand, Journal, ticks all the boxes associated with the Scandi room. Clean and simple classic men's staples with eye-catching details.

KU KONKUK UNIVERSITY

6

Doing

My Fashion Lab

with KOIA, Black Yak, Konkuk Univ., i-Fashion Biz Center (2017. 8)

<http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LPOD&mid=tvh&oid=448&aid=0000220611>

Better than Adidas Speed Factory in some ways



KU KONKUK UNIVERSITY

7

Technology & Human

Core Technology

Physical Part ↔ **sensors** / **Inter-faces** / **actuators** ↔ **Cyber Part Network**

Cloud Computing | **BLOCKCHAIN** | **Online to Offline**

Artificial Intelligence (AI) applications:

- machine learning (deep learning, predictive analytics, translation)
- natural language processing (NLP) (classification & clustering, information extraction)
- speech (speech to text, text to speech)
- expert systems (planning, scheduling & optimization)
- robotics
- vision (image recognition, machine vision)

MOBILE (Smartphone icon)

Just Thanks to them

Prof. Lotfi A. Zadeh

Prof. David E. Rumelhart



Technology & Human

Textile & Fashion Technology

Smart Textiles

PLM (Product Lifecycle Management)

Digital Textile Printing

Direct DTP 100 m/hour

3D Printing

Virtual Fitting

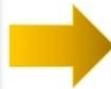
3D Scan

100 thou.\$ → only 499\$



엄마기계의 시대에 엄마(학생)은 무엇을 배워야 할까요?

Context를
모으고
분석하고
반영하기
위해서

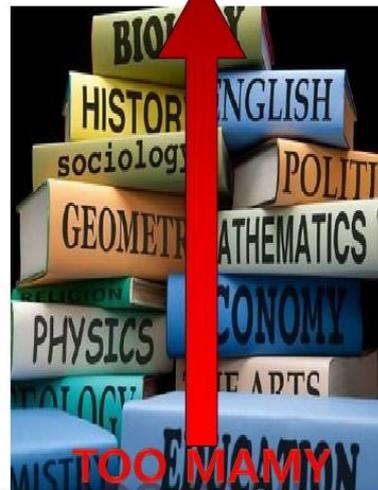


요리는 기본

READY-MADE

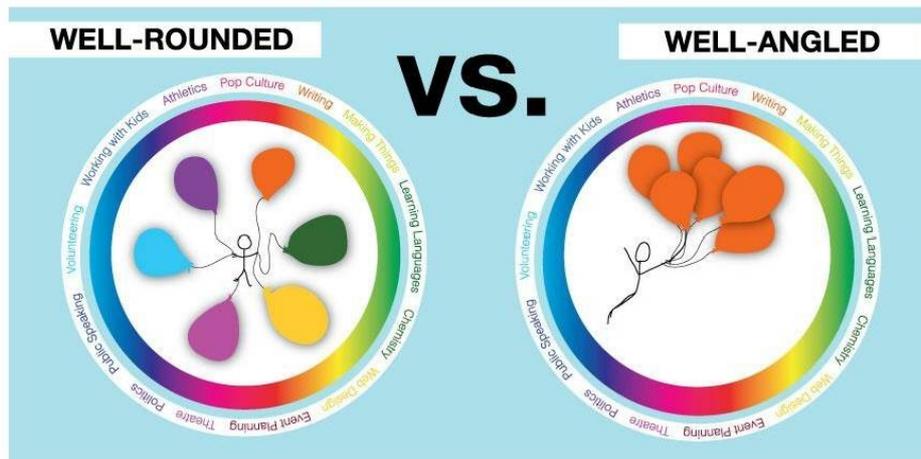
WELL-ROUNDED

Semester 4	Semester 3	Semester 2	Semester 1
EDMT-400	EDMT-301	EDMT-302	EDMT-201
			EDMT-202
			EDMT-203
			EDMT-204
			EDMT-205
			EDMT-206
			EDMT-207
			EDMT-208
			EDMT-209
			EDMT-210
			EDMT-211
			EDMT-212
			EDMT-213
			EDMT-214
			EDMT-215
			EDMT-216
			EDMT-217
			EDMT-218
			EDMT-219
			EDMT-220
			EDMT-221
			EDMT-222
			EDMT-223
			EDMT-224
			EDMT-225
			EDMT-226
			EDMT-227
			EDMT-228
			EDMT-229
			EDMT-230
			EDMT-231
			EDMT-232
			EDMT-233
			EDMT-234
			EDMT-235
			EDMT-236
			EDMT-237
			EDMT-238
			EDMT-239
			EDMT-240
			EDMT-241
			EDMT-242
			EDMT-243
			EDMT-244
			EDMT-245
			EDMT-246
			EDMT-247
			EDMT-248
			EDMT-249
			EDMT-250



UNIFORMITY

TOO MANY



Major base on Department

Micro Lesson

Minimum Requirements

Depth Study

Towards Developer
Provider
Solver
Coordinator
...

New Curriculum

Within One Month

Towards Good User
Communicator
Collaborator
Integrator
...

Employment at Hilton Hotel

vs

Business at AirBnB



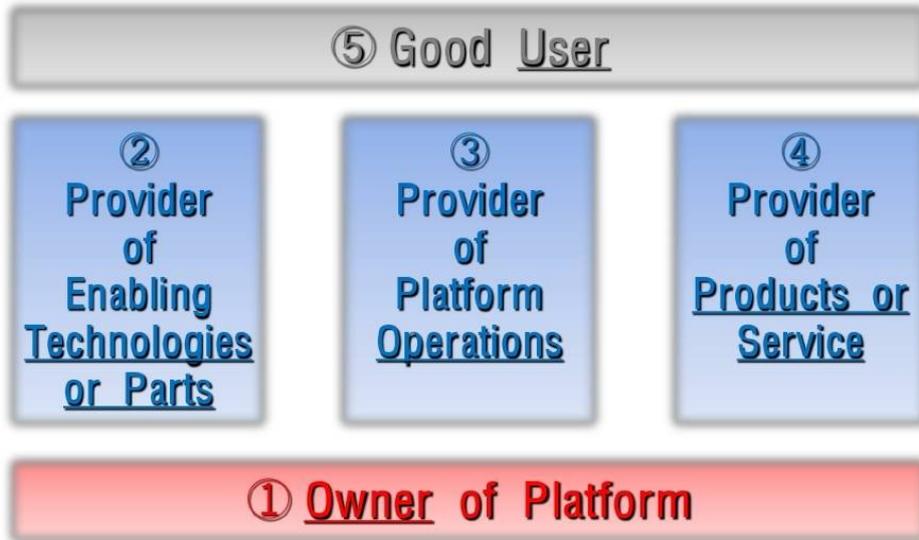
SPEC



PROSUMERS
PRODUCERS + CONSUMERS



COMPETITIVE CONTENT



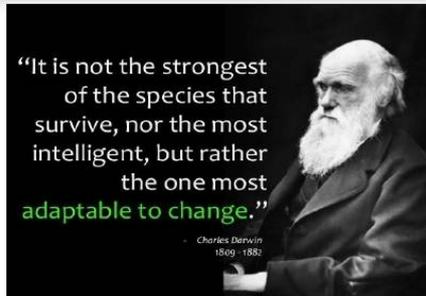


Negative 규제



과감한 도전





Thank you
for your attention!



약 력



박 창 규

- 現 건국대학교 유기나노시스템공학과 교수
- 現 건국대학교 유비쿼터스정보기술연구원 원장
- 現 ISO/TC133/WG2 (Digital Fitting) Convenor
- 2000-2003 전남대학교 섬유공학과 교수
- 1998-1999 Georgia Institute of Technology, 방문연구원
- 1992-1997 한국생산기술연구원 선임연구원
- 1997서울대 섬유고분자공학과 (박사) 졸업

국내 소잉교육 현황에 대한 연구 -전문직업군 확립을 위한 소잉디자이너 자격 활성화 방안 모색-

김은희* · 신경섭

*사단법인 한국재봉기술개발원, ㈜신시아뷰

의류와 섬유 산업은 저렴한 노동력을 바탕으로 1960년대와 1970년대에 우리나라의 고도성장을 이끌었던 국가 핵심 산업이었다. 그러나 1990년대 이후에 인건비가 급격히 상승하고 세계 의류시장의 트렌드도 명품 및 중저가 중심으로 재편됨으로써 소품종 대량생산을 위주로 하는 양적 성장이 한계 상황에 이르렀다. 2000년대 이후에 저가 시장에 대한 중국의 진출이 확대되고 산업 구조도 급속한 속도로 4차산업 시대로 변화함으로써 의류 섬유산업의 적절한 대응도 어려운 상황이다.

그러나 최근 전 세계적으로 확대되는 핸드메이드 문화 트렌드에 부응하고, 4차산업혁명 시대의 창의적 생산 양식을 통해 의류와 섬유 산업이 새롭게 도약하기 위해서는 창의적 디자인 능력을 겸비한 소잉(재봉) 전문인력 양성이 필수적 과제이다. 그러나 현재의 소잉 관련 교육은 이런 시대적 요구에 부응하는 인적 자원을 적절하게 교육하지 못하고 있는 실정이다.

기계와 디지털 산업의 무차별적 확산에 대한 저항으로 인간주의와 자연주의가 나타나고 생산과 소비에서 인간의 열정이 담긴 상품들이 핸드메이드 시장을 형성해서 커지고 있다. 핸드메이드 상품들은 음식에서부터 가구와 옷에 이르는 일상용품에 이르기까지 사람의 생활 전반에 걸쳐서 확산되고 있고, 특히 의류와 생활소품과 관련된 상품 시장은 그 성장 속도가 더욱 빠르게 진행되고 있다. 더구나 핸드메이드 생산이 4차산업혁명 시대의 핵심인 지식혁명이 강조하는 창의적 생산 및 다품종 유연생산이라는 패러다임과 부합하면서 침체된 의류산업이 활로를 열어갈 핵심 전략이 되고 있다.

이런 맥락에서 섬유제품과 관련된 의류와 소품 등을 재봉하는 소잉 전문가 교육은 4차산업 시대의 창의적 생산 양식에 적응할 수 있는 인적 자원을 양성을 위한 필수적 요소이다. 정규 교육 기관에서 진행되고 있는 소잉 전문인력 양성 현황을 관련 문헌연구와 교육 기관조사 및 인터뷰 등의 방법으로 파악해 본 결과 재봉관련 전문 교육은 아직 미흡한 수준인 것으로 조사되었다. 의류, 의상 및 디자인학과가 개설된 대학교와 전문대학 등 116개 대학 조사에서 소잉 과목을 개설된 곳이 절반에도 미치지 못했고, 개설된 곳도 대부분 기초 봉제과목이었다. 소잉 공방 대표들 모임인 소잉디자이너연합회원 인터뷰에서는 의류 관련 학과 졸업생들이 소잉 기술에서는 초보자와 다름없다고 응답하였다.

확대되는 핸드메이드 트렌드에 부응하여 의류 섬유산업을 활성화시키기 위해서는 생산자의 고유성과 가치를 생산품에 담을 수 있는 창의적 디자인 능력과 고급 기술을 갖춘 인적 자원이 필수적 요소이다. 그러나 현재의 교육과정은 양적으로 상당한 수준에 있음에도 불구하고 질적으로는 몇 가지 문제점을 보이고 있다.

첫째, 이론적으로 많은 양의 교육이 이루어지고 있지만 산업 현장의 수요에 맞는 인력이 양성되지 못하고 있다.

둘째, 정형화된 이론 교육 중심으로 진행되어 창의적 디자인 능력을 지닌 인적 자원을 배출하지 못하고 있다.

셋째, 대부분의 교육과정이 의류에 한정되어서 생활소품 등 핸드메이드 시장의 현실과 상당한 괴리를 보이고 있다.

결론적으로 연구를 토대로 발견된 문제점을 해결하기 위한 대안으로 전문자격제도의 활성화를 제안하였다. 민간자격제도에 대해 개관하고, 재봉관련 자격증 현황도 분석함으로써 소잉관련 자격이 국가 차원에서 미래를 준비하는 산업인력 정책방향과 일치시키는 방안을 제시하였다. 특히 미래 트렌드에 맞게 소잉 기술과 디자인 능력을 동시에 검증하는 소잉디자이너(Sewing Designer) 자격에 대해 소개하고, 이 자격을 활성화시킴으로써 소잉 전문가가 4차산업 시대의 미래가치를 창출하는 전문직업군으로 거듭나는 방안을 해결책으로 제시한다.

산학이 협동할 수 있는 공공지원 시스템 구축, 교육현장에서 강의 인력으로 활동할 고급 수준의 자격등급 개발, 국가 NCS시스템에 소잉디자이너 관련 분야 설정 등을 통해 산업 현장에서 활용할 수 있는 소잉 인력을 양성하는 방안들은 향후 연구 추진되어야 할 과제들이다.

■ 참고문헌

- 김상진 · 박종성 · 정향진. (2007). 국가공인 민간자격의 활용성 강화 방안 연구. 서울:한국직업능력개발원.
- 조달호 · 최봉 · 홍석기 외. (2011). 동대문 의류패션산업 활성화방안 연구. 서울:서울시정개발연구원.
- 한국의류산업협회. (2010). 2010 전국 봉제업체 실태조사 결과 보고서. 서울:한국의류산업협회
- 홍경희 · 이지수 · 김영미 외. (2010). 의류봉제업체의 생산현황과 대량맞춤에 대한 인식. 한국의류산업학회지, 제12권 제2호. 162 - 171쪽.
- 김선영. (2012). 국내 기초 봉제 교재의 콘텐츠에 관한 비교 연구. 한국복식학회지, 제62권 제3호, 79 - 83쪽.
- 박종성 · 김상진 · 김상호. (2006). 민간자격 운영 현황 및 개선 방안 연구. *Andragogy Today*, 제9권 제3호. 1-51.
- 한국직업능력개발원 민간자격 정보 서비스. (2016), <http://www.pqi.or.kr>
- 법제처 국가법령정보센터. (2016) <http://www.moleg.go.kr>

반려동물수요의 확산과 지속가능펫산업의 발전방향에 관한 연구 -반려동물 패션용품을 중심으로-

양 용[†] · 김정희*

세상에서 가장 아름다운 나무, *부산대학교 의류학과

1. 연구배경 및 목적

2017년 현재 반려동물을 키우는 인구는 천만명을 넘어 전체인구의 5분의 1이나 되며 소득수준의 증가와 노령화, 1인가구의 증가, 도시화에 따른 가족의 붕괴로 인해 반려동물에 대한 수요가 급증하고 있다. 이와 함께 반려동물산업은 점점 증가하여 이미 2조원을 넘어섰으며 서비스와 제품도 고급화되어가고 있다. 점점 차별화 다양화되어가고 있는 반려동물관련 시장의 성장은 농촌경제연구소에서 2020년에는 6조원으로 확장될 것으로 예측하였다. 또한 반려동물을 가족으로 생각하는 인식의 변화로 인해 반려동물에 대한 의존도도 높아지며 반려동물에 대한 소비의 증가와 함께 친환경 프리미엄화 현상이 나타나고 있으며 지속가능패션용품에 대한 요구도 급증하고 있다. 그러므로 본 연구의 목적은 인구의 구조적 변화에 따른 반려동물에 대한 사회의 전반적인 인식의 변화와 반려동물 시장의 프리미엄화 현상에 나타난 구조적요인을 분석하고, 1인 가구와 펫팸족을 위한 반려동물 시장의 문화패러다임을 바탕으로 지속가능 반려동물 패션산업의 발전방향과 새로운 패션시장개척을 도모하고자 한다.

2. 연구방법 및 범위

이에 따라 국내외의 반려동물 관련 산업의 동향과 패션제품 시장의 실태분석을 위해 언론에 나타난 반려동물관련 최근 2년간의 일간지 기사를 반려동물, 친환경패션제품, 지속가능, 펫산업으로 검색 키워드를 한정하여 검색한 후 내용분석을 통해 질적연구와 양적연구를 병행하여 분석하고자 한다. 반려동물에 관한 선행연구와 일간지 기사자료를 바탕으로 반려동물시장의 확산의 배경과 사회적인 현상에 따른 펫팸족의 소비패턴을 분석한 후 지속가능 프리미엄 펫산업의 규모와 성장전망을 예측하고자 한다. 또한 펫코노미(Petconomy)산업을 4차 산업혁명시대의 블루오션 신 성장산업으로 육성하는데 주춧돌이 되고자 한다.

3. 결과 및 고찰

인간과 자연사이의 연계와 소통, 공존 및 자연적 교감을 통한 정서적 안정, 지속가능성의 가치를 확산하기 위한 반려동물산업의 친환경 프리미엄화는 2015년 이후 반려동물을 가족이나 다름없는 '반려동물의 인격화'현상을 통해 가속화되었으며, 유통업계에선 반려동물 시장을 새로운 블루오션으로 주목하고 있다. 또한 인간의 정신적, 육체적 삶의 건강한 미래를 위해 반려동물이 매개역할을 하

[†]Corresponding author : gi4620@hanmail.net

며 헬스커뮤니케이션을 비즈니스의 영역으로 확대, 재분류하였다. 다양한 고객들의 니즈와 욕구를 충족시키기 위해 강아지전용 자동차용품, 장난감, 놀이터, 문화사업 등 환경호르몬의 방출위험을 제거한 반려동물의 건강을 생각하는 유기농 친환경제품들의 웰빙산업이 주목을 받고 있다. 또한 펫팜족의 증가로 인해 동물친화적인 소재를 활용한 고급 아웃도어제품들이 속속 출시되고 있다. 이밖에 반려동물산업육성을 위한 세미나, 박람회 를 비롯 각종문화행사를 기획하고 진행하는 지자체도 늘고 있음을 알 수 있다. 이와 같은 조사결과를 통해 반려동물의 친환경패션용품은 통기성, 내구성이 우수한 기능성소재를 사용하는 등 소재를 차별화하였으며 감성적이고 활동성을 고려한 활용도를 다각화하는 등 필요성과 미적 심미성을 고려한 수요자중심의 특성을 고려하고 있다.

4. 결론

지속가능 프리미엄펫산업은 미래 패션시장의 또 다른 블루오션으로 펫산업의 발전에 기여할 수 있으며 지속가능패션에 대한 관심의 증가와 함께 미래사회의 또 다른 소비계층으로 자리매김 할 수 있을 것이다.

■ 참고문헌

- 스탠리 코렌, 박영철역(2004). 개와 대화하는 법 .보누스
 김용섭(2015).라이트트렌드 2016.부키
 김태성(2016), 반려동물 관련산업 시장동향과 전망, 농협중앙회
 김세영(2013).반려견 소유와 외로움의 관계. 전남대학교 박사학위 논문
 고가영(2014.01.08.),1인 가구 증가 소비지형도 바꾼다.LGERI리포트,9
 박희진(2015.09),애완동물에서 반려동물로.신한투자증권
 진경희,정복상(2015).반려견을 위한 유니트 가구 디자인 개발. 조형디자인연구,18(3),29-46
 차상훈(2015).흥미있는 반려동물용품들. 대한수의사회지,51(4),224-227
 통계청 웹사이트. www.kostat.go.kr
 한국애견협회 웹사이트. www.kkc.or.kr
 건강 커뮤니케이션, 동물과 자연을 품다(2016.09.16),<http://www.the-pr.co.kr/news/article>
 데일리그리드, 퍼피엔젤, 강아지 간절기 패딩 합리적인 가격에 출시(2016.10.19),
<http://www.dailygrid.net/news/article>

평창동계올림픽 빙상 국가대표선수 훈련복의 특징 -빙상(쇼트트랙, 스피드스케이팅) 훈련복 소재와 구성-

엄성흠[†] · 오용석*

고려대학교 스포츠의학과, *단국대학교 스포츠마케팅학과

1. 연구목적

동계올림픽 종목을 출전하는 선수들의 훈련복은 낮은 기온에서의 추위와 강한 바람, 눈이나 얼음이 녹으며 의복이 젖게 될 수 있어 방수력 등이 중요하다.

동계올림픽에서 선수들이 이겨 내야 할 눈과 얼음이 만들어 내는 환경을 극복하기 위해서 과학적인 기법이 적용된 웨어의 구성과 소재 등 훈련복을 만들기 위한 기술들이 발전하였다. 스포츠과학자들은 동계 스포츠선수들은 경기력을 증진시키기 위해 다양한 소재와 특수 구성방법을 만들어진 기능성 훈련복을 개발하였다. 소재부분의 기능성 섬유는 기계적, 물리학적, 화학적, 생물학적 기능 등의 그 특성이 다양하며, 특수한 기능을 부여한 소재로서 흡한, 속건, 항균방취소재, 탄소섬유, 원적외선 섬유 등이 있다. 그 중 동계 국가대표 선수들의 체온을 유지하기 위해 원적외선 방출 기능이 있는 섬유 또는 온열, 발열 소재의 원사를 사용하여 편직된 훈련복을 만들기도 하였고, EMS(Electro Muscular Stimulation) 저주파를 발생하여 근육의 활성도를 향상시켜주는 제품 등이 있다. 특히 원적외선을 응용한 제품은 의료, 방한, 우주복 분야에서도 폭넓게 사용되고 있으며, 그 특성으로 인하여 시장에서 경쟁력의 우위를 확보하고 있다.

스포츠가 삶의 주요한 부분으로 자리 잡으며 마라톤, 사이클, 캠핑 및 아웃도어 스포츠의류가 한 동안 높은 판매율을 보였고 지금은 헬스케어와 보행시 자세교정 등 기능성 시장으로 눈을 돌리고 있다. 헬스케어와 레저시장이 상승되면서 스키, 스노우보드, 웨이크보드 등 장비와 의류에 대한 수요가 증가했으며, 그와 더불어 기능성 섬유 소재의 기능성의류에 대한 관심과 수요가 증가하고 있다.

기능성 섬유시장의 규모는 국내의 경우 2000년 약 3천억원에서 2008년 약 1조 8천억원으로 6 배 이상 급증하였으며 연평균 30% 이상의 증가율을 나타내었다. 이러한 사회적 분위기를 반영하여 기능성 스포츠웨어를 개발을 위한 다양한 정부정책도 활성화된 추세이다.

이러한 기능성 스포츠웨어 중 동계올림픽 국가대표선수들이 체온유지와 근육활성도를 증가시키기 위해 개발된 emana원사90%, spandex 10%를 사용하여 Italy santony社 심리스장비로 직조한 compression 웨어는 평창동계올림픽 빙상선수들의 훈련복으로 사용되었다. 원적외선을 소재로 한 체온유지 기능성 compression웨어는, 그 소재인 emana 원사의 원적외선 방출이란 특성을 갖는데 원적외선(far infrared)은 전자파의 일종으로 약 4 μ m~1000 μ m의 파장이 전자파이며, 산업분야에서는 2.5 μ m~25 μ m의 파장영역이 열원으로 많이 이용되고 있다. 원적외선의 특성은 물 분자에 흡수가

[†]Corresponding author : fortium@naver.com

잘 이루어지는데, 모든 유기체는 물 분자를 함유하고 있기 때문에 직접 생체 내로 공명 흡수되며, 피부를 통하여 체내 4~5cm까지 침투하여 근육 층, 혈관, 임파관, 신경 등의 세포에 작용하여 온열 효과를 일으킨다. 온열 효과는 체표온도 및 심부온도 상승에 도움을 주고 신체기능을 향상 시켜준다. 동계올림픽 빙상국가대표선수들의 훈련복은 허벅지 내측과 등, 종아리로 이어지는 오금부위에 경기 중 부딪히거나 넘어지면서 스케이트 칼날에 의해 발생할 수 있는 큰 부상으로부터 신체를 보호하기 위해 방탄복소재를 사용하기도 한다. 또한 바람의 저항을 최소화시키기 위해 직선 주행시 상체가 최대한 곡선형으로 유지 될 수 있도록 적절한 tension과 신체관절의 힘을 적절하게 유지할 수 있도록 compression이 근육모양에 따라 설계되었다. 운동종목에 적합한 동작을 만들어주는 적절한 압력은 운동능력 증가효과, 피부 혈류량의 증가, 심박수의 유지 효과, 신체표면에 대한 발한 효과, 자율신경계의 균형촉진 및 뇌파의 안정유지 등 그 효과가 다양하며, 신진대사를 전체적으로 활성화시켜 건강상태의 유지에 중요한 역할을 한다.

2. 연구방법 및 내용

평창동계올림픽에 출전하는 빙상(쇼트트랙, 스피드스케이팅)국가대표 선수들의 훈련복의 소재와 구성 등의 특징을 분석하고 종목별 디자인과 특성을 조사하였다.

3. 결과 및 고찰

스포츠별 기능적인 특성에서는 적절한 압박력이 구현되어 신체에 밀착되는 구성을 보였다.

나일론과 폴리우레탄이 종목특성 맞게 비율이 다르게 구성되었다. 스피드 스케이팅과 쇼트트랙 스케이팅 종목에서는 날카로운 스케이트 날로 부상을 예방하기 위해 무릎과 허벅지 내측에는 특수 방탄소재로 구성되었으며, 허리에서 등과 어깨, 종아리에서 허벅지 윗부분으로 이어지는 부위에는 근육부위를 구성하는 부위에 점진감압형태로 만들어져 장시간 훈련 시 피로를 덜 발생시키도록 만들어졌다.

Italy santony社 심리스장비로 직조한 점진감압 직조공법이란 발목에서는 20~30mmhg, 종아리와 무릎은 10~15mmhg, 허벅지는 5~10mmhg로 발목에서 위로 올라올수록 압력이 감소되는 형태를 뜻한다.

기능성 스포츠웨어를 국가대표 선수들의 훈련복으로 만들기 위해선 종목별 운동동작에 따른 관절 가동 범위나 바람의 저항, 운동능력에 영향을 미치는 요소를 반영해야하는 것이 중요하다.

4. 결론

국가대표 선수들의 훈련복은 기능성이 주된 요소로 운동수행 후 회복기능을 향상시키고, 격렬한 운동 후에 피로를 발생시키는 혈액젖산농도를 감소시키는 기능을 만들거나, 바람의 저항을 최소화하여 경기 중 속도를 증가시키거나, 운동수행 후 회복기능을 향상시키는 것으로 생각된다. 동계종목의 특성상 추운환경에서 훈련을 하거나 경기를 해야 하는 환경의 특수상황에서 원적외선이 방출되는 특수소재를 사용하고 점진감압법이 적용된 특수 훈련복은 관절의 가동범위를 향상시켜주고 근육에 일정한 압박력을 구현하여 스포츠테이핑과 같이 신체에 기능을 향상 시켜주는데 도움을 줄 것으로 보여진다. 특히 게르마늄이나 구리, 아연 등의 특수물질을 원사에 삽입하여 심리스공법으로 직조된 훈련복은 체온유지와 열전도력 상승을 통해 피부와 근육이 일정한 온도를 유지하는데 도움을 주

어 경기력 향상에 도움을 줄 것으로 예상된다.

■ 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
- 노희찬 섬산련 회장 “개성공단은 기회의 땅” (2008, 9.3) EBN산업뉴스. 자료검색일 2013.7.1, 자료출처 http://www.ebn.co.kr/news/n_view.html?id=346306
- 여남희(2002) 생리보조물 함유 기능성 운동복 착용이 운동수행능력 및 자율신경과 체표 온도에 미치는 영향. 한국운동생리학회지, 11(1) : 259-276
- 여숙영, 이동화, 김은애(1998) 세라믹스 처리된 나일론 직물의 원적외선 방사성능과 보온효과.
- 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
- 여남희(2000)원적외선 방사 운동복 착용이 최대 운동 시의 심폐기능과 혈중 젖산 및 회복기 초과 산소소비량에 미치는 영향. 한국체육학회지, 39(4)
- 선상규, 정동춘, 이강구, 이호진, 기선경(2008) 압박의류 착용이 비만여성의 혈중지질, 체구성, 체력에 미치는 영향, 체육과학연구, 19(3) : 39-50
- 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
- 조봉희 (2008) 원적외선 방사물질 제조 및 물질의 특성분석. 한국분석과학회, 21(4) : 279-283
- 최규정(2001) 원적외선에 대한 이해와 활용. 체육과학연구원, 77 : 91-97
- 지철근(2001)원적외선의 특성 및 응용. 조명전기설비학회지 12(1) : 4-13
- 윤성원, 김광준, 김영수, 신경택(2009) 백금 나노 처리된 원적외선 방출 기능성 압박 운동복이 에너지 소모량 및 생리적 관련요인과 주관적 착용감에 미치는 효과. 체육과학연구원, 20(4) : 791-801
- 이명천, 이대택, 이운용, 김기연(2011). A.I.S. 나노 원적외선 방사 기능성 의류 착용과 운동이 체지방률, 피부탄력도, 에너지 소모량 및 주관적 만족감에 미치는 영향. 한국생활환경학회지. 18(5). pp545-553.

디자이너 브랜드의 디자인 차별화 전략

이수진* · 엄소희

*㈜수진리, 강릉원주대학교

급변하는 세계 패션산업 시장 속에서 디자이너 브랜드가 대형SPA브랜드와 경쟁하며 살아남는 것은 매우 쉽지 않은 실정이라 할 수 있다. 이러한 상황 속에서 영국에서 2010년 SOOJIN LEE 여성복 브랜드를 론칭하여 출발한 [SOOJIN LEE]가 영국 시장에 성공적으로 정착한 경로와 오늘날 현지 바이어들에게서 좋은 반응을 얻고 현재까지 성장해오고 있는 과정 등을 [SOOJIN LEE]의 브랜드 경영전략 및 사례를 통해 파악해 보고자 한다. 이러한 사례연구는 세계적인 디자이너를 향해 나아가고 있는 많은 미래의 디자이너들에게 디자이너 브랜드가 세계로 나가기 위하여 갖추어야 할 차별화 전략으로 무엇이 있으며, 어떤 전략으로 세계 해외시장에서 좋은 반응을 얻고 성장할 수 있었는지에 대해 소개함으로써 미래의 방향을 설계하는데 도움을 줄 수 있으리라 기대된다.

디자이너 브랜드가 대형SPA브랜드와의 차별화 디자인을 함으로써 경쟁력을 높이고 세계 시장에 한걸음 나아가는 전략을 소개하고자 한다. 그 중에서 [SOOJIN LEE]의 전반적인 4P (Product, Price, Place, Promotion)의 브랜드 상품 전략을 통해 구체적인 디자인 차별화 전략을 분석하고, 전략 중에서 영국 및 유럽 바이어들에게서 좋은 반응을 얻게 된 자체 개발한 프린트를 이용한 유니크함이 돋보이는 소재개발을 통한 상품 디자인 전략을 파악해 보고자 한다.

첫째, Product 전략을 보면, [SOOJIN LEE] 브랜드에서는 타켓 고객층의 선호도에 맞는 제품 컨셉과 디자인, 프린트 개발에 중점을 두고 있으며 이것이 SPA 브랜드와의 차별성을 보여주고 있다. 그 중에서도 핵심적으로 브랜드 디자인 차별화를 보여준 요소가 프린트 분야였는데, 프린트는 매 시즌의 주제에 맞게 결정이 되며(SOOJIN LEE-FW15 collection 참고) 주제를 무겁지 않으면서 독특한 포인트를 살려 전체적인 브랜드 이미지를 주기 위해 많은 리서치와 여러 과정을 통해 샘플 작업들을 진행하게 된다. 그 단계는 다음과 같다.

1) 주제 및 디벨롭 단계- 어떤 주제로 시즌을 구성하는지에 따라 색감과 소재들이 정해지게 되며 수많은 리서치들 중에서 맞는 이미지를 찾아 다시 재구성하는 단계

2) 샘플링 단계- 프린트가 쓰여질 기본 바닥 원단에 따라 그 느낌과 프린트 과정이 달라짐으로 어떤 소재에 어떤 프린트를 입힐 것인가 정하는 단계

3) 보정 단계- 샘플링을 본 다음 의도와 다른 부분(색상, 원단, 프린트 시안 등)을 보정하고 재구성 하는 단계

4) 완성단계- 보정을 한 프린트를 재생산하여 옷으로 만들어지는 단계

이와 같은 단계를 반복하며 유니크한 디자인의 소재개발을 이끌어낸다.

둘째, Price 전략은 패션시장에서의 브랜드 위치와 경쟁 브랜드의 가격 형성현황, 제품의 속성과 품질 등을 고려하여 적절한 가격구조를 결정한다. [SOOJIN LEE] 브랜드의 주요 타켓 고객층은 30~40대의 전문직 종사자이며, 남들이 가지고 있지 않은 limited addition이나 자기만의

상품을 가지고 싶어하는 욕구가 강한 여성이 메인 타겟층이기 때문에, 디자인과 품질을 가격보다 우선시 하는 고가의High-end 제품을 선호하는 것이 특징이다. 따라서 브랜드 가치를 보여줄 수 있는 요소 중에서 가장 눈에 띄는 요소인 프린트를 선택했으며 고급소재와 매치 시켜서 상품의 질을 향상시켰다.

셋째, Place 전략은 상품이 갖는 속성 등을 고려하여 가장 적절한 유통환경을 선택하는 일인데[SOOJIN LEE]의 소비자층은 전문직 종사자이기 때문에 샵에 가서 직접 쇼핑을 하기 보단 고가명품과 유니크한 디자이너 브랜드를 취급하는 유명 온라인샵 등을 자주 활용하는 점을 감안하여 영국에서 고가제품을 취급하는Net-a-poter이라는 온라인 샵에 입점하여 유통망을 확보하였다. 이곳 온라인샵을 이용하는 소비자층이25~40대이며 백화점에 아직 입점되지 않은 유니크한High-end 디자이너 브랜드에 대한 종류가 많았던 것을 감안하여 결정하였고, 이는[SOOJIN LEE] 브랜드가 영국에서 인지도를 높일 수 있는 계기가 되었다.

넷째, Promotion은 홍보, 이벤트의 기획으로 고객 서비스, 브랜드 이미지의 관리, 고객과의 소통, 매장관리 등 매출을 일으키는 지원정책에 대한 방향인데, [SOOJIN LEE] 브랜드에서는 구매고객만을 위한 특별 상품을 구성(ex. 개발 프린트가 들어간 폰케이스) 등을 이벤트로 증명하거나, 해외 할리웃 연예인의 협찬 사진 등을 적극적으로 활용해 홍보하였다. 이는 브랜드 이미지 홍보 뿐만 아니라 매출로도 이어지는 계기가 되었다.

이와 같은 노력과 함께 합리적인 가격과 품질을 내세운 대형SPA 브랜드에 맞서 디자이너 브랜드가 나아가야 할 방향은 무엇보다 브랜드 네임이 주는 특별함에 있을 것이다. 저가 시장 공략을 목적으로 둔 브랜드가 아니기에 고가의zone에 맞는 상품화를 위해 [SOOJIN LEE]는 무엇보다 고품질/ 합리적인 가격/ 특별함을 이미지로 내세웠다. 브랜드의 컨셉을 스토리텔링하여 자체 개발된 소재/ 고급스런 디테일/ 심플 실루엣의 조화가 돋보이는 브랜드, 그리고 단순히 만들어진‘옷’을 파는 것이 아니라 시간이 지나도 입을 수 있는 품질/ 디자이너의 정신과 의미가 녹아든 디자인을 고객에게 함께 판매한다는 점을 경쟁력 및 핵심가치로 하였다. 타겟 고객층인30~40대 여성의 구매력에 적합한 품질과 가격을 고려해서 상품을 디자인 및 개발하였으며, 무엇보다 소량생산을 하기 때문에 가능했던 장점들을 살리는 방법으로 초기 브랜드 마케팅을 하였다. 그 중에서 가장 접근성이 쉬우면서 장점으로 내세울 수 있는 분야가 원단 개발에 있었는데, 자체 개발이야 말로 브랜드identity를 바로 보여줄 수 있는 중요 포인트라고 생각되었다. 이런 과정들을 통해 만들어진 텍스타일은 그 브랜드만이 가지고 있는 느낌과 주제를 가장 명확하게 보여주며 다른 곳에서 보지 못한 독특함을 좋아하는 소비계층에 다가감으로써 매출을 증대 시키고High-end브랜드 이미지를 고찰시켰다.

넘쳐나는 디자이너 브랜드와SPA 브랜드 사이에서 명맥을 이어나가면서 성장하기란 쉽지 않지만 나만의 경쟁력이 되는 개발된 무언가를 가지고 그것을 발전시킨다면 발빠르게 돌아가는 세계화 시장에서 돋보이는 차별화 전략이 된다.

권력으로 재생산된 몸과 패션디자인 표현 연구 -이미지 연상기법에 의한 시각화를 중심으로-

김민지

상지대학교 생활조형디자인학과

1. 서론

1) 연구목적

권력은 사회를 이끄는 원동력이다. 막스베버에 따르면 권력이란 타인의 의사에 관계없이 자신의 의지를 관철시킬 수 있는 힘으로 사회가 위계적으로 구성되어 있는 한 권력의 발생은 불가피하다고 하였다. 또한 패션은 지위와 권위를 드러내는 목적으로 권력과 함께 지속되고 있는 미의 상징이자 문화의 트렌드로 권력과 상생해오고 있다. 미셸푸코는 근대권력이 인간의 '몸'을 규율과 훈육으로 감시하는 체계인 파놉티콘(panopticon)의 메커니즘으로 작동하고 있다고 하였는데, 권력의 구조 변화로 개인은 감시자이면서 동시에 피감시자의 역할을 담당하게 된다. 또한 미디어의 발달은 이러한 구조를 더욱 심화시키고 있는 추세이다. 변화하는 권력구조에 따른 이를 드러내기 위한 패션에 대한 연구가 필요하다. 권력에 대한 선행연구는 권력의 양상에 따른 남녀복식의 연구와 권력의 미학적인 관점으로 패션디자인을 분석한 연구 등으로 근대 권력론을 창의적인 디자인 발상을 위해 시각화 한 유형의 연구는 미비하다. 따라서 본 연구는 푸코의 몸과 권력에 관한 담론에 의한 관점으로 권력론을 분석하고 이를 통한 이미지 연상법으로 시각화하고 권력으로 재생산되고 있는 패션디자인의 특성을 분석하여 창의적인 디자인 발상을 위한 유형으로 제시하는 것을 목적으로 한다.

2) 연구방법과 범위

연구방법으로 선행연구와 전문서적을 통한 푸코의 권력론과 이미지 연상법에 대한 문헌연구와 패션디자인의 실증적 연구는 4대 컬렉션의 디자이너 작품을 패션 전문서적과 인터넷으로 하였다. 패션디자인의 분석 연구범위는 미셸푸코의 권력론이 20세기 후반에 소개된 것을 고려하여 패션의 다원화가 활발해진 2000년 이후의 컬렉션으로 하였다.

2. 이론적 고찰

1) 권력론과 몸의 재생산

권력이란 남을 복종시키거나 지배할 수 있는 공인된 힘으로 사회, 국가, 국제관계를 망라해 어디에나 편재해 있다. 푸코는 수직적 권력이 붕괴된 근대이후의 사회 제도, 규율, 지식 등으로 인간 역사와 문화 속에 미세하게 작동하고 있다 하였다. 또한 몸은 권력에 따라 시대와 사회에 다르게 행사되며 재생산되고 있으며 존재하는 '사회구조'에 의해 결정된다 하였다. 푸코는 근대의 미세권력은 보이지 않는 '응시'에 의한 감시로 행사되고 있다 하였으며 이러한 공간으로 규율, 감금 그리고 지식의 공간을 대표적 공간으로 설명하였다.

이미지 연상의 사전적 의미는 어떤 사물을 보거나 듣거나 할 때 그와 관련 있는 다른 사물이 떠

오르는 것, 심리적 용어로서 하나의 관념으로 인해 그와 관련된 다른 관념이 떠오르는 현상이다. 상기되던 관념 사이에 유사하거나 대비되는 관념 사이에 일어나는 연합이라 하다. 연상은 모든 사물에서 느껴지는데, 잠재되어 있는 인간의 기억이 재현될 수 있도록 연상을 이용하면 디자인 발상에서 보다 효과적인 결과물을 얻을 수 있으며 푸코의 권력론을 이미지 연상에 의해 유추되는 단어를 추출하였다.

3. 결과 및 고찰

1) 이미지 연상에 의한 권력의 시각화

규율권력공간으로 우리는 익명성을 띠는 감시를 통해서 힘이 행사되고 규율로 통제되는 공간으로 학교와 군대가 있다. 푸코는 '감시와 처벌'에서 18세기 신체형이 소멸되고 감옥형으로 전환이 이뤄지는 변화로 감금의 공간을 설명하였는데 감시와 응시의 주체자로 감옥의 수감자를 응시하는 감독관이다. 또 다른 권력 공간으로 지식공간은 어떤 대상을 지식을 통해 배제하고 억압하는 곳이다. 의사가 환자에게 권리를 행사하는 병원을 지식권력의 대표적인 곳이라 하였다. 푸코의 미시 권력공간으로 규율공간, 감금공간과 지식공간의 세 가지가 권력공간 유형으로 권력의 행사는 응시에 의한 감시로 창출되므로 감시하는 자와 감시의 대상인 피감시자가 동시에 연상된다. 따라서 각 공간의 감시자와 피 감시자를 분석하여 이미지연상 하였다. 푸코의 권력공간의 감시자 이미지를 연상으로 떠오르는 단어로 제복, 군복, 의사가운의 의복 및 견장, 금속단추, 뼈, 근육, 해골, 인체해부도 등이 연상된다. 또한 이미지의 연상작용은 연상주체와 반대가 되는 이미지도 연상된다. 따라서 권력 행사의 주체인 응시의 대상이 되는 피감시자에 대한 이미지가 연상된다. 피감시자들은 감시자들에게 '몸'이 주목의 대상이 된다. 금기된 은밀한 몸이 대상으로 연상된다. 이러한 공간으로 역사복식에서 드러내는 것을 금기하였던 엉덩이, 다리, 가슴과 허리와 등이 이미지연상의 단어로 추출된다.

2) 패션디자인 분석

권력론의 개념을 이미지 연상작용을 통해 확장된 개념으로 단어들이 추출 되었고 이를 토대로 패션디자인을 분석한 결과 감시자를 대상으로 추출된 단어에서는 어깨를 강조한 유니폼 유형의 의복이 권력상징의 유형으로 추출되었다. 피 감시자의 연상작용으로 금기된 몸에 대한 단어가 추출되어 몸을 드러내기 위한 디자인의 유형이 패션디자인으로 분석되었다. 패션디자인 의복 구성의 요소에 의한 유형과 더불어 연상이미지를 문양으로 의복에 적용한 기법도 도출되었으며 이러한 유형의 디자인 분석결과는 다음과 같다. 첫째, 감시자 의복의 실루엣은 어깨를 강조하기 위한 유형은 남성적이고 권위적인 과장된 실루엣으로 과도한 패드를 의복에 구성하는 디자인으로 견장, 탭 및 절개선을 활용하고 있다. 어깨를 강조하기 위한 입체적인 요소를 디자인에 활용하고 있다. 둘째, 피 감시자는 몸이 응시의 대상이 되는데 이에 따라서 몸을 드러내는 의복의 형식으로 몸을 드러나게 하는 절개, 스커트, 팬츠와 아우터의 다양한 트임을 통한 유형이 도출되었다. 셋째로 피 응시자를 연상하게 하는 표출유형으로 속옷의 디자인 요소를 적용하는 것으로 뷔스티에, 시스루 소재 및 몸에 밀착되거나 드러나는 요소를 의복에 차용하는 방법 등이다. 넷째, 의복에 문양으로 드러나는 유형이다. 무기, 뼈, 피, 근육, 해골, 다양한 인체 이미지가 자수, 프린트와 핸드 드로잉 등으로 권력 이미지를 의복에 직접적으로 시각화되고 있다.

4. 결론

미셸푸코의 근대 권력론에 따라 변화된 근대사회에서 감시와 응시를 통한 미시적 권력체계 하에 우리는 권력을 행사하면서도 지배를 받고 있다. 미셸푸코가 언급한 규율, 감금, 지식의 권력이 존재하는 공간을 분석하고 이를 이미지 연상법으로 단어를 추출하였다. 또한 이를 시각화하는 패션디자인의 네 가지 유형을 분석하였다. 본 연구는 권력의 구조에 따라 변화하는 패션디자인의 메카니즘을 고찰하고 이를 패션디자인에 시각화 한 연구로서 권력패션을 창조하는 새로운 유형의 연구가 되는 것을 제시하는 것으로 의의와 가치를 갖는다.

■ 참고문헌

- Johanna Oksala(2008), How to read Michel Foucault, 홍은영 역, 웅진
백종성 (2010), 패션과 권력, 서울대학교 출판문화원
양석원(2003), 미셸푸코 이론에서의 주체와 권력:응시의 개념을 중심으로, 비평과 이론, 8(1),pp. 31-64
윤평중(2016), 권력이란 무엇인가-실체권력과 미시권력을 넘어 소통권력으로, 기독교 사상, pp. 32-43
이동성(2009), 권력과 지식 그리고 주체-푸코의 주체사상을 중심으로-, 정치커뮤니케이션 연구, 15, 277-317
이수안(2008), 소비문화산업의 몸 이미지와 젠더화된 응시, 한독사회과학논총, 18(2), pp. 185-208

현대 패션에 나타난 고저스룩(Gorgeous Look)의 조형적 특성에 관한 연구 -비잔틴 시대 복식 이미지를 중심으로-

김보경 · 간호섭[†]
홍익대학교 패션디자인학과

현대 사회의 다양화 다원화로 인해 개개인의 선호도가 높아지고 자기만족을 위한 욕구가 강해져 시각적인 이미지 요소를 중시한 개성 중심의 패션 형태가 중요한 위치로 자리 잡고 있다. 문화의 다양화, 다원화는 현대 패션에서 동양과 서양, 남성적인 것과 여성적인 것, 부드러움과 강함 등의 다양한 형태로 나타나고 있으며 그 중 동, 서양의 융합은 비잔틴 양식을 상기시키는 모자이크 느낌의 소재, 금박 및 보석 등을 사용한 장식적 요소로 나타나고 있다. 또한 현대 패션은 2000년대에 들어서 90년대의 미니멀리즘 경향이 쇠퇴하고 여성미를 기조로 한 관능적이면서도 강렬하고 장식적인 우아함을 표현하는 럭셔리어스 페미니즘으로 표현되고 있다. 이러한 패션 이미지는 비잔틴 시대 복식이미지와 유사하며 현대 패션에서 고저스 룩으로 가장 잘 나타내어 질 수 있다.

복식의 이미지는 의복의 유형, 선, 재질, 색상, 디테일 등 디자인 요소들의 시각적 특징이 조합되어 형성되는 것으로 다양한 디자인으로 개성을 나타낼 수 있으며 이러한 이미지 유형은 의복 디자인 요소에 의해서 좌우된다. 달리 말해서 복식스타일의 차이를 보다 두드러지게 하기 위해서는 어떠한 조형적 디자인 요소를 넣으면 좋은가 하는 내용과 연결되는 것으로 생각되어진다. 디자인 조형요소인 색채, 소재, 형태, 장식의 네 가지 구성요소가 함께 이미지를 형성하므로 이들의 상관관계에 관한 패션 이미지와 스타일이 연구되어야 하나 선행연구에서 이러한 연구가 미비하다. 이에 본 연구에서는 현대 패션에서 나타난 고저스 룩의 조형적 특성을 알아보고 비잔틴 시대 복식 이미지와의 상관관계를 알아보는데 연구의 목적이 있다.

본 연구의 범위는 2000년대 이후 패션에 나타난 S/S와 F/W collection을 중심으로 살펴보고 연구 방법은 국내외의 문헌고찰을 중심으로 이루어졌다. 현대패션과의 관계에 대한 실증적인 자료 분석은 Bazaar, Collections, Fashion News, Vogue 등의 패션 전문지와 www.runway.vogue.co.kr의 내용에서 발췌하여 사용하였다.

국내 선행연구에서 나타난 복합적 의미의 이미지 형용사를 빈도순으로 보면 현대적, 남성적, 여성적, 캐주얼, 포멀, 활동적, 품위성, 보편성 순이며 유행성, 화려한, 드레시한, 젊음, 독특성, 매력성, 장식적, 도회적, 고전적, 혁신적, 보수적, 스포티, 페미닌, 세련된, 로맨틱, 단정한, 소박한 등이 주로 언급되고 있다. 비잔틴 시대 복식의 조형적 특성과 국내 선행 연구에서의 복식 이미지 분류의 선행 연구에 근거하여 비잔틴 시대 복식 이미지를 금욕적 이미지, 화려하고 중후한 이미지, 신비적 이미

[†]Corresponding author : hosupkan@hongik.ac.kr

지, 우아한 이미지로 분류하였다.

고저스 룩의 사전적 의미는 '호화로운, 화려한, 찬란한, 눈부신, 멋진'으로서 화려하고 섹시하며 사치스럽고 환상적인 이미지로 개념화할 수 있으며 과감하고 도발적이며 화려한 스타일을 말한다. 현대패션디자인의 조형적 측면은 주로 형태, 색채, 소재, 장식요소로 구성되어 지며 첫째, 고저스 룩의 형태적인 요소에서 부드럽고 자연스럽게 흘러내리며 일정한 형식을 갖지 않고 화려한 입체감을 보여주는 드레이퍼리는 비잔틴 복식 이미지의 우아한 이미지를 표현했다. 비잔틴 시대의 종교적 숭고함과 금욕적 이미지는 실루엣이 신체를 가리는 형태에서 잘 나타난다. 둘째, 비잔틴 복식의 가장 두드러진 특징은 색이다. 중세 비잔틴의 신비성을 보여주는 대표적인 예술장식은 색채, 광택의 화려함이 강조된 모자이크로 종교 정신이 시각공간을 창조하고 있다. 즉 동양에 대한 이국적인 분위기를 자연적이고 신비로우며 환상적인 이미지를 표현하고 있다. 그와 반대로 블랙의 컬러를 사용하여 기독교의 종교에서 오는 엄숙하고 숭고한 이미지를 표현하기도 한다. 셋째, 소재는 장식적이고 쾌락적이며 다양한 광택의 효과, 불규칙한 표면감, 보호적 외관의 밀도 있는 소재감이 부각되며 다채롭고 재미있는 표현을 위해 외관과 상반되는 터치, 대조적인 소재 매치, 다양한 후가공 등이 다양하게 표현된다. 일반적으로 시각적이며 감촉이 느껴지는 부드러운 소재인 벨벳류가 많이 사용되어 지며 정교한 자수 및 플로킹 처리된 벨벳이 사용되어 진다. 또한 스웨이드, 모헤어, 광택 처리를 한 가죽, 조직도 있는 레이스, 모피, 쉬폰, 그리고 다양한 엠보싱 효과를 주는 메탈릭 소재 등으로 나타나며 화려한 이미지를 나타낸다. 넷째, 고저스룩에서 나타난 장식적 요소는 중세 비잔틴 시대의 화려하고 찬란했던 종교문화에서 영감을 받아 풍부한 색감과 장식적인 소재와 문양, 자수와 애플리케, 디테일 등을 보여 주고 있다. 실크에 금실로 수를 놓고 더 화려하게 보이기 위해 천에 보석과 진주를 사용하였다. 금, 은사를 넣어 직조한 화려한 소재로 빛에 따라 광택감을 주어 화려한 이미지를 보여주기 도 하고 신체의 일부분에 비잔틴 시대의 종교적 모티브 십자가를 이용하여 여러 가지 유색의 보석으로 장식하기도 한다. 종교의 금욕적 이미지의 의상에 기독교의 성스럽고 웅장함이나 비잔틴 문양을 자수 놓거나 보석과 비즈로 장식하여 보다 더 인간과 신앙이 하나가 되는 의미를 주고 있다.

현대에 나타난 패션은 미적 표현을 위한 창조적인 작업으로 그 시대의 다양한 요소들과 조형적인미를 접목시켜서 표현하여 나타난 결과물이라고 할 수 있다. 현대인들은 뛰어난 패션 감각과 함께 그들의 개성을 충족시켜줄 수 있는 새로운 디자인을 원하고 있다. 또한 앞으로의 시대는 각 나라의 문화적 차이를 넘어서는 문화적 융합의 시대라 할 수 있을 것이다. 이러한 측면에서 볼 때 비잔틴 시대의 다채로운 직물과 문양, 색채 등은 흥미로운 요소들로서 사람들의 다양한 욕구를 완성시켜 나가는데 큰 의미가 있다고 할 수 있다.

■ 참고문헌

- 이연영(2003). 토탈패션 이미지 연출에 관한 연구 -고저스 이미지를 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문, p.63.
- 이연영(2004). 현대 패션 디자인에 나타난 고저스 이미지 경향에 관한 연구. 대한가정학회지. 42(10). p115-128
- 유태순(1997) 패션 이미지 유형과 디자인 요소와의 관계. 한국비즈니스학회지. 1(3). p.19-34.
- 정윤희(2002). 현대패션에 나타난 고저스(gorgeous)이미지에 관한 연구-중세 비잔틴 시대의 이미지를 중심으로. 패션비즈니스, 6(5), pp.48-58.

추선형, 김영인(2002). 패션소재의 색채 이미지와 질감에 관한 연구. 한국의류학회지. 26(2), p.193~204

현대패션에 나타난 이슬람 예술의 상징적 문양에 관한 연구

이지현[†] · 간호섭*

군장대학교 패션·주얼리디자인과, *홍익대학교 섬유미술 패션디자인과

현대패션은 미래지향적으로 가속화 되면서 사회적, 정치적 현상들과 맞물려 많은 이슈를 만들어내고 대중으로부터 그 속으로 들어가 함께 공유하기를 원한다. 현대인들은 넘쳐나는 정보 홍수 속에서 세계의 패션 흐름과 정보를 습득하는 서비스를 만끽하면서도 한편으로는 종교처럼 자연그대로의 원초적이고 아날로그 감성에 심리적 안정감을 느끼기도 한다.

또한 자신의 존재를 표출하는 수단으로 미적 가치를 추구하는데 있어서 종교라는 울타리를 넘어 서서 현 시대의 사회적, 경제적, 정치적 현상들이 맞물려 새로운 패션 세계가 펼쳐지기도 한다. 이러한 사회적 분위기는 종교가 갖는 고유함, 화려함, 우아함을 모티브로 한 상징적 문양, 복식의 형태를 패션디자인에 활용하는 경향이 증가하게 만들고 패션산업과 연계되어 종교인들을 위한 맞춤형 수요를 형성하기도 한다.

최근 패션산업에서 대두되고 있는 무슬림 패션은 모디스트 패션 이라고도 불리 우는데, 종교적 교리 속에서 억압된 복식을 착용하는 무슬림들을 타겟으로 전략적 마케팅을 수립하여 잠재된 패션 시장을 공략하고 있다. 이러한 현상은 종교라는 민감한 가치를 패션으로 가져올 때 그 파급력에서 상당한 의미를 가져오게 만들며 사회적으로 메시지를 보내려는 인간의 욕구를 충족시키기도 한다.

무슬림 패션경향은 이슬람 종교와 더불어 이슬람 국가, 문화, 역사, 예술 등을 이해할 수 있는 문화유산에 대한 관심을 높이고 종교적 산물이 현대패션과 만나면서 형성된 연결고리를 찾는 노력이 필요하게 만들었다.

본 연구에서는 이슬람 예술의 성립배경과 문양의 종류와 특징을 살펴보고 현대패션에 나타난 이슬람 문양이 활용된 사례를 조형적 분석을 통해 패션의 양상을 파악한다. 여기에 현대패션에서 이슬람 문양이 활용된 패션이 주는 영향력과 이슬람 문양이 내포하는 종교적 내적 의미를 밝히는데 그 목적이 있다. 또한 이슬람 종교와 문화가 전 세계적으로 전파되면서 형성된 광범위하고 깊은 역사와 예술을 이해함으로써 현대패션에서 이슬람 문양을 활용한 디자인을 창작 할 때 그 발상과정에서 문양의 의미와 표현 양상을 알아보고 조형성을 도출하여 이슬람 문양 패션의 가치 확립과 새로운 부가가치 창출의 방향성을 제시하는데 의의가 있다.

연구방법 및 범위는 관련 선행연구와 사전, 전문서적 등을 통해 이슬람 종교와 예술의 성립배경, 문양에 대한 이론적 고찰을 한다. 그리고 이슬람 문양이 활용된 패션디자인 사례를 이슬람종교가 전 세계적인 화두가 되었던 911 테러사건의 2000년대 초 이후 발표된 2000년 대 이후 발표된 Haute-Couture와 Ready-To-Wear S/S, F/W컬렉션에 소개된 작품 중 109점을 선별하여 문양의 종류와 형태, 색상, 표현기법에 따라서 분류 분석하였다.

[†]Corresponding author : agape6348@hanmail.net

이론적 고찰을 살펴본 결과 이상송배금지 교리에 따라 살아있는 생물을 표현을 금기하면서 자연적이고 추상적이면서 기하학적인 장식미술을 발달하게 했고 자연스럽게 문양 디자인으로 발전하게 되었다.

그리고 문양들은 각각의 특징을 나타내고 있는데 아라베스크는 이슬람 문화권에서 특히 선호하는 문양으로 추상적인 곡선형의 기하학적 형상을 나타낸다. 꽃문양은 이슬람 문화권 나라마다 가장 좋아하고 친숙한 꽃문양을 표현하고 꽃과 줄기, 나뭇잎, 나무와 함께 나타나면 화병 안에 담겨 있거나 도식화된 기하학적 패턴 형태의 느낌을 주는 것이 특징이다.

기하학 문양은 원, 삼각형, 직사각형, 오각형, 육각형 등의 평면적인 형태와 직선, 곡선 등의 기하학적 요소로 추상적이면서, 도식화된, 체계적인 계산속에서 성립된 문양이 특징이고, 문자 문양은 아라비아어는 서체가 근본적으로 장식적인 활자체로 문양을 표현하기에 용이했기 때문에 예술가들은 서체로 기하학적인 규칙성을 유지하면서 리듬감과 운동감을 쉽게 부여하면서 문양으로 표현했다.

이처럼 문양의 특징들이 활용된 패션디자인 사례를 분석한 결과 문양의 종류와 형태는 아라베스크와 꽃문양, 기하학 문양들이 혼재되어진 디자인을 찾아 볼 수 있었으며 문양들의 정통적 특징을 유지하면서 이슬람 예술 초기에 형성된 문양의 그대로를 재현하기보다 현대적 감각으로 재해석하여 서로 조화를 이루며 나타나고 있다.

색상과 표현방법에서도 이슬람을 상징하는 검정, 화이트, 블루계열을 비롯하여 강렬한 색의 대비, 고딕스러움을 보여주는 골드, 실버 등이 나타났으며 문양의 표현 위치와 크기, 소재사용에 따라서 자수, 프린트, 홀로그램, 퀴팅 등의 디자인 특징과 표현 의도에 따라 다양한방법으로 사용되고 있다.

위와 같은 사례분석을 토대로 이슬람 문양이 활용된 패션디자인 조형성은 환상성, 재현성, 입체성, 복합성, 색의대비로 도출하였고 이슬람 문양이 활용된 패션의 조형성들은 창작자들의 발상을 통해서 종교적 상징성, 신비적 희소성, 표현의 자율성의 내적 의지를 담고 있다.

이슬람 문양은 물질 만능주의의 현대패션에서 무슬림들에게 심리적 안정을 주고 도덕적 만족감을 준다. 또한 비 무슬림에게는 오랜 문화유산처럼 잠재된 무의식 속에서 편안함, 익숙함을 주고 종교를 떠나 그 문화를 함께 공유하고 정신적 아름다움을 채우는 종교적 의식 그 이상의 감정을 느끼게도 한다.

현대패션에서 문양의 종류와 크기, 형태, 색상, 기법 등 조형적 표현방법들이 이슬람 예술을 상징하는 패션의 한 요소로 적용될 때 문양의 미적 가치가 패션의 영역을 확고히 하고 가치 확립을 통해 새로운 부가가치가 창출 될 것으로 기대한다.

■ 참고문헌

- 김희선(2004), 이슬람 예술에 표현된 패턴 특징과 텍스타일디자인에의 활용, 한국의상디자인학회, 6(1), 13-24
- 전완경(1990), 이슬람 예술의 이해, 한국 이슬람 학회 논총, 1(1), 99-115
- 김진웅, 손영호, 정성화(1998), 서양사의 이해. 학지사, 116
- Wilson, Kax. 박남성, 차임선 역(2000), 직물의 역사, 도서출판예경, pp. 148-149.
- 김선영(2010), 현대패션에 나타난 종교적 모티브에 관한 연구, 대한가정학회지, 48(8), 39-50
- 정지년, 유영선(2001), 1990년대 이후 패션에 나타난 종교적 모티브의 표현 특성, 한국복식학회, 45-59

오성윤(1995), 모자이크 타일의 문양을 응용한 복식 디자인 연구, 이화여자대학교 석사학위 논문
강림아, 이효진(2003), 현대 패션에 표현된 중세 종교복 이미지의 조형성 연구, 복식문화연구,
11(5), 737-752

퍼커링 기법을 활용한 패션 조형에 관한 연구

범영순* · 금기숙[†]

*홍익대학교 디자인 공예학과, 홍익대학교 섬유미술패션디자인과

1. 서론

소비자의 감성이 더욱 개성화됨에 따라 차별화된 디자인의 중요성이 더욱 강하게 요구되고 있다. 이러한 시점에서 퍼커링 기법을 활용하여 조형적, 장식적, 기능적으로 차별화된 독창적인 디자인 및 풍부한 시각효과를 지닌 조형적인 의복을 개발하고, 오트쿠튀르의 고급스런 예술적 표현기법을 접목하여 한 단계 격상된 수준의 고부가가치 창출이 가능한 디자인을 제시하는 것이 본 연구의 목적이다.

본 연구에서는 퍼커링을 활용한 수공예적 표현 기법을 개발하여 조형적인 고 품격 의상디자인을 제시하고자 하였다. 본 연구의 목적은 봉제기법의 하나인 퍼커링 기법을 활용하여 다양한 기법들과 표면장식 효과를 연구하여 보다 조형적인 의상디자인을 제시하고 웨어러블(wearable)한 의상디자인의 개발하는데 있다. 이를 통해 실용적인 의상 표현의 다양성과 복식조형 예술의 표현 영역을 확대하는데 연구의 의의가 있다.

2. 연구 방법

본 연구를 위해 먼저 퍼커링에 관한 용어를 정리하고 퍼커링의 특징 및 타 봉제기법을 활용한 디자인 사례를 살펴보았다. Pucker라는 용어는 영어사전에 의하면 동사로는 주름잡다, 주름살지게하다, 주름 잡히다라는 의미를 갖고 있으며, 명사로는 불규칙적인 주름, 주름살, 주름 잡힌 부분, 구겨짐의 의미를 내포하고 있다.

따라서 Puckering은 Pucker의 현재 분사형태로 형태나 형상을 주름지거나 주글주글하게 구겨지는 것으로 정의할 수 있다. 봉제 작업에서 발생하는 퍼커링의 일반적인 생성 요인은 재봉바늘에 의한 퍼커링, 톱니와 노루발에 의한 퍼커링, 심(seam)에 의한 퍼커링, 뒷실과 밀실의 장력에 의한 퍼커링이 있다. 또한 디자이너의 의도에 따라 인위적인 퍼커링을 생성하기도 하며 이를 활용하여 표면 효과를 극대화한 소재로 활용하기도 한다.

또한 2000년부터2007년까지 국내외 컬렉션 Milano, Paris, New York, Seoul Collection과 전시회 및 개인 컬렉션에서 선보인 총71개 자료를 이용하여 퍼커링 기법이 활용된 디자인 사례를 분석하였다. 그리고 분석된 자료는 퍼커링 기법을 전체적으로 활용한 사례, 부분적으로 활용한 사례, 기법에 활용된 색채, 기법에 활용된 소재총4가지 범주로 사례를 살펴보았다.

[†]Corresponding author : ksgeum@hongik.ac.kr

3. 결과 및 고찰

퍼커링 기법을 전체적으로 활용할 경우 표면효과가 강조되어 풍부한 시각적 재질감을 발생시키며, 부분적으로 활용할 경우 퍼커링 부분에 시선이 고정 되게 하여 시각적 초점을 역할을 하게 된다. 또한 퍼커링 기법에 활용된 색채를 살펴보면 색채의 제한은 없으나 주로 중간색조의 단색에서 많이 활용되었다. 중간색조를 사용할 경우 음영의 효과가 쉽게 지각 될 수 있는 장점이 있고, 퍼커링에 의한 표면 효과로 중간색조의 색상이 주는 밋밋하고 지루한 이미지를 없애 줄 수 있다. 퍼커링은 소재에 따라 다양한 효과를 연출 할 수 있다. 슬릭, 시어, 레이스 등과 같이 얇고 부드러운소재의 경우 부드럽고 자연스런 조형미가 나타난다. 메탈릭, 고저스, 글로시, 실키, 새틴과 같은 광택 소재를 사용한 경우 음영의 효과로 입체감이 두드러지게 나타나 예술적인 조형미를 신선하게 연출 할 수 있다. 벨벳과 같이 부피감이 있는 광택 소재의 경우 조금 무겁고 투박한 느낌이 들지만 부드럽고 편안한 느낌, 럭셔리한 느낌의 연출이 가능하다. 마지막으로 러스틱, 크리스프, 스틱프와 같이 뽀뽀한 재질의 경우 주름의 굴곡 형태가 다르게 연출된다.

Puckering 기법을 활용한 패션디자인의 영감은 그룹 전시회를 했던 “오아시스를 찾아서” 일러스트 테마에서 착안하여 자연의 이미지를 모티브로 한 다양한 구김과 요철감이 있는 기법을 개발하였다. 의상제작 기획은 모던& 아방가르드 컨셉으로 도회적이고 이지적인 커리어 우먼의 이미지를 표현하였다. 타겟 연령대로는 30~40대의 고소득, 고학력, business and professional woman의 생활을 즐기는 여성을 선정하였다. 디자인 모티브로 자연의 이미지 중에서 맨드라미, 양배추, 나뭇결, 사막, 회오리, 폭포수를 활용하였으며, 총10개의 의상 작품을 제작하였다. 또한 소재는 선이나 색채와 마찬가지로 디자인을 결정하는 중요한 요소이므로 소재의 표면 효과에 따른 재질감을 크게 견고한, 부드러운, 투명한, 광택감 있는 소재로 분류하고 소재 특성을 고려한 기법이 개발되었다.

4. 결 론

본 연구에서는 기존 봉제 작업 시 불량으로 취급되던 퍼커링을 조형적인 표현 기법으로 활용하였으며, 다양한 수공예적 기법과 조화시켜 창의적이고 고급화된 디자인 개발을 시도하였다. 이러한 연구를 통해 얻은 결과를 다음과 같이 정리하였다.

첫째, puckering 기법은 의복표면에 장식적인 요소로 사용되어, 조형적이고 창의적인 디자인 개발이 가능하다.

둘째, 퍼커링 기법은 평면성을 해소하고 입체감을 부각시켜 풍부한 표면 효과 구현이 가능하다.

셋째, 퍼커링 기법으로 제작된 의상은 조형적인 가치를 한층 높여 의류 산업에서 고부가가치의 창출을 기대할 수 있으나, 수공예에 의해 생산되므로 장기간의 시간과 상당한 노력이 필요하다는 한계점이 있었다. 따라서 기계작업으로 대체 할 수 있는 방법에 대한 추가적인 연구 개발이 요구된다.

■ 참고문헌

- 범영순(2007), Puckering Technique를 활용한 패션 조형 연구, 홍익대학교 산업디자인대학원 석사 학위 논문
- 김미선(1995), 어플리케를 응용한 의상디자인(세포의 형태를 모티브로), 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위 논문

레이온 섬유벽지의 국내외 화재안전성 평가에 관한 연구

-KS F 2271 가스유해성 시험을 중심으로-

이준한* · 이종곤* · 강영웅* · 김지훈** · 김선미†

*여명벽지주식회사, **ECO융합섬유연구원, 건국대학교 리빙디자인학과

1. 연구목적

레이온은 고유의 미려한 광택과 안정적인 물성으로 국내외에서 가장 많이 사용되는 섬유벽지의 소재이다. 레이온은 목재를 식물성섬유의 특성이 유지되는 범위에서 화학적 처리를 하여 방사한 것으로 면이나 마 등의 식물성 섬유와 같이 흡습성이 높아 쾌적한 느낌을 주기 때문에 의류뿐만 아니라 생활용 섬유인 침구나 벽지에도 널리 쓰이고 있다. 레이온은 500℃ 정도의 고열이나 불꽃과 접촉하면 종이 타는 냄새를 내며 연소하는데, 석유화합물로 만들어진 섬유와 달리 열에 의해 용융되지 않고 (서정호 2008), 연소 시 유독가스를 발생시키지 않으며, 화염이 천천히 진행되므로 석유화합물로 만들어진 섬유에 비해 비교적 안전한 벽지용 소재라고 할 수 있다. 국민안전처에서 발간한 2016 화재통계연감에 수록된 대형화재 현황을 살펴보면, 경질 우레탄 보드가 연소하면서 발생한 유독가스로 인해 17명의 사상자가 발생한 서울 강서구 사건을 비롯하여, 대피과정에서 연기를 흡입하여 14명의 부상자가 발생한 부산 수영구의 사건, 바비큐 환풍기의 지름 찌꺼기로 인한 화재로 11명의 농연흡입 부상을 입은 강원 홍천군 사건, 연기흡입으로 인한 29명의 부상자를 낸 경남 양산시 정형외과 화재 등 7건의 대형화재에서 92명의 사상자 중 71명이 연기로 인한 신체적 피해를 입었음을 알 수 있다. 그러나 우리나라의 방염관련 규제가 미국이나, 유럽 등의 주요 수출시장의 규제와 다를 뿐 아니라, 규제의 실질적인 효용성에 대한 많은 논의가 있음에도 불구하고 벽지의 화재 안전에 관한 규제가 개선되지 않아 국민의 생명이 위협받고 있음은 물론, 나아가 해외 시장 진출에 큰 어려움을 겪고 있는 현실이다. 이에 본 연구는 국내외 화재안전성 평가방법을 비교분석하여 현재 국내 방염시험법이 가진 문제점을 지적하고 방염관련 규제에 대한 개선을 촉구하고자 한다.

2. 연구방법 및 내용

연구방법은 레이온 방적사 24s/2을 인치당 45가닥이 되도록 나열한 뒤 EVA접착제로 종이위에 고정시켜 벽지의 형태를 만들고, 각기 다른 방법으로 화재안전성 평가를 진행하여 그 결과를 분석한다. 첫째, 제작한 시료를 국내의 KS M 7305의 45도 시험법, 미국의 ASTM E84, 유럽의 EN13501-1로 실험하고 결과를 분석한다. 둘째, 국내방염기준을 충족하지 않는 상기 시료를 기준에 적합하도록 하기 위해 현재 사용되는 레이온 방염용 난연제를 처리한 후 방염의 적합성을 확인한다. 셋째, 국내 시험법의 한계점을 지적하기 위한 방법으로 방염처리 전후의 연소 시 연기독성을 KS F

†Corresponding author : cemi@konkuk.ac.kr

-본 연구는 중소기업기술개발지원사업 (과제번호:S2443732)으로 수행되었음.

2271의 가스유해성 시험방법에 의거하여 시험한다.

3. 결과 및 고찰

1) 국내외 벽지관련 화재안전성 평가 비교

동일한 시료를 한국, 미국, 유럽의 화재안전성 시험법으로 시험한 결과, 국내기준은 불합격, 미국과 유럽기준은 안전한 등급을 충족하여 상반된 결과가 나오는 것으로 확인되었다. 국내의 KS M 7305의 45도 시험법에서는 잔염시간 평균 46.2초 (기준 3초미만), 탄화면적 평균 354.6cm² (기준 30cm²미만), 탄화길이 평균 24.2cm(기준 20cm미만)으로 합격기준을 크게 넘어 국내 소방법에 적합하지 않는 결과를 보였다. 그러나 미국의 ASTM E84에서는 Flame Spread Index 25 (기준 0-25), Smoke Development Index 10 (기준 0-450) 으로 가장 안전한 등급인 Class A로 판정되었고, 유럽의 EN13501-1 규격에서는 B-s1,d0 기준으로 시험하였을 때, FIGRA 108.4 W/s (기준 ≤ 120), THR600s 1.5 (기준 ≤7.5), SMOGRA 0m³/s² (기준 ≤30), TSP600s 35.9m³ (기준 ≤50), Non-occurring of Flaming Droplets 없음으로 B-s1,d0를 충족하였다.

2) 국내 기준에 따른 방염처리 결과

국내기준의 방염처리를 수행한 결과, 잔염과 잔진이 발생하지 않았고 탄화면적이 평균 14.4cm², 탄화길이가 평균 5.7cm으로 국내 소방법에서 규정한 기준에 만족하는 것을 확인하였다.

3) 가스유해성 시험

방염처리 전 레이온 섬유벽지는 평균행동정지시간이 2회에 걸쳐 각각 14분 41초와 14분 22초로 나타났고, 방염처리 후 레이온 섬유벽지는 2회에 걸쳐 각각 14분 09초와 13분 57초로 나타나, 4회의 실험 모두 기준이 되는 9분 이상을 만족하였다. 그러나 평균행동정지시간은 방염처리 전 시료가 최대 44초 길게 나타나는 것이 관찰되었으며, 15초를 모두 완주한 개체수도 처리 전이 6마리로 처리 후의 3마리보다 많았다.

4. 결론

현재 국내의 난연 성능 기준은 초기 화재 전파를 억제하는데 효율적일 수 있으나 실제 대형화재 시 연기에 의한 사상자가 많음을 고려할 때 반드시 개선되어야 할 필요가 있다. 또한 국내 규격은 해외규격에 적합하지 않아 수출 시에 많은 애로가 있으며, 국내의 기준으로도 불필요한 가공이 추가되어 원가가 상승함에도 불구하고 오히려 가스유해성이 높은 처리 방식은 현실과 부합하지 않는다. 본 연구에서 지적한바와 같이 레이온 섬유벽지는 벽지는 화재 시 독성가스를 내뿜지 않아 인명피해를 줄일 수 있음에도 불구하고, 오히려 방염처리를 함으로써 더 많은 인명피해를 야기할 가능성이 있다. 따라서 현재의 국내 방염성능 평가는 안전성을 높이기 위한 연기 독성을 기반으로 개정되어야 하며, 해외 규격에 대응할 수 있는 방안을 마련해야 한다.

■ 참고문헌

- 박미라 (2009). 벽지의 종합적 화재위험성평가에 관한연구 (박사학위논문). 인제대학교 대학원.
- 황현배 (2010). 초고층 건축물의 실내건축 재료에 관한 화재안전성 연구 (석사학위논문). 경원대학교 환경대학원.
- 서정호 (2008). 문화재를 위한 보존 방법론, 경인문화사.

패션마켓의 컨버전스와 디버전스 특성에 관한 연구

-국내 대형 유통사와 패션기업을 중심으로-

박연진* · 간호섭

*홍익대학교 디자인공예학과, 홍익대학교 섬유미술패션디자인학과

오늘날 인구구조의 변화와 함께 라이프스타일도 다양한 유형으로 세분화되고 있다. 장기화된 불황 속에 패션브랜드의 지속성장은 더욱 중요하게 부각되면서, 패션마켓 또한 다양한 분야와의 융합(融合)을 통해 새로운 가치창출을 모색하고 있으며, 진화된 기술과 전략이 접목된 다각도의 컨버전스 마케팅을 전개하고 있다. 또한, 급속하게 변화하는 라이프스타일과 소비 트렌드에 따라 패션마켓 패러다임은 기업중심에서 소비자 중심으로 전이되고 있다. 패션마켓에서의 컨버전스는 좋은 상품을 다양한 서비스와 함께 소비자에게 제공하는 장점이 있고, 새로운 성장 동력의 기반과 시장 확장성이라는 기업측면에서의 기회요인이 있다. 그러나 한편으로는 각 브랜드간의 제품 격차가 줄어들고 차별성이 감소되면서, 경쟁범위의 확대되고 더욱 치열해지면서 카니발라이제이션(Cannibalization, 자기 시장잠식)현상이 나타나고 있다.

이에 본 연구는 이러한 불확실한 마켓환경과 과도한 경쟁 속에서 패션마켓의 컨버전스와 디버전스 개념과 환경적 요소를 고찰하고, 패션마켓의 사례를 통해 유형을 분석하고 그 특성을 살펴보았다. 이는 아직 확실하게 정립되어지지 않은 디버전스와 특성을 살펴봄으로써 패션마케팅 분야에서 차별적인 브랜드전략을 수립하는데 도움이 되는 기초 자료로 활용되고자 하는데 그 목적이 있다.

연구 방법과 범위는 선행논문과 문헌조사를 통해 컨버전스와 디버전스 개념과 형성배경에 대하여 이론적 고찰을 하였고, 국내 대형유통사와 패션기업의 사례를 중심으로 최근 두드러지게 나타나고 있는 패션 리빙 F&B(Food & Beverage)서비스 콘텐츠 등과의 융합을 통해 형성되고 있는 패션과 라이프스타일 편집브랜드를 중심으로 특성을 분석하였다. 또한, 디버전스의 분류 범위로는 핵심적 본질에 기반을 두고 세분화되어 형성되고 있는 국내대형유통기업과 패션기업의 P.B (Private Brand)를 중심으로 특성을 분석하였다.

컨버전스와 디버전스의 개념과 형성배경을 살펴본 결과, 마켓환경의 변화와 기술이 고도화됨에 따라 마켓의 패러다임은 주류는 서로 다른 분야와의 융합인 '컨버전스(Convergence)'라고 할 수 있다. 그와 대비되는 개념이 '디버전스'(Divergence)이며, 서로 다른 요소들의 융합(融合)되면서 나타나는 단점을 보완하고 다양한 기능과 복합적인 멀티성의 양상이 아닌, 한 곳에 모여 있던 요소들을 반대로 탈 융합화 세분화 특성으로 형성되고 있다. 패션마켓에서도 디버전스(Divergence)움직임이 나타나고 있으며, 고객세분화를 통해 소비자의 니즈를 반영하여 본질적인 상품의 핵심적인 요소만을 집중하는 개념으로 적용되고 있다. 또한, 마켓환경의 불확실성이 커지고 복잡하고 다양해지는 가운데 상충관계에 있는 현상이 동시에 존재하는 패러독스(Paradox) 현상이 나타나고 있으며, 패션마켓에서도 새로운 가치창출과 브랜드 가치창출을 위해 컨버전스와 디버전스의 상반되는 개념이 동시에 공존하면서 차별적인 마케팅 전략으로의 적용되고 있음을 알 수 있었다.

본 연구를 통해 다음과 같은 컨버전스와 디버전스의 특성을 도출 할 수 있었다. 패션마켓의 컨버전스 사례와 유형인 패션·리빙·F&B(Food & Beverage)·서비스 콘텐츠등과 같이 서로 다른 카테고리 간의 융합을 통해 소비자 측면의 향유공감소통의 라이프스타일과 문화적 경험을 체험할 수 있는 유형으로 진화하고 있음을 알 수 있었다. 패션과 F&B의 컨버전스인 LF의 '라운(Raum)', 그리고 패션과 리빙, 그리고 F&B의 컨버전스인 '퀸 마마마켓(Queen Mama Market)'이 대표적인 사례라고 할 수 있으며, 컨버전스의 멀티화·메가화·다양화의 특성이 알 수 있었다. 이는 마케팅 측면에서의 상위 20%가 80%를 주도한다는 이론적 개념인, 파레토(Pareto)법칙으로 설명 할 수 있으며, 주 타겟이 목표시장으로 전개하고 있음을 알 수 있었다.

패션마켓에 나타난 디버전스는 '상품의 세분화(Product Segmentation)', '고객세분화(Target Segmentation)'의 유형으로 나타나고 있다. 상품의 소재(캐시미어)가 브랜드 핵심전략인 델라라나(신세계), 더캐시미어(현대),유니트(롯데)가 대표적인 사례이다. 가성비(가격대비 성능),칩시크(Cheap-Chic,저렴하지만 세련됨)와 같은 전략을 통해 소비자에게 실용적 가치를 제공하고 있다. 마켓포지션 관점에서 컨버전스의 확장성은 파레토 이론의 주소비자 20%가 80%의 매출 주도를 하고 있는 주요목표시장이라면, 디버전스는 니치 타겟(Niche Target)으로 파레토의 이론과 반대되는 개념의 역파레토법칙-롱테일(Long Tail)이론으로 접근 할 수 있으며, 차별화·전문성으로 나타나고 있다. 이는 컨버전스의 다양성이 자칫 복잡하고 혼돈스러울 수 있는 단점을 보완하고, 명확한 상품 전략과 타겟의 세분화를 통해 브랜드 아이덴티티(Identity)명확하게 할 수 있고 브랜드 차별화 전략을 전개 할 수 있는 기회요소임을 알 수 있었다.

본 연구의 결과, 패션마켓의 컨버전스는 멀티화·메가화·다양화의 특성을 띄고 있으며, 브랜드 확장성이라는 기회요소 있는 반면, 컨버전스의 다양성과 다기능의 멀티적 요소는 브랜드 정체성과 아이덴티티가 상쇄될 수 있는 단점을 가지고 있다. 패션마켓의 디버전스는 상품 세분화, 타겟 세분화의 유형으로 나타나고 있으며, 핵심과 본질이 브랜드의 중요한 요소이며, 단순화·간결화·실용화의 유형적 특성을 나타내고 있음을 알았다. 따라서 명확한 목표시장과 소비자의 니즈에 맞는 상품 세분화, 타겟 세분화를 통한 차별화된 디버전스 마케팅이 절실히 요구된다. 본 연구를 통해 패션마켓의 컨버전스와 함께 디버전스 대한 개념 정립의 발판을 마련하고 패션마케팅 분야에서 차별적인 브랜드전략을 수립하는데 있어서 기초가 될 수 있을 것이라 사료된다. 또한 본 연구에서 제시한 컨버전스(Convergence)와 디버전스(Divergence) 유형과 특성을 토대로 패션 브랜드 마케팅 전략의 체계적인 연구가 지속되길 기대한다.

■ 참고문헌

- 이병욱(2011). 미래 디지털사회를 위한 융합의 이해. *생능출판사*, 15-20.
 위미경(2013). 패션산업에 나타난 컨버전스에 관한 연구. *동덕여자대학교석사학위논문*, 6-29.
 정재윤·신이레(2010). 컨버전스 마케팅의 특징에 대한 연구. *생활과학논집*,28(3), 15-24-29.
 엄경희·표재연(2014). 국내패션산업에 나타난 유형별 컨버전스숍 사례연구. *한국디자인문화학회*,20(3), 376-382.

직진출 수입 브랜드 특징 및 업무 수행 사례 연구

김다정* · 이금희†

*리치몬트 코리아, SCM & Merchandising, 서울여자대학교 의류학과

1. 연구목적

최근 국내 패션 환경은 소비자 욕구의 다양화와 개성화, 유통시장의 개방, 글로벌화, 신업태의 등장, 업종 간 경계를 초월한 빠른 기술 혁신, 경제 구조의 블록화, 경영 환경의 급 변화에 따른 치열한 경쟁 환경을 맞이하고 있다. 이에 따라, 국내 유통 및 패션 업계는 소비 수준의 세계화, 정보화라는 외부적 요인으로 성장의 한계를 나타내고 있는 내수 시장에서 직수입 및 라이선스 브랜드로 눈을 돌려, 백화점 명품 매장, 프리미엄 아울렛 성황 및 이커머스 채널의 확산 진출 등, 다각화된 활동 전략으로 빠른 성장세를 보이고 있다. 이러한 환경 속에서 기업들은 경쟁 브랜드와 차별되는 상품, 가격, 서비스를 제공하는 바이잉 업무의 중요성을 인지하고, 그 업무영역을 확대해 가고 있으며, 바이잉 파워 구축을 위한 시스템 정착 및 역량 있는 바이어 발굴에 힘쓰고 있다. 바이잉 능력이 곧 경쟁력이 되는 시대인 만큼 국내 시장에 대한 정확한 인지와 해외 패션 비즈니스에 대한 이해도가 높은 전문 인력의 필요성은 나날이 증가하고 있는 실정에 비해 실무적인 교육과 학문적 연구의 축적 및 인력 양성에 대한 지원이 매우 부족하다.

따라서 본 연구는 현재 해외 브랜드의 해외 브랜드의 국내 시장 전개 방법에 따른 특성과 프로세스를 파악하여 다각화된 유통 구조 및 세분화된 소비자에게 맞춰진 효율적인 바이잉 전략이 기업의 경영 성과를 최대화 하고, 국제적인 경쟁력을 지닐 수 있는 필수 요인임을 실무 사례를 들어 제시하고, 전문화된 바이잉 인력 육성의 방안을 모색하는데 목적을 둔다. 아로서 본 연구는 국제적인 비즈니스 능력을 갖춘 전문 바이어 육성을 위한 유용한 정보를 제공하고, 전략적 바이잉 업무의 방향성을 제시하여, 실무 환경에서 차별화된 능력을 발휘하는 준비된 인재 창출에 기여할 수 있는데 의의를 둔다.

2. 연구방법 및 내용

직 진출 수입 브랜드 특징 및 업무 수행 사례 연구를 위한 구체적인 연구 내용은 다음과 같다. 첫째, 수입시장의 현황과 전망을 짚어보고, 한국 전개된 수입 브랜드의 특징을 이해한다. 둘째, 바이잉 머천다이징의 실제 업무를 구체적으로 살펴본다. 셋째, 효율적인 바이잉 머천다이징 전략이 기업의 경영성과를 극대화함을 몽블랑의 실무사례를 통해 그 방향을 제시해 본다.

연구 방법은 마케팅 및 바이잉 관련 저서, 논문 등의 문헌자료와 패션 바이잉 관련 신문잡지 및 인터넷의 기사내용을 이론적 배경으로 연구자가 근무하는 리치몬트 코리아의 몽블랑의 하드 럭셔리와 질센더의 패션을 대상으로 바이잉 프로세스와 업무 수행 내용을 사례로 한다.

†Corresponding author : khlee@swu.ac.kr

이와 같은 연구를 위한 목차는 다음과 같다. I 장 서론에서는 연구의 배경 및 필요성을 토대로 연구의 목적 및 의의를 밝힌다. II 장 연구 방법 및 내용에서는 문헌 연구와 몽블랑의 하드 럭셔리와 질 샌더의 패션을 대상으로 하는 사례연구로 진행한다. III 장 국내 수입 브랜드 시장에서는 수입브랜드 시장의 현황과 유통 채널의 다각화 에 관해서 살펴본다. IV 장 바잉 머천다이징에서는 MD의 종류 및 역할, 직 진출 수입 브랜드 특징 및 조직도를 살펴보고, 바잉 실무를 업무 프로세스 별로 예시 자료를 활용하여 전략적 바잉 및 상품 기획 전략이 기업 경영 성과에 미치는 영향을 고찰해본다. V 장 결론에서는 위와 같은 내용의 연구 결과 및 고찰 내용을 요약 설명하고, 이를 바탕으로 교육 및 후속 연구를 위한 제언을 한다.

3. 결과 및 고찰

국내 수입브랜드 시장은, 1990년대 이후, 유통시장의 개방과 글로벌화 신업태의 등장 등급 변화에 따른 치열한 경쟁 환경 안에서, 그 동안 일부 부유층에서만 이루어 졌던 소비가 점차 대중화 되어 가고 있다. 이에 본 연구에서는, 직 진출 브랜드 시장의 특징을 살펴보고 머천다이징 구조 및 업무를 파악하였다. 또한 효율적이고 차별화된 머천다이징의 성공사례를 예시로 비즈니스 성공의 필수요인을 찾아보았다.

첫째, 국내 수입업체의 진출 유형은 크게 본사가 현지에 별도의 지사를 설립하여 직접 통제하며 완제품을 판매하는 직 진출형과 현지의 에이전트나 디스트리뷰터와 독점 수입 또는 배급에 대한 계약을 하고 운영하는 독점 계약 형으로 나뉘는데, 국내 패션 시장은 소비자의 과시욕구에 부응하고, 기업의 이윤을 극대화하기 위해 직진출 기업이 확대하고 있는 추세이다. 직 진출 기업은 지사장이 머천다이징, 영업, 마케팅 및 홍보 부서를 총괄하며 머천다이징 부서 내에서 유통 채널 또는 품목별로 담당자를 나누어 운영하는데, 강도 높고 빠른 본사와의 커뮤니케이션을 필요로 하며, 적극적인 본사의 지원 아래, 활발한 영업, 판촉 홍보 활동이 진행된다. 제한점은 본사의 강력한 글로벌 정책에 따른 한정적인 바잉에 의존한 공급이 이뤄져, 시장에 맞춰진 융통성있는 전략이 제한적이며, 이는 수익구조에 악영향을 줄 수 있다. 반면, 독점 계약 형의 경우 안정적 제품 수량과 마진확보에 유리하나 브랜드를 직접 소유하고 있지 않기 때문에 계약연장의 실패, 병행수입과의 과다경쟁이라는 위험요소가 축소되고 있는 추세이다.

둘째, 바잉 머천다이징은 크게 기획, 구매, 판매관리 및 분석의 네 부분으로 이루어진다. 지속적으로 변화하는 소비자와 시장의 니즈와 흐름을 예측하고 매출과 재고의 계획 수립이 이뤄지는 기획단계는 성공적인 구매의 중요한 요인이다. 기획안을 토대로, 크게 시즌 별, 분기별로 예산 및 물량 기획을 거쳐 상품 구매가 이뤄지며, 수입 후, 상품 구색 관리, 가격 사정, 촉진 활동 및 디스플레이 등 판매관리 업무가 수반되며, 모든 업무는 판매 및 재고 분석 결과를 기반으로 수행된다.

셋째, 머천다이징 부서는 기업의 수입의 일차적 원천이 되는 상품에 대한 일차적 책임을 지며, 모든 프로세스를 주관한다. '몽블랑' 의 실무 사례로 연구한 결과, 비즈니스 수익성의 열쇠는 판매 및 재고의 회전율이며, 다른 평가 지표기준인 연간상품 회전율, 보유 재고 개월 수준, 판매대비 재고율 및 할인율을 결정하는 '상품 물량과 배분 기획', '판매 촉진 을 위한 타 부서와의 협업', 그리고 '정보 분석 및 수요 예측' 이 머천다이징 프로세스 중, 수익성 제고를 위해 가장 중요시 되는 업무로 나타났다. 이 세 단계는 궁극적으로 상품 적중률을 높이고자 하는 것으로, 상품 회전율의 상승은 소비자의 만족도와 직결되어 브랜드 이미지 고취 효과를 이끌어내, 기업의 단, 장기적 수익률을 높이

게 되는 결과를 가져오게 된다.

4. 결론 및 제언

수입브랜드의 국내 시장 운영 특성 및 경쟁력에 미치는 요인들을 분석한 결과, 본사의 글로벌 정책을 충실히 유지하는 동시에, 내수 시장의 특성을 정확히 반영하는 효율적 바이잉 전략의 중요시 되고 있는 실정이다. 이에, 업계에서 요구되는 실무 능력과 대학에서 필요한 교육내용의 방향을 제언해 본다.

실무적인 측면에서는, 첫째, 본사와의 원활한 커뮤니케이션을 통한 현지화 전략이 중요하므로, 국내 시장의 특수성을 반영한 적절한 상품의 바이잉 및 유통 전략과 차별화된 마케팅 전략이 반드시 포함되어야 한다. 이를 위해 국내 외 정보의 연속적인 제공 및 유연한 활용을 가능하게 하는 통합관리 시스템의 개발이 전제되어야 한다.

둘째, 시장 환경의 변화를 빠르게 감지하고 분석하여 유연하게 대응할 수 있는 조직구조를 필요로 한다. 이는 자유롭고 창의적인 내부 커뮤니케이션을 가능하게 하여 신속한 의사 결정을 이루어 통합된 순 흐름의 머천다이징 프로세스를 가능하게 하므로, 이를 위해 산업 전반에 대한 이해는 물론, 업무에 대한 전문적인 이해도가 높은 인력 및 팀원의 확보가 이뤄져야 하고, 경직되지 않는 수평구조의 조직체계가 필요하다.

셋째, 교육적인 측면에서 살펴보면, 글로벌 시대에 걸 맞는 경험과 식견을 지닌 인재가 육성 되어야 한다. 예시로, 의상학, 의류학, 패션 디자인을 전공한 MD들의 경우 트렌드 및 상품에 대한 이해도는 높지만 마케팅 및 시장 분석과 객관적인 전략 수립 능력이 절대적으로 부족하고, 실무에서 활용할 수 있는 계수적 차원의 전문화된 머천다이징 업무 능력이 집중적으로 배양 될 수 있는 구체적인 교육 내용이 필요하다. 이를 위해, 교육기관과 실무업계가 연계되어 개발될 수 있다고 본다

본 연구는 업계, 회사, 브랜드마다 다른 조직구성에 따른 업무 프로세스 및 성격의 상이함으로 일괄적으로 연구 결과 및 제언을 적용할 수 없지만 성장하고 있는 바이잉 업계의 전반적 특성에 대한 이해를 돕고, 실무 교육 및 업무이론 개발에 기여하기를 바라며, 실무 환경에서 필요한 전문적 인재를 양성하는데 기초 자료로 활용될 수 있기를 바란다.

■ 참고문헌

- Ryu, M. (2015), Fashion Lurching. Seoul: YelLim.
- Park, K. & Lee, M. & You, E. (2015), Fashion Retail Magement, Seoul: KyoMoonSa.
- Lee, S. (2009), Buying Job Contentand Job Performance Evaluation in Imported Fashion Brands, Unpublished Master's dissertation, Dongduk Women's University.
- Jung, B. (2004), The Study for the Effective Management of Overseas Imported Brands, Unpublished Master's dissertation, Yonsei University.

언어 시각화를 통한 한국의 시대별 고전화장 연구

방기정

대전대학교 뷰티건강관리학과

1. 서론

21세기 지식정보화 시대를 맞아 사회 각 분야에서는 새로운 기술과 정보들이 하루가 다르게 쏟아져 나오고 있으며, 미디어는 인간의 효과적인 커뮤니케이션을 위해 기술적 발달과 더불어 끊임없이 변화를 거듭해 왔다. 급격한 디지털 기술 발전으로 정보의 양은 날로 증가하였고 많은 정보 속에서 사용자가 원하는 정보를 얻는 것은 매우 어려운 상황이다. 정보전달을 목적으로 사용하고 있는 다이어그램은 데이터의 특성에 따라 그 표현 방법이 변화하고 있다. 전통양식의 새로운 시도들 중에서 다양한 전통예술과 첨단 테크놀로지의 만남으로 융합이 문화 발전의 중요한 원리로 인지되면서 전통의 현대적 수용과 현대적 가치의 발견에 테크놀로지의 활용은 중요한 수단이자 방법이 되었다. 시는 언어로 표현된 은유의 가장 집약된 특성을 지닌 표현 예술이다. 무엇보다도 시각적 은유를 포함하는 시각시(視覺詩, visual poetry)는 시의 의미를 확대 시키고 문학과 다른 영역의 예술을 융합한 형태를 보여준다. 시각적 은유의 다양한 표현사례를 분석, 특히 한국의 고전화장과 문학 분야로서의 시이자 디자인 분야로서의 시적 표현을 과제로 삼았다. 한국은 전통 미용법에 대한 유산이 많으나, 제작법과 미용방법에 대한 심도 깊고 자세한 분석 연구가 없어서 전통미용 문화유산에 실질적 복원을 기대하기 어려운 현실이다. 실제에 가까운 기법을 찾아서 이를 실현하는 것은 한국 미용문화의 새로운 규명과 문화유산의 활용을 위해 매우 중요하다. 본 연구는 한국의 시대별 고전 화장법을 효과적으로 전달하기 위한 시각적 표현 요소로 시각시를 통한 언어 시각화의 시대별 고전화장 적용을 위한 기초연구를 하고자 하는 것이 본 연구의 목적이다.

2. 이론적 배경

정보의 시각화란 사용자에게 효율적인 정보 전달을 위해 데이터를 정보로서의 의미를 생성하도록 그래픽 적 요소를 활용하여 형상화 한 것이다. 문서는 글이나 기호 따위로 의사소통하기 위해 고안된 일정한 의도나 관념 또는 사상과 같은 정보를 물리적으로 묶어 놓은 것을 뜻한다. 시각적 은유는 은유의 본질을 더욱 확장시켰다. 시는 언어로 표현된 은유의 가장 집약된 특성을 지닌 표현 예술이다. 언어의 은유는 전통인 은유의 개념으로 부터 출발한다. 그리고 이 전통인 은유의 개념은 문학에서도 언어의 압축미가 돋보이는 시에서 빛을 발한다. 시각시는 쓰기와 읽기에 국한 되었던 전통적인 형식에 회화적인 그림 인자를 차용하여 텍스트의 시각적 이미지로의 변화를 꾀한 것이다. 이는 시가 언어로 표된 은유의 집약 된 특성을 지닌 표현 예술이기 때문일 것이다. 무엇보다도 시각화된

-이 논문은 2017년도 정부(과학기술정보통신부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 기초연구사업임(NRF-2017R1A2B4004935)

시는 역사적으로도 언어 예술인 시의 자리를 확장시키고 문학과 다른 역의 술을 융합된 형태로 보여주기도 한다. 감성적 상호 관계를 조형적 조화와 결합, 그리고 이미지 연상과 상상 등을 타이포그래피를 통하여 융합시킨 것이다. 개념적 은유는 비언어적 실현방법으로서의 영화, 그림, 조각, 애니메이션, 건물, 광고 등 다양한 영역에서 나타나며 이는 우리의 경험을 통해 습득된다. 시각적 은유는 전달하고자 하는 현상이나 메시지를 그대로 보여주는 것보다 다른 이미지를 더하거나 대체하여 대상의 특성을 좀 더 쉽고 빠르게 이해시킴과 동시에 독특한 방법으로 기억시키는 일종의 시각적 허구라 할 수 있다.

3. 연구방법

연구방법은 관련 문헌연구, 인터넷 탐색, 사례 연구의 방법으로 구성되었다. 언어시각화의 시각시를 통한 한국의 시대별 고전화장법은 시대, 인물, 방법에 대한 문헌 고증을 통한 고찰로 구성하였다. 첫째, 연구의 주된 범위는 한국의 고조선 이후 시대별로 구분하여 문헌과 선행연구를 참고하여 정리하였다. 둘째, 시대별 이론적 배경을 문헌 연구를 통해 살피면서 구체적인 사례들을 근거로 미용법이 가장 잘 보여지는 시각시 형태를 고려하여 화장법, 화장도구, 장신구, 수발형태 등을 분류하였다. 시각시를 통한 시각적 표현 요소와 언어의 시각화 특성 적용을 위한 특징은 고전화장과 미의식 그리고 문화에서 모두 보여 지는 요소별로 분류하였다. 셋째, 언어시각화와 한국전통 화장법 적용을 통한 관련된 분석 과정의 용어들의 조작적 정의를 하였다.

4. 한국의 시대별 고전화장 언어 시각화

본 연구는 한국의 시대별 고전 화장법을 효과적으로 전달하기 위한 시각적 표현요소로 언어 시각화를 통한 한국의 시대별 고전화장 적용을 위한 시각화 활용 방안으로 사용 하였다. 한국의 시대별 고전 화장법을 효과적으로 전달하기 위한 시각적 표현요소로 언어 시각화를 통한 구체적 사례를 다음과 같다. 첫째, 삼한시대「후한서」동이열전 백제의 시분무주 화장 문화에 대한 내용이 나타나 있다. 둘째, 고려시대 이규보의「동국이상국집」에서는 대머리를 자조하고, 빗을 소재로 한 시를 소개하였다. '털이 빠져 머리가 온통 벗겨지니 나무 없는 민둥산을 꼭 닮았네 모자를 벗어도 부끄럽잖고 빗질할 생각은 벌써 없어졌네 살쩍과 수염만 없다면 참으로 늙은 까까중 같으리' 라고 하였다. 셋째, 조선시대「조선왕조실록」중에서 세종실록에 양녕대군의 애첩 머리 모습을 묘사한 시와 연산군실록의 미녀와 가례형태 절차에 대한 부분이 묘사되어 있다. 서거정의「사가집」에 '빗'을 소재로, '술은 아침마다 취한 게 기쁘지만 머리는 보름씩이나 빗지를 얹네 먼저 채찍잡을 기세는 없거니와 돌아가서 읽을 시서는 있고 말고 신세는 당 앞의 제비와 흡사하고 공명은 고기가 장대 오르기 같네 아득 해라 출처를 결단키 어려워 공명의 초려에 길이 부끄럽구려.'라고 하였다. 이덕무「사소절(士小節)」에서는 여성과 남성의 정결한 몸을 가꾸는 내용에 대해서 이야기를 하고 있다. 빙허각 이씨「규합총서(閨閣叢書)」십미요(十眉謠)에서는 열 가지 눈썹에 대한 원앙(鴛鴦), 소산(小山), 오악(五嶽), 삼봉(三峰), 수주(垂珠), 월릉(月稜), 분초(分稍), 함연(涵烟), 불운(拂雲), 도훈(倒暈) 등 당시 눈썹의 모양과 이름을 다양하게 읊고 있어 눈썹 모양과 화장에 지대한 관심을 가지고 있었다는 사실을 알 수 있다. 흰 머리를 검게 하려는 옛 사람들의 풍속을 읊은「청구영언」의 구절이 있어 이미 널리 머리염색이 성행했던 것을 알 수 있다. '백발에 화냥 노는 년이 센머리에 흑찰하고, 과그른 소나기에 흰 동정 검어지고 검던 머리 다 희거' 라고 하였다. 순화궁첩초(順和宮帖草)에는 "큰머리 칠보에는 이사

(泥麤) 봉 띠고지나 옥모란잠 띠고지를 꽃고 옥봉잠·옥원잠·이사연잠은 가운데에 꽃느니라" 고 하여 큰머리에 대한 머리 수발형태에 대한 부분이 보여 진다. 19세기 사신일기「연원일록」의 기록을 소재로 한 시조에서 저자미상 지은이는 평안도 지역기녀를 '너희들은 향기를 내는 한 덩이 옥이고 말을 이해하는 한 가지의 꽃이다 꽃 사이에서 있다면 노니는 벌이 진짜인줄 착각 하겠네' 라고 하였다.

5. 결론 및 제언

한국의 시대별 고전화장이 시각적 은유를 통해 고전화장 문화의 융합한 예술 형태를 중심으로 유형별 분류하여 알아본 결과 한국의 전통적인 미학사상이 잘 보여 진다. 첫째, 시대별 고전화장에 대한 내용은 화장법, 화장품, 장신구, 두발 형태가 모두 보여 진다. 둘째, 한국의 고전화장 시각시에는 신분별, 성별, 인물묘사가 보여 지며, 특히나 남녀노소 화장과 정장형태에 따른 구별이 더욱 두드러져 보여진다. 셋째, 한국의 시대별 고전화장법 중에서는 수발형태에 대한 내용과 인물묘사와 모발에 대한 시각적 은유가 많았다. 한국의 시대별 고전 화장법을 효과적으로 전달하기 위한 시각적 표현요소로 언어 시각화를 통한 한국의 시대별 고전화장 적용을 위한 시각화는 새로움을 보여주기엔 주목률과 매체에 대한 매력도를 증대시킬 수 있는 적절한 매체로서 연구가치가 있다고 생각한다. 본 연구는 개념적 은유가 일상의 경험을 통해 재구성된다고 보았을 때, 시각적 은유를 구체적으로 표현하고 재해석한 한국의 시대별 고전 화장법을 분석하였으며, 본 결과를 적용하고 활용하는데 본 연구는 기초연구 자료로 의의가 있다고 할 수 있다. 또한 이러한 다양한 분야의 창조적 감성이 발현되고 시와 디자인 영역을 함께 확장시켜 창조적 개척 장르를 활용한 선조들의 지혜와 방법을 발견할 수 있었다. 21세기에는 언어와 디자인을 융합하는 시각화 하는데 공헌할 디자이너의 창조적 역할이 기대된다. 후속연구에서는 이러한 연구결과를 바탕으로 이론적 토대를 제공하기 위한 지속적인 관찰과 심도 깊은 연구가 필요하겠다. 또한 다양한 한국의 고전화장과 콘텐츠 제작과 활용 방안에 대한 구체적인 연구가 필요할 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

- 김진곤.(2012). 미디어 환경에서 투명성의 비매개에 결부된 주체의식과 자기반영성 연구. *커뮤니케이션디자인학연구*, 39, 207-218.
- 김종도(2004), 인지언어학적 원근법에서 본 은유의 세계, 한국문화사, 17-23
- 김수진(2003), 시각적 은유광고의 효과연구; 브랜드 인지도, 소비자 관여도, 제품특성을 중심으로, 14
- 남성우(2005), TV다큐멘터리-그 논의를 위한 사적 고찰(1), 방송시대, 1992년 가을호, pp.356-357.
- 박신민(2008), 재매개 관점에서 본 무대 공간에서의 미디어 퍼포먼스 특성 연구, *디지털디자인학연구*, 8(2), pp.45-54.
- 조용재(2011), 재매개 이론을 증강현실(Augmented Reality)과 콜라주, *디지털디자인학 연구*, 11(1), 153-162.
- 방기정(2012), 동양의 연지화장에 관한 연구(제1보): 한, 중, 일 중심으로, *한국미용학회지*, 18(4), pp.777-789.
- 방기정(2013), 조선시대의 농담(濃淡)에 따른 화장법과 현대적 활용 연구, *한국미용학회, 춘계국제*

학회 프로시딩

박선희, 홍성대, 박진완(2008), 디지털 텍스트를 이용한 정보시각화 디자인에 관한 연구, *대한인간 공학회, 학술대회 프로시딩*, 133-134

이병석(2010) 공감각적 언어로서 타이포그래피를 활용한 시각시, *한국디자인학회*, 23(6), 77-80

인간대상연구와 IRB 적용

곽효범* · 이미영†

*인하대학교 기관생명윤리위원회, 인하대학교 의류디자인학과

2013년 개정되어 시행되고 있는「생명윤리 및 안전에 관한 법률」(이하 '생명윤리법')은 인간과 인체유래물 등을 연구하거나, 배아나 유전자 등을 취급할 때 인간의 존엄과 가치를 침해하거나 인체에 위해를 끼치는 것을 방지함으로써 생명윤리 및 안전을 확보하고 국민의 건강과 삶의 질 향상에 이바지 함이 목적이다. 이를 위해 인간대상연구에서 연구의 대상자가 되는 '연구대상자'나 해당 연구를 위해 인체유래물을 제공하는 '기증자'로부터 적법한 동의를 얻도록 하고 있고, 연구대상자나 기증자가 과학적이나 윤리적으로 타당성 있는 연구에 참여하도록 하기 위해 인간대상연구 및 인체유래물 연구를 규제범위에 포함하고 있다 (기관생명윤리위원회 정보포털, 2017).

'인간대상연구'란 '사람을 대상으로 물리적으로 개입하거나 의사소통, 대인접촉 등의 상호작용을 통하여 수행하는 연구, 또는 개인을 식별할 수 있는 정보를 이용하는 연구'로, 연구를 위해 1) 중재(intervention)을 주고 그 효과를 보는 연구나, 2)설문조사, 관찰연구, 면담 등을 통해 자료를 얻어 그 정보를 이용하는 연구, 3) 연구대상자를 직접 대면하거나 연구대상자로부터 정보를 직접 수집하지는 않지만, 연구대상자를 작·간접적으로 식별할 수 있는 자료를 이용하는 연구 등을 포함한다(기관생명윤리위원회 정보포털, 2017).

생명윤리법 10조에 따라 인간 또는 인간유래물, 배아, 유전자 등을 취급하는 기관에서는 '기관생명윤리위원회(Institutional Review Board, IRB)'를 설치하여 인간대상연구의 연구계획서 심의 및 수행 중 연구과정 및 결과에 대한 조사, 감독 등을 통해 연구자 및 연구대상자 등을 적절히 보호할 수 있도록 규정하고 있다. 기관생명윤리위원회에서는 1)연구계획서의 윤리적/과학적 타당성, 2) 연구대상자로부터 적법하게 동의를 받았는지, 3) 연구대상자등의 안전에 대한 사항이 수립되었는지, 4)연구대상자의 개인정보 보호 대책이 수립되었는지 등을 심의한다. 또한 기관에서 수행되는 연구의 진행과정 및 결과에 대한 조사/감독을 수행하고, 기관의 연구자 및 종사가 교육 및 연구자를 의한 윤리치침을 마련한다(기관생명윤리위원회 정보포털, 2017).

인간대상연구에 IRB가 적용됨으로써 연구자들은 연구대상자의 생명윤리 및 안전을 확보할 수 있고, 연구자는 IRB 심의를 통하여 보다 과학적이고 윤리적인 연구를 수행할 수 있는 토대가 마련될 수 있다. 패션관련 연구 중 인간 또는 인간유래물을 대상으로 하는 인간대상 연구에서도 IRB를 적용함으로써 연구대상자와 연구자 모두 적절히 보호되고, 연구계획서의 심의 및 연구의 조사/감독 과정을 통해 과학적으로 타당하고 윤리적으로 적절한 연구가 수행될 수 있을 것이다.

■ 참고문헌

기관생명윤리위원회 정보포털(2017). <http://www.irb.or.kr/>

†Corresponding author : mylee@inha.ac.kr

패션분야 연구설계에 따른 IRB 적용

이수진

동덕여자대학교 패션디자인학과

의류/패션관련 연구는 자연과학, 인문과학, 조형예술의 다양한 학문분야가 포함되는 융합학문으로 연구분야에 따라 다양한 연구방법이 활용된다. 피복과학분야의 경우 소재를 대상으로 자연과학/공학적인 접근방법으로 시행하는 의류소재, 염색과 가공 의류관리를 다루는 소재과학연구, 인간을 대상으로 자연과학/의학적인 접근방법을 이용하는 연구인 피복환경학, 섬유류 유물을 대상으로 하는 보존처리학 연구 등으로 분류될 수 있다 (유효선 외, 2012). 소재나 섬유류 유물을 대상으로 하는 연구나 동물실험을 하는 연구의 경우 IRB의 적용대상이 아니나, 인간을 실험대항으로 연구하는 경우 소속기관의 IRB에 연구계획서와 피험자 동의서 등 관련 서류를 제출하여 승인을 받은 후 연구를 수행해야 한다.

의복구성 분야의 경우 인체를 대상으로 하는 체형관련연구, 의복의 기능성 및 맞춤새를 분석하는 착의평가에 관한 연구가 대표적인 인간대상연구라고 할 수 있다. 특히 피험자의 연구참여동의서 작성시 미성년자가 연구에 참여할 때에는 눈높이에 맞는 충분한 설명과 함께 7세 미만인 경우에는 대리인의 서면동의서, 7-13세 미만의 경우에는 대리인의 서면동의서와 본인승낙서, 13-18세미만인 경우에는 대리인의 서면동의서와 본인서면동의서를 받아야 한다(기관생명윤리위원회 정보포털, 2017). 체형연구의 경우 사진촬영에 대한 동의를 별도로 취득해야 하고, 사진촬영에 따른 피험자 안전과 정보 보호에 대한 내용이 잘 마련되어야 한다. 또한 석고실형이나 인체측정 등 피험자가 탈의를 해야 하는 경우 피험자가 수치심을 느끼지 않고, 피험자의 안전과 프라이버시가 잘 보호되는 실험조건과 실험환경이 준비되어야 한다.

복식의 역사를 다루는 복식사분야는 인간대상 연구보다는 기존 문헌과 유물을 이용하여 연구하는 것이 주류를 이루고 있으므로 대부분의 연구가 IRB 적용대상에 포함되지 않는다.복식미학연구는 의복과 예술, 문학, 복식미의 상징적 특성에 관련 연구가, 디자인 연구는 의복의 디자인요소, 원리에 대한 연구가 주를 이룬다. 복식미학과 디자인 연구에서는 문헌자료를 바탕으로 연구되는 문헌연구, 패션컬렉션이나 디자이너의 작품이미지 등의 시각적자료를 대상으로 연구되는 이미지 분석연구, 소비자를 대상으로 진행되는 설문연구가 있다(유효선 외, 2012). 문헌이나 시각적인 자료가 연구대상인 문헌연구나 이미지분석연구의 경우에는 IRB의 적용대상이 아니다. 소비자조사와 함께 문헌연구와, 이미지분석연구 등이 복합적으로 이루어지는 디자인개발 연구의 경우 인간대상연구에 포함되어 IRB의 적용대상이다.

패션마케팅 분야의 경우 많은 연구가 소비자 대상 설문조사를 중심으로 한 양적 연구방법을 사용하고 있으나, 정성적 연구의 중요성이 대두되면서 면접법, 문헌분석, 사례연구 등의 질적 연구도 많

[†]Corresponding author : sooleeyu@dongduk.ac.kr

이 이루어지고 있다. 패션마케팅에서 소비자를 대상으로 진행되는 설문조사와 같은 양적연구나, 표적집단면접법이나 심층면접과 같은 질적연구는 인간대상연구에 포함되며 IRB의 적용대상이다.

의류/패션연구에서 많이 사용되는 인간대상연구인 설문조사나 면접법을 진행하는 경우 연구계획서와 서면동의서 등 관련서류를 소속기관 IRB에 제출하여 심의받아야 한다. 연구계획서의 심의 내용으로는 1) 연구계획서의 윤리적/과학적 타당성과 2) 서면동의서에 피험자에게 필요한 내용이 잘 제시되고 있는지, 3) 적법한 동의절차에 따라 동의가 이루어 졌는지, 4) 연구대상자가 연구에 참여할 경우 예상되는 위험과 불편에 대한 내용이 충분히 검토되었는지 등이 포함 된다 (기관생명윤리위원회 정보포털, 2017).

의류/패션분야 인간대상연구에 IRB를 적용함으로써 연구대상자의 생명윤리 및 안전을 확보하고 과학적/윤리적으로 타당한 연구가 진행될 수 있으므로, 학회 차원에서 IRB요건 적용에 대한 논의와 검토가 필요하다 생각된다.

■ 참고문헌

기관생명윤리위원회 정보포털(2017). <http://www.irb.or.kr/>

유효선 외 (2012). 의류학분야 논문지도 및 논문작성을 위한 연구윤리 안내. 한국의류학회

한국학술단체연합회(2004). 한국학술연구의 동향과 전망-한국의류학 연구의 동향과 전망.

The Effect of Corporate Social Responsibility(CSR) on the Corporate Image and Purchase Intention

-Case of Chinese Fashion Corporate-

Jing Li · Yu Xia Shi · Fang Zhu Lian · Yu Hua Cui[†]
Yanbian University, Dept. of Fashion Design, China

This study aimed to examine how Chinese Corporate Social Responsibility(CSR) influence on the Corporate Image(CI) and Purchase Intention(PI) about Chinese consumers in order to obtain practical implications for CSR activities of fashion company. Questionnaires were conducted during 19th to 22nd Jul. 2017. The data collection resulted in a sample of 250 Chinese consumers and was statistically analyzed by descriptive statistics, factor analysis, reliability analysis, regression analysis using the SPSS 18.0 program. The findings suggest that Chinese CSR consists of five dimensions: economic responsibility, ethical responsibility, environmental protection, consumer protection and social cultural responsibility. Also, regarding the CSR of Chinese fashion company on the consumers' attitude toward CI and PI, there have significant impacts of environmental protection, consumer protection and social cultural responsibility on CI. As Chinese consumers formed positive attitude to the perceived three dimensions above, they showed positive attitude to image of fashion company. And PI was influenced by CI. In respect of practical implications of this study, the marketing strategy focused on 'environmental protection, consumer protection and social cultural responsibility' of CSR is recommended for effective fashion companies' CSR marketing communication. The findings of this study are expected to be used as basic data for establishing differentiated marketing strategies in Chinese fashion market.

[†]Corresponding author : cuiyuhua212@ybu.edu.cn

Industry 4.0시대, ICT 기반의 패션 플랫폼 비즈니스 모델 분석

김미경

숙명여자대학교 기초교양학부

1. 서론

정보통신기술(ICT)의 발달로 전 세계가 4차 산업혁명이라는 거대한 변화의 물결을 예견하면서 미래의 산업은 Industry 4.0시대를 맞이하게 되었다. Industry 4.0 시대는 모든 산업의 이기종이 힘을 모아 융합(컨버전스)과 잡종(하이브리드)의 패러다임으로 변화하고 있다. 패션산업도 4.0시대가 가져온 핵심가치의 변화가 기술의 진보와 맞물려 기존의 상식과 시스템을 파괴하는 새로운 패러다임의 양상을 나타내고 있다. 특히 사물인터넷(IoT), 빅데이터, 인공지능(AI) 등 Industry 4.0 기술과의 융합을 통해 진화된 패션 플랫폼은 단일 차원의 전통적 패션유통구조를 혁신하며 공급자와 소비자의 듀얼 시스템 형태로 고객 서비스 중심의 새로운 마케팅 전략 비즈니스 모델을 제시하고 있다.

따라서 본 연구에서는 제4차 산업혁명을 견인한 ICT의 발달이 패션과의 융합을 통해 다양한 가치를 창출하고 패러다임을 변화시킨 핵심기술과 패션산업의 특징을 살펴보고자 한다. 또한 ICT를 기반으로 혁신적 패션 플랫폼을 개발하고 고객과 소통하는 새로운 형태의 패션유통 구조와 비즈니스 모델에 대해 논의하고자 한다. 이를 위해 Industry 4.0 시대의 핵심기술과 패션산업의 특징을 고찰하고 기술혁신으로 진화된 ICT 기반의 패션 플랫폼 형태와 비즈니스 모델의 사례를 분석하여 새로운 패션유통 구조의 활성화 방안을 모색한다.

2. 연구방법

본 연구는 Industry 4.0시대, ICT 융합 기술을 적용하여 진화한 패션유통의 플랫폼 형태와 비즈니스 모델에 대한 분석을 통해 패션산업 패러다임의 변화와 특징을 규명하기 위해 다음과 같은 관점에서 연구를 진행하였다.

첫째, 이론적 고찰을 통해 Industry 4.0시대의 핵심기술과 패션산업의 특징을 분석한다.

둘째, ICT기반의 패션 플랫폼 비즈니스 모델 사례 분석을 통해 Industry 4.0시대의 새로운 패션유통 형태와 특징을 규명하고 비즈니스 모델의 활성화 방안을 모색한다.

연구방법은 Industry 4.0의 개념이 처음 제시된 2013년부터 2017년 현재까지의 논문과 출판물 및 인터넷상에 게재된 패션과 ICT 융합 관련 자료조사 방법을 사용하였으며, ProQuest 데이터베이스를 이용한 저널 및 기사분석 방법을 사용하였다. 또한 ICT기반의 패션 플랫폼 비즈니스 모델에 대한 사례 분석을 위해 2015년 이후 빠른 성장력으로 글로벌 패션시장에 영향력을 미치고 있으며, 비즈니스 모델의 유형이 각기 다른 'Stitch Fix'와 'Rent the Runway' 'Style Share' 의 비즈니스 모델을 분석의 사례로 선정하였다.

3. 결과 및 고찰

ICT 기반의 패션 플랫폼은 Industry 4.0시대의 핵심기술과 시스템을 통해 소비자 중심의 제품이나 서비스를 제공하는 혁신적 비즈니스 모델을 구축하며 패션유통의 새로운 패러다임을 형성해나가고 있다. 본 연구에서는 기존의 패션 플랫폼과 차별화된 소비자 중심의 패션 플랫폼을 개발하여 성공한 미국의 '스티치픽스'와 '렌트더런웨이' 국내의 '스타일쉐어' 플랫폼 비즈니스 모델을 분석하여 그 의미를 고찰하였다.

1) 인공지능 스타일리스트 플랫폼: Stitch Fix

스티치픽스(Stitch Fix)는 2011년 샌프란시스코에서 창업한 패션기업으로 약 4400명의 직원 중 2800명의 스타일리스트와 60여명의 인공지능 관련 과학자가 인공지능을 통해 코디네이트 서비스를 제공하며, 소비자에게 트렌드 큐레이션 서비스를 제공하는 새로운 비즈니스 모델의 패션 플랫폼을 제공하고 있다(KMAC, 2017). 스티치픽스 비즈니스 모델의 특징은 소셜 플랫폼을 기반으로 이미지 공유 SNS 서비스를 제공하는 핀터레스트와 제휴해 스타일에 관한 빅데이터를 확보하고 사용자가 등록한 패션 정보와 알고리즘을 결합해 추출된 정보를 바탕으로 고객에게 최적화된 스타일을 제시하는 큐레이션 플랫폼의 운영이다. AI 기술과 인간의 전문성을 융합한 새로운 형태의 스티치픽스 비즈니스 모델은 전통적 패션유통 구조의 범위를 확장한 신개념의 구조로 차세대 패션 플랫폼으로서의 중요성과 의미가 크다.

2) 하이패션 렌탈 서비스 플랫폼: Rent the Runway

렌트더런웨이(Rent the Runway)는 2009년 유명 브랜드의 하이패션 의류와 가방, 액세서리를 대여해주는 온라인 패션 렌탈 플랫폼을 구축하며 패션유통업계에 새로운 비즈니스 모델을 제공하고 있다. 렌트더런웨이는 하버드 경영대학원 동기인 제니퍼 하이먼과 제니퍼 플라이스가 온라인에서 패션 렌탈 창업을 시작으로 현재 기업가치가 6억 달러(2016년의 매출이 총 1억 달러)에 이르는 빠른 성장을 보이는 기업으로 현재는 오프라인 매장도 병행하는 O2O 서비스를 제공하고 있다(M. J. Kim, 2017). 렌트더런웨이 비즈니스 모델의 특징은 폐기 되는 의류로 인한 환경적 경제적 문제들을 개선하기 위해 공유경제와 공유가치 개념의 패션 공유 대여 서비스 플랫폼 운영이다. 현재 회원 수 600만명을 넘어선 패션 공유 개념의 렌탈 서비스 플랫폼을 운영하는 렌트더런웨이의 비즈니스 모델은 제3세대 산업에서 각광받던 패스트 패션을 대체하는 미래형 공유 유통구조를 지향한다는 측면에서 중요한 의미를 제공한다.

3) 콘텐츠 공유와 쇼핑 플랫폼: Style Share

스타일쉐어(Style Share)는 연세대학교 전기전자공학과에 재학 중이던 윤자영 대표가 패션 정보를 공유하고 싶은 목적에서 2011년 9월 10대~20대가 주요 사용 층으로 패션·뷰티의 정보를 공유하고 쇼핑할 수 있는 콘텐츠 공유의 모바일 플랫폼을 론칭 하였다. 스타일쉐어 비즈니스 모델의 특징은 iOS 기기의 앱 스토어에서만 사용할 수 있으며 사용자들이 만든 콘텐츠를 기반으로 그들이 원하고 필요로 하는 것을 만들고 활용해 사용자 스스로 수익을 창출할 수도 있다는 것이다. 120여개 나라의 사용자를 보유하고 있으며 2016년 220만이 넘는 가입자 및 20만에 달하는 활성 사용자 수를 보유한 국내 대표 패션 플랫폼 스타일쉐어의 기업가치는 400억으로 2016년 쇼핑 서비스 기능을 확대하면서 1년 만에 거래액 100억을 돌파했다(H. Y. Kim, 2017). 스타일쉐어는 평범한 사람들의 공유 가치에 집중하며 누구나 플랫폼의 주인이 될 수 있는 환경으로 패션유통구조의 판도를 바꾸며 모바일 패션 플랫폼의 새로운 지평을 여는 가치공유의 대표적 사례이다.

4. 결론

인더스트리 4.0 시대의 기술과 환경은 패션산업의 전통적 구조와 마케팅에 변화를 예고하며 패러다임의 변화를 요구하고 있다. 이러한 관점에서 인더스트리 4.0 핵심기술이 패션과 융합하여 패션 유통구조의 혁신과 변화를 창출한 새로운 형태의 패션 플랫폼에 대한 사례분석은 패션산업과 의생활의 변화를 예측하고 준비하는데 의미 있는 자료를 제공할 것이다.

첫째, 스티치픽스의 플랫폼 비즈니스 모델 사례는 인공지능이라는 기술적 시스템에 고객이 소구하는 감성적 가치를 적용하여 쌍방향 소통구조를 통해 고객의 참여를 적극적으로 유도했다는 측면에서 의미가 있다.

둘째, 렌탈 서비스라는 개념을 패션에 적용한 렌트더러웨이의 렌탈 서비스 플랫폼 사례는 패스트 패션으로 인한 환경파괴의 문제점을 해결하고 지속가능성장의 그린마케팅 가치를 실현하는 새로운 형태의 유통구조로 공유경제와 공유가치의 의미를 의생활에 적용할 수 있는 기능을 제공한다는 데 의미가 있다.

셋째, 사용자가 능동적으로 참여하고 수익 창출도 할 수 있는 신개념의 콘텐츠 공유 플랫폼을 개발한 스타일쉐어의 사례는 인간의 기본적 욕구를 스마트 기술에 반영함과 동시에 사용자가 주도하는 역발상의 플랫폼 개발을 통해 사용자와 공급자가 이원화된 전통적 유통구조를 변형하고 확장시켜 새로운 개념의 유통환경을 제공했다는 데 의미가 있다.

■ 참고문헌

- Global Tech Korea. (2017. March 17). Germany Industry 4.0-Smart Factory. (In-depth Analysis Report GT2017-EU04).
- Kaletsky, A. (2011). *Capitalism 4.0*. (S. J. We, Trans.) Seoul: Cultureandstory. (Original work published 2010)
- Kim, E. Y. (2017. April 27). "Where did you get that dress?" Fashion Sharing Platform 'Style Share' *chosunbiz*. Retrieved September 15, 2017, from http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2017/04/27/2017042700380.html
- Kim, M. J. (2017. March 1). The Share of Hi-fashion 'Rent the Runway'. *Biz.Hankook*. Retrieved from <http://www.bizhankook.com/bk/article/13206>
- Kim, J. Y. (2015. January 19). The rise of Industry 4.0 (Fourth Industrial Revolution), the paradigm of existing manufacturing changes. *Vertical Platform* Retrieved September 17, 2017, from <http://verticalplatform.kr/archives/4240>
- Korea Fashion Association. (2017. May 23.). Technology of Industry 4.0. Retrieved from <http://www.fashionnetkorea.com/>

The Effects of Consumer Characteristics on Mobile Fashion Shopping

-Focused on Market Mavenship, Innovativeness, Gender-

Soo-Kyung Ahn* · Eunjeong Ryou[†]

***Dept. of Clothing & Textiles, Chonnam National University, Korea**

Dept. of Clothing & Textiles, Changwon National University, Korea

Consumers' desire for mobile fashion shopping is expected to become more diverse as the digital lifestyle changes around consumers. The development of mobile shopping characteristics and service enhancement can lead to consumers' positive evaluation and satisfaction, and increase customer loyalty and word of mouth activity. If we would understand the mobile fashion shopping behavior according to individual demographic factors and social psychological characteristics, we can provide meaningful data about market segmentation and personalization strategy for mobile shopping business. Innovativeness and market mavenship are consumer characteristics that influence shopping behavior in a continuously changing digital environment. Innovativeness is the degree to which consumers accept new ideas, products, services or experiences in the early stages of diffusion (Bobbin & Harris, 2009). Market Maven is an individual who has various kinds of information about products, shopping and market, and who leads a discussion with other consumers or responds to questions (Feick & Price, 1987). Therefore, this research aims to investigate the influence of consumer characteristics such as market mavenship, innovativeness and gender on mobile fashion shopping.

The data were collected 316 subjects in their 20's-30's who had purchased fashion products using a mobile shopping channel through an online survey using the self-administered questionnaire. Exploratory factor analysis was conducted to identify the dimensions of mobile fashion shopping attributes. Mobile fashion shopping attributes comprised four dimensions including tangibility, ubiquity, security and personalization. Multiple regression analysis was conducted to identify the influence of consumer characteristics on mobile fashion shopping.

The results are as follows: Firstly, innovativeness ($\beta=.36$, $p<.001$) and market mavenship ($\beta=.22$, $p<.01$) had influenced positively on security mobile fashion shopping. Market

[†]Corresponding author : ejryou@changwon.ac.kr

mavenship ($\beta=.33$, $p<.001$) and gender ($\beta=.13$, $p<.05$) had an effect on tangibility. There was a significant influence of market mavenship ($\beta=.21$, $p<.01$) and gender ($\beta=.23$, $p<.001$) on ubiquity. Market mavenship ($\beta=.48$, $p<.001$) and gender ($\beta=.11$, $p<.05$) had an impact on personalization. In other words, market mavenship has the most significant factor on all attributes of mobile fashion shopping. Innovativeness only affected safety. In terms of gender, women have more positive perception of tangibility, ubiquity and personalization of mobile fashion shopping than men. Second, a regression analysis was conducted to determine the effects of attributes of mobile fashion shopping on mobile behaviors such as commitment and repurchase intention. There was a significant influence security ($\beta=.16$, $p<.001$), tangibility ($\beta=.24$, $p<.001$), ubiquity ($\beta=.26$, $p<.001$), and personalization ($\beta=.33$, $p<.001$) on commitment of mobile fashion shopping. Repurchase intention was influenced significantly by tangibility ($\beta=.22$, $p<.001$), ubiquity ($\beta=.35$, $p<.001$), and personalization ($\beta=.37$, $p<.001$). Security didn't have an impact on repurchase intention of mobile fashion shopping. In conclusion, market mavenship and gender have an important influence on the attributes evaluation of mobile fashion shopping. Also personalization, ubiquity, tangibility and security services of mobile shopping influenced commitment and behavioral intention in that order.

As described above, it is necessary to understand the influence of demographic and socio-psychological characteristics of customers on the shopping behavior of mobile fashion products. These results may provide meaningful data on market segmentation and personalization strategy of mobile shopping customers.

■ References

- Bobbin, B., & Harris, E. (2009). *CB*. Mason, OH: Cengage Learning.
- Feick, L., & Price, L. (1987). The market maven: A Diffuser of marketplace information. *Journal of Marketing*, 51(1), 83-97. doi: 10.2307/1251146.

The Influence of Fashion Salespersons Attributes on Relationship Commitment between Salesperson and Customer and fashion brand loyalty

Yu Hua Cui

Dept. of Fashion Design · Yanbian University, China

This study focus on the fashion customers, and examines how salespersons attributes influence relationship commitment between salespersons and customers and their performance. Online survey (www.wenjuanxing.com) to test the proposed hypothesis was conducted to Chinese people who currently live in China and have fashion purchasing experience. Researcher gently intercepted respondents while passing out incentives to ask them if they were willing to participate in the survey. It was conducted from 15th Jun. 2017 to 20th Jun. 2017; subsequently, 300 responses were used in the analysis. Statistical analysis methods consisted of frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, and regression analysis by SPSS18.0. Research on fashion salesperson is mainly focused on investigating the dimensions of salespersons attributes and the effects on the behavior of consumers. Different with before, the results of this study indicate that the fashion salespersons attributes was composed of appearance, ethics, expertise, similarity and likeability. Relationship commitment was composed of satisfaction and trust. Satisfaction is influenced by the salespersons attributes of 'appearance', 'expertise', 'ethics', 'likeability'. Trust is influenced by the salespersons attributes of 'appearance', 'expertise', 'likeability'. The study also demonstrates that satisfaction and trust from relationship commitment positively affected fashion brand loyalty. The study results provide useful information for the marketing strategies of relationship between fashion salesperson and customer. Customer orientation is considered most important by both male and female among the salespersons attributes, followed in order by expertise, appearance, ethic and similarity. Likeability was found to be the least important attribute. It is hoped that the study can provide insights for further research in fashion area an help policy makers of companies to employ the implementation of the role of salespersons attributes as it is found to be the main driver of consumer behaviour in marketing.

[†]Corresponding author : cuiyuhua212@ybu.edu.cn

스키니 진의 착용에 따른 부작용 및 착용감

박영희

경남대학교 의류산업학과

스키니 진은 하체의 라인을 날씬하게 잡아주고 편리하게 입을 수 있어 성별과 연령을 뛰어 넘어 널리 착용되고 있는 의복 아이템이 되었다. 반면 스키니 진은 다리의 혈액순환 장애를 비롯한 다양한 부작용들이 보고되고 있다(고은정, 2013). 이에 본 연구에서는 스키니 진의 착용에 따른 부작용과 착용감에 대해 살펴보고자 한다. 본 연구의 목적은 인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 건강유해성 만족도 지각 경험의 차이, 인구통계학적 특성에 따른 부작용 경험의 차이 그리고 인구통계학적 특성에 따른 착용감의 차이에 대해 살펴보고자 한다.

연구대상은 경남과 울산 지역에 거주하는 10대에서 50대까지의 남녀를 임의로 선정하여 설문조사를 실시하였으며, 2017년 1월에서 3월 사이에 설문지 350부를 배부하여 응답이 미비한 것을 제외한 314부를 자료 분석에 사용하였다. 측정도구인 설문지는 스키니 진 추구 이미지, 건강유해에 대한 만족도 지각, 착용 만족도, 인구통계학적 특성 등으로 구성되었다. 본 연구의 자료 분석을 위해 통계 패키지 SPSS 20을 이용하여 χ^2 -test, t-test, One-way ANOVA와 Duncan test 등을 실시하였다.

인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 건강유해성 만족도 지각 경험의 차이, 즉 하체 압박감, 하체 혈액순환, 하체 통풍감의 차이를 분석한 결과 다음과 같다. 하체 압박감에 대한 만족도 지각의 경우 성별, 연령, 직업에 따라서는 유의한 차이를 보였으나 결혼 유무에 따라서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 즉 성별에 따라서는 남자가, 연령에 따라서는 10대가 그리고 직업에 따라서는 고등학생이 가장 높은 만족도를 보였으나 가장 낮은 만족도를 보인 집단은 성별에 따라서는 여성이, 연령에 따라서는 50대가 그리고 직업에 따라서는 주부가 가장 낮은 만족도를 보였다. 결혼 유무에 따라서는 미혼자보다 기혼자가 더 높은 만족도를 보였다. 하체 압박감 만족도 차이 결과 결혼 유무, 연령, 직업에 따라 유의한 차이를 보였으며, 성별에 따라서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 즉 스키니 진 착용에 따른 하체 압박감에 있어 미혼자가, 10대가 그리고 고등학생들이 가장 높은 만족도를 보인 반면 기혼자, 50대 그리고 주부들이 가장 낮은 만족도를 보였다. 하체 혈액순환에 대한 만족도 지각 차이 결과 모든 인구 통계학적 특성에 따라 모두 유의한 차이를 보였다. 즉 여자보다 남자가 기혼자보다 미혼자가 연령에 따라서는 10대가 그리고 직업에 따라서는 고등학생들이 가장 높은 만족도를 보였으나 반면 가장 낮은 만족도를 보인 집단은 여성, 기혼자, 그리고 10대 이상인 연령대와 주부들이었다. 하체 통풍감의 경우에는 성별과 결혼 유무에 따라서는 유의한 차이를 보이지 않았으나 연령과 직업에 따라서는 유의한 차이를 보였다. 즉 스키니 진 착용에 따라 하체 통풍감에 가장 높은 만족도를 보인 집단은 10대와 고등학생들이고 반면 가장 낮은 만족도를 보인 집단은 40대와 주부들로 나타났다.

인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 압박으로 인한 불편감, 혈액순환 장애, 다리 부종의 경험의 차이를 살펴본 결과 다음과 같다. 인구통계학적 특성에 따른 압박 불편감 경험 유무의 차이 결과 성별과 직업에 따라서는 유의한 차이가 있었으나 결혼 유무와 연령에 따라서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 즉 성별에 따라서는 남성보다 여성이 스키니 진 착용에 의한 압박 불편감 경험이 더 많은 것으로 나타났으며, 직업에 따라서는 교육 및 공무원과 주무 그리고 사무직에서 압박에 의한 불편감 경험을 한 경우가 더 많은 것으로 나타났다. 혈액순환 장애 경험 유무의 차이 결과 성별과 결혼 유무에 따라서는 유의한 차이를 보였으나 연령과 직업에 따라서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 즉 스키니 진 착용에 의해 남성보다 여성이 그리고 기혼자 보다 미혼자가 혈액순환 장애 경험을 더 많이 한 것으로 나타났다. 부종의 경험 차이 결과 성별과 결혼 유무에 따라서는 유의한 차이를 보였으나 연령 및 직업에 따라서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 즉 스키니 진 착용에 따른 다리 부종 경험은 남성보다 여성이 그리고 기혼자 보다 미혼자가 더 높게 나타났다.

인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 착용감의 차이를 살펴본 결과 성별에 따라서는 입고 벗기 편리함과 장시간 걷기에서 유의한 차이를 보였으나 앉았다 일어남의 편리함과 계단오르내리기 그리고 장시간 앉아있기에서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 결혼 유무에 따른 스키니 진의 착용감 차이 결과 장시간 걷기와 장시간 앉아있기의 편안함과 장시간 걷기의 편안함에서는 유의한 결과를 보였으나 입고 벗기 편리함, 계단 오르내리기, 앉았다 일어나기에서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 연령에 따른 차이 결과 입고 벗기의 편리함에서는 유의한 차이를 보였으나 그 외의 변인들에서는 유의한 차이를 보이지 않았다. 직업에 따른 차이 결과 입고 벗기의 편리함, 앉았다 일어남의 편리함, 계단 오르내리기, 장시간 걷기, 장시간 앉아있기 모두에서 유의한 차이를 보였다.

이상과 같이 인구통계학적 특성에 따른 스키니 진 착용에 따른 건강유해성 만족도 지각과 부작용 경험의 차이 그리고 착용감의 차이를 살펴본 결과 다음과 같은 결론을 도출 할 수 있었다.

인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 건강유해성 만족도 지각 차이 결과 남성과 10대들이 다른 집단들에 비해 만족도가 높았던 반면 여성, 40대와 50대 그리고 주부들의 만족도가 특히 낮게 나타났다. 인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 압박으로 인한 불편감, 혈액순환 장애, 다리 부종의 경험 유무의 차이를 살펴본 결과 전반적으로 여성과 미혼자들의 경험이 더 높은 것으로 나타났다. 인구통계학적 특성에 따른 스키니 진의 착용감 차이에서는 성별, 결혼 유무, 연령, 직업에 따라 착용감에 유의한 차이가 있었다. 따라서 본 연구를 통해 스키니 진 착용에 따른 건강 유해 및 부작용 등에 대한 현황을 파악할 수 있었으며 착용감에 있어서도 인구통계학적 특성에 따른 차이점을 파악할 수 있었다. 이와 같은 연구결과를 스키니 진 제품 기획 시 활용한다면 스키니 진 착용에 대한 소비자들의 만족도를 높일 수 있는 제품 기획에 유용한 자료가 될 수 있을 것이다. 또한 이러한 연구 결과는 향후 스키니 진의 제품 개발 시 특히 만족도가 저조한 요인들에 대한 대책 방안이 마련을 위해서도 유용한 자료가 될 수 있을 것이다. 이에 후속 연구에서는 스키니 진 착용에 대해 높은 불만족을 보인 부분과 건강에 악영향을 미치는 부분에 대한 원인을 규명하고 이러한 불만족을 해소할 수 있는 연구를 진행하고자 한다. 본 연구는 설문 조사 지역과 조사 대상자의 수에 있어 극히 제한되어 있으므로 연구 결과를 확대 해석하기에는 무리가 있음을 밝히는 바이다.

■ 참고문헌

- 고은정(2013). 스킨진 입고 각선미 뽐내려다 자궁혹사. *울산매일*, <http://www.iusm.co.kr/news>
- 권수애, 손부현, 박소은(2010). 여대생의 스킨진 착용 현황과 개선요구도. *생활과학연구논총*, 14(2), 111-121.

사진유도인터뷰 (Photo Elicited Interview)를 활용한 복합쇼핑몰 사용자 경험 연구

김소영* · 이종배 · 이미영†

*인하대학교 시각디자인학과, 인하대학교 의류디자인학과

소득 수준의 향상과 여가생활의 확대, 라이프 스타일의 다양성 등으로 인하여 소비의 패턴은 상당히 유연화 되고 있다. 소비하는 행동 자체의 가치를 추구하고 개인의 개성을 표현하는 가치소비로의 변화에 따라 집단 형태의 쇼핑몰인 복합쇼핑몰이라는 새로운 형태의 유통채널이 등장하게 되었다. 복합쇼핑몰은 라이프 스타일 중심 트렌드와 문화소비의 형태인 몰링(malling) 현상으로 더욱 확대되고 있다. 복합쇼핑몰의 지속적 성장을 위한 차별화 전략의 핵심 요소인 경험과 체험은 쇼핑몰이라는 공간이 단순히 상품과 서비스의 품질만을 집중하는 방식이 아닌 효과적인 사용자 경험의 제공을 통해 문화적 공간으로 형성되는데 중요한 요소로 작용한다.

본 연구의 목적은 복합쇼핑몰에서 일어나는 소비자의 긍정적 및 부정적 경험요소들에 대해 심층적으로 알아보는 것이다. 이를 위해서 본 연구에서는 시각연구방법(visual research method)의 하나인 사진유도인터뷰(Photo Elicited Interview [PEI])를 활용하여 참여자들의 주관적인 인식과 맥락을 반영한 연구를 통해 복합쇼핑몰의 사용자경험을 알아보았다. PEI는 사진을 통해 정보제공자의 논의를 유도하거나 연구참여자가 사진이미지에 대해 어떻게 반응하고 개인적인, 또는 사회문화적인 의미나 가치를 부여하는가를 살펴봄으로써 일반적인 언어에 바탕을 둔 인터뷰에 비해 훨씬 더 풍부하고 자연스러운 인터뷰를 진행할 수 있는 방법이다 (이기중, 2011).

본 연구를 위해 복합쇼핑몰 이용경험이 있는 20대 남녀 대학생들을 대상으로 공고를 통해 6명의 연구 참여자를 선정하여 진행하였다. PEI방법은 질적인 연구방법으로 선행연구에서도 3명~8명 등 소수의 연구참여자를 대상으로 진행되었다 (김성우, 임현후, 2013;이원지, 장승희, 2013). 연구 참여자들은 2016년 6월 개인적으로 복합쇼핑몰을 방문하여 촬영주제(예: 복합 쇼핑몰을 이용하면서 가장 특별했던 경험은 ○○○이다, 가장 불쾌했던 경험은 ○○○이다, 복합쇼핑몰은 ○○○이다)에 대한 자신의 관점에서 사진촬영을 진행하고, 촬영 후 1일 내 사진과 사진에 담긴 의미를 작성하여 연구자들에게 전달하였다. 연구자들은 보고서를 취합하여 주제별 분류, 경험별 분류, 키워드별 분류 및 분석을 통해 심층 인터뷰 진행을 위한 자료로 이용하였다. 본 연구에서는 PEI를 통해 얻은 면담 자료를 전사(transcription), 주제별 약호화(coding), 의미 범주화(semantic category), 의미 창출(generating meaning)의 4단계로 분석하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 참여자들은 복합쇼핑몰을 이용하는 과정에서 다양한 긍정적 요소들을 경험하였다. 그중 쇼핑몰 내에서 모든 것을 할 수 있는 올인원(ALL-IN-ONE) 경험에 대한

†Corresponding author : mylee@inha.ac.kr

언급이 가장 많았으며, 다양한 이벤트나 특이한 구조적 특징에 대해서도 좋은 경험이라고 표현하였다. 또한 단순히 가시적인 경험을 떠나 가족과 함께하는 시간의 경험 등 정서적으로도 긍정적인 경험을 하고 있었다. 둘째, 부정적인 경험으로는 부정적 경험에 관한 질문에서는 인파로 인한 혼잡, 불편한 이동 동선, 모호한 경계구분과 에스컬레이터의 배치문제 등이 가장 많이 언급되었다. 이외에 휴식공간이나 스카이프크 등의 편의시설과 쇼핑물 외부의 불쾌한 환경에 대해서도 부정적 경험으로 언급하였다. 종합해보면 사용자들은 해당 쇼핑물이 가지고 있는 공간적 특수성과 다양성, 서비스, 정서적 경험 등 눈에 보이지 않는 비가시적 요소들에는 긍정적으로 반응하는 반면 편의시설, 동선 등 사용자가 직접적으로 사용하는 가시적인 요소들 중 불편하다고 인지하는 점은 즉각적으로 부정적인 경험요인으로 반응하는 것을 알 수 있었다.

연구결과를 바탕으로 복합쇼핑몰의 사용자 경험 전략에 관한 시사점을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 사용자들의 부정적 경험의 주요 원인인 혼잡, 복잡한 동선, 공간의 배치 등의 해결을 위해 복합쇼핑몰을 이용하는 패턴과 동선을 분석하여 시설물 자체가 가지고 있는 공간적 특성 및 시설물에 대한 불편한 점을 파악, 개선하는 것이 우선적으로 진행되어야 할 것이다. 둘째, 사용자들이 공간의 특이성, 구조적인 특징에 대해 긍정적인 경험을 하고 있으므로, 타 복합쇼핑몰과 차별화되는 요소들을 설계단계에서부터 고려하거나, 현재의 시설물에서의 차별화 요소를 발견, 개발하는 것이 필요하다. 긍정적인 경험으로 다수 언급된 정서적인 경험에 대한 자세한 분석을 통해 단순한 참여형 이벤트 외의 소비자의 감성을 자극할 수 있는 정서적 경험 마케팅을 진행 할 수 있을 것이다.

■ 참고문헌

- 김경오, 이규일(2013). 은퇴한 여자운동선수들의 사회적 장벽과 대안모색. 한국스포츠사회학회지, 2(3), 25-52
- 이기준 (2011). 사진인류학의 연구방법론. *비교문학연구*, 17(2), 125-162.
- 이원지, 장승희 (2012). 노화에 대한 인식과 자기묘사. *글로벌사회복지연구*, 3(2), 25-48

국내 SPA 패션 브랜드의 고객 만족도 향상을 위한 전략적 요인 연구

오정민 · 신상무

송실대학교 유기신소재 · 파이버공학과

거대한 자본력과 글로벌 파워를 바탕으로 국내 패션 산업에 ZARA나 유니클로 같은 해외 SPA 브랜드가 이미 성공적인 진출을 했고 그에 대응해 국내 SPA 브랜드도 그들만의 노하우와 전략으로 시장 점유율을 높이고자 노력하고 있다. 지금까지 선행연구들을 살펴보면 해외 SPA 브랜드 간의 마케팅 전략 특성을 비교분석 하거나 매장의 VMD 방식을 비교분석하는 등 해외 SPA 브랜드들에 대한 많은 연구가 이루어지고 있는 반면 국내 SPA 패션 브랜드에 대한 연구는 미흡한 실정이다. 따라서 본 연구의 목적은 국내 SPA 패션 브랜드들의 전략적 요인이 고객만족도에 미치는 영향을 규명하고자 하였다.

설문지법으로 회수된 자료는 SPSS 통계분석 프로그램을 이용하여 인구통계 빈도분석, 요인분석, 신뢰도 분석, 그리고 회귀분석하여 결과를 도출하였다.

인구통계학적 특성을 보면 남자가 25.8%이고 여자가 74.2%로 나타났다. 나이를 살펴보면, 19세 이하가 1.8%, 20~29세가 70.7%, 30~39세가 15.6%, 40~49세가 11.1% 그리고 50~59세가 0.9%로 나타났다. 소득을 살펴보면, 150만원 미만이 58.0%, 150~300만원 미만이 17.4%, 300~450만원 미만이 18.3%이고, 450~600만원 미만이 5.4%, 600만 원 이상이 0.9%로 나타났다.

국내 SPA 브랜드의 전략적 요인에 대한 요인분석 결과는 총 분산의 약 76%로 KMO 측도도 높게 나타났고, Bartlett의 구형성 검정치도 유의하게 나타났다. 상품 디스플레이, 합리적 가격, 고품질 상품, 정보 제공, 입지 우수성, 디자인의 우수성으로 분석되었으며 신뢰도 수준이 0.911, 0.934, 0.933, 0.885, 0.851, 0.79으로 유의하게 나타났다. 소비자 만족 요인은 총 분산의 약 83%로 KMO 측도도 높게 나타났고, Bartlett의 구형성 검정치도 유의하게 나타났으며 신뢰도 수준이 0.9로 나타났다.

국내 SPA 브랜드의 전략적 요인인 합리적 가격, 고품질 상품, 입지 우수성, 디자인의 다양성이 소비자 만족에 양의 영향을 미치는 것으로 유의하게 나타났고 고품질 상품이 가장 영향을 많이 미치는 전략적 요인이고 그다음이 합리적 가격, 디자인의 다양성, 입지 우수성의 순으로 소비자 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 국내 SPA 브랜드가 해외 유명 SPA 브랜드와의 경쟁에서 우위를 점하기 위해서는 패션제품의 품질 개선에 더욱 더 노력하고 합리적이고 경쟁력 있는 가격 제시, 다양한 디자인 개발 등이 중요한 전략적 요인임을 알 수 있다.

[†]Corresponding author : smshin@ssu.ac.kr

■ 참고문헌

- 이유재, 공태식(2005). 고객시민행동과 고객불량행동이 서비스품질 지각과 고객만족 및 재구매 의도에 미치는 영향. 한국마케팅저널, 7(3), 1-27.
- 서희경(2010). SPA 브랜드 의복구매자의 쇼핑성향과 의복만족도에 관한 연구. 숙명여자대학교 대학원 석사학위 논문.

패션기업 성장단계별 기술혁신과 혁신성과에 대한 연구

손진아

송의여자대학교 패션디자인학과

기업에서의 혁신은 기업의 방향성을 결정짓는 핵심 요소로 인식되면서 산업군과 기업규모를 막론하고 이 시대 성공의 주요 키워드로 받아들여지고 있다(여은아, 2012). 혁신은 시장과 기업의 기존 질서를 파괴하고 새로운 경쟁방식을 창조하며(Schumpeter, 1942), 진입장벽을 형성하고(Porter, 1985), 지속적인 경쟁우위의 원천이 되기도 한다(McCarthy & Schoenecker, 1999). 혁신의 이 같은 중요성은 패션기업에도 그대로 적용된다. 패션산업 자체가 끊임없는 혁신을 추구하는 산업군이며 이러한 혁신을 추구하지 못하면 쉽게 낙오되어 시장에서 사라지게 된다. 특히 4차 산업혁명의 물결은 패션산업에도 영향을 미쳐 기존의 노동집약형 봉제산업에서 벗어나 e-commerce, RFID, web PDM, Accu Mark, PLM, 3D smulation program 등 다양한 웹기반 응용 기술과 융합하여 첨단 패션리류산업으로 발전하고 있다. 하지만 그간 의류학 분야에서 혁신이란 개념은 주로 소비자 혁신성, 사용 혁신성을 중심으로 많은 연구가 진행되어져왔으며 패션기업의 혁신성 및 기술혁신에 대한 연구는 미흡한 수준이었다. 또한 이러한 혁신은 기업의 성장단계에 있어서 적절한 방법과 적절한 시기에 적용되어야 하며, 이미 개발되어 있는 혁신 방법을 단지 순환적으로 바꾸어 직면한 상황에 대응하는 것이 아니라 기업의 성장에 따라 변화하는 환경에 맞는 적절한 대응을 위하여 끊임없이 새롭게 개발하고 적용함으로써 혁신도 진화되어야 한다. 따라서 본 연구에서는 국내 패션기업을 대상으로 기술혁신의 유형과 그 수준에 대하여 살펴보고, 이러한 기술혁신의 방법과 수준이 패션기업의 성장단계별로 어떻게 달라지는지 살펴보고자 한다.

이를 위하여 본 연구는 일대일 심층면접법(in-depth interview)을 활용한 정성적 연구방법을 이용하였다. 조사대상 패션기업은 우선 전체 공급사슬에 따라 원사, 직물, 생산, 제조/판매로 분류하였다. 그리고 중소기업의 성장단계를 판매구조, 매출액 성장률, 수익성, 시장지배력 등의 기업자료 등을 활용하여 창업기, 성장기, 성숙기 및 도약기 3단계로 나눈 이양현, 심상규(2007)의 연구와 이장우, 이성훈(2009)의 연구를 기초로 각 패션기업의 성장단계를 같은 지표를 통하여 역시 3단계로 분류하였다. 그리고 각 유형에 해당하는 것으로 판단되는 패션기업에서 근무하는 과장급이상 전문가 20명을 대상으로 일대일 심층면접을 실시하였고, 그 내용은 현재 패션기업에서 실행하고 있는 기술 혁신의 종류와 도입수준, 활용실태 및 혁신성과 등에 대하여 1시간 30분에서 2시간 동안 질문하였다. 인터뷰 내용을 분석하는 동안 필요하다고 판단된 경우 2~3회 정도 추가 인터뷰를 실시하였다. 자료의 분석은 Tompson(1967)의 4단계 질적자료 분석을 기초로 진행되었으며, 연구자의 주관적 판단을 보완하고 연구의 신뢰성을 높이기 위하여 패션기업 근무경험이 5년 이상인 연구원 3명이 함께 분석 작업에 참여하였다.

[†]Corresponding author : sonjinah@sewc.ac.kr

연구결과 밝혀진 내용은 다음과 같다. 첫째, 패션기업의 기술혁신유형은 크게 효율성 향상을 위한 활용적 기술혁신과 새로운 시장창조를 위한 탐색적 기술혁신으로 나뉘어졌다. 분석결과 탐색적 기술혁신은 기존 제품의 대체, 신제품 개발, 제품 다양화, 업종 다각화로 정리됐고, 활용적 기술혁신은 인건비 감소, 원가절감, 제품설계 기계화, 제품설계 표준화, 생산공정 표준화, 제품개발관리 시스템 구축, 생산관리 시스템 구축 등으로 정리되었다. 둘째, 패션기업유형별 기술혁신 수준은 차이가 있는 것으로 나타났다. 패션기업 전반에서는 탐색적 기술혁신보다 활용적 기술혁신 수준이 높았으나, 원사/직물관련 기업들은 탐색적 혁신을 위한 기술개발이 활발히 이루어지고 있었고 생산과 제조판매 관련 기업들로 내려올수록 효율성 향상을 위한 기술혁신 실행수준이 높은 것을 알 수 있었다. 셋째, 패션기업의 성장단계별 기술혁신의 유형과 수준도 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 원사관련 기업들은 높은 성장단계에 있는 기업일수록 신제품 개발과 제품 다양화를 위한 기술혁신 수준이 높았고, 직물관련 기업들은 성장단계별 차이가 없었으며, 생산 및 제조/판매 관련 기업들은 높은 성장단계에 있을수록 표준화와 관련된 기술혁신이 주를 이루었으며 낮은 성장단계에 있는 기업들은 원가절감을 위한 기술혁신에 집중하고 있었다. 이상과 같은 연구결과는 패션기업 경영에 필요한 의사결정에 있어 기업의 한정된 자원을 선택·집중하는데 도움이 될 것이며, 혁신기술의 수용이 효과대비 높은 투자비용만 들 것이라는 잘못된 인식으로 과도하게 인력에 의존하고 있는 국내 패션산업의 선진화를 위한 기초자료로 활용될 수 있으리라 판단된다.

■ 참고문헌

- McCarthy, A. M. & Schoenecker, T. S. (1999). Commitment to innovation: The impact of top management team characteristics. *R & D Management*, 29(3), 199-216.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. NY: Free Press.
- Schumpeter, J. (1942). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. NY: Haper & Row.
- 여은아. (2012). 혁신적인 기업의 의미: 질적연구를 통한 고찰. *한국의류산업학회지*, 14(1), 37-47.
- 이장우, 이성훈. (2009). 벤처기업의 실패원인: 성장단계별 분석. *중소기업연구*, 31(3), 1-17
- 이양현, 심상규. (2007). 중소기업의 성장단계별 판별모형에 관한 연구. *중소기업연구*, 29(2), 23-39.
- Tompson, J. D. (1967). *Organization in action*. NY: McGraw-Hill.

온라인 구매 후기에 대한 소비자 경험 연구

박지선

인천대학교 패션산업학과

인터넷이 확산되면서 소비자 구매후기 정보가 많은 소비자들의 주된 정보원으로 자리 잡았다. 온라인 구매 후기는 마케터가 제공한 정보보다 더욱 신뢰할 수 있다고 간주되며, 소비자들은 온라인 구매후기를 통해 다른 소비자들과 제품과 관련 정보를 공유한다. 온라인 구매후기가 소비자들에게 주요한 정보원으로 주목 받게 되면서 소비자 구매후기에 대한 많은 연구가 진행되었다. 하지만 많은 연구들은 소비자들에게 영향을 미치는 구매 후기 요소 탐색 및 선행요인 조사에 집중되어 있으며, 소비자 개인의 경험과 그 경험에서 비롯된 구매 후기에 대한 개인적 의미에 대한 연구는 부족한 실정이다. 이에 본 연구는 다음과 같은 연구문제를 제시하고자 한다: 온라인 구매후기는 어떻게 사용이 되며, 구매 결정 과정에서 소비자들에게 구매후기의 역할은 무엇인가? 구체적으로 본 연구에서는 온라인 구매후기를 읽는 소비자들을 대상으로 그들의 개인적 경험을 알아보고, 개인 소비생활에서 구매후기가 가지는 의미에 대해서 이해하고자 한다.

소비자들이 구매후기를 읽는 현상에 대한 개인 경험과 의미를 이해하기 위하여, 질적연구방법을 사용하였다(Hirschman, 1986; Strauss, 1987). 본 연구를 위해 온라인 쇼핑 때 구매후기를 읽는 소비자들을 대상으로 1대1 심층 인터뷰 방법을 사용하였으며, 인터뷰는 참가자들이 대화를 주도하는 방향에 따라 구조화되지 않고 유연하고 개방적인 방식으로 진행되었다(McCracken, 1988). 본 연구를 위해 총 10명의 소비자들이 인터뷰에 참가하였으며, 개인별 인터뷰 길이는 1시간 내외로 진행되었다. 인터뷰 결과 소비자들에게 구매후기는 선택의 확신을 돕는 도구의 역할을 한다는 것을 알 수 있었다. 소비자들은 개인별 다른 목적을 위해 리뷰를 사용하지만, 구매 후기는 궁극적으로 소비자 자신의 신뢰를 높이고 다른 소비자들의 소비 경험을 간접 경험하며 자신의 결정에 대한 확신을 높이는 역할을 하였다. 구매후기를 활용하는 과정에서 살펴보면 소비자들은 구매후기를 신뢰하기 위해 사전 지식과 경험을 바탕으로 구매후기 작성자에 대한 전문성을 살펴보고 작성자에 대한 평가를 하였다. 또한 구체적으로 작성된 후기를 비롯한 부정적 후기를 살펴보는 경향이 있었으며, 부정적 후기가 항상 부정적인 영향을 미치는 것 보다 오히려 소비자들의 신뢰를 높이는 데 필요한 역할을 한다는 것을 알 수 있었다.

인터뷰를 하는 동안, 참가자들은 때로는 온라인 소비자 리뷰를 믿고 때로는 그렇지 않다고 말했다. 이는 리뷰를 신뢰할 수 있는 정도와 소비자들의 경험의 범주가 구매 결정에 대한 자신감의 수준에 영향을 미친다는 것을 나타낸다. 본 연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 제언을 할 수 있다. 먼저, 구매후기를 읽는 사람들이 구매 후기 작성자들에 대한 전문성 및 평가를 할 수 있도록, 소비자들이 자신의 소비 경험에 대하여 보다 상세하고 구체적으로 작성할 수 있도록 후기 작성 형식을 효

[†]Corresponding author : jpark@inu.ac.kr

울적으로 설계하거나 인센티브 제공 방법을 검토해야 할 것이다. 또한 소비자들이 구매후기 작성자에 대한 소비 성향 및 신체적 특성 등의 정보를 공유할 수 있도록 장려하는 것이다. 마지막으로 본 연구에서 소비자들이 구매 후기를 읽을 때 부정적 후기 내용을 긍정적으로 참고한다는 결과를 바탕으로 구매 후기 작성자들이 제품의 긍정적인 측면과 부정적인 측면을 모두 검토할 수 있도록 권장하는 것을 고려할 수 있을 것이다.

■ 참고문헌

- Hirschman, E. C. (1986). Humanistic inquiry in marketing research: Philosophy, methods, and criteria. *Journal of Marketing Research*, 23, 237-249.
- McCracken, G. (1988). *The long interview*. Newbury Park, CA: SAGE Publications.
- Strauss, A. L. (1987). *Qualitative analysis for social scientists*. Cambridge: Cambridge University Press.

스포츠 레저 인구 확산에 따른 안전 상의에 관한 연구

이현영

창원대학교 의류학과

2000년 이후 빠르게 발전하는 기술 및 경제성장을 바탕으로 생활수준의 향상은 개인의 건강한 삶의 방식과 생활양식의 변화를 가져왔다. 또한 주 5일 근무의 정착 및 대체휴무제의 도입 등으로 다양한 여가시간을 즐기기 위한 여가활동의 참여로 이어지며 스포츠 레저 인구의 확산을 도모하였다. 스포츠 레저 인구는 더 이상 단순한 여가 활용의 수단이나 취미가 아니라 현대사회를 상징하는 대표적인 문화유형으로 자리 잡고 있다. 특히 바이크는 레저 스포츠의 새로운 트렌드로 부각되고 있으며, 바이크 이용의 주된 목적이 생활 자전거의 개념에서 운동과 레저용으로 자전거를 이용하는 사람이 증가하고 있다.

바이크(Bike)는 영어 'Bicycle'(바이시클)을 줄여 쓴 말로, 엔진의 유무에 관계없이 바퀴가 앞뒤로 두 개가 있는 교통수단을 지칭한다. 이륜차(二輪車)라고도 하며, 우리가 흔히 부르는 이륜차는 바퀴가 앞뒤에 배치된 탈것이다. 바이크 웨어는 사이클링시 착용하는 의복으로 기능성과 활동성 및 디자인의 심미성을 갖추어야 한다. 특히 신체 동작과 관련된 기능적, 안전성의 측면은 특히 중요하다. 안전성의 측면의 불충족은 교통사고와 직결되기 때문에 그 중요성이 크다. 하지만 전체 교통사고는 2003년 이후 감소하고 있지만, 바이크 사고의 경우 전체 교통사고에 대한 자전거 교통사고의 발생 건수가 2003년 2.5%에서 10년 후 2013년에는 6.2%로 약 3.7%가 증가하는 추세이다. 대부분의 바이크 관련사고는 인적요인과 차량적요인, 도로환경적 요인으로 발생된다. 인적요인에는 운전자의 직업, 연령, 성별, 신체조건, 운전경력, 법규 위반횟수, 계속운전시간, 과로여부, 지점속지역부 그리고 보행자의 연령, 성별, 보행자의 위험 인지와 회피에 관한 판단 등의 심리적 조건 등을 들 수 있다. 차량적 요인은 차종, 연식, 용도, 각종 차량정비, 구조장치, 등에 관한 것이 있다. 도로 환경적 요인으로는 구배, 선형, 노면상태, 곡선반경, 조명, 포장여부, 신호 운영상태, 도로표지, 가드레일, 중앙분리대, 기타 교통안전시설 등 넓은 의미에서의 도로시설 및 운영 등에 관한 요인 등을 말한다. 교통사고는 이러한 요인들의 복합적 작용에 의하여 발생하게 된다. 본 연구는 다양한 스포츠 레저 중 바이크웨어를 중심으로 바이크 상의의 보호 장비에 대한 착용실태를 조사하고, 스포츠 레저웨어의 기능적인 측면 중 안전성을 중심으로 바이크족의 운행행태, 현재 시중 제품의 안전성의 특징을 분석하여 자전거 사건, 사고에 대비할 수 있는 안전 상의 디자인 개발 방향을 제시함에 목적이 있다. 이에 본 연구에서는 바이크 웨어 상의에 관성측정장치 (IMU: inertial measurement unit) 기능의 센서와 중앙처리장치(cpu: central processing unit)를 포함한 인터페이스 장치 센서를 삽입하여 바이크 운전자의 안전성을 부각하고자 한다. 본 센서는 휘어지는 성능(탄력성)이 좋아 바이크 상의에 삽입하여 착용시 착용감에 불편한 영향을 주지 않는다. 본 장치는 led(Light Emitting Diode)

[†]Corresponding author : younglee79@hanmail.net

패널을 제어하여, 운전자의 방향 변경시 자동으로 좌,우 지시가 가능하고, 또한 급정거시 좌우 비상 감박임의 동작이 가능하다. 따라서 이를 통해 본 안전 상의를 착용한 바이크 운전자는 수동 방향지 시기와 병행되는 자동방향 지시기의 작동으로 보다 안전한 운전이 가능하여 안전 상의 착용 운전자 및 주변 운전자의 안전한 주행에 도움이 될 것이다.

현재 시판되는 바이크 의류의 경우도 다양한 기능적인 측면의 요소들이 첨가되어있지만, 대부분 소재의 기능이 주를 이루며, 안전성을 위한 디자인 또한 야간 주행시 안전성을 고려한 발광, 야광 효과를 위한 리플렉티브 테이프, 밝기 조절 안전램프를 바이크 액세서리에 장착하거나 의복에 부착 하는 것이 대부분이다. 본 연구는 레저 스포츠 인구의 증가와 바이크 사용성의 증대를 인식하고 사고를 대비할 수 있는 전문화된 레저 스포츠 아이템시장의 지속적인 발전을 위한 새로운 시장 확장 및 시장 세분화의 활성화에 도움이 될 것이다.

■ 참고문헌

- 김달아(2016). 도심형 스포츠 활동에 적합한 애슬레저 바이크 스포츠 웨어 제품 개발. *중앙대학교 일반대학원 석사학위논문*.
- 손재민, 오송윤, 김은경(2015). 퀵서비스 운송업자를 위한 기능적 모터사이클 재킷 개발. *한국의류 산업학회지*, 17(5), 781-792
- 최명준(2016). 자전거 탑승자의 안전 및 편의 증진을 위한 스템(stem) 기반의 올인원 시스템 제안. *홍익대학교대학원 석사학위논문*.

마크 제이콥스 컬렉션에 나타난 그런지(Grunge) 룩의 조형적 특성에 관한 연구 -1990년대와 2000년 이후를 중심으로-

유희지 · 고지칭

홍익대학교 일반대학원 의상디자인학과

1. 연구 필요성 및 목적

그런지 룩은 패션 디자인과 팝음악 분야의 다원적인 경향과 색다름을 추구하는 현대패션 트렌드와 함께 융합하고 또 구별되어 새로운 자아를 찾고자 하는 현대패션의 독창적인 개성의 욕구는 다양한 조형적 특성과 스타일의 조합으로 그런지 룩을 새롭게 부활 시켰다고 볼 수 있다. 1990년대 처음 등장한 그런지 스타일은 하이패션과 어울리지 않는다는 비판을 받았다. 하지만 그런지 룩이 하나의 변한 모습으로 2016년과 2017년 현대 패션문화에서 나타나고 있는 새로운 조형적 요소들을 밝히고자 하였다. 본 연구는 그런지 이미지를 형성하는 재료가 되는 컬렉션으로 표현하고자 하는 시도다. 그런지 패션의 대중화에 가장 큰 역할을 했던 패션 디자이너 마크 제이콥스 90년대와 20년대 이후의 패션을 중심으로 특징을 분석하고 그것을 설계에 적용하고자 한다. 따라서 그런지 룩과 현대 하이패션의 관계를 맺기 위한 현대 패션의 새로운 변화를 탐구해 보고자 한다. 그런지 스타일은 과거 모든 패션의 원리를 깨트리는 것이고 자유분방함을 추구하는 태도가 패션 영역에 매우 큰 역할을 하였다.

2. 연구 범위 및 방법

본 연구 논문은 패션디자이너 마크 제이콥스 뉴욕 패션위크 컬렉션에서 그런지 룩을 대표 컨셉으로 디자인한 1993s/s, 2016/s, 2017s/s와 2017s/s criuse컬렉션 비교 분석을 중심으로 하이 패션에 나타난 그런지 룩의 특성을 연구 하였다. 연구 방법은 관련 문헌 및 선행 연구 사이트를 통해 그런지 룩에 대한 뉴욕 패션위크 마크 제이콥스 컬렉션 분석 인터넷 자료를 연구진행하였다. 작품선정에 대해서는 그런지 관련 선행 연구와 이론적 배경을 통해 고찰한 마크 제이콥스만의 그런지 특성을 참고 하여 형태, 색상, 소재, 기법 등 층면으로 나눠서 분석하였다.

3. 마크 제이콥스 컬렉션에 나타난 그런지 룩의 조형적 특성

1) 형태

1992년 뉴욕 패션위크에 패리 엘리스의 디자이너 마크 제이콥스가 아직까지도 악명이 높은 93년 S/S 컬렉션에 그런지 스타일에서 영감을 받은 컬렉션은 커다란 체크무늬 셔츠를 입은 모델은 허리와 헐렁한 밤의 옷을 묶었습니다. 2016 봄/여름 컬렉션에서는 '아메리카나(Americana)로 마크 제이콥스만의 독창성으로 화려하게 연출을 하였다. 스트리트와 럭셔리를 융합한 그런지 룩으로 새로운 시작을 밝혔다. 낮은 느낌의 패치워크, 감지 않거나 제멋대로 자른머리, 군화 스타일의

부츠,털실로 짠 옷 또는 모자등 요소들을 활용하여 개성에 따른 레이어링의 가능성을 제시해 주고 있었다.

2) 색상

색상은 주로 체크무늬가 구성된 브라운 컬러 등 톤 다운 색상을 사용하였다. 전체적으로 스트라이프 체크 패턴과 함께 캐주얼한 상의에 고채도 색상이 하나도 들어가지 않고 매우 자유로운 분위기를 연출하였다. 2016년 컬렉션이 레드와 보란색의 조합으로 더욱 파워가 가득한 느낌으로 그런지 룩의 새로운 모습을 살렸다.

3) 소재

2017s/s 뉴욕 패션위크 마크 제이콥스 컬렉션에서 얼룩말 줄무늬, 과장된 퍼프 슬리브 및 MTV 모티브로 장식 된 활주로를 강타하였다. 메탈 하드웨어 체인이 달린 패치워크 솔더백과 2017s/s 그런지 스타일을 완벽하게 마무리 한 백팩이 핸드백에 지속적으로 중점을 두고 있었다.

4) 기법

마크 제이콥스의 '그런지(Grunge)' 컬렉션은 시애틀 출신의 얼터너티브 록 밴드 너바나(Nirvana)와 펄 잼(Pearl Jam)의 음악과 스타일에서 영감을 받으므로, 구겨지고 지저분한 의상들의 연출이었다. 찢어진 소재 및 비대칭적인 재단법을 사용하기도 하였고 모노크롬 호피 무늬에 과거를 새로운 프린트 기법으로 변형 시켰다. 그런지 룩은 스타일의 혼합,상반된 소재의 사용,낡고 해진 것,구겨지고 기운 것등이 특징이다.패션을 최고급 소재의 '하이 패션'으로 승화된 컬렉션이었고 그런지 스타일의 줄무늬 오버사이즈 의상을 선보이기도 했다.

4. 결론

나아가 그런지 문화는 개인의 개성과 자유로움을 표방하기 때문에 그 영역을 제한하는 데 더 큰 어려움이 있었다. 마크 제이콥스의 디자인에서 오는 화려함과 식상함 대신 포스트모더니즘의 범주에 속하는 해체주의적 사고를 통해 디자인에서의 옛날 그런지 룩과 다른 형식이라는 외적 표현 형태로 나타낸 것이다. 이러한 점들은 그런지 스타일이 현대인에게 있어 내면의 불안감을 표출하는 하나의 방법이며, 공격적이면서도 강한 비주얼로 강한개성을 나타낼 수 있는 수단으로 작용하고 있는 것이라고 말할 수 있다. 곁에 늘어난 조형방식으로 표현되는 비정통적인 패션 디자인이 사람들의 시선을 서로 잡았다.

■ 참고문헌

〈스타일을 입는다〉 이윤정 ISBN 9788970857930

김선영 (2011) 〈21세기 패션에 나타난 그런지 룩의 표현특성〉 순천대학교 패션디자인학과

권상희 (2014)〈1990년대와 2000년 이후 하이 패션에 나타난 그런지 스타일 비교 연구〉 전북대학교 의류학과

엘르 코리아 www.elle.co.kr

2016 s/s 마크 제이콥스 컬렉션 (<http://www.fashionn.com>)

2017 s/s 마크 제이콥스 컬렉션 뉴욕 패션위크

2017 s/s 마크 제이콥스 Cruise Collection

보그 코리아 <http://www.vogue.co.kr/>

중국 하얼빈시 스트리트 패션에 나타난 여성 의복색 비교 분석 -2016~2017 S/S시즌을 중심으로-

치동설 · 오현아 · 배수정*
전남대학교 의류학과

1. 서론

중국의 경제 성장률이 급속하게 높아짐에 따라 중국 내 패션시장의 규모도 급증하였다. 특히 중국 소비자들은 로컬 브랜드보다는 해외 브랜드를 선호하기 때문에 이들을 위한 패션 소비 경향을 파악하는 것은 한국 패션 브랜드에게는 중요한 실정이다. 여러 중국 도시 중에서도 중국 소비 시장의 규모면에서 성장 가능성이 높은 2선 도시이자 인구 995만 명의 도시인 하얼빈은 동방 모스크바라고 불릴 만큼 동·서양문화가 결합된 도시이자 패션에서도 동·서양이 결합되었기에 중국 동북지역 패션시장에서 중요한 지역으로 평가된다. 본 연구는 동북지역 중심도시인 하얼빈의 2016-17 S/S 스트리트 스타일을 촬영하여, 현재 가장 구매력 높은 소비자 집단 20~30대 여성이 선호하는 의복색을 비교·분석함으로써 중국 패션시장에 대한 기초 자료를 제공하고자 한다. 연구방법 및 범위로는 하얼빈의 스트리트 패션을 2016년 7월 4일부터 7월 6일, 2017년 7월 1일부터 7월 3일까지 동일한 장소에서 출, 퇴근 시간대와 정오 무렵 매일 2회씩 현지촬영조사를 실시하였다. 여기에서 수집된 사진자료를 바탕으로 20~30대 여성들이 주로 착용하는 의복색을 분석하였다. 조사장소는 하얼빈에서 가장 번화한 상가지역 '중앙대가'(中央大街)와 젊은 층이 선호하는 쇼핑지역인 '완다 쇼핑몰'(万达购物广场) 부근 2016년과 2017년 같은 장소에서 DSLR 카메라를 이용하여 촬영하였다. 촬영된 자료의 객관성을 확보하기 위해 총 2차례에 걸쳐 본 연구자를 포함한 패션디자인 전공 연구원 3명이 조사 표본을 분류하였다. 이때 선명한 전신착장 사진자료 중 20~30대 여성이 분명하다고 판단되는 자료를 추출하여 연도별 300장씩 총 600점을 최종분석에 사용하였다. 일반 선호 색채를 파악하기 위한 색채는 멘셀색체계의 유채색 기본 10가지 색상에 대해 각 색상별로 11가지 톤으로 분류하고, 무채색은 톤의 분류 없어 흰색(W), 검은색(B), 회색(G) 3가지로만 구분하였다. 또한 아이템에 패턴이 있는 경우 문양이 전체의 50% 이상을 차지할 때의 색채 구분은 Multi계열로 분류하였다.

2. 2016-17 S/S 하얼빈 여성 의복색 아이템별 비교

1)상의: 하얼빈 2016 S/S 시즌은 White(52.4%)> Multi(25.4%)> Black(20.1%)> B(4.8%)> RP(3.2%)순으로 나타났고, 여러 색상 중에 무채색 White가 52.4%로 높은 빈도를 보였다. 2017S/S 시즌의 경우는 White(39.0%)> Multi(15.2%)> Black(14.8%)> RP(6.7%)> Y(6.3%)순으로 나타났고, 그 중에서도 무채색인 White는 39.0%로 높은 빈도를 보였다. 하얼빈에서는 2016, 2017년 모두 White 빈도가 높게 나타났다. 이는 계절적 요인 때문으로 파악된다.

*Corresponding author : sjbae@chonnam.ac.kr

2)하의: 2016 S/S 시즌은 Black(20.7%)> White(10.1%)> Multi(8.2%)> B, PB(5.8%)> B, G(4.8%)순으로 나타났고, 2017 S/S 시즌의 경우는 B(41.5%)> Black(24.4%)>White(10.6%)> Multi(7.4%)> Gray(3.7%)순으로 나타났다. 2016 S/S는 Black이 20.7%로 높은 빈도를 보였으며, 2017년 S/S는 B가 41.5%로 높게 나타났다.

3)원피스: 2016 S/S는 Multi(34.4%)> Black(20.9%)>White(18.7%)>B(7.7%)>R(5.5%)순으로 나타났고, Multi색상이 34.4%로 가장 높은 빈도로 나타났다. 2017년 S/S시즌은 Multi=Black(25.3%)>B(14.5%)>White(13.3%)>RP(8.4%)>Gray=R=YR=Y=PB(2.4%)순으로 나타났으며, Multi와 Black이 25.3%로 빈도가 높게 나타났다.

4)가방: 2016 S/S는 Black(36.9%)>Multi(12.1%)>RP(10.2%)>R(8.7%)>Gray(7.3%)순으로 나타났고, 2017 S/S는 Black(35%)>Multi(14.1%)>Gray(11.7%)>White=RP(7.8%)>R(6.3%)순으로 나타났다. 2016, 2017 S/S 시즌 모두 Black의 빈도가 높게 나타났다.

5)신발: 2016 S/S는 White(33%)> Black(28%)> Gray(9.7%)> Multi(6.3%)> R(5.7%)순으로 나타났고, 2017 S/S 시즌은 White(28.7%)> Black(25.0%)> Multi(14.7%)> Gray(9.3%)> Y(6.3%)순으로 빈도가 나타났다. 2016, 2017 모두 White의 빈도가 높게 나타났다.

3. 2016-2017 의복색 비교

2016~2017 S/S 스트리트 패션 의복색 비교 분석결과는 다음과 같다. 전체적으로 2016 S/S는 Black(25.2%)>White(24.2%)>Multi(13.6%)>B(11.8%)>Gray(5%) 순으로 나타났고, 2017 S/S에는 Black(24.7%)>White(21.7%)>Multi(14%)>B(12.1%)>Gray(6.7%)로 의복색이 비슷한 순서와 빈도로 나타났다. 그 중에 무채색의 경우는 2016 S/S에서 Black(25.2%)> White(24.2%)> Gray(5%)순서로, Black이 가장 높은 빈도를 보였다. 또한 2017 S/S에도 Black이 24.7% 가장 높은 빈도로 나타났고, 그 다음에 White 21.7%, Gray 6.7%로 나타났다. 따라서 2016, 2017 S/S 무채색 비교 결과 유사하게 나타났다. 유채색을 살펴보면, 2016 S/S에서는 Multi(13.6%)>B(11.8%)의 순으로 나타났으며, 2017 S/S 경우에도 마찬가지로 Multi(14%)>B(12.1%)로 유사한 결과가 나타났다.

4. 결론

중국 하얼빈 2016~2017 S/S 스트리트 패션에 나타난 여성 의복색 분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 2016~2017 상의는 모두 White가 가장 높은 빈도를 보이고 있는데, 이는 여름이라는 계절의 영향으로 여성들이 시원하면서 깨끗한 느낌의 색을 선호한 결과로 보인다. 둘째, 하의는 2016년은 날씬하게 보이는 Black 색상이 가장 높게 나타났고, 2017년에는 PB 컬러가 높게 나타났다. 이는 젊은 여성들의 캐주얼한 청바지 착용과 밀접한 관계가 있는 것으로 보인다. 셋째, 원피스는 2016~2017 Multi, Black 순서로 유사한 빈도가 나타났다. 여성들은 단일 색상 보다 화려한 무늬가 있는 Multi색상을 많이 착용하였고, 무채색 Black은 착시효과 있어 신체가 날씬하게 보이도록 착용한 것으로 보인다. 넷째, 2016~2017 가방과 신발 모두 무채색 중 Black과 White가 높게 나타났다. 이는 여성들이 다양한 의복색과 어울릴 수 있기 때문에 무채색 계열의 소품을 선호한 결과로 보인다.

■ 참고문헌

- 배수정(2006). An Analysis of 2006 Summer Street Fashion in Harbin, China. *패션비즈니스*, 11(3), 87-96.
- 배수정·오현아(2009). 서울·베이징·상하이의 진 캐주얼 스타일 비교 연구. *전남대학교생활과학연구*, 19(1), 66-74.
- 치동설·오현아·배수정(2017). 2016S/S 중국 스트리트 패션에 나타난 여성 의복색 비교 분석 -상하이 하얼빈을 중심으로-. 2017패션비즈니스학회 춘계학술대회프로시딩, 133-135.

HOW ARTIFICIAL INTELLIGENCE IS TRANSFORMING THE FASHION INDUSTRY IN INDIA

리짜 샤르마* · 차하나

*홍익대학교 일반대학원 디자인콘텐츠대학원 패션디자인과
홍익대학교 일반대학원 디자인 공예학과 의상학 전공

1. Introduction

Any fashion enthusiast will know what an insurmountable task it is to keep up with changing and capricious fashion trends. With ecommerce leading the way for the Indian startup ecosystem, fashion websites have carved a niche for themselves. With Indian ecommerce slated to touch the \$100-billion-dollar mark by 2020, the fashion industry stands to own up to 35% worth of shares in the pie. These improving prospects of online fashion retail only add to the increasing competition. Confronted with the challenges of longevity and sustainable growth, fashion sites are keenly turning towards artificial intelligence (AI) to rise over the challenges and provide customers with a customer service that is truly extraordinary and next generation. The purpose of this study is to analyzing the role of AI(artificial intelligence) in transforming the face of fashion industry in india

2. Background

Indigenous AI startups are working in close sync with the fashion industry, to identify upcoming trends , automate repetitive tasks that often lead to massive cash burns, whilst making the platform truly intuitive. Here's a list down of several ways in which AI is assisting the fashion industry to evolve and combat the present challenges.

Searching for the apparel by its name, if even a possibility, is a herculean task nonetheless

It's like when a user or a fashion enthusiast, watched a movie in which the actor wore a beautiful dress. and he wants to own the exact same dress but the problem is - he can't describe it in text. After all, the human brain cannot convert every scene/image into text. For such problems, an AI-powered image search is a really helpful technology which can assist the user to search an item just by clicking the image.

Curating Fashion Trends Effortlessly

In general, when we search for any particular apparel on any of the ecommerce websites, the results shown are based on current fashion trends in the market. For

example, if you are searching a shirt on some ecommerce platform, there is only a niche collection of results curated by the platform. Currently, choosing which items to show is done manually by fashion curators which not only makes it a time-consuming task but also economically unfeasible. Artificial intelligence, on the other hand, is capable of learning the fashion trends by analyzing social media feeds and based on that analysis, it can assist ecommerce companies in incorporating those trends while showing the results.

Product Description Simplified and Automated

For the sake of better understanding, let's take an example of a user searching for a "floral print kurta". There are typically three tags in the search, namely, "floral", "print" and "kurta". In general, if this particular tag is not present in the product description of e-commerce platforms, the same will never be discovered by the end users. This is the reason why every e-commerce company invests a lot of money in generating relevant tags for their end products.

-However, describing the entire myriad of products for the purpose of cataloguing and Meta tagging, is not only tiresome but also lavishly cost-intensive.

Artificial intelligence is supporting some of the biggest e-commerce to generate such important tags with just the image of the product. Our proprietary AI technology at Staqu(an AI startup in India) is reducing the time and cost involved in this operation for e-commerce portals.

Making Recommendations Really Relevant

Proper recommendations play a critical role in increasing the sales of online shopping sites. By recommending similar or complementary products, fashion brands not only have a wider scope for up-selling, but also connect better with the customers, extending a better experience. The same process can be automated with AI. After carefully analyzing the popular trends and studying the images a user has typically searched for, artificial intelligence makes room for a real-time and most precise recommendations.

Retail

Retailers can leverage AI solutions to get real-time insights, predict customer behavior and take relevant actions. To illustrate this, let us consider the example of the prolonged summer in northern part of India that had a surprising effect on the retail industry. While warm climate led to lower sales of winter clothing, customers chose to spend more time outdoors leading to higher in-store rather than online shopping. Retailers that were privy to insights about how weather would influence customer buying decisions were able to take immediate action, update their inventory to meet demand and create new in-store offers to drive sales

In retail, AI has the potential to assess which products sell faster and which don't, based on buying information and purchasing patterns. It can track reviews, comments and trends on social media to identify upcoming trends, thereby giving retailers a sharper

competitive edge. Applications for virtual shopping assistants such as Mezi already leverage AI to help users shop online.

Deep Analysis and More

-Given the present state of the economy, data is the new oil.

Companies today are fastidiously leveraging the power of data, in order to predict users' behavior. The learnings from the same can be further utilized to improve the service, product positioning, pricing and more. In order to extract such crucial information from the raw data that is getting accumulated every day is another area where AI is utilized. Although there is limited penetration of AI in analyzing data, for now, the same functionality is going to hold greater significance in times to come.

3. In Conclusion

Ever been in a situation when you know what you want to search on Google but cannot be brought back to key-words you can search? That color you saw a girl wearing or a certain pattern or maybe (in my case mostly) the kind of dress that lady on the driveway was wearing that you HAD to have one? Well, thanks to the AI powered Google search, you can now find that perfect result through the AI powered image search.

In essence, artificial intelligence is not only helping the fashion industry to cut down costs and overheads but is also making the entire platform superior, intuitive and smart. Given the bloodbath set between the fashion ecommerce players, with Amazon India, Snapdeal and Flipkart to get their hands on a bigger share of the pie. AI is only going to increase in its scope and utility. The young brands, established OEMs and other aspiring players in the fashion domain, would have to welcome the technology, in order to maintain their edge in the industry and make their pursuit of long-lasting business success, a reality.

■ 참고문헌

Bak Su Mi, (2007). Technology and Emotional Fashion : Digital Veil : An Interactive Media Fashion with Fetishism (unpublished masters thesis). Hongik University, Republic of Korea

Kate Abnett, April 7, 2016, Is Fashion ready for the AI revolution?. BOF(Business Of Fashion) <https://www.businessoffashion.com/articles/fashion-tech/is-fashion-ready-for-the-ai-revolution>

Lee Sung, (2004). 테크놀로지 패션의 조형성 = The Plasticity of Technology Fashion(unpublished master's thesis). Konkuk university, republic of korea

Mezi is an intelligent virtual assistant that's obsessed with shopping, December, 2015, TechCrunch <https://techcrunch.com/2015/12/11/mezi/>

질 들뢰즈(Gilles Deleuze)의 감각론에 기반한 현대패션디자인 분석 -알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen) 중심으로-

최현명 · 서승희
성균관대학교 의상학과

1. 서론

패션은 '인체'라는 실현의 주체에 직접 착장되어 착용자의 복합적인 심리 상태와 특수한 감성을 나타내왔다. 그러나 포스트모더니즘이 지배적인 시대에 이르러 인류는 인간에 내재된 힘이나 잠재된 가능성에 주목하기 시작하였고, 패션 또한 이와 같은 시대적 흐름을 받아들여 기존 감성과 형태와는 다른 복식 이면에 보이지 않는 힘과 잠재성을 탐색하기 시작했다. 그러한 방향에서 복식과 인체를 가로지르고 있는 내재된 힘들이 충돌하며 진동처럼 발생하는 감각의 존재에 대해 보다 심층 있게 접근하고자 하였고 의복은 점차 격렬하게 변형되거나 뒤틀린 형태로 형상화 되어 새로운 감각이 발현 되도록 하였다. 이는 현실에서 이해하기 힘든 그로테스크하고 괴기스러운 형태의 현대패션으로 재창조 되었고 관찰자에게 시각적 폭력을 주고 충격과 공포, 혐오 등과 같은 다양한 반응을 불러일으키게 하였다.

저명한 저널리스트 크리스틴 녹스(Kristion Knox)에 의하면 알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen)에게 패션은 단순한 자기표현의 수단이 아니라 환상적이면서도 음산한 세계에 빠져들게 하는 힘이 있고 이런 초현실적인 '세계'에서 맥퀸은 영혼의 가장 어두운 면을 파격적인 스타일로 표현하였는데, 이는 사악하고 뒤틀린 프란시스 베이컨의 작품세계의 영향이 패션쇼 전체에 배어 있었기 때문이라고 설명하였다. 베이컨의 작품에서 보여지는 감각의 힘을 들뢰즈가 읽어냈듯 이처럼 알렉산더 맥퀸은 참신한 형상과 강렬한 감정을 패션으로 유발시키는 대표적인 현대패션디자이너로 평가받고 있다.

질 들뢰즈(Gilles Deleuze)는 베이컨 회화 분석을 통해 내재된 힘의 충돌과 진동의 현상을 유발시키는 힘의 작용을 '감각(Sensation)'이라 명명하였는데, 이때 '감각'은 메를로 폰티(Merleau Ponty)의 '지각의 현상학'을 포스트-프로이트적으로 재해석하고 있지만 유물론적 존재론을 함축하고 있다는 점에서 한 차원 진화한 개념으로 받아들여지고 있다. 따라서 본 연구의 목적은 들뢰즈의 감각 이론에 입각하여 알렉산더 맥퀸의 작품을 통해 현대패션에 나타난 감각적 특성을 분석하는 것이다.

연구 대상인 알렉산더 맥퀸 작품의 작품은 공식적으로 첫 컬렉션을 발표한 1994년부터 그의 사망 직전까지 작업했던 2010년 F/W 컬렉션까지의 작품으로 한정하였고, 연구 방법으로는 들뢰즈의 감각론에 관한 서적 및 선행연구 논문을 통한 문헌연구와 현대패션의 사례조사로 진행하였다. 사진 자료는 패션전문정보회사인 퍼스트뷰코리아의 인터넷자료를 통해 사례를 수집하였고, 자료의 타당성을 입증받기 위해서 패션 전문가 3인의 검증을 받은 자료를 채택하였다.

2. 이론적 배경

들뢰즈의 감각이론은 몸을 가로지르는 파동과 몸에 작용하는 외부의 보이지 않는 힘들이 만나 감각이 발생하는 과정의 논리를 설명하는 이론이다. 여기서 그가 말하는 감각이란 이성의 반대 개념인 감성과, 근대철학의 인식론적 의미의 '지각(perception)'과 구별된다. 감각이란 우리의 몸 위에서 내재된 힘과 그것에 체험된 신체가 합쳐져 제 3의 형상으로 나타나도록 하는 것으로, 이런 감각의 작용에 의해 이루어진 기형적인 변형들은 결국 동물적인 특색을 띄게 되거나 동물과 구분이 없게 되는 '되기(devenir)' 과정을 거치게 되고, 감각이 또 다른 힘들에 의해 고정적인 형상에 다시 종속되고자 하는 것을 막기 위해 '디아그램(diagramme)'이라는 혼돈과 재난을 도입하여 '돌발과 혼작'의 표시를 남겨둔다.

3. 현대패션디자인에서의 감각 표현 방식 및 특성

들뢰즈의 이론을 바탕으로 한 알렉산더 맥퀸 작품에 나타난 현대패션의 감각 표현은 다음과 같다. 첫째, 시각적 리듬으로 표현되었다. 정상적인 디자인의 원리를 파괴하고 과잉 러플이나 레이스 장식, 디테일을 사용하여 2중 3중으로 심하게 뒤틀려 시각적으로 격렬한 리듬이 나타나도록 하였다. 둘째, 탈구조적 형태로 나타났다. 복식의 한 부분이 극단적으로 부풀어 오르거나 어깨가 과하게 솟구쳐 복식에 얼굴이 파묻히는 등 신체를 복잡하고 난해하게 변형시켜 기존의 의복 구성에서 벗어난 형태로 표현되었다. 셋째, 동물적 특징이 혼재되어 나타났다. 맥퀸은 박제된 새나 염색한 새의 깃털, 가죽, 고무와 같은 소재와 패턴을 사용하여 까마귀나 어린 백조, 뱀과 같은 동물의 특징적인 부분을 리얼하게 묘사하였고, 이를 통해 복식의 조형성과 동물적 특성이 서로 공유되는 형태로 나타났다. 넷째, 전위적인 형태로 표현되었다. 복식의 부분적 과장이나 확대, 연장, 제거로 긴장감을 유발하고 신체를 뚫고 나온 뾰족한 뿔이나 뼈 장식 등 파격적이고 섬뜩한 오브제를 도입하여 복식에 긴장감을 유발시키는 전위적인 형태가 나타났다.

현대패션의 감각 표현을 바탕으로 현대패션에 나타난 감각적 특성은 다음과 같다. 첫째, 역동성이다. 인체와 복식의 내재적인 힘들이 합쳐져 진동처럼 발생한 감각은 과장된 러플이나 플리츠와 같은 형태로 리듬과 충위를 경련적으로 형성하며 보이지 않는 힘의 운동성을 역동적으로 표현하였다. 둘째, 왜곡성이다. 보이지 않는 힘들과 감각의 충돌은 기존 실루엣을 해체하거나 인체를 비재현적으로 재현하여 인체의 균형이나 비례를 무시한 난해하고 복잡한 디자인을 구현시키는 등 이미 이상화된 전통적 시각 체계에서 빠져나와 의복을 하나의 열린 공간으로 해석하며 극적으로 왜곡된 구조로 형상화시켰다. 셋째, 상호전환성이다. 기형적인 변형들로 인간과 동물의 구분이 없어진 복식은 결국 동물적 형상으로 대체되며 새와 뱀과 같은 패턴과 문양 등을 통해 서로 특징적인 모습을 공유하게 되었고, 이는 복식이 가진 원래의 의미로부터 이탈시켜 새로운 의미의 의복을 창조하였다. 넷째, 발작성이다. 복식의 총체적인 완결성을 부정하는 동시에 감각의 무한한 확장 가능성을 위해 복식의 한 부분이 갑자기 솟아나거나 신체를 뚫고 기이한 재료가 튀어 나오는 등 예기치 못한 혼란과 재난을 발작적으로 도입하여 긴장감이 지속되고 감각의 다변화가 끊임없이 유발되도록 적극 유도하였다.

4. 결론

본 연구는 들뢰즈의 감각론의 관점에서 알렉산더 맥퀸의 작품을 분석함으로써 시각적인 감각에 우선하여 분석되어 온 지금까지의 패션 분석에 있어 보다 심층적인 감각적 관점에서 현대패션의 의

미를 탐색하고 새로운 사고방향을 제시하는데 연구적 의의가 있으리라 사료된다.

■ 참고문헌

Jin, J(2005). Jung-Gwon, Jin's Contemporary Aesthetics Lecture: A duet of noble and simulacrum. Pasu, Korea: *Art Books Publishing*, pp.187-207.

Knox, K(2010/2012). Alexander McQueen: Genius of a Generation (T. Ha, Trans.). Seoul, Korea: *Viz & Biz Publishing*, pp.7-16.

Villani, R & Sasso, A(2003/2012). Le Vocabulaire de Gilles Deleuze (Shin. J, Trans.). Seoul, Korea: *Galmuri Publishing Co*, pp.35.

업사이클링 패션브랜드의 소재 특성연구

-레코드, 리블랭크, 에코파티메아리를 중심으로-

이다혜 · 배수정[†]
전남대학교 의류학과

1. 서론

전 세계적으로 환경오염과 자연 고갈에 대한 위기의식이 부각되면서 환경오염 문제를 줄이고자 친환경디자인인 그린 디자인, 에코디자인이 등장했으며, 최근에는 업사이클링 디자인에 대한 연구가 주목받기 시작하였다. 이러한 시대적 흐름에 따라 업사이클링 브랜드와 디자이너들이 증가하고 있으며 시장규모 또한 빠른 속도로 성장하고 있다. 이에 본 연구는 현재 활성화가 되고 있는 국내 대표적인 업사이클링 패션브랜드를 3곳 선정하여 이 브랜드에 사용된 소재의 유형을 분류함으로써 패션 제품 개발의 활성화 방안을 위한 기초자료를 제시하는데 목적이 있다.

본 연구는 일차적으로 문헌연구를 통해 업사이클링 디자인 및 패션의 개념, 국내외 업사이클링 패션 브랜드의 현황 등에 대해 살펴보고, 이차적으로 업사이클링 패션브랜드 소재 특성분석을 위해 국내 브랜드 레코드(RE;CODE), 리블랭크(REBLANK), 에코파티메아리(ECO PARTY MEARRY) 3곳을 선정하여 소재의 유형을 분류하고 조사하여 특성을 분석하였다. 브랜드의 선정기준은 2013년 출범된 한국업사이클링디자인협회에 소속된 브랜드와 관련 선행연구 및 서적에서 소개된 업체를 중심으로 지속적으로 패션제품을 생산하고 있는 브랜드로 한정하여 선정하였다. 연구 자료는 선행연구, 각 브랜드 공식 홈페이지의 자료, 신문자료를 참고하였고, 소재분석은 선행연구에 근거하여 업사이클링 브랜드에서 사용되는 재활용 섬유로 나누었으며 재활용 섬유에는 폐섬유류(폐의류, 재고의류, 비행기/자동차 시트커버, 에어백), 폐비닐류(타폴린 소재류의 간판, 현수막, 천막, 텐트, 트럭방수포/pvc 류의 장판, 옥외간판), 폐가죽류(폐가죽, 자투리 가죽, 폐옷, 벨트), 폐종이류(폐종이, 신문지, 전단지), 기타(단추, 지퍼, 스펅글)로 분류하였다.

2. 이론적 배경

업사이클링(Upcycling)용어는 1994년 독일기업 필츠 주식회사(Pils GMBH)의 라이너 필츠(Reiner pilz)의 '낡은 제품에 더 많은 가치를 부여하는 것'이라는 개념을 시작으로 2000년대에 들어서 윌리엄 맥도너(Willan Mcdonough)와 마이클 브라운거트(Michake Braungart)의 저서 'Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things'에서 중심 테마로 본격적으로 다루어졌다. '업사이클링'은 사전적으로 영어단어 '업(UP)'과 '사이클링(CYCLING)'의 합성어로 '자원의 순환

[†]Corresponding author : sjbae@chonnam.ac.kr

이 논문은 2017년도 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(BK21플러스 사업, S17AR43D0801)

을 목적으로 재활용 대상의 가치를 보다 상승시키는 디자인 행위 또는 그 결과물'이라 요약할 수 있다. 다시 쓰는 것이 리사이클링이라면, 업사이클링은 오래되고 낡은 것에 독창적인 디자인을 더해 고부가가치 상품으로 재창조 한다는 의미이다.

이러한 업사이클링 디자인의 발생배경에는 패스트 패션의 등장으로 환경오염이 심각해지기 시작하자 이를 해결하기 위한 디자인 철학으로 친환경 디자인이 등장하였다. 친환경 디자인은 '그린 디자인(Green Design)', '에코 디자인(Eco Design)', '지속가능한 디자인(Sustainable Design)'으로 발전해왔고 현재 메가 트렌드인 지속가능한 디자인에 영향을 받아 지속가능한 패션의 일환으로 업사이클링 패션이 주목받고 있다.

3. 결과 및 고찰

국내 업사이클링 패션브랜드 레코드, 리블랭크, 에코파티메아리에 사용되는 소재유형에는 크게 폐섬유, 폐가죽류, 폐비닐류로 분류할 수 있었다. 먼저 레코드는 코오롱인더스트리가 2012년에 시작한 대기업 최초 업사이클링 브랜드로 레코드는 출시된 지 3년이 지난 계열 브랜드의 재고의류를 주된 소재로 하는 인벤토리 컬렉션(Inventory Collection)과 에어백, 카시트 등의 산업폐기물을 사용하는 인더스트리얼 컬렉션(Industrial Collection), 오래된 군용품들을 재료로 하는 밀리터리 컬렉션(Military Collection)까지 소재의 폭을 넓혀가고 있다. 레코드는 특히 재고의류를 주로 사용하여 제품을 만들고 있었다. 리블랭크는 버려지고 낭비되는 폐자원을 업사이클링 디자인하는 사회적기업으로 가방과 소품을 주로 판매하고 있다. 가방에는 주로 비닐의 일종인 타폴린 소재, pvc소재 옥외임시텐트원단을 사용하고 있으며 지갑 및 소품에는 주로 가죽 자투리 원단, 텐트원단을 사용하여 제품을 제작하고 있다. 에코파티메아리는 아름다운가게 업사이클 디자인 브랜드로 주로 가방과 패션잡화를 만들어 판매하고 있다. 가방에는 재활용 섬유인 페데님, 페수트, 타폴린소재 어닝, 폐가죽 소재가 사용되고 있다.

위 세 브랜드의 소재를 분석한 결과, 레코드는 생산 후 3년동안 판매되지 않은 재고재품을 해체하여 제품을 새롭게 디자인하거나 자투리원단(셔츠, 니트 등)과 부자재를 사용하여 기존 재고의류에 장식용도로 사용하고 있어 의류를 최대한 활용하여 제품디자인 하는 것이 특징이다. 리블랭크의 경우 타폴린, PVC소재의 옥외임시텐트를 이용하여 가방을 제작하고 있다. 또한 가죽소재는 자재의 수급이나 작업효율성이 쉬운 소재이기 때문에 지갑, 필통 등 패션소품 제작에 적합하여 제품제작에 활용되고 있다. 에코파티메아리의 경우 재활용 소재의 특성상 견고하고 온도, 습기, 마찰 등에 대한 내구성, 방수성, 난연성이 강한 기능성 소재(데님, 텐트, 천수막, 에어백 등)를 사용하여 제품을 제작하고 있었고, 종이의 경우 종류와 질감에 따라 다양한 특징의 디자인으로 제작하기 용이하다는 장점이 있어 노트, 연필 등 문구류로 활용되는 특성이 있었다.

4. 결론

소재를 브랜드별로 분석한 결과 업사이클링 패션 브랜드는 재활용 소재가 한정되어 있지만 다양한 소재와 디자인을 개발함으로써 제품화시키고 있었다. 레코드의 경우 주로 재고의류를 이용하여 다시 의류로 제작하여 판매를 하고 있는 것이 특징이며, 리블랭크의 경우 내구성, 방수성, 기능성이 좋은 타폴린류의 소재를 활용하여 가방을 제작하였고, 에코파티메아리는 폐의류 중에서 소재가 단단한 데님이나, 자켓을 이용하여 가방을 만들거나 폐종이로 연필을 만드는 등 문구류 까지 확장하여

제품을 디자인하여 판매하고 있었다. 결과적으로 위 세 브랜드 모두 재활용 섬유를 활용한 제품 디자인개발이 많았으며 각 브랜드에서 사용되는 소재와 아이템의 비중에 차이가 있음을 확인할 수 있었다.

■ 참고문헌

정경희 · 이다혜 · 배수정(2016). 지속가능 패션브랜드에 나타난 소재특성. 2016한국의류학회추계 학술대회프로시딩, 203.

오유진(2015). 업사이클링 패션디자인의 방법 및 특성. 한양대학교대학원 석사학위논문.

케이트 플레처(2008), 이지현·김수현 옮김(2011). 지속가능한 패션 & 텍스타일. 교문사.

시물라시옹 관점에서의 한국적 패션디자인 이미지

김한나 · 서승희
성균관대학교 의상학과

1. 서론

글로벌 시대에 한국적인 패션과 문화 가치는 세계인과 공유하는 하나의 문화코드로 자리하고 있으며, 한국적인 패션디자인은 전통과 현대적인 요소의 결합으로 현대패션에서 전통적 이미지를 유지하고 있다. 현대를 이미지의 시대로 정의하고 있는 장 보드리야르(Jean Baudrillard)의 시물라시옹(simulation)이론은 원본의 반영으로 나타난 이미지가 아닌 이미지 자체가 주체가 되는 현상, 하이퍼리얼(hyperreal)에 기반을 두고 있다. 즉, 이미지는 수평적인 개념으로 혼합되어 만들어지거나 미디어를 통하여 원본보다 더 뛰어난 미적 우위를 지닌 이미지를 갖게 되어 소비를 부추기는 호소력을 지니게 된다. 이렇게 이미지는 부속물이 아닌 중심에 있음을 알 수 있다.

시물라시옹 이론과 관련된 패션에서의 선행연구로는 밀리터리룩, 모조 빈티지룩, 젠더플레이룩, 페이크룩과 같이 특정 패션룩을 시물라시옹 이론으로 분석한 연구가 있으며 본 연구에서의 연구대상인 한국적 패션디자인 이미지들을 시물라시옹 관점에서 분석한 연구는 전무하다. 이에 본 연구는 시물라시옹 이론을 바탕으로 한국적인 패션의 이미지 변화에 따른 시물라시옹 현상을 분석하는데 목적이 있다. 연구방법으로는 한국복식 및 장 보드리야르의 시물라시옹 이론과 관련된 서적과 선행 연구를 바탕으로 한 문헌연구로 진행되었다. 또한 패션 이미지 분석은 최근 10년간 발표된 사례조사를 통해 연구되었으며, 사진자료는 패션정보회사인 퍼스트뷰코리아, 국내 대표 패션산업 행사인 서울패션위크, 패션전문잡지사인 보그, 문화체육관광부 산하 기관인 한복진흥센터의 자료를 중심으로 조사되었다.

2. 이론적 배경

한국 전통 복식인 한복의 기본 구조는 유(저고리), 고(바지), 상(치마), 포(두루마기)이다. 한복은 기본 구성을 유지하면서도 당대의 생활 문화와 시대 상황, 미의식 등의 역사적 흐름에 따라 그 형태와 구조가 다양하게 변화해왔다. 오늘날 한복은 조선시대의 형태를 기본적으로 따르며, 입은 사람의 움직임, 자연스러운 곡선, 또는 외부의 영향에 따라 흔들리는 유연함을 지향한다. 한복의 색채는 풍토, 사상, 주술, 조화미에 따른 배색방법에 따라 형성되고, 소재는 대표적으로 견, 마, 면의 천연 섬유가 주로 사용되며, 문양은 짐승, 조류, 어패류, 곤충, 양서류, 식물, 광물, 기물, 기하 문양 등으로 구분된다.

한국적 이미지는 역사적 발전 속에서 형성되어온 한국의 복식미를 바탕으로 창조된 가시적 형상으로, 이로부터 느껴지는 분위기, 연상, 심상, 감각 등의 총체적인 개념이다. 한국적 패션디자인은 한국 고유의 정서나 미감을 시각적 요소 혹은 이미지를 패션디자인에 활용한 것이라 할 수 있으며, 나아가 한국의 문화와 정서를 담은 보편적인 패션디자인이다.

장 보드리야르는 이미지가 독립성을 획득하는 단계에 이르기까지 이미지의 연속적인 변화 단계를 4단계로 기술하였다. 1단계 이미지는 깊은 사실성의 반영이다. 2단계 이미지는 깊은 사실성을 감추고 변질시킨다. 3단계 이미지는 깊은 사실성의 부재를 감춘다. 4단계 이미지는 그것이 무엇이든간에 어떠한 사실성과도 무관하다. 즉 이미지는 자기 자신의 순수한 시뮬라크르(simulacre)이다.

3. 시뮬라시옹 관점에서의 한국적 패션디자인의 이미지 변화 단계

한국적 패션디자인의 이미지는 장 보드리야르 이미지의 연속적인 4단계에 적용된 총 130장의 사례를 분류하여 분석하였다. 1단계에 해당하는 이미지는 전통적 복식구조 형태로 상체는 밀착되고 하체는 풍성한 하후상박구조의 전통한복으로 한국인들이 조선시대 이후 오랜 기간 착용해 온 역사적 전통성을 지닌 실재 원본에 해당한다. 2단계의 이미지는 원본인 전통한복의 구조와 유사하지만 전통적인 규율에 얽매이지 않아 한복 저고리와 치마의 기본적인 원본 형태는 유지하되 주관적인 개입으로 소재와 색상, 문양, 장식, 프린팅 등의 디자인 요소 일부가 현대적으로 변질된 것이다. 3단계는 전통한복과 한국적 요소가 서양복식의 입체적인 구조와 융합된 형태이다. 주로 이영희, 백지애, 캐롤리나 헤레라(Carolina Herrera)와 같은 디자이너의 한국적 디자인 작품으로 전통 한복에서 벗어나 한국적인 미적 특성을 보여주는 현대 한국적 패션디자인의 드레스 형태로 확인할 수 있다. 이는 원본의 실재 형태에서 거의 벗어난 시뮬라크르 직전의 도입단계이다. 4단계는 전통한복의 원본에서 완전히 벗어나 한국적 이미지와 디테일 요소에 현대적인 감각과 실용성이 가미되었다. 샤넬(Chanel), 이상봉, 박춘무의 한국적 디자인 작품에서 한국적 디자인의 원본인 전통한복과는 전혀 무관한 새로운 형태의 한국적 패션 디자인으로 표현되었다. 즉, 실재가 아닌 것이 더 실재 같이 보이는 하이퍼리얼리티(hyperreality)인 시뮬라크르가 된 것이다.

4. 결론

한복은 세계화에 따라 전통복식의 이미지만이 아닌 독특한 한국적 패션디자인으로 만들어져 왔으며, 원본인 전통한복을 넘어서 대중에게 새로운 패션의 형태로 표현되고 있다. 이미지는 원본에 대한 부가적인 산물이 아닌 이미지 자체가 주체가 된다는 것을 정의한 장 보드리야르의 시뮬라시옹 이론을 통하여 본 연구에서는 하나의 전통복식이 현대적인 패션으로 진화해온 이미지를 분석해 봄으로써 한국적 패션디자인의 변화 과정을 확인 할 수 있다.

■ 참고문헌

- Gong, M. S. & Chae G. S. (2004). Development of korean fashion design for the world market. *Journal of the Korean Society of Costume*, 54(2), 1-9.
- Kim, M. J. (2009). *Finding the je-daum of korean fashion design: focusing on the aesthetics of tradition and its modern adaptations*. Seoul, Korea: Seoul National University Press.
- Lee, S. L. (2011). A study on the hyperreal in the military look: from the industrial age to modern times. *Journal of the Korean Society of Costume*, 61(3), 83-96.

극채색의 역동성을 활용한 사이키델릭 패션디자인 연구

조용우 · 이연지 · 엄소희[†]
강릉원주대학교 패션디자인학과

1. 연구목적

본 연구는 1960년대에 히피족과 예술가에 의해 도입된 예술양식인 사이키델릭과 현대 복식과의 상호 연관성에 대한 연구로, 현대패션에 도입되어 활용되는 사이키델릭 아트와 조형성과 표현방식을 이해하고 사이키델릭의 특성인 극채색의 역동성을 적용시킨 디자인을 제안하고자 한다. 사이키델릭에 표현된 자유와 무질서함 속에서 나타나는 새로운 아름다움을 패션디자인의 예술적 가치로 제고 시킴으로써 획일화된 아름다움을 넘은 더욱 넓은 범위에서 새로운 패션디자인의 발전 가능성을 제시하는 데에 연구의 의의가 있다. 이러한 연구는 다양한 분야에서 새로운 영감의 원천을 제공할 뿐만 아니라 현대인들의 감성적 요구에 부합하는 고부가가치 디자인의 발전적 방향 모색에 도움이 될 것이다.

2. 연구방법 및 내용

연구 방법은 문헌을 통해 사이키델릭의 개념과 사회문화적 배경을 살펴보고, 사이키델릭과 관련된 국내외 전문서적, 선행 논문, 학회지 및 인터넷 자료를 수집하였다. 수집한 69점의 사이키델릭 작품을 기반으로 색채적 특성을 분석하여, 최근 3년간의 컬렉션에 나타난 사이키델릭을 이용한 65점의 사례에서 역동미를 확인하고자 하였다. 이러한 이론 연구를 바탕으로 극채색을 사용하는 사이키델릭의 역동적 특징을 응용하여 소비자들의 미적인 욕구를 충족시킬 수 있는 실험적이면서 독창적인 패션디자인 작품을 개발하였다.

3. 결과 및 고찰

연구 결과, 사이키델릭 아트는 주조색과 보조색은高明度, 강조색은 고채도의 핑크, 보라, 노랑, 연두 등의 색상을 주로 사용하였다. 패턴은 방사선 문양, 물결 문양을 불규칙적으로 사용하였는데, 환각적 효과는 무늬의 모양보다 색채에 의해서 전달되는 경우가 대부분이었으며, 환각적인 느낌의 무늬가 환각적인 색채로 표현되었을 때 더욱 사이키델릭의 환각성이 더욱 도드라졌다. 사이키델릭의 특성인 극채색의 역동성은 환각적인 네온색상과 몽환적인 색, 선명하고 현란한 색을 사용하여 색상 차이가 큰 고명도 고채도의 색상 대비와 동시 대비의 사용으로 경쾌한 운동감과 생동적인 느낌의 역동적 배색형태로 표현되었다. 또한 물결이나 회전, 출렁임 같은 동적인 요소들을 사용하여 생동감있는 패턴을 구사함으로써 극채색의 시각적인 자극을 역동적으로 표현하기도 하였다.

[†]Corresponding author : simple8401@gwnu.ac.kr

현대 패션에서는 선명한 원색의 보색대비와 무채색의 무게감을 조합하여 형광색을 포인트로 주는 배색 효과로 몽환적이고 퇴폐적인 느낌을 표현하는 것이 주를 이루었다. 자극적인 색채만큼 극채색의 역동성 표현에 중요한 것은 문양 자체의 형태와 표현방식으로, 현대 패션에서는 직선과 곡선을 불규칙하게 교차 배치하여 몽환적이고 화려한 패턴으로 장식함으로써 시각적 대비현상과 눈의 환각 상태를 일으키며 역동적이고도 격렬한 이미지를 주기도 하였다. 또한 광택이 있는 금속 표면과 같은 재질감의 메탈릭한 소재를 사용하여 빛이 반사되며 다양한 컬러가 뒤섞여 미스터리한 분위기를 더욱 가미시키기도 하였다.

이러한 연구 결과에 유기적 곡선으로 극채색의 역동성을 더욱 부각시켜줄 러플, 플라운스 디테일을 더하여 사이키델릭 패션디자인 작품 9점을 개발하였다.

4. 결론

본 연구에서는 극채색의 역동성에 초점을 두고 이를 활용한 사이키델릭 작품개발을 시도하였다. 다양한 원색으로 무의식에 의한 우연성을 나타내는 마블링 기법을 사용한 패턴을 개발하여 미묘한 문양의 흐름이 울동감을 주어 극채색의 역동성을 나타내었다. 또한 러플과 플라운스 디테일을 다양한 층으로 겹겹이 구성하여 섬세하게 펼쳐이는 느낌을 강조함으로써 작품에 생동감을 더욱 가미시켰다.

연구를 통해 개발된 극채색의 역동성을 활용한 사이키델릭 패션디자인은 소비자로 하여금 시각적 흥미를 불러 일으켜 급변하는 패션의 변화 속에서 시대적 감각에 맞는 디자인의 방향성을 제시할 것으로 기대한다. 뿐만 아니라 이미지 특성을 응용하여 이를 현대 패션에 적용하는 것으로 이루어진 본 연구를 통해 창조적인 표현 예술의 영역을 확대하여 고부가가치 상품을 개발하는 디자인의 한 방향으로서 패션문화의 향상과 발전을 도모하는데 기여할 수 있을 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

- 김연희(2006), 현대패션에 나타난 사이키델릭 아트, *영남대학교 석사학위논문*
- 김미경(2005), 사이키델릭 패션의 디지털 이미지에 관한 연구, *영남대학교 석사학위논문*
- 박순천(2003), 현대패션에 표현된 사이키델릭에 관한 연구, *복식문화학회*, 93-94

법을 통해 바라본 패션에 대한 인식 변화에 대한 고찰

-사치금지법과 디자인 보호법을 중심으로-

박진영* · 이지은* · 이정수†

*홍익대학교 일반대학원 의상디자인학과
홍익대학교 미술대학 섬유미술패션디자인과

지난 몇 세기 동안 패션 산업은 지속해서 발전해왔으며 특히 최근 몇십 년 동안 괄목할만한 성장을 맞이하면서 패션 사업이 전 세계적으로 가장 크고 중요한 산업 중의 하나로 급부상했다. 이에 따라 패션 산업을 보호하기 위한 법 또한 함께 발전해왔다. 하지만 역사 속에서 패션의 지위는 지금과는 사뭇 달랐다. 그것은 보호의 대상이라기보다는 제재의 대상이었다. 한 나라에 국한되지 않고 전 세계에 걸쳐 '사치 금지령'이 존재했는데 이는 사치와 낭비를 없애기 위해 의복, 장신구 등의 사용에 있어 화려한 장식을 없애도록 한 국가적인 명령이었다. 이러한 역사 속의 법과 현재 패션 분야의 법 제도 사이에 존재하는 엄청난 간극을 목격하고 법이라는 새로운 시선으로 시대의 변화를 읽어내고 패션 산업의 과거와 현재를 비교함으로써 패션의 인식 변화를 법이라는 틀 안에서 고찰해 보고자 한다.

본 연구의 목적은 미래 패션계에 대한 법의 태도와 역할은 어떠해야 하는지에 대한 시사점을 찾는 것이다. 국내외에서 시대를 막론하고 흥수처럼 넘쳐났던 복식에 대한 규제법(사치 금지법)과 최근 큰 관심 속에 발전하고 있는 패션 보호에 관한 법(디자인 보호법)이 특정 시대, 특정 집단의 복식에 대한 규정이라는 점에서는 같지만 그 입법 동기와 방법에서 나타나는 현저한 차이를 밝히고 그 속에 나타난 패션의 의미 변화를 연구하고자 했다.

본 연구의 방법으로는 삼국 시대의 <삼국사기> 및 조선 시대의 <가체신금사목>에 대한 사료 연구와 더불어 현 <디자인 보호법>과의 비교고찰연구이다. 이를 위해 과거와 현재 국내외에 존재하는 의복에 관한 법을 조사하였고 그중 본 연구에 의미가 있는 법 조항을 추려 연구 목적에 맞게 분류한 후, 공통점과 차이점을 살펴보았다. 국내 복장에 대한 규제의 연구 범위는 삼국시대부터 1970년대에 존재했던 복식에 관한 법으로서 구체적으로는 삼국시대의 복식 금제와 조선시대의 복식 금지령이 주된 연구 대상이 되었다. 한편, 패션 보호에 관한 법의 연구 대상은 2005년 제정된 '디자인 보호법'으로, 현재에 존재하는 디자인 '보호'를 위한 법령으로는 특허법, 저작권법, 상표법 등 다양한 법이 존재하지만 그 중에서도 본 법은 '디자인'을 그 보호 대상으로 삼고 있다는 데에 의의가 있다고 판단하였다.

연구를 진행한 결과, 과거와 현재의 패션에 대한 법의 태도 변화에 대해 '금지'와 '보호'라는 상반된 키워드를 추출할 수 있었다. 법을 살펴보면 삼국시대에 존재했던 복식 금제는 역사를 거쳐 불과 몇

†Corresponding author : jsoolee@hongik.ac.kr

십년 전인 1970년대까지 계속되어왔다. 국내뿐 아니라 해외에서도 동일한 경향을 보이는데 이태리의 돈나이오 법령, 독일 및 영국의 복식 금제 등이 그 근거이다. 반면 현재에 존재하는 패션에 관한 법은 국내외 모두 패션 산업을 적극적으로 보호하고 장려하는 경향을 보였다. 특기할만한 점은 삼국 시대부터 현재까지 시대와 제도를 막론하고 패션에 대한 관심, 패션을 통한 자기표현은 끈질기게 계속되어 왔다는 것이다. 그런 의미에서 법의 이러한 태도 변화는 의복을 통한 자기 표현 욕구에 대한 향복이며 패션이 가지는 예술적 가치에 대한 인정이라고 할 수 있겠다.

혹자는 AI시대의 도래, 소셜 네트워크 서비스 기반의 발달 및 모바일의 사용 등으로 디자인 뿐 아니라 생산 및 마케팅까지도 모두 기계가 대체할 날이 올 것이라 전망하고 있고, 한편에서는 3D프린팅 기술의 발달로 모든 가정에서 자신이 원하는 디자인의 옷을 얼마든지 프린팅하게 될 날이 올 것이라 예측하고 있다. 이상의 결과를 토대로 미래 패션계에 대한 법의 태도와 역할은 단순히 경제적인차원을 넘어 윤리적인 태도로 디자인의 예술적 가치를 인정하고 그 권리를 보호하며 동시에 자유로운 창작활동이 가능한 방향으로 발전해야함을 시사하는 바이다.

연구 범위를 사치 금지법과 디자인 보호법에 한정하여 전체적인 법의 흐름이나 복식의 변화에 대한 연구의 부족함은 있었지만, 앞으로 더 다양한 사료를 바탕으로 법과 패션에 대한 다각적 연구가 이뤄지길 바란다.

■ 참고문헌

- 金惠淑 (1998), 新羅統一期 政治的 狀況과 服飾研究, *服飾文化研究*, 6(2), 服飾文化學會.
- 박장렬 (2012), *원문과 함께 읽는 삼국사기*, 한국인문고전연구소.
- 박종성 (2010), *패션과 권력*, 서울대학교출판문화원.
- 林裁永 (1998), *유교가 조선시대 복식발달에 미친 영향에 관한 연구*, 論文集, 漢城大學校, 22(1).
- Catherine Killerby (2002), *Sumptuary Law in Italy: 1200-1500*, New York Oxford University Press.

국내 온라인 편집샵의 리테일 전략과 특성

한자영

국제대학교 패션디자인과

최근 패션 유통업체들은 점점 다양해져가는 소비자 욕구를 충족시키기 위하여 라이프스타일로 카테고리 확장을 하고 패션 리테일러 역시 단일 브랜드보다는 다양한 브랜드 제품 가운데 선택이 가능한 편집샵이 트렌드로 떠올랐다. 패션 전문 편집샵은 2개 이상의 패션 브랜드 제품을 함께 판매하는 리테일 형태를 말하며 멀티샵, 셀렉트샵이라고도 불린다. 주로 다품종 소량생산의 방식을 따르며, 적게는 두 개에서 많게는 수 십 가지의 패션 브랜드 제품을 구비해 소비자가 취향에 맞는 물건을 다양한 범위에서 고를 수 있다는 장점이 있다. 국내에서는 1990년대 말 백화점이나 패션전문기업의 주도하에 다양한 해외브랜드를 선보이며 오프라인 매장으로 등장하였으며 2000년 중반 이후 대기업의 유명 브랜드 위주의 편집샵과 더불어 다양한 가격대와 대중적 콘텐츠의 오프라인 편집샵이 대거 런칭하면서 수많은 편집샵들이 경쟁 속에서 성장, 진화하여 왔다. 현재 국내 편집샵은 성숙기에 접어들어 일부 경쟁력 없는 샵은 사라지고 라이프 스타일 토탈 편집샵이나 온라인 편집샵 등 차별화된 컨셉의 편집샵 등이 부상하고 있다.

특히 국내 온라인 편집샵들은, 최근 몇 년 동안 온라인 시장이 오프라인 규모를 넘어서는 가운데 해마다 두 세배의 폭발적인 성장률을 보이며 주목받고 있다. 따라서 본 연구는 이러한 국내 온라인 패션 편집샵의 대표라고 할 수 있는 무신사, W 컨셉, 29CM의 3사를 대상으로 그 현황을 파악하고 우리나라 온라인 편집샵의 리테일 전략과 특성을 조명하는데 그 목적이 있다. 왜냐하면 이 온라인 편집샵들은 디지털 시대의 온라인 마켓 성장과도 맞아떨어지지만 각 리테일러별로 고유한 브랜드 가치와 전략으로 인해 까다로운 소비자와 많은 경쟁자들 사이에 성장할 수 있었다고 보여지기 때문이다. 더욱이 이들 편집샵은 오프라인 패션 리테일의 확장된 형태가 아니라는 점에서 최근 런칭했거나 런칭하고자 하는 많은 패션전문 온라인 물을 위해 마케팅적 시사할 수 있다는 의의가 있다.

패션전문 온라인 편집샵의 큐레이팅에 관한 연구를 한 김수진(2016)은 국내외 온라인 편집샵의 취급상품, 대상, 가격대, 특징, 디자인 등 다섯 가지 영역으로 나누어 사례 조사를 하였는데 이때 각 편집샵의 전략 분석보다는 큐레이팅 방안 제시에 초점을 두었다. 이와 달리 본 연구는 국내의 성공적인 온라인 패션 편집샵을 대상으로 각 편집샵의 브랜드 가치와 운영 방안에 대한 조사 분석을 통하여 보다 전략적인 편집샵 운영 모델 사례를 제시하고자 한다.

본 연구의 흐름은 이론적 배경으로 국내 패션 편집샵의 발전 과정, 국내외 온라인 편집샵의 현황을 문헌을 통해 정리한 뒤 실증적 조사로 국내 대표적인 온라인 편집샵 3사인 무신사, W 컨셉, 29CM를 대상으로 온라인몰의 컨셉과 함께 사이트 구성, 표적 고객, 입점 브랜드 특성 등 전반적 사항에 대해 조사하였다. 다음으로 각 편집샵마다 구사하는 다양한 마케팅 전략에 대해 패션관련 기사를 통해 파악함으로써 성공적인 온라인 패션 편집샵을 위한 전략 사례를 제시하고자 하였다.

현재 고속 성장을 보이고 있는 우리나라 대표적인 온라인 패션 전문 편집샵들은 각기 다른 표적 시장과 차별화된 컨셉으로 서비스를 제공하면서 소비자와 리테일러의 가치를 공유하고 있었다. 무신사의 경우 10대에서 20대의 남성을 표적시장으로 스트리트 캐주얼을 지향하고 있었고 W 컨셉은 여성 고객의 트렌드 니즈를 가장 정확하게 파악하고 판매하는 플랫폼으로서 신진 디자이너의 인큐베이팅 역할을 하고 있었다. 29CM는 감도 있는 라이프스타일에 전반에 걸친 색다른 구성과 함께 신규 브랜드의 스토리텔링과 아이덴티티를 선보임으로써 개성 있는 셀렉트샵으로 차별화하고 있었다.

이상의 현황 파악을 통해 분석해 낸 국내 온라인 패션 편집샵의 전략 방향은 다음과 같다. 첫째, 기존의 편집샵들이 판매를 대행하는 유통업체에 불과했던 반면 최근 성공한 온라인 편집샵들은 입점 브랜드와의 상생을 위한 동반성장을 추구하고 있었다. 입점 브랜드의 기획력 강화를 위해 사업자금 지원이나 정산대금 조기지급과 같은 직접적인 지원은 물론 신진디자이너와 콜라보레이션한 상품 기획으로 수익 쉐어에 이르기까지 여러 방면으로 브랜드성장을 지원하고 있었다. 이렇게 온라인 편집샵을 통해 성장한 신규 브랜드들은 오프라인 리테일러들이 선호하는 브랜드가 되면서 역진출하게 되면서 가능성 있는 신진브랜드를 성장시키기도 하였다. 이러한 측면은 공급과잉의 리테일 시장에 대기업 주도의 외형을 변화시킬 수도 있다는 점에서 매우 고무적이다. 둘째, 가격 경쟁력에 의한 경쟁우위를 추구하기 보다는 다양한 기획 이슈를 통해 입점 브랜드의 감성을 소비자에게 소구하고자 한다는 점이다. 온라인 편집샵들은 다양한 방식으로 콜라보레이션을 기획하였고 특히 W컨셉은 자체 브랜드「프로트로우」와 신진디자이너가 협업한 제품을 판매함으로써 리테일러이자 브랜드로서 차별화된 감성을 보여주기도 하였다. 아울러 무신사는 서브컬처와 스트리트 패션을 다루는 웹진을 통해 소비자의 하위문화 감성을 공유하고 있었다. 셋째, 온라인 편집샵은 온라인 유통업체답게 PC나 모바일 등 디지털 환경에 최적화된 콘텐츠 및 혁신적 플랫폼을 지향하고 있었다. 독특한 몰 비주얼과 미디어 콘텐츠로 쇼핑어플 디자인상을 수상한 29CM, 선호하는 카테고리를 자유자재로 변경할 뿐 아니라 이미 구매한 의류와 스타일링 되는 소품이 연계되는 ‘스마트픽’ 기능을 탑재한 W 컨셉, 빅데이터를 활용하여 고객이 선호하는 상품 이미지를 분석하고 유사상품을 추천하는 무신사의 스마트 서치 등은 각 온라인 편집샵의 차별화를 위한 전략방안이자 기술적, 시대적 환경에 따른 발빠른 적응 전략이라 볼 수 있다.

■ 참고문헌

- 김수연(2010). 국내 패션멀티브랜드 스토어의 유형과 전략적 방향. 건국대학교 석사논문
- 김수진(2016). 온라인 편집샵 큐레이터에 관한 연구, 이화여자대학교 석사논문
- 무신사·W컨셉·29cm의 온라인 삼국지, 패션인사이트, 2017.08.20.
- 무신사·힙합퍼·W컨셉·29CM·쇼핑몰4社, 패션계 새로운 구원투수로. 한국섬유신문. 2016.01.07
- 온라인 플랫폼 목표 초과 달성. 무신사·W컨셉·29CM 고성장 (2016).<https://apparelnews.co.kr>
- 무신사, W 컨셉, 29CM 온라인시대. 3인3색 전략은? (2017.4.24.) <https://www.fashionbiz.co.kr/>

구찌-알렉산드로 미켈레 의상 디자인에 나타난 로맨티시즘 특성 연구

김진영[†] · 간호섭^{*}

홍익대학교 대학원 의상디자인, ^{*}홍익대학교 섬유미술패션디자인과

구찌(Gucci) 하우스는 루이비통(Louis Vuitton)과 함께 대중에게 잘 알려진 명품 브랜드이다. 고유의 로고와 함께 레드, 그린이 어우러진 상징 라인은 구찌를 대표하는 디자인이다. 그러나 최근 10년간 구찌는 로고 리스 트렌드와 함께 젊은층의 선호도가 낮아지고 그에 따라 매출이 하락하는 등 많은 고전을 겪었다. 이러한 고전을 극복하고자 구찌 그룹에서는 유명한 디자이너 대신 사내 디자이너 중의 한 사람을 새 크리에이티브 디렉터로 임명하였다. 기존의 틀에 벗어난 신선한 인재 발탁은 매출 상승으로 이어졌고, 18년 만의 최고 주가를 기록, 패션 불황기 속 50%의 매출 신장을 보이는 등 브랜드의 전성기를 맞이하였다. 알렉산드로 미켈레가 크리에이티브 디렉터로 등장한 지난 3년간의 구찌는 식상한 명품 브랜드에서 세계의 명품 소비자들의 주목을 받는 인기 브랜드로 거듭났다. 구찌는 세계 명품 시장의 침체기 속에서도 괄목할 만한 성장세를 보이며 톰포드가 이끌던 90년대 전성기를 다시 한번 맞이하였다. 패션 평론가들은 알렉산드로 미켈레(Alessandro Michele)가 보여준 디자인에 대해 빈티지의 미학 혹은 로맨티시즘, 신 장식 주의라는 평가를 한다. 실제로 그의 컬렉션을 살펴보면 70년대록, 바로크·로코코 시대 문화, 중국풍의 동양적 이미지 등 다채로운 과거 문화유산에 영감을 받아 재창조한 작품이 많이 보인다. 이러한 표현에 나타난 문화적 경향을 살펴보면 18세기 후반을 거쳐 19세기 화려하게 표현되었던 로맨티시즘 시대의 표현 양식과 유사한 경향이 많이 나타났다.

이에 본 연구는 알렉산드로 미켈레 의상 디자인의 조형적 분석을 통해 그 특성을 살펴보고 이를 로맨티시즘의 미적 특성과 비교하여 연구함으로써 그의 작품에서 나타난 로맨티시즘 특성에 대해 도출하고자 함에 그 연구의 목적이 있다. 알렉산드로 미켈레의 디자인 전개 방식은 과거 문화에 영감을 받아 표현하는 디자인 전개 방식 중 하나이다. 그러나 창의적 표현 방식은 사람들에게 새로움을 불러일으키고, 신드롬을 일으킬 만큼 독보적인 디자인으로 평가 받는 점이 패션디자인 연구로서 그 가치를 지닌다. 또한, 명품 하우스가 기존의 명성이나 마케팅을 통해 매출을 올린 것이 아닌 디자인 혁신을 통해 새로운 전성기를 맞이했다는 점에 그의 의상 디자인은 디자인만으로도 연구의 의미가 있다. 또한, 알렉산드로 미켈레의 디자인에 나타난 로맨티시즘 특성을 연구함으로써 현대의 패션 흐름에 나타난 로맨티시즘을 살펴본다는 점에 연구의 의의가 있다.

본 연구의 연구 방법으로는 이론적 고찰로서 문헌 연구를 통한 로맨티시즘의 개념 및 로맨티시즘 양식의 미적 특성을 선 연구하였다. 연구의 범위는 알렉산드로 미켈레가 구찌의 크리에이티브 디렉터로 재직하던 2015 F/W ~ 2017 F/W 까지 3년간 밀라노 컬렉션(Milano Collection)에 발표된 구찌 여성복 컬렉션 이미지 317개 자료를 기준으로 사례 연구 방법을 통해 일정 기준에 따라 시각

[†]Corresponding author : high51318@hanmail.net

적으로 보이는 조형적 특성을 분석하였다. 단 연구의 범위로 여성복 컬렉션에 발표된 의상 중 남성 모델이 착용한 이미지는 제외하였다.

로맨티시즘의 이론적 고찰을 위해 회화, 조각, 건축, 패션 등 예술 분야에 나타난 로맨티시즘 양식의 특성을 분석하여 도출된 로맨티시즘의 미적 특성은 다음과 같다.

첫째, 상상력과 직관에 의한 감정 표현을 화려한 색채로 표현하거나 섬세한 디테일로 환상적으로 표현한 장식성, 둘째, 동방문화에 대한 동경을 표현 동기 및 주제로 사용한 표현 특성이 보이는 이국성, 셋째, 어울리지 않는 이질적인 조합 및 새로운 기술 발달로 신기술과 구기술을 결합하여 새로운 형태의 이미지를 창조한 결합성, 넷째, 로코코, 르네상스 시대, 고딕 양식 등 과거의 문화유산을 바탕으로 새로운 문화를 창조하고자 하는 복고성의 5가지 특성으로 나타났다.

이렇게 도출된 로맨티시즘의 미적 특성을 바탕으로 Alessandro Michele의 의상디자인에 나타난 로맨티시즘의 특성을 살펴보면, 첫째, 레이스, 실크, 시퀸, 벨벳 등 화려한 텍스처의 소재 사용, 다채로운 칼라조합을 통한 화려한 이미지 연출, 러플 및 프릴 등 장식적 디테일의 로맨틱한 사용 등에서 장식성의 특성이 도출되었다. 둘째, 중국풍의 디테일, 텍스타일 패턴을 활용하거나 일본풍의 악세사리를 사용하여 동양의 문화를 유럽인의 감성으로 재해석하여 표현한 이국성이 나타났다. 셋째, 벨벳과 시스루 등 질감이 전혀 다른 이질적 소재의 결합, 서양의 클래식백에 새겨진 동양적 자수의 조화 등 전혀 다른 성질의 것의 결합을 통해 제3의 아름다움을 창출하는 결합성이 보인다. 넷째 바로크, 로코코와 같은 전통문화나 70년대 빈티지룩에서 디자인의 영감을 받은 당시의 표현 양식을 활용하여 현대적으로 재해석한 복고성이 나타났음을 알 수 있다.

본 연구에서는 시각적 이미지만을 가지고 분석함에 연구의 한계를 갖는다. 또한, 알렉산드로 미켈레가 보여준 디자인 경향이 3년의 다소 짧은 기간으로 이후의 후속연구를 통해 그의 디자인 경향을 심도 있게 연구해야 하는 후속 과제가 있다. 그러나 과거의 구찌의 이미지에 얽매이지 이거나 명품 브랜드의 명성에 기대지 않고 신인이 선보이는 새로운 디자인으로 브랜드를 새롭게 하였다는 점에 있어서 그의 디자인은 디자인 자체만으로 큰 가치를 가진다. 이 연구를 통해 디자이너가 과거의 미학을 영감의 원천으로 삼아 새로운 것을 창조해 내는 과정에 대해 다시 한번 이해하고 이를 토대로 로맨티시즘이 반영된 창조적인 패션 디자인이 나오길 기대한다.

■ 참고문헌

- Berlin. I. (2011). *The Roots of romanticism.* (Kang. Y. W, Trans.). Seoul, Republic of Korea:E.J books.(1965)
- Born. W. (2003). *Romanticism and art.* (Ma. S. J, Trans.). Seoul, Republic of Korea:Sigong art. (1978)
- Des Cars. L. (2001). *Orsay Museum,* Seoul, Republic of Korea:Changhae.

키스헤링의 낙서화 특성을 활용한 그래피티 패션디자인 연구

강수지 · 이연지 · 엄소희*
강릉원주대학교 패션디자인학과

1. 연구목적

본 연구의 목적은 그래피티 아트의 작가 중 가장 주목받고 있는 키스 헤링의 낙서화 작품에 나타난 특성을 도출하여 이를 반영한 그래피티 패션디자인을 개발하는 것이다. 현대 패션에서 그래피티를 활용한 작품은 텍스타일 디자인이나 패션 프린트 기법으로 작품의 이미지를 차용하는데 그치고 있는 실정으로, 본 연구에서는 키스 헤링의 간결하면서도 역동적인 선과 울동감 있는 상징적인 형상들을 표현한 그래피티 작품을 패션디자인에 접목할 수 있는 조형성으로 재해석하여 이를 의상작품으로 표현하고자 한다. 이는 개성과 독창성을 요구하는 현대 패션에서 새로운 디자인을 위한 영감을 제시하며, 대중문화로서 패션 디자인의 표현 영역을 확장시키는데 의의가 있다.

2. 연구방법 및 내용

실증적 분석을 위한 사례는 국내 단행본, 논문, 학술지, 인터넷 검색 등을 통해 조사하였다. 조사 사례는 키스 헤링의 낙서화 95점과 키스 헤링의 작품을 응용한 패션 57점을 포함하여 총 152점의 사진을 수집한 후 작품에 나타난 표현요소와 특징을 파악하고 조형성을 분석하여 이를 적용한 패션 디자인을 개발하였다.

낙서화는 멀게는 기원전의 동굴벽화로부터 가깝게는 제2차 세계대전 이후의 잭슨 폴록(Paul Jackson Pollock)과 장 뒤뷔페(Jean Philippe Arthur Dubuffet)등의 예술가들에 의해서 인간의 내재된 욕망을 가볍고 친근하게 표출하여 왔다. 1960년대 말 미국에서 시작된 그래피티는 반항적인 청소년들의 저항 수단으로 반사회적이며 반달리즘의 의도로 사용되었다. 사회적 문제로 자리잡던 그래피티는 장 미셸 바스키아(Jean Michel Basquiat)와 키스 헤링(Keith Haring)에 의해 정규 시각 예술의 하나로 정립되기 시작하였다. 특히 키스 헤링은 아이콘화된 사물을 그리는 그래피티를 이용하여 사회적 메시지를 담아 낙서처럼 표현하는 그림으로 유명했다. 키스 헤링은 낙서화가라고 불리기도 하는데 그의 그림체는 생략, 과장, 왜곡 등 강렬하면서 단순한 윤곽선과 색채를 사용하여 새로운 미술형식으로 자리 잡았다. 그 내용은 반핵 운동, 인종차별 반대, 동성애자 인권 운동 등의 사회 문제를 해학과 풍자를 이용해 다루고 있다.

3. 결과 및 고찰

연구결과, 키스 헤링의 낙서화의 특징을 1) 선의 생략에 의한 상징성, 2) 색채 대비에 의한 시각성, 3) 유기적 패턴에 의한 역동성으로 도출하였다.

*Corresponding author : simple8401@gwnu.ac.kr

첫째, 키스 헤링은 간결한 선과 특징을 부각시켜 사용함으로써 그래피티의 예술적인 상징성을 나타내었다. 이는 작품을 보는 사람들에게 선이라는 단순 조형이 이루어낼 수 있는 형태적 쾌감을 보여준다고 할 수 있다.

둘째, 그림과 선이 더욱 선명하게 드러나도록 색상은 비비드 톤을 주로 사용하여 시선이 집중되도록 하였다. 채도가 높고 어두운 색을 강조색으로 첨가하여 간략한 선과 원색의 이분법적인 강한 색채 대비를 통해 시각적 특성을 드러냈다. 검은색 수지 잉크와 아크릴 물감을 사용하여 경쾌한 채색이 더욱 돋보이게 표현하였다.

셋째, 마치 살아서 움직이는 선으로 대표되는 그의 작품세계는 단계적이며 체계적 영향 속에 이루어졌다고 할 수 있는데, 극단적으로 자유로운 조형은 독특하고 속도감이 있으며 그 안에서 유기적인 패턴을 구성함에 따라 역동적인 특성을 지녔다.

이를 반영한 여성복 4벌, 남성복 4벌의 디자인 개발을 통해 현대 패션에서 그래피티 아트의 활용 가능성을 독창적으로 제시하였다.

4. 결론

본 연구는 20세기 후반 대중문화로 자리 잡은 그래피티 아트 작가 중 키스헤링의 낙서화에 나타난 조형적 특성을 도출하여 이를 패션디자인에 적용하여 제시하고자 하였다. 패션에 표현된 그래피티 아트는 유티와 유머가 있고, 보다 세밀하면서 개별적인 대중 이미지를 원하는 현대 사회의 요구를 반영하였으며, 패션디자인에 있어서 자유로운 디자인 발상과 표현을 가능하게 하는데 일조할 것이라 기대한다.

■ 참고문헌

강병석 · 임송규(2015), 캐주얼웨어에 나타난 그래피티 아트의 조형성 연구 -티셔츠 디자인을 중심으로-, *기초조형학연구*, 16(4), 18-27.

황요섭(2002), 키스헤링(Keith Haring)의 작품에 나타난 대중성에 관한 연구 : 그래피티 일러스트레이션(Graffiti Illustration) 요소를 중심으로, *경희대학교 석사학위논문*, 50-61.

곽성조(2010), 기호학을 이용한 키스 헤링의 작품해석, *커뮤니케이션디자인학회*, 32, 76-86.

모스키노(MOSCHINO) 캐릭터 의상디자인 연구

김영아* · 최경희

*호남대학교 사회융합대학원 의상디자인학과

호남대학교 의상디자인학과

현대패션에서의 독특성, 개성 추구, 감성적 즐거움 등을 추구하는 다양한 소비자의 등장으로 시장 세분화 현상이 극도로 심화되어 가고 있는 가운데 소비자의 구매패턴은 제품자체의 질이나 양보다는 디자인 등의 부가요소를 중시하는 감성적 소비구조로 변화하였다. 현대 정보사회의 시각적 상징물로 등장한 캐릭터는 소비자의 구매심리를 자극할 수 있고, 또한 제품의 감정표현의 하나의 요소로서 매우 중요한 역할을 하고 있다.

그 결과 영유아들의 전유물로 여겨졌던 캐릭터가 하이패션의 영역으로 인기를 끌고 있으며 많은 패션 브랜드들이 다양한 캐릭터를 패션아이템에 적극적으로 반영하고 있다.

본 연구는 수많은 언론에서 패션계의 악동으로 불리며 특유의 유머와 재치로 본인의 뚜렷한 패션 세계를 구축해온 디자이너인 프랑코 모스키노(Franco Moschino)의 브랜드인 모스키노 의상에 나타난 유머러스하고 위트가 넘치는 요소들을 분석해보고자 한다.

특히 현재 모스키노의 명성을 이어가고 있는 제레미 스캇(Jeremy Scott)의 아방가르드한 감성과 팝 문화를 바탕으로 한 하이패션과 스트리트 패션을 넘나드는 트렌디한 패션을 중심으로 다양한 분야의 아티스트와 협업을 하거나 인기 캐릭터를 반영한 한정판 제품을 출시하고 있는 모스키노의 해외 컬렉션에서의 독특한 캐릭터 의상 디자인의 특성을 살펴보았다.

본 연구방법으로는 캐릭터의 개념과 종류에 대해 전문서적 및 선행연구를 통하여 인터넷 자료를 참조하였고, 모스키노의 2014S/S~2017F/W 해외 컬렉션을 중심으로 나타난 캐릭터 의상을 중심으로 분석하였다.

본 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 캐릭터(character)의 어원은 그리스어로 Kharakter의 ‘새겨진 것’과 Kharassein의 ‘조각하다’라는 의미에서 유래한 것으로서 이 용어를 최초로 사용한 것은 아리스토텔레스(Aristoteles)의 제자인 그리스 철학자 테오프라스토스가 (Theophrastus, 372~287 B.C) 다양한 유형의 인물들을 짧은 산문으로 묘사한 책에서 ‘Characters’ 라는 용어를 사용하였다. 디자인 용어 사전에서는 캐릭터를 ‘기업, 상품을 소구하는 목적으로서 인물이나 동식물의 일러스트레이션이 서브 심볼과 같은 형태를 연속적으로 사용되어 아이캐처로서의 역할을 함과 동시에 기업이나 브랜드의 아이덴티티를 표현한 요소라고 정의한다. 일반적으로 캐릭터는 어떤 대상물의 보편적 속성에 강한 개성을 부여한 특징적 속성을 지닌 새로운 개체로 표현된 것을 말하고 산업사회에서 고부가가치의 창출을 위하여 ‘인위적이고 의도적인 전략 하에 사용하는 목적성을 갖고 탄생한, 생명력을 갖는 형상을 표현한 것’이라고 할 수 있다.

둘째, 캐릭터는 기업 이미지, 상품 이미지, 도시 이미지 등을 일반 소비자에게 전달하는데 있어서

좋은 감정을 만드는 매개체의 역할을 한다. 이러한 캐릭터는 사용 목적에 따라 나누어 볼 수 있으며, 다양하게 개발, 사용되고 있다.

캐릭터의 사용목적에 따른 분류에는 공공기관·기업 캐릭터, 이벤트 캐릭터, 브랜드 캐릭터, 팬시 캐릭터 등이 있고, 소재에 의한 분류에는 인물캐릭터, 동물캐릭터, 상품을 의인화한 캐릭터가 있다.

셋째, 프랑코 모스키노(Franco moschino)의 이름에서 유래한 패션브랜드 모스키노(MOSCHINO)는 프랑코 모스키노와 그 뒤를 이은 로셀라 자르디니(Rossella jardini), 제레미 스캇(Jeremy Scott)에 의해 운영되고 있다. 모스키노 브랜드의 세컨드 라인인 ‘모스키노 칩 앤 시크(Moschino cheap and chic)’는 사전적 용어로는 ‘저렴하면서 세련되다’라는 뜻으로 합리적인 가격의 모스키노 브랜드의 보급판이다.

2014 F/W 컬렉션부터 제레미 스캇이 모스키노 브랜드를 책임지고 있는데, 제레미 스캇의 특유의 재치있고 유머러스함이 첫 컬렉션부터 많은 이슈가 되었으며 특유한 키치 감성과 유니크한 패션으로 매니아들로부터 꾸준히 인기가 있다. 이후 모스키노 컬렉션은 기존 패션 컬렉션에서 벗어난 특유의 재치와 유머를 통한 패러디, 오브제를 통해 독창적인 컬렉션을 주로 선보이고 있다.

넷째, 모스키노 컬렉션에서의 제레미 스캇은 캐릭터 디자인의 선두주자로 매 시즌 다양한 만화 캐릭터의 바비, 루니툰즈, 스폰지밥, 심슨, 슈퍼마리오 등을 선보였다. 캐릭터 의류 및 액세서리 패션 아이템을 트렌드를 주도하는 모델과 셀럽들이 착용함으로써 핫 아이템으로 확산되어 캐릭터 열풍이 가속화 되고 있다. 2014 F/W 모스키노 캡슐 컬렉션에서 패스트 푸드와 샤넬 투피스를 연상시키는 의상을 선보이면서 사회적 풍자를 재미있고 유티있게 표현하였다. ‘스펀지밥’이라는 인기 있는 캐릭터를 제레미 스캇의 특유의 재치가 느껴지는 컬렉션이었으며, 2015년 S/S, F/W 컬렉션에서는 바비인형을 모티브 하여 세련된 키치함을 느낄 수 있는 컬렉션을 선보였으며 리얼웨이룩으로 개성이 넘치는 패션 스타일링을 선보였다. 패션쇼 자체를 공사장으로 세팅하여 모스키노의 재치있는 패션쇼를 선보였다. 2017 F/W 런던 패션위크 등 모스키노 뿐만 아니라 여러 해외 디자이너 컬렉션에서 캐릭터, 만화 모티브를 활용한 재치있고 기발한 디자인으로 선보였다. 그 외에도 곰돌이 인형, 슈퍼마리오, 파워퍼프걸, 디즈니 등 만화, 게임 캐릭터를 이용하여 밝고 유머러스한 모스키노만의 독창적인 컬렉션을 선보이고 있다.

다섯째, 대부분의 패션 제품으로서의 캐릭터 디자인은 티셔츠 같은 아이템에 한정적으로 표현되지 만 모스키노 컬렉션에서의 패션제품은 니트, 코트, 셔츠, 가방, 신발 등의 캐릭터를 사용한 독창적이고 아이템들이 주를 이루고 있다. 모스키노는 컬렉션에서 선보이는 패션뿐만 아니라 아이폰 케이스, 가방, 신발 등 토탈 패션으로 선보였다. 또한 미국에서 대중적인 주방세제로 알려진 ‘Fresh’를 살려 향수와 아이폰 케이스를 제작하였으며, 패스트푸드의 감자튀김, 곰돌이 인형, 바비인형의 손거울 등 의외의 디자인으로 아이폰케이스를 제작하였다.

여섯째, 현대 패션인 모스키노에서 나타난 특성으로 유희미, 풍자미, 키치미로 구분되었다. 모스키노 컬렉션에서의 큰 비중을 차지하고 있는 조형미로는 유희성이었으며 시각적 착시, 위치의 이동, 왜곡과 과장을 통해서 유희미가 나타났다. 또한 모스키노는 재치있고 유머러스한 것을 의상에 담아 특유의 유티함과 냉소적인 시선으로 사회를 풍자 고발하였으며 패러디를 이용하여 조롱과 의외성으로 풍자적으로 표현하였다. 모스키노에서 사용한 일상적이고 통속적인 이미지는 유아적이고 순수성과 무질서를 표현하고 키덜트 스타일을 표방하여 키치미를 표출하였다.

본 연구를 통해 모스키노 컬렉션에서 나타난 모스키노만의 독창적인 디자인 개발을 통해 젊은 층

의 소비자들을 위한 캐릭터를 활용한 의류 및 패션 아이템들이 계속해서 다양한 이미지로 개발되어 지고 있음을 알 수 있었다. 또한 캐릭터 산업이 앞으로 더욱 발전할 전망 속에서 유명 디자이너들의 컬렉션에서의 캐릭터 패션시장의 표현영역이 점차 확대되면서 더욱 개성있는 캐릭터 의상디자인 개발을 위한 아이디어 개발이 중요해지고 그에 따른 마케팅 활동이 더욱 확대되어갈 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

- 장영심, “키덜트 소비자가 선호하는 캐릭터에 관한 연구”, 숙명여자대학교 대학원 산업디자인학과 시각·영상디자인전공 석사학위논문, 2006, p.1
- 진서연, 키덜트 소비자의 선호색과 캐릭터 제품 색채와의 상관성 연구, 이화여자대학교 디자인대학원 석사논문, 2002, p.8
- 패션넷코리아, 패션엔미디어, 2017,8
- “Guide to Literary Terms: Characters” <<http://www.enotes.com/literary-terms/37728>>
- 김빛나, 모스키노(Moschino)패션디자인의 조형성 연구, 홍익대학교 산업미술대학원 산업디자인전공 의상디자인세부전공 석사논문, 2014
- 조수연, 현대패션브랜드 모스키노에 나타난 유희성에 관한 연구, 중앙대학교 대학원 패션예술학과 복식미학콘텐츠&공연예술의상전공 석사논문, 2017

한국의 산 이미지를 응용한 패션디자인 개발

박찬미

부천대학교 섬유패션비즈니스과

이미지는 외계의 자극에 의해 의식에 나타나는 대상의 직관적인 표상으로 물체가 아닌 의식의 작용이다. 따라서 이미지는 하나의 정적이며 획일적인 의미만을 가질 수는 결코 없으며, 작가 특유의 여러 경험이 합치되는 교차점이라고 할 수 있는데 패션디자인 개발에 있어서 자연의 이미지를 대상으로 한 연구는 다양하나 한국의 산을 대상으로 한 연구는 매우 미흡한 실정이다.

본 연구의 목적은 한국의 산에 대한 이론적 고찰을 바탕으로 작가의 직간접 경험과 능력으로 만나는 상상력으로 한국의 산이라는 한국적 디자인 모티브가 적용된 패션디자인 개발 및 전개를 제안하는데 있다. 연구방법으로 한국의 산에 대한 문헌과 조선시대 회화에 나타난 이미지 표현 방법과 상징을 분석하여 이론적 고찰을 디자인의 토대로 삼고 전개하였다.

이론적 고찰 결과 우리나라 사람은 예로부터 산을 인식하는데 있어서 신화나 전설이 정신적 내면 의식에 크게 작용하고 있으며, 가장 대표적인 산으로는 백두산과 금강산을 2대 명산으로 보았다. 조선시대 회화에 나타난 명산에는 당연히 물과 나무가 함께 있어 물은 폭포와 소를 이루며 높은 산의 정상으로부터 굴곡진 선의 줄기를 이루며 살아 흐르며, 그 산의 정기를 받아 자라나는 나무 중의 으뜸은 소나무로 소나무는 지조와 절개, 장수, 신선, 은둔의 상징으로써 회화에 주요한 소재로 다루어지고 있는 것으로 나타났다.

연구결과 한국의 산의 이미지를 대상으로 3점의 패션디자인을 개발하였다.

제 1작품의 주제는 백두산으로 하였다. 백두산은 역사적으로 우리나라의 중심이 되어 왔다. 백두산의 모습을 이미지화 할 때 가장 주된 모티브가 된 것은 무용총의 수렵도에서 보여지는 고구려의 기상이었다. 백두산은 민족의 연산이기도 하지만 세계적인 기준으로 보아도 손꼽히는 면적을 가지며 그 정상에 천지연을 품고 있다. 작품1의 소재는 소재의 무명 누빔천으로 하였다. 백두산의 이어지는 봉우리와 고구려의 수렵도에서 영감을 얻은 산의 기상을 패턴 절개로 표현 하였으며, 천지연을 품고 있는 모습을 넓고 굽이치는 스커트 자락으로 표현하였다.

제 2작품의 주제는 금강산이다. 우리민족에게 금강산은 일만이천봉을 가진 기이한 산의 으뜸이며 가장 아름다운 산으로 기억되고 있다. 작품2의 소재는 무명 누빔천과 검은 마직천을 사용하여 금강산을 더욱 아름답게 하는 폭포와 절벽을 흑과 백의 색조 대비와 조화로운 선으로 표현하였다. 일만이천개의 봉우리는 입체적으로 표현 될 수 있도록 봉우리 마다 각기 다른 형상으로 입체감을 가질 수 있도록 패턴을 설계하고, 누빔천의 결을 달리 재단함으로써 시각적 방향을 달리하면서 입체감을 극대화 할 수 있도록 하였다.

제 3작품은 설악산의 모습을 표현하였다. 설악산은 눈 덮인 산에서 붙여진 이름이다. 백설악은 옥

[†]Corresponding author : pcm@bc.ac.kr

처럼 수려하고 장대하다는 표현을 한다. 특히 눈덮힌 겨울산의 이미지를 표현하기 위하여 재료로 백색의 누빔 면을 사용하였으며, 겨울산에서도 절개를 잃지 않고 늘 푸른 소나무의 지조를 이미지화하여 아플리케 기법으로 표현하였다.

결론적으로 본 연구를 통하여 이미지의 표현이라는 것은 직접적이든 간접적이든 경험한 과거의 기억을 그대로 되살려 준다고보다는 자유로운 상상력으로 미래를 향한 동력이 된다는 점과 한국적 정서를 가진 패션디자인의 가능성을 더하였다는데 의의를 두며, 앞으로도 다양한 한국적 아이템을 대상으로 한 연구를 지속적으로 하고자 한다.

■ 참고문헌

- 강죽형(2010). 자연주의 패션경향과 대나무 모티프의 패션디자인 연구, *한국패션디자인학회지*, 10(4), 83-96
- 장소영(2016). 전통 꽃문양을 응용한 패션문화상품 디자인 개발-모란 문양을 중심으로-. *한국패션디자인학회지*, 16(2), 159-171

요족의 아동 모자 연구

조문희

부경대학교 패션디자인학과

1. 서론

요족은 중국의 56개 소수민족 중 하나로 산수가 빚어내는 수려한 자연환경 생활을 문화예술로 승화시켜온 민족이다. 요족은 독자적인 복식문화를 창조하였으며 방직, 날염, 자수 등의 특수한 복식 공정 기술을 가지고 있다. 요족의 전통복식은 활동에 편리한 형태로 발달하였으며, 은장식, 자수 및 날염 등의 기법으로 강렬한 색채와 다양한 문양으로 장식하였다. 본 연구는 요족의 전통복식 중에서 아동 모자의 형태와 장식의 조형적 특징에 대하여 연구하여 다양한 형태로 나타나고 있는 오리엔탈리즘의 트렌드에 부합하는 새로운 형태의 모자 디자인을 개발하는데 그 조형적 특징을 활용 할 수 있기를 기대하는데 그 의의가 있다.

2. 연구방법

본 연구의 연구방법으로는 문헌연구와 사례연구를 병행하고자 한다. 요족의 환경적 배경을 고찰하기 위하여 선행연구를 살펴보고, 아동모자의 조형성을 분석하기 위하여 전문서적 및 도록, 선행연구를 살펴보고자 한다. 연구의 범위는 대다수의 요족이 거주하는 귀주성과 후남성의 자료로 직물 모자로 한정 한다.

3. 결과 및 고찰

요족은 중국내 귀주성을 중심으로 후남성, 사천, 광서, 운남 등과 베트남, 라오스, 타이 북부 등지에 흩어져 살고 있다. 대다수의 요족이 거주하는 귀주성과 후남성은 아열대 기후에 속하며 고원 산악지대로 사계절이 분명하다. 이런 기후로 인하여 요족의 아동모자는 여러 가지 종류가 있다. 이를 조형적으로 분류하면 강아지머리 모양 모자(狗斗帽), 호랑이 모양 모자(虎帽), 그릇 모양(碗帽), 바람모자(風帽), 장원모자(狀元帽)의 5개의 형태로 볼 수 있다.

요족의 복식에 나타나 문양은 역사와 문화적 배경을 바탕으로 하여 민족성과 미의식을 반영한 여러 가지 상징적인 요소를 내포하고 있으며 그 구성과 조화를 통해 그들이 염원하는 내적 세계와 자연의 동식물 등을 사실적으로 표현하거나 상상으로 그들의 전설과 신화, 토템, 조상숭배, 신령계를 구상화하여 표현하기도 하였다. 특히 이러한 문양들은 독자적으로 또는 서로 혼합되어 화려한 요족의 문양을 형성하고 있다. 요족의 아동 모자에 가장 많이 사용한 장식 문양인 동물문양은 조상숭배(祖上崇拜), 길상, 다산(多産), 다복, 행복을 상징하며 용 문양, 물고기 문양, 나비 문양 등이 이에 속한다. 화초(花草) 문양은 자손번창(子孫繁昌), 번영융성(繁榮隆盛), 부귀(富貴), 청명(淸明)을 상징하며 연꽃 문양, 모란 문양 등이 이에 속한다. 문자 문양은 장수(長壽), 행복, 건강, 길상, 다복을 의미하며 장수문자 문양, 기원문자 문양 등이 있다. 기타 문양은 길상, 행복, 벽사(闢邪), 다산을 상징

하며 상문 문양, 기하학 문양 등이 이에 속한다.

묘족 아동 모자의 가장 특색 있는 장식은 자수와 은모화(銀帽花)를 들 수 있다. 자수에는 평수, 변수, 치화, 첩화 등 입체감을 줄 수 있는 여러 가지 기법이 있으며 한 문양에 단독 또는 혼합하여 사용되고 있다. 뚜렷한 색채대비가 특징인 묘족의 직물과 자수에 나타나는 문양들은 화려하고 정교하며 다채롭고 세련된 느낌을 준다. 모자에 사용하는 장식 선의 배색은 난색과 한색의 대비를 중요시 하였으며, 홍색, 황색, 녹색, 흑색, 갈색 등을 주로 사용하여 소박하고 다채로운 효과 뿐 만 아니라 독특한 민족 특색과 향토 특색도 표현할 수 있었다. 자수의 문양은 주종, 조밀, 변화, 대조, 대칭적 배치 등 다양한 구도로 보여주고 있으며 이는 민간 미술 중에 대칭성을 중요시 하는 조형규칙을 구현한 것으로 보여 진다. 은모화는 은으로 만든 장식품으로 장식을 좋아하는 묘족 사람들이 아동모자에 부피가 작고 정교하게 만든 은불상, 은용, 은방울, 은고두쇠 등으로 장식한 모자이다.

4. 결론

본 연구는 묘족의 아동모자의 형태 및 장식에 대하여 살펴보고 이에 나타난 조형적인 특성과 장식의 상징성을 분석하였다. 묘족의 아동모자에 나타난 형태와 장식의 문양은 자연 숭배의 산물이며 신성화 된 자연의 형상과 초자연적인 형상으로 나타난다. 또한 묘족 특유의 심미의식을 반영하고 그들의 창작적 재능이 발휘되어 묘족의 정취와 이상을 반영한 민간 예술이다. 이러한 묘족의 아동모자에 나타난 조형적 특성은 오리엔탈리즘, 바로크, 로마 등 다양한 문화를 한데 어우러 독특한 스타일을 선보이는 현대 복식에도 활용이 가능하며 현 트렌드에 부합하는 새로운 형태의 모자 디자인을 개발할 수 있는 가능성이 있다고 사려 된다.

■ 참고문헌

- 趙玉燕, & 吳曙光. (2006). 象徵生命原始符號-苗族童帽圖案解飾[원시생명의 상징기호-묘족아동모자의 해석]. *中南民族大學學報(人文社會學報)*, 26(3), 64-67.
- 餘斌霞. (2000). 苗族童帽藝術[상시묘족 아동모자의 예술]. *民俗研究*, (3), 129-134
- Kim, H. S. (2009). A study on Pattern of the Mlao Costume in China-Focusing on the parffin dyeing-embroidery-weaving, *Journal of Korean Traditional Costume*, 12(2), 31-42.
- 노미미. (2015). 중국 묘족 여자 복식의 직물에 나타난 문양에 관한 고찰. *성신여자대학교 대학원 석사학위 논문, 서울. 한국.*

인상주의 화가 작품에 나타난 근대 도시의 기호와 여성 패션(제2보)

-Eduard Manet, Gustave Caillebotte, Jean Béraud를 중심으로-

박혜원

창원대학교 의류학과

본 연구는 근대 미술의 시작이 된 인상주의 화가 작품 속에 등장하는 도시의 기호와 여성 패션연구 제2보이다. 인상주의 대표적 화가이며 독자적 예술성향으로 여성을 대상으로 많은 작품을 남긴 에두아르 마네(Eduard Manet; 1832-1883)와 19세기 파리의 근대적 도시주제에 몰두하고 아름다운 부르주아 여성을 세밀히 감각적으로 표현한 구스타브 카유보트(Gustave Caillebotte; 1848-1894), 그리고 19세기 후반, 벨 에포크 시대 파리지역의 모습을 사실적으로 아름답게 그려낸 장 베로(Jean George Béraud; 1849-1935)의 작품에 나타난 근대도시의 기호와 그 안에 등장하는 여성이 착용한 패션의 특성을 살펴보는데 그 목적이 있다. 이러한 연구는 시대적 패션문화를 연구하는 작업으로 의미가 있다. 또한 그 동안 미술사 영역에서 진행되어온 인상주의 화풍과 기법 탐구 뿐 아니라, 작품 속 근대도시의 배경과 여성 주인공의 패션을 연구함으로써 인상주의 연구에 의류학적 접근을 시도하는 의의가 있을 것이다.

연구의 방법은 문헌연구와 작품에 대한 시각적 내용분석을 수행하였다. 1차적으로 미술, 패션 관련 서적과 선행논문을 통하여 당시대의 도시문화와 사회의 변화, 인상주의의 미술사적 의미 그리고 19세기 패션사를 살펴보았으며, 이를 근거로 인터넷 검색사이트 구글의 이미지검색을 통하여 마네, 카유보트, 베로의 작품 중 여성인물이 있는 작품 각 66점, 34점, 41점을 수집하였다. 이중 주인공 여성의 의복이 잘 나타난 마네의 작품 38점, 카유보트의 작품 10점, 베로의 작품 26점 총 74점을 최종 대상으로 2차적 시각분석과 내용해석을 수행하였다. 연구의 내용은 작품이 제작된 연도, 작품의 배경이 된 공간적 요소(실내, 실외 혹은 라이프 스타일을 알 수 있는 장소)와 근대 도시성을 살펴보고, 주인공 여성의 패션을 형태, 색채, 장식 등 시각적 판단 등을 기준으로 해석하였다.

연구결과는 다음과 같다.

첫째, 최근 포스트모던의 시각에 의한 수정주의를 관점으로 볼 때 마네와 카유보트, 베로의 미술사적 중요성이 커진다. 그동안 예술형식 측면에서의 실험주의적 새로운 양식의 창조라는 점에 초점이 맞추어져 모네를 중심으로 분류하고 해석해왔다. 그러나 모더니티 미학으로서의 인상주의를 선호하는 수정주의의 시각에서 내용을 해석할 때 모네보다는 마네와 카유보트, 베로의 작품이 함유하고 있는 모더니티의 의미가 중요하게 부각되며, 따라서 근대도시 기호와 여성패션의 연구의 기준으로 삼기에 적절하다. 결국 '보는 방식(ways of seeing)'에 따라 인상주의의 연구가 다양화 될 수 있고 이 점이 여성과 도시와 패션을 해석하는 연결고리로서 모더니티의 미학은 그 근거가 될 수 있다.

둘째, 다른 인상주의 화가들의 '교외 사실주의'와 다르게 마네, 카유보트, 베로의 작품 속 배경은 도시 속, 거리, 카페, 실내등 다소 인위적이고 사적인 공간이었다. 이러한 공간의 주인공은 대개 여

성의 경우가 많았으며, 보들레르가 <근대생활의 화가에 대한 평론>에서 언급한 것처럼 근대 미술에서 차지하는 여성의 중요성을 이들 화가들의 작품 속에서 확인 할 수 있었다.

셋째, 마네의 작품의 공간적 배경은 실내(사적인 공간)가 많았으며 이 점은 모네와 같은 야외를 즐긴 다른 인상주의 화가와 차이점이다. 1860, 1862, 1864, 1865, 1866, 1868년도 작품에서는 크리놀린 실루엣의 거대한 스커트와 과장된 가운, 거대한 모자장식 등이 나타나고 있다. 그러나 불과 3-4년이후 1870년대 이후부터 1882년까지의 작품에는 이전 시대와는 다른 전형적인 버슬스타일의 의상들이 나타나 보디스가 타이트하고 소매도 달라붙는 형태로 엉덩이 부분만 살짝 과장된(혹은 그럴 것으로 예상되는) 모습이 그려졌다.

넷째, 카유보트의 경우 1876, 1877년대의 파리시영의 모습이 잘 표현되었다. 이는 소위 플라뇌르(Flâneur)라는 도시를 산책하는 태도나 문화를 즐기는 부르주아 남성의 시각에서 바라본 도시 멋쟁이 여성이었다. 마네의 작품에 등장하는 1870년대 여성의 모습과 흡사한 타이트한 상체와 그리 과하지 않은 버슬 스커트가 보인다. 앞에서의 모습은 전혀 부풀어 오르지 않은 단정한 재킷과 스커트의 모습으로 주로 검은색 상하의에 동색의 진한 트리밍이 특징인 도시적 세련미가 보인다.

다섯째, 장 베로의 작품은 마치 패션잡지를 연상하는 벨 에포크의 낭만과 화려함이 사실주의적 기법으로 사진처럼 그려졌다. 쇼핑하는 여성, 도심을 즐겁게 활보하는 여성 등이 잘 표현되었는데, 1970년대 말과 1880년대의 작품들 속에서는 딱딱하고 타이트한 상의와 온갖 인위적 주름과 기구를 사용한 형태적으로 각이 진 버슬의 과장된 모습이 나타나 카유보트 작품속 여성과 차이를 보인다. 특히 1883년 작품에는 이러한 경향이 매우 강하다.

여섯째, 화가들의 모델이 된 여성들은 근대 도시적 공간에서 정숙하고 우아한 부르주아 여성이거나, 무대 위의 배우나 카페와 무도회를 즐기는 여인 그리고 화류계 여인 등이었다. 이들은 도시생활의 주체자로 인상주의 화가의 작품에서 19세기 중반이후 파리를 중심으로 형성된 소비 사회, 도시화, 근대성에 적극적인 여성이며, 여성의 패션은 인상주의 화가들이 선택한 하나의 모더니티의 기호로서 작품 속에서 상징적 역할을 한다고 볼 수 있다.

■ 참고문헌

필리프 페로, 이재한(역), 부르주아 사회와 패션, 현실문화연구, 2007

인상주의 -모더니티의 정치사회학-, 홍석기, 2010, 생각의 나무

아르놀트하우저, 『문학과 예술의 사회사 4』, 백낙청, 염무웅옮김, 창작과비평사, 1999

전경희, 2011, 일상의 유혹 ; 카이유보트 회화에 나타난 근대 소비문화 이미지, 미술사논단, 32, pp.59-80, 한국미술연구소

요시다 노리코, 박소현(2005), 쇼윈도 안의 여자들-졸라, 마네, 티소, 드가-에 나타난 근대 상업의 표상, 미술사논단, 20, 285-316

Ruth E. Iskin(2007), The Impressionist's Chic Parisienne, Modern Women and Parisian : Consumer Culture in Impressionist Painting, Cambridge University Press, 198-254

드가의 작품에 나타난 이국취미의 색채와 패션

이금희

서울여자대학교 의류학과

1. 연구목적

19세기 파리의 근대화된 모습의 이면에는 식민지 개척과 만국박람회의 열풍, 오리엔트 특급(Orient Express) 기차 운행으로 다국적 이국취미의 중심지였다고도 볼 수 있다. 이러한 환경 변화는 당대 예술가들에게 작품의 소재거리를 제공해 주었을 뿐만 아니라 대중에게 이국취미에 대한 본격적인 시동이 걸릴 수 있는 요소들을 제공해 주었다. 그중에서도 유럽 화단의 정세는 점차 인상주의의 승리가 뚜렷하게 나타날 정도로 인상주의자들은 근대화된 파리의 일상 및 인물과 당대 풍경 묘사로 근대 소비문화와 패션에 대한 이미지를 만들어냈다. 지금까지의 연구들에서 그들이 야외에서 빛의 인상을 나타내는데 주목하여 선명한 색채를 사용하기 시작하였다는 점은 많은 연구들에서 다각도로 시도되어왔지만 그들이 이국취미에 관심을 갖고 작품 활동을 한 것에 관해서는 다소 경시되어왔다. 다만 일본의 영향에 관해서만 주로 언급되어져왔을 뿐이었다.

본 연구에서는 인상주의 화가들 중에서 특히 철저하게 ‘파리자니즘((Parisianisme)’의 전형이라고 평가되는 드가(Hilaire-Germain-Edgar De Gas; 1834-1917)에 대하여 그의 이국취미가 형성된 배경과 태도를 살펴보고 그의 회화 작품들 중에서 이국취미가 드러나는 작품을 찾아 분석해보고자 한다. 이를 통해 드가의 이국취미의 특징 및 이국취미를 주도해낸 색채와 패션을 도출하여 지역적 특징을 살펴볼 수 있다.

이로서 본 연구의 목적은 19세기 후반 인상주의자들 중에서 드가를 파리지엔풍의 화가로서만이 아닌 당대 이국취미를 수용한 인물임을 밝히고 그의 작품에 나타난 패션과 색채를 제시해보고자 한다. 이와 같은 연구는 19세기 파리가 국제화 무대에서 중심이 될 수 있었던 환경과 예술가들의 역할을 통해 21세기 문화예술의 글로벌 감각을 키우기 위한 교육내용을 제고하는데 기여하거나 기초 자료로 활용될 수 있다고 본다.

2. 연구방법 및 내용

드가의 작품은 회화, 조각, 프린트, 그리고 드로잉 분야에 걸쳐 사실성과 시대성이 적극적으로 반영되었다. 그에게 있어서 화가의 역할은 “현대적인 삶을 그날그날 보도하는 연대기 작가와 같은 것이었다.” 왜냐하면 “그는 정확함과 그림에 대한 지식으로 다른 사람들과 구별되기 때문이다”(Stephane, Laurence & Dominique, 1995/2002, p.22). 드가의 작품에 나타난 이국취미의 색채와 패션을 살펴보기 위해 본 연구에서는 이국취미를 모티브로 한 드가의 회화작품을 대상으로 하였다. 카페 콩세르, 오페라 하우스, 경마장은 근대화의 산물이지만 이국풍의 영향이나 이국취미의

[†]Corresponding author : khlee@swu.ac.kr

관점으로 묘사된 작품들이 다수 있고, 이국취미의 고양을 위해 떠났던 여행지에서의 소재 및 작품의 기법을 습득하거나, 당대 국제 정세의 시대적 환경변화를 반영한 작품들의 발체가 가능하기에 이와 같은 작품들을 중심으로 고찰해 본다.

연구방법은 19세기 유럽의 역사와 문화, 예술과 패션 관련 서적 및 논문을 중심으로 한 문헌 연구와 드가의 작품 및 그에 관한 기록들을 살펴보기 위하여 박물관, 미술관, 기사, 그리고 동영상 등의 웹 사이트에서 시각자료를 수집하였다. 작품의 색채 분석방법은 연구자의 색채분석 특허출원(Korean Patent No, 10-0107484(2009))을 사용하였고, 작품 선정은 소재 및 대상 또는 화면 구성에서 이국취미를 다룬 작품들을 지역별로 발췌하였다.

3. 결과 및 고찰

그의 이국취미가 형성된 배경에는 그의 가족사에서 보여지 듯 외가와 친가 모두 해외에서 부를 축적한 집안으로 그의 아버지와 어머니는 이탈리아의 나폴리와 미국의 뉴올리언스에서 태어났다. 그의 아버지는 할아버지 르네 일레르 드 가(Rene-Hillaire de Gas)의 은행을 물려받아 나폴리 은행의 파리지점을 운영하였고 그의 외할아버지 제르맹 뮈송(Germain Musson)은 1809년 뉴올리언스의 중남미로 이주하였다가 멕시코에 선박과 은광을 소유하고 미국에는 거대한 목화제국을 건설한 탁월한 사업가였다. 드가의 어머니가 서른두 살의 나이로 세상을 떠났기에 어린 드가에게 가장 많은 영향을 미친 인물은 아버지와 할아버지였다.

그의 이국취미에 대한 태도는 우키요에를 좋아해 우타마로와 호쿠사이가 제작한 판화를 다수 소장하였고 우키요에와 비슷한 소재를 다뤘다는 사실에서 잘 드러난다. 또한 일본 미술을 통해 기존 유럽의 화풍이나 제작방식과 다른 원근법, 배치, 구도 등에 관심을 가졌다. 또한 이탈리아에서의 5년간의 생활이나 미술 여행에서 쌓은 엄격한 사실력, 그리고 지중해를 중심으로 갖게 된 고대 그리스 로마에 대한 관심, 나아가 불발로 끝난 듯 보이는 조각에 나타난 스페인 취향 등을 갖고 있었다.

드가의 일본풍 이국취미의 대표작품은 <Fan: La Farandole, 1879>, <Fan: Dancers, 1879>, <The Singer with the Glove, 1878>, <The Singer in Green, 1884>로 20점 가량의 작품에서 부채꼴 화면을 사용했다. 본질적으로 그는 나뉜 화면, 새로운 시선 각도, 클로즈업 기법, 그리고 구도를 잡을 때 수직, 수평선에 더 큰 자율성을 부여하는 것을 우키요에에서 배웠고 작품에 적용했다. 평면들이 서로 연결되는 일본 미술의 방식을 통해 점점 공간적인 관계가 아니라 구역 혹은 영역을 그리게 되었다. 이런 경향은 <그린 배경의 여가수>에도 적용되었다(Bernd, 2005). 가수의 의상은 1980년대의 채도와 명도의 대비를 실험했던 옐로, 터키, 오렌지이다. 그리고 그린과 오렌지의 대비 조화에서 브라운과 어둡고 짙은 블랙에 가까운 브라운이 조화를 이루며 사용되었다. 이와 같이 일본 영향의 작품에서 보여준 색채는 블랙, 브라운, 그린, 오렌지, 옐로, 아이보리이다.

드가의 러시아풍 이국취미 작품은 <Three-russian-dancers, 1895>, <Two-russian-dancers, 1895>, <Russian dancers, 1899>, <Russian dancers, 1899>, <Russian-dancer, 1895>, <Russian dancer, 1899>로 도시적인 발레와 대조되는 러시아 농민들의 춤을 소재로 하고 있다. 1894년 프랑스와 러시아 간의 이중 동맹(Dual Alliance)이 체결된 이후 동유럽 전통에 대한 프랑스의 관심을 고려해보면 드가도 소수민족에게 관심을 돌렸다. 들판을 배경으로 러시아인 더 정확하게 우크라이나 민속 무용가들을 묘사한 일련의 파스텔과 드로잉은 자유롭게 활기찬 모습을 보여주는 작품들로 선명하고 생동감 넘치는 색으로 표현되었다. 들판에서 블라우스와 스커트를 착용하고

머리에 리본이나 꽃 장식을 하고 목에는 목걸이를 걸고 흥겹게 민속춤을 추고 있는 모습이다. 이 작품에서 그는 원시적인 내적 춤에 대한 인간의 본능과 욕구를 표현하였다. 목탄 스케치로 시작하여 순수한 색상의 레이어를 적용한 파스텔과 정채색을 교차로 사용하여 층을 이루어 풍부한 질감을 얻었다. 그는 그의 러시아 댄서들을 "색의 오르지(orgies of color)"라고 불렀다(The J. Paul Getty Museum, 2015). 등장인물들이 착용한 의상은 우크라이나 지역의 소작농들의 전통의상으로 소매통이 휘감길 정도로 넓은 블라우스는 화이트이고, 폭이 넓은 스커트는 그린, 블루, 오렌지, 핑크, 옐로로 다양하게 나타나고 있다. 이와 같이 러시아풍의 작품에서 보여준 색채는 옐로계열을 중심으로 브라운, 베이지, 오렌지로 다양하지만 화이트가 공통적으로 나타났다.

그 외에도 드가는 지중해를 중심으로 북아프리카와 그리스에도 관심을 가져 <A-roman-beggar-woman, 1857>, <A-grecian-dance, 1890>와 같은 작품에서는 이국여인의 모습이나 이국 무대의 발레리나를 그리기도 했다. <로마의 구걸하는 여인>은 줄무늬의 베르베르족 의상을 착용하고 있는 여인의 옆모습이 묘사되었다. 'grecian'은 고대 그리스란 뜻으로 인체의 동작에 대한 관심은 이국취미의 소재에서도 지속되어 <그리스 춤>을 그렸다. 이와 같은 작품을 살펴보면 그린 계열과 브라운 계열의 색으로 북아프리카의 자연과 문화를 고대와 현대가 섞이게 표현된 듯하다.

4. 결론

드가는 블랙의상을 즐겨 입는 파리의 부르주아로 근대화된 유흥문화를 마음껏 즐기면서 당대 파리 여성의 패션과 소품 같은 소비 상품을 그대로 표현한 화가였기에 인상주의 회화 내에서도 파리 취향의 혁신적인 예술가였지만 그의 집안 배경 및 성장 환경은 작품에서 이국취향을 자연스럽게 담아내도록 작용한 것으로 보인다. 즉, 그는 당시 근대화된 파리의 모습과 사람들의 일상에만 관심을 갖은 것이 아니라 이국 문화에 대한 관심과 이국인들의 일상에 대해서도 애정을 갖고 작품으로 표현했기 때문이다. 이국취미에 대한 작품에 나타난 태도를 살펴보면 인물들의 모습과 동작에 대한 연구에 몰두했던 그였기에 이국취미에서도 더 이국적인 공연 예술이나 원시적인 인간의 춤 충동을 구체화시키는 작업 방식 및 태도는 계속되었고 유럽 전통미술의 구도에서 벗어난 이국 영향의 구도를 사용하였다.

작품 소재에 나타난 차별화된 특징과 패션 및 색채를 지역별로 살펴보면 일본풍의 작품에서는 카페 콩세르, 오페라 하우스, 경마장과 같은 근대 소비의 유흥 문화를 다룬 이미지 속에서 이국취미는 새로운 시선 각도, 클로즈업 기법, 절단 구도, 비대칭 및 대각구도, 평면성과 같은 구도 위주의 특징으로 표현되었고 패션에서는 의상보다는 일본 소품의 영향이 약간 나타나는 정도로 블랙, 그린, 오렌지, 옐로, 아이보리가 사용되었다. 러시아풍의 작품에서는 야외를 배경으로 하면서도 빛의 인상에만 집중하기보다는 인체의 동작에 초점이 맞추어져 활기찬 색으로 표현되었고 우크라이나 농민들의 의상에서는 옐로계열을 중심으로 톤의 변화를 준 브라운, 베이지, 오렌지로 다양하지만 화이트가 공통적으로 사용되었다. 지중해를 중심으로 하는 북아프리카와 그리스 지역의 작품에서는 베르베르족의 의상과 프랑스 취향의 발레복이 아닌 지역에서 보여 지는 색채인 그린 계열과 브라운 계열의 색이 사용되었다.

이와 같이 드가는 인상주의의 절정에서도 이국취미를 자신만의 회화기법과 지역적 특색을 반영한 소재와 색채로 파리의 국제화 무대에서 활동하였다. 이로써 19세기의 다분히 국제주의적인 경향에서 예술표현의 국제화가 시작된 시대적 징후에서도 빼 놓을 수 없는 인물이다. 시대적 환경을 고려

한다면 21세기 우리의 패션예술교육에서 교육내용의 시각을 좀 더 폭 넓힐 필요가 있음을 생각해볼
게 된다.

■ 참고문헌

Guegan,Stephane · Madeline, Laurence· Lobstein,Dominique(1995). *Impressionnisme*.
(Choi, N.K. Trans.). Seoul: ChangHai ABCBook. (Original Work published 2002).

Grove, Bernd(2005). *Edgar Degas*.(Eum, M.J. Trans.). Seoul: Maronie Books.

The J. Paul Getty Museum(2015). *Orgies of Color: Degas's Russian Dancers*. Retrieved
September 1, 2017, from <http://blogs.getty.edu/iris/orgies-of-color-degas-russian-dancers/>

국내 학술지에 게재된 패션모델 관련 연구의 동향 분석

김영민* · 박근정* · 김영삼†

*중앙대학교 일반대학원 디자인학과, 중앙대학교 예술대학 디자인학부 패션디자인전공

패션모델은 이상적인 신체미를 통해 그 시대에 유행하는 패션 트렌드를 효과적으로 전달하고 홍보하는 하나의 표상적인 존재로서, 패션산업의 성장과 더불어 활동영역이 폭넓게 확대되고 있다. 패션모델에 대한 수요와 영향력이 증대하고, 전문 교육기관의 패션모델 관련 학과 개설이 증가함에 따라, 패션모델 관련 분야의 연구가 활발히 이루어지면서 발표되는 논문의 수도 매년 늘어나고 있는 추세이다. 따라서 패션모델 관련 연구 동향을 파악하고 이를 분석하는 연구의 필요성이 제기되는 바이다. 이에 본 연구는 국내 학술지를 중심으로 패션모델에 관련된 논문 내용을 분석하여 연구의 동향을 파악하는데 목적이 있다. 이를 바탕으로 향후 패션모델 분야의 연구 방향성 제시 및 학술적 기초자료로 활용될 수 있는데 의의를 갖는다.

연구방법 및 범위는 패션모델에 관련된 전문 서적 및 선행 연구, 인터넷 자료를 활용한 이론적 연구와 함께 2000년도부터 2017년도까지 국내 등재학술지에 게재된 패션모델 관련 논문 94편을 수집하여 연도별, 연구분야별, 연구방법별, 연구주제별로 빈도, 백분율을 활용한 정량적 분석을 실시하였다.

국내 학술지에 게재된 패션모델 관련 연구 동향에 대한 분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 연도별로 발표된 논문을 살펴 본 결과 패션모델에 관련된 연평균 게재 논문 수는 약 5.53편의 수치로 나타났으며 2000년도에 발표된 논문이 1편으로 가장 적었고 2006년도와 2008년도가 각각 8편, 13편으로 연평균 논문 수를 상회하는 수치를 보였다. 또한, 2014년도 이후에는 패션모델 관련 게재 논문의 수가 급진적으로 증가하는 양상을 확인할 수 있었다.

둘째, 한국연구재단의 학술연구분야 분류를 기준으로 연구분야별로 분석한 결과는 자연과학(생활과학)에 포함되어 있는 논문이 45편(47.9%)으로 가장 많은 것으로 나타났으며, 의상, 디자인, 미용, 체육, 미술 등이 해당되는 예술체육분야가 22편(23.4%)으로 두 번째로 높게 나타났다. 다음으로 신문방송학, 경영학, 심리과학, 경제학이 포함되어 있는 사회과학분야가 17편(18.1%)으로 나타나며 비교적 높은 수치에 해당되었다. 반면, 복합학분야(학제간연구, 여성학) 5편(5.3%), 인문학분야 3편(3.2%), 공학 2편(2.1%)으로 패션모델 관련 연구가 미비한 것으로 나타났다.

셋째, 선행 연구 및 서적의 연구방법 분류를 토대로 한 연구방법별로는 설문지법을 활용하여 빈도, 백분율, 카이제곱검정, 회귀분석, T-test 등을 분석한 연구가 36편(38.3%)으로 가장 많은 것으로 나타났다. 다음으로 패션모델이 출연한 패션광고, 유명패션브랜드 및 컬렉션에 나타난 패션모델의 동영상, 이미지사례 등을 토대로 분석한 사례연구 30편(32.6%), 패션모델, 패션모델지망생, 일반실험 참가자를 대상으로 인체측정 및 실험자극물 등을 통한 실험연구 12편(12.8%), 보그

†Corresponding author : proyskim@cau.ac.kr

(Vogue), 지큐(GQ)와 같은 패션매거진을 중심으로 패션모델에 대한 내용을 분석한 내용분석연구 6편(6.4%) 순으로 나타났으며, 문헌연구와 심층면접을 활용한 연구는 각각 5편(5.3%)으로 가장 낮은 수치에 해당되었다.

마지막으로, 연구주제에 관한 분석은 연구논문들의 전반적인 내용파악을 통하여 6가지 항목으로 분류기준을 설정하였다. 분석한 결과는 패션광고 모델로서의 이미지, 신체이미지, 메이크업이미지 등 패션브랜드와 관련된 '패션모델의 이미지'에 대한 연구가 28편(29.8%)으로 가장 많은 비중을 차지하고 있었으며 의복관여나 유행선도자로서의 패션모델이 패션브랜드 태도, 광고 효과 등 '패션모델 마케팅'에 관한 연구 23편(24.5%), 시대적 사회현상과 매체의 변화로 인한 패션모델의 변화와 같은 '패션모델의 역할과 영역'에 관한 연구 20편(21.3%), '패션모델의 신체, 외모, 자기관리'에 관한 연구 14편(14.9%)의 순서로 나타났다. 또한 '패션모델 교육 및 직무'에 관한 연구와 '패션모델 변천사 및 역사'에 대한 연구가 각각 7편(7.4%), 2편(2.1%)으로 다소 낮은 수치를 보였다.

이상의 결과를 종합적으로 분석해 보면, 패션모델 관련 연구는 자연과학분야와 예술체육분야에서 설문지법을 활용한 실증적 연구가 주로 이루어지며, 연구주제에 있어서도 패션모델의 이미지, 마케팅, 역할 및 신체에 관한 연구주제들을 중심으로 대부분의 연구가 진행되었음을 알 수 있다. 향후 패션모델 관련 연구 분야가 타 학문영역과의 융합연구를 통하여 다각적인 주제 설정, 다양한 연구방법의 활용을 모색할 수 있는 기초자료로써 도움이 되길 기대한다.

■ 참고문헌

- 음정선, 김연희, 유영선(2016). 복식분야 디지털 관련 연구 논문의 내용 분석. *복식*, 66(6), 135-148.
- 한수연, 김영선(2014). 패션연구 및 패션디자인·미학·복식사 분야 관련 연구동향: 2004~2013년 <Fashion Theory> 및 <복식문화연구>를 중심으로. *복식문화연구*, 22(4), 579-594.
- 학술연구분야분류표(2017). *한국연구재단*. Retrieved September 1, 2017, from https://www.nrf.re.kr/biz/doc/class/view?menu_no=323

의상에 나타난 실크텍스타일 디자인연구

-Bizarre silk를 중심으로-

김성희

우석대학교 패션디자인학과

1. 서론

본 연구는 의상에 나타난 비자실크(bizarre silk) 디자인을 분석하는데 그 목적이 있다. 비자실크는 17세기 후반에서 18세기 초반에 오리엔탈의 영향으로 실크직물에 이국적인 꽃과 다양한 모티프가 거대하고 비대칭적으로 울동감있게 표현되었던 것을 지칭하는 것으로 그 패턴의 신비롭고 기괴함으로 인해 후대의 연구자 Scheyer(as cited in Kraatz, 2002)에 의해 기이한 실크라고 명명되었다. 비자 실크는 고급직물로 높은 신분의 사람들에 의해 사용되었으며 주로 의상이나 가구를 위해 직조되었다. 본 연구에서는 실제 의상으로 제작된 비자실크를 중심으로 그 특성을 알아보고자 한다.

2. 연구방법

본 연구의 이론적 배경은 관련문헌과 연구논문을 중심으로 이루어 졌으며, 분석을 위한 비자실크 의상은 초상화에 표현된 것과 실제 의상사진을 중심으로 박물관 컬렉션 검색사이트와 포털사이트 및 출간된 도록 그 밖의 관련 문헌에서 수집되었다.

3. 초상화 및 사진 속 비자실크 의상

초상화속 인물에 표현된 의상과 실제 제작된 의상을 중심으로 비자실크가 적용된 사례를 살펴보면 다음과 같다. 초상화 속 의상의 경우, 남성은 웨이스트코트(waistcoat)와 실내복인 모닝코트(morning coat)에서 그리고 여성은 드레스를 중심으로 비자실크 사용 예를 찾아 볼 수 있다. 실제 의상의 경우 사제의 제의복(chasuble), 남성의 웨이스트코트 및 모닝코트 그리고 여성복의 드레스에서 비자실크가 이용되었다.

초상화속 의상을 보면 비자실크는 남자의 경우 겹옷 보다는 현대의 조끼에 대응되는 웨이스트코트로 제작되어 겹 코트의 단순하고 수수함에 반하여 화려하게 표현되었고 전체적으로 수수함과 화려함이 조화를 이루도록 스타일링 되었다. 17세기 쥐스또꼬르(justacorps)의 경우는 커프스에도 비자패턴이 적용되었다. 그리고 모닝코트 안에도 비자패턴의 웨이스트코트를 적용하여 화려함을 표현하였다. 여성복에 있어서는 커다란 비자패턴이 드레스 전반에 적용되어 독특함을 표출하고 있다. 경우에 따라서는 치마의 3개 층의 레이어 중 가운데에 배치되어 그 화려함이 지나치지 않도록 표현되기도 하였다.

[†]Corresponding author : regina541@naver.com

의상에 표현된 비자실크도 초상화에 나타난 것과 크게 다르지 않았다. 한 가지 사례복에 사용된 비자패턴의 예는 실제 의상사진을 통해서만 살펴 볼 수 있었으며 한 가지의 비자실크만 사용되기 보다는 보통 십자가를 중심으로 분할되어 몇 가지의 직물이 함께 사용되었다.

4. 초상화 및 사진 속 비자실크 패턴

초상화에 나타난 비자실크의 경우 실크 다마스크 소재이거나 금사나 은사들의 금속사를 이용된 브로케이드 가 있었다. 장식된 패턴의 형태는 정확하게 단언하기 어렵지만 이국적인 꽃 모티브가 사용되었으며 실존하지 않는 식물 패턴들이 사용되기도 하였고, 여러 아이템들이 식물문과 같이 사용되기도 하였다. 이러한 특징은 비자패턴의 전형적인 예들이 그대로 드러난 것이라고 볼 수 있다.

실제 의상사진에서는 초상화 보다 정확하게 비자패턴을 파악할 수 있는데 이국적 꽃 모티브와 형태가 모호한 식물문양이 섞인 경우, 식물패턴이 주도적이고 여기에 건축적 요소나 동양의 물품 또는 양식화된 기하학적 패턴이 조합된 경우, 양식화된 모티브만 추가 되어 사용된 경우, 식물문양이 자연스럽게 표현된 경우 등이 있었다.

5. 결론

비자실크는 패턴의 크기나 모티브의 특이함 그리고 비대칭적인 표현이 지나치게 특이하여 비자(bizarre)라는 명칭이 붙을 정도였다. 그러한 기괴함에도 불구하고 17세기 후반에서 18세기 초반까지 비자실크가 중요하게 여겨졌던 것은 그 시대의 취향을 잘 드러내 주고 있었기 때문이다. 이국적 취향은 그 당시 전 유럽을 휩쓸었던 매력 있는 트렌드였고 이러한 트렌드가 비자실크에 그대로 적용되었으므로, 신분이 높거나 재력을 갖춘 사람들은 자신을 귀하게 나타낼 수 있도록 비자실크의상을 자신의 초상화에 이용하였고 자세 또한 비자실크가 잘 드러날 수 있도록 취하였다.

본 연구는 초상화를 통해 그 당시의 이국적 취향의 열기를 엿볼 수 있었으며 비자실크가 의상에 어떻게 적용되었는지를 알아 볼 수 있었다. 또한 비자실크의 패턴에 대해서도 초상화와 실제 사진을 통해 알아본 결과 비대칭적 구도의 이국적인 모티브들이 이국적 모티브가 혼합되어 사용된 예, 양식화된 패턴이 사용된 예, 무성한 패턴이 드러난 예, 자연스러운 모티브가 사용된 예 등을 살펴 볼 수 있었다.

■ 참고문헌

Kraatz, A. (2002). Reviewed Works: Seidengewebe des 18. Jahrhunderts, 1: Bizarre seiden by Hans Christoph Ackermann; Seidengewebe des 18. Jahrhunderts: Die industrien in England und in Nordeuropa(18th-Century Silks: The Industries of England and Northern Europe by Regula Schorta); La seta in Italia dal medioevo al seicento: Dal baco al drappo by Luca Molà, Reinhold C. Mueller, Claudio Zanier. *Studies in the Decorative Arts*, 9(2), 141-147. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/40663013>

19세기 회화에서 나타난 버슬 스타일 복식 연구

김진아* · Wu Hao* · ZhaiZihui* · 이정수**

*홍익대학교 일반대학원 의상디자인학과

**홍익대학교 미술대학 섬유미술패션디자인과

버슬 스타일은 크리놀린 스타일이 변형된 형태로 오버 스커트를 뒤로 올려 묶은 스타일이다. 버슬이라는 패드 또는 강철 틀인 투르누르로 힘 부분을 부풀리고 오버 스커트를 뒤로 올려 묶은 후 그 위에 화려하고 다양한 장식을 함으로써 디자인 초점이 힘이 된다. 19세기 그림에 나타난 버슬 스타일 복식과 버슬 스타일 복식의 부동한 시기에 나타난 부동한 형태를 결합한 연구를 통해, 버슬 스타일의 발전 역사를 이해하고 버슬 스타일 복식에 대한 이해를 강화하였다. 그 당시 버슬 스타일을 제일 잘 표현하고 있는 회화로 현재 서양복식사로 접하는 버슬 스타일과 얼마나 동일한지 또는 어떤 차이점이 있는가를 분석해보기로 한다. 본 연구를 통해 예술은 그 시대의 정치, 경제, 문화에 따라 변화한다는 것을 알게 되었고 본 연구를 통해서 패션뿐 만 아니라 미래의 예술적 각 연구 분야에 영향을 줄 것이다.

본 연구는 버슬 스타일이 유행했던 19세기 후반과 버슬 스타일을 중점으로 분석하나 버슬 스타일이 점차 사라지게 되는 20세기 초반을 포함하여 범위를 설정하였으며 명화로 보여지는 버슬 스타일의 시대적 흐름의 차이점을 비교 분석하고자 한다. 우리가 알고 있는 버슬 스타일의 변화가 회화적으로 얼마나 자세하게 표현 되었는가를 연구한다. 선행 자료와 문헌자료를 통해 19세기 후반부터 20세기 초반까지의 버슬 스타일을 연구 한 뒤 서양미술과 관련된 자료를 바탕으로 수집하여 명화와 함께 작가, 제작 년도, 작품 명을 함께 기입한다. 분석할 수 있을 만큼의 상, 하의 전체 의상이 보여지는 인물화 위주로 한정을 지으며 여성의 복식에 중점을 두어 어린아이의 복식은 분석하지 않는다. 총 19세기에 그려진 명화 30점을 분석 하였으며 컬러, 실루엣, 문양으로 나누어 분석을 한다. 소재는 그림으로 판단하기에는 명확하지 않아 제외한다.

19세기 회화에서 나타난 버슬 스타일 분석은 실루엣, 컬러, 문양 순서로 분석한다. 첫번째로 실루엣을 살펴보면 19세기말에 유행했던 버슬 스타일은 스커트 뒤가 크게 커진 실루엣은 S자형(S-curve) 스타일과 아워글래스(hourglass) 스타일로 두가지의 형태가 있다. 변화과정으로 보면 1890년경부터 버슬 스타일의 스커트가 부드럽게 흘러는 형태로 바뀌면서 전체적으로 날씬한 실루엣을 이룬다. 어깨를 장식하고 소매를 여러 형태로 부풀려 주기 시작하였으며 차츰 곡선 형태의 큰 소매와 가는 허리, 퍼진 스커트의 전형적인 아워글래스 실루엣이 형성되었다. 세기말부터 소매와 스커트가 줄어들고 엉덩이를 자연스럽게 돌출시켜 상대적으로 가슴을 내미는 형태가 되는데 옆에서 보면 S자형이 되는 스타일로 변화하게 된다. 따라서 실루엣 분석은 S자형과 아워글래스 실루엣으로 나누어 분석한다. 분석 결과 명화 30점 중 20점은 S자, 10 점은 아워글래스 실루엣으로 분석 되었으며 S자의 경우 19세기 초반에는 레이스나 프릴 장식 등으로 엉덩이 부분을 많이 부풀려 주어 확실하게 강조하는 것을 볼 수 있고 시대가 흐를수록 점차 디테일이 간소화 되어 심플한 실루엣이 만들어진 것을

볼 수 있다. 아워글래스 실루엣 또한 인위적인 실루엣에서 자연스러운 곡선을 이루고 있는 실루엣으로 변해가는 형상이었다. 두번째 컬러는 선행 연구로 보아 다양한 색상이 사용된 것으로 보이며 19세기에는 자주색, 푸른색, 갈색이 주로 사용되었고, 20세기 초반에는 강하고 화려한 원색의 컬러와 함께 파스텔 톤, 모노톤이 유행한 것으로 알 수 있다. 본 연구에서의 컬러는 주 조색이 되는 한 가지 색을 중심으로 분석하였다. 분석 결과 회화에서 가장 많이 나타난 색은 모노 톤으로 하얀색과 검정색으로 보여진다. 그 다음으로는 파스텔 톤의 분홍색이 많은 것을 볼 수 있고, 파스텔 톤의 보라색, 루비 빛의 빨간색 등이 순서대로 분포하고 있는 것을 볼 수 있다. 마지막 문양을 분석한 결과 이 연구에서 사용된 30점의 명화에서는 3점의 문양을 볼 수 있다. 버슬 스타일의 특징인 러플과 주름, 리본 등의 중점을 두어 문양은 사용하지 않은 것으로 보이며 꽃 문양이 2점 세로 줄무늬가 1점이다.

연구 결과 19세기 회화를 중심으로 분석한 명화 30점의 실루엣은 s-자 형 실루엣을 주로 이루며 화려하고 인위적이었던 주름과 버슬 장식들이 점차 자연스럽게 물이 흐르는 듯한 실루엣으로 변하는 것을 알 수 있었고, 컬러로는 모노톤의 검정색과 하얀색 그리고 다음으로 분홍색이 많은 것을 볼 수 있었다. 문양으로는 많은 문양을 찾을 수는 없었지만 꽃 문양과 세로 줄무늬가 있는 것을 알 수 있었다. 본 연구는 명화에 대해서 하나씩 구체적인 설명했고, 사람들에게 19세기 회화를 알려 주는 것뿐만 아니라, 버슬 스타일복식을 알려준 동시에 그 당시의 유행에 영향을 준 발전역사를 통하여 19세기의 경제, 정치, 그리고 문화 또한 알 수 있다. 패션의 변화는 확실히 환상적인 아름다움에서 실용성을 추구하는 간편한 형태로 옮겨가게 된 것을 의미하고 있고 이것은 19세기 후반을 지배하던 사실주의 및 자연주의 사조의 영향을 받은 것으로 볼 수 있다. 버슬 스타일은 현재에도 새로운 스타일로 끊임없이 창조되고 있기 때문에 발전의 가능성이 무한 함이 있어 이러한 면에서 계속 연구가 되기를 바란다.

■ 참고문헌

- 김은하(1999). *세기말에 나타난 버슬 스타일의 재등장 원인에 관한 연구-17~20세기 프랑스를 중심으로*. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 김미진(1998). *복고적 이미지를 표현한 의상디자인 연구 버슬 스타일(Bustle style)을 중심으로*. 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 박선희(2001). *19C 근대 여성 복식에 나타난 과장적 표현*. 건국대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 김미영(2003). *아르누보 양식의 패션 디자인 연구-Flower Pattern을 중심으로*. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.

현대 패션에 나타난 뷰티 디자인의 다다이즘 특성

임단비 · 신세영[†]
서경대학교 미용예술학과

현재의 트렌드를 가장 빠르게 반영하는 패션 컬렉션에 등장하는 뷰티 디자인이 최근에는 창의적이고 모험적인 디자인으로 변화하여 '미'를 벗어나 얼굴을 과도하게 왜곡시키거나 변형, 과장, 단순화 또는 독특한 소재를 사용하는 등의 반미학적인 형태로 빈번하게 등장하고 있다. 반미학, 반예술이라는 개념이 구체적으로 등장한 시점은 20세기 초에 등장한 다다이즘이라고 볼 수 있으며, 다다이즘은 허무주의적 성격을 띤 예술운동으로, 우연의 원리를 강조한 반(反)예술적 태도를 가진 부정정신을 갖고 있다. 다다이즘은 1차 세계대전 말엽에 혼란스러운 시대상황 속에서 유럽과 미국에서 일어난 반문명, 반전통, 허무주의적인 예술운동으로 부정정신을 띤 '무의미'란 뜻으로 사용되었다. 스위스의 취리히에서 먼저 시작되었으며, 독일을 거쳐 중부 유럽으로 퍼져 나갔으며, 1920년과 1923년 사이 프랑스 파리에서 전성기를 맞았다. 조형예술뿐만 아니라 문학, 음악의 영역에서 다양하게 활용되었으며, 현대 디자인에서도 그 활용이 증가하고 있다.

이에 이 연구에서는 문헌고찰 및 디자인 영역에서 표현된 다다이즘의 분석을 통해서 현대 패션에 나타나는 뷰티디자인의 다다이즘 특성을 분석하고자 하며, 이 연구의 결과는 다변화하는 뷰티디자인의 반미학적 경향을 예측하고 창조할 수 있는 기초자료로 활용할 수 있을 것이라 기대한다.

연구방법은 문헌 고찰을 통해 다다이즘의 개념, 발생배경 및 예술 장르에서의 표현 방식을 분석하였으며, 현대 디자인 영역에서 활용된 사례에 대해 특성을 분석하였다. 다다이즘이 표현된 뷰티디자인 분석을 위해 2010-2017년 파리, 밀라노, 런던, 뉴욕 등 세계 4대 컬렉션을 중심으로 삼성디자인넷과 패션매거진 VOGUE.CO.KR 등에서 자료를 수집 및 분석하였다.

연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 현대 패션에서 다다이즘이 표현된 뷰티 디자인의 특성은 해체성, 우연성, 퇴폐성으로 분류되었다. 다다이즘 뷰티디자인의 특성 중에서는 퇴폐성을 나타낸 뷰티디자인이 가장 많이 나타나고 있었으며, 퇴폐성은 왜곡의 형태로 추한 것의 개념에서 확장된 의미로 부정적인 속성을 가지고 전통미를 해체하고, 기존 질서의 파괴 및 도덕적 타락현상으로 나타났으며 이는 혐오, 저속함 등의 이미지로 나타났다. 해체성은 얼굴의 본래 형태와는 전혀 다른 부조화된 형태를 그려 넣거나 의도적으로 파괴적인 표현으로 얼굴의 조형요소들을 재구성시키는 것으로 나타났으며, 이는 부정적, 퇴행적 등의 이미지로 나타났다. 마지막으로 우연성은 다다이즘의 우연의 원리 그대로 이성적인 사고에 좌우되지 않는 우연에 의해 즉흥적으로 표현됨을 추구하여 도발적인 행위로 이어졌으며 이는 낯설음, 도전적, 실험적 등의 이미지로 나타났다.

[†]Corresponding author : syshin@skuniv.ac.kr

둘째, 소재에 따라 크게 자연물과 일상소재로 분류되어 다양한 소재가 활용되는 것을 알 수 있었다. 다다이즘의 콜라주 영향을 받아 자연물을 가공하지 않고 오브제로 사용하였으며, 일상소재로는 재활용품이나 사소한 물건들을 무질서하게 사용하여 이질적인 요소들을 결합시킨 뷰티디자인 표현들이 다양하게 등장하고 있는 것으로 나타났다.

셋째, 디자인 표현기법에 의해 형태, 질감, 색채, 장식으로 분석되었으며, 형태는 과장성, 무정형, 기괴함의 특성이 있으며 점의 반복, 직선의 사용이 많았다. 질감은 매트하고 거친 표현이 많았으며, 색채는 검정이 주고 사용되었고, 선명하고 다양한 색상의 극적대비의 활용이 가장 큰 비중을 차지하는 것을 알 수 있었다. 장식은 무겁고 이질적인 소재의 사용으로 플라스틱, 비닐, 깃털, 금속, 망사 등의 사용이 많았다.

현대 패션에 나타난 다다이즘 뷰티디자인은 다다이스트들이 시도했던 전통미를 해체하고 유연성을 가진 반예술·반미학 개념이 이어져 메이크업 아티스트에 의해 상식과 고정관념을 깬 실험적인 시도가 이어지고 있음을 알 수 있었다. 이 연구의 결과는 다다이즘이 뷰티디자인에 나타난 경향을 파악하는 데 도움을 줄 수 있을 것으로 사료되며, 향후 다다이즘의 단편적인 예술 사조를 넘어 다른 예술사조들과의 결합에 대한 분석적 연구가 지속적으로 이루어 질 것으로 기대한다.

■ 참고문헌

- 유미숙(2007). 부정과 실험정신으로 본 마르셀 뒤샹의 예술세계. 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 김미희(2009). 다다이즘에 나타난 콜라주의 조형적 특성에 관한 연구. 강원대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이길환(2007). Marcel Duchamp의 ‘반예술’에 관한 연구: 다다와 레디메이드를 중심으로. 강원대학교 교육대학원 석사학위논문. p.43.

섬유벽지의 디자인 패러다임 변화에 관한 연구

-불규칙한 표면의 섬유벽지 개발 사례를 중심으로-

이준한* · 이윤주* · 김선미†

*여명벽지주식회사, 건국대학교 리빙디자인학과

1. 연구목적

다보스 포럼으로 알려진 World Economic Forum의 창립자이자 회장인 Klaus Schwab은 2016년 1월 인공지능, 로봇공학, 사물인터넷, 무인 운송 수단, 3D프린팅, 나노기술 등을 기반으로 한 4차 산업혁명을 이야기 하여 지속적인 화제가 되고 있다. 4차 산업혁명은 기존의 대량생산 방식을 다품종 소량의 수준을 넘어 공예에서 보여주는 일품 생산 방식으로의 생산체계의 패러다임 전환을 가져오고 있으며, 이에 대한 영향으로 섬유벽지는 화려하고 풍부한 색상이 표현되며 다양하고 입체적인 형태로 개발되어 자연물에서 나타나는 불규칙성과 수공예적인 특성을 표현하고 있다. 본 연구는 4차 산업혁명에서의 기술의 목적성을 최근 개발되는 섬유벽지의 예시를 통해 파악하고자 하였으며, 이를 통해 앞으로의 텍스타일 산업 전반의 동향을 분석하고 대응할 수 있는 발판을 마련하고자 하였다.

2. 연구배경 및 방법

연구방법으로는, 첫째, 벽지역사에서 미술공예운동 전후 변화와 산업화시대를 거쳐 현재에 이르기까지 벽지생산방식 변화를 문헌으로 살펴보고, 전통적 생산방식과 4차 산업혁명시대에서 나타나는 디자인을 사례 중심으로 상호 비교분석하였다. 둘째, 연구된 내용을 종합하여 디자인 변화 양상을 분석하고 이를 통해 현재 섬유벽지에서 나타나는 경향을 토대로 가까운 미래의 섬유벽지의 패러다임의 변화 양상을 예측해 보았다.

3. 결과 및 고찰

1) 미술공예운동 전후의 벽지 디자인

벽지의 역사는 중세 유럽의 타피스트리가 실내장식과 외기의 차단을 위해 사용되기 시작하였고, 종이가 개발된 이후에는 실내장식을 목적으로 종이에 인쇄하는 방식의 제품으로 발전하였다. 윌리엄 모리스(William Morris 1834~1896)는 19세기 후반 영국에서 일어난 1차 산업혁명의 영향으로 기계화된 상품의 대량생산을 반대하고 수공예를 존중하여 예술과 노동을 일치시키는 미술공예운동(Art

†Corresponding author : cemi@konkuk.ac.kr

본 연구는 산업통상자원부의 소비재산업고도화기술개발사업(과제번호 10065139)의 지원으로 수행되었음.

& Craft Movement)을 일으켰다. 모리스는 기계사용을 완전 배척하는 존 러스킨(John Ruskin, 1819~1900)과는 달리 완전히 기계를 배척하지 않고, 다양한 수공직물, 가구, 벽지 등을 개발하였는데, 이때에는 낱장으로 이루어진 종이에 목판으로 블록 인쇄를 함으로써 비연속적인 작업을 통해 공예적 특성을 나타내었다. 산업화 시대를 지나오면서, 1960년대는 연속적인 초지기술이 일반화되어 롤 형태의 종이 개발되었고 이에 맞는 연속식 인쇄기술역시 빠르게 개발되었으며, 포스트모더니즘과 더불어 대부분의 상품에서 공예의 특성은 사라지고, 양산체계에 맞게 디자인된 제품생산이 주를 이루었다. 그러나 최근 불어온 4차 산업혁명은 대량 생산에 의한 일률적 디자인을 배척하고, 각기 다른 형태의 상품들이 개발되면서 다시 과거의 미술공예운동과 비슷한 공예양상이 증가하고 있다.

2) 디자인 변화양상

기존의 평면체계에서 벗어난 3D의 구현이 보편화 되면서 2차원적인 평면의 벽지가 입체감을 띠면서 단순한 부조를 뛰어넘은 불규칙한 요철의 무늬의 형성을 가져오고 있다. 섬유벽지의 형태를 결정하는 요인을 원사, 제직, 후가공 등으로 분류할 수 있는데, 기존의 규칙적인 원사를 생산하고자 했던 기술이 최근 컴퓨터를 통한 제어를 통해 오히려 굵기가 불규칙한 원사를 생산하고 있다. 제직에 있어서도 기존의 문지를 이용해 반복무늬가 존재하는 자카트방식에서 컴퓨터 전자 자카드를 활용하여 디지털 프린팅과 같이 제품의 처음부터 끝까지 반복 무늬가 없는 제품의 생산이 가능해졌다. 후가공 기술 중 디지털프린팅기술은 이미 보편화된 기술로 기존의 인쇄방식인 동판롤러나 스크린의 Repeat의 한계를 뛰어넘어 제품의 처음부터 끝까지 반복되지 않는 패턴을 컴퓨터가 구현할 수 있는 수천만의 색을 표현하는 사진인쇄술을 제품에 적용하는 것이 가능해졌다. 이러한 색상의 표현은 기존에 배경색으로만 생각하던 벽지를 과감한 장식물의 하나로 변화시켰다.

4. 결론

4차 산업혁명의 기술은 기존의 대량생산 체계에서 요구되었던 산업적 양산디자인이 개인 맞춤형 온디맨드(On-demand) 또는 똑같은 상품 없이 한 가지 상품만을 생산하는 일품(一品)생산으로의 디자인 패러다임을 변화시켜가고 있다. 즉, 일률적으로 생산하기 위한 설계적 디자인이 아닌, 제품의 실용성에 예술적 가치를 겸비한 합목적적이며 공예적 디자인으로 전환되고 있다. 이러한 패러다임의 변화는 벽지 디자인에도 영향을 미쳐, 기존에 구현하기 어려웠던 형태나 색상을 손쉽게 구현할 수 있는 기술 개발과 더불어 점차 화려하고 입체감 있으며 독창적이고 불규칙한 특성의 디자인 출현이 급속도로 증가하고 있다. 본 연구는 벽지의 역사와 최근의 사례를 상호 비교하여, 기계문명에 반하여 나타난 미술공예운동과 현재의 고도의 기술 속에 나타나는 새로운 공예의 움직임에 연구하여 당면한 4차 산업혁명시대의 벽지디자인 패러다임을 연구하였다. 4차 산업혁명의 기술적 도구를 통해 결국 인간과 자연의미를 추구하는 디자인이 지속되길 희망한다.

■ 참고문헌

Jung, Park and Sung (2017). 4차 산업혁명 관련 기술의 정부R&D과제 현황과 관심도 분석 [Government R & D project status and interest analysis of technology related to 4th industrial revolution]. *Proceedings of 2017 the Korea Technology Innovation Society Conference* (pp 549-558). Daejeon: KOTIS.

The Fourth Industrial Revolution: what it means, how to respond. (2016). *World economic forum*. Retrieved January 14, 2016, from <https://www.weforum.org>

대학생들의 패션라이프스타일에 따른 웨어러블 스마트 텍스타일제품 관심 경향 분석

송하영

상명대학교 디자인대학 텍스타일디자인학과

미래의 섬유패션산업은 소재, 염색, 의류, 패션 등의 기반 기술과 IT, BT, NT 신기술이 융합된 새로운 텍스타일 제품군으로써 정보를 인지할 수 있는 센싱 신호전달 섬유와 정보전달 및 통신 기능의 전자모듈이 연결된 디지털 스마트 IT 융합텍스타일제품 중심으로 전개될 전망이다이라고 한다. 2000년대부터 섬유의류 제품에 고기능성에 대한 수요가 증가하면서 섬유 및 의류 제품의 속성에 IT 기능을 융합한 새로운 섬유 및 의류제품들이 한층 업그레이드되어 출시되고 있다. 최근 IT업체들은 시계, 안경, 신발, 의류와 같은 패션 제품에 컴퓨터 기능을 탑재하여 착용 가능한 웨어러블(wearable) 형태의 제품으로서 구글 글래스나 애플워치, 나이키 밴드, 아디다스의 토킵 슈즈 등 다양한 제품들을 상용화하고 있으며, 착용 가능한 스마트 의류라는 관점에서 웨어러블 컴퓨터(wearable computer), 인텔리전트 클로딩(intelligent clothing) 또는 디지털 클로딩(digital clothing)으로 소개되고 있다. 웨어러블 스마트 섬유패션제품에 대한 연구로는 헬스케어의 생체신호 스마트의류 디자인 및 시스템 개발 연구, 소비자의 스마트의류 평가나 구매의도 및 아웃도어 사용성 평가, 스마트 의류 상품 기획) 등으로 대부분 연구되고 있었으며, 현재 스마트 텍스타일 제품은 스포츠, 레저, 헬스케어 및 메디컬 등의 다양한 분야로 적용되어 점차 이의 수요가 증가될 전망이다. 본 연구의 목적은 점차 수요 증가추세에 있는 스마트 섬유융합 패션제품군들에 대한 상품 기획에 있어서, 향후 10년 내에 점차적으로 상용화 증가가 예견되는 잠재 소비층의 20대 소비자층을 대상으로 스마트 텍스타일제품에 대한 관심 경향이 어떠한지를 파악하고자 하였다. 4차 산업혁명 시대를 맞는 미래 섬유패션산업 하에서 20대 대학생들의 패션라이프스타일에 따른 섬유융합형 스마트 제품들에 대한 관심 경향을 파악함으로써 다양한 기술 적용 요구와 소비자 니즈가 반영되어야 하는 스마트 텍스타일제품 기획에 있어 기초자료로 활용하는데 연구의 의의가 있다.

연구의 문제는 첫째, 20대 대학생들의 패션라이프스타일 유형을 규명하고, 둘째, 대학생들의 패션라이프스타일에 따른 유형화된 집단의 특성을 파악하여, 셋째, 패션라이프스타일 유형에 따른 스마트 텍스타일제품의 관심 경향을 분석한다. 본 연구에서는 소비자의 라이프스타일을 의복에 적용한 것을 패션라이프스타일로서 정의하고, 라이프스타일에 패션이 반영된 정도에 따라 분류한 선행연구를 참조하여 예비 설문조사의 수정보완을 거친 후, 5점 등간척도 형태의 22문항을 측정도구로 사용하여 설문 조사하였다. 패션라이프스타일의 척도를 구성하는 개별문항은 '유행개성지향형 8문항, '외모관리지향형 5문항, '브랜드선호지향형 3문항, '편의기능지향형 3문항, '실용구매지향형 3문항으로

[†]Corresponding author : fabricsong@smu.ac.kr

서 총 22문항으로 구성하였다. 연구 설문에 이용한 웨어러블 스마트 텍스타일 제품에 대한 관심 경향 파악을 위한 문항은 국내 선행연구 및 기술개발에 대한 조사 자료들을 토대로 하여 총 15개 문항 항목으로 분류하고, 5점 등간척도를 이용하여 설문 조사하였다.

본 연구는 웨어러블 스마트 섬유융합 패션제품관련 관심 및 구매 의사에 향후 10년 이내에 직간접적으로 영향을 줄 수 있는 20대 대학생들을 연구 대상으로 했다. 수도권(서울 및 경인지역) 및 충청권(천안중심)에 거주하는 대학생 300명을 대상으로 하였고, 자료 수집은 편의표본 추출방법에 의해 2017년 5월 1일~6월 20일 사이에 이루어졌다. 설문지 300부 중 약 280부가 회수되었으며 그 중 내용이 불충실한 것으로 판단하여 통계처리가 불가능하다고 판단된 7부와, 표집인원 100명 이하의 72부로 적은 표집대상이 된 남자대학생들을 제외하고 여자대학생들 201부를 대상으로 최종 분석 자료로 사용하였고, 자료 분석은 IBM SPSS Statistics 20을 사용하였다. 패션라이프스타일의 요인을 추출하기 위하여 주성분 분석을 실시하였고, 각 요인의 신뢰성과 타당성을 검토하기 위해 Cronbach's α 를 계산하였다. 도출된 패션라이프스타일의 요인을 기초로 대상자를 유형화하기 위하여 군집분석으로 조사 대상자의 패션라이프스타일 군을 세분화하였고, 이들 패션라이프스타일 군별 웨어러블 스마트 텍스타일제품의 관심 경향 속성간의 상관관계는 정준상관분석을 통하여 분석하였다. 패션라이프스타일에 따라 유형화된 집단의 웨어러블 스마트 텍스타일제품의 선호도 및 구매 의도와 사회 인구학적 변인 차이를 파악하기 위하여 교차분석과 카이제곱(Chi-square) 검정을 실시하였다. 요인분석에 의해 도출된 대학생(女)들의 패션 라이프스타일 요인과 웨어러블 스마트 텍스타일 제품의 관심 경향 사이에 어떤 관련성이 있는지를 규명하기 위하여 정준상관분석을 수행하였는데, 유의적인 차이를 나타내는 정준부하(Canonical loadings) 최소 0.38 수준 이상인 표준정준상관계수들을 토대로 분석하였다.

본 연구의 연구결과로서, 대학생(女)들의 패션라이프스타일을 유형화하기 위한 5가지 집단의 군집 분석 결과는 개성추구군(25%)에서 브랜드 선호를 적극적으로 추구하고 외모관리와 외형적인 복장 착용에 관심이 있는 것으로 나타났고, 편의기능 & 실용구매추구군(22%)은 활동하기 편한 기능성 있는 제품을 선호함과 동시에 세일제품을 구매하여 절약하는 실용성을 추구하는 것으로 나타났다. 편의기능추구군(15%)은 제품의 기능성과 편의성을 추구하지만 외향을 중시하여 제품을 구매하지 않으며 저렴한 가격이 구매 결정에 그다지 중시하지 않는다는 흥미로운 결과가 도출되었다. 외모관리추구군(18 %)은 편의기능, 실용적 구매 및 브랜드 선호 보다는 외모를 위한 복장 착용 및 외모 관리를 지향하는 것으로 나타났고, 유행개성 추구군(20 %)은 유행에 관심이 있고 자신만의 개성을 추구함과 동시에 실용적인 구매를 선호하지만 편의 및 기능성은 제품구매에 그다지 중시하지 않는 것으로 나타났다. 요인분석에 의한 대학생(女)들의 패션 라이프스타일 요인과 웨어러블 스마트 섬유융합 패션제품의 선호 경향 사이에 관련성 분석 결과에서, '브랜드선호지향'형은 '생체신호 모니터링 웨어러블 스마트 의류'와 '고기능성 섬유와 이의 섬유제품'에 관심이 있는 반면, '앞으로 현대 생활에서 웨어러블 스마트 의류 및 스마트 제품' 유용할 것이라고 신뢰하지 않는 것으로 나타났다. '유행개성지향'형은 '스마트 의류 제품 및 인텔리전트 섬유'를 알고 있고, '생체신호 모니터링 기능의 웨어러블 스마트 의류제품 및 고기능성 섬유 제품'에 관심이 있는 반면, '발광원리의 광섬유 제품'에 대하여 알고 있지 않으며 그다지 선호하지 않는 것으로 나타났다. '실용구매지향'형은 '고기능성 섬유와 이의 섬유제품'에 관심이 있는 반면, '스마트 의류 및 스마트 제품'을 잘 알고 있지 않아 관심이 낮은 것으로 나타났다. 또한 대학생(女)들의 패션 라이프스타일 요인과 웨어러블 스마트 섬유용

합 패션제품의 구매의사 경향 사이에 관련성 분석 결과에서는 ‘브랜드선호지향형, ‘유행개성지향형, ‘편의기능지향형, ‘실용구매지향형 모두 ‘스마트 의류제품이나 스마트제품 구매 시 최신유행 스타일’을 구매할 의사가 있다고 나타난 반면, ‘브랜드선호지향형은 ‘스마트 의류제품이나 스마트제품 구매 시’에 가격이나 디자인을 크게 고려하지 않는 것으로 나타났다. ‘편의기능지향형은 ‘스마트 의류제품이나 스마트제품 구매 시’ 가격이 비싸다고 생각하지만, 오래 입을 수 있는지 가능성을 고려하여 고가라도 구매할 의사가 있다고 나타났다. ‘유행개성지향형도 ‘스마트 의류제품이나 스마트제품 구매 시’에 가격이 비싸다고 생각하지만 최신 유행을 고려하여 고가일지라도 구매할 의사가 있는 경향으로 나타났다. ‘실용구매지향형은 ‘앞으로 웨어러블 스마트 의류 및 스마트 제품을 구매할 의사가 있고 주로 인터넷 검색을 통하여 조사하는 것으로 나타났다.

20대 대학생(女)들의 패션라이프스타일을 유형화하여 유형별 스마트 텍스타일 패션제품의 선호 및 구매 관심 경향에 대한 분석한 본 연구를 통하여 향후 스마트 기술과 융합된 섬유패션상품군의 잠재적인 타겟 소비자층을 겨냥한 상품개발기획 시 참고자료로 활용될 수 있을 것으로 사료된다. 앞으로 성별, 연령대 및 직업군 등을 포함한 소비자 라이프스타일에 따른 스마트 기술 융합형 섬유패션상품군들의 소재, 디자인, 성능 등에 따른 관련 요인들을 분석하는 지속적인 연구가 필요할 것이다.

■ 참고문헌

- 권기대 · 김승호 · 이순자(2002). 패션라이프스타일, 시장 및 재활용 행동의 관계에 관한 탐색적 연구. *한국의류학회지*, 26(2), 280-291.
- 김원근(2011). 전자산업용 섬유: 전자섬유 (Electronic Textile)의 기술개발동향. *한국섬유공학회*, 15(2), 130-136.
- 박성규 · 김원근(2013). 전자섬유 소개 및 기술 개발 동향. *한국고분자학회*, 24(1), 38-44.
- 송하영(2008). 남성소비자들의 패션라이프스타일에 따른 넥타이 문양디자인 선호. *한국감성과학회*, 11(4), 489-500.
- 신동주 · 최종명(2008). 대학생의 패션라이프스타일에 따른 장신구 착용. *한국생활과학회지*, 17(4), 723-731.
- 한정아(2012). 대학생의 라이프스타일에 따른 선호 스타일 선택과 패션 브랜드 수용의 관련성. *한국디자인트렌드학회*, 34, 381-391.
- 황영미 · 이정란(2006). 스마트 의류 개발(衣類 開發)을 위한 소비자 선호도 조사(消費者 選好度 調査)- 연령별 비교(年齡別 比較)를 중심(中心)으로-. *한국의류학회*, 10(4), 130-139.
- 한희정(2016). 패션 라이프스타일에 따른 아웃도어 의류 구매성향. *복식문화학회*, 24(2), 218-232.

일상의 변화에 따른 텍스타일 디자인 경향

-초월(trans-)성을 중심으로-

김화연* · 이필하*

*건국대학교 의류학과, 건국대학교 리빙디자인학과

1. 연구 배경 및 목적

‘초월’이라는 의미의 영문 접두어 ‘trans’는 ‘넘어서다, 이동하다, 건너가다’라는 뜻을 지니며, 존재가 다른 상태로 전이된다는 의미가 있다. 초월성은 경험을 넘어선다는 의미로 논리나 규칙보다는 직관, 육체적인 경험보다는 정신과 본질을 추구하는 경향이나 실험적이고 제한 없는 표현의 성격을 모두 함의하고 있다. 기존의 디자인 체계가 전혀 다른 체계와의 전이를 통해 새롭고 다채로운 디자인을 창출하는 현재의 시류에서 초월성은 최근의 디자인 특성을 잘 반영하는 단어라고 할 수 있다. 특히 3D 프린팅, 인공지능, 가상현실 등의 기술 발전은 일상의 초월적 가치와 기존에 비일상적이라고 생각했던 것들이 일상화되는 현상을 만들어내고 있다. 따라서 일상이 내포하던 잠재력과 가능성이 그 경계를 무한히 확장되고 있다. 본 연구는 일상의 변화와 텍스타일 디자인 트렌드를 초월적 디자인 측면에서 고찰하여 정리함으로써 향후 텍스타일 디자인을 논의하는 데 그 목적이 있다.

2. 연구 방법

연구를 위해서 먼저 선행연구를 중심으로 일상의 변화 경향과 의미를 고찰하고, 문헌조사를 통해 최근 텍스타일 디자인 동향과 세부 특징들을 조사한다. 이를 바탕으로 최근 일상을 초월한 텍스타일 디자인의 성격을 규정하고 그 범주 안에서 구체적 사례들을 분석하여 텍스타일 디자인의 확장된 경향을 정리하고자 한다.

3. 결과 및 고찰

사회와 기술의 변화는 일상의 단조로움에 변화를 가져왔다. 앙리 르페브르가 ‘반복, 익숙함, 정해져 있음’으로 정의 내렸던 일상은 그가 ‘가변성, 색다름, 특별함’으로 규정지은 비일상의 영역으로 점점 확장되고 있으며, 그로 인한 변화들이 나타나고 있다. 이러한 일상의 확장은 디자인 분야에서도 나타나는데, 최수민은 ‘이벤트성 파빌리온’에 관한 연구를 통해 건축에서의 비일상성의 개념으로부터 공간 표현의 특성을 추출한다. 비현실성, 다양성, 가변성, 불규칙성, 모호성, 연출성, 자유성, 환상성, 참신성, 체험성, 유희성, 의외성의 여러 요소는 공간뿐 아니라 텍스타일 디자인의 경향에도 적용 가능한 초월적 특징들이다. 프랑스 트렌드 정보 회사 까린 인터내셔널(Carlin International)에서 제시

*Corresponding author : imphil@konkuk.ac.kr

-본 연구는 산업통상자원부의 소비재산업고도화기술개발사업(과제번호 10065139)의 지원으로 수행되었음.

한 2018년 S/S 트렌드 키워드는 'Impulse'로 행복을 찾으려는 인간의 본능과 현대사회의 현실과의 간격 사이에서의 노력을 '격렬한 삶'으로 표현한 것이다. '격렬한 삶'의 하위 테마로 제시된 '이국적인 크레올 풍', '현대적 탐구', '대지의 힘', '카르페 디엠'에는 앞서 논의한 초월적 특징들이 다수 적용되는 것을 볼 수 있다.

초월적 디자인의 다양한 특성을 정리해 보면 새로운 기술을 이용하거나 기존의 것을 재해석하는 실험적(experimental) 성격, 본질의 추구하고 자연과의 조화를 반영한 유기적(organic) 성향, 다양한 분야 간의 접목과 전이를 통해 가능성을 확대하는 무제한적(unlimited) 성향 그리고 불가능한 것을 가능하게 하는 상상력의 산물로서 환상적(fantastic) 성격 등으로 구분지어 살펴볼 수 있으며, 이를 적용해 다양한 텍스타일 디자인 경향을 분석할 수 있다. 초월적 디자인의 이러한 특징은 추상적이고 혁신적이며, 열린 디자인적 성격을 지니고 있기 때문에 초월성에 대한 요구는 첨단 기술이 발달하고 문명사회가 발전할수록 심화되고 확장될 전망이다.

4. 결론

일상은 매일 자연스럽게 경험하는 일반적인 삶의 토대로 매일 반복되기 때문에 지루하고 단순하며 평범하게 인식되는 것이 일반적이다. 그러나 일상의 삶은 누구에게나 보편적으로 적용될 수 있기 때문에 사회적 삶을 구성하는 토대가 된다. 즉, 사회 변화의 저변에는 일상의 경험이 있다는 것이다. 4차 산업혁명이나 그로 인한 기술 변화에 주목하는 것도 새로운 기술의 발전이 가져다줄 일상의 변화에 더 빨리 적응하기 위해서일 것이다.

윌리엄 모리스는 일찍이 디자인이 우리들의 일상생활 세계의 감성이나 사고와 관련되어있음을 간파하고 디자인을 통한 생활세계의 변혁을 이루고자 했다. 이처럼 필요에 의한 수동적인 디자인이 아닌 새로운 생활방식을 만들어내는 주체적 개념으로서의 디자인을 정의한다면 디자인은 일상의 개념과 함께 이해되어야 한다. 사회 변화와 기술의 발달은 일상의 변화를 가져왔으며 이는 디자인에서도 형이상학적 가치에 대한 관심으로 이어지면서 내재적인 성격보다는 초월적인 특징이 두드러졌다. 이는 새로운 소재의 개발과 다양한 소재의 믹스 매치, 전통의 현대화, 본질주의 등의 경향으로 나타나고 있으며, 앞으로도 초월적 특징들이 반영된 디자인이 텍스타일에 있어서도 주요한 트렌드로 자리잡을 것으로 여겨진다.

■ 참고문헌

- 신하나, 이민선(2011), 패션에 나타난 빛과 색채의 미적 가치에 관한 연구. *한국디자인문화학회지*, 17(1), 241-254
- 박연실(2014), 일상의 미적 경험을 통한 디자인의 미학. *디자인융복합연구*, 13(5), 163-180.
- 박월미, 배수경(2018), 2006-2016 패션컬렉션에 표현된 환상성 연구. *한국디자인문화학회지*, 23(2), 243-257
- 최수민(2017), 이벤트성 파빌리온에 나타나는 비일상적 공간 특성 연구-서펜타인 갤러리 파빌리온과 MoMA PS1 YAP 파빌리온을 중심으로-. *기초조형학연구*, 15(6), 723-733
- 한왕모(2016), Spirituality를 추구하는 디자인 패러다임 변화에 따른 텍스타일 디자인의 대응방안에 대한 연구. *건국대학교 대학원. 학위논문(박사)*
<http://www.maisonkorea.com/?p=19389>

리인카네이션 개념을 통한 가족 소품 디자인 개발

박유신

서일대학교

1. 서론

20세기 후반 산업화에 따른 환경 문제의 대두는 모든 인류의 경각심을 불러일으키기에 충분했다. 바다에 떠다니는 5밀리미터 이하의 플라스틱 조각들은 무려 51조 개에 이를 것으로 추정되고 있고, 계속 증가되고 있는 이산화탄소 배출량, 수은 중독에 의한 미나마타병 등의 발병은 환경 오염에 대한 인식을 고취시켰고 이는 그린 피스, 그린 파티와 같은 환경단체들의 출현하게 하였다.

이에 따라 폐기물 자체를 최소화시키기 위한 움직임이 일어났고, 그린, 에코, 리사이클링, 업사이클링, 지속가능한 디자인의 용어들이 순차적으로 나타나기 시작했다. 더 나아가 채프먼은 지속가능한 디자인이 미래를 고려하는 새롭고 야심찬 디자인 정신을 지니고 있지만 혁신적인 접근법은 부족하다고 지적하며, 그 원인이 철학적 깊이의 부족이라고 하였다(Chapman, 2005).

맥도너와 브라운가르트의 “요람에서 요람으로”에서 산업혁명이 개인보다는 전체의 중요성을 강조하고 환생과 윤회와 같은 순환적 가치관을 믿는 동양사회에서 일어났다면 어떠했을까(William McDonough, 2002)라는 화두를 시작으로 산업과 환경이 대립되는 개념이 아닌 자연적인 순환하는 시스템으로 받아들이는 움직임들이 일어났다. 새로운 제품이 만들어지는 단계에서부터 사람들이 제품에 대한 이해와 스토리를 가지고 일회성이 아닌 지속가능성을 추구하고 사용할 수 있는 생태시스템처럼 순환 가능성을 열어둔 것이다. 이는 생성, 변화, 소멸을 겪은 하나의 물질과 그 내재된 가치가 순환과 전생의 영향을 통하여 새로운 형태와 가치로 환생하는 것(전유미, 2015)이라고 정의된 리인카네이션과 상통한다.

본 연구에서는 리인카네이션의 개념에 의한 폐가족의 환생 즉, 새로운 생명으로서의 디자인 개발을 하고자 한다.

2. 본론

5000년 전 이집트인들의 동굴 속 그림에 가족을 손질하는 것을 비롯하여 가족 샌들, 가족 옷을 만들어 입었던 기록들이 남아 있다. 과거 나뭇가지나 잎, 닭 똥, 오줌, 개의 뇌를 약품으로 사용하고, 사람의 이로 직접 씹거나 방망이질을 하는 무두질 차원에서 1884년 Augustas Schultz가 발명한 크롬 무두질법을 시작으로 시간적 효율성을 높인 부드러운 가족을 생산하게 되었다. 그러나 발암 물질을 함유한 크롬, 다량의 물, 소금, 석회 등의 사용과 강알카리성 성분을 중화시키는 화학처리과정, 환경, 윤리적 문제로 대두되었다. 이에 가족 공정의 반윤리적 문제에 대해 알아보고 생태계의 순환에 의한 리인카네이션의 개념에 의한 가족 소품 디자인을 개발하고자 한다. 리인카네이션의 어원은 re와 incarnation의 조합으로 re는 ‘다시’이며 incarnate ‘생각-특질을 구현하다’로 결합하여 환생하다 라는 의미를 갖는다. 즉 reincarnation은 다시 살아남이며 새로운 환생을 의미 한다. 유교,

불교, 도교 의 윤회 개념인 리인카네이션은 지속가능한 디자인의 실천이자 순환단계에서 가치가 쇠퇴하는 것이 아닌 다시 살아나는 삶이라 할 수 있다. 고대 인도인들의 공통된 사후(死後) 관념이기도 했던 윤회는 수레바퀴가 돌고 돌아 끝이 없는 것과 같이 중생이 지은 바 업력에 따라 생사의 수레바퀴를 돌고 돈다는 의미이다.

소재는 공방, 창업동아리, 가죽 제품 공장에서 발생한 폐가죽을 사용하였으며, 정형과 비정형의 가죽으로 분류하여 제작하였다. 비정형 폐가죽은 피할 과정에서 뜯겨져 나간 모양을 그대로 활용한 회화적 표현과 추상적 표현을 택하였다. 정형 폐가죽은 엮기, 감기, 및 조각 맞춤 등에 의한 방법으로 다음과 같이 분류하였다.

정형의 폐가죽에서는 공장에서 철형 작업이후 남은 가죽 조각과 피할에 의한 상혁부위가 있었다. 철형 작업이후 남은 가죽 조각은 2mm 정도 폭의 핸드폰 케이스 철형 후, 남은 직사각형 자투리로 능직에 의한 직조를 하고 킴을 제작하였다.

피할하고 남은 상혁부위는 대부분 버려지기 쉬운데 이 부분을 두께가 얇거나 보강이 필요한 부위에 본드 칠로 부착하여 활용하였다.

비정형 폐가죽은 봉제가 불가능할 정도의 작은 자투리와 얇게 피할하는 과정에서 발생한 비정형으로 찢긴 폐가죽이다.

봉제가 불가능할 정도의 작은 자투리는 1mm 폭의 20~50mm 길이의 자투리로 폐컴퓨터의 부품과 함께 액세서리로 제작하였다.

얇게 피할하는 과정에서 발생한 비정형으로 찢긴 폐가죽은 엠보싱 가공이 되어 있는 경우, 0.3mm로 얇게 피할 할 때 비정형으로 뜯기는 경우가 많았다. 나무에서 매년 피고 지는 순환적 사이클의 벚꽃과 같은 느낌의 회화적 표현을 한 동전 지갑을 제작하였다.

3. 결론

뒤뚱페, 피카소, 뒤샹은 우리 일상생활의 폐품들을 골라주하여 생명을 부여하고 예술로서의 가치를 얻는 환생을 보여주었다. 모든 사물은 오브제가 될 수 있으며 물질은 나름의 미학 가치를 가지며 물질의 환생은 의미의 환생인 동시에 정신의 환생가능성을 시사하고 있는 것이다(오치규, 2007). 이러한 의미에서 아무리 작은 소재라도 다시 생명력을 부여하여 새로운 가치 있는 것으로 만든다는 것은 인류 주위의 환경을 구하고 인간의 윤리적, 도덕적 가치를 되새기고 함양할 수 있는 의미 있는 일이라 할 수 있을 것이다.

본 연구에서는 폐가죽의 유형을 분류하고, 형태에 따른 정형과 비정형으로 나누고 그에 따른 폐가죽의 형태를 분류하여 소품을 제작하였다.

정형의 폐가죽에서는 공장에서 핸드폰 케이스 철형 작업이후 남은 2mm 폭 가죽 조각으로 능직에 의한 직조를 하고 킴을 제작하였고, 피할에 의한 상혁부위는 보강이 필요한 부위에 본드 칠로 부착하여 활용하였다.

비정형 폐가죽은 1mm 폭의 20~50mm 길이의 자투리로 폐컴퓨터의 부품과 함께 액세서리로 제작하였고, 얇게 피할하는 과정에서 발생한 비정형으로 찢긴 폐가죽은 나무에서 매년 피고 지는 순환적 사이클의 벚꽃과 같은 느낌의 회화적 표현을 한 동전 지갑을 제작하였다.

순환과 환생을 위한 과정에서 환경오염의 또 다른 원인이 되지 않기 위하여 남은 자체의 폐가죽의 형태를 최대한 그대로 살려 소품을 개발하였다. 이는 인위적이고 화학적 변형을 자제하고 제품

제조과정에서 수반되는 온실가스 관리와 재생에너지 사용의 정도를 평가하는 재생에너지와 탄소 관리의 단계를 뛰어 넘어 자연 섭리에 따른 자연적인 순환하는 시스템의 환생이라 할 수 있겠다.

■ 참고문헌

Chapman(2005). Emotionally Durable Design Objects, Experiences And Empathy, Stylus Pub Llc

Oh I. (2007). Concepts of Reincarnation in Field of Visual Arts, International journal of contents.

Naver Knowledge Encyclopedia(2017.08.15.)<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2113316&cid=50765&categoryId=50778>

William M., Michael B. (2002/2003). Cradle to Cradle, North Point Press

디지털 전사 날염 직물의 색차분석에 대한 연구

-2017 Sport & Outdoor f/w 트렌드를 중심으로-

김지민* · 김종준*

*이화여자대학교 의류학과, 이화여자대학교 의류산업학과

1. 서론

최근 정보화 통신의 도래와 지속적인 발전으로 텍스타일 디자인 분야에서도 디지털화가 적용되기 시작하였다. 텍스타일 디자인 작업도 수작업에서 컴퓨터 작업으로 옮겨졌으며, 프린팅 방식 또한 디지털화되었다. 디지털 텍스타일 프린팅(DTP : Digital textile Printing)의 등장으로, 기존에 작업공정과 시간이 대폭 줄어들었고, 소품종 대량생산이 가능하게 되었다. 디지털로 텍스타일을 프린팅하는 방법은 크게 2가지로 나눌 수 있다. 전사지에 디자인을 프린팅하여 고열에서 다림질하여 전사하는 방식인 디지털 전사 날염(Digital Transfer Textile Printing)과 원단에 직접 인쇄하는 방식인 직접분사 방식(Direct Printing)이 있다. 두가지 방법 모두 기존 선행연구에서 색상, 가공, 물성 등에 대한 연구가 많이 이루어지고 있다.

본 연구는 디지털 텍스타일 프린팅 방식 중에서, 현재 제일 많이 사용하고 있는 방식인 디지털 전사 날염 방식을 이용하여 실제 모니터 상의 색상과 디지털 프린팅한 색상의 차이를 비교하여 질 좋은 결과물을 창출해내는데 그 목적이 있다. 2017/18 Sport & Outdoor 트렌드에 맞추어 텍스타일 디자인을 하여, 디지털 프린팅 방식 중 하나인 디지털 전사날염을 사용하여 원단을 프린팅하였다. 프린팅 공정 이후, CIE-LAB Color Space에 기반하여 측정할 색상분류를 한 후 색상 값을 구하고 색차를 분석하였다.

2. 연구방법

디지털 전사날염에 사용된 시료로 텍스타일 프린팅에 많이 사용되는 소재인 폴리에스테르를 사용하였다. 텍스타일 디자인은 Premiere vision Paris에서 제시된 2017/18 f/w Sport&Outdoor trend를 적용하여 Adobe Illustrator CS6(64bit)과 Adobe Photoshop CS6(64bit)를 이용하여 전개하였다. 전사날염 프린팅 시 사용된 색료로는 PAPIJET(브랜드 : Kyung-in synthetic Co .Ltd)으로 C, M, Y, K 색상이 사용되었다. 전사날염 후, CIE-LAB Color Space에 기반하여 색상을 분류하고, 모니터상의 색상과 실제 프린트된 색상의 차이를 분석하기 위하여 시료별로 원본 포토샵으로 작업한 이미지의 색상 값과 비교하여 색차를 분석하였다. ΔE (색차)는 CIE $L^*a^*b^*$ 공식에 의하여 계산하였고, NCS사의 Color measurement and control equipment인 Colour scan X-Rite Capsure RM200을 사용하여 텍스타일 디자인에 3회 측정하여 산출된 L^* , a^* , b^* 값의 평균값을 측정하였다.

*Corresponding author : jjkim@ewha.ac.kr

3. 결과 및 고찰

측색할 때, 배경으로 사용한 백색판의 색상 값은 L^* 은 94.37, a^* 는 0.12, b^* 는 2.18이었으며 색상 측정 기기의 Calibration 값은 L^* 은 96.42, a^* 는 -0.40, b^* 는 2.09이었다. 그리고 색상 비교를 위해, 원본 색상 값을 기준으로 CIE-LAB Color Space에 기반하여 Red, Yellow, Green, Blue 군으로 분류하여, 분류된 색상 값으로만 그래프 분석을 진행하였다. 분류되지 않은 측정값들은 그래프에서 L^* 값이 반영되지 않았기 때문에, 비슷한 위치에 있어도 전혀 다른 색상이 나타나 제외하였다. 특히 (0,0) 부근에 위치한 색상들은 비슷한 a^* 와 b^* 의 값임에 불구하고, 블랙과 회색 등의 다른 색상으로 나타났다. 그 결과, 측정한 25가지 색상 중에서 13가지 색상이 추출되었다. 색차 분석 결과, 전반적으로 Red군의 색상들의 색차 값이 크게 나타났으며, Blue계열의 색상의 색차는 작았다. 그리고 같은 색상 군내에서, Blue군의 색상을 제외하고 L^* 값이 클 때, 대체적으로 작은 ΔE 값 나타내는 경향을 나타냈다.

4. 결론

2017/18 f/w Sport & Outdoor trend로 제시된 색상을 중심으로, 텍스타일 프린팅을 했을 시 폭넓은 색차 비교를 위하여 다양한 색상을 적용한 카모플라주 텍스타일 디자인을 전개하고, 이 디자인을 디지털 전사 날염 프린팅(Digital Transfer Textile Printing)으로 폴리에스테르 직물에 프린팅하여 색상 값과 색차를 분석해보았다. 그 결과 Red 군의 색차 값이 컸으며, Blue군을 제외하고 L^* 값이 클수록 대체적으로 ΔE 값이 작은 값을 나타냈다.

측정할 색상 분류를 CIE-LAB Color Space에 기반하여 분류하였는데, 이는 L^* 값이 적용되지 않은 a^* 와 b^* 값으로만 나타난 그래프이었기에 색상 분류가 매끄럽게 진행되지 않았다. 차후 색상 분류를 할 시에, L^* 을 추가하여 분류하는 방법이 적용되어진다면 색상분류가 더 명확하게 될 것으로 보인다.

■ 참고문헌

- 황종필 (2014). 디지털 전사 날염 프린팅의 색차보정 방법에 관한 연구. 건국대학교 석사학위 논문.
- 박서린 외 (2016). 디지털 전사날염으로 프린트 된 QR코드의 인식률 연구 -필라멘트 직물의 섬도와 색의 변화를 중심으로-. 패션비즈니스, 20(4), 50-71.
- 이연순 외 (2010). 섬유 종류에 따른 디지털 텍스타일 프린팅의 발색성 비교 분석. 12(2), 67-73.
- 전유미 (2016). 지속가능한 텍스타일 프린팅 접근법으로서 포토그램의 활용가능성 고찰. 한국디자인문화학회, 22(1), 355-369.
- 박서린 외 (2016). 한국 전통색채와 디지털 전사 날염 색채 비교연구 -한국전통표준색명의 적색계를 중심으로-. 패션비즈니스, 20(1), 98-114.
- 최경미 (2014). 환경친화형 불소계 발수제를 적용한 기능성 가공 DTP 견직물의 연구 및 활용. 이화여자대학교 박사학위논문.
- 조문희 (2008). 승화전사 디지털 텍스타일 프린팅 개발에 관한 연구. 경희대학교 대학원 박사학위 논문.

<http://www.premierevision.com/en/>

패션컬렉션에 나타난 체크패턴 디자인유형 분석

-2015년 S/S ~ 2017년 F/W를 중심으로-

김미송* · 김성달†

*건국대학교 일반대학원 의류학과 텍스타일디자인전공, 건국대학교 리빙디자인학과

1. 서론

브랜드와 제품의 이미지는 제품을 구성하고 있는 다양한 디자인 요소에 의해 결정된다. 제품에 적용된 패턴(pattern)은 선과 면, 색채 등의 조형적 요소를 통해 시각적 효과를 강조하고 제품의 전체적 이미지와 아이덴티티에 영향을 준다. 그 중 체크패턴(check pattern)은 기존의 전통적인 이미지에서 더 나아가 시대적 흐름에 맞게 트렌드와 연계 가능성이 있는 디자인 모티브 중 하나로 자리매김해오며 그 중요성이 부각되어 왔다. 이러한 추세에 맞게 최근 수많은 디자이너들의 지지를 받으며 다양한 시도를 통해 새롭게 창출, 적용되고 있다. 이처럼 패턴 디자인 분야에서 체크패턴이 지닌 역사적 의미와 시대적 관심은 지속적으로 있어 왔다고 볼 수 있으나 체크패턴에 대한 연구는 다소 부족한 실정이다. 이에 본 연구는 최근 패션 컬렉션에 나타난 체크패턴의 시즌별 트렌드 분석을 통해 체크패턴 변화 양상을 이해하고 향후 다양한 패턴 디자인 개발에 있어서 새로운 탐구 방안을 모색하기 위한 기초 자료를 제공하는데 그 의의가 있다.

2. 연구방법 및 범위

연구 방법은 문헌연구와 실증연구를 병행한다. 문헌연구는 국내외 관련 서적과 학술지, 학위논문 등의 선행연구 등을 중심으로 고찰하고, 실증연구는 퍼스트뷰코리아 (www.fisrtviewkorea.com) 사이트를 통해 체크패턴 이미지 자료를 조사하여 분석 자료로 한다. 그 중 체크패턴 디자인을 적용한 대표적인 브랜드인 버버리, 닥스, 비비안웨스트우드 및 기타브랜드의 최근 3년간 2015년 S/S부터 2017년 F/W까지 각 시즌별 체크자료 20점씩 총 여섯시즌에 대하여 120점의 사진자료를 분석한다.

3. 결과 및 고찰

본 연구에서 문헌연구 및 실증연구 사례분석을 통해 도출한 결과는 다음과 같다.

첫째, 2015년 S/S시즌 체크패턴의 특징은 컬러감 있는 클래식 김영이나 타탄체크를 중심으로 규칙성을 깨트려 고르지 않은 두께와 간격, 끊긴 듯한 효과를 핸드드로잉 터치로 표현한 유형이 제안된다. 풍부한 컬러매치를 바탕으로 모던하고 스포티한 분위기와 애시딕한 니앙스를 띄고 있는 컬러들이 워톤에서 쿨톤까지 컬러 전역에 걸쳐 고르게 분포하고, 팬시 소재에 대한 관심이 부각되어 생동감 있는 텍스처감과 섬세한 조직감, 경량성이 초점을 맞춘다.

†Corresponding author : dahlkim@naver.com

둘째, 2015년 F/W 시즌에는 영국 풍의 플레드와 타탄을 베이스로 캔디 컬러를 첨가하여 트레이디셔널 체크 특유의 러스틱한 느낌을 상쇄시키는 한편 불균일한 터치와 오버사이즈 스케일 등을 통해 전형적이지 않게 제안된다. 또한 정통 글렌체크에서 톤온톤으로 은은하게 변화된 체크까지 울 소재를 베이스로 부각되거나 거칠고 볼드한 조직의 울 헤링본, 모노톤부터 컬러감을 가미하여 빈티지한 감성을 부각하고 선명한 컬러의 클래식 체크를 사용한다.

셋째, 2016년 S/S 시즌에는 그래피컬한 블랙 & 화이트 컬러 콤비의 체크와 비비드한 계열의 다양한 색상으로 제안된다. 또한 솔리드처럼 보이는 타이니한 텍스처 또는 클래식한 하운드투스, 윈도우페인 체크로 매니시한 감성을 강조하였으며, 불규칙적인 안의 믹스와 밝은 악센트 컬러로 새로운 체크를 제안하였다. 손으로 그린 듯한 효과와 불규칙한 배열을 통해 보다 자유로운 느낌으로 변형하고 크기, 컬러, 밀도의 변화를 통해 블로킹 효과를 연출하기도 한다.

넷째, 2016년 F/W에는 70년대 레트로 무드가 지속적인 영향력을 미치며 빈티지한 소재의 타탄 체크가 주로 선보였다. 또한 김영과 플레드 체크를 중심으로 모티브의 사이즈를 확대하거나 선명한 컬러 대비를 적용하여 핸드페인팅 기법이나 블로킹 효과를 통해 변화를 유도하고, 화이트와 블루, 네이비의 대조를 통해 산뜻한 느낌을 부각시킨다.

다섯째, 2017년 S/S 시즌에는 피크닉 매트를 연상시키는 김영체크와 체크-브라이트 및 플레드 체크를 통해서 젊고 캐주얼한 생동감을 주고, 대형 오버체크와 마드라스 레이아웃은 엑센트 칼라를 통해 새로운 에너지를 준다. 또한 모노톤 바탕에 은은한 사토리얼 체크 패턴을 적용하거나 채도가 높은 포인트 컬러를 활용하여 다채로운 무드를 연출하고, 체크패턴 위에 자수를 엮는 등 새로운 변화를 보여주었다.

여섯째, 2017년 F/W 시즌에는 2016년 S/S의 클래식한 체크의 특징을 유지하면서 약간의 변형을 더한 하운드투스, 글렌, 그리드, 윈도우, 헤링본 체크 등의 클래식한 패턴이 도회적인 그레이 컬러와 함께 매니시한 감성을 부여하여 제안되었다. 또한 사토리얼 리메이크 경향의 체크패턴과 우븐 체크, 손으로 짠 듯한 텍스처가 더해진 체크, 타탄체크에 장식을 더해 맥시멀하게 표현된 사례 등도 선보였다.

4. 결론

체크패턴은 전통적인 동시에 트렌드를 반영하여 끊임없이 변화해 왔으며, 브랜드의 아이덴티티를 위한 가장 효율적인 수단으로서의 역할을 해왔다. 본 연구에서는 최근 3년간의 패션컬렉션에서 선보인 체크패턴의 조사, 분석을 통해 시즌에 따라 체크패턴을 구성하는 패턴의 조합과 배색 등에 의해 어떠한 방식으로 새로운 이미지 창출을 시도하고 있는지를 확인할 수 있었다. 이러한 본 연구의 결과에도 불구하고 다음과 같은 연구의 한계점이 존재한다. 문헌고찰과 실증연구만으로 연구가 진행된 관계로 연구자의 주장이 강하게 내포되어 있어 객관화에 대한 한계점이 존재한다. 또한 체크패턴을 이용한 몇몇 브랜드 사례만을 연구대상으로 선정한 관계로 한계성을 가지고 있다. 따라서 후속 연구에서는 사례분석뿐만 아니라 설문조사나 인터뷰 조사 등의 양적 조사방법을 병행하여 연구를 진행할 필요성이 있다.

■ 참고문헌

- 김경화(2015). 패턴 디자인을 통한 소비자의 시각적 감성이미지 및 브랜드 태도와의 관계성 연구. 상명대학교 박사학위논문, pp.50-62.
- 김정미(2015). 체크 패턴에 나타난 미적 특성에 관한 연구. *한국의류산업학회지*, 17(1), pp.22-31.
- 정혜경(2002). 현대패션에 나타난 체크 패턴 연구. *한국복식학회*, 17(2), pp.31-40.
- <http://www.fistviewkorea.com>

3차원 가상착의 시스템을 이용한 원피스 드레스 스타일과 스트라이프 무늬의 특성에 따른 시각적 효과

WANG TIAN TIAN · 김종준[†]
이화여자대학교 의류산업학과

오늘날 디지털 테크놀로지는 많은 발전을 거듭하며 패션 분야에서도 디지털 의류기술이 활성화되고 있다. 특히 3차원 가상착의 기술이 의류 제품 기획에서 판매단계에 가상착의 시뮬레이션 기술이 도입되었으며 의류산업의 경쟁력을 높일 수 있는 것으로 보인다. 본 연구는 현재 국내 의류업체 및 교육현장에서 사용되고 있는 가상착의 프로그램 중 활용도가 높은 프로그램인 Optitex(이스라엘)를 사용하여 진행하였다. 기본 여성 아바타 체형의 치수로 가상모델을 구현하고 최근 유행하고 있는 스트라이프 원피스를 연구대상으로 하였고, 실루엣의 유형과 패션소재에 부여된 무늬의 크기, 굵기, 방향 등의 변화에 따른 시각적 평가를 실시하는 데 그 목적이 있다. 이는 스트라이프 원피스에 대한 이해를 바탕으로 기획할 때, 소비자들이 추구하는 이미지를 충족시킬 수 있는 자료로 제시할 수 있다는 점에서 연구의 의의가 있다고 사료된다.

이에 본 연구의 목적을 수행하기 위한 구체적인 연구내용은 다음과 같다.

첫째, 최근의 주요 컬렉션에 나타난 스트라이프 원피스의 디자인을 알아본다.

둘째, 원피스 실루엣의 유형을 선정하여 원형 패턴을 제작한다.

셋째, 패션소재에 적용할 스트라이프 무늬를 다양하게 설계하여 가상착의 기술로 모델에 매핑한다.

넷째, 스트라이프 원피스 실루엣의 유형과 무늬의 변화에 따른 시각적 차이를 평가하여 상호영향을 분석한다.

연구방법은 다음과 같다.

첫째, 최근 컬렉션에 나타난 스트라이프 원피스를 분석한다. 삼성디자인넷과 다른 패션 사이트에서 스트라이프 패턴이 있는 사진 자료를 검토하여 2017년 S/S의 스트라이프 원피스를 수집한다. 수집한 체크원피스는 실루엣 별로 분류하여 그 특징을 살펴보도록 한다.

둘째, 원피스 패턴을 제작한다. 본 연구에서는 원피스 실루엣이 스트레이트 실루엣과 아우어글래스 실루엣으로 정하여 2종류의 디자인을 제작하도록 한다. 또한, Optitex 프로그램을 이용하여 기본 아바타의 치수로 기본 원피스 원형을 참고로 하여 스타일 별로 원하는 두 종류의 실루엣이 나올 수 있도록 변형하여 패턴 제작을 한다.

셋째, 패션소재에 사용될 스트라이프 무늬를 설계하고 가상적 의상에 매핑한다. 삼성디자인넷 발

[†]Corresponding author : jjkim@ewha.ac.kr

표한 2018 S/S 시즌 컬러 중 자연적인 시나몬과 엠버 브라운이 대두되어 브라운 계열의 컬러 두 가지를 선정하여 설계한다. Optitex의 3D 가상착의 시스템 프로그램을 이용하여 기본 여성바디를 불러온 후, 프로그램에서 스티치를 하고 시뮬레이션을 한다. 그리고 셰이더 메니저 창에서 설계된 스트라이프 무늬를 순서대로 넣어 가상모델에 입힌다.

넷째, 시각적 효과를 평가한다. 평가단은 현직의 근무하는 텍스타일 문양 디자이너와 패션 관련 업체 근무자 2명과 의류학전공자 1명의 여성을 선정하여 총 3명의 설계된 자극물을 평가한다. 본 연구의 의복 자극물에 대한 시각적 효과를 평가하는데 적절하다고 생각되는 5쌍의 형용사를 선정한다. 가상착의 시스템에 의해 제작된 모든 자극물을 컴퓨터화면으로 평가단에게 자극물을 한가지 씩 무작위로 제시하고 평가하도록 한다.

다섯째, 자료를 통계적으로 분석한다. 본 연구의 실험을 통해 얻어진 자료 분석은 개인평가 한다. 원피스 디자인과 스트라이프 무늬의 변화에 따른 시각적 효과의 요인구조를 밝히기 위하여 주성분 분석 방법으로 요인분석을 한다. 그리고 시각적 효과의 구성요인에 대한 원피스 스타일과 스트라이프 무늬 특성의 상호영향력을 알아보기 위해 이원분산분석을 실시한다.

본 연구의 결론은 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 전신과 허리, 힙의 형태보정성 시각적 효과를 분석한 결과 스트라이프 무늬가 굵을수록 날씬해 보이는 효과가 반감되며 아우어글래스 스트라이프 원피스와 같은 경우는 무늬의 가로와 세로 방향 모두 힙에 영향을 적음을 알 수 있다.

둘째, 가로 스트라이프는 다리와 신체 길이에 영향을 주며 스트라이프의 굵기가 가늘수록 더 키 커 보이는 평가를 받았다. 그러나 세로 스트라이프는 다리 길이와 키에는 상대적 영향을 거의 영향이 없는 것으로 생각된다.

이로서 일반적인 착시현상으로 굵은 세로 스트라이프 무늬가 키가 커 보이는데 굵기가 가늘수록 수직효과가 약해져 부정적인 효과가 있다고 하지만 본 연구 결과에서는 원피스를 착용할 때 착시현상에 의해 나타나는 시각적 효과로 가는 세로 스트라이프 무늬가 더 길어보이게 하는 효과가 있었다.

이와 같이 스트라이프 무늬의 설계와 원피스 스타일이 상호작용하여 시각적 효과가 다양하게 만들 수 있으며 새로운 관점도 얻을 수 있을 것이다. 그리고 원피스의 길이, 실루엣 유형, 무늬 크기, 방향, 배색 등 다양한 변인에 따라 시각적 효과가 달라지므로 젊은 여성들의 날씬하게 보이고자 하는 욕구를 충족시키기 위해 실제 디자인할 때 이러한 변인을 고려한다면 착장의 효과와 함께 이상적인 외모형성에 도움이 될 수 있을 것으로 기대한다.

■ 참고문헌

- Kim, J. M. (2016). A Study of Visual Evaluation according to Changes in the Silhouette and Pattern of Block Dresses. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 18(1), 121-133.
- Kim, S. M., & Jeong, S. J. (2008). The effect of dot pattern size and the variation of coloration on dress wearers' image formations - Focused on coloration of value contrast-. *The Research Journal of the Costume Culture*, 16(5), 863-877.
- Lee, J. S. & Kim, J. M. (2008). A Study on the Visual Evaluation of Changes in the

- Silhouettes and Length of Miniskirts. *Journal of Fashion Business*, 12(4), 143-157.
- Lee, K. L., & Park, S.H. (2004). Apparel Fit by Body Perception and Body Satisfaction, *Journal of Korean Society of Costume*, 54(1), 69-81.
- Park, W.M. (2013). A Visual Effect according to Pants Style and Geometric Pattern-Using a 3D Virtual Garment System. *Fashion & Textile Research Journal*, 15(4), 504-513.

니들워크 기법과 조직의 융복합적 확장 적용 사례연구

김성달

건국대학교 예술디자인대학 리빙디자인학과

1. 서론

오늘날 현대 미술과 공예 및 디자인 전 분야에서는 장르의 구분이 모호해지고, 재료와 기법의 융복합을 통한 다양한 시도가 이루어지고 있으며, 동시에 적용되는 범위도 점차 확장되어 왔다. 텍스타일 아트공예디자인 분야도 이러한 변화의 흐름 속에서 다양한 시도를 해오고 있으나 분야의 명칭에서 알 수 있듯이 주로 섬유(fiber)와 실(yarn) 및 텍스타일 소재를 기반으로 한정된 기법으로 제작하므로 재료와 기법의 범위가 다소 제한된 것으로 인식되어 왔다.

텍스타일 기법 중에서 니팅(knitting)과 크로셰팅(crocheting) 등을 포함한 다양한 니들워크(needlework) 기법으로 제작된 텍스타일 소재는 내구성이 약한 구조적 특성으로 관리가 용이하지 못하다는 인식으로 실외보다는 실내에서, 공간보다는 신변(身邊) 장식 용도로 적용되는 어패럴 및 소품 디자인이나 패션-텍스타일 작품에 적용되어 왔다. 하지만 최근 들어 니들워크 기법도 다른 분야의 융복합 흐름과 함께 다양한 니들워크만의 특성을 활용한 확장 적용 사례를 찾아볼 수 있다.

이에 본 연구는 니들워크 기법과 이를 통해 생성되는 조직 및 작업 행위과정 등 니들워크와 관련하여 확장 적용되는 사례를 조사, 분석하여 향후 패션-텍스타일 장르의 다양하고 새로운 융복합 시도의 가능성을 모색하는데 그 목적이 있다.

2. 연구방법

본 연구에서는 관련 서적과 인터넷 자료 및 선행연구를 바탕으로 기존에 니들워크 기법과 조직이 주로 적용되는 어패럴과 소품 디자인을 제외한 그 외의 분야에서 혹은 방식으로 적용된 니들워크 관련 자료로서 2000년대 이후 사진 자료들을 실증적 사례조사 범위로 하고, 그 사례들을 크게 다섯 가지 유형으로 분류, 분석한다. 첫째, 거리미술(street art) 분야에 적용된 사례, 둘째, 퍼포먼스를 통한 설치 프로젝트 사례, 셋째, 놀이와 휴식 공간을 제공하는 플레이그라운드(playground) 프로젝트, 넷째, 니들워크에 주로 사용하는 재료가 아닌 메탈(metal), 글라스(glass) 등 기타 유형의 재료들이 니들워크 기법이 접목한 사례, 다섯째, 니들워크의 행위를 통한 테라피(therapy) 분야에 적용된 사례 등이다.

3. 결과 및 고찰

니들워크 기법과 조직의 확장 적용 사례 유형을 조사한 결과는 다음과 같다.

첫째, 거리미술 혹은 그래피티(graffiti)의 한 장르로 자리매김한 ‘안바밍(yarn bombing)’은 마그

[†]Corresponding author : dahlkim@naver.com

다 사예그(Magda Sayeg)에 의해 회색의 차갑고 삭막한 공공의 공간에 생명감과 친밀감을 불어넣기 위한 목적으로 시작하여 2005년 이후 전세계적으로 급속히 퍼져가고 있다. 서로 관계가 없다고 생각되어온 사물과 니들워크 기법으로 제작된 다양한 패브릭의 조합을 통해 보는 이들에게 신선한 감동을 선사하고 있다.

둘째, 리즈 콜린스(Liz Collins)가 2005년부터 지속적으로 선보이고 있는 니팅네이션 프로젝트는 니팅 퍼포먼스를 통해 제작된 패브릭을 다양한 콘셉트로 현장에 설치하여 인간의 노동력과 도구와 기술 등이 조화를 이룬 상호 작용 프로세스에 대한 새로운 사고적 전환 사례를 선보여 왔다.

셋째, 로프 등의 내구성 있는 선재를 이용해 다양한 니들워크 기법으로 제작하는 ‘핸드니티드 플레이그라운드(hand-knitted playground)’의 대표적인 사례로는 토시코 호리우치(Toshiko Horiuchi)가 크로셰 기법으로 제작한 컬러풀한 ‘레이보우 넷(rainbow net)’이 있다. 이외에도 올레크(Olek)가 철재와 목재, 시멘트 등의 기본 골조로 제작된 악어 형태의 플레이그라운드에 니들워크 기법으로 컬러풀하게 제작하여 커버링한 ‘앨리게이터(Alligator) 플레이그라운드’를 선보였고, 설치작가 그룹 뉴먼(Numen)과 에르네스토 네토(Ernesto Neto)도 다양한 니들워크 기법으로 제작하거나 제작된 소재를 이용하여 어른들을 위한 휴식 및 놀이 공간을 제공하고 있다.

넷째, 니들워크에 적용되기 어렵다고 인식되어온 메탈소재가 니들워크 조직과 기법을 적용한 건축적 패브릭(architectural fabric)을 사례로 들 수 있다. 대표적으로 레이스펜스(lace fence)는 기존에 실용적 용도로 공간에 적용된 단순한 구조와 펜스에 레이스의 구조를 적용하여 제작함으로써 삭막한 공간에 부드럽고 우아한 분위기를 제공한다. 또한 텍스타일과 글라스 소재를 접목한 텍스 글라스(Tex Glass)는 실내외 건축용 자재 및 소품 용도로 다양하게 적용되고 있다.

다섯째, 니들워크 행위와 과정 및 결과물을 테라피의 목적에 적용시킨 사례로는 작업치료(occupational therapy), 공예치료(craft therapy), 미술치료(art therapy), 니팅테라피(knitting therapy) 등의 분야에서 찾아볼 수 있다. 니들워크를 치료의 목적에 접목시키는 수많은 실험을 통해 그 효과가 입증되어 왔기에 치료가 필요한 환자 외에도 일반 어린이들과 성인들의 심리상태 개선을 위해서도 적극적으로 적용되고 있다. 치유를 위한 용도로써 다른 미술, 공예 기법과 차별화되는 니들워크만이 지닌 장점이 새롭게 주목받고 있다.

4. 결론

본 연구는 다양한 분야 간의 융복합적 추세 속에서 니들워크의 확장 적용된 사례 조사와 분석을 통해 패션-텍스타일 장르의 새로운 융복합 모델을 구상하는 계기를 마련하고자 하였다. 니들워크 기법과 결과물이 지닌 본연의 감성, 물리적, 심미적 특성과 가치를 유지한 채, 적용 장소와 방식, 용도 및 재료 등 기존 고정관념의 범위에서 벗어난 다양한 적용 사례를 볼 수 있었다. 창의적인 융복합적 사고와 역량 강화를 위한 교육 프로그램 개발 및 각 분야 전문가간의 지속적인 협업 프로젝트를 통해 향후 패션-텍스타일 분야의 새로운 탐구적 융복합 연구가 기대된다.

■ 참고문헌

- Carol Tubbs 외, 최혜숙 역 (2009), 치료와 재활에 응용되는 수예와 공작, *영문출판사*
Mandy Moore, Leanne Prain (2009), Yarn Bombing, *Arsenal Pulp Press*
Therese De Dillmont (2013), Encyclopedia of Needlework, *Dick Press*

<http://www.magdasayeg.com>

<http://lizcollins.com>

<http://lacefence.com>

클로드 모네 화풍을 분석한 DTP 디자인 외관특성 연구

조운해* · 김종준†

*이화여자대학교 의류학과, 이화여자대학교 의류산업학과

21세기 현대의 소비자들은 의복을 대할 때 단순히 실용성과 기능성만을 필요로 하지 않으며 개성과 특성을 접목시킨 의복의 소비에 의미를 두는 경향이 있다. 이러한 소비자의 욕구를 적극적으로 반영하기 위해서 생산단계를 획기적으로 단축하며 전통적인 날염 체계의 공정 시간을 보완할 수 있는 DTP(Digital Textile Printing)의 활용한 디자인에 대한 활발한 연구가 필요하다.

이에 본 연구는 직접 분사 방식(Direct Printing)과 승화 전사 방식(Sublimation Transfer Printing)의 인쇄과정의 차이점을 비교하여 DTP의 프린트 과정과 원단의 종류에 따른 차이와 장점을 중점적으로 분석하였다. 또한 소비자들의 심미성과 개성을 만족시키기 위해 클로드 모네(Claude Monet)의 색채와 회화 기법을 중점적으로 조명한 후 이를 통한 표현기법으로 다양한 DTP 디자인을 제시하는데 의미를 두었다.

연구 방법으로는 첫째, 관련서적과 선행논문을 통해 DTP(Digital Textile Printing)의 공정 방법에 대한 개념을 정리하고 구성요소와 원단에 따른 차이점을 분류했다. 둘째, 클로드 모네(Claude Monet)의 회화의 표현기법을 분석하여 DTP 디자인 전개를 위한 색채와 응용방법을 모색하였다. 셋째, 립소프트웨어 Softlip TX와 포토샵(Photoshop) CS6을 활용하여 DTP 프린트를 위한 디자인 제작 후 실물 제작을 통하여 디지털 인쇄의 장점과 원단의 종류에 따른 염색의 차이를 집중 하였다. 연구의 범위는 클로드 모네의 화풍 중 질감묘사와 보색이론으로 한정하며 이를 비교 분석함으로써 회화를 의복에 접목시키는 방안을 모색하여 주요기술인 DTP(Digital Textile Printing)을 활성화하는 기초자료가 되는데 주된 목적을 둔다.

연구과정은 다음과 같다. DTP(Digital Textile printing)는 종이인쇄, 도수별 분판, 필름출력, 제판, 배색, 날염시험(S-O)을 생략함으로써 샘플제작과 본 공정이 동시에 이루어진다. 이는 제품의 소량 생산을 실용화 하며 IT의 접목은 날염의 획기적인 생산과 단축공정을 가능하게 하였다. 그러나 모니터 색과 프린트 후의 색은 명도와 채도의 차이가 있으므로 프린트 전 단계인 립소프트웨어의 RGB와 CYMK의 색체계와 프린터 잉크의 컬러배정을 해야했다. 원단은 실크트윅과 크레이프 조직을 사용 하였으며 유한킴벌리사의 DTP 기기와 UJET MC3 NANO colorant 잉크를 사용했다. 클로드 모네(Claude Monet)는 1890년경부터 1920년대까지 연작에 집중하였으며 단일한 대상을 시간과 계절에 따라 유기적으로 묘사하였다. 모네의 화풍에서는 1) 보색대조법이 활용되며 보색의 근접색을 사용하여 음영을 유연적이고 가변적으로 묘사했다. 2) 텍스처 표현으로는 사물의 특정부분을 패턴화하여 주관적인 미학을 담은 추상질감이 사용되었다. 선행연구를 토대로 Photoshop CS6을 R-G(Red-Green), O-B(Orange-Blue), Y-P(Yellow-Purple)의 총 3가지 방식의 색의 조합으로 디

†Corresponding author : jjkim@ewha.ac.kr

자인을 전개하였으며 추상질감의 묘사를 위해 Crystallization Effect를 사용하여 3D Mapping 하여 실물화 작업을 했다.

DTP(Digital Textile Printing)를 이용하여 클로드 모네 회화스타일의 분석을 통한 디자인의 결과로 모니터와 프린트 후의 색의 차이가 나타났으며 디자인한 패턴보다 더 연한 색으로 날염된다는 단점이 있었다. 그러나, Softlip TX의 RGB와 CYMK 체계의 반복 색조정과 디자인된 패턴의 크기조절을 통해 모니터의 실제와 7~80퍼센트 흡사한 결과를 찾을 수 있었다. 본 연구는 현대의 소비자들이 의복 구매시 감성과 유행을 좇는 니즈(needs)에 적합한 디자인 전개를 위한 IT기술력인 DTP(Digital Textile Printing)의 활용방안을 모색하기 위해 클로드 모네의 화법을 선행연구 하였으며 프린트 결과를 통해 색채의 구현성에 있어서 색입자가 강렬하게 묘사되지 않고 부드럽게 표현됨을 확인할 수 있었다. 원단 소재가 가지고 있는 표면질감에 따라 프린트의 염색구현이 다르게 나타나므로 프린터의 특성에 대한 연구와 다양한 원단 소재 및 색채의 구현성에 대한 다양한 실험을 통한 데이터의 축적이 요구된다. 본 연구를 토대로 후속연구에서는 원단의 표면질감에 따른 염색도의 차이, 활용도에 보다 심층적인 연구분석이 지속적으로 이루어지길 기대한다.

■ 참고문헌

- 박영선(2016). *인상주의 회화에 표현된 색채를 도입한 누노펠트 디자인 연구*. 이화여자대학교.
- 황성경(2014). *클로드 모네를 통한 구도, 색채 연구 = A study on color and compose through Claude Monet*. 동아대학교 교육대학원.
- 박정인(2012). *인체 골격의 x-ray 투사 이미지를 활용한 패션디자인 연구:DTP 기법을 중심으로*. 이화여자대학교 디자인대학원.
- 마순영(2010). *모네의 연작회화와 드뷔시의 인상주의 음악에서의 자연*. 서양미술사학회 논문.
- 김은숙(2006). *모네회화의 빛과 색채에 관한 연구*. 단국대학교 교육대학원.
- 엄경희(2006). *DPT에 의한 섬유패션 발전방안에 관한 연구*. 한양대학교 디자인대학원.
- 박순영(2012). *DTP를 활용한 Digital Color Reproduction 공정기술에 관한연구*. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문
- 정용순(2002). *디지털 텍스타일 프린팅과 재래식 스크린 날염의 비교연구*. 디자인학연구지.

노년 여성의 체형별 팬츠원형 비교

차수정

서원대학교 패션의류학과

1. 서론

현대 사회에 들어서면서 경제적 발달 및 의학의 발달로 인간 삶의 질이 향상되면서 평균 수명이 지속적으로 늘어나고 있다. 이로 인해 노년 인구의 수가 급속히 증가하여 점차 고령화 사회로 변화되고 있다. 특히, 우리나라의 경우 2017년 8월 말 기준 65세 이상 노인인구비율이 14.02%인 725만 7천 288명으로 고령화 사회에 접어들었다(연합뉴스, 2017). 2010년 노인인구 500만 명 이상(노인인구 10%)에 진입하여, 7년 만에 700만 명을 넘어서 빠른 속도로 증가하고 있다(행정자치부 주민등록인구통계, 2017).

노년기 신체적인 체형의 변화로는 신장이 줄고, 체중이 증가하며 몸의 지방이 배와 엉덩이 부분으로 이동하여 커지고 허리가 굽어져서 허리선이 없어진다(이인자, 1992). 나이가 들수록 가슴과 유두는 처지고, 배둘레와 엉덩이둘레, 가슴둘레 등 둘레항목과 두께항목이 비만해지며, 배는 앞쪽으로 돌출되어진다(이수진, 2008). 이와 같이 노년기가 되면 체형의 변화가 일어나게 되고 체형에 따라 의복의 패턴 변화 또한 요구되어진다. 따라서 본 연구에서는 새로운 소비주체로 떠오르고 있는 노년 여성 중 60-69세를 대상으로 하반신 체형별로 팬츠 패턴을 비교분석해봄으로써 활동적이고 맞춤새가 우수한 팬츠 패턴을 제시하고자 한다. 이를 통해 노년 여성 팬츠 생산에 필요한 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 연구방법

본 연구의 체형분석을 위한 대상은 Size Korea 제6차 한국인 인체치수조사보고서에 따라 3차원 측정으로 얻어진 치수를 사용하였다. 연구대상의 연령은 60-69세로, 연구대상자는 200명이다. 노년 여성의 체형별 팬츠 패턴을 3D 가상 착의 시뮬레이션에 의해 비교분석하기 위한 디자인은 선행연구(차수정b, 2017)를 통해 노년 여성의 체형에 적합한 것으로 선정된 산업체의 L식 패턴을 선정하였다. 적용치수는 선행연구(차수정a, 2017)의 노년 여성 하반신 체형분석을 통해 얻어진 자료의 체형별 평균치수를 사용하였다. 본 연구를 위해 서울대학교 디지털클로딩센터의 DC Suite Program version 5.1을 사용하였다. 가상 착의 시뮬레이션 프로그램 상에서 팬츠 패턴을 제작한 후, 아바타에 착용하여 가상착의평가를 통해 체형별 패턴 간의 부위별 치수 및 착의상태(여유량, 공극량 등)를 비교·분석하였다. 평가항목은 앞면 14항목, 옆면 1항목, 뒷면 10항목, 전체적 외관 3항목 등 총 26항목으로 구성되었다. Likert type의 5점 척도를 이용하여 평가하였다.

[†]Corresponding author : carollain@seowon.ac.kr

본 연구의 자료를 분석하기 위해 SPSS Ver. 20.0 프로그램을 이용하였다. 가상착의 팬츠의 외관평가의 항목별 평균과 표준편차를 산출하고, F-test와 Duncan-Test를 실시하여 체형별 팬츠 간의 차이를 규명하였다.

3. 연구결과

노년 여성의 하반신 체형 요인을 분석한 결과, 배와 허리부위 형태 요인, 하반신 높이 요인, 다리 및 엉덩이 부위 형태 요인, 엉덩이부위 길이 요인 등 4개의 요인으로 분석되어 4가지 요인을 바탕으로 군집분석을 실시하여 노년 여성의 하반신 체형을 3개의 군집으로 유형화하였다. 유형 1은 ‘좁은 사다리 형태의 비만체형’, 유형 2는 ‘중형태의 롱 슬림체형’, 유형 3은 ‘직사각형 형태의 약간 비만체형’으로 분류되었다.

체형별 팬츠 패턴의 형태에 있어서는 유형 1과 유형 3의 경우 허리둘레 치수와 엉덩이둘레 치수의 차이치수가 작아 앞허리다트가 만들어지지 않았다. 팬츠 패턴의 가상착의 외관에 대한 평가에서 앞면의 경우에는 앞허리선의 위치, 앞엉덩이부위의 여유, 앞넓다리부위의 여유, 안쪽 솔기의 곡선, 앞밑위의 위치, 앞밑위선의 위치, 무릎둘레선의 위치 등의 항목에서, 뒷면의 경우에는 뒤살부위의 여유, 뒤엉덩이둘레선의 위치, 뒤밑위의 위치, 뒤밑위곡선 정도, 뒤다트의 위치 등의 항목에서 유의미한 차이를 나타냈다. 옆면에서는 옆솔기의 수직정도에서, 전체에서는 무릎너비, 전체적 외관 등의 항목에서 유형 간에 유의미한 차이를 나타냈다. 같은 패턴제도법을 사용하기는 했으나 체형에 따라 외관에 대한 평가가 다르게 나타났으며, ‘중형태의 롱 슬림체형’의 팬츠 패턴에서 가장 높은 평가가 나타났다.

가상착의 여유량을 알아보기 위해 색분포도를 살펴본 결과, 유형1, 유형2, 유형3 모두 비슷한 부위에서 당김현상이 발생하였으나 유형3으로 갈수록 더 넓은 부위에서 당김 현상이 나타나는 것을 색분포도를 통해서 알 수 있었다. 같은 패턴제도법을 사용하였음에도 불구하고 ‘좁은 사다리 형태의 비만체형’과 ‘중형태의 롱 슬림체형’에 비해 ‘직사각형 형태의 약간 비만체형’에서 밑위와 엉덩이부위의 당김 현상이 더 심하게 발생하였다.

3차원 가상착의 객관적 평가를 위한 체형에 따른 팬츠의 부위별 공극량 측정결과, 허리둘레, 엉덩이둘레, 허벅지둘레, 무릎둘레의 공극량은 패턴제도 시 같은 제도 방법을 사용하고 바지부리 치수를 동일하게 적용하여 큰 차이를 나타내지 않았다.

유형 1인 ‘좁은 사다리 형태의 비만체형’의 경우에는 실험 패턴이 대체로 잘 맞았으나 유형 2인 ‘중형태의 롱 슬림체형’과 유형 3 ‘직사각형 형태의 약간 비만체형’에서는 엉덩이둘레와 밑위부위의 맞음새에 문제가 발생하였다. 이는 밑위길이의 설정 시 엉덩이둘레 치수를 기준으로 하는 패턴제도법의 사용으로 발생하는 것으로 생각되며, 엉덩이둘레가 큰 유형 1의 경우에는 밑위길이가 길게 설정되어 밑위부분의 당김 현상이 발생하지 않았으나 상대적으로 엉덩이둘레가 작은 유형 2와 유형 3의 경우에는 밑위부분 맞음새에 문제가 발생하였다. 노년 여성의 경우 연령이 증가하면서 엉덩이둘레와 두께, 배둘레와 두께가 증가하여 살부위의 볼륨 또한 증가하게 됨으로(여혜린, 2007; 남윤자, 최인순, 1999; 조윤주, 2013) 이러한 점을 패턴 제도 시 고려해야 할 것으로 생각된다. 따라서 노년 여성의 팬츠 패턴제도 시 밑위길이를 설정할 때 엉덩이둘레 치수가 작은 경우에는 엉덩이둘레의 1/4 치수에 더해주는 여유량을 2~3cm가 아니라 4~5cm정도로 설정하여 밑위길이를 좀 더 길게 늘려주어야 밑위부위의 맞음새를 개선할 수 있을 것으로 생각된다.

4. 결론

연령의 증가에 따른 체형의 변화를 반영하여 노년 여성에 적합한 팬츠 디자인과 패턴을 개발함으로써 점차 높아지고 있는 노년층, 즉 실버층의 의복 맞춤새에 대한 욕구를 충족시켜 줄 필요가 있을 것으로 생각된다. 본 연구는 60-69세의 노년기 여성에 한정하여 연구를 진행하였으므로 결과를 일반화하는 데는 신중을 기해야 하며, 향후 수명의 연장으로 증가하고 있는 70대 이상 노년 여성의 체형에 따른 패턴에 대한 연구가 이루어져야 할 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

- 남윤자, 최인순(1999). 노년여성의 하반신 체형분류 및 특성. *복식문화연구*, 7(1), 154-164.
- 이인자(1992). *복식사회심리학*. 서울: 수학사, 337.
- 여혜린(2007). 노년기 여성의 하반신 체형 유형화에 관한 연구. *한국자료분석학회*, 9(4), 1725-1736.
- 연합뉴스 (2017. 9. 3). '늙어가는 한국'고령사회 진입했다...65세 이상 14% 차지. <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LPOD&mid=sec&oid=001&aid=0009517754&isYeonhapFlash=Y&rc=N>.
- 조윤주(2013). *산업체 패턴을 이용한 연소노인 여성 바지원형 개발: 3D 바디 스캐너를 활용한 외관평가*. 석사학위논문, 서울여자대학교.
- 차수정a(2017). 3차원 데이터를 활용한 노년 여성의 하반신 체형 분석-60대 여성을 중심으로. *기초조형학연구*, 18(4), 389-402.
- 차수정b(2017). 3차원 시뮬레이션을 활용한 노년 여성의 팬츠원형 비교 연구. *공학기술논문지*, 10(30).
- 행정자치부(2017). 2016 노인인구 통계. <http://rcps.egov.go.kr:808116>.

가상착의시스템을 활용한 여성용 저고리 패턴 개발

-보디스 원형을 기초로-

위혜정* · 전성연†

*청강문화산업대학교 패션스쿨, 숙명여자대학교 의류학과

1. 서론

최근 젊은 층에 한복이 스타일과 실루엣으로 트렌드가 변화되어 한복의 캐주얼화라는 한복의 새로운 문화형성을 주도하고 있다. 이의 저변에는 패션의 트렌드를 양산하는 SNS를 통한 고궁에서 한복입고 사진찍기 등이 우리 옷에 대한 아름다움을 재조명시키고 한복입기 문화를 확산시키는 계기의 한 몫을 하고 있다.

한복을 보는 시선이 달라지고 있다. ‘옛날 옷’으로 치부되던 시간을 지나 현재 가장 주목받는 ‘룩’으로 급부상하고 있는 것, 과거 모두의 일상복에서 현재 특별한 날을 위한 예복으로, 다시 패션의 한 장르로 인정받기까지 한복은 끊임없는 변화를 거듭해왔다. 2017 서울한복위크가 서울 강남과 이태원에서 ‘한복아 놀자’라는 타이틀로 열리면서 한복이 더욱 대중화 되어가고 있으며 한복의 대중화는 시즌 트렌드에 벗어나 스트리트 패션으로 발전하고 있다. 현재 리슬, 차이킴 등 대중적인 기성복으로 성장하고 있는 생활한복 브랜드들은 전통한복을 기초로 활동적 실루엣의 의상을 선보이고 있으며 그 형태는 저고리 길이가 길어지고 섹션과 섹의 폭이 넓으며 깃은 목판깃으로 소매통이 좁은 셋인 슬리브 한복저고리가 주를 이루고 있다.

이러한 형태의 저고리 패턴 제작 시 전통 한복저고리 패턴을 적용하기가 부적당하고 서양복의 보디스 원형으로 제도하면 맞음새에 문제가 생기는데도 불구하고 앞의 연구논문들은 전통한복 저고리 패턴의 개선 또는 동향에 맞춰져있어 트렌드에 맞는 생활한복 저고리 패턴이 요구되어지는 실정이다.

이에 본 연구는 3D 스캐너를 활용한 인체형상 데이터를 바탕으로 가상착의시스템을 활용하여 보디스 원형을 기초로 맞음새가 높은 여성용 저고리 패턴을 개발하고자 한다.

2. 연구방법 및 절차

1) 원형설계

본 연구에서 실험적으로 사용하는 연구모형 저고리는 2016년 8월부터 2017년 4월까지 방송 및 온라인에서 출현빈도가 높은 대표적인 생활한복 디자인을 선정하였으며, 시추니 원형⁶⁾을 토대로하여 교육용 저고리패턴 3종류를 토대로 설계하였으며 3차에 걸친 가상착의실험을 통해 수정 보완하였다. 가상착의실험 연구모형의 적용치수는 2010년도 사이즈코리아의 신체계측자료에서 추출된 표준체형에 해당하는 평균치수에 준하였다.

†Corresponding author : gil0911@daum.net

2) 연구모형 보디스 실험의 제작

(1) 추출된 치수를 대입하여 보디스 원형과 저고리 패턴을 토대로 가상착의프로그램을 활용하여 1차 저고리 실험의를 제작하였다.

(2) 2차 실험의 제작

1차 착의실험결과에서 낮은 적합도를 보인 뒤중심선, 뒷목둘레, 앞목둘레, 앞품, 겹선타선 등을 수정 보완하여 패턴을 설계한 후 가상착의프로그램을 활용하여 1차 저고리 실험의와 제작과 같은 방법으로 2차 저고리 실험의를 제작하였다.

(3) 3차 실험의 제작

2차 착의실험결과에 따라 수정된 저고리 패턴 제도법을 사용하여 저고리패턴을 설계한 후 머슬린을 사용하여 3차 저고리 실험의를 제작하고 완성하였다.

3) 착의실험

실험 대상은 평균치수를 기준으로 가상착의프로그램 상에서 아바타를 제작하였고, 연구모형의 적합성 여부를 평가하기 위한 검사방법으로는 매우 부적합(1점), 부적합(2점), 보통(3점), 적합(4점), 매우 적합(5점) 5점 likert 척도를 사용, 아바타의 정면, 측면, 후면의 착장상태에 대해 외관관능검사를 실시하였다. 적합성 여부를 평가하기 저고리 검사항목은 18개 항목으로, 검사자는 의복구성 및 한복전문가 6명으로 구성되었다.

4) 자료처리 및 분석방법

본 연구의 자료는 SAS 9.0을 이용하여 통계 처리하였으며, 연구모형의 적합도 검증을 위해 3차에 걸친 관능검사 18개 문항에 대한 항목별 평균점수와 표준편차를 구하고, 유의성 검증을 위해 F-test를 실시하였고 Duncan-test로 사후검증을 실시하였다. 착의실험 결과에 대한 신뢰도 검증을 위해 변수 간에 반응의 일치정도를 알아보는 Cronbach's alpha계수를 상관관계분석에 의해 구하였다.

3. 결과 및 고찰

실험적으로 사용하는 연구모형은 시추니원형을 토대로 하여 교육용 저고리패턴 3종류를 토대로 설계하였다.

시추니 원형의 부위별 치수는 가슴둘레/4+2, 윗가슴둘레/4+2, 등길이, 앞길이는 등길이+3.2, 진동길이는 가슴둘레/4+0.3,뒤품은 뒤품/2(실측치수), 앞품은 앞품/2(실측치수), 어깨끝점사이길이/2는 고정치수(19), 뒷목너비/2는 윗가슴둘레/12+0.3, 뒷목높이는 (뒷목너비/2)×1/3, 앞목너비/2는 뒷목너비, 앞목깊이는 뒷목너비+0.5,목옆점-젖꼭지점길이는 실측치수를 사용하여 기초선을 제도하고 옆가슴다아트가 있는 보디스 원형을 완성하였다.

저고리 패턴(뒤)는 보디스 원형을 토대로 옆목점을 따라 뒷중심선까지 연장하여 직각으로 만난 점에서 1cm 내려와 저고리 뒷고대를 부드럽게 연장한다. 원하는 저고리 등길이를 표시하고 저고리 뒷중심선을 따라 저고리 길이의 옆선을 따라 1.5cm들어간 점에서 뒷중심선을 자연스럽게 굴러준다. 저고리 길이를 수평으로 그려주고 옆선에서 2cm 들어간 점을 따라 저고리 도련을 자연스럽게 그려준다.

저고리 패턴(앞)는 보디스 원형을 토대로 옆가슴다트를 웨이스트 다아트로 이동시켜 전통한복에서 설정하는 앞처짐을 도련에서 자연스럽게 구성한다. 옆목점을 따라 앞중심선까지 연장하여 만난 점을

직각으로 그리고 앞고대를 설정한다. 어깨끝점과 겨드랑점의 1/2점을 기준으로 깃너비를 위치를 정하고 앞중심선을 따라 고대점의 1/3점을 따라 안쪽으로 1cm 들어가 겹선행선을 정하고 고대 옆목점과 앞중심선과 깃너비 사이의 1/3점을 연결하여 깃 겹길 깃선을 제도한다. 겹선행선의 상, 하의 차이는 0.5cm를 넘지 않도록 하며 자연스럽게 사선으로 처리한다. 옆선과 도련의 제도방법의 패턴(뒤)의 제도를 따른다.

1차, 2차, 3차 착의실험 결과 뒤중심선, 뒷목둘레를 기초로 한 뒷고대, 앞목둘레를 기초로 앞고대, 앞땀, 어깨점과 겨드랑점을 기준으로 한 깃너비 위치, 깃선, 겹선행선 등에 유의수준 0.05, 0.01에서 유의차가 나타났으며 유의차에서 나타난 적합도를 토대로 수정, 보완하여 최종 여성 저고리 패턴을 개발하였다.

본 논문은 보디스 원형을 기초로 전통한복 패턴을 접목시켜 방송 및 온라인에서 출현빈도가 높은 대표적인 생활한복 디자인을 선정하여 셋인 슬리브가 달린 생활한복 저고리 패턴을 개발하였으며 깃너비, 섹너비 등의 트렌드에 따라 치수의 변화는 달라질 수 있으므로 다양한 생활한복 저고리에 적용하기에는 제한점을 갖는다.

■ 참고문헌

- 웨딩 21(2016), 가장 새로운 한복을 만나다, 2016, 2월호 엄란이(2014년), 3차원 테크놀로지를 활용한 한복 저고리 패턴 개발, 충남대학교 석사학위논문
- 하지현, 김희은(2017), 한복 패턴 연구 동향 분석 : 국내 학술지 및 학위논문을 중심으로, 한국의류 산업학회지 19(1), pp.11-18
- 김현주 · 장민정(2015) 한복구성학 교재에 나타난 성인여성 저고리 패턴 분석 연구, 한복문화학회 18(2), p95 ~ 109
- 김현주, 장민정(2015), 성인여성 저고리 패턴을 활용한 개선된 저고리 패턴설계 연구 - 20대 여성용 저고리를 중심으로 -, 17(4), p.1 ~ 14
- 강경희, 최정욱(2009), 착용감 개선을 위한 여자 저고리 패턴개발 - 20,30대를 중심으로-, 한국복식학회지, 59(1) pp.94-105
- 이희춘(2012), 패턴의정석, 교문사

5~7차 SIZEKOREA 인체치수 자료 비교분석 연구

-20~24세 여성 데이터를 중심으로-

서추연

동아대학교 패션디자인학과

SIZE KOREA는 한국인 인체치수조사사업으로 1979년 1차 사업을 시작으로 2015년 7차 사업에 이르기까지 36년 동안 5-7년을 주기로 진행되고 있다. 측정대상은 신생아에서부터 60-70세에 이르는 노년층까지 전 국민을 대상으로 남녀, 연령층별로 1차원 직접측정 방법으로 인체치수를 측정하고 있고, 제5차 사업부터는 3차원 인체 측정도 실시하고 있다. 이러한 주기적인 인체측정을 통해 전 국민의 인체치수변화를 종단적으로 살펴볼 수 있으며 제품생산에 필요한 각종 인체사이즈를 제공하고 있다.

본 연구에서는 2000년 이후 실시된 5~7차 인체치수 자료 중 주로 대학생에 해당하는 20-24세 사이의 여성을 대상으로 높이항목, 너비·두께항목, 수직길이 및 길이항목, 둘레항목의 치수를 비교하고, 같은 연령층을 대상으로 직접측정한 141명의 데이터와 비교함으로써 20대 여성의 체형치수 변화를 비교·고찰하고 실측한 데이터의 정확성을 검증하고자 하였다.

연구방법은 다음과 같다. 5-7차 인체치수자료 중 높이 10항목(키, 목뒤높이, 어깨가쪽높이, 겨드랑높이, 엉덩이높이, 살높이, 허리높이, 배꼽수준허리높이, 위앞엉덩뼈가시높이, 무릎높이), 너비·두께항목 11항목(가슴너비, 젖가슴너비, 허리너비, 배꼽수준허리너비, 엉덩이너비, 겨드랑두께, 가슴두께, 젖가슴두께, 허리두께, 배꼽수준허리두께, 엉덩이두께), 수직길이 2항목(몸통수직길이, 엉덩이수직길이), 길이 23항목(앞중심길이, 배꼽수준앞중심길이, 겨드랑앞벽사이길이, 겨드랑앞벽접힘사이길이, 젖꼭지사이수평길이, 목옆점젖꼭지길이, 목옆젖꼭지허리둘레선길이, 어깨길이, 목뒤등뼈위겨드랑수준길이, 등길이, 배꼽수준등길이, 총길이, 넓다리직선길이, 어깨가쪽사이길이, 겨드랑뒤벽사이길이, 겨드랑뒤벽접힘사이길이, 위팔길이, 팔안쪽길이, 엉덩이길이, 다리가쪽길이, 살앞뒤길이, 배꼽수준살앞뒤길이), 둘레 16항목(목둘레, 목밑둘레, 가슴둘레, 젖가슴둘레, 젖가슴아래둘레, 허리둘레, 배꼽수준허리둘레, 엉덩이둘레, 넓다리둘레, 무릎둘레, 장딴지둘레, 발목최대둘레, 겨드랑둘레, 팔꿈치둘레, 손목둘레, 위팔둘레), 몸무게 등 총 63항목에 대해 비교분석하였다. 또한 20-24세 해당하는 여대생 141명을 대상으로 동일한 항목을 직접측정하고 실측값과 SIZE KOREA의 데이터를 비교분석함으로써 각 항목간의 치수차이를 비교분석하였다. 통계분석은 SPSS 18.0을 사용하여 평균비교 및 일원변량분석을 실시하였고 몰리슨(Mollison)관계편차절선과 인체모형도를 통한 2차원 분석을 실시하였다.

[†]Corresponding author : chuyeon@dau.ac.kr

높이항목에서는 키는 5차에서 7차까지 160.4~160.9cm의 평균값을 나타내었고 본 연구의 실측 평균값은 161.4cm로 전국 평균값보다 다소 높은 값을 나타내었다. 몸무게는 5-7차까지 꾸준히 증가하는 것으로 나타났으며 본 연구의 실측 평균값은 54.1kg으로 7차를 기준으로 하였을 키는 다소 크나 몸무게는 다소 적은값을 나타내었으나 통계적으로 유의적인 차이는 없는 것으로 분석되었다. 배꼽수준허리높 5-7차 모두 94.3~94.6사이의 분포를 나타내었으나 이에 비해 본 연구의 측정값은 95.1cm로 나타나 키가 큰 만큼 배꼽수준허리높이도 높은 것으로 나타났다. 또한 살높이는 5~7차에서 72.7~74.0cm를 나타내었고 본 연구의 측정값도 72.6cm로 나타나 비슷한 분포를 보이는 것으로 분석되었다. 이상의 결과를 살펴보면 높이항목에서는 최근 10년 동안 거의 변화가 없음을 알 수 있었다.

너비두께 항목에서 젖가슴너비는 26.4~26.9cm사이로 본 연구의 실측값 26.6과 같은 수준을 나타내었으며 허리너비는 23.6~25.2cm로 다소 차이가 있는 것으로 분석되었다. 본 연구의 실측값은 23.8cm으로 5차와 비슷한 값을 나타내었다. 엉덩이너비는 32.3~32.5cm로 거의 동일한 값을 나타내었으며 본 연구의 실측값은 32.8cm로 나타났다. 두께항목에서 젖가슴두께는 20.5~20.9cm의 분포를 나타내었으며 본 연구에는 21.8cm로 나타나 큰 차이를 나타내었으나 이는 인체측정시 개인의 브래지어를 착용하고 측정하였기 때문인 것으로 사료된다. 배꼽수준허리두께는 17.3~18.2cm의 분포로 7차 결과가 1cm 정도의 큰 값을 나타내었다. 엉덩이두께는 20.8~21.2cm의 분포를 나타내었고 본 연구의 실측값은 21.2cm로 나타나 유사한 경향을 나타내었다.

길이항목에서 앞중심길이는 32.2~35.2cm의 분포로 7차의 값이 큰 것으로 분석되었으며 본 연구의 실측값은 32.4cm를 나타내었다. 또한 배꼽수준앞중심길리와 비교해 보면 37.5~38.6cm의 분포로 그 차이가 크지 않은 것으로 볼 때 허리기준점 설정에 다소 차이가 있었음을 알 수 있다. 또한 어깨길이 항목에서 5-7차 값을 살펴보면 11.5~12.8cm로 그 길이의 차이가 현저한 것으로 나타났으며 7차의 길이가 11.5cm로 다른 년도에 비해 많이 짧은 것으로 분석되었다. 본 연구의 실측값도 12.5cm 5.6차와 비슷한 값을 나타내고 있다. 이는 팔길이에서 5-7차의 값이 53.6~55.2cm로 7차가 가장 큰 값을 나타내고 있는 것으로 볼 때 7차의 어깨가쪽점 기준이 다른 해에 비해 좁게 설정되었을 것으로 추정된다.

둘레항목에서 젖가슴둘레, 허리둘레, 엉덩이둘레 모두 5-7차까지 꾸준히 증가하고 있는 것으로 나타나 10년전에 비해 전체적으로 수직크기는 변화가 거의 없으나 수평크기는 증가하고 있음을 알 수 있으며 통계적으로 유의적인 차이는 인정되지 않았으나 몸무게가 늘어난 것과 같은 결과를 나타내어 식습관에 따른 둘레 및 체중에 약간의 변화가 있었음을 알 수 있다. 또한 5-7차에 측정치를 비교해 보면 7차의 결과중 등길이, 엉덩이옆길이, 살앞뒤길이, 앞중심길이, 엉덩이 수직길이 등 허리기준에 관련된 항목들이 예년에 비해 큰 값으로 변화를 나타내고 있어 7차 인체측정시 허리선의 위치가 예년에 비해 낮게 설정된 것으로 사료된다.

이상의 결과를 종합해 보면, 7차 측정값의 경우 예년에 비해 허리선의 위치는 낮게, 어깨가쪽점의 위치는 좁게 설정된 것으로 분석되었다. 또한 2000년 이후, 20대 초반의 여성체형변화는 통계적으로 유의적인 차이는 없었으나 수직변화보다 수평변화가 더 많은 것으로 분석되었고 이에 따라 기성복 기준 사이즈 스펙에도 변화가 있을 것으로 사료되며, 추후 사이즈 스펙의 변화에 대해 연구하고자 한다.

■ 참고문헌

산업자원부 기술표준원(2005). 제5차 한국인 인체치수조사 자료-직접측정에 의한 인체치수 통계.
지식경제부 기술표준원(2010). 제6차 한국인 인체치수 직접측정 조사사업 보고서
국가기술표준원(2015). 제7차 한국인 인체치수조사사업

여자 축구선수의 축구유니폼 착용 만족도 조사 연구

이은혜

리애나(LEENA), 배화여자대학교 패션산업학과

여자 축구는 여성이 참여하는 단체 구기 종목으로, 여자축구의 시작은 1948년 전국 여자 체육대회를 통해 시작되었다. 첫 번째 여자 월드컵은 1991년에 중화인민공화국에서 개최되었고, 한국은 2003년 제 4회 대회에서 본선에 처음 진출하였다. 그리고 2010년 FIFA(국제축구연맹)-U-17 여자 월드컵(FIFA Women's World Cup)에서는 대한민국 여자 축구 국가대표팀이 우승을 차지하게 되었고, 여민지 선수가 골든볼과 골든부트를 수상하면서 한국의 여자 축구가 주목되고 성행하게 되는 계기가 되었다. 이렇게 여자 축구가 활성화 되어 가고 있지만, 여자 축구 유니폼에 있어서는 발전이 미비하여 부족한 점이 지적되고 있다. 판매되고 있는 축구 유니폼이나 트레이닝복은 여자 사이즈가 없는 실정이며, 여자 축구선수들이 착용하는 사이즈는 보이즈나 맨즈 사이즈를 착용하고 있다. 축구 유니폼으로 갖추어야 할 요건 중에서 신체 보호기능이나 생리위생기능에 관련된 사항 뿐 아니라, 여자 신체 특성에 따라 사이즈 및 심미적 기능 또한 개발되어야 할 것이다. 따라서 본 연구에서는 여자 축구 프로선수 및 축구 동호회 대학선수를 대상으로 유니폼의 착용현황을 알아보고, 디자인 및 개발방향을 조사하였다. 조사방법은 설문지 응답방식이며 총 172부가 분석에 사용되었다. 현재 착용하고 있는 유니폼 디자인에 대한 만족도는 '만족한다'가 45%로 가장 많은 반면 사이즈에 대한 만족도는 '보통이다'가 33%로 대부분을 차지하였다. 또한 소재의 기능성인 흡한속건이나 통기성, 신축성에 만족도도 '보통이다'가 38%를 넘기고 있고, 특히 자외선차단 기능은 52%를 차지함으로써 여자 선수로서의 심미성이 요구됨을 알 수 있었다. 착용하고 있는 사이즈는 가슴둘레 85cm, 90cm가 각각 24%, 32%로 나타나 남자 축구 유니폼에서는 부족한 사이즈임을 알 수 있다. 축구 유니폼의 불편한 점에서는 10개의 항목 중에서 '목둘레가 넓다', '상의길이가 길다', '바지속옷이 넓다', '소매길이가 길거나 짧다'가 10%를 넘김으로 남자 사이즈를 착용하고 있는 실정에서 개선사항을 찾아볼 수가 있었다. 또한 상의와 하의의 선호하는 여유분의 정도는 '아주여유'있는 항목에서는 선호도가 거의 나타나지 않았고, '조금여유'의 항목에서 각각 69.8%, 83.7%으로 나타나 활동하기에 불편하지 않을 정도의 조금의 여유분을 원하는 것을 알 수 있었다. 그리고 바지 안에 부착되어 있는 메쉬소재의 속바지는 남성을 위한 구조이기 때문에 대부분의 선수들이 제거하여 착용하고 있었다. 이너로 입는 타이트한 티셔츠는 땀 흡수를 위해(25.6%), 추울 때 보온을 위해(39.5%) 착용하고 있었고, 추가되었으면 하는 기능성은 '겨드랑이 메쉬소재'를 45.9%의 응답자가 원하고 있었다. 이로 인한 여자 축구 유니폼으로서 특성화 되어야 할 점은 사이즈에 따른 둘레 사이즈와 길이 사이가 여자 선수의 신체에 맞는 유니폼개발이 시급함을 알 수 있었다.

따라서 여자 축구 유니폼으로서 갖추어야 할 사항은 남자 축구 유니폼에서 충족이 될 수 없으며,

[†]Corresponding author : gnleena@gmail.com

활성화되어 가고 있는 여자축구의 발전을 위해서 여자 축구 유니폼을 특성화시켜 개선, 발전 되어야 할 것이다. 개선사항은 여자 신체에 따르는 사이즈와 운동복으로서의 기능성을 갖춘 동시에 디자인적인 면에서는 여성성이 강조되어야 할 것이 분명하다. 본 연구의 결과가 여자 축구 유니폼의 개선에 도움이 될 것이 기대된다.

■ 참고문헌

- 박병기, 김찬영(2004). 섬유공학의 이해. 시그마프레스, 257-260
- 최혜선(1998). 의복과 환경. 이화여자대학교 출판부, 125-126
- 조길수(2006). 최신의류 소재. 시그마프레스, 206-299
- 천종숙(2005). 패션 비즈니스의 이해를 위한 의류상품학. 교문사, 115-117
- 최정화 외2(2005). 축구복 소재와 디자인이 인체생리반응과 주관적 감각에 미치는 영향. *한국의류학회*, 29(1), 35-45
- 제은숙(2012). 아웃도어 웨어 추구혜택에 따른 의복선택기준과 구매만족도에 관한 연구. *패션비즈니스*, 16(4), 1-12.
- 최경미, 김종준(2012). 니트소재의 인장변형 특성과 3D 디지털 클로딩 시스템에 의한 외관표현에 관한 연구. *패션비즈니스*, 16(2), 151-162.
- 한경희(2006). 유치원 체육복 추구 이미지에 관한 연구. *패션비즈니스*, 10(2), 194-206.

고령자를 위한 의류 패턴제작 I

-의복제작용 기능성 직물 개발-

전성연[†] · 위혜정*

숙명여자대학교 의류학과, *청강문화산업대학교 패션스쿨

1. 서론

최근 급속한 노년층 인구의 증가와 사회·경제적 수준의 향상으로 영향력 있는 소비자 집단으로 노년층이 부상하면서, 미적인 요소와 상관없이 노년층은 일반적으로 험령한 의류만을 추구한다고 생각해왔던 기존의 인식과는 달리 노년기 특유의 체형도 커버할 수 있을 뿐만 아니라 자신을 아름답게 표현할 수 있는 의복에 대한 요구가 노년층에서 크게 증가하고 있다. 이와 더불어 노년층의 신체적 변화를 반영할 뿐만 아니라 노년층의 저하된 균에 대한 저항력 보완과 노인 특유의 냄새를 억제할 수 있는 항균성, 소취성 등의 건강기능성을 갖는 소재를 활용한 노년층 의복 제작에 대한 필요성도 점증하고 있다. 다시 말해 환경오염문제 및 자원의 고갈문제가 심각하게 대두되고 있는 최근의 경향에 따라 국내에서도 환경 규제강화 및 자원절약, 제품의 고부가가치화에 대한 관심이 집중되고 있는 실정으로 의류제품 분야에서도 친환경 소재에 대한 기술개발이 절실히 요구되고 있다.

본 연구는 노년층 특유의 신체 변화를 반영한 의복 제작을 위한 패턴개발을 최종 목표로 한 연구의 일환으로, 우선 건강기능과 함께 환경친화적 기능을 갖춘 노년기 의복을 제작하기 위한 기능성 직물을 개발하고자 한다. 이를 위하여 우리나라 대나무종 대표 주종의 하나인 솜대(*Phyllostachys nigra var. henonis* Straf)의 추출물을 이용 견직물을 염색할 때 색소농도, 염색온도, 염색시간 및 염욕의 pH에 따른 염색성(K/S), 매염제 종류, 매염제 농도 및 매염법에 따른 K/S와 표면색의 변화를 고찰하고, 또한 각종 염색견뢰도, 항균성, 소취성 및 자외선 차단성능 등을 고찰하여 솜대의 천연염료로서의 유용성과 인체를 보호하는데 기여 할 수 있는 각종 기능성부여의 가능성을 검토하여 대나무 솜대 추출물을 노인용 의류제품에 활용하는 데 있어서 기초자료로 삼고자 실시하였다.

2. 실험

시료 및 시약: 염색에 사용한 견직물은 KS K 0905의 견섬유 백포를 사용하였으며 염재로는 대나무의 한 종류인 솜대(*Phyllostachys nigra var. henonis* Starf)를 전남 담양(Korea)에서 채취하여 잎을 잘게 잘라 사용하였다. 매염제로는 aluminium potassium sulfate($AlK(SO_4)_2 \cdot 12H_2O$), cupric sulfate($CuSO_4 \cdot 5H_2O$), ferric sulfate($FeSO_4 \cdot 7H_2O$)를, 염욕의 pH조절용 시약으로는 acetic acid와 sodium hydroxide를 이용하였으며 모두 1급 시약을 그대로 사용하였다.

염료의 제조: 100ml의 증류수에 솜대 잎 5g의 비율로 3구 플라스크에 넣고 냉각기, 교반기와 온도계를 설치한 다음, 100℃에서 120분간 추출한 후 여과한 다음, 이를 색소원액으로 염색 등에

[†]Corresponding author : kmodain@daum.net

사용하였다.

염색 및 매염: 추출한 솜대잎 색소를 이용, 1:100의 욱비로 견직물에 색소농도 10%~100% (V/V), 염색온도 30℃~90℃, 염색시간 20~120분, pH 3~pH 11로 변화시키면서 IR 염색기 (DL-6000, Daelim Starlet Co. Ltd., Korea)를 이용 염색하였다.

매염은 Al, Cu, Fe 3종의 매염제로 각각 1%~5% (o.w.f)농도의 매염액을 제조하였다. 욱비는 1:100으로 조절하고 매염액의 온도가 30℃에 도달되면 견직물을 침지시킨 후, 40℃를 유지하면서 20분간 선매염 및 후매염하였다.

3. 결과 및 고찰

색소농도가 증가할수록 K/S 값은 꾸준히 증가하는 경향을 나타냈으며 실험범위 내에서 색소농도 100%에서 최대 K/S를 나타내었다. 이와 같이 염색성은 솜대 추출 색소농도가 증가할수록 증가하는 경향을 나타냈는데, 이는 더 많은 색소들이 염욕에서의 색소농도가 증가할수록 견직물로 이동하여 염착되므로써 색의 깊이가 더욱 강하게 되기 때문이라고 생각된다. 염색온도가 증가할수록 낮은 염색온도에서는 K/S 값이 완만하게 증가하였으나 염색온도 80℃이상에서는 급격한 K/S 값의 증가를 나타내고, 실험구간 내에서는 염색온도 90℃에서 최대 K/S 값을 보였다. 일반적으로 염색온도가 상승하면 섬유 분자간격이 넓어지고 색소 분자운동이 활발해져 염착량이 증가하게 되어 염색온도가 증가할수록 염색성은 증가하는 것으로 판단되어진다.

염색시간이 증가할수록 K/S 값은 지속적인 증가 경향을 나타냈으며, 염색시간 60분 이후에 K/S 값의 뚜렷한 증가를 나타내고 염색시간 80분 이후부터는 거의 평형에 도달하였다. K/S에 미치는 pH의 영향에서, 염색성은 pH 3에서 최대 염색성을 나타내었으며, 염욕이 알칼리욕으로 변함에 따라 염색성은 저하하였다.

매염제 농도가 증가할수록 K/S는 선매염 Al 및 Cu 매염시에는 5%에서 최대 염색성을 보였으나 그 외에는 특정 매염제 농도까지는 증가한 다음 그 이상의 농도에서는 일반적으로 저하하는 경향을 나타냈으며 선매염이 후매염보다 더 높은 염색성을 나타내었다. 색상은 매염법에 관계없이 Al 및 Fe는 Y계열을, Cu는 GY계열을 나타내었다.

일반적으로 매염에 의해 견뢰도가 향상되었으며, 황색포도산구균과 폐렴간균에 대한 항균성은 염색 견직물 및 선매염후 염색처리한 견직물 모두에서 99.9% 정균감소율을 나타내어 솜대 잎 추출 색소의 뚜렷한 항균효과를 보였다.

염색 견직물들은 97.5% 이상의 소취율을 나타내었으며 K/S가 증가함에 따라 50+의 UPF와 UV-A 및 UV-B에 대하여 96%이상의 UV차단율을 나타내었다.

4. 결론

솜대잎 추출 색소농도가 증가할수록 염색성을 나타내는 K/S 값은 증가하는 경향을 나타내고, 염색온도가 증가할수록 K/S 값은 증가하였으며 90℃에서 최대 K/S를 나타내었다. 한편 염색시간이 증가할수록 K/S 값은 증가하는 경향을 보였으나 80분 이후부터는 거의 평형에 도달하였고, 염욕의 pH 3에서 가장 높은 K/S 값을 나타냈다. 매염제 농도가 증가할수록 K/S는 선매염 Al 및 Cu 매염시에는 5%에서 최대 염색성을 보였으나 그 외에는 특정 매염제 농도까지는 증가한 다음 그 이상의 농도에서는 일반적으로 저하하는 경향을 나타냈으며 선매염이 후매염보다 더 높은 염색성을 나

타내었다. 색상은 매염법에 관계없이 Al 및 Fe는 Y계열을, Cu는 GY계열을 나타내었다. 일반적으로 매염에 의해 견뢰도가 향상되었으며, 황색포도산구균과 폐렴간균에 대한 항균성은 염색 견직물 및 선매염후 염색처리한 견직물 모두에서 99.9% 정균감소율을 나타내어 솜대 잎 추출색소의 뚜렷한 항균효과를 보였다. 염색 견직물들은 97.5% 이상의 소취율을 나타내었으며 K/S가 증가함에 따라 50+의 UPF와 UV-A 및 UV-B에 대하여 96%이상의 UV차단율을 나타내었다.

■ 참고문헌

- Baek, J., Chung, S., & Moon, G. (2002). Antimicrobial activities of ethanol extracts from Korean bamboo culms and leaves. *Korean J. Food Sci. Technol.* 34(6), 1073-1078.
- Chen, C., Wang, C., & Yeh, J. (2010). Improvement of odor elimination and anti-bacterial activity of polyester fabrics finished with composite emulsions of nanometer titanium dioxide-silver particles - water-borne polyurethane. *Textile Res. J.*, 80(4), 291-300.
- Ju, I., Jung, G., Ryu, J., Choi, J., & Choi, Y. (2005). Chemical components and physiological activities of bamboo(*Phyllostachys bambusoides* Starf) extracts prepared with different methods. *Korean J. Food Sci. Technol.*, 37(4). 542-548.

아이스슬레지하키선수를 위한 기능성 이너웨어 패턴개발

박상희

배화여자대학교 패션산업과

현재 컴프레션 웨어는 일상 활동의 보조적인 역할과 혈액 순환관련 환자의 치료목적, 전문 스포츠 인들이 부상을 방지하고 피로회복에 도움을 주고 나아가 경기력 향상을 위해서 착용되어져 왔다. 단순히 몸에 피트 되어 활동을 도와주는 것이 아니라 정확한 혈류량을 측정하여 혈류의 흐름을 도와주도록 신체 부위의 압박정도를 달리해 주고 운동선수의 움직임과 근육 활동범위를 면밀히 조사하여 그 운동능력을 극대화하도록 진화되어오고 있다. 이러한 컴프레이션 웨어는 이너웨어, 스포츠 웨어, 속옷 그리고 부상방지 보조기구로서 그 범위가 점차 확대되어 가고 있다. 기능성 웨어 개발은 북미와 호주, 일본이 이미 1990년부터 시작하였으며 우리나라의 경우 2004년에 전문업체가 시작되었다. 일반적으로 글로벌 스포츠 브랜드들이 컴프레이션 기능성 의류를 생산하고 있지만 이는 일반 소비자를 대상으로 하고 있다. 현재 국내에서 기능성 의류에 대한 관심이 증가하면서 국내외 아웃도어 브랜드들과 일부 패션업체들에서도 기능성 의류를 생산 판매를 시작하고 있으나 전문 스포츠용 컴프레이션 웨어의 범주에는 속하지 않는다. 전문 운동선수를 위한 컴프레이션 웨어를 생산하는 국내업체는 2개정도이며 해외 글로벌 브랜드들에 비해 그 규모가 상대적으로 작다. 따라서 본 연구는 일반 운동선수와 달리 활동에 제약이 있는 장애인 아이스하키 선수들을 위한 기능성 이너웨어 패턴 개발에 그 목적을 둔다.

본 연구는 먼저 현재 아이스슬레지하키 선수들의 경기동작 분석을 통하여 가장 많은 부하가 생기는 신체부위와 부상이 많은 부위를 분석하였다. 그 결과 동작범위가 가장 넓은 범위는 어깨, 허리, 팔꿈치, 손목 순으로 나타났으며 부상 범위나 경기 후 가장 많은 피로도와 통증을 호소하는 부위는 어깨와 허리로 나타났다. 어깨의 경우 슬레지로 이동하는 경우와 퍽을 치는 동작에서 어깨 회전 방향은 다르지만 최대 약 90°~110°까지 움직임이 나타났으며 허리의 경우 슬레지 전진을 위한 전후 운동 보다는 슬레지의 화전과 퍽을 치기 위한 좌우운동이 범위가 크게 나타남을 알 수 있다. 또한 아이스 슬레지 하키 선수는 일반 선수와 달리 상체의 움직임에 운동동작에 집중되어있고 앉아서 행해지는 경기이므로 기능성 이너웨어의 경우 상의 길이도 반드시 고려되어야 한다.

기능성 이너웨어의 패턴 설계를 위한 시판 의류에 관한 조사 결과는 다음과 같다. 현재 우리나라에서 비교적 쉽게 구할 수 있는 underamoure와 scelido, Fortium 제품에 대한 선수들의 의견을 바탕으로 제작법(오도럼프, 테이핑, 심리스), 착용의 편리성과 착용감 등을 조사한 결과 실리콘 테이핑법은 착용편리성과 촉감에서 심리스제품의 경우 소재의 두께감과 착용의 편리함에서, 오도럼프로 제작된 의류에서는 피로도 측면에서 만족감이 낮은 것으로 나타났다. 따라서본 연구에서는 피로 회복률이 높은 Emana 원사를 사용하면서 심리스 기법으로 제작하였다. 불만족 부분인 소재의 두께감을 낮추고 촉감을 기존의 제품보다 부드럽게 처리하였다. 앞서 조사된 운동경기 중 가장 많이 사용되는 부위와 부상부위를 고려하여 어깨와 허리부분의 탄성을 높이고자 하였다. 기능성 이너웨어의

기본원형 패턴제작방법으로 선수들이 그동안 기능성 의복에 대한 불만족 부분을 고려하여 기본원형은 T-shirt 패턴원형을 사용하되 사전 평가에서 가장 착용감이 좋다고 평가된 샘플의 실측자료를 참고하여 제작하였다. 네크라인의 경우 원형선에서 깊게 파기보다는 원형선을 그대로 유지했을 때 착용감이 좋게 평가되고 넥 가드와 겹침이 적었다. 어깨 길이설정에 있어 어깨너비/2에서 3cm보다 적게 줄이는 경우는 소재의 늘어남으로 소재가 보호구 아래서 겹쳐지는 현상이 야기되었다. 기능성 이너웨어는 위에 보호구를 착용해야하므로 몸에 완전히 피트되어야 한다. 일반적으로 이너웨어의 경우 Lycra나 spandex와 같은 섬유가 20%~40%포함된 4방향 스트레치 원단을 사용하므로 가슴둘레 기준 전체 8cm 작게 제작하였다. 전체적인 여유분은 줄였고 진동둘레가 깊을 경우 팔을 들어 올릴 때 겨드랑이 당김을 야기하므로 진동깊이를 낮추고 소매산 높이도 비례적으로 낮추었다. 기본원형의 소매는 셋 인 슬리브로 제작하였으며 소재에 따라 진동둘레와 소매산둘레의 차이가 보일 수 있으나 본 연구에서는 봉제선을 따로 연결하지 않으므로 easy분량은 제거하였다. 기능성 이너웨어는 앞길이의 경우 바지 안으로 넣어 입고 착용시 유니폼의 앞부분과 겹침이 야기되어 앞길이를 줄이고 뒤길이는 허리를 숙였을 때 뒤편이 바지에서 빠지지 않도록 의자에 앉은 자세에서 뒷목점부터 의자 바닥까지 총장의 길이를 적용하였다. 허리부분 역시 몸에서 뜨는 것을 방지하기위해 2cm정도 줄이고 장시간 앉아서 경기를 진행하므로 엉덩이 둘레부분에는 허리둘레보다 약간의 여유를 주었다. 일반적인 기능성 이너웨어의 경우 허리보다 엉덩이부분이 좀 더 작게 패턴화되어 있는 것과는 차별화를 두었다. 선수들은 긴팔과 반팔 선호도가 반반정도로 나타나고 있었으며 반팔의 길이는 조금 길게 상완을 60%이상 덮는 길이로 적당한 것으로 나타났다.

기능성 이너웨어는 착용여부에 따라 경기력 향상과 선수 보호적인 측면에서 연구 개발되어져 왔지만 장애인과 같이 소외된 스포츠인들 위한 연구는 이루어지지 않고 있었다. 따라서 특수한 기능성 의류를 제작하는데 있어 생산 업체는 상품화를 염두에 두고 샘플제작 조차 하지 않으려는 경우가 많았고 상품생산이 먼저다 보니 생산기일이 늦추어지는 경우가 대부분이었다. 업체의 입장에서 상품화되기에는 그 소비층이 미비하여 연구 투자가 이루어지지 않고 있으며 개발이 된다하더라도 그 가격적인 면이 만족스러울 수는 없을 것이다. 다만 이들을 위한 지속적인 연구와 업체의 협력이 이루어진다면 선진 스포츠국가로 나아가는 지름길이 될 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

- 권명숙, 정기수(2007). 실리콘이 라미네이팅된 신축성 소재의 위생 및 안정성과 역학적 성능. *한국 의류학회지*, 31(1), 77~84.
- 김태영(2008). 동적자세와 피부분절을 이용한 기능성 밀착 의복 제작 프로세스 개발. *충남대학교 대학원 박사학위논문*.
- 장경배, 이경환, 구도훈, 은선덕(2012) 장애인 아이스하키선수를위한 맞춤형 아이스슬레지 개발 연구, *한국재활복지공학회 논문집* pp.306~308
- 이경환, 구도훈, 은선덕, 장경배(2013) 장애유형별 맞춤형 아이스 슬레지 장애인 국가대표 아이스하키 선수의 턴 동작에 미치는 영향, *HCI 학술대회* pp.199~202
- 장애인체육, 독일 생활체육에 길을 묻다 <http://sports.chosun.co.kr/news/news>.
- <http://www.hockeycanada.ca/en-ca/Team-Canada/Men/Sledge.aspx>
- <http://www.kosad.or.kr/>

<http://www.usahockey.com/sledhockey>