

2024 한국패션디자인학회 춘계학술대회

# The Power of Korean Fashion Startups: The Key to Success

일시 | 2024년 5월 25일(토) 10:00 - 16:30

장소 | 서울대학교 생활과학대학 222동

주최 | (사)한국패션디자인학회

공동주최 | 서울대학교 생활과학연구소

주제강연 1 K-Fashion Re:Boost 신진 패션 브랜드 지속 성장 전략

| 신 희 진 | 한국패션산업협회 이사

주제강연 2 플랫폼 운영실무와 연계한 신규브랜드 운영전략

| 김 민 지 | 하고 하우스(HAGO HAUS) 전략팀 부장

주제강연 3 인공, 소재, 균형: 브랜드 강혁 사례 중심으로

| 손 상 락 | KANGHYUK 대표

2024 한국패션디자인학회 춘계학술대회

# The Power of Korean Fashion Startups: The Key to Success

일시 | 2024년 5월 25일(토) 10:00 - 16:30

장소 | 서울대학교 생활과학대학 222동

주최 | (사)한국패션디자인학회

공동주최 | 서울대학교 생활과학연구소

후원 | (주)교문사, 성화

## 2024 한국패션디자인학회 춘계학술대회 조직위원

조직위원장	장남경 부회장(한세대학교)	
부조직위원장	이지현 부회장(연세대학교)	
	주보림 부회장(이화여자대학교)	
	임은혁 부회장(성균관대학교)	
조직위원	권하진 교수(서울여자대학교)	김고운 교수(덕성여자대학교)
	김부용 교수(우석대학교)	김세진 교수(창원대학교)
	노주현 교수(충남대학교)	마진주 교수(홍익대학교)
	박현정 교수(우석대학교)	서성은 교수(가천대학교)
	양은경 교수(연세대학교)	이세리 교수(이화여자대학교)
	전재훈 교수(서울대학교)	최수아 교수(단국대학교)

## 인 사 말

2024년 한국패션디자인학회 춘계학술대회에서는 “The Power of Korean Fashion Startups: The Key to Success”를 주제로 깊이 고민하는 장을 마련하였습니다. 최근 정부는 과학기술 정보통신부, 교육부, 중소벤처기업부 등 관계부처 협업체계를 활용해 대학 실험실 창업을 전 주기에 걸쳐 지속 지원하고, 지식재산권 고도화 컨설팅 지원을 통한 지식재산권 기반 기술혁신형 창업 지원 등을 통해 지식재산권 기반 창업 촉진 계획을 발표했습니다. 국가 차원의 지원과 투자를 바탕으로 패션디자인 교육 기관을 중심으로 창업 관련한 커리큘럼 개발은 물론, 학생 자체도 대기업 중심의 취업보다는 개인 창업 혹은 패션 스타트업에 대한 관심이 고조되고 있습니다.

이에 급변하는 문화적 환경과 테크놀로지 변화를 기반으로 하여 기존의 글로벌 패션 산업 생태계에 큰 변화를 불러올 수 있는 스몰 패션 브랜드 창업에 주목하여 한국 패션 스타트업의 힘에 대해 다시 생각하고, 성공을 위한 중요한 열쇠는 무엇인가에 함께 고민하고자 합니다. 현대 사회에서 고유한 패션 브랜드를 창조할 수 있는 핵심 역량에 대해 이해하기 위해 패션 산업 육성을 지원하는 인프라, 스타트업을 위한 플랫폼 비즈니스, 그리고 성공한 스타트업 CEO 등 다양한 역량과 경험을 갖춘 연사들을 모셨습니다.

한국패션산업협회 신희진 이사님을 모시고 “K-Fashion Re:Boost 신진 패션 브랜드 지속 성장 전략”에 대해, 하고(HAGO) 전략팀의 김민지 부장님을 모시고 “플랫폼 운영 실무와 연계한 신규브랜드 운영전략”에 대해 흥미롭고 의미 있는 주제강연을 듣고자 합니다. 또한 KANGHYUK의 손상락 대표님을 모시고 “인공, 소재 그리고 균형 Artificialness, Material, and Balance”라는 주제로 신진 디자이너 브랜드 성공의 디자인 강점과 방향성 구축에 대한 강연을 마련하였습니다. 이외에도 회원 여러분께서 투고해 주신 연구성과 발표가 세션별로 구성될 예정입니다.

2024 춘계학술대회의 성공적 개최를 위하여 조직위원장 한세대학교 장남경 교수님을 비롯한 여러 조직위원님께서 다양한 측면으로 수고해 주고 계십니다. 이 자리를 통해 감사의 말씀을 전합니다. 회원 여러분의 참여를 통해 학문적 성과를 나누고 의미 있는 토론을 전개함으로써 패션 및 의류 분야 학문의 발전과 산업에 시사점을 제공할 수 있는 뜻깊은 학술대회가 만들어질 것으로 믿습니다.

2024년 05월 25일

사단법인 한국패션디자인학회 회장 하지수 배상

## 2024 한국패션디자인학회 춘계학술대회 일정

일정	발표 및 내용			비고
10:00~10:10	<b>개회사</b> 하지수 회장(서울대학교)			사회 : 서성은 교수 (가천대학교)
10:10~11:00	<b>주제강연 1</b> "K-Fashion Re:Boost 신진 패션 브랜드 지속 성장 전략" 신희진(한국패션산업협회 이사)			사회 : 장남경 교수 (한세대학교)
11:00~11:50	<b>주제강연 2</b> "플랫폼 운영실무와 연계한 신규브랜드 운영전략" 김민지(하교 하우스(HAGO HAUS) 전략팀 부장)			사회 : 최수아 교수 (단국대학교)
11:50~13:10	<b>휴식 및 오찬</b>			
13:10~14:00	<b>주제강연 3</b> "인공, 소재, 균형: 브랜드 강혁 사례 중심으로" 손상락(KANGHYUK 대표)			사회 : 김부용 교수 (우석대학교)
14:00~15:30	<b>논문 구두 발표</b>			
	세션 1	세션 2	세션 3	
	<b>좌장 :</b> 염미선 교수 (성신여자대학교)  <b>토론:</b> 박현정 교수 (우석대학교) 이해원 교수 (가톨릭대학교) 이윤경 교수 (부산대학교)	<b>좌장 :</b> 최경희 교수 (한성대학교)  <b>토론:</b> 김고운 교수 (덕성여자대교) 이연영 교수 (장안대학교) 신혜정 교수 (수원대학교)	<b>좌장 :</b> 박근수 교수 (경상대학교)  <b>토론:</b> 김세진 교수 (국립창원대학교) 허가영 교수 (평택대학교) 어경진 교수 (연성대학교)	
15:40~ 16:00	논문 포스터 발표 및 질의 응답			좌장 : 전재훈 교수 (서울대학교)
16:00~ 16:30	우수논문상 발표 및 폐회			사회 : 노주현 교수 (충남대학교)

## 구두 논문 발표

### Session 1

no.	제 목	성명	소속
1	AI 도구를 활용한 패션 컬렉션 디자인 프로세스에 대한 연구	범가유, 하지수	서울대학교
2	생성형 AI를 활용한 지속 가능한 패션 디자인 개발	강규연, 박선희	이화여자대학교
3	플라뇌르의 '바텀 업(bottom-up)' 관점에서 본 파리 와 패션 플라뇌르의 관계	강송희, 마진주	홍익대학교

### Session 2

no.	제 목	성명	소속
1	CLO3D 프로그램을 활용한 패션 제품 디자인 개발에 관한 연구	김영환, 김경아	세명대학교
2	가상 패션 필름에 나타난 시각적 표현 요소 특성	박지홍, 하지수	서울대학교
3	Design Strategy Using Traditional ikat in Contemporary Indian Fashion Design	Maurya Anudhairya Ramnath, Sejin Kim	국립창원대학교

### Session 3

no.	제 목	성명	소속
1	패션 미디어에 나타난 패션 산업의 ESG 담론 분석 - WWD 기사의 텍스트 마이닝을 중심으로 -	김희량, 김미경, 임은혁	성균관대학교
2	패션 사진에 표현된 복식 분석 프레임워크	정찬아, 하지수	서울대학교
3	남성 팝 아티스트의 SNS에 나타난 젠더 뉴트럴 패션 표현	홍영주, 전재훈	서울대학교

## 포스터 논문 발표

no.	제 목	성명	소속
1	사회 지향적 패션 브랜드에 나타난 윤리적 운영방식	김혜진, 조윤수	이화여자대학교
2	스란(膝欄)을 활용한 신한복 제품의 디자인 개발	김희령	경인여자대학교
3	생성형 AI 패션 이미지의 페이크 컬래버레이션이 패션 브랜드에 전하는 시사점	류연주, 이세리	이화여자대학교
4	Generative AI 툴을 활용한 지속가능한 아동복 패션 디자인 개발	LI RUOBING, 고정민, 양은경	연세대학교
5	한국 거주 20-30대 고학력 여성들의 문화자본에 따른 유아복 소비특성 연구	바상수령 체체글랜, 서성은	가천대학교
6	미드저니와 패션 도식화의 복합적 활용을 통한 패션 디자인 개발 연구	박근수	경성대학교
7	패션 브랜드의 VMD(visual merchandising) 연출을 통한 지속가능성 실천	박주하, 전재훈	서울대학교
8	그린 패션 브랜드의 지속가능경영에 관한 연구	서보현, 조윤수	이화여자대학교
9	플러스 사이즈 인플루언서 계정의 사용자 반응과 콘텐츠 분석	서윤진, 임은혁	성균관대학교
10	영화 <바비> 의상에 나타난 포스트페미니즘의 기호학적 분석	서재희, 임은혁	성균관대학교
11	미드저니(Midjourney)를 활용한 오프꾸뛰르(Haute Couture) 드레스 디자인 개발 방안에 대한 연구 - 명령어(prompt) 분석을 중심으로 -	양의영, 하지수	서울대학교
12	몽골 세대별 지속가능 패션에 대한 인식과 지역별 차이 분석	Galbadrakh Oyunbileg, 서성은	가천대학교
13	패턴 구성요소 분석을 활용한 해녀복의 특징 분석 - 3D 어패럴 카드 시스템 활용 -	후수, 제수연, 유춘휘, 엄란이	제주대학교
14	귀여움 종류에 따른 이모티콘 개발 - 익살스런 귀여움을 적용한 캐릭터 브랜드를 중심으로 -	윤채린, 염미선	성신여자대학교
15	피트니스 활동 용도의 폴 웨어(pole wear)의 미적 특성	유해민, 전재훈	서울대학교
16	럭셔리 패션 브랜드 키즈웨어의 디자인 특성에 관한 연구	이서희, 조윤수	이화여자대학교

no.	제 목	성명	소속
17	생성형 인공지능을 활용한 패션컬렉션 발상자료 제작 연구	이성훈, 하지수	서울대학교
18	패션 디자인에 표현된 모듈러 시스템의 구조 - 2001~2022년 RTW 여성 컬렉션을 중심으로 -	이유선, 최윤미	충남대학교
19	Metaverse Research Trends and Analysis to Predict the Direction of the Meta-Fashion Market	이윤경, 윤남희	부산대학교
20	럭셔리 패션 브랜드에 나타난 젠더리스 웨딩 패션의 특성 연구	이은정, 조윤수	이화여자대학교
21	회화적 콘셉트의 입체적 표현을 위한 3D 프린팅 기술 활용 연구 - 젠탱글 기법을 활용한 텍스타일 텍스처 표현 및 의상 제작을 중심으로 -	이지찬, 최슬기, 이정호, ATJARGALENKHZUL, 이현승	인천대학교
22	포스트휴먼 돌연변이의 표현적 특성을 적용한 패션 디자인 연구	이호준, 김승현	국민대학교
23	산업폐기물을 활용한 패션 텍스타일 디자인 개발연구 - 맥주박을 자원으로 한 염색과 프린트 방법을 중심으로 -	임소영	청강문화 산업대학교
24	Creative Fashion Design and Evaluation - A Comparative Study of Smart versus Conventional Textiles -	정차홍, 장신영, 하지수	서울대학교
25	Symmetry의 특성을 이용한 디지털 패션디자인 개발	최경희, 김세진	국립창원대학교
26	스토리텔링을 통한 K-디자인 이노베이션 졸업작품 사례연구	최수아	단국대학교
27	패션 디자인 도구로서 생성형 AI 활용 가능성에 대한 탐색: 감정 어휘로의 접근	한금화, 김혜진, 노주현	충남대학교
28	몽골 소셜미디어 인플루언서들의 코리안 스킨케어 프랙티스	Tsiyenpiljee Khulan, 서성은	가천대학교
29	중국 여성 스타의 섹시 패션 이미지	염여옥, 하지수	서울대학교
30	구매·비구매 경험에 따른 지속가능 패션제품군에 대한 소비자의식 - 리사이클 원단, 업사이클링, 비건가죽을 중심으로 -	허은주, 한희정	계명대학교
31	미술사조에 나타난 몸의 동적 자세와 복식의 표현 - 낭만주의, 사실주의, 인상주의를 중심으로 -	황채은, 전재훈	서울대학교



no.	제 목	성명	소속
32	상징적 상호작용론의 관점에서 본 전통시장의 한복축제 - 창원의 부림시장을 중심으로 -	서영임, 김세진	국립창원대학교
33	메종 마르지엘라의 패션필름에 나타난 모호성	배미희, 김세진	국립창원대학교
34	프랑스에서 K-Fashion의 문화자본적 특성	자니시 카를라 마리아, 김세진	국립창원대학교
35	정서적 안정감을 위한 압박의류 디자인 사례	하승연	국립공주대학교
36	숏폼 뷰티 콘텐츠에 나타난 포스트 하위문화 - 한국 뷰티 크리에이터를 중심으로	김시은, 김세진	국립창원대학교
37	'문신(文信)'의 작품을 이용한 패션 텍스타일 디자인 개발	함다경, 김세진	국립창원대학교
38	오리가미(Origami)를 이용한 패션디자인 작품 개발 - 작품 'Serenity' 제작을 중심으로 -	남한솔, 하지수	서울대학교
39	현대 패션 일러스트레이션에 나타나는 이상적인 신체 이미지 표현에 관한 연구 - David Downton과 Bil Donovan의 작품을 중심으로 -	남한솔, 하지수	서울대학교
40	사진 이미지 중첩 기법을 활용한 패션디자인 개발 연구	정찬아, 하지수	서울대학교
41	Exploring Fashion Activism in Pakistan	Fatima Kayani, Se Jin Kim	국립창원대학교
42	A study on Wellbeing of Spinning workers in Bangladesh - A Systematic Literature Review -	Mohammad Razibul Hasan, Se Jin Kim	국립창원대학교
43	중국 돈황 벽화 가장자리문양을 응용한 패션 스카프 패턴 디자인 개발	진안양, 최윤미	충남대학교
44	컬러 테라피를 이용한 뉴 시니어를 위한 네일 색채 배색 제안	김혜영, 김세진	국립창원대학교
45	가상 인플루언서 제작을 위한 생성 AI 활용 사례 분석 연구	윤미애, 정재윤, 이유정	세종대학교
46	가상 현실 기반 패션디자인의 사용자 경험 결정 요인에 관한 연구	이재민	이화여자대학교
47	뉴욕패션위크에서의 패션트렌드 변화에 대한 연구	이성훈, 하지수	서울대학교
48	패션 매체에서 나타나는 바디 포지티브	이수현, 하지수	서울대학교
49	Project of Developing A Fashion Look By Upcycling Pre-Loved Fashion Items - Focusing on 'Zero Waste Fashion Design' Concept -	Wong Ho Man, 하지수	서울대학교

no.	제 목	성명	소속
50	형태 자동 변화 가먼트 디자인을 위한 형상기억합금 니티놀(Ni-Ti)의 적용 조건 연구	김종선, 박지홍, 하지수	수원여자대학교 서울대학교
51	텍스트 마이닝을 활용한 데님 패션의 사회적 의미 분석	임민정	서원대학교
52	메타버스 플랫폼 가상 패션에 대한 사용자 인식	박예은, 임은혁	성균관대학교
53	3D CLO를 활용한 가상 패션 콘텐츠 개발 연구 - Y2K스타일을 중심으로 -	Liu Liluo, 이정수	이화여자대학교
54	코게트코어 트렌드를 반영한 패션 텍스타일 디자인 개발	이채영	경희대학교
55	청년, 중년, 노년 여성의 발 형태 및 치수 비교	용정민, 김동은	이화여자대학교
56	국내 패션 및 디자인 전공 대학의 융복합 교육 현황 및 제안 - 마이크로·나노디그리의 사례를 중심으로 -	정다운	명지전문대학교
57	생성형 AI 기반 패션디자인 발상의 탐색과 교육적 함의 - 미드저니 명령어 및 파라미터의 활용을 중심으로 -	김고운	덕성여자대학교

## 학부생 포스터 논문 발표

no.	제 목	성명	소속
1	[오감도]를 바탕으로 한 해체주의 패션디자인 개발 연구	홍주연, 이화연, 안혜린, 권하진	서울여자대학교
2	유기적 가변성과 곡선에 따른 패션디자인 개발 - 헤어쇼 의상 개발을 중심으로 -	최영서, 이하나, 정지연, 권하진	서울여자대학교
3	핸드 레이스를 활용한 패션 브랜드 제안	김민수, 김성은	덕성여자대학교
4	대학교 홍보를 위한 캐릭터 디자인 개발 - 우석대학교 캐릭터를 중심으로 -	양승민, 정석진, 박진규, 김도영, 김부용, 박현정	우석대학교
5	데님 팬츠를 이용한 업사이클링 버츄얼 디지털 원단 개발	김삼희, 김나경, 이혜원	가톨릭대학교
6	ESG 패션으로의 K-전통 복식 게임 캐릭터 의상 개발 - 버려진 웨딩드레스를 활용하여-	김영한, 이연영	장안대학교
7	현대 패션 컬렉션에 나타난 동양적 색채를 모티브로 한 패션 디자인 개발	박정진, 김성은	덕성여자대학교
8	테디 걸 스타일에서 영감을 받은 한국적인 스트리트 패션 디자인 제안 - 매화 모티프를 중심으로 -	신지혜, 김부용, 박현정	우석대학교
9	웨스턴 코어 트렌드를 반영한 한국적인 패션 디자인 - 하이브리드 패션(Hybrid Fashion)을 중심으로 -	양승민, 김부용, 박현정	우석대학교
10	한글 팝아트를 응용한 한복 패션 디자인 연구	최상욱, 김부용, 박현정	우석대학교
11	레오파드 게코에서 영감을 받은 패션 디자인	유선일, 김부용, 박현정	우석대학교
12	영화 <크루엘라(Crulla)> 캐릭터 패션 디자인 연구 - 달마시안 패턴을 중심으로 -	정석진, 김부용, 박현정	우석대학교
13	카우보이 스타일의 남성복 패션 디자인 연구	최예원, 김부용, 박현정	우석대학교
14	K-유니폼을 활용한 리디자인 패션 및 스타일 개발 프로젝트	안수정, 이연영	장안대학교
15	네오 히피 스타일을 반영한 한국적인 패션 디자인 제안 - 배자와 금단청 문양을 중심으로 -	홍사훈, 김부용, 박현정	우석대학교

no.	제 목	성명	소속
16	젤리 피쉬(Jelly Fish)의 조형미를 적용한 패션 디자인	박세진, 김부용, 박현정	우석대학교
17	아름다움을 재해석하는 쿠티르 캐주얼 브랜드 개발 - 만물 속의 미적 가치 탐색을 바탕으로 -	유예빈, 김성은	덕성여자대학교
18	문화 역사적 헤리티지에 기반한 패션디자인 사례 연구	이경, 서성은	가천대학교
19	뉴노멀 시대에 수공예의 가치를 조명하는 여성복 브랜드 개발 - 바로크 시대의 남성 복식을 중심으로 -	주소정, 김성은	덕성여자대학교
20	장기적 가치를 드러내는 클래식 패션 디자인 개발	지세영, 김성은	덕성여자대학교
21	커스텀 메이드 디테일을 활용한 지속가능한 패션디 자인 개발 - MZ세대를 겨냥한 패셔너블한 아웃도어 스타일을 중심으로 -	한동엽, 최경희, 윤성진, 전민하, 박은서	한성대학교
22	페티셔츠 소재 기반 패션 디자인 제작 프로세스 개발	황수영, 손주연, 이혜원	가톨릭대학교
23	패션산업의 ESG 정착을 위한 실천사례 분석	이소연, 이유진, 박서영, 이윤지, 김정연, 장남경	한세대학교
24	패션중고 마켓의 활성화를 통한 패션산업의 지속가능성 모색	이소연, 정영찬, 김유빈, 서현수, 장지혜, 한승연, 이채원, 장남경	한세대학교
25	종말 이후 세계에서 영감을 받은 패션디자인	이여원, 김윤희	한남대학교
26	옷에 대한 추억을 현재의 옷 디자인에 투영한 사례	안지민, 김윤희	한남대학교

### 주제강연 1

- ▶K-Fashion Re:Boost 신진 패션 브랜드 지속 성장 전략 ..... 3  
신희진(한국패션산업협회 이사)

### 주제강연 2

- ▶플랫폼 운영실무와 연계한 신규브랜드 운영전략 ..... 5  
김민지(하고 하우스(HAGO HAUS) 전략팀 부장)

### 주제강연 3

- ▶인공, 소재, 균형: 브랜드 강혁 사례 중심으로 ..... 21  
손상락(KANGHYUK 대표)

### 구두 논문 발표 초록

- ▶AI 도구를 활용한 패션 컬렉션 디자인 프로세스에 대한 연구 ..... 25
- ▶생성형 AI를 활용한 지속 가능한 패션 디자인 개발  
- T2T AI와 T2I AI의 결합을 바탕으로 - ..... 27
- ▶플라뇌르의 ‘바텀 업(bottom-up)’ 관점에서 본 파리과 패션 플라뇌르의 관계 ..... 29
- ▶CLO3D 프로그램을 활용한 패션 제품 디자인 개발에 관한 연구  
- 신발·가방·안경 디자인을 중심으로 - ..... 31
- ▶가상 패션 필름에 나타난 시각적 표현 요소 특성 ..... 33
- ▶Design Strategy Using Traditional ikat in Contemporary Indian Fashion Design ..... 35
- ▶패션 미디어에 나타난 패션 산업의 ESG 담론 분석  
- WWD 기사의 텍스트 마이닝을 중심으로 - ..... 37
- ▶패션 사진에 표현된 복식 분석 프레임워크  
- 홍장현의 패션 사진을 중심으로 - ..... 39

▶남성 팝 아티스트의 SNS에 나타난 젠더 뉴트럴 패션 표현 ..... 41

**포스터 논문 발표 초록**

▶사회 지향적 패션 브랜드에 나타난 윤리적 운영방식 ..... 45

▶스란(膝襴)을 활용한 신한복 제품의 디자인 개발 ..... 47

▶생성형 AI 패션 이미지의 페이크 컬래버레이션이 패션 브랜드에 전하는 시사점 ..... 49

▶Generative AI 툴을 활용한 지속가능한 아동복 패션디자인 개발 ..... 51

▶한국 거주 20-30대 고학력 몽골 여성들의 문화자본에 따른 유아복 소비특성 연구 ..... 53

▶미드저니와 패션 도식화의 복합적 활용을 통한 패션디자인 개발 연구 ..... 55

▶패션 브랜드의 VMD(visual merchandising) 연출을 통한 지속가능성 실천 ..... 57

▶그린 패션 브랜드의 지속가능경영에 관한 연구 ..... 59

▶플러스 사이즈 인플루언서 계정의 사용자 반응과 콘텐츠 분석 ..... 61

▶영화 <바비> 신체이미지에 나타난 포스트페미니즘의 기호학적 분석 ..... 63

▶미드저니(Midjourney)를 활용한 오피꾸뛰르(Haute Couture) 드레스 디자인 개발  
방안에 대한 연구 - 명령어(prompt) 분석을 중심으로 - ..... 65

▶몽골 세대별 지속가능 패션에 대한 인식과 지역별 차이 분석 ..... 67

▶패턴 구성요소 분석을 활용한 해너복의 특징 분석  
- 3D 어패럴 카드 시스템 활용 - ..... 69

▶귀여움 종류에 따른 이모티콘 개발  
- 익살스런 귀여움을 적용한 캐릭터 브랜드를 중심으로 - ..... 71

▶피트니스 활동 용도의 폴 웨어(pole wear)의 미적 특성 ..... 73

▶럭셔리 패션 브랜드 키즈웨어의 디자인 특성에 관한 연구 ..... 75

▶생성형 인공지능을 활용한 패션컬렉션 발상자료 제작 연구 ..... 77

▶패션 디자인에 표현된 모듈러 시스템의 구조  
- 2001~2022년 RTW 여성 컬렉션을 중심으로 - ..... 79

▶Metaverse Research Trends and Analysis to Predict the Direction of the Meta-Fashion Market .....	81
▶럭셔리 패션 브랜드에 나타난 젠더리스 웨딩 패션의 특성 연구 .....	83
▶회화적 콘셉트의 입체적 표현을 위한 3D 프린팅 기술 활용 연구 - 젠탱글 기법을 활용한 텍스타일 텍스처 표현 및 의상 제작을 중심으로 - .....	85
▶포스트휴먼 돌연변이의 표현적 특성을 적용한 패션디자인 연구 .....	87
▶산업폐기물을 활용한 패션 텍스타일 디자인 개발연구 - 맥주박을 자원으로 한 염색과 프린트 방법을 중심으로 - .....	89
▶Creative Fashion Design and Evaluation - A Comparative Study of Smart versus Conventional Textiles - .....	91
▶Symmetry의 특성을 이용한 디지털 패션디자인 방법 연구 .....	93
▶스토리텔링을 통한 K-디자인 이노베이션 졸업작품 사례연구 .....	95
▶패션디자인 도구로서 생성형 AI 활용 가능성에 대한 탐색 - 감정 어휘로의 접근 - .....	97
▶몽골 소셜미디어 인플루언서들의 코리안 스킨케어 실천 - 인스타그램 & 유튜브 중심으로 - .....	99
▶중국 여성 스타의 섹시 패션 이미지 .....	101
▶구매·비구매 경험에 따른 지속가능 패션제품군에 대한 소비자의식 - 리사이클 원단, 업사이클링, 비건가죽을 중심으로 - .....	103
▶미술사조에 나타난 몸의 동적 자세와 복식의 표현 - 낭만주의, 사실주의, 인상주의를 중심으로 - .....	105
▶상징적 상호작용론의 관점에서 본 전통시장의 한복 축제 - 창원의 부림시장을 중심으로 - .....	107
▶매종 마르지엘라의 패션필름에 나타난 모호성 .....	109
▶프랑스에서 K-Fashion의 문화자본적 특성 .....	111
▶정서적 안정감을 위한 압박의류 디자인 사례 .....	113

▶숏폼 뷰티 콘텐츠에 나타난 포스트 하위문화 - 한국 뷰티 크리에이터를 중심으로 - .....	115
▶‘문신(文信)’의 작품을 이용한 패션 텍스타일 디자인 개발 .....	117
▶오리가미(Origami)를 이용한 패션디자인 작품 개발 - 작품 ‘Serenity’ 제작을 중심으로 - .....	119
▶현대 패션 일러스트레이션에 나타나는 이상적인 신체 이미지 표현에 관한 연구 - David Downton과 Bil Donovan의 작품을 중심으로 - .....	121
▶사진 이미지 중첩 기법을 활용한 패션디자인 개발 연구 - 작품 ‘Position’을 중심으로 - .....	123
▶Exploring Fashion Activism in Pakistan .....	125
▶A study on Wellbeing of Spinning workers in Bangladesh - A Systematic Literature Review - .....	127
▶중국 돈황 벽화 가장자리문양을 응용한 패션 스카프 패턴 디자인 개발 .....	129
▶컬러 테라피를 이용한 뉴 시니어를 위한 네일 색채 제안 .....	131
▶가상 인플루언서 제작을 위한 생성 AI 활용 사례 분석 연구 .....	133
▶가상 현실 기반 패션디자인의 사용자 경험 결정 요인에 관한 연구 .....	135
▶뉴욕패션위크에서의 패션트렌드 변화에 대한 연구- .....	137
▶패션 매체에서 나타나는 바디 포지티브 .....	139
▶Project of Developing A Fashion Look By Upcycling Pre-Loved Fashion Items - Focusing on ‘Zero Waste Fashion Design’ Concept - .....	141
▶형태 변화 가먼트 디자인을 위한 형상기억합금 니티놀(Ni-Ti)의 적용 조건 연구 .....	143
▶텍스트 마이닝을 활용한 데님 패션의 사회적 의미 분석 .....	145
▶메타버스 플랫폼 가상 패션에 대한 사용자 인식 .....	147
▶3D CLO를 활용한 디지털 패션디자인 개발 - Y2K스타일을 중심으로 - .....	149
▶코계트코어 트렌드를 반영한 패션 텍스타일 디자인 개발 .....	151



▶청년, 중년, 노년 여성의 발 형태 및 치수 비교 .....	153
▶국내 패션 및 디자인 전공 대학의 융복합 교육 현황 및 제안 - 마이크로·나노디그리의 사례를 중심으로 - .....	155
▶생성형 AI 기반 패션디자인 발상의 탐색과 교육적 함의 - 미드저니 명령어 및 파라미터의 활용을 중심으로 - .....	157

### 학부생 포스터 논문 발표 초록

▶『오감도』를 바탕으로 한 해체주의 패션디자인 개발 연구 - 이항대립의 해체를 중심으로 - .....	161
▶유기적 가변성과 곡선에 따른 패션디자인 개발 - 헤어쇼 의상 개발을 중심으로 - .....	162
▶핸드 레이스를 활용한 패션 브랜드 제안 - 니들포인트 레이스와 보빈 레이스 기법을 중심으로 - .....	163
▶대학교 홍보를 위한 캐릭터 디자인 개발 - 우석대학교 캐릭터를 중심으로 - .....	164
▶데님 팬츠를 이용한 업사이클링 버츄얼 디지털 원단 개발 .....	165
▶ESG 패션으로의 K-전통복식 게임 캐릭터 의상 개발 - 버려진 웨딩드레스를 활용하여 - .....	166
▶현대 패션 컬렉션에 나타난 동양적 색채를 모티브로 한 패션 디자인 개발 .....	167
▶테디 걸 스타일에서 영감을 받은 한국적인 스트리트 패션 디자인 제안 - 매화 모티프를 중심으로 - .....	168
▶웨스턴 코어 트렌드를 반영한 한국적인 패션 디자인 - 하이브리드 패션(Hybrid Fashion)을 중심으로 - .....	169
▶한글 팝아트를 응용한 한복 패션 디자인 연구 .....	170
▶레오파드 게코에서 영감을 받은 패션 디자인 .....	171
▶영화 <크루엘라(Cruella)> 캐릭터 패션 디자인 연구 - 달마시안 패턴을 중심으로 - .....	172
▶카우보이 스타일의 남성복 패션 디자인 연구 .....	173

▶K-유니폼을 활용한 리디자인 패션 및 스타일 개발 프로젝트 .....	174
▶네오 히피 스타일을 반영한 한국적인 패션 디자인 제안 - 배자와 금단청 문양을 중심으로 - .....	175
▶젤리 피쉬(Jelly Fish)의 조형미를 적용한 패션 디자인 .....	176
▶아름다움을 재해석하는 쿠티르 캐주얼 브랜드 개발 - 만물 속의 미적 가치 탐색을 바탕으로 - .....	177
▶문화 역사적 헤리티지에 기반한 패션디자인 사례 연구 - 구찌(GUCCI) 2024 크루즈 컬렉션 in 경복궁 - .....	178
▶뉴노멀 시대에 수공예의 가치를 조명하는 여성복 브랜드 개발 - 바로크 시대의 남성 복식을 중심으로 - .....	179
▶장기적 가치를 드러내는 클래식 패션 디자인 개발 .....	180
▶커스텀 메이드 디테일을 활용한 지속가능한 패션디자인 개발 - MZ세대를 겨냥한 패셔너블한 아웃도어 스타일을 중심으로 - .....	181
▶페티셔즈 소재 기반 패션 디자인 제작 프로세스 개발 .....	182
▶패션산업의 ESG 정착을 위한 실천사례 분석 .....	183
▶패션중고 시장의 활성화를 통한 패션산업의 지속가능성 모색 .....	184
▶종말 이후 세계에서 영감을 받은 패션디자인 .....	185
▶옷에 대한 추억을 현재의 옷 디자인에 투영한 사례 .....	186





## 주제강연

### 주제강연 1

- ▶ K-Fashion Re:Boost 신진 패션 브랜드 지속 성장 전략  
신희진(한국패션산업협회 이사)

### 주제강연 2

- ▶ 플랫폼 운영 실무와 연계한 신규브랜드 운영전략  
김민지(HAGO HAUS 전략팀 부장)

### 주제강연 3

- ▶ 인공, 소재, 균형: 브랜드 강혁 사례 중심으로  
손상락(KANGHYUK 대표)



---

## 주제강연 1

### K-Fashion Re:Boost 신진 패션 브랜드 지속 성장 전략

신희진

한국패션산업협회 이사

---

강연자 요청에 의해 자료는 배포하지 않습니다



---

## 주제강연 2

### 플랫폼 운영실무와 연계한 신규브랜드 운영전략

김민지

HAGO HAUS 전략팀 부장

---

〔 플랫폼 운영실무와 연계한  
신규브랜드 운영전략 〕

김민지/ HAGO HAUS 전략팀

#### 이커머스 [e-commerce]

전자상거래. 온라인 네트워크를 통해 상품과 서비스를 사고 파는 것

#### 플랫폼 [platform]

다양한 종류의 시스템이나 서비스를 제공하기 위해 공통적이고 반복적으로 사용하는 기반 모듈, 어떤 서비스를 가능하게 하는 일종의 '토대'라고 할 수 있다. 제품·서비스·자산·기술·노하우 등 모든 원태가 가능하다.

#### 브랜드 [brand]

특정한 제품 및 서비스를 식별하는데 사용되는 명칭 및 기호, 디자인의 총칭을 이르는 말





## I overview



Established in **2017**

**CEO** Jay Hong, founder

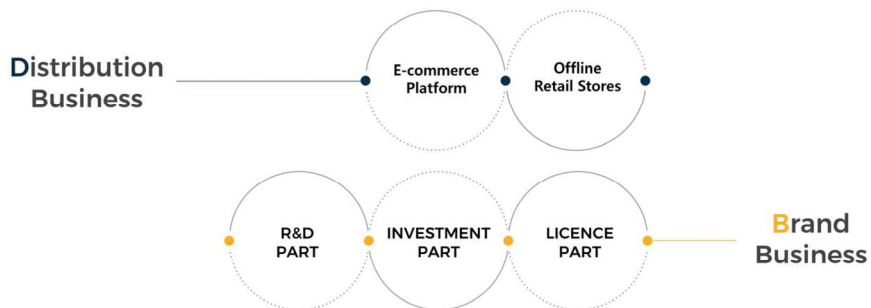
From online to offline, expanding  
**Distribution**

E-commerce platform with  
**2,300** brands

**37** Own brands

Specialization of brand  
**Incubation**

## I business field



**e-commerce platform** Distribution Business

- The rising fashion platform that showcases all lifestyle products encompassing local fashion brands.
- Aim to be a leading incubator where local designer brands can grow together by utilizing our e-commerce platform.
- Strive to create a consumption culture that brands, designers, and consumers build together.

**HAGO**  
Have A Good One

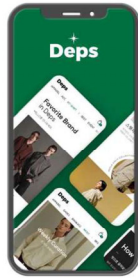
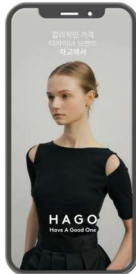
**Start** **2017**

**526K** Cumulative App downloads

**684K** number of valid customers

**2,300** Number of brands

**295%** Annual growth rate



**Deps**

**Start** **2023**

Specialized Men's Platform Launch

Specializing in the Curating of  
Highly Sensitive Brands

Ultimate goal is  
to expand the Men's Market

Our focus is in the future

**offline retail stores** Distribution Business

- Expand the space where you can experience brands in offline channels, going beyond the rising e-commerce platform.
- Provide rising fashion brands with opportunities to meet and grow with a wider range of consumers.



Innovative concept shops to make customers engage various brands without additional inventory

**INNOVATIVE CONCEPT SHOP**



Place to deliver brand identity as well as to present extensive merchandise

**BRAND SHOW ROOM**



Securing brand reputation through major offline channel

**DEPARTMENT STORE**



Test bed for offline extension

**POP-UP SHOP**

## I status of brand business Brand Business

### R&D PART

Launch our own brands based on HAGO's fashion business know-how.

Apparels	Bags	Jewelry
<p><b>City</b></p> <p>LERAY</p> <p>CELTAILS</p> <p>NEUL</p> <p>HIDDEN FOREST MARKET</p> <p>FLAVOUR</p> <p>W</p> <p>The rocket</p> <p><b>curetty</b></p> <p>among</p> <p>comb studio</p>	<p><b>le abonné</b></p> <p>LOVINE</p>	<p><b>rouju</b></p>

### INVESTMENT PART

Grow together with potential brands through HAGO's unique brand incubation system.

All fashion categories

**Matin Kim** *Kim Anton* **Magie du Matin** **depoud**  
**Uniform Bridge** **Lord John Grey** **Burmula**  
Casual And Vintage  
**VINTAGE HOLLY WOOD** **HIGH CHEEKS** **voca vaca** *Le 17 Septembre*  
LE17SEPTEMBRE HOMME  
**J.Chung** **TAZE.** **MAISONMARAIS** **MARGARIN FINGERS**  
**Leey** **RePLAIN** **WMM** **WNDERKAMMER**  
ELLE **June**  
**OIC** **Low Tide** **SALTY PEBBLE**

## I HAGO

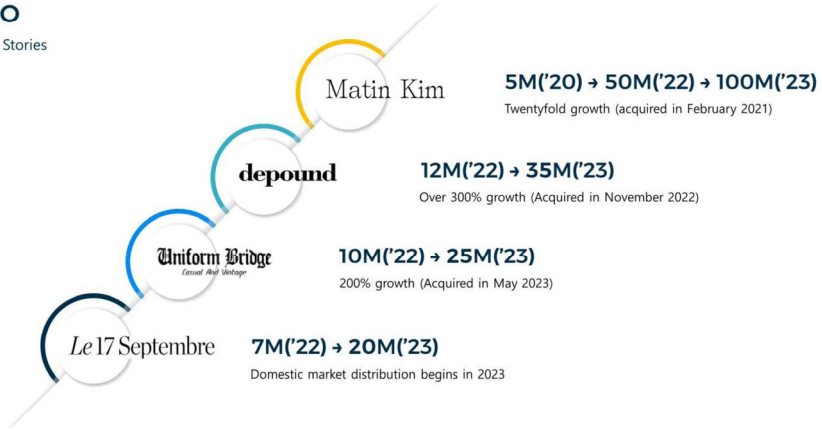
Business Competitiveness

### Brand Incubating

through Optimized System



I HAGO  
Success Stories



<메인 시나리오 #000-HAGO>

분류 : 메인  
난이도 : ???  
클리어 조건

[브랜드운영]

- 시장 안착
  - 생산배수 3.0 이상 유지
  - 판매율
  - 할인율 %이하

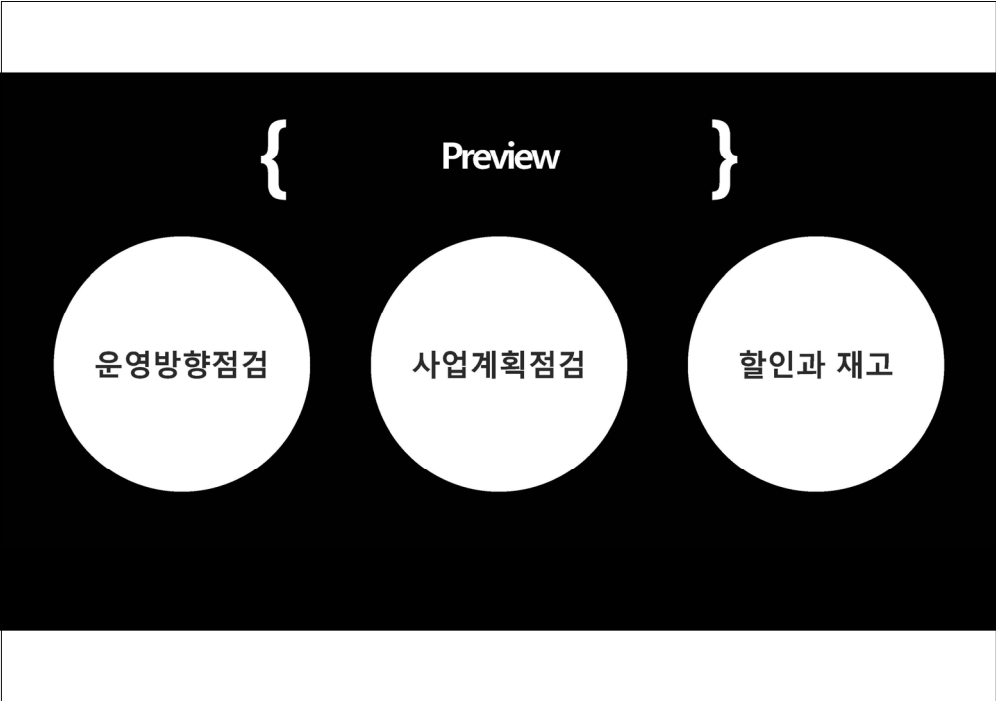
[플랫폼운영]

- 적자 축소
  - 전년비 30% 신장
  - 신규 거래처/고객 증대

제한시간 : 1년  
보상 : ???  
실패 시 : 폐업

main.





### Part 1 운영 방향을 정해라

<SLIDE #001>

분류 : 신규 진입  
난이도 : Level 01  
클리어 조건

[브랜딩 운영]

- 시장 안착 전략
- 고객 인지도 확보

[플랫폼 운영]

- 적자축소 방안 확보

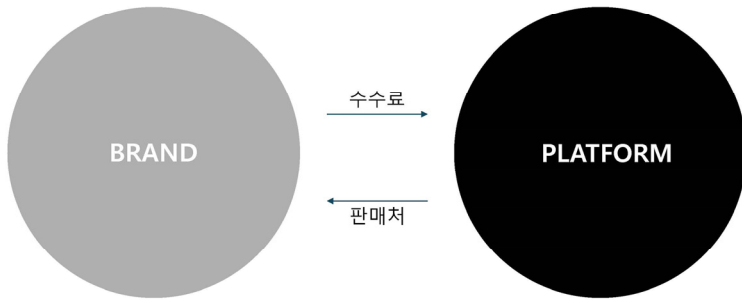
제한시간 : 1개월  
보상 : 사업비율 할당  
실패 시 : 사업중료

### [2024년 운영계획안]

- BRAND Planning 운영방안
  - 유통채널 확대 : 신규입점처 상담 진행
  - 엔트리 상품 외 주력 아이템 발굴
  - 상품 후기 및 리뷰리즘 데이터 확보 주력
  - 브랜드별 상세 별도보고
- MAGO 플랫폼 운영방안
  - 신규 입점 목표 0,000 브랜드
  - 신규 고객 유치 및 MAU 개선 목표
  - 컨텐츠 확보로 고객 체류시간 연장
  - 구매전환율 높이기 위한 가격점검

Level 1.

**Check 1** 닮은 듯 너무 다른: 플랫폼 운영 / 브랜드 운영



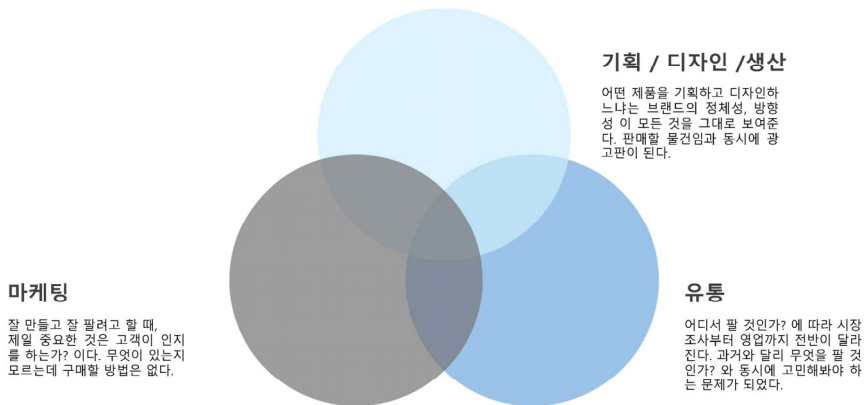
**Check 1** 닮은 듯 너무 다른: 브랜드 그리고 플랫폼



**Check 2** 플랫폼은 어떻게 운영되는가?

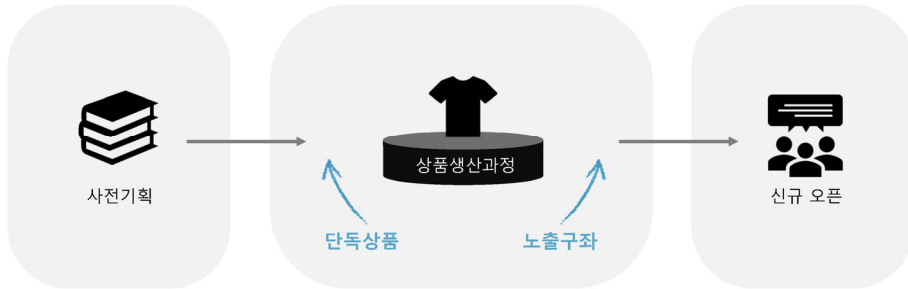


**Check 3** 브랜드는 어떻게 운영되는가?





**Check 4** 그럼 둘은 언제 만나게 될까? : 영업의 시점



**타이밍,**

모두 준비를 잘 해서 미팅하고 싶어하는 경우가 많다. 그렇지만 모두 다 준비되면 아무것도 할 수 없는 상태이다.

**Tip** 운영 시간표를 짜보자

계획은 언제나 제일 먼저,

1. 플랫폼 연간운영 조사
2. 타브랜드 오픈일정 조사
3. 브랜드 컨셉과 상품군 반영하여 자체 스케줄 수립 ▶ 실무 스케줄 세분화

Scheme fix	Platform Schedule	Month	Brand Schedule	Production Schedule	Planning Schedule
봄신상	설날	1월		봄생산입고	룩북 촬영 및 콘텐츠 제작
하객룩	봄신상	2월	SP오픈		
봄시즌오픈	하객룩	3월			룩북 촬영 및 콘텐츠 제작
여름신상	봄시즌오픈	4월		여름생산입고	
리조트/수영복 등	여름신상	5월	SU오픈		가을/겨울 기획시작
여름시즌오픈	리조트/수영복 등	6월			
프리풀or프리오더	여름시즌오픈	7월			룩북 촬영 및 콘텐츠 제작
가을신상	프리풀or프리오더	8월		가을생산입고	
겨울신상	가을신상	9월	FA오픈	겨울생산입고	
블랙프라이데이	겨울신상	10월	WI오픈		
홀리데이/연말세일	블랙프라이데이	11월			봄/여름 기획 시작
설날	홀리데이/연말세일	12월			

### [2024년 사업계획서]

- BRAND Planning 공통 전략
  - 2023 실적 마감 보고\_목표비 0% 달성
  - 2024 계획\_신장률 목표 30%
  - 총 생산원가 000,000원
  - 초도 비중 70% 이내 운영 예정
- 브랜드별 상세 실적 보고
  - AGO 플랫폼 실적 보고
    - 2023 실적 마감 보고\_목표비 00% 달성
    - 2024 계획\_신장률 목표 50%
    - 총 집행 예산 000,000,000원

**Check 1**    사업 계획서에서 확인 할 내용은 뭘까?

매출목표	생산금액	판매율	비용
목표가 무엇인가?	생산은 얼마나 할 건가? 총생산액 =정상판매가 / 판매율 =매출목표*(1-할인율)/판매율	재고 운영의 지표가 됨, QR 비중 또한 판매율 목표에 따라 변경 ▲: 재고부족, 판매기회손실 ▼: 재고과잉, 각종비용상승	매출 목표에 비례하여 책정과 안배가 필요, 인건비부터 재고보관 비용까지 운영에 필요 한 모든 비용항목 체크 필수
마크업	생산원가	할인율	손익
수익 확보를 위한 검토, 경쟁브랜드 비교와 유통구조에 따른 변형	생산에 필요한 자금은? 총생산원가 =총생산금액/마크업	재고 운영의 지표가 됨, QR 비중 또한 판매율 목표에 따라 변경 ▲: 소진율 △ 이익 ▼ ▼: 소진율 ▼ 이익 △	해당 수치 대입된 계획 실행 시 실질적으로 얻 을 수 있는 이익 시뮬레 이션 중요

### Part 3 운영에 대한 중간점검

<STAGE #003>

분류 : 진단과 해결  
 단계 : Level 03  
 풀림이 보장

[부진품 운영]

- 판매 저고 40%
- 할인을 25% 초과하여 적용

[몰렛품 운영]

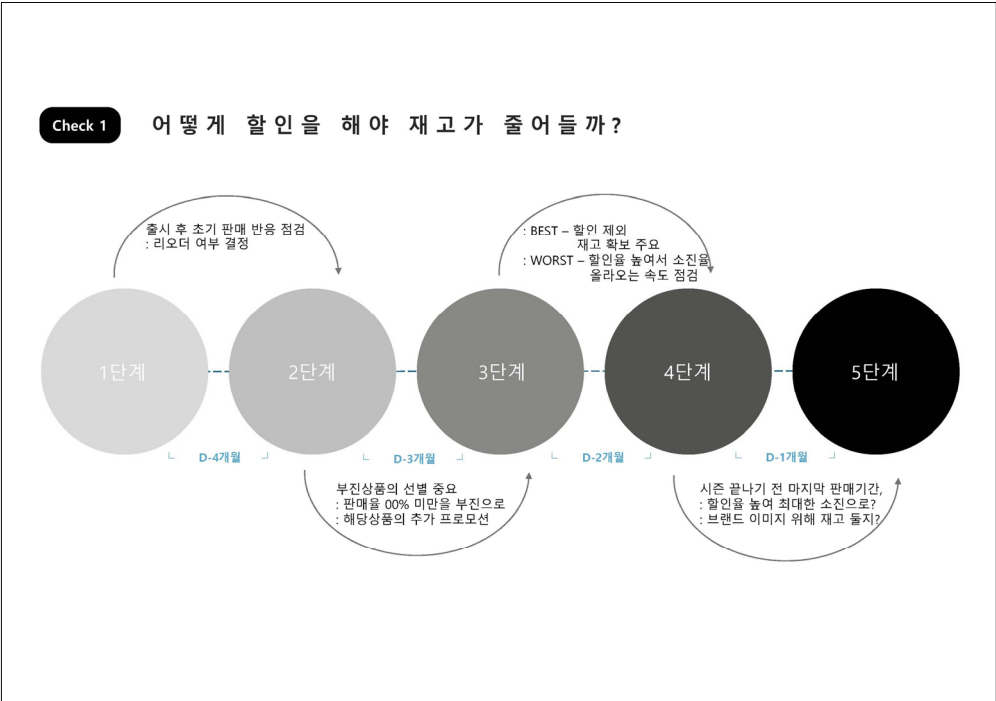
- 매출 확대위한 특가 기획전 운영
- 할인을 UP to 80% 확보하여 후킹 구성 필수

제한시간 : 3개월  
 보상 : 물론 3개월만  
 실패 시 : 재고 평가순 가중치 부과

### [재고소진방안]

- BRAND Planning 마감 전 재고 소진 운영
- 출고 3개월 초과된 상품의 소진을 점검
- 체화 재고 규모 파악
- 부진요인 파악 / 개별 할인을 정리
- 후킹 / 일반세일 / 세일 제외 구분
- 브랜드별 상세 분석도보고
- AGO 플랫폼 / 인01은 추가구좌 확보
- 전년대비 매출 부진 카테고리 분석
- 신규 기획전 중간단위 기획
- 타사대비 추가 할인을 확보
- 가격 경쟁력 확보위한 쿠폰 발행 점검

Level 3.



## Part X 신규 투자처 발굴

### <하든퀘스트 #001>

분류 : 돌발  
난이도 : 777  
풀리아 조건

[전략운영]

- 브랜드 가치 평가 및 성장 전망 예측

[플랫폼운영]

- 단독브랜드 영입여부 검토

제한시간 : 2주

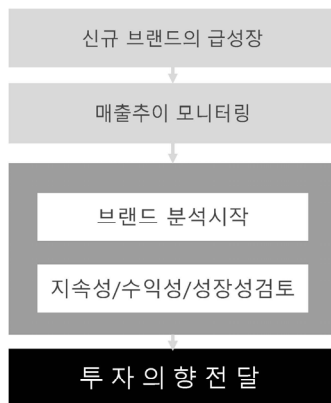
보상 : 성장가능성 확보

실패시 : 리스크 상승



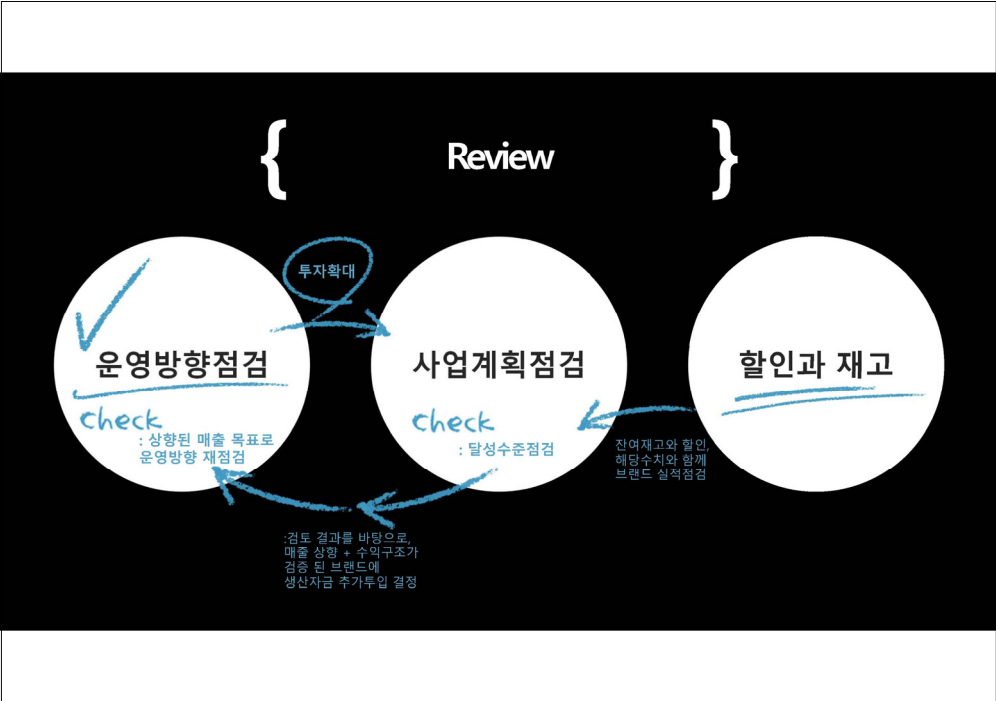
Check 1

### 새로운 브랜드 영입은 어떻게?

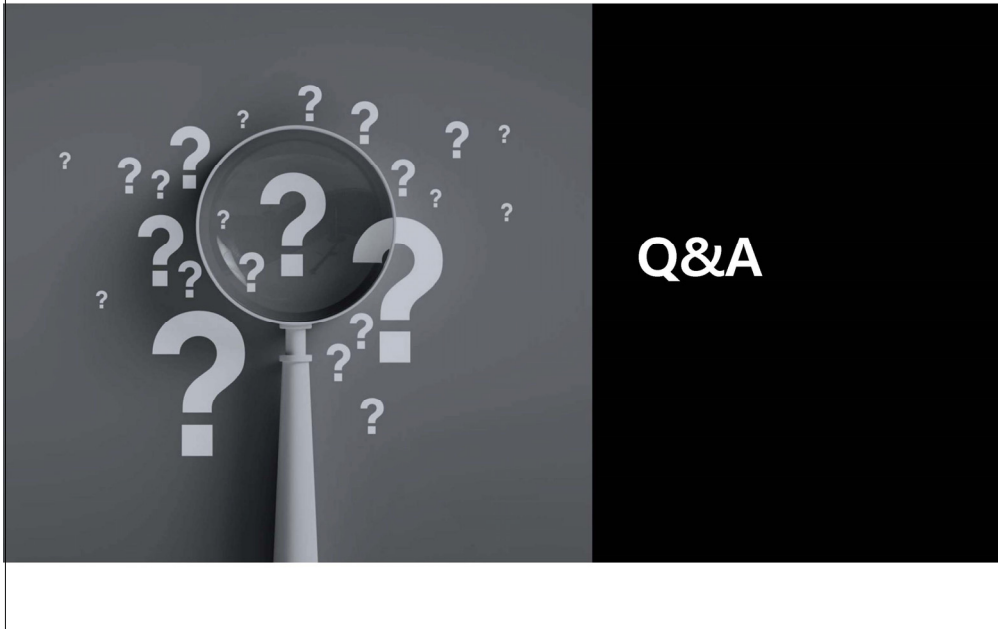


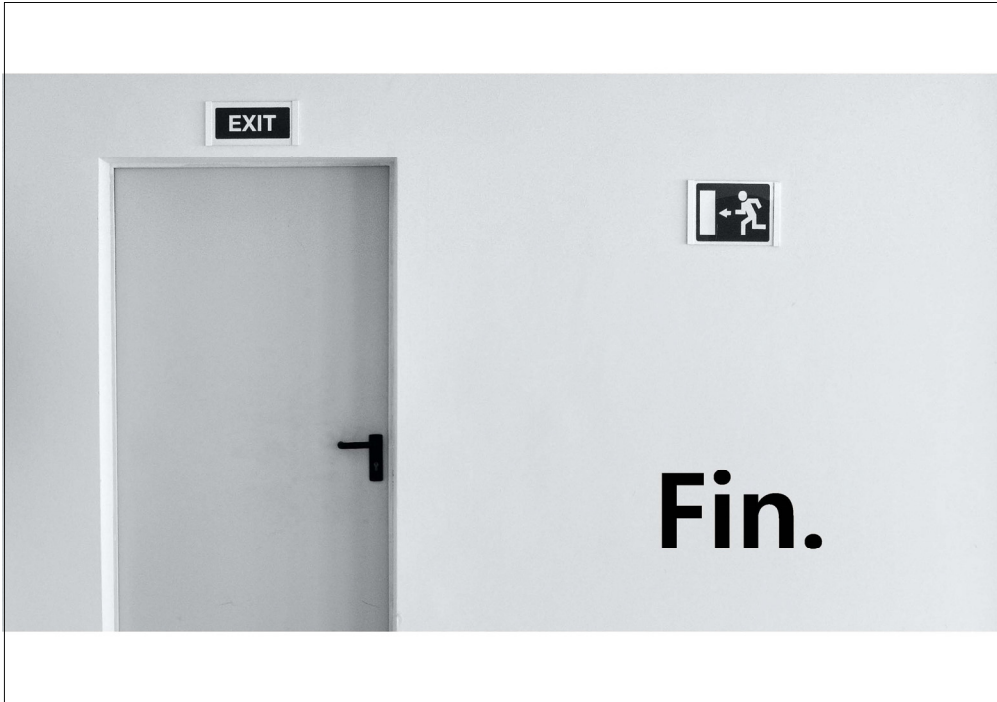
### 투자는 어떤 브랜드에게 좋을까?

- 생산자금확보가 된다면 성장가능성이 큰 곳,
- 조직의 체계화를 통해 효율을 높이고 싶은 곳,
- 브랜드의 불륜화를 희망하는 곳,



연간운영을 설명 드렸는데, 어떻게 생각하세요?





---

## 주제강연 3

인공, 소재, 균형: 브랜드 강혁 사례 중심으로

손상락

KANGHYUK 대표

---

강연자 요청에 의해 자료는 배포하지 않습니다







구두 논문 발표 초록



---

# AI 도구를 활용한 패션 컬렉션 디자인 프로세스에 대한 연구

범가유, 하지수\*

서울대학교 의류학과 박사수료, 서울대학교 의류학과 교수\*

---

4차 산업혁명 시대에 접어들면서 인공지능(Artificial intelligence, 이하 AI) 기술이 다양한 산업 분야에 신속히 도입되어 전통적인 생산 방식의 한계를 뛰어넘고 있다. 특히 디자인 분야에서는 AI 기술이 디자이너들에게 디자인 시각화 측면에서 상당한 지원을 제공하며, 제품 형태와 구조를 물리적으로 검증하는 데에도 기여하고 있다. 또한 AI 기술은 디자인 혁신을 위한 더 큰 생산 잠재력을 제공하고 디자이너의 인지 능력을 보조하는 역할을 한다(Choi & Bae, 2022). 그러나 패션 컬렉션 디자인에서 AI 도구를 활용한 실천적인 연구는 아직 미흡한 실정이다. 따라서 본 연구는 패션 컬렉션 디자인 프로세스에서 AI 도구의 실제 활용 결과와 해당 도구가 디자인 프로세스에 미치는 영향을 고찰하고자 한다. 이를 통해 패션 디자인 프로세스에서 AI 기술의 잠재적 장점과 한계를 보다 심층적으로 이해할 수 있을 것으로 예상된다. 더불어 연구 결과는 디자이너와 기업이 AI 기술을 보다 효율적으로 활용하여 디자인 효율과 혁신 수준을 높이고, 패션 산업의 발전을 촉진하는데 기여할 것으로 기대된다.

이 연구는 현재 대중이 접할 수 있는 AI 도구를 활용하여 패션 컬렉션 디자인을 완성하는데 중점을 두었다. 이 컬렉션은 MZ세대를 대상으로 하며, 가장 잘 알려진 AI 챗봇 중 하나인 Chatgpt를 활용하여 컬렉션의 콘셉트를 기획하고, 이미지 생성 AI 도구인 Midjourney를 통해 최종 5개의 룩으로 구성되는 컬렉션을 완성하였다. 구체적인 디자인 과정은 다음과 같이 세 단계로 진행되었다. 우선, ChatGPT를 활용하여 MZ세대의 패션 취향에 대한 정보를 수집하여 컬렉션의 콘셉트와 디자인 디테일을 기획하였다. 그 다음으로는 현재 대중이 접할 수 있는 이미지 생성 AI 도구를 수집하고 테스트한 후, 마지막으로 Midjourney를 다양한 방식으로 훈련시켜 최종 디자인을 생성하였다.

첫 번째 단계는 컬렉션 콘셉트와 디자인 특징을 기획하는 것이다. 이 과정에서 ChatGPT를 활용하였는데, ChatGPT는 끝없는 결과를 제공할 수 있기 때문에 다양한 질문 방식을 통해 컬렉션 콘셉트 제안과 디자인 디테일을 얻었다. 초반에, ChatGPT에게 디자인 대상과 요구 사항을 입력하여 컬렉션의 개념과 5가지 디자인 룩에 대한 세부 정보를 요청하였다. 이후에는 MZ세대의 패션 취향에 대한 질문을 통해 이를 기반으로 한 컬렉션의 콘셉트와 디자인 디테일을 제공하도록 요청했다. ChatGPT와의 반복적인 대화를 통해 최종적으로 'Global Nomad Urban Adventure'를 주제로 선정하고, 이 컬렉션의 배색, 소재, 디자인 요소, 실루엣, 스타일링 등 세부 정보를 얻었다.

두 번째 단계에서는 현재 대중에게 공개된 주요 이미지 생성 AI 도구를 수집하여, 첫 번째 단계에서 얻은 텍스트 내용을 활용하여 이미지 생성 테스트를 실시하였다. 이 과정에서는 image creator, Fotor, DreamStudio, Runway, Playground, 그리고 Midjourney와

같은 이미지 생성 AI 도구들을 수집하여 실험을 진행하였다. 처음에는 ChatGPT가 제공한 5가지 디자인 룩의 문구를 직접 입력하여 디자인 이미지를 생성했지만, 이렇게 생성된 5가지 디자인 이미지는 컬렉션으로서의 일관성이 부족하다고 판단되었다. 그래서 개별 룩의 디자인을 설명하는 문구가 아닌, 컬렉션의 콘셉트와 세부 디자인 요소를 함께 입력하여 5개 룩으로 구성된 컬렉션을 생성하려는 시도를 하였다. 이러한 방식으로 다양한 이미지 생성 AI 도구에서 실험하여 보다 일관성 있는 컬렉션을 도출하였으나, 생성된 컬렉션 이미지에서 개별의 디자인이 모두 만족할 만한 결과물을 얻지 못했다.

세 번째 단계에서 Midjourney가 최종 디자인 생성 AI 도구로 선택되었는데, 이는 다른 AI 도구들과는 달리 유사한 결과물을 재생성할 수 있는 유일한 도구로서, 생성된 이미지의 스타일 일관성을 어느 정도 제어할 수 있다는 점에서 선택되었다. 이전 단계에서 생성된 수십 개의 컬렉션 이미지 중에서 10가지 룩을 선정하고, Midjourney를 통해 컬렉션 개념, 색상, 세부 디자인 요소를 설명하는 프롬프트 문구와 함께 입력하여 반복적으로 조정함으로써 보다 컬렉션으로 보이는 이미지로 발전시켰다. 또한, 최종 생성된 독립적인 디자인 이미지 간의 일관성을 보장하기 위해 Midjourney에서 디자인 개념과 일치하는 배경 이미지를 생성하고 프롬프트와 함께 입력하여 디자인 이미지를 생성하였다. 이를 통해 일관된 효과를 나타낸 개별의 5가지 룩을 최종적으로 선정하여 통일성을 갖춘 패션 컬렉션을 완성하였다.

연구 결과, ChatGPT 및 기타 주요 이미지 생성 AI 도구를 활용하여 디자인 프로세스에서 다양한 콘셉트 창작과 시각적 효과를 제공할 수 있음을 입증하였다. 그러나 AI 도구 간에는 전반적인 디자인 컬렉션의 일관성과 품질 측면에서 차이가 있음을 확인하였다. 디자인 과정에서 AI 도구를 활용함으로써 디자이너에게 더 많은 창의적인 아이디어를 제공할 수 있지만, 디자이너는 최종 선택을 위해 자신의 경험과 판단력을 활용해야 한다. 또한, 본 연구를 통해 현재 이미지 생성 AI 도구가 생성된 결과물의 모든 디테일이 디자이너의 요구를 충족시키기 어려운 한계가 있다는 것을 확인하였다. 이에 따라 AI 이미지 생성 도구는 창의성을 제공하는 데 큰 역할을 할 수 있지만, 최종 디자인 작품의 선별 및 보완 단계에서는 여전히 디자이너의 경험과 전문성이 필수적임을 확인하였다. 비록 AI 도구가 패션 분야에서의 응용이 아직 초기 단계에 있지만, 기술의 지속적인 발전에 따라 향후 더욱 중요한 역할을 하면서 패션 산업의 발전을 촉진할 것으로 기대된다.

## Reference

- Choi, W., & Bae E. J. (2022). Proposal of 3D Printing and AI Technology-Based Product Design Process. *Industrial design (ID)*, 16(1), 49-62. DOI: 10.37254/ids.2022.03.59.05.49

---

# 생성형 AI를 활용한 지속 가능한 패션 디자인 개발

- T2T AI와 T2I AI의 결합을 바탕으로 -

강규연, 박선희\*

이화여자대학교 패션디자인전공 박사과정, 이화여자대학교 패션디자인전공 교수\*

---

## 1. 서론

본 연구는 생성형 인공지능(AI)을 활용하여 지속 가능한 패션디자인 컬렉션을 구현하고, 이 과정에서 소재 선택과 제작 방법에 있어 환경적 지속 가능성을 고려하는 방안을 탐구한다. 생성형 AI 기술은 패션 아이템의 신속한 디자인과 시각화뿐만 아니라, 샘플 제작 과정에서 발생하는 자원 낭비를 줄이는 데 중요한 역할을 할 수 있다. 이 연구는 AI가 패션디자인의 창의성과 효율성을 향상시키는 방법과 함께, 지속 가능한 패션 산업의 발전에 어떻게 기여할 수 있는지에 대해 심도 있는 분석을 목적으로 한다.

연구 방법론은 이론적 고찰과 실제 패션 컬렉션 구현을 통한 사례 연구를 포함하며, 생성형 AI의 가능성과 한계를 제시하고자 한다. 이를 통해 패션 산업에서의 지속 가능한 혁신을 도모하고자 한다. 이 연구는 미래 패션교육 및 산업에 적용될 수 있는 근거 자료를 제공하고, 지속 가능한 패션을 위한 새로운 기술적 접근 방식을 모색한다.

## 2. 이론적 배경

AI 기술의 기원은 1943년 스위치로 작동하는 인공 신경망을 통해 인간의 간단한 기능을 모방할 수 있다는 것을 이론적으로 증명한 것으로 거슬러 올라간다(McCulloch & Pitts, 1943). 그러나 당시 컴퓨터 성능의 한계로 인해 인공지능 기술 발전이 더디게 진행되었다. 2000년대에 들어서면서 컴퓨터 성능이 비약적으로 향상되고 대규모의 다양한 학습 데이터셋이 등장하면서야 본격적으로 인공지능 연구가 시작되었다. 특히, 데이터 전처리 과정 없이 원천 데이터를 직접 학습할 수 있는 딥러닝(Deep Learning) 기술이 등장하게 되었다(LeCun, Bengio, & Hinton, 2015). 하지만 초기의 딥러닝은 기존 데이터를 분류하고 예측하는 수준에 그쳐 새로운 데이터를 생성하지는 못했다. 2014년 생성적 적대 신경망(GAN) 이론의 등장으로, 실제 데이터와 유사한 가짜 데이터를 생성하는 신경망과 이를 구별하는 신경망이 경쟁적으로 학습하는 구조를 통해 실제 데이터와 매우 유사한 새로운 데이터를 생성할 수 있게 되었다(Goodfellow et al., 2014). 이러한 발전 속에서 2022년 자연어 처리 능력을 갖춘 거대 언어모델(LLM)을 적용한 ChatGPT가 등장하면서 본격적인 생성형 AI 시대가 시작되었다. 이러한 생성형 AI는 생성하는 결과물에 따라 텍스트 생성형 AI(Text to Text; T2T) 및 이미지 생성형 AI(Image to Text; T2I)와 같이 분류된다.

## 3. 연구방법 및 연구결과

본 연구는 지속 가능한 패션 디자인 구현을 목표로 하였으며, T2T AI 기술을 통해 디

자인 전개 방향을 탐구하였다. 또한 T2I AI를 활용하여 T2T AI가 제시한 다양한 패션 아이템을 시각화하였다. 디자인 과정에서뿐만 아니라 디자인 역시 지속 가능성을 테마로 지정했다. 지속 가능한 패션을 크게 두 가지로 분류하여, 생성형 AI만으로 패션 디자인 컬렉션의 구현 가능성을 확인하였다. 친환경 소재, 바이오 레더, 재활용 소재 등 지속 가능한 소재를 활용한 컬렉션과 업사이클링, 패치워크, 종이접기 기법을 활용한 컬렉션을 제작하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 생성형 AI를 통해 실물 제작 없는 패션 컬렉션을 구현했다. 새로운 디자인의 옷을 선보이기 위해 당위적으로 발생하는 버려지는 샘플 등의 규모가 상당함을 고려한다면, 특별한 자원 소모없이 다양한 디자인을 구현할 수 있게 하는 생성형 AI의 활용 자체만으로도 패션 산업에서의 지속 가능성을 높일 수 있다. 둘째, 생성형 AI는 디자이너에게 방향성을 제시한다. T2T AI는 지속 가능한 패션을 분류할 때 스스로 소재와 기법별로 분류하여 디자이너에게 디자인의 방향성을 제시하였다. 셋째, 생성형 AI와의 협업에서 인간의 역할을 확인할 수 있었다. 디자이너는 AI가 생성한 디자인을 분석하고, 필요한 경우 수정 및 보완할 수 있는 능력을 필수적으로 갖추어야 함을 알 수 있었다. 넷째, AI의 결과가 지나치게 몰입적인 경우도 있었다. 예를 들어, 종이접기 기법을 지속 가능한 디자인적 요소로 이해한 AI는 이를 과도하게 적용하여 오히려 목표로 했던 지속 가능한 디자인의 본질과는 동떨어진 디자인을 선보이기도 하였다. 다섯째, 기법적인 단어 자체에 대한 이해가 부족한 점을 보였다. 예를 들어, 퍼즐 기법을 적용하려고 했을 때, 퍼즐 무늬 그 자체를 그대로 적용한 디자인을 보여주었다. 이는 AI의 학습된 데이터에서 퍼즐 기법에 대한 이해가 없었던 것으로, 본격적인 패션 디자인에 적용할 경우에는 보다 구체적이고 세밀한 추가 학습이 필요한 점을 보여주고 있다.

#### 4. 결론

본 연구는 지속 가능한 패션디자인 컬렉션 제작에 생성형 AI 기술을 활용하는 방안을 모색하였다. 연구 결과, 현재의 생성형 AI 기술은 패션디자인의 효율성과 창의성 향상에 기여할 수 있는 잠재력을 지니고 있음을 확인하였다. 그러나 동시에 AI는 디자인 요소의 본질적 의미를 파악하고 세부적으로 표현하는 데에는 한계가 있음을 인지하였다. 이러한 점에서 살펴볼 때 AI 기술은 디자이너의 능력을 대체하는 것이 아니라, 디자이너의 역량을 보완하고 강화하는 도구로서의 역할을 한다는 것이다. 또한, 패션디자인에 대한 추가적인 학습 등의 AI 도구에 대한 튜닝의 필요성을 보여줬다. 종합해보면, 생성형 AI 기술은 지속 가능한 패션디자인 발전에 큰 잠재력을 지니고 있으나, 이를 실현하기 위해서는 디자이너와 AI의 효과적인 협업 구조 및 AI의 추가적인 최적화가 선행되어야 하는 것이다.

#### Reference

- Goodfellow, I., Pouget-Abadie, J., Mirza, M., Xu, B., Warde-Farley, D., Ozair, S., ... & Bengio, Y. (2014). Generative adversarial nets. *Advances in neural information processing systems*, 27.
- LeCun, Y., Bengio, Y., & Hinton, G. (2015). Deep learning. *nature*, 521(7553), 436-444.
- McCulloch, W. S., & Pitts, W. (1943). A logical calculus of the ideas immanent in nervous activity. *The bulletin of mathematical biophysics*, 5(4), 115-133.

---

# 플라노르의 '바텀 업(bottom-up)' 관점에서 본 파리와 패션 플라노르의 관계

강송희, 마진주\*

홍익대학교 디자인공예학과 패션디자인 박사과정, 홍익대학교 패션대학원 조교수\*

---

## 1. 서론

패션과 도시는 이를 경험하는 사람들을 통해 서로 연결되며 상호 의존적으로 변화해 왔다. 이 연결성은 패션위크와 같은 특정 도시에서 열리는 패션 이벤트 동안 뚜렷하게 관찰할 수 있다. 패션위크 기간에는 전 세계의 패션 산업 관계자들이 모여 패션쇼, 쇼룸, 편집샵, 백화점, 카페, 바 등 다양한 도시 공간을 방문하고 이용한다. 샤를 보들레르가 명명한 '플라노르(flâneur)'는 18세기 파리의 유한계급 도시 산책자를 의미하며, '패션 플라노르'는 패션 대도시에서 교육을 받고 관련 업계에 종사하며, 도시를 주체적 시각으로 관찰하고 경험하는 사람들을 지칭한다. 패션과 도시에 관한 연구는 주로 도시 및 건축 분야에서 수행되었지만, 대부분 패션 산업 및 관계자들을 거시적으로 분석하는 데 그쳤다(Capone & Lazzarretti, 2016; Casadei, Gilbert & Lazzarretti, 2021; Entwistle & Rocamora, 2006; Gilbert & Casadei, 2020; Jansson & Power, 2010). 이에 본 연구는 패션 플라노르 개개인의 행동을 미시적인 관점에서 분석하고, 그들과 패션 도시의 관계를 살펴봄으로써 패션 도시의 가치를 보존하고 향상시키는 중요한 요인을 강조하는 것을 목적으로 한다. 이를 위하여 '도시를 바닥에서부터 올려다보는'(bottom-up city) 방식을 적용하고자 한다. 이러한 접근은 거시적 관점에서 파악하기 어려운 패션과 도시를 경험하는 실천 행위들을 개별적으로 포착하여 분석하기 위함이다. 따라서 본 연구 문제는 다음과 같다. 1) 패션 플라노르는 도시 내 어떤 공간들을 어떻게 활용하고 있는가? 2) 패션 플라노르는 다른 패션 플라노르와 어떠한 관계를 맺고 있는가? 3) 패션 플라노르는 패션 도시의 전경을 어떻게 창조하고 강화하는가?

## 2. 본론

먼저 패션 플라노르의 개념을 정립하기 위해 샤를 보들레르와 발터 벤야민이 정의한 플라노르(Baudelaire & Daguier, 1995; Benjamin, 1999), 리처드 플로리다가 제시한 도시의 새로운 계급인 크리에이티브 클래스(Florida, 2002), 그리고 안젤라 맥로비가 언급한 패션 디자이너들의 소셜 네트워킹의 중요성(McRobbie, 2003) 등을 중심으로 문헌 연구를 수행한다. 본 연구는 패션 도시와 패션 플라노르의 미시적 관계를 파악하기 위해 문화기술지의 참여관찰 방법을 적용하였다. 연구자는 서울과 런던에서 패션 교육을 받고, 현재 패션 브랜드에서 디자이너로 일하며 런던, 파리, 뉴욕, 서울에서의 비즈니스 경험을 통해 패션 도시를 경험하는 패션 플라노르로, '참여자로서의 관찰자'로서 파리의 패션 플라노르들을 관찰하였다. 총 20일간의 2024 S/S (2023년 9월)와 2024 F/W (2024년 2월) 파리패션위



크 기간 동안 방문한 장소 및 공간, 패션 플래너들과의 만남과 대화, 행동들을 현장 노트에 기록했으며, 이 자료는 연구 문제를 바탕으로 주제 분석 방식으로 분석하였다. 연구 결과, 첫째, 패션 플래너는 쇼장 및 쇼룸과 같은 비즈니스 목적의 공간들을 일상적인 활동의 장소로 변모시켰다. 이러한 비즈니스 장소는 ‘놀이터’로서의 기능을 하며, 그들의 비즈니스 행위와 사회적 친목 행위가 구분 없이 이루어졌다. 둘째, 패션 플래너는 비즈니스 목적의 공간의 주변부까지 패션의 영역으로 확장시켰다. 주변 거리, 골목, 레스토랑, 카페, 바 등의 장소 및 공간들이 패션 공간으로 탈바꿈하면서 패션 도시로서의 전경을 강화시켰다. 특히 거리는 패션 장소 및 공간들을 연결하는 중요한 역할을 하였다. 마지막으로 평소에 온라인으로 소통하던 패션 플래너들이 직접 대면하며 상호작용함으로써 패션 도시의 전경을 창조하고 강조하였다. 그들이 이동하고, 휴식하며, 밥을 먹고, 사진을 찍는 등의 행위들은 패션 도시의 이미지를 형성하고 구축하는 데 중요한 역할을 하였다.

### 3. 결론

본 연구는 문화기술지를 활용한 질적 연구 방법을 채택하여 파리패션위크 기간 동안 패션 플래너와 파리의 관계를 바텀업(bottom-up) 방식으로 분석하였다. 연구 결과, 파리와 패션 플래너는 밀접한 관계를 유지하며 서로의 가치를 강화하는 데 기여하고 있음을 확인하였다. 이 연구는 최근 주목받고 있는 아시아 및 중동 지역에서 개최되는 패션위크에 적용 가능하며, 해당 지역의 패션 도시 발전 방안을 모색하는 데 도움을 줄 수 있으며, 각 도시에 맞는 비즈니스 전략을 수립하는데 기여할 수 있다. 나아가 도시문화학적 관점에서 접근하여 패션 도시 연구의 폭과 깊이를 확장하는 데 학문적으로 기여할 수 있기를 기대한다.

### Reference

- Baudelaire, C., & Daguier, D. (1995). *Le spleen de Paris*. Bookking International.
- Benjamin, W. (1999). *The arcades project*. Harvard University Press.
- Capone, F., & Lazzeretti, L. (2016) Fashion and city branding: An analysis of the perception of Florence as a fashion city. *Journal of global fashion marketing*, 7(3), 166-180.
- Casadei, P., Gilbert, D., & Lazzeretti, L. (2021). Urban fashion formations in the Twenty-First Century: Weberian Ideal Types as a heuristic device to unravel the fashion city. *International Journal of Urban and Regional Research* 45(5), 879-896.
- Entwistle, J., & Rocamora, A. (2006). The field of fashion materialized: A study of London Fashion Week, *Sociology*, 40(4), 735-351.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. Basic Books.
- Gilbert, D., & Casadei, P. (2020). The hunting of the fashion city: Rethinking the relationship between fashion and the urban in the twenty-first century. *Fashion Theory*, 24(3), 393-408.
- Jansson, J., & Power, D. (2010). Fashioning a global city: Global city brand channels in the fashion and design industries, *Regional Studies*, 44(7), 889-904.
- McRobbie, A. (2003). *British fashion design: Rag trade or image industry?*. Routledge.

---

# CLO3D 프로그램을 활용한 패션 제품 디자인 개발에 관한 연구

- 신발·가방·안경 디자인을 중심으로 -

김영환, 김경아

세명대학교 패션디자인학과 교수

---

## 1. 서론

패션의 영역은 의복을 넘어서 보다 광범위하게 확장되고 있다. 특히 그간 ‘잡화(雜貨)’로 통칭되며 별도의 연구가 이루어지지 않았던 신발, 가방과 같이 패션의 완성도를 높여주는 역할을 해 온 패션 액세서리를 최근에는 ‘패션 굿즈(fashion goods)’, ‘패션 프로덕트(fashion product)’, ‘패션 제품’으로 분류하며 다양한 디자인 개발을 시도하고 있다(Kim&Kim, 2022). 이와 같은 관심도의 확장에 따라 패션 시장에서는 보다 과감한 디자인 개발에 대한 요구가 계속되어 왔으나 제품 한 개를 제작하기 위해서는 여러 번의 샘플링과 테스트가 필요한 현실적인 문제로 쉽게 이루어지지 못하는 상황이었다. 그러나 최근에는 의류 시제품 착의 시뮬레이션 프로그램인 CLO3D에 관한 연구를 바탕으로 신발·가방과 같은 패션 제품 개발에도 CLO3D 프로그램을 적용하는 연구가 등장하여 가상의 패션 제품 디자인 개발에 대한 다양한 연구가 이루어지고 있다(Kim, 2022). CLO3D 프로그램은 3D인 인체에 맞는 의복을 개발하기 위한 프로그램만큼 3차원의 입체형태인 제품 개발에 최적화되어 있으며 시제품 개발에 있어 시간과 비용을 단축하는 이점으로 최근 관련 분야에서도 도입되기 시작하고 있는 상황이다. 이와 같은 내용과 관련하여 선행연구를 분석하면, CLO3D를 활용하여 패션 제품을 개발하고자 하는 연구는 그 수가 미비한 상황이며, 트렌드를 반영하지 못한다는 한계점을 보이고 있다. 또한 패션 제품 디자인 개발 아이템이 가방에 국한되는 등 활발한 연구가 진행되고 있지는 않은 상황이다. 이에 본 연구를 통해 트렌드를 반영한 신발, 가방, 안경테 등으로까지 확장된 개념으로 CLO3D를 적용한 패션 제품을 제안하고자 한다. 이를 통하여 제품을 개발하기 위해 수많은 샘플을 제작하는 비용적 문제를 현실적으로 해소함으로써 효율성과 제품의 품질을 높일 수 있는 패션 제품 개발 연구가 가능하다는 의의가 있다. 또한 현실적인 디자인 시뮬레이션을 통한 시제품 제작을 통해 관련 분야의 기초적 연구 자료를 제공하는 데에 그 목적이 있다.

## 2. 연구내용 및 방법

본 연구는 CLO3D 프로그램을 활용하여 유행 경향을 적용한 신발, 가방, 안경테 등의 패션 제품을 디자인하는 내용으로 구성되어 있다. 이를 위해서는 첫째, 이론적 배경으로써 CLO3D 프로그램에 관해 정리하고 CLO3D 프로그램을 활용한 패션 제품 디자인 사례를 고찰한다. 둘째, 디자인 개발의 카테고리를 설정하기 위해 최근의 패션 제품 유행 경향을 분석하여 정리한다. 셋째, 설정한 카테고리를 기반으로 개발하고자 하는 아이템의 디자인을 전개하며 CLO3D 프로그램을 활용하여 디자인을 제안한다. 본 연구의 연구방법은 문헌

연구, 사례 연구와 같은 이론적 연구와 디자인 개발 및 시제품 제작의 실증적 연구로 진행되었다. 이론적 연구를 위해서는 국내외 전문서적, 학술논문, 관련 기사와 뉴스, 인터넷 사이트 등을 통해 CLO3D 프로그램에 관한 역사와 특징을 정리하였다. 또한 2020년~2023년까지의 패션 제품 디자인 사례에 대한 정리와 분석을 실시하였다. 실증적 연구를 위해서는 Adobe Illustrator 프로그램으로 2D의 디자인 작업을 실시하였고 CLO3D 프로그램 활용으로 시뮬레이션하여 패션 제품을 제작하였다.

### 3. 결론

최근 패션 산업체에서는 CLO3D 프로그램을 활용하여 의복 착장의 시뮬레이션 외에도 3차원의 입체 제품 구상이 가능하다는 강점을 기반으로 3D 가상 프로토타입 패션 제품 제작을 실시하고 있다. 또한 시제품 제작이나 수정의 과정을 거치지 않음으로써 낭비되는 재료가 없다는 장점으로 친환경적인 패션 제품 생산의 주요 프로세스로 여겨지고 있는 현황이다. 이를 기반으로 다양한 제품 개발 연구가 실시되고 있으며 근래에는 최신 유행 키워드를 적용한 패션 제품이 등장하여 유행을 선도하는 경향을 보였다. 이와 같은 상황을 기반으로 본 연구에서는 신발, 가방, 안경테의 패션 제품을 Adobe Illustrator를 사용하여 디자인 제작하였으며 이 중 유행 경향에 부합하는 것으로 판단되는 9점, 즉 각 아이템 별 3점씩을 CLO3D 프로그램을 통해 제작하였다. 특히 형태와 봉제의 다양한 방법에 따른 물리적 특성 및 내구성을 적용하여 디자인을 선정한 후 시뮬레이션하였는데 이를 구체화하기 위해 소재의 물성과 텍스처 표현이 잘 될 수 있도록 하였다. 이와 같은 과정을 통해 도출한 결과는 다음과 같다. 첫째, 실물 프로토타입 제작을 위한 예비 시제품 제작 시뮬레이션이 가능하며 특히 봉제 과정이 복잡하고 실물 제작이 치밀해야하는 신발의 경우 시간과 비용의 단축에 큰 강점을 보인다. 둘째, 현실에서 쉽게 구매할 수 없는 소재까지도 적용하여 다양한 디자인을 시뮬레이션해 볼 수 있다는 강점으로 다양한 시제품 제작 후 비교하여 선택적 제작이 가능하다. 셋째, 트렌드에 기반한 제품의 실물 제작이 복잡할 경우 더욱 효과적인 결과를 도출하여 실물 시제품 제작 전단계로의 활용이 가능하다. 넷째, CLO3D를 의류에 적용했을 경우에는 아바타를 활용한 디자인 수정이 가능하나 패션 제품 개발에 있어서는 아바타라는 프로그램의 강점을 활용할 필요가 없다는 부분은 한계로 작용한다. 반면, 패션 제품 또한 원단이나 물성을 활용한 제품이므로 기존의 3D 프로그램보다 CLO3D를 사용하였을 경우 보다 완성 실물에 가까운 제품 제작이 가능하다는 장점이 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 결론에 근거하여 CLO3D 프로그램을 활용한 보다 다양한 디자인 제안이 가능할 것으로 사료되며 특히 트렌드에 근거한 획기적인 디자인에 대한 시간적·비용적 절감으로 보다 많은 디자인 결과물 제작 시도가 가능할 것으로 기대한다.

### Reference

- Kim, H. J. (2022). A study on fashion bag design using CLO 3D software program. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 28(4), 84-95. <http://dx.doi.org/10.18208/ksdc.2022.28.4.83>
- Kim, Y. H., & Kim, S. H. (2022). Eco-friendly artificial leather footwear design development-utilising Mulberry fibre and lacquer-. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 22(2), 105-123. <http://dx.doi.org/10.18652/2022.22.2.7>

---

# 가상 패션 필름에 나타난 시각적 표현 요소 특성

박지홍, 하지수\*

서울대학교 의류학과 박사과정, 서울대학교 의류학과 교수\*

---

## 1. 서론

컴퓨터 기술의 발전과 보급으로 인해 가상의 개념은 빠른 속도로 일상에 등장하고 있으며 학계 및 업계에서 적극 탐구 및 활용되고 있다. ‘가상’이라는 단어는 최근 새로이 등장하고 있는 여러 합성어의 접두사로서 사용된다. 그 예시로 가상 화폐, 가상 인플루언서, 가상 아바타, 가상 의복 등을 들 수 있다. 이를 자세히 들여다보면 패션과 관련된 분야에서 가상의 개념이 적극 활용되고 있는 것을 확인할 수 있다. 이는 현실의 물리 법칙과 인간의 몸에 국한될 수밖에 없는 의복의 필연적 한계를 넘는 수단이 될 수 있고, 작가의 미감이 디지털 그래픽을 통해 보다 자유롭고 개성있게 표현될 수 있기 때문이라고 사료된다. 가상 기술의 이러한 특징을 차용하여 주목할만한 행보를 보이고 있는 패션 관련 분야가 있는데, 이는 패션 필름이다. 패션 필름은 패션 사진 혹은 전통적 패션 미디어에서 표현하기 힘든 이미지를 입체적이고 감각적인 디지털 환경을 통해 효과적으로 전달할 수 있는 매체로(김선영, 2013), 패션 소재를 움직이는 이미지를 통해 제작자의 메시지가 담긴 패션 커뮤니케이션 수단으로서 상업적인 목적과 예술적인 표현 가치가 담긴 복합적 성격의 장르로 정의된다(김세진, 2017). 현대에 이르러 더욱 빠른 속도로 발전하고 있는 기술로 인하여 패션 필름의 모든 구성 요소가 가상으로 제작되는 가상 패션 필름이 등장하기 시작하였다. 따라서 본 연구는 이에 주목하여 가상 패션 필름을 분석하고자 하며 이에 따른 연구문제는 다음과 같다. 첫째, 가상 패션 필름으로 분류되는 패션 필름의 사례를 살펴본다. 둘째 가상 패션 필름 고유의 시각적 표현 요소 특성을 밝힌다. 본 연구는 가상 기술이 접목된 패션 필름의 사례를 살펴봄으로써 고유의 시각적 요소 특성을 살피는 첫 연구라는 점에서 학술적 의의가 있으며 대표적 사례들의 시각적 요소를 분석 및 정리함으로써 향후 패션 필름 제작자들이 참고할 수 있는 자료를 제시할 수 있음에 의의가 있다.

## 2. 연구 방법

본 연구는 연구 문제 해결을 위해 문헌 분석과 사례 조사를 병행하였다. 가상 패션 필름이라는 용어는 현재까지는 학술적으로 정의된 바 없기 때문에 문헌조사를 통해 가상 패션 필름의 조작적 정의를 내렸으며, 이에 해당하는 사례를 분석하였다. 사례조사를 위해 포브스에서 선정된 공신력 있는 패션 필름 페스티벌인 ASVFF, BfFF, LJIFFF에서 대중에게 액세스가 공유되었으며 영상의 모든 시각적 요소가 가상으로 제작된 패션 필름 12개의 사례를 수집하였다. 수집된 사례의 구체적인 분석 대상을 지정하기 위하여 영화분석을 위한 기술적 방식을 차용하여 신을 최소단위로 그룹핑하고 신의 쇼트의 시작장면들을 캡

처한 포토그램을 분석 대상으로 지정하였으며 포토그램에 등장하는 요소를 오브젝트와 배경으로 분류하였다. 오브젝트의 경우 패션오브젝트(의복)과 바디오브젝트(몸)로 세분화하였다. 이는 분석대상을 세분화하여 분석의 명확도를 높이기 위함이다. 포토그램에 등장하는 분석대상의 시각적 요소 특성을 밝히기 위하여 Wucious Wong(1993)의 시각적 요소 분석 척도와 김세진(2017)의 시각적 요소 분석 척도를 참고로하여 형태, 색, 크기, 카메라 워크로 구성된 척도를 사용하였다.

### 3. 연구 결과

총 606개의 쇼트를 도출할 수 있었으며 606개의 쇼트의 시작부분인 포토그램을 분석하였으며 결과를 간략히 서술하자면 다음과 같다. 첫째, 형태의 경우 패션오브젝트와 바디오브젝트는 현실세계의 의복과 인간의 형태를 따르지만 과장된 실루엣과 부분적 강조를 확인할 수 있었다. 배경의 경우 현실에서는 존재하지 않는 이형적인 사물 및 실체를 불분명한 피사체가 다수 등장하였다. 색의 경우 오브젝트와 배경 모두 디지털 픽셀상에서 표현 가능한 초현실적인 표현과 디지털 색감이 주를 이루고 있음을 확인하였다. 크기의 경우 숭고미를 연상케 하는 거대한 크기의 피사체 및 효과가 주를 이루었다. 카메라 워크의 경우 기존 패션 필름에서 시도하기 어려운 다각도 앵글과 피사체를 투과하는 등의 효과를 활용하고 있었다. 가상 패션 필름의 배경과 바디오브젝트는 현실세계의 중력, 관절의 가동 범위 물리적 법칙을 다소 무시하고 있었으나, 패션오브젝트, 즉 의복과 관련된 시각요소의 경우는 트레이퍼리 및 옷의 기본적 형태를 유지하고 있는 것을 확인할 수 있었다.

### 4. 결론

가상 패션 필름은 작가의 창의력을 자유롭게 개성있게 표현하게 해주는 새로운 장르로 기능할 수 있을 것으로 사료된다. 패션오브젝트는 현실의 것과 유사하게 표현되지만, 그 외의 것은 강조되어 시각적 재미를 유발하는 것으로 보인다. 하지만 가상 패션 필름이기에 지니는 한계점은 명확해 보인다. 영상 속 모델들의 자세가 어색한 부분이 많았으며, 부자연스럽고 단조로운 움직임이 주를 이루고 있었다. 이를 화려한 디지털 이펙트 및 카메라 워킹으로 보완하고 있는 것으로 생각된다. 가상관련 기술이 발전하고 있음에도 불구하고 현재까지는 기존의 패션 필름에 등장하는 다채로운 시각적 표현을 온전히 구현하기는 어려우며, 오히려 부분적인 측면에서는 기존의 패션 필름보다 일차원적인 표현이 주를 이루고 있는 것으로 생각된다. 본 연구는 가상 패션 필름의 대표격 사례를 살펴보고 이들의 시각적 요소를 살펴봄으로써 향후 학계 및 업계에서 참고할 수 있는 자료로 사용될 수 있을 것으로 기대된다.

### Reference

- 김선영. (2013). 21세기 패션커뮤니케이션 도구로서 영상 패션의 미학적 가치. *복식문화학회*, 21(6), 793-809.
- 김세진. (2017). *패션필름에 나타난 패션 이미지의 표현특성*(Doctoral dissertation, 서울대학교 대학원).
- Wong, W. (1993). *Principles of form and design*. John Wiley & Sons.

---

# Design Strategy Using Traditional ikat in Contemporary Indian Fashion Design

**Maurya Anudhairya Ramnath, Se Jin Kim<sup>+</sup>**

Master's course, Interdisciplinary Program in Senior Human Ecology, Changwon National University  
Associate Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Changwon National University<sup>†</sup>

---

## 1. Introduction

India's diverse cultural heritage includes countless vibrant artistic expressions, including pottery, woodworking, and textile crafts, all deeply tied to local customs and traditions. This study specifically explores the Ikat domain. Derived from the Malay-Indonesian dictionary, the term 'ikat' is derived from 'mangikat' meaning 'to tie, tie a knot'. Characterized by resist dyeing techniques and complex motifs, Ikat has great cultural significance in India (Zbuche, 2022). The purpose of this study is to highlight prominent contemporary Indian fashion designers who have used traditional Indian ikat and identify their design strategies using traditional ikat as reflected in contemporary Indian fashion design. The results of this study will provide implications for the development of fashion design using local cultural heritage.

## 2. Literature review and method

Ikat, a traditional Indian tie-dye method, involves dyeing the yarn before weaving it to create complex, fuzzy patterns (Yang, 2021). It is divided into single, double, and composite techniques (Behara et al., 2019) to create unique designs on fabric. Anita Dongre integrates ikat into contemporary fashion, combining tradition and modernity in sophisticated silhouettes. Abraham & Rakesh Thakore are innovating with ikat fabrics that combine craftsmanship and aesthetics. Gaurang Shah revives traditional weaving by introducing intricate patterns into luxurious fabrics (Shukla, 2022).

Design strategy is a long-term, comprehensive design plan that sets the direction that brand product design should pursue. It not only sets the brand's goals, but also determines the resources and operation methods needed to achieve them (Kim, 2003).

Case analysis was performed as considering the pivotal role of social media in disseminating fashion identity, three contemporary Indian fashion experts with significant social media followings were selected as case studies: Anita Dongre, Abraham & Thakore, and Gaurang Shah. It is explored contemporary ikat trends through content analysis of 20 Instagram images from January 1, 2020 to March 31, 2024. This study

extracted design attributes that can have a positive impact on the process when developing a new product and then presented a design and product strategy with VIPP (value, image, process, and production) by Trueman and Jobber (1998).

### 3. Result and conclusion

Firstly, color palette, across all three designers, there is a notable preference for vibrant and earthy hues. Colors such as indigo, crimson, mustard, and emerald dominate the ikat patterns showcased on Instagram. Secondly, motifs & patterns, the content analysis reveals a diverse range of motifs and patterns inspired by traditional Indian ikat designs. Geometric shapes, floral motifs, and abstract patterns are prominently featured, showcasing the designers' creative reinterpretation of heritage elements. Thirdly silhouette & design details, in terms of silhouette, there is a balance between traditional and modern styles. Design details such as intricate embroidery, handwoven borders, and innovative fabric combinations add depth and texture to the garments, elevating their aesthetic appeal. Fourthly styling & presentation, the Instagram images also offer insights into styling trends associated with contemporary ikat fashion. Models are often styled in minimalist yet elegant ensembles that allow the ikat garments to take center stage. Fifthly, cultural heritage & sustainability, many of the Instagram posts highlight the cultural heritage and sustainable practices associated with ikat weaving. Captions often mention the artisanal craftsmanship involved in creating each piece, emphasizing the importance of preserving traditional techniques. The analysis highlights how these designers integrate traditional ikat techniques into contemporary fashion, offering insights for brands looking to leverage cultural heritage in their collections.

### Reference

- Behera, S., Khandual, A., & Luximon, Y. (2019). An insight in to the Ikat technology in India: Ancient to modern era. *Journal of Polymer and Textile Engineering*, 6(1), 28-51. doi:10.9790/019X-0612851
- Kim, H. (2003). Product image concentration system as a design strategy to build corporate brand image. *Archives of Design Research*, 16(2), 375 - 384.
- Shukla, A. (2020, September 14). Ikat is back, thanks to Indian fashion designers and Bollywood stars. *Times Of India*. Retrieved April 15, 2024 from <https://timesofindia.indiatimes.com/>
- Trueman, M., & Jobber, D. (1998). Competing through design. *Long Range Planning*, 31(4), 594 - 605. doi:10.1016/S0024-6301(98)80052-6
- Yang, V. (2021, November 12). Ikat. *Fashion history timeline*. Retrieved April 21, 2024, from <http://fashionhistory.fitnyc.edu/ikat/>
- Zbuche, A. (2022). Traditional Crafts. A literature review focused on sustainable development. *Culture Society Economy Politics*, 2(1), 10-27. doi:10.2478/csep-2022-0002

---

# 패션 미디어에 나타난 패션 산업의 ESG 담론 분석

- WWD 기사의 텍스트 마이닝을 중심으로 -

김희량, 김미경, 임은혁\*

성균관대 의상학과 석사과정, 성균관대 의상학과 겸임교수, 성균관대 의상학과 교수\*

---

## 1. 서론

ESG는 환경(environmental), 사회(social), 거버넌스(governance)를 뜻하며, 투자기관이 투자를 결정할 때 기업의 비재무 성과를 측정하기 위해 활용하는 자본주의적 지표다(Lee, 2023). 즉, ESG는 기업의 가치를 정량화하고 투자를 이끌어내는 수단이다. 지금까지 패션 산업의 ESG 연구는 브랜드의 ESG 전략이나 제품 디자인 분석에 초점을 맞춰 다수 진행되었으나, ESG의 자본주의적 특성을 고려한다면 패션 비즈니스를 기반으로 한 ESG의 작동 메커니즘을 살펴볼 필요가 있다. 이는 근래에 논란이 되고 있는 ESG의 진정성에 관한 이해와 지속가능한 성장의 대안 제시에 도움이 될 것이다. 따라서 본 연구는 패션 미디어에 나타난 기사를 통해 패션 산업에서의 ESG에 대한 논의를 고찰하고 분석하고자 한다.

## 2. 연구 방법

연구 방법으로는 온라인 패션 기사를 중심으로 텍스트마이닝을 통해 핵심 키워드를 추출하고, 언어 분석을 통해 내용적 맥락을 파악했다. 분석 대상은 패션, 비즈니스, 지속가능성에 관한 전문 기사를 다루는 글로벌 패션 미디어 중 ESG 관련 온라인 기사가 가장 많이 검색되는 WWD로 선정했다. 키워드 'ESG'를 포함하는 364개 기사의 제목과 전문을 텍스트 데이터로 수집했고, 텍스트롬(Textom)을 통해 데이터를 정제하여 361,982개의 단어를 명사 119,697개, 형용사 31,805개로 정리했다. 데이터 분석은 세 단계로, 첫째, AntConc 프로그램으로 키니스(keyness)를 도출해 ESG 기사에서 주요하게 언급되는 핵심 키워드를 선정했다. 키니스란 텍스트 데이터를 다른 말뭉치와 비교하여 특징적으로 나타나는 단어를 판단하는 수치로, 수집한 데이터를 파이썬(python) 라이브러리의 일반적인 영어 말뭉치와 비교하여 키니스를 기준으로 상위 100개의 단어를 추출했다. 둘째, ESG의 의미를 참고하여 핵심 키워드를 환경, 사회, 거버넌스의 세 가지 영역으로 분류했다. 셋째, AntConc의 콜로게이트(collocate) 기능으로 키워드의 연어를 도출하여 구체적 맥락을 파악했다.

## 3. 연구 결과

상위 100개의 핵심 키워드 중 사회와 관련된 핵심 키워드는 다양성 관련 단어('diversity', 'women', 'black', 'inclusion')와 소비자를 뜻하는 단어('customer', 'consumer')로 나타났다. 먼저, 다양성이 중요한 화두로 나타났고 그중에서도 성별과 인종의 다양성에 주목함을 알 수 있는데, 'diversity'의 연어에 'workforce', 'chief', 'officer'이 등장함에 따라 다양성은 임



직원과 경영진 비율의 측면에서 주요하게 논의됨을 유추할 수 있다. 다음으로, 소비자를 뜻하는 단어의 연어는 ‘behavior’, ‘demand’, ‘expectation’, ‘trust’, ‘relationship’ 등이 확인된바 소비자의 행동 및 기대나 요구가 중요하게 논의되고 있음을 알 수 있다.

환경과 관련된 핵심 키워드는 기후변화 관련 단어(‘climate’, ‘emission’, ‘carbon’)와 순환 경제 관련 단어(‘resale’, ‘material[raw material]’, ‘recycled’, ‘circular’)로 구분할 수 있다. ‘가장 높은 키니스 순위를 차지한 ‘climate’은 빈도수 대비 키니스의 순위가 11단계 상승하여 단어의 중요도가 높게 나타났다. ‘climate’의 연어는 ‘action’, ‘risk’, ‘disclosure’, ‘mitigation’ 등으로, 기후변화에 따른 리스크를 완화하기 위해 기업의 목표와 활동을 외부에 공시하는 것을 중요하게 인식하고 있음을 알 수 있다. ‘emission’의 연어는 ‘reduction’, ‘target’ 등의 단어로, ‘carbon’의 연어는 ‘emission’, ‘footprint’, ‘neutral’, ‘reduction’ 등으로 나타났는데, 기업의 가치사슬에 대한 탄소 발자국 관리, 배출량 감축 등 정량적 맥락이 중요하게 언급되었다. 정량화가 중요한 이유는 대외 공시와 외부 평가에 대응하기 위함이다. 순환 경제와 관련된 핵심 키워드를 살펴보면 ‘material’의 경우, 연어에서 ‘raw’, ‘recycled’, ‘virgin’ 등 재활용 관련 개념이 주요하게 다루어졌다. ‘recycled’ 또한 연어에서 ‘polyester’, ‘virgin’, ‘bottle’ 등의 단어가 도출되었는데, 폐기물을 원재료 단계로 연결하기 위한 기술적 방법에 집중하고 있음을 알 수 있다. 이처럼 패션 산업에서 환경 관련 담론은 1) 외부 커뮤니케이션을 의식하고, 2) 순환 경제를 위한 기술적 논의를 중심으로 나타나고 있다.

지배구조와 관련된 핵심 키워드는 경영진을 뜻하는 단어(‘ceo’, ‘officer’, ‘chief’, ‘executive’, ‘founder’, ‘director’, leadership)와 경영 전략 및 목표와 관련된 단어(‘goals’, ‘strategy’, ‘initiative’, ‘commitment’)로 나타났다. 특히 ‘ceo’의 경우 빈도수 순위보다 키니스 순위가 15위 더 높아 ESG 담론과 관련성이 높음을 알 수 있다. 경영진 단어의 연어는 ‘inclusive’, ‘ethnic’, ‘women’, ‘racial’ 등 다양성 관련 단어가 도출되므로 패션 산업의 거버넌스는 경영진 다양성의 맥락에서 논의됨을 유추할 수 있다. 또한 ‘goals’, ‘strategy’, ‘initiative’, ‘commitment’ 등의 단어가 중요하게 나타나므로, 패션 산업의 거버넌스 담론에서 경영 목표와 전략 및 계획 수립 등 장기적 관점의 기업 운영이 중요함을 알 수 있다.

#### 4. 결론

핵심 키워드이자 데이터 수집의 기준이었던 ‘esg’의 연어 중 주요 단어가 ‘report’와 ‘rating’으로 나타난 것으로 보아 패션 산업의 ESG 활동에서는 ESG 관련 정보의 공시와 성과 평가가 중요함을 알 수 있다. 즉, ESG 담론이 경영진이나 경영 전략, 대외 공시의 측면에서 이루어지므로, 패션 산업의 ESG 경영은 기업이 사회·환경적으로 기여하는 활동이기에 앞서 소비자나 투자기관 등 기업의 외부 이해관계자를 의식한 전략적 접근임을 파악할 수 있다. 이처럼 본 연구는 패션 산업의 ESG 경영이 비즈니스 전략의 일환으로서 자본주의 경제체제의 영향 하에서 작동한다는 점을 담론 분석으로 밝혀냈다는 데 의의가 있다.

#### Reference

Lee, M. J. (2023). Sustainable performance of firms under normative pressure on stakeholder capitalism: Mediating effects of ESG strategies implementation. *Korean Management Consulting Review*, 23(2), 223-234.

---

## 패션 사진에 표현된 복식 분석 프레임워크

- 홍장현의 패션 사진을 중심으로 -

정찬아, 하지수\*

서울대학교 의류학과 석사과정, 서울대학교 의류학과 교수\*

---

패션 분야에서 사진의 등장은 기존의 회화와 일러스트를 대체하며 새로운 차원의 시각적 표현을 제공하였다. 사진은 움직임이 있는 인물과 옷의 순간을 포착하고, 이를 통해 대중은 동시대 복식의 조형성에 대한 인식을 형성하게 된다. 이에 본 연구는 Marilyn Revell Delong이 제시한 복식 조형성을 표현하는 5가지 형용사쌍을 바탕으로 몸과 의복, 주변 공간의 상호작용을 통한 복식 분석 프레임워크를 홍장현의 패션사진을 중심으로 연구하였다. 홍장현은 매거진, 영화 포스터, 브랜드 룩북, 뮤직비디오 등 여러 분야에서 활동하고 있는 대한민국 사진작가로, Harpers Bazaar 2006년 올해의 포토그래퍼상을 수상한 이력이 있다. 또한 홍장현은 국내 매거진뿐만 아니라 Numéro, Mixt(e) 등 해외 매거진을 촬영하였으며, 그가 한국 상업 사진을 세계로 도약시킨 사진가로서 영향력이 있다고 판단하여 연구 대상으로 선정하였다.

Delong의 5가지 형용사쌍은 다음과 같다. 첫 번째는 ‘closed or open’으로 인물이 배경 내에 어떻게 존재하는지에 따라 실루엣이 연속적인 단순한 외곽선으로 단혀 보일 수도 있고, 비연속적인 복잡한 외곽선으로 배경과 어울려 중속되어 보일 수도 있다. 두 번째는 ‘whole or part’로 관찰 대상이 전체를 우선적으로 포착하는지 혹은 부분에 집중하는지를 설명한다. 세 번째는 ‘planer separation or integration’으로 여러 레이어가 존재하는 공간 내에서 레이어 간의 관계에 집중하여 부분 요소들이 면을 분할하는지, 아니면 면들이 통합되어 하나의 레이어로 인식되는지를 구분한다. 네 번째는 ‘flat or rounded’로 의복이 표면이 납작한 단면 혹은 곡선적인 3차원의 도형으로 인식되는지를 설명한다. 다섯 번째는 ‘determinate or indeterminate’로 소재의 표면이 단순하여 부드러운지 혹은 불규칙적이고 많은 표면적 특징을 갖는지를 설명한다.

이어서 한국의 사진작가 홍장현의 화보를 위 5가지 형용사쌍에 대입하여 사진에 나타난 복식을 분석하였다. 본 연구에서는 2021년 1월부터 2024년 3월까지 홍장현의 인스타그램에 업로드된 656장의 사진 중 형용사쌍의 양면이 모두 나타나는 룩북 사진 91장을 선정하여 분석하였다. W Korea의 2023년 8월 31일 기사 ‘1세대 전위예술가 성능경 작가의 신문 읽기’에서는 화이트 배경 위에 인물들의 실루엣과 배경 관계를 통해 ‘closed or open’을 설명하였다. Elle Singapore의 2021년 2월 호 화보와 Harpers Bazaar Japan 2022년 7월 호 화보에서는 모델이 착용한 의상 색이 단색인지 혹은 여러 색상인지 등의 색 조합에 따라, 그리고 옷을 구성하는 프린트 패턴과 화면 내에 모델이 취하는 포즈 등으로 ‘whole or part’를 설명하였다. Harpers Bazaar Korea의 2021년 8월 호 화보에서는 러플, 스카프와 얼굴 전면에 흩날리는 머리카락으로 면들이 분할되어 ‘planar separation’이 나타났고, 조

명의 위치와 컬러의 통합으로 'integration'이 나타났다. Junn.J의 2021 F/W 컬렉션 룩북에서는 의상 실루엣이 만든 직선과 곡선적인 몸의 이미지, 입체감의 형태에 따라 'flat or rounded'를 설명하였다. W Korea의 2022년 9월 호 화보와 WWD Korea 2022년 5월 호 화보에서는 의상 내에 큰 음영 차이가 나타나지 않고 소재가 단순하게 나타나는 'determinate'와 소재의 표면이 불규칙적이고, 불명확하게 나타나는 'indeterminate'를 설명하였다.

패션 화보는 소비자에게 한 장의 이미지를 통해 집약된 메시지를 전달하여야 하므로 단순하고 객관적인 실체의 사실적 기록에서 나아가 실물을 효과적으로 표현하여 소비자에게 접근해야 한다(Beom, 2017). 홍장현의 패션 사진들을 분석하여 종합한 결과, 'closed'와 'indeterminate'의 특징이 가장 빈번하게 도출되었다. 홍장현의 사진은 대부분 브랜드 룩북과 매거진 화보이며 제품 혹은 모델을 효과적으로 나타내기 위하여 배경과의 모델 간에 대비감을 주어 실루엣이 단한 완전한 형태로 외곽선을 제시하였다. 또한 패션 화보의 특성상 의복과 소재의 이미지가 강조되어야 하므로 조명과 음영 대비를 활용하여 표면의 특징이 잘 나타나게끔 연출하였다.

본 연구는 Delong의 5가지 형용사쌍을 토대로 사진 내 몸과 의복, 주변 공간의 상호작용을 고찰하였다. 또한 한국의 사진작가 홍장현의 작품들을 통해 5가지의 형용사쌍이 어떻게 화보에 나타나는지 탐구하였으며, 그 결과 'closed'와 'indeterminate'의 특징이 가장 빈번하게 나타남을 확인하였다. 매 시즌마다 추구하는 룩북의 이미지와 분위기는 변화하기에 몸과 의복의 연출 방법은 고정되지 않는다는 한계점이 있다. 하지만 본 연구는 상업적인 패션 사진 내에서 복식의 조형성을 분석하여 표현의 범주를 확대하고자 했다는 것에 의의가 있다. 나아가 다양한 해석 방법을 바탕으로 패션 사진작가들의 이미지를 분석하는 후속 연구들을 제안한다.

## Reference

- Delong, M. (1987). *The way we look*. Ames: Iowa State University Press.
- Kim, S. (2023, August 31). 1세대 전위예술가 성능경 작가의 '신문읽기' ['Reading the Newspaper' by first-generation avant-garde artist Seong Neunggyeong] *wkorea.com*. Retrieved April 23, 2024, from <https://www.wkorea.com/2023/08/31/248424/>
- Beom, S. H., Yim, E. H. (2017). Artistic Expression in the Fashion Advertising Photography of Juergen Teller. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 17(4), 1-17

---

# 남성 팝 아티스트의 SNS에 나타난 젠더 뉴트럴 패션 표현

홍영주, 전재훈\*

서울대학교 의류학과 석사과정, 서울대학교 의류학과 부교수\*

---

## 1. 서론

영국 출신의 가수 해리 스타일스(Harry Styles)는 2020년 최초로 남성 단독 보그 표지 모델이 되었으며 파란색 레이스 구찌 드레스를 입은 사진이 해당 표지로 사용되었다. 해당 잡지 인터뷰에서 그는 여성복과 남성복이라는 카테고리 자체를 ‘장벽’이라고 표현하며 이러한 장벽을 제거하면 분명 옷을 통한 표현의 장이 넓어질 것이라고 덧붙였다. 이와 같이 의복은 표현의 도구로서의 역할을 수행하기 때문에 개인은 자신이 표현하고자 하는 이미지나 젠더와 같은 정체성 표현을 패션을 통해 드러낸다. 따라서 본 연구는 패션에서의 젠더 뉴트럴 표현이 어떠한 방법으로 나타나고 있는지 확인하고자 세계적인 영향력을 가진 해외 팝 아티스트의 SNS를 통해 표현된 젠더 뉴트럴 패션의 표현 경향을 분석하였다. 포털 사이트에 ‘gender neutral fashion pop star’, ‘gender neutral fashion pop artists’의 키워드를 검색하여 나온 패션 전문 잡지 사이트를 참고하여 젠더 뉴트럴 패션의 팝 아티스트 11인을 확인하였다. 이후 이들의 인스타그램과 인터뷰를 확인하여 연구 대상으로서의 유의미한 언급을 확인할 수 없는 3인의 아티스트와 인스타그램에서 충분한 젠더 뉴트럴 패션 이미지 수집이 어려운 3인의 아티스트를 제외하였다. 이와 같은 과정을 거쳐 최종적으로 선정된 5인의 팝 아티스트의 인스타그램에 업로드된 전체 사진 3,321장 중 여성적으로 여겨지는 의상의 착용이나 다양한 디테일, 악세사리를 활용한 예시와 같이 젠더 뉴트럴 패션으로 관찰되는 78장의 이미지를 중심으로 구체적인 표현을 고찰하였다.

## 2. 이론적 배경

젠더 뉴트럴은 남성과 여성이라는 이분화된 성적 개념에서 벗어나 한 개인을 중립적인 개체로 인식하는 것을 의미한다. 이러한 트렌드가 전 세계적으로 담론화되면서 성 이분법적 사고를 타파하고 성 역할을 강요하지 않는 인식으로의 변화를 위한 사회적 움직임이 나타나고 있다. 젠더 뉴트럴 디자인은 특히 자기표현의 도구로 여겨지는 패션 분야에서 다양하게 논의되고 있다. 패션 분야에서 젠더 뉴트럴 디자인은 남성복이나 여성복과 같은 성이나 젠더 표시를 삭제하는 방식이나 다양한 디테일 및 소재 활용, 광고나 잡지에서 다양한 젠더의 모델을 사용하는 방식 등을 통해 표현되고 있다.

## 3. 연구 결과

연구 대상으로 선정한 팝 아티스트 5인의 젠더 뉴트럴 표현 패션을 고찰한 내용은 다음과 같다. 첫째, 팝 아티스트는 성 정체성의 표현으로서 젠더 뉴트럴 패션을 보여주고 있

었다. 2019년 공개적으로 자신이 성 소수자임을 커밍아웃한 릴 나스 엑스(Lil Nas X)는 무대, 뮤직비디오, 시상식, 일상 등 다양한 상황에서 젠더 뉴트럴 패션을 보여주었다. 그는 짧은 미니스커트나 절개 디테일의 의상을 착용하기도 하였으며 긴 가발을 착용하고 네일을 한 모습을 보여주기도 하였다. 릴 나스 엑스는 인터뷰를 통해 “스타일은 자기표현의 한 형태이다.”라는 언급을 한 바 있는데, 이것으로 그가 자신의 성적 지향을 포함한 정체성의 표현으로서 젠더 뉴트럴 패션을 보여주고 있음을 확인할 수 있다. 둘째, 팝 아티스트는 젠더 다양성을 지지하는 메시지 전달의 수단으로서 젠더 뉴트럴 패션을 착용하고 있었다. 코난 그레이(Conan Gray)는 여러 장소와 상황에서 시스루 소재의 수트나 스커트 등을 착용하였으며 스카프, 진주 목걸이, 머리 핀, 플랫폼 구두 등 다양한 아이템을 착용하는 모습을 보여주었다. 그는 자신이 이러한 패션을 즐기고 착용할 수 있다는 것은 이전 세대의 젠더 운동가들의 노력 덕분이며 이를 기억해야 한다고 덧붙였다. 헤리 스타일스 역시 LGBTQ를 상징하는 무지개 플래그를 들고 무대에 오르거나 굿즈 판매 수익을 성 소수자 인권 단체에 기부하는 등 젠더에 대한 관심을 보여주는 가수이다. 이러한 점을 통해 팝 아티스트가 젠더 다양성을 지지한다는 메시지 전달의 수단으로서 젠더 뉴트럴 패션을 보여주고 있음을 확인할 수 있다. 마지막으로 팝 아티스트는 자신의 성적 지향점과는 무관하게 단순히 패션 스타일로서 젠더 뉴트럴 표현을 하기도 하였다. 헤리 스타일스는 스팅글 소재의 테일러드 수트, 화려한 컬러와 패턴의 의상을 착용하는 등 남성적, 여성적 요소를 함께 사용하는 절충적 표현의 패션을 보여주었다. 영 블러드(Yungblud)는 무대나 시상식에서 스커트나 원피스를 착용하였으며 영화 속 여성 캐릭터의 의상을 오마주하거나 시스루 소재의 블라우스, 짧은 스커트를 착용하는 등 유희적이고 관능적인 표현의 패션을 보여주었다. 무대나 화보에서뿐만 아니라 일상에서 젠더 뉴트럴 패션을 착용하는 경우도 있었다. 포스트 말론(Post Malone)은 일상에서 긴 원피스나 비즈 액세서리를 착용하는 모습을 보여주었다. 이들은 인터뷰 등을 통해 이성과의 연애 및 혼인 사실을 언급하였기에 이성애자 남성으로 인식되나, 단순한 패션 스타일로서 젠더 뉴트럴 패션을 즐기고 있었다.

#### 4. 결론

팝 아티스트들이 다양한 이유와 목적으로 가지고 젠더 뉴트럴 패션을 착용하고 있음을 확인할 수 있었다. 팝 아티스트들의 패션이나 스타일은 많은 대중에게 영향을 미친다. 따라서 큰 영향력을 가진 팝 아티스트의 젠더 패션 표현을 고찰한 본 연구는 자아 정체성 표현 수단으로서의 패션에 대한 이해를 확장하였다는 데 그 의의가 있다. 팝 아티스트의 패션을 고찰하는 것에서 더 나아가 추후 젠더 뉴트럴 패션을 착용하였던 팝 아티스트로 인해 인식 변화를 경험하였거나 유사한 패션을 모방해본 경험이 있는 일반 대중을 대상으로 패션 스타일에 대한 태도나 표현 의도를 고찰하는 연구가 진행된다면 젠더 패션 표현 경향에 대한 더 깊은 이해와 분석이 가능할 것으로 사료된다.

#### Reference

Lee, Y. J., & Um, S. H. (2023). A study on the characteristics of gender fluidity expressed in modern knit fashion. *The Research Journal of the Costume Culture*, 31(1), 91-106.



**포스터 논문 발표 초록**



---

# 사회 지향적 패션 브랜드에 나타난 윤리적 운영방식

김혜진, 조윤수\*

이화여자대학교 디자인대학원 패션디자인전공 석사과정,

이화여자대학교 디자인대학원 패션디자인전공 강사\*

---

## 1. 서론

최근 패션계에 사회적 가치를 지향하는 움직임이 늘고 있다. 착한 소비를 지향하는 윤리적 소비 트렌드에 대한 패션기업의 변화로도 볼 수 있다. 윤리적 소비에 대한 관심이 확대되면서 제품 하나를 구매하더라도 소재와 제조공정을 꼼꼼하게 따지는 소비자들이 늘어나는 추세이다(Chung, M., 2017). 이에 패션기업은 착한 소비를 추구하는 소비자를 만족시키기 위해 윤리적 운영방식을 실천할 계획을 발표하고 있다. 이에 본 연구는 소비자·환경·사회 등 따뜻하고 인간적인 면을 강조하는 사회 지향적 패션 브랜드에 나타난 윤리적 경영방식을 분석하여 그 특성을 정립하는 데 목적이 있다. 연구의 대상은 사회 지향적 패션 브랜드의 운영방식 사례이다. 연구의 내용 및 방법은 첫째, 단행본 및 선행연구를 통해 사회 지향적 패션 브랜드의 기업윤리와 소비자의 착한 소비 경향에 관해 분석한다. 둘째, 사회 지향적 패션 브랜드는 2000년부터 현재까지의 온·오프라인 시사 매거진과 기사 및 단행본을 토대로 분석한다. 셋째, 사회 지향적 기업이 진행하는 윤리적 사업을 후원 내용 및 방법에 따라 분류하여 그 운영방식의 특성을 정립한다.

## 2. 사회 지향적 패션 브랜드의 윤리적 운영방식

### 2.1. 난민여성의 경제적 자립 후원

현재 패션 브랜드에서는 사회적 약자인 난민 여성의 경제적 자립을 후원하는 사례가 증가하고 있다. 페어트레이드코리아(Fair Trade Korea)의 자회사인 그루(G:ru)는 대표적인 사회 지향적 패션 브랜드로 2008년 런칭 이래 현재까지 세계공정무역기구(WFTO) 멤버로 활동하고 있다. 네팔 중심에서 방글라데시, 라오스, 인도, 페루, 도미니카공화국의 여성 빈곤 문제 해결에 초점을 두어 해외 수공업 생산자에게 공정한 대가를 지불하여 여성의 경제적 자립과 더 나아가 그 가족, 지역사회의 지속가능한 발전을 지원한다. 스모어웨이브(S.more wave)는 여성들의 자립능력을 키워주기 위해 설립된 네팔의 비영리공정무역단체(WSDO)에 소속되어 있다. 2019년 8월 출시이래 네팔의 소외된 여성들에게 일자리를 제공하여 제작된 핸드메이드 제품을 판매하고 있으며, 그들의 자녀 교육등록금을 지원하고 있다.

### 2.2. 청소년 단체 제작 참여 및 교육 후원

패션 브랜드에서 돌봄이 필요한 청소년들의 교육을 후원하기 위해 청소년 단체와 협약하여 후원하는 사례가 늘고 있다. 소이프(Soyf)는 만 18세 미만 보육시설 청소년들의 자



립을 돕기 위해 디자인 직업교육 제공하며 실무경험을 제공한다. 또한 그 과정에서 제품이 생산될 경우 수익금의 일부를 후원하고 있다. 2017년 디자인아카데미 1기로 보육시설 보호 청소년 3명을 선발한 후 꾸준히 디자인아카데미를 선발해오고 있다. 지원대상은 보육시설의 보호를 받는 만18세 미만 청소년으로 매년 아동복지협회 또는 보육시설을 통해 신청자를 모집하고 있으며 디자인 교육을 제공하고 있다. 미국의 슈즈 브랜드 탐스(TOMS)는 2006년 설립이후부터 판매되는 제품의 수만큼 제3국 어린이들에게 슈즈를 기부하는 ‘원포원(One for one)’ 운영 방식으로 베네피트(Benefit) 기업 윤리를 실천하고 있다.

### 2.3. 실버계층의 고용 및 경제적 자립 후원

고령화 사회로 진입한 현재, 증가된 실버계층의 경제적 자립을 후원하는 패션 브랜드의 지원 사례가 증가하고 있다. 마르코로호(Marcoroho)는 감각적인 실버 여성을 겨냥한 패션 브랜드이자 실버 여성의 경제적 자립을 돕는 사회 지향적 브랜드이다. 실버 여성에게 일자리를 제공하여 제작한 수공예품을 판매함으로써 실버 계층의 일자리를 창출한다. 또한 구매자에게 수익금 일부를 기부할 곳을 직접 선택하도록 하여 실버 여성의 경제적 자립에 도움을 주고 있다. 마리몬드(Marymond)는 일본군 위안부 피해 할머니들을 후원하는 사회 지향적 패션 브랜드이다. 2012년 창립 이래 영업이익의 50% 이상을 한국정신대문제대책협의회와 위안부 역사관 박물관 건립기금, 위안부 할머니들의 생활복지기금으로 사용하고 있다. 위안부 피해 할머니들의 이야기를 모티브로 제품에 재구성하는 프로그램을 진행하였고 수익금의 5%대를 복지기금으로 유지하고 있다.

## 3. 결론

본 연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 현대 소비자는 제품구매 결정시 해당 기업의 윤리성을 평가하며 비윤리적인 배경을 갖고 있는 기업의 제품은 구매하지 않는 것으로 나타났다. 또한 사회 지향적 브랜드에서는 사회적 약자의 경제적 자립을 후원하는 사례가 증가하고 있다.

둘째, 사회 지향적 패션 브랜드에서 난민 여성에게 일자리를 제공하고 생산에 대한 공정한 대가를 지불하여 난민 여성의 경제적 자립과 더 나아가 그 가족 및 지역사회의 지속 가능한 발전을 지원하고 있다.

셋째, 사회 지향적 패션 브랜드에서 돌봄이 필요한 청소년들의 교육을 후원하기 위해 청소년 단체와 협약하여 직업교육 및 실무경험을 제공하고 있다. 또한 고령화 사회로 늘어난 실버계층을 고용하여 경제적 자립을 후원하고 있다.

본 연구는 국내외 사회 지향적 패션 브랜드에 나타난 윤리적 운영방식의 구체적 사례를 분석하여 그 특징을 정립한 데 의의가 있다. 향후 사회 지향적 패션 브랜드에 관한 지속적인 연구가 진행되어 패션 브랜드의 윤리적 운영 전략 수립에 데이터베이스가 되길 기대한다.

## References

Chung, M. S. (2017). Effects of Consumer's Ethical Consumption Consciousness and Lifestyle on Sustainable Fashion. *Fashion & Textile Research Journal*. 19(4), 421-433

---

# 스란(膝襴)을 활용한 신한복 제품의 디자인 개발

김희령

경인여자대학교 조교수

---

## 1. 서론

최근 다양한 분야에서 한국 문화에 대한 글로벌 관심이 높아지면서 한복에 대한 연구도 확대되고 있다. 전통 한복을 현대 소비자에 맞게 제품화하여 일상복으로 제안되고 있는 ‘신한복’ 제품들은 한복의 일상화 및 대중화와 전통복식문화의 진파에도 긍정적인 영향을 미치고 있다. 본 연구는 전통한복에서 치마 밑단에 사용되었던 문양 장식인 스란(膝襴)의 활용 현황을 살펴보고 이를 활용하여 신한복 제품 디자인을 개발해 제안하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

스란은 원과 고려 말에 이미 사용되던 용어로 주로 치마의 무릎 또는 밑단 둘레에 가로로 문양을 직급하거나 금박하여 장식한 것을 의미한다(Kim, 2004). 치마의 무릎과 밑단 둘레에 2단으로 문양이 들어간 경우 대란으로 불리며, 무릎 둘레와 등술기에서 양쪽 어깨를 거쳐 수구까지 문양이 들어간 경우에는 통수스란으로 칭해져 철릭, 답호, 장포, 단령 등에 시문되었다(Kim, 2004). 고려 말과 조선 초에 스란은 남성 의복에도 장식되었으나 주로 여성용 예복 치마에 활용되었는데, 평상용 치마보다 길고 넓은 형태였다(Heo & Song). 조선시대에는 혼례 시 자적 스란치마가 착용되었고, 왕실에서는 행사 때 착용되었다(Heo & Song, 2014). 스란단의 배치, 무늬, 장식방법은 당시 유행에 따라 변화하였는데, 조선중기 스란단은 치마의 무릎부분에 배치되다 후기에 아랫단으로 이동했다(Heo & Song, 2014). 조선중기에는 무릎부분에 2단이 있는 쌍스란이 많았으나, 후기에는 무릎과 밑단둘레에 1단씩 배치된 대란이 많았고, 이러한 변화는 명의 영향으로 스란치마를 2벌 겹쳐 입는 효과에서 비롯된 것이다(Heo & Song(2014). 스란단의 장식방법은 조선중기에는 직급이 다수였으나, 후기에는 부금이 많았고, 17세기에는 명나라 영향으로 수치마가 등장했다(Heo & Song, 2014). 스란치마와 대란치마는 조선 말기까지 착용되었고, 통수스란은 단령, 단삼에 장식되어 착용되다가 원삼과 당의에 남게 되었다(Kim, 2004). 선행연구들은 유물과 문헌자료가 많은 조선시대 중심으로 스란치마의 문양, 색, 소재와 그 변화를 분석하였으나(Heo & Song, 2014; Kim 2004) 스란을 활용한 개발 연구는 매우 부족하다.

## 3. 연구방법

인스타그램(Instagram)의 검색 기능을 활용하여 ‘스란치마’, ‘스란’, ‘대란치마’의 신한복 제품 이미지를 수집하여 스란의 활용 현황과 제품 종류를 살펴보고, 국립민속박물관의 스란 및 대란치마 소장품의 문양 종류와 특성을 파악하여 비교 분석하였다. 이를 바탕으로 스란 및 대란 문양의 장식을 넣어 신한복 제품의 디자인을 개발하고 실물로 제작하였다.

#### 4. 연구결과

##### 1) 스란이 장식된 신한복 제품의 특성

스란이 장식된 신한복 제품의 아이템은 전통한복의 스란치마를 기장만 줄인 형태로 무릎을 덮는 기장의 주름치마가 대부분이었으며, 일부 제품에서는 자켓이나 티셔츠에 스란이 변형되어 장식되기도 하였다. 스란단의 위치는 스란치마의 위치와 동일하게 밑단 또는 무릎 둘레 아래가 되었고, 색상은 모두 금색이 사용되었다. 국립민속박물관의 스란단 장식 소장품도 모두 금박의 치마였으며, 문양의 종류는 운룡문(雲龍文), 봉화문(鳳凰紋)이 가장 많았으며, 문자가 문양화된 자문(字紋)으로 수자문(壽字紋), 복자문(福字紋), 아자문(亞字紋)과 장수와 다산을 기원하는 포도동자문(葡萄童子紋), 그리고 꽃과 식물 문양의 초화문(草花紋)도 장식되었다. 그러나 신한복 스란치마에 사용된 문양은 화문, 봉화문, 운문, 자문 등으로 종류가 다양하지 않았다. 일부 제품에서는 한글의 자문이 들어가기도 하였고, 치마 밑단 둘레에 넓은 가로선으로 장식되는 스란단의 특성을 살려 꽃무늬나 체크무늬 원단을 스란단처럼 따내고 금박을 넣지 않은 변형된 스란치마도 발견되었다. 신한복 제품은 전통한복의 스란치마에서 기장만 줄인 단순한 디자인이 많았고, 실루엣이 모두 동일하였으며, 스란단의 문양 모양이나 색상에서의 차별성도 부족하였다.

##### 2) 스란을 활용한 신한복 제품의 디자인 개발

신한복 스란치마 제품의 한계점을 보완하기 위해 아이템, 소재, 색상, 디테일에 변화를 주어 제품으로 개발하였다. 검은색 데님 소재를 사용하여 무릎을 덮는 길이의 원피스 아이템을 개발하였으며, 전통한복 중 혼례용 활옷을 참고하여 상의와 하의를 합친 형태로 변형하였다. 소매 부리와 밑단 둘레에 봉황, 구름, 식물이 조합된 문양의 2단의 스란인 대란을 장식하였고, 원단의 색상과 어울리는 은색을 사용하였다. 일상복으로써의 착용을 확대하기 위해 배색 스티치, 메탈 지퍼와 걸고리 장식을 넣어 캐주얼한 이미지를 높였다. 데님 소재가 여러 겹의 레이어링으로 디자인되면서 전체적으로 무게가 무거워져 착용 시 피로감을 줄 수 있기 때문에 제천의 허리 벨트를 추가하였고, 활옷의 넓은 허리띠인 대대를 재현하기 위해 2개의 벨트를 넣었다.

#### 5. 결론

본 연구는 스란이 장식된 신한복 제품의 특성을 살펴보고, 스란단을 활용하여 신한복 제품의 디자인을 개발하였다. 스란치마의 신한복 제품은 디자인 차별성이 부족하였고, 아이템과 소재를 다양화시킬 필요가 있었기 때문에 본 연구에서는 원피스 아이템으로 데님 소재를 활용하여 현대 소비자 취향에 적합한 신한복 제품을 제안하였다. 이를 통해 전통복식의 활용 활성화 및 현대화에 기여하고자 하였다

#### Reference

- Kim, M. J. (2004). The study of Seu-Ran. Society of Culture of HAN-BOK, 7(3), 55-64.
- Heo, J. A., & Song, M. K. (2014). A study on the Seu-ran during the Joseon period. Journal of the Korean Traditional Costume, 17(3), 73-91.

---

# 생성형 AI 패션 이미지의 페이크 컬래버레이션이 패션 브랜드에 전하는 시사점

류연주, 이세리\*

이화여자대학교 일반대학원 패션디자인전공 박사과정,  
이화여자대학교 패션디자인전공 부교수\*

---

## 1. 서론

생성형 인공지능(AI)은 텍스트를 이미지화하고 매개 변수에 의한 독특한 디지털 이미지를 만들 수 있다는 점에서 패션산업에 큰 변화를 일으키고 있다. 본 연구는 2022년부터 현재까지 꾸준히 포착되는 생성형 AI 기반의 페이크 컬래버레이션(fake collaboration), 즉 아티스트 임의로 패션 브랜드 협업을 연출한 이미지 현상을 포착하여 이를 연구하고자 한 것이다. 연구의 목적은 AI 아티스트들이 자발적으로 창작하고 소셜미디어에 공유한 페이크 컬래버레이션 사례들이 패션 브랜드에 전하는 시사점을 찾는 데 있다.

연구대상의 수집방법은 다음과 같다. 인스타그램의 미드저니(midjourney) 관련 계정 중 가장 많은 팔로워 수를 기록하는 @designmidjourney(43.3만), @midjourney.gallery(22.1만) 등 2개 계정의 전체 1629개 피드 중 62개의 페이크 컬래버레이션 사례를 확인할 수 있었고 피드에 등장한 아티스트 중 중복된 계정을 제외하고 최종 10명의 아티스트를 선정하였다. 이들 각각의 계정 게시물에서 패션 브랜드가 명확히 노출되어 페이크 컬래버레이션이 분명한 것만 선별하여 최종 258장의 피드와 댓글, 해쉬태그 단어들을 연구에 사용하였다.

## 2. 생성형 AI와 패션산업

생성형 AI는 딥러닝 모델과 사용자 입력을 기반으로 콘텐츠를 만들어내는 기술로서 텍스트 프롬프트를 통해 이미지와 콘텐츠를 만들 수 있는 미드저니, 달리(DALL-E), 스테이블 디퓨전(Stable Diffusion) 같은 프로그램들이 포함되며 2022년부터 대중화되었다. Lyu et al.(2022)은 인간과 AI 사이 공동 창작 중요성을 언급하면서 자연어 설명을 기반으로 한 이미지 생성으로 창의성에서 시각성으로의 전환 효율성과 효과를 강조하였다. Cheng(2023)은 AI의 발전에 의해 개념적 장면, 창의적인 디자인 및 가상 일러스트레이션을 만드는 데 다양한 예술 창작의 과정이 변화하고 있음을 주장하였다. 패션 분야의 미드저니 활용 잠재력에 관한 연구에 따르면 AI 이미지 생성 시스템은 패션산업에 혁신적인 영향을 끼치고 있으며 디자인 프로세스를 디지털화하고, 설계 속도를 가속화하며, 창의적인 아이디어를 자극하는 중요한 도구가 되었다. 소셜미디어에서도 AI 생성 이미지의 공유가 증가하여 실제 존재하지 않는 비현실적 패션 이미지들이 등장하고 있으며 협업에 대한 개인적 발상을 현실처럼 보여주는 페이크 컬래버레이션이 등장하였다. 2022년 AI 아티스트 마르코 시모네티(Marco Simonetti)의 페이크 컬래버레이션 '나이키 x 자크뫼스' 스키 컬렉션은 실제 컬렉션보다 더 높은 관심을 받은 사례로 남았다. 이러한 현상은 나아가 패션 브랜드들이 AI 아티스트에게 공식적으로 컬래버레이션을 의뢰하는 사건으로 이어지고 있다.

### 3. 생성형 AI 패션 이미지의 페이크 컬래버레이션 표현 유형 및 시사점

수집된 페이크 컬래버레이션 이미지들은 크게 세 가지의 표현 유형으로 구분되었다. 첫째는 로고와 심벌을 이용하여 컬래버레이션을 표현한 유형이며 가장 다수의 사례가 이에 해당하였다. 둘째는 브랜드의 시그니처를 디자인에 적용한 유형이며, 셋째는 브랜드 스토리 즉 브랜드 역사, 창립자의 철학, 독특한 전통과 혁신들을 중심으로 컬래버레이션 이미지를 생성한 유형이다. 생성형 AI로 제작된 페이크 컬래버레이션이 패션 브랜드에 전하는 시사점은 다음과 같다. 첫째, 생성형 AI 등장 이후 패션 브랜드는 학습 대상으로서 의미를 갖게 된다는 점이다. AI는 브랜드의 시각적 특징, 정체성, 스토리 등을 학습하여 이미지를 창작한다. 결과적으로 생성된 패션 이미지는 다시 AI 시스템에 의해 학습 자료로 사용될 수 있어 이는 AI가 더욱 정교하고 개인화된 이미지를 생성하도록 하며, 디자인의 미래 방향성을 제시하는 데 중요한 역할로 이어진다. 둘째, 놀이 대상으로서 패션 브랜드가 인식된다는 점이다. 사용자들은 AI를 활용한 이미지를 공유하고 의견을 나누는 커뮤니티 계정을 만들고 댓글을 달고 추종하며 새로운 방식의 평가, 비평, 놀이를 즐기고 있음을 확인하였다. 패션 브랜드들은 디지털 세계에서 자신들의 정체성과 시각적 특성을 재해석하고 공유하는 대중들과의 연결을 통해 흥미로운 커뮤니케이션을 확장할 수 있다. 셋째, 예술 대상으로서 패션 브랜드가 인식된다는 점이다. AI 아티스트들은 본인이 생각한 예술적 비전에 기초하여 패션 브랜드들이 가진 이미지를 예술작품 소재로 사용하고 있다. AI 기술은 패션 브랜드를 예술적 소재로 재해석하고 아티스트들의 창의력을 자유롭게 발휘할 수 있도록 지원하고 있다. 패션 브랜드의 아이템은 아티스트의 예술 세계와 철학을 반영하는 오브젝트이며 AI는 이러한 창조적 비전을 현실화하고 물리적 혹은 기술적 제약을 넘어서는 표현을 가능하게 한다. AI 아티스트 작품 내에서 예술의 범위가 확장되며 패션 산업은 문화적, 예술적 가치를 창출하는 주요 장이 되고 있다.

### 4. 결론

생성형 AI 기반의 페이크 컬래버레이션을 통해 볼 때 오늘날 패션 브랜드는 학습 대상, 놀이 대상, 예술 대상으로 인식될 수 있다. 패션 브랜드 이미지 자료는 학습 자료로 사용되어 향후 새로운 디자인을 생성하는 데 중요한 역할을 하며 사용자들은 이러한 이미지들을 통해 패션 브랜드를 놀이 대상으로 바라보고 커뮤니티 내에서 의견을 나누고, 평가 및 비평의 새로운 형태를 즐긴다. 독창적 예술 세계 내에서 시각화된 페이크 컬래버레이션은 브랜드들이 어떻게 혁신적인 방식으로 서로 협력할 수 있는지에 대한 브랜드의 상상력을 자극하고 대안을 제시하고 있다. 이상의 내용들은 향후 패션산업을 향한 패션 브랜드들의 전략을 위해 의미 있는 시사점으로서 인식될 만하다.

### References

- Cheng, S. H. (2023). Impact of Generative Artificial Intelligence on Footwear Design Concept and Ideation. *Engineering Proceedings*, 55(1), 32.
- Lyu, Y., Wang, X., Lin, R., & Wu, J. (2022). Communication in human - AI co-creation: Perceptual analysis of paintings generated by text-to-image system. *Applied Sciences*, 12(22), 11312.

---

# Generative AI 툴을 활용한 지속가능한 아동복 패션디자인 개발

LI RUOBING, 고정민, 양은경\*

연세대학교 통합디자인학과/인간생애와혁신적디자인 융합전공 석사과정, 연세대학교  
인간생애와혁신적디자인 융합전공 박사후연구원, 연세대학교 통합디자인학과 조교수\*

---

## 1. 서론

최근 디자인 산업에서 생성형 AI (Generative AI) 기술이 지속 가능성의 도구 및 혁신적 디자인 기술로써 디지털 전환의 주요 원동력으로 활용되고 있다(Bertola & Teunissen, 2018). 하지만 현재까지 패션 디자인에서 Generative AI가 적용된 패션디자인의 방법 및 구조화된 프로세스가 부족하다. 본 연구에서는 디지털 패션의 지속가능한 발전에 기여를 목표로, Generative AI 툴과 협력하여 아동복의 지속가능한 패션디자인 개발을 위한 방법론적 가이드를 제안하였다. 연구 방법으로, 지속가능한 패션디자인 방법을 제안한 Kim and Lee(2022)의 선행연구를 바탕으로, 문제 정의 및 분석, 아이디어 생성, 디자인 개발, 평가 및 구현 등의 지속가능한 패션디자인 프로세스 단계에 따른 디자인 개발 방법을 탐색했다. 본 연구는 ChatGPT와 Stable Diffusion 등의 텍스트 기반 Generative AI 툴의 통합적 활용에 집중하여 디자인 개발 방법을 제안하는 데 초점을 맞췄다.

## 2. 연구 결과

Generative AI 도구를 활용해 지속가능한 아동복 디자인 개발하기 위한 패션디자인 프로세스는 다음과 같았다.

첫째, 문제 정의 및 정보 수집 단계는 정보 수집을 통해 디자이너가 아동복에 대한 지속가능한 패션디자인 과제의 문제 설정을 목표로, 목표 소비자 요구 사항, 시장 동향, 디자인 기능 및 미학을 분석하는 동시에, 재료 및 제조 프로세스의 지속가능성을 평가하는 작업이 포함된다. 이 과정에서 ChatGPT를 활용해 소비자 특성에 대한 통찰, 디자인 문제 식별, 사전 연구 기반 잠재적인 솔루션을 제안하였다. 이를 토대로, 지속가능한 의상의 요구가 가장 높은 집단으로서 3~6세 아동을 최종 목표 사용자로 설정하고, 일상생활과 아웃도어 스포츠를 결합한 가을/겨울 재킷을 개발할 목표 의류 카테고리 설정할 수 있었다. 기능적, 미적, 감성적 측면의 세 가지 패션사용자 요구 관점을 기준 (Khalid, H. & Helander, M., 2004) 으로 성장 적응성, 젠더 포용성, 아동의 사회적 요구, 감성적 연결 등 지속가능한 아동 패션디자인 문제 해결을 위한 지속가능한 재료 및 제조 방법의 혁신적인 방안을 탐색했다.

둘째, 아이디어와 콘셉트 생성 단계는 디자인 콘셉트를 의류 구성의 구체적인 요소로 변환하는 데 초점을 두었다. 이 과정에서 ChatGPT는 다양하고 창의적 표현을 제공하고 디자인 아이디어의 스펙트럼을 넓혀 발산적 사고를 촉진하였다. 본 연구에서는 ChatGPT

를 통해 지속가능한 재료 및 제조 방법의 사용을 기반으로, 목표 사용자에게 필요한 기능적, 미적, 감성적 측면 등 세 가지 요구에 따라 디자인 아이디어를 개발할 수 있었다. 이를 통합하여 구체적인 소재 적용 및 생산 방법이 적용된 최종 5가지의 디자인 콘셉트 및 세부 디자인 요소를 개발했고, 이후 Stable Diffusion을 활용해 디자인 요소 간 상호 유기적인 구성을 바탕으로 디자인 시각화 과정을 탐색하였다.

셋째, 최종 디자인의 개발 단계로 앞서 시각화한 디자인 콘셉트의 가상 프로토타입을 제작하였다. CLO와 같은 3D 패션 CAD 시스템을 활용하여 디자인 특징, 소재, 기능적 측면을 가상 환경에서 심층적으로 탐색할 수 있었다. 본 연구에서는 아동복 재킷 개발에 초점을 맞추어 가상 환경에서 세부적인 디자인 시각화, 재료 시뮬레이션, 재료 사용 최적화 및 최종 의사 결정으로 이어지는 지속가능성 패션디자인의 일련의 과정을 테스트해보았다. 이러한 과정은 디자인 효율성과 혁신을 향상하는 아동복의 지속가능한 디자인 프로세스 개발이라는 더 넓은 목표에 기여할 것이다.

넷째, 디자인 프로세스의 마지막 단계로써 개발된 디자인 프로토타입의 평가 및 구현을 위해, 프로토타입핑의 효과를 개선하고 최종 생산의 계획을 수립하였다. 이 과정에서 의류의 프로토타입의 가상 평가를 통해 실제 피팅 횟수와 의류 생산 폐기물을 줄이는 동시에 디자인 변경의 효율성을 향상할 수 있다. 본 연구에서는 CLO를 활용해 3~6세 아동의 다양한 신체 사이즈에 따른 의류의 착용 및 체형 적합성의 전반적인 효과를 평가하고, 최종 구현 생산 방안이 아동복 시장의 지속 가능한 수요를 최대한 충족시킬 수 있도록 반복 조정하였다.

#### 4. 결론

본 연구는 Generative AI 툴을 지속가능한 패션디자인 프로세스에 통합하여 디자이너가 직면한 지속가능한 아동복 디자인 개발 과제에 대한 솔루션을 제공했다. 지속가능성을 달성하기 위한 다양한 요소를 고려해야 하는 지속가능 패션디자인에 Generative AI 도구를 보조적인 협업 도구로 사용함으로써 주어진 디자인 문제를 객관적으로 정의하고, 창의적 사고를 확장하여 디자인 방법을 체계화할 수 있었다. 또한, Generative AI와의 협업에서의 디자이너의 역할이 전문적 평가와 판단을 토대로 최선의 솔루션을 선택하고 그에 따른 디자인 방법을 적용하는 것이 포함되는 것을 확인할 수 있었다. 향후 연구에서는 패션 산업 내에서의 방법론 적용 및 교육 영역에서의 활용을 위한 실험 연구와 전문가 평가를 통해 지속가능한 패션디자인 방법론 연구를 확장 예정이다.

#### Reference

- Bertola, P., & Teunissen, J. (2018). Fashion 4.0. Innovating fashion industry through digital transformation. *Research Journal of Textile and Apparel*, 22(4), 352-369
- Khalid, H. M., & Helander, M. G. (2004). A framework for affective customer needs in product design. *Theoretical Issues in Ergonomics Science*, 5(1), 27 - 42.
- Kim, J., & Lee, J. H. (2022). Development of sustainable fashion design education program. *Archives of Design Research*, 35(4), 149-173.

---

# 한국 거주 20-30대 고학력 몽골 여성들의 문화자본에 따른 유아복 소비특성 연구

바상수령 체체글렌, 서성은\*

가천대학교 의상학과 석사과정, 가천대학교 의상학과 부교수\*

---

## 1. 서론

21세기는 글로벌 문화 시대로 국가 간 인구 이동이 많고, 학업, 취업, 여행 등의 사유로 장기간 해외 거주하는 인구가 증가하고 있다. 한국은 국내 체류 외국인이 급격히 증가하면서 다문화 사회로 돌입하였고, 2023년 기준으로 외국인 거주민의 수가 역대 최대인 약 226만 명으로 집계되었다. 몽골 통계청 “2023년 해외 거주 몽골인 현황”에 따르면 한국 거주 몽골인 수는 2020년 기준으로 총 39,982명으로 해외 거주중인 몽골인 총 113,789명중 한국 거주 몽골인이 가장 많다. 설문조사에 참여한 440명 중 63.6%는 가족과 함께 거주중이며 79.5%는 배우자와 77.7%는 자녀와 함께 거주 중으로 나타났다. 이상의 자료에서 가족 단위로 한국에 거주 하고 있는 몽골인이 절반 이상이라는 것을 확인할 수 있다. 부르디외(P. Bourdieu)의 《구별짓기: 문화와 취향의 사회학》에서 아비투스란 인간이 태어나 맺은 관계인 가족, 또래집단, 교육, 지역사회 등과 같은 사회자본에 의해 후천적으로 형성된 개인의 성향이나, 사고, 인지, 판단, 행동체계를 의미하는 것으로, 계급 구성원들의 문화적 상징이나 행동 특성을 나타내는 개념이다. 본 연구에서는 부르디외의 문화자본론에 근거하여 한국에서 영유아 자녀를 양육하고 있는 고학력 몽골 여성들이 몽골 정체성을 바탕으로 한국에 살면서 얻어진 문화자본과 경제자본에 따라 자녀들에게 부여하는 패션이미지와 이를 반영한 의복 구매 성향을 구체적인 사례를 통해 분석하고자 한다.

## 2. 연구방법

본 연구에서는 문헌 연구를 통해 부르디외의 문화자본론을 아비투스 관점에서 이론적으로 고찰하고, 몽골 여성들의 국가 정체성과 문화자본에 관하여 정리한 후, 현재 영유아 자녀를 양육하고 있는 한국 거주 몽골 여성들을 심층 인터뷰(In-depth interview)를 통해 한국 거주과정에서 생성된 문화자본이 유아복 소비에 끼친 영향에 관하여 실증적 사례연구를 진행하였다. 심층 인터뷰는 반구조화(semi-structured)된 설문지로 1차 면접을 실시하고 추가 질문이나 상세 응답이 필요한 경우는 개별 연락하여 2차 화상 미팅을 통해 정보를 수집한 후 응답에 관한 질적 내용 분석을 진행하였다. 연구 대상은 현재 대한민국에 거주 중이며, 석·박사 이상의 고학력을 지닌 20~30대 몽골 여성으로 선정하였다. 가계소득 기준은 몽골 통계청의 “2023년 해외 거주 몽골인 현황” 조사에 따라 생활비가 넉넉하다고 응답한 응답자의 평균 소득은 312만원을 기준으로 월 가계 소득 400만원 이상으로 정하였다. 또한 만 6세 이하의 영유아를 양육 중이며, 자녀 의복, 교육 등에 높은 관심을 가진 20-30대 여성 10명을 선정하였다. 본 연구는 1~2차 면접을 통해 이루어졌으며 이들의 유



아복 소비 동기 및 구매 행동 전반에 대한 경험담을 토대로, 유아복 소비에 끼치는 문화 자본의 영향 요인들을 분석하고자 하였다.

### 3. 연구결과

연구 결과 한국 거주 20-30대 고학력 몽골 여성들의 문화자본에 따른 유아복 소비특성을 4가지로 도출하였다. 첫째, 몽골 여성으로 자라온 가정과 사회 환경의 영향으로 몽골 문화의 전통적 특성이 나타났다. 이는 해외 거주에도 불구하고 몽골 명절이나, 아이의 돌잔치 등 특별한 날에는 아이에게 전통 의상을 입히는 등의 성향으로 나타났으며, 개인적 가정환경과 부모님으로부터 기인한 문화자본이 직접적 영향을 끼친 것으로 판단된다. 둘째, 한국 거주하며 어린이집, 친구집, 공공장소 등 자녀들이 출입하는 다양한 장소와 상황에서는 한국 아이들과 동일한 의복을 구매하는 성향으로 나타났다. 한국 엄마들이 선호하는 이미지, 선호 스타일, 유행 아이템 등의 영향으로 내 아이가 한국 아이와 차별화 되지 않게 하려는 의도에서 이러한 소비 특성이 나타났다. 셋째, 한국 골드 맘들의 유아복 구매 행동의 중심현상인 내 아이는 VIB(Very Important Baby) 현상을 한국 거주 몽골 맘들에게서도 확인할 수 있었다. 이는 의복뿐만 아니라 모든 분야에 내 아이에게 만큼은 가장 좋은 것, 조금 비싸더라도 고급스러운 것을 구매 하는 성향이 보였다. 이는 한국에서 거주 중 습득 되어진 문화자본으로 나타났다. 넷째, 유아복 소비 브랜드는 글로벌 SPA브랜드를 자주 이용하는 것으로 나타났다. 이는 한국에 거주하며 취득한 경제력과, 글로벌 패션 문화에 대한 친숙함, 세련된 소비 성향이 반영된 것이다. 또한, 한국에 거주 기간이 길수록 고가의 글로벌 브랜드를 구입하는 경향이 나타났다.

### 4. 결론

본 연구는 한국 거주 고학력 젊은 몽골 여성들의 유아복 소비에 나타난 글로벌 패션화 경향에 관한 기초자료를 제공한다. 연구가 10명의 심층 인터뷰로 진행되었다는 한계를 지니기에, 추후 한국뿐 아니라 몽골 거주 고학력 여성들의 유아복 소비 특성을 파악하는 연구로 확장될 필요가 있겠다. 이는 한국 거주 고학력 몽골 여성들의 유아복 소비 특성이 몽골 여성들의 유아복 소비에 끼치는 영향을 분석하는 후속 연구로도 연결되리라 기대한다.

### Reference

- Jang, H. J., Jang, H. M., & Kim, J. B. (2023). Critical Review on Research in Cultural Capital in Korea - Focusing on Class and Taste, 26(2), 3-29.
- Jun, Y. C. (2017). Comparative Review Study between Interview and In-depth interview for Qualitative Research, 25(1), 147-168.
- Suh, S. E., & Kim, M. J. (2012). A Study of the National Aesthetic Tastes in Global SPA Brands, 62(8), 28-44.
- Shin, Y. Y., Noh, J. Y., Kim, J. K., Koh, A. R. A Qualitative Study on Infant Clothing Consumption of Gold-mom, 23(2), 23-44.
- <http://nationalatlas.ngii.go.kr>
- <https://1212.mn/mn>

---

# 미드저니와 패션 도식화의 복합적 활용을 통한 패션디자인 개발 연구

박근수

경성대학교 패션디자인학과

---

## 1. 서론

오늘날 AI 이미지 생성 프로그램은 새로운 디자인 개발 도구로서 패션디자이너를 조력하는 역할을 담당하기 시작하였다. AI 이미지 생성 프로그램이 패션디자인 개발에 활용된 예는 2017년 미국의 ‘스티치픽스(Stitch Fix)’가 AI를 사용하여 디자인한 옷을 출시하여 완판한 첫 사례를 찾아볼 수 있다. 이후 2022년 영국 왕립예술학교(Royal College of Art)와 홍콩 폴리테크닉대학(Polytechnic University)이 공동으로 AI 이미지 생성 프로그램을 학습시켜 생성한 패션 이미지로 구성된 ‘패션 AI 쇼’를 개최하였으며, 2023년에는 네델란드 기반 데님 브랜드 지스타로우(G-Star Raw)가 AI 이미지 생성 프로그램 미드저니(Midjourney)를 활용하여 생성한 이미지로 가상 데님 꾸뛰르 컬렉션을 선보이기도 하였다. 국내 사례로는 2018년에 패션 전문 기업 한섬의 영캐주얼 브랜드 ‘에스제이와이피(SJYP)’가 AI 패션 벤처기업 ‘디자인노블(Designable)’과의 협업을 통하여 ‘디노 후드티’를 출시하였다. 이처럼 AI 이미지 생성 프로그램은 디자인 개발 도구로써 적극적으로 채택되기 시작하였으며 디자이너와 AI와의 협업 방식을 가능하게 함으로써 패션디자인 개발 분야의 새로운 패러다임을 견인하게 되었다. 본 연구의 목적은 미드저니에 패션 도식화와 명령어를 함께 사용하여 생성한 이미지에 나타난 의상 디자인의 특징을 분석함으로써 미드저니를 활용한 패션디자인 개발 방법에 대한 이해를 넓히고, 미드저니와 패션 도식화의 활용을 통한 패션디자인 개발 방법을 제시하는 데 있다.

## 2. 본론

연구 방법은 첫째, 미드저니의 이미지 생성 방법 중 기존의 이미지와 명령어를 함께 사용하는 방법 채택하고 기존의 이미지는 패션 도식화를 사용하였다. 패션 도식화에 제시할 아이템은 미드저니에서 새로 생성되는 이미지에 나타난 의상의 디자인 변화와 그 특징을 살펴보기 위하여 기본형태의 디자인과 디테일을 특징으로 하는 트렌치코트(Trench Coat)를 선정하고 어도비 일러스트레이터(Adobe Illustrator)를 사용하여 도식화를 그려서 준비하였다. 둘째, 미드저니에 패션 도식화와 함께 입력할 명령어를 선정하였다. 비교적 단순한 구조와 형태 그리고 규칙적이고 직선적인 선으로 이루어진 트렌치코트의 디자인과 대조되는 조형 요소가 응용될 때 디자인의 변화가 뚜렷하게 이루어지고 디자인 변화에 대한 특징 파악도 용이할 것으로 판단하여 곡선을 위주로 한 불규칙성과 비정형성의 특징을 포괄하는 단어인 ‘유기적 형태(Organic Shapes)’를 주 명령어로 선정하였다. 또 모델이 의상을 착용하고 있는 상태의 이미지를 생성하기 위하여 명령어 ‘모델 착용(Model Wearing)’을 추가하였다. 명령어는 구글 번역기를 사용하여 미드저니에 영어로 입력하였다. 이미지 생성은 10회로 제한하였다.

셋째, 생성된 이미지의 시각적 특징을 상위에 두고 의상의 실루엣, 구조, 형태, 디테일, 색상 및 응용된 조형 요소들이 시각적 그리고 조형적으로 차별화되어 나타난 특징을 분석하고 그룹화하여 정리하였다.

연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 패션 도식화 이미지와 명령어를 사용하여 미드저니에서 생성한 이미지에 나타난 의상의 특징은 미드저니가 명령어보다는 사용한 기존의 이미지 특징에 더 의존적인 이미지를 새로 생성하는 경향이 반영되어 패션 도식화에 사용된 검정색 선이 강력한 시각적 효과를 주는 의상의 구성요소로 응용되어 나타난다. 검정색 선은 의상의 구조와 명령어에 지시한 내용이 응용된 부분을 강조하기 위하여 사용되었으며 소재의 무늬나 질감 표현까지 확장되어 응용되었다. 또한 미드저니는 명령어에 지시한 내용을 적용하여 디자인의 변화를 꾀할 때 의상과 같은 주된 오브제와 이미지의 배경 사이에서 상호작용하여 디자인을 절충적으로 분산하고 응용하여 새로운 이미지를 생성하는 특성이 있음을 알 수 있다. 둘째, 색상 생성에 있어서는 패션 도식화에 사용된 흰색과 검정색이 새로 생성된 이미지의 의상에 기본적인 색상으로 적용되어 나타나며 도식화에 제시한 아이템 즉 트렌치코트에 일반적으로 사용되는 베이지 색상도 의상색으로 표현된다. 이미지 생성이 진행되면서 미드저니는 다양한 계열의 색상으로 점차 확장하는 경향이 있으며 색상 톤은 도식화에 제시된 트렌치코트에 일반적으로 사용되는 톤이 반영되어 나타난다. 미드저니는 생성되는 이미지의 배경도 색상 생성의 대상으로 인식함에 따라 배경색도 변화하는데 이 경우도 의상과 배경 사이에서 상호작용하여 의상색을 절충적으로 조절하여 생성한다. 셋째, 명령어에 아이템 명칭을 배제하고 새로 생성될 이미지의 의상색과 배경색을 특정하여 제한할 때 디자인 응용이 의상에 더 집중적으로 나타나고 디자인 측면에서 좀 더 정교하게 발전되어 나타난다.

### 3. 결론

본 연구의 결론은 다음과 같다. 패션디자인 개발을 위하여 다양한 디자인의 응용과 변화가 나타나는 의상 이미지를 미드저니에서 생성하고자 할 때는 명령어에 특정 패션 아이템 명칭 사용을 지양하고 의상과 배경 색상을 지정하여 제한하는 방법을 제안한다. 본 연구의 한계점은 이미지 생성을 10회에 한정하였다는 점에 있다. 이미지 생성을 10회 이상 진행할 때 생성된 의상 이미지에 새로운 변화와 특징이 나타날 수 있으므로 향후 이에 관한 후속 연구가 이루어지기를 기대한다. 본 연구 결과가 패션디자인 개발을 위하여 미드저니를 효과적으로 활용하는 방법을 모색하는 데 조금이나마 도움이 되기를 기대한다.

### Reference

- Park, K. S. (2024) A Study on the feasibility of using AI image generation tool for fashion design development –Focused on the use of Midjourney,” *The Journal of the Convergence on Culture Technology (JCCT)*, 9(6), 237-244.  
<https://isplus.com/> (accessed February. 20. 2024)  
<https://www.mk.co.kr/news/business/8576916> (accessed February. 20. 2024)  
<http://www.fi.co.kr/mobile/view.asp?SectionStr=Weekly&idx=79889> (accessed February. 20. 2024)  
<https://retailinasia.com/featured/aidlab-wraps-up-fashion-x-ai-fashion-show-in-hong-kong/>(accessed February. 20. 2024)

---

# 패션 브랜드의 VMD(visual merchandising) 연출을 통한 지속가능성 실천

박주하, 전재훈\*

서울대학교 의류학과 박사, 서울대학교 의류학과 부교수\*

---

## 1. 서론

세계적으로 패션산업에서 배출되는 폐기물이 매해 9,700만 톤(t)에 달하는 가운데 폐원단과 화학 재료를 제외한 300만 톤가량은 오프라인 매장에서 발생하는 폐기물이다(Royal waste services, 2024). 본 연구는 오늘날 패션 브랜드에서 지속가능성의 실천 범위가 패션 제품 개발에서 VMD(visual merchandising) 연출로 확장되고 있다는 점에 주목하여 지속가능성의 실천을 매장 인테리어나 윈도우 디스플레이, 패키지 디자인의 형태로 시도한 패션 브랜드 사례를 수집하여 구체적인 내용을 살펴보았으며, 연구를 통해 패션 VMD 영역에서 지속가능성에 관한 활동을 종합적으로 이해하는 데 도움이 되고자 한다.

## 2. 이론적 배경

현재 럭셔리 브랜드를 포함한 패션 분야에서 ‘지속 가능성’은 소재나 제품 개발뿐만 아니라 더욱 윤리적이고 환경친화적인 실천을 위한 VMD 리사이클링 활동으로 확장되고 있다. VMD는 리테일 분야에서 윈도우 디스플레이나 매력적인 매장 내 진열로 소비자의 입점을 유도하고 즐거운 쇼핑 경험을 증대시키며, 오프라인 매장에서 공감각적인 쇼핑 경험은 소비자의 기억에 남아 브랜드의 정체성 확립과 이미지 형성에 기여한다.

그러나 이와는 반대로 오늘날 소비자의 쇼핑 경험과 소매 공간에서의 체험 기회를 증대시키려는 전략은 지속가능성의 행보를 다소 역행하는 폐기물 양상이라는 문제를 야기하고 있다. 예를 들어 국내 기준 매장 디스플레이와 팝업 스토어 등 브랜드 홍보 과정에서 발생하는 사업장 폐기물이 2021년 기준 496만 톤을 기록하며 건축 폐기물의 수치를 넘어섰고(Yu, 2023), 매 시즌 브랜드의 컨셉에 따라 새롭게 디자인되는 팝업 스토어나 쇼윈도우, 매장 내 집기류, 그리고 고객 응대를 위한 패키지 대부분은 재활용이 어려워 주기적인 폐기물을 생산하는 실정이다.

## 3. 연구방법

연구에서는 VMD 연출에 있어 지속가능성을 실천한 국내·외 사례 전반을 수집하였으며, COVID-19 펜데믹으로 친환경 제품과 지속가능성에 대한 소비자의 관심이 급격히 증가하기 시작한 2019년부터 2024년을 자료 수집기간으로 제한 하였다. Google 검색창에 ‘Sustainable VMD’, ‘Sustainable instore’, ‘Sustainable pop up’, ‘Recycled VMD’, ‘Recycled display’와 같은 키워드 검색을 진행하였으며, 뷰티 브랜드를 제외한 패션 브랜드 사례가 국외 33개, 국내 7개로 총 40개 수집되었다.

#### 4. 연구 결과 및 결론

지속가능성의 실천 사례는 크게 세 유형으로 구분되었는데, 첫 번째는 재활용품이나 폐기물로 업사이클링을 시도하여 매장이나 팝업 스토어를 전개한 사례가 20개로 가장 많이 도출되었으며, 주로 플라스틱이나 유리병, 나무, 폐원단 및 가구, 박스와 같은 종이 재료를 있는 그대로 재활용하거나 3D 프린팅, 혹은 최소한의 정제를 거쳐 매장 디자인에 활용하고 있었다. 대표적으로 지속가능성을 지향하는 브랜드임을 시각적으로 보여주고 그 효과를 극대화 하기 위해 폐그물망을 활용한 Tiffany의 파사드 디자인이나 폐가구를 팝업 스토어 디자인의 일부로 배치하는 Coach의 사례가 있었다. 두 번째로, 매장 내 테이블이나 진열대, 옷걸이, 포장재, 더스트 백과 같이 크고 작은 집기류를 업사이클링하여 사용 가능한 도구로 재탄생시킨 사례가 17개 도출되었다. 예를 들어 매장에서 사용하는 포장재를 생분해성 재료로 만들거나(Loewe, Louis Vuitton, Burberry), 수명이 다한 나무를 최소한의 공정으로 옷걸이 및 선반으로 활용한 Handsome, 매장 내 모듈 가구를 제작한 Adidas, Nike의 사례가 있었다. 마지막은 매장에서 에너지 절약과 관리 비용 절감으로 지속가능성에 동참한 3개의 사례로, 효율적인 에너지 사용을 위해 자동화된 냉난방 조절이나 LED 조명과 장비 사용, 매장 내 자연 채광을 인테리어의 일부로 적용한 Gucci, Mango의 사례가 도출되었다. 이러한 활동은 폐기물과 불필요한 에너지 낭비를 줄여 자원 순환에 기여하면서도 독특한 외관으로 브랜드 가치를 전달하고 사회적으로 이슈가 되고 있었다.

지속가능성의 VMD 사례를 통해 도출된 시사점은 크게 두 가지이다. 먼저 패션산업에서 일반적인 업사이클링 재료로 활용되어 온 폐원단이나 가죽, 플라스틱 외에도 VMD 연출에서는 새로운 재료 개발과 창의적인 시도가 이루어지고 있다는 점이다. 예를 들어 폐타이어나 그물망, 보존화(preserved flower), 균사체(mycelia), 대나무와 같이 이색적인 재료를 VMD 재료로 활용하고 홍보함으로써 아이디어 제안과 지속가능성의 실천이 다방면으로 이루어지고 있었다. 한편 연구를 통해 대부분의 사례가 지속성을 갖지 못하고 이벤트성이나 일회성에 그친다는 점 또한 확인 할 수 있었다. 패션 브랜드의 특성상 시즌별, 테마별로 새로운 VMD 변경이 필수적이거나, 장기적으로 환경을 고려한 VMD에 동참한 사례는 드물다는 점에서 활동의 지속성을 위한 재정적 지원이나 장기적인 프로젝트가 요구된다. 또한 폐기물의 재사용은 궁극적으로 자원의 선순환 구조에 동참하며 환경을 보존하는 활동의 일환이기에, 지속가능성에 관한 전문 기업들과의 적극적인 협업도 기대해 볼 수 있다. 본 연구는 지속가능성을 위한 패션 브랜드의 VMD 활동을 고취하고 무분별하게 낭비되는 산업 재료와 일회용품, 에너지 절감에 대한 인식 전환에 기여하고자 한다.

#### Reference

- Royal waste services. (2024, January 15). How much waste does the fashion industry produce?. *Royal Waste Services*. Retrived April 1, 2024, from <https://royalwaste.com/how-much-waste-does-the-fashion-industry-produce/>
- Yu, H. K. (2023, December 28). 대기업 팝업스토어의 두 얼굴, 흥행 몰두 환경보호 뒷전. *이코리아*. Retrived March 12, 2024, from <https://www.ekoreanews.co.kr/news/articleView.html?idxno=70950>

---

# 그린 패션 브랜드의 지속가능경영에 관한 연구

서보현, 조윤수\*

이화여자대학교 디자인대학원 패션디자인전공 석사과정,  
이화여자대학교 디자인대학원 패션디자인전공 강사\*

---

## 1. 서론

최근 패션계는 원사제조부터 제품개발, 패키징까지 지속가능성에 대한 인식이 확산되고 있다. 유럽연합(EU)은 의류폐기물을 줄이기 위해 패션기업들에게 2028년까지 의류폐기물 수거 및 재활용 의무를 부과하고 있다. 이에 패션기업은 주요과제인 재고 문제를 해결하면서 동시에 ‘가치소비’를 중시하는 소비자를 고려하는 전략을 세우며 특히 경영방식에 있어서 지속가능성을 기반으로 운영되는 그린 패션 브랜드들이 나타나고 있다. 이에 본 연구는 환경적, 윤리적 책임의식을 지닌 그린 패션 브랜드의 사례를 살펴보고 지속가능한 운영 시스템을 분석하여 그 특성을 정립하는데 목적이 있다. 연구의 대상은 그린 패션 브랜드의 지속가능경영 사례이다. 패션 브랜드 중 환경보존과 사회공헌, 문화가치, 경제성장을 모두 고려한 지속가능경영을 실천하고 있는 그린 패션 브랜드를 선정하였다. 연구의 내용 및 방법은 다음과 같다. 첫째, ‘지속가능성’과 ‘그린 패션 브랜드’를 키워드로 하여 시사매거진, 기사 및 선행연구를 통해 지속가능성과 그린 패션 브랜드를 정의한다. 둘째, 지속가능성을 목적으로 한 그린 패션 브랜드의 구체적 사례를 분석한다. 셋째, 그린 패션 브랜드에 나타난 지속가능 운영방식의 특성을 정립한다.

## 2. 본론

지속가능 패션에 관한 선행연구를 분석한 결과 “지속가능”은 종종 “에코”, “그린”과 같은 용어와 상호 교환적으로 사용된다. 지속가능 패션은 우리가 살고 있는 지구의 연속성과 함께 미래를 위한 발전을 이루기 위해 패션계에서 사회적·윤리적 책임을 고려한 개념이다(Cho, Y., 2023). 그린 패션 브랜드는 지속가능한 운영방식을 실천하고 있는 패션 브랜드로 그린 패션 브랜드의 운영방식을 분석한 결과 다음과 같이 업사이클링, 친환경 소재 개발, 윤리적 제조공정의 제품기획 및 생산과정에서 그 특성이 나타나고 있다.

### 2.1. 업사이클링

레코드(Re:code)는 국내의 대표적인 그린 패션 브랜드이다. 2012년 런칭이래 3년차 이상의 재고를 소각하는 대신 해체하고 재조합하여 새로운 상품을 만들어내는 업사이클링을 실천하고 있다. 미국의 리던(Redone)은 2014년 설립이래 폐기 직전의 리바이스 데님을 해체하여 원단으로 재생산한 후 리디자인하여 새로운 제품으로 탄생시키고 있다. 1996년 설립한 티켓투더문(Ticket To The Moon)은 폐낙하산을 분해하고 재조합하여 리디자인한 가방을 선보이고 있다. 고품질 실크 나일론으로 제작되는 폐낙하산을 사용하여 내구성이 뛰어나고 가벼운 특성을 활용한 것이다. 이와 같이 그린 패션 브랜드는 폐기 직전의 재

고·폐원단을 사용하여 독특한 새 제품으로 탄생시킴으로써 생태계의 선순환 가치와 함께 새로운 디자인의 가치를 창출하고 있다.

## 2.2. 친환경 소재개발

효성티앤씨(Hyosung TNC)는 2000년대 초 친환경 섬유개발을 시작으로 2008년 친환경 섬유인 리젠(Regen)을 출시했다. 리젠은 버려진 투명 페트병에서 뽑은 원사로 만든 친환경 폴리에스터 섬유이다. 이외에도 나일론, 스판덱스 등 주요 섬유 3종 모두 재활용 섬유를 보유하고 있다. 미국의 대표적 친환경 패션 브랜드 파타고니아(Patagonia)는 런칭이래 환경에 미치는 영향을 최소화하고자 리사이클 폴리에스터와 유기농 목화로 만든 재생유기농 면, 마 등 천연섬유를 사용한다. 1993년, 버려진 페트병에서 원사를 추출해 리사이클 폴리에스터를 최초 선보였으며, 2020년에는 토양에 더 이로운 재생유기농법을 도입하였다. 이와 같이 그린 패션 브랜드에서는 친환경 섬유와 소재를 개발하여 탄소저감 기술개발과 친환경 전략에 앞장서는 사회적 역할을 하고 있다.

## 2.3. 윤리적 제조과정

르캐시미어(Lecashmere)는 지속가능 패션을 지향하며 자연적인 양털 채취 기법만을 사용해 상품을 제작 및 판매하고 있다. 2014년 런칭이래 생산자와 협력하고 동물친화적 생산공정을 통해 만들어진 제품을 선보이고 있다. 몽골에서 자연적으로 채취한 염소털 단일 소재를 활용해 리사이클 캐시미어 원사를 제작하고 있으며, 최근 바이오 소재 개발사 큐티스바이오(Cutisbio)와 협업해 합성염료를 대체할 친환경 염색공법을 개발했다. 영국의 판가이아(Pangaia)는 2018년 런칭이래 모든 제품을 천연소재로 제작하고 있으며, 재생·재활용을 통해 자원소비를 최소화하는 지속가능한 순환시스템으로 경영하고 있다. 천연식품 염료제를 사용한 친환경 염색공정을 거치며 화학처리물질 대신 천연식물성 마감제를 사용하고 있다. 이와 같이 그린 패션 브랜드에서는 지속가능한 공정시스템을 통해 환경적 측면은 물론 윤리적 측면까지 확대된 인류와 미래를 위한 책임을 실천하고 있다.

## 3. 결론

본 연구의 결론은 다음과 같다. 첫째, 그린 패션 브랜드는 장기적 순환 시스템을 목표로 전 과정 디자인에 있어 지속가능한 접근방법으로 제품을 기획하고 있다. 의류재고·폐원단을 재조합하여 새로운 상품을 만들어내는 업사이클링을 실천하며 생태계의 지속가능한 선순환 가치를 창출하고 있다. 둘째, 그린 패션 브랜드는 친환경 섬유 및 원단을 개발하여 친환경 제품을 선보이고 있으며, 국내외 패션기업과의 협업을 통해 탄소중립과 지속가능 경영 실천에 앞장서 미래 환경 보존에 기여하고 있다. 셋째, 그린 패션 브랜드는 원료부터 가공, 제조 공정에 있어서 지속가능성을 고려한 윤리적 제조 공정으로 사회적 책임을 실천하고 있다. 본 연구는 그린 패션 브랜드의 사례들을 통해 지속가능 운영 시스템을 분석하고 경영 실천을 정립한 데 의의가 있다. 향후 지속적인 연구를 통해 패션 브랜드의 지속가능한 운영 시스템 전략 개발에 도움이 되길 기대한다.

## Reference

Cho, Y. S. (2023). A Study on Sustainability Expressed in Fashion Film. *Bulletin of Korean Society of Basic Design & Art*. 24(3). 257-273.

---

# 플러스 사이즈 인플루언서 계정의 사용자 반응과 콘텐츠 분석

서윤진, 임은혁\*

성균관대학교 의상학과 석박통합과정, 성균관대학교 의상학과 교수\*

---

## 1. 서론

이상미를 표준화해 온 패션 산업이 최근 다양성의 중요성을 인식하고 젠더, 인종, 사이즈 등의 측면에서 다양성을 향한 움직임을 보이고 있다. 이러한 흐름은 소셜미디어의 부상과 함께 확대되었는데, 사용자들은 소셜미디어를 개인의 취향과 라이프스타일, 정체성을 드러내는 공간으로 이용하고 있다. 이에 따라 소셜미디어는 비주류를 위한 대안적 공간도 되어 일부 사용자들은 콘텐츠를 공유하며 사회적 고정관념을 바꾸고자 노력하고 있다. 그 중 플러스 사이즈 모델을 중심으로 한 ‘자기 몸 긍정주의 운동’은 표준화된 신체 사이즈에 저항하고 주류 패션에서 배제되었던 신체 이미지를 통해 신체에 대한 사회적 인식 변화를 도모하였다. 본 연구는 플러스 사이즈를 중심으로 최근 패션 산업에 나타난 신체의 다양성에 집중하여 플러스 사이즈 인플루언서의 소셜미디어 콘텐츠와 사용자들의 반응에 대해 고찰하고 사용자 반응이 인플루언서의 콘텐츠 제작에 어떠한 영향을 미치는지 분석하고자 한다. 플러스 사이즈는 다른 다양성의 영역에 비해 모욕, 조롱 등의 부정적인 반응이 두드러지는 영역으로 신체 다양성에 대한 사용자들의 인식을 본다는 점에서 의의가 있다.

본 연구는 문헌 연구를 통해 다양성과 소셜미디어, 인플루언서에 대해 고찰한 후 각 인플루언서가 플러스 사이즈 콘텐츠를 게시한 시점부터 2023년 12월까지의 소셜미디어 콘텐츠의 이미지와 텍스트를 분석하여 유형화하고 그 특성을 도출하고자 한다. 그 후 텍스트 마이닝을 수행하여 게시물 댓글에 나타난 사용자들의 반응을 수집하여 내용을 분석하고 인플루언서의 콘텐츠 제작이 어떻게 변화하는지 반구조화된 심층 면접을 통해 밝혀낸다. 본 연구의 대상은 인스타그램에서 활동하고 있는 플러스 사이즈 여성 인플루언서로, 여성을 대상으로 한 이유는 남성보다 여성의 표준화된 미의 폭이 좁고 그 기준을 벗어난 미학을 실천하는 것이 어렵기 때문이다. 연구 대상자는 ‘패션’과 ‘플러스 사이즈’와 관련된 키워드를 이용하여 구글에서 심층 검색을 실시하여 탐색하고 팔로우 시 추천되는 유사한 계정들을 분석하여 선정하였다. 선별 기준은 첫째, 플러스 사이즈 및 신체 다양성에 대해 논하는 인플루언서인가, 둘째, 일주일에 한 번 이상 게시물을 게시하는가, 셋째, 팔로워가 1,000명이 넘는가, 넷째, 사용자들로부터 게시물마다 3개 이상의 댓글을 받는가, 다섯째, 표준화된 미에서 벗어난 플러스 사이즈 미학을 보이면서도 시각적으로 매력적인 콘텐츠를 게시하는가, 여섯째, 국내에 거주하는 성인 한국인인가이다. 위 기준을 통해 10명의 인플루언서를 선정하였다.

## 2. 본론

1) 인플루언서 및 인플루언서 계정의 상업화: 본 연구에서 살펴본 플러스 사이즈 인플루언서들은 브랜드와 콜라보레이션을 하거나 자신의 브랜드 혹은 자신을 모델로 홍보하고



공동구매를 진행하는 등 상업적인 면을 보이며 수익을 창출하는 인플루언서 마케팅에 참여하고 있다. 인플루언서 마케팅은 인플루언서의 인기를 활용하여 브랜드의 인지도를 높이고 소비자 구매 결정에 영향을 미치는 온라인 전략을 의미한다(Jacobson & Harrison, 2021). 이러한 상업적 활동은 공동구매나 제품 판매를 요청하고 유도하는 사용자들의 반응으로 인해 더욱 강화되고 있었다.

2) 플러스 사이즈 콘텐츠의 양면성: 인플루언서들은 플러스 사이즈임을 강조하는 동시에 다이어트 방법과 날씬해 보이는 법에 대해 이야기하고 심지어 다이어트 보조제를 판매하는 등 이중적인 모습을 나타냈다. 플러스 사이즈 인플루언서가 플러스 사이즈 수용과 함께 그것을 부정하는 양면적인 모습을 보이는 것과 마찬가지로 팔로워들도 플러스 사이즈 신체 표현을 지지하면서도 인플루언서의 다이어트 제품을 구매하고 있었다. 플러스 사이즈 인플루언서가 모순적인 태도를 보이는 것은 신체 다양성을 인정받고 싶어 하는 동시에 사회에서 요구하는 이상적인 미를 좇고 있기 때문으로 볼 수 있다. 현대 사회는 비판을 추함, 게으름, 자제력 부족 등의 부정적인 표현과 동일시하므로(LeBesco, as cited in McCracken, 2019), 플러스 사이즈에 대한 부정적인 인식이 형성되는 것으로 보인다.

3) 신체에 대한 모욕 및 커뮤니케이션 통제: 플러스 사이즈 인플루언서에 대해 일부 사용자는 엉덩이와 같은 신체 부위나 사이즈를 모욕하는 댓글을 달았다. 인플루언서들은 이러한 반응을 인식하고 있었으며 댓글을 삭제하거나 계정을 차단하고 댓글 비활성화 기능을 이용하여 커뮤니케이션을 통제하고 있다.

4) 긍정적 반응과 피드백 반응을 통한 콘텐츠 제작: 플러스 사이즈 인플루언서에 대한 대부분의 반응은 몸매를 칭찬하면서 동경하는 여성들의 댓글이었다. 사용자들은 이상적인 미에서 벗어난 인플루언서를 보며 동질감을 느끼고, 이상미를 해체하는 모습을 보면서 동경심을 갖고 이들을 선망하고 있었다. 플러스 사이즈 인플루언서들은 이러한 피드백을 토대로 더욱 구체적인 자신들의 라이프스타일과 스타일링법을 제시하는 콘텐츠를 제작하고 있다.

### 3. 결론

다양성이 중요해지는 시점에 플러스 사이즈 인플루언서 콘텐츠와 사용자들의 반응에 대한 본 연구는 바다 포지티브가 전개되는 방향과 사용자들의 인식을 분석했다는 점에서 의미가 있다. 본 연구에서는 다루지 못했으나 연구 대상 선정 과정에서 플러스 사이즈 인플루언서가 몸을 노출하면서 스스로 자신을 성적 대상화한 사례가 많았던바 후속 연구를 통해 이에 대한 고찰이 이루어지길 바란다.

### References

- Jacobson, J. & Harrison, B. (2021). Sustainable fashion social media influencers and content creation calibration. *International Journal of Advertising*, 41(1), 150-177.
- McCracken, A. (2019). *Visibility, transgression, and community: An exploratory study of plus-size fashion YouTubers*. Unpublished doctoral dissertation, Iowa State University, Ames.

---

# 영화 <바비> 신체이미지에 나타난 포스트페미니즘의 기호학적 분석

서재희, 임은혁\*

성균관대학교 의상학과 박사과정, 성균관대학교 의상학과 교수\*

---

## 1. 서론

오늘날 대중문화, 특히 시각 커뮤니케이션 매체인 영화는 시대적 가치관과 문화를 반영하며, 대중에게 영향을 미친다. 영화는 여성의 인권과 평등과 같은 중요한 사회적 메시지를 전달하는 데에 특히 중요한 역할을 한다. 영화에 나타난 여성의 묘사는 기술의 발전과 더불어 변화해 왔으며, 이는 여성을 단순히 남성의 시각적 쾌락의 대상으로 전락시키는 것으로 비판받기도 했다. 1980년대까지 여성은 영화에서 성적인 대상, 희생자, 수동적이고 나약한 존재로 묘사되는 경향이 있었다. 그러나 1990년대 이후 등장한 포스트페미니즘 계열의 영화는 이러한 전통적인 묘사에서 벗어나 여성들이 여성성을 당당하게 과시하는 방향으로 변화했다.

기표와 기의가 사회문화적 관습에 의해 만들어진다는 이론을 주장한 소쉬르는 누구나 공감하는 객관적 의미를 표현하는 기의 표현과 기호내용을 바탕으로 하는 의미 전달 작용을 1차 의미 체계로 보았고, 기표의 직접적 의미에 기초하지만 일반적 기의 이상의 의미가 부여되어 복잡하고 추상적인 다양한 의미를 표현하는 것을 2차 의미 체계로 보았다. 2차 기호 체계는 영화에 나타난 인물, 서사, 장면, 사물을 통해 추상적인 개념과 감정을 전달하여 상징적인 의미를 표현한다. 본 연구에서는 영화 2023년 7월에 개봉한 <바비>에 나타난 인물, 서사, 사물 등의 기표를 바탕으로 2차 기호 체계를 통해 포스트페미니즘적 관점에서 여성성이 어떻게 재현되고 있는지를 기호학적으로 분석하고자 한다.

## 2. 본론

포스트페미니즘 관점에서 패션은 여성의 몸을 표현하고 조작하는 중요한 도구이자 여성성의 자발적 표현의 수단으로 여겨지며, 이를 통해 개인적 권력을 획득하고 사회적 미의 기준에 부응한다. 패션을 단순히 여성을 억압하는 수단으로만 보지 않고 자아 표현의 차원에서 그 가치를 인정한다. 포스트페미니즘의 영향을 받는 영화에서 여성 캐릭터들은 전통적 모습에서 벗어나 수동적인 대상으로만 묘사되지 않으며 다양한 역할을 통해 재현된다. 이러한 영화는 여성의 주체적인 역할과 경험을 강조하는 경향을 보이며 여성의 몸과 정체성의 자유롭고 긍정적인 이미지를 통해 여성의 사회, 문화적 역할의 중요성을 강조한다.

따라서, 영화 <바비>를 중심으로 여성의 몸과 정체성에 대한 포스트페미니즘적 재해석을 기호학적 관점에서 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 영화에서 바비의 전형적인 몸은 전통적 이상미의 기표로 볼 수 있으나 이는 영화 속 현실 세계에서 여성 신체는 상품화와 가부장적 권력의 표현이라는 기의를 내포한다. 여성의 몸에 대한 이상화와 사회적 표준에 대한 비판을 통해 전통적인 여성성의 상징을 재해석한다고 볼 수 있다. 따라서 여성의 신체 편견에 대한 저항과 포스트페미니즘적 다양성과 포용성을 강조한다.

둘째, 영화 속 다양한 인종의 바비의 등장은 백인 중심의 페미니즘에 도전하는 기표로 작용한다. 이는 포스트페미니즘적 교차성과 다양한 정체성의 포용을 나타내는 기의를 가지며 이는 만연한 백인주의의 극복을 상징한다.

셋째, 하이힐은 코르셋과 같이 전통적인 여성 구속의 상징이지만, 영화 내에서 하이힐에 맞춰진 바비의 발이 평발로 변화하는 장면은 기표로서 구속에서 해방되는 여성성의 변화를 나타낸다. 이는 여성의 자율성과 실용성에 대한 강조로, 포스트페미니즘적 관점에서 여성의 선택과 힘을 상징하는 기표로 해석될 수 있다.

### 3. 결론

영화 <바비>에서 여성의 몸은 기본적인 요소로서 캐릭터를 설명하기 위한 주요한 이미지이다. 다양한 바비 캐릭터들은 전통적인 여성성 혹은 구시대적 환상에서 벗어나는 포스트페미니즘적 의미를 반영한다. 영화의 바비는 단순한 장난감이 아닌 성숙한 여성의 신체를 대상화한 이미지이며, 이를 통해 주변의 고정관념과 문화적 코드를 재생산하는 담론의 장소로 작용한다. 또한 <바비>가 여성성에 대한 전통적인 관념을 반영하고 이에 도전하는 의미를 갖는다. 마지막으로, 영화 <바비>에 국한한 본 연구의 한계점에서 벗어나, 여러 영화 속 여성 이미지를 분석하는 후속 연구를 통해 여성 몸의 대상화와 관련된 영화 속 문화적 코드를 포스트페미니즘 시각에서 고찰할 것을 제안한다.

### References

- Ganz, S. (2010). Singled out: Postfeminism's 'New woman' and the dilemma of having it all. *The Journal of Popular Culture*, 43(1), 97-119.
- Radner, H. (2010). *Neo-feminist cinema: Girly films, chick flicks and consumer culture*. New York: Routledge.
- Yim, E. H. (2018). The ambivalence of corset: Post-feminism perspectives. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 20(4), 17-30
- Lee, H. S. (2012). The representation of woman's body in postfeminist cinema: From an object to a subject. *The Journal of Literature and Film*, 13(3), 569-594.

---

# 미드저니(Midjourney)를 활용한 오프꾸뛰르(Haute Couture) 드레스 디자인 개발 방안에 대한 연구

- 명령어(prompt) 분석을 중심으로 -

양의영, 하지수\*

서울대학교 의류학과 박사, 서울대학교 의류학과 교수\*

---

## 1. 서론

최근 패션 업계는 Generative AI(이하 생성형 AI)에 주목하고 있다. 생성형 AI는 비정형 딥러닝 모델과 사용자의 명령어(prompt) 입력을 기반으로 텍스트, 영상, 이미지 등을 만들어내는 인공지능 기술이다. BoF(Business of Fashion)와 McKinsey(2023)가 글로벌 패션 경영진을 대상으로 실시한 2024년 패션 현황(The State of Fashion 2024) 설문 조사에 따르면, 응답자의 73%는 2024년에 생성형 AI가 패션 업계에서 중요한 우선순위가 될 것이라고 답하였다. 패션 업계는 트렌드 예측이나 소비자 경험뿐만 아니라 디자인 분야에서도 생성형 AI의 활용 방안을 적극적으로 모색하고 있다.

최근 생성형 AI로 인해 AI의 기술이 인간의 창작 능력까지 대체하고 있는 실정에서 디자인 개발에 있어 생성형 AI의 효율적인 활용 방안에 대한 연구의 필요성이 제기된다. 생성형 AI의 효율적인 활용은 생성하고자 하는 이미지에 대한 적합한 명령어를 도출하는 것을 바탕으로 한다. 본 연구는 패션 디자인 분야 중 높은 수준의 창작 능력을 필요로 하는 오프꾸뛰르(haute couture)드레스 디자인 개발에 적합한 명령어를 밝히고자한다.

## 2. 본론

### 1) 연구대상 및 연구방법

본 연구는 AI 이미지 생성 도구 중에서 미드저니(Midjourney)를 선정하였다. 미드저니는 생성형 AI 중 이미지 생성을 위해 널리 사용되는 프로그램이다. 간단한 명령어만으로도 이미지 생성이 가능하며 생성된 이미지에 대하여 역으로 명령어를 추출할 수도 있다. 생성된 결과물에 대해 사용자는 명령어를 통해 색상, 질감, 패턴 등 의 요소를 설정할 수 있다. 미드저니는 패션 디자이너를 비롯한 창작 활동을 하는 디자이너에게 도움이 될 수 있는 도구로 활용되고 있으므로 본 연구를 위하여 채택되었다.

미드저니를 활용하여 오프꾸뛰르 드레스 디자인 개발에 활용될 적합한 명령어를 도출하기 위해 다음과 같은 순서로 연구를 진행하였다. 첫째, 미드저니가 제안하는 오프꾸뛰르 드레스를 파악하기 위해 'haute couture dress'를 명령어로 입력한다. 본 연구는 다른 사용자가 이미 생성한 이미지가 아닌 본 연구를 위해 미드저니로 이미지를 새로이 생성하였다. 다른 사용자가 활용한 명령어에 대한 정확한 정보를 파악하기 어렵기 때문이다. 둘째, 생성된 4개의 이미지 중 배경이 복잡한 이미지와 실제 모델이 드레스를 착용한 이미지는 제외한다. 미드저니가 생성한 이미지에 대한 명령어 추출 시 디자인 구성 요소가 아닌 배경이나 인물과 관련된 묘사를 최대한 배제하기 위함이다. 셋째, 앞 선 단계에서 생성된 이미지의 명령어 조합을 추출한다. 미드저니는 '/describe'라는 기능을 사용하여 이미지를 묘

사하는 명령어들을 추출할 수 있다. 이를 활용하여 앞 선 단계에서 취합한 이미지의 명령어들을 추출한다. 본 연구는 이 때 추출된 명령어들을 ‘명령어 조합’이라 명명한다. 미드저니는 하나의 이미지 당 4개의 명령어 조합을 생성한다. 넷째, 추출한 명령어 조합의 구성요소와 각각의 빈도수를 파악한다. 또한 취합된 명령어 조합에 대한 분석을 통해 미드저니 활용에 적합한 구체적인 명령어를 도출한다. 유사 주제의 선행연구를 바탕으로 본 연구는 10개의 이미지를 대상으로 총 40개의 명령어 조합을 분석하였다.

## 2) 연구결과

취합된 명령어 조합을 분석한 결과, 드레스의 디자인 구성 요소들이 모두 명령어로서 포함되지 않아도 미드저니의 재량 하에 디자인된 결과물을 생성하는 것을 확인하였다. 미드저니가 생성한 명령어 조합의 명령어 개수는 평균 19개였다. ‘haute couture’의 빈도수는 6회로 명령어로서 결과물에 의미 있는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 오프쿠뛰르 드레스 디자인을 도출하기 위해서는 명령어, ‘haute couture’보다 드레스의 색상, 디테일, 표면장식, 디자인의 분위기를 표현하는 형용사(e.g. intricate, elegant)가 명령어 조합의 주요한 요소인 것으로 나타났다. 구체적으로, ‘ruffles’, ‘folds’와 같은 드레스의 스커트 디테일에 대한 명령어는 40개의 표본 중 36개에 포함되어 높은 빈도수를 보였다.

디자인 구성요소에 대한 명령어 외에 생성된 이미지에 묘사되는 드레스에 대한 촬영 구도(e.g. front view)나 배경(e.g. plain background)에 대한 명령어도 반드시 입력해야 하는 것으로 나타났다. 또한 드레스의 전체 이미지를 생성하기 위해서는 ‘full body’, ‘full length’ 혹은 이와 유사한 의미를 가진 명령어를 입력해야 한다. 더 나아가 ‘fine detail’, ‘hyper-realistic’,과 같은 형용사나 ‘high resolution’ 혹은 ‘4k’와 같이 구체적인 해상도를 명령어로 추가로 입력했을 때 사실적이고 섬세한 디자인을 도출 할 수 있다. 뿐만 아니라 ‘draping’, ‘casacading’, ‘flowing’ 등과 같이 의복 구성에 따른 옷의 움직임에 대한 명령어를 입력했을 때 생동감있고 정교한 디자인을 구현할 수 있는 것을 확인하였다.

## 3. 결론

생성형 AI 활용의 효율성을 극대화하기 위해서는 디자인에 대한 뚜렷한 방향성이 무엇보다 중요하다. 디자인에 대한 방향성이 뚜렷할수록 의도한 디자인을 도출하기 위해 필요한 명령어를 구체적으로 입력할 수 있기 때문이다.

미드저니는 동일한 명령어에도 상이한 이미지를 생성하기 때문에 사용자가 의도한 이미지를 얻기 위해 우연에 기대어 결과를 도출해야하는 한계점이 존재한다. 따라서 의도한 이미지를 도출하기 위한 적합한 명령어를 파악하기 위해서는 우연적 요소를 배제하기 위한 방법이 필요할 것으로 사료된다. 미드저니는 명령어뿐만 아니라 매개변수(parameter)를 활용하여 결과물을 변형할 수 있다. 본 연구를 확장하여 명령어와 파라미터의 조합에 대한 분석을 후속연구로 제언한다. 본 연구를 기반으로 패션 디자인 분야에서 생성형 AI의 활용 방법 및 명령어에 대한 체계적인 연구와 논의가 지속되기를 기대하는 바이다.

## Reference

BoF-McKinsey. (2023). *The State of Fashion 2024*. BoF-McKinsey.

\*본 논문은 서울대학교 의류학과 BK21 플러스 의류패션 전문 창조 인재 양성 사업팀의 지원으로 수행된 연구임.

---

# 몽골 세대별 지속가능 패션에 대한 인식과 지역별 차이 분석

Galbadrakh Oyunbileg, 서정은\*

가천대학교 의상학과 박사과정, 가천대학교 패션산업학과 부교수\*

---

## 1. 서론

기후 변화, 급속한 경제 및 인구 증가, 소비 및 서비스의 과도한 증가, 천연 자원의 고갈에 따라 미래 인류는 심각한 위협에 직면하고 있다. 2022년 세계은행(The World Bank) 보고서에 따르면 의류에 사용되는 전체 섬유 중 87%는 소각되거나 매립되며, 세계 연간 폐기물 발생은 2020년 22억 4천만 톤 수준에서 2050년에 38억 8천만 톤으로 73% 증가할 것으로 예상하였다. 몽골 통계청 데이터베이스에 따르면 2022년 기준으로 몽골 인구의 절반 1,691,766명이 수도 울란바토르에서 거주한다. 몽골은 도시와 시골에서 발생하는 폐기물의 대부분이 땅속에 매립되어 있으며, 위생적이고 친환경적인 매립장은 아직 전국적으로 확립되어 있지 않았다. 2021년 몽골 폐기물 발생량이 2,814,200톤에 달하여, 10% 미만이 재활용되고 있다. 따라서 우리의 환경과 건강을 위해 땅, 물, 공기를 오염시키지 않고 제품이나 포장재 및 재료를 책임 있게 생산, 소비, 재사용 및 회수함으로써 모든 자원을 보존하는 것이 중요하다. 2015년 제70차 유엔 총회(United Nations General Assembly)에서 채택한 ‘2030 지속가능 발전 목표(Sustainable Development Goals)’는 2016년 1월 1일 전 세계적으로 공식화 되었으며, 몽골은 2016년 2월 국회에서 이러한 목표들을 공식적으로 승인함으로써, 지속 가능한 발전을 위한 국제적 노력에 동참하였다. 지속가능 패션은 리사이클 원단을 사용한 패션, 업사이클링 패션, 빈티지 패션, 오가닉 패션, 동물 보호를 위한 비건 패션, 재단부터 폐기물을 최소화할 수 있는 제로 웨이스트 패션, 환경보호와 공정무역을 통해 환경적, 사회적으로 공정성을 반영한 패션을 포함한다(Heo, 2024). 울란바토르 시내 중고품 매장에서 20대 소비자 행동에 관한 연구는 중고품을 구입하는 것이 천연자원을 절약하고 오염을 줄이는 데 도움이 될 뿐만 아니라 환경을 개선하는 데 도움이 된다는 믿음을 포함하여 지속 가능한 소비에 대한 긍정적인 태도를 확인하였다(Mandkhai, 2022). 또한 국내에서는 고비(Gobi), 고열(Goyol), 앤나 캐시미어(Anna cashmere) 등 지속 가능 캐시미어 브랜드들이 있고, 해외 브랜드는 2019년 이태리의 콘테사(Kontessa), 2022년 영국의 슈퍼드라이(Superdry)가 몽골의 진출하면서 지속가능한 패션 브랜드가 증가하는 만큼 지속가능 패션에 대한 관심과 소비가 증가하고 있다. 본 연구에서는 몽골 젊은 층의 지속가능 패션에 대한 의식과 실천 현황 파악에 대한 필요성을 확장하여 주요 세대별(Z, M, X) 인식과 실천 현황 및 지역별 차이를 분석해 보고자 한다.

## 2. 연구 방법 및 연구 내용

연구의 자료 수집을 위해 세대별로 몽골의 다양한 지역에서 대도시(Ulaanbaatar; Erdenet)

거주자, 시골(Uvurkhangai, Khujirt sum; Tuv, Bayan sum) 거주자 50/50 비율로 몽골 Z세대(15~29세) 150명, M세대(30~45세) 150명, X세대(46~60세) 150명 총 450명 대상으로 설문조사를 실시하였다. 본 조사는 비대면으로 구글폼(Google Form)을 통해 2024년 4월 약 2주간에 걸쳐 이루어졌다. 연구대상 선정은 1차로 연구자의 지인 중 온 연구의 연령별 조건에 속하는 대상자를 편의표본 추출법으로 20명을 모집하였고, 표집 확대를 위해 연구 대상의 연령별 조건을 갖춘 지인을 추천받는 눈덩이 표집방법을 실시하였다. 총 450부의 설문 중 무응답 또는 불충분한 응답을 제외한 370부의 완성된 설문이 분석에 사용하였다. 본 연구에는 대한민국의 트렌드 전망 분석 기관인 패션넷(fashion.net) 홈페이지에서 2024년 2월 06일부터 4월 18일까지 특집 기사로 진행된 지속가능 패션 제품 인식에 관한 조사, 방식, 내용, 결과를 참고하여 설문지를 구성하였다. 설문 내용에서는 연구 참여자들의 연령, 성별, 직업, 지속가능 패션의 이해도, 지속가능 패션의 구매경험, 지속가능 패션의 실천의지, 구매의지 등에 대해 질의하였다.

### 3. 결론

본 연구에서는 몽골 세대별을 지속가능 패션에 대한 인식, 실천현황과 차이를 분석하고 지역에 따른 차이도 분석하였다. 연구 결과, 지속가능 패션에 대한 인식이 Z세대와 M세대 간에 차이가 크지 않았다. Z세대와 M세대에 비해 X세대의 지속가능 패션에 대한 인식이 낮았지만 대도시거주 X세대가 시골에 거주하는 X세대보다는 긍정적으로 나타났다. 그러나 실천면에서는 도시에 거주하는 M세대와 X세대에 비해 시골에 거주하는 M세대, X세대는 불필요한 의류 구매를 하지 않거나, 제품을 오래 쓰기, 수선해서 쓰기 등 지속가능 패션에서 긍정적인 실천이 있는 것으로 나타났다. 또한 패션 시장 규모, 빠른 정보 교환 등으로 도시에 거주 하는 M, Z세대들은 지속가능 패션 제품 생산, 소재, 품질에 대해 인식이 높았다. 한편 소비측면에서는 아직 몽골 국내 지속가능 패션 브랜드가 희소하고, 캐시미어 제품에 제한되어 있기에 앞으로 다양한 실천 방식을 통한 상품 개발이 필요한 것으로 나타났다.

### Reference

- Eunju Heo, & Heejeong Han. (2024). Qualitative study on consumer awareness based on purchasing experience of sustainable fashion products. *Basic Plastic Studies*, 25(1), 459-473.
- Maralgoo (2021). The influence of the sustainable development ideals of Ulaanbaatar youth on clothing purchasing decisions.
- Mandkhai (2022). A survey of customers' behavior in thrift shops in Ulaanbaatar.  
<https://earth.org/fast-fashion-companies/>  
<https://www.fashionnet.or.kr/marketing-and-retail/market-and-retail-trends/>  
<https://www.en.nso.mn/>  
<https://www.worldbank.org/en/topic/urbandevelopment/brief/solid-waste-management>

---

# 패턴 구성요소 분석을 활용한 해너복의 특징 분석

## - 3D 어패럴 캐드 시스템 활용 -

후수, 제수연, 유춘휘, 엄란이\*

제주대학교 패션의류학과\*

---

### 1. 서론

해너는 무자맥질하여 해산물을 채취하는 물질을 하는 여성이다(Jang, 2011). 현재의 해너는 장시간 물질이 가능하도록 고무옷이라고 하는 해너복을 착용한다(Park, 2015). 이에 해너복은 해너 문화에서 중요한 요인이라고 할 수 있다. 하지만 최근 의류 분야에서 해너복 관련 연구가 활발하게 수행되고 있지는 않다. 한편 디지털 의류기술이 활성화되면서 이제는 3D 어패럴 캐드 시스템을 활용한 의류 연구가 많이 수행되고 있는 추세이다. 이에 어패럴 캐드 시스템으로 해너복 관련 연구를 수행한다면, 해너 문화와 관련된 기초 자료를 마련하여 다양한 연구로 활용할 수 있을 것이다. 따라서 본 연구에서는 3D 어패럴 캐드 시스템으로 해너복의 패턴 구성요소를 분석하고, 특징을 도출하고자 한다.

### 2. 연구방법

해너복을 제작하는 네 개의 업체에서 중 사이즈의 해너복을 수집하였다. 그리고 이를 분해하여 디지털화한 후 dxf (Drawing exchange format) 파일로 패턴을 저장하여, CLO ((주) 클로버추얼패션) 소프트웨어로 패턴 형태와 치수를 분석하였다.

### 3. 연구결과

첫째, 해너복의 패턴 형태를 분석한 결과는 다음과 같았다. 상의에서 몸판 패턴은 앞과 뒤가 다른 구성으로 이루어졌다. 앞은 라운드 네크라인 패턴과 칼라 패턴이 별개로 구성되었으며, 뒤는 하이 네크라인에 목뒤에는 다트가 있는 하나의 패턴이었다. 뒤판의 밑단에는 살바대 패턴이 있는 것이 특징이었다. 소매는 셋-인 슬리브 패턴이었다. 하의는 하이리츠 바지로 앞과 뒤가 분리되지 않은 하나의 패턴으로 이루어졌으며, 무릎 뒤에는 다트가 있었다. 또한 살 부위에는 다이아몬드 모양의 무 패턴이 설계되어 있는 것이 특징이었다. 개구부인 목, 손목, 발목 부위에는 커프 패턴이 설계되어 있었다. 둘째, 해너복의 패턴 치수를 분석한 결과는 다음과 같았다. 상의에서 앞 가슴너비는  $44.5 \pm 0.3\text{cm}$ , 뒤 가슴너비는  $44.8 \pm 1.1\text{cm}$ , 앞 밑단너비는  $39.9 \pm 2.5\text{cm}$ , 뒤 밑단너비는  $41.2 \pm 1.3\text{cm}$ 로 나타났는데, 앞판보다 뒤판이 더 크게 설계된 형태였다. 밑단이 가슴선보다 작은 것은 물질 작업 중 물이 옷 안으로 들어가지 않도록 하기 위함이라고 사료되었다. 소매(통)너비는  $14.4 \pm 0.9\text{cm}$ , 소매부리너비는  $7.5 \pm 0.4\text{cm}$ 로 나타났다. 하의에서 허리너비는  $35.3 \pm 2.1\text{cm}$ , 엉덩이너비는  $43.7 \pm 0.4\text{cm}$ , 바지부리너비는  $9.3 \pm 0.3\text{cm}$ 로 나타났고, 바지길이는  $113.3 \pm 2.9\text{cm}$ , 안술기길이는  $62.0 \pm 1.4\text{cm}$



로 나타났다. 상의 목뒤 다트양과 다트길이는 각각  $1.0\pm 1.7\text{cm}$ ,  $10.3\pm 0.8\text{cm}$ , 하의 무릎뒤 다트양과 다트길이는 각각  $1.6\pm 0.4\text{cm}$ ,  $14.3\pm 0.9\text{cm}$ 로 나타났다. 물질 동작 시 목과 무릎을 구부리는 각도를 고려하여 다트양과 길이가 설계되었음을 알 수 있었다.

#### 4. 결론

본 연구에서는 해너복의 패턴 구성 요소를 분석하여 해너 문화와 관련된 기초 자료를 마련하였다. 이를 기반으로 디지털 패션 콘텐츠를 개발하여 복식 교육으로 활용할 수 있을 것으로 기대되며, 더 나아가 해너복 설계와 제작을 위한 연구에서도 다양하게 활용할 수 있을 것으로 생각된다.

#### Reference

- Jang, H. I. (2011). Jeju Haenyeos transnational nomadic subject crossing the seas, *Comparative Korean Studies*, 19(1), 195-221.
- Park, J. (2015). A study on changes in fishing method of 'Haenye' in the southwestern sea of Korea, *Journal of the Island Culture*, (46), 119-146.

---

# 귀여움 종류에 따른 이모티콘 개발

## - 익살스런 귀여움을 적용한 캐릭터 브랜드를 중심으로 -

윤채린, 염미선\*

성신여자대학교 의류학과 석사과정, 성신여자대학교 의류산업학과 부교수\*

---

### 1. 서론

최근 채팅 어플리케이션과 화상회의 시스템을 포함하는 모바일 서비스의 혁신적인 발전은 사회 전반의 비대면 의사소통 방식의 증가를 촉진하였다. 이러한 변화는 스마트 기기에 익숙한 MZ세대를 중심으로 전화 통화를 기피하는 ‘콜 포비아’ 현상의 출현을 동반하였으며, 이는 문자나 SNS를 통한 소통방식의 증가를 불러왔다. 이처럼 비대면 의사소통이 늘어나는 가운데, 이모티콘은 문자로 전달하기 어려운 미묘한 감정을 시각적으로 전달하여 감정 전달의 한계를 보완하고 효과적인 의사소통을 지원하는 역할을 하고 있다. 실제로 국내 모바일 메신저 앱 중에서 가장 많은 사용률을 차지하고 있는 카카오톡(kakaocorp.com)에서 밝힌 2023년 월평균 이모티콘 사용자 수는 4,800만 명으로, 국민의 절반 이상이 텍스트를 대신하여 이모티콘으로 대화를 주고받고 있음을 알 수 있다. 그중 많은 수의 이모티콘이 귀여운 스타일로 큰 인기를 끌고 있으며, O(2020)의 연구에 따르면 2020년 카카오톡 인기 이모티콘 120순위 안에 사용된 스타일과 태그 빈도수 분석한 결과 1위는 33% ‘귀여움’, 2위는 28.65% ‘동물’, 3위는 17.3% ‘재밌는’으로, 2017년부터의 이모티콘 순위를 봤을 때, 귀여움이 계속해서 1위로 나타나 귀여움과 관련하여 재미도 소비자들의 선호도에 큰 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 이와 관련한 선행연구를 살펴본 결과, 현재까지 캐릭터와 관련한 귀여움에 관한 디자인 및 소비자 인식 관련 연구는 진행되었지만, 이모티콘의 귀여움 유형에 관한 구체적인 기준과 자료를 제시하는 연구는 부족한 것을 알 수 있었다. 이에 따라 본 연구에서는 Nenkov & Scott(2014)의 재미와 귀여움이 합쳐진 ‘익살스런 귀여움’ 이론을 바탕으로, 소비자들의 선호도를 높이는 재미와 귀여움이 결합된 이모티콘 캐릭터를 개발하는 데 연구의 목적이 있다.

### 2. 연구내용 및 방법

본 연구는 선행연구 고찰 및 전문 서적, 온라인 자료 등을 통해 이모티콘의 개념 및 특성, 표현 유형에 대하여 살펴보고, 귀여움의 개념과 정의에 대하여 고찰한다. 또한 동물 행동학자인 Lorenz(1943)의 연약한 귀여움 이론과 Nenkov & Scott(2014)의 연구에서 제시된 익살스런 귀여움 이론을 바탕으로 귀여움의 유형을 분류 및 분석하며, 이를 바탕으로 2024년 2월 28일 기준 카카오톡 이모티콘 샵 상위 100위 내의 ‘귀여움’ 유형에 해당하는 이모티콘 중 꾸준한 인기를 얻어 시리즈로 출시된 49가지 캐릭터 이모티콘 총 541개의 ‘귀여움’ 특성에 대하여 분석한다. 마지막으로 분석을 통해 도출한 귀여움 유형 6가지를 활용하여 이모티콘 디자인 총 24개를 개발하며, 이때 디자인 개발은 Procreate ver. 5. 3.

7을 활용하고, 개발한 이모티콘을 패션 제품에 적용하여 이모티콘의 다양한 활용방안을 제안한다.

### 3. 결론

귀여움 이론을 처음으로 제시한 동물 행동학자 Lorenz(1943)의 연구에 따르면 성인의 두상으로 변형되기 전의 둥근 두상과 넓은 이마, 큰 눈, 작은 턱 등의 얼굴 특징은 귀여움을 유발하고, 유아의 연약함과 사랑스러움의 감정을 느끼게 되어 긍정적인 정서를 느낀다고 하였다. 또한 Nenkov & Scott (2014)의 연구에서 정의한 익살스런 귀여움은 대상물이 주는 양증맞음이나 사랑스러움이 사람들에게 재미를 촉발하는 감정으로 정의하면서 이것이 소비자들의 쾌락적 구매 의도를 증가시킨다고 하였으며, 이를 바탕으로 분석한 카카오 톡 이모티콘의 익살스런 귀여움 유형은 다음과 같이 나타났다. 첫째, 말장난을 통한 재미는 언어유희를 그림과 말로 표현한 형태로, 이는 ‘가지가지 한다’에서 채소 가지를 그려 넣거나 ‘말 잘 들을게요’에서 동물 말을 손에 들고 있는 등의 유형으로 나타났다. 둘째, 귀여운 것과 대비되는 것을 합친 재미로는 귀여움과 상반되는 근육질 몸매나 다소 폭력적이거나 사나운 행동, 표정을 귀여운 캐릭터에 합치는 유형으로 나타났다. 셋째, 과장된 신체의 변형을 통한 재미는 캐릭터 신체의 일부를 과장되게 늘리거나 키우는 등 다양한 변형과 과장을 통한 유형으로 나타났다. 넷째, 웃긴 포즈나 표정을 통한 재미는 캐릭터의 움직임이나 표정을 익살스럽게 표현하는 유형으로 나타났다. 다섯째, 장식 요소를 통한 재미는 캐릭터에 다양한 소품이나 코스튬 말풍선 등을 추가하는 등의 유형으로 나타났다. 마지막으로 분명한 특정 타겟을 대상으로 한 공감의 재미는 제목에 ‘회사원 000’ 등 정확한 타겟을 대상으로 한 이모티콘으로 특정 유형의 사람들이 공감될 수 있는 상황을 이모티콘에 반영한 유형으로 나타났다. 본 연구에서는 이와 같은 분석 결과를 바탕으로, 이모티콘의 익살스런 귀여움의 유형 중 ‘귀여운 것과 대비되는 것을 합친 재미’, ‘웃긴 포즈나 표정을 통한 재미’, ‘장식 요소를 통한 재미’의 요소를 활용한 이모티콘 디자인 총 24개를 개발하고, 이를 적용한 패션 제품 디자인을 제안하였다. 이에 본 연구는 귀여움 유형에 관한 구체적인 기준을 제시하고, 귀여움과 관련한 다양한 사례분석을 바탕으로 한 캐릭터 이모티콘을 개발하여 이를 티셔츠, 가방, 핸드폰 케이스와 같은 패션 제품에 대한 활용방안을 제시하였다는 점에서 연구의 의의가 있다.

### Reference

- O, E. S. (2021). Analyzing Design Trends of KakaoTalk's Popular Emoticons Based on the Overall Ranking ('All') in 2020. *Korea Institute of Design Research Society, 2021. 6*(4), 19-28.
- Nenkov G. & Scott M. (2014). "So Cute I Could Eat It Up": Priming Effects of Cute Products on Indulgent Consumption. *Journal of Consumer Research, 2014. 41*(2), 326-341.
- Lorenz, K. 1943. Die angeborenen Formen möglicher Erfahrung. *Zeitschrift für Tierpsychologie, 2010. 5*(2), 235-409. doi:10.1111/j.1439-0310.1943.tb00655.x
- 카카오 이모티콘(2024, Jan 9). Kakao. Retrieved April 22, 2024, from <https://www.kakaocorp.com/page/detail/10813>

---

# 피트니스 활동 용도의 폴 웨어(pole wear)의 미적 특성

유해민, 전재훈\*

서울대학교 의류학과 박사수료, 서울대학교 의류학과 부교수\*

---

## 1. 서론

최근 폴 댄스는 20~30대 여성을 중심으로 트렌디한 피트니스 활동으로 주목을 받고 있다. 한국폴스포츠협회에 등록된 스튜디오는 현재 452개로 지난 3년간 상승한 폴 댄스의 인기를 반증하고 있다. 일반적으로 쓰이고 있는 ‘폴 댄스’라는 단어는 기계체조로써 체계적인 정립을 시도하기 위해 정의되는 용어인 ‘폴 스포츠(pole sports)’와 ‘에어리얼 후프(aerial hoop)’를 포함하며 하이힐을 신고 수행하는 ‘이그조틱 폴 댄스(exotic pole dance)’를 광범위하게 지칭한다. 이 모든 폴 댄스 종목을 향유하는 사람을 폴러(poler)라고 부르고 있다(Kim & Kwon, 2021). 폴 댄스의 기술은 금속과 피부간의 마찰을 이용하기 때문에 팔과 다리 그리고 허리 부분의 노출이 필요하다. 일반적으로 폴러의 움직임과 기능에 특화하여 디자인된 의상은 폴 웨어라고 명명한다. 한국폴스포츠협회는 폴 스포츠 공식 종목에 대하여 의상에 대한 가이드를 엄격하게 제시하고 있다. 폴 스포츠의 경우 여성의 가슴은 보이지 않아야 하며, 엉덩이 라인이 보이거나 장식이 떨어지는 경우는 감점의 대상이된다. 음악과 안무에 따라 창의적이고 섹슈얼한 표현이 비교적 자유로운 이그조틱 폴 댄스 종목의 경우에도 대회에 따라 착장 기준은 다양하다. 따라서 본 연구는 일상적인 피트니스 활동 용도의 폴 웨어의 사례를 연구범위로 선정하고, 구글 검색에서 국내외 상위 검색어를 차지하는 100개의 폴웨어 브랜드의 사진 자료를 수집하여 사례분석을 실시하였다. 색상, 소재, 구성 등의 조형 요소의 상호유사성을 기반으로 자료를 유형화하고, 이를 통해 피트니스 활동 용도의 폴 웨어의 미적 특성을 규명하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

폴 댄스는 수직으로 설치된 금속의 기둥에 매달려 회전 및 공중 기술을 수행하는 스포츠로 고도의 유연성과 근력을 동시에 필요로 한다. 폴 댄스의 유래는 기원전 2세기에서 기원후 1세기 사이 탄생한 인도의 말라캄(mallakhamb)로 추정되는데 두꺼운 나무로 만든 폴로 체조 동작을 훈련하는 운동이다. 20세기에 폴 댄스는 여성 스트리퍼 문화와 연관되어 부정적 인식을 얻었지만, 2000년대 초반 미국을 시작으로 폴 스튜디오가 개업하면서 여성에게 힘을 실어주고 섹슈얼리티를 자유롭게 표현하면서도 신체적 건강의 증진을 얻을 수 있는 피트니스 활동 및 스포츠로 변모하였다(Kim & Kwon, 2021). 폴러는 기술 수행을 위해 드러나는 관능적인 몸을 통해 자신감을 가진다. 피트니스 활동 용도의 폴 웨어는 국내외 여러 브랜드를 찾을 수 있다. 일반적으로 소매가 없는 스판덱스 상의와 쇼츠로 구성되어 있지만 기술이나 프로그램 구성에 따라 모노키니를 착용하기도 한다. 공중에 매달린 금속의 후프를 이용하여 기술을 수행하는 에어리얼 후프 종목에서는 전신 타이즈나 레

깅스를 착용한다. 마지막으로 이그조틱 폴 종목은 안무나 컨셉에 따라 의상이 다르고 하이힐 착용이 필수이며 무릎을 보호하기 위해 니패드(knee pads)를 착용한다.

### 3. 연구 결과 및 논의

피트니스 활동 용도의 폴 웨어의 대부분 브랜드에서는 신축성과 흡윤기능이 있는 스판덱스 소재의 브라탑과 쇼츠의 베이직한 구성의 상품을 선보이고 있었다. 이러한 폴 웨어의 미적 특성은 첫째 노출성으로 팔, 다리, 손 등의 신체 부위를 상하의 분리나 절개의 기법을 통해 노출 시켜 피부와 금속 간의 밀착을 도왔다. 다만 피부 노출을 이용하지 않을 경우 마찰력을 높이기 위해 폴리우레탄이 표면에 코팅된 원단 소재를 다양하게 활용했다. ‘Super fly honey’는 끈적한 표면을 가진 긴 기장의 레깅스를 생산하며 같은 상품군은 ‘Oksa’, ‘Poledancerka’ 등의 브랜드에서도 찾아볼 수 있었다. 두 번째 특성으로는 관능성을 들 수 있다. 다양한 브랜드에서 가터 벨트나 스트랩을 통해 관능적인 란제리 속옷의 조형적 요소를 활용하여 스포츠웨어 구현했다. ‘CXIX’, ‘Tatiana’, ‘Fanna’ 등의 브랜드에서 스포츠 원단으로 만든 가터벨트 일치형 쇼츠를 선보였는데 이는 기능보다는 관능미를 위한 미적 조형으로 판단된다. 더불어 반투명 메쉬 소재를 활용하여 누디티(nudity)를 관능적으로 표현하기도 하였다. 마지막 세 번째 특성으로는 관능성과 대조적으로 클래식 발레복을 폴 웨어로 재해석한 가벼움(lightness)이 나타났다. 발레에서 사용하는 툴(tulle)을 재해석하여 커버업을 만드는 디자인 전략은 특히 ‘르니끄’, ‘햇한’, ‘술블랑’ 등의 국내 브랜드에서 나타났다. 가벼운 메쉬나 망사 원단, 레이스 소재를 기반으로 밝은 파스텔 톤 컬러를 사용하여 발레 무드를 가진 폴 웨어를 선보이고 있다. 이러한 제품은 폴 댄스의 관능성을 상대적으로 적게 표현하고 피트니스와 무용 활동으로써 폴 댄스를 강조하고 싶어하는 폴러들의 선택을 받고 있는데, 상대적으로 관능성 대해 보수적인 입장을 취하는 국내 대중 인식의 반증으로도 볼 수 있다.

### 4. 결론

본 연구는 폴 웨어의 미적 특성을 노출성, 관능성, 가벼움으로 세 가지로 제시했다. 폴 웨어는 피트니스 용도로써 활동적인 기능에 도움을 주는 조형 구성을 가지면서 동시에 노출성을 가지고 있었다. 이는 기술 수행을 위해 필수적이기 때문에 폴 웨어만의 특성으로도 볼 수 있다. 또한 상대적으로 관능성은 해외 브랜드에서, 가벼움은 국내 브랜드에서 자주 나타났는데 ‘관능성과 피트니스의 결합’이라는 폴 댄스의 특성이 문화권에 따라 다르게 수용된다는 점을 알 수 있었다. 도출된 연구 결과는 특정 피트니스 문화의 수용이 패션에 확연히 나타난다는 점을 암시하며, 다양한 문화권에서 나타나는 몸과 패션 현상에 대한 후속연구를 제언하는 바이다.

### Reference

- Kim, Y., & Kwon, S. Y. (2021). “Before I am biologically male, I am me”: exploring gender identity of South Korean male exotic polers. *International Review for the Sociology of Sport*, 56(7), 1035-1050.

---

# 럭셔리 패션 브랜드 키즈웨어의 디자인 특성에 관한 연구

이서희, 조윤수\*

이화여자대학교 디자인대학원 패션디자인전공 석사과정,

이화여자대학교 디자인대학원 패션디자인전공 강사\*

---

## 1. 서론

올해 이분기 집계출산율이 0.7명을 기록한데 이어 집계출산율 감소 추세는 지속될 것이라는 전망이 나온다. 출산율 감소 추세는 이어지지만 아이 한명의 양육을 위한 소비를 할 주머니가 10개 있다는 ‘텐포켓(Ten pocket)’, ‘VIB(Very Important Baby)’, ‘VIK(Very important Kids)’ 등의 신조어가 등장하면서 유아동은 패션업계에서 귀한 손님이 되었다. 한국섬유산업연합회에 따르면 2022년 국내 유아동복시장 규모는 1조 2016억원으로 2년전보다 31.3%나 커졌다. 이러한 성장에 따라 백화점에서도 럭셔리 패션 브랜드들의 키즈 라인을 새로이 입점시키고 아동전문관을 새단장시키며 다수의 럭셔리 패션브랜드 키즈웨어를 선보이고 있다. 이에 본 연구에서는 럭셔리 패션 브랜드의 키즈웨어에 나타난 새로운 디자인을 분석하여 그 특징을 정립하는 데 있다. 연구의 대상은 럭셔리 패션 브랜드 키즈웨어의 디자인 사례이다. 럭셔리 패션 브랜드는 포비스(Fobes)에 2024년 ‘Top 10’에 랭킹된 럭셔리 브랜드를 선별하여 조사하였다. 연구의 내용 및 방법은 첫째, 기존의 럭셔리 패션 브랜드 키즈웨어의 디자인 특성을 선행연구를 통해 분석한다. 둘째, 2010년 이후부터 현재까지의 럭셔리 패션 브랜드의 키즈웨어를 사례 분석한다. 셋째, 기존과 다르게 표현된 럭셔리 패션 브랜드의 키즈웨어의 디자인 특성을 정립한다.

## 2. 럭셔리 패션 브랜드 키즈웨어의 디자인 특성

### 2.1 패밀리룩 디자인

최근의 럭셔리 키즈 컬렉션에서는 부모가 선호하는 브랜드를 아이와 함께 입는 패밀리룩 디자인이 유행하고 있다. 패밀리룩은 부모들이 자녀에게 자신과 같은 옷을 입히고 싶은 심리와 아이들이 어른의 패션을 모방하고 싶어하는 심리를 동시에 잘 반영한 것이라고 할 수 있다. 기존 컬렉션은 주로 고채도 컬러와 동화적 디자인으로 구성되었지만 최근 컬렉션에서는 여성복 라인의 축소판으로 디자인된 사례가 증가하고 있다. 2024년 베이비 디올(Baby Dior) 가을/겨울 컬렉션의 롱 스커트는 2024년 디올(Dior) 가을/겨울 여성복 컬렉션의 롱 스커트와 유사한 디자인으로 등장하였다. 같은 시즌 베이비 디올의 플레어드레스는 디올 하우스의 트왈드주이(Toile de Jouy) 패턴을 모티브로 제작하여 패밀리룩 디자인을 선보이고 있다. 2024년 끌로에(Chloe) 키즈 봄/여름 컬렉션에서는 2023년 봄/여름 여성복 컬렉션에서 영감을 얻은 여성복의 미니미룩인 여아용 수트 재킷이 등장하였다. 이와 같이 럭셔리 패션 브랜드 키즈웨어에서 패밀리룩 디자인을 선보이고 있다.

## 2.2 로고 디자인 패턴

기존의 키즈라인은 아이들의 심리적 감성을 표현하고 호기심을 자극하는 패턴과 컬러를 지닌 디자인이 다수였으나 현재 럭셔리 브랜드의 키즈라인에서는 브랜드 파워를 상징하는 로고 디자인이 다수 눈에 띄고 있다. 2017년 디올 키즈 봄/여름 컬렉션에서 오블리크(Oblique) 패턴이 처음 선보여진 이래 디올의 키즈라인에서는 오블리크 패턴을 사용한 의상, 슈즈, 백 등 다양한 아이템이 등장하고 있다. 또한 2024년 구찌 (Gucci) 키즈 봄/여름 컬렉션에서는 브랜드의 상징인 홀스빗(Horsebit) 패턴의 플랫폼슈와 더블지(GG) 로고 디자인의 의상, 백, 모자, 머플러, 벨트 등 여러 아이템이 출시되었다. 이와 같이 키즈웨어에서도 로고 모티브의 패턴과 엠블럼 디자인을 통해 브랜드의 정체성을 표현하고 있다.

## 2.3 새로운 아이템의 등장

여성복 컬렉션의 전유물이었던 핸드백과 향수, 네일 등의 뷰티 아이템들이 럭셔리 브랜드 키즈 컬렉션에 나타나고 있다. 2024년 돌체앤가바나(Dolce & Gabbana) 키즈 봄/여름 컬렉션에서는 여성복 컬렉션의 대표적인 핸드백 라인 중 하나인 시실리백(Sicily Bag)의 미니 사이즈를 다양한 컬러로 키즈라인에 출시하였다. 또한 2023년 베이비디올 가을/겨울 컬렉션에서는 퍼퓸 디렉터인 프란시스 커징(Francis Kurkdjian)이 베이비 디올의 본느에뚜왈(Bonne Etoile)을 출시하였다. 본느에뚜왈은 기존 향수와 달리 에탄올을 함유하지 않고, 98%의 자연유래성분으로 제작되어 신생아도 사용할 수 있는 순한 포뮬러로 알려져 있다.

## 3. 결론

본 연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 럭셔리 패션 브랜드 키즈웨어 산업이 유아동복 시장과 함께 변화를 거듭하고 확대되고 있다. 럭셔리 패션 브랜드 키즈라인에 패밀리룩 디자인이 등장함에 따라 브랜드 내 다양한 아이템을 통해 가족의 일체감과 패션 이미지를 연계하여 표현할 수 있게 되었다.

둘째, 기존의 키즈웨어에 사용하지 않았던 로고 디자인 패턴을 사용함에 따라 키즈라인에서도 브랜드의 정체성과 스토리를 표현할 수 있게 되었다.

셋째, 키즈라인에서 여성복 컬렉션의 특징적인 아이템이었던 핸드백, 뷰티 아이템을 출시함에 따라 브랜드의 제품라인을 확대시켰을 뿐만 아니라 키즈라인 제품의 발전과 다양성을 보여주었다.

본 연구는 럭셔리 패션 브랜드의 키즈웨어를 분석하여 키즈웨어 디자인을 재조명하고 새롭게 나타난 디자인 특성을 정립한 데 의의가 있다. 향후 키즈웨어에 대한 지속적인 연구가 진행되어 키즈웨어 브랜드와 디자인을 기획하는 데 있어 다양한 디자인과 아이템이 계획되기를 기대한다.

## Reference

- Kong, M. R. (2012). The Design Characteristics of Modern Children's Clothes: Focus on Children's Clothes for Girls From The 2006S/S-2010S/S Collections. *Fashion & Textile Research Journal*. 14(3), 347-362.

---

# 생성형 인공지능을 활용한 패션컬렉션 발상자료 제작 연구

이성훈, 하지수\*

서울대학교 의류학과 석사과정, 서울대학교 의류학과 교수\*

---

## 1. 서론

생성형 인공지능(Generative AI)은 여러 분야에서 활용되고 있다. 패션디자인 분야도 예외가 아니다. 뉴욕 기반의 디자이너 브랜드인 Collina Strada는 SS24 컬렉션을 발표하면서 디자인 작업에 AI를 적극 활용했다고 밝히기도 했다(Celestin, 2023). 그러나 AI를 사용하여 디자인 결과물을 만들어 내는 것에는 저작권 측면에서 아직 해결되지 못한 문제들이 있다. 우선, 주요 그래픽 생성 AI들은 그래픽을 생성하기 위해 기존에 존재하는 이미지들을 학습하는 방식으로 알고리즘이 작동하기 때문에 생성된 결과물이 표절로 판명될 가능성이 높다. 또한 생성된 디자인에 대한 저작권을 행사하기도 어렵다. 미국 저작권청은 AI가 생성한 이미지에 대한 저작권 보호를 거부했고(Brittain, B., 2023) 한국 문화체육관광부의 AI 가이드 라인에서도 원칙적으로 AI 생성물은 저작물로 인정하지 않는다. 한편 디자인 인공지능 연구소(AidLab)의 대표인 C. Wong이 기술은 디자이너의 창의성을 대체할 수 없을 것이고 AI의 역할은 디자이너의 영감을 촉진시키는 것이라는 생각을 밝히기도 했다(Kim, 2023). 이렇듯 창의성을 증진시키기 위한 도구로서의 AI에 대한 공감대가 있고, AI가 제작한 작업들을 재배포하거나 적극적으로 재가공한 경우에 대해서는 저작권이 인정되는 사례도 있기 때문에, 디자인 작업의 최종 결과물보다는 그 중간 과정에 AI를 효율적으로 활용하는 방법을 연구할 필요성이 대두된다. 따라서 본 연구에서는 AI에게 브랜드 정체성을 학습시킨 후 이를 이용하여 새로운 컬렉션을 위한 발상자료를 개발해보고, 그 과정과 결과에 있어서 기존 방식과의 유사점 및 차이점을 논하고자 한다.

## 2. 본론

본 연구는 AI에게 디자이너의 정체성을 먼저 학습 시킨 후, 그것을 기반으로 무드보드를 생성해 기존 방식으로 제작된 무드보드와의 유사점과 차이점을 비교하는 방식으로 진행되었다. AI 서비스는 OpenAI사의 ChatGPT의 4.0 버전을 활용하였다. 이 서비스는 우수한 논리 추론 능력을 갖춘 것으로 평가 받으며 이미지 생성에 있어서 시드값을 적극 활용할 수 있다는 특징이 있다. 여기서 시드값이란 난수 생성기의 초기 숫자로서, 해당 주제를 가진 이미지의 생성 가이드라인이 된다. 이 값을 고정하는 것으로서 사용자는 본인이 의도한 프레임워크 내에서 시각적 일관성을 지닌 창의적 탐구를 할 수 있다.

우선, 연구자가 기존에 진행했던 작업들을 이미지와 글로써 AI에게 학습시켰고 AI는 브랜드에 대해 다음과 같이 정의하였다: “원색 계열 중 특히 강렬한 주황색을 포인트 컬러로 선호합니다. 스마일 이모티콘과 뿔려 있는 하트와 같은 독특한 시그니처 요소를 통



해 제품을 독특하게 만들어줍니다. 20대 중반에서 40대의 도시적 라이프스타일을 가진 여성들을 주요 타겟으로 하며, 브랜드의 디자인 철학은 진중함과 유머감각의 조화에 기반합니다. 이 브랜드는 익숙한 디자인 요소에도 유머와 위트를 더하여 새로운 감각을 제안하고, 블랙 컬러의 사용은 최소화하여 그 특징을 더욱 돋보이게 합니다.” 이 정의를 기반으로 SS24 컨셉 키워드를 요청하였고, “Vintage Circus”라는 응답을 받을 수 있었다. 이어서 발상자료 제작을 위한 기초 이미지를 선정하기 위해 여러 명령어들을 입력했고, 그 중 “화이트 셔츠 드레스를 입은 여성이 진행하는 후드와 청바지의 Vintage Circus”라는 명령어의 결과물이 연구자의 기존 작업과 유사성이 있다고 판단되었다. 해당 이미지의 시드값인 617810611을 기반으로 5개의 무드보드를 생성하였고, 연구자가 기존에 사용하던 제작 방식과의 비교를 진행하였다. 그 결과물들은 작업할 룩의 실루엣이나 사용할 컬러 위주로 편성되는 것은 서로 유사했으나 그 과정과 세부사항에는 차이가 있었다. 기존의 방식에서는 무드보드 작성을 위해 작업자가 새로운 이미지를 창작하는 대신 레퍼런스로서 타인의 작업물들을 활용했지만 AI를 활용한 방식에서는 사용된 모든 이미지가 새로 제작되었다. 이 과정에서 물리적으로 실현 불가능한 디테일을 제시하기도 하였고, 결과물이 전형적이거나 무작위적으로 제작된 것으로 보이는 요소가 있었다. 따라서 AI를 이용해서 작업한 무드보드는 디자이너의 발상 능력 향상에 큰 도움이 될 것으로 사료되에도 불구하고 단독적으로 활용하기보다는 보조적인 수단으로 사용하는 것이 효율적인 것이다.

### 3. 결론

본 연구는 패션디자인의 최종 이미지나 프린트 그래픽 제작에 대해 다루었던 기존 연구들과는 다르게, 컬렉션을 진행하기 위한 발상과정에 AI를 활용하는 방법에 대해 탐구하였고, 기존의 무드보드 제작 방식과의 공통점과 차이점을 밝혔다. 컬렉션 기초자료는 외부로 공개되지 않는 작업이기 때문에 표절의 법적 문제에 있어서 비교적 자유로울 수 있고, 디자이너는 이 단계에서 AI의 제안을 활용함으로써 생각의 범위를 확장할 수 있었다. 본 연구는 새로운 방식으로 AI 활용법을 연구했다는 점에서 본 학술적 의의를 가지고, 소송 위험을 줄이는 AI 활용법을 제안했다는 점에서 산업적 의의를 갖는다.

### Reference

- Brittain, B. (September 7, 2023.). *US Copyright Office denies protection for another AI-created image*. Retrieved April 04, 2024, from <https://www.reuters.com/legal/litigation/us-copyright-office-denies-protection-another-ai-created-image-2023-09-06/>
- Celestin, R. (September 18, 2023). *Collina Strada Takes On AI Fashion At New York Fashion Week*. Retrieved April 04, 2024, from <https://www.forbes.com/sites/rosecelestin/2023/09/18/collina-strada-takes-on-ai-fashion-at-new-york-fashion-week-ss24/?sh=4cc23edf1997>
- Kim, S.J. (September 19, 2023). “AI, 패션 디자이너 창의성 대체 불가” [“AI cannot replace the creativity of fashion designers”]. Retrieved April 04, 2024, from <https://www.tinnews.co.kr/25460>

---

# 패션 디자인에 표현된 모듈러 시스템의 구조

- 2001~2022년 RTW 여성 컬렉션을 중심으로 -

이유선, 최윤미\*

충남대학교 의류학과 박사수료, 충남대학교 의류학과 교수\*

---

## 1. 서론

건축에서 시작된 모듈러 시스템은 인테리어, 가구, 생활용품에 적용되어 효율성과 더불어 결합과 변형이 가능하여 소비자의 흥미를 충족시키며 이는 패션에도 적용되고 있다. 그러나 패션에 적용된 모듈러 시스템에 대한 연구는 탈부착 의류와 단순한 패션 분리에 국한되거나 건축과 제품의 모듈러 특성을 중심으로 이해되므로 최근 컬렉션 사례를 대상으로 패션 고유의 모듈러 시스템 특성을 고찰하고 개념을 정립할 필요가 있다. 본 연구는 기존의 건축, 제품, 패션 분야의 모듈러 시스템 구조에 대해 고찰하고 분석 기준을 마련한 후 패션의 모듈러 시스템 사례를 구조에 따라 분류하고 그 특성을 밝히고자 한다.

연구방법은 관련 문헌, 학술지, 인터넷 조사를 통해 모듈러 시스템 개념을 정의하고 건축, 제품, 패션 분야의 모듈러 시스템 개념과 사례를 정리한다. 이를 통해 다른 분야와 구분되는 패션 고유 특성이 반영된 모듈러 시스템 구조를 도출하고 패션 사례를 고찰할 분석 기준을 정립하며 그 기준에 따라 패션 사례의 모듈러 시스템 구조를 분석한다. 패션 사례는 선행연구에서 언급된 브랜드와 네이버, 구글에서 모듈러 패션 디자인으로 검색된 브랜드 중에 선별하여 퍼스트뷰코리아의 RTW(ready to wear) 여성컬렉션에서 사진 자료 검색이 가능한 22개의 브랜드를 최종 선정하였으며 2001년부터 2022년의 기간동안 3512개의 사례를 수집하였다.

## 2. 본론

모듈러 시스템이란 독립된 모듈이 상호 작용하며 결합하여 부분과 전체를 구성하는 것을 말한다. 모듈러 시스템 구조에 대한 이해를 위해 건축, 제품, 패션의 선행연구와 사례에서 나타나는 모듈러 시스템에 대해 고찰하였다. 건축의 모듈러 시스템 구조는 모듈 건축이 공간을 사용하는 방법에 따라 적층구조, 배열구조, 삽입구조, 이동구조로 제품은 모듈 제품을 구성하는 방법에 따라 조립구조, 축적구조, 교환구조, 접이구조, 배열구조로 패션은 모듈이 의복에서 구성되는 방법에 따라 조립구조, 배열구조, 접이구조, 교환구조로 모듈러 시스템 구조를 정리하였다. 적용되는 분야에 따라 모듈러 시스템 구조가 상이하였고 비슷한 구조라도 세부 특성이 다르게 나타났다.

분야별로 도출한 구조들은 패션의 모듈러 시스템 사례를 분석하기 위한 기준에 따라 재정립하였으며 분석기준은 다음과 같다. 첫 번째는 모듈이 의복의 기본 구조 디자인인지 장식적 디자인인지에 따라 기본형과 부가형으로 나누었는데 이는 모듈러 시스템이 패션에서 어떤 쓰임을 갖고 있는지에 대한 구분을 선행하기 위해서이다. 두 번째는 착용자에 의

한 모듈 탈부착이 가능한지에 따라 가변형과 고정형으로 나누었는데 이는 움직이는 신체에 입혀지는 의류는 안정성이 중요하여 모듈러 시스템이 분리 변화될 수 있는 가변성에 영향을 주기 때문이다. 마지막은 모듈 형태의 동질성 여부에 따라서 동질형과 이질형으로 나누었는데 이는 곡선으로 이루어진 인체의 표현과 모듈 형태 특성에 따른 시각적 효과가 모듈의 동질성 여부에 영향을 받기 때문이다. 이 세 가지 분석기준에 따라 정립된 패션의 모듈러 시스템 구조는 모듈이 가변형이면서 동질성이 있는 동변구조, 가변형이면서 이질성이 있는 이변구조, 고정형이면서 동질성이 있는 동정구조, 고정형이면서 이질성이 있는 이정구조의 4개 구조로 나뉘며 기본형과 부가형에서 각각 4개 구조가 나타나므로 총 8개의 구조로 분류하였다.

### 3. 결론

수집한 3512개의 사례는 분석기준에 따라 선별하고 8개 구조에 따라 분류하였으며 그 결과는 다음과 같다. 첫째, 브랜드별로 모듈러 시스템 작품수를 합산하면 돌체 앤 가바나 610개, 발렌티노 471개, 샤넬 356개, 파코 라반 342개, 프라다 235개, 준야 와타나베 206개, 가레스 퓨 164개의 순서로 나타나 컬렉션에서 발표 작품수가 많거나 발표 작품에서 모듈러 시스템 구조를 보여주는 작품의 비율이 높은 브랜드가 상위에 보여짐을 알 수 있다. 둘째, 전체 사례에서 기본형 모듈러 시스템은 1341개(38.18%), 부가형 모듈러 시스템은 2171개(61.82%)로 기본형보다 부가형 모듈러 시스템의 비율이 더 높게 나타나 패션에서 모듈러 시스템의 활용은 장식적인 부분에서 활발히 이루어짐을 알 수 있다. 셋째, 기본형과 부가형에서 각각의 구조 비율을 살펴보면 기본형은 동정구조 1055개(78.67%), 이정구조 145개(10.81%), 이변구조 121개(9.02%), 동변구조 20개(1.49%)로 동정구조가 가장 높게 나타났고 부가형은 동정구조 1190개(54.81%), 이정구조 932개(42.93%), 동변구조 39개(1.80%), 이변구조 10개(0.46%)의 순으로 나타나 동정구조와 이정구조가 큰 차이 없이 높은 비율로 나타났다. 기본형과 부가형 모두 고정형인 동정구조, 이정구조 비율이 높고 가변형인 동변구조, 이변구조 비율이 10% 이하로 낮게 나오는데 이는 의복 착용시 움직이는 신체에서 안정성을 추구하려면 고정형 모듈러 시스템이 효과적이기 때문이다. 본 연구는 패션의 모듈러 시스템 구조 분석을 위해 사례 수집을 확대하여 신뢰성을 높였으며 패션의 고유한 특성을 강조하여 구조를 분류한 것에 학문적 의의가 있다. 후속연구로 가변형과 고정형의 모듈러 시스템에서 특성이 세분화되어 나타나는 모듈의 연결방법에 대한 연구를 제안한다.

### Reference

- Kim, J. Y. (2015). *A Study on the Type Analysis of the Modular Architecture Based on Container*, Unpublished doctoral dissertation, University of Konkuk, Seoul.
- Lee, W., Kim, J. S. (2020). A Study on the Characteristics of Modular Design Furniture on Public Libraries, *Journal of the Korea Furniture Society*, 31(1), 39-47.
- Son, S. M. (2012). Air-containing Multi-functional Jacket Design Utilizing Modular Systems - Focused on Cushioning, Heat Insulation and Portability, *The research Journal of the Costume Culture*, 20(2), 222-237.

---

# Metaverse Research Trends and Analysis to Predict the Direction of the Meta-Fashion Market

Yoon Kyung Lee, Namhee Yoon<sup>+</sup>

Assistant Professor, Dept. of Clothing and Textiles at Pusan National University,  
Research Professor, Human Ecology Research Center Korea University<sup>+</sup>

---

## 1. Introduction

The metaverse is a world where virtual reality and physical reality interact and evolve together, and where social, economic, and cultural activities take place to create value. The word "meta" means first, beginning, important, and complete, signifying a new beginning. Generation A, which emerged after Generation Z, is expected to be more familiar with virtual environments than the real world, and has begun to recognise the world of mixed reality and virtual reality as one space and lead a different way of life in a new continent called the metaverse. Metaverse, which has recently emerged as a fourth-generation SNS platform, is a three-dimensional virtual space that embodies social, economic, and cultural activities as if they were real, and is expected to become a new chapter for major industries (Ekudden, 2022). Therefore, this study examines the research trends on metaverse from 2008 to the present and explores ways to utilise meta-environments as an alternative to the future fashion market.

## 2. Main-contents

A metaverse is a digital virtual world that creates a virtual space based on three-dimensional spatial information and contains various objects similar to the real world. As a digital twin that utilises spatial information within a virtual meta-space, the metaverse simulates real-world problems in a digital virtual world, which greatly aids decision-making in the real world. Barrera and Shah (2023) Six areas for the marketing agenda of the metaverse: Intelligence, Innovation, Communication, Experience, Consumer Behaviour, and Policy Formulation. These elements hold the promise of evolving the hyper-connected digital world, called the 'metaverse', into an interconnected space where consumers, brands, and businesses transact. The technologies utilised in Metaverse environments are shifting towards incorporating mixed reality perspectives that frame experiences along the pure XR spectrum, and include VR, AR, MR, and the convergence of technologies such as NFTs and Blockchain. In a meta-environment that utilises these technologies, fashion can be thought of as a meta-education, a meta-creator, a meta-human, a meta-avatar. Meta-edu, which opens a new era in education such as distributed classrooms and immersive learning,

is born at the core of traditional educational activities such as knowledge transmission and learning, and changes many existing things such as the relationship between teachers and students and the constraints of time and physical space. In a metaverse, an avatar is a part of a user's identity, representing the virtual self of a physical user in a virtual space. It can exist in any form and plays an important role in shaping the social fabric of a virtual community. Finally, there is the meta-creator, a creator who plays a leading role in the meta-environment, blurring the boundaries between user and creator. The research methodology was a quantitative study to identify the role of metaverses as virtual business spaces and their potential capabilities as an extension of the fashion market in the future. The quantitative research was conducted as a trend analysis of current research on metaverses. For this purpose, we searched for metaverse-related articles in the order of high citation index among research materials published from 2008 to March 2024 through googlescholar, and extracted 398 articles in total. The 398 papers were further divided into metaverse concepts (104), meta-edu (54), meta-human (54), meta-fashion (54), meta-technologies (52), meta-creator (28), and meta-business (52) to examine research trends by year and topic. We searched for additional keywords in each category using metavers as a keyword, and excluded papers from the category classification if the direction of the paper was ambiguous.

### 3. Results and Conclusion

According to the results of this study, research on the concept of the entire metaverse first appeared in 2008 (5.8%), remained in the 1-2% range until 2021, and then grew rapidly from 2021 onwards, peaking at 46.2% in 2022 and declining again from 2023 onwards. These trends are consistent with Meta-business's year-by-year research. Starting with the 2009 study, Meta-business peaked at 9.1% in 2021 and 48.1% in 2022 before dropping to 28.8% in 2023. This trend was similar for meta-edu and meta-human/avatar). However, the skill sets applied to meta-fashion and metaverse have shown continuous growth since 2021, with the highest frequency in 2023. This trend can be interpreted as a result of the impact of the coronavirus on the meta-environment, a virtual space that has grown rapidly since the pandemic. Nevertheless, the fact that the research on meta-fashion and meta-technology has expanded in 2023 shows that it is worth watching further to see if the role of sourcing and sending can be established as an extension of the metaverse and the real world.

### References

- Barrera, K. G., & Shah, D. (2023). Marketing in the Metaverse: Conceptual understanding, framework, and research agenda. *Journal of Business Research*, 155, 113420.
- Ekudden, E. (2022). Future Network Trends Driving Universal Metaverse Mobility. *Ericsson Technology Review*, 2022(21), 2-10.

---

# 럭셔리 패션 브랜드에 나타난 젠더리스 웨딩 패션의 특성 연구

이은정, 조윤수\*

이화여자대학교 디자인대학원 패션디자인전공 석사과정,

이화여자대학교 디자인대학원 패션디자인전공 강사\*

---

## 1. 서론

이분법적 사고에서 벗어난 다원화 양상에 맞추어 패션에서도 이색적이고 성별의 경계가 모호한 디자인이 나타나고 있다. 디자이너 해리스 리드(Harris Reed)가 『플루이드: 패션 혁명(Fluid: A Fashion Revolution)』에서 “젠더가 유동적인 것은 남성 또는 여성이 아닌, 어떤 것이 자신을 가장 진정하게 느끼게 하는지에 달려 있다”고 확인했듯, 현재 패션계에 젠더리스 경향의 컬렉션이 발표되고 있다. 특히 흥미로운 점은 남녀의 결혼으로 이루어지는 웨딩 컬렉션에 성별이 모호한 젠더리스 경향의 컬렉션이 출현하고 있다. 2024년 자크뮈스(Jacquemus)는 봄 웨딩 시즌을 기념하여 새 컬렉션 ‘르매리지(Le Mariage)’를 공개했는데, 신부만을 위한 드레스 컬렉션이 아닌 젠더리스 경향의 모두를 위한 옷으로 화제가 되었다. 이에 본 연구에서는 럭셔리 패션 브랜드의 웨딩 컬렉션에 나타난 젠더리스 패션을 분석하고 새롭게 나타난 젠더리스 웨딩 패션의 특성을 정립하는 데 목적이 있다. 연구의 내용 및 방법은 다음과 같다. 첫째, ‘웨딩 컬렉션’과 ‘젠더리스 패션’을 키워드로 하여 선행연구 및 컬렉션 기사를 통해 웨딩 패션과 젠더리스의 개념을 정의한다. 둘째, 2000년 이후부터 현재까지의 웨딩 컬렉션을 조사하여 웨딩패션에 변화 유무와 젠더리스 경향을 분석한다. 컬렉션의 구체적 사례는 보그(Vogue)와 럭스(Luxe)를 통해 조사한다. 셋째, 젠더리스 경향의 웨딩 컬렉션에 나타난 아이템, 컬러, 소재, 디테일의 변화에 따른 디자인 특성을 정립한다.

## 2. 웨딩 컬렉션에 나타난 젠더리스 패션의 특성

### 2.1. 브라이덜 웨딩수트의 출현

결혼식의 상징적 아이템이었던 웨딩드레스가 웨딩수트로 대체되는 사례가 증가하고 있다. 샤넬(Chanel)의 2015년 가을 컬렉션에서 피날레로 등장한 브라이드(brid)는 화이트 테일러드 수트를 착용했다. 샤넬의 밀리터리 사파리 스타일을 연상시키는 긴 형태의 베일이 달린 웨딩수트로 어깨선에는 견장이 있고 각진 형태의 더블 브레스티드 재킷과 트라우저로 구성된 포멀 수트이다. 나임 칸(Naeem Khan)의 2019년 봄/여름 웨딩 컬렉션에서는 브라이드를 위한 과감하면서도 화려한 자수가 가미된 올 레이스 점프수트를 선보였다. 허리선의 벨트와 프론트 오픈 디자인의 랩 형태 베일이 포인트이다. 2019년 프리바이손트브레가찌(Preen By Thornton Bregazzi)의 컬렉션에서는 사틴 자카드를 사용한 모던한 분위기의 폴오버형 브라이덜 웨딩 점프수트가 주목을 받았다.

### 2.2 아이코닉 컬러의 대체

최근 웨딩 컬렉션에서는 결혼을 상징하는 화이트 컬러를 사용하는 대신 아이보리, 크림,

내추럴 베이지, 핑크, 레드, 블루, 블랙 등의 다양한 컬러를 사용하고 있다. 2024년 봄, 자크뫼스의 새 컬렉션 ‘르매리지’에서는 다양한 컬러를 사용하여 새로운 브라이덜룩을 보여주었다. 브라이드의 크림 옐로우, 블랙, 레드 탑과 랩스커트 세트는 웨딩 리조트룩을 탄생시켰으며, 그룸(groom)의 라이트그레이의 노카라 오버핏 재킷과 턱와이드 팬츠는 블루종 재킷과 함께 신선함을 주었다. 베이지 컬러의 멀티스트라이프 패턴 셔츠들은 어떠한 아이템과도 매치되었으며, 베이지의 린넨 재킷과 턱팬츠 세트는 내추럴한 이미지를 전달했다. 2022년 알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen)의 봄/여름 컬렉션에서는 그룸의 수트라인에 핑크, 블루 프린트를 사용하여 독특하면서도 강한 임팩트의 젠더리스 웨딩룩을 완성했다.

### 2.3 소재 및 디테일의 변화

그룸의 웨딩수트와 브라이덜 드레스에 있어서도 소재 및 디테일의 변화가 발견되고 있다. 웨딩라인의 소재였던 소프트하고 라이트한 경향의 실크, 레이스, 사틴 대신 레이온, 면 혼방, 린넨, 트위드 등의 실용적인 소재로 변화되고 있다. 또한 기존과 다른 텍스타일 및 디테일의 변화가 눈에 띈다. 여성복의 전유물인 러플, 레이스, 프릴, 리본 장식이 남성의 웨딩수트에 나타나고 있으며, 기존 웨딩수트의 솔리드 패턴에서 벗어나 체크, 스트라이프, 자카드 패턴이 나타나고 있다. 2023년 돌체앤가바나(Dolce & Gabbana)의 가을/겨울 남성복 컬렉션에서 빈티지 텍스타일 거들과 코르셋을 포인트로 한 그룸 컬렉션이 등장하였다. 같은 해, 디올(Dior)의 가을/겨울 남성복 컬렉션에서는 다양한 패턴의 스커트같이 폭이 넓은 숏팬츠가 등장하여 디올의 여성적 템플릿을 적용한 젠더리스 웨딩룩을 보여주었다.

## 3. 결론

본 연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 남녀의 결혼으로 이루어지는 웨딩 컬렉션에서 젠더리스 경향의 컬렉션이 등장하고 있다. 결혼을 상징했던 아이템, 컬러, 소재 및 디테일에 있어서 웨딩 이미지를 버린 과감한 시도로 주목받고 있다.

둘째, 결혼식의 상징적 아이템인 웨딩드레스가 웨딩수트로 대체되는 사례가 나타나고 있다. 여성의 인체라인을 강조한 피티드 실루엣의 드레스 대신 직선적 실루엣의 웨딩수트를 통해 우아하고 페미닌한 이미지의 웨딩드레스가 매니시한 웨딩수트로 대체되었다.

셋째, 웨딩을 상징하는 화이트 컬러 대신 베이지, 핑크, 레드, 블루, 블랙 등의 다양한 컬러가 사용되고 있다. 또한 기존의 웨딩라인에 사용되었던 실크, 레이스, 사틴의 소프트한 소재 대신 레이온, 면, 린넨, 트위드의 캐주얼하고 실용적인 소재로 변화되고 있다. 그룸 컬렉션에서는 러플, 레이스, 프릴, 리본 장식과 텍스타일 및 디테일의 변화가 발견되었다.

본 연구는 럭셔리 패션 브랜드에 나타난 젠더리스 웨딩 패션의 특성을 연구한 선례로서 웨딩 패션의 젠더리스룩을 정립한 데 의의가 있다. 앞으로도 경계를 뛰어넘는 젠더리스 패션에 대한 지속적인 연구가 진행되어 다양한 디자인이 계획되기를 기대한다.

## References

- Kim, J. H. & Lee, Y. H. (2016). The Expressive Characteristics of Genderless Style Appeared in Contemporary Women's Fashion. *The Research Journal of the Costume Culture*. 24(6). 903-919.

---

# 회화적 콘셉트의 입체적 표현을 위한 3D 프린팅 기술 활용 연구

- 젠탱글 기법을 활용한 텍스타일 텍스처 표현 및 의상 제작을 중심으로 -

이지찬, 최슬기, 이정호, ATJARGALENKHZUL, 이현승\*

인천대학교 의류학과 석사과정, 인천대학교 패션산업학과 교수\*

---

## 1. 서론

회화적인 표현은 패션디자인에 있어 다양한 표현의 모티브로 활용되어왔으며, 장르의 다양성만큼 수많은 파생적인 패션 표현을 가능하게 한다는 측면에서 영감의 원천으로서 작용할 수 있다. 젠탱글(Zentangle)은 명상을 의미하는 선(禪)의 ‘젠(Zen)’과 복잡하게 얽힌 선의 ‘탱글(Tangle)’이 합쳐진 합성어이다.(Ha, 2019). 젠탱글 기법은 창작자의 즉흥적인 패턴 드로잉 및 배치의 자율성이 중시됨에 따라, 평면적인 회화를 입체화하여 의복에 배치할 시, 디자이너의 즉흥성에 따른 유희적 표현이 가능할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 상기의 기법 중 두 번째 기법을 활용하되, 3D 프린팅 기술을 활용한 입체적 텍스타일 패턴 디자인에 있어 젠탱글 기법의 활용을 고려하였다. 열가소성 수지를 고온 사출하여 프린팅 베드에 안착하는 FDM/FFF 3D 프린팅의 메커니즘은 의복 구성에서 평면 패턴 디자인 및 재단 단계에 적용하여 원단 표면에 디자이너가 의도한 이미지를 입체적으로 쌓아 올림으로써 패션 및 텍스타일 디자인에서 입체적 표현이 가능할 수 있다. 본 연구에서는 3D 프린팅 기법의 활용성에 착안하여, 회화적 콘셉트를 입체적으로 반영한 텍스타일 및 의상 개발 연구를 수행하고자 한다.

## 2. 연구 방법 및 내용

본 연구에서는 3D 패턴을 출력하기 전 원단 소재는 일반적으로 기성복 제작에 활용되는 폴리에스터 100%, 나일론 100%, 코튼 100%, 폴리에스터 재질의 매쉬 소재로 한정한다. 더불어 3D 패턴 출력에 이용되는 프린팅 소재 또한 일반적으로 보급되어 활용되는 ABS와 PLA, TPU 소재로 한정하였다, 이는 본 연구 결과의 보편적 활용성을 확인하기 위한 조치이며, 연구는 다음과 같은 과정 및 방법으로 수행되었다. 첫째, 다양한 젠탱글 기법의 패턴 15종 및 의상 2종을 디자인하였다. 둘째, 디자인된 패턴들을 온라인 기반의 3D 모델링 도구 Thinkercad를 활용하여 모델링하였다. 셋째, 각 패턴모델을 Cubicon사의 FFF 방식 3D프린터(Single plus)로 출력하였다. 이때, ABS, TPU, PLA 필라멘트 소재와 면, 나일론, 매쉬, 폴리에스터 원단 소재 간의 안착 성능 및 내구성을 파악하기 위한 출력 실험을 수행하여, 의상 제작에 활용할 텍스타일 패턴 디자인 및 기반이 되는 원단 기저체를 선정하였다. 넷째, 출력된 패턴의 내구성을 파악하기 위한 세탁 실험을 수행하여 실용성과 내구성을 파악하였다. 다섯째, 내구성과 실용성이 검증된 3D 패턴 및 소재를 활용하여 의상 작품을 제작하기 위한 의복 평면 패턴 디자인 및 소재 출력 연구를 수행하였다.



### 3. 결과 및 논의

본 연구의 의상은 3D 프린팅 기법을 활용한 텍스타일의 실질적 활용성을 파악하고자 일상에서 착용되는 의상 유형으로 디자인하였다. 젠탱글 기법을 응용한 텍스타일 패턴은 총 15종으로 각 패턴의 모티프는 말발굽, 쌀알, 나뭇잎, 단추, 물방울, 물결, 음표, 조개와 진주, 철조망, 거북 등껍질, 톱니바퀴, 자갈, 피라미드, 몽골 전통 문양 2종이다. 의상 작품 1의 디자인은 역동적인 곡선과 입체적 실루엣의 바람막이이며, 의상 작품2는 볼레로 재킷을 베이스로 의상 표면에 망사 셔링 구조가 장식적으로 적용되는 디자인이다. 디자인이 도출된 이후 3D 텍스타일 패턴 출력 안정성 및 내구성 테스트를 수행하였다. 출력 실험 결과 소재에 따른 3D 패턴의 안착성에 차이가 발견되었다. 첫째, ABS 필라멘트는 면 100%와 나일론 100%, 망사 소재에는 안정적으로 안착되었으나, 폴리 100% 소재의 경우, 출력 이후 일정 시간이 경과하면 떨어짐이 확인되었다. 둘째, PLA 필라멘트는 면, 나일론, 망사, 폴리 소재 모두 안정적으로 안착되었으나, 폴리 소재의 경우 출력 종료 후 베드에 열이 남아있을 때만이 베드에서 원단 제거가 용이하였다. 셋째, TPU 필라멘트의 경우 면과 나일론, 망사, 폴리 모든 소재에 단단히 안착되었으며, 유연 필라멘트의 특성상 출력되는 패턴의 묘사 해상도는 상대적으로 낮으나, 타 필라멘트에 비해 원단 표면 안착 성능이 가장 우수하였다. 이는, 첫째, 각 원단 소재의 표면의 매끄러운 정도, 즉 마찰계수의 차이에 따른 것으로 해석된다. 둘째, TPU의 경우 기저에 배치되는 원단 소재의 처이에 관계없이 안정적으로 안착되었는데, 이는 해당 소재의 높은 사출 온도 및 유연성을 위해 함유된 우레탄의 높은 점착성에 기인하는 것으로 해석된다. 출력 안정성과 내구성 실험 결과를 고려하여 의상 제작에 적용될 텍스타일 패턴을 선정하고, 젠탱글 기법의 특징인 즉흥성과 무반복성을 강조하는 방향성에서 각 의상의 평면 패턴에 텍스타일 이미지들을 배치하였다. 의상 1의 경우, 후드 및 칼라, 보디스, 소매에 3D 패턴을 적용하였으며, 의상 2는 칼라 및 보디스, 플래킷, 소매, 보디스의 망사 셔링 장식에 3D 출력한 패턴을 적용하여 의상을 제작하여, 개발된 3D 패턴의 실물 의상 제작 시 적용성을 확인하였다.

본 연구에서는 3D 패턴을 출력할 원단 소재를 실험함에 있어 각 섬유 재질별 고유한 안착성을 파악하고자 혼방 소재를 활용하지 않았던 점 및 현재 산업형 프린터를 중심으로 보급이 시작된 PC, PE 등의 고성능 프린팅 소재를 연구에 활용하지 못했던 점이 한계로 작용하였다. 본 연구에서는 대중적으로 접근이 용이한 저가의 프린터 및 소재를 활용함에 따라, 패션디자인에 있어 입체적 패턴 표현을 시도하고자 하는 관련 연구 혹은 업계에서 즉각적으로 응용할 수 있는 사례로서 활용이 가능할 수 있다. 이를 통해 국내 패션 산업에서 텍스타일 디자인 및 의류 디자인 분야의 기술적 표현 다양화에 기여 가능할 것으로 사료되며, 여기에 의의를 둔다.

### Reference

HA, S. Y (2019) *A study on ceramics molding with Zentangle motif*. master's thesis. Pusan National University, Pusan

---

# 포스트휴먼 돌연변이의 표현적 특성을 적용한 패션디자인 연구

이호준, 김승현\*

국민대학교 대학원 패션학과 석사과정, 국민대학교 패션학과 부교수\*

---

## 1. 서론

20세기 이후 급격한 과학 기술 발전으로 인하여 이와 결합한 다양한 형태의 인간이 등장하였다. 이에 따라 휴머니즘 전체 하의 인간 개념의 수정을 위해 ‘포스트휴머니즘’ 개념을 도입하였다. 휴머니즘에서는 백인·남성·성인·비장애인 등의 ‘정상성’을 근간으로 한다면, 포스트휴머니즘은 비인간 주체를 지배 대상으로 보는 휴머니즘의 관점에서 벗어나 종, 젠더, 신체 등의 경계에서 탈경계적인 존재로 ‘포스트휴먼’을 정의한다. 현대 사회에서 패션 산업을 비롯한 다양한 영역에서 다양성과 포괄성이 중요해지고 있으며, 다양성 이슈는 사회적 불평등과 관련되어 있다. 포스트휴먼 연구자 Haraway는 “사이보그 선언문(1985)”에서 ‘사이보그’를 성차별 사회를 극복하는 사회정치적 상징으로 제시하였고, Braidotti는 모든 생명체의 특수성을 인정하고 다양성을 수용하며, 상호 공존해야 한다고 주장하였다. 현대미술 작가 Marc Quinn은 아름다움에 대한 사람들의 인식이 생물학적 차원을 벗어나지 못하는 편협함을 가지고 있고 아름다움의 기준은 생물학적 차원을 넘어서야 한다고 주장하였다. 이를 통해 다양성 이슈를 포스트휴먼을 통해 새롭게 바라볼 수 있는 가능성을 확인하였다. 포스트휴먼 패션에 대한 연구들은 특성 분석 연구들이 주를 이루고 있으며, 디자인개발 연구에서는 공상과학적 관점이거나 사이보그를 중심으로 연구되어, 포스트휴머니즘 시각의 돌연변이에 대한 연구는 부족한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 포스트휴먼 돌연변이에 대해 문헌연구하여 표현적 특성을 도출하고, 포스트휴먼 돌연변이의 표현적 특성이 적용된 패션디자인에 대한 사례연구하고, 패션디자인 개발에 적용하였다. 이를 통해 포스트휴먼 돌연변이에 대해 학술적으로 정리하고, 비정형 신체에 기반한 패션디자인 개발을 통해 신체의 정상성에 대한 이분법적 편견을 타파하고 미적 신체의 관점을 확장하는 데에 연구 목적을 두었다. 본 연구의 연구 방법은 다음과 같다. 첫째, “포스트휴먼”, “돌연변이” 키워드를 중심으로 학술지 논문 및 학위 논문과 전문서적의 자료조사를 통해 포스트휴먼 돌연변이에 대해 문헌연구하여 표현적 특성을 도출한다. 둘째, 포스트휴먼 돌연변이의 표현적 특성이 적용된 패션디자인 사례연구한다. 사례연구의 방법은 포스트휴먼 연구의 기반이 된 Katherine Hayles의 책 “How We Became Posthuman”의 발행 연도인 1999년부터 현재 2024년까지 “VOGUE” (<https://www.vogue.com>) 및 “1Granary”(<https://1granary.com>) 웹사이트를 통해 패션 브랜드 컬렉션과 패션스쿨 졸업 컬렉션에서 “포스트휴먼”, “돌연변이”, “키메라” 및 도출한 포스트휴먼 돌연변이의 표현적 특성을 키워드로 검색하여 패션디자인 이미지를 조사한다. 셋째, 작품개발연구를 통해 포스트휴먼 돌연변이의 표현적 특성을 적용한 패션디자인 작

품을 총 4점 제작한다.

## 2. 본문

포스트휴먼은 접두사 'Post'와 'Human'의 합성어로 '인간 이후의 인간'을 의미하며, 인간과 동물, 기계, 자연, 종, 젠더 등의 다양한 경계를 해체하는 새로운 인간 존재로 정의된다. 포스트휴먼 연구자들의 유형 분류를 종합하여 도출한 포스트휴먼의 유형은 사이보그, 돌연변이, 디지털화된 신체로 분류된다. '돌연변이'는 사전적으로는 '생물체에서 어버이의 계통에 없던 새로운 형질이 나타나 유전하는 현상'이다. 그러나 포스트휴먼 돌연변이는 사전적 정의를 넘어 생태계 내 비인간 소수자, 동물로서의 인간, 소비자 주체성의 결합이다.(Kim, 2023) 포스트휴먼 돌연변이는 "괴물이나 기형적 형상을 가진, 정상성에서 벗어난 이질적인 몸을 가진 존재"로 정의된다. 이는 선천적 기형 돌연변이나 유전자 조작 돌연변이뿐만 아니라 키메라와 같은 신화적 존재까지 포함하는 개념이다. 돌연변이의 사전적 개념인 자연돌연변이와 인위돌연변이 분류를 적용하여, 포스트휴먼 돌연변이의 유형을 실물체가 있는 비의도적 돌연변이를 '자연적 포스트휴먼 돌연변이', 의도적 유전자 조작으로 인한 돌연변이를 '인위적 포스트휴먼 돌연변이', 실물체 없이 개념적으로만 존재하는 돌연변이를 '개념적 포스트휴먼 돌연변이'로 분류하였다. 자연적 포스트휴먼 돌연변이의 경우, 주로 선천적 기형체로 나타나며, 신체에 신체가 덧붙여지고, 필수신체가 없는 형태로 나타나 표현적 특성을 '신체 재구성'으로 도출하였다. 인위적 포스트휴먼 돌연변이는 과학자와 현대미술가들에 의해 유전자 조작된 존재들이며, 기능성보다 심미적 이유로 기괴성을 표현하기 위해 만들어져 표현적 특성을 '심미적 기괴성'으로 도출하였다. 개념적 포스트휴먼 돌연변이의 경우, 신화 속에서 다수 나타나는 반인반수나 에일리언의 형태로 나타나며 인간 신체에 동물이나 식물적 요소들이 덧붙여져 표현적 특성을 '종 횡단성'으로 도출하였다. 포스트휴먼 돌연변이의 표현적 특성이 적용된 패션 사례에서는 '신체 재구성'의 경우, 신체를 과하게 확장하거나, 신체 위치를 뒤바꾸는 방법으로 실루엣을 표현하였다. '심미적 기괴성'의 경우, 플라스틱, 금속 등 이질적 소재를 활용해 비정형 실루엣을 표현하였고, '종 횡단성'의 경우 깃털, 가죽, 모피 등의 동물적 소재로 동물 신체를 실루엣에 표현하거나 식물을 신체에 결합하는 방법으로 표현되었다.

## 3. 결론

본 연구에서는 포스트휴먼 돌연변이의 표현적 특성을 분류 유형에 따라 각각 '신체 재구성', '심미적 기괴성', '종 횡단성'으로 도출하였고, 이를 4점의 패션디자인 작품 개발에 적용하였다. 본 연구에서는 '포스트휴먼 돌연변이'를 통해 비정형 신체 패션디자인의 개발 방법을 구체화하였다는 데에 의의가 있다. 앞으로 포스트휴먼 주제의 패션디자인 개발을 통해 이분법적 구분을 탈피한 비정형적 신체에 대한 연구가 활발히 이루어지기를 기대해본다.

## Reference

Kim Keun A (2023). Mutation Aesthetics: A Study of Laurie Hogin's Artworks, *Transdisciplinary Humanities*, 15(-), 101-124

---

# 산업폐기물을 활용한 패션 텍스타일 디자인 개발연구

- 맥주박을 자원으로 한 염색과 프린트 방법을 중심으로 -

임소영

청강문화산업대학교 패션뷰티스타일스쿨 조교수

---

## 서론

오늘날 폐기물 관리에 대한 관점은 폐기물을 단순히 처리해야 하는 것이 아닌 귀중한 자원으로 인식하는 것으로 바뀌고 있다. 지속 가능한 섬유산업의 한 유형으로 산업폐기물을 자원으로 활용한 텍스타일 개발은, 전통적인 제조 공정이 환경에 미치는 영향을 줄일 수 있을 뿐 아니라 디자인 혁신과 창의성을 발전할 기회를 제공한다.

맥주박이란 맥주 생산 후의 부산물로, 맥주박으로부터 염료를 추출하여 염색한 직물은 우수한 세탁견뢰도와 뛰어난 항균성을 가짐으로 섬유제품으로서의 상품성을 인정받았다(Moon et al, 2003). 하지만 현재까지 맥주박 염색 직물이 패션 제품에 적용되어 상용화된 사례는 찾기 힘들다. 이에 본 연구는 지속 가능한 유형의 텍스타일 연구의 확산과 보급을 위해 산업폐기물인 맥주박을 활용하여 패션 텍스타일 제작 가능성을 제시하고자 한다.

## 2. 본론

연구방법으로는 첫째, 선행연구를 중심으로 맥주박을 활용한 염색방법 및 실크스크린을 활용한 프린트 방법에 관한 이론적 고찰을 하였다. 둘째, 맥주박과 포일(foil)을 재료로 한 멀티미디어프린트 방법을 적용하여 텍스타일을 개발한다. 셋째, 개발된 텍스타일을 적용한 의상을 디자인·제작하여 패션 제품화의 가능성을 제시한다. 구체적으로는 선행연구(Moon et al, 2003)에 따라 맥주박 건 직물 염색 시에 염색견뢰도가 가장 높은 염색 조건의 공정을 따랐다. 그리고 글리터(Glitter), 쉬머(Shimmer), 메탈릭(Metallic)과 같은 분말 형태의 재료를 사용하는 방법에 따라 접착제를 도포 한 후에 재료를 적용하는 방법과 프린트 내 구성을 높이기 위하여 포일(foil) 프린트 방법을 적용하였다. 이러한 프린트 방법은 염색에 사용한 맥주박을 실크스크린 프린트 자원으로 재사용하기에 적합하다 생각한다.

선행연구에 따른 텍스타일 개발 과정은 다음과 같다. 본 연구에서 사용한 직물은 건직물로 쉬폰(chiffon)과 오간자(organza)를 사용하였으며, 염색은 1:60의 욕비로 90도씨에서 60분간 침지하였다. 황산 제1 철을 매염제로 하였고 5% 농도의 동시 매염법으로 염색하였다. 그리고 맥주박을 실크스크린 프린트 염료의 대체재로 사용하기 위해서 실크스크린의 호일 프린트에 사용하는 투명 플라스틱(plastisol) 접착제를 사용하여 프린트하였다. 그리고 분말 형태로 가공한 맥주박을 접착제가 프린트된 영역 위에 도포하고 프린트 영역이 굳은 후, 호일을 올려놓고 열 압착 처리하였다. 이때 열 압착기의 온도는 180°, 시간은 60초로 하였다. 마지막으로 제작된 맥주박 프린트 텍스타일을 활용하여 드레스 2개, 자켓

2개를 제작하였다. 이때, 맥주박 원재료의 포장재를 본 연구에서 개발한 맥주박 프린트 텍스타일과 함께 사용하는 디자인을 제시하였다.

### 3. 결론

본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째 맥주박은 접착제를 직물에 인쇄한 후 인쇄 영역 위에 재료를 도포하여 굳히는 방식으로 사용하는 것이 가능하였다. 둘째, 접착된 맥주박이 도포되어 굳은 프린트 영역에 호일 열 압착 처리하는 경우 열 압착과 호일 코팅 효과로 맥주박 분말이 직물에 더 견고히 부착되는 효과 있었다. 셋째, 맥주박 프린트 텍스타일은 맥주박 본연의 색상을 유지하였고, 프린트 문양에 맞추어 분말이 직물 위에 쌓이는 구조로 접착되어 입체감과 질감을 느낄 수 있었다. 여기에 호일이 프린트되어 두 가지 색상과 질감을 가진다. 넷째, 개발된 텍스타일을 활용하여 쉬폰 드레스와 자켓을 디자인·제작하여 맥주박 프린트 텍스타일이 패션 제품으로 가능한지 그 가능성을 시험하였다. 또한, 맥주박의 포장재를 함께 활용하여 디자인 영역을 확장하고, 자원화가 가능한 산업폐기물의 폭을 넓혔다.

본 연구는 지속 가능한 텍스타일의 유형과 디자인 방법을 제시하였다는 학문적 의의를 가지며, 맥주박 프린트 텍스타일이 패션 산업에서 활용되기를 기대한다. 하지만, 본 연구에서 개발한 맥주박 프린트 텍스타일의 상용화를 위해 개발한 텍스타일의 견뢰도, 염색성, 중금속 오염도 등을 측정하여 상용화 가능성을 검증하는 후속 연구가 필요하다.

### Reference

- Moon, J. G., Gwon, O. K., Son, B. H., Choi, Y. H. (2003), Method for manufacturing natural dye using beersludge, natural dye manufactured by the method, dyeing method of fabric products using the natural dye, and fabric products dyed by the method, *Korea Patent 10-2003-0022996*. Daejeon: Korean Intellectual Property Office.
- Moon, J. G., Gwon, O. K., Son, B. H., Choi, Y. H. (2003), Method for manufacturing natural dye using beersludge, natural dye manufactured by the method, dyeing method of fabric products using the natural dye, and fabric products dyed by the method, *Korea Patent 10-2003-0022996*. Daejeon: Korean Intellectual Property Office.

---

## **Creative Fashion Design and Evaluation**

### **- A Comparative Study of Smart versus Conventional Textiles -**

**Chahong Chung, Shin Young Jang, Jisoo Ha<sup>+</sup>**

Ph.D. Candidate, Seoul National University

Assistant Professor, Gachon University, Professor, Seoul National University<sup>+</sup>

---

The emergence of smart textiles is anticipated to significantly impact the fashion industry. However, their slow market adoption highlights a hesitancy among fashion designers to integrate these new functionalities into their work. This reluctance is often due to a lack of deep understanding of smart textiles and insufficient educational programs. This study aims to bridge this knowledge gap and encourages more creative and practical applications of smart textiles in fashion. The methodology includes hands-on design experiments and in-depth interviews with fashion designers, providing an observation and comparison of the creative design outcomes with both conventional and smart textiles. This research establishes evaluative criteria for creative fashion design using smart textiles, undertakes expert assessments of the design outcomes to analyze the critical elements that influence creative fashion design, and suggests efficient application methodologies for smart textiles.

A total of 22 research participants with at least a bachelor's degree in clothing or fashion design, or who are working as fashion designers with experience in technical drawings, were recruited. Participants were asked to design creative dresses using conventional and smart textiles with shape memory properties in the form of technical drawings. iPads for data searching and 8-headed mannequin templates for body proportion references were provided. Following the design experiment, 1:1 in-depth interviews were conducted discussing participants' academic backgrounds, practical design experiences, understanding of smart textiles, explanations of the design process and outcomes, and challenges. The study established five evaluative criteria for creative fashion design: innovativeness, technical expression, conceptuality, feasibility, and level of completion. The participants' works were reviewed by 11 professors, teaching fashion design at universities in the US and Korea, through two rounds of evaluation. The first used the professors' personal evaluation standards, while the second employed the five criteria established for this study.

This study examines three items: design process, background of research participants, and knowledge and application of smart textiles. By setting these items as independent variables, how each item affected the evaluation scores of final technical drawings was

analyzed using the descriptive statistical analysis of the SPSS program. First, in the case of search keywords used in the design process, references related to fashion collections, runways, and technical drawings were helpful for creative design work using smart textiles, but other keywords related to fabric, silhouette, details, and music had less impact on the final scores. For the number of searches, high-scoring results were not necessarily produced even if many searches were performed. Participants with fewer searches relied more on imagination for innovative and conceptual designs, whereas those with limited searches excelled in technical aspects, suggesting efficient use of information for practical design. The results indicate that the quantity of sketching correlates with the design's overall quality. Participants who engaged in extensive sketching processes tended to develop designs that were not only more innovative and conceptually rich but also technically proficient, feasible, and complete. In terms of inspiration, the difference between the average score of the inspired technical drawings and the uninspired drawing was minimal, suggesting that while inspiration might enrich the design experience, it is not a determining factor for the success of creative fashion design using smart textiles.

Participants from fine art backgrounds scored highest in technical drawing evaluations, followed by those in design, clothing, and other fields. While more extended professional experience correlated with higher scores, the increase was not substantial, indicating that experience alone does not drastically improve design outcomes. A deeper understanding of smart textiles' shape-changing properties led to better use in designs, particularly in conceptuality, indicating a need for designers to be well-educated in the material's capabilities for creating transformative designs. Lastly, this study has found that the highest-scoring shape change of smart textiles involved a uniform increase and decrease in the overall volume of the dress. The lowest-scoring design was found to have only a shape change in width or height, excluding those with little or almost no shape change. As a result, it is considered that the most effective way to design using shape memory smart textiles is to apply uniform volumetric changes to the garment.

#### Reference

- Sawyer, K. (2013). Evaluative practices in the creative industries in *Exploring creativity: Evaluative practices in innovation, design and the arts*, (Eds. Moeran, B., & Christensen, B.). Cambridge University Press.
- Treffinger, D. J., Schoonover, P. F., & Selby, E. C. (2021). *Educating for creativity & innovation : a comprehensive guide for research-based practice*. Routledge.

---

# Symmetry의 특성을 이용한 디지털 패션디자인 방법 연구

최경희, 김세진\*

국립창원대학교 시니어휴먼에콜로지협동과정 의류학과 박사과정,

국립창원대학교 시니어휴먼에콜로지협동과정 의류학과 부교수\*

---

## 1. 서론

대칭, 상징, 균형을 의미하는 시메트리(symmetry)의 조형적 특징이자 디자인 방법은 다양한 분야에서 활용되는데, 특히 좌우 대칭인 인체 특성상 복식 디자인에 많이 활용된다. 시메트리 디자인은 시대와 문화에 따라 변화하며 발전해온 중요한 디자인 원리로서 이를 통해 아름다운 작품과 조화로운 디자인을 창출할 수 있다. 또한 자연과 우리주위에 쉽게 찾아볼 수 있어 익숙하여 그 형태에 거부감이 없다. 특히, 패션산업에서 3D 모델링 소프트웨어를 이용한 패션디자인 개발이 다수 이뤄지고 있는데, 이 방법은 초보자도 쉽게 창의적인 디자인을 도출할 수 있는 장점이 있다(Lee & Hwang & Kim, 2015). 디자인 개발과 관련한 선행연구에서 시메트리는 다양하게 적용되고 있다. 시메트리 기법은 디지털 패션디자인에 효과적이다. 이 연구는 시메트리 기법을 이용한 디지털 패션디자인을 제안하고 그 과정을 밝혀 추후 디자인 개발에 통찰과 교육적 시사점을 제공하는데 의의가 있다.

## 2. 본론

시메트리의 어원은 그리스어로 ‘ $\mu\mu$ ’ (시메트리아), 라틴어는 ‘symmetria’이다(Cha, 1999). 시메트리는 좌우 또는 상하에 같은 형의 것이 놓여 중심축을 에워싸고 여러 가지 부분이 그 양쪽에 대응하여 놓여지는 상태를 말한다. 시메트리 디자인은 점과 선을 기준으로 대칭되는 형태로 기하학적인 문양을 활용하여 원형, 사각형, 삼각형 등의 기하학적인 형태를 대칭적으로 배열한다. 시메트리는 디자이너와 예술가들에게 중요한 개념으로, 고대 이집트, 그리스, 로마, 중국 등에서 사용되었고, 현대 디자인 분야인 건축, 패션, 그래픽 디자인, 제품 디자인 등에서도 아직까지 많은 작가들이 활용하고 있다. 시메트리를 활용한 패션 디자인 개발에 관한 선행연구에서는 전통문양을 활용한 시메트리 디자인 전개와 (Hwang & Lee, 2008), 작가의 특성을 토대로 디자인 개발을 한 연구도 있었다(Lee, 2019). 관련 문헌 연구를 살펴보면, 시메트리 특징에 대해 프랙탈 원리가 관계한다고 하는 생성 알고리즘(Form-Generating Algorithm)으로 스케일링, 중첩, 반복, 왜곡으로 정리하였다(Lee, 2019).

연구방법은 다음과 같다. 첫째, 패션디자인 아이템은 자신의 목표를 지향하며 자존감 높은 30대 여성을 대상으로 자유롭게 문화생활을 향유하는 미니멀리즘 라이프스타일을 패션 디자인을 목표로 하였다. 둘째, 디자인 방법은 시메트리의 원리가 되는 계슈탈트 법칙과 프랙탈 시메트리의 특징에 관한 문헌연구를 종합하여 스케일링, 중첩, 반복, 왜곡 등으로 도출하고, 이를 토대로 각각 1벌씩 총 4벌 개발하였다. 결과물은 동작에 따라 크기가 다르



게 스케일링으로 표현되는 오버올 점퍼 슈트, 중첩을 활용한 어깨를 부풀린 풍성한 자켓, 쿠션을 반복 배열한 숏 자켓, 하의를 부풀린 오버올 원피스는 왜곡된 실루엣을 표현하여 즐거움을 나타냈다. 셋째, 디자인들은 Rhino 7 모델링 프로그램을 활용하였다. 3D 모델링은 오브젝트 꼭지점 하나 또는 오브젝트 전체에 Symmetry 명령을 적용하여 Create, Geometry, Standard Primitive, Box, Modifier List에서 시메트리를 이용하여 모델링 형태를 완성하였다. 형태가 완성된 후 직물 텍스처로 표면 디자인을 렌더링 하였다.

### 3. 결과 및 결론

시메트리의 조형적 특징들을 고려한 디지털 패션디자인을 개발한 결과는 다음과 같다. 첫째, 스케일링 알고리즘으로 표현한 오버올 점퍼 슈트는 동작에 따라 크기가 변형되어 크기, 축척의 확대·축소 또는 변형된 반복으로 시메트리의 스케일링 특성이 반영되었다. 둘째, 중첩 알고리즘을 활용한 자켓은 가벼운 시스루 소재와 단단한 외형이 믹스매치되었고 방향성과 공간감으로 불연속·부조화를 가지는 시메트리의 중첩 특성을 반영한다. 셋째, 반복 알고리즘은 배열한 숏 자켓은 쿠션을 연결한 공간들 사이에 동일한 패턴으로 연속되어 질서가 시메트리의 반복적 특성을 나타냈다. 넷째, 왜곡된 알고리즘으로 하의를 부풀린 원피스 실루엣은 특정 부위에 공간감을 형성하여, 메시지를 표출하는 공간의 조화로운 변화를 표현하였는데, 이는 시메트리의 왜곡의 특성이다. 연구 결과는 패션분야에서 시메트리의 방법을 이용한 선행연구가 부족한 가운데 디지털패션디자인의 방법을 제시한데 의미가 있으며, 제시된 디자인 방법은 숙련도가 미숙한 일반인들을 대상으로 한 패션디자인 교육에도 적용할 수 있다.

### Reference

- Lee, J. S., Hwang, S. J., Kim, K. A. (2015). A Study on the Development of Fashion Products based on 3D Printing. *BDAK 2015, vol.13, no.1, 통권 33호* pp. 147-162. DOI : 10.18852/bdak.2015.13.1.147
- Cha, H. S. (1999). Musical terms: Symmetry. *Journal of the Institute for Korean Music, 18.* 292-299.
- Hwang, J. S., Lee, S. J. (2008). A Study of Symmetry Design Process Using the Traditional Patterns. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry, v.10 no.3,* pp.364-370
- Lee, J. G. (2019). Moon Shin's Sculpture and Fractal Symmetry : 'Form' to Life Motif. *Journal of Korean Modern & Contemporary Art History, 37.* 249 - 276.
- <https://www.rhino3d.com/kr/searchresults/?q=%EC%8B%9C%EB%A9%94%ED%8A%B8%EB%A6%AC&sa=2024.05.13>. 검색.

---

# 스토리텔링을 통한 K-디자인 이노베이션 졸업작품 사례연구

최수아

단국대학교 패션산업디자인전공 교수

---

## 1. 서론

현재 한국은 문화의 강대국으로써 팝음악, 푸드, 코스메틱, 엔터테인먼트 분야에서 큰 영향력을 행사하며, 한국 전통에 대한 세계인의 관심도 또한 높아지고 있다. 경복궁 인근 안국동과 효자동에는 전통 한복에서 화려한 형태로 변형된 한복을 착용한 젊은 세대들이 즐비하고(Ha et al., 2022), 이러한 체험을 개인 SNS에 올리기 위해 사진을 촬영하는 모습을 쉽게 찾아 볼 수 있다. 이러한 행위는 한국으로 유학 온 학생들이나 외국인 관광객들 사이에서도 크게 호응을 받고 있다. 이렇듯 전통과 현대의 다양한 융합은 전통의 활용에 원동력을 더하고, 한국의 전통과 한복을 널리 알리게 되는 결과로 이어지고 있다. 본 연구에서는 국내 한 대학의 한국형 융합디자인의 졸업작품으로써 전통과 현대와 더불어 기술을 접목한 의상 및 제품 디자인 총 13개에 대한 스토리텔링과 디자인 개발 사례를 살펴보고자 한다. 본 연구의 목적은 전통+현대와 혁신적 기술을 접목한 의상 및 제품 디자인 개발을 통해 전통 활용에 대한 하나의 가능성 제시를 위한 참고 자료 제공에 있다. 이를 위해 프로젝트 진행 사항을 면밀하게 살피고, 결과에 대한 특징을 사적 분석한 후 논의한다.

## 2. 본론

본 연구는 2013년 산업통상자원부 융합디자인 교육사업의 일환으로 교내 융합디자인연구소(당시 연구소장: 노승완) 지원을 통해 4학년 졸업 프로젝트가 시행되었다. 지도교수 3인(디자인-최수아, 구성-정진숙, 기술-고병성)과 당시 4학년 재학생 29인은 9개월 간 프로젝트를 시행하여 13개의 작품(의상 10개 & 제품 3개)을 완성하였고, 국내 졸업쇼 및 일본 긴자에서 전시회를 개최하였다. 첫째, 참여자는 모두 전통과 현대를 융합하고 기술을 포함한 의상 작품 완성을 목표로 한다. 둘째, 디자인 발상은 스토리 텔링을 통해 디자인을 개발한다. 이를 수행하기 위한 세부 절차는 다음과 같다. 1) 참여자는 단국대학교석주선기념 박물관에서 제공한 한국 전통 유물의 실물 혹은 이미지 자료를 고찰한다. 그 밖에 한국 전통 관련 인스피레이션을 탐구한다. 2) 스토리텔링의 가설을 세워 디자인을 기획한다. 3) 전통+현대 & 기술을 접목하여 K-디자인 이노베이션 졸업 작품을 완성한다.

13개 작품의 결과는 다음과 같다. 기술은 주로 아두이노를 활용하여 프로그래밍을 하였고, 레이저 커팅기를 활용하기도 하였으며, LED 라이트, 광섬유(optical fiber), 전도성 실, 모터, 서보모터, 실리콘 히터 등을 통해 이노베이션 디자인 작품을 완성했다. 디자인 개발을 위한 스토리텔링 차원에서는 크게 세 개로 진행되었는데, 과거의 어떤 특정 신분의 인물이 어떤 상황에 놓여 있을 때를 연상하여 접근한 ‘특정 신분의 상황과 장소를 통한 발

상', 한국 고유의 전통 유물의 아름다운 형태나 선, 문양과 연상되는 이미지 등을 활용한 '특정 건축물 혹은 유물의 미적 고찰을 통한 발상', 특정 소재나 유물 등을 통해 연상되는 이미지를 표현하고자 한 '유물의 소재나 연상 이미지를 통한 발상'이다.

스토리텔링 첫 번째 항목인 '특정 신분의 상황과 장소를 통한 발상'은 '궁궐 밖의 왕족(고잔다/이혜선\_광섬유)', '일상에 지친 공주의 현대적 반항(김인희/김단희/오지윤\_아두이노+LED)', '비 내리는 광화문 거리(김희준/오혜림\_아두이노+서브모터)', '왕족의 일탈(박지연/이가는\_레이저커팅기, 아두이노+LED)', '무신의 파티(이원형/오유지\_아두이노+LED)', '왕족의 여가생활(백성재/장미)'로 6개의 의상 작품이 완성되었다. 두 번째인 '특정 건축물 혹은 유물의 미적 고찰을 통한 발상'은 '조선시대 속옷의 현대화(김지영/정지혜\_아두이노+LED)', '블루밍 쉘드(유소은/제명란\_레이저커팅기, 아두이노+LED)', '전통혼례복의 웨딩세라모니(박다룡/인리치/조혜원\_레이저커팅기, 아두이노+LED)', '검고 흐르는 밤(박소윤/박종한/이하림\_광섬유)'으로 4개의 의상 작품으로 전개되었다. 마지막의 스토리텔링 항목인 '유물의 소재나 연상 이미지를 통한 발상'에서는 '공존 & 겹침(공재원/임동혁\_프린팅 필름지 & 낚시줄, 아두이노+마이크로 서브모터)' '왕족의 여가생활(백성재/장미\_아두이노\_실리콘 히터)' '반가와이즈맨(서경국/이동진\_아두이노+모터, 터치센서)', '중첩조명(권수현/윤주희\_아두이노+전도성 실, 터치센서)'로 1개의 의상과 2개의 제품 디자인이 완성되었다.

### 3. 결론

본 프로젝트의 주요 관점은 전통의 새로운 현대적 해석과 더불어 기술의 접목을 통한 창의적 아이디어 발상이었으며, 이를 위해 13개 팀의 각 구성원이 각자 리서치를 통해 브레인스토밍 과정을 진행하고, 스토리라인을 구성하였다. 디자인 발상의 접근 방식은 자유롭게 열려 있었으며 13팀의 작업 구성 중 가장 많은 비중을 차지한 것은 특정 인물의 전통 의복이나 그 특정 인물이 현대 사회에 존재한다면 어떤 행위를 하고 싶은 건지에 대한 아이디어 발상에서부터 출발하였다. 두 번째로 집중한 아이디어이션은 주로 특정 유물의 독자적인 미에 대한 관찰과 이를 표현하기 적합한 상황을 연출하는 방식으로 진행되었다. 세 번째는 1차적으로 관찰되는 미가 아닌 모션으로 완성되는 연상적 이미지를 현대적으로 재해석 하였다. 특정 유물이 갖는 독자적인 의미를 확장시켜 현대인들에게 적용할 수 있는 힐링의 시간을 제공하기도 하고, 한국 전통의 겹침 기법에 따른 미를 표현하기 위한 특정 소재의 중첩 기술을 활용하기도 하였다. 때로는 전통이 변화할 때 더욱 그 가치가 재조명되기도 한다. 이에 본 연구가 하나의 사례로써 활용되고, 앞으로도 통상적인 방식이 아닌 창의적이고 다양한 접근 방식을 통해 전통이 활용되고 그를 통한 활성화가 지속되기를 기대한다.

### Reference

- Ha, J., Kim, G., Park, S., Song, E., Yoo, H., Yoo, H., Lee, Ju. & Jung, Ji. (2022). *Modern Society and Fashion*. Seoul: Kyomunsa.
- IDC(Interhybrid Design Center). (2013). *K Design Innovation(Tradition+Modernity & Technology)*, Seoul: Interhybrid Design Center at Dankook University.

---

# 패션디자인 도구로서 생성형 AI 활용 가능성에 대한 탐색

- 감정 어휘로의 접근 -

한금화, 김혜진, 노주현\*

충남대학교 의류학과 박사수료, 충남대학교 의류학과 석사과정, 충남대학교 의류학과 조교수\*

---

## 1. 서론

최근 패션브랜드에서는 고객 프로파일 활용, 제품 개발, 진품 검증 및 매장 운영 고도화, AI 패션쇼 등 다양한 영역에서 생성형 AI 방안을 활용하는 것을 볼 수 있다. 생성형 AI 모델은 자연어 처리, 생성적 적대 신경망(GAN)과 변이형 오토인코더(VAE)의 기술로 이미지를 생성하므로, 디자인 분야에 혁신적인 변화를 가져올 것으로 예상된다. 또한 AI 모델은 심리학 현상과 같은 사회 전반의 지형을 바꾸고 있다. 생성형 AI 관련 패션에 대한 선행연구는 패션쇼, 패션 이미지의 활용 방안, 디자인 융합, 디자인 툴의 활용 가능성, 색상 비교 등 다양하나, 감정의 어휘를 사용하여 디자인 툴로서의 접근을 다룬 연구는 진행되지 않았다. 따라서 본 연구에서는 생성형 AI 중 미드저니(Midjourney)가 인간의 긍·부정적 감정 어휘를 인식하여 원하는 이미지를 추출하는지를 탐색하고, 패션디자인을 위한 활용 도구로서의 실질적인 기능과 역할을 모색하는 데에 목적이 있다.

## 2. 이론적 배경

감정(Emotion)이란 인체 전반의 생리적 현상, 심리적 감각과 관련된 무의식적 생각, 과거 경험과 느낌, 지각된 정보의 해석을 의미한다. 긍정적 감정은 안전하고 호의적인 환경에서 발생하고, 부정적 감정은 불쾌감이나 불행한 감정을 표현하는 것이다. 패션과 연관된 감정은 쾌락적인 교감인 긍정적 감정과 죄책감, 불안감의 느낌과 같은 부정적 감정으로 나눌 수 있다. Kim and Moon(2024), Zhao(2024)의 연구에서 구분한 감정 카테고리를 참고하여 본 연구에서는 긍정적 감정의 어휘를 ‘기쁨(joy), 즐거움(pleasure), 신남(excitement), 행복(happiness)’으로 하고, 부정적 감정 어휘를 ‘슬픔(sadness), 화(angry), 두려움(fear), 혐오(disgust)’ 등 단어로 총 8개 감정 어휘를 대상으로 하였다.

## 3. 연구 방법 및 결과

본 연구는 첫째, 감정, 긍·부정적 감정의 개념, 긍·부정적 감정의 어휘에 대한 선행연구를 고찰하였다. 둘째, 티셔츠 이미지에 ‘express joy’, ‘express happiness’, ‘express pleasure’, ‘express excitement’, ‘express sadness’, ‘express anger’, ‘express fear’, ‘express disgust’ 등 8가지 프롬프트를 적용한 후 단계별 세부 프롬프트를 변형하여 전개하였으며, 최종 이미지를 티셔츠 이미지에 적용하였다. 셋째, 패션디자인 전문가 그룹 5인이 위의 8가지 프롬프트와 유사한 텍스트를 접목하여 추출하였다. 넷째, 추출한 티셔츠 이미지가 긍·부정적

감정을 인식하는지 비교 분석하였다. 본 연구 결과는 긍정적 감정 어휘의 ‘기쁨’에서 주요 모티프는 인간의 얼굴, 해, 달 등이고, 색상톤은 노랑, 빨강, 주황과 같은 밝고 따뜻한 톤이며, 표현 방법은 사실적, 추상적으로 자유롭게 표현하였다. ‘행복’에서 주요 모티프는 얼굴과 해 등이고, 색상톤은 노랑과 같은 밝고 따뜻한 톤이며, 표현 방법은 인물과 자연으로 사실적이었다. ‘즐거움’에서 주요 모티프는 동물, 자연이고, 색상톤은 노랑, 파랑의 밝은 톤이고, 표현 방식은 울동감을 있는 추상으로 표현되었다. ‘신남’의 주요 모티프는 동물이고, 색상톤은 검정과 노랑, 파랑 등 밝고 어두운 톤이 동시에 보였고, 추상적 표현 방법을 사용했다. ‘슬픔’은 주요 모티프가 얼굴과 눈이고, 색상은 검정과 빨강이며, 사실적인 표현 방법을 드러냈다. ‘화남’은 모티프가 주로 동물의 입과 눈이고, 색상은 검정, 흰색, 갈색 등이었고, 표현 방법은 사실적이었다. ‘두려움’은 주로 해골 또는 사람과 동물의 이목구비가 일그러진 모티프로 활용했고, 컬러는 검정과 흰색이었고, 사실적으로 표현하였다. ‘혐오’는 모티프가 주로 동물의 혀와 입을 벌림, 또는 큰 눈이고, 색상은 핑크, 흰색, 검정, 파랑 등 다양하게 적용되었으며, 사실적으로 표현했다. 결과적으로 긍정적 감정 어휘에서 주요 모티프는 인간의 얼굴, 해, 달, 동물, 자연으로 표현하였고, 색상톤은 노랑, 빨강, 주황, 파랑, 검정이며, 대부분 밝은 톤으로 표현하였으며, 인물과 자연의 사실적, 추상적으로 표현하였다. 반면 부정적 감정 어휘에서 주요 모티프는 얼굴과 눈, 동물의 입과 눈, 해골, 사람과 동물의 이목구비 일그러짐, 동물의 혀와 입, 눈으로 표현하였다. 색상톤은 검정, 빨강, 흰색, 갈색, 핑크, 파랑으로 주로 어두운 톤으로 표현하였고, 표현 방법은 사실적이었다. 긍정보다 부정 감정의 표현에서 디자인이 더 기괴하고 극단적 디자인으로 추출되어 보다 절제된 표현을 추가하였으며 결과는 크게 달라지지 않았다. 본 연구는 감정 어휘의 프롬프트를 접목하여 추출한 티셔츠 이미지의 디자인에서 긍·부정적 감정에 대해서는 어느 정도 구분하여 이미지를 생성하지만, 인간이 느끼는 미세한 감정을 이미지로 표현하거나 미적인 표현 요소를 인간과 유사하게 소통하기에는 부족한 요소가 있음을 파악하였다.

#### 4. 결론

본 연구는 생성형 AI로 감정을 표현하는 디자인이 디자이너의 의도와 일치하는지 탐색하고자 하였다. 결과적으로 인간이 느끼는 세밀한 감정을 표현하고 이를 디자인 도구로 활용하는 데 실질적인 어려움이 존재함을 파악할 수 있었다. 디자이너의 의도와 AI가 표현한 시각적 결과물이 감정적으로 일치하려면 보다 정교한 딥러닝이 필요할 것이다. 추후 생성형 AI가 더 정교한 감정 어휘를 머신러닝, 딥러닝으로 개발한다면 디자이너와의 감정적 소통이 가능한 패션디자인을 표현할 수 있을지에 대한 후속 연구를 기대한다.

#### Reference

- Zhao, L. (2024). *The impacts of mindfulness leadership level on teachers' knowledge sharing in university of China: Mediating effects of positive emotions and team psychological safety*. Unpublished doctoral dissertation, Daejin University, Pocheon.
- Kim, J-H., & Moon, M-K. (2024). AI Chatbot-based daily journaling system for eliciting positive emotions. *Journal of the KIECS*, 19(1), 105-112. doi: 10.13067/JKIECS.2024.19.1.105

---

# 몽골 소셜미디어 인플루언서들의 코리안 스킨케어 실천

- 인스타그램 & 유튜브 중심으로 -

Tsiyempiljee Khulan, 서성은\*

가천대학교 의상학과 석사과정, 가천대학교 패션디자인학과 부교수\*

---

## 1. 서론

몽골은 27년이라는 매우 짧은 기간 동안 시장 경제로 전환하면서 전 세계 여러 국가와 발맞춰 발전하였고, 특히 최근 몇 년 동안 IT 산업의 발전으로 인한 인터넷 사용의 보편화와 함께 화장품 산업도 세계화의 흐름에 빠르게 동참하고 있다. 몽골의 경우 건조한 기후 탓에 많은 사람들이 예민한 피부 상태를 가지고 있어서 몽골 소비자들은 피부 관리 필요성을 많이 느끼며 화장품의 수요가 커지고 있다. 또한, 몽골 국민 소득의 증가와 경제 발전에 따른 몽골인의 생활 수준 향상은 외모에 대한 관심과 화장품 수요 증가에 일조하였다. 2023년 12월 몽골 전체 인구의 68.7% 35세 미만의 젊은 사람들이며 이 중 34.7% 35세 미만 여성들이며, 여성들의 사회 활동도 증가하고 있기 때문에 몽골 화장품 시장의 잠재가 유망하다고 볼 수 있다. 한국의 기후나 기타 환경이 몽골과 유사하다고는 볼 수 없지만 미국이나 유럽 등의 제품 보다는 생김새나 취향이 유사한 아시아 지역의 화장품이 몽골인들에게 적합하다고 보인다. 아시아 화장품 중 한국 제품은 중국이나 일본의 제품에 비하여 품질과 가격 경쟁력에 있어 몽골 시장에서는 앞서 있다고 판단된다. 또한 몽골에서 다양한 디지털 매체를 통해 한국 대중문화의 노출이 증가함에 따라, 특히 몽골 젊은 층에서 한국 스킨케어 제품, 메이크업 스타일 등에 관한 관심과 인기가 더욱 높아지며, 한국 화장품과 스킨케어 제품에 대한 수요가 꾸준히 증가하고 있다. 이는 몽골에서 K-팝이나 K-드라마 등 한류 매체를 통해 접하는 한국 패션 스타일의 인기를 나타내는데, 한국 상품의 이미지는 세련됨, 아름다움, 좋은 품질로 인식되고 있기 때문에 스킨케어 판매 사이트나 매장에서 'K Beauty' 이라는 문구로 광고하는 경우도 많다. 이로 인해 최근 몽골 인터넷 시장에서는 뷰티 분야 인플루언서들의 한국 뷰티 제품 홍보 및 정보 제공이 늘어나고 있다. 몽골에는 뷰티 인플루언서가 1000명이 넘지만, 한국 뷰티 제품만을 홍보하는 사람도 200명이 넘는다. 이는 몽골인들이 한국 스킨케어 화장품에 얼마나 관심을 갖고 있는지를 보여준다. 본 연구에서는 소셜 미디어에 인스타그램과 유튜브 플랫폼 중심으로 나타난 한국 스킨케어와 뷰티 콘텐츠로 활동하고 있는 몽골 10명의 인플루언서의 채널을 선정하여 실천 유형을 분석하고자 하였다.

## 2. 연구의 방법과 내용

본 연구는 온라인 질적 연구의 문서 분석과 멀티미디어 관찰 기법을 활용하여 진행하였다. 온라인 질적 연구에서 문서분석은 오프라인에서 이루어지는 전통적인 질적 연구 방법론에서의 문서 분석의 양과 효율성 측면에서 매우 강력한 연구 방법이 될 수 있다. 온라인

질적 연구의 문서 분석을 위해 수집될 수 있는 자료에는 온라인과 인터넷에 존재하는 본 연구 주제와 관련된 텍스트, 이미지, 영상, 문서가 포함될 수 있다. 구체적으로 연구자는 뉴스 기사, 개인 블로그와 SNS 자료들, 홈페이지, 학술적 문서, 유튜브 영상과 같은 매우 다양한 종류와 방대한 양의 문서를 순식간에 수집할 수 있다. 또한 멀티미디어 관찰은 언어적 텍스트 중심 관찰을 벗어나 소리와 음성, 사건 및 영상과 같은 이미지를 관찰하는 방법이다. 언어적 텍스트 중심 관찰과 마찬가지로 멀티미디어 관찰의 데이터는 페이스북, 트위터, 블로그 등에 저장 되거나 생성되고 있는 다양한 이미지와 소리를 수집하고 분석하는 방법이다. 본 연구의 대상을 선정하기 위해 틱톡과 유튜브 검색창에 몽골어로 스킨케어( ) ; 한국 스타일 ( ) ; 한국 뷰티 제품 ( Y YY ); 한국 메이크업 ( YY ); 한국 여성들의 스킨케어 ( ) ; 한국 아이돌/연예인 스킨케어 비밀 ( )를 키워드로 검색하여 유튜브 채널과 인스타그램을 확인하고 구독자 수, 조회 수, 재생 목록, 주요 콘텐츠를 참고하여 중심으로 한국 스킨케어와 뷰티를 가장 많이 다루고 있는 인플루언서 200명 중 10명을 선정했다. 선정된 인플루언서 10인은 유튜브, 인스타그램 등의 플랫폼을 통해 일상, 운동, 금융 등 다양한 주제의 글을 게재하고 있는데, 스킨케어 콘텐츠를 가장 많이 올렸고, 스킨케어 인플루언서로 더 잘 알려진 사람들이다. 또는 스킨케어만 올리는 별도의 계정을 개설하는 인플루언서들도 있다.

### 3. 결론

선정된 몽골의 10명의 인플루언서는 한국의 스킨케어와 뷰티 제품에 대한 광범위한 관심을 보여주며, 이를 자주 다루고 있다. 이들의 콘텐츠를 분석한 결과, 한국 스킨케어 제품의 다양성과 품질, 그리고 효과에 대한 긍정적인 평가가 두드러지는 것으로 나타났다. 특히 한국 제품의 사용 후 피부 상태 개선에 대한 직접적인 경험 공유가 많았다. 또한, 한국의 뷰티 트렌드와 제품 사용 방법에 대한 설명 및 추천도 자주 등장했다. 이러한 결과는 몽골 소비자들이 한국 스킨케어 제품에 대한 높은 수요와 관심을 보여주고 있음을 시사한다. 특히 몽골의 화장품 시장은 젊은 세대를 중심으로 빠르게 성장하고 있으며, 이 중에서도 여성 소비자들의 관심이 두드러지는 것으로 나타났다. 결론적으로, 몽골의 화장품 시장에서는 한국 스킨케어 제품이 높은 인기를 얻고 있으며, 이는 몽골 소비자들의 피부 관리에 대한 높은 수요와 한국 제품의 품질과 이미지에 기인한 것으로 분석된다. 향후 한국 기업들은 몽골 시장에서의 홍보 및 유통 채널을 강화하고, 소비자들의 니즈에 맞는 제품을 개발하는 등의 노력을 통해 몽골 시장에서의 경쟁력을 높여나갈 수 있을 것으로 기대된다.

### Reference

<https://www.nso.mn/mn/statistic/fun-statistic/age-pyramid>

Hewson, C., Vogel, C., & Laurent, D. (2015). Internet research methods. Sage.

제렌더르즈어던지맥 (2020) 한국화장품의 몽골 진출 전략 연구 에브리데이 오바코 사례를 중심으로, 전북대학교 일반대학원

강블드강돌람 (2020) 몽골 소비자의 한국화장품 선택속성이 브랜드 신뢰도 및 구매 의도에 미치는 영향: 광고매체와 판촉유형의 조절효과 분석, 경상대학교 경영학과

---

## 중국 여성 스타의 섹시 패션 이미지

염여옥, 하지수\*

서울대학교 의류학과 석사과정, 서울대학교 의류학과 교수\*

---

최근 중국 패션계의 변화는 세계 무대에서의 트렌드와 혁신의 결합, 전통과 현대 미학의 융합으로 주목받고 있다. 또한 중국의 스타 여배우들은 이러한 패션계의 변화를 더욱 부각하는 역할을 하고 있다. 여배우들은 방송 출연 및 사회적 활동을 통해 새로운 패션 트렌드를 대중에게 소개하며, 이는 대중 매체를 통해 전파되어 광범위한 영향력을 발휘한다. 이 과정에서 여성의 이미지가 단지 미적 대상이 아닌, 자신감과 개성을 자유롭게 표현하는 현대 여성의 상징으로 재해석되고 있다. 중국 스타 여배우의 이미지 변화는 중국의 사회 문화와 가치관의 변화를 반영하며, 여성의 자신감과 개성 표현의 새로운 미학적 기준을 설정한다. 중국 여성 이미지의 변화는 중국 사회의 개성 표현과 성평등에 관한 관심 증가를 보여주며, 현대 중국의 복잡성과 다양성 이해에 중요한 관점을 제공한다.

본 연구는 중국 스타 여배우들의 '섹시' 이미지가 어떻게 시간에 따라 변화했으며, 이 변화가 중국 사회 내 패션 변화를 어떻게 반영하는지를 분석하였다. 연구의 초점은 '섹시'라는 개념을 중국 사회와 문화의 맥락에서 어떻게 정의할 수 있는지에 대한 명확한 규정에서 시작된다. 여기서 '섹시'는 단순히 육체적 매력을 넘어서 여성의 사회적, 문화적 표현의 자유를 포함하는 광범위한 의미로 해석된다. 이렇게 재해석된 섹시 개념은 중국 내에서 여성 이미지의 진화와 그들이 사회 내에서 차지하는 역할의 변화를 탐구하는 데 중요한 차원을 제공한다. 특히, 섹시 이미지의 변화가 단순한 패션 변화를 넘어 여성의 자신감, 독립성을 포함한 사회문화적 인식의 변화를 의미하며, 여성의 힘과 자율적 선택을 상징하는 것으로 이해하고자 한다. 중국 여배우의 섹시 이미지의 변화, 페미니즘, 미디어의 역할을 포함해 광범위한 고찰을 진행하였다. 연구 방법론은 주로 문헌 조사와 중국의 주요 미디어 플랫폼에서의 여성 이미지 변화에 대한 광범위한 관찰에 기반을 두었다. 이를 통해 연구는 다양한 시대의 영화, 텔레비전 프로그램, 소셜 미디어 등에서 중국 여배우들이 어떻게 자신들의 섹시 이미지를 표현하고 대중과 상호작용하는지를 분석하였다. 또한, 이러한 미디어 표현이 중국 사회 내에서 어떻게 여성의 역할과 이미지를 변화시키고 있는지를 검토하였다. 분석 과정에서 중점을 둔 것은 개별 여성 배우들의 섹시 이미지의 변화 추이와 이러한 변화가 중국의 사회문화적 맥락 속에서 어떻게 해석될 수 있는지에 대한 것이었다. 특히, 경제 개방 이후 중국 사회의 급격한 변화와 세계화의 영향을 받아 여성의 이미지와 역할이 어떻게 변화하고 있는지를 분석하였다. 이는 중국 사회의 성 역할, 여성의 자기 인식, 그리고 공공장소에서의 여성의 표현에 대한 사회문화적 인식의 변화를 반영한다.

연구 결과, 중국 여배우의 섹시 이미지는 초기 영화에서 숨겨진 전통적 역할에서부터 개혁개방 이후의 다양화와 개인화를 거쳐, 세계화의 영향으로 더 개방적이고 다양해진 현



대적 모습까지, 시간에 따라 사회문화적 변화를 반영하며 발전해 왔음을 확인할 수 있었다. 이는 여성의 사회적 지위 향상과 개인의 자율성 증진에 기여하는 중요한 사회문화적 변화의 일부로, 중국 사회의 다원화와 개방성, 여성의 자기 인식과 지위 향상을 반영한다. 특히, 젊은 세대 중국 여성들의 직업 선택과 사회적 행동 양식에 큰 영향을 미치고 있다.

현대 중국에서 여성의 이미지 변화는 또한 글로벌 무대에서의 중국의 문화적 전략과 맞물려 있다. 세계화의 맥락 속에서 중국은 자국의 문화적 자산을 전략적으로 활용하여 글로벌 영향력을 확대하는 과정에서 중국 여성의 변화된 이미지는 중국 문화의 동적이고 진보적인 면모를 국제적으로 홍보하는 수단으로 활용되고 있다.

또한 뉴미디어와 소셜 미디어의 영향으로 섹시 이미지의 표현과 수용이 다양화되었다. 결과적으로, 이러한 플랫폼은 여성의 자율성과 독립성을 상징하는 이미지를 전파하는 데 중추적인 역할을 하며, 성평등과 문화적 다양성에 대한 긍정적인 인식을 확산하는 데 기여하고 있다. 이를 통해 중국 여성은 개인의 자율성과 삶의 태도를 자유롭게 표현할 수 있도록 변화하였다.

---

# 구매·비구매 경험에 따른 지속가능 패션제품군에 대한 소비자의식

- 리사이클 원단, 업사이클링, 비건가죽을 중심으로 -

허은주, 한희정

계명대학교 패션디자인과 교수

---

## 1. 서론

현재 패션산업에서는 환경적 윤리를 고려하여 지속가능한 패션의 필요성이 높아져 다양한 관련 제품이 출시되고 있다. 그러나 소비자는 지속가능 소비를 희망하면서도 브랜드가 전개하는 지속가능성 활동에 회의적이기도 하며, 지속가능한 패션제품의 원재료 출처와 제조과정 등에 대한 관심이 높아지는 등 보다 세부적으로 고려하여 구매결정과 행동을 나타내고 있다. 이에 전반적인 지속가능 패션제품군이 아닌 세부 제품군에 따라, 그리고 구매 소비자와 비구매 소비자가 각각 어떤 접근성으로 구매와 비구매를 하였는지에 대해 파악할 필요가 있을 것이다. 따라서 본 연구는 지속가능 패션제품군 중 대표적 소재인 PET 리사이클 소재, 업사이클링, 비건 가죽을 사용한 각 제품군에 대해 소비자들의 구매와 비구매 경험에 따른 소비자 의식을 질적연구로 조사 및 분석하였다. 이를 통해 구매 혹은 비구매 소비자들이 지속가능 패션제품의 세부 품목에 대해 가지는 인식, 관심, 가치, 태도 형성, 행동에 이르는 종합적 범주의 소비자 의식을 파악하여 각 구체적 상황 속 발생하는 개개인의 심도있는 의견을 범주화하여 세부적으로 분석할 수 있었다.

## 2. 연구 방법 및 범위

본 연구의 대상은 이전 세대보다 지속가능 제품에 더 많은 관심과 지출의도가 있고 개인의 경제력이 있는 밀레니얼 세대에 속하는 26~39세 남녀를 대상으로 편의표본 추출법과 눈덩이 표집방법을 병행하여 25명을 모집하였다. 수집 내용은 성별, 연령, 직업, 그리고 리사이클 원단, 업사이클링, 비건 가죽 패션제품에 대한 인식, 구매경험, 구매·비구매 동기, 만족·불만족, 구매 의향 등을 포함하였다. 인터뷰는 대상자의 답변 내용에 따라 질문을 추가, 가감, 순서 변경하는 반구조화된 인터뷰로 참여자당 60분 내외를 기본으로 하였다. 인터뷰 내용은 전사 후, 텍스트 자료를 조직화하고 주제로 묶어가면서 분석하였다.

## 3. 결과

연구결과 첫째, 리사이클 원단 패션제품 구매 유경험자의 소비자 의식 범주는 개인적 요인(새로움 추구), 패션제품 속성 요인(기능성 소재, 내구성)으로, 구매 무경험자 소비자의식은 심리적 요인(불신과 의심), 패션제품 속성 요인(디자인과 품질, 가격, 소재), 구조적 요인(정보 부족)으로 분류되었다. 구매 유경험자는 대부분 스포츠, 아웃도어 의류를 구매한 것으로 리사이클 원단에 대한 호기심과 흥미로 소재의 새로움을 추구하고 소재 기능성

에 대한 만족감과 기대감을 나타냈다. 반면, 구매 무경험자는 리사이클 원단의 재활용, 재가공에 대한 불신과 의심, 리사이클 용어에 대한 강한 반감과 거부감이 드러났다. 둘째, 업사이클링 패션제품 구매 유경험 소비자 의식 범주는 개인적 요인(새로움 추구, 감성과 상징성), 패션제품 속성 요인(독특한 디자인)으로, 그리고 구매 무경험자의 범주는 패션제품 속성 요인(디자인 불만, 높은 가격, 낮은 실용성), 구조적 요인(정보부족, 낮은 접근성)으로 도출되었다. 구매 유경험자는 업사이클링 패션제품 디자인의 독특함과 새로움에 관심을 가지고 브랜드 인지도, 감성과 상징성, 유행성으로 구매하여 업사이클링의 가치보다 디자인, 브랜드, 유행성이 구매경험에 긍정적으로 작용하였다. 반면 업사이클링의 다소 부담스러운 디자인과 높은 가격, 그리고 일반 패션제품 대비 낮은 실용성과 접근성이 구매 접근에 주요 장애 요인으로 나타났다. 셋째, 비건 가죽 패션제품 구매 유경험 소비자 의식 범주는 개인적 요인(자기만족, 과시성), 사회적 요인(생명존중 및 동물복지), 패션제품 속성 요인(디자인의 만족, 합리적 가격)으로, 구매 무경험자의 범주는 심리적 요인(불신과 의심), 패션제품 속성 요인(낮은 내구성)으로 분류되었다. 비건 가죽 패션제품은 다른 세부품목과 달리 동물생명존중이라는 가치 인정과 개인적 만족감이 포함되었다. 반면, 비건 가죽은 동물성 가죽의 대체제로 이제까지 경험한 동물성 가죽의 물성과 사용성을 기대하여 비건 가죽의 수명과 장기간 사용 후에 대한 불확실성이 부정적 영향으로 파악되었다.

#### 4. 결론

종합적으로 정리하면 소비자는 지속가능 패션제품에 대해서 자아 표현 욕구와 패션가치를 기반으로 접근하였다. 리사이클 원단, 업사이클링, 비건 가죽 제품군에 따라 차이는 있었으나 제품 구매시 디자인과 품질, 가격이 공통적으로 고려되었고 반면, 지속가능적 가치에 대한 만족은 비건가죽 제품에서만 파악되었다. 산업계에서 이미 일반화된 리사이클 원단에 대해서도 폐기된 재료가 자신의 피부에 닿는다는 거부감과 안전성에 대한 염려와 높은 가격에 대한 부정적 인식이 나타났다. 업사이클링에서도 친환경적 가치보다 유행성, 패션감성적 측면으로 접근하여 아직 지속가능 패션제품에 대한 정보 부족과 낮은 인식 수준으로 지속가능성에 대한 관심이 구매로 연결되는 정도는 낮은 것으로 파악되었다. 본 연구는 제한된 연구대상자로 연구결과를 일반화하기에는 다소 제한적이거나, 지속가능 패션제품 구매경험에 따라 소비자 의식을 통합적, 세부적으로 분석한 것에 의의가 있을 것이다.

#### Reference

- Jezerc, G. (2020 January 14). Gen Z Shoppers Demand Sustainable Retail. *First Insight*. Retrieved February 11, 2023, from <https://www.firstinsight.com/white-papers-post-s/gen-z-shoppers-demand-sustainability>
- 칸타 ‘지속가능성 섹터 지표’ 한국 소비자 인사이트 발표 [Kantar’s Report ‘Sustainability Sector Index’ Korean Consumer Insights’]. (2023 May 10). *News Wire*. Retrieved May 22, 2024, from <https://www.newswire.co.kr/newsRead.php?no=966611>
- You, J. B. (2023. July 8). Emerging Sustainable Fashion by Changes in Consumer Behavior. *Fashion Insight*. Retrieved April 22, 2024, from <https://www.fi.co.kr/main/view.asp?idx=79668>

---

# 미술사조에 나타난 몸의 동적 자세와 복식의 표현

- 낭만주의, 사실주의, 인상주의를 중심으로 -

황채은, 전재훈\*

서울대학교 의류학과 박사과정, 서울대학교 의류학과 부교수\*

---

## 1. 서론

복식은 몸과 밀접하게 연관되어 있고 시대별 문화적 이상미는 복식의 디자인에 반영되기도 한다. 몸은 고정되어 있지 않고 움직임을 가진다. 복식을 입은 착용자의 움직임에 따라 몸의 자세가 형성되고 그에 따라 복식의 디자인은 인체 움직임에 의한 종속적인 움직임을 형성하여 실루엣과 디테일, 심지어 각도나 빛에 영향을 받아 질감과 색채도 다른 시각적인 형태를 나타낼 수 있다. 본 연구는 시대별 미술사조에 따른 몸의 동적 자세와 복식의 표현을 각 시대의 대표 작가의 작품을 선별하여 고찰하였다. 기존 연구들은 주로 시대별 미술사조에 나타난 복식의 작품 분석이나 몸과 복식에 관한 연구가 대부분이다. 본 연구는 복식을 입은 몸의 동적 자세를 포착한 회화에서의 표현을 알아보는데 차별점이 있다. 연구방법은 서양 미술사조 전문 서적과 미술관 도록을 중심으로 사례연구를 진행하였다. 연구범위는 19세기 근대미술의 인물화 중 몸의 동적 자세와 복식이 나타난 작품으로 한정하였다. 근대미술은 프랑스 혁명 시기를 전후로 등장하여 이전과 다른 새로운 가치를 표현하는 미술사조로 교회나 귀족 등 후원자와 예술가의 상하 관계가 인물과 예술가라는 대등한 관계로 변하여 예술가들의 표현이 자유로워졌다(Gombrich, 2013). 즉, 19세기 근대미술은 이전 미술사조의 인물화에 비하여 주제와 작가의 시점이 비교적 다양하게 표현되었다. 근대미술 중 크게 낭만주의, 사실주의, 인상주의로 나누어 몸의 동적 자세와 복식이 나타난 인물화를 선별하였다.

## 2. 이론적 배경

예술가의 작품 표현은 그가 처해 있는 사회적 상황을 반영하고 있으며 예술에 관한 감상자의 인식도 역사적으로 영향을 받는다. 근대미술 중 낭만주의는 인간의 보편성보다 예술가의 자유로운 상상력을 중시하였다. 사실주의는 신화가 아니라 사회 현상을 솔직하게 표현하여 현실을 주제로 삼았다. 인상주의는 빛에 따른 순간의 형태와 변화를 포착하고 전통적인 주제나 기법에 얽매이지 않았다(Janson & Janson, 1992). 각 미술사조의 형식이 존재하나, 예술은 객관적인 형식뿐 아니라 작품의 생동감도 중요하다. 복식은 살아있는 인체에 입혀지며 인체의 움직임으로 하나의 생명체로 인식될 수 있다. 복식과 조화된 인체의 움직임은 즉각적으로 주의를 끄는 강한 시각적인 요소이며 조형적 특징으로 볼 수 있다(Lee & Choi, 2006). 인체가 움직일 때 변하는 몸의 동적 자세와 복식의 형태는 흥미와 생동감을 자아낼 수 있다.

### 3. 연구결과

몸의 동적 자세와 복식의 형태는 미술사조의 화풍을 반영하여 사조별 공통점을 드러내거나 각 미술사조 특징과 작가의 개성이 결합되어 복식의 형태를 표현하였다. 각 사조별 몸의 동적 자세와 복식의 표현은 다음과 같은 공통점이 드러났다. 첫째, 낭만주의는 개인의 감정과 직관, 색채의 표현을 통해 몸의 동적 자세를 강조하였다. 복식의 형태는 드레이프의 방향, 빛이 나는 소재감, 부피감을 통한 실루엣을 강조하여 표현되었고, 이는 몸의 동적 자세를 부각시켰다. 둘째, 사실주의는 현실적이고 자연스러운 몸의 동적 자세를 표현하고 있었다. 몸의 자세에 따라 생긴 복식의 주름을 선명한 선으로 표현하여 동작의 생동감을 강조하였다. 셋째, 인상주의는 순간적인 빛과 색채의 변화를 중시하였다. 복식은 빛과 색채의 반사를 통해 몸의 동적 자세를 간접적으로 표현하였고 선명한 윤곽보다는 흐릿한 이미지를 보여주고 있다. 위와 같은 각 사조별 특징에 작가에 따른 개인의 독창성이 결합하여 복식의 동적 자세를 표현하기도 하였다. 예를 들어 낭만주의의 대표 작가인 외젠 들라크루아(Eugene Delacroix)의 『민중을 이끄는 자유의 여신(Liberty leading the people)』 색채 표현을 살펴보면 역동적으로 움직이는 여성은 밝고 화려하게 표현하고 나머지 인물의 복식은 어두운 색채로 대비를 주고 있다. 작가는 색채를 번지듯 표현하여 형태를 완성하였는데 선과 이상적인 형태의 그림보다 강렬한 색이 인간의 감정을 더 잘 표현할 수 있다고 보았다(Gombrich, 2013). 또 다른 낭만주의 작가인 폴 들라로슈(Paul Delaroche)의 『그네 타는 소녀(Jeune fille à la balançoire)』에서는 그네 타는 소녀의 복식이 밝은 색채로 표현되고 배경은 어둡게 처리되어 몸의 동적 자세를 부각시키고 있다. 소녀가 입고 있는 드레스의 드레이프와 그네 줄의 주름은 섬세하게 선처리가 되어 있으나 그에 비해 몸의 라인은 흐릿하게 처리하고 있다. 두 작가는 같은 사조별 형식을 따르면서도 복식의 선처리에서 표현의 차이를 보였다.

### 4. 결론

몸의 동적 자세와 복식의 표현은 미술사조별 특징과 함께 다양한 형식으로 나타났다. 첫째, 근대미술의 낭만주의, 사실주의, 인상주의에서 같은 시대의 미적가치와 미술적 경향이 나타났다. 둘째, 각 사조별 미술적 경향에 작가별 개성이 더해져 작품의 표현 방식에 차이가 나타나기도 하였다. 각 시대별 회화에 표현된 복식은 인물의 동적 자세로 느껴지는 생동감을 배가시키는 역할을 하거나, 인물의 움직임이 주제가 되는 작품에서 작가의 의도를 극대화할 수 있는 매개로 활용되고 있었다.

### Reference

- Gombrich, E. H. (2013). *The Story of Art* (Back, S. G & Lee, J. S, Trans.). Seoul: Yekyung. (Original work published 2006)
- Janson, H. W., & Janson, Anthony F. (1992). *History of art for young people*. New York : Abrams.
- Lee, H., & Choi, Y. (2006). A Study of Movement Expression in Fashion Design and Its Design Development, *The Research Journal of the Costume Culture*, 14(1), 128-141.

---

# 상징적 상호작용론의 관점에서 본 전통시장의 한복 축제

- 창원의 부림시장을 중심으로 -

서영임, 김세진\*

국립창원대학교 시니어휴먼에콜로지협동과정 의류학 전공 박사과정,

국립창원대학교 시니어휴먼에콜로지협동과정 의류학과 부교수\*

---

## 1. 서론

문화체육관광부는 2023년 전통시장을 지역 활성화를 위한 대표적 관광 상품으로 육성하기 위하여 전통시장 10곳을 ‘K-관광 마켓’으로 선정하였다(Choi, 2023). 전통시장이 지역문화의 다양성을 체험할 수 있는 공간으로 인식되면서 각 지역사회도 전통시장의 유지와 문화관광을 위해 시장 활성화에 힘쓰고 있다. 과거 창원시의 부림시장은 ‘경남의 동대문’이라 불릴 만큼 한복이 유명하였다(Kim, 2013). 그러나 현재 지방 정부 주도로 시장 활성화 정책과 한복 축제와 같은 행사를 추진하고 있음에도 한복 상가는 위축되고 있다 (Park, 2024). 한편, 구성원들의 상징적 매개로 개인과 사회가 상호작용한다고 보는 상징적 상호작용론은 이러한 지역문화 축제가 지역민 사이에서 어떻게 의미되고 형성되고 있는지 파악하기 위한 핵심적 시각을 제공해준다. 이에 본 연구는 부림시장의 한복 축제를 상징적 상호작용론에서 조명하고 지역 문화콘텐츠로서의 의미를 고찰하고자 하였다.

## 2. 이론적 배경

문화체육관광부의 지역 문화자원 플랫폼인 지역N문화(Nculture, n.d.)에 따르면 부림시장은 조선시대 15대 시장이었던 마산 장의 맥을 이어온 시장으로 1924년부터 부림시장으로 불리고 있는 100년 역사의 전통시장이다. 전성기에 ‘경남의 명동’(Kim, 2013)으로 알려진 패션 1번지였으며 동시에 마·창 최대의 한복 전문시장이었다. 창원시에서는 전통시장 특성화 사업에 부림시장의 한복을 중심으로 전통문화인 한복과 지역시장을 홍보하기 위해 2012년을 시작으로 매년 10~11월에 지역 문화축제의 하나로 ‘부림한복축제’를 개최하고 있다.

상징적 상호작용론은 언어나 몸짓, 이미지나 신호 등의 상징을 의사소통의 매개로 이용하여 개인과 사회가 상호작용한다는 이론으로, 사회현상이나 대상 자체가 중요한 것이 아니라 그 상황과 대상에 어떤 의미를 부여하고 어떻게 해석하느냐에 중점을 둔다(Kim, 2021). 상징적 상호작용론은 개인이 속해 있는 사회는 미리 구축된 구조가 아니라 사람들이 의미하고 행동하는 상호작용의 결과로 본다. 상징적 상호작용론은 상황정의, 사회적 자아, 의미 있는 상징의 소통 등으로 사회적 관계를 이해하고 해석한다. 구체적으로 상황정의는 개인의 주관적인 관점에서 사회현상을 해석하고 반응 행위로 이어지는 의미를 부여하는 것이고(Han & Choi, 1997), 사회적 자아는 의미 있는 상징을 모방하는 사회화 과정에서 획득하는 사회적 정체성을 의미한다(Kim, 2021). 그리고 사회문화 형성의 배경이 되는 상호작용은 의미 있는 상징을 통한 의사소통(Yang, 2011)으로 이루어진다. 이 연구는

문헌 연구를 토대로 도출된 세 가지 프레임은 내용분석의 기준으로 삼았다.

### 3. 연구 방법

본 연구는 창원시의 ‘부림한복축제’를 연구한 단일 사례연구로 문헌 연구와 인터넷 기사를 통한 내용분석을 하였다. 내용분석을 위한 분석적 틀 마련을 위한 상징적 상호작용론에 관한 문헌 연구를 수행하였다. 자료 수집은 부림 한복 축제가 시작된 2012년을 시작으로 2024년 3월까지 기간으로 설정하였고, 구글, 네이버 등 포털 사이트에 ‘부림시장’, ‘마산 부림한복축제’ ‘부림시장 한복’ 관련 키워드를 교차 검색하여 54개의 기사를 1차 수집한 후, 한복과 관련 없는 기사를 제외하고 총 37개 기사를 대상으로 유형을 분류하고 특성을 도출하였다.

### 4. 결과 및 결론

연구 결과 전통시장은 전통문화와 지역의 역사를 반영하며 과거와 현재를 연결하고 있었고 상인들의 경제적 기반이 되고 있으며, 관광과 지역문화를 체험하는 상호작용의 장이 되고 있음을 보여준다. 구체적으로는 첫째, 관광객과 한복 축제 사이에는 개인의 기호와 취향에 따른 한복 체험과 한복 축제 참가(n=5)에 의미를 부여한 상황정의로 참여와 공감의 상호작용, 둘째, 부림시장과 한복 축제 사이에는 지역 특화시장과 한복거리 홍보(n=28)의 상황정의로 지역 경제 활성화와 상인의 경제적 기반의 상호작용, 셋째, 지역사회와 한복 축제 사이에는 지역문화 가치를 공유하는 지역문화의 상징(n=4)이라는 상호작용이 확인되었다. 즉, 부림시장 한복거리는 한복이라는 전통문화 유지와 시장의 역사를 대표하는 의미가 부여되고 있었고, 지역민, 지역시장, 관광객들이 부림시장이라는 사회 안에서 한복 축제를 언어적 상징으로 상호작용하고 있었다.

이상의 결과를 종합하면 부림시장의 한복 축제는 지역문화를 공유하는 가치를 가진 지역축제로서 지역문화의 상징적 정체성이 반영된 상호작용의 매개체가 되고 있음을 시사한다. 본 연구는 한복 축제를 사회문화적 관점에서 지역문화 축제를 고찰하였다. 이 연구는 탐색적 연구로 기사 분석에 그쳤으나, 향후 참여관찰 및 심층 인터뷰를 이용한 후속 연구를 제안한다.

### Reference

- Choi, M. S. (2023, May 03). 이제는 전통시장도 K관광...‘K관광 마켓’ 10선 선정[Now even traditional markets are part of K-tourism... ‘K-tourism markets’ selected as top 10]. *sedaily.com*. Retrieved April 10, 2024, from <https://www.sedaily.com/NewsView/29PFO51G1U>
- Han, E. J. & Choi, B. Y. (1997). A Study about Parent Care Consciousness with a focus Symbolic Interaction Perspective. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 35(2), 373-383.
- Kim, K. N. (2021). Understanding and Exploring Mirror Neurons: Relationship with Symbolic Interaction Theory and Educational Implication. *Korean Journal of Educational Research*, 59(8), 171-201. doi.org/10.30916/KERA.59.8.171

---

# 메종 마르지엘라의 패션필름에 나타난 모호성

배미희, 김세진\*

국립창원대학교 휴먼에콜로지협동과정 의류학과 박사과정

국립창원대학교 휴먼에콜로지협동과정 의류학과 부교수\*

---

## 1. 서론

패션필름은 패션 프레젠테이션 방법으로 다양한 제작과 활용되고 있다. 메종 마르지엘라를 설립한 마틴 마르지엘라(Martin Margiela)는 포스트모던 해체주의자로 불리며(Bernard, 1996) 의복의 생산과정을 노출시키는 등 새로운 패션디자인을 제안하였다. 이러한 메종 마르지엘라 컬렉션의 디자인적 특성을 선행연구에서는 모호성으로 설명한 바 있다(Kim, 2016, Kim & Kim, 2020). 현대 패션컬렉션에 나타난 포스트모더니즘적 특성에 대한 많은 연구가 있었고, 모호성 연구는 다원화된 사회 내에 존재하는 수많은 객체의 다양성을 인정하는 방법론적인 의의를 갖는다(Kim, 2016). 이에 이 연구는 메종 마르지엘라 컬렉션에 나타난 모호성이 패션필름에도 확인되는지, 또한 그 양상은 어떠한지 등을 파악하는데 목적을 둔다. 이를 위해 모호성에 관한 문헌연구를 수행하고 유튜브의 메종 마르지엘라의 계정에서 조회수 상위 20개의 패션필름을 선정하여 사례분석을 하였다.

## 2. 이론적 배경

사건적으로 모호성은 사람이 지닌 마음의 본바탕 또는 사물이나 현상이 가지고 있는 고유의 특성을 말한다(Jack & Richard, 2011). 이는 한 가지 이상의 의미를 지닌 상태 또는 한 가지 이상의 방법으로 해석될 수 있는 단어나 진술 또는 여러 가지 요소들이 관련되어 있어서 설명하기 어렵거나 혼돈되는 상태를 뜻한다(Frank, 1999). 모호성에 대해 영국의 문학이론가 윌리엄 엡슨(William Empson)은 모호성을 동일한 말에서도 다른 반응을 일으키게 할 수 있는 언어적 낱말로 정의하면서 텍스트에 담긴 것 이상의 많은 의미를 추론하는 정신적 효과라 하며, 7가지 유형으로 구분하여 설명하였다(Empson, 1966). 구체적으로 은유와 극적 아이러니, 두 가지 이상의 의미는 하나로 귀결된 단일성, 편(pun), 역설, 연상, 불확실성, 상반 등으로 정의하였다(Seo, 2001). 이에 윌리엄 엡슨의 모호성 이론 7가지 유형을 적용하여 살펴보고자 하였다.

## 3. 분석 결과 및 결론

본 연구는 존 갈리아노가 크리에이티브 디렉터로 부임한 2014년부터 2024년 4월까지를 사례분석의 범위를 선정하고, 유튜브의 브랜드 계정의 패션영상 중 녹화하여 재편집한 패션쇼영상을 제외하고 조회수 상위의 패션필름 20개를 선정하여 자료를 수집하였다. 수집된 패션필름들은 윌리엄 엡슨이 제시한 모호성의 7가지 특성을 토대로 패션필름의 구성요소



(Kim, 2020)에 의해 사례분석을 하였다. 패션필름은 내용과 표현적 요소로 구분되며, 표현적 요소에는 시각, 청각, 연결적 요소로 세분화된다(Kim, 2020). 이를 토대로 분석한 결과는 다음과 같다. 첫째, 패션쇼 무대와 백스테이지를 바꿔 무대 아래가 패션쇼의 공간이 되는 극적 특성이 나타났다. 둘째, 두 가지 다른 비유를 동시에 하는 것을 단일성 혹은 통합성으로 볼 수 있는데, 패션필름에서 발견된 장르적 연결의 모호는 패션쇼, 무용 퍼포먼스, 숏필름 등의 두 가지 이상의 의미가 하나로 귀결되는 장르적 단일성이다. 셋째, 편은 맥락을 통해 연결된 아이디어의 혼합에서 일어나는데 쇼, 디자이너의 설명, 모델의 퍼포먼스 등 패션컬렉션이 여러 장르로 확장과 혼합을 나타냈다. 넷째, 역설은 저자의 뜻은 일치하지 않지만 두 가지 의미가 결합하여 복잡하게 나타난 것을 의미한다. 필름 메이커에 의해 재해석된 패션필름은 후처리된 시각적 효과, 의상 등이 서로 상반되게 표현되었고 음악에 의해 조화롭게 혼합된 복잡성이 나타났다. 다섯째는 패션 스토리텔링을 통한 연상이다. 컬렉션의 컨셉은 조명과 의상뿐만 아니라 모델의 움직임을 통해 이야기로 표현되었고, 이는 의상을 스토리텔링으로 나타낸 패션 스토리텔링을 통한 연상이다. 여섯째, 메종 마르지엘라의 패션필름은 정보의 불확실적 특성이 나타났다. 구체적인 장소, 상황, 시간, 의상의 디테일 등의 정보가 부재하여 상황을 인지하기 어려운 정보적 불확실성이 확인되었다. 마지막으로 상반은 서로 다른 의미의 공존을 의미한다. 메종 마르지엘라의 패션필름은 다양한 장르와 표현이 자연스럽게 하나로 섞여있기 보다 서로 다름을 그대로 노출하여 이질성이 충돌을 일으키는 형식의 상반적 특성이 나타났다. 이 연구는 메종 마르지엘라의 컬렉션의 특징들이 패션필름에서 어떻게 나타나는지 모호성의 관점에서 살폈다. 패션필름을 구성하는 장치들은 디자인 아이덴티티를 다양하고 새로운 양식으로 표현할 수 있음이 확인되었다.

## Reference

- Bernard, M. (1996). *Fashion as communication*. London: Routledge.
- Empson, William. (1966). *Seven Types of Ambiguity*. New York: New Directions.
- Evans, C. (2003). *Fashion at the edge*. New Heaven & London: Yale University Press.
- Frank R, A. (1999). *Oxford American dictionary and language guide*, New York: Oxford University Press.
- Jack, C, R. & Richard, W, S. (2011). *Longman Dictionary of Language Teaching and Applied Linguistics*. (4th ed). London: Routledge.
- Kim, S, J. (2016). Characteristics of Martin Margiela's Fashion Design from the Perspective of Ambiguity. *Journal of the Korean Fashion & Costume Design Association*, 18(20), 191-206.
- Kim, S, J. (2020). The types and expressions of new media fashion film. *The Research Journal of the Costume Culture*, 28(1), 96-113. doi:10.29049/rjcc.2020.28.1.96.
- Kwon, J. (2016). Characteristics and Categorization of Fashion Films. *Journal of the Korean Society of Costume*, 66(4), 128-145. doi:10.7233/jksc2016.66.4.128.
- Seo, J, Y. (2001). A Study on the Ambiguity in Visual Language- Focusing on William Empson's type of ambiguity. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.

---

## 프랑스에서 K-Fashion의 문화자본적 특성

자니시 카를라 마리아, 김세진\*

국립창원대학교 의류학과 석사과정, 국립창원대학교 의류학과 부교수\*

---

### 1. 서론

한류에 대한 관심이 전 세계적으로 이뤄지고 있고 프랑스도 예외는 아니다. 프랑스에서 K-Pop과 콘텐츠를 중심으로 한 한류는 인터넷 커뮤니티를 통해 형성되기 시작하였고, 2016년 프랑스의 민영 방송사에서 런칭한 'MYTF1 XTRA'에서 젊은 층의 유입을 위해 선택한 콘텐츠가 한국 드라마였다. 최근 몇 년 사이 유럽시장의 OTT 콘텐츠의 비중이 높아지고 COVID19로 인해 소비가 증가하면서 한국문화에 대한 관심은 급증하게 되었다(Ji, n.d.).

문화자본이란 사회학자 피에르 부르디외(Pierre Bourdieu)가 제시한 개념으로 사회적 배경에 따라 자연스럽게 습득한 문화적 취향 및 행동양식을 일컫는다. 이는 사회적 계층과 관련 지어 논의 되었지만 이 연구에서는 최근 세계적인 관심을 얻고 있고 자생적으로 한국문화를 공유하는 커뮤니티들이 생겨나고 있는 현상을 주목하고, 이를 문화자본의 관점에서 고찰하여 빠른 속도로 성장하고 있는 K-Fashion의 특성을 규명하고자 한다. 이를 위해 문화자본에 관한 문헌연구를 수행하여 분석의 틀을 마련하고, 사례분석을 실시하였다. 시기적 범위는 2018년부터 2024년까지 최근 프랑스 내의 K-Fashion에 대한 관심이 높아지기 시작한 시점으로 설정하였고, 사례는 구글 포털에서 'K(Korean) fashion', 'Hallyu', 'France'의 키워드를 교차로 넣어 기사를 검색하였다. 이 중 중복된 사례를 제외하고 분석이 가능한 언어인 영문과 프랑스어를 중심으로 총 14개의 기사를 수집하였다.

### 2. 본문

부르디외(Bourdieu, 1986)은 자본의 개념으로 사회, 정치, 경제, 문화와 사회적 행위자들의 경험을 연결하여 세 가지의 자본을 제시하였다(Chung, 2023). 문화자본은 그 중 하나로 사회적으로 가장 밀접하게 관계하며 다의적 해석이 가능하기에 많은 학자들에 의해 논의되고 있다. 부르디외에 따르면(Bourdieu, 1986) 문화자본이란 체화된(embodied), 객관화된(objectified), 제도화된(institutionalized) 상태 등의 세 가지 형태로 존재한다. 체화된 상태의 문화자본은 사회화 과정에서 신체와 결합하여 내화된 즉, 외부에서 축적된 경제자본과 달리 소유를 통해 전이된 자본을 말한다. 이는 행동과 같은 모습으로 나타난다. 객관화된 상태의 문화자본은 기념물이나 회화와 같이 물질적인 문화적 재화로 존재하는 교환과 상속이 가능한 문화자본이다. 마지막으로 제도화된 상태의 문화자본은 문화적 능력이 증명될 수 있는 자격을 말한다. 이는 문화자본이 학위와 같은 제도를 통해 그 가치가 유지될 수 있는 것을 의미한다. 문화자본은 교육과 취향으로 체화된다. 이 연구는 이러한 문화자본의 세가지 컨셉을 토대로 수집한 사례를 분류하고 특성을 살펴보았다. 분석결과는 다

음과 같다. 첫째, 소셜 미디어에서 인플루언서는 아이돌의 의상, 공항패션, 서울 패션위크의 모습을 K-fashion 스타일로 소개하고, 이용자들은 그 스타일을 모방하고 공유함으로써 체화된 한국패션 스타일의 문화자본적 특성이 나타났다. 둘째, 프랑스에서는 K-fashion을 다루는 패션 매거진이 발간되기도하고, 한국 패션전문 쇼핑몰도 생겨나고 있다. 이에 따라 관련 제품을 구입하는 것이 보다 쉬워졌고, 구매와 착용으로 객관화된 문화자본적 특성이 나타났다. 세 번째, 프랑스의 일부 기관에서는 한복이나 메이크업 등 한국의 복식문화나 패션스타일을 강좌를 개설하고 있다(Le Centre Culturel Coreen). 이는 한국 패션문화가 프랑스 내에서 하나의 패션 양식이며 제도화된 상태의 문화자본으로 의미하는 것이다.

### 3. Conclusion

이 연구는 부르디외의 문화자본을 고찰하고 프랑스에서 최근 높은 관심을 보이는 K-Fashion이 문화자본으로써 어떻게 형성되고 있는지 살폈다. 연구결과는 문화자본의 세 유형에 따라 한국의 패션문화를 공유하는 양상을 분류하였고, K-Fashion은 단순히 문화 현상에 머무는 것이 아니라 이미 프랑스에서 문화자본의 한 형태임을 보여 주었다. 이 연구는 전반적으로 K-Fashion에 대한 고찰과 이 소프트파워가 트렌드에서 프랑스 문화의 일부로 발전한 과정을 이해하고자 하였다. 그리고 점점 더 많은 프랑스인들이 이를 참조하고 있음을 확인할 수 있었다. 최근 한국 패션 및 문화에 대한 세계적 관심이 높아지고 있고 이에 관한 연구가 초기인 단계에서 이 연구는 학술적 기초적 자료를 제공한데 의미가 있으며 해외 진출을 계획하는 국내 패션 브랜드의 디자인 기획 및 전략 수립에 시사점을 제공할 것이다. 이 연구는 적은 데이터를 토대로 한 기사 분석으로 일반화엔 한계가 있을 것이다. 이에 추후 현지인을 대상으로 한 심층인터뷰를 통해 다층적 분석이 이뤄지길 기대한다.

### References

- Ji, Y. H. (n. d.). 프랑스 내 한류 콘텐츠 소비 동향. *KOCCA*. Retrieved April 20, 2024 from <https://www.kocca.kr/trend/vol36/sub/s42.html>
- Bourdieu, P. (1986). *The forms of capital*. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Westport, CT: Greenwood Press.
- Chung, H. U. (2023). Reproduction of cultural capital and power among generation Z. *Korean Society of Basic Design & Art*, 24(4). 559-571. doi:10.47294/KSBDA.24.4.38

---

# 정서적 안정감을 위한 압박의류 디자인 사례

하승연

국립공주대학교 의류상품학과 교수

---

## 1. 서론

현대사회에서는 사회의 분화와 개인화가 가속화되면서 대인관계와 정서적 유대감이 약화되고, 이로 인한 개인의 고립감이 증가하고 있다. 이러한 추세는 코로나19 팬데믹의 등장으로 더욱 심화되었으며, 비대면 상호작용이 보편화되면서 개인 간의 불안감과 외로움이 커지고 있다. 학자들은 스트레스를 완화하고 정서적 안정을 증진하기 위해 신체적 접촉과 촉각 자극의 중요성을 강조해 왔다(Dunbar, 2010; Moyer et al., 2004; Grewen et al., 2003; Sumioka et al., 2013). Grandin(1992)의 연구에서는 특히 촉각과 소리에 대한 민감도가 높은 자폐증 환자의 경우 촉각 자극의 중요성을 강조한다. 몸 전체에 고르게 압력을 전달하도록 설계된 Grandin의 혁신적인 ‘스퀴즈 기계’는 자폐증 및 ADHD가 있는 개인뿐만 아니라 일반 대학생들에게도 불안을 줄이고 평온함을 촉진하는 치료 상의 이점을 입증하였다. 인간의 대인 관계는 본질적으로 촉각적이며, 직접적 또는 간접적으로 다양한 형태의 신체적 접촉을 포함한다. 포옹, 악수, 등 두드리기, 키스 등의 상호작용은 개인 간의 정서적 유대감과 발달에 중요한 역할을 하며, 그 중에서도 포옹은 정서적으로 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다(Tsetserukou, 2010). 상체의 압박에 따른 편안성에 대해 조사한 Hong Liu et al.(2014)의 연구에 의하면, 지방이 적고 곡률 변화가 큰 부위일수록 압박감을 높게 느낄 수 있다고 주장하였다. 인체부위 중 굴곡이 가장 크고 지방이 적으며 의복의 대부분의 무게를 지탱하고 있는 어깨에서 압박감이 가장 높게 나타났다. 여성의 가슴도 큰 곡률을 인한 직물 변형이 두드러지게 나타남으로써 압박감이 높고, 적은 지방과 커다란 굴곡으로 나타나는 등에도 높은 압박감이 나타났다. 따라서 본 연구는 정서적 안정감을 줄 수 있도록 포옹의 촉각 자극을 이용한 압박의류에 대해 연구하고자 하며, 이를 위한 기초 자료로서, 선행연구와 실제 제품을 바탕으로 포옹의 촉각 자극을 활용한 압박의류의 디자인 사례를 조사하고자 한다.

## 2. 본론

포옹의 촉각 자극을 활용한 연구는 다음과 같다. Hug me 재킷은 전기 액추에이터를 사용하여 포옹의 촉각 자극을 시뮬레이션하여 개인 간의 원격 터치 전송을 가능하게 한다(Cha et al., 2008). Huggy Pajama는 팽창 가능한 공기 주머니, 가열 요소 및 시각적 신호를 통해 포옹의 다양한 감각을 촉진하며(The et al., 2008), HaptiHug은 포옹의 압력 패턴을 모방함으로써 촉각적 경험을 제공한다(Tsetserukou, 2010). 그리고 Hugging Vest는 형상기억합금을 활용하여 깊은 압력의 촉각적 효과를 원격으로 재현할 수 있다(Duvall et

al., 2016). 이 외에도 2002년 Cute Circuit이 개발한 HugShirt는 팔과 몸통에 액추에이터를 내장하여 포옹의 느낌을 재현하며, 앱을 통해 압력, 심박수, 온도 등 생리학적 매개변수를 측정하고 포옹의 촉각 자극을 무선으로 전송한다(cutecircuit.com). Hug Over a Distance는 전자 장치의 신체적 접촉에 의해 원거리에 있는 공기 주머니가 부풀어 오르도록 연동함으로써 포옹의 촉각적 감각을 재생한다(Muller et al., 2005).

압박이란 물체를 응축시키거나 다양한 방향에서 압력을 가하는 것을 의미하며, 압박 자극이 신체에 적절하게 가해지면 부교감신경을 자극하여 안정감을 이끌어낸다(Edelson et al., 1999). 일반적으로 압박 의류가 인지발달 또는 심리적 장애가 있는 개인의 불안을 관리하기 위해 사용되었으며(Chen et al., 2011; Joe, 1998). 의류나 조끼, 담요 등을 포함한 다양한 형태의 제품으로 개발되었다. 이러한 압박의류는 무게 기반의 제품과 공기 주입 기반의 제품이 있다. 무게 기반의 제품은 무게 조절이 가능한 주머니와 압박을 위해서 인체 맞음새의 조절이 가능한 벨크로 스트랩이 있는 Sensory Direct의 조끼, 신축성 소재로 디자인된 Kozie Clothes의 조끼, 그리고 Fun and Function의 조끼 제품이 있다. 반면에 공기 주입 기반의 압박 의류는 튜브를 통해 공기 주머니를 팽창시켜 압력을 가하는 제품으로, Rompa의 스쿼즈 조끼와 DolbomDream의 HUGgy 조끼가 있다. 이 제품들은 펌프를 이용하여 공기 주머니를 팽창시키는 원리를 이용하였으며 벨크로 테이프로 신체의 맞음새를 조절한다.

### 3. 결론

Hug me, Huggy Pajama, HeptiHug, Hugging Vest와 같이 전자 장치를 사용하는 선행 연구의 사례는 포옹의 효과를 부여하는 신체적 접촉의 위치가 모두 다르게 나타났다. 그리고 전자 액추에이터의 배치를 위해서는, 인체의 편평한 영역에만 신체적 압박 자극이 국한됨으로써 정서적 안정감에 대한 공간적 제한성을 갖는다. 한편 Sensory Direct, Kozie Clothes, Fun and Function의 무게 기반의 제품 사례는 압박의류의 무게를 조절하는 주머니의 위치가 일률적이다. 안정감을 부여하는 무게감이 조끼의 하단부에 치우쳐 있으므로 대부분 직선적 디자인으로 구성되어진다. 반면에 Rompa의 스쿼즈 조끼와 Dolbomdream의 HUGgy의 압박 위치는 몸의 전면과 후면을 전체적으로 감싸고 있는 형태로, 상체의 넓은 영역에 걸쳐 포옹의 효과가 가능하고 디자인 변형의 영역이 다양할 것으로 기대된다.

### Reference

- Grandin, T. (1992). Calming effects of deep touch pressure in patients with autistic disorder, college students and animals. *Journal of Child and Adolescent Psychopharmacology*, 2, 63-72.
- Liu, H., Chen, D., Wei, Q., & Pan, R. (2013). An investigation into the bust girth range of pressure comfort garment based on elastic sports vest. *The Journal of the Textile Institute*, 104(2), 223-230. doi:10.1080/00405000.2012.714940
- Tsetserukou, D. (2010). Haptihug: a novel haptic display for communication of hug over a distance. Conference paper July. doi: 10.1007/978-3-642-14064-8\_49

---

# 숏폼 뷰티 콘텐츠에 나타난 포스트 하위문화

- 한국 뷰티 크리에이터를 중심으로 -

김시은, 김세진\*

국립장원대학교 시니어 휴먼 에콜로지 의류학전공 박사과정

국립장원대학교 의류학과 부교수\*

---

## 1. 서론

K-Beauty의 인기는 전세계적으로 지속되고 있고 가장 알려진 ‘틱톡’을 비롯한 숏폼 뷰티 콘텐츠는 인스타그램의 ‘릴스’, 유튜브의 ‘숏츠’까지 영역을 확장하며 그 입지를 다지고 있다. 코로나 이후 더욱 활성화되었고 모든 생활이 모바일로 이뤄지는 현대에서 앞으로도 영향력이 더 커질 것으로 예측된다. MZ세대는 광고보다 온라인을 통해 다양한 정보를 습득한다. 온라인 판매가 활성화되어 오프라인 매장에서 제품을 보고 테스트하는 일이 점점 사라지고 있는 시점에서 뷰티 크리에이터의 역할은 더 커지면서 생활과 밀접해지고 있다. 이들은 뷰티 정보와 제품 사용 후기나 활용법 등을 재미있고 감각적인 연출력으로 영향력이 크다. 한편, 2000년대 이후 하위문화는 이전과 다른 양상을 보이는데, 소셜 미디어에서 형성되며 하나의 선택적 취향의 성격을 갖는다. 이에 이 연구는 최근 트렌드에 영향력 있는 뷰티 크리에이터의 유튜브 계정의 숏츠에 나타난 포스트 하위문화적 특성을 살펴보는 데 목적이 있다. 이를 위해 국내 뷰티 크리에이터를 대표할 수 있는 유튜브를 선정하였는데, 먼저 10만명이상의 상위 구독자를 보유하고 있고, 트렌드의 민감한 20-30대를 대상으로 하는 크리에이터에 해당하는 잉화, 토막이, 민카롱, 유리솜, 헤림쌤, 소의튜브, 심화평 등 7명을 선정하였다. 자료수집은 7인의 유튜브 계정에서 2024년 4월 기준으로 각각 높은 조회수 순으로 숏폼 뷰티 콘텐츠를 연구자가 반복 시청하면서 포스트 하위문화의 특성이 잘 드러난 영상을 조회수 상위 10개씩 총 70개를 수집하여 대상으로 삼았다. 패션필름의 구성요소를 토대로 하고(Kim, 2020), 비교적 짧은 숏폼 영상 형식으로 고려하여, 표현과 내용으로 구분한 다음, 장면연결, 카메라 워크, 대상, 색과 조명, 소품 및 의상, 음향, 자막 등의 후작업과 이용자의 반응을 확인할 수 있는 댓글을 구성요소로 하여 포스트 하위문화적 특성을 분석하였다.

## 2. 본론

포스트 하위문화는 기존의 하위문화 이론을 비판적 관점에서 바라보고 1980년대 이후 나타난 청년 문화의 정체성과 취향 및 스타일의 관계를 다룬다(Bennett & Kahan-Harris, 2004). 이에 관한 여러 선행연구를 종합하면, 포스트 하위문화는 다음의 특성들이 확인된다. 첫째, 유동성이다. 형성된 공동체는 하나의 아이덴티티를 가지고 오래 지속되는 것이 아니라 개인의 선택에 의해 유동적으로 형성된다(Greener & Hollands, 2006). 둘째, 이들은 배타성을 갖는다. 일탈적인 속성의 전통적 하위문화와 달리 이들은 사회로부터 인정

받으려 하며 타인과 다른 힙한 것과 진정성으로 타인과 구별한다. 셋째, 소비 지향적이다. 개인의 취향은 소비로 이어지며 문화적 자원을 소비함으로써 자신의 정체성을 확립한다. 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 뷰티 크리에이터들의 숏폼 콘텐츠는 팔로워들과의 유대적 관계를 강화하며 스토리텔링으로 정서적인 공감대를 형성한다. 크리에이터 헤림쌤, 소의튜브에서는 구독자들의 질문과 답변, 요구를 반영하였는데, 그 집단 사이의 일시적 공감대를 형성하며 스타일을 확산, 트렌드를 대중화 시켰다. 둘째, 크리에이터 토막이, 민카롱, 심화평의 영상의 배경은 대체로 메이크업 및 뷰티 분야에 전문성을 가지고 활동했었던 경험으로 최근의 트렌드 정보를 전문가로서의 의견과 함께 소개하거나 실험적인 메이크업 스타일을 제시하면서 타 크리에이터들과 차별화하였다. 셋째, 뷰티 크리에이터들은 협찬을 포함한 다양한 제품들의 소개와 판매가 동시에 이뤄지는 프로슈머적 성격을 갖는다. 크리에이터 잉화의 자라 브랜드 구매후기, 유리솥의 반영구시술체험담 등은 차별화된 정보와 스타일을 시간과 공간의 제약없이 소개하면서 이용자로 하여금 소비를 부추기기도 하는데, 이는 포스트 하위문화의 소비지향적 성격을 의미한다.

이 같은 연구결과는 소셜 미디어 공간에서 자신들만의 정체성을 형성하면서 다른 이용자들 사이에서 인정받는 동시에 독창성으로 차별화하고자 하는 포스트하위문화적 특성이 뷰티 숏폼 영상에 반영되어 있음을 나타낸다. 뷰티 크리에이터들의 숏폼 콘텐츠들은 소셜 미디어 공간에서 하나의 주류문화 스타일로 자리 잡으면서 차별성을 공유하는 유동적이며 양면성을 갖는다.

### 3. 결론

많은 크리에이터들이 다양한 소재와 아이디어로 소셜미디어에서 활동하고 수익을 창출하고 있다. 한국의 뷰티 산업은 전 세계적으로 관심과 인기가 높고, 활동하고 있는 크리에이터가 많음에도, 학문적으로 다룬 관련 연구가 부족하다. 이에 이 연구결과는 지속적으로 시장성이 커지고 발전 가능성이 높아지고 있는 소셜 미디어 공간에서 형성되는 뷰티 문화에 대한 시각을 제시하고, 선행연구에서 많이 다루지지 않았던 숏폼 뷰티콘텐츠에서 하위문화적 특성이 어떻게 나타나고 있는지를 분석한 초기연구라는 점에서 의미가 있고, 이를 근거로 뷰티 제품의 기획 및 판매 전략 수립에 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

이 연구는 소셜 미디어의 숏폼 콘텐츠를 대상으로 분석한 탐색적 연구에 그쳤으나 후속연구로 뷰티 크리에이터와 실제 이용자를 대상으로 한 심층 인터뷰 방법을 이용한 연구를 제안한다.

### Reference

- Bennett, A. (2011). The post-subcultural turn: some reflections 10 years on. *Journal of Youth Studies*, 14(5), 493 - 506. doi:10.1080/13676261.2011.559216
- Greener, T., & Hollands, R. (2006). Beyond subculture and post-subculture? The case of virtual psytrance. *Journal of Youth Studies*, 9(4), 393-418. doi:10.1080/13676260600914390
- Kim, S. (2020). The types and expressions of new media fashion film. *The Research Journal of the Costume Culture*, 28(1), 96-113. doi:10.29049/rjcc.2020.28.1.96

---

# ‘문신(文信)’의 작품을 이용한 패션 텍스타일 디자인 개발

함다경, 김세진\*

국립창원대학교 일반대학원 시니어휴먼에콜로지협동과정 의류학 전공 석사과정,  
국립창원대학교 일반대학원 시니어휴먼에콜로지협동과정 의류학과 부교수\*

---

## 1. 서론

화가이자 조각가로 알려진 문신(文信)은 세계적 예술 활동과 한국과 프랑스의 문화교류의 공로로 ‘예술문학기사’ 훈장을 수여한 바 있으며, 평면과 입체 작품 모두 예술성을 인정받은 경상남도 출신 작가이다. 최근 문신 탄생 100주년을 기념하여 다양한 행사와 전시가 개최되었는데, 이는 작가의 업적을 회고할 수 있는 기회뿐만 아니라 침체된 지역문화의 활성화에 기여할 수 있다. 선행연구에서도 지역 문화 콘텐츠를 이용한 다양한 패션 제품 및 디자인 관련 연구들이 수행되었으나, 대부분 원작을 그대로 이용한 소품이나 아트웨어 제작만 진행되었다. 이에 이 연구는 다양한 패션디자인 및 제품 제작이 이뤄질 수 있도록 문신 작품을 이용한 텍스타일 디자인을 개발 및 제안에 목적을 둔다. 그 결과는 지역사회의 문화예술콘텐츠로서 가치를 조명하고 관련 아트제품 개발에 시사점을 제공할 수 있을 것이다.

## 2. 이론적 배경

앵포르멜(Informal) 미술에 영향을 받아 피카소·샤갈과 함께 거론되는 문신은 1967년 파리에 정착하면서 추상조각을 시작했다(Park, 2019). 문신에 관한 서양 평론가들의 평은, 오리엔탈리즘이라는 함정에 빠지지 않고 새롭게 접한 세계를 독자적으로 번역하고 재창조하여 혼성적이고 독창적인 조형을 선보임으로써 인정받았던 ‘누벨 에콜 드 파리’의 대표하인 아시아 작가들을 향한 호평과 맥을 같이 함을 확인할 수 있다(Park, 2023). 문신 작품은 시메트리의 형태적 구조, 브론즈, 폴리에스테르, 석고, 흑단, 참나무, 쇠나무 등을 이용한 소재, 푸른색과 회색계열, 원색의 컬러감의 색채적 특성을 갖는다. 이러한 선과 색의 자유로운 문신의 드로잉은 조각에 미학적 활력을 불어넣는 새로운 에너지원이자, 특수한 형식과 미감을 지닌 독립된 장르로 인정받고 있다. 문신이 남긴 평면의 드로잉 작업은 ‘에로스트드로잉’, ‘구상드로잉’, ‘보석드로잉’, ‘채색드로잉’ 등으로 정리 된다(Kim, 2022).

해체주의의 이론은 탈구조주의 혹은 구조주의의 한계를 극복하고자 하는 사상적 흐름으로 등장한 후기 구조주의 사상이다. 선행연구(Kim & Ha, 2016; Hwang & Lee, 2023; Kim, 2014)를 토대로 주요 특성들을 정리한 결과, 차연은 과거 현재 미래의 시·공간이 공존하고 그 속에서 결합시키는 것을 의미한다. 상호텍스트성은 규범으로서의 이분법적 표현방법을 무너뜨리는 것을 추구한다. 불확정성은 모든 것은 고정된 하나만의 의미를 가지지 않는다는 개념이다. Dis, De의 탈현상은 일상적 현상으로부터의 탈피를 의미하는 것으



로, 총 4가지로 설명할 수 있다. 이러한 해체주의적인 방법을 적용한 이유는 포스트모더니즘과 동시대의 문신 작품을 영역의 확장을 표현하여 다양한 조명을 하기위함이다.

### 3. 연구 방법

이 연구는 문헌연구와 디자인개발의 방법을 적용하였다. 창원시립마산문신미술관을 직접 관람하여 자료를 수집하거나 문신의 작품집, 선행연구를 통하여 문신 작품의 조형성과 해체주의에 관한 문헌연구를 수행하였다. 문신 작품의 조형적 특성과 해체주의의 방법을 적용하고, 일러스트레이션, 포토샵 등 그래픽 프로그램을 사용하여 해체주의 유형별로 각각 두 개씩 총 여덟 개의 텍스타일 디자인을 개발하였다. 이를 위해 입체 조각 ‘개미’, 평면 채색 드로잉 ‘호랑이’와 에로스 드로잉 세 작품을 선정하였는데, 이 작품들은 모두 해체주의의 각 특성을 잘 반영할 수 있고, 해체적 방법을 적용했을 때에도 문신 작품의 상징성이 보존될 수 있기 때문이다.

### 4. 연구 결과 및 결론

디자인 개발 결과는 다음과 같다. 첫째, 과거, 현재, 미래의 시공간이 공존하는 의미의 차연의 특성을 미완성의 표현으로 콜라주 기법을 사용하여 채색드로잉 호랑이 작품을 디자인 개발 하였다. 둘째, 과거의 양식을 차용하여 여러 양식이 공존하는 다원주의적 차연의 방법으로 개미를 변형하여 디자인 개발을 하였다. 셋째, 이분법적 표현 방법을 무너뜨리고, 구분을 허물고, 방식을 무시하는 방법이 반영된 상호텍스트 성을 이용하여 에로스 드로잉을 재해석 하여 디자인을 개발하였다. 넷째, 형태의 변형, 조각, 침식, 뒤틀림을 통한 경계의 모호성의 방법이 반영된 불확정성을 이용하여 개미의 모티프를 변형하여 디자인 개발을 하였다. 이상 본 연구를 통하여 개발된 패션 텍스타일 디자인 개발은 문신 작품의 영역의 확장과 가치를 재조명 할 수 있다. 연구결과는 지역 문화 콘텐츠를 이용한 패션디자인 및 문화상품 개발에 시사점을 제공하는데 의미가 있다.

### Reference

- Park, H. J. (2019). An analysis on the development and structure of Moon Shin abstract sculpture from 1965 to 1972. *Journal of Korean Modern & Contemporary Art History*, 37, 225-248, doi:10.46834/jkmcach.2019.07.37.225
- Park, S. Y. (2023). Moon Shin and the foreign artists in post-war France. *Art History Studies*, 45, 151-177, doi:10.52799/JAH.2023.12.45.151
- Kim, Y. H. (2022). *Sculpting the Universe: the Art of Moon Shin*. Paju, Republic of Korea: Hangilsa.
- Kim, J. W. (2014). Plastic characteristic of deconstructivism impacted on modern arts. *Journal of the Korean Society Design Culture*, 20(1), 183-197.
- Kim, S. E. & Ha, J. S. (2016). A Study on Aesthetic Values of Neo-Deconstructive Fashion - Focused on Vetments, Marques 'Almeida, Jacquemus -. *Journal of The Korean Society of Fashion Design*, 16(4), 129-150.

---

## 오리가미(Origami)를 이용한 패션디자인 작품 개발

- 작품 'Serenity' 제작을 중심으로 -

남한솔, 하지수\*

서울대학교 의류학과 석사과정, 서울대학교 의류학과 교수\*

---

종이는 그림을 그릴 수 있는 바탕이 될 뿐만 아니라, 조형의 재료로도 사용되는데, 형태 변형이 용이하다는 장점을 가지고 있어 다양한 형태와 기법으로 활용되어왔다. 독일 디자인 교육기관 바우하우스(Bauhaus)에서도 창조적인 디자인 교육과정으로 도입되어 주요한 학습 모형을 산출하는데도 효과적으로 이용된 바 있다. 최근 조형 분야에서 자르거나 접는 등의 기법을 통해 종이 그 자체가 하나의 독립적인 매체로서 조형미를 제시하기에 이르렀다. 종이 조형은 단순한 놀이, 아트 형식을 넘어 라이프스타일과 건축 등에 이르기까지 매우 넓은 영역에서 활용되고 있으며, 실제로 많은 패션 디자이너들이 종이 조형에서 영감을 받아 흥미로운 컬렉션들을 선보였다.

본 연구에서는 종이조형의 기법 중 '접기'를 주된 방식으로 사용해 '오리가미(origami)'를 이용한 패션디자인 작품으로 원피스 1벌을 제작하였다. '오리가미(origami)'는 종이를 접어 만드는 예술로, '접는다'는 뜻의 'oru'와 '종이'를 의미하는 'kami'라는 일본어 단어에서 유래하였다. 접었을 때는 평면이 되어 납작해지지만 펼치면 입체적인 모양을 만들어 내는 것을 주 목표로 하여 6가지의 프로토타입을 제작하였다. 다만, 실제 종이로 제작할 시 내구성과 오염 및 방수성의 문제가 있어 '종이 같은(paper-like)' 원단을 찾는 과정을 거쳤다. 그 결과 종이처럼 얇고 가벼우면서도 플라스틱처럼 튼튼하고 유연한 고밀도 폴리에틸렌(HDPE, High Density Polyethylene)인 '타이벡(tyvek)' 원단을 주 소재로 삼았다. 또한 접힌 원단의 조형성을 최대한 강조하여 부각하고자 작품의 색상은 최대한 배제시키고 순백의 흰색으로만 작품을 구성하였다. 이러한 '순백색'의 종이 드레스와 고요한, 잔잔한, 평온한이라는 뜻을 가진 단어 'serenity'가 어울릴 것이라 판단하였기에 본 작품의 주제 및 제목을 'Serenity'로 설정하였다. 특히 '작은 독립적인 구성 요소나 조각'을 가리키는 '모듈(module)'을 이용한 오리가미 작품을 전개하였다. 이러한 모듈들을 조합하고 해체함에 따라 새로운 형태를 만들어낼 수 있다는 장점이 있다. 3차원의 입체를 띤 '오리가미 패션'은 입체적인 부피감을 지닌 동일한 혹은 유사한 유닛들이 클러스터링(clustering)을 이루는 것이 특징이며, 동일한 형태의 반복, 혹은 변화 있는 반복에 의해 일정한 리듬감을 형성한다(Choi & Kwon, 2017).

본 연구의 작품에서는 제작한 6가지 종류의 프로토타입 중, 평행한 선을 따라 일정하게 앞, 뒤로 교차해 접는 방식인 '응용된 플리즈' 방식을 주로 채택하였다. 그 이유는 사선과 수직선이 섞여 있는 타 프로토타입에 비해, 해당 방식은 수직적인 평행선들로만 이루어져 있어 간결하면서도 견고한 느낌을 강하게 보여줄 수 있을 것이라 판단했기 때문이다. 스커트의 밑단 부분의 기장에 차이를 두어 원단을 처음 재단할 때부터 60cm의 높이를 가진

직사각형 조각 1장과, 사선 모양의 밑단을 표현하기 위해, 50cm부터 75cm, 65cm부터 95cm까지에 이르는 사다리꼴 모양의 조각 3장을 제작하였다. 원단을 3.5cm, 1cm의 간격을 두고 플리츠를 제작하는 방식처럼 앞, 뒤로 교차로 접은 후에는 플리츠를 만드는 과정처럼 가로 폭이 현저히 감소했기 때문에 가로 폭은 원단 폭의 최대인 150cm를 그대로 사용하였다. 대신 접은 후의 모듈을 마네킹에 걸쳐 필요 이상의 분량은 접거나 잘라내는 ‘드레이핑(draping)’을 이용하였다. 허리를 기준을 하체 부분에는 총 5개의 모듈이, 상체 부분에는 총 3개의 모듈이 사용되었으며, 이외에도 5조각의 모듈을 여분으로 만들어 촬영 당시 소품으로 활용하거나, 어깨와 가슴 앞 부분에 부착해 다른 모양이 만들어지도록 하였다. 각 모듈 간 층의 겹침이 디자인의 주요 요소인 스커트의 경우, 종이 밑단 부분마다 ‘오간자(organza)’원단을 덧대었다. 5cm 높이의 흰색 오간자를 타이벡에 덧대어 봉제한 후, 열을 주어 ‘타이벡(tyvek)’ 원단과 같은 주름의 형태로 떨어지게 하였다. 그 결과 ‘Serenity’라는 제목에 걸맞게 종이의 깨끗한 이미지를 겹겹의 레이어와 플리츠 층마다의 경계선을 강조되는 효과와 더불어 페미닌(feminine)하고 여린(delicate) 분위기가 추가되는 효과까지 얻을 수 있었다.

본 연구는 종이 조형과 모듈에 대한 디자인에서의 사례를 통해 현대 패션을 탐색하였고, 나아가 이를 응용한 작품을 개발함으로써 ‘오리가미’를 이용한 다양한 모듈의 결합을 시도할 수 있었다. 개발한 오리가미 드레스 디자인을 통해 패션 아이템의 소재로서 종이의 큰 창의성과 다양한 가능성을 확인할 수 있었다는 데에 의의가 있다.

#### Reference

- Choi, J. H. & Kwon, J, S. (2017). A study on the expressive Methods and Application Values by the compositional Dimension in contemporary Paper Fashion. *Journal of Basic Design & Art*. 18(5), 629 - 642.
- Linade, B. M. (2004). *Origami: Identifying right angles in geometric figures*. New York: PowerKids Press.

---

# 현대 패션 일러스트레이션에 나타나는 이상적인 신체 이미지 표현에 관한 연구

- David Downton과 Bil Donovan의 작품을 중심으로 -

남한솔, 하지수\*

서울대학교 의류학과 석사과정, 서울대학교 의류학과 교수\*

---

패션 일러스트레이션은 패션 이미지 전달이라는 목적성을 띤 시각표현으로서 당시 사회적으로 유행하고 있는 이상적인 ‘미’에 대한 인식과 트렌드를 반영한다. 패션은 신체를 매개로 하는 만큼 신체 이미지는 패션 일러스트레이션에서 중점적으로 다루어지는 주제이다. 또한 패션 일러스트레이션에 관한 선행연구로는 패션 일러스트레이션 작품에 대한 기법이나 유형에 대한 연구, 혹은 시각적 이미지에 대한 미적 고찰을 중심으로 작품을 제작하는 연구들이 주를 이루는 등 다양한 분야에서 접근한 연구는 있으나, 이상적인 신체 이미지 분석에 대한 연구는 미비한 실정이다. 이에 본 연구의 목적은 패션 일러스트레이션 작품에 투영되어 나타나는 이상적인 현대 패션과 신체 이미지를 밝히는 데에 있다. 이를 위해 먼저 패션 일러스트레이션에 관한 서적, 논문 등 문헌 연구를 통하여 패션 일러스트레이션의 개념과 역사, 그리고 20세기의 패션 일러스트레이션 작품 내에서 표현된 신체 이미지를 조사하였다. Fashion Illustration Gallery(FIG)와 해외 패션전문 잡지인 Vogue지에 언급된 작가 중 David Downton(1959-, 영국)과 Bil Donovan(1963-, 미국)의 작품을 분석 대상으로 선정하였다. 다만 신체 이미지에 관한 연구를 진행하려는 목적으로 수집하였기 때문에 해당 작가의 웹사이트와 포트폴리오 등에 실린 작품 중, 체형이 드러나지 않은 반신 초상화나 풍경 등은 제외하고 전신 일러스트레이션만을 수집하였다. 작품 출판년도는 작품을 제작하기 시작한 년도부터 현재까지 FIG와 작가 포트폴리오에 실린 모든 작품을 분석하여 David Downton과 Bil Donovan 각각 43장, 52장으로 총 95장을 분석하였다.

본 연구에서는 패션 일러스트레이션의 기능적 분류 중 특정 시대상이나 유행을 표현함으로써 후대 사람들이 당시 시대적 상황과 풍속, 미술 사조 등을 알 수 있게 하는 ‘기록적 기능’에 중점을 두고 연구를 진행하였다. 특히, 두 작가가 속한 시대적 맥락에서 볼 때 패션 일러스트레이션의 신체 이미지는 어떻게 나타나고 있는지를 보여주었다. 두 작가의 작품에서 나타나는 표현적 기법의 유사점과 차이점을 살펴보면 다음과 같다. David의 작품에는 형태의 윤곽선 없이 물감으로 단번에 그린 부분이 자주 등장한다. 또한 수채화나 과슈 등 친수성 물감을 주재료로 사용하는 만큼 물감이 마르지 않은 상태에서 위에 덧바르거나 미묘하게 색상을 바꾸어 칠해 번지기 효과나 흘러내리는 모양을 그대로 작품에 남긴 것이 특징이다. 옷은 채색을 하지만 얼굴이나 피부 부분은 흰 종이 그대로 남겨두는 경우가 많으며 얼굴 중에서는 특히 눈이나 머리카락을 강조하는 편이다. Bil도 주로 여성의 몸을 그렸다. 그러나 David과의 차이점이 있다면, 피부의 음영부분을 벽돌색이나 어두운 자

두색 등으로 표현함으로써 조금 더 색채 감각을 다채롭게 활용하고 있다. Bil도 또한, 작품에서의 스케치 선이 부재하고, 형태의 윤곽 실루엣이 잡혀 있지 않는 모습이다. 또한 물감이 마르지 않은 상태에서 덧발라 번지기 효과를 이용해 표현에 재미 요소를 주고 있으며, 붓 끝을 갈라지게 하며 갈필 표현을 하는 것은 David와 공통적으로 나타났다.

이어서 작품에서 나타나는 신체 이미지의 표현을 살펴보면 다음과 같다. David의 작품의 경우, 주로 길쭉한 모델의 전신 실루엣과 팔, 다리가 눈에 띄며, 광대가 튀어나온 것이 강조될 만큼 전체적으로 팽창히 마른 체형을 갖고 있다. 그의 작품 속 모델은 가슴에서 허리, 허리에서 골반으로 이어지는 모래시계형, S자 커브가 강조된 ‘마른 글래머’ 신체 이미지를 갖고 있다. 그리고 팔과 다리 부분은 Bil의 작품에 비해 보다 더 현실적인 신체를 그렸다. Bil도 역시 여성의 신체 이미지를 주로 그렸는데, 얼굴을 현실적인 비율의 사이즈로 그렸던 David과는 달리, 모델의 얼굴을 매우 작게 표현해 전체적인 신체 비율과 의상의 실루엣에 집중한 작품이 많은 편이다. 신체 이미지로는 거의 David와 동일하게 마르고 날씬하지만 글래머러스한 체형을 표현 대상으로 삼았다.

두 작가 모두 21세기의 이상적인 신체 이미지의 양상을 공통적으로 보여주고 있었는데, 주로 큰 가슴과 엉덩이, 그리고 얇은 허리가 만들어내는 모래시계형의 S-curve 실루엣의 여성을 표현 대상으로 삼았다. 하지만 빌렌도르프의 비너스 상이나, 15-16세기 르네상스 시기처럼 매우 풍만한 글래머가 아닌, 전체적으로 ‘탄탄하게 마른 글래머’가 현대 사회에서 선호하는 이상적인 신체 이미지임을 확인할 수 있었다.

본 연구는 현대 패션 일러스트레이터 중 2000년대부터 현재까지 활동하고 있는 패션 일러스트레이터 두 명의 모든 전신 작품을 분석하였다. 특히 현대 패션 일러스트레이션에 나타난 이상적 신체 이미지의 표현 방법의 특수성을 밝혀 패션 일러스트레이션을 대상으로 한 논문으로서의 독창성을 가진다는 점에서 의의가 있다.

## Reference

Danielson, D. (1989). *Changing figure ideal in fashion illustration*. Clothing and Textiles Research Journal, 8(1), 35-48.

---

# 사진 이미지 중첩 기법을 활용한 패션디자인 개발 연구

- 작품 'Position'을 중심으로 -

정찬아, 하지수\*

서울대학교 의류학과 석사과정, 서울대학교 의류학과 교수\*

---

## 1. 서론

미디어 테크놀로지의 발전과 함께 패션업계는 패션필름이라는 새로운 미디어에 주목하게 되었다. 디지털 패러다임은 패션을 표현하는 방식과 내용의 스펙트럼을 넓히고 있으며, 패션 브랜드는 패션필름을 통한 시준의 디자인 전개와 브랜드의 메시지를 전달하고 있다. 패션필름은 패션 브랜드뿐만 아니라 패션디자이너 개인이 자신의 디자인을 보여주기 위한 도구로 사용하기도 한다. 패션필름은 정지된 사진에서 오는 표현의 한계를 극복하고, 브랜드 또는 디자이너의 상상력을 자유롭게 표현할 수 있는 특징을 지닌다. 본 연구에서는 'Position'이라는 주제로, 사진이 제공하는 이미지를 의상디자인과 패션필름에 적용하고자 하였다. 직접 촬영한 사진 두 장을 중첩하여 한 장의 사진으로 제작하였고, 이 과정을 통해 사진의 화자가 존재하는 위치와 시각을 재구성하였다. 사진의 이미지를 표현할 수 있는 방법으로 빔프로젝터 조명과 DTP 프린팅을 선택하였고, 4개의 사진과 직접 제작한 원피스 3벌을 패션필름으로 연출하였다.

## 2. 본론

본 연구의 내용을 다음과 같다. 첫째, 문헌 연구를 통한 패션필름의 유형과 표현적 요소를 고찰하고 본 연구의 목적인 패션필름의 유형을 선택하였다. Kim(2017)의 연구에서는 패션필름의 제작 주체 및 목적에 따른 유형을 홍보적 패션필름, 에디토리얼 패션필름, 독립적 패션필름으로 분류하였으며, 패션필름의 내용 구조에 따른 유형을 서사적(narrative) 구조와 대안적(nonlinear narrative) 구조로 분류하였다. 본 연구의 패션필름은 의상디자인의 심미적 표현과 비서사적 구조의 메시지 전달을 주 목적으로 하기에 독립적 패션필름과 대안적 패션필름의 유형을 따랐다.

둘째, 미장센의 요소들을 구체화하여 패션필름 'Position'을 제작하였다. 본 연구에서 의상과 패션필름의 주요 매개체는 '사진(photograph)'으로, 사진의 기억과 시공간에서 사라져가는 어렴풋한 시각적 체험의 특징(Lee, 2000)을 전달하고자 했다. 패션필름은 주로 사용하는 미장센에 따라 두 가지 테마로 나누어 구성하였다. 첫 번째 테마의 미장센은 어두운 공간 속 백색 드레스를 착용한 여성과 사진 조명을 주된 오브젝트 요소로 선택하였다. 여성의 몸 위에 빔프로젝터를 이용하여 사진을 조명으로 틀어 사진이 옷의 프린팅으로 적용 되게끔 연출하였다. 여성의 움직임에 따라 변화하는 조명의 프린팅을 통해 사진적 흐린 효과와 사진의 유동적인 움직임을 담아내었고, 어두운 배경 속 빔 프로젝터의 프린팅은

공간과의 시각적 대비감을 만들어 시각적 집중력을 제공하였다. 두 번째 테마의 미장센은 밝은 공간 속 두 명의 여성이 사진을 촬영할 당시의 위치와 현상을 재연하는 동작과 함께 자연광과 스탠드 조명을 오브젝트 요소로 선택하였다. 첫 번째를 동일한 패턴의 원피스에 사진을 DTP 프린팅으로 출력하여 직접적으로 이미지를 시각화하였다. 디자인은 사진을 명확하게 나타내기 위하여 닳트가 없는 H라인의 미니멀한 실루엣으로 제작하였다. 패션필름의 소품, 장식, 인물 요소를 사진 속 상황과 동일하게 구현하고자 하였으며, 영상의 색과 조명 요소는 사진과 조화로운 톤으로 편집하였다.

### 3. 결론

본 연구는 패션필름을 패션 브랜드뿐만 아니라, 패션 디자이너의 디자인 전개의 미디어로서 활용할 수 있음에 집중하였고, 패션필름의 다양한 유형과 표현적 요소를 고찰하였다. 사진을 의상디자인과 패션필름의 매개체로 선택하였으며, 사진 연출 방식에 따라 두 가지 테마로 나누어 패션필름을 제작하였다. 본 연구는 전체적인 과정에 걸쳐 의상디자인부터 영상 제작까지의 모든 단계에 참여하여 패션 이미지를 직접 전달하였다는 점에 의의가 있다.

### Reference

- Hong, J. Y. (2021). *Fashion film from the perspectives of modern ugliness-focused on SHOWstudio's works*. Unpublished master's thesis, Seoul National University, Seoul.
- Kim, S. J. (2017). *A study on Expressive Characteristics of Fashion Images in Fashion Films*. Unpublished doctoral dissertation, Seoul National University, Seoul.
- Kim, S. M., Kim, Y. K. (2013). Innovations in Brand Communication Based on the Spread of Digital Fashion Films - Focusing on Fashion Shows and Digital Media. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 13(1), 129-140.
- Lee, K. Y. (2000). 현대미술에 나타난 흐린 사진영상과 기억적 재현 : 기억미술과 사진 [Blurred photographic images and memory reproduction in contemporary art: Memory art and photography]. *Association of Western Art History*. 14, 91-120.

---

# Exploring Fashion Activism in Pakistan

**Fatima Kayani, Se Jin Kim<sup>†</sup>**

Master's course, Interdisciplinary Program in Senior Human Ecology,  
Changwon National University

Associate Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Changwon National University<sup>†</sup>

---

## 1. Introduction

Activism is a collective effort that addresses the issues in a society. At its core, activism highlights injustice and advocacy for a better future. Fashion activism is a movement that encourages people to utilize fashion as a tool for positive change in society (Mazzarella & Black 2022). The focus of global fashion activism is issues like labor rights and sustainability, whereas in Pakistan fashion activism is tailored to the country's conservative cultural and social context (Munazza, 2020). It utilizes traditional clothing styles and symbols to challenge discrimination and promote social change. Recently, Pakistani fashion activists have increasingly utilized their platforms to challenge discriminatory practices, promote gender equality, and advocate for the ethical treatment of animals within the fashion industry (Munazza, 2020). The selection of feminism, racism, and animal ethics as subjects of investigation within activism in Pakistan is motivated by their deep connection to the country's social structure. Through a multidimensional examination of fashion activism, this study aims to highlight the complexities and variation of activism within the Pakistani fashion landscape, to understand the potential for fashion to drive positive societal transformation.

## 2. Body

Activism involves taking action to bring about social or political change, it can take different forms such as protests, lobbying etc while fashion activism combines elements of fashion with advocacy and social change, utilizing clothing, accessories, and design to convey messages. The characteristics of activism are; (i) social awareness, (ii) inclusivity and diversity, (iii) community engagement, (iv) highlighting problems existing in society, such as gender inequality, and body shaming (Borland & Akram, 2017). This study used a qualitative approach to examine gender equality, racism, and animal welfare within the fashion industry of Pakistan. The data was collected from 2018 to 2024, multiple articles were reviewed. Out of these 13 different news and research articles which has gained global attention were analyzed and categorized according to the type of activism. These articles were selected from different sources, including news



outlets, articles, and research publications to provide a comprehensive overview of the subject matter.

As a result, fashion activism in Pakistan shows a substantial change that addresses the intersection of fashion, feminism, racism, and animal rights within the country's socio-cultural landscape. Notably, Shehzil Malik, a Pakistani artist, challenges gender inequality through vibrant graphics, tackling issues like beauty standards and street harassment. Fashion brands like Lulusar and Inclusivitee are also embracing the feminism through "body positive" movement, advocating for acceptance of all body types. Moreover, Sarah Gandapur, a prominent fashion designer, advocates for animal rights with a deep compassion for rescuing and rehabilitation of animals. However, campaigns have been raised to create awareness on fashion racism in Pakistan. For example, fashion activists critique of popular brand Sana Safinaz's 2018 spring and summer campaigns featuring Maasai tribe people in Kenya. Activists argue the brand exploited the tribesmen as props, perpetuating stereotypes of exoticism and elitism. Thus, the selection of feminism, racism and animal welfare as subjects of investigation within activism in Pakistan yields significance outcomes. This choice is driven by their relevance to Pakistani society, recognizing the pressing nature of these issues within the country's social fabric. Their connection emphasizes the need for comprehensive approach to address systematic inequalities.

### 3. Conclusion

This study highlights fashion activism in Pakistan by analyzing the issues of feminism, racism and animal rights through different cases. However, it is essential to acknowledge the limitation of relevant cases, due to factors including underrepresentation in media, cultural insensitivities, limited data access, political influence and social stigmas. From an academic perspective, this research contributes to the growing body of literature on fashion activism, providing full understanding of its role as a catalyst for social change in Pakistan's diverse and complex society.

### References

- Borland H. & Akram S. (2007). Age is no barrier to wanting to look good, women on body image, age and advertising. *Qualitative Market Research an International Journal*, 10(3), 310-333.
- Mazzarella, F., & Black. S., (2022). Fashioning change: Fashion activism and its outcomes on local communities", *Fashion Practice*, 15(2), 230 - 255.
- Munazza. S., (2020). "The women activism in Pakistan: an analysis of aurat march", *Al-Milal: Journal of Religion and Thought*, 2(2) 50-69.

---

# A study on Wellbeing of Spinning workers in Bangladesh

- A Systematic Literature Review -

**Mohammad Razibul Hasan, Se Jin Kim<sup>+</sup>**

Master's course, Interdisciplinary Program in Senior Human Ecology,  
Changwon National University

Associate Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Changwon National University<sup>+</sup>

---

## 1. Introduction

The textile spinning sector in Bangladesh serves as a fundamental pillar of the nation's economic structure, making substantial contributions to the Gross Domestic Product (GDP), augmenting export revenues, and fostering substantial employment opportunities (Textile Focus, 2023). The proficiency of the workforce in transforming fiber into yarn is of paramount importance. However, these workers are confronted with formidable challenges, including substandard remuneration, perilous work conditions, and a dearth of social protection measures. Such adversities not only impinge upon their well-being but also impede the operational efficiency of the spinning sector (Manipella, 2024; ILO, 2023). In light of these concerns, the present study aims to examine existing research, identify gaps and recommend future research directions to improve the wellbeing of spinning workers in Bangladesh.

## 2. Body

Well-being is a positive and unifying concept that encapsulates numerous elements contributing to workers' health and overall quality of life. The Systematic Literature Review (SLR) constitutes a methodological cornerstone in academic research, characterized by its stringent procedural framework that encompasses identifying, evaluating, and integrating pertinent studies (Mohamed & Abu 2021). The SLR for this research provides a comprehensive evaluation of the well-being of spinning workers in Bangladesh, forming a robust basis for analytical insights and strategic recommendations. Employing a meticulous search strategy, the SLR scoured databases such as Google Scholar, PubMed, and JSTOR, focusing on English-language, peer-reviewed articles from 2000 to 2024, with keywords like "spinning workers," "textile industry," "occupational health," and "worker wellbeing.". The inclusion of 17 articles in the SLR offers a thorough overview of the well-being of Bangladesh's spinning workers, highlighting the importance of a comprehensive research approach.

The SLR elucidates that spinning workers' physical health is compromised due to prolonged exposure to hazardous conditions, resulting in a higher incidence of work-related injuries and chronic health issues, while psychological well-being is adversely impacted by occupational stress, job insecurity, and a lack of social support, as reflected in mental health resource availability and employee satisfaction. Furthermore, the SLR emphasizes the importance of environmental well-being, measured by the enforcement of safety standards pertaining to air quality, noise management, and workplace cleanliness, to foster a secure and healthy work environment. This research identifies significant gaps in the literature concerning the well-being of spinning workers in Bangladesh, highlighting the need for longitudinal studies to understand the long-term effects of occupational hazards. It also points out the lack of gender-specific analysis, particularly regarding the health of the female workforce, and calls for targeted intervention studies to evaluate health and safety measures, alongside a review of labor laws to inform policy development. The study emphasizes the critical role of social support networks in enhancing worker well-being and underscores the necessity to assess the implications of technological advancements on job security and skill requirements in the spinning industry.

### 3. Conclusion

The present study thoroughly examines the well-being of individuals employed in the spinning sector, signifying a pivotal endeavor aimed at enhancing their living standards and augmenting productivity within the industry. It lays the groundwork for subsequent inquiries that promise greater precision and efficacy, pinpointing existing gaps such as the need for investigations tailored to specific genders and those adopting a longitudinal approach. The advancement of occupational health and safety protocols necessitates the execution of the study's propositions concerning the formulation of policies and the initiation of intervention measures.

### Reference

- Masnoon, W. (2023, May 24). "Bangladesh's Textile Industry": Optimism for Sustainable Growth. *Textile Focus*. <https://textilefocus.com/bangladeshs-industry-challenges-in-2023-optimism-for-sustainable-growth-in-2024/>
- Mainpella, S. (2024). "Bangladesh's Textile Industry at a Crossroads": Wages and Sustainability. *Pulitzer center*. <https://pulitzercenter.org/bd/stories/textile>
- Mohamed, S. & Abu, S (2021). The ABC of systematic literature review: the basic methodological guidance for beginners. *Qual Quant*, 55(8), 1319 - 1346 doi.org/10.1007/s11135-020-01059-6

---

# 중국 돈황 벽화 가장자리문양을 응용한 패션 스카프 패턴 디자인 개발

진안양, 최윤미\*

충남대학교 의류학과 박사수료, 충남대학교 의류학과 교수\*

---

## 1. 서론

스카프는 기후나 관습에 따라 목 주위를 감싸거나 어깨까지 덮어 사용하기 시작하였고 방한, 보호 등 기능성뿐만 아니라 현재는 패션 아이템으로써 개성 표현도 중요시하고 있다. 현대인들의 생활수준이 향상됨에 따라 문화유산에 관심이 높고 그중에도 중국 전통문화에 대한 선호도도 증가하고 있다. 21세기는 문화의 시대로서 경쟁력을 지닌 문화상품에 대한 수요가 증가하고 역사성과 지역성에 가치를 부여하는 주제가 패션 트렌드로 등장하고 있다.

돈황 막고굴은 세계에서 규모가 가장 크고 잘 보존된 불교 석굴 예술 성지이며, 1,700미터 길이의 절벽 위에 735개의 동굴(남구와 북구를 포함)이 남아 세계적인 아티스트들이 영감을 얻는 보고로써 공예, 예술, 사상, 민속, 미용 등 현대 디자인 개발에 활용되고 있다. 돈황 막고굴은 완전한 형태의 진귀한 벽화와 조상들이 그대로 보존되어 질적으로나 양적으로 우수하다. 이 유적은 북량(421)에서 청(1911)에 이르는 서로 다른 시대의 예술 특징을 바탕으로 각 시대의 생활 장면과 문화적 특징이 살아있어 관련 문화 연구를 위한 사료 가치가 뛰어나고 문화의 생생함을 이해하는데 도움이 된다(Cao, D. 2013). 돈황 막고굴 벽화의 문화유산 특성을 현대와 교감이 되도록 디자인으로 새롭게 창조하고자 한다. 돈황의 벽화문양은 매우 다양하나 돈황 벽화나 천장에 나타난 가장자리문양을 중심으로 미적 특성을 이해하고 이를 스카프 패턴 디자인으로 개발하고자 한다.

스카프 관련 선행연구를 살펴보면 스카프의 활용도가 과거에 비해 높아지는 추세이다. 쓰임새가 다양해짐에 따라 스카프의 디자인도 새로운 디자인과 모양으로 출시되고 있으며 스카프 패턴은 이국적이면서도 빈티지한 감성이 그대로 표현되어 색감 또한 화려하면서도 다채로움을 알 수 있다(Lee, S, G. 2019). 본 연구는 기존의 스카프 패턴 디자인과 차별화하여 과거의 그리움, 역사성의 유지를 희망하는 현대인들에게 전통의 미의식을 환기하고자 한다. 문화상품 개발로 적용 가능한 돈황 벽화 가장자리 이미지 중 돈황의 전통미와 역사문화가 잘 드러나는 가장자리 장식문양을 중심으로 패턴을 정사각형으로 개발하여 스카프패턴 디자인 6종을 개발 하고자 한다.

## 2. 본론

본 연구는 첫째, 선행연구 분석을 통해 스카프의 특성 및 종류를 이론적으로 고찰하며 그 결과로 스카프는 보호성, 장식성, 개성표출의 특성을 가지며, 이러한 특성을 기준으로 패션

용 스카프 패턴 디자인을 개발한다. 둘째, 시판 스카프의 현황을 알아보기 위해 선호도가 높은 사이트 에이블리를 선정하여 추천순으로 정렬하여 스카프를 살펴 본 결과 스카프의 형태는 정사각형, 직사각형은 일반적이며 삼각형, 모서리가 둥근 형태도 있다. 스카프는 착용 위치에 따라 명칭이 분류되며 머리에 착용하는 경우 두건, 베일, 터번이라고 하며 목, 가슴에 착용하는 경우 네키치프, 크라바트, 머플러라고 한다. 어깨에 하는 스카프는 스톨, 솔이라고 하며 허리에 하는 스카프는 장식 허리띠라고 한다. 스카프의 종류는 트윌리라는 종류가 새롭게 출시되면서 포인트 아이템으로 활용이 가능하여 장식성이 높게 평가되고 있다. 현재 시판되는 대부분 스카프 폴리에스터 소재이며 프린트 기법이 사용된다. 셋째, 지역문화를 이해하고자 돈황 막고굴의 역사적 배경, 문화적, 예술적 특성을 밝히고 돈황 막고굴 관광문화 상품의 종류, 색채, 형태, 디자인 스타일 등 사례를 조사하여 실태를 파악하고 돈황 막고굴 벽화의 독특한 도안, 형태, 색깔을 이용하여 디자인의 차별점을 정립하고자 한다.

돈황 벽화 가장자리문양에 나타난 이미지를 선정하여 도출한 모티브를 근거로 리프트를 구성 한 후 패턴제작방법은 중첩(overlap), 스퀘어(square), 다이아몬드(diamond) 기법으로 구조나 배치, 색상에 따라 다양하게 제시하고자 한다. 문양의 형태와 색감을 Adobe Illustrator 프로그램을 이용하여 개발하였다. 모든 디자인 색감은 돈황 벽화 고유성과 연관되는 초록계열, 브라운계열을 사용한다. 먼저, 중첩방법을 이용하여, 문양과 문양 실루엣을 앞, 뒤로 배열하여 공간감을 살린다. 둘째, 초록계열 컬러를 배색하여 스퀘어 패턴에 적용하여 반복적인 문양 배열로 리듬감과 생동감을 준다. 마지막 전체 사용하거나 모티브를 해체한 후 이를 상하좌우로 회전하여 새로운 패턴 만든 후 다이아몬드 구조로 배열한다. 위 방법에 따라 3개의 그룹으로 나누고 그룹당 2개씩, 총 6개의 스카프디자인을 개발한다. 개발한 스카프디자인은 일상 생활에서 착용 의복과 어울리게 코디하는 개인 착용용도뿐만 아니라 패션 액세서리로 개성을 표현할 수 있다.

### 3. 결론

현대사회에서 스카프는 일상에서 보호 목적뿐 아니라 중요한 패션아이템으로써 개인의 개성 추구를 위해 사용되므로 돈황의 전통미를 반영하는 가장자리문양을 분석한 후 기본 모티브를 중첩, 스퀘어, 다이아몬드 방식으로 배열한 스카프 패턴 디자인을 개발하였다. 막고굴 지역 문화의 연구와 디자인 개발을 통하여 지역 특색, 전통성, 현대 감각의 문화상품을 개발할 수 있으며, 막고굴 문화의 전승, 발전과 홍보에 다양한 활용을 제공함과 동시에 지역 문화와 관광 산업의 발전에 새로운 활력을 불어넣을 수 있다. 중국 역사문화의 전통미와 현대의 조화와 아름다움을 생활 속에서 공유하고 향유할 수 있는 창의적인 패션 스카프패턴 디자인을 문화상품으로 개발하고 제안하였다.

### Reference

- Cao, D. (2013). *A Study on Early Donhuang Painting*. Beijing: Central University of Fine Arts.
- Lee, S. G. (2019). *A Scarf Design applied by Hangeul Pattern*. Unpublished master's dissertation, University of Mokwon, Korea.

---

# 컬러 테라피를 이용한 뉴 시니어를 위한 네일 색채 제안

김혜영, 김세진\*

국립장원대학교 시니어휴먼에콜로지협동과정 의류학전공 석사과정

국립장원대학교 시니어휴먼에콜로지협동과정 의류학과 부교수\*

---

## 1. 서론

색은 디자인을 구성하는 시각적 효과가 큰 요소이다. 최근 색의 성질을 심리치료 활용하는 컬러 테라피에 대한 관심이 높아지고 있다. 현대사회는 의료기술의 발달로 평균 기대수명이 상승하여 노년기 인구가 증가하고 있으며 새로운 시니어들은 이전 세대와 다른 특징들이 있다. 그러나 선행연구에 따르면 뉴시니어들은 심리 사회학적인 요인으로 인한 스트레스에 노출되어 있다. 선행연구를 보면 중년여성은 컬러 테라피에 대한 긍정적인 인식(Kim & Heo, 2022)과 중년여성들은 건강한 노후생활과 삶의 질에 네일 관리 행동이 영향을 미친다는 것(Choi et al., 2021)으로 확인되었다. 한편, 네일아트 시장이 성장되고 있는 가운데, 네일아트는 인간의 손톱을 매개체로 개인의 미적 욕구 성취를 위해 행해지고 있다(Pyun & Han, 2011). 선행연구들은 시니어를 대상으로 한 컬러 테라피 연구나 네일 디자인에 관한 연구가 부족하였고, 고령화시대로 접어들면서 뉴시니어 세대를 위한 시장도 확대되고 있다. 이에 이 연구는 컬러 테라피를 주목하고 증가하는 시니어를 대상으로 한 네일 색채 배색을 제안하는데 목적이 있다.

## 2. 이론적 배경

뉴시니어는 1차 베이비부머 세대로 1955~64년생을 말한다. 이 세대의 주요한 심리적 특성은 지속적인 사회활동을 중요하게 생각하여 건강하고 활동적이며 나이보다 젊게 살고 싶어 하는 욕구가 강하며 신체적·정신적·사회적 건강을 추구한다(Han & Ha, 2017). 반면에 뉴시니어는 신체적으로 노화를 경험하며 자아존중감, 불안, 우울 등 심리적 요인이 나타나며 스트레스에 노출되어 있다(Choi & Lee, 2016). 컬러 테라피는 여러 가지의 색이 가진 고유의 파동 에너지가 시각을 통해 반응을 자극하는 정서로 뇌에 전달될 때 중추신경계의 활성화로 심리적·육체적 안정과 조화를 이용한 요법이다(Wills, 1997).

네일아트란 손관리와 손톱에 행해지는 미적 행위로 개인의 손, 인구 통계적, 트렌드, 미적 선호가 반영되며, 현재 시행되는 네일 컬러의 선택은 주로 네일 아티스트의 추천에 비중이 크다(Pyun & Han, 2011). 이에 네일아트도 소비자의 심리적 관점에서의 접근이 필요하다.

## 3. 연구방법

연구 방법은 문헌연구와 색채 배색 개발이다. 구체적으로는 첫째, 컬러 테라피와 시니어에 관한 문헌연구를 수행하여 네일 색채 제시를 위한 기초 자료를 마련하였다. 둘째, 시니

어의 심리적 특징에 관한 선행연구를 토대로 컬러 테라피에서 활용되는 주요 개념과 기능을 적용하여 네일 디자인을 위한 색채를 제시한다.

#### 4. 연구결과

이 연구에서는 시니어의 심리적 세가지 특성에 기반하여 각 2가지씩 총 6가지 네일 디자인을 위한 색채 배색을 UV/LED 겸용 젤 램프와 네일용 젤을 이용하여 다음과 같이 만들었다. 첫째, 신체적 건강 추구유형은 스트롱 톤의 빨강(18-1553), 노랑색(13-0752)을 배합하였다. 빨간색은 에너지상승에 효과가 있고 노란색은 피로 개선에 효과적이기 때문에 자아존중감 상승에 도움을 주기 위해 의도하였다. 둘째, 정신적 건강 추구유형은 라이트 톤의 주황(16-1543), 초록색(14-6340)을 선정하였다. 주황색은 우울증 치료에 효과적이며 초록색은 심리적 안정에 효과적이기 때문에 차분하고 안정된 심리를 위해 의도하였다. 셋째, 사회적 건강 추구유형은 소프트 톤의 파랑(16-4520), 보라색(15-3520)을 선정하였다. 파랑색은 긴장 완화 효과가 있고 보라색은 모든 감정의 치료에 효과적인 색이기 때문에 사회활동으로 오는 스트레스 완화를 위해 의도하였다.

#### 4. 결론

본 연구는 최근 증가하고 있는 이전과 차이가 있는 액티브한 중년 세대인 뉴시니어를 대상으로 컬러테라피의 개념을 토대로 네일 색채를 제안하였다. 연구결과는 규모가 커지고 있음에도 관련 연구가 부족한 네일 시장과 디자이너에게 실무적 시사점을 제공하고, 뉴시니어를 위한 산업 콘텐츠 개발의 기초적 자료를 제공한데 의미가 있다. 그럼에도 이 연구는 색채 제안에만 그친데 한계가 있기에 실증적 후속 연구를 제안한다.

#### Reference

- Choi, J. H., & Lee, K. H. (2016). A Study on Seniors' Fashion and Psychological Characteristics Shown at Overseas Social Media. *Journal of the Korean Society of Clothing Industry*, 18(6), 858-868. doi:10.5805/SFTI.2016.18.6.858
- Choi, S. H., Seo, H. S., & Hwang, H. J. (2021). The Effect of Nail Care Behaviors of Active Seniors on Self-esteem and Quality of Life. *Journal of Humanities and Social Sciences* 21, 12(3), 989-1004. doi:10.22143/HSS21.12.3.70
- Han, S. J., & Ha, J. S. (2017). Lifestyles and fashion styles of new silver generation women. *Journal of The Korean Society of Fashion Design*, 17(3), 67-81. doi:10.18652/2017.17.3.5
- Kim, H. S., & Heo, H. S. (2022). Awareness of Color Therapy and Expectation Effects in Middle-aged Womens. *Journal of the International Society of Health and Beauty*, 16(1), 85-91. doi:10.35131/ishb.2022.16.1.85
- Pyun, S. M., & Han, S. J. (2011). A study analysed preferences of nail colors and artistic techniques according to characteristics of customers's hands and seasons. *Journal of the Korea Society, Beauty and Art*, 12(2). 81-99.
- Wills, P. (1997). *Color Therapy*. London: Element press.

---

# 가상 인플루언서 제작을 위한 생성 AI 활용 사례 분석 연구

윤미애, 이유정, 정재윤\*

세종대학교 패션디자인학과 석사과정, 세종대학교 럭셔리브랜드디자인 융합전공 강사,  
세종대학교 패션디자인학과 교수\*

---

## 1. 서론

정교한 컴퓨터 그래픽으로 제작된 가상 인플루언서(Virtual Influencer)는 패션 산업에서 소셜 미디어(Social Media)를 통한 디지털 마케팅의 새로운 패러다임을 제시하고 있다. 과거 릴 미켈라(Lilmiquela)와 같이 글로벌 브랜드와 협업하는 가상 인플루언서 제작은 상당한 비용과 시간을 요구해 대기업이나 AI 전문 기업에 국한되었다. 최근 생성 AI(Generative AI) 기술의 발전으로 제작 비용과 시간의 장벽이 낮아져 중소기업도 저비용으로 가상 인플루언서를 제작할 수 있게 되었다. Chat GPT, 미드저니(Midjourney)와 같은 생성 AI 모델은 접근성이 용이해 브랜드 아이덴티티(Brand Identity)를 반영한 가상 페르소나(Persona)를 빠르게 생성할 수 있다. 페르소나는 브랜드의 이미지를 대표하며, 소비자와의 친밀도를 높이는 스토리텔링의 핵심 요소이다(Shin et al., 2023a). 기존 인플루언서 마케팅과 생성 AI에 관한 선행연구를 살펴보면 인플루언서와 페르소나에 관한 마케팅 연구와 가상 인플루언서의 소셜 미디어에서 패션의 의미, 브랜드 태도와와의 관계, 생성 AI 활용 사례에 대한 연구는 다수 있으나, 생성 AI로 제작된 가상 인플루언서를 중심으로 페르소나 유형과 제작 기술을 다룬 논문은 부족한 상황이다. 따라서 본 연구는 생성 AI로 제작된 가상 인플루언서의 페르소나와 제작 방식을 분석하여, 기업의 생성 AI 가상 인플루언서 마케팅 전략에 기초자료를 제공하는 것을 목적으로 한다.

## 2. 연구내용 및 방법

본 연구는 디지털타임스, AI 타임스 등 국내·외 관련 기사를 수집하여 가상 인플루언서의 동향과 사례를 문헌 연구하였다. 패션 산업에서 중요한 브랜드 아이덴티티와 스토리텔링의 핵심 요소인 페르소나를 접목한 생성 AI 가상 인플루언서의 사례 분석을 위해 아이타나 로페즈(Aitana Lopez)를 선정하였다. 스페인의 생성 AI 모델 전문 기업인 더 클루리스(The Clueless)에서 제작되었으며, 인스타그램 30만 명 이상의 팔로워를 보유하고 있다. 아이타나 로페즈의 페르소나 분석을 위해 롤랑 바르트의 기호학 분석 틀을 재구성해 인물의 특징, 의상, 배경 및 소품, 행동의 시각적 요소를 공식 홈페이지와 인스타그램의 2024년 33개의 게시물을 중심으로 분석하였다. 1차적 외시의미 작용과 2차적 함축의미 작용을 종합 해석하여 심리학자 융의 인격 이론 영향을 받는 Stone & Stone의 페르소나 분석 유형에 따라 유형을 도출하였다(You, 2024). 또한, 기업에서 페르소나가 반영된 생성 AI를 실질적으로 활용하기 위한 자료 제공의 목적으로 더 클루리스의 AI 파트너인 Inmerzion의 기술과 구독자 3만 명 이상의 AI 전문가 유튜브 채널 5개를 분석하여 가상 인플루언



서 제작에 사용된 생성 AI 모델과 활용 방법을 조사하였다.

### 3. 결론

사례 분석 결과 생성 AI 인플루언서 아이타나 로페즈의 페르소나는 히피 지향, 성취 지향으로 도출되었다. 첫 번째, 히피 지향 페르소나 유형의 분석 요소는 다음과 같다. 미소 띤 얼굴로 아름다움과 당당함을 나타내며 노출이 있는 옷을 입어 매력적인 이미지를 연출했다. 여행지와 일상적 공간을 배경으로 커피를 들고 기대어 모습을 통해 여유로운 이미지를 연출했고, 언어적 요소로는 시간의 변화, 여행에 관한 내용을 통해 일상적이며 자유로운 모습을 나타냈다. 두 번째, 성취 지향 페르소나 유형의 분석 요소는 다음과 같다. 운동에 집중하는 모습으로 목표 성취를 위한 이미지를 연출했고, 타이트한 운동복과 탄탄한 몸매를 부각해 노력의 결과를 보여주었다. 헬스장에서 운동하는 모습을 통해 활동적이고 의지 있는 모습을 연출했다. 언어적 요소로는 '나를 보고 싶다면 헬스장으로 와.' '더욱 강해질 거야.'와 같이 끊임없이 목표를 성취하고자 하는 이미지를 연출했다. 이러한 멀티 페르소나(Multi Persona)는 현대 사회 트렌드에 큰 영향을 미치며(Won et al., 2021), 개인을 브랜드화할 수 있는 매력적인 내러티브(Narrative)로 활용된다(Shin et al., 2023b). 아이타나의 성취 지향 페르소나는 스포츠 브랜드 Big과의 협업을 통해 브랜드 아이덴티티와 일치함을 보여주었다. 더 클루리스의 AI 파트너사인 Inmerzion의 대표적인 사용 기술로는 Chat GPT와 DALEE-2, 미드저니 등이 있다. 본 연구에서는 Inmerzion의 사용 기술을 토대로 국내·외 AI 전문 유튜버가 사용한 생성 AI 모델, 가상 인플루언서 제작 방식을 분석하였다. 연구 결과 이들은 Chat GPT와 구글 포커스 콜랩(Google Fooocus Collab), 스테이블 디퓨전(Stable Diffusion), 미드저니 등 Inmerzion과 유사한 생성 AI 모델을 사용하는 것을 확인할 수 있었다. Chat GPT를 통해 페르소나를 구축하고, 구글 포커스 콜랩과 미드저니를 통해 고품질의 가상 인물 이미지를 생성했다. 또한 스테이블 디퓨전을 통해 인물의 포즈 변형, 배경 합성이 가능함을 확인하였다. 본 연구는 사례 연구를 통해 가상 인플루언서의 페르소나 유형을 분석하고, 가상 인플루언서의 페르소나가 브랜드의 아이덴티티를 나타내는 데에 중요한 요소라는 것을 탐색하였다. 또한 국내·외 AI 전문 유튜버의 채널을 분석하여 고품질의 가상 인플루언서 제작을 위한 생성 AI 모델을 분석해 보았다는 데에 학문적 의의가 있다. 본 연구가 산업에서 페르소나를 적용한 생성 AI 가상 인플루언서를 제작하는 데에 기초 자료로 활용될 수 있기를 기대한다.

### Reference

- Shin, S. W., Huh, J. W., Choi, T. S., & Yang, E. K. (2023). Persona Concept for Fashion-based Integrated Design. *Journal of The Korean Society of Fashion Design*, 23(2), pp.69-88.
- You, I. H. (2024). Analysis of Persona Types according to Character Expression in Advertising. *Journal of Communication Design*. 86, pp.62-76.
- Won, Y. J., Shin, E. J. & Koh, A. R. (2021). A Study on Persona and Self-Presentation through Fashion on Instagram -Focusing on Women in Their 20s and 30s-. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*. 45(5) pp.804-824.

---

# 가상 현실 기반 패션디자인의 사용자 경험 결정 요인에 관한 연구

이재민

이화여자대학교 패션디자인전공 강사

---

## 1. 서론

디지털 기술의 발전은 패션디자인 분야의 사고와 개념의 확장을 가져왔으며 패션디자인이 활용되는 공간의 범위를 현실세계에서 가상세계로 확장시켰다. 디지털 환경에서의 패션디자인은 현실공간에서의 활용범위를 넘어 가상 공간에서의 패션디자인의 수요가 급격히 늘어가면서 관련된 연구의 필요성이 크게 요구되고 있다. 오늘날, 기술의 진보와 공간의 개념의 변혁으로 가상공간에서 오브제와 환경의 정체성의 통합에 의해 형성된 새로운 미적 의식이 존재한다. 가상현실은 사용자가 3D 가상공간에서 몰입감 및 현실감을 느낄 수 있는 구조를 구현한 기술이다. 가상현실 기술을 사용한 현대 패션은 새로운 가상공간을 창출하고 인간에 새로운 경험을 제공한다는 점에서 의의가 있다. 디지털 기술로 만들어진 가상현실 공간을 체험할 때 사용자 경험에 미치는 요소가 무엇인지 어떠한 특성을 지니는지 연구의 필요성이 있다. 이에 본 연구에서는 사용자가 가상현실 기반 패션디자인에 직접 참여하고 구매를 경험할 때 미치는 사용자 경험에 대해 알아보고자 한다.

## 2. 본론

본 연구는 가상현실 기술에 의해 구축된 패션디자인의 개념과 범위를 밝히고 가상현실 기술이 구축한 가상현실 기반 패션디자인의 유형을 고찰하고 여기서 나타나는 가상현실 기반 패션디자인의 사용자 경험의 특성을 도출하고자 한다. 가상공간은 가상현실 기술에 의해 생성될 수 있다. 본 연구에서는 가상현실 기술이 만들어낸 가상공간의 특성을 밝히고 가상현실 기반 패션디자인의 유형을 분류하고 각 유형에 나타난 사용자 경험의 특성을 분석한다. 가상현실 기반 패션디자인은 패션쇼, 패션전시, CLO 등 프로그램을 활용한 패션디자인 제작과 이 밖의 앱을 활용한 패션디자인을 들 수 있다. 사용자는 패션을 선택하고 패션의 색상을 자유롭게 변경하고 패션의 내부 패턴, 만든 소재, 문양 등을 자세히 볼 수 있다. 또한 가상공간에서 패션을 구매할 기회를 구현하기도 하고 사용자는 패션 스타일, 필요한 사이즈, 및 결제 방식 등 기능도 제공한다. 가상현실 기반 패션디자인은 디지털 기술의 특성인 상호작용성이 두드러지게 나타나며 인터랙티브 디지털 커뮤니케이션의 특성에 기반한다. 가상현실은 현실세계를 시뮬레이션 해서 사용자를 완전히 다른 세계로 이동함으로써 사용자 신체가 현실세계의 시공간에 존재 하지만 가상현실로 그는 완전히 새로운 경험에 이르게 된다. VR 기반 패션디자인이 사용자 경험(UX)에 미치는 영향에 대한 연구들(Slater et al., 2006; Sanchez-Vives and Slater, 2005)에 기초해서 개념적 연구 모형을 설정하였다. VR 기반 패션디자인의 측정도구는 Lee(2023)의 연구에 기초해서

Immateriality, Sensitivity, Spatial expansion, Media connectivity 등 4개의 하위변수로 측정하였고, 사용자 경험(UX)의 측정도구는 Morville(2004)과 Anderson(2014)의 연구에 기초해서 User satisfaction experience, Design satisfaction experience, Value experience 등 3개의 하위변수로 측정하였다. 본 연구는 VR 기반 패션디자인과 사용자 경험(UX) 간의 관련성에 대한 개념적 연구모형과 연구가설을 설정하였으며, 본 연구모형과 연구가설을 검증하기 위하여 기술통계분석, 신뢰성 분석, 탐색적 요인분석(EFA), 확인적 요인분석(CFA)을 수행한 후에, 본 연구에서 제시한 개념적 연구모형과 연구가설을 검증하기 위하여 구조방정식모형(SEM)을 수행하여 실증분석을 수행하였다. 본 연구의 실증분석을 위해서 VR 기반 패션디자인과 사용자 경험(UX)에 관련이 있는 조사대상자 500명을 대상으로 설문조사를 수행하였으며, 통계분석은 AMOS 20.0과 SPSS 20.0 통계프로그램을 사용하였으며, 연구모형과 연구가설의 채택과 기각은  $P < .05$ 에서 유의성을 판단하였다.

### 3. 결론

가상현실 기반의 패션디자인의 공간 확장은 현실세계에서 가상세계로의 공간의 확장된 방식을 보이고 있다. 각각의 공간에서 패션디자인의 미적 가치와 미학적 접근이 차별화되게 나타나고 있으며 사용자 경험에 있어 차별화된 특성이 나타나고 있다. 연구 결과를 바탕으로 다양한 패션 콘텐츠 앱을 개발할 때 주요하게 사용될 것이며 사용자가 가상현실 기반한 패션을 체험하고 활용하는데 있어 기존의 패러다임을 바꿀 수 있을 것이다. 패션 산업에 있어 가상현실에 기반한 패션디자인의 활용이 실무현장에 급속히 확산되어 가는 시점에서 사용자 경험에 대한 본 연구의 결과를 높게 활용될 수 있을 것이라고 생각된다. 이러한 차원에서 사용자 경험의 특성을 연구하는 것은 학계와 산업계에서 그 가치가 있으며 학교의 커리큘럼을 구성 할 때 이러한 근거를 바탕으로 과목을 조직하고 패션디자인 분야의 확장 방향을 정확히 기대할 때 경쟁력을 갖출 수 있을 것이라 확신한다.

### Reference

- Choi, K. H. (2022). 3D dynamic fashion design development using digital technology and its potential in online platforms. *Fashion and Textiles*, 9(9). doi:10.1186/s40691-021-00286-1
- Daems, K., De Pelsmacker, P., & Moons, I. (2019). The effect of ad integration and interactivity on young teenagers' memory, brand attitude and personal data sharing. *Computers in Human Behavior*, 99, 245 - 259. doi:10.1016/j.chb.2019.05.031
- Lee, J. M. (2023). Characteristics of physical reality, virtual reality, and interface in interactive digital communication experience. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 17(2), doi:10.1080/17543266.2023.2269196
- Slater M., Antley A., Davison A., Swapp D., Guger C., Barker C., Pistrang N., Sanchez-Vives. M. (2006). A Virtual Reprise of the Stanley Milgram Obedience Experiments. *PLOS ONE*, 1(1), e39. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0000039>

---

# 뉴욕패션위크에서의 패션트렌드 변화에 대한 연구

이성훈, 하지수\*

서울대학교 의류학과 석사과정, 서울대학교 의류학과 교수\*

---

## 1. 서론

파리, 밀라노, 뉴욕, 런던에서 개최되는 4대 패션위크의 위상은 대단히 높다. 특히 파리에서의 행사는 가장 큰 관심을 받는다. 한편 보그 코리아의 신광호 편집장은 패션은 런던에서 태어나 파리에서 미화된 뒤 밀라노에서 고급스러워진 다음 뉴욕에서 팔린다는 말이 있다고 언급한 적이 있다. 그에 따르면 미국 보그 편집장 Anna Wintour가 밀라노와 파리의 옷을 뉴욕이 배긴다는 누명을 벗기고자 뉴욕의 패션위크 스케줄을 4대 패션위크 중 가장 앞으로 변경했다고 한다(Shin, 2008). 이렇듯 최근까지도 미국은 패션 트렌드 수용국으로서의 이미지가 강했다. 그런데 최근 전 세계적으로 미국의 힙합 문화에 기반한 스트리트 패션의 유행이 있었다. 가장 미국적인 것이 전 세계의 트렌드를 이끈 것이다. 또한 살펴보면 지금까지 뉴욕 기반의 패션디자이너들이 유럽 유명 하우스들의 수장으로 활동한 경우가 많았다. Michael Kors는 Céline를, Macr Jacobs는 Louis Vuitton을 이끌었으며 Alexander Wang은 Balenciaga를 담당했다. Tom Ford는 Gucci를 부활시켰다는 평을 듣고 Jeremy Scott은 Moschino의 후계자로 활동했으며, YSL과 Lanvin의 여성복 디렉터였던 Alber Elbaz는 자신의 패션 커리어를 뉴욕에서 시작했던 디자이너였다. 따라서 뉴욕에서 발표되었던 패션 컬렉션들을 동시대의 유럽 디자이너들과 비교하면서 살펴보는 것으로서 그 독특한 특성을 재조명하고 어떻게 발전해왔는지 알아볼 필요가 있다. 본 연구에서는 2020년대 이전 30년 동안 뉴욕패션위크에서 있었던 패션 트렌드 변화와 그 특징을 살펴보고, 유럽패션과 구분되는 뉴욕패션의 특징이 무엇이며 시간에 따라 어떻게 변화했는가를 탐구하고자 한다.

## 2. 본론

본 연구는 글로벌 패션 트렌드의 변화 속에서 뉴욕패션이 어떻게 발전해왔는지 밝히기 위해 패션위크 컬렉션 자료를 분석하였다. 구체적으로는 1980년대 말~1990년대, 2000년대, 2010년대로 시대를 구분하여 당시의 대표적인 미국 디자이너들과 유럽 디자이너들의 컬렉션에 대해 비교분석을 실시하였다. 분석 대상 디자이너는 미국 보그에서 운영하는 보그 런웨이(<https://www.vogue.com/fashion-shows>)에서 각 시즌별 하이라이트로 디자이너들을 선정할 사례를 따랐다. 우선 1980년대 후반은 해당 시기를 대표하는 뉴욕의 Michael Kors와 파리의 Allezine Alaïa 컬렉션의 비교를 시도했다. 두 디자이너 모두 여성정장의 기본을 이루는 테일러드 재킷과 정장 스커트를 선보였으나 Alaïa가 여성 신체의 실루엣을 관능적으로 보이게 강조하는 것에 비해 Kors는 전통적인 남성복 테일러링의 전통을 따르

고 있었다. 1990년대 유럽에서도 John Galliano와 Alexander McQueen은 여성의 관능성을 강조하는 룩을 선보였다. 당시 뉴욕에서는 Calvin Klein과 Helmut Lang이 보다 구조적이고 장식적인 요소가 적으며 남성복에 가까운 룩을 제안했다. 2000년대에도 뉴욕에서는 Adam Kimel과 Calvin Klein이 남성복 수트에 기반한 룩들을 진지하게 탐구하는 한편 Thom Browne과 같은 디자이너가 이전의 미국 디자이너들에 비해 전위적이고 화려한 컬렉션을 선보이기 시작했다. 다만 유럽에서 Gareth Pugh나 Galliano의 Christian Dior이 극도로 전위적이고 화려한 의상들을 발표하던 것에 비교하면 미국에서의 그것은 미니멀리즘에 가까웠다. 당시 유럽 디자이너들이 의복우선형의 패션을 주로 선보였던 것에 비해 미국의 디자이너들은 상대적으로 웨어러블한 룩을 선보인 것이다. 한편 2010년대부터 이러한 흐름에 변화가 생기고 미국과 유럽 사이에 유사한 디자인 무드가 자리 잡는다. 특히 당시 가장 주목 받았던 브랜드들인 미국의 Alexander Wang, Hood By Air 그리고 프랑스의 Balmain과 Vetements은 모두 미국 스트리트 패션의 영향을 강하게 받았고 모두 미니멀리즘에 기반을 두고 있었다. 또한 실루엣에 있어서 이들 브랜드들은 그동안 미국 패션이 집중하던 수트의 남성적인 요소들을 적극적으로 받아 들였다. 물론 유럽의 그것보다 시각적으로 화려하기는 했지만 뉴욕의 디자이너들이 수십년동안 탐구하던 요소가 이 시기에 세계적인 트렌드와 맞닿게 된 것이다.

### 3. 결론

뉴욕 패션은 그 주된 기반이 남성복 수트와 미니멀리즘, 나아가 실용성을 중시하는 미국정신에 관계되었기 때문에 관능성과 화려함을 추구했던 유럽의 패션에 비해 상대적으로 패션계에서 주목 받지 못했다. 그렇지만 뉴욕의 패션은 유럽과 구분되는 자신들만의 철학을 가지고 수십년 동안 미국 트렌드를 이끌어 나가고 있었으며, 미국 스트리트 문화가 전 세계로 퍼지면서 2010년대부터 전 세계의 패션 트렌드 리딩에 뉴욕의 힘이 커지기 시작했다. 또한 Peter Do와 같은 거물급 신인 디자이너의 등장은 스트리트 패션뿐만 아니라 수트와 미니멀리즘의 전통 또한 창조적으로 계승되고 있음을 잘 보여준다.

### Reference

Shin, K.H. (2008, Marche 22). [Why] 4대 패션위크의 '명령' [[Why] 'Order' of the 4 major fashion weeks]. *The Chosunilbo*, Retrieved December 21, 2023, from [https://www.chosun.com/site/data/html\\_dir/2008/03/21/2008032101207.html](https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2008/03/21/2008032101207.html)

---

# 패션 매체에서 나타나는 바디 포지티브

이수현, 하지수\*

서울대학교 의류학과 석사과정, 서울대학교 의류학과 교수\*

---

## 1. 서론

패션 매체는 대중에게 아름다움과 외모에 대한 기준을 제시하는데 큰 영향을 미친다. 대중은 자신의 외모와 타인의 외모를 끊임없이 비교하는 경향이 있는데 많은 패션 매체에서는 여전히 특정한 신체 유형이나 외모 기준에 부합하는 모델들을 선호한다. 이로 인해 외모에 대해 지나치게 다른 사람의 시선을 의식하는 사회적인 경향이 존재하고 일부 개인들은 자신의 신체에 대해 부정적인 감정을 품기도 한다.

다양한 신체형을 가진 대중들이 패션 매체와 사회적 기대에 부합하지 않아 자신감 상실과 신체 이미지에 대한 부정적인 감정을 경험했고 바디 포지티브(Body Positive)가 생겨났다. 바디 포지티브를 표방하는 새로운 브랜드가 많이 생겨났을 뿐만 아니라 오랜 브랜드 역사를 지니고 있는 브랜드에서도 기존의 컨셉을 버리고 바디 포지티브 메시지를 전달하는 컨셉으로 변화했다. 이런 바디포지티브는 일시적인 반항이나 소수의 문화가 아닌 패션 매체에서 더이상 낯설지 않은 문화가 되어가고 있다.

본 연구에서는 바디 포지티브를 통해 패션 미디어가 어떻게 신체 이미지를 형성하는데 기여하는지 이해하기 위해 바디 포지티브를 표방한 브랜드와 캠페인 이미지를 분석한다. 그리고 패션 매체에서 바디 포지티브가 나타내는 신체 이미지의 표현적 특징을 고찰한다.

바디 포지티브는 패션 매체가 소비자와 상호작용하고 신체 이미지를 형성하는 방법 중 하나이다. 본 연구를 통해 브랜드에서 패션 매체를 브랜드가 내세우는 신체이미지와 바디 포지티브를 표현하기 위해 어떻게 활용하고 있는지 확인할 수 있다.

## 2. 본론

연구 방법은 문헌연구와 사례연구를 병행하였다. 먼저 문헌 연구를 통해 바디 포지티브의 주장과 긍정하는 신체 이미지에 대해 살펴보았다. 사례 연구를 위해서는 바디 포지티브가 본격적인 문화적 흐름으로 대두된 2018년 이후로 5년간 자료를 수집했다. 바디 포지티브와 관련도가 높은 브랜드 캠페인 이미지와 런웨이 속 모델의 신체 이미지를 수집하였다. 구글에서 ‘Body Positive’, ‘바디 포지티브’ 관련 키워드를 통해 검색했고 검색 결과에서 2차, 3차, 4차 검색 키워드를 도출했다. 검색 키워드는 ‘plus size model’, ‘fashion intersectionality’, ‘fashion gender neutral’, ‘non-binary model’을 포함하고 이 외에도 검색 과정에서 확인한 매체에서 직접적으로 바디 포지티브와 관련하여 소개된 브랜드와 모델 이름도 검색 키워드에 포함하였다. 이미지는 패션 브랜드 공식 인스타그램 채널에 게재된 이미지와 브랜드 패션쇼 이미지, 브랜드 캠페인 및 매거진 화보 이미지를 연구대상으로 한정하였다.

바디 포지티브의 대표적인 특성인 플러스사이즈 체형 외에도 새로운 바디 포지티브의 관점과 표현적 특성을 정의하였다. 바디 포지티브에 대한 개념이 생겨난 이후 대중적으로

낮설지 않게 받아들여지던 시점을 본 연구에서는 2020년으로 설정하고 있어 그 이후의 바디포지티브 사례들을 수집했고 그 표현적 특성을 다섯가지로 분류했다. 그 특성은 ‘플러스 사이즈(Plus-size)’, ‘다양성(Diversity)’, ‘교차성(Crossing-Over)’, ‘자연스러움(Unfiltered)’, ‘편안함(Comfort)’ 이다. ‘플러스 사이즈’는 패션 브랜드에서 플러스 사이즈 모델을 패션쇼와 캠페인에서 사용하는 사례로 플러스 사이즈 전문 브랜드 뿐만 아니라 럭셔리 브랜드에서도 드러나는 특징이다. ‘다양성’은 다양한 인종과 성별, 그리고 소수에 속하는 신체적 특징을 갖고 있는 신체 이미지를 포함하는데 장애인 모델이나 백반증 모델의 사례가 있다. ‘교차성’은 패션 매체에서 신체 이미지를 표현할 때 대상이 남성인지 여성인지에 대한 경계를 모호하게 표현하거나 이분법적인 성별에 포함되지 않는 성별의 모델을 사용하는 것을 의미한다. ‘자연스러움’은 신체의 체모와 피부 결함 등 숨겨야 하는 것으로 간주되어오던 신체의 특징을 자연스럽게 드러내는 신체 이미지를 제시한다. ‘편안함’은 외부의 시선에서 자유로워지고 옷을 입는 사람의 편안함에 집중하는 특징으로 여성 속옷 브랜드에서 두드러지게 나타난다.

### 3. 결론

본 연구는 바디 포지티브의 개념에 대해 탐색하고 패션미디어에서 다루는 신체이미지 사례들을 통해 바디 포지티브의 신체이미지 표현 특성에 대해 살폈다. 패션 매체에서 다루는 신체 이미지가 역사적으로 변해온 과정과 바디 포지티브가 생겨난 사회적 배경에 대해서 살피고 패션 매체에서 사용되는 바디 포지티브의 개념을 정의했다. 바디 포지티브는 특정 성별이나 인종에만 해당된다거나 성적 대상화의 범위를 넓힌다는 오해와 비판을 받기도 한다. 본 연구에서는 매체에서 다루는 바디 포지티브의 특징을 정리하고 구체적인 사례 이미지를 통해 바디 포지티브가 표방하고자 하는 취지와 신체 이미지를 확인했다는 점에서 의의가 있다. 한편 바디 포지티브의 ‘모든 신체를 사랑하자’는 취지 역시 신체를 사랑의 대상으로 본다는 점에서 과연 신체가 사랑할 대상이 되어야 하는가 라는 질문을 불러 일으킨다는 점을 확인하였다. 이런 바디 포지티브의 한계점을 극복하며 대안으로 등장한 ‘바디 뉴트럴(Body Neutral)’을 포함해 다른 관점에서 신체 이미지를 분석하는 것을 후속 연구로 제안한다.

### Reference

- Jong, Y. J., Shin, I. S. (2021). Analysis of feminist advertising design of Chinese underwear brand NEIWAI from a semiotic perspective, *Journal of Design Research*, 20, 71-82
- Lee, M. S., Park, M. J., Uh, M. K. (2018). Research on body types of female models in their 20s to produce clothing for fashion models, *Journal of the Korea Fashion & Costume Design*, 20(4), 31-40
- Jung, S. J., Lim, E. H. (2020). Fashion activism on social media - Focusing on Lee Sang-mi's disintegration phenomenon. *Journal of Fashion Design*, 20(2), 55-72
- Kim, G. Y., Kwon, W. (2021). Exploring the value of positive body image culture in social media: Focusing on the case of body positive campaigns, *Journal of Korean Society for Rhythmic Exercises*, 14(1), 39-58.

---

# Project of Developing A Fashion Look By Upcycling Pre-Loved Fashion Items

- Focusing on 'Zero Waste Fashion Design' Concept -

Wong Ho Man, Ha, Ji Soo<sup>+</sup>

Master's course, Dept. of Fashion and Textiles, Seoul National University

Professor, Dept. of Fashion and Textiles, Seoul National University<sup>+</sup>

---

## 1. Introduction

Fashion industry is one of the biggest environmental pollution generators (McFall-Johnsen, 2020) who produce water, air pollution and also million tons of landfill wastes each year. 92 million tonnes of textiles wastes out of 100 billion garments are produced and ended up in landfills every year, and in 2020 in the United States alone, 2.6 million tonnes of returned clothings were sent to landfills ultimately. These figures show that if the action of reducing fashion wastes is kept being ignored, the global emissions that fashion industry caused will be increased by 50% by 2030. In order to avoid this circumstances, Zero-Waste Fashion Design (ZWFD) is one of the ways that help reduce wastes. Instead of undertaking post-disposal actions, such as reuse or recycle, ZWFD aims to reduce waste emissions mainly by preventing waste generation in the very first beginning stage of production as well as keeping the value of aesthetic at the end. According to Kim & Kim (2020), ZWFD can be categorised into three means: (1) Use-Up Pattern, which refers to using a set of skills to utilise all of the available fabric resources through various pattern cutting methods, for example, Jigsaws and Origami, (2) Garment Shaping, which represents the methods of only producing the 'Must-Produce' parts of a garment, for instance, 3D printing and full-fashioned knitting, and (3) Use Converting, which means reusing, recycling and redesigning the used garments. In this project, the third method - Use Converting, was used to create a new look, aiming at lengthening the product life cycle of pre-loved garments, and at the same time, maintaining the aesthetic.

## 2. Body

In order to achieve the mission of the project - "creating an aesthetic fashion look without causing a single waste", it is started by calling for pre-loved garments through social media from 9th to 25th of September, 2023. 12 responses were received from the 1182 potentially reachable subjects. A total of 46 fashion items, in which 17 pairs of socks, 6 jackets, 6 shirts, 6 pairs of pants, 4 long-sleeve, 3 short-sleeve and 1 sleeveless



tops, 2 pieces of fabrics and 1 one-piece, were available to be collected and selected to use. Besides, although producing zero waste is a challenging task during design process, there are still many possible design outcomes that can be created at the end. Therefore, extra goals were set, and the final design should be: 1) able to be dressed in more than one way, 2) accepted by any gender, 3) functional, 4) easy to be worn and maintained, and 5) cohesive with the theme of the project. To fulfil the above criteria, a dark blue X-Large long-sleeve men's hiking jacket made by water resistant fabric and a dark grey medium see-through long-sleeve women's shirt were selected to be the only two materials for this project. The final design decision was only made after every single part of the jacket and shirt was deconstructed solely by removing the seams instead of cutting into pieces. After the completion of deconstruction, 10 parts and 5 parts of the jacket and shirt were separated respectively. At the end of the production, a two-way sleeveless top, a pair of two-way long pants, a hat and a four-way bag were created. A female and a male model were asked to put on the look for outdoor and indoor photo shootings.

### 3. Conclusion

In this project, in order to proceed the concept of Zero-Waste Fashion Design and fulfil the extra goals, used garments were being selected and deconstructed through removing the threads from the seams. A total look - a top, a pair of pants, a hat and a bag, was created and achieves all of the set goals. However, wastes were still caused during the production - the threads taken out from the seams. On the other hand, to tightly control the possible waste generation, more time must have to be spent when comparing to the normal fashion production. Nevertheless, although there may still be many limitations while practicing Zero-Waste Fashion Design, it is believed that this concept is possible to help reduce the amount of pollution that harms the environment.

### References

- McFall-Johnsen, M. (2020). These facts show how unsustainable the fashion industry is. *World Economic Forum*. Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2020/01/fashion-industry-carbon-unsustainable-environment-pollution/>
- Kim S.H., & Kim H.Y. (2022). Creative exploration: zero-waste fashion design practices with traditional Korean clothing. Retrieved from: <https://www.tandfonline.com/loi/tfdt20>

---

# 형태 변화 가먼트 디자인을 위한 형상기억합금 니티놀(Ni-Ti)의 적용 조건 연구

김종선, 박지홍, 하지수\*

수원여자대학교 패션디자인과 교수, 서울대학교 의류학과 박사과정,  
서울대학교 의류학과 교수\*

---

## 1. 서론

최근 스마트 소재를 활용한 디자인에 관한 연구들은 주로 형태의 변형 가능이라는 특성을 부여하며 새로운 패션디자인의 가능성을 제시하고 있다. Photochromic material, Piezoelectric material, Conductive fiber, Shape memory polymer, Phase change material 등을 활용한 형태 자동 변화 디자인들이 제시되고 있으며 그중에서도 저비용, 전기와 열에 의한 작동, 강한 힘과 큰 변형력 등의 장점을 가진 형상기억합금(SMA: Shape Memory Alloys)이 여러 분야에 걸쳐 가장 활발히 적용되고 있다. 형상기억합금을 적용한 다양한 분야의 디자인 사례를 살펴보면 로봇공학, 키넥트 설치작품, 의료용 장갑이나 카테터, 온도조절에 의한 커튼이나 창문 개폐기 등이 있으며 지능형 스마트웨어로는 가변 보호 성능의 소방복, 구김이 펴지는 형상기억셔츠 등과 Hussein Chalayan의 실험적인 작품 등이 대표적인 사례로 알려져 있다 (Kim & Park, 2014). 이러한 사례들은 대부분 특수한 기능을 수행하기 위한 형상기억합금의 동적 특성을 활용하는 것이 대부분이며 패션디자인의 심미적 조형요소로 활용되는 사례는 극히 드물다. 따라서 ICT 기술 발달에 따른 반응형 시스템, 가변형 디자인에 대한 관심이 증가하는 가운데 형태가 변화하는 가먼트를 활용한 형태 변화 디자인은 새로운 패션디자인 조형요소로서 충분히 활용될 만한 기술이라 할 수 있다. 이를 위해 본 연구에서는 형태가 변화하는 가먼트에 형상기억합금인 니티놀을 적용시키기 위해 니티놀의 동적 특성과 최적의 구조를 밝혀 의류소재로 활용하기 위한 니티놀의 적용 조건을 설정해보고자 한다.

## 2. 본론

형상기억합금은 원래의 형상을 기억하고 있어 변형을 가해도 일정 온도로 가열 시 원래 형상으로 복귀하는 성질을 가진 특성변환 유형 스마트 재료이다. 형상기억합금은 고온의 오스테나이트 상에서 형상을 기억시킨 후에 저온의 마르텐사이트 상에서 변형을 시키고 온도를 올려주면 원래의 오스테나이트 상으로 바뀌면서 큰 응력을 발생시킴과 동시에 원래의 기억된 형상으로 복원하는 특성을 나타내며, 형상을 기억시킨 특성에 따라서 일방향성(고온에서만 기억)과 이방향성(고온과 저온에서 기억)을 나타낸다. NiTi 기반 형상기억합금(Ni-Ti, Ni-Ti-Co, Ni-Ti-Cu 등)의 경우에는 형상 회복온도는 Ni 함유량에 따라서 -30℃에서 100℃까지 응용분야에 대응하여 조절할 수 있다(Park & Yun, 2009). 이러한 니티놀을 의류소재와 결합시킨 후 온도를 조절한다면 니티놀의 동적 특성에 따라 형태가 변화하는 가먼트를 구현할 수 있을 것이다. 그러나 이러한 니티놀이 의류 소재에 적용되

기 어려운 이유는 니티놀의 높은 가격에 기인할 수 있다. 니티놀을 의류 소재로 활용하기 위해서는 니티놀을 적용시킨 패브릭과의 연결구조를 고려해야 하는데 인체에 착용되기 위해 일정한 면적을 가진 패브릭과 연결되어야 하며, 이를 인체 구조에 따른 의복 패턴으로 만들어 낼 수 있어야 한다. 이 과정에서 많은 양의 니티놀이 소요될 것이며 형태 변화 과정에서 특정 온도에 노출되는 환경 조건이 필요하다. 따라서 니티놀을 의류 소재에 적극적으로 활용하기 위해서는 니티놀의 사용을 최소화하며 가장 큰 형태 변화를 이끌어 낼 수 있는 니티놀의 최적 조건 설정에 대한 연구가 필요한 시점이다.

이를 위해 본 연구에서는 지름 1mm, 길이 30cm의 니티놀 와이어를 이용하여 온도에 따른 니티놀의 구조 회복률과 니티놀의 구조에 따른 형태 회복 안정성을 평가하기 위한 실험을 진행하였다. 온도에 따른 니티놀의 구조 회복률은 낮은 온도에서 높은 회복률을 보이는 것이 가장 최적의 조건으로 동일한 니티놀의 구조를 가질 경우 높은 온도에서 빠른 회복률을 보일 것으로 가정하였다. 니티놀의 구조에 따른 형태 회복 안정성은 2차원 면의 구조를 가져야 하는 니티놀의 구조는 길이 방향과 폭 방향으로 엮어내며 얻어질 것이고 이를 위해 세로 방향으로 촘촘히 엮인 구조일수록 느슨히 엮인 구조보다 빠른 회복률을 보일 것으로 가정하였다. 이를 위해 니티놀의 구조는 길이 방향과 폭 방향으로 2cm 간격의 지오보드를 활용하여 1×0부터 1×3까지, 0×1에서 3×1의 구조로 엮어 90℃에서 10분 이상 가열하여 원형을 제작하였다. 이후 니티놀을 직선으로 변형시킨 후 실험용 drying oven을 사용하여 75℃에서부터 100℃까지 5℃간격으로 조절하며 니티놀의 형태 변화를 측정, 분석하였다.

### 3. 결론

온도에 따른 니티놀의 구조 회복률은 80℃에서 모든 길이 변형을 멈추어 높은 온도에서 빠른 회복률을 보일 것이라는 가정은 기각되었다. 더 높은 온도로 가열하더라도 회복은 이미 80도에서 완성되어 그 이상의 온도 변화 조건은 필요하지 않았다. 구조에 따른 형태 회복 안정성은 꼬임이 많을수록 변형된 길이의 양이 많았다. 이는 촘촘히 엮인 구조일수록 느슨히 엮인 구조보다 빠른 회복률을 보일 것이라는 가정과 일치한 것으로 꼬임이 있는 부분이 길이의 변화를 이끌어내는 힘의 작용점이며 꼬임이 많을수록 전체 변화의 양도 많은 것으로 판단된다. 니티놀은 80℃로 변형 온도를 설정하는 것이 효과적이며 가장 꼬임이 많은 구조인 1×0가 가장 큰 형태 변화를 나타냈다. 본 연구에서 얻어진 기초 데이터를 통해 다양한 자동 형태 변화 디자인 설계에 활용되기를 기대한다.

### Reference

- Kim, S. & Park, J. (2014). Classifying the Kinetic Characteristics of the Dynamic Design Products Using Shape Memory alloys. *Journal of Digital Design*, 14(4), 655-663.
- Park, J. & Yun, S. (2009). Basic Characteristic of Shape Memory Alloy and Its Application. *Journal of The Korean Society for Fluid Power and Construction Equipments*, 6(2), 34-39.

이 논문은 2024년도 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 기초연구사업임 (RS-2023-00245538)-

---

# 텍스트 마이닝을 활용한 데님 패션의 사회적 의미 분석

임민정

서원대학교 패션의류학과 교수

---

## 1. 서론

데님 패션은 내구성과 실용성으로 오랫동안 일상적인 패션 아이템으로 착용되고 있지만, 기후변화와 기술 발달에 따른 사회 문화의 변화를 반영하며 데님 패션의 착용 방식, 의미, 맥락은 변화하고 있다. 산업화 이후 지속해서 착용되어 온 데님 패션은 소비자의 인식과 소비생활의 변화를 파악할 수 있는 중요한 매개체임에도 그동안 컬렉션 이미지를 중심으로 한 스타일 분석에 관한 연구가 주를 이루었다. 따라서 본 연구는 데님 패션의 표현, 착용 방식과 스타일에 초점을 맞추어 데님 패션의 거시적 변화의 양상을 분석하고 내재한 의미를 통합적으로 분석하였다. 특히 전 세계적으로 영향력 있는 언론 매체 중 하나인 뉴욕타임스의 경우 패션에 대한 보도와 기사가 사회적 인식과 트렌드에 미치는 영향이 크므로 뉴욕타임스에 실린 데님 패션의 기사 분석을 통해 데님 패션의 다각적인 측면을 밝히고자 하였다.

## 2. 본론

본 연구는 2024년 3월 1일부터 4월 20일 기간 동안 구글 크롬을 활용하여 'denim'과 'jeans'를 키워드로 2000년대 이후의 기사를 검색하였다. 검색 결과 중 기사 제목에 denim이나 jeans를 포함한 기사 111건을 최종 분석 대상으로 선정하였다. 텍스트 분석은 오렌지(Orange) 3.36.2를 활용하여 문서 불러오기, 데이터 전처리, 워드 클라우드 단계로 진행하였다. 데이터 전처리 과정에서 토큰화, 필터링, 불용어 제거 등을 수행하였고, 명사, 동사, 형용사 품사 태그를 설정하였다. TF 기반 상위 80개 키워드를 추출하고 TF-IDF 지수를 검토하였다. 또한 N-gram 분석을 통해 단어 간 연관성과 데이터 패턴을 파악하였다. 의미연결망 분석은 오렌지 프로그램과 UCINET 프로그램을 활용하여 단어 간 연결구조를 시각화하였다. 본 연구 결과, 현대 데님 패션이 전달하는 의미는 다음과 같다. 첫째, 데님은 신체 유형, 선호도 및 성별, 나이, 문화 등 다양한 상황에 맞는 스타일 연출이 가능한 다용성과 포용성을 지니고 있다. 둘째, 데님 업계에서는 환경 영향과 사회적 책임에 대한 우려를 반영하여 지속가능하고 윤리적인 생산 방식을 시도하고 있으며 재사용에 관한 관심을 반영한다. 셋째, 데님은 이제 캐주얼 패션과 하이 패션을 동시에 표현하는 하이-로우 패션의 혼합체로 자리 잡고 있다. 넷째, 데님 패션은 과거에 대한 향수를 불러일으키는 레트로 스타일과 동시에 다양한 가공 방법에 따른 미래지향적인 이미지가 결합해 표현되고 있다.

### 3. 결론

데님 패션은 내구성과 다용도성이라는 핵심 특성을 유지하면서도 사회 변화, 기술 발전, 진화하는 패션 감성을 반영하며 지속해서 변화하고 있다. 이러한 데님 패션의 변화는 단순한 의복 아이템을 넘어 사회, 문화, 기술의 변화에 의한 인식과 소비생활의 변화를 포착하는 지표로 활용할 수 있음을 확인하였다. 본 연구는 데님 패션의 심층적 의미를 탐구함으로써 소비자들의 환경 및 사회 문화에 관한 관심을 패션과 직접적으로 연계하려는 요구를 보여주며 패션 산업의 발전과 혁신을 위한 시사점을 제공한다.

### Reference

- Lee, S. J., & Kim, H. J. (2009). Keyword extraction from news corpus using modified TF-IDF. *The Journal of Society for E-business Studies*, 14(4), 59-73.
- Lee, S. (2012). *네트워크 분석 방법론* [Network analysis method]. Seoul: Nonhyeong.

---

# 메타버스 플랫폼 가상 패션에 대한 사용자 인식

## - Is Virtual Fashion on Metaverse Platforms Still Relevant? -

박예은, 임은혁\*

성균관대학교 의상학과 석사과정, 성균관대학교 의상학과 교수\*

---

### 1. 서론

4차 산업 혁명이 가속화되고 있는 오늘날 가상 현실 세계를 통해 자아 실현을 가능케 하는 디지털 플랫폼인 ‘메타버스’가 여러 산업 분야에서 혁신적인 변화를 불러오고 있으며, 패션분야에서는 메타버스의 접목을 통한 ‘가상 패션’이 출현하였다. 그러나 패션 브랜드의 마케팅 전략으로 메타버스의 가상 패션 개념이 시도되고 있음에도 불구하고 이 기술이 산업계에 대량으로 도입되는 데에는 데이터 보안 문제, 높은 장비 및 기술 비용, 소비자의 프라이버시, 가상 세계의 지적 재산권 문제를 포함한 부정적인 영향 등 한계가 나타나고 있다. 이에 본 연구는 메타버스 플랫폼인 제페토에 나타난 가상 패션 산업의 현황을 살펴보는 것을 목적으로, 제페토에서의 아바타 가상 패션의 차별적 특성을 도출하여 제페토 사용자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 연구 방법으로는 먼저, 메타버스와 가상 현실, 아바타와 가상 패션에 대한 문헌 연구를 수행하였다. 이후에 문헌고찰을 기반으로 인구조적 특성과 더불어 구매 경로와 이용 행태, 플랫폼 이용 만족도, 서비스 전략 요구도의 4가지 카테고리로 설문 항목을 구성하였다. 패션에 관심있는 10~40대(주로 10~20대) 일반인을 대상으로 2023년 11월 19일부터 11월 26일까지 24시간 동안만 사진, 동영상상을 공유할 수 있는 ‘인스타그램 스토리’의 기능을 통해 총 두 차례에 걸쳐 네이버 폼(Naver Form)을 활용하여 온라인 설문조사를 진행하고, 그 결과를 분석하였다.

### 2. 본론

온라인 설문조사 결과 총 267명이 응답하였으며, 데이터 분석 결과는 다음과 같다. 먼저, 설문 대상자의 과반수가 제페토를 활용해본 적이 없다고 응답하였는데, 메타버스 플랫폼 활용의 필요성을 못느끼거나(39.7%), 들어본 적이 없다(21%)는 이유가 대부분이었다. 둘째, 제페토를 이용하는 주 목적으로는 아바타 코디 및 가상 공간 꾸미기를 통한 개성 표현(22.8%)이 가장 많았다. 제페토 사용자들의 아바타 의상의 체형/구입 목적으로는 현실에서 도전할 수 없는 스타일을 도전할 수 있고(10.9%), 유행하는 스타일을 부담없이 가상의 옷장에 채울 수 있다는 대리만족(10.9%), 가상 피팅을 통해 실제 스타일링의 도움을 받을 수 있다(7.1%)는 응답이 유사한 수준으로 나타났다. 셋째, 제페토 사용자의 가상 패션 경험이 브랜드의 실제 구매 경험까지 이어진 비율은 2.6%밖에 되지 않는 것으로 나타났다. 이는 사용자들이 아직까지도 아바타와 실제 사람의 외형 사이의 괴리감을 느끼며, 최종 구매단계에서 온라인(모바일) 채널에서 보는 아바타 의복과 현실에서 직접 보는 오

프라인 의복을 확연히 구분 짓기 때문임을 알 수 있었다. 제페토 경험자들의 가상 패션 브랜드 인식 변화 여부와 연관지어서 시사점을 도출하자면 메타버스를 통한 브랜드 공간 및 가상 피팅 체험은 브랜드 친밀도를 상승시키며 접근성을 높이고, 구매 욕구를 높인다는 것을 알 수 있었으나 이와 같은 인식이 실제 구매 경험으로 이어지기에는 한계가 있음을 알 수 있었다. 둘째, 위 플랫폼에 관한 개선점을 조사한 결과 제페토에 대한 인지도가 부족하고 화제성에 비해 사용의 지속성이 낮아 소비자가 해당 서비스를 이용해야 할 당위성을 느끼지 못하는 것으로 나타났다. 셋째, 플랫폼의 사용 연령층이 소비자들의 인식에 큰 영향을 미친다는 것을 알 수 있었는데, 메타버스가 10대 문화라는 인식으로 인해 가상 패션의 확산이 제한적으로 이루어지고 있었다. 특히 럭셔리 브랜드와의 협업의 경우, 제페토라는 플랫폼이 주 사용자 층을 MZ 세대로 겨냥하고 있어 가격 진입 장벽이 실제 제품 구매에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

### 3. 결론

본 연구는 설문 조사를 통해 메타버스에서 패션 아이템을 구매하고자 하는 소비자 인식을 이해하고, 제페토를 활용한 가상 패션 산업의 현황 분석을 위해 사용자 조사를 실시하였다. 연구 결과 메타버스의 가상 패션의 한계점을 파악할 수 있었던바 이는 가상 패션의 경쟁력 확보를 위한 실무적인 자료로 사용될 수 있을 것이다. 본 연구는 하나의 메타버스 플랫폼을 대상으로 하였으며 제한된 연령대의 사용자를 대상으로 하여 연구 결과를 일반화할 수 없다는 한계점을 지니므로 연구 대상을 확대한 포괄적인 후속 연구를 제안한다.

### Reference

- Kim Su Min, Lee Kyu-Hye. (2023). The Effect of Fashion Item Shopping on the Continued Usage of Platform on Metaverse. *A Journal of Brand Design Association of Korea*, 21(2), 187-196.
- Alexandrova, E., Poddubnaya, M. (2023), Metaverse in Fashion Industry Development: Applications and Challenges, E3S Web Conf., Volume 420, <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202342006019>
- Lee, Ho Jung. (2023). A Study on Metaverse-based Fashion Retailer for Customer Experience-focused on the ZEPETO platform-. *Bulletin of Korean Society of Basic Design&Art*, 24(4), 393-408. 10.47294/KSBDA.24.4.27

---

# 3D CLO를 활용한 디지털 패션디자인 개발

- Y2K스타일을 중심으로 -

Liu Liluo, 이정수\*

이화여자대학교 의류산업학과 석사과정, 이화여자대학교 의류산업학과 부교수\*

---

## 1. 서론

가상 패션디자인은 가상현실(Virtual Reality)과 증강현실(Augmented Reality) 기술의 발전으로 현실과는 다른 차원에서의 패션 경험이 가능해졌다. 가상 패션디자인은 가상 환경에서 의류와 액세서리 등의 패션 아이템을 디자인하는 것을 말하며, 이를 통해 현실에서의 제약을 벗어나 자유로운 창작과 실험을 할 수 있다(Ryu, 2023). 제페토와 로블록스 등의 가상현실에서 아바타에게 옷을 입히는 것으로 시작된 가상 패션디자인은 최근에는 현실에서 존재하지 않는 가상 패션디자인 브랜드가 생겨나고 있으며 이 분야의 발전이 가속화되고 있다(Lee, 2022). 가상 패션디자인은 전통적인 의상처럼 물리적으로 작용하거나 만질 수는 없지만 사람들이 온라인에서 자신을 표현하고, 실험하고 가상의 메타버스 환경에서 사회적 상호 작용에 참여할 수 있는 경험을 제공한다.

본 연구는 가상 패션 개발을 보여주기 위한 목적으로 3D CLO 프로그램과 디지털 프린팅 기술을 결합하여 시대에 부합하는 Y2K 스타일의 패션디자인을 탐구하고자 하였다. 소비자들이 가상 세계에서 다양한 옷을 직접 체험하고 스타일링 할 수 있도록 하고, 더 나아가 가상 환경에서 자신을 표현하는 매체로써 활용될 수 있을 것이다. 이를 통해 가상 패션 산업의 성장과 지속 가능한 패션에 관한 관심을 높이고자 한다.

## 2. 본론

가상 의류의 발전은 초기에는 주로 2차원 시뮬레이션으로 제한되었으나, 1990년대 후반에는 3차원 시뮬레이션 기술이 발전하면서 더욱 사실적인 표현이 가능해졌다. 최근에는 게임과 소셜미디어를 기반으로 한 가상패션의 사용이 늘어나고 있으며, Grand View Research의 연구에 따르면 세계 가상 피팅룸 시장이 크게 성장하고 있다. 3D CLO는 전문적인 의류디자인 및 시뮬레이션 소프트웨어로, 디자이너들은 의류의 형태, 패턴, 재질, 텍스처 등을 조작하고 시뮬레이션을 통해 움직임과 피팅을 확인할 수 있다. 이렇듯 가상 의류 기술의 급격한 발전과 함께 가상현실에서의 실제 의상처럼 가상 의류를 경험할 수 있게 되었으며 나아가 비현실적인 다양한 요소들 또한 표현할 수 있는 기반이 되었다.

Y2K 스타일은 2000년경을 중심으로 한 패션 문화적 트렌드를 나타내며, 과감하고 화려한 디자인, 패턴과 색상 등을 특징으로 한다. 최근 코로나19와 함께 콘텐츠 의존도가 높아지면서 Y2K 유행이 부상하고 있으며, 패션업계에서도 이를 반영하는 트렌드가 등장하였다. 2000년 Y2K 패션은 대담하고 화려한 스타일이 강조되었지만, 2023년 Y2K 패션은 더



욱 세련되고 모던한 스타일로 진화하고 있으며, 지속가능성과 환경친화적인 소재가 적극적으로 반영될 것으로 트렌드가 예측되었다.

본 연구는 선행연구와 Y2K에 대한 분석을 통해 미래지향적인 미적 특성을 반영하고, 아름다운 환상을 가지고 있으며, 율동적인 느낌이 나는 나비 모티브로 Y2K 스타일을 개발하였다. 'Y2K' 스타일은 기본적으로 메탈 질감, 홀로그램, 투명함, 3D 입체감, 반짝이는 고풍택 비주얼을 적용해 미래주의와 유토피아 같은 초현실주의적 환상을 표현하고 가상 패션 디자인 여성복 4개의 룩을 3D CLO를 활용하여 디자인을 제안하였다. 디자인1은 나비 날개의 무늬를 확대해서 기하학적 패턴으로 변형해서 소매부분이나 치마부분에 사용하였다. Y2K의 대표적인 반사되는 PVC 원단을 사용하였으며 나비의 가벼움을 표현하고자 탑 부분에 망사 원단을 사용하였다. 디자인2는 줄무늬 미니 원피스에 따로 숏치마를 착용하였고 상의는 솔을 디자인하였다. 솔 부분에는 퍼(fur)소재를 사용하고 위에 나비 모양의 패턴을 넣었으며 솔 밑단 부분에 셔링을 달아 하늘하늘한 느낌을 살렸다. 디자인3은 조끼형 패딩으로 디자인하였고 팬츠은 디지털 프린팅 기법으로 소재를 디자인하였다. Y2K의 특징과 키치(Kitsch)스러운 락커 느낌으로 디자인하였다. 포토샵으로 그래픽을 패턴에 적용하고 디지털 프린팅을 표현하였다. 디자인4는 숏자켓, 스커트, 팬츠로 구성된 3피스이다. 본 디자인에서는 숏자켓의 프린트 패턴은 꽃모양인데 3D로 입체적있게 보이도록 표현하였으며, 팬츠는 에나멜 가죽으로 디자인하였다. 전체적으로 PVC 원단과 나비 모티브를 사용하여 Y2K 컨셉을 표현하고자 하였으며, 고명도 컬러와 블랙 컬러를 조합하여 키치한 느낌을 주었으며, 주름 효과와 입체적인 디자인을 위해 3D 시뮬레이션을 활용하고, 마지막으 렌더링으로 완성도를 높였다.

### 3. 결론

본 연구는 가상 패션 체험을 제공하기 위한 목적으로 3D CLO 프로그램과 디지털 프린팅 기술을 결합하여 시대에 부합하는 Y2K 스타일의 여성복 패션디자인 4개의 룩을 디자인하여 제안하였다. 가상 3D 패션은 더욱 지능적이고 자동화된 방식으로 발전하고 있으며, 확장되고 있는 가상 현실 상황에서 다양한 목적으로 활용 가능한 가상 패션 디자인 수요가 늘어날 것으로 보인다. 가상 패션 디자인은 디자이너의 물리적 생산과정의 제약없이 다양한 재료, 질감, 형태 등을 실험할 수 있어 혁신적인 디자인의 가능성을 기대할 수 있으며 매우 개인화된 형태로 소비자들의 표현을 제공하여 가상 환경에서의 다양한 상호작용을 기대할 수 있을 것이다.

### Reference

- Lee, S. W. (2022, March 10). “입을 수도 만질 수도 없는, ‘가상의류’가 온다” [‘Virtual clothing’ that cannot be worn or touched is becoming available]. Sisa IN. Retrieved March 3, 2024, from <https://www.sisain.co.kr/news/articleView.html?idxno=46920>
- Ryu, K. O. (2023). Study on Use the Metaverse Platform in Fashion Design. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association* 25(2), 31-44. <http://dx.doi.org/10.30751/kfcd.2023.25.2.31>

---

# 코게트코어 트렌드를 반영한 패션 텍스타일 디자인 개발

이채영

경희대학교 의류디자인학과 강사

---

## 1. 서론

최근 틱톡(TikTok)과 인스타그램(Instagram)과 같은 소셜미디어 플랫폼은 끊임없이 진화하는 디자인 트렌드와 정보를 쉽게 공유하는 매개로 활용되며 소비자들의 스타일 선택에 막대한 영향력을 행사하고 있다. 최근 소셜미디어에서 발레코어(Ballet-core), 바비코어(Barbie-core) 등이 Gen Z세대에게 인기 트렌드 용어로 활용되고 있고, 최근 코어 스타일의 확장으로 코게트코어(Coguette-core)가 주목받고 있다. 코게트코어는 마리 앙투와네트 룩에서 시작하여 발전된 하이퍼 페미닌 감성을 지향하며 Gen Z 세대의 새로운 패션렌즈로 재해석되어 표현되는 스타일이다. 이처럼 로코코 시대를 근원으로 하는 코게트코어는 일시적인 트렌드라기 보다는 시대를 초월하여 진화하며 발전한 형태라고 볼 수 있겠다. 코게트코어 패션 스타일의 사례를 분석한 결과 리본, 레이스, 주름, 컬러 등을 적극적으로 활용하는 반면 텍스타일 패턴의 경우 플로럴 패턴을 중심으로 소극적으로 활용되고 있었다. 이에 코게트코어 디자인 트렌드에 활용할 수 있는 다양한 형태의 텍스타일 디자인 개발이 필요하다고 판단하였고, 본 연구는 디자인 조형원리에 기반을 두고 코게트 트렌드를 반영한 텍스타일 디자인을 개발하여 코게트코어 스타일 결정 및 활용 영역을 확장시킬 수 있는 새로운 텍스타일 디자인을 제시하는 것에 목적을 두었다.

본 연구의 방법으로는 이론적 고찰 및 사례분석을 시행하였으며, 고찰 결과를 바탕으로 텍스타일 디자인 작품을 제작하였다. 작품 제작 과정은 기존의 코게트코어에 활용되는 패턴과는 상이한 형태를 구현하기 위해 프랙탈(Fractal) 구성원리를 바탕으로 하여 텍스타일 디자인을 구성하였으며, 어도비 일러스트레이터(Adobe Illustrator) 및 텍스프로(TexPro)를 활용하였다. 텍스타일 디자인 과정은 첫째, 코게트코어의 주요 활용 모티프인 리본, 레이스를 포함한 천사, 장미, 진주, 보석 장식을 모티프의 최소단위로 선정하고 혼합하여 새로운 모티프를 창작하였다. 둘째, 원유닛 모티프를 프랙탈 원리에 기반을 두어 문양을 반복하고 변형하여 구성하였으며 유기적 곡선형 배치, 반복 및 스케일의 대비효과를 통해 디자인을 완성하였다. 셋째, 완성된 텍스타일 디자인은 4개의 컬러웨이를 통해 색상 조합을 탐색하였고, TexPro를 사용하여 완성된 패턴을 패션 제품에 맵핑한 결과물을 제시하였다.

## 2. 본론

### 1) 코게트코어(Coguette-core)

코게트코어는 Corquette라는 불어에서 온 Flirt의 뜻으로 남자의 시선을 훑치는 스타일로 직역된다. 15세기 마리 앙투와네트 룩에서 시작하여 로리타(Lolita), 바비(Barbie)룩에

이르는 여성적인 룩으로 새로운 패션렌즈로 재해석하는 장르로서의 트렌드이다. 코케트코어는 발레코어나 바비코어에서 언급되는 리본, 레이스, 핑크, 소녀, 로코코, 빈티지 등 유사성을 공유하지만 단순한 유행을 넘어 남의 시선에 신경 쓰지 않고 숨어있는 자신의 여성성을 당당하게 표현하는 트렌드로 주목받고 있다. 이처럼 코케트코어 소비자들은 여성성이 강조된 디자인에 대한 부정적인 고정관념이나 사회적 젠더 이슈에 영향을 받기보다는 순수한 미학으로 받아들이고 있다는 시각이 지배적이다.

## 2) 프랙탈(Fractal)

프랙탈이란 최소단위의 구조가 전체 구조의 형태와 유사한 모양으로 끝없이 반복되는 구조를 말하며, 수학적 알고리즘으로 무한히 변화한다(Mandelbrot, 1977). 프랙탈은 자기 유사성, 비선형성, 불규칙성, 무작위성, 자기조작성과 응집성 등의 특징을 가지며 대표적 특징은 다음과 같다. 첫째, 자기유사성은 무한대로 규모를 확대하거나 작게 하여도 여전히 같은 형태를 지니며, 전체 형태의 순환성을 의미한다. 둘째, 비선형성, 불규칙성은 패턴의 반복과 변형을 통해 구성 공간을 역동적으로 변경하는 역할을 한다. 셋째 무작위성과 자기조작성의 특성은 자연계의 구조의 비예측성을 내포하며, 우연의 효과에 의해 예상하지 못했던 창의적 표현을 유도하는 속성으로 무한하게 확산하여 변형가능성을 제시한다.

## 3. 결과

본 연구를 통해 진행한 코케트코어 트렌드를 반영한 텍스타일 디자인 개발 결과는 다음과 같다. 첫 번째 텍스타일 디자인 1과 2의 모티브 제작 과정에서는 구성 원리인 자기 유사성을 기반으로 필리그리(filigree)와 장미 및 레이스 장식을 메인모티프로 부분의 모양이 전체를 이루는 형태를 목적으로 하며 규칙적 변화를 통해 반복될 패턴의 최소단위의 개체를 생성하고, 이렇게 만들어진 개체는 비선형적인 특성을 반영한 다른 개체로 구성을 확장하여 리핏을 완성하였다. 텍스타일 디자인 3과 4는 천사, 리본을 메인 모티프로 비선형성, 무작위성 구성 원리를 활용하였으며, 리본, 레이스를 선으로 구성하고 직선, 완곡한 곡선 등 선의 방향성 활용, 중첩과 스케일링 변환을 통해 개체 간 중첩을 조화롭게 구성하고자 유도하였다. 화면에 그물처럼 뒤엉킨 리본과 선의 흔적은 에너지와 시간성을 지닌 생명력을 표현하고자 하였으며, 이를 통해 역동성과 활력이 돋보이는 코케트코어 텍스타일 디자인을 제안하였다. 이와같이 프랙탈 조형원리를 적용하여 코케트코어 텍스타일 디자인 작품을 제작한 결과 단순한 양감 모티프를 다양하고 복잡한 구조로 새롭게 구성함으로써 기존의 코케트코어 텍스타일의 정형화되고 단순한 텍스타일 디자인과는 차별화된 독창적인 디자인을 제시할 수 있었고 그 가능성을 탐색할 수 있었다.

본 연구의 디자인 개발 결과는 코케트코어 트렌드에 활용되는 기존 제품과 차별화된 텍스타일 디자인 방향을 제시하여 가능성을 확장하였다는 데 의의가 있다. 이러한 연구 결과를 통해 기존의 패러다임을 넘어 코케트코어 트렌드의 다양한 텍스타일 디자인의 시장 가능성을 확인하고 디자이너 및 브랜드들의 디자인 기초자료로 활용되기를 기대한다.

## Reference

Mandelbrot, B. (1977) *The Fractal Geometry of Nature*. W. H. Freeman and Company.

---

# 청년, 중년, 노년 여성의 발 형태 및 치수 비교

용정민, 김동은\*

이화여자대학교 의류산업학과 석사과정, 이화여자대학교 의류산업학과 교수\*

---

## 1. 서론

발은 인간의 이동과 보행이 가능하게 하며, 지면에서 인간의 몸을 지지하고 충격을 흡수하는 역할을 한다(Kook & Lim, 2018). 발의 건강은 인체의 불균형과 혈액순환 문제에 영향을 끼치고, 건강한 노년기를 좌우하는 중요한 문제이다(Oh, 2012). 선행연구에서는 주로 청년층과 노년층을 비교하는 연구가 진행되었다. 본 연구는 제8차 한국인 인체치수조사사업(Korean Agency for Technology and Standards [KATS], 2021) 데이터 중 3D 측정으로 진행된 항목을 이용하여 청년, 중년, 노년층 여성의 차이를 비교하여 연령에 따른 발 형태의 차이를 밝히고자 한다. 이를 통해 각 연령층을 대상으로 하는 신발설계의 기초 자료를 제공하고자 한다.

## 2. 본론

본 연구는 제8차 한국인 인체치수조사사업(KATS, 2021) 3D 측정 데이터 중 20-29세, 40-49세, 60-69세 여성 총 1592명의 발 데이터를 사용하였다. 20, 40, 60대를 청년, 중년, 노년으로 설정하였다. 측정 데이터 항목은 발의 형태와 관련 있는 3D 측정치 42개 항목과 키, BMI, 불편평률(불거리/불둘레\*100) 총 45개의 항목을 선정하였다. 데이터는 IBM SPSS를 사용하여 통계분석을 진행하였다. 일원배치분산분석을 통해 연령별 형태를 비교하고, 요인분석을 실시하여 발바닥 형태 구성요인을 도출하였다. 이후 군집분석을 통해 발바닥 유형을 분류하였다. 독립변수와 종속변수 간의 영향력을 분석하기 위해 다중회귀분석-선형을 실시하였다. 이후 교차분석을 통해 각 연령별 유형 구성을 비교하였다.

45개의 항목을 변수로 일원배치분석을 진행하여 연령별 항목의 평균값과 유의미한 값을 확인하였다. 둘레항목에서 연령이 높아질수록 큰 값을 보여, 둘레항목은 연령이 증가함에 따라 전반적으로 커진다는 것을 알 수 있다. 각도항목에서 60대는 엄지발가락측각도와 새끼발가락측각도, 발중심선각도에서 큰값을 보였다. 반면 발볼각도는 20대, 40대, 60대 순으로 작게 나타났다. 이는 발중심선의 기준이 되는 둘째발가락 끝점의 방향이 발가쪽으로 변형이 있어, 발중심선에서 수직인 선의 위치가 변경되어 발볼각도가 작게 나타나는 것으로 사료된다. 요인분석을 통해 발의 둘레와 너비 요인1, 발의 길이 요인2, 발의 높이 요인3, 내측볼형태 요인4로 나누어졌다. 이를 바탕으로 군집분석을 진행하여 발바닥이 넓고, 엄지발가락이 중심으로 모여 있는 유형1, 발의 높이가 높고, 길이가 긴 유형2, 발바닥이 좁고, 높이가 낮아 얇게 나타나는 유형3의 발 형태를 도출하였다. 다중회귀분석을 통해 가쪽복사수평둘레에 발목너비, 발목두께, BMI가 연령별로 20대는 54.9%, 40대는 53%, 60대

는 32.8% 설명력을 가지고, 내측볼너비에 발꿈치-발안쪽점길이, 발중심선각도, 엄지발가락 측각도가 총 60.4%의 설명력을 가지는 것을 확인하였다.

### 3. 결론

본 연구에서 각 연령별 특징이 뚜렷하고, 세 가지 유형 중 연령별로 밀집되는 유형이 다르게 나타나 연령에 따른 발 형태 분석이 유의미하다 할 수 있다. 이 중 다른 연령대에 비해 60대의 발 형태가 특징적으로 나타났다. 이는 발 변형에 의한 영향으로 예측되며, 이에 대한 후속 연구가 진행되어야 한다. 또한 청년과 노년 사이에 중년을 함께 비교하여 연령이 높아짐에 따른 변화인지 살필 수 있었다. 해당 결과를 신발설계의 기초자료로 사용하여, 고객 연령에 맞는 형태 신발 제작과 같은 활용이 가능할 것이다. 본 연구는 연령별 차이를 확연하게 보기 위해 30대와 50대의 데이터를 제외하였기 때문에 이후 이를 포함한 분석에서 새로운 의미를 찾을 가능성이 있다.

### Reference

- Kook, Y., & Lim, H. (2018). Classification of sole types and characteristics according to types for young and elderly women. *Fashion & Textile Research Journal*, 20(1), 75-82. doi:10.5805/sfti.2018.20.1.75
- Korean Agency for Technology and Standards[KATS] (2021), 8th Korea national anthropometric study, *Size Korea*, Retrieved May 22, 2023 from <https://sizekorea.kr/human-info/meas-report?measDegree=8>
- Oh, B. S. (2012). Effects of walking wearing foot orthotics on TNF-a, Anti-CCP and body balance in elderly women of hallux valgus. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 50(2), 945-956. doi:10.51979/KSSLS.2012.12.50.945

본 성과는 한국산업기술진흥원의 지원을 받아 수행된 연구임(과제 번호 : 2-2022-0888-001-3, 지원기관: 한국산업기술진흥원).

---

# 국내 패션 및 디자인 전공 대학의 융복합 교육 현황 및 제안

- 마이크로·나노디그리의 사례를 중심으로 -

정다운

명지전문대학교 교양과 조교수

---

## 1. 서론

한국개발연구원(KDI)에 따르면 지난 2015년 청년 임금근로자 가운데 전공과 현재 직업 간 연계성이 없는 경우가 과반수로 조사되었다. 학부 전공과 관련 있는 기업에 취업하는 학생이 많지 않으며, 직무는 전공보다 개인의 역량과 적성이 더 관련이 높은 것을 알 수 있다. 이처럼 취업과 전공의 상관관계는 점점 약화하고 있는 오늘날에는 능동적인 태도와 적극적인 소통 능력을 학습하는 융복합 교육이 변화하는 사회 현상에 부응하는 학문이 될 것으로 예상된다.

오늘날 국내외 대학에서는 융복합 교육을 위해 학제 개편이 활발히 진행 중이고, 융복합형 인재 양성을 위해 다양한 학과를 운영하고 있다. 서울 소재 4년제 대학교 43곳 중 학과명에 '융합'이 포함된 학과는 134개로 조사되었다. 각 대학은 학과를 신설·개편하거나 기존 학과와 연계해 소속 대학 학생들의 창의력을 키우는 융복합 교육을 선도하는 것을 교육 목표로 삼고 있다. 대학 내 융복합 교육 과정 설계는 1980년대 이후 본격화되었다. 세계적으로 대학들이 융합 교육 과정을 채택하였고, 예술 및 디자인 분야에서도 이러한 흐름에 맞춰 교육 방식이 변화하고 있다. 그러나 국내 패션 및 디자인 대학의 융합 교육 과정과 교과목 개발은 초기 단계에 머물러 있으며, 이를 위해 학제적 연구를 통한 교과목 개발과 교육 과정 개편이 필요하다.

## 2. 본론

본 연구는 급변하는 대학 교육 환경 속에서 패션 및 디자인 분야에서의 융합 교육의 필요성에서 시작되었다. 국내외 대학의 패션 및 디자인 융합 교육 과정 및 교과목 개설 현황을 조사하고 분석하였다. 특히, 자율 전공, 융복합 전공에 대한 현황을 파악하였다. 이를 토대로, 패션 및 디자인의 융합 교육 과정 및 교과목을 제안하고자 한다. 마이크로 디그리, 나노 디그리 같은 미니학위를 통한 패션 전공의 융합 교육 활성화에 대한 방향을 제안하고 있다.

연구 범위는 다음과 같다. 국내 패션 및 디자인 대학의 융합 교육에 관한 연구는 서울 및 경기지역의 15개 대학의 교육 과정을 조사하였다. 특히 서울대학교, 연세대학교, 성균관대학교, 한양대학교 등의 종합대학, 명지전문대학교, 한양여자대학교, 수원여자대학교 등의 전문대학 및 직업 전문학교의 패션디자인과 산업디자인 학과의 교육 과정을 중심으로 분석하였다. 해외 사례 연구는 영국예술대학교(University of the Arts London), 패션

인스티튜트 오브 테크놀로지(Fashion Institute of Technology), 프랫 인스티튜트(Pratt Institute), 파슨스 디자인학교(Parsons School of Design) 등을 중심으로 패션 및 산업디자인 전공의 교육 과정을 조사하였다. 연구 방법은 국내외 패션 및 디자인 전공과 관련된 대학교수, 강사와 연구원 20명을 심층 인터뷰하였고, 패션 및 디자인 전공 대학생 50명에게 설문조사를 진행하였다.

### 3. 결론

융합 교육의 성과와 효용성을 높이기 위해서는 융합 교육목적과 인재상에 따라 패션 및 디자인 분야에서도 전공별 프로그램 및 교과목 설계, 학위 수여 방법을 다양하게 채택할 필요가 있다. 산업디자인 분야에서는 경영학과 공학적 측면을 중심으로 융합 교육을 시행하고 있지만, 패션디자인 분야에서는 예술·디자인 영역 융합 교육의 접근뿐만 아니라 자연과학 및 공학 등 다양한 학제적인 연구를 통해 디지털 시대에 부합하는 교육 연구가 이루어져야 한다는 의견이 지배적으로 나타났다.

융합 교육 과정의 운영에는 교육 방법, 평가 방식, 지원 체제 등에 대한 구체적인 논의가 이루어지지 않고, 대학별로 산발적으로 진행이 되는 실정이었다. 학교나 학과마다 다양한 체제로 운영되고 있어 일관성이 부족한 것으로 나타났고, 이에 따라 학생들이 적절한 지침이나 기준을 찾지 못해 효율적인 학습 경험이 이루어지지 않고 있었다. 따라서 교육부나 학교에서 일관된 융합 교육의 기준을 개발하여, 학과에서는 이를 참고하여 일관된 교육 과정을 운영할 필요가 있다.

융합 교육 과정 개발을 위해서는 교육자에게 융합 교육의 필요성과 원칙을 교육하고, 다양한 학문 분야의 전문가들과 협력을 촉진하는 지원 체제를 구축하는 방향을 모색할 필요가 있다. 융합 교육은 다양한 분야의 지식과 기술을 보유하고 이를 융복합하는 연구가 요구된다. 따라서 교사들의 교육과 지속적인 전문 개발 프로그램을 제공하고, 대학은 관련 자원을 확보하기 위해 다양한 학문 분야의 전문가들을 협력하는 등 필요한 자원을 공유하고 확보를 위해 노력해야 한다. 이러한 교육 과정 개발은 이론과 실무 교과목을 중심으로 융합 교육의 가능성을 탐구하고, 패션과 디자인 분야에서의 학문 특성화를 위한 적절한 교육 과정이 활성화하는 데 이바지할 것으로 기대된다.

### Reference

- Kang, Y. (2022). Utility of general education micro degrees and double degree programs. *Studies in General Education, 18*, 7-35.
- Park, S. M., & Ahn, J. M. (2021). Analysis of domestic cases of micro degrees as competency-based education. *Lifelong Learning Society, 17*(1), 173-197.
- Yoon, M. H. (2014). Current status and proposals of convergence education in domestic arts and design universities. *Journal of Korean Design Culture, 20*(1), 431-444.
- Han, K. H. (2016). Research on the development of educational models integrating fashion major curriculum and school-enterprise practical training. *Journal of the Korean Society of Costume Design, 18*(4), 47-62.

---

# 생성형 AI 기반 패션디자인 발상의 탐색과 교육적 함의

- 미드저니 명령어 및 파라미터의 활용을 중심으로 -

김고운

덕성여자대학교 의상디자인전공 조교수

---

## 1. 서론

현대 패션 교육은 디지털 시대의 도래와 함께 유연히 확장중이며 점차 고도화된 기술의 통합을 시도하는 추세이다. 생성형 인공지능(AI) 기술은 이러한 변화의 최전선에 위치하며, 교육적 측면에서 새로운 방법론과 도구를 제공함으로써 디자인 프로세스를 혁신하고 있다. 미드저니(Midjourney)는 범용적으로 활용하는 AI 기술 중 하나로, 사용자가 입력한 텍스트 기반 프롬프트를 통해 고유한 시각적 이미지를 생성(Text-to-Image)하는 인공지능 소프트웨어이다. 미드저니에 대한 연구와 이를 활용한 교육 커리큘럼 개발 연구가 확산되는 현 시대에, 본 연구는 미드저니의 특수성을 발현하는 명령어 및 파라미터의 다각적 활용을 중심으로, 패션디자인 발상 및 교육에 어떻게 적용될 수 있는지 그 가능성을 모색하는 한편, 기술이 교육에 어떤 새로운 관점과 방법론을 제공하는지를 탐구하고자 한다. 관련 저널, 책, 온라인 자료, 선행연구 등을 고찰 후 교육에서의 AI 활용에 대한 사례를 수집하는 한편 명령어와 파라미터를 활용한 미드저니의 도출 결과를 기반으로 패션디자인 발상 과정에의 유용성을 탐색, 이론적 연구와 실제 적용의 간극을 연결하고자 한다.

## 2. 이론적 배경(연구내용 및 방법)

미드저니는 생성형 인공지능을 활용하여 텍스트 기반의 사용자 입력, 즉 프롬프트로부터 시각적 이미지를 생성하는 도구로, 머신 러닝, 특히 심층 신경망을 사용하여 방대한 이미지 데이터셋에서 학습하고, 이 데이터를 바탕으로 새로운 이미지를 합성한다. 사용자는 특정한 스타일, 주제, 색상, 구성 등의 지시를 텍스트로 제공함으로써, AI가 이를 해석하고 관련 이미지를 생성하도록 유도하는데, 미드저니가 이미지를 생성할 때 시작점으로 사용되는 텍스트 지시어를 프롬프트라 한다. 이는 사용자가 의도하는 시각적 요소, 감정, 분위기 등을 AI에게 명확히 전달하는 수단으로 기능하는데, 프롬프트의 정확성과 상세함은 생성된 이미지의 품질과 관련성에 직접적인 영향을 미친다. 특히 명령어와 파라미터를 구축하는 방식에 따라 결과물은 완전히 달라진다. 이에 본 연구에서는 미드저니의 주요 명령어 및 파라미터 중 패션디자인 발상 과정에 유용한 `/blend`, `/describe`, `/tune` 등 명령어를 기반으로 도출된 결과값을 패션디자인 발상 과정에 도입하고 그 역할과 가능성을 살펴보았다. 더불어 결과값의 세부특성에 결정적 영향을 미치는 매개변수로 주요 파라미터 `--sref` (Style Reference), `--cref` (Character Reference), `--s` (Stylize), `--w` (Weird) 등의 세부 적용을 통해 패션디자인의 창의적 발상을 지원하는 도구로서의 적용가능성을 탐색했다.



연구는 실제 패션디자인 커리큘럼의 단계별 과정을 가정하고 컨셉 및 무드의 설정에서 디자인 발상 및 전개에 이르는 프로세스 전반에 미드저니 활용을 도입했다.

### 3. 결론

연구 결과 미드저니를 사용한 패션디자인 발상 교육은 디자인 아이디어의 신속한 시각화를 가능하게 하여, 디자인 과정의 시간 효율성을 극대화한다. 이는 학생들이 다양한 디자인 개념을 실시간으로 시각화하고 수정하는 과정에서 더욱 창의적인 솔루션을 탐색할 수 있도록 돕는다. 특히 명령어 및 파라미터에 대한 지식을 기반으로 적합한 프롬프트를 구축, 이에 기반한 결과값의 도출한다면 커리큘럼의 목적에 따라 아이디어이션을 위한 초현실적 발상에서부터 스타일값을 조율한 일관성 있는 결과물까지 각 디자인 프로세스에 유용한 시각자료의 생산이 자유롭다는 장점을 지닌다. 또한, 실시간 피드백이 가능한 점은 학생들이 디자인 프로세스 중에 자신의 작업을 지속적으로 평가하고 개선할 수 있도록 지원한다. 이는 학습 과정에서 반복적인 실습과 실험을 장려하는 장점을 지닌다. 다만, 생성형 AI 도구는 기술적 오류를 수반하며 특히 ‘/imagine’ 명령어의 무의미한 반복사용과 결과값을 조율하지 못하는 단편적 프롬프트의 구축은 학습 과정에 혼란을 야기한다. 또한 AI가 제공하는 이미지가 사용자의 창의적 의도를 완벽하게 반영하지 못하거나 또는 사전에 학습된 데이터에 의존하는 경향은 오히려 발상과정에서 창의적, 발산적 사고의 제한을 초래할 수 있다. 생성형 AI 기술이 패션디자인 교육을 혁신적으로 변화시킬 잠재력을 지니고 있는 것은 부인할 수 없는 사실이다. 그러나 해당 기술이 제공하는 가능성을 최대화하기 위해서는 반드시 교육적 관점에서 이를 해석할 필요가 있다. 먼저 기술의 효과적인 활용을 위해 대학 교육은 체계적이고 균형 잡힌 커리큘럼을 개발해야 한다. 이는 기술적 능력과 인문학적 소양의 통섭적 강조로 연계되는데 문자 기반의 프롬프트로 도출되는 미드저니의 특성은 언어적, 인문학적 역량과 긴밀하게 연결되어 있기 때문이다. 더불어 AI 기술과 전통적 디자인 교육 간 균형의 유지가 필수적이다. 기존의 전통적 방식의 기초 디자인 및 이론교육, 디자인 전개 및 컬렉션의 개발, 디자인 소프트웨어를 사용한 디지털 패션디자인 기술 등의 교과목에 대한 이해가 선수될 때 상호 보완이 가능하며, 패션 인재에게 요구되는 전문성의 결여를 방지할 수 있다. 마지막으로 저작권과 윤리적 문제에 대한 이해가 전제되어야 하며 저작권 교육의 강화가 요구된다. 즉, 사용자 스스로의 저작권 소유와 창작물의 독창성에 대한 명확한 이해를 위한 교육 프로그램의 도입이 요구된다. 생성형 AI의 대학 교육에의 도입은 교육적 윤리적 관점에서 보다 면밀히 다루어져야 하는 주제로, 무분별하고 단편적 활용에 기반한 커리큘럼 개발의 방지를 위한 다각도의 학술적 연구가 적극 이루어지기를 기대한다.

### Reference

Command List. (n.d.). *Midjourney*. Retrived April 25, 2024, from <https://docs.midjourney.com/docs/command-list>

**학부생 포스터 논문 발표 초록**



---

## 『오감도』를 바탕으로 한 해체주의 패션디자인 개발 연구

- 이항대립의 해체를 중심으로 -

홍주연, 이화연, 안혜린, 권하진\*

서울여자대학교 학사과정, 서울여자대학교 교수\*

---

본 연구는 이상의 시 『오감도』를 바탕으로, 해체주의 스타일의 패션디자인을 개발하는 것에 의의와 목적을 두었다. 『오감도』는 시 전반에 드러난 기호적 논리에 의해 의미화된 텍스트, 모순어법, 텍스트의 대위 구조를 통해 해체미학의 다중성을 허용하고 있다(Kim, 2001). 이상은 시의 전반적인 부분에서 이항대립의 경계를 넘나드는데, 이는 해체주의의 창시자 데리다(Derrida)의 해체 방식과 유사하다(Woo, 1998). 데리다는 로고스를 중심으로 발전한 기존 서양철학의 허구성을 주장하며 기의/기표, 주체/타자, 정신/육체 등의 이항대립을 해체했다(Choo, 2012). 해체주의 특성을 살필 수 있는 패션디자인의 사례로 Comme des Garçons, Vivienne Westwood, Yohji Yamamoto, 그리고 Martin Margiela가 있다. 사례에 나타난 해체주의적 요소가 적용된 디자인 요인들을 도출해 낸 결과 공통적으로 젠더리스, 과거와 현대의 시대 혼재, 소재 및 구성의 이질적 요소의 조합, 전통적 의복 구성을 벗어난 조형의 해체를 꼽을 수 있었다. 선행연구들의 이론과 조형적 요소를 바탕으로 본 연구에서는 디자인 콘셉트를 설정하고 두 착장을 디자인하였다. 디자인의 콘셉트는 한국적인 조형을 볼 수 있는 ‘도포’와 서양의 조형을 살필 수 있는 ‘테일러드 재킷’을 주요 요소로 설정하고 각 아이템을 해체·분리하여 재조합과 재구성을 한다. 본 연구의 핵심은 『오감도』와 해체주의에 입각하여 한국적인 것과 서양적인 것의 구분을 와해하고 새로운 문화적 해석과 시각을 살피며 고정적 패션의 허구성을 해체하는 것이다. 조선시대 도포 패턴 해체 결과 16조각으로 깃, 동정, 겹섷, 안섷, 무, 소매, 앞길, 뒷길, 전삼 등이 있고, 테일러드 재킷 패턴 해체 결과 10조각으로, 라펠, 칼라, 앞몸판, 뒷몸판, 소매, 주머니 등이 있다. 해체한 패턴을 재해석하여 두 종류의 재킷과 스커트, 그리고 팬츠를 디자인하였다. 재킷에는 도포의 겹섷, 앞길, 무를, 테일러드 재킷의 앞몸판과 뒷몸판을 활용했다. 치마에 사용된 도포는 소매, 앞길, 무와 테일러드 재킷의 앞몸판, 뒷몸판, 라펠이다. 팬츠에는 도포의 동정과 깃 그리고 테일러드 재킷의 소매 부분이 사용되었다.

### Reference

- Kim, D. J. (2001), Creating Intention and Textual Meaning of ‘Ogamdo’. *The Journal of Modern Literature theory*, 15(31), 31-49.
- Choo, J. H. (2012), *A Study on the Image Extensibility of Letter as Objet-focusing on the concept of Jacques Derrida’s ‘Difference’-*, Unpublished master’s degree, Hongik University, Seoul.
- Woo, J. H. (1998), A Study on the De-Modernity of Lee Sang - Focusing on the Deconstruction of Binary Confrontation. *Korean Language & Literature*, 40, 479-494.

---

## 유기적 가변성과 곡선에 따른 패션디자인 개발

- 헤어쇼 의상 개발을 중심으로 -

최영서, 이하나, 정지연, 권하진\*

서울여자대학교 패션산업학과 학사과정, 서울여자대학교 패션산업학과 부교수\*

---

본 연구는 헤어아카데미 ‘소움 크리에이티브(Somss Creative)’ 헤어쇼의 의상 디자인 의뢰로 시작되었다. 해당 쇼의 주제로에 해당하는 무브먼트(movement)와 실루엣(silhouette)이라는 두 그룹을 중심으로 의상 디자인이 진행되었고, 이를 위해 각 주제로부터 ‘가변성’과 ‘곡선’이라는 하위 그룹을 도출하여 유기적인 디자인을 전개하였다. 이론적 탐색과 조형적 구성을 위한 고찰을 바탕으로 12 착장의 의상 디자인이 진행되었다. 패션디자인에서의 무브먼트는 실제적 무브먼트와 종속적 무브먼트로 나눌 수 있는데(Lee & Choi, 2006), 본 연구에서는 실제적 무브먼트에 기반한 가변적 특성이 드러나는 디자인을 제안하였다. 실제적 무브먼트는 착용자 신체의 움직임과 상호작용한다는 점에서 인체와 유기적이다. 또한, 패션디자인에서의 실루엣은 인체의 ‘곡선’을 형상화하는 의복에서 지배적인 형태 조성 기법에 속하는데, 유기적인 형태 구성으로 비정형적인 특성을 지닐 수 있다(Lee, 2012).

‘무브먼트’ 그룹에서는 개별적인 움직임과 시각적 변화를 유도하는 실커튼을 주재료로 사용하였다. 실커튼으로 완성된 의상은 신체의 굴곡에 따라 떨어지는데, 착용자가 정지 시 의상의 형태는 변화가 없지만, 착용자가 걷거나 팔을 휘두르면 움직임의 궤도에 따라 자연스럽게 보디라인 형태가 바뀌거나 실커튼이 공중에 휘날리며 점유하는 공간에서 변화하는 무브먼트가 생긴다. 의상 제작 시 실커튼 소재를 의도에 맞게 변형하고 형태를 고정시키기 위해 ‘뒹기’ 방식을 사용하였고, 공간감과 동적인 느낌을 주기 위해 ‘사선으로 땡기’ 기법을 사용하였으며, 실 커튼을 땡아 내려가는 과정에서 다른 부분의 실 커튼도 같이 땡아 내려가 형태를 고정시키는 방식을 적용하였다. 이 자체로도 다양한 조형적 효과가 창출되었고, 실 커튼 한 올 한 올이 서로를 유기적으로 엮어내는 방식이 형성되었다. ‘실루엣’ 그룹은 인체의 실루엣이 곡선에서 시작한 것에 착안하여 인공적인 형태의 곡선이 아닌 자연스럽게 불규칙적인 곡선 형태를 개발하고자 주 원단으로 드레이프성과 신축성이 있는 메쉬(mesh)를 사용했다. 또한, 볼륨을 자연스럽게 형성할 수 있는 가벼운 오간자(organza)와 유기적인 형태 보조에 플라스틱 와이어로 도움을 주었다. 즉흥적인 드레이핑을 제작 기법으로 시도하여 유기적 곡선이 충분히 구현되도록 구성하였다.

### Reference

- Lee, H. J., & Choi, Y. M. (2006). A study of movement expression in fashion design and its design development. *The Research Journal of the Costume Culture*, 14(1), 128-141.
- Lee, K. H. (2012). *Fashion Design Sensibility*, Seoul: Gyeongchunsa.

---

## 핸드 레이스를 활용한 패션 브랜드 제안

- 니들포인트 레이스와 보빈 레이스 기법을 중심으로 -

김민수, 김성은\*

덕성여자대학교 의상디자인전공 학사과정, 덕성여자대학교 겸임교수\*

---

### 1. 서론

AI 기술의 발달로 인해 단순 노동을 넘어 더욱 복잡하고 정교한 작업마저 기계가 인간의 노동력을 대체하고 있다. 이에 대응하여 작가에 손에서 직접 만들어지는 수공예에 대한 새로운 가치가 부여되고 있다. 수공예는 공장 생산에 비해 오랜 시간이 걸리고, 장인의 손으로 하나하나 만들어야 하므로 제작의 시간과 노력이 배가 된다. 그러므로 현대에도 변함없이 이전부터 행해져 오던 수공예 방식을 고수해온 장인정신에 대한 가치를 인정하여 고급 제품으로 인식되어오고 있다. 본 연구에서는 수공예 현대적 가치를 활용하여 수공예 레이스를 기반으로 고급스러우면서도 차별화된 패션 브랜드를 개발하고자 한다.

### 2. 본론

레이스를 활용한 디자인을 위해 전문 서적, 기사 등의 문헌 연구를 진행하였다. 이를 통해 알게 된 수공예 레이스의 다양한 기법에는 니들포인트 레이스(Needlepoint lace)와 보빈레이스(Bobbin lace)가 있다. 니들포인트 레이스는 한 가닥의 실과 바늘만으로 이루어지며, 이탈리아어로 폰토 인 아리아라 한다. 이는 공중자수를 의미한다. 즉, 천 위에서가 아니고 공중에서 자수한다는 뜻이다. 보빈레이스는 실을 나무, 뼈, 상아 등으로 된 보빈에 감고, 그 실을 밑그림을 따라 튀어나온 편을 지지점으로 하여, 엮듯이 교차시키거나 비틀거나하여 비치는 문양을 만들어간다.(Lee, 2002) 본 연구에서는 수공예 매력을 살리기 위해 두 레이스 기법을 복합적으로 사용한 패션 브랜드 아라크네(Arakne)를 개발하여 고급스러우면서도 차별화된 디자인을 전개하였다. 아라크네는 그리스신화 속 직물에 천재적인 재능을 가진 인물의 이름을 모티브로 하며, 가느다란 거미줄을 연상케하는 섬세하고 아름다운 레이스워크의 패턴을 가장 큰 특징으로 가진다. 디자인은 디테일한 레이스의 텍스처를 통해 우아하면서도 아라크네의 비극적인 최후를 모티브 삼은 어두운 분위기가 가미되어 디자인에 다크하면서도 신비로운 아름다움이 드러나도록 디자인하였다. 레이스를 보다 강조하기 위해 색상은 블랙과 화이트로 실루엣은 과거 귀족의 복장에서 차용한 고급스러운 형태로 디자인하였다.

### 3. 결론

본 연구를 통해 브랜드의 최소성을 부각하는 방안으로 수공예 레이스를 활용한 브랜드를 개발하였다 본 연구는 수공예 가치를 담은 차별화된 디자인을 제안하는데 의의가 있다.

### Reference

Lee, K. H.(2002). Change and application of lace in Europe. *Journal of the Korean society of fashion design*, 4(1), 19-30.

---

# 대학교 홍보를 위한 캐릭터 디자인 개발

- 우석대학교 캐릭터를 중심으로 -

양승민, 정석진, 박진규, 김도영, 김부용<sup>+</sup>, 박현정<sup>+</sup>

우석대학교 패션스타일링학과 학사과정, 우석대학교 패션스타일링학과 조교수<sup>+</sup>

---

## 1. 서론

매년 대학 입학 학력 인구가 줄어 들고 있는 추세이며, 대학들은 학생 유치를 위한 홍보에 총력을 기울이고 있다. 대학 이미지를 구축할 수 있는 이미지 마케팅 개발을 하였으며 그 중 하나가 캐릭터 개발이다. 많은 대학교에서 캐릭터 개발을 진행하고 이를 대학 홈페이지, 학과 굿즈 등으로 활용하고 있다. 우석대학교는 캐릭터 개발을 하였으나 친근감이 있는 캐릭터는 아니었기에 패션스타일링학과와 창업동아리를 통해 기존의 캐릭터를 활용하여 친근하고 시각적 홍보 효과를 보일 수 있는 캐릭터 디자인을 개발하고자 한다.

## 2. 본론

캐릭터 디자인 개발을 위한 연구 방법 및 내용은 다음과 같다. 첫째, 각자 기존 캐릭터를 활용하여 친근하고 다양한 상품에 활용하기에 용이한 캐릭터로 디자인해 오기로 하였으며, 3가지의 캐릭터 디자인이 나오게 되었다. 둘째, 3가지 캐릭터 디자인을 포스터로 제작하여 우석대학교 재학생들과 교직원들을 대상으로 설문조사를 진행하였다. 설문조사 결과 첫 번째 디자인과 세 번째 디자인의 선택이 다수인 것으로 나타났다. 첫 번째 디자인은 서브 캐릭터는 더 친근한 이미지로 다가오며 캐릭터 이름이 우석대학교를 알리는 차별화된 이름이라는 의견이 다수였다. 세 번째 디자인은 메인 캐릭터가 기존 캐릭터를 잘 활용한 것 같으며 많은 표를 받았다. 셋째, 이렇게 설문조사를 통해 선발된 캐릭터 디자인을 활용하여 굿즈인 키링, 그림톡, 머그컵을 제작하였다.

## 3. 결론

우석대학교 기존 캐릭터를 친근하고 차별화된 캐릭터 디자인을 개발하였으며, 이를 활용한 굿즈도 제작하였다. 이렇게 개발된 캐릭터를 활용한 상품연계를 통해 재학생들에게 재미를 준 것을 시작으로 대학 이미지 제고와 고교생 홍보에 도움이 될 것이라 기대된다.

## Reference

- Kim, Se Woong (2023), A study on Character design for university Promotion, Korea Institute of design Research Society, Vol.8 No.3.
- Jang, Weon Chul, Park, Noh Seok, Research on Character merchandising for Advertising Universities, Journal of Korean Society of design science, Vol.p no.6.

---

# 데님 팬츠를 이용한 업사이클링 버추얼 디지털 원단 개발

김삼희, 김나경, 이해원\*

가톨릭대학교 의류학과 학사과정, 가톨릭대학교 의류학과 교수\*

---

## 1. 서론

의류 폐기물은 환경오염의 중요한 원인 중 하나로, 여러 가지 합성 성분으로 이루어져 있어 자연 분해가 어렵다. 일부 폐기 의류들은 소량 수출되기도 하지만, 극히 적은 비율이며 수출된 옷도 결국에는 폐기된다. 소비량을 줄이고 오래 입는 것이 이상적이지만, 패션 트렌드 변화로 인해 의류 폐기물은 계속 늘어나는 현 시점에서 이에 대한 해결책 마련이 시급하다. 선행연구들을 통해 지속 가능한 친환경적 패션을 위한 다양한 디자인 방법이 연구되고 있으나, 이들은 폐 자원과 잉여 자원을 활용하거나 웨이스트 제로 실천 연구이며, 사용 의류 종류에 다양하고 전문가에 의한 기술 실현이 전제되어 있어, 흔하게 발생하는 재료를 중심으로, 실천가능한 재활용 방법론 연구가 필요하다.

## 2. 연구 목적 및 연구방법

본 연구에서는, 가장 흔하게 착용되는 하의의 대표 아이템인 데님 팬츠를 사용하여 새로운 업사이클링 창작 직물을 제작하고 이의 사용성 및 제품화를 위한 방안을 탐구한다.

본 연구의 목적은 의류 폐기를 염두한 데님팬츠를 이용하여 새로운 업사이클링 직물을 제작하고, 직물의 사용성과 제품화 확대를 위한 디지털 트윈 직물로 확대한다. 연구 방법으로, 데님 팬츠 4종을 직조 재료로서 이용하며, 핸드 위빙틀을 이용하여 물리적 직물을 평직 으로서 제작한다. 직조를 위해 데님 팬츠는 테이프 형식으로 잘라졌고 3개월에 걸쳐 직조되고 디지털 전환되었다. 디지털 전환에는, Adobe 3D Sampler 프로그램이 사용되었다.

## 3. 결과 및 결론

연구결과 피지컬직물 8종과 디지 직물 8종이 제작완료되었다. 피지컬 직물사이즈는 평균 2478 cm<sup>2</sup> 이며, 가로 26~32 cm, 세로 55~113 cm의 범위를 가진다. 이 직물들은 원 재료 대비 평균 64.8 %이 새로운 직물 제작에 이용되었으며, 제작에 이용되지 못한 부분들은 부자재 및 사이즈 부적합 때문이었다. 디지털 직물의 사이즈 제한은 없었다. 본 연구는 추후 디지털 의류 원단으로 활용될 수 있으며, 디지털 패션 제품 개발에도 기여할 것이다.

## Reference

Lee, H. W. (2023a). Development of Sustainable Creative Three-Dimensional Virtual Woven Textiles Using Clothing Waste. *Sustainability*, 15(3), 2263.

본 연구는 정부(과학기술정보통신부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NO.: RS-2022-00166075)



---

# ESG 패션으로의 K-전통복식 게임 캐릭터 의상 개발

- 버려진 웨딩드레스를 활용하여 -

김영한, 이언영\*

장안대학교 스타일리스트과 학사과정, 장안대학교 스타일리스트과 부교수\*

---

## 1. 서론

패션의 지속가능성과 환경친화적 트렌드에 관심이 증가하고 세계적으로 ESG 패션 개발이 확대되고 있는 상황이다. 본 연구는 시대의 화두로 자리 잡은 ESG 패션을 현재 정보화 사회에서 큰 성장을 기여하고 있는 온라인 게임 시장의 게임 캐릭터의 이미지를 도출시켜 캐릭터의 새로운 코스튬 의상을 제시하는 것이 목적이며, 전통복식 요소를 응용한 게임 의상을 제시함으로써 우리 복식의 아름다움을 알리고 민족의 정체성을 고취시키는데 연구의 의의가 있다. 연구 방법은 문헌 고찰과 온라인 게임 분석 후 디자인 개발하였다.

## 2. 본론

ESG 패션과 전통복식의 개념과 특징을 알아보고, 게임은 테일즈 런너(Tales Runner)의 "연오"라는 캐릭터 분석하여 디자인 기획하였다. 컨셉은 '호접몽 (胡蝶夢 오랑캐 호, 나비 접, 꿈 몽)'으로 꿈속에서 나비가 되어 자유롭게 날아다녔으나 정신을 차리고 꿈에서 깨어나 보니 자신은 나비가 아닌 현실의 "연오" 라는 것을 깨닫게 되었다는 스토리를 설하여 디자인 개발하되. 버려진 웨딩드레스 100여벌 중 동양적인 미를 표현할 수 있는 웨딩드레스 1벌을 선정하여 조선시대에 착용했던 전통복식을 응용한 디자인 개발을 하였다. 또한 실제 온라인 게임 업체에서 캐릭터 디자인 업무를 담당하는 ㈜ 테이크원 컴퍼니 이 사님의 지속적인 자문을 통해 실효성이 가능한 형태의 새로운 "연오"의 코스튬 디자인을 개발하고 직접 제작하였으며, 전통 복식 아이템을 활용한 소품 개발 및 헤어·메이크업 기획을 통해 외국인 모델에게 토탈 스타일링하였다.

## 3. 결론

세계적으로 온라인 게임 시장의 큰 성장으로 게임 캐릭터와 의상들은 게임의 흥미를 돋우며 게임에 몰두하게 하는 중요한 요소이다. 본 연구는 버려진 의류들을 활용하여 업사이클링을 통한 K-전통복식 게임 캐릭터 의상 개발하여 연출하였다. 앞으로 온라인 게임 캐릭터 의상에 K-문화가 반영된 디자인 및 스타일 개발의 기초자료가 되길 바란다.

## Reference

Lee, H, J. (2008). The Ways in which Clothes worn by Game Characters as Expressed in Contemporary Fashion. *Journal of the Costume & Fashion Design*, 58(4), 86-99.

---

# 현대 패션 컬렉션에 나타난 동양적 색채를 모티브로 한 패션 디자인 개발

박정진, 김정은\*

덕성여자대학교 의상디자인전공 학사과정, 덕성여자대학교 의상디자인전공 겸임교수\*

---

## 1. 서론

1990년대 이후의 패션은 서양문화의 모티브로 전개되던 패션테마의 흐름에서, 동양적 문화를 패션디자인의 모티브 대상으로 삼는 특징이 두드러지게 나타나게 되었다. 특히 민속복식을 세계패션의 주제로 부각시키게 되었고, 동양적 전통의상의 실루엣, 색채, 소재 및 패턴은 해체와 재구성을 통해 서양패션과 부분적으로 절충, 혼합되어 나타나게 되었다. 이를 통해 현대 패션에서 찾아볼 수 있는 동양의 전통적인 미를 공유하는 패션 디자인은 비서양문화권의 패션에 대한 새로운 시각의 가능성과 함께 인종과 언어를 초월한 하나의 공통된 커뮤니케이션 수단으로 활용될 수 있음을 시사하고 있다. (Lee, 2004) 따라서 본 연구는 현대 패션컬렉션에서 나타난 동양의 전통복식을 모티브로 동양적 패션 디자인을 개발하는 것을 목적으로 한다.

## 2. 본론

본 연구는 국내선행연구와 사례분석을 중심으로 이루어졌으며, 사례 분석에서는 2019년부터 2024년 컬렉션에 발표된 패션 이미지를 중심으로 비교분석하였다. 이를 통해 본 동양의 전통복식을 모티브로 한 패션의 특징으로는 전통복식에 새로운 요소를 가미하여 미래적인 에스닉 이미지를 나타내지고 있으며, 오방색인 색채개념을 비롯하여 음양오행설의 동양사상을 바탕으로 조화롭게 배색되어 자연스러운 색채의 미를 표현하고 있었다. 이를 바탕으로 타이트한 형태에 다트를 넣어 인체의 곡선을 살린 원피스형의 치파오(qipao)와 대칭의 사선 여밈과 만다린 칼라, 끈, 매듭단추, 옆트임과 같은 밀단 가장자리의 장식으로 동양적인 미를 현대적으로 표현하고자 하였고, 오방색을 라이트한 톤으로 풀어낸 색채를 중심으로 디자인을 전개하면서, 동양적인 미를 현대적으로 재해석하고자 하였다. 또한 동양권 특유의 화려한 전통 색상과 패턴이 자연스러운 이미지로 표현되어지는 경향을 디자인을 통해 드러내고자 하였다.

## 3. 결론

본 연구는 현대의 패션 컬렉션에서 볼 수 있는 동양적 이미지가 다양성을 띠고 발전적으로 전개되고 있다는 사실을 고려하여, 동양적 패션 디자인을 개발하였다. 본 연구를 통해 동양적 색채를 통한 다양한 디자인의 발전 방향성을 보여주는데 의의가 있다.

## Reference

Lee, E. S. (2004), A study on oriental expression in modern fashion. *Journal of the korea fashion and costume design*, 6(1), 25-33.

---

# 테디 걸 스타일에서 영감을 받은 한국적인 스트리트 패션 디자인 제안

- 매화 모티프를 중심으로 -

신지혜, 박현정\*, 김부용\*

우석대학교 패션스타일링학과 학사과정, 우석대학교 패션스타일링학과 조교수\*

---

## 1. 서론

스트리트 패션에는 그 시대를 살아가는 젊은이들의 취향과 가치관, 라이프스타일이 반영된다. 최근 유스 컬처와 더불어 스트리트 패션의 영향력이 크게 확대되고, 스트리트 패션이 하이패션 영역으로 진입하게 되면서 패션 산업의 패러다임이 변화하고 있다. 본 논문에서는 유스 컬처와 스트리트 패션의 근원이라고 할 수 있는 테디 걸 스타일을 살펴보고, 이들의 의복 스타일을 차용하여 한국적인 스트리트 패션 디자인으로 제시하고자 한다.

## 2. 본론

본 연구는 문헌 연구와 사례 연구를 병행하였다. 테디 걸이란 테디 보이와 함께 1950년대 영국 런던에서 대두된 유스 컬처로, 노동자 계층 출신의 청소년들 사이에서 유행했다. 테디 걸 스타일은 에드워드 7세의 과장된 패션을 모방한 것으로, 테디 걸의 '테디'란 에드워드 7세의 애칭에서 유래한다. 테디족은 1910년대 에드워드인 스타일을 모방함으로써 엘리트층에 대한 반항심을 표출하고자 했다. 이들은 새빌 로의 고급스러운 양복 스타일, 즉 상류층 복식을 열망했으며 테디 걸이 선호한 패션 아이템은 벨벳 칼라 블레이저, 롱 코트, 슬림 팬츠, 톨업 팬츠, 타이트스커트, 넥타이, 클러치 백, 스틸레토 힐 등으로 나타났다. 자료 분석 후, 테디 걸 스타일을 한국의 전통 한복과 융합한 패션 디자인 4점을 개발하였다. <작품 1>은 당의를 블루종으로 재해석하고, 타이트한 레더 미니스커트에 매화 자수를 더했으며, 한복의 술머를 활용하여 레이스업 디테일을 표현하였다. <작품 2>의 상의는 맞깃 적삼 저고리 형태를 응용한 숏 재킷에 니트 크롭탑을 매치하였으며, 하의는 데님 팬츠에 매화가 프린팅된 시어한 소재의 스커트를 레이어드하였다. <작품 3>은 울, 벨벳 소재로 된 저고리 형태의 숏 코트로 고름은 벨트로 변형하였으며, 하의는 랩 형식의 허리 치마를 매치하였다. 데님과 시폰 소재를 이중으로 레이어드 한 디자인으로, 시폰 소재에는 흑백의 매화를 프린팅하여 포인트를 주었다. <작품 4>는 저고리 형태로 된 폴리 레이온 소재 블라우스와 전통 포(袍) 형태의 울 맥시 코트를 디자인하고, 5부 길이의 슬림한 레더 팬츠를 매치하였으며, 액세서리로 입체적인 매화 브로치와 매듭 술머로 포인트를 주었다.

## 3. 결론

본 연구는 테디 걸에 대한 고찰을 바탕으로 한복에 테디 걸 스타일을 응용한 한국적인 스트리트 패션을 제시하였다는데 의의가 있다. 하이패션과 스트리트 패션의 경계가 허물어짐에 따라 동·서양 패션의 경계도 완화되어 한복의 대중화가 이루어지길 기대한다.

---

# 웨스턴 코어 트렌드를 반영한 한국적인 패션 디자인

- 하이브리드 패션(Hybrid Fashion)을 중심으로 -

양승민, 박현정\*, 김부용\*

우석대학교 패션스타일링학과 학사과정, 우석대학교 패션스타일링학과 조교수\*

---

## 1. 서론

국가와 민족의 경계를 넘어 모든 문화가 공존하는 다문화시대가 도래하면서, 패션에서도 이종(異種) 결합을 뜻하는 하이브리드 경향이 주목받고 있다. 하이브리드 패션은 크게 과거·현재·미래 복식의 하이브리드, 동양·서양 복식의 하이브리드, 주류·비주류 복식의 하이브리드로 구분된다. 본 연구에서는 동시대 웨스턴 코어 트렌드를 반영하여 한국적인 하이브리드 패션 디자인을 제시하는 것에 연구의 목적을 둔다.

## 2. 본론

본 연구의 방법 및 내용은 다음과 같다. 첫째, 웨스턴 패션에 대해 고찰하였다. 복식에서 웨스턴은 미서부 개척 시대 카우보이 또는 개척자들이 착용했던 의복을 일컫는다. 웨스턴 패션은 와일드하고 액티브한 이미지를 표현하며, 컨트리 스타일에서 점차 세련된 시티 웨스턴 룩으로 발전한 것이 특징이다. 둘째, 웨스턴 코어 트렌드를 반영한 한국적인 패션 디자인을 전개하고자 동양·서양 복식의 하이브리드 사례 및 과거(전통)·현재(현대) 복식의 하이브리드 사례를 중심으로 이미지 자료를 리서치하였다. 셋째, 웨스턴을 대표하는 패션 아이템을 선정하고자 웨스턴 코어 트렌드가 반영된 최신 패션 컬렉션과 셀러브리티 착장을 세부적으로 분석하였다. 분석 결과, 웨스턴 셔츠, 베스트, 진, 잭스, 판초, 가우초 팬츠, 콘차 벨트, 반다나 스카프, 모자, 부츠 등의 아이템이 다수 보여졌다. 위 패션 아이템의 주요 소재는 스웨이드, 데님, 레더, 울, 코튼 소재 등이며, 컬러는 레드, 베이지, 브라운, 그린, 블루, 블랙, 화이트 등으로 다양하게 표현된다. 디테일은 퍼, 프린지, 스티드, 스티치, 자수가 대표적이다. 넷째, 미서부 웨스턴 코어와 한국적인 무드를 믹스 매치한 콘셉트 보드를 디자인하였다. 다섯째, 의상 스케치 단계로 웨스턴 코어 패션을 한국적인 이미지로 재창조하고자 남성 한복을 현대적인 기성복 셋업 형태로 변형하고, 아이템 곳곳에 한국의 전통 문양을 더하여 서양의 웨스턴 이미지가 한국적인 무드에 자연스럽게 어우러지도록 디자인하였다. 이후 창작한 패션 디자인 스케치를 최종적으로 수정·보완 작업하였고, 마지막으로 어도비 포토샵 프로그램을 사용하여 디지털 컬러링 작업까지 완료하였다.

## 3. 결론

본 연구는 웨스턴 코어 트렌드를 반영하여, 유니크한 하이브리드 패션을 선호하는 2030 세대 남성들을 타겟으로 한국적인 패션 디자인 4착장을 제안하였다. 후속 연구로 제시한 디자인 중 상품화 가능한 패션 아이템을 실물로 제작하고, 룩북 촬영을 진행하고자 한다.

---

# 한글 팝아트를 응용한 한복 패션 디자인 연구

최상욱, 박현정\*, 김부용\*

우석대학교 패션스타일링학과 학사과정, 우석대학교 패션스타일링학과 조교수\*

---

## 1. 서론

팝아트란 '대중적인(Popular) 예술(Art)'의 줄임말로, 1950년대 중반 영국에서 시작되어 1960년대 미국에서 성행한 현대 예술이다. 팝아트의 특징은 대중에게 친숙하고 밀접한 문자나 숫자 이미지뿐만 아니라 셀러브리티, 만화, 영화, 광고, 생활용품 등을 예술 작품의 테마로 사용한다. 본 연구는 팝아트에 한글 디자인을 접목함으로써 한글 팝아트를 응용한 한복 패션 디자인을 제안하고자 한다.

## 2. 본론

본 연구의 내용 및 방법은 다음과 같다. 첫째, 팝아트의 개념 및 등장 배경, 발전 과정을 문헌 자료를 통해 살펴보았다. 둘째, 팝아트 작품의 표현 특성을 도출하기 위해 대표 작가와 작품의 색채 특징, 표현 기법 등을 분석하였다. 분석 결과, 대표 작가는 앤디 워홀과 로이 리히텐슈타인, 리처드 해밀턴, 키스 해링 등이며 강렬하고 선명한 원색의 사용이 두드러졌다. 표현 기법은 실크스크린, 콜라주, 벤데이닷 기법 등이 대표적이다. 국내에서는 이대인 작가가 선도적으로 한글 디자인을 활용한 팝아트 작품을 선보이고 있다. 셋째, 한글 디자인과 팝아트를 응용한 패션 디자인 사례 연구를 진행하였다. 마지막으로, 혼민정음과 한글 자음을 모티프로 한 한복 패션 디자인 연구를 진행하였다.

## 3. 결론

본 연구의 결과는 다음과 같다. <작품 I>은 한복 저고리의 고름을 활용한 미니 한복 드레스로, 전통 전모와 함께 매치하였다. 한국 국기를 상징하는 레드 컬러와 블루 컬러를 사용한 디자인으로 레드 컬러를 주조색, 블루 컬러를 보조색으로 활용하였으며, 강조색으로 네온 그린, 마젠타, 시안 등의 컬러를 사용하였다. 혼민정음 패턴을 원피스 전면에 디지털 프린팅 한 것이 특징이다. <작품 II>는 크롭 길이의 한복 저고리 블라우스와 와이드 팬츠 투피스로 네이비 컬러 상의의 동정과 깃, 고름에 혼민정음 패턴을 입혔다. 하의는 블랙 데님 소재로 캐주얼한 한복 팬츠를 디자인하고, 왼쪽 포켓 밑으로 혼민정음을 자수로 표현하였다. <작품 III>은 여름용 생활 한복으로 퍼플 컬러의 상의는 난초가 프린팅된 원단을 사용하였고, 엽전 모양 단추로 포인트를 주었다. 하의의 좌측은 혼민정음이 프린팅된 플리츠스커트로, 우측은 팝아트 작품으로 믹스 매치했다. <작품 IV>는 주조색으로 마젠타 컬러를 사용한 한복 점프 수트이며, 한글 자음을 블랙 앤 화이트 컬러로 간결하고 명확하게 디자인하고, 다양한 형태의 플라워 프린트를 매치하여 유희적으로 표현하였다.

---

# 레오파드 게코에서 영감을 받은 패션 디자인

유선일, 박현정\*, 김부용\*

우석대학교 패션스타일링학과 학사과정, 우석대학교 패션스타일링학과 조교수\*

---

## 1. 서론

자연물은 일상에서 쉽게 접할 수 있는 친숙한 디자인 요소이며, 패션뿐만 아니라 건축, 공예, 인테리어, 회화, 조각 등 다양한 조형 예술에 영감을 제공한다. 본 연구는 조류, 어류, 양서류, 포유류, 파충류 등 다양한 동물 종류 중에서 파충류의 일종인 레오파드 게코를 주제로 선정하고, 레오파드 게코의 형태 및 특징을 관찰하여 레오파드 패턴을 활용한 여성복 패션 디자인을 개발하는데 연구의 목적을 둔다.

## 2. 본론

본 연구의 내용은 다음과 같다. 먼저 다양한 자연물 중 레오파드 게코를 디자인 모티프로 선정하였다. 식물 관찰이 어려운 관계로 레오파드 게코의 이미지를 수집하고 형태적인 특징을 탐구하였다. 둘째, 레오파드 패턴 문양이 활용된 최신 패션 컬렉션 사례를 수집하고 분석하였다. 레오파드 패턴은 동물 패턴 중 가장 대중적이며, 과거에는 와일드, 섹슈얼, 에스닉한 패션 이미지 연출에 주로 활용되었으나 최근에는 그 경계를 허물고 모던, 페미닌, 스포티, 스트릿 캐주얼 등 여러 스타일로 나타난다. 2024 S/S 시즌 컬렉션 중에서는 니나리치, 디올, 로다테, 쉘린, MSGM 등 다수의 패션 컬렉션에서 다양한 스타일로 표현되고 있음을 확인할 수 있었다. 셋째, 레오파드 게코와 레오파드 패턴의 컬렉션 이미지를 콘셉트 보드로 정리하였다. 레오파드 게코를 활용한 패션 디자인의 타깃을 2030 여성으로 설정하고, 실루엣과 컬러, 텍스타일, 디테일 장식 등을 구체적으로 기획하였다. 넷째, 디자인 시각화를 위해 스케치 및 컬러링 작업을 진행하였다.

## 3. 결론

레오파드 게코에서 영감을 받은 패션 디자인 연구 결과는 다음과 같다. 본 연구에서는 레오파드 게코의 특징적인 레오파드 문양을 단순화하여 표현하였다. <작품 I>은 강인하고 세련된 여성 이미지를 표현하고자 블랙 컬러의 레더 자켓에 오렌지 앤 블랙 컬러의 레오파드 패턴 미디 드레스를 매치하고, 블랙 앵클부츠를 매치하였다. <작품 II>는 개성 있고 스포티한 여성 이미지를 표현하고자 블랙 앤 화이트 컬러의 레오파드 패턴 블라우스와 오렌지 컬러의 스트레이트 핏 팬츠, 투톤 스니커즈, 선글라스를 매치하였다. <작품 III>은 모던하고 시크한 여성 이미지를 표현하고자 블랙 앤 화이트, 오렌지 앤 블랙 컬러가 돋보이는 레오파드 패턴 하프 슬리브와 롱 슬리브 탑을 레이어드하였다. 베이직한 핏의 베이지 슬랙스 팬츠에 라임 그린 컬러의 하이힐을 매치함으로써 포인트를 더했다.

---

# 영화 <크루엘라(Cruella)> 캐릭터 패션 디자인 연구

- 달마시안 패턴을 중심으로 -

정석진, 박현정\*, 김부용\*

우석대학교 패션스타일링학과 학사과정, 우석대학교 패션스타일링학과 조교수\*

---

## 1. 서론

영화 ‘크루엘라’는 2021년 개봉한 월트 디즈니사의 실사 영화로, ‘101마리의 달마시안 개’ 애니메이션을 원작으로 한다. 영화의 시대적, 공간적 배경은 1970년대 영국 런던이며, 영화 속 주인공 크루엘라의 의상과 헤어, 메이크업 스타일은 당시 영국의 과격적이고 무질서한 ‘펑크(Punk)’ 패션 스타일을 조명하고 있다. 펑크란 하찮은, 껌내기, 불량한 소년 또는 소녀를 뜻하는 용어로서 1970년대 불안한 사회와 경제 분위기 속에서 젊은이들이 느끼는 좌절과 분노, 허무함과 반항심을 패션으로 표현한 사례이다. 영화 주인공 크루엘라는 과격적이고 반항적인 성향으로 패션에 천재적 재능이 있는 캐릭터로서, 당대 영국의 펑크 패션을 대변한다. 본 연구는 영화 속 크루엘라 캐릭터 이미지 분석을 토대로 창의적인 패션 디자인을 개발하는데 연구에 목적을 둔다.

## 2. 본론

본 연구의 방법은 다음과 같다. 첫째, 영화 크루엘라를 시청하고 스토리를 분석하였다. 이어서 영화 의상 디자이너 제니 비번(Jenny Beavan)의 의상 제작과 관련한 인터뷰 및 헤어 메이크업 아티스트 나디아 스테이시(Nadia Stacey) 인터뷰 기사 내용을 인터넷 검색을 통해 살펴보았다. 둘째, 영화 크루엘라에 등장한 다양한 펑크 콘셉트 의상의 실루엣, 컬러, 소재, 디테일 및 헤어, 메이크업 스타일을 분석하였다. 또한 심도 있는 크루엘라 캐릭터 분석을 위해 관련 논문을 추가적으로 고찰하였다. 셋째, 크루엘라 캐릭터 이미지 분석을 토대로 달마시안 패턴을 중심으로 한 콘셉트 보드를 디자인하였다. 넷째, 크루엘라의 전체적인 패션 스타일 분석을 토대로 퍼, 레더, 데님 등의 소재를 활용한 드레스, 코르셋, 재킷, 팬츠 등을 디자인하였다. 마지막으로 채색 작업을 거쳐 디자인을 최종적으로 수정, 보완하고 크루엘라 캐릭터 이미지와 디자인 아이디어의 타당성을 검토하였다.

## 3. 결론

크루엘라는 아방가르드 한 펑크스타일을 중심으로 레드, 블랙, 화이트 컬러의 의상을 주로 착용하였으며 소재로는 소프트, 하드, 실키, 메탈릭, 고지어스, 스틱프 재질 등이 다양하게 사용되었다. 도전적이고 공격적인, 강인하고 반항적인 캐릭터 이미지 전달을 위해 헤어는 블랙 앤 화이트 투톤으로, 메이크업은 블랙 그래피티를 활용하여 핑키한 이미지를 더하였다. 본 연구는 크루엘라 영화 및 주인공 캐릭터를 분석하고, 달마시안 패턴을 응용한 패션 디자인을 제안하였다는 데 의의가 있다. 향후 실물 작품 연구를 수행할 예정이다.

---

# 카우보이 스타일의 남성복 패션 디자인 연구

최예원, 박현정\*, 김부용\*

우석대학교 패션스타일링학과 학사과정, 우석대학교 패션스타일링학과 조교수\*

---

## 1. 서론

카우보이란 멕시코 또는 미국 남서부 등지 목장에서 가축을 돌보거나, 말을 타고 일하는 남자를 뜻한다. 이러한 카우보이 스타일은 웨스턴 스타일로 대표되며, 루이비통 2024 F/W 맨즈 컬렉션 발표 이후 ‘카우보이 코어’가 새로운 트렌드로 떠오르고 있다. 본 연구는 카우보이에서 영감을 받은 다양한 최신 패션 컬렉션을 분석하고, 카우보이 및 웨스턴 패션의 디테일을 반영하여 개성적이고 독창적인 남성복 디자인을 제안하고자 한다.

## 2. 본론

카우보이 스타일의 남성복 패션 디자인 연구 내용은 다음과 같다. 첫째, 카우보이 및 웨스턴 패션에 대한 문헌 고찰을 진행하였다. 둘째, 카우보이 코어 패션 트렌드 분석을 위해 최신 패션 컬렉션 이미지 자료를 수집, 분석, 정리하였다. 자료 분석 결과, 루이비통, 글로에, 보디의 2024 F/W 컬렉션뿐만 아니라 니들스, 드리스 반 노트, 랄프 로렌, 톰 브라운, 카사블랑카의 2023 S/S 컬렉션과 핍스의 2023 F/W, 2020 S/S 컬렉션 등에서 웨스턴 디테일이 반영된 카우보이 룩이 다수 발표된 것을 확인하였다. 셋째, 카우보이 스타일의 패션 디자인에 대한 아이디어를 발전시키기 위해 디자인 목표를 설정하고 무드보드를 제작하였다. 카우보이 스타일을 시각적으로 구체화하고자 ‘헝가리 그레이 카우’를 모티프로 컬러 팔레트를 추출하고, 실루엣, 소재, 디테일, 액세서리 코디네이션 아이템들을 정리하였다. 넷째, 핸드 스케치 후 그래픽 프로그램을 활용하여 디지털 컬러링 작업을 진행하였다.

## 3. 결론

본 연구의 결과는 다음과 같다. <작품 I>은 패치워크 기법의 버뮤다팬츠로 헝가리 그레이 카우를 연상시키는 패턴을 모티프로 컬러 대비 효과를 주었다. 팬츠 하단은 퍼 부자재를 덧대어 장식하였고, 레그 위머와 소 발굽을 형상화한 부츠를 매치하였다. <작품 II>는 빈티지한 레더 베스트와 콘차 장식 벨트, 부츠컷 팬츠, 부츠로 구성된 착장으로 아메리칸 웨스턴 무드의 카우보이 스타일을 표현하였다. <작품 III>은 페도라, 재킷, 스커트, 팬츠, 부츠로 구성하였으며 블랙 앤 화이트 컬러의 빈티지 레더 및 브라운 컬러의 스웨이드 소재, 퍼 디테일로 캐주얼한 카우보이 스타일을 표현하였다. 마지막으로 <작품 IV>는 그레이 앤 블랙 컬러로 퍼 디테일이 강조된 그라데이션 니트와 크랙 레더 팬츠, 퍼 부츠를 매치하고 메탈릭 실버 컬러의 크로스백으로 포인트를 주었다. 백 스트랩에는 헝가리 그레이 카우의 뿔을 형상화한 장식을 추가하여 와일드한 카우보이 이미지를 강조하였다.



---

# K-유니폼을 활용한 리디자인 패션 및 스타일 개발 프로젝트

안수정, 이연영\*

장안대학교 스타일리스트과 학사과정, 장안대학교 스타일리스트과 부교수\*

---

## 1. 서론

환경 문제를 고려하는 지속가능한 스타일은 사회·문화·경제적 모든 관점에서 반영되는 방안이 모색되고 실천되고 있다. 리디자인은 패션 관점에서는 디자인과 생성의 단계에서 지속 가능성을 모색할 수 있고, 소비의 측면에서도 실천을 통해 환경을 보호하고 이를 통한 사회적 책임을 다하면서 경제적 이익을 얻을 수 있는 방안이라고 할 수 있다.

오늘날 스포츠는 전 세계적으로 그 어느 것보다 강력하게 문화적 영향력을 행사하고 선수들의 유니폼은 단순한 경기복에서 벗어나 구단 및 국가를 대표한 상징적 요소이자 이미지로 중요한 역할을 한다. 본 연구는 기능복으로써 비교적 교체주기가 빠른 유니폼의 리디자인 및 스타일 연출 개발을 통해 우리나라와 스포츠를 알리는데 그 목적이 있다.

## 2. 본론

리디자인과 유니폼 디자인 개발에 관한 선행연구 및 컬렉션에 나타난 유니폼을 활용한 패션 디자인을 분석하였는데, 유니폼은 그 팀을 대표하는 트레이드마크로 유니폼을 통한 스포츠 마케팅이 혁신적인 커뮤니케이션 도구로 활용되어 대중들에게 많은 관심을 받고 있다. 2023/2024 패션 컬렉션에서도 발렌시아가를 비롯한 많은 브랜드에서 유니폼을 평상복으로 표현한 다양한 아이템이 선보였다. 이를 바탕으로 본 연구에서는 버려지는 축구복 유니폼을 활용하여 월드컵 개막식 퍼포먼스 의상을 컨셉으로 새로운 리디자인을 개발하였으며, 붉은 악마의 귀여운 이미지의 헤어와 한국적인 태극문양의 페이스 페인팅 등의 뷰티 스타일링을 포함한 토탈 스타일링을 외국모델에게 연출하였다.

## 3. 결론

스포츠 산업의 발달과 함께 유니폼은 스포츠 마케팅에서 중요한 요소가 되고 있으며 유니폼 이미지를 통한 국가의 정체성과 이미지 구축 및 한국을 세계에 알릴 수 있는 좋은 방법이다. 유니폼을 통한 리디자인 및 스타일 개발을 통해 세계적으로 우리나라의 스포츠와 문화를 알릴 수 있기를 바란다.

## Reference

Lim, S, M.(2014). A Comparative Study on the Color Features and Images of Professional Football Uniforms in Korea and Foreign Leagues. *Journal of the Design Culture, Design*, 64(3),108-125.

---

# 네오 히피 스타일을 반영한 한국적인 패션 디자인 제안

- 배자와 금단청 문양을 중심으로 -

홍사훈, 박현정\*, 김부용\*

우석대학교 패션스타일링학과 학사과정, 우석대학교 패션스타일링학과 조교수\*

---

## 1. 서론

히피(Hippie)란 1960년대 중반 미국 샌프란시스코 청년층을 중심으로 시작된 탈사회 운동 또는 반사회 운동을 일컫는다. 히피족은 미국의 물질주의 가치관과 베트남 참전에 반대하며 'Make Love, Not War' 슬로건을 주장하고, 자유와 평화, 인간성의 회복, 자연으로의 회귀라는 메시지를 담아 주류 사회의 관습과 의복 규범에서 벗어난 안티(Anti) 패션 스타일을 추구했다. 1990년대 이후로 히피 패션을 고급스럽고 트렌디하게 재해석한 네오 히피(Neo Hippie) 스타일이 유행하였고, 이는 현재까지 국내외의 패션 디자이너에게 많은 영감을 주며 다양한 형태로 재해석되고 있다. 디지털 미디어의 발달 및 글로벌화로 인해 현대 사회는 역동적인 융합 사회로 진전되고 있으며, 이에 따라 현대 패션에서도 융합이 크게 주목받고 있다. 이에 본 연구에서는 기존의 네오 히피 패션에 한국의 전통 복식인 '배자'와 전통 건축에 쓰인 '금단청' 문양을 융합하여 독창적인 패션 디자인을 제안하는데 목적이 있다.

## 2. 본론

네오 히피 스타일을 반영한 한국적인 패션 디자인을 진행하기 위한 연구 방법 및 내용은 다음과 같다. 첫째, 히피 및 네오 히피의 역사적 배경을 학습하고, 네오 히피 패션에 대한 텍스트 자료, 사진 자료, 영상 자료 등을 수집하였다. 둘째, 네오 히피 스타일이 적용된 국내외 패션 컬렉션, 스트리트 패션 사례를 수집, 분석하고 콘셉트를 발전시키고자 무드보드, 스타일 맵, 컬러 맵, 소재 맵 등을 디자인하였다. 셋째, 한국적인 무드의 네오 히피 패션 디자인을 전개하기 위해 전통 한복의 '배자'와 '금단청' 문양을 접목하여 패션 드로잉 작업을 진행하였다. 네오 히피 스타일에 나타나는 타이다이, 패치워크, 프린지, 자수 디테일 등을 탑, 베스트(배자), 셔츠, 팬츠, 스커트 등에 표현하였다. 마지막으로, 컴퓨터 그래픽 프로그램을 활용하여 컬러링 작업을 완료하였다.

## 3. 결론

본 연구는 현대 사회의 문화 융합 현상을 기반으로 네오 히피를 패션 콘셉트로 선정하여 1960년대 히피 패션 및 1990년대 이후의 네오 히피 패션에 대해 고찰하였고, 이를 토대로 한국적인 무드의 네오 히피 패션 디자인을 개발하였다. 정형화된 네오 히피 스타일에서 벗어나 동서양의 다문화적인 요소를 접목함으로써 독창적인 패션 디자인의 방향성을 제시하였다는데 연구에 의의가 있다.

---

# 젤리 피쉬(Jelly Fish)의 조형미를 적용한 패션 디자인

박세진, 박현정\*, 김부용\*

우석대학교 패션스타일링학과 학사과정, 우석대학교 패션스타일링학과 조교수\*

---

## 1. 서론

자연물은 패션뿐만 아니라 여러 디자인 분야에 걸쳐 무한한 아이디어의 원천으로 작용해왔다. 특히 현대 패션 디자이너들은 해양 생물의 형태, 컬러, 재질, 패턴에서 아이디어를 얻어 실험적이고 참신한 패션 컬렉션을 발표하고 있다. 이에 본 논문에서는 해양 생물 중 다채로운 형태와 몽환적인 색감이 특징인 젤리 피쉬를 형상화하여 2535 연령층의 여성들을 타겟으로 한 창의적인 패션 디자인을 제안하는데 연구의 의의가 있다.

## 2. 본론

연구에 앞서 국내 학술 논문, 학술지, 전문 서적, 인터넷 자료 조사를 통해 해양 생물의 이미지를 적용한 패션 디자인에 대해 살펴보았다. 둘째, 패션 컬렉션의 주제로 젤리 피쉬를 설정하고 다양한 시각 자료를 수집, 정리, 분석하여 컨셉 보드를 디자인하였다. 셋째, 젤리 피쉬를 주제로 한 패션 디자인 개발 단계로 젤리 피쉬의 신비로운 형태에서 영감을 받아 의복의 실루엣을 창조하고, 컬러, 소재, 패턴, 디테일에 대한 아이디어를 스케치에 반영하였다. 디자인은 감각적인, 환상적인, 매력적인, 화려한, 성숙한 이미지를 중심으로 그레이, 네이비, 바이올렛, 블루 등의 컬러를 활용하였다. 주요 소재는 실크, 쉬폰, 스판덱스, 오간자, 폴리에스터 등을 사용하였으며, 젤리 피쉬의 상징인 유연하고 매끄러운 촉수는 프릴, 러플, 레이스, 리본, 셔링으로 디테일을 표현하고, 진주와 큐빅, 핫픽스 등을 활용하여 장식성을 더하였다.

## 3. 결론

본 연구는 젤리 피쉬의 조형미를 적용하여 2535세대 여성들을 위한 패션 디자인 5점을 제안하였다. <작품 1> 아이템은 젤리 피쉬를 직접적으로 형상화한 홀터넥 탑에 곡선적 실루엣의 하렘팬츠를 디자인하였다. 팬츠 사이드의 프릴 디테일은 젤리 피쉬의 촉수를 표현하며, 장식적인 효과를 연출하였다. <작품 2> 아이템은 블랙 컬러의 심플한 터틀넥과 러플 티어드 스커트로 상의에는 젤리 피쉬 형태의 브로치로 포인트를 주고, 하의는 폴리에스터 플리츠 소재를 사용하여 바다를 자유롭게 수영하는 젤리 피쉬의 형상을 표현했다. <작품 3> 아이템은 슬림 실루엣의 비대칭 드레스로, 다양한 종류의 젤리 피쉬 이미지를 조화롭게 배치하여 패턴화했다. <작품 4> 아이템은 젤리 피쉬를 형상화한 튜브탑 드레스로, 다양한 크기의 진주와 리본으로 화려하게 장식했다. <작품 5> 아이템은 셔링과 레이스, 러플 디테일로 젤리 피쉬를 형상화한 미니 드레스이며 환상적인 이미지를 전달한다.

---

# 아름다움을 재해석하는 쿠튀르 캐주얼 브랜드 개발

- 만물 속의 미적 가치 탐색을 바탕으로 -

유예빈, 김정은\*

덕성여자대학교 의싱디자인전공 학사과정, 덕성여자대학교 의싱디자인전공 겸임교수\*

---

## 1. 서론

최근 패션업계에서 젠더 제정의, 비건 및 하위 문화 등 소수 영역의 소비문화가 MZ세대와 부합하여 지속적으로 확산 중이다. 이러한 흐름에 따라 소수에 연구 의식을 갖고 전형적인 아름다움의 기준을 탈피하여 우리가 지나치는 것, 소수의 것에서 아름다움을 탐색하여 또 다른 미적 가치를 추구하는 패션 브랜드를 개발하고자 한다. 이를 통해 사람들이 소수의 분야에 관심을 기울이며 보다 넓은 시각으로 패션을 수용할 수 있도록 MZ세대를 넘어 X세대까지 아우르는 여성 쿠튀르 캐주얼 브랜드를 제안하고자 한다.

## 2. 본론

패션 잡지 및 언론 뉴스를 통해 현재 패션계에 주된 이슈와 여성 쿠튀르 캐주얼 시장의 현황에 대해 문헌 및 사례 조사를 실시했다. 그 결과, 최근 패션계는 개인이 지닌 장애뿐 아니라 인종·성별로 인해 배제되지 않도록 ‘사회적 포괄성’을 지키기 위해 꾸준히 노력해 오고 있었다. 더불어 여성복 브랜드들이 수요가 높은 컨템포러리 감성을 기반으로 소재와 패턴 등 차별화를 둔 쿠튀르 캐주얼 라인을 확대하는 추세임을 알 수 있었다. 이러한 다양성을 포용하기 위한 패션계의 노력과 성공적인 쿠튀르 라인의 시장점유율을 바탕으로, 소수의 분야에 관심을 확대할 수 있는 여성 쿠튀르 캐주얼 브랜드를 개발하고자 한다.

본 조사를 바탕으로 개발한 브랜드명은 ‘SEEM MI’, 한국어로 ‘심미’(審美), 아름다움을 살펴 찾는다는 의미를 담고 있다. SEEM은 보인다는 뜻을 사용하여 만물에서 보이지 않는 아름다움을 탐색하는 브랜드 정체성을 담고자 하였다. 2024 S/S 컬렉션은 ‘안개 낀 숲’이 컨셉이다. 자연의 원시적인 아름다움을 추구하는 2024 트렌드를 반영하여 안개 속에 가려진 숲속의 숨겨진 아름다움을 발견하고자 한다는 의미가 담긴 컨셉이다. 이를 통해 알려지지 않은 소수 대상의 아름다움을 탐색하려는 브랜드의 가치관을 드러내고자 하였다. 쿠튀르 캐주얼 라인 10착장, 이브닝 웨어 라인 8착장 총 18착장의 디자인 개발을 제안한다. 디자인 컨셉은 안개 낀 숲의 몽환적인 모습과 야생의 숲을 표현하고자 페미닌한 무드를 바탕으로 포멀과 캐주얼, 모던과 빈티지의 뒤섞인 스타일을 전개하였다. 이를 위해 비정형적인 디자인 중심으로 믹스앤매치, 꼬임 등의 기법과 추상화 패턴 및 이미지 프린팅을 활용한 독특한 디테일로 표현한다.

## 3. 결론

본 연구 ‘SEEM MI’라는 브랜드 개발을 통해 소비자들과 함께 숨겨진 아름다움의 가치를 탐구하고 이를 통해 소수에 대한 관심을 확대하고자 하였다. 이를 통해 숨겨진 소수의 아름다움을 발견하고, 새로운 미적 가치를 찾아낼 수 있는 계기가 되길 바란다.

---

## 문화 역사적 헤리티지에 기반한 패션디자인 사례 연구

- 구찌(GUCCI) 2024 크루즈 컬렉션 in 경복궁 -

이경, 서성은\*

가천대학교 학사과정, 가천대학교 부교수\*

---

패션디자인에서 헤리티지(heritage)의 활용은 디자이너의 정체성을 형성하고 디자인을 구성하는 핵심 요소이다. 헤리티지(heritage)는 "유산"이라는 의미를 지니며, 문화적 및 역사적 맥락에서 헤리티지는 한 사회나 집단이 과거 세대로부터 물려받은 중요한 가치, 전통, 지식, 그리고 예술과 같은 자산을 지칭한다. 크루즈(cruise) 컬렉션은 정기적으로 열리는 패션 위크에 비하여 다양한 문화 역사적 영감을 바탕으로 전 세계의 이국적인 장소에서 개최되는 경우가 많다. 본 연구는 문화 역사적 헤리티지에 기반한 디자이너 컬렉션의 컨셉 개발 과정을 연구하기 위해 경복궁의 근정전에서 열린 구찌(GUCCI) 2024 크루즈 컬렉션을 한국과 구찌 브랜드 헤리티지에 근거하여 분석하였다.

연구 방법은 구찌 2024 크루즈 컬렉션 관련 영상 4건, 한국복식문화 관련 문헌 그리고 보그 온라인에서 게시한 런웨이 60착장 및 컬렉션 관련 다양한 기사 자료들을 중심으로 영상의 내용과 컬렉션의 장소와 이미지를 함께 분석하였다. 컬렉션에서 나타난 동양 한국의 역사적인 의복인 한복과 서양 구찌의 헤리티지(heritage) 디자인에 스포츠 스트리트 패션이 어떻게 반영되었는지 주요 디자인 특성에 대하여 정리하였다. 첫째, 오랜 역사와 전통을 바탕으로 혁신과 창의성을 결합해 1950~1960년대에 나타난 GG모노그램과 그린 레드 그린 스트라이프, 네이비와 레드의 조화 등 특유의 디자인 요소들이 나타났다. 둘째, 구찌의 헤리티지 요소들이 담긴 제품들이 패션쇼에서 보여지면서 1990년대 후반의 구찌를 연상시키는 실루엣과 2010년대의 컬러 팔레트를 통해 함께 선보였다. 헤리티지 요소로 완성된 디자인을 선보였으며 이전 구찌의 디렉터들에게 영감을 얻어 부르주아 웨어(bourgeois wear)가 새롭게 재해석되었다. 셋째, 경복궁 근정전에서 쇼가 진행되었으며, 역사적 가치와 천문에서 영감을 얻었다. 한국의 오피 쿠튀르(Haute Couture)라고 할 수 있는 한복, 단청의 오방색이 보여졌다. 넷째, 한국의 진정한 오피 쿠튀르(Haute Couture) 한복은 고구려 벽화에서 찾아볼 수 있다. 남자 한복의 칠릭과 두루마기의 형태는 긴 기장의 봄버 자켓(Bomber jacket)으로, 여자 한복의 저고리의 옷고름을 연상시키는 리본이 달린 드레스와 상의, 아우터로, 시간이 지남에 따라 치마 형태가 바뀌는데 이것이 컬렉션에서 보여진다. 넷째, 구찌는 역사적 요소와 함께 현재 서울에서 보이는 모습들을 함께 쇼에 담으려고 했다. 한강 공원에서 스케이트보드를 타는 사람들과 한강에서 윈드서퍼(Windsurfer)와 제트 스키어들(Jet-skier)에게 영감을 받아 구찌의 헤리티지 룩에 스포츠 스트리트 감성을 담은 구찌 2024 크루즈 컬렉션을 선보였다.

본 연구를 통해서 아시아에서 최초로 열린 구찌의 크루즈 패션쇼라는 점과 특별히 서울의 경복궁 근정전에서 진행된 점에서 한국의 역사적인 장소와 전통 복식, 구찌 하우스의 헤리티지 요소들의 어울림을 2024 구찌 크루즈 컬렉션에서 살펴볼 수 있었다. 본 연구는 한국의 역사와 구찌 하우스의 헤리티지가 크루즈 컬렉션에서 어떠한 방식으로 나타났는지 사례 연구하였다는 점에서 의의를 지니며, 패션디자인 컨셉 개발과 실무 과정에서의 컬렉션 전개를 위한 자료 제공에 기여하리라 기대한다.

---

# 뉴노멀 시대에 수공예의 가치를 조명하는 여성복 브랜드 개발

- 바로크 시대의 남성 복식을 중심으로 -

주소정, 김정은\*

덕성여자대학교 의상디자인전공 학사과정, 덕성여자대학교 의상디자인전공 겸임교수\*

---

## 1. 서론

팬데믹 이후 뉴노멀의 시대를 맞으며, 디지털 문명으로의 전환이 가속화되고 있다. 이에 따라 인공지능에 대한 사람들의 위기 의식이 높아지고 있다. 이러한 상황에서 인공지능이 아직까지 이루기 어려운 예술과 수공예 등 인간의 창의성과 능력이 요구되는 영역에 대한 관심이 증가하고 있다(Kang & Joo, 2020). 이러한 맥락에서, 디지털 시대의 빠른 흐름 속에서도 잊혀지지 않는 고전적인 아름다움과 가치를 새롭게 발견하고자, 히스토리컬한 무드로 회귀하여 옛 것을 다시 살펴보고, 하이퀄리티로 오래 입을 수 있는 제품에 집중한 여성복 브랜드를 제안하고자 한다.

## 2. 연구내용 및 방법

기술의 발달로 많은 것들이 자동화되고 있는 현재, 빠른 변화에 피로함을 느끼는 소비자들을 대상으로, 낭만주의를 기반으로 한 페미닌 무드와 아방가르드의 도전적인 미학이 뒤섞인 수공예적 디테일을 선보이는 ‘rouge rouse’를 개발하고자 한다. 본 브랜드의 첫 시즌인 2024 S/S 시즌을 위해 바로크 시대의 복식사적 요소에 대한 전문서적, 논문, 웹사이트 등을 통한 선행 조사를 수행하고, 이를 통해 바로크 시대 남성복의 대표 아이템 및 디테일인 더블릿, 쥐스코타르, 로쉐, 랭그라브, 슬래시 디테일, 비숍 슬리브, 퍼프 소매를 과장, 해체, 변형하여 로맨틱한 무드로 풀어낸 여성복 디자인을 제안하였다. 앞선 분석 및 연구 내용을 바탕으로, 브랜드의 아이덴티티를 담은 시그니처 라인과 아방가르드한 무드와 수공예적 디테일의 오더메이드 라인으로 나누어 디자인을 전개하였다. 컬러에는 2024 S/S 컬러 트렌드와 브랜드의 중요 디테일인 레드워크 디테일을 기반으로 레드톤을 메인으로 가져가고, 차분한 모카브라운과 마호가니, 카키 등을 서브컬러로 매치하였다.

## 3. 결론

본 연구의 결과로 바로크 시대의 남성복을 재해석해 로맨틱한 무드로 풀어낸 여성복 디자인 총 18점을 개발하였다. 브랜드 아이덴티티인 낭만주의적인 모습과 수공예적인 특징을 표현하기 위해, 붉은 색사로 수놓는 자수인 레드워크 디테일을 활용하였다. 본 연구를 통하여, 특정 시대로 회귀하여 고전적 가치를 재해석하고 옛 것을 재조명하여 아날로그적 가치를 상기시키는 브랜드를 개발하는데 의의가 있다.

## Reference

Kang, M. S., & Joo, J. W. (2020). A study on the creation of artificial intelligence(AI) in the fourth industrial revolution -focused on artists' perception. *Journal of digital contents society*, 21(1), 121-130, doi:10.9728/dcs.2020.21.1.121

---

# 장기적 가치를 드러내는 클래식 패션 디자인 개발

지세영, 김정은\*

덕성여자대학교 의상디자인전공 학사과정, 덕성여자대학교 의상디자인학전공 겸임교수\*

---

## 1. 서론

현시대의 패션은 여러 가지 스타일이 공존하며, 패션 트렌드는 따라잡기 어려울 정도로 빠르게 변화하고 성장한다. 이러한 변화 속에서 시대를 초월하는 보편성을 바탕으로 오랜 기간 동안 많은 여성에게 실용적이지만 세련된 아름다움을 제공하는 클래식의 중요성을 인식하였다. 차분하고 보수적이지만, 깔끔하고 정형화된 테일러링은 많은 여성에게 의복의 아름다움이라는 심미적 측면과 활동하기에 편안하다는 기능적 측면을 동시에 충족시킨다. 본 연구는 값싼 재료로 만들어져 유행의 변화에 대량 생산되고 빠르게 버려지는 패스트 패션과는 달리 전통적이며 보수적이지만 유행에 구애받지 않고 실용적인 스타일인 클래식 스타일에 대한 관심을 증가시킬 수 있는 디자인을 개발하고자 한다.

## 2. 본론

‘클래식은 영원하다’는 말처럼 시대를 초월한 것 같은, 스타일리시하면서 공들여 꾸미지 않아도 자연스러운 멋스러움이 드러나는 디자인을 제시하고자 하였다. 문헌 연구 결과 클래식 스타일의 패션에서는 주로 흰색, 회색, 베이지색 등 뉴트럴 컬러가 주로 이용되고, 소재는 울, 트위드, 실크 등의 천연 소재가 주로 활용된다는 것을 파악하였다(Kim, 2012). 이를 바탕으로 유리피안 감성의 유행을 타지 않는 타임리스한 베이직 디자인을 선호하는 여성으로 타겟으로 설정하여 2024 FW 디자인을 제시하고자 한다. 클래식 디자인을 제시하고자 그레이, 블랙, 아이보리를 메인 컬러로, 메인 소재로는 데님, 면, 레더, 울을 선정하였다. 디자인 라인인 전통적으로 변함없는 사랑받는 아이템으로 구성된 베이직 라인인 클래식 디자인에 약간의 트렌드를 반영하여 디자인한 무브먼트 라인이 있다. 베이직 라인에서는 뉴트럴한 컬러와 트위드 소재를 통해 자연스러우면서도 세련된 특징이 드러나도록 디자인하였다. 트렌디 라인인 무브먼트 라인에서는 과감한 컷오프 디자인, 맥시하고 볼륨이 큰 코트 디자인으로 클래식 디자인을 현대적으로 재해석하여 룩의 재미를 더하였다.

## 3. 결론

본 연구는 클래식의 조형적 특성 분석을 기반으로 장기적인 가치를 인정받는 클래식 패션 디자인을 제안하고자 하였다. 본 논문에 제시된 클래식 디자인의 현대적 재해석을 통해 클래식 패션에 대한 다양한 가능성을 확대하는 계기가 되길 기대한다.

## Reference

Kim, J. S. (2012). Analysis of classic style in modern fashion. *Journal of Korea design forum*, (36), 421-432.

---

# 커스텀 메이드 디테일을 활용한 지속가능한 패션디자인 개발

- MZ세대를 겨냥한 패셔너블한 아웃도어 스타일을 중심으로 -

한동엽, 박은서, 전민하, 윤성진, 최경희\*

한성대학교 패션학부 학사과정, 한성대학교 글로벌패션산업학부 교수\*

---

## 1. 서론

본 연구는 지속가능성과 트렌드의 결합을 주제로 한 캡스톤 디자인 프로젝트의 일환으로, MZ세대를 겨냥한 아웃도어 스타일 개발을 목적으로 하였다. 팬데믹으로 활성화된 고프코어 트렌드가 엔데믹으로 침체됨에 따라 하락된 아웃도어 시장의 입지를 구축하기 위해, 본 디자인을 개발하였다. 기존의 기능성만을 강조한 올드한 이미지의 아웃도어에 젊고 트렌디한 변화를 주고, 소비자의 취향에 따라 변화 가능한 커스텀 메이드 디테일을 특징으로 한 'WWW(Wild West Want to Reuse)'라는 지속가능한 패션 브랜드를 개발하였다.

## 2. 본론

본 연구의 내용 및 방법은 다음과 같다. 첫째, 리서치 단계에서 아웃도어 마켓 리서치와 더불어, 고프코어와 웨스턴 무드의 트렌드를 여러 각도로 분석하였다. 미국 서부 개척 시대 카우보이들의 활동적이고 야성적인 이미지의 웨스턴 룩을 과거의 아웃도어로 재해석하여, 이를 현대의 고프코어와 결합해 새로운 아웃도어 컨셉을 설정하였다. 둘째, 지속가능성의 측면에서 커스텀 메이드 디테일을 적용한 디자인 요소와 방법을 도출하였다. 소비자가 원하는 스타일에 따라 칼라, 소매, 커프, 포켓 등의 디테일을 탈부착 가능 하도록 하여 하나의 아이템으로 두 가지의 이상의 스타일 연출이 가능하도록 다기능성을 부가하였다. 내추럴 실루엣에 레이어링을 적용하였으며, 무염 원단의 화이트 계열 컬러에 카키, 브라운 등의 컬러 웨이를 추가하였고, 오가닉 면 소재에 리사이클 나일론과 폐이크 리더 등의 소재를 사용하였다. 또한 'WWW'라는 자수 로고를 개발하여 디자인에 적용하였다. 셋째, 여러 차례의 가봉과 디자인 개발을 통해 총 8벌의 컬렉션을 전개하였다. 봉제 업체와의 협업으로 실물 제작을 진행하였으며, 작업지시서를 토대로 의복 제작 현장에서 발생하는 여러 가지 문제 해결 방법과 커뮤니케이션 방식을 경험하였다. 넷째, 최종 완성된 컬렉션의 프레젠테이션을 위해 백사 및 오브제를 배경으로 활용하였고, 전문 모델, 포토그래퍼, 헤어메이크업 아티스트와의 룩북 촬영을 진행해 웹사이트 및 SNS에 업로드하였으며, 영화 '콘크리트 유토피아' 시사회에서 MC 박경림에게 의상 협찬을 하였다. 또한, 2023년 서울 패션허브 버츄얼 패션쇼에 선정되어 3D 버츄얼 패션쇼를 진행하였다.

## 3. 결론

본 프로젝트를 통해 패션산업에서 당면한 문제인 지속가능성의 방법들을 다각도로 경험할 수 있었으며, 향후 브랜드 런칭 및 창업을 위한 의미 있는 결과를 도출할 수 있었다.



---

# 페티셔츠 소재 기반 패션 디자인 제작 프로세스 개발

황수영, 손주연, 이해원\*

가톨릭대학교 의류학과 학사과정, 가톨릭대학교 의류학과 교수\*

---

## 1. 서론

변화하는 패션 트렌드에 따라 상품을 빠르게 생산하는 패스트패션 산업은 '슈퍼' 패스트 산업으로 변하고 있으며, 소비자 또한 의류를 빠르게 버리는 경향이 덩달아 강해지고 있다. 티셔츠는 소비자가 가장 많이 구매하고 착용하며 폐기하는 의류 품목으로, 많이 만 들어지는 만큼 쉽게 사고 버려진다. 본 연구는 페티셔츠를 재료로 이용한 새로운 직물을 제작하고 이를 활용한 패션 제품을 디자인하는 프로세스를 개발하는 것을 목적으로 한다. 연구 문제는 다음과 같다: 첫째, 페티셔츠를 재료로 한 직물을 제작한다. 둘째, 제작된 직물 기반 패션 디자인 컨셉을 수립한다. 셋째, 계획된 컨셉에 맞는 제품들을 디자인한다.

## 2 연구 방법 및 연구 내용

연구수행을 위해 페티셔츠 4종이 수집되었고 선행연구(Lee, 2023a)에서 개발된 재료 준비방법에 따라 직조에 적합한 테이프 형태로 준비되었다. 준비된 페티셔츠 재료들은 원목 직조틀(가로 500mm, 세로 700mm)을 이용하며 제직되었다. 사용된 페티셔츠는 원 재료 대비 88.3%가 사용되었다. 제작 완료된 직물은 4종이며, 짜여진 직물 패턴 디자인에 맞추어 제품 디자인 컨셉이 수립되고 무드맵이 제작되었다. 이후 패션 제품 디자인으로 작업 지시서로서 구체화되었다. 무드맵 제작을 위해 Adobe Photoshop 프로그램이 사용되었고, 작업지시서 작성을 위해 Adobe Illustrator와 MS Excel 프로그램이 사용되었다.

## 3. 연구 결과 및 결론

페티셔츠를 이용하여 제직된 직물과 패션디자인은 각 4종이다. 최종 디자인된 패션 제품은 제작된 직물 컨셉에 따라 여성 슬리브리스와 남성 셔츠(상의 2종), 램프커트 1종, 바디수트 1종이다. 디자인 완료된 제품들은 디지털 일러스트화되었고, 작업지시서가 완성되었다. 페티셔츠를 재료로 한 패션 디자인 제작 프로세스는, 가장 흔하게 생산되고 버려지는 페티셔츠를 활용함으로써 지속 가능한 환경 유지를 위한 중요한 교육 기회를 제공할 것으로 기대된다. 이는 의류학 전공 학생들을 대상으로 소재 기반 디자인 발상과 함께 활용될 것이다.

## Reference

Lee, H. (2023). A study on the production methods of upcycling tweed fabric using clothing waste based on Chanel's tweed design. Sustainability, 15(4), 3374.

본 연구는 정부(과학기술정보통신부)의 지원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NO.: RS-2022-00166075)

---

## 패션산업의 ESG 정착을 위한 실천사례 분석

이소연, 이유진, 박서영, 이윤지, 김정연, 장남경\*

한세대학교 섬유패션디자인학과 학사과정, 한세대학교 섬유패션디자인학과 교수\*

---

### 1. 서론

ESG는 환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance)의 영문 첫 글자를 조합한 단어로, 기업 경영에서 지속가능성을 달성하기 위한 ㄷ가지 핵심요소이다. 가속화되는 기후 변화와 증가하는 폐기물의 명확한 감소방법을 찾기 어려운 패션의 특성, 그리고 강화되는 근로자의 노동조건 등은 보다 지속가능한 패션 산업을 향한 정책과 규정의 시행을 필요로 한다. 본 연구는 패션산업에도 ESG에 관심이 높아지짐에 따라 패션산업의 ESG 사례를 분석하여 패션산업의 ESG 정착을 위한 기초자료를 제공하고자 한다. 이를 위해 패션 브랜드를 럭셔리, 내셔널, 스포츠아웃도어, SPA로 나누고 영역별 분석대상 브랜드를 선정하였다. 분석대상 브랜드는 언론에 ESG경영으로 소개된 브랜드들 중, 자료의 정확성과 수집의 편의성을 위해 홈페이지에 ESG내용을 포함하고 있는 브랜드(버버리, 한섬, 에버레인, 나이키, 파타고니아, 빈폴, 스파오)로 선정한 후, 환경, 사회, 지배구조로 나누어 살펴보았다.

### 2. 본론

환경과 관련하여서는 유기농면, 재활용 섬유 등 소재 관련 내용이 대부분을 차지하였다. 재활용은 나일론, 폴리에스테르, 면, 실크 등 그 범위가 다양하였으며, 나이키는 플라이니트와 같은 폐기물 감소방법을 활용하기도 하였다. 사회와 관련하여서는 공정임금, 노동조건, 안전한 작업환경, 부당한 차별금지과 같은 노동환경 개선, 위기가정 지원, 상생파트너 사업, 장애인을 포함한 복지기관 지원, 지역사회 지원과 같은 사회 공헌 프로그램, 그리고 다양성과 포용성 촉진 등이 실행되고 있었다. 지배구조와 관련해서는 수평적 의사결정문화, 윤리준수 감사, 공급망의 투명성과 추적성, 헌정경영자 육성, 주주친화정책 등이 포함되었다.

### 3. 결론

본 연구의 결과에 기초하여 시사점을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 패션산업의 ESG 정착을 위해서는 우리나라 패션산업 실정에 맞는 표준 K-ESG 가이드라인이 구축하고, ESG 성과 기반 기업 평가 인증 시스템을 도입할 필요가 있다. 둘째, 기업들은 ESG 성과 보고서를 공개하여 소비자에게는 평가의 도구로 기업에게는 가치와 신뢰를 높일 수 있는 방법으로 활용할 수 있을 것이다. 셋째, 정부는 탄소 배출량 감소 장려 제도와 지원 등 정책방안을 마련하여 ESG 경영 추진을 견인할 필요가 있다.

---

## 패션중고 시장의 활성화를 통한 패션산업의 지속가능성 모색

정영찬, 김유빈, 서현수, 장지혜, 한승연, 이채원, 장남경\*

한세대학교 섬유패션디자인학과 학사과정, 한세대학교 섬유패션디자인학과 교수\*

---

### 1. 서론

본 연구는 지속가능 패션의 개념 중 하나인 중고 패션에 초점을 맞추어, 현재 중고거래에서 높은 비중을 차지하고 있는 온라인 중고거래 플랫폼의 유형과 특징을 조사하고, 중고마켓 사용자들의 사용 의도와 경험, 그리고 내재되어 있는 가치를 파악하고자 한다. 이를 통해 패션상품주기 확장을 통한 지속가능한 패션에 기여하는 것을 목적으로 한다.

연구 방법은 중고 플랫폼 현황 조사와 사용자 조사로 나누어 진행하였다. 온라인 중고거래 플랫폼은 국내와 국외의 플랫폼을 모두 포함하여 조사하되, 선정기준은 이용자 수가 많은 플랫폼, 패션 전문 플랫폼, 언론에서의 언급, 대중의 인지도를 기반으로 하였다. 선정된 플랫폼은 당근마켓, 번개장터, 중고나라, 후르츠패밀리, 크림, 플렉티브였다. 사용자 조사는 중고패션에 관심이 있고 플랫폼을 통해 거래하본 경험이 있는 20~30대 15명을 대상으로 1:1 인터뷰를 진행하였다.

### 2. 본론

중고 플랫폼을 활용하는 이유는 다양한 상품, 저렴한 가격, 원하는 제품 구매 가능성으로 나타났다. 일반상품으로는 번개장터와 당근마켓, 패션에 관심이 높은 사람은 크림과 후르츠패밀리를 가장 선호하고 활용한다고 응답하였다. 번개장터는 대중적인만큼 매물도 많고 익숙하여 편리한 점에서, 당근마켓은 접근성이 편리하고 집 근처에서 거래할 수 있어 자주 이용한다고 하였다. 중고마켓과 지속가능성과의 연관성에 대해서는 중고마켓이 환경에 긍정적인 영향을 준다는 응답이 많았지만(65.1%), 별로 생각해보지 않거나 그렇지 않다는 응답도 있었다.

### 3. 결론

본 연구의 결과에 기초하여 시사점을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 중고거래 플랫폼을 이용하는 가장 큰 이유는 저렴한 가격에 원하는 제품을 구매하는 개인적인 이유가 가장 큰 것으로 나타났다. 둘째, 중고거래 플랫폼을 통한 구매, 판매, 나눔의 과정을 환경에 긍정적인 영향을 끼친다고 생각하고 있으나, 이것이 직접적인 동인은 되지 않는 것을 알 수 있었다. 셋째, 이를 통해 볼 때 환경에 긍정적 가치가 개인의 가치로 변환될 수 있다는 확신을 심어주는 동시에 실질적인 혜택을 줄 수 있는 마케팅 전략이 필요할 것으로 생각된다.

---

# 종말 이후 세계에서 영감을 받은 패션디자인

이여원, 김윤희\*

한남대학교 패션디자인학과 학사과정, 한남대학교 패션디자인학과 교수\*

---

## 1. 서론

세계 종말 이후의 세상인 '포스트 아포칼립스(Post-Apocalypse)'는 인간 사회가 멸망해도 지구는 존재하는 상상 속의 세상이다. 누구도 직접 볼 수 없는 세상이지만, 누구나 상상할 수 있는 세상이다. 그렇기에 종말 이후의 세상에 대해 상상하게 되었고, 이 세상에 살아남기 위한 마지막 인류의 시점을 패션디자인으로 시각화하였다.

## 2. 연구 내용 및 방법

디자인 작업을 하면서 다음과 같이 조사와 작업을 진행하였다.

첫째, 자연재해와 이상기후로 인한 척박한 환경에서도 유일하게 살아남을 인류가 입을 보호복 컬렉션을 디자인하기 위하여 워크웨어(work-wear) 디자인을 기본으로 하기로 하였다. 워크웨어의 특징을 조사하였고, 밀리터리룩(military-look)의 특징적인 디테일을 추가하였다. 특히, 해당 스타일에 적용되는 포켓을 다양한 방식으로 활용하여 패션디자인을 구체화하였다. 둘째, 세계 종말의 원인이 되는 자연재해, 기후위기 등의 현상을 디자인 발상원으로 선정하였다. 셋째, 컬렉션에 적용될 색상과 직물을 정하였다. 재난 후의 사회적 변화와 자원의 제한을 고려한 패션 트렌드를 연구하여 본 패션디자인 컬렉션에 적용하였다. 지속 가능한 소재와 생산 방식, 재활용과 재사용을 강조하는 패션 등의 새로운 트렌드를 파악하고, 이를 위한 디자인 및 생산 방법을 탐구하였다.

## 3. 결론

포스트 아포칼립스 시나리오에서의 패션에 대한 연구와 분석을 통해, 재난 후의 사회에서 패션이 어떻게 변화하고 발전할 것인지에 대해 논의하였다. 포스트 아포칼립스는 대규모 재난 이후의 시대를 뜻하며, 이로 인해 사회적 질서가 손상되고 생활환경이 변화하는 상황을 가정한다. 이러한 사회에서는 기존의 패션이 붕괴되고, 생존을 위한 필요성이 패션에 영향을 미칠 것으로 예상된다. 또한 개인의 신원 표현과 사회적 신호 전달이 패션을 통해 이루어지는데, 이러한 역할이 재난 이후에는 새로운 형태로 나타날 것이라는 가설을 세워 이를 워크웨어와 밀리터리룩과 접목시켜 컬렉션 디자인을 완성하였다.

또한, 포스트 아포칼립스 사회에서의 지속 가능한 패션에 대해 재난 후의 사회에서 자원의 제한과 환경적인 변화를 고려한 패션 생산과 소비 모델의 재구성의 필요성을 탐구하였다. 결과로서 재활용과 재사용을 중시하는 패션 시스템의 형성이 포스트 아포칼립스 이후 패션 산업의 변화 방향을 보여주고 있음을 시사하였다.

---

# 옷에 대한 추억을 현재의 옷 디자인에 투영한 사례

안지민, 김윤희\*

한남대학교 패션디자인학과 학사과정, 한남대학교 패션디자인학과 교수\*

---

## 1. 서론

본 연구는 한 개인이 옷에 대해 가지는 애정이나 추억과 같은 의미있는 감정이 패션디자인으로 구현될 수 있는지에 대한 관심에서 시작하였다. 패션은 감정을 불러 일으키고, 연결을 만들고, 소중한 순간을 보존하는 힘을 가지고 있다. 디자이너들은 기억과 애정을 패션디자인에 투영하여 소중한 감성적인 가치를 지닌 옷과 액세서리를 만들 수 있다. 본 연구에서는 옷에 대한 기억과 애정을 발상원으로 하여 패션디자인으로 발전시킴으로써 패션디자인에서 브랜드와 소비자의 감정적 연결의 형성 사례를 탐구하고자 한다.

## 2. 본론

본 연구 및 디자인 과정은 다음과 같다. 첫째, 대전, 충남 지역에 거주하는 10-40대 남녀, 총 40명의 소비자들에게 “추억하거나 애정이 있는 물건이 있는가, 있다면 무엇인가”라는 질문으로 조사를 실시하였다. 결과는 40명 모두 추억하거나 애정이 있는 물건이 있었으며, 그 물건은 이불 12명(30%), 인형 8명(20%), 장난감 6명(15%), 기타 14명(35%)으로 나타났다. 이러한 답변 결과를 토대로 많은 비중을 차지한 이불과 인형을 본 패션디자인 컬렉션의 발상원으로 사용하기로 하였다. 둘째, 주제는 어린 시절의 추억과 애정, 과거의 아름다움을 발견하는 여정, 그리고 복고적인 사랑의 “일렁거리는 감정”을 표현하는 것으로 하고 이에 따라 “디자이너 본인의 사상이 일렁인다”는 뜻도 가지고 있는 “Illung(일렁)”을 브랜드명으로, 20대 초반부터 후반까지의 여성들을 목표 소비자로 하였다. 셋째, 디자인 스타일은 키치(kitsch)로, 합치기, 해체하기, 뒤틀기 등의 방법을 이용하여 실루엣과 디테일에 본 컬렉션의 특징을 살려 디자인하였다. 넷째, 컬러와 소재는 키치 스타일과 어린 시절 추억과 애정을 모두 아우를 수 있는 것으로 털(fur) 소재와 폭신한 소재, 그리고 노란색, 연두색, 초록색, 분홍색, 빨간색, 보라색, 파란색, 검은색으로 한정하였다. 특히, 추억과 애정이 담긴 이불, 인형, 축구공 등의 손때가 묻고 오염되고 해지는 등의 표면을 디자인 디테일, 소재에서 표현하였다.

## 3. 결론

패션디자이너들은 기억과 애정이라는 추상적인 개념과 옷이라는 실체를 연결하여, 이를 패션디자인 컬렉션으로 구성하고, 이로써 소비자들과 감정적으로 연결되는 신뢰를 줄 수 있다. 이는 패션 산업이 시각적으로 매력적일 뿐만 아니라 인간 존재의 감성적인 측면에 공명하는 깊은 의미를 지닌 옷으로 그 의미를 확장할 수 있는 가능성을 열어준다.

## **한국패션디자인학회 학술대회 논문집**

발행일 2024년 05월 25일

발행인 하지수

발행처 사단법인 한국패션디자인학회

### **사무국**

(사)한국패션디자인학회 사무국

우)08826 서울특별시 관악구 관악로 1 서울대학교 222동 205호

Tel: 010-9626-4340

E-mail: ksfed@ksfd.co.kr

Website: <http://www.ksfd.co.kr>

### **편집국**

(사)한국패션디자인학회 편집국

우)03063 서울특별시 종로구 명륜3가 성균관대학교 교수회관 225호

Tel: 010-5209-0760

E-mail: ksfedit@ksfd.co.kr

© 이 책의 내용은 저작권자의 동의없이 무단으로 전재 및 복제할 수 없습니다.



**KSFD** 사단  
법인 한국패션디자인학회  
The Korean Society of Fashion Design

우)08826 서울특별시 관악구 관악로 1 서울대학교 생활과학대학 222동 205호  
Tel: 010-9626-4340(박지홍 사무국장) E-mail: [ksfd@ksfd.co.kr](mailto:ksfd@ksfd.co.kr) [www.ksfd.co.kr](http://www.ksfd.co.kr)