

의류학 전공 대학생들의 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감 연구

이윤정* · Salusso, Carol J.* · Lee, Jaeil**

고려대학교 가정교육과 교수*

위성턴주립대학교 의류학과 부교수*

시에틀퍼시픽대학교 소비자가족학과 교수**

요 약

본 연구는 앨버트 밴듀라(Albert Bandura)의 자기효능감 이론에 근거하여 의류학 전공 대학생들의 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감 수준을 알아보고 이에 대한 선행요인들, 즉, 과거 성과, 대리 경험, 언어적 설득, 생리적 피드백과 인구통계적 특성의 영향을 알아보는 것을 목적으로 하였다. 의류학 전공 대학생들의 창의성과 윤리성을 고양시키기 위해서는, 학생들이 창의적 과정을 적극적으로 추구하면서 동시에 윤리적인 결정을 내릴 수 있도록 충분히 높은 자기효능감을 갖도록 하는 것이 중요하다. 따라서 학생들의 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감에 영향을 미치는 것으로 선행연구에서 제시된 변수들의 영향을 알아보고자 하였다. 이를 위하여 전국의 의류학 관련 학과에서 패션디자인 과제를 수행해 본 경험이 있는 학생들을 대상으로 설문조사를 실시하였고, 총 174부를 분석하였다. 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감에 대한 선행요인으로 과거 성과, 대리 경험, 언어적 설득, 생리적 피드백 및 인구통계적 특성의 효과를 알아보기 위하여 단계적 회귀분석을 실시하였다. 첫 번째 단계에서는 과거 성과, 대리 경험, 언어적 설득, 생리적 피드백을 독립변수로 투입하였으며, 두 번째 단계에서는 인구통계적 특성을 독립변수로 추가 투입하였다. 그 결과 첫 단계에서는 과거 성과, 대리 경험, 생리적 피드백이 유의한 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감에 대해 유의한 효과를 갖는 것으로 나타났다. 즉, 과거에 창의적·윤리적 패션디자인을 수행한 경험이 있거나, 다른 사람이 이러한 작업을 하는 것을 지켜본 경험이 있는 경우, 그리고 이러한 작업에 대한 스트레스를 적게 받는 경우 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감이 높은 것으로 나타났다. 이러한 경향은 두 번째 단계에서 인구통계적 특성을 통제하였을 때에도 변화가 없었다. 단계 2에서 추가 투입된 인구통계적 특성 중에서는 성별만이 유의한 효과를 가졌는데, 여성보다 남성이 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감이 높은 것으로 나타났다. 연구의 결과에 근거하여 대학의 교육자들이 학생들을 지도하는 데 도움을 주기 위한 교육적 함의가 제시되었다.

주제어 : 패션디자인 독창성, 자기효능감, 과거 성과, 대리 경험, 언어적 설득, 생리적 피드백

이 연구는 2015학년도 고려대학교 사범대학 특별연구비 지원을 받아 수행되었음.

교신저자: 이윤정, yleche@korea.ac.kr

접수일: 2016년 1월 30일, 수정논문접수일: 2016년 3월 1일, 게재확정일: 2016년 3월 4일

I. 서론

그래픽 기술의 발달은 인터넷에 존재하는 수많은 시각적 자료들을 쉽게 가져와 변형시킬 수 있는 환경을 제공하여 패션디자이너들의 작업에 효율성을 더하였으나, 동시에 타인의 패션디자인을 도용하거나 복제하는 것 또한 용이하게 만들었다. 이로 인하여 디자이너들의 창작노력의 산물인 작품들이 시장에 채 소개되기도 전에 값싼 복제품이 소위 패스트 패션(fast fashion) 브랜드의 점포에 먼저 등장하는 일도 빈번해졌다.¹⁾ 이와 같이 복제된 디자인은 표면적으로는 다른 디자이너의 작품에 대한 참조 또는 오마주를 통하여 새로운 디자인을 창조해 낸 경우 또는 유사한 영감으로부터 시작되어 우연히 유사한 디자인에 이른 경우와 구분이 어려울 수 있다는 주장도 있다.²⁾ 그러나 디자이너의 동기 면에서 본다면 비윤리적 동기로 인한 의도적 복제와 우연에 의한 유사성 등은 분명 구분될 수 있을 것이다. 그런데 현재 패션시장에서는 때로는 의도적이고 비윤리적인 복제행위가 패스트 패션 브랜드들의 성공이라는 형태로 보상받고 있다. 이는 창의적 활동을 한 디자이너들이 노력에 대한 보상을 받을 수 있는 기회를 박탈하는 동시에 남의 창작물을 도용하는 디자이너들에게 노력 없이 쉽게 보상을 얻을 수 있는 기회를 제공하는 결과를 가져왔다. 패션시장과 산업현장에서는 디자인 복제가 당연시 되고 심지어는 규범화되어 있는 상황이다.³⁾ 그러나 미국의 매클라 응용 윤리 센터(Makkula Center for Applied Ethics)에서는 지적재산권의 문제를 윤리 문제로 다루어야 함을 강조하며, 특히 패션에서의 패스트 패션 또는 녹오프(knockoff) 등의 문제를 이러한 윤리적 관점에서 바라봐야 함을 언급하고 있다.⁴⁾

현대 사회에서는 윤리적 행동과 사회적 책임의식이 전문가들에게 특히 필요한 요소로 부각되고 있으며, 이러한 경향은 미래로 갈수록 더 심화될

것으로 예측되고 있다.⁵⁾ 이처럼 사회적 책임과 윤리성을 강조하는 경향은 패션 산업에서도 나타나고 있어 국내 패션 기업들도 사회적 책임의식에 대한 소비자들의 요구에 따라 의복의 기획 및 생산, 유통, 판매의 많은 부분에서 윤리성을 반영하기 위하여 노력하고 있다.⁶⁾ 그러나 상대적으로 패션디자인 분야에서 타인의 아이디어를 도용하는 행위를 윤리 문제로서 접근하는 경우는 많지 않은 실정이다. 아직 국내에서는 친환경적 소재를 사용한 제품이나 업사이클링 제품을 ‘윤리적 패션 제품’으로 간주하는 것이 일반적이나⁸⁾, 생산, 기획, 또는 유통 및 판매 과정에서 직원들의 윤리적 의사결정 등까지도 패션업계에서 고려해야 하는 것으로 보아야 한다는 견해가 대두되고 있다.⁹⁾¹⁰⁾ 특히 디자인 복제를 규제하고 창의적 패션디자인 개발을 장려하기 위한 기제로서 유럽에서는 오랫동안 패션디자인의 저작권을 법적으로 보호하고 있으며, 미국에서도 패션디자인에 대한 저작권법의 제정에 대한 논의가 진행되고 있는 상황이다.¹¹⁾ 이러한 움직임을 볼 때 국내에서도 패션디자인에서의 표절과 관련된 윤리 문제가 사회적으로 중요하게 논의되어야 시점이라 판단된다.

윤리성과 사회적 책임을 강조하는 사회적 상황에서 보았을 때, 미래의 전문가가 될 패션디자인 전공학생들이 창의성을 계발하고 윤리적인 의사결정을 수행할 수 있도록 훈련시키는 것은 매우 중요하다고 할 수 있다. 그러나 이처럼 디자인 도용 또는 복제가 성행하는 환경에서 창의성 및 윤리적 의사결정을 어떻게 훈련시킬 수 있는가에 대한 고민은 많이 이루어지지 않고 있다. 의류학 전공학생들이 수업 중 과제로서 또는 공모전을 위하여 패션디자인 과제를 수행하게 되는데, 이때 다른 디자이너들의 작품을 참조하며 영감을 받는 경우가 많다. 이러한 과제수행 시에 학생 스스로가 창의성을 중요시하고 디자인 윤리성을 추구하기 위해서는 스스로 창의적인 작품을 만들어낼 수 있다

고 믿는 신념, 즉, 자기효능감을 갖는 것이 중요하다. 자기효능감이 높은 사람들은 환경적 제약에도 불구하고 과업을 수행하고자 하는 강한 동기를 가지기 때문에¹²⁾ 윤리적 행동에 대한 외적 보상이 존재하지 않는 환경에서라도 강한 내적 동기로 창의적 과업을 수행할 것으로 기대된다. 따라서 윤리적이고 창의적인 패션디자인에 대한 자기효능감을 촉진시킬 수 있는 요인들을 밝히는 연구가 절실하다.

본 연구에서는 Bandura의 자기효능감 이론(Bandura, 1977¹³⁾; 1991¹⁴⁾; 1994¹⁵⁾)에 근거하여 창의성과 패션디자인 윤리성에 대한 자기효능감에 영향을 미칠 수 있는 요인을 밝히는 것을 목적으로 하였다. 본 연구는 의류학 전공자들의 윤리적 패션디자인 의사결정을 유도할 수 있는 훈련방법을 제안하기 위한 기초연구로서 의의가 있으며, 대학에서의 패션디자인 교육에 다양한 실제적 시사점을 제공할 수 있을 것으로 본다.

II. 이론적 배경

1. 패션디자인 창의성의 정의와 촉진요인

의류학 분야에서의 학습 성과는 학생들의 창의성을 계발하는 것과 긴밀히 연관된다. 창의성은 학자들에 따라 다양하게 정의하고 있으며 무엇이 창의적인 것인가에 대해서는 다양한 논의가 존재한다. 학자들이 제시하는 창의성에 대한 정의는 적어도 세 가지의 관점에서 제시되어 왔는데, 이는 창의적인 과정, 창의적인 사람, 창의적 결과물이다.¹⁶⁾ Amabile(1982)¹⁷⁾은 창의성에 대한 객관적인 정의를 구하기 어려우므로 상황에 따라 조작적 정의를 사용하는 것이 적절하다고 보았다. 그러나 학자들은 정확한 정의가 없더라도 일반적으로 사람들이 창의성을 인식할 수 있고 어떤 것이 창의

적인 것인가에 대하여 대체로 동의한다고 하였다.¹⁸⁾¹⁹⁾ 본 연구에서는 Amabile(1983)²⁰⁾이 언급한 바와 같이 창의성을 새로움과 적절성을 동시에 갖춘 것을 의미하는 것으로 정의하고자 한다.

Harris(2012)²¹⁾는 창의적인 사람의 특징을 능력 및 태도, 그리고 과정으로 설명하였다. 그들에 따르면 개인의 능력으로서의 창의성은 창의적 사고, 즉 새로운 것을 만들어내고 풍부한 상상이 가능한 사고과정을 거쳐 문제 해결을 위한 다양한 해결책을 시각화할 수 있는 사고를 할 수 있는 능력을 통하여 표현된다. 한편, 태도로서의 창의성은 새로운 것을 받아들이는 태도, 즉, 많은 잠재적 가능성을 유연하게 고려하고 개선책을 찾는 습관을 지니는 것을 의미한다. 창의적인 사람은 또한 새로운 아이디어를 만들고, 정제시키고, 좀 더 나은 해결책을 찾고, 만족스러운 결과를 얻을 수 있을 때까지 노력을 계속하는 창의적인 과정을 따르는 것으로 알려져 있다. 따라서 창의성은 창의적 사고에 대한 능력과 함께 새로운 것을 받아들이고자 하는 태도와 창의적 과정을 수행하여 목표에 도달하고자 하는 의지력 등을 모두 요구함을 알 수 있다. 한편 주변적 영향이 개인이 창의성을 습관화하는 것을 도울 수도 있고 저해할 수도 있다. Harris(2012)²²⁾는 창의성에 이르는 데에 여러 가지 걸림돌이 있을 수 있다고 하였는데, 첫째, 문제가 발생했다! 둘째, 이건 해결할 수 없어! 셋째, 나는 할 수 없어! 넷째, 그렇지만 나는 창의적이지 않아! 다섯째, 그건 어린아이 같은 생각이야! 여섯째, 사람들이 뭐라고 할까? 일곱째, 나는 실패할지도 몰라! 등의 생각들을 예로 들었다. 그는 이러한 걸림돌들을 멘토링을 통하여 극복하게 도울 수 있다고 보았으며, 이를 위해서는 학생들이 자신의 생각이 걸림돌이 될 수 있음을 파악하도록 하는 것이 중요하다고 하였다.

Stenberg(2006)²³⁾는 창의성을 장려하기 위해서는 창의적일 수 있는 기회를 제공하고, 창의적 활

등을 장려하며, 자신의 능력을 발휘하는 데 창의적으로 성공한 사람에게 보상해 주어야 한다고 하였다. 또한 창의성을 장려하기 위해서는 사고방식의 차이를 이해하고 다양한 접근법을 수용하는 태도가 필요할 수도 있다. 왜냐하면 창의적인 습관을 가진 사람들은 일반 사람들과는 다른 시각에서 문제에 접근하며, 위험을 감수하고자 하는 의향이 크고 타인에 동조하기 보다는 자신의 신념을 주장하고자 하는 경향이 있기 때문이다. 그들은 남들이 이미 포기한 혁신을 이뤄내기 위하여 불편함을 감수하고 도전하기도 한다.²⁴⁾²⁵⁾ 또한 앞서 정의한 바와 같이 창의성은 새로움 또는 독창성 뿐 아니라 적합성 또는 유용성과도 연관된다. 따라서 창의적인 사람은 아이디어를 가공하여 가능하고 의미 있는 것으로 만들어 낼 수 있는 분석적인 능력을 갖추고 있다. 창의적인 사람은 그들의 혁신적 아이디어를 맥락에 맞고 실용적인 것으로 표현할 수 있다.²⁶⁾ 한편, 창의적인 사람들은 내부지향적 특성을 가지고 있어 과정에 대해 강하게 몰입하기도 한다.²⁷⁾ 즉, 이들에게는 내부적 동기가 과업의 수행에 강한 동기로 작용하는 경우가 많다.

2. 윤리적 패션디자인과 독창성

Joergens(2006)²⁸⁾은 윤리적 패션을 친환경 소재를 사용하여 노동자나 환경에 해를 입히지 않는 동시에 공정거래 원칙을 지키는 패셔너블한 의류 제품이라고 정의하였으며, 장남경(2011)²⁹⁾은 “친환경, 지속가능, 인권, 사회적 책임 등 사회적으로 실천해야 할 공동생활의 질서와 규범을 존중하는 디자인”이라고 하였다. 기존문헌에서 윤리적 패션은 주로 친환경 패션과 공정무역, 또는 사회공헌의 맥락에서 논의되고 있으나³⁰⁾³¹⁾³²⁾, 포괄적으로 정의되었을 때 윤리적 패션은 다양한 다른 관점을 포함하기도 한다.³³⁾³⁴⁾ 장남경(2013)³⁵⁾은 친환경 소재, 친환경 디자인, 윤리적 생산 외에도 표절하

지 않은 디자인, 안전한 디자인 등이 윤리적 패션 디자인을 위한 실천 방안이라 하였으며, 고현진(2010)³⁶⁾도 윤리적 패션디자인을 공생, 공유를 위한 디자인과 지속가능한 환경을 위한 에코 디자인으로 크게 구분하여 분석하였으나, 디자인의 독창성 관련 윤리의 문제도 자주 거론되어 온 문제 중의 하나임을 언급하였다. 본 연구에서는 특히 디자이너의 직업윤리 및 창의적 태도와 관련되는 표절하지 않은 디자인 측면에서의 디자인 윤리성, 즉, ‘패션디자인 독창성’에 초점을 맞추고자 한다.

Moran(2010)³⁷⁾에 따르면 창의성은 그것이 개발되고 있는 사회적 맥락에서 이해되어야 한다. 이재일, 이윤정(2013)³⁸⁾은 패션산업에 종사하는 전문가들과의 인터뷰를 통하여 그들이 패션에서의 창의성을 어떻게 정의하는지 알아보았다. 그들의 연구결과에 따르면 일부에서는 창의성을 새롭고 독창적인 것을 만들어 내는 것이라고 보았던 데 비하여, 기존의 디자인을 목표고객의 요구에 맞추어 변형하는 것도 창의적 활동이라고 보는 견해도 있었다. 또한 전반적으로 의복의 상품기획 과정에서는 새로운 디자인을 개발하기 위하여 기존의 디자인을 활용하는 것이 필수적인 것이라고 보는 견해가 일반적이었다.³⁹⁾ 이러한 창의성의 정의는 결국 기존의 디자인을 어느 수준까지 차용하는 것이 윤리적인가에 대한 논의로 이어질 수 있으며, 패션 디자인에서 차용과 표절을 나누는 판단기준이 명확하지 않은 것이 현실이다. 패션 분야에서 타인의 디자인을 그대로 베끼거나 비슷하게 따라하는 모방과 표절이 빈번함에도 불구하고⁴⁰⁾ 디자인 표절과 관련된 디자인 윤리에 대한 연구가 많지 않은 점은 패션에서의 창의성의 정의 또는 표절의 경계에 대한 판단이 모호한 것에 기인한다고 볼 수 있을 것이다.

패션디자인에서 표절에 대한 판단기준을 무엇으로 삼을 것인지 또는 패션디자인에 대한 법적 보호가 필요한지 여부에 대한 논의는 본 연구의

범위를 벗어난 주제이며 다른 연구(이재일, 이운정, 2013⁴¹); Lee et al., 2012⁴²)에서 심층적으로 논의된 바 있다. 그러나 패션디자인 저작권법의 실효성과 무관하게 비윤리적 동기로 실행되는 의도적인 표절 또는 모방은 디자이너가 독창성 및 창의성 추구를 포기하는 것이며⁴³, 그들의 양심과 직업윤리에 관련되는 비윤리적 행위로 볼 수 있을 것이다.⁴⁴⁴⁵ 산타클라라(Santa Clara) 대학교의 맥클라 응용 윤리 센터에서는 윤리적 논쟁이나 또는 패션디자인과 제품 개발 맥락에서 사례 연구들을 조사하는 데 이용될 수 있는 윤리적 의사결정체계를 제시하였다.⁴⁶ 그들은 다섯 가지의 유의할 사항들을 언급하고 있는데, 여기에는 첫째, 지적 재산을 윤리 문제로 인식할 것, 둘째, 독창적 디자인 또는 제품의 보호와 관련된 사항들을 연구하거나 이러한 보호의 결여 사항에 대해 연구할 것, 셋째, 패스트 패션, 녹오프, 특허, 상표권 및 패션 저작권법과 관련한 여러 대안들에 관한 윤리적 관점들을 평가할 것, 넷째, 현재 법과 향후 생길 수 있는 법들을 업무와 관련된 의사 결정에 적용하는 범위 내에서 의사를 결정하고 이를 시험할 것, 다섯째, 결정을 내린 후 그 결정을 실천하고 결과를 평가할 것 등이 포함되었다.

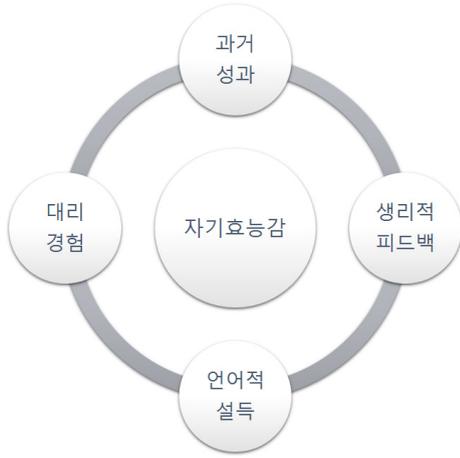
앞서 언급하였듯이 타인의 시각을 그대로 수용하는 것을 거부하고, 남들이 이미 포기한 이후에도 문제해결을 위한 혁신에 도전하는 것이 창의적인 사람의 특성임을 감안한다면, 창의적인 사람은 타인의 작품에 대한 표절 또는 모방을 거부하고 독창적인 가치를 만들어 내기 위한 노력을 그치지 않을 것이다. 따라서 교육을 통하여 창의적 습관을 훈련하고 계발하는 것은 동시에 윤리적 의사결정으로서의 ‘패션디자인 독창성’의 실천을 가능하게 하는 방안이 될 것이다.

3. 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감과 선행요인

창의적 행동과 윤리적 행동, 양쪽 모두 문제 해결 과정과 관련 있다.⁴⁷ 독창성으로 이어지는 창의성은 규범 행동을 넘어서 다양한 창의적 사고 처리 과정 기술들에 개입한다. 이와 비슷하게 윤리적 행동들은 문제 해결 과정들 즉 아이디어 내놓기, 해결책 모니터링, 전략적 사고, 행동 결과들 및 도덕적 의사 결정 과정들에 포함되는 것으로 보인다. 창의적 행동과 윤리적 행동, 양쪽 모두 자기 조절과 도덕적 판단에 관여한다.⁴⁸

Bandura(1991)⁴⁹는 사회 인지 이론을 통하여 자기 조절, 자기 동기 부여 및 도덕적 판단을 포함하는 것으로 설명하였다. 사회 인지 이론의 한 핵심 요소인 자기효능감은 사람들이 달성하기 희망하는 종류와 수준의 성과를 보일 수 있다고 자신의 능력에 대한 믿음을 발생시키는 데 핵심적인 역할을 하는 하나의 개념이다. 자기효능감에 대한 신념은 사람들이 느끼고, 생각하고 행동하는 방식에 대한 이해를 도우며 또한 동기 부여와 결과에 대한 선택의 근간이 된다.⁵⁰ 자기효능감에 대한 믿음이 강한 사람들은 목표 달성을 향한 남보다 더 강한 추진력을 갖고 있다. 그들은 어려운 과제들을 성공적으로 해결할 수 있는 자신의 능력에 대해 강한 확신을 보이며, 또한 그러한 난제들을 새로운 도전 과제들로 본다. 목표 달성을 향한 강한 헌신은 사람들에게 높은 자기효능감과 실패를 성공으로 전환시키는 데 필요한 문제 해결 과정들을 수행할 수 있는 장점과 융통성이 합쳐진 능력을 제공한다. 반면 자기효능감이 낮은 사람들은 그들이 바라는 결과가 그들의 통제 밖에 있다고 여기며 목표에 도달하는 것을 막는 방해물로 본다.⁵¹

<그림 1>에는 개인이 자기효능감에 영향을 미치는 요인들을 제시하고 있다. 과거 경험들에서 나온 성과 결과들(performance outcomes)은 개인의



〈그림 1〉 자기효능감의 4가지 선행요인
 (출처: Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. Psychological Review, 84(2), p.195를 바탕으로 재구성)

자신감과 자기효능감에 직접적인 영향을 미친다. 대리 경험들(vicarious experiences)은 다른 이들의 행동들을 모델링 하고, 유사한 행동들을 시각화하고 실천하는 것과 관련 있다. 언어적 설득(verbal persuasion)은 노력은 성공을 가져올 것이라는 확신을 키우는 데 도움을 줄 수 있는 다른 사람들에게 의한 격려(또는 좌절)과 멘토링을 받을 수 있는 기회를 제공한다. 아이러니하게도 사기를 꺾는 것은 격려가 자기효능감을 높이는 데 미치는 것보다 자기효능감을 낮추는 데 훨씬 더 크게 영향을 미친다. 생리적 피드백(physiological feedback)은 다양하게 해석할 수 있는 여지를 주는 정서 반응들에 대한 자기 인식의 한 형태이다. 즉, 자기효능감이 높은 사람은 두근거림과 같은 생리적 반응을 흥분으로 해석할 수 있지만, 반면 자기효능감이 낮은 사람은 공포로 반응할 수도 있다.⁵²⁾ 고등교육의 맥락에서 자기효능감을 조사한 한 연구결과에 의하면 교육자들에게는 학생들이 자기효능감을 높이고 결과적으로 그들의 성적을 높이는 데 도움을 줄 수 있는 멘토가 될 수 있는 기회가 상당히 많이 제공되는 것으로 나타났다.⁵³⁾

자기효능감은 활동에 대한 개인의 선택에도 영향을 미친다.⁵⁴⁾ 윤리적 문제를 해결하게 되었을 때, 높은 자기효능감을 가진 개인들은 어려운 과제들을 그들이 극복하기 위해 열심히 노력해야 할 도전 과제로 보고 적극적으로 문제에 임해 질적으로 좋은 결정을 내린다.⁵⁵⁾ 대학에서 의류학을 전공하는 학생들이 학업을 통해 창의성과 윤리성을 개발하도록 하기 위해서는 학생들에게 그들이 건전하고 윤리적인 의사 결정을 내릴 만큼 충분히 높은 자기효능감을 갖고 있다고 격려하는 한편 그들이 창의성 과정들을 적극적으로 추구하도록 장려하는 것이 반드시 필요하다.⁵⁶⁾ 따라서 Bandura (1977)⁵⁷⁾가 자기효능감에 영향을 미치는 것으로 제시한 선행요인들을 패션디자인의 윤리성 및 창의성의 차원에서 적용하여 검증해 보는 연구를 통하여 대학교육에서의 교육적 함의를 찾아볼 수 있을 것이다.

III. 연구 방법

1. 연구문제

본 연구는 자기효능감 이론(Bandura, 1977⁵⁸⁾; 1991⁵⁹⁾; 1994⁶⁰⁾)을 학생들의 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감을 연구하기 위한 이론적 틀로 이용하였다. 이에 따라 다음과 같은 연구문제를 도출하였다.

- 연구문제 1. 의류학 전공 학생들의 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감 수준은 어떠한가?
 연구문제 2. 학생들의 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감에 대한 선행요인들(과거 성과, 대리 경험, 언어적 설득, 생리적 피드백)과 인구통계적 특성이 미치는 영향은 어떠한가?

2. 설문조사

1) 측정도구

측정도구는 설문지로 문항은 선행연구에서 Bandura의 자기효능감에 대한 개념을 중심으로 제작하여 활용된 척도들(1)(62)과 대학생들과의 사전 면담결과를 참고하여 연구자가 직접 구성하였으며, 2명의 의류학 전문가가 측정내용의 타당성을 확인하여 의미가 불명확한 문항들을 수정하는 과정을 거쳤다.

설문지는 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감과 선행요인들을 측정하기 위한 척도, 인구통계적 변수 척도를 포함하였다. 즉, 자기효능감 5문항, 과거 성과 6문항, 대리 경험 5문항, 언어적 설득 7문항, 생리적 피드백 5문항, 사회적 기대 12문항의 리커트(Likert) 척도로 구성되었다. 또한 인구통계적 특성에 대한 척도로 생년, 학년, 성별, 거주지, 주관적 생활수준, 월평균 외모관리(의복포함) 지출액 등을 측정하였고, 해외경험이 윤리성이나 창의성에 영향을 줄 수 있을 것으로 판단되어 해외에서 패션디자인 수업을 수강한 경험여부를 측정하였다.

척도의 신뢰도를 확인하기 위하여 2015년 6월 의류학을 전공하는 50명의 대학생을 대상으로 예비조사를 실시하였으며, 그 결과 모든 주요변수들의 신뢰도가 .70 이상으로 적합한 것으로 판단되어 수정 없이 모든 문항을 그대로 본 조사에 사용하였다.

2) 자료수집 방법

자료의 수집은 온라인 설문을 통하여 이루어졌다. 먼저, 온라인 설문 사이트 서베이몽키(www.surveymonkey.com)의 설문구축 프로그램을 이용하여 온라인 설문을 구축하였다. 표집은 편의표집방법을 이용하였는데, 전국의 의류학 관련 학과에서 강의하는 10명의 교수들을 통하여 이 사이트에 접

속할 수 있는 URL을 배포하여 수강학생들이 설문에 참여하도록 독려할 것을 부탁하였다. 패션디자인 과제를 수행해 본 경험이 있는 학생들을 대상으로 하기 위하여 2학년 이상의 학생들이 수강하는 수업을 중심으로 설문을 실시하였다. 설문조사는 2015년 11월 11일부터 12월 8일 사이에 실시되었으며, 총 190부의 설문지가 회수되었으며 그 중 미완료된 응답 16부를 제외하고 174부가 최종 분석에 사용되었다.

3) 조사대상자 특성

조사대상자의 인구통계적 특성을 <표 1>에 제시하였다. 학생들의 연령은 평균 22.04세였으며, 학년은 1학년부터 대학원생까지 분포되어 있었고 2~4학년이 전체의 75%가량을 차지하였다. 거주지는 서울, 경기지역, 광역시, 기타 지방 등 다양하였으며, 주관적 생활수준은 중상 또는 중하로 분류한 경우가 80%로 가장 많았다. 의복을 포함한 월평균 외모관리비 지출은 10~20만원 사이가 가장 많았으며(30.5%), 그 다음이 20~30만원 사이로 약 53%에 해당하는 응답자들이 10만원에서 30만원 사이로 지출한다고 답하였다. 패션디자인을 해외에서 공부한 경험이 있었던 학생은 9명이었는데, 이들은 미국, 영국 등에서 한 학기(4개월) 이상 수학하였다고 답하였다.

IV. 연구결과

1. 변수의 신뢰도 및 기술통계분석 결과

1) 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감

먼저 연구의 종속변수인 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감의 측정신뢰도와 타당도를 파악하기 위하여 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다. 그 결과 5개의 문항은 하나의 요인으로 구성되어

〈표 1〉 조사대상자의 인구통계적 특성

변수	항목	n(%)	변수	항목	n(%)
성별	여자	121(69.5)	거주지	서울	48(27.6)
	남자	47(27.0)		경기·인천	27(15.5)
	무응답	6(3.4)		광역시	40(23.0)
학년	1학년	29(16.7)		기타 지방	56(32.2)
	2학년	52(29.9)		무응답	3(1.7%)
	3학년	39(23.0)	월평균 외모관리비 (의복 포함)	5만원 이내	9(5.2)
	4학년	40(23.0)		5~10만원	39(22.4)
	대학원	9(5.2)		10~20만원	53(30.5)
	무응답	5(2.9)		20~30만원	40(23.0)
주관적 생활수준	상상	3(1.7)		30~50만원	20(11.5)
	상하	8(4.6)		50만원 이상	8(4.6)
	중상	78(44.8)	무응답	5(2.9)	
	중하	64(36.8)	해외 패션교육 경험	없다	159
	하상	9(5.2)		있다	9
	하하	6(3.4)		무응답	6
	무응답	6(3.4)			
합계		174(100.0)	합계		174(100.0)

〈표 2〉 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감의 요인분석과 기술통계분석 결과

변수명	측정항목	부하량	고유치	설명변량% (누적변량%)	평균 (표준편차)
자기효능감 (alpha=.91)	나는 창의적이고 독창적인 패션디자인을 할 수 있다.	.90	3.69	73.87 (73.87)	3.30 (.78)
	나는 다른 사람들의 패션디자인을 모방하지 않고도 훌륭한 디자인을 해 낼 수 있다.	.90			
	나는 어떤 주제가 주어지더라도 창의적이고 독창적인 패션디자인을 만들어 낼 수 있다.	.85			
	나는 시간적 제약이 있을 때에도 창의적이고 독창적인 패션디자인을 만들어 낼 수 있다.	.85			
	나는 창의적이고 독창적인 패션디자인을 다양하게 전개시킬 수 있다.	.80			

있는 것으로 파악되었으며, 신뢰도 지수(크론바하의 알파)는 .78로 적절한 수준이었다. 문항에 대한 신뢰도 분석을 실시하였을 때 문항을 삭제하여도 신뢰도 지수에 큰 차이가 나타나지 않아 5개 문항의 평균을 구하여 종속변수를 계산하였다. 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감의 기술통계값과 신뢰도 분석결과를 <표 2>에 제시하였다. 창의적·윤리적 패션디자인에 대한 자기효능감은 5점 척도

에 3.30으로 중간 값(3)보다 약간 높은 점수를 보였다.

2) 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감의 선행요인

Bandura(1977)⁶³)가 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감의 선행요인으로 제안한 과거 성과, 대리 경험, 언어적 설득, 생리적 피드백은 총 23개의

<표 3> 선행요인의 요인분석과 기술통계 분석 결과

변수명	측정항목	부하량	고유치	설명변량% (누적변량%)	평균 (표준편차)
언어적 설득 (alpha=.81)	나는 패션디자인을 할 때 다른 사람의 작품을 표절하지 않도록 노력하는 것이 중요하다고 배웠다.	.83	4.19	16.48 (16.48)	3.74 (.69)
	나는 패션디자인을 할 때 법이나 윤리에 어긋나는 행위를 하지 않는 것이 중요하다고 배웠다.	.82			
	나는 다른 사람의 디자인을 모방하지 않고 독창적인 패션디자인을 하도록 지도 받았다.	.79			
	나는 다른 사람의 패션디자인을 도용하거나 허락 없이 베끼는 것이 옳지 않다고 배웠다.	.78			
	나는 패션디자인을 할 때 다른 사람의 작품을 참조하더라도 내 자신만의 창의적 요소를 반드시 추가해야 한다고 배웠다.	.54			
과거 성과 (alpha=.81)	나는 수업 중 과제로 나만의 독창적 패션 작품을 제출하여 칭찬을 받은 적이 있다.	.73	2.63	15.01 (47.18)	3.44 (.78)
	나는 다른 사람들이 만든 것과는 다른 독창적인 디자인을 제작하기 위하여 노력한 적이 있다.	.80			
	독창적인 나만의 패션디자인 아이디어를 시각적으로 다른 사람들에게 제시한 적이 있다.	.81			
	나는 다른 사람들의 작품을 모방하지 않고 독창적인 패션디자인을 만든 적이 있다.	.81			
대리 경험 (alpha=.77)	나는 독창적이면서도 윤리적인 패션디자인을 개발하는 디자이너를 본 적 있다.	.82	2.18	15.69 (32.17)	3.01 (.74)
	나는 다른 사람들의 작품을 베끼는 행위를 의식적으로 피하고 독창적인 패션디자인을 개발하는 디자이너를 알고 있다.	.80			
	내가 아는 패션디자이너가 다른 사람들의 작품을 참조할 때 표절을 하지 않기 위하여 노력하는 것을 본 적 있다.	.68			
	나는 수업 중이나 타인의 작업과정에서 독창적이고 윤리적인 패션디자인을 개발하는 사례를 본 적이 있다.	.66			
	나는 윤리적 패션디자인에 대해 들어보거나 그런 패션 작품을 접한 적 있다.	.60			
생리적 피드백 (alpha=.91)	나는 창의적이고 독창적인 패션디자인을 개발하는 일에 대해 스트레스를 느낀다.	.88	1.87	13.15 (60.33)	2.81 (.77)
	나는 창의적이고 독창적인 패션디자인을 개발하는 일에 대해 스트레스를 느낀다.	.86			
	나는 창의적이고 독창적인 패션디자인을 개발하는 일을 할 때 기분이 좋다.(R)	.69			
	패션디자인을 하는 것은 나를 기분 좋게 만드는 작업이다.(R)	.55			

문항으로 측정되었는데, 요인분석 결과 공유치(communality)가 작거나 1개 이상의 요인에 높게 부하한 문항들을 제외하고 고유치 1이상을 기준으로 요인수를 결정하고 직교회전을 이용한 요인분석을 실시하였다. 그 결과 18개의 문항이 의도했던 4개의 요인에 .50이상의 부하량을 보여 적도의

타당도를 확인할 수 있었다. 각 요인의 신뢰도는 .70 이상으로 적합한 수준으로 판단되었으며, 따라서 이 문항들의 요인점수를 이후의 분석에 사용하였다<표 3>.

첫 번째 요인은 언어적 설득으로 5개의 문항으로 구성되었으며, 총 변량의 16.48%를 설명하였으

며 이 척도의 신뢰도는 .81이었다. 이에 대한 응답은 5점 척도에 중간 값보다 큰 3.74의 평균값을 보여 수업 등을 통하여 독창성과 윤리성에 대한 언어적 설득을 대체로 많이 받는다고 응답하였다. 두 번째 요인은 과거 성과로 4개의 문항으로 구성되었으며, 총 변량의 15.01%를 설명하였고 신뢰도는 .81이었다. 평균값은 5점 척도의 3.44였다. 3번째 요인은 대리 경험으로 5개의 문항으로 구성되었으며, 신뢰도는 .77이었다. 응답자들의 평균점수는 5점 척도의 중간 값인 3.01이었다. 마지막 요인은 생리적 피드백으로, 4개의 문항으로 구성되었으며, 이 중 2개의 문항은 ‘스트레스를 느낀다’고 하는 부정적 정서의 경험에 대한 것이었고, 나머지 2개는 ‘기분이 좋다’라고 하는 긍정적 정서의 반응으로 역점수화하여 계산하였다. 즉, 생리적 피드백의 점수가 높을수록 부정적인 정서를 경험하는 경향이 높은 것을 의미한다. 이 척도의 신뢰도는 .77이었으며, 평균점수는 2.81로서 부정적 정서를 경험하는 정도는 낮은 편으로 나타났다.

2. 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감에 대한 선행요인들의 영향분석

Bandura(1977)⁶⁴⁾의 모델에서 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감에 대한 선행요인으로 제시된 4가지 변수들, 즉, 과거 성과, 대리 경험, 언어적 설득, 생리적 피드백 및 인구통계적 특성의 효과를 알아보기 위하여 단계적 회귀분석을 실시하였다. 먼저 단계1에서는 독립변수로서 4가지 선행요인들을 투입하였으며, 단계2에서 자기효능감에 영향을 미칠 것으로 판단되는 인구통계적 특성, 즉, 연령, 성별, 주관적 생활수준, 거주지(서울 및 수도권 1, 비수도권 0)를 투입하였다. 그 결과는 <표 4>에 요약되어 있다.

단계 1에서는 4가지 선행요인들을 투입하였는데, 이 모델의 결정계수(R^2)는 .40로 통계적으로 유의하였다($F=25.25, p<.001$). 특히 과거 성과($\beta=.20, t=3.24, p<.01$), 대리 경험($\beta=.21, t=3.29, p<.01$), 생리적 피드백($\beta=-.56, t=-8.85, p<.001$)의 회귀계수가 통계적으로 유의하였다. 과거 성과와 대리 경험은

<표 4> 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감에 영향을 미치는 요인에 대한 회귀분석 결과

종속변수	독립변수	β	t	R^2	ΔR^2	F
창의적·윤리적 패션디자인 자기효능감	단계 1					
	언어적 설득	.04	.55			
	과거 성과	.20	3.24**	.40		25.25***
	대리 경험	.21	3.29**			
	생리적 피드백	-.56	-8.85***			
	단계 2					
	언어적 설득	.04	.66			
	과거 성과	.21	3.18**			
	대리 경험	.20	3.31**			
	생리적 피드백	-.51	-7.81***	.45	.05	13.24***
연령	-.07	.88				
성별(여성)	-.18	-2.88**				
소득수준	.09	.09				
해외교육경험	.01	.01				
거주지(수도권)	-.05	-.74				

** $p<.01$, *** $p<.001$

패션디자인 독창성에 대한 자기효능감에 대해 정적인 효과가 있었으며, 생리적 피드백은 부적인 효과가 있어 과거에 창의적·윤리적 패션디자인을 수행한 경험이 있거나, 다른 사람이 이러한 작업을 하는 것을 지켜본 경험이 있는 경우, 그리고 이러한 작업에 대한 스트레스를 적게 받는 경우 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감이 높은 것으로 나타났다.

인구통계적 변수의 효과를 통제하였을 때에도 선행요인들의 효과가 유의한지 확인하기 위하여 단계 2에서는 연령, 성별, 소득수준, 해외교육경험, 거주지 등을 추가로 투입하였다. 단계 2의 모델도 유의한 결과를 나타냈으며($R^2=.45$, $F=13.24$, $p<.001$), 결정계수는 .05가 상승하였다. 단계 2에서도 과거 성과, 대리 경험, 생리적 피드백은 마찬가지로 유의한 설명력을 보였으며, 새로이 투입된 인구통계적 변수 중에는 성별(여성)만이 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감에 대해 유의한 부적 상관을 가지는 것으로 나타났다($\beta=-.18$, $t=-2.88$, $p<.01$).

3. 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감의 선행요인들과 개인적 특성의 관계

패션디자인 독창성에 대한 자기효능감의 4가지 선행요인들과 응답자들의 개인적 특성의 상관관계를 알아보기 위하여 피어슨의 상관계수를 계산한 결과를 <표 5>에 제시하였다.

상관분석 결과 연령은 언어적 설득, 과거 성과,

생리적 피드백과 유의한 정적 상관이 있었으며, 학년은 과거 성과 및 생리적 피드백과 유의한 정적 상관이 있었다. 성별(여)과 해외교육경험은 생리적 피드백과 유의한 정적 상관을 가졌다. 거주지(서울 및 수도권)와 과거의 성과, 생리적 피드백도 정적 상관을 보였다.

V. 결론 및 시사점

본 연구는 Bandura의 자기효능감 이론(1977)⁶⁵⁾에 근거하여 의류학 전공 학생들의 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감 수준을 알아보고 이에 대한 선행요인들(과거 성과, 대리 경험, 언어적 설득, 생리적 피드백)과 인구통계적 특성의 영향을 알아보는 것을 목적으로 하였다. 이를 위하여 전국의 의류학 관련 학과에서 패션디자인 과제를 수행해 본 경험이 있는 학생들을 대상으로 2015년 11월 11일부터 12월 8일 사이에 설문조사를 실시하였고, 총 174부를 분석하였다.

Bandura(1977)⁶⁶⁾의 모델에서 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감에 대한 선행요인으로 제시된 4가지 변수들, 즉, 과거 성과, 대리 경험, 언어적 설득, 생리적 피드백 및 인구통계적 특성의 효과를 알아보기 위하여 단계적 회귀분석을 실시하였다. 그 결과 과거에 창의적·윤리적 패션디자인을 수행한 경험이 있거나, 다른 사람이 이러한 작업을 하는 것을 지켜본 경험이 있는 경우, 그리고 이

<표 5> 자기효능감의 선행요인(언어적 설득, 과거 성과, 대리 경험, 생리적 피드백)과 개인적 특성의 상관관계분석 결과

	언어적 설득	과거 성과	대리 경험	생리적 피드백
연령	.20*	.30**	.01	.19*
학년	.11	.31**	-.08	.25*
성별(여)	-.01	-.08	.01	.16*
소득수준	.04	.16*	.01	-.01
해외교육경험	.01	.15	.09	.20*
거주지(서울 및 수도권)	.02	.18*	.00	.18*

* $p<.05$, ** $p<.01$

러한 작업에 대한 스트레스를 적게 받는 경우 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감이 높은 것으로 나타났다. 이러한 경향은 인구통계적 특성을 통제하였을 때에도 변화가 없었으며, 인구통계적 특성 중에서는 성별만이 유의한 효과가 있는 것으로 나타났는데, 여성보다 남성이 패션디자인 독창성에 대한 자기효능감이 높은 것으로 나타났다. 이는 남성이 학업 등 다른 영역에서 높은 자기효능감을 보인 선행연구(Bedel, 2016⁶⁷); Huang, 2013⁶⁸)의 결과와 일치한다.

패션디자인 독창성에 대한 자기효능감의 4가지 선행요인들과 응답자들의 개인적 특성 간의 상관 분석 결과 연령은 언어적 설득, 과거 성과, 생리적 피드백과 유의한 정적 상관이 있었으며, 학년은 과거 성과 및 생리적 피드백과 유의한 정적 상관이 있었다. 연령 또는 학년이 높을수록 언어적 설득 또는 과거 성과가 높은 것은 그만큼 경험이 많기 때문으로 판단된다. 연령 및 학년이 높을수록 창의적이고 윤리적인 디자인을 개발하는 것에 대한 스트레스도 높은 점은 주목할 만한 결과로 보인다. 성별(여)과 해외교육경험은 생리적 피드백과 유의한 정적 상관을 가졌는데, 이는 여학생일수록 그리고 해외에서 교육받은 경험이 많을수록 창의적이고 윤리적인 과제에 대한 스트레스를 많이 받는 것을 의미한다. 이는 남학생에 비하여 여학생이 정서적으로 민감함을 보여주는 결과이다. 해외교육경험이 있었던 응답자들이 대체로 미국 또는 유럽에서의 교육을 받았던 점을 감안하면, 이들 나라에서는 윤리성 또는 창의성에 대한 요구가 더 크기 때문에 이에 대한 스트레스도 더 받는 것으로 보인다. 거주지(서울 및 수도권)와 과거의 성과, 생리적 피드백도 정적 상관을 보였는데, 서울 및 수도권 지역의 학생들이 창의적인 작업에 대한 경험도 더 많고 이러한 과제에 대한 스트레스도 더 많이 받는 것으로 나타났다.

본 연구의 목적은 의류학을 전공하는 학생들의

창의력을 높이고 학생들의 윤리적 결정에 도움을 줄 수 있는 방법들을 제안하기 위한 기초자료를 제공하는 것이었다. 기존에 Bandura의 자기효능감에 대한 선행변수에 관한 이론을 의류학 분야에서 활용하여 검증한 연구가 없었으며, 패션디자인의 독창성에 대한 자기효능감에 대한 연구가 전무했음을 감안할 때 본 연구의 의의가 크다고 할 수 있다. 본 연구의 결과를 반영하여 의류학 교과과정 내에서 디자인과 머천다이징에 관련된 법적, 윤리적 문제들에 대해 멘토로서 도움을 제공함과 동시에 학생들의 창의성을 높이는 데 집중하는 강좌를 개설하는 것이 반드시 필요할 것이다. 특히 패션 저작권과 지적 재산권 보호법을 윤리적 문제로서 다룰 필요가 있는데, 이러한 문제들은 디자인이 윤리적 의사 결정을 하는데 지식 기반을 제공하기 때문이다.

본 연구의 결과는 수업 중에 교수들이 취하는 접근 방식들에 따라 창의성 또는 디자인 윤리성이 장려될 수도 있고 아니면 반대로 저하될 수 있다는 점을 보여준다. 지금까지 일반적으로 창의성은 학생들이 천성적으로 가지고 있는 요소라고 여겨져 왔다. 그러나 본 연구에서 강조한 창의성과 윤리적 의사 결정의 연관성을 고려해 보면, 디자이너는 전문 직업인으로서 사회적 책임과 윤리성을 갖춘 행동들이 창의성과 상호 연관성을 갖는다는 점을 고려해야 할 것이다. 뉴욕의 패션전문교육기관인 FIT(Fashion Institute of Technology)에서는 패션과 관련된 법을 다루는 강좌를 신설하면서 패션저작권에 관하여 심도 있게 다루고 있다. 이와 같이 해외에서는 의류학 교과과정에 이러한 윤리적 문제에 대한 고려를 많이 포함시키는 방향으로 나아가고 있다. 우리나라에서도 학생들에게 창의성과 윤리성을 교육하면서 지적재산권의 문제를 다루는 수업을 개설하는 것도 필요할 것이며, 이때 자기효능감 접근법을 채택한다면 학생들이 강한 자신감과 확신을 갖고 창의성과 윤리에 접근하

도록 도울 수 있을 것이다.

Bandura(1977)⁶⁹⁾가 밝혀낸 자기효능감의 4가지 선행 요인들을 고려함으로써 수업 중에 프로젝트들이 진행되는 동안 학생들의 창의성에 보상을 한다면 학생들이 자기효능감을 높이는 데 도움을 줄 수 있다. 학생들이 창의성을 발휘할 수 있는 기회들을 제공하는 것은 학생들이 창의성 과정에 대한 이해를 높이고 또한 창의성 과정에 참여하도록 도움을 줄 수 있다. 이러한 창의성 훈련들은 학생들이 창의성을 실천할 수 있는 기회들을 늘려줄 뿐만 아니라 그들의 창의적, 비판적 사고 기술들을 발전시키는 데 도움이 될 수 있을 것이다. 또한 창의적 아이디어의 영감이 되는 자료들의 저작권법에 맞게 올바르게 사용하는 것을 훈련시키고 창의적 영감을 문서화하는 작업을 요구함으로써 학생들에게 윤리적 행동을 하도록 강조할 수 있다.

본 연구의 결과에서 학생들 자신의 과거 수행성과 뿐 아니라 대리 경험도 자기효능감의 고양에 도움이 되는 것으로 나타났다. 이는 다양한 시나리오들과 사례 연구들과 전문 직업인으로 활동하는 환경에서 창의성을 적용하는 실천을 통해 대리 경험의 기회를 제공하는 것이 유용함을 의미한다. 본 연구의 결과에서 언어적 설득은 학생들의 자기효능감에 유의한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 이는 수업이나 프로젝트를 수행하는 데 있어서 강의를 통한 언어적 설득과 인지적 이해보다는 직접, 간접적 경험이 더 큰 영향력을 가지는 것을 의미한다. 즉, 수업 중에 학생들 스스로가 디자인 독창성을 경험하거나 독창적인 디자인을 수행하는 과정을 직접 지켜볼 수 있는 활동에 참여할 수 있도록 하는 교수법의 개발이 요구된다.

언어적 설득이 유의한 영향을 주지 못했던 점은 한편으로는 기존의 패션디자인 수업에서 학생들에게 충분한 윤리적, 법적 문제에 대한 논의 및 논쟁의 기회가 주어지지 않았기 때문으로 해석할 수도 있을 것이다. 학생들이 직접, 간접적 경험을

수행하는 과정에서 디자인과 창의적 과정들과 관련된 윤리적, 법적 문제들을 논의하고 논쟁하게 된다면 언어적 설득의 기회를 얻을 것이며 또한 그들 스스로 다른 사람들을 언어적으로 설득할 수 있는 능력 또한 키울 수 있을 것이다.

마지막으로 부정적인 생리적 피드백의 효과가 자기효능감에 영향을 미쳤던 점을 고려하면, 학생들이 긍정적으로 동기를 부여 받고 두려움과 스트레스로부터 벗어날 수 있도록 유도하는 것도 중요할 것이다. 창의적이고 윤리적인 창작과정이 스트레스를 주는 작업이 아니라 기분 좋은 활동이 될 수 있도록 적절한 정서적 보상을 제공하는 것이 필요할 것이다.

참고문헌

- 1) Lee, J., Lee, Y., Salusso, C. & Lin, J. (2012. 11). Intellectual Property Law (fashion copyright) in fashion design and its implication on Clothing and Textiles higher education, Paper presented at a special topic session for 2012 International Textile and Apparel Association Annual Conference, Honolulu.
- 2) Hemphill, C. & Suk, J. (2009). The law, culture, and economics of fashion, *Stanford Law Review*, 61(5), pp.1147-1199.
- 3) 이재일, 이윤정 (2013). 패션디자인 저작권법에 대한 논의와 미국 패션업계 실무자들의 패션상품기획 과정에서의 창의성에 대한 인식, *디자인포럼*, 49(-), pp. 323-334.
- 4) Markkula Center for Applied Ethics (2009. 5). A framework for thinking ethically, 자료검색일 2013. 12. 15. <http://www.scu.edu/ethics/practicing/decision/framework.html>
- 5) Paulins, V. A. & Hillery, J. L. (2009). *Ethics in the fashion industry*, New York: Fairchild, p.XV.
- 6) 이유리, 김선우, 신주영, 윤창상, 이성지 (2009). 패션산업 윤리의 이해, *과주: 교문사*, p.176.
- 7) 고은주, 김은영, 박경애, 박은주, 성희원, 이미영, 이승희, 이윤정 (2009). 패션마케팅: 현재와 미래, *과주: 교문사*, pp.88-129.
- 8) 유흥식 (2012). 패션산업에서의 윤리적 패션: 지속가능한 패션의 실천 사례를 중심으로, *한국패션디자인학회지*, 12(2), pp.39-57.
- 9) 이유리, 김선우, 신주영, 윤창상, 이성지. *앞의 책*, p. 7.
- 10) 장남경, 이준옥 (2014). 윤리적 패션 인증제도 구축

- 을 위한 탐색적 조사, 한국패션디자인학회지, 14(2), pp.143-156.
- 11) 이재일, 이윤정. 앞의 책, p.325.
 - 12) Bandura, A. (1994). Self-efficacy. In V. S. Ramachaudran (Ed.)(1994), *Encyclopedia of Human Behavior* (4), New York: Academic Press, pp.71-81.
 - 13) Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change, *Psychological Review*, 84(2), pp.191-215.
 - 14) Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp.248-287.
 - 15) Bandura, A. (1994). 앞의 책, pp.71-81.
 - 16) Amabile, T. M. (1983). The Social Psychology of Creativity: A Componential Conceptualization, *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(2), pp.357 - 377.
 - 17) Amabile, T. M. (1982). Personality processes and individual differences, *Journal of Personality and Social Psychology*, 42(5), pp.997-1013.
 - 18) 위의 책, p.991.
 - 19) Barron, F. & Harrington, D. M. (1981). Creativity, intelligence, and personality, *Annual Review of Psychology*, 32(-), pp.439-476.
 - 20) Amabile, T. M. (1983). 앞의 책, p.991.
 - 21) Harris, R. (2012. 4. 2). Introduction to creative thinking, *VirtualSalt*, 자료검색일 2014. 1. 24. <http://www.virtualsalt.com/crebook1.htm>
 - 22) 위의 책.
 - 23) Sternberg, R. J. (2006). The nature of creativity, *Creativity Research Journal*. 18(1), pp.87-98.
 - 24) Sternberg, R. J. & Lubart, T. (1991). An investment theory of creativity and its development, *Human Development*, 34(1), pp.1-31.
 - 25) Sternberg, R. J. (2012). The assessment of creativity: an investment-based approach, *Creativity Research Journal*, 24(1), pp.3-12.
 - 26) 위의 책, p.3.
 - 27) Sternberg, R. J. & Lubart, T. 앞의 책, p.1.
 - 28) Joergens, C. (2006). Ethical fashion: myth or future trend?, *Journal of Fashion Marketing Management*, 10(3), pp.360-371.
 - 29) 장남경 (2011). 윤리적 패션디자인을 위한 실천 방안, *기초조형학연구*, 12(6), p.350.
 - 30) 문희강, 추호정, 박혜선, 백은수 (2013). 윤리적 패션소비에 대한 혜택 및 위험지각이 소비자 태도와 행동의도에 미치는 영향, *한국의류학회지*, 37(2), pp.159-173.
 - 31) 유흥식. 앞의 책, p.20.
 - 32) 장남경 (2013). 윤리적 패션디자인을 위한 상품개발 프로세스: 공정무역 시스템 관점에서, *복식*, 63(1), pp.17-27.
 - 33) 이유리, 김선우, 신주영, 윤창상, 이성지. 앞의 책, p.4.
 - 34) Paulins, V. A. & Hillery, J. L. 앞의 책, p.36.
 - 35) 장남경 (2013). 앞의 책, p.18.
 - 36) 고현진 (2010). 윤리적 패션디자인, *복식*, 60(8), pp.151-167.
 - 37) Moran, S. (2010). The roles of creativity in society, In J. C. Kaufman & R. J. Sternberg (Eds.)(2010), *The Cambridge handbook of creativity*, Cambridge: Cambridge University Press, pp.74-90.
 - 38) 이재일, 이윤정. 앞의 책, pp.323-334.
 - 39) 위의 책, p.329.
 - 40) 장남경 (2011). 앞의 책, p.356.
 - 41) 이재일, 이윤정. 앞의 책, pp.323-334.
 - 42) Lee, J., Lee, Y., Salusso, C. & Lin, J. 앞의 책.
 - 43) 장남경 (2011). 앞의 책, p.356.
 - 44) 고현진. 앞의 책, p.160.
 - 45) 이유리, 김선우, 신주영, 윤창상, 이성지. 앞의 책, p.226.
 - 46) Makkula Center for Applied Ethics. 앞의 책.
 - 47) Mumford, M. D., Waples, E. P., Antes, A. L., Brown, R. P., Connelly, S., Murphy, S. T. & Devenport, L. D. (2010). Creativity and ethics: The relationship of creative and ethical problem-solving, *Creativity Research Journal*, 22(1), pp.74-89.
 - 48) 위의 책, p.85.
 - 49) Bandura, A. (1991). 앞의 책, p.71.
 - 50) Bandura, A. (1994). 앞의 책, p.248.
 - 51) Bandura, A. (1991). 앞의 책, p.71.
 - 52) Bandura, A. (1977). 앞의 책, p.191.
 - 53) Dinther, M., Dochy, F. & Segers, M. (2011). Factors affecting students' self-efficacy in higher education, *Educational Research Review*, 6(2), pp.95-108.
 - 54) Bandura, A. (1994). 앞의 책, p.248.
 - 55) Zulkosky, K. (2009). Self-efficacy: A concept analysis, *Nursing Forum*, 44(2), pp.93-102.
 - 56) Dinther, M., Dochy, F. & Segers, M. 앞의 책, p.100.
 - 57) Bandura, A. (1977). 앞의 책, p.191.
 - 58) 위의 책.
 - 59) Bandura, A. (1991). 앞의 책, p.71.
 - 60) Bandura, A. (1994). 앞의 책, p.248.
 - 61) 김연하, 김양은 (2008). Bandura의 교사 자기효능감 척도 요인구조 분석, *유아교육연구*, 28(2), pp.169-191.
 - 62) 김아영 (2007). 학업적 자기효능감: 이론과 현장 연구, 서울: 학지사, pp.363-464.
 - 63) Bandura, A. (1977). 앞의 책, pp.191-215.
 - 64) 위의 책.
 - 65) 위의 책.
 - 66) 위의 책.
 - 67) Bedel, E. F. (2016). Exploring academic motivation, academic self-efficacy and attitudes toward teaching in pre-service early childhood education teachers, *Journal of Education and Training Studies*, 4(1), pp.142-149.

- 68) Huang, C. (2013). Gender differences in academic self-efficacy: a meta-analysis, *European Journal of Psychology of Education*, 28(1), pp.1-35.
- 69) Bandura, A. (1977). 앞의 책, pp.191-215.

Fostering Creativity and Ethical Fashion Design Self-Efficacy among Fashion Design & Merchandising Students

Lee, Yoon-Jung* · Salusso, Carol J.* · Lee, Jaeil**

Professor, Department of Home Economics Education, Korea University[†]

Associate Professor, Department of Apparel Design, Merchandising and Textiles, Washington State University[†]

Professor, Department of Family and Consumer Sciences, Seattle Pacific University^{**}

Abstract

The purpose of this study was to examine the influences of performance outcomes, oral persuasion, vicarious experience, and physiological feedback on fashion design and merchandising students' creativity and ethical fashion design self-efficacy, based on Bandura's theory. In order to foster both creativity and ethics among apparel design and merchandising students in higher education, it is essential to encourage students to have sufficiently high self-efficacy to make sound ethical decisions while actively pursuing their creative processes. South Korean college students majoring in fashion design and merchandising from ten different universities were surveyed through an online survey website. A total of 174 questionnaires were collected. Stepwise regression was used to analyze the data. On the first stage, creativity and ethical fashion design self-efficacy was regressed on performance outcomes, oral persuasion, vicarious experience, and physiological feedback. On the second stage, the dependent variable was regressed on demographic characteristics including age, gender, residence, and subjective social status in addition to the four precedent variables entered on the first stage. The results showed that performance outcomes and vicarious experience are positively correlated with self-efficacy and physiological feedback is negatively correlated with self-efficacy, even when the effects of demographic characteristics were controlled for. Among the demographic variables that were added on the second stage, only gender had significantly positive relationship with self-efficacy. Specifically, men showed higher creativity and ethical fashion design self-efficacy than women. Educational implications were suggested based on the results for the educators at a higher education level.

Keyword : fashion design originality, self-efficacy, performance outcomes, oral persuasion, vicarious experience, physiological feedback