www.ksfd.co.kr

KSFD 사단법인 한국패션디자인학회
The Korean Society of Fashion Design

2022 한국패션디자인학회 추계학술대회

패션 디자인 세계의 확장

Expansion of the World of Fashion Design

2022년 **11**월 **12**일(토) 09:30 - 17:00

한남대학교 56주년기념관, 온라인(www.ksfd.co.kr)

주제강연 1 디지털 자아(Digital Ego): 미래도시 패셔니스타 분캐들의 연옥
| 선 승 혜 | 대전시립미술관 관장

주제강연 2 메타버스 미래를 위한 실감 콘텐츠 기술 동향, 가상 공간 생성에서 AI 패션 디자이너 · 모델까지
| 정 일 권 | 한국전자통신연구원 콘텐츠연구본부 본부장

특 별 세 션 디지털 콘텐츠와 스토리텔링

디지털서사와 포스트휴먼의 시대
| 장 노 현 | 한남대학교 국어국문·창작학과 교수

디지털과 문화유산이 만날 때 - 디지털문화유산(Digital Heritage) 분야 소개
| 안 재 홍 | KAIST 문화기술대학원 초빙교수

물리적 한계를 넘어서는 융합, 디지털 패션
| 김 수 진 | VMOD – Fashion Creative Labs 크리에이티브 총괄 디렉터

주최 (사)한국패션디자인학회

후원 한남대학교 Hannam University PFIN Creative Thinkers 교문사

www.ksfd.co.kr

KSFD 사단법인 한국패션디자인학회
The Korean Society of Fashion Design

2022 한국패션디자인학회 추계학술대회

패션 디자인 세계의 확장

Expansion of the World of Fashion Design

| **일시** | 2022년 11월 12일(토) 09:30 - 17:00

| **장소** | 한남대학교 56주년기념관, 온라인(www.ksfd.co.kr)

| **주최** | (사)한국패션디자인학회

| **후원** | 한남대학교, (주)PFIN, (주)교문사

한남대학교 Hannam University

PFIN Creative Thinkers

교문사

2022 한국패션디자인학회 추계학술대회 조직위원

조직위원장	최윤미(충남대)	
조 직 위 원	고현진(건국대)	권유진(방송통신대)
	김은경(계명대)	노주현(충남대)
	마진주(홍익대)	박주희(국민대)
	양은경(연세대)	이세리(이화여대)
	이종석(경북대)	전재훈(서울대)
	최수아(단국대)	

인 사 말

한국패션디자인학회 회원 여러분, 안녕하십니까?

2022년 한국패션디자인학회 추계학술대회를 대전 한남대학교 56주년기념관과 온라인에서 동시 진행합니다. 이번 추계학술대회는 빠르게 변화하는 세상과 현재의 교육과 산업 현장을 살펴보면서 미래의 패션 디자인 분야에 대해 함께 생각하고자 "패션 디자인 세계의 확장"이라는 주제로 마련하였습니다.

주제 강연으로 선승혜 대전시립미술관장님의 "디지털 자아(Digital Ego): 미래도시 패셔니스타 분캐들의 연옥", 정일권 한국전자통신연구원 콘텐츠연구본부장님의 "메타버스 미래를 위한 실감 콘텐츠 기술 동향, 가상 공간 생성에서 AI 패션디자이너·모델까지"가 진행됩니다. 특별 세션은 현실과 가상공간에서 세계관의 확장이 중요해짐에 따라 "디지털 콘텐츠와 스토리텔링"을 주제로 장노현 한남대학교 국어국문·창작학과 교수님의 "디지털서사와 포스트휴먼의 시대", 안재홍 KAIST 문화기술대학원 초빙교수님의 "디지털과 문화유산이 만날 때- 디지털문화유산(Digital Heritage) 분야 소개", 김수진 VMOD- Fashion Creative Labs의 크리에이티브 총괄 디렉터님의 "물리적 한계를 넘어서는 융합, 디지털 패션"에 관한 강연과 토론이 이어집니다. 패션 디자인 영역의 확장과 다양한 콘텐츠 발굴을 위해 올해 본 학회가 대전정보문화산업진흥원과 함께 주최, 주관한 "2022 웹툰콘텐츠 융합(웹툰X메이커)을 통한 굿즈 디자인 대학생 공모전"의 수상자 시상식도 진행합니다.

이번 학술대회 강연자로 귀한 경험과 지식을 공유해주시는 연사님들과 학술대회를 준비하신 조직위원님들, 임원님들, 그리고 학술대회에서 연구 결과를 발표하시고, 참여하시는 모든 회원들과 학생들께 감사드립니다.

본 학술대회를 통해 다양한 분야의 저명한 연사님들과 미래 패션 분야의 주요 연구 주제를 탐색하고 논의하면서, 연구와 교육에 도움이 되는 자리가 되길 바랍니다. 감사합니다.

2022년 11월 12일

2022 추계학술대회 조직위원장 최윤미
사단법인 한국패션디자인학회 회장 김윤희

2022 한국패션디자인학회 추계학술대회

일시 : 2022년 11월 12일(토) 09:30~17:00
장소 : 한남대학교 56주년기념관, 온라인(Zoom)

시간 (장소)	내용 및 발표	사회 및 좌장
09:30 - 09:40	**개회** **학회장 인사** – 김윤희 회장(한남대)	최윤미 조직위원장 (충남대)
09:40 – 10:00	**정기총회**	노주현 총무 (충남대)
10:00 – 10:50	**주제강연 1: "디지털 자아(Digital Ego): 미래도시 패셔니스타 분캐들의 연옥"** - 선승혜 (대전시립미술관 관장)	박주희 조직위원 (국민대)
10:50 – 11:40	**주제강연 2: "메타버스 미래를 위한 실감 콘텐츠 기술 동향, 가상 공간 생성에서 AI 패션 디자이너·모델까지"** - 정일권 (한국전자통신연구원 콘텐츠연구본부 본부장)	최윤미 조직위원장 (충남대)
11:40 - 12:00	**제13회 대학생 디자인 공모전 시상식**	김은경 전시위원장 (계명대)
12:00 – 13:00	**휴식**	
13:00 - 14:30	**특별세션: "디지털 콘텐츠와 스토리텔링"** - "디지털서사와 포스트휴먼의 시대" (장노현, 한남대학교 국어국문·창작학과 교수) - "디지털과 문화유산이 만날 때 - 디지털문화유산(Digital Heritage) 분야 소개" (안재홍, KAIST 문화기술대학원 초빙교수) - "물리적 한계를 넘어서는 융합, 디지털 패션" (김수진, VMOD - Fashion Creative Labs 크리에이티브 총괄 디렉터)	한아영 교수 (상명대)
14:40 – 16:00	**논문 구두 발표 및 질의 응답**	
	Session 1 (한남대학교 56주년 기념관, Zoom)	전재훈 교수(서울대)
	Session 2 (Zoom)	최수아 교수(단국대)
	Session 3 (Zoom)	양은경 교수(연세대)
16:00 – 16:40	**논문 포스터 발표 및 질의 응답**	권유진 교수 (방송통신대)
16:40 – 17:00	**대학생 디자인 공모전 우수지도자상, 우수사독상, 우수논문발표상 시상** **폐회**	노주현 총무 (충남대)

* 논문 구두 발표 Session 2와 Session 3, 논문 포스터 발표는 Zoom으로만 진행되고, 이외 모든 일정은 한남대학교 56주년기념관 중회의장과 Zoom으로 동시 진행됩니다.

논문 구두 발표

Session 1

좌장 전재훈(서울대) 한남대학교 56주년기념관 중회의장, Zoom

no.	시간	제 목	발표	토론
O01	14:40~14:55	발렌시아가 디지털 패션 필름의 특성	서윤진*, 임은혁 (성균관대)	노주현 (충남대)
O02	14:55~15:10	SNS관여도에 따른 글로컬리즘 특성이 컨셔스 패션디자인 인식에 미치는 영향 - MZ세대를 대상으로 -	성현지*, 이준화 (계명대)	권하진 (서울여대)
O03	15:10~15:25	바이오모픽 표현특성을 적용한 패션디자인 연구 - 3D 프린팅 활용을 중심으로 -	이상희*, 이종석 (경북대)	정다울 (창원대)
O04	15:25~15:40	패션 산업에 대한 동물보호 액티비즘 - PETA의 활동을 중심으로 -	정지운*, 전재훈 (서울대)	박현정 (우석대)

* 발표자

Session 2

좌장 최수아(단국대) Zoom

no.	시간	제 목	발표	토론
O05	14:40~14:55	21세기 글로벌 패션 브랜드의 언택트 지속가능경영 연구	추유미*, 정현숙, 김혜경 (동덕여대)	박은경 (인천대)
O06	14:55~15:10	빈티지 제품에 대해 인식 및 소비 - 한국과 중국 소비자 대상으로 -	왕유에*, 이규혜 (한양대)	이혜원 (가톨릭대)
O07	15:10~15:25	국내 골프웨어 마켓의 변화 및 신규 브랜드의 전략 분석	류연주*, 이세리 (이화여대)	안가영 (한국섬유산업 연합회)
O08	15:25~15:40	K-pop 아티스트의 패션에서 나타나는 문화적 전유	유해민*, 전재훈 (서울대)	김혜수 (배화여대)

* 발표자

Session 3

좌장 양은경(연세대) Zoom

no.	시간	제 목	발표	토론
O09	14:40~14:55	토포그래피 등고선의 이미지를 응용한 패션디자인 연구 - 점이원리를 중심으로 -	김진향*, 주보림 (이화여대)	김승현 (국민대)
O10	14:55~15:10	은유추출기법을 활용한 패션의 재미유발 요소 분석	양의영*, 하지수 (서울대)	권지현 (수원대)
O11	15:10~15:25	디지털 기반 대중 참여형 co-creation의 특성	김민지*, 이지현 (연세대)	권정숙 (경남대)
O12	15:25~15:40	자기장에 반응하는 페로플루이드의 이미지를 응용한 버추얼 헤드피스 디자인	김유성*, 이세리 (이화여대)	권상희 (전주대)

* 발표자

논문 포스터 발표

사회 권유진(방송통신대) 질의 응답 시간 16:00-16:40

Zoom

no.	제 목	발표
P01	헤어숍 고객의 선택속성에 따른 고객 만족도 및 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구	김모남, 박한힘 (계명대)
P02	해외 인터넷 기사를 활용한 가방 디자인 트렌드 분석	하승연(국립공주대)
P03	팀워커의 패션이미지와 환상성	고예지, 주보림(이화여대)
P04	온라인 패션 렌탈 이용자의 지속 이용에 대한 영향 요인 분석 - 중국 20~30대 여성을 대상으로 -	오희선(부경대)
P05	해체주의에 기반한 리디자인 패션 디자인 개발 - Development of Redesign Fashion Design based on Deconsturction -	김연하, 서성은 (가천대)
P06	언택트 시대 2022S/S 남성 패션트렌드 분석 - 아르켓과 솔리드 옴므를 조사대상으로 -	LIU QINGYANG, 지정숙(고려대)
P07	조선시대 베갯모 문양을 활용한 여성복 디자인 연구	권영숙, 홍미정(계명대)

no.	제 목	발표
P08	안토니 가우디 건축물의 조형성을 응용한 아르누보 패션 디자인 개발 연구 - 카사밀라 건축물을 중심으로 -	쭈즈이, 노윤선 (동서대)
P09	자녀 발달 시기에 따른 어머니 패션 변화와 패션 심리에 관한 연구 - 미취학 자녀를 둔 전업 주부를 중심으로 -	이혜원(가톨릭대)
P10	중국 수묵화를 응용한 패션 디자인 개발연구 - 청나라 공현(龔賢)작가의 작품을 중심으로 -	류커, 노윤선(동서대)
P11	중국 소수민족 이족(彝族)의 여성복을 응용한 패션디자인 개발 연구 - 사천성 량산 이족을 중심으로 -	양판, 노윤선(동서대)
P12	중국 소수민족 묘족 복식의 주석(朱錫) 자수를 응용한 가방 디자인 연구	롱원칭, 노윤선(동서대)
P13	헤어샵 종사자 맞춤형 앞치마 유니폼 제안	한금화, 노주현(충남대)
P14	패션위크 런웨이의 모델 캐스팅에 나타난 커뮤니케이션의 지향 가치	윤근영, 이세리 (이화여대)
P15	메타버스 드라마 콘텐츠 속 디지털 패션 아이템 연구 - 제페토 플랫폼 중심으로 -	이숙이, 마진주(홍익대)
P16	인플루언서의 Y2K 패션 아이템 특징 연구	임채정, 최수아(단국대)
P17	나전 칠기 문양을 활용한 패션 디자인 개발 - MZ세대를 중심으로 -	윤희진, 최윤미(충남대)
P18	한국적 이미지를 활용한 패션디자인의 특성 2013-2022년 서울컬렉션 신진 디자이너 작품을 중심으로 -	윤희진, 최윤미(충남대)
P19	인클루시브 패션디자인을 위한 사용자 공감방법 연구 유형 및 특징	신승원, 이지현(연세대)
P20	Comparative Analysis of Hyper-reality Expressed in Social Media Personal Profile Photos and Fashion Magazine Cover Images	Lee Yoon Kyung (부산대)
P21	해녀의 사용 도구를 재해석한 가방 디자인 개발 - 신-해체주의적 디자인 방법론을 중심으로 -	손슬아, 마진주(홍익대)
P22	온라인 구매후기에 나타난 소비자의 비건 패션 제품 평가 차원	정지운, 윤소정(서울대)
P23	전통 불교미술 재해석을 통한 신발 디자인 연구 - 고려불화 수월관음도에 나타난 연화 문양을 중심으로 -	김희정, 마진주(홍익대)
P24	여성 피겨 의상의 구조적 디자인선 선호 분석 및 디자인 개발 방향	김유빈(성균관대)
P25	프라다와 미우 미우의 광고 캠페인에 나타난 여성 이미지	맹수연, 임은혁 (성균관대)
P26	개량연화(改良年画)와 월분패연화(月份牌年画)에 표현된 여성 이미지	이홍연, 임은혁 (성균관대)

no.	제 목	발표
P27	지속 가능한 업사이클링 모피를 사용한 리디자인	이다소미, 김혜경 (동덕여대)
P28	페르시아를 배경으로 한 시대극 영화 의상의 현대적 해석	이효정, 정다운, 김양희 (인하대)
P29	19세기 회화에 나타난 중세 복식의 재구성에 관한 연구 - 존 윌리엄 워터하우스의 작품을 중심으로 -	정예림, 정다운, 김양희 (인하대)
P30	크로셰와 리본을 활용한 로맨틱 패션디자인 연구	김민영, 마진주(홍익대)
P31	럭셔리 패션 브랜드의 크래프트맨쉽 패션필름 특성 - Dior을 중심으로 -	박철웅, 임은혁 (성균관대)
P32	19세기 유럽 여성들의 여행 옷차림을 재해석한 여성복 디자인 연구 - 낭만주의의 복식 시대를 중심으로 -	진예슬, 마진주(홍익대)
P33	동서양의 예술 및 스타일을 결합한 패션 디자인 연구 - 웨스턴 카우보이 스타일, 수묵화, 입생로랑 르스모킹룩을 중심으로 -	동가신, 마진주(홍익대)
P34	서울을 중심으로 한 국내 패션 투어리즘	김태엽, 예민희, 임은혁 (성균관대)
P35	로코코 패션을 테마로 하는 현대 컬렉션의 경향 분석 - 2000년대와 2020년대 컬렉션의 사례를 중심으로 -	허젠리, 정다운, 김양희 (인하대)
P36	유튜브 콘텐츠에 나타나는 캡슐 옷장 실천 경험과 동기	최혜진, 정지운, 전재훈 (서울대)
P37	셀러브리티의 하이로우(High-low) 스타일링의 특성 - 블랙핑크 제니 사례를 중심으로 -	박세림, 박주하, 전재훈 (서울대)
P38	인스타그램을 통해 살펴본 Y2K 패션의 유형과 특징	민서연, 이지선, 전재훈 (서울대)
P39	3D 프로그램을 활용한 패션 디지털 콘텐츠 개발 연구	박선주, 이가은, 임소영 (국민대)
P40	패션에서 나타나는 문화적 전유 - 중국의 사례를 중심으로 -	장루요, 유해민, 전재훈 (서울대)
P41	버추얼 패션브랜드 컬렉션의 조형적 특성 연구	양은경, 고정민, Inzali Moe, 김민지 (연세대)
P42	A Study on New Male Senior's Fashion Style presented in Instagram Reels	Syachfitrianti Gadis Nadia, 정다울 (창원대)
P43	Development of recycle designs by using traditional Indian handicrafts	Shukla Anshika, 정다울(창원대)
P44	액티브 웨어 브랜드의 캠페인 필름에 나타난 다양성 - 나이키와 아디다스를 중심으로 -	진영유, 임은혁(성균관대)

no.	제 목	발표
P45	제로 웨이스트 패션디자인 대중화를 위한 디자인 연구	이도희, 마진주(홍익대)
P46	코로나 블루 시대적 환경을 활용한 아트웨어 디자인 연구 - 정서적 치유, 포비드 블루 -	신재영, 허정선(경북대)
P47	디지털 패션 소재 프레젠테이션 개발 연구 - C4D를 활용한 3D영상 제작을 중심으로 -	심첩, 최린, 임소영 (국민대)
P48	비디오게임의 픽셀 이미지를 활용한 패션디자인 연구	김고운(덕성여대)
P49	반항적 로맨티시즘에 관한 패션디자인 연구 - 히피와 펑크풍을 중심으로 -	김혜상, 마진주(홍익대)
P50	가상성 기반 디지털 패션에 나타난 버추얼 머티리얼의 조형 표현 - 의상의 외피 표현을 중심으로 -	양은경(연세대)
P51	패션 디자인 프로세스의 디자인 개발 단계별 특성 분석 - 디자인 개발 단계 간 유기적 관계에 따른 구조를 중심으로 -	고정민(연세대)
P52	헬시 플레저(Healthy Pleasure) 문화를 반영한 생체 신호 기술기반 러닝용 스포츠 브라 디자인 프로토타입 개발	임시은, 주희영(서울대)
P53	소셜미디어에서 통과의례와 자기 제시 - 인스타그램의 대학졸업 관련 게시물 분석 -	권유진(방송통신대)
P54	슬로우 라이프 스타일이 반영된 현대 패션의 미적 특징	함연자(동의대)
P55	15-16세기 러시아 ‘그리스도의 변형’ 이콘에 나타난 러시아성	최선영(홍콩폴리텍대)
P56	디지털 온리 의류의 가상 신체와의 관계 표현 특성 - 플루서(Flusser)의 피상성 개념을 중심으로 -	노주현, 최재경(국민대)
P57	한국 전통복식 관련 교양과목 개발 - 학습자의 요구도 분석을 중심으로 -	이하나, 강보경, 김유로, 윤소정, 이혜진, 이예영 (고려대)
P58	에스 데블린의 패션 설치에 나타난 미래주의	강해민, 이세리 (이화여대)
P59	초현실주의 기법을 활용한 현대 패션아트 개발 연구	이가은, 김승현(국민대)
P60	앙드레 마송(Andre Masson)의 오토마티즘 드로잉 기법을 활용한 재킷 패턴 개발 연구	조은혜, 김승현(국민대)
P61	Periodization of History of Western Dress	Sujin Park, Yoonhee Kim (한남대)

학부생 논문 포스터 발표

no.	제 목	발표
U01	여성복 온라인 쇼핑몰에서 디자이너의 역할에 대한 비교분석 - 익명의 패션 쇼핑몰과 디자이너 브랜드 쇼핑몰을 중심으로 -	김문수, 이윤경 (부산대)
U02	직장 여성을 위한 비즈니스 웨어 디자인	문예은, 김윤희 (한남대)
U03	네오(Neo) 스포티 무드의 애슬레저 패션 디자인 제안 - 코로나19의 엔데믹 전환을 중심으로 -	장유진, 김성은 (덕성여대)
U04	2022년 '명품족' 청소년들을 위한 캐주얼 웨어 디자인	김희경, 김윤희 (한남대)
U05	가죽 카빙(carving) 기법을 활용한 핸드폰지갑 상품 개발 - 파도이미지 문화관광상품 개발 중심으로 -	박찬우, 김재응, 조경희(목포대)
U06	식물의 잎맥에서 영감을 받은 디자인	유가령, 김윤희(한남대)
U07	2022년 F/W 트렌드를 반영한 뉴 뷰티 스타일 기획 및 제안	김수환, 이언영 (장안대)
U08	레이싱 트랙에서 영감을 받은 여성 고프코어 룩	윤채미, 김윤희(한남대)
U09	비갑(緋甲)과 철릭(天翼)의 형태를 이용한 활량의 국궁(國弓) 유니폼 디자인 연구	이수경, 이미정 (동덕여대)
U10	다기능성 패션디자인의 유형 분석 - 2010년대 이후를 중심으로 -	최한슬, 노하은, 조예나, 권하진 (서울여대)
U11	현대 패션에 나타난 신체 표현의 노출 유형 - 최근 3년 이내 발표된 패션 사례를 중심으로 -	서하얀, 김태연, 정재연, 최승현, 권하진 (서울여대)
U12	해양 생태 보전에 대한 관심 촉구를 위한 아동복 디자인 개발 - '해양보호생물'을 모티프로 한 디자인 개발 -	백나은, 김성은 (덕성여대)
U13	환경 미화원 유니폼 분석을 통한 스트릿웨어 디자인 제안	황지영, 김성은 (덕성여대)
U14	사회적 문제를 반영한 반전적 의미를 담은 밀리터리 패션 디자인 개발 - 반전적 의미를 담은 패션디자인 연구 -	신지민, 김성은 (덕성여대)
U15	메타버스 공간에서의 '나'를 위한 디자인	이현지, 김윤희(한남대)
U16	현대 직장인의 비즈니스 웨어 디자인	임하영, 김윤희(한남대)
U17	놀이공원 및 일상 속에서 즐길 수 있는 디자인	정유진, 김윤희(한남대)
U18	패션 브랜드 유형별 메타버스 플랫폼 활용 특성과 발전 방향 제안 - 아바타 패션에 대한 소비자 반응을 중심으로 -	홍채은, 이진화 (부산대)

no.	제 목	발표
U19	60-70년대 벽지를 기반으로 2023-24 F/W 텍스타일 패턴 개발 - Z세대의 그래니 룩을 중심으로 -	이동현, 정다울 (창원대)
U20	2000년대 만화에 나타나는 여성 Y2K패션 분석 및 디자인 개발 - 만화 BiBi를 중심으로 -	김우견, 정다울 (창원대)
U21	필라멘트의 조형적 특징을 응용한 3D Pen Printing 패션디자인 - 창작 의상 제작을 중심으로 -	안채원, 박근수 (경성대)
U22	턱(Tuck) 기법을 통한 유기적 형태의 반복적 조형성을 응용한 창작 의상 디자인 연구	김남훈, 박근수 (경성대)
U23	도시 여성을 위한 출근룩	주은혜, 김윤희 (한남대)
U24	비즈니스 웨어를 위한 조형적 패션 디자인	김민진, 김윤희 (한남대)
U25	힙합과 히피 문화의 특징을 반영한 패션 디자인	오한나, 김윤희 (한남대)
U26	미래적 자연에 대한 표현을 반영한 펑키 미니미 룩 디자인 연구	김혜림, 김성은 (덕성여대)
U27	겨울 이미지의 직물 패턴 개발과 이를 이용한 스포츠웨어 디자인	양승리, 김윤희 (한남대)
U28	지속가능한 의생활을 위한 신소재 개발 사례	김수현, 천훈기, 김지우, 김호성, 이하나(고려대)
U29	지속가능한 의생활 - 중고 의류 이용 사례를 중심으로 -	김건희, 김수현, 성재연, 장민하, 이하나(고려대)
U30	리사이클 의류의 현황과 전망 - rPET 소재 활용 사례 중심으로 -	오수빈, 박연주, 신혜성, 김재현, 조남호, 이하나 (고려대)
U31	KLPGA 우승 재킷 디자인 개발 - 2022 동부건설·한국토지신탁 챔피언십을 중심으로 -	김채연, 최지희, 김부용, 박현정 (우석대)
U32	신윤복 작품을 오마주한 패션 일러스트레이션 연구 - 한국적인 디자인을 중심으로 -	배소연, 김부용, 박현정(우석대)
U33	메트로섹슈얼 패션 화보 스타일링 연구	최예원, 양승민, 김부용, 박현정 (우석대)
U34	비디오 아트의 미학적 특성에 따른 패션필름의 전개 유형 - 2000년대 이후를 중심으로 -	노하은, 권하진 (서울여대)

* 학부생 논문 포스터 발표는 별도의 질의 응답시간이 없습니다.

Contents

목 차

주제강연 1

▶디지털 자아(Digital Ego): 미래도시 패셔니스타 분캐들의 연옥 ····· 3

주제강연 2

▶메타버스 미래를 위한 실감 콘텐츠 기술 동향, 가상 공간 생성에서
AI 패션 디자이너·모델까지 ····· 11

특별세션 1

▶디지털서사와 포스트휴먼의 시대 ····· 39

특별세션 2

▶디지털과 문화유산이 만날 때 - 디지털문화유산(Digital Heritage) 분야 소개 ····· 51

특별세션 3

▶물리적 한계를 넘어서는 융합, 디지털 패션 ····· 67

논문 구두 발표

▶발렌시아가 디지털 패션 필름의 특성 ····· 79

▶SNS 관여도에 따른 글로컬리즘 특성이 컨셔스 패션디자인 인식에 미치는 영향
- MZ세대를 대상으로 - ····· 81

▶바이오모픽 표현특성을 적용한 패션디자인 연구
- 3D 프린팅 활용을 중심으로 - ····· 83

▶패션 산업에 대한 동물보호 액티비즘
- PETA의 활동을 중심으로 - ····· 85

▶21세기 글로벌 패션 브랜드의 언택트 지속가능경영 연구 ····· 87

▶빈티지 제품에 대한 인식 및 소비
- 한국과 중국 소비자 대상으로 - ····· 89

▶국내 골프웨어 마켓의 변화 및 신규 브랜드의 전략 분석 ····· 91

▶K-pop 아티스트의 패션에서 나타나는 문화적 전유 ····· 93

▶토포그래피 등고선의 이미지를 응용한 패션디자인 연구
- 점이원리를 중심으로 - ····· 95

▶은유추출기법을 활용한 패션의 재미 유발 요소 분석 ····· 97

▶디지털 기반 대중 참여형 패션 co-creation의 특성 ····· 99

▶자기장에 반응하는 페로플루이드의 이미지를 응용한 버추얼 헤드피스 디자인 ····· 101

논문 포스터 발표

▶헤어숍 고객의 선택속성에 따른 고객 만족도 및 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구 ····· 105

▶해외 인터넷 기사를 활용한 가방 디자인 트렌드 분석 ····· 107

▶팀 워커의 패션 이미지와 환상성 ····· 109

▶온라인 패션 렌탈 이용자의 지속 이용에 대한 영향 요인 분석
- 중국 20-30대 여성을 대상으로 - ····· 111

▶해체주의에 기반한 리디자인 패션 디자인 개발 ····· 113

▶언택트 시대 2022S/S 남성 패션트렌드 분석
- 아르켓과 솔리드 옴므를 조사대상으로 - ····· 115

▶조선시대 베갯모 문양을 활용한 여성복 디자인 연구 ····· 117

▶안토니 가우디 건축물의 조형성을 응용한 아르누보 패션디자인 개발 연구
- 카사밀라 건축물을 중심으로 - ····· 119

▶자녀 발달 시기에 따른 어머니 패션 변화와 패션 심리에 관한 연구
- 미취학 자녀를 둔 전업 주부를 중심으로 - ····· 121

▶중국 수묵화를 응용한 패션 디자인 개발연구
- 청나라 공현(龔賢)작가의 작품을 중심으로 - ····· 123

▶중국 소수민족 이족(彝族)의 여성복을 응용한 패션디자인 개발 연구
－사천성 량산 이족을 중심으로－ ····· 125

▶중국 소수민족 묘족 복식의 주석(朱錫) 자수를 응용한 가방 디자인 연구 ····· 127

▶헤어샵 종사자 맞춤형 앞치마 유니폼 제안 ····· 129

▶패션위크 런웨이의 모델 캐스팅에 나타난 커뮤니케이션의 지향 가치 ····· 131

▶메타버스 드라마 콘텐츠 속 디지털 패션 아이템 연구
- 제페토 플랫폼 중심으로 - ····· 133

▶인플루언서의 Y2K 패션 아이템 특징 연구 ····· 135

▶나전 칠기 문양을 활용한 패션 디자인 개발
- MZ세대를 중심으로 - ····· 137

▶한국적 이미지를 활용한 패션디자인의 특성
- 2013-2022년 서울컬렉션 신진 디자이너 작품을 중심으로 - ····· 139

▶인클루시브 패션디자인을 위한 사용자 공감방법 연구 유형 및 특징 ····· 141

▶Comparative Analysis of Hyper-reality Expressed in Social Media Personal Profile Photos and Fashion Magazine Cover Images ····· 143

▶해녀의 사용 도구를 재해석한 가방 디자인 개발
- 신-해체주의적 디자인 방법론을 중심으로 - ····· 145

▶온라인 구매후기에 나타난 소비자의 비건 패션 제품 평가 차원 ····· 147

▶전통 불교미술 재해석을 통한 신발 디자인 연구
- 고려불화 수월관음도의 연화 문양을 중심으로 - ····· 149

▶여성 피겨 의상의 구조적 디자인선 선호 분석 및 디자인 개발 방향 ····· 151

▶프라다와 미우 미우의 광고 캠페인에 나타난 여성 이미지 ····· 153

▶개량연화(改良年畵)와 월분패연화(月份牌年畵)에 표현된 여성 이미지 ····· 155

▶지속 가능한 업사이클링 모피를 사용한 리디자인 ····· 157

▶페르시아를 배경으로 한 시대극 영화 의상의 현대적 해석 ····· 159

▶19세기 회화에 나타난 중세 복식의 재구성에 관한 연구
- 존 윌리엄 워터하우스의 작품을 중심으로 - ····· 161

▶크로셰와 리본을 활용한 로맨틱 패션디자인 연구 ····· 163

▶럭셔리 패션 브랜드의 크래프트맨쉽 패션필름 특성
- Dior을 중심으로 - ····· 165

▶19세기 유럽 여성들의 여행 옷차림을 재해석한 여성복 디자인 연구
- 낭만주의 복식 시대를 중심으로 - ····· 167

▶동서양의 예술 및 스타일을 결합한 패션 디자인 연구
- 웨스턴 카우보이 스타일, 수묵화, 입생로랑 르스모킹룩을 중심으로 - ····· 169

▶서울을 중심으로 한 국내 패션 투어리즘 ····· 171

▶로코코 패션을 테마로 하는 현대 컬렉션의 경향 분석
- 2000년대와 2020년대 컬렉션의 사례를 중심으로 - ····· 173

▶유튜브 콘텐츠에 나타나는 캡슐 옷장 실천 경험과 동기 ····· 175

▶셀러브리티의 하이로우(High-low) 스타일링의 특성
- 블랙핑크 제니 사례를 중심으로 - ····· 177

▶인스타그램을 통해 살펴본 Y2K 패션의 유형과 특징 ····· 179

▶3D 프로그램을 활용한 패션 디지털 콘텐츠 개발 연구 ····· 181

▶패션에서 나타나는 문화적 전유
- 중국의 사례를 중심으로 - ····· 183

▶버추얼 패션브랜드 컬렉션의 조형적 특성 연구 ····· 185

▶A Study on New Male Senior's Fashion Style presented in Instagram Reels
- A case study of THE NEW GREY - ····· 187

▶Development of recycle designs by using traditional Indian handicrafts ····· 189

▶액티브 웨어 브랜드의 캠페인 필름에 나타난 다양성
- 나이키와 아디다스를 중심으로 - ····· 191

▶제로 웨이스트 패션디자인 대중화를 위한 디자인 연구 ····· 193

▶코로나 블루 시대적 환경을 활용한 아트웨어 디자인 연구
- 정서적 치유, 포비드 블루를 중심으로 - ····· 195

▶디지털 패션 소재 프레젠테이션 개발 연구
- C4D를 활용한 3D영상 제작을 중심으로 - ····· 197

▶비디오게임의 픽셀 이미지를 활용한 패션디자인 개발 연구 ····· 199

▶반항적 로맨티시즘에 관한 패션디자인 연구
- 히피와 펑크풍을 중심으로 - ····· 201

▶가상성 기반 디지털 패션에 나타난 버추얼 머티리얼의 조형 표현
- 의상의 외피 표현을 중심으로 - ····· 203

▶패션 디자인 프로세스의 디자인 개발 단계별 특성 분석
- 디자인 개발 단계 간 유기적 관계에 따른 구조를 중심으로 - ····· 205

▶헬시 플레저(Healthy Pleasure) 문화를 반영한 생체 신호 기술기반 러닝용 스포츠 브라 디자인 프로토타입 개발 ····· 207

▶소셜미디어에서 통과의례와 자기 제시
- 인스타그램의 대학졸업 관련 게시물 분석 - ····· 209

▶슬로우 라이프 스타일이 반영된 현대 패션의 미적 특징 ····· 211

▶15-16세기 러시아 '그리스도의 변형' 이콘에 나타난 러시아성 ····· 213

▶디지털 온리 의류의 가상 신체와의 관계 표현 특성
- 플루서(Flusser)의 피상성 개념을 중심으로 - ····· 215

▶한국 전통복식 관련 교양과목 개발
- 학습자의 요구도 분석을 중심으로 - ····· 217

▶에스 데블린의 패션 설치에 나타난 미래주의 ····· 219

▶초현실주의 기법을 활용한 현대 패션아트 개발 연구 ····· 221

▶앙드레 마송(Andre Masson)의 오토마티즘 드로잉 기법을 활용한 재킷 패턴 개발 연구 ····· 224

▶Periodization of History of Western Dress ····· 226

학부생 논문 포스터 발표

▶여성복 온라인 쇼핑몰에서 디자이너의 역할에 대한 비교분석
- 익명의 패션 쇼핑몰과 디자이너 브랜드 쇼핑몰을 중심으로 - ····· 231

▶직장 여성을 위한 비즈니스 웨어 디자인 ····· 232

▶네오(Neo) 스포티 무드의 애슬레저 패션 디자인 제안
- 코로나19의 엔데믹 전환을 중심으로 - ····· 233

▶2022년 '명품족' 청소년들을 위한 캐주얼 웨어 디자인 ····· 234

▶가죽 카빙(carving) 기법을 활용한 핸드폰지갑 상품 개발
- 파도이미지 문화관광상품 개발 중심으로 - ····· 235

▶식물의 잎맥에서 영감을 받은 디자인 ····· 236

▶2022년 F/W 트렌드를 반영한 뉴 뷰티 스타일 기획 및 제안 ····· 237

▶레이싱 트랙에서 영감을 받은 여성 고프코어 룩 ····· 238

▶비갑(緋甲)과 철릭(天翼)의 형태를 이용한 활량의 국궁(國弓) 유니폼 디자인 연구 ····· 239

▶다기능성 패션디자인의 유형 분석
- 2010년대 이후를 중심으로 - ····· 240

▶현대 패션에 나타난 신체 표현의 노출 유형
- 최근 3년 이내 발표된 패션 사례를 중심으로 - ····· 241

▶해양 생태 보전에 대한 관심 촉구를 위한 아동복 디자인 개발
- '해양보호생물'을 모티프로 한 디자인 개발 - ····· 242

▶환경 미화원 유니폼 분석을 통한 스트릿웨어 디자인 제안 ····· 243

▶반전적 의미를 담은 밀리터리 패션 디자인 개발 연구 ····· 244

▶메타버스 공간에서의 '나'를 위한 디자인 ····· 245

▶현대 직장인의 비즈니스 웨어 디자인 ····· 246

▶놀이공원 및 일상 속에서 즐길 수 있는 디자인 ····· 247

▶패션 브랜드 유형별 메타버스 플랫폼 활용 특성과 발전 방향 제안
- 아바타 패션에 대한 소비자 반응을 중심으로 - ····· 248

▶60-70년대 벽지를 기반으로 2023-24 F/W 텍스타일 패턴 개발
- Z세대의 그래니 룩을 중심으로 - ····· 249

▶2000년대 만화에 나타나는 여성 Y2K패션 분석 및 디자인 개발
- 만화 BiBi를 중심으로 - ····· 250

▶필라멘트의 조형적 특징을 응용한 3D Pen Printing 패션디자인
- 창작 의상 제작을 중심으로 - ····· 251

▶턱(Tuck) 기법을 통한 유기적 형태의 반복적 조형성을 응용한 창작 의상 디자인 연구 ····· 252

▶도시 여성을 위한 출근룩 ····· 253

▶비즈니스 웨어를 위한 조형적 패션 디자인 ····· 254

▶힙합과 히피 문화의 특징을 반영한 패션 디자인 ····· 255

▶미래적 자연에 대한 표현을 반영한 펑키 미니미 룩 디자인 연구 ····· 256

▶겨울 이미지의 직물 패턴 개발과 이를 이용한 스포츠웨어 디자인 ····· 257

▶지속가능한 의생활을 위한 신소재 개발 사례 ····· 258

▶지속가능한 의생활
- 중고 의류 이용 사례를 중심으로 - ····· 259

▶리사이클 의류의 현황과 전망
- rPET 소재 활용 사례를 중심으로 - ····· 260

▶KLPGA 우승 재킷 디자인 개발
- 2022 동부건설·한국토지신탁 챔피언십을 중심으로 - ····· 261

▶신윤복 작품을 오마주한 패션 일러스트레이션 연구
- 한국적인 디자인을 중심으로 - ····· 262

▶메트로섹슈얼 패션 화보 스타일링 연구 ····· 263

▶비디오 아트의 미학적 특성에 따른 패션필름의 전개 유형
- 2000년대 이후를 중심으로 - ····· 264

주제강연

주제강연 1

▶디지털 자아(Digital Ego): 미래도시 패셔니스타 분캐들의 연옥

– 선승혜(대전시립미술관 관장)

주제강연 2

▶메타버스 미래를 위한 실감 콘텐츠 기술 동향,
가상 공간 생성에서 AI 패션 디자이너·모델까지

– 정일권(한국전자통신연구원 콘텐츠연구본부 본부장)

주제강연 1

디지털 자아(Digital Ego): 미래도시 패셔니스타 분캐들의 연옥

선승혜
대전시립미술관장/ KAIST 문화기술대학원 겸직교수

더러운 빨랫감들이 든 가방이라고 부르게 되는 그것을 열 수 있다면, 어떤 면에서 저는 구원받을 것이라는 느낌이 들었어요. 그것은 생존작업이었죠"
아니 에르노, 「강바닥에 있는 돌을 꺼내기」, 『진정한 장소』 중에서

서론 : 예술기억으로 패션

패션은 예술기억(artistic memory)으로 미래도시의 시공간을 자유롭게 연결하는 공감예술이다. 패션은 기억을 몸과 연결하는 일이다. 예술기억은 꿈의 작업과 같이 무의식에 억압된 암묵기억을 사회적으로 통용될만한 이미지로 치환하여 예술작품으로 승화시킨 기억이다. 미래도시의 패션은 예술기억으로 패션은 자아를 몸과 연결하여 이미지로 치환한다는 것은 암묵기억간의 연결로 정의해 본다. 암묵기억은 무의식의 언어인 환상입니다.

정신분석학자 지그문트 프로이트는 "사람들의 환상과 무의식에 영향을 받는 생각들, 그리고 사람들의 증상적인 언어들을 이해하려고 할 때, 그것들과 깊은 연관성을 알지 못하고서는 불가능합니다" [1] 라고 말했다. 패션을 나의 이야기로 시각이미지와 연결한다는 것은 무의식과 연결된 환상이며, 바로 예술 그 자체다.

1. 디지털자아, 분캐들의 연옥

21세기 디지털시대에는 디지털 자아가 활동한다. 디지털자아는 표상의 파생자이다. 디지털자아는 쾌락자아의 분신으로 디지털 분캐(digital sub-character)를 각종 디지털플랫폼에서 활동하게 한다. 눈부신 디지털기술의 발전은 디지털 미래세계를 눈앞에 선사했다. 컴퓨터나 스마트폰으로 보는 접속하고 연결하는 세상은 나를 중심으로 세계를 보는 디지털 자아의 개인주의로 요약된다. 디지털 자아는 의식과 무의식을 왕래하는 분캐들을 무한히 생성할 수 있다. 디지털세계는 심리학적 알고리즘으로 구성된 소셜네트워크(SNS)는 다양한 페르소나를 자유자재의 분캐를 환상적으로 가공한다.

디지털자아는 묻는다. 우리에게 분화할 자아가 남아있을까? 자아빈곤을 분캐로 채우는 행동은 성공할 수 있을까 아닐까라는 실험대에 있다. 디지털자아는 분캐로 자아를 억압대신 표현으로 무의식을 의식화한다. 분캐는 기억을 디지털세계에 남긴다. 디지털세계에 남

1) 지그문트 프로이트, 「불안과 본능적인 삶」, 『새로운 정신분석 강의』, 열린책들, 2020, 신판, p. 136)

<도 1> 오징어게임 (2021)

긴 글과 사진은 새로운 디지털 자아를 창조한다. 디지털 분캐의 현실은 가상현실이라는 점에서 디지털 환상이라고 부르고 싶다. 디지털환상계는 늘 낭만적이지만 않다. 현실의 연옥을 디지털 세계에서도 반복강박처럼 재현한다. 디지털환상계는 현실과 구별할 수 있으면서도 또 다른 가상현실로 아슬아슬한 초현실주의 환상계다.

만약 디지털 자아가 천국에 있다면, 천국을 그리는 이유가 없다. 디지털 현실은 현실이 지옥인지, 마음이 지옥인지 경계가 모호한 상태에서 연옥같은 현실에서 스스로 구원을 하는 디지털 환상(digital fantasy)을 만들어 낼 수 밖에 없다. 디지털세계에서도 고전 예술작품처럼 스스로를 구원하려는 것이다. 디지털환상으로 스스로를 구원하는 것이다.

디지털 연옥에도 봄은 오는가. <오징어게임(2021)>의 네플릭스 영화가 묘사하듯 디지털세계는 게임과 현실을 오가는 디지털 연옥이다. 즐거운 감각도 있지만, 즐거움은 그 자체로 추동력이 약하다. 오히려 분노의 배설과 같은 즐겁지 않은 감각이 강력한 추동력이 된다는 점에서 디지털 윤리를 묻지 않을 수 없다. 현실의 고통에서 벗어나려고 디지털세계로 도피했지만, 오히려 디지털 세계는 스스로 디지털 감옥이며, 스스로 디지털 수인이 되는 딜레마에 쉽게 빠진다.

갈등과 고통을 승화시킨 예술작품이 명작의 반열에 오르듯, <기생충>이나 <오징어게임>은 모두 지옥 같은 삶의 이야기다. 헬조선이라고 불렸던 시기에 쓰여졌다. 지옥의 이야기들은 천국의 이야기보다 각광을 받는다. 디지털플랫폼을 기반으로 공감대가 넓어서 빛처럼 퍼져나간다.

2. 디지털 페르소나는 구원일까?

예술가들이 예술창작이 사회적인 지위를 부여하거나, 경제적인 대가를 보상받지 못하더라도 예술을 포기하지 않는 이유를 예술적 열정이나 예술혼이라고 부른다. 무엇을 포기하지 않은 것일까? 열정적인 애착은 마치 복제하려는 것처럼 시각적으로 자신의 페르소나를 드러낸다. 무의식적 표현이다. 의식적으로 혹은 논리적으로 설명이 서투를수록 이미지로 무의식이 올려보낸 자아의 이미지들을 그림으로 그려내며 무의식과 연결되는 것이다.

<도 2> 르네 마그리트 <연인들> 1928

<도 3> MBC 복면가왕

왜 예술가는 기회비용의 대가를 치르더라도 무의식과 연결되려고 애쓰는가. 예술창작 외에는 할 수 있는 것이 없었던 것일까. 예술창작을 포기할 수 없었던 이유는 자신이 사랑하는 자아를 '구원'하려는 충동이라고 부르고 싶다. 미학적인 용어를 사용하자면 구원을 향한 예술의지다. 스스로를 구원하는 표현, 포기하지 않는 예술의지에 사회의 문화제도가 예술가라는 호칭을 주는 것이다. 예술가들은 자아를 내버려두면, 통제를 상실하고 형편없는 지경으로 몰락할 것을 확신하면서 그 두려움과 불안에서 벗어나려는 몸서리치는 고군분투가 예술창작이다.

예술창작을 스스로의 구원이라고 부를 수 있을까. 구원이기를 바라는 것일까. 자아의 성(城)을 짓고립되어 안전하다는 만족하는 자기애의 고립세계로 회피는 아닐까. 어쩌면 예술적 구원과 자기애의 만족은 같은 의미일지도 모른다. 하지만 생명을 유지해 간다는 관점에서 예술의지를 살려는 생명욕동이자 출산과 같이 무엇인가를 만들어서 자신의 존재를 존속시키려는 생명체의 본능적 행동이다. 역설적으로 예술창작은 죽음욕동의 표현이기도 한다. 유한한 생명체인만큼 죽게 되어 있으며, 죽음을 앞당겨서 고통을 짧게 하려는 죽음욕동을 예술의지로 환원하는 마음의 오체투지다.

디지털 예술은 온라인으로 삽시간에 전세계로 퍼져 나간다. 이제는 르네 마그리트의 <연인들> (1928)의 작품처럼 어머니의 자살로 얼굴이 가려진 트라우마를 그린 작품을 직접 작품을 감상하는 사람보다 구글과 같이 온라인에서 검색하여 디지털 이미지를 소비하고 향유한다. 부지불식간에 구원은 복면가왕과 같이 가면 속에 가려진 자아의 갈등을 노래로 승화하려는 순간을 대중문화로 치환했다. 우리는 복면가왕을 다시 온라인에서 끊임없이 소비하며, 페르소나 속에 감추어진 재능과 열정을 있는 그대로 인정받으면 예술 자체로서 충분한 만족감을 느끼는 예술구원의 순간에 감동한다.

3. 디지털 자아의 카타르시스

디지털자아는 죽음의 공포로부터 자유롭기에 두려움이 없다. 디지털 분캐는 죽어도 '게임오버(game over)'일뿐 언제라도 스타트(start) 버튼을 클릭하기만 한다면 다시 시작할 수 있다. 디지털 자아는 환상현실에서 비극을 보고 더 쉽게 카타르시스를 느낀다. 죽지 않는 비극에서 비극에서 공포적 상황이 디지털의 비현실이라는 사실에 카타르시스를 느낀다.

디지털 분캐들의 공격과 갈등은 마치 현실의 공격성을 대체하고 누가 더 갈등에 강력하

게 대응하는가 경합하는 것으로 보인다. 디지털 아방가르드라는 시대에는 분캐들은 가학적이며 피학적인 경계가 불분명한 게임을 배회한다. 그려진 것도, 이야기하는 것도, 들려주는 것도 고통의 표현이다. 고통의 쾌락인가? 고통의 정화인가? 고전이론처럼 감상자는 예술에 표현된 고통에서 카타르시스라는 감정의 정화를 느끼는가? 과연 예술 속의 불행이 나에게 일어나지 않았다는 안도감이 전부인가? 희극에서 행복을 보면, 그 행복이 나에게 일어나지 않아서 불행감을 느끼기 때문에 마냥 행복하기만 한 희극을 평가절하하는가.

디지털의 분캐들은 구원환상을 만끽한다. 디지털세계에서 누군가를 포기하지 않고 구원하려는 한다. 정서적 곤경에 처한 디지털 분캐의 타자를 지지하고 사랑한다는 것을 보여줌으로써, 연민이라는 미덕에 자신을 묶어두려는 구원환상이다. 디지털세계에서 구원환상은 구원과 환상의 경계에서 부여된 연민의 대상에 측은함으로 느끼는 대상을 선택하여 사랑을 행하는 독특한 심리구조를 십분 발휘한다. 그 배후에는 자아의 고통스런 비극, 혹은 비극적인 고통에서 구원을 염원하는 열망이 디지털세계에서 디지털분캐들의 고통과 연결되면서, 의식적이든 무의식적이든 고통의 공감으로 정서적 유대관계를 맺게 된 것이다. 디지털분캐들은 디지털 환상계에서 안전한 고통에서 연민을 경험하고, 훈습하게 된다.

4. 디지털 자아들의 집단 페르소나

디지털자아의 분캐는 메타버스의 아바타들이 유사한 디자인을 사용하기 때문에 집단 페르소나를 형성한다. 집단 페르소나는 어떤 플랫폼을 사용하는가 어떤 채널을 구독하는가에 따라서 집단페르소나의 구성원으로서의 일정한 목적을 위해 조직된 군중의 일원으로 활동한다. 때로는 무서울정도로 극렬하다. 집단 페르소나의 행동은 자아의 무의식에서 생겨난 것이기 어떤 행동의 이유로 내세우는 동기들 배후에는 인정을 하든 하지 않든 은밀한 동기들이 숨겨져 있다.

집단 페르소나의 행동을 다루는 윤리기준 혹은 지혜가 필요하다. 그렇지 않으면 디지털 분캐로 현실감을 보류한 공격성이 극렬한 집단행동을 감행하기 때문이다. 집단을 이루는 분캐들은 프로이트가 문명의 불만에서 예견했듯이 “단지 수가 많다는 이유 때문에 저항할 수 없을 만큼 강력한 감정을 얻고, 혼자 따로 있었다면 억제했을 게 분명한 본능에 몸을 내맡긴다. (중략) 본능 억제를 벗어 던진 뒤에 개인이 보이는 특성은 겉으로는 새로워 보이지만 실제로는 무의식- 인간의 마음 속에 있는 온갖 나쁜 요소들이 기본인자로 들어 있다－의 표출일 뿐이다. 양심의 요체는 사회적 불안이다. “ [2]

디지털시대의 문화는 분캐들의 활동으로 디지털자아의 다양한 표현을 허용했지만, 역설적으로 디지털 집단 페르소나의 극렬함은 경계해야할 인간의 본성을 성찰하는 과제가 되었다. 잠시 멈추어 예술 속의 페르소나를 천천히 감상하면서, 디지털자아의 성숙함으로 나아가야 하기를 바란다.

5. 미래도시는 패셔니스타들의 연옥인가

미래도시의 문화는 우리가 맨 앞에 있다. 미래의 패션도 맨 앞에 있다. 미래문화의 핵심은 디지털 자아(ego)의 환상현실(fantasy reality)의 표출이다. 초격차 디지털기술은 부캐라

---

2) 프로이트, “집단심리학과 자아분석”『문명의 불만』, 열린책들, 2019, p. 79.

고 불리우는 디지털 세계의 자아가 다양한 페르소나를 자유롭게 표현하는 새로운 세상을 열어주었다. 현실 세계의 나는 소박하고 눈에 띄지 않는 감추는 패션을 할 수록, 디지털 환상세계의 부캐들은 자아를 화려하고 과대하게 치장하거나, 신체의 본능적 아름다움을 극대화하거나, 유니폼 속으로 자아를 감추려는 회피조차 자아 활동의 일환이다. 패션은 개인이 매일 착용한다는 점에서 개인적 일상이지만, 사회가 패션으로 부지불식간에 일체감을 형성하고, 사회적인 맥락을 소통하고 공감한다는 점에서 집단적 무의식에 가깝다.

디지털의 미래도시는 패셔니스타 부태들의 연옥이다. 지옥도 아닌, 천국도 아닌, 진실과 거짓이 혼종하고, 사실과 환상이 모호하게 연합한다. 디지털세계는 근본적으로 주관성을 정서적, 무의식적 차원에서 형성한다. [3] 디지털세계에서 미디어뉴스나 SNS의 정보는 현실 혹은 진실로 인지되지만, 상당수가 가짜 정보(fake news)혹은 환상, 상상된 현실이 혼재되어 있다. 디지털세계는 현실세계보다 환상이 훨씬 더 자유롭게 표현된다. 모니터와 키보드 앞에서 자신의 감정을 폭주하듯 드러내거나 혹은 환상으로 꾸며대는 것들이 인정받는다. 환상이 인정되고 공감을 받는 것은 디지털 데이터를 스스로 쏟아내는 디지털노동을 마다하지 않고 쾌감을 느끼며 중독되는 이유다. 정신분석은 무의식의 말을 분석한다. 디지털세계에서 무의식의 말이 SNS에서 글로 쏟아낸다. 자신의 분노나 혐오와 같은 감추어진 공격성을 익명성으로 쏟아내는 것을 쉽게 발견하다. 디지털의 익명성은 무의식이 사회적 이름도 시공간의 제약도 없이 떠올려대는 사랑과 공격성의 욕동을 허용한다.

디지털시대의 패션은 디지털의 소통방식을 주의깊게 살피지 않을 수 없다. 디지털기술의 발달은 말과 글에서 그치치 않는다. 페이스북에서 텍스트에 할애한다면, 인스타그램은 이미지로 생각, 느낌, 감정, 감각을 드러낸다. 유튜브의 인기는 말을 하고 듣는 정신분석과 직결된다. 이제 말, 글, 이미지를 분석하지 않을 수 없다. SNS는 자기주도적으로 보이지만, 실제로 알고리즘으로 보여지는 정보를 소비한다는 점에서 알고리즘을 비판적으로 인지하지 않는다면, 알고리즘이 의식뿐만 아니라 무의식을 압도하는 디지털시대에 진입했다.

6. 한국 패셔니스타들의 디지털 자아

디지털 자아(ego)의 패션은 세가지, K-POP의 무의식적 환상과 메타버스라는 연옥의 부캐들로 나누어 분석할 수 있다. K-POP는 한국패션이 21세기 문화상징의 시작임을 국제사회에 각인시켰다. 디지털 세계로의 진입은 한국드라마의 한류에서 K-POP의 성공은 한국 패션이 한국의 국내에 한정되지 않고, 세계 속의 패션이 된 지금은 이제 한국의 패션과 패션디자인이 맨 앞에 있다는 점을 강조하지 않을 수 없다. 한국의 디지털기술은 유의미한 현상을 보인다.

빅뱅의 G드래곤은 패셔니스타다. 그는 한국에서 자라서 길러진 패션감각으로 세계무대에서 당당하게 등장했다. <Peace Minus One>이라는 그의 컨셉은 평화에서 하나가 모자른 존재와 같은 한국의 자아를 패션과 음악, 그리고 그의 컬렉션으로 선보였다. 뮤직비디오와 공연뿐만 아니라 서울시립미술관에서 선보인 특별전 <Peace Minus One>은 그의 패션이 예술환상임을 여실하게 선보였다. 지극히 상업적일 것 같던 KPOP를 예술과 결합

3) Johanssen, J. (2018). Psychoanalysis and Digital Culture. Psychoanalysis and Digital Culture, 94-108. https://doi.org/10.4324/9781351052061

한 시도였다. KPOP의 흥행만큼 전시에는 많은 사람들이 방문하지 않은 현실은 환상현실은 뮤직비디오에 있었으며, 현실로 왔을 때의 낯설음들이었다라고 평가해 본다.

빅뱅의 G드래곤의 다음으로 BTS와 블랙핑크가 KPOP가 이미 환상현실과 예술환상을 결합하여 세계에 메세지를 줄 수 있을 때, 세계의 정점에 오를 수 있다는 도전에 성공했다. BTS의 "작은것들을 위한 시"는 디지털 에고의 불안과 고통을 있는 그대로 인정하려고 했다. 디지털에고가 초라하거나 유약한 것이 아니라 세련되고 당당했으며 아름다웠다. BTS는 디지털플랫폼을 통해서 전세계 10대 소녀들에게 새로운 디지털 자아로 흡인되었다. 소녀들은 블랙핑크로 스스로의 자아를 세우기 시작했다. "Born Pink"와 "MONEY"와 같은 음악은 패션이자 음악이며 미술이고 공연이다. 이미 고전적인 예술의 구분이 적용되지 않는다. 이미 한국의 패션은 21세기 환상현실이자 예술환상으로 세계에 강한 영향을 주고 있다. 한국의 KPOP는 21세기 디지털자아를 환상이면서도 구체적이고 현실적으로 표출하고 전세계의 소녀들의 디지털자아를 함께 만들어 가고 있다.

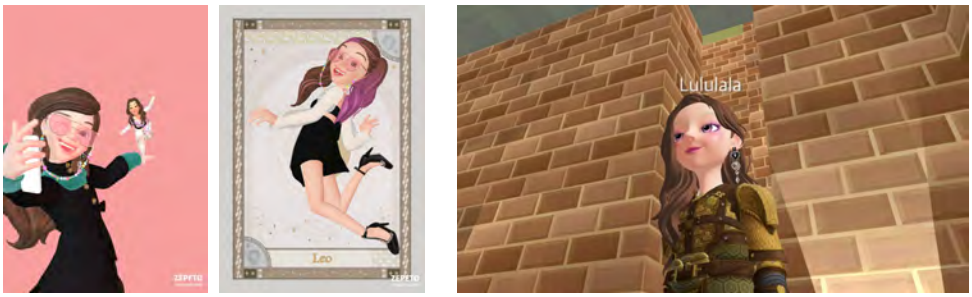
<도 4> G 드래곤 2012 - 2013: *One Of A Kind*, 월드 투어와 쿠데타(*COUP D'ETAT*)
지드래곤 - 위키백과, 우리 모두의 백과사전(wikipedia.org)
<도 5> 특별전 <지드래곤 피스마이너스원>, 서울시립미술관, 2015

<도 6> BTS (2013년 데뷔)

<도 7> 블랙핑크

7. 메타버스로 이동하는 디지털자아들

디지털 에고는 알고리즘에서 해방될 수 있을까. 부캐들의 천국에서 자유롭게 논다. 디지털플랫폼은 메타버스로 진전하고 있다. 메타버스에서는 타자로서 대상을 내 안의 자아로 받아들이지 않는다. 내가 나의 부캐들을 다양하게 만들어서 활동하게 한다. 현실의 패션을 가상세계에서 실현하기도 하고, 현실에서 실현불가능한 패션을 환상현실에서 실현할 수도 있다. 필자는 ZEPETO에서 분캐로 활동하고 있다. 현실의 나, 소녀였던 나처럼 패션감각처럼 꾸미기도 하지만, 여성장군의 갑옷을 입어보고 영웅이 되어 보기도 한다. 환상현실이다. 환상과 현실이 중첩되면서, 새로운 디지털 자아를 만들어 낸다. 현실의 나는 디지털자아를 만들어 내면서, 비로소 실의 자아를 있는그대로 인정하기도 하고, 환상 속의 나를 만나기도 하고, 이루어 내고 싶은 나를 만들어 내기도 한다. 디지털 에고는 욕동의 존재로 환상으로 도피하지 않을 건강함을 지니고 있다면, 환상과 현실을 오가면서 꿈을 꾸고 실현하는 연옥을 마다하지 않게 된다.



<도 8> ZEPETO에서 활동하고 있는 필자

결론 : 미래도시, 천의 얼굴들을 가진 영웅들의 패션

미래도시의 패션의 목표는 '보는 것'이 아니라 자기 자신이 어떠한 상태에 '있는가'를, 즉 본질을 깨닫는 것이다. 이 단계가 끝나면 입문자는 본질 자체처럼, 고삐에서 풀려나 세상을 떠돌게 된다. 뿐인가? 세계라는 것 역시 그 본질이다. 개인의 본질, 세계의 본질 …… 이 둘은 하나다. 이때부터 은거, 은둔은 필요없다. 영웅이 어디를 떠돌든, 그가 무슨 짓을 하건 그는 자기의 본질적 실재에 머문다. 그에겐 세상을 보는, 완전성에 이른 눈이 있기 때문이다. 여기엔 분리 및 은둔이 있을 수 없다. 사회적 참여가 결국에는 개인의 내부에 있는 전체를 깨닫게 하듯이 추방으로 인한 유랑이 영웅을 전체에 내재하는 자아에 이르게 한 것이다."[4] 바로 천의 얼굴의 가진 영웅들의 이야기를 과학기술과 융합한 패션으로 실현할 상상을 그치지 않는다.

4) 조세프 캠프벨(Joseph Campbell), 『천의의 얼굴을 가진 영웅(The Hero of a Thousand Faces)』, 민음사, 2018, p. 466

주제강연 2

메타버스 미래를 위한 실감 콘텐츠 기술 동향, 가상 공간 생성에서 AI 패션 디자이너·모델까지

정일권
한국전자통신연구원 콘텐츠연구본부 본부장

1. 메타버스 개요 (1/9)

ETRI

메타버스는 새로운 미래 디지털 플랫폼으로 부상 중

- 등장 : '닐 스티븐슨' SF 소설 'Snow Crash'에서 아바타(Avatar) 용어와 함께 처음 등장
- 정의 : 가상·초월(Meta)와 세계·우주(universe)의 합성어로 현실을 초월한 가상세상을 의미
- 배경 : MZ세대, 팬데믹 상황, XR기술 성장, 게임/엔터테인먼트 그 이상의 플랫폼 등으로 재 부상
- 전망 : 인류는 현실 세계가 아닌 메타버스에서 주로 생활하게 될 것이다.

Meta 초월 + **Universe 세상**

개념 등장 (1992)

가상세계 (2003)

- LTE → 5G
- AWS / Azure
- Blockchain
- GPU / CUDA
- AI / NPU

재부상 (2020 ~)

- 5G+/6G →위성통신
- 데이터 댐(AI)
- 지능형 PIM 반도체
- 전기/자율주행차
- UAM / Drone

3

1. 메타버스 개요 (2/9)

ETRI

메타버스 특성(사례)

- 유형 : 증강현실, 라이프로깅, 미러월드, 가상월드의 4가지 속성 유형 존재
- 4가지 유형은 최근 상호작용하면서 융복합 형태 진화 중
- 사례 : 게임형, 소셜형, 경험확장형, 산업활용형

'로그인 메타버스:인간X공간X시간의 혁명' 이슈 리포트, 2021.03, 소프트웨어 정책연구소

서비스 유형	사례
게임형	마인크래프트
소셜형	제페토
경험확장형	증강 도시
산업활용형	가상 공장

4

1. 메타버스 개요 (3/9)

ETRI

메타버스 Market Map

5

1. 메타버스 개요 (4/9)

ETRI

메타버스 사례(로블록스)

- '06년 출시, 블록 구성 3D 가상세계에서 아바타로 소통하는 게임, 직접 만든 게임 플레이 가능
- '21년 3월 10일에 상장한 로블록스의 경우 상장첫날 54% 급등 시가총액 43조원의 기업으로 성장
- 로블록스는 미국의 16세 미만 어린이의 절반 이상이 게임 유저층 형성(유저 67%가 16세 이하)
- 로블록스의 주요 비즈니스 모델은 로벅스이며, 1로벅스가 0.01달러에 거래됨

700	1800	222	570	2
만	만	억	만 명	억 달러 이상*

메타버스 사례(제페토)

- '18년 출시
- 전 세계 누적 가입자 2억2천만명
- 사용자 80%가 해외
- 사용자 80%가 10대

6

1. 메타버스 개요 (5/9)

ETRI

전지구적 규모 메타버스 서비스 사례

- 역사상 가장 현실적이고 광범위한 소비자 대상 시뮬레이션인 Microsoft Flight Simulator는 2조 개의 나무, 15억 개의 건물, 전 세계의 거의 모든 도로, 산, 도시 및 공항이 포함되며, 고품질 스캔 기반임
  - 사용되는 모델링 데이터는 2.5 Pb 규모로 클라이언트 저장이 불가
  - 실제 날씨(정확한 풍속 및 방향, 온도, 습도, 비, 조명 포함) 및 항공 교통을 반영하도록 업데이트를 제공하는 라이브 서비스임

  * 포인트 클라우드 형성에 필요한 높이, 너비, 깊이 및 상대 속성을 캡처하는 복셀 형태
- 이러한 메타버스 세계를 구축에 수십억 달러 소요: Xbox Studios 자매 회사 Bing Maps 소유

- 2019년에 Epic Games는 1km 크기의 '실제 세계' 환경의 자갈까지 세부적으로 생성하는 Quixel을 인수
  - 많은 회사가 가상 환경 절차적 생성 기계 학습 알고리즘 개발에 투자중

1. 메타버스 개요 (6/9)

ETRI

가상경제의 등장과 확산 기대

"오늘날 가상 세계의 토지(Virtual Real Estate)를 사는 것은 1750년대 맨해튼의 토지를 사는 것과 같은 느낌이 들 수 있습니다"

Republic Real Estate, Janine Yorio의 Bloomberg 인터뷰 중

다수의 참여로 완성되는 가상의 사회, 가상의 공간

Decentraland - Genesis City

- 이더리움 블록체인 위에서 작동하는 3차원의 가상 공간
- 전체 공간은 한 개당 16m x 16m 크기의 LAND 90,000개로 한정

"2018년 대비 30배 이상 가격 상승"

- 현실 세계의 토지를 넘어, 가상 세계의 토지에 대한 투자, 개발, 임대, 담보 등의 상품과 서비스 컨설팅
- 디센트럴랜드, 더샌드박스, 크립토복셀, 솜니움 스페이스, 액시 인피니티, 업랜드 등의 메타버스 플랫폼이 주요 상품

노르웨이, 디센트럴랜드에 가상세무서 구축, NFT 세금 납부 교육에 활용 (2022.10.27.)

출처: 크리에이티브 테크놀로지스트 신기현 작가
https://www.republicrealm.com
https://metaverse.properties

1. 메타버스 개요 (7/9)

ETRI

가상경제의 등장과 확산 기대

블록체인 기반의 가상 세계의 경험이 현실 세계의 경험으로 연결

"NFT는 디지털 콘텐츠 저작물에 희소성과 소유권 부여가 가능한 가상 자산화 기술"

NYSE 'The First Trade' NFT

- 기업 공개라는 성공의 특별한 순간을 소유할 수 있도록 NFT화
- 스포티파이, 로블록스, 도어대시, 쿠팡, 유니티, 스노우플레이크 등 기업의 첫 거래내역을 NFT 안에 담음

https://link.medium.com/2HBq3Grpfc

출처: 크리에이티브 테크놀로지스트 신기현 작가

9

1. 메타버스 개요 (8/9)

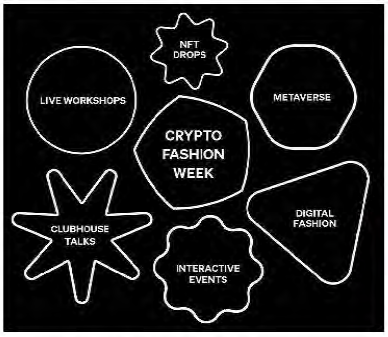
ETRI

가상경제의 등장과 확산 기대

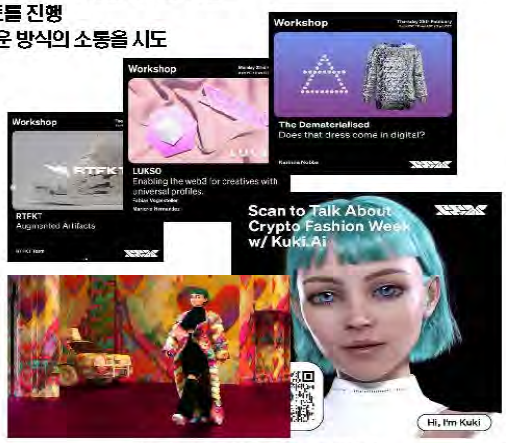
사실적인 연출의 가상공간을 통해 디지털자산을 탐색하고 브랜드의 스토리를 경험

Crypto Fashion Week 2021

- 디지털 패션에서 부터 메타버스, 블록체인, NFT 등의 다양한 주제를 담아낸 이벤트
- 다양한 가상공간을 연결하여 5일간의 전체 이벤트를 진행
- 가상 인플루엔서(AI봇인 Kuki AI)를 중심으로 새로운 방식의 소통을 시도



https://cryptofashionweek.xyz/



출처: 크리에이티브 테크놀로지스트 신기현 작가

10

1. 메타버스 개요 (9/9)

ETRI

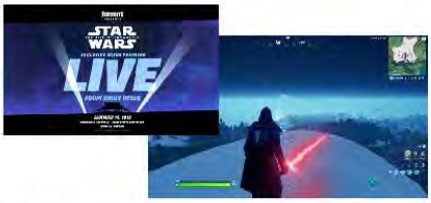
가상경제의 등장과 확산 기대

창작자와 작품이 의도한 관람경험 vs 새로운 즐거움을 찾는 관람자의 반응

Fortnite Movie Nite-Christopher Nolan

- 크리스토퍼 놀란감독의 영화를 게임 포트나이트내 스크린 환경을 통해 전세계 동시상영
- 게이머들은 함께 게임속에 모여 스크린과 사운드, 자막등을 통해 무료로 영화를 감상

출처: 크리에이티브 테크놀로지스트 신기현 작가



Fortnite x Star Wars-Exclusive Scene Premiere Live

- 게임 포트나이트에서 최초 공개된 영화 스타워즈의 신규 트레일러
- JJ Abrams 감독이 아바타의 모습으로 게임내에 출연하여 다양한 이벤트와 리워드를 제공

11

2. 메타버스 관련 용어 (1/6)

ETRI

XR (eXtended Reality)

- 가상현실(Virtual Reality): 가상 공간을 사용자가 실제와 같이 체험하게 하는 기술
- 증강현실(Augmented Reality): 현실 공간에 가상의 정보를 합성하여 보여주는 기술
- 확장현실(eXtended Reality): 현실과 가상을 융합, 오감 기반의 실제와 같은 공간 체험을 제시하는 기술

CG (Computer Graphics)

- 컴퓨터를 이용하여 실물이나 가상의 물체를 화면상에 형상화하고 움직임을 부여한 것

게임 엔진

- 게임을 구동시키는데 필요한 핵심요소들을 담은 소프트웨어 혹은 소프트웨어 구성요소
  = 렌더링 엔진 + 물리 엔진 + 저작 도구 + 개발 도구 + ...

UNREAL ENGINE, unity, source, CRYENGINE, havok

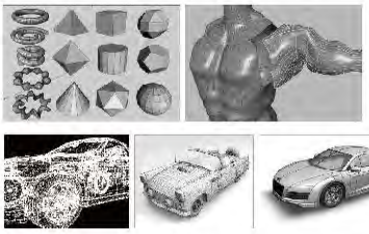
12

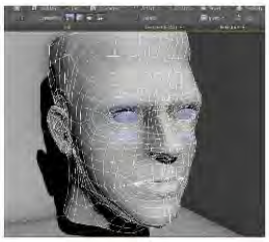
2. 메타버스 관련 용어 (2/6)

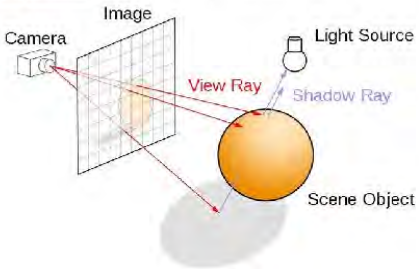
ETRI

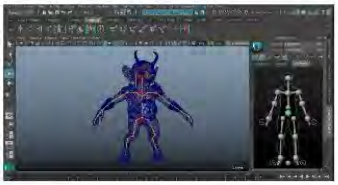
CG (Computer Graphics)

- 모델링 → 애니메이션 → 렌더링 → 후처리(합성, 색보정) 순으로 제작(영화, 드라마, ...)
- 게임에선 애니메이션, 렌더링, 물리 시뮬레이션, 사용자 상호작용을 실시간 처리









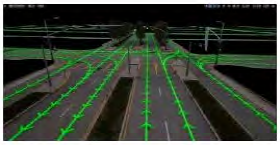
13

2. 메타버스 관련 용어 (3/6)

ETRI

게임 엔진

- 테슬라 자율 주행 시뮬레이션에 언리얼 엔진 활용



출처: Unreal Engine 5 | Sizzle Reel (https://www.youtube.com/watch?v=laPxq6QogKE)

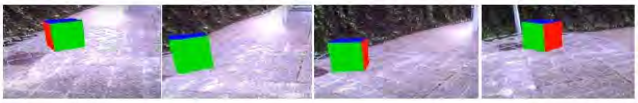
14

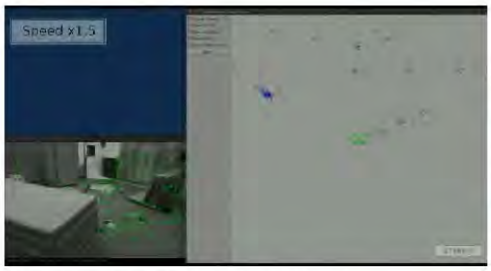
2. 메타버스 관련 용어 (4/6)

ETRI

AR과 SLAM (Simultaneous Localization And Mapping)

- AR에서는 사용자 시선 움직임에 따라 CG 물체도 그에 맞게 정확하게 렌더링하여 표현해야 함
- SLAM은 카메라 영상, 자이로 센서 등을 이용하여 사용자 위치 및 시선을 정확하게 알아내는 기술





https://www.youtube.com/watch?v=ufvPS5wJAx0
ORB-SLAM2: an Open-Source SLAM for Monocular, Stereo and RGB-D Cameras - YouTube

https://www.youtube.com/watch?v=ulHPPtPBgHk&t=306s
HoloLens 2 AR Headset: On Stage Live Demonstration - YouTube

15

2. 메타버스 관련 용어 (5/6)

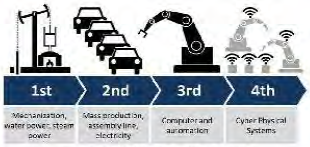
ETRI

디지털 전환

- 디지털 전환: 디지털 전환은 AI를 통해 시스템을 자동화하여 운영방식을 근본적으로 바꾸고 사용자에게 새로운 가치를 제공하는 혁신
- 지능형 디지털 전환은 4차 산업혁명의 핵심

< 디지털 전환의 필요성 (출처: MITechnews.com, MS, Qualcomm 자료 재구성) >

< 디지털 전환 필요 기술 >



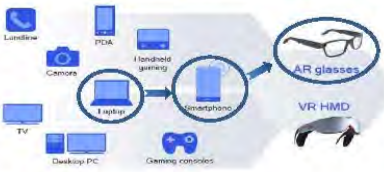
< 4차 산업혁명 (출처: Christoph Roser at www.AllAboutLean.com) >

16

2. 메타버스 관련 용어 (6/6)

ETRI

스마트(AR) 글래스는 스마트폰을 대체하여 경제, 문화, 사회를 바꿀 차세대 플랫폼



- Immersive 콘텐츠 서비스
  현실에 가상 물체를 융합하여 새로운 공간 기반 체험 제공
- Intelligent 콘텐츠 서비스
  획득된 카메라 영상을 분석하여 개인화된 맞춤 정보 제공

해외업체

MS　매직립　애플(출시예정)　엡손

국내업체

아큐픽스　라온텍　레티널

쇼핑　원격협업　의료

관광, 엔터테인먼트　건축, 인테리어　제품설계, 유지보수

디지털 트윈

- 물리적 자산들을 디지털로 가상화하는 표현 모델
- 디지털 트윈을 통해 프로세스를 디지털화, 단순화하여 사용자의 경험을 향상하고 실시간으로 요구 사항에 대응이 가능

DHL (2019)

17

3. 미래의 메타버스 (1/2)

ETRI

현재의 메타버스 서비스

- 사용자를 대신하는 아바타를 활용하여 가상세계에서 다양한 체험을 제공
- 사전에 제작된 공간과 아바타를 활용하고 사용자/객체의 움직임 정도의 정보만 전송
- 사실적인 현장 분위기를 전달하기에는 정보가 부족함

아바타 중심의 메타버스 서비스

제페토(한국)

로블록스(미국)

18

3. 미래의 메타버스 (2/2)

ETRI

미래의 메타버스 서비스

- 디지털 트윈화된 사용자, 공간 정보 반영으로 실세계를 그대로 복제한 서비스 체험을 제공
- 에지 클라우드, 디바이스 클라우드를 통하여 대규모 원격 정보의 효율적인 교환이 필요

공간 현실(spatial reality) 메타버스 서비스

19

4. 실감 콘텐츠 기술 (1/4)

ETRI

공간 구축 기술

- (현재) 도시 공간과 연동되는 시뮬레이션 플랫폼, AR 기반 실-가상세계 연동 서비스 제공
- (향후) 실-가상이 융합되고 자율적으로 살아 움직이는 XR트윈 기반 광역 메타 월드 생성

현재: 특정 지역 3D 공간 생성

▲ 3D화에 수작업 필요
▲ 특정 지역 대상

<Virtual Singapore>

<VRICON Digital Terrain Service>

<Snapchat Lens>

- 광역공간 고정밀 3D 자동 생성기술
- XR트윈기반 메타 월드 갱신
- 실-가상공간 사용자 위치 추적

미래: 광역 고정밀 메타 월드 구축

▲ 자동화된 광역공간 고정밀 3D화
▲ 실시간 정보 반영되는 XR트윈

<광역 메타 월드 생성 및 연동>

20

4. 실감 콘텐츠 기술 (2/4)

ETRI

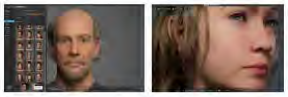
디지털 휴먼 기술

- (현재) 고비용으로 사람의 외형 및 정해진 행동만 가능한 수준의 디지털휴먼 서비스 제공
- (향후) 사람이 구별하지 못하는 수준의 외형, 행동 및 감성 교류가 가능한 디지털휴먼

현재: 고비용, 미리 정의된 행동

▲ 고비용 소요
▲ 외형 위주, 미리 정의된 행동

<버추얼 인플루언서 서비스 모시, 사이더스스튜디오엑스, 2021>



<텐플릿기반 메타 휴먼, 에픽게임스, 2021>

- 인공지능 기반 실감 가시화, 지능화
- 6G 기반의 초저지연 네트워크
- 센서, 디바이스 기반 생체/감성 신호 처리

미래: 인공지능기반의 자율반응 (외형+감성+극사실감)

▲ 인공지능 기반의 자동화
▲ 외형 + 감성 + 극사실감 + 자율반응

<시림에 반응하는 감성 디지털휴먼>

21

4. 실감 콘텐츠 기술 (3/4)

ETRI

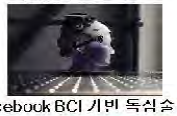
상호작용 기술

- (현재) 다수의 bulky 센서 기반으로 단순 인터랙션을 지원
- (향후) 초소형 웨어러블 장치 활용 및 다수 참여자의 감각공유 기반의 초실감 상호작용

현재: 다수 Bulky 센서 기반

▲ 다수 bulky 센서 장착의 디바이스
▲ 디지털트윈의 단순 증강

<MS 홀로렌즈2>



<Facebook BCI 기반 독심술 장치>

<Facebook 손동작 추적, 피부접촉디치>

- 소형 디바이스
- 최소 센서 장착
- 생체신호 분석
- 초실감 햅틱 렌더링
- 다자 감각 공유

미래: 경량화 지능화 기반 감각 공유

▲ 소형 웨어러블 디바이스 기반 사용자 동작/의도 인식
▲ 공간인식/감각공유 기반 상호작용

<감각공유 기반 초실감 상호작용>

22

4. 실감 콘텐츠 기술 (4/4)

ETRI

플랫폼 기술

DNA 융합을 통한 메타버스 서비스 혁신

- 메타버스를 타산업 분야, 다양한 체험으로 확장 위해 DNA(Data·Network·AI) 기술을 융합
- 대규모 사용자 동시 체험을 위한 초고속, 저지연 네트워크 기술
- AI 기반 자동 창작 및 고품질 영상 생성 기술
- 블록체인, NFT(Not-Fungible Token) 기반의 가상 재화 및 개인 식별 기술

Improbable사의 SPATIALOS(미국)　　NFT기반의 디지털 패션 거래 플랫폼(미국)

5. ETRI 실감 콘텐츠 기술 사례 (1/13)

ETRI

(공간 구축) 영상 기반 3차원 광역 지형 복원

- 위성, 드론 영상 기반 고품질 100% 자동 3D 복원

3차원 합성전장 가시화 체계

저고도 드론영상 기반 지형 복원 결과(두담심층)

Color Mesh Model(텍스처 비교)

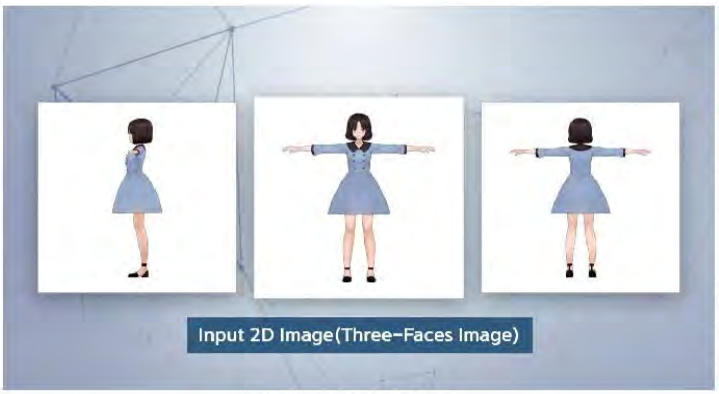
스위스 Pix4D　　러시아 Metashape　　ETRI 개발 기술

영상 기반 3차원 광역 지형 복원 기술 동영상

5. ETRI 실감 콘텐츠 기술 사례 (2/13)

ETRI

(디지털 휴먼, AI) 2D 원화 기반 3D 캐릭터 생성



지능형 3D 캐릭터 생성 기술

AR 인터랙티브 동화 사업화

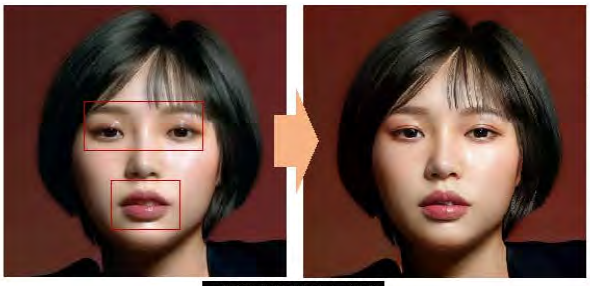
영상 콘텐츠 제작 사업화

25

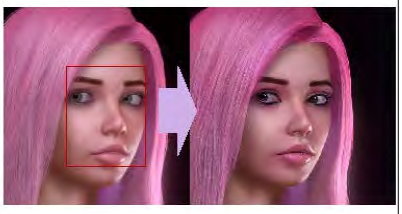
5. ETRI 실감 콘텐츠 기술 사례 (3/13)

ETRI

(디지털 휴먼, AI) 실제 사람 같은 디지털 휴먼 생성



LG 김혜아(비주얼언밸류언니)



게임 캐릭터

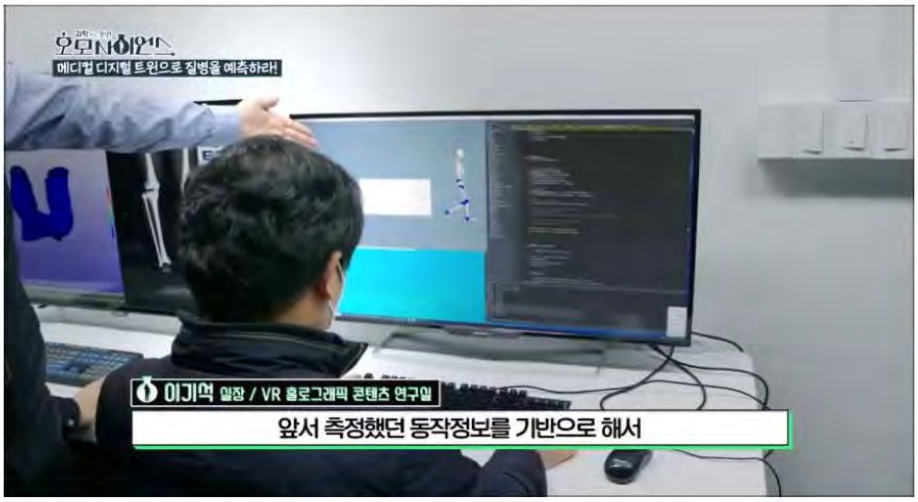
26

5. ETRI 실감 콘텐츠 기술 사례 (4/13)

ETRI

(디지털 휴먼) 메디컬 휴먼 트윈 생성 및 시뮬레이션

- 개인 의료 영상 기반 메디컬 트윈 생성 및 질환 예측



27

5. ETRI 실감 콘텐츠 기술 사례 (5/13)

ETRI

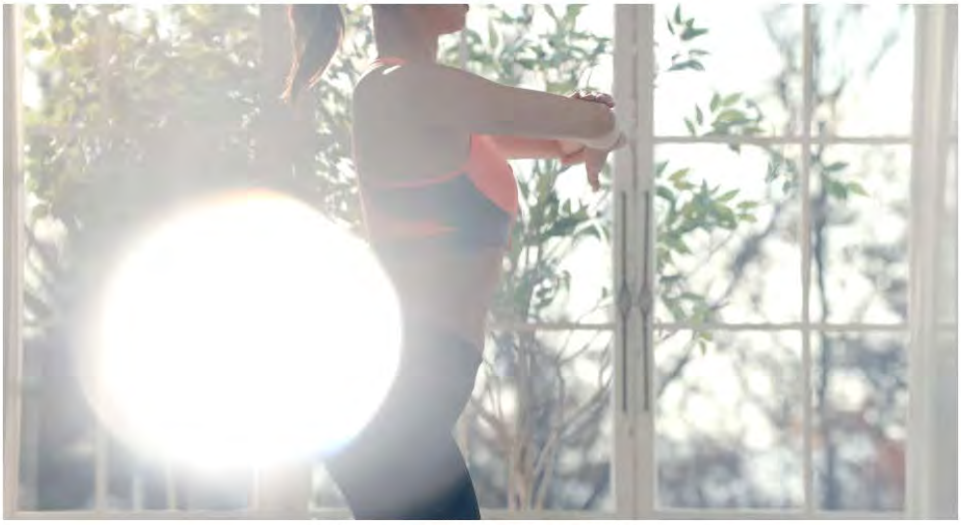
(디지털 휴먼, AI) GAN 기반 AI 패션 영상 생성

28

5. ETRI 실감 콘텐츠 기술 사례 (6/13)

ETRI

(디지털 휴먼) 비접촉식 동작 인식, 생체 신호 인식



동작 인식 기술을 활용한 홈트레이닝 서비스

29

5. ETRI 실감 콘텐츠 기술 사례 (7/13)

ETRI

(상호작용) 실감형 VR 소방 훈련

30

5. ETRI 실감 콘텐츠 기술 사례 (8/13)

ETRI

(상호작용) 초등학교용 VR 스포츠

- 카메라 영상 기반 인체/물체 인식(95% 정확도)

31

5. ETRI 실감 콘텐츠 기술 사례 (9/13)

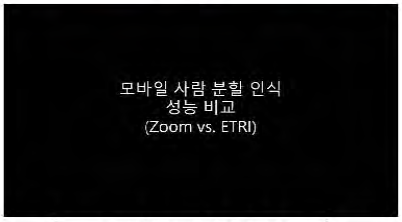
ETRI

(상호작용, AI) 모바일 경량 AR

- MS COCO 2019 Challenge(인식 성능 평가 대회): 세계 4위(국내 1위)

경량 객체 탐지

경량 객체 분할



모바일 사람 분할 인식 성능 비교

단안 깊이 추출

32

5. ETRI 실감 콘텐츠 기술 사례 (10/13)

ETRI

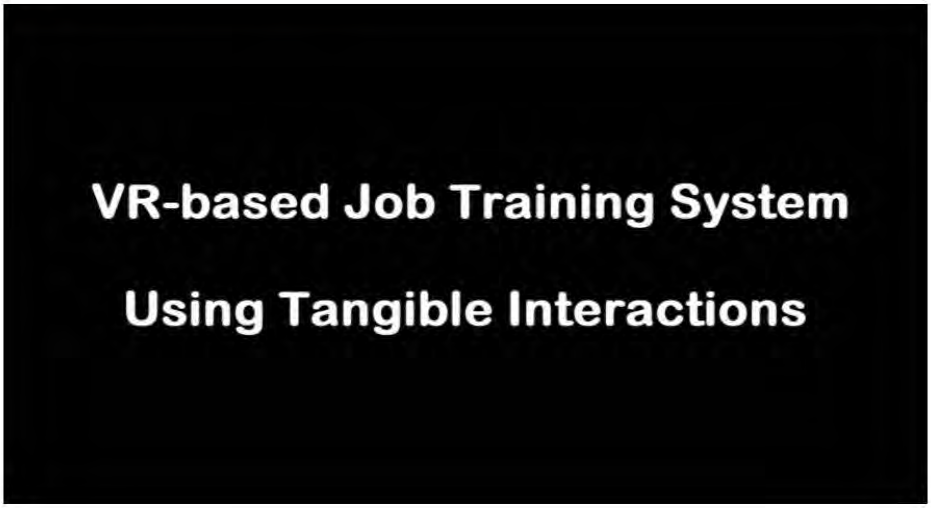
(상호작용, AI) 모바일 경량 AR

33

5. ETRI 실감 콘텐츠 기술 사례 (11/13)

ETRI

(상호작용, AI) VR 직업 훈련



34

5. ETRI 실감 콘텐츠 기술 사례 (12/13)

ETRI

(상호작용, 플랫폼) 5G MEC 기반 XR 협업 플랫폼

35

5. ETRI 실감 콘텐츠 기술 사례 (13/13)

ETRI

(플랫폼, AI) AI 기반 배우 인식을 통한 콘텐츠 식별

- 분장된 배우 모습에 강인한 배우 얼굴 인식 및 배우 의상 인식 기술
- 학습에 필요한 대규모 이미지를 효과적으로 자동 수집 및 분류
- OTT 서비스 적용
  - KT Seezn의 아티스트플레이 서비스 ('20.08.~)

36

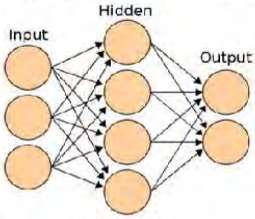
6. AI 기반 패션 영상 생성 (1/16)

ETRI

AI 개요

- 인공 신경망(ANN: Artificial Neural Network): 사람 두뇌 신경망을 흉내 낸 머신러닝 기법
- 심층 신경망(Deep NN): 다중의 은닉층을 가진 인공신경망

< GAN 원리 >



< ANN 구조 >

- GAN(Generative Adversarial Network): 생성적 적대 신경망
  - 두개의 인공 신경망을 경쟁시켜 성능을 향상시키는 알고리즘
  - CGAN, SRGAN, StackGAN, CycleGAN 등 다양한 변형
  - 간단한 스케치로 제품 디자인 시안 생성, 유명 화가 그림 흉내 내기, 손상된 이미지 복원

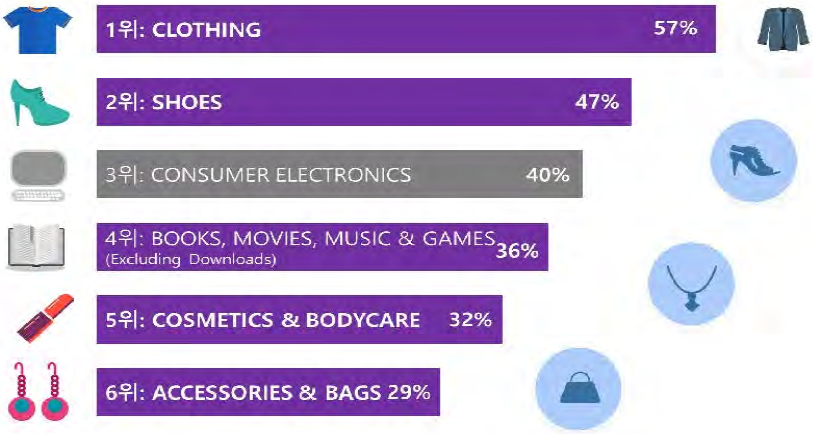
스케치로 만든 시제품 디자인, 출처: Berkeley AI Research

가상의 인물들, 출처: 엔비디아

6. AI 기반 패션 영상 생성 (2/16)

ETRI

온라인 마켓 문화상품 점유율



6. AI 기반 패션 영상 생성 (3/16)

ETRI

영상기반 문화상품 다중정보 추출 기술

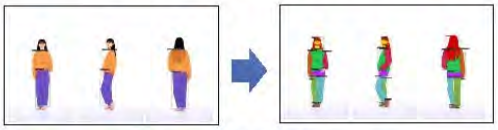
- 콘텍스트 기반 패션 정보 추출 기술 및 반자동 어노테이션 기술

연구개발 결과물

- 문화상품 사용자/상품 정보 추출 소프트웨어
- 반자동 레이블링을 위한 네트워크 및 모델
- 실시간 사용자/상품 정보 추출 프로그램

연구개발 결과물 활용 방안

- 옷의 구조를 이해하는 검출로 착장영상 생성, 피드 수정 등 다양한 기술의 사전 기술로 활용



< 정측,후면에 대응하여 착장자 및 옷의 구조를 모두 추출한 결과 >

<추출 영역을 활용한 피드 다각화 예시>

- 효율적인 데이터 레이블링 기반 기술로 활용

<1차:고도화된 영역 추출 기술 적용>

<2차: 착영자의 미세조정 작업>

<착장자 정보 및 상품 정보를 보다 상세하게 추출 가능>

39

6. AI 기반 패션 영상 생성 (4/16)

ETRI

1인 미디어 아이덴티티 맞춤형 콘텐츠 제작 및 추천

- 창작자의 콘텐츠 분석을 통한 프로파일링 및 추천 기술

연구개발 결과물

- 이미지 기반 스타일 특징 추출 모델
- 1인 미디어 창작자 콘텐츠 프로파일링 기술
- 스타일 특징 기반 유사 인플루언서 및 연관 콘텐츠 추천 프로그램

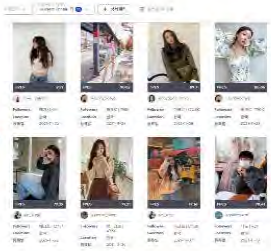
연구개발 결과물 활용 방안

- 1인 미디어 창작자 맞춤형 연관 콘텐츠 추천에 활용

<스타일 특징 기반 유사 인플루언서 추천>

<스타일 태그 추출 결과>

<스타일 특징 기반 인플루언서 군집화>



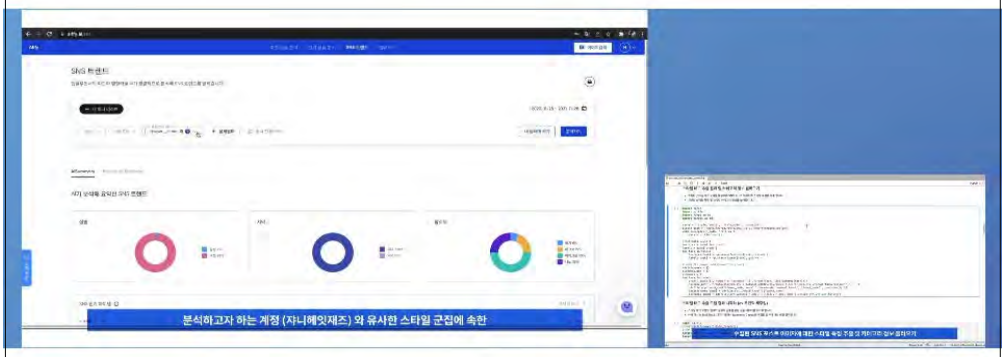
<1인 미디어 창작자 맞춤형 영향력 높은 연관 콘텐츠>

40

6. AI 기반 패션 영상 생성 (5/16)

ETRI

1인 미디어 아이덴티티 맞춤형 콘텐츠 제작 및 추천



41

6. AI 기반 패션 영상 생성 (6/16)

ETRI

비정형 영상 기반 유사상품 검색 기술 개발

- 패션상품 특징점 추출 및 대화형 검색 기술

연구개발 결과물

- 소셜미디어 피드 기반 창작자 비주얼 스타일 모델링 소프트웨어
- 유사도 분석을 통한 영상 기반 패션상품 검색 소프트웨어 V0.7
- 길이/ 디자인 정보에 관한 특징 추출 Pre-trained 모델

연구개발 결과물 활용 방안

- 착장영상으로부터 고스트 샷의 패션상품 검색으로의 활용

- 사용자의 선호 조건을 활용한 사용자 맞춤형 검색

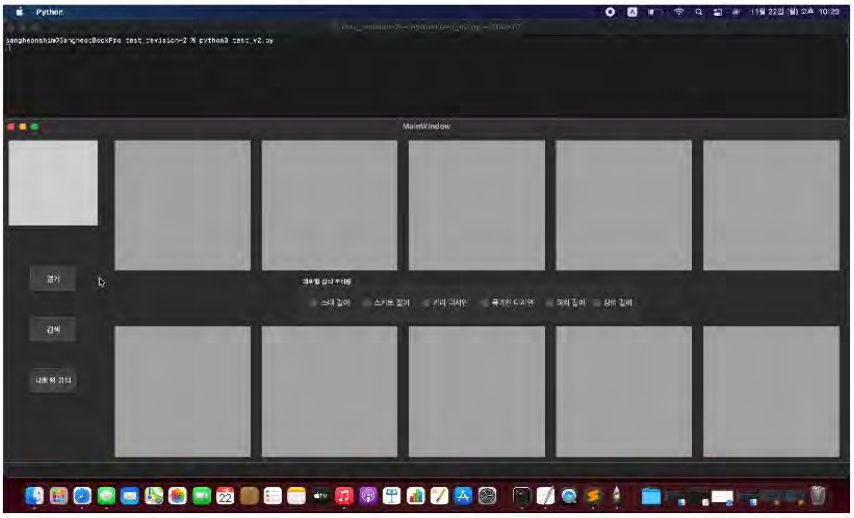
42

6. AI 기반 패션 영상 생성 (7/16)

ETRI

비정형 영상 기반 유사상품 검색 기술 개발

- 패션상품 특징점 추출 및 대화형 검색 기술



43

6. AI 기반 패션 영상 생성 (8/16)

ETRI

신규 디자인 영상 생성 기술

- 신규 패션 디자인 생성 모델의 고도화 및 문화상품 창작

연구개발 결과물

- 세부 이미지 표현하는 생성 모델 : 512x512 해상도, FID score 12 이하
- 제약조건을 만족하는 패션 디자인 생성 모델 (카테고리 5개, 색상 12개 증가 등), 특허 출원
- 문화창작물로서 사용자가 원하는 결과물 : ART(회화 등) 생성 모델 및 화풍변환 모델

연구개발 결과물 활용 방안

- 패션 외 디자인요소(1인 미디어 창작자의 특성 등)을 반영한 문화콘텐츠 분야 신규 디자인 생성

<스트릿룩 유명 파이터 '가비' 스타일 반영>

<스타일을 반영한 새로운 예술작품(회화 등) 콘텐츠 생성 모델 예시>

- 아이디어를 손쉽게 콘텐츠로 표현(패션상품(의류, 악세서리 등) 및 캐릭터 디자인, 굿즈 제작 등 디자인 중심의 문화상품 분야로 확대적용

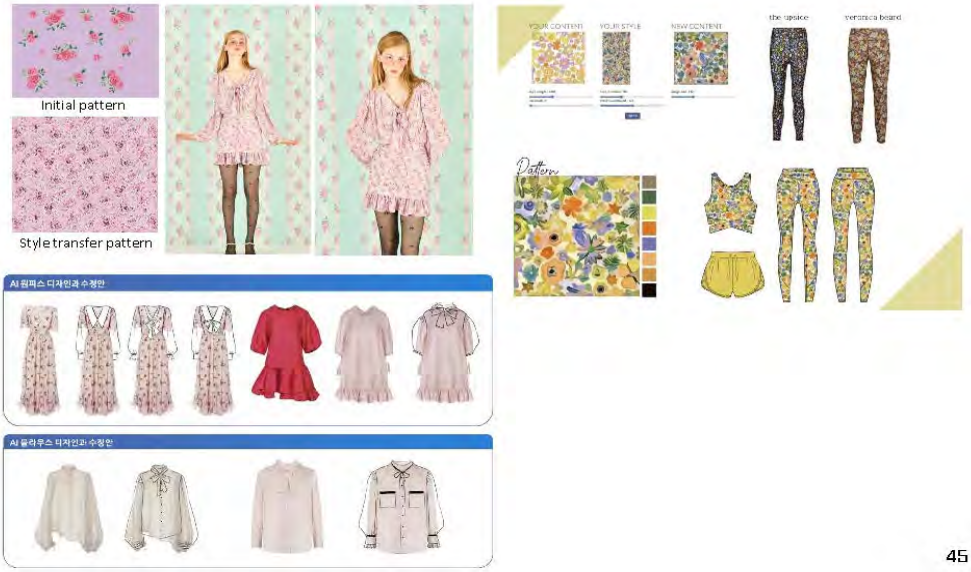
<국내 K금융사 콘텐츠 상품 제작 협업 사례>

44

6. AI 기반 패션 영상 생성 (9/16)

ETRI

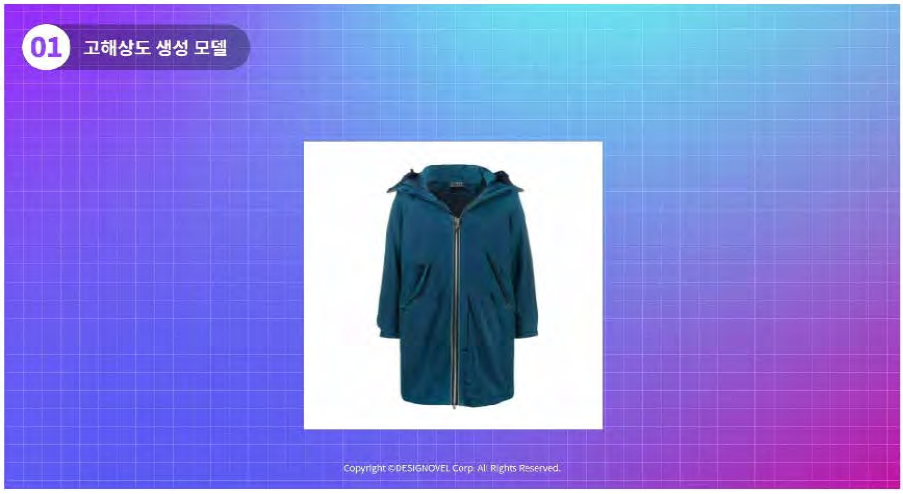
신규 패턴 및 디자인 영상 생성 기술



6. AI 기반 패션 영상 생성 (10/16)

ETRI

신규 디자인 영상 생성 기술



6. AI 기반 패션 영상 생성 (11/16)

ETRI

착장 영상 생성 기술

- 약 16만건의 패션 상품/모델/착용정보 데이터, 실제 시장의 고화질 모델 이미지 데이터 활용

6. AI 기반 패션 영상 생성 (12/16)

ETRI

모델/착장 영상 동시 생성 기술

- 고화질 영상 생성 기술 기반 모델 영상 생성/수정

연구개발 결과물

- 고화질 모델영상 생성 및 스타일 믹싱 소프트웨어, 네트워크 및 모델
- 패션상품 착장영상 기반 동영상 생성 소프트웨어

연구개발 결과물 활용 방안

- 고화질 영상 생성 기술을 활용한 모델/착장영상 동시 생성 기술 결과물

6. AI 기반 패션 영상 생성 (13/16)

ETRI

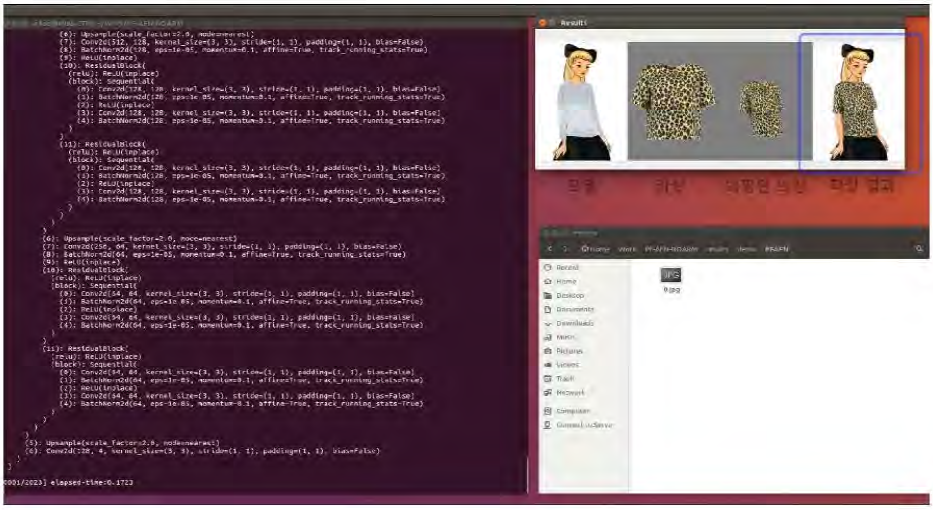
상의 착장 영상 생성 기술 결과

49

6. AI 기반 패션 영상 생성 (14/16)

ETRI

상하의 동시 착장 영상 생성 기술 결과



50

6. AI 기반 패션 영상 생성 (15/16)

ETRI

1인 미디어 콘텐츠 제작 지원 실증 플랫폼

▪ 1인 미디어의 참여 확대를 위한 AI 창작지원 기술의 서비스 콘텐츠 제작

연구개발 결과물

- 1인미디어 콘텐츠 창작 지원 플랫폼
- 메타버스 콘텐츠 제작
- 패션브랜드 온라인 쇼핑몰 연계 실증 플랫폼 서비스 구현

연구개발 결과물

- 1인 미디어 콘텐츠 창작 지원 기술 실증 제품
- 인플루언서 SNS 비디오 유형성 검증 및 온라인 사용성 평가 결과
- 하품빈환 기술 적용 문화상품 진작

연구개발 결과물 활용 방안

- 딥러닝 네트워크를 활용한 실시간 영상 생성 및 문화상품 디자인 저작도구 제공
- 패션문화상품의 디자인 개발에 사용자 참여 기회 제공

<1인미디어 온라인 플랫폼 서비스 제공>

- 메타버스 콘텐츠 제작을 위한 3D 모델 실시간 영상 생성 기술

<메타버스 콘텐츠 제작을 위한 영상 생성 플랫폼 기술 지원>

연구개발 결과물 활용 방안

- 다양한 유저에서 확산되게 활동 중인 1인 미디어를 서비스하기 기술 활용 및 제품 제작 과정 지원
- 신규 기술의 사용자 친화적인 인터페이스 구축 및 상호작용 인터페이스 기술 개발 및 활용 기술
- AI 기반 패션 콘텐츠 온라인 판매 플랫폼 및 신세계/갤러리아 백화점 오프라인 매장을 통한 세계 시장 진출

<1인 미디어 창작자 마켓 활용 지원>

<인플루언서 비디오 판매 (온라인 쇼핑몰) 지원>

- 1인 미디어와 AI 기술의 결합을 통해 창작물을 모니터링하는 다양한 문화상품 제작

<스타일 변환 기술을 적용한 문화상품 디자인 및 제작>

6. AI 기반 패션 영상 생성 (16/16)

ETRI

1인 미디어 콘텐츠 제작 지원 실증 플랫폼

AI 기반 패션 영상 생성 기술 문의: ETRI 감성상호작용연구실 박지영 박사, jiyp@etri.re.kr, 042-860-1552

특별세션

디지털 콘텐츠와 스토리텔링

특별세션 1

▶디지털서사와 포스트휴먼의 시대

– 장노현(한남대학교 국어국문 · 창작학과 교수)

특별세션 2

▶디지털과 문화유산이 만날 때

– 디지털문화유산(Digital Heritage) 분야 소개

– 안재홍(KAIST 문화기술대학원 초빙교수)

특별세션 3

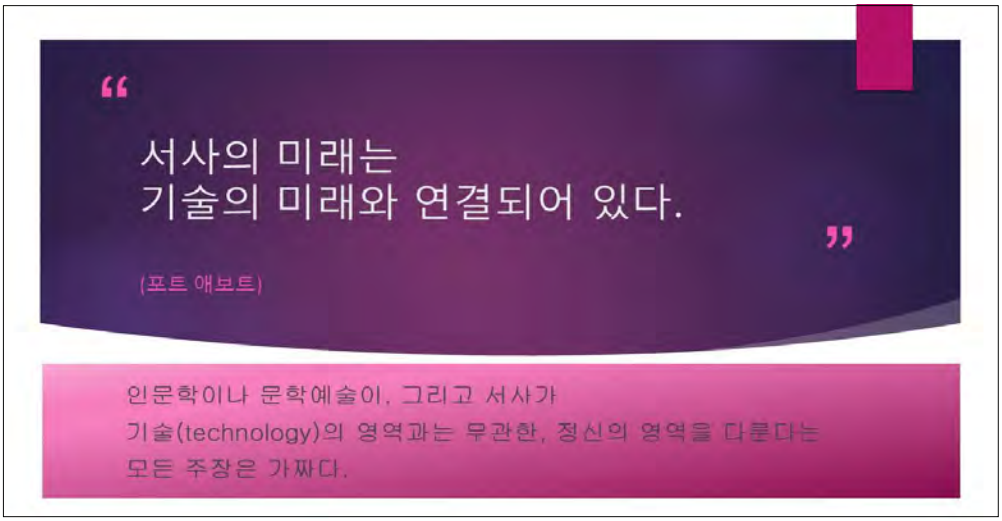
▶물리적 한계를 넘어서는 융합, 디지털 패션

– 김수진(VMOD – Fashion Creative Labs 크리에이티브 총괄 디렉터)

특별세션 1

디지털서사와 포스트휴먼의 시대

장노현
한남대학교 국어국문·창작학과 교수



시대별 서사장르의 변화

- 고대—구술시대—청각적 구술언어—**신화, 전설**
- 중세—필사시대—청각적 문자언어—**군담류 영웅소설**
- 근대—인쇄시대—시각적 문자언어—**근대소설**
- 현대—디지털시대—복합적 멀티언어—**디지털서사**

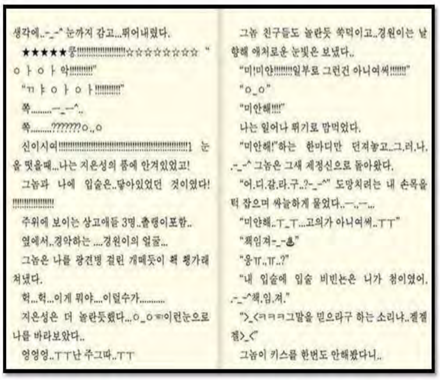
근대적 인쇄 기술이 소설의 시대를 열다.

- 이인직의 <혈의루>(1906)
- 이광수의 <무정>(1917)

- 근대적 인쇄기술은 구술의 시대를 문자문화의 시대를 바꾸어 놓는다.
- 근대소설은 인쇄본 텍스트를 기본으로 하며, 이에 적합한 자신만의 형식적, 미학적 특질을 차츰 갖추어 간다.

디지털 매체기술이 디지털서사의 시대를 열다. → PC통신소설

디지털 매체기술이 디지털서사의 시대를 열다. → "인터넷 소설"



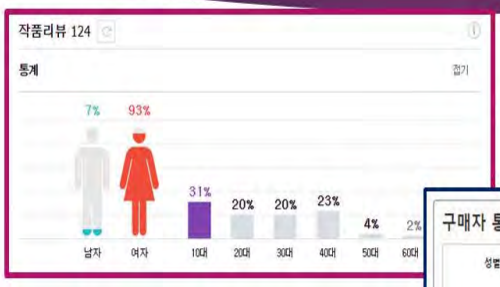
생각에..-_-^ 눈까지 감고...뛰어내렸다.
★★★★★쿵!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!☆☆☆☆☆☆☆☆ "ㅇㅏㅇㅏ악!!!!!!!!"
"ㄲㅑㅇㅏㅇㅏ!!!!!!!!!"
쪽.........ㅡ_ㅡ^..
쪽.........???????ㅇ.,ㅇ
신이시여!!!1 눈을 떴을때...나는 지은성의 품에 안겨있었고!
그놈과 나에 입술은..닿아있었던 것이었다!!!!!!!!!!!!!!!!!!
주위에 보이는 상고애들 3명..쵸령이포함..
옆에서..경악하는 ....경원이의 얼굴...
그놈은 나를 광견병 걸린 개떼듯이 확 뿌가래쳐냈다.
헉...헉...이게 뭐야....이럴수가..........
지은성은 더 놀란듯했다...ㅇ_ㅇ==이런눈으로 나를 바라보았다..
엉엉엉..TT난 주그따..TT

그놈 친구들도 놀란듯 쑥덕이고..경원이는 날 향해 애처로운 눈빛은 보냈다..
"미!미안!!!!!!!!!일부로 그런건 아니여씨!!!!!!!"
"ㅇ_ㅇ"
"미안해!!!!"
나는 일어나 뛰기로 맘먹었다.
"미안해!"하는 한마디만 던져놓고..그.러.나. .-_-^ 그놈은 그새 제정신으로 돌아왔다.
"어.디.갈.라.구..?-_-^" 도망치려는 내 손목을 턱 잡으며 싸늘하게 물었다..ㅡ.,ㅡ...
"미안해..T_T...고의가 아니여씨..TT"
"책임져-_-^"
"웅TT..TT..?"
"내 입술에 입술 비빈놈은 니가 처이였어. .-_-^책.임.져."
">_<ㅋㅋㅋ그말을 믿으라구 하는 소리냐..젤젤젤>_<"
그놈이 키스를 한번도 안해봤다니..

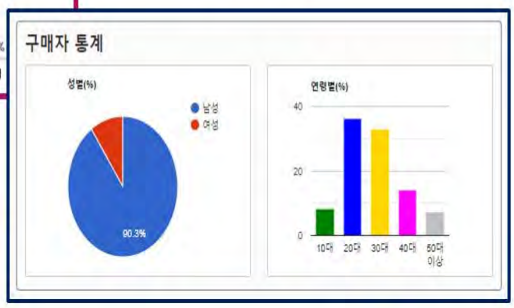
디지털 매체기술이
디지털서사의 시대를 열다. → 블로그소설, 인터넷연재소설

디지털 매체기술이
디지털서사의 시대를 열다. → 웹소설

웹소설 이용자



네이버, 로맨스
<날 닮은 아이>



문피아, 판타지 퓨전,
<악당은 살고 싶다>

PC통신소설,
인터넷소설,
블로그소설,
인터넷연재소설,
웹소설,

그런데,
이런 것들을
진짜 **디지털서사**라고
할 수 있을까?

이제, 소설 아닌 디지털서사

- ✓디지털 시대에는 새로운 형식의 디지털서사가 필요하다.
- ✓디지털서사는 소설과 다른 새로운 창작론과 미학을 가진다.
- ✓디지털서사는 소설과 다른 새로운 유통방식을 가진다.
- ✓디지털 서사는 소설과 다른 새로운 방식으로 소비된다.

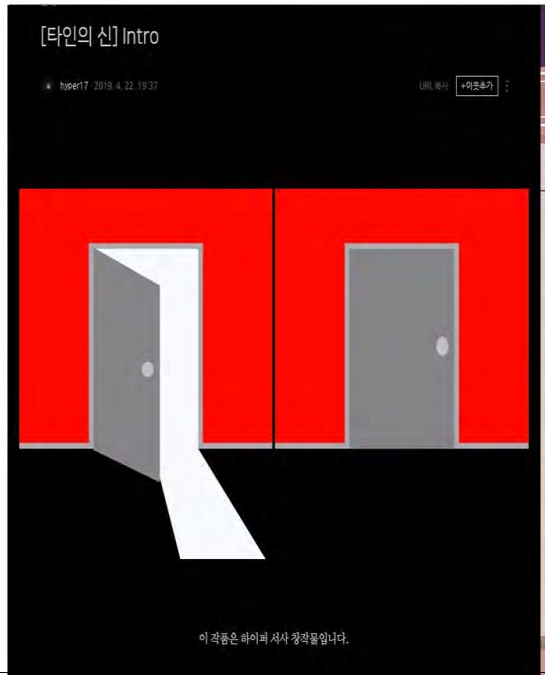
근대소설과 디지털서사의 비교

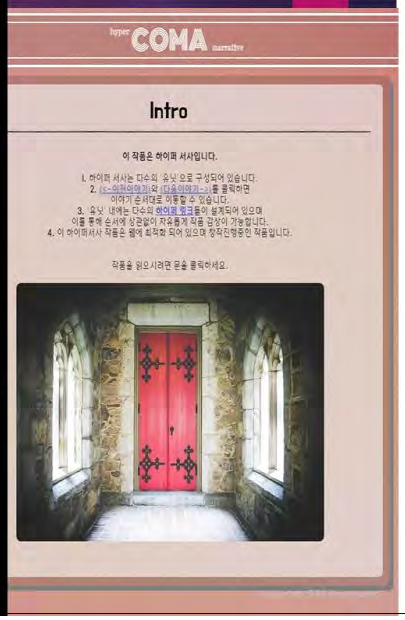
근대소설	디지털서사
근대과학적 세계관	현대과학적 세계관
인과론 중시	우발성 중시
선형적 플롯구성	다선형적 다중서사

모든 서사 형식은
특정 시대의 세계관과 사유방식을
형식을 통해 재현한다.

우리는 디지털서사를 통해
디지털적 세계관과 사유방식을
학습하고 훈련할 수 있다.

이런 디지털서사를 생각할 수도.....





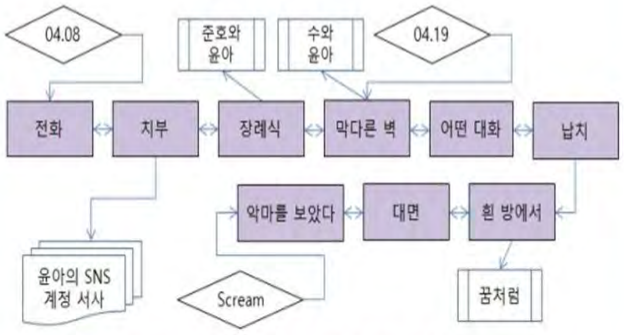
하이퍼서사(HyperNarrative)란?

유닛(unit)과
그것을 연결하는 하이퍼링크 (hyperlink)를
기본 구성요소로 하는
디지털서사의 중요 장르형식이다.

하이퍼서사의 특성은?

- **문자언어**와 함께 **이미지**와 **영상**을 중요한 재현수단으로 함
- 서사구성이 선형성을 벗어나 **다선형 혹은 비선형**에 가까워짐
- 독자의 **탐색적 혹은 구성적 독서**가 가능함
- 작가와 독자의 활발한 **인터랙션(상호작용)**이 가능함
- 독자에게 **쓰기가 개방되고 허용**될 수 있음

하이퍼서사의 다선형성



<도표3> <타인의 신>에서 윤아의 서사 구성도

하이퍼서사의 준거적 캐릭터는?

고대—구술시대—청각적 구술언어—**신화, 전설**— 신적 인물

중세—필사시대—청각적 문자언어—**군담류 영웅소설**— 영웅적 인물

근대—인쇄시대—시각적 문자언어—**근대소설**— 평범한 인물

현대—디지털시대—복합적 멀티언어—**하이퍼서사**— ?

하이퍼서사의 준거적 캐릭터는?

시대 상황과 조건 :

디지털 기술에 의한 인간과 비인간의 혼종적 결합 가능성이 점차 커지면서 인간에 대한 전통적인 이해는 교란되고, 당연시되었던 인간의 존재론적 위상에 변화가 생기고 있다.

인간과 인간-아닌 것, 자연과 자연-아닌 것, 주어진 것과 제작된 것이 복잡하게 배치된 포스트휴먼적 곤경(predicament) 상황은 우리의 사유와 삶을 재조정하도록 요구하고 있다.

하이퍼서사는

이러한 시대 상황과 조건을

서사화하기 위해

포스트휴먼적 인물을

준거적 캐릭터로

등장시키고 있다.

하이퍼서사의 포스트휴먼적 인물?

자연과 인공의 범주적 분리와 구별이 힘든, 기술 매개적 캐릭터

- 유전자 변형이나 DNA 복제 기술을 통해 인공적으로 구성된 유기체적 존재
- 유기체인 인간의 몸에 무기체인 기계적 인공물이 결합된 존재
- 인간의 형상을 닮은 완전히 기계적인 몸을 가진 인공지능 같은 존재

끝내기....

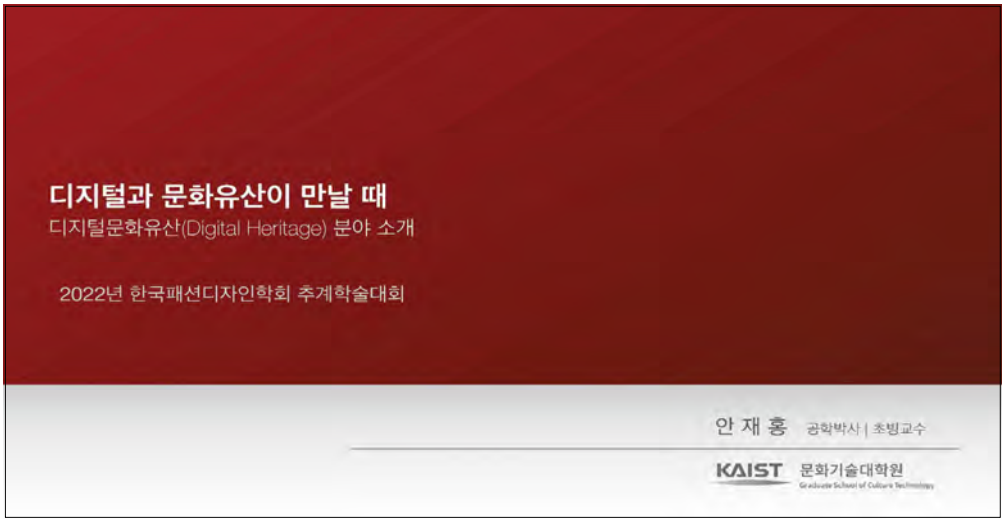
근대 휴머니즘에 입각한 인간/휴먼에 대한 믿음이 끝나가고 있는 시대에 근대소설은 더이상은 우리가 누구인지, 우리가 궁극적으로 무엇을 믿고 따라야 하는지 대답해 주는 사명을 감당하기 어려워지고 있다.

반면 하이퍼서사는 지금 생성 중인 포스트휴먼 시대의 사회적 문화적 규범들을 위한 선행적 움직임과 전복적 사고를 보여주는 도약의 공간이 된다. 그래서 우리는 지금 하이퍼서사라는 새로운 서사형식이 필요하다.

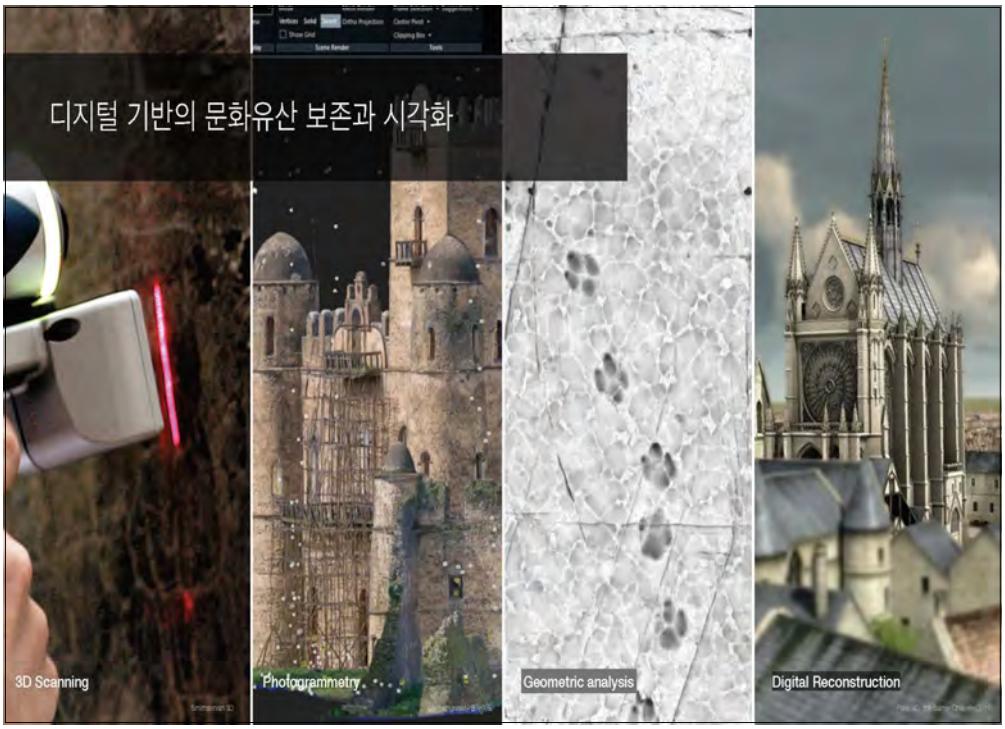
특별세션 2

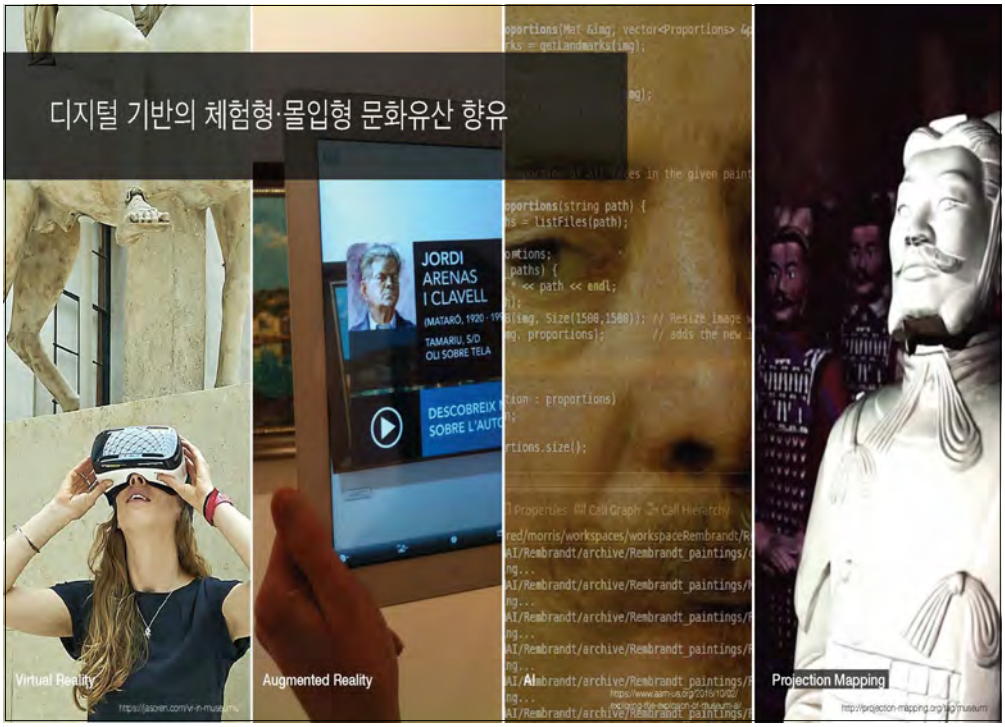
디지털과 문화유산이 만날 때
- 디지털문화유산(Digital Heritage) 분야 소개

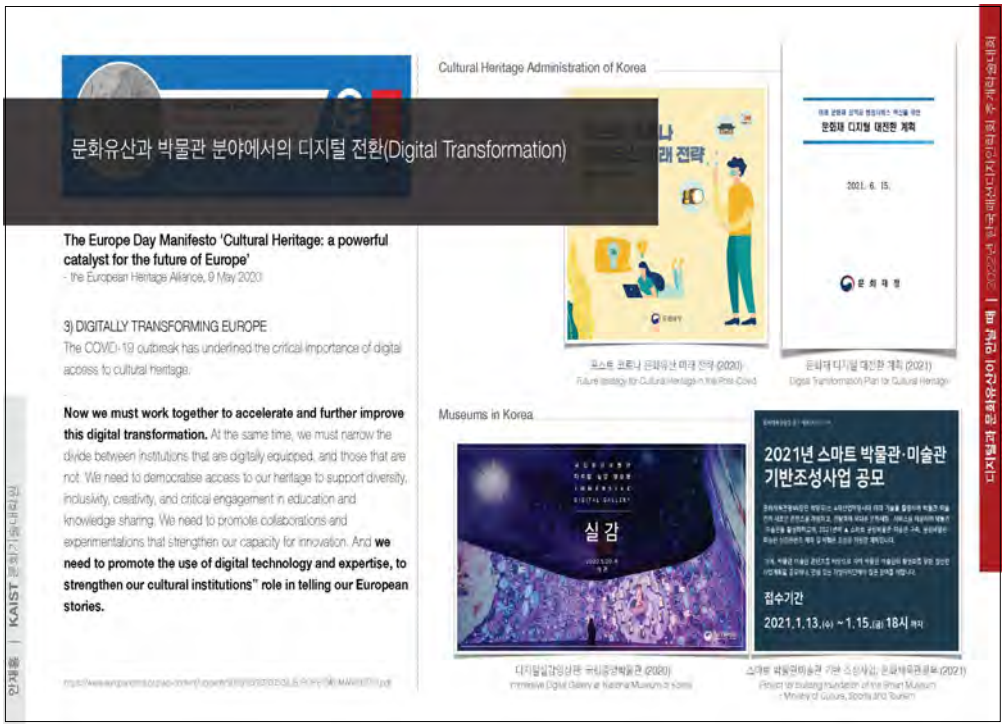
안재홍
KAIST 문화기술대학원 초빙교수



DIGITAL MEETS CULTURE Official registered magazine
Thursday, 06 May 2021
PHOTOCONSORTIUM
Home
Our Mission
Events
Join Us
Contacts
Sitemap
PROMOTER
DIGITAL MEETS HERITAGE
PROMOTER
DIGITAL HERITAGE
DIGITAL ART
Join the Digital Meets Culture Open Newsroom!
If you have interesting news and events to point out in the field of digital cultural heritage, we are waiting for your contribution.
Join
Free text
search
DIGITAL MEETS HERITAGE
Help us to enrich this section: you can show your activity and enhance your projects, and send any information, news, events about digital heritage.
Posted on: 27 January 2012
Share / Save
Leave a comment
Heritage generally refers to something inherited from the past. The word has several different senses, including natural heritage, food heritage, tradition.. but what these pages will be focused on is – of course – Cultural Heritage, in other words the legacy of physical artifacts and intangible values which have to be transmitted to future generations.
Archaeological sites and monuments represent the most visible aspect of cultural
NEWSLETTERS
UNCHARTED
REACH


디지털 기반의 문화유산 보존과 시각화
3D Scanning
Photogrammetry
Geometric analysis
Digital Reconstruction


디지털 기반의 체험형·몰입형 문화유산 향유
JORDI
ARENAS
I CLAVELL
TAMARIU, S/D
OLI SOBRE TELA
DESCOBREIX
SOBRE L'AUTO
Virtual Reality
Augmented Reality
Projection Mapping


문화유산과 박물관 분야에서의 디지털 전환(Digital Transformation)
Cultural Heritage Administration of Korea
The Europe Day Manifesto 'Cultural Heritage: a powerful catalyst for the future of Europe'
- the European Heritage Alliance, 9 May 2020
3) DIGITALLY TRANSFORMING EUROPE
The COVID-19 outbreak has underlined the critical importance of digital access to cultural heritage.
Now we must work together to accelerate and further improve this digital transformation. At the same time, we must narrow the divide between institutions that are digitally equipped, and those that are not. We need to democratise access to our heritage to support diversity, inclusivity, creativity, and critical engagement in education and knowledge sharing. We need to promote collaborations and experimentations that strengthen our capacity for innovation. And we need to promote the use of digital technology and expertise, to strengthen our cultural institutions" role in telling our European stories.
문화재 디지털 대전환 계획
2021. 6. 15.
Museums in Korea
실감
2021년 스마트 박물관·미술관 기반조성사업 공모
접수기간
2021.1.13.(수) ~ 1.15.(금) 18시

"디지털유산은 인간의 지식과 표현의 고유한 자원으로서 문화·교육·과학·행정적 자원뿐만 아니라 기술적·의학적·법적 정보를 포괄하며, **디지털로 생성**되거나 **아날로그 자원으로부터 디지털 형식으로 변환**된 것이다."

"태생적"
Born-digital

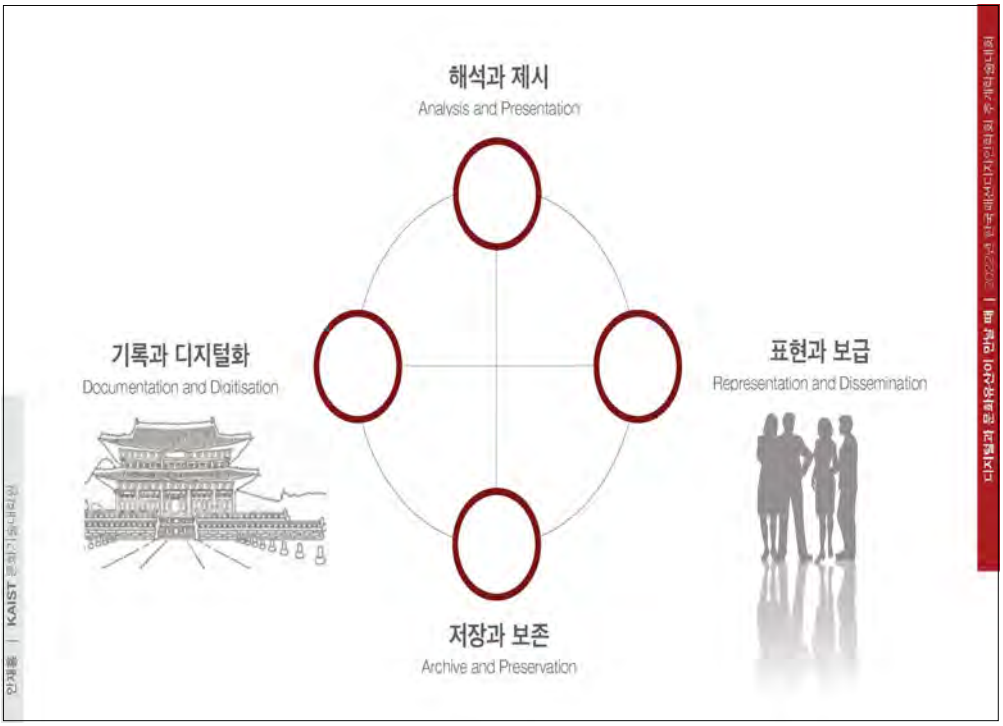
"디지털화(化)"
Digitized

- UNESCO "Charter on the Preservation of Digital Heritage" (2003)

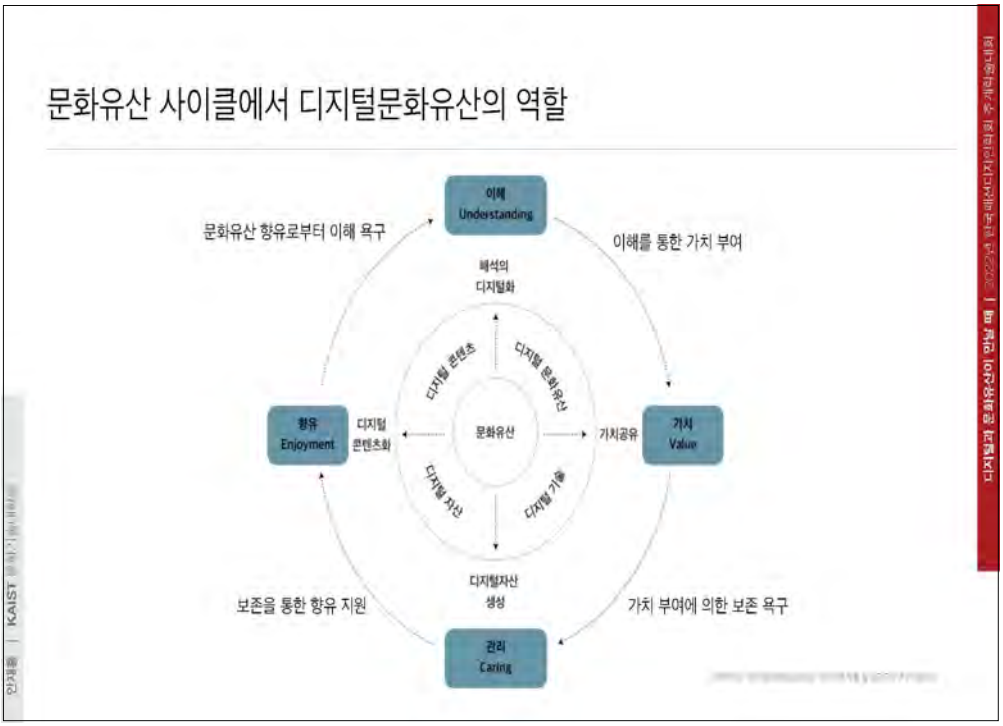
Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture

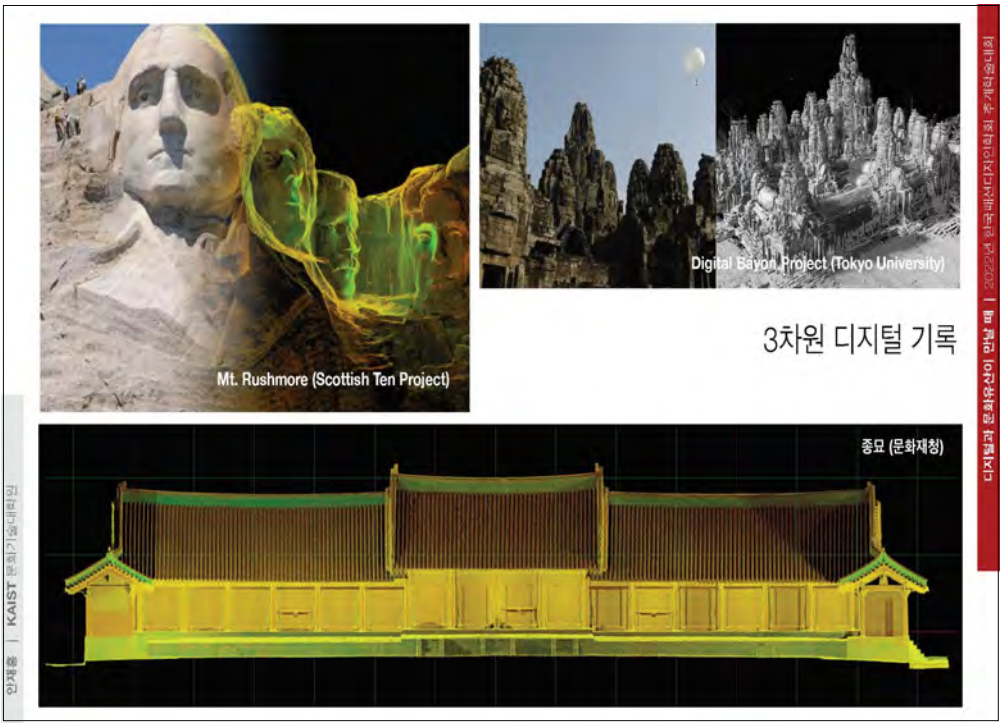
디지털헤리티지 Digital Heritage

안재홍, 김종식, "디지털유산: 문화유산의 3차원 기록과 활용" 시그마프레스 (2016)

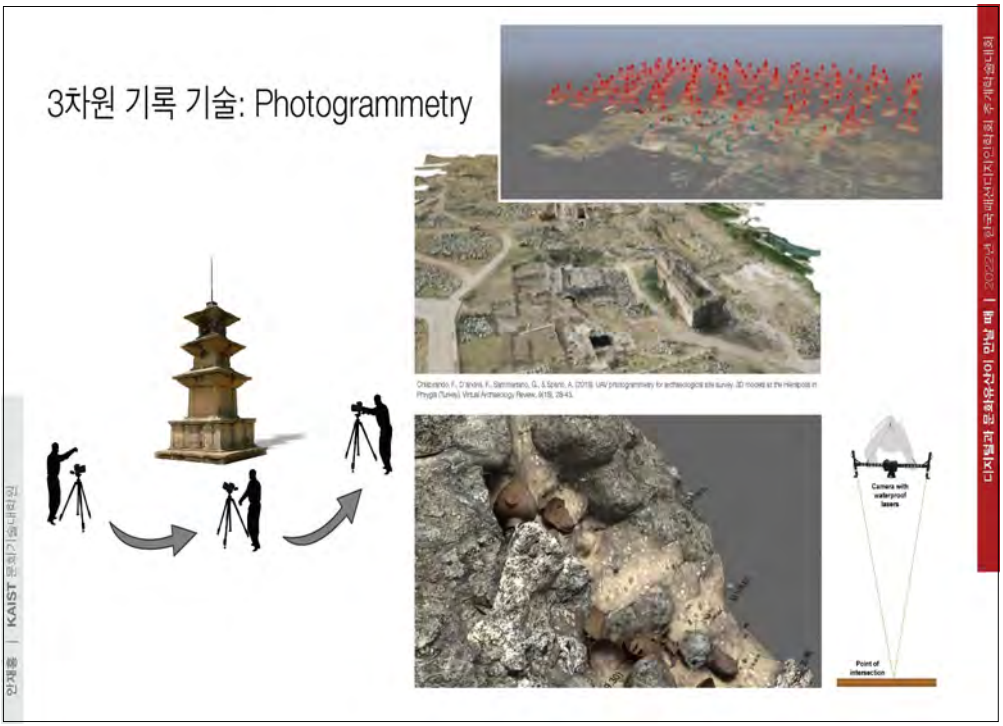

해석과 제시
Analysis and Presentation
기록과 디지털화
Documentation and Digitisation
표현과 보급
Representation and Dissemination
저장과 보존
Archive and Preservation

디지털시대 문화유산의 가치사슬
생산
보존/관리
활용
조사
발굴
연구
복원
보존
관리
활용
분석
기록 관련 기술
재현/재생산 관련 기술
체험 관련 기술
정보화 (Information)
문화유산 데이터


문화유산 사이클에서 디지털문화유산의 역할
이해
Understanding
문화유산 향유로부터 이해 욕구
이해를 통한 가치 부여
해석의
디지털화
디지털 콘텐츠
디지털 문화유산
향유
Enjoyment
디지털
콘텐츠화
문화유산
가치공유
가치
Value
디지털 자산
디지털 기술
디지털자산
생성
보존을 통한 향유 지원
가치 부여에 의한 보존 욕구
관리
Caring


디지털 문화유산 융합이미지 매뉴얼 Project | 대전 이순신 유물 보존처리
3차원 디지털 기록
Mt. Rushmore (Scottish Ten Project)
Digital Bayon Project (Tokyo University)
종묘 (문화재청)
안재홍 | KAIST 문화기술대학원

디지털 문화유산 융합이미지 매뉴얼 Project | 대전 이순신 유물 보존처리
3차원 기록 기술: 3차원 스캐닝
안재홍 | KAIST 문화기술대학원


3차원 기록 기술: Photogrammetry
Camera with waterproof lasers
Point of intersection
인재용 | KAIST 문화기술대학원
디지털과 융합한 문화유산 보존 및 관리 | 2020년 문화재청 국가지정문화유산 융합형 과제 기획 연구

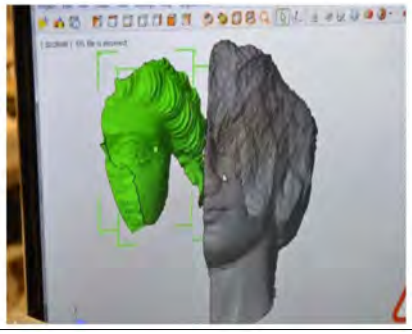
시각화: 디지털재건 Digital Reconstruction

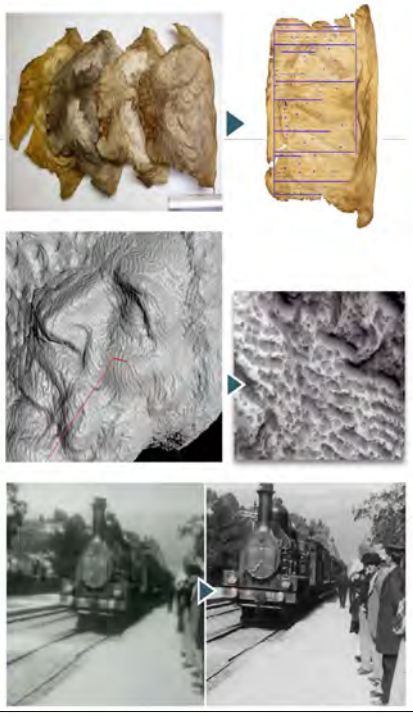
- 3차원 그래픽스 기술을 활용하여 훼손 멸실된 유물유적을 가상으로 재건하여 시각화
- 물리적인 복원을 가상의 공간에서 시뮬레이션

디지털기술을 활용한 문화유산 융합 콘텐츠 개발 | 제1장 디지털 아카이브 구축

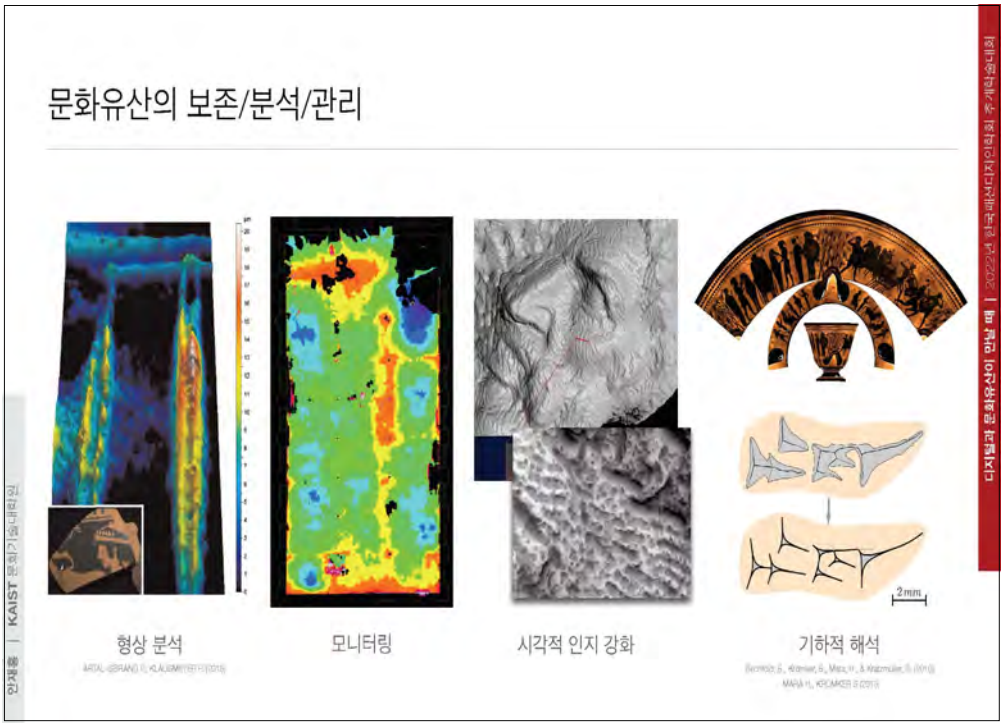
디지털 데이터 기반 보존과 복원

- 정밀 디지털화 데이터를 활용
- 전통적인 보존과 복원 방법을 디지털 데이터와 기술로 지원
- 디지털 데이터 상에서의 복원
- 실물 복원에의 활용

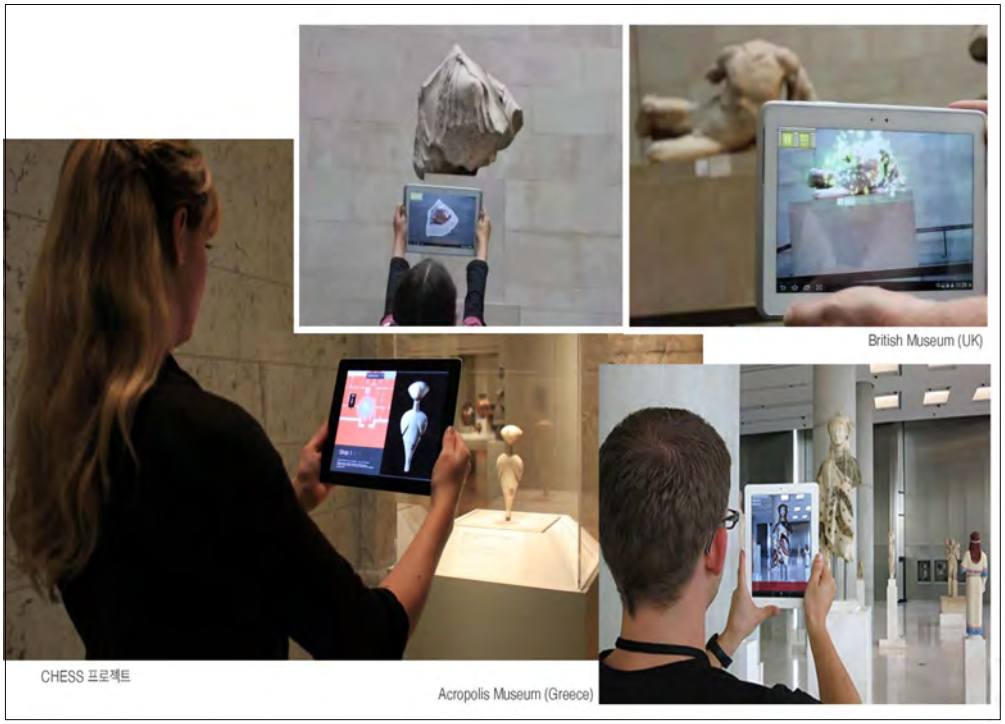


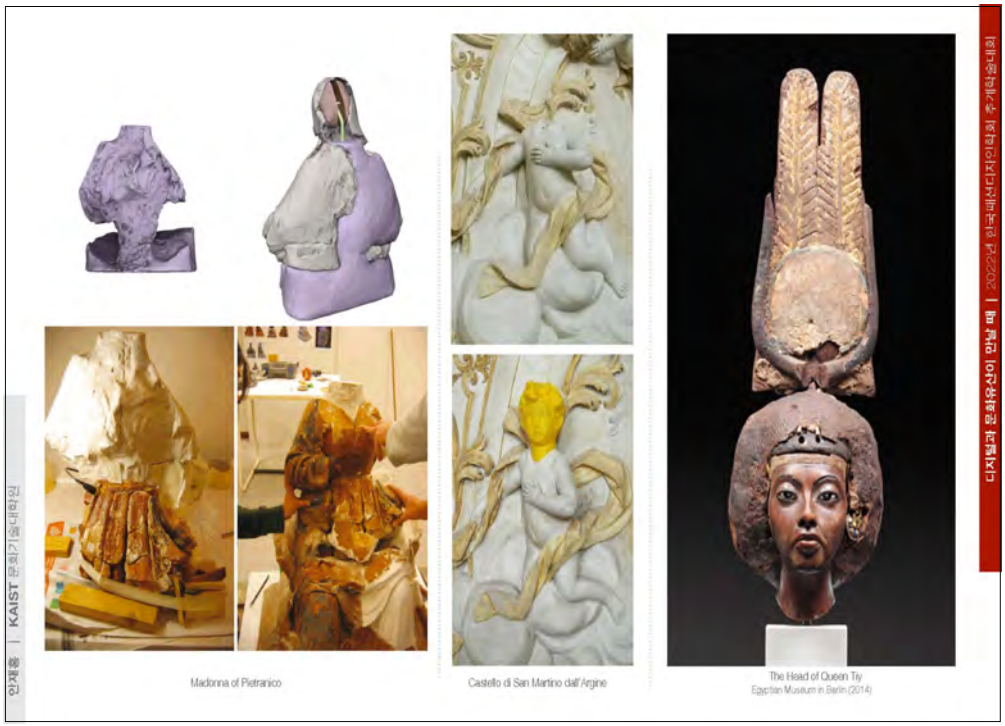


안재홍 | KAIST 문화기술대학원


문화유산의 보존/분석/관리
형상 분석
모니터링
시각적 인지 강화
기하적 해석
2mm
안재홍 | KAIST 문화기술대학원
디지털 문화유산 융합이미지 콘텐츠 개발

가상 복원
안재홍 | KAIST 문화기술대학원
디지털 문화유산 융합이미지 콘텐츠 개발


British Museum (UK)
CHESS 프로젝트
Acropolis Museum (Greece)

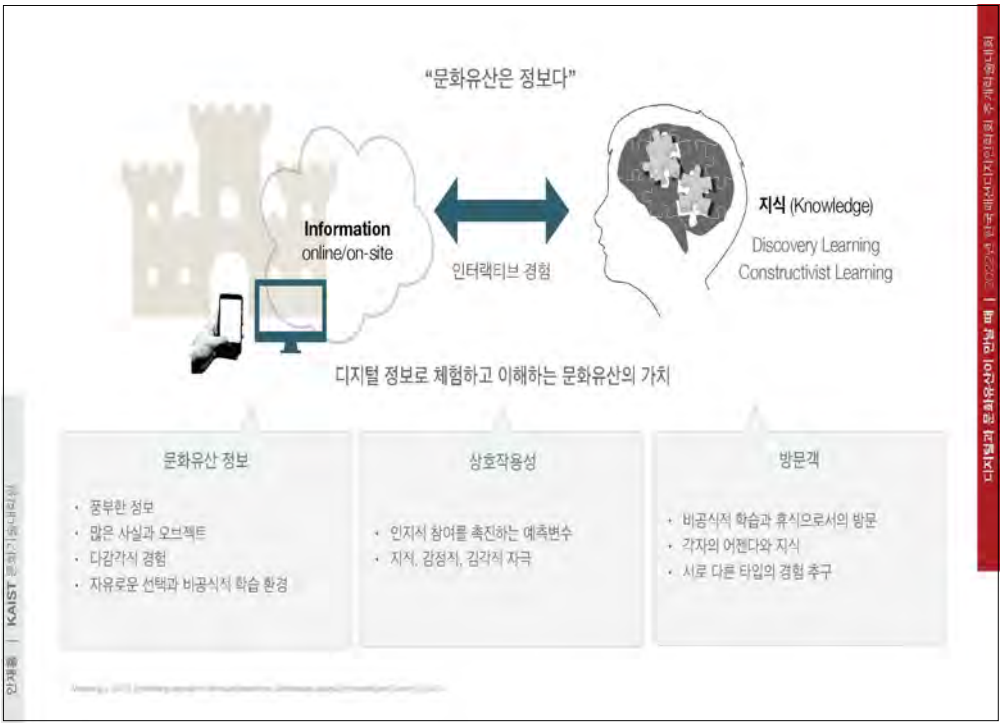

Madonna of Pietranico
Castello di San Martino dall'Argine
The Head of Queen Tiy
Egyptian Museum in Berlin (2014)

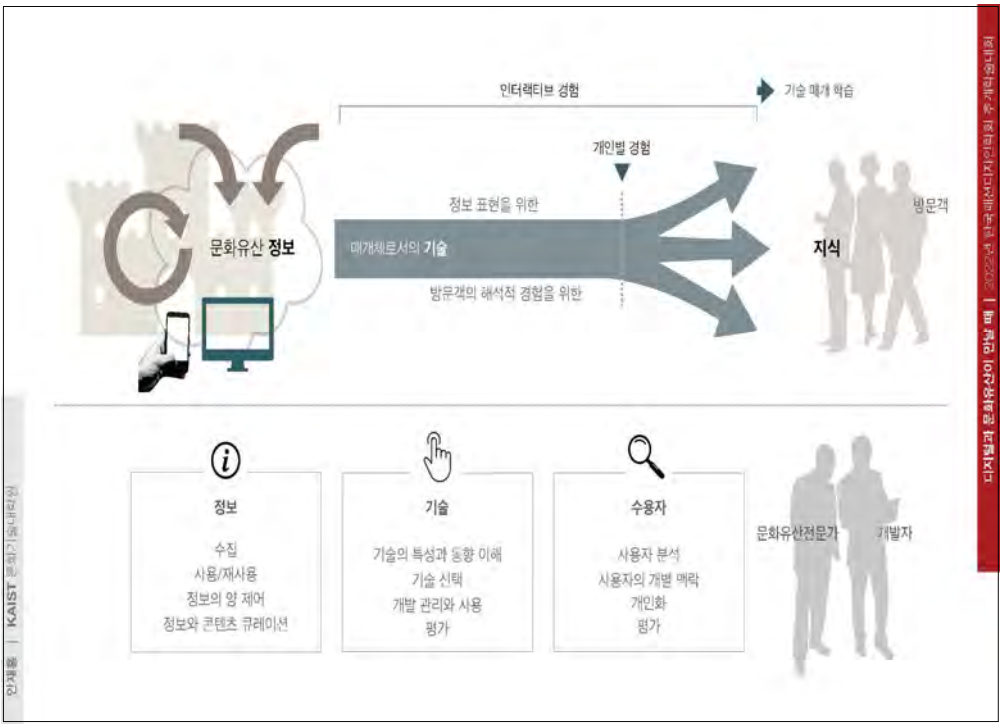
AI (머신러닝/딥러닝)

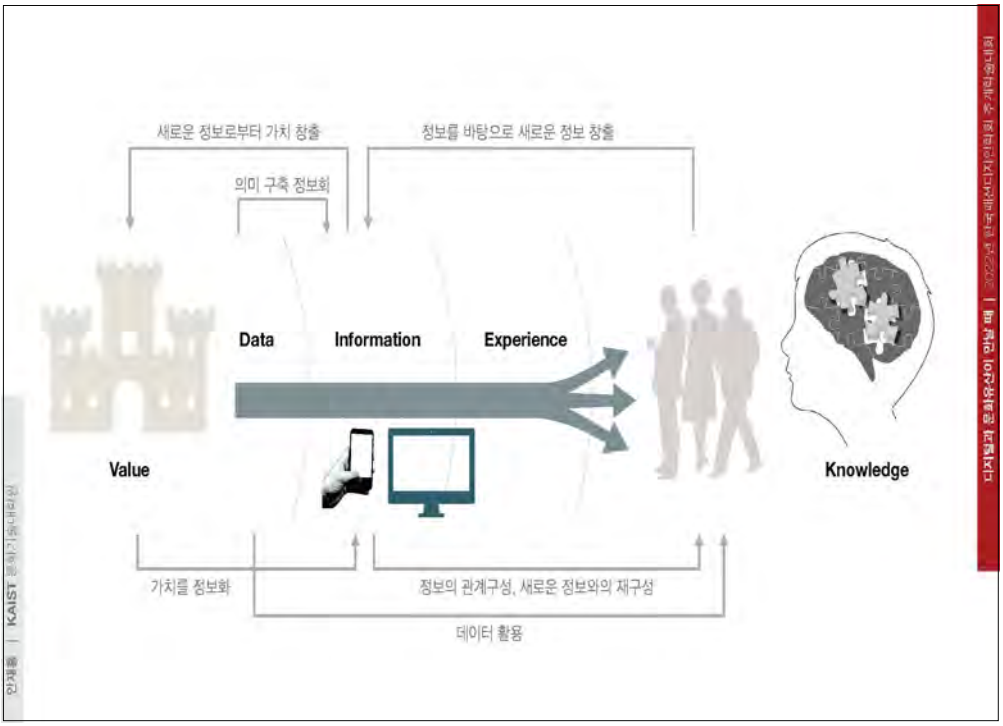
- 문화유산 데이터를 기반으로 한 머신러닝/딥러닝 연구 지속적으로 증가
- 응용 분야의 다양화
- 문화유산 데이터의 중요성 확대
  - 문화유산 데이터의 고유한 특성
  - 데이터에 대한 접근성, 양, 품질 등 고려사항
- 데이터 주도(Data-driven) 업무 확대
  - 신뢰성, 객관성 등의 이슈
  - 데이터 중심의 운영 체계 대응
  - 문화유산 전문가의 역할

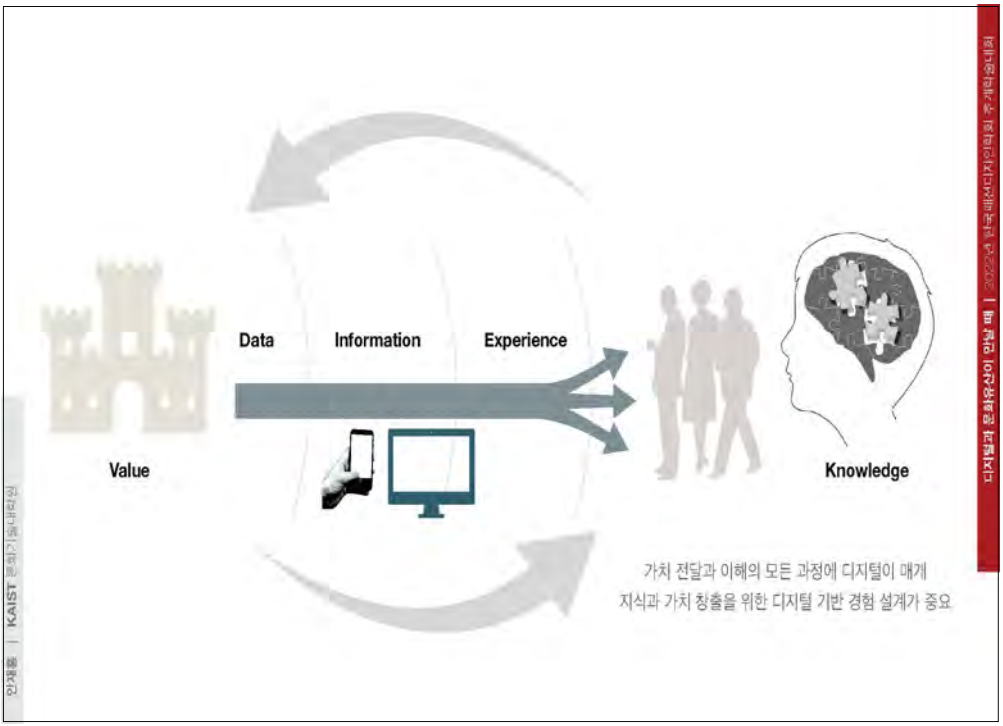
선행연구 사례

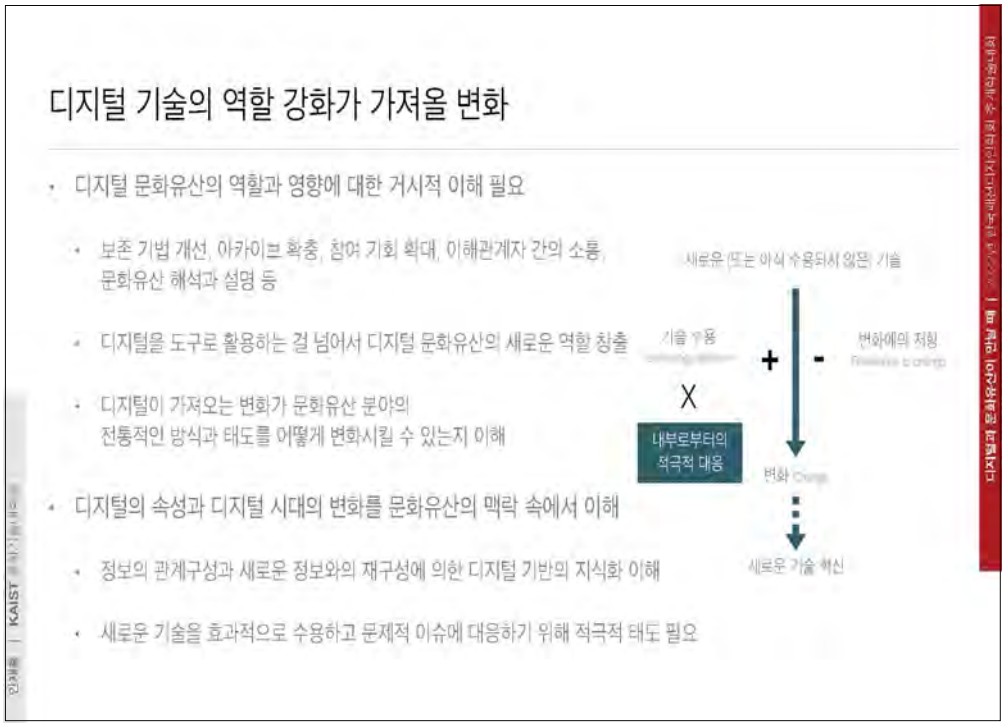
- 손상 부위 검출
- 고대 정착지에 대한 지식을 기반으로 고고학적 유적지의 위치 예측
- 유지보수를 위한 건축유산의 기능 수명 예측
- 고문자 인식과 추출
- 화학 조성에 기초한 세라믹 공예품의 분류
- 암석 표면의 3D 디지털화 데이터로부터 암각화 이미지 분할
- 건축유산 3차원 점군데이터의 분할
- 중세 원고의 자동 문서 레이아웃 분석
- 회화 이미지의 진위 감별
- 회화의 연대기적, 작가별, 장르별 분류
- 회화에 포함된 물체 인식
- 고대 필사본의 시각적 내용에 대한 자동 주석
- 폐타 데이터 품질 향상


"문화유산은 정보다"
Information
online/on-site
인터랙티브 경험
지식 (Knowledge)
Discovery Learning
Constructivist Learning
디지털 정보로 체험하고 이해하는 문화유산의 가치
문화유산 정보
· 풍부한 정보
· 많은 사실과 오브젝트
· 다감각적 경험
· 자유로운 선택과 비공식적 학습 환경
상호작용성
· 인지적 참여를 촉진하는 예측변수
· 지적, 감정적, 감각적 자극
방문객
· 비공식적 학습과 휴식으로서의 방문
· 각자의 어젠다와 지식
· 서로 다른 타입의 경험 추구
인재용 | KAIST 문화기술대학원
문화유산 데이터 플랫폼 구축을 위한 IoT 기술 이슈와 방향 브리핑


인터랙티브 경험
기술 매개 학습
개인별 경험
정보 표현을 위한
문화유산 정보
매개체로서의 기술
방문객의 해석적 경험을 위한
지식
방문객
정보
수집
사용/재사용
정보의 양 제어
정보와 콘텐츠 큐레이션
기술
기술의 특성과 동향 이해
기술 선택
개발 관리와 사용
평가
수용자
사용자 분석
사용자의 개별 매력
개인화
평가
문화유산전문가
개발자
인재용 | KAIST 문화기술대학원
문화유산 데이터 플랫폼 구축을 위한 IoT 기술 이슈와 방향 브리핑


데이터 활용 | 데이터 기반 의사결정 프로세스
Value
Data
Information
Experience
Knowledge
새로운 정보로부터 가치 창출
의미 구축 정보화
정보를 바탕으로 새로운 정보 창출
가치를 정보화
정보의 관계구성, 새로운 정보와의 재구성
데이터 활용
인재홍 | KAIST 문화기술대학원


데이터 기반 의사결정 프로세스 | 데이터 기반 의사결정을 디자인하다
Value
Data
Information
Experience
Knowledge
가치 전달과 이해의 모든 과정에 디지털이 매개
지식과 가치 창출을 위한 디지털 기반 경험 설계가 중요
인재홍 | KAIST 문화기술대학원


디지털 기술의 역할 강화가 가져올 변화
디지털 문화유산의 역할과 영향에 대한 거시적 이해 필요
보존 기법 개선, 아카이브 확충, 참여 기회 확대, 이해관계자 간의 소통, 문화유산 해석과 설명 등
디지털을 도구로 활용하는 걸 넘어서 디지털 문화유산의 새로운 역할 창출
디지털이 가져오는 변화가 문화유산 분야의 전통적인 방식과 태도를 어떻게 변화시킬 수 있는지 이해
디지털의 속성과 디지털 시대의 변화를 문화유산의 맥락 속에서 이해
정보의 관계구성과 새로운 정보와의 재구성에 의한 디지털 기반의 지식화 이해
새로운 기술을 효과적으로 수용하고 문제적 이슈에 대응하기 위해 적극적 태도 필요
새로운 (또는 아직 수용되지 않은) 기술
기술 수용
+
-
변화에의 저항
X
내부로부터의 적극적 대응
변화
새로운 기술 혁신
KAIST

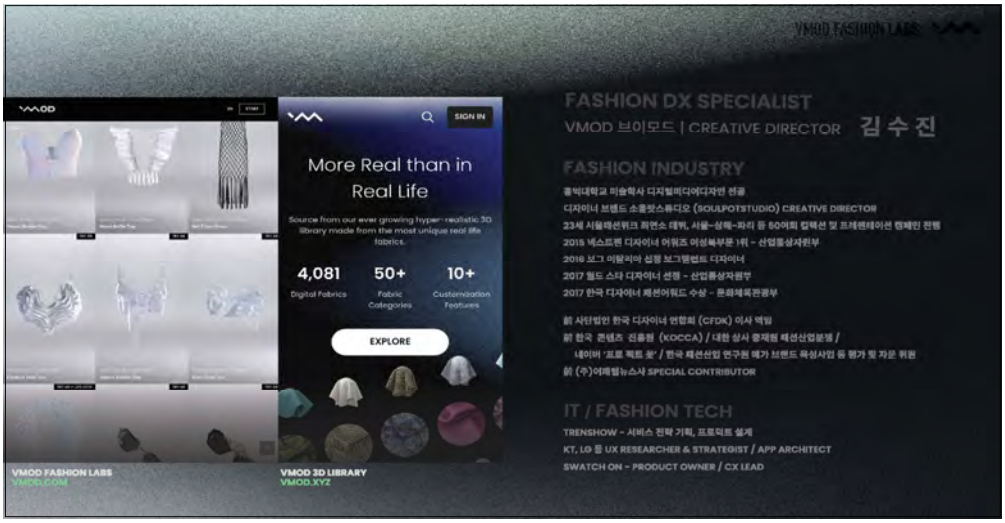
DIGITAL HERITAGE
감사합니다.

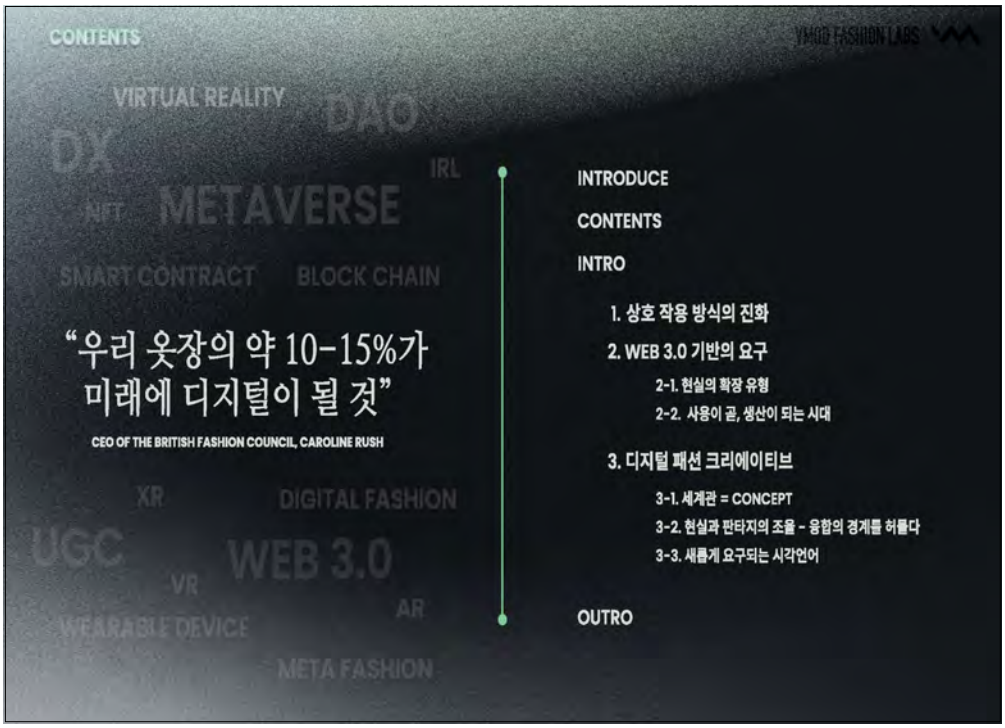
특별세션 3

물리적 한계를 넘어서는 융합, 디지털 패션

김수진

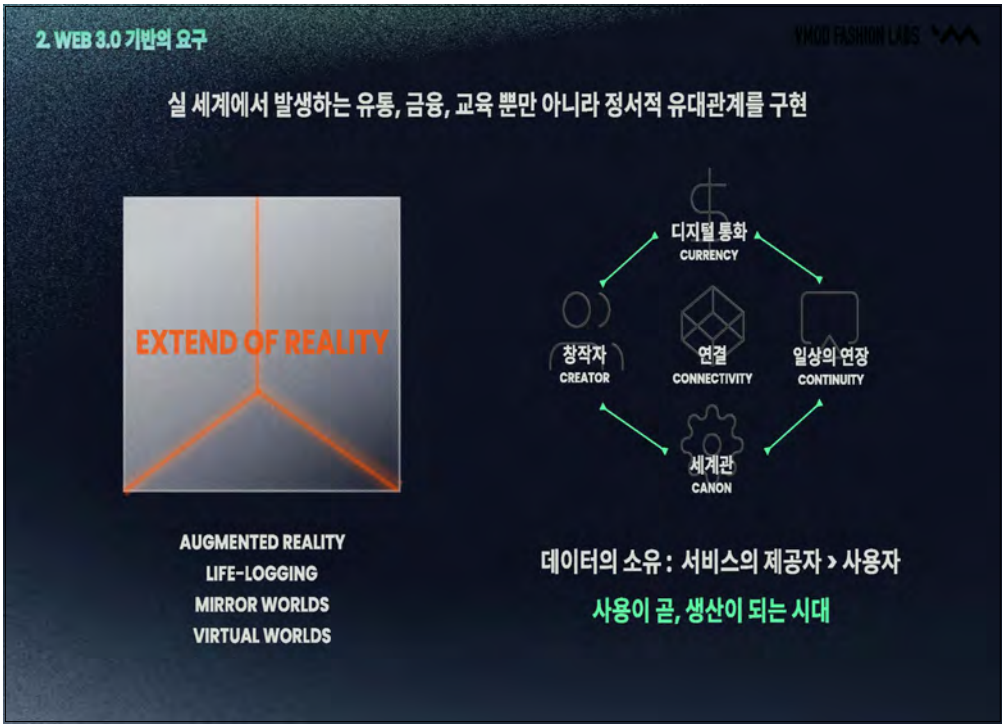
VMOD - Fashion Creative Labs 크리에이티브 총괄 디렉터




CONTENTS
YMGD FASHION LABS
VIRTUAL REALITY
DAO
DX
IRL
NFT
METAVERSE
SMART CONTRACT
BLOCK CHAIN
"우리 옷장의 약 10-15%가
미래에 디지털이 될 것"
CEO OF THE BRITISH FASHION COUNCIL, CAROLINE RUSH
XR
DIGITAL FASHION
UGC
WEB 3.0
VR
AR
WEARABLE DEVICE
META FASHION
INTRODUCE
CONTENTS
INTRO
1. 상호 작용 방식의 진화
2. WEB 3.0 기반의 요구
2-1. 현실의 확장 유형
2-2. 사용이 곧, 생산이 되는 시대
3. 디지털 패션 크리에이티브
3-1. 세계관 = CONCEPT
3-2. 현실과 판타지의 조율 - 융합의 경계를 허물다
3-3. 새롭게 요구되는 시각언어
OUTRO

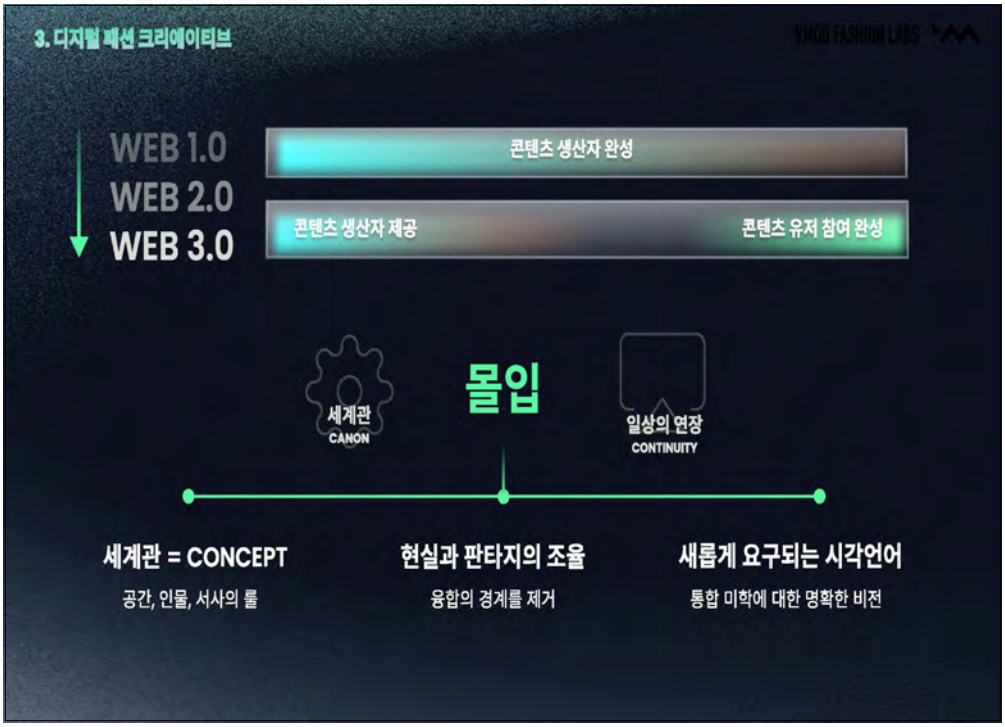
INTRO
YMGD FASHION LABS
디자인
가봉
상품기획
패턴 작업
패턴 수정
업체 별 상품입고
작업지시서
제작 소요시간 2시간
디지털 드레스 10,000개를
팔았던 날,
홍보 섭외
원단 셀렉
가격책정
원단 오더
원가관리
원단 입고
원부자재 관리
패션 디자인, 제조업이 아닌 서비스업으로의 전환
샘플링
원단 오더
샘플 수정
QC
그레이딩
사진촬영
원단 입고
공장 수배

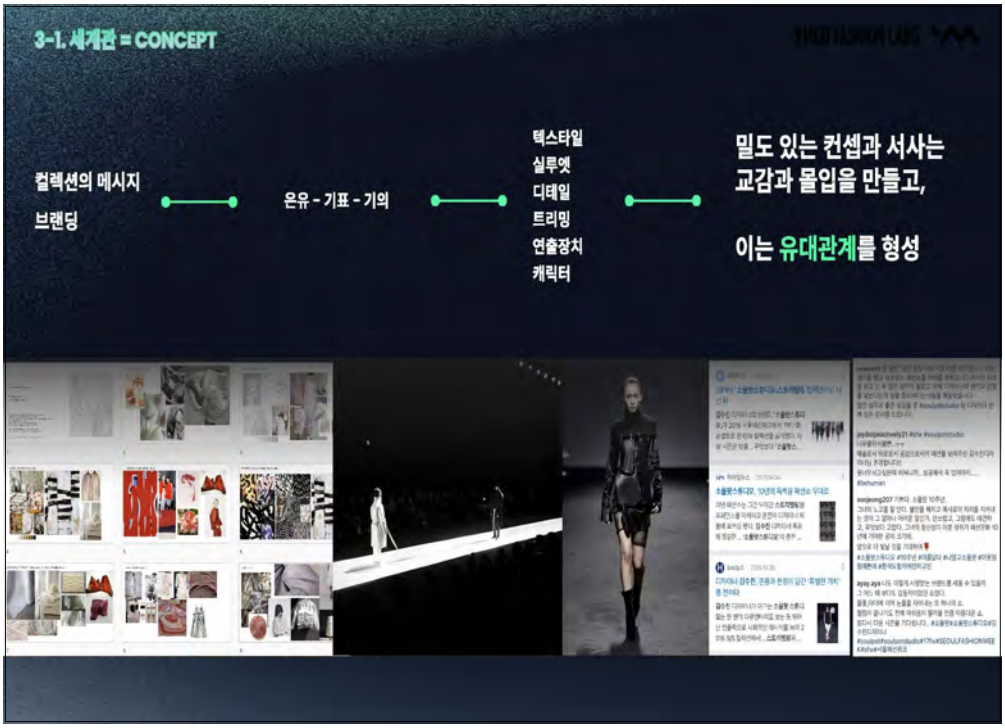
1. 상호 작용 방식의 진화
연결점
상호작용 방식
생태
WEB 1.0
텍스트
거대한 위키피디아
정보 전달
읽기 전용
정보의 낙수
단방향 정보
EMAIL / HTML
WEB 2.0
이미지 / 영상
순차적
참여와 공유
통제 수집
읽고 쓰기
데이터 권력 - 타겟의 시대
양방향 정보
소셜 미디어, 클라우드
플랫폼
WEB 3.0
공간
동시성
탈중앙화 투명성
개인화
읽고,쓰고 소유
데이터 소유, 보상
다방향 정보
블록체인, 분산클라우드
네트워크


2. WEB 3.0 기반의 요구
실 세계에서 발생하는 유통, 금융, 교육 뿐만 아니라 정서적 유대관계를 구현
EXTEND OF REALITY
AUGMENTED REALITY
LIFE-LOGGING
MIRROR WORLDS
VIRTUAL WORLDS
디지털 통화
CURRENCY
창작자
CREATOR
연결
CONNECTIVITY
일상의 연장
CONTINUITY
세계관
CANON
데이터의 소유 : 서비스의 제공자 > 사용자
사용이 곧, 생산이 되는 시대

2-1. 현실의 확장 유형
정보의 확장성, 개인 삶의 질 향상
실제 환경과 같은 다양한 경험이 가능
LIFE-LOGGING
사물과 사람에 대한 일상적인 경험과 정보를 캡처, 저장, 전송하는 기술
방대한 현실세계의 경험과 정보를 언제든지 확인가능하여 타인과 공유 가능
MIRROR WORLDS
실제 세계를 그대로 투영한 정보가 확장된 가상 세계
외부정보를 가상공간에 통합, 확장함으로써 활용성 극대화
AUGMENTED REALITY
현실공간에 가상의 2D 또는 3D 물체가 겹쳐져 상호작용하는 환경
현실세계와 판타지, 판의성을 결합한 몰입 콘텐츠 제공
VIRTUAL WORLDS
디지털 데이터로 구축한 가상세계
다양한 개인들의 활동이 가능한 현실에 없는 새로운 가상공간을 제공
APPLE WATCH
GOOGLE EARTH
NIKE+ RUN
ZOOM
ZEPETO AR @VMOD
ZEPETO @VMOD

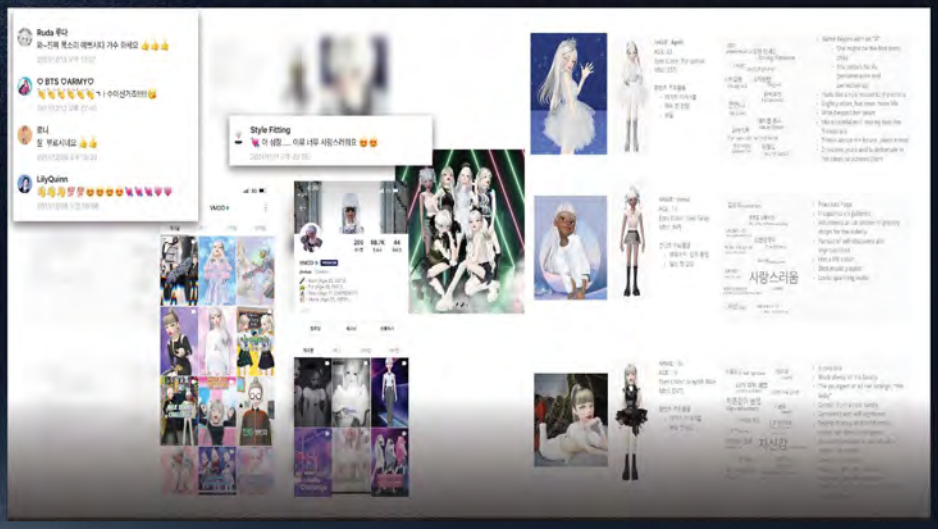
2-2. 사용이 곧, 생산이 되는 시대
UGC 를 위한 기반으로 구도 재편, 업계 전문가들이 준비하는 미래
세계관
CANON
디지털 통화
CURRENCY
창작자
CREATOR
BLENDER
More Real than in Real Life
4,081
50+
10+
EXPLORE
CALA'S AI (POWERED BY DALL·E)
VMOD 3D LIBRARY
네트워크 및 스트럭처 인프라
제작도구 & 자산 라이브러리
누구나 쉽게 만들고, 누구나 표현 가능
표현하고자 하는 내용 자체, CREATIVITY 가 더 중요


3. 디지털 패션 크리에이티브
WEB 1.0
WEB 2.0
WEB 3.0
콘텐츠 생산자 완성
콘텐츠 생산자 제공
콘텐츠 유저 참여 완성
세계관
CANON
몰입
일상의 연장
CONTINUITY
세계관 = CONCEPT
공간, 인물, 서사의 룰
현실과 판타지의 조율
융합의 경계를 제거
새롭게 요구되는 시각언어
통합 미학에 대한 명확한 비전


3-1. 세계관 = CONCEPT
컬렉션의 메시지
브랜딩
은유 - 기표 - 기의
텍스타일
실루엣
디테일
트리밍
연출장치
캐릭터
밀도 있는 컨셉과 서사는
교감과 몰입을 만들고,
이는 유대관계를 형성

3-1. 세계관 = CONCEPT - 인물 (캐릭터, 페르소나)

공간 특성에 맞는 캐릭터 설정과 언어, 문화를 일상적 표현과 함께 콘텐츠화



3-2. 현실과 판타지의 조율 - 융합의 경계를 허물다

경험의 콘텐츠

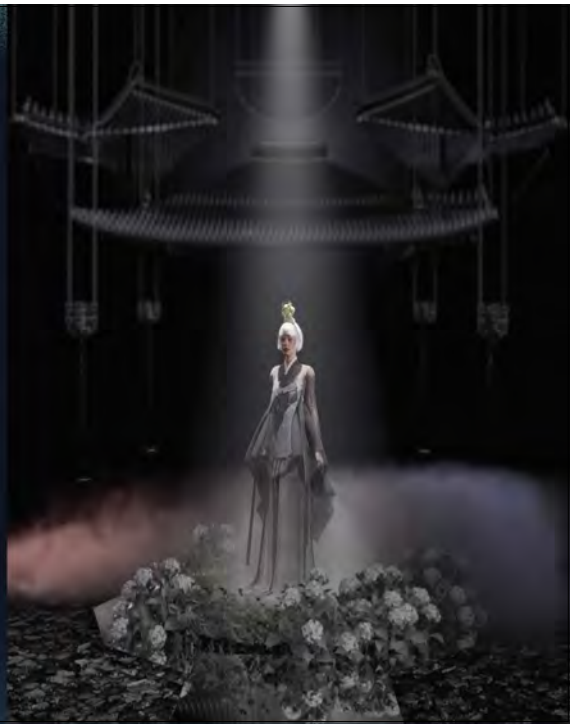
어떤 정서를 입힐 것 인가

물리적 옷 자체가 아닌, 정서를 입는다는 실험

- 한복의 일상화를 다르게 접근
- 입는 형식의 문화를 벗어나 자아를 투영시키는 다양한 공간 별 콘텐츠로 확장

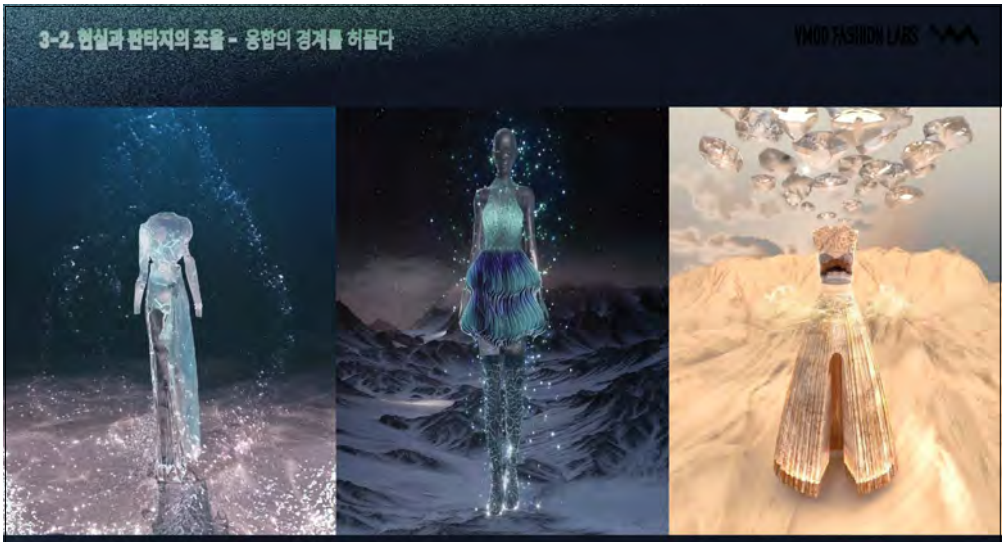
브랜드의 에센스를 기표와 기의화

- 한국적 전통 미학과 모던의 밸런스
- 컬러 사용 방법
- 중첩 요소



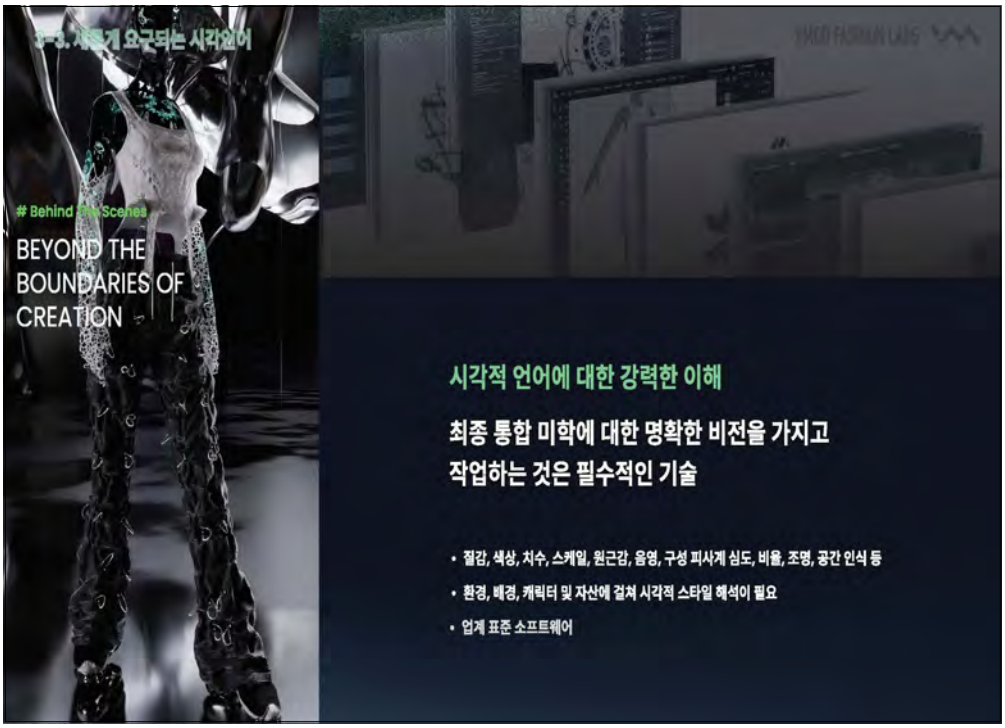
3-2. 현실과 판타지의 조율 - 융합의 경계를 허물다
공간을 넘나들며, 페르소나에게 어떤 정서를 입힐 것 인가
VMOD X 서담화 - 한복, 정서를 입다
디지털 의상
현실공간 - 가상인물 - 디지털의상
현실공간 - 실제인물- 디지털의상
LOW POLY - AR
디지털공간 - 실제인물- 디지털의상
LOW POLY - AR
디지털공간 - 실제인물- 디지털의상
HIGH POLY - 영상

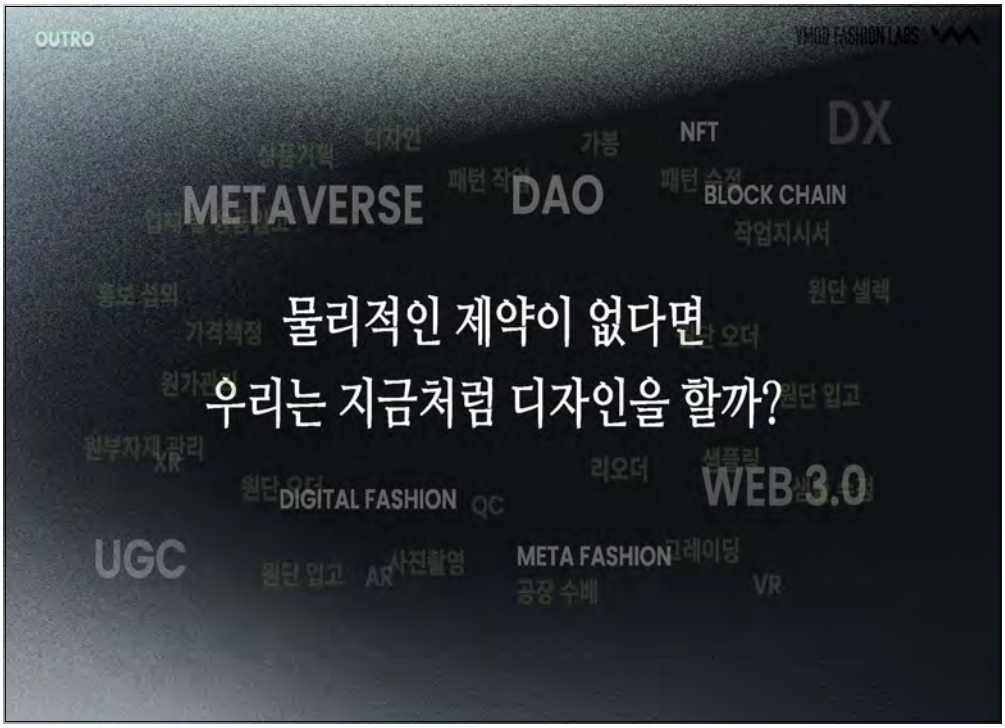
3-2. 현실과 판타지의 조율 - 융합의 경계를 허물다
실재로 인지될 수 있는 미학적 비전
만져지는 듯한
사실적 메터리얼
+
현실에 존재하지 않는
메터리얼과 형태
물리적 쓰임에 기인하지 않는
형태와 메터리얼에서의 자유
VMOD - ACROSS UNIVERSE COLLECTION



ILLUMINATION OF LIFE

ILLUMINATION OF LIFE 시리즈는 국내에서 발표 된 최초의 비물리적 오뜨 꾸뛰르 캡슐 라인이다. 자연 속 빛의 대한 해석을 시각적 언어에서 출발, 기술 도구와 결합하여 디지털 컬렉션의 비전을 선보였다. ILLUMINATION OF THE LIFE 는 각각 물, 빈, 대지라는 관념적 공간에서 빛을 투영한다. 물과 빛이 만나서 만들어지는 굴절 반사를 표현하는 드레스 WAVELET OF THE BLUE, 암흑 속 공간에서 만나는 선들의 조합으로 입체가 되는 BLOOM OF THE NIGHT, 대지 위의 태양을 표현 한 LIGHT OF THE EARTH, 피지컬 스커트와 인터렉션하는 XR 드레스 REFLECTION OF THE POLE 까지. 그동안 시적(POETIC) 장인정신의 세계를 펼쳐왔던 아뜨리에가 물리적 패션의 한계를 넘어설 때 우리는 어떤 이데아를 만날 수 있는지, 소울팟스튜디오의 크리에이티브 비전을 경험 할 수 있다.


3-3. 지금 요구되는 시각언어
Behind The Scenes
BEYOND THE BOUNDARIES OF CREATION
YMGD FASHION LABS
시각적 언어에 대한 강력한 이해
최종 통합 미학에 대한 명확한 비전을 가지고 작업하는 것은 필수적인 기술
• 질감, 색상, 치수, 스케일, 원근감, 음영, 구성 피사계 심도, 비율, 조명, 공간 인식 등
• 환경, 배경, 캐릭터 및 자산에 걸쳐 시각적 스타일 해석이 필요
• 업계 표준 소프트웨어


OUTRO
YMGD FASHION LABS
NFT
DX
METAVERSE
DAO
BLOCK CHAIN
물리적인 제약이 없다면
우리는 지금처럼 디자인을 할까?
DIGITAL FASHION
WEB 3.0
UGC
META FASHION

EOD
VMOD FASHION LABS
YOUR FASHION, VIRTUALLY NO BOUNDS.
FASHION DX STUDIO - VMOD 브이모드
CREATIVE DIRECTOR SU JINN KIM
JINN@SWATCHON.COM
@VMODFASHIONLABS
WWW.VMOD.COM
패션 디자인 세계의 확장
EXPANSION OF THE WORLD OF FASHION DESIGN

논문 구두 발표

발렌시아가 디지털 패션 필름의 특성

서윤진, 임은혁+
성균관대학교 일반대학원 의상학과 석박통합과정, 성균관대학교 의상학과 교수+

1. 서론

디지털 미디어의 발달로 인해 새로운 형식의 커뮤니케이션 도구가 생겨나고 있다. 많은 브랜드들이 컬렉션의 탈시즌을 선언하고 패션쇼를 선보이는 대신 패션 필름과 같은 다양한 방식으로 프리젠테이션을 전개하고 있다. 미디어의 발달 및 미디어화(Mediatization)와 관련이 있는 이 현상은 많은 패션브랜드들로 하여금 소셜 미디어 계정을 생성하고 실시간으로 컬렉션 쇼를 스트리밍하는 것은 물론, 자체적으로 제작한 컬렉션 쇼 필름 외의 다양한 필름들을 시기와 상관없이 업로드 하도록 하고 있다. 패션브랜드들은 스크린을 통한 전달을 염두에 두고 컬렉션을 구상하기 시작하였고, 디지털 패션 필름을 적극적으로 제작하여 선보이고 있다. 본 연구는 최근 증가하고 있는 럭셔리 패션브랜드의 디지털 패션 필름이 브랜드 커뮤니케이션의 주요한 역할을 한다는 것에 주목하고, 미디어화의 관점에서 발렌시아가의 디지털 패션 필름이 어떠한 양상으로 표현되고 있는지 그 특성에 대해 살펴보고자 한다. 발렌시아가는 변화하는 디지털 시대에 맞추어 디지털 미디어와 소셜 미디어를 적극 활용하여 실험적인 필름을 선보이며 브랜드 아이덴티티를 비평적 시각으로 보여주는 브랜드로, 본 연구는 발렌시아가의 공식 유튜브 채널에 있는 2018년도부터 2022년도까지의 11개의 필름을 분석하여 발렌시아가 디지털 패션 필름의 특성을 도출하고자 한다.

2. 본론

디지털 패션 필름은 시즌 컬렉션 필름, 프로모션 필름, 전자 룩북, 실험적인 브랜드 광고 필름 등 '프로모션'을 포함하는 다양한 디지털 필름을 의미한다(Needham, 2013). 디지털 패션 필름은 하나의 예술 그리고 창의적이고 실험적인 시도가 되었다.

패션 분야에서 미디어화는 패션의 관행이 미디어를 통해 표현되는 방식을 살펴보는 것을 의미한다. 즉, 생산, 소비, 유통 등의 관행 표현을 위해 미디어에 의존하는 것으로(Rocamora, 2016), 패션 관행들이 어떠한 방식으로 미디어에 맞춰지고 미디어에 의해 변형되는지를 보는 것이다. 패션브랜드는 미디어화를 염두에 두고 표현과 묘사 방식을 미디어에 맞추어 고안하고 있다. 각각의 소셜 미디어는 다른 포맷과 형식을 사용하고 있기에, 브랜드는 컨텐츠를 이에 맞추어 다양하게 제작하고 있다. 소셜 미디어의 발달에 따라 실시간으로 양방향적 소통이 가능해지면서 브랜드는 이미지 형성과 함께 브랜드 철학과 가치를 알리는 경험을 제공하고 소비자와 소통하고 있으며, 소비자들의 반응과 피드백을 수집하고 있다.

뎀나 바잘리아가 영입된 이후 발렌시아가는 소셜 미디어와 컬렉션을 통해 사회적 이슈

에 대한 비판적인 시각을 다루며 사회적인 논평을 해왔다. LGBT+, 전쟁, 정치 등에 대한 브랜드의 가치를 소비자들과 공유하고 있으며, 이러한 사회적인 메시지를 소셜미디어를 통해 전달하는데, 소셜 미디어의 속성에 대한 높은 이해를 바탕으로 활용하는 것을 알 수 있다. 예를 들어 인스타그램에서는 게시글을 한눈에 볼 수 있다는 점을 활용하여 의도적으로 게시 및 삭제하는 행위를 통해 소비자들로 하여금 발렌시아가의 포스트를 일시적이고 특별하다고 느끼도록 하고, 다음 움직임을 기대하게 하며 소위 마케팅 없는 마케팅 방식으로 접근한다. 더불어 소셜 미디어에 밈과 같은 특성을 공유하는데, 이는 '클릭미끼'의 역할을 하여 사용자들을 적극적으로 개입시키고 참여하도록 유도한다.

발렌시아가의 디지털 패션 필름은 다음과 같은 특성을 지닌다. 첫째, 소셜 미디어 플랫폼의 메커니즘을 효율적으로 활용한다. 소셜미디어의 댓글, 피드 등의 기능을 적극적으로 활용하며 필름의 업로드 시점도 미디어의 특성에 맞게 기ㅣ존 스케줄로부터 변경하였다. 둘째, 발렌시아가의 디지털 패션 필름은 보수적인 패션과는 거리를 두고 혁신적인 디지털 테크놀로지를 접목시킨다. 딥페이크, CGI 등의 기술을 사용하여 게임 형태의 컬렉션 필름, VR런웨이와 같은 디지털 패션 필름을 선보인다. 셋째, 다양한 사회문제 및 문화를 반영하고 기이하고 난해한 필름을 통해 혁신적인 이미지를 연출한다. 기존 럭셔리 패션 브랜드들의 하이패션을 대하는 태도와는 달리, 하이패션과 테크놀로지에 대한 냉소적인 태도를 보인다. 이러한 이해하기 어려운 독특한 필름은 패션의 '바이럴' 미디어화로 이어진다. 넷째, 발렌시아가의 디지털 패션 필름은 디지털 트롤링 문화와 관련이 있다. 난해하고 실험적인 시도를 통해 모순과 도발을 의도적으로 디자인하여 브랜드의 팬덤과 외부인을 구별하는 역할을 한다.

3. 결론

본 연구에서 살펴본 바와 같이 발렌시아가의 디지털 패션 필름은 소셜 미디어 플랫폼의 속성을 효율적으로 활용하면서, 기술적인 측면에서는 혁신성을, 주제의 측면에서는 패션시스템에 대한 냉소적이고 비판적인 태도를 보인다. 이러한 실험적이고 난해한 방식의 연출은 브랜드에 열광하는 팬덤과 이를 낯설게 느끼는 외부인을 구분하는 양극화(polarization)로 이어진다.

본 연구는 발렌시아가의 디지털 패션 필름에 집중하여 그 특성을 밝히고자 한 연구로 패션에서의 미디어화가 이루어지는 이 시점에 연구의 의의가 있다고 사료되며, 디지털 패션 필름의 특성과 역할에 시사점을 제공했다는 점에서 가치가 있다. 후속연구에서는 뎀나 바잘리아가 크리에이티브 디렉터로 부임한 이후의 모든 발렌시아가 패션필름을 분석하여 패션 필름을 통한 브랜드 커뮤니케이션의 추이 도출이 이루어져야 할 것이다.

References

Needham, G. (2013). The digital fashion film. In Bruzzi, S. & Gibson, P.C. (Eds.), *Fashion cultures revisited* (p.103-111) Abingdon: Routledge.

Rocamora, A. (2016). Mediatization and digital media in the field of fahsion. *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*. *21*(5), 505-522.

Skjulstad, S. (2021). 'My favourite meme page': Balenciaga's Instagram account and audience fashion labour online. I*nternational Journal of Fashion Studies*, *8*(2), 237-256.

SNS 관여도에 따른 글로컬리즘 특성이 컨셔스 패션디자인 인식에 미치는 영향

- MZ세대를 대상으로 -

성현지, 이준화+

계명대학교 예술디자인대학원 패션디자인학과 박사과정,

계명대학교 예술디자인대학원 패션디자인학과 교수+

1. 서론

패션산업은 경제와 문화적 흐름 등에 민감하게 반응하며, 변화하고 있는 시대의 흐름에 앞서기 위해 끊임없이 발전하는 분야이다. 현재 패션산업은 한국적인 디자인이 세계적인 디자인이 될 수 있다는 글로컬리즘(Glocalism) 현상과 세계적 메가트랜드를 선도하는 컨셔스 패션디자인(Conscious Fashion)에 주목하고 있다. 산업트렌드는 새로운 소비주도층인 MZ세대를 부각시켰다. 패션계에서 높은 관심을 가지고 있는 MZ세대는 SNS를 통하여 자신의 신념과 생각들을 타인에게 전달하고 상호 소통하는 디지털 원주민이다. 그러므로, SNS이라는 매체를 통해 얼마나 정보를 얻고 어떤 즐거움을 추구하는지를 나타내는 SNS 관여도가 패션디자인 인식에 미치는 영향을 살펴볼 필요가 있다. 이에 따라, 본 연구의 목적은 디지털 원주민이자 차세대 소비주도층인 MZ세대의 SNS 관여도 영향력을 검증하고, SNS 관여도 유형에 따른 글로컬리즘 특성이 컨셔스 패션디자인 인식에 미치는 영향을 알아보려고 한다.

2. 본론

본 연구의 목적을 위해 관련 문헌과 선행연구들을 조사하였고 설문 조사방법을 실시하였다. 본 연구의 변수들의 개념과 관계를 정리하기 위해 국 · 내외 학술지, 논문 및 관련 자료들을 조사하고 분석하였다. 이를 바탕으로 설문문항을 구성하고 연구문제를 다음과 같이 설정하였다.

연구문제 1. 조사 대상자의 일반적 특성을 알아본다.

연구문제 2. SNS 관여도에 따른 유형별을 알아본다.

연구문제 3. SNS 관여도에 따른 유형별로, MZ세대 특성이 글로컬리즘 특성과 컨셔스 패션디자인 인식에 미치는 영향을 비교한다.

본 연구의 조사대상자는 SNS 계정을 가지고 있는 10대 후반에서 30대 후반의 남녀를 대상으로 선정하였다. 설문 조사와 수집은 구글폼(Google forms)과 모바일(mobile)을 활용하였다. 본 조사는 사전 조사 후 수정된 설문지를 동일한 방법으로 배포하였고, 2022년 2월 25일부터 3월 17일까지 21일간 설문조사를 실시하였다. 자료 분석은 총 354부 중 무성의하고 불성실한 응답 설문지를 제외한 총 316부를 바탕으로 분석하였다. 수집된 자료는

통계 분석 프로그램인 SPSS(Statistical Package for Social Science) ver 21.0을 활용하여 기술통계, 요인분석, 신뢰도 분석, 군집분석, 다중회귀분석 및 경로분석을 실시하였다.

3. 결론

본 연구의 MZ세대의 SNS관여도에 따른 관여유형은 SNS유희추구성과 정보추구성으로 분류되었다. SNS유희추구성의 글로컬리즘 특성은 컨셔스 패션디자인 인식 중 한국적 지속가능 패션 인식과 윤리적 패션 인식에 유의미한 정(+)의 영향을 미쳤다. SNS정보추구성의 글로컬리즘 특성은 컨셔스 패션디자인 인식 중 윤리적 패션 인식과 환경친화적 패션 인식 등에 유의미한 정(+)의 영향을 미쳤다. 이는 MZ세대의 SNS 관여 유형에 따른 글로컬리즘 특성이 컨셔스 패션디자인 인식에 차이가 있다는 것을 보여주었다.

Reference

Lee, E. K. (2021). *A study on the effect of SNS characteristics of foodservice companies on corporate image, trust, and purchase intention - Focusing on the moderating effect of involvement*. Unpublished doctoral dissertation, University of Dongui, Busan.

Park, S. H. (2022). *A Study on the Diversity and Permissibility of Generative Design for the MZ Generation*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul.

Kim, S. R. (2020). A Study on the Conscious Fashion in Contemporary Fashion. *The Korea society of art & design, 23*(1), 11-32.

Kim, S. H., Lee, J. J. & Chung, H, S. (2007). Study on the Sustainable Fashion Design by Organic Cotton. *Journal of the Korean Society of Costume, 57*(2), 115-131.

바이오모픽 표현특성을 적용한 패션디자인 연구

- 3D 프린팅 활용을 중심으로 -

이상희, 이종석+

경북대학교 섬유패션디자인학과 석사과정, 경북대학교 섬유패션디자인학부 조교수+

1. 서론

예로부터 자연이 가진 풍부한 생명력과 성장력은 인간에게 무한한 영감을 제공해왔다. 자연을 모티프로 하는 예술 기법 중 하나인 바이오모픽(Biomorphic) 아트는 생명체의 생명성, 생명 현상들을 예술적으로 표현하며, 이는 디자인 표현에서 무한한 가능성과 새로운 조형성의 창조를 유도한다. 또한 과학기술이 발전함에 따라 테크니컬 패션디자인이 시도되어 오면서, 생명체의 유기적인 형태를 반영한 바이오모픽 아트는 테크니컬 디자인 분야에 무한한 활용 가능성을 보여준다. 이에 본 연구는 바이오모픽의 표현특성을 적용하여 자연물에서 나타나는 유기적이고 기하학적인 조형성을 재해석하여 테크니컬 디자인 방법 중 하나인 3D 프린팅을 활용한 패션디자인을 제시하고자 하며, 이는 자연물을 활용한 조형 표현영역의 확대와 현대 패션디자인의 조형성 개발의 방법을 제시하는데 목적이 있다.

2. 이론적 배경

1975년 로렌스 알로웨이는 바이오(Bio)는 생명, 생기 있는 현상, 생물기간 등에 관련 및 연결을 의미하는 복합형이며, 모폴로지(Morphology)는 한 기관 또는 부분의 형태 및 구도가 집합적으로 이루어진 형태의 복합이라고 설명하였다(Alloway, 1975). 또한 루시 스미스는 바이오모픽을 식물, 생명체, 생명 현상 등 자연에서 나타나는 불규칙한 추상 형태를 모티브로 하는 유기체적 양식으로 정의하였으며, 빌헬름 보링거는 자연의 유기적인 형태를 인간의 감성적 각색을 통해 자연 형태를 표현한다고 설명한다. 즉, 바이오모픽은 자연에서 나타나는 생명체와 생명현상의 형태와 구조를 인간의 감성적 견해를 결합하여 조형성을 표현하는 방법으로, 바이오모픽 디자인은 생명감 있는 형태, 생명체, 생명현상의 외형이나 성장형태를 모티브로 하여 모방하거나 변형하여 창작하는 방법으로 정의할 수 있다. 바이오모픽 아트는 베르그송의 생명주의론에서부터 아르누보, 표현주의 건축, 바이오모픽 아트를 거쳐 인간 창작 활동의 역사 속에서 그 시대의 특성이 담겨 발전되어 왔다. 바이오모픽의 특징과 표현 특성에 관한 선행연구에 따르면, 이주영(2016)은 역동적 조형성, 색체의 상징성, 지속적 연속성, 생명체 추상성, 초현실성, 박수연(2017)은 역동성, 상징적 색체, 연속성, 생명체 추상성, 초현실성, 정지운(2020)은 역동적 조형성, 지속적 연속성, 규칙적 반복성, 생명체 추상성, 색체의 상징성, 초현실성으로 나타났다. 따라서 본 연구는 조형성 중심 연구를 위하여 색체의 상징성을 제외하였으며, 바이오모픽의 특성을 역동적 조형성, 지속과 연속성, 생명체의 추상성, 초현실성 4가지로 도출하였다. 건축과 패션디자인에 나타나는 바이오모픽 표현특성은 다음과 같다. 첫째, 역동적 조형성은 생물체의 특징을 직접적

으로 나타내기보다 총체적 또는 부분적으로 도출하여 외관의 조형적 형태를 형성한다. 둘째, 지속과 연속성은 생물체가 가진 구조를 연속적으로 반복하여 확장적인 형태를 만들어 낼 수 있다. 셋째, 생명체의 추상성은 자연에서 도출된 형상을 추상화하여 내적인 역동성을 표현하며, 생명체의 특징을 파악하여 축소적, 생략적으로 표현한다. 넷째, 초현실성은 인간의 무의식을 표현하는 기능으로 우연적, 비정형적, 미래지향적이고 새로운 형태의 감성을 이끌어 내는 것이 특징이다.

3. 작품 제작 및 결론

본 연구에서는 바이오모픽 패션디자인을 진행하기 위한 모티브 4가지를 선정하고 디자인 모티브에 따른 표현 특성과 표현 방법을 도출하였다. 디자인1의 모티브는 버섯 주름살로 역동적 조형성을 이용하였으며 표현 방법은 버섯 주름살의 부분 중 단면을 하나의 유닛으로 도출해 제작하고자 하는 의상의 외피 전체를 구성하고자 한다. 또한 완성된 의상을 착용했을 때 착용자의 움직임에 따라 구성된 전체 유닛이 흔들리는 느낌을 연출하였다. 디자인 2의 모티브는 불가사리의 표면으로 지속과 연속성을 이용하였으며 표현 방법은 돌기 형태를 유닛으로 도출하여 불가사리 표면의 돌기 구조를 하나의 패턴으로 도출하였으며, 도출한 패턴의 크기 변화와 반복적 구성을 통해 지속적이고 연속적으로 생장하는 생명체의 생명성을 표현하고자 한다. 디자인 3의 모티브는 어류 뼈대로 생명체의 추상성을 이용하였으며 표현 방법은 척추와 뼈대의 모양을 축소화 및 단순화하여 유닛을 도출하고 도출한 유닛을 불완전한 형태의 곡선적 배치를 통해 어류 뼈대를 비정형적이고 추상적으로 표현하고자 한다. 디자인 4의 모티브는 조개 껍데기로 초현실성을 이용하였으며 표현 방법은 조개의 외형에서 유닛을 도출하고 조개의 다양한 선의 특징과 유닛의 조화를 통해 인체의 곡선 라인에 맞추어 착시적으로 구성하고자 한다. 이를 바탕으로 디자인 1의 입체 버전, 디자인 2, 3, 4의 플랫버전 및 입체버전으로 작품 총 7벌을 제작하였다.

3D 프린팅을 활용하여 바이오모픽 패션디자인 연구를 진행한 결과, 선적인 형태의 착시적 조형 및 입체 형태의 역동적인 조형 등 다양한 조형성 표현의 시도가 가능하였다. 또한 자연물에 나타나는 기하학적이고 유기적인 형태를 테크니컬 디자인을 통해 시도함으로써 기존에 원단으로 표현하기 힘들었던 입체적이고 새로운 형태의 조형 표현이 가능하였다.

Reference

Alloway, L. (1975). *Topic in Americn art since 1945.* New York: W. W. Norton & company Inc, p.17.

Lee, J. Y. (2016). *A research study on the analysis of biomorphic characteristics manifested in dining spaces.* Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.

Park, S. Y. (2017). *A study of the components and process of knowledge-based modeling of biomorphic clothing sculptures applied with parametric methodologies.* Unpublished doctoral dissertation, Kyung Hee University, Seoul.

Jung, J. W. (2020). *A Study on the Interior Space Planning for Health Beauty Care Center by Applying Characteristics of Biomorphic Expression.* Unpublished master's thesis. Hong Ik University, Seoul.

패션 산업에 대한 동물보호 액티비즘

- PETA의 활동을 중심으로 -

정지운, 전재훈+

서울대학교 의류학과 박사과정, 서울대학교 의류학과 부교수+

1. 서론

액티비즘은 사회적 문제의 해소를 위해 목적을 가지고 행동하는 실천적 활동이다(Tarrow. S, 1998). 현대 사회의 다원적 성향에 따라 액티비즘의 대상과 메시지 양상 역시 다원화되었다. 그 중 동물권 액티비즘은 운동 대상이 되는 동물의 직접적인 내러티브를 담아낼 수 없어, 운동 주체인 활동가에 의해 간접적 메시지만 전달된다는 난제가 존재한다. 이에 동물보호 액티비즘에 대한 기존 연구는 메시지 프레이밍과 표현 방법을 중심으로 탐구된 바 있지만 이러한 메시지를 패션 산업을 배경으로 하여 연구된 사례는 미비하다. 이에 본 연구는 패션 산업을 겨냥하여 액티비즘을 가장 활발히 진행하고 있는 동물보호단체 PETA(People for the Ethical Treatment of Animals)가 패션 산업을 비판하는 쟁점과 그 방법을 살피고자 한다. 연구 문제는 다음과 같다. 첫째, 패션 산업을 겨냥한 동물보호 액티비즘에 나타나는 메시지는 어떠한 전달 방법을 취하는가? 둘째, 이 메시지는 어떠한 표현방식을 통해 대중에게 전달되는가? 셋째, 패션 산업을 겨냥한 동물보호 액티비즘의 메시지는 무엇인가? 연구 방법으로는 문헌연구를 진행하여 동물보호 이슈가 패션계에서 특히 대두되는 이유를 고찰하였다. 이어서, PETA의 액티비즘 사례를 분석하고 고찰하였다. 온라인 사례 수집이 용이한 2000년부터 연구 진행 시점까지를 범위로 선정하였다.

2. 이론적 배경

동물보호 액티비즘이란 동물 애호의 수준을 넘어 종차별주의라는 사회문제에 대항하는 액티비즘을 말한다. 사회운동으로서 동물보호 액티비즘은 동물을 생명이 아닌 물체로 취급하는 사회 시스템을 지적하고, 동물을 사회적 약자의 위치로 인식하여 이들의 권리를 주장한다. 이러한 운동의 대표적인 단체 PETA는 1980년에 설립된 국제적인 비영리 동물권익단체이며, 주요 목표는 “동물이 가장 심하고 오랫동안 고통을 겪는 네 가지 영역”에서 동물 학대를 철폐하는 것이다. PETA는 이 네 가지 영역을 각각 동물실험 산업, 식품 산업, 패션 산업, 엔터테인먼트 산업으로 규정하며 ‘동물실험’, ‘공장식 축산’, ‘모피 농장’, 그리고 ‘동물들이 오락을 위한 수단으로 쓰이는 것’에 대한 반대를 중점으로 동물의 권익을 위한 활동을 지속해왔다. 이러한 이념을 바탕으로, 패션 산업은 지속적으로 이들의 공격대상이 되어 왔다. 패션 산업은 패션 제품의 기획, 제조, 판매의 모든 단계가 종합되는 산업으로, 소재생산업, 봉제 및 가공업, 판매업 등이 결합되는 시스템 산업이다(Lee, 2012). 패션 산업 전반적으로 동물성 원료들이 사용된다는 점은 패션 산업이 동물보호 이슈가 강조되는 이유이며 끊임없이 PETA의 공격 대상이 되는 이유라 할 수 있다.

3. 연구 결과

총 271개의 사진 사례와 144개의 텍스트문서 사례가 수집되었으며, 단순 광고나 홍보 사례를 제외하여 검토한 결과는 다음과 같다. 패션 산업을 겨냥한 동물보호 액티비즘 양상은 메시지 전달 방법, 메시지 표현방식, 메시지 내용으로 구분되었다. 첫째, 메시지는 집단 시위 및 퍼포먼스와 공익광고 캠페인을 통해 전달되고 있었다. 정기적인 시위와 퍼포먼스는 매년 런던과 뉴욕 패션위크 기간 중 패션쇼 현장 유동인구가 많은 장소에서 이루어지고 있었으며, 동물성 패션 제품을 판매하는 패션 브랜드 중 유동인구가 많은 매장 앞에서는 게릴라식 형태의 시위와 퍼포먼스가 행해지는 것으로 나타났다. 공익광고 캠페인은 소셜미디어를 통해 진행되고 있었고, 주요 도시의 옥외광고를 통해 전시되고 있었다.

둘째, 메시지 표현방식은 감정적 호소 방식과 이성적 설득 방식으로 유형화되었다. 감정적 호소 방식은 자극적 효과와 연민적 효과 방법으로 구분되었는데, 동물이 도살되는 잔혹한 이미지나 집단 나체시위, 유명인의 누드사진을 활용한 캠페인 등 선정적인 이미지를 활용한 자극적인 방법을 통해 대중의 관심을 끌고자 하는 것으로 나타났다. 연민적 효과 방법은 동물을 의인화하거나 인간을 동물화하는 문구와 이미지를 통해, 인간처럼 동물도 고통을 느끼며 생명이 존중되어야 함을 강조하는 등 공감적인 연민을 유도하는 것으로 나타났다. 반면, 이성적 설득 방식은 가죽이나 퍼를 만들기 위한 동물의 도살 과정 등 패션 산업의 어두운 이면을 고발하거나 이러한 제품을 판매하는 패션 브랜드들을 비판하는 방식을 통해, 대중에게 진실을 전달하고 교육하여 설득하고자 하는 방식으로 나타났다.

셋째, 메시지 내용은 패션 산업의 동물성 소재 사용에 대한 반대와 소비자들의 동물성 소재 구입에 대한 비판으로 나타났다. 구체적으로 가죽과 퍼, 울과 실크 등이 제품으로 생산되고 판매되는 것에 반대하는 내용과, 소비자로서 이러한 제품을 구입하고 사용하는 것을 지양하자는 내용이 나타났다. 더불어 야생 동물의 가죽을 위한 밀렵과 이러한 동물 가죽을 사용하는 브랜드를 향한 질타 내용이 나타났다.

4. 결론

연구 결론에 있어, 패션 산업을 비판하는 동물보호 액티비즘은 산업체 내에 파고들어 있는 동물의 착취 양상을 비판하지만, 이를 통해 패션에 윤리적 가치들을 부여하고 있었다. 패션은 미적, 문화적, 사회경제적 측면에서 중요한 역할을 하지만 윤리적 문제에 관한 관심 부족으로 생태적 기반을 약화시킨다는 비판을 받아왔다. 따라서 이를 고민하는 패션 디자이너들과 소비자들에게 인간과 동물의 관계를 복구하고 함께 더 나은 삶을 살아가고자 하는 노력과 경각심을 유도하는 가치가 있다. 본 연구는 동물보호 액티비즘의 메시지 분석이 진행된 적이 없는 패션 산업에서 이를 탐구하였다는 의의가 있으며 후속연구로 시대별 변화하는 패션에 따라 액티비즘도 어떻게 변화하였는지 탐구하는 것을 제안한다.

Reference

Lee, J. (2012). The significance of technical design in global fashion industry. *Fashion Information and Technology, 9*, 56-65.

Tarrow. S. (1998). *Power in Movement: Social Movements and Contentious Politics*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

21세기 글로벌 패션 브랜드의 언택트 지속가능경영 연구

추유미, 김혜경+, 정현숙
동덕여자대학교 패션전문대학원 박사과정, 동덕여자대학교 패션디자인학과 교수+,
동덕여자대학교 패션디자인학과 겸임교수

1. 서론

21세기는 디지털 기술의 발전을 기반으로 한 정보화 사회로, 지식혁명 시대로 불리며 가늠하기 힘들 정도로 빠르게 변화하고 있다. 일상생활에서 상시 디지털과 인터넷에 연결되는 디지털의 대중화 시대로 메타버스, 가상현실, 인공지능 등 인간의 역할이 디지털 기술로 대체되는 등, 컴퓨터과학의 발달은 많은 시장의 변화를 일으키고 있고 패션 시장에도 많은 변화를 이끌었다. 특히 코로나19는 전 세계 정치, 경제, 사회, 문화 등 삶 전반에 막대한 영향을 미치면서 언택트 문화를 초래하였다. 또한 팬데믹 시대의 도래로 산업의 지속가능한발전에 대한 가치에 관심을 두게 되었고, 기업은 성장이 아닌 존속을 목표로 하게 되었다. 코로나19가 언택트 산업의 중요성을 부각하면서 지속가능경영의 범주는 환경, 사회, 경제, 문화에서 언택트 영역까지 확대·고려되고 있다. 이러한 경제적 침체 상황 속에서도 일부 글로벌 패션 브랜드들은 오히려 기업가치가 상승하고 매출이 증가하는 현상을 보였다. 그들은 계속된 시장 환경변화에 적응하며 판매채널의 다양화 및 소통의 다양화 등 언택트 문화를 적극적으로 받아들여 변화하는 시대에 빠르게 대처하고 있다. 본 연구에서는 사례 분석을 통하여 21세기 패션 시장에서 글로벌 패션 브랜드를 위한 언택트 지속 가능 경영전략을 규명하고 한국 패션 브랜드의 세계화를 위한 언택트 지속가능경영의 기초자료를 제시하고자 한다.

2. 본론

본 연구의 내용은 다음과 같다. 21세기 글로벌 패션 브랜드의 언택트 지속가능경영을 연구하기 위하여 21세기의 시대적 변화와 특징을 살펴보고, 글로벌 패션 브랜드, 언택트 지속가능경영에 대해 이론적으로 고찰하였다. 언택트 지속가능경영 전략을 살펴보기 위해, 21세기 변화된 시대의 브랜드 가치를 지켜온, 글로벌브랜드 컨설팅 기업 브랜드 파이낸스(Brand Finance)가 Statista, Mintel 및 CB Insights가 협력하여 발표한 100대 패션브랜드를 기준으로 1위 Nike, 2위 Louise Vuitton, 3위 Gucci, 4위 Chanel을 비롯하여 Adidas, Dior, Burberry, Prada, Balenciaga 브랜드를 선정하여 심층적으로 실증 분석하였다. 사례분석은 각 브랜드의 판매채널 다양화, 온라인 마케팅, 메타버스 융합, 엔터테인먼트 등 4가지 유형을 통하여 전략을 연구하였다. 첫 번째, 판매채널 다양화에 있어서는 온라인 판매채널의 다양화 및 활성화, 온라인 맞춤 및 커스터마이징 서비스의 두 가지 전략, 두 번째, 온라인 마케팅 부문은 온라인 패션쇼 및 룩북 제공, 다양한 SNS 활성화 및 상품 판매, AR·VR

등을 활용한 가상쇼룸 및 체험공유의 세 가지 전략, 세 번째, 메타버스 융합에 있어서는 메타버스 플랫폼 콜라보레이션, NFT 가상상품 판매 세가지 전략, 네 번째 엔터테인먼트로 게임 제공 및 게임 융합, 온라인 문화 활동 지원, 온라인전시관 제공의 3가지 전략이 있다는 것을 알게 되었다. 이를 통하여 21세기 급변하는 시장의 변화 속에서 오랫동안 존속하고 그 위치를 유지하고 있는 글로벌 브랜드들은 디지털 시대의 변화에 맞는 능동적인 언택트 지속 가능 전략을 통해 코로나 상황에도 브랜드 가치를 높이고 확고한 위치를 유지하고 있음을 확인 할 수 있었다.

3. 결론

본 연구는 급속도로 변하는 21세기 패션 시장에서 브랜드 위치를 확고히 하는 글로벌 브랜드를 중심으로 언택트 지속 경영전략를 규명하는 것을 목적으로 하였다. 그 결과 글로벌 브랜드들은 급격하게 변하는 산업의 구조에서 시장 환경과 시대에 맞춰 소비자들의 니즈를 충족시키기 위한 노력을 오프라인뿐 아니라 언택트 영역까지 확대하여 끊임없이 노력해 왔다는 것을 알 수 있었다. 코로나로 인한 경제 위기 속에서 언택트 지속가능경영 전략은 브랜드를 존속시키는 주요한 역할을 하였으며, 이를 통하여 언택트 영역이 지속가능한 발전을 위한 주요한 영역으로 강조되고 있음을 알 수 있었다. 소비자와 다양한 언택트 채널을 통한 방식으로 언택트 만남과 소통은 브랜드를 유지하는 주요한 전략이 되었고 유용한 수단으로 활용되고 있다. 따라서 한국의 패션 브랜드들이 한국의 특성에 맞게 시대의 변화를 활용한다면, 브랜드의 지속적인 발전 및 글로벌화를 이루고 나아가 장기적인 브랜드 이미지를 구축할 수 있을 것으로 기대된다.

Reference

Cho, H. K. (2022). A Case Study on the Trans-branding Strategies in a Metaverse Environments. *Journal of the Korean Society of Design Culture, 28*(1), 451-465.

Choi, E. S., & Pyun, J. M. (2021). Effect of brand experience on brand attitude within Meta-bus through avatars - Focused on Gucci Villa in ZEPETO. *Journal Korea Society of Visual Design Forum, 26*(4), 83-94.

Hong, S. Y., & Nam, M. W. (2021). Research on sustainable management strategies of luxury fashion brands in the era of pandemic. *The Korean Society of Science & Art, 39(2), 519-537.*

Mandy, M. (2022, August 26). Top 100 Fashion Brands In The World In 2022, The *Vou*. Retrieved September 20, 2022, from https://thevou.com/fashion/top-fashion-brands/

Park, K. S. (2021). A Case study of virtual fashion industry of fashion brands through convergence with metaverse. *The Korean Society of Science & Art, 39*(4), 161-178.

Woo, S. M., & Chang, D. R. (2021). Study on Metaverse Brand Communication in Trans-media Environment. *A Journal of Brand Design Association of Korea. 19*(2), 29-48.

빈티지 제품에 대한 인식 및 소비

- 한국과 중국 소비자 대상으로 -

왕유에, 이규혜+

한양대학교 의류학과 석사과정, 한양대학교 의류학과 교수+

1. 서론

현대사회는 수명 주기가 짧고 빠르게 변화하는 패스트패션 상품 판매의 이익률이 높다(Sydney, 2008). 의류 및 섬유산업에 의한 패션의류 대량생산은 전체 공급망 전반에 사회적, 환경적으로 해로운 영향을 미친다(Becker Lifhold & Iran, 2018; Gupta et al., 2019; Ramkumar et al., 2021; Stanescu, 2021). 대량생산에서 나온 제품은 독특성이 떨어지며, 한국 젊은 소비자들은 누구나 다 가지고 있는 좋은 기성품보다 흔치 않은 '빈티지'를 즐기면서 자신의 가치와 정체성을 찾아 나가는 편을 선택한다(Lee & Lee, 2019). 빈티지 제품을 구매하는 것은 패스트패션과 패션 산업과 관련된 문제에 대한 대안적인 대응이다(Evans et al., 2022).

빈티지(Vintage)라는 용어는 의류를 지칭할 때는 역사적, 고풍스러운, 중고품, 위탁품, 재사용 또는 재판매 의류와 구별된다(DeLong et al., 2005). 현재 빈티지 판매처는 온라인과 오프라인 모두 활성화되고 있으며, 빈티지 제품은 최근의 유행으로 인기를 증가하고 있다. 그러나 현재 소비자들은 빈티지 제품의 선호와 구매가 보편 되지 않다.

선행연구에서는 소비자들은 빈티지 제품 선택 요인은 노스탤지어, 유니크함과 환경보호의 연관성을 높으며, 연구를 통해 현대사회에 소비자들 빈티지 제품의 희소성, 시대적 특징 등 다양한 요인으로 제품을 선호하고 구매를 이루어질 것이다. 빈티지에 관한 선행연구가 많이 있지만, 시대에 따라 사람들의 소비 관념이 변화할 수 있다. 본 연구의 목적은 선행연구에서 제시한 빈티지에 대한 소비자의 생각 및 구매 의도는 현대에서도 적용되는지를 알아볼 것이다. 심층 면접을 통해 소비자들의 생각 및 구매동기를 파악하고 빈티지 시장의 확장에 대한 유용한 정보를 제공할 수 있기를 바란다.

2. 본론

한국에 있는 빈티지를 알고 및 구매 경험자 한국인 5명과 중국인 5명 총 10명 대상을 선정하여 인터뷰를 진행하였다. 인터뷰는 30분~1시간으로 진행하여 대상자와 심층 교류하였다. 인터뷰 내용정리는 총 3가지 테마로 이루어졌다. 첫째, 빈티지에 대해 어떻게 생각하는지 혹은 당신이 생각하는 빈티지의 정의를 내린다. 둘째, 빈티지 제품 구매할 때 고민 및 결정요인이다. 셋째, 빈티지 제품을 구매하고 싶은 사람에게 줄 수 있는 의견이 제시해 준다. 이를 통해 한국과 중국 소비자들 빈티지에 대해 생각을 크게 차이 나타나지 않으며, 오래된 것과 독특한 느낌 있거나 시대적 특징이 나타나는 제품들 빈티지라고 생각하는 것 알 수 있다. 소비자들은 빈티지 제품 구매할 때 디자인이나 스타일 많이 중시

하며 뒤에서는 소재, 가격 및 사이즈 문제도 중요하다는 것을 알 수 있다. 한국과 중국 소비자들은 제품 디자인과 사이즈 문제에 대한 비슷한 요구 있지만 가격과 소재상에는 차이가 있다는 것 나타났다. 인터뷰 대상자들은 빈티지 시장에 대해 알고 및 경험자로 빈티지 초보자에게 구매 시 친구에게 도움받거나 우선 오픈라인 매장 이용하는 등 의견을 제시하였다. 인터뷰를 통해 빨리 변화하는 현대 소비시장에서는 한국과 중국 소비자들은 빈티지 소비에 대해 공통점 및 차이점을 제시하였다.

3. 결론

한국과 중국 빈티지 경험자들은 빈티지에 대해 긍정적인 생각이 있다. 오래된 것이나 구제 및 헤진 것 있는 제품들을 빈티지라고 생각하며, 빈티지 제품은 독특성, 희소성 및 시대적인 특징은 가져야 한다. 이것은 다수한 소비자들 생각하는 빈티지 제품의 특징으로 한국과 중국 소비자들 간의 큰 차이가 나타나지 않았다. 현대 소비자들은 사회적인 감성 및 환경 보호 문제보다는 자신의 가치와 정체성을 더 중시해서 개인적인 요구 만족하기 위해 쇼핑을 진행한다. 소비자들이 빈티지 구매할 제품의 디자인, 소재, 가격, 사이즈를 많이 고민해서 이런 조건들 고려한 후 구매를 이루어질 것이다. 한국과 중국 소비자들은 제품 디자인과 사이즈 문제에 대한 비슷한 요구 있지만 가격과 소재상에는 차이가 있다는 점 나타났다. 중국 소비자보다 한국 소비자들은 제품 소재의 독특성을 더 선호하며, 중국 소비자들은 한국 소비자 보다 가격의 영향을 적게 받은 것은 알 수 있었다. 현재 빈티지 제품 판매처는 온라인과 오프라인 모두 활성화되고 있으며, 많은 소비자 빈티지에 관심을 생겼다. 초보자에게는 빈티지 제품 구매 시 경험 있는 친구한테 도움받거나 온라인보다 오픈라인 매장 우선 이용하는 것을 추천하며, 빈티지 제품 특성상 새 제품과 다르므로 기대감을 낮추면 더 좋은 쇼핑 체험을 얻을 수 있다는 의견을 수집하였다. 본 연구는 한국과 중국인 대사 총 10명 여성으로 진행하여 표본 단일일 수 있다. 더 좋은 연구 결과를 얻을 수 있기 위해 향후 연구에서는 다양한 표본을 선정하여 더 다각화된 연구를 진행하고자 한다.

Reference

Cervellon, M. C., Carey, L., & Harms, T. (2012). Something old, something used: Determinants of women's purchase of vintage fashion vs second hand fashion. International Journal of Retail & Distribution Management. doi:10.1108/09590551211274946

Duffy, K., Hewer, P., & Wilson, J. (2012). Granny would be proud: on doing vintage, practices and emergent socialities. ACR North American Advances.

Evans, F., Grimmer, L., & Grimmer, M. (2022). Consumer orientations of secondhand fashion shoppers: The role of shopping frequency and store type. Journal of Retailing and Consumer Services, 67, 102991. doi:10.1016/2022.102991

Lee, H. D., & Lee, M. S. (2019). The Values of Vintage Fashion for Korean Millenials. Journal Korea Society of Visual Design Forum, 63, 55-66.

DeLong, M., Heinemann, B., & Reiley, K. (2005). Hooked on vintage!. Fashion Theory, 9(1), 23-42.

국내 골프웨어 마켓의 변화 및 신규 브랜드의 전략 분석

류연주, 이세리+
이화여자대학교 일반대학원 패션디자인전공 석사과정, 이화여자대학교 패션디자인전공 조교수+

1. 서론

패션업계의 전반적인 불황에도 불구하고 코로나19의 영향과 MZ세대의 관심에 의해 골프웨어 시장은 크게 성장하고 있다. 환경의 변화에 의해 골프웨어 마켓에 다양한 변동이 이루어졌고 새로운 브랜드들의 런칭이 대거 이루어짐으로써 골프웨어 시장 지형이 기존과 많이 다른 상황이다. 본 연구의 목적은 최근 급격히 확장되고 있는 국내 골프웨어 시장 변화에 대한 이해를 바탕으로 해당 마켓의 전반적인 현황을 파악하고 MZ세대의 새로운 유입으로 자극받은 골프웨어 시장의 신규 브랜드 전략을 도출하는 데에 있다. 이 연구는 지속적으로 증가하는 신규 런칭 브랜드들의 제품디자인과 상품기획을 위한 참고자료로 활용이 가능할 것이며, 나아가 넓은 관점에서 스포츠웨어 시장의 현황을 파악하는 데에 산업적 측면으로서 의의를 갖는다. 연구범위는 신규 런칭 브랜드가 급속히 증가한 2019년부터 2022년 현재까지 신규 여성 골프웨어 브랜드들로 한정하였다. 2022년 5월, 전체 골프웨어 매출의 20위 안에 포함된 신규 브랜드를 기준으로 볼 때 결과적으로 지포어, 말본, 어뉴, 어메이징크리, 혼가먼트 등이 집계되었다. 각 브랜드별 자사 오피셜사이트를 통해 브랜드 정체성, 런칭 시기, 전개사, 유통방식, 아이템별 가격대, 타겟 연령, 브랜드별 키아이템별 분석을 하였고 패션 관련 기사와 저널을 토대로 수집한 자료들을 분석하여 신규 런칭 브랜드들의 세부 전략을 도출하였다.

2. 국내 골프웨어 마켓

골프웨어는 골프 경기 시 착용하는 의류로서 기능성과 활동성을 고려한 스포츠웨어이다(Choi, 2002). 골프웨어는 18홀의 경기 동안 날씨를 비롯하여 다양한 변수에 대응할 수 있어야 한다(Hwang, 1970). 스윙을 고려한 소재, 기본형상, 패턴 등이 필수적인 요소이고 운동 기반의 기능성을 필수로 한다. 한국에서의 골프는 한때 특권계층의 효과적인 사교의 장으로 시간적·경제적 여유가 풍부한 계급의 사회적 지위를 과시하는 수단으로 이용되어 왔다(Kim & Ha, 2016). 골프웨어 착장에서도 과거에는 집단적 약속으로 엄격한 규정이 있었고 그 안에서 암묵적으로 강요되는 트렌드가 있었다. 하지만 최근에는 복장 규정이 많이 완화되었고 다양한 착장이 가능해지게 되었다. 이처럼 골프웨어는 시대의 변화에 따라 함께 변하는 문화적인 측면을 동반하는 아이템이다. 국내 기준 골프웨어 마켓은 2021년 기준 약 3조원 수준으로 2020년에서 2021년 19.5%라는 높은 성장률을 보이며 패션 시장에서 차지하는 비중이 절대적으로 커지고 있다. 국내 골프웨어 마켓의 유통채널은 오프라인, 온라인 소매 시장, 그리고 최근 눈에 띄고 있는 렌탈 시장으로 세분화된다.

3. 국내 골프웨어 마켓 변화 및 신규 브랜드 분석

본 연구는 국내 골프웨어 마켓의 변화를 사회문화, 소비자, 유통채널 등 세 가지의 측면으로 나누어 동향을 살펴보았다. 최근 국내 골프 시장의 활기는 해외여행과 실내 스포츠에 제약이 생기면서 사회적 거리두기로부터 비교적 자유롭고 새로운 여가활동의 대안으로 떠오른 골프붐에 기인한다. 유튜브를 통해 온라인으로 골프를 배우는 독학골퍼가 늘어나고 다양한 골프 플랫폼 서비스의 확대와 미디어의 영향은 골프에 대한 접근성을 향상시켰고, 골프웨어에 대한 인식과 문화의 변화를 일으켰다. 국내 골프웨어 시장은 MZ세대 골프 유입과 골프 미디어 콘텐츠 발달로 문화 변천이 가속화되었다. 소비자 측면으로는 MZ세대 유입과 SNS상 인플루언서의 유행이 주목된다. 자기 과시적 상황을 즐기고 SNS 노출을 고려한 의류 구매 형태를 보이는 골프 소비자층의 특성이 포착되었다. 코로나 이후 2030 영골퍼의 유입과 비대면 쇼핑에 대한 시대적 흐름이 맞물리며 쇼핑의 형태도 급격히 변화되었다. 이같은 흐름은 MZ세대의 요구에 맞춰진 e커머스 시장의 경향처럼 취향과 관심이 같은 소비자들을 위한 큐레이션몰의 성장을 견인하고 있다.

이상과 같은 마켓의 변화 중에 런칭한 신규 5개 브랜드의 성공 요인을 분석한 결과는 디자인, 커뮤니케이션, 유통의 측면 등 세 가지로 나뉜다. 첫째는 취향 중심의 디자인 전략이다. 복장 규범이 사라지고 자유로운 착장이 가능해진 문화의 변화로 취향과 개성을 표현할 수 있는 아이템과 착장들이 매출을 견인했고 한정판이나 업사이클링과 같은 가치소비를 노린 전략이 성공적인 사례로 나타났다. 둘째는 과시형 소비문화 커뮤니케이션 전략이다. 브랜드만의 시그니처 아이템 활용이나, 이벤트성 컨텐츠를 마케팅에 활용하는 등이 있다. 셋째는 프리미엄 중심의 유통 전략이다. 브랜드 타겟에 맞는 유통 전략으로 한정된 타겟에게 집중한 영업 전략이 성공적 요인으로 보이며 비싼 가격대와 명품거리 입점 등 과시형 소비 형태에 맞는 유통 방식이 공통의 요인으로 나타났다.

4. 결론

이 연구는 최근의 환경 변화에 크게 영향받은 골프웨어 마켓의 확장에 관심을 두었다. 기존의 한정된 소비자들을 위한 복종의 관점을 넘어 국내 골프웨어시장의 변화를 이끈 신규 브랜드들을 디자인, 커뮤니케이션, 유통 중심으로 분석한 결과, 취향 중심의 디자인, 과시형 소비문화 커뮤니케이션, 프리미엄 중심 유통 등의 성공 전략을 확인하였다. 본 연구는 코로나19의 특수한 상황부터 최근까지의 일정 기간을 연구범위로 설정하였으므로 향후 지속적 관찰과 분석으로 골프웨어 마켓과 브랜드 전략에 대한 연구가 추가적으로 이루어진다면 장기적 상황에 대한 보다 거시적인 분석 결과를 기대할 수 있을 것이다.

Reference

Choi, Y. H. (2002). *Study on Golfwear Design.* Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.

Hwang, C. Y. (1970). *최신골프대전*[The collection on Golf in latest]. Seoul: Segeysa.

Kim, K. W., & Ha, J. S. (2016). Golf Clothing Norms and Golf Wear Stylistic Expressions-Centered on Golfers in 20 · 30s, *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 40*(6). 1134-1149. doi.org/10.5850/JKSCT.2016.40.6.1134

K-pop 아티스트의 패션에서 나타나는 문화적 전유

유해민, 전재훈+
서울대학교 의류학과 박사과정, 서울대학교 의류학과 부교수+

1. 서론

오늘날 전 세계의 MZ세대에게 지대한 영향을 미치고 있는 K-pop은 그 성공 뒤에 해외 팬들로부터 끊임없이 문화적 전유(cultural appropriation)의 문제를 지적받고 있다. K-pop 팬인 트루디 핸더슨(Trudy Henderson)은 “한국 아티스트와 소속사들은 유행하는 흑인 문화를 도용하는 데는 거리낌이 없지만, 역사적 유래를 이해하는 일에는 주저해요”라고 인터뷰한 바 있다. 글로벌 문화의 중심에 선 K-pop이 다양한 문화권의 젊은 세대에게 많은 영향을 미치고 있는 만큼 그 어느 때보다 성찰적인 문화연구가 필요한 시점이다. 본 연구는 사례연구를 진행하기 위해 ‘케이팝 문화적 전유’ 및 ‘K-pop cultural appropriation’의 국・영문 키워드를 사용해 구글 뉴스 검색을 실시하였다. 2018년 1월 1일부터 2022년 6월 30일까지의 국문 23개와 영문 264개, 총 287개의 기사를 수집하였다. 수집된 기사 속에서 K-pop 아티스트들의 문화적 전유는 리듬, 가사 등의 음악적인 측면과 그들의 패션의 사례로 다루어졌다. 연구대상으로 삼은 패션의 사례는 총 47개였으며, 헤어 · 메이크업 · 의복 그리고 장신구 등으로 유형화한 뒤, 그 특성을 밝히고자 하였다.

2. 이론적 배경

문화적 전유는 포스트 식민주의(post-colonial)의 담론 속에서 제기된 것으로, 한 커뮤니티가 가진 문화를 이해나 존중 없이 도용하는 것을 의미한다(Meade et al., 2021). 문화적 전유는 오늘날 미디어 환경 속 빈번하게 일어나며, 과거 식민주의와 제국주의의 침탈 역사가 문화 속에서 재현되고 있다는 점에서 비판을 받고 있다. 패션 산업 속에서도 문화적 전유는 빈번하게 일어나고 있다. 예를들어 2018년 파란색 시크 터번(Sikh turban)을 런웨이에 선보인 구찌(Gucci)는 종교적 신념을 위해 사용되는 시크 터번의 본질을 무시하고 이를 패션 액세서리로 사용함으로써 문화적 전유라는 비판을 받았다. 또한 카다시안-제너(Kardashian-Jenner) 자매들은 태닝을 통해 어둡게 피부를 만들고, 가슴과 엉덩이의 볼륨을 강조할 수 있도록 몸매를 보정하며, 입술을 필러로 부풀리는 등 흑인 여성의 미적 아름다움을 전유했다는 비판을 받았다. 한편 글로벌 문화에 중심에 있는 K-pop 내의 문화적 전유는 흑인의 드래드(thread) 헤어, 원주민 복장을 차용한 무대의상, 인종차별의 논란이 있는 블랙페이스(blackface) 분장 등의 형태로 부주의하게 일어나고 있다. 이와 같은 현상에 대하여 조지 메이슨 대학(George Mason University)의 이규택 교수는 “K-pop 아티스트들이 다른 문화에 대해 배우는 것에 관심이 없으며, 상호 존중이나 이해보다는 다른 문화를 단순히 모방하는 문화적 도용을 하고 있다”고 비판한 바 있다.

3. 연구결과

K-pop 아티스트의 문화적 전유는 헤어, 메이크업, 장신구, 의상의 순서대로 빈번하게 나타났다. 첫째, 헤어에서 나타난 문화적 전유는 흑인의 곱슬머리를 따라 하는 아프로 헤어나 드래드 헤어를 차용하는 사례가 가장 많았다. 여성 아티스트 현아는 흑인 미용용품점에서 곱슬머리 가발을 사고 이를 본인 SNS에 게재하였는데 해외 팬들로부터 많은 항의를 받았다. 또한 블랙핑크의 리사(Lisa)는 그녀의 솔로 데뷔곡인 '머니(Money)'의 뮤직비디오에서 아프리카의 원주민에서 유래한 헤어로 많은 비판을 받았다. 또한 출처 불명의 미국 원주민을 연상시키는 머리 장식, 인도의 터번을 이용한 헤어 등의 사례도 있었다. 둘째, 메이크업에서 나타난 문화적 전유는 블랙페이스를 하거나 립메이크업을 통해 흑인의 신체적 특성을 모방하고, 태닝과 셰이딩(shading) 등 어두운 피부 표현을 통해 흑인 여성의 미를 인공적으로 훔치는 형식으로 나타났다. 여성래퍼 트루디는 짙은 피부와 화장법, 드래드 헤어로 흑인을 모방하고 흑인의 정체성을 담은 랩을 하지만 그녀의 정체성과는 관련이 없다는 비판을 받았다. 또한 2017년 여성 4인조 그룹 마마무(Mamamoo)는 콘서트 현장에서 브루노 마스(Bruno Mars)의 뮤직비디오를 패러디하면서 블랙페이스를 자행하여 글로벌 팬들에게 대대적인 사과를 해야만 했다. 셋째, 해당 문화권의 종교적, 역사적 의식에서 유래한 장신구들이 비맥락적인 상황에서 사용되는 사례를 찾아볼 수 있었다. 2009년에 발매된 2NE1의 싱글 앨범 '파이어'에서 산다라 박은 인도 여성이 특별한 종교의식에 사용하는 장식인 빈디스(bindis)를 치장하고 나와 논란의 중심이 되었다. 넷째, 의복에서 나타난 K-pop 아티스트의 문화적 전유는 아프리카 전통 튜닉을 비맥락적으로 입거나, 태국, 인도 등의 아시아 전통 의상을 합쳐 국적 불명의 복장 구성을 만드는 식으로 나타났다. 첫 미니앨범 데뷔무대에 다양한 문화권의 전통 의상을 입고 홍보에 나선 신인 그룹 NTX는 이내 문화적 전유라는 논란에 휩싸였다.

4. 결론

K-pop 아티스트의 문화적 전유는 힙합 음악의 영향으로 미국의 흑인의 헤어, 메이크업 등과 같은 뷰티 실천을 흉내 내는 경우가 가장 빈번하였다. 또한 출처 불명의 미국 원주민 부족 문화를 비맥락적으로 사용하기도 하였으며, 타 아시아 문화권인 인도와 태국 등의 문화적・종교적 치장을 미적으로 단순화하는 형태로도 나타났다. K-pop 아티스트의 문화적 전유는 부주의한 모방·비맥락적 사용·단순화의 위험·무지한 해석의 측면에서 논란적 맹점을 가지며, 이는 해당 문화 당사자들에게 비판을 받을 수 있는 위험이 내재함을 함의한다. 본 연구는 K-pop 아티스트들의 문화적 전유가 가진 특성을 밝혀 그 위험성에 대한 논의를 통해 학술적으로 기여하고, 관련 콘텐츠 제작자들에게 기초자료를 제공했다는 점에 실무적 의의가 있다. 나아가 포스트 식민주의의 담론 속 다양한 패션 미디어와 문화적 전유에 대한 후속연구를 제언하는 바이다.

Reference

Meade. N., Branco. F. S., Burt. I., White. K. R., & Hanks. A. (2021). Cultural appropriation, appreciation, and adaption. *Journal of Counseling & Development, 100*(1). 96-103.

토포그래피 등고선의 이미지를 응용한 패션디자인 연구

- 점이원리를 중심으로 -

김진향, 주보림+

이화여자대학교 패션디자인전공 석사과정, 이화여자대학교 패션디자인전공 교수+

1. 서론

패션디자인은 모든 예술 분야 중 가장 빠르게 변화하고, 다양한 분야와 조화를 이루는 무한한 가능성을 가지고 있다. 특히 자연은 우리 실생활에서 마주하는 디자인과 함께 필수적인 요소이며 최근까지도 환경문제에서 자연의 중요성은 항상 대두되고 있다. 자연은 패션에서 다양한 영감을 줄 수 있는 핵심요소가 되고 있으며 자연에서 영향을 받은 색상과 패턴, 천연 소재를 활용한 컬렉션과 선행연구, 참고문헌 등을 볼 수 있다. 그중 자연을 시각화한 것의 하나로 등고선을 예로 들 수 있으며, 등고선이 가지고 있는 조형 요소들을 창의적으로 활용할 수 있다는 장점이 있다. 이에 따라 지형 표현 중 하나인 토포그래피 등고선을 통해 조형적 유연함을 주고 점이를 통한 입체적 요소도 함께 반영하여 독창적으로 새로운 디자인을 도출하였다. 동시에 예술의 가치를 부여하고 패션디자인의 영역을 확대하여 두께감 있는 부직포 소재에 입체적인 토포그래피 등고선의 형태를 자유롭게 나타내는 표현으로 원피스 4벌을 제작하였다.

2. 본론

본 연구는 시간의 흐름에 따라 유기적으로 변화하는 자연을 토대로 등고선이 형성되는 과정에서 산의 높낮이, 봉우리, 계곡 등 특수지형에 따라 표현되는 조형미가 다르다는 것을 알 수 있으며, 특수지형이 뚜렷하게 보이는 경우 등고선의 외곽 변화가 많고 등고선이 더욱 섬세하고 정교하게 나타나는 것을 관찰할 수 있다. 등고선의 형은 정상이나 봉우리에서 봤을 때의 모양으로 구분되며 U자형, V자형, M자형으로 크게 분류되어 지형도에서 파악이 가능하다. 등고선의 종류는 계곡선, 주곡선, 간곡선 조곡선으로 4가지로 나타나며 반드시 폐곡선으로 이루어져 있다. 등고선의 이미지에서 오는 조형적 특징으로는 형성과정에 따라 부드러운 선과 날카로운 선으로 표현될 수 있으며, 고도에 따라 점을 연결하여 면을 이루는 등고선은 시각적으로 여러 개의 면이 쌓여 형성되어 면과 형의 조화를 느낄 수 있다. 이와 같이 토포그래피 등고선의 조형적인 특징을 분석하고 이를 모티브로 하여 반복의 한 부분인 점이 원리 중 크기 점이, 형 점이, 색채 점이를 중심으로 표현하고, 정형화되지 않은 자연스러운 면적인 요소가 더해져 유기적인 조형성이 더욱 강조되며, 토포그래피 등고선을 결합함으로써 단순하고 점진적인 변화와 함께 리듬, 율동의 효과 등 디자인 표현의 다양성을 보여준다. 이에 본 연구는 등고선에 관한 심층적인 이론 고찰과 이를 응용한 작품연구로 구성되어 있으며, 토포그래피 등고선의 선, 면, 형, 색채의 조형적

특징과 조형의 원리 중 단면형의 점이원리를 중심으로 작품 모티브를 전개하여 패션디자인으로 새롭게 제안하였다. 실물 작품에는 등고선 형태의 선명한 외곽 형태를 위해 작품을 위한 등고선 사례 모티브 소스로 다량의 등고선 이미지를 사용했으며, 등고선의 형태를 점층적으로 변형, 적용하였고 기둥을 세워 두께감을 주었다. 이로 인해 여러 방향에서 모티브를 관찰했을 때, 단조롭지 않고 다양한 실루엣을 볼 수 있게 디자인하였다. 작품의 소재로 두꺼운 부직포를 사용하여 토포그래피 등고선의 형을 또렷한 입체감으로 보여주는 효과를 주며, 원피스 소재를 스웨이드로 사용하여 자연 특유의 부드럽고 따뜻한 느낌을 연출하였다. 점이의 조형 원리를 효과적으로 보여주기 위해 응용 모티브의 외곽 형태를 단순화 작업하여 모티브의 시각적 효과를 극대화시켰다. 토포그래피 등고선 표현에서 모티브를 전개하는데 주로 점이 원리로 크기 점이를 적용하여 응용모티브 크기의 다양성을 보여주었다. 색채에 있어서는 점이원리를 응용한 그라데이션과 이를 다양한 재구성에 의한 새로운 시도와 함께 펠트 색상에 등고선의 고유색상인 브라운 컬러와 자연에서 오는 블루 컬러의 색채변화를 주어 등고선의 형태 변화를 효과적으로 나타내고자 하였다. 작품별로 각기 다른 도안으로 모티브를 제작하여 전부 다른 디자인을 보여주었으며 원피스 실루엣 또한 모티브에 맞는 라인으로 설정하여 모티브를 다채롭게 부착하여 작품을 완성하였다.

3. 결론

현대사회에서 자연에 대한 관심은 필수적인 요소로서 그 중요성이 패션디자인에 있어서도 영향력있는 이슈로 대두되고 있으며, 이는 패션디자인에도 자연을 모티브로하여 독창성과 새로움을 보여주며 다양하게 접할 수 있다. 디자인 모티브로 사용된 여러 자연물 중에서 토포그래피 등고선의 조형적 특징을 심층적인 연구를 통해 패션디자인의 예술성과 창의성을 나타내고자 하였다. 본 연구는 자연에서 오는 표현을 모티브로 삼아 지형의 표현 중 하나인 토포그래피 등고선의 조형적 특징을 점이원리에 적용하였고, 토포그래피 등고선의 지형적 특징을 점이원리로 표현하여 디자인의 다양한 디자인적 방법론의 가능성을 보여주었다.

Reference

Marian L. Davis(1990). 복식의 시각 디자인. 서울: 경춘사
Wuciuswong(1993). Principles of form amd design. 서울: 도서출판국제
국토지리정보원(2015). 국가지도의 이해와 활용 지도의 이해. 서울: 생각쉼표&휴먼컬러아리랑
김대영(2014). 지도와 관련법규의 이해. 서울: 에듀컨텐츠휴피아
김병억, 이웅직(2007). 디자인개론. 서울: 태학원
김인혜(2004). 기초디자인 점, 선, 면. 서울: 미진사
윤경철 외3인(2008). 지도읽기와 이해. 서울: 푸른길
윤경철 외3인(2008). 지도학개론. 서울: 진샘미디어
용영무(2009). 평면디자인. 서울: 태학원

은유추출기법을 활용한 패션의 재미 유발 요소 분석

양의영, 하지수+
서울대학교 의류학과 박사, 서울대학교 의류학과 교수+

1. 서론

재미는 디자인에 있어 소비자의 이목을 집중시키는 요소로서 패션 브랜드와 디자이너는 디자인 개발에서 재미 요소의 활용에 대해 숙고해야한다. 재미를 유발하는 디자인은 착용자가 제품을 긍정적이고 매력적으로 인식하는데 도움을 주기 때문이다. 최근 주목 받고 있는 재미라는 키워드가 패션 산업의 주요 소비자인 20·30대에게 어떠한 소구점을 가지고 있는지에 대한 논의가 부족하기에 본 연구의 필요성이 제기된다. 본 연구의 목적은 패션 제품에서 소비자인 착용자에게 소구하는 재미 유발 요소를 분석하는데 있다.

2. 연구내용 및 방법

본 연구는 패션에서 재미를 유발하는 요소를 분석하기 위해 심층면접을 수행하고자 한다. 본 연구는 시각적 자극물 선정에 있어 연구자의 주관의 개입을 최소화하기 위해 연구참여자가 시각적 자극물을 직접 준비하여 심층면접을 진행하는 은유추출기법을 수행하였다. 연구 대상의 경우 20대 남성과 여성 각각 5인과 30대 남성과 여성 각각 5인을 모집하여 총 20명을 대상으로 심층면접을 진행하였다. 심층면접을 위해 연구참여자에게 7개 이상의 '재미있다고 생각하는 패션 제품이 표현된 이미지'를 요청하였다. 결과 분석에 활용한 이미지는 총 153개이다.

은유추출기법은 무의식적으로 형성되는 개인의 추상적인 생각과 관념을 그림이나 사진과 같은 비언어적, 시각적 이미지를 통해 개인의 생각을 심도 있게 파악하고자 하는 심층면접 방법이다(Zaltman, 2003). 본 연구는 이미지에 대해 이야기하기 - 찾지 못한 이미지 - 이미지 분류 - 구성개념 도출 - 대표이미지 추출 - 감각적 이미지 묘사 - 관념도 작성 - 요약 이미지 8단계에 걸쳐 은유추출기법을 진행하였으며 이를 통한 심층면접 결과를 분석하여 패션에서 재미를 유발하는 요소에 대한 공유개념도를 구성하였다. 공유개념도란 특정 집단의 사람들이 특정 주제에 대하여 공유하고 있는 사고 및 감정들을 은유추출기법을 활용한 심층면접에서 도출된 구성개념으로 구성한 지도이다(Zaltman, 2003). 공유개념도를 구성하기 위해 연구참여자들의 진술을 의미 단위로 쪼갠 후 2회 이상 언급된 의미 단위를 영역별로 묶어 구성개념을 도출하였다.

3. 연구결과 및 결론

본 연구는 재미를 '감정으로서 재미'와 '특성으로서 재미', 두 가지 관점에서 접근하여 이해하고자 한다. 재미를 유발하는 요소의 유형은 세 가지로 정리하였다. 감각적 재미 유발 요소는 오감을 통해 감각적인 자극으로부터 즉각적인 반응으로서 재미를 유발한다. 인

지적 재미 유발 요소는 개인의 사고과정을 필요로 하는 지적 자극으로 인한 재미를 발생시킨다. 마지막으로 정서적 재미 유발 요소는 개인의 사회문화적 환경에서 영향을 받아 형성된 문화적 공감대나 유대감, 소속감에 의해 재미를 유발한다.

은유추출기법을 활용한 심층면접 내용을 분석한 결과, 패션 제품에서 재미 유발 요소의 구성개념은 '사전지식', '시각적 복잡성', '감각적 자극', '새로움', '궁금증', '상호작용'으로 총 6개가 도출되었다. 재미 유발 요소에 대한 분석을 위해 추출한 구성개념을 재미 유발 요소의 유형에 따라 분류하여 공유개념도를 구성하였다. 이때 각 구성개념에 대해 재미 유발 요소의 유형이 개별적으로 나타나기도 했지만 복합적으로 나타나기도 하였다. '감각적 자극'은 감각적 재미 유발 요소에 해당되며, '사진지식'은 인지적 재미 유발 요소에 해당되는 것으로 나타났다. '시각적 복잡성', '새로움', '궁금증'은 감각적이며 인지적인 재미 유발 요소 유형이 복합적으로 나타났으며, '상호작용'의 경우 세 유형 모두에 해당되는 것으로 나타났다.

6개의 구성개념을 바탕으로 패션에서 재미를 유발하는 요소의 구체적인 내용에 대한 분석 결과, 디자인, 착용자, 패션 브랜드 측면으로 정리 할 수 있었다. 우선 패션 제품의 디자인적인 측면에서 재미있는 특성에 대한 시각적 자극물과 진술을 분석한 결과 '패션 제품의 독특한 자극'이 도출되었다. '시각, 청각, 촉각적 자극'은 감각적 재미 유발 요소를 중심으로 하며 "아는 만큼 재미있는' 지적 자극'과 '기존의 '틀'을 깨는 일탈성'은 인지적 재미 유발 요소를 중심으로 도출된 패션 제품의 독특한 자극의 구체적인 내용이다.

다음으로, '착용자의 능동적 개입'은 착용자가 패션 제품의 디자인을 완성하거나 패션 제품을 활용하는 과정에서 발생하는 패션 제품과의 상호작용으로 인한 재미 유발 요소를 중심으로 한 분석 결과이다. '착용자의 자발적인 선택에 의한 스타일링'은 감각적이며 인지적인 재미 유발 요소를 중심으로 도출된 특성이다. '착용자의 능동적 개입에 의한 완성'은 세 가지 재미 유발 요소가 모두 복합적으로 나타난 특성이다. '공감을 유도하는 자기표현'의 경우 정서적 재미 유발 요소를 중심으로 도출된 분석 결과이다.

마지막으로, 패션 브랜드가 패션 제품에 스토리텔링을 통해 부여한 재미에 대한 분석 결과로 '패션 브랜드의 스토리텔링을 통한 전략'이 도출되었다. '브랜드 정체성의 차별화 및 확장', '브랜드 간의 협업으로 인한 다양성', '브랜드에 대한 궁금증 유발'은 구성개념 중 '사전지식'과 '궁금증', '감각적 자극' 등에 대한 세부 내용으로 도출되었기에 감각적이며 인지적인 재미 유발 요소에 대한 분석 결과이다.

본 연구는 패션디자인 분야에서 기존에 시도하지 않았던 은유추출기법을 활용한 심층면접을 통해 패션 제품에서 재미를 유발하는 요소를 밝히고자 했다는 측면에서 주목할 만하다. 나아가 본 연구는 20·30대에게 실질적으로 소구될 수 있는 재미 요소를 효과적으로 적용한 디자인을 개발할 수 있도록 돕는 기초자료가 될 것으로 기대된다.

Reference

Zaltman, G. (2003). *How customers think: Essential insights into the mind of the markets*. Harvard Business School Press.

* 이 논문은 서울대학교 의류학과 BK21플러스 의류패션 혁신 융합 인재 양성팀의 지원으로 수행된 연구임

디지털 기반 대중 참여형 패션 co-creation의 특성

김민지, 이지현+
연세대학교 생활디자인학과 석사과정,
연세대학교 생활디자인학과/인간생애와 혁신적 디자인 전공 교수+

1. 서론

패션 산업에서의 co-creation이 최근에는 다른 브랜드나 타겟 소비자가 아닌 일반 대중들과 함께 마케팅 활동 차원을 넘어서 공동의 가치를 만들고, 소통하고 공유하는 개념으로 확대되고 있다. 그러나 이러한 대중 참여형 co-creation에 대한 연구는 부족한 상황이다. 이에 본 연구는 패션 산업 내 디지털 플랫폼을 기반으로 확산되기 시작한 대중 참여형 패션 co-creation의 특성을 파악하고자 한다.

이를 위해 2022년 3월 21일~3월 27일 동안 국내외 포털 사이트 Google, Naver에서 'Fashion Co-creation', 'Digital Fashion Co-creation', 'Fashion Collaboration', 'Online Fashion Collaboration', 등을 한, 영 키워드로 검색하여 사례를 수집하였다. 시간적 범위로 디지털 플랫폼이 활성화되기 시작한 최근 5년 이내(2017년~2022년)의 사례로 한정하였다. 총 25개의 사례 중 브랜드 간의 콜라보레이션이나 개인 예술가와 패션 브랜드 간의 콜라보레이션 사례들은 제외하고 최종 연구 대상으로 Alexander McQueen의 McQueen Creators와 2000 Eshu Dress, Martin Margiela의 Never-seen-before Jumper, JW Anderson의 #HarryStylesCardigan, Corteiz의 Puffer Exchange, 현대자동차의 Sonata Collection, 지니킴의 'by U' 등 7 건을 대중과의 co-creation 사례로 선정하였다.

수집한 사례들은 선행 연구에 기반하여 co-creation 참여 단계, co-creation 결과물의 확산 양상, 참여자의 범위, 참여자의 목적 및 의의, 기업의 목적 및 의의에 따라 사례를 분류하고 특성을 파악하였다. 연구의 결과는 디지털 플랫폼을 기반으로 한 패션 산업 내 co-creation의 학문적 체계화를 위한 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

2. 본론

사례분석 결과, co-creation 참여 과정은 단계에 따라 '콜라보 인식>기획 및 방향성 제시>아이디어 전개 및 구체화>아이디어 실현>결과물의 공유 및 확산'으로 분류되었다. 참여자의 아이디어 실현의 단계에서 브랜드가 개입을 하는 경우는 McQueen Creators, Corteiz, 현대자동차, Jinny Kim이었으며 나머지 사례의 경우는 참여자가 주체가 되어 아이디어를 실현하였다.

참여자의 범위는 디자인에 관심있는 누구나 참여할 수 있는 개방형 co-creation이었으나, McQueen Creators는 참여자를 일반 청소년들을 대상으로 제안하였다. JW Anderson의 #HarryStylesCardigan은 유일하게 브랜드가 co-creation을 기획하지 않고 대중 참여자들이 JW Anderson 제품을 모방, 제작하면서 시작된 사례였다. 주 참여자들은 유투버나

공예에 관심이 있는 사람들이었으며 이후 해당 브랜드에서 직접 제품 제작 방법을 영상으로 공유하면서 더욱 일반인들의 정보공유와 창작 참여가 확산되었다.

Co-creation 결과물의 확산 양상의 경우 모든 사례에서 공통적으로 디지털 플랫폼을 통해 공유되었고, 사용 플랫폼은 브랜드의 공식 홈페이지, 공식 트위터, 패션 컬렉션, 참여자 개인의 유튜브 채널 및 소셜미디어(social media) 계정 등으로 나타났다. McQueen Creators, Jinny Kim의 경우 브랜드가 개입하여 참여자들의 화보를 촬영하기도 하였고, 현대자동차의 경우 패션 컬렉션 및 언론을 통해 참여자들의 결과물을 공유했다. 더 넓은 범위로 사회적 영향력이 확산된 경우로 Corteiz와 Jinny Kim의 사례는 수익금과 참여자들이 교환 대상으로 가져온 의류를 노숙자 보호기관에 기부하거나 창출한 디자인 제품의 판매 수익에 비례하여 기부를 하는 형태로 나타났다.

참여자들의 인터뷰 기사와 개인 소셜미디어 게시물을 살펴보면, 참여의 목적은 공통적으로 호감을 가진 브랜드와의 콜라보레이션, 유대감 형성, 의견 및 자아 표출, 개인적 경험 확장에 있었다. 이외에 일부 사례에서는 지속가능성 모색의 기회, 기부 및 자원 재활용을 통한 사회적 기여와 가치 창출 등이 있었다.

대중과의 협업인 개방형 co-creation의 경우 기업은 마케팅 목적을 위해 적극적으로 나서기 보다는, 간접적 지원을 통해 참여자들의 경험 확장, 창작 활동 장려, 자원 재활용, 기부 등을 통해 사회적 가치를 창출하는 것에 더욱 집중하는 양상을 보였다. co-creation의 홍보 역시 기업이 적극적으로 하기보다는 참여자들의 개인적 홍보를 통해 진행했으며, 이를 통해 브랜드의 호감도와 인지도를 상승시키고 있었다.

3. 결론

디지털 플랫폼 기반 패션 산업 내 co-creation은 참여 주체와 목적에 따라 개방성, 쌍방향 소통, 다양한 형태의 결과물 공유 및 확산, 공동체 유대감 형성, 개성 및 자아 표출, 개인적 경험의 확장, 사회적 영향 확장의 특성이 있었다. 전통적 콜라보레이션과 가장 큰 차이점은 패션 브랜드라는 공통 매개를 통해 참여자들 간에 의견 및 결과물을 교환하고, 참여자 개인이 주체가 되어 가치를 창출하며, 사회적 영향력을 확장시키는 것이다. 기업 역시 참여자들의 개성 존중과 자아 표출 및 긍정적인 사회적 영향 확대에 중점을 둔 경향을 보였다. 앞으로도 패션 브랜드와 대중의 co-creation은 다양한 형태의 가치를 창출해내고 사회적 영향력을 확산시키는 하나의 방법이 될 것이다. 한편, 사례의 대부분이 단발성이라는 한계점이 보였다. 또한 co-creation 결과물의 활용을 위해서는 일반 참여자가 co-creation의 어느 과정에 참여하는 것이 유익할지와 결과물 창작 방법을 패션 기업이 어떻게 교육하고, 구현에 어느 정도 개입하여 통제해야 할지에 대한 고민이 필요하다.

Reference

Yi, J. & Cho K. (2021). A Case Study of MZ Generation Targetted Fashion Brands" Collaboration Strategies. *Journal of the Korean Society of Costume, 71*(6), 37-53.

Lee J., Lee E., Ahn J., Ryu L., Oh N., & Z. (2014). Comparative Job Analysis of Fashion designers between the participatory design process and general process. *Journal Korea Society of Visual Design Forum*, *43*(0), 151-164.

자기장에 반응하는 페로플루이드의 이미지를 응용한 버추얼 헤드피스 디자인

김유성, 이세리+
이화여자대학교 일반대학원 패션디자인전공 석사, 이화여자대학교 패션디자인전공 조교수+

1. 서론

1990년대부터 이미 시작된 버추얼 패션의 개념은 COVID-19의 팬데믹으로 인해 급부상하며 패션산업의 디지털 전환을 가속화하였다. 이러한 배경에서 본 연구는 증강현실 기반 버추얼 헤드피스를 디자인함으로써 패션 아이템 착장 경험의 확장에 대해 탐구하고자 하는 목적으로 시작되었고, 특히 자기장 반응으로 특징적인 이미지를 갖는 페로플루이드(ferrofluid)를 디자인 모티브로 활용하고자 하였다. 본 연구의 방법 및 범위는 다음과 같다. 첫째, 페로플루이드의 개념에 대해 고찰한 뒤 조형 요소별로 분류하여 특징을 분석한 후 페로플루이드 이미지를 응용한 디자인 현황을 파악하였다. 둘째, 버추얼 패션의 배경 및 개념을 알아본 후 버추얼 패션디자인의 구현 측면에서 본 연구의 디자인에 적합한 프로그램들을 비교 분석하였다. 셋째, 패션과 장신구의 역사에 대한 이론 탐색 및 최근 5년간의 패션 컬렉션 등을 통해 자료를 수집하여 헤드피스의 유형을 알아보았다. 넷째, 이상의 이론적 연구 분석을 토대로 페로플루이드의 이미지 특징을 응용한 버추얼 헤드피스 디자인 작품을 제작하였다. 작품의 각 세트는 증강현실 기술인 ‘AR 필터를 사용한 버추얼 헤드피스’와 착장 모델 및 공간 연출의 ‘루프 애니메이션(loop animation)’으로 구성된다.

2. 페로플루이드의 개념 및 이미지 특징

페로플루이드는 자화성과 유동성을 동시에 갖도록 합성한 특수 액체이며 자성유체(magnetic fluid)라고도 불린다(Kim et al., 1996). 자화성 및 유동성의 특징 때문에 자기장에 영향을 받아 그 형태가 자유자재로 바뀐다. 페로플루이드는 여러 첨단 장비에 사용될 뿐만 아니라 사진, 패션, 공예 등의 여러 예술 분야에서 소재 및 재료로 사용되기도 한다.

페로플루이드의 이미지 특징은 점, 선, 입체, 색채와 질감 등 네 가지 측면에서 나누어 볼 수 있다. 점의 이미지는 크기와 배열에서 규칙적 또는 불규칙적으로 나타나 안정감, 통일감 또는 리듬감 등을 준다. 선의 이미지는 곡선과 직선이 단독으로 또는 복합적으로 나타나며 점의 형태와 함께 나타나기도 한다. 입체의 이미지는 ‘스파이크(spike)’ 형태를 기본으로 하여 어떤 모양의 물체를 토대로 해서 생성시키느냐에 따라 다양한 입체의 이미지를 만들어 낼 수 있다. 색채 및 질감의 이미지 측면으로 볼 때 기본적으로 검은색을 띠는 자철광 속성으로 인해 색상에 제한이 있지만 자철광에 대체 물질을 더하여 색상을 다르게 만들어 낼 수 있다. 나아가 페로플루이드의 기유(base oil)에 수성 페인트 등의 물질을 더하는 방법으로 색상을 다양하게 표현하기도 한다. 또한 기유에 의해 페로플루이드의 질감 이미지를 다양하게 표현할 수 있는 특징이 있다.

3. 버추얼 패션디자인 프로그램

버추얼 패션디자인은 제품 생산 또는 애니메이션 제작을 목적으로 컴퓨터 그래픽스 모델링, 애니메이션, 렌더링(rendering) 기술 등을 유기적으로 결합해 3D로 의상을 재현하는 단계까지의 가상 착의 시스템을 뜻한다(Ko et al., 2012). 현재는 의상뿐만 아니라 헤드피스를 증강현실 기술로 구현하는 현상이 일어나고 있는데, 버추얼 헤드피스의 유형을 분석해 본 결과 메이크업에 가까운 헤드피스, 액세서리류 헤드피스, 머리에 집중한 오브제 햇 형태의 헤드피스, 상반신까지 확장된 헤드피스로 나누어 볼 수 있었다.

버추얼 디자인 프로그램은 3D 모델링과 AR 구현 프로그램으로 나누어 볼 수 있는데, 특히 3D 모델링 프로그램은 주재료가 일반적 섬유 원단인 경우와, 헤드피스와 같이 주재료가 금속, 유리 등 보다 확장된 재료를 사용하는 경우가 있어 두 가지로 나누어 살펴볼 수 있다. 전체의 프로그램들을 비교해 본 결과 본 연구의 디자인 작업에서는 3D 모델링 프로그램은 블랜더(Blender)가, AR 구현 프로그램은 스파크AR(SparkAR)이 사용 용도와 접근성 등의 측면으로 볼 때 가장 적합하였다.

4. 작품 제작

페로플루이드의 유체 이미지로부터 연결하여 작품의 전체 컨셉을 ‘바다’로 하였다. 하위 테마는 ‘Abyssal zone’과 ‘Coral colony zone’으로 구분하여 디자인을 전개하였다. 작품의 형태 모티브에 있어서 페로플루이드 이미지를 중심으로 하여 점과 선 그룹, 그리고 입체 그룹 크게 두 가지로 나누었다. 작품의 색채에 있어서 자철광의 검은색을 메인으로 한 것과 여러 가지 색을 사용한 것 두 가지로 나누어 디자인을 계획하여 오브제 햇 형태의 2점, 상반신까지 확장된 2점으로 총 4점의 헤드피스를 디자인하였다. 각 작품마다 QR코드를 생성하여 착장 및 감상을 위한 접근에 용이하도록 기획하였다.

5. 결론

버추얼 패션디자인은 디자이너의 의도에 따라 조형의 일반적 분류 및 한계를 넘어설 수 있다. 실제 제작시의 한계점에 구애받지 않는 실루엣과 재료를 가상으로 구현하는 것은 디자인 프로세스에 있어 큰 혁신이다. 또한 AR 버추얼 패션디자인은 착장자에게 새로운 경험을 가능하게 하는 확장적 접근 방식으로서 매우 큰 가능성을 보인다. 이와 같은 버추얼 패션디자인의 활성화는 디자이너의 창작 수준을 만족시킬만한 3D 모델링과 유사한 수준의 AR 기능을 갖춘 플랫폼 발전을 통해 실질적 결실로 이어질 수 있을 것이다.

Reference

Kim, Y. G., Shim, W. J., & Kim, C. K. (1996). 자성유체 윤활제의 개발 동향 [Development trend of magnetic fluid lubricant]. *Tribology and Lubricants, 12*(1), 1-5.

Ko, H. S., Lee, J. H., Kim, J. H., Woo, W. T., Yoon, K. H., & Lee, I. K. (2012). 컴퓨터 그래픽스 연구 현황: 2부 융합하는 응용 기술 [Computer Graphics Research Status: Part 2 Converging Applied Technology]. *Journal of the Korea Computer Graphics Society, 18*(2), 35-53.

논문 포스터 발표

헤어숍 고객의 선택속성에 따른 고객 만족도 및 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구

김모남, 빅한힘+
계명대학교 대학원 패션비지니스학과 석사, 계명대학교 패션마케팅학과 교수+

1. 서론

대중 매체의 일상화, 경제적 발전, 과학과 의료 기술의 발달, 미용 장비와 기술의 발전, 외모를 중시하는 사회적 환경, 여성의 사회적 진출 확대 등과 맞물려 미용 분야는 급성장하고 있는 추세이다. 개성과 아름다움을 추구하는 현대인들에게 미용은 삶의 일부가 되었고 퍼스널 모바일기기의 발달로 인해 대중의 표현 욕구와 개성은 더욱 강해지고 다양해졌다. 이러한 현상으로 인해 미용 산업은 더욱 세분화 되어서 헤어, 메이크업, 피부미용, 네일 분야 등으로 확장되고 전문화되었다. 따라서 헤어숍은 기술적 측면과 미용산업의 균형적 성장을 위한 경영관리, 마케팅 관리, 서비스 등에 대한 연구를 통해 고객만족도를 증대시킬 방안의 모색이 절실히 요구되고 있다.

2. 본론

이 연구는 크게 다섯 가지 목적을 가지고 진행되었다. 첫째, 헤어숍을 이용하는 고객의 선택속성, 고객만족도, 재방문의도 간의 관계를 요인분석 및 신뢰도 분석과 상관관계 분석을 통하여 검증된 각 변수의 인과관계를 분석하고자 했다. 둘째, 인구 통계적 특성에 따른 헤어숍 선택속성, 고객만족도, 재방문 의도 간의 차이를 알아보고자 했다. 셋째, 고객의 헤어숍 이용 형태 및 특성에 따른 헤어숍 선택속성, 고객만족도, 재방문의도의 차이를 알아본다. 넷째, 헤어숍 고객의 선택속성에 따른 고객만족도, 재방문의도에 미치는 영향을 알아본다. 마지막으로 다섯째, 고객만족도가 재방문의도에 미치는 영향을 알아본다.

수집한 자료는 SPSSWIN 25.0 프로그램을 사용하였고 빈도분석(Frequency Analysis), 주성분 분석(Principle Component Analysis), 상관관계분석(Correlation Analysis), T-test와 일원변량분석(One way Anova), 그리고 사후검증을 위해 쉐페(Scheffe) 검증, 분산분석(Analysis of Variance), 회귀분석(Regression Analysis)을 적용하였다. 본 연구에서 사용된 신뢰도 검증 측정 도구의 신뢰도는 모든 영역에서 크론바하 알파(Cronbach's α)계수가 0.6이상의 수치로 나타나 신뢰수준을 만족하는 것으로 나타났으며 타당성 검증에서 헤어숍 선택속성에 대한 요인분석을 실시한 결과 인적 요인, 물리적 요인, 효율성 요인, 접근성 요인, 대외 이미지 요인으로 총 5개 요인이 추출되었다. 고객만족도의 경우 요인적재량(factor loading)은 .5이상으로 나타났고 고유값(eigen-value)이 7.06 이상으로 총분산 설명력은 58.8%로 나타나 측정항목들의 타당도가 어느 정도 확보되었음을 알 수 있다.

3. 결론

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다. 조사대상의 헤어숍 이용형태에 관한 일반적 특성에서는 이용서비스의 경우 컷트, 퍼머, 염색 순으로 나타났으며, 지출비용은 2만원-5만원이 가장 많았다. 헤어숍 형태에서는 1인 경영 개인 헤어숍이 가장 많았고, 이용목적은 자기만족을 위해가 가장 높았다. 방문계기에서는 가족이나 지인의 소개가 가장 높았으며, 재방문 동기는 내가 원하는 스타일 연출, 선호 혜택에서는 예약 서비스가 가장 높게 나타났다.

상관관계분석에서 고객만족도와 선택속성 하위변인 인적 요인, 물리적 요인, 효율성 요인, 접근성 요인의 경우 $p<.01$로 유의한 정적인 상관관계가 보였으며, 재방문의도와 선택속성 하위변인 인적 요인, 물리적 요인, 효율성 요인, 접근성 요인의 경우 $p<.01$로 유의한 정적인 상관관계가 나타났으며, 고객만족도와 재방문의도의 경우 상관관계 값 $p<.01$로 유의한 정적인 상관관계가 나타났다. 즉, 고객만족도가 높을수록 재방문의도가 높아진다. 인구 통계적 특성에 따른 헤어숍 선택속성, 고객만족도, 재방문의도의 차이분석에서는 연령의 경우 물리적 요인, 효율성 요인, 접근성 요인, 대외 이미지 요인이 유의한 차이를 보였으며, 직업의 경우 접근성 요인이 최종학력의 경우 물리적 요인과 접근성 요인이 유의한 차이를 보였다. 헤어숍 이용형태 특성의 차이분석에서는 지출비용, 헤어숍 형태, 이용목적, 방문계기, 재방문 동기가 유의한 차이를 보였다.

헤어숍 선택속성이 고객만족도에 미치는 영향에서는 헤어숍 선택속성 하위변인 인적 요인, 물리적 요인, 대외 이미지 요인이 높은 경우 고객만족도가 높아지고, 인적 요인, 물리적 요인, 대외 이미지 요인이 높은 경우 재방문의도가 높아지는 긍정적 영향을 미치며, 고객만족도가 높은 경우 재방문의도가 높아지는 것을 알 수 있다. 학력이 높을수록 고객만족 및 재방문의도가 높고, 소득이 높은 경우 물리적 요인, 효율성 요인이 높게 나타났다.

Reference

Bitner, M. J. (1990), "Evaluating Service Encounters :The Effects o fPhysical Surrounding and Employee Responses", *Journal of Marketing*, *52*(2). 122-141

Paul W, Engel, James F, Blackwell, Roger D & Miniard (1986). *Consumer Behavior*, (5th ed). Hinsdale,IL: Dryden.

Fodness, D. (1994). Measuring Tourism Motivation. *Annals of Tourism Research*, *21*(3), 555-581.

Jones, M. A., Mothersbaugh, D. L., & Beatty, S. E.(2000). Switching Barrier and Repur chase Intentions in Services, *Journal of Retailing, 76*(2), 259-272.

해외 인터넷 기사를 활용한 가방 디자인 트렌드 분석

하승연+
국립공주대학교 의류상품학과 교수+

1. 서론

현대 패션에서 가방이란 물건의 수납 기능뿐만 아니라 스타일을 표현할 수 있는 대표적인 패션 아이템으로 인식되고 있다. 가방 디자인은 패션 트렌드와 시대적 요구를 반영하며 지속적으로 변화하고 있으며, 좋은 가방 디자인을 위해서는 패션 트렌드를 접목하고 소비자의 욕구를 충족시키는 제품개발 기획이 필요하다. 따라서 본 연구의 목적은 현재 해외에서 유행하고 있는 가방 디자인 트렌드를 분석함으로써 국내 가방 브랜드의 디자인 방향성을 제시하고, 제품개발에 도움이 되는 디자인의 기초자료를 제공하고자 한다.

Google 사이트를 이용하여 2020년부터 2022년까지 최근 3년간의 Marieclare, Vogue, Harpersbazaar, Elle, L'Officiel 등 세계적인 패션잡지와 인터넷 패션 에디터들의 기사 총 34건을 수집하였다. 검색어로는 'bag design', 'bag design trend', 'handbag design trend'를 사용하였으며 2022년 6월부터 9월까지 검색한 결과, 2020년 기사 8건, 2021년 기사 11건, 2022년 기사 15건을 수집하였다. 수집한 기사 중 소제목들의 키워드를 종이에 나열하고, 많이 언급된 순으로 정리하였다. 결과분석에 사용한 가방의 디자인 요소는 문헌과 선행연구(김리라, 2017; 이아영, 2014; 박찬란, 2010; 김지영, 2009; 구인숙. 2008)를 참고하였으며, 최종적으로 형태, 색채, 소재, 장식으로 분류하였다. 가방의 착용법, 형태, 크기, 색상, 톤, 소재의 종류, 텍스춰 특징, 그리고 장식으로 분류하였고, 추출된 각 단어의 빈도수를 체크하여 결과를 분석하였다.

2. 본론

2020년부터 2022년 현재까지 최근 3년간의 해외 인터넷 기사를 종합한 결과, 가방의 형태는 착용법에 따라 어깨에 매거나 몸에 둘러매는 유형(총 125개의 빈도 중 83)이 월등히 많이 나타났으며, 손을 이용하여 드는 유형(29), 손을 사용하지 않고 허리나 등에 매는 유형(13)의 순으로 나타났다. 가방의 외부 형태로는 각진 사각 형태(총 63개의 빈도 중 11), 복합적인 수납공간이 존재하거나 서로 다른 형태나 크기의 가방이 함께 구성된 유형(11), 초승달 형태(9), 구름과 같이 자유로운 형태(8), 원형(7), 입술과 같이 독특한 형태(6), 삼각형(2), 바나나 형태(2) 순으로 나타났다. 가방의 크기는 아주 크거나 아주 작거나 양분되는 경향으로, 크기가 매우 큰 가방(총 62 빈도 중 22), 크기가 아주 작은 가방(20). 크기가 보통 작은 가방(14), 중간 크기의 가방(6) 순으로 나타났다. 가방의 색채는 Black(총 44 빈도 중 9), Brown(7), Off White(6), Blue(6), Red(4), Green(3), Grey(2), Lime colors(2), Coral(1),

Pink(1), Icy pink(1), Mustard(1), Orange(1), Purple(1) 순으로 나타났으며, 톤으로는 Bright tone(5), Deep tine(3), Pastel tone(2) 순으로 나타났다.

가방에 사용된 소재는 천연가죽(총 66개의 빈도 중 22), 인조가죽이나 재생가죽을 포함한 비건가죽(14), 코튼캔버스, 데님, 자카드를 포함한 우븐(8), 털이나 모피(8), 라탄 소재(7), 고무나 네오프렌과 같은 신소재(7) 순으로 나타났다. 가방에 이용된 텍스춰의 특징은 퀼팅 기법(총 77개의 빈도 중 14), 모노그램 이용(13), 비즈 등을 이용하여 화려하게 장식(9), 동물가죽이나 기하학 문양을 프린트(6), 악어나 도마뱀의 가죽 표면의 질감을 표현(5), 스터드나 리벳을 이용한 장식(4), 크로쉐 등 니트기법(4), 프린지 기법(4), 자연스럽게 주름지는 기법(3), 가죽이나 끈을 땋은 트리밍 장식(3), 레이저커팅(1), 자수(1), 대조적인 색상으로 스티치 기법(1) 순으로 나타났다. 가방의 장식은 대담하게 굵고 커다란 체인을 사용한 장식(총 34개 빈도 중 16)이 가장 많이 언급되었으며 대나무, 금속, 비즈 등 다양한 재료로 만든 핸들(10), 우븐으로 직조한 넓은 끈(sangle)(1), 커다랗게 만든 로고 버클(1), 스터드로 로고를 표현하거나 가방 앞면을 장식(4), 프레임을 사용한 빈티지한 디자인(2) 등으로 나타났다.

3. 결론

첫째, 기능과 스타일이 모두 중요해졌다. 럭셔리 브랜드에서도 기능성과 실용성을 중요시하면서 가방의 형태, 크기, 소재가 변화하였다. 손을 이용하지 않고 허리나 몸에 두르거나 어깨에 매는 디자인이 많아졌으며, 하나의 가방에 복합적인 수납공간이 가능한 디자인이 등장하고, 아주 크거나 아주 작아지는 크기의 양극화 현상이 두드러졌다. 한편 패션에서 가방의 역할이 두드러지면서 Bright tone, Deep tone, Pastel tone의 다양한 색상들이 등장하였다.

둘째, 클래식하고 복고적인 감성이 두드러졌다. 각이 진 사각형 형태의 가방이 가장 많이 나타났으며 퀼팅과 모노그램을 활용한 디자인, 프레임과 핸들 장식, 다양한 체인 장식이 두드러진 특징으로 나타났다. 아울러 Chanel의 flap bag, Gucci의 baguette bag, Dior의 saddle bag, Louis Vuitton의 monogram bag을 재해석한 디자인들이 많이 나타났다.

셋째, 지속가능한 모더니즘이 강조되었다. 손을 이용하여 가방의 형태를 자유스럽게 만들 수 있는 크라쌍 또는 구름과 같이 비정형화된 형태들이 나타났다. 소재에 있어서도 인조가죽, 재생가죽 같은 가죽 대체 소재와 고무와 같이 방수가 가능하고 세탁이 용이한 신소재들이 다양하게 적용되어 실용성과 지속가능성을 강조하는 가방이 등장하였다.

Reference

Fashionary Team. (2021). *Bag Design*. Hong Kong: Fashionary International Ltd.

Cary, A. & Lischke, H. (2022, September 06). The 10 major AW 22 bag trends to buy into now. *Vogue*. Retrieved September 10, 2022, from https://www.vogue.co.uk/fashion/gallery/bag-trends-autumn-winter-2022

Gall, Julia. (2021, July 31). Fall 2021 handbag trends to carry into a brighter tomorrow. *Marieclaire*. Retrieved June 24, 2022, from https://www.marieclaire.com/fashion/g35621230/fall-bag-trends-2021/

팀 워커의 패션 이미지와 환상성

고예지, 주보림+
이화여자대학교 패션디자인전공 박사과정, 이화여자대학교 패션디자인전공 교수+

1. 연구배경

지그문트 프로이트(Sigmund Freud)는 “예술품의 창조는 본능적인 충족을 포기하는 데 대한 보상으로 인간에게 제공되는 환상을 만들어 내는 행위”이라고 하였다(Lim, 2005, p. 236). 예술가들은 환상을 추구함으로써 인간이 추구하는 다양한 욕구를 이미지화하는데 중요한 역할을 하였다(Park & Bae, 2014). 팀 워커(Tim Walker)는 영국 출신의 포토그래퍼로 오랫동안 독보적인 작업 세계를 구축하고 있다. 그는 패션이라는 매체를 통해 환상성을 키워드로 자신만의 독특한 미감을 구현하며, Vogue, W와 같은 거대 잡지와 작업을 지속하고 있다. 이에 본 연구는 팀 워커의 패션 이미지의 구체적 사례들을 환상성의 관점에서 분석하여, 팀 워커만의 작품 특징을 파악하는 데에 목적을 두었다.

2. 연구 방법 및 범위

팀 워커에 대한 저널 및 비평에서 빠질 수 없는 단어인 ‘Fantasy’를 중심으로 팀 워커가 생산하는 패션 사진의 개념적 요소와 시각적 요소 등을 분석하여 팀 워커의 작품 특성을 분석하였다. 본 연구는 온라인에서 공개된 팀 워커의 작업 중에서도 패션 사진을 연구 대상으로 설정했다. 25세 때 보그와 첫 작업을 시작한 시점부터 2022년 현재까지 Vogue, W 및 I-D등 패션 에디토리얼을 중점으로 분석하였다. 또한, 팀 워커는 패션 포토그래퍼이지만 예술계의 적극적인 지지로, 다수의 전시를 진행하고 있는 만큼 그의 전시 작 중에서도 소머셋 하우스에서 개최된 <Storyteller> 전시 또는 런던 V&A에서 개최 된<Tim Walker: Wonderful Things>의 경우 패션 사진이 인쇄된 2D 형태의 작품을 선별하여 분석하였다. 팀 워커의 패션 에디토리얼(editorial)을 포함한 패션 사진이 구현하는 환상적 이미지를 파악하기 위해, 츠베탕 토도르프(Tzvetan Todorov)와 로즈메리 잭슨(Rosemary Jackson) 등이 제시한 문화적 환상성 이론을 통한 개념적 고찰을 근본으로 삼았다.

3. 연구 결과

보그의 주력 포토그래퍼인 팀 워커는 데뷔한 이래로, 일관되게 표현하는 이미지는 ‘판타지’이다. 환상성 이론에 근거한 팀 워커의 패션 사진을 분석한 결과는 다음과 같다. 팀 워커의 패션 이미지에 나타나는 판타지적 특성은 모방, 환상의 공간, 특색 있는 모델 기용과 신체의 왜곡 등의 표현 특성으로 분류된다. 첫째, 경의를 기반으로 한 모방적 장면 구사를 통해 환상적 이미지를 구현하고 있다. 팀 워커는 자신의 작업에 종종 팀 버튼(Tim

Burton), 필립 할스만(Pilippe Halsman), 히에로니무스 보스(Hieronymus Bosch)와 같은 아티스트들의 작품을 오마주(Hommage) 하여 그들에 대한 경이심을 표한다. 둘째, 초현실주의 이미지를 활용한 허구적 공간의 구현이다. 팀 워커는 자기 작품의 환상적 이미지를 표현하기 위해 공간의 물리적 제약을 해제한다. 또한, 팀 워커는 환상의 공간을 시각적으로 현실에 가깝게 실현하기 위해 디지털 표현이 아닌 직접 세트장을 제작하여, 환상의 공간을 생동감 있게 전달한다. 셋째, 특색 있는 모델 기용과 신체의 왜곡을 통해 자신의 판타지를 패션 이미지에 투영한다. 현재는 최고 모델로 지칭되나, 데뷔 초창기에 독특한 외모 탓에 '외계인'이라 불리던 카렌 엘슨(Karen Elson)을 자신의 작품의 모델로 고용하거나, 중국 출신 모델 샤오 웬 주 (Xia Wen Ju)를 모델로 내세우는 등 개성 넘치는 외모(Only one)를 가진 모델과 작업하는 것을 선호한다. 그뿐만 아니라, 그는 자신의 작품 속에 신체를 기이하게 변형하는 작업을 즐기는데, 인체에 과한 굴곡을 주거나 인체의 뼈가 그대로 노출되는 등의 신체 표현을 통해 기괴한 이미지를 만든다.

4. 결론 및 제언

창의적인 패션디자인의 세계에서 패션 이미지의 표현은 매우 적극적으로 새로운 미감의 발굴을 요구한다(lee, 2019). 패션계에서 팀 워커는 환상을 구현하는 작가로, 오랜 시간 사랑받았다. 팀 워커의 작업은 환상을 전달하는 패션과 정확히 맞닿아 있다. 팀 워커는 바쁜 현대인들의 공상을 즐기는 시간이 부족함을 염려한다. 그는 자신의 패션 이미지를 통해 틀에 박힌 감정, 일상에서 탈출하여 어린 시절 마주했던 꿈과 같은 상상의 세계를 보여준다. 브랜드와 의상에 집중하는 것을 넘어 자신만의 독창적인 세계를 패션 사진이라는 매체를 통해 구현하는 팀 워커의 세계관은 이후에도 패션계에 두각을 나타내리라 생각한다.

Reference

Lee. S. (2019). The Fashion Images and Narratives of Gosha Rubchinskiy. *Archives of Design Research*, 32(1), 163-174.

Lim, J. S. (2005). *Psychoanalysis of fantas*y. Seoul: Modern literature.

Park, W. M., Bae, S. J. (2014). A study on the Expression Type and Characteristic of Contained in Art and Contemporary Fashion. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 20(4), 265-283.

온라인 패션 렌탈 이용자의 지속 이용에 대한 영향 요인 분석

- 중국 20-30대 여성을 대상으로 -

오희선+

부경대학교 패션디자인학과 교수+

1. 서론

렌탈은 구독경제로, 이용료를 지불하고 일정기간 사용하는 것으로, 가장 일반적인 렌탈 서비스가 패션이다(Benoualid, 2019). 렌탈은 부족(shortage)의 문제를 경제적으로 해결할 수 있어, 예산 부족으로 입고 싶은 옷을 구매할 수 없는 소비자를 위한 비용 대비 효율 솔루션이다. 소비자의 부족을 해결하는 과정에서 가치 있는 경험을 제공하고 사용자의 욕구를 충족시켜 만족을 이끌어 낸다. 패션 렌탈은 필요한 상황에 맞춰 옷을 빌려 입는 것에서 제품과 브랜드를 체험할 수 있는 기회를 제공하여 구매로 연결시킨다.

미국, 독일, 영국, 일본, 싱가포르, 중국 등 세계적인 온라인 패션 렌탈 플랫폼으로 쉐어링 렌탈 패션이 빠르게 주류가 되었다(Liu et al., 2022).

중국인의 쇼핑에 관한 생각과 소비패턴 변화와 모바일 쇼핑과 가상결제 등의 쇼핑혁명으로 플랫폼의 춘추전국 시대가 되었다. Y-Closet, MsParis, YEECHOO 등 중국 대표 패션 렌탈 플랫폼은 수억 명 여성 소비자를 위해 서비스를 제공한다(Six Chinese, 2019) 국내에서는 윙클로젯, 프로젝트앤, 원투웨어 등이 실패한 비지니스 모델이지만, 코로나 회복으로 겟트(GETTT), 원투웨어(want to wear), 트렌디(TLENDY) 등이 런칭되고, 대여 상품도 여성복에서 남성복과 아동복으로 확대하는 등 수익채널이 확대되고 있다. 패션 렌탈 시장의 규모는 갈수록 증가하는 추세로, 2026년 21억 1000만 달러로 성장할 것으로 예상된다(Jung, 2022). 기업 관점에서의 핵심 가치와 인식 관리를 통한 고객의 만족과 이용 확산을 극대화할 수 있는 방안에 대한 실증연구가 필요하다고 판단된다. 이에 본 연구는 온라인 패션 렌탈 플랫폼 시장의 급속한 성장을 배경으로 지속적 이용에 영향을 미치는 변수의 속성에 대한 심도 있는 연구를 진행하고자 한다.

2. 본론

본 연구는 패션 렌탈 이용자가 지각하는 가치와 인식을 예측변수로 하여 지속적 이용을 위한 만족도, 재방문, 추천의 종속변수를 증가시키는 주요한 예측변수를 밝히고자 한다. 자료 수집은 중국 20-30대 여성을 대상으로 온라인(wenjuanxing, www.wjx.cn)에서 2021년 10월~11월에 실시되었다. 인구통계학적 특성을 4문항을 제외한 28문항은 5점 리커트로 구성되었다. 7 예측변수를 사용하여 3 종속변수를 예측하였다. 예측변수는 경제성, 기능성, 감정성, 경험성, 패션성, 신뢰성 및 위험성 척도이며, 종속변수는 만족도, 재방문 및 추천 척도이다. 본 연구를 위해 dplyr(version 1.0.7), ggparty(version 1.0.0), partykit(version

1.2.15), rattle(version 5.4.0) 패키지와 R(version 4.1.2) 그리고 the forest function of the partykit (Hothorn & Zeileis, 2015) package를 사용하여 조건부 추론 트리(Conditional Inference Tree)와 함께 머신러닝 접근 방식을 사용하였다. 각 트리의 중요한 예측변수를 찾기 위해 조건부 추론 트리가 있는 랜덤 포레스트(random forests)를 채택하고 분석을 위해 the forest function of the partykit (Hothorn & Zeileis, 2015) package를 사용하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 모든 종속변수에 영향을 미치는 1위 예측변수는 신뢰성으로 나타났다. 둘째, 2위 예측변수에서 만족은 패션성, 재방문과 추천은 기능성으로 나타났다. 셋째, 모든 종속변수에 영향을 미치는 3위 예측변수는 경험성으로 나타났다. 넷째, 다변량 기술통계 분석한 결과, 신뢰성>3.667와 패션성>4.200 경우, 이용자는 렌탈 플랫폼의 제품과 서비스에 만족하고 재방문하며, 다른 사람들에게도 패션 렌탈을 이용하도록 적극적으로 추천하였다.

3. 결론

패션 렌탈의 지속적 이용을 위한 종속변수 만족, 재방문 추천의 예측변수를 밝히기 위한 분석 결과에서 만족도, 재방문, 추천의 종속변수에 영향을 미치는 주요 예측변수 중 1위 신뢰성, 3위 경험성은 모두 동일하지만, 2위의 경우, 만족도는 패션성, 재방문과 추천에는 기능성으로 나타났다. 따라서 예측 변수 중 신뢰성이 만족도, 재방문, 추천에 가장 주요한 변수임을 확인할 수 있다. 다양한 패션 제품을 판매하는 온라인 플랫폼은 오프라인에서처럼 직접 착용하고 구매할 수 없어 확신을 갖고 쇼핑하기 어려운 환경이다(Kim & Na, 2020).향후 연구에서는 소비자의 만족, 재방문, 추천 향상과 함께 이용자 확대를 위해 패션 렌탈을 이용한 경험이 있으나 현재는 이용하지 않는 즉 재방문 의도가 없는 대상자에 대해서도 살펴볼 필요가 있다.

Reference

Benoualid, C., The Sharing Economy and its Impact on Fashion and Appare. CGS(Computer Generated Solutions, Inc.).

Hothorn, T., & Zeileis. A. (2015). partykit: A Modular Toolkit for Recursive Partytioning in R. Journal of Machine Learning Research. 16, 3905-3909.

Jung, H. S. (2022, May 12). Children's clothing rental biz platform appeared one after another. fashionbiz.

Kim, j.s. & Na, Y. J. (2020). Online Shopping: Satisfaction of Return Services and Return Reasons According to Types of Fashion Shopping Malls. The Korean Society For Emotion & Sensibility, 23(1), 13-16.

Liu, N., Lin, J., Guo, S., & Shi, X. (2022). Fashion platform operations in the sharing economy with digital technologies: recent development and real case studies. Annals of Operations Research, 28.

Six Chinese Fashion Platforms That Let You Share What You Wear. (2019). ellen mac arthufoundation. Retrieved 2020.10.9. .from https://ellenmacarthurfoundation.org/articles/six-chinese-fashion-platforms-that-let-you-share-what-you-wear

해체주의에 기반한 리디자인 패션 디자인 개발

김연하, 서성은+
가천대학교 의상학과 석사과정, 가천대학교 패션디자인학과 부교수+

1. 서론

세계 경제 포럼 보고서(WEF)에 따르면 패션 폐기물로 인해 세계 경제는 매년 4,000억 달러 이상의 비용을 지출하고 있다. 이는 경제적 손실을 넘어 환경 재앙으로 이어진다(Young, 2020). 전 세계적으로 매년 약 9,200만 톤의 섬유 폐기물이 생성되는데(Beall, 2020) 이 섬유 폐기물 중 2020년에는 약 1,860만 톤의 의류가 매립되었고 엘런 맥카서 재단(Ellen Macarthur Foundation)은 이러한 추세가 계속되면 2050년까지 1억 5천만 톤 이상의 의류 폐기물이 매립될 것이라고 보고했다(Young, 2020). 지난 20년 동안 패스트 패션의 유행은 과잉 생산과 과잉 소비로 이어졌고 우리는 산 적도 입은 적도 없는 옷들을 포함해서 매년 330억 개의 옷을 폐기하고 있는 것이다(Kim, 2021). 패션 산업에서 발생하는 심각한 환경 오염과 자원 낭비에 대한 인식은 마틴 마르지엘라(Martin Margiela)의 1989년 재활용 직물을 사용한 컬렉션 발표를 시작으로(Onlu, 2017) 확산되었고 폐기물을 재사용 가능한 재료로 변환하는 리사이클링(Recycling)이 대표적인 문제 해결 방법으로 시도되어왔다. 그러나 전 세계적으로 의류에 사용되는 재료의 12%만이 재활용되고 있고 미국에서 재활용률이 각각 66%, 27%, 29%인 종이, 유리, 플라스틱 페트병과 비교하면 의류의 재활용은 현저히 뒤처져 있다. 실제로 주요 패션 브랜드에서 현재 사용하고 있는 재활용 폴리에스터의 대부분은 복잡한 과정을 거쳐야 하는 의류가 아닌 병에서 나온 것이다(Beall, 2020). 따라서 지속가능한 패션을 위하여 폐기된 의류의 해체와 재사용을 통해 순환 경제를 실천하는 효율적인 리디자인(Redesign) 방법을 연구하는 것이 필요하다.

2. 본론

본 연구의 내용은 첫째, 자크 데리다(Jacques Derrida)의 해체주의 철학의 핵심 개념 차연(Différance), 전파(Dissemination), 보충(Supplement), 흔적(Trace)을 바탕으로 패션에 나타난 조형적 특징을 차연, 불확실성(Uncertainty), 상호텍스트성(Intertextuality), 탈-현상(Negativity)으로 분류하여 고찰한다. 둘째, 순환 경제 관점에서 PBL 네덜란드 환경 평가 기관(Netherlands Environmental Assessment Agency)이 인용한 10R 전략; 거부(Refuse), 재고(Rethink), 축소(Reduce), 재사용(Reuse), 수리(Repair), 재단장(Refurbish), 재제조(Remanufacture), 재창출(Repurpose), 재활용(Recycle), 회수(Recover)(Potting et, al. 2017)를 중심으로 리디자인의 개념과 원리를 이해하고 정립한다. 셋째, 다양한 디자인 분야에서 리디자인이 어떻게 활용되고 있는지 사례를 통해 살펴보고 패션에서의 대표적인 리디자인 테크닉; 제로 웨이스트

패턴 커팅, 솔기 최소화 구조, 패치워크, 가변형을 조사 및 분석한다. 넷째, 본 연구의 디자인 개발을 위해 해체주의의 전파와 탈-현상의 디자인 원리인 탈구성(Destructure), 탈중심(Decentering), 불연속(Discontinuity)의 개념을 활용하고, 리디자인 실천 원리에서는 재사용(Reuse), 재제조(Remanufacture), 재창출(Repurpose)을 활용한다. 연구의 결과는 폐기된 남녀 정장류의 아이템 9개를 해체하고 재구성하여 현대 패션에 적합한 “The Trace(흔적)”을 주제로 하이 엔드 여성 레디투웨어 리디자인 컬렉션의 디자인 개발과 프로토타입으로 제시된다.

3. 결론

폐기된 정장류의 아이템들을 한 개부터 최대, 네 개까지 활용하여 네 벌의 룩으로 구성된 리디자인 컬렉션 “흔적”은 기존 의류가 지닌 디자인 요소를 적극적으로 활용했지만 전혀 다른 독특하지만 균형 잡힌 아방가르드 쉬크(Avant Garde Chic) 스타일로 재탄생했다. 디자인 개발은 해체주의 철학, 리디자인 원리, 리디자인 테크닉 세 가지 측면의 조합으로 이루어졌다. 첫째, 패션에서 새 원단과 새 재료를 사용하여 새롭게 만들어진 완벽한 디자인을 절대적 미의 가치로 여기는 전통적 미에 대한 고정 관념에 도전하여 폐기된 의류를 재활용하여 독창적인 변형의 미를 제안하여 폐기물에 대한 인식 변화를 도모한다. 둘째, 유행이 지나 심리적으로는 착용하기 어렵지만, 상태가 양호한 정장을 10R 중 재사용, 재제조, 재창출의 원리로 리디자인하여 의류의 수명을 연장하고 소비를 감소시켜 자원과 환경 보호를 실천한다. 셋째, 폐기된 의류를 해체하고 탈구성, 탈중심, 불연속, 전파의 해체주의 개념을 시각적으로 해석하고 드레이핑을 통해 재구성하여 새로운 형태로 변형한다. 해체주의 디자인 철학에 기반하여 폐기된 의류가 해체되고 재구성되는 과정에서 창의적이고 효율적인 리디자인 패션이 구현되는 것을 확인할 수 있다. 이러한 연구를 통해 향후 환경 오염과 자원 낭비를 최소화할 수 있는 패션디자인에 관한 다각적 연구가 더욱 활성화되고 지속가능한 패션을 위한 창의적인 리디자인 방법을 개발하고 상업적으로 가치 있는 기성복 디자인에 도움을 줄 수 있는 가이드라인으로 활용될 수 있으리라 기대한다.

Reference

Beall, A. (2020, July). Why clothes are so hard to recycle. Retrieved from: https://www.bbc.com/future/article/20200710-why-clothes-are-so-hard-to-recycle

Kim, J. (2021, July). 매년 버려지는 옷 330억 벌...패션쇼 반대 시위 벌어진 까닭. Retrieved from: http://star.ohmynews.com/NWS_Web/OhmyStar/at_pg.aspx?CNTN_CD=A00027582

Onlu, N. (2017). Sustainability by design in textile products and fashion. *New DesIdeas*, *1*(1), 37-49.

Young, E. (2020, August). Fashion Waste Is Rubbish - Yes, But This Is Not The Issue. Retrieved from: https://www.fibre2fashion.com/industryarticle/8736/fashion-waste-is-rubbish-yes-but-this-is-not-the-issue

Potting José, Hekkert Marko, Worrell Ernst, Hanemaaijer Aldert. (2017). CIRCULAR ECONOMY: MEASURING INNOVATION IN THE PRODUCT CHAIN. PBL Netherlands Environmental Assessment Agency The Hague, 2017

언택트 시대 2022S/S 남성 패션트렌드 분석

- 아르켓과 솔리드 옴므를 조사대상으로 -

LIU QINGYANG, 지정숙+

고려대학교 일반대학원 생활과학과 석사과정, 고려대학교 가정교육과 겸임교수+

1. 서론

1) 연구의 목적

2020년 시작된 COVID-19는 사람들의 라이프스타일과 패션을 변화시키고 있다. 코로나로 인하여 정부가 확진자의 수에 따라 사회적 거리두기 정책을 시행하고 사람들의 사회활동을 줄이면서 언택트 문화는 일상화가 이루어지고 있다(정주은, 2022). 사람들은 집에 머무는 시간이 많아져 집에서 편하게 입으면서도 집 근처 외출시에도 갈아입을 필요가 없는 원마일 웨어를 찾는 소비자들이 증가하였다. 이에 따라 패션트렌드는 일상 생활복을 중심으로 전환되고 캐주얼 웨어가 새로운 트렌드로 정착되었다(안은재, 2022). 현재 COVID-19로 인한 거리두기가 해재되고 2022년부터는 포스트 팬데믹 시대라고 부르게 되고 있어 펜데믹 상황에서의 패션트렌드가 2022S/S 남성 패션트렌드에 영향을 계속 미치는 데 살펴볼 필요가 있다. 따라서 본 연구는 특히 아르켓과 솔리드 옴므 이 두 브랜드를 연구대상으로 펜데믹 이루 남자 패션에 어떠한 변화가 나타나고 있는지 살펴보고자 한다.

2) 연구 방법 및 범위

본 연구는 아르켓(ARKET)과 솔리드 옴므를 대상으로 그들의 2022S/S 제품에 대하여 알아보자고 하고 2020S/S, 2021S/S에 비하여 포스트 코로나시대인 2022S/S 패션트렌드가 COVID-19 때문에 대체적으로 어떤 영향을 계속 받았는지, 어떤 점을 바꾸었는지를 분석하고자 한다. 한국 국내의 트렌드에 관련된 연구 자료를 살펴보고 변화된 패션을 알아보고자 한다. 또한 선행연구에 따라 언택트 시대에 패션의 변화된 요소들을 확인하고 포스트 코로나와 보편화되는 달라지는 시대의 흐름을 예측하고자 한다.

2. 본론

1) 아르켓 소개 및 2022S/S 패션 트렌드

아르켓은 2017년 론칭한 스웨덴의 SPA 패션 브랜드다. 아르켓의 어패럴은 클래식하고 미니멀한 디자인을 추구하며 오래 입을 수 있는 디자인을 선호한다. 특유의 깔끔하고 심플한 노르딕 스타일의 디자인으로 알려져 있다.

아르켓 2022S/S 컬렉션은 모던한 도시 남녀의 일상에서 영감을 받은 것이다. 많은 디자인에 스포츠 미학으로 표현하였다. 2022S/S의 주요 요소들은 다음과 같다. 첫째, 릴랙스드 실루엣이다. 즉, 스포츠웨어에서 받은 영향은 디커스트럭티드 수트, 럭비에서 영감을 받은

스트라이프와 스타일 마커와 같은 실용적인 디테일로 구성하는 일상의 스타일링에 편안한 접근을 뒷받침한다. 루즈한 실루엣이 특징이지만, 룩은 정제된 느낌을 유지하며 다양한 활동에 착용할 수 있다. 둘째, 새로운 뉴트럴 컬러이다. 즉, 겨울보다 더 길어지고 밝아진 날은 화이트, 베이지와 브라운 색상이 모여 산뜻한 룩으로 만들어지는 밝은 컬러감에 영감을 준다. 절묘한 질감 혹은 솜씨 좋은 디테일은 절제되지 않은 우아함을 부여한다. 셋째, 기술력과 실용성에 초점을 맞춘 소재이다. 즉, 재킷, 발수성 파카 그리고 치노 팬츠는 스마트 캐주얼 옷장에 알맞으며, 테그니컬 퍼포먼스 또한 제공한다.

2) 솔리드 옴므 소개 및 2022S/S 패션 트렌드

솔리드 옴므는 한국 유명한 패션 디자이너 우영미가 창립한 남성복 전용 브랜드다. ‘SOLID HOMME’라고 적힌 프린트나 금속장식 등 로고 플레이가 몇 군데 들어가고 미니멀한 실루엣, 독창적인 디테일, 클래식한 구성을 더하여 누가 입어도 모던하게 잘 어울리는 아이템들이다.

솔리드 옴므 2022S/S의 주제는 문 비치이다. 포스트 코로나 시대의 위안과 빛에 대한 요구를 모색하기 위하여 몽환적이며 초현실주의적 분위기인 인공 태양과 백사장으로 만든 리조트를 배경으로 여름을 즐기는 일광욕을 하는 사람들의 사이로 모델들이 문 비치 컬렉션을 착용하고 등장하였다. 이번 시즌에는 오버사이즈가 여전히 대세라 상의나 하의를 여유가 있게 입을 수 있다. 또한 많은 아우터는 가벼운 방수 소재를 이용한다. 컬러 같은 경우, 민트그린, 스카이블루, 오렌지, 베이지등 눈에 쉽게 띄고 너무 신선하고 개성적인 컬러를 사용한다.

3. 결론

아르켓과 솔리드 옴므 2022S/S 시즌을 살펴보고 코로나 이전보다 포스트 코로나 시대에 패션 트렌드는 색다른 감각을 더 선호하게 되었고 사람들이 원래 주로 입었던 화이트, 블랙, 그레이 이 3가지 컬러에서 벗어나 더 신선하고 눈에 많이 띄는 다양한 밝은 컬러를 입게 되었다. 또한 현재 몸을 구속하는 스키니 어패럴에 비하여 COVID-19 이후 편한 오버사이즈를 많이 선택하게 되었다.

Reference

An, EunJae. (2022). A study on Athleisure Fashion Tendency and Consumer Behavior According to Covid 19 Pandemic. *Journal of the Korean Society of Design Culture, 28(1)*, 239-249.

Jung, Ju Eun. (2022). Changes in Modern Fashion Due to the Spread of Untact Culture. *Journal of the Korean Society of Fashion Design, 22*(2), 35-49.

조선시대 베갯모 문양을 활용한 여성복 디자인 연구

권영숙, 홍미정+
계명대학교 패션디자인학과 석사, 계명대학교 패션디자인과 교수+

1. 서론

최근 COVID-19 팬데믹으로 인해 전 세계인들이 사회와 격리가 되는 어려운 시기를 겪고 있다. 그동안 겪지 못했던 사회현상은 문화에 관심을 가지게 되었고, 한류(Hallyu)에 관한 관심이 높아지고 있다. 특히 스트리밍 플랫폼을 통해 한국의 K-패션, K-뷰티, K-드라마, K-음악 등 한국 문화에 대한 열기와 인기가 높아지고 있다. 한국의 문화 콘텐츠에 관심이 높아지면서 한국의 문화, 음식, 여행, 나아가 한국어에 대한 관심이 확산하고 있으며, 한국의 전통문화를 기반으로 한 모티브들이 유튜브와 스트리밍 플랫폼을 통해 소개되고 있다. 이런 문화의 시대에 문화예술・문화 콘텐츠・체육・관광산업의 경쟁력을 높여 국가 경제를 이끌어갈 성장 동력으로 우리나라는 물론 선진각국에서 자국의 문화산업을 국가적인 핵심 전략산업으로 집중적으로 육성하고 있다.

우리의 전통 생활양식 중 조선시대 규방공예는 당시 여성들에게 있어 바느질, 자수, 매듭 등은 생활기초인 동시에 자신과 가족들을 위해 사용될 품목들을 만들었고, 이 규방 문화는 우리 민족의 정서적 산물이자 생활 일부로서 여인들의 희로애락(喜怒哀樂), 예술적 정서가 잘 반영되어있다. 그 중 베갯모는 자신들의 꿈과 소망 등 염원하는 내용을 표현한 수공예적인 공예문화의 아름다움과 조형 요소로 패션디자인에 활용할 수 있는 무한한 잠재성과 가능성을 지니고 있으며, 문화산업에도 활용할 수 있을 것으로 보여 진다.

2. 연구의 목적과 절차

조선시대 베갯모 문양에 나타난 상징적 표현과 현실주의적 생활 철학을 내포하고 있는 베갯모의 형태적 조형미를 활용하여 현대적으로 재해석한 여성복 디자인 연구를 목표로 하였으며, 베개의 일반적 고찰과 베개 및 베갯모의 분류 및 문양의 상징성을 고찰하였다. 베개의 일반적 고찰로는 베개의 정의, 조선시대 베갯모의 특성을 살펴보고 베개 및 베갯모의 분류와 상징성에서는 베개 재료에 따른 분류, 베갯모 재료에 따른 분류, 베갯모 문양에 따른 분류 및 문양의 상징성을 연구하였다. 문양 디자인은 베갯모에 시문 된 수복(壽福) 강녕(康寧) 아(亞) 문자의 도안을 경소단박(輕小短薄), 회전(回轉), 중첩(重疊)을 시행하여 도안의 모티브로 디자인하고, 베갯모 색상은 오방정색(五方正色) 다섯 원색으로 파랑(靑色, 木, 동쪽), 빨강(赤色, 火, 남쪽), 노랑: 황(黃色, 土, 중앙), 하양(白色, 金, 서쪽), 검정(黑色, 水, 북쪽) 기본 바탕으로 하였다. 포토샵 작업을 통하여 조선시대 베갯모 문양에 표현된 문자 문양을 활용한 패턴 4종류를 도출하였다. 품 제작을 위한 실루엣은 우리 전통 복식인 한복의 두루마기와 저고리에서 선, 고름, 소매, 동정 등 디테일을 가져와 one

piece, coat, skirt, blouse 의 아이템에 적용하여 총 5벌로 베갯모에 나타난 문양의 특징을 효과적으로 표현하면서 또한 입체감을 부각시켰다.

3. 결론

본 연구 결과는 조선시대 베갯모 문양의 가치를 이해하고, 옛사람들의 베갯모 문양의 상징적 표현과 현실주의적 생활 철학을 내포하고 있는 베갯모의 형태적 조형미를 활용하여 현대적으로 재해석한 여성복 디자인 연구를 통하여 얻은 결론은 다음과 같다.

첫째, 한국의 전통 문양 중 조선시대 이후 베갯모 복수 강녕 문자 문양과 아자 문양은 한민족의 역사와 고유한 전통이 그대로 투영된 미적 표현물이며 과거와 현재 그리고 미래를 연결시켜 주는 매개체로서 한민족 고유의 독창성을 널리 알릴 수 있는 소중한 자료임을 확인할 수 있었다.

둘째, 베갯모 문양은 구도, 바탕색, 선의 표현에 있어서 평면 직물에 자수 등 예술과 기술을 가미함으로써 베갯모 특유의 조형적인 특성을 가지고 있었다. 구도에서는 복합적인 다시 점, 자유로운 원근법, 시간의 동시적 표현, 사물의 평면화, 대칭・나열형 구조가 있었고, 오방정색으로 원색의 개별적인 색채를 사용하였다. 선의 표현에서도 도식적인 선의 굵기 및 형태 그리고 유사 색으로 된 베갯모의 테두리가 구성된 것을 찾을 수 있었다.

셋째, 색의 표현에 있어서 베갯모 문양에 표현된 화려한 색상을 바탕색으로 보색 및 유사 색의 조화를 위하여 DTP 기법을 활용하여 색상과 색채의 변화를 주어 화려하고 안정적인 색상의 조화를 표현할 수 있었다.

넷째, 수복강녕 문자 문양과 아자 문양의 이미지 표현에 있어서 DTP 및 자카드 원단의 부드러운 질감과 입체감 등 다양하게 활용하여 자연스러운 형태의 표현과 부조적인 질감 표현을 할 수 있었다. 하단에는 저고리의 옷고름을 늘어뜨려 율동적이고 생동감 있는 느낌과 여성적인 우아함을 표현했다. 색채의 대비와 조화를 나타냄으로써 디자인에 고부가 가치를 부여할 수 있었다.

다섯째, 소재에 있어서 자카드의 입체감은 포근하고 가벼운 소재를 사용함으로써 베갯모 문양의 조형미와 잘 어울리는 여성스럽고 더욱 자연스러운 실루엣을 표현할 수 있었다.

Reference

Kwon, Y. S. (1985) *A Study on the Decorated Pillow Pattern in Chosun Dynasty.* Unpublished master's thesis, Sook-Myung Women's University, Seoul.

Jeon, S. Y. (2007) *A Study on Fashion Design Applying The Embroidered Patternsof A Pillow End in The Age of Chosun.* Unpublished master's thesis, Ewha Women's University, Seoul.

안토니 가우디 건축물의 조형성을 응용한 아르누보 패션디자인 개발 연구

- 카사밀라 건축물을 중심으로 -

쭈즈이, 노윤선+

동서대학교 일반대학원 석사과정, 동서대학교 패션디자인학과 교수+

1. 서론

오늘날 패션은 개성과 다양성을 중시하는 시대로 차별화된 아름다움을 표현하기 위하여 다양한 요소에서 창작의 영감을 끊임없이 찾아 디자인을 완성한다. 건축 예술과 패션 예술 사이에는 일정한 연관성이 있으며, 융복합 학문으로 연구되고 있다. 안토니 가우디(Antoni Gaudi, 1852~1926)는 아르누보 건축의 대표적인 인물로 많은 학자들의 연구대상이 될 정도로 훌륭한 건축 작품을 남겼다. 디자인 분야에서 안토니 가우디의 건축물을 응용하여 제품 디자인, 시각 디자인, 인테리어 디자인에 응용하는 등 연구가 다양하게 이루어지고 있다. 패션디자인 개발 연구로서도 안토니 가우디의 건축의 특성을 분석하고 응용하여 디자인을 개발하는 것은 건축적 조형미와 형태를 표현하는 패션디자인의 방법으로 중요한 의의가 있다.

안토니 가우디의 작품 중 카사밀라는 20세기를 대표할 만한 건축물로 불리 울 만큼 예술성이 뛰어난 건축물로 부드러운 곡면의 유기적 형태를 특징으로 하여 아르누보 스타일 패션디자인을 창의적으로 개발하는데 많은 영감을 줄 수 있는 테마로 본 연구의 모티브로 선정하였다.

건축물의 조형성을 형태와 컬러, 재질로 나누어 분석한 후, 카사밀라 건축물의 조형성에 부드러운 곡선, 유기적인 디테일을 더해 아르누보 스타일의 패션디자인을 전개하여 안토니 가우디의 건축 카사밀라의 조형적 특징과 아르누보 스타일을 결합한 창의적인 패션디자인 발전 방향을 모색하여 후속 연구자에게 더 많은 참고 자료를 제공하는 것을 본 연구의 목적으로 한다.

2. 이론적 배경(연구내용 및 방법)

본 연구의 연구내용은 다음과 같다.

첫째, 안토니 가우디의 삶과 작품의 형성 배경을 살펴보고, 안토니 가우디의 작품을 초기, 중기, 후기로 나눠 건축물의 조형성을 구체적으로 분석하였다.

둘째, 카사밀라 건축물의 조형성을 형태, 컬러, 재질 세 가지로 분류하고 분석하였다.

셋째, 아르누보 패션디자인의 발생 배경과 표현 방법을 알아보았으며 2018년 S/S Collection 이후에 나타난 아르누보 스타일의 패션디자인 사례를 살펴보았다.

넷째, 이론적 배경을 기초로 안토니 가우디 작품 카사밀라 건축물의 조형성을 응용하고 부드러운 곡선과 유기적 디테일을 추가해 로맨틱한 아르누보 스타일 패션 디자인 4작품을 개발하였다.

작품은 어도비 일러스트레이터(Adobe Illustrator)와 포토샵(Photoshop)을 사용해 디자인을 전개하였다.

연구 방법은 국내외 학위 논문, 학회지, 단행본, 온라인 자료를 활용해 안토니 가우디의 삶과 건축 작품 카사밀라, 아르누보 패션디자인에 관련된 내용에 대한 고찰을 진행하였다.

3. 결론

본 연구는 패션디자인에서 안토니 가우디 건축 작품 카사밀라와 아르누보 스타일을 결합한 유기적이고 로맨틱한 디자인을 개발하여, 창의적인 패션디자인 발전 방향을 모색하는 것을 목적으로 하였다. 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 카사밀라는 살아있는 생명체와 같은 유기적 형태로서 마치 하나의 거대한 생명체가 움직이는 착각을 일으키며 한 덩어리의 흰색 돌을 조각하여 만든 것처럼 보이는 건축물로 안토니 가우디 건축 철학을 살펴볼 수 있었으며 이러한 디자인이 아르누보 스타일의 패션 디자인을 전개하는데 다양한 모티브가 될 수 있음을 알 수 있었다.

둘째, 안토니 가우디 작품 카사밀라에서 표현된 아르누보의 유기적 형태, 여성스러운 곡선 스타일 표현을 위해 러플과 플라운스, 드레이프 등의 디테일을 가미하여 물 흐르는 듯한 유연하고 유기적인 형태의 조화로움을 구현하여 로맨틱한 분위기의 여성스러움을 강조한 패션디자인을 개발할 수 있었다.

셋째, 안토니 가우디의 건축 작품 카밀리아 조형성의 형태, 컬러, 재질의 특징을 아르누보 패션디자인과 결합하고 재해석한 디자인 개발을 통해서 작품 형태는 곡선과 유동적인 입체 구조로 디자인함으로써 부드러운 볼륨감을 살릴 수 있었다. 카사밀라의 건축물의 주요 컬러인 순백색과 아이보리를 메인 컬러로 사용하여 부드럽고 여성스러움을 살릴 수 있었으며 얇고 투명한 재질의 오간자와 실크를 사용하여 부드럽게 떨어지는 실루엣으로 여성스러운 입체미와 로맨틱한 분위기를 살리고자 하였다.

본 연구는 안토니 가우디의 작품 카사밀라 건축물의 조형성을 응용하여 여성스러운 곡선, 유기적 디테일을 응용해 아르누보 스타일의 패션디자인을 전개하였다. 향후 건축과 패션의 결합으로 혁신적인 패션디자인 개발이 다양하게 이루어지기를 희망하며 안토니 가우디외 다양한 건축가의 작품을 활용한 패션디자인 개발이 활발하게 연구 되어지기를 기대한다.

Reference

Kim, M. J. (2009). *A Study on Fashion Design Using Architectural Characteristics of Antoni Gaudi*. Unpublished master's thesis, Sungkyunkwan University, Seoul.

Kim, J. N. (2008). *A Study on the Ornament Application of Organic Form in Gaudi Architecture.* Unpublished master's thesis, Kookmin University, Seoul.

자녀 발달 시기에 따른 어머니 패션 변화와 패션 심리에 관한 연구

- 미취학 자녀를 둔 전업 주부를 중심으로 -

이혜원+

가톨릭대학교 의류학과 조교수+

1. 서론

어머니는 자녀의 성장기에 가장 관여하는 가족 구성원이며, 특히 어머니와 딸은 같은 성으로 인해 다른 구성원들에 비해 신체적·정신적 관계도가 높다. 기혼 여성들은 미혼일 때와 달리, 자녀 출산 및 육아를 경험하면서 달라진 신체와 가치관으로 인해 의복 행동 유형의 변화를 경험한다. 어머니의 패션 행동은 자녀의 성장 과정에 따른 양육 태도 및 자녀와의 상호관계에 관련하며, 특히 미취학 아동처럼 아직 자립적인 의복 선택 행동이 나타나지 않은 시기에 어머니의 의복 추구 경향은 자녀의 의복으로 직접적으로 반영된다.

본 연구의 목적은 자녀의 성장 과정과 더불어 '어머니'가 되어가는 과정 속에 나타나는 한국 전업 주부들의 패션 특성과 패션 심리를 살펴보는 것이다. 본 연구는, 자녀 대신 자녀의 의복을 선택하는 어머니, 즉 영아기, 유아기, 아동기의 자녀를 둔 어머니를 연구 대상으로 하며, 자녀의 출산을 시작으로 자녀의 성장 과정 중에 착용하는 패션을 자녀의 발달 시기와 함께 살펴보고, 각 과정에선 나타난 패션 심리를 파악하고 분석한다.

2. 연구 문제 및 연구 방법

본 연구의 수행을 위해 다음과 같은 연구 문제를 설정하였다. 첫째, 자녀의 발달 시기에 따른 특성을 파악하고, 시기별로 어머니의 자녀 패션에 대한 관여 정도를 살핀다. 어머니의 자녀 패션에 대한 관여 정도는 자녀 패션의 구매 출처, 구매 금액, 패션 스타일링을 위해 투자하는 시간 등과 관련한 항목을 수집하였다. 둘째, 자녀의 발달 시기별로 나타나는 어머니 본인 패션의 관여도 및 패션 변화를 살핀다. 이를 위해 영·유·아동기의 자녀 발달 과정에서 착용한 패션 사례와 함께, 자녀 발달 과정 동안 스스로를 위해 의복을 구매하는 횟수 및 금액, 스타일 종류, 외출 빈도와 관련한 항목을 수집하였다. 셋째, 자녀의 발달 시기별로 나타나는 어머니와 자녀 패션 관여도와 어머니 본인의 패션을 통해, 자녀 육아 과정 동안의 어머니의 패션 심리를 분석한다. 본 연구는 아동의 발달과정, 부모의 양육태도와 관련하여 아동학 관련 이론적 연구와 함께, 실제 미취학 자녀를 1명 이상 둔 한국 여성 20명을 대상으로 한 심층 인터뷰를 실시하였다.

3. 결론

본 연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 자녀의 발달 시기에 따른 특성을 파악하고, 시기별로 어머니의 자녀 패션에 대한 관여 정도를 살펴본 결과, 자녀는 영아기, 유아기, 아동기를 거치면서 자아 형성, 대인관계, 사회적 행동 발달의 차이가 생기며, 이에 따라 어머니의 자녀 패션 관여 정도는 돌봄 및 교육기관을 다니는 시기는 그렇지 않을 시기보다 어머니의 자녀 패션 관여 정도가 높았다.

둘째, 자녀의 발달 시기별로 나타나는 어머니의 패션과 자녀의 패션 변화를 살펴본 결과, 어머니는 출산 후 회복기와 겹치는 자녀의 영아기 시기에는 본인 패션에 대한 관여도가 가장 적었으며, 패션 스타일은 자녀가 다니는 기관의 종류와 자녀가 스스로 자아를 드러내는 아동기에 더 화려해졌고, 스스로 패션을 꾸미는 행동에 대한 빈도수가 증가하였다.

셋째, 자녀의 발달 시기별로 나타나는 어머니와 자녀의 패션을 통해, 어머니 본인과 자녀 패션에 나타난 패션심리를 살펴본 결과, 자녀가 자아를 생성하는 과정과 기관을 이용하는 정도에 따라, 어머니의 대인관계 또한 더불어 확대되면서 패션을 통한 개성 표출 및 '여성'으로의 이미지 표출, 외향성과 사교성의 표현, 행복과 재미, 즐거움에 대한 감정 표현이 높아졌음이 분석되었다.

Reference

Heinberg, L. J., Thompson, J. K., & Stormer, S. (1995). Development and validation of the sociocultural attitudes towards appearance questionnaire. *International Journal of Eating Disorders, 17*, 81 - 89.

Kestler, J. L., & Paulins, V. A. (2014). Fashion Influences between mothers and daughters: Exploring relationships of Involvement, leadership, and information seeking. *Family and Consumer Sciences Research Journal, 42*(4), 313-329.

Onayli, S. & Erdur-Baker, O. (2013). Mother-daughter relationship and daughter's self esteem. *Social and behavioral sciences. 84*. 327-331.

중국 수묵화를 응용한 패션 디자인 개발연구

- 청나라 공현(龔賢)작가의 작품을 중심으로 -

류커, 노윤선+

동서대학교 일반대학원 석사과정, 동서대학교 패션디자인학과 교수+

1. 서론

수묵화는 중국 전통문화의 중요한 구성 부분으로 먹의 농담(濃淡)과 번짐을 통해 표현하며 채색을 가하지 않고 먹의 농도에 변화를 주어 먹의 농담으로 색깔의 역할을 할 뿐만 아니라 농담으로 수묵화 특유의 운치를 조성한다.

수묵화 발전 초기에는 인물화의 배경이나 서예의 부속적인 형태로 많이 나타났다. 명청 시대에 이르러 회화기술이 발전함에 따라 수묵화의 회화 이론과 회화 기법이 비교적 완벽한 체계를 갖추었다. 수묵화 기법에서 적묵법(積墨法)의 출현은 수묵화 체계 보완을 촉진하는 작용을 하였다. 적묵법은 동양화에서 먹을 운용하는 방법 중 하나로 먹의 농담을 살려 순차적으로 담묵을 칠하고 그 먹이 마르면 좀 더 짙은 먹을 입히는 방법으로 그림을 완성한다. 공현(龔賢)은 중국 수묵화 적묵법 기법의 연구에 크게 기여하였다.

공현은 민족 갈등과 계급 갈등이 심했던 명나라 말 청나라 초 시대에 살았던 인물이다. 그의 삶의 전반기에는 전란으로 떠돌아다녔으며 말년에 이르러서야 금릉(지금의 난징)에 정착하면서 지금까지 전해져 내려오는 많은 명화를 남겼으며 중국 회화에서 역사적으로 유명한 금릉 8대 화가의 수석이라는 영예를 얻었다. 공현의 수묵화는 소박하고 중후하면서도 우아하고 고풍스럽다. 또한 사물의 부피감과 질감, 화면의 입체감을 풍부하게 하여 공현의 독특한 화풍을 형성하였다. 공현의 이러한 화풍의 원천은 모두 적묵법의 사용에서 비롯되었다.

공현의 회화에서 흑과 백의 관계를 다룸에 있어 그 어떤 사람도 뛰어넘을 수 없는 경지에 이르렀다. 그의 노력으로 후대 많은 화가들이 적묵법에 대한 심도 있는 연구를 시작하게 되었다. 본 연구는 공현의 산수화에 대한 연구를 통해 공현의 회화 기법과 의상 디자인의 절묘한 융합을 탐색하고 연구함으로서 예술성 감성이 풍부한 창의적인 패션디자인을 개발하는데 의의가 있다.

공현의 회화 작품을 디지털 텍스타일 프린트(DTP) 기법을 통해 울 원단에 인쇄하고 의상을 디자인하여 수묵화의 은은하게 번지는 효과를 구현하는 한편 공현 작품의 필선과 입체감을 자연스럽게 묻어나게 하여 의상이 그의 작품을 직접 보는 듯한 느낌을 받을 수 있게 전개하였다.

공현의 수묵화 작품과 패션디자인의 결합으로 중국 수묵화 예술 문화를 널리 알리고 현대인의 수묵화 문화에 대한 인식을 넓혀 중국 수묵화에서 패션디자인 영감을 얻을 수 있게 하는 것이 연구의 목적이다.

2. 연구내용 및 방법

첫째, 중국 수묵화의 개념 및 특징을 살펴보았다. 둘째, 공현의 생애와 작품 세계를 전기와 후기로 나누어 살펴보았다. 셋째, 수묵화를 응용한 패션디자인 사례를 2018년 S/S Collection 이후로 살펴보았다. 넷째, 이러한 이론적 백경을 바탕으로 공현 작가의 작품을 응용하여 DTP로 활용하여 원단에 프린트함으로써 실용성과 심미성을 가미한 4벌의 패션디자인 작품을 개발하였다.

연구 방법은 중국 수묵화와 청나라 공현 수묵화와 관련된 내용을 국내의 학위 논문, 학회지, 단행본, 인터넷 자료를 고찰하였으며 컬렉션 자료는 인터넷 사이트 보그(www.vogue.co.kr)를 이용하였다.

3. 결론

현대인들이 예술 작품을 바라보는 감상 수준이 지속적으로 향상되면서 예술적 함의가 담긴 수묵화 패션 디자인은 국제적으로 큰 발전을 거두었다. 본 연구는 청나라 공현 수묵화의 예술적 함의를 이해하고, 공현의 작품이 다른 시대의 회화 작품과 구별되는 특징이 무엇인가 분석하였다. 또한 DTP 기법을 이용해 공현의 작품을 패션디자인 작품에 창의적으로 융합하였으며 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 이론적 배경을 통해 단색의 농담으로 표현하는 것이 수묵화의 매력이다. 패션 디자인에서도 수묵화 기법으로 명암을 표현하여 패션의 조화로운 멋을 살릴 수 있을 것이라고 사료된다.

둘째, 본 연구의 패션 디자인 작품은 주로 면과 울 원단을 사용하였으며 DTP 기법을 이용해 공현의 회화 작품의 특색과 컬러를 구현하여 수묵화의 은은하게 번지는 효과로 담백하면서도 우아한 특징이 최대한 표현되게 하였으며 의상 작품에 모던함과 에스닉 패션을 융합하여 동양적 예술적 가치를 향상시키고자 하였다.

셋째, 의상의 컬러는 베이지톤의 베이스에 톤온톤 색상 매치로 공현의 수묵화 회화를 차분하고 온화하게 표현하였으며 박시한 H실루엣으로 심플한 현대적 분위기를 더해 모던한 시각적 효과를 풍부하게 하고자 하였다.

본 연구는 청나라 공현의 작품을 중심으로 중국 수묵화 예술을 패션디자인에서 활용할 수 있는 방안을 탐구하였다. 향후 다양한 수묵화 작가의 작품에서 영감을 얻어 예술성이 풍부한 패션디자인이 적극적으로 개발될 수 있기를 기대한다.

Reference

Wu, G. B. (2013). Study on Gong Xian. Unpublished doctoral dissertation, Chinese National Academy of Arts, China.

Jiang, S. (2015). Application of Ink and Ink Meaning in Modern Clothing Design.Unpublished master's thesis, Beijing Institute of Fashion Technology, China.

Yuan, D. P. (2011). Water Ink and Costume. *Hundred Schools in Arts*, 2011(08), 182-183.

중국 소수민족 이족(彝族)의 여성복을 응용한 패션디자인 개발 연구

- 사천성 량산 이족을 중심으로 -

양판, 노윤선+

동서대학교 일반대학원 석사과정, 동서대학교 패션디자인학과 교수+

1. 서론

중국 수천 년의 역사에서 소수민족은 찬란하고 다채로운 복식 문화를 창조했다. 복식은 역사의 그림자라고 할 수 있고 한 민족문화와 역사를 나타내는 중요한 지표라고 할 수 있다. 이족은 소수민족 가운데서 유구한 역사 문화가 있을 뿐만 아니라 특히 복식에서 그 소수민족만이 가지고 있는 독특한 복식 특색을 형성하고 있다. 이족은 중국의 윈난성, 귀주성, 사천성 등 지역에 집중되어 있지만 사천성의 량산 지역은 중국 이족의 가장 큰 집단 거주지였다. 그 지형과 지리적 위치 등의 원인으로 인해 이 지역의 교통 불편으로 외래문화와 교류가 적었고 이족 전통 복식의 풍습과 문화 특징이 완전하게 보존되어 이족 복식에서 가장 전형적이고 대표적이라고 볼 수 있다. 많은 학자들이 다양한 연구를 통해 사천성 량산의 복식 문화를 연구하여 관련 연구 보고서도 작성하였고 현재 사천성 량산 이족의 복식 스타일, 색상, 패턴 등의 개발로 장신구나 생활용품 디자인에 응용되고 있지만 의상에 대한 개발은 미흡하여 추가 연구가 필요한 실정이다.

현시대는 글로벌 시대로 문화의 지역성이 약화되고 있지만 동서양 문화의 교류가 매우 활발하게 이루어지고 있으며 이런 현상은 패션계에서도 많이 나타나고 있다. 이러한 문화 교류 속에서 지역의 복식 문화에서 영감을 발굴하고 지역과 민족풍에 대해 새로운 해석을 하여 패션디자인에 접목할 필요가 있다. 이런 새로운 해석은 민족문화에 대한 분석, 정리를 포함하고 새로운 패션 문화 형식을 형성하며 지역과 민족문화를 알리고 보존하는데 기여할 수 있다.

본 연구는 사천성 량산 이족의 지리적 환경, 역사적 배경, 이족 여자 복식의 구조와 특징을 분석하고 응용하여 패션디자인에 응용함으로써 이족 소수민족 복식에 대한 복식 문화를 전승, 발전시켜 글로벌화 하는데 목적이 있다.

2. 연구내용 및 방법

첫째, 중국 사천성 량산 이족의 지리적 환경, 역사적 배경을 살펴본다.

둘째, 사천성 량산 이족 여성 복식의 조형성을 형태, 색채, 문양, 소재로 나누어 살펴보았다.

셋째, 이를 바탕으로 사천성 량산 이족 여성 복식의 구조, 컬러, 문양을 응용하여 공예적인 요소와 현대 패션의 심미성의 접점을 찾아 패션디자인에 적용하여 에스닉 스타일의 패션디자인 4벌의 작품 디자인을 전개하였다.

연구 방법은 단행본, 학술지, 국내의 학위 논문, 보고서 등의 문헌 자료와 인터넷 자료를 고찰하여 연구를 수행하였다.

3. 결론

본 연구는 중국 사천성 량산 이족 여자 복식의 요소를 응용하여 전승과 혁신이 결합된 작품을 개발하여 현대 패션에서 민족 전통 복식의 새로운 응용 방법을 모색하고자 하였으며 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 연구를 통해 사천성 이족의 복식이 매우 화려하고 예술성이 느껴지는 요소가 있을 뿐만 아니라 전형적인 시대적 특징이 있어 현대 패션 디자인에 이족의 복식 디자인을 응용하는 것은 지역의 민족문화 복식 미를 가미하여 현대의 트랜드에 맞춘 패션 디자인의 개발이 다양하게 연구되어질 수 있음을 시사였다.

둘째, 작품은 주로 량산 이족 복식의 대표색인 짙은 남색, 흰색을 위주로 사용하고 자주색으로 포인트를 주었으며 화려한 꽃무늬를 자수로 표현하여 화려하고 고급스런 이미지를 연출하였다. 량산 이족이 자연에서 모티브를 얻어 개발한 다양한 고전 문양을 작품에 적용하고 주름 기법의 이족 스타일 의상을 디자인에 적용하여 이족 복식의 깊고 진중한 문화적 저력을 구현하고자 하였다.

셋째, 작품의 소재는 주로 면과 모직을 사용하여 실용적인 면을 살리고자 하였으며 비대칭 실루엣, 레이어드 기법, 화려한 장신구의 사용으로 에스닉한 이미지를 연출하였다.

넷째, 실루엣은 량산 이족 복식의 박시한 윤곽의 특징을 살려 디자인하였으며 직선적인 느낌과 곡선의 느낌을 조화롭게 연출하여 량산 이족 복식의 구조적 아름다움을 표현하고자 하였다.

본 연구는 사천성 량산 이족 여성 복식을 응용한 패션 디자인을 개발하였다. 향후 이족 복식 요소와 현대 패션을 결합한 패션 디자인이 다양하게 연구 되어지기를 희망하며 다양한 민족문화를 연구하고 이를 디자인에 적용하는 연구가 활발해지기를 기대한다.

Reference

Li. M. (2021). *Research on the Artistic Connotation of Liangshan Yi Nationality's Costumes and Their Inheritance and Development Strategy.* Unpublished master's thesis, Southwest University, ChongQing.

Shi. M. Q, & Liu, B. R. (2018). *Application of Yi Women's Dress Elements in Modern Women's Wear Design.* Unpublished master's thesis, YangZhou University, JiangSu.

Liu, J. & Huang. G. E. (2014). Study on the Industrialization of the Art of Yi Costumes: A Case Study of the Yi Costumes in North GuiZhou. *Journal of Guizhou Education University, 30(4),* 37-42.

중국 소수민족 묘족 복식의 주석(朱錫) 자수를 응용한 가방 디자인 연구

롱원칭, 노윤선+
동서대학교 일반대학원 석사과정, 동서대학교 패션디자인학과 교수+

1. 서론

최근 무형문화유산에 관한 관심이 높아지고 있는 가운데 민족문화에 관한 연구는 무형문화유산을 보호해야 하는 중요한 형태 중 하나이다. 중국 소수민족인 묘족은 역사가 유구한 민족으로, 특히 묘족의 복식은 오랜 역사를 거쳐 형성된 문화의 다양한 특성을 보여준다. 그중에서도 묘족 복식에 등장하는 주석 자수는 묘족 문화의 대표 격이라 할 만큼 중요한 부분을 차지한다.

주석 자수는 세계에서 유례가 없는 금속 자수를 이용한 자수공예로, 견사를 소재로 한 다른 자수에 비해 독특한 특성이 있으며, 사람들의 전통 자수 관념을 바꾸는 예술적 감성이 풍부한 자수공예를 형성하고 있다. 2006년 주석 자수는 중국 최초의 국가 무형문화유산에 등재될 만큼 중요한 유산으로 이에 대한 연구는 다양하게 연구되어져야 할 필요가 있다.

선행연구 결과 묘족 복식에 관한 연구는 다양하게 이루어지고 있으나 묘족 복식의 주석 자수를 응용한 선행연구는 미비하다. 묘족 주석 자수는 중국만의 전통예술 기법 중 하나로 역사적 의미가 크고 예술적 가치가 매우 높지만, 현재 실생활과는 거리가 멀기 때문에 젊은이들에게 이해되고 받아들여지기 어려운 실정이다. 따라서 본 연구는 무형문화유산을 보호하고 묘족 주석 자수를 젊은층에게도 널리 알리기 위해 일상생활에서 유용하게 사용되는 가방 아이템을 선정하여 디자인을 개발하고자 한다. 이로써 젊은 층에게 전통예술 기법을 응용한 창의적인 주석 자수를 응용한 가방 디자인을 개발하여 현대화하고 중국 소수민족 묘족의 주석 자수를 세계적으로 알리고 대중화하는데 목적이 있다. 이를 위해 묘족의 주석 자수를 분석하여 주석 자수의 특징을 이해하고 문양 디자인을 개발하여 20대~30대를 위한 4가지의 가방에 4개씩의 디자인 총 16개 가방 디자인을 제시하고자 한다. 또한 본 작품은 가방의 기능적인 면과 민족적 특색이 풍부한 요소를 현대 가방 디자인에 녹여내어 전통적이면서 패션 감각이 있는 디자인을 개발하여 가방 디자인에 더욱 풍부한 문화적 함의와 디자인 영감을 가져다줄 수 있기를 기대한다.

2. 연구내용 및 방법

본 연구의 연구내용은 다음과 같다.

첫째, 중국 소수민족인 묘족의 지역분포 및 복식 특징을 논술하였다.

둘째, 묘족 주석 자수의 역사적 배경, 특징 및 제작 방법에 대해 살펴보았다.

셋째, 묘족 주석 자수에 나타난 다양한 문양을 분석하였다.

넷째, 이러한 이론적 배경을 바탕으로 젊은 층에서 선호하는 가방 4가지 에코백, 클러치, 백팩, 크로스백을 디자인하고 이에 묘족 주석 자수를 응용하여 총 16개의 가방 디자인을 전개하였다.

연구의 방법으로는 주석 자수에 관련된 내용을 위해 국내외 학위 논문과 학회지, 단행본, 인터넷 자료를 이용하여 고찰하였다.

3. 결론

본 연구에서는 중국 소수민족 묘족과 복식에 대한 이론적 배경을 토대로 주석 자수를 분석하여 가방 디자인을 제안하였으며 본 연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 주석 자수의 문양은 배열, 조합, 회전 등을 통해 다양한 문양으로 디자인할 수 있었다. 본 연구의 작품 디자인은 젊은 층에서 일상적으로 많이 사용하고 있는 가방 네 가지를 선정하여 디자인하였고 주석 자수의 특징에 따라 다양한 문양의 배열 시도로 얻은 장식적인 효과를 창출할 수 있었다. 주석 자수 문양의 반복적인 패턴 변화로 문양이 선명하고 입체적으로 보일 수 있게 하였고 규칙화, 단순화, 추상화 등의 조형적 특징을 나타낼 수 있었으며 주석의 반짝임으로 화려한 장식 효과를 극대화 할 수 있었다.

둘째, 묘족 주석 자수는 무형문화유산이지만 지금은 사람들의 시야에서 점차 사라지고 있으며 특히 젊은이들은 고대 공예에 대한 지식이 거의 없고 이해하기 어려운 실정이다. 따라서 주석 자수의 다양한 디자인 개발을 통해 현대 디자인 분야에 폭넓게 응용하고 전파하여 전통 민족 예술이 현대 디자인에서 새로운 생명력을 얻고 민족문화의 독특성과 우수성을 높일 수 있도록 꾸준한 관심과 연구가 이어져야 할 것이다.

셋째, 묘족 주석 자수의 문화적 함의를 분석하고, 이를 가방 디자인에 응용하는 방식을 탐구하는 것은 묘족 주석 자수의 전승과 발전에 의의가 있다. 이러한 연구는 묘족의 주석 자수 문화를 전승함과 동시에 가방 디자인과 묘족의 주석 자수 디자인에도 더 많은 영감과 디자인 아이디어를 부여하여 다양한 시장을 개발하고 주석 자수가 세계화할 수 있는데 기여할 수 있으리라 생각된다.

연구 결과, 주석 자수는 시대의 미적 요구에 부합하면서도 혁신적인 디자인의 아이디어로 널리 활용될 수 있을 것으로 기대한다. 이러한 디자인 작품이 묘족 주석 자수의 현대 디자인과 창의적 응용을 위한 기초적인 연구자료로 활용되길 바라며 다양한 민족문화의 요소를 활용한 디자인이 지속적으로 개발되길 기대한다.

Reference

Park, C. S., & Jo, W. H. (2002). *Chinese Minority Costumes*. Seoul: Folklore House.

Wang, L. (2010). *XIXIUGUXIANG*. Beijing: The Writers Publishing House.

Hong, J., & Kim, Y. S. (2001). A Study on Miao Traditional Costume of Guizhou Province in China (II): Focused on Woman's Costume in Miao People in Taijiang. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry, 3*(2), 115-123.

헤어샵 종사자 맞춤형 앞치마 유니폼 제안

한금화, 노주현+
충남대학교 의류학과 박사과정, 충남대학교 의류학과 조교수+

1. 서론

헤어샵 종사자의 업무는 머리 스타일을 연출하기 위하여 각종 미용 도구나 재료를 사용하여 고객의 헤어를 스타일링해 주는 것이다. 특히 염재(染材)를 사용하거나 컷트할 때 옷의 오염을 방지하고자 대부분 헤어샵 종사자는 작업 시 앞치마를 착용한다. Cha(2015)의 선행연구에 따르면 타 유니폼에 관한 연구는 많으나 헤어샵 종사자 관련 앞치마에 대한 연구는 미흡한 실정이었다. 따라서 연구자는 타 직업의 유니폼에 비해 헤어샵 종사자를 위한 유니폼 개발과 연관된 연구가 미흡함을 파악하였다. 이에 본 연구는 헤어샵 종사자의 맞춤형 앞치마 유니폼을 방수, 발수성 소재를 이용하여 CLO로 디자인하여 디지털 가상 앞치마 유니폼의 개발을 제안하고자 한다.

2. 이론적 배경

앞치마는 착용 의복을 보호하거나 장식 효과로 앞에 두르는 작은 치마를 말하며 주로 몸의 앞부분을 가리는 의복으로 지칭되며, 작은 치마의 형태로 겉치마, 행주치마 또는 에이프렌(apron)이라 하여 옷이 닳거나 찢어지는 것을 방지하고 오염에서 옷을 보호하여 실용적이면서도 위생적인 개념으로 착용한다(Kim et al., 2012; Kim & Chae, 2018). 앞치마는 형태에 따라 허리 앞치마(half apron), 몸의 윗부분까지 덮는 앞치마(bib apron), 어깨에 주름이나 장식을 넣은 앞치마(pinafore)가 있고, 착용 목적에 따라 가슴바대가 있는 형, 오버스커트형, 점퍼스커트형, 스목(smock)형 등이 있으며, 세탁에 잘 견디는 목면이 많고 그 외에 비닐클로스, 에나멜클로스, 아세테이트, 폴리에스테르 등 다림질을 할 필요가 없는 합성섬유가 있으며 피혁, 고무제품 등도 있다. 그리고 용도에 따라 가정용, 방수용, 판촉용, 전자파차단용, 일회용 등이 있다(Kim et al., 2012; Kim & Chae, 2018). 따라서 본 연구는 앞치마의 형태는 bib apron으로, 용도는 방수·발수용의 유니폼 구성요소가 반영된 앞치마 유니폼의 개발을 제안하고자 한다.

3. 연구방법

헤어샵 종사자의 맞춤형 앞치마 유니폼을 개발하기 위하여 앞치마 관련 선행연구를 살펴보고, 1단계는 포켓을 탈부착 가능, 앞치마와 일체형 2가지로 하였고, 탈부착 포켓은 바대처럼 보이는 주머니, 사각형 주머니, 사선 주머니 등으로 디자인하였고 그 위에 헤어 디자이너들이 용이하게 사용할 수 있도록 미용도구를 꽂을 수 있도록 기능을 더하여 디자인

하였다. 2단계 포켓의 위치는 윗 가슴쪽, 허리 아래쪽 양옆 또는 중심에 위치하게 하였고, 3단계 기존 제품에서의 모노톤이 아닌 트렌디 컬러를 사용하였다. 4단계 소재는 캔버스, 비닐, 반투명 등으로 테스트하였다. 최종적으로 남성 쿨톤 2가지, 여성 웜톤 2가지로 택하였고, 허리 부위에 6가지 종류의 주머니를 배치하여 디자인하였다.

4. 결과 및 결론

본 연구는 헤어샵 종사자를 위한 유니폼 앞치마 디자인 전 단계에서 헤어 디자이너들이 가장 많이 하는 행동을 관찰하여 모듈 디자인을 하였다. 본 연구의 앞치마는 선행연구를 통해 도출한 기존 제품과는 다르게 덧옷 형태의 앞치마로 디자인하였다. 헤어샵 종사자의 경험 및 관찰로부터 머리카락이 옷에 묻거나 침투하는 것을 막기 위해 bib apron의 형태를 변형하여 디자인하였다. 앞치마를 남, 여 2가지 종류로 디자인하였다. 앞치마의 앞부분은 트임과 재봉선이 없는 한 장의 원단으로 하였고, 트임을 뒷부분에 주었으며, 소매까지 넣어 머리카락이 옷에 묻거나 침투하는 것을 막는 기능을 더할 수 있도록 디자인하였다. 뒤판에 여밈을 주어 오염으로부터 보호를 고려하였고, 지퍼나 단추 대신 벨크로를 사용하여 여밈이 용이하도록 디자인하였다.. 뒤트임에서 남, 여 디자인의 차별화를 두었고, 남성의 트임은 뒤중심을 절개하여 벨크로로 탈착의할 수 있도록 하였고, 여성의 트임은 네크라인을 허리에까지 내려 디자인하여 삼각형을 이루게 디자인하였고 밑단 부분의 트임에 벨크로로 하여 탈착의 용의하도록 하였고, 체형과 상관없이 치마 허리를 조절할 수 있도록 하여 허리에 벨크로를 사용하였다. 남, 여 앞치마 형태는 2가지로 하였고, 디자이너들이 반드시 필요하다고 판단되는 포켓에 형태나 위치를 변형하여 각 6가지의 포켓으로 디자인하였다. 사각형 포켓, 옆주머니 포켓, 중심선과의 거리의 변형, 포켓을 각기 다르게 배치하여 디자인하였고, 포켓 위에 가위와 같은 주요 미용도구를 꽂을 수 있도록 포켓 위에 더하였고, 그 뒤에 핀셋을 꽂을 수 있도록 좁은 줄로 디자인하였다. 또 포켓을 앞치마의 컬러와 달리하여 포인트를 주었다. 컬러는 패션넷의 2023 summer preTrend에서 현 미용실 종사자들이 자주 입는 모노톤 컬러가 아닌 퍼스널 컬러를 택하여 남성은 블루, 여성은 옐로우로 하여 디자인하였고, 포켓은 블루톤으로 하여 포인트를 주었다. 소재는 옷의 오염을 방지하기 위하여 얇은 필름을 붙여 가공하는 라미네이트 방법으로 처리한 방수·발수용을 사용하였다. 본 연구의 앞치마 디자인은 헤어샵 종사자의 옷에 앞치마로 하여 머리카락 부착, 방오를 최소화하기 위한 것이다. 헤어샵 종사자의 맞춤형 앞치마 유니폼으로 미용 업무 중 일상적으로 가장 불편한 부분인 짧은 머리카락이 옷에 부착되어 피부를 찔러 불편함으로부터 보호하기 위함과 염색약 및 화학제품으로부터 오염을 방지하기 위한 기능과 방오를 막아주기 위한 기능을 넣어 디자인하였으므로 의의가 있다. 본 연구는 실제적인 제품화 연구를 후속 연구로 진행하고자 한다.

Reference

Cha, S. J. (2015). A study on the real wearing condition and preference of hair shop uniform. *Journal of Fashion Business, 19*(4), 75-91. doi: 10.12940/jfb.2015.19.4.75

Kim, J. H., & Chae, K. S. (2018). Characteristics of korean apron examined through the east and west costume history. Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 42(1), 159-171. doi: 10.5850/JKSCT.2018.42.1.159

패션위크 런웨이의 모델 캐스팅에 나타난 커뮤니케이션의 지향 가치

윤근영, 이세리+
이화여자대학교 일반대학원 패션디자인전공 석사, 이화여자대학교 패션디자인전공 조교수+

1. 서론

현대의 패션 커뮤니케이션은 시대적 영향을 받아 많은 변화를 거듭하고 있으므로 패션 모델을 통해 전달하고자 하는 내용과 방식도 과거와는 많은 차이를 보인다. 따라서 본 연구의 목적은 커뮤니케이션의 기능을 가지는 패션 런웨이의 개념과 현재적 동향을 살펴보고 특히 패션 모델 캐스팅의 사례들을 분석함으로써 최근 패션위크 런웨이의 모델 캐스팅에 반영된 패션 커뮤니케이션의 지향 가치를 고찰하는 데에 있다. 연구 대상을 글로벌 4대 패션위크에 등장한 브랜드를 중심으로 하였고 2019 S/S 시즌부터 2022 F/W 시즌까지의 범위로 시기를 한정하였다. 패션쇼의 모델을 통해 메시지를 전하는 송신자로서의 브랜드를 관찰하였고 메시지를 수신하여 어떤 의미를 도출하는지 커뮤니케이션의 수신자로서 미디어의 반응을 관찰하였다. 사례 분석시에 딜로이트(deloitte), 더패션스폿(The Fashion Spot), 모델스닷컴(Models.com) 등의 자료에 근거하여 패션 모델 캐스팅의 변화에 영향을 준 가치를 분석하였다.

2. 이론적 배경

커뮤니케이션 모델에 등장하는 피드백의 개념에는 송수신자의 '가치'가 중요하게 작용한다(Baldwin et al., 2004). 가치란 개인의 관점에 따라 다르게 측정되며 사회적 환경도 가치 판단에 영향을 미친다. 더하여, 가치는 개인의 의지적 욕구를 만족시키기 위한 행위까지 포함한다. 패션쇼 내의 커뮤니케이션에서는 의상을 착용하는 주체가 가장 직접적으로 메시지를 전달할 수 있다. 패션 모델의 역할이 단지 의상의 전시와 판매 촉진으로만 이어지는 것이 아니라는 것을 예상할 수 있으며, 그들이 객체와의 사이에서 끊임없는 비언어적 소통을 일으키고 있음을 추측할 수 있으므로 패션쇼에서 모델의 역할과 그 중요도는 매우 크다. 현대 패션쇼는 오프라인 런웨이 뿐만 아니라 온라인 런웨이, 컬렉션 필름, 혹은 메타버스 등 전보다 다양한 매체를 통해 발표되고 있고 이에 등장하는 모델은 피드백의 순환 내에서 여러 가치를 공유하며 다양한 역할을 수행한다.

3. 패션위크 런웨이의 모델 캐스팅 분석

뉴욕 패션위크는 다양한 인종, 플러스 사이즈, 트렌스젠더와 논바이너리, 장애인 등의 모델이 자주 등장한다. 모델 캐스팅으로 인하여 언론의 주목을 받은 브랜드로는 크리스찬 시리아노(Christian Siriano), 크로맷(Chromat), 콜리나 스트라다(Collina Strada), 에크하우스 라타(Eckhaus Latta), 집시 스포츠(Gypsy Sport) 등이 대표적이다. 특히 크로맷은 매

시즌 전통적 모델에 대한 수요가 낮으며, 가장 최근의 2021 S/S 시즌에서는 16명의 모델 모두 트렌스젠더, 플러스 사이즈 등으로 보편적이지 않은 구성을 시도하였다. 런던은 런웨이 위 모델의 역할에 대한 독특한 관점이 돋보이는 패션위크로 분석된다. 이에 언론의 주목을 받은 브랜드로는 해리스 리드(Harris Reed), 제이더블유 앤더슨(JW Anderson), 매티 보반(Matty Bovan), 유한 왕(Yuhan Wang), 센트럴 세인트 마틴(Central Saint Martins) 등이 있다. 특히 해리스 리드의 경우, 보편적으로 여성스럽다고 보여지는 의상을 위하여 매 시즌 100%의 남성 모델로 구성된 런웨이를 보여 주었다. 밀란 패션위크는 네 개의 패션 도시 중 상대적으로 가장 다양성이 부족한 도시로 알려져 있으나 기술과 예술의 접목을 통한 새로운 모델 캐스팅이 돋보인다. 돌체앤가바나(Dolce&Gabana), 구찌(Gucci), 모스키노(Moschino), 써네이(Sunnei), 베르사체(Versace) 등이 그 사례를 보여주었다. 특히 모스키노는 41체의 인형 모델을 세웠다. 파리 패션위크는 관중을 능동적 참여자로 이끄는 메타버스 구축을 도모하는 중이다. 모델 캐스팅으로 언론의 주목을 받은 브랜드로는 발렌시아가(Balenciaga), 로에베(Loewe), 메종 마르지엘라(Maison Margiela), 마린 세르(Marine Serre), 언더커버(Undercover) 등이 대표적이다. 특히 발렌시아가는 단 1명의 모델로 디지털복제된 모델의 쇼를 구성하였고 그 외 다양한 디지털 모델을 구현한 바 있다.

4. 패션위크 런웨이의 모델 캐스팅에 나타난 커뮤니케이션의 지향 가치

분석 키워드들을 분류하였을때 사회적, 기술적, 예술적 세 가지 가치로 구분이 가능하였다. 첫째, 사회적 가치로서 사회의 미적 기준에 대한 인식의 전환이 드러났고 다양성과 포용성이 두드러지게 나타났다. 새롭게 나타난 소비 특성에서 개인의 가치 요소가 중요하게 작용할 뿐만 아니라 사회적 문제와 인식과 같은 사회적 가치 또한 중요하게 작용하고 있음을 알 수 있다. 둘째, 기술적 가치로서 기술적 진보의 가능성과 기술의 역사적 가치가 도출되었다. 전과 다르게 패션 모델에게까지 디지털 적용이 일어나며 패션 모델의 개념이 확장되었다. 또한 현재까지 패션산업에서 일어난, 혹은 패션산업을 통해 일어난 기술의 역사를 되돌아보게 하였다. 셋째, 예술적 가치로서 아날로그 기반의 예술성과 디지털 기반의 예술성을 구분하여 확인할 수 있다. 아날로그 기반의 예술성 표현은 확실하게 패션 런웨이의 표현 확장을 일으켰으며, 디지털 기반의 예술성은 시대를 앞서가는 실험적이면서 창의적인 패션쇼를 보여주고 있다.

5. 결론

본 연구를 통해 피드백을 동반한 끊임없는 메시지의 순환 과정을 패션위크 런웨이를 통해 확인하였다. 메시지의 순환으로 패션 모델이 전하는 커뮤니케이션의 가치가 과거와 달리 어떤 방향성을 갖는지를 짚어보았다. 급변하는 현대의 패션산업은 시즌별로 새로운 사례들을 만들어가며 어제와 다른 오늘과 내일을 만들어가므로 모델 캐스팅의 사례 연구는 앞으로도 지속적으로 추적해야 할 문제인 것으로 사료된다.

Reference

Baldwin, J. R., & Perry, S. D., & Moffitt, M. A. (2004). *Communication Theories for everyday life.* London: Pearson.

메타버스 드라마 콘텐츠 속 디지털 패션 아이템 연구

- 제페토 플랫폼 중심으로 -

이숙이, 마진주+

홍익대학교 패션대학원 패션비즈니스전공 석사과정, 홍익대학교 패션대학원 조교수+

1. 서론

전 세계 코로나 19 영향으로 비대면이 일상화되면서 메타버스 시장은 빠르게 성장되었다. 대표적인 메타버스(Metaverse) 플랫폼 제페토(Zepeto)는 디지털 콘텐츠뿐만 아니라 패션산업에도 큰 변화가 일어났다. '가상 디지털 패션'은 다양한 디지털 콘텐츠들과 융합되면서 영역이 확장되었다. 그중 메타버스 제페토 드라마 콘텐츠에서는 Z세대(1990년~2010년 초반 출생자)와 Alpha 세대(2010년 이후 출생자)가 직접 디지털 콘텐츠 크리에이터가 되어 3D 아바타 출연진의 의상, 신발, 가방, 액세서리 등을 드라마에 선보이고 있다. 본 연구에서는 제페토 드라마의 가상 패션과 디지털 패션 아이템 동향을 분석하려고 한다. 연구 방법으로는 제페토 드라마 콘텐츠 성장 가능성과 전망을 파악하고 제페토 플랫폼과 드라마 콘텐츠 이용 소비자 분석을 통해 연구 대상을 고찰한다. 2021년 8월부터 2022년 10월까지 유튜브(YouTube)에 올라온 드라마 10편을 선정하여 디지털 패션 아이템의 디자인 특징과 스타일을 분석한다. 이에 본 연구에서는 제페토 드라마에 관심이 높은 이용자들의 디지털 패션 니즈를 파악하여 디지털 패션 아이템의 활용가치와 방향성을 알아보고자 한다. 이는 제페토 드라마 콘텐츠 속 디지털 패션 아이템 연구 기초자료로 활용가능하며, 메타버스 디지털 콘텐츠에서 디지털 패션 활성화를 위한 연구들에 도움이 될 것이다.

2. 본론

제페토 플랫폼은 가상현실의 3D 아바타 캐릭터를 제공하고 있다. Z세대와 Alpha 세대들은 다양한 기능의 앱을 접목해 콘텐츠를 생산하고 새로운 놀이문화를 만들어 냈다(Yu, 2021). 이에 제페토는 이용자들에 의해서 다양한 디지털 콘텐츠들이 생성되었고 그중 새로운 디지털 콘텐츠로 제페토 드라마가 제작되어 인기를 끌고 있다. 제페토 드라마에서는 콘텐츠 제작 크리에이터가 PD, 스토리 작가, 캐릭터 오디션, 섭외, 패션 스타일링 등 현실보다 제약 없이 자신의 역할을 일인다역으로 선택하고 만들어 표현할 수 있다(Park, 2021). 대표적인 제페토 드라마 콘텐츠 크리에이터 '이호'는 학생 로맨스 장르 드라마를 제작하는데, 유튜브에서 영상 누적 조회가 300만이 넘었다. 그 외 다양한 디지털 콘텐츠 크리에이터들이 활발히 활동하고 있으며, 유튜브에서 높은 조회 수를 얻고 있다. 제페토 드라마의 구독자는 대부분 Z세대와 Alpha 세대라 로맨스, 학교, 삼각관계, 외모 변신, 시대극 등 Z세대의 관심사 키워드 바탕으로 드라마가 제작되고 있다. 따라서 Z세대와 Alpha 세대에게 인기가 많은 제페토 드라마 콘텐츠를 통해 본 배역의 3D 아바타 패션을 연구하

고자 한다. 이에 본 연구 방법에는 2020년부터 2022년까지 제작된 제페토 드라마를 장르별(로맨스, 스릴러, 드라마, 판타지), 패션 스타일 별(스쿨룩, 레이어드 룩, 페미닌 룩)로 특징을 잘 나타낸 10편을 선정하였다. 제페토 드라마 10편에는 '일진을 좋아해 버렸다', '쌍둥이 암살자', '아이돌 연습생이 되었다.', '그 시절 우리', '뱀파이어와의 동거', '너는 꼭 그 왕관을 써야 할 거야', '우리가 연애하는 법'. '천사와 악마', '이루어질 수 없는 사랑', '꽃을 보듯 너를 본다.' 등으로 선정하였다. 이를 통해 3D 아바타 배역들이 입은 디지털 패션 아이템의 스타일과 룩, 디자인, 컬러, 패턴 등을 분석하였다. 첫째, 제페토 드라마 시대, 장르에 따라 3D 아바타 출연진들의 디지털 패션을 통해 드라마에 몰입감을 주는 것으로 나타났다. 그 예로 제페토 드라마 '이루어질 수 없는 사랑'은 시대극 로맨스 장르로 조선 시대 배경에 3D 아바타 출연진들이 한국 전통 디지털 의상을 착용하고 나온다. Z세대와 Alpa 세대 구독자들에게 다양한 경험을 선사하고 있다. 둘째, 다양한 디지털 교복 아이템을 선보이고 있다. 제페토 드라마의 환경적 배경은 주로 학교에서 일어나고 있다. 3D 아바타 배역들은 디지털 교복 아이템으로 캐주얼 '스쿨룩(School look)'을 선보이고 있다. 컬러는 그레이(Grey)와 파스텔(Pastel) 계열의 사용하고 체크 패턴의 베스트(Vast)를 레이어드 한다. 거기에 'Y2K 룩', '레이어드 룩(Layered look)' 트렌드를 활용하여 타이트 핏(Tight fit)과 루즈 핏(loose fit)을 믹스매치(Mix-Match)하여 디지털 캐주얼을 선보이는 것으로 나타났다. 셋째, 제페토 드라마에서는 스토리 구성과 3D 아바타 출연진의 표정, 행동에 따라 디지털 의상을 실재감 있게 표현할 수 있다. 거기에 3D 아바타의 움직임, 각도에 따라 디지털 패션 아이템의 실루엣, 소재의 물성 등 입체감 있게 표현되고 있다. 이는 드라마에 몰입감을 주고 자연스럽게 디지털 패션 아이템의 구매유도를 자극할 수 있다.

3. 결론

본 연구 결론은 다음과 같다. 제페토 드라마는 시대, 장르에 따라 3D 아바타 배역들의 디지털 패션도 TPO에 맞게 달라진다. 이는 디지털 패션을 통해 드라마 스토리에 집중할 수 있는 몰입감을 가져다주는 효과가 있다. 제페토 드라마의 주 이용자는 Z세대와 Alpa 세대라 드라마 배경이 주로 학교에서 일어나고 있다. 그러므로 제페토 드라마와 주 이용자들의 니즈(Needs)에 맞게 '스쿨 룩을' 선보일 수 있는 다양한 디지털 교복 아이템의 디자인과 개발이 필요하다. 제페토 드라마는 디지털 패션 아이템을 실재감과 입체감, 몰입감을 극대화할 수 있는 디지털 콘텐츠이다. 앞으로도 제페토 드라마는 주 이용자들을 위한 다양한 장르와 스토리 구성으로 꾸준히 발전될 것이다. 이로서 제페토 드라마에서의 디지털 패션 아이템은 충분히 활용가치가 있다고 판단되고 본 연구를 통해 디지털 패션 콘텐츠를 제작하여 디지털 패션산업 발전에 활성화하려는 후속 연구에 도움이 되고자 한다.

Reference

Park, G. S. (2020). A Study on the Virtual Fashion Industry of Fashion brands through convergence with Metaverse, *The Korea Society Of Science & Art, 39*(4), 161-178.

Yu, M. J. (2021.02.11). Zeppetto Drama, played by characters in Generation Z's new play culture and virtual reality Kyounghyang newspaper, Retrieved October 10, 2022, from https://www.khan.co.kr/national/national-general/article/202102111002001

인플루언서의 Y2K 패션 아이템 특징 연구

임채정, 최수아+
단국대학교 패션산업디자인전공 석사과정, 단국대학교 패션산업디자인전공 교수+

1. 서론

현대 패션계는 끊임없이 새로움을 추구하며 과거 시대나 문화를 반영한 스타일을 선보이는데 최근에 나타난 현상 중 하나는 뉴트로(New+tro: new와 retro의 합성어)라고 표현되고 있다. 주로 1990년대 말~2000년대 초에 제작된 드라마나 잡지를 통한 유행은 MZ세대들에게 촌스럽다고 인지되지만, 그 패션이 오늘날에 재탄생 하는 뉴트로 현상 중 하나는 Y2K 패션이다. 최근에는 MZ세대들의 인스타그램(Instagram) 같은 소셜 미디어(social media) 등의 콘텐츠 의존도가 높아지게 됨에 따라 OTT 또는 소셜미디어를 통해 전 세계의 패션 정보를 쉽게 접하고 있다. 이에 본 연구자는 각종 온라인 커뮤니티 및 소셜미디어에서 대중에게 영향력을 미치는 소수의 사람을 의미하는 인플루언서(Influencer)들이 게시하는 Y2K 패션 이미지를 통해 사람들의 관심을 끌고 있는 현상에 주목했다. 인플루언서들은 자신의 패션 스타일과 코디 방법 등을 공유하고, 이를 본 팔로워들은 Y2K 패션에 대한 다양한 스타일과 구매에 대한 정보를 얻는다. 기업이나 트렌드사의 일방적인 제안을 통한 유행의 전파가 아닌 최근 들어 소셜미디어를 통한 트렌드의 전파와 영향력이 크게 성장한 만큼 인플루언서를 통한 마케팅조차 중요해졌다. 이에 국내 및 해외의 유명한 인플루언서를 중심으로 Y2K 패션의 주요 경향과 재창조된 Y2K 패션의 표현 특징을 주요 아이템을 중심으로 분석하고자 한다. 연구 방법과 범위로는 Y2K 패션에 대한 일반적인 특성 고찰을 위해 관련기사, 패션 잡지, 선행 논문 등을 대상으로 문헌 연구를 하였고, 다음은 사례 분석을 위해 패션 스타일을 가장 대중적으로 포스팅하는 인스타그램을 대표 소셜미디어로 하여, 앞서 선행연구를 통해 추출된 Y2K 패션 관련 키워드 총 5개(패션, 2000년, 세기말, 하이틴, 레트로) 해쉬태그를 검색하여 최종 14명의 인플루언서를 통해 추출된 8개의 대표 패션 아이템을 분석하였다.

2. 본론

본 연구는 Y2K 관련 키워드로 검색된 인플루언서 중 블루밋지 유무와 팔로워 수 150만명 이상을 기준으로 하여 국내 7명(제니, 조이, 태연, 현아, 선미, 장원영, 아이린) 및 해외 7명[헤일리 비버(Hailey Bieber), 두아 리파(Dua Lipa). 벨라 하디드(Bella Hadid), 켄달 제너(Kendall Jenner), 데몬 리 칼슨(Devon Lee Carlson), 올리비아 로드리고(Olivia Rodrigo), 미아 리건(Mia Regan)]으로 총 14명의 인플루언서를 대상으로 선정했다. 시기의 범위는 Y2K 패션이 주로 나타난 2021년에서 현재까지로 한다. 이를 통해 추출된 8개의 대표 아이템(볼레로 카디건, 크롭톱 & 로우라이즈 하의, 벨벳 트랙 수트, 체크 패턴, 헤어밴드, 스크런치, 벨리 체인, 오벌 선글라스)의 사진 사례는 총 576매이다. 최근 빈티지 샵이나 쇼핑몰

그리고 뮤직비디오를 통해 Y2K 패션이 주목 받고 있다는 것을 알 수 있다. “Y2K 뜻은 1990년대에서 2000년대 사이를 지칭하는 Year(년대)를 뜻하고, 2는 2000년대 Year 2000의 줄임말로 1999년도 세기말을 뒤흔들었던 컴퓨터 버그 해프닝의 이름이다”(Kim, 2022). 뉴트로 감성이 더해진 지금은 그때 세기말과 밀레니엄 시대를 떠오르게 만드는 새로운 트렌드 중 하나이며, 당시 패션 유행을 모티브로 한 스타일을 일컫는다. 2000년대 서양 하이틴 스타들의 감성이 묻어나는 아이템을 활용하는 것이 Y2K의 핵심이다. Y2K 패션이 국외에서 트렌드로 급부상하게 된 이유는, 헤일리 비버, 두아 리파, 벨라 하디드 등의 인플루언서 영향이 컸다. 그들의 인스타그램을 보면 2000년대 패션의 모든 요소를 알 수 있을 정도로 Y2K 패션 트렌드에 힘을 싣고 있다. 소셜미디어와 인플루언서에서 시작된 Y2K 패션은 런웨이에서도 급속도로 확산 중이다. 국내에서의 Y2K 패션 트렌드가 시작될 즈음인 2021도 8월 경 한국인 인플루언서 제니는 쥬시 꾸띄르 벨벳 트랙 수트 차림을 한 사진(인스타그램, @jennierubyjane)을 포스팅 했다. Y2K 패션은 가수들의 뮤직비디오에서도 쉽게 접할 수 있다. 지난 7월, 싱글 앨범 ‘Weekend’를 발매한 태연은 두건과 틴디드 선글라스, 트랙 수트를 입어 밀레니얼 세대를 재현했고(인스타그램, @taeyeon_ss), 레드 벨벳의 조이 역시 2000년대 인기 가요를 리메이크한 스페이셜 앨범 커버 패션으로 복고풍 줄무늬 티셔츠, 미니스커트를 선택했다(인스타그램, @_imyour_joy). 선미는 ‘Welcome back Y2K era’라는 글과 그 시절을 오마주한 스타일링을 선보였으며 2000년대 패션을 재해석했다(Lee, 2021). 코로나19로 인해 소셜미디어 의존도가 높아져 MZ세대가 종전에 경험하지 못한 2000년대의 화려한 대중문화와 패션에서 개성 있고 신선한 매력과 재미를 미적 요소로 받아들여 그들만의 튀는 개성과 자유로움으로 재창조한 것이 새로운 Y2K 패션으로 거듭났다.

3. 결론

인플루언서로 인해 소화하기 어렵고 대담한 패션임에도 불구하고 소셜미디어에서 친근한 패션으로 대중들은 따라하기 열풍이 일어나며 개성있는 패션으로 발전되었다. 2000년대에 유행했던 브랜드들의 부활도 인플루언서의 게시물 업로드의 힘이 컸다. 국내·외 인플루언서 14명의 Y2K 패션 아이템을 사적 고찰하여 특성을 분석한 결과는 다음과 같다. 첫째, Y2K 대표 패션 아이템은 볼레로 카디건, 크롭톱 & 로우라이즈 하의, 벨벳 트랙 수트, 체크 패턴, 헤어밴드, 스크런치, 벨리 체인, 오벌 선글라스로 나타났다. 둘째, 귀여운 그래픽과 화려한 컬러가 돋보이며 키치면서도 볼드한 액세서리로 포인트를 더해준다. 과거의 스타일을 발전시켜 새로운 감각을 더하고 모방과 창조를 통해 새로운 유행이 창조되는 이러한 뉴트로 현상은 과거의 레트로에 비해 짧은 주기의 유행을 특징으로 한다. 또한, Y2K 패션 아이템을 착용하는 MZ세대는 1990년대 말~2000년대 초를 관망할 때 느끼는 따뜻한 정서적 안정을 추구하며 새로운 유행을 선도하고 있음을 알 수 있다.

Reference

Kim, M. S. (2022, March 06). This year’s Y2K trend of finding out about the 2022 S/S runway. *ART insight*. Retrieved May 21, 2022, from https://www.artinsight.co.kr/news/view.php?no=58716.

Lee, S. H. (2021, October 06). Came back Y2K fashion from 2000’s. *ALLURE*. Retrieved May 21, 2022, from https://www.allurekorea.com/2021/10/06/다시-돌아온-2000년대-y2k-패션/

나전 칠기 문양을 활용한 패션 디자인 개발

- MZ세대를 중심으로 -

윤희진, 최윤미*

충남대학교 의류학과 박사과정, 충남대학교 의류학과 교수*

1. 서론

한국 대중문화 콘텐츠가 전 세계적으로 확산됨에 따라 작품 속에 등장하는 한복, 전통 장신구, 나전칠기 등 K-공예품에 대한 관심도 증가하고 있다. 한국만의 정체성 및 고유성을 표현하는 한국의 대표적인 공예인 나전칠기 문양의 특성을 패션과 접목하여 주요 소비층으로 부상하는 글로벌 MZ 세대의 감성에 맞는 디자인을 제시하고자 한다. 나전칠기의 특징은 화려하며 형태, 문양, 장식에서 당시의 풍습, 사상, 감정을 반영시키면서 독창적인 조형미를 나타내고 있다. 선행연구는 나전칠기를 이용한 조형미 연구(Lee, 2009), 핸드백 디자인(Byeon, 2001), 패키지 디자인 연구(Baek, 2020), 한국을 모티브로 한 샤넬크루즈 컬렉션(2015/2016) 등이 있으나, 본 연구는 나전칠기 특징을 활용하여 MZ 세대를 대상으로 트렌드와 라이프 스타일을 반영한 전통 문화 요소가 결합된 고부가가치 패션디자인을 제시하고자 한다. 본 연구의 방법은 선행연구 및 문헌 연구를 통해 나전칠기를 활용한 전통과 현대적 활용의 예를 나누어 살펴보고, 나전칠기 문양을 식물, 동물, 기하, 문자 등에서 나오는 상징적인 문양을 바탕으로 3D CLO를 이용해서 MZ 세대가 선호하는 캐주얼 스타일의 상의 아이템인 티셔츠, 후드티셔츠, 점퍼 총 3개의 아이템으로 기존 소유 의상과 크로스 코디가 가능하도록 전개하였다.

2. 본론

1) 나전칠기의 정의와 특성

나전은 우리말로는 자개라고 하며 전복, 소라, 조개껍질을 가공해 기물 위에 붙여 장식하는 공예기법이다. 나전칠기의 전통적 조형요소는 나전 문양, 장식재료, 장식기법으로 나누어 자연묘사를 나타내는 꽃, 식물, 동물, 문자 문양과 장수와 복을 기원하는 십장생, 수복, 쌍학천도 등의 문양을 사용하고, 장식 재료는 금박과 적, 백, 흑색을 사용하였다. 타찰법, 모조법, 끊음질 등의 장식기법으로 하나의 단위가 아닌 다양한 유형들이 섞여 단순화된 한국적 정취를 담아 소박한 아름다움을 표현 하였다(Lee, 2009). 해외에서 나전칠기의 매력을 재발견하면서 화려하게 부활하고 있으며 현재 나전칠기는 청와대를 방문하는 귀빈 기념품, 삼성 갤럭시 탭, 아이폰 케이스, BMW 자동차, 롤렉스 시계, 스타박스 스페셜 카드 등에 장식으로 쓰인다.

2) MZ 세대의 패션 스타일

MZ 세대(1981-1996년에 출생한 밀레니얼 세대와 1997년-2000년대 초반 출생한 Z세대를 통칭)는 기존 시장의 주요 소비자인 이전세대와 전혀 다른 소비성향과 사고방식을 지니며

이들은 패션뿐 아니라 전 산업 시장의 문화 형성에 큰 영향을 주고 있어 자연스럽게 이들의 특성에 부합하고자 하는 시장의 움직임이 활발하다(Lee & Ahn,2018). MZ 세대는 전통의 미를 일상생활에 접목하여 현대 감성과 라이프 스타일을 반영하는 트렌드를 즐긴다. 옛 것은 고리타분하다는 관념에서 벗어나 전통의 힙한 변신을 시도하고 있다. 코로나 19로 지친 MZ 세대는 옛 것에서 위로와 즐거움을 찾고 있다. 뮤지엄 숍에서 판매하는 공식 굿즈의 소비 계층이 MZ 세대가 주류를 이룬다. 이는 전통 문화를 기반으로 한 현대적 감성과 라이프 스타일을 반영한 사례이다(Choi & Lee 2021). 새로운 것을 추구하는 MZ 세대는 오래된 한국의 전통미를 재미와 새로움으로 창조하는 뉴 레트로(New Retro) 스타일에 관심을 가진다.

3. 결론

연구의 결과는 다음과 같다. 첫째. 전통의 계승과 발전을 위해 현대에 나전칠기를 활용한 다양한 시도가 기념품, 시계, 보석함 같은 제품디자인 위주로 이루어져 왔다. 나전칠기를 패션 디자인에 활용하기 위해서 나전칠기 기법의 직접 적용보다는 나전칠기 공예품의 시각적 특성을 살려 고유 문양을 현대적으로 재해석해야 한다. 둘째, 의복에 나전칠기를 적합하게 활용하기 위해 원천유물에서 문양원형을 개별문양과 활용문양으로 나누어 디지털 전사지에 프린트하고 의류용 자개 스티커를 활용하며, 자연적인 문양, 자개의 색채, 광택을 효과적으로 표현하기 위해 3D CLO 가상 착의로 3가지 패션 아이템으로 표현하였다. 셋째, 3D CLO를 활용하여 빛의 간섭 현상에 의한 다양한 색채 변화, 고명도의 영롱함, 아름다운 광택을 지닌 자개의 화려하고 우아한 이미지는 선명한 배경 칼라에 대비시켜 강조할 수 있다. 넷째, 각 아이템에 자연 묘사 문양과 장수와 복을 기원하는 문양을 조합하여 크기와 비례를 달리하여 단순화하고 문양을 반복, 분해, 확대, 재구성함으로써 MZ 세대가 선호하는 명쾌하고 기하학적인 이미지를 표현할 수 있다.

한국적 전통을 표현하는 요소인 나전칠기를 활용하여 형태 특성은 보다 단순하고 오묘한 색채의 대비를 살린 MZ 세대의 뉴트로 감성에 맞는 캐주얼웨어로 세 가지 아이템을 전개하였고, 전통문화에 대한 현재적 가치와 미래 발전 가능성 기반을 조성하는데 본 연구를 기반으로 향후 나전칠기와 패션을 접목한 보다 다양한 표현 영역의 확대가 이루어지길 바란다.

Reference

Baek, M. S., & Cho, Y. B. (2020). A Study on the Development of Education Package with Traditional Mother-of-pearl -Focused on the Han-gel Patterns-.*The Treatise on The Plastic Media, 23*(4), 152-160.

Byeon, H. W. (2001). *A Study on bag design with the technique of mother of pearl and lacquer*. Master's degree, Ewha women's University, Seoul.

Choi, E. J. & Lee, Y. S. (2021). A Study on the Planning of Minhwa Museum Utilizing the Metaverse Platform: Focusing on Zepeto Case. *Journal of Korea Game Society*, *21*(6), 63-74.

Lee, G. W. (2009). The study regarding formative characteristics of a Chosun Dynasty lacquer ware inlaid with mother-of-pearl pattern. *Journal of Basic Design & Art, 10*(2), 311-318.

한국적 이미지를 활용한 패션디자인의 특성

- 2013-2022년 서울컬렉션 신진 디자이너 작품을 중심으로 -

윤희진, 최윤미*

충남대학교 의류학과 박사과정, 충남대학교 의류학과 교수*

1. 서론

한국 대중문화가 전 세계적으로 유행하는 현상인 “한류”는 TV 드라마, 영화 및 대중음악 분야에서 비롯되었으나 최근에는 음식, 패션, 게임 등 다양한 영역으로 확장되고 있다. 특히 다양한 장르에서 한국적 이미지를 활용한 의상을 입은 가수, 배우, 모델의 등장은 시각 정보로서 한국 문화를 알리는 주요 역할을 하고 있다. 한국 대중문화의 세계적 유행과 맞물려 2013년 이후 최근의 한국적 이미지를 활용한 패션디자인의 정체성을 분석할 필요가 있다. 그동안 한국적 패션디자인의 현황(Shim et al., 2007), 국제화로 진출하기 위한 한국 패션디자인(Kim et al., 2017), 시대별 한국 패션디자이너의 작품(Choi, 2020) 등 한국적 이미지를 활용한 패션디자인 연구가 있었으나 신진 디자이너의 컬렉션을 대상으로 그 특성을 분석한 경우는 드물 뿐만 아니라 대부분이 질적 연구 위주로 진행되고 있다. 이에 한국적 전통미가 어떻게 응용되었는지, 신진 디자이너 작품에 나타난 한국적 패션디자인의 정체성이 무엇이며 이를 구현하는 패션디자인의 요소가 무엇인지를 2013년 이후에 발표된 서울 컬렉션의 신진 디자이너를 중심으로 고찰하고자 한다.

2. 이론적 배경 (연구 내용 및 방법)

연구의 방법은 첫째, 한국적 패션디자인을 주제로 한 단행본, 연속간행물, 관련 서적, 학위논문 등의 선행연구를 살펴보고 패션 매거진과 국내포털 사이트 및 패션 전문기관 등을 통해 한국적 패션디자인과 관련된 기사를 추출하여 한국적 패션디자인의 주요 개념 및 특성 등 이론 연구를 진행하였다. 둘째로 2013부터 2022년까지 10년 동안 2회 이상 서울 컬렉션에 참가한 11명의 디자이너 중 6명(이청청, 김인태, 박승건, 이승주, 장윤경, 최충훈)의 컬렉션 사진 220장 중 객관성을 확보하기 위해 3인의 패션 전문가가 한국적 이미지의 미적 특성과 디자인 요소가 반영된 작품 30점을 선별하였다. 신진 디자이너의 컬렉션에 등장한 한국적 이미지의 미적 특성을 자연미, 섬세미, 단순미, 선의미, 여백미 5가지로 분류하고, 전통적인 한국적 디자인 요소(형태, 색채, 소재)와 디자인 원리(균형, 리듬, 강조, 비례)를 기준으로 한국적 이미지의 패션디자인 사례에 대한 빈도분석을 실시하였다.

3. 결론

본 연구는 최근 10년간 서울컬렉션의 패션 사진을 토대로 패션디자인 요소별 분석을 수행하고 한국적 패션 스타일의 경향을 파악하고자 했으며 연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 한국적 이미지가 나타난 패션디자인의 5가지 미적 특성을 자연미는 천연소재의 자연 친화적 느낌을 많이 사용하였고 섬세미는 동정, 아얌, 갓을 디자인 요소로 사용하여 장식적인 디테일의 섬세함을 추구하고 단순미는 전통무늬의 생략, 정리, 중첩 등이 사용되었다. 선의미는 한복 실루엣을 활용하고 여백미는 의복의 일부분을 미완성 처리하는 방법이 사용되었다. 둘째, 신진 디자이너 컬렉션의 디자인 요소를 분석한 결과 형태는 박시라인, 비대칭, 색채는 모노톤 배색과 오방색 중심의 색동 칼라의 포인트, 소재는 천연소재 사용이 두드러지며, 활용한 디자인 원리는 균형과 강조를 활용한 사례가 많았다. 셋째, 신진 디자이너의 경우 이전 세대의 한국적 패션은 전통성에 무게를 두고 전시와 컬렉션을 중심으로 작품성 위주의 디자인 표현에 집중했다면, 세계화, 현지화를 추구하는 신진 디자이너들은 서울 컬렉션에서 최근 유행하고 있는 트렌드를 가미하여 현대성과 전통성의 융합을 시도하면서 대중성과 실용성을 강조하고 있다. 대표적인 사례로는 한복의 디테일을 트렌치 코트, 라이더 가죽 재킷과 같은 아이템에 접목하고, 일상복으로 입을 수 있는 재킷형 덧저고리, 셔츠형 저고리, 대님 버튼 바지, 옷고름 장식등 한복의 요소를 보완 변형한 스타일이다. 넷째, 최근의 한국적 디자인의 요소는 전통 작품 및 소품인 아얌, 갓, 민화, 김치 등에서 한국적 이미지를 가져와 전통적 정서를 느낄 수 있도록 하면서 약간의 변형을 통한 단순한 형태로 사용한 점과 누빔, 엮기, 매듭과 같은 장식을 활용한 점 그리고 전체적인 실루엣을 반영하기 위해 옷의 구성 방법과 전통 착장 방식에 변화를 추구한 점이다.

한국적 이미지를 활용한 패션디자인이 지속적으로 국내외 대중의 관심을 얻고 한국 문화의 내재된 정체성을 공유하기 위해서는 한국 전통에 대한 깊은 관심과 연구가 필요하며, 전통적 요소를 현대 패션에 단순하게 접목시키는 형태가 아닌 전통 복식의 조형적 활용과 더불어 전통 미의식과 철학적 고찰을 바탕으로 전통을 재해석하여 표현할 필요가 있다. 본 고찰을 통해 세계인이 공감할 수 있는 한국적 패션디자인 요소를 파악하여 국내외 디자이너들의 활동 기회가 확대되고 다른 산업 영역과 연계를 통하여 한국적 패션디자인의 세계 진출에 시너지 효과가 나타날 수 있기를 기대한다.

Reference

Choi, S. Y (2020). The interpretation of Korean orientalism as the practice of globalization of tradition - The study on the designers Kim Jihaye and Lee Jeanyoun's works from 2000 to 2012 -. *The Research Journal of the Costume Culture, 28*(2), 245-264.

Kim, I. K. (2008). A Study of the Identity of Korean Fashion Design. *Journal of Korean Traditional Costume*, *11*(2), 185-195.

Kim, S. H., Kim, Y. S., & Moon, J. H. (2017). The Implementation Plan for Facilitating K-Fashion Wave With a Focus on Korean Fashion Design. *Journal of Korea Culture Industry, 17*(4), 169-179.

Shim, S. H., Na, Y. S., & Chae, G. S. (2007). A Study on the Current Situation of Korean Fashion Design. *Journal of the Korean Society of Fashion and Beauty*, *5*(1), 14-23.

인클루시브 패션디자인을 위한 사용자 공감방법 연구 유형 및 특징

신승원, 이지현+
연세대학교 생활디자인, 연세대학교 생활디자인, 인간생애와혁신적디자인+

1. 서론

더 많은 사용자의 욕구를 충족시키기 위해 인구 '다양성'에 대한 이해를 디자인에 적용하는 인클루시브 디자인은 패션산업에서도 소비자의 다양성을 포괄하기 위한 중요한 이슈로 논의되고 있다(Waller et al., 2015). 그러나 인클루시브 패션디자인을 기획할 때 대다수 디자이너는 신체적 특수성을 가진 사용자가 처한 상태나 환경을 겪어보지 않았기에 최종 사용자의 욕구를 인지하는 데에 어려움을 겪을 수 있다. 사용자에 대한 공감은 특히 사용자 중심 디자인에서 그 중요성이 언급되어지는데, 공감 능력은 디자이너에게 필요한 요건으로 인식되기도 한다(Wright & McCarthy, 2008). Kouprie and Visser(2009)는 디자인 과정에서 사용자와의 공감을 강화하는 기술을 크게 세 가지로 분류했는데 사용자와의 직접 접촉, 관찰과 같은 'Research,' 직접 연구가 불가능할 때 연구자가 사용자의 데이터를 토대로 스토리보드, 페르소나, 시나리오 등을 작성하는 'Communication', 디자이너가 직접 사용자의 상태를 시뮬레이션하는 역할극 기법, 체험 프로토타이핑 등을 포함하는 'Ideation'을 제시하였다. 본 연구는 패션디자이너가 사용자 공감 및 욕구를 파악을 위해 현재 인클루시브 패션디자인 프로세스 초기 단계에서 사용되는 공감 방법의 유형과 특징을 선행연구들을 통해 살펴보았다. 2022년 5월에서 2022년 10월까지 Google Scholar, KCI에서 '공감(Empathy)', '인클루시브(Inclusive)', '패션디자인(Fashion Design)', '사용자 조사(User Research)', '장애, 노인, 임산부, 플러스 사이즈' 등 다양한 신체적 특수성을 포괄하는 키워드로 검색하고, 패션디자인 개발을 목적으로 하는 연구 중 신체 다양성을 포괄하는 사용자 조사방법이 다루어진 2000년 이후의 연구 사례를 수집하였다. 수집 사례 중 예비조사와 단순 신체 사이즈 측정 등을 제외하고 총 27건의 연구가 수집되었으며, 분석 시 동일 방법이 한 연구 내에 여러 차례 진행됐을 때는 한 번으로 책정하였다.

2. 본론

사례 27건 중, 사용자 공감을 위해 사용된 세부 연구방법 별 개수는 '설문 17개', '인터뷰 14개', '관찰 2개', '워크숍 1개', '체험 1개'로 총 35개이며 이를 Kouprie and Visser(2009)가 제시한 사용자 공감 강화 방법 유형에 따라 분류하고 특징을 도출하였다. 연구 중, 사용자가 '노인', '장애인', '특정 질환 환자', '기타 신체 변화 경험자' 등인 경우 신체 특성의 제약에 따라 간병인, 보호자가 사용자 조사에 대리인으로 참여하기도 하였다. 분석결과 사용자 공감 방법의 유형분류 및 방법적 특징은 다음과 같다.

첫째 Research 유형은 14건의 사례로, 사용된 방법은 인터뷰 14개, 관찰 2개, 워크숍 1개로 17개이다. 이 방법은 의복 자체에 국한된 사용자의 욕구 외에도, 의복을 중심으로 보다 넓은 범주에서 직관적 인사이트를 얻을 수 있었다. 즉, 사용자가 자율적으로 이야기함으로써 연구자가 예측할 수 없던 주제로 공감을 확장할 수 있었는데, 이론적 지식만으로 예측하기 힘든 심미적·표현적 욕구에서 새로운 인사이트를 얻기도 하였다. 일례로 Lee and Yoo(2003)의 연구에서는 인터뷰를 통해 지체 장애인들이 스커트, 원피스 착용 욕구가 높고 고무줄 바지는 맵시가 나질 않아 선호하지 않는다는 점을 발견하였다. 둘째 Communication 유형은 17건으로, 사용 방법은 모두 설문이었다. 설문기법은 사용자의 신체 특성과 욕구를 유형화하기에 유용하지만 연구자가 병리학적 이론과 사용자에 대한 추측에 기초해 질문지를 구성하는 경향이 있고, 의복의 기능적 측면에 집중되어있어, 사용자에 대해 얻을 수 있는 공감과 인사이트의 범주가 Research 유형에 비해 한정적이었다. 셋째 Ideation 유형은 1개였고, 방법은 사용자 체험으로, 노인의 신체를 공감할 수 있는 연령 시뮬레이션 슈트를 사용했다. 이 방법은 사용자에 대한 신체적, 정서적 공감 효과를 높일 수 있으나, 사용자로부터 얻은 직접적, 객관적 데이터가 아니므로 Tian et al.(2021)가 제시한 것처럼 단독으로 사용하지 않고 체득된 공감을 기반으로 프로토타입을 제시하고 실제 노인에게 피드백을 받아 수정하는 순환적 구조를 가질 필요가 있는 것으로 나타났다.

3. 결론

현재 인클루시브 패션디자인을 위한 사용자 공감방법은 인터뷰, 설문과 같은 전통적인 조사방법에 집중되어있다. 그러나 사용자의 다면적 이해를 위한 다양한 공감방법, 신체 제약을 넘어 다양한 사용자 공감 및 이해 방법의 개발이 필요하며, 이를 통해 인클루시브 패션디자인의 개발과 교육은 체계화 될 수 있을 것이다. 본 연구는 인클루시브 패션디자인 연구에서 사용자 공감의 중요성을 제고하고 공감 기반 사용자 조사에 있어 유용한 기초 자료를 제공할 것을 기대한다. 그러나 사례수집 시 키워드가 한정되어, 제한된 사례수집일 수 있다는 한계점이 있다.

Reference

Kouprie, M., & Visser, F. S., (2009). A framework for empathy in design: stepping into and out of the user's life. *Journal of Engineering Design, 20*(5), 437-448. doi: 10.1080/09544820902875033

Lee, Y. S., & Yoo, H. J. (2003). A study on Fabrics and Designs of Clothing for Handicapped Persons, *The Jouranl of Applied Science and Technology, 12*(2), 1-11.

Tian, M., Lei, Y., & Li*, J. (2021). A Triangle Design Framework for Functional Footwear for Chinese Older Adults, *Fashion Practice, 13*(1), 69-87. doi: 10.1080/17569370.2021.1872898

Waller, S., Bradley, M., Hosking, I., & Clarkson, P. J. (2015). Making the case for inclusive design. *Applied ergonomics, 46*, 297-303. doi: 10.1016/j.apergo.2013.03.012

Wright, P., & McCarthy, J. (2008). Empathy and experience in HCI. *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems,* 637-646. doi: 10.1145/1357054.1357156

Comparative Analysis of Hyper-reality Expressed in Social Media Personal Profile Photos and Fashion Magazine Cover Images

LEE YOON KYUNG[+]
Assistant Professor, Pusan National University[+]

1. Introduction

The expansion of the metaverse and the transition to a digital environment provide opportunities for ordinary people to reveal themselves and communicate with anonymous people through various digital media. The image of fashion models formed by fashion experts in the past as fashion leaders is changing into a new paradigm that expresses hyper-reality formed through the 'self-portrait creation' of the general public. The purpose of this study is to analyze the differences and similarities between the self-image shown to the public through digital media and the surrealistic self-image shown by the cover model of a fashion magazine from the perspective of hyper-reality.

2. Main subject

In the early 2000s, the new media society started the personal internet era such as social madia and user created contents as the personal media, and as the current Web 3.0 such as Metaverse, VR/AR, XR. It has become possible to plan ideas through virtual prototyping. In this metaverse environment, anyone can create and sell products as creators, and generalize the concept of Everything Design, where the distinction between producers and consumers has disappeared. It creates a variety of multi-personas regardless of gender or individual characteristics in the real world. In this digital environment, various new personas created by ordinary people show characteristics similar to the role of fashion leaders created by fashion models created by existing fashion experts(Lee, 2022). In this regard, this study intends to examine how the process of surreal appearing through digital media is expressed through Baudrillard's simulation stage.

This study carries out in parallel with literature study and case study. Case studies pursue the process of deriving overall factors through quantitative studies and validating them through qualitative studies. We analyze personal profile photos of social media and images of fashion magazine cover models based on the framework of hyper-reality analysis of fashion derived through literature research. This study conducted interviews and surveys with people in their 20s and 30s who are posting their personal profile pictures through the most recently used Instagram, Facebook, and KakaoTalk. In

addition, after 2020, we will collect and utilize the cover images of 30 professional fashion magazines to compare the personal profile photos of the general public with the cover models of professional fashion magazines.

Baudrillard(1994; 2016) and Yim(2007) describe the simulation process as four successive steps in the image: The first step is to reflect on the profound reality. The second stage is to conceal and change the profound reality. The third is to conceal the absence of a profound reality. The fourth and final stage is the stage of becoming one's own pure simulacra without reacting to any reality. In the profile picture of ordinary people, the second stage, where the image conceals and distorts the fundamental reality, performs an ideological function as a false consciousness that prevents the public from grasping the reality of alienation and exploitation. The stage of concealment was the idea of idolatry, and the stage of representation of God was analyzed in most cases. On the other hand, the original, stage 3 and stage 4, where the simulation is completed through the cover model of a fashion magazine, is a depiction without a referent, which is expressed in the form of a simulation in which the surreal characteristic of being as a single entity lacks connection with the material world.

3. Conclusion

This study analyzed personal profile photos of digital madia and magazine cover model images expressing the public's multi-persona from Baudrillard's surreal perspective. The purpose of this study is to find the meaning in finding alternatives and solutions to social change by examining various social problems such as lack of identity, digital vulnerability, and multiple personalities that appear while entering the digital society from the perspective of hyper-reality-based fashion acceptance.

References

Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation.* Michigan: University of Michigan press.

Baudrillard, J. (2016). *The Evil Demon of Images and The Precession of Simulacra.* Postmodernism: A reader, 194.

Lee, Y. K.(2022). The Roles of Fashion Designers and Fashion Innovators in the Hyper-Connected Society. *Korean Design Forum. 75*, 177-188.

Yim, E. H. (2007). Representation and non-representation of the body in fashion-Based on simulation theory by Jean Baudrillard. *The Research Journal of the Costume Culture, 15*(4), 604-619.

* This work was supported by Pusan National University Research Grant, 2022.

해녀의 사용 도구를 재해석한 가방 디자인 개발

- 신-해체주의적 디자인 방법론을 중심으로 -

손슬아, 마진주[+]

홍익대학교 패션대학원 패션액세서리디자인전공 석사과정, 홍익대학교 패션대학원 조교수[+]

1. 서론

본 연구의 목적은 대한민국에 주로 분포된 직업인 제주 해녀를 패션 액세서리 디자인으로써 터프팅(tufting) 기법을 중심으로 하며, 신-해체주의적 방법론을 통해 표현함에 있다. 관련 선행 논문들은 해녀 의복 위주로 접근하여 패션 액세서리나 의복을 디자인하였다. 그에 비해 해녀의 사용 도구는 잘 알려지지 않아 테왁, 망사리 등과 같이 이름만 들어도 생소한 고유 도구들이 사장되어 가고 있는 실정이다. 때문에 해녀 도구에서 영감을 받은 가방 디자인을 개발하며, 신-해체주의적 디자인 방법론을 통해 표현하고자 한다. 신-해체주의는 2014 년 이후 나온 해체주의로 기존 해체주의에 밀레니얼 세대들의 저항성, 반항성을 더한 것과 같은 특징을 가지고 있다. 즉 밀레니얼 세대들의 사회에 대한 반항심이 유희적으로 표현된 해체주의 디자인이라고 볼 수 있다. 예를 들어 미우미우 21fw colletion, 자크뮈스 21fw colletion에서 비대칭성과, 과장, 축소를 통해 신-해체주의적 요소를 찾을 수 있다. 이러한 신-해체주의가 탄생한 시대의 문화를 고찰해 보자면, 21세기 밀레니얼 세대의 SNS 플랫폼을 기반으로, 인터넷, 모바일을 통한 정보의 전달과 즉각적인 반응에 따라 패션 문화와 디자인을 보다 다양하게 받아들이는 것에 있다. 또한 2018년 이후 밀레니얼 세대를 주축으로 만들어지고 있는 유스컬쳐와 스트리트 패션, 스포티즘, 힙스터리즘, 어글리 패션과 같은 컬렉션을 통해 소비자의 흥미를 끌 수 있으며, 이를 관찰하는 밀레니얼 세대 관객들의 관심사를 반영하고 있다. 이와 같은 최근의 신-해체주의적 디자인 특성은 기존의 해체주의와는 차별되는 것으로 소비자 개인의 개성을 존중하는 경향이 더해지고 있다. 때문에 본 연구에서는 기존 해체주의적 디자인에 더해 신-해체주의에서 나타나는 밀레니얼 세대의 유희성과 반항성을 중점으로 디자인하고자 한다.

2. 본론

본 연구의 내용으로는 첫째, 신-해체주의 패션의 개념에 대해 조사한다. 둘째, 해녀의 의복, 도구에 대해 조사하고 도구의 형태를 단순히 형태적 요소만 가져온 것이 아닌 그 속에 담겨 있는 해녀의 삶과 그들의 문화를 제품을 다양한 소재로 표현하여 담아낼 수 있도록 연구한다. 셋째, 신-해체주의적 개념을 토대로 해녀의 도구에서 영감을 받아 소재를 개발한다. 이를 색감의 조화나 재질을 통해 패션 액세서리로서 표현하고자 한다. 형태적인 부분에 있어서는 제주 해녀들이 사용하는 테왁, 망사리와 같은 예로부터 사용해오던 고유 도구의 조형적 요소와 색감을 바탕으로 제작하고자 한다. 표현 방법은 아크릴 합사, 단추

고리, 오간자 소재등 소재를 결합한 터프팅(tuftting) 기법을 통해 텍스타일을 개발 및 연구한다. 1차적으로 해체주의적 디자인의 탈 현상 중 탈 중심적, 불연속성을 통해 소재를 배치하고 디자인한다. 2차적으로는 신-해체주의적 유스컬쳐를 나타내는 스포티즘, 어글리 패션과 같은 컬러와 소재 표현 방식을 통해 이미지를 전달하도록 한다. 예를 들어 진주, 비즈와 같은 재료로 테왁과 밧줄을 표현하며, 실 엮기, 실 땋기와 같은 다양한 공예법을 사용하여 보다 풍부하게 심미적 예술과 해녀의 정체성이 나타날 수 있도록 한다.

3. 결론

본 연구의 목적은 해녀의 관련 도구 중 테왁과 망사리 도구를 위주로 신-해체주의적 디자인을 터프팅 기법으로 표현하며, 대한민국의 고유의 직업 중 하나인 제주 해녀를 알리고 가방을 제작하는 표현 방식을 개발하기 위함이었다. 해녀 관련 모티브가 의복에만 국한되어 있지 않고 도구와 같이 범위가 확장될 수 있도록 해녀의 대표적인 도구인 테왁과, 망사리를 선택하였다. 본 연구의 결론은 해녀에 대한 강인한 여성의 인식, 고정관념을 탈피하고 해녀의 여성성에 대한 표현을 하기위해 채도 높은 컬러와 오간자 소재를 사용하였다. 또한 텍스타일을 개발하기 위해 터프팅 기법 중 루프, 컷, 수직기를 사용하여 일부 텍스타일을 완성하였으며, 가죽 원단과 결합하여 패션 액세서리인 가방을 완성하였다. 본 연구에서는 터프팅 기법을 통해 신-해체주의적 디자인을 개발하였으나, 예술적, 심미적 디자인에 중점을 두고 디자인함으로써 작품성 위주 디자인 연구로 개발하였다. 때문에 내구성, 착용성, 무게 등 디자인의 실용성을 다소 간과한 점이 본 연구의 제한점으로 사료된다. 터프팅을 통한 디자인 개발의 경우 터프팅 제작 특성에 따라 가방이라는 제품 자체의 실용성에 대한 한계점이 있었다. 따라서 후속 연구에서는 해녀의 밀집 지역에 대한 문화와 관련하여 보다 실용적인 디자인적 다양성을 개발할 필요가 있다. 관련된 개발과 해녀뿐만 아닌 해녀 고유의 도구를 활용한 문화의 인식과 발전에 도움이 될 것으로 기대된다.

Reference

Kim, M. H. (2019).*Korean Society of Illustrated Art. 22*(4), 14-24.

온라인 구매후기에 나타난 소비자의 비건 패션 제품 평가 차원

정지운, 윤소정[+]
서울대학교 의류학과 박사과정, 서울대학교 의류학과 강사[+]

1. 서론

소비자들은 구매 후기라는 이미지와 수기 방식을 통해 상품정보와 평가를 전달한다. 본 연구는 온라인 구매 후기를 분석하여 비건 패션 제품 평가 기준을 밝히고자 하였다. 비건 패션 제품을 소비하는 이들은 비거니즘을 적극적으로 실천하고 있거나, 비거니즘에 대해 단순 인식하고 있거나, 패션 제품을 탐색하다가 우연히 알게 된 이들일 수도 있다. 현재 비건 패션 제품 수요가 증가하고, 제품 또한 다양해지고 있는 현실에 비추어, 소비자들이 비건 패션 제품을 구입하고 사용할 때 중요하게 생각하는 평가 기준이 무엇인지 밝히는 것이 필요한 시점이다. 이에 연구 문제는 첫째, 온라인 구매 후기에서 비건 패션 제품에 대해 언급되고 있는 키워드는 무엇인지 파악한다. 둘째, 비건 패션 제품을 평가하는 기준과 그 내용은 무엇인지 파악한다. 연구방법에 있어, 먼저 문헌고찰을 통해 의류 제품 평가 기준을 분류하여 구매 후기 분석의 이론적 틀로 참고하였다. 분석 대상 브랜드는 비건 패션 제품이 일부 라인이 아닌 전 제품이 비건인 브랜드로 제한하였고 국내 패션 미디어와 잡지에 3번이상 언급되었던 브랜드로 제한하였다. 마지막으로, 브랜드가 자사를 “비건 브랜드”라고 직접 밝힌 경우로만 한정하였다. 이에 따라, 총 8개의 브랜드: 코르코(Corco), 비건타이거(Vegan Tiger), 마르헨제이(Marhen.J), 플리츠마마(Pleatsmama), 낫아워스(Not Ours), 비비와이비(BBYB), 오르바이스텔라(Heureuz), 프록시엘(Proxy.L)이 선정되었다. 자료를 수집하기 위해 브랜드종합의류쇼핑몰 사용자 1순위 쇼핑몰인(2022년 5월 기준) 무신사에 브랜드들이 입점해있음을 확인하였고, 입점되지 않은 일부 브랜드는 자사 웹사이트에서 구매 후기를 수집하여, 내용을 구체적으로 파악하기 위해 내용분석을 실시하였다.

2. 이론적 배경

소비자들은 정보 탐색 과정을 거쳐 구입하고자 하는 패션 제품에 대하여 특정 기준을 가지고 제품을 평가하는데, 이때 기본적으로 고려하는 기준이 되는 것이 의복 평가 기준이다(Han et al., 2002). 한편, 본 연구는 일반 의류가 아닌 비건 패션 제품에 초점을 맞추고 있기에, 특수 성질을 가지거나 특정 소비집단이 추구하는 패션 제품에 대한 평가 기준 관련 연구들을 살필 필요가 있다. 선행연구들에 의해 밝혀진 바에 의하면, 패션 제품 구매 시 평가 기준들은 소비자의 구매 의사 결정 단계에 따라 달라진다. 특히 특수성을 가지는 패션 제품이나 특정 추구성을 가진 소비자 집단의 경우에는 일반 패션 제품과는 다른 평가 기준들이 적용됨을 확인하였다. 이에 본 연구에서는 Ji (2011)의 니트 의류 평가 기준에 대한 연구 틀을 토대로, 소비자들의 비건 패션 제품의 주요 평가기준을 밝히고자 했다.

3. 연구 결과

총 2,771개의 후기가 수집되었으며, 그 중 '좋아요', '만족해요'. '별로에요' 등 구체적인 평가 내용 없이 작성된 단순 후기와, 관련 없는 내용들을 제외하여 최종적으로 2,285개의 후기들을 검토하였다. 분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 구매 후 단계에서 소비자들이 비건 패션 제품을 평가하는 주요 차원은 심미성, 소재 특성, 경제성, 비건 제품 고유 특성으로 나타났다. 이 평가 기준들은 이전 선행연구에서 평가 기준을 네 개의 차원으로 구분한 것과 유사한 양상이다. 둘째, 평가 기준 차원의 빈도와 비중을 분석하였다. 가장 빈번하게 나타나는 차원은 비건 제품 고유 특성(39.12%), 심미성(31.83%), 소재 특성(25.51%), 경제성(3.98%) 순으로 나타났다. 그 다음으로, 평가 기준 중 가장 많이 언급된 기준은 동물보호(411개)와 맞음새/사이즈(410)가 유사한 비중으로 가장 빈번히 나타났고, 이어서 소재/재질(323개), 동물성 소재와 비교(189개), 색상(122개), 착용감(101개) 순으로 나타났다.

4. 결론

결론에 있어, 소비자들은 비건 패션 제품을 평가하는 주요 차원으로 심미성, 소재 특성, 경제성, 비건 제품 고유 특성을 고려하고 있었다. 이는 선행연구에서 의복 평가 기준으로 제시한 바 있는 패션 제품의 특성 체계에 따라 스타일과 맞음새와 같은 외관적 요인, 내구성과 세탁성과 같은 성능적 요인, 소재와 재질과 같은 내재적 요인, 가격과 같은 외재적 요인으로 분류되는 것에서 심화하며, 비건 패션 제품의 특수성이 추가된 결과이다. 이러한 결과로 미루어, 비건 패션 제품은 패션성과 미적가치에 더욱 중요성을 두어야 할 것이다. 이를 위해서는 제품의 비거니즘 적합성을 기본적인 충족요건으로 하며, 독창적인 제품 디자인과 고유 브랜드 이미지를 구축하는 것이 필요하다. 특히 현시점에서 비건 패션 시장은 규모가 작으며 제품군이 한정되어 있기에, 본 연구의 결과는 디자인적으로 우수한 브랜드 특성 없이는 비건 패션 브랜드들이 살아남기 어려울 것임을 가리키며, 따라서 비거니즘 가치관을 반영한 브랜드 이념과 참신한 제품 디자인 개발이 요구됨을 밝혔다.

본 연구는 국내 비건 패션 제품의 한계점과 강점을 온라인 후기에 근간하여 살펴보았다는 점에서 그 의의가 있다. 이는 제품 평가 기준을 통해 비건 소비자들이 중요하게 여기는 요소가 무엇인지를 파악함으로써 향후 비건 소비자들을 심층적으로 이해하기 위해 중요한 방향성을 제시할 뿐만 아니라, 비건 패션 브랜드들로 하여금 소비자들이 추구하고 기대하는 제품 속성을 이해하는 데에 도움을 준다. 후속연구에 있어, 본 연구 결과가 오프라인 구매와는 어떤 차이가 있는지 탐구할 수 있을 것이다. 본 연구는 국내 패션 시장에서 비건 제품이 자리잡는데에 도움을 줄 것을 기대한다. 아울러, 이후 비거니즘과 패션마케팅을 살피는 연구의 기초자료가 될 수 있기를 바라는 바이다.

Reference

Han, S., Yang, L., & Kim. M. (2002). A Study on the Clothing Buying Behavior according to Lifestyle Type of Women in Their 50′s and 60′s－Focused on the Clothing Evaluation Criteria and Buying Place－. *The Costume Culture Association, 10*(5), 504-517.

Ji, H. (2011). A Study on the Dimensions of Evaluation for Knit Clothing through the Consumer′s On-line Reviews. *The Journal of the Korean Society of Knit Design, 9*(1), 27-36.

전통 불교미술 재해석을 통한 신발 디자인 연구

- 고려불화 수월관음도의 연화 문양을 중심으로 -

김희정, 마진주+

홍익대학교 패션대학원 패션액세서리디자인전공 석사과정, 홍익대학교 패션대학원 조교수+

1. 서론

디자인 소비의 개인화와 다양성이 확대됨에 따라 한국의 문화적 요소가 반영된 디자인 수요 역시 함께 증가하고 있다. 패션시장 또한 이를 소구하기 위해 그간 다양한 시도가 이루어졌으나, 문양 도식화 등을 통한 전통문화의 표방화에 그쳐 새로운 디자인으로의 재해석이 미흡한 상태에 머물러 있는 것이 현실이다. 또한 이러한 시도가 국내시장이라는 제한성을 넘어 타 문화권 소비자들에게 소구되기 위해서는, 이질감과 차별화 간 간격을 좁힌 보편 타당한 디자인으로 인식될 수 있어야만 글로벌 경쟁력을 갖춘다 할 것이다.

이에 본 연구에서는 한국 전통문양의 형태적 재해석을 넘어 한국 문화가 가진 예술적 가치와 사상이 반영된 제품 디자인을 연구하고자 하며, 새로운 디자인 선택에 있어 상대적으로 접근이 용이한 패션 신발 디자인으로 연구의 범위를 집중하고자 한다. 이를 위해 전통 불교미술 중에서 아름다운 종교 예술품으로 평가받는 고려 불화 '수월관음도'에 나타난 연화 문양의 조형적 특성을 기반으로 이를 패턴화한 소재 디자인에 연구의 중점을 두었으며, 이에 관련한 선행연구와 사례 분석 등의 질적연구를 통해 고려 시대 불화의 유형별 특성을 재정립하였다. 또한 이와 같은 특성을 디자인에 반영한 패션 신발을 제작함으로써, 본 연구의 목적인 한국 전통문화의 디자인적 가치 재해석과 표현 사례를 제시하고자 한다.

2. 본론

불교미술은 염원과 신앙에 대한 간절한 마음이 담겨 있으며 종교를 넘어 한국 회화의 조형적 특징을 갖고 있다. 또한 글로써 전달하지 못하는 에너지를 불화의 불상, 불상에서 보이는 복식, 복식의 문양에 함축적인 의미를 표현하고 있다. 선행 연구를 통해 불화 중에서 구도나 색채, 문양 등 섬세하고 화려한 고려 불화 수월관음도에 나타난 문양의 종류를 유형별로 재정립하고, 수월관음도에서 나타난 연화 문양을 중심으로 형태를 추출하고 패턴화하여 소재 연구를 반영한 패션 신발을 개발했다.

본 연구를 통해 수월관음도의 관음보살의 복식의 표현 중에서 조형성과 심미성의 특징, 입체감과 공간감 그리고 화려함과 섬세함을 발견하였다. 이에 수월관음도에 나타난 문양의 종류 당초 문양, 모란 문양, 보상 당초 문양, 연화 문양등 식물문 중에 조형성 특징이 잘 나타난 연화 문양을 패턴 소재로 선별하였다. 연화 문양을 스캐닝하여 선의 정리를 통해 현대적으로 재해석하여 개발된 연화 문양 디자인을 중심으로 8가지 신발을 제작하였

다. 레이저 각인, 스크래치 기법으로 패턴을 활용하여 에코 레더, 스웨이드 등의 소재에 여러 가지 소재에 다양하게 디자인하였다. 신발 형태는 웨스턴 스타일 부츠를 단순한 형태로 두 가지 신발 틀로 앞코가 뾰족한 부츠 형태로 앞코가 사각 형태의 부츠 형태로 에코 레더 소재에 레이저 스크래치 기법으로 걸러는 아이보리, 베이지, 블랙으로 디자인하였다. 또 다른 형태는 허벅지까지 올라오는 긴 부츠의 형태로 송치와 앙고라 소재에 레이저 기법으로 패턴을 활용하였고 컬러는 수월관음도의 표현된 에메랄드그린과 크림슨레드, 에쉬그레이로 디자인을 표현 하였다.

3. 결론

본 연구의 결론은 다음과 같다. 고려불화 수월관음도의 표현기법에서 화려하고 섬세한 문양의 아름다움을 확인할 수 있다. 당초 문양, 모란 문양, 보상 당초 문양, 연화 문양 등의 문양 중에서 연화 문양에서 한국적 조형성과 심미성을 발견하였고 한국적 이미지를 갖는 수월관음도에 나타난 연화 문양의 학문적 연구를 깃들인 실용적 연구를 통하여 패턴을 추출하여 활용한 신발 디자인을 제시할 수 있다.

한국 전통 문양을 재해석한 디자인의 가능성을 제시할 수 있는 것에 의미가 있으며 현대화, 차별화, 고급화된 디자인으로서 글로벌 경쟁력을 갖추어 브랜드를 만들어 나아가는 것이 궁극적인 방향이라고 할 수 있다.

Reference

Jang, H. L. (2008). *Modern Application of Korean Traditional Patterns.* Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.

Jung, E. W. (2009), A Gwaneum Beliefs and Icons in the Goryeo Dynasty. *Buddhist Art History, 8*, 117-118.

Lee, M. K. (2010). *A Study on the Pattern of Lotus Flowers in Goryeo Buddhist Painting.* Unpublished master's thesis, Dong-A University, Busan.

Kim, S. Y (2013). *A Study on the Fashion Design Adapting Beauty of Costume Presented in Goryeo Buddhist Painting.* Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.

Jo, S. Y. (2017), A Stedy on Expression Techniques of Portrait of the Buddist Goddess of Mercy in the Goryeo Dynasty. *Open Mind Humanities Research. 18,* 301-341.

여성 피겨 의상의 구조적 디자인선 선호 분석 및 디자인 개발 방향

김유빈+
성균관대학교 의상학과 석박사통합과정+

1. 연구목적

피겨선수는 경기에서 프로그램에 어울리는 기술적 동작과 함께 율동 및 의상이 조화되어 예술적으로 표현하여야 한다. 이에 피겨 의상은 선수의 기술적 동작에 무리가 가지 않도록 구조적 디자인선이 고려되어야 하며, 또한 음악과 조화를 이루어 선수의 독창적 연기력이 시각적으로 표현되어 예술점수 항목에서 높은 평가 점수를 받을 수 있도록 디자인되어야 한다. 선행연구 고찰결과, 첫째, 피겨 의상의 구조적 디자인선에 관련된 연구는 부재하였다. 둘째, 일부 특정 선수가 대회에서 착용한 피겨 의상을 대상으로 연구(Kim, Kim & Jung, 2018)가 수행되어 연구결과의 일반화가 불가능하였다. 셋째, 피겨 의상 비전문가인 일반인 대상의 인터뷰 조사, 그리고 사진 자료 중심의 사례조사(Jang & Lee, 2011)로 연구된 점 등이 연구 한계로 평가되고 있다. 이에 피겨 의상 관련 전문가 대상의 구조적 디자인선 관련 연구 필요성이 제기되고 있다. 본 연구목적은 피겨 의상 스케이팅 선수와 코치 그리고 피겨 의상디자이너를 대상으로 여성 피겨 의상의 구조적 디자인선 선호 분석 및 디자인 개발 방향 제시에 있다. 이러한 본 연구는 여성 피겨 의상의 구조적 디자인선의 선호 분석, 디자인 개발 그리고 피겨 의상 제작의 기초자료 제공에 실무적 및 학술적 의의가 있다.

2. 연구설계 및 방법

본 연구는 '여성 피겨 스케이팅 의상에서 선호하는 구조적 디자인선 및 디자인 개발의 방향성은 무엇인가?'를 연구 문제로 설정하였다. 연구 문제의 규명을 위한 연구방법으로 문헌연구 및 전문가 심층면접법을 통한 조사가 이루어졌다. 본 연구의 내용적 범위는 의상의 디자인 구성요소 중 실루엣 내부선에서 구조적 디자인선으로 제한하였으며, 구조적 디자인선을 네크라인, 칼라, 소매 및 스커트, 몸판 및 몸통 뒷판으로 구성하였다. 조사자료인 피겨 의상의 구조적 디자인선은 선행연구 및 전문가 심층인터뷰를 통하여 도출하였다. 초안 조사자료의 예비조사 후 수정된 면접자료는 피겨 스케이팅 선수(1명) 및 코치(2명), 그리고 피겨 의상디자이너(3명)로 구성된 10년 이상 경력자 총 6명을 대상으로 개별 심층면접이 2022년 7월 18일에서 22일까지 실시되었다.

3. 연구결과

피겨 의상전문가 대상의 피겨 의상의 구조적 디자인선에 대한 선호도 조사결과 및 디자인 개발 방향을 제시하면 다음과 같다.

첫째, ‘네크라인’에 대한 조사결과, ‘캐미솔 네크라인, 브이 네크라인 및 라운드 네크라인 선호’, ‘흘러 내지지 않는 안정적 형태의 네크라인’, ‘선수의 체형 및 음악의 분위기에 적합한 네크라인을 칼라와 조합’을 적용하여 디자인하는 것을 선호하였다.

둘째, ‘칼라’에 대한 조사결과, ‘음악적 요소와 선수의 필요시에만 사용’, 칼라 사용 시 ‘라운드 칼라, 스텐드 칼라와 라운드 칼라 또는 쵸커 칼라’를 적용하는 것을 선호하였다.

셋째, ‘소매유무 및 소매형태’에 대한 조사결과, ‘헴라인은 연령이 어리거나 귀여운 이미지에 연출’, ‘긴 소매 부착’, ‘타이트한 긴 소매’를 선호하며 소매형태로 최근 ‘비대칭 소매형태의 디자인‘을 적용하여 디자인하는 것에 대한 선호가 높았다.

넷째, ‘스커트 길이’에 대한 조사결과, ‘마이크로 미니와 미니스커트 기장’, ‘스커트의 전면 길이 보다 후면이 더 긴 길이’ 및 ‘활동성에 방해되지 않는 무게의 스커트 길이‘를 적용하여 디자인하는 것을 선호하였다.

다섯째, ‘스커트 유형’에 대한 조사결과, ‘플레어스커트 유형 및 디클라이닝 스커트’, ‘스커트 부분은 두 겹의 시폰으로 디자인’ 및 ‘H라인은 옆트임을 주어 디자인’하는 것을 선호하였다.

여섯째, ‘스커트 밑단선 유형’에 대한 조사결과, ‘스커트 밑단선 형태는 일정한 형태 없이 율동미를 강조한 무정형 스타일’, ‘스커트 부분을 사선, 슬릿 또는 프린지 스타일’ 및 ‘스커트 헴라인에서는 물결 모양으로 인터록 처리하는 밑단선 유형’을 선호하였다.

일곱째, ‘몸판 노출 수준’에 대한 조사결과, ‘피부색과 동일한 망사소재를 활용한 간접 노출’, ‘옆선과 어깨 부분 노출 디자인’, ‘어깨 부분만 노출’ 및 ‘양옆 부분과 뒷판은 피부색과 동일 망사소재 위에 비즈 장식만을 더한 노출’, ‘팔부분은 직접 노출’, 그러나 ‘다른 부분은 음악과 분위기에 따라 간접 노출’을 적용하여 디자인하는 것을 선호하였다.

여덟째, ‘몸판 뒷판의 형태’에 대한 조사결과, ‘몸판의 뒷판은 선수 체형을 고려하여 노출 및 비노출 선택’ 및 ‘노출시 몸통 뒷판의 형태 및 크기’는 ‘연령, 그리고 선수 체형의 특성을 고려하되 성인은 큰 노출’을 적용하여 디자인하는 것을 선호하였다.

4. 결론

피겨선수 의상에서 구조적 디자인선은 피겨프로그램 연기의 기술 동작 및 예술성의 시각적 표현에 중요한 디자인요소이다. 본 연구결과는 피겨 의상의 선호 분석을 위한 기초자료로 활용하며, 또한 피겨 의상의 디자인 아이디어 발상을 확장, 구조적 디자인선의 개발 방향 설정을 위한 학술적 그리고 실무적 기초 연구로서 의의가 있다. 향후의 연구에서는 연구와 연계하여 색채 및 소재 등 다른 디자인요소를 함께 반영한 연구가 이루어져야 할 것이다.

Reference

Jang, A. & Lee, M. (2011). Contents Analysis of Figure Skating Costume Design, *Journal of the Korean Society of Clothing and Textile, 35*(2), 146-155.

Kim, Y., Kim, D., & Lee, I. (2018). Analysis on wedding dress design factor align with value consumption wedding culture, *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association, 20*(2), 1-16. doi.org/10.30751/kfcda.2018.20.2.1

프라다와 미우 미우의 광고 캠페인에 나타난 여성 이미지

맹수연, 임은혁[+]
성균관대학교 의상학과 석사과정, 성균관대학교 의상학과 교수[+]

1. 서론

패션은 개인의 내면을 외부세계로 표출하는 방법이며, 표출된 모습을 통해 사회적 자아를 형성한다(Yim, 2018). 특히 전통적으로, 여성은 패션을 통해 사회에 자신을 적극적으로 드러냄으로써 여성 자신의 주체성을 찾고자 했다. 본 연구의 목적은 여성의 주체성을 고민하고 이를 포스트페미니즘 관점을 적용해 프라다(Prada)와 미우 미우(Miu Miu)의 광고 캠페인에 나타난 여성 이미지를 살펴봄으로써 두 브랜드가 지향하는 여성 이미지를 분석하는 것이다. 문헌자료와 선행연구를 통해 여성성의 개념과 포스트페미니즘을 고찰한 후, 사례연구를 위한 자료는 프라다 그룹의 홈페이지에서 제공하는 캠페인 아카이브를 통해 수집하였다. 포스트페미니즘은 2세대 페미니즘이 포스트모더니즘의 영향을 받아 발전된 개념으로, 여성의 주체성을 재해석하는 것에 초점을 맞춘다. 그에 따라, 포스트페미니즘은 가부장제와 억압의 본질을 폭로하고 젠더의 분리를 명확하게 이해함으로써 다양성을 인정하고 평등주의를 주장한다. 또한, 성적 특이성을 재정의하고 해석하며, 여성의 주체성을 새롭게 확립하고 여성의 신체와 여성 자신의 욕망을 적극적으로 표현하는 긍정적인 여성성을 강조한다(Brooks, 2003). 본 연구에서는 1987년부터 2022년까지의 총 369개의 프라다와 1994년부터 2022년까지의 총 330개의 미우 미우 광고 캠페인 사례를 수집 및 분석하여 다음의 연구결과를 도출하였다.

2. 본론

프라다와 미우 미우 광고 캠페인의 여성 이미지는 관능적인 이미지, 진취적인 이미지, 젠더리스적으로 표현된 이미지, 다문화적 이미지로 유형화되었다. 첫째, 관능적인 이미지는 여성의 신체를 드러내고 성에 적극적인, 섹슈얼한 모습을 보여줌으로써 남성에게 성적 충족의 도구가 아닌 가부장제에 도전하는 이미지로 해석된다(Cho & Park, 2017). 둘째, 진취적인 이미지는 가부장제 시각에서 부여되어 주변부에 위치한 여성의 모습이 아닌 광고 캠페인 속 주인공 여성으로 등장시켜 당당하고 독립적인 여성 자신을 표현하고자 한다. 셋째, 전통적으로 부여된 남성과 여성의 이미지를 구분 없이 혼용함으로써 중성적인 여성의 이미지를 보여준다. 넷째, 다문화적 이미지는 유색인종과 다양한 민족의 여성이 등장함으로써 백인 중심의 패션계를 간접적으로 비판하며 다양성과 평등성을 강조한다.

3. 결론

프라다와 미우 미우 광고 캠페인을 통해 여성을 관능적이면서도 진취적으로 표현하였고, 다양한 여성을 존중하고 평등하게 포용한다는 브랜드 철학을 알 수 있었다. 본 연구는 선행연구에서 다뤄지지 않았던 연구 대상으로 프라다와 미우 미우를 함께 살펴보았다는 점에서 연구의 의의를 가진다. 후속 연구로 프라다와 미우 미우에서 전개하고 있는 패션 필름 등의 다양한 콘텐츠를 활용하여 브랜드에서 전달하는 여성 이미지를 분석하는 연구를 제안한다.

References

Brooks, A. (2003). *Postfeminisms: Feminism, cultural theory and cultural forms* (Kim, M. H., Trans.). Seoul: Han Narae. (Original work published 1997)

Cho, Y. S., & Park, S. H. (2017). A study on female image in fashion designer brand campaign. *Bulletin of Korean Society of Basic Design & Art, 18*(1), 445-466.

Yim, E. H. (2018). The ambivalence of corset: Post-feminism perspectives. *Korea Fashion & Costume Design Association, 20*(4), 17-30.

개량연화(改良年画)와 월분패연화(月份牌年画)에 표현된 여성 이미지

이홍연, 임은혁+
성균관대학교 의상학과 박사, 성균관대학교 의상학과 교수+

1. 서론

특정 시기의 시각 매체에 재현된 여성 이미지에는 그 시대 여성의 라이프스타일, 여성 복식과 이상적인 여성의 몸 등에 대한 담론이 담겨있으며, 시대적 발전과 요구에 따라 변화하는 여성성을 반영한다. 본 연구는 근대 중국의 여성 해방과 여성성의 변화를 반영하는 19세기 말기에서 20세기 초중기까지 유행했던 개량연화(改良年畵)와 월분패연화(月份牌年畵)에 초점을 맞추어 여성 이미지의 유형과 그에 내포된 의미를 분석하고자 한다.

본 연구의 연구대상인 개량연화는 명청(明淸)시기 설에 집집마다 흔히 사용했던 연화(年畵, New Year Picture)를 바탕으로 청대 말기 계몽 신사상을 홍보하는 그림이다(Li, 2022). 월분패연화는 연화를 기반으로 청대 말기 민국 초기 등장한 새로운 유형의 상업광고 속성을 지닌 그림이다(Gong, 2015). 본 연구에서는 연구 목적을 달성하기 위해 문헌연구, 도상분석과 내용분석을 병행한다. 연구범위로는 27부의 전문 서적에 수록한 여성 이미지가 포함된 개량연화 21점, 월분패연화 227점의 총 248점 작품을 대상으로 하였다.

2. 본론

본 연구의 범위에 해당하는 근대 중국은 마지막 한족(漢族)이 통치한 명대, 이어서 마지막 봉건 왕조로 소속 민족 만주족(滿洲族)에게 지배된 청대, 그 이후 아편전쟁의 발발으로 반식민지 반봉건사회까지의 복잡한 사회 속성을 포함하여 다양한 변화를 겪은 시기였다.. 이러한 사회 배경에서 여성 이미지 유형과 그에 반영된 여성성을 분석하기 위해 수집한 총 248점의 개량연화 및 월분패연화에 대한 도상분석과 내용분석을 실시하였다. 이때 선행연구 *Femininity*(Brownmiller, 1985)와 *Chinese Femininities/Chinese Masculinities*(Brownell, 2002)에서 여성성을 구성하는 요소로 제시한 항목을 참고하여 여성의 신체, 복장, 자세와 대상 인물 수, 메이크업, 헤어스타일, 액세서리, 배경 등을 중심으로 나타난 특성을 분석하였다. 이를 통해 도출한 여성 이미지 유형은 다음과 같다.

첫째, 개량연화 속에 청말민초 여성 및 월분패연화에 나타난 민국 초기 여성은 상대적으로 전통에서 근대로의 과도기적 여성 이미지로 나타났다. 동양문화와 서양문화, 농경문화와 상업문화가 서로 영향을 미치면서 여성들이 전통적인 특성을 유지하는 동시에 서구적인 생활 양상도 드러내고 있었다.

둘째, 민국 중기, 즉 정치, 경제, 문화가 상대적인 안정된 시기로 접어들어 월분패연화와 함께 새로운 여성 이미지인 신여성이 등장하였다. 서구 문물의 유행과 여성 교육의 확산

으로 독립적인 신여성들은 서로 비슷한 트렌디한 외모를 나타냈다. 교육 수준 기준으로 구분된 지식인 신여성 및 소비생활과 패션에 초점을 맞추어 사치와 향락을 추구하는 패셔너블한 모던 걸의 두 가지 유형으로 나눌 수 있다.

셋째, 민국 중기 국민당 정부가 주도한 '신생활운동'에 의한 경제 불황의 계기로 등장한 '부녀귀가론'은 다시 여성들에게 전통성을 요구하며 신현모양처(新賢妻良母)가 등장하였다. 이에 따라 가정중심성, 종속성 및 모성성과 같은 전통적인 여성성이 다시 등장하였다. 따라서 월분패연화에 표현된 여성 이미지에는 계몽화되고 서구화된 여성성과 함께 전통적인 여성성이 공존하는 양면적인 특징이 나타났다.

넷째, 민국 중후기에 전쟁과 정치적 혼란으로 인해 안정되었던 경제 환경이 무너져 광고업 수요도 줄어든 가운데 월분패연화 속의 여성 이미지에는 에로틱한 표현이 많아져 여성이 성적 대상으로 나타났다. 이 시기는 서구 사상의 도입으로 성적 자유를 가진 여성 혹은 향락과 소비에 빠진 여성 집단, 오락 장소의 흥행으로 특히 기녀들이 사회에서 두각을 드러냈다.

다섯째, 민국 말기 항일전쟁이 발발함에 따라 전쟁의 여파로 국산품을 애용하자는 부녀국화운동(婦女國貨運動)이 일어났고 여성들도 남성 못지않게 강하고 굳세야한다는 의식이 퍼졌다. 이러한 사회 배경에서 월분패연화가 강한 상업적 속성으로 인해 국가적 여성 이미지가 소수 등장하였다.

3. 결론

본 연구는 19세기 말 20세기 초중기 중국이 여성성을 반영하는 개량연화와 월분패연화를 통해 그 시대의 여성성을 체계적으로 이해하고자 했다. 특히, 선행연구와의 차별적 접근으로 도출한 '전통에서 근대로의 과도기적 여성'은 근대 여성의 변화 속에서 중요한 전환점으로서 차지하고 있었다. 본 연구의 결과는 중국의 세분화된 현대 여성 이미지와 여성성을 연구하는 데 의미있는 자료가 될 것으로 사료된다.

References

Brownell, S., & Wasserstrom, J. N. (2002). *Chinese femininities/Chinese masculinities.* California: University of California Press.

Brownmiller, S. (1985). Femininity. New York: Ballantine Books.

Gong, J. P. (2015). *Modern beauties: calendar posters and Shanghai culture* [摩登佳麗--月份牌与海派文化]. Shanghai: Shanghai People's Fine Arts Publishing House.

Li, H. Y. (2022). Women's images and femininities represented in Nianhua, Improved Nianhua and Yuefenpai Nianhua. Unpublished doctoral dissertation, University of Sungkyunkwan, Seoul.

지속 가능한 업사이클링 모피를 사용한 리디자인

이다소미, 김혜경+
동덕여자대학교 패션전문대학원 박사과정, 동덕여자대학교 패션전문대학원 교수+

1. 서론

최근 '지속 가능'이 화두가 되고 패스트 패션 제품의 생산과 소비방식이 환경오염을 유발하는 주요 문제로 지적되었다. 환경을 지키기 위한 지속 가능 실천 방법 및 사례가 다양하게 발표되고 있다. 창의적 디자인과 빠른 유행, 소비자 만족이라는 측면을 중시하던 패션 산업이 환경보호, 윤리적 책임, 사회공헌 등 지속가능성을 모색하고 있다. 패션 기업들이 생산과 서비스 전반에 걸쳐 환경문제를 고려하고 폐기량을 줄이는 것은 패션 기업들의 사회적 책임이 되었다. 본 연구는 천연모피의 업사이클링을 통한 리디자인을 사례를 제시하여 현대 패션시장에서 친환경 소재의 지속 가능 활용전략을 규명하고 전연 모피소재의 지속경영과 나아가 글로벌화를 위한 자료로 제시하고자 한다.

2. 이론적 고찰

1) 지속 가능한 업사이클링 소재

업사이클링은 본연의 소재가 재사용될 때 품질이 떨어지는 것이 아닌 더 나아지거나 본연과 같은 품질의 수준으로 생산되는 개념이다. 소재의 재활용을 위한 다양한 방식 중 보다 효율적인 방법으로 환경을 파괴하지 않는 범위에서 생산된다. 다양한 기법으로 적용이 가능한 리디자인은 자원절약과 환경보호, 나아가 지속가능성을 실천할 수 있으며 이는 디자이너들이 다양한 방법으로 활용할 수 있다. 이에 여러 글로벌 패션 브랜드들이 업사이클링을 통한 다양한 제품 재사용 프로그램을 제시하고 있다.

2) 업사이클링 모피

본 연구는 천연소재인 모피의 업사이클링을 통한 리디자인을 제시 하고자 하며 이는 모피의 역사와 디자인, 생산과 판매, 그리고 폐기에 대한 정보를 통해 그 가능성을 제시하고자 한다. 모피의 보온성은 인류가 생존할 수 있게 자연환경으로부터 신체를 보호했고, 북유럽에서는 금이나 은보다 모피를 더욱 중요시하였고 존귀함을 인정받아 화폐로도 사용되었다. 아름다움과 희소성을 통해 착용 할 수 있는 모피 종류가 사회적 규범으로 등장할 정도로 사회적 이슈를 만들기도 하였다. 모피는 그동안 업계에서 리폼(Reform)이라는 용어로 수선 및 수리되어 왔다. 이는 모피업계에서 고객서비스 차원 또는 기존 의류 수선에서 고도의 수공예적 기법을 갖고 있는 경우에만 가능한 경영방식으로 지속가능성이 중요한 화두가 된 오늘날, 천연모피는 이미 환경적, 화학적, 상품성으로 업사이클링되고 있었다.

3. 업사이클링 모피를 활용한 리디자인

1) 리디자인

환경보호를 실천하기 위한 기업들이 내세우고 있는 것은 '재사용(reuse), 줄이기(reduce), 재활용(recycle)'의 단계 전에 경비 절감 및 보다 높은 이윤을 남길 수 있는 리디자인 단계가 먼저 실행되어야 한다는 것이다. 오늘날 리디자인은 디자인 변경의 일차원적 개념보다 사회적 문제의식을 디자인과 접목해 가치를 창출하는 방법으로 지속 가능한 디자인이라는 측면에서 대두되고 있으며 사용후 폐기되는 의류나 판매되지 못한 재고로 소각되기 전의 의류를 활용한다.

2) 리디자인 모피

본 연구에서는 의류 업사이클링 디자인을 통해 환경보호는 물론, 제품의 부가가치를 더욱 높일수 있는 천연 모피를 활용하였다. 첫째, 이미 만들어져 착용 된 적이 있는 모피의류 제품의 분해를 통한 구조적 업사이클링을 실행한 리디자인을 제시할 수 있다. 둘째, 구조적 변헝과 함께 소재의 커팅, 레디아웃, 봉재, 손 바느질 등 수공예 기업의 소재 변형 업사이클링을 실행한 리 디자인을 제시 할 수 있다.

4. 결론

본 연구는 최근 다양한 산업에서 발전 및 활용 되고 있는 업사이클링을 모피 소재에 접목하여 이를 리디자인 함으로써 천연 소재로서의 친환경적 상징성을 부각하고 시대의 흐름에 맞추어 새로운 디자인으로 지속 가능성을 제시 하였다. 의류 폐기량을 최소화 할 수 있는 소재 중 가장 활용 부분이 많은 모피소재의 업사이클링을 통한 리디자인 활성화를 통해 다른 여러 천연소재의 리디자인 가능성을 제안하고자 한다.

본 연구를 통해 천연 모피 소재의 지속적인 활용 가능성을 높게 평가 하고 이를 계기로 현대 패션 디자인에서 최근 화두가 되고 있는 업사일클링, 리사이클링 등 전문적인 관심을 통해 더욱 발전 될 수 있으며 현대 패션 브랜드들이 산업폐기물을 줄이고 자원 절약을 위해 노력하는 계기가 될 것으로 보여진다.

Reference

Kyo, S. Y. (2020). A Study of the Re-design for Upcycling of Fashion Products. Bu-kyung university.

Lee, Y. K. (2014). Sustainability and Emotional Design in Fashion. journal korea society of visual fesign forum. Vol.45, p321-330

Kim. M. J & Lee, K. J. (2022) A Case Study on Re:Design Collaboration for Sustainable Fashion Industry Revitalization. fash. bus. Vol. 26, No. 4:136-153

Seo, y & Kim, M. J. (2022) A Study on the Sacai Fashion Designs Analyzed with the Redesign Perspectives. fash. bus. Vol. 26, No. 4:18-31

페르시아를 배경으로 한 시대극 영화 의상의 현대적 해석

이효정, 정다운, 김양희+
인하대학교 의류디자인학과 석사과정, 인하대학교 의류디자인과 강사,
인하대학교 의류디자인학과 교수+

1. 서론

시대극 의상은 시나리오를 제외하고 당시 시대를 고증하여 재해석하기 때문에 복식의 역사에 있어서 중요하다. 페르시아 배경의 영화 의상은 당시 시대를 표현하는 수단으로 현대적 관점으로 재해석한 새로운 결과물이라는 점에서 본 연구가 시작되었다. 국내의 페르시아 복식 선행연구는 아케메네스왕조 시대 복식, 고대 종족의 바지 등 출토 복식을 바탕으로 한 연구(Yi-Chang, 2003; Yi-Chang, 2012;)와 고대 시대극에 나타난 영화 의상(Kim, 2012)에 관한 연구에 그치면서 한계점을 지닌다. 따라서 페르시아 복식의 현대적 재해석을 고찰하여 시대극 의상의 현황을 파악하고, 방향성을 제시하는 연구가 필요하다. 페르시아는 동양과 서양을 잇는 지리적 특성으로 문화와 정치적으로 받은 영향이 복식사에 드러난다. 복식사에서 중요한 가치를 지니고 있지만, 이집트와 같은 다른 고대 복식에 비해 남아있는 유물이 적어, 고증의 한계가 있다. 따라서, 현대에서 페르시아 복식은 재해석의 여지를 많이 가지고 있다. 본 연구의 목적은 출토된 페르시아 복식을 바탕으로 영화 의상을 분석하고 디자이너의 고증과 현대적 해석을 살펴봄으로써 페르시아 의상을 어떻게 현대적으로 재창조하였는지 분석함에 있다. 연구범위는 페르시아의 아케메네스왕조부터 이를 계승한 사산왕조까지를 배경으로 한 영화 '페르시아의 왕자: 시간과 모래(2010)', '300: 제국의 부활(2014)', '왕과 함께 한 하룻밤: 에스더 이야기(2006)'를 선정했다. 연구 문제는 다음과 같다. 첫째, 출토 복식과 문헌 연구를 통해 페르시아 복식 15개를 추출하고, 각 특징을 고찰한다. 둘째, 첫 번째 연구 문제를 바탕으로 영화 의상의 고증 여부를 분석한다. 또한, 각 영화를 담당한 의상 디자이너의 컬렉션, 인터뷰 및 관련 자료를 분석함으로써 영화에서 현대적으로 재해석한 복식의 특징을 연구한다. 셋째, 페르시아 시대극 의상의 고증과 재해석 부분을 비교하여 페르시아 의상의 현대적 해석의 특수성을 고찰한다.

2. 연구분석 결과

페르시아 시대극 영화 세 편에서 역사 복식의 표현 특성을 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, '페르시아의 왕자: 시간의 모래'와 '왕과 함께 한 하룻밤: 에스더 이야기'에서 튜닉과 바지, 코트 등 의복의 형태는 고증을 적극적으로 반영하고 있다. 두 편의 영화에서 튜닉이 등장하고, 소매와 도련에 선이 둘러져 있다. 바지를 착용하고 튜닉 위에 칼라가 있는 오픈형 코트를 입어 복식의 형태와 착장 방식이 고증을 반영하고 있다. 세 편의 영화에서 쓰개류는 피리지안 본넷, 터번, 머리띠형의 관으로 형태적 측면에서 고증을 따르고 있다.

둘째, 의상의 색상과 장식 및 장신구에서는 의상 디자이너의 재해석이 두드러지게 나타나고 있다. 본 연구에 사용된 재해석 개념은 한국의 전통 문양을 재해석한 디자인 연구(Lee & Kim, 2021)를 참고하여 페르시아의 전통 복식 요소를 현대의 특성에 맞추어 표현한 개념으로 사용되었다. '페르시아의 왕자: 시간의 모래'의 의상을 디자인 한 페니 로즈(Penny Rose)는 채도가 낮은 색상을 사용하여 고대 페르시아를 나타내고자 했고 '왕과 함께 한 하룻밤: 에스더 이야기'를 담당한 니타 룰라(Neeta Lulla)는 원색적인 색상을 사용하고 있다. 이러한 색채 경향은 페르시아 복식의 특징보다는 디자이너의 색채 경향이 반영된 것을 확인할 수 있었다. 디자이너 룰라는 큼지막한 장신구, 비즈 같은 현대적인 액세서리를 사용하여, 화려한 장신구를 강조하였다. 이는 페르시아의 부를 시각적으로 드러내고 있다. '300: 제국의 부활'을 담당한 알렉산드라 바이른(Alexandra Byme)은 블랙, 카키와 같은 현대적인 색의 사용과 이어커프 장신구로 여전사를 어둡지만 세련되게 표현했다.

셋째, 세 편의 영화에서 다양한 문화권의 문양이 혼용되어 있다. '페르시아의 왕자: 시간의 모래'에서 코트에 자수를 놓아 나선형 문양을 표현하였는데 이는 캐릭터의 강인함을 표현하고 있다. 그 외에 기하학적인 문양과 꽃문양, 다트 문양, 식물 줄기 문양, 직선과 곡선을 이용한 기하문 등이 나타난다. 금사로 문양을 새긴 것은 화려함을 부각시켜 지배계급의 권력과 부를 과시하기 위한 재해석으로 볼 수 있다.

3. 결론

페르시아는 실크로드의 한 길목으로서 여러 나라와 교역을 했기 때문에 동양과 서양의 영향을 동시에 받았고, 주변국과의 교류로 인해 복식의 형태만으로 페르시아를 표현하기에는 한계가 있다. 따라서 페르시아 특유의 문양과 쓰개류로 정체성을 표현하고 있다. 의상 디자이너는 고증을 통해 페르시아만의 색을 살리면서도, 디자이너의 개성이 반영된 재해석으로 영화 의상을 다채롭게 표현하고 있다. 이러한 시대극 의상의 재해석은 영화의 시대적 배경 특성을 강조하고 줄거리와 등장인물의 특징을 효과적으로 연출하고 있다.

본 연구는 페르시아 복식의 재해석 관점에서 살펴봄으로써 앞으로 어떠한 요소를 활용할 수 있는지 방향성을 제시한다. 또한 영화 의상의 특수성을 통해 시대극에서 의상이 갖는 역할의 다양한 방향성을 제시하는데 의미가 있다.

Reference

Kim, J. A. (2012). The Features of Regional Costumes on the Ancient Historical Play in the Movie Costumes. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, *18*(3), 72-84.

Lee, J. S., & Kim, C. H. (2021). A Study on Furniture Design Reinterpreted Korean Traditional Floral Doors. *Journal of the Korea Furniture Society, 32*(1), 43-54.

Shin, S. O. (2012). *A History of Costume in the West*(2). Seoul: Soohaksa.

Yi-Chang, Y. S. (2003). Costume Styles in the Reliefs of Audiencescene in the Apadanastairs of the Persian Achaemenid Period. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, *5*(1), 1-11.

Yi-Chang, Y. S. (2012). The Study on the Trouser of the Ancient Tribes. *Journal of the Korean Society of Costume*, *62*(8), 81-99. doi: 10.7233/jksc.2012.62.8.081

19세기 회화에 나타난 중세 복식의 재구성에 관한 연구

- 존 윌리엄 워터하우스의 작품을 중심으로 -

정예림, 정다운, 김양희+

인하대학교 전기컴퓨터공학과 석사과정, 인하대학교 의류디자인학과 강사,

인하대학교 의류디자인학과 교수+

1. 서론

존 윌리엄 워터하우스는 19세기 말에 활동한 라파엘 전파 화풍으로 유명한 영국 화가이다. 그는 그리스 신화와 중세 시대를 배경으로, 팜므 파탈을 회화의 소재로 삼았다. 빅토리아 시대의 여성상과 당대의 가치관을 워터하우스의 작품 분석으로 살펴볼 수 있다(Lee, 2012; Nam, 2008). 워터하우스가 그려낸 시대 중 특히 중세 시대는 더욱이 복식에 대한 재구성이 많지 않은 시대로, 본 연구는 19세기 관점에서 바라본 중세 복식의 특성을 연구할 수 있어, 학계에 유의미한 기여로 이어질 수 있다(Kim, 2008). 중세 시대 복식은 금욕성, 자연성, 신비성, 세속성인 속성을 가지며 성별에 대한 이분법적 사고가 팽배한 특징을 갖는다(Kim & Kim, 1997). 이는 빅토리아 시대의 여성상의 특징과 비교할 때 수 세기의 차이를 불구하고 상당한 공통점을 갖는다. 본 연구는 워터하우스의 작품을 통해 어떻게 그가 중세 시대 복식을 재구성했는지를 분석한다. 특히, 작품 속에서 고증된 부분과 작가의 해석이 반영된 중세 복식을 비교 분석한다. 더 나아가 19세기의 시대적 배경이 그의 작품에 미치는 영향력을 고찰하는 것을 목적으로 한다.

2. 연구 문제 및 방법

본 연구 문제는 다음과 같다. 첫째, 19세기와 중세 시대에 팽배해있는 성별에 대한 이미지 속성을 선별해서 각 속성에 해당하는 복식의 특징을 키워드로 추출한다. 둘째, 첫 번째 연구 문제의 키워드를 토대로 워터하우스의 작품을 통해서 그가 재구성한 중세 복식의 특징을 분석한다. 셋째, 두 번째 연구 문제의 분석 결과를 통해 작가의 시대적 배경이 작품에 어떻게 관여되는지에 대한 결론을 도출한다.

연구 방법은 다음과 같다. 워터하우스의 작품 중에서 중세 시대를 배경으로 한 인물 혹은 중세 복식의 특징이 나타난 회화 10점을 선별한다. 기존 연구들이 바라본 관점들로 선별된 회화가 갖는 특징을 정리한다. 중세 시대의 성별에 대한 가치관과 빅토리아 시대의 가치관을 비교 분석하여 정리한다(Kim & Kim, 1997; Kim & Kim, 2001). 이때 중심 키워드는 금욕성, 세속성, 자연성, 신비성, 순수성, 야수성으로 제한한다(Kim & Kim, 1997; Lee, 2002; Nam 2008). 이는 중세 시대의 주 속성 4가지와 빅토리아 시대의 주 속성 4가지의 합집합인 6가지 속성이다. 각 속성마다 꽃, 님프, 긴 머리 등의 회화에 있는 객체 키워드들로 구성되는 것을 활용한다. 이를 통해 작가의 작품을 표현하려는 의도에 따라 재해석이 되는 비중을 시대 복식에 대한 고증과 비교한다. 이는 고증이 제대로 된 부분과

재구성된 부분의 키워드 개수의 비율이 차이를 살펴봄으로서 진행한다.

3. 연구 결과

본 연구는 중세 시대를 배경으로 한 인물 혹은 중세 복식의 특징이 나타난 회화 10점을 분석한 결과로 다음과 같은 결론을 도출할 수 있다. 첫째, 워터하우스가 재구성한 중세 복식은 나신의 님프 혹은 악녀 적인 부분을 초점으로 재구성했다. 이는 중세 복식의 특징인 금욕성과 세속성에는 거리가 있는 키워드이지만, 자연성과 신비성은 유지되는 특징을 갖는다. 시대적 배경의 공통점이기도 했으므로 단순한 고증으로만 보기엔 한계가 있는 특징이 있다. 결론적으로 워터하우스가 재구성한 중세 복식은 금욕성이 야수성으로 변한 차이를 갖지만 자연성과 신비성은 유지하는 특징을 가진다. 둘째, 워터하우스의 재구성된 중세 복식은 색채와 여성의 포즈, 긴 머리카락 등에서 여성의 관능적인 요소를 부각한 방식으로 나타난다. 이는 금욕성을 갖던 중세의 특징 키워드와 거리가 있는 관능성이므로 중세 시대와 빅토리아 시대의 성별에 대한 가치관 및 여성성에 대한 가장 큰 이미지의 차이는 관능이다. 셋째, 작가의 시대적 배경이 시대 복식 재구성에 미치는 영향을 키워드의 개수로 비교했을 때, 고증에 대한 중요도는 더 낮다고 보기 힘들다. 이미 겹치는 시대적 키워드가 있었던 만큼, 고증되는 요소들이 더 크게 나타날 수밖에 없어서 키워드 개수 비율적 차이는 보기 힘들다. 이에 작가의 배경과 고증의 중요성은 비슷한 비중을 갖는다는 결론을 도출 할 수 있다. 본 결과는 두 시대에 공통적인 여성상에 대한 이미지가 크게 작용했기 때문에 결론을 도출하는 과정에서 적합한 지표를 찾지 못해서 생기는 한계점도 존재한다.

Reference

Lee, E. J. (2012). Panofsky's iconological interpretation of renaissance dress. *Journal of the Korean Society of Fashion Design, 12*(3), 79-96.

Nam, Y. S. (2008). Femme Fatale's Fashion Image in John William Waterhouse's Works. *Journal of the Korea Fashion and Costume Design Association, 10*(2), 11-25.

Kim, H. J. (2008). A Study on the Middle Age Costume Expression of France. *The Research Journal of the Costume Culture, 16*(2), 263-277.

Kim, T. Y., & Kim, M. J. (1997). A Study on the Aesthetic Values of Medieval Look Focus on Asceticism, Naturalism, Mysticism and Secularism. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 21*(8), 1353-1364.

Kim, J. S., & Kim, M. J. (2001). Study on the Femininity and the Ideal Beauty of Body Implied in the Fashion and the Anti-fashion Movement in the Victorian Period. *Journal of the Korean Society of Costume, 51*(2), 169-180.

Lee, E. J. (2002). The Relation of Fashion and Social Position of Women in Victorian era ; English Women's Costume. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association, 4*(3), 76-87.

크로셰와 리본을 활용한 로맨틱 패션디자인 연구

김민영, 마진주+
홍익대학교 패션대학원 패션디자인전공 석사과정, 홍익대학교 패션대학원 조교수+

1. 서론

본 연구는 감성을 중시하고 화려한 장식적 요소를 강조하는 로맨틱 패션에 다양한 장식적 디테일을 조합해서 새로운 로맨틱 디자인 개발하여 그 특성을 연구하는 데 목적을 두었다.

연구 방법은 먼저 전문서적 및 학술 논문 등 문헌고찰을 통해 로맨틱 패션에 대해서 살펴보며 크로셰와 리본의 개념, 특징에 대해 알아보았다 . 또한 크로셰와 리본이 다양하게 응용되고 세계적 패션 컬렉션에서 발표된 로맨틱한 무드의 작품을 분석하고자 한다.

연구 범위는 선정 브랜드에서 크로셰, 리본 디테일을 사용한 시즌 2017년 S/S부터 2021년 F/W까지로 한정 지어 국내외 패션잡지, Collection Book과 인터넷 사이트 등 패션 컬렉션을 참고하였다.

작품 분석은 브랜드 중 지속적으로 로맨틱 무드가 보이며, 크로셰나 리본 디테일을 사용했던 미우미우(Miu Miu),시몬 로샤(Simone Rocha), Cecilie Bahnsen (세실리아 반센), 빅터&롤프(Victor & Rolf)를 선정하여 작품을 분석하였다.

이론적 배경을 토대로 디자인을 연구, 실물 작품을 제작하여 다양한 장식적 디테일이 결합된 로맨틱 디자인 사례를 제시하고자 한다.

2. 본론

‘크로셰’는 니팅 기법의 한 종류로, 바늘에 항상 하나의 루프만 걸어지고 짜여 작업과정에서 풀릴 염려가 적어 코의 관리가 안전하며, 몇 가지의 기본 뜨기만으로도 단시간에 다양한 형태의 독립된 조직을 만들어낼 수 있다. ‘리본’은 ‘묶거나 장식을 위해 사용하는 길고, 가는 천 조각’ 이다(Oxford Dictionary, 2016a). ‘로맨틱’은 ‘과장된, 공상적인 , 감상적인 , 비현실적 것’을 의미하는 용어였으나 18 세기를 거쳐 다양한 의미로 분화하였고(Kim,2001) 오늘날 로맨틱이란 부드럽고 사랑스러운 이미지로 색조는 밝고 가볍게 표현되는 것으로 인식된다.

본 연구에서는 부드럽고 사랑스러운 이미지를 로맨틱 무드로 정의하고, 이에 관한 시각적 특징을 핑크, 바이올렛 등 소프트한 색감을 사용하며 프릴(Frill)과 셔링(Shirring) 디테일로 로맨틱한 무드를 연출했다. 꽃을 모티브로 사용한 크로셰를 응용하여 작품에 도입하고, 다양한 리본의 크기와 형태를 연구하여 조형성을 갖춘 디자인으로 새로운 감성의 로맨틱 룩을 전개하였다.

디자인 개발을 통한 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 다양한 디테일 활용을 중요한 요소로 활용하기 위해 크로셰 모티브 도안을 연구하였고, 소재의 특징과 크기에 따라 다르게 보이는 리본의 형태에 대해 연구하며, 디자인 포인트를 활용했다.

둘째, 실루엣은 주로 오버사이즈로, 메인 아이템 원피스의 스커트 부분은 풍성한 A라인으로 연출하였으며 스커트 길이의 변화로 곡선이 조화를 이루는 구성도 표현했다. 소매에는 셔링 디테일을 활용하여 볼륨감 있는 실루엣으로 구성하였다.

셋째, 소재는 광택이 있는 새틴과 비침이 있는 오간자를 믹스하여 사용 하였으며 , 크로셰는 신축성이 있는 면사를 사용하였다.

넷째, 컬러는 핑크, 바이올렛을 주로 사용하였으며 블루, 그린, 브라운을 포인트 컬러로 구성하였다.

아이템은 원피스 3 벌, 블라우스 1벌, 아우터 1벌, 팬츠 1벌로 총 6벌의 의상을 제작하였다.

3. 결론

21세기 전후 패션의 큰 흐름으로 자리 잡은 로맨틱 복식 양식은 19세기의 미적 특성이 현대 흐름 속에 융화되어 새로운 형식과 미를 창조해 내고 있다. 본 연구에서도 크로셰, 리본 디테일의 결합으로 정의된 의상은 새로운 로맨틱 형태로 창조해 나가는 것을 확인할 수 있었다.

연구 결과 크로셰와 리본을 활용한 로맨틱 패션디자인은 다양한 디테일의 결합으로 차별화되며 로맨틱 패션의 새로운 흐름에 대한 기초를 마련하는 데 의의가 있다.

본 연구는 크로셰와 리본을 결합한 현대 패션 사례 수 및 크로셰와 리본을 활용한 로맨틱 패션의 선행 연구가 부족하여 도출할 수 있는 연구 결과의 제한점이 있었다. 앞으로도 다양한 요소가 결합된 폭넓은 로맨틱 디자인의 후속 연구를 기대한다.

Reference

Kim, G. Y., Kim, S. Y., (2018). Various Expression Possibilities and Interactivity of Crochet Technique in Fiber Art - focused on artist research and researcher work -. *Bulletin of Korean Society of Basic Design & Art, 19*(5), 43-55.

Jeong, H. J., Syn, H. Y., & Hong, N. Y., (2018). A Study of Romantic Sportism Style by the Fusion Vocabulary of Fashion Image -Focusing on Trends from 2010 S/S to 2016 S/S-. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 42*(5), 753-768.

Park, S. Y., Cho, K H., (2007). A Study on the Romantic Costume Style - Focus on Women's Fashion before and after the 21th century -. *Journal of Fashion Business, 11*(1), 48-60.

럭셔리 패션 브랜드의 크래프트맨쉽 패션필름 특성

- Dior을 중심으로 -

박철웅, 임은혁+

성균관대학교 대학원 의상학과 석사과정, 성균관대학교 의상학과 교수+

1. 서론

21세기 4차 산업 혁명 이후 소셜 미디어의 등장은 유행 흐름에 민감한 패션 산업에서 활발하게 사용되고 있다. 다수의 패션 브랜드는 소셜 미디어를 활용하여 다양한 콘텐츠 공유를 통해 소비자와 커뮤니케이션을 시도하며 브랜드의 아이덴티티와 이미지를 구축한다. 이는 지금의 핵심 소비세대가 디지털 미디어 활용에 능숙한 형태인 '디지털 네이티브(digital native)'이기 때문이다. 패션 브래드의 디지털 커뮤니케이션 콘텐츠 중 두드러지는 성장을 하는 장르는 패션필름이라 할 수 있다. 다량의 패션필름 제작은 자본력과 기술력을 바탕으로 하는 경우가 많은바 거대자본의 럭셔리 패션 브랜드의 소셜 미디어 계정에서 적극적으로 활용된다. 대중적으로 공유되는 소셜 미디어는 럭셔리 패션 브랜드의 대중화를 가속화 하므로, 럭셔리 패션 브랜드가 추구하는 가치인 프레스티지(prestige) 유지와는 상충하는 전략으로 작용한다. 따라서 럭셔리 패션 브랜드는 불가피한 대중화 전략과 동시에 프레스티지 제고를 추구한다. 이를 위해 상대적으로 전통성과 헤리티지 측면에서 우위에 있는 럭셔리 패션 브랜드에게는 크래프트맨쉽(craftsmanship)을 패션필름을 통해 활용하는 것은 효과적이다. 크래프트맨쉽은 대중화로 인한 표준화와 유통의 확장이 이루어지는 가운데 브랜드의 독점적 위치 확립과 아이덴티티 유지 및 보호 기능을 하기 때문이다. 이에 본 연구의 목적은 럭셔리 패션 브랜드의 대중화로 인하여 유실되는 럭셔리 본연의 가치를 유지하며 변화된 소비세대에게 그 가치를 전달하는 것에 있어 효과적인 크래프트맨쉽의 특성이 표현된 패션필름의 특성을 분석하는 것이다. 기존의 크래프트맨쉽 패션필름 연구는 소비자와 브랜드에 기인한 마케팅 관점의 연구가 대부분이며, 크래프트맨쉽 패션필름 자체의 특성을 다룬 연구가 없는바 본 연구는 럭셔리 브랜드의 대중화의 시각에서 크래프트맨쉽 패션필름의 특성을 분석하고자 한다. 본 연구의 대상은 1957년부터 오트 쿠튀르 유지를 통해 전통성과 헤리티지를 보존하며, 이에 대한 크래프트맨쉽 패션필름을 소셜 미디어에 주기적으로 공유하는 럭셔리 패션 브랜드 디올(Dior)로 선정하였다. 연구방법으로는 디올의 소셜 미디어에 공유되는 크래프트맨쉽 패션필름 총 349편을 수집 및 분석하여 특성을 도출하였다.

2. 본론

디올의 소셜 미디어에 공유되는 크래프트맨쉽 패션필름을 통해 도출한 특성은 다음과 같다. 첫 번째는 다큐멘터리 형식이다. 디올의 크래프트맨쉽 패션필름은 감상자에게 분석

을 요구하지 않는 논 내러티브 구조로 나타난다. 특히 제작과정에 나타난 인터뷰와 해설은 정보 전달과 감상자의 이해를 도우며 브랜드의 장인정신과 헤리티지에 관하여 전달하고자 하는 가치를 설명한다. 두 번째는 촉지각(haptic) 유도다. 물리적 감각이 아닌 '만지고 있는 것 같은'과 같은 가상의 감각인 촉지각의 구축은 피사체를 극적으로 확대하여 촬영하는 클로즈업 기법을 통해 효과적으로 발생한다. 감상자에게 질감, 중량, 인식하기 어려운 디테일 등을 구체적이며 사실적으로 전달하여 촉지각을 감응할 수 있다. 감상자가 촉지각을 통해 획득한 정보는 오프라인 공간에서 촉각을 통해 감상자가 획득할 수 있는 정보보다 전문적이고 구체적일 수 있다. 세 번째는 디퓨전 라인으로의 확장이다. 기존의 오트쿠튀르와 시그니쳐 아이템과 더불어 코스메틱 제품의 케이스, 액세서리 제작 등 디퓨전 라인의 크래프트맨쉽 패션필름을 공유함으로 기존의 디올이 유지하는 이미지와 신뢰성을 디퓨전 라인에 전이시킬 수 있다.

3. 결론

본 연구는 크래프트맨쉽 패션필름이 대중화로 희석될 수 있는 럭셔리의 프레스티지 유지에 기여하며, 감상자에게 브랜드의 가치와 제품에 대한 정보를 효과적으로 전달하는 요소로 작용함을 밝혔다. 본 연구는 연구대상을 브랜드 디올의 소셜 미디어에 공유되는 크래프트맨쉽 패션필름으로 한정하였다는 점과 감상자의 실질적인 피드백을 다루지 못했다는 한계점을 갖고 있다. 차후 다양한 럭셔리 브랜드의 패션필름에 대한 후속 연구와 함께 댓글과 같은 패션필름에 대한 피드백 분석을 함께 하는 연구가 이루어진다면 균형 잡힌 시각을 도출할 수 있을 것이라 사료된다.

References

Choi, M. Y. (2011). The effect of new luxury fashion brand's product benefit on brand loyalty and brand commitment: Focus on dual path model by brand attitude and brand attachment. *Fashion & Textile Research Journal, 13*(5), 717-727.

Donzé, P. Y., & Wubs, B. (2019). Storytelling and the making of a global luxury fashion brand: Christian Dior. *International Journal of Fashion Studies, 6*(1), 83-102.

Lee, J. E., & Youn, S. Y. (2021). Luxury marketing in social media: the role of social distance in a craftsmanship video. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 33*(3), 826-845.

Kim, M., & Yim, E. (2020). Transmedia storytelling strategy of Gucci: Targeting generation Z. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textile, 44*(6), 1087-1106.

Park, J., & Rhee, Y. J. (2021). Analysis of digital marketing strategies of luxury fashion brands. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association, 23*(1), 87-102.

Son, B. (2015). The features of close-ups in realism films: Focusing on <Secret Sunshine> and <The day he arrives>. *Contemporary Film Studies, 11*(1), 253-276.

19세기 유럽 여성들의 여행 옷차림을 재해석한 여성복 디자인 연구

- 낭만주의 복식 시대를 중심으로 -

진예슬, 마진주+

홍익대학교 패션대학원 패션디자인전공 석사과정, 홍익대학교 패션대학원 조교수+

1. 서론

여행을 뜻하는 영어 단어 'travel'의 어원은 'travail'(고통, 고난)이다. 여행이 고통이나 고난이 아닌 쾌락이나 오락으로 여겨지게 된 건 교통수단이 발달하게 된 19세기에 이르러서였다. 이전에도 여행이 존재하지 않았던 것은 아니다. 17-18세기 유럽에서는 상류층 자제들이 그리스·로마 및 르네상스의 건축과 예술을 공부하고 고급 예법을 익히기 위해 프랑스와 이탈리아로 여행하는 그랜드 투어(Grand Tour)가 유행했다. 이때까지도 여행은 종교적 목적을 위한 게 아니라면 소수의 부유한 귀족층만이 누릴 수 있는 특권처럼 여겨졌다. 그런데 19세기를 거치면서 새롭게 성장한 중산층이 관광과 휴양을 위한 여행이라는 특권을 물려받게 된 것이다. 또한 19세기 후반에 들어서며 영국의 철도·기차라는 교통수단의 발달로 여행이 더욱 용이해졌다. 영국의 해변 도시 블랙풀을 해변 휴양지 및 관광지로 홍보하는 영국 철도 관광포스터를 보면 긴 드레스를 입은 채로 해변을 여행하는 여성들을 볼 수 있다. 이처럼 여행을 갈 때는 편한 복장이나 비치웨어를 챙겨가는 현재(2022년 10월 기준)와 달랐던 19세기 낭만주의 복식 시대(1820-1850) 여행 룩을 새롭게 디자인하는 것이 목표이다.

따라서 본 연구에서는 19세기 여성 복식 스타일에 대해 조사한다. 여행을 갈 때도 여성스러운 드레스와 액세서리를 착용했다는 점에 주목하여 여성의 아름다움에 주목할 수 있는 주제로 디자인을 전개한다. 따라서 새로운 디자인에 부합하는 부드럽고 우아한 곡선미가 돋보이는 디자인을 도출한 후 이를 '여행'이라는 주제와 결합하는 것에 의미가 있다.

이와 같은 연구 목적을 위해 다음과 같은 연구 문제를 설정하였다.

첫째, 19세기 낭만주의 여성 복식 스타일에 대해 살펴본 후, 부드럽고 여성스러운 실루엣과 디자인을 도출한다. 둘째, 19세기 초반 여성들의 여행 룩과 여행 아이템의 특성을 분석한다. 셋째, '여행'이라는 주제로 19세기 낭만주의 복식을 현대적인 여행 룩으로 재해석하고 디자인한다.

2. 본론

우선 연구 방법으로는 문헌 연구와 사례연구를 병행하고자 한다. 먼저 19세기 낭만주의 여성 복식 스타일과 그 당시 여행에 관한 자료를 살펴보기 위하여 패션 관련 사전, 복식사 관련 국내·외 서적, 선행 논문과 인터넷 자료를 통해 문헌 연구를 진행하고자 한다. 또한 정확하고 신속하게 정보를 공급받을 수 있는 패션 전문지 보그 온라인 사이트(www.vogue.com)의 자료를 활용하여 '여행'이라는 카테고리와 연결점이 있는 리조트 룩 컬렉션들을 살펴보고

새로운 디자인에 참고하는데 그 범위는 2007년부터 현재까지로 한다. 또한 '여행'을 연상시키는 텍스트를 활용한 텍스타일을 사용하여 여행이 주는 의미를 확실히 전달할 수 있도록 한다.

이러한 연구 방법으로 연구를 수행한 결과는 다음과 같다.

19세기 낭만주의 복식이 주는 로맨틱하고 우아한 실루엣과 디테일들을 활용하여 그 당시 여성들의 여행 룩이 담긴 의상을 현재 여성들도 착용할 수 있도록 디자인한다. 또한 그 당시 여성들이 복잡한 과정들을 거쳐 착용했던 옷을 현재에서도 간편히 착용할 수 있도록 전개한다. 거기에 여행이 주는 만족감과 행복감을 담은 텍스트를 사용하여 여행의 의미를 확실히 보여준다. 색감이나 소재도 부드럽고 화사한 컬러들을 사용하여 여성스럽고 부드러운 컨셉이 극대화될 수 있도록 전개한다.

3. 결론

본 연구의 결론은 다음과 같다. 과거나 지금이나 '여행'은 일상을 떠나 새로운 경험과 행복감을 인간에게 안겨주는 중요한 역할을 하는 요소이다. 이번 연구를 통해 19세기 여성들이 일상 생활 혹은 여행을 할 때 착용했던 의상들을 현재 여성들도 착용할 수 있도록 디자인하였다는 것에 목적이 있다. 따라서 현대에서 19세기 낭만주의 복식을 간편히 착용하고 활동 가능한 스커트, 팬츠, 블라우스 등으로 전개하였고 이와 더불어 여행이라는 주제에 걸맞는 썬캡이나 라탄 백과 같은 아이템들도 제작 및 스타일링하여 현대 여성들을 위한 새로운 여행 룩을 제시한다. 이는 창의적인 패션디자인을 위한 기초자료로써 제시할 수 있다는 데 의미가 있고 또한 연구 범위를 확장하거나 재정립한다면 또 다른 후속 연구를 제안할 수 있다는 이점도 있다.

Reference

Son, H. R. (2018). A study on the Decoration of Women's costume style from the 18th century to the 19th century. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association, 20*(1), 29-47, Feb. 2018.

Song, B. G. (2015). European middle class in the mid-19th century, immersed in the taste of vacation and travel. *Journal of the JoongAng Visual Economic History, 418*, 15.

동서양의 예술 및 스타일을 결합한 패션 디자인 연구

- 웨스턴 카우보이 스타일, 수묵화, 입생로랑 르스모킹룩을 중심으로 -

동가신, 마진주+

홍익대학교 패션대학원 패션디자인과 석사과정, 홍익대학교 조교수+

1. 서론

현대 여성 패션은 다양한 트렌드와 스타일에 따른 디자인들이 공존하고 있다. 그 중 다른 장르에서 나타낸 특징을 참고해서 새로운 표현 방법으로 새로운 여성 이미지와 룩을 탄생시키기도 한다. 이에 본 연구는 세 가지의 동 서양의 다른 예술 및 스타일들을 선택해 재해석한 디자인을 개발하고자 한다. 웨스턴 웨어(Western wear)는 19세기 와일드 웨스트(Wild West)에서 입는 옷에서 독특한 스타일을 파생시킨 남녀 의류 카테고리이다. 웨스턴 감성으로 미국 서부 개척 시대의 카우보이나 개척자들의 거친 삶에서 영감을 얻은 고전적인 복장으로, 활동 미와 야성적 이미지를 표현하는 스타일이다. 중국의 전통 수묵화는 현대 패션 세계에 새로운 영감을 주는 예술 표현이다. 수묵화는 동양화가 서양화와 다른 점을 단적으로 표현하고 있다. 동양의 음양오행 사상에서는 일찍부터 서양에서 색으로 간주하지 않는 흑과 백을 오색에 포함시켜 인식했던 점이 수묵화의 발달과 밀접한 관련이 있을 것이다. 또한 여성 자신감을 표현하는 기존 남성복에서 여성복으로 발전시키는 룩이 있다. 이브 생로랑의 르 스모킹 룩이다. 이브 생로랑은 남성들의 전유물이었던 턱시도 정장을 여성복 라인 '르 스모킹(Le Smoking)'을 만들어 여성의 패션을 해방시키는 데에 중요한 발판을 마련하였다. 이러한 예술 및 패션 스타일들의 재결합을 통해 본 연구는 새로운 여성 패션 디자인을 탐구하고 재해석하고자 한다. 연구 방법은 다음과 같다. 첫째, 웨스턴 웨어 중 카우보이 룩의 기존 아이템, 패턴, 특징과 카우보이의 성격, 환경, 정신, 복장 등을 탐구한다. 그리고 르 스모킹 룩의 디자인 특징을 분석한다. 마지막으로 수묵화의 개념, 역사, 표현 및 기법에 관한 특징 등을 고찰하고 이를 디지털 드로잉 방식으로 재해석한다.

2. 본론

본 연구의 내용은 다음과 같다. 먼저 카우보이 스타일은 미국 19세기 나타난 서부의 거친 지형을 극복하기 위해 고안된 웨스턴룩이다. 웨스턴 웨어는 일반적으로 진주 스냅 패스너와 부케로 디자인 악센트가 있는 웨스턴 셔츠, 청바지, 카우보이모자, 가죽 벨트 및 카우보이 부츠 중 하나 이상을 포함한다. 1800년대에는 카우보이의 역할을 여성이 수행하는 카우 걸이 나타나 카우보이와 같은 웨스턴 웨어를 착용하기 시작했다. 카우보이에 내포된 용감하고 거친 이미지는 현대사회 여성들이 추구하는 이미지와도 맥락을 나란히 한다. 웨스턴룩은 지금까지도 계속 재해석되어 현대 패션에 나타나고 있다. 그 예로 고전적인 커트니 웨스턴 룩과 현재의 도시적이고 세련되며 우아한 시티 웨스턴룩이 있다. 이브 생로랑은 1930년대의 여배우 마를레네 디트리히(Marlene Dietrich)의 남장 사진에서 영감을 받았다고 한다. 이브 생로랑은 더 나

아가 1968년 1월에 브래지어를 하지 않은 채로 가슴이 다 비쳐 보이는 파격적인 시스루 룩을 선보였는데 페미니스트들은 이를 여성 해방의 상징처럼 여기며 환영했다. 당시 매우 과감한 디자인이었던 시스루 룩은 훗날 디자이너들에게 영감을 주는 중요한 모티프가 되었고 2010년을 전후해서는 연예인 뿐 아니라 일반인 사이에서도 매우 유행하여 일상적으로 착용하는 옷이 되었다. 르 스모킹 룩은 턱시도의 프랑스 이름으로 그 당시 남성들이 담배 냄새가 몸에 베이지 않도록 하기 위해 흡연실에서 입던 옷이었다. 이 옷을 여성에게 어울리도록 재탄생시켰고 편안하고 당당한 분위기를 자아내는 패션으로 승화시켰다. 이전까지 여성들이 바지를 입는 것은 흔치 않은 일이었기 때문에 재킷과 팬츠를 매치하는 르 스모킹 룩은 당당하고 자신감 넘치는 여성성의 상징이 되어 여성주의 운동의 중심에 있었다 할 만큼 큰 반향을 일으켰다. 그러므로 여성의 새로운 복장이 탄생했다. 높은 허리 선과 곧게 떨어지는 바지라인, 옅은 대각선 스트라이프, 큰 라펠과 화이트 셔츠로 설명되는 르 스모킹 룩 은 작년부터 시작된 와이드 팬츠 열풍과 더불어 뭇 화보와 미니멀 패션에서 종종 눈에 띈다. 동양 수묵화는 현대패션에서 활발히 재해석되고 있다. 대표적인 사례로 2014년 한국 디자이너 이상봉, 이영희 씨가 제17회 인천아시아 경기대회 공식 환영행사에서 '나이트 오브 패션 앤 컬처'에서 수묵화를 재해석해 패션쇼를 진행했다. 또한 2015 F/W 뉴욕 패션위크, 이상봉 수묵화와 다양한 소재 믹스 매치로 컬렉션을 열렸다. 또 킨키 쓰요시가 본인이 직접 그린 수묵화를 활용해 밀라노에서 컬렉션 쇼를 했다. 2021 전남 국제 수묵 비엔날레에서 또한 수묵화와 접목한 패션쇼를 개최했다. '가이아 전설·공영(HEAVEN GAIA)' 2020년 봄여름 파리 패션 컬렉션에서 중국 문화 요소를 사용해서 수묵화로 표현을 했다. 이렇게 수묵화는 현대 패션에서 직접 소재에 붓으로 그리거나, 수묵화 형태를 원단으로 만들어 표현하는 등 다양한 방법으로 재해석되고 있다. 디자인 개발에서는 이 세 가지 장르의 표현적 특징을 도출해 웨스턴 카우보이 대표적인 아이템들 중에서 태슬, 피펫, 핫픽스, 자수 등의 표현과 연구자가 직접 그린 수묵화를 조합해 소재 개발을 진행하였다. 컬러는 수묵화에 나타난 흰색과 검정색을 활용하였으며, 면, 폴리에스터, 가죽 등의 소재도 사용하였다. 아이템 개발으로는 르 스모킹 룩 블레이저, 세미 와이트 팬츠, 흰 셔츠 아이템과 웨스턴 룩에 나타난 부츠컷 팬츠, 크롭 상의, 하이웨이스트 등을 차용하였다.

3. 결론

위와 같이 디자인 연구 및 개발을 통해 다음과 같은 연구 결과를 도출하였다. 디자인에서 웨스턴 카우보이 룩에서 디자인 특징을 추출 및 적용하였고, 동양 자수 기법으로 수묵화를 재해석했다. 또한 여성의 과감하고 자신감있는 아름다움을 표현하고자 해 각 스타일별 디자인 특징을 부각시키고자 했다. 세 가지의 아예 다른 장르를 재조합하는 것에 어려움이 있었지만 서로 다른 동서양의 예술 및 스타일을 결합해 새로운 이미지의 패션 디자인 연구를 시도했다는 점에서 의의가 있다고 할 수 있다.

Reference

Murdoch, D. H. (1973). *Eyesitness Cowboy* Wikipedia, Retrived October 17, 2022 from http://wikipedia.org/wiki/western wear

Hahn, S. Y. & Yang, S. H. (2009). A Study on Hybrid Reflected on Western Style Fashion. News Worker, Retrived October 27, 2021 from http://www.newsworker.co.kr

서울을 중심으로 한 국내 패션 투어리즘

김태엽, 예민희, 임은혁+
성균관대학교 의상학과 석사과정, 성균관대학교 디자인학과 겸임교수,
성균관대학교 의상학과 교수+

1. 서론

최근 K-Pop, K-Drama를 포함한 K-문화가 글로벌 시장에서 큰 주목을 받으며 한국 패션 산업의 영향력까지 확장되었고, 이를 경험하기 위해 직접 서울을 찾는 외국인 관광객이 증가하고 있다. 2018 서울시 외래 관광객 실태조사에 따르면 한국을 방문한 외국인 관광객이 서울에서 화장품뿐 아니라 의류와 액세서리 등의 패션 상품을 구매하고 K-POP 스토어를 방문하는 등 한국 문화의 전반을 체험하고 있다고 하였다. 비록 팬데믹의 여파로 2019년부터 관광 산업의 큰 위기가 지속되고 있지만, 각국의 방역 정책이 완화되는 등 다시 해외 관광이 정상적으로 재개할 수 있을 것이라는 기대가 있다.

따라서 본 연구는 최근 성장하고 있는 K-문화의 영향력이 점차 패션의 영역까지 확장되고 있다는 사실에 주목하여 서울을 중심으로 패션 이벤트 공간, 패션 매장, 거리, 플래그쉽 스토어 등을 살펴보고, 패션 투어리즘으로서의 가능성을 분석하고자 한다. 서울 내 특정 지역을 중심으로 다양한 패션 이벤트가 개최되고 있고, 럭셔리 패션 브랜드의 플래그쉽 스토어가 확장되고 있지만 서울을 중점적으로 분석한 패션 투어리즘에 관한 선행연구는 이루어진 바 없다. 이에 본 연구는 문헌 및 선행연구를 바탕으로 패션 투어리즘의 개념을 고찰하고, 국내 패션 매장과 이벤트가 중심적으로 열리는 서울 내 지역에 관련한 책자와 소셜 미디어 콘텐츠, 뉴스 등을 살펴본 후, 패션 투어리즘의 시각에서 서울의 가능성을 논의하고자 한다.

2. 본론

패션 투어리즘은 패션을 경험하고 탐색하기 위해 도시를 방문하는 사람들과 이와 관련한 다양한 집단들이 함께 이루는 집단 사회 간 상호작용이다(Ye & Yim, 2019). 현재 패션 투어리즘과 관련한 선행연구로는 주로 해외에서 이루어지고 있으며, 관광의 관점에서 패션 투어리즘의 구성요소를 분석한 연구가 진행되었다. 패션 투어리즘의 구성은 숙박시설, 패션박물관, 패션위크, 매장 건축물이 대표적이었으나, 요즘은 특정 거리와 편집매장까지 그 요소가 다양화되고 있다. 그 중 첫째, 패션박물관은 패션과 관련한 자료를 관리하고 전시하는 박물관들을 총칭하는 것으로 기존 박물관의 전통적인 기능보다 최신의 트렌드를 반영한 전시나 교육에 초점을 두어 대중과 소통한다. 다음으로 패션위크는 디자이너들이 컬렉션을 발표하는 패션쇼가 집중적으로 열리는 특정 주간을 의미한다. 패션위크는 팬데믹으로 인해 한동안 디지털 온라인 패션위크로 대체되었으나, 최근 오프라인 쇼가 재개되

면서 패션위크는 패션 산업 내부자들을 위한 행사에서 나아가 도시의 문화예술 행사로 확장되었다. 마지막으로, 매장 건축물 또한 현재 패션 투어리즘의 요소 중 하나로 지역 랜드마크의 역할을 하고 있다. 패션 플래그쉽 스토어가 대표적이며, 예술적인 외관뿐 아니라, 레스토랑, 카페, 갤러리 등 다양한 내부 시설로 건축물 자체가 방문의 목적이 되는 것을 넘어 방문객들에게 패션 경험을 제공하여 패션 도시로 변모하는데 기여하고 있다.

이와 같은 측면에서 서울은 패션 투어리즘으로 기능할 수 있는 잠재적 가능성이 있다. 더불어 서울패션위크가 정기적으로 열리는 동대문 디자인 플라자(DDP)는 대표적인 패션 이벤트 공간으로, 루이비통, 샤넬 구찌 등 글로벌 럭셔리 브랜드들의 프로모션 전시가 개최되었고, 보그 코리아와 같은 패션미디어에서도 전시를 열어 관광객을 끌어들였다. 현재 DDP는 해외 바이어와 언론 등에게 K- fashion을 홍보하는 대표적인 장소로서 서울이 패션 도시로 인식되는데 기여하고 있다. 패션 이벤트 공간 외에도 홍대, 이대, 압구정, 청담동, 동대문, 명동 같은 서울의 패션거리들은 국내를 소개하는 해외 여행 책자에서는 물론, 해외 유튜버들과 인플루언서에 의해 자주 소개되며 인스타그램, 유튜버, 틱톡 등 다양한 소셜 미디어 플랫폼에서 많은 포스팅이 이루어지고 있다. 이러한 지역들은 한국전쟁 이후 명동의 양장점들을 중심으로 컬러 TV 방송, 교복 자율화, 서울 올림픽 개최, 패션광고 및 유명 기성복 브랜드 출시 등의 변화를 겪으며 특색 있는 패션중심지들로 형성하였고, 최근에는 성수동, 한남동 등으로 그 영역을 점차 확대해가고 있다. 최근 이러한 지역에 유동인구가 증가해 지역 상권 활성화에 기여하고 있다. 이처럼 서울의 패션중심지들은 시대적 흐름과 상황에 따라 범위가 변화하고 있으며, 국내 패션 투어리즘으로서 다음과 같은 역할을 하고 있다. 첫째, 국내에서 생겨나고 있는 패션 공간들과 매장들은 그 자체로 방문의 목적이 될 수 있는 특징과 경험적 요소를 가지고 있다. 둘째, 패션 공간에서 펼쳐지는 다양한 문화·예술 행사들은 도시재생과 이미지 제고에 기여한다. 셋째, 점진적으로 패션 이벤트와 경험에 대한 수요가 증가하면서 해당 공간이 위치한 지역의 상권 활성화를 기대할 수 있다.

3. 결론

본 연구의 결론은 다음과 같다. 서울패션중심지에 위치한 패션거리, 패션매장, 럭셔리 플래그쉽 스토어, 패션 이벤트는 서울을 패션 도시로서 기능하게 하며, 패션을 목적으로 한 관광의 배경이 될 수 있다. 이러한 패션 투어리즘의 요소들은 문화적으로 작용하여 결과적으로 도시 이미지를 문화예술도시로 변화시키는 데에 기여한다. 본 연구는 점차 방역정책이 완화되고 관광이 활기를 띠는 시점에, 그동안 연구가 이뤄지지 않았던 국내 패션 투어리즘에 관한 가능성을 논의하고, 패션 투어리즘이라는 시각으로 관광지로서의 서울의 가능성을 살펴본다는 점에서 의의가 있다.

References

Breward, C., & Gilbert, D. (Eds.). (2006). *Fashion's world cities*. Oxford & New York: Berg Publishers.

로코코 패션을 테마로 하는 현대 컬렉션의 경향 분석

- 2000년대와 2020년대 컬렉션의 사례를 중심으로 -

허젠리, 정다운, 김양희+

인하대학교 의류디자인학과 석사과정, 인하대학교 의류디자인학과 강사,
인하대학교 의류디자인학과 교수+

1. 서론

관능적이고 향락적인 로코코 패션은 현대 디자이너들에게 끊임없는 영감의 원천이 되어오며, 당대 패션 트렌드와 디자이너의 경향에 따라 재해석되고 새로운 스타일로 진화되었다(Lee & Lee, 2014). 학계에서도 로코코 패션이 현대 패션 디자인에 미치는 영향력에 관해 다루는 연구가 활발하게 진행되어왔지만(Lee & Lee, 2014; Lee & Lee, 2012), 2000년대 이후 발표된 컬렉션을 대상으로 하는 연구가 미비하여, 본 연구의 필요성이 있다. 본 연구의 목적은 로코코 패션을 주제로 한 2000년대 초반 컬렉션과 2020년대 이후 컬렉션을 비교 분석을 하는 것이다. 이를 통해 로코코 패션을 영감으로 한 현대 패션 디자이너의 표현 경향이 20년의 세월 차이에서 패션 디자인 트렌드에 따라 어떤 변화가 있는지 살펴보았다. 연구 범위는 2020년대와 2000년대에 로코코 시대를 주제로 한 컬렉션으로 선정하였다. 구체적인 컬렉션은 톰 브라운(Thom Browne) 2020S/S, 모스키노(Moschino) 2020F/W, 루이비통(Louis Vuitton) 2022S/S 컬렉션과 크리스찬 라크르와(Christian Lacroix) 2005F/W, 크리스천 디오르(Christian Dior) 2007F/W, 돌체앤가바나(Dolce & Gabbanna) 2009 F/W이다. 선정한 사례는 모두 18세기 패션, 마리 앙투아네트(Marie Antoinette) 또는 로코코 패션을 컬렉션의 주제 또는 주된 영감임을 디자이너가 밝히고 있다.연구 문제는 다음과 같다. 첫째, 문헌 연구를 통해 패션 컬렉션 분석하는 요소를 추출한다. 추출한 테마, 실루엣, 색상, 소재 및 디테일, 아이템 및 장신구 다섯 가지 요소는 컬렉션 사례연구의 분석 틀로 구축한다. 둘째, 2000년대 컬렉션과 2020년대 컬렉션에서 로코코 패션이 활용된 사례를 분석한다. 셋째, 두 번째 연구 문제의 연구결과를 토대로, 두 시대에서 로코코 패션을 영감으로 활용한 경향성을 고찰한다.

2. 연구 분석 결과

연구 분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 현대 컬렉션의 주제에 있어서 로코코 패션과 다른 시대의 스타일을 크로스 오버하며 새로운 감성의 디자인을 재창조하고 있다. 2020년대 컬렉션의 사례 중 모스키노는 1960년대 유행했던 미니스커트에 로코코 감성을 더해 브랜드의 정체성을 극대화하고 있었으며, 루이비통은 아르데코의 색채와 로코코의 파니에 스타일을 융합하며 컬렉션을 전개했다. 2000년대 컬렉션은 근세 복식을 재현하는 경향이 나타났다. 라크르와는 낭만적인 플로럴 자수와 자카드를 사용하며 로코코와 바로크 복식의 감성을 재현하였고, 돌체앤가바나 역시 로브 아 라 프랑세즈와 파니에의 실루엣을 통해 로

코코와 바로크 복식이 연상되는 컬렉션을 선보였다. 둘째, 2000년대 컬렉션이 로코코 패션의 소재와 색채 요소가 적극적으로 활용되고 있다. 라크르와는 플로럴 문양의 브로케이드와 레이스를 주소재로 사용하였고, 디올은 실크, 새틴, 오간자와 같은 광택이 있는 부드러운 소재와 파스텔톤으로 컬렉션을 구성하고 있다. 돌체앤가바나의 컬렉션 역시 보석이 박힌 벨벳, 태피스트리 프린트의 쉬폰 등을 사용하며 로코코 패션의 특징을 드러내고 있다. 반면에, 2020년대 컬렉션은 진주, 보석, 리본 등 세부적인 장식을 제외하고는 디자이너의 독창성을 바탕으로 아방가르드한 감성을 표현하고 있다. 톰 브라운의 대표 색상이라고 할 수 있는 회색 플란넬 수트와 빨강, 하양, 파랑 스트라이프를 페티코트, 러플 등의 로코코 패션의 요소를 적절하게 섞었다. 루이비통 역시 데님과 로코코 패션을 접목하였다. 모스키노는 마리 앙투아네트를 컬렉션의 모티브로 하며 로코코 패션의 스타일을 재현하면서도 가죽 바이커 재킷, 테리우스와 캔디가 연상되는 만화 캐릭터 같은 이질적인 요소들을 혼합하며 모스키노의 펑키한 감성을 감각적으로 표현하였다.

3. 결론

본 연구는 현대 패션 컬렉션에서 로코코 패션을 주요 모티브로 전개한다는 공통점이 있지만, 시대에 따라 주제를 해석하는 방식에서 차이가 있음을 확인할 수 있다. 특히, 20년의 세월 차이가 있는 두 시대는 당대의 트렌드 경향과 브랜드의 아이덴티티에 따라 로코코 패션을 소재로 삼는 요소가 다르게 나타났다. 2000년대는 로코코 패션의 섬세하고 여성스러우면서도 화려한 감성이 컬렉션에서 주된 분위기로 이어지고 있는데, 이는 당시의 패션 트렌드가 클래식, 엘레강스, 로맨틱, 빈티지를 키워드로 하는 것과 밀접한 관계를 볼 수 있다(Ryu, 2010). 대조적으로, 2020년대 컬렉션은 아방가르드와 스트리트 패션의 감성이 로코코 패션과 어우러지며 이질적인 감성이 컬렉션의 분위기를 지배하고 있었다. 이는 코로나19로 인한 팬데믹 현상 이후, 복고풍과 노스탤지어 감성이 주요 트렌드로 떠오른 시대적 배경에서 원인을 찾을 수 있었다. 또한, MZ세대가 하이엔드 패션 시장에서 주된 소비자층으로 성장하면서 오버사이즈와 스트리트 패션이 인기를 얻은 현황과도 연결고리를 찾을 수 있었다. 본 연구는 2000년대 이후 20년의 세월 차이를 두고 현대 패션에서 로코코 여성 복식을 영감으로 삼아 새롭게 창조된 스타일을 사례 연구하였다. 로코코 패션이 현대 패션에 미친 영향을 분석하고, 현대 스타일의 재발견이라는 점에서 본 연구는 복식사적 의의가 있을 것으로 생각한다. 향후 연구에서는 연구의 범위를 남성복으로 확장하고, 근세 복식을 통합적으로 연구한다면, 심도 있는 결과를 얻을 수 있을 것이다.

Reference

Lee, H. H. & Lee, Y. K. (2014). Rococo Fashion in Modern Costume. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association, 16*(2), 41-53.

Lee, M. J. & Lee, I. S. (2012). Analysis on Fashion Style of Salon Cultural Era Reflected on the Contemporary Fashion, *Journal of Korean Society of Costume, 62*(1), 14-28.

Ryu, H. J. (2010). Trend Image and Major Trend of Fashion Since 2000. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association, 12*(3), 73-82.

유튜브 콘텐츠에 나타나는 캡슐 옷장 실천 경험과 동기

최혜진, 정지운, 전재훈+
서울대학교 의류학과 석사과정, 서울대학교 의류학과 박사과정, 서울대학교 의류학과 부교수+

1. 서론

최근 패스트패션으로 인해 급속도로 빨라진 패션 사이클로 소비자의 환경 문제와 지속가능성에 대한 인식이 높아지고, 또한 물질만능주의적 소비에 대한 재고가 이루어지고 있다. 이에 캡슐 옷장(Capsule Wardrobe)을 실천하고 소셜 미디어를 통해 그 경험을 공유하는 사람들이 점차 늘어나고 있다. 캡슐 옷장은 여러 시즌에 걸쳐 입을 수 있는 아이템으로 구성된 최소한의 옷장으로, 캡슐 옷장의 실천은 오래 착용가능한 질 좋은 상품을 선택함으로써 궁극적으로 소비자 차원의 지속가능한 의류 사용에 기여하는 행동이다. 이에 본 연구는 유튜브 콘텐츠에 나타나는 캡슐 옷장의 실천 방법과 동기를 살펴보는 것을 목적으로 하였다. 인스타그램에 나타난 캡슐 옷장의 실천 동기를 살펴보고 미디어에 그 실천을 공유하는 동기를 분석한 선행 연구(Bedford & Lim, 2019)가 있으나, 본 연구는 텍스트나 이미지 정보 위주의 인스타그램이 아닌 동영상 형식의 유튜브를 분석함으로써 캡슐 옷장의 실천을 더 깊이 있게 살펴보고자 하였다.

본 연구를 위해 2022년 9월 1일 유튜브 검색창에 ‘Capsule Wardrobe’과 ‘Project 333’을 입력하고, 조회 수 정렬을 통해 ‘Capsule Wardrobe’관련 상위 10개와 ‘Project 333’관련 상위 5개의 유튜브 채널을 도출하였다. 15개의 채널 중 내용 분석을 위해 ‘Capsule Wardrobe’, ‘Project 333’, ‘Outfit challenge’ 그리고 ‘옷장 정리’ 관련 제목을 중심으로 각 채널에서 최대 5개의 영상을 선정하고, 검색 시점으로부터 3년 이상 된 영상을 제외한 후, 최종적으로 52개 영상을 사례 분석의 대상으로 하였다.

2. 이론적 배경

캡슐 옷장의 개념은 1970년대 수지 폭스(Susie Faux)에 의해 처음으로 소개되었다. 폭스는 캡슐 옷장을 만들면 더 자주 입을 수 있는 고품질의 옷을 구입함으로써 더 적은 옷을 살 수 있고, 자신감과 성공을 느낄 수 있다고 설명하였다(Bang & DeLong, 2022). 이후 1985년 도나 카란(Donna Karan)이 그녀의 첫 번째 컬렉션 ‘Seven Easy Pieces’를 발표하면서 캡슐 옷장이 다시 주목받게 되었다. 카란과 폭스는 캡슐 옷장을 통해 현대의 직업여성이 고민 없이 당당하고 멋지게 차려입을 수 있는 솔루션을 제공하고자 하였다. 캡슐 옷장이 재등장한 것은 2010년 코트니 카버(Courtney Carver)가 미니멀 라이프스타일의 일환으로 시작한 Project 333을 통해서이다. 33개의 아이템으로 구성된 옷장으로 3개월간 입는 패션 챌린지인 Project 333은 자세한 규칙이 존재한다. 카버는 환경적 측면을 고려하여 Project 333이 시작된 것은 아니지만, 이는 Project 333의 장점 중 하나라고 설명하였다.

3. 연구 결과

본 연구의 결과는 다음과 같다. 먼저 캡슐 옷장 실천 방법에는 캡슐 옷장의 개념을 바탕으로 다양하게 매치할 수 있고 유행을 타지 않는 좋은 품질의 옷으로 옷장을 재구성하여 실천하는 방법과 Project 333 챌린지의 규칙을 따르는 방법, 인터넷에 있는 다양한 캡슐 옷장 체크리스트를 참고하는 방법, 그리고 소유하고 있는 옷 전체를 살펴보며 보관, 기부 또는 판매, 처분으로 분류하여 실천하는 방법 등이 있었다. 본 연구는 영상 기록이 용이하여 구체적 실천 과정과 방법을 살펴볼 수 있는 유튜브 분석을 통해 실천 방법을 분석한 점에서 인스타그램을 대상으로 한 선행연구(Bedford & Lim, 2019)와 차별화된다.

한편 선행연구에서 밝힌 캡슐 옷장 실천의 내적 동기는 본 연구에서도 동일하게 나타났다. 캡슐 옷장의 실천 동기는 경제적, 윤리적, 미적, 개인적 동기로 유형화되었다. 경제적 동기에는 시간과 돈 절약, 충동구매의 지양, 보유 의류의 최대 활용 등이 있었으며, 윤리적 동기에는 환경친화성, 의식 있는 삶(intentional living) 추구 등이 있었다. 특히 캡슐 옷장을 실천함으로써 보유 의류를 최대한 활용하여 충동구매를 줄이고 환경친화성과 의식 있는 삶을 추구하는 경제적 및 윤리적 동기를 통해 실천자들의 지속가능한 패션에 대한 관심을 확인할 수 있었다. 한편 과거의 폭스, 카란, 그리고 카버는 스타일리시함과 자신감 그리고 미니멀 라이프스타일을 위한 미적, 개인적 동기로 캡슐 옷장을 시작하였는데, 현재의 캡슐 옷장 실천자들에게도 여러 가지 미적, 개인적 동기가 나타났다. 구체적인 미적 동기로는 스타일링 고민의 해결, 개인 스타일의 발견 또는 강화, 여유롭고 정돈된 공간 추구 등이 나타났다. 마지막으로 개인적 실천 동기에는 미니멀 라이프스타일의 추구, 무질서한 옷장과 스타일링 고민에서 오는 피로 및 스트레스의 해소, 심리적 만족감, 정체성과 창의성의 강화, 호기심 등이 있었다. 또한 캡슐 옷장을 꾸준히 지속하고자 하는 실천자들의 지속 동기에는 특히 시간 절약, 스타일링의 편리함, 심리적 만족 등이 가장 두드러졌다.

4. 결론

본 연구의 결과, 캡슐 옷장 실천 동기 유형은 모두 비슷한 비중으로 언급되었는데, 이는 캡슐 옷장이 다양한 동기가 함께 작용한 실천임을 보여준다. 또한 캡슐 옷장은 개인의 라이프스타일이나 기후와 같은 생활환경에 맞게 조금씩 변형되어 실천되고 있었다. 이러한 캡슐 옷장 실천 방법을 통해 캡슐 옷장이 정해진 형식보다는 그 의미에 중요성을 둔 실천임을 알 수 있었다. 본 연구를 바탕으로 지속가능한 패션에 대한 소비자 단계의 실천에 관한 지속적인 연구가 이루어지기를 기대한다. 구체적으로는 캡슐 옷장 실천의 지속 여부 및 지속가능한 패션에 대한 실질적 영향력의 분석을 제안하는 바이다.

Reference

Bang, H., & DeLong, M. (2022). Everyday Creativity Practiced through a Capsule Wardrobe. *Sustainability*, 14(4), 2092. doi: 10.3390/su14042092

Lim, H., & Bedford, S. C. (2019, December). Maximizing Rewards, Minimizing Clothes: Examining Consumers' Motivations for Building a #capsulewardrobe. *Proceeding of International Textile and Apparel Association Annual Conference 76*(1), Las Vegas.

셀러브리티의 하이로우(High-low) 스타일링의 특성

- 블랙핑크 제니 사례를 중심으로 -

박세림, 박주하, 전재훈+

서울대학교 의류학과 석사과정, 서울대학교 의류학과 박사, 서울대학교 의류학과 부교수+

1. 서론

현대인들은 다양한 믹스매치 스타일링을 자기표현의 수단으로 활용한다. 최근에는 고가의 명품과 중저가의 제품을 믹스매치하는 하이로우(High-low) 스타일링이 셀러브리티를 중심으로 확산되며 큰 관심을 받고 있다. 패션리더로서 트렌드를 생산하는 셀러브리티의 스타일은 대중에게 큰 영향을 미친다. 세계적인 K-POP 스타 블랙핑크의 멤버 제니의 경우, 2022년 기준 한국기업평판연구소의 걸그룹 개인 브랜드평판에서 여러 번 1위에 선정되었으며, MZ 세대를 대표하는 유행 선두주자 아이돌 1위에도 선정된 바 있다. 이에 본 연구는 셀러브리티 대표 패셔니스타로서 제니를 연구 대상으로 선정하고 그녀의 스타일링 사례를 수집하여 셀러브리티의 하이로우 스타일링의 특성을 분석하고자 하였다. 하이로우 스타일링에 관한 선행 연구는 가격의 믹스매치를 부분적으로 다룬 Yun(2012)의 연구가 유일하다. 본 연구는 하이로우 스타일링이 제품의 가격대와 브랜드라는 경계를 넘어 착용자의 창의적인 조합을 통해 발전 가능성이 크다는 점에 주목하였다. 이에 하이로우 스타일링이라는 새로운 스타일 연출 방식을 분석하여 해당 개념에 대한 이해를 높이고 관련 후속 연구를 발전시키는 데 기여하고자 한다.

사례 분석은 블랙핑크의 본격적인 활동 시기인 2017년 8월부터 2022년 10월까지 제니의 뉴스 기사 사진 자료를 대상으로, 의류 및 액세서리 등의 착용 제품이 하이 브랜드와 로우 브랜드로 조합된 사례로 제한하였다. 1차적으로 선별된 103장의 사진 중 브랜드 식별이 어렵거나 중복된 자료를 제외한 후 최종 98장의 사진을 분석 대상으로 선정하였다.

2. 이론적 배경

하이로우는 'High-end brand'의 'high'와 'Low-end brand'의 'low'가 합성된 용어로, 하이로우 스타일링이란 고가의 제품과 중저가의 제품을 함께 매치하는 것을 의미한다. 믹스매치의 하위 개념으로 볼 수 있는 하이로우 스타일링은 사용된 패션 제품 간 금액대의 범위가 넓다는 경제적 개념이 새롭게 추가되었다는 점에서 기존의 믹스매치와 차별화된다. 하이로우 스타일링은 케이트 미들턴(Kate Middleton)이나 켄달 제너(Kendall Jenner)와 같은 셀러브리티들의 일상복에서도 흔히 접할 수 있으며, 자기표현의 욕구가 증가하고 선택 가능한 브랜드가 다양화되면서 지속해서 발전하고 있다.

3. 연구결과

수집된 자료에 기반하여 셀러브리티의 하이로우 스타일링의 특성을 살펴본 결과는 다음과 같다. 첫째, 하이로우 스타일링은 제품의 가격대와 브랜드라는 경계를 넘은 조합으로 표현의 범위를 확장하였다. 중저가 브랜드 의류에 명품 브랜드 액세서리를 조합하거나 반대로 중저가 브랜드 액세서리에 명품 의류를 매치하는 등 다양하게 조합되었다. 최근에는 명품과 SPA 브랜드 제품의 매치뿐만 아니라 신생 브랜드 제품이나 신명품을 조합하는 특성도 나타났다. 이렇게 확장된 브랜드 스펙트럼은 스타일에 다채로움을 가져오는 결과로 이어졌다. 둘째, 하이로우 스타일링은 매우 다양하게 연출되었으며, 실루엣이나 컬러 측면에서도 일관된 특징이 나타났지 않았다. 특별한 규칙이 없어 누구나 쉽게 따라 할 수 있고 별다른 제약 없이 자유로운 스타일링이 가능한 만큼, 연출을 통해 셀러브리티의 강한 개성과 창의성이 강조되었다. 특히 명품 브랜드의 고급스러움이 편안한 캐주얼 스타일에 융화된 사례가 많았는데, 이는 하이 브랜드에 대한 친근감을 높임과 동시에 캐주얼 제품의 이미지가 상승하는 효과를 가져옴으로써 상호 절충적인 영향이 나타났다. 셋째, 스타일 유형이나 착장법에 있어 셀러브리티의 능동적인 수용을 통해 하이 브랜드가 제공하는 기존의 이미지와 차별화된 모습을 선보였다. 특히 샤넬의 엠버서더로 활동 중인 제니는 샤넬에서 구축해온 유서 깊은 브랜드 아이덴티티를 재해석하여 자신을 표현하였다. 샤넬에서 강조해온 고급스러움이나 우아함이 강조되는 스타일과는 달리 샤넬 의류를 크롭 상의 또는 여유 있는 캐주얼 하의와 함께 매치하거나 샤넬의 클래식한 트위드 재킷에 스포티한 레깅스를 매치하는 등 하이 브랜드가 기존에 추구하는 이미지를 본인만의 개성으로 독창적으로 재해석하였고 이것이 오히려 대중적으로 큰 인기를 얻으며 화제가 되기도 하였다.

4. 결론

본 연구는 최근 미디어에서 주목받고 있는 하이로우 스타일링의 특성을 셀러브리티 제니의 사례를 중심으로 살펴보았다. 하이로우 스타일링에 사용된 패션 제품은 아이템 간 금액대의 범위가 넓은 경제적 개념이 새롭게 추가되었다는 점에서 기존의 믹스매치 방식과는 차별된다. 특히 다양한 연출 방식을 보여주는 셀러브리티의 하이로우 스타일링의 경우, 특별한 규칙이 없는 자유로운 조합으로 착용자의 강한 개성과 창의성이 강조되는 다채로운 스타일이 나타났고 이는 기존에 고착화된 브랜드 이미지에 신선함을 주거나 새로운 스타일 제시라는 효과를 가져오고 있었다. 앞으로 하이로우 스타일링은 패션에 대한 대중적인 관심과 현대인들의 개성 표현의 욕구가 더해져 더욱 다채로워질 것이라 예상된다. 따라서 본 연구를 통해 하이로우 스타일링을 주제로 대중의 스타일을 분석하거나 패션 제품의 연출 방식을 살펴보는 후속 연구를 발전시키는 데 기여하고자 한다.

Reference

Yun, E. Y. (2012). Cheap chic characteristics of PRAV fashion. *Journal of the Korean Society of Fashion Design, 12*(4), 45-62.

인스타그램을 통해 살펴본 Y2K 패션의 유형과 특징

민서연, 이지선, 전재훈+
서울대학교 의류학과 석사과정, 서울대학교 의류학과 박사, 서울대학교 의류학과 부교수+

1. 서론

최근 Z세대를 중심으로 'Y2K' 패션이 트렌드로 등장했다. 세계적으로 유행하는 동영상 플랫폼 '틱톡'에서 #Y2Kfashion 해시태그(Hashtag) 조회수가 9억 회를 넘겼으며, 여러 명품 브랜드에서 세기말 유행 패션을 출시하고 있다. 2019년부터 시작된 COVID-19로 인해 이전의 삶을 그리워하게 되면서 2000년 전후의 화려하고 자유로운 대중문화 및 패션에 대한 노스텔지어가 형성되었다. 또한 외부 활동 제한으로 인해 소셜 미디어 사용 의존도가 높아지게 되면서 인스타그램을 중심으로 한 Y2K 패션 유행으로 이어지게 되었다. 이에 본 연구는 인스타그램을 통해 나타나는 Y2K 패션의 유형을 분류하고 각 유형에 대한 특징을 알아봄으로써, 펜데믹 이후 새롭게 등장하는 트렌드를 살펴보고자 한다. 먼저 Y2K 패션과 레트로 패션 관련 선행연구를 고찰하고, 사례 분석의 대상 선정을 위해 2020년도부터 게시된 국내 온라인 패션 전문 뉴스 채널, 패션 정보 사이트, 그리고 국내 패션매거진 등을 통해 Y2K 패션에 대한 정보를 수집했다. 수집된 정보들에서 Y2K 패션을 대표하는 주된 아이템 22개를 추출한 뒤, 'Y2K 패션', '세기말 패션', 'Y2K'와 함께 인스타그램의 검색 키워드로 사용하였다. 검색된 총 556장의 이미지 중 유효한 이미지인 273장을 최종 사례 분석의 대상으로 선정하였으며, 이미지 속 아이템, 패턴, 소재, 컬러를 분류하여 Y2K 패션의 대표적인 스타일을 유형화하였다. 본 연구는 국내에서 유행하고 있는 Y2K 패션의 유형과 그 특징을 살펴보는 것으로, 국내 인스타그램 사용자의 게시물을 연구 범위로 한정하였다.

2. 이론적 배경

Y2K는 '년도'를 의미라는 'Y(year)'와 '1000'을 뜻하는 'K(kilo)'가 합쳐져 '2000'을 의미하는 합성어이다. 2000년을 앞두고 있던 당시에 컴퓨터가 2000년 이후의 연도를 인식하지 못할 것이라는 버그(bug)를 가리키는 말이었다. 2020년대에 들어서며 팬데믹으로 인한 레트로 열풍과 함께 Y2K라는 용어가 다시금 언급되기 시작했는데, 이는 전과 같이 프로그래밍 오류를 뜻하는 것이 아닌 90년대 말부터 2000년대 초반을 의미하는 시대적 용어로 사용되고 있다. 따라서 본 연구에서 지칭하는 Y2K 패션이란 90년대 말부터 2000년대 초반까지 유행했던 패션 스타일로 정의할 수 있다. 한편 본 연구의 사례 분석 대상인 인스타그램은 폐쇄성, 익명성, 단명성을 특징으로 하는 이미지 기반 정보 플랫폼으로서 이전의 텍스트 기반 플랫폼보다 패션 분야 연구에 적합하다고 말할 수 있다(Kim & Ha, 2020). 인스타그램 사용자들은 트렌드에 따라 자발적으로 옷을 코디하여 '데일리룩', 'OOTD'와

같은 해시태그를 통해 자신의 Y2K 패션을 공유하고 소통하고 있다(Yoon et al., 2018).

3. 연구결과

사례 분석을 통해 2020-2022년 Y2K 패션 스타일을 미드리프룩, 하이틴룩, 아메카지룩, 바디컨셔스룩, 애슬레저룩 등 총 5가지로 분류할 수 있었으며, 각 스타일의 아이템, 패턴, 소재, 컬러의 특징은 다음과 같이 나타났다. 첫째, 미드리프룩은 크롭 상의와 로우라이즈 하의를 중심으로 벨리 체인, 초커 등의 액세서리를 더해 화려함이 강조되었다. 주요 아이템은 크롭탑, 탱크탑, 홀터넥, 로우라이즈 팬츠, 미니스커트 등이다. 다채로운 프린트, 화려한 레터링과 가죽, 퍼 소재를 결합하여 자유로운 과거의 모습을 상기시켰다. 둘째, 하이틴룩은 2000년대 미국 영화 속 패션을 모방하는 스타일이다. 주로 셔츠, 케이블 니트, 베스트 등의 상의에 미니스커트나 플리츠스커트를 매치하고 넥타이, 스크런치 같은 액세서리를 함께 착용하여 스쿨룩 이미지를 더하였다. 나비와 꽃 모티브의 화려한 그래픽과 아가일, 하운드투스와 같은 다양한 체크 패턴에 새틴, 퍼 소재가 어우러져 화려함과 키치함이 강조되었다. 셋째, 아메카지룩은 미국 노동자들이 입던 작업복이 일본 복고풍 패션을 만나 재해석된 스타일이다. 주요 아이템은 그래픽 티셔츠, 스웻 셔츠, 카고팬츠, 롱스커트 등이다. 화려한 프린트와 카무플라주 패턴이 사용되어 레트로 워크웨어 이미지를 표현하였고, 데님과 폴리에스테르 계열의 소재가 주로 사용되었으며, 벌키한 실루엣이 드러났다. 넷째, 바디컨셔스룩은 타이트한 소재를 사용하여 신체의 실루엣을 드러내는 스타일이다. 탱크탑, 언더붑, 컷아웃 상의, 미니스커트, 바이커 쇼트 등과 같은 아이템들을 타이트하게 착용해 바디 실루엣을 드러내며 섹시함을 표현하였다. 다섯째, 애슬레저룩은 주로 스웻 셔츠, 그래픽 티셔츠 등의 상의와 로우라이즈 팬츠, 바이커 쇼트 등의 하의로 매치되었다. 또한 트레이닝 세트, 트랙 슈트를 착용하고 볼캡을 함께 매치하여 애슬레틱함을 드러내었다. 높은 채도의 원색과 활기찬 색상을 주로 사용하고 가죽, 벨벳, 데님 등의 소재를 사용하여 스트리트웨어로서의 캐주얼함이 강조되었다.

4. 결론

인스타그램을 통해 살펴본 Y2K 패션의 5가지 스타일은 각각 아이템, 패턴, 소재 측면에서는 차이가 있었으나 공통적으로 다채롭고 활기찬 색상이 사용되었는데, 이를 통해 과감하고 자유분방하게 자신의 개성을 드러내는 스타일로 연출되고 있었다. 2020-2022년 트렌드로 언급되는 Y2K 패션을 분석한 본 연구를 통해 COVID-19 이후 새롭게 등장하는 패션의 흐름을 살펴보았다. 이를 바탕으로 과거 유행했던 Y2K 패션과 새롭게 유행하는 Y2K 패션을 비교하는 후속 연구로 이어지기를 기대하는 바이다.

Reference

Kim, H. Y., & Ha, J. S. (2020). Fashion taste expressions in the use of Instagram. *Fashion & Textile Research Journal, 22*(4), 432-445.

Yoon, A. Y., Lee, E. Y., & Lee, H. H. (2018). Consumer perception of image in fashion Instagram by information providers (Brand vs Consumers). *Journal of the Clothing and Textiles, 42*(3), 379-396.

3D 프로그램을 활용한 패션 디지털 콘텐츠 개발 연구

박선주, 이가은, 임소영+
국민대학교 대학원 패션디자인학과 석사과정, 국민대학교 대학원 패션학과 강사+

1. 서론

최근 디지털 기술과 정보 통신의 발전으로 인한 미디어 환경의 변화로 디지털 플랫폼이 다양해지고 SNS가 뉴미디어 역할을 하고 있다. 이에 패션 기업들과 매거진들은 SNS를 통해 다양한 디지털 콘텐츠로 패션 트랜드 정보, 브랜드 이미지, 상품 홍보 등을 전달하고 있다(Lee & Lee, 2020). 럭셔리 브랜드들은 디지털 콘텐츠에 예술적 가치를 더하여 브랜드 가치를 상승시키고, 이러한 패션 콘텐츠는 MZ세대의 소비자와 브랜드의 소통에 긍정적인 영향을 준다(Cho & Chang, 2020). 한편, 3D 디지털 콘텐츠의 제작에 대한 활용의 증대와 함께 패션 분야에서도 3D 디지털 프로그램을 적용하는 사례와 연구가 활성화되고 있다(Tak & Kim, 2013). 하지만 섬유·패션 디자인 분야에서 3D 디지털 프로그램은 3D 스캐너, 3D 프린트, 가상현실, 3D 의상 시뮬레이션에 집중되어 있다(Kim & Kim, 2019). 이에 본 연구는 디지털 콘텐츠 이미지를 실제로 제작하는 실습 연구를 통하여 패션 디지털 콘텐츠 제작 방식의 새로운 가능성을 제시하는데 연구목적을 둔다.

2. 본론

본 연구의 과정은 먼저 사례연구를 통해 SNS에서의 3D 프로그램이 적용된 패션 콘텐츠의 속성과 표현을 도출하고, 이를 바탕으로 3D 프로그램을 활용하여 패션 콘텐츠를 제작하는 것이다. 첫 단계인 사례연구의 범위는 '온라인상에서의 실험적인 공간'을 콘셉트로 예술적 이미지를 대중에게 전달하고, SNS에서 MZ세대와 소통하고 있는 구찌 볼트(Gucci Vault)의 인스타그램을 중심으로 하였다. 본 연구에서는 구찌 볼트 인스타그램 게시물에서 3D 프로그램을 적용하여 제작한 동영상 37개 스틸컷 이미지 35개를 분석하였다. 두 번째 단계는 패션 콘텐츠를 제작하는 과정으로 본 연구에서는 실제 패션 상품을 기획·디자인하고, 이를 SNS 홍보용 동영상과 스틸컷 이미지로 제작하였다. 콘셉트에 통일감을 주기 위해 전사, 열전사지, 알기네이트 호일 등의 기법을 활용하여 패턴을 개발해 디자인 하였다. 3D 프로그램 중 모션 그래픽, 시각화 및 일러스트레이션 분야에서 높은 평가를 받고 있으며 초보자가 사용하기 쉬운 인터페이스를 제공하고(Creativebloq, 2022)있는 Maxon의 C4D(Cinema 4D)를 활용하여 디지털 이미지를 제작하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째 3D 그래픽을 활용한 디지털 콘텐츠의 예술적 속성은 추상성, 가상성, 상호작용성, 공감각성, 비서사성 등으로 나타났다. 추상적 속성을 표현하기 위한 기법으로는 실사와 3D 그래픽의 합성, 사물의 의인화 등이 있었다. 가상성을 표현하기 위해서는 가상의 공간 구현, 공중에 사물을 떠 있는 상태로 배치하기 등이 있다.

상호작용성은 가상의 공간에서 커뮤니티를 고객들에게 제공하여 고객들과의 소통을 이끌거나 디지털 아이템을 아바타가 구매하는 방법으로 나타났다. 공감각성은 시각 이미지와 함께 음향 효과를 삽입하거나 배경과 상품의 움직임에서 질감을 느끼게 하는 방법이 사용되었다. 비서사성은 아프리카의 동물을 스카프로 덮어 실루엣만 표현하는 것과 같이 특정한 대상을 이질적인 상황에 배치함으로써 기이함을 연출하는 것으로 나타났다. 둘째, 본 연구에서는 디지털 콘텐츠의 예술적 속성을 적용하여 2개의 동영상과 2개의 스틸컷 이미지의 디지털 콘텐츠를 제작하였다. 디자인 콘셉트는 디지털 콘텐츠의 속성이 잘 나타날 수 있도록 '로맨틱 펑크'로 하였고, 이를 담은 패션 상품 디자인을 2개 하였다. 패션 상품 디자인은 스캔하여 디지털 이미지로 옮긴 후 C4D에서 3D 렌더링을 한 후에 오브제에 머티리얼로 구축하여 사용하였다. 이미지 작업에서는 콘셉트와 어울리는 오브제 안전핀, 플라워 등을 선택하여 다양한 실루엣 변화를 보여주고 패션 상품이 공중에서 접혔다 펼쳐지는 연출과 상황을 극대화하여 4차원적 분위기를 표현하고자 하였다.

3. 결론

패션 디지털 콘텐츠 제작 방식의 새로운 가능성을 제시하는 연구로서, 3D 프로그램이 적용된 콘텐츠의 속성을 밝히고 이를 반영한 디지털 콘텐츠를 제작하였다. 그 결과 첫째, 3D 프로그램이 적용된 디지털 콘텐츠의 특성 속성과 표현기법으로 제작된 콘텐츠는 비현실적이고 판타지적인 분위기를 창출하였다. 그리고 이는 고객이 콘텐츠에 몰입하는 효과를 줄 수 있을 것으로 사료된다. 둘째, 실제 스튜디오에서 촬영한 것 같이 배경 세트 및 조명을 구현하고 카메라의 시점과 동선을 조절하였다. 이는 3D 프로그램이 패션 콘텐츠 제작에서 실제 사진과 영상을 보조하는 역할을 벗어나 대체 방안으로 제안될 가능성을 시사한다. 마지막으로 3D 프로그램을 적용한 콘텐츠의 완성을 위해 어도비(Adobe)에서 제공하는 포토샵, 일러스트와 같은 2D 프로그램을 함께 활용하였을 때 완성도 높은 결과물을 창출할 수 있었다. 본 연구는 실제 패션 상품을 기획·디자인하고 여기에 3D 프로그램을 활용하여 디지털 콘텐츠를 제작하는 과정에서 결과를 도출한 실증적 연구라는 데 의의가 있다. 하지만 본 연구에서 밝힌 디지털 콘텐츠의 속성과 표현기법의 특성은 한 가지 브랜드를 대상으로 한 사례연구에서 도출한 것으로 일반화하기 어렵다는 한계를 가지므로 연구 대상을 확대한 후속 연구를 제안한다.

Reference

Cho, E. G., & Chang, D. R. (2020). A Study on Digital Contents Artification of Luxury Fashion Brand: Focusing on Fashion Brand Gucci. *A Journal of Brand Design Association of Korea, 18*(3), 157-172. doi:10.18852/bdak.2020.18.3.157

Coggan, G. (2022, September 13). The best 3D modelling software in October 2022. *creativebloq*. Retrieved October 18, 2022, from https://www.creativebloq.com/features/best-3d-modelling-software

Kim, J. H., & Kim, Y. K. (2019). A Study on the Convergence Characteristics 3D Virtual Fashion Design Program. *The Korean Society of Science & Art, 37*(4), 53-63.

Lee, C. S., & Lee, S. H. (2020). A Study on the Interest of SNS Users according to New Media Fashion Content Types: Focus on Vogue Korea's Official Instagram. *Journal of Fashion Business, 24*(1), 75-87. doi:10.12940/jfb.2020.24.1.75

패션에서 나타나는 문화적 전유

- 중국의 사례를 중심으로 -

장루요, 유해민, 전재훈+

서울대학교 의류학과 석사과정, 서울대학교 의류학과 박사과정, 서울대학교 의류학과 부교수+

1. 서론

중국문화는 역사적으로 여러 문화권에 영향을 미쳐왔다. 패션 분야에서도 중국문화에서 영감을 받은 서양 디자이너들의 컬렉션이 종종 등장하곤 했는데, 최근 일부 패션 브랜드에서 중국문화를 평면적으로 인용하고 재해석하여 문화적 전유라는 논란을 일으키고 있다. 문화적 전유는 해당 문화가 가진 진실하고 복잡한 실체와 거리가 있으며, 문화간 권력 구조를 내재할 가능성이 있다. 많은 매체와 소비자들이 이에 대한 문제를 제기했음에도 불구하고 패션에서 나타나는 중국에 대한 문화적 전유의 사례를 심층적으로 다룬 연구는 미흡하다. 따라서 본 연구는 문화적 전유를 비판적으로 바라봄으로써 그 위험성을 논의하고 시사점을 제시하고자 하였다. 도출된 논의는 중국문화에 대한 인종적 · 종교적 · 역사적 전통에 대하여 부주의하게 일어나는 문화적 전유의 문제점을 상기시키는데 그 목적이 있다. 이를 위해 구글 뉴스검색을 실시하여 2017년 1월 1일부터 2022년 9월 1일까지 키워드 'Chinese cultural appropriation fashion'으로 도출된 사례를 중심으로 분석 및 논의하였다.

2. 이론적 배경

중국 민족의 특질을 갖는 문화적 요소는 문자, 회화, 문양, 공예 등이 대표적이며, 정치적, 종교적, 사회적 목적을 가지고 다양하게 표현된다. 문화적 전유란 출처를 밝히지 않고 다른 문화에서 가져온 이미지, 컨텐츠, 물건 등을 차용하는 행위를 지칭한다(Park& Chun, 2020). Lee(2019)의 연구에 따르면 현대패션 속 문화적 전유는 전형화와 희화화, 탈맥락과 왜곡, 소비와 약탈 등의 측면에서 비판적인 쟁점에 있다. 첫째, 전형화와 희화화는 눈에 띄는 시각적 특징을 부각시켜 강조 및 단순화하고 열등한 가치로 가볍게 형상화하는 경우를 의미한다. 둘째, 탈맥락과 왜곡은 문화의 상징에 대한 쓰임새나 규칙이 무시된 채로 근거없이 조합된 경우를 지칭한다. 셋째, 소비와 약탈은 해당 문화를 상업적으로 유통하지만, 출처를 밝히지 않거나 인용 정보를 누락하여 그 이익을 해당 문화당사자에게 환원하지 않는 것으로 정의된다.

3. 연구결과

Lee (2019)의 연구를 기반으로 하여 세 가지 측면으로 사례 분석의 결과를 도출하였다. 첫째, 중국문화를 단순하게 해석하여 과장되고 왜곡된 형식으로 표현함으로써 고정관념적인 동양적 이미지를 답습했다. 2021년 11월 디올(Dior)은 상하이 패션 전시회에서 중국 전통 의상을 착용하고 기름진 머리와 무서운 눈꺼풀을 가진 아시아 여성이 디올의 가방을

들고 있는 사진을 전시하였다. 이 사진은 미적으로도 중국 소비자들의 취향이 반영되지 않았으며, 오히려 서구적 편견을 표현했을 뿐이라는 비난을 받았다. 2018년 11월 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana)는 중국 여성이 피자와 스파게티를 젓가락으로 먹기 위해 고군분투하는 동영상으로 인종차별과 중국에 대한 오해를 불러일으켰다는 비난을 받았다. 둘째, 중국문화의 함의에서 벗어나, 외부의 관점에서 생략 및 단순화된 의미를 생산하였다. 2022 BET Awards에서 가수 서머 워커(Summer Walker)는 유목민이 액막을 기원할 때 사용하는 종교적 의미의 전통 몽족 장신구를 성적 대상화로의 수단으로 사용했다. 2019년 11월 브랜드 PrettyLittleThing은 가수 리틀 믹스(Little Mix)와 협업한 컬렉션에서 중국 전통적 치파오에서 영향을 받은 크롭탑과 스커트 드레스를 외설적으로 착용하여 아시아 여성의 이미지를 성상품화를 했다는 비판을 받았다. 덴마크 브랜드인 한 코펜하겐(Han Kjøbenhavn)은 2017 S/S 컬렉션에서 중국어로 '回旋踢和麵烤面包'라고 새겨진 상품을 선보였는데, 'Roundhouse kick and bakes white bread.'로 번역되는 이 문구는 중국어로는 아무런 의미가 없는 데에도 불구하고 중국문화에 대한 경의를 표하는 의미라고 설명하여 소비자들을 당황하게 했다. 셋째, 출처를 생략하고 문화재산을 약탈하여 상업적 실리를 얻고 있었다. 디올은 2022 F/W 컬렉션에서 '디올의 시그니처 실루엣', '새로운 우아한 패션 아이템' 등의 단어로 묘사한 스커트를 선보였는데, 이는 중국 전통 복식 특유의 구조 및 디테일이 살아있는 마면치마(Mamianqun)임에도 불구하고 출처표시를 하지 않아 중국 소비자들의 비판을 받았다. 또한 동일한 컬렉션에서 중국의 전통 화조화(花鳥畵) 문양을 시그니처 문양으로 소개하여 많은 매체의 공분을 샀다. 가장 많은 논란을 일으킨 디올의 사례는 자본과 직접적으로 연결되어있는 '소비와 약탈'의 사례가 가장 격하게 소비자의 비난을 받는다는 사실을 함의한다. 사례분석 결과, 문화적 전유는 중국문화를 우스꽝스럽거나 과도하게 표현하고 역사문화적 배경을 무시한 채 중국 전통의 특수한 함의를 전복함으로써 중국문화에 대한 편견을 초래하였다. 또한 중국의 기호, 모델의 표정과 몸짓, 패션 이미지 구성 등을 통해 전형화된 중국 이미지를 반복적으로 재현하고, 현대화된 중국 이미지와 중국 소비자의 미적 감각을 배제시켰다는 점에서 논란이 되고 있다.

4. 결론

본 연구는 현대패션 속 문화적 전유를 중국의 사례로 살펴보았다. 본 연구의 대상으로 삼은 문화적 전유의 사례는 외부의 시각에서 중국문화 속 유형적인 기호를 단편적으로 해석함으로써 제도화된 디자인을 소비자에게 제공했다는 점에서 많은 비판을 받고 있다. 미적 선호라는 명분 아래 중국문화를 분해하는 것은 왜곡된 지각과 인상을 재생산한다. 따라서 문화적 전유는 문화 정체성을 가진 해당 주체자들에게 모멸감과 분노감을 줄 수 있으며, 해당 문화와 민족에 대한 차별적 담론을 일으킬 수 있다는 점에서 지양되어야 한다.

Reference

Lee, S. (2019). Cultural appropriation in contemporary fashion. *Archives of Design Research, 32*(2), 137-151.

Park, J., & Chun, J. (2020). What does cultural appropriation mean to fashion design?. *Fashion, Style & Popular Culture, 9*(1-2), 1-2.

버추얼 패션브랜드 컬렉션의 조형적 특성 연구

양은경*+, 고정민[1], Inzali Moe[2], 김민지[2]
연세대학교 생활디자인학과/인간생애와혁신디자인 융합전공 조교수*+,
연세대학교 생활디자인대학원 박사과정[1], 연세대학교 생활디자인 대학원 석사과정[2]

1. 서론

소비자 시장의 디자인 패러다임이 디지털 기술을 기반으로 조정되고 이에 대한 산업적 대응이 빠르게 이루어지고 있다. 특히, 패션디자인 산업이 발전된 첨단 디지털 기술과 융합되기 시작하면서, 가상성 기반의 새로운 디자인 패러다임을 창출하고 있는 시점에서 가상현실 (VR) 기반 버추얼 패션에 대한 수요가 증가하고 있다. 하지만 패션디자인 산업에서 버추얼 디자인 개념은 아직 명확한 개념과 분류체계가 존재하지 않고 있고, 그 개념과 분류체계의 연관성이 결여되어 있어 이를 바탕으로 한 버추얼 패션디자인 프로세스의 확립과 활용에 어려움이 있다. 또한, 첨단 디지털 환경에 기반한 라이프스타일의 변화는 현대 패션 소비자들이 버추얼 패션디자인을 감성 도구로써 재평가하게 하고, 버추얼 패션 창작에 있어 인간 감성을 충족할 수 있는 디자인 창작을 요구하기에 이르렀다. 따라서 본 연구는 버추얼 패션의 감성디자인 체계 개발의 방향성을 확립하는데 필요한 기초 사례조사로서 버추얼 패션의 개념적 정의와 컬렉션 디자인 요소의 조형적 특성을 탐색하는 것을 목표로 한다.

2. 본론

연구의 방법으로, 선행연구의 문헌 고찰을 통해 디지털 기술 발전과 함께 변화하는 디지털 패션디자인의 개념 안에서 버추얼 패션디자인의 개념과 범주를 탐색하고, 사례조사를 통해 버추얼 패션 브랜드 컬렉션의 조형적 특징을 조사하였다. 이를 위해 2022년 7월부터 9월 말까지 버추얼 패션 브랜드 중 삼차원 컴퓨터 그래픽스 기반의 참여형 패션디자인을 선보인 패션 브랜드의 컬렉션 자료를 수집하고, 최종 선택된 5개 브랜드의 패션 컬렉션 콘셉트, 실루엣, 색상, 무늬, 재질감 유형을 중심으로 버추얼 패션디자인의 조형적 특성을 분석하였다. 연구의 내용으로, 첫째, 선행연구의 문헌 고찰을 통해, 버추얼 패션디자인은 디지털 기반 기술의 접근 방식을 가진 패션 산업 및 콘텐츠로 정의되는 디지털 패션의 한 영역으로써 물리 기반 시뮬레이션과 삼차원 컴퓨터 그래픽스/컴퓨팅 기술을 활용한 가상 패션디자인 및 관련 콘텐츠로서 인간 행동과 상호작용하는 창의적 패션디자인 콘셉트로 정의할 수 있었다. 둘째, 버추얼 패션 브랜드인 Tribute, Auroboros, Republiqe, The Fabricant, RTFKT의 참여형 패션 컬렉션의 사례를 분석한 결과는 다음과 같다. Tribute는 메타버스 기반 전위적 형태의 사이버 콘셉트 스타일을 제안하고, A, X형 실루엣과 geometric 및 solid 패턴을 주로 사용하였다. 색상은 회색(GY), 검정(BK) 및 자주색(5RP) 계열의 사용이, 톤은 vivid, greyish 및 soft 톤의 사용이, 텍스처의 경우 silky 및 bulky

한 재질 표현이 두드러졌다. Auroboros의 경우, 자연모사적 콘셉트와 초자연적 실체에서 영감받은 디자인 콘셉트를 제안하고, O, H, X형의 실루엣과 geometric, solid 패턴의 사용이 두드러졌다. 주된 색상으로 파랑(5B), 노랑(5Y), 자주(5RP), 회색(GY) 계열의 색상과 light greyish, light, pale 톤이 주로 사용되었고, rough, woolish 및 bulky 텍스처의 사용이 두드러졌다. Republiqe의 경우 타 브랜드와의 콜라보레이션이 가장 활발한 브랜드로 가상공간에서 구현할 수 있는 현실적으로 구현하는 데 한계가 있는 인공적인 소재를 중심으로 지속가능 패션 콘셉트를 제안하고 있으며, H, A형 실루엣과 빨강(5R), 자주(5RP), 남색(5PB)의 색상 및 strong, bright, soft, light greyish 톤의 사용이 순차적으로 높은 비중을 보였다. 패턴은 solid를 중심으로 bulky, soft 텍스처의 사용이 두드러졌다. The Fabricant는 세계 최초의 디지-쿠튀르(digi-couture) 하우스로 자체 브랜드의 컬렉션을 분석한 결과 비현실적이고 가상의 신비감, 초월의 감각을 강조하는 스타일 콘셉트를 제시하며, A, H형 실루엣과 solid, abstract 패턴의 사용 및 검정(BK), 남색(5PB), 빨강(5R), 주황(5YR), 노랑(5Y)의 색상과 greyish, dark greyish, dark 톤의 사용이 두드러졌고, soft, silky 한 텍스처 사용이 높은 비중을 차지했다. 마지막으로 RTFKT는 물리 법칙의 한계에서 벗어난 버추얼 매터리얼의 속성들, 특히, 반짝이고 애니메이팅된 소재를 중심으로 오버 더 탑(over-the-top) 디자인 콘셉트를 제안한다. 실루엣은 H형이 주로 사용되었고, solid, geometric, abstract 패턴과 검정(BK), 흰색(W), 파랑(5B) 색상 및 dark, greyish 톤의 사용이 두드러졌으며, soft, stiff, bulky 한 텍스처 사용의 비중이 높았다. 분석한 내용을 종합했을 때, 버추얼 패션 브랜드 컬렉션 디자인의 조형적 특징은 브랜드별 콘셉트에 따라 다양한 양상을 보였으나, 공통적으로는 A형 드레스와 상·하의로 구성된 H형 실루엣의 사용이 solid, abstract, geometric 패턴과 검정(BK), 회색(GY), 빨강(5R)-자주색(5RP) 및 파랑(5B)-남색(5PB)의 색상과 greyish-light greyish 계열 톤과 함께 주로 사용되는 것으로 나타났고, 버추얼 머티리얼 (virtual material)의 기술 속성을 활용한 silky, bulky, soft 텍스처 사용이 두드러지는 것으로 나타났다.

3. 결론

본 연구는 물리 기반 시뮬레이션과 삼차원 컴퓨터 그래픽스 및 컴퓨팅 기술 기반의 버추얼 패션브랜드 컬렉션 디자인의 조형적 특성을 탐색하기 위한 기초 사례 연구로, 본 연구 결과를 토대로 향후 버추얼 패션디자인 트렌드 기획 및 버추얼 패션디자인 창작을 위한 감성디자인 척도와 디자인 체계 개발 연구를 위한 기초 자료로 활용될 수 있을 것이다.

Reference

Lee, E, J., & Lee, J. H. (2022). Structure and sustainable value of NFT fashion industry based on the case analysis. *Journal of the Korean Society of Costume, 72*(4), 70-89.

Park, K. S. (2021). A case study of virtual fashion industry of fashion brands through convergence with metaverse. *The Korean Society of Science & Art, 39*(4), 161-178.

A Study on New Male Senior's Fashion Style presented in Instagram Reels

- A case study of THE NEW GREY -

Syachfitrianti Gadis Nadia, Dawool Jung[+]
Interdisciplinary Program in Senior Human Ecology, Changwon National University,
Instructor, Dept. of Clothing and Textiles, Changwon National University[+]

1. Introduction

The increasing number of new seniors that make up a huge part of the population presents a challenge yet at the same time provides a window of opportunity. World Health Organization reported that individual that is aged 60 and over in the world is projected to rise from 605 million to 2 billion by the year 2050, doubling from around 11% to 22%. Different from other seniors, Schiffman and Sherman (1991) pointed out that new-age seniors hold particularly firm beliefs that age is a state of mind and less related to an individual's chronological age. They think, do, and approach all they do with a genuinely youthful perspective. New seniors have appealed to all ages and the fashion industry including fashion media and runaway. Seniors also popped up on social media to show their fashion sense through interesting and unique content which grab the attention of various generations and fashion brands. For instance, an old couple named Chang Wan-ji and Hsu Sho-er, who owns a laundry in Taiwan shares their fashion under name of "Want Show as Young" with more than 600k followers and 94-year-old senior influencer, Baddie Winkle, who collaborated with online clothing retailer Missguided. The growing number of seniors that are confidently show and express themselves through fashion on social media indicates that brands and marketers should make an effort to develop products and services that support their existence since the majority of the sector in fashion still focus on producing images that are intended to downplay aging and aimed at young consumers (Ro & Park, 2017). Taking into account the presence of seniors and social media, the aim of this study is to investigate how seniors and their existence become more attractive in the fashion market by identifying the style of male seniors portrayed in short videos (Reels) on Instagram. Tens of thousands of users favor short videos nowadays, making them a prominent and well-liked social media feature (Cao, 2011). Particularly Reels, which are used by numerous brands to produce creative fashion content to promote their collection.

2. Method

This paper reviewed previous studies related to the characteristics of new seniors and analyzed seniors' social media adaption was conducted, along with "THE NEW GREY", an Instagram account of a fashion content agency for Korean senior influencers and models with more than 300K followers as a case study. To collect the fashion style of male seniors', Reels were uploaded from January 1, 2022, until the recently updated videos in October 2022, with a total of 302 videos analyzed as they represented the latest fashion products they wear. The analysis is divided into S/S and F/W seasons, the selected 20 videos for each season (a total of 40 videos) proceed to the classification of fashion style which consists of styling, color, accessory, motif, and silhouette. Along with classification based on the type of Reels content to see how they integrate fashion into the content they produce. The video of female senior fashion style and photos are excluded from the analysis.

3. Result and Conclusion

The finding from this study indicates in S/S seniors adopted a minimalistic style. The mix of neutral and vibrant colors along with stripes and plaid motifs were seen, resulting in a relaxing and youthful appearance, while the narrowed bottom gives off a casual silhouette. As for F/W, the silhouette is slightly fuller on the top as the look focused on layering tops and coupling them with a scarf or ties. In other words, seniors portrayed street-style characteristics in both S/S and F/W categories. This male senior's style presented in creative and interesting Instagram Reels received significant attention, as Reels are known among the young generation and brands to seek fashion-related content. The result of this analysis can offer a guide for future research that seeks to develop fashion products targeting seniors, and also provided a better understanding for fashion brands, designers, or marketers who want to enter and seize this important and promising seniors market to have a better look at the identity of seniors and their style preferences.

Reference

Cao, J. (2021). Research on Communication Strategy of Short Video Blogger on Tiktok Platform, *International Journal of Social Science and Education Research, 4*(7), 264-269.

Ro, J., & Park, J. (2017, June 30). The Dilemmas of Aging and Down-aging : The Fashion Attitude of Senior Street Look. *International Journal of Costume and Fashion. The Korea Society of Costume.* doi:10.7233/ijcf.2017.17.1.059

Schiffman, L. G., & Sherman, E. (1991). Value orientations of new-age elderly: The coming of an ageless market. *Journal of Business Research, 22*(2), 187-194. doi:10.1016/0148-2963(91)90052-Y

Development of recycle designs by using traditional Indian handicrafts

Shukla Anshika, Dawool Jung+
Interdisciplinary Program in Senior Human Ecology, Changwon National University,
Lecturer, Dept. of Clothing and Textiles, Changwon National University, Korea+

1. Introduction

All the old-fashioned and discarded garments are either kept to be given away as charity for poor or are thrown out. But current situation demands for a different approach in this behaviour as the increase in pollution has prompted a change in attitudes. People who work in fashion industry have noted a trend for responsible buying therefore promoting second hand, reformed and redeveloped garments in order to reduce the pollution. In India there are number of traditional textile generating techniques as in almost every Indian state, there exists at least one technique of utilizing old fabric or reusing textile waste used for making some new products through different surface embellishment techniques(Singh & Rani, 2021) such as, Kantha of West Bengal and Madhubani of Bihar. India is known globally for her rich heritage of textiles and handcrafts. But now these styles and traditional values have vanished somewhere as people no longer practice these methods. Consistently decreasing number of artisans indicates need to revive the craft of artisans as an important source of livelihood(Jain, 2018). In this study we will focus upon the need and method to incorporate these methods with the abandoned garments for the development of a new piece of clothing that can be worn again.

2. Literature Review and Method

Kantha, the embroidery used in West Bengal, incorporates with running stitch which are simple but unique. The motifs involved in this embroidery were the daily life activities or the objects in the surroundings. And painting technique used in Bihar called Madhubani, is a traditional printing technique practiced in Mithila region of Bihar. Originally it was made to decorate the houses in order to celebrate the marriage function of Lord Rama and Princess Sita. Since then, this technique came into existence and was made on all sort of festivals and auspicious occasions. The reason behind why I choose these craft methods is because these methods are one of those techniques that not only renovate the old materials but also increase the product life due to the methods involved in making and slowly contributing towards the

sustainable fashion and textile industry in India.

In this study, in order to develop the recycle fashion design, two types of motifs are used that involves lotus motif and figurines of Hindu Deities. These motifs will be modified by applying the contemporary aesthetics and made on the garments that is out of date and no longer worn. Madhubani painting will be done and later on it will be followed and embellished by running stitch of Kantha embroidery. Finally, three recycled styles were developed by using with Indian traditional handicraft technique.

3. Conclusion

Indian clothing style have conquered fashion textile across the globe but the Indian themselves are unaware of the treasure they have gained(Shende, 2017). In this study a detail review of the traditional textile development methods such as Kantha embroidery and Mahbubani painting is done in order to understand the background, methods of making and process flow of the technique, motifs and colors. After a thorough study about the craft method the work upon the motif generation based upon traditional design patterns of the craft is done. And as the end of result, recycled designs using these techniques on the abandoned clothing materials is made. It has been observed that these traditional craft techniques play a crucial role in converting textile waste into creative functional products, thus silently contributing to the sustainable future of the textile industry. The recycling of old cloth not just increases the product life cycle but also provides employment to millions of people, such as old women of the society, because traditional handcraft technique is suited for senior citizens based upon the material and color combinations used. This study would be like a base for future studies based upon the recycling objectives and since this is a vast sphere I would like a follow up study to be done in the future, so that more stones can be turned and more awareness could be spread among the society.

Reference

Shende, B. D. (2017). Fashion trends and its impact on society: a case study on apparel trends of Indian society. *International Journal of Researches in Biosciences, Agriculture and Technology, V*(3). 58-63.

Jain M. (2018). Challenges for sustainability in textile craft and fashion design. *International Journal of Applied Home Science, 5*(2). 489-496.

Singh S. and Rani J. (2021). Traditional Indian Textile Techniques used to Upcycle and Recycle Textile Waste. *Journal of School of Design, 4.* 336-353. doi: 10.31881/TLR.2021.29.

액티브 웨어 브랜드의 캠페인 필름에 나타난 다양성

- 나이키와 아디다스를 중심으로 -

진영유, 임은혁+

성균관대학교 의상학과 석사과정, 성균관대학교 의상학과 교수+

1. 서론

패션분야에서 시각이미지나 영상을 비롯한 비주얼 커뮤니케이션이 그 어느 때보다도 핵심적인 키워드로 부각되고 있는 가운데, 패션 필름은 패션 디자이너들이 소비자들에게 자신과 브랜드의 디자인 철학과 메시지, 비전을 전달하고 감성적 공감대 형성을 통해 상호 소통하는 매체가 되었다. 특히 액티브 웨어 브랜드들은 패션 필름을 적극적으로 활용하고 있으며, 일반적인 패션 브랜드보다 사회적 이슈를 더 많이 다루고 있다. 대부분의 패션 브랜드들이 주로 컬렉션 필름을 통해 신규 라인을 소개한다면 나이키(Nike)나 아디다스(Adidas)와 같은 액티브 웨어 브랜드들은 캠페인 필름을 상대적으로 많은 비중을 차지하고 있으며 캠페인 필름에서 사회적 이슈 중 다양성을 더 많이 다루고 있다. 대표적으로 나이키는 'You Can't Stop Us'라는 캠페인 필름을 게시했는데, 스포츠 종목, 인종, 성별을 불문하고 선수들의 모습을 하나로 잇는 이미지 구성으로 여성, 장애인의 스포츠 참여를 격려하는 캠페인을 펼치며 큰 호응을 얻고 있다. 현재 패션업계는 새로운 시대가 요구하는 인종, 계급, 성적 지향 등에서의 폭넓은 다양성을 포괄하기 위해 새로운 다양성 전략을 세우고 있다. 특히 액티브 웨어 브랜드의 캠페인 필름에서 다양성은 주요한 주제가 되어왔다. 이에 본 연구는 타 브랜드와 차별화된 브랜드 전략을 수립하는 데 있어 소비자와의 감성적인 관계를 구축할 수 있는 브랜드 스토리를 제시하고 브랜드 아이덴티티를 감각적으로 전달할 수 있는 패션 필름을 활용하는 데 있어 선도적인 액티브 웨어 브랜드인 나이키, 아디다스의 캠페인 필름에 나타난 사회적 이슈 중 다양성을 중심으로 분석하고자 한다. 연구방법으로는 문헌연구와 사례분석을 병행했으며, 사례연구 대상으로 사용된 동영상 자료는 각 브랜드 별 공식 홈페이지와 유튜브 채널을 통해 수집하였다. 본 연구의 분석 대상이 된 액티브 웨어 브랜드는 2019년부터 2021년까지 'Interbrand'가 발표한 브랜드 가치 순위에 지속적으로 상위권에 선정된 브랜드로서, 브랜드 계정의 구독자 수가 최상위인 나이키와 아디다스로 선정하였으며, 2018년부터 최근까지의 게시된 패션필름을 대상으로 분석을 진행하였다.

2. 본론

최근 패션산업에서 다양성은 중요한 이슈이다. 캠페인 필름은 이러한 패션의 다양성에 있어 촉매제 역할을 했다고 볼 수 있다. 나이키와 아디다스의 캠페인 필름에서 다룬 다양성을 분석한 결과, 젠더, (비)장애, 신체 사이즈, 인종의 네 가지 주제가 나타났다. 첫째,

젠더 다양성의 주제에서 액티브 웨어 브랜드의 캠페인 필름은 대표적으로 여성의 한계의 극복과 스포츠 평등을 중점적으로 다루고 있으며, 경기장, 필드, 거리 등 다양한 스포츠 및 일상의 장소에서의 트랜스젠더 선수 등 다양한 젠더의 운동선수들을 등장시킨다. 이때 스포츠 선수뿐 아니라 일반인들을 폭넓게 보여주어 공감하기 쉽게 한다. 둘째, 장애와 비장애를 아우르는 다양성의 주제가 나타났다. 캠페인 필름에서 신체적 장애가 있는 운동선수가 휠체어 타고 경기에 참여한 장면을 통해서 신체 제약을 극복하고 끊임없는 도전을 이어가고 있는 실제 선수들의 스토리를 전개한다. 셋째, 체형 및 신체 사이즈 관계없이 모든 몸이 환영받는다는 메시지를 다룬다. 예를 들어 아디다스는 요가 강사 제사민 스탠리와 패션모델에 도전한 엘리 골드스타인을 등장시켜 'I'm possible'라는 메시지로 체형에 대한 편견의 장벽을 허물고자 했다. 마지막으로, 인종 다양성의 주제가 나타났다. 인종차별을 반대하는 나이키는 'You Can't Stop Us'라는 필름에서 흑인 운동선수와 백인 운동선수가 시합하는 두 개의 영상을 하나의 컷으로 연결함으로써 인종의 다양성을 존중하는 메시지를 보여주었다. 이 외에도 종교적 신념과 자유를 지키며 국제 경기에서 무슬림 여성들이 히잡을 착용할 수 있도록 이끈 농구 선수이자 사회 활동가 아스마 엘바다위를 등장시켜 종교, 불평등, 관습 등에 도전하는 모습을 보여준 캠페인 필름도 있었다.

3. 결론

본 연구의 연구결과는 다음과 같다. 먼저 아디다스와 나이키의 캠페인 필름을 각각 18개, 28개를 살펴보았는데, 그중 가장 많이 언급된 주제는 동일하게 젠더에 관한 필름으로 8개, 14개였다. 인종 다양성의 주제를 다루는 필름은 각각 4개, 9개, 신체 사이즈 4개, 2개, (비)장애 2개, 3개 순으로 그 뒤를 이었다. 따라서 다양성을 주제로한 캠페인 필름에서 젠더에 관한 주제가 주를 이루고 있음을 보여준다. 한편 하나의 캠페인 필름에 젠더, 인종, 신체 사이즈 등 하나 이상의 다양성에 관한 주제를 다루고 있음을 알 수 있었다. 나이키와 아디다스는 다큐멘터리 형식의 캠페인 필름을 통해 다양성 이슈를 다루고 있었는데 필름에서 나타나는 개인적인 일화와 시청자가 공감할 수 있는 내러티브를 통해 편견과 한계를 부수는 모습을 보여주고 있다. 브랜드 스토리에 나타난 신체적 및 문화적 다양성은 다양한 유형의 사람들이 브랜드에 더 쉽게 참여할 수 있음을 나타내고 있다. 브랜드가 추구하고 있는 다양성의 진정성에 대한 의심도 나타났다. 예를 들어 나이키는 젠더 평등을 주장하는 캠페인 필름을 통한 브랜드 커뮤니케이션을 펼치고 있는 반면, 후원하는 여성 선수들이 임신을 하면 후원금을 차감하거나 지급을 중단해온 사실이 드러나 논란이 되었다. 인종차별 반대한다는 아디다스는 흑인 스포츠 스타를 캠페인 필름에 기용하고 흑인 커뮤니티에 신발과 스포츠 용품을 판매하면서도 정작 임원급에는 흑인이나 여성이 부족하다 지적이 꾸준히 제기됐다. 이러한 사실은 다양성을 추구하는 캠페인 필름이 구색맞추기의 하나로 비쳐질 우려로 이어진다.

Reference

Lee, M.S. (2021). Study on the narrative form and the rhetoric in the fashion films of the sportswear brands. *Journal of the Korean Society Design Culture, 27*(2), 309-327

제로 웨이스트 패션디자인 대중화를 위한 디자인 연구

이도희, 마진주+
홍익대학교 패션디자인전공 석사과정, 홍익대학교 패션대학원 조교수+

1. 서론

환경문제는 어느 분야를 막론하고 중요한 사회적 이슈가 됐으며, 이를 해결하기 위해 패션 산업에서도 지속가능성과 친환경적인 패션방안을 고민하기 시작하였다. 서울시에 따르면 봉제공장에서 배출하는 원단 조각은 하루 평균 400t, 연간 14만6000t에 달하며 이 중 에재활용되는 양은 아주 적다고 한다. 리사이클링(Recycling)도 좋지만 제작 과정에서 쓰레기가 나오지 않도록 하는 것이 근본적으로 환경오염문제를 해결할 수 있을 것으로 생각된다. 한편 제로 웨이스트 패션은 아직 대중화되었다고 보기 어려우며, 비전문가인 다수의 일반인에게는 시각적으로 쉽게 알 수가 없다. 본 연구는 지속가능한 패션디자인의 방법 중 하나인 제로 웨이스트방법을 적용한 패션디자인 브랜드의 디자인 대중화를 위해서 어떤 것이 필요한지에 대하여 분석하려고 한다.

2. 본론

연구를 진행하기 위하여 제로 웨이스트 디자인 방법을 활용한 국내외 브랜드 사례를 조사하고 분석하였다. 국내 브랜드 파츠파츠(PartspARTs)는 단일 소재 네오프렌(neoprene)만을 사용하여 제작하는데 소재의 낭비를 줄이고 단 하나의 소재를 사용하고 있다. 단일소재의 한계성 문제점도 매 시즌 단일소재에 변화를 주어 개발하고 있고 '프라이탁(FREITAG)과같이 단일소재로 디자인의 차별화와 브랜드 정체성을 보여주고 있다.

미국 브랜드 톤레(tonlé)는 모든 소재를 데드 스톡(deadstock), 컷 웨이스트(cut-waste)를 직물을 사용하여 다양한 지속 가능한 제로 웨이스트 의류를 제작 하는데 스크린 인쇄(screen printing)를 사용하여 톤레(tonlé)만의 시크니처 룩을 위해 재미있는 프린트를 통합한 스크린 프린트로 브랜드 정체성을 주고 있다. 또한 100% 재활용 재료로 만든 가방에 모든 제품을 배송하고, 태그 및 판촉 자료는 재활용 용지를 사용하고 친환경적인 인쇄소에서 인쇄하여 제작뿐만 아니라 패키지에서도 정체성을 보여주고 있다.

미국 브랜드 제로 웨이스트 다니엘(Zero Waste Daniel)는 100% 업사이클링된 재료로 만들고 재활용된 혹은 재활용 가능한 아이템으로 지속가능성을 뚜렷하게 보여주고 있고 MZ세대를 겨냥한 개성 넘치는 의류를 만들어 트렌드를 선도하는 유명한 셀럽들이 착용하며 젊은 세대의 지지를 얻고 있다. 이에 따라 젊은 세대의 환경오염에 대한 관심과 제로 웨이스트 패션의 대중화를 기대해 볼 수 있을 것 같다.

3. 결론

본 연구는 제로 웨이스트 디자인 브랜드 사례 고찰을 통해 제로 웨이스트 패션의 대중화를 위한 전략에 대해 분석하였다. 첫째, 단일소재로 소재의 낭비를 줄이고 독특한 단일소재의 디자인으로 다른 브랜드와의 차별화를 두어 브랜드 정체성을 보여주었다. 둘째, MZ세대를 겨냥한 개성 넘치는 의류를 제작하여 트렌드를 선도하는 셀럽들이 소비함으로써 젊은 세대의 관심을 받아 제로 웨이스트 패션의 대중화를 기대해 볼 수 있다. 조사결과로서 시각적으로 제로 웨이스트 디자인의 정체성을 보여 줄 수 있는 프린트와 소재개발도 필요하며 디자인과정으로만 그치지 않고 패키지까지 지속가능성의 정체성을 부여하고 젊은 세대를 겨냥한 트렌디한 디자인으로 대중화가 필요하다.

Reference

Jeong, H. J., & Park, J. H. (2015). Zero-Waste Design of PartspARTs IMSEONOC. *Journal of the Korean Society of Fashion Design,* 15(4), 171-186.

Kim, S. H. (2021, October 18). 지속가능 시대 “패션산업이 이끈다”[Sustainable Age "led by the fashion industry"]. *TINNews*. Retrieved October 15, 2022, from https://www.tinnews.co.kr/21390

Kim, S. H. (2018, November 29). 모두에게 도움 되는 일상복 위한 행진[a march for everyday wear that helps everyone]. *TINNews*. Retrieved October 15, 2022, from https://www.tinnews.co.kr/16124

Zero Waste Daniel. (2022, October 19). *Zero Waste Daniel*. Retrieved October 19, 2022, from https://zerowastedaniel.com/

tonlé. (2022, October 19). *tonlé*. Retrieved October 19, 2022, from https://tonle.com/

코로나 블루 시대적 환경을 활용한 아트웨어 디자인 연구

- 정서적 치유, 포비드 블루를 중심으로 -

신재영, 허정선+

경북대학교 일반대학원 디지털패션학과 석사과정,

경북대학교 과학기술대학 섬유패션디자인학부 교수+

1. 서론

전 세계를 공황에 빠트린 코로나19는 경제를 마비시키고 이로 인한 산업의 붕괴와 새로운 기술의 등장, 시장의 변화 등의 현상들이 장기화되면서 자유롭지 못한 환경으로 인한 정서적 불안감, 우울감 등 심리적인 요인에도 큰 영향을 끼쳤다. 패션업계에도 이러한 코로나19의 장기화의 영향을 받고 있다. 상품을 생산하는 생산인력의 변화, 자국 시장을 넘어 무역을 통한 수입, 수출 과정의 변화 등의 문제가 발생하고 있으며 반대로 소프트웨어 기술이 발달하며 가상의 패션 의상을 입어볼 수 있고 판매까지 연결하는 메타버스 속 가상패션, NFT 기술의 발전 등 글로벌 디지털 패션 시장의 새로운 문을 여는 계기가 되기도 하였다. 이러한 시대적, 환경적 변화에 패션 아이콘을 활용한 아트웨어 디자인 제작 및 전시, 패션쇼 활동을 통하여 대중과의 소통 확장을 꾀하고 패션의 사회문화적 환경에 부응하는 패션문화를 창출하는데 목적이 있다.

2. 본론

본 연구는 포항지역을 선정하여 지역의 특성과 이미지를 활용하여 제작한 아트웨어 디자인 연구이며 '2022 Povid Blue Art Fashion Show'로 진행되었다. '코로나19(Covid-19)'와 '우울감(Blue)'이 합쳐진 신조어 '코로나 블루'는 장기화된 코로나19의 확산으로 일상에 변화를 통해 생기는 우울감, 무기력증 등을 뜻한다. 이러한 코로나 블루처럼 코로나19(Covid-19)와 포항(Pohang)의 앞 글자 '포(Po)'를 합친 '포비드(Povid)'와 우울감(Blue)이 아닌 파란, 푸른(Blue)의 사전적 의미를 사용하여 '포비드 블루(Povid Blue)'란 합성어를 만들었다. 일반 시민들을 대상으로 하여 정서적 치유와 긍정적 에너지 창출을 이번 디자인 컨셉으로 하였다. 포항지역의 재난(2017 지진, 2022 태풍 힌남노 등)에 대한 대중들의 트라우마가 타 지역에 비해 민감한 상황이며 세계적 철강도시로서 성장세가 둔화되는 등 다양한 영향들이 코로나에 편승되어 주제 접근 타당성을 뒷받침하는 중요한 요소가 되었다. 이번 디자인 연구의 프로세스는 두 가지로 'Povid Sea', 'Povid Steel'로 나뉘어지며 포항시를 대표하는 단어인 'S3'는 철(Steel), 빛(Science), 바다(Sea)로 포항을 상징하는 3S가 이번 디자인 연구의 키워드이다. 디자인 컨셉은 코로나 블루의 역설적 재해석을 위한 포비드 블루로 선정하였으며 메인 컬러는 희망적 의미를 표현하는 청량한 포항의 바다 이미지와 역동적이고 휘몰아치는 파도의 블루 컬러로 선정하였다. 가볍고 경쾌한 바다의 특성을 표현하고자 광택 있는 폴리에스테르 소재를 선정하였으며. 디테일 장식은 러플과 프릴

기법으로 선정하였다. 또한 포항을 상징하는 파워풀, 강인함 등 철강도시로서의 이미지를 표현할 수 있는 기법으로는 스틸이 바닷물과 접촉되었을 때의 이미지를 연상하였으며 바다 속에 잠겨있는 부분의 해양생물이 붙어있는 모습을 표현하기 위한 페인팅기법과 강인한 내구성을 표현하기 위한 데님 소재 선정 등 철강도시와 해양도시의 이미지를 부각시켜 표현하고자 하였다. 실루엣 디자인은 한복을 모티브는 하였다. 포항을 배경으로 한 설화 '연오랑 세오녀'의 내용 중 핵심적인 역할을 하는 소재인 비단을 차용하여 포항바다의 이미지를 표현하는 의상의 실루엣으로 한복의 치마, 도포의 우아하면서도 기품이 느껴지는 디자인적 특성을 접목하고자 하였다. 메인 컬러는 바다의 이미지를 나타내는 블루와 코로나 블루를 중첩시켜 희망의 블루를 나타내는 표현 요소로 선정하였다. 코로나의 바이러스, 세균 이미지를 바닷속 미생물, 영양분 등과 같은 생물학적 요소를 추상적으로 표현한 디지털 프린팅 소재의 사용 등을 통하여 전체적인 아트웨어 디자인으로 표현하였다. 첫 번째 'Povid Sea' 의상 디자인의 컨셉은 바다 속의 미생물을 표현하는 블루컬러의 디지털 프린팅 기법과 쪽을 활용한 천연염색, 탈색 등을 사용하였다. 두 번째로 'Povid Steel' 의상 디자인의 컨셉은 스틸의 강인함을 표현하기 위한 데님 소재의 사용과 바다 속 시간의 흐름에 따른 이물질, 미생물, 녹 등을 표현하는 페인팅 기법, 패치워크 기법 등을 사용하여 제작하였다.

3. 결론

본 연구는 코로나 블루의 시대적 환경을 활용한 아트웨어 디자인 연구로서 코로나19의 장기화로 인한 우울감, 무기력증 등을 의미하는 코로나 블루에서 영감을 받았으며 그러한 사회적 현상을 역설적으로 재해석하여 제철 도시, 해양도시 포항의 바다 이미지를 활용한 정서적 치유를 의미하는 합성어 포비드 블루를 통한 아트웨어 디자인 및 시민참여형 패션쇼 진행으로 대중들의 반응을 지켜볼 수 있었다. 제작된 작품은 'Povid Sea' 20벌, 'Povid Steel' 20벌로 총 40벌이며 전체적인 디자인 컨셉은 한복의 우아하고 풍성한 실루엣을 활용한 해안도시, 철강도시 이미지를 담은 포항의 블루이다. 넓은 동해바다의 컨셉에 맞는 루즈핏의 오버사이즈 의상과 블루컬러, 포항을 대표하는 3S의 메시지를 나타낼 수 있는 디지털 프린팅 소재 등을 활용하여 포항지역의 재난 트라우마 극복과 정서적 치유를 포비드 블루 아트웨어를 제작하여 표현할 수 있었다.

Reference

Kim, Y. H. (2022). A building that used to be fine was tilted by a water bomb. HINNAMNOR pohang city shock.

Park, J. C. (2022). POSCO has emerged as a new landmark in Pohang, the 'Space Walk'.

Jeong, Y. S. (2017) The 5.4 earthquake in Pohang caused the nation's "shaking" Following the Gyeongju earthquake, it's the second most powerful ever.

디지털 패션 소재 프레젠테이션 개발 연구

- C4D를 활용한 3D영상 제작을 중심으로 -

심첩, 최린, 임소영[+]

국민대학교 대학원 패션학과, 국민대학교 대학원 패션학과 강사[+]

1. 서론

이제까지 패션디자이너들은 실물 스와치를 보고 두께감, 광택감, 신축성, 드레이프성 등을 느끼며 적합한 소재를 선정하였다. 하지만 COVID-19로 인해 비대면 커뮤니케이션의 필요성이 증가하면서 디지털 환경에서의 패션 소재 프레젠테이션의 필요성과 그 방식에 관한 연구가 진행되고 있다. 온라인을 기반으로 한 디지털 환경에서 패션 소재를 시각적으로 제시하는 경우 디자이너는 화면을 통해 원단의 실제 질감을 예측하고, 원단을 구하러 가는 시간과 비용을 줄여 업무 효율성이 증대될 수 있다. 그리고 실물 스와치를 제작하지 않아도 된다는 점에서 원단 낭비를 막을 수 있다.

현재 온라인상에서 시각적으로 제시되는 패션 소재의 프레젠테이션 유형은 사진과 동영상이 있다. 하지만 선행연구 (Jang, 2021)에 따르면 온라인상에서 패션 소재의 시각 자료는 소재의 두께감, 광택감, 신축성, 드레이프성을 전달하는 데 한계를 가지는 것으로 파악된다. 이에 본 연구는 디지털 환경에서 디자이너에게 패션 소재의 특성을 전달할 수 있는 시각적 이미지를 개발하고 그 제작 과정을 제시하는 것에 연구목적이 있다.

2. 본론

본 연구의 내용은 다음과 같다. 우선 문헌 연구로 디지털 환경에서 패션 소재의 시각적 프레젠테이션 유형 및 특성을 고찰하고 3D 렌더링 프로그램인 C4D의 특성과 활용 사례 및 방안을 살펴보았다. 그리고 사례 연구를 통해 국내외 패션 소재 전문 플랫폼에서 20가지의 영상의 유형을 수집하여 분석하였다. 그리고 전문가 인터뷰에서 현재 동영상 패션 소재 프레젠테이션에서 보완해야 하는 사항을 구체적으로 도출하였다. 전문가는 패션 디자이너 2인, 패션 디자인 석박사 과정생 3인, 원단 판매업 종사자 1인으로 구성되었다. 마지막으로 앞서 분석한 내용을 바탕으로 디지털 소재를 개발하여 제시하였다. 본 연구에서는 효과적인 소재의 특성을 전달하기 위해서 동영상 이미지에 집중하였으며 동영상 이미지는 3D 렌더링 프로그램인 C4D를 활용하여 디지털 소재를 개발하여 제시하였다.

연구 결과는 첫째, 디지털 환경에서 패션 소재 프레젠테이션 영상의 유형을 분석하였다. 현재 패션 소재 프레젠테이션 영상은 소재의 드레이프성, 신축성, 질감, 표면효과, 두께감 등을 표현하기 위하여 손으로 원단을 잡아당기기, 손으로 원단을 쓸어내리기, 손이나 팔에 걸치고 여러 각도로 움직이기, 손으로 원단을 비비기, 드레스폼 위에 소재를 걸치기, 샘플을 착용하기 등의 유형으로 구분되었다. 두 번째는 디지털 환경에서 패션 소재 프레젠테

이션 영상 표현의 한계점을 파악한 것이다. 이는 전문가와의 인터뷰를 통해서 이루어졌고, 소재 프레젠테이션 영상 표현에서 가장 큰 한계점은 소재의 실감 표현과 전달의 어려움이었다. 실제 원단의 질감을 재현하기 위해서는 원단의 움직임을 조절하는 것과 원단의 특성에 따라 조명, 배경색, 오브제의 선택 등 촬영 환경에 대한 어려움이 있었을 것으로 사료된다. 특히 소재의 질감을 표현하고자 하는 경우 영상 제작과 표현의 한계가 크게 나타났다. 셋째는, 3D 렌더링 프로그램을 적용하여 소재의 질감과 특성이 잘 나타나는 4개의 동영상을 제작하였다. 작업 과정은 먼저 질감을 뚜렷하게 나타낼 수 있도록 알기네이트 호일을 사용하여 실제 소재를 제작하고 소재의 두께감, 광택감, 신축성, 드레이프성이 잘 표현될 수 있도록 바람에 펄럭이기, 소재의 각도를 달리하면서 보여주기, 당겼다 놓기, 사물에 원단을 씌우기 등의 움직임을 선정하여 이를 3D 영상으로 표현하여 디지털 소재를 개발하였다. 다음으로 인터뷰에서 밝힌 실제 영상 촬영의 한계점을 보완하고자 3D 렌더링 프로그램을 적용하였으며 배경 컬러와 조명의 밝기, 위치 등과 같은 영상의 촬영 환경을 소재의 특성에 맞춰 설정하였다. 그리고 이러한 촬영 환경을 조절하는 것이 실제 촬영보다 용이하였다. 패션 소재를 커튼과 같이 걸어 놓은 상태에서의 펄럭임, 또는 깃발과 같이 한 면을 고정한 상태에서의 펄럭임을 주었는데 이와 같은 연출은 실제 촬영에서 구현하는 것보다 비용과 시간을 절약할 수 있다. 그리고 손의 등장 없이 소재 스스로 펄럭이기, 당기기, 사물에 씌우기 등 스스로 움직이는 소재는 패션 소재의 물성과 특성에 집중할 수 있게 하는 효과가 있었다. 하지만 과도한 왜곡이 있는 경우 영상에서의 패션 소재는 비현실적으로 느껴져 실제 소재가 아닌 가상의 이미지로 전달된다. C4D는 소재의 움직임을 표현하기 위해 중력, 공기의 저항, 움직임의 속도, 바람의 세기 등을 소재의 특성에 따라 조절한다. 그러므로 3D 렌더링 프로그램에서 패션 소재의 특성이 잘 드러나도록 표현하기 위해서, 패션 소재 영상 이미지 제작자는 소재에 대한 기본적인 지식과 특성에 대한 충분한 이해가 있어야 한다.

3. 결론

본 연구에서는 디지털 환경에서 디자이너에게 패션 소재의 특성이 전달될 수 있는 시각적 이미지를 제작하기 위해서, 먼저 소재를 개발하고 C4D를 활용해 두께감, 광택감, 신축성, 드레이프성과 같은 소재의 특성을 3D 디지털 소재로 재현하였다. 그리고 이러한 특성이 잘 표현되는 유형을 4가지로 선정하고 3D 디지털 소재를 4가지 특성이 잘 나타나도록 선정한 영상 유형에 맞춰 3D 영상으로 제작하였다. 본 연구는 3D 렌더링 프로그램을 적용하여 패션 소재 동영상 프레젠테이션의 표현 가능성을 제시하였다는 데에 의의가 있다. 본 연구의 결과로 제작된 패션 소재의 영상은 온라인상에서 디자이너에게 다양한 소재의 질감과 특성을 제작하고 전달할 수 있다. 이는 비대면 커뮤니케이션을 선호하는 환경에서 디자이너에게 소재 선택의 폭을 넓히고 패션 제품을 디자인할 수 있는 범위를 확대하는 데 도움이 될 것이다.

Reference

Jang, S. Y. (2022) A Study on Designer's Haptic Perception of Fashion Fabrics in Digital Environment. Unpublished doctoral dissertation, Seoul National University, Seoul.

비디오게임의 픽셀 이미지를 활용한 패션디자인 개발 연구

김고운+
덕성여자대학교 의상디자인전공 조교수+

1. 서론

현대 디지털 기술이 비약적인 발전을 배경으로 최첨단 디스플레이를 통한 극 사실적인 디지털이미지가 구현되고 있음에도 불구하고, 초기 컴퓨터 그래픽 및 비디오게임의 저해상도 그래픽을 활용한 표현양식은 새로운 조형요소이자 문화코드로 차용되고 있다. 이에 본 연구는 이미지를 구성하는 각각의 소자 단위가 드러나 보이는 픽셀(pixel)의 조형성과 초창기 비디오게임의 특성을 기반으로 현 시대의 디지털과 아날로그 감성이 융합된 패턴을 제작하고 이를 적용한 패션디자인을 개발하였다. 연구는 먼저 비디오게임 및 픽셀의 조형적 특성을 밝히고 문화예술분야 및 패션분야에서 해당 주제를 차용한 작품들의 사례를 분석하였다. 도출된 비디오게임의 픽셀 이미지의 특성을 기반으로 adobe illustrator로 벡터 패턴을 제작, 열전사필름(HTV, Heat Transfer Vinyl)에 재단할 수 있는 파일로 변환하였으며, 총 8점의 실물작품을 제작하였다.

2. 이론적 고찰 및 사례연구

1) 비디오게임 픽셀 이미지의 개념과 특성

디지털 이미지를 이루고 있는 픽셀(pixel)은 컴퓨터 디스플레이의 이미지를 구성하고 있는 최소단위의 점을 의미한다. 픽셀의 어원은 그림을 의미하는 영어 단어 picture와 원소를 뜻하는 element의 합성어이다. 픽셀 단위로 구성되어 있는 이미지는 곡선이나 사선을 표현할 때 계단 모양 또는 지그재그 모양의 에일리어싱(aliasing) 현상이 나타난다. 특히 픽셀 이미지는 비디오 게임에 영향을 준 초기 컴퓨터 아트의 미학을 계승한다. 컴퓨터 그래픽이 대중화된 1980년대 이후로는 픽셀을 드러내는 방식의 이미지 구성방식이 낯설지 않게 되었고, 비디오 게임은 가정용으로 보급되어 대중문화 속 공유되는 패러다임으로 자리잡는다. 이는 디지털이 존재하지 않았던 과거의 세대에는 소통되지 못하는, 다분히 현대적인 표현방식인 동시에 한편으로 80-90년대의 노스탤지어를 자아내는 양면적인 매체특성을 지닌다. 또한 어린이들의 게임으로 일종의 유치한 매체이자 기호를 내포하는 비디오게임에 대한 노스탤지어는 가정용 컴퓨터의 급속한 보급 속에서 당시의 청소년들과 젊은 공학도들의 주요한 하위문화로 자리잡았다.

2) 픽셀이미지의 차용 사례 분석

본 연구는 정서적 노스탤지어를 불러일으키는 픽셀이미지가 차용된 다양한 분야에 대

한 사례를 조사하고 이를 분석하였다. 현대예술, 제품디자인, 패션분야에서 차용된 픽셀이미지의 사례를 수집하였으며 각 분야별 사례의 분석을 통하여 비디오 게임의 픽셀 이미지 특성을 도출하였다. 사례분석을 위한 자료의 수집은 Google 이미지검색 및 Pinterest 등의 온라인 검색엔진을 중심으로 진행되었으며 패션매거진 및 디자인 매거진 인터뷰를 통한 작품의도와 작품 설명을 기반으로 수집되었다. 검색어는 픽셀/pixel, 픽셀화/pixelation. 8bit, video game, retro arcade game 등으로 구성된다. 문화예술 및 디자인분야, 패션분야에서 차용된 비디오게임 픽셀이미지의 특성과 조형성을 도출한 결과 기하하적 면 분할과 파편화, 사각 그리드 이미지의 반복적 배치, 불연속적 색채표현과 보색 및 고채도 색상의 대비 등이 조형적 특징으로 도출되었다.

3. 패턴 및 패션디자인의 개발

본 연구에서는 상기 도출된 조형적 특성을 반영한 총 8점의 실물 작품을 제작하였다. 도출한 조형적 특성을 잘 반영할 수 있는 소재로 채도가 높은 네온 컬러의 표현이 가능한 열전사필름, 즉 HTV를 활용하였다. 이에 adobe illustrator를 활용한 벡터 기반의 패턴을 제작하였고 HTV를 커팅하고 이를 재단물 위로 전사하여 작품을 제작하였다. 특히 파편화된 이미지의 반복적인 결합과 새상의 대비 표현을 강조하고자 하였으며 대표적인 비디오게임인 백맨(Pac-man), 스페이스 인베이더(Space Invaders) 등의 모티브를 변형하고 차용한 패턴을 제작 이를 디자인에 적용하였다. 특히 비디오게임의 유희적 특성이 작품에 반영될 수 있도록 패턴의 배치와 조합, 배색, 실루엣 등을 제작하였다.

4. 결론

본 연구의 결론은 다음과 같다. 비디오 게임 속 픽셀이미지는 고도의 기술에도 변하지 않는 고유의 특성으로 다양한 분야의 창작 모티브가 되어 사용되고 있다. 이에 시각표현 도구로써의 픽셀 이미지에 내포된 특성을 살피고 이를 분서한 본 연구는 학술적 의의를 지닌다고 본다. 또한 현 시대의 디지털과 아날로그 감성이 융합된 패턴을 제작하고 이를 적용한 패션디자인의 개발은 새로운 영감과 자극을 소구하는 동시에 과거의 노스탤지어에 강하게 반응하는 현대 소비자의 니즈에 부합하는 모티브라 사료된다.

Reference

Arsenault, D., Coté, P. M., Larochelle, A., & Lebel, S. (2013). Graphical technologies, innovation and aesthetics in the video game industry: a case study of the shift from 2d to 3d graphics in the 1990s. *G| A| M| E Games as Art, Media, Entertainment, 1*(2).

Kim, J. (2019). Developing Fashion Design Utilizing the Formative Characteristics of Pixelation Image. *Journal of Fashion Business, 23*(4), 13-23.

반항적 로맨티시즘에 관한 패션디자인 연구
- 히피와 펑크풍을 중심으로 -

김혜상, 마진주+
홍익대학교 패션대학원 패션디자인전공 석사과정, 홍익대학교 패션대학원 조교수+

1. 서론

로맨티시즘 패션과 히피, 펑크 등의 하위문화 패션 양식은 현대에서도 특정한 양식을 통하여 복식으로 표현되고 있다. 과거 시대를 풍미한 로맨티시즘 복식의 미적 특성을 분류하여 살펴보는 일은 로맨티시즘 패션을 문화 융합의 특성으로 재창조하여 제안할 수 있으리라 사료 된다. 이에 본 연구는 로맨티시즘 양식을 명확하게 규명하고 18세기에 나타난 로맨티시즘 복식 양식이 현대 컬렉션에서 이질적인 반항적 문화가 어떻게 재현되고 있는지를 연구하여 반항적 하위문화가 융합된 로맨티시즘 패션을 제안하는 데에 그 목적이 있다. 반항적 로맨티시즘은 고전적 예술에서의 반문화적 작용이라고 볼 수 있으며, 로맨티시즘에서 역설적 본성을 강조하는 패션으로 정의하려 한다.

본 연구는 18세기 로맨티시즘 복식과 1960년대 히피 문화, 1970년대 펑크 문화가 패션에 미친 영향을 파악하여 로맨티시즘의 발생 배경과 사상, 18세기 로맨티시즘을 고찰하고, 1960년대의 미국 히피, 1970년대의 영국 펑크 하위문화의 하위문화적 발생 배경을 탐구한다. 이를 복식에 적용하여 그 미적 특성을 살펴보고자 한다. 연구 방법은 국내외 관련 전문 서적, 선행연구, 포털 사이트 보그(www.vogue.uk)를 바탕으로 이질적인 문화 융합이 패션에 나타난 로맨티시즘과 하위문화의 배경에 관한 문헌 연구를 실시한다. 실증적 연구로 컬렉션 분석에 있어서의 연구 범위는 2010년 S/S에서 2022년 F/W까지이며 레디 투 웨어(ready to wear, RTW)에서 연도별로 나타난 로맨티시즘과 하위문화 융합 스타일 패션 이미지 자료를 통해 디자인 요소와 복식의 미적 특성을 고찰하였다.

또한, 본 연구는 오늘날 최근 패션 컬렉션에서 중요한 화두로 대두된 이질적인 문화의 융합은 패션에서 새로운 스타일을 만들고 제안하고 있다는 점에서 연구의 필요성이 제기된다. 기존에는 상반되는 문화 융합 스타일에 관한 선행연구는 다양하게 조명되었으나, 이질적인 문화와 사상이 결합할 때 발생하는 문화간의 융합 디자인 요소별 컬렉션의 특성을 분석하고 적용하여 패션을 제안하는 연구는 현재 미약한 상황이다.

본 연구는 로맨티시즘과 반항적 히피, 펑크 하위문화가 반영된 패션의 특성을 분석하여 로맨틱 감성을 접목한 융합 패션 스타일의 디자인 개발을 목적으로 한다. 로맨티시즘과 하위문화 융합 패션 스타일의 디자인적 요소와 특성을 분석하여 문화 융합 패션 스타일의 디자인에 적용하여 새롭게 제안한다.

2. 본론

디자인 요소별 특성의 연구 결과, 컬렉션에 나타난 로맨티시즘과 히피, 펑크 하위문화 융합 스타일의 특성은 첫째, 이질적인 상호 대비되는 실루엣과 좌우 아이템의 형태가 다른 비대칭 실루엣이 출현하고 있다. 둘째, 서로 상이한 스타일의 디자인 요소가 재조합되고 차용되며 패션 아이템의 전환과 변형이 이루어졌다. 그리고 아이템의 코르셋, 뷔스티에와 같은 로맨틱 복식 양식이 반항적 특성들로 활용되었다. 로맨틱한 장식적 소재 요소와 반항적인 레더 소재의 믹스 매치, 서로 재질과 다른 디자인 요소와의 이질적 전환이 이루어졌다. 다섯째, 미적인 표현 목적이 서로 다른 장식적 디테일과 반항적 디테일이 함께 사용되었다. 여섯째, 기존의 양식을 이탈하는 스타일에 있어 액세서리가 스타일링에 활용되었다.

로맨티시즘 스타일의 미적 특성인 장식적, 여성적, 관능적인 아름다움이 오히려 양식을 이탈하여 어색한 부조화의 형식미로 융합되어 나타나는 반항적 로맨티시즘을 본 연구를 통해 제안한다.

이러한 융합 스타일의 특성을 반영하여 로맨티시즘과 반항적 하위문화의 융합 스타일은 의상 실루엣의 과장된 표현과 과감한 비율의 실루엣이 디자인의 주를 이루고 있다. 따라서 본 연구의 작품에서는 펑크를 나타내는 대표적 의상인 라이더 자켓을 팝한 밝은 컬러로 풀어내고 과장된 크롭 길이의 라이더 자켓으로 표현하였다. 벌룬 퍼프 소매와 프릴의 디테일이 융합되어 로맨틱한 감성을 동시에 라이더 자켓 디테일에 추가하였다. 펑크 문화의 반항적 그라피티 문화를 벽면에 흘러내리는 듯한 텍스트 아트를 개발을 통하여 우아한 실루엣의 하이웨이스트 프릴 스커트에 반영하였다. 또한 동양적 자연 문화를 추구했던 히피들의 특성을 동양적인 느낌의 플라워 프린팅의 소재 개발로 드러내었다.

3. 결론

따라서 본 연구를 통해 서로 이질적인 문화의 로맨티시즘과 히피, 펑크의 문화 융합의 특성을 가진 패션디자인을 새롭게 제안하고, 서로 다른 문화가 믹스매치되는 현대 패션의 트렌드적 특성을 반영한 디자인의 다양한 방식의 전개들을 기대한다.

Reference

Park, J. H. (2010). *Subculture Style in 21 Century Fashion Trend.* Unpublished master's thetis, Konkuk University, Seoul.

Edga, A., & Sedgwick, P. (2012). *Dictionary of Cultural Theory.* (Park, M. J., & Lee, Y. U., Trans.). Seoul: Hanarae.

Yoon, S. K. (2003). *A Study on Hippie and Postwar Style as a Resistance Hippie Culture.* Unpublshed doctoral dissertation, Sejong University, Seoul.

Kim, J. Y., & Lee, Y. J. (2019). A Study on the Aesthetic Characteristics of Romanticism in the Fashion Design of Alexandro Michele in Gucci. *Journal of Fashion Business. 24*(2), 44-59.

Lee, K. A., & Jeon, H. J. (2004). The Style of Romanticism on Fashion(I). *Journal of the Korean Society of Costume, 54*(1), 141-157.

가상성 기반 디지털 패션에 나타난 버추얼 머티리얼의 조형 표현
- 의상의 외피 표현을 중심으로 -

양은경+
연세대학교 생활디자인학과/인간생애와혁신디자인 융합전공 조교수+

1. 서론

컴퓨터 그래픽스와 네트워크 기술이 진화함에 따라 가상성 기반 디지털 패션과 그 표현에 대한 이론적, 실무적 니즈가 학계와 산업계에서 지속해서 중요한 문제로 다루어지고 있다. 최근 메타버스 개념의 출현과 함께 패션디자인 분야에서도 삼차원 그래픽스 및 가상현실 기술의 활용 가능성에 높은 관심을 보이고 있으며, 디지털 세계에 익숙한 MZ 세대를 대상으로 가상공간 안에 패션디자인 제품을 사실적으로 재현하거나 나아가 가상의 재료적 속성을 활용해 브랜드의 혁신적인 아이덴티티와 메시지를 커뮤니케이션하는 시도가 나타나고 있다. 또한, 가상 환경 안에서 상호작용하는 아바타, 디자인 산물 및 전시 환경의 주재료로서 버추얼 머티리얼 (Virtual material)에 대한 새로운 미적, 감성적 해석을 요구하기에 이르렀다. 하지만, 아직 가상성 기반 디지털 패션의 새로운 정체성에 대한 이해와 함께 물리적 디자인의 양상을 디지털 세계로 연결하는 진화된 버추얼 머티리얼의 개념 및 조형 표현의 가능성을 이론적으로 탐색한 연구는 미흡하다. 따라서 본 연구는 선행연구 고찰을 통해 변화하는 가상 현실의 정체성과 경험 특성과 버추얼 머티리얼 구현 기술의 진화적 양상을 이론적으로 탐색하고, 사례 조사를 통해 가상성 기반 디지털 패션의 외피 표현을 중심으로 버추얼 머티리얼의 표현성을 이론적으로 정리하는 것을 목표로 한다.

2. 본론

가상 현실은 현실과 고도로 디지털화된 세계를 연결하는 과도기적 현실의 새로운 정체성으로 정의되며, 그 현상은 증강된 현실, 복제된 현실, 상상된 현실의 세 유형으로 유형화할 수 있다. 가상 현실의 새로운 현실 개념들이 전달하는 새로운 경험은 단순히 물리적 현실의 재현에 머물지 않고, 다양한 미디어를 넘나드는 사용자 경험, 상상력 재현을 기반으로 한 새로운 감각 경험들, 확장된 라이프스타일과 새로운 커뮤니케이션 방식을 만든다. 가상 세계의 정보를 탐색하는 인간 행동 양식은 기존의 평면 스크린을 기반으로 손으로 터치하고 눈으로 정보를 탐색하는 것에서 삼차원의 가상 공간에서 육화된 정보 탐색과 지각 활동 및 가상의 머티리얼 환경과의 쌍방향적인 상호작용 행위로 이동하게 된다. 이러한 가상 현실의 새로운 현실 개념 및 인간 행동의 새로운 양상과 맞물려서 물리적 사물의 모습을 디지털 세계에 표현하는 버추얼 머티리얼의 구현은 그것의 사실성 재현을 넘어 체험적, 상호작용적 속성에 대해서까지 고려하게 되었다. 버추얼 머티리얼은 컴퓨터 그래픽스를 기반으로 실제 세계의 사용자, 사물, 환경 등을 가상 세계 안에 표현하는 물질의 재

료적 속성으로, 사물의 사실성 재현뿐 아니라 실제와 같은 사물의 움직임까지 시뮬레이션하는 범주를 포함한다. 버추얼 머티리얼의 구현은 사물의 삼차원 모델링, 텍스처링, 렌더링 및 인터랙션 모델링의 전 과정을 포함하며, 버추얼 머티리얼에 대한 이전 연구는 기술적, 생산 프로세스 관점에서 다루어지거나 디자인 분야에서는 재료의 미시적 수준 특성의 빠른 맞춤화를 가능하게 하는 측면에서 많은 관심을 보인다. 버추얼 머티리얼에서 외피를 구현하는 기술은 3차원 모델의 겉표면에 2D 텍스처 이미지를 대응하는 방식으로 물체의 세부 질감을 묘사하는 재질감의 표현을 생성하는 맵핑 작업에서 진화하여, 프로시주얼 맵핑 (procedural mapping) 방식을 통해 사용자에 의해 주어진 변숫값을 기반으로 한 수학 함수를 통해 텍스처맵을 생성하여 대상 오브젝트에 맵핑하는 방식으로 발전하였다. 이를 통해 기존의 픽셀화된 이미지 사용에 따른 제한된 외피 표현에서 벗어나 현존하는 머티리얼의 모든 채널들을 생성할 수 있고, 파일 사이즈 변환 없이도 고해상도의 머티리얼 표현을 할 수 있다. 사례 조사는 세계 최초로 삼차원 컴퓨터 그래픽스 기술과 블록체인 기반 거래를 기반으로 구현된 Digital Meta Gala 2021과 Crypto Fashion Week 2022 및 세계 최초 메타버스형 버추얼 패션 컬렉션을 구현한 The Fabricant의 컬렉션 사례를 다루었다. 그 결과, 버추얼 머티리얼의 표현이 극사실적인 머티리얼의 표현 가능성을 넘어, 인간이 인지해 오던 의상의 형태, 재질, 머티리얼 특성을 재현하는 것에서 나아가 일반적인 인식 체계의 불일치가 일어나는 새로운 시각적 자극 요소 표현을 가능하게 하였다. 이는 크게 두 가지 양상으로 나타나는데, 첫째, 현실에서의 생산 기술 한계를 극복하는 머티리얼 물성 파라미터의 새로운 조합을 통해 현실적으로는 생산하기 어려운 의상 콘셉트의 외피 표현을 가능하게 하고, 둘째, 현실적으로 표현하기는 어렵지만, 디자이너의 상상을 통해 가능한 디자인의 재료 속성을 표현할 수 있게 됨으로써 창의적 디자인 콘셉트의 개발과 확장된 커뮤니케이션의 가능성을 제시한다. 특히, 새로운 머티리얼의 조형성을 통해 만들어내는 창의적 패션디자인 콘셉트의 커뮤니케이션을 위해 의상의 표현뿐 아니라 그것을 전달하는 데 필요한 모델, 전시 환경, 분위기 및 사용자 인터랙션까지 디자인 콘셉트로 확장하여, 패션디자인의 범주가 통합적 디자인 프로세스로 나아가는 데 있어 버추얼 머티리얼의 역할이 매우 중요한 의의가 있다는 것을 알 수 있었다.

3. 결론

본 연구는 디지털 기술의 진화와 함께 급변하는 패션 시장에서 가상현실의 새로운 정체성 개념과 맞물려 변화하는 버추얼 패션의 조형적 표현에 대한 이해를 돕는 것을 목표로 한다. 버추얼 머티리얼을 중심으로 의상의 외피 구현 기술의 진화 양상과 이에 따른 조형성의 변화를 탐색한 본 연구 결과는 가상성 기반의 디지털 패션을 다루는 교육 분야 및 산업적 활용을 위한 이론적 기초를 마련하는 데 기여할 것이다.

Reference

Kang, Y. M. (2010). Realistic rendering of woven surface using procedural bump mapping. *Journal of Korean Game Society, 10*(3), 103-111.

Lee, E, J., & Lee, J. H. (2022). Structure and sustainable value of NFT fashion industry based on the case analysis. *Journal of the Korean Society of Costume, 72*(4), 70-89.

패션 디자인 프로세스의 디자인 개발 단계별 특성 분석

- 디자인 개발 단계 간 유기적 관계에 따른 구조를 중심으로 -

고정민+

연세대학교 생활디자인학과 박사과정+

1. 서론

오랜 기간 많은 연구자는 다양한 관점에서 패션 디자인 프로세스를 개발해왔다. 대부분의 선행 연구에서는 패션 디자인 프로세스를 규정적 모델이자 고정적인 선형 모델로 제시하고 있다. 이러한 기존의 모델들에는 프로세스를 준수함에 따라 성공이 결정되는 규정적 모델의 특성(Cross, 2008)으로 인해 초보자 디자이너를 교육하고 디자인 프로세스를 효과적으로 관리할 수 있다는 장점이 있지만, 창의적 측면에서는 다소 열악하다는 단점도 가지고 있다(Howard et al., 2008). 물론, 일부 연구(Dieffenbacher, 2013)는 기존의 고정적인 구조에서 벗어나 다각적이고 순환적 형태로 패션 디자인 프로세스를 구성하고는 있다. 하지만 이 역시도 산업 환경의 논리와 효율성을 고려하지 않은 주관적인 발상과 해석 과정으로 구성되어 있어서 실제 현장에 적용하기에는 어려움이 있다(Lee, 2017). 그에 따라 본 연구에서는 기존의 패션 디자인 프로세스의 한계점을 극복하고 차별점이 부여된 새로운 모델의 개발에 앞서, 현재까지 개발된 패션 디자인 프로세스를 분석했다. 그리고 이를 통해 패션 디자인 프로세스의 기본적 속성을 파악하여 향후 패션 디자인 개발 연구를 위한 기준을 설정하고자 했다. 특히, 패션 디자인 프로세스를 구성하는 핵심적 요소와 디자인 개발 구조에 초점을 맞추어 선행 연구를 분석했다.

2. 본론

패션 디자인 프로세스를 개발한 선행 연구(Atkinson, 2012; Choi & Shon, 2021; Davis, 1980; DeJonge, 1984; Dieffenbacher, 2013; Ellinwood, 2011; Faerm, 2011; LaBat & Sokolowski, 1999: Lamb & Kallar, 1992; McKelvey & Munslow, 2012;, Oh, 2009; Orlando, 1979; Parsons & Campbell, 2004; Sorger & Udale, 2012; Watkins, 1988; Yu, 2013)를 분석한 결과, 패션 디자인 프로세스는 개발 목적 및 그에 따른 활용 방식에는 다소 차이가 있었으나, 전반적으로 유사한 구조와 흐름으로 구성되어 있었다. 그리고 프로세스별 디자인 개발 단계도 선행 연구마다 다소 차이가 있었지만, 공통적인 디자인 개발 활동 및 구체적 작업 내용에 따른 분류가 가능했다. 특히, 프로세스를 구성하는 각 디자인 개발 단계는 서로 긴밀히 연결되어 있어서 서로 영향을 주는 유기적 관계를 보였다. 그리고 프레젠테이션, 브랜딩, 포트폴리오 등 디자인 개발 이후의 과정인 프로모션은 일부 연구에서만 관찰되었다. 그에 따라 본 연구에서는 모든 선행 연구에서 공통으로 다루고 있는 디자인 개발 과정만을 한정하여 패션 디자인 프로세스를 다음과 같이 5단계로 분류할 수

있었다. 문제를 인식하고 주제 결정 및 목표 선정하는 첫 단계인 PA(Problem Acceptance)에서는 문제 이해, 목표 언급, 타겟 소비자 인식 등 문제의 명확화가 이루어진다. PA에서는 다음 단계에서 수행하게 될 리서치의 기준이 설정된다. 두 번째 단계인 IR(Idea Research)에서는 PA에서 설정된 주제를 바탕으로 디자인 문제를 탐색하거나 분석을 통한 자료 수집이 이루어진다. 관찰, 인터뷰, 브레인스토밍, 마인드맵, 2D 리서치, 마켓 리서치, 서베이, 트렌드 분석 등이 포함된다. IR에서 수집된 자료의 분석은 다음 디자인 개발 과정의 기준이 된다. 세 번째 단계인 CD(Concept Development)에서는 디자인 기준을 설정하고, 아이디에이션 및 개념화를 통해 이전 과정에서 수집한 자료를 시각화한다. 이미지맵, 무드보드, 콘셉트 보드, 소재 개발, 질감과 색채 결정 등이 포함된다. CD를 통해 구체적으로 시각화된 아이디어는 다음 디자인 개발 단계의 핵심 요소로 작용한다. 네 번째 단계인 SD(Specific Decision)에서는 아이디어를 구체적인 디자인 형태로 표현하여 디자인을 결정한다. 또한 이전 단계에서 선택한 디자인의 구성 요소를 조합하여 프로토타이핑 및 샘플링에 활용될 디자인을 확정한다. 최고의 아이디어 선택, 디자인 구체화, 구체적 요소의 개발, 도식화 표현 등이 포함된다. SD에서 구체화 된 결과물은 다음 디자인 개발 단계에서 제작으로 이어진다. 다섯 번째 단계인 IE(Implement & Evaluation)에서는 결정된 디자인의 실물 제작과 이에 대한 평가가 이루어진다. 실질적인 디자인 과정에서의 마지막 단계로써 2D 패턴, 3D 구성, 프로토타이핑, 샘플링 등이 포함된다.

3. 결론

본 연구에서는 선행 연구를 통해 개발된 16건의 패션 디자인 프로세스를 분석했다. 이를 바탕으로 구조적 특성에 따라 패션 디자인 프로세스를 5단계로 분류하였고, 이를 구성하는 디자인 개발 단계의 구체적 특징을 분석했다. 특히, 프로세스를 구성하는 각 단계의 상호 유기적 관계에 주목하여 프로세스의 구조를 분석함으로써 디자인 개발 단계별로 영향을 미치는 주요 요소를 파악할 수 있었다. 해당 연구를 통해 도출된 패션 디자인 프로세스 모델은 향후 패션 디자인 개발 연구를 위한 기준으로 활용될 수 있을 것이다.

Reference

Cross, N. (2008). *Engineering Design Methods : Strategies for Product Design.* New York: Wiley.

Dieffenbacher, F. (2013). *Fashion Thinking: Creative Approaches to the Design Process*. New York: AVA academia.

Howard, T. J., Culley, S. J., & Dekoninck, E. (2008). Describing the creative design process by the integration of engineering design and cognitive psychology literature. *Design studies, 29*(2), 160-180. doi:10.1016/j.destud.2008.01.001

헬시 플레저(Healthy Pleasure) 문화를 반영한 생체 신호 기술기반 러닝용 스포츠 브라 디자인 프로토타입 개발

임시은, 주희영+
계명대학교 패션디자인과 겸임교수, 서울대학교 생활과학연구소 박사후연구원+

1. 서론

COVID-19가 장기화되면서 건강에 대한 관심이 꾸준히 증가하고 있다. 여성가족부가 만9~24세와 그 양육자를 대상으로 진행한 조사 결과를 살펴보면 COVID-19 이후 가장 걱정되는 것으로 감염 위험과 건강상의 문제를 꼽았다. 기존의 건강관리는 고통스럽고 힘든 것으로 여겨졌지만 MZ세대는 '재미'와 '행복'을 가미하여 하나의 즐거운 문화로 만들었다. 이것이 최근 MZ세대 사이에서 떠오르고 있는 새로운 트렌드, '헬시 플레저'(healthy pleasure)다. 따라서 본 연구에서는 헬시 플레저 문화를 반영하여 홈트레이닝과 레저 활동에 착용가능하고 스스로 건강을 확인할 수 있는 생체 신호 기술기반의 러닝용 스포츠 브라를 디자인하였다.

연구 방법은 다음과 같다. 첫째, MZ세대의 헬시 플레저를 비롯한 문화적 특성에 대해 분석하였다. 둘째, 기존의 스마트 의류에 접목된 생체 신호 측정기능의 기능 및 특성을 이해하고, 디자인 특성을 파악하였다. 셋째, 생체 신호 측정 기술에 기반한 스포츠 브라의 개발 가능성을 탐색하고, 전략적 디자인 프로토타입을 개발하였다.

2. 이론적 배경

현재 건강에 대한 사람들의 우려가 점점 증가함에 따라 건강관리는 선택이 아닌 필수로 인식되고 있다. 그러나 기존의 방식대로 건강관리를 한다면 높은 피로도와 스트레스로 인해 장기적으로 건강을 지속할 수 없다는 문제점이 있다. 따라서 MZ세대는 이에 대한 해결책으로 건강관리를 절제와 희생의 방법이 아닌, 그 과정 자체를 즐기고 삶의 질을 높이는 데에 초점을 두는 하나의 트렌드를 만들어냈다. 헬시 플레저는 해서는 안 되는 것을 하면서 즐거움을 얻는 '길티 플레저'(guilty pleasure)에 반대되는 용어로, 고통스럽고 힘들게 건강을 관리하는 중에 느끼는 잠깐의 즐거움이었다면, 헬시 플레저는 건강관리 자체를 즐겁고 장기적으로 이어가려는 목적이 반영된 생각이다. 이러한 MZ세대의 심리와 맞물려 건강을 위해 수행하는 운동 종목이 다양해지고 있다. 기존의 헬스, 필라테스와 같이 근력 향상을 주요 목적으로 하는 운동뿐만 아니라 등산, 클라이밍 등 운동 과정 중에도 효용성과 재미를 얻을 수 있는 스포츠도 즐김으로써 운동의 종목을 확장해 나가고 있다. 또한 MZ세대는 SNS에 자신이 운동하는 공간, 운동하는 자신의 모습 등의 운동 수행 과정을 공유하며 자극과 동기부여를 얻는다. 이에 따라 헬시 플레저 트렌드를 활용한 마케팅은 증가하고 있으며 이러한 전략은 다음과 같은 이점이 존재한다. 우선 헬시 플레저 트렌드

는 지속 가능성을 내포하며, 기존의 수많은 건강관리 식품, 다이어트 제품과 달리, '즐거움'이라는 개념을 중심으로 꾸준히 건강관리를 행하는 것을 목표로 하기 때문에 충성 고객 확보 측면에서 효과적이다. 또한 해당 마케팅 방안은 MZ세대의 인증 문화를 중심으로 효과적인 바이럴의 수단이 되며, SNS를 통해 확산되고 전이되는 즐거움의 이미지는 긍정적인 브랜드 이미지 형성에 기여할 것이다. 또한 헬시 플레저 트렌드와 함께 '얼리 케어 신드롬(early care syndrom)'에 대한 주목도 필요하다. MZ세대는 건강관리를 '치료'보다 '예방'의 관점에서 바라보는데, 이러한 현상을 얼리 케어 신드롬이라 일컫어 진다. 이는 생체 신호 기술을 기반으로 한 패션 아이템의 강점인 자가 건강 확인 및 질병 예방에 대한 목적과 부합한다.

현재까지 제작된 스마트 의류에 접목된 생체 신호 측정기술의 기능은 심전도, 바이오리듬 측정, 체온 유지 및 쿨링, 또는 가온 기능, 신체 밸런스 코칭 기능이 있다. 이러한 기능의 특성으로는 의류에 센서 부착 시 측정하고자 하는 부위에 직접적으로 신호를 받을 수 있다는 장점이 있었다. 또한 착용자가 활동하는 과정에서 변화하는 신체의 신호를 일정 시간동안 지속적으로 모니터링할 수 있다는 특성이 있다. 주로 아웃도어와 스포츠웨어의 아우터, 팬츠에 다수가 적용되었고, 일상복으로는 남성 재킷, 어린이 유치원 원복 등에 적용되었다. 스포츠 브라는 운동을 비롯해 움직임이 많은 활동에 반드시 필요한 아이템이며 인체에 밀착된 이너웨어인데 생체 신호 기술을 접목한 디자인이 미비한 실정이다.

3. 연구결과 및 고찰

기존에 생체 신호 측정 기능에 접목된 스마트 의류의 디자인을 살펴보면, 패치형, 내장형, 섬유형의 센서의 형태가 접목되었다. 또한 기본적인 의류의 기능과 외관을 저해하지 않으면서 신체의 움직임을 모니터링하는 디자인이 다수를 이루었다. 아웃도어와 스포츠웨어에 접목된 소재는 폴리에스테르, 나일론, 레이온, 폴리우레탄, 고어텍스의 기능성 소재가 많으며, 입체적인 장식적 효과는 배제되었다. 색을 활용하여 기능성을 상징하기도 하고, 기본 형태를 유지하는 방향성으로 디자인되었다.

본 연구에서는 이와 같은 다양한 디자인 사례의 특징을 분석하고, MZ세대를 타겟으로 헬시 플레져의 문화를 디자인 요소 중 색에 반영하여 컬러블록과 프린팅이 돋보이는 디자인을 개발하였다. 기존 브라탑의 주요 구조와 착용감은 유지하면서 의복 착장 시 생체 신호를 전송, 휴대폰을 통해 모니터링 할 수 있도록 설계하였다, 또한 내외피의 분리 및 내외피간의 호환이 가능하게 하였으며, 기기의 탈부착을 통해 세탁이 용이하도록 구성하였다.

Reference

Kim, H. J., Jang, J. H., & Cho, S. B. (2022). Healthy pleasure marketing. *Journal of Marketing, 56(2), 59-67.*

*이 논문은 2021년도 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단 기초연구사업의 지원을 받아 수행된 연구임(No. NRF-2021R1A6A3A01087164)

소셜미디어에서 통과의례와 자기 제시

- 인스타그램의 대학졸업 관련 게시물 분석 -

권유진+

한국방송통신대학교 생활과학부 의류패션학전공 교수+

1. 서론

통과의례(rites of passage)는 의례의 일종으로, 인간의 생애 주기에서 새로운 의미를 부여받는 단계로 이행하는 과정을 의미하며, 돌잔치, 성년식, 졸업, 결혼, 성인식, 죽음 등이 이에 해당한다(Rook, 1985). 인류학에서 통과의례는 한 개인이 한 집단을 떠나 다른 집단으로 진입하는 의례로, 이전 세계로부터의 분리(separation)와 전환 단계에 해당하는 경계성(liminality), 새로운 정체성을 받아들이고 새로운 상태로 진입하는 병합(incorporation)으로 구성된다(van Gennep, 2019). 통과의례는 문화적 가치에 행동적 기반을 두고, 당사자는 사회적 지위의 변화를 수행한다(Rook, 1985). 의례는 의례인공물, 의례대본, 의례역할, 의례청중으로 구성되며(Rookm 1985). 인스타그램과 같은 소셜미디어는 자기제시(self-presentation)의 중요한 경로인데, 본 연구는 소셜미디어가 단순한 자기 제시의 수단에 그치지 않고, 소셜미디어 행동 자체가 하나의 의례를 구성한다는 점에 주목한다(Trillò et al., 2022).

대학 졸업은 현대 한국 사회에서 경제적으로 또는 존재론적으로 보호받는 존재에서 독립된 주체로의 이행을 위해 기대되는 고등교육의 완수를 의미한다. 본 연구는 대학 졸업이라는 통과의례와 관련하여 소셜미디어에서 이루어지는 자기제시의 특성을 분석하고자 한다. 본 연구는 2022년 10월 19일 인스타그램에서 *#대학졸업*으로 검색한 약 11,000개의 결과 중 상업적 목적을 가진 게시물을 제외하고, 계정주인의 사진이 포함된 게시물의 사진의 내용과 특징, 게시글, 해시태그를 인기 게시물 순서로 정렬하여 120개의 게시물을 선택하였다. 질적 분석을 통해 게시물을 통한 자기 제시(self-presentation)의 특성과 학위예복을 포함한 대학 졸업의 중요한 인공물이 어떻게 사용되는지 등을 분석하여 소셜미디어에서 대학 졸업생들이 제시하는 통과의례로서 대학 졸업을 이해하고자 한다.

2. 본론

이미지와 텍스트의 질적 분석을 통해 등장한 주제는 다음과 같다. 첫째, 가장 중요한 주제는 이제 떠나려고 하는 집단, 즉 대학에 대한 기록이었다. 대학졸업을 의미하는 가장 중요한 미장센은 학위 취득을 제도적으로 인증하는 학위증과 학위예복이었다. 이외에도 꽃다발과 시그니처 건물, 포토월(photo wall)과 같은 공간, 대학의 캐릭터 인형이 중요하게 사용되었다. 꽃다발은 자축의 의미와 함께 학위증이라는 제도적 인증과 달리 사회적으로 부여받는 축하의 증거로 게시되었다. 포토월은 학교 측에서 졸업사진 촬영을 위해 설치해 놓은 작은 무대로, 졸업식에 참석하지 않아도 이를 활용하여 *졸업사진 촬영*이라는 의례대

본을 수행할 수 있었다. 대개 학교명, 로고 등이 표시되는 포토월이나 대중적 인지도가 높은 시그니처 건물이나 공간(예. 연세대 본관건물단, 경희대 본관)은 계정주인이 떠나가는 집단을 실체감 있게 전달하는 미장센으로 해석된다. 학교 표식을 달거나 졸업예복을 입힌 학교의 캐릭터 인형은 사회적으로 성인이 되는 전환기 시점에서 미성년으로서의 마지막 순간을 투영하는 상징으로 해석된다.

둘째, 인스타그램 사용자들은 학위예복을 자기 연출의 무대의상으로 적극적으로 사용하였다. 정적인 포즈로 정면을 응시하는 전통적인 졸업사진과 달리 소셜미디어 시대의 졸업사진은 걷다가 뒤를 돌아보는 순간이나 학위예복 옷자락이 바람에 날리는 모습을 포착하였고, 카메라를 응시하지 않고 다양한 표정과 포즈를 보여주는 사진 등을 통해 자연스러우면서도 멋있는 스냅 사진을 게시하였다. 카메라를 응시하지 않는 사진은 자신을 연출하고 객관화하여 제시하는 방식인데, 이와 유사하게 연출적 성격이 강한 행위로는 학사모를 던지고 받는 사진이다. 이러한 자기 연출은 존재론적 진실성(existential authenticity)과 관련이 있다. Wang(1999)는 소비자들은 자신을 더 표현적으로 만들고, 자신에 더 충실하다는 느낌을 주기에 창조적이고 마음을 정화하는 경험을 더 진짜라고 인식한다고 했다. 즉, 자신이 경험적으로 진짜 세계와 연결되어 있을 때 존재론적인 진실성을 인식하기에, 대학 졸업을 상징하는 사진들을 연출하고 연기하고 이를 시각적 결과물로 만들어 소셜미디어에 게재하는 과정 통해 이 통과의례의 존재론적 진실성을 인식하는 것이다. 이외에도 학위예복을 어깨에 걸치거나 앞트임을 열어서 안에 입은 옷이 함께 보이게 찍은 사진들이 발견되었다. 이는 졸업생이라는 정체성과 개인의 개성이 공존하는 모습 또는 학위예복을 벗으면 바로 학교 밖의 세상이라는 전환기를 의미하는 의미로 해석할 수 있다. 친구들에 대한 언급과 친구들과의 사진도 빈번히 올리는 주제인데, 이는 대학 생활에서 획득한 사회자본의 중요성과 자신이 구축한 사회적 자본의 과시로 해할 수 있다.

3. 결론

본 연구는 인스타그램 게시물의 분석을 통해 대학졸업이라는 통과의례를 표현하는 사진에 사용되는 인공물의 사용법과 자기 제시의 특징들을 살펴보았다. 이를 통해 소셜미디어 사용자들은 사진과 동영상의 제작을 통한 자기제시를 통해 졸업이라는 통과의례를 경험하며 이 경험의 존재론적 진실성을 추구하고, 한편으로는 인생의 다음 단계로 전환하는데 소셜미디어의 역할을 확인할 수 있었다.

Reference

Rook, D. W., & Levy, S. (1983). Psychosocial themes in consumer grooming rituals. *Advances in Consumer Research, 10*, 329-333.

Trillò, T., Hallinan, B., & Shifman, L. (2022). A typology of social media rituals, *Journal of Computer-Mediated Communication, 27*(4), zmac011, https://doi.org/10.1093/jcmc/zmac011

van Gennep, A. (2019). *The rites of passage* (2nd ed.). University of Chicago Press.

Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research, 26*, 349-370. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0

슬로우 라이프 스타일이 반영된 현대 패션의 미적 특징

함연자+
동의대학교 패션디자인학과 교수+

1. 서론

라이프 스타일은 특정 집단이 공유하는 가치와 삶의 방식이라 할 수 있다. 빠르게 변화하는 사회에서 고유의 자아정체성을 유지하고 표현하고자 하는 현대인은 비슷한 취향의 집단에 속해 존재감과 안정감을 확보하고 자신이 원하는 라이프 스타일을 향유하는 집단에 들어가고자 노력함으로써 자존감을 향상시키는 경향을 갖는다. 즉, 현대인에게 라이프 스타일은 개성 표현의 좌표 역할을 하며 라이프 스타일의 가치를 표현하는 제품을 추구하는 것은 이상적 라이프 스타일을 살아가는 것과 동일시된다. 사회학자인 베블런이 상류층인 유한계급과 그들이 추구한 과시적인 라이프스타일이 대중의 계급, 신분에 대한 욕망의 추구로 유행을 주도하고 패션의 변화를 이끄는 중요한 요인이 된다는 점을 설명했던 것처럼 현대인이 추종하는 집단에서 추구하는 라이프 스타일 은 패션의 향방을 가늠하는 중요한 근거가 될 수 있다. Attali는 '느림'을 정의하면서 21세기의 최상층으로 하이퍼 계급(Hyperclass)을 소개한 바 있다. 하이퍼 계습은 문화 즉, 특허, 노하우, 능력, 혁신, 창작 등과 관련된 배당금을 받는 사람들로 시장원리가 지배되는 사회에서 생산방식의 소유나 전수에 관한 특권과 상관이 없으며, 삶의 방식으로 '느림'을 추구한다고 설명했다. 즉, 슬로우 라이프 스타일은 현대 사회에서 욕망의 대상이 되는 하이퍼 계급이 주도하는 가치와 관련되며 패션에도 중요한 영향을 주고 있음을 알 수 있다.

본 연구는 슬로우 라이프 스타일의 특징을 이해하고, 슬로우 라이프 스타일 양식이 반영된 패션의 미적 특징을 고찰하고자 한다. 연구 내용은 첫째, 슬로우 라이프 스타일이 대두된 맥락과 개념을 고찰한다. 둘째, 슬로우 라이프 스타일의 범주에 들어가는 사회적 운동의 사례를 조사하고 슬로우 라이프 스타일의 가치를 고찰한다. 셋째, 슬로우 라이프 스타일의 가치가 반영된 현대 패션의 사례를 찾아 미적 특징을 파악한다. 연구 방법은 이론적 연구와 실증적 연구를 병행한다.

2. 본론

20세기 '빠른' 효율성을 중신하는 산업 사회의 가치관을 반영하는 '느림'에 대한 사전적 정의는 다소 부정적 의미를 갖지만, 최근의 사회 문화적 맥락을 반영할 때 그 의미는 '가장 부유한 사람들이 추구하는 가난한 시대의 퇴보, 자기 컨트롤의 미학', '시간의 재촉에 떠밀리지 않는 확고한 의지를 함축하는 배려 깊은 삶의 방식', '양보다 질을 추구하는 태도' 등 빠른 속도를 추구하는 삶에서 잃어버렸던 것들을 회복하는 여유와 질적 가치를 내

포한다. '느림'을 최우선으로 추구하는 슬로우 라이프 스타일은 근대 자본주의 사회의 물질주의에서 탈피하고자 하는 가치지향 삶의 방식이라 볼 수 있다.

역사적으로 슬로우 라이프 스타일은 개성을 중시하고 주체적 소비를 선호했던 19세기 보헤미안(Bohemian), 미술공예운동, 1960년대 히피(hippy) 등과 탈물질주의 라이프 스타일이라는 점에서 맥락을 같이하고, '슬로우' 라는 용어가 본격 나타나기 시작한 1980년대 이후에는 로하스(LOHAS), 로보스(LOVOS), 딥에콜로지(deep ecology), 킨포크(Kinfolk), 러스틱 라이프(Rustic Life) 등을 슬로우 라이프 스타일의 범주에 넣을 수 있다.

슬로우 라이프 스타일에서 추구하는 가치는 삶의 주체가 되는 개인, 삶의 배경이 되는 사회와 자연 환경의 관점에서 각각 고찰될 수 있다. 개인의 관점에서 개인이 만족감을 느낄 수 있는 삶이 추구되며, 따라서 개성의 표현, 개인의 경험에 대한 중시와 개개인의 고유성이 강조되는 인간성의 회복이 중요한 가치가 된다. 사회의 관점에서 공동체가 함께 잘 사는 삶이 추구되며, 따라서 공유와 나눔의 중요성을 인식하고 지역 사회의 경제적 혜택에 대한 관심, 토착 문화의 발굴과 전파를 통한 지속 가능성, 사람 간의 교류가 중시되었던 오래된 문화의 계승과 같은 전통성의 회복이 중요한 가치가 된다. 자연의 관점에서 자연과 더불어 사는 삶이 추구되며, 따라서 인간과 자연이 조화를 이룰 수 있는 자연에 대한 관심과 자연 속의 삶의 가치 발견, 자연의 지속 가능성에 대한 인식과 친환경성을 중시하는 자연성의 회복이 중요한 가치가 된다. 이러한 가치가 반영된 현대 패션의 사례를 찾아 고찰한 결과 미적 특징은 개성미, 전통미, 단순미, 자연미로 파악되었다.

개성미는 인간성 회복과 관련된 미적 특징으로 디자인의 기준이 대량 생산을 위한 효율성 위주의 형태가 아니라 개인의 만족과 감성을 반영하는 디테일과 개인이 디자인에 직접 참여할 수 있도록 미완의 형태, 커스터마이징 패션으로 제안되었다. 전통미는 삶의 장소인 지역의 가치 발견과 지역 공동체의 지속가능성에 대한 관심과 관련된 것으로 핸드니트, 자수, 패치워크, 아플리케 등 전통적인 복식 제작 방식과 다채로운 민속복의 형태와 문양의 표현으로 나타났다. 단순미는 자연의 지속가능성을 고려한 자원절감과 폐기물의 최소화, 오래 사용하기와 관련된 미적 특징으로 디자인의 단순화, 크기의 최소화, 경량화를 통해 나타났다. 직물의 사용을 최적화하기 위해 의복의 비례나 제작 방식을 바꿈으로써 자원을 절감하고 경량화한 형태, 장식의 제한으로 오랫동안 사용가능한 형태로 표현되었다. 자연미는 자연의 가치 발견, 인간과 자연의 조화로움을 추구하는 미적 특징으로 자연속의 삶을 연상시키는 편안한 형태와 소박한 재질감의 소재, 자연적인 문양과 색상으로 표현되었다.

3. 결론

본 연구에서 슬로우 라이프 스타일이 반영된 현대 패션의 미적 특징을 고찰한 결과, 슬로우 라이프 스타일은 인간, 전통, 자연의 가치를 발견하고 조화로운 삶을 추구하는 것으로 현대 패션의 주제를 더욱 다양하고 복합적으로 확장시키는 요인임을 알 수 있었다. 본 연구를 계기로 미래 패션의 향방에 대한 이해가 깊어지기를 기대한다.

Reference

Attali, J. (1999). 21st Century Dictionary, Seoul: Jung-Ang M&A.

Sensot, P. (2000). Du bon usage de la lenteur Seoul: Hyundae Shinseo, pp.10-13

15-16세기 러시아 ‘그리스도의 변형’ 이콘에 나타난 러시아성

최선영+
Assistant Professor, School of Fashion & Textiles,
The Hong Kong Polytechnic University+

1. 서론

‘그리스도의 변형(Transfiguration)’은 성서를 통틀어 그리스도의 신성을 가장 극적으로 보여주는 사건이다. 신학적 측면에서 ‘변형’은 신성의 현현인 에피파니(epiphany)의 대표적인 사건이자 구원론의 관점에서 그리스도의 고난을 예고함과 동시에 그리스도의 부활과 재림에 대한 전조로 여겨진다. 러시아에서 이콘은 종교적 권위의 아우라를 지닌 대상이자 신학적 교리를 전달하는 매개체이다. 그 중 ‘그리스도의 변형’은 교회의 12 축일 중 하나로서 러시아 이콘의 주요 소재이다. 본 연구의 목적은 러시아가 그리스 정교를 988년 국교로 수용한 이후, 비잔틴 정교회의 영향에서 벗어나 러시아의 독자적인 이콘 형식이 확립되었다고 평가되는 15세기부터 16세기까지의 러시아 이콘 중 ‘그리스도의 변형’을 통해 러시아성(Russianness)을 규명하는 것이다. 본 연구의 러시아성은 오랜 역사를 거쳐 형성된 민족성의 개념이라기보다 특정 기간 동안 동시대의 여타 문화권과의 비교를 통해 드러나는 러시아만의 특색으로 정의할 수 있다. 17세기 이후 러시아 이콘은 서구의 사실적인 재현방식이 유입됨에 따라 러시아만의 전통적인 색조가 퇴색되는 경향을 보이므로 연구의 범위에서 제외하였다. 본 연구는 학계에서 아직 미지의 영역으로 남겨져 있는 러시아 종교예술에 나타난 신체와 복식의 표현을 통해 러시아성을 규명하려는 시도로 복식연구의 새로운 연구영역을 제시했다는 점에서 의의를 지닌다.

2. 본론

러시아의 ‘변형’ 도상의 내용은 성서의 세 곳에서 언급하고 있는데 공통적인 묘사는 그리스도가 제자 베드로와 요한, 야고보와 함께 산에 오르는데 거기에서 세 제자는 그리스도의 얼굴이 해 같이 빛나고 옷이 눈보다 희게 변하여 구약 시대의 모세 및 엘리야와 함께 대화하는 놀라운 광경을 목격하게 된다.

‘그리스도 변형’ 이콘의 원형

6세기 중반에 제작된 St. Catherine의 천정 모자이크는 이후에 등장하는 모든 ‘변형’도상의 원형으로 여겨진다. 이 때부터 상징으로 표현되던 그리스도와 세 명의 제자가 각각 구별되는 독특한 시각적 특징을 지닌 사람으로 묘사되기 시작했다. 이후 9세기경에 등장한 비잔티움 제국의 성경필사본인 Khludovskaya Psalter에 나타난 ‘변형’ 도상은 현재 우리에게 익숙한 구성과 양식의 완성을 보여준다. 그리스도는 바위 꼭대기에 서 있으나 바

위를 밟고 있는 것이 아니라 공중에 떠 있는 듯한 모습이며 모세와 엘리야도 같은 모습으로 묘사되어 있고 바위 아래의 세 제자는 격정적인 포즈를 취하고 있는데 그 중 한 명은 마치 눈이 부시도록 밝은 빛이 뿜어져 나오는 스승을 감히 바라볼 수 없다는 듯이 얼굴을 가린 채 바닥에 엎드려 있다. 이것은 '변형'의 전형적인 구성으로써 이에서 벗어난 이콘은 전통에서 벗어난 것으로 여겨졌다. 이 이콘에 나타난 그리스도와 인물은 비록 현세의 인물과 신성을 띠는 인물로 구분되지만 신체의 표현은 동일하게 일반적인 성인 남성의 비율을 따르고 있으며 피부색 등도 왜곡되지 않게 표현되었고 의복의 표현 또한 그 아래에 감춰진 신체를 드러내는 자연스럽고 사실적인 드레이퍼리를 보여준다.

'그리스도 변형' 이콘에 나타난 러시아성

러시아 이콘은 10세기 말 비잔틴 이콘이 전래된 이래 12세기부터 그 영향에서 벗어나기 시작하여 15세기부터 독자적인 양식을 선보였다. 비잔틴 이콘과 달리 러시아의 '변형' 도상에서 그리스도 복식은 크고 헐렁한 형태를 취하고 있어 그리스도의 신체의 형태나 양감이 전혀 드러나지 않는다. 이는 그리스도의 신체가 가진 물질성을 제거하여 그리스도의 신적인 특성을 부각시키려는 의도로 보인다. 또한 그리스도의 얼굴은 진한 어두운 갈색으로 채색되고 신체의 비율에 비해 매우 작은 크기로 묘사되었다. 따라서 12등신 이상으로 길게 늘려진 그리스도의 신체는 일반적인 인간의 형상에서 벗어난 초월적인 존재로서의 그리스도를 강조하고 있다. 같은 시기 로마 가톨릭 교회의 '변형' 도상에 나타난 그리스도가 일반적인 남성의 비율과 피부색을 지닌 모습으로 사실적으로 재현되는 것과 비교해 보면 초월성과 정신성을 추구하는 러시아만의 특성이 더욱 뚜렷하게 나타난다.

3. 결론

러시아인에게 이콘은 단지 성서의 내용을 전달하는 매개체가 아니라 그 자체가 신성한 능력을 지닌 신비의 대상이었다. 따라서 러시아 이콘 화가들은 이콘의 인물을 사실적으로 묘사하는 것이 지상의 존재를 상기시킴으로써 영성을 잃게 하므로 사실적 표현을 극도로 경계하였다. 따라서 15-16세기 러시아 이콘 화가들은 형식에 있어 추상성을 내용에서는 정신성을 추구함으로써 러시아 이콘의 전통을 지키고자 했다. 이를 통해 이콘에 대한 러시아인의 관점을 확인하였고 추상성과 정신성을 드러내는 다양한 회화적 시도를 관찰할 수 있었다. 이는 예술, 특히 회화작품에 나타난 인물의 신체와 복식의 표현에서 그 나라의 민족성을 규명하려는 시도로써 새로운 연구 영역의 개척이라는 점에서 의의를 지닌다. 다만 연구의 범위가 '변형'도상에 한정되어 있어 다른 주제의 이콘으로 분석을 확장하여 러시아성을 재확인하는 절차가 반드시 필요하다.

Reference

Dussen, G. V. D. (2018). *Transfiguration and Hope: A Conversation across Time and Space*. Wipf and Stock.

Quenot, M. (1992). *The Icon: Window on the Kingdom* (New Ed). St Vladimirs Seminary Pr.

Solovyova, I., Laurina, V., & Rodnikova, I. (2022). *The Russian Icon*. Alla Rodina.

디지털 온리 의류의 가상 신체와의 관계 표현 특성

- 플루서(Flusser)의 피상성 개념을 중심으로 -

노주현, 최재경+

충남대학교 의류학과 조교수, 국민대학교 의상디자인학과 강사+

1. 서론

디지털 의류 창작자와 소비자, 이용자가 패션을 바라보는 관점은 기존 패션의 세계관을 확장하고 진화하는 데에 있다. 그 중에서도 디지털 온리 의류 모델인 가상 신체와의 관계 특성은 기존 패션 산업에서의 모델이나 실제 의류 제품을 위한 패션화된 신체 개념을 벗어난 탈실제와 초월적 특성을 지닌다. 대표적으로 디지털 패션을 입은 아바타는 실제 신체 이상의 표현성을 추구하거나, 애니메이션화된 신체를 가지거나, 초월적 존재로서의 신체성을 지니거나, 혹은 추상적 물질로서만 존재하는 보이지 않는 신체 등 기존의 패션화된 신체 이상의 가능성을 내포한다. 이에 본 연구는 매체 이론가 플루서(Flusser)의 피상성에 대한 매체 현상학적 논의를 시작으로 디지털 신체에 대한 연구 중심으로 디지털 패션 세계를 창출하고 있는 창작자들의 작업을 연구하여 디지털 온리 의류의 특성을 신체와의 관계를 중심으로 분석하고자 한다. 본 연구를 위해 플루서의 매체 연관 초기 논의를 바탕으로 디지털 신체를 다룬 다학제적 연구를 이론적으로 고찰하였다. 이론적 고찰을 바탕으로 디지털 의류와 가상 신체와의 관계 표현 특성을 관찰하기 위해, 데이터를 수집하였다. 수집한 데이터는 Instagram을 통해 가상 이미지를 수집하였고, #digital fashion #digital clothing, #virtual clothing, #virtual fashion으로 검색 후 스틸 및 무빙 이미지를 추출하여 그 특성을 분석하였다. 수집 결과 digital fashion(25.2만 게시) 등 연관 태그로 2022년 9월 현재 다량의 게시 이미지가 노출되어 있음을 파악하였고, 수집된 스틸 및 무빙 이미지를 바탕으로 가상 패션 아바타에 대한 관계 특성을 재분류하고 분석하였다.

2. 이론적 배경

플루서에 의한 가상(Schein)을 정의하면, 그림자와 같은 가짜 모습, 존재(Sein), 현실(Wirklichkeit)과 반대되는 개념이다. 철학적으로 아름다움의 존재론적 지위를 나타내기도 한다. 여기서는 가짜라는 뜻이라기 보다는 그것이 드러나는 독특한 양상을 의미한다(Bidlo, 2020:2008, 252). 플루서는 여러 조각을 모아 만든 정체성을 패치워크 정체성(Patchwork-Identität)이라 명명하면서, 디지털 방식은 자신의 표상된 자아를 타자와의 매듭을 통해 사물, 이웃, 세계와 소통하는 새로운 관계의 장을 만든다고 했다. 자아 중심적 정체성보다는, 일시적인 순간 나와 너를 서로 일체가 되도록 하는 우리의 장에 대한 중요함을 보여준다. 즉 디지털 세계를 통해 구축되는 비위계적이고 탈중심적 사고에 대한 관점에 주목하고 있다. '조합 게임'으로 명명하고 있는 디지털 세계는 비츠(bits)로 분해된

점들이 디지털 프로그래밍에 의해 자유자재로 조합되고 흩어지는 현상을 얘기하며, 견지될 수 없는 점들의 세계로 설계할 수 있다고 하였다(Flusser, 2004:1983). 이러한 플루서의 관점에는 무한한 점 분포의 가능성을 내포하되 구체적인 실재나 의도된 점-선-면과 같은 위계적인 진리가 상대적으로 의미를 상실함을 말해 주고 있다.

3. 연구의 결과 및 결론

이론적 관점을 바탕으로 디지털 온리 의류가 갖는 가상 신체와의 표현 특성은 다음과 같이 도출할 수 있다. 디지털 신체는 실제의 신체를 재해석하고, 애니메이션화된 신체로, 인체가 갖는 비례감을 파괴하거나, 신체를 분해하여 다른 조합으로 창작하며, 신체가 보이지 않도록 투명하게 인식하고, 무중력 공간에서의 신체를 상상하며, 액체나 기체화된 신체로 표현된다. 과거, 현재, 미래의 개념이 모두 포함된 신체를 창작하고, 성별을 상징하는 부분을 모호하게 하며, 인간, 동물, 식물, 곤충의 경계를 와해하는 신체를 보여주고 있다.

디지털 신체에 적용된 디지털 온리 의류의 표현 특성은 첫째, 인체의 기본 비례를 해체함으로써 기존 의류 아이템의 구분을 와해하며, 장식적 요소가 강조되거나 패션디자인이 지닌 비율이나 비례의 원리를 전복하는 특성을 갖는다. 둘째, 신체를 단절, 분리시키고, 내부 장기가 외부로 노출된 신체를 보여주면서 신체와 의복이 복합적으로 얽혀 있고 의복과 신체의 경계가 흐려지고, 파편화되는 방식을 보여준다. 투명한 신체와 의복으로 인해, 신체와 의복이 일체화되거나, 엑스레이 촬영한 신체와 같이 신체와 의복이 서로 투과되어 드러나기도 한다. 셋째, 신체를 보이지 않게 투명하게 인식함으로써, 의복 자체가 갖는 가상 물질성 자체에 주목하거나 재질감 자체를 공감각적으로 느낄 수 있는 사물의 물성을 강조하면서 존재(presence)를 각인하는 방법을 취한다. 넷째, 무중력 공간 내에서의 신체를 상상하며, 직립 자세의 신체에서 벗어나 공중에 부양하거나, 수중생물과 같은 자세를 취함으로써 의복 자체의 액체화나 기체화를 상상하여 표현한다. 이를 통해 실제 원단이나 의복을 위한 물성에서 가질 수 없는 질감을 가진 액체나 기체 의류를 창작하고, 의류는 신체로부터 이탈하거나 사라지는 초공간을 가진 실루엣을 갖는다. 다섯째, 과거, 현재, 미래의 시간이 동시에 담긴 신체를 창작함으로써, 시간의 개념을 동시적으로 담은 의복을 단일 신체에 표현하거나, 신체와 의류가 각기 다른 시간을 포함하여 시간을 모호하게 한다. 마지막으로, 성별을 모호하게 하거나, 인간과 동식물, 곤충 등의 경계를 모호하게 함으로써, 의복에 식물, 동물, 곤충의 특성을 혼합하는 형상을 보여준다. 이러한 디지털 온리 의류의 특성은, 디지털 공간 내에서 작용하는 자율성과 질서나 논리의 재구성과도 일맥상통하며, 디지털 가상의 독특한 양상을 패치워크화하고 있음을 종합할 수 있다. 본 연구는 추후 디지털 온리 의류의 다양한 표현가능성에 대한 지속적인 후속 연구에 기여할 것으로 예상한다.

Reference

Bidlo, O. (2020). *Vilem Flusser Introduction* (Yang, W. S., Trans.). Seoul: CommunicationBooks Inc. (Original work published 2008)

Flusser, V. (2004). *In Praise of Superficiality: For a Phenomenology of the Media* (Kim, S. J., Trans.). Seoul: CommunicationBooks, Inc. (Original work published 1983)

한국 전통복식 관련 교양과목 개발

- 학습자의 요구도 분석을 중심으로 -

이하나, 이예영[+], 강보경[1)], 김유로[2)], 윤소정[3)], 이혜진[3)]
고려대학교 생활과학연구소 연구교수, 고려대학교 가정교육과 교수[+],
고려대학교 지속가능생활시스템융합전공 박사수료[1)],
고려대학교 가정교육과 겸임교수[2)], 고려대학교 가정교육과 강사[3)]

1. 서론

한국 전통복식을 대표하는 한복은 우리나라 사람들의 생활, 특히 의생활 문화를 담고 있으며, 우리 민족의 정체성을 표현하는 대표적인 전통문화이자 문화콘텐츠로서 의미를 지닌다. 한복의 날 제정 이후 정부 주도의 한복주간, 한복문화상점 등 다양한 사업이 시도되고 있으며, K-pop 문화의 확산으로 블랙핑크, BTS, 샤이니, 엑소 등의 무대의상과 넷플릭스를 통한 '킹덤'과 같은 한국 드라마의 전 세계적인 인기도 학생들의 한복에 대한 관심을 드높이고 있다. 그러나 청소년의 한복 인식 조사에 따르면 한복 구성방법에 대한 이해가 부족하고 한복을 입고 일상생활을 하는 것은 불편하다는 인식을 지니고 있어 전통한복에 대한 올바른 이해가 선행되어야 함을 알 수 있다(Kim, 2021). 이와 더불어 최근 불거지고 있는 한복동북공정 등 한국 전통복식의 국제사회 내에서의 가치와 역사적 이해 등에 대한 논의를 위해서도 한국 전통복식에 대한 올바른 이해가 필요하다. 특히, 2015 개정 교육과정에서는 필수로 진행된 중학교 기술·가정 내에서는 한복에 대한 내용이 없고 선택 교육과정인 고등학교 기술·가정 교과에서만 한복에 대해 다루고 있다. 이는 정규교육과정을 이수한 모든 사람이 한복에 대해 배울 수 있는 기회를 갖는 것은 아니라는 점을 뜻한다. 따라서 본 연구에서는 미래세대를 위한 전통문화 교육의 일환으로 포괄적인 내용을 다룬 전통복식 교육 프로그램의 필요성을 주장하는 바이며, 연구를 통해 한국 전통복식 교과목 개발을 진행하여 한국 전통복식 및 전통문화에 대한 관심과 이해를 높이고 지속적인 관심 도모를 기대한다.

2. 연구방법

한국 전통복식 관련 교양 교과목 개발은 교수학습개발 모델인 ADDIE 모형에 따라 분석(Analysis), 설계(Design), 개발(Development), 실행(Implementation), 평가(Evaluation)의 과정을 거쳐 개발하였다. 첫 단계인 분석은 요구분석, 학습자분석, 환경분석, 과제분석 등의 내용을 포함하고 있다(Branson, 1978). 이에 본 연구에서는 학습자의 요구도 분석을 위해 설문조사를 실시하였다. 설문 문항의 구성은 전통복식사, 전통복식미, 전통공예실습 및 한국적 디자인 활용 문화상품 기획과 관련한 내용으로 교양 수업을 통해 배우고 싶은 내용과 한국 전통복식에 대한 교육경험에 대한 질문으로 구성하였다. 설문은 2022년 8월 1일부터 9월 15일까지 진행하였으며, 설문에 참여한 학생의 수는 총 148명으로 한국 학생

147명과 일본 학생 1명이 설문에 응답하였다.

3. 결과 및 결론

학생 대상 요구도 분석 설문조사의 결과는 다음과 같다. 첫째, 전통복식사에서 가장 배우고 싶은 내용은 현대 사회와 한복이었으며, 전통복식미 분야에서는 현대 한국적 패션디자인에 활용된 전통복식과 미적특수성에 관한 내용이었다. 전통공예실습관련 문항에서는 한복 패션소품의 종류와 특징에 대한 요구가 가장 높게 나타났으며, 한국적 디자인 활용 문화상품 기획에서도 전통적 요소를 활용한 현대 액세서리 및 디자인을 가장 선호하여 학생들이 현대 사회의 한복 문화에 대한 관심이 가장 높은 것으로 나타났다. 둘째, 실습과 관련한 응답으로는 바느질을 활용해 배우고 싶은 실습으로는 한지 배자나 댕기, 복주머니 등의 전통 소품에 대한 요구보다 한복 장식 바느질 기법으로 파우치를 만드는 것에 대한 요구가 가장 높아 현대화된 제품을 만드는 것에 대한 관심이 컸으며, 이는 수업 내용의 응답과 일맥상통하는 것을 확인할 수 있다. 셋째, 한국 전통복식에 대한 교육경험과 교육의 필요성에 대한 문항에서는 교육경험이 있다고 응답한 학생이 118명(79.7%)으로 상당했으나, 성인이 된 이후에 받은 교육보다는 초중등 교육기관에서 배운 내용이 대부분으로 수업 내용이 한복의 구성요소에 한정된 점, 실습보다는 이론 수업 위주의 경험, 시험을 위한 단순암기 형태의 수업 내용에 대한 문제점을 제기하였고 실제로 한복을 착용한 체험 수업 경험을 지닌 4명(2.7%)의 학생이 긍정적인 교육 경험에 대해 응답하였다. 또한, 한국 전통복식과 관련한 교육이 필요하다고 응답한 학생은 144명(97.3%)으로 전통복식의 역사적 가치, 한복동북공정과 같은 문제에 제대로 된 지식으로 대응하기 위해서, K문화의 확산 등의 이유를 설명하였다.

따라서 위 학습자의 요구도 분석을 바탕으로 본 연구자들은 교과목 개발에 있어 현대 사회와 관련한 한국 전통복식 내용을 강조하고, 이론과 실습의 적절한 배분 등을 고려하고자 하였다. 또한, 국제사회 속 한국 전통복식의 위치와 K문화 전파, 한복동북공정 등과 관련하여 한국 전통복식에 대한 교육의 필요성을 확인하였다. 이에 따라 재외국민 및 외국인 교환학생을 대상으로 한 교육프로그램 개발과 관련한 후속 연구 진행도 고려할 필요가 있다.

Reference

Branson, R. K. (1978). The interservice procedures for instructional systems development. *Educational technology, 18*(3), 11-14.

Kim, S. M. (2021). Analysis on the Hanbok image, perception and preference type of high school students: Focused on participation in Hanbok classes and gender. *Journal of Korean Home Economics Education Association, 33*(2), 81 - 93. doi.org/10.19031/jkheea.2021.6.33.2.81

에스 데블린의 패션 설치에 나타난 미래주의

강해민, 이세리+
이화여자대학교 일반대학원 패션디자인전공 석사과정, 이화여자대학교 패션디자인전공 조교수+

1. 서론

패션산업은 소비자에게 차별화된 브랜드 컨셉을 효과적으로 각인시키기 위해 지속적으로 참신한 아이디어를 시도하고 있다. 이에 각종 패션 홍보 수단은 뉴미디어의 활용으로 디지털화가 이루어지며 다양한 방식으로 전개되고 있다. 특히 패션쇼의 구성과 연출, 표현 기법이 기존의 형식에서 탈피하고 최첨단의 공연예술의 확장된 형태로 진화하고 있다. 이와 같은 현장의 흐름 속에서 혁신적인 디지털 기술을 예술과 접목시킨 세계적 무대 디자이너 에스 데블린(Es Devlin)의 패션 설치 작품에 대해 주목할 가치가 있다. 이에 본 연구의 목적은 패션쇼를 위해 활동했던 에스 데블린 연출의 패션 설치물을 분석하는 것이다. 특히 그의 작품은 혁신적 기술 접목의 미래주의적 작품으로 인식되고 있으므로 작품 속에 나타난 미래주의적 표현을 분석하여 그의 작품 세계를 심층적으로 이해하고, 더 나아가 패션 산업과 디지털 기술이 접목된 사례를 통해 최신의 패션쇼 설치 동향을 파악하는데에 목적이 있다. 이를 위하여 본 연구는 문헌연구로 20세기 초부터의 미래주의 관련 자료들 수집에 집중하였고, 사례연구는 에스 데블린의 작품에 대한 이미지 자료와 텍스트 정보 수집에 힘썼다. 특히 에스 데블린의 전체 프로젝트 중 최초의 패션 협업 사례인 루이비통 패션쇼 미술감독을 맡은 2013년도부터 최근 2022년까지로 범위를 한정하였다.

2. 미래주의의 개념 및 표현 특징

사전적 의미로 미래주의는 20세기초 이탈리아에서 일어난 전위예술운동을 뜻한다. 미래주의는 관습적인 과거의 아카데미즘을 부정하고 근대 과학기술의 산물인 기계의 속성을 적극적으로 찬미하는 경향을 보인다. 즉, 기계 문명이 가져온 현대 도시의 역동성, 운동성과 속도감을 새로운 미로 표현하려는 것을 의미한다. 미래주의는 소리, 빛, 운동의 표현을 화면에 가시적으로 구현할 수 있는 가능성을 보여주었으며 역동성과 동시성 개념을 탄생시킴으로써 러시아 및 영국 작가들의 보티시즘, 다다 등 20세기의 여러 예술 운동에 큰 영향을 미쳤다. Choi(2021)의 연구에 따르면 미래주의적 표현의 특징은 크게 20세기와 21세기로 나뉜다. 20세기 미래주의적 표현의 특징은 형태, 색채, 소재에서 그 특징이 두드러지며 21세기 미래주의적 표현의 특징은 기존 특징이 진화한 형태로 나타나거나 새로운 특징이 생겨나는 형태를 띠었다. 시대별로 미래주의의 표현 차이가 있으나 공통적으로 역동적 형태, 신소재와 하이테크가 특징인 미래주의는 하나의 컨셉으로 오늘날 패션, 건축, 인테리어 등 다양한 분야에 적용되고 있다.

3. 에스 데블린의 패션 설치에 나타난 미래주의적 표현 유형 및 특성

에스 데블린의 미래주의적 표현이 나타난 패션 설치물은 세 가지 유형으로 분류되었다. 첫째는 조명을 활용한 유형으로 명암의 극적인 대비로 컨셉을 묘사하거나 시선을 이끌고, 공간과 주제를 돋보이게 하는 효과가 특징이다. 극적인 명암 대비는 화면에 입체적인 깊이감을 주고 공간의 확장을 유도하였다. 둘째, 거울 반사를 이용한 유형은 물리적 제약을 허물고 스펙터클한 효과를 만들어 내는 것이 특징이다. 반사성을 가진 재질은 작품을 부분적 혹은 전체적으로 왜곡시키는 장치로 활용되면서 표현하고자 하는 바를 은유적으로 보여주었다(Kim, 2018). 셋째는 특수 디지털 기술 유형으로, 대규모 스케일과 화려한 기술에 의해 관객의 몰입감을 높이는 사례가 포함되는 유형이다. 특수기술을 적용한 거대한 구조물은 주목성을 높이며 시각적 환상을 불러일으키고, 미래지향적 메시지를 전한다.

에스 데블린의 패션 설치물을 대상으로 공간 구축의 방법과 효과, 조형적 특성 등을 분석한 결과 미래주의적 표현 특성과 직결되는 역동성, 금속성, 기계성, 상징성의 네 가지 특성이 도출되었다. 역동성은 힘차고 활발하게 움직이는 성질을 의미하며 미래주의에서의 역동성은 속도와 밀접한 관련이 있다. 에스 데블린은 빛과 섬광의 이미지로 연속적 운동의 속도감을 표현하였다. 광속을 그래픽화시키고 과감한 촬영 구도를 통해 동적인 연출 방법의 영역을 확장시켰다. 금속성은 첨단 도시와 기계 문명을 상징하며 차갑고 무거운 금속 광택의 이미지를 의미한다. 에스 데블린은 나아가 금속과 거울의 반사를 통한 공간의 조형적 변형과 시점의 다양화로 인공적인 형태를 구사하였다. 기계성 역시 근대 기계 문명의 새로움과 테크놀로지에 대한 찬양에서 시작된 미래주의의 특성으로, 에스 데블린의 설치물마다 적용된 최신 디지털 테크놀로지에서 그 특성을 찾아볼 수 있다(Choi, 2021). 상징성은 에스 데블린이 기후 변화에 적극적인 인류의 행동을 촉구하는 메시지나 상징적 표현이 들어간 작품에서 나타나는 특성이다. 그가 설치물을 통해 주장하는 지속가능성은 과거의 전통적인 사상을 버리고 혁신을 주장하며 변화를 시도한다는 점에서 미래주의의 정신적 관점과 일맥상통한다.

4. 결론

미래주의적 표현이 나타난 에스 데블린의 패션 설치물의 유형은 조명, 거울, 특수 디지털 기술을 적극적으로 활용한 유형 세 가지로 분류되었으며 미래주의적 표현 특성은 역동성, 금속성, 기계성, 상징성의 네 가지 표현 특성으로 도출되었다. 에스 데블린은 현대 패션산업과 협업 프로젝트를 통해 지속적으로 혁신적인 작품을 발표함으로써 다양한 분야를 아우르는 예술과 하이테크 융합의 정수를 보여주고 있다. 특히 그의 패션 설치는 미래주의적 표현 특성에 기반하여 현재의 문제점을 인식하고 미래지향적 선언을 형상화하며 실천하는 적극적 수단으로 보인다.

Reference

Choi, S. M. (2021). *Development of Futurism Fashion Design Based on 3-Dimensional Digital Clothing Technology.* Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul.

Kim, H, E. (2018, June). Artistic Mirror. *designhouseM+*. Retrieved October 16, 2022, from http://luxury.designhouse.co.kr/in_magazine/sub.html?at=view&info_id=78735

초현실주의 기법을 활용한 현대 패션아트 개발 연구

이가은, 김승현+
국민대학교 일반대학원 패션학과 석사과정, 국민대학교 패션디자인학과 부교수+

1. 서론

21세기는 글로벌화, 정보화로 인한 다양한 가치가 공존하고 있다. 디지털 기술의 발달로 현대인은 영화,판타지 게임,SNS,동영상 등 다양한 멀티미디어 콘텐츠를 소비하고, 콘텐츠들은 모두 환상을 향유하게 해준다(Lee,2016). 현대 예술 분야에서는 점차 형식적이고, 의식적인 미를 주장하기 보다는 다양한 기법과 상상력을 자유롭게 표현함으로써 각자의 개성을 중요시하며 새로운 형태의 예술을 탄생시키고 있다(Lee,2010). 예술 분야의 장르들은 서로 융합되어 회화, 조각 등의 순수예술과 패션의 접목이 활발히 진행되고 있으며 이는 시대적인 표현기법을 반영하고 있다(Jung, 2015). 패션과 융합된 예술로는 대표적으로 초현실주의가 1920-30년대에 대두되었고 이는 환상성을 드러내며 패션계에 크게 영향을 끼쳤다(Park,2003). 이에 본 연구는 환상성을 소비하는 현대의 성격을 담은 현대적인 패션아트를 초현실주의 기법을 활용해 개발하고자 한다. 이는 패션디자인의 방향성에 새로운 가능성을 제시할 수 있으며, 초현실주의가 표현하는 인간의 억압에서의 해방, 현실에 대한 비판 등으로 새로운 창의성을 강조하고, 더 나아가 새로운 소재와 다양한 표현 기법의 결합으로 패션분야에 적용할 수 있는 가능성을 넓히는데 연구목적을 둔다.

2. 본론

본 연구의 방법은 다음과 같다. 초현실주의 기법에 대한 선행연구와 문헌조사를 통해 초현실주의 기법의 종류에 대해 이론적 고찰하고, 특성을 도출한다. 그리고 초현실주의 기법을 활용한 패션디자인의 사례연구로 초현실주의 패션의 현황을 고찰한다. 이를 바탕으로 판타지적인 요소와 특성을 충족시키는 현대 패션아트 작품개발을 하는 것이다.

첫번째 초현실주의 기법에 대한 고찰은 다음과 같다. 초현실주의란 다다이즘의 파괴 운동을 수정하여 발전시킨 예술 운동이다. W·하프먼(W·Halfman)에 의하면 초현실주의 작품들은 추상적 초현실주의와 사실적 초현실주의로 분류된다. 추상적 초현실주의는 오토마티즘 기법을 사용해 무의식 상태에서의 내적 움직임을 선과 형으로 표현하고 이것은 연상작용을 나타냈다. 포토몽타주, 데칼코마니 등 다양한 기법을 개발하였으며 호안미로(Juan Miro), 막스 에른스트(Max Ernst), 이브 탕기(Yves Tanguy)등의 작가가 추상적 초현실주의를 나타냈다. 반면 사실적 초현실주의는 세밀하고 실질적인 모습을 표현한다. 오브제의 도입, 무작위 짜맞춤, 대립적인 것들의 배치를 통한 모순 등으로 꿈을 표현한다. 주로 데페이즈망 기법을 사용했고 살바도르 달리(Salvador Dali), 르네 마그리트(Rene Magritte), 막스 에른스트(Max Ernst) 등이 사실적 초현실주의를 나타냈다. 고찰한 결과 초현실주의

특성은 우연성, 다중성, 환상성, 자동성 등으로 나타났다. 두번째 초현실주의 패션을 고찰하는 범위는 현재 초현실주의를 패션에 담아 새로움과 개성을 창조하는 스키아파렐리, 마린세르, 와이프로젝트 등 럭셔리 패션 브랜드로 진행하였다(i-D,2022). 스키아파렐리는 대표적인 초현실주의 패션의 선구자로서, 금속과 꾸띄르를 기반으로 데페이즈망을 실현하는 브랜드이다. 브랜드의 상징을 이질적인 곳에 배치하여 양립할수 없는 것의 실존을 보여준다. 마린세르는 업사이클링과 미래주의라는 컨셉으로 윤리의식과 초현실주의 패션을 적용한다. 와이프로젝트는 트롱프뢰유 기법을 사용하여 프린트 기법을 개발하였다.

본 연구에서는 위의 특성을 바탕으로 패션아트작품 4개를 제작한다. 디자인 컨셉은 초현실주의의 특성이 두드러지는 멀티버스 판타지로 진행하였다. 멀티버스란 다중 우주라는 뜻으로, 추상적,사실적 초현실주의가 동시에 존재하는 패션의 의미로 사용하였다. 추상적 초현실주의 작가 막스 에른스트는 캔버스 위 물감을 펼쳐 데칼코마니의 우연성을 표현하였고, 이 물감의 질감을 살려 그가 말하고자 하는 환상을 묘사하였다. 이에 본 연구 또한 원단에 물감을 펼치듯 데칼코마니를 디지털 프린트하여 환상성을 의도한다. 이브 탕기는 하늘과 땅의 경계가 모호해 어떠한 형태도 존재하지 않는 몽환적인 공간을 어두운 색상의 선이 퍼지는듯한 묘사로 표현하였고, 본 연구는 이의 이미지적 형상을 따와 블랙 시스루 원단으로 1cm 아코디언 플리츠, 칼주름 플리츠를 제작한다. 사실적 초현실주의의 데페이즈망 기법을 묘사하기 위해 현실에서는 불가능한 꽃과 날개라는 오브제를 플리츠로 제작해 허리벨트에 배치한다. 사실적 초현실주의 기법인 막슨에른스트의ㅣ 형체를 알 수 없는 뿔이 있는듯한 실루엣의 생명체처럼 본 연구는 머메이드 스커트 위 뿔과 같은 형상을 디자인하여 비현실적인 스커트인 효과를 자아냈고, 살바도르 달리가 사물과 인체를 왜곡하듯 본 작품에서 팔, 어깨, 골반의 실루엣을 극대화시켰다.

3. 결론

본 연구의 결론은 다음과 같다. 패션디자인의 방향성에 새로운 가능성을 제시할 수 있는 연구로서 초현실주의가 표현하는 인간의 억압에서의 해방, 현실에 대한 비판을 표현하고자 함에 있어 작품을 제작하였다. 그 결과 무의식과 의식, 추상적, 사실적 초현실주의가 공존하는 패션아트로 억압받지 않는 상태를 표현하였으며 네오프렌과 시스루 플리츠라는 새로운 소재개발까지 나아갈 수 있었다. 이는 다양한 패션 디자인의 창의성과 가능성을 제시하였고 앞으로의 개발에까지 도움이 되기를 기대하는 바이다. 그러나 현실에 대한 비판을 표현하지 못했다는 한계로 후속 연구에 발전되기를 기대한다.

Reference

Lee. J.H. (2016). A Study on the Fantasy of Contemporary Poetry Appeared in the Digital Age. The Donam Language Literature. 29.- (2016): 7-36.

Jung Ju Eun, kim hye kyujg.(2015).A Study on Fashion Design with Application of Abstract Expressionist Painting - Focused on Franz Kline's Painting -.Journal of the Korean Society of Fashion Design,15(4),1-15.

Lee. J.Y. (2010). A Study on Fashion Design Applying the Image of Rene Magritte's

Works : Focused on Depaysement Technique. Seoul:Ewha Womans University Graduate School of Design

Park. J.S. (2003). A study on fashion design using depaysement. Seoul : Hongik University Graduate School of Industrial Arts

JOSÉ CRIALES-UNZUETA. (2022, May 27) . The resurgene of bizarro style on the r unway. from. https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/a36877016/surrealism-fa shion-comeback/

앙드레 마송(Andre Masson)의 오토마티즘 드로잉 기법을 활용한 재킷 패턴 개발 연구

조은혜, 김승현+
국민대학교 대학원 패션디자인학과 강사, 국민대학교 패션디자인학과 부교수+

1. 서론

의상은 인간이 착용함으로써 형태를 이루고 인체를 기준으로 하는 입체성을 지닌 조형물이다 (Lee, 2005). 이러한 의상의 조형의 형태를 표현할 수 있도록 제작된 의상의 패턴은 조형적 특성을 나타내는 데 중요한 역할을 한다. 의상의 패턴을 제작하는 과정은 구상하는 디자인의 분류 혹은 형태에 따라 보편적으로 통용되는 의상의 패턴의 원형을 활용하여 제작되는 것이 대부분이다. 따라서 새로운 의상디자인의 제안임에도 불구하고, 그 의상의 형태가 전형성을 지닌 의상 조형의 형태로 완성되기 쉽다. 이러한 보편적인 조형성을 탈피하고, 의식적인 표현과 전형성을 지닌 반복적인 표현을 탈피하기 위하여, 심미적인 선입관이나 기성의 표현기술을 떠난, 무의식 가운데서 이루어지는 표현 행위인 오토마티즘(Automatism)(Dictionary of World Art Terminology, 1998)의 표현 기법에 대한 선행 연구가 진행되어 왔다. 하지만 패션 분야에서의 오토마티즘 표현 특성의 활용은 패션일러스트레이션이나 텍스타일 디자인 등 평면의 회화적인 표현기법에 대한 연구에 집중되어있다. 이에 본 연구는 오토마티즘의 표현 기법 중 오토마티즘 드로잉 기법 및 그 특성을 의상패턴 제작에 적용하여, 입체로서의 의상의 조형성을 제안하는 데 연구목적을 둔다.

2. 본론

본 연구의 과정은 오토마티즘 드로잉과 오토마티즘 드로잉에 대한 문헌 및 이론가들의 이론적 연구와 이를 기초로 한 표현 기법과 특성을 분석하고, 오토마티즘 드로잉의 표현 기법으로 다양한 작품을 표현한 앙드레 마송(Andre Masson)의 회화작품을 연구하여, 이들의 표현 방법과 특성을 의상패턴 제작의 과정에 응용하고 실물의상으로 제작하는 것이다. 연구의 첫 단계는 이론적 배경으로서 오토마티즘 드로잉의 개념 및 표현 특성을 단행본 학술지, 학위 논문을 중심으로 문헌 고찰을 하였다. 두 번째 단계는 오토마티즘 드로잉의 대표적인 작가인 앙드레 마송의 작품들에 나타난 표현 기법 및 특성에 관한 문헌 연구를 통해 분석하였다. 앙드레 마송은 회화작품에서 선의 충돌과 굵고 가는 선의 반복, 선의 무질서, 선의 급속한 회전을 사용하는 특성이 있다, 또한 우연성을 가진 선에서 시작하여 다음 그려지는 이미지에 연상적으로 작용함으로서 무구상성, 충동성, 속도성, 격렬성, 우연성이라는 표현적 특성을 나타내었다. 마지막으로 이러한 앙드레 마송의 회화작품에 나타난 오토마티즘 드로잉의 표현 방법 및 특성을 의상디자인 및 패턴 제작 과정에 적용하여 4개의 재킷 패턴 및 의상을 제작하였다.

본 연구에서 진행한 앙드레 마송의 오토마티즘 드로잉 기법을 활용한 재킷 패턴 제작

의 과정은 다음과 같다. 첫째, 의상패턴의 조형의 형태를 잘 나타낼 수 있는 두꺼운 캔버스 원단과 재단 가위를 준비한다. 둘째, 구상의 단계를 거치지 않고 손이 가는 대로 곧장 가위로 캔버스 천을 재단하여 패턴으로 제작한다. 앙드레 마송의 오토마티즘 드로잉 표현 기법인 선의 충돌, 굵고 가는 선의 반복, 선의 무질서, 선의 급속한 회전을 활용하여 패턴의 선을 재단한다. 셋째, 하나의 패턴이 제작될 때마다 패턴의 명칭과 선의 진행방향을 기입한다. 넷째, 하나의 패턴이 완성되면, 그 다음의 패턴의 선에서부터 출발하여 패턴 재단을 한다. 다섯째, 한 번 재단된 선은 수정하지 않고, 단숨에 가위로 재단한다. 여섯째, 패턴재단을 마친 뒤에 패턴 종이에 그대로 옮겨 놓고, 패턴의 명칭을 기입한다. 일곱째, 패턴의 개수와 패턴의 형태에 대한 구상이 없었기 때문에, 재단된 패턴들은 이에 관계없이 모두 사용하여 조합될 수 있도록 봉제하되, 패턴들끼리의 조합 역시 구상 없이, 충동성에 의한 선택으로 패턴들끼리 봉제한다. 마지막으로 이러한 패턴들끼리의 봉제가 약 80%로 진행되었을 때, 이를 드레이핑을 위한 마네킹에 얹고, 착용할 수 있는 형태로 드레이핑하며 나머지 패턴들을 함께 봉제한다. 이 남은 20%의 패턴들은 재킷을 착용할 때 필요한 오프닝 여밈 부분과 목 부분, 팔 부분의 완성을 목적으로 한다. 이러한 제작과정을 거친 4개의 재킷디자인은 캔버스 원단으로 가봉 재킷을 완성한 후에, 각각의 디자인에 적합한 원단을 선정하여 실물 완성 재킷을 완성하였다. 이는 무구상의 단계를 시작으로 의식이 개입되는 것을 최소화하기 위함으로 빠른 속도감으로 완성 되는 제작과정이 평면의 의상패턴이 입체의 형태로 완성되기 전까지는 어떠한 형태로 마무리가 될지 예측하거나 구상할 수 없기 때문이다. 따라서 각 작품이 완성된 가봉재킷의 조형의 특징에 따라서 각각 다른 원단을 사용하여 최종 재킷의상으로 완성하였다.

3. 결론

본 연구는 앙드레 마송의 회화 작품에 나타난 오토마티즘 드로잉 기법의 표현 방법과 특성을 근거로 오토마티즘 드로잉의 개념을 고찰하고, 이를 재킷 디자인에 접목하여 새로운 의상의 조형성을 제안하는 연구이다. 오토마티즘 드로잉의 표현 특성인 무구상성, 충동성, 속도성, 격렬성, 우연성을 지닌 선을 의상패턴의 선에 적용하고, 오토마티즘 드로잉 기법을 활용한 회화 작품들의 제작 방법 및 과정을 의상패턴 제작 과정에 적용함으로써 새로운 조형적 특성을 지닌 의상디자인 개발의 가능성을 제시할 수 있었다. 즉, 연구 과정에서 의식적인 통제 없이 충동적으로 제작이 진행되었고, 의식이 개입되지 않도록 속도감 있게 제작 과정을 거치며, 중간이나 마지막 단계에서 수정하지 않으며 제작과정을 진행함으로써 완성된 전형성을 탈피한 새로운 조형성을 보여주는 작품이 완성되는 것을 확인할 수 있었다. 이러한 본 연구의 가능성을 바탕으로 후속 연구들이 진행되어 새로운 조형미를 가진 의상들의 연구가 확대되어 진행되기를 바란다.

Reference

Lee, K. J. (2003). *Study on Costume Deisgn Applied with the Geometric Formation of Madeleine Vionnet: Centering on the formative beauty of shells.* The Graduate School of Design Ewha Womans University, Seoul.

Dictionary of World Art Terminology (1998). Seoul: Monthly Art. 387-388.

Periodization of History of Western Dress

Sujin Park, Yoonhee Kim+
Ph. D. candidate, Seoul National University, Professor, Hannam University+

1. Introduction

In the history of Western dress, the period classification and regional classification provides a basic framework for the study of that subject. In historical research, the periodization is aimed at facilitating historical research and description, and it is generally classified by region and period, according to structural changes in society and country, and the period during which the structure lasts is classified into one period. However, since the history of Western dress is a history that focuses on dress, it is difficult to distinguish the times based on one of the changes in politics, religion, economy, geography, and dress. This is because there are differences in regional and ethnic attitudes to accept changes until changes in social culture are reflected in artworks such as paintings and sculptures and the changing speed of dress style is bound to affect factors and time differences.

In this study, the following research questions were set from the above perspective. First, literature study is conducted to establish the concept of periodization of historical research. Second, the composition of the table of contents of the book about the history of Western dress is investigated and compared. At this time, a total of four representative books dealing with vast contents were selected among foreign books on the history of Western dress, and books dealing with only short-term of period or focusing only painting or drawing of dress were excluded. In the case of Korean books about the history of Western dress, a total of three books were surveyed, and among the books covered from ancient to modern times, they were selected as the top selling books in the online book shopping mall. Third, the cause of differences between books is identified and analyzed in the composition of the surveyed book list, and the periodization of dress style is discussed.

2. Bibliographic Analysis

In order to conduct this study, the study was conducted as follows. First, the literature study on the periodization in historical research, it can be summarized as follows. It is difficult to make a disconnected distinction in history created in the passage

of time because it is a question of what basis and criteria is credible to periodize. Therefore, in general, it is common to base the phase of change and transition in historical trends, namely major political, social, and economic changes. History can also be spread over time or in other forms. For this reason, when describing costumes in certain Western regions, it is difficult to bind them to any period of time only with the period of production of artworks expressed in art, and it is also difficult to define the period only with the style of clothing expressed in art. However, since there is bound to be a distinction between chapters in historical books, there is a distinction between the times according to the authors′ intention or perspective. Second, the composition and table of contents of books on the market were investigated. As a result, it was investigated that there were three and four cases in which it was largely divided into ancient, medieval, modern, modern, and modern books in a total of seven of the Foreign and Korean books of history of Western dress. If so, the composition of the chapter could be divided into periods, art style, political distinction, and years. It would be difficult to distinguish the era on a consistent basis because it would have a national system and a splendid dress culture after the population grows, and many small kingdoms emerge. Therefore, when the time comes to deal with various countries, the period is characterized by the name of the representative country, dynasty, art or architectural style that can define the period. This is because, in general, Western history defines regions and periods and describes history, and since the history of Western dress deals with the field of an item called dress, periods and regions are more flexible. Third, based on this, the discussion on the periodization of history of Western dress is as follows. Western dress is not about the dress of the whole the West. Therefore, it should be premised first that the changes of Western dress and the countries and regions leading along the changes in Western dress are dealt with by period. By revealing this premise, the entire view of the history of Western dress can be established.

3. Conclusion

The conclusions and suggestions of this study are as follows. First, since the periodization of the history of Western dress is to create a division in continuous history, it can be different depending on what criteria it is made. However, this criterion is sometimes applied more complexly because it must be reasonable and acceptable. Second, when looking at the classification of the times in Western dress history through the table of contents of Western dress books, it could be divided into various representative names such as region name, country name, dynasty name, art style, and architectural style. Third, the reason why the history of Western dress has various periods is that history of Western dress is described as the history of dress for the country, region, and ruling class that took the lead according to changes in Western politics, economy, and culture, and it is necessary to clarify this point.

학부생 논문 포스터 발표

여성복 온라인 쇼핑몰에서 디자이너의 역할에 대한 비교분석

- 익명의 패션 쇼핑몰과 디자이너 브랜드 쇼핑몰을 중심으로 -

김문수, 이윤경+

부산대학교 의류학과 학사과정, 부산대학교 의류학과 조교수+

1. 서론

코로나 19 판데믹의 확산과 Web 3.0 시대의 개막으로 잠시 주춤했던 온라인 쇼핑에 대한 관심과 확대가 다시 고조 되고 있다. 이러한 시대적 상황을 반영하듯, 지난해 국내 온라인 쇼핑 중에서 패션 전문몰의 거래액은 14조원에 육박했다(Yoon, 2022). 이처럼 코로나 이후, 온라인 마켓의 활성화로 패션 온라인 쇼핑에 가속도가 붙은 가운데 패션 분야의 온라인 쇼핑이 차세대 이커머스(eCommerce)로 떠오르고 있다. 이는 개인의 취향과 개성을 중시하는 MZ세대가 현시대의 주된 소비층으로 떠오르면서 패션 전문 쇼핑몰이 가진 전문성과 편의성이 소비자 특성과 일치했기 때문이다. 따라서 본 연구에서는 MZ세대 소비자 대상의 여성복 온라인 쇼핑몰에서 디자이너의 역할에 대해 연구를 진행하고자 한다.

2. 본론

모더니즘(1900-1960) 시대에서 패션은 계급의 상징이었으며 독보적인 패션혁신자인 디자이너들에 의해 제공된 화려한 오트꾸튀르가 상류층에 의해 표방되었다. 그러나 4차 산업혁명(2010년 이후)은 방대한 데이터를 기반으로 기술의 발전과 메타버스와 같은 가상현실이 일상으로까지 확대되면서 인터넷 쇼핑몰을 통한 디자이너의 역할도 빠르게 변화하고 있다 (Lee, 2022). 따라서, 본 연구에서는 MZ세대 소비자를 대상으로 하는 여성 패션 온라인 쇼핑몰에서 디자이너의 역할을 분석하였다. 이를 위해 익명(디자이너)의 패션 쇼핑몰을 시밀러 웹기반 패션 온라인 쇼핑몰 순위(2022년 7월 자료)를 참고하여 상위 20위의 패션 전문몰을 선정하였으며, 무신사 앱에서 제공하는 브랜드 리스트(대분류: 상의)를 활용하여 상위 20개의 디자이너 브랜드 쇼핑몰을 선정하여 비교분석 하였다.

3. 결론

본 연구의 분석 결과, 디자이너 브랜드 쇼핑몰의 성공요인은 MZ세대 소비자 개인의 취향과 선호에 맞는 개성있는 상품제공에 있었다. 이는 디자이너 브랜드 쇼핑몰이 익명의 패션 인터넷 쇼핑몰에 비해 비싼 가격의 제품을 제공함에도 불구하고 높은 매출을 기록하는 주요 요인으로 분석되었다. 이에 반해, 익명의 인터넷 쇼핑몰의 성공 요인은 컨셉에 맞는 익명의 운영자(디자이너)의 바잉(Buying) 능력에 의해 결정되는 것으로 분석되었다.

Reference

Yoon, K. H (2022, September 28) The power of tagnity united by taste. Women's fashion platform rises. Retrieved October 6, 2022, from https://www.fnnews.com/news/202209281815305660

Lee, Y. K.(2022). The Roles of Fashion Designers and Fashion Innovators in the Hyper-Connected Society. *Korean Design Forum. 75*, 177-188.

직장 여성을 위한 비즈니스 웨어 디자인

문예은, 김윤희+
한남대학교 의류학전공 학사과정, 한남대학교 의류학과 교수+

1. 서론

과거에 비해 직장 내 괴롭힘에 대한 사회적 인식은 높아졌으나, 여전히 성차별적 언행에 따른 여성 피해자가 등장하고 있다. 성별 업무 능력과 관련된 고정관념에 따른 업무 배제를 직장 내 큰 지적점으로 보고 이 연구를 진행하였다. 본 연구에서는 직장을 다니는 여성이 당면한 사회적 문제에서 영감을 받아 회사의 수장이 되고자 하는 직장인의 '야망과 포부'라는 주제를 선정하였고, 구체적인 발상원으로 독수리 중에서도 전 세계에서 가장 크고 강력한 포식자인 '하피 독수리'로 이미지를 추가하여 직장을 다니는 여성의 비즈니스 웨어를 제안하고자 한다.

2. 연구내용 및 방법

여성의 직장내 야망과 포부를 담은 비즈니스 웨어 디자인을 진행하기 위해 다음과 같은 연구를 진행하였다.

첫째, 기존의 비즈니스 웨어에 대해 조사하고 공식적인 자리에서 격식을 갖추면서도 활동하기에 편안한 디자인의 허용 범위에 대해서 조사하여 디자인하였다.

둘째, 흔히 떠올리는 단정한 비즈니스 웨어가 아닌 포식자를 나타낼 외형을 보여주기 위하여 하피 독수리의 형태와 이미지를 옷 디자인에 자연스럽게 넣고 하피 독수리의 강한 이미지를 전달하고자 하였다. 하피 독수리의 날카로운 발톱에 할퀸 듯한 스크래치를 디자인 요소로 추가하여 디자인하였다.

셋째, 기존의 비즈니스 웨어인 재킷의 형태는 유지하되 크랙 가죽 소재를 사용하여 독수리의 야생의 느낌과 강한 인상을 나타내고자 하였다. 그 외에도 재킷이나 치마의 밑단에 독수리 깃털을 추가하고 활짝 펼쳐진 날개가 연상되도록 넓게 퍼진 셔츠 속 프릴 디테일을 넣어 독수리의 강렬한 이미지를 구현했다. 색상은 채도가 낮은 색상을 활용하였다. 작업의 모든 단계에서 비즈니스 웨어에 발상원인 독수리를 넣어 새롭게 표현하였다.

3. 결론

연구를 통하여 다음과 같은 결론을 얻었다. 직장 내에서 입는 옷이기에 기존의 테일러드 재킷, 치마, 셔츠 등은 유지하되 일상에서 착용 가능한 범위 내에서 형태를 과장하고 독수리의 발톱이나 날개가 연상될 수 있는 디테일을 추가하고자 하였다. 소재, 색상, 형태, 디테일을 조화롭게 사용함으로써, 현대 직장 여성의 포부와 야망이 담긴 비즈니스 웨어를 탄생시켰다.

네오(Neo) 스포티 무드의 애슬레저 패션 디자인 제안

- 코로나19의 엔데믹 전환을 중심으로 -

장유진, 김성은+

덕성여자대학교 의상디자인학과 학사과정, 덕성여자대학교 의상디자인학과 초빙교수+

1. 서론

코로나19가 엔데믹 국면에 접어들자 라이프스타일과 패션 경향은 다시 한번 큰 변화를 맞이하였다. 팬데믹으로 건강과 운동에 대한 관심이 증가하면서 새로운 트렌드로 떠올랐던 스포츠 웨어의 유행은 계속되고 있으나, 엔데믹 이후 야외 활동 수요가 늘어나고 '꾸꾸(꾸미고 꾸민)' 스타일이 각광받고 있다. 이에 편안함과 기능성은 물론 디자인까지 가미한 애슬레저 패션을 제안함으로써, 현대인들의 스포츠 웨어 활용을 확대하고자 한다. 따라서 '운동할 때나 입는 옷'이라는 고정관념을 깨고, 변화하는 라이프스타일과 하이브리드 트렌드에 맞는 네오 스포티 무드의 애슬레저 패션 디자인을 제안한다.

2. 본론

팬데믹 시대로 제한된 활동에 억눌린 에너지가 다시 밖으로 향하게 되면서, 언제 어디서나 느낄 수 있는 현대인들의 활기찬 모습을 반영하였다. 기존 스포츠 웨어의 고정관념을 벗어난 네오 스포티 무드를 바탕으로 라이트 캐주얼룩을 전개하였다. 네오 스포티 무드는 '신(New)'의 뜻을 가진 접두사 'Neo-'와 단어 'Sporty'를 합친 것으로, 새로운 일상생활에 접합하기 단순하면서 활동성을 진화시킨 스포티 무드를 의미한다. 그동안 주류를 이뤘던 기능성만을 강조한 아웃도어 스타일과는 달리 밝은 파스텔 컬러와 덥한 비비드 컬러를 사용하여 캐주얼하게 풀어냈고, 배색을 통해 경쾌한 스포티함을 나타냈다. 전체적으로 기능성 소재를 사용하였는데, 이는 자유로운 움직임을 고려하였고 애슬레저 패션의 높은 활용도와 기능성을 갖추고자 하였다. 시작은 스포츠 웨어에서 출발하였으나 현재는 캐주얼룩의 필수가 되어버린 피케 셔츠와 같이 클래식 아이템에 패셔너블한 아이템을 함께 연출하여, 레트로하지만 현대적이고 트렌디한 분위기를 담고자 하였다.

3. 결론

본 연구는 코로나19의 엔데믹 전환 이후 변화된 라이프스타일과 패션 경향에 상응하는 네오 스포티 무드의 애슬레저 디자인을 제안한다. 이를 통해 근 3년간 편안함만을 추구했던 현대인들이 그동안 참아왔던 개성을 한껏 드러낼 수 있는 동시에 다양한 액티비티를 통하여 건강을 유지하고 코로나 이전의 생기를 되찾기 바란다.

2022년 '명품족' 청소년들을 위한 캐주얼 웨어 디자인

김희경, 김윤희[+]
한남대학교 의류학전공 학사과정, 한남대학교 의류학과 교수[+]

1. 서론

2022년 10대 청소년들은 소셜미디어에서 보여주는 플렉스(flex) 문화의 일부로 명품을 구매한다. 이 경향은 얼마 전 노스페이스 패딩, 롱 패딩 열풍과 같이 또 다른 유행으로 더욱 커질 것으로 예측한다. 본 연구는 이러한 경향에 대한 비판이나, 긍정을 떠나, 이 경향이 현재의 10대 소비자를 그대로 보여주는 것이라면, 오히려 지금 이들을 위한 디자인을 시도해야 한다는 전제에서 출발하였다. 따라서 10대 중고등학교 여학생들에게 인기있는 의복 디자인과 부를 드러낼 수 있는 발상원에 대해 조사하고, 이를 색다른 청소년 명품룩으로 제안하고자 한다.

2. 연구내용 및 방법

청소년 명품룩을 위해 다음과 같은 과정으로 디자인 작업을 진행하였다.

첫째, 10대 여학생에게 인기 있는 유행 실루엣과 디자인, 그리고, Y2K 패션에 근거하여 트렌디 10대 룩을 구체화하였다. 미니 스커트. 슬리브리스 티셔츠, 통이 넓은 바지, 배가 드러나는 크롭트 상의가 인기 아이템임을 알 수 있었다.

둘째, 부를 한 눈에 압도적으로 드러낼 수 있는 집을 큰 틀로, 그 안의 계단 인테리어 디테일을 발상원으로 정했다. 계단 안에 있는 선들로 패턴을 만들었고, 계단의 기둥같은 경우에는 형태의 실루엣을 참고하였다.

셋째, 1990년대 미국 캘리포니아 베벌리힐즈의 부유층 청소년들이 주인공인 영화 <클루리스(Cluless)>에 나오는 인테리어, 패션디자인과 색상을 참고했다. 영화에서 많이 볼 수 있는 옐로우, 핑크를 주로 사용하였다. 짧은 길이의 상하의 아이템으로 청소년들의 건강하고 생기있는 느낌을 최대한 구현했다. 현재 시장에서 정의내리지 않은 청소년 명품룩이지만 비비드한 컬러와 현재 유행하는 디자인을 통해 표현했다.

3. 결론

연구를 통해 다음과 같은 결론을 얻었다.

청소년 명품룩의 디자인은 어른의 명품룩과 어떻게, 얼마나 달라야 할지 알기 어렵기 때문에 본 연구와 같은 다양한 실험적 시도가 필요하다고 생각한다. 최종적으로는 청소년 소비자의 선택으로 결정되는 것이지만, 디자인 과정에서 소비자의 니즈에 대한 계속적인 연구를 통해 어떤 디자인이 적절한 것인지 파악할 수 있을 것이다. 따라서, 간극을 좁힐 관심이 지속적으로 필요하다고 생각한다.

가죽 카빙(carving) 기법을 활용한 핸드폰지갑 상품 개발

- 파도이미지 문화관광상품 개발 중심으로 -

박찬우, 김재웅, 조경희+

국립목포대학교 패션의류학과 학사과정, 국립목포대학교 패션의류학과 교수+

1. 서론

카빙(carving)은 원하는 형태의 무늬를 조각칼 등 날카로운 도구를 이용하여 원재료를 파내어서 표면에 입체적인 형태의 무늬가 생기게 하는 기법 중 하나로서 가죽공예에서는 가죽 표면에 원하는 형태를 도려내어 입체적인 질감효과를 내는데 많이 사용된다. nonwoven(Sposito, 2014)의 대표적인 소재인 가죽은 올이 풀리지 않고, 염착력이 좋고, 카빙처럼 입체적인 질감효과가 가능하고, 견고하여 오랫동안 멋스럽게 사용한다는 장점으로 인해 옷과 액세서리 등 다양하게 애용되어져 왔다. 본 연구목적은 해양이미지 상품의 하나로서 가죽의 카빙 기법을 활용하여 사람들의 필수품인 핸드폰지갑에 파도이미지를 적용시켜 리듬감 있고 생기 넘치는 입체적인 핸드폰지갑을 디자인 및 제작하는 것이다.

2. 연구방법 및 내용

연구방법은 첫째, 파도치는 순간들의 사진들을 모아 가장 특징적인 파도 흐름의 라인들을 발췌하였다. Illustrator 프로그램을 활용하여 파도의 방향, 흐름 등 리드미컬한 곡선의 조형적인 파도 도안을 만든다. 둘째, 투명 플라스틱 수지판 위에 디자인한 파도 도안 무늬를 새긴다. 셋째, 핸드폰 지갑 패턴을 떠서 염색 가능한 소가죽을 패턴대로 자른다. 네째. 가죽 지갑 위에 준비한 파도 도안 수지판을 놓고 망치로 두들겨서 카빙 한다. 다섯째, 수성염료를 사용하여 염료를 붓으로 찍거나 스폰지에 염료를 묻혀 손가락으로 두들기면서 가죽을 염색하고 안쪽에도 같은 방법으로 염색한다. 여섯째, 염색한 가죽을 건조시킨 후 표면에 코팅제를 발라 광택 효과를 낸다. 마지막으로 지갑 잠금 장식 부품을 부착하여 상품으로 완성한다. 가죽의 색을 다양하게 염색할 수 있고, 파도 부분은 포인트로서 다른 색 효과를 낼 수도 있고, 붓 스폰지 등 도구를 이용하여 다양한 질감 효과를 낼 수 있다.

3. 결론

본 연구를 통해 개발된 파도 이미지의 핸드폰 지갑은 가죽 소재의 특성으로 인하여 카빙 효과를 극대로 낼 수 있었다. 표면에 수지판 파도 도안을 1개, 2개, 또는 3개까지 카빙해 보고, 방향도 같은 방향, 다른 방향으로 카빙을 테스트해 본 결과, 같은 방향으로 3개를 나란히 카빙했을 때가 파도 이미지가 가장 잘 나타났다. 또한, 다양한 색으로 변화를 주면서 지갑 표면에 여러 흥미로운 예술적 효과를 준 것도 문화상품으로서 다양한 좋은 결과를 가져왔다. 본 연구 결과로서 해양 지역 문화상품의 질적 향상을 기대할 수 있다.

Reference

Sposito, Stefanella(2014), *Fabrics in Fashion Design*, Barcelona: Promo Press.

식물의 잎맥에서 영감을 받은 디자인

유가령, 김윤희+
한남대학교 의류학전공 학사과정, 한남대학교 의류학과 교수+

1. 서론

코로나19로부터의 회복과 계절 변화에 따라 운동복과 일상복의 경계가 모호해지며 감각적인 디자인의 '애슬레저룩'이 인기를 얻고 있다. 라이프 스타일에 맞춰 디자인은 물론 다양한 기본 소재와 기능성 소재를 접목해 근거리 외출과 스포츠 활동 등 어떠한 환경에서도 편안하게 입을 수 있어 좋은 반응을 얻고 있다. 본 연구에서는 스포츠웨어 시장에 대한 조사를 토대로 소비자의 라이프 스타일을 분석하고, 이를 통해 '회복과 힐링(healing)'이라는 주제로, 칼라데아 마코야(Calathea makoyana) 식물의 잎맥을 발상원으로 새로운 스포티 캐주얼 룩을 제안하고자 한다.

2. 연구내용 및 방법

먼저 에코 인플루언서인 마들렌 올리비아(Madeleine Olivia)를 패션 디자인 컬렉션을 진행할 브랜드의 뮤즈로 삼았다. 마들렌 올리비아는 SNS를 통해 친환경 라이프 스타일을 보여주고 친환경에 관심이 많은 소비자들을 위해 다양한 팁을 알려준다. 특히 식물을 기르면서 힐링을 하는 일상을 보여주고 있다. 식물으로부터 받는 위로와 회복, 힐링이라는 주제를 패션 디자인으로 구체화하기 위해 칼라데아 마코야 식물의 잎맥을 발상원으로 정하고 디자인하였다. 소재는 땀 흡수가 잘 되는 흡습속건 소재를 통한 냉감 기능부터 움직임을 편안하게 해주는 신축성, 자외선 차단 기능이 있는 스포츠웨어 소재, 가볍고 따뜻한 착용감과 보온성과 통기성을 높이는 원단을 사용하였다. 스포츠웨어와 일상복을 구분하지 않고 어디서든 활용할 수 있는 트레이닝 웨어 컬렉션으로 포켓, 지퍼 등의 디테일을 넣어 작업하였다. 그리고 컬러는 발상원의 색인 초록 계열의 색을 사용하였다. 후드, 탑, 팬츠 등의 아이템들로 구성하였으며 스포츠 활동 외에 다양한 일상 속에서 편안하게 입을 수 있는 캐주얼한 디자인이 특징이다.

3. 결론

스포티 무드를 반영한 라이프 스타일 캐주얼 웨어 컬렉션으로 식물의 잎맥에서 영감을 받아 디자인하였다. 스포츠 뿐만 아니라 일상에서도 입을 수 있도록 스포티 디테일을 포인트로 주었다. 이로서 편안함, 활동성 디자인 모든 조건을 만족시킬 수 있는 애슐레저 룩 컬렉션을 완성하였다.

2022년 F/W 트렌드를 반영한 뉴 뷰티 스타일 기획 및 제안

김수환, 이언영+
장안대학교 디자인학부 스타일리스트과 학사과정,
장안대학교 디자인학부 스타일리스트과 부교수+

1. 서론

시대의 흐름에 따라 트렌드의 파급력이 막강해지며 패션뿐만 아닌 모든 분야를 거쳐 뷰티에서도 다양한 트렌드가 존재한다. 코로나19로 인한 마스크 착용은 뷰티 시장에 가장 큰 영향력과 직접적인 변화를 불러일으켰다. 팬데믹 현상이 지속됨에 따라 마스크 착용 후에도 노출되는 눈 중심의 화장으로 흐름이 변화되었으며, 헤어 스타일은 토탈 스타일링에 일부로서 표현의 제한 속에 컬러를 통해 과감하게 연출되는 경향이 보여졌다. 이에 코로나19 이전과는 다른 새로운 방식으로 나타나는 뷰티 트렌드의 양상을 파악하여 대중들이 쉽게 접근하게 할 수 있는 새로운 뉴 뷰티 스타일 기획을 제안하고자 한다.

2. 본론

본 스타일링 기획은 다음과 같다. 첫째, 팬데믹 현상에 의해 나타나는 다양한 뷰티 연출법과 사례들을 분석하였다. 둘째, 2022년 S/S~F/W를 대표하는 부분별 메이크업 기법들과 헤어스타일 트렌드를 분석하였다. 셋째, 이를 바탕으로 패션 이미지를 선정하여 트렌드를 반영한 2022년 F/W 뉴 뷰티 스타일 기획을 시각적으로 제시하였다.

3. 결론

본 스타일링 기획의 결론은 다음과 같다. 첫째, 여성의 화장 목적이 점차 여성미 추구에서 피부 보호로 바뀌며 마스크에 접촉되는 피부는 얇고 투명하게, 노출되는 부분인 아이 메이크업 및 헤어스타일은 이제 패션의 일부가 된 양상을 띤다. 둘째, 악센트를 준 포인트 아이 메이크업과 강렬한 컬러 및 브레이드 헤어를 포함한 Y2K의 스타일링을 통한 개성 있는 헤어스타일이 특징적으로 나타났다. 또한 보석까지 활용한 맑고 투명한 피부 표현을 하며, 레드와 다크 컬러에 이어 누드 톤 컬러의 립스틱과 번지듯 바르는 립 스테인 기법과 같은 다양한 메이크업 기법들이 나타났다. 셋째, 분석 결과를 바탕으로 에스닉 이미지를 결합시킨 Tropical Ethnic Image를 선정 한 후 Art Deco를 활용해 입체적이고 빛나는 피부와 블루 아이라이너로 포인트를 준 아이 메이크업, Stained Lips 기법으로 위트 있는 립 메이크업을 표현하였다. 또한 메이크업 컬러와 통일감이 있도록 화사한 블루 컬러를 선택하여 촘촘한 브레이드를 굵은 웨이브의 롱 헤어로 연출하는 뉴 뷰티 스타일을 뷰티 일러스트로 제안하였다.

Reference

Park, Y. M., & Kim, H. Y. (2021). A Study on Changes in Women's Makeup Interest and Use Patterns Before and After the Outbreak of COVID-19. *Asian Journal of Beauty and Cosmetology, 19*(1), 129-138.

레이싱 트랙에서 영감을 받은 여성 고프코어 룩

윤채미, 김윤희+
한남대학교 의류학전공 학사과정, 한남대학교 의류학과 교수+

1. 서론

일과 여가 시간에 대한 발상의 전환과, '워라밸(work and life balance)' 문화의 확산으로 인해 주 52시간 근무제 등이 생기는 등, 근무 시간과 근무 외 시간의 균형을 찾으려는 노력이 사회적으로 이루어지고 있다. 이에 따라 근무 외 시간에 활동적인 운동을 즐기는 사람들이 많아지고 있으며 '아웃도어룩', '애슬레저룩'에 대한 관심도 증가하는 추세이다. 최근에는 2030 여성들이 일상 속에서 건강을 챙기는 라이프 스타일과, 아웃도어 아이템을 무심한 듯 시크하게 착용하여 놈코어 룩(normcore look)의 가치관을 담고자 하는 고프코어(Gorpcore) 룩도 증가하고 있다. 본 연구에서는 이를 브랜드의 기본 컨셉으로 하고, 운동복과 일상복의 경계를 넘나드는 고프코어 스트릿 힙합 룩으로 브랜드를 구성하고자 한다.

2. 연구내용 및 방법

2022년 가장 유행하고 있는 고프코어 룩을 지향하는 디자이너 브랜드의 이름을 <YCM>으로 정하고, 다음과 같이 디자인작업을 진행하였다. 첫째, 기본 스트릿 브랜드와 차별화를 두기 위하여 아웃도어에 사용되는 소재와 부자재를 활용한다. 둘째, 유연하고 중성적인 느낌으로 디자인을 넣고, 일상복과 아웃도어 웨어로 입을 수 있도록, 브랜드의 디자인 원칙을 '부드러운(Soft), 곡선의(Wavy), 개성있는(Characterful)'으로 정하였다. 그리고 곡선 실루엣을 살리는 디자인을 통해 편안하고 개성있는 디자인을 추구하는 다섯가지 룩으로 구성된다. 셋째, 서로 다른 삶을 살면서도 함께 공존하는 현대 여성들의 속도를 존중한다는 의미를 가진 타이틀 'FLOW: VELOCITY'를 통해 자연의 차분하고 여유로운 휴식, 속도를 느낄 수 있는 레이싱 트랙과 건축 구조물들이 주는 흐름 사이에서 발견되는 곡선, 연결, 이완과 긴장을 고프코어로 적절히 융화되도록 디자인하였다.

3. 결론

여성복 브랜드 <YCM>은 도시와 자연을 이어주고 패션성과 실용성 모두를 얻는 일석이조를 갖춘 브랜드로 실용성에 더 초점을 맞추고 디자인하였다. 일상과 취미, 운동의 경계가 허물어지고 있는 최근, 어디에서나 착용할 수 있는 스트릿 감성까지 더 한, 다수가 편하게 즐길 수 있는 패션 브랜드이며, 패션 시장에서 이러한 감성과 포지셔닝의 브랜드는 최근 소비자가 원하는 브랜드라고 할 수 있겠다.

비갑(緋甲)과 철릭(天翼)의 형태를 이용한 활량의 국궁(國弓) 유니폼 디자인 연구

이수경, 이미정+
동덕여자대학교 패션디자인학과 학사과정, 동덕여자대학교 패션디자인학 부교수+

1. 서론

K-pop의 영향으로 시작된 한국의 대중문화의 위상이 점점 높아지고 있는 요즘, 세계 여러 곳에서 한국의 언어, 복식, 전통 놀이 등 한국문화에 관심을 기울이고 있다. 이는 한국의 대중문화뿐만 아니라 한국의 전통 무예 중 하나인 '국궁(國弓)'에 관심을 갖는 계기가 되고 있다. 대중매체인 사극영화나 드라마의 영향으로 국내외에서 한국 전통 '활'에 대한 관심이 증가함으로써 젊은 연령층에서도 전통 활쏘기에 관심을 보이고 있는 추세이다. 이에 젊은 층에 관심을 받고 있는 활량(활쏘는 사람)의 의상을 조선시대 무관(務官) 한복의 비갑(緋甲)과 철릭(天翼)의 전통적인 디자인의 형태의 요소를 이용하여 한국 고유한 전통성과 현대적인 실용성을 겸비한 활량들을 위한 유니폼 디자인으로 제시하고자 한다.

2. 본론

본 연구는 비갑(緋甲)과 철릭(天翼)의 형태를 이용해 전통적인 이미지를 강조하되 활쏘기를 하는데 불편한 요소들을 제거하여 실용적인 형태의 유니폼으로 디자인하고자 다음과 같이 진행하였다. 첫째, 비갑(緋甲)은 본래, 조선시대 무관(務官)들이 착용하던 팔을 보호하는 갑주(甲冑)로, 비갑(緋甲)의 실루엣을 이용한 소매 부분을 시보리 원단을 이용해 팔토시와 같은 탈부착에 용이한 형태로 소매디자인에 응용하였다. 둘째, 철릭(天翼)은 상의와 주름치마가 결합되어 있는 조선시대 무관(務官)들의 공복(公服)중 하나로써 철릭(天翼)의 저고리와 주름치마가 결합된 형태를 유니폼에 적용하여 전통적인 요소를 추가 하였다. 셋째, 고름을 없애고 한복 겉섶에 안쪽지퍼를 활용해 실용성을 추가하였다. 셋째, 비갑(緋甲)의 실루엣을 이용한 소매부분을 시보리 원단을 이용해 팔토시와 같은 탈부착에 용이한 형태로 디자인하였다.

3. 결론

국궁(國弓) 유니폼 디자인의 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 활량들을 위해 비갑(緋甲)과 철릭(天翼)이라는 조선시대 무관 한복의 실루엣의 형태를 변형, 확대 해석하여 디자인에 접목시킬 수 있었다. 둘째, 한복의 전통적 문양은 전통성을 중요시하는 유니폼 디자인의 텍스타일 개발로 용이하였다. 셋째, 비갑(緋甲)과 철릭(天翼)의 활동적인 요소를 유니폼 디자인에 접목시킬 수 있었다. 향후, 한국적인 전통미와 더불어 활동성을 고려한 더 많은 활량 국궁(國弓) 유니폼 디자인의 후속 연구가 이루어지기를 기대해 본다.

다기능성 패션디자인의 유형 분석

- 2010년대 이후를 중심으로 -

최한슬, 노하은, 조예나, 권하진+

서울여자대학교 패션산업학과 학사과정, 서울여자대학교 패션산업학과 부교수+

1. 서론

본 연구는 복합적인 사회구조와 급변하는 라이프 스타일로 마주하게 된 TPO의 변화에 유연하게 대처할 수 있는 다목적성을 가진 다기능성 패션디자인의 실험적인 유형 분석을 목적으로 하며, 그 의미를 살피는데 의의를 두고자 한다.

2. 본론

다기능성 패션디자인은 신체를 보호하고 착용자의 개성을 심미적으로 표현하는 의복의 기본적인 기능에서 나아가 현대 사회의 기술적 발전과 다면적 구조 속에서 등장한 현대인의 다양한 요구를 반영하는 역할을 수행한다. 따라서 다기능성 패션디자인은 복식을 착용하는 것 이상의 의미로 인간의 삶을 윤택하게 하는 수단임과 동시에 여러 분야의 기술적 발전을 융합하여 투영할 수 있는 매개로서 그 가치가 있다. 본 연구는 이론적 고찰에 따른 다기능성 패션디자인의 목적성, 활용성, 경제성, 기능성의 네 가지 특성에 기반하여 유형을 세분화하고 그에 따른 표현 방법을 분석하여 앞으로의 패션 산업의 실험적 접근 방법과 발전 가능성을 살펴보았다.

3. 결론

다기능성 패션디자인의 유형을 세분화한 결과는 다음과 같다. 첫째, 리무버블(removable), 리버시블(reversible), 착용 위치의 변화와 같은 변형(transform)의 방법과 일상복과 스포츠 웨어 기능의 결합, 정장과 스포츠 웨어의 결합 그리고 일상복과 파티 웨어 기능의 결합과 같은 이질적인 복식 기능의 결합으로 '복수 복식의 변형과 결합에 의한 다기능성 패션디자인' 유형이다. 둘째, 비접촉 결제 시스템 칩이 삽입된 재킷, 근거리 무선통신(NFC)와 블루투스 장치가 삽입된 운동화, 공기압 메커니즘 센서와 광 시스템 등 로봇틱(robotic) 기능이 접목된 셔츠 및 드레스 사례와 같이 디지털 및 첨단 과학 기술이 접목 된 '타 영역의 기능이 삽입된 다기능성 패션디자인' 유형이다. 셋째, 인플레이터블(inflatable), 리무버블의 방식을 통해 의복의 기능을 벗어나 다른 영역의 기능으로도 활용될 수 있는 '복식이 타 기능으로 활용되는 다기능성 패션디자인'이다. 이처럼 다기능성 패션디자인은 끊임없이 변화하고 발전하는 현대사회와 함께 그 영역을 확장시켜 나가고 있으며 복식의 기능 외에 다른 기능으로까지 작동함으로써 인류의 생존과도 연관된 대비책을 현실화하고 있다. 서로 다른 복식의 특성과 타 영역의 기능을 융합하는 실험적 접근은 앞으로의 인간의 삶과 미래 패션 산업의 발전에 큰 영향을 가져다 줄 것으로 기대된다.

현대 패션에 나타난 신체 표현의 노출 유형

- 최근 3년 이내 발표된 패션 사례를 중심으로 -

서하얀, 김태연, 정재연, 최승현, 권하진+

서울여자대학교 패션산업학과 학사과정, 서울여자대학교 패션산업학과 부교수+

1. 서론

포스트 코로나(Post-Corona)는 새로운 일상과 사회적 시스템에 기반한 경제적, 문화적 발전을 기대하는 시대를 의미한다. 팬데믹이 본격화 된 2020년의 락다운(lock down)으로 인해 개인의 자유로운 이동이 불가했다면, 포스트 코로나 시대는 팬데믹으로부터의 해방과 자유가 핵심이 되어 이의 표현 수단으로 극대화된 노출이 표현되었다. 본 연구는 이러한 현상의 요인과 유형을 모색하여 패션에서의 노출이 어떠한 상징성을 의미하는지를 밝히는 것을 목적으로 하며, 패션에 대한 새로운 시각을 모색하는데 의의를 두고자 한다.

2. 본론

본 연구는 최근 3년 이내의 4대 컬렉션에서 패션사례를 수집해 이들의 특성을 도출하여 조형적 접근의 노출 유형과 감성적 접근의 노출 유형의 2가지 영역으로 도출했다. 조형적 노출 유형 분류는 소재의 기능을 이용한 노출, 오브제를 이용한 간접적 노출, 그리고 가슴, 성기 등 특정 부위를 강조한 직접적 노출의 특성으로 분석되었다. 감성적 접근의 노출 유형 분류는 팬데믹 탈피의 희열, 젠더-플루이드 디자인의 유희성, 그리고 에로티시즘적 신체의 재해석의 세 가지 특성으로 분석되었다.

3. 결론

조형적 접근의 첫 번째 특성은 소재의 기능을 이용한 노출이다. 이는 조직이 성긴 메쉬나 니트 직물의 특성을 통해 피부를 드러내거나 투명 또는 불투명한 소재를 통해 노출을 표현했다. 두 번째, 오브제를 이용한 간접적 노출은 니플 패치를 겉으로 드러내거나, 신체 부위의 형태를 본 딴 오브제를 활용한 사례를 들 수 있다. 세 번째는 가슴, 성기, 허리, 다리 등의 부분을 컷아웃 방식을 통해 신체를 여과 없이 드러내거나, 파격적인 크롭 탑, 노탑 혹은 과장된 로우라이즈를 통해 피부나 속옷을 그대로 노출하는 디자인이 반복적으로 나타났다. 감성적 접근의 노출 유형의 첫 번째로 팬데믹 탈피의 희열은 디자이너들이 파격적인 비키니룩이나 바캉스 분위기를 연상시키는 패턴과 색상을 활용한 사례이다. 두 번째로 젠더-플루이드 디자인의 유희성은 기존의 문화적 편견에 저항하고 개인의 다양성을 포용하고자 하는 Z세대의 영향으로 이전보다 확장된 성적 정체성을 표현한 것으로, 특정 성별의 전유물이었던 요소를 자유롭게 활용했다. 세 번째로 에로티시즘적 신체의 재해석은 기존 신체의 성적인 접근에 저항하며, 성적인 노출을 극적으로 표현해 충격을 주거나 신체 형태를 붕괴시켰다.

해양 생태 보전에 대한 관심 촉구를 위한 아동복 디자인 개발

- '해양보호생물'을 모티프로 한 디자인 개발 -

백나은, 김성은+

덕성여자대학교 의상디자인전공 학사과정, 덕성여자대학교 의상디자인전공 초빙교수+

1. 서론

가치 소비를 실천하는 소비자가 증가함에 따라, 환경 보전 및 동물 보호는 패션 산업에서도 중요한 화두가 되었다(Wi & Kim, 2019). 이에 본 연구에서는 현재의 아동들이 자라난 미래에도 해양 생태계와 인간이 공존할 수 있게 하자는 의미를 담아, 해양수산부령으로 정하고 있는 '해양보호생물'을 모티프로 한 아동복 디자인을 개발했다.

2. 본론

먼저 생물 다양성 보전의 의미를 담아 해양보호생물의 각 분류인 포유류, 무척추동물, 해조류, 파충류 중에서 하나씩 디자인 모티프를 가져왔다. 아동들이 재미있게 느낄 만한 외형의 생물종을 조사해 각각의 룩의 주제로 선정했다. 이때 어떤 생물을 표현했는지 한눈에 알아볼 수 있도록, 선정한 생물의 부분적 특징보다는 생물의 전체적 형태에 초점을 맞춰 디자인했다. 두 번째로, 아동의 편안한 착장 및 활동을 돕는 오버롤이나 점프수트의 형태를 분석해 디자인에 반영하였다. 네 번째, 아동복 디자인은 옷의 기능성 및 착용감을 가장 우선해야 하므로, 복잡하고 섬세한 묘사를 지양하고 생물의 외형을 최대한 단순화시켜 표현했다. 마지막으로, 디자인과 어울리면서도 해양 환경에 미치는 악영향을 최대한으로 줄일 수 있는 소재인 리사이클 원단 '리젠'과 '크레오라 리젠', 옥수수 섬유 'PLA' 등을 조사해 제안했다.

3. 결론

본 연구는 해양 생태 보전에 대한 관심을 촉구하기 위한 목적으로 해양보호생물을 표현한 아동복 디자인을 개발했다. 본 연구가 환경 보전에 대한 메시지를 전하고, 더 나아가 공존이라는 가치를 실현하는 데 기여할 수 있기를 기대한다.

Reference:

Wi, B. R., & Kim, S. Y. (2019). Trends and implications of animal protection projects in contemporary fashion. *Journal of the Korean Society of Fashion Design, 19*(4), 17-33.

Conservation And Management Of Marine Ecosystems Act, Article 2 Section 11 (2020).

환경 미화원 유니폼 분석을 통한 스트릿웨어 디자인 제안

황지영, 김성은+
덕성여자대학교 의상디자인전공 학사과정, 덕성여자대학교 의상디자인전공 초빙교수+

1. 서론

환경 미화원은 깨끗하고 청결한 도시환경을 지키기 위해 새벽부터 부지런히 움직인다. 동이 트지 않은 어두운 이른 새벽부터 일하는 환경 미화원의 직업 특성상 환경 미화원의 유니폼은 높은 가시성이 필수요소이다. 그러므로 본 연구에서는 컬러와 반사 테이프 디테일 특성을 활용한 스트릿웨어 디자인을 제안하고자 한다. 이를 통해 지구를 위해 헌신하는 환경미화원의 직업적 역할에 대한 취지를 반영하여 환경보호적 의미를 되새기고자 한다.

2. 연구내용 및 방법

환경미화원 유니폼의 메인 컬러는 직업 특성상 외부환경의 여러 잠재적 위험에 노출될 수 있기 때문에 주위 배경과 확실히 구별되고, 색채 특성상 주위의 시선을 끌어 강조하거나 부각시킬 때 매우 효과적인 R, YR계열 컬러의 난색계열을 주로 사용한다. 또한 유니폼에는 가시성이 높은 비비드 톤의 주황색이나 녹색의 재귀반사테이프가 부착되어 있다 (Lim & Lee, 2012). 본 연구가 제안하는 패션디자인 방법은 다음과 같다. 첫째, 환경미화원 유니폼에서 자주 사용하는 가시성 높은 난색계열의 비비드한 오렌지 컬러를 메인으로 활용하여 액티브한 느낌의 스트릿웨어의 분위기가 드러나도록 디자인을 전개한다. 둘째, 주황색의 재귀반사테이프 디테일 프린팅과 스트릿한 무드가 드러나는 패턴을 통하여 환경미화원 유니폼과 캐주얼 스트릿웨어가 결합된 새로운 디자인을 제시한다. 셋째, 지구를 위하는 브랜드의 철학을 반영하여 여러 색들이 섞여 조화를 이루고 있는 지구의 모습처럼 여러 색이 섞인 마블 컬러의 패턴을 통해 개성적으로 표현하는 디자인을 제안한다.

3. 결론

본 연구는 환경미화원의 유니폼의 컬러와 디테일의 특성을 활용하여 새로운 스트릿웨어 디자인을 제시하였다. 이 연구를 통해 우리의 안전과 환경을 위해 애쓰시는 분들의 노고와 환경보호의 중요성을 다시 한번 되새기는 기회가 되기를 기대한다.

Reference

Song, M. L., & Lee, M. S. (2012). An analysis of public uniforms design. *Journal of the Korean home economics association*, *50*(5), 51-65.

반전적 의미를 담은 밀리터리 패션 디자인 개발 연구

신지민, 김성은+
덕성여자대학교 의상디자인전공 학사과정, 덕성여자대학교 의상디자인전공 초빙교수+

1. 서론

2022년부터 시작된 우크라이나와 러시아의 전쟁이 현재까지도 이어져 많은 사람들이 불안함에 떨고 있다. 이에 본 연구에서는 평화를 기원하는 반전의 의미를 담아 전쟁을 테마로 하여 패션 디자인을 개발하고자 한다.

2. 이론적 배경 (연구내용 및 방법)

본 연구의 방법은 다음과 같다. 전쟁의 끔찍함이 계속 되지 않도록 반전의 의미를 담고자 다양한 전쟁 및 반전의 의미를 둔 패션 컬렉션을 리서치 하였다. 그 결과, 가장 대표적으로 반전의 의미를 품은 브랜드 발망(Balmain) 과 솔리드 옴므(Solid Homme)의 패션쇼의 특징을 추출하여 이번 디자인에도 반영하였다. 최종적으로 제안한 디자인은 총 5가지의 밀리터리 디자인으로, 방탄복, 어깨패드, 셋업, 베스트 등 발망 컬렉션에서 추출한 전쟁이라는 키워드가 가장 잘 보이는 특징을 반영하였다. 이와 함께 솔리드 옴므의 비비드(vivid)한 카무플라주 프린트를 통한 반전 의미를 담은 것에 착안하여 너무 어둡지 않은 5가지 컬러 조합을 사용하여 반전의 의미를 나타내고자 하였다. 세부적인 디자인을 살펴보면 첫째, 카키색 패딩과 브라운 레더(leather) 베스트를 활용해 숏 패딩과 랩 스커트 형식의 중성적인 스타일링을 제안하였다. 둘째, 전체적으로 블랙을 활용해 방탄복을 디자인했으며 곳곳에 트임 속에는 민트 색을 활용해 작은 포인트를 주었다. 셋째, 어깨패드가 있는 조금은 탁한 노란색 자켓과 회색 톤이 섞인 베이지색 팬츠로 톤온톤 매치를 했으며 볼드(bold)한 벨트로 전쟁 키워드가 잘 보이게 해주었다. 넷째, 셋업을 통한 군복의 느낌과 핑크색 얇은 라인과 벙거지를 포인트로 주었으며 브라운색 가죽 첼시 부츠를 매치하였다. 다섯째, 브라운의 큰 체크가 있는 롱코트와 셋업의 니트 재질, 전쟁의 테마가 보이는 퍼 악세서리를 활용해 주었다.

3. 결론

본 연구는 지속되고 있는 우크라이나와 러시아 전쟁에 대한 반전의 의미를 담고자 밀리터리 패션 디자인을 제안하고자 하였다. 그 결과 전쟁에 자주 사용하는 디테일 및 프린트를 역으로 표현하여, 전쟁의 잔혹함이 아닌 평화로움의 중요성을 시사하고자 하였다. 이 디자인을 통하여 다시 한 번 전쟁의 불필요함을 상기하고, 반전의 의미를 되새겨 하루 빨리 우크라이나의 평화로운 생활이 시작되는데 도움이 되길 기대한다.

메타버스 공간에서의 ‘나’를 위한 디자인

이현지, 김윤희+
한남대학교 의류학전공 학사과정, 한남대학교 의류학과 교수+

1. 서론

비대면 생활이 일상 속에 자연스럽게 자리 잡으면서 메타버스라는 제3의 공간에서 자신을 표현하는 사람들이 많아지고 있다. 이에 현실의 자아와 제3의 공간 세계에서의 자아를 함께 표현할 방법이 있을까라는 의문점에서 본 연구를 진행하게 되었다. 본 연구에서는 현재 디지털 세계를 살아가는 MZ세대와 디지털 라이프에 대한 조사를 토대로 현실과 가상세계의 중점인 디지털 라이프에서 ‘나’를 특별하게 표현할 수 있는 외출복 디자인을 제안하고자 한다.

2. 연구내용 및 방법

첫째, 패션 트렌드 조사를 통해 디지털 라이프에 대한 소비자 트렌드와 메타버스라는 제3의 공간에 대한 트렌드를 조사하였다. 소비자로 설정된 MZ세대는 SNS에서 온라인으로 자유롭게 소통하며, 사람들의 시선을 신경 쓰기보다는 자신의 개성을 나타내면서 받게 되는 시선을 즐기고 자랑스러워서 한다고 한다. 이를 토대로 메타버스 공간에서 ′비대면′을 중심으로 하는 패션 브랜드의 의미와 소비자에게 줄 수 있는 가치에 대해 정리하였다.

둘째, 본 연구에서 외출복을 디자인하기 위해 먼저 만들고자 하는 패션 브랜드의 특징을 설정하기 위하여 ′레디 플레이어 원(Ready Player One, 2018년 개봉)′ 영화의 배경을 브랜드 배경으로, 한예슬 배우를 뮤즈로 설정하여 가상현실의 느낌과 자유롭고 다양한 표현 방식을 추구하는 브랜드 성격을 설정하였다.

셋째, 디자인적인 면에서는 철망을 이중으로 겹쳐 만든 바구니와 같은 그릇을 형태 발상원으로 정하고, 이를 외출복 디자인의 디테일이나, 모자로 사용하였다. 또한, 컬렉션의 색감은 브랜드가 추구하는 가상현실 세계에서 볼 것 같은 색감을 표현하기 위해 스트롱하고, 비비드한 톤의 컬러를 사용하였다. 소재는 전체적으로 씨스루의 느낌을 주기 위하여 매쉬, 망사를 사용하였고, 소재의 대비를 위하여 가죽에 메타버스 공간의 이미지를 주는 형태, 색감의 문양을 프린트하였다.

3. 결론

본 연구를 통하여 현실에서의 ′나′와 메타버스, 디지털 세계에서의 ′나′, 모두 ′나′이며 ‘나’는 ‘나’가 있는 공간 어디에서든 여러 ‘나’로 존재하며, 여러 스타일을 가질 수 있다. 현실과 메타버스 세계의 중심인 디지털 세계에서 ‘나’를 특별하게 표현할 수 있도록 외출복 디자인을 중심으로 하는 패션 디자인 컬렉션으로 완성할 수 있었다.

현대 직장인의 비즈니스 웨어 디자인

임하영, 김윤희+
한남대학교 의류학전공 학사과정, 한남대학교 의류학과 교수+

1. 서론

최근 코로나19로부터 점차 회복되면서, 재택근무제에서 벗어나 출퇴근 근무제로 전환하는 직장이 많아지고 있다. 이에 따라 직장인들이 비즈니스 웨어로 입기에 적합한 의복을 찾는 일도 많아질 것으로 예상한다. 비즈니스 웨어는 근래 사회적인 옳고 그름의 가치관 변화를 반영하는 디자인을 많이 볼 수 있는데, 바로 젠더리스와 성 중립적인 디자인이다. 이는 여성과 남성의 구분, 그리고 이것을 패션 디자인에 반영하는 것에 대한 사회적 동의를 전제로 하는 것으로, 본 연구에서는 공적인 경우에 입는 의복 디자인에 여성과 남성의 구분을 최소화할 수 있는지 새로운 형태의 비즈니스 웨어를 정립하고자, 비즈니스 웨어에 대한 조사를 진행하고, 이를 토대로 여성용 비즈니스 웨어 디자인을 제안하고자 한다.

2. 연구내용 및 방법

새로운 비즈니스 웨어 디자인을 위하여 다음과 같은 연구를 진행하였다.

첫째, 비즈니스 웨어의 개념과 현황을 조사하고, 여성과 남성의 혼용이 가능한 크로스오버 비즈니스 웨어의 새로운 사이즈 개념을 정립하였다.

둘째, “노동자의 투쟁 본능”이라는 주제로 1960년대 노동자들의 부당 노동과 열악한 환경, 투쟁 의식을 바탕으로 사회에 나가는 현대 직장인들의 당당한 자유를 표현하기 위해 흘러내리는 얼굴 모티브를 활용한다. 일그러진 얼굴 형태, 무정형의 흐르는 선을 활용하여 역동적이고 새로운 느낌의 출근복 디자인을 진행한다.

셋째, 비즈니스 웨어는 아이템 간 다양한 조합이 중요하므로, 기본적으로 재킷 셋업, 원피스, 바지, 치마를 유지하면서 여러 가지 방식으로 스타일링해서 입을 수 있도록 발상원의 곡선 형태를 사용하여 옷의 아웃 라인에 사용하였다. 치마 밑단과 포켓, 자켓 여밈 등에 탑 스티치(top-stiching)를 사용해서 디테일을 살렸다. 이러한 방법으로 주제에 맞게 디자인된 의복의 아이템들에 통일성을 주고, 공식적인 용도로 착용 가능하면서도, 주제에 맞는 특징적 디자인을 살릴 수 있는 비즈니스 웨어로 디자인을 전개하였다.

3. 결론

본 연구를 통하여 격식은 차리되 활동에 편하게 디자인한 비즈니스 웨어는 의복의 형태, 실루엣, 사이즈에서 변화를 줌으로써 남녀 모두 착용할 수 있는 오버사이즈의 어깨, 넓은 품의 상의, 그리고 아이템 간 조합이 자유로운 컬렉션으로 개발할 수 있었다. 이는 최근 트렌드에 맞는 젠더리스의 디자인이라고 할 수 있겠다.

놀이공원 및 일상 속에서 즐길 수 있는 디자인

정유진, 김윤희+
한남대학교 의류학전공 학사과정, 한남대학교 의류학과 교수+

1. 서론

사람들은 보통 특별한 공간에 가면 그 장소에 맞는 옷을 입곤 한다. 전주 한옥마을에 놀러 갈 땐 한복을 입고, 핼러윈의 이태원에서는 코스튬복을 입으며 그 날을 즐긴다. 하지만 몇 년에 한 번 가는 특별한 공간인 놀이공원에 있는 사람들의 옷차림에 대해서는 뚜렷한 특징을 잡기 어렵다. 본 연구는 놀이공원에 놀러가는 사람들을 위한 옷을 제안하고자 하였다. 동심을 떠올리게 하는 발랄하고 긍정적인 분위기로 가득찬 옷이며, 놀이공원에서는 물론, 평상시에도 부담 없이 입을 수 있는 실용적인 옷의 디자인을 목표로 이 연구를 진행하고자 한다.

2. 연구내용 및 방법

연구 내용과 디자인 방법은 다음과 같다.

첫째, 현재 국내 놀이공원의 현황을 분석하였다. 한국 대표 놀이공원의 연간 방문객 수를 조사하여 앞으로의 고객 수와 놀이공원 시장의 전망을 예측하였고, 주 고객 층의 소비하는 습관과 지출 비용, 머무는 시간 등을 분석하여 소비자 동향을 도출해 내었다. 그리고 이 결과를 토대로 앞으로의 놀이공원에 맞는 패션 브랜드의 마케팅 방법 및 판매 전략을 구상하였다.

둘째, 놀이공원을 주제로 디자인을 전개하였다. 놀이공원에서 연상되는 풍선을 옷의 형태 실루엣으로 담아냈으며, 놀이공원을 상징하는 롤러코스터를 지퍼 디자인으로 풀어내었다. 또한 사탕 모양의 단추와 스티치 장식을 활용하여 더욱 발랄하고 활동성 있는 옷으로 디자인하였다.

셋째, 디자인의 컬러는 이러한 활기찬 분위기를 전달하는 오렌지, 옐로우, 그린, 데님 컬러를 이용하였고, 소재는 활동성을 증가시키는 폴리에스터와 면, 린넨을 주 소재로 디자인하였다.

3. 결론

소비자들이 즐겁고 긍정적인 느낌을 가질 수 있는 옷의 디자인을 목표로 연구와 디자인 작업을 진행하였다. 연구 내용을 토대로 놀이공원 및 일상 속에서도 입을 수 있는 실용성 있는 디자인이 나왔고, 앞으로의 본 패션 브랜드의 전개 방향을 도출하였다. 소비자들의 마음을 겨냥하여 장소와 분위기에 맞는 옷을 제안한 점과, 놀이공원 속에서 나타나는 발상원을 옷의 디자인으로 풀어낸 점에서 본 연구의 의의를 찾을 수 있다.

패션 브랜드 유형별 메타버스 플랫폼 활용 특성과 발전 방향 제안

- 아바타 패션에 대한 소비자 반응을 중심으로 -

홍채은, 이진화+

부산대학교 의류학과 학사과정, 부산대학교 의류학과 교수+

1. 서론

메타버스 패션 시장이 더욱 확장되고 장기화하기 위해 패션 브랜드는 소비자들이 쉽고 흥미롭게 접근할 수 있는 방안을 모색해야 한다. 이에 본 연구는 패션 브랜드 유형별 메타버스 활용 특성을 분석하고 오프라인과 달리 나타나는 메타버스에서의 소비자 반응을 수집하여 메타버스에서 패션 브랜드가 나아가야 할 방향을 제안하고자 한다.

2. 본론

패션 브랜드를 럭셔리, 캐주얼, 스포츠 세가지로 유형화하였다. 첫째, 럭셔리 브랜드는 '희소성'을 소비자의 구매 동기로 하여 NFT 시장에서 높은 매출을 내고 있다. 둘째, 캐주얼 브랜드는 '브랜드 접근성'을 소비자의 경험 동기로 하여 메타버스를 활용하고 있다. 셋째, 스포츠 브랜드는 '의류의 디지털 전환'을 통해 소비자의 구매 동기를 자극하고자 한다.

의류학과 대학생 50명을 대상으로 한 설문조사를 통해 아바타 패션에 대한 소비자들의 세가지 특징을 파악하였다. 첫째, 선호하는 아바타의 패션 스타일은 럭셔리 컨셉의 스타일이다. 둘째, 아바타 패션에 높은 가치를 두지 않으며 낮은 가격대의 아이템을 원한다. 셋째, 메타버스 방문을 원하는 목적은 쇼핑보다 오락 또는 게임을 위한 것이다.

3. 결론

메타버스 패션에 대한 제안은 다음과 같다. 첫째, 럭셔리 브랜드는 과감하고 다양한 스타일의 한정판 아이템들을 메타버스에 출시하여 메타버스의 동시성을 통해 소비자들의 대리만족 욕구를 충족시킬 수 있다. 둘째, 캐주얼 브랜드는 아바타 패션 아이템을 구매한 소비자에게 오프라인에서도 경험할 수 있는 혜택을 제공하고 상호운영성을 강화하여 브랜드 접근성을 높일 수 있다. 셋째, 스포츠 브랜드는 디지털 의류를 게임 기반 메타버스에 접목하여 메타버스의 실재감을 강화하여 자연스럽게 소비자의 흥미를 끌어들일 수 있다.

Reference

Park, Y. S. (2022). D*igital fashion product value and purchase behavior on the metaverse platform*. Unpublished master's thesis, Yonsei University, Seoul.

Oh, S. M. (2022). *Effects of Appearance Similarity and Fashion Item Reality on Intention to Use Metaverse*. Unpublished master's thesis, Seoul University, Seoul.

60-70년대 벽지를 기반으로 2023-24 F/W 텍스타일 패턴 개발

- Z세대의 그래니 룩을 중심으로 -

이동현, 정다울[+]

창원대학교 의류학과 학사과정, 창원대학교 의류학과 강사[+]

1. 서론

최근 화두가 되고 있는 메타버스(Metaverse) 세계에서는 시각적 감각이 다른 감각보다 더 크게 작용을 하며 이용자의 감성을 자극한다. 패션 산업 또한 메타버스 세계에서 시각적으로 감성을 전달하기 위해 다양한 텍스타일 디자인을 개발하고 있다. 이에 본 연구는 메타버스의 주 이용자인 Z세대 중 그래니 룩을 향유하는 사람들의 감성에 맞추어 1960-70년대 벽지를 분석하고 패턴을 2점 개발하는 데 목적이 있다. 연구 방법은 관련 서적과 인터넷 기사를 이용한 문헌 연구와 사례 분석을 수행하기 위하여 인테리어 및 잡화 사이트 'esty'에 '60's wallpaper', '70's wallpaper'를 검색하여 분석되는 벽지를 색채와 무늬를 기준으로 자료를 수집하였으며, 이를 바탕으로 그래니 룩의 텍스타일 패턴을 개발하였다.

2. 본론

그래니 룩(Granny look)은 할머니의 옷차림을 현대에 맞게 재해석하여 빈티지 의상을 연상시키는 패션 스타일이다. 주로 니트와 트위드 또는 벨벳 등의 소재에 체크 패턴 또는 꽃무늬의 패턴이 그래니 룩을 대표한다. 그래니 룩의 패턴에서 분석되는 이러한 디자인은 공통적으로 벽지(Wallpaper)에서도 분석된다. 과거에서부터 2022년 사이의 각종 런웨이를 살펴보면 명품 브랜드에서는 꽃, 동물 또는 특정 물체의 이미지를 전달할 수 있는 다양한 종류의 텍스타일을 지속적으로 선보이고 있다. 2020년 F/W 컬렉션에는 60-70년대 유행한 벽지 패턴을 기반으로 Fendi, Prada, Marc Jacobs와 같은 다수의 브랜드에서 텍스타일 디자인을 분석할 수 있다. 60-70년대 유행한 벽지의 특징을 색채, 디자인 측면에서 분석한 결과는 다음과 같다. 첫째, 주로 노란색 계열과 주황색 계열 또는 초록색 계열의 컬러 분포가 가장 많았으며 KS 155 표준색을 기준으로 dp 톤 또는 gy 계열의 톤이 주로 사용되어 전반적으로 고풍스러움이 나타났다. 둘째, 특정 무늬(자연, 동물 등)가 크고 넓게 분포되어 있으며 하나 또는 두 개의 이미지가 반복되어 나타났다. 셋째, 기하학적인 형태의 벽지 무늬가 다수를 이루고 있는 것을 확인하였다. 이를 바탕으로 그래니룩 스타일의 패턴을 23-24 F/W 트렌드를 반영하여 2점 개발하였고 가상 착의를 실시하였다.

3. 결론

메타버스가 떠오르는 현재 시점에서 시각적인 요소를 대중에게 효과적으로 전달하는 것은 중요하다. 연구 결과는 1960-70년대 벽지의 특징을 정의하고 색채와 디자인적인 부분을 분석하여 패턴 디자인을 개발하였다. 특히, 메타버스의 주 이용자인 Z세대 중 그래니 룩을 향유하는 사람들의 감성에 부합하여 플로럴 패턴과 기하학적 패턴을 개발하였다. 이 연구는 2023-24 F/W Textile을 예측하는 것에 의의가 있다. 또한 패턴 디자인(textile)의 개발을 위한 자료 제공에 도움이 되고자 한다.

Reference

그래니 룩(Granny look) 출처 : 우리말샘

2000년대 만화에 나타나는 여성 Y2K패션 분석 및 디자인 개발

- 만화 BiBi를 중심으로 -

김우견, 정다울[+]

창원대학교 의류학과 학사과정, 창원대학교 의류학과 강사[+]

1. 서론

현재 10~20대 사이에서 Y2K 패션의 유행이 일어나고 있다. 패션잡지 보그(Vogue)는 2022년의 Y2K패션의 유행 현상에 관한 기사를 실었고, (보그코리아 2022년의 Y2K 패션), 유명 브랜드와 셀러브리티들도 로우라이즈(low rise), 크롭티(cropped t-shirt) 등의 컬렉션을 선보이며 Y2K 패션을 선두하는 모습을 보인다. 이렇게 Y2K 패션이 2022년의 트랜드로써 자리매김하고 있는 반면, Y2K 패션에 대한 연구가 부족한 실정이다. 따라서 Y2K 패션을 2000년대 만화의 이미지 분석을 통해 명확한 기준점을 제시하고자 한다. 다양하게 응용된 패션을 기대하며, 이를 바탕으로 Y2K 패션을 한눈에 보여줄 수 있는 디자인 개발하고자 한다.

2. 본론

Y2K는 2000년대를 뜻하며, Y2K 패션은 2000년대의 패션을 일컫는 말이다(출처). 2000년대에는 만화가 사회적 유형을 전달하는 효과적인 시각적 이미지 매체였기 때문에 유행 전달에도 효과적이었다. 패션을 주제로 다룬 만화 BiBi(2005년 출판, 1권~7권)에서는 2000년대 패션을 잘 살펴볼 수 있다. 부자와 가난이라는 반대된 여성 주인공 2명의 패션스타일을 살펴보고, Y2K 패션을 이해하고 분석하였다. 첫째, 실루엣은 몸에 꼭 맞는 실루엣을 바탕으로 로우라이즈와 미니스커트, 크롭 된 기장, 미니 프릴 등이 눈에 띄었다. 둘째, 텍스타일은 주로 나비나 꽃무늬 등이 사용되었다. 셋째, 악세서리는 메리제인(mary jane) 구두나 숄더백, 머리띠, 미니 집게 핀 등을 주로 착용하였다. 본 연구는 2000년대에 유행했던 만화책의 패션스타일 분석을 통해 더욱 다양한 아이템과 디자인 요소를 제시하고, 디자인적 요소로 더욱 적극적인 활용이 가능하게 한다. 세 가지 특징을 반영하여 여성 Y2K 디자인을 4점 개발하였다.

3. 결론

본 연구는 2000년대 만화를 선정하여 Y2K 패션의 특징을 분석하였고, 이를 바탕으로 디자인을 개발하였다. 10~20대에서 유행하는 Y2K 패션에 관해 학문적으로 정의 및 분석하여 패션 디자인 개발의 기초 자료로써 본 연구가 활용되며, 알파 세대의 패션을 이해하는 초석이 되기를 기대한다.

Reference

Han Ye-sung (1999). A Study of Fashion Illustration Applying Expressive Feature of Cartoon. Master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.

필라멘트의 조형적 특징을 응용한 3D Pen Printing 패션디자인

- 창작 의상 제작을 중심으로 -

안채원, 박근수+

경성대학교 패션디자인학과 학사과정, 경성대학교 패션디자인학과 교수+

1. 서론

4차 산업혁명이 가속화되고 있는 현대사회에서 핵심 기술의 하나로 손꼽히는 3D 프린팅과 함께 3D 펜은 새롭게 개발된 휴대용 초소형 3D 프린팅 인쇄 기기이다. 3D 펜은 펜 모양의 본체에 필라멘트를 삽입하고 삽입된 필라멘트가 펜촉을 통하여 나오면서 인쇄하는 원리로 작동한다. 3D 펜은 손으로 조절하여 작동하기 때문에 3D 프린팅 펜이라는 첨단기기에서 표현되는 감성과 수공예적인 감성의 융합된 독특한 조형성의 3D 인쇄가 가능하다고 할 수 있다. 본 연구에서는 고온용 3D 펜과 저온용 필라멘트를 사용하여 온도변화에 따른 필라멘트의 조형적 특징의 변화를 응용한 창작 의상을 실물로 제작하였다.

2. 본론

고온용 3D 펜에 저온용 필라멘트(PCL)를 사용할 때 인장강신도 시험분석 결과에서 고온용 펜의 온도를 높일수록 필라멘트의 인장강신도가 더욱 강화된다는 점을 바탕으로 하여 3D 펜의 온도를 180도 - 210도 사이에서 5도씩 온도변화를 주어 저온용 필라멘트의 유연성, 형태 변화, 적층 모양을 실험하였다. 실험 결과를 바탕으로 작품의 모티브인 분화구 형태를 온도변화에 따라 변화하는 필라멘트의 비정형적 선과 형태를 조합하여 입체적으로 반복 적층하는 방식으로 불규칙적이고 비대칭의 비정형적 조형성을 특징으로 하는 원피스를 제작하였다.

3. 결론

본 연구의 결론은 다음과 같다. 오늘날 4차 산업혁명과 함께 첨단기기의 발달은 패션디자인 분야에 있어 이제까지와는 다른 독특한 표현 방법의 다양화를 가능케 한다. 본 연구에서는 3D Pen을 활용하여 첨단기기와 수공예의 융합적 표현 방법에 따른 새로운 현대 패션디자인의 형태와 조형성을 창출할 수 있다는 점을 제시할 수 있었다. 또한 3D Pen을 사용한 작품 제작과정을 통하여 패션디자인 분야에서 새로운 형태와 스타일의 패션디자인의 표현 방법과 창의성을 도모할 수 있다는 흥미로운 점도 발견할 수 있었다.

Reference

Alvin T. (2006), Revolutionary Wealth. Seoul: Chunglim Press.

Park, K. S., Ha, J. S., (2020). A Study on the Creative Clothing Design through the Cross-Use of 3D Pen and Filament, *Journal of Basic Design & Art, 21*(3), 144-148.

턱(Tuck) 기법을 통한 유기적 형태의 반복적 조형성을 응용한 창작 의상 디자인 연구

김남훈, 박근수+
경성대학교 패션디자인학과 학사과정, 경성대학교 패션디자인학과 교수+

1. 서론

턱(Tuck)은 장식 봉제 기법의 하나로 장식의 목적 외에도 다트를 대신하여 옷의 입체 구성을 위한 하나의 방법으로 활용되기도 한다. 또한 원단의 질감(Texture) 효과를 창출하기 위하여 응용될 수 있는 기법이다. 턱은 접어서 박는 주름의 일종으로 원단의 두께나 디자인에 따라 턱의 개수나 간격을 조절하여 선 적인 무늬나 요철감의 질감 등의 의상을 구성하는 조형적 요소로 활용할 수 있다. 본 연구에서는 턱의 반복에 따라 나타나는 선적인 조형적 특징을 자유곡선의 유기적 형태로 표현하는 창작 의상을 제작하는 데 그 목적이 있다. 연구 방법으로는 턱의 다양한 형태와 특징에 대한 문헌 조사와 샘플 작업을 통하여 그 특징을 파악하였다. 턱의 연속에 의한 원단을 만들고 드레이핑 작업 과정을 통하여 실무 의상 1점을 제작하였다.

2. 본론

작품의 테마는 곤충의 변신으로 뒤틀리고 불안정한 생명체의 이미지를 표현하기 위하여 척추와 골반이 뒤틀린 인체 구조 및 곤충과 파충류 특히 뱀의 형상을 참고하여 응용하였다. 작품의 전반에 걸쳐 턱(Tuck) 디테일을 연속적인 곡선의 형태로 반복함으로써 턱의 조형성을 표현하였으며 작품의 앞과 뒤판 및 옆선으로 이러지는 연속적인 곡선 절개에 여유분과 다트를 넣어 인체의 활동에 편하도록 기능성을 부여하였다. 소재는 빈티지한 질감이 염색된 회색의 면 소재를 위주로 하여 아이보리 색상의 가죽을 매치시켰다. 턱 디테일은 반투명의 우레틴 소재를 사용하여 턱의 접히는 부분과 반복되는 구조를 선명하게 보이도록 하여 강조함으로써 뱀의 허물과 뒤틀린 척추의 이미지를 표현하였다. 자켓의 안쪽은 투명한 심실링 처리하여 마무리하였다.

3. 결론

본 연구의 결론은 다음과 같다. 턱의 응용을 통하여 유기적 형태와 비정형적인 조형성을 특징을 부각시키고 인체 움직임에 편한 기능성도 접목할 수 있는 독창적인 창작 의상 제작 과정을 통하여 턱을 활용한 새로운 패션디자인의 개발 가능성을 확인할 수 있었다.

References

Wu, X. Y., Lee, S. H., (2014), A Study on Dress Applying the Eco-Frendly Textile and Tuck Technique, *Journal of the Korea Society of Design Culture, 20*(2). 323-335.

도시 여성을 위한 출근룩

주은혜, 김윤희+
한남대학교 의류학전공 학사과정, 한남대학교 의류학과 교수+

1. 서론

Covid-19 시대에 들어서면서 우리의 라이프 스타일에도 큰 변화가 있었다. 특히 많은 사람들의 재택근무로 인해 캐주얼한 옷의 수요가 증가했다. 하지만 다시 일상으로 회복하는 시기로 접어들면서 재택근무에서 다시 회사로 복귀하게 되었으며 그에 걸맞는 옷의 수요가 증가하게 되었다. 하지만 지금의 사람들은 다시 과거처럼 격식을 차린 정장의 옷을 선호하기보다 편하게 입을 수 있으면서 회사에서 적절하게 입을 수 있는 세미캐주얼의 수요가 훨씬 더 증가했다는 것을 알 수 있다. 본 연구에서는 이런 결과를 토대로 새로운 영감원으로 상어를 잡아 새로운 룩을 제안하고자 한다.

2. 연구내용 및 방법

다음과 같이 연구를 진행하였다.

첫째, 세미캐주얼에 대해 조사하고, Covid-19으로 인해 변화된 라이프 스타일을 반영해 세미캐주얼의 개념을 정리하였다.

둘째, 기본적이고 정형화된 형태의 세미캐주얼에 색감과 형태에서 변화를 더하기 위하여 백상아리를 영감원으로 하였다. 무채색을 기본으로 질감을 살린 저채도의 색상과 그라데이션을 활용해 독특한 색감을 더했다. 형태가 잘 유지 될 수 있는 소재를 기본으로 다양한 소재를 믹스앤매치하여 평범할 수 있는 세미캐주얼 룩에 새로운 느낌을 주었다.

셋째, 활용도가 가장 높은 섬세하고 정교한 테일러링 자켓과 캐주얼한 무드의 하의를 디자인했다. 소매, 허리에 사선 방향의 턱을 잡아 여성미를 주는 형태를 살렸다. 그 외에도 여러겹 겹친 칼라 디테일과, 코르셋을 아이템으로 활용하여 전체적으로 특징을 주었다. 세미캐주얼이라는 복종에 걸맞게 직장은 물론 일상에서 입기 가능하도록 디자인하였다.

3. 결론

위와 같은 연구를 통하여 다음과 같은 결론을 얻었다.

첫째, 백상아리에서 영감을 받아 격식은 차릴 수 있으면서 코오디네이션하기 쉬운 옷으로 디자인하였다.

둘째, 의복 실루엣은 여성스럽게 하고, 의복에 디자인 특징을 주기 위하여 소매, 허리 등에 디테일을 추가하였다.

셋째, 맥시멈, 미니멈이 공존하는 룩을 선보여 웨어러블한 세미캐주얼 룩을 완성시켰다.

비즈니스 웨어를 위한 조형적 패션 디자인

김민진, 김윤희+
한남대학교 의류학전공 학사과정, 한남대학교 의류학과 교수+

1. 서론

현대인은 점차 자유롭고 편안한 옷을 위주로 입고 있다. 그러므로 출근복이라는 의복의 범주는 점차 사라지고 있다는 것을 알 수 있다. 이렇게 일상에서 입는 의복과 직장에서 입는 의복 사이에서 새로운 구별이 있어야 할 것 같다는 생각을 갖고 이 연구를 진행하였다. 본 연구에서는 직장에서 입을 수 있는 비즈니스 웨어의 디자인을 하기 위해 현재 출근용으로 입고 있는 비즈니스 웨어의 특징을 조사하고 인공물과 자연물에서 새로운 영감을 받아 그들의 아름다움을 패션 디자인으로 옮기고자 하였다.

2. 연구내용 및 방법

디자인 작업을 진행한 내용과 세부 연구 방법은 다음과 같다.

첫째, 디자인을 하기 전, 일상복과 비즈니스 웨어의 차이점이 무엇인지에 대해 조사와 인공물과 자연물의 차이점과 디테일을 조사하였다. 그리고 인공물과 자연물의 각각 아름다움의 디테일이 무엇인지와 이를 디자인 전체에 반영하기 위해 다양한 이미지를 정리하였다.

둘째, 옷의 형태나 부분적인 디테일은 인공물에서 따올 수 있도록 이미지를 수집하였다. 인공으로 만들어진 인공물의 무미건조한 직선이 몸의 순수한 곡선과 더하면 세련되며 비장해질 것이라 느꼈다.

셋째, 디자인 색상, 직물과 관련한 자연물의 특징을 도출하기 위해 각각의 자연물의 색, 형태, 무늬를 조사하였다. 기존의 출근복인 재킷, 코트, 바지, 치마를 유지하되 앞판, 뒤판의 디자인 색상을 다르게 하여 다양한 조합을 보다 쉽게 보여준다.

자연물 중 바다를 선정하여 실제 파도와 물보라가 치는 듯한 이색적인 모습과 아름다움을 현대인을 위한 출근복으로 디자인하고 표현하기 위해 디테일과 실루엣을 조화롭게 하고 새로운 조형적 패션 디자인으로 표현할 수 있도록 하였다.

3. 결론

연구 방법을 통해 조사하고 수집한 다양한 이미지에서 영감을 받고 인공물과 자연물의 상반된 조형적 디자인을 조화롭게 사용하였다. 격식은 차리되 활동에 편안하고 자유로움을 주고 비즈니스 웨어의 형태와 실루엣에서 디테일 보다는 과감한 조형성을 시도하여 새로운 변화를 주었다. 현대인을 위한 새로운 패션 디자인을 제안할 수 있었던 연구였으며, 상반된 요소를 각 디자인에서 사용할 수 있게 되었던 체험을 할 수 있었다.

힙합과 히피 문화의 특징을 반영한 패션 디자인

오한나, 김윤희+
한남대학교 의류학전공 학사과정, 한남대학교 의류학과 교수+

1. 서론

최근 우리 나라의 20대는 우리 나라 연령별 인구구조의 급격한 변화로 관심을 받는 세대인데다가, 이전의 젊은 세대와는 뚜렷이 다른 사회적 특징을 보여 큰 관심을 받고 있다. 이들은 소셜미디어를 통해 자신의 생각을 나타내기를 주저하지 않고, 세계적인 정치 변화에 대해 평화, 자유를 외친다. 뜻이 같은 사람들과 어울리는 것을 즐기며, 이러한 모임을 통해 이들이 지향하는 패션을 포함한 전반적인 문화 아젠다를 만들어간다. 본 연구에서는 20대 젊은이들의 이러한 변화에 주목하여 힙합 문화를 기본으로, 기성의 사회통념, 제도, 가치관을 부정하고 반사회적인 행동을 하면서 인간성의 회복, 자연에의 귀의(歸依)를 통해 평화주의를 주장했던 히피 문화 요소를 결합하여 패션 디자인 컬렉션으로 옮기고자 한다.

2. 연구내용 및 방법

서로 다르지만 공통점이 있는 두 문화를 결합한 디자인을 위하여 다음과 같이 연구를 진행하였다. 첫째, 힙합과 히피에 대해 조사하였다. 집단을 형성하여 행동하며 중요한 요소인 자유와 평화를 주장하고, 노래를 통해 모두가 즐기며 자연스럽게 그 문화를 받아들일 수 있게 된다는 두 가지의 공통점을 도출하였다. 둘째, 10대 후반~20대 중반의 남녀를 목표 소비자로 설정했다. 이 중에서도 패션에 관심이 많고, SNS에 자신의 착장사진을 올려 자신의 스타일을 알리고 팔로워를 모으며, 사진 찍는 것, 힙합과 재즈 음악을 즐기고 LP 모으기를 좋아하는 사람들을 소비자의 구체적인 특징으로 정했다. 셋째, 옷의 실루엣이나 형태는 오버사이즈 핏으로 하였고, 하의는 젊은 소비자의 기본 아이템인 데님으로 통일했다. 넷째, 디자인할 의복 색상을 정하기 위해 1990년대 미국의 힙합 스타들이 입은 옷들을 조사하였으며, 비비드톤과 무채색을 함께 사용하여 디자인에 적용했다. 디테일은 나무 껍질이 벗겨진 것에서 영감을 받아 컷아웃, 주름, 끈을 이용한 디자인을 하였다. 힙합 문화와 히피 문화를 결합하여 젊은이들을 위한 의복으로 디자인하고 표현하기 위하여 색상과 핏에 중점을 두고 작업하였다.

3. 결론

연구를 통해 수집한 다양한 이미지들에서 영감을 받아 힙합 문화와 히피 문화를 최근 젊은이들의 문화로 해석하여 10대 후반~20대 중반 소비자를 위한 오버사이즈 핏과 비비드 톤의 색채를 사용한 패션 디자인 컬렉션을 완성하였다. 패션 디자인의 경계를 넓히고 최근 사회적 경향에 대해 알게 되었다는 점에서 본 연구의 의의를 찾을 수 있다.

미래적 자연에 대한 표현을 반영한 펑키 미니미 룩 디자인 연구

김혜림, 김성은+
덕성여자대학교 의상디자인학과 학사과정, 덕성여자대학교 의상디자인학과 초빙교수+

1. 서론

코로나19 이후 억눌렸던 소비욕구로 인한 보복 소비로 아동복 시장은 성장하는 모습을 보이고 있다. 특히, 부모와 자녀가 같은 디자인의 옷을 입는 '미니미 룩'이 유행으로 성인복 브랜드에서 아동복 라인을 런칭하거나 성인 트렌드가 반영된 아동복이 증가하고 있다. 이에 따라 본 연구에서는 2022FW-2023SS의 여성복 컬렉션 트렌드 중 자연물 패턴에 관련한 트렌드에 펑키한 분위기를 결합하여 미니미 룩 디자인을 제안하고자 한다.

2. 본론

2022FW-2023SS 컬렉션 트렌드 경향과 아동복의 특성을 살펴본 결과는 다음과 같다. 해당 시즌 트렌드에 새롭게 등장한 자연에 대한 표현 경향은 실제와 가상을 넘나드는 판타지한 모습으로의 재연이다. 이를 통해 코로나19 팬데믹이 가져온 급속한 첨단 기술의 변화와 미래와 우주에 대한 기대와 관심을 표현하고 있다. 이러한 테마에서는 달과 별 등의 우주를 나타낸 그래픽과 실버 소재들이 눈에 띈다. 이와 함께 온난화로 인한 자연재해, 외계 식물과 오지의 자연 등이 중심적으로 표현되었다. 아동복 디자인 시 유의해야 할 점은 첫째, 선정적이거나, 고어적 표현은 자제해야 한다. 둘째, 아동이 관심을 가질 수 있는 재미 요소가 디자인에 반영된 것이 좋다. 셋째, 아동의 높은 활동성을 고려하여 입고 벗기에 편리하도록 디자인하여야 한다. 넷째, 아동의 피부에 무리를 주지 않는 소재를 사용해야 한다.

3. 결론

본 연구는 미래적 자연 프린트 트렌드와 펑키한 무드를 결합하여 부모의 취향을 반영한 미니미룩 디자인을 제안하고자 하였다. 단, 아동복이라는 점을 고려하여 편안한 면 소재를 중심으로 아이들의 운동성을 배려하여 디자인하였다. 본 디자인 개발 연구는 현시점의 성인 트렌드를 반영한 새로운 미니미 룩을 디자인함으로서 아동복 디자인의 지평을 넓힐 수 있는 방안을 제시했다는 의의가 있다.

Reference

Lee, S. Y., & Lee, Y. H. (2019). Characteristics of eco-friendly design in contemporary children's fashion collection. *The Research Journal of the Costume Culture, 27*(4), 384-397.

겨울 이미지의 직물 패턴 개발과 이를 이용한 스포츠웨어 디자인

양승리, 김윤희+
한남대학교 의류학전공 학사과정, 한남대학교 의류학과 교수+

1. 서론

사람들의 건강에 대한 관심은 최근 '비건(vegan, 채식주의)', '오가닉(organic, 식재료를 포함하여 유기농 재배 재료 선호)', '피트니스(fitness, 균형 잡힌 건강한 신체를 위한 운동)' 등의 용어로 설명된다. 이러한 용어는 단지 유행하는 라이프 스타일을 보여준다기 보다는 현대인들의 건강과 관리에 대한 관심도가 더 구체적이 되고 있음을 보여주는 것이라고 하겠다. 이와 같은 현상에 맞추어 본 연구에서는 자연의 이미지를 직물 패턴으로 디자인하고, 이를 이용한 F/W 시즌 스포츠웨어 컬렉션을 개발하고자 한다.

2. 연구내용 및 방법

스포츠웨어 디자인을 위하여 다음과 같이 연구를 진행하였다. 첫째, 최근 전체 의복 시장에서 스포츠웨어의 비중이나, 디자인 경향에 대해 조사하였다. 둘째, 설산(雪山)과 처마(檐下)에서 영감을 받아 겨울 이미지의 직물 패턴을 개발하고, 이를 이용하여 설산과 처마의 위용과 신비로움을 보여주는 F/W 시즌 스포츠웨어 디자인 컬렉션을 개발하였다. 먼저 설산과 처마에서 주요 색상을 추출하여 패션 디자인 컬렉션의 전체적인 색상표를 구체화하였고, 이를 직물 패턴 디자인에 반영하였고, 또한 의복 디자인의 디테일에도 사용하였다. 셋째, 활동감과 편안함이 중요시되는 스포츠웨어인 만큼 실루엣 디자인의 변형은 크게 주지 않되, 지퍼 혹은 버튼을 통한 길이 조절을 통해 착용자가 실루엣을 변형할 수 있도록 가변성을 주었다. 넷째, 실용성 및 기능성을 주고자 소재의 물성을 활용하여 디자인하였다. 분또, 쿠션지 소재를 통해 활동하기에 편안함을 제공하고, 메쉬 소재로 흡한속건 기능을 주고, 코듀라 타입의 캔버스 소재와 하이드로포빅 코팅(Hydrophobic Coating) 가공 소재를 사용하여 먼지와 수분의 침투를 막을 수 있도록 하였다.

3. 결론

결론은 다음과 같다. 스포츠웨어의 특성상 의복의 형태, 실루엣에서는 변화를 절제하고, 직물의 패턴 디자인에서는 새로운 디자인을 시도하였다. 이를 통하여 활동에 편한 형태와 F/W 시즌에 맞는 감각적인 직물 디자인, 그리고, 스포츠웨어에 맞는 기능성 소재의 액티브 스포츠웨어 컬렉션이 완성되었다.

Reference

네이버 지식백과사전, https://terms.naver.com/

지속가능한 의생활을 위한 신소재 개발 사례

김수현, 김지우, 김호성, 천훈기, 이하나+
고려대학교 사범대학 가정교육과 학사과정, 고려대학교 생활과학연구소 연구교수+

1. 서론

UN이 제시한 17개의 지속가능발전목표(SDGs)는 의생활과 관련한 다양한 실천적 문제를 제시했다. 특히, 지속가능한 생산과 소비의 목표는 어떤 제품을 생산할 것인가에 대한 근본적인 의문을 제기하였으며, 4차 산업혁명과 맞물려 신소재 개발에 있어 지속가능성을 추구하는 실용적인 기술들이 개발되고 있다. 본 연구는 지속가능발전목표와 관련이 있는 신소재의 사례와 현황을 조사하고 이에 대한 시사점을 통해 신소재 개발의 발전 방향을 논하고자 한다.

2. 연구방법 및 결론

지속가능성과 관련한 신소재 개발 사례와 현황을 조사하기 위해 사례분석을 구글 검색을 진행하였고, 키워드는 신소재, 친환경 소재, 지속가능성 소재, 비건 소재 등을 키워드로 하였다. 또한 소재에 대한 정확한 정보를 파악하기 위해 사례로 선정된 기업의 보고서나 자료를 검토하였다. 지속가능성과 관련한 신소재는 총 세 가지 사례를 통해 확인되었다. 첫째, 효성티앤씨가 개발한 '리젠' 섬유이다. 리젠은 버려진 페트병을 모아 플레이크로 분해하고 플레이크를 가열한 후 다시 합성하여 플라스틱 칩을 만들어 직물을 생산하는 방법을 사용한다. 석유 자원을 절약하고, 이산화탄소 배출량 절감에 기여하며, 품질이 우수하다는 장점이 있으나 페트병 수급의 불안정성과 과정의 복잡성으로 인해 가격 경쟁력이 떨어진다는 단점이 있으며, 페트병을 의류제품으로 재활용하는 것이 페트병의 순환에는 약영향을 미친다는 지적도 있다. 둘째, 태양광을 이용한 흡광축열섬유 '솔라볼'이다. 솔라볼은 태양의 열에너지를 축적했다가 인체를 보온하는 소재로 섬유 사이에 솔라볼을 끼워 넣어 열에너지를 증폭시켜주는 기능이 있다. 이는 겨울철 패딩에 많이 사용되는 오리털보다 가격은 1/3로 저렴하고 동물의 털을 대체할 수 있다는 점에서 윤리적이다. 셋째, 이탈리아의 친환경 소재 기업 코로넷이 개발한 '야타이'이다. 야타이는 부티아 야타이라는 야자수 품종에서 따온 이름으로 식물에서 추출한 바이오 소재이다. 이산화탄소 배출량의 90%, 물 사용량의 65%를 절감는 애니멀 프리 소재이다. 본 연구를 통해 지속가능성과 관련한 다양한 목적을 지닌 신소재 개발이 진행되어 보다 나은 삶을 위한 방향성이 제시되고 있음을 확인하였다. 그러나 폐기물 수급 문제, 가격 책정 문제, 폐기물의 순환 저해, 제품 생산량을 줄이지 않고 소재만 친환경을 사용하는 것이 과연 친환경인가에 대한 문제는 앞으로 꾸준히 해결책을 필요로 한다는 점을 확인하였다. 이를 위해 관련 인프라 구축, 제도 개선 등의 문제를 산업계와 정부, 학계의 다방면적 논의가 지속되어야 함을 주장하는 바이다.

지속가능한 의생활

- 중고 의류 이용 사례를 중심으로 -

김건희, 김수현, 성재연, 장민하, 이하나+

고려대학교 사범대학 가정교육과 학사과정, 고려대학교 생활과학연구소 연구교수+

1. 서론

ESG 기업 경영과 관련한 다양한 사례가 증가하면서 패션업계에서도 사회와 환경을 고려하는 윤리적 소비와 관련한 사례가 증가하고 있다. 또한 레트로 패션 중 하나인 Y2K 패션의 유행은 MZ세대에게는 신선함을 전파하고 X세대에게는 친숙한 추억을 전달한다는 점에서 동시에 인정받아 유행하고 있다. Y2K 패션 스타일의 유행은 중고 의류 시장의 활성화를 이끌어 새 옷을 사지 않고 중고 의류를 사서 유행을 좇는 소비자가 늘어나고 있다. 이에 본 연구는 국내외 중고 의류 시장에 대한 사례연구를 통해 국내외에서 윤리적 소비 시장으로서 중고 의류시장이 지니고 있는 가치를 모색하고자 한다.

2. 연구방법 및 결론

사례분석을 위해 중고의류에 대한 기사를 2022년 4월부터 5월까지 구글 검색을 통해 조사하였다. 검색어는 '중고의류, 국내 중고의류 플랫폼, 세컨핸드 플랫폼' 등을 키워드로 하여 검색을 실시하였으며, 검색된 내용을 바탕으로 패션잡지를 통한 자료조사를 추가로 진행하여 검토를 진행하고 내용을 보완하였다. 온라인 마켓 플랫폼은 사업자와 개인이 거래하는 B2C 형태와 개인 간 거래를 진행하는 C2C 형태로 나뉜다. 국내 중고 의류 플랫폼은 상품 구성과 온라인 마켓 플랫폼의 형태에 따라 크게 4개로 구분할 수 있다. 첫째, 럭셔리 상품 위탁 판매형(B2C)이다. 대표적인 예로 구구스, 쿠돈, 리본즈와 같은 업체가 있다. 이러한 업체들의 수익구조는 판매수수료를 통해 발생한다. 둘째, 럭셔리 상품 매입 판매형(B2C)으로 필웨이, 엑스클로젯, 트렌비 등이 있다. 이 플랫폼은 개인으로부터 상품을 사들여 업체가 재판매 하는 형식이다. 셋째, 럭셔리 상품 직접 거래형(C2C)이다. 대표적인 예는 시크(CHIC)로 한정판 거래 플랫폼 크림(KREAM)의 자회사로 네이버 카페 시크먼트에서 발전한 플랫폼으로 개인 간 거래의 신뢰 형성에 중점을 두고 있다. 넷째, 매스 밸류 상품 직접 거래형(C2C)인 중고나라, 번개장터, 당근마켓, 헬로마켓 등이다. 이 플랫폼들은 패션 이외의 다양한 상품을 거래하나 중고의류 거래가 전체의 25.4%로 1/4 이상을 차지한다는 점에서 의류거래 형태로 볼 수 있다. 중고의류 판매와 관련한 대표적인 해외 사례로는 '뜨레드업(ThredUp)'이 있다. 뜨레드업은 여성 캐주얼 브랜드인 '메이드웰(Madewell)'과 협업을 통해 중고 청바지를 대폭 할인된 가격으로 판매하여 의류 폐기물을 줄이고자 했으며, 재판매가 어려운 제품은 'Blue Jeans Go Green'이라는 캠페인을 통해 주택 단열재로 재활용 하여 자연 순환의 가치를 실현하였다. 본 연구를 통해 국내 플랫폼의 경우 럭셔리 마켓에 중점되어 있는 것을 확인하였으며 중고의류 시장의 활성화를 위해 매스 밸류 상품을 위한 온라인 플랫폼 확대 방안에 대한 논의의 필요성을 주장하는 바이다.

리사이클 의류의 현황과 전망

- rPET 소재 활용 사례를 중심으로 -

오수빈, 김재현, 박연주, 신혜성, 조남호, 이하나[+]

고려대학교 사범대학 가정교육과 학사과정, 고려대학교 생활과학연구소 연구교수[+]

1. 서론

패션산업은 생산과 소비 영역에서 환경 파괴의 주된 원인으로 지목되고 있다. 이에 따라 업계에서는 친환경과 지속가능성에 대한 중요성이 강조되며, 리사이클 소재에 대한 관심도 급증하고 있다. 이에 본 연구는 국내외 리사이클 소재를 사용하는 의류업체의 사례를 rPET소재 활용 중심으로 살피고, 이를 통해 리사이클 의류에 대한 관심 제고 및 발전 방향을 제안하고자 한다.

2. 연구방법 및 결론

사례분석을 위해 리사이클 소재 사용에 대한 기사를 2022년 4월부터 5월까지 구글 검색을 통해 조사하였으며, 조사내용을 바탕으로 기업의 홈페이지, 패션매거진 소개 등의 추가 자료를 보완하였다. ‘리사이클 폴리에스터’, ‘rPET’ 등으로 불리는 재생 폴리에틸렌 테레프탈레이트(Recycled polyethylene terephthalate)는 PET 기반 재활용 원료로 생산된 폴리에스터이다. 전력 절약, 폐PET병 활용에 따른 자원 재활용, 낮은 이산화 탄소 배출량이 장점이다. ㈜건백, 유니피아, 노스페이스, 이케아, 나이키 등의 기업들이 폐페트병을 재활용한 리사이클 섬유를 사용하는 방법으로 대구지역 또한 페트병 재활용을 통한 재생 섬유 사업에 적극적으로 나서고 있다. 리사이클 의류의 제작과 소비는 SDGs의 12번째 목표인 책임 있는 소비와 생산과 연관이 있다. 폐플라스틱을 소각하거나 매립하지 않고 재활용함으로써 화학물질과 유해폐기물의 친환경적인 관리가 이루어지고 인간의 건강을 보호하며 환경을 보전할 수 있다. 또한 폐플라스틱의 재사용과 재활용을 통해 폐기물 발생의 예방과 감량을 기대할 수 있다. 이로 인해 현재 환경부, 경찰청과 같은 정부와 대구시, 화성시와 같은 지방자치단체는 리사이클 의류 산업의 활성화를 위한 다양한 지원을 하고 있다.

rPET를 활용한 리사이클 의류는 재활용을 통해 자원소비와 오염을 줄일 수 있다는 점에서 기존 섬유를 사용하는 것보다 환경 보전에 분명한 장점이 있으나 두 가지 해결과제가 존재한다. 첫째, 미세플라스틱 배출이 문제이며 해결방안으로서 에코엔-R과 같은 생분해가 가능한 신소재 개발 및 초음파 재단과 같은 생산과정의 변화가 필요하다. 둘째, 낮은 국내 폐페트병 회수율과 이에 따른 국산 고급 플레이크 저생산이 문제점으로, 이는 투명 폐페트병 분리배출 의무화 조치 및 리사이클 소재의 국산화로 해결할 수 있을 것으로 보인다. 이와 더불어 장기적으로는 패션 산업의 순환 시스템(Circular System) 구축 또한 필요하다.

KLPGA 우승 재킷 디자인 개발

- 2022 동부건설·한국토지신탁 챔피언십을 중심으로 -

김채연, 최지희, 박현정[+], 김부용[+]

우석대학교 패션스타일링학과 학사과정, 우석대학교 패션스타일링학과 조교수[+]

1. 서론

미국 프로골프(PGA) 4대 메이저 대회인 마스터스(Masters)대회 우승자에게는 트로피와 함께 그린 재킷(Green Jacket)이 수여된다. 우리나라 KLPGA(Korea Ladies Professional Golf Association)도 대회 우승자에게 그린 재킷을 수여하고 있으며, 최근에는 각 대회의 주최사를 상징하는 레드, 오렌지, 옐로우, 퍼플, 핑크 등의 다양한 컬러로 패션성을 강조한 우승 재킷이 디자인되고 있다. 본 연구는 2022 시즌 KLPGA 정규투어 중, 동부건설·한국토지신탁 챔피언십을 위한 우승 재킷 디자인을 제안하는 데 목적이 있다.

2. 본론

KLPGA 우승 재킷 디자인 개발을 위한 연구 방법 및 내용은 다음과 같다. 첫째, 우승 재킷 디자인에 앞서 그린 재킷의 의미와 유래에 대해 조사하였다. 둘째, 과거 KLPGA 우승 재킷 디자인 분석을 위해 기사 자료를 수집하였다. 셋째, 2022 동부건설·한국토지신탁 챔피언십 대회의 시그니처 컬러와 로고 이미지를 적용하여 한국적인 미가 담긴 우승 재킷 디자인을 진행하였다.

3. 결론

2022 동부건설·한국토지신탁 챔피언십 우승 재킷은 그린 재킷의 전통성을 살리되, 한국적인 요소를 가미하였다. 한복 저고리의 '동그래깃'을 모티브로 활용한 노치드 라펠(notched lapel)이 이중으로 레이어드 된 형태로 디자인하였다. 편안한 착용감을 위해 울, 레이온, 폴리에스터, 스판덱스가 혼방된 소재를 사용하여 제작하였으며, 레귤러핏으로 전통 한복의 단아미와 절제미를 현대적으로 표현하고자 하였다.

또한 동부건설·한국토지신탁 챔피언십 시그니처 컬러인 다크 그린(dark green)을 메인 컬러로 사용하고, KLPGA 선수들의 새로운 시작을 상징하는 화이트 컬러를 재킷 칼라와 라펠, 포켓 부분에 부분적으로 배색하였다. 대회 로고 이미지는 브로치로 제작하여 오른쪽 라펠에 부착하였다.

올해 KLPGA 정규투어 대회는 총 32개 개최되며, 앞으로도 창의적인 디자인의 우승 재킷이 다수 발표될 것으로 전망된다. KLPGA가 세계적인 투어로 성장하고 있는 만큼, 한국적인 감성의 우승 재킷 디자인 개발에 대한 연구가 지속적으로 이루어지기를 희망한다.

신윤복 작품을 오마주한 패션 일러스트레이션 연구

- 한국적인 디자인을 중심으로 -

배소연, 박현정[+], 김부용[+]

우석대학교 패션스타일링학과 학사과정, 우석대학교 패션스타일링학과 조교수[+]

1. 서론

혜원 신윤복은 조선시대 후기 풍속화를 대표하는 화가로 해학과 사회 풍자가 담긴 작품으로 유명하다. 그는 유교적인 도덕관념이 팽배했던 조선에서 금기시되었던 남녀 간의 자유연애를 적나라하게 묘사했을 뿐만 아니라 당대 양반의 이중적인 풍류 생활과 서민, 기녀들의 활기찬 일상 정경 등 사실적인 주제를 도입하여 인간사의 다양한 통속성을 솔직하게 보여주었다(Kwon & Kim, 2010). 본 연구는 신윤복의 풍속화와 산수화 작품을 오마주 하여 한국적인 디자인을 중심으로 패션 일러스트레이션을 제시하는데 목적이 있다.

2. 본론

신윤복 대표 작품 분석 및 오마주 작품 선정을 위해 학회지, 전문 서적, 인터넷 자료를 활용한 문헌 연구를 진행하였다. 핸드 드로잉 스케치를 완성하고 스캔하여 어도비 포토샵 프로그램을 활용한 디지털 채색을 진행하였다. <작품1>은 반팔 저고리에 ‘월화정인’을 오마주하고 하의는 기와를 연상시키는 플리츠 쇼츠를, 신발은 훈민정음 싸이하이 부츠를 매치하였다. <작품2>는 저고리는 짧고 치마는 풍성한 하후상박 전통한복 디자인으로, ‘연소답청’을 오마주 하여 디자인하였다. <작품3>은 ‘쌍검대무’를 오마주한 A라인 미니 원피스로 옐로우 컬러의 페이크 퍼 칼라를 매치하여 현대적으로 디자인하였다. <작품4>는 전통 술띠가 포인트인 하이웨이스트 한복 팬츠에 ‘풍속산수화’를 오마주하고, 저고리 깃과 끝동에 한국 전통문양이 들어간 시스루 저고리를 매치하였다.

3. 결론

본 연구는 신윤복의 대표 작품 ‘월하정인’, ‘연소답청’, ‘쌍검대무’, ‘풍속산수화’를 오마주하여 한국적인 패션 디자인으로 재해석하고 패션 일러스트레이션으로 표현하였다는 점에서 의미를 지닌다. 신윤복의 작품은 조선시대 후기 시대상과 당대 여성들의 복식문화를 섬세하게 살펴볼 수 있는 귀중한 자료라 사료된다. 신윤복의 작품을 다각적으로 분석한 한국적인 패션 일러스트레이션 및 패션 디자인 연구가 계속되기를 기대한다.

Reference

Kwon, H. J., & Kim, M. J. (2010). Humors in Female Costumes Depicted in Genre Paintings in the Late Joseon Dynasty. *Journal of the Korean Society of Costume, 60*(2), 35-50.

메트로섹슈얼 패션 화보 스타일링 연구

최예원, 양승민, 박현정[+] 김부용[+]
우석대학교 패션스타일링학과 학사과정, 우석대학교 패션스타일링학과 조교수[+]

1. 서론

최근 패션계는 성을 이분법적으로 구별하지 않는 것에서 나아가 성의 경계를 해체하는 젠더리스(Genderless) 패션에 주목하고 있다. 젠더리스 패션은 사회적으로 성 평등 문화가 확산되고 다양한 가치관이 존중됨에 따라 지속적으로 발전되어 왔다. 이와 함께 패션과 뷰티에 관심을 가지고 남성적인 면과 여성적인 면을 경계 없이 표출하는 메트로섹슈얼(Metrosexual) 남성상이 새롭게 등장하였다. 메트로섹슈얼은 기존의 남성미에서 벗어나 세련된 미적 감각과 교양을 추구하는 도시 남성을 의미한다(Chung et al., 2018). 본 연구는 메트로섹슈얼 패션을 고찰하고 스타일링하여 패션 화보로 제작하는데 목적이 있다.

2. 본론

본 연구의 내용 및 방법은 다음과 같다. 첫째, 메트로섹슈얼에 대한 문헌 자료를 고찰하였다. 둘째, 패션 컬렉션에 나타난 메트로섹슈얼 이미지를 수집하고 분석하였다. 분석 결과 2023년 S/S 시즌 돌체앤가바나(Dolce&Gabbana), 미우미우(Miumiu), 장광효 등의 컬렉션에서 메트로섹슈얼 스타일이 표현되었다. 셋째, 패션 매거진에 나타난 메트로섹슈얼 스타일링을 분석하였다. 넷째, 메트로섹슈얼 무드를 연출할 수 있는 패션 아이템을 선정하고 스타일링 하였다. 다섯째, 모델을 섭외하여 메이크업과 헤어 스타일링을 연출하였다. 마지막으로 패션 화보를 촬영하고 그래픽 프로그램을 사용하여 후보정하였다.

3. 결론

메트로섹슈얼 패션 화보 스타일링 연구의 결론은 다음과 같다. 도시적 라이프스타일을 즐기는 나르시시스트(Narcissist) 적인 메트로섹슈얼 이미지를 표현하고자 메이크업은 소프트 스모키 아이 메이크업으로 표현하고, 헤어는 여성 스카프를 활용하여 두건으로 연출하였다. 의상은 벨벳 소재의 파이톤 바이커 재킷과 그물망 자수 짜임 패턴이 들어간 레더 팬츠, 사각코 더비 슈즈를 매치하였다. 상의는 남성적인 면을 드러내기 위해 탈의하고, 진주 목걸이를 레이어드하여 여성적인 이미지를 주었다.

Reference

Chung, S. J., Yim, E. H., & Suh, S. H. (2018). Genderless Styles in Menswear Analyzed through the Heterotopia Concept. *Journal of the Korean Society of Clothing, 42*(2), 626-638.

비디오 아트의 미학적 특성에 따른 패션필름의 전개 유형

- 2000년대 이후를 중심으로 -

노하은, 권하진[+]

서울여자대학교 패션산업학과 학사과정, 서울여자대학교 패션산업학과 부교수[+]

1. 서론

본 연구는 21세기 패션산업의 창의적 소통의 창구로서 역할을 수행하고 있는 패션필름의 미학적 가치를 살펴보기에 앞서 그와 유사성을 가진 비디오 아트의 미학적 특성에 따른 패션필름의 전개 유형을 실험적으로 분류하는데 목적이 있다. 또한, 패션필름의 현대적 재해석을 통해 추후 패션필름에 대한 새로운 미적 해석 연구의 발판으로 그 의의가 있다.

2. 본론

패션필름은 패션브랜드와 고객의 소통 방식을 보다 입체적으로 접근하는 영상물이다. 본 연구에서는 다양한 미적 특성을 갖는다는 점에서 패션필름과 유사성을 가진 비디오 아트의 미학적 특성을 토대로 패션필름의 전개 유형을 세분화하였다. 이에 앞서 비디오 아트의 미학적 특성을 분석한 결과는 다음과 같다. 첫째, 비디오 아트는 시간성의 예술이다. 둘째, 비디오 아트는 심리적 자기반영성을 가진 나르시시즘의 미학이다. 셋째, 비디오 아트는 관객 참여형의 인터랙티브 아트이다. 넷째, 비디오 아트는 깊은 예술성에서 비롯된 지루함과 권태의 미학이다. 본 연구는 이론적 고찰에 따른 비디오 아트의 네 가지 미학적 특성에 기반하여 패션필름의 유형을 분류하고 그에 따른 특성을 간략히 분석하여 앞으로의 패션필름에 대한 새로운 미적 해석 연구의 가능성을 살펴보았다.

3. 결론

비디오 아트의 네 가지 미학적 특성에 따라 패션필름의 전개 유형을 세분화한 결과는 다음과 같다. 첫째, ‘시대별 정서와 가치관을 시각적 개념으로 확장하여 전개하는 유형’이다. 둘째, ‘심리적 자기반영성으로 브랜드 정체성을 각인시켜 전개하는 유형’이다. 셋째, ‘관객의 제작 참여를 통한 상호 소통의 방식으로 전개하는 유형’이다. 넷째, 내용 및 예술성의 추구로 나타나는 ‘권태의 미학을 담아 전개하는 유형’이다. 본 연구는 비디오 아트라는 영역의 시각으로 패션필름을 분류하고 유형화하는 실험적 분석을 시도하였다. 본 연구를 토대로 추후 패션필름의 각 유형에 따른 미적 가치를 살펴보는 연구가 시도될 것이다.

Reference

Yoo, H. J. (2014). *Pop culture and art,* Seoul: Mijinsa.

Han, E. J. (2021). A Study on the Aesthetic Characteristics of Video Art. *The Korean Journal of Digital Moving Image, 18*(2), 97-128.

한국패션디자인학회 학술대회 논문집

발행일 2022년 11월 12일
발행인 김윤희
발행처 사단법인 한국패션디자인학회

사무국

(사)한국패션디자인학회 사무국
우)08826 서울특별시 관악구 관악로 1 서울대학교 222동 205호
Tel: 010-4887-8366
E-mail: ksfd@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: ksfdedit@ksfd.co.kr
ⓒ 이 책의 내용은 저작권자의 동의없이 무단으로 전제 및 복제할 수 없습니다.