

2024 한국패션디자인학회 추계학술대회

“Showcasing Korea’s Visionary Fashion Designers”

일시 | 2024년 11월 23일(토) 10:00 - 17:00

장소 | 서울대학교 생활과학대학 222동 7층 목련홀

주최 | (사)한국패션디자인학회

공동주최 | 서울대학교 생활과학연구소

주제강연 1 문화와 내러티브를 입다: HYEIN SEO의 디자인 여정
HYEIN SEO 이진호 대표

주제강연 2 기능과 아름다움, 그리고 균형
POST ARCHIVE FACTION (PAF) 정수교 CPO

주제강연 3 취향을 나누는 지속가능 한국형 패션공방을 알리다:
패밀리 헤리티지의 재해석 줄라이칼럼
JULYCOLUMN 박소영 크리에이티브 디렉터

후원

LOFN™
PROFESSIONAL

Baobab

INGREDIENTS NATURAL
CloveDen
100% ESSENCE OF CLOVE

2024 한국패션디자인학회 추계학술대회

“Showcasing Korea’s Visionary Fashion Designers”

일시 | 2024년 11월 23일(토) 10:00 - 17:00

장소 | 서울대학교 생활과학대학 222동 7층 목련홀

주최 | (사)한국패션디자인학회

공동주최 | 서울대학교 생활과학연구소

주제강연 1 문화와 내러티브를 입다: HYEIN SEO의 디자인 여정
HYEIN SEO 이진호 대표

주제강연 2 기능과 아름다움, 그리고 균형
POST ARCHIVE FACTION(PAF) 정수교 CPO

주제강연 3 취향을 나누는 지속가능 한국형 패션공방을 알리다:
패밀리 헤리티지의 재해석 즐라이칼럼
JULYCOLUMN 박소영 크리에이티브 디렉터

후원

LOFN™
PROFESSIONAL
Baobab

INGREDIENTS NATURAL
CloveDen
100% ESSENTIAL OIL

2024 한국패션디자인학회 추계학술대회 조직위원

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

인 사 말

한국패션디자인학회 회원 여러분, 안녕하십니까?

2024년 한국패션디자인학회 추계학술대회에서는 “Showcasing Korea’s Visionary Fashion Designers”를 주제로 함께 이야기 나누는 장을 마련하였습니다. 패션 디자이너로 우뚝 서기 위해 가장 중요한 것은 디자이너와 브랜드의 정체성을 어떻게 구축하느냐입니다. 대체 불가능한 고유성을 만들어 내는 방법과 과정은 디자이너마다 다양할 것으로 또한, 시대의 요구에 따라 변화할 것으로 소비자, 세계관, 경험, 라이프스타일 등 과거와 비교해 훨씬 다양해진 변수와 환경을 고려할 때 패션 디자이너의 케이스 스터디는 우리의 역량을 확장할 것으로 믿습니다. 기존의 고정관념에 현혹되고 매몰되어 잊힌 디자인 파워에 대해 다시 생각하고, 현대 사회에서 고유한 패션 브랜드를 창조할 수 있는 핵심 역량에 대해 이해하기 위해 현재 대한민국을 대표하며 글로벌 시장에서 주목받고 있는 다양한 경험을 갖춘 연사들을 모셨습니다.

HYEIN SEO 이진호 대표님을 모시고 “문화와 내러티브를 입다: HYEIN SEO의 디자인 여정”에 대해, POST ARCHIVE FACTION (PAF) 정수교 CPO님을 모시고 “기능과 아름다움, 그리고 균형”에 대해 흥미롭고 의미 있는 주제 강연을 듣고자 합니다. 또한 JULYCOLUMN 디자이너 박소영님을 모시고 “취향을 나누는 지속가능 한국형 패션공방을 알리다: 패밀리 헤리티지의 재해석 줄라이칼럼”이라는 주제로 브랜드 줄라이칼럼의 사례를 중심으로 디자이너 브랜드 성공의 디자인 강점과 방향성 구축에 대한 강연을 마련하였습니다. 이외에도 회원 여러분께서 투고해 주신 연구 발표가 진행 예정입니다.

2024 추계학술대회의 성공적 개최를 위하여 한세대학교 장남경 부회장님, 연세대학교 이지현 부회장님, 이화여자대학교 주보림 부회장님, 성균관대학교 임은혁 부회장님 비롯한 여러 조직위원님께서 다양한 측면으로 수고해 주고 계십니다. 이 자리를 통해 감사의 말씀을 전합니다. 회원 여러분의 참여를 통해 학문적 성과를 나누고 의미 있는 토론을 전개함으로써 패션 및 의류 분야 학문의 발전과 산업에 시사점을 제공할 수 있는 뜻깊은 학술대회가 만들어 질 것으로 믿습니다. 서울대학교에서 개최될 2024 추계학술대회에 회원 여러분의 많은 관심과 참여를 부탁드립니다. 감사합니다.

2024년 11월 23일

사단법인 한국패션디자인학회 회장 하지수 배상

2024 한국패션디자인학회 정기총회 및 추계학술대회 일정

시간	발표 및 내용			장소
09:30~09:50	등록			7층 목련홀 앞
09:50~10:30	정기총회			7층 목련홀
10:30~11:30	주제강연 1 “문화와 내러티브를 입다: HYEIN SEO의 디자인 여정” 이진호 대표 (HYEIN SEO)			사회: 장남경 교수 (한세대학교) 7층 목련홀
11:30~12:30	주제강연 2 “기능과 아름다움, 그리고 균형” 정수교 CPO (POST ARCHIVE FACTION (PAF))			사회: 김소현 교수 (대구대학교) 7층 목련홀
12:30~14:00	휴식 및 오찬			220동 푸드코트
14:00~15:00	주제강연 3 “취향을 나누는 지속가능 한국형 패션공방을 알리다: 패밀리 헤리티지의 재해석 즐라이칼럼” 박소영 디자이너 (JULYCOLUMN)			사회: 임은혁 교수 (성균관대학교) 7층 목련홀
15:00~15:35	포스터 발표 논문 질의 응답			2층과 7층 복도
	공모전 시상식			사회: 김세진 교수 (국립창원대학교) 7층 목련홀
15:40~17:00	구두 논문 발표	논문제목	연구자	토론자
		Experiential learning in fashion design education: A comparative study with Pakistan	Fatima Kayani, 김세진 (국립창원대학교)	권하진 교수 (서울여자대학교)
		스키아파렐리 패션디자인에 나타난 초현실주의 표현 방법	박채윤, 이연희 (한양대학교)	김희령 교수 (경인여자대학교)
시대적 재현 담론과 의복 패턴 형태의 형성 과정	천진해, 마진주 (홍익대학교)	장신영 교수 (가천대학교)		
좌장: 양은경 교수 (연세대학교) 7층 목련홀				

시간	발표 및 내용			장소
	<p>논문제목</p> <p>커터별니트를 활용한 패션디자인 - 재단이 가능한 니트 원단 및 이의 제조방법 기술 특허를 중심으로 -</p> <p>How Vegan Fashion is Presented in News Media</p>	<p>연구자</p> <p>홍문정, 박선희 (이화여자대학교)</p> <p>정지운, 전재훈 (서울대학교)</p>	<p>토론자</p> <p>최수아 교수 (단국대학교)</p> <p>이혜원 교수 (가톨릭대학교)</p>	<p>좌장: 양은경 교수 (연세대학교) 7층 목련홀</p>
17:00~17:30	우수논문상 발표 및 폐회			<p>사회: 김고운 교수 (덕성여자대학교) 7층 목련홀</p>

구두 논문 발표

no.	제 목	성명	소속
1	Experiential learning in fashion design education - A comparative study with Pakistan -	Fatima Kayani, Se Jin Kim	국립창원대학교
2	스키아파렐리 패션디자인에 나타난 초현실주의 표현 방법	박채윤, 이연희	한양대학교
3	시대적 재현 담론과 의복 패턴 형태의 형성 과정	천진해, 마진주	홍익대학교
4	커터블니트를 활용한 패션디자인 - 재단이 가능한 니트 원단 및 이의 제조방법 기술 특허를 중심으로 -	홍문정, 박선희	이화여자대학교
5	How Vegan Fashion is Presented in News Media	정지운, 전재훈	서울대학교

포스터 논문 발표

no.	제 목	성명	소속
1	조선시대 배경의 온라인 비디오 게임 스킨에 나타난 문화적 전유 - MMORPG 조선 이변을 중심으로 -	고윤정, 이지은, 임은혁	성균관대학교
2	텍스트 마이닝을 통한 서울의 패션 디스트릭트 쇼핑 경험 분석	구현정, 마진주	홍익대학교
3	객체지향 존재론 관점에서 본 현대패션 디자인 연구	김가윤, 마진주	홍익대학교
4	SPA 브랜드 패션필름의 미장센에 나타난 표현 특징	김가희, 이세리	이화여자대학교
5	리처드 퀸 패션 작품에 나타난 표현 특성	이은정, 김선영	국립순천대학교
6	자크뫼스의 숏폼 패션 광고에 나타난 표현 특성	김선영	국립순천대학교
7	Classification of Virtual Fashion Shows and Audience Perceptions	Palak Bansal, Se Jin Kim	Changwon National University
8	업사이클 패션디자인에 나타난 피상성 - 마린 세르, 듀란 렌팅크, 크리스토퍼 래번을 중심으로 -	자니시 카를라 마리아, 김세진	국립창원대학교
9	Integrating Functionality and Style - A Study on Adaptive Fashion Styles for Women Wheelchair Users in India -	Maurya Anudhairya Ramnath, Se Jin Kim	Changwon National University

no.	제 목	성명	소속
10	숏폼 영상에 나타난 지속가능 - 베트남 크리에이터를 중심으로 -	다오티린, 김세진	국립창원대학교
11	복식을 통한 여성 정치인의 정치적 커뮤니케이션	김하정, 임은혁	성균관대학교
12	시니어의 시각적 피로도 감소를 위한 패션 플랫폼 배경 색채에 대한 연구	김희진, 이지현	연세대학교
13	로에베의 공예 정신과 지속가능성	류연주, 이세리	이화여자대학교
14	인도 풀카리의 문양 활용한 패션디자인 개발 연구	메리브라르, 김승현	국민대학교
15	웨스턴 스타일의 조형적 특성을 활용한 모터사이클 웨어 개발	박시은, 김승현	국민대학교
16	럭셔리 패션의 민주화 이면의 계층 양극화 - 부르디외의 자본이론을 중심으로 -	서재희, 임은혁	성균관대학교
17	1950-70년대 한국 영화 의상에 나타난 남성상	신시은, 전재훈	서울대학교
18	젠더 다양성 패션 콘텐츠에 나타난 사용자 반응 - 비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood) 공식 인스 타그램을 중심으로 -	Liu Yadi, 임은혁	성균관대학교
19	Analysis of Virtual Try-On Technology Applications from the Perspective of the Metaverse	Li Min, Wang Haifeng, Kim Myum	Pukyong University, Jiaxing Nanhu University, Pukyong University
20	Research on the Design Trends of High-Street Sportswear	Li Min, Li Meng, Kim Myun	Pukyong University
21	인체 근육의 선적 조형미를 응용한 애슬레저 웨어 개발	이윤형, 박주희	국민대학교
22	의복 소비가치에 따른 아웃도어 디자인 영향 요인에 관한 연구 - 스포츠 아웃도어 브랜드를 중심으로 -	최정인, 이재경	국립목포대학교
23	사용자 스포츠 행동 인식-모니터링 의류 시스템 개발 - 골프 스윙 동작 인식을 중심으로 -	이지찬, 이재갑, 이현승	인천대학교
24	퍼스널 모빌리티 이용자를 위한 가변형 라이딩 재킷 개발	이창일, 박주희	국민대학교
25	창의적 스마트 웨어러블 제작 교육에 대한 연구 - 터치 활성화 발광 장갑을 통한 프로젝트 기반 학습 을 중심으로 -	이혜원	가톨릭대학교
26	신한복에 사용한 전통문양과 색채 분석	이효정, 김성은	인하대학교
27	가치 소비 시대의 브랜드 굿즈 디자인 - 한국철도공사 사례를 중심으로 -	장남경, 이경진, 송은영	한세대학교

no.	제 목	성명	소속
28	4D 텍스타일을 활용한 모듈화 맞춤형 패션 디자인	정경인, 하지수, 김성민	서울대학교
29	CLO3D 시뮬레이션을 활용한 자동 형태 변형 패브릭의 표면 엠보싱 디자인 연구	김종선	수원여자대학교
30	사진 이미지를 적용한 니트웨어 디자인 - 자카드 기법과 핸드니팅을 중심으로 -	정찬아, 하지수	서울대학교
31	해체주의를 활용한 아웃도어 웨어 디자인 표현방법	조용직, 김선주	경희대학교
32	패션사진에 재현된 페미니즘 - 제 4물결 페미니즘을 중심으로 -	조정은, 하지수	서울대학교
33	로코코 스타일의 현대적 재해석에 따른 여성복 디자인 개발	청칭잉, 최수아	단국대학교
34	오리가미를 활용한 참여형 패션디자인 개발	최서영, 하지수	서울대학교
35	마리아 블레스의 형태 표현을 위한 미드저니의 참조 기능 활용	박남희, 최윤미	충남대학교
36	휠체어 사용 여성 지체장애인을 위한 기성복 개조 가이드라인 개발 연구	최재원, 김승현	국민대학교
37	기명절지도를 활용한 파자마 디자인	한지은	인하대학교
38	자크 데리다의 파레르곤 개념으로 살펴본 패션 브랜드의 인스타그램 광고 이미지	홍영주, 전재훈	서울대학교
39	서울컬렉션 발전과 현황 - 2000년 이전 10년간의 변화를 중심으로 -	이성훈, 하지수	서울대학교
40	포스트-포스트모더니즘 시대의 패션 인플루언서의 역할	이지원, 전재훈	서울대학교
41	로에베의 디자인 특성 연구 - 크리에이티브 디렉터 조나단 앤더슨에 의한 여성복 디자인을 중심으로 -	박은경	인천대학교
42	반려동물 맞춤형 뇌파 기반 서비스와 패션 제품의 기획	강고은, 이세현, 양은경	연세대학교
43	버추얼 패션의 감성디자인 프로세스 체계 연구	양은경, Ruobing Li, 조은정, 방세희	연세대학교
44	글로벌 아웃도어 브랜드의 고프코어 패션 제품 디자인과 커뮤니케이션 전략	조은정, 양은경	연세대학교
45	생분해성 섬유를 적용한 감성적 내구성 디자인 요소 연구 - ZMET 방법론을 중심으로 -	주신성, 이승익	홍익대학교

학부생 포스터 논문 발표

no.	제 목	성명	소속
1	소셜 미디어를 통한 한국 전통 복식 디자인 전략 분석 - 브랜드 '미스 소희' 사례를 중심으로 -	고한얼, 김선주	경희대학교
2	방사성 물질에서 영감을 받은 스포츠웨어 디자인 연구 - 여성 발레복을 중심으로 -	김도연, 김성은	덕성여자대학교
3	일상 속 휴식을 주는 네이처 인스파이어드 (Nature-Inspired) 패션디자인 개발 연구	김민경, 김성은	덕성여자대학교
4	백룸(Backrooms)에서 영감을 받은 패션디자인 개발	옥채윤, 김세진	국립창원대학교
5	바이크 하위문화를 이용한 오피스웨어 디자인 개발	양시성, 김세진	국립창원대학교
6	북유럽 디자인적 특성을 반영한 패션디자인 개발	안혜린, 김세진	국립창원대학교
7	음식과 패션의 유사성을 이용한 패션디자인 개발	민은주, 김세진	국립창원대학교
8	Inside out을 주제로 한 젠더리스의 업사이클 패션디 자인 개발	강다정, 김세진	국립창원대학교
9	인공지능프로그램을 활용한 지역 활성화 패션디자인 프로세스 연구	김소은, 김선주	경희대학교
10	'Jurassic World'에서 영감을 받은 스트리트 웨어 디 자인 연구 - 지속 가능성을 중심으로 한 환경 보호 메시지 전달을 중심으로 -	박민영, 김성은	덕성여자대학교
11	4차원성의 과학적 개념과 수학적 구조를 적용한 패 션디자인 연구 - Zero-waste의 본질적 개념에 근거 한 컬렉션 라인 개발을 중심으로 -	강혜빈, 박신미, 박순호, 이세민	국립안동대학교
12	우마우카 협곡의 지층을 반영한 라틴아메리카 에스닉 스타일의 패션디자인 개발	손수빈, 최윤미, 노주현	충남대학교
13	무한한 변화와 창조, HYEIN SEO - 새로운 패션의 형태 -	송민용, 허가영	평택대학교
14	기능성과 환경 보호 메시지를 담은 여성 웨트수트 (wet suit) 디자인 개발	윤서하, 김성은	덕성여자대학교

no.	제 목	성명	소속
15	히피 무드를 현대적으로 재해석한 남성복 디자인 개발 연구 - 그랜파 코어(Grandpa core) 트렌드를 기반으로 -	이원빈, 김성은	덕성여자대학교
16	현대인들의 스트레스 해소를 위한 키덜트 디자인 개발 연구	이정현, 김성은	덕성여자대학교
17	펑크와 그런지를 결합한 젠지(Gen-Z) 패션 디자인 개발	이진주, 김성은	덕성여자대학교
18	생성형 인공지능(DALL-E3)을 활용한 패션 일러스트레이션 포스터 개발 - 패스트패션의 위험성을 중심으로 -	최영서, 신다운, 이화연, 이하나, 권하진	서울여자대학교
19	초현실주의에 기반한 패션디자인 개발 - 신체 재현을 중심으로 -	정지연, 홍주연, 권하진	서울여자대학교
20	로코코의 사치과 스트리트 아트의 저항 - 젠트리피케이션을 비판하는 현대 여성복 디자인 개발 -	채수진, 김성은	덕성여자대학교

주제강연 1

- ▶문화와 내러티브를 입다: HYEINSEO의 디자인 여정 3
이진호 (HYEIN SEO 대표)

주제강연 2

- ▶기능과 아름다움, 그리고 균형 5
정수교 (POST ARCHIVE FACTION (PAF) CPO)

주제강연 3

- ▶취향을 나누는 지속가능 한국형 패션공방을 알리다:
패밀리 헤리티지의 재해석 즐라이칼럼 7
박소영 (JULYCOLUMN 디자이너)

구두 논문 발표 초록

- ▶Experiential learning in fashion design education
- A comparative study with Pakistan - 11
- ▶스키아파렐리 패션디자인에 나타난 초현실주의 표현방법 13
- ▶시대적 재현 담론과 의복 패턴 형태의 형성 과정 15
- ▶커터벌니트를 활용한 패션디자인
- 재단이 가능한 니트 원단 및 이의 제조방법 기술 특허를 중심으로 - 17
- ▶How Vegan Fashion is Presented in News Media 19

포스터 논문 발표 초록

- ▶조선시대 배경의 온라인 비디오 게임 스킨에 나타난 문화적 전유
- MMORPG 조선 이변을 중심으로 - 23
- ▶텍스트 마이닝을 통한 서울의 패션 디스트릭트 쇼핑경험 분석 25

▶객체지향 존재론 관점에서 본 현대패션 디자인 연구	27
▶SPA 브랜드 패션필름의 미장센에 나타난 표현 특징	29
▶리처드 퀸 패션 작품에 나타난 표현 특징	31
▶자크뫼스의 숏폼 패션 광고에 나타난 표현 특징	33
▶Classification of Virtual Fashion Shows and Audience Perceptions	35
▶업사이클 패션디자인에 나타난 피상성 - 마린 세르, 듀란 랜딩크, 크리스토퍼 래번을 중심으로 -	37
▶Integrating Functionality and Style - A Study on Adaptive Fashion Styles for Women Wheelchair Users in India - ...	39
▶숏폼 영상에 나타난 지속가능 - 베트남 크리에이터를 중심으로 -	41
▶복식을 통한 여성 정치인의 정치적 커뮤니케이션	43
▶시니어의 시각적 피로도 감소를 위한 패션 플랫폼 배경 색채에 대한 연구	45
▶로에베의 공예 정신과 지속가능성	47
▶인도 폴카리의 문양 활용한 패션디자인 개발 연구	49
▶웨스턴 스타일의 조형적 특성을 활용한 모터사이클 웨어 개발	51
▶럭셔리 패션의 민주화 이면의 계층 양극화 - 부르디외의 자본이론을 중심으로 -	53
▶1950-70년대 한국 영화 의상에 나타난 남성상	55
▶젠더 다양성 패션 콘텐츠에 나타난 사용자 반응 - 비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood) 공식 인스타그램을 중심으로 -	57
▶Analysis of Virtual Try-On Technology Applications from the Perspective of the Metaverse	59
▶Research on the Design Trends of High-Street Sportswear	61
▶인체 근육의 선적 조형미를 응용한 애슬레저 웨어 개발	63

▶의복 소비가치에 따른 아웃도어 디자인 영향 요인에 관한 연구 - 스포츠 아웃도어 브랜드를 중심으로 -	65
▶사용자 스포츠 행동 인식-모니터링 의류 시스템 개발 - 골프 스윙 동작 인식을 중심으로 -	67
▶퍼스널 모빌리티 이용자를 위한 가변형 라이딩 재킷 개발	69
▶창의적 스마트 웨어러블 제작 교육에 대한 연구 - 터치 활성화 발광 장갑을 통한 프로젝트 기반 학습을 중심으로 -	71
▶신한복에 사용한 전통문양과 색채 분석	73
▶가치 소비 시대의 브랜드 굿즈 디자인 - 한국철도공사 사례를 중심으로 -	75
▶4D 텍스타일을 활용한 모듈화 맞춤형 패션 디자인	77
▶CLO3D 시뮬레이션을 활용한 자동 형태 변형 패브릭의 표면 엠보싱 디자인 연구	79
▶사진 이미지를 적용한 니트웨어 디자인 - 자카드 기법과 핸드니팅을 중심으로 -	81
▶해체주의를 활용한 아웃도어 웨어 디자인 표현방법	83
▶패션사진에 재현된 페미니즘 - 제 4물결 페미니즘을 중심으로 -	85
▶로코코 스타일의 현대적 재해석에 따른 여성복 디자인 개발	87
▶오리가미를 활용한 참여형 패션디자인 개발	89
▶마리아 블레스의 형태 표현을 위한 미드저니의 참조 기능 활용	91
▶휠체어 사용 여성 지체장애인을 위한 기성복 개조 가이드라인 개발 연구	93
▶기명절지도를 활용한 파자마 디자인	95
▶자크 데리다의 파레르곤 개념으로 살펴본 패션 브랜드의 인스타그램 광고 이미지	97
▶서울컬렉션 발전과 현황 - 2000년 이전 10년간의 변화를 중심으로 -	100
▶포스트-포스트모더니즘 시대의 패션 인플루언서의 역할	102

▶로에베의 디자인 특성 연구 - 크리에이티브 디렉터 조나단 앤더슨에 의한 여성복 디자인을 중심으로 -	105
▶반려동물 맞춤형 뇌과 기반 서비스와 패션 제품의 기획	107
▶버추얼 패션의 감성디자인 프로세스 체계 연구	109
▶글로벌 아웃도어 브랜드의 고프코어 패션 제품 디자인과 커뮤니케이션 전략	111
▶생분해성 섬유를 적용한 감성적 내구성 디자인 요소 연구 - ZMET 방법론을 중심으로 -	113

학부생 포스터 논문 발표 초록

▶소셜 미디어를 통한 한국 전통 복식 디자인 전략 분석 - 브랜드 ‘미스 소희’ 사례를 중심으로 -	119
▶방사성 물질에서 영감을 받은 스포츠웨어 디자인 연구 - 여성 발레복을 중심으로 -	120
▶일상 속 휴식을 주는 네이처 인스파이어드(Nature-Inspired) 패션디자인 개발 연구 ..	121
▶백룸(Backrooms)에서 영감을 받은 패션디자인 개발	122
▶바이크 하위문화를 이용한 오피스웨어 디자인 개발	123
▶복유립 디자인적 특성을 반영한 패션디자인 개발	124
▶음식과 패션의 유사성을 이용한 패션디자인 개발	125
▶Inside out을 주제로 한 젠더리스의 업사이클 패션디자인 개발	126
▶인공지능프로그램을 활용한 지역 활성화 패션디자인 프로세스 연구	127
▶‘Jurassic World’에서 영감을 받은 스트리트 웨어 디자인 연구 - 지속 가능성을 중심으로 한 환경 보호 메시지 전달을 중심으로 -	128
▶4차원성의 과학적 개념과 수학적 구조를 적용한 패션디자인 연구 - Zero-waste의 본질적 개념에 근거한 컬렉션 라인 개발을 중심으로 -	129
▶우마우카 협곡의 지층을 반영한 라틴아메리카 에스닉 스타일의 패션디자인 개발	130
▶무한한 변화와 창조, HYEIN SEO - 새로운 패션의 형태 -	131

▶기능성과 환경 보호 메시지를 담은 여성 웨트수트(wet suit) 디자인 개발	132
▶히피 무드를 현대적으로 재해석한 남성복 디자인 개발 연구 - 그랜파 코어(Grandpa core) 트렌드를 기반으로 -	133
▶현대인들의 스트레스 해소를 위한 키덜트 디자인 개발 연구	134
▶펑크와 그린지를 결합한 젠지(Gen-Z) 패션 디자인 개발	135
▶생성형 인공지능(DALL-E3)을 활용한 패션 일러스트레이션 포스터 개발 - 패스트패션의 위험성을 중심으로 -	136
▶초현실주의에 기반한 패션디자인 개발 - 신체 재현을 중심으로 -	137
▶로코코의 사치과 스트리트 아트의 저항 - 첼트리피케이션을 비판하는 현대 여성복 디자인 개발 -	138



주제강연

주제강연 1

- ▶ 문화와 내러티브를 입다: HYEINSEO의 디자인 여정
이진호 (HYEIN SEO 대표)

주제강연 2

- ▶ 기능과 아름다움, 그리고 균형
정수교 (POST ARCHIVE FACTION (PAF) CPO)

주제강연 3

- ▶ 취향을 나누는 지속가능 한국형 패션공방을 알리다:
패밀리 헤리티지의 재해석 줄라이칼럼
박소영 (JULYCOLUMN 디자이너)

주제강연 1

문화와 내러티브를 입다: HYEINSEO의 디자인 여정

이진호

HYEIN SEO 대표

강연자 요청에 의해 자료는 배포하지 않습니다

주제강연 2

기능과 아름다움, 그리고 균형

정수교

POST ARCHIVE FACTION (PAF) CPO

강연자 요청에 의해 자료는 배포하지 않습니다

주제강연 3

취향을 나누는 지속가능 한국형 패션공방을 알리다; 패밀리 헤리티지의 재해석 줄라이칼럼

박소영

JULYCOLUMN 디자이너

강연자 요청에 의해 자료는 배포하지 않습니다



구두 논문 발표 초록

Experiential learning in fashion design education

- A comparative study with Pakistan -

Fatima Kayani, Se Jin Kim⁺

Master course, Interdisciplinary Program in Senior Human Ecology, Changwon National University
Associate Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Changwon National University⁺

1. Introduction

Experiential learning is crucial for developing practical skills and creativity in fashion design. In Pakistan, fashion education lacks modern methodologies and industry integration, impacting students' employability and creativity. Pakistan's fashion institutes focus on theoretical aspects, resulting in a gap between academic knowledge and industry demands. The necessity of this research lies in evaluating current educational practices in the Pakistani fashion sector and identify gaps compared to global standards. The purpose of this research is to propose strategies to enhance experiential learning opportunities for students, bridging the gap between academia and industry.

2. Literature review and method

Experiential learning emphasizes individual experiences in knowledge acquisition (Kolb & Kolb, 2008) and is vital for connecting academic curricula to real world marketplace needs through internships and client-based projects, thus enhancing students' practical skills and workforce readiness (Cappuccitti et al., 2019). However, limited research exists on the long term impact of these experiences on career readiness and student perceptions. This study employed a mixed methodology. Initially, a SWOT analysis of educational practices in Pakistan is conducted to align local programs with global standards while evaluating industry engagement. The second phase focused on a case study of experiential learning from leading global fashion institutions, including the London College of Fashion, Parsons School of Design, Polimoda, Istituto Marangoni, Amsterdam Fashion Institute, FIT New York, ESMOD Paris and Institut Français de la Mode in Paris. These institutions are selected based on their cutting-edge facilities, diverse course offerings, expert faculty, and active social media presence, particularly on Instagram. Over three years, qualitative data was collected from the colleges' instagram accounts, highlighting their curriculum frameworks and industry strategies in experiential learning.

3. Result & Conclusion

Firstly, the SWOT analysis reveals critical insights regarding the educational landscape in Pakistan. Strengths include high student interest and opportunities for global collaboration, yet weaknesses persist, such as outdated curricula and insufficient industry engagement. These limitations hinder the development of essential skills and competencies necessary for success. Secondly, the case study of eight global fashion institutions identifies effective experiential learning strategies that significantly enhance students' employability. The characteristics of these institutions' experiential education include innovative learning environments, customized curriculum, expert mentorship, and digital engagement. Yezhova et al. (2018) highlights that real work experience is vital in preparing students for the job market. Lastly, Kolb & Kolb underscore the importance of supportive learning relationships, which can help students rethink their learning identities. Cappuccitti highlights the challenges posed by the evolving nature of social media, emphasizing the need for curricula that reflect these changes. In comparing Pakistan's fashion education, particularly the Pakistan Institute of Fashion Design (PIFD) and the National College of Arts (NCA), significant gaps emerge in outdated teaching methods and weak industry ties. While PIFD has begun to modernize its practices, it struggles to develop strong internship partnerships, a contrast to more globally engaged institutions. By adopting experiential learning strategies and enhancing industry connections, both PIFD and NCA could better prepare students for the competitive global marketplace.

This research highlights the necessity for Pakistan's fashion education to incorporate experiential learning strategies effectively. Recommendations include integrating hands-on experiences and structured internships into the curriculum to equip students with practical skills. Collaborating with global fashion institutions for mentorship programs can also enhance students' exposure to international standards. The study has limitations including the reliance on qualitative data from a limited number of institutions. Future researches need to focus on evaluating the impact of experiential learning reforms on student outcomes and employability in Pakistan's fashion education sector.

References

- Cappuccitti, A., Gunn, F., & Hwan, S. (2019). Establishing Knowledge and Cultivating Talent via Experiential Learning: The Case of the Fashion Retail Lab. 27. *Journal for Advancement of Marketing Education*, Volume 27, Special Issue, Fall 2019
- Kolb, A. Y., & Kolb, D. A. (2008). The Learning Way. *Simulation & Gaming* 2009; 40; 297.
- Yezhova, & Manoilenko (2018). Comparative analysis of foreign models of fashion education. *Journal Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*.

스키아파렐리 패션디자인에 나타난 초현실주의 표현방법

박채운, 이연희*

한양대학교 의류학과 석사과정, 한양대학교 의류학과 휴먼테크융합전공 교수*

1. 서론

초현실주의(Surrealism) 용어는 1917년 시인 기욤 아폴리네르(Guillaume Apollinaire)가 처음 사용하였으며, 잠재의식 속의 환상을 상징과 은유적으로 표현하고 무의식의 세계를 표현하는 예술 혁신 운동의 추상미술이다. 초현실주의 패션은 처음 등장한 1930년대 이후부터 근 100년 가까이 현대 패션에서 많은 디자이너에 의해 재현된다는 점에서 의미 있는 사조이며, 최근 컬렉션에서도 지속적인 영향력을 보여주고 있다. 본 연구는 엘자 스키피아렐리(Elsa Schiaparelli) 패션을 이어가고 있는 스키피아렐리(Schiaparelli) 디자인에 나타나는 초현실주의 표현 방법을 분석하고 패션디자인을 위한 다양한 표현 방법의 자료를 제공하는데 그 목적이 있다. 최근 스키피아렐리 관련 연구로 스키피아렐리 하우스의 디자인 특성(Park, 2024), Schiaparelli 의 디자인 분석 및 현대적 재해석에 대한 연구(Shin, 2024) 등의 연구가 지속적으로 진행되고 있으나 본 연구는 초현실주의 패션의 표현방법에 대한 분석을 진행하고자한다.

2. 연구방법

본 연구는 문헌연구를 통하여 초현실주의의 개념, 초현실주의 패션의 표현 특성을 조사 분류하였으며, 리차드 마틴(Richard Martin)의 제안한 5가지 초현실주의 패션의 표현 방법을 조사하였다. 리차드 마틴이 제시한 초현실주의 표현 방법은 은유와 변형(Metaphor and Metamorphosis), 몸과 부분(Bodies and Parts), 이동과 착시(Displacement and Illusion), 자연적과 비자연적 세계(Natural and Unnatural Worlds), 트롱쁘뢰이유(Trompe-l'oeil)로 분류하였으며(Martin, 1989), 그의 저서를 통하여 엘자 스키피아렐리 패션디자인에 대입하여 설명하였다. 본 연구는 이러한 내용을 바탕으로 스키피아렐리의 2015년~2025년까지 22개 컬렉션의 사진 자료 1,083개를 수집하였으며, 각 컬렉션의 리뷰 자료를 정리하여 키워드를 추출하였으며, 리차드 마틴의 초현실주의 패션의 표현 방법을 새롭게 초현실주의 패션을 이어가고 있는 스키피아렐리 패션을 대상으로 분석하였다. 수집된 1,083개의 수집 사례 중 컬렉션의 리뷰 자료를 근거로 활용하여 리차드 마틴의 표현 방법으로 나타난 스키피아렐리 디자인을 분류하였다. 분류 결과 이동과 착시가 134개, 자연적과 비자연적 방법은 127개, 몸과 부분이 116개, 은유와 변형이 61개, 트롱쁘뢰이유는 5개로 나타나 443개의 컬렉션 자료가 분석에 활용되었다. 과거 엘자 스키피아렐리가 활용하였던 트롱쁘뢰이유의 활용은 거의 나타나지 않았다.

3. 연구결과 및 결론

스키아파렐리 컬렉션에 나타난 초현실주의 표현 방법은 다음과 같다. 첫째, 스키아파렐리 컬렉션에 가장 많이 나타난 이동과 착시의 활용은 기하학적 패턴과 색상 대비, 과장된 실루엣과 구조적 디자인, 레이어와 투명 소재, 열쇠, 구두 등의 일상적인 사물에서 영감을 받은 상징적 장식들을 적극적으로 사용하고 있다. 또한 입체적인 구조물이나 레이어를 통해 의복에 깊이와 차원을 추가함으로써 옷의 경계를 모호하게 만드는 효과를 준다. 원근법 등을 이용하여 고정된 사물의 형태나 구조에서 벗어나 유동적이고 다층적인 시각적 경험을 만들어 내고 있다. 둘째, 자연적 비자연적 표현 방법으로 자연적 세계에서 영감을 받아 비자연적인 방식으로 표현하는 양상을 보인다. 과거 엘자 스키아파렐리의 패션에 나타난 동물, 꽃, 가재, 나뭇잎 등의 활용한 디자인이 나타나고 있으나 과거 자연의 형상에서 단순히 모방하는데 그치지 않고, 이를 과장하거나 왜곡하여 전혀 다른 시각적 이미지를 창출하고 있다. 자연적 요소들을 크기나 색상이 실제와 다르게 적용하여 현실에서 볼 수 없는 환상적인 모습을 구현하였다 셋째, 몸과 부분의 표현 방법은 신체의 특정 부위를 강조하거나 재구성하는 디자인에 중점을 두고 있다. 신체의 특정 부분을 장식적으로 변형하거나, 다른 사물로 재해석하여 나타난다. 이러한 장식적 변형은 신체가 의복과 하나로 결합된 것 같은 시각적 효과를 표현한다. 신체의 비율을 비정상적으로 왜곡하여 착용자가 현실과는 다른 모습으로 보이도록 한다. 스키아파렐리는 옷을 통해 신체를 변형하고 왜곡하여, 신체의 일부를 예술적 요소로 사용하고 있다. 넷째, 은유와 변형의 표현 방법으로 스키아파렐리의 디자인은 의복의 형태와 의미를 은유적으로 변화시키며, 기존의 의복의 틀에서 벗어나 새로운 형태를 창조하는 시도를 강조한다. 초현실주의적 이미지 표현을 통해 상징적인 메시지를 표현한다. 과거 엘자 스키아파렐리가 주로 사용하던 쇼킹 핑크(Shocking Pink)를 시그니처 색상으로 등장시켜 강렬한 시각적 효과와 상징적 의미를 통해 디자인에 초현실적이고 은유적인 요소를 추가하였다. 다섯째, 트롱쁘외이유는 시각적 착시와 초현실주의적 이미지를 활용하여 의복에 대한 관객의 인식을 뒤흔드는 역할을 한다. 현실과 환상의 경계를 흐리며, 평면 디자인에 입체감을 부여해 패션을 예술적 장치로 활용하는 시도를 지속해 왔다. 트롱쁘외이유 방법은 크게 나타나지 않았으나 관객에게 시각적 즐거움을 제공하며, 패션이 단순한 옷 이상의 의미를 가질 수 있음을 강조하고 있다.

스키아파렐리 패션디자인은 초현실주의 표현 방법을 통하여 유동적이고 다층적인 시각적 경험, 과장하거나 왜곡하여 전혀 다른 시각적 이미지의 표현으로 현실에서 볼 수 없는 환상적인 모습과 전혀 다른 시각적 이미지를 창출하며 기존 의복의 틀에서 벗어나 새로운 디자인을 시도하며, 초현실주의 이미지 표현을 통해 상징적인 메시지를 표현하고 있다.

References

- Martin, R. (1989). *Fashion and surrealism*, Thames & Hudson, London, UK.
- Park, E-K. (2024). Design characteristics of the Schiaparelli House, *Journal of Fashion Design*, 24(1), 77-88.
- Shin, J. A. (2024). A study on Schiaparelli's design analysis and modern reinterpretation: Focused on surrealist objects, *Journal of Basic Design & Art* 25(2), 211-225.

시대적 재현 담론과 의복 패턴 형태의 형성 과정

천진해, 마진주*

홍익대학교 디자인공예학과 패션디자인전공 박사과정, 홍익대학교 패션대학원 부교수*

1. 서론

의복 패턴 형태의 형성은 기술적 진화를 넘어 역사적으로 늘 화두에 있어 왔던 재현의 담론과 밀접한 연관을 지닌다. 의복 패턴은 인체를 재현하는 방식에서 시작해, 그 시대의 사회, 문화, 미학적 요구에 따라 변화해 왔다. 특히 오늘날에 이르러 급진적으로 발전하고 있는 디지털 기술의 발전과 가상현실의 확장은 의복 패턴의 형태 형성에 새로운 패러다임을 제시하고 있다. 이러한 시대적 변화는 인체와 의복 관계를 재정의함과 동시에 재현의 개념에 대한 근본적인 질문을 제기한다. 기존의 신체 이미지와 시대별 실루엣의 변화에 초점을 둔 연구가 주로 완성된 의복의 시각적 형태를 대상으로 하지만, 본 연구는 도구적 방법론인 패턴의 형태에 주목한다는 점에서 본 연구의 차별성이 있다고 사료된다. 본 연구의 목적은 각 시대적 맥락 속에서 있던 재현 담론과 연계하여 의복 패턴의 형성 과정을 분석함으로써 그 본질적 의미를 이해하는 것이다. 따라서 본 연구는 역사적으로 의복 패턴 형성이 시작된 중세부터 동시대까지 각 시대의 재현관(觀)의 변화와 의복 패턴 형성의 변화를 탐구하고자 한다.

2. 본론

의복 패턴 형태의 형성은 4세기 중엽 게르만계 민족 대이동으로 유럽의 발전된 재단 기술이 전파되면서 봉제의와 권의의 두 양식적 특성이 혼합된 복합의가 등장하면서 이루어졌다. 오늘날에 이르기까지 패턴 형태의 형성 과정에 있어 주요 변곡점으로 생각되는 ‘중세중기→르네상스→산업혁명→포스트모더니즘→동시대’의 다섯 단계로 구분해 그 시대별 특징적 변화를 살펴보고자 한다. 첫째, 중세 중기(12C): 이 시기의 재현은 기독교화된 플라톤의 이데아 개념을 바탕으로, 현실 세계를 신성한 질서의 모방으로 이해했다. 이러한 관점에서 예술과 건축은 신성한 질서의 가시적 재현을 추구하고, 의복 패턴에서도 인체의 구조를 반영하는 시도가 나타났다. 십자군 전쟁을 통한 이슬람 문화의 유입과 군사 복식의 발전, 남녀 복식의 구분 등의 사회적 변화와 함께 고딕 건축의 수직 지향 질서를 구현했듯이, 수직적 구조미가 중시된 의복의 패턴에 세로 절개선이 도입되며 입체적 의복 패턴의 구조화(Structuring)가 이루어졌다. 둘째, 르네상스(15C): 이 시기에는 인본주의적 사고를 통한 이상적 인체 비례에 관한 관심이 높아졌다. 이러한 변화는 이상적 미에 대한 추구와 미적 취향의 변화로 이어지며 카라의 확대, 슬리브의 과장, 스커트의 확장 등 왜곡된 형태가 나타나게 된다. 서양미술의 원근법이 3차원 세계를 2차원 평면 속에 대상을 재현해 냈다면, 의복 패턴은 발전된 제도법을 바탕으로 인체의 형태를 과장하기 위해 패턴의 형태를 변형(Transforming)해 나갔다. 셋째, 산업혁명(18C): 이 시기는 기계화로 인한 생산 방식의 혁명적 변화로 의복 생산 방식이

수작업에서 기계화로 전환되었다. 효율성과 기능성을 중시하는 산업화의 결과는 이후 발전한 모더니즘의 토대가 되었고, 재현 중심의 환영주의는 모더니즘 미술의 추상화, 단순화, 본질의 추구로 변화되었다. ‘형태는 기능을 따른다’는 원칙 아래 이루어진 재현 방식의 변화는, 의복 패턴도 기능성과 효율성을 중시하는 방향으로 발전시켰다. 이러한 변화는 의복의 규격화된 사이즈 체계에 맞춰 대량생산 공정에 적합한 패턴 제작 방식이 자리 잡으면서 기본 패턴의 형태가 형성되었고, 이는 곧 패턴 형태 형성의 표준화(Standardizing)를 이루게 되었다. 넷째, 포스트모더니즘(20C): 전통의 부정으로 등장했던 모더니즘이 현대의 전통으로 자리 잡자, 이에 반발한 아방가르드의 도전은 포스트 모더니즘으로 패러다임을 변화시켰다. 이때 등장한 데리다의 해체주의가 기존의 의미체계를 해체하며 아방가르드 패션은 전통적인 인체-의복-패턴의 관계를 재구성했다. 개념미술이 예술의 물질적 형태보다 아이디어와 의미 자체에 주목했듯이, 이제 패턴은 인체를 재현하는 도구적 역할에서 벗어나 시각적 결과물로 등장하며 패턴의 개념과 형태는 해체(Deconstructing)되었다. 다섯째, 동시대(21C): 디지털 세계로 접어든 오늘날의 현실과 가상의 모호한 경계 속에서 의복 패턴은 물리적 제약에서 벗어나 새로운 형태의 재현으로 등장한다. 이는 20세기 후반의 철학적 개념들이 오늘날 실현되는 양상을 보인다. 이를테면 푸코의 상사, 들뢰즈의 가상화, 보드리야르의 시뮬라시옹의 세계를 오늘의 디지털 세상 속에서 보게 된 것이다. 3D 패션디자인 그래픽 툴로 구현되는 디지털 속 패턴의 형태는 제도된 패턴이 아닌 현실 속 패턴 모양의 복제물로서, 더 이상 물리적 인체(원본)의 사이즈 기준을 필요치 않는다. 이제 의복은 인체의 착용이라는 굴레에서 벗어나게 되는데, 이는 반(反)상관주의를 중심으로 하는 객체지향존재론이 제시하듯, 인간-의복-패턴이 동등한 존재론적 위상을 가지는 단계에 이르렀음을 의미한다. 따라서 가상 패턴은 인체를 재현한 패턴의 복제로서 존재하며 원본과 복제의 경계가 모호해지는 형상화(Figuralizing)의 단계에 놓여있다.

3. 결론

재현 담론의 맥락 속에서 의복 패턴 형태의 형성 과정은 ‘구조화→변형→표준화→해체→형상화’의 단계로 변천되어 왔다. 이러한 분석 결과는 의복 패턴을 단순한 기술적 대상의 위치가 아닌, 시대정신을 반영하는 매개체이자 문화적 텍스트로 해석한다는 점에서 의미가 있다. 이는 패턴의 의미와 가치를 새롭게 조명할 뿐만 아니라, 현대 디지털 시대의 의복구성학 연구에서 나아가 패션디자인 방법론에 대한 이론적 기반을 제공할 수 있을 것으로 기대한다.

References

- Cheon, J. H. (2023). *A Study on Fashion Design Using the Forms of Garment Patterns as ‘Objet Trouvé’ in the Objet Art*. Master’s thesis, Hongik University, Seoul.
- Yim, E. H. (2006). *Representation and non-representation of the body in fashion*. Doctoral dissertation, Seoul National University, Seoul.

커터벌니트를 활용한 패션디자인

- 재단이 가능한 니트 원단 및 이의 제조방법 기술 특허를 중심으로 -

홍문정, 박선희*

이화여자대학교 일반대학원 패션디자인전공 박사, 이화여자대학교 패션디자인전공 교수*

1. 서론

현대 니트 패션산업은 섬유제품의 다양화, 소품 중 단사이클화의 경향에 대응하여, 최근의 편성 기술은 생산의 고능률화, 품질의 고도화에 중점을 두고 있다. 기술적인 측면으로 복잡화 된 첨단 기술을 니트 패션산업에 접목하여 기술·지식 집약산업으로의 전환이 급속히 진행되고 있다. 그 특성상 자본 집약적이며 기술 집약적인 장치산업의 특성을 점차 강하게 나타내고 있다. 이제는 니트 패션의 경쟁력을 제고해 나가기 위해서 생산성 향상과 함께 제조 기술 개발의 혁신을 요구한다. 따라서 패션 산업 전반의 다양한 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 방안이 모색 되어야 한다. 결국 제조 기술 개발과 혁신의 요체는 생산력과 고도화에 중심으로부터 벗어나 제조 기술을 널리 활용할 수 있는 시대의 요구를 충족 시켜줄 수 있는 방향으로 이루어져야 한다. 따라서 본 연구는 저자가 발명한 커터벌니트 제조 기술을 소개하고 해당 기술로 개발된 커터벌니트 원단의 활용방안을 모색하고자 한다. 커터벌니트로 개발된 실용적인 패션 제품을 제작하여 원단의 가능성을 확인하고 또한 조형적 요소로 색면추상 예술이 반영된 커터벌니트 원단의 가치와 소재의 특징을 수용한 아트웨어를 제작함으로써 기술성과 창의성을 포괄하는 니트 패션디자인의 앞으로 전망과 가능성을 조망하는데 그 목적이 있다. 연구의 방법은 발명한 커터벌니트의 정의와 제조 공정과 제조 기술 그리고 특허 등재 과정을 소개하고 원단 시제품 개발과 니트 패션 제품 개발을 통해 커터벌니트 제조 기술의 결과를 검증한다. 또한 아트웨어 제작을 위한 조형적 표현 방법으로 색면추상 예술의 이론적 고찰과 표현 특징을 살펴본다. 분석된 색면추상 예술의 특징에 적합한 소재 표현 연구를 다양하게 실시하여 새롭게 응용된 커터벌니트의 아트웨어를 제작 한다.

2. 본론

커터벌니트(Cutable Knit)는 '자르다(cut)'와 '할 수 있다(able)', 그리고 '니트(Knit)'라는 영어 단어의 합성어로 자를 수 있는 니트를 의미한다. 이 명칭은 2019년 상표 등록 되었으며 제조 기술에 대한 특허는 2013년 신청하여 출원 제 10-2020-0041765에 이어서 2022년에 '재단이 가능한 니트 원단 및 이의 제조 방법', '제10-2478388호'로 최종 특허 등재 완료 되었다. 따라서 특허 제조 기술 명으로 '커터벌니트'를 사용하며 원단 명칭 또한 '커터벌니트'로 명칭하고 있다. 커터벌니트의 발명은 편직이 풀리는 전선과 지나친 신축성으로 형태를 유지하지 못하는 성형성 부족에 대한 문제점을 해결하기 위한 연구이다. 기존의 니트 의류는 홀가먼트 제작방식과 패턴 결합방식으로 일반적으로 '재단'의 개념을 염두 하지 않고 있다. 커

터벌니트에 대한 특허의 주된 내용은 재단이 가능한 니트를 제안하고 있어 니트 패션을 기획 할 때 Cut and Saw의 우븐과 동일한 방식의 니트 의류 제조 방식을 기대 할 수 있다. 재단이 가능한 니트 원단인 커터벌니트의 핵심 제조 기술의 첫째는 니트의 도목 이론과 활용 장치의 기능적 특성의 상관 관계를 새롭게 응용한 방식에 있으며 둘째는 보강 섬유의 형태적 특징과 적용 요소이다. 발명 된 커터벌니트 원단은 재단과 봉제용(Cut and Saw) 니트 원단으로 니트 의류의 생산 공정을 단순화 하여 공정 시간을 단축 할 수 있다. 따라서 니트 제품을 다품종으로 기획할 수 있을 뿐만 아니라 생산에 소요되는 시간이 짧아 대량 생산이 가능함으로 비용 절감의 효과 또한 기대할 수 있다. 커터벌니트 원단을 활용한 효과는 의류, 머플러, 가방과 같은 패션 제품을 제작함으로써 검증 하고 있다. 따라서 본 연구는 패션디자인 개발 과정에서 저자의 커터벌니트 제조 기술 특허를 활용한 니트 원단을 제작하고 아트웨어 구현으로 이어지는 일련의 과정을 통해 디자인을 전개한다. 아트웨어의 조형적 표현 연구는 색면추상 예술(1940년~1960년, 미국)의 특징을 적용한다. 색면추상 예술은 전통적인 이미지나 부호를 배제하고 캔버스 전체를 여러 색채들로 채우는 전면회화 방식으로 이러한 색면추상의 표현 특징과 커터벌니트 원단의 물리적 특수성을 수용함에 따라 발현된 소재 표현을 시도하여 아트웨어를 제작한다. 제작 과정에서 디자인에 따라 커터벌니트 원단을 제작하고 재단 된 원단은 독립적인 색면으로 취급되며 이러한 원단에 의한 색면 조각들이 커터벌니트 제조 방법에 따라 응용 배치 되어 조화롭게 발현되는 중첩의 효과로 색면추상 아트웨어가 구성된다.

3. 결론

본 연구는 커터벌니트 제조 기술을 활용하여 이론적인 측면과 실증적인 측면에 있어서 심도 있는 연구를 전개 할 수 있었다. 연구 된 특허는 새롭게 발명 된 제조 기술과 해당 제조 방법으로 개발된 원단을 제공하는 것에 큰 의미가 있었다. 저자가 제작한 패션 제품의 사례를 바탕으로 커터벌니트 원단이 Cut and Saw의 우븐 제작 방식과 같은 동일한 재단과 봉제 방식으로 제작됨이 검증 되어 이는 다양한 니트 패션 디자인의 활용 방안과 앞으로의 가능성을 제안할 수 있었다. 또한 커터벌니트 원단의 기술적, 실현적 그리고 색면추상의 표현적 요소를 고려한 포괄적인 연구 과정에서 제조 기술과 제조 방법에 대한 실험을 통해 새로운 응용 방법이 발견되었으며 이는 본 연구의 조형적 표현 특징을 구현하는 데에 있어 창의적 결과를 이끌어 내는 계기를 마련할 수 있었다. 이에 본 연구는 니트에 대한 심층적인 고찰과 다각도의 실험을 통해 발명 된 니트 제조 기술 특허임에 가치가 있으며 연구된 아트웨어 결과물에서 커터벌니트 원단으로 다층적인 질감과 깊이 있는 색채를 발현할 수 있는 가능성을 확인 하였다. 이번 커터벌니트 연구로 니트 패션디자인이 지닌 잠재력과 창조적인 제조 기술 영역이 더욱 확장 될 수 있는 계기가 되길 기대한다.

Reference

- Hong, M. J. (2022). Cuttable knitted fabric and method for manufacturing the same. *Korea Patent No. 10-2478388*. Seoul: Korean Intellectual Property Office.

How Vegan Fashion is Presented in News Media

Jiwoon Jeong, Jaehoon Chun⁺

Doctoral Candidate, Dept. of Fashion and Textiles, Seoul National University

Professor, Dept. of Fashion and Textiles, Seoul National University⁺

1. Introduction

The growing global interest in vegan fashion by media highlights a shift in discourse on sustainability and ethical practices. This study aims to explore how sustainability and ethical responsibilities are being framed by the news on vegan fashion. For this case study, data was collected from between 2013 to 2024, deriving from Fashion media articles from various major fashion magazines, as well as major news websites, variating from 『Vogue』, 『Harper's Bazaar』, 『Marie Claire』, "Time", "The New Yorker" and "HuffPost".

2. Theoretical background

Over the last decade, vegan fashion has transitioned from a niche news topic to a mainstream trend. Initially, veganism in fashion was often marginalized as a fringe movement, but it has now become central to discussions around sustainability and ethical fashion (Strübel et al., 2023). News media outlets play a key role in amplifying these ethical messages, often portraying vegan brands as leaders in responsible consumption. Fashion news can be viewed as articles related to the clothing industry or guides on fashion information, encompassing interpretations of various aspects of the fashion world and the exploration of the production and reception of fashion (Lee & Chun, 2021). This media engagement is crucial in shaping public perception and promoting the success of vegan fashion brands, particularly among younger, ethically conscious audiences who are increasingly attuned to the environmental impact of their purchasing decisions (Vladimirova et al., 2023).

3. Result

In analyzing articles published between 2013 and 2024, four distinct thematic categories emerged in the media coverage of vegan fashion. First, the "Promoting brands and products" type, presenting vegan fashion as a fashionable and trendy choice. These articles highlight specific vegan fashion products and brands, showcasing them as part of larger fashion events and celebrity endorsements. Second, the "Criticizing its limitations" category offers a more skeptical view, focusing on the challenges and contradictions within the vegan fashion industry, including concerns about material sustainability and ethical branding. Third, the

“Introduction to veganism and vegan fashion”. These articles highlight the basics of vegan fashion and frame it as a certain type of special lifestyle that focus on ethical consumptions and sustainability. A fourth category, the “Beckoning participations”, promotes the benefits of such lifestyles as well as urging the readers to get involvement with the movement through vegan fashion, emphasizing its ethical and environmental contributions, sometimes positioning it as a solution to the fashion industry’s issues. The diversity of these messages reflects the evolving media discourse on vegan fashion, from its introduction to many critiques. This indicates that media outlets are catering to a range of readers’ interest, from ethical concerns to styles, thus shaping public perception and driving the narrative around vegan fashion.

4. Conclusion

This study revealed four distinct message types: introducing veganism and vegan fashion, criticizing its limitations, beckoning participations, and promoting brands and products. The coexistence of these four messages highlights the nuanced role of news in shaping the discourse around vegan fashion, suggesting that media narratives reflect consumer interests while actively shaping them. This complexity indicates that media outlets are navigating a delicate balance between advocacy and critique, engaging diverse audience segments with varying ethical considerations and fashion sensibilities. Furthermore, media should strive to incorporate diverse perspectives, promoting critical engagement with ethical consumption while encouraging consumer participation in the conversation. By reporting on transparent practices, media can enhance informed decision-making among consumers and ultimately strengthen the discussion of sustainability within the fashion industry. This underscores the media’s significant influence in shaping the narrative around responsible consumption in an increasingly complex world.

References

- Lee, J., & Chun, J. (2021). Analysis of Fashion News Based on News Value Assessment Criteria –Focused on Online Fashion News–. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 42(5), 285-304.
- Strübel, J., Goswami, S., & Kang, J. H. (2023). Improving society and the planet: Sustainability and fashion post-pandemic. *Sustainability*, 15(17), 12846-12869.
- Vladimirova, K., Henninger, C. E., Alosaimi, S. I., Brydges, T., Choopani, H., Hanlon, M., Iran, S., McCormick, H., & Zhou, S. (2024). Exploring the influence of social media on sustainable fashion consumption: A systematic literature review and future research agenda. *Journal of Global Fashion Marketing*, 15(2), 181-202.



포스터 논문 발표 초록

조선시대 배경의 온라인 비디오 게임 스킨에 나타난 문화적 전유

- MMORPG 조선 이변을 중심으로 -

고윤정, 이지은, 임은혁*

성균관대학교 박사수료, 성균관대학교 석사, 성균관대학교 교수*

1. 서론

2024년 8월 출시된 ‘조선 이변(Rise of Zombies)’은 중국의 아폴로 테크놀로지가 개발한 MMORPG로, ‘좁비가 창궐한 조선’을 배경으로 하여 많은 관심을 모았다. 그러나 게임을 체험한 플레이어들은 무성의한 고증과 조선이 아닌 다른 국가의 문화가 나타나는 것에 실망감을 드러내며, 중국 배경의 원본을 한국 서비스를 위해 일부만 수정한 것이 아니냐는 평을 했다. 특히 한복을 활용한 아바타의 스킨(skins)에는 다수의 오류가 발견되는데, 이에 타문화를 일방적으로 해석하고 의미를 훼손하는 문화적 전유(cultural appropriation)의 문제가 있다고 판단된다. 따라서 본 연구는 조선 이변의 스킨을 문화적 전유의 시각으로 분석하여 온라인 비디오 게임에서의 전통복식 활용에 대한 시사점을 제공하고자 한다. 연구 방법으로 스킨의 의미 및 게임 산업에서의 문화적 전유 사례를 파악하는 문헌연구와 이를 바탕으로 조선 이변의 아바타 직업 설정과 스킨 페이지에서 추출한 스킨 34건을 분석하는 사례연구를 병행하였다. 분석의 틀로써 현대 산업에서의 한복 이미지 사용을 분석한 선행연구(Ko & Yim, 2023; Lee & Yim, 2024)의 문화적 전유 범주를 적용하였다.

2. 이론적 배경

게임의 스킨은 아바타를 장식하기 위한 요소로서 의복과 신체 변형을 포함한다. 높은 기술적 성숙도가 구축된 현재의 온라인 비디오 게임 산업에서 스킨 디자인은 제품 차별화의 핵심 요건이다. 특히 MMORPG와 같이 플레이어가 주체적 행위자가 되는 롤플레이팅 게임에서 스킨은 아바타의 정체성을 드러내는 창구가 되어 가상공간에서의 사회적 지위를 시각적으로 나타낸다. 또한 플레이어는 스킨에 자신의 감각과 감정을 반영하고 자아를 투영하고자 하며, 이러한 욕구는 다양한 스킨을 소유하는 행위로 이어진다. 따라서 스킨은 수집 아이템으로 선호되어 운영자는 이를 플레이어의 참여도를 높이는 수단으로 사용한다. 한편, 문화적 전유는 타문화의 지적 재산을 임의로 사용하는 것을 의미한다. 현대 산업에서 전통문화를 마케팅 수단으로 사용함에 따라 특정 문화의 이미지를 왜곡하고 역사적 의미 퇴색시키는 문제 역시 심각하게 대두된다. 온라인 비디오 게임은 허구성에 의해 전통복식을 다양한 테마로 디자인한 스킨을 생산하고 있으며, 플레이어는 이를 현실과 무관한 것으로 받아들이는 경향이 있다. 하지만 ‘파이널판타지14’가 일본이 주변 국가를 식민지화한 시기의 복식을 활용한 스킨을 공개하여 강력한 반대 여론이 형성된 사례와 같이 게임에서의 전통복식 사용은 현실의 갈등으로 이어질 가능성이 충분하다. 따라서 전통복식을 활용한 게임 스킨은 문화적 전유의 관점에서 심도 있게 논의할 필요성이 있다.

3. 연구 결과

1) 여성 신체의 관능적 표현: 조선 이변의 여성 아바타 스킨에는 성적 환상을 생성하는 신체 노출과 포즈가 사용되었다. 미니스커트와 슬릿스커트로 디자인된 한복 치마는 다리가 허벅지 윗부분까지 드러나며, 아바타가 말을 타거나 전투하는 장면에서 치마 안의 속옷이 노출되기도 한다. 또한 여성 아바타는 가슴을 내밀고 허리를 비틀어 몸의 곡선을 강조한 자세를 취하고 있다. 이처럼 여성의 신체를 관능적으로 나타내는 스킨은 전통복식을 선정적이고 자극적으로 표현한 디자인으로 전통적 미의식 왜곡이라는 우려를 낳는다.

2) 한복 구조의 변형: 조선 이변의 스킨 중 저고리를 활용한 디자인은 고름을 여밈의 위치에서 벗어난 곳에 배치하거나 형태를 리본으로 표현하는 등 원형의 구조를 변형하는 양상이 나타난다. 또한 활옷을 활용한 스킨은 전체적으로 원형의 구성을 재현했지만, 대대(大帶)를 기준으로 앞길의 윗부분과 아랫부분의 폭과 배색이 연결되지 않는 등 구체적인 이해야 부족했음을 알 수 있다. 즉, 한복의 구조를 변형한 스킨 디자인은 한복의 구성 원리에 대한 상세한 조사 없이 피상적인 이미지만을 전유한 결과로 생각된다.

3) 타국가 전통복식과의 혼합: 조선 이변은 실존했던 국가를 배경으로 하기에 플레이어들은 고증된 복식 콘텐츠를 기대한다. 그러나 스킨 종류에는 치파오나 기모노를 모티프로 한 디자인이 다수 있으며, 저고리와 치마에 일본의 키츠네멘(狐面)을 매칭하는 등 여러 국가의 전통복식이 혼합되어 있다. 이외에도 중국 청(靑)의 량바터우(兩把頭)를 쓰거나 경극의 고(靠) 복장의 NPC가 등장한다. 시대적 배경과 무관한 스킨 디자인은 타문화에 대한 존중의 부재로 인한 것이며, 국가 간의 역사적 갈등으로 인한 대중의 반감을 초래한다.

4. 논의 및 결론

현재의 게임 산업은 거대한 규모와 영향력에도 불구하고 전통문화의 표현에 대한 성찰은 부족한 실정이다. 또한 온라인 비디오 게임의 스킨 디자인은 콘텐츠의 창의적 개발이라는 명목으로 윤리적 문제를 간과한다. 본 연구에서 분석한 조선 이변의 스킨은 빈약한 고증으로 인해 세계관 몰입의 방해와 문화 왜곡에 대한 비판을 받고 있으며, 이에 따라 조선이라는 상징적 역사 사용에 대한 문화적 맥락의 일관성 유지 및 윤리적 책임 의식이 요구된다. 본 연구는 게임에서의 전통복식 사용으로 발생하는 윤리적 문제점을 제고하고, 이를 학문적 차원에서 분석했다는 것에 의의가 있다.

References

- Ko, Y. J., & Yim, E. (2023). Traditional dress in fashion: Navigating between cultural borrowing and appropriation. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 17(3), 357 - 368.
- Lee, J., & Yim, E. (2024). Hanbok imagery in domestic fashion magazines: A postcolonial perspective. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 48(4), 615-631.
- Reay, M., & Wanick, V. (2023). Skins in the game: Fashion branding and commercial video games. In Bazaki, E., & Wanick, V. (Eds.), *Reinventing fashion retailing: Digitalising, gamifying, entreprenuring* (pp. 73-90). Cham: Springer International Publishing.

텍스트 마이닝을 통한 서울의 패션 디스트릭트 쇼핑경험 분석

구현정, 마진주*

홍익대학교 디자인공예학과 패션디자인전공 박사과정, 홍익대학교 패션대학원 부교수*

1. 서론

서울은 다채로운 트렌드와 소비문화의 중심지로, 특히 MZ세대가 주도하는 패션 시장의 변화가 두드러진다. 현재 서울의 주요 패션 디스트릭트(fashion district)는 MZ세대의 소비 행태에 따라 발 빠르게 변화하고 형성되며, 각 패션 디스트릭트는 독특한 상권과 패션 트렌드와 함께 발전해 왔다. MZ세대는 소셜 미디어를 통해 제품에 대한 정보를 탐색하고, 다른 소비자들의 리뷰나 피드백을 적극적으로 참고하는 경향이 있으며 다른 세대와는 차별되는 소비 행동을 보인다(Lee, Chung, & Cho, 2022). 따라서 MZ세대의 각 패션 디스트릭트별 쇼핑경험에 대한 분석을 실시해 보는 것이 중요하다. 이에 본 연구는 텍스트 마이닝을 통해 서울의 대표적인 패션 디스트릭트에서의 MZ세대의 쇼핑경험을 분석하고, 특징을 살펴보고자 한다. 텍스트 데이터의 수집 기간은 2023년 10월 1일부터 2024년 10월 1일까지로 소셜 미디어, 블로그, 카페에서 수집된 데이터를 사용하며 이를 통해 MZ세대가 선호하는 패션 디스트릭트의 쇼핑경험 주요 연관 단어 분석을 통하여 어떠한 쇼핑경험이 이루어지는지 알아본다.

2. 본론

본 연구는 빅데이터의 분석 솔루션인 텍스트톰(Textom)을 활용하여 텍스트 마이닝 기법을 적용해 빈도가 높은 단어를 추출하여 각 디스트릭트를 대표하는 이미지를 선정한다. 빅데이터 텍스트마이닝은 트렌드, 시장흐름 및 소비자 인식을 파악하는데 효과적인 분석 기법으로 학술연구 및 기업에 다양하게 사용되고 있다(Jang, 2024). 소셜 미디어, 블로그, 카페 등의 데이터에서 추출한 키워드를 바탕으로 MZ세대가 주로 방문하는 서울의 주요 패션 쇼핑 디스트릭트의 쇼핑경험에 대한 언급을 수집하고, 이를 기반으로 빈도 분석, N-gram, 감성 분석, 그리고 연관 단어 네트워크 분석을 실시한다. 데이터 수집 키워드인 “서울+패션+쇼핑+MZ세대”로 주요 패션 디스트릭트에 대한 1차 분석 결과 MZ세대의 주요 패션 쇼핑 디스트릭트는 ‘성수, 신사(강남), 홍대, 명동, 동대문, 여의도, 잠실’로 나타났다. 1차 분석 결과를 바탕으로 2차 텍스트 마이닝을 진행하여 각 쇼핑 디스트릭트에서 도출된 주요 쇼핑경험 연관 단어를 바탕으로 이미지를 분석을 진행하였다. Schmitt(2013)의 전략적 경험 모듈(SEMs)에 따른 감각, 감성, 인지, 행동, 관계와 연관지어 이미지 분석을 실시한 결과 다음과 같은 특징을 도출할 수 있었다. 첫째, 각 패션 디스트릭트의 지역적, 문화적 특성에 따라 상이한 연관 단어를 도출할 수 있었다. 둘째, MZ세대 패션 소비자들이 경험과 트렌드를 중요시함에 따라 이들의 취향에 맞춘 차별화된 쇼핑경험을 갖춘 상권이 형성되고 있음을 알 수 있다. 셋째,

각 패션 디스트릭트의 쇼핑경험은 트렌드, 공간과 같은 공통된 특징과 문화, 뷰티, 거리와 같은 고유한 쇼핑경험을 선사하고 있다.

3. 결론

서울의 주요 패션 쇼핑 디스트릭트는 MZ세대의 영향력 아래 다양한 이미지로 자리 잡고 있다. 텍스트 마이닝을 통해 도출된 여섯 개의 주요 패션 디스트릭트의 쇼핑경험의 연관 단어는 다음과 같다.

1. 성수: 팝업스토어, 트렌드, 공간, 고객, 매장, 소비, 제품, 문화, 거리
2. 신사: 트렌드, 고객, 공간, 소비, 매장, 제품, 문화, 거리
3. 홍대: 팝업스토어, 트렌드, 공간, 고객, 매장, 소비, 제품, 문화
4. 명동: 트렌드, 고객, 소비, 매장, 공간, 제품, 문화, 관광, 백화점, 뷰티
5. 동대문: 패션브랜드, 트렌드, 고객, 공간, 소비, 매장, 제품, 문화, 디자인, 거리

MZ세대가 선호하는 서울의 쇼핑 디스트릭트는 각기 다른 방식으로 형성되었으며, 지역의 문화적 특성과 주요 패션 랜드마크를 중심으로 발전해 왔다. 본 연구는 각 패션 디스트릭트가 어떻게 MZ세대의 패션 소비 행태에 영향을 받아 형성되고 변화해 왔는지 이해하는 데 기여하며, 앞으로의 패션 산업에서 서울의 패션 디스트릭트의 쇼핑경험이 어떤 방향으로 발전할지에 대한 시사점을 제공하는 것에 의의가 있다.

References

- Jang, N. K. (2024). Sustainable Fashion and Digital Practice through Big Data Text Mining -Key words Anaylsis of 'Sustainability+Fashion+Digital' -. *Journal of Fashion Design*, 24(1), 17-32.
- Lee, S. K., Chung, I. H., & Cho, Y. J. (2022). Effect of the Ethical Consumption Tendency of Millennials and Members of Generation Z on the Purchase Intention of Social Enterprise Fashion Products. *Family and environment research: fer*, 60(3), 443 - 458.
- Schmitt, B. (2013). *체험 마케팅 [Experiential marketing]*. Seoul: KIM and KIM BOOKS. (Original work published 1999)

객체지향 존재론 관점에서 본 현대패션 디자인 연구

김가윤, 마진주*

홍익대학교 디자인공예학과 패션디자인 박사과정, 홍익대학교 패션대학원 부교수*

1. 서론

최근의 인류는 그 어느 때보다 지구의 재난적 상황들에 처해있다. 인간 중심의 역사 이면에는 기후 변화, 생물다양성의 멸종, 다양한 혼성체들의 출현 등의 현상이 나타나고 있다. 장르의 혼재와 탈경계화의 조짐들은 이미 20세기 중반 전후로 포스트모더니즘이 해체될 무렵부터 시작되고 있었다. 하지만 탈인간중심주의적인 관점을 적극적으로 끌어와 이를 철학적 사조로 발전시킨 것은 21세기 초반부터 시작되었다. 그동안 수동적 존재로 여겨왔던 사물이나 동물, 식물 같은 비인간 존재들은 이제 인간의 시야로 들어와 주체의 해체와 공생을 촉구하고 있다. 이에 본 연구의 목적은 동시대적 상황과 공명하여 주체에 대한 재인식과 현대사회의 다양성과 상호 연결성을 인지하고, 현대패션 또한 다각도의 유연한 관점에서의 연구 필요성을 인식하여, 현대패션을 객체지향 존재론의 관점으로 새롭게 해석하고, 이를 통한 분석적 도구의 틀을 제안하고자 한다. 구체적으로 객체지향 존재론이라는 담론적 성격을 띤 철학적 사조를 현대패션에 대입하여 탐구함으로써, 새로운 패션디자인 해석 및 분석 방식을 제안하고자 하는 학문적 시도이다.

2. 본론

이를 위한 연구 방법으로는 객체지향 존재론을 논하고 있는 주요 이론가들인 그레이엄 하먼(Harman, 2018), 브뤼노 라투르(Latour, 2009)의 이론을 바탕으로 동시대의 미학적, 철학적 개념을 고찰하고, 이를 현대패션 연구의 디자인 방법의 개념적, 이론적, 분석적 기준의 근거로 사용하였다. 구체적인 본 연구의 내용과 연구 방법은 다음과 같다.

첫째, 문헌 연구를 중심으로 대상성 중심 철학이라고도 불리는 객체지향 존재론에 대한 다양한 담론과 이론을 바탕으로 핵심 개념을 정립하고자 한다. 객체지향 존재론은 2000년대 초반 하먼이 제시한 존재론으로 축약하여 'OOO'(Object-Oriented-Ontology)라고 불리며, 이는 인간중심의 주체와 그 여타의 것들로 상정했던 객체의 위계를 허물고, 객체의 지향을 추구하는 존재론이다. 하먼은 근대의 인간 주체의 패러다임에서 벗어나 모든 것이 동등한 객체임을 상정하여 이를 통한 공생을 주장하였는데, 본 연구는 이러한 객체의 자율적 특징을 의복 자체의 고유한 자율성으로 해석하고, 객체로서의 의복이 인간의 신체, 기술, 자연과 어떻게 상호작용하는지 객체지향 존재론의 관점에서 고찰해 보고자 한다.

둘째, 앞서 연구한 객체지향 존재론에 대한 개념을 바탕으로 라투르의 행위자 네트워크 이론(Actor-Network Theory, ANT)을 고찰한다. ANT는 인간과 기계나 사물, 동물 같은 비인간 존재 모두를 행위자로 정의하여 이들의 네트워크가 사회를 구성한다고 본다. 객체들

사이의 관계를 중요시한 라투르의 이론을 기반으로 본 연구에서는 패션에서 의복이 착용자와 상호작용하는 측면을 살펴보고, 의복의 재료나 기술 또는 자연 등을 비인간 객체로 상정하여, 이들 사이의 상호 네트워크 관계를 분석해 보고자 한다.

디자인 연구의 4가지 유형은 기술, 인간, 자연과 같은 각각의 객체들이 상호작용할 때 객체지향 존재론이 어떻게 의복에 적용될 수 있는지, 그리고 자율적 객체의 특성을 패션에 접목했을 때 디자인 연구에 어떻게 응용될 수 있는지를 중점으로 분류하였다.

첫 번째 유형은 기술과 인간의 상호작용을 객체지향 존재론의 관점에서 해석하는 방법인 기술 객체(TO) +인간 객체(HO)이다. 애플 워치, 구글 글라스와 같은 웨어러블 테크놀로지, 또는 인간의 신체활동에 반응하여 모니터링해 주는 스마트 의류나, 인터랙티브 패션등을 그 예로 들 수 있다. 두 번째 유형은 인간 외의 비인간 간의 활동으로 두 기술 객체 간의 상호작용을 객체지향 존재론의 관점으로 해석하는 방법인 기술 객체(TO) +기술 객체(TO)이다. 디자이너 필리페 크로스(Philippe Kros)의 컬렉션 중 AI와 3D프린팅 기술의 융합은 인간의 개입 없이 기술 객체들의 상호작용으로 형성된 디자인을 패션에 접목한 한 사례이며 이 밖에도 VR/AR(가상/증강현실)과 패션의 상호작용, 디지털 패션과 블록체인 기술의 접목 등을 들 수 있다. 세 번째는 지속 가능한 패션을 대표적인 예로 들 수 있는 자연 객체(NO) +인간 객체(HO)이다. 객체지향 존재론의 관점에서 자연과 인간은 평등한 자율적 존재로 서로 존중되며 패션디자인의 접근 방법의 한 기준으로 들 수 있다. 버섯의 균사체를 활용한 생체 패션, 동물, 식물 기반의 재료를 활용한 디자인, 바이오 패션 등을 그 예로 들 수 있다. 네 번째 유형은 인간의 개입이 최소화된 자연 객체(NO) +기술 객체(TO)이다. Solar Fabric과 같은 태양 에너지를 흡수하는 스마트 섬유는 자연과 기술이 융합한 한 사례이며, 그 외의 미생물 기반 소재들과 3D프린팅 기술과의 융합, 생명공학 등은 자연과 기술이 동등한 객체로서 상호작용하며 독립적으로 디자인을 창출한 사례로 해석될 수 있다.

패션 사례의 선정 기준은 동시대 미학 담론들과 포스트 모던의 해체 등이 생겨나기 시작했던 2000년대부터 2024년까지 조사하였으며, 자료 수집은 해외 패션사이트, 관련 논문, 연구 사례, 기사, 서적 등을 참고하였다.

3. 결론

본 연구는 객체지향 존재론의 관점을 패션디자인 연구에 적용하여, 의복이 단순히 수동적으로 착용자에게 입혀지는 것이 아니라 능동적인 주체로서 인간, 기술과 상호작용 함으로써 패션의 본질과 가치를 재구성하며, 현대패션에서 다층적이고 복잡한 패턴을 해석하는 데 있어 철학적 기반을 제공하는 데 그 의의가 있다.

References

- Harman, G. (2019). Prince of networks: Bruno Latour and Metaphysics (Kim, H.J., Trans). Seoul: Galmuri. (Original work published 2009)
- Harman, G. (2022). Art and objects (Kim, H.J., Trans). Seoul: Galmuri. (Original work published 2018)

SPA 브랜드 패션필름의 미장센에 나타난 표현 특징

김가희, 이세리*

이화여자대학교 일반대학원 패션디자인전공 석사과정, 이화여자대학교 패션디자인전공 부교수*

1. 서론

브랜드의 이미지를 소비자에게 전달하는 패션필름의 역할은 매우 중요하다. 패션필름에 대한 다수 연구들은 패션필름이 브랜드의 아이덴티티를 어떻게 표현하였는지 밝히는데 필요한 과정으로 진행되었다. 본 연구는 기존의 럭셔리 패션 브랜드 패션필름에 대해 이루어졌던 다양한 선행 연구들을 뒤이어, 현대 패션산업 내 중요한 축을 이루고 있는 글로벌 SPA 브랜드의 패션필름 제작 동향을 파악하고 표현 특징을 도출하는 데에 목적을 두었다. 이를 위해 패션필름 관련 문헌을 조사하였고 이어 SPA 브랜드 패션필름의 사례를 분석하였다. 연구 범위는 Brandirectory의 ‘Apparel 50 2023 Ranking’에 기록된 브랜드 중 럭셔리 브랜드를 제외한 상위권 9위 자라(Zara), 11위 H&M, 12위 유니클로(Uniqlo) 등 글로벌 SPA 브랜드의 필름들로 한정하였고 각 유튜브 공식 계정에 업로드된 패션필름 중 인기순 기준으로 정렬했을 때 상위권에 위치한 10분 이내의 패션필름 각 10편을 선정하였다. 선정된 필름의 표현 특징은 미장센(mise-en-scène) 요소를 중심으로 분석하였다. 미장센은 프레임의 내용과 프레임이 조직되는 방식이며 프레임의 내용은 장소, 조명, 의상, 장식, 소품 그리고 배우들을 포함한다. 프레임 내용의 조직은 배우들의 관계와 장식에 대한 관계, 카메라와 관객의 시선을 포괄한다. 이를 토대로 본 연구에서는 각 패션필름들의 모델, 의상과 액세서리, 배경 공간, 시각효과, 배경음, 자막 등을 분석하였다.

2. 이론적 배경

패션필름은 의상, 액세서리 등과 같은 피사체를 동적 이미지를 통해 나타낸 사실적 기록 수단, 즉 보여주기의 나열보다는 패션에 대한 제작자의 영감 및 의도 등의 메시지가 담긴 예술적 표현 도구로서 상업적 목적과 예술적 표현 가치를 아우르는 복합적 성격의 장르이다 (Kim, 2017). 기존의 연구들이 패션필름의 유형을 다양하게 구분하였는데 Huh et al.(2016)에 따르면 패션 브랜드에서 소비자에게 선보이는 목적 그리고 메시지를 전달하는 세부 목적과 영상 형식에 따라 패션필름은 쇼트 필름, 애니메이션 필름, 브랜드 필름, 캠페인 필름, 쇼 필름의 다섯 가지로 구분 가능하다. 다양한 형식의 필름들이 제작되는 만큼 여러 브랜드들이 각자의 의도를 가지고 패션필름을 창작하게 된다. 럭셔리 패션 브랜드의 경우는 브랜드 역사와 상징 이미지를 은유적으로 표현하고자 하며 다양한 브랜드 경험을 소비자와 공유하였다. 패션필름을 통해 상품 이면의 장인정신을 강조하여 상품을 예술품으로 격상시켰고 창립자를 높은 지위와 명성을 갖춘 디자이너 및 예술가로 표현하였으며 창립자의 신화적 이미지를 조성하여 브랜드의 회소가치를 강화하였다(Beom, 2018).

3. 결과 및 논의

각 브랜드의 패션필름에 나타난 요소들을 분석한 결과 차별화된 미장센 표현 특징이 도출되었다. 자라는 모델이 착용한 의상과 액세서리뿐만 아니라 소재감이 부각되는 공간을 설정함으로써 촉각 이미지와 고급스러운 분위기로 세련된 라이프스타일을 표현하였다. 자라의 패션 제품이 고풍적 분위기의 장소, 소품, 영상 표현 기법과 어우러져 고전미와 무게있는 고급감을 전달하였고, 전반적으로 느린 템포의 클래식 악기를 이용한 배경음악으로 청각적 자극이 더해짐으로써 여러 캠페인 필름을 통해 감각적 이미지 전달을 일관되게 강조하였다. H&M은 SPA 브랜드가 갖는 근본적 한계를 극복하기 위해 지속 가능한 패션의 방법을 꾸준히 연구하고 이를 캠페인 필름으로 연결하였다. 필름 속에는 인종, 성별, 연령 등 다양한 인물들의 스타일과 상황을 연출함으로써 호기심을 자극하고 브랜드의 지속가능 메시지에 대한 관심을 유도하는 직접적인 홍보 의도가 다수 나타났다. 유니클로는 일관되게 청량한 화면 색조를 보여주고 관람자들에게 시원한 촉각과 온도감을 전하는 패션필름들을 제작하였다. 물방울이 떠다니고 터지는 연출이나 모델의 움직임에 따라 훑날리는 가벼운 소재 무게감 등을 캠페인 필름을 통해 전달하였다. 감각적 소재 경험과 강조하고 싶은 제품의 기능 및 이미지를 색채와 움직임, 스토리 등으로 전달하였다. SPA 브랜드 전체로 볼 때 인기순 상위권의 패션필름들은 대부분 캠페인 필름이었으며 이 필름들을 통해 시각 이미지의 미학적 고유성을 추구하거나, 감각적 다양성의 지향을 보여주거나, 사회적 스토리를 부여하는 등의 표현 특징들이 유의미하게 관찰되었다.

4. 결론

패션필름은 각 브랜드들이 추구하는 이미지 및 강점 표현을 감각적으로 보여줌으로써 브랜드의 아이덴티티를 효과적으로 표현할 수 있는 장치가 된다. 패션 필름은 누구나 쉽게 접근 가능한 채널을 통해 브랜드의 이미지, 철학, 메시지 등을 효과적으로 전달하고 있으며, 이 연구를 통해 글로벌 럭셔리 패션 브랜드의 패션필름과 구별된 글로벌 SPA 브랜드들의 패션 필름 미장센 표현 특징을 파악할 수 있었다. 다만 연구 대상의 범위가 한정적이었으므로 이에 대한 한계가 있을 수 있다. 현재까지의 패션필름 연구 중 상대적으로 SPA 패션 브랜드 필름을 대상으로 한 연구가 극히 적었으므로 앞으로 이에 집중하여 다양한 연구 대상 및 관점의 후속 연구가 가능할 것으로 기대한다.

References

- Beom, S. H. (2018). Study on the artification of global luxury fashion brands - Focused on communication platforms - . *Unpublished doctoral dissertation, Sungkyunkwan University, Seoul.*
- Huh, Y., Chun, J., & Ha, J. (2016). A research on the communication characteristics of fashion film-Focused on Chanel, Prada, Kenzo, Alexander Wang. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, 40(2)*, 315-329.
- Kim, S. J. (2017). A study on expressive characteristics of fashion images in fashion films. *Unpublished doctoral dissertation, Seoul National University, Seoul.*

리처드 퀸 패션 작품에 나타난 표현 특성

이은정, 김선영*

국립순천대학교 의류학과 석사과정, 국립순천대학교 패션디자인학과 교수*

1. 서론

패션은 시대정신이 반영된 표현 문화이며 개인의 취향과 개성을 표현하는 수단이다. 새로운 패션 스타일과 이미지를 창조하는 패션디자이너의 창의성은 패션을 둘러싼 모든 예술과 문화의 경계를 융합하여 또 다른 새로움을 탄생시키며, 이들이 제시하는 도전과 시도는 패션의 미래를 위한 창조의 여정이라 할 수 있다. 현대패션에서 활발한 활동을 전개하는 디자이너 중 영국 엘리자베스 여왕이 수여하는 영국 디자인상의 첫 수상자로 세계 패션계의 주목을 받은 리처드 퀸(Richard Quinn)은 쿠티르 감성의 여성복과 수작업 방식의 화려한 프린트 디자인, 지속 가능성 모색으로 작품을 전개하며 런던 쿠티르 패션의 차세대 주자로 평가받는 디자이너이다(Barr, 2016; Richard Quinn, n.d.). 이에 본 연구는 리처드 퀸의 패션 작품의 조형적 측면을 분석하고 이에 표현된 미적 특성을 파악하였다. 그는 패션디자이너가 전개하는 창의적 사고와 표현 방식, 예술적 비전의 제시를 탐색할 수 있을 것이다. 본 연구를 위한 방법은 학술 논문과 패션 매체의 기사를 중심으로 리처드 퀸에 대한 문헌 고찰, 보그(Vogue)와 퍼스트뷰(First View)와 같은 컬렉션 전문 사이트를 중심으로 한 컬렉션 작품에 대한 사례 연구로 진행하였다. 연구 내용은 첫째, 리처드 퀸의 이력과 패션 세계에 대해 고찰하였다. 둘째, 패션 작품 분석은 세계 패션 무대에 처음 선을 보인 2018 S/S부터 2024 F/W까지를 범위로 하였고, 컬렉션 주제와 패션쇼 연출 방식, 작품의 조형적 측면에서 형태와 색상, 소재 사용, 프린트 디자인에 특화된 디자이너의 특성을 고려하여 문양의 표현 방식을 살펴보았다. 마지막으로, 디자이너의 패션 세계, 작품 분석 결과를 종합하여 작품 전반에 표현 특성을 도출하였다.

2. 본론

런던을 기반으로 활동하고 있는 리처드 퀸은 센트럴 세인트 마틴스 대학에서 패션 프린트와 패션디자인을 전공하였고, 2017 H&M 디자인 어워드 수상, 영국 패션협회의 뉴젠(New Gen) 프로그램 선정되었고, 프린트에 특화된 디자인과 아방가르드 스타일, 장인정신을 기반으로 한 수공예 기법을 중심으로 차별화된 개성을 전개한다. 기성복보다 주문 제작에 집중하는 친환경 패션을 실천하며, 몽클레르(Moncler) 협업을 비롯해 고급 위스키 브랜드 로얄 살루트(Royal Salute), 조 말론(Jo Malone) 향수 패키지 협업을 통해 자신의 패션 세계를 확장하고 있다. 선행 연구나 패션 매체에서 제시한 리처드 퀸의 패션 세계 역시 강렬한 꽃무늬와 그래픽 디자인 사용, 실험적인 소재 사용, 디지털 프린트 기법을 통한 지속 가능성, 극적인 스타일링, 여성성의 강조, 맥시멀리즘 등을 통한 예술적 쿠티르 감성 표현으로 요약된다

(Chung, 2024; Kim, 2020). 패션 작품 분석 결과, 컬렉션 주제는 영국 문화와 예술 및 과거 쿠티르 작품의 재해석, 런던 언더그라운드 클럽의 다채로움, 영국 여왕과 아버지의 죽음에 대한 애도, 공상 과학, 꽃을 모티브로 한 화려한 정원 이미지 등 다채로운 주제로 전개되었다. 형태는 곡선미와 구조적인 디자인, 복고적 요소와 현대적인 감각의 조화, 볼륨 강조와 대비를 통한 극적인 실루엣이 특징이며, 이를 통해 여성성 강조라는 메시지를 전달하였고, 색상은 강렬하고 선명한 색상을 통해 시각적인 효과를 나타냈다. 이러한 형태와 색상은 리처드 퀸의 상징인 꽃무늬를 비롯해 다양한 패턴과 결합하여 강렬한 시각적 자극을 나타냈고, 대담한 그래픽 디자인, 꽃과 식물에서 영감을 받은 디자인, 다양한 문양의 중첩 효과를 표현한 프린트 기법을 통해 감각적이고 생동감을 표현하였다. 소재는 실크, 새틴, 레이스 같은 고급스러운 소재와 라텍스 등 다양한 질감의 소재 혼합으로 독특한 비주얼 표현 및 전통적인 패션 소재의 경계를 허무는 실험적 태도를 제시하였고, 친환경 소재와 지속 가능한 방법으로 제작된 원단 사용으로 지속 가능한 패션 메시지를 전달하였다. 장식적인 측면에서도 화려한 비즈와 시퀸, 거대한 헤드 장식으로 극적인 이미지를 표현하였고, 패션쇼 연출은 바닥이나 벽에 꽃무늬 프린트, 정원 같은 화려한 꽃장식 무대 등 브랜드 상징인 꽃의 이미지를 강조하여 브랜드 정체성을 전달하였다. 즉 리처드 퀸은 모든 디자인 요소의 혼합, 수작업 기반의 장식, 화려한 프린트를 통해 개성적인 쿠티르 미학을 구축하고 지속 가능한 맥시멀리스트 감성을 확장해 나가고 있는 것으로 여겨진다.

3. 결론

본 연구를 통해 확고한 디자인 정체성을 구축하고 확장해 가는 패션디자이너의 창의적 시각과 비전을 확인할 수 있었다. 패션의 새로움을 창조하기 위해 수많은 디자이너가 탄생하고 있으나 자신만의 명확한 패션 세계를 구축하고 유지하기 위해서는 기존 사고를 넘어선 열린 시각과 창의성을 시도하는 도전 정신이 필요하다. 앞으로 급변하는 패션 환경에서도 자신만의 독창성을 통해 새로운 패션의 세계를 창조하는 패션디자이너의 등장이 활발하게 전개되기를 기대한다.

References

- Barr, N. (2016, December 8). Richard Quinn's Textile Revolution. *Interview*. Retrieved September 21, 2024, from <https://www.interviewmagazine.com/fashion/richard-quinn>
- Chung, H. J. (2024). A Study on Contemporary Typology of Creation in Textile Design for Fashion-Focused on the 22' SS to 24' SS collections of Dries Van Noten, Marni, and Richard Quinn-. *Bulletin of Korean Society of Basic Design & Art*, 25(3), pp.339~359. doi:10.47294/KSBDA.25.3.23
- Kim, S. Y. (2020). Characteristics of Maximalism in Fashion Designer Richard Quinn's Work-Focusing on Fashion Collections from 2018 S/S to 2020 S/S-. *Journal Korea Society of Visual Design Forum*, 25(3), pp.29~42. doi:10.21326/ksdt.2020.25.3.003
- Richard Quinn. (n.d.). *The Business of Fashion*. Retrieved September 21, 2024, from <https://www.businessoffashion.com/community/people/richard-quinn-1>

자크뫼스의 숏폼 패션 광고에 나타난 표현 특성

김선영*

국립순천대학교 패션디자인학과 교수*

1. 서론

오늘날 패션 광고는 디지털 기술과 소셜 미디어 플랫폼의 진화와 함께 기존 광고 개념에서 완전히 벗어난 새로운 형식으로 전개되고 있다. 특히 컴퓨터 생성 이미지로 구현된 옥외 광고를 비롯해 온라인 플랫폼 기반의 숏폼 광고는 재미는 물론 가상과 현실을 넘나드는 초현실적 이미지를 전달하며, 새로운 광고 마케팅 기법이자 커뮤니케이션 도구로 활용되고 있다. 숏폼 소비의 확산으로 인해 인스타그램 릴스(Instagram Reels), 유튜브 쇼츠(Youtube Shorts), 틱톡(Tik Tok) 등 숏폼 전용 플랫폼들이 등장하였고, 패션 영역에서도 숏폼 영상은 브랜드의 정체성, 시즌 콘셉트, 광고 캠페인, 협업 이벤트 등을 위해 활용되고 있다(Kim, 2017). 여러 패션 브랜드가 숏폼 영상을 선보이는 가운데 자크뫼스(Jacquemus)는 소셜 미디어 플랫폼에서 강력한 존재감을 나타내고 있으며(Li, 2023), 숏폼 형식의 패션 광고는 브랜드 미학과 이미지를 강화하는 수단으로 작용한다. 본 연구는 자크뫼스의 숏폼 패션 광고를 고찰하고, 그 표현 특성을 파악하고자 한다. 이는 패션 분야의 광고 콘텐츠 소비가 숏폼 형식을 중심으로 변화하는 가운데 차별화된 이미지를 전달하는 패션 광고는 물론 패션 커뮤니케이션 방식에서 새로운 가능성을 구현하는 방식을 탐색할 수 있을 것이다. 연구 방법은 문헌 연구와 사례 연구이며, 연구 내용은 첫째, 선행 연구와 관련 문헌, 패션 매체 기사 등을 중심으로 숏폼의 개념과 특성, 숏폼 광고의 동향, 자크뫼스의 패션 세계에 대해 문헌 고찰하였다. 둘째, 사례 연구는 자크뫼스 홈페이지와 공식 소셜 미디어를 중심으로 숏폼 형식의 패션 광고를 수집하여 영상을 시청하고, 내용 분석 및 표현 특성을 파악하였다. 사례 연구 범위는 최근 3년 동안 선보인 숏폼 영상으로 한정하였고, 자료 검색 기간은 2024년 9월 1일부터 20일까지이다.

2. 본론

숏폼은 1분 이내의 짧은 영상을 의미하며, 숏폼 콘텐츠의 등장과 확산은 콘텐츠 과잉과 소비에 대한 피로감으로 인한 콘텐츠의 빠른 소비 욕구, 누구나 즐길 수 있는 쉬운 접근성, 하나의 놀이로 인식되는 체험과 참여라는 요인에 기인한다. 특히 기존 광고 형식에 얽매이지 않는 짧은 영상은 소비자 참여 유도의 챌린지 형식, 패러디 형식이나 웹 드라마 형식 등 다양한 콘텐츠로 연출되며, 정보성, 오락성, 직관성, 대중성 같은 기존 광고의 특성은 물론 소셜 미디어를 통해 빠른 속도로 확산함으로써 바이럴 마케팅에 큰 효과를 나타낸다(Oh & Cheong, 2022). 또 현실 공간의 실사 배경에 컴퓨터 생성 이미지를 조합하여 제작된 숏폼 동영상은 현실에서 구현하기 힘든 초현실적이고 창의적인 이미지를 만들 수 있으며, 대중이

이해하기 쉬운 시각적 콘텐츠를 기반으로 현실과 환상을 오가는 이미지를 표현하고, 수용자의 무의식적 감성 영역까지 유도하여 예술적 가치나 메시지를 경험하도록 함으로써 광고 표현의 확장을 제시한다(Wei & Yang, 2023). 자크뤼스의 숏폼 영상은 디자이너 개성과 결합하여 특별한 시각적 경험을 제공하며, 광활한 자연을 배경으로 한 패션쇼, 초현실적 팝업과 캠페인, 소셜 미디어의 전략적 활용과 함께 차별화된 커뮤니케이션을 구축하는 도구이다. 자크뤼스의 숏폼 패션 광고의 특징은 첫째, 브랜드의 상징적인 제품이나 신제품 특징을 강조하기 위해 제품을 확대하거나 움직임을 부여하여 재미와 놀라움을 전달하였고, 비현실적인 크기나 비율의 오브제 왜곡과 모션 그래픽에 의한 움직임, 현실과 비현실의 경계를 허무는 공간 배경과 시간의 왜곡으로 브랜드의 모든 제품을 초현실적 오브제로 전환하여 환상적인 이미지를 나타냈다. 둘째, 일상적인 순간이나 자연에서의 자유로운 모습을 강조하는 등 자연과 일상의 결합, 패션과 삶의 방식을 연계함으로써 브랜드가 추구하는 여유롭고 자유로운 감성을 전달하였다. 셋째, 짧은 시간 안에 명확한 메시지 전달을 위해 불필요한 요소를 배제하고 의상이나 소품, 배경의 상징적 요소에 집중하여 미니멀리즘을 극대화하였고, 독특한 카메라 앵글, 과감한 색감 사용과 대비를 통해 강렬한 영상미를 표현함으로써 감각적 비주얼로 시각적 몰입 효과를 나타냈다. 또 단순히 제품을 보여주는 것이 아니라 모델의 움직임, 표정, 주변 환경과의 상호작용을 통해 하나의 이야기나 장면을 형성함으로써 제품이 주는 감정과 경험을 강조하는 방식으로 대중과 감정적인 연결을 유도하였다. 숏폼을 기반으로 한 자크뤼스의 패션 광고는 브랜드 정체성 강화와 대중에게 강렬한 시각적, 감정적 경험을 제공하였고, 패션 광고의 새로운 표현 영역 확장이라는 점에 의미를 지닌다.

3. 결론

본 연구를 통해 패션 영역에서 숏폼의 활용 가능성과 브랜드 개성과 가치를 차별화하는 디지털 커뮤니케이션 수단임을 알 수 있었다. 인공지능을 비롯해 디지털 기술의 진화에 따라 패션 광고 영역에서도 기술과 예술성의 융합은 더욱 정교하고 구체적으로 변화할 것으로 예측되며, 앞으로 창의성과 상상력을 자극하는 숏폼 광고가 전개되기를 기대한다.

References

- Kim, S. J. (2021). A Study on the Characteristics and Production of Short-form Fashion Video. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 45(1), pp.200~216. doi:10.5850/JKSCT.2021.45.1.200
- Li, J. (2023, December 28). Jacquemus is a Blueprint for Surrealist Marketing. *Hypebeast*. Retrieved September 21, 2024, from <https://cutt.ly/beS5MLiu>
- Oh, H. R., & Cheong, Y. J. (2022). An Exploratory Study on the Characteristics of Short-Form Advertising Using LDA(Latent Dirichlet Allocation) Topic Modeling. *Advertising Research*, 135, pp.51~86.
- Wei, X., & Yang, J. B. (2023). The Typological Analysis of the Unconscious Mind in Visual Surreal Advertisement Communications. *Design Research*, 8(1), pp.199~214. doi:10.46248/kidrs.2023.1.199

Classification of Virtual Fashion Shows and Audience Perceptions

Palak Bansal, Se Jin Kim[†]

Doctoral Student, Interdisciplinary Program in Senior Human Ecology,
Changwon National University

Associate Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Changwon National University[†]

1. Introduction

The fashion industry is rapidly transforming with the rise of virtual fashion shows (VFS), which are crucial for brand engagement, especially in the post-pandemic landscape. These innovative formats enable designers to connect with global audiences in real time. However, there is a lack of research on how various VFS formats impact audience emotions and perceptions. This study aims to classify virtual fashion shows into different categories and explore these aspects by analyzing user interactions and reactions associated with various virtual formats. It will provide valuable insights for future research, as well as for brands looking to enhance their digital marketing strategies and foster stronger consumer connections.

2. Literature review & Method

Virtual fashion shows are a digital recreation of traditional catwalk formats, where models do not walk physically down a runway. Instead, the shows exist as fully digital, broadcast-quality films or interactive experiences that can be viewed online, utilizing 3D modeling, virtual and augmented reality, and innovative filming techniques to bring designs to life (Kemdi Attire, 2024).

For the method, a keyword search for “Virtual Fashion Shows” was conducted across platforms such as Google, YouTube, Instagram, Metaverse and Decentraland, resulting in the retrieval of 30 VFS videos from an initial pool of 120 from 2020 and 2024 for detailed analysis to ensure data consistency. Each video was reviewed and categorized based on format, technology, and presentation style. Additionally, comments associated with these videos were analysed using text mining techniques. This involved collecting and preprocessing data, including cleaning, tokenization, and stopword removal. The comments were then represented using Bag of Words and analyzed for sentiment, user engagement, and common themes, yielding approximately 4,000 comments for a comprehensive understanding of audience perceptions. A total of approximately 4,000 comments were collected, providing a dataset for understanding view engagement.

3. Result & Conclusion

The types of virtual fashion shows and the results of the comment analysis are as follows. First, VFSs are divided into three categories according to their relationship to reality: 360-degree fashion shows (n=15), which implement the concept of reality to provide a fully immersive experience; AR fashion shows (n=5), which mix elements of reality and virtuality to enhance the viewer's experience with interactive features; and 3D model fashion shows (n=10), which represent designs through purely digital images in the completely virtual category. Second, the user perceptions confirmed through comments on each type of VFS are as follows. In the 360-degree fashion show, viewers liked the immersive experience but pointed out aesthetic concerns about the presentation. In the AR fashion show, users praised the interactive elements and innovation, but some raised issues with the visual consistency. The responses in the comments on the 3D model fashion show were diverse, with a balance of admiration for creativity and a preference for traditional formats, indicating the diverse expectations of viewers.

This study categorized VFS into three categories: 360°, AR, and 3D models, and analyzed audience engagement responses across these formats. The results of the study confirm that there are differences in viewer perception across the three categories. In 360-degree fashion shows, viewers praised the immersive experience and the ability to explore designs from multiple angles, though some raised concerns about pacing and visual clutter. For AR fashion shows, many appreciated the interactive features and the novelty of visualizing clothing in their own environment. On the other hand, criticism arose regarding visual consistency and technical issues, such as lag. Reactions to 3D model fashion shows were mixed, with viewers celebrating creativity but also expressing a preference for traditional formats due to a lack of connection with live models. These differences highlight the need for brands to tailor their digital marketing strategies to leverage the unique strengths of each format to build deeper relationships with consumers in an increasingly digital environment. However, this study has limitations, including a narrow time frame and limited platform coverage. Future research should explore broader methodologies and data sets to further enrich our understanding of the impact of VFS on audience engagement and perception.

References

- Kemdi Attire. (2024). The rise of virtual fashion shows. *Medium*. <https://medium.com/@kemdi-attire/the-rise-of-virtual-fashion-shows-81dfc18aa4fa>
- Lin, X., Hwang, C., & Xu, Y. (2024). Classification of virtual reality fashion shows: From the perspective of user experience. *International Textile and Apparel Association Annual Conference Proceedings*, 80(1). <https://doi.org/10.31274/itaa.17163>

업사이클 패션디자인에 나타난 피상성

- 마린 세르, 듀란 란팅크, 크리스토퍼 래번을 중심으로 -

자니시 카를라 마리아, 김세진*

국립창원대학교 의류학과 석사과정, 국립창원대학교 의류학과 부교수*

1. 서론

2013년 의류 공장 라니아 플라자(Rana Plaza)의 붕괴와 최근 환경 문제에 대한 인식은 패션 산업에서 지속 가능한 관행을 향한 사회 운동을 촉발시켰다. 패스트 패션의 대안 중에서 업사이클링은 직물과 소재를 재사용하여 패션을 재창조하는 인기 있는 접근 방식으로 부상했다 (Arnault, L., & Amiri, R. 2024). 피상성은 본질 또는 깊은 의미보다 외적인 측면에 초점을 맞추는 것을 의미한다. 선행연구에서 피상성의 개념에 대해 명확하게 정의되진 않았지만, 피상성과 관련한 이전 연구들은 주로 사회적 및 문화적 현상을 이해하는 데 논의되었다. 이 연구는 피상성의 사전적 개념에 근거하여 유사하게 접근할 수 있다고 판단한 시물라시옹의 개념과 피상성에 관해 언급한 연구자들의 논의를 토대로 개념을 정의하고, 업사이클 패션디자인에 나타난 피상성의 특성을 살피는데 목적이 있다. 그 결과 업사이클 패션이 윤리적인 추구에도 불구하고 지속가능한 관행이 여전히 피상적일 수밖에 없는 현대 패션의 역설의 시각을 제시할 수 있을 것이다.

연구방법은 개념 정의를 위해 장 보드리야르(Jean Baudrillard), 질 리포베츠키(Gilles Lipovetsky), 발터 벤야민(Walter Benjamin)의 연구에 대한 문헌연구를 수행하여 분석 틀을 마련하였다. 분석대상은 포털사이트에서 ‘업사이클링 패션’의 키워드를 국문, 영문 검색하여 다수 등장한 디자이너들 중 마린 세르(Marine Serre), 듀란 란팅크(Duran Lantink), 크리스토퍼 레이본(Christopher Raeburn)을 선정하고, 19년부터 24년까지 발표된 컬렉션 사진들 중 18개를 최종 선정하여 분석하였다.

2. 본론

피상성(superficiality)은 세 가지 상태로 정의된다. 첫째는 표면성이다. 이미지가 현실과의 연결을 잃고 심도 있는 의미보다 겉으로 드러난 것을 중시하는 것을 의미한다(Baudrillard, 1994). 둘째는 일시성이다. 새로운 트렌드가 지속적으로 등장함에 따라 트렌드가 잠깐의 주목을 받고 사라지는, 대상에 대한 높은 관심이 빠르게 사라지는 것을 의미한다(Lipovetsky, 1994). 셋째는 복제성이다. 발터 벤야민은 예술작품의 복제성이 아우라를 상실하게 하며 작품이 가진 고유성을 잃은 피상적 경험을 제공한다고 보았다(Benjamin, 1969). 이를 토대로 수집된 이미지들을 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째는 색과 재료의 표면적 특성은 마린 세르의 디자인들은 생동감 넘치는 색상과 대담한 패턴의 조합, 듀란 란팅크와 크리스토퍼 레이본의 독특한 재료와 형태의 사용을 통해 나타

났다. 이러한 디자인들은 시각적으로 강렬한 미학을 창조하지만, 그 복잡성은 외형에 집중되어 사회, 문화적 의미에 대한 깊이 있는 해석을 제공하였다. 둘째, 피상성의 일시적 상태는 마린 세르의 레이어링, 레이번의 오버사이즈, 테크웨어, 랭티크의 데님 및 투명 스타일을 통해 트렌드에 기반한 일시적인 매력을 보여주었다. 이 디자인들은 관객의 호기심을 자극하지만, 단기적 관심에 그칠 수 있다. 셋째, 피상성의 복제적 특성은 고급 브랜드의 대중문화 상징이나 패턴을 활용한 디자인으로 나타났다. 듀란 랭티크는 루이비통 모노그램을 재사용하였고, 마린 세르는 만화 이미지와 로고를 포함시켜 고급 브랜드의 대중문화 상징을 활용하는 방식으로 드러났다. 기존 이미지를 복제하는 행위는 새로운 가치를 창출하는 것보다 우선시되며, 이는 피상적 이해와 원작의 아우라의 상실로 이어진다.

3. 결론

본 연구는 업사이클링 디자인에서 나타나는 피상적 경향을 분석하며, 지속가능성이라는 목표보다 시각적 영향에 중점을 두는 방식을 탐구하였다. 마린 세르, 듀란 랭티크, 크리스토퍼 레이번의 컬렉션을 통해 형태, 색상, 텍스타일 등 시각적 요소를 분석한 결과, 업사이클링 패션이 새로운 가치를 더하지 않으면서도 트렌디한 요소를 통해 패션 산업의 피상적 순환과 어떻게 부합하는지 이해할 수 있었다. 본 연구는 시각적 분석에 머물렀지만, 향후 업사이클링 패션디자인 개발과 같은 산업적 시사점을 제공할 수 있는 기초 연구로서 의미가 있다.

References

- Arnault, L., & Amiri R. (n. d.). 지속 가능한 패션이란 무엇이며 관심을 가져야 하는 이유. *theVOU*. <https://ko.thevou.com/%EB%B8%94%EB%A1%9C%EA%B7%B8/%EC%A7%80%EC%86%8D-%EA%B0%80%EB%8A%A5%ED%95%9C-%ED%8C%A8%EC%85%98%EC%9D%B4%EB%9E%80-%EB%AC%B4%EC%97%87%EC%9D%B8%EA%B0%80/>
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation* (S. F. Glaser, Trans.). University of Michigan Press. (Original work published 1981)
- Benjamin, W. (1969). The work of art in the age of mechanical reproduction. In H. Arendt (Ed.), *Illuminations* (H. Zohn, Trans., pp. 217-252). Schocken Books. (Original work published 1935)
- Lipovetsky, G. (1994). *The empire of fashion: Dressing modern democracy* (C. Porter, Trans.). Princeton University Press. (Original work published 1987)

Integrating Functionality and Style

- A Study on Adaptive Fashion Styles for Women Wheelchair Users in India -

Maurya Anudhairya Ramnath, Se Jin Kim⁺

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

Associate Professor Dept. of Clothing and Textiles, Changwon National University^{*}

1. Introduction

The fashion industry has been criticized for its lack of inclusivity, particularly in addressing the needs of disabled women. Despite 15% of the global population, or one billion people, living with disabilities (Clarkson et al., 2018) fashionable and functional clothing for them remains limited. Disabled women face daily challenges such as difficulty dressing, discomfort from conventional fabrics, and a lack of accessible fashion options. The purpose of this study is to design a wrap skirt with magnetic closures, specifically for women with hand or leg disabilities, combining functionality and style. The result of this study demonstrates that the skirt offers increased ease of use and comfort, promoting inclusivity and accessibility for individuals of all ages.

2. Literature review and method

Disability and fashion are often viewed as separate entities, with the latter focusing on aesthetics and the former on functionality. Historically, fashion designers have catered to able-bodied consumers, leaving disabled individuals with limited options (Kawaguchi, 2023) highlights how disabled women often feel excluded from mainstream fashion, forced to prioritize practicality over style. These women face daily challenges not only in dressing but also in conforming to societal standards of beauty.

Inclusive design principles emphasize creating products and environments accessible to everyone, regardless of ability (Kabel et al., 2020). Universal Design principles focus on creating products accessible to all, regardless of ability (Kabel et al., 2020). The seven principles Equitable Use, Flexibility in Use, Simple and Intuitive Use, Perceptible Information, Tolerance for Error, Low Physical Effort, and Size and Space for approach are essential in fashion design, ensuring garments address practical needs like closures and medical device accommodations while supporting self-expression and confidence (Han et al., 2022).

The importance of adaptive fashion that merges style and function (Ellis et al., (2019). Innovations like magnetic closures offer both accessibility and elegance for individuals with

dexterity issues (Miller, 2020). This study applies content analysis to design clothing that integrates Universal Design principles, empowering disabled women by meeting their functional and emotional needs.

3. Result and conclusion

The process of developing inclusive fashion design in this study involved creating four adaptive skirts, magnetic closure wrap skirt, elastic waist a line skirt, velcro fastened pleated skirt, and adjustable drawstring maxi skirt designed for women with disabilities. The design process began with research focused on the specific needs of disabled individuals, particularly challenges related to dexterity and independent dressing. Universal Design principles were applied, ensuring the garments were functional and accessible while maintaining style. Key features, such as magnetic closures, elastic waistbands, Velcro fasteners, and adjustable drawstrings, were incorporated to enhance usability. The design phase involved multiple iterations, and prototyping allowed for refining the functionality and aesthetics of each garment. The skirts were created to address practical concerns like ease of dressing, while also promoting comfort, confidence, and personal expression. The four skirt designs successfully merge functionality with aesthetics, empowering disabled women by promoting independence and enhancing quality of life. However, future work should focus on expanding the scope to accommodate individuals with different types of disabilities, including sensory or cognitive impairments.

References

- Clarkson, P. J., Coleman, R., Keates, S., & Lebbon, C. (2013). *Inclusive design Design for the whole population*. University of Cambridge, London.
- Ellis, K., Goggin, G., Haller, B. A., & Curtis, R. (Eds.). (2020). *The Routledge companion to disability and media*. New York, Routledge.
- Han, C., Lei, S., Ruoan, R., Han, X., & Yanbing, L. (2022). Research and Design of smart care giving clothing for disabled elderly. *fibres & textiles in eastern Europe*, 30(4), 21–31.
- Kawaguchi, N. (2023). Difficulties disabled women in Japan face with regard to love, marriage, and reproduction1. *In Disability, Sexuality, and Gender in Asia*, 97–109, Routledge.
- Kabel, A., Dimka, J., & McBee-Black, K. (2017). Clothing-related barriers experienced by people with mobility disabilities and impairments. *Applied Ergonomics*, 59, 165–169.
- Miller, M. L. (2021). We already look amazing, we just need designers to jump on board Designing for female consumers that use mobility aids based on satisfaction with retail selection and garment design characteristics.

숏폼 영상에 나타난 지속가능

- 베트남 크리에이터를 중심으로 -

다오티린, 김세진*

국립창원대학교 시니어휴먼에콜로지협동과정 석사과정, 국립창원대학교 의류학과 부교수*

1. 서론

통계에 따르면, 지구에서는 매년 약 800억 개의 새로운 의류 제품이 구매되며, 이는 패션 산업에 연간 1.2조 달러에 해당한다. 저렴한 의류의 생산과 수요가 증가함에 따라 막대한 양의 쓰레기가 발생하게 되었다(Bick et al., 2018). 이러한 맥락에서 지속가능한 패션은 패션 산업에서 필수적인 트렌드로 자리잡았고, 소셜 미디어 플랫폼인 TikTok은 지속가능한 패션 트렌드를 이끄는 중요한 역할을 하고 있다. 베트남에서 TikTok은 많은 주목을 받는 플랫폼으로 자리 잡고 있으며, 지속가능한 패션에 대한 관심을 표출하는 젊은 세대의 중요한 공간이 되어 사회적 인식의 변화를 반영하고 있다. 본 연구의 목표는 TikTok에서 나타나는 지속가능한 패션의 특성을 규명하고, 소셜 미디어가 베트남에서 지속가능한 소비 트렌드 형성에 미치는 역할을 살펴보는 것이다. 그 결과는 소셜 미디어 내에 형성되는 지속가능한 패션문화에 대한 이해를 높이고 관련 영상 제작에 시사점을 제공할 것이다.

2. 본문

지속가능한 패션 용어는 사회적 책임을 지니고 자연 환경에 친화적인 브랜드의 트렌드를 포함한다(Khandual, 2019). 지속가능한 패션 산업의 목적과 가치를 반영하는 핵심 요소들에 따라 세 가지 측면으로 나눌 수 있다(Kim, 2015). 첫째, 환경 친화적인 패션은 지속가능한 소재를 사용하고 생산 과정에서 오염을 최소화하는 것을 목표로 한다. 둘째, 재활용 패션은 중고 제품이나 폐기된 제품을 재활용하여 새로운 제품을 창출한다. 마지막으로, 지속가능한 원자재를 사용하는 패션은 내구성이 높은 원자재로 제품을 생산하는 것을 지향한다. TikTok에서 15-60초의 숏폼 영상은 사용자가 정보를 쉽게 소비할 수 있도록 하며 높은 수준의 상호작용을 생성한다(Smith et al., 2020). 개인화된 추천 기능과 매력적인 형식 및 음향은 연결을 촉진하여 숏폼 영상을 지속가능한 패션 메시지를 전달하는 효과적인 도구로 만든다. 연구 방법은 다음과 같다. 첫째, 문헌연구를 통해 지속가능한 패션의 특성과 숏폼 영상의 구성 요소를 도출하였다. 둘째, 데이터 수집은 TikTok 플랫폼에서 해시태그를 활용하여 최근 5년 동안 게시된 영상을 수집하였다. 키워드 검색으로 '지속가능'과 '패션'을 베트남어로 교차 검색하고 수집된 영상 중, 연구의 대표성과 최신 데이터를 반영하기 위해, 높은 상호작용수의 영상을 최종 20개로 선정하였다. 셋째, 수집된 영상은 지속가능한 패션의 세 가지 주요 특성에 따라 분류하고 숏폼 영상에서 어떻게 나타나는지를 확인하였다.

분석 결과는 다음과 같다. 첫 번째는 환경 친화적인 원자재 사용이 특징적으로 확인되었다(5개, 25%). 대표적으로 패션 브랜드 UNIQLO는 베트남 콘텐츠 제작자들과의 협업을 통

해 환경 친화적인 원자재를 강조하여 친밀한 브랜드 이미지를 성공적으로 구축하였다. 매력적인 음악과 시각 효과를 사용하여 브랜드는 환경 보호 메시지를 효과적으로 전달하였다. 두 번째는 재활용 소재로 새로운 제품의 제작이다(8개, 40%). 콘텐츠 제작자들은 오래된 의류를 자르고 다시 꿰매어 유용한 새로운 제품으로 변형하는 과정을 기록하였다. 이러한 영상은 해시태그를 통해 시청자들이 패션 재활용 도전에 참여하도록 유도하며, 플랫폼에서 긍정적인 커뮤니티를 형성한다. 마지막은 긴 수명을 가진 제품 사용의 중요성의 강조이다(7개, 35%)이 그룹에서 대표적인 영상은 극한의 날씨 조건에서 고급 재활용 소재로 만든 의류의 내구성을 테스트하는 것으로, 지속가능한 제품의 가치를 보여준다. 댓글 및 공유 기능을 통해 소비자들의 지속가능한 패션에 대한 긍정적인 인식이 빠르게 확산되는 데 기여한다. 요약하자면, 지속가능한 패션의 특징은 숏폼 영상에서 명확하게 드러나며 올바른 소비 트렌드를 확산하는 데 중요한 역할을 한다.

3. 결론

이 연구는 숏폼 플랫폼을 통해 지속가능한 패션의 특성을 규명하고, 소셜 미디어가 이 트렌드를 전파하며 올바른 소비 행동을 촉진하는 역할을 확인하였다. 베트남 소비자들이 콘텐츠를 빠르게 소비하는 경향이 있는 상황에서, 지속가능한 패션에 관한 숏폼 영상은 신속하고 직관적인 정보 전달 능력으로 인해 특히 주목받고 있다. 베트남 소비자는 소셜 미디어의 영향을 쉽게 받지만 환경 문제에 대한 인식은 부족하다. 또한, 숏폼 플랫폼의 트렌드는 빠르게 나타나고 사라질 수 있어 연구 결과가 시대에 뒤떨어질 위험이 있다. 향후 연구에서는 시간에 따른 데이터 분석 방법을 적용해야 할 것이다.

References

- Bick, R., Halsey, E., & Ekenga, C. C. (2018). The global environmental injustice of fast fashion. *Environmental Health*, 17(1), 1-4. <https://doi.org/10.1186/s12940-018-0403-0>
- Khandual, A., & Pradhan, S. (2019). Fashion brands and consumers' approach towards sustainable fashion. *Fast fashion, fashion brands and sustainable consumption* (pp. 37-54).
- Kim, H. E. (2015). A study on the characteristics and trends of sustainable fashion through Esthetica at London Fashion Week. *Fashion & Textile Research Journal*, 17(2), 168-177.
- Smith, A., Brown, L., & Davis, K. (2020). The impact of video length on viewer retention. *Journal of Online Marketing*, 7(2), 89-104.

복식을 통한 여성 정치인의 정치적 커뮤니케이션

김하정, 임은혁*

성균관대학교 의상학과 석사과정, 성균관대학교 의상학과 교수*

1. 서론

현대 사회에서 정치와 미디어의 상호작용은 정치적 커뮤니케이션의 핵심 요소로 자리 잡았다. 특히 여성 정치인의 패션 커뮤니케이션은 그들의 정치적 정체성을 구축하고, 대중과 소통하는 중요한 도구로 기능하고 있다. 패션 커뮤니케이션은 단순한 미적 표현을 넘어, 정치적, 문화적, 사회적 맥락에서 복식을 통해 메시지를 전달 도구로서의 역할을 하며, 정치적 이념, 권력관계, 그리고 젠더정체성을 표현하는 데 중요한 매개체로 작용한다. 여성 정치인은 복식을 통해 남성과 차별화된 이미지를 구축하고, 정치적 권위를 부각하여 젠더 정치와 권력관계를 재구성하는 중요한 도구로 활용했다. 또한 그들은 복식을 통해 미디어와 대중을 상대로 정치적 메시지를 전달하는 방식으로 이를 활용한다. 특히 소셜 미디어와 같은 디지털 플랫폼의 발전으로 인해 정치인의 복식은 실시간으로 분석되고 해석되는 경향이 더욱 심화되었다. 이에 따라 복식 선택을 통한 정치적 커뮤니케이션을 분석할 필요가 있다. 이러한 배경에서 본 연구는 2020년 이후 해외 여성 정치인을 대상으로 정치적 메시지 전달에 복식을 어떻게 활용하는 지를 분석한다. 2020년은 디지털 미디어와 정치적 커뮤니케이션 방식에 있어 중요한 변곡점이 되었고, 정치인들, 특히 여성 정치인들은 복식 선택을 전략적으로 활용하여, 정치적 메시지와 정체성을 실시간 미디어를 통해 전달하는 방식을 발전시켜 왔다. 또한 연구의 신뢰도를 위해 해외 주요 언론 매체 세 곳과 패션 전문 언론 매체의 의견을 기반으로 다섯 가지 이미지 전략에 부합하는 여성 정치인의 복식에 대한 분석 기사를 수집하였고, 텍스트 데이터 코딩 시 연구의 일관성을 유지하기 위해 직접적으로 연관된 주요 키워드로 자료를 분류하였으며, 언론 매체의 분석을 바탕으로 정치적 메시지 전달 의도, 복식과 정치적 이미지의 상관 관계를 파악하였다. 여성 정치인의 정치적 이미지 전략에 대한 선행 연구(Voronova, 2012)를 바탕으로, 본 연구는 ‘정치화된 패션’과 ‘패션화된 정치’ 개념을 발전시켜 여성 정치인들이 복식을 통해 정치적 메시지를 전달하고 대중과 소통하는 방식을 유형화하여 분석하고자 한다. 본 연구는 선행 연구에서 다루지 않았던 최근의 사례들을 포함하여 다섯 가지 이미지 유형을 바탕으로 각 특성을 고찰하고자 한다.

2. 본론

본 연구에서 유형화하여 분석한 다섯 가지 정치적 이미지 전략은 다음과 같다. 첫째, 전통적 남성성 전략은 여성 정치인들이 남성적 권위와 강인함을 시각적으로 표현하기 위해 남성적인 스타일을 선택하는 것을 의미한다. 이는 주로 남성 중심의 정치 구조 속에서 여성 정치인들이 동등한 리더십을 강조하기 위해 선택된다. 대표적으로 미국 연방 상원의원 엘리자베

스 워런과 전 독일 연방총리 앙겔라 메르켈은 바지 정장과 단정한 스타일을 통해 정치적 강인함을 부각시켰다. 워런은 미국 대선 후보로서 실용적인 복식을 선택함으로써 국민에게 신뢰감을 주었고, 메르켈은 독일 총리로서 실용성과 권위를 강조하는 스타일을 유지해 왔다. 두 번째, 전통적 여성성 전략은 여성성을 부각하면서도 정치적 리더십을 유지하는 복식 이미지 전략이다. 이는 여성 정치인이 따뜻함과 친근함을 전달하면서도 정치적 권위를 잃지 않는 방식으로 표현된다. 대표적으로 전 미국 UN대사인 니키 헤일리 카말라 해리스와 전 영국 총리 테레사 메이와 이 전략을 활용하였고, 메이는 다양한 색상과 패턴의 복식을 통해 여성적 매력과 정치적 결단력을 동시에 전달하였다. 세번째, 평범성 강조 전략은 정치인들이 일반 대중과의 동질성을 강조하기 위해 소박한 복식을 선택하는 전략이다. 이는 대중과의 거리를 좁히고, 정치적 권위보다 친밀감과 평등성을 강조하는 방식으로 표현된다. 대표적으로 전 핀란드 총리 산나 마린과 미국 연방 하원의원 알렉산드리아 오카시오-코르테즈는 소박하고 실용적인 복식을 통해 자신의 평범한 배경과 대중과의 친밀감을 강조하였고, 정치적 리더로서의 권위를 부각하기보다 대중과 같은 입장에서 소통하려는 전략을 사용한다. 네번째, 스타 전략은 정치인이 미디어와 대중의 주목을 받기 위해 주목받는 복식 스타일을 선택하는 방식이다. 이는 정치적 메시지를 강렬하고 시각적으로 전달하는 방식으로, 감정적 반응을 유도하는 데 효과적이다. 전 뉴질랜드 총리 저신다 아던은 팬데믹 시기에 공감을 불러일으키는 복식 선택을 통해 대중의 지지를 얻었으며, 프랑스 의회 의원 마린 르 펜은 이국적이고 도발적인 복식을 통해 미디어의 주목을 받았다. 다섯번째, 국모(國母) 이미지 전략은 정치인이 국가적 안정감과 책임감을 강조하기 위해 겸손하고 정돈된 복식을 선택하는 전략이다. 이는 정치인이 국가를 대표하는 어머니로서의 이미지를 구축하는 방식으로, 대중에게 신뢰감을 전달한다. 라이베리아 공화국 첫 여성 대통령 엘런 존슨 설리프와 이탈리아 출신의 인도 국민 회의 당대표 소니아 간디는 이 전략을 통해 정치적 책임감을 표현하였다. 소니아 간디는 인도의 전통복식을, 설리프는 라이베리아의 전통복식을 통해 국가적 정체성을 부각하였다.

3. 결론

본 연구는 여성 정치인들이 복식 선택을 통해 정치적 메시지를 전달하고 정체성을 형성하는 전략을 분석하였다. 최근 여성 정치인들은 각기 다른 정치적 맥락과 문화적 배경 속에서 복식을 통해 정치적 권위, 젠더 역할, 대중과의 소통을 시각적으로 표현하고 있다. 본 연구를 통해 복식이 정치적 커뮤니케이션의 핵심 요소로 작용하는 메커니즘을 파악할 수 있다. 후속 연구를 통해 비서구권 정치인의 패션 커뮤니케이션 전략 및 디지털 미디어를 중심으로 한 이미지 분석이 이루어져야겠다.

References

- Noris, A., & Cantoni, L. (2022). *Digital Fashion Communication: n (Inter) cultural Perspective*. Brill.
- Voronova, L. (2012). *Fashionized politics or politicized fashion?* Moscow: Gender and Mass Media.

시니어의 시각적 피로도 감소를 위한 패션 플랫폼 배경 색채에 대한 연구

김희진, 이지현*

연세대학교 통합디자인학과 석/박사 통합과정,
연세대학교 통합디자인학과|인간생애와혁신적디자인융합전공 교수*

1. 서론

대한상공회의소에서 발표한 ‘2023 유통물류통계집’에 의하면 최근 온라인 쇼핑의 75% 이상이 스마트폰이나 태블릿PC와 같은 모바일 환경에서 이루어지고 있다. 이러한 쇼핑환경의 변화는 시니어 패션 쇼핑에서도 나타나고 있다. 한국인터넷진흥원이 2016년부터 2020년까지 온라인 쇼핑 이용자 추이를 조사한 결과에 따르면 온라인으로 쇼핑하는 50대는 2016년 31.2%에서 2020년 60.2%로 2배 증가하는 동안 60대는 2016년 12.7%에서 2020년 60.2%로 5배 가까이 증가했다. 그러나 현재 모바일 중심 쇼핑환경은 눈 건강에 취약한 노안이거나 노안의 위험이 있는 시니어의 경우 안구 피로 등 사용의 부정적 경험을 일으킬 수 있다.

일반적으로 온라인 쇼핑 플랫폼은 위탁 판매를 근간으로 운영하기 때문에 웹과 앱은 대체로 유사한 상품 전시 방식을 고수하고 있다. 백색의 배경 화면에 많은 상품 이미지를 배치하고 상세페이지에 작은 글씨로 상품 정보 설명을 넣어, 많은 정보의 인식 과정에서 수정체의 초점 전환이 늦어 대상이 흐릿하게 보이는 시니어 소비자의 경우 정보 인식이 더 어려운 실정이다. 모바일 환경에서 시각적 피로도가 낮을수록 주어진 과제를 더 오래 수행하고 목적 달성에 대한 자신감을 가지고 성취할 수 있다(Price Edward, 2016)는 선행연구를 볼 때, 일정 시간 이상 자세히 둘러보며 정보를 비교하고 결정하는 모바일 쇼핑에서 시각적 편안함은 시니어 쇼핑 자신감에 영향을 미칠 수 있을 것이다. 이에 본 연구는 시니어의 온라인 패션 쇼핑 플랫폼의 배경 색채의 차이가 시각적 피로도를 낮추는 데 영향이 있는지, 쇼핑 활동에 보다 긍정적인 효과를 일으킬 수 있는지를 알아보고자 하였다.

2. 연구 방법

패션 쇼핑 플랫폼의 배경 색채의 차이가 시니어에게 시각적 피로도를 낮추는 데 영향이 있는지 분석하기 위하여 온라인 및 스마트폰에서 패션 쇼핑을 자주 경험하는 50대부터 70대 여성 50명을 대상으로 설문을 진행하였다. 자극물은 현재 시니어 층의 주소비자를 보유한 웹사이트 모라니크(www.moranique.com)를 기준으로 바탕색과 텍스트의 색채를 변경하여 A, B, C 비교군을 만들어 실험을 진행하였다. 설문 문항은 총 10문항으로, 색채에 대한 시각적 피로도가 패션 쇼핑에 미치는 영향을 설문을 통해 확인하기 위해 패션 정보 콘텐츠와 색채, 상품 정보전달 세 부분으로 각 3개 항목을 기준으로 작성했다. 비교군 적용 색채는 선행연구(Yoon, Park, 2014)에 근거해 전자기기에서 시각적 피로도를 감소하게 하는 Whitish G 색채(RGB: 235, 255, 245)로 설정하였다. A군은 원본 사이트의 텍스트 색채(RGB: 229, 227,

229)와 바탕색과 대비를 높여 텍스트 색채(RGB: 256, 256, 256)를 조정한 시안을 비교하였고, B 군은 흰색 배경색과 조정된 Whitish G 색채를 적용한 배경색을 비교하였으며 C 군은 텍스트 색채와 배경에 Whitish G 색채를 모두 적용하여 원본과 비교하도록 했다. 배경색과 텍스트 색채 대비가 각각 시각적 피로도에 유의한 영향을 주는지 검증을 하기 위해 각 A, B, C 군에 채점된 점수는 ANOVA로 분석하였다.

3. 연구 결과

분석 결과, 실험 참여자 중 60~70대 소비자는 색채와 정보 인식에 대한 요구가 더 높았으며 50~60대 소비자는 패션 정보 콘텐츠에 대해 60~70대에 비해 더 다양한 니즈가 있음을 확인 할 수 있었다. 실험 참여자 전체 중 75%가 모바일 기기에서 청색광과 현재 쇼핑물 색채 환경이 시각적 피로도가 야기되어 쇼핑 검색 및 구매 달성에 영향이 있다고 하였으며 그 중 Whitish G 색채가 백색에 가까웠기 때문에 패션 쇼핑에 도움이 된다는 답변을 한 참여자의 비율은 98%였다. 이처럼 실험에 참여한 시니어가 대부분 시각적 피로도로 인한 패션 쇼핑에 어려움을 경험하고 있었다.

텍스트 색채만을 적용한 A 군, G계열 배경색만을 변경한 B 군, 배경색과 텍스트 색채를 모두 변경한 C 군의 총 3군에서 각 군의 변경 내용을 적용한 사이트 디자인과 원본 사이트 디자인의 시각적 편안함을 비교하여 실험자에게 1점부터 5점까지 채점하도록 한 결과, 적용 시안의 시각적 편안함과 미적용 시안의 시각적 편안함의 편차를 각 A, B, C 군에서 도출할 수 있었고 각 평균 점수는 배경색만을 적용한 A 군은 2.5점, 텍스트 색채만을 변경한 B 군은 2.8점, 배경색과 텍스트에 변경을 적용한 C 군에서 3.45로 가장 높게 나타났다. 이 유효성 검사는 분산 분석의 P값 < 0.00수준에서 유의한 것으로 검증되었다.

위와 같은 분석 결과로 패션 쇼핑 플랫폼의 색채를 적용하는 데 있어 사용자의 시각적 피로도를 고려하는 것이 필요하고, 이를 위해서는 배경 색채와 텍스트 색채의 대비를 함께 적용하는 것이 가장 효율적임을 알 수 있었다.

4. 결론

본 연구는 시니어 사용자가 모바일 패션 쇼핑 과정에서 시각적 피로도 감소를 위한 배경 색채에 대한 인클루시브 디자인 관점의 연구로, 연구 결과는 다양한 소비자 유형의 패션 쇼핑 경험을 지원하는 색채 디자인 연구의 기초자료로 활용될 수 있을 것이다. 다만, 이 연구는 제한된 지역 시니어 및 여성 소비자를 대상으로 진행되었다는 한계가 있다. 추후 연구에서는 남성 시니어 소비자를 포함한 모바일 쇼핑 환경의 색채에 대한 연구가 진행될 필요가 있다.

References

- Price Edward (2016) User Centred Design of a Smartphone-based Cognitive Fatigue Assessment Application. *MoMM*, 120-127
- Yoon, B. R. & Park, Y. K. (2014) Relationship between Nearly White background color and readability on Tablet PC. *Emotional Science*, 17(2), 37-42

로에베의 공예 정신과 지속가능성

류연주, 이세리*

이화여자대학교 일반대학원 패션디자인전공 박사과정, 이화여자대학교 패션디자인전공 부교수*

1. 서론

1846년 가죽공방으로부터 시작된 패션브랜드 로에베(Loewe)는 오랜 역사를 통해 수공예와 장인정신을 브랜드의 핵심 철학으로 보여주었다. 2013년 조나단 앤더슨(Jonathan Anderson)이 크리에이티브 디렉터로 합류한 이후 현대적인 감각과 전통 공예를 결합한 로에베의 브랜드 아이덴티티가 재정립되었고(Gardetti, 2016) 창의성과 지속가능성의 결합으로 평가받는 다수의 프로젝트와 컬렉션이 진행되고 있다. 본 연구는 로에베의 사례를 바탕으로 현대 패션산업 내 공예 정신과 지속가능성의 공존에 대해 주목하였고 특히 로에베가 보여준 지속가능성 기반의 공예적 패션 특징과 가치를 고찰하는 데에 연구의 목적을 두었다. 이를 위해 조나단 앤더슨의 합류 이후부터 현재까지 최근 10년간 로에베의 주요 컬렉션, 프로젝트, 협업, 생산공정 및 정책 등을 분석하였다. 해당 기간의 브랜드 배포 자료, 매거진 비평, 인터뷰 등을 수집하였고 지속가능성 키워드를 강조하며 공예 정신이 구현된 사례 분석을 통해 현대 패션산업을 향한 시사점을 제공하고자 하였다.

2. 이론적 배경

패션브랜드의 지속가능성은 단순히 환경 보호에 그치지 않고, 패션 시스템 전반에 걸친 윤리적, 사회적 책임을 강조하는 철학이다(Hethorn & Ulasewicz, 2008). 지속가능한 패션은 친환경 소재 사용, 공정무역, 노동자 인권보호 등 다양한 요소를 포함하여 브랜드가 사회적 책임을 다하면서 동시에 이미지를 제고하는 방향으로 나아가고 있다. 이러한 맥락에서 공예 정신은 대량생산이 아닌 전통적 방식의 수작업을 중시하며 특정 기술에 정통한 장인의 철저한 직업 정신을 존중함으로써 지속가능성의 가치와 연결될 수 있다. 특히 럭셔리 브랜드들은 공예 정신을 통해 제품의 높은 품질을 보장하고 브랜드의 정체성을 강화하고 있다. 로에베는 2세기에 걸쳐 공예 정신을 계승해 온 브랜드로서 20세기 초 스페인 왕실의 공식 공급업체로 선정되면서 국제적인 명성을 얻게 되었다. 로에베는 전통적인 장인정신을 기반으로 예술과 공예를 융합한 디자인을 선보였고 지속가능성을 고려한 다양한 프로젝트와 제품을 통해 브랜드의 전통과 현대적 요구를 동시에 충족하고 있다.

3. 결과 및 논의

로에베의 공예 정신과 지속가능성이 반영된 실행 사례들은 프로젝트, 컬렉션과 제품, 협업, 생산공정 및 정책 등 네 가지로 구분할 수 있다. 프로젝트 측면에서는 1988년 설립된 로에베 재단(Loewe Foundation)이 그 중심에 있다. 이 재단은 공예가들의 창의성과 장인정신

을 지원하며 전 세계 공예가들을 발굴하고 그들의 창작을 지원하는 크래프트 프라이즈 프로젝트를 시행하고 있다. 또한 이전 컬렉션에서 사용되지 않은 잉여 소재를 재활용해 새로운 제품을 만드는 프로젝트, 야생동물 보호를 지원하는 아프리카 공예 프로젝트 등을 통해 지속가능성을 실천하고 있다. 컬렉션과 제품 측면에서는 'Eye/Loewe/Nature' 컬렉션이 로에베의 지속가능성과 공예 정신을 잘 드러낸다. 2019년에 시작되어 2024년 현재까지 지속되고 있는 이 컬렉션은 자연과의 연결을 주제로 하여 재활용 플라스틱병과 같은 친환경 소재를 사용해 제작되었으며 실용성과 환경 보호에 대한 책임을 동시에 강조하고 있다. 또한, 로에베의 대표적인 가방인 퍼즐백과 해먹백 역시 로에베의 지속가능한 철학을 반영한 제품들로 독창적인 접이식 디자인을 통해 다기능성과 실용성을 강조하거나 다양한 형태로 변형으로 실용성을 제공한다. 협업 측면에서 로에베는 각국 지역 장인 및 디자이너들과 협력하여 지속가능성과 공예 정신을 확대해 왔다. 전통과 미래를 넘나드는 다양한 공예작가 및 바이오디자이너와의 협업들은 로에베의 공예 정신과 창의성을 강화하며 브랜드가 단순히 상업적 제품을 넘어 공예와 예술을 융합한 새로운 패션을 제시하고 있음을 보여준다. 공예 지향 생산공정 및 정책 측면에서도 로에베는 환경 보호를 염두에 둔 생산 방식을 철저히 지키고 있다. 로에베는 모든 재료를 공급받고 생산하는 과정에서 환경에 미치는 영향을 최소화하고 있으며, 원산지 추적성, 공정한 노동 조건, 동물 복지, 생물 다양성 보호 등을 고려하여 원자재를 관리하고 조달하고 있다. 또한 포장재의 환경적 영향을 줄이기 위해 과잉 포장 감소, 접이식 신발 상자 사용, 순환 경제 시스템 구현 등을 실천하고 있다. 로에베는 이같은 네 가지 방향의 실행을 통해 지속가능성 기반의 공예 정신을 이어오고 있으며, 이 정신의 실천을 통해 유럽, 아프리카, 아시아 등 전 세계의 각 지역 전통에 대한 고른 존중을 보여주고 공예, 예술, 자연과학을 넘나드는 실험을 시도하고 있으며 이 결과들은 모두 삶에 기반을 둔 기능을 지향한다. 따라서 로에베의 지속가능 기반의 공예 정신은 전통적 지역성, 실험적 예술성, 실용적 기능성의 특징을 갖는다.

4. 결론

오랜 역사를 통해 브랜드 가치를 쌓아온 로에베의 포괄적 창작과 생산 활동을 탐색함으로써 패션산업이 지향해야 할 보편적 가치로서 지속가능성 및 공예 정신의 중요성을 확인하였고 로에베 고유의 철학이 지역성, 예술성, 기능성의 특징을 통해 구현됨을 발견하였다. 다양한 실험과 실천을 통해 로에베는 패션산업 내 지속가능성의 남다른 실천 가능성을 보여주고 있다. 로에베의 공예 정신을 바탕으로 한 혁신적 지속가능 지향의 시도들은 전통, 실험, 실용의 특징을 보여준다는 점에서 럭셔리 패션산업 내 여타 브랜드들에게도 중요한 시사점이 될 것이다. 본 연구는 특정 브랜드 내 일정 기간의 사례에 대한 질적 분석에 해당한 것으로서 동시대 많은 브랜드들의 사례 연구에 대한 필요성도 제기된다.

References

- Gardetti, M. A. (2016). Loewe: Luxury and sustainable management. *Handbook of Sustainable Luxury Textiles and Fashion*, 2, 1-16.
- Hethorn, J., & Ulasewicz, C. (Eds.). (2008). *Sustainable fashion, why now? A conversation about issues, practices, and possibilities*. New York: Fairchild Books.

인도 풀카리의 문양 활용한 패션디자인 개발 연구

메리브라르, 김승현*

국민대학교 패션학과 석사과정, 국민대학교 패션학과 부교수*

1. 서론

패션의 진화하는 환경에서 전통 공예와 현대 디자인의 융합은 20세기 이후 주목받아 왔습니다. 인도와 파키스탄의 펀자브 지역 전통 자수인 풀카리는 풍부한 상징성과 역사적 중요성으로 유명하며, 대담한 색상과 기하학적 패턴이 특징입니다(Gill, 2016; Saraf, 2018). ‘풀카리’는 ‘꽃 작업’을 의미하며, 이 공예는 여성의 사회적 지위와 삶의 사건을 반영합니다(Singh, 2019). 본 연구의 목적은 풀카리의 특징을 현대 패션 디자인에 적용하고, 전통 기법을 통합하여 혁신적인 패션 개념을 개발하는 데 있습니다(Pandit, 2014; Grewal, 2009). 본 연구는 관련 분야의 문헌 연구와 사례 연구를 통해 인도 펀자브의 전통 공예인 풀카리를 이론적으로 고찰합니다. 이를 기반으로 풀카리의 패턴을 응용하여 전통 공예와 현대 패션이 융합된 패션 디자인 작품을 개발하고자 합니다.

본 연구의 구체적인 내용은 다음과 같습니다. 첫째, 풀카리에 관한 문헌 연구를 통해 풀카리의 개념과 기원을 이론적으로 고찰하고, 이를 바탕으로 풀카리의 종류와 특성을 살펴보았습니다. 둘째, 풀카리를 활용한 패션 디자인의 사례를 살펴봄으로써 공예의 의복 내 적용 방식을 도출하였습니다. 또한 문헌 연구와 컬렉션 관련 사진 분석을 통해 풀카리를 사용하는 브랜드를 분석하였습니다. 셋째, 앞서 연구한 문헌과 사례를 바탕으로 네 착장의 작품을 설계하고 디자인하였습니다. 이어 작품 제작의 의도와 방법을 기술하고, 각 작품의 풀카리 패턴 전개 과정과 해설을 제시합니다.

2. 본론

펀자브 지역의 전통 공예인 풀카리는 여성의 정체성을 표현하고 형성할 수 있는 요소로, 패션 디자인 분야에서 다양하게 응용되고 있습니다. 풀카리 패턴이 의류에 적용될 때 의복의 종류에 따라 무한한 창의적 아이디어가 가능하며, 전통 공예와 현대 패션의 융합을 통해 풀카리 자수가 자켓, 스커트, 드레스와 같은 현대 의류에 적용되고 있습니다. 이를 통해 오늘날 패션 환경에서 그 매력과 관련성이 확장되고 있습니다(Rana, 2023). 풀카리를 활용한 패션 디자인 사례로는 인도 디자이너 마니쉬 말호트라가 풀카리를 주제로 한 전체 컬렉션을 선보인 것이 있습니다. 본 연구는 구글에서 ‘Phulkari’, ‘Phulkari jackets’, ‘Phulkari fashion’, ‘Phulkari clothing’, ‘Phulkari brands’ 등의 키워드를 검색하여 온라인 사례를 수집하고, 풀카리의 전통적 소재, 기법, 색상, 패턴의 응용을 기준으로 분류하였습니다. 이러한 사례들은 풀카리가 현대 패션의 새로운 실루엣에 적용된 방식에 따라 추가적으로 분류되었습니다.

이 컬렉션은 전통과 현대성을 연결하는 다리를 만들어 젊고 세계와 연결된 여성들의 삶

속에서 전통적인 산치 풀카리가 새로운 의미를 찾을 수 있도록 하는 것을 의도한다. 디자인 요소는 클래식한 모티프와 현대적 실루엣, 그리고 지속 가능한 소재를 결합하여, 작품들이 아름다울 뿐만 아니라 환경적이고 윤리적으로 제작되었음을 보장한다. 이 컬렉션은 단순한 의류를 넘어, 유산과 개인적 스토리텔링, 지속 가능한 패션을 기념하는 것이다. 산치 풀카리에 집중함으로써 우리는 풍부한 문화 유산을 기리는 동시에 새로운 세대가 의미 있고 스타일리지하며 윤리적으로도 인식된 방식으로 이를 연결할 수 있도록 초대한다.

3. 결론

본 연구는 펀자브 전통 공예인 풀카리의 종류를 조사하고, 그 패턴을 현대 패션 디자인에 적용하여 기존의 풀카리를 활용한 패션 디자인과는 다른 현대적인 실루엣을 제시하였습니다. 본 연구의 의의는 전통적이고 지역적인 공예의 현대 패션에 대한 적용 가능성을 이해하는 데 있습니다. 또한, 전통 공예를 유지하고 공예 장인들을 지원하는 데 중요한 역할을 합니다. 여성의 삶의 중요한 측면을 보여주는 모티프에 집중함으로써, 본 논문은 오늘날 여성의 여정, 자기 표현, 그리고 문화적 뿌리를 기념하며 그녀에게 개인적으로 공감되는 컬렉션을 제안하는 것을 목표로 한다. 끝으로, 이는 지속 가능한 패션의 한 형태로서 의미가 있습니다. 패션 디자인의 다양한 창의성과 가능성을 제시하고, 전통의 중요성을 강조합니다.

References

- Gill, R. (2016). *Phulkari: From Punjab to the world*. Roli Books.
- Saraf, R. (2018). *Traditional embroideries of India: An insight*. Research Journal of Humanities and Social Sciences, 9(1), 48-56.
- Singh, K. (2019). *Phulkari: A symbol of Punjabi women's cultural identity*. In Textiles and culture in India (pp. 107-125). Sage Publications.
- Pandit, A. (2014). *Phulkari: The flower embroidery of Punjab*. In Indian textile traditions (pp. 42-58). Marg Publications.
- Grewal, J. (2009). *Phulkari and its significance in Punjabi culture*. International Journal of Heritage Studies, 15(4), 369-385.
- Pratikshya Rana. (2023). *Phulkari Revival: How Traditional Embroidery is Taking Modern Fashion*. Inayakhan Shop.

웨스턴 스타일의 조형적 특성을 활용한 모터사이클 웨어 개발

박시은, 김승현*

국민대학교 대학원 패션학과 석사과정, 국민대학교 의상디자인학과 교수*

1. 서론

현대인들의 여가 생활에 대한 지속적인 관심의 증가와 Covid-19 인한 사회적 거리도구 요구 및 활동 제한의 반사효과로 혼자 즐길 수 있는 여가 활동에 관심이 증가하면서 1인 교통수단인 모터사이클 시장이 확대되었다(라이드 매거진, 2020). 그러나 이런 모터사이클 시장의 성장에 따라 관련 시장의 확대를 예상할 수 있음에도 불구하고 모터사이클 웨어의 국내 선행연구를 살펴보면 모터사이클 전문복 기능성에 관한 연구가 대부분이며 모터사이클 웨어 디자인 연구는 매우 미흡한 실정이다. 이에 본 연구는 과거 미국 서부의 카우보이 역시 1인 교통수단으로 말을 이용하여 라이딩을 했다는 점에 착안, 그들이 착용하였던 웨스턴 스타일을 활용하여 모터사이클 웨어 디자인을 개발하고자 한다. 웨스턴 스타일은 카우보이의 승리와 결단력으로 모든 미국인이 변영할 수 있다는 하나의 상징을 제공하였으며 또한 길들여 지지 않은 자유와 강인함을 상징하는 웨스턴 무드가 현대 사회에 피로감을 느낀 소비자들의 선택을 받고 있다(이종석, 2024).

본 연구의 목적은 모터사이클 웨어 시장 확대에 따라 모터사이클 웨어 디자인 개발이 요구되는 현시점에서 웨스턴 스타일의 에스닉한 특성을 접목하여 전통미와 현대미가 조화된 디자인을 전개함으로써 모터사이클 웨어 디자인의 다양성 확보와 시장 확대에 기초자료를 제공하는데 의의를 두고자 한다. 본 연구 방법은 문헌연구와 사례연구, 작품개발연구로서 학술논문, 단행본, 온라인 기사를 통해 모터사이클 웨어, 웨스턴 스타일을 문헌 연구하고, 시판되고 있는 모터사이클 웨어를 사례연구하며, 웨스턴 스타일에 조형적 특성을 적용한 8점의 모터사이클 웨어를 개발 연구한다. 사례연구는 대상은 해외 통계사이트 Zion Research, Research And Marckets, Mordor Intelligence 3곳에 motorcycle wear market analysis, motorcycle wear ranking에서 키워드로 검색 후 가장 많이 언급된 에이지비스포츠(AGV Sports), 알파인스타즈(Alpinestars), 다이네즈(Dainese), 트라이엄프(Triple T) 4개 브랜드를 선정하여 고찰하였다. 마지막으로 웨스턴 스타일의 조형성을 활용한 모터사이클 웨어 디자인 8점을 개발연구한다.

2. 본론

이론적 배경으로 모터사이클 웨어와 웨스턴 스타일을 고찰한 결과는 다음과 같다. 모터사이클 웨어는 액티브스포츠 웨어 범주에 속하며, 일반적인 일상복과는 다른 기능적인 특징들을 필요로 한다. 모터사이클 유형과 주행 목적에 따라 온로드(on-road)와 오프로드(off-road) 웨어로 나눌 수 있다. 모터사이클 웨어의 소재는 크게 가죽(leather)과 직물(textile)로 나뉘지

며, 신소재 개발과 함께 가죽 소재의 무게나 가격에 대한 단점을 보완할 수 있는 합성섬유의 사용도 증가하고 있다. 웨스턴 스타일은 여러 문화의 영향을 받아 복합적인 지역 스타일로 시작되어 시간이 지남에 따라 아메리칸 룩으로 인식되었고, 복식에서 웨스턴스타일은 아메리카 서부의 카우보이들이나 개척자들이 착용하는 복장을 총칭한다. 웨스턴 스타일은 멕시코 및 스페니시 문화, 아메리칸 인디언 문화 그리고 미국적인 것을 변형하고 융합시키는 방식으로 나타났으며 버내쿨러(Vernacular) 디자인의 수공예적 기법과 일상적인 소재를 섞거나 이국적인 배경의 문양이나 아이템을 사용한다. 이는 카우보이 부츠나 베스트에 에스닉한 문양을 사용하고 웨스턴 셔츠에 멕시코 영향의 파이핑과 선인장과 꽃 문양의 자수를 선택하는 방식을 들 수 있다.

에이지비스포즈, 알파인스타즈, 다이네즈, 트라이엄프를 대상으로 한 사례연구를 통해 라이딩 웨어는 신축성, 동기성 기능성에 의한 고기능성 신소재 사용, 에어백 기술을 통한 안전성 추구 등이 분석되었으며 최근 10년 웨스턴 스타일을 선보인 컬렉션 분석을 통하여 지역 문화의 변용과 융합을 현대적으로 해석하였으며 프린지 장식, 웨스턴 셔츠의 요크선, 에스닉 스티치 등을 활용하여 표현되었다.

이러한 연구 결과를 바탕으로, 본 연구에서는 웨스턴 스타일을 적용한 모터사이클 웨어 패션디자인 8점을 개발하였다.

3. 결론

웨스턴 스타일을 적용하여 모터사이클 웨어를 개발한 본 연구는 디자인 방법을 제시함으로써 관련 산업에서 디자인의 다양성을 확보하고 미진한 모터사이클 웨어 연구를 확대할 수 있도록 하였다. 다소 일률적인 디자인으로 전개되었던 기존의 모터사이클 웨어 분야에 패션 상품으로서의 가능성을 제시하였고, 전통성과 현대성을 강조하여 새로운 디자인 기준을 마련하였다. 이에 본 연구를 기초자료로 활용하여 후속 연구에서도 모터사이클 웨어 디자인 연구가 지속되기를 기대하는 바이다.

References

- 라이드매거진 편집부 (2020, December 31). 격변의 2021, 달라지는 모터사이클 시장을 전망하다. 라이드매거진. Retrieved August 11, 2024, from <http://www.ridemag.co.kr/news/articleView.html?idxno=15607>
- 이종석 (2024, August 28). 추동 패션, 웨스턴 무드의 ‘카우보이 코어’ 부상. 어패럴뉴스. Retrieved August 30, 2024, from https://www.apparelnews.co.kr/news/news_view/?idx=212833&cat=CAT11Z

럭셔리 패션의 민주화 이면의 계층 양극화

- 부르디외의 자본이론을 중심으로 -

서재희, 임은혁*

성균관대학교 대학원 의상학과 박사과정, 성균관대학교 의상학과 교수*

1. 서론

현대 사회에서 럭셔리 패션 산업은 디지털 혁신, 글로벌화, 그리고 소비자 가치관의 변화로 인해 급격한 변화를 겪고 있다. 이러한 변화는 전통적으로 상류층에게만 제한되었던 럭셔리 소비를 폭넓은 소비자에게 개방하는 ‘럭셔리 패션의 민주화’로 이어졌다. 그러나 이 민주화가 실질적으로 사회적 평등을 증진하는지, 혹은 오히려 새로운 형태의 사회적 불평등을 심화시키는지에 대한 논란이 존재한다. 특히 신자유주의적 경제 정책 도입 이후, 경제적 불평등과 계층 양극화가 더욱 심화되었으며 럭셔리 소비는 경제적 능력을 넘어 문화적 자본과 상징적 자본을 통해 계층을 구별 짓는 중요한 도구가 되고 있다.

본 연구는 LVMH와 Kering 그룹 소속 브랜드 및 프랑스 럭셔리 패션 브랜드에서 10년 이상의 경력을 가진 세일즈 직원 6명을 대상으로 심층 인터뷰를 진행하였다. 반구조화된 인터뷰를 통해 VIP 고객 응대 경험과 브랜드 내부 전략에 대한 인식을 수집하였으며, 이를 바탕으로 부르디외의 자본이론을 적용하여 VIP고객의 경제적, 문화적, 상징적 자본이 럭셔리 패션 브랜드 내에서 어떻게 계층을 형성하고 차별을 강화하는지 분석하고자 한다.

2. 본론

피에르 부르디외(Pierre Bourdieu)는 자본을 경제적 자본, 문화적 자본, 사회적 자본, 상징적 자본으로 구분하여 사회적 계층 형성과 유지의 방식을 설명했다(Bourdieu, 1986). 경제적 자본은 물질적 자원과 재정적 자원을 의미하며, 이는 사회적 불평등을 확대시키는 주요 요인으로 작용한다. 럭셔리 브랜드에서는 경제적 자본이 고객의 지위를 결정하는 중요한 기준이 된다. 문화적 자본은 개인이 사회화 과정을 통해 획득하는 지식, 취향, 교양 등을 포함한다. 럭셔리 소비에서는 브랜드에 대한 이해와 애정을 통해 문화적 자본을 축적하는 것이 상류층과 하류층 간의 차이를 만드는 주요 요소로 작용한다. 상징적 자본은 명예, 위신, 신뢰 등으로 나타나며, 다른 자본의 축적을 통해 사회적 지위를 나타내는 상징적인 역할을 한다. 럭셔리 브랜드 내에서 상위 계층은 상징적 자본을 통해 자신의 사회적 위치를 더욱 강화하려 한다.

이를 바탕으로 살펴본 럭셔리 패션에 나타난 계층화 분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 경제적 자본에 따른 계층화로, 이 자본은 럭셔리 브랜드 내에서 고객을 구분하는 주요 기준이다. 최근 럭셔리 브랜드들은 마케팅을 통해 ‘누구나 접근 가능한’ 이미지를 홍보하고 있으며 포지셔닝 확대를 통해 물리적 접근성을 향상시키지만 럭셔리의 본질을 유지하기

위한 하이퍼 럭셔리(Hyper-Luxury)의 가격은 더 높은 수준으로 상승하고 있다. 또한 VIP 고객의 기준은 표면적으로는 누구나 일정 금액을 소비하면 될 수 있는 것처럼 보이지만, 실제로는 훨씬 더 높은 지출을 요구하며 실제로는 경제적 상위 계층에게 독점적인 혜택을 제공하고 하위 계층과의 격차를 확대한다.

둘째, 문화적 자본을 통한 차별적 대우를 통한 계층 구분이다. 럭셔리에 대한 진정한 이해와 그 역사나 상징성을 인지할 수 있는 능력은 단순한 소비 이상의 문화적 자본을 요구한다. 이는 단지 경제자본만으로는 구매할 수 있는 것이 아니기 때문에 이러한 문화 자본을 바탕으로 럭셔리를 소비함으로써 문화적 우위를 강화할 수 있다. 따라서 럭셔리 브랜드는 고객의 경제적 소비뿐만 아니라 브랜드에 대한 이해도와 충성도를 평가하여 VIP 혜택을 제공한다. 이는 고객의 문화적 자본 축적 정도를 반영하며, 고객이 브랜드와의 밀접한 관계를 유지하도록 유도함으로써 계층 간의 격차를 더욱 심화시킨다.

셋째, 럭셔리는 단순한 제품 이상의 상징성을 지니고 있어 특정 계층이 아닌 모든 사람들에게 동일할 의미로 소비되지 않는다. 럭셔리의 대중화가 진행될수록 정통성은 특정 소비자층에게 중요한 요소가 된다. 이를 바탕으로 럭셔리 브랜드 내에서 상위 계층의 고객 간에는 상징 자본을 위한 경쟁이 벌어진다. VIP고객만이 누릴 수 있는 커스터마이징 혜택이나 특별한 이벤트 참여는 단순한 경제적 자본만으로는 얻을 수 없는 소수를 위한 혜택들이며 단순한 경제적 자본을 넘는 상징적 지위를 부여한다. 이는 고객들 간의 내부 경쟁을 유발하며, 럭셔리 소비가 사회적 지위를 강화하는 도구로 작용하게 만든다(Trigg, 2001). 또한 이러한 경쟁은 럭셔리 민주화 이면에서 사회적 지위 강화와 계층 양극화에 기여하는 주요 기제로 작용한다.

3. 결론

본 연구는 럭셔리 패션 산업에서의 계층화가 경제적, 문화적, 상징적 자본을 통해 어떻게 사회적 불평등을 심화시키는지 분석을 통해 럭셔리 브랜드는 민주화 혹은 대중화 정책으로 표면적으로 접근성을 확대하고 있으나, 실제로는 자본에 따라 특정 고객층에게 독점적인 혜택을 제공함으로써 계층 간의 격차를 확대하고 있음을 알 수 있었다. 본 연구는 특정 럭셔리 브랜드를 애용하는 고소득층 소비자에 초점을 맞춘바 한정된 인터뷰 참여자에 국한되었다는 점이 있으며, 다양한 소비자 계층을 포함한 연구대상 확대를 통해 럭셔리 패션 민주화에 대한 심도 있는 이해를 위한 후속 연구를 기대한다.

References

- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*(pp. 241-258). New York: Greenwood.
- Trigg, A. B. (2001). Veblen, Bourdieu, and conspicuous consumption. *Journal of Economic Issues*, 35(1), 99 - 115. <https://doi.org/10.1080/00213624.2001.11506342>

1950-70년대 한국 영화 의상에 나타난 남성상

신시은, 전재훈*

서울대학교 의류학과 석사과정, 서울대학교 의류학과 교수*

1. 서론

현대 젠더 연구에서 남성성(masculinity)은 사회적으로 구성된 개념이다. 남성성은 고정된 생물학적 특성이 아니며, 사회적 맥락이나 문화적 요인에 의해 변동이 가능하기 때문이다. 한국의 남성성을 살펴보면, 이전에는 한국 사회의 기저를 이루던 유교적 가치관에 그 기반이 있었지만, 현대에 이르러서는 개인이 표출하고자 하는 자아 이미지 개념으로 다양화하고 있다. 한편 영화는 한국 사회의 중요한 문화적 매체로 자리 잡은 이래로 당대의 사회문화를 시각적으로 재현하고 탐구하는 역할을 해오고 있다. 또한 영화 의상은 등장인물의 외형 형성에 중요한 역할을 하는 영화적 장치 중 하나로, 특정 시대의 사회적 규범과 개인의 정체성을 시각화하는 데 있어서 아주 효과적인 수단이다. 이에 본 연구는 다양한 남성상(masculine image)에 관한 본격적 논의가 이루어지기 이전인 1950-70년대의 영화 의상을 분석 및 고찰해 보았다. 이를 위해 본 연구는 한국영상자료원(www.kmdb.or.kr)이 대중 의식과 학문적 가치를 기준으로 2006년, 2014년, 2024년 세 차례 발표했던 『한국영화 100선』 중, 1950-70년대의 대표 영화로 2번 이상 중복되어 언급된 40편을 1차 분석 대상으로 삼은 후, 이 중 동시대를 반영하지 않은 작품을 제외한 총 26편을 최종적으로 선정하여 남성 주·조연 54인의 의상을 분석하였다.

2. 이론적 배경

1950-70년대의 한국 사회는 한국전쟁 이후의 사회적 혼란과 가족 해체, 대규모 인구 이동 등을 겪으며 가치의 붕괴를 경험하게 되었다. 따라서 그때까지 한국 사회를 지탱해 왔던 유교적 가치 기반의 전통적 남성상 역시 변화를 마주하게 되었다. 이와 관련하여, 시각매체를 통해 표현된 한국의 남성상을 연구한 Han(1996)은 TV 광고 속 남성 이미지를 ‘사내대장부’, ‘성적으로 강력함’, ‘준수한 외모’ 등으로 분류하였고, Chung(2002)은 ‘권위적/엄격한 거부장’, ‘부드러운 이미지’, ‘가정적 남성’ 등으로 더욱 세분화하였음을 확인하였다.

3. 연구 결과

중복 포함 총 62건의 의상에서 나타난 1950-70년대의 남성상은 크게 세 가지로, 전근대적 가치관을 고수하는 전통적 남성상, 신문물 유입과 사회 재건 등의 시대상과 맞물려 현대적 남성 역할로 재정의된 사회·경제적 남성상, 그리고 감정 표현이나 의식 구조가 자유롭고 개방적인 남성상이다. 『자유부인』(1956)의 주인공에게서는 전통적 남성상을 찾아볼 수 있었는데, 화려한 문양이 새겨진 고급 비단 한복과 두꺼운 뿔테를 통해 가정 내에서의 그의 지배

적 위치가 시각적으로 표현되었다. 『미워도 다시 한번』(1968)의 주인공은 클래식한 실루엣의 회색 정장에 행커치프와 타이 등의 매치를 통해 전통적인 젠더적 지위와 사고방식을 고수하는 인물임을 드러냈다.

사회·경제적 능력이 중시된 남성상은 서양 문물의 적극적인 수용을 통해 자신의 세련됨을 드러내는 유형, 지적인 우월함을 과시하는 유형, 시대의 요구에 맞추어 경제적 책임과 성실성을 지닌 유형 등의 캐릭터에게서 주로 나타났다. 『박서방』(1960)의 장남 역은 공장에서는 실용적인 작업복을, 해외 발령으로 출국하는 장면에서는 전형적 오피스 정장을 입음으로써 자신의 사회·경제적 상태를 보여주었다. 『초우』(1966)의 주인공은 수리공인 자신의 신분을 속이기 위해 슬림한 실루엣의 정장, 플란넬 셔츠, 카디건 등을 착용함으로써 여주인공에게 엘리트적 면모를 시각적으로 암시하였다.

마지막으로 자유롭고 개방적인 남성상은 권위보다는 유연함을, 고수보다는 수용을 추구하는 남성 캐릭터에게서 찾아볼 수 있었다. 이 남성상은 주로 부드러운 소재와 밝은 색감의 의상 등으로 표현되었다. 『별들의 고향』(1974)의 문호 역은 파스텔 톤의 니트와 캐주얼한 의상을 착용하였는데, 이는 여주인공의 과거 남자들과는 다른 따뜻하고 자상한 이미지를 보여주는 것이었다. 이처럼 영화 속 남성상은 인물이 착용한 의상과 밀접한 관련을 이루어, 인간관계 내에서의 수직적 권위, 사회적으로 부여받은 역할, 특유의 성격 등의 다양한 이미지가 효과적으로 표현됨을 확인할 수 있었다.

한편 1950년대에는 전통적 남성상이 11건 중 5건으로 가장 많이 나타났으며, 1960년대에 이르러서는 전통적 남성상, 경제적 능력을 중시하는 남성상, 자유로운 남성상이 각각 11건, 13건, 11건으로 비슷하게 표현되었고, 1970년대에는 자유롭고 개방적인 남성상이 16건 중 9건으로 우세하게 나타났다. 이 결과는 남성상이 당대의 사회적 기대에 부응하여 이상적 인물상으로 구현되었음을 보여주며, 영화라는 시각적 매체가 이를 효과적으로 재현했음을 시사한다.

4. 결론

본 연구는 1950-70년대 한국 영화 속 의상을 분석함으로써 당시의 다양한 남성상이 시각적으로 어떻게 표현되었는지 고찰해 보았다. 이전 시대의 남성상을 고찰한 본 연구를 통해 복식이 시대상을 반영한다는 사실을 증명하고, 앞으로도 다양한 남성상 표현에 대한 후속연구가 지속되기를 제안하는 바이다.

References

- Chung, G. H. (2002). A study of the influence on television advertising due to the change of social policy: Femininity and masculinity in television advertising. *The Korean Journal of Advertsing*, 13(5), 45-71.
- Han, E. K. (1996). 텔레비전 광고속의 남성이미지 연구 [A study on male images in television advertisements]. *Advertising Research*, (32), 91-120.
- Korea film archive: The 100 greatest Korean films. (2024, May 31) *KMDB*. Retrieved October 5, 2024, from <https://www.kmdb.or.kr/db/list?menuIndex=>

젠더 다양성 패션 콘텐츠에 나타난 사용자 반응

- 비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood) 공식 인스타그램을 중심으로 -

Liu Yadi, 임은혁*

성균관대학교 의상학과 박사과정, 성균관대학교 의상학과 교수*

1. 서론

오늘날 패션은 젠더 다양성에 대해 더 포용적으로 발전하고 있다. 대표적인 사례로서, 2020년 구찌는 웹 사이트에 'gender-fluid' 및 'non-binary' 섹션인 'Gucci MX' 코너를 개설하였다. 유동적인 젠더의 표현은 남성이나 여성이 된다는 것이 의미하는 바를 비본질화하면서 창조적인 형태와 방식을 보여주고 있다. 다양한 젠더 표현은 패션에 창의성을 제공하는 동시에, 패션을 통해 개체가 젠더 경계를 넘을 가능성을 보여주었다. 런웨이, 제품, 주류 패션 매체에서 젠더 다양성에 대한 포용에 관련된 연구는 많이 있지만, 사용자의 피드백에서 출발한 젠더 다양성 연구는 부족하다. 현 단계 다양한 젠더 인지를 가지는 사람들이 소셜 미디어를 기반으로 커뮤니티가 형성하고 있다. 이에 본 연구는 패션 브랜드가 소셜 미디어에 게시한 젠더 다양성 패션 콘텐츠에 대한 사용자 반응을 탐구하고자 한다. 본 연구는 젠더 경계에 도전하는 패션 브랜드인 비비안 웨스트우드의 공식 인스타그램 계정에 나타난 젠더 다양성의 콘텐츠들을 연구대상으로 분석하였으며, 사용자의 반응을 살펴보기 위해 선발한 사례의 댓글에 대한 내용 분석도 병행하였다.

2. 이론적 배경

Bardey et al.(2020)의 소비자 행동과 디자이너의 관점에서 유니섹스 패션에 대한 태도를 고찰한 결과, 본질적으로 모든 의복은 유니섹스로 정의할 수 있지만 문화와 규범이 의복에 젠더를 부여하면서 지속해서 '레이블링'을 하여 인식을 강화한다. 즉, 패션 아이템 자체는 젠더 지향성이 없고 문화와 고정관념이 젠더로 분류하는 대중 인식을 고착화한다는 것이다. Tajfel & Turner(1986)는 사회 정체성 이론에서 젠더에 따른 옷차림으로 사회 내 그룹 정체성을 얻을 수 있다는 이점과 더불어 젠더와 불일치한 옷차림으로 비웃음을 받을 수 있다는 점을 제시하였다. 대중적 인지와 문화적 환경이 복식에 젠더 지향적 속성을 부여한다는 것이다. 본 연구는 선행연구들의 보완연구로 비비안 웨스트우드를 대상으로 선정한 이유는, 젠더 규범에 파괴하는 스트리트 스타일로 쿼어 커뮤니티의 선호를 받았기 때문이다. 웨스트우드는 하이패션 디자이너로 전향한 후 발표한 1981년 'Pirates' 컬렉션부터 하이패션에서 젠더 고정관념에 도전한 수많은 시도를 했다.

3. 연구 방법

본 연구에서는 문헌연구, 사례연구 및 내용 분석을 수행하였다. 문헌고찰을 통해 현대사회에서 젠더 다양성의 패션 표현이 변화하는 시기 및 역사적 사건을 고찰한 후, 비비안 웨스트우드의 브랜드 이념과 소비자 집단을 분석하였다. 연구 범위는 제프 벅크스가 크리에이티브

디렉팅을 시작한 2023년 1월부터 최근 2024년 5월까지의 비비안 웨스트우드의 인스타그램 공식 계정의 게시물로 정하였다. 총 863개 게시물에서 젠더 다양성이 나타난 146개의 사례를 선별하였으며, 해당 게시물에 관해 사용자들이 작성한 댓글을 수집한 후 분석하였다.

4. 연구 결과

(1) 크로스드레싱과 젠더 연구대상 기간 비비안 웨스트우드의 공식 인스타그램의 총 865개 게시물에서 젠더 다양성을 선보이는 게시물은 146개(17%)로 나타났으며, 대부분은 남성적 특징을 가진 모델이 연출한 것(81.5%)으로 이루어졌다. 남녀 모델이 모두 등장한 경우에서도 주로 남성 모델이 여성복을 착용하는 것으로 나타났다. 초기에는 크로스드레싱 여성들이 남성복을 입어 복식 관행을 통해 속박에 저항하였지만, 이제 여성의 남성복 착용은 보편화되고 유니섹스 스타일로 흡수되고 있다. 따라서, 여성복을 착용하는 남성 모델은 젠더 다양성을 연출하는 주체로서의 주목성이 높아졌다.

(2) 복식-젠더 일치성 비비안 웨스트우드 소셜미디어 게시물에는 남녀 모델이 모두 레드 체크 슈트를 착용한 이미지뿐 아니라, 화려한 프린트 소재나 리본 등의 장식을 활용한 남성 댄디 스타일과 ‘여성 댄디’의 이미지가 나타났는데, 이를 젠더 다양성으로 인식된 사용자 댓글은 거의 없었다. 반면, 남성 모델이 같은 호피 재킷을 착용한 경우에는 스타일링한 아이টে에 따라 사용자의 반응이 다르게 나타났다. 팬츠와 스타일링한 이미지보다 하이힐을 비롯한 전통적인 여성적 아이টে와 스타일링한 이미지에 부정적인 평가가 더 많았다. 사용자들은 복식 아이টে와 젠더 표현의 불일치에 부정적 감정을 느낀 것으로 나타났다.

(3) 크로스드레싱과 신체이미지 한 게시물에서, 시니어 남성 모델이 원피스드레싱과 망사 스타킹을 착용하는 이미지를 선보였는데, 이에 대한 사용자의 부정적인 감정이 강하게 나타났다. 댓글의 73%에 ‘Not great’, ‘funny’, ‘ironic’, ‘not on Vivienne name’ 등의 부정적인 단어가 나타났으며, 모델 본인도 이에 대해 자기의 실망한 감정을 댓글로 회신하였다. 반면, 체모가 없거나 긴 머리카락 등의 이상적인 외모 특징의 남성 모델들이 여성복을 착용한 경우에는 댓글은 거의 긍정적이었다. 즉, 관습적 신체 이미지에 부합하는 남성 모델들은 여성복을 연출해도 사용자들의 수용도가 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

5. 결론

본 연구의 분석 결과, 비비안 웨스트우드가 1980년대부터 패션에서의 젠더 규범에 도전해 왔음에도 불구하고 젠더 다양성 콘텐츠에 대한 사용자의 수용은 낮은 편이었고 반응도 엇갈린 것으로 나타났다. 그 더불어 젠더 다양성 콘텐츠는 주로 남성 모델을 통해 연출되었고, 사용자는 젠더 특성이 뚜렷한 아이টে를 통해 복식과 젠더 표현의 일치성에 주목함을 알 수 있었다. 또한, 관습적인 이상미에 순응하는 젠더 다양성 콘텐츠는 사용자에게 더 쉽게 받아들여질 수 있다. 본 연구는 하나의 브랜드를 선정한 바 사례 수집에 한계가 있었으므로, 연구 대상을 확장한 후속 연구가 이루어져야겠다.

Reference

- Chung, K. H., Lee, M. S., & Jeremy, S. B. (2023). Exploring characteristics of the visual embodiment and fashion of fluid gender habitus. *Journal of the Korean Society Design Culture*, 29(2), 471-487.

Analysis of Virtual Try-On Technology Applications from the Perspective of the Metaverse

Li Min, Wang Haifeng, Kim Myum*

Doctoral course, Dept. of Marine Design Convergence Engineering, Pukyong University

Lecturer, School of Fashion and Design, Jiaying Nanhu University

Professor, Dept. of Marine Design Convergence Engineering, Pukyong University*

1. Introduction

With the gradual maturation of metaverse technology, its application scenarios have demonstrated a diversified development trend. In the realm of virtual try-on, the application of the metaverse also reveals significant potential and value. From the initial simple model displays to today's high-precision 3D virtual try-ons, the metaverse not only offers consumers a more realistic and immersive fitting experience but also opens up broader markets and creative spaces for designers and brands. This transformation enables personalized customization and rapid iteration of clothing, allowing the fashion industry to respond more flexibly to consumer demands and changing trends.

2. Theoretical Background

Virtual try-on technology is a key application of metaverse virtual spaces in the fashion industry, stemming from advancements in human-computer interaction. It constructs virtual human models that closely resemble real users, simulating fabric appearance and motion to allow remote observation of clothing fit. Employing 3D reconstruction and dynamic capture technologies, virtual try-on enables accurate modeling of faces and bodies, enhancing realism and user experience. Compared to traditional fitting methods, virtual try-ons utilize VR, AR, and motion capture to provide immersive, interactive experiences. This technology allows users to freely select and try on clothes in a virtual environment, offering a personalized and precise shopping experience by capturing real-time user data and movements.

3. Research Content

The traditional fitting experience in the fashion industry faces several challenges, including size mismatches, lack of tactile fabric perception, and a cumbersome trial process. These issues not only affect the consumer shopping experience but also limit design efficiency and innovation. However, the advent of virtual try-on technology within the metaverse offers a novel and convenient shopping experience.

The application of metaverse technology in virtual try-on primarily provides several advantages. First, it reduces marketing costs for fashion companies by decreasing reliance on physical fitting rooms and lowering the costs of store construction and maintenance. Additionally, it enhances marketing precision through accurate data analysis. Second, it significantly enhances the user experience, allowing consumers to immerse themselves in a virtual store, gaining a 360-degree view of garments. Third, this technology fosters the digital transformation of the fashion industry, prompting innovations in design, production, and supply chain management. Lastly, it expands design possibilities, enabling designers to unleash creativity without physical constraints, while consumers can actively participate in the design process, embodying the “consumer as designer” concept.

4. Conclusion

In summary, the extensive application of metaverse virtual spaces in virtual try-on has revolutionized the fashion industry, providing unprecedented opportunities for consumers, designers, and brands. As this technology evolves, it enhances the shopping experience and fosters innovation, driving the industry toward a more digital and personalized future.

References

- Zhao, X., Qiao, L., & Ye, Y. (2022). A Review of Research and Applications of the Metaverse. *Journal of Information Resource Management.
- Pei, L., & Wu, S. (2023). Current Research Status of 3D Virtual Try-On Technology. *Liaoning Silk.

Research on the Design Trends of High-Street Sportswear

Li Min, Li Meng, Kim Myun⁺

Doctoral course, Dept. of Marine Design Convergence Engineering, Pukyong University

Master course, Dept. of Marine Design Convergence Engineering, Pukyong University

Professor, Dept. of Marine Design Convergence Engineering, Pukyong University⁺

1. Introduction

The rapid development of sports and improvements in quality of life have reshaped perspectives on living, making exercise and leisure integral to daily routines. Health and beauty have emerged as key aesthetic standards, prompting a trend that integrates fashion into sportswear. High-street sportswear combines athletic functionality with stylish design, enriching consumer choices and solidifying its prominence in the industry. As a subculture favored by youth, high-street culture fosters freedom and individuality, generating distinct community values and driving contemporary fashion trends and the evolution of sportswear. This study uses literature and case analysis to synthesize relevant research and brand examples, identifying trends and characteristics in high-street sportswear design. It explores how high-street sportswear meets functional demands while catering to consumers' desire for self-expression, ultimately providing new design inspiration and strategic insights for the sportswear industry.

2. Research Content

Young people have long regarded fashion as a crucial channel for self-expression, finding cultural belonging through specific movements. High-street sportswear meets young individuals' demands for trendiness and versatility, resonating with their desires for freedom and nonconformity.

The design characteristics of high-street sportswear can be observed in several key aspects. Firstly, avant-garde design is a hallmark, characterized by clean lines and exaggerated accessories. Jackets and trousers often feature crisp lines and sharply defined silhouettes. Renowned designer Yohji Yamamoto exemplifies this through his avant-garde cuts that incorporate Japanese aesthetics. His collaboration with Adidas, Y-3, showcases an all-black aesthetic that blends minimalism with functionality. Secondly, high-street sportswear embraces imperfection. Design techniques often reveal rough edges, exposed structural lines, and loose stitching, creating a relaxed atmosphere. This deconstructive approach disrupts traditional garment integrity, infusing them with unique aesthetics that evoke strong artistic effects. Finally, high-street sportswear emphasizes minimalism and

naturalness in color coordination, favoring neutral tones and natural dyes to reflect simplicity and comfort. These natural colors accentuate clean lines and enhance the athletic leisure style. By merging comfort and natural aesthetics in urban settings, this design philosophy fosters a harmonious coexistence of city and nature, allowing individuals to transition seamlessly between environments and creating a naturally comfortable space through color.

3. Conclusion

The high-street sportswear style, rooted in street culture, reflects the evolving dynamics of youth subcultures. As consumers increasingly seek cultural identity, this trend signals the future direction of fashion. High-street sportswear possesses significant market potential, prompting designers to engage in thorough research of historical and cultural contexts. This enhances the cultural connotations of the style, fulfilling consumers' expectations for both practicality and spiritual expression. By elevating the cultural value of garments, designers can create pieces with greater depth and uniqueness. Ultimately, the integration of streetwear and high fashion represents an inevitable evolution in clothing design.

References

- Zhao, Li, Q. (2018). The Application and Study of High-Street Fashion Elements in Garment Design. *Design*, 3(7), 22-27.
- Song, X. (2022). The Application of Street Culture Elements in Garment Design. *Light Textile Industry and Technology*, 11(5), 67-78.
- Wei, T. (2010). On the Development and Design Trends of Sportswear. *Zhejiang Sports Science*, 4(9), 77-85.

인체 근육의 선적 조형미를 응용한 애슬레저 웨어 개발

이윤희, 박주희*

국민대학교 대학원 패션학과 석사과정, 국민대학교 의상디자인학과 교수*

1. 서론

21세기에 들어서면서 스포츠의 대중화와 여가에 대한 인식의 변화로 ‘애슬레틱(Athletic)’과 ‘레저(leisure)’의 합성어로서 ‘가벼운 운동’이라는 의미의 애슬레저(athleisure)라는 개념이 등장하였다. 문화체육관광부(2023)의 ‘2023 국민생활체육조사’ 보고서에 따르면 건강과 웰빙에 대한 인식이 높아짐에 따라 스포츠 웨어 시장 규모가 2020년 60.1%에서 2023년에 62.4%로 2.3% 증가하였고, 이와 동시에 스포츠 웨어의 기능성과 데일리 웨어의 실용적이며 스타일과 편안함을 모두 추구하는 애슬레저 웨어(Athleisure wear) 시장 규모 또한 성장하고 있다. 이는 운동이 일상화되는 변화를 가져옴과 동시에, 운동할 때뿐만 아니라 애슬레저 웨어를 착용한 채로 일상생활에서도 애슬레저 라이프스타일을 영위하는 사람들을 증가로 이어졌다(Park, 2015). 그동안 애슬레저 웨어에 관한 학술 연구는 조형적 분석 연구가 주로 진행되었으나, 근육의 다양한 움직임이 요구되는 활동임에도 불구하고 근육과 관련된 디자인 연구는 미비하다.

따라서 본 연구는 인체 근육의 선적 조형미를 고찰하고, 이를 다양한 움직임이 요구되는 애슬레저 웨어에 적용하여 새로운 디자인을 개발하는 데 목적이 있다. 본 연구의 연구방법은 문헌연구, 사례연구, 작품개발연구이다. 우선 조형요소 중 하나인 선과 인체 근육과 애슬레저 웨어를 관련 전문서적, 학술논문 및 기사 등의 자료를 통해 문헌 연구하며, 국내외 애슬레저 웨어 브랜드의 근육의 선적 조형미를 응용한 제품을 사례연구한다. 사례연구의 대상은 선행연구에서 수집한 10개의 애슬레저 웨어 브랜드 중, 시빅사이언스(Civicscience)에서 발표한 2023년도 구매율(Shriber, 2023) 상위 1-3위에 해당하는 나이키(Nike), 뉴발란스(New Balance), 아디다스(Adidas) 3개 브랜드에서 수집 및 선정한다. 마지막으로 인체 근육의 선적 조형미를 응용한 애슬레저 웨어 디자인 7점을 개발연구한다.

2. 본론

이론적 배경으로 조형요소 중 하나인 선과 인체 근육을 고찰한 결과는 다음과 같다. 선은 시각 예술과 디자인에서 가장 기본적이고 중요한 조형 요소 중 하나로 방향, 굵기, 길이, 흐름에 따라 다른 감정과 의미를 전달할 수 있다. 선의 기본적인 종류는 크게 직선, 곡선, 그리고 기하학적 선으로 구분된다. 인체 근육은 크게 심장근(Cardiac muscle), 평활근(Smooth muscle), 골격근(Skeletal muscle)으로 나뉘며, 이 중 골격근은 다른 근육들과 달리 인체 근육 중 체중의 약 50%를 차지하고 있으며, 의식적인 조절에 따라 움직임으로써 신체 활동과 운동을 통해 근비대가 가능하다. 골격근은 크게 상체의 흉근, 배근, 복근, 두근과 하체의 경

근, 상지근, 하지근으로 나뉘며, 이는 다시 세분화되어 약 600여종의 근육으로 분류된다. 하나의 관절에 붙어있는 여러 개의 골격근이 공동 작업을 함으로써 관절을 움직이는 과정에서 굽히는 쪽에 있는 굴근은 수축하고, 그 반대쪽에 있는 신근은 늘어나는 특성으로 인하여 인체에서 곡선의 형태로 변형되어 수직선, 사선, 평행선, 곡선, 지그재그선 등으로 나타난다.

나이키, 아디다스, 뉴발란스를 대상으로 한 사례 연구의 결과, 애슬레저 웨어에 주로 나타난 근육은 상의에서는 골격근의 소분류 중 대흉근, 삼각근, 복직근, 광배근 등이었으며, 하의에서는 골격근의 소분류 중 둔근, 대퇴근, 비복근 등으로 분석되었다. 이는 각 골격근의 위치에 절개선으로 주로 표현되었으며, 이 절개선을 중심으로 단색 혹은 컬러블록으로 표현되었다.

작품개발 연구에서는 인체 근육의 선적 조형미를 응용한 트랙자켓 1점, 윈드브레이커 1점, 스웨트셔츠 1점, 바디수트 1점, 팬츠 3점 등 7점의 애슬레저 웨어가 개발되었다. 개발된 디자인은 주요 골격근(대흉근, 삼각근, 복직근, 광배근, 둔근, 대퇴근, 비복근) 7종을 변형하였다. 특히 각 골격근을 절개선으로 변형한 뒤, 그 외곽선에 스트링을 적용하여 수축과 이완을 통해 변화하는 골격근의 특성을 반영함으로써 다양한 스타일링이 가능하도록 하였다. 상의와 하의 모두 스트링을 활용하여 실루엣의 변형을 시도한 본 작품은 운동뿐만 아니라 레저 및 일상복의 목적에도 부합하는 진정한 애슬레저 웨어를 추구하였다.

3. 결론

인체 근육의 조형미 중 주요 골격근이 만들어내는 다양한 선을 절개선으로 적용하고, 인체 근육의 원리를 의복구성의 과정에 적용함으로써 새로운 애슬레저 웨어 디자인을 개발한 본 연구는 의상디자인의 다양한 개발방법을 제시하였다는 점에서 의의를 가진다.

References

- Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2023). *2023 National Sports Survey*. Sejong: Ministry of Culture, Sports and Tourism.
- Shriber, S. (2023, April 18). Infographic: Sports Retailers That Are Winning, From New Balance to Dick's Sporting Goods. *civicscience*. Retrieved September 2, 2024, from <https://civicscience.com/infographic-sports-retailers-that-are-winning-from-new-balance-to-dicks-sporting-goods/>
- Park, S. H. (2015). *A study on characteristics athleisure style in modern fashion*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.

의복 소비가치에 따른 아웃도어 디자인 영향 요인에 관한 연구

- 스포츠 아웃도어 브랜드를 중심으로 -

최정인, 이재경*

국립목포대학교 패션의류학과 석사과정, 국립목포대학교 패션의류학과 조교수*

1. 서론

코로나 이후 외부 활동이 증가하며 여가활동 및 건강에 대한 소비자들의 관심은 스포츠 아웃도어 브랜드의 성장으로 이어졌다. 2000년 이후 급성장하다 2013년 쇠퇴기를 맞았던 아웃도어 시장은 코로나 이후 다시 성장세로 돌아섰으나 시장의 성장이 브랜드의 성장을 의미하는 것은 아니다. 아웃도어 시장은 8조원대로 성장하였으나, 철저한 준비 없이 아웃도어 의류시장에 들어왔거나 시장 적응력이 떨어지는 기업들은 큰 어려움을 겪고 있거나 브랜드를 철수하고 있다. 급변하는 아웃도어 시장에서 시장의 흐름을 주도하는 주체는 2030 소비자이다. 본 연구는 아웃도어 브랜드의 효과적인 디자인 전략을 제안하기 위해 아웃도어 시장 변화의 중심에 있는 2030 소비자들의 아웃도어 패션제품 구매의도에 영향을 주는 디자인 요인을 의복 소비가치 측면에서 개념화하고 규명하고자 한다.

2. 이론적 배경

가치 중에서 인간의 소비와 관련된 소비가치는 소비자가 소비와 관련된 의사결정을 할 때 내면적인 판단 기준으로서 소비자의 행위나 판단을 이끌고 소비생활에 직접 적용할 수 있는 구체적인 성격을 띄어 소비자의 구매행동을 연구하는데 중요한 변수가 된다(Solomon, 1996). Sheth et al.(1991)은 소비가치를 구매 결정 및 상표 선택 과정 시 의사결정의 기준이나 목표가 되는 개념이라 정의하고 기능적 가치(functional value), 사회적 가치(social value), 감정적 가치(emotional value), 상황적 가치(conditional value), 진귀적 가치(epistemic value)로 유형화하였다. 소비가치는 개인과 제품에 따라 다르며 동일인이라 하더라도 개인의 소비가치가 모든 제품에 적용되는 것은 아니기 때문에 아웃도어 패션제품 소비자들의 소비가치를 파악하기 위해서는 아웃도어 의류를 대상으로 구매에 영향을 주는 소비가치를 측정해야 한다(Han & Kim, 2002). 아웃도어 패션제품의 디자인은 기능성과 디자인이 두 개의 중요한 제품개발 축으로 아웃도어 패션제품의 디자인 요소는 크게 감성적 디자인 요소과 기능적 디자인 요소로 분류된다. 감성적 디자인 요소는 디자인 창조성, 디자인 가변성, 디자인 범용성으로 설명될 수 있으며, 기능적 디자인 요소는 동작 기능성, 소재 기능성, 구조 기능성으로 설명될 수 있다.

3. 연구방법 및 결과

연구 표본은 최근 3년 사이에 아웃도어 패션제품을 3회 이상 구입한 20세 이상 40세 이하

의 소비자들을 대상으로 추출했다. 온라인 설문조사 기관을 통해 총 320건의 응답을 수집했으며 수집된 자료는 AMOS 22.0과 SPSS 22를 사용하여 분석했다.

패션제품의 소비가치의 하위 차원 중 기능적 가치의 평균값이 가장 높게 나타났으며, 그 다음 감정적 가치, 사회적 가치, 진귀적 가치를 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 소비가치 요인에 근거하여 계층적 분석을 통해 군집 분석을 실시한 결과 3개의 집단이 도출되었으며 각각의 집단은 패션제품의 기능적 가치만을 중요하게 생각하는 성과 그룹(Performance group), 패션제품의 기능적 가치 보다는 새로움과 독특함과 같은 진귀적 가치에 가치를 느끼는 개성 그룹(uniqueness group), 마지막으로 패션제품이 주는 즐거움인 감정적 가치를 추구하는 재미 그룹(fun group)으로 분류되었다. 성과 그룹은 아웃도어 패션제품의 디자인 요소 중 소재 기능성과 구조 기능성이 제품 구매에 가장 중요한 역할을 한다고 응답했으며, 디자인 요소로는 디자인 범용성을 중요하게 생각했다. 개성 그룹은 디자인 창조성과 디자인 가변성을 중요하게 생각했으며, 기능적 요소로는 소재 기능성을 구매 결정 요인이라 응답했다. 재미 그룹은 디자인 가변성과 디자인 창조성을 중요하게 생각했으며, 동작 기능성을 중요하게 생각했다. 또한 아웃도어 패션제품의 구매 행동에 따라 최근 구매가 증가, 유지, 축소로 분류한 소비자 집단의 선호 디자인 요인에도 차이가 나타났다. 구매가 증가한 집단의 경우 소재 기능성을 가장 중요하게 생각했고, 구매가 유지되고 있는 집단의 경우 디자인 범용성에 높은 평균을 나타냈다. 구매가 축소된 집단의 경우 유지 집단과 선호하는 디자인 요소가 유사하게 나타났으나, 모든 요소의 평균이 매우 낮았다.

4. 결론

본 연구는 2030 소비자들의 아웃도어 패션제품 소비가치를 세분화하고 소비가치에 따른 소비자 집단별 아웃도어 패션제품에 대한 선호 디자인 요소를 규명하고자 하였다. 연구 결과는 2010년 이후 급성장하여 이제 성숙기에 접어든 아웃도어 패션시장에서 2030 소비자들의 아웃도어 패션제품에 대한 선호 디자인 요소에 대한 이해를 높이고, 2030소비자들에 대한 아웃도어 디자인 연구에 기초 자료를 제공할 것이다. 실무적으로는 아웃도어 패션제품을 기획하고 개발하는 아웃도어 패션브랜드의 신제품 개발 방향과 디자인 전략 수립에 기초자료로 활용될 수 있을 것이라 기대된다.

References

- Sheth, Newman, & Gross. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159-170.
- Solomon, M. R. (1996). *Consumer behavior: Buying, having and being 3th ed.* New Jersey: Englewood Cliffs, Prentice Hall, Inc.
- Han, H. J., & Kim, M. S. (2002). Relating consumption values to pre-purchase decision making of apparels. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 26(6), 853-864.

*본 논문은 2024학년도 국립목포대학교 교내연구비 지원에 의하여 연구되었음

사용자 스포츠 행동 인식-모니터링 의류 시스템 개발

- 골프 스윙 동작 인식을 중심으로 -

이지찬, 이재갑, 이현승*

인천대학교 의류학과 석사과정, 국민대학교 신소재공학부 명예교수, 인천대학교 패션산업학과 교수*

1. 서론

골프나 야구 등 별도의 도구를 활용하는 스포츠는 스윙 시 자세의 정확성이 기록 향상 및 부상 예방에 중요한 영향을 미친다. 특히 골프 스포츠의 경우, 허리와 팔의 움직임이 운동 효과에 결정적인 영향을 미치며, 이에 따라 일반인이라도 전문가의 코칭을 받는 일이 빈번해지고 있다(Park et al., 2021). 이와 같은 수요와 함께, 센싱 기술의 저가화로 인해 스포츠 목적의 사용자 모션 트래킹 기술이 전문 프로 선수들을 중심으로 보급되고 있다. 한편 기본적인 생체 신호 측정을 통한 헬스 케어 기능을 제공하는 웨어러블 디바이스가 대중화되고 있으며, 아마추어 스포츠 분야에서 사용자 스스로의 헬스 및 스포츠 케어를 위한 목적으로 활용되고 있다. 이와 같은 맥락에서, 본 연구는 골프를 즐기는 사용자를 위해 실시간으로 관절 움직임 변화를 감지하여 모니터링 가능하도록 하는 스마트 의류 시스템 개발을 목표로 하였다. 사용자 스스로 프로 코치의 도움 없이 골프 기술을 향상함과 동시에 부상을 예방할 수 있는 효과적인 도구를 제공하고자 한다. 골프 동작의 경우, 스윙 동작의 정확성이 기록 향상에 큰 영향을 미친다. 예를 들어, 스윙 동작 시 회전 운동의 중심이 되는 척추의 축 이동 방지와 팔, 손목의 각도 유지 여부가 드라이버 샷의 비거리에 직접적인 영향을 미친다. 이에 따라 본 연구에서는 신체 관절 주변 10개 부위에 IMU 센서를 배치하여 관절의 위치를 측정하고 분석하였고 Wi-Fi 무선 통신을 이용하여 스마트폰 어플리케이션 전송하여 센서가 측정한 사용자의 동작 정보를 관찰, 분석하였다. 본 연구에서는 개인이 스스로 본인의 스포츠 동작을 스스로 확인하고, 교정할 수 있는 웨어러블 셀프 스포츠 코칭 시스템 사례를 제시하고자 하며, 여기에 연구의 의의를 둔다.

2. 본론

2.1. 사용자 행동 인식 시스템 디자인

관절 움직임 추적 시스템은 다양한 신체 위치에 부착된 센서를 활용한 센서 모듈과 이를 관장하는 제어 모듈의 조합으로 이루어져 있다. 센서 모듈은 머리, 목, 가슴, 팔, 손등, 손목, 복부, 골반, 허벅지, 종아리 등 10개의 위치에 설치된 9축 IMU 센서를 활용하여 관절 값을 측정하며, 제어 모듈은 이러한 측정 값을 기반으로 현재 관절 위치를 계산하여 추적하는 역할을 수행한다. 각 모듈들은 WIFI를 이용한 무선 통신을 사용하며 제어 모듈은 스마트폰 어플리케이션과 블루투스로 연동되어 센서 모듈의 측정을 관장한다. 제어 모듈은 각각의 센서 모듈로 측정 시작 신호를 전송하고, 이를 수신받은 센서 모듈은 제어 모듈로부터 받은 번호

와 데이터를 결합하여 패킷을 생성하고 이를 제어 모듈로 송신한다. 이를 통해 제어모듈은 각 센서 모듈의 측정값을 명확하게 구분하여 각 관절의 관절 값을 분류함과 동시에, 여러 센서 모듈로부터 수신받은 패킷들을 각 번호에 맞게 분할하여 모듈의 전원 공급이 중단되어도 데이터 보존을 위해 비휘발성 메모리(SD카드)에 저장한다. 이후 제어 모듈은 실시간 알고리즘에 저장된 프로 골퍼의 모션 데이터와 실시간 측정된 사용자의 모션 데이터를 비교하여 사용자의 동작이 어느 정도의 정확성을 가지는지를 판단한다. 비교 분석에는 행위 기반 인중에 널리 활용되는 Cosine Similarity를 활용하였다. 해당 비교 분석 과정에서는 알고리즘의 레퍼런스 데이터와 실시간 측정된 데이터 간의 비교 분석을 위한 구간의 특징이 요구된다. 따라서 제어 모듈은 순수하게 사용자의 골프 스윙 모션 데이터 구간을 특정하기 위해, 전신의 움직임 중에서 손목과 손등의 센서 모듈에서 가장 가속도의 변화가 큰 지점을 기준으로 총 110개의 샘플을 동작 구간으로 지정한 이후, Linear interpolation을 통해 최종적으로 사용자의 스윙 동작 데이터를 추출하도록 웨어러블 시스템의 알고리즘을 디자인하였다.

3. 결과 및 논의

본 연구의 시스템의 작동 과정은 데이터 수집, 데이터 가공, 구간 설정, 유사도 측정으로 구성된다. 개발된 프로토타입의 작동성 파악을 위한 실험에서는 아마추어 실험자가 수행하는 골프 스윙 동작과 알고리즘에 저장된 프로 골퍼의 데이터를 비교하여 센싱 모듈이 실시간으로 실험자의 동작을 추적 가능한지, 제어 모듈이 측정된 데이터를 알고리즘에 저장된 레퍼런스 데이터와 비교하여 동작 정확도를 도출하는지를 파악하고자 하였다. 해당 실험에서는 제어 모듈이 인출하는 유사도 수치 외에도 별도로 센서 모듈이 측정하는 데이터를 시간 축을 기준으로 기록하여 오일러 방식에 따라 해당 데이터를 x, y, z축 움직임 파형 그래프를 산출하여 분석에 활용하였다. 실험 시 실험자의 스윙 모션 중 정확성이 높은 모션에서는 프로 데이터와 실험 데이터 간의 차이가 발생하더라도 그 값이 매우 짧은 시간 동안만 지속된다는 것을 발견했다. 이에 반해 나쁜 자세에서는 다수 센서 모듈이 큰 차이를 오랫동안 유지하는 현상을 보였는데, 이는 나쁜 자세일 때 센서 데이터가 프로 데이터와 큰 차이를 보이며 이를 유지하는 것으로 나타났다. 해당 결과를 두고 보았을 때, 본 연구에서 목표하였던 사용자의 골프 스윙 동작의 실시간 인식 및 동작 정확성 대조 기능 구현은 성취된 것으로 사료된다. 따라서 해당 결과물은 사용자 스스로 스윙 동작의 정확성을 평가하고, 이를 개선하기에 활용 가능한 도구로서 사용 가능할 것으로 기대된다.

Reference

Park, J. U., Baek, G. W., Lee, J. M., Kang, J. H., & Kim, J. H. (2021, November). Design of Human Pose Estimation Model using HRNet for Golf Swing Motion Correction. *Proceeding of the Korean Institute of Communications and Information Sciences*, Yeosu, 991-992

퍼스널 모빌리티 이용자를 위한 가변형 라이딩 재킷 개발

이창일, 박주희*

국민대학교 대학원 패션학과 석사과정, 국민대학교 의상디자인학과 교수*

1. 서론

Covid-19 이후, 감염병 확산의 우려로 대중교통을 기피하고, 배달 서비스를 이용하는 빈도가 커짐에 따라, 모터사이클, 전동킥보드, 전기 자전거와 같은 퍼스널 모빌리티(Personal Mobility) 시장이 급성장하였다. 퍼스널 모빌리티는 개인이 단거리 이동에 사용하는 소형 전동 이동 수단을 의미한다. 하지만 전동킥보드 사용 시 안전장비를 착용하지 않거나 도로 주행에 대한 시민들의 인식이 미흡하여 사고가 발생하고 있고, 신체가 외부에 노출되는 교통 수단이라 작은 사고에도 부상으로 이어지는 경우가 빈번하여 사회적 문제로 대두되고 있다(Lee, 2023). 이에 따라 퍼스널 모빌리티 이용 시, 보다 편리하게 착용할 수 있는 의류와 안전 제품, 나아가 이를 손쉽게 휴대할 수 있는 방안에 대한 연구가 필요하다.

본 연구는 퍼스널 모빌리티 이용 시, 안전성을 고려하면서도 다양한 환경에 대응 가능한 가변형 라이딩 재킷 설계를 목적으로 한다. 현재까지 진행된 퍼스널 모빌리티 관련 학술 연구가 가변형 헬멧이나 스마트 헬멧을 개발 연구에 국한되어, 의류디자인 개발 연구는 전무하다는 점에서 본 연구의 필요성이 부각된다. 본 연구의 연구방법은 문헌연구, 사례연구, 작품개발연구로서, 학술논문, 단행본, 온라인 기사를 통해 퍼스널 모빌리티용 라이딩 재킷과 가변 디자인을 문헌연구하고, 시판되고 있는 라이딩 재킷을 사례연구하며, 가변 디자인을 적용한 퍼스널 모빌리티용 라이딩 재킷 4점을 개발연구한다. 사례연구는 소셜 커뮤니티 레딧(Reddit), 바투매, 전달사에서 “The Personal Mobility Wear”라는 검색어가 포함된 최근 4년간의 게시글을 수집하고, 최종 선정된 5개 브랜드 -알파인스타(Alpinestars), 다이네즈(Dainese), 볼레백(Vollebak), 포드 스마트 자켓(Ford Smart Jacket), 할리 데이비슨(Harley-Davidson)- 에서 2024년 출시된 퍼스널 모빌리티용 재킷을 대상으로 하며, 퍼스널 모빌리티 이용자 7명을 대상으로 한 심층면접을 통해 사례연구의 분석내용을 보완한다.

2. 본론

이론적 배경으로 퍼스널 모빌리티용 라이딩 재킷과 가변 디자인을 고찰한 결과는 다음과 같다. 라이딩 재킷은 모터사이클이나 자전거를 이용할 때 착용하는 재킷으로, 충격을 완하시켜주는 패드를 부착하고, 목판과 소매의 밑단을 벨크로 등으로 조여주는 디테일 등을 통해 외부 충격으로부터 신체를 보호하여 사용자에게 안전성을 제공하는 의상이다. 한편 상대적으로 저속에서 운행되는 퍼스널 모빌리티의 경우, 라이딩과 일상생활의 가변적 환경에 적합하고, 가벼운 소재의 휴대가 용이한 재킷이 채택된다. 가변 디자인은 사용자의 요구에 따라 제품의 형태, 기능, 또는 구조가 변형될 수 있는 디자인을 이른다. 따라서 가변형 의상디자인

은 날씨나 활동 등 다양한 목적에 따라 기능이나 형태를 변형할 수 있는 디자인을 의미한다.

퍼스널 모빌리티용 라이딩 재킷에 대한 사례연구를 통해 전문 라이딩 재킷과 달리 경량의 보온성 신소재 사용, LED나 재귀반사 소재를 활용한 안전추구 등이 분석되었으며, 사용자 심층면접을 통해 퍼스널 모빌리티 주행 종료 시 헬멧을 휴대할 수 있는 방법이 필요하지만, 이를 고려한 제품이 없다는 점에서 헬멧 휴대의 문제가 도출되었다. 본 연구의 결과로서 상황에 따라 재킷 혹은 가방으로 활용 가능한 가변형 라이딩 재킷 4점이 개발되어 주행 중에는 재킷으로, 주행 종료 시에는 헬멧을 보관하는 가방으로 활용하도록 하였다. 재킷-가방 가변에는 지퍼, 벨크로 테입, D링, 스냅 버튼이 활용되었으며, 재킷이 접히는 방법에 따라 백팩, 크로스백, 토트백 등 여러 형태로 나타나도록 제작되었다.

3. 결론

가변 디자인을 적용하여 퍼스널 모빌리티용 라이딩 재킷을 개발한 본 연구는 다양한 상황에 대응하여 의류를 활용할 수 있는 디자인 방법을 제시하였다. 본 연구는 재킷이나 헬멧과 같은 보호용 제품이 휴대 용이성의 문제로 사용되지 않아 사고 시 부상을 야기하는 현실적 문제를 파악하고, 이를 가변 디자인으로 해결하는 방법을 제시하여 날로 증가되고 있는 퍼스널 모빌리티 사용자의 안전을 추구하면서 동시에 가변성 디자인의 새로운 가능성을 제시하였다는 점에서 의의가 있다.

Reference

Lee, J. H. (2023, April 6). 개인형 이동장치 교통사고 매년 급증... 지난해에만 25명 사망. 연합뉴스. Retrieved August 9, 2024, from <http://https://www.yna.co.kr/view/AKR20230406144600062>

창의적 스마트 웨어러블 제작 교육에 대한 연구

- 터치 활성화 발광 장갑을 통한 프로젝트 기반 학습을 중심으로 -

이혜원*

가톨릭대학교 의류학과 교수*

1. 서론

스마트 패션 교육은 창의성과 기술적 역량을 결합하는 데 중점을 두며, 웨어러블 기술이 점점 더 주목받고 있는 상황에서 그 중요성이 더욱 부각되고 있다. 웨어러블 기술은 패션과 전자공학, 소재 과학이 융합된 형태로, 단순한 의류가 아니라 사용자의 움직임이나 환경에 반응하는 인터랙티브한 의류를 개발함을 목적으로 한다. 이에 따라, 스마트 패션은 현대 패션 디자인의 경계를 넓히는 동시에 기술 발전과 밀접하게 연결된 창의적 도전 과제가 되고 있다. 본 연구는 창의적 스마트 패션의 제작 교육에 대해 프로젝트 기반 학습 방식을 결합하여 그 방법을 고안하며, 의류학 전공 학생들이 기초 전자공학과 디자인 원리를 학습하고, 이를 웨어러블 기술에 적용하여 창의적이고 실용적인 의류를 제작할 수 있는 역량을 기르는 것을 목표로 한다.

기존의 스마트 패션 혹은 웨어러블 기술은 주로 전기전자 공학이나 소재 공학을 기반으로 개발되었기 때문에, 회로 구성이나 디자인에서 창의성과 미적 요소가 부족하다는 한계를 가지고 있었다. 이러한 기술 중심의 접근 방식은 기능성은 뛰어나지만, 패션적 요소나 미적 감각이 부족하여 사용자들이 일상에서 즐겨 착용하기에 어려움을 겪는 경우가 많았다. 이번 연구는 의류학 기반의 접근을 통해, 패션 디자인과 기초 회로 구성을 융합하여 단순한 기술 구현이 아닌 창의성과 미적 디자인을 함께 고려한 웨어러블 제품을 만들 수 있다는 가능성을 제시하고자 한다. 본 연구는 의류학을 바탕으로 학생들이 기초 전자 회로를 학습하고 이를 실용적이면서도 독창적인 웨어러블 기술에 적용하는 과정을 통해, 패션과 기술을 융합하는 새로운 패러다임을 제시하는 데 의의가 있다.

2. 본론

본 연구는 프로젝트 기반 학습(PBL) 방식을 통해 수행되었다. 본 연구에 참여한 학생들은 9명(남2명, 여 7명)이며, 전기전자 공학과 관련한 기초 이론과 다양한 스마트 기술, 웨어러블 디바이스, 센싱과 액추에이팅 등 스마트 패션과 관련된 이론을 약 두 달간 충분히 학습한 후, 실습 프로젝트에 참여하였다. 프로젝트 수행을 위해 제공된 재료는 LED(5mm, 3V), 리튬이온 배터리(CR2032, 3V), 전도성 테이프, 배터리 커버, 그리고 면장갑 1개였다.

학습은 총 3단계로 진행되었다. 첫 번째 단계에서는 학생들은 스마트 패션 기술과 기초 전자공학에 대한 이론적 배경을 학습하였으며, 이를 바탕으로, 두 번째 단계에서 제공된 재료를 사용하여 터치 활성화 발광 장갑 프로토타입을 제작하였다. 특히, 장갑을 끼고 특정 손가락 동작을 했을 때 LED가 발광하도록 하는 문제를 제시하여, 학생들이 이 문제를 해결하

는 데 집중하도록 했다. 마지막으로 세 번째 단계에서는 각 학생의 작품에 대해 발표하고 서로 디자인 창의성 및 기능성을 평가하는 시간을 가졌다.

연구 결과는 회로 설계 부분, 프로토타입 제작 부분, 그리고 평가 부분으로 나뉜다. 학생들은 전도성 실과 테이프를 사용하여 터치 센서를 갖춘 회로를 설계하였고, LED가 터치에 반응하여 발광하는 기능을 9명 전원 성공적으로 구현했다. 학생들은 터치 활성화 발광 장갑의 다양한 변형을 설계하여 각기 다른 작품을 완성했다. 프로토타입 제작 과정에서 기능성과 디자인을 모두 고려하였으며, LED가 터치에 반응하는 특성을 바탕으로 장갑을 독창적으로 디자인했다. 작품들은 각기 다른 형태와 기능적 요소를 가지고 있었으며, 실용성과 창의성의 균형을 맞추는 데 중점을 두었다.

학생들의 프로젝트는 세 가지 기준에 따라 평가되었다. 첫째, 디자인의 독창성과 창의성, 둘째, 회로 구성의 정확성과 기능의 완성도를 기준으로 한 기술적 정확성, 마지막으로, 실제 착용 가능성 및 실용성을 고려하여 장갑의 착용감과 편의성이 평가되었다.

3. 결론

본 연구를 통해 학생들에게 패션 디자인과 전자공학의 융합을 통해 기술적 및 창의적 역량을 효과적으로 교육할 수 있었으며, 학생들이 단순한 이론적 학습을 넘어 실제 프로토타입을 제작하는 경험을 쌓고, 이를 기반으로 스마트 패션의 기초 및 응용 개념을 깊이 이해시키는 데 기여했다. 본 연구의 제한점 및 도전과제는 다음과 같다. 학생들은 창의성과 기술적 실행 간의 균형을 맞추는 데 시간이 부족하여 각자의 아이디어를 완전히 실현하는 데 어려움을 겪었다. 또한, 전기전자 기초 지식이 부족한 학생들은 이해하는 데 추가적인 시간이 소요되었고, 이는 교육 과정 설계에서 반드시 고려해야 할 중요한 요소임을 시사한다. 이러한 문제를 해결하기 위해 향후 수업에서는 센서나 무선 통신과 같은 보다 발전된 부품을 통합하여 학생들의 기술적 역량을 심화시키고, 보다 효과적이며 혁신적인 스마트 패션 교육 결과를 도출할 수 있을 것으로 기대된다.

References

- Al-Emran, M., Al-Nuaimi, M. N., Arpaci, I., Al-Sharafi, M. A., & Anthony Jnr, B. (2023). Towards a wearable education: Understanding the determinants affecting students' adoption of wearable technologies using machine learning algorithms. *Education and Information Technologies*, 28(3), 2727-2746.
- Fan, H., Xie, H., Feng, Q., Bonizzoni, E., Heidari, H., McEwan, M. P., & Ghannam, R. (2022). Interdisciplinary project-based learning: experiences and reflections from teaching electronic engineering in china. *IEEE Transactions on Education*, 66(1), 73-82.
- Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., Rammal, H. G., & Veiga, P. M. (2021). Wearable technology and consumer interaction: A systematic review and research agenda. *Computers in human behavior*, 118, 106710.

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

신한복에 사용한 전통문양과 색채 분석

이효정, 김정은*

인하대학교 의류디자인학과 대학원생, 인하대학교 초빙교수*

1. 서론

최근에 등장한 신한복은 전형적인 디자인에서 벗어나 디자이너의 창작이 가미되고 색채를 비롯하여 소재와 문양 등 다양한 요소를 활용하여 변화를 꾀하고 있다. 이러한 신한복을 ‘신한복’이라 칭한다. 신한복은 2014년 한복 산업을 살리기 위해 한복진흥센터에서 실시한 프로젝트를 통해 발표된 명칭으로(Park & Rhee, 2023) 기존의 전통한복이 지녔던 불편함에 대한 대중의 부정적인 인식을 완화하고 일상에서 편하게 착용할 수 있는 한복을 일컫는다. 신한복은 다양한 변형으로 인해 전통복식으로서 경계가 모호해졌다. 이로 인해 전통복식임을 강조할 수 있는 요소가 필요해졌고 대표적인 요소로 ‘전통문양’을 꼽을 수 있다. 선행연구 Ju(2021)에 따르면 신한복 스타일에서 전통미를 인식하는 요소로 색상, 소재, 문양, 장식 중에서 문양을 가장 높게 평가하는 것으로 나타났다. 즉, 한복에 대한 관심도가 낮은 집단과 높은 집단 모두 전통미를 인식하는데 문양이 중요하며 전통문양은 전통복식을 강조할 수 있는 요소라 할 수 있다. 전통문양은 문양의 종류에 따라 다양한 의미를 내포하고 있으며 다양한 전통문양이 사용된다. 또한 디자인 요소 중 가장 먼저 지각되는 요소는 색채로서 한복을 착용하면 사용된 색상에 의해 분위기가 결정되고 이미지를 형성하게 된다(Jung & Lee, 2018). 특히, 문양에 사용되는 색채가 다양해지면서 다양한 분위기의 다채로운 신한복을 만날 수 있게 되었다. 따라서 본 연구는 신한복에 있어 전통미를 강조할 수 있는 요소를 ‘전통문양’으로 보았으며 인간의 눈에 가장 먼저 지각되는 요소인 ‘색채’를 가미하여 전통문양의 색채를 분석하고자 한다. 연구의 목적은 다음과 같다. 첫째, 신한복 브랜드를 대상으로 한복 디자인에 활용된 전통문양의 종류와 빈도를 분석한다. 둘째, 전통문양에 사용된 색상과 색채의 유형을 분석한다. 이에 전통문양과 색채 사용의 경향에 따라 실무적인 전략을 제시하는데 의의를 둔다.

2. 본론

1) 신한복에 사용된 전통문양 종류와 빈도

신한복에 해당되는 브랜드를 선정하여 2020~2024년까지 출시된 신한복의 전통문양을 분석한 결과, 전통문양의 종류는 자연문, 동물문, 식물문, 기하문, 복합문, 기타문으로 나타났다. 총 157개의 신한복 중에서 복합문은 66개, 식물문은 42개, 기하문은 32개, 동물문은 9개, 기타문은 4개, 자연문은 2개로 나타났으며 가장 많은 부분은 차지했던 복합문은 식물문+기하문, 동물문+기하문, 동물문+자연문+기하문이었다. 자연과 동식물이 결합된 문양이 많이 사용되었음을 알 수 있다. 두 번째로 많이 사용된 전통문양은 식물문으로 식물문의 대부분

은 화문으로 An & Cho(2010)의 선행연구와 마찬가지로 여성들의 감성에 의해 아름다움을 추구할 수 있는 모티브로서 연화문, 국화문, 매화문 외에도 동백, 장미꽃이 사용되었다. 세 번째는 기하문이다. 기하문은 32개가 사용되었으며 기본적인 사각형, 마름모형, 육각형, 삼각형 외에도 번개, 썬자, 근자, 바자, 회자, 태극, 팔괘가 조합되어 나타났다.

2) 신한복에 사용된 전통문양의 색채 특성 분석

(1) 신한복 색상 분포

총 157개의 신한복을 바탕으로 유채색과 무채색을 구분한 결과, 유채색 문양은 127개로 80.9%를 차지했으며 무채색 문양은 30개로 19.1%를 차지했다. 한국의 전통 한복에서 살펴볼 수 있듯이 금박 혹은 은박 처리된 전통문양은 총 37개로 금박은 17개(10.8%), 은박은 20개(12.7%)로 나타났다. 신한복에 있어서 한국 고유의 전통미를 전달하는데 과거의 기술이 여전히 사용되고 있음을 알 수 있다.

(2) 신한복 색조 특성

총 157개의 신한복 중에서 127개의 유채색 문양을 먼셀 색상환 시스템을 사용하여 분석한 결과, 전체적으로 BG계열, Y계열, YR계열, B계열, R계열, PB계열, GY계열, G계열, RP계열, P계열 순서로 사용된 것을 확인하였다. 또한, 문양의 색상 비중에 따라 Base, Accent, Assort 색상을 구분한 결과, Base 색상은 BG계열, B계열, YR계열, Y계열이 가장 많이 나타났으며 Accent 색상은 YR계열, Y계열, GY계열, BG계열이 주로 나타났다. Assort 색상은 BG계열, R계열, B계열, Y계열, PB계열 순서로 나타났음을 확인하였다.

3. 결론

본 연구의 결론은 다음과 같다. 신한복에 사용된 전통문양은 복합문과 식물문이 가장 많았으며 이는 여성을 위한 신한복의 비율이 높은 만큼 여성의 감성을 자극할 수 있는 전통문양임을 시사한다. 또한, 전통문양의 색상은 BG계열, Y계열, YR계열을 많이 사용함에 따라 난색과 한색의 특징한 치우침 없이 디자인에 활용하고 있음을 시사한다. 전통문양의 색채를 분석한 본 연구는 한국만의 고전적 미감을 강조하면서도 현대인에 맞는 새로운 신한복 디자인을 개발하는데 기초자료가 될 수 있을 것이라 기대된다.

References

- An, H. J., & Cho, W. H. (2010). A Study of patterns of Women's Jackets(Jeogori) in Modern Korea, *Journal of the Korean Society of Costume*, 60(10), 100-117.
- Jung, S. E., & Lee, S. Y. (2018). A Study on the Color Features of Female Hanbok in Modern Times, *Journal of Korean Traditional Costume*, 21(3), 23-36.
- Ju, H. S. (2022). *A Study on Shinhanbok Image and PReferences-Focused on K-pop star cases-* (Unpublished master's thesis). Yonsei University, Seoul, Republic of Korea.
- Park, E. J., & Rhee, Y. J. (2022). Development of modern women's Hanbok design by analyzing design elements, *The Research Journal of the Costume Culture*, 30(3), 348-365.

가치 소비 시대의 브랜드 굿즈 디자인

- 한국철도공사 사례를 중심으로 -

장남경, 이경진, 송은영*

한세대학교 섬유패션디자인학과 교수, 한세대학교 섬유패션디자인학과 강사,
한세대학교 섬유패션디자인학과 조교수*

1. 서론

현대 소비자들의 가치관이 변함에 따라 제품 구매의 기준이 가격이나 기능이 아닌 감성을 자극하고 공감을 이끌어 낼 수 있는 가치소비로 변화하고 있으며, 시장의 성숙화와 더불어 소비자들의 기대 수준이 높아짐에 따라 브랜드를 중심으로 차별적 경쟁우위를 구축하기 위한 마케팅 활동이 활발해지고 있다. 기업들은 브랜드 제품의 기능적 측면 뿐만 아니라 감정적 측면에서의 차별화를 통해 경쟁우위를 추구하고 있으며 마케팅 전략으로 굿즈마케팅을 시도하고 있다. 굿즈마케팅은 브랜드의 개성이나 특징을 살려 만든 기획 상품으로, 정체성과 재미 요소를 반영해 소비자의 구매욕을 자극하고 브랜드를 홍보하기 위한 마케팅 기법으로 브랜드 고유의 특성을 활용한 한정판 굿즈 상품을 출시함으로써 소비자의 구매 욕구를 자극하고 브랜드 효과를 높이고 있다. 최근 사회적 가치를 중요시하는 MZ세대를 중심으로 소비문화의 패러다임이 변화하고 있다. MZ세대는 과거의 제도나 관습에서 벗어나고자 하는 욕구와 자신들에게 강요되는 기성세대의 억압에 반항하는 심리를 표출하며 ‘개인의 취향 존중’이라는 새로운 소비 트렌드를 생산하고 있다. 한편 브랜드는 소비자에게 가치를 제안한다. 브랜드는 소비자에게 기능적, 정서적, 자아 표현적인 편익의 가치를 제공하는데, 이러한 효율적인 가치 제안은 고객과 브랜드의 관계를 만들어내고 구매를 결정하는 요인으로 작용한다. 따라서 IT, 외식, 패션, 뷰티, 리빙 그리고 관광 산업 등 분야에 상관없이 브랜드를 구축하는 것은 소비자와의 관계 형성과 지속적인 상호작용을 위한 마케팅 수단이자 커뮤니케이션 도구로 작용한다. 본 연구는 가치 소비시대를 살아가는 소비자들의 가치변화에 따른 니즈를 파악하고 한국철도공사 브랜드 활성화를 위한 방법으로, 스토리나 의미와 같이 소비자의 감성과 가치를 충족시킬 수 한국철도공사 브랜드의 굿즈디자인을 제안하고자 한다.

2. 본론

본 연구는 문헌 및 실증연구를 통해 소비자의 소비 동향과 관광 기념품 디자인요소를 살펴보고 소비자가 진정 원하는 가치에 대해 고찰한 후 이를 바탕으로 한국철도공사의 특색을 살릴 수 있는 굿즈디자인 요소와 스토리텔링 요소를 접목한 브랜드 굿즈디자인을 제시하였다. 디자인 프로세스는 혁신에 대한 인간 중심의 접근 방식으로, 디자이너의 영감과 소비자의 요구, 기술의 가능성 및 비즈니스 성공을 위한 요구 사항을 통합한 디자인 씽킹의 공감(Empathize), 정의(Define), 아이디어 구상(Ideate), 프로토타입(Prototype), 테스트(Test)의 5 단계로 진행하였다. 공감 단계에서는 철도이용 경험이 있는 패션 관련 전문가 10인에 대한

인터뷰를 통해 한국철도공사 브랜드 이미지와 굿즈디자인의 방향성을 도출하였다. 정의 단계에서는 문헌 및 선행연구, 인터뷰 자료를 토대로 한국철도공사의 패션굿즈 가치 형성 요소로는 품질, 디자인, 지역, 헤리티지, 지역 스토리텔링을, 부가가치로는 협업, 희소성, 상품 및 공간을 도출하였다. 또한, 이러한 가치를 형상화 할 수 있는 기차, 역사, 유물, 지역의 4가지 디자인요소를 도출하였다. 아이디어 구상 단계에서는 4가지 디자인요소를 적용한 패턴을 개발하여 패션 아이템인 스카프와 넥타이에 적용하였다. 프로토타입 단계에서는 스카프 10개 디자인, 넥타이 14개 디자인을 최종으로 선정하여 디지털 프린트 작업으로 샘플을 제작하였다. 테스트 단계에서는 2024년 철도의 날 기념행사에 참석한 철도 이용고객, 철도 관계자를 대상으로 넥타이 100매, 스카프 100매를 제공하였다,

3. 결론

양적인 물질적 축적에 초점을 맞춘 과거 삶의 방식은 축적된 물질의 풍요로운 소비와 삶의 질 향상으로 초점이 옮겨가고 있다. 이러한 관점에서 관광 산업은 새로운 고부가가치 산업으로 성장하고 있으며 철도 분야에서도 관광 상품 개발에 관심을 기울이고 있다. 본연구는 한국철도공사의 관광 상품 활성화를 위해 진행된 연구로 브랜드 아이덴티티 특색을 살릴 수 있는 굿즈디자인을 개발하고자 하였다. 이론적 고찰과 전문가 인터뷰를 통해 굿즈디자인 제작에 필요한 요소를 도출하였으며 도출된 요소에 따라 스토리 기반 굿즈디자인 개발 가이드를 제시하고 그래픽 개발 및 상품화와 연계하여 연구를 진행함으로써 향후 철도관광 브랜드 활성화 및 굿즈디자인의 방향성을 제고하고자 하는데 그 의의가 있다.

References

- Lee, Y. M. & Na, J. H. (2018). A study on pReferences of Korail tour products. *Korea Research Academy of Distribution and Management Review*, 21(5), 87-95.
- Park, S. B. & Chung, J. H. (2019). A proposal of craft design process applying design thinking methodology. *Journal of Industrial design*, 13(1), 45-56.
- Won, J. W. & O, E. S. (2020). A study on a story-based goods design for activation of regional tourism brands-focusing on the Maganda, Philippines-. *Journal of Communication Design*, 73(-), 341-351.

4D 텍스타일을 활용한 모듈화 맞춤형 패션 디자인

정경인*, 하지수¹⁾, 김성민*

서울대학교 의류학과 박사과정*, 서울대학교 의류학과 교수¹⁾*

1. 서론

최근 섬유 패션 분야에서 3D 텍스타일이 주목을 받고 있다. 사전 인장된(pre-stretched) 소재에 3D 프린팅 또는 자수 기법을 적용하여 제작하는 3D 텍스타일은 인장 상태가 복원되는 과정에서 구조적 변화를 일으켜 기능성 의류에 효과적으로 적용될 수 있다(Youssuf et al., 2021). 3D 텍스타일은 압력, 온도 등의 자극에 반응하여 복원되거나 변형되는 특성을 띠며, 시간적 변화를 포함한다는 의미에서 4D 텍스타일이라고도 한다(Zolfagharian & Bodaghi, 2022). 패션 업계에서는 4D 텍스타일을 프로토타입 제작, 오픈 꾸뛰르 및 맞춤형 의류 연구에 적용하고 있으며, 우주복 소재로도 고려되고 있다(Nervous System, 2022; Koch et al., 2021). 본 연구는 4D 텍스타일 기술을 기반으로 맞춤형 의류를 디자인하고, 탈부착이 가능한 모듈형 디자인을 적용한 패션 제품을 실제 의복과 가상 쇼룸 전시의 형태로 제안함으로써, 해당 기술의 활용 가능성과 잠재성을 검증하고자 한다.

2. 본론

자수를 이용한 4D 텍스타일은 실의 색상, 자수 패턴의 크기 및 굴곡을 자유롭게 조절할 수 있어, 맞춤형 의류 제작에 적합하며 패션 디자인 측면에서도 기능성과 심미성을 동시에 충족시킬 수 있는 혁신적인 솔루션을 제공하므로 다양한 용도로 활용될 수 있다. 본 연구에서는 Nylon 80%와 Spandex 20%로 구성된 원단을 사전 인장 처리한 후, 자수 기법을 적용하여 실의 색상, 패턴 크기, 곡률을 자유롭게 조절할 수 있도록 설계하였다. 특히 3차원 높이 값을 고려하여 반원 곡선을 90도로 회전시킨 단일 패턴을 반복적으로 적용함으로써 자극에 따른 구조 변화를 유도하고, 심미적 요소를 동시에 확보하였다. 의복 디자인에는 모듈화 디자인 기법을 적용하여 자켓의 카라와 커프스 부분을 탈부착 가능하게 설계하였다. 이를 통해 사용자가 상황에 따라 스타일을 자유롭게 변형할 수 있다. 이 모듈형 구조는 기능적 유연성을 제공함과 동시에 다양한 스타일링 가능성을 제공하여, 맞춤형 의류로서의 활용성을 높였다. 드레스의 표면 효과는 디지털 텍스타일 프린팅(DTP) 기법을 통해 구현되었으며, 자수와 결합하여 시각적 통일성을 유지하는 동시에 텍스타일의 3D 구조와 상호 작용하며 입체감을 더해, 드레스에 심미적 깊이를 부여하였다. 마지막으로 4D 텍스타일의 실제 적용 모습을 보다 직관적으로 경험할 수 있도록, Unreal 엔진과 Clo 3D를 활용하여 가상 쇼룸을 구축하였다. 4D 텍스타일의 복잡한 구조는 렌더링 비용이 높기 때문에 이를 해결하기 위해 텍스처 맵핑 방식을 적용하여 효율적인 실시간 렌더링을 구현하였다.

자켓과 드레스를 실제와 가상 쇼룸에서 전시한 결과, 4D 텍스타일의 시각적 효과가 매우

유사하게 나타났으며, 자켓의 탈부착식 모듈형 디자인은 전시 참여자(N=30)로부터 높은 만족도(** $p < .001$)를 이끌어냈다. 특히 다양한 스타일링과 다목적 기능성 측면에서 긍정적인 평가를 받았다. 가상 쇼룸의 전시 결과, 4D 텍스타일의 표면 효과를 사용자가 직관적으로 이해하고, 고유의 기술적 혁신을 수용하는 데 긍정적인 반응을 보였다(** $p < .01$). 특히, 텍스처 맵핑 방식을 통한 가상 쇼룸의 최적화 작업은 4D 텍스타일의 고해상도 구조를 효율적으로 표현하는 데 기여하였다.

3. 결론

본 연구를 통해 4D 텍스타일 기술이 고감도 맞춤형 패션 디자인에 있어 중요한 기술적 기반이 될 수 있음을 확인하였다. 특히 모듈화 디자인을 적용한 자켓은 다목적 기능성을 극대화함으로써, 사용자 맞춤형 스타일링을 가능하게 했다. 또한, 독창적인 텍스타일 표면 효과를 디지털 텍스타일 프린팅(DTP) 기법으로 구현한 드레스는 소비자에게 4D 텍스타일의 심미적 가치를 직관적으로 전달하며, 기능적 혁신성을 효과적으로 수용할 수 있게 하였다.

향후 연구에서는 4D 텍스타일의 자율적 변형 기능을 보다 정교하게 구현하여, 다양한 의류 제품에 적용 가능한 기술적 가능성을 확대하고자 한다(Schmelzeisen et al., 2018). 예를 들어, 외부 환경 변화에 따라 자켓의 카라나 소매 부분의 곡률이 자동으로 조정되는 기능을 추가함으로써, 4D 텍스타일이 패션 산업에서 기능성과 심미성을 동시에 만족시키는 혁신적 기술로 자리매김할 수 있도록 발전시킬 것이다.

References

- Koch, H. C., Schmelzeisen, D., & Gries, T. (2021, February). 4D textiles made by additive manufacturing on pre-stressed textiles—An overview. In *Actuators* (Vol. 10, No. 2, p. 31). MDPI.
- Schmelzeisen, D., Koch, H., Pastore, C., & Gries, T. (2018). 4D textiles: hybrid textile structures that can change structural form with time by 3D printing. *Narrow and smart textiles*, 189–201.
- Youssef, G. (2021). *Applied mechanics of polymers: properties, processing, and behavior*. Elsevier.
- Zolfagharian, A., & Bodaghi, M. (2022). 4D printing mechanics, modeling, and advanced engineering applications. In *Smart Materials in Additive Manufacturing* (pp. 1–17). Elsevier.
- 4D-Printed Kinematics Dress by Nervous System, 9 June 2023, <https://www.urukia.com/kinematics-dress-nervous-system/>.

* This work was supported by the National Research Foundation of Korea (NRF) Grant funded by the Korean Government (MSIP) (NRF-2016R1A5A1938472)

* This work was supported by the BK21 Four Program (5199990814084) of the National Research Foundation of Korea (NRF) funded by the Ministry of Education, Korea

CLO3D 시뮬레이션을 활용한 자동 형태 변형 패브릭의 표면 엠보싱 디자인 연구

김종선*

수원여자대학교 교수*

1. 서론

최근 패션 텍스타일 산업에서는 스마트 소재를 활용한 혁신적인 연구들이 활발히 이루어지고 있다. 이러한 스마트 소재 중에서도 특히 전기 자극에 의해 형태가 변형되는 투명 PVC Gel을 패브릭으로 활용하는 경우 그 형태와 표면을 능동적으로 변화시킬 수 있는 새로운 소재로 주목받고 있다(Ali et al., 2019). 전기활성 PVC Gel 소재는 전압을 가했을 때 크기와 형태가 변형되는 특성을 가지고 있어, 소프트 로봇, 인공 근육, 웨어러블 센서 등 다양한 응용 분야에서 활용 가능하다. 특히 PVC Gel과 같은 전기 자극 투명 물질은 형태 기억 효과와 변형률이 뛰어나, 의류 디자인에 적용시킬 수 있는 잠재력이 크다(Zhang et al., 2023). 본 연구는 이러한 전기 자극 기반 투명 물질을 사용하여 패브릭의 표면 디자인을 자동으로 변형시키기 위한 선행연구로서 가상 시뮬레이션을 진행해보았다. 실제로 자동 변형 패브릭을 구현하는 데에는 소재의 복잡한 변형 특성과 생산 비용 등의 문제로 인해 실험적 한계가 존재한다. 따라서 CLO3D 프로그램과 같은 가상 시뮬레이션 도구를 활용하여 이러한 패브릭 변형을 연구하고, 이를 가상으로 시뮬레이션하여 그 가능성을 검토하는 것이 중요하다. CLO3D는 직물의 물리적 특성과 변형 가능성을 가상으로 시뮬레이션할 수 있는 도구로, 특히 경사(warp)와 위사(weft)를 조정하여 패브릭의 표면 형태를 변형시키는 기능을 제공한다. 기존의 CLO3D 연구는 주로 패턴 디자인과 착용감을 개선하는 데 초점을 맞추었으며, 패브릭의 물리적 변형 시뮬레이션에 대한 연구는 제한적이었다. 따라서 본 연구는 CLO3D 프로그램을 활용해 경사와 위사 조절을 통한 표면 형태 변형 연구를 시도하고, 이를 통해 전기 자극 기반 투명 물질의 자동 형태 변형 유형을 확인하고자 한다.

2. 본론

CLO3D 프로그램에서 경사와 위사를 조절하는 기능은 패브릭의 물리적 특성을 보다 사실적으로 시뮬레이션하는 데 중요한 역할을 한다. 이러한 조절을 통해 다양한 패브릭 표현이 가능하며, 신축성, 드레이프성, 비틀림 방지, 패턴의 미적 효과 등을 나타낼 수 있다. 특히 드레이프성은 직물이 자연스럽게 떨어지는 모양을 말하는데, CLO3D에서는 경사와 위사 방향을 변경하여 패브릭이 부드럽게 흐르거나 뻗뻗하게 떨어지도록 시뮬레이션할 수 있다. 또한, 패턴의 미적 효과를 표현할 수 있다. 경사와 위사 방향을 조절하여 스트라이프나 체크 무늬와 같은 패턴이 의도한 방향으로 나타나도록 할 수 있으며, 이는 디자인에서 중요한 시각적 효과를 제공한다. 본 연구는 CLO3D 프로그램의 경사와 위사 조절 기능을 활용하여 패브릭

표면의 형태 변형을 연구하는 데 중점을 두었다. 경사와 위사를 조절함으로써 패브릭의 신축성과 변형률을 조정하고, 그 결과로 표면에 엠보싱(embossing)과 같은 입체적인 변형을 유도할 수 있는지 분석하였다. 우선, CLO3D 프로그램의 경사 및 위사 설정을 통해 1/2인치, 1인치, 2인치, 3인치, 4인치 크기의 패턴을 적용한 시뮬레이션을 진행하였다. 각 패턴에 대해 경사와 위사의 팽창률을 110%, 120%, 130%, 140%, 150%로 설정하여 변형 과정을 관찰하였다. 실험 결과, 팽창률이 커질수록 패브릭의 표면이 봉긋하게 올라오는 형태가 형성되었으며, 특히 3인치 이하의 패턴 크기에서 매끄럽고 안정적인 변형이 관찰되었다. 그러나 3인치를 초과하는 패턴에서는 퍼커링(puckering) 현상이 발생하여 표면이 매끄럽지 않게 연결되고, 외관상 자연스럽지 않은 형태가 나타났다. 또한, 경사와 위사를 개별적으로 조정했을 때 경사는 수평 방향 주름, 위사는 수직 방향 주름을 형성하는 것을 확인하였다. 이는 의도한 표면 변형과는 다르게 주름이 형성되어, 경사와 위사를 동시에 조정해야만 원활한 표면 변형을 유도할 수 있다는 것을 확인하였다. 경사와 위사의 팽창률을 각각 150%로 조정했을 때, 표면의 변형 효과는 최대치에 도달하였으며, 이때 2.61cm까지 표면이 부풀어 오르는 효과가 관찰되었다. 그러나 4인치 이상의 패턴에서는 10개 이상의 퍼커링이 발생하여 변형이 불안정해지는 문제가 발생하였다. 이러한 결과는 CLO3D 프로그램을 통한 경사와 위사 조절 연구가 패브릭 표면의 변형을 효과적으로 시뮬레이션할 수 있는 중요한 방법임을 보여주었으며, 전기 자극을 통한 실제 패브릭 변형과 유사한 결과를 가상 환경에서 미리 탐색할 수 있었다.

3. 결론

CLO3D를 활용하여 경사와 위사 조절을 통해 형태 자동변화 패브릭의 표면 변형을 연구하고, 이를 시뮬레이션한 결과, CLO3D에서 경사와 위사의 조정이 패브릭의 물리적 변형과 밀접한 연관이 있음을 확인할 수 있었으며, 특히 3인치 이하의 패턴 크기에서 안정적이고 매끄러운 변형을 얻을 수 있었다. 반면, 큰 패턴 크기에서는 퍼커링 현상이 발생하여 표면 변형의 안정성이 떨어지는 것을 확인하였다. 본 연구는 CLO3D 프로그램을 통해 실제 구현이 어려운 전기 자극 기반 패브릭 변형을 가상 환경에서 미리 연구할 수 있다는 점에서 있으며 전기 자극을 통해 변형되는 PVC 기반의 투명 소재와 같은 스마트 소재를 사용하여 향후 패브릭의 변형 가능성을 탐색할 때, CLO3D 시뮬레이션을 통해 미리 패턴과 표면 변형을 분석하고 최적의 설계를 찾는 데 기여할 수 있을 것이다. 다만, 본 연구는 가상 시뮬레이션 특성상 실제 환경과 차이가 있을 수 있어 실제 전기 자극을 통한 변형 효과를 완벽하게 재현하기 어렵다는 점에서 제한점을 갖는다.

References

- Ali, I., Li, X., Chen, X., Jiao, Z., Pervaiz, M., Yang, W., Li, H., & Sain, M. (2019). A review of electro-stimulated gels and their applications: Present state and future perspectives. *Materials Science and Engineering: C*, 103, 109852.
- Zhang, M., Jakobsen, J., Li, R., & Bai, S. (2023). Investigation of a simple viscoelastic model for a PVC-gel actuator under combined mechanical and electrical loading. *Materials*, 16(3), 1183

사진 이미지를 적용한 니트웨어 디자인

- 자카드 기법과 핸드니팅을 중심으로 -

정찬아, 하지수*

서울대학교 의류학과 석사과정, 서울대학교 의류학과 교수*

1. 서론

현대 의류 산업은 대량 생산 체제로 변화하며 효율성과 획일화를 추구하게 되었다. 이 과정에서 의복 제작의 많은 부분이 기계화로 대체되어 인간의 직접적인 개입은 줄어들었고, 수공예적 작업은 점차 사라지게 되었다. 반면 Kim(2014)의 연구에서 수공예적 작업은 여전히 중요한 가치를 지니고 있으며, 수공예적 장식의 가치를 ‘장인적 시간성’과 ‘관계의 교감성’, ‘구성의 유기성’, ‘촉각적 유희성’, ‘가치의 희소성’ 등으로 도출하였다. 이러한 가치는 현대 패션에서 소비자 개인의 개성화된 패션 욕구와 맞물려 새로운 의미를 갖게 된다. 또한 Carden(2022)에 따르면 손과 디자인의 반복과 상호작용은 핸드니팅의 가치이며, 창의성의 핵심이다. 본 연구에서는 수공예적 작업의 가치를 재조명하고, 현대적 맥락에서 그 의미를 실제 니트로 구현하고자 했다. 특히 자카드 기법과 핸드니팅을 응용한 니트 디자인에 초점을 맞추어, 전통적인 제작 방식과 현대적 디자인의 조화를 모색하며 새로운 니트웨어의 가능성을 탐구하였다.

2. 본론

사진 이미지를 니트 패턴으로 적용하고, 자카드 기법(Jacquard structure)을 핸드니팅으로 연출하여 니트웨어를 제작한 작품 연구로 우선, 문헌 연구를 통해 니트의 기법 및 조직의 특성을 살펴보았다. 니트는 경사와 위사가 교차하여 제작되는 우븐(직물)과 달리 루프 형태를 연속적으로 연결하여 제작되는 원단으로, 신축성과 유연한 움직임이 매우 뛰어나며, 주름이 잘 생기지 않는다는 특징이 있다. 다양한 제작 기법 중 여러 색상과 배색, 조직감을 활용할 수 있는 방식으로 자카드 조직과 인타샤 조직(Intarsia structure)이 있다. 자카드 조직은 무늬에 따라 앞 표면은 배색대로 편성하고, 동시에 이면은 다양한 니트 조직으로 구성한다(Choi et al., 2022). 본 연구에서는 사진을 두 가지 이상의 배색 무늬로 표현하기에 적합한 컬러 자카드를 니트 연출 기법으로 채택하였다. 그리고 모티프가 드러나는 사진 이미지를 니트 도안용 모자이크 패턴으로 변환하는 방법을 개발하였다. 선택한 이미지의 해상도와 크기를 최종 니트 작업의 크기인 너비 55cm, 높이 90cm에 적합하게 설정 후, 실의 게이지 측정을 통해 75개의 루프와 150단의 셀로 픽셀화하였다. 이후 배경과 사진의 모티프를 흑과 백으로 나누어 본 작업의 모티프인 꽃의 형상을 두 가지 색상의 모자이크 패턴으로 변환하였고, 이를 자카드 니팅 기법에 적합한 니트 도안으로 사용하였다. 본 방법의 고유성은 니트 도안 제작 과정을 디지털화하여 이미지의 정확성을 높이는 동시에, 모티프 재구성을 통해

복잡한 사진을 효과적으로 단순화하였다는 데 있다. 마지막으로, 도안을 활용하여 총 3점의 니트 피스가 제작하였다. 제작 도구로는 3가지 색상의 면 •아크릴 혼방의 니트실과 지름 6.5mm 대바늘을 사용하였다. 3점의 니트 피스를 드레스의 앞판으로 설정하였고, 드레스의 뒤판은 니트 배경과 동일한 색상의 실크 원단을 사용하여 3벌의 이브닝 드레스를 제작하였다. 꽃의 이미지를 강조하기 위해 드레스 디자인에서 다트를 제거했으며, 직선적인 H라인으로 드레스 자체가 프레임의 형상을 이루도록 하였다. 이는 핸드니팅으로 구현한 니트를 마치 액자 속 그림과 같이 연출하기 위해 선택한 미니멀한 실루엣이었다. 니트가 제공하는 신축성과 드레스의 H라인 실루엣은 착용자의 체형에 구애받지 않고 편안하게 착용할 수 있는 니트웨어 디자인을 완성하였다.

3. 결론

본 연구는 수공예적 니트웨어의 가치를 현대적 맥락에서 재해석하고, 전통적인 핸드니팅과 디지털 기술을 융합하여 새로운 니트웨어의 디자인 방식을 제시하고자 패턴 제작 과정에서는 사진을 디지털 이미지로 변환하고 픽셀화하는 과정을 거쳐 복잡한 꽃 이미지를 니트에 적합한 모자이크 패턴으로 변환하는 방법을 체계화했다. 이후 자카드 니팅 기법을 활용하여 꽃 모티프를 구현하면서도, 기계니팅과 차별화되는 핸드니팅만의 촉각적 유희성과 희소성 가치를 부여했다. 향후 연구에서는 다양한 모티프와 색상을 활용한 니트 패턴 개발, 이미지 패턴화 과정의 다양화를 통한 새로운 디자인 방법론을 모색할 수 있을 것이며, 핸드니팅과 다른 기술과의 접목을 통해 현대 패션 산업에서 수공예적 가치와 기술의 조화로운 발전 방향을 추가적으로 제시할 수 있을 것으로 기대한다.

References

- Carden, S. (2022). Patterns and Programs: Replication and Creativity in the Place-Based Knitting of Shetland and Ireland. *TEXTILE*, 21(4), 819-838.
- Choi. H. C., Oh. M. T., & Kim. S. D. (2022). An Analysis of Pattern Types of Knitted Jacquard and Intarsia -Focused on Four Fashion Collections from 2013F/W to 2022F/W. *Journal of Fashion Business*, 26(5), 36-48.
- Kim. H. Y. (2014). *The Values of Hand craft Decoration in Fashion Design*. Unpublished master's thesis, Seoul National University, Seoul.

해체주의를 활용한 아웃도어 웨어 디자인 표현방법

조용직, 감선주*

경희대학교 대학원 의상학과 석사과정, 경희대학교 대학원 의상학과 조교수*

1. 서론

코로나19 엔데믹 시대에 접어들면서 사람들의 야외 활동, 특히 등산과 조깅 같은 아웃도어 스포츠 참여가 증가하고 있다. 아웃도어 웨어의 활용도가 기능성 중심에서 일상생활과 다양한 여가활동으로 확대되면서, 소비자들의 구매가 증가하고 있으며, 이에 따라 제품의 다양한 속성에 대한 소비자의 요구도 더욱 구체화되고 있다(Han, 2013). 소비자 욕구의 다양화에 따라 아웃도어 브랜드들이 창의적 디자인 개발에 힘쓰고 있지만 여전히 소비자들의 다양한 취향에는 못미치는 실정이다. 기능성만 중시하던 아웃도어 웨어는 낚코어, 고프코어 등으로 발전되며 고객의 미적욕구를 충족시키고 있으며 아웃도어 웨어의 경계르르 넘나들며 심미적 발전을 거듭하고 있다. 패션 디자인에서 해체주의는 창의적 영감의 주요 원천으로 활용되고 있지만, 아웃도어 분야에서는 그 적용 사례가 상대적으로 적다. 따라서 본 연구의 목적은 해체주의의 특성과 디자인 표현 방법을 바탕으로, 이를 아웃도어 웨어에 적용한 디자인의 특성을 분석하는 것이다. 해체주의의 특성과 표현 방법을 아웃도어 웨어 디자인에 적용하여 그 특성을 분석함으로써, 아웃도어 산업에 새로운 디자인 패러다임을 제시하고 이를 통해 다양화되는 소비자 니즈에 부응하고 브랜드의 차별화 전략을 수립하는 데 기여할 수 있을 것이다.

2. 이론적 배경

해체주의는 전통이나 질서를 깨고 새로운 관계나 이미지를 바꾸거나 재구성하는 것을 말한다. 구조주의에 대한 철학적, 실천적 부정이기도 하다(Kim & Kim, 2008). 해체주의의 철학적 배경은 근본적인 차원에서 서구적 전통에 대한 비판방식이다. ‘해체’는 형태만의 해체가 아닌 대상을 구성하는 과정과 이루고 있는 논리 구조까지 함께 해체하는 것이며 나아가 기존에 가지고 있던 관습과 규범을 탈피하여 새로운 것을 창조하는 것을 의미한다. 선행 연구를 통해 건축, 예술, 패션 분야의 해체주의 디자인에서 유사한 특성이 발견되었다. 건축과 예술 분야에서는 파편화, 해체, 분리 등이 주요 특성으로 나타났으나, 패션 분야에서는 중첩과 재구성에 더 초점을 맞추고 있다. 건축에서 언급된 자연스러운 울동감은 예술과 패션에서는 두드러지지 않았다. 반면, 외형의 과장, 형태의 미완성을 통한 유희성과 불확정성은 세 분야에서 공통적으로 나타났다. 패션 분야에서는 특히 문화의 융합, 전통적 요소와 현대적 개념의 결합을 통한 융합성과 소통성이 독특한 특성으로 부각되었다. 본 연구에서는 선행 연구를 통하여 해체주의 디자인 특성을 파편화, 중첩성, 탈중심성, 울동감, 융합성, 유희성, 불확정성, 소통성 등 8가지 특성으로 도출하였다.

3. 연구 방법

본 연구는 2019년부터 2024년까지의 해체주의를 활용한 아웃도어웨어 디자인 사례를 수집하기 위해 주요 검색 엔진을 활용하였다. 패션쇼, 컬렉션, 아이템 발표회에서 나온 총 586장의 사진을 선정하여, 해체주의 특성별로 유형을 분류하고 아웃도어 웨어 디자인의 표현방법을 분석하였다. 이를 통해 해체주의 특성이 아웃도어 웨어 디자인에 어떻게 적용되고 있는지 체계적으로 조사하였다.

4. 결과 및 결론

도출된 특성을 바탕으로 해체주의를 활용한 아웃도어 웨어의 특성을 다양한 성질을 융합한 과편화, 볼륨감을 만들어내는 중첩성, 혁신을 추구하는 탈중심성, 활동성을 돋보이게 하는 울동감, 포용적 융합성, 시각적 재미를 위한 유희성, 사용자 참여를 유도하는 불확정성, 소통성으로 구분하고 실루엣, 색채, 소재, 디테일, 작장법으로 나누어 디자인 표현방법을 도출되었다. 다양한 성질을 융합한 과편화는 다양한 문화와 스타일이 빠르게 교차하고 통합되면서 전통적인 디자인의 경계가 무너지고 각 부분의 단편적인 요소들이 과편적으로 결합된 형태로 표현된다. 볼륨감을 만들어내는 중첩성은 중첩, 다층화, 중첩 및 중첩의 반복 또는 재조합의 형태로 나타나는 것을 말한다. 혁신을 추구하는 탈중심성은 전통적인 실루엣에서 벗어나 오버 실루엣을 사용하며, 과감한 컬러 사용과 믹스 방식으로 색채를 표현한다. 활동성을 돋보이게 하는 울동감은 흐르는 물 모양이나 곡선의 실루엣을 사용하며, 인체에 따라 의상이 변하는 모습을 잘 보여주는 컬러를 활용한다. 포용적 융합성은 본래의 구조를 유지하면서 현대화의 특징을 융합하고, 전통적인 특색과 현대적 요소가 결합된 색채를 사용한다. 사용자 참여를 유도하는 불확정성은 움직이거나 펼쳐져 변화무쌍한 실루엣을 활용한다. 소통성은 문화적인 실루엣을 사용하고, 컬러는 상징적이거나 대표적인 색상을 활용한다. 본 연구는 건축, 예술, 패션 분야의 해체주의 특성을 분석하여 디자인 관점에서 해체주의의 개념을 재해석하고, 이를 통해 해체주의 디자인의 광범위한 응용 가능성을 제시하였다. 또한, 이러한 분석을 바탕으로 아웃도어 웨어의 패션화 디자인 개발을 위한 구체적인 전략과 방법론을 제안함으로써, 기능성과 패션성을 겸비한 혁신적인 아웃도어 웨어 디자인 개발에 기여하고자 하였다.

References

- Kweon, S. A., Koh, J. Y., Jung, E. H., Kim, D. H., Park, J. Y., & Lee, W. G. (2011). Awareness and textile functions and satisfaction with wearing mountain-climbing clothes. *Journal of Human Ecology*, 15(1), 111-121.
- Han, H. J. (2013). Images pursued, dissatisfaction and design assessment as determined by mountaineering specialization and benefits pursued for mountain gear. *Unpublished doctocral dissertation, Kyunghee University. Seoul.*
- Han, S., & Kim, Y. (2016). A study on the design development of the outdoor wear -Focused on the cold-proof jackets. *The Research Journal of the Costume Culture*, 24(1), 1-12.

패션사진에 재현된 페미니즘

- 제 4물결 페미니즘을 중심으로 -

조정은, 하지수*

서울대학교 의류학과 박사과정, 서울대학교 의류학과 교수*

1. 서론

페미니즘(feminism)은 남성 중심의 가부장적인 사회에서 발생하는 성차별을 타파하고 여성의 주체성을 확보하고자 하는 사회운동으로 다양한 예술 분야에서 여성을 주체적인 관점으로 보는 계기를 만들었다. 이에 따라, 패션사진 분야에서도 페미니즘의 영향을 받은 다양한 시도를 볼 수 있다. 애플이 아이폰에 ‘셀피’가 가능한 전면 카메라 기능을 도입한 후부터 사진에서 주로 수동적인 피사체였던 여성은 스마트폰을 통해 자신을 직접 찍는 주체적인 존재가 되었다. 이러한 이유로 샬로테 안센은 이 시기를 기점으로 ‘제 4물결 페미니즘’ 또는 ‘온라인 페미니즘’이 시작되었다고 한다(Jansen, 2017). 제 4물결 페미니즘은 소셜 미디어를 중심으로 전개되는 것이 특징이며, 이는 페미니즘 운동의 형태를 바꾸고 있다(Horton & Street, 2021). 이러한 변화에 따라 많은 페미니즘 패션사진가들이 인스타그램 내에서 활동하고 있다. 그 중 페트라 콜린스(Petra Collins), 마얀 톨레다노(Mayan Toledano), 아르비다 비스트롬(Arvida Bystrom)은 대표적인 ‘제 4물결 페미니즘’ 패션사진가들로 인스타그램을 통해 새로운 페미니즘의 흐름을 주도하고 있으며 다양한 패션 브랜드와 협업하고 있다(Jansen, 2017). 페미니즘과 관련하여 패션사진을 분석한 선행연구는 다음과 같다. Shin and Yang(2015)은 페미니즘이 현대 패션사진에 어떤 영향을 주었는지 연구하였으며, Park and Ha(2012)는 3세대 페미니즘 이론과 관련하여 패션사진을 연구하였다. 그러나 구시대의 페미니즘과는 다른 양상을 보이는 제 4물결 페미니즘에 대한 연구는 부족한 실정이다.

2. 본론

따라서 본 연구는 선행연구를 통해 페미니즘의 특성을 살펴보고 이를 바탕으로 세 명의 제 4물결 페미니즘 패션사진 작가들의 패션사진에 나타난 여성 이미지를 유형별로 분류, 분석하여 이에 반영된 의미를 밝히는 것을 목적으로 하였다. 본 연구의 문제는 다음과 같다. 첫째, 페미니즘이 패션사진에 영향을 주는지 그 연관성을 살펴보기 위해 페미니즘의 개념과 패션사진의 역사를 살펴본다. 둘째, 제 4물결 페미니즘 패션사진의 사례 유형을 분류하고 이에 반영된 의미를 도출한다. 먼저 문헌 연구를 통하여 페미니즘의 개념과 페미니즘의 영향을 받은 패션사진과 사진작가의 특성을 밝히고, 제 4물결 페미니즘 패션사진은 Lee and Ha(2014)의 분석틀을 적용하여, 주제와 콘셉트, 모델과 인체 표현, 구도와 앵글, 조명과 색채, 그리고 의복과 소품까지 다양한 요소를 바탕으로 종합적으로 분석하였다. 연구 범위는 2013년 12월 18일부터 2024년 5월 29일까지 해당 패션사진 작가들의 인스타그램 공식 계정

에 게시된 패션사진을 수집하였다. 그들의 사진 중 일상적이고 개인적으로 찍은 사진들은 제외하고 패션 잡지 및 브랜드와 관련된 사진만을 선별하여 분석하였다. 이에 따라 페트라 콜린스의 사진은 376장, 마얀 틀레다노의 사진은 182장, 아르비다 비스트롬의 사진은 187장으로 총 745장을 분석하였다.

3. 결론

본 연구의 결론은 다음과 같다. 첫째, 패션사진에 표현된 여성 이미지는 페미니즘의 시기별 특성과 비슷한 양상을 보인다. 따라서 패션사진은 페미니즘의 영향을 받는다는 것을 알 수 있다. 둘째, 제 4물결 페미니즘 패션사진가들의 사진에서 표현된 여성 이미지는 소녀적 이미지, 탈고정 이미지, 인위적 이미지로 분류되며, 그 중 소녀적 이미지가 가장 많이 표현되었다. 셋째, 소녀적 이미지는 전통적으로 여성스럽다고 인식되어 과거 페미니즘은 기피했던 부드럽고 소녀적인 요소를 적극적으로 수용함으로써 제 4물결 페미니스트들은 여성성에 대한 정의를 넓히고 오히려 과거 남성적 시선을 전복시키고 여성적 표상을 되찾고자 하는 의미를 내포하고 있다. 넷째, 탈고정 이미지는 뱃살, 제모하지 않은 다리와 겨드랑이, 튜살 등의 자연스럽고, 조작되지 않은 여성의 이미지를 그대로 담음으로써 남성 중심 시선의 미적 관조의 대상에서 벗어나 다양성을 정상화하고 여성 표현에 대한 제한적인 견해에 도전함을 의미한다. 다섯째, 인위적 이미지는 바비인형 또는 마네킹과 같은 남성의 시각을 만족시키는 상품화되고 대상화된 여성을 재현하여 남성 지배적 미디어 문화가 만든 이미지에 저항하고, 여성들에게 이상적인 이미지와 실질적인 차이에 대한 지각을 유도하고자 한다. 이처럼 제 4물결 페미니즘 패션사진 작가들은 여성의 다면적인 아름다움을 패션사진을 통해 묘사함으로써 여성해방을 추구한다. 본 연구를 통해 살펴본 결과, 패션사진에서 보이는 여성 이미지는 페미니즘과 밀접하게 연관되어 있으며 이러한 여성 이미지는 여러 사회적 의미들을 포함하고 있다. 패션사진과 페미니즘은 패션과 함께 여성에 대한 인식과 지위를 반영하며 변화를 추구한다는 공통점을 가지고 있다. 한계점으로는 이미지 해석하고 분석하는 단계에서 연구자의 주관이 개입되었을 가능성을 배제하지 못한다는 점이 있다. 그러나 본 연구는 페미니즘의 영향을 받은 여성 이미지 변화에 대한 이해를 돕고, 새로운 흐름의 페미니즘을 이끄는 패션사진가들이 재현한 여성 이미지와 그 의미를 논의할 수 있는 이론적 기반을 제공한다는 점에서 연구의 의의를 찾을 수 있다.

References

- Horton, K., & Street, P. (2021). This hashtag is just my style: popular feminism & digital fashion activism. *Continuum*, 35(6), 883-896.
- Jansen, C. (2017). *Girl on girl: art and photography in the age of the female gaze*. Laurence King Publishing.
- Park, J. S., & Ha, J. S. (2015). A Study on Expressive Characteristics of the Third wave Feminism in Fashion Photographs. *Fashion & textile research journal*, 17(1), 33-41.
- Shin, H. D., & Yang, S. H. (2005). study on the influence of feminism on contemporary fashion photography. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textile*, 61.

로코코 스타일의 현대적 재해석에 따른 여성복 디자인 개발

청청잉, 최수아*

단국대학교 패션산업디자인전공 석사과정, 단국대학교 패션산업디자인전공 교수*

1. 서론

일반적으로 로코코 스타일의 현대적 재해석은 대중들에게 매력적으로 보이는 현시대의 미적 기준을 반영함과 동시에 르네상스 시대에 주도적인 유행을 이끌었던 로코코 스타일의 전통적인 미를 추구하는 것이다. 오늘날 패션 산업에서는 다양한 복고풍이 반영되어 새롭게 재해석한 과거의 미적 요소들이 다양하게 활용되고 있으며, 이를 복고풍(retro-)이라고 일컫는다. 18세기 프랑스 로코코 스타일은 독특한 형태, 디자인, 디테일, 색상 및 소재 등 독자적인 매력으로 당시 큰 사랑을 받았고 현대의 패션 산업에서도 꾸준히 활용되고 있다. 포스트모더니즘 이후에 다양한 취향이 공존하는 현대 사회에서는 여성스러움을 표현하는 다양한 요소들이 존재하며, 복고적인 요소 또한 다양하게 나타난다. 로코코 스타일은 비대칭 디자인, 곡선과 유선형, 부드러운 색상과 매우 화려한 디테일 등이 디자인과 미학의 측면에서 독자적인 특징이다. 그에 따라 오늘날까지 장식이 돋보이는 디자인 실현과 표현에 유용한 소재가 되는 경우가 많다. 관련 선행 연구를 고찰한 결과 Lee and Lee(2014)의 현대 여성 의상에 나타난 로코코 패션, He(2002)의 전통 로코코 문화와 적용을 위한 현대적 쿠퍼트, Lou et al.(2024)의 현대 여성 패션의 로코코 스타일의 적용과 실행에 관한 연구 외 다수가 있다. 위와 같이 로코코 스타일과 현대적 응용에 관한 이론 연구는 다수가 있지만, 이를 바탕으로 진행된 현대적 재해석에 관한 디자인 사례 연구는 미흡한 것을 알 수 있다. 따라서 본 연구의 목적은 현대적인 재해석을 통한 로코코 스타일 활용의 디자인 개발 사례를 제시하는 것이다. 또한, 환경오염의 주범인 패션 산업 내의 샘플 제작 과정에 따른 폐의류 문제에 도움이 되는 가상 패션제품 제작 방안의 하나로 급부상한 클로(Clo) 3D 활용 디자인을 동시에 진행한다. 이를 통해 로코코 스타일의 현대적 재해석을 통한 여성복 디자인의 혁신적 개발 사례를 제안한다.

2. 연구 방법

본 연구의 방법은 다음과 같다. 첫째, 선행 연구 및 서적 등의 문헌 연구를 통해 로코코 스타일의 기원과 실루엣, 구조, 디테일, 재료 및 색상 사용에 따른 스타일의 특성을 조사한다. 둘째, 위에서 수행한 이론적 고찰과 분석을 기반으로 로코코 디자인을 개발한다. 셋째, 컨셉 수립 및 디자인 개발의 수차례 수정과 보완 과정을 통해 최종 10개의 디자인을 개발한다. 개발한 디자인 중 연구자 및 전공 관련자(총 4인)의 의견을 조율하여 최종으로 제작할 2개의 착장을 선택한다. 최종 2벌의 착장 디자인은 가봉 과정을 거쳐 실제 의상으로 제작함과 동시에 클로 3D를 활용하여 가상으로 제작한다. 마지막으로 개발된 디자인의 미적 특성을 분석

하고 새로운 디자인 결과물을 통해 로코코의 현대적 재해석에 따른 특징에 대해 논의한다.

3. 결과

로코코는 18세기 프랑스에서 시작된 예술 양식 중 하나로, 이름은 일반적으로 알려진 프랑스어 ‘로카이유(rocaille)’에서 비롯된 용어이며, 그 특징은 화려한 디테일과 색채 사용에 있어 경쾌함을 더하며 절제되지 않은 취향으로 알려져 있다. 로코코 취향은 부르주아가 오락과 즐거움을 추구하며 사치하는 행위와 유사하게 나타나기도 한다(네이버 지식백과, <https://terms.naver.com>). 진행된 로코코 스타일의 현대적 재해석 디자인 사례 컨셉은 “빛과 어둠의 재해석”으로 전통적인 로코코 스타일의 화려함을 바탕으로 과장된 장식과 여성스러운 리플과 리본 등의 요소를 흑백색의 조화로 연결하였다. 소재는 단조로움에 화려함을 더해 미래적으로 표현하기 위해 텍스처가 있는 인조가죽, 비닐, 샤 등을 활용했다. 또한, 디자인의 형태는 전통 로코코의 비대칭적인 측면을 더욱 과감하게 강조하였고, 이는 비대칭성 및 불균형을 통한 의외성이 주안점이다. 디자인 진행된 10벌 중 선정된 2벌은 가봉 작업 과정 3차례 진행 후 최종 원단으로 완성되었다. 본 연구에서 개발된 액세서리디자인은 3D 프린팅 기술을 적용하여 로코코 스타일의 현대적 재현을 실현했다. 로코코스타일의 대표 형태를 완성하는 스커트 안 틀 (Boning)은 치마의 부피를 늘리는 효과를 주고, 디자인 1은 등롱 모양으로 팔에 장식하고, 디자인 2는 원래 치마받침을 뒤집은 형태로 꽃과 함께 네크라인에 장식했다. 로코코 스타일의 많은 꽃 장식이 프릴이나 리본으로 대체되었고, 디자인 1의 안대에 화려한 꽃과 테슬 장식을 하여 현대적으로 표현하였다. 본 과제에 활용된 유카카드의 패턴을 클로3D로 전환하여 가상 의상 작업을 완성하였다.

4. 결론

이와 같이 본 연구에서는 로코코 스타일에서 영감을 받아 복고풍 스타일을 통해 현대적으로 재해석한 디자인으로 2벌의 의상이 제작되었으며, 현대적인 일반 소재로 제작하여 대중적이면서 로코코 양식을 미래 지향적인 디자인으로 알리는 역할을 하였다. 클로3D를 통한 디자인 개발과정을 통해 환경오염 문제를 줄일 수 있고, 가상 의류 제작은 혁신적인 디자인 표현에 보탬이 될 것이다.

References

- He, Q. W. (2017). *Modern couture for Rococo Costume Culture References and Application - A Rococo-style wedding dress deign case-*. Unpublished master dissertation, Nanchang University, Nanchang.
- Lee, H., & Lee, Y. (2014). Rococo Fashion in Modern Costume. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 16(2), 41-53.
- Lou, J., Chen, Q., Sun, C., Fu, B., & Zheng, R. (2024). Application and Practice of Rococo Style in Modern Women's Clothing. *Progress in Textile Science & Technology*, 46(1), 35-40.
- Search results for Rococo. (n.d.). naver terms. Retrieved October 7, 2024, from <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=259996&cid=42635&categoryId=42635>

오리가미를 활용한 참여형 패션디자인 개발

최서영, 하지수*

서울대학교 의류학과 박사과정, 서울대학교 의류학과 교수*

1. 서론

패션디자인에서 형태적 실험과 착용자 경험의 확장은 중요한 연구 주제로 자리 잡고 있다. 오리가미(Origami)는 종이접기에 기반하여 평면적인 형태를 입체적으로 변형하는 과정을 통해 창의적인 시각적 결과물을 만드는 기법으로 다양한 분야에서 활용되고 있다. 오리가미의 원리는 한 장의 평면적 소재를 자르거나 붙이지 않고 접기만으로 새로운 형태를 만들어내는 데 있으며, 이는 패션디자인에서 평면 원단을 삼차원의 신체를 감싸는 옷으로 변형하는 과정과 유사하다. 따라서 본 연구는 오리가미의 접기 방식을 차용하여 패션디자인에 응용하고, 착용자가 직접 제작 과정에 참여할 수 있는 참여형 디자인을 개발하고자 하였다.

2. 선행연구 고찰

오리가미는 종이접기를 의미하는 국제공용어로 사용되므로, 본 연구에서 활용한 기법을 오리가미로 명명하였다. 오리가미는 전통적으로 종이를 활용한 공예로 시작되었으나, 현재는 건축, 공학, 제품디자인 등 다양한 분야에서 응용되고 있다(Choi, 2016; Kim & Kim, 2018). 이세이 미야케(Issey Miyake), 레이 카와쿠보(Rei Kawakubo), 마틴 마르지엘라(Martin Margiela)와 후세인 살라얀(Hussein Chalayan) 등 다양한 패션디자이너 또한 반복적인 접기와 풀기 과정을 통해 형태를 실험하며 전통적인 의복 제작 방식에서 벗어난 새로운 실루엣을 창출한 바 있다(Choi & Choi, 2009). 오리가미는 기능적 미학과 실험적 창의성의 교차점에 위치하여, 복잡한 기술적 장비 없이도 독창적인 결과물을 창출할 수 있는 기법이다. 오리가미의 단계별 절차는 창작 과정에서 새로운 기법을 시도할 수 있는 유연성을 제공하며, 디자이너와 착용자가 창의적 과정에 함께 참여할 수 있는 기회를 부여한다(Choi, 2009; Wilmer, 2023). 오리가미는 이미 패션디자인 분야에서 다양한 형태로 활용되어 왔으나, 제작 과정에서의 착용자의 실질적 참여는 자주 다뤄지지 않았으며 디자이너가 완성된 형태를 제시하는 방식이 다수였다. 따라서 본 연구는 착용자가 원단 선택, 접기 방식, 사이즈 조절 등을 스스로 조정할 수 있는 자율적 요소를 포함하여, 하나의 종이로 여러 가지 형태를 만들어내는 오리가미 기법의 본질에 집중하면서 단일 원단으로 다양한 형태를 구현하고자 하였다.

3. 연구 결과

본 연구는 프로토타입 개발, 1/2바디 실험, 원단 선정, 제작, 튜토리얼 개발의 5개 단계로 이루어졌으며 오리가미 원리를 기반으로 하여 총 5개의 디자인을 개발하였다. 초기 프로토

타입에서는 평면 원단을 최소한의 절개만을 허용하여 착용 가능한 형태로 구현하는 것을 목표로 하였다. 이를 위해 3개의 사각형 원판을 제작했으며, 각각 목과 팔이 통과할 수 있는 슬릿을 포함하였다. 종이를 사용하여 각 원판의 형태를 예측한 후, 얇은 부직포와 광목으로 1/2 사이즈 바디에 실험하였으며 원단의 마찰력과 형태 고정력을 고려하여 적절히 모양을 유지할 수 있는 디자인을 선별하였다. 최종적으로 원판1에서는 3개, 원판2와 원판3에서는 각각 1개의 디자인 프로토타입이 개발되었다. 원단 선정 단계에서는 접힘에 의해 부위마다 식서 방향이 통일되지 않음을 주목하여, 접힘의 형태를 강조할 수 있는 스트라이프 원단을 사용하였다. 또한, 원단의 물성에 따라 같은 접힘에도 다른 형태가 나타날 수 있기 때문에 부드러운 질감의 원단과 상대적으로 뻣뻣한 면 직물 두 가지의 비교 실험을 진행하였다. 이 과정에서, 원단에 따라 접었을 때 발생하는 자연스러운 형태 변화를 관찰할 수 있었고, 최종적으로 두 가지 원단 모두 작품 제작에 사용하였다. 작품 제작 이후에는 종이접기 책 형식을 차용하여 5가지 디자인의 튜토리얼을 개발하였다. 튜토리얼은 착용자가 참고하여 제작할 수 있도록 기본 형태 구성에 대해 상세히 안내하고 있으나, 이후에는 각자 원단, 접기 방식, 사이즈 등을 다양하게 응용하여 디자인에 참여하도록 유도하여 착용자의 창의적 표현을 가능하게 하였다. 각 디자인은 착용 후에도 쉽게 변형할 수 있도록 단추 부착 부위를 설정하였고, 추가적으로 착용자 개인의 핏을 고려하여 단추를 추가적으로 설치하였다. 옷을 벗으면 다시 평면의 사각형으로 돌아가는 과정 또한 연구의 중요한 요소로, 이를 통해 한 가지 원단으로 다양한 연출이 가능함을 제안하였다.

4. 결론

본 연구는 오리가미 기법을 활용하여 착용자가 창작 과정에 참여할 수 있는 패션디자인을 제안하여 패션디자인에서 실험적인 접근을 가능하게 하였다. 착용자는 단순한 소비자가 아닌 창작 과정의 참여자로서 새로운 패션 경험을 하게 되며, 디자이너는 새로운 제작 과정의 가능성을 탐색할 수 있을 것이다. 더 나아가 오리가미 뿐 아니라 다양한 DIY 및 수공예 기법을 패션디자인과 접목한 연구, 착용자들이 제작 및 착용 과정을 통해 얻는 재미와 성취감에 대한 후속 연구 또한 가능할 것으로 사료된다.

References

- Kim, S., & Kim, H. (2018). A study on zero waste fashion design that applied formative beauty of paper-folding. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 18(1), 137-155.
- Choi, J., & Choi, Y. (2009). The expressive characteristics of Origami Fashion based on Functionality. *The Korean Fashion and Textile Research Journal*, 11(4), 515-526.
- Choi, K. H. (2016). Practice-led origami-inspired fashion design: out of the frame: flight by paper plane. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 9(3), 210-221.
- Wilmer, E. L. (2023). Knitted origami. *Journal of Mathematics and the Arts*, 17(1-2), 9-21.

마리아 블레스의 형태 표현을 위한 미드저니의 참조 기능 활용

박낭희, 최윤미*

충남대학교 의류학과 박사, 충남대학교 의류학과 교수*

1. 서론

조형 활동은 물성과 비물성 사이 관계가 만드는 결과물이며 표현하고자 하는 감정, 시간, 경험을 적합한 물성의 소재로 풀어낸다. 네덜란드 출신의 디자이너 마리아 블레스(Maria Blaisse)는 시간, 공간, 움직임, 빛과 같은 비물질적 개념을 소재의 물성을 살려서 형태로 표현하는 탁월함을 보인다. 마리아 블레스의 작품은 신체의 움직임에 민감하게 반응하며 시간의 흐름과 공간과 상호작용하여 새로운 형태를 제시한다(Kim, 2016). 물성의 물리적 속성을 살린 독창적인 형태의 마리아 블레스의 디자인은 새로운 영감의 원천이며 패션 디자인의 주요 자료로 참조할 만하다.

이미지 생성형 인공지능인 미드저니는 텍스트 또는 이미지를 프롬프트로 입력하여 생성된 결과물을 활용하는 도구이다. 다분야에서 유용한 도구이나 패션 분야에 특화하여 어떻게 사용할지 구체적으로 모색할 필요가 있다. 잘 알려진 디자이너의 경우 미드저니에 디자이너의 이름만 프롬프트로 넣어도 이미지 생성이 가능하나, 잘 알려지지 않은 디자이너는 대표적 포털 사이트뿐만 아니라 미드저니 프로그램의 탐색 기능에서 검색이 안 되고 텍스트 프롬프트로 디자이너 이름을 입력해도 참조가 안 된다. 이럴 경우 디자이너의 작품 사진을 미드저니에 직접 올려서 미드저니에 자료를 제공하고 참조 방식은 세 가지가 있다. 본 연구는 이미지 생성형 인공지능인 미드저니의 패션 디자인 발상의 활용가능성을 탐색하고자 미드저니의 이미지 참조 기능의 세 가지 방식을 마리아 블레스 작품의 참조 결과를 비교 분석하여 밝히고자 한다.

2. 본론

연구 방법은 마리아 블레스의 디자인 특성에 대한 이론적 고찰과 미드저니를 활용한 세 가지 참조 기능의 출력물 비교로 구성된다. 마리아 블레스의 디자인은 모두 4 시기로 나뉘며 (Blaisse, 2013) 원환체(toroid)의 오목과 볼록으로 인체와 형에 대해 집중으로 탐구한 1 시기의 작품 중 모델의 전신이 보이고 오목과 볼록의 대비가 나타난 5개의 디자인을 선택한다. 디자인 선정 이유는 미드저니가 오목 볼록의 형 특성을 세 가지 참조 방식에 따라 어떤 방식으로 생성하는지 그 차이를 구별하기 용이하기 때문이다.

일반적으로 미드저니로 발상단계에서 프롬프트에 concept를 입력하고 참조 디자이너 이름을 넣으면 비슷한 분위기의 1차 디자인을 얻을 수 있으나(Park, N. H. etc., 2024) 잘 알려지지 않은 디자이너의 경우 대표적 포털사이트뿐만 아니라 미드저니 탐색 기능에서 검색이 안 되므로 텍스트 프롬프트 입력으로 유사 디자인을 생성하지 못한다. 이럴 경우 참조할 디

자인의 이미지를 직접 올려서 미드저니에게 정보를 제공한다. 참조의 방식은 캐릭터, 스타일, 이미지 참조로 나뉜다. 이미지 입력은 참조할 디자인을 저장한 후 미드저니 웹의 상상바(imagine bar)에 끌어와서 이미지 하단에 표기되는 이모콘에서 캐릭터, 스타일, 이미지 중 하나를 선택하면 된다. 정리하면 미드저니 웹에 이미지를 직접 올리고 캐릭터, 스타일, 이미지 참조 중 하나를 선택한다. 선정 디자인 5개의 이미지마다 세 가지 참조방식을 40회씩 진행하면 이미지당 120번 총 600회를 생성한다. 1회당 이미지 4개가 동시에 생성되므로 총 2400개의 이미지를 대상으로 세 가지 참조 종류별 디자인 결과물의 차이를 비교한다. 패션 디자인 아이템 종류는 재킷으로 입력한다.

선정 디자인의 특성을 미드저니가 어떻게 해석하는지 알아보고자 디자인 5개를 미드저니 웹의 이미지 해석 기능으로 디자인의 주요 키워드를 추출한다. 추출한 키워드는 ‘형태적, 추상적, 조각같은, 아방가르드한, 우아한, 미니멀한, 매끄러운, 원형의’이다. 미드저니에서 5 가지 디자인에 대한 세 가지 참조 방식의 재킷 디자인 결과를 비교하면 미드저니 웹에서 캐릭터 참조 결과는 참조 디자인의 물성과 형태를 반영하여 재킷에 하나가 된 일체감이 큰 디자인 결과를 생성한다. 스타일 참조의 결과는 참조 디자인의 소재 특성에 보다 민감하게 반응하여 재킷 디자인 결과물을 생성한다. 이미지 참조의 결과는 참조 이미지의 전체 구도 등을 반영한다고 하나 참조 이미지와 생성 이미지가 콜라주가 되어 참조 이미지의 일부분이 잘려서 생성된다.

3. 결론

이미지 생성형 인공지능은 디자인에 강력하고 유용한 도구로서 미드저니의 참조 기능은 아이디어 발상에 창의적으로 사용할 수 있다. 미드저니 참조 기능의 속성을 잘 이해하여 패션 디자인에 보다 효과적으로 사용하고자 물성 특성을 살려 독창적인 형태를 표현한 마리아 블레스 디자인의 주요 요소 반영 정도를 미드저니 이미지 참조 기능 세 가지로 나누어 비교 분석하였다. 캐릭터 참조는 디자인의 주요 형태, 물성 특성이 적용되어 조화로운 이미지를, 스타일 참조 기능은 디자인의 소재 특성을 주요하게 반영하며, 이미지 참조 기능은 참고 이미지와 프롬프트의 콜라주 기법으로 이미지를 생성한다. 이미지 참조 방법은 전개할 디자인의 조화로운 정도, 소재 반영, 콜라주 기법으로 추구 특성에 맞게 선택할 수 있다. 각 이미지의 참조 기능 한 가지씩만 적용하였으나 추후 두 가지 참조 기능 또는 세 가지 참조 기능을 동시에 사용할 경우의 결과물도 비교 분석할 필요가 있다.

References

- Blaisse, M. (2013). *The emergence of form*. Rotterdam: nai0101 publishers.
- Kim, K. O. (2016). *An expression of body extension as wearable art*. Unpublished doctoral dissertation, Hongik University, Seoul.
- Park, N. H., Choi, Y. M., & Min, J. H. (2024). *Fashion Designing with Midjourney*. Daejeon: cnpupress.

휠체어 사용 여성 지체장애인을 위한 기성복 개조 가이드라인 개발 연구

최재원, 김승현*

국민대학교 일반대학원 패션학과 석사과정, 국민대학교 의상디자인학과 교수*

1. 서론

장애인 1인 가구는 매년 증가하는 있으며, 사회활동 및 여가활동의 증가와 그들을 위한 의류의 필요성이 증대되었다. 지체장애인은 신체적 장애로 인해 심리적 장애도 동반되는 경우가 많으며 의복은 독립적인 생활과 사회참여를 가능하게 하는 중요한 역할을 하지만 지체 장애인들에게 있어 의생활의 개선과 의복 개발은 부족한 상황이다(하주비, 2023).

지체장애인 의복 개발 선행연구는 정확한 분류와 대상 설정없이 설문조사가 이루어진 경우가 많으며, 보조기구도 목발, 휠체어 등 광범위한 기구 범위의 남성 장애인 위주로 이루어지고 있다. 국내 및 국외 장애의류 시장 또한 남성 장애인을 위한 스타일이 대부분을 차지하고 있어 여성의 의복 욕구가 높음에도 불구하고 원피스나 스커트 등의 제품을 포함한 트렌드가 반영된 의류는 찾아보기 힘든 실정이다(이현정, 2004). 따라서 트렌드를 반영한 기성복을 개조할 수 있는 디자인가이드 연구 개발이 필요하다.

본 연구는 여성 지체장애 유형 중 가장 높은 비율을 차지하는 하지 장애인을 대상으로 휠체어 사용 여성 지체장애인 의복 개조 가이드라인을 개발하고자 한다. 중복 장애의 비율은 낮은 관계로 상체 중복 장애 없이 상체의 움직임에 불편함이 없는 여성을 대상으로 설정하였다.

연구방법은 선행연구를 통해 휠체어 사용 지체장애인 현황 및 의복 욕구를 파악한 후 의생활 관련 문제점을 동작적합성, 착탈의 편의성, 사이즈 적합성에 따라 알아본다. 휠체어 사용 지체장애인 의류 제품 사례를 상,하의별로 문제점에 따라 디자인적 해결방법을 분석한다. 그 후 고찰된 내용을 바탕으로 기성복에 적용할 수 있는 개조 가이드라인을 개발한다.

2. 본론

휠체어 사용 지체장애인은 관절 장애, 지체 기능 장애, 절단 장애, 변형 장애로 나뉘며 주로 앉은 자세로 생활하기 때문에 전체적으로 근육량이 부족하고 하체가 왜소한 편이다. 부족한 근력으로 의복 착탈의에 어려움을 겪으며, 휠체어에서 이동 시 낙상사고 및 의복 오염 문제가 있다. 신체적 특성으로 인한 의생활 문제점으로는 손 사용이 어려워지는 오버사이즈나 소매장이 긴 상의는 착용할 수 없고, 와이드 팬츠의 경우 휠체어 바퀴에 바짓단이 끼는 사고의 위험성이 있다. 또한 주로 앉아서 생활하기에 서 있는 자세를 기준으로 제작하는 기성복은 불편한 착용감과 함께 엉덩이와 무릎 부분이 주로 닳고 뒷밑위길이가 짧아서 엉덩이가 드러나기도 한다.

이외에도 부족한 의복으로 정신적인 문제를 겪기도 하는데 상황에 맞는 적절한 의복이 없어 행사참여를 거부당하거나 창피함을 겪는 장애인이 많다(하주비, 2023). 인지 능력이 있고 사회생활이 가능한 휠체어 사용 지체장애인은 일상에서의 다양한 욕구와 판단 능력이 있음에도 사회적 인식 및 외부적인 환경에 의한 우울감, 의류 쇼핑 접근 제한성의 문제를 겪는다.

휠체어 사용 여성 지체장애인은 평상시에 편안한 운동복, 캐주얼룩을 자주 착용하기에 격식이 있는 상황에서도 착용할 수 있는 정장류복 원피스, 스커트와 같은 종류의 의 착용 욕구가 높았다. 의복 구매 시 의복의 실용적인 측면보다 비장애인과 동일하게 적용할 수 있는 디자인적 측면을 선호하였다(이영숙, 2003).

휠체어 사용 지체장애인 의류의 특성으로는 크게 4가지 방식으로 나타났다. 첫 번째, 여밈 방식의 변형은 손의 근육을 많이 필요로 하는 단추 대신 지퍼, 스냅 등 여밈부자재로 변경되었다. 두 번째, 상체의 자유로운 활동을 위해 진동부위에 매쉬 소재의 안단으로 보조분량을 주어 진동부위가 당겨지는 것을 예방하였다. 세 번째, 상의 옆판 혹은 뒷판에 트임을 주어 활동 범위를 넓히거나 하의 밑단에 지퍼 트임을 달아 착탈의 시 편안하도록 만들었다. 네 번째, 상의 뒷기장을 줄여 앉았을 때 엉덩이에 깔려 옷이 당겨지는 것을 예방하였다.

3. 결론

본 연구는 휠체어 사용 지체장애인 관련 선행연구를 통해 의생활 문제점과 선호도를 파악하였고, 해당 의류 분석을 통해 공통적 특성을 분석하였다. 분석된 내용에 따라 기성복을 개조할 수 있는 가이드라인은 다음과 같다. 상의의 경우, 진동부위에 활동 보조 주름 친을 덧대어 상체 동작의 범위를 넓힐 수 있다. 또한 뒷여밈을 추가하거나 패스너를 마그네틱, 스냅 단추 등으로 교체하여 착탈의 편의성을 높인다. 하의의 겨우 뒷 밑위를 높여 장시간 앉아서 생활할 때 허리 노출을 방지하고 무릎 부위에 활동 보조주름을 추가하여 사이즈 적합성을 높일 수 있다.

References

- 이영숙&유혜자. (2003). 장애인을 위한 의복의 소재와 디자인. 응용과학연구소 특성화 연구, 1-11.
- 이다현. (2021). 휠체어 사용 여성 지체장애인의 의복 실태 분석 및 바지 디자인 제언. 박사 학위논문, 성균관대학교 대학원, 서울.
- 정삼호&이현정. (2006). 지체 장애인 여성을 위한 디자인 선호도 조사 및 기능성 의복 디자인 개발 연구. 복식, 56(6), 58-71.
- 홍성순&석혜정. (2003). 장애인을 위한 기성복 개조법 제언. 한국의류학회지, 27(8), 873-882.
- 하주비. (2023). 휠체어 사용 남성 장애인을 위한 바이오모피즘 기반 어댑티브 클로딩 개발. 석사학위논문, 한양대학교 대학원, 서울.

기명절지도를 활용한 파자마 디자인

한지은*

인하대학교 의류디자인학과 강사*

최근 글로벌 수면 시장은 코로나19 팬데믹 이후 건강과 웰빙에 대한 관심이 높아지면서 급속히 성장하고 있다. 이러한 변화는 한국에서도 감지되고 있으며, 수면 관련 상품에 대한 수요가 크게 증가하고 있다. 그 중에서도 잠옷은 단순한 수면복을 넘어 하나의 패션 아이템으로 자리 잡아가고 있다. 특히 MZ세대는 소셜 미디어를 통해 자신의 잠옷 차림을 일상 패션으로 즐기고 있으며, #잠옷스타그램과 같은 해시태그를 통해 이를 자주 공유하고 있다. 이러한 현상은 고가의 유명 잠옷 브랜드에 대한 선호를 더욱 강화하고 있으며, 브랜드 인지도와 소비자 구매 결정에 긍정적인 영향을 미치고 있다.

파자마의 역사를 살펴보면, 이는 단순한 수면복에서 패션 아이템으로 진화해온 과정을 보여준다. 파자마는 원래 인도에서 유래하였으며, 17세기에는 영국에 도입되었다. 초기에는 남성용 라운지웨어로 자리 잡았지만, 20세기 초에 코코 샤넬(Coco Chanel)과 같은 패션 아이콘에 의해 여성복으로 확산되었다. 그녀는 파자마를 여성 해방의 상징으로 활용하며, 이를 통해 패션계에서의 입지를 강화했다. 이후 파자마는 유명 인사들에 의해 해변복으로도 인기를 끌었으며, 1970년대에는 오지 클락(Ozzie Clarke) 같은 디자이너들이 화려한 프린트와 스타일을 통해 파자마를 다시 조명하였다. 현재는 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana)와 같은 브랜드의 이벤트를 통해 다시금 패션 아이템으로서의 주목을 받고 있다.

이러한 흐름 속에서 기명절지도는 한국 전통 회화의 독특한 장르로 주목받고 있다. 기명절지도는 조선 시대의 정물화로, ‘기명(器皿)’은 그릇을 의미하고, ‘절지(折枝)’는 꺾인 가지를 뜻한다. 이 두 가지 요소는 기물과 자연물의 조화를 통해 당시의 사회적, 문화적 가치관을 드러낸다. 기명절지도는 실용성과 장식성이 결합된 형태로, 문방구, 서적, 자기, 화병 등 다양한 생활 도구와 자연물이 어우러진다. 이러한 전통 회화는 화려한 색감과 독특한 구성을 갖추고 있어 현대 텍스타일 디자인에 적합하며, 전통 문양을 현대적인 패션 아이템으로 재해석하는 데 중요한 역할을 할 수 있다.

본 연구에서는 현재 브랜드들의 파자마 디자인을 분석하고, 이를 바탕으로 기명절지를 활용한 텍스타일 디자인을 제안하고자 하였다. 셸렙들의 파자마로 유명한 슬리피존스(SLEEPY JONES), 테클라(TEKLA), 울라라(ULlala!)를 선정하여 이들의 아이템과 디테일, 색상, 톤, 소재, 패턴을 분석하였다. 이러한 분석을 통해 현재의 파자마 트렌드를 파악하고, 기본적인 형태의 파자마 아이템을 개발하기로 하였다. 총 6벌의 착장을 디자인하였으며, 이는 남성과 여성이 모두 입을 수 있는 유니섹스룩으로 구성되었다.

기명절지도의 핸드드로잉은 Adobe Illustrator 2024 버전을 활용하여 벡터 그래픽으로 리드로잉하여 구성하였고, 체크무늬와 줄무늬, 기명절지도의 무늬를 혼합한 2중 구조의 텍스타

일 디자인을 각각 2세트, 올오버 패턴과 원포인트 디자인 세트도 각각 1세트 디자인한후 상, 하의로 구성된 기본 파자마에 매핑하여 3DCLO로 제시하였다. 이러한 디자인 과정은 한국 전통 문화의 요소를 현대 패션에 성공적으로 융합할 수 있는 가능성을 보여준다.

결론적으로, 기명절지도를 활용한 파자마 디자인은 한국 전통 문화와 현대 패션의 조화를 통해 글로벌 수면 시장에서 차별화된 경쟁력을 가질 수 있도록 제안된다. 기명절지도는 한국의 전통적 아름다움을 파자마 디자인에 적용할 수 있는 잠재력을 가지고 있으며, 심미성과 실용성을 동시에 제공하는 패션 아이템으로 발전 가능성이 크다. 이러한 접근은 전통 예술의 현대적 재해석을 통해 새로운 디자인 가능성을 모색하며, 글로벌 시장에서 한국의 전통미를 독창적으로 알릴 수 있는 중요한 전략이 될 수 있다.

따라서 본 연구는 기명절지도를 활용한 잠옷 디자인이 한국의 전통 문화를 현대적 감각으로 재해석할 수 있는 좋은 사례가 될 것으로 기대하며, 향후 디자인 연구 및 실무에서 활용될 수 있는 다양한 가능성을 제시하고 있다. 이를 통해 한국의 문화적 가치를 글로벌 시장에 전달할 수 있는 기회를 더욱 확대할 수 있을 것이다. 이러한 시도는 단순히 패션 아이템을 넘어서 한국의 문화 유산을 보존하고 발전시키는 데 기여할 수 있는 중요한 계기가 될 것으로 기대된다.

References

- 글로벌우업 (2023.04.28.) 집에서든 트랜디하게, 셀럽들의 파자마 브랜드 , 잠옷에 대한 로망을 실현 시켜줄 파자마 브랜드 모음. 글로벌우업 매거진.
- 신소윤. (2020.12.17). 'K-수면 산업' 꿈꾼다...15조원 '꿀잠' 시장을 잡아라. 한겨레. https://www.hani.co.kr/arti/specialsection/esc_section/974625.html
- 윤덕우. (2020.09.09). 자녀 행복 기원 부모 마음 담은 '동양의 정물화'. 대구신문. <https://www.idaegu.co.kr/news/articleView.html?idxno=322728>
- 임지영, 송영은. (2021). 리사이클 PET와 실크 복합소재를 활용한 뉴노멀 패션 파자마 개발. 한국의상디자인학회지, 23(4), 133-148.

자크 데리다의 파레르곤 개념으로 살펴본 패션 브랜드의 인스타그램 광고 이미지

홍영주, 전재훈*

서울대학교 의류학과 석사과정, 서울대학교 의류학과 교수*

1. 서론

철학자 자크 데리다(Jacques Derrida)는 『회화에서의 진리(La Vérité en peinture)』에서 ‘파레르곤(parergon)’ 개념을 논의하며, 단순한 외적 장식품이 아닌 작품 내부와 외부를 연결하는 중요한 요소로 정의하였다. 데리다에 따르면 파레르곤은 작품 자체인 ‘에르곤(ergon)’과의 관계 속에서 작품의 의미를 보완하고 강화하는 역할을 수행한다. 또한 작품의 바깥과 안을 넘나드는 상호작용을 통해 작품의 미적 가치를 확장한다. 패션 광고에서 제품을 제외한 요소는 부차적인 것처럼 여겨지지만, 이러한 요소들은 제품의 의미를 구성하고 브랜드 메시지를 전달하며 소비자와의 연결성을 강화한다. 본 연구는 브랜드가 어떠한 방식과 표현으로 부수적인 요소를 통해 제품을 강조하고 브랜드 가치 및 이미지를 전달하는지에 대해 고찰하는 것을 목적으로 수행되었다.

2. 이론적 배경

철학자 이마누엘 칸트(Immanuel Kant)는 작품을 의미하는 에르곤과 상대되는 개념으로서 파레르곤을 설명하며 예술에 있어 부수적인 것, 장식적인 것으로 정의 내렸다. 칸트는 파레르곤에 대해 ‘단지 보충물’로서 기능하며 과도할 경우 오히려 아름다움을 해치게 된다고 설명하였다(Kant, 1790/2019). 그러나 데리다는 파레르곤이 외적인 장식품에 불과하지 않으며 오히려 작품 ‘옆’에서 두 공간 사이의 상호작용을 가능하게 한다고 덧붙였다. 이는 곧 예술 작품이 가진 의미가 작품 자체만으로 한정되는 것이 아닌 액자와 같은 경계를 통해 외부 세계와 맺는 관계로 확대될 수 있다는 것을 의미한다(Hu & Bae, 2023). 예술에서 프레임 역할을 하는 매체, 재료를 파레르곤으로 설명한 선행 연구가 다수 진행되었으나 연극이나 사진 예술의 물리적 공간 속 상호작용을 설명한 경우가 대부분이다. 패션 광고 이미지 또한 파레르곤 개념을 통해 해석될 수 있다. 즉, 패션 광고에서의 파레르곤, 다시 말해 광고의 대상을 제외한 부수적인 요소들은 단순히 제품을 꾸며주는 것을 넘어서 브랜드가 전달하고자 하는 의미와 가치를 담아내는 중요한 시각적 장치이다.

3. 연구 방법

패션 광고 이미지 속 제품 외의 부가적인 요소들이 제품을 어떻게 강조하고 메시지를 전달하는지를 고찰하고자 글로벌 컨설팅 회사 인터브랜드(Interbrand)가 발표한 브랜드 탑 100위 중 패션 브랜드 11곳을 대상으로 선정하였다. 이후 11곳의 브랜드의 인스타그램 계정

에 2023년 1월 1일부터 2024년 8월 22일까지의 기간 중 업로드된 이미지 중 제품 광고임이 확인되지 않은 이미지를 제외한, 총 7,764장의 이미지가 분석 대상으로 선정되었다.

4. 패션 광고 이미지에 나타난 파레르곤의 특성

1) 보충물 및 장식물로서 존재

처음 파레르곤의 개념을 설명한 칸트는 작품을 의미하는 에르곤과 상대되는 개념으로서 파레르곤을 설명하며 부수적인 것, 장식적인 것으로 정의 내렸다. 데리다는 파레르곤이 보충물로서 에르곤의 매력을 강화시키기에 그 자체로 탐구할 만한 가치가 있는 것으로 보았다. 패션 광고 역시 모델, 소품, 조명, 배경 및 특수 효과 등과 같은 부수적인 요소는 단독으로 존재할 때는 의미를 강하게 내포하고 있지 않으나 제품과 브랜드의 가치를 강조하면서 패션 광고의 미적 가치를 더욱 풍부하게 만든다.

2) 미적 대상의 본질적 성격을 강조

데리다에 따르면 파레르곤 요소들은 제품의 본질적 특성을 시각적으로 부각시키고 소비자의 관심을 끄는 역할을 한다. 패션 광고에서의 파레르곤은 제품을 꾸며주는 것을 넘어, 브랜드의 메시지와 가치를 시각적으로 표현한다. 에르메스는 다양한 아티스트와 협업하고 있다. 2023년 7월 업로드된 에르메스 랑데부 겔란 스카프 70 광고 이미지에서는 일러스트레이터 우고 비엔베누가 디자인한 패턴이 원숭이의 목에 두른 스카프에 표현되어, 브랜드의 예술적 가치와 스카프의 세부적인 아름다움을 강조하였다.

3) 외부와 내부의 경계에서 상호작용의 역할을 수행

데리다는 파레르곤이 경계 공간에 위치하며, 두 영역의 상호작용을 가능하게 한다고 설명하였다. 패션 브랜드는 패션이 속한 세계관과 문화적 맥락을 소비자에게 전달한다. 패션 광고는 제품의 물리적 속성을 넘어 그 속에 담긴 이야기를 전달하여 소비자를 브랜드의 세계로 끌어들인다. 버버리는 2023년 홀리데이 캠페인을 통해 영국 브랜드의 정체성을 강조하였다. 캠페인 이미지에는 가방과 함께 기사의 투구, 오리 등이 등장한다. 크리에이티브 디렉터 다니엘 리는 버버리가 영국성과 문화를 상징한다고 설명한 바 있다. 버버리의 광고는 제품 외적인 요소들을 통해 브랜드 전통을 전달하며, 파레르곤적 역할을 수행한다.

5. 결론

패션 광고에서 제품 외의 부수적인 요소들이 제품과 브랜드의 메시지를 어떻게 전달하고 강화하는지 고찰하였다. 패션 광고에서 부수적인 요소들은 제품과 브랜드의 본질을 강화하고 전달하는 핵심적인 역할을 한다. 연구는 데리다의 철학적 개념인 파레르곤을 통해 패션 광고 속 예술적, 문화적 의미를 고찰하였다는 데 학술적 의의를 지닌다. 다만 연구에서는 다양한 패션 브랜드를 연구 대상으로 선정하였지만, 모든 패션 광고를 대표하기에는 한계가 있다. 따라서 소규모 디자이너 브랜드나 국내 브랜드 등을 포함한 후속 연구를 통해, 다양한 문화적·사회적 배경을 가진 광고 표현을 고찰할 필요가 있다.

References

- Kant, I. (2019). *Kritik der Urteilskraft* [판단력 비판]. (Kim, S. H., Trans.). Seoul: Chaeksesang. Original work published 1790.
- Derrida, J. (1987). *La Vérité en peinture* [The Truth in Painting]. (Geoff, B., & Ian, M., Trans.). USA: University of Chicago Press. Original work published 1978.
- Hu, C., & Bae, Y. H. (2023). A Study on the Convergence of Art and Space and Immersive Art: Focusing on the Panoramic Painting in Juanqinzhai of the Forbidden City of China. *The Korean Society of Science & Art* , 41(1), 387-398.

서울컬렉션 발전과 현황

- 2000년 이전 10년간의 변화를 중심으로 -

이성훈, 하지수*

서울대학교 의류학과 석사과정, 서울대학교 의류학과 교수*

1. 연구 필요성

패션위크는 패션산업의 중요한 축을 이루는 행사로서 디자이너들의 패션쇼는 물론이고 트레이드쇼, 네트워킹 파티 등의 다양한 행사가 동시에 개최된다. 특히 파리, 밀라노, 런던, 뉴욕에서 열리는 4대 패션위크에는 세계 패션계의 이목이 집중된다. 한국에서도 서울패션위크가 국내패션산업을 진흥하고 디자이너들을 인큐베이팅하는 역할을 담당하고 있다. 매년 50억원 이상의 서울시 예산이 투입되고 있는 이 행사는 2007년부터 서울패션위크라는 이름으로 진행되고 있으며, 그 시작은 2000년 출범한 서울컬렉션으로 알려져 있다. 한편 2000년 이전에도 국내에는 여러 컬렉션 행사가 존재했으나 행사를 주최했던 단체들이 사라지거나 통합되면서 관련 자료가 체계적으로 보존되지 못했다. 이로 인해 해당 행사의 역사에 대해 언급하거나 추적한 연구가 부족하여 서울컬렉션의 정확하고 구체적인 역사와 변화에 대한 연구가 절실한 시점이다. 따라서 현행 서울패션위크의 전신이 되는 서울시의 서울컬렉션 성립 이전까지 존재하였던 국내 컬렉션 행사의 흐름을 추적하여 그 역사를 체계적으로 정리하고자 한다.

2. 연구 목적 및 방법

서울패션위크 공식 홈페이지에서는 행사의 시작과 발전 과정에 대한 상세한 기록이 제공되지 않고 있으며, 컬렉션 행사를 주최했던 단체들도 사라져 통합 이전 행사들의 역사와 취지를 다루는 공식적인 자료가 남아 있지 않다. 따라서 본 연구는 국내 주요 일간지 및 네이버 뉴스 라이브러리, 구글 뉴스 아카이브에서 '서울패션위크', '서울컬렉션', 'SFAA', 'KFDA' 등의 컬렉션 관련 키워드를 통해 자료를 수집하였다. 수집한 자료를 내용분석하고, 행사들이 개최되던 시기에 발행된 보고서나 논문 등의 연구 자료를 추가적으로 조사하여 한국에서의 컬렉션 행사 흐름을 추적하는 문헌연구를 실시하였다.

3. 연구 결과

문헌자료에서 찾을 수 있는 한반도 최초의 패션쇼 행사는 1934년 6월 16일 종로청년회관에서 열린 여자유행복감상회였다. 다만 이 시기의 패션쇼는 양장보급을 위한 홍보 행사였고 디자이너들이 모여서 새로운 작품을 발표하는 방식은 아니었다. 이후 한국에서 패션주간이라는 개념이 등장할 때 까지는 반세기 이상이 걸렸다. 지금의 패션위크와 유사한 행사의 시작은 1986년 10월 27일부터 29일까지 진행된 한국 하이패션협회의 서울국제여자기성복박람

회(SIFF)였다. 수주회로서의 성격이 강했기 때문에 지금의 컬렉션 행사와는 차이가 있었지만 내부행사로 서울컬렉션이 진행되었고 당시 동경컬렉션과 시기를 같이하여 일본에 모인 세계의 패션 바이어를 서울로 유치, 하나의 구매라인을 만든다는 계획을 세우고 있었다는 점에서 유사성이 있다. 이후 이 행사는 서울패션페어로 이어진다. 한국에서의 실질적인 패션 컬렉션 행사의 시작은 1990년 11월 23일부터 25일까지 서울 패션 디자이너 협의회(SFA)가 개최한 컬렉션 발표회였다. 이후 서울 패션 아티스트협의회(SFAA)라고 이름을 바꾸게 되는 이 협회는 1년에 두 번, 디자이너들이 다음 시즌의 컬렉션을 발표하는 행사를 처음으로 한국에서 자리 잡게 하였다. 그리고 SFAA의 영향을 받아 우영미 등이 주축이 된 젊은 디자이너들의 모임이었던 뉴웨이브인서울(NWIS)은 1993년 5월 23일, 1961년부터 작품발표회를 진행해 오던 KFDA는 1993년 11월 9일 컬렉션 발표회를 시작하게 된다. 그래서 1990년대 서울에서는 세 개의 컬렉션 행사가 공존하게 되었다. KFDA와 NWIS는 1997년 올림픽공원에서 개최되었던 제1회 서울패션위크에서 단체 통합 컬렉션을 선보이기도 했고 KFDA와 SFAA도 1999년 4월 덕수궁에서 진행된 서울밀레니엄컬렉션에서 통합컬렉션을 선보였다. 한편 이 시기의 서울패션위크는 현재의 서울패션위크와는 이름만 동일한, 수주 박람회 스타일이 강한 행사로서 SIFF의 후속행사에 가까웠다. 세 단체가 모두 모였던 최초의 행사는 서울패션위크의 전신인 제 1회 서울컬렉션으로서 2000년 10월 23일부터 26일까지 서울 메리어트호텔 밀레니엄홀에서 개최되었다. SFAA, KFDA, NWIS에서 각각 일부 회원만이 참가한 이 행사가 서울컬렉션이라는 대표성을 가질 수 있는지에 대한 의문이 제기되기도 했지만 한국 디자이너들의 첫 번째 통합 컬렉션이라는데 의의가 있고, 한국 인터넷의 본격적인 보급기인 이 시기에 공식 홈페이지를 개설해서 인터넷으로 패션쇼를 볼 수 있게 했다는 점에서 매우 중요한 의미가 있다. 이후 서울컬렉션은 이해관계의 차이로 인해 각각 개별 행사를 진행하던 시기도 있었고 단체에 따라 행사에 불참하고 별도의 컬렉션 발표회를 가지는 경우도 잦았지만 2007년 서울패션위크로 확대 개편되었고 2012년부터는 모든 단체가 통합된 서울패션위크로 거듭나서 지금에 이르게 된다. 본 연구는 1980년대 후반부터 2000년대 초반까지 다양한 컬렉션 행사의 통합과 변화 과정을 조명하며, 이러한 흐름이 서울패션위크로 이어진 배경을 확인했다. 이 과정을 통해 서울컬렉션 성립 이전 국내 컬렉션 행사 흐름을 체계적으로 정리하고, 기원이 되는 행사들의 역사를 밝힌 점에서 학문적 의의를 지닌다. 또한 본 연구는 서울컬렉션의 역사적 기여와 발전 과정을 구체적으로 제시하여 향후 한국 패션산업 연구의 기초 자료로 활용될 수 있을 것으로 보인다. 다만 매체 자료에 주로 의존하여 당시 참여자들의 증언과 사라진 단체들의 세부 자료를 확보하는 데 한계가 있었기 때문에, 향후 연구에서는 행사 당시의 자료 발굴과 관련 인물들과의 심층 인터뷰를 통해 한국 컬렉션 행사의 구체적인 진행 과정을 밝혀 나갈 필요성이 있다.

포스트-포스트모더니즘 시대의 패션 인플루언서의 역할

이지원, 전재훈*

서울대학교 의류학과 박사과정, 서울대학교 의류학과 교수*

1. 서론

현대 패션 산업은 포스트모더니즘의 영향 아래 발전해왔다. 하지만 현재 기술 및 사회적 환경 변화로 인한 가치관의 혼란이 문제점으로 제기되고 있으며, 포스트모더니즘 이후의 패션의 패러다임에 대해 고찰할 필요가 있다. 한편, 2012년 이후 급부상한 패션 인플루언서는 이미지 중심의 플랫폼 특성을 활용하여 자신의 개성을 드러내는 스타일링, 사회 문제에 대한 메시지 전달, 지속 가능 패션 실천 등을 통해 팔로워에게 영향을 미치고 있다. 이는 기존 패션 시스템에서 볼 수 없었던 새로운 현상으로 인플루언서의 활동을 통해 포스트모더니즘 이후의 흐름인 포스트-포스트모더니즘의 특성을 심층적으로 이해할 수 있다. 본 연구는 포스트-포스트모더니즘의 특성을 바탕으로, 인스타그램 플랫폼에서 활발하게 활동하며 포스트-포스트모더니즘적 가치를 적극적으로 표현하고 전파하는 인플루언서들의 사례를 선정하여 연구를 진행하였다. 선정된 인플루언서들의 인스타그램 콘텐츠를 수집하고 게시물 내용과 이미지를 분석해 포스트-포스트모더니즘의 특성이 어떻게 반영되고 있는지 파악하여 인스타그램 패션 인플루언서의 역할을 종합적으로 분석하였다.

2. 이론적 배경

포스트-포스트모더니즘은 포스트모더니즘 이후의 패러다임을 설명하는 개념으로, 포스트모더니즘의 특징을 계승하면서도 그 한계를 극복한 새로운 사회문화적 상황을 반영한다. 극단적인 상대주의, 허무주의, 냉소주의에서 벗어나 진정성, 희망, 보편적 가치, 객관적 진리에 대한 믿음 회복 등 포스트모더니즘의 긍정적인 측면을 수용하고 발전시키는 새로운 문화적, 철학적 흐름이다(Suh, 2011). 이러한 변화는 디지털 기술의 발전과 포스트모더니즘에 대한 비판적 성찰을 기반으로 한다. Morgado(2014)는 사회문화적 관점에서 포스트-포스트모더니즘 패션의 특징을 분석하며, Blanco(2021)는 진정성, 다양성의 확장성, 디지털화된 사회문화의 반영을 주요 특징으로 제시한다. 포스트모더니즘 패션이 기존 질서에 대한 반발, 자유로운 표현, 혼합, 재해석을 통한 개성 표출에 중점을 두었다면, 포스트-포스트모더니즘 패션은 개인주의, 다양성, 자아표현을 더욱 강조하며, 현대 기술과 융합된 새로운 패션을 선보인다. 소셜 미디어 패션 인플루언서는 높은 신뢰도를 바탕으로 팔로워들과 유대감을 형성하는 사람들로, 소셜 미디어에서의 활동으로 유명해진 비전통적인 유형의 유명인으로서 자신의 취향에 맞는 새로운 스타일을 가장 먼저 채택하는 사람들로 정의된다(Quelhas-Brito et al., 2020). 패션 인플루언서는 소셜 미디어를 통해 자신의 패션 감각과 스타일을 공유하고, 팔로워들에게 패션 정보, 트렌드, 스타일링 팁 등을 제공하며 영향력을 행사한다. 패션 인플루언

서는 포스트-포스트모더니즘 시대의 끊임없이 변화하는 플랫폼 환경 속에서 다양한 유형으로 나타난다.

3. 연구 결과

연구 결과 패션 인플루언서에게 나타나는 포스트-포스트모더니즘의 특성은 개인의 개성과 취향 존중, 다양성과 포용성, 디지털 기술과의 융합, 사회적 책임의식 강조, 지속가능 패션 강조, 사회적 편견에의 도전으로 나타났다. 첫째, 인플루언서들은 단순히 트렌드 순응이나 상품 홍보를 넘어, 경험, 가치관, 신념을 드러내고 패션을 통해 자신의 이야기를 전달하며 소비자들과 공감대를 형성하는 스토리텔러의 역할을 수행한다. Z세대의 아이콘으로 불리는 ‘엠마 체임벌린’은 자신의 일상생활, 생각, 감정을 가감 없이 공유하는 진정성 있는 모습으로 공감을 얻는다. 둘째, 인플루언서는 다양한 체형, 인종, 성별, 문화적 배경을 포용하고, 개인의 개성과 아름다움을 존중한다. 인간의 주체성 존중, 다양성 추구를 통해 패션의 경계를 확장하며 자신을 통해 사회적 약자들의 존재를 가시화하고, 포용적인 사회를 만들기 위해 앞장선다. 셋째, 디지털 기술은 패션 산업의 지형을 급격히 변화시키며, 인플루언서는 이러한 변화를 적극적으로 수용한다. 이에 부상한 가상 인플루언서는 이를 주도하는 주요 패션 리더로 부상하기도 하였다. 넷째, 패션 산업 내 노동 착취, 인권 문제 등 사회 문제 해결에 적극적으로 참여하고 변화를 촉구하며 사회적 책임의식을 강조한다. 패션이 사회적 메시지 전달과 긍정적 변화를 위한 도구가 될 수 있다는 믿음으로 사회 문제에 대한 관심 표현과 해결책 모색에 앞장선다. 다섯째, 지속 가능성의 옹호 또한 포스트-포스트모더니즘 패션의 핵심 가치로, 패션 인플루언서는 중고 의류 활용법을 공유하는 등 이를 실질적으로 확산하는데 중요한 역할을 수행한다. 여섯째, 장애인과 성 소수자들이 패션 산업에서 소외되지 않고 목소리를 낼 수 있도록 패션 인플루언서들은 기존의 패션 경계와 규범, 고정관념을 깨는 데 앞장서며, 자유롭고 개성적인 스타일을 추구한다.

4. 결론

포스트-포스트모더니즘 시대의 패션 인플루언서는 단순한 트렌드세터를 넘어, 진정성, 지속 가능성, 다양성, 사회적 책임 등 다양한 가치를 실현하는 핵심적인 주체로서 소비자와 함께 패션을 만들어가는 공동 창조자로 패션 문화의 다양성과 역동성을 증진시키는 데 중요한 역할을 수행한다. 본 연구는 패션 인플루언서에서 나타나는 포스트-포스트모더니즘의 특성을 분석하고 그들의 역할과 연결하여 논의를 심화함으로써, 포스트모더니즘 이후 시대의 인플루언서의 역할과 패션 콘텐츠의 영향을 탐구하고자 하였다는 점에서 의의가 있다고 사료된다.

References

- Blanco, J., & Reilly, A. (Eds.). (2021). *Fashion, Dress and Post-postmodernism*. Bloomsbury Publishing.
- Morgado, M. A. (2014). Fashion phenomena and the post-postmodern condition: Enquiry and speculation. *Fashion, Style & Popular Culture*, 1(3), 313-339.
- Suh Y. C. (2011). Post-Postmodern Theories. *The new korean association of english*

language and literature, 53(3), 169–192.

Quelhas-Brito, P., Brandão, A., Gadekar, M., & Castelo Branco, S. (2020). Diffusing fashion information by social media fashion influencers: understanding antecedents and consequences. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 24(2), 137–152.

로에베의 디자인 특성 연구

- 크리에이티브 디렉터 조나단 앤더슨에 의한 여성복 디자인을 중심으로 -

박은경*

인천대학교 패션산업학과 교수*

1. 서론

럭셔리 브랜드 로에베(Loewe)는 1846년 스페인(Spain)에서 가죽 장인들의 공방으로 시작하여 1872년 가죽 장인 엔리케 로에베 로스버그(Enrique Loewe Roessberg)가 합류하면서 탄생하였다. 로에베는 장인 정신 강조와 가죽 소재에 대한 전문성을 강점으로 하면서 가죽 제품에서 확장하여 1960년대에 기성복을 생산하기 시작하였고 1996년에는 다국적 기업 LVMH이 로에베를 인수하여 더 큰 발전을 시도하였다. 그러나 나르시소 로드리게즈(Narciso Rodriguez) 등 여러 명의 디자이너 및 크리에이티브 디렉터가 차례로 영입되었으나 로에베는 국제적인 패션 브랜드로의 변화를 성공적으로 이루지 못하였다. 이후 로에베는 2013년에 신진 디자이너 조나단 앤더슨(Jonathan Anderson)을 크리에이티브 디렉터로 영입하였다. 앤더슨은 로에베에서 현대 공예를 위한 세계 최초의 국제상인 로에베 재단 공예 상(Loewe Foundation Craft Prize) 제정을 비롯하여, 여러 문화 예술 활동을 이끌었다. 또한 그는 가죽 제조에 대한 브랜드의 유산에 집중하고 이를 공예, 소재, 실루엣의 실험과 결합하면서 로에베를 세계에서 가장 영향력 있는 패션 브랜드 중의 하나로 정립하였고 그 결과 2024년 무렵 로에베는 매출 10억 달러(\$ 1 billion) 규모로 성장하였다.

이와 같이 최근 패션산업계에서 주목받고 있는 로에베의 발전에 비해 로에베 디자인의 특성에 관련된 연구는 앤더슨에 의한 로에베의 문화예술 융합 측면을 살펴본 연구, 로에베의 남성복 디자인을 신해체주의 디자인 측면에서 고찰한 연구 등이 있으나 구체적인 디자인 특성에 관한 연구는 아직 미흡하다. 또한 이 연구들은 앤더슨이 로에베에서 활동한 초기를 대상으로 하였기에 최근까지, 보다 긴 시간에 걸쳐 형성된 디자인 특성을 살펴보지 못한 한계가 있다. 이에 본 연구는 앤더슨이 활동한 2015 SS ~ 2024 FW 로에베 여성복 컬렉션을 대상으로 하여 로에베 디자인의 미적 특성을 밝히고자 하였다. 본 연구의 연구 내용은 다음과 같다. 첫째, 로에베 브랜드의 연혁을 고찰하고 브랜드의 전통과 국제 공예 상을 비롯한 로에베의 문화 예술 활동에 의한 중심 가치를 고찰한다. 둘째, 앤더슨이 디자인한 로에베 여성복 컬렉션 디자인의 조형적 특성을 분석하고 미적 가치를 고찰한다. 셋째, 로에베 브랜드의 디자인 특성의 정립과 발전을 논의한다. 연구 방법은 문헌 고찰과 컬렉션의 디자인을 분석하는 사례 연구 방법을 사용하였다. 문헌 연구는 로에베 관련 선행연구, 브랜드 홈페이지, 관련 기사 등을 참고하여 로에베 브랜드의 중심 가치에 관한 고찰을 하였다. 컬렉션 분석은 앤더슨이 진행한 2015 SS ~ 2024 FW 시즌 여성복을 대상으로 하여 컬렉션의 디자인 테마 및 영감, 아이템의 형태, 색상, 소재와 문양, 디테일의 특징을 살펴보았다. 컬렉션 분석 결과를

바탕으로 앤더슨이 구축한 로에베의 디자인 특성을 논의하였다. 사진 자료는 보그닷컴(www.vogue.com) 등의 패션 전문 매체의 인터넷 사이트와 로에베의 공식 홈페이지, 유튜브 자료 등을 활용하였다.

2. 본론

로에베가 지닌 오리지널 유산의 특성은 가죽 소재에 대한 우수한 전문성, 장인 정신과 기술에 대한 가치 부여, 브랜드가 탄생한 스페인 문화를 기반으로 하였다. 앤더슨이 로에베에서 이끈 로에베 재단 공예 상과 다양한 아트 프로젝트를 비롯한 공예와 예술, 문화 융합의 시도는 시대 융합, 재료의 융합, 새로운 시도를 통한 공예의 확장성 강조와 예술의 미학적 감성의 영원한 가치를 반영하고자 한 것으로 나타났다. 또한 실험정신으로 새로운 창조를 시도하고 시대적 요구에 대응하고자 한 것으로 나타났다. 10년에 걸친 로에베의 여성복 컬렉션을 분석한 결과, 2022 SS 컬렉션을 기점으로 디자인에 변화가 있었다. 2022 SS 컬렉션 전에는 공예적인 것, 장인 정신, 역사적이고 귀족적인 요소들, 스페인 요소들이 많이 반영되었으며, 2022 SS 컬렉션부터는 디지털 시대, 초현실과도 같은 동시대를 반영하는 초현실주의적인 표현이 강하게 나타났다. 또한 로에베의 전통적인 가죽 사용과 기법을 강조하는 것은 매 시즌에 걸쳐 특징적으로 표현되었다. 디자인의 조형적인 특성은 극단적인 프로포션, 독특한 실루엣과 과장된 볼륨 같은 실험적인 라인, 시각적·촉각적 흥미를 주는 소재의 사용, 유희적이거나 초현실적인 표현과 디지털 시대의 관람자가 사물을 보는 시각의 실험, 수공예의 강조, 상품성과 예술성을 조화시킨 독창적인 조합으로 나타났다. 이를 통해 로에베는 브랜드의 오랜 역사와 전통을 스토리텔링하면서 예술과 공예, 패션의 결합으로 확장하였고, 동시대의 문화를 반영하고 감성을 강조하였으며, 유패하면서 세련된 미학으로 전복과 변화를 지향하는 패션의 창조성을 강조하였음을 고찰할 수 있었다.

3. 결론

결론적으로 앤더슨은 오랜 역사를 지녔으나 디자인 특성이 뚜렷하게 각인되지 못했던 로에베를 브랜드의 역사적인 전통을 계승하면서 예술을 선호하는 동시대의 다양한 여성을 위한, 새로운 경험과 감각을 전달하는 생동감 있는 럭셔리 하우스로 정립했다고 할 수 있다. 이 연구는 패션 브랜드의 차별화되는 디자인 특성 구축과 이 특성이 동시대의 특수성을 반영하면서 어떻게 발전해 나가는지를 고찰함으로써 브랜드의 정체성 확립과 확장에 도움이 되는 정보를 제공할 수 있는 의의가 있다.

References

- Campbell, N. (2023, June 11). The rise of fashion wunderkind Jonathan Anderson. *CFDA*. Retrieved May 1, 2024, from <https://cfa.com/news/the-rise-of-fashion-wunderkind-jonathan-anderson>
- Tashjian, R. (2023, November 14). Jonathan Anderson's big idea -How the Loewe designer dominated culture in 2023-. *The Washington Post*. Retrieved June 1, 2024, from <https://www.washingtonpost.com/style/fashion/2023/11/11/jonathan-anderson-loewe>

반려동물 맞춤형 뇌파 기반 서비스와 패션 제품의 기획

강고은, 이세현, 양은경*

연세대학교 통합디자인학과|인간생애와혁신적디자인융합전공 석박통합과정,
연세대학교 통합디자인학과 학사과정, 연세대학교 통합디자인학과 조교수*

1. 배경과 목적

현대 사회에서 반려동물이 단순한 애완동물이 아닌 가족의 구성원으로 자리 잡으면서, 그들의 감정과 삶을 존중해야 한다는 인식이 보편화되고 있다. 이러한 변화는 ‘펫 휴머니제이션(Pet humanization)’과 ‘펫펍족(Pet family)’이라는 신조어의 등장으로도 확인할 수 있다 (Kang, 2016). 하지만 현재 출시된 반려동물 제품들은 보호자의 편의성에 초점을 맞추고 있어, 반려동물의 감정이나 상태를 정확히 이해하려는 시도는 부족하다. 이는 사람과 동물 간의 소통이 어려워져 발생하는 문제로, 보호자는 반려동물의 감정을 정확하게 파악하기 위해 개인적인 경험과 사전 지식에 의존해야 한다. 이러한 소통 부재는 반려동물의 감정과 건강 관리에 심각한 문제를 야기할 수 있다. 반려동물과 보호자 간의 정확한 소통이 가능해지면, 반려동물의 삶의 질은 크게 향상될 것이다. 본 연구는 미래적 사고(Futures Thinking) 방법을 기반으로 뇌파 측정을 활용해 반려동물의 감정 상태를 시각적으로 전달할 수 있는 스마트 패션 제품과 전 생애 돌봄 서비스인 “워키도기(Walkie Doggie)”를 기획하였다. 이는 보호자가 반려동물의 감정 상태를 제대로 이해하고 소통할 수 있게 도우며, 그들의 삶의 질을 향상하는 것을 목적으로 한다.

2. 연구 방법

본 연구는 미래적 사고를 기반으로 한 미래 예측과 시나리오법을 활용하여, 반려동물의 감정 상태를 실시간으로 확인해 보호자가 상황에 따른 문제 해결을 할 수 있게 돕는 스마트 패션 제품과 서비스를 기획하였다. 특히, 반려견이 착용할 수 있는 리쉬(leash) 제품과 유기 폴리머를 활용한 뇌파 감지 센서를 중심으로 다양한 건종에 맞게 활용할 수 있는 스마트 디바이스와 건강 관리 서비스를 포함하는 패션 제품을 기획하였다. 이 제품은 뇌파 측정 기술을 바탕으로 반려견의 감정 상태를 해석하여 평안, 스트레스, 기쁨, 슬픔 등의 감정을 이모티콘으로 시각화하여 보호자에게 전달한다. 또한, 반려견의 전 생애 주기 단계별 특성에 맞춘 관리 서비스를 제공해 보호자와 반려견 간의 상호작용성을 높이는 패션 제품을 기획하였다 (Kim et al., 2017).

3. 연구 결과

본 제품의 주요 서비스와 특징으로, 첫째, 뇌파 측정 기술을 기반으로 반려견의 감정 변화를 실시간으로 시각화하는 스마트 디바이스는 보호자가 반려동물의 감정 상태에 따라 필요한 관리 방법을 취할 수 있게 돕는다. 이는 스마트 기기의 화면에 시각화되는 이모티콘을 통

해 전달되고, 실시간 알림 기능을 통해 보호자가 반려견의 상태를 파악할 수 있게 한다. 둘째, 반려동물 맞춤형 생애 주기별 서비스는 반려견의 다음과 같은 생애 주기 단계별 특성과 감성 변화에 따른 맞춤형 서비스를 제공한다.

- 유아기(출생~5개월): 이 시기 반려견은 후각에 매우 의존적이다. 이러한 특징을 바탕으로 보호자는 반려견의 후각 반응에 따른 감정 상태를 정확히 이해하고, 이를 활용한 적절한 돌봄을 수행할 수 있도록 돕는다. 특히, 후각을 활용한 놀이와 트레이닝 방법을 제안해 반려견의 발달을 지원할 수 있게 한다.
- 청년기(1년~5년): 청년기의 반려견은 활동성이 높고, 개별 취향이 드러난다. 뇌파로 측정된 감성을 통해 대상물에 대한 반려견의 취향을 분석해주고, 이를 바탕으로 다양한 리쉬 디자인과 재질의 패션 제품을 제안한다. 보호자는 반려견이 선호하는 디자인 제품을 제공할 수 있으며, 반려동물과의 감성적 상호작용을 향상시킬 수 있다.
- 중년기(5년~10년): 중년기의 반려견은 활동량이 줄어들고, 건강 관련 문제들이 나타나기 시작한다. 뇌파 측정을 통해 반려견의 감성과 건강 상태를 실시간으로 모니터링하며, 적절한 운동량과 영양 섭취를 조절할 수 있는 관리 방법이 제공된다. 앱을 통해 반려견의 건강 상태에 맞춘 식단과 운동 계획이 제안되고, 감성과 건강에 이상이 감지되면 보호자가 즉시 조치를 취할 수 있도록 시각화된 알림을 제공한다.
- 노년기(10년 이후): 노년기의 반려견은 신체적 기능이 약화되므로, 뇌파 기반 스마트 디바이스를 통해 반려견의 생리적인 필요에 따른 감성을 실시간으로 감지하고 보호자에게 알림을 제공하여 적절히 조치를 취할 수 있게 돕는다. 이는 반려견이 불필요한 스트레스를 받지 않도록 하며, 반려견의 건강 관리를 지원해 노년기에 접어든 반려견이 보호자와 상호작용을 유지하며 편안한 삶을 영위할 수 있도록 돕는다.

4. 결론

현대 사회에서는 반려동물을 가족처럼 여기며, 이들과의 상호작용은 삶의 질 향상에 중요하게 여겨지고 있다. 하지만 현시점의 반려동물 기기는 보호자의 편의성에만 초점을 맞추고, 반려동물의 감정을 고려한 제품은 제한적이다. 본 연구는 이러한 문제에 대응하는 미래적 패션 제품과 서비스를 기획했다. 이 제품은 단순한 감정 해석을 넘어, 반려동물의 건강과 일상 관리까지 포괄하는 생애 주기 기반의 관리 시스템에 대한 아이디어를 제공하여 보호자가 반려동물의 감정과 건강을 세밀하게 관리하고 유대감을 강화할 수 있는 미래적 패션 제품 및 서비스 개발에 중요한 통찰을 제공할 것이다.

References

- Jeong Gu Kang. (2016). *The Advent Of Pet-Fam People and Re-consideration of a Companion Animal - Focusing on the Analysis of Korean Literature and Cinema since the 2000s*. *CSWL*, 54, 5-27.
- Kim, D. Y., Lee, J. H., Park, M. H., Choi, Y. H., & Park, Y. O. (2017). *Trends in Brain Wave Signal and Application Technology*. *Electronics and Telecommunications Trends*, 32(2), 19-28.

버추얼 패션의 감성디자인 프로세스 체계 연구

양은경*, Ruobing Li¹⁾, 조은정¹⁾, 방세희²⁾

연세대학교 통합디자인학과|인간생애와혁신적디자인융합전공 조교수*,

연세대학교 통합디자인학과|인간생애와혁신적디자인융합전공 석사과정¹⁾, B'ATELIER 대표²⁾

1. 연구 배경과 목적

버추얼 패션은 기술과 미적 창의성을 결합한 새로운 디자인 분야로 주목받고 있다. 실제 의류와 달리 물리적 제약이 없는 버추얼 패션은 다양한 디자인 실험과 사용자 경험의 확장을 가능하게 하지만, 이를 설계하는 프로세스는 아직 표준화되지 않았다. 특히, 감성디자인(affective design)은 사용자가 가상 의류와 상호작용할 때 느끼는 감정적 경험을 설계하는데 필수적이지만, 버추얼 패션에서 감성디자인을 체계적으로 다룬 연구는 미흡하다. 감성디자인은 제품이 단순히 기능적 목적을 넘어 사용자의 정서적 반응을 자극하고, 이를 통해 더 깊은 연결을 형성하는 데 초점을 맞춘다. 기존의 패션 디자인 프로세스에서는 감성적 요소가 중요한 고려 사항이었으나, 버추얼 환경에서는 이에 대한 적용 방법론이 명확히 정립되지 않았다. 따라서 본 연구는 버추얼 패션의 감성디자인 프로세스를 체계적으로 구축하고, 다음과 같은 세 가지 목표 하에 각 단계별로 적용할 수 있는 실질적인 가이드를 제공하고자 한다. 첫째, 버추얼 패션디자인의 각 단계별 활동을 정의하고, 해당 단계에서 감성적 요소가 어떻게 반영될 수 있는지에 대한 이론적 기반을 마련한다. 각 디자인 단계에서 고려해야 할 감성적 요소를 구체적으로 제시하고, 디자이너가 실질적으로 사용할 수 있는 체크리스트를 개발한다. 셋째, 이론적 고찰과 체크리스트를 바탕으로 버추얼 패션 디자인 전반에서 감성디자인을 일관되게 적용할 수 있는 가이드를 제시한다.

2. 연구 방법

본 연구는 이론적 고찰과 사례 분석을 결합한 질적 연구 방법을 기반으로 수행되었다. 첫째, 패션디자인 이론과 감성 공학, 그리고 버추얼 패션의 상호작용성에 대한 기존 연구를 검토하여 감성디자인이 버추얼 패션디자인 프로세스에 적용될 수 있는 이론적 프레임워크를 구축하였다. 둘째, 버추얼 패션 디자인에서 적용되고 있는 감성적 요소와 그 영향력을 평가하고, 다양한 디지털 패션 플랫폼과 프로젝트 사례 분석을 통해, 감성디자인이 어떻게 구현되고 있는지를 탐색하여 각 디자인 단계에서 필요한 감성디자인 체크리스트를 도출한다. 최종적으로, 이러한 이론적 프레임워크와 실증적 결과를 통합하여, 버추얼 패션의 감성디자인 프로세스 체계를 개발하고, 디자인 프로세스 각 단계에서 고려해야 할 감성적 요소들을 일관되게 적용할 수 있는 실질적인 지침으로서 디자이너의 창의적 결정을 지원하는 구체적 방법론을 제시하였다.

3. 연구 결과

본 연구는 버추얼 패션 디자인 프로세스에 감성디자인을 통합하는 체계적 이론적 방법론을 다음과 같이 도출하였다. 이 방법론은 감성 목표에 따라 버추얼 패션의 디자인부터 메타버스 플랫폼에서 제공하는 패션 체험까지의 설계 과정을 포함하며, 버추얼 패션 디자인의 전 프로세스 단계의 세부 활동을 기획(문제인식과 리서치), 디자인 생성 개발, 디자인 구현 I(3D 의상 구현), 디자인 구현 II(버추얼 플랫폼에 적용 및 사용화), 평가의 5 단계로 구분하였다. 각 단계별로 구체적인 활동 요소와 감성적 목표를 반영할 수 있는 지침을 제시하기 위해, Lamb and Kallal(1992)의 FEA Consumer Needs Model을 기반으로 디자이너가 각 단계에서 감성적 목표를 설정하고, 이를 구현하는 데 있어 실질적인 도구로 활용할 수 있는 체크리스트를 다음과 같이 개발하였다. 첫째, 기획 단계에서는 감성디자인 목표를 명확히 설정하고, 트렌드, 시장, 사용자 조사를 통해 디자인 방향을 구체화한다. 감성적 경험이 모든 단계에서 충분히 고려되었는지 확인하는 체크리스트를 통해, 디자이너가 감성적 목표를 기반으로 작업 계획과 플랫폼을 선택할 수 있도록 지원한다. 둘째, 컨셉트 생성 단계에서는 무드보드, 디자인맵, 스케치에서 감성적 목표와 방향성이 일관되게 반영되었는지 평가한다. 이 과정에서 시각적 및 기능적 요소들이 메타버스 환경에서 감성적 경험을 제공할 수 있도록 체크리스트를 활용하여 최종 디자인의 감성적 메시지를 전달할 수 있는지를 평가한다. 디자인 구현 I 단계에서는 의상의 형태, 재질, 색상, 디테일, 착용감 등을 최적화하여 감성적 목표와 기술적 구현 가능성을 동시에 고려하도록 설계하였다. 이 단계에서 감성적 메시지가 메타버스 환경에서 효과적으로 전달되고 시각적 매력이 유지되도록 품질을 조정하는 체크리스트를 개발하였다. 디자인 구현 II 단계는 디자인 최적화와 플랫폼 적용 과정으로, 디지털 디자인의 파일 변환, 아바타와 의상 간의 상호작용, 텍스처링, 애니메이션, 조명 등 다양한 요소가 감성적 목표를 유지하며 최종적으로 메타버스 플랫폼에서 효과적으로 구현되도록 체크리스트를 통해 지원한다. 마지막으로, 평가 단계에서는 감성적 목표가 최종적으로 의상에 잘 반영되었는지, 시각적 일관성과 플랫폼 내 호환성을 점검한다. 이후 플랫폼에 업로드된 데이터를 큐레이션 및 승인 절차를 통해 최종적으로 배포할 준비가 되었는지를 확인하고 필요한 경우 수정 작업을 반영한다. 본 연구는 버추얼 패션 디자인 프로세스에 감성적 요소를 체계적으로 반영하는 방법을 제안함으로써, 사용자와의 정서적 연결을 강화하고, 기능적 요소를 넘어서는 풍부한 사용자 경험을 제공할 수 있는 버추얼 패션의 가능성을 제시하였다.

4. 결론

본 연구는 버추얼 패션에서 감성디자인 프로세스를 체계적으로 정립하고, 각 디자인 단계에서 감성적 요소를 고려하는 방법을 제안함으로써, 버추얼 패션디자인의 새로운 가능성을 제시한다. 본 연구에서 개발된 버추얼 패션의 프로세스와 감성디자인 체크리스트는 버추얼 패션디자인의 실무와 교육에서 체계적이고 혁신적이고 체계적인 접근을 제시하며, 미래 패션 디자인의 새로운 패러다임을 구축하는 데 기여할 것으로 기대된다.

Reference

- Lamb, J. M., & Kallal, M. J. (1992). A conceptual framework for apparel design. *Clothing and Textiles Research Journal*, 10(2), 42-47.

글로벌 아웃도어 브랜드의 고프코어 패션 제품 디자인과 커뮤니케이션 전략

조은정, 양은경*

연세대학교 통합디자인학과인간생애와혁신적디자인융합전공 석사과정,

연세대학교 통합디자인학과인간생애와혁신적디자인융합전공 조교수*

1. 서론: 연구 목적과 방법

본 연구는 고프코어(Gorpcore) 패션 트렌드를 중심으로 글로벌 아웃도어 브랜드가 채택한 디자인 혁신과 브랜드 커뮤니케이션의 전략을 분석함으로써, 아웃도어 패션 시장에서의 브랜드 전략에 대한 중요한 통찰을 제공하고자 한다. 특히, 대표적인 글로벌 아웃도어 브랜드의 사례 조사를 기반으로, 각 브랜드의 디자인과 커뮤니케이션 전략의 핵심 요소로 기술적 우수성, 디자인 혁신, 지속 가능성, 그리고 소비자와의 감정적 연결을 어떻게 전달했는지에 대한 이론적 통찰을 제공하고자 한다. 본 연구의 연구 문제는 다음과 같이 세 가지로 구성된다. 첫째, 주요 글로벌 아웃도어 브랜드(HOKA, Arc'teryx, Patagonia, Salomon)가 고기능성 제품을 패션 아이템으로 전환하는 데 활용한 디자인 전략은 무엇인가? 둘째, 해당 브랜드들이 고프코어 패션 트렌드를 형성하기 위해 채택한 차별화된 브랜드 커뮤니케이션 전략은 무엇인가? 셋째, 각 브랜드의 커뮤니케이션 전략이 고프코어 패션 시장에서 소비자 인식과 브랜드 이미지에 미친 영향은 무엇인가?

본 연구는 문헌 고찰과 사례 조사를 결합한 질적 연구 방법을 사용하였으며, 아웃도어 패션 산업, 고프코어 트렌드, 브랜드 커뮤니케이션 전략에 대한 기존 연구를 바탕으로 이론적 기반을 마련하였다. 사례 조사를 위해, ISPO의 2024 스포츠 패션 트렌드 보고서와 *The State of Fashion 2024*에서 선정된 상위 10개의 글로벌 아웃도어 브랜드를 검토하였다. 이 중 '고프코어 패션', '아웃도어 패션', 'Gorpcore fashion', 'outdoor fashion' 등의 키워드로 검색된 사례를 기반으로, Gorpcore 패션 커뮤니케이션 전략을 취하고 있는 HOKA, Arc'teryx, Patagonia, Salomon의 총 4개 브랜드를 최종 분석 대상으로 선정하였다. 자료 수집은 최신 트렌드와 소비자 경향을 반영하기 위해 2024년 9월 최근 한 달간 집중적으로 수행하였으며, 각 브랜드의 고프코어 패션 트렌드와 관련된 혁신적 디자인 전략과 브랜드 커뮤니케이션 전략을 중점적으로 분석하였다.

2. 본론: 연구 결과

본 연구의 결과, HOKA, Arc'teryx, Patagonia, Salomon 등 주요 글로벌 아웃도어 브랜드들이 고기능성 제품 디자인을 기반으로 혁신적 디자인과 차별화된 커뮤니케이션 전략을 통해 고프코어 트렌드를 선도하며, 아웃도어 제품을 성공적으로 패션 아이템으로 확장하고 있음을 확인하였다. 첫째, 디자인 측면에서 각 브랜드는 기능성과 스타일을 결합하여 소비자에게 독창적인 가치를 제공한 방식을 취하였다. HOKA는 두꺼운 미드솔과 Meta-Rocker 기술

을 활용해 장거리 러닝 시 피로를 감소시키는 고기능성을 강조하고 있었다. 이러한 혁신적인 디자인은 전문 러너들 사이에서 높은 인기를 얻었으며, 두꺼운 미드솔은 고프코어 트렌드와 맞물려 HOKA의 시그니처 디자인 요소로 자리잡았다. 이를 통해 HOKA는 기능성에 기반한 제품이 일상 패션 아이템으로까지 확장될 수 있는 기반을 마련하였다. Arc'teryx는 GORE-TEX Pro 소재와 정밀한 설계를 통해 내구성, 방수성, 경량성을 동시에 제공하는 고성능 아웃도어 의류를 개발하였다. 대표 제품인 Alpha SV 재킷은 극한의 환경에 최적의 성능을 발휘할 수 있도록 설계되어, 산악 운동가와 탐험가를 주 타겟으로 하였다. 이와 더불어, 기능성을 극대화하면서도 미니멀한 디자인을 채택해 고프코어 트렌드에 부합하는 패션성과 기능성을 균형 있게 유지하고 있다. 이를 통해 Arc'teryx는 고성능 아웃도어 의류가 일상에서도 활용될 수 있는 하이브리드 패션으로 확장되도록 전략적 포지셔닝을 이루었다. Patagonia는 지속 가능한 소재와 환경 보호를 브랜드의 핵심 가치로 삼고 있으며, Torrentshell 3L 재킷과 Down Sweater와 같은 재활용 소재로 만든 고성능 제품을 통해 지속 가능한 소비를 촉진하고 있다. 이 브랜드는 윤리적 소비를 장려하기 위해 Worn Wear 프로그램을 도입하여 중고 제품의 수리와 재판매를 지원하고, 소비자들에게 지속 가능한 소비 문화를 확산시키고 있다. HOKA는 “Time to Fly”라는 슬로건을 통해 러닝의 자유로움과 성취감을 강조하며, 기능성뿐만 아니라 감성적인 브랜드 메시지를 소비자에게 전달하였다. 이를 통해 HOKA는 러닝화가 스포츠 용도로만 한정되지 않고 일상적인 스타일링에서도 활용될 수 있는 브랜드 이미지를 성공적으로 구축하였다. Arc'teryx는 탐험 정신을 강조하는 동시에, Palace와의 협업을 통해 패션성을 부각시키며 기술적 우수성을 하이엔드 패션과 결합한 차별화된 커뮤니케이션 전략을 펼쳤다. Patagonia는 “We’re in business to save the planet”이라는 슬로건을 통해 지속 가능성과 환경 보호에 대한 강력한 메시지를 전하며, 브랜드의 사회적 책임을 강조하였다. Patagonia는 제품뿐 아니라 모든 비즈니스 활동이 환경 보호 목적을 지향함을 내세우며, 소비자들에게 윤리적 소비를 실천할 수 있는 선택지를 제공한다. Salomon은 “Time to Play”라는 슬로건으로 자연 탐험과 모험의 즐거움을 감성적으로 전달하는 동시에, Contagrip 기술의 뛰어난 접지력과 내구성을 이성적으로 소구하여 브랜드에 대한 신뢰를 강화했다. 이러한 커뮤니케이션 전략은 기능적 혁신과 브랜드의 핵심 가치를 명확하게 전달하며, Salomon이 신뢰할 수 있는 기술력과 자연에서의 즐거움을 동시에 상징하는 브랜드로 자리잡도록 기여했다. 이들 브랜드는 고유한 디자인 혁신과 차별화된 커뮤니케이션 전략을 통해 고프코어 트렌드를 선도하며, 소비자와의 정서적 유대감을 강화하고 있다. 이를 통해, 고기능성 제품을 패션 아이템으로 성공적으로 전환하는 데 성공하였다.

3. 결론

본 연구는 글로벌 아웃도어 브랜드가 고기능성 제품을 고프코어 패션 아이템으로 전환한 디자인 전략과 차별화된 브랜드 커뮤니케이션 전략을 분석하였다. 연구 결과, 기술적 우수성과 디자인 혁신을 결합한 전략이 고프코어 트렌드를 주도하며 소비자와의 정서적 연결을 강화한 것을 확인했다. 이를 통해, 아웃도어 브랜드의 효과적인 브랜드 전략 수립에 있어서 기능성과 패션성의 융합이 소비자 경험과 브랜드 가치를 높이는 데 중요한 역할을 한다는 통찰을 제공할 수 있었다.

생분해성 섬유를 적용한 감성적 내구성 디자인 요소 연구

- ZMET 방법론을 중심으로 -

주신성*, 이승익

홍익대학교 디자인공예학과 패션디자인학과 박사과정*,

홍익대학교 디자인공예학과 패션디자인학과 조교수

1. 서론

제4차 산업 혁명과 기술적 진보에 따라 패션 산업은 큰 변화와 환경 지속 가능성에 대한 도전에 직면하고 있다. 이러한 도전은 폐기물 발생, 화학 물질 오염, 과도한 에너지 소비를 포함한다. 생분해성 섬유의 등장은 패션 산업에 새로운 환경 친화적 해결책을 제공하며, 이러한 섬유는 환경에 덜 해롭고 사용 후 자연적으로 분해된다. 현재 소비 시장은 단기 사용 제품이 주를 이루며, 소비자와 제품 간의 장기적인 감성적 관계 형성이 부족한 상황이다. 감성적 내구성 디자인은 소비자와 제품 간의 깊은 감성적 연결을 형성하는 데 중점을 두며, 이를 통해 제품의 매력과 소비자 충성도를 높이는 데 기여한다. 첫째, 본 논문은 ZMET(Zaltman Metaphor Extraction Technique) 방법론을 활용하여 생분해성 섬유를 통한 감성적 내구성 디자인의 가능성을 탐구한다. 이를 통해 사용자들이 제품에서 성취하고자 하는 숨겨진 욕망과 목표를 기호 언어로 파악하고, 사용자들이 생각의 연쇄 속으로 깊이 들어가게 함으로써 그들의 소비 행동과 사고 방식을 통찰할 수 있도록 돕는다. 둘째, 이론적 배경으로서 제품의 시장 매력을 강화하는 동시에 경제적 및 환경적 지속 가능성 간의 균형을 찾는 방법을 제시한다. 셋째, 이러한 접근은 친환경적이고 혁신적인 패션의 미래를 위한 새로운 방향을 제공한다.

2. 본론

첫째,본 연구는 생분해성 섬유와 감성적 내구성 디자인의 개념 및 유형에 대한 체계적인 문헌연구를 수행한다. 이를 위해 전문 서적 및 선행 연구를 분석하여, 해당 분야의 이론적 기반을 마련한다. 둘째, 감성적 내구성을 갖춘 디자인 사례들을 선별하여 사례 분석을 실시하며, 이를 통해 경로 분석 및 사례 특성 연구를 제공하고 관련 디자인 전략과 접근 방식을 탐구한다.셋째, ZMET 방법론을 활용하여 소비자의 정서적 경험을 조사하고 데이터를 수집, 정리한다. 이 방법론은 소비자가 제품에 대해 느끼는 감정과 인식을 심층적으로 이해하는 데 도움을 준다. ZMET 방법론에서 실험 대상자의 범위는 지속 가능한 패션에 관심이 있고 소비 능력이 있는 중국 대중 소비자 그룹으로 설정하였다.크게 세 연령대로 나뉘는데 20-30대,30-40대, 40대 이상이다.ZMET를 통해 소비자들의 생분해 가능한 섬유에 대한 인식, 태도 및 구매 행동, 수요를 깊이 있게 파악한다.

3. 결론

연구 결과는 소비자의 생분해성 섬유에 대한 감정적 애착을 강화하고자 하는 디자이너들에게 여러 시사점을 제공한다. 본 연구는 소비자가 중요한 개인적 가치와 연관된 은유를 통해 제품에 강한 감성적 내구성을 개발하는 방법에 대한 이해를 높였다. 따라서 제품 가치를 높이기 위해 디자이너들은 소비자가 은유를 참조하여 연결될 수 있는 바이오 패션 제품을 디자인하는 것이 중요하다. ZMET 연구 결과, 소속감, 즐거움, 책임감, 친밀한 관계, 희망, 기억과 같은 여섯 가지 주요 제품 은유가 드러났다. 디자이너들은 물리적 디자인 단계에서 사용자와 바이오 패션 제품 간의 감정적 상호작용을 고려해야 한다. 디자이너들이 은유에 더 많은 주의를 기울일수록 사용자가 그들에게 애착을 갖게 될 가능성이 높다. 제품 가치를 높이기 위해, 사용자가 생분해성 섬유와 물리적으로 상호작용하는 모든 경우에 은유를 사용할 수 있다. 사용자가 제품과 물리적으로 상호작용하는 모든 경우는 사용자와 그들의 제품 간의 유대를 창출하는 데 사용될 수 있다. 경쟁이 치열해지는 가운데, 은유를 통한 제품의 감성적 내구성 향상은 디자이너들에게 필수적이다.

본 연구는 사용자의 바이오 패션 제품 애착에 영향을 미치는 은유를 도출하기 위해 진행되었다. 이미지와 언어적 커뮤니케이션을 결합함으로써, 사용자와 제품 간의 감정적 유대를 촉진하기 위해 더 많은 은유적 의미를 탐색할 수 있었다. 하지만 본 연구의 한계도 지적해야 한다. 이 연구는 13명의 참여자와 심층 면접을 통해 진행되었다. ZMET 인터뷰 실험의 표본 크기가 작고, 인구 통계학적으로 제한되어 있어 전체 소비자를 완전히 대표할 수 없다는 점이 한계로 지적된다. 또한, ZMET는 유용한 방법임에도 불구하고, 참여자가 최소 한 시간 정도의 인터뷰 시간을 할애해야 하며, 사전에 이미지 자료를 준비하고 주제에 대해 깊이 생각하는 시간이 필요하다는 점에서 연구 진행에 있어 일정한 어려움으로 남아 있다. 동시에 본 연구는 주로 후속 개인 디자인 연구를 위한 것이기 때문에 신뢰성 분석을 위한 설문조사가 이루어지지 않아 한계가 있다. 신뢰성 정량 분석은 향후 연구 과제로 남겨진다. 이러한 방식은 디자이너들이 적절한 전략으로 감정적으로 내구성 있는 디자인을 최적화하는 데 참조될 수 있다.

본 연구의 결과는 생분해성 섬유와 감성적 내구성 디자인 간의 관계를 강화하는 데 기여하며, 패션, 지속 가능한 디자인, 예술, 생물학 등 다양한 분야에서 새로운 디자인과 미학적 가치를 발견하는 데 도움이 될 것으로 예상된다. 산업 분야에서는 생분해성 섬유 제품의 시장 연구와 소비자가 원하는 상품 개발에 전략적으로 활용될 수 있으며, 재료 및 생산 공정이 환경에 미치는 영향을 줄이고, 제품의 정서적 내구성을 향상시키며 지속 가능한 패션 제품 개발을 촉진할 것으로 보인다. 이는 미래 패션 디자인 방법론에 새로운 시사점을 제공할 것이다.

References

- Burcikova, M. (2019). *Mundane Fashion: Women, Clothes and Emotional Durability*. Unpublished doctoral dissertation. University of Huddersfield, Huddersfield, UK.
- Chapman, J. (2015). *Emotionally Durable Design: Objects, Experiences and Empathy (2nd ed.)*. London, UK: Earthscan Publications Ltd.

- Choi, J.A. (2019). *Research on the emotional textile expression and value of digital craft characteristics*. Unpublished doctoral dissertation. Konkuk University, Seoul.
- Ha, J.H. (2014). *Sustainable fashion design planning guidelines using emotional bonds*. Unpublished master's thesis,. Yonsei University, Seoul.
- Huang, X., Kettley, S., Lycouris, S., & Yao, Y. (2023). Autobiographical design for emotional durability through digital transformable fashion and textiles. *Journal of the Sustainability* 15(5), 4451.
- Ji, S., & Lin, P.S. (2022). Aesthetics of sustainability: Research on the design strategies for emotionally durable visual communication design. *Journal of the Sustainability*. 14(8), 4649

학부생 포스터 논문 발표 초록

소셜 미디어를 통한 한국 전통 복식 디자인 전략 분석

- 브랜드 '미스 소희' 사례를 중심으로 -

고한얼, 감선주*

경희대학교 의상학과 학부생, 경희대학교 의상학과 조교수*

1. 서론

소셜 미디어의 급격한 성장과 함께 글로벌 패션 시장은 변화하고 있으며, 이는 전통 복식 디자인의 현대적 재해석에 새로운 가능성을 제시하고 있다. 이러한 변화 속에서 한국 전통 복식을 현대적 디자인에 적용하는 것은 문화적 정체성을 유지하면서도 글로벌 패션 시장에서 경쟁력을 확보하는 중요한 전략으로 부각된다(Choi&Ma,2021). 이에 본 연구는 소셜 미디어 플랫폼에서 미스 소희 브랜드의 한국 전통 복식 디자인 표현 전략을 분석하여 글로벌 패션 시장에서의 전통 복식 현대화 및 경쟁력 강화 방안을 제시하고자 한다.

2. 본론

본 연구는 문헌조사와 사례 분석으로 이루어졌다. 선행연구를 통하여 소셜 미디어의 소셜 커머스 특성과 한국 전통 복식의 특성 디자인 요소를 탐색하였다. 선행연구를 토대로 도출된 이론적 틀을 근거로 미스 소희의 사례를 분석하였다. 미스 소희의 사례는 첫 번째 컬렉션인 2021 F/W,부터 2024 S/S 컬렉션까지, 총 74개의 아이템 122개의 사례를 추출하여 분석하였다. 첫째, 소셜 미디어 이용과 관련된 연구와 이론을 토대로 브랜드의 소셜 미디어 특성을 상호작용성, 정보제공성, 유희성, 정체성 일치성으로 도출하였다. 둘째, 한국 전통 복식 특성의 선행연구를 통해 본 연구자는 '원색의 조화', '곡선의 율동성', '장식미'로 도출하였다. 셋째, 앞서 정리한 특성을 기반으로 미스 소희에서 실제로 각각의 요소들이 어떻게 반영되고 있는지 사례분석을 통해 구체적으로 확인하였다.

3. 결론

연구 결과, 소셜 미디어를 통한 브랜드의 상호작용성과 정보제공성, 유희성은 소비자와 긍정적 관계를 형성하고, 전통 복식의 현대적 재해석을 글로벌 소비자들에게 효과적으로 전달하는 데 기여함을 밝혔다. 본 연구는 소셜 미디어와 세계화가 한국 전통 복식의 현대적 디자인에 미치는 영향을 분석함으로써, 소셜 미디어가 전통 복식의 글로벌 확산과 경쟁력 강화에 어떻게 기여할 수 있는지에 대한 전략적 방안을 제시하는 데 의의가 있다.

Reference

Choi, Y. R., & Ma, J. J. (2021). A study on the cultural sustainability of contemporary fashion brands based on traditional fashion - Focusing on Korea, Japan, and Belgian brands -. *The Research Journal of the Costume Culture*, 29(6), 828-848.

방사성 물질에서 영감을 받은 스포츠웨어 디자인 연구

- 여성 발레복을 중심으로 -

김도연, 김성은*

덕성여자대학교 의상디자인학과 학부생, 덕성여자대학교 의상디자인학과 강사*

1. 서론

환경 문제에 따른 패션업계의 책임론이 떠오르고 있는 가운데 친환경적인 ESG 경영에 힘쓰는 기업이 늘어나고 있다. 특히, 수많은 환경 이슈 중에서도 원자력 발전소 사고로 인한 인근 지대 해양의 방사능 오염에 지속적인 관심이 쏟아지고 있다(Kim, 2023). 이에 따라 본 연구는 해양 오염에 대한 심각성을 일깨우고자 방사성 물질이 바닷속으로 흘러 들어갈 때의 색깔과 형태를 스포티하게 표현하여 페미닌한 발레복의 새로운 디자인 방향성을 제시하고자 한다.

2. 본론

최근 원전 사고로 인하여 방사성 물질이 바다에 유출되어 환경에 피해를 주는 문제가 지속적으로 거론되고 있다. 또한 패션 산업은 과잉 생산과 섬유 폐기물 그리고 생산 시 발생하는 다양한 오염 등에 따라 환경 오염의 지대한 영향을 미치는 산업으로 비판받고 있다. 이에 따라 방사성 물질과 패션 산업을 해양 오염의 주된 원인 중 하나라는 점에서 디자인적인 요소로 접목하고자 한다. 이를 위해 오염수가 바다로 흘러가는 형태를 옷의 패턴과 모양으로 표현함으로써 위험 구역의 의미를 부각하고자 하였다. 컬러는 위험 구역 표지판의 색상에서 영감을 받은 Toxic yellow와 스포티함에 초점을 맞추고자 Electric blue를 포인트 컬러로 사용하여 오염수의 색깔을 표현하였다. 패브릭은 자유로운 움직임을 선보일 수 있는 폴리아마이드와 엘라스틴 혼합의 소재 사용하고, 메탈릭 원단을 통해 오염 물질의 광택감을 연출하여 스포티하면서도 우아한 실루엣의 여성 발레복을 디자인하였다.

3. 결론

본 연구는 다양한 환경 문제의 원인 중 방사성 물질 유출에 초점을 맞춰 해양 오염의 심각성을 알리고자 여성 발레복을 디자인하였다. 본 디자인 연구를 통해, 환경 오염이라는 사회적 메시지를 전달할 수 있는 윤리적 스포츠 디자인의 발전에 도움이 되기를 희망한다.

References

Kim, S. Y. (2023, May 31). 40년 간 바다에 버리는 오염수, 인류에 어떤 위험?[What is the danger to humanity from the polluted water dumped into the ocean for 40 years?]. *Hankyoreh*. Retrieved October 4, 2024, from <https://www.hani.co.kr/arti/international/japan/1093951.html>

일상 속 휴식을 주는 네이처 인스파이어드(Nature-Inspired) 패션디자인 개발 연구

김민경, 김정은*

덕성여자대학교 의상디자인전공 학부생, 덕성여자대학교 의상디자인전공 강사*

1. 서론

최근 현대 사회가 빠르게 발전하면서 미디어의 자극성, 사회적 이슈, 코로나 이후 이기주의 등으로 인하여 현대인들의 우울증이나 정신적 스트레스가 증가하였다. 이에 본 연구는 슬로워 턴(Slow-trun) 트렌드를 중심으로 일상 속에서 휴식을 가질 수 있는 네이처 인스파이어드(Nature-Inspired) 패션 디자인을 개발하여 현대 사회에 지친 사람들에게 패션을 통하여 휴식을 만들어 주고자 한다.

2. 본론

패션 전문 사이트인 퍼스트뷰 코리아나 미디어 등을 보면 요즘 슬로워 턴이라는 트렌드가 뜨고 있다. 슬로워 턴이란 최근 몇 년간 전 세계적으로 떠오르고 있는 새로운 라이프 스타일 트렌드로 급변하는 사회 속에서 빠르게 돌아가는 일상에 지친 사람들이 더 느리게, 더 여유롭게, 그리고 더 의미 있게 살고 싶어하는 욕구를 반영한 개념이다. 거기에 자연과 함께하는 트렌드가 뜨면서 일상 속에 자연을 끌어들이며 일상의 스트레스에서 벗어나 자연과 조화를 이루는 공간으로 탈바꿈하고 있다. 이러한 네이처 인스파이어드(Nature-Inspired) 디자인은 유기적이고 자연스러운 비주얼을 통해 사람들에게 자연을 통한 테라피를 느끼게 해준다. 그리하여 본 연구는 반복되는 일상 속에 지친 현대인들의 피로를 해소하는데 도움이 되고자 자연의 색채, 소재, 형태 등을 모티브로 삼은 네이처 인스파이어드(Nature-Inspired) 스타일의 남성복 디자인을 제안하고자 한다. 전체적으로 도시에서 입을 수 있는 오피스 룩이지만 몸을 조이지 않는 편안한 실루엣을 통하여 긴장감을 완화시키려고 하였다. 또한 자유롭고 색다른 경험은 일상에서 느끼는 피로를 줄이는데 도움을 줄 수 있다는데 착안하여 새로운 자극을 위한 남성복에 페미닌한 무드를 혼합하고자 하였다. 이를 위해 홀터넥이나 숏팬츠 등 여성복 라인에서 나올만한 실루엣에 패브릭은 시스루와 린넨 소재를 사용하여 자유로운 느낌을 전개하였다. 더불어 나뭇잎, 꽃, 나무 등의 자연물에서 영감을 받은 무늬나 패턴 등을 디자인 요소로 활용하였으며, 린넨 등의 자연 소재를 주로 사용하여 환경친화적이고 지속 가능한 의류를 만들고자 하였다. 컬러는 자연에서 볼 수 있는 색들로 구성하여 심리적 안정과 휴식을 제공하려고 하였다.

3. 결론

본 연구는 현대인들의 피로 해소에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 네이처 인스파이어드 디자인을 제안하고자 하였다. 본 연구를 통해 다양한 사회에게 얻은 스트레스를 패션으로서 해소할 수 있는 방안의 새로운 제안이 되기를 바란다.

백룸(Backrooms)에서 영감을 받은 패션디자인 개발

옥채윤, 김세진*

국립창원대학교 의류학과 학부생, 국립창원대학교 의류학과 부교수*

1. 서론

우리는 흔히 보이는 것에만 주목하는 경향이 있지만, 보이지 않은 것 속에서도 가치를 발견할 수 있다. 백룸(Backroom)은 알 수 없는 초자연적인 현상에 이끌려 미지의 세계나 무작위로 생성된 방들이 끝없이 나열된 미로에 갇히는 것으로 묘사하는 도시전설이나 미스터리적인 개념으로 영화, 게임, 문학 작품에 자주 등장한다. 이 연구는 백룸의 비가시성으로 은유하고 해석한 여성복 패션디자인 개발을 목적으로 한다.

2. 본론

백룸은 비가시적인 공포와 미지의 세계를 상징하며, 이 초자연적인 공간은 사람들에게 명확히 보이지 않으며, 그 내부에서 일어나는 일들은 불확실함과 두려움을 유발한다. 백룸과 관련한 영화, 문학작품, 음악 등을 리서치하여 'Timeless and hopeless, despair, noclip' 등의 키워드를 도출하고, 'Incharted space: Noclip from reality'를 주제로 정하였다. 이를 토대로 다음의 과정으로 디자인 개발을 수행하였다. 첫째, 백룸의 스산하고 공포스러운 분위기는 찢어지거나 비대칭적인 실루엣과 형태, 파랑의 차분함과 고립감, 빨강의 긴장과 위협, 노랑의 경계와 희망, 검정의 공포와 미스터리, 흰색의 순수함과 비어있음을 상징적으로 한 팔레트를 구성하였다. 데님, 가죽, 니트, 쉬폰 소재를 선택하여 일상에서 noclip으로 이동하는 불안함을 의도하였다. 현실과 다른 세계의 경계를 끈, 포켓 등의 디테일로 적용하였다. 이를 기반으로 총 6벌의 컬렉션을 구성하고 패션 일러스트와 도식화를 통해 디자인을 개발하였다.

3. 결론

이 연구는 백룸이라는 가상의 공간에서 느껴지는 공포와 미지의 감정을 기반으로 패션디자인을 제시하였다. 백룸의 스산함과 불확실성, 절망과 희망과 같은 다양한 감정적 교차 지점을 비대칭적인 형태, 상징적인 컬러팔레트를 사용하고, 불균형적인 형태는 심리적 불안감을 유발할 수 있는 요소로 적용되었다. 백룸의 이러한 추상적이고 상징적인 공간은 독특한 디자인 영감을 제공하였다. 이 연구는 추상적인 주제를 시각화하는 창의적인 디자인 개발 과정과 방법을 제공한데 의미가 있으나, 실제 대중을 위한 상업적인 마켓에서 수용 가능성을 고려하지 못한 한계가 있다. 그러나 이러한 접근은 기존의 미적 기준과 편견을 넘어 패션디자인 개발에 있어 다양한 창의적 가능성과 감각적 경험의 확장 가능성을 탐구했다는 데 의미가 있다.

바이크 하위문화를 이용한 오피스웨어 디자인 개발

양시성, 김세진*

국립창원대학교 의류학과 학부생, 국립창원대학교 의류학과 부교수*

1. 서론

바이크 문화는 자유로움, 개성표현, 반항적이면서도 독립적인 정신을 중요시하는 하위문화로 전통적인 오피스웨어에서는 보기 힘든 독특한 스타일과 미학적 요소를 담고 있다. 본 연구는 바이크 하위문화 중 로커스(Rockers)와 모드(Mods)족의 스타일에서 영감을 받아 바이크웨어와 오피스웨어를 융합한 패션디자인을 개발하는 것을 목표로 한다. 최근 Z세대를 기반으로 바이크 문화가 대두되고 있는 한편, 이들의 가치와 라이프스타일을 반영한 독자적이고 실용적인 룩을 제안하고자 한다.

2. 본론

로커스와 모드족은 1950-60년대 영국에서 등장한 바이커 문화를 중심으로 형성된 서로다른 하위문화 집단이다. 각각 가죽 재킷, 청바지, 부츠와 같은 바이커 스타일과 록 음악과 오토바이를 통해 자유와 반항적인을 표출하는 한편, 세련되고 모던한 패션을 추구하였다. 이 연구는 먼저, 로커스와 모드족의 역사와 문화, 주요 특징 등을 살펴본 후, 하위문화가 패션에 어떻게 반영되었는지 요소별 특성을 정의하고, 현대인의 라이프스타일에 맞게 적용될 수 있도록 재해석 하였다. 둘째, 이를 토대로 'Cafe racer'의 주제를 선정하고, 로커스의 자유롭고 반항적인 이미지와 모드족의 도시적이고 세련된 이미지를 융합하여 무드 이미지를 제작하였다. 셋째, 어두운 톤의 브라운, 올리브 카키 및 무채색 컬러와 레더, 데님, 코튼, 울을 소재로 도출, 카페레이서 무드를 반영한 포켓, 키홀더, 패드와 같은 디테일과 더티워싱 텍스타일을 더해 도회적이며 매니시한 무드의 7착장의 디자인 라인업을 구성하고, 패션일러스트레이션과 도식화로 제시하였다. 그 결과는 활동적이며 기능성을 갖춘 바이크웨어 스타일과 차별하고 세련된 오피스웨어 스타일의 조화를 통해 현대인의 라이프스타일에 적합한 실용성과 개성을 동시에 충족시킬 수 있는 디자인을 나타냈다.

3. 결론

본 연구는 로커스와 모드족의 하위문화를 기반으로 한 오피스웨어 디자인을 통해 이들이 추구하는 자유롭고 반항적인 이미지와 세련된 도시적 감성을 현대인의 라이프스타일에 맞게 재해석하였다. 그 결과는 바이크웨어의 활동성과 오피스웨어의 세련됨을 결합하여 현대인의 실용적인 요구와 개성 표현을 동시에 충족시키는 새로운 스타일로 자리잡을 가능성이 있음을 확인하였다. 이는 과거 하위문화 요소들이 현대 패션디자인 개발의 영감의 원천으로 어떻게 발전될 수 있는지를 보여주며 향후 오피스웨어 디자인 개발에 실무적 시사점을 제공한다.

북유럽 디자인적 특성을 반영한 패션디자인 개발

안혜린, 김세진*

국립창원대학교 의류학과 학부생, 국립창원대학교 의류학과 부교수*

1. 서론

살아가는 데 있어 새로운 것들을 계속해서 탐구하고 갈망하는 것도 필요하지만 이미 가지고 있는 것들을 충분히 누리는 것 또한 중요하다. 새로운 자극들이 끊임없이 쏟아지는 현대 사회 속에서 사람들은 이미 가지고 있는 것들에 대한 소중함을 잊고 살아가고 있다. 이를 배경으로 이 연구는 북유럽 감성을 반영하여 'Catch the moment'를 주제로 패션디자인을 제안하고자 한다.

2. 본론

북유럽은 노르딕국가를 지칭하며 그 지역의 디자인은 기능적이고 실용적인 모더니즘을 근간으로 한다(Kang and Kwon, 2016). 북유럽의 자연환경은 다른 유럽에 비해 척박한데, 제한된 자원으로 오래 쓸 수 있는 기능적인 제품을 제작하는 윤리적 디자인 의식을 기반으로 한다(Jo and Lee, 2020). 이 연구는 이러한 북유럽 디자인적 특성을 선행연구를 토대로 미니멀리즘, 기능성, 자연과의 조화 등으로 정의하고 6벌의 패션디자인 개발을 하였다. 구체적으로는 첫째, 북유럽의 패션, 인테리어, 제품디자인, 라이프스타일 등 1,2차 리서치를 실시하고 'Catch the moment'라는 주제와 무드맵을 제작하였다. 둘째, 자연물에서 영감을 받은 5가지 색상과 팔레트, 니트, 데님, 레더 등의 솔리드한 텍스처와 시어한 소재의 믹스, 자연에서 영감 받은 코튼, 트라이앵글 형태, 기능성과 실용성을 고려한 여러 아이템을 레이어드한 착장 스타일, 일상 속 자연에서 볼 수 있는 형상의 디테일 등을 적용하였다. 마지막으로 이를 토대로 총 6벌로 구성된 패션디자인 컬렉션을 개발하였다.

3. 결론

이 연구는 일상의 순간을 소중히 여기며 현대인들에게 자연과 조화로운 삶을 재인식시킬 수 있는 패션디자인의 가능성을 제시하였다. 북유럽에서 영감을 받은 캐주얼하고 키치한 스타일은 일상의 평범한 사물들을 새로운 시각으로 재해석하며, 바쁜 생활 속에서 개인적인 여유와 성찰의 순간을 제공한다. 이는 패션이 단순한 소비를 넘어서 일상에 긍정적인 경험과 의미를 부여하는 도구로 가능성을 제시할 수 있을 것이다.

References

- Kang, J. H., & Kwon, G. G. (2016). A study on the formative characteristics and meanings of the scandinavian fashion. *Journal of Basic Design & Art*, 17(5). 17-30
- Jo, A. R., and Lee, S. J. (2020). An analysis on the design characteristics of scandinavian fashion brands. *Journal of Basic Design & Art*, 21(5). 509-523.

음식과 패션의 유사성을 이용한 패션디자인 개발

민은주, 김세진*

국립창원대학교 의류학과 학부생, 국립창원대학교 의류학과 부교수*

1. 서론

음식은 패션디자인 개발의 소재로 많이 다뤄져왔다. 패션은 몸 바깥쪽을 꾸미고, 음식은 몸속에 영양을 공급한다는 점에서 유사성을 가진다. 이 연구는 음식에서 영감을 받아 패션 디자인을 개발하는 과정과 가능성을 탐구한다. 다양한 음식의 형태, 색상, 질감과 문화적 상징성을 시각적으로 재해석하여 패션디자인 컬렉션을 개발하여 공감각적 경험과 일상적 음식에서 패션적 상상력의 적용 및 가능성을 제시한데 의미가 있다.

2. 본론

이 연구는 일상적으로 쉽게 접할 수 있는 음식 중 개인적인 경험을 토대로 베이커리로 범위를 좁히고 베이커리에 관한 리서치를 토대로 다섯 가지 카테고리 분류하고, 이를 토대로 'The Scent of a Bakery'를 주제와 FW시즌을 정하였다. 디자인 개발 절차는 다음과 같다. 첫째, 리서치를 통해 도출한 베이커리의 조형적 요소를 추출하고, 브라운 컬러를 중심으로 따뜻하면서 부드러운 무드가 반영된 무드맵을 제작하였다. 색은 브라운과 베이지를 메인 컬러, 옐로우와 오렌지를 포인트 컬러로 나타냈다. 베이커리에서 볼 수 있는 겹겹이 둘러 쌓인 패턴과 텍스처를 소재에 적용하였다. 형태적 특성을 고려하여 오버핏의 아우터를 중심으로 박시한 스타일로 제시하였다. 둘째, 총 6벌의 패션 일러스트와 도식화를 통해 디자인 개발을 수행하였다. 마지막으로, 선행연구를 통해 도출한 다섯 가지 디자인적 특성을 토대로 결과물을 검토하였다. 디자인 결과는 첫째, 빵의 겹겹이 쌓인 질감과 형태를 의복에 직관적이고 사실적으로 재현하였다. 이는 시각적 즐거움과 촉각적 상상력을 자극하여 감각적인 체험을 유도한다. 둘째, 빵의 색상이나 부드러운 질감에서 착안한 텍스처 표현을 통해 음식과 패션 간의 연관성을 재발견할 수 있다. 셋째, 식품 브랜드 로고의 색상과 모양을 요소로 시각적 정체성으로 제시하였다. 넷째, 음식과 관련된 사회적 메시지를 담아 비판적 사고를 유도하는 작품으로 음식이 단순한 소비의 대상에서 벗어나 문화적, 사회적 의미를 부여받은 과정에 주목한 디자인이다. 다섯째, 디저트를 중심으로 달콤하고 유희적 무드를 담았다.

3. 결론

본 연구는 음식이 패션디자인에서 창의적 영감을 제공하는 중요한 요소가 될 수 있음을 시사한다. 음식에서 비롯된 패션디자인은 현대인들이 개인의 추억을 상기하며 사색에 잠길 수 있는 매개체로 작용할 뿐만 아니라, 인간의 원초적 욕망, 쾌락, 미적 취향 등 심리적 요소와도 깊이 연관되어 있다. 특히, 베이커리의 시각적, 감각적 특성을 활용한 디자인은 미적 즐거움뿐만 아니라 심리적 긍정적 경험을 제공할 수 있다. 이 결과는 패션디자인이 단순한 외형적 표현을 넘어, 개인의 정서적 스토리텔링을 담아낼 수 있는 유의미한 창작 영역이 될 수 있음을 보여준데 의미가 있다.

Inside out을 주제로 한 젠더리스의 업사이클 패션디자인 개발

강다정, 김세진*

국립창원대학교 의류학과 학부과정, 국립창원대학교 의류학과 부교수*

1. 서론

현대사회에서 패션 트렌드는 빠르게 변화하고 있다. 이에 따라 소비자의 구매 주기가 짧아지고 생산자는 끊임 없이 최신 트렌드를 반영한 디자인을 대량생산하고 있다. 이러한 패션산업의 구조적 문제는 지속가능한 발전을 저해하고 있으며, 이에 대응하기 위한 대안적 접근이 필요하다. 이 연구는 폐기된 의류 자원을 활용하여 업사이클링 패션디자인을 개발하는 것을 목표로 한다. 특히 기존 의복의 구조를 유지하면서도 여성과 남성복의 경계를 허무는 젠더리스 스타일을 적용하였다.

2. 본론

젠더리스 스타일은 성별에 구애받지 않는 유동적 패션을 지향하며, 이를 통해 패션이 고정관념에서 벗어나 보다 포괄적인 표현 방식을 제공할 수 있다(Kim & Lee, 2016). 연구의 절차는 다음과 같다. 첫째, 문헌연구를 통해 젠더리스 스타일과 업사이클 디자인 방법에 대해 고찰하였다. 둘째, 패션 브랜드와 업사이클링 패션 디자이너의 사례분석을 통해 이 연구에 적용할 업사이클 방법을 정리하였다. 셋째, 이를 토대로 'Inside Out'을 주제로 선정하고 무드맵을 제작하여 방향성을 설정하였다. 이 주제는 위아래·안팎·앞뒤를 뒤집는다는 것을 의미하는데, 이 연구에서는 인간의 감정과 해체 과정으로 적용하였다. 구체적으로는 안과 밖이 뒤집힌 의복의 요소들을 포함하고, 인간의 감정을 황홀, 경계, 자유라는 3가지의 감정으로 나누어 개발하였다. 그 다음, 총 6착장의 패션디자인을 개발하고 패션 일러스트레이션과 도식화로 제시하였다. 마지막으로 그 중 1착장의 디자인을 실물로 제작하였다.

3. 결론

본 연구는 빠르게 변화하는 패션 트렌드와 환경문제를 고려하여 폐기된 의류와 중고 자원을 활용한 업사이클 패션디자인을 제안하였다. 현대 사회에서 개성을 패션으로 표현하는 중요성을 강조하며 지속가능한 디자인을 통해 개성을 표현하는 새로운 접근을 모색하였다. 이를 통해 트렌드와 지속가능성 사이의 양면성을 조화롭게 반영한 디자인 가능성을 확인하였다. 이 연구는 향후 패션산업에서 더 다양하고 독창적인 젠더리스 업사이클링 디자인을 제시하는데 기여할 수 있을 것이다.

Reference

Kim, J., and Lee, Y. (2016). Expressive characteristics of genderless style appeared in contemporary women's fashion. *The Research Journal of the Costume Culture*, 24(6). 903-919.

인공지능프로그램을 활용한 지역 활성화 패션디자인 프로세스 연구

김소은, 감선주*

경희대학교 의상학과 학부생, 경희대학교 의상학과 조교수*

대한민국의 저출산, 초고령 사회로의 진입은 인구수 문제에 이어 수도권과 대도시 발전 편중으로 인한 지역 불균형 발전 심화, 지역 소멸의 위험을 유발한다. 지역 경제의 자립성을 높이고 지방의 소멸 위기를 극복하기 위해서는 지역 특색을 살린 창의적이고 차별화된 콘텐츠 개발이 필수적이다(Jung, 2007). 패션은 지역 문화와 자원을 활용하여 새로운 경제적 가치를 창출할 수 있는 효과적인 도구로 활용가능하다. 또한 최근, 생성형 인공지능 기술은 창의적 콘텐츠 개발에 있어 중요한 도구로 자리 잡고 있다. 그러나 기존의 패션 디자인 접근 방식으로는 충분한 창의성을 발휘하고 지역 특성을 활용하여 실질적인 효과성을 지니는 결과물을 도출하는 데에 한계가 있어 보였다(Lee, 2024). 본 연구의 목적은 기존의 패션 디자인 접근 방식을 보완하여 지역 특성을 효율적으로 반영하고, 인공지능 기술을 활용한 패션 디자인 프로세스를 개발하는 것이다.

본 연구는 생성형 인공지능 기술을 활용하여 지역의 특성을 반영한 패션 아이템을 개발할 수 있는 프로세스를 마련하고, 활용가능성 및 효율성을 판단하는 방식으로 진행되었다. 선행 연구를 통하여 기존의 다양한 디자인 프로세스를 비교 분석하고, 해당 연구에 적합한 더블다이아몬드프로세스를 채택하였다. 확산 수렴의 과정을 반복하는 프로세스 특성을 고려하여, 여러 경우의 수를 비교 분석하는 과정을 거쳐, Midjourney, Gemini, The New Black 등과 같은 생성형 인공지능을 활용하여 효율적이고 창의적인 패션 아이템을 도출할 수 있는 프로세스를 구축하였다.

본 연구의 ‘인공지능 프로그램을 활용한 지역 활성화 패션 디자인 프로세스’를 통해 생성형 인공지능이 패션 디자인 과정에서 디자이너의 보조자 역할을 할 수 있다는 것과 패션이 지역 경제 발전에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 것을 확인하였다. 또한, 기존 디자인 프로세스의 한계를 극복하고, 인공지능을 활용하여 지역적 특성을 반영한 패션 아이템 도출에 가장 효율적인 프로세스를 개발하였다는 점과 이러한 새로운 접근법을 제시함으로써 지역 경제 활성화 및 패션 디자인 프로세스의 발전에 기여하였다는 점에도 의의가 있다.

References

- Jung, J.(2007), A study on the development of local-culture contents for the local reinvigoration under the digital environment. Journal of Digital Design, 7(3)
- Lee, Y. & Nah, K(2024). Proposal of Design Research Methodology Using Generative AI: Centered around the Double Diamond Model. Design Research, 9(2)

'Jurassic World'에서 영감을 받은 스트리트 웨어 디자인 연구

- 지속 가능성을 중심으로 한 환경 보호 메시지 전달을 중심으로 -

박민영, 김정은*

덕성여자대학교 의상디자인전공 학부생, 덕성여자대학교 의상디자인전공 강사*

1. 서론

현재 패션 산업은 환경 파괴와 자원 고갈 문제에 직면해 있으며, 소비자들의 지속 가능성에 대한 관심도 증가하고 있다. 본 연구는 영화 Jurassic World에서 영감을 받아, 인간의 과학 기술 남용과 자연 통제 욕구가 초래할 수 있는 위험을 경고하는 남성 스트리트 웨어를 개발하였다. 이를 통해, 패션을 통한 환경 보호의 메시지를 전달하며, 패션이 환경 문제 해결에 어떻게 기여할 수 있는지를 제시하고자 한다.

2. 본론

본 연구에서는 Jurassic World의 자연 요소와 인간이 자연을 과도하게 통제하려 하자 발생한 재앙에서 영감을 받아 디자인을 개발하였다. 스트리트 웨어적 디자인 요소는 THUG CLUB 브랜드 컬렉션에서 영감을 받아 반영하였다. 각 착장은 캐주얼하고 스트리트 감성을 담아내고 있는 동시에 Jurassic World의 위압적인 분위기와 자연의 웅장함, 과학 기술 남용의 위험을 효과적으로 표현하고 있다. 첫 번째 착장은 레더 믹스 하의와 공룡 화석 그래픽의 상의로, 인간이 복원하려 한 공룡이라는 위협적 존재를 상징적으로 나타내었다. 두 번째 착장은 공룡을 시각화한 바람막이와 화석을 형상화한 디스트로이드 데님으로, 인간의 과도한 개입으로 인해 변질된 자연의 힘을 강렬하게 나타낸다. 세 번째 착장은 레더 믹스 셋업으로, 강한 스트리트 느낌을 주면서도 크롭 디자인으로 유니섹스 감성을 살렸다. 마지막으로, 네 번째 착장은 패딩 조끼에 화산재와 용암을 채워 거대한 자연의 힘이 폭발적으로 드러나는 모습을 표현하였다. 또한 재활용 데님, 재활용 폴리에스터, 비건 레더 등 친환경 소재를 사용하여 지속 가능성과 환경 보호의 중요성을 소비자에게 전달하며, 인간의 지나친 자연 개입은 결국 재앙을 초래한다는 경고를 디자인을 통해 드러낸다.

3. 결론

본 연구는 영화 Jurassic World에서 영감을 받아 인간이 자연과 조화롭게 공존하지 못했을 때의 위험을 표현함으로써 소비자에게 환경 보호의 필요성을 효과적으로 전달하고자 하였다. 친환경 소재의 사용은 현대 패션산업의 환경 문제 해결을 위한 실천적 접근을 보여주며, 패션의 지속 가능성을 제시한다. 이러한 노력은 소비자에게 지속 가능한 패션의 중요성을 인식시킬 뿐만 아니라, 패션산업이 환경 문제 해결에 기여할 수 있는 방향을 제시한다.

4차원성의 과학적 개념과 수학적 구조를 적용한 패션디자인 연구

- Zero-waste의 본질적 개념에 근거한 컬렉션 라인 개발을 중심으로 -

강혜빈, 박신미*, 박순호, 이세민

국립안동대학교 패션라이프스타일학과 학부생, 국립안동대학교 패션라이프스타일학과 교수*

1. 연구목적 및 방법

본 연구의 목적은 4차원성의 과학적 개념과 수학적 구조를 적용하여 12작장으로 구성된 패션컬렉션 라인을 개발하는 데 있다. 연구 방법은 문헌연구, 내용분석, 디자인 개발을 포함한다. 본고는 제로웨이스트(zero-waste)의 본질적 개념을 고찰하기 위해 『A Pieces of Cloth』의 디자인 제작 방법을 개발한 20세기와 21세기 디자이너 6인의 작품을 분석하고 이를 근거로 4차원성의 과학적 개념과 수학적 구조에 적용할 수 있는 제로웨이스트 디자인의 제작 방법을 추출한다. 또한, 연구자 A, B, C는 서로 다른 디자인 제작 방법을 연구하여 각각 4작장의 디자인 결과물을 도출한다.

2. 디자인 아이디어: 4차원성의 과학적 개념과 수학적 구조를 적용한 제로웨이스트 제작 방법론 정립

20세기 패션디자이너들은 수학적 기하학을 중심으로 평면적 패턴을 입체화하여 창조적 규정성, 순수한 단순성, 관념적 기능성을 내포한 『A Pieces of Cloth』의 개념 확립을 통해 인체의 '구조적 커뮤니케이션' 방법을 구축한다. 반면, 21세기 패션디자이너들은 'A pieces'의 본질적 개념을 재해석하여 무(無)에서 발현된 유(有)의 형태, 평면에서 입체로의 퍼즐 전복이 만들어낸 우연적 형상 그리고 착용자의 자유로운 공간구성으로 도출된 무한한 자율성을 표현하며 인체를 '메타 언어적 커뮤니케이션' 도구로 만든다. 연구자들은 제로웨이스트의 본질적 개념을 바탕으로 4차원성의 과학적 개념과 수학적 구조를 재해석하여 '하이퍼 큐브적 시각', '시공간의 왜곡', '우연과 필연의 교차점'이라는 제작 방법을 정립한다.

3. 결론

본 연구는 4차원성의 개념과 수학적 구조를 적용한 '하이퍼 큐브적 시각', '시공간의 왜곡', '우연과 필연의 교차점'이라는 제작 방법을 추출하여 12작장으로 구성된 패션디자인 컬렉션 라인을 전개하였다. 첫째, '하이퍼 큐브적 시각'은 시선의 위치에 따라 다르게 전개되는 피비우스 띠의 입체적 모듈과 H 실루엣의 기본 형태를 결합해 공간의 다차원성을 나타내었다. 둘째, '시공간의 왜곡'은 절대적 속성의 3차원 공간이 4차원의 존재로 인해 왜곡되는 가설을 Asymmetric 실루엣으로 구현하였다. 마지막으로, '우연과 필연의 교차점'은 세계 선(world line)의 수학적 모델이 연속된 플리츠를 활용하여 3차원의 조형성을 표현하였다.

* 본 연구는 『국립안동대학교 LINC 3.0 사업단』, 『2024학년도 URP 및 GRP 프로그램』의 지원을 받음.

우마우카 협곡의 지층을 반영한 라틴아메리카 에스닉 스타일의 패션디자인 개발

손수빈¹⁾, 최윤미, 노주현*

충남대학교 의류학과 학부생¹⁾, 충남대학교 의류학과 교수, 충남대학교 의류학과 조교수*

1. 연구 목적

라틴아메리카의 문화에 영감을 받은 패션 컬렉션 사례연구는 꾸준히 이루어져 온 반면, 해당 문화를 반영한 에스닉 스타일 디자인 개발 연구는 상대적으로 미비한 편이다. 라틴아메리카는 잉카, 아즈텍, 마야 문명권에 해당하는데, 그 중 잉카 문명 케추아족의 케추아어에서 기원한 ‘수막 카우사이’라는 용어가 있다. 이는 그들의 우주관에서 파생된 것으로 자연과 사회, 공동체와 조화롭게 공존·공생하는 삶의 방식을 말한다. 이처럼 자연과의 공존을 강조했던 잉카 문명의 가치관을 주요 주제로 삼아 실제 자연물의 이미지에 톤인톤 배색을 활용한 라틴아메리카 에스닉 스타일의 패션디자인을 제안하여 문화적으로 지속가능한 디자인을 탐색하고자 한다.

2. 연구내용 및 방법

에스닉 이미지 관련 선행연구를 통해, 2014년 S/S~2018년 S/S 에스닉 이미지는 다른 스트라이프에 비해 지그재그 선과 혼합된 선의 사용이 상대적으로 높게 나타남을 파악하였다. 이를 반영하여 라틴아메리카 잉카 문명의 문명지이자 유네스코 문화유산으로 지정된 우마우카 협곡에서 보이는 지그재그 형태의 지층을 에스닉 디자인의 주요 모티프로 적용하였다. 선행연구로부터 유채색과 유채색 배색이 에스닉 이미지를 구현하며, 이는 주로 톤인톤 및 토널 배색임을 적용하여, 고채도의 색을 톤인톤으로 배색하여 주요 색으로 활용하였다. 디자인 과정에서 지층 스트라이프 선의 모호한 경계를 효과적으로 반영하기 위해, 원본 지층 사진을 회색조로 변경한 후 유사한 회색조끼리의 영역에 주요색을 추가하여 패션 아이템 전체에 올오버 프린트(allover print) 기법을 사용해 디자인을 전개하였다. 문화적 지속가능성과 잉카 문명의 공존 및 공생의 가치관을 담아내기 위해 랩스커트 형식의 팬츠를 아이템으로 선정하여 6개의 디자인을 전개하였다.

3. 결론

랩스커트 형식의 팬츠를 통해 지층의 형태가 느껴질 수 있도록 하였으며, 팬츠 전반에 유채색의 톤인톤 지그재그선을 활용하여 라틴아메리카의 에스닉 스타일을 연출하였다. 본 연구는 패션 디자인을 통해 라틴아메리카의 문화적 지속가능성이 실현될 수 있다는 가능성을 제공한다는 점에서 의의가 있다. 본 디자인 개발을 바탕으로 색 배열, 아이템 등이 동일한 조건의 기하학 스트라이프와 비교하여 어떤 것이 더 에스닉 무드를 보여주는지에 대한 비교 연구로 발전시켜 후속 연구를 진행하고자 한다.

무한한 변화와 창조, HYEIN SEO

- 새로운 패션의 형태 -

송민용, 허가영*

평택대학교 예술대학 패션디자인및브랜딩학과 학부생,

평택대학교 예술대학 패션디자인및브랜딩학과 교수*

1. 서론

현대 패션 디자이너들이 추구하는 방향은 여러 가지가 있지만, 그 기저에는 기존의 요소를 차용하여 새로운 창조물을 만들어내는 경향이 자리잡고 있다. 이러한 접근 방식을 가장 잘 보여주는 사례 중 하나가 바로 HYEIN SEO이다. 본 논문에서는 HYEIN SEO가 구현하는 창의적 융합의 과정을 분석하고자 한다.

2. 본론

HYEIN SEO는 K-FASHION을 대표하는 브랜드로, 타 브랜드들과 구별되는 독특한 행보를 보여준다. 이 브랜드는 다양한 분야의 아티스트와의 콜라보레이션을 통해 패션과 예술을 융합하는 데 중점을 두고 있다. HYEIN SEO의 컬렉션에는 Y2K92 소속 아티스트 지빈, 인도의 그래픽 디자이너 SOMNATH BHATT, 사운드 아티스트 LUDWIG BERGER, 도자기 공예사 ELISE GETTLIFFE 등이 포함되어 있으며, 이는 현대 사회에서의 디자이너의 중요한 덕목인 창의적 융합을 실현하고 있다.

HYEIN SEO는 컬렉션뿐만 아니라 쇼룸에서도 다양한 표현을 시도한다. 미니멀한 공간은 각 컬렉션에 따라 변화하며, 이는 상업적 매장과 예술적 전시 공간의 경계를 흐리게 한다. 2023년 처음 선보인 쇼룸은 파이프와 알루미늄 가벽을 사용해 직선적인 느낌을 주었고, SS23 시즌에는 금속 디자이너 CKABL과 협력하여 다양한 모래 형상과 공중에 걸린 의상, 매혹적인 카페트를 선보였다. FW23 시즌에는 LUDWIG BERGER의 차분한 물소리가 흐르는 가운데, SS24 시즌은 스포티한 네이비 컬러의 카페트로 생동감을 주었다. 현재 FW24 시즌은 곡선의 파이프와 전통적인 직선의 나무 벽장이 조화를 이루고 있다.

HYEIN SEO의 이러한 행보는 현대 사회의 급변하는 대중의 모습과 본래의 정체성을 지키고 있는 다양한 문화의 공존을 동시에 반영하고 있다. 이는 디자인의 다양성과 융합이 현대 사회에서 필수적인 요소임을 보여준다.

3. 결론

동시대 디자이너 지망생들은 자신의 경계를 넘어 다양한 장르와 결합하여 새로운 창조물을 생산해야 한다. HYEIN SEO는 이러한 접근의 모범 사례로, 다양한 분야와의 융합을 통해 혁신적이고 창의적인 디자인을 제시하고 있다. 이는 현대 패션 디자인의 발전 방향을 제시하며, 미래 디자이너들에게 장르 간 융합의 중요성을 강조하는 중요한 시사점을 제공한다.

기능성과 환경 보호 메시지를 담은 여성 웨트수트(wet suit) 디자인 개발

윤서하, 김정은*

덕성여자대학교 의상디자인전공 학부생, 덕성여자대학교 의상디자인전공 강사*

1. 서론

현대 사회는 환경 문제와 지속 가능성에 대한 논의가 매우 중요해지고 있으며, 그중에서도 해양 생태계는 오염과 기후 변화로 인해 위기에 처해 있다. 특히 하와이의 문화에서 거북이는 인내와 장수, 행운의 상징일 뿐 아니라 바다와 육지를 자유롭게 오가며 살아가는 생물로 하와이에서 상징적인 존재로 인식되고 있는데 인간의 개발로 인한 서식지의 파괴, 플라스틱 오염, 불법 포획, 기후 변화로 인한 번식지 침수 등으로 인하여 위협에 직면해 있다. 이러한 상황에서 본 연구는 하와이에서 거북이와의 스노클링 경험을 바탕으로, 해양 생물 보호의 중요성을 여성 웨트 수트(wet suit) 디자인을 통해 시각적으로 표현하고 지속 가능한 미래를 위한 메시지를 전달하는 것이 연구의 목적이다.

2. 본론

본 디자인 프로젝트의 핵심은 바다 생물의 아름다움과 그들이 겪는 위기를 패션으로 표현하는 데 있다. 디자인은 거북이의 유려한 움직임과 갑각 패턴에서 영감을 받아 곡선적이고 유동적인 실루엣을 특징으로 하였다. 이 육각형 모형은 바다 생물의 보호 역할을 상징하며 색상은 해양 생태계의 순수함과 인간 활동으로 인한 위협을 시각적으로 나타내기 위해 그린과 핑크의 대비를 사용하였다. 그린은 청정한 자연과 바다의 생명력을, 핑크는 오염과 위협을 상징하며, 이 두 색의 충돌과 조화는 현대 사회에서 환경 문제가 대립하는 모습을 나타내고자 하였다. 재생 가능한 소재와 폐그물로 만들어진 환경친화적인 메쉬를 사용해 지속 가능성을 고려하였으며, 반짝이는 잔물결인 윤슬을 해양의 아름다움을 강조하면서 동시에 착용자가 입었을 때 바다와 하나로 연결되는 인간과 자연의 조화를 느낄 수 있도록 디자인하였다. 더불어 착용자에 편의성을 높이고자, 슬림한 형태로 쉽게 착용 가능한 옷의 형태로 디자인하였으며, 지퍼 또는 벨크로를 달아 착용 및 탈의를 용이하도록 디자인하였다.

3. 결론

본 연구는 바다 생태계 위협의 대표적 희생자 중 하나인 하와이 거북이를 중심으로 해양 생태계 보호의 중요성을 패션 디자인을 통해 시각적으로 표현하려는 디자인 개발 연구이다. 본 디자인 제안은 현대 사회에서 환경 보호의 중요성을 새롭게 조명하고, 패션을 통한 지속 가능한 미래를 위한 메시지를 전달하는 방법에 대한 새로운 시도라는 연구적 의의가 있다고 사료된다.

히피 무드를 현대적으로 재해석한 남성복 디자인 개발 연구

- 그랜파 코어(Grandpa core) 트렌드를 기반으로 -

이원빈, 김정은*

덕성여자대학교 의상디자인전공 학부생, 덕성여자대학교 의상디자인전공 강사*

1. 서론

뉴트로, Y2K, 올드머니 등 복고풍의 패션이 지속적으로 인기를 끌고 있다. 지속 가능한 패션을 향유하며 자신의 스타일을 통해 개성과 자아를 표현하는 것을 중요하게 생각하는 소비자들이 늘면서, 과거의 패션 스타일을 재해석하고 즐길 수 있으면서 각자의 개성을 살릴 수 있는 빈티지한 스타일이 주목받고 있다. 이러한 레트로 열풍 속에서 할아버지 옷장에서 꺼내 입을 듯한 스타일의 ‘그랜파코어(Grandpa Core)’가 최근 중심 트렌드로 떠오르고 있다. 이에 따라 본 연구는 ‘할아버지의 일기장’이라는 주제로 과거 할아버지가 향유하던 히피 스타일을 현대의 남성복으로 재해석한 디자인을 선보이고자 한다.

2. 본론

최근 빈티지 의류에 대한 수요는 점점 더 높아지고 있다. 빈티지 샵에 가서 구매하는 것뿐만 아니라 부모님, 조부모님이 입던 의류를 직접 물려받아 입기도 한다. 과거 낡은 것이라고 치부되던 아이템들이 새로운 가치를 얻고 있는 것이다. 그뿐만 아니라 빈티지 의류를 통해 과거의 향수를 느끼기도 한다(Kang, 2024). 본 연구는 이러한 추세에 맞추어 할아버지 옷장에서 꺼내 입을 듯한 디자인을 전개하고자 한다. 과거 반항의 상징이었던 히피 스타일을 즐기던 할아버지의 일기장과 옷장을 들여다보며, 자신들만의 새로운 스타일로 재해석한다는 스토리를 통해 고지식하고, 어렵게만 느껴졌던 기존 기성세대와 젊은 세대의 과거와 현재를 연결하며 세대 간의 연대감을 높이고, 문화적 연속성을 유지하도록 하고자 하였다. 빈티지한 무드를 효과적으로 표현할 수 있는 스웨이드, 캐시미어 니트 등을 사용하였으며, 에스닉한 무드의 자연물 패턴이 강조된다. 베이지, 브라운, 오렌지, 그린, 블루 등의 컬러로 히피 무드를 표현하고자 하였다.

3. 결론

본 연구는 ‘할아버지의 일기장’이라는 주제로 그랜파코어 유행에 맞춘 트렌디한 빈티지 남성복 디자인을 개발하였다. 이를 통해 세대 간의 소통을 도모하고자 하였다. 더 나아가 다양한 세대가 향유할 수 있는 스타일이라는 점에서 지속가능성을 추구한 디자인이라는 의의가 있다.

Reference

Kang, D. W. (2024, July, 29). 이번 유행의 정착지는 ‘빈티지’, Z세대는 지금 빈티지 열풍[The settlement of this trend is ‘Vintage’, and Gen Z is now experiencing a vintage craze]. *iconsumer.or.kr*. Retrieved October 5, 2024, from <http://www.iconsumer.or.kr/news/articleView.html?idxno=26632>

현대인들의 스트레스 해소를 위한 키덜트 디자인 개발 연구

이정현, 김정은*

덕성여자대학교 의상디자인전공 학부생, 덕성여자대학교 의상디자인전공 강사*

1. 서론

최근 국내에서는 치열한 경쟁과 SNS를 통한 비교 분위기, 일자리 부족 등의 이유로 극심한 스트레스와 우울증에 걸린 인구가 증가하고 있다. 이에 따라 본 연구는 ‘어린아이 꿈상자’라는 주제로 어린아이처럼 동심으로 돌아가 그들의 무한한 꿈의 상자를 다시 열어봄으로써 스트레스를 해소하고 행복감을 찾아주고자 한다.

2. 본론

최근 들어 우리나라의 우울증에 걸린 현대인은 심각하게 많다. 실제로 건강보험심사평가원 자료에 따르면 우울증 환자는 2018년 약 75만 명에서 2022년 약 100만 명으로 33%로 급증했으며, 같은 기간 불안장애 환자도 약 69만 명에서 약 87만 명으로 26% 늘었다. 2023년에는 ‘키덜트’, ‘네버랜드 신드롬’이라는 표현도 나오면서 지금의 어른들이 어린 시절의 모습처럼 순수하게 재미를 추구하며 즐겁게 노는 문화가 점점 넓게 퍼지고 있다. 키덜트 소비의 동기에 관련한 연구를 살펴보면 키덜트 소비자들은 힘든 현실로부터 탈피하여 이를 통해 유희와 재미를 경험한다는 관점이 대다수를 이루고 있다(Kang et al 2020). 본 연구에서는 이러한 연구를 기반으로 극심한 우리나라의 우울증 문제를 개선하기 위해 ‘어린아이 꿈상자’라는 주제로 디자인을 제안하여 현대인의 동심을 다시 찾아볼 수 있는 계기를 만들어보려고 한다. 컬러는 아이들의 무한한 꿈의 세계를 표현하기 위해 다양한 색상을 사용하고, 스파크가 튀는 것처럼 여러 색을 같이 섞어 표현하였다. 또한 어린아이의 낙서된 스케치북처럼 의상 위에도 그림을그린 것 같은 패턴을 사용하였다. 전체적으로 실루엣은 와이드하고 편안한 룩을 선보였어 자유로우며 해방감을 줄 수 있는 키덜트 패션을 디자인하였다.

3. 결론

본 연구는 ‘어린아이 꿈상자’라는 주제로 일상에 지쳐가는 현대인들을 위로하고 회복시키기 위한 계기로 디자인하였다. 이를 통해 어린아이뿐만 아니라 어른들도 동심이 있고 순수했던 그 시절의 기억으로 돌아가 잠시 휴식을 취할 수 있도록 하려는 의의가 있다.

Reference

Kang, S. J., Lee, J. S., & Lee, J. Y. (2020). Toy Consumption Motivations and Behaviors of Kidult Consumers. *Journal of Consumer Culture Studies*, 23(1), 41-68.

펑크와 그런지를 결합한 젠지(Gen-Z) 패션 디자인 개발

이진주, 김정은*

덕성여자대학교 의상디자인전공 학부생, 덕성여자대학교 의상디자인전공 강사*

1. 서론

스텐포드 리포트에 따르면 젠지(Gen-Z)는 기술과 소셜미디어의 발전에 따라 다양성을 중요시하고 개성 표현에 대한 욕구가 매우 강해 자신만의 독특한 정체성을 가진다. Redazione(2017)는 1970-90년대에 유행했던 반항적 스타일인 펑크와 그런지가 현대의 개성과 자유로운 자아 표현 욕구를 반영하는 패션 스타일로 해석되고 있다고 말한다. 펑크는 70년대에 등장한 저항적인 하위문화, 그런지는 90년대 음악과 패션에서 탄생하여 모두 기존 질서에 대한 거부와 자유로운 자아 표현을 상징한다. 이에 따라 본 연구는 ‘젠지 패션; 펑크 그런지’라는 주제로 Z세대들이 추구하는 반항적인 펑크와 거친 매력의 그런지한 무드의 디자인을 전개하려고 한다.

2. 본론

본 연구는 ‘본 연구는 개인의 정체성과 다양성을 표현하고자 하는 Z세대들의 욕구를 충족시킬 수 있는 반항적인 감성의 펑크, 레트로하고 자유분방한 무드의 그런지 스타일의 디자인 요소를 담은 여성복 디자인을 개발하였다. 이를 위해 그들만의 개성이 잘 드러날 수 있는 네온사인 펑크에 활기찬 스카이블루 색상과 그런지의 무심한 듯 거친 느낌이 담긴 블랙, 브라운을 사용하여 기존 펑크에 사용되던 체크 패턴을 현대적으로 변주시켰다. 패브릭은 기존 그런지 무드의 위성이 강한 데님과 더불어 이번 시즌 트렌드 소재인 스웨이드, 시스루 소재를 사용하여 창의적으로 스타일을 조합하는 Z세대들이 다양한 레이어드 룩으로 활용할 수 있도록 디자인하였다. 이와 함께 아이렛을 부착하여 펑크적인 느낌을 더하고 비대칭적인 디스트로이드 데님과 마감 처리되지 않은 듯한 원단을 사용하여 그런지함을 강조하였다. 더불어 박시하거나 슬림한 핏을 동시에 사용하여 자연스럽게 개성 있는 하위문화의 무드를 담은 여성복 컬렉션을 디자인하였다.

3. 결론

본 연구는 ‘젠지 패션; 펑크 그런지’라는 주제로 Z세대들의 개성과 반항에 대한 욕구를 충족시킬 수 있는 여성복을 디자인하였다. 본 연구를 통해 과거에 유행했던 펑크, 그런지 같은 유행을 현대적으로 재해석하여 Z세대가 추구하는 개성을 충족을 시키는 데에 의미가 있다. 디자인 창출에 도움이 될 것으로 기대한다.

Reference

Redazione(2017, August 9). When the punk changed fashion and music. *Vogue Italia*. Retrieved October 1, 2024 from https://www.vogue.it/en/news/vogue-arts/2017/08/09/punk-fashion-music-revolution-vogue-italia-august-2017/?refresh_ce=

생성형 인공지능(DALL-E3)을 활용한 패션 일러스트레이션 포스터 개발

- 패스트패션의 위험성을 중심으로 -

최영서, 신다은, 이화연, 이하나, 권하진*

서울여자대학교 의류학과 학부생, 서울여자대학교 의류학과 부교수*

본 연구는 생성형 AI 기술 DALL-E3를 활용하여 패스트패션의 위험성에 대한 경각심을 불러일으키는 공익 목적의 포스터를 제작하는 것을 목표로 한다. 패스트패션은 소비자에게 다양한 선택지를 제공하지만, 환경오염과 인권침해와 같은 위험성을 지녔다. 이를 명확한 지시 전달이 가능한 생성형 AI의 특성을 활용하여 시각적으로 강렬한 메시지를 전달하고 지속 가능한 패션을 추구하는데 기여하고자 한다.

프로그램 선정에 위해 사용량과 대중성이 가장 높은 상위 3개의 프로그램 DALL-E3, Stable Diffusion, Mid Journey를 비교하였고, 연구에 사용할 프로그램으로 DALL-E3를 선택했다. DALL-E3는 AI와 실시간으로 대화하며 결과물 수정에 용이하고, 이미지 생성 속도가 다른 두 프로그램에 비해 빠르다. 프롬프트는 인공지능을 작동시키기 위하여 사용자가 언어 모델에 입력하는 것으로, 프롬프트 구성은 질문 및 명령하는 방식으로 입력된 요소에 따라 다양한 결과가 나오도록 진행했다. 그에 따라 도출된 요소 및 이미지를 활용하여 공익 목적 포스터를 제작했다. 패스트패션의 위험성을 크게 환경오염적 측면, 인권침해적 측면으로 나누었으며 각 주제 당 한 개의 포스터를 제작하고자 한다.

연구 결과, DALL-E3를 사용해 환경문제 및 인권침해에 대한 패션 일러스트레이션 포스터를 구체적으로 가시화할 수 있었다. 먼저, 질문 방식의 프롬프트를 통해 주제에 맞는 요소 추출을 시도했다. DALL-E3는 환경오염을 주제로 한 포스터에서 '대량의 의류 폐기물, 거대한 재봉틀, 공장의 매연 연기'를, 인권침해를 주제로 한 포스터에서 '부서진 시계, 먼지 쌓인 공장'을 요소로 제시하였다. 추가적으로 두 포스터에 공통되게 '팝 아트 형식, 검정, 빨강, 파랑으로 구성된 컬러, 굵은 텍스트와 얇은 텍스트의 대비'를 명령 방식의 프롬프트로 입력하여 형식적 측면을 통일하였다.

DALL-E3는 자극적이거나 불쾌감을 줄 수 있는 이미지의 생성을 자체적으로 제한한다. 이를 통해 생성형 인공지능이 공익목적의 포스터를 개발하기에 적합함을 알 수 있었다. 또한, 주제에 부합한 아이디어와 포스터의 다채로운 레이아웃을 끊임없이 제공했다. 하지만 인공지능의 특성상 알파벳 형태의 붕괴, 문법, 인체의 불균형 등 세부적인 완성도가 떨어졌다. 결과적으로 DALL-E3는 포스터 제작의 최종 단계보다는 제작 이전 디자인 구성 단계에서 활용하는 것이 더 적합했다. 앞으로 생성형 인공지능이 제시한 다양한 시안을 바탕으로 디자이너가 세부적인 사항들을 수정해 완성하는 것이 바람직하다 보여진다.

Reference

Jang, Y. R. (2024). A study on the application of image generative artificial intelligence for visualization of landscape architectural design: focused on Midjourney, DALL·E2, Dream Studio. Unpublished master's dissertation, University of Seoul, Seoul.

초현실주의에 기반한 패션디자인 개발

- 신체 재현을 중심으로 -

정지연, 홍주연, 권하진*

서울여자대학교 의류학과 학부생, 서울여자대학교 의류학과 부교수*

패션 디자인은 다양한 문화, 예술, 철학적 움직임에서 영감을 얻는다. ‘미국의 의류학자 파렐 벡(Farrell-Beck)과 페쉬(Petsch)는 순수예술에서 추구하는 의미가 패션디자인에 영감을 주며 패션의 모티브는 다른 예술 분야와 함께 고찰해야 한다’(Kim, 2010)고 표명하였다. 이러한 관점에서 패션과 인간과의 관계를 예술사조와 연관 지어 고찰하는 것은 의미 있는 일이다. 이 중 초현실주의는 패션디자인에서 전통적인 미학에 도전하고 신체와 신체의 표현을 패션으로 해석하는 새로운 방법을 제공하는 독특한 역할을 해왔다. 이에 본 연구는 이론적 탐색을 바탕으로 초현실주의의 대표적 표현 기법인 ‘오토마티즘’과 ‘데페이즈망’을 선정하여 패션 디자인에서 4가지의 하위 기법 ‘콜라주’, ‘위치전환’, ‘착시’, ‘오브제’를 도출하였다. 이어 4가지의 하위 기법을 사용하여 신체를 새로운 관점으로 재현하는 3작장의 의상디자인 실험이 진행되었다.

첫 번째 작장은 콜라주와 위치전환기법을 통해 상체를 콜라주해 나온 형상을 이용한 코튼 캔버스 소재의 스트링 베스트 재킷과 슬리브리스 원피스를 디자인하였다. 또 착시와 오브제 기법을 통해 의상이 신체 내부 기관으로 보이도록 머리카락으로 뼈를 구현한 시스루 소재의 하이넥 블라우스와 슬렉스를 디자인하였다. 두 번째 작장은 콜라주와 위치전환기법으로 두 발의 모습을 이용한 코튼 캔버스 소재의 점퍼와 손금의 갈라짐을 이용한 숏 팬츠를 디자인하였고, 착시와 오브제 기법으로 실을 활용해 인체의 근육을 재현한 롱 슬리브 7부 길이의 바디 수트를 디자인하였다. 세 번째 작장은 콜라주와 위치전환 기법을 통해 눈과 귀의 실루엣을 바탕으로 코튼 캔버스 소재의 후드가 달린 베스트 재킷을 디자인하였고, 착시와 오브제 기법을 통해 피부 아래에 의상이 위치하는 것처럼 보이도록 라텍스 원단을 이용해 피티드 슬리브리스 탑과 요가바지를 디자인하였다. 이후 이 중 첫번째 작장을 제작하였다.

본 연구에서 개발된 디자인은 모두 신체가 고정된 위치나 의미에서 벗어나 해석될 수 있도록 각 기법을 적용시켰다. 이에 본 연구는 의복이 단순히 신체의 특정 부위를 부각시키거나 가리는 정도의 역할을 하는 것에서 벗어나, 신체를 재료로 한 의상디자인으로 신체의 새로운 형태나 의미를 찾는 역설적인 이미지를 탐구하는 시도로써 의미가 있다.

Reference

Kim, S. A. (2010), Surrealistic Technique Expressed in 21C Fashion Styling, Unpublished master's course, Hongik University, Seoul.

로코코의 사치과 스트리트 아트의 저항

- 젠트리피케이션을 비판하는 현대 여성복 디자인 개발 -

채수진, 김정은*

덕성여자대학교 의상디자인전공 학부생, 덕성여자대학교 의상디자인전공 강사*

1. 서론

젠트리피케이션(Gentrification)은 지역 재개발로 인해 현대사회 빈부 격차를 비롯한 불평등 문제를 심화시키는 현상을 의미한다. 젠트리피케이션의 양상은 과거 로코코 시대 귀족들이 화려한 의상을 통해 부와 특권을 과시하던 모습을 환기한다. Park(2021)는 과시와 사치로부터 기인한 사회적 불만은 당대 서민들의 저항정신을 결집했고, 이는 혁명으로 이어졌다고 한다. 이러한 양상은 젠트리피케이션으로 인해 축적되는 현시대 불만과 유사하다. 이에 본 연구는 현대 사회 불평등 및 소비주의를 비판하고자 로코코 패션의 실루엣에 그래피티 아트를 접목함으로써 저항정신을 표출하는 여성복을 제안하고자 한다.

2. 본론

본 디자인은 특권층을 향한 대중의 분노를 시각화하고자 네온 컬러와 로코코 시대를 상징하는 민트색, 핑크색을 활용하여 두 시대를 관통하는 시민의 불만과 저항정신을 표현했다. 비대칭적 실루엣은 로코코 시대 특유의 과장된 형태를 의미하며, 동시에 젠트리피케이션으로 인해 파괴된 삭막한 도시 풍경을 나타낸다. 패브릭은 스트리트웨어의 실용성을 살리고자 나일론·데님·면을 채택했으며 일부 소재를 찢거나 워싱 가공 처리를 통해 시민들의 상처와 분노를 대변했다. 경제 불황, 빈곤, 범죄, 그리고 인종 차별 등의 문제로 사회적 갈등을 겪고 있는 상황 속에서 젊은이들이 자신의 목소리를 표현하고자 만든 예술의 형태인 그래피티를 활용하여 젠트리피케이션에 대한 대중의 목소리를 함께 내고자 하였다. 의상에 프린팅된 로코코 귀족 명화 위 의 낙서는 그들의 사치를 향한 비판을, ‘민중을 이끄는 자유의 여신’은 혁명을 의미한다. ‘Caution’ 사선 프린트는 경제적 불평등이 초래할 수 있는 위험을, 패션을 통해 경고하고자 하였다.

3. 결론

본 연구는 ‘로코코의 사치와 스트리트웨어의 반항’이라는 주제로, 현 사회 내 젠트리피케이션이란 문제로 대두되고 있는 불평등의 불만과 저항정신을 표출하는 여성복을 디자인하였다. 이를 통해 특권층의 소비주의로 인한 양극화에 대한 심각성이 현대 사회에 미치는 영향을 대중들에게 알리고자 하였다. 이러한 패션은 사회에서 지속되는 불평등한 구조를 다시 되돌아보는 기회를 제공하는 데 의의가 있다.

References

Park, J. K. (2021, January 25). 로코코 미술과 가치 있는 사람[Rococo Art and Valuable People]. *Yeongnam.Com*. Retrieved September 27, 2024, from <https://www.yeongnam.com/web/view.php?key=20210120010002505>

한국패션디자인학회 학술대회 논문집

발행일 2024년 11월 23일

발행인 하지수

발행처 사단법인 한국패션디자인학회

사무국

(사)한국패션디자인학회 사무국

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

Tel: 010-9626-4340

E-mail: ksfed@ksfd.co.kr

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

편집국

(사)한국패션디자인학회 편집국

우)03063 서울특별시 종로구 명륜3가 성균관대학교 교수회관 225호

Tel: 010-5209-0760

E-mail: ksfedit@ksfd.co.kr

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

KSFD 사단
법인 한국패션디자인학회
The Korean Society of Fashion Design

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