

한국문양 선호도에 따른 패션 이미지별 Henna Design 기획

이수현 · 박옥련

경성대학 의상학과

The Research of Henna Design classified by Fashion Images according to the preference of Korean Pattern

Soo-Hyun Lee · Ok-Lyun Park

Dept. of Fashion Design, Kyungseong University

(2004. 8. 18. 접수)

Abstract

These days, the representative fashion image is sexy look. Hence, a bodily exposure phenomenon has been spread by the effect of minimal fashion. In terms of this trend, the body make-up art such as the temporary painting have the painting dyeing the surface of skin has the characteristic naturally decolorized. It is different from tattoo pricking the skin with dyes. Especially, Henna among the temporary painting has been used to represent the individual characteristic for a long time. However, the research of henna pattern related to fashion images and korean traditional patterns has never been developed before within the country. In the research, we developed Korean Henna design through the application of Korean traditional patterns. First of all, a fashion image was classified as five parts (romantic, sexy, elegant, modern and casual) adopted by relevant experts.

Key words: Korean traditional patterns, Fashion image, Henna design; 한국전통문양, 패션 이미지, 헤나 디자인

I. 서 론

현대 신체 장식의 개념은 신체적 결함을 보완하고 자신의 특징을 시대의 트렌드에 맞춰 돋보이게 장식하는 페인팅 의미를 갖는다. 현대 패션 이미지는 주로 '섹시한 느낌'이 대표적이며 미니멀 패션 영향으로 어깨, 등, 배꼽, 허리, 다리와 발목 등에 대한 신체 노출이 많아졌다. 이러한 트렌드 영향으로 남보다 독특하고 세련된 멋을 추구하고자 하는 젊은 여성과 남성들 사이에 개성 표현 수단으로 템포러리 페인팅의 바디 메이크업 아트가 선호되고 있다. 현재 가장 선호되고 있는 템포러리 페인팅은 피부에 Henna Design을 한 것이다. Henna는 피부 진피에 염료를 주입하여 영구적으로 남는 문신과 달리 피부 각질층을

물들이는 것으로 일시적이다(Carine fabius, 1998). Henna는 2002년 월드컵으로 선풍적인 유행이 시작되었고 현재 높은 관심을 보이고 있다. 이러한 템포러리 페인팅 중 많이 시술되어지는 Henna 문양은 패션 이미지에 맞추어 도안이 표현되고 있거나 한국적인 문양이 개발되어 활용되는 사례가 아직까지는 미미한 실정이다. Henna에 관한 선행연구는 조은영, 유태순(2003)의 '멘디(Mehndi)의 역사적 기원과 상징성에 관한 연구'가 있으며, Henna와 문양 표현이 유사한 Tattoo의 선행논문은 유영선, 윤정혜(2001)의 '복식에 나타난 타투 룩(Tattoo Look) 패션의 표현 특성 연구', 노효경(2001)의 '신체장식 Tattoo(문신) 메이크업에 관한 연구' 등이 있다. 선행연구의 대부분은 고찰 부분에 한정되어 있으며 패션이미지에 어울리는

Henna Design 기획에 대한 연구는 미미한 실정이다. 본 연구에서는 Henna 문양의 현대적 활용을 분석하여 패션 이미지와 조화롭게 연출될 수 있는 한국문양을 활용한 패션이미지별 Henna를 이용한 Design을 기획하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. Henna 개념

Henna란 페르시아말로 잎이 작고 두꺼운 관목류를 가리키며, 로소니아 이너미스(*lawsonia inermis*)라고 불리는 식물의 아라비아 이름이다. 이 식물의 잎을 재배하여 건조시키고 가루로 만든 것이 Henna 파우더이며, Henna 시술 행위에 대해 이르는 말이 없기 때문에 헤나 문신 혹은 헤나 타투라고 불린다(Sumita Batra, 2002). 현재 Henna 페이스트를 이용하여 피부에 장식하는 패턴을 Henna라고 하며, “피부에 Henna되어 졌다” 또는 “Henna(Mehndi) Design을 했다”라고 표현한다.

2. Henna 역사

1) Henna 기원

기원전 7000년경 케이털후워 지역의 신석기인들이 다산 기원과 믿음, 장식의 의미로 손에 Henna를 했다. Henna는 우간다인들에 의해 신부의 전통예식에 사용되었으며 기원전 2000년 전에 지중해 동해안을 따라 여성을 장식하는 화장의 일종으로 사용되었다. 기원전 1400년부터 1세기가 되기까지 이라크, 팔레스타인, 그리스, 이집트, 크레타와 로마에서 Henna 패턴으로 장식한 여성이 유물로 발견되었다.

6-7세기경 Henna는 중동 여인들로부터 무슬림 전통예술로 전파되어 무슬림교를 믿는 여자들 손과 발에 Henna를 장식했다. Henna는 인도와 북부 아프리카, 중동지방, 동남아시아와 그리고 중앙아시아에서 물을 들인 사람들에게 건강과 행복을 축복해 주는 의미로 알려졌다.

20세기 Henna는 복잡하고 아름답게 장식된다. 거의 모든 의식과 행사의 축하 의미로 사용되며 유럽과

<표 1> 국가별 Henna 활용 문양

국가별 특징	인도 페이즐리문양	북아프리카 규칙적 기하학문양	중동지방 아라비아 꽃문양	동남아시아 손톱·발톱 채색
Henna 문양 의미	주로 결혼식에 사용되며 페이즐리 문양이 반복적인 형태로 이용된다. 심볼은 씨앗이라는 뜻으로 근원을 의미하며 인생의 삶과 죽음, 행복과 불행 등을 의미하는 디자인이 대부분이다.	기하학적, 규칙적인 문양을 주로 사용한다. 다산과 출산, 안전, 악에 대한 방어 등을 뜻한다. 형태는 매직숫자, 사각형, 아라비아 문자, 코란 기도 구절, 인간 손과 눈, 꽃 등이 등장한다.	주로 화려한 꽃문양을 사용하며 명암 대비가 특징이다. 결혼식, 종교적인 행사 같이 특별한 날에 복잡하고 화려한 Henna문양을 치장 한다.	신체 일부에 조그맣게 장식하는 것이 특징이다. 손톱, 발톱에 Henna를 반복하여 색을 넣고 물들이는 것이 가장 보편적이다.
Henna 문양 표현				

<표 2> 한국문양 분류와 의미

문양군	문양	
동물문	용, 학, 거북, 닭, 물고기, 박쥐, 극락조, 봉황, 나비, 도깨비, 말, 사슴, 원앙, 기린, 호랑이, 꿩, 해태, 토끼, 오리, 개, 기러기, 새, 곤충	
식물문	연꽃, 보상화, 매화, 난초, 국화, 대나무, 소나무, 모란, 포도, 덩굴, 석류, 풀, 복숭아, 표주박, 버드나무, 수초, 꽃	
기하학문	인공물	동전, 쌀, 거울, 책, 아기, 도끼, 매듭, 부채, 도자기, 탈
	기하학	사각형, 마름모형, 육각형, 삼각형, 원형, 선, 번개, 켜자, 긴자, 태극, 팔괘 구름, 해, 달, 별, 물결, 돌, 불
	복합	십장생, 풍경, 식물+동물
기타문	인물, 문자	

미국의 패션으로 전파되어 유행과 패션의 한 장르로 자리 잡고 있다.

2) 국가별 Henna 문양표현

본 연구에서는 인도, 북아프리카, 중동지방, 동남아시아 각 나라의 관습에 따른 Henna 문양 표현을 알아보고자 한다.

3. 한국문양 분류와 상징적 의미

본고에서는 한국문양을 선행연구(박옥련, 2000; 장

수경, 1994; 임영주, 1991)분류에 따라 자연문, 동물문, 식물문, 기하학문, 기타문으로 분류하였다.

4. Henna의 현대적 활용 및 토탈 코디네이션 분석



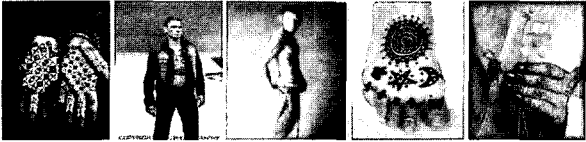

1) Henna의 현대적 활용

현대는 스타일이나 트렌드 효과를 높이기 위해 생성 표현으로 Henna를 한다. Henna는 일시적으로 유행하다가 사라지는 단순한 패션이 아니다. Henna는 오랜 역사와 함께 깊은 전통을 갖고 많은 초자연적인 영혼을 담고 있어 또 다른 스타일의 패션으로 인

<표 3> 토탈 패션 코디에 표현된 Henna 사례

향수광고	패션쇼에 매치된 헤나	개성적인 연예인 이미지 연출
		
남성적인 이미지 효과를 증가시키기 위해 남성 모델 상완과 가슴에 Henna 문양을 연출한다.	과거 의상만 보여주는 패션쇼와 달리 패션과 Henna와의 독특한 연출로 효과적인 패션 이미지를 표현한다.	연예인의 개성적이고 독특한 캐릭터 부각을 위한 이미지 메이킹 부분으로 Henna 문양을 연출한다.

<표 4> Henna Design 토탈 코디네이션 활용 및 분류

분류	Henna Design 토탈 코디네이션 활용	Henna Design 이미지 연출
동물문		힘이 있어 보이며 야성적, 관능적인 이미지 연출
식물문		곡선의 부드러운 느낌으로 여성적인 이미지 연출
인공물문 / 기하학문		미지의 세계, 혼동, 무한함, 무의식 등수렴과 미래에 대한 암시를 표현
복합문		다양한 디자인으로 시대 흐름이나 패션 이미지 연출에 효과적으로 표현

식되고 있다(Sumita Batra, 2002). 최근 Henna 활용은 가수, 영화배우, 모델 등 연예인 경우 독특한 캐릭터 이미지를 부각시키기 위해 Henna를 하며 패션, 화장품, 향수광고를 비롯한 광고의 경우는 브랜드 광고 효과를 증가시키기 위한 목적으로 Henna 연출을 한다.

2) Henna Design의 토탈 코디네이션 활용 및 분류

<표 4>는 현대 토탈 코디네이션에 활용된 Henna Design을 문양의 종류별로 정리한 것이다.

III. 연구방법

1. 연구내용

본 연구에서는 다음과 같은 내용을 연구하였다.

- 연구내용 1: 각 나라별 Henna 문양 분석과 한국문양분류에 대해 알아본다.
- 연구내용 2: Henna Design의 현대적 활용을 알아본다.
- 연구내용 3: Henna Design의 인구통계학적 변인에 따른 소비자 선호도를 분석한다.
- 연구내용 4: 소비자가 선호한 한국문양을 활용하여 패션 이미지에 어울리는 Henna Design을 기획한다.

2. 자료수집 및 분석방법

이론적 연구방법은 학위논문, 국내외 패션·뷰티에 관련된 전문서적, 한국문양 서적, 패션잡지 및 국내외 사진, 신문기사, TV방송, 인터넷을 참조하였다.

실증적 연구방법은 설문조사로 한국문양 선호도 조사, Henna Design 기획, Design 관능검사를 SPSS 10.0 통계프로그램을 이용하여 선호도 분석하였다.

3. 측정도구

본 연구에 사용된 설문지는 1. 한국문양 분류를 선행 연구(박옥련, 2000; 임영주, 1991; 장수경, 1994)를 참고로 본 연구 목적에 맞게 도식화하여 소비자가 선호하는 문양 분류를 설문조사하였다. 2. 본 연구의 패션 이미지는 디자인 전공자 20명에 의해 1차 Pretest 결과 5가지 이미지를 우선 선정하였다. 2차 20~30세 여성 대상으로 선호하는 패션이미지를 200명 설문 조사한 결과 높은 선호도를 보인 순으로 패션이미지를 선정하였다. 3. 패션이미지와 어울리는 한국문양을 200명 설문조사하여 각 패션이미지에 가장 적합한 순으로 Henna Design을 제시하였다. 4. 기획된 Henna Design의 객관성 확보를 위해 패션 이미지에 적합한 Henna Design이 되었는지 50명 관능검사하였다.

IV. 결과분석 및 논의

1. Henna Design을 위한 소비자 분석

1) Henna 소비자 인식 분석

개성적(58.5%), 멋스러움(16.5%), 패션리더(14.5%), 무감각(10%), 혐오스러움(0.5%) 순으로 독특한 이미지 연출의 표현인 '개성적이게 보인다'가 가장 높게 나타났다.

2) Henna Design 매칭시 고려사항

전체적(49%), 노출정도(23%), 패션(13%), 상황(7.5%), 메이크업(7%) 순으로 높게 나타났다. 전체적인 이미지 고려 49%, 노출정도 23% 순의 선호이유는 토탈 이미지 메이킹 개념과 색시 트렌드, 미니멀 패션영향으로 볼 수 있다.

3) Henna 문양 연출부분 선호도 분석

손등(back and:12.7%), 발목(ankle:10.7%), 팔목(wrist

<표 5> Henna 소비자 인식 분석

소비자인식	선호대상(명)	빈도(%)
개성적	117.	58.5
멋스러움	33.	16.5
패션리더	29.	14.5
무감각	20.	10.
혐오스러움	1.	0.5
total	200.	100.

<표 6> Henna Design 매칭시 고려사항

고려사항	선호대상(명)	빈도(%)
전체적	9849.	
노출정도	46.	23.
패션	26.	13.
상황	15.	7.5
메이크업	14.	7.
헤어스타일	1.	0.5
total	200.	100.

<표 7> Henna 문양 연출부분 선호도 분석

연출부분	선택대상(명)	빈도(%)
back hand	127.	12.7
ankle	107.	10.7
wrist	96.	9.6
upper arm	84.	8.4
finger	81.	8.1
chest	70.	7.
etc	435.	43.5
total	1000.	100.

<표 8> Henna 소비자 시술 이유 분석

소비자인식	선호대상(명)	빈도(%)
독특한 개성	109.	54.5
패션이미지	59.	29.5
주술적 의미	17.	8.5
호기심	9.	4.5
모방심리	6.	3.
total	200.	100.

:9.6%), 상완(upper arm:8.4%), 손가락(finger: 8.1%) 가슴(chest:7.0%) 순으로 생활에서 많이 보여 지는 손등이 가장 높게 나타났다.

4) Henna 소비자 시술 이유 분석

독특한 개성(54.5%), 패션 이미지(29.5%), 주술적 의미(8.5%), 호기심(4.5%), 모방심리(3%) 순으로 남과 다르게 보이고 싶은 현대인의 심리가 반영되어 독특한 개성 표현이 가장 높게 나타났다.

2. 한국문양의 분류별 선호도 분석

Henna Design을 위해 인구통계학적 변인에 따른 한

국문양의 Henna 패션 이미지 연출에 대한 소비자 선호도를 분석한 결과는 <표 9~12>에 나타나 있다.

1) 한국문양의 분류별 선호도

한국문양의 분류별 선호도는 식물문(52%), 기하학문(27%), 동물문(21%) 순으로 보여지며, 현재 소비자에게 선호되는 웰빙의 영향으로 식물문이 가장 선호된다.

2) 한국문양 분류에 따른 세부 유형 선호도

(1) 식물문

인동(17.6%), 보상화(15.9%), 매화(10.1%), 포도(10.6%), 네잎(8.8%) 순으로 가장 많이 사용되고 단화한 인동이 가장 선호된다.

<표 9> 한국문양 분류별

문양유형	선호대상(명)	빈도(%)
식물문	104.	52.
인공기하복합문	54.	27.
동물문	42.	21.
total	200.	100.

<표 10> 한국문양 분류에 따른 식물문 선호도

식물문	선호대상(명)	빈도(%)
인동	141.	17.6
보상	127.	15.9
매화	81.	10.1
포도	85.	10.6
내잎	70.	8.8
기타	296.	37.
total	800.	100.

<표 11> 한국문양 분류에 따른 인공·기하·복합문 선호도

인공·기하·복합문	선호대상(명)	빈도(%)
기하수	155.	12.9
복합	154.	12.8
만자	152.	12.7
기하	134.	11.2
태극	127.	10.6
구름	119.	9.9
기타	359.	29.9
total	1200.	100.

<표 12> 한국문양 분류에 따른 동물문 선호도

동물문	선호대상(명)	빈도(%)
삼죽오	135.	11.3
박쥐	127.	10.6
나비	118.	9.8
십이지	117.	9.8
백호	116.	9.7
학	99.	8.3
용	89.	7.4
기타	399.	33.3
total	1200.	100.

(2) 인공·기하·복합문
기하학수(壽)(12.9%), 꽃문양·복합문(12.8%), 만자(12.7%), 기하학 도형(11.2%), 태극(10.6%), 구름(9.9%) 순으로 장수를 나타내는 수(壽)와 장식적인 꽃문양, 복합문이 가장 선호된다.

(3) 동물문
삼죽오(11.3%), 박쥐(10.6%), 나비(9.8%), 십이지(9.8%), 백호(9.7%), 학(8.3%), 용(7.4%) 순으로 한국의 전설 속에 등장하는 신비의 삼죽오가 가장 선호된다.

3. 한국문양 선호도에 따른 패션 이미지별 Henna Design 기획

소비자가 선호한 한국문양을 활용하여 패션 이미

지에 어울리는 Henna Design을 기획한 결과는 <표 13~17>에 나타나 있다.







1) 캐주얼(Casual) 이미지

자유분방하고 활동적 분위기로 경쾌하고 생동감 있는 밝은 이미지를 표현한다. 캐주얼 이미지와 어울리는 한국문양은 인공기하복합문(56%), 식물문(31%) 순으로 선호되며, 인공·기하·복합문은 태극문(76%), 만자문(59.5%), 기하학 별문(29%) 순으로, 식물문은 포도문(36.5%)을 선호한다.



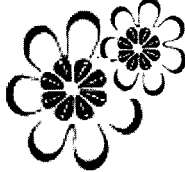



2) 로맨틱(Romantic) 이미지

부드러운 꽃무늬와 꿈결 같이 사랑스러운 느낌으로 귀엽고 낭만적인 여성적 이미지를 표현한다. 로맨

<표 13> 캐주얼 이미지 Henna Design

캐주얼 이미지I	캐주얼 이미지II	Henna Design 1	Henna Design 2
			
		Henna Design 3	Henna Design 4
			

<표 14> 로맨틱 이미지 Henna Design

로맨틱 이미지I	로맨틱 이미지II	Henna Design 1	Henna Design 2
			
		Henna Design 3	Henna Design 4
			

틱 이미지와 가장 어울리는 한국문양은 식물문(70%) 이 선호되며, 식물문은 연화문(65%), 매화(40.5%), 네잎(35%) 순으로, 동물문은 나비(59%)를 선호한다.

3) 엘레강스(Elegant) 이미지

우아하고 세련된 분위기의 여성적인 이미지로 섬세하고 꾸밈이 없으며 너무 딱딱하지 않은 곡선적 실루엣으로 우아한 여성미를 표현한다. 엘레강스 이미지와 가장 어울리는 한국문양은 식물문(87%)이 선호되며, 보상화(63.5%), 인동당초(40.5%) 순으로 선호한다.

4) 섹시(Sexy) 이미지

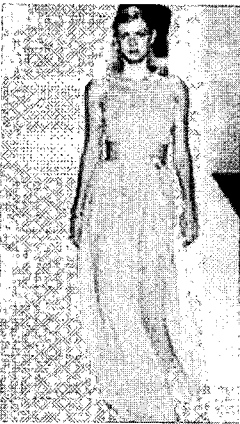





건강하고 현대적인 세련된 여성 이미지로 심플한

실루엣과 꼭 끼는 라인, 남성적인 모드 속에서 여성다움을 표현한다. 섹시 이미지와 가장 어울리는 한국문양은 인공·기하·복합문(49%), 동물문(36%), 식물문(15%) 순으로 선호되며, 인공·기하·복합문은 문자(46.5%), 구름(35%) 순으로, 동물문은 박쥐(53.5%), 용(22%) 순으로 선호한다.







5) 모던(Modern) 이미지

현대적이고 도시적인 감각이 돋보이는 간결미를 추구하며, 엘리트적 감각의 단순하고 베이직한 스타일로 문명화된 사회의 도시적 세련미를 표현한다. 모던 이미지와 가장 어울리는 한국문양은 인공·기하·복합문(92.5%)이 선호되며, 기하삼각(55%), 기하사각


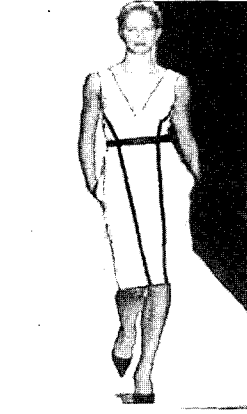
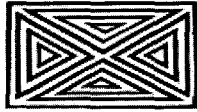



<표 15> 엘레강스 이미지 Henna Design

엘레강스 이미지I	엘레강스 이미지II	Henna Design 1	Henna Design 2
			
		Henna Design 3	Henna Design 4
			

<표 16> 섹시 이미지 Henna Design

섹시 이미지I	섹시 이미지II	Henna Design 1	Henna Design 2
			
		Henna Design 3	Henna Design 4
			

<표 17> 모던 이미지 Henna Design

모던 이미지I	모던 이미지II	Henna Design 1	Henna Design 2
			
		Henna Design 3	Henna Design 4
			

(33%), 기하원(19%) 순으로 선호한다.











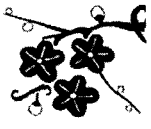

4. 패션 이미지별 Henna Design 관능검사

패션 이미지별 Henna Design 객관성 확보를 위해

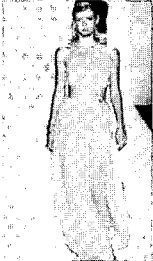





의상학, 뷰티, 디자인 전공자 100명을 대상으로 패션 이미지의 종류별로 어느 정도 Henna Design과 조화되는지를 Sense 5단계 측정법에 의해 빈도분석을 실시한 결과는 <표 18>에 나타난 연구 방법 질문항목과 같다(박숙현, 이수진, 이수현, 2003).

<표 18> 패션 이미지별 Henna Design 관능검사







문항) 귀하는 패션이미지와 Henna Design<1, 2, 3, 4>이 '조화된다'고 생각하는가?
 1. 전혀 그렇지 않다 2. 그렇지 않다 3. 보통이다 4. 그렇다 5. 정말 그렇다.

캐주얼 이미지I	캐주얼 이미지II	Henna Design 1	Henna Design 2	Henna Design 3	Henna Design 4
					
캐주얼 패션 이미지와 Henna Design 관능검사 결과 '기하 태극문양이 조화롭다'는 그렇다(87%), 정말 그렇다(5%)로 가장 조화가 잘 되는 것으로 나타났으며, '기하 만자문양이 조화롭다'는 그렇다(65%), 보통이다(13%)로 비교적 조화가 잘 되는 것으로 나타났다.					
로맨틱 이미지I	로맨틱 이미지II	Henna Design 1	Henna Design 2	Henna Design 3	Henna Design 4
					
로맨틱 패션이미지와 Henna Design 관능검사 결과 '연화문양이 조화롭다'는 정말 그렇다(89%)로 가장 조화가 잘 되는 것으로 나타났으며, '매화 문양과 조화롭다'는 그렇다(80%)로 조화가 잘 되는 것으로 나타났다.					







<표 18> 계속

엘레강스 이미지I	엘레강스 이미지II	Henna Design 1	Henna Design 2	Henna Design 3	Henna Design 4
					

엘레강스 패션이미지와 Henna Design 관능검사 결과 ‘연화당초 문양이 조화롭다’는 정말 그렇다(85%)로 가장 조화가 잘 되는 것으로 나타났으며, ‘인동당초 문양이 조화롭다’는 그렇다(75%), 정말 그렇다(8%)로 조화가 잘 되는 것으로 나타났다.

섹시 이미지I	섹시 이미지II	Henna Design 1	Henna Design 2	Henna Design 3	Henna Design 4
					

섹시 패션이미지와 Henna Design 관능검사 결과 ‘박쥐문양이 조화롭다’는 정말 그렇다(85%)로 가장 조화가 잘 되는 것으로 나타났으며, ‘구름 문양이 조화롭다’는 그렇다(56%)로 보통이다(17%)로 비교적 조화가 잘 되는 것으로 나타났다.

모던 이미지I	모던 이미지II	Henna Design 1	Henna Design 2	Henna Design 3	Henna Design 4
					

모던 패션이미지와 Henna Design 관능검사 결과 ‘기하 삼각 문양이 조화롭다’는 그렇다(93%)로 가장 조화가 잘 되는 것으로 나타났으며, ‘기하 사각복합 문양이 조화롭다’는 그렇다(77%), 정말 그렇다(6%)로 비교적 조화가 잘 되는 것으로 나타났다.

V. 결론 및 제언

한국문양 선호도에 따른 패션이미지별 Henna Design 기획에 관한 연구결과는 다음과 같다.

1. Henna Design을 위한 소비자 분석결과
 - 1) Henna의 소비자 인식은 독특한 이미지 연출 표현인 ‘개성적이게 보인다’가 가장 높게 나타났다.
 - 2) Henna Design 매칭시 고려사항은 토탈 이미지

메이킹 개념과 섹시 트렌드, 미니멀 패션영향으로 전체적인 이미지 고려 49%, 노출정도 23% 순으로 높게 나타났다.

3) Henna 문양 연출부분 선호는 손등(back and: 12.7%), 발목(ankle:10.7%), 팔목(wrist:9.6%), 상완(upper arm:42.0%), 손가락(finger:40.5%), 가슴(chest: 7.0%) 순으로 생활에서 많이 보여 지는 손등이 가장 높게 나타났다.

4) Henna 소비자 시술 이유는 독특한 개성(54.5%),

패션이미지(29.5%), 주술적 의미(8.5%), 호기심(4.5%), 모방심리(3%) 순으로 남과 다르게 보이고 싶은 현대인의 심리가 반영되어 독특한 개성 표현이 가장 높게 나타났다.

2. 한국문양 선호도 조사결과 식물문(52%), 인공·기하·복합문(27%), 동물문(21%) 순으로 나타났다.

3. 한국문양의 패션 이미지별 Henna Design 결과

1) 캐주얼 이미지와 어울리는 한국문양은 인공·기하·복합문을 가장 선호하였으며, 이 문양 중 기하 태극문을 가장 선호하였다. 관능검사 결과에서도 ‘기하 태극문양이 조화롭다’는 그렇다(87%), 정말 그렇다(5%)로 가장 조화가 잘 되는 것으로 나타났다.

2) 로맨틱 이미지와 어울리는 한국문양은 식물문을 가장 선호하였으며, 이 문양 중 연화문을 가장 선호하였다. 관능검사 결과에서도 ‘연화문양이 조화롭다’는 정말 그렇다(89%)로 가장 조화가 잘 되는 것으로 나타났다.

3) 엘레강스 이미지와 어울리는 한국문양으로 식물문을 가장 선호하였으며, 이 문양 중 보상화를 가장 선호하였다. 관능검사 결과에서는 ‘연화당초 문양이 조화롭다’가 정말 그렇다(85%)로 가장 조화 잘 되는 것으로 나타났다.

4) 섹시 이미지와 어울리는 한국문양으로 인공·기하·복합문을 가장 선호하였으며, 이 문양 중 문자를 가장 선호하였다. 관능검사 결과에서는 ‘박쥐문양이 조화롭다’가 정말 그렇다(85%)로 가장 조화 잘 되는 것으로 나타났다.

5) 모던 이미지와 어울리는 한국문양은 인공·기하·복합문을 가장 선호하였으며, 이 문양 중 기하삼각 문양을 가장 선호하였다. 관능검사 결과에서도 ‘기하 삼각 문양이 조화롭다’는 그렇다(93%)로 가장 조화가 잘 되는 것으로 나타났다.

본 연구는 다양한 한국문양 선별에 어려움이 있어서 다소 전체를 대변하기는 제한점이 있으나 한국문

양을 Henna 디자인 모티브로 활용 할 수 있는 가능성을 제시하는데 연구 의미가 있는 것으로 사료된다.

참고문헌

- 김세나. (2002). 일본전통문양을 응용한 현대패션 텍스타일 디자인. 중앙대학교 대학원 석사학위 논문.
- 노효경. (2001). 신체장식 Tattoo(문신) 메이크업에 관한 연구. *인체예술학회*, 2(2), 89-102.
- 박숙현, 이수진, 이수현 외. (2003) 패션이미지별 평가용어, 색상 및 분류체계. *한국생활과학회지*, 12(4).
- 박옥련. (2000). *한국전통복식문양사*. 형설출판사, 23-24.
- 빅토리아 에빈 저. 신체장식. 임숙자 역. (1988). 경춘사.
- 시공 디스커버리 총서. (1998). 화장술의 역사.
- 이선화. (1991). *텍스타일 디자인*. 서울:미진사, 15.
- 임영주. (1991). *傳統紋樣資料集*. 서울:미진사.
- 이효진. (1999) 현대 서양복식에 나타난 Tattoo에 관한 연구. *복식문화연구*, 7(4), 52-68.
- 이수현, 김영경. (2003). 뷰티·패션에서 이용된 헤나에 관한 연구. *부산여자대학 논문집*, 24.
- 유영선, 윤정혜. (2001). 복식에 나타난 타투 룩(Tattoo Look) 패션의 표현 특성. *한국복식학회*, 51(3), 87-99.
- 장수경. (1994). 한국전통문양의 유형에 따른 분류에 관한 연구. *복식문화연구*, 2(2), 283-295.
- 조은영, 유태순. (2003). *멘디(Mehndi)의 역사적 기원과 상징성에 관한 연구*.
- 하윤경, 김혜경. (2001). 사군자 디자인모티브를 응용한 패션일러스트레이션 연구. *복식학회*, 51(8), 159-170.
- 한국문화재보호재단. (1998). *한국의 무늬(개정판)*. 예맥출판사.
- 황오근. (1991). *한국문양사*. 열화당.
- 황춘섭 역. (1993). *나이지리아인의 신체장식과 의복*. 경춘사.
- Angela Fisher. (1999). *African Ceremonies*. Harry N Abrams.
- Carine fabius. (1998). *Mehndi the art of henna body painting*. New York : Three Rivers Press.
- MEHNDI LORETTA ROOME. (1998). *MEHNDI*. New York: ST. Martin's Griffin.
- Sumita Batra. (2002). *THE ART OF MEHNDI*. Carlon Books, LTD.