

한복을 응용한 패션디자인에 대한 미국 대학생들의 이미지 지각 특성

정 현* · 신황수정**

대구대학교 패션디자인학과 강사* · 텍사스 텍크 대학교 디자인학과 조교수**

American Students' Perception of Fashion Design that incorporates characteristics of Korean Traditional Dress

Hyun Jung* · Su-Jeong H. Shin**

Instructor, Dept. of Fashion Design, Daegu University*

Assistant Professor, Dept. of Design, Texas Tech University**

(투고일: 2010. 8. 4, 심사(수정)일: 2010. 9. 8, 게재 확정일: 2010. 10. 5)

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine American students' perceptions of contemporary fashion design that incorporates Korean traditional costume. The findings, which are based on a survey of American students' aesthetic response to the fashion designs, are as follows. First, the impressions of American students about the fashion designs were affected by two major factors, Tradition and Trend. The Tradition factor was related to the impressions traditional, formal, elegant, classic, romantic, gorgeous, and natural, but was correlated negatively to the impressions dynamic, modern, and casual. The Trend factor was related to the impressions chic, trendy, and clear but not dandy. Designs with elongated shape had a positive score for the Tradition factor and designs with curvy line had a positive score for the Trend factor. Second, American students gave visual priority to the aspects of shape such as garment type and silhouette when they evaluated the designs. Color was less important than the aspect of shape in their fashion image perception. Therefore, they categorized the designs by similarity of garment types, and then subcategorized them by color. The meaning of Korean traditional motifs or details was not significant to American students. Third, American students showed the tendency that the more they evaluated the designs to be gorgeous or trendy, the more they liked the designs. Furthermore, they liked the designs which have a positive score for the Trend factor.

Key words: fashion design(패션디자인), image perception(이미지 지각),
Korean traditional dress(한복)

I. 서론

글로벌 패션 마켓을 겨냥한 현대 패션디자이너들은 그들의 국가나 민족을 대표하는 전통문화의 특성을 디자인에 적극 활용함으로써 차별화된 독자적 경쟁력을 키워나가고자 노력해왔다. 이러한 경향은 1980년대 중반 이후 해외시장을 개척하고자 하던 한국 패션디자이너들 사이에서 강하게 나타났으나, 1990년대 말 한국의 경제적 위기로 해외진출이 위축되면서 잠시 주춤한 듯 보였다. 그러나 2000년대 이후에도 지속된 동양풍 패션 트렌드와 정부차원에서 진행된 2003년의 '월드 디자이너' 지원 정책, 2005년부터의 '한스타일' 사업 등을 계기로 한국적 이미지를 응용한 디자인의 세계화 작업이 본격적으로 추진되었다.

나아가 학계 차원에서도 전통한복이 지닌 미적 특성이나 이미지를 체계적으로 분석하고, 전통복식의 현대적 활용현황을 고찰하는 등 한국 전통을 효과적으로 활용하기 위한 방안이 모색되어 왔다. DeLong, 금기숙¹⁾, 강혜원, 고애란²⁾은 전통한복에 대한 한국 여성들의 미적 반응을 분석함으로써 한국인들에게 전통한복이 의미하는 바가 무엇인지를 이해하고자 하였으며, 김희정, 이경희³⁾는 전통적 이미지를 심화 시킨 한국적 의복이미지의 정체성을 확고히 하기 위해 현대 의복에 표현된 한국적 의복이미지의 디자인 특성과 이미지의 차이를 연구하였다. 또한 채금석⁴⁾은 동양 각국 전통복식의 세계화 성공사례를 분석하여 디자인과 정책적 측면에서 한복의 세계화를 위한 방안을 제시한 바 있다.

그러나 시각적 대상물에 대한 미적 반응은 형태, 색채, 소재 등을 포함한 디자인 요소뿐 아니라 관찰 시의 물리적 환경이나 관찰자의 문화적 맥락에도 영향을 받는 점을 고려할 때,⁵⁾ 이러한 선행연구들은 전통한복이나 한국적 디자인에 대한 관찰과 평가들이 우리 전통과 문화에 이미 익숙한 한국인의 관점에 국한되어 있다는 한계점을 지닌다.

최근에는 한국적 이미지의 패션문화상품과 관련된 한국과 미국 소비자의 비교 연구⁶⁾가 수행되기도 하였으나 이는 소비자 행동과 관련된 것이며, 미적 차

원에서 한국적 패션디자인이 타문화권의 시각에서는 어떻게 수용되고 있는가에 대한 실증적 연구는 아직 미미한 실정이다. 따라서 글로벌 마켓을 겨냥한 디자인에 있어 타문화권 관찰자의 미적 반응을 살펴보는 것은 제한된 시야과 사고의 틀을 벗어나 보다 객관적이고 보편적인 측면에서 우리의 디자인과 상대의 시각을 이해하는 계기가 될 것이다.

이에 본 연구는 한복을 응용한 현대 패션디자인에 대한 미국 대학생들의 미적 반응을 살펴봄으로써 이미지 지각의 특성을 고찰해 보는 것이 목적이다. 이를 위해 첫째, 미국 대학생들은 한복을 응용한 패션디자인의 이미지를 어떻게 평가하고 있는가, 둘째, 이미지 평가에 영향을 미치는 디자인의 시각적 요소는 무엇인가, 셋째, 지각된 이미지와 디자인의 선호도와는 어떤 관련이 있는가를 연구문제로 제시하였다. 본 연구에서는 설문조사를 통한 통계적 분석과 의미 해석으로 제시한 연구문제를 규명해보고자 하였다.

II. 이론적 고찰

1. 패션 이미지 지각

브랜드 이미지, 바디 이미지, 컬러 이미지처럼 이미지(image)는 시각적 대상물을 연구하는 분야에서 흔히 사용되는 용어이다. 이러한 이미지를 김동기⁷⁾는 특정 사물이나 사항에 대한 기분, 인상 및 태도 등의 총체로 정의하였다. Marks⁸⁾는 이미지는 사물의 부분들(parts)과 관찰자의 생각(mind)이 상호작용함으로써 지각(perceive)되는 다양한 차원들의 복합물로 부분의 총합 이상의 의미를 지닌다고 보았으며, Kunkel, Berry⁹⁾는 이미지의 습득은 경험과 학습에 의해 차별화될 수 있다고 주장하였다.

한편, 지각(perception)에 대해 Keiser¹⁰⁾는 대상을 어떻게 보는지를 근거로 하여 관찰하고, 평가를 내리고, 추론을 이끌어내는 과정으로 정의하였다. DeLong¹¹⁾은 형태와 의미의 해석, 즉 정보의 근원으로부터 질서와 규칙을 능동적으로 찾아내고 그 정보를 근거로 하여 해석하는 과정을 지각으로 정의하였다. 이때 과

거 경험은 현재의 기대와 관찰에 영향을 미치고, 학습에 의한 지식은 우리가 보는 것에 풍부한 정보를 제공함으로써 무엇을 보고 있는지에 대한 의식을 증가시킨다고 하였다.

나아가 DeLong¹²⁾은 사람들이 어떤 시각적 특성에 매료되고, 무엇이 그러한 평가적 판단을 이끌어냈는지를 살펴보기 위해 미적 반응(aesthetic response)을 이해해야 한다고 주장했다. 미적 반응은 시각적 대상에 대한 개인적 느낌이나 구체적인 분석처럼 주관적, 객관적일 수 있으며, 지각된 정보에 대한 구체적 반응부터 습득된 지식이나 경험적 정보에 근거한 추상적 반응까지 다양하게 나타날 수 있다. 또한 취향(taste)이나 선호(preference)에 대한 개인적인 표현일 뿐 아니라 소속된 집단의 공유된 표현을 내포하기도 한다.

이상의 내용을 정리하면, 지각이란 시각적 대상을 관찰하고, 평가를 내리고, 추론을 이끌어냄으로써 대상에 대한 사실, 기분, 감정 등의 이미지를 습득해가는 과정이다. 이러한 지각과정에서 발생하는 관찰자의 취향이나 선호를 비롯한 주관적, 객관적, 구체적, 추상적 반응들인 미적 반응을 살펴보는 것은 관찰자가 그 대상을 어떻게 평가하고, 해석을 내리고, 그 대상에 매료되는지를 고찰하는 방안이 될 것이다. 특히 한복처럼 전통문화 속에서 특별한 미적 가치를 지닌 시각적 대상물에 대한 타 문화권 관찰자들의 미적 반응은 한국인의 반응과는 차이가 존재할 수 있으며, 이에 그들의 미적 반응을 고찰해보는 것은 관찰자가 소속된 집단 내에서 공유된 이미지 지각의 특성을 이해하는 길이 될 것이다.

2. 한복을 응용한 패션디자인 경향

1980년대 후반기에서 1990년대 전반기의 한국 사회는 국제적인 환경에 노출이 잦아지면서 우리 것과 한국인의 정체성에 대한 관심이 고조되었고, 이에 한국적 특성을 발견하고자 하는 노력은 패션디자인 분야에서도 자연스럽게 반영되었다.¹³⁾

이러한 흐름 속에서 1980년대 중반 이후 한혜자, 박항자, 설윤형을 비롯하여 김동순, 진태우, 이신우, 이영희, 홍미화 등은 해외시장에 디자인을 판매하거

나, 파리나 뉴욕의 패션 중심가에 부티, 쇼룸을 오픈하여 세계적인 인지도를 넓혀나가고자 시도하였다. 그러나 진출비용에 비해 부진한 판매와 1990년대 말 한국의 경제위기로 많은 디자이너들이 해외시장에서 철수하였다.

그러나 2003년 서울특별시와 산업자원부가 최초로 서울 컬렉션의 관리 및 재정 지원을 실시하고, '월드 디자이너'라는 프로젝트 하에 글로벌 패션산업에서 상업적인 성공 잠재력이 있는 패션디자이너를 경제적으로 지원하였으며,¹⁴⁾ 문화관광부에서는 2005년부터 한복을 비롯한 한글, 한옥 등 전통문화 콘텐츠의 세계화를 위한 '한스타일' 사업을 추진함으로써¹⁵⁾ 한국 전통문화의 세계화 작업이 제도화하는 계기가 되었다.

패션디자이너들은 전통 의복의 아이템 활용, 디테일, 색채, 소재, 문양과 같은 조형요소를 응용, 장신구 및 부속품 활용 등의 방식으로 전통복식을 현대 패션디자인에 응용해왔다. 즉 조선시대 복식인 치마, 저고리, 바지, 두루마기, 당의, 원삼 등의 아이템을 차용하거나 여밈, 옷고름, 깃과 같은 디테일 등 전통 한복의 형태적 특성을 응용하고, 오방색과 백색, 기하학적 문양과 화문, 문자문의 활용, 다양한 견적물과 조각보, 전통자수 기법 등을 현대적 디자인과 접목하였으며 갓, 족두리, 조바위, 데기, 노리개, 비녀 등의 장신구들로 한국적인 분위기를 고조시키기도 하였다.¹⁶⁾

특히 이영희는 1994년 파리에 부티을 오픈한 이후 현재까지 한복을 통해 우리나라를 세계적으로 널리 알린 디자이너로 평가받고 있으며¹⁷⁾ 한복의 아름다움을 형태적인 측면에서 현대 디자인에 가장 많이 활용한 대표적인 디자이너로 인식되고 있다. 치마의 조끼허리와 말기허리의 구성 및 풍성한 실루엣을 원피스 드레스 디자인에 응용하거나 길고 넓은 소매를 가진 조선시대 포의 형태적 특징을 재킷과 코트 디자인에 적용하고 있으며 흰색이나 가공되지 않은 소색을 비롯한 검정과 회색의 무채색, 감청색 계열을 주로 사용하여 자연과 동양의 멋을 효과적으로 표현하고 있다.¹⁸⁾

한편, 이상봉은 2001년 이후 'LieSangbong Paris'

〈표 1〉 한복을 응용한 패션디자인 경향

시기	배경	대표 디자이너	주요 응용 방법
1980년대 후반기 - 1990년대 전반기	- 올림픽 등으로 국제적인 환경에 노출되면서 우리 것과 한국인의 정체성에 대한 관심 고조 - 국제무대에서의 차별화 전략	한혜자, 박항자, 설윤형, 진태옥, 이신우, 김동순, 이영희, 홍미화	- 전통 의복 아이템의 활용 - 한복의 디테일, 색채, 소재, 문양 등 조형요소의 활용 - 참신구 및 부속품의 활용
2000년대 이후 - 현재	- 동양풍 패션 트랜드의 지속 - 전통문화 콘텐츠의 세계화를 통한 부가가치 창출 및 국가 이미지 제고 - 글로벌 패션 산업의 육성	이영희 이상봉	- 한복의 형태적 특성을 위주로 응용 - 소색, 무채색, 감청색을 위주로 자연과 동양의 멋을 효과적으로 표현 - 현대적 스타일에 무속문화를 접목한 원색의 사용, 전통문양과 한글 등을 적용

라는 브랜드명으로 파리 컬렉션에 꾸준히 참가하고 있는 디자이너로 한국적인 것을 새로운 시각으로 재해석하여 세계에서 통용될 수 있는 디자인을 추구하고 있다.¹⁹⁾ 이상봉은 현대적 스타일에 한국적 색채나 문양을 적용하는 방식을 주로 사용하고 있으며, 한국의 무속문화를 접목한 원색의 사용, 한글과 한국전통서예의 봇ter치나 선을 이용한 한국적 디자인 개발로 세계무대에서 인지도를 높여가고 있다.²⁰⁾

이처럼 1980년대 후반기 이후 한복을 응용한 패션디자인의 경향은 〈표 1〉과 같이 정리되며, 본 연구에서는 글로벌 패션 마켓에 재도약하는 계기가 된 시점인 2003-04 F/W 이후부터 현재까지 지속적으로 한국적 패션을 해외컬렉션에 선보이고 있는 대표적 디자이너인 이영희와 이상봉의 작품을 중심으로 검토하고자 한다.

III. 연구방법 및 절차

1. 평가도구

1) 자극물

본 연구를 위한 자극물은 이론적 고찰에서 언급한 바처럼 이상봉과 이영희의 2003-04 F/W에서 2009-10 F/W까지 컬렉션에서 선별한 10개의 패션디자인 사진으로 구성되었다. 해당 디자이너의 홈페이지 및 패션 컬렉션 관련 웹사이트에서 〈표 1〉을 토대로 한복을 응용한 패션디자인 경향을 반영하고 있는 디자인 158개를 일차적으로 수집한 후 색상과 스타일, 디테일 등 한국적 요소의 응용방법이 중복되는 디자인

을 제외한 80개의 디자인을 재선별 하였다. 이후 한국 전통문화에 대한 지식이 풍부한 패션 전문가 집단(한국인 2명, 미국인 2명)에서 한국적 요소를 활용하였다고 공통적으로 동의한 상위 10개의 디자인을 자극물로 선정하였다.

이들은 크게 현대적 스타일에 한국적 색채, 문양, 디테일 등을 응용한 것과 카마, 포처럼 전통적인 한복의 형태를 차용한 디자인들로 구성되었다. 이미지 평가 시 의복을 제외한 다른 물리적 환경의 영향을 통제하기 위해 모델의 얼굴과 배경은 삭제하였다. 자극물로 사용한 10개 패션디자인 사진과 디자인 요소의 특성은 〈표 2〉에 제시하였다.

2) 평가 척도

미국 대학생들의 미적 반응을 분석하기 위해서 이미지를 묘사하는 14개 형용사와 디자인 선호도에 관한 1개 단어로 구성된 총 15개의 문항이 평가 척도로 사용되었다.

이미지 평가에 사용된 형용사는 고바야시(Kobayashi)가 개발한 이미지 스케일(Image Scale)²¹⁾ 중 엘레강트(elegant), 내추럴(natural), 로맨틱(romantic), 캐주얼(casual), 다이나믹(dynamic), 고저스(gorgeous), 클래식(classic), 댄디(dandy), 포멀(formal), 모던(modern), 쉬크(chic), 클리어(clear)의 12개 형용사에 트래디셔널(traditional), 트렌디(trendy)의 2개 형용사를 추가하여 총 14개의 형용사로 구성하였다. 트래디셔널과 트렌디의 2개 형용사를 추가한 이유는 전통적 디자인 요소의 현대적 활용 측면에서 전통성

<표 2> 자극물 사진 및 디자인 요소

No.	K1	K2	K3	K4	K5
디자인					
	<그림 1> 이상봉, 09-10 F/W	<그림 2> 이상봉, 04 S/S	<그림 3> 이상봉, 09 S/S	<그림 4> 이상봉, 09 S/S	<그림 5> 이상봉, 09 S/S
디자인 요소	-조선시대 미인도를 모티프로 활용 -쉬프트 실루엣, 무릎 길이의 원피스 드레 스 -오프화이트, 레드, 블 루의 원색 대비	-자수 주머니와 고름 을 디테일에 응용 -belted waist의 셔 츠형 원피스 드레 스 -옐로우, 레드, 옐로 우 그린의 원색 대 비	-조각보의 기하학적 패턴을 응용 -박스 실루엣, 무릎 길이의 원피스 드레 스 -블루 계열의 톤온톤 배색	-조각보 모티프와 한 국적 소재를 응용 -쉬프트 실루엣, 슬 리브리스 원피스 -블루 계열의 그라데이션 배색	-오방색 삼각 조각보 모티프 응용 -쉬프트 실루엣, 무 릎 길이의 원피스 드레스 -화이트, 레드, 블루, 그린, 옐로우, 블랙
No.	K6	K7	K8	K9	K10
디자인					
	<그림 6> 이상봉, 07 S/S	<그림 6> 이영희, 08 S/S	<그림 8> 이영희, 06-07 F/W	<그림 9> 이영희, 04-05 F/W	<그림 10> 이영희, 04-05 F/W
디자인 요소	-말기허리 치마 응 용, 비녀를 장신구 로 사용 -표면 텍스추어를 강 조한 A라인 하이웨 이스트 드레스 -중재도 블루의 모노톤	-말기허리 치마 응용 -스커트의 볼륨이 강 조된 오벌 실루엣의 하이웨이스트 드레스 -화이트, 저채도 블 루그린과 오렌지의 보색 대비	-말기허리 치마 응용 한 하이웨이스트 드 레스 -드레이프가 강조된 쉬프트 실루엣 -화이트	-말기허리 치마 응용 한 하이웨이스트 드 레스 -A라인 실루엣, 드 레이프성이 있는 소 재사용 -블랙	-풍성하고 넓은 소 매, 포의 형태적 특 징 응용 -인체 전체를 덮는 박스 실루엣의 코트 -블랙

과 현대성, 혹은 유행성이라는 개념이 미국 대학생들에게는 어떠한 시각적 요소와 결부되는지를 고찰해 보고자 함이다.

디자인에 따른 각 문항의 평가는 양극화되지 않은 개별적 용어의 5점 리커트(Likert) 척도(1=매우 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 이루어졌다. 일반적으

로 의복에 대한 시각적 반응을 평가하고 의복이미지의 의미구조를 밝히기 위해서는 상반된 의미의 형용사쌍으로 구성된 의미미분척도를 주로 사용하고 있으나, 고바야시 이미지 스케일은 이미 쌍별 비교와 다차원 척도법이라는 통계기법에 오스굿(Osgood)과 같은 요인 분석을 결합한 방식을 사용하여 물질이나

사물의 이미지를 패턴상으로 바꾸어 놓은 것으로²²⁾ 주요 여덟 개 이미지 형용사에 대해서는 하위형용사와 함께 관련된 색상, 소재, 분양의 특성을 제시하고 있다. 따라서 고바야시 이미지 스케일의 형용사를 사용할 경우 이미지와 디자인 요소의 관련성을 토대로 조사 결과의 객관적 해석이 이루어질 수 있으므로 이를 평가 척도로 사용하고자 하였다.

이미지 형용사에 대한 정의는 고바야시 이미지 스케일에 표기된 하위 형용사를 사용하여 설문지와 함께 제시하였으나 우선적으로는 응답자가 이해하고 있는 개념에 근거하여 이미지를 평가하도록 지시하였다.

2. 표집 대상 및 자료 수집

본 연구의 모집단은 디자인을 전공하는 미국 대학생으로 설문 응답자는 미국 서부 텍사스 지역에서 패션디자인을 전공하는 대학생 75명이었다. 2010년 1월에서 3월 사이 디자인 전공 수업시간에 설문지가 배포되었고 설문에 참여하기를 원하는 학생들에 한하여 작성 완료 후 연구자에게 제출하는 방식으로 자료가 수집되었다. 설문 응답자는 인쇄된 10개의 패션디자인 사진을 보면서 15개의 항목에 따라 디자인을 평가하였으며 인구통계학적 질문에 응답하였다. 표집 대상의 연령, 인종, 한국 전통문화의 경험 유무의 분포 경향은 <표 3>과 같다.

3. 자료 분석

수거된 설문지의 모든 응답은 통계 분석 프로그램인 SPSS17을 사용하여 입력, 분석되었다. 연구문제를 규명하기 위하여 평균(mean)을 검토하였고, 요인 분석(factor analysis), 계층적 군집분석(hierarchy cluster analysis), 대응표본 T검증(paired sample T-test) 등을 실시하였다.

IV. 결과 및 논의

1. 패션 이미지 분석

제시한 10개 패션디자인에 대해 미국 대학생들이 평가한 패션 이미지를 분석하기 위하여 평균을 검토하였으며(<표 4>), 선호도 항목을 제외한 14개 이미지 형용사 항목의 평균 점수를 사용하여 요인 분석을 실시하였다. 요인 분석은 많은 변수들의 상호관련성을 소수의 요인으로 추출함으로써 수집된 데이터에 대한 통찰을 가능하게 하는 분석 기법으로,²³⁾ 본 연구에서는 주성분 분석과 베리맥스 회전을 사용하였다. 또한 분석 시 얻어진 요인 점수(factor score)에 따라 응답자가 평가한 각 디자인의 이미지 특성을 고찰하였다.

요인 분석 결과, 고유값 1 이상인 2개의 이미지 요인이 추출되었으며 이들 요인들은 총변량의 88.25%를 설명하였다. 총변량의 62.66%를 설명하는 요인 1은 포멀, 트래디셔널, 엘레강트, 클래식, 로맨틱, 고저

<표 3> 설문 응답자의 인구통계적 특성

항목	구분	빈도	%
성별	남	7	9.3
	여	68	90.7
연령	~19	10	13.3
	20~29	62	82.7
인종	30~39	3	4.0
	Asian	7	9.3
	Hispanic	11	14.0
	African American	3	4.0
한국 전통문화에 대한 지식유무	Caucasian	54	72.0
	있다	22	29.3
	없다	53	70.7

〈표 4〉 디자인별 평균 점수

이미지 명	No	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
elegant	2.29	2.27	1.85	3.11	2.29	4.36	4.17	4.51	4.49	2.69	
natural	2.35	3.15	1.93	2.48	2.25	3.05	2.83	4.05	3.07	2.11	
romantic	2.24	2.44	1.85	3.32	2.05	4.27	4.15	4.65	4.15	2.27	
casual	3.23	4.11	2.28	2.63	3.52	1.89	1.79	1.63	1.57	1.65	
dynamic	3.61	3.65	3.81	4.01	4.27	2.89	2.97	2.52	2.48	2.65	
gorgeous	1.97	2.18	1.85	3.41	2.49	4.13	4.23	4.44	4.19	2.25	
classic	2.00	2.65	1.91	2.25	2.31	3.35	3.43	4.01	3.96	2.35	
dandy	1.99	2.32	2.53	2.08	2.23	2.05	2.20	2.17	2.32	2.68	
formal	1.89	1.89	2.01	2.64	2.15	3.43	3.65	3.79	3.85	2.99	
modern	3.60	3.48	4.15	4.16	4.17	3.16	3.19	2.85	2.80	2.69	
chic	2.81	3.17	2.52	3.83	3.33	3.37	3.57	3.69	3.35	2.24	
clear	2.37	2.75	2.56	3.12	2.73	3.32	2.99	4.21	3.35	2.17	
traditional	2.32	2.85	2.01	2.15	2.24	2.97	3.13	3.53	3.31	3.05	
trendy	3.37	3.80	3.07	4.09	3.91	3.52	3.61	3.63	3.31	2.23	
like	2.52	3.24	2.16	3.91	3.41	4.01	4.09	4.27	3.64	1.71	

〈표 5〉 이미지 형용사에 대한 요인 분석

요인명	이미지 명	회전계수	제1회	제2회	제3회	제4회	제5회	제6회	제7회	제8회	제9회
전통성	dynamic	-.966	8.773	62.667	62.667	0.669					
	formal	.942									
	traditional	.927									
	modern	-.899									
	classic	.883									
	elegant	.877									
	casual	-.821									
	romantic	.814									
	gorgeous	.779									
	natural	.649									
유행성	chic	.949	3.582	25.586	88.252	0.607					
	trendy	.941									
	dandy	-.827									
	clear	.696									

스, 내추럴과 관련되며 다이나믹, 모던, 캐주얼과는 부적 상관관계를 가지는 것으로 나타났다. 이에 요인 1을 편의상 ‘전통성(Tradition)’ 요인으로 명명하였다. 반면, 총변량의 22.59%를 설명하는 요인 2는 쉬크, 트렌디, 클리어한 이미지와 연관되고 맨다한 이미지와는 부적 상관관계를 나타내고 있으므로 ‘유행성(Trend)’ 요인으로 명명하였다(표 5).

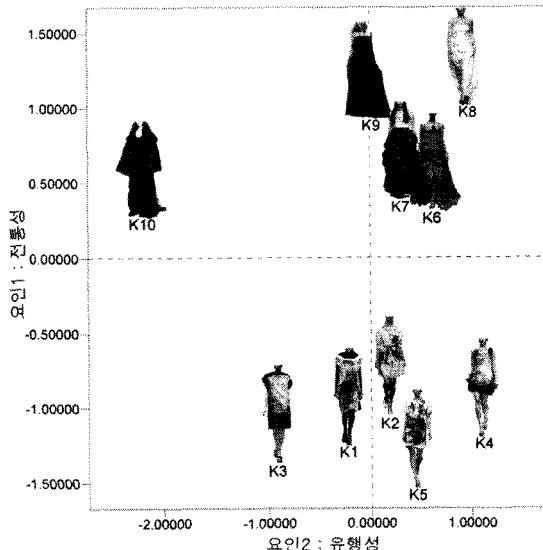
각 디자인이 어떤 요인에 긍정적으로 평가되었는지를 살펴보기 위해 디자인별 요인 점수를 검토하였으

며(표 6), 이 점수를 토대로 전통성과 유행성을 두 축으로 하는 평면상에 디자인을 배치시켜 각 디자인별 이미지의 특성을 시각적으로 확인하였다(그림 11).

한복 치마를 응용한 디자인인 K6(그림 6)²⁴⁾, K7(그림 7)²⁵⁾, K8(그림 8)²⁶⁾는 두 요인 축을 기준으로 오른쪽 상단부에 위치하였으며 이는 전통성과 유행성에서 모두 긍정적으로 평가되었음을 의미한다. K9(그림 9)²⁷⁾는 전통성 요인에서는 긍정적, 유행성 요인에서는 거의 중립에 가까운 값을 취하고 있으나

〈표 6〉 디자인별 요인 점수(factor score)

No.	요인1 : 전통성	요인2 : 유행성
K1	-0.9251	-0.1946
K2	-0.6984	0.1718
K3	-0.9095	-1.0300
K4	-0.8124	1.1132
K5	-1.2196	0.4380
K6	0.6713	0.5303
K7	0.6941	0.3865
K8	1.3530	0.8814
K9	1.2503	-0.0890
K10	0.5963	-2.2876



〈그림 11〉 요인 점수에 따른 디자인의 산포도

대략적인 분포 위치로 볼 때 K6, K7, K8과 유사한 이미지 그룹으로 평가되는 것으로 간주할 수 있다.

즉 미국 대학생들은 한복 치마를 응용한 디자인에 대해 트래디셔널, 포멀, 클래식, 엘레강트, 로맨틱하면서도 비교적 섞크하고 트렌디한 이미지로 평가하고 있었다. 이러한 결과는 자연스러운 드레이프나 볼륨감이 있는 하이웨이스트 드레스가 그리스나 로마풍의 우아하고 클래식한 복식을 연상시킬 뿐 아니라 현대의 공식 행사용 이브닝 드레스 디자인에 많이 이용되는 것과 관련 있는 것으로 해석된다.

반면 무릎길이의 원피스 드레스에 한국 전통의 색채나 문양을 응용한 디자인 K1(그림 1)²⁸⁾, K2(그림 2)²⁹⁾, K3(그림 3)³⁰⁾, K4(그림 4)³¹⁾, K5(그림 5)³²⁾는 전통성 요인에 있어서 모두 부정적으로 평가되고 있었다. 이들 디자인은 한복 치마를 응용한 디자인에 비해 모던, 캐주얼, 다이나믹한 이미지로 평가되었음을 의미하는 것으로 이는 무릎길이의 험라인과 상대적으로 밝고 선명한 색채의 사용에 기인한 것으로 보인다.

한편, 인체를 감싸는 전통 포를 활용한 디자인

K10(그림 10)³³⁾은 다소 전통적이지만 유행성과는 거리가 면 것으로 평가되었다. 특히 이 디자인은 K3과 함께 섞크하거나 트렌디하지 않은 것으로 평가되었는데, 이는 두 디자인의 공통점인 인체 라인을 의도적으로 무시한 박스 실루엣의 의복 형태에 기인한 결과로 해석된다.

이상에서 살펴본 바처럼 제시한 패션디자인의 이미지 평가는 크게 전통성과 유행성이라는 두 가지 요인에 영향을 받는 것으로 나타났다. 한복 치마를 응용한 디자인은 전통성과 유행성 요인 모두에 긍정적, 무릎길이의 원피스 드레스는 전통성 요인에 부정적이었으며 포를 응용한 디자인은 유행성 요인에서 가장 부정적으로 평가되고 있었다.

2. 이미지 평가에 영향을 미치는 디자인 요소

시각적 대상을 분석적으로 관찰할 경우 관찰자는 상황에 따라 관심을 두는 부분이 달라지는 선택적 주의(selective attention)를 기울이게 된다.³⁴⁾ 즉 관찰자가 형태, 색채, 소재, 문양 등 다양한 디자인 요

소 중 어느 부분에 우선적으로 선택적 주의를 두느냐에 따라 각 평가항목에 따른 디자인의 이미지 평가가 다르게 이루어질 수 있다.

따라서 제시한 디자인 간에 평가된 이미지의 유사성과 차이점을 시각적 디자인 요소의 특성과 관련지어 분석할 경우 관찰의 우선성을 제공하여 이미지 평가에 영향을 미친 디자인의 시각적인 요소를 발견할 수 있을 것이다.

이때, 첫 번째 연구문제의 결과처럼 전체 디자인 이 크게 두 가지의 이미지 요인에 영향을 받는 것으로 분석될 경우 <그림 11>과 같은 산포도로 패션 이미지와 디자인의 시각적 특성간의 상호 관계를 일차적으로 파악해 볼 수 있다. 그러나 유사하게 지각되는 디자인간의 계층구조를 밝혀 이미지 평가에 미친 시각적 요인을 보다 세부적으로 살펴보기 위해서는 군집분석을 사용하여 유사성에 따라 디자인을 분류해 보아야 할 것이다.

나아가 인접한 디자인 간에 대응표본 T검증(paired sample T-test)을 실시하여 유의미한 차이를 보이는 이미지를 찾아봄으로써 세부적인 계층구조를 발생시키는 디자인 요인이 무엇인지를 해석해 볼 수 있을 것이다.

우선 요인 점수에 따른 디자인의 산포도를 통해 이미지 요인과 디자인 요소의 관련성을 살펴보았다. <그림 11>에서처럼 길이가 긴 디자인은 표의 상단에, 무릎길이의 디자인은 표의 하단에 집중적으로 위치함으로써 전통성 요인을 결정짓는 공통적인 디자인 요소는 의복 험라인의 위치라고 볼 수 있다. 한편, 비록 전통성 요인보다는 상대적으로 덜 분명하게 지각되는 하지만 유행성 요인 축을 기준으로 좌측에 있는 디자인과 우측에 있는 디자인 간에는 직선적 실루엣과 곡선적 실루엣이라는 선의 특성에서의 차이가 지각되었다. 따라서 미국 대학생들이 평가하는 패션디자인의 이미지는 도련의 위치나 실루엣과 같은 디자인의 형태적 특성에 일차적인 영향을 받는 것으로 해석할 수 있다.

다음으로 디자인별 각 이미지의 평균 점수를 토대로 유클리드 거리 제곱 값과 집단간 평균연결법을 사용한 계층적 군집분석의 결과를 덴드로그램(dendrogram)으로 제시하였으며 이를 통해 유사하게 지

각되는 디자인간의 계층구조를 가시적으로 확인하였다.

그 결과 <그림 12>에서처럼 요인 점수에 의한 산포도의 분포와 유사한 3개의 군집으로 분류될 수 있었고 각각의 군집 속에는 각기 다른 색상이나 문양의 디자인이 포함되고 있지만 의복 아이템에서의 동일성이 명확하게 지각되고 있었다. 즉 Cluster I은 한복 치마를 응용한 디자인, Cluster II는 무릎길이의 현대적 원피스 드레스, Cluster III은 포를 응용한 디자인 그룹으로 특징지을 수 있었다. 이러한 결과는 의복 아이템의 형태적 차이가 이미지 평가에 영향을 미치는 관찰의 우선성을 제공하였음을 의미한다고 볼 수 있다.

한편 덴드로그램에 나타난 보다 세부적 계층구조의 이해를 위해 인접한 디자인간의 대응표본 T검증을 사용하였는데 여기서는 양방검증, 유의수준 P<0.001에서 유의미한 차이를 보이는 이미지 형용사를 중심으로 언급하고자 한다.

세부적 계층구조에 있어서, Cluster I에서 가장 유사한 이미지로 평가되는 K6과 K7은 14개의 이미지 평가 항목에 있어 평균간의 유의미한 차이가 전혀 나타나지 않았다. 이들 디자인은 비록 실루엣과 색상에서 다소 차이가 있지만 두 디자인의 공통점인 바닥까지 오는 도련과 의복표면의 풍성한 곡선 효과가 패션 이미지를 평가하는데 지배적인 영향을 미쳤기 때문으로 해석된다.

K9는 K7에 비해 상대적으로 더 클래식($t=3.710$)하고 덜 다이나믹($t=-3.737$)한 것으로 평가되었는데, 이는 K9가 지난 검정색 수직 드레이프의 특징이 K7이 지난 곡선에 의한 불륨감에 비해 경직된 이미지로 지각된 것으로 색상과 의복내부의 선적 특성이 이미지 평가에 차이를 제공하였다고 볼 수 있다.

K8은 K9에 비해 내추럴($t=6.628$), 로맨틱($t=5.101$), 클리어($t=5.062$)한 이미지에 있어 유의미한 평균의 차이를 보였다. 내추럴하고 로맨틱한 이미지는 부드럽고 차분한 색상이나 자연스럽고 섬세한 소재의 특성과 연관되므로³⁵⁾ 의복의 형태가 유사한 두 디자인간에 발생된 이미지 차이는 검정 불투명 소재와 흰색 반투명한 소재에 따른 색채와 소재 이미지의 차이에 기인한 것으로 해석된다.

한편 텐드로그램의 연결 막대의 길이를 보면 K6, K7, K9는 K8에 비해 높은 유사성을 지니는 것으로 나타났다. 이들 네 가지 디자인은 한복의 말기하리 치마를 응용한 공통점이 있으나 소재감, 디테일이나 세부장식, 색채에서 차이가 존재하는데 K8은 나머지 세 디자인에 비해 절대적으로 밝은 색을 사용한 것이 가장 큰 차이점이라 볼 수 있다. 따라서 전반적인 의복의 형태적 특성이 유사한 집단 내에서는 세부적인 디테일의 차이보다는 보다 현저하게 눈에 띄는 색채, 특히 명도에 의해 패션 이미지 지각의 차이가 발생한 것으로 보인다.

Cluster II의 경우, K1과 K5는 그룹 내에서 가장 유사한 이미지로 평가되었으나 K5는 K1에 비해 다이나믹($t=4.319$), 고저스($t=4.169$), 모던($t=4.264$)한 이미지에서 유의미한 차이를 보였다. 이들 디자인 이미지의 유사성은 실루엣, 바탕색과 문양에 사용된 색상의 유사성에 기인한다고 볼 수 있으나 K5에 사용된 원색 삼각형의 조합이 만들어내는 선과 각의 불안정, 활동적, 극적인 효과³⁶⁾는 다이나믹하고 모던한 이미지를 보다 비중 있게 평가하는 요인이 되었다고 볼 수 있다. 그러나 이 두 디자인은 평균 점수에서 트래디셔널하지 않은 것으로 평가되었으므로 미인도와 오방색의 응용이라는 의미적 측면은 한국 전통문화에 대한 이해가 부족한 미국 대학생들의 이미지 지각에 영향을 미치지 못한 것으로 해석된다.

K2는 K5에 비해 상대적으로 내추럴($t=5.811$), 캐주얼($t=4.125$), 트래디셔널($t=4.140$)한 반면 덜 다이나믹($t=-4.401$)하고 덜 모던($t=-4.398$)한 것으로 평가되었다. 이는 K2에 사용된 노랑과 빨강 배색, 포켓의 식물문양 자수가 내추럴한 인상을 형성하였고, 셔츠형 칼라와 직사각형의 포켓으로 인해 캐주얼하지만 K5의 삼각형 패턴에 비해 덜 역동적이고 덜 현대적인 느낌을 받은 것이라 사료된다.

K4는 K2에 비해 한층 엘레강트($t=6.319$), 고저스($t=7.046$)하며 덜 캐주얼($t=-8.922$) 한 것으로 평가되었는데 이는 차분한 블루의 그라데이션 배색과 얇은 소재의 레이어링에 의한 섬세한 텍스처 효과에 기인한 것으로 보인다.

K4와 K3은 동일한 색상과 조각보라는 동일한 모

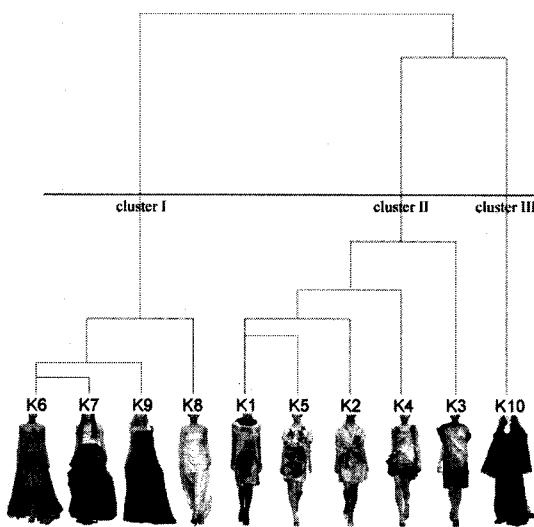
티프를 응용하였음에도 불구하고 실루엣과 표면 텍스처에 의해 상당한 이미지의 차이가 발생하는 것으로 나타났다. 즉, 박스 실루엣의 K4는 K3에 비해 상대적으로 엘레강스($t=-8.520$), 내추럴($t=-3.805$), 로맨틱($t=-9.022$), 고저스($t=-10.958$), 포멀($t=-4.420$), 쉬크($t=-8.411$), 클리어($t=-4.043$), 트렌디($t=-7.229$)하지 못한 것으로 평가되고 있었다.

이처럼 무릎길이의 원피스 드레스라는 아이템의 형태적 공통성을 지닌 Cluster II 내에서는 의복 내부에 사용된 문양과 디테일, 색채, 실루엣의 차이에 따라 이미지 평가가 차별적으로 이루어지고 있음이 발견되었다.

포를 이용한 디자인이 소속된 Cluster III의 경우에는 의복의 길이나 전통성 요인에 있어서는 Cluster I의 특성과 유사하지만 세부적 계층구조에서 보면 박스 실루엣의 K3과 가장 유사성이 높은 디자인으로 분석되고 있다.

이 세 가지 통계적 분석과 해석 결과를 요약해보면 의복의 실루엣과 헴라인의 위치, 아이템 등 의복의 형태적 특징은 패션 이미지 지각에 영향을 주는 가장 우선적인 요소로 간주될 수 있다. 비록 동일한 색상과 모티프를 사용한 디자인일 경우라도 의복 외관의 형태적 특성이 분명히 차이가 날 경우 서로 다른 이미지 그룹으로 지각되고 있었다. 반면 의복의 전반적인 형태적 특성이 유사할 경우 명도나 색상의 뚜렷한 차이가 이미지 평가에 영향을 미치는 주요한 요소로 작용하고 있었으며 그 다음으로는 의복내부에 존재하는 문양이나 디테일의 선적 특성, 소재감에 따라 이미지 지각의 차별화가 이루어짐을 알 수 있었다.

물론 이미지 평가 시 선택적 주의를 기울이는 의복의 부분은 개인적, 문화적 맥락 등에 따라 차이가 존재할 수 있으나 디자인의 시각적 요소 측면에서 평가된 이미지의 특성으로 고찰해 본 결과 미국 대학생들은 색채나 소재, 디테일 보다는 디자인의 전반적인 의복 형태, 즉 의복 스타일이나 실루엣, 아이템의 차이에 시각적 우선성을 두고 이미지를 평가하는 것으로 이해된다.



〈그림 12〉 평균 점수를 이용한 군집분석의 텐드로그램

3. 이미지와 선호도와의 관계

모든 인지적, 감정적 지각은 좋고 나쁜, 호감이나 불쾌 같은 가치판단을 주입하게 되고³⁷⁾ 이에 따른 미적 반응은 사람들이 무엇을 선택하는지와 관련됨으로써 그들의 취향이나 선호를 반영하게 된다.³⁸⁾ 따라서 지각된 패션 이미지는 관찰자의 디자인 선호에 영향을 미치는 하나의 요인으로 작용할 것이다.

패션이미지와 디자인의 선호도와의 관계를 살펴보

기 위해 디자인별로 14개의 이미지와 선호도간의 상관관계를 분석하였고, 평균 점수를 검토하였다.

10개의 패션디자인 각각에 대하여 14개의 이미지 형용사와 선호도 항목(like)에 관한 상관관계를 분석한 결과, 디자인에 따라 선호도와 유의미한 상관관계를 가지는 이미지는 상이하게 나타났으나, 모든 디자인에 있어 고յ스, 트렌디한 이미지와 선호도와의 유의미한 상관관계가 나타났다(표 7). 즉 제시한 모든 디자인에서 고յ스하거나 트렌디한 이미지를 높게 평가한 응답자는 그 디자인의 선호도에서도 높게 평가하는 경향이 나타났다.

〈표 4〉와 〈그림 11〉를 통해서도 알 수 있듯이 선호도 항목에서 긍정적인 평가(mean>3.0)를 받은 디자인 중 K9를 제외한 K2, K4, K5, K6, K7, K8은 유행성 요인에서 긍정적 평가를 받은 디자인들이며, 유행성 요인에서 현저하게 부정적인 값을 취한 K3와 K10의 경우 선호도의 평균 점수 역시 상당히 낮게 나타났다.

이러한 결과는 미국 대학생들은 인체 라인을 드러내거나 곡선적 효과가 강조된 디자인을 평면적, 직선적 형태의 디자인보다 트렌디하다고 지각하는 경향이 있으며 그러한 이미지로 지각되는 디자인에 보다 긍정적인 인상을 받고 있음을 의미한다고 볼 수 있다.

〈표 7〉 선호도와 이미지의 상관관계

Pearson Correlation		K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
	like	.151	.112	.191	.213	.216	.265*	.316**	.330**	.332**	.303**
elegant		.510**	.225	.218	.104	.252*	.154	-.052	.196	.340**	.328**
natural		.417**	.105	.248*	.582**	.241*	.365**	.334**	.258*	.280*	.267*
romantic		.406**	-.049	.147	.053	.053	-.303**	.074	-.199	.100	.254*
casual		.170	.093	.081	.123	-.003	.123	.012	.123	.174	.279*
dynamic		.361**	.243*	.345**	.587**	.368**	.515**	.628**	.432**	.363**	.447**
gorgeous		.271*	.329**	.352**	.121	.147	.278*	.408**	.132	-.052	.239*
classic		.045	.227	.124	.033	.112	.149	.038	.023	.074	.168
dandy		.037	.099	.009	.241*	.347**	.319**	.180	.093	.101	.110
formal		.070	.314**	.043	.284*	.264*	.230*	.242*	.207	.228*	.328**
modern		.308**	.450**	.067	.418**	.567**	.378**	.313**	.148	.354**	.502**
chic		.383**	.461**	.112	.314**	.298**	.281*	.163	.170	.118	.479**
clear		.300**	.069	.209	.097	.275*	.045	.206	.022	.225	.195
traditional		.627**	.519**	.487**	.589**	.576**	.387**	.295*	.386**	.383**	.483**

^a 미국 대학생, n=75, * p<.05 (2-tailed), ** p<.01 (2-tailed).

V. 결론 및 제언

본 연구는 보다 효과적인 한국적 이미지의 디자인 개발을 위한 실증적, 이론적 토대를 마련하기 위하여 한복을 응용한 패션디자인에 대한 미국 대학생들의 미적 반응을 통해 이미지 지각의 특성을 고찰해 보고자 하였으며 연구의 범위 내에서 도출된 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 미국 대학생들은 한복을 응용한 디자인을 크게 전통성과 유행성이라는 두 가지 이미지 요인으로 평가하고 있었다. 이때 전통성 요인은 디자인의 도련선, 즉 길이와 밀접한 관련이 있으며, 유행성 요인은 실루엣, 곡선이나 직선 등 의복에 사용된 선의 특성과 관련되었다. 즉, 미국 대학생들은 도련이 바닥까지 내려오는 디자인을 클래식하고 트레이디셔널한 것으로 평가하였으며, 유연한 곡선이나 의복표면의 섬세한 입체감이 강조되는 디자인을 쉬크하고 트렌디하다고 보는 경향이 있었다.

둘째, 미국 대학생들은 한복을 응용한 디자인의 이미지를 평가함에 있어 실루엣이나 도련의 위치 등 의복의 형태적 특성에 우선적인 영향을 받고 있었으며, 그 다음으로 색채, 또는 의복 내부에 존재하는 선의 효과가 이미지 평가에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 즉 의복의 형태적 특성에서 유사성을 지닌 디자인의 경우 색상이나 문양에서 차이가 존재할지라도 이미지 평가의 유사성이 강한 반면, 동일한 색상이나 모티프를 사용하였음에도 불구하고 형태적 특성이 상이할 경우 평가된 이미지에서의 큰 차이를 나타내고 있었다. 그러나 한국 전통문화에 대한 지식이 부족한 미국 대학생들에게 있어서 디자인에 반영된 한국 전통문양이나 장신구의 상징적, 미적 의미들은 이미지 지각에 크게 영향을 미치지 못하는 것으로 분석되었다.

셋째, 미국 대학생들은 고쳐스하거나 트렌디하다고 평가할수록 그 디자인을 좋아하는 정도도 높게 나타나는 것으로 분석되었다. 지각된 이미지만으로 디자인의 선호도를 예측하는 데는 무리가 있으나, 좋아하는 정도가 높다는 것은 그만큼 디자인에 대해 주의를 기울이고 긍정적인 인상을 가진다는 것을 의

미하며, 이는 곧 선호와 연결될 수 있는 부분이다. 따라서 미국 대학생들은 곡선의 효과가 강조되어 트렌디하게 지각되는 패션디자인에 대해 비교적 긍정적인 평가를 보이는 것으로 이해된다.

본 연구는 통계적 분석방법을 사용하여 연구결과의 객관성을 유지하고자 하였으나 자극물과 응답자가 제한적이며 분석 결과의 해석에 대한 다양한 관점이 존재할 수 있으므로 연구결과를 일반화시키기에는 여전히 한계점이 있다. 특히 연구전반에 대한 아래와 같은 몇 가지 논의점이 제기될 수 있을 것이다.

첫째, 자극물에 사용된 한국적 요소의 응용 방법이 디자이너별로 편중되는 문제가 존재하였다. 즉 무릎길이의 원피스 디자인은 모두 이상봉의 작품이며 말기허리치마를 응용한 디자인은 주로 이영희의 작품에 국한된 경향이 있었다. 그러나 이는 해당시기에 발표된 두 디자이너의 작품 경향에 기인한 것으로 이해할 수 있을 것이다. 앞서 언급한 선행연구나 디자이너의 직접적인 진술³⁹⁾에서처럼 이영희는 바람의 옷이라 하여 한복치마를 활용한 디자인에 컬렉션의 비중을 두고 있는 반면, 이상봉은 한국적 모티프를 현대적 스타일과 접목하는 작업을 주로 진행하고 있기 때문에 이와 같은 디자인의 편중 현상이 발생된 것이라 볼 수 있다.

둘째, 사용된 자극물이 선행연구에서 제시된 한국적 요소의 다양한 응용 방법을 충족시키지 못하고 있는데 이는 두 가지 측면에서 설명될 수 있을 것이다. 하나는 2000년대 이후에는 전통적인 의복 아이템이나 장신구, 부속품을 디자인에 직접적으로 활용하는 경향이 줄어들면서 기존의 응용방법들이 최근 컬렉션에는 등장하지 않는 유행경향에 기인한 것으로 볼 수 있다. 또 다른 하나는 한국적 디자인의 선별 과정에서 전문가들이 디자인을 이해하는 관점의 차이에 기인한 것으로 볼 수 있다. 비록 자극물의 선정이 한국문화에 대해 높은 이해를 지닌 패션 전문가들에 이루어졌지만 응용방법에 있어 독창적인 한국적 디자인으로 수용하기에는 다소 모호성이 있다는 견해의 차이가 존재하였다. 예를 들어 한글을 이용한 디자인이나 직령의 여밈을 응용한 디자인들은 한국인의 시각에서는 분명 한국적 디자인으로 간주될 수 있지만

타인의 관점에서는 여전히 차이니즈 캠리그래피를 사용한 중국적 디자인 또는 기모노를 응용한 일본적 디자인처럼 인식되는 견해의 차이가 발생하였고 이로 인해 본 자극물의 범위에서 제외되었다.

셋째, 본 연구에서는 평가된 이미지와 개별적인 디자인 요소의 특성과의 관련성을 중심으로 이미지 지각에 영향을 미치는 시각적 요소를 고찰하였으므로 응답자나 디자인의 물리적, 문화적 맥락에 기인한 영향을 구체적으로 밝혀 보지 못한 한계점이 지적될 수 있다. 이러한 다양한 요인들을 고려하여 분석하기 위해서는 보다 광범위한 자극물과 응답자 수가 수반되어야 할 것이며, 나아가 관찰자의 문화적 맥락이 미적 반응에 영향을 미치는 사실을 고려한다면 한국 대학생들의 미적 반응과 비교연구를 실시함으로써 이미지 지각 특성에서의 보편성과 특수성을 발견하고, 전통문화에 대한 이해의 차이가 이미지 지각에 어떤 영향을 미치는지에 대해 추가적인 연구가 진행되어야 한다고 본다.

비록 본 연구는 위와 같은 연구의 한계점과 추가적 논의점이 야기되지만 한국적 패션디자인에 대한 타문화권 관찰자의 시각을 이해해보고자 시도한 점에서 연구의 의의가 있다고 판단된다.

또한 디자이너 개인이나 국가적 차원에서 한국적 요소를 활용한 디자인으로 한국적 이미지를 세계화시키고자 노력하고 있으나 연구과정에서 지적되었듯이 한국적 디자인의 정체성에 대한 이해를 증진시키고 글로벌 마켓에서 성공하기 위해서는 우리 문화 전반에 대한 홍보나 이해를 위한 우선적인 노력이 동반되어야 할 것이며 이러한 부분은 마케팅 측면과 함께 논의되어야 할 필요가 있다고 사료된다.

참고문헌

- 1) DeLong, M. & Geum, K. S. (1994). A systematic analysis of the aesthetic experience of Korean traditional dress. *ITAA special publication*, 7, pp. 224-234.
- 2) 강혜원, 고애란 (1991). 여자한복의 인상형성 연구: 디자인의 변형과 배색을 중심으로. *한국의류학회지*, 15(2), pp. 211-227.
- 3) 김희정, 이경희 (1997). 한국적 의복이미지의 구성요인과 디자인 특성. *한국의류학회지*, 21(3), pp. 589-599.
- 4) 채금석 (2007). 한복의 세계화를 위한 방안 연구: 세계 패션명품, 동양 각국의 성공사례를 중심으로. *한국의류학회지*, 31(9/10), p. 1419.
- 5) DeLong, M. (1998). *The way we look: Aesthetics and dress* (2nd ed.). New York: Fairchild Publications, p. 18.
- 6) 조윤경, 이유리 (2009). 한국적 이미지의 패션문화상품에 대한 태도 및 구매의도 영향 요인. *복식*, 59(4), pp. 54-66.
- 7) 김동기 (1984). *현대마아케팅원론*. 서울: 박영사를 김희정, 이경희 (2000). 동양적 복식디자인의 특성과 이미지 연구(제2보): 한국, 중국, 일본을 중심으로. *한국의류학회지*, 24(3), p. 314에서 재인용.
- 8) Marks, R. B. (1976). Operationalizing the concept of store image. *Journal of Retailing*, 52(2), pp. 36-37.
- 9) Kunkel, J. H. & Berry, L. L. (1968). A Behavioral Concept of Retail Images. *Journal of Marketing*, 32, p. 22.
- 10) Keiser, S. B. (1997). *The social psychology of clothing: Symbolic appearance in context* (2nd ed.). New York: Fairchild Publications, p.7.
- 11) DeLong, M. *op. cit.*, pp. 26-27.
- 12) *Ibid.*, p. 5-15.
- 13) 금기숙 (1999). 패션디자인을 위한 전통복식의 활용 현황에 관한 연구. *복식*, 43, p. 71.
- 14) Cho, I. (2003. 3. 13). Korean fashion sallies into the world. *JoongAng Daily*, p. 11.
- 15) 채금석 (2007). 한복의 세계화를 위한 방안 연구: 세계 패션명품, 동양 각국의 성공사례를 중심으로. *한국의류학회지*, 31(9/10), p. 1419.
- 16) 금기숙, 앞의 책, p. 72-80.
- 17) Han, A. (2009. 2. 27). Korean designers making their mark in NYC. *Korea.net*, retrieved 2009. October 8, from http://www.korea.net/News/NewsView.asp?serial_no=20090227004
- 18) 김혜경, 홍정화, 조현정 (2001). 이영희의 의상작품에 응용된 한복의 요소. *한국의류산업학회지*, 3(2), pp. 131-139.
- 19) 임소라 (2007). 현대패션에 나타난 꼬레아니즘. 동덕여자대학교 석사학위논문, p. 57.
- 20) 한국패션 파리 진출의 청신호들 (2006. 5. 15). *Dong A.com*, 자료검색일 2009. 9. 13, 자료출처 <http://www.donga.com/fbin/output?n=200605150282>
- 21) Kobayashi, S. (1990). *Color image scale*, (L. Matsunaga, Trans.). Tokyo: Kodansha International, pp. 12-13.
- 22) 지상현 (2007). 디자인의 법칙: 디자인을 심리학을 알면 마케팅이 보인다. 서울: 지호, pp. 85-87.
- 23) DeLong, M. & Geum, K. S. *op. cit.*, p. 225.
- 24) Liesangbong Paris, 09-10 F/W Paris Collection, 자료검색일 2009. 10. 4. 자료출처 <http://www.liesangbong.com>
- 25) Liesangbong Paris, 04 S/S Paris Collection, 자료검색일 2009. 10. 4. 자료출처 <http://www.liesangbong.com>

- 26) Liesangbong Paris, 09 S/S Paris Collection, 자료검색
일 2009. 10. 4, 자료출처 <http://www.liesangbong.com>
- 27) Liesangbong Paris, 09 S/S Paris Collection, 자료검색
일 2009. 10. 4, 자료출처 <http://www.liesangbong.com>
- 28) Liesangbong Paris, 09 S/S Paris Collection, 자료검색
일 2009. 10. 4, 자료출처 <http://www.liesangbong.com>
- 29) Liesangbong Paris, 07 S/S Paris Collection, 자료검색
일 2009. 10. 4, 자료출처 <http://www.liesangbong.com>
- 30) Lee Young Hee, 08 S/S Seoul Collection, 자료검색일
2009. 10. 7, 자료출처 <http://www.leeyounghee.co.kr>
- 31) Lee Young Hee, 06-07 F/W New York Collection,
자료검색일 2009. 10. 7, 자료출처 <http://www.leeyounghee.co.kr>
- 32) Lee Young Hee, 04-05 F/W Seoul Collection, 자료검
색일 2009. 10. 7, 자료출처 <http://www.leeyounghee.co.kr>
- 33) Lee Young Hee, 04-05 F/W Seoul Collection, 자료검
색일 2009. 10. 7, 자료출처 <http://www.leeyounghee.co.kr>
- 34) DeLong, M. (1987). *The way we look: A framework for visual analysis*. Ames, Iowa: Iowa State University Press, pp. 6-7.
- 35) Kobayashi, S. *op. cit.*, pp. 18-20.
- 36) Davis, M. L. (1996). *Visual design in dress* (3rd ed.). New Jersey: Prentice Hall, p. 82.
- 37) *Ibid.*, p. 34.
- 38) DeLong, M. (1998). *op. cit.*, pp. 298-299.
- 39) 이영희 (2009). *과리로 간 한복쟁이*. 서울: 디자인하우스, pp. 19-20.