

온라인 커뮤니티에 나타난 의복 DIY(Do-It-Yourself)의 동기

김지연 · 이규혜⁺

한양대학교 의류학과 박사수료 · 한양대학교 의류학과 교수⁺

Accessing motivations of DIY(Do-It-Yourself) clothes through online community

Ji-Yeon Kim · Kyu-Hye Lee⁺

Ph.D. Candidate, Dept. of Clothing and Textiles, Hanyang University

Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Hanyang University⁺

(투고일: 2014. 3. 17, 심사(수정)일: 2014. 5. 7, 게재확정일: 2014. 5. 30)

ABSTRACT

Although DIY(Do-It-Yourself) clothes are not popular in Korea, they continually reflect emerging DIY trends. Previous studies have approached the technical aspect of DIY clothes or have considered them only as an aspect of consumption tendencies. The purpose of this study is to look into online communities to investigate distinctive elements, which form the DIY clothing culture. Participant observation of texts and pictures from the online community's postings about DIY was conducted and used for the analysis. Research results showed that personal and social factors motivated DIY clothes. Personal motivations are comprised of factors such as practical creativity and personal enjoyment. Practical creativity occurred when someone wished to express aesthetics and personality in DIY clothes; personal enjoyment refers to the pleasure and utility that one feels when one makes DIY clothes. The social motivations were comprised of factors such as a desire to show off and to expand social exchanges. The desire to show off involved wearing DIY clothes and then finding satisfaction from reactions of people who notice it. The "expansion of exchanges" was not only about sharing information about DIY clothes in an online community but also about distributing or giving real goods (materials or tools for DIY clothes and finished goods) as gifts. Furthermore, some "DIYers" made DIY clothes sustainable by pursuing economic feasibility as an additional motivational factor. When they had expertise and commercial traits, they established businesses in the form of independent creative firms, transforming themselves from productive consumers to producers.

Key words: DIY clothes(DIY 의복), motivations(동기), online community(온라인 커뮤니티), participant observation(참여관찰)

I. 서론

현재 우리나라의 의복 DIY(Do-It-Yourself)는 대중적이지는 않지만 지속적이고 점진적으로 나타나는 DIY 트렌드 중 하나이다. DIY의 좁은 의미는 집수리나 가구 제작, 정원 관리 등 스스로 자신의 생활공간을 수리하거나 만드는 활동이고, 넓게는 의류제품이나 유아용품 및 생활용품을 제작하거나 자동차 튜닝을 하는 등 전문가에 의존하던 영역을 스스로 처리한다는 의미이다. DIY는 특히 유럽과 미국 등 서구 사회에서 보편적인 취미생활의 하나로 인식되어 있어 관련 산업의 성장에 대한 세분화된 통계조사 자료가 보고되었다. 미국의 The Hobby Industry Association의 보고서는 미국의 전체적인 취미 산업과 수공예의 규모뿐만 아니라 취미의 종류에 따라 세분화된 자료를 제시하고 있다.¹⁾

이에 반해 국내에서는 그동안 DIY 문화가 꾸준히 존재하였음에도 마니아적 성향의 소비자들이 형성하는 니치마켓으로 평가되어 그 중요성이 간과되어 왔다. 그러나 LG경제연구원의 '2011 한국 소비자 라이프스타일 조사'를 통해 국내 DIY 문화와 소비 집단이 점차 확대되고 있다는 결과가 발표되었다. 또한 해당 조사의 결과를 인용하여 한국의 DIY 시장 현황과 성장 가능성에 대해 보고한 최경운²⁾은 국내의 DIY 트렌드가 주류 소비자에게로 확산될 가능성을 제시하고 있다. 이처럼 국내 DIY 문화는 최근에야 가시적인 시장의 성장을 보여주고 있어 아직은 하위 분야들에 대한 세부적인 조사가 이루어지지 않고 있다. 그러나 DIY 트렌드 확산을 전하는 기사들을 통해 국내 DIY가 가구 등의 주생활 분야에서 제과 제빵 등의 식생활 분야 및 의류, 출산용품 등 의생활 분야까지 확대되고 있음을 알 수 있다.³⁾⁴⁾

DIY의 하위 분야 중 의복 DIY는 무한정한 구매가 가능하다는 의류제품의 특성 때문에 그 지속성과 함께 양적·질적 팽창 모두가 기대되는 분야이다. 현대 사회에서 DIY는 취미를 기반으로 하므로 인간이 생명을 유지하기 위해 기본적인 식사를 만드는 것을 제외한다면 주전부리나 후식의 개념으로 만들게 되는 식생활 분야나 가구, 인테리어 등 주생활 분야는

소비생활에서의 낭비처럼 DIY에서도 과도한 활동이 불필요하다. 식품에는 유효기한이 있고 가구 또한 필요량을 초과하여 집안에 적재할 필요가 없기 때문이다. 그러나 의복은 자신을 표현하는 수단이라는 개념에 의해 소비생활에도 나타나는 것처럼, 일반적으로 계속해서 더 많이 소유하고자 하는 욕구가 나타나는 품목이다. 따라서 의복 DIY 활동을 하는 사람들은 의복 DIY를 지속하게 될 것이며 개인의 활동 규모는 확대될 것으로 추론해 볼 수 있다. 그러나 이러한 현상적인 주제에서 벗어나 보다 본질적으로 접근하게 되면 '왜 의복 DIY를 하는 것인가?'라는 의문을 제기할 수 있다.

의류제품의 무한정한 구매 가능성과 사람들의 소비 욕구에 의해 의류산업은 계속해서 발전되고 확대되어 왔다. 따라서 지금은 품질과 가격대, 디자인까지 셀 수 없을 정도로 다양하게 과잉 공급되는 기성복을 언제 어디서나 손쉽게 소비할 수 있다. 그럼에도 불구하고 생산을 위한 노동력이 요구되는 의복 DIY가 하나의 트렌드로 자리하고 있다는 것은 판매자들과 관련 산업에서 좀 더 주목해야 할 필요성을 제시하고 있다. 이에 따라 본 연구는 의복 DIY 현상의 동기 요인을 학술적인 접근으로 좀 더 심도 있게 알아봄으로써 새롭게 태동하는 소비자 그룹의 문화를 파악해보고자 한다.

II. 문헌고찰

1. DIY의 역사적 배경과 선행 연구

집이나 가구의 수리, 조립 등을 스스로 한다는 의미의 DIY는 1940년대 말, 제 2차 세계대전 이후 영국 런던에서 처음 사용된 용어로, 전후의 경기침체와 사회기반의 붕괴 등으로 인해 소비자들이 스스로 필요한 물건을 만들어 사용한 것에서 유래하였다. 경제적 동기로 인해 가구와 건축에서 수공업 형태로 시작된 DIY는 이후 미국과 유럽으로 확산되었고, 세계적인 경제 회복기를 거치면서 여가 문화로 유입되어 생산적 레저 활동으로서 꾸준히 성장하고 있다.

DIY의 시초였던 가구 DIY는 현재, '무언가를 만드

는 행위로 자아만족을 얻으려는 욕구를 바탕으로 한 여가 활동⁵⁾으로 정의되면서 쾌락적 가치를 추구하는 소비자들의 취미로 인식되고 있다. 따라서 가구와 인테리어 디자인 등의 분야에서는 개성추구 소비 성향에 의한 산업예의 DIY 적용 및 발전 방향을 제시하는 실용학문 측면의 연구들이 선행되었다. 정하성⁶⁾은 공간의 구조나 크기에 맞춰 디자인의 조절이 가능하고, 의도한 목적에 적합한 형태를 생성할 수 있으며, 경제적인 이득을 주고, 만드는 즐거움과 완성 후의 성취감을 느낄 수 있으며, 자신의 기호에 맞는 변화를 추구할 수 있는 등 DIY 가구의 대표적 특징을 제시하였다. 이은경, 김선미⁷⁾는 개성 추구 소비 트렌드의 특성과 산업 분야에 반영된 예를 고찰하여 DIY 벽지의 적절한 개발 방향을 제시하였고, 남궁선외⁸⁾는 일반 DIY 가구의 제작 시 짜임을 이용한 가구의 제작을 용이하게 하는 방법을 제시하였다.

또한 그 외 다양한 디자인 산업 분야에서도 DIY와 관련하여 소비자의 개성과 가치를 표현하는 소비자적 측면 및 마케팅적 측면의 연구들이 진행되고 있다. 최유진, 최정화⁹⁾는 DIY 스타일로 자신의 개성을 표현하고 소유할 수 있는 예술작품으로서의 디자이너 토이의 유형과 특징을 소개하였고, 김유나, 김인성¹⁰⁾은 DIY의 인터랙션 특성에 주목하여 사용자와 재료 간의 상호작용을 통해 완제품을 만드는 새로운 형식의 팝업 DIY를 제안하였다. 이상훈, 박성현¹¹⁾은 소비자 가치 유형 중 DIY의 가치를 지향하는 소비자는 '강인함'과 '성실'의 브랜드 개성을 선호한다고 밝힘으로써, DIY 지향 가치와 선호하는 브랜드 개성간의 관계를 소비자적 측면에서 고찰하였다. 이처럼 DIY 관련 연구들은 학문적 접근 보다는 실용적 학문으로의 접근이 이루어지고 있는 실정이다.

2. 의복 DIY의 역사적 배경과 선행 연구

주거생활에서의 DIY와는 다르게 의복 DIY는 포스트모더니즘 시대의 하위문화에서 시작되었다고 보는 관점이 우세하다(역사적인 관점에서 의복 DIY는 인류의 의생활 역사와 동일하게 간주할 수 있으나, 본 연구에서는 산업혁명으로 인해 기성복이 의생활의 중심이 되고 의복 제작이 취미활동 영역으로 편입된

이후의 의복 DIY를 주제로 다루고자 하므로 해당 관점을 선택하였다.). 포스트모더니즘은 정치·사회·경제의 모든 영역에 걸쳐 모더니즘에 대한 반발에서 시작된 문화운동이자 시대사상으로, 탈중심, 탈권위, 장르의 붕괴, 혼합과 절충주의, 다원주의 등 기존의 모든 정형성과 법칙을 부정하는 형태로 설명될 수 있다. 현대 사회가 중시하는 문화의 다양성과 개성, 자율성 등은 포스트모더니즘을 통해 확산된 가치들이다. 특히 기성세대의 사회 모순에 저항하는 청년문화가 확립화에 반발하면서, 패션에서는 히피가 의복에 염색, 자수, 패치를 DIY 하여 민족적 요소를 반영하였고¹²⁾, 펑크스타일에서 청바지를 찢고 가죽 재킷에 그림을 그리거나 금속 장식을 박는 등의 형태로 의복 DIY가 나타났다.¹³⁾

이후 사회 변화에 의해 의복 DIY는 취미생활의 영역으로 간주되고, 학술적으로는 포스트모더니즘 시대의 의복 DIY 의미를 파악하는 복식사적 연구를 제외한 분야의 연구는 미흡한 실정이다. 다만 의복 DIY의 역사를 인류의 역사와 동일선상에 있는 수공예의 관점으로 놓고 의복 DIY를 공예적 측면에서 해석한 연구는 꾸준히 진행되어 왔다.

국외에서 수행된 연구들은 대부분 아마추어 직물수공예가들이 의복 및 소품의 생산에 참여하는 다양한 이유와 목적들을 단편적으로 알아보고 있다.¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾ 반면에 국내에서는 복식을 포함한 생활 공예 측면에서 수공예의 역사적·문화적 의미를 찾는 연구들이 선행되고 있다.¹⁷⁾¹⁸⁾¹⁹⁾²⁰⁾ 이러한 국내 연구들은 의복과 소품의 DIY를 공예적 가치에서 접근하여 고찰하고 있으나 최근의 의복 DIY는 현대 사회 여가 문화의 양상을 보이고 있어 예술적인 가치보다는 소비의 가치가 두드러지고 있다. 따라서 의복 DIY 활동의 주체인 생산적 소비자를 중심으로 한 연구가 필요할 것으로 사료된다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구의 접근방식

의복 DIY는 아직까지 산업적으로도, 학문적으로도

대중적인 인지도와 관심에서 벗어난 영역이므로 소수의 집단에서 나타나는 현상을 발견하고 이해하기 위한 질적 연구를 수행하였다. 특히 의복 DIY는 취미를 기반으로 국내에 도입되어 동호회로 시작한 온라인 커뮤니티 활동이 활발하고, 산업의 규모가 크지 않아 인터넷을 위주로 상권이 형성되어 있다는 점을 고려하여 온라인 커뮤니티를 통해 의복 DIY의 동기 요인을 알아보는 것이 적합하다고 판단되었다. 따라서 본 연구는 의복 DIY 온라인 커뮤니티에 나타난 의복 DIY에 관한 자료를 수집하고 그 결과를 해석하기 위하여 참여관찰의 원리를 적용하였다.

참여관찰은 연구 주제와 관련된 대상에 대하여 체계적으로 참여 및 관찰을 수행하고, 그 과정에서 풍부하고 상황적이며 세부적인 자료를 수집하여 조직화하는 방법을 통해 연구 주제에 대한 종합적, 총체적, 개방적 이해를 얻는 데 목적이 있다. 참여관찰은 연구자의 위치와 활동에의 참여 정도에 따라 유형이 구분되는데, 현장 외부에서 최저의 관여를 하는 외부적인 참여, 연구자가 활동 현장에 있지만 참여하지 않는 수동적인 참여, 연구자가 내부자와 외부자 사이의 균형을 유지하는 균형 잡힌 관찰, 연구자가 연구대상 집단의 활동을 일반적으로 하면서 시간이 흐를수록 적극적으로 그 상황의 활동에 관여하는 활동적 참여관찰, 마지막으로 연구자가 현장 내에서 자연적으로 참여자가 되는 총체적 참여까지 다섯 가지의 유형으로 나누어진다.²¹⁾ 본 연구는 의복 DIY의 동기 요인을 전반적으로 파악하고자 하는 탐색적 연구이므로 연구대상에게 강제적 자극을 주어 내용의 변형을 초래하지 않도록 연구자는 현장 내부에 존재하면서도 관중의 역할을 하는 수동적인 참여를 통해 자료를 수집하는 방법을 채택하였다.

2. 조사대상 및 분석방법

온라인 커뮤니티에 나타난 의복 DIY의 동기 요인을 살펴보기 위하여 본 연구가 선정한 분석의 대상은 우리나라 대표 포털 사이트 중 하나인 네이버에서 활발하게 운영되고 있는 의복 DIY 관련 커뮤니티 '동건짱 봉틀세상'²²⁾의 게시글이다. '동건짱 봉틀세상' 커뮤니티는 대다수의 회원이 취미로 의복 DIY 활동

을 하거나 의복 DIY에 관심이 있는 사람들로, 온라인을 통해 각자의 의복 DIY 활동을 뽐내거나 의복 DIY 활동에 도움이 되는 관련 정보들을 공유하며, 공동구매나 벼룩시장 등을 통한 소규모의 경제활동까지 자유롭게 이루어지는 공통된 취미 기반의 온라인 커뮤니티이다. '동건짱 봉틀세상' 커뮤니티는 2007년에 의복 DIY 활동을 하는 운영자에 의해 자발적으로 개설되어 현재까지 지속적으로 운영되고 있으며, 3년간(2010-2012) 연속으로 네이버의 대표 커뮤니티에 선정되었다. 2010년 10월 말 기준으로 커뮤니티의 가입 회원은 약 5만 7천 6백여 명, 즐겨 찾는 회원은 약 9천 9백여 명이었고, 일평균 게시글 수 약 169개, 검색 조회 수 약 1,300회로 나타나 커뮤니티의 활성화 정도가 의복 DIY의 동기 요인을 도출해내기에 적합하다고 판단하여 자료 수집 및 분석 대상으로 선정하였다.

2012년 11월에서 12월에 걸쳐 선정 커뮤니티의 게시글을 분석하였는데, 분석 자료는 게시글의 본문과 댓글 내용을 전사하고 시각자료는 그 특징을 기술하는 방식으로 수집되었다. 분석 기간 동안 커뮤니티에 게시된 글의 수는 총 8,619개였으나 게시판 중 의복 DIY의 동기와는 관련이 없는 게시판(운영자의 정보 전달 전용 게시판, DIY와 무관한 일상적 질문 답변 게시판 등)의 게시글을 제외한 2,408개의 게시글을 전사하였다. 수집한 자료는 개방적 코딩과 범주화의 질적 분석 단계를 거쳤는데, 코딩의 과정에서 게시글의 형식과 내용에 따라 본 연구의 목적에 적합하지 않은 자료는 제거되어 최종적으로 684개의 게시글을 범주화하고 주제를 도출하였다. 두 명의 연구자가 684개의 자료로부터 각각 주제어를 추출한 뒤 비교하여 우선 공통된 주제어를 선정하였고, 나머지 서로 다르게 추출한 주제어들은 토론을 거쳐 합의에 이른 주제어로 선정하였다. 선정된 주제어들은 의복 및 의복 제작과정에 대하여 이론과 실체를 이해하고 있는 의류학 전공 대학원생 2명에 의해 검토의 과정을 거쳤으며, 일부 주제어의 수정 및 보완이 이루어졌다. 최종적으로 선정된 주제어들은 연구자 간의 논의를 통한 범주화 과정을 거쳐 의복 DIY의 개인적 동기 범주로 '자기만족적 유희성(31.9%)'과 '실용적 창의

성(28.4%)', 사회적 동기 범주로 '과시성(7.8%)'과 '교류의 확장(21.6%)', 경제적 동기로 '전문성에 의한 경제적 이득의 추구(20.7%)'의 주제로 분류되었다 (하나의 게시글에 복수의 주제어가 도출된 경우로 인해 주제의 비율의 합은 100%를 초과한다.). '과시성'은 의복 DIY의 다른 동기에 비해 그 비중이 낮게 나타났으나 연구자 간의 논의 과정에서 유의미한 동기로 결론 내려 결과에 포함하였다.

IV. 결과분석 및 논의

의복 DIY 온라인 커뮤니티의 게시글에서 가장 비중 있게 다뤄진 의복 DIY의 동기는 개인적 동기와 사회적 동기, 경제적 동기로 범주화되었다. 의복 DIY를 하는 사람들은 개인적으로 자기만족을 주는 즐거움과 실용성이 반영된 창의성을 표출하기 위하여 의복 DIY를 하는 것으로 나타났다. 또한 스스로 제작한 의복이나 제작자의 의복 DIY 실력, 창의성 등을 타인에게 보여주기 위해 의복 DIY를 하거나, 타인에게 DIY 의복을 선물하는 등의 사회적 동기에 의해 의복 DIY를 하기도 하였으며, 의복 DIY의 과정에서 발생하는 경제적 이득에 의해 의복 DIY를 하는 경우도 있는 것으로 나타났다(표 1).

1. 의복 DIY의 개인적 동기

1) 자기만족적 유희성

의복 DIY를 하는 사람들의 가장 기본적인 전제 조건은 무언가를 스스로 만드는 행위 자체를 즐긴다는 것이다. 자신이 입거나 또는 자신의 주변 사람들

이 입을 의복을 스스로 만든다는 것은 행위의 본질에서부터 행위의 결과로 얻어지는 결과물인 의복, 그리고 그 의복을 누군가가 착용하는 시점까지 전 과정에 걸쳐 뿌듯함과 재미, 보람, 성취감 등을 느끼게 해 준다는 것이다. 이는 사실 의복뿐 아니라 모든 소비 분야에서 나타나는 현 시대의 DIY 트렌드를 설명하는 동기로, 매년 국내 트렌드를 소개하는 교양서²³⁾²⁴⁾에서도 자생·자발·자족 소비자, 불편을 감수하는 소비자 등의 주제를 통해 다루어지고 있는 내용인데, 본 연구의 결과로도 도출이 되었음을 알 수 있다. 이처럼 의복 DIY를 하는 사람들이 활동 자체에서 즐거움을 느낀다는 것은 이들이 의복 DIY를 여가의 측면으로 인지하고 받아들이는 것으로 볼 수 있다. 물자가 부족하고 생활이 어려웠던 과거에는 생계에 보탬이 되는 수단이었던 생산자 개념의 의복 DIY가 그 유래 및 역사와는 다른 방향, 즉 생산적 소비자로 변화된 것이다.

“이제 막 미싱의 ㅁ자를 배우려고 하는 왕 초보예요^^;;
문화센터 양재 끊고 첫날 나가서 너무 재미있어서..
아가 데려와야 할시간을 지나쳐서 무진장 난처했
었어용 ㅎㅎ
어렸을적부터 참 해보고 싶었는데 어케 기회가 안
닿아 까먹고있었는데
문득 재봉틀이 너무너무 하고싶어서 덜컥 문화센
터 끊어버리고는 이렇게 인터넷을 헤매다 카페가
입까지 했어요^^;;(12/8-해당 게시글의 게시일자.)
태교때 처음으로 퀴트를 시작하여 바느질의 재미
에 빠져, 신생아를 옆에 두고 기저귀천으로 한땀한
땀 손수건을 만들고 있었지요... 그 모습을 보고
친정어머니께서 눈나빠진다고. 그렇게 재밌나며 재
봉틀을 사주셨어요~~!!
가정시간인가. 재봉틀을 그림으로만 봤던지라. 완전
처음 접한 재봉틀 앞에서 어찌나 설레면서도 겁이

〈표 1〉 의복 DIY 온라인 커뮤니티 게시글의 주요 주제

범주	주제	주요 어휘
개인적 동기	자기만족적 유희성	재미, 즐거움, 만족, 뿌듯함, 기쁨
	실용적 창의성	수정, 변형, 맞춤, 취향, (착용자가) 좋아하는
사회적 동기	과시성	특정 목적(행사, 커플룩, 패밀리룩), 자랑(DIY 의복, 착용자)
	교류의 확장	선물, 나눔, 마음에 듦
경제적 동기	전문성에 의한 경제적 이득의 추구	기성복(기성품)-고가, 공동구매, 무료나눔, 중고, 서포터, 1인 기업

났던지.
 그렇게 완전 썩 초보인제가 동건짱님의 숙제들을
 독학으로 하나씩 해가며 아이 내복을 만들기 시작
 했더랬지요.(12/25)
 맨날 기본적인 것만 만들어보다가 지퍼다는 걸 처
 음 만들어봤내용...ㅋ
 그래도 실수없이 잘 된거 같아서 나름 만족했답니
 다~(12/26)”

이처럼 의복 DIY는 스스로에게 유희라는 만족을
 제공해주므로 의복 DIY 활동에 투자하는 시간과 노
 력은 낭비 혹은 노동의 개념이 아님을 알 수 있다.
 또한 의복을 제작하는 중에 어렵거나 힘든 상황에
 처해도 그것을 극복해나가는 과정, 그리고 그 과정에
 서 새로운 지식을 습득하게 되는 배움의 과정까지도
 ‘자기만족적 유희성’에 포함되는 것이다.

“그 동안은 대충 했던걸... 처음부터 체계적으로 배
 우니까 확실히 좋더라고요(11/4)
 오늘 장장 5시간동안 만든거랍니다...
 저 패브릭 전사지는 어떻게 붙이는건지 자꾸떨어
 지려고해서 일일이 색색별로 전부 박아줬어요
 이것만 한시간 걸렸네요..
 그래도 뿌듯하네요(11/22)
 큰맘먹고 야간작업해서 티셔츠를 완성하니 이 뿌
 듯함~(12/11)
 지퍼올링증이라서 맘스씨잉님께 배워서 달았어요.
 ㅋㅋ 나름 행복했어요.(12/26)”

2) 실용적 창의성

의복 DIY가 생산적 여가활동으로 인식되어 있기
 는 하나, 기계에 의한 대량생산이 아닌 손으로 일상
 생활에 사용되는 물건을 만든다는 점에서 공예의 측
 면을 가지고 있음을 문헌 고찰을 통해 확인하였다.
 문헌 고찰의 내용을 뒷받침하듯이 본 연구의 결과에
 서 도출된 의복 DIY의 ‘실용적 창의성’ 요인은 공예
 적 측면의 의복 DIY 동기에 해당한다.

공예로 만들어진 물건은 실생활에서 사용되기 때
 문에 기본적으로 실용성을 고려하여야 하는데, 표준
 적인 제작 방법을 따른다고 해도 제작 과정에서 수
 정과 변형이 가능하므로 사용자를 고려한 디자인을
 통해 실용성의 목적을 달성할 수 있는 것이다. 따라
 서 본 연구의 결과를 통해 나타난 의복 DIY의 ‘실용
 적 창의성’ 동기란, 제작자가 창의성을 발휘하여 사
 용자에게 신체적으로, 심리적으로, 사회적으로 적합

한 의복을 제작하고자 하는 것을 의미한다. 이 때 수
 반되는 수정과 변형의 과정은 실용성뿐만 아니라 제
 작자의 개성과 심미성까지도 표현할 수 있는 공예의
 중요한 특성 중 하나로써, 의복 DIY에서도 실용적
 창의성을 발휘하는 과정에서 제작자의 개성과 심미
 성이 함께 표현되고 있음을 알 수 있다. 특히 DIY
 의복에서 나타나는 개성과 심미성이란 제작자 고유의
 미적 가치를 반영한 디자인 요소의 사용도 있지
 만 세상에서 단 하나뿐인 유일한 제품의 의미도 가
 진다. 또한 심미성은 이러한 실용적 창의성을 발현하
 는 일련의 과정을 통해 결과적으로 얻게 되는 특성
 인데, 이는 제작자의 미적 가치와 착용자에게 적합한
 디자인이 착용자와 이루는 조화가 아름답지 않을 수
 없기 때문이다.

“김군의 두번째 아우터입니다..
 사실 요런 코디로 진작부터 입고 싶었어요~~ㅋ
 이려고 문센갔더니 안내하는 이모들이 넘 예뻐해
 주시네요~
 예전에 김양 만들어주었던 더블누빔코트에서 후드
 빼고
 에이라인열선을 직선으로 내리고
 기장을 줄여 만들었어요~(11/12)
 아이들의 키를 확인하신 후 만드세용!
 직접 만들어서 입히는 거잖아요. 그런... 딱 맞게..
 입히셔야 만드신 보람이 더 크답니다.
 너무 크게 만드시면.... 언어 입힌 옷 같잖아요.ㅋㅋㅋ
 그러니.. 엄마의 능력을 발휘하여~~~맞춤복처럼
 예쁜 핏으로 만드세용! (11/13)
 여자아이를 키우며 늘 안타까운건..
 저야 머리가 짧으니 뭘 써도 괜찮지만
 머리가 긴 아이가 묶은채 모자를 쓰면..
 외뿔이나 쌍뿔 외계생명체가 되어버려 속상할때가
 많답니다.
 그래서 이번엔 아예 머리카락 뺄 구멍을 만들었다
 죠?? ^^ (11/20)
 요거 가장만 길게해서 원피스처럼 만들어입을까말
 까...가위들고 한참 망설였다는 거~~~^^
 강...한 벌 더 만들지...뭐...하면서 과감히 목티
 로~~^^
 괜찮은 선택이었죠~~~(12/31)
 맞춤형 야상점퍼면서 좋아하는 취향대로 워펜이나
 라벨 달아주고 단추 달아주니
 확실적인 똑같은 디자인들과는 차별도 되고 세상에
 단 하나밖에 없는 옷이 되어
 올 겨울 멋쟁이로 거듭날 수 있겠어요
 모카색 위키힐과도 환상적으로 보여 더 맘에 드네요
 (12/31)”

2. 의복 DIY의 사회적 동기

1) 과시성

온라인 커뮤니티에 나타난 의복 DIY 동기 중 하나는 타인에게 내가 만든 옷을 자랑하고 싶은 마음인 과시성이다. 의복 제작자는 자기만족을 위해 개성과 심미성을 표현하면서도 착용자에게 어울리는 의복을 만들고 이를 제 삼자인 타인에게 보여줌으로써 자신의 노력과 실력, 제작의 결과물을 자랑하고 인정받고 싶어 하는 것으로 나타났다. 또한 일부는 결혼식이나 자녀의 학예발표 등과 같은 특정 행사에 참석하기 위해서 의도적으로 타인에게 보여주기 위한 목적으로 의복 DIY를 하는 경우도 있었다.

“유치원에서 할로윈 파티를 한다는 안내가 왔어요.. 할로윈 의상이 있으면, 입고오라고~~~ 살짝 피곤해서.. 고민하다가.. 좋은엄마되기로 하고.. 만든 할로윈 의상.. 초랭이몬스터!!! 어디를 끌고 다녔는지.. 꼬리가 완존 더러워져 왔지만.. 너무 즐거워하는 아들을 보니... 밤샘피로가 사라졌어요..(11/1)
원단이 완전 너무 좋아서(정말 캐시미어 들어간 오리지널 캐시미어 원단) 만들면서도 따뜻하더니.. 입어보니 더 좋더라고요.
원래 여기저기 잘 안올리는데.. 옷이 너무 마음에 들어 자랑질하러 돌아다닙니다. 다른곳에서 보셨으면..죄송해요^^ 옷만드는 재미가 다 이런것 아니겠어요? ㅎㅎ(12/24)”

특히 자녀의 의복을 DIY하는 경우에는 대부분의 게시글이 아이에게 착용시킨 사진을 포함하고 있고, 아이가 옷을 입고 사진 찍는 것을 원하지 않아 DIY 의복 사진만을 게시한 게시글의 내용에 자녀가 착용한 사진이 아닌 것에 대한 아쉬움이 드러나는 경우가 있는 것으로 볼 때, DIY 의복 제작자가 부모(본 연구에서는 어머니)인 경우에는 자신의 의복 DIY뿐 아니라 자녀까지도 함께 과시하고 싶은 욕구가 있는 것으로 생각해 볼 수 있다. 또한 이처럼 DIY 의복을 착용한 자녀의 사진으로 과시성을 보여주는 게시글에는 자연스럽게 아이의 모습에 대한 칭찬이 댓글로 작성되어 의복 제작자인 부모에게 외적 요소로부터의 뿌듯함을 느낄 수 있도록 해 준다.

“(DIY 의복을 착용한 자녀의 사진이 포함된 게시

글의 댓글)와대단해요 와 대박~~입니다 멋져요^^ 모델이 이쁘니 옷도 사네요 ㅎㅎㅎ(12/31)”

2) 교류의 확장

DIY 의복 제작자는 자신이 입을 옷을 제작하기도 하지만 가족에게 또는 지인에게 선물하기 위해 의복 DIY를 하는 경우도 많은 것으로 나타났는데, 이러한 선물은 금전적인 보상을 바라지 않는 무상 교류의 한 형태로 볼 수 있다. DIY 의복 제작자는 자신의 즐거움과 만족을 얻으면서도 실제 착용자(선물을 받는 사람)를 생각하며 시간과 노력을 투자하여 DIY 의복을 제작하고, 완성된 DIY 의복을 실제 착용자에게 선물하면서 나눔의 기쁨을 누린다. 이 때 착용자에게 전달되는 것은 단순한 DIY 의복만이 아닌 그 안에 담긴 제작자의 정성이므로 실제 착용자는 DIY 의복과 함께 선물하는 주체(제작자)의 마음을 받는 것에서 더욱 고마움과 기쁨을 느끼는 것이다. 또한 착용자는 후에 선물 받은 DIY 의복을 착용하면서도 제작자의 마음을 상기하게 되면서 만족감이나 행복 등을 느끼고, 그 마음을 다시 제작자에게 전하게 된다. DIY 의복을 선물 받은 착용자의 이러한 감정이 DIY 의복 제작자에게 주어지는 정신적인 보상이며, 제작자는 이를 통해 다시 자기만족을 느낌으로써 의복 DIY를 지속하게 되는 것이다.

“작년엔 선생님께도 선물드리고 했는데 간단해서 걱정할 것도 없고~~~ 넘 좋아하셨어요...^^(중략)..... 제꺼도 이번엔 하나 해입어야 할텐데...ㅋ 만들고 나면 다들 좋다하시니 선물로 주다보니 제 건 없더라고요.ㅋ(11/22)
계획에 없는 옷을 만들어 준터라 무지 좋아라 해주네요^^ 박음질이 깨끗하게 잘 되진 않았지만 좋아해주니 만들어준 보람이 있네요...(11/27)
맘에 들어하는 딸 덕분에 힘들게 만든 보람이 있네요. (11/29)
ㅎㅎ 요 두벌이 조카들에게 선물로 갈 겁니다.. 아가들이라 겨울이 입으면 너무 좋을 것 같아서 우리 딸 것 만들면서 같이 만들었어요..(12/27)”

3. 의복 DIY의 경제적 동기

의복 DIY에 투자한 시간과 노력에 의하여 축적된 경험은 의복 DIY 동기의 확장을 가져오기도 하는 것으로 나타났는데, 가장 두드러진 동기로는 '경제성 추구' 요인을 들 수 있다. 의복 DIY는 기본적으로 관련 도구들을 어느 정도 갖추어야 하는 활동으로, 초기 비용이 적지 않게 필요하다. 또한 소량생산에서 오는 비용의 증가로 인해 대량생산 되는 기성복과 비교하면 총비용의 측면에서 오히려 손해인 경우도 있다. 특히 최근에는 생산뿐 아니라 유통 분야까지도 기술 혁신이 거듭되어 소비자들은 보다 저렴한 가격으로 좋은 품질의 기성복을 손쉽게 구매할 수 있다. 따라서 의복 DIY는 경제적인 이익을 기대하고 하는 활동, 즉 비용대비 효율적인 생산 활동이 아님을 DIY 의복 제작자들도 알고 있는 것으로 확인되었고, 이러한 점이 앞서 언급했던 '의복 DIY가 여가로 인식된다.'는 논의를 일부 뒷받침한다고 볼 수 있다. 그러나 일부 DIY 의복 제작자들에게서는 이와는 다른 양상이 관찰되었는데, 의복 DIY 활동을 통해 경제적 이익을 추구하는 제작자들이 여기에 해당한다. 온라인 커뮤니티에 나타난 의복 DIY의 경제성 추구 동기 요인은 의복 DIY 제작에의 전문성에 따라 여러 형태로 나타남을 볼 수 있다.

시간과 비용을 투자하여 의복 DIY를 지속하게 되면 그 만큼 의복 제작에 있어 지식의 축적과 기술의 발전을 이루게 되고, 이를 바탕으로 좀 더 효율적이고 경제적인 의복 DIY를 위한 다양한 방법들을 자연스럽게 습득하게 된다. 의복 DIY에서 경제성을 추구하는 방법은 몇 가지로 나누어지는데, 우선 의복 DIY가 숙달되면 제작에 소요되는 시간이 단축되고, 제작 과정 중 기술적인 문제로 인해 완성하지 못했던 부분을 해결하게 되면서 불필요한 비용의 낭비를 줄일 수 있게 된다. 의복 DIY 과정에서 실수와 미숙함으로 인해 소모되는 재료와 그에 따른 비용이 처음에 비해 비교적 감소하는 것이다.

"예전에 딸아이 언바란스 스커트 만든다고 누더기를 만들었던 원단 짜깁기해서 스커트를 만들어 봤어요...^^
.....(중략)....."

이런 기본 스커트는 막상 사려고보면 맘에 드는 건 너무 비싸서 만들어봤는데... (11/8)"

이러한 의복 DIY 기술의 발전은 더 나아가 제작자가 기성품(브랜드 의류제품) 수준의 품질과 디자인을 스스로 구현해낼 수 있을 정도로 도달하도록 하는데, 이 때 제작자들은 시간과 비용, 노력을 더 투자하더라도 완성된 DIY 의복이 고가의 기성품을 대체하기 때문에 상대적으로 경제적인 이익을 실현했다고 생각하는 것을 볼 수 있다. 따라서 숙달된 DIY 의복 제작자는 자신의 의복 DIY가 저비용 고효율의 표준적인 생산 활동은 아니지만, 자기만족을 추구하면서도 어느 정도 수준의 생산성을 가지는 합리적인 취미활동이라고 인식하는 경향이 있는 것으로 생각된다.

"짜자잔~^^~ 엠씨엠에서 가방 샀냐구요? 아닙니다..ㅎㅎ
그럼 선물받은 거냐구요? 아닙니다...ㅎㅎ
제가 만든거예요~ (^o^)
mcm로고 자수가 새겨진 요즘 대~유행인 블링블링 나염이 새겨진 가죽원단 이랍니다.(11/8)
확실히 손이 더 가면 멋진 거 같아요
..... (중략)

맘쫘이면서 작업했지만 만들고 나서 배로 만족스러우니 정말 하길 잘했던 생각이 드네요
디자인이 너무 이뻐서 기성품이 따로 필요없어요
넌 완전 기성품뻔~ 하트 뽕뽕 발사됩니다,
정말 돈번 느낌이에요...^^(11/26)
압튼 시판되는 옷 중에 맘에 드는 긴 옷이 없고,
너무 비싸서 고민하다가 결국 일을 저질렀네요.(11/29)"

의복 DIY에서 경제성을 추구하는 또 다른 방식은 온라인 커뮤니티를 통한 정보 공유로 의복 DIY에 필요한 재료와 도구 등을 보다 더 저렴하게 구매하는 것이다. 특히 의복 DIY 재료와 도구 등을 저렴하게 구매하는 것은 단순히 저가의 공급처를 찾아내는 것뿐만이 아니라, DIY 의복 제작자들이 함께 참여하여 공동구매나 중고제품 매매, 또는 무료 나눔 등의 형태로도 형성되어 있기 때문에 온라인 커뮤니티를 통한 DIY 의복 제작자들간의 연결과 소통이 의복 DIY의 경제성 추구를 위한 중요한 매개체가 된다고 볼 수 있다.

“요건~ 면으로만 한거구요~ ^^
 첫번째 세번째 원단은 윗집 언니가 준거
 중간꺼는 예전에 천드림에서 물건 사면서 서비스
 로 받은 원단이네요.
 아래 사진 중.. 미웃에서 나눔 받았던 원단이라 제
 가 산 원단이 한 가지있네요..ㅎㅎ(12/21)”

숙달된 기술을 보유한 의복 DIY 제작자 중 활발한 의복 DIY 활동으로 더욱 많은 경험을 축적한 제작자는 일정 수준의 전문성을 가지게 되면서 또 다른 차원의 경제성을 획득하게 되는 것을 볼 수 있는데, 이는 의복 DIY와 관련된 특정 업체의 서포터 활동으로 나타났다. 의복 DIY 제작자가 커뮤니티뿐 아니라 블로그, 소셜네트워크 등 온라인상의 각종 경로를 통해 자신의 활동을 알리고 인지도를 얻게 되면, 의복 DIY 관련 각종 비즈니스 사이트와 업체들이 이들 제작자의 의복 DIY 활동을 통해 브랜드 및 제품을 홍보하여 사업적 이익을 얻고자 후원을 제시하게 된다. 이 때 의복 DIY 준전문가가 DIY 업체의 물질적 지원을 통해 경제적인 의복 DIY를 지속하고자 한다면 양 측의 이해관계가 성립되어 협력을 맺게 된다. 즉, 의복 DIY 관련 업체는 의복 DIY 제작자에게 의복 DIY에 필요한 재료 및 도구들을 무료로 제공하고, 의복 DIY 제작자는 후원받은 원재료들을 사용하여 의복 DIY 활동을 한 뒤 후원 업체를 노출하여 온라인상에 게시함으로써 간접적으로 후원 업체를 지지하고 홍보하는 것이다.

온라인 커뮤니티에 나타난 서포터들의 게시글 특성을 분석해보면, 후원받은 원재료의 장점을 강조하여 자세하게 설명하고, 후원받은 원재료를 사용하여 제작한 DIY 의복의 착장 후 전신사진과 부분 디테일 사진을 반드시 함께 첨부하는데, 이는 원재료의 장점 및 적용 예시와 더불어 서포터의 전문성을 효과적으로 보여주는 구성으로 볼 수 있다. 그러므로 비전문가들은 자연스럽게 댓글을 통해 이에 대한 칭찬 혹은 정보의 요청 등과 같은 반응을 하게 되는데, 서포터는 이러한 댓글에 대한 피드백을 충실히 하면서 계속해서 후원 업체 홍보의 역할을 수행하고 있음이 확인되었다.

“(원글)대박짜투리원단 서포터즈가 되어서 처음 작업한 서링 원피스입니다

아직 많이 부족하지만 열심히 만들어보았습니다.
 첫 번째는 이중자가드 원단으로
 원단 양끝이 가운데랑 틀리답니다
 원단자체가 마감이 된상태라 작업시 완성도가 훨씬
 좋습니다
 살짝도툰한 아이라 지금 외투살짝 걸치고 입기에
 딱 좋습니다
 바느질도 너무 잘되구요 주름이 살짝씩 있는 원단
 이라 입었을 때 날씬해보이는 효과랑 핏이 너무
 좋습니다
 (댓글1)서포터즈 하시는 분들 보면 솜씨가 예상
 지 않으시더군요..
 깔끔하면서 아주 고급스럽게 느껴져요
 (댓글1 피드백)이쁘게 봐주셔서 감사합니다 수정
 맘님~^^
 제가 잘만들진 못하는데 ...요 원단이 혼자 멋스러
 움이 있는아이라 제가 은근 물어갑니다...^^
 (댓글2)역시 솜씨가 예사솜씨가 아니네요~고급스
 러운 멋진 원피스가 되었는데~
 (댓글2 피드백)****님 감사합니다^^
 만들고 참 보람있는 원단이었습니다 처음 접해본
 이중자가드 원단인데 동생이 탐내서 더 기쁜작업
 이었습니다~~~^^
 (댓글3)우와~ 라인 깔끔하네요~
 모티브랑 허리띠가 포인트로 굿이네요~ ^^
 (댓글3 피드백)부자제 덕존 됐네요 ㅎㅎ 모티브도
 스팅글이 있어서 반짝반짝~! 대박서 문지마모티
 브 구입해서 너무 잘사용하네요 허리때도 뺏살가
 려주는데 한뼘 해주구요~~~!^^
 **님 이쁘게 봐주셔서 감사합니다^^(12/6)”

일반적인 의복 DIY 제작자들과 마찬가지로 서포터 활동을 하는 의복 DIY 제작자들에게도 온라인 커뮤니티는 의복 DIY의 경제성을 추구하기 위한 중요한 수단이다. 그러나 일반적인 의복 DIY 제작자들은 나눔, 정보 공유 등 공동체의 이익을 위한 목적이 더 강하게 나타나는 반면, 서포터들은 개인의 이익 추구 목적이 더 드러나고 있음을 알 수 있다. 이러한 분석 결과에 부합하는 온라인 게시글의 특성을 살펴보면, 서포터 경력에 오래된 경우 DIY 의복이 가장 돋보일 수 있도록 사진의 배경과 착용자의 포즈를 설정하고 게시글과 사진의 배열에도 신경을 쓰는 등 촬영 및 게시글 작성의 기술이 향상되어 있는 경향을 확인할 수 있다. 이는 의복 DIY 서포터 활동을 하는 자신을 알리기 위한 수단으로 볼 수 있을 것이다. 또한 일부 개인 온라인 활동 공간을 보유한 서포터는 커뮤니티의 게시글과 사진에 자신의 개인 온라인 활동 공간을 노출시키는 반면, 후원 업체의 정보는 커뮤니티가 아닌 개인 온라인 공간에만 게시하고 있다. 이러한

방법은 커뮤니티 회원들을 자신의 온라인 활동 공간으로 유도함으로써 후원 업체의 제품 홍보와 동시에 자신의 개인 온라인 공간도 홍보하여 인지도를 높이는 전략을 사용하는 것으로 해석할 수 있다.

“(원글)피치후라이스스판(양면)-쉐비인디핑크 원단으로 잇즈리얼핏 티셔츠를 만들었어요
이 사랑스런 쉐비풍 기모후라이스원단은 아래 오트밀 색상과 핑크 두가지가 있는데 보시는 느낌 그대로 아주 포근하면서도 사랑스런 쉐비풍이라 로맨틱함이 그대로 느껴져요
성인옷 만들어도 너무 예뻐 듯 싶어요
이런 예쁜 원단은 품질도 어찌나 빨리 뜨는지 참 아쉽기도 하지만
오트밀색상도 있어서 참 다행인 듯 싶어요
(댓글1)이 패턴과 원단은, 어디에서, 구하나요?? 글고, 사이즈 140도, 있을까요?
(댓글1 피드백)보통은 제블로그 원문에 원단과 패턴정보 링크걸어둔답니다^^
(댓글2)말라미 참 많이 컸어요~ ****님 딸 아이는 카페 통해서 많이 봐서 그런지 이웃집 아이같은 느낌~~~
저 혹시 예전에 아동복 쇼핑몰 하지 않으셨었나요~ 올 말라미 옷 사면서 아이모델사진으로 첨부거갈데...
****님 디자인은 모두 샤랄라 꼬마 공주님 스타일~너무 예뻐요~~
(댓글2 피드백)늘 좋게 생각해주셔서 감사드립니다
아동복 쇼핑몰 사진은 아닙니다
원단과 패턴 서포터즈를 오래해서 혹시 다른 사이트서 보신건 아니신지 모르겠어요(12/13)”

의복 DIY 온라인 커뮤니티 게시글의 분석 결과, 의복 DIY를 통해 경제적 이득을 취하는 또 다른 경우로 전문성과 함께 상업성을 갖춘 제작자들이 의복 DIY를 통해 경제 활동을 하는 것을 확인할 수 있었다. 이들은 완성된 DIY 의복을 판매하여 얻어지는 금전적 이익을 목적으로 의복 DIY를 하는 이들로, 근래에 주목받고 있는 ‘1인 창조기업’의 형태로 볼 수 있다. 우리나라 정부에서 규정한 ‘1인 창조기업’이란 국가 정책의 일환으로 활성화 전략을 시행하고 있는 초소형 기업(유·무선 인터넷과 IT 및 관련 분야의 기술 발달로 인해 시간과 공간을 초월한 업무 수행이 가능해지면서 발생한 기업의 형태. 세계적으로 초소형 기업에 대한 관심의 증가와 함께 이에 대한 학자들의 연구가 이루어지고 있다.)의 명칭으로, ‘창의성과 전문성을 갖춘 1인이 상시근로자 없이 대

통령령으로 정하는 지식서비스업, 제조업 등을 영위하는 자’를 말한다(‘1인 창조기업 육성에 관한 법률’ 제2조). 완전하게 전문성과 상업성을 갖춘 의복 DIY 제작자는 자신의 브랜드 및 브랜드 아이덴티티를 구축하고 있으며 이를 반영한 기획에서 디자인 및 생산, 판매까지 스스로 진행하고 있어, 개인이 브랜드가 될 수 있는 경우를 ‘1인 기업’이라고 정의한 Tom Peters의 개념에 부합한다고 볼 수 있다.²⁵⁾

이러한 DIY 의복 1인 기업이 작성한 온라인 커뮤니티 게시글은 완성된 DIY 의복의 장점과 필요성을 설명하고 제품이 돋보이는 사진을 첨부하는 등 의복 DIY 서포터의 게시글과 비슷한 특성을 보이고 있는데, 이를 통해 DIY 의복 1인 기업은 의복 DIY 서포터와 유사한 목적 즉, 1인 브랜드의 홍보를 주된 목적으로 온라인 커뮤니티 활동을 하는 것으로 판단하였다.

“대구에 사는 고객님께서 주문한~ 수면조끼랍니다
.....(중략).....
요번에 만든 아이는요... 길같은 연핑크가 너무나 이쁜
다이마루퀼팅 누빔지로 만들었어요...
뛰니뛰니~~해도 수면조끼는 따뜻한게 생명이니까요~
요즘 아가들..우리아들도 그렇지만 이불을 도통...
— 덮으려 하지않아요.
이불덮어놓으면 죄다 차버리기 일수...쿵.ㅋㅋㅋ
그러다보니까 요렇게 이불처럼 큼직한 조끼를 입힐수밖에요...
내세끼 추울까봐 요런거 불티나게 팔리죠????
(11/7)“”

V. 결론

본 연구에서는 최근 증가하고 있는 의복 DIY를 학술적인 측면으로 접근하여 동기 요인을 알아보고자 하였다. 이를 위해 의복 DIY를 주제로 하는 온라인 커뮤니티의 게시글을 분석하였고, 그 결과를 정리하면 다음과 같다.

의복 DIY의 동기 요인은 개인적 동기와 사회적 동기로 분류되었다. 기본적으로 DIY 의복 제작자들은 스스로 의복을 만드는 행위 자체를 즐거워하고 뿌듯해 했으며 이를 통해 만족감과 성취감, 보람 등을 느끼고 있었다. 또한 착용자에게 가장 적합한 옷

을 만들기 위하여 DIY 과정 중에 수정과 변형을 거침으로써, 실용성을 획득함과 더불어 제작자의 개성과 심미성을 표현하고자 하는 것으로 나타났다. 이 같은 '자기만족적 유희성'과 '실용적 창의성' 요인은 의복 DIY를 지속하게 하는 개인적 동기 요인으로, 의복 DIY 행위 자체의 원동력이 됨을 확인하였다.

의복 DIY의 사회적 동기로는 타인에게 내가 만든 옷을 자랑하고 싶은 마음인 '과시성' 요인이 나타났는데, 이 때 게시글의 댓글에 형성되는 칭찬과 인정, 공감대 등은 제작자의 의복 DIY를 격려함으로써 의복 DIY를 지속하게 하는 동기 중 하나가 되기도 한다. 또한 DIY 의복 제작자들이 DIY 의복을 선물함으로써 착용자(선물을 받는 사람)와의 긍정적인 감정 공유를 통해 만족감과 행복을 느끼고자 하는 '교류의 확장' 요인이 의복 DIY의 또 다른 사회적 동기 요인으로 도출되었다.

이처럼 의복 DIY의 기본적인 동기에 의해 의복 DIY를 지속하게 되면 시간과 노력 등 경험이 축적되고, 이로 인해 '경제성 추구'라는 동기 요인이 나타났는데, 의복 DIY의 경제성을 추구하는 방법은 제작자의 전문성과 상업성을 기준으로 하여 각각 다른 형태로 나타났다. 의복 DIY 제작자는 DIY 과정이 숙달됨에 따라 시간과 비용의 불필요한 낭비를 줄이고, 온라인 커뮤니티를 통해 비용 절감을 위한 정보를 공유하여 의복 DIY의 경제성을 추구하였다. 보다 전문성을 갖춘 의복 DIY 제작자는 의복 DIY 관련 업체에게 재료 및 도구들을 후원받고 이를 사용한 의복 DIY 활동을 온라인상에 게시하여 간접적으로 후원업체를 홍보하는 형태로 비용 감소에 의한 경제적 이익을 실현하였다. 의복 DIY 전문성에 상업성까지 갖춘 의복 DIY 제작자는 1인 창조기업(1인 브랜드)의 형태로 의복 DIY를 통해 실물 경제 활동을 하는 경우가 확인되었다.

종합적으로 볼 때 의복 DIY는 기본적으로 '만드는 즐거움과 개성 표현으로 인한 자기만족' 및 '실용성 있는 결과물'을 동시에 얻을 수 있는 소규모 집단의 생산적 취미활동이다. 따라서 이러한 의복 DIY 현상의 표면적인 내용에만 집중한다면 산업 및 학술 분야에서는 그 의미를 간과할 수 있다. 그러나 본 연구

를 통해 알 수 있듯이 DIY 의복 제작자들은 의복 DIY를 지속하면서 사회적 교류를 확장하기도 하고 경제적 이익을 추구하면서 생산적 소비문화를 형성하고 있다. 특히 '경제성 추구'의 관점으로 볼 때, 의복 DIY 관련 업체와 의복 DIY 제작자 사이의 스폰서-서포터 협력 관계는 주류 경제활동 영역의 마케팅에서 일반적으로 이용되는 브랜드와 기업 등의 간접광고 방식이 의복 DIY라는 비주류 경제활동의 영역에도 나타나는 것으로 볼 수 있다. 또한 의복 DIY 전문가가 1인 브랜드를 창업하는 것은 생산적 소비자에서 생산자로의 전환까지 보여준다. 이러한 점이 의복 DIY가 단순한 여가활동의 영역을 벗어나 논의될 필요가 있음을 시사하는 것으로, 앞으로는 질적연구와 함께 양적연구가 병행되어 보다 광범위하고 체계적으로 의복 DIY 소비자들의 독특한 소비문화를 파악하여야 할 것으로 생각된다.

참고문헌

- 1) Johnson, J. S. & Wilson, L. E. (2005), It says you really care: Motivational factors of contemporary female handcrafters, *Clothing and Textile Research Journal*, 23(2), pp. 115-130.
- 2) 최경운, "DIY, 니치마켓 딱지 떼고 있다", 자료검색일 2012. 12. 24, <http://www.lgeri.com/management/strategy/article.asp?grouping=01020300&seq=382>
- 3) 이권형, "<창업이 희망이다>내아이만의 특별한 옷...DIY 유아용품 쇼핑몰 인기", 자료검색일 2012. 12. 24, http://news.heraldcorp.com/view.php?id=2011083000050&md=20120317135038_BK
- 4) "아기옷에 이불까지...바느질이 돌아왔다", 자료검색일 2013. 11. 17, <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=001&aid=0006569724>
- 5) 남궁선 외 (2010), DIY가구 제작에 활용도를 높이는 짜임의 난이도 연구, *한국가구학회지*, 22(2), p. 99.
- 6) 장하성 (1994), DIY가구 디자인에 관한 연구, *대전산업대학교 논문집*, 11(B-1), pp. 69-82.
- 7) 이은경, 김선미 (2009), 개성추구의 소비 트렌드가 반영된 DIY 벽지의 발전방향에 관한 연구, *한국디자인문화학회지*, 15(1), pp. 259-269.
- 8) 남궁선 외, *op. cit.*, pp. 97-110.
- 9) 최유진, 최정화 (2012), 디자이너 토이(Designer Toy)의 제작목적에 따른 특성 연구, *기초조형학연구*, 13(3), pp. 357-365.
- 10) 김유나, 김인성 (2007), 인터랙션(Interaction)적 방법론 관점에서의 그래픽디자인 팝업(Pop-up)표현양식

- 연구, *디자인여성학연구*, 3(1), pp. 16-29.
- 11) 이상훈, 박성현 (2010), 소비자의 추구가치가 브랜드 개성 선호에 미치는 영향에 관한 연구, *광고연구*, 85, pp. 191-228.
 - 12) 김영옥, 안수경 (2009), *서양 복식문화의 현대적 이해*, 서울: 경춘사, p. 328.
 - 13) 임은혁, 김민자 (2003), 1990년대 하위문화 스타일에 관한 연구, *복식*, 53(3), pp. 16-17.
 - 14) Littrell, M. A., Reilly, R. & Stout, J. A. (1991), In-home businesses: Profiles of successful and struggling craft producers, *Home Economics Research Journal*, 20(1), pp. 26-39.
 - 15) Bacigalupo, A. M. (1993), Feminist theory and the study of folklore, *Women's studies international forum*, 19(4), Hollis, S. T., Pershing, L. & Young, M. J. eds, Urbana and Chicago: University of Illinois Press, pp. 471-472.
 - 16) Schofield-Tomschin, S. & Littrell, M. A. (2001), Textile handcraft guild participation: A conduit to successful aging, *Clothing and Textile Research Journal*, 19(2), pp. 41-51.
 - 17) 박남성 (2003), 현대 산업 직물디자인에 응용된 수공예적 요소의 의미, *디자인학연구*, 54, pp. 299-312.
 - 18) 고영란 (2004), 한국디자인사 연구의 문화사적 접근을 향하여: 양감조 할머니의 규방 공예품을 위한 변론, *디자인학연구*, 58, pp. 375-384.
 - 19) 권진(2005), 수공예 니트의 현대 패션 디자인 활용에 관한 연구, *한국디자인문화학회지*, 11(4), pp. 1-13.
 - 20) 김은경, 김영인 (2009), 조선시대 규방문화에 표현된 색채특성, *복식*, 59(3), pp. 109-130.
 - 21) 이종규 (2006), *질적 연구방법론*, 서울: 교육과학사, pp. 111-113.
 - 22) <http://cafe.naver.com/lovejungcy>
 - 23) 김난도 외 (2012), *트렌드코리아 2013*, 서울: 미래의창, pp. 105-116.
 - 24) 김난도 외 (2013), *트렌드코리아 2014*, 서울: 미래의창, pp. 145-160.
 - 25) 이갑수, "일자리 창출의 틈새시장 '1인 기업'", 자료검색일 2014. 2. 12, http://www.seri.org/db/dbSymVL.html?menu=db06&s_menu=0206&pubkey=db20090622006&pubno=&code=db20090622006