



저작자표시-비영리-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

심 화 진 교수지도

박사학위 청구논문

창조성기법을 활용한
패션디자인 프로세스에 관한 연구

2009

성신여자대학교 대학원

의류학과

오나령

창조성기법을 활용한
패션디자인 프로세스에 관한 연구

심 화 진 교 수 지 도

이 논문을 박사학위논문으로 제출함

2009년 5월

성신여자대학교 대학원

의 류 학 과

오 나 령

인 준 서

오나령의 박사학위논문으로 인준함

심사위원 _____ 인

심사위원 _____ 인

심사위원 _____ 인

심사위원 _____ 인

심사위원 _____ 인

성신여자대학교 대학원

논문개요

소비자의 다감각적인 취향과 욕구로 인하여 디자인은 점차 복잡해지고 영역도 확대되어 좀 더 포괄적이고 다차원적인 방법을 가진 프로세스 등장의 필요성이 부각되고 있다. 더불어 디자인의 혁신을 추구하기 위해서 보다 창의적인 사고와 방법들이 요구되고 있으므로 패션디자이너는 직관과 영감, 감각적인 기술뿐만 아니라 새로움을 만들어 내는 능력과 동시에 컨셉으로부터 시작하여 결과물을 만들어 낼 수 있는 포괄적이고 다차원적인 개념적 능력도 갖추어야 한다.

본 연구는 첫째, 새로운 것을 만들어 내는 디자이너의 특성을 최대한 살려 창의적인 작업을 지원하고 둘째, 디자이너의 아이디어를 정확하게 표현할 수 있게 할 뿐만 아니라 셋째, 전체 제조공정 내에서 디자인 정보가 신속하고 정확하게 전달되어지도록 하는 새로운 패션디자인 프로세스를 제안을 목적으로 하였다. 연구 방법은 디자인 프로세스와 창조성기법에 대한 문헌을 고찰하여 패션디자인에 적용할 수 있는 프로세스 모델을 제시하고, 패션디자인 프로세스의 각 단계별로 어떠한 창조성기법이 활용될 수 있는지 분류하였다. 또한, 창조성기법을 활용한 패션디자인 프로세스의 적용 가능성을 알아보기 위하여 실무자를 대상으로 한 심층인터뷰를 실시하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 문헌 연구를 통하여 디자인 프로세스는 문제해결을 중심으로 하는 창조적 사고과정이며, 그 과정은 단계적인 사고를 유도함으로써 디자인 문제에 대한 구조적인 접근과 해결을 가능하게 하는 과정으로 인식되었다. 프로세스의 특성은 디자인 문제에 따라 유연적이어야 하고 차별성을 가져야 하지만, 동시에 디자인 프로세스 요소들 간의 통합성과 일관

성의 유지를 필요로 하였다. 보다 새롭고 창의적이며, 소비자가 만족할 수 있는 디자인을 위한 아이디어 개발을 위해서는 이러한 디자인 프로세스의 적용을 필요로 하였다.

또한 디자인의 문제를 창조적으로 해결하기 위해 이용할 수 있는 창조성기법은 습관적이고 순간적인 발상을 통해 아이디어를 얻는 기존의 방법에서 탈피하여 체계화된 방법으로 효과적인 아이디어를 얻을 수 있는 방법이다. 이 기법의 활용은 디자이너의 머리속에서 떠오른 최초의 해결안 이상으로 사고할 수 있도록 도와주고 디자이너의 생각과 사고과정들을 외부로 표출시켜 디자인 방법을 형식화할 수 있으며 디자인 과정에도 케도이탈 등의 우를 범하는 경향을 줄일 수 있음을 보여주었다.

둘째, 패션디자인 프로세스에 적용할 창조성기법은 단순히 아이디어를 제안하기 위한 방법의 활용이 아닌 고정관념과 편견에서 벗어나 디자인 사고를 효율적으로 하여 문제해결 방향을 제시하고자 하였다.

패션디자인 분야에 적용될 수 있는 프로세스 모델 개발의 전제 조건으로 먼저 디자인을 총체적인 문제해결 과정으로 정의하여 창조적 문제해결 과정으로부터 전반적인 산업디자인 그리고 패션디자인 프로세스를 종합·비교하였다. 최종적으로 패션디자인 프로세스의 과정을 디자인 문제를 정의하는 수용→디자인 컨셉을 검토하는 분석→아이디어가 생성되는 관념화→디자인을 구체화 시키는 수렴→최종안에 접근하는 수행→해결안을 발견하는 평가의 여섯 단계로 정의하였다.

패션디자인에서 활용가능한 창조성기법을 해결안에 대한 탐색영역을 확대해주는 분석적 조합법, 창조성을 억제하는 고정관념을 제거하는 창조적 연관법, 아이디어를 증대시키는 자유연상법으로 분류하여 프로세스에 적용 가능하도록 하였다.

셋째, 분류한 창조성기법은 문제의 명료화에서부터 상세디자인 평가에 이르는 디자인 프로세스의 과정에 적용시켜 창조적 사고와 합리적 방법

에 도움이 되는 창조성기법을 실제로 활용할 수 있도록 하였다. 이는 디자인 개발을 위한 아이디어를 증대시키고, 다양한 자료의 분석을 통하여 종합적으로 전략과 계획을 세우고, 절차에 의해 실행할 수 있는 최상의 길을 결정하기 쉽게 해주었다. 또한 과정상에서 다양한 접근방법과 각 단계에서의 실행을 통한 성취를 이룰 수 있어 새로운 디자인 해결안을 유도하기 쉽게 해줄 수 있었다.

넷째, 창조성기법을 활용한 패션디자인 프로세스의 실증적 연구는 여성 커리어, 여성커리어캐주얼, 여성영캐주얼, 유니섹스캐주얼 브랜드 디자이너 27명을 약 15-30분간 연구자가 직접 인터뷰하였다. 수용과 분석 단계에서는 모든 복종에서 기법의 선택에 어려움이 없었으나, 관념화 단계에서는 복종과 근무기간별로 기법의 선택과 활용가능성에 대한 의견의 차이가 많았다. 수렴 단계에서는 근무기간별로 차이를 보였으며, 이 단계를 관념화의 단계와 경계가 모호하게 생각하거나 기법의 필요성에 대해 의문을 제시하는 경우가 많았다. 수행 단계에서는 각 기법의 선택에 특별한 차이가 나타나지 않았는데, 복종과 근무기간별에 따른 변수보다는 브랜드포지션에 따른 차이가 있었다. 평가 단계의 기법은 디자이너들에게 익숙하여서 선택이 쉬웠고 브랜드에서 실행하고 있는 것을 선택하였다.

패션디자인 프로세스에서 의식적인 창조성기법 활용은 문제를 여러 관점에서 또는 다른 각도로 보면 그 답의 해결범위가 도출되어 창조적인 아이디어로의 접근이 쉬어짐을 알 수 있으며, 과정상에서 다양한 접근방법과 각 단계에서의 실행을 통한 성취를 이룰 수 있어 새로운 디자인 해결안을 유도하기 쉽게 해준다. 패션디자인 과정에서 창조적인 아이디어의 발생은 개인이 지닌 지식을 활용하는 방법에 따라 좌우된다. 그러므로 창조성기법이 적용된 패션디자인 프로세스 모델은 직면하고 있는 문제에 대해 보다 효과적으로 대처하는 방법이 될 것이다.

목 차

논문개요

I. 서론	1
1. 연구 의의 및 목적	1
2. 연구 방법 및 범위	3
II. 이론적 배경	5
1. 디자인 프로세스	5
1) 정의 및 개념	5
2) 디자인 프로세스 모델	11
2. 창조성기법	20
1) 정의 및 개념	20
2) 창조성기법의 유형	23
III. 창조성 기법을 적용한 패션디자인 프로세스	36
1. 패션디자인 프로세스	36
1) 패션디자인 프로세스의 유형	37
2) 패션디자인 프로세스의 모델	40
2. 패션디자인과 창조성기법	47
1) 디자인 프로세스에 적용된 창조성기법	48
2) 패션디자인의 창조성기법 설정	51

3. 패션디자인 프로세스 단계별 창조성기법의 적용	57
1) 수용 단계	58
2) 분석 단계	68
3) 관념화 단계	75
4) 수렴 단계	84
5) 수행 단계	90
6) 평가 단계	96
IV. 패션디자인 프로세스에 따른 실증적 연구	99
1. 설문구성 및 절차	99
1) 조사방법 및 조사대상	100
2) 설문내용	103
2. 인터뷰결과의 분석	104
1) 내셔널브랜드의 패션디자인 프로세스 현황	106
2) 패션디자인 프로세스 단계별 창조성기법의 적용	108
V. 결론	121

참고문헌

ABSTRACT

부록 1

부록 2

부록 3

표 목 차

<표 1> Ulich & Eppinger의 프로세스 모델	18
<표 2> 디자인 프로세스의 분류	19
<표 3> Whiting의 창조성기법분류.....	24
<표 4> Geschka의 창조성기법분류	25
<표 5> 박화술의 창조성기법분류	26
<표 6> 발상원리에 따른 창조성기법의 분류.....	27
<표 7> 패션디자인 프로세스 모형의 분류.....	39
<표 8> 문제해결을 위한 디자인 프로세스 모델	41
<표 9> 패션디자인 프로세스의 개념적 틀	46
<표 10> Couger의 신제품개발 단계별로 이용가능 한 창조성기법 ..	50
<표 11> 자유연상법에 의한 발상기법의 내용	54
<표 12> 창조적 연관법에 의한 발상기법의 내용	55
<표 13> 분석적조합법에 의한 발상기법의 내용	56
<표 14> 희망점 열거법의 예	59
<표 15> 문제점 열거법의 예	61
<표 16> BS법의 예	64
<표 17> 고든법의 예	67
<표 18> 특성열거법의 예	70
<표 19> 매트릭스법의 예	73
<표 20> 시네틱스의 예	77
<표 21> 수평사고법의 예	80
<표 22> OCU법의 예	83
<표 23> 리스트법의 예	85

<표 24> 형태분석법의 예	88
<표 25> 결점열거법의 예	89
<표 26> OCL법의 예	93
<표 27> 시스템법의 예	95
<표 28> alpha-beta법의 예	96
<표 29> 평가매트릭스법의 예	96
<표 30> SD법의 예	96
<표 31> 창조성기법을 적용한 패션디자인 프로세스 모형.....	99
<표 32> 심층인터뷰 대상자의 일반적 특징	101
<표 33> 심층인터뷰 대상자의 복종별 분류	102
<표 34> 심층인터뷰 대상자의 근무기간별 분류	102
<표 35> 심층인터뷰 대상자의 복종별, 근무기간별 분류	102
<표 36> 프로세스의 단계별 창조성기법 선택	105
<표 37> 수용단계의 복종별 분류	108
<표 38> 수용단계의 근무기간별 분류	109
<표 39> 분석단계의 복종별 분류	111
<표 40> 분석단계의 근무기간별 분류	111
<표 41> 관념화단계의 복종별 분류	113
<표 42> 관념화단계의 근무기간별 분류	113
<표 43> 수렴단계의 복종별 분류.....	115
<표 44> 수렴단계의 근무기간별 분류	115
<표 45> 수행단계의 복종별 분류.....	117
<표 46> 수행단계의 근무기간별 분류.....	117
<표 47> 평가단계의 복종별 분류.....	118
<표 48> 평가단계의 근무기간별 분류.....	119

그림 목 차

<그림 1> 근대 3단계 모델	12
<그림 2> French의 디자인 프로세스 단계	13
<그림 3> Archer의 디자인프로세스 모델	15
<그림 4> 하이브리드 모델	16
<그림 5> 병렬적 패션디자인 프로세스	46

I. 서론

1. 연구의 의의 및 목적

디자인은 목적에 의해 새로운 것을 창조해 내는 행위로서 논리적 사고와 창조적 감각이 필요한 종합적인 인지활동으로 볼 수 있으며 디자인은 외부로부터 정보가 입력되고 그 정보를 처리하여 출력하는 사고과정이라고 할 수 있다. 좋은 디자인이 나오기 위해서는 좋은 질의 풍부한 정보와 그 정보를 처리하기 위한 유용한 디자인 방법, 프로세스 그리고 표현능력이 필요하다.¹⁾ 정보입력과 처리를 위한 디자인 방법은 시대의 변화에 따라 공학, 경영학, 상업공학, 정보공학등 주변의 학문으로부터 많이 응용되어 왔다. 또한 표현은 디자이너의 표현능력에 관한 부분으로 그 중요성과 함께 많은 연구와 업적이 쌓여왔다. 그러나 상대적으로 프로세스에 관한 연구는 다른 분야에 비해 활발하게 이루어지지 않고 있다.

과거 디자인 문제는 단순하여 디자이너의 감각과 창의성만으로 문제해결이 가능하였으나, 디자인 상황이 소비자의 다감각적인 취향과 욕구에 부응하기 위해 점차 복잡해지고 그 영역도 확대되어감에 따라 디자인 문제에 대한 좀 더 포괄적이고 다차원적인 프로세스의 필요성이 부각되고 있다. 따라서 창조적 패션디자인 프로세스의 개발은 디자인의 문제가 단순히 제품자체의 감각적 디자인 문제뿐만이 아닌 제품 및 제품생산과 연관되어 발생하는 상호 작용의 문제로서 비시각적 측면에 대해 고려해야 하는 방향으로 전환되어지고 있는 것이다. 디자인 과정에서 다양한 창조성기법의 활용에 대한 연구는 창조적 사고를 증진시키는데 도움을 줄 수 있으므로 패션디자인 프로세스 내에서도 이를 모색할 필요성이 있다.

1) 박영목, 이동연, “디자인 사고과정의 인지과학적 해석”, 「디자인학연구」, 21(1997), pp.3~4.

패션디자인 분야에서도 체계적이고 논리적인 프로세스에 관한 관심과 그 중요성이 인식되면서 여러 학자들에 의해 패션디자인에 적합한 디자인 프로세스를 체계화하려는 연구²⁾가 이어져 오고 있다. 창의적 패션디자인 개발을 위한 방법론으로써 아이디어 발상에 관한 다수의 논문이 발표되었으나 대다수 논문들은 한 테마를 선정하여 그에 맞는 디자인 작품을 제시한 것으로 발상법을 디자인 과정에 포함시킨 연구는 미미한 실정이다. 그러나 설문을 통해 발상법의 필요성을 보여주고 실무디자인과정에 형태분석법과 체크리스트법의 활용도를 살펴본 도규희³⁾의 의상디자인 발상법에 관한 연구는 주목할 만하다. 최근 들어 각각의 창조성기법을 활용한 연구⁴⁾는 다양하게 보여지고 있으나 반복되는 몇 가지 기법-형태분석법, 체크리스트법, 시네틱스, BS-의 활용으로 제한적이며, 창조성기법의 활용 예를 디자이너작품의 전개를 통하여 보여주는 연구⁵⁾와 특수복 제작을 위한 프로세스의 단계에서 창조성기법을 활용한 연구⁶⁾들이 이루어지고 있다.

그러므로 본 연구는 디자인프로세스와 창조성기법에 대한 문헌고찰을 통하여 패션디자인에 체계적으로 접근하는 새로운 패션디자인 프로세스를 제안하고, 패션디자인 프로세스의 각 단계별로 어떠한 창조성기법이 활용될 수 있는지 분류하였다. 그리고 이를 바탕으로 패션디자인 프로세스 단계별로 창조성기법이 적용된 패션디자인 프로세스를 제시하고, 실제 디자인 상황에 적

-
- 2) 이영진, “디지털 컬러 의류(Digital-Color Clothing)의 디자인 프로세스” (연세대학교 대학원 박사학위논문, 2006).
 - 3) 도규희, “아이디어 발상법을 적용한 의상디자인 전개과정의 방법론적 연구” (영남대학교대학원 박사학위논문, 1994).
 - 4) 이영교, “체크리스트방법으로 분석한 의상디자인 발상에 관한 연구” (국민대학교 디자인대학원 석사학위논문, 2006); Albert Rothenberg & Robert S. Sobel, “A Creative Process in the Art of Costume Design”, *Clothing and Textile Research, Journal*9(1)(1990).
 - 5) 공미선, “크리에이티브 패션 디자인의 전개 방법에 관한 연구” (숙명여자대학교 대학원 박사학위논문, 2003); 최윤미, “패션디자인의 창조적 발상과 모형개발에 관한 연구” (서울대학교 대학원 박사학위논문, 2000).
 - 6) 이연희 외, “디자인 프로세스를 적용한 환자복 개발 사례 연구”, 「한국생활과학연구」, 24(2004); 박혜정, “의상디자인 프로세스를 적용시킨 대학 응원복 디자인 연구” (한양대학교 대학원 석사학위논문, 1998).

용해 봄으로써 패션디자인 프로세스에 대한 활용가능성을 살펴보았다. 이러한 연구결과로 새로운 것을 만들어 내는 디자이너의 특성을 최대한 살려 창의적인 작업을 지원하고 디자이너의 아이디어를 정확하게 표현할 수 있게 할 뿐만 아니라 전체 제조공정 내에서 디자인 정보가 신속하고 정확하게 전달되어 지도록 하는 새로운 패션디자인 프로세스를 제시하는데 본 연구의 목적이 있다.

본 연구에서는 창조적인 디자인 아이디어 개발 능력을 극대화시켜 디자이너의 경쟁력 가치를 높이고 사고의 한계 극복을 위한 창조성기법이 적용된 패션디자인 프로세스 개발을 위하여 다음과 같은 연구 문제를 다음과 같이 고찰하였다.

첫째, 디자인 문제해결을 위한 패션디자인 프로세스 유형은 어떻게 분류할 수 있는가?

둘째, 패션디자인의 과정에 적용할 수 있는 창조성기법은 어떻게 논의될 수 있는가?

셋째, 어떠한 창조성기법이 패션디자인 프로세스에 적용될 수 있는가?

넷째, 개발된 프로세스가 패션디자이너들에게 활용될 수 있는가?

본 연구는 이러한 연구문제를 통하여 패션디자인의 과정에서 객관적, 시스템적인 프로세스의 활용이 사고의 전환을 유도하고 미래에 발생가능한 요인들을 예측하여 체계적인 사고와 창조적인 발상을 보다 쉽고 빠르게 독창적으로 전개할 수 있는 능력을 갖게 하는데 그 의의가 있다.

2. 연구방법 및 범위

본 연구에서는 창조성기법이 적용된 패션디자인 프로세스 모델 개발을 위하여 문헌연구와 실증적 연구를 병행하였다. 따라서 프로세스, 창조공학 및 창조

성기법, 발상 등에 관련된 국내외 문헌을 분석하고 그 결과를 바탕으로 패션 디자인 프로세스를 제시하고, 이 프로세스가 패션디자인 현장에서의 활용 가능한지를 현재 활동하고 있는 디자이너를 선정해 설문을 통해 분석하였다.

이를 위해 2장에서는 디자인 프로세스와 창조성기법의 개념과 유형을 분석하여 프로세스 모델 개발을 위한 일반적 논의를 전개하고자 하였다.

3장에서는 앞에서 논의된 프로세스와 창조성기법을 근거로 하여 패션디자인에 적용하는 측면을 논의하여 디자인의 본질인 문제해결을 위한 프로세스를 제시하였다. 또한 패션디자인에서 활용 가능한 창조성기법을 분류하고 패션디자인 프로세스 단계별로 적용하였다. 각 단계로 분류된 창조성기법이 어떻게 적용되고 표현될 수 있는지 사례를 통해 제시하였다. 사례분석을 위한 패션디자인 사진자료는 패션정보사인 삼성디자인넷(www.samsungdesign.net), 퍼스트뷰(www.firstview.com), 퍼스트뷰코리아(www.firstviewkorea.com), 스타일(www.style.com)에서 가능한 2008/9년 S/S, F/W 트렌드, 컬렉션 자료 등을 추출하여 분석, 활용하였다.

4장에서는 창조성기법을 활용한 패션디자인 프로세스의 활용 가능성에 대한 논의를 위해 내셔널브랜드에 종사하는 디자이너 27명을 대상으로 심층인터뷰를 실행하였다. 복종별 다양성을 위하여 여성커리어, 여성커리어캐주얼, 여성영캐주얼, 유니섹스캐주얼브랜드로 나누어 심층면접과 실태분석을 병행하여 인터뷰를 실시하였다. 대상자의 경력은 3년 이상으로 정하였는데 이는 업체의 패션디자인 프로세스에 대한 경험과 지식을 보유하고 브랜드 내에서 주도적으로 일을 할 수 있어 응답의 신뢰성을 얻을 수 있기 때문이다.

II. 이론적 배경

창조성이란 인간의 독자성과 자율성을 가지고 무언가 새로운 것을 만들어 내는 것으로 신기함 그리고 이를 이끌어내는 정신적 에너지라고 규정되고 있다.⁷⁾ 그러나 신기함만으로는 창의적 결과물을 만들어내기에 충분하지 못하므로 실제적이고 유용한 것을 만들어 낼 수 있는 해결안의 탐색이 필요하다. 문제해결을 위한 디자인 사고로서 창조성은 이미 존재하고 있는 요소들의 배합을 통한 새로운 의미의 획득이라고 할 수 있다. 즉, 발상자의 두뇌 속에 여러 형태로 축적되어 있던 지식, 경험의 정보 및 착상에서 얻은 힌트 등을 조합, 분해 혹은 바꿔서 조립하는 것⁸⁾으로 기존에 있는 것을 현재와는 다른 형태로 재구성하는 것이다. 이는 개인이 지닌 지식의 양과 그 지식을 운용하는 방법에 의해 좌우되므로 창조적인 발상에 이르게 하는 방법을 분석하여 이를 습득하면 직면하고 있는 문제에 보다 효과적으로 대처할 수 있을 것이다.

따라서 본 장에서는 창조적 패션디자인 프로세스를 제시하기 위해 디자인 프로세스와 창조성기법에 대한 개념과 유형을 살펴보고자 한다.

1. 디자인 프로세스

1) 정의 및 개념

디자인의 시작은 무엇이든 문제가 존재하고 있기 때문이며 곧 그 문제를

7) 오근재 역, 「인간의 시각, 조형의 발견」 (서울: 미진사, 2001), p.13.

8) Thomas B. Ward et al., *Creativity and the Mind: Discovering the Genius Within* (New York: Plenum Publishing Corporation, 1995), p.8.

해결하는 것이 디자인을 행하는 것이다. Jones⁹⁾에 의하면 디자이너는 생각할 수 있는 미래에 지금은 존재하지 않는 사실을 취급하며 이를 실현하는 방법으로 체계적인 순서 즉, 디자인 프로세스가 필요하다.

디자인 프로세스란 '주어진 문제를 해결해 나가는 과정'을 의미하며, 프로세스 모델이란 그 과정에서 발생하는 '여러 진행요소들을 순차적으로 해석 정리한 일련의 식'¹⁰⁾이다. 이정우¹¹⁾에 의하면 문제라는 용어는 그리스어 'problema'에서 유래했으며, 이 어원은 'pre(내앞에)'와 'blema(던져져 있는 장애물)'로 이는 주체인 나와 장애물 사이에는 항상 긴장 상태가 존재하고 있음을 보여 준다. 즉, 우리가 살고 있는 환경은 문제해결의 연속이며 디자인 활동을 통하여 인간 생활의 문제를 해결하면서 쾌적한 삶을 만들 수 있는 것이다.

Archer¹²⁾는 디자인 프로세스를 목적을 지니고 있는 문제해결행위(a goal-directed problem activity)로 보고 있는데 여기서 문제해결이란 현재의 사실을 기본으로 미래의 가능성에 대하여 접근하는 과정이라 하였다. 디자인 문제는 매우 정성적(定性的) 성격이 강하기 때문에 정량적(定量的) 성격이 강한 공학적인 문제의 해결방법과는 많은 차이가 있다. 그러므로 공학적인 문제의 해결을 위해 도입하게 된 방법론을 디자인에 그대로 적용하는 것은 매우 불합리하다고 생각할 수 있다. 그러나 지금의 디자인 문제들은 한 두 사람의 독창적인 사고로만 해결하기에는 문제의 규모와 수가 증가하여 어려움을 겪게 되어¹³⁾ 문제해결에 대한 구체적인 방법을 가진 프로세

9) J. Christopher Jones, *Design Methods: Seeds of Human Futures* (Chichester, UK: Wiley, 1981), pp.64~68.

10) 미디어포스, 「디자인 문제해결 프로세스를 통한 창의성 교육 콘텐츠 개발」 (한국디자인진흥원, 2004), p.134.

11) 이정우, 「시뮬라크르의 시대」 (서울: 거름, 1999), p.145.

12) Bruce L. Archer, *Design Awareness and Planned Creativity* (London: The Design Council, 1974), p.21.

13) Norbert F. M. Roozenburg & Eekels, J. *Product design: Fundamentals and Methods*(New York: John Wiley & Sons, 1995). p.28.

스가 등장하게 되었다. 이는 디자이너가 올바르게 문제들을 분석하도록 유도하고, 디자인의 목표와 세부적인 사항의 결정을 도와주며 문제 해결안의 도출 그리고 그 해결안에 대한 가치평가를 창조적이고 합리적으로 진행하도록 한다. 문제해결을 위한 프로세스는 여러 학자에 따라 다양한 연구들이 진행되어왔으며 일반적으로 이러한 모델들은 한 가지 해결책이 있는 것을 의미하지 않는다. 오히려 여러 개의 다양한 해결책이 나올 수 있는 문제에 초점을 맞추는 경향을 볼 수 있다.

과거 디자인 문제는 해결과정과 방법이 구체적으로 정의되지 않은 블랙박스적인 방법¹⁴⁾을 통해 디자인 해결안을 얻었다. 대량생산 이후 생산의 효율성과 신속성이라는 문제가 제기되면서 점차 디자인 문제의 수준이 복잡하고 규모가 방대해져 디자인 프로세스의 필요성이 대두되었고 Christopher Jones, Christopher Alexander, Bruce Acher에 의해 제 1세대 방법론이 등장하였다.¹⁵⁾ 이들은 주로 엔지니어링 프로세스에 기인하여 일반적이고 추상적인 것을 구체적이고 개별적인 것으로 전환한 후 이를 분석, 종합, 평가하는 기본 구도를 제시하였고, 이를 체계적 프로세스라고 한다.¹⁶⁾ 그러나 제 1세대 디자인 방법론의 문제점은 다른 학문에서 들여온 이론이나 장점을 그대로 디자인 문제에 적용하는 의도적인 정량화를 통해 디자인 문제를 설명하고 해결하려고 한 것이다. 이들은 디자인 문제가 잘 정의된 것이 아님을 인지하지 못하였다.

이후 디자인 문제가 정량화하기가 어렵다는 것을 주장한 Rittel¹⁷⁾에 의해 제 2세대 디자인 방법론이 나타나게 되었다. 그는 디자인 문제의 특성을 명

14) 일반적으로 black box와 glass box로 나뉘는데, 블랙 박스적 해결은 문제의 해결과정과 방법이 구체적으로 정의되지 않은 방법으로 개인적인 발상이나 예술적 표현은 이 방법으로 이루어진다. 그러나 이는 디자인 문제가 복잡하고 다양하지 않았을 때의 해결방법이다.

15) 신지형, “제품 개발을 위한 유연적 디자인 프로세스에 관한 연구” (한국과학기술원 석사학위논문, 1997), p.24.

16) J. Christopher Jones, 전제서, pp.110~114.

17) Horst W. J. Rittel & Melvin M. Webber, “Dilemmas in a General Theory of Planning”, *Policy Sciences*, 4(1973), pp.160~167.

확하게 정의된 문제(well defined problem)로 보지 않고 문제의 해결을 시도하는 시점에 해결안의 목표나 방법이 알려지지 않은 불확실하게 정의된 문제(ill defined problem), 까다로운 문제(wicked problem)로 규정하였다. 즉, 디자인의 문제가 명확하게 정의되지 않아 디자이너로 하여금 문제를 정의하고 해결안의 목표와 범위, 해결방법을 정의해야 한다는 디자인 문제의 선구조화(pre-structuring)의 불가피성과 종합, 평가의 병행성을 주장하였다. 그리고 디자인에 관여하는 모든 구성원들의 참여적 접근방법을 강조하기도 하였다.

그 이후 1, 2세대의 디자인 방법론을 보완 수정한 Popper의 추측과 논박 모형(conjecture and refutation)이 Broadbeht¹⁸⁾에 의해 받아들여져 디자이너의 역할이 재정의 되고 디자인 방법론의 필요성이 강조한 제 3세대 디자인 방법론이 제기되었다. 또한 Cross¹⁹⁾는 모든 양식의 문제나 학문을 포괄하는 광범위한 디자인 프로세스인 하이브리드 모델(hybrid model)을 제안하였다. 이는 문제와 해결안, 하부 문제와 부차적인 해결안사이에 대칭적이고 균형이 잡힌 관계를 가지고 있으며, 그 관계도 일방향이 아니라 계층적인 관계를 유지하고 있다고 주장하였다.

제품 생산 환경의 변화에 따라 디자인 프로세스는 제품개발, 디자인 그리고 생산 프로세스를 통합하여 병렬적으로 작업을 수행하는 동시공학(concurrent engineering)개념이 도입되었다.²⁰⁾ 이는 리드타임과 비용은 줄이면서 품질은 높여 경쟁력을 증대시키기 위한 것으로 제품에 관련된 모든 분야의 정보를 최적화된 제품을 디자인하기 위한 디자인 결정의 정보로 사용해야 한다. 이러한 현상은 디자이너가 초기 제품기획 단계에서부터 최종생산까지의 모든 과정에 함께 참여하여 관리하는 실무적 관리프로세스

18) Geoffrey Broadbent. "Design and Theory Building", *Design Methods and Theories*, 13(3/4) (1979), p.19.

19) 지해천, 정의철 역, 「디자인방법론」 (서울: 미진사, 1993), pp.40~43.

20) 김관명, 임창영, "산업디자인 프로세스상의 실체화 단계를 위한 동시공학 개념 도입에 관한 연구", 「디자인학연구」, 13(2) (1996), p.41.

(practical management process)²¹⁾의 방향으로 발전하였다. 더 나아가 연구, 개발 단계에서 고객의 요구를 반영하여 제품의 가치를 극대화하는 DFSS 방법론 프로세스(process using design for six sigma)²²⁾가 활용되고 있다.

즉, 디자인 프로세스는 아이디어 스케치로부터 시작하는 종래의 과정에서부터 문제의 정의, 목표의 규명, 사용자 욕구의 파악, 문제요소간의 관계분석을 위주로 하는 프로세스로 변환되었다. 과학적 분석 접근의 활용으로 현재 디자인 프로세스는 과거에 비하여 경직되지 않고 유연적이며 디자이너의 특성을 포함한 통합적인 프로세스의 성격을 가지고 있다. 과거 디자인 프로세스와 차이는 다음과 같은 점들이 있다.²³⁾

첫째, 프로세스의 다각적인 복합화이다. 시간과 다양한 공정이 단축된 시스템은 등장은 문제해결을 간단하고 효과적으로 진행할 수 있게 한다.

둘째, 스피드 피드백이다. 새로운 수요창출을 위해서 과거보다 빠르게 소비자들의 요구에 대응할 수 있다는 장점이 있다.

셋째, 소비자 중심적 제품 생산이다. 과거 디자인이 소비 지향적 사회구조 속에 대량공급 체계였다면, 현재 그리고 향후에는 소비자 중심적인 사고체계 속에서 소비자가 요구하는 제품의 사양은 어느 정도이며 칼라는 어떤 색을 선호하는지 혹은 소비자의 원하는 칼라에 맞춰줄 것인지 등을 다양화된 생산라인을 통해서 구현하고 있다.

현대 사회에서 디자인은 문화를 창조하는 활동이며 삶의 전 영역을 포괄하는 것으로 패러다임이 전환되고 있다. 따라서 디자이너에게 요구되어지는 사고의 형태는 분석적 사고(analytical thought)보다는 종합적 사고(synthetical thought)이다. Esherick²⁴⁾은 과학은 의도적으로 객관적 중립

21) 류승호, "디자인을 위한 실무적 관리 프로세스 제안", 「디자인학연구」, 16(2)(2003), p.207.

22) 박경찬, "DFSS를 적용한 기능성 유형의 디자인 프로세스 연구" (중앙대학교 대학원 석사학위논문, 2005), p.13.

23) 장중식, "글로벌디자인 시스템에 관한 연구" (국민대학교 대학원 박사학위논문, 2003), pp.20~21.

24) Joseph Esherick, "Problems of Design of a Design System", *Conference on Design*

성을 지키며 관찰을 주로 하는데 반해 디자인은 특정한 목표를 가진 기능적 행동을 하는 것으로 구분 지었다. 따라서, 과학적 해결안은 간결하고 명료하지만 디자인 해결안은 직관·사고의 관습·다른 이로부터 학습과정·주관적 해석에 의해 지배받는다. 과학의 결과는 특정적 현상을 일반화시키며, 이론이며 디자인은 일반적 이론을 근거로 특정 해결안을 강구한다. 이들 두 가지 접근 방법은 상반되고 상호 배제적이지만 Paul Valery는 진정한 의미의 창조적 행위는 이러한 두 가지 모두를 요구한다고 제시하였다.²⁵⁾ 이와 같이 수렴성과 분산성을 종합하여 창조적 문제해결 프로세스의 모델을 정립하려는 여러 학자들의 시도가 있어 왔는데, 그 중에서도 Dewey²⁶⁾가 제시한 모델이 가장 설득력이 있으며 이는 실행(doing and acting)을 중요시 한 점에서 디자인과 매우 깊은 관련을 가지고 있다.

Dewey는 문제해결 프로세스는 다음과 같은 5단계를 제시하고 있다.

- ① 문제의 제기(the occurrence of difficulty)
- ② 문제의 정의(definition of the difficulty)
- ③ 가능성 있는 해결안이나 해석의 도출(occurrence of a suggested explanation or possible solution)
- ④ 아이디어의 합리적 구체화(the rational elaboration of an idea)
- ⑤ 아이디어의 확증 및 결론적 신념의 공식화(corroboration of an idea and formulation of a concluding belief)

Dewey의 모델은 이후 인간의 의사결정 순서를 연구하려는 많은 학자들에 의해 개발되고 적용되었다. 그중의 한 사람인 Drucker²⁷⁾는 현대에 많이 인용되는 문제해결 프로세스와 거의 비슷한 모델을 '경영의 실제(the

Methods, ed. by, J. Christopher Jones and D. G. Thonley (New York: Macmillan, 1963), p.78.

25) Geoffrey Broadbent, *Design in Architecture: Architecture and the Human Sciences* (New York: John Wiley & Sons, 1977), p.175.

26) John Dewey, "Information and Design—the Essential Relation", *Information Design Journal*, 1(1980), pp.159~166.

27) Peter F. Drucker, *The Practice of Management* (Hinemann: London, 1955), pp.125~132.

practice of management)'에서 아래와 같이 제시하였다.

- ① 문제의 정의(defining the problem)
- ② 문제의 분석(analyzing the problem)
- ③ 대안적 해결안의 발전(developing alternative solutions)
- ④ 최선안의 결정(deciding on best solution)
- ⑤ 의사결정의 실천(conveying decision into effective action)

문제해결 프로세스에서 공통적인 것은 먼저 문제를 정확히 파악하여 정의를 내리고 해석을 구체화시킨 실행에 옮기는 순서를 가진다는 것이다.

2) 디자인 프로세스 모델

(1) 묘사적 모델(descriptive model)

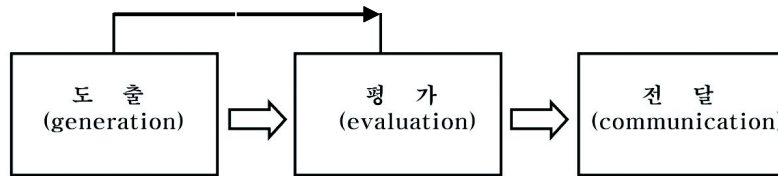
디자인 프로세스는 제품을 디자인하기 위한 활동 간의 연결체계를 규명해 놓은 것이며, 작업의 순서는 자연스럽게 하나의 프로세스로 형성된다. 디자인 프로세스는 디자인 방법론의 역사적 변천과 학자들에 따라 다양한 모델이 수립되어 왔다. 디자인할 때 전형적으로 일어나는 활동들을 순서대로 배열한 묘사적 모델²⁸⁾들은 프로세스의 초기에 해결안을 추측하고 그 후 분석, 평가, 개선, 발전된다. 분석과 평가를 통해 초기의 추측에서 근본적인 결함이 드러나면 그 추측은 곧 기각되고 새로운 개념이 도출되어 또 다시 분석, 평가로 되돌아가기 때문에 다양한 결론이 도출될 수 없다. 또한 행하는 작업이 올바른 방향이기를 바라는 곳으로 이끌어 가기 위하여 이전의 경험, 일반적 지침, 눈대중 등을 이용하기 때문에²⁹⁾ 비논리적이며 시행착오적인

28) 지해천, 정의철 역, 전계서, p.23.

29) Nigel Cross, *Engineering Design Methods: Strategies for Product Design* (Chichester,

단점을 갖는다.

디자인 프로세스의 최종목표는 제작에 들어가기 위하여 디자인을 전달 (communication)하는 것이다. 이에 앞서서 디자인 개요의 목표, 제한 조건 및 기준에 맞는지 평가(evaluation)받아야 한다. 그 디자인 안 자체는 디자이너가 컨셉을 도출(generation)할 때 이루어진다. 이 간단한 3단계 모델 (그림 1)은 평가단계에서 항상 전달단계로 가지 않고, 때때로 좀 더 새롭고 좀 더 만족할 만한 개념의 선택을 위해 도출단계로 피드백된다³⁰⁾. 디자인 프로세스의 모델들은 자주 이러한 흐름도 형태로 그려지는데 피드백 선이 덧붙여지는 것은 그 전 단계로 되돌아가 반복될 필요가 있는 것을 보여준다.



<그림 1> 근대 3단계 모델
(지해천, 정의철 역, 1993, p.24.)

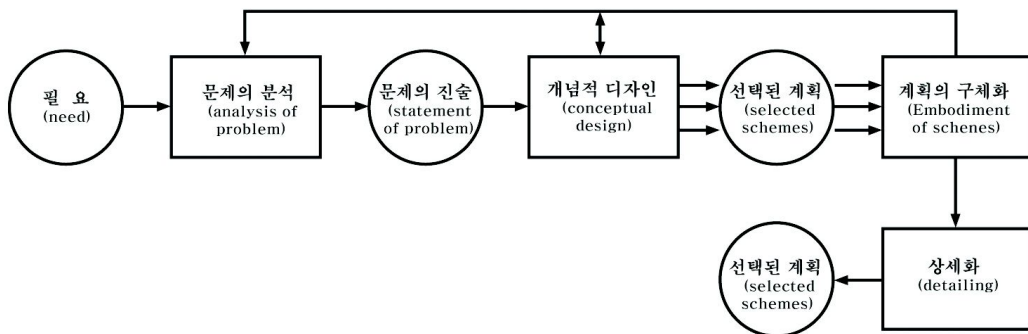
French는 이보다 상세한 프로세스를 제시하였는데 <그림 2>에서 원은 도달된 단계나 결과를 나타내며 직사각형은 진행 중인 활동이나 작업을 나타낸다. 이 프로세스는 초기에 필요로 시작되어 문제를 분석하고 그 결과를 다음 단계로 승계하는 진술(statement) 단계로 세분화하였다. 다음으로 실체화를 위한 개념적 디자인(conceptual design)³¹⁾ 단계에서 우선적으로 광범위한 해결안을 선택한다. 이 단계는 디자이너가 가장 많은 노력을 하므로 혁신적인 발전을 이룰 수 있으며, 실무지식·생산방법 및 상업적 측면이

England: John Wiley and Sons, 2008), pp.26~27.

30) 숙명여자대학교 산업디자인연구소, 「디지털 환경의 디자인 프로세스 모형개발과 영향요소 분석 : 정보전달제품을 중심으로」 (과천: 산업자원부, 1998), p.41.

31) 상계서, p.44.

모두 함께 동원되어 중요한 결정들이 내려지는 단계이다. 계획의 구체화 (embodiment of schemes) 단계에서는 계획안 중 하나를 선택하고, 상세화 (detailing) 과정에서 선택된 것에 대해 세부적인 사안들까지 다루게 된다³²⁾. 이때의 최종 결과물들은 대개 일련의 스케치나 도면들이며 이 단계에서는 전 단계인 개념적 디자인, 즉 작업수행 과정으로 자주 피드백 하도록 유도하고 있다.



〈그림 2〉 French의 디자인 프로세스 단계
 The phases of the design process according to French
 (Norbert F. M. Roozenburg & Eekels, J., 1995, p.103.)

디자인 프로세스의 묘사적 모델들은 디자인 과정에서 흔히 일어나는 전형적인 과정으로 프로세스의 초기 해결에 초점을 두고 디자이너의 직관을 기본으로 하여 디자인을 진행하기 때문에 시행착오적인 면이 있다. 또한 디자인 해결안들이 평가단계에서 피드백 되어지는 특징을 갖는다. 이 모델은 규정화 된 아이디어 발상이 아닌 하나의 문제에 대한 해결안을 다양한 방법과 새로운 실험을 통해 전개되기 때문에 예상치 못한 창의적인 발상이 이루어 지기도 한다.

³²⁾ Michael Joseph French, *Conceptual Design for Engineer* (London: Design Council, 1985), pp.28~40.

(2) 규정적 모델(prescriptive model)

규정적 모델들은 다소 관습적이며 시행착오적인 디자인의 프로세스를 좀 더 연산적이고 체계적 패턴으로 해결개념을 도출하기 전에 좀 더 분석적인 작업의 필요성을 강조한다. 그 의도는 디자인의 문제를 완전히 이해하여 문제의 중요한 요소들을 간과하지 않게 하기 위한 것으로 분석, 종합, 평가³³⁾의 기본 구도로 정의될 수 있다. Jones³⁴⁾에 의하면 분석은 문제를 어떤 체계적인 사고방식에 따라서 각 요소로 분해하는 단계이며, 종합은 제 각기 흩어져 있는 각각의 요소들을 다시 새롭게 조립하는 단계이다. 평가는 산출된 결과가 문제를 해결로 이끌었는지에 대한 평가로 이루어진다. 즉, 특정 해결안을 위한 각종 자료와 정보의 분석을 중요하게 다루고 있다.

이것은 묘사적 모델과 유사하게 들릴지 모르지만 두 모델사이에는 매우 큰 차이가 있다. 묘사적 모델이 주어진 문제에 대한 해결안을 시행착오를 거쳐 행하는 반면에, 규정적 모델에서 강조하고 있는 것은 분석단계에서 논리적으로 이끌어낸 부차적 해결안³⁵⁾들을 종합하여 여러 가지 대안의 디자인 컨셉을 도출하고 그 중에서 최선의 것을 합리적으로 선택하는 것이다.

좀 더 자세한 규정적 모델은 Archer³⁶⁾에 의해 발전되었는데 이는 고객의 반응, 디자이너의 훈련 및 경험 등과 같은 프로세스 외적인 요인과의 상호 작용을 포함시킨 최초의 모델이다. 따라서 여러 가지 사안의 입력과 출력이 많은 피드백 선과 함께 나타나는 특징이 있다. 프로세스의 최종 결과물은 특정한 해결안의 전달이며, 이 과정을 <그림 3>과 같은 여섯 단계로 분류하였다.³⁷⁾ Archer의 프로세스는 문제를 완전히 분석하고 이해한 후,

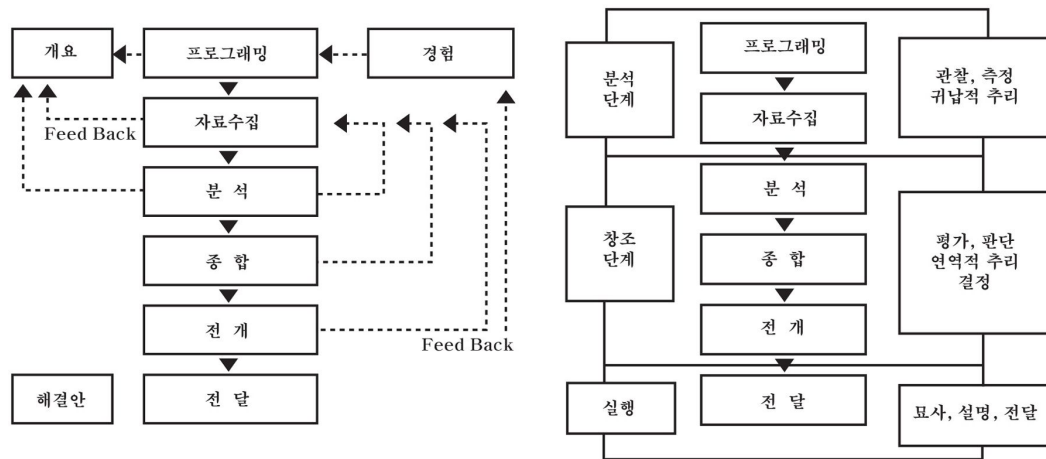
33) 강성현, "산업디자인을 위한 디자인 프로세스와 창의적인 디자인 방법론 연구". 「신홍대학논문집」, 22(1999), p.494.

34) J. Christopher Jones, A Method of Systematic Design, in Cross, N. ed., *Developments in Design Methodology* (Chichester: John Wiley & Sons, 1984). pp.64~69.

35) 강성현, 전제서, p.495.

36) Bruce L. Archer, "Whatever Became of Design Methodology?", *Design Studies*, 1(1)(1979). pp.17~20.

문제를 부차적인 문제들로 나누어 적당한 부차적인 해결안을 찾고 이들을 전체적인 해결안으로 통합하는 절차를 따르기 때문에 복합적인 해결안을 개발해 낼 수 있다는 장점을 가지고 있다. 또 다른 장점으로서는 자주 전 단계로 되돌아가 최적조건을 찾아 선택하고 다듬어진 최종안을 전달한다는 것이다.



<그림 3> Archer의 디자인 프로세스 모델
(미디어포스, 2004, p.40.)

규정적 모델은 수많은 피드백이 발생하는 순환과정의 중요성을 강조한다. Hickling³⁸⁾은 디자인 프로세스를 하나의 순환 과정으로 인식하고 시행착오에 의한 진행 방법이 엄격화 된 정보의 처리과정보다 유효할 수 있다고 하였다. 또한 Hubel & Lussow는 디자인 프로세스가 사이클, 소사이클, 반복, 피드백으로 구성되는 유동적인 단계이며 테스트와 비교, 평가는 디자인 과정을 통해 여러 번 계속 된다고 하였다.³⁹⁾ 따라서 시간이 지날수록 싸이클의 반복 횟수는 점차적으로 줄어들게 되고 보다 세부적인 사항으로 구체화

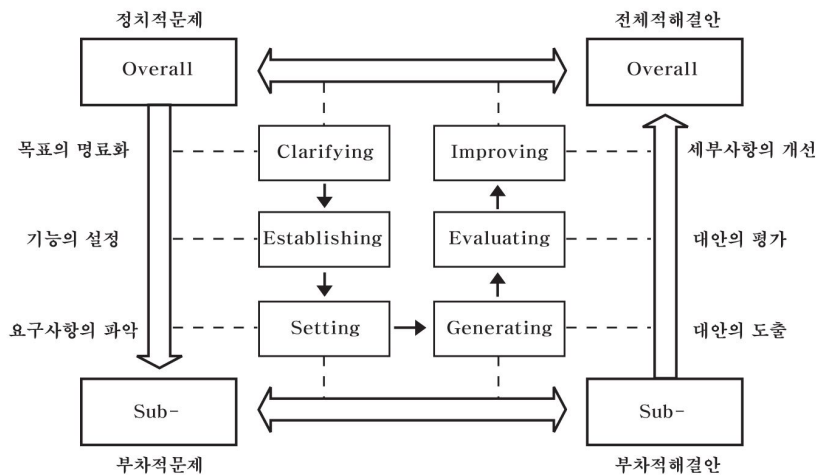
37) 지해천, 정의철 역, 전게서, pp.28~29.

38) Allen Hickling, *Beyond a linear Iterative Design Process? In Changing Design* (Chichester, UK: John Wiley & Sons, 1982), pp.275~276.

39) Vello Hubel & Diedra B. Lussow, *Fouse on Designing* (New York: McGraw-Hill Ryerson Limited, 1984), pp.51~52.

된다.

이러한 순환적 프로세스를 보여주는 Cross의 하이브리드 모델은 문제와 해결안의 관계가 문제에서 해결안으로의 단방향 관계가 아니라 해결안의 추측이 종종 문제 정의의 수단이 되는 양방향 관계로 규정하는데⁴⁰⁾ <그림 4>에서 좌우의 화살표는 이러한 관계를 나타내주고 있다. 이러한 구조 내에서 문제를 세부문제로 나누고, 세부해결안을 전체해결안으로 종합하면서 문제와 해결안이 병행되면서 디자인이 이루어진다.



<그림 4> 하이브리드 모델
(지해천, 정의철 역, 1993, p.44.)

통합적 프로세스 개념은 동시공학과 함께 도입되었다. Carter & Baker⁴¹⁾는 동시공학이 품질, 비용, 계획, 사용자의 요구 사항을 포함하여 컨셉에서부터 폐기에까지 이르는 제품 수명 주기의 모든 요소를 처음 시작 단계에서부터 고려하는 접근방식이라고 설명하고 있다. 이러한 개념이 반영된 Ulrich & Eppinger⁴²⁾의 프로세스(표 1)는 관련부서와의 원활한 협력체계를

40) 지해천, 정의철 역, 전게서, pp.33~34.

41) Donald E. Carter & Babara Stilwell Baker, *GE:Concurrent Engineering-The Product Development Environment for the 1990s* (Massachsetts: Addison-Wesley Publishing Company, 1991), p.2.

42) Karl T. Ulrich & Steven D. Eppinger. *Product Design and Development* (New York:

활용하여 개발시간과 비용을 줄여 남는 시간과 비용을 보다 효과적인 부분에 집중시킴으로써 제품의 디자인과 밀도를 높이는 역할을 한다.

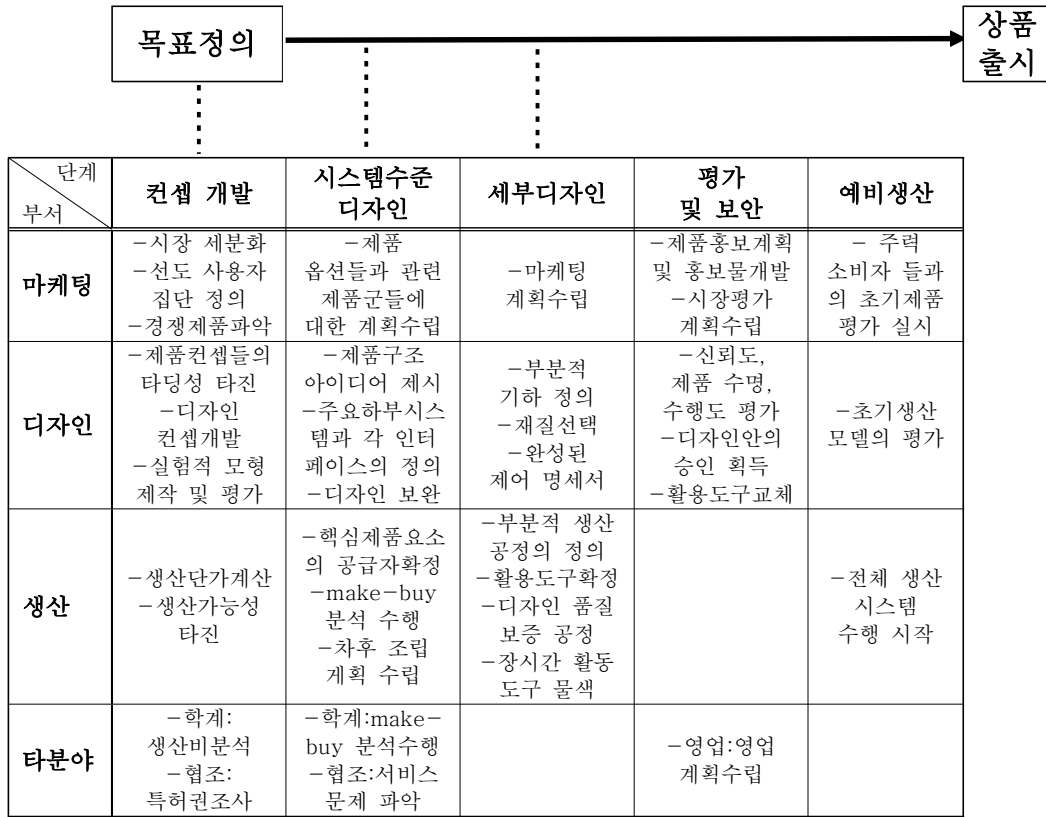
디자인 프로세스의 규정적 모델들은 각각의 단계마다 디자인의 문제에 대해 검토하고 수정이 필요할 경우 변경하면서 또 다시 프로세스를 반복하는 유연성이 큰 장점이다. 따라서 이 방법은 최초에 설정된 전략을 최후까지 지키지 않아도 되며, 축적된 아이디어들은 다양하고 복합적인 해결안의 종합을 이루어 낸다.

이상의 논의를 종합해볼 때 순차적인 묘사적 프로세스는 철저한 분석과정을 거쳐 순서대로 단계를 진행하고 문제가 발생할 경우 그 이전 단계로 피드백되는 원리인 반면에, 순환적인 규정적 프로세스는 전체적 해결안과 부분적 해결안의 관계가 꼭 단계별로 이루어지는 것은 아니며 도약과 순환이 어우러진 구조임을 알 수 있다.

프로세스들이 최종안의 결정에 이르기까지를 살펴보면 분석, 종합, 평가의 3단계로 크게 나뉘지거나 상황이해, 문제인식, 해결안 모색, 해결, 평가의 5단계로 나뉜다. 이들 모두에서 공통적으로 발견되는 것은 첫째, 문제에 대 프로세스들이 최종안의 결정에 이르기까지를 살펴보면 분석, 종합, 평가의 3단계로 크게 나뉘지거나 상황이해, 문제인식, 해결안 모색, 해결, 평가의 5단계로 나뉜다. 이들 모두에서 공통적으로 발견되는 것은 첫째, 문제에 대한 이해단계이다. 디자인 문제의 목표와 제한점·요구사항 파악, 문제정의, 문제요소간의 분석을 통한 문제구조 파악 등 모두 디자인 문제의 성격을 이해하고 다음단계에서 행해질 아이디어의 방향을 설정하며 디자인안의 평가 등을 포함한다. 둘째, 해결안의 종합 단계이다. 문제의 이해에서 분석, 정리 된 것을 바탕으로 디자이너의 상상력, 여러 창조기법을 이용해 가능한 많은 디자인 안을 제안하는 단계로 변환, 해결안의 조합, 디자인 제시 등이 여기에 속한다. 셋째, 해결안의 평가단계이다. 제시된 최종결과물에

McGraw-Hill College, 1995), pp.14~18.

<표 1> Ulich & Eppinger의 프로세스 모델



(Karl T. Ulrich & Steven D. Eppinger, 1995, p.15.)

대해 평가하는 단계로 아이디어의 확충, 의사결정, 해결안의 이행, 발전, 결정이 이루어진다. <표 2>는 이 세 단계로 여러 학자의 프로세스를 정리한 것이다.

이러한 프로세스들은 디자인 문제해결을 근간으로 하는 창조적 사고과정이며, 그 과정은 단계적인 사고를 유도함으로써 디자인 문제에 대한 구조적인 접근과 해결을 가능하다. 물론 모든 디자인 문제의 해결을 이와 같이 정립된 프로세스에 의해서 표준화⁴³⁾ 할 수는 없다. 앞서 살펴본 것처럼 디자인 문제는 다양함으로 각각의 변수를 고려하고 이들 변수의 특성을 반영

43) Norbert F. M. Roozenburg & Eekels, J. 전게서, p.72.

<표 2> 디자인 프로세스의 분류

유형	문제해결 프로세스		디자인 프로세스					
			묘사적 모델		규정적 모델			
학자	Dewey (1980)	Drucker (1988)	근대 3단계	French (1985)	Jones (1984)	Archer (1984)	순환적모델	통합적모델
단계							Cross (1992)	Ulich and Eppinger (1995)
문제의 이해	문제제기	문제의 정의	도출	문제의 분석	분석	프로 그래밍	목표의 명료화	컨셉 개발
	문제의 정의	문제의 분석		문제의 정의		자료수집	기능의 설정	
해결안의 종합	가능성있는 해결, 해석안의도출	대안적 해결안의 발전	평가	개념적 디자인	종합	분석	요구사항 파악	시스템 수준 디자인
	아이디어의 합리적 구체화	최선안의 결정		선택된 계획			종합	
				계획의 구체화		대안의 평가		
해결안의 평가	아이디어 확증 및 결론적 신념의 공식화	의사결정의 실천	전달	상세화	평가	전개	세부 항목의 개선	평가와 보완
				선택된 계획		전달		제품생산 준비

하여 디자인 프로세스의 골격은 유지하면서 구조의 순서라든지 그 구성요소 등의 어느 한 부분이 강조되거나 생략이 될 수 있다. 즉, 영향을 미치는 요소에 따라 디자인 프로세스는 변화할 수 있는 유연성을 지녀야 한다. 그렇지만 유연성이라는 문제는 항상 일관성의 부족이라는 위험성을 내포하고 있기 때문에 구조 자체를 바꾸지 않는 구성요소 간의 일관성 또한 가져야 하며, 디자인 프로세스를 진행하는 동안 중심이 되는 축도 있어야 한다.

이상과 같이 디자인 프로세스의 특성은 디자인 문제에 따라 유연적이어야 하고 차별성을 가져야 하지만, 동시에 디자인 프로세스 요소들 간의 통합성과 일관성의 유지가 필요하다. 보다 새롭고 창의적이며 소비자가 만족할 수 있는 신선한 디자인을 위한 아이디어 개발을 위해서는 이러한 디자인 프로

세스를 적용하여 제품개발이 행해져야 한다.

2. 창조성기법

1) 정의 및 개념

새로운 것을 창조한다는 것은 기존에 있는 것을 현재와는 다른 형태로 재구성하는 일이다. 디자인 사고의 중요한 인자로서 창조성은 독창성과 이에 따른 표현력⁴⁴⁾으로 설명할 수 있으며, 이것의 메커니즘은 창조공학(creativity technology)⁴⁵⁾에서 다루어지고 있다. 창조공학이란 외관상 무관해 보이는 요소들을 통합시키는 고리들을 발견해 내는 과정으로 예술과 상업분야에서 생기는 문제점들을 해결하기 위해 새로운 시각으로 해답을 추측, 가설을 세우고 유사성을 발견하는 방식이라 하겠다.⁴⁶⁾ 이러한 창조적 발상은 개인이 지닌 지식의 양과 그 지식을 운용하는 방법에 따라 차이가 날 수 있다. 어떤 것에 대한 특정 지식을 갖는 것과 그 지식을 창조적으로 사용하는 방법을 아는 것은 다른 것이며, 창조를 위한 발상은 습득할 수 있는 기술이기 때문에 습관화된 훈련에 의해서 개발 될 수 있다. Gladwell은 "지식의 기초가 있어야 창의와 창조의 핵심에 도달할 수 있다. 이는 일정한 시간의 준비를 필요로 하며 이것이 1만 시간법칙(10,000-Hour Rule)이다. 어떤 분야에서든 성공하려면 1만 시간을 연습하면 된다(The key of success in any field is a matter of practicing a specific task for a total of 10,000 hours)"는 지속적 몰입을 주장하였다.⁴⁷⁾

44) 우홍룡, "창조적 발상과정에 있어서 비논리적 사고의 지속에 관한 연구", 「디자인학연구」, 13(1)(2000), p.240.

45) 박화술, "창조성과 idea개발을 위한 창조공학", 「대한공업교육학회지」, 5(1)(1981), p.121.

46) Thomas B. Ward et al., 전게서, p.5.

47) 당신은 당신의 일에 1만시간 쏟아부었나? 아니라면 성공을 말하지 말라, *Weekly BIZ*, 2009.02.14.

따라서 창조성기법(creative techniques)은 발상을 전환하고, 새로운 가치관을 찾고, 변혁을 도모하는 등의 종래의 길에서 전혀 다른 비일상적인 새로운 길을 찾는 도발수단인 것이다. 또한 창조성기법은 아이디어의 소재, 주제, 표현형태, 제작방법등을 형상화⁴⁸⁾하여 아이디어 발상의 여러 조건을 유기적으로 충족시킬 수 있는 해결책을 찾는 것이다.

1937년 미국의 GE(General Electric)사가 설계기술자를 대상으로 CEP(Creative Engineering Program)를 실시했고 이는 산업계 최초의 창조성 개발 프로그램이 되었다. 1939년에는 광고대행사인 BBDO(Batten, Burton, Durstine & Osborn)의 Osborn이 광고 대행사의 각 분야에서 일하는 사람들이 자유롭게 발상해서 창조적으로 일을 진행하는 방법을 고안하면서 브레인스토밍(Brainstorming: BS)을 창시했다. 이 기법이 산업계에 보급되면서 창조성기법은 기술자뿐만 아니라 판매 부분까지 확대되었고, 차차 산업계 전체로 침투해갔다.⁴⁹⁾ 제 2차 세계대전의 위기는 수많은 창조성기법을 만들어 냈다. 1942년 캘리포니아 공과대학의 Zwicky⁵⁰⁾는 4가지 정도의 제트 엔진 시스템을 형태분석법(Morphological analysis)으로 분석·조합함으로써 625개를 생각해냈고, 최종적으로는 25개 정도의 가능성을 발견하고 특허를 받았다. 또한 1944년 하버드대학의 Gordon⁵¹⁾이 주제와 기능이 같은 예를 고안해 연결시키는 시네틱스(Synectics)라는 유추방법을 발표했다. 예를 들면, 당시에 발견된 레이더는 어두운 곳에서 날아다니는 박쥐로부터 힌트를 얻었으며, 원자력잠수함의 형태는 고래 연구의 결실이고 방울뱀의 연구에서는 사이드와인더(sidewinder)⁵²⁾가 생겨났다. 1948년 메사

48) 권은숙, "Industrial design process에서의 창조성개발을 위한 방법론적 고찰" (서울대학교 대학원 석사학위논문, 1986), p.87.

49) 김보영, 차경은 역, 「디자인경영 Design management」 (서울: 월간디자인네트, 2008), p.31.

50) Fritz Zwicky, *Discovery, Invention, Research Through the Morphological Approach* (Toronto: The Macmillian Company, 1969).

51) William J. J. Gordon, *Synectics, the development of creative capacity* (New York: Harper and Row, 1961), p.45.

52) 날고 있는 물체의 열을 감지해 대상을 맞히는 적외선 추적 미사일이다. 뱀은 거의 눈이 보이

추세스공과대학(MIT)의 '창조성개발 코스'를 시작으로 개인의 창조성을 높이는 운동이 확산되었다.⁵³⁾ 1970년대에는 UCLA(University of California at Los Angeles)에서 Rubinstein⁵⁴⁾의 프로그램이 개설된 이후 아이디어 생성을 위한 창의력 증진 프로그램으로 활용되는 Torrance⁵⁵⁾의 FPS(Future Problem Solving)이나, 창의적 사고력의 증진을 위한 de Bono⁵⁶⁾의 CoRT(Cognitive Research Trust) 등으로 발전되었다.

유럽에서도 1965년 창조성개발이 연구과제가 되면서 산업계로 연구가 확산되었다. 1968년 독일의 Holiger가 브레인라이팅(brainwriting)을 개발하였고, 1987년에는 네덜란드에서 첫 번째 '창조와 혁신의 대회(conference of creativity & innovation)'가 개최되었다.

아시아에서는 1955년 일본에 창조성 개발이라는 개념이 도입되어 CTC(Creative Thinking Course)가 산업능률단기대학에서 출범되고, 1958년 창조성연구단체(CTA)가 창설되어 창조성기법을 탄생시키는 데 중심이 되는 활동을 했다. 우리나라는 1985년 부산에서 창조학회가 설립되었으며 1996년 서울에서 본격적인 활동을 하는 '한국창조성개발학회'가 설립되었다.⁵⁷⁾

이러한 과정을 통해 다양한 문제를 창조적으로 해결하기 위해 이용할 수 있는 각종 창조기법이 개발되어왔고 이는 습관적이고 순간적인 발상을 통해 아이디어를 얻는 기존의 방법에서 탈피하여 체계화된 방법으로 효과적인 아

지 않는 대신에 눈과 귀 사이에 적외선을 감지하는 기관이 있다. 이것의 연구는 미사일 개발에 도움이 되었다.

53) 조경덕 역, 「창조력 사전(新編創造力事典)」(서울: 매일경제신문사, 2003), pp.305~307.

54) Moshe F. Rubinstein, *Patterns of Problem Solving-2 edition* (New Jersey; Prentice-Hall, 1994)

55) Ellis Paul Torrance, *The Torrance Tests of Creative Thinking-Norms-Technical Manual Research Edition-Verbal Tests, Forms A and B-Figural Tests* (Princeton NJ: Personnel Press, 1974).

56) Families, Schools & Thinking Clubs - 'de Bono Thinking', <http://www.edwdebono.com/cortl/index.html>, 검색일(2009.2.12)

57) 조경덕 역, 전계서, p.310.

이디어를 얻을 수 있는 방법이다.

2) 창조성기법의 유형

합리적이며 체계적인 문제해결을 위한 여러 가지 디자인 방법들은 디자인을 행하기 위한 어떤 절차, 기법, 보조물 또는 도구이다. 독창적이고 참신한 아이디어를 구하는 것으로부터 디자인 안을 발전시켜 선택하고 평가받는 과정까지 사용된 방법들은 발전하고 있다.⁵⁸⁾ 이러한 방법들 중에서 어떤 것은 지나치게 공식화되거나 체계적이며 혹은 장식적인 명칭만 부여한 것도 있다. 이러한 이유 때문에 많은 디자이너들은 창조성기법의 활용에 부정적이다. 그러나 이에 대한 반론으로 Higgins는 "누구나 창조성은 존재하지만 그것을 깨울 수 있는 방법을 발견해야 한다"⁵⁹⁾고 말한다. 만족스러운 해결안을 위해서는 창조적으로 아이디어를 발상할 수 있는 기법을 익힐 필요가 있다는 것이다. 또한 바이올린 연주자이자 작곡가, 시인인 Nachmanovitch⁶⁰⁾는 그의 저서에서 예술가에 의해 원재료가 다양한 과정을 거쳐 하나의 제품으로 재탄생하듯이 창조과정은 연습을 필요로 하며 일정 수준에 도달하면 기법이 모습을 감춘 채 무의식 속에서 작품이 탄생할 수 있게 된다고 하였다. 즉, 창조성 기법은 문제점을 극복하고자 다양한 아이디어를 체계화, 간결화하기 때문에 보다 나은 제품을 이러한 기법으로부터 얻을 수 있을 것이다.

구체적인 창조성기법을 살펴보면 Whiting⁶¹⁾은 사고의 접근원리에 따라 분석적 접근방법(analytical approach), 자유연상·유추에 의한 접근방법(free association & analogic approach), 강제연관에 의한 접근방법

58) 지해천, 정의철 역, 전개서, p.35.

59) 박수규 역, 「창의력 노트」(서울: 비즈니스북스, 2009), p.24.

60) 이상원 역, 「놀이, 마르지 않는 창조의 샘」(서울: 에코의 서재, 2008), pp.49~51.

61) Charles S. Whiting, *Creative Thinking* (New York: Reinhold Publishing Co, 1978), pp.23~40.

(forced relationship approach)으로 분류하고 각 유형마다 디자이너에게 유용한 창조성기법을 분류하였다(표 3).

<표 3> Whiting의 창조성기법분류

유형	분석적 접근	자유연상·유추에 의한 접근	강제연관에 의한 접근
기법	특성열거법 투입, 산출법 형태분석법	오스본의 체크리스트 브레인스토밍 고든법 직관적 발산 양케이트법 STE법 시네틱스 NM-H형 기법 등가성변환기법 KJ법	Catalog법 Trigger(Key Word)법 쫓점목표법

(권은숙, 1986, p.49.)

독일의 Geschka⁶²⁾는 아이디어 발상기법을 두 가지 관점에서 분류하였다. 첫 번째, 기법에서 사용되는 조작 원리(working principle)에 대해서는 참여한 사람들의 직관을 자극(fostering intuitive thinking)하거나 문제 자체를 체계적으로 공격(systematic idea generation)하는 기법으로 분류하였다. 두 번째, 도출 원리(triggering principle)는 아이디어나 개념을 변형시키거나 더 발전시키는 방식으로 문제와 비슷한 아이디어가 연상이 고리를 형성하여 자유연상(association)하거나 또는 문제점과 직접적으로는 관계없어 보이는 대상을 강제결합(confrontation)시킴으로써 새로운 관점이 도출될 수 있다고 보았다. 이러한 관점에서 직관적·체계적 자유연상과 직관적·체계적 강제결합으로 창조성기법을 분류하고 있다(표 4).

62) Horst Geschka, "Creativity Technique in Product Planning and Development: A View from West Germany", *R&D Management*, 13(3)(1983), pp.169~183.

<표 4> Geschka의 창조성기법 분류

조작 \ 도출	자유연상 (association)	강제결합 (confrontation)
직관적 (intuitive)	직관적자유연상법 (methods of intuitive association)	직관적강제결합법 (methods of intuitive confrontation)
	자유롭게 연상의 고리를 형성	해결 방안을 분석적으로 탐색
	<ul style="list-style-type: none"> · 브레인스토밍 (brainstorming) · 브레인라이팅 (brainwriting) · 갤러리법 (gallery method) · 수집노트법 (collective notebook method) · 카드선회법 (card circulating technique) 	<ul style="list-style-type: none"> · 시넵틱스 (synectics) · 그림책브레인라이팅 (picture folder brainwriting) · 자극단어분석 (stimulating word analysis) · 시각적조우기법 (visual confrontation method)
체계적 (systematic)	체계적자유연상법 (methods of systematic association)	체계적강제결합법 (methods of systematic confrontation)
	다양한 아이디어의 생성	현실성 있는 아이디어의 선별
	<ul style="list-style-type: none"> · 속성 열거법 (attribute listing) · 점진적 추상법 (progressive abstraction) 	<ul style="list-style-type: none"> · 형태분석법 (morphological matrix) · 효과적인 자극 발전 (effective stimuli development)

(Horst Geschka, 1983, pp.172~178)

또한 박화술⁶³⁾은 51개의 창조성기법을 개념적 발상원리를 기본으로 하여 5가지 유형으로 분류하였는데, 이는 경험주도형 기법, 분석 기법, 시스템 사고 주도형기법, 유의성기법, 이미지 주도형 기법이다(표 5).

창조성기법을 실시주체, 대상계층, 적용직종에 따라 분류한 다카하시 마코토(高橋誠)⁶⁴⁾는 Guilford의 사고모델을 분류의 기준으로 하여 발산적사고 (divergent thinking)로 아이디어를 내는 확산기법, 수렴적 사고 (convergent thinking)에 의해 아이디어를 정리하는 수렴기법, 문제발견에서 아이디어를 평가까지 적용하는 통합기법, 창조적 태도를 몸에 익히는 태도기법의 4가지로 분류했다. 현재까지 알려진 창조성기법의 종류는 다양하지

63) 박화술, 「창조성개발기법」 (서울: 학문사, 1980), p.178.

64) 조경덕 역, 전계서, pp.312~327.

<표 5> 박화술의 창조성기법분류

유 형	분 류
경험주도형 기법	경험적도형결합법/ 직관적 발산 양케이트법/ 리스트법/ GM사법/ 문제점열거법/ 희망점열거법 /결점열거법
분석 기법	형태분석법/ KJ법/ 시스템법/ 매트릭스법/ GE사법/ 5W1H법/ 계단식사고법/ 발명의 개발비법/ OCU법
시스템사고주도형 기법	분석법/ 초점목표법/ 카다로그법/ MIT법/ 고든법/ FAME법/ SET법/ 변환유추법/ 레일형사고법/ 발명·발견지향형의 시스템기술법
유의성 기법	시빅틱스/ 등가변환론/ 미래예측법/ 사체형가공모델법/ 아이디어 형성에 관한 Catastrophe법/ 원환사고기법/ 가설설정법/ 특허망법/ MNP삼각모형법
이미지주도형 기법	브레인스토밍/ 연상의기법/ OCL법/ 입출력법/ NM법/ RBS법/ 특성열거법/ 특정요인도법/ 파레토곡선법/ 수평사고법/ 시퀀티피법

만 이상과 같은 여러 학자들이 창조성기법을 분류한 방식들은 효과적인 문제 해결을 위하여 아이디어를 어떻게 생성하고 변형하며 압축하는가와 같은 발상 원리의 속성에 의해 분류되고 있다(표 6).

<표 6> 발상원리에 따른 창조성기법의 분류

연구자 분류유형	Whiting (1958)	박화술 (1980)	Geschka (1983)	다카하시 마코토 (高橋誠, 2003)	
생성	자유연상·유추 접근방법	이미지주도형 기법	직관적자유연상	확산 기법	자유연상법
			직관적강제결합		강제연상법
변형	강제연관 접근방법	시스템사고 주도형기법	체계적 자유연상	수렴 기법	공간형
		유의성기법			개별형
압축	분석적 접근방법	경험주도형기법	체계적 강제결합	통합 기법	통합 기법
기타				태도 기법	명상형
					교류형
					연극형

가장 많은 수의 창조성기법을 설명하고 있는 박화술의 5가지 분류에 기초하여 각각의 기법을 살펴보면 다음과 같다.

(1) 경험주도형 기법

경험주도형 기법의 종류는 경험적 도형결합법, 결점열거법, 희망점열거법, 직관적 발산 앙케이트법, 리스트법, GM사법, 문제점열거법 등이 있다.

경험적 도형결합법은 새로운 것을 만들기 위해서 기존의 것을 조합, 분해, 조립, 전환하여 현재의 것과는 다른 형태로 재구성하는 방법이다.⁶⁵⁾

결점열거법(bug list)은 결점사항을 분석하고 구체적인 아이디어를 내놓는 개선형 방법이며,⁶⁶⁾ 개혁형인 희망점열거법(wish technique)은 바라는

65) 우홍룡, 「디자인의 사고와 방법」(서울: 장미, 1996), p.146.

66) 김태영, “Kano 품질분석에 있어서 아이디어 발상법 적용에 관한 연구” (성균관대학교 대학원 석사학위논문, 2009), p.28.

것을 열거하는 것⁶⁷⁾으로 적극적인 아이디어가 나올 가능성도 높다.

직관적 발산 양케이트법은 델파이법(delph methods)⁶⁸⁾과 BS의 장점을 도입하여 각자의 연상을 연쇄반응으로 발산 또는 전개시켜 나가는 것이다.

리스트법은 몇 개의 사물과 아이디어에 번호를 붙여 서로를 결부했을 때 새롭고 유익한 아이디어가 창출될 수 있는 여부를 검토하는 것이다.⁶⁹⁾

GM사법은 미국의 GM(General Motors)사가 개발한 방법으로 현장 근무자에게 필요한 체크리스트를 만들어⁷⁰⁾ 작업을 개선하도록 했던 방법이다.

문제점열거법(posting problem method)은 주제의 문제점을 열거하여 문제의 구조를 명확히 하여, 이후 해결 방법의 전개를 쉽게 하는 방법이다.⁷¹⁾

이 기법들은 과거경험 중에서 유용한 아이디어를 다각적으로 탐지해 해결 방법에 적용하는 특징이 있다.

(2) 분석 기법

분석 기법은 형태분석법, KJ법, 시스템법, 매트릭스법, GE사법, 5W1H법, 계단식사고법, 발명의 개발비법, OCU법 등이 있다.

형태분석법은 어떤 사물의 구성요소를 독립변수로 정의하고, 이를 차트의 축으로 정렬하여 가능한 조합을 모두 생각해 내는 방법이다.⁷²⁾

가와키타 지로(川喜田二郎)의 KJ법은 종이조작법이라고도 하며 각종 정보와 자료를 카드에 기록하고 상호관계를 도해화(圖解化)하여 가설을 발견

67) 박화술(1980), 전계서, pp.96.

68) 희랍신화에 의하면 자신의 미래의 운명을 알기 원하는 사람은 델파이 지성소(Delphic Oracle)의 도움을 얻은 것처럼 전문가 그룹을 통해 조회한 의견들을 통해 미래에 대한 예측을 하는 기법이다.

69) 우홍룡(1996), 전계서, p.100.

70) 상계서, p.101.

71) 상계서, p.149.

72) 임연웅, 「디자인 방법론 연구」(서울: 미진사, 1992), p.163.

해 내는 기법이다.⁷³⁾

시스템법(system method)은 이토카와 히데오(系川英夫)가 제안한 방법으로 대상을 시스템으로 파악하고 그것을 구성하는 요소에 관한 지식이나 정보를 정렬, 선택, 조립하여 설계⁷⁴⁾를 하고 검토하여 선택한다.

매트릭스법(matrix method)은 가로, 세로축에 변수를 정하고 각 변수마다 요소를 추출하여 조합해 현상을 분석하거나 해결아이디어를 생각한다.⁷⁵⁾

GE사법은 GE사가 기술자용으로 개발한 8단계의 절차로 문제추구-요구 사양서의 내용인식-아이디어 수정-수정 검토-단일 아이디어로 압축·선택-예비설계-시제품 실험-완성화의 단계로 문제를 추구해 낸다.⁷⁶⁾

5W 1H법은 2차 세계대전 중에 미육군이 개발한 것으로 5개의 W(who, what, why, when, where)과 1개의 H(how)로 질문하는 방법이다.⁷⁷⁾

계단식 사고법은 아폴로 계획에서 월면착륙 이래로 사용하고 있는데, 직관과 논리의 변증법적 전개라고 하는 것을 구체적으로 적용시키는 것이다.⁷⁸⁾

발명의 개발비법은 어떻게 하여 발명된 것인지를 보면서 안내 절차를 찾는 것으로 특히 직관이 나오기 위한 방어쇠 역할을 한다.⁷⁹⁾

OCU법은 나카야마 마사카즈(中山正和)에 의해 발상된 것으로 아이디어를 O(original;기발), C(common;평범), U(useful;유용)으로 구분하고 기발한 것을 평범한 방향으로 전환시켜 실용적으로 발전시켜가는 기법이다.⁸⁰⁾

분석 기법은 대상을 세밀하게 분석하여 열거하고, 체계화와 재배열하여 누락된 것을 발견하고 새로운 가설을 발상할 수 있는 방법이다.

73) KJ-Method, <http://www.mycoted.com/KJ-Method>

74) 우홍룡(1996), 전계서, p.150.

75) 차동익, “제품디자인 프로세스에의 사용자참여 방안 연구” (동아대학교 석사학위논문, 2001), p.23.

76) 박화술(1980), 전계서, p.117.

77) 우홍룡(1996), 전계서, p.150.

78) 박화술(1980), 전계서, p.118.

79) 상계서, p.120.

80) 조경덕 역, 전계서, p.447.

(3) 시스템 사고 주도형기법

이 기법은 시스템의 각 등급마다 평가하고 최종적으로 해결할 기술적 과제를 구하는 방법으로서 초점목표법, 카탈로그법, 분석법, MIT법, 고든법, FAME법, ET법, 신문지법, 변환유추법, 레일형사고법, 발명·발견지향형의 시스템기술법 등이 있다.

초점법(focused object technique)은 한쪽의 요소에 임의로 선택한 다른 요소를 강제적으로 연관하여 얻어진 아이디어를 자유연상적으로 발전시켜 신기하고 유익한 아이디어를 얻는 방법이다.⁸¹⁾

카탈로그법(catalog technique)은 다양한 참고자료 중에서 마음대로 항목을 선택하고 양자를 강제적으로 관계지우는 것⁸²⁾으로서 아이디어 개발 중에는 가장 빠르고 간단한 방법이다.

분석법(analysis technique)은 생각하는 문제의 대상을 세밀하게 분석하여 정리, 체계화, 재배열하여 누락된 것을 발견하는 방법이다.⁸³⁾

고든법(gordon technique)은 연상력을 사용해서 발상을 하는 방법으로 주제를 명시하지 않은 근본적인 아이디어를 요구한다. 이 기법은 특히 신제품개발, 지금까지와는 다른 발상·방식의 제품을 개발할 때 효과가 있다.⁸⁴⁾

SET법(symbol evaluationnal thinking)은 고든법의 단어 대신 기호나 도형 같은 심볼마크를 사용하여 발상을 전환하는 단순·복합 연상법이다.⁸⁵⁾

FAME법(forecast and appraisals for management evaluation)은 우주공학에 있어서 우주선과 로켓의 질량관리를 위하여 개발된 시스템공학으로 예측수법의 일종이다.⁸⁶⁾

81) 박화술(1980), 전게서, p.141.

82) 상게서, p.143.

83) 우홍룡(1996), 전게서, p.153.

84) 조정덕 역, 전게서, p.442.

85) 박화술(1980), 전게서, p.150.

86) 상게서, p.148.

신문지법은 발상할 때 신문철(잡지, 그림책, 사진첩 등)을 내려놓고 주로 광고란을 한 장씩 넘기면서 직관적으로 힌트를 얻는 방법이다.⁸⁷⁾

변환유추법은 새로운 것을 발상할 경우에 전혀 관계없는 것을 다른 것을 모델로 하여 단계적으로 모방하면서 창조적인 발상에 도달하는 방법이다.⁸⁸⁾

레일형사고법은 한 가지 코스를 정해 놓고 그 길을 따라 어디까지든지 걸어간다는 식으로 연결하여 사고하는 방법이다.⁸⁹⁾

시스템 사고 주도형기법은 목적을 달성하기 위하여 각 요소의 최적적인 조합을 구상하고 그 중요성의 경중에 따라서 평가를 하는 시스템 합성법이다.

(4) 유의성기법

유의성기법의 종류는 시네틱스, 등가변환론, 미래예측법, 사체형가공 모델법, 원환사고기법, 아이디어 형성에 관한 카타스트로프(Catastrophe)법, 가설설정법, 특허방법, MNP삼각모형법 등이 있다.

시네틱스란 제각기 다른 것(single→Sy)을 연결(Connection→nect)하는 것에 ics를 붙인 것으로 아이디어 개발에 대한 실천적 기법이다.⁹⁰⁾

등가변환론(the equivalent transformal thinking theory)은 발명과 발견의 구상이 등가관계에 의하여 변환됨으로써 이루어진다는 것이다.⁹¹⁾

미래예측법은 기술진전을 예측 하는 것이 새로운 아이디어를 개발해 낼 수 있는 씨드(seeds)가 되기 때문에 더욱 중요한 수법이다.⁹²⁾

87) 조정덕 역, 전게서, p.412.

88) 우홍룡(1996), 전게서, p.156.

89) 박화술(1980), 전게서, p.155.

90) synectics, <http://creatingminds.org/articles/synectics.htm>

91) 박화술(1980), 전게서, p.175.

92) 상계서, p.182.

사체형가공 모델법(processing system on tetra status pattern)은 재료를 물체의 4체 원리(즉, 고체, 분체, 액체, 기체) 등으로 관찰하여 각종 재료가공법을 고찰하는 것이다.⁹³⁾

원환(圓環)사고기법의 플라즈마(plasma)⁹⁴⁾합이란 원자가 중성인 상태로, 원형의 배열을 말하며 NM, KJ법에도 이 반응과 유사한 것이 많다.⁹⁵⁾

아이디어 형성에 관한 카타스트로프⁹⁶⁾법은 우수한 가설은 자연적으로 생긴다는 것으로, 유레카와 같이 순간적으로 떠오르는 것을 말한다.⁹⁷⁾

가설성정법은 HFC(Human Francis Computer)로부터 과학의 3대 방법이라고 할 수 있는 귀납, 연역, 가설설정으로 문제를 해결하는 것이다.⁹⁸⁾

특허방법은 발명한 것의 특허를 얻게 되면 특허권이라는 독점적 실시권을 취득하는 것을 말한다.⁹⁹⁾

MNP삼각모형법(Material-Need-Processing triangle pattern of goods evaluation system)은 상품개발을 삼각형 모양에 의해 이상적인 아이디어 개발을 수행해 나가는 방법이다.¹⁰⁰⁾

이 기법들은 인간이 만들어낸 도구, 자연계의 동물, 식물 및 광물, 사회와 자연의 서사, 이야기, 노래, 만화 등에서 유익한 것을 찾아내어서 색채, 형태, 구조, 기능, 감각 등을 모방하고 변형하여 유효한 방법을 찾아낸다.

93) 상계서, p.183.

94) 자유로이 운동하는 음양의 하전입자(荷電粒子)가 기체와 섞여 전체적으로는 전기적 중성인 상태.

95) 박화술(1980), 전계서, p.185.

96) 역전(逆轉)을 뜻하는 그리스어 'katastrophe'가 어원. 예기치 못한 일, 정반대로 뒤집히는 것을 의미.

97) 박화술(1980), 전계서, p.195.

98) 조경덕 역, 전계서, p.460.

99) 박화술(1980), 전계서, p.210.

100) 우홍룡, 진선태. 「아이디어 발상은 끝은 없다」 (서울:미진사, 2004), p.157.

(5) 이미지 주도형 기법

이미지 주도형 기법은 공상, 명상, 직관력, 환상, 최면 등 몽중에서 그와 같은 이미지를 표현, 고정, 추상화 한 것 등에서 힌트를 얻으며 BS법, OCL법, 연상의 기법, 입출력법, NM법, RBS법, 특성열거법, 특정요인도법, 파레토곡선법, 수평사고법, 시렌티피법 등이 있다.

가장 널리 알려진 발상기법인 브레인스토밍(BS법)은 '자발적으로 제공되는 아이디어를 축적함으로써 문제의 해결점을 찾으려고 시도하는 기술을 사용하는 것'¹⁰¹⁾으로 정의된다. 이 기법은 여러 사람이 아무런 제약 없는 상태에서 자유롭게 아이디어를 발상, 전개할 수 있도록 하는 방법이다.

OCL법(Osborn Checklist technique)은 말 또는 시각적 이미지의 리스트를 전환법, 극한법, 부가법, 변경법, 결합법으로 작성하여 하나하나씩을 해결해 나가는 것이다.¹⁰²⁾

연상의 기법은 사물을 인격화하거나 의인화하는 인격적 연상, 유사한 것을 주의에서 탐색하여 비교하는 직접적 연상, 비현실적이거나 상징적인 것을 표현하는 상징적 연상이 있다.¹⁰³⁾

GE에서 개발한 입출력법(input-output technique)은 최초의 상태와 최종 결과물을 결정해 놓고 조건을 만족시키는 방법을 선택해 나간다.¹⁰⁴⁾

NM법은 나카야마 마사카즈(中山正和)가 창조적인 인간의 프로세스를 시스템화하여 그 순서에 따라 이미지발상을 해가는 발상법이다.¹⁰⁵⁾

RBS(Reverse Brainstorming Method) 법은 역 BS법으로서 비판을 차례로 말하고 그 제시된 결점에 대해서 개선대책을 수립하는 방법이다.¹⁰⁶⁾

101) 유봉현, “브레인스토밍 기법이 창의적 사고력에 미치는 영향”, 「연세대학교 교육연구소」, 13(1) (2000), p.208.

102) Geoffrey Broadbent, *Meaning and Behaviour in the Built Environment*(New York: John Wiley and Sons, 1980), pp.313~329.

103) 박화술(1980), 전게서, p.223.

104) 조경덕 역, 전게서, p.526

105) 상계서, p.449.

특성열거법(attributive listing technique)은 Crawford가 개발한 방법으로 문제점을 파악하기 위한 분석적 기법이다. 사물의 명사적, 형용사적, 동사적 특성을 나열하여 어떤 문제점 발견의 힌트를 얻고자 한다.¹⁰⁷⁾

특성요인도법은 품질관리기법에 많이 이용되고 좋은 아이디어란 문제점이 잘 정리되어서 비로소 적절한 것이 나오는 것이라는 피쉬 본 다이어그램(fish bone diagram)이라고 부르기도 한다.¹⁰⁸⁾

Pareto¹⁰⁹⁾ 곡선법은 로렌쯔 곡선(rolentz curve)이라고도 하며 적절한 문제점을 발견하는 것을 주안점으로 한다.¹¹⁰⁾

수평사고법(lateral thinking)은 de Bono¹¹¹⁾가 개발한 기법으로 문제 해결을 위한 상상력 게임을 의식적으로 사용한 것이다.

시렌디피티법(serendipity method)은 Wapole의 동화집에서 보물을 상상하고 우연히 발견하는 데서 힌트를 얻어서 새로운 발견과 발명을 하는 것을 말한다.¹¹²⁾

이미지 주도형 기법은 이미지의 사고를 하는 것으로 상상 속에서 이미지를 포착하여 그 힌트를 표현해 내는 방법이다.

창조성기법들의 공통점은 디자인의 과정을 공식화(formlize)하고 디자인 사고를 외부로 표출(externalize)시킬 수 있다는 것이다. 공식화는 디자인 과정에서 놓치기 쉬운 요인이나 비공식적인 방법에서 발생하는 여러 가지 실수를 피하고자 하는 것이다. 또한 절차를 공식화하는 과정은 디자인 문제에서 취해지는 접근방법의 범위를 확장하고 적합한 해결안에 대한 탐색범위를 넓혀주는 경향이 있다.¹¹³⁾ 즉, 기법의 활용은 디자이너의 머리속에서 떠

106) 박화술(1980), 전계서, p.276.

107) 조경덕 역, 전계서, p.497.

108) 박화술(1980), 전계서, p.280.

109) 이태리의 계량학자.

110) 박화술(1980), 전계서, p.281.

111) 신기호 역, 「드 보노의 창의력 사전 *Serious creativity : Using the power of lateral thinking to create new ideas*」 (서울: 21세기북스, 2004), pp.95~97.

112) 박화술(1980), 전계서, p.291.

오른 최초의 해결안 이상으로 사고할 수 있도록 도와주고 디자이너의 생각과 사고과정들을 외부로 표출시켜 디자인 방법을 형식화할 수 있으며 디자인 과정에도 과도이탈 등의 실수를 범하는 경향을 줄여줄 것이다.

창조성기법의 의식적인 사용이 반드시 성공적인 목적달성을 보장하지는 않지만 디자인의 문제는 항상 변화를 요구하는 만큼 다양한 기법의 활용은 문제해결 능력을 증대시킬 수 있으며, 그에 따른 표현과 행동을 다른이에게 설명하는데도 유용하다.

패션디자인을 위한 창조성개발은 디자인의 질적 고급화를 이룰 수 있는 계기가 되며, 디자이너의 인적능력의 요구에 부응할 수 있을 것이다. 따라서 창조성기법은 디자이너의 상상력, 창조적 발상, 직관적 통찰에 대하여 적대관계에 있지 않다. 그와 반대로 비공식적인 사고과정보다는 오히려 새로운 디자인 해결안을 유도하는데 보다 많은 가능성과 기회를 줄 수 있을 것이다. 또한 패션디자인 프로세스 전반에 창조성기법을 적용하는 것은 단순히 아이디어를 내기 위한 방법이기보다는 고정관념과 편견에서 벗어나 디자인 사고를 효율적으로 하여 문제해결 방향을 제시하고자 하는 것이다. 즉 '무엇을 해결해야 하는가' 보다는 '어떻게 해결할 수 있는가'를 충족시킬 수 있는 방법을 연구하고자 한다.

113) 지해천, 정의철 역, 전계서, p.38.

Ⅲ. 창조성기법을 적용한 패션디자인 프로세스

1. 패션디자인 프로세스

디자인은 문제해결을 위한 창의적인 활동으로서 프로세스 상에서의 디자인은 '어떤 상황에 처해 있는가?'라는 현재의 상황과 '어떤 상황이 되어야 하는가?'라는 기대 조건 사이에서 문제를 찾아내 바람직한 방향으로 해결하는 것이다. 디자인 개발을 위한 프로세스는 목적에 맞게 제품을 디자인하고 어떻게 구성해 나갈 것인가를 기본으로 하지만, 그 구조는 각각의 분야의 특성에 맞게 다양하다.

현재 디자인의 키워드는 창조와 스피드이다. 새로운 제품을 얼마나 빨리 시장에 내놓을 수 있는지가 성공의 관건이 된다. 따라서 이를 가능하게 하는 시스템의 필요성이 프로세스의 확대를 가져오고 있다. 예를 들어 치열한 명품 시장에서 살아남기 위해 Gucci는 신제품 출시의 횟수와 제품수를 늘리기 위한 체계 구축의 필요성을 느끼고 ENOVIA PLM(product lifecycle management)¹¹⁴⁾ 프로세스를 채택하였고, 소비자들의 디자인에 대한 원활한 의사소통과 정확한 시장 전망과 빠른 제조, 유통과정을 단축시키는 혁신을 통해 전 매출 2배 이상 증가를 가져왔다.¹¹⁵⁾ 그러므로 오늘날의 패션디자인은 이전의 직관적인 디자인 방식으로부터 제품으로서의 디자인 뿐 만아니라 의식적이고 체계적인 과정으로서의 디자인 프로세스의 개념이 중시되고 있다.

114) Dassault Systemes社의 제품 수명 전체에 걸쳐 산출되는 데이터를 관리하고 이를 각부문간 공유를 통해 협업을 지원하는 도구. 3D 가상공간에서 제품의 생산, 테스트, 최적화 할 수 있는 솔루션을 추가하면서 제품의 초기 설계부터 유지 보수에 이르기까지 전체 라이프 사이클을 체계적으로 관리하는 프로그램이다. (<http://www.3ds.com/products/enovia/welcome/>)

115) "선투자를 통한 ROI 관리, PLM으로 해결", 전자신문, 2009. 5. 22.

1) 패션디자인 프로세스의 유형

패션디자인 프로세스는 디자인 프로세스의 일반적인 이론을 바탕으로 연구되어 왔으며, 이는 엔지니어, 건축가, 수학자와 행동연구 과학자들과 함께 연구되기도 하였다. Dejonge¹¹⁶⁾은 특수 기능의복을 디자인하는데 있어서는 기존과는 다른 새로운 접근방식이 필요함을 인식하고, 기존 디자이너의 직관에만 의존하던 방식이나 지나치게 기계적인 디자인 방식을 탈피하여 절충된 자율적 체계에 의한 새로운 디자인 프로세스를 제시하였다. Jones의 디자인 프로세스를 기준으로 하여 분류하였으며 각 단계를 세분화하여 단계마다 유용하게 사용할 수 있는 디자인 방법들을 제시해 주고 있으며,¹¹⁷⁾ 각 단계들이 단절되지 않고 병행해서 새로운 단계로 적용되어 유연하고 일관성이 있는 장점이 있다.

기능성 의복디자인 과목에서 디자인 프로세스를 이용함으로써 학생들의 창조적인 문제해결 능력을 개발시키고자 했던 Watkins¹¹⁸⁾는 단순한 제품의 디자인보다 디자인 프로세스 개발의 지향이 더욱 중요함을 강조하였다. Lamb & Kallar¹¹⁹⁾은 모든 종류의 패션디자인에 적용될 수 있는 좀 더 발전적인 기능적 - 표현적 - 심미적 소비자 요구 모델(FEA: Functional - Expressive - Aesthetic consumer needs model)을 제안하였다. 이 모델의 중심이 소비자임으로 디자이너는 그 대상을 먼저 파악하여야 하며, 이를 위해서 패션디자인의 평가 기준을 제품의 유용성과 관련된 기능적 고려, 제품의 의사전달과 상징성 측면의 표현적 고려, 아름다움에 대한 인간의 욕

116) J. O Dejonge, Forward: The design process: In Watkins, S. M. *Clothing: The portable environment* (Ames, IA: Iowa State University Press, 1984), pp.vii~xi.

117) 박혜정, 전제서, p.8.

118) Susan M. Watkins, "Useing the Design Process to Teach Functional Apparel Design", *Clothing and Textiles Research Journal*, 7(1)(1998), pp.10~14.

119) Jane M. Lamb & M. Jo Kallal, "A Conceptual Framework for Apparel Design", *Clothing and Textiles Research Journal*, 10(2)1992), pp.42~47.

망과 관련된 미적인 고려로 제안하였다. 최경희 등¹²⁰⁾은 경기용 수영복 디자인의 개발을 Lamb & Kallar의 프로세스로 진행하였다.

Regan 등¹²¹⁾은 엔지니어링 디자인 프로세스에 근거하여 패션디자인 프로세스를 체계화시켜 그 접합성에 관해 연구하였고, LaBat & Sokolowski¹²²⁾ 건축, 환경, 산업, 의류디자인에 대한 프로세스를 분석하여 3단계의 패션디자인 프로세스를 제시하고 이에 따라 운동선수용 발목보호대를 개발하였다.

이상 학계에 발표된 패션디자인 프로세스를 종합해보면(표 7), 이들이 제시하는 모형은 각각의 세부단계들이 서로 다르게 구분되어 있지만, 디자인 프로세스와 같이 문제의 이해, 종합, 평가의 세 단계 흐름에 따라 조직되어 있음을 알 수 있다. 즉, 우선적으로 고려해야만 하는 문제와 관련된 사항들을 조사하여 문제를 명확하게 분석, 정의하고 이러한 문제를 해결하기 위하여 가능한 다양한 방안들을 모색하여 해결방안을 실체화 시킨다. 이후 해결방안이 얼마나 효과적으로 문제해결을 수행하였는가에 대한 평가를 하는 순서로 진행되는 것이다. 이러한 공통의 흐름을 갖는 여러 연구자의 패션디자인 프로세스는 대부분 순환적인 형태를 취하며 일련(一連)적이 아닌 피드백되어 디자인 목표라는 포괄적인 방향에서 각 부분의 문제를 해결하고자 하는 부분적인 방향으로 나가는 특징을 가지고 있다.

120) 최경희 외, “한국적 이미지의 경기용 수영복 디자인 개발에 관한 연구(II): 오방색과 태극문을 중심으로”, *복식*, 53(4)(2003), p.55.

121) Cynthia L. Regan et al., “Applicability of Engineering Design Process Theory In The Apparel Design Process”, *Clothing and Textiles Research Journal*, 16(1)(1998), pp.36~46.

122) Karen L. LaBat & Susan L. Sokolowski, “A Three-Stage Design Process Applied to an Industry-University Textile Product Design Project”, *Clothing and Textiles Research Journal*, 17(1)(1999), pp.11~20.

<표 7> 패션디자인 프로세스 모형의 분류

학자 단계	Dejonge (1984)		Watkins (1988)		Lamb & Kallar (1992)		Regan, Kincaid (1991)	
문제 이해	① 문제요청제기 (request made)	1 단 계	다양한 방향으로 디 자인 상황 탐색 단 계.	수용 (acceptance)	동기 부여. 문제 인식.	문제 인식 (problem identification)	상황을 인식하고 분석, 정의하는 단계로 디자이너 는 디자인 문제에 대한 사용자의 요구와 필요를 분석.	문제인식 (problem recognition)
	② 디자인상황 탐색 (design situation explored)	2 단 계	디자인 상황에서 문 제요소 확인, 디자 인 범위 축소. 문제의 핵심이 명확 해지는 단계.	분석 (analysis)	기초 탐색 조사, 문제점 정의, 전문가인터뷰.	초기 아이디어 (preliminary idea)	스케치, 아이디어회의, 연구, 여론조사 등의 기술 을 통해 해결 방안 마련. 가장 창조적인 디자인 단계로 자유로운 생각과 여러 가지 해결책 제시.	문제정의 (problem definition)
	③ 문제 구조인식 (problem structure perceived)	3 단 계	핵심이 되는 문제와 요인에 관한 자료가 수집되는 단계.	정의 (definition)	디자인 기준 설명, 다량의 정보, 아이디 어 중에서 선택.	디자인 정돈 (design refinement)	디자인 문제에 대하여 순위를 설정. 초기의 아이디어를 구체화 시키는 단계로 디자이너가 평가기준을 적용하여 수 정, 폐기, 선택.	문제의 탐구 (exploration of problem)
해결 안의 종합	④ 세부사항 설명 (specification described)	4 단 계	평가방법을 통해 수 집된 자료가 설계의 기준이 되는 단계.	관념화 (ideation)	디자이너에 의해 창 조적 아이디어 산출.	견본개발 (prototype development)	가장 유력한 아이디어를 선택하여 시도해 보는 단계, 샘플 제작.	대안의 검토 (search for alternatives)
	⑤ 디자인 기준설정 (design criteria established)	5 단 계	원형의 제작을 위해 명세표작성. 디자인의 적합성 확 인 단계.	아이디어정의 (idea definition)	여러 가지 사실, 데 이터, 아이디어의 선택·조합.			
	⑥ 프로토타입 개발 (prototype developed)	6 단 계	원형에 대한 평가가 이루어지며 명세표 작성을 위한 평가가	수행 (implementation)	선택된 아이디어의 실행, 실물의 의복을 제작.	평가 (evaluation)	문제 정의 단계에서 수립 된 기준에 따라 주관적, 객관적으로 평가·수정· 제거하여 디자인안의 선정	해결명세서 (specification of solution)

2) 패션디자인 프로세스 모델

새로운 디자인 프로세스 모델을 만들 때에는 디자인에 대한 관점을 명확히 하는 것으로부터 시작된다. 디자인을 합리적 문제해결의 관점으로 본다면 디자이너는 문제해결자로, 디자인 프로세스는 구체적인 문제해결과정을 의미한다. 또한 디자인 문제해결을 창의적인 결과로 이끌어 내기 위한 여러 학문 간의 교차연구는 디자이너의 직관적 방법뿐만 아니라 과학적이고 합리적인 디자인 방법을 최대한 적용하여 문제를 해결한다.

따라서, 패션디자인 프로세스에 적합한 모델을 개발하기 위해 창조적 문제해결과정으로부터 패션디자인, 제품디자인 프로세스를 종합하여 기본적이고 공통적인 원리를 추출하였다. 더불어 디자인과정이 유연하면서도 프로세스 요소들 간에 통합성 있는 모델을 제안하였다(표 8).

(1) 창조적 문제해결과정

새롭고 복잡하여 잘 파악되지 않는 디자인 문제의 해결을 위해 논리적 사고와 창조적 사고의 실행을 강조한 Dewey의 창조적 문제해결과정은 현실을 고려한 제한적 창조성을 발휘해야 하는 디자인의 창조성과 연관이 된다. 즉, 패션디자인의 창조성은 소비자의 요구를 분석하여 반영하는 논리적 사고와 새로움을 추구하는 패션의 속성을 조형적 감각으로 표현하는 창조적 사고가 조화를 이루어야 하기 때문에 Dewey의 프로세스를 선택하였다.

(2) 패션디자인 프로세스

패션디자인 프로세스 중 Watkins의 프로세스는 문제를 해결할 때 예술적

<표 1> 문제해결을 위한 디자인 프로세스 모델

		산업디자인 프로세스		패션디자인 프로세스		패션디자인 프로세스		창조적문제해결과정	
		Ulich&Eppinger (1995)		Regan, Kincade & Sheldon (1998)		Wathins (1998)		Dewey (1980)	
분	컨셉 정의	Concept Exploration (컨셉 검토)	컨셉개발 제품기술 생산 가능성, 니즈분석	Problem recognition (문제인식)	문제서술, 컨셉회의, 아이디어 발상, 스케치	Acceptance (수용)	동기부여, 문제인식	Occurrence of difficulty (문제제기)	문제의 목록화, 질문 탐구
	관련 정보 수집	System-level design (시스템 레벨 디자인) \	제품구조 아이디어 제시, 하부 시스템, 제품요소 분석	Problem definition (문제정의)	목표설정, 정보자원, 리서치, 디자인 영역설정	Analysis (분석)	기초조사 문제점 정의, 전문가 인터뷰	Definition of difficulty (문제의 정의)	대안적 정의 목록화, 확산적 사고 활동, 창의성 개발 방법 활용
중	아이디어 생성	Design Specification (디자인 명세서)		Exploration of Problem (문제탐구)	정보수집, 디자인 전략수집, 시장/경쟁 사평가	Definition (정의)	디자인 기준설명, 다량의 정보와 아이디어		
	합	세부 디자인	search for alternatives (대안선택)	판매분석, 소비자의 요구 사항분석, 디자인 제안	Ideation (관념화)	창조적 아이디어 산출	the rational elaboration of an idea (아이디어의 합리적 구체화)	자기 평가 기준의 목록화, 해결책 모색	
평	실행 계획 개발	Final check (평가 및 보완)	재료구성 기법 및 도구확정 마케팅 계획수립	Evaluation and Decision (평가와 결정)	대안평가, 샘플링	Idea Definition (아이디어 정의)			인지적 직관적 접근, 아이디어 축적
	가	평가	Production ramp-up (생산 램프업)	particular of solution (해결안의 상세화)	부서 품평회, 최적안의 선택	Implementa-tion (수행)	선택된 아이디 어의 실행	Communication of solution (해결안의 전달)	영업 품평회, 제품 설명회
			생산의 문제점 검토, 제품생산	Communic-ation of solution (해결안의 전달)	영업 품평회, 제품 설명회	Evaluation (평가)	작품의 가치평가		

감성에 기초를 둔 형태적 특성과 과학에 기초를 둔 기능적 특성 모두 고려하는 통합적 성격의 프로세스이다. 또한 이 모델은 디자인 문제를 다각적인 방향에서 파악하고 탐색할 수 있도록 각 단계의 범위를 넓게 잡고 있다. 일반적으로 패션디자인은 임의적이며 개성과 독특성이 강조되는 불명확한 문제들로 이루어져 있어 목적, 제한조건, 기능 등의 지침이 없으므로 문제해결자인 패션디자이너의 인지적 활동 영역이 넓어야 한다. 즉, 다른 연구자들의 패션디자인 프로세스에 비해 이 모델은 효율적으로 정보를 입수하여 분석하고 실제 디자인에 적용하는 과정에 중점을 두고 있기 때문에 창조성기법의 활용 범위가 넓을 수 있어 새로운 패션디자인 모델의 기초가 되었다.

Regan 등의 패션디자인 프로세스는 Archer의 엔지니어링 디자인 프로세스에 기초하였기 때문에 일관성 있게 프로세스의 흐름을 유도하고 있어 목표에 부합하는 최종 디자인을 창출할 수 있는 장점을 갖는다. 패션디자인은 매 시즌마다 새로운 아이디어를 빠른 시간에 여러 아이템으로 만들어 내야 한다. 즉, 다른 분야의 디자인 작업보다 표현의 양, 표현의 속도, 표현의 넓이, 표현의 새로움¹⁾ 등의 속성이 패션디자인에서 강도 높게 요구된다. 그러므로 프로세스 단계별로 자세한 작업을 명시한 Regan 등의 모델은 다양한 견지에서 해결방법이 만들어지고, 문제발생 시 단계별 정보는 해결의 실마리가 되어 피드백이 용의하게 하는 순환적이고 유동적임으로 선택의 기준이 되었다.

(3) 제품개발 프로세스

제품개발 프로세스는 패션디자인 프로세스와는 다른 방식으로 문제를 인식하고 있는데, 그 중에서 가장 두드러진 특징은 디자인 단계별로 활용기법을 계획하는 디자인명세서와 제어명세서를 가지고 있기 때문에 초기 제품기

1) 최윤미, 전계서, p.18.

획 단계에서부터 최종 생산까지의 모든 과정에 각각의 기법을 구체화하는 것이 가능한 것이 선택의 토대가 되었다. 또한 Ulich & Eppinger의 모델은 타부서와의 수평적 커뮤니케이션을 극대화시킨 통합적 프로세스로, 이는 프로세스의 순환과정을 디자인 개발 초기에 집중시키고 부분적 중첩 프로세스와 팀웍을 통하여 리드타임을 줄임과 동시에 전체 개발 사이클을 축소²⁾시키는 효과가 있다고 하였다.

이와 같이 다양한 프로세스를 조합하는 것은 광범위한 지식기반이 있을수록 창의적 영감을 얻을 확률도 높아진다고 생각하기 때문이다. 모든 프로세스의 단계에서 공통적으로 중요하게 여기는 것은 창조성이며 이는 디자인 문제해결의 핵심사고 과정이다.

이상의 4가지 문제해결을 위한 디자인 프로세스 모델을 종합하고, 디자인을 완성할 때까지 시간적 흐름에 따라 일어나는 상황과 디자이너의 행동 양식을 고려하여 여섯 단계의 패션디자인 프로세스로 제안하였다(표 9).

여섯 단계의 패션디자인 프로세스를 살펴보면 첫째, 디자인 문제정의(task definition)의 과정은 정의되지 않은 문제를 여러 각도에서 관찰하여 수용하는 단계이다. 이 단계는 주어진 디자인 문제를 정의 내리고 문제의 성격을 이해하여 디자인이 충족시켜야 할 범위를 확정하고 방향을 명확하게 제시한다. 자사의 판매 분석과 경쟁브랜드에 대한 조사, 국내외 시장 동향정보, 목표 소비자의 성향분석 등이 이루어지며 특히 패션정보기관들이 제시하는 패션트렌드의 분석은 유행의 불확실성을 최소화 할 수 있기 때문에 중요하다. 트렌드 정보로 제시된 인플런스를 분석하여 자사에 맞는 디자인의 영역을 설정하여야 한다.

둘째, 디자인 컨셉 검토(concept exploration) 과정은 문제를 명확히 하고 목표를 지각하여 가능한 모든 자료를 분석하는 단계이다. 문제에 대한

2) 김억, “통합적 제품 디자인 프로세스를 위한 정보시스템에 관한 연구: 디자인과 생의 인터페이스 과정을 중심으로” (한국과학기술원 석사학위논문, 1995), pp.15~16.

배경 분석은 시장조사와 카탈로그, 컬렉션, 트렌드정보지, 표적고객의 인구 통계적 특성, 감성과 전반적인 라이프스타일을 자료화 하여 디자인 컨셉을 설정하는데 활용 한다. 설정된 컨셉별 테마를 이미지화 하여 타브랜드와 차별성이나 소비자의 미적니즈를 만족시킬 수 있는 참신함을 가지고 있는지를 평가하여야 한다. 평가된 자료를 토대로 목표소비자에게 맞는 디자인 전략을 수립하고 디자인 작업 시 필요한 세부사항을 설정하고 검토하는 작업을 한다.

셋째, 정교화 되지 않은 아이디어가 생성(preliminary idea)되는 단계로 디자이너의 창조성이 가장 요구되는 실질적인 디자인 개발과정이다. 가능한 많은 디자인을 모색하여 최적의 해결안으로 발전시키는 관념화 단계로 아이디어회이나 스케치 등의 방법을 사용하여 여러 해결안을 종합하고 결정, 평가의 과정을 반복한다.

넷째, 아이디어를 세부적으로 발전시키는 디자인 구체화(design finalizations) 과정은 제시된 많은 아이디어를 비판적으로 분석하여 가장 적합하고 우수한 것을 선택하는 수렴의 단계이다. 디자인 개발의 가장 핵심적인 단계로, 기본적인 구조와 스타일, 질감, 색채를 결정하는 이 단계는 디자이너의 전문성이 발휘되는 단계이다. 이때는 다양한 해결안들이 나오므로 현재 상황을 검토하여 수용 가능한 정보와 자료를 명확하게 한다. 제시된 많은 디자인 가운데 샘플로 제작될 디자인을 결정하고 디자인 명세서와 같은 작업지시서에 도식화로 표현하는데, 여기에는 구체적인 디자인의 특성 및 봉재법, 원단스와치, 부자재 등의 세밀한 내용을 정리하여야 한다.

다섯째, 최종안 접근(final approval)은 해결안을 산출하고 실행계획을 개발하는 과정으로 문제해결의 전략을 적용하여 수행하는 단계이다. 패턴을 만들고 샘플을 제작하는 단계로 이전 단계의 정의에 근거하여 확인 및 수정, 평가하는 작업이 이루어진다.

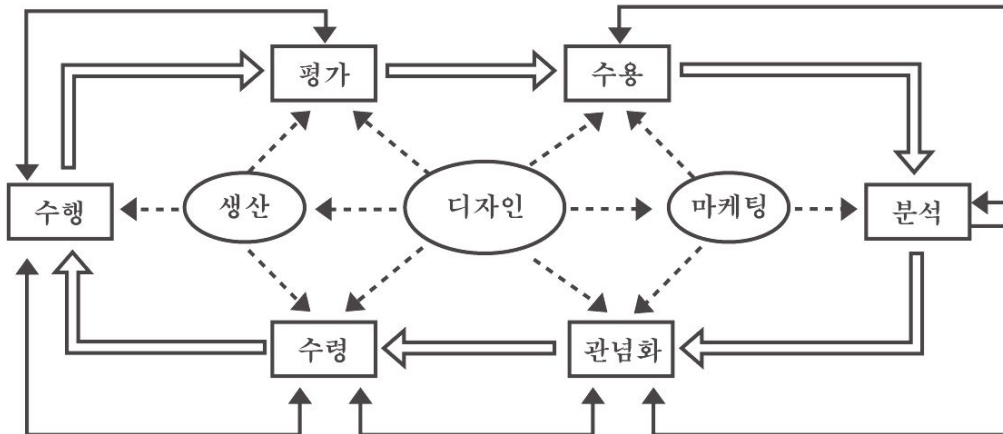
여섯째, 이전의 단계를 통한 해결책을 검증하여 평가하고 해결안을 발견

(evaluation & solution finding) 평가하는 단계이다. 품평회 및 수주회를 통해 평가된 후 디자인수정, 폐기 단계를 거쳐 대량생산이 가능한 최적의 스타일을 선정하는 등 디자인에 관한 최종적인 의사결정을 하는 과정이다.

이상의 패션디자인 프로세스는 각 단계마다 평가가 이루어져서 다음 단계로 이어진다. 평가 시에는 그 이전 단계에서 설정한 내용을 근거로 검토, 수정되며 이때에는 컨셉 방향이 평가의 핵심이 된다. 이는 프로세스가 순환적으로 움직이는 것을 반영하는 것으로 최적 안이 결정될 때까지 계속 피드백되어 진다. 디자인의 실패를 줄이기 위해서는 프로세스의 전 과정이 긴밀하게 관리되어야 하므로 디자인과정에 마케팅이나 생산팀의 활동이 통합적이고 동시에 운영되는 현상을 <그림 6>에 정리하였다. 이는 부서간의 원활한 협력체계와 프로세스 각 단계가 수평적 피드백의 활용을 보여준다.

<표 2> 패션디자인 프로세스의 개념적 틀

제품개발 프로세스 단계					
디자인 문제정의 (Task Definition)	디자인 컨셉 검토 (Concept Exploration)	아이디어 생성 (Preliminary Idea)	디자인 구체화 (design Finalizations)	최종안접근 (Final Approval)	평가& 해결안발견 (Evaluation & Solution Finding)
<ul style="list-style-type: none"> • 목표설정 • 정보자원 확인 • 디자인 영역설정 • 문제파악 • 업무분산 	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자 계층분석 • 문제해결 방법제시 • 정보수집 • 컨셉결정 	<ul style="list-style-type: none"> • 디자인 방향설정 • 아이디어 산출 및 조합 	<ul style="list-style-type: none"> • 디자인 구조접근 • 아이디어의 총계 • 디자인정돈 • 수용가능한 디자인 탐색 	<ul style="list-style-type: none"> • 견본개발 확인 및 수정, 평가 • 재검토 	<ul style="list-style-type: none"> • 품평회 및 수주회 • 최적안의 선택 • 생산과정의 재조정
수용 (acceptance)	분석 (analysis)	관념화 (ideation)	수렴 (convergence)	수행 (implementation)	평가 (evaluation)
문제해결을 위한 패션디자인 프로세스					



<그림 5> 병렬적 패션디자인 프로세스

2. 패션디자인과 창조성기법

패션디자인은 소비자가 만족하는 창조적인 제품을 만드는 행위로 볼 수 있으며 여기서의 창조란 '변화한다'거나 '새롭다'로 볼 수 있는데, 이는 매 시즌 새로운 것을 추구하는 패션의 속성과 같다고 할 수 있다. Miuccia Prada³⁾는 패션디자인의 영감을 어디에서 얻느냐는 질문에 '순간적으로 영감을 받는 식으로 일을 하지 않고 며칠씩 몰두합니다. 예술과 패션을 배우고 뭔가 새로운 것, 자신의 사고(思考)의 정수에서 나오는 것을 혼합합니다. 그렇게 도달한 결과물을 보는데, 자신 스스로에게도 좀 어색하게 느껴진다면? 그게 바로 '새로움'을 창조하는 순간이다.'⁴⁾라고 하였다.

디자이너에게 창조적 사고를 증진시켜 새로운 아이디어나 개념으로부터 구체적인 상품을 개발하는 창조성기법은 다양하게 제안되어 있으며, 이들은 각기 개별적 특성을 가지지만 창의적 사고를 통한 아이디어 발상의 효과를 높인다는 공통의 목적은 존재한다. 이러한 기법은 주어진 상황에 맞게 적절히 응용, 적용되어야 하고 이를 위해서는 기법의 유사성과 차이점의 분석을 통한 정확한 정의와 과정의 발상과정에 대한 이해를 필요로 한다. 더불어 창조성기법은 단순한 아이디어를 내기 위한 방법이 아닌 디자인 프로세스 전반에 걸쳐 고정관념과 편견에서 벗어나 디자인 사고를 효율적으로 할 수 있도록 도와준다. 따라서 현재까지 개발되어 사용되고 있는 창조성기법을 디자인 작업에 적합한 기준에 따라 나누어 살펴보도록 하겠다.

3) 늘 남과 다르게, 자유롭게 생각하는 그녀의 사고가 최상의 가죽이나 천연 섬유만이 '명품'의 재료가 될 수 있다는 통념을 깨뜨렸다. '핸드백이 꼭 가죽일 필요는 없다'는 발상에서 나온 '나일론백'으로 큰 성공을 거둔다.

4) “그녀, 자유를 디자인 한다” , *Weekly BIZ*, 2009.5.16.

1) 디자인 프로세스에 적용된 창조성기법

창조성기법은 문제의 명료화에서부터 상세디자인에 이르기까지 디자인 프로세스의 모든 과정에서 활용될 수 있다. 창조성기법의 주된 의도는 디자인 프로세스를 논리적인 절차로 수립하기 위한 것으로, 프로세스의 각 단계에 문제해결을 위한 여러 가지 구체적인 기법을 이용하여 아이디어를 증대시키고 새로운 디자인 해결안을 유도하기 쉽게 해주며 창조적 사고와 합리적 방법에 도움이 되는 기법을 실제로 구사하도록 하는 것이다. 이러한 도구의 사용결과에 따라 그리고 그 도구의 선택방식에 따라 문제해결의 정도에도 영향을 미치게 된다. 디자인프로세스에 있어서 사용되는 창조성기법의 종류가 많을수록 성공한 신제품의 수가 늘어난다는 Sowrey⁵⁾의 연구는 이러한 사실을 뒷받침하고 있다.

창조성기법을 창조적 문제해결 기법이라고 보고 구조화된 문제해결의 단계를 제시한 Van Gundy⁶⁾는 앞 장에서 살펴본 것과 같이 문제분석과 재정의 (problem analysis & redefining), 아이디어 도출(idea generation), 아이디어 평가와 선택(idea evaluation & selection), 아이디어의 이행(idea implementing)의 4단계로 나누고 각 단계에 적절하게 활용될 수 있는 기법들을 분류하였다. 문제분석과 재정의 단계에서는 디자인의 문제에 대하여 적절한 정의를 개발하는 과정으로 문제가 확실하게 정의되지 못하면 효과적인 해결안을 얻을 수 없음을 의미하게 되므로 이 단계는 문제해결의 전 과정에서 가장 중요하다고 할 수 있다. 재정의 기법(redefinitonal techniques)들은 새로운 문제 시각을 갖도록 도와주는 기법이며, 분석기법(analytical techniques)은 문제를 중요요소로 나누고 요소간의 가능한 상관

5) Trevor Sowrey, "Idea Generation: Identifying the Most Useful Techniques", *European Journal of Marketing*, 24(5) (1990), pp.20~29.

6) Arthur B. Van Gundy, *Techniques of Structured Problem Solving* (New York: John Wiley & Sons, 1981), pp.42~47.

관계를 규정하도록 도와준다. 아이디어 도출 단계의 기법들은 기법 운영의 대상이 그룹기법인지 또는 개인기법인지 등에 따라서 다시 부가적인 방식으로 분류될 수 있다. 아이디어 평가와 선택 단계의 기법은 문제해결과정 중 의사결정 단계에 유용하게 쓰일 수 있는 기법들이다. 아이디어의 이행단계에는 아이디어 실행 후의 가능한 부정적인 결과들을 예상하는 데 도움을 주는 기법들이 포함되어 있다. 또한 Van Gundy는 이 네 단계에 포함되지 않는 기법들을 종합적 기법들과 나머지 기법들로 따로 구분해 소개하고 있다.

Couger⁷⁾는 신제품개발 프로세스 단계별로 이용가능한 창조성기법을 종합적으로 분류하였다. 창조성기법 중에서 다양한 아이디어를 얻기 위한 발산형 기법과 함께 생성된 아이디어 중 유용한 아이디어를 선별하는 수렴형 기법도 고려할 수 있도록 하였다. 이러한 관점에서 창조적 문제해결 프로세스와 신제품개발 프로세스를 대응시키고, 각 단계별로 이용가능한 창조성기법을 종합적으로 분류하면 <표 10>과 같다.

현대의 디자인 문제들은 복잡해지고 빠른 결정을 원하는 경우가 많아 일반적인 방법 외에 새로운 방법의 시도를 필요로 하게 된다. 지금까지 살펴본 것과 같이 여러 가지의 창조성기법들은 새로운 재료를 가지고 새로운 의미를 만들어 가는 것이 아니라 기존의 재료와 상황이 그것과는 또 다른 의미나 관점을 획득할 수 있도록 유도하는 장치의 성격이 강하다. 즉, 디자인 과정으로서의 패션디자인 프로세스에 디자인 방법으로서의 창조성기법의 활용은 디자인 문제의 창의적 해결안 도출을 위한 최적화된 방법이다.

7) J. Daniel Couger, *Creative Problem Solving and Opportunity Finding* (Boston: Boyd & Fraser Publishing Company, 1995), pp.2~43.

<표 3> Cougar의 신제품개발 단계별로 이용가능한 창조성기법

종류 단계	창조적 문제해결 프로세스	신제품 개발 프로세스	이용가능한 창조성기법				
			발산형기법				수렴형 기법
			직관적 자유연상	직관적 강제결합	체계적 자유연상	체계적 강제결합	
1	기획설명 및 문제제기	신제품 기획의 탐색 및 PIC 개발	• BL • WT • LC • STH	• PA	• AA • PR • CL	• FGI	
2	관련정보 수집	관련정보 수집	• BL		• 5W1H		• CIA
3	아이디어 생성	컨셉생성	• BS • BW • GW • IBR • MM • GM • G/L • MBS	• Sy • WD • LT	• AA • 5W1H • MV • Ass • StW	• MA • IO • AL	• APS • Del • KJ
4	아이디어 평가 및 등급부여	스크리닝		• PA	• DI • DM		• FFA • DBS
5	실행계획 개발	개발	• BL		• DI • 5W1H		• TRIZ • FFA

(Couger, 1995, p.2, 3, 9, 11, 14-19, 22-24)

** AA(속성연상법) AL(특성열거법) APS(상관망분석법) Ass(연상의기법) BL(문제점열거법) BS(브레인스토밍) BW(브레인라이팅) CIA(크로스법) CL(체크리스트) DBS(디지털테이블) Del(델파이법) DI(불연결점진주의기법) DM(매트릭스) FFA(역장분석) FGI(포커스그룹인터뷰) G/L(고든법) GM GW(목표소망법) IBR(idea비트법) IO(입출력법) KJ법 LC(리스트법) LT(수평사고법) MA(형태분석법) MBS MM(마인드맵핑) MV(동사조작법) PA(점진적추상화법) PR(문제반전법) STH(여섯개의모자법) StW(스토리법) Sy(시네틱스) TRIZ WD(위크디자인법) WT(소망적사고) 5W1H법

2) 패션디자인의 창조성기법의 설정

창조성기법은 문제해결의 상황 즉 모든 디자인에 적용할 수 있지만, 각 분야의 특성상 더 효과적인 기법이 있을 수 있다. 모든 창조성기법이 패션 디자인 프로세스에 유용한 것이 아니기 때문에 구분해서 사용 할 필요가 있다. 즉, 어떠한 기법도 디자인에 관련된 문제나 예상되는 미래상황을 독창적이고 완전하게 해결한다는 보장은 없으므로 창조성기법의 판단 기준을 네 가지로 정의하였다. 첫째, 선택된 기법이 디자인 작업을 용의하게 해주어야 한다. 둘째, 해결방안은 해결전보다 더 많은 문제를 야기 시켜서는 안 되며 셋째, 쉽게 수정되고 실험 할 수 있어야 한다. 셋째 언제, 어디서, 누구나 효과적으로 사용·적용될 수 있어야 한다. 예를 들어 Rothenberg & Sobel⁸⁾은 형상의 겹침을 통해 새로운 이미지를 창출하는 방법론을 제시하였다. 동일공간에서 형상을 겹치는 이 기법은 독특한 형을 만들어 낼 수는 있으나 디자이너가 이 방법을 이용하기 위해서는 영상을 겹칠 수 있는 기기가 사용되어야 한다는 제한점이 생기므로 이러한 기법의 사용은 배제하였다.

창조성기법에 대한 기본 원칙 중 가장 일반적으로 받아들여지고 있는 Mcpherson의 9가지 원칙은 다음과 같다.⁹⁾

- ① 명확한 절차에 따라 진행할 것
- ② 문제의 특성에 적합한 기법을 적용할 것
- ③ 기법의 프로세스와 아이디어 발상의 프로세스가 일치할 것
- ④ 분산적 사고를 보유할 것
- ⑤ 발산적 사고를 유도할 것
- ⑥ 초기의 해결안은 시간을 두고 보류할 것

8) Albert Rothenberg & Robert S. Sobel, 전게서, pp.27~36.

9) 강학화, “창의적 디자인 작업을 위한 PDA 기반 그룹 발상 지원도구에 관한 연구” (한국과학기술원 석사학위논문, 2003), p.18.

- ⑦ 프로세스 자체를 즐길 수 있도록 할 것
- ⑧ 많은 발상을 위한 각각의 독특한 작동원리를 가질 것
- ⑨ 유용성이 실험될 수 있는 배경을 가질 것

패션디자인에서 창조성기법은 대개 디자인 발상을 위한 방법론으로 분석하여 OCL법, 형태분석법, 시네틱스, BS법 등의 단일 기법을 사용하여 하나의 주제를 분석하여 그 결과를 보여주거나 작품을 제시하였다. 그러나 최윤미¹⁰⁾는 창조성기법을 자유연상, 강제연관, 체계적 조합으로 분류한 다음 발상의 기본 원리에 따라 복합적 개념 발상과 단일적 개념 발상 구분하였다. 복합적 개념 발상은 사고를 전개하는 방법에 따라 다시 추상적, 단순, 유추적 결합으로 분류하였고 각각의 창조성기법으로 고든법, 자극단어분석, 시네틱스를 제시하였다. 단일적 개념 발상은 결합될 개념이 보여지는 비교적 단순한 기법으로 OCL법, 형태분석법을 제시하였다.

또한 공미선¹¹⁾은 창조성기법을 발상기법, 발상사고법, 발상사고 시스템 전개법으로 분류하고 그 중에서 패션디자인 실기에 쓰일 수 있는 기법을 발상기법에서는 OCL법과 형태분석법, 발상사고법에서는 고든법과 변환유추법(시네틱스)을 제시하였다. 발상사고 시스템 전개법의 기법들은 기법의 전개 과정에서 새로운 발상이 일어나는 인큐베이션분야이므로 제외한다고 설명하였다.

선행연구에서 제시된 기준을 가지고 창조성기법 중에서 패션디자인에 활용 가능한 기법을 선택하였고 이때 고려한 것은 다음과 같다.

첫째, 패션디자인의 창조성에 의식적으로 자극을 줄 수 있는 방법을 중심으로 살펴보고자 하였다.

둘째, 개발기법 가운데 익숙해지기 어렵거나 여러 가지 도구를 이용하는

10) 최윤미, 전게서, pp.40~47.

11) 공미선, 전게서, pp.58~59.

방법은 피하고자 하였다.

셋째, 패션디자인의 과정 중 특히 아이디어를 창출해야하는 단계는 보다 개인적인 작업이기 때문에 가능하면 개인적으로 사용할 수 있는 방법을 선택하고자 하였다.

이렇게 선택된 창조성기법들을 패션디자인 프로세스에 적용할 수 있도록 Whiting(본문 p.24)의 분류에 기초해 아이디어를 증대시키거나, 창조성을 억제하는 고정관념을 제거하거나, 해결안에 대한 탐색영역을 확대해주는 세 가지의 큰 틀로 분류하였다.

(1) 자유연상법 (association method)

아이디어 도출 방법론으로는 가장 기본적인데 어떠한 문제에 대하여 개개인의 즉각적이고 자발적인 반응들이 얻어진다. 이 기법들은 하나의 아이디어가 다른 아이디어를 연상케 하여 제2, 3의 아이디어로 발전시킬 수 있으며, 적절한 아이디어가 도출될 때까지 계속 진행될 수 있다.

이 방법론의 특징으로는 많은 양의 아이디어가 얻어지고, 초기단계의 사고과정에서 얻어진 아이디어는 사고가 확장되면서 기능, 형태, 성질 등의 많은 면이 변화, 발전¹²⁾되어가며 자유로운 발상을 통한 발산적인 사고¹³⁾는 상식을 넘어서며, 비고정적이고 지극히 창의적일 수 있다. 그러나 문제의 체계적인 접근이 이루어지지 않아 시행착오를 일으킬 수 있으므로 문제 상황에 대한 충분한 고찰이 이루어져야 한다. 패션디자인의 문제해결 과정에서 이러한 통합구조는 형태, 색채, 소재 등의 표면효과들이 기법에 의해 변형적인 형태로 표현되는 다양한 원리의 미적질서를 발견할 수 있다. 자유연상법

12) 강학화, 전계서, p.18.

13) 주어진 정보로부터 여러 가지 새로운 정보를 만들어 내는 활동을 말하며 여러 가지 정답의 가능성을 가지고 다양한 반응이 나오도록 문제를 부여할 때의 사고형태.

에 속하는 여러 기법의 의도와 목적, 절차를 정리하면 <표 11>과 같다.

<표 4> 자유연상법에 의한 발상기법의 내용

기법명칭	분류	의도 및 목적	절차 및 방법
BS, BW, KJ		점진적 연상과정, 많은 양의 아이디어발상	자유로운 발산적 사고판단, 비평금물, 다른 사람의 아이디어에 추가·발전시킴
희망점열거법, 문제점열거법, MNP삼각도형법		통합적구조	인지심리학적 측면, 개념적인 과정연구
OCU법, 결점열거법		새로운시각	기법에 의한 변형적형태의 표현

(2) 창조적 연관법(creativity confrontation method)

창조적 연관법은 기법들은 실마리의 원리에 의해 관련 없는 사건이나 사물, 생각 등에서 새로운 기능을 가지거나 형태적인 문제의 해결안¹⁴⁾으로 가능한 유사점을 찾아낸 다음 해결안으로 유추하는 방법이다. 즉, 유추적사고와 은유적사고를 기본방침으로 하며 혁신적인 제품들은 이러한 방법론으로 만들어졌다.

창조적 연관법은 자극을 통해 아이디어가 좀 더 쉽게 도출되는 장점이 있으나 자극요소에 따라 발상의 흐름이 바뀔 수 있으므로 자극원의 선택이 중요하다. 창의적이고 발산적인 기법으로 문제의 발견과 문제 해결의 초기 과정에서 활용할 수 있는 기법이다. 패션디자인과정에서 이미지를 형태에 결합하는 표면효과를 나타내는 방법으로 사용할 수 있다. 이상의 기법들을 정

14) Horst Geschka, "Creativity Techniques in Germany", *Creativity and innovation management*, 5(2) (1996), p.73.

리하면 <표 12>과 같다.

<표 5> 창조적 연관법에 의한 발상기법의 내용

기법명칭	분류	의도 및 목적	절차 및 방법
시네틱스		독창적 아이디어를 논리적으로 압축한 후 해결안 발상	직접유추(대상선정 후 분석, 강제연관) 의인유추(문제의 대상과 동화시켜 발상) 상징적유추(은유적, 함축적 표현)
고든법, 수평사고법		사고의 확장, 적극적 자극	구체적으로 사물을 추상화, 이미지를 형태에 결합, 사물의 유의와 유추
카탈로그법		독창적 아이디어	시각적조우, 자극이 되는 요소들을 문제와 강제연관
특성열거법, 리스트법, 시스템법		아이디어발상 방향의 자극	언어적조우, 자극되는 단어를 연관시키는 발산적사고

(3) 분석적 조합법(analytic-systematic method)

분석적 조합법은 디자인 문제해결과정에서 주어진 조건이나 발견된 요소들을 다각적인 방법으로 결합하여 새로운 아이디어를 얻거나 보다 발전된 아이디어를 얻기 위한 활용법이다. 문제에 대한 조건들을 열거하거나 이를 도표화¹⁵⁾하여 분석을 통해 해결안을 도출한다. 이 기법은 혁신적인 아이디어를 추출하는 데는 미흡한 면이 있으나 문제의 상황에 최적화된 아이디어를 얻기 쉽다. 패션디자인과정에서는 필수적인 특징이나 기능을 초기단계에서 설정하고 목록으로 정립하여 분석을 위해 활용될 수 있다. 또한 문제의

15) 강학화, 전게서, p.19.

실질적 해결단계에서 세부적인 디테일에 변화를 피하는 것처럼 이미 분석되어진 문제 상황에 대한 해결안을 얻을 수도 있다. 이상의 기법들을 정리하면 <표 13>과 같다.

<표 6> 분석적조합법에 의한 발상기법의 내용

기법명칭	분류	의도 및 목적	절차 및 방법
형태분석법, 매트릭스		최적화된 아이디어	직관적 접근을 배제 체계적 접근을 가함, 도표화, 해결안도출
OCL		아이디어의 발전적 접근, 형태의 변용	부분적으로 개발해 놓은 해결안의 조합, 구조분석, 전환, 극한, 반대, 결합, 부가, 변경
FGI, 5W1H, alpha-Beta법 평가매트릭스법		조합, 변이에 의한 개별해결안 파생	문제에 대한 체계적 접근, 문제의 해결, 새로운 문제의 분석

창조성기법의 의식적인 사용은 반드시 성공적인 목적달성을 보장하지는 않지만 적절한 해결방안을 제시해 문제해결능력의 증대와 목표조망을 효과적으로 하여 아이디어의 전개가 다른 방향으로 벗어나는 것을 방지해줄 수 있을 것이다. 또한 문제의 제기에서부터 해결, 평가에 이르기까지 문제해결 과정 전반에서 아이디어의 생성, 최적화된 문제해결안의 도출에 활용할 수 있다.

3. 패션디자인 프로세스 단계별 창조성기법의 적용

패션디자인에 적용할 수 있는 창조성기법을 프로세스 각각의 단계에 적용하고 그 예를 제시하였다. 창조적 아이디어는 기존 정보와 새로운 정보의 혼합에 의해서 만들어 진다. 이미 가지고 있는 정보는 우리의 생각, 기억하고 있는 내용들로 의식, 무의식상에서의 고정된 특징으로 이는 대개 누구나 비슷하게 나타난다. 우리가 재킷을 떠올릴 때 머릿속에 떠올리는 속성들은 대개 칼라, 소매, 주머니, 단추 등이며 이는 공통적인 고정된 특성으로 이를 효과적으로 창조성기법에 이용하는 것이 중요하다. 고정된 특성은 새로운 변종을 만드는 바탕이 되며 이를 변화 시켰을 때 사람들은 그 차이를 느껴 새로운 이미지를 갖게 된다. 예를 들어 테일러드칼라 재킷의 노치(notch)를 허리까지 내렸을 때 그 변화는 쉽게 눈에 띄고 신선함을 줄 수 있지만, 옆선이나 봉재방법 등의 변화는 인식하기 어렵기 때문에 고정된 특성을 활용해야 한다. 고정된 특성들은 새로운 아이디어의 독창력을 가늠하는 수단을 제공하므로 기존 개념 가운데 보존해야 할 것과 제외시킬 것을 판단해야 한다. 또한 한 가지 속성만을 변화시킬 것인지 전체를 바꿀 것인지도 선택하여야 한다.

따라서 다수의 기존지식 즉, 고정된 특성을 가진 재킷을 대상으로 패션디자인 프로세스 단계별로 창조성기법의 적용의 예를 제시하였다. 예시 자료는 패션정보사인 삼성디자인넷(www.samsungdesign.net), 퍼스트뷰코리아(www.firstviewkorea.com), 퍼스트뷰(www.firstview.com), 스타일(www.style.com)에서 가능한 2008년과 2009년 S/S, F/W 트렌드, 컬렉션 자료를 추출하여 분석, 활용하였다.

1) 수용 단계

수용(acceptance) 단계는 디자인하고자 하는 목표에 대해 다각적인 방향에서 문제의 성격을 파악하고 이해하여 수용하는 단계이다. 문제를 인식하여 범위, 제한점, 시장에 관련된 정보를 이해하고 디자인 문제를 정의하여 이를 바탕으로 컨셉을 설정해 나간다. 문제를 인식하는 과정에서는 자유연상법의 희망점 열거법, 문제점 열거법, BS법, BW법을 활용할 수 있다. 이렇게 인식된 문제는 분석적 조합법의 5W1H법, FGI에 따라 요구될 디자인의 문제를 발견하여 목표를 설정할 수 있도록 한다.

(1) 희망점열거법

희망점열거법은 '이렇게 되었으면 한다. 이렇게 되면 좋겠다.'라고 생각하는 점을 열거하는 것으로 이 기법의 습득 수준이 매우 쉽기 때문에 신입사원의 교육 등에서도 효과적으로 사용될 수 있다¹⁶⁾. 이 기법은 희망사항, 요구를 불러일으켜 문제의 해결책이나 개선책을 얻을 수 있는데 먼저 희망점을 제안하고 다음에 이 희망을 충족하기 위한 아이디어를 구하도록 하는 방법이다. 예를 들어 '09F/W시즌에 출고할 재킷에 대하여 희망점열거법을 활용한다면 먼저 국내외의 다양한 패션정보기관이나 컬렉션 등에서 제시하는 시즌 트렌드를 분석한다. 분석된 자료를 통하여 '09F/W 시즌 디자인 이미지에 맞는 키워드를 자신의 가치를 높이고 싶은 특별함과 스타일과 소재의 코디네이션에 초점을 맞추는 정교함으로 제시한다. 이를 토대로 '특별하고, 정교한 아름다움을 주고 싶다'라는 희망점을 충족시킬 수 있는 아이디어를 <표 14>처럼 스타일, 컬러, 소재에 이르기까지 구체적으로 열거한다.

16) 박화술(1980), 전게서, p.95.

<표 7> 희망점열거법의 예

'09 F/W Trend				
이 미 지				
테 마	양면성 (ambivalence)	생태적 감성 (eco sensibility)	에스닉한 몽상가 (ethno fantasist)	형태적 비전 (morphologic vision)
설 명	<ul style="list-style-type: none"> · 고정되지 않은 인간의 정체성을 매혹적으로 표출하는 남녀 양성적인 엘레강스. · 아름다움에 극도로 탐닉하는 자세, 은밀한 데카당스에 대한 적극적인 표현. 	<ul style="list-style-type: none"> · 근본으로 돌아가다. · 친환경적인 열망은 과거개척자들의 순수함과 진지함으로부터 영향을 받는다. · 부서지거나 버려진 오브제들에게 제2의 삶을 제공하면서 빈티지미학 재해석. 	<ul style="list-style-type: none"> · 스타일, 문화, 시즌의 혼재 속에서 민족과 자원을 보호. · 디지털 아트가 영감의 원천으로서 새로운 표현방식을 창조하며, 원시적인 것과 창의적인 조합을 통해 믹스 코드 제안 	<ul style="list-style-type: none"> · 기계와 감정, 옛 형태와 새로운 코드가 융합하는 새로운 존재 탄생. · 차갑고, 어는 듯한, 결정형의 다면적인 조직은 진보된 기술과 결합, 마법 같은 발광 효과.

(출처 : <http://www.samsungdesign.net>)




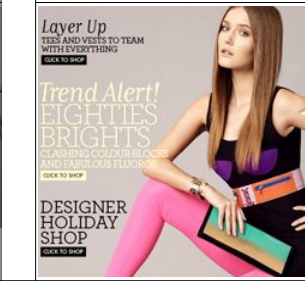
희망점 keyword		희망점에 대한 디자인 발상
1	특별함 (Particular) 자신의 취향이 강조되어 가치를 높이고 싶다.	<ul style="list-style-type: none"> · 오가닉(organic) 소재의 도입. 바디 라인에 느슨하고 흐르는 듯 한 드레이프, 소프트의 강조. · 태양을 감지하는 빛을 머금은 색채, 광택을 느끼게 하는 재질의 사용. · 자기주장을 담은 파워풀한 비비드 컬러.
2	정교함 (Elaborate) 스타일과 소재표현에서 세밀하게 계산된 아름다움을 추구하고 싶다,	<ul style="list-style-type: none"> · 80년대 전반에 다양한 디자이너가 다루었던 40년대 풍 파워 스타일을 응용하여 허리선과 솔더라인을 타이트하게 재단. · 폭이 좁고 슬림한 실루엣과 소프트한 고급 소재의 사용으로 파워 있고 매스큘린(masculine)한 감성의 재킷 디자인 제안.

(2) 문제점 열거법

문제점 열거법은 주제에 대해 문제점을 기술시켜 그것을 요약 열거해 놓고 각 문제점마다 구체적인 아이디어를 내놓는 방법이다. 이는 테마의 구조를 명확히 하고 그 이후의 전개과정을 명백히 할 수 있는 방법이다.¹⁷⁾ 전 시즌의 판매 분석 자료를 통하여 나타난 문제점을 열거해보면 다음 시즌에 고려해야 하는 것을 추측할 수 있을 것이다. 예를 들어 세계 경제가 어려워지면서 브랜드 상황이 악화된 부분에 대해 판매실적 부진, 소비심리 위축, 매장 스크랩·라인 축소라는 문제점을 선정하였다(표 15). 그 다음 각각의 문제점을 세밀하게 분석하고 해결책을 제시하는데 내수가 침체되어 판매실적이 부진한 문제는 기본으로 돌아가는 베이직 아이템의 구성을 높이는 방법을 제시하였다. 이는 소비자로 하여금 구매하려는 아이템이 유행에 민감하지 않아 이번 시즌이 아니라 다음 시즌에도 입을 수 있는 투자대비 가치를 강조할 수 있는 전략적 아이디어와 커팅이 강조된 심플한 라인으로 제작비용 절감의 아이디어를 제시할 수 있다. 소비심리 위축은 검소함의 가치를 상품구성에 반영하고 또한 낮은 가격을 제시하면서도 브랜드이미지를 소비자에게 각인시킬 수 있는 방법으로 콜라보레이션(collaboration)을 활용한다. 매장 스크랩·라인축소의 문제는 브랜드의 웹사이트를 패션지의 개념으로 운영하여 소비자가 구매 욕구보다는 정보의 필요성으로 방문할 수 있도록 유도하여 코디네이션된 상품의 구매로 이어지게 하는 아이디어를 제시한다. 즉, 문제점 열거법은 <표 15>에서 보이는 것처럼 해결책을 발견하는 개선형 방법이다.

17) 김태영, 전게서, pp.27~29.

<표 8> 문제점 열거법의 예

문제점	경기침체로 브랜드 상황 악화		
문제점세분화	내수침체 판매실적부진	소비심리 위축 소비자 구매욕구 하락	매장스크랩 라인축소
해결책세분화	<p>'Return to Basic' 기본으로 돌아가라</p> <p>베이직 아이템 구성 확대 ; 너무 패셔너블하지 않는, 자기 확신이 서는 옷의 구매 추구 - 투자대비 가치 강조</p>  <p>CHANEL Inspired, 09S/S Luella I D & G</p>	<p>'검소함의 가치'</p> <p>20~30%정도 품목을 삭감 - 스타일 수를 줄이고 팔릴만한 상품에 집중하여 투자 비용 감소 효과 'value-for-money'를 지향하는 낮은 가격 제시, 그러나 콜라보레이션으로 제공되는 라벨 등으로 구매욕구 증대</p>  <p>Penelope&MonicaCruz09S/S limited collection for MNG</p>	<p>'E-commerce' 전자상거래</p> <p>패션전문 웹사이트 운영 ; 브랜드의 할인상품과 셀러브리티 스타일을 제공</p>  <p>Layer Up TEES AND VESTS TO TEAM WITH EVERYTHING CLICK TO SHOP</p> <p>Trend Alert! EIGHTIES BRIGHTS CLASHING COLOUR, PINKS AND FABRIC PATTERNS CLICK TO SHOP</p> <p>DESIGNER HOLIDAY SHOP CLICK TO SHOP</p>
해결책종합	<p>소비가 욕구에서 필요로 이동 - 패션을 뛰어넘는 품질과 가치를 선호 따라서 이번 시즌의 제킷은 Return to Basic의 영향으로 커팅이 강조된 심플함을 어두운 색조로 구성, 비용절감을 위한 디테일 감소, 아이코닉 제품 부각 :브랜드이미지를 소비자에게 각인시킬 수 있는 구성으로 제안</p>		

(출처 : www.samsungdesign.net/Report/IndustryTrend/)

(3) BS법, BW

BS법, BW법은 집단의 아이디어를 집약하여 시너지효과를 기대할 수 있는 방법으로 규칙이 간단하고 응용범위가 넓어 대부분의 그룹발상기법은 BS법의 진행원리와 방식을 배경으로 하고 있다. 이 기법의 진행방법은 1단계에서 구성원이 자유롭게 폭넓게 이미지를 연상할 수 있는 테마를 설정하고, 2단계에서 구성원에게 테마를 알려준 뒤 테마와 연상되는 단어를 무작위로 이야기하게 한다. 이 때 제안된 단어들은 구성원 모두가 볼 수 있도록 기입함으로써 원활한 진행과 뚜렷한 요점정리를 통해 다음 발상을 촉진시킬 수 있다. 3단계로 제안된 단어들을 유사함과 차이를 기준으로 하여 새로운 하위 목록으로 분류하여 아이디어를 발전시킨다.¹⁸⁾ <표 16>은 BS법을 진행시켜 여러 가지 아이디어가 결합되는 예를 볼 수 있는데, 1단계 '과워 스타일'을 테마로 정한다. 2단계 테마에 대한 다양한 아이디어를 키워드로 요약하고, 3단계에는 키워드를 결합시켜 정리한다. 결합의 예를 살펴보면 80년대 과워 수트 → 각진 어깨, 테일러드재킷 → 어깨라인을 강조한 Guy Laroche 수트 → 허리를 강조한 뷔스티에를 연결하여 1947년 Dior이 발표한 좁고 둥근 어깨선과 부풀려진 가슴, 팍 조인 허리선으로 몸에 꼭 맞는 뉴욕으로 구체화 하였다. 이렇게 추출된 뉴욕, 트랜스 섹슈얼, 모노톤, 기하학적 그래픽의 네 가지 키워드가 브랜드의 시즌테마로 진행되는 것이다.

주제에서 떠오른 단어를 판단, 비판, 평가는 뒤로 하고 대량의 아이디어를 생각나는 대로 내놓고 개선시키고 발전시키는 BS법¹⁹⁾의 장점은 짧은 시간 내에 주제에 대한 많은 양의 아이디어를 얻을 수 있고, 창조성을 억제하는 고정관념을 제거하여 탐색영역을 확대시켜 준다. BS법을 실행할 때 주의할 사항으로는 음성언어를 기본으로 실시간 의사소통하는 방법이기 때문에 광

18) 오현정, 오선희, “브레인스토밍 기법에 의한 한국적 의복이미지 유형”, 『복식』, 52(6)(2002), p.45.

19) 임연용, 전계서, p.56.

범위하거나 복잡한 문제일 경우에는 적합하지 않으며 이 기법을 진행하는 리더의 능력에 따라 결과가 달라질 수 있다.²⁰⁾ 디자이너의 창의적인 태도나 능력을 증진시켜 일상적인 사고방식에서 벗어나 다양하고 폭넓은 사고를 하게 함으로써 새롭고 우수한 아이디어를 얻을 수 있게 한다.

(4) 5W1H법

상품기획 단계에서 what(무엇을 실시하는가), who(누구를 타겟으로 삼을 것인가), where(그것은 어디에 이용되는가), when(그것은 언제 이용되는가), why(어떤 이유로 이용되는가), how(어떻게 이용되는가) 등 5W1H법²¹⁾으로 질문하여 표적고객의 감성과 전반적인 삶의 모습을 보여주는 라이프스타일의 추측을 통해 요구될 디자인의 목표를 설정할 수 있다. 또한 how에 감동을 느끼는 요소를 첨가할 수도 있고, how much라는 예산이나 경비의 항목도 넣을 수 있다.

(5) FGI

FGI(Focus Group Interview)는 사용자를 중심의 선호에 대한 정보, 심리적 정보, 신체적 특징에 대한 정보를 얻을 수 있다.²²⁾ 이 기법의 활용 시에 가장 핵심적인 사항은 타겟 소비자가 누구인지 정확히 파악하고 이에 적합하게 모집되었을 때 연구의 결과는 신뢰될 수 있다. 예를 들어 retail & CPG solution에서 FGI에 참가한 소비자에게 일정 시간을 할당하여 그

20) 조경덕 역, 전개서, p.377.

21) 박영택, 김성대, “신제품개발에 있어서 창조성기법의 활용에 의한 연구”, 「품질경영학회지」, 26(4)(1998), p.207.

22) 박혜정, 전개서, p.26.

<표 9> BS법의 예

진행 단계	예 시
1단계	테마설정 - 파워 스타일

2단계	연상된 키워드	
	<ul style="list-style-type: none"> · 80년대 · 밀리터리 룩 · Guy Laroche 수트 · 군복디테일 · 허리를 강조한 뷔스티에(bustier) 	<ul style="list-style-type: none"> · 테일러드재킷 · 팝아트 · 라이더(rider) 재킷 · 모즈룩(mods look) · 비트제너레이션(beat generation) · 비비드

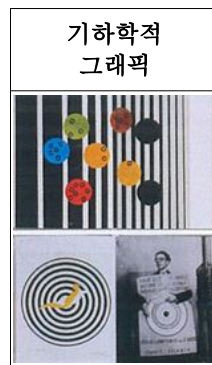
3단계	정리 및 분류
-----	---------

'80 파워 수트
→
각진 어깨
테일러드 재킷
→
어깨라인을
강조한 Guy
Laroche 수트
→
허리를 강조한
뷔스티에

밀리터리 룩
→
군복디테일
(포켓, 견장, 단
추 등)

비트족(beatnik)
비트제너레이션
의 사람
& 모즈룩
→
라이더재킷

비비드
→
팝아트
→
대담한 무늬,
강렬한 색



(사진출처 : www.samsungdesign.net)

동안 주변 상권을 쇼핑하고 시장에서 느낀 트렌드를 살펴보게 하고 이들이 제공하는 피드백을 타겟 소비자 집단의 피드백으로 분석하는 사례가 있다. 다른 예로 미라스인터내셔널의 '엘록(ELOQ)'은 고객을 중심에 두고 시작하였는데, 기존의 신규 브랜드 런칭 방식이 패션 관련 조사기관이나 내부적 자료에 의한 접근이었다면 엘록은 명확한 타겟 정의를 위해 표본 집단 2000명을 대상으로 1:1 면접 조사를 실시하여 세대 구분을 우선 시행했다. 첫 단계인 1차 서베이를 통해 인디세대라는 독특한 그룹이 형성된 점을 발견하고 또 다시 300명의 포커스 그룹을 선정해 FGI를 진행, 타겟 집단의 특성을 세분화하고 이런 결과를 토대로 신규 브랜드 방향을 설정했다. 이렇게 설정된 방향에 따라 개발된 커뮤니케이션 도구는 인디세대의 키워드로 요약되는 디지털을 의미하는 바코드를 형상화한 '인디스트라이프'였고, 이를 라벨과 프로모션 제품, 매장인테리어 등을 통해 지속적으로 노출하고 있다.²³⁾ 따라서 FGI는 고객들의 생생한 목소리를 들을 수 있으며 신속하고 경제적인 정보수집이 가능하고 의외의 결과도 가능한 탄력적인 조사방법이라는 장점을 갖는다. 그러나 반면에, 표본크기가 작아 그룹 구성이 임의적이라는 문제와 간담회 식의 산만한 조사이기 때문에 결과를 분석하기 어렵다는 문제점이 있다.

(6) 고든법

창조적 연관법인 고든법은 수집된 정보를 바탕으로 자유로운 아이디어를 발상하고 수렴하여 문제를 정의하는 단계에서 활용될 수 있는데, 이 기법은 연상력을 활용한 방법으로 BS와의 가장 큰 차이점은 논의 하고자 하는 진짜 과제는 명시하지 않고 근본적인 아이디어를 요구²⁴⁾한다는 점이다. 예를 들어 토스터기의 아이디어를 요구할 때, BS에서는 '새로운 토스터기의 아이

23) 고객중심 경영전략: CEM의 프로세스와 사례, <http://www.samsungdesign.net/Report/IndustryTrend/Marketing>

24) 신기호 역, 전개서, p.95.

디어'로 과제가 확실히 명시되지만 고든법에서는 '굽다'라고 하는 지극히 추상적이고 개념적인 주제에 아이디어를 내놓게 되는 것이다.²⁵⁾ 이것은 문제가 지나치게 구체적이 되면 현실적인 문제에만 사고를 국한시킬 수 있기 때문에 주제와 전혀 관계없는 사실로부터 발상을 시작해서 문제 해결로 몰입하게 만드는 것이다.

최근 80년대 감성이 트렌드가 되면서 '09 트렌드 아이টে으로 상·하의가 결합된 점프수트가 다른 어느 시즌보다도 많이 등장하고 있다. 이는 확실히 시선을 끌며 미래적인 느낌을 주지만, 기능성이나 대중성은 결여되어 있기 때문에 브랜드의 개성을 표현을 위한 아이টে으로 진행하는 것으로 가정해 <표 17>과 같이 고든법을 활용할 수 있다. 먼저 팀원에게 '연결되다'라는 주제에 자유롭게 연상되는 아이디어를 내도록 한다. 예를 들어 고리, 남과 여, 유니트, 지퍼, 끈을 엮다, 묶다, 계단이라는 아이디어가 생성되었고 이 단어들로부터 패션으로 연결 지을 수 있는 이미지와 단어들로 다시 정리한다. 이렇게 정리된 단어들을(고리→ 봉제가 없이, 남과 여→ 양면성, 유니트→ 도형, 지퍼→ 각각이 분리되는, 끈을 엮다, 묶다→ 무한대, 계단→ 반복) 서로 연관시켜 '각각의 도형이 결합되어 반복적으로 연결되는'이라고 정의된 발상을 추출하였다. 이를 근거로 종이 한장을 다양한 모양으로 접어 결합시키는 종이접기(오리가미(折紙): origami)를 모티브로 하는 '접기의 응용(folding application)'이 테마로 추출되었다. 이처럼 고든법은 지금까지와 전혀 다른 발상, 소비자에게 브랜드의 독창성을 어필하는 제품을 개발할 때에 뚜렷한 효과를 얻을 수 있다. 또한 상식적인 발상에서 벗어나는 방법으로 활용할 수도 있을 것이다.

25) 조경덕 역, 전계서, p.439.

<표 10> 고든법의 예

실제 주제 : 점프수트

고든법의 주제 : 연결되다.

연상 아이 디어	고리	남과 여	유니트	지퍼	끈을 엮다, 묶다	계단
						
	봉제가 없이	양면성	도형	각각이 분리되는	무한대	반복

연상단어의 결합

각각의 도형이 결합되어 반복적으로 연결됨

연상단어를 근거로 한 발상 아이디어

접기의 응용 (folding application)
전통적인 재팬테크닉 '오리가미' 평면을 벗어난 입체적인 3D



(사진출처 : www.samsungdesign.net)

앞에서 살펴본 기법들을 활용해서 수렴된 정보자원으로 테마를 설정할 수 있는데 디자인에서 컨셉은 종합적인 이미지를 구체적으로 표현하고 디자인 의도를 개념화 한 것이다. 만일 디자인의 컨셉이 명확하지 않으면 디자인이 애매해져 설득력을 잃게 되고 창의적이지 않으면 디자인이 식상하고 지루해 보인다. 디자인 프로세스에서는 컨셉을 통해 디자인 개발이 전개되므로 문제가 생기면 다시 피드백하게 된다. 따라서 수용단계에서는 분명한 디자인의 컨셉이 정해져야 하며 이는 타제품과의 경쟁력을 높이고 사용자의 새로운 라이프스타일을 창조하는 개념이 설정되어야 할 것이다.

2) 분석 단계

다각적인 방향에서 문제의 성격을 파악하고 디자인 컨셉에 대한 기초내용을 탐색하여 다량의 정보와 아이디어를 거르는 분석(analysis) 단계이다. 또한 문제의 핵심을 명확하게 하여 다음 단계에서 수행될 아이디어의 구상 방향을 제시할 수 있는 디자인 전략을 수립하고 방향을 설정한다. 먼저, 창조적 연관법의 카탈로그법과 특성열거법은 정보를 수집하고 핵심문제를 명시하여 디자인 범위의 축소를 위해 활용할 수 있다.

(1) 카탈로그법

카탈로그법은 잡지나 카탈로그 등의 참고자료에 들어 있는 두 개 또는 그 이상의 사항을 강제적으로 연결 짓고 아이디어를 얻으려는 기법²⁶⁾으로 연상의 비약을 통해 아이디어를 얻기 때문에 예상하지 못한 연상의 결과가 나오기도 한다. 이다. 이 방법에 결부되는 두 개 요소의 양쪽이 모두 아무런

26) 조경덕 역, 전계서, p.432.

조작 없이 선택됨으로 광범위하게 기발한 조합을 이뤄 창조적인 아이디어가 발상될 가능성을 가지고 있으나, 우연성에 기인함으로 목표나 범위가 명확할 때는 사용하기 어렵다.

(2) 특성열거법

분석적 기법인 특성열거법은 '09F/W 시즌에 진행할 재킷 아이템의 자료를 가능한 많이 모으는 기법으로, 이를 활용하여 정보를 수집할 때는 명사적 특성(물질, 전체, 부분, 재료, 제조방법, 물리적 특성), 형용사적 특성(성질, 크기, 모양, 색, 맛, 무게), 동사적 특성(그 물건이 갖고 있는 기능, 작용)²⁷⁾으로 나누어 분석할 수 있다. 아직 디자인의 방향이 명확하지 않으므로 제한을 가지고 자료를 모으기보다는 브랜드 이미지의 적합성과 제작가능성에 초점을 맞춰 선택하는 것이 좋다. <표 18>은 20-30대의 전문직을 가진 여성을 타겟으로 하는 여성커리어 브랜드를 대상으로 하여 예시를 제시한 것이다. '09F/W 시즌이 어려운 경제상황을 반영하듯 새로운 파워 우먼 스타일이 부각되어 어깨는 각지고 날카로운 라인을 그리며 절제된 맥시멀리즘(rational maximalism)을 보여주고 있다²⁸⁾. 이에 브랜드 컨셉을 '시대를 앞서가는 여성의 라이프스타일을 스타일리쉬하게 풀어내어 미래적 모더니티의 표현'이라고 설정하고 브랜드 이미지에 적합한 디자인을 정교한 테일러링을 바탕으로 하여 드레스업된 스타일이라고 정의하였다.

따라서 명사적 특징은 강한 어깨와 긴 길이로 절제된 맥시멀리즘을 표현해 줄 수 있는 '재킷의 칼라·소매·어깨'를 선택하였다. 형용사적 특징은 글래머러스한 파워 우먼 스타일의 전개를 위해 '균복적인·유선형의·여성적인·남성적인 재킷'으로 분류하였다. 앞서 제시한 것들이 실험적인 시도가 아

27) 주상윤, 「창의적 발상 원리와 기법」 (울산대학교출판부, 2007), p.118.

28) Style on Collection; Overview, <http://www.samsungdesign.net/Style/StyleonCollection/>.

<표 18> 특성열거법의 예

예시		디자인					특징	예시		디자인		
항목								항목				
명사적	칼라						<ul style="list-style-type: none"> 남성의 옷장에서 그대로 꺼내온 것 같은 포멀한 스타일. 간결한 컷팅선을 강조하기 위해 라인에 배색 파이핑, 바인딩을 활용. 	형용사적	남성적인 (mannish)			
		Dries Van Noten 09F/W	Derek Lam 09F/W	Marc Jacobs 09S/S	Dolce&Gabbana 09S/S	Karen Walker 09F/W				Stella McCartney 09F/W	Hussein Chalayan 09F/W	D&G 09F/W
	소매						<ul style="list-style-type: none"> 80년대 스타일의 강세로 어깨라인과 소매산 부분의 강조. 조형적으로 솟은 파고다숄더 (pagoda shoulder), 풍성한 개더와 드레이프 활용한 슬리브, 패드로 넓고 어깨라인을 표현. 		여성적인 (feminine)			
		Aquilano E Rimondi 09F/W	Guy Laroche 09S/S	A.F.Vandevorst 09F/W	Marc Jacobs 09F/W	Gianfranco Ferre 09S/S				D&G 09F/W	Krizia 09F/W	Lo
	어깨						<ul style="list-style-type: none"> 재킷의 어깨가 조형적인 실루엣으로 제안. 피크트숄더 (peaked shoulder), 스퀘어 형태의 와이드 숄더, 레그 오브 머튼 슬리브 등의 적용. 피트한 웨이스트 라인은 숄더와 대비를 이룸. 		재킷의 칼라를 없었다.			
		Gianfranco Ferre 09F/W	Dolce & Gabbana 09F/W	Balmain 09F/W	Aquilano E Rimondi 09F/W	Gucci 09F/W				Louis Vuitton 09S/S	Antonio Berardi 09F/W	Ch
형용사적	군복적인 (military)						<ul style="list-style-type: none"> 나폴레옹 재킷의 연장선으로 프로그 (frog) 와 버튼 디테일의 강조. 기존의 딱딱함이 아닌 유연하고 편안한 실루엣을 중심으로 전개. 페미닌과 매니쉬의 조화에 초점을 맞춤. 	동사적	여름이 사선이다.			
		Moschino 09F/W	Blugirl 09F/W	Emilio Pucci 09F/W	Maurizio Pecoraro 09F/W	William Rast 09F/W				Nina Ricci 09F/W	Phi 09F/W	A.F.
	유선형의						<ul style="list-style-type: none"> 편안하고 유연한 코튼 실루엣과 트라페즈 실루엣이 중심을 이룸. 숄더 라인의 표현이 중요하게 강조- 드롭트숄더 		소매와 목곽이			

닌 합리적이고 실용적인 형태로 정리되기 위해서 동사적 특징은 '재킷의 여밈은 세로이다. 이것을 가로나 사선으로 여민다면 · 재킷의 칼라를 삭제하였다 · 소매와 몸판이 연결되어 있다.'와 같이 부분적 변화를 적용할 수 있는 특성으로 제시하였다.

(3) 매트릭스법

분석적 조합법에는 여러 관련 자료들을 분석하고 아이디어의 범위를 축소시켜 문제의 핵심을 명확하게 하고 디자인의 방향을 설정할 수 있는 매트릭스법이 있다. 이는 두 개의 변수를 조합하는 방법으로 가로 축과 세로축에 변수를 정하고, 각 변수마다 요소를 추출하여 조합해 분석하거나 해결 아이디어를 생각하는 기법¹⁾으로 변수 선택이 무엇보다도 중요하다. 이 기법은 문제를 분해하고 결합된 항목이 어떤 카테고리 분류될 수 있는지 문제의 패턴을 명확히 하는 방법이다. 예를 들면 세로축에는 지난 시즌 판매실적에 따라 분석된 실루엣을 가로축에는 '09F/W 시즌의 테마를 요소로 정한다. <표 19>의 매트릭스법을 보면 세로축에는 코쿰과 볼륨(cocoon & voluminous)²⁾, 허리를 강조 하고 직선적인(waist Fitted & straight)³⁾, 튜립과 박시(tulip & box)⁴⁾한 실루엣을 배열하였다. 또, 가로축은 09F/W 시즌 컨셉을 브랜드의 특성에 맞게 세분화된 테마인 다이내믹 블럭(dynamic block), 스위트와 샤프(sweet & sour), 로얄 실크로드(royal silk road), 목가적인 감성(bucolic spirit), 절충적 민속주의(eclectic ethnic)로 설정하였다. 행과 열의 변수를 결합하는 상관관계의 파악은 '09F/W에 진행 가능한 아이

1) 박화술(1980), 전개서, p.115.

2) 외부 환경에 대한 보호의 욕구는 안전을 위한 Cocooning style의 실루엣을 강조하며 몸 전체를 덮는 Parka 나 Cape를 사용하여 Voluminous & Warp Up 스타일로 표현.

3) 전통적인 Classic Elegance Style의 영향으로 나타나는 실루엣은 허리선을 강조하는 3/4 Length Coat나 상체를 Cubic 실루엣으로 표현하는 Compact & Clean Line 의 Short Coat 로 나타남.

4) 신체의 일부를 과장하여 구조적인 아름다움을 표현하는 스타일로 허리선과 Shoulder line이 강조된 Shorts Jacket 이나 Pleats 등을 사용한 Pants나 Skirt 에서 상/하 대비 효과를 보이며 강조.

템 전개를 준비하는 것으로, 먼저 각각의 조합을 검토하여 시즌의 이미지와 맞는 조합을 선택한다(표 24에서 파란 선으로 선택). 선택된 요소들과 비슷한 자료들을 군집하여 시즌 아이템 설정의 기초 작업을 한다. 변수가 결합되는 예를 살펴보면, I (코쿤과 볼륨)실루엣에 + A(다이나믹 블록)의 테마의 조합을 살펴보면 Tsumori Chisato의 곡선적인 블록 컷팅이거나 Eley Kishimoto의 직선적인 컷팅 모두를 활용할 수 있다. 그렇지만 공통적으로 블록컬러의 사랑스러운 결합이 둥그런 실루엣과 조화를 이룰 수 있음을 보여주며, 부드러운 소재의 사용이 이 조합에 적당하다.

일반적으로 목가적 이미지의 실루엣이 레이어드를 활용하면서 박시한 실루엣이었다면 두 번째 조합인 II (허리를 강조 하고 직선적인)실루엣에 + D (목가적인 감성)의 테마의 결합에서는 허리선의 강조를 중요요소로 선정하였다. Junya Watanabe는 빈티지한 컬러의 프린트와 체크 패턴의 어울림으로 평화롭고 소박한 이미지를 주며, 테이프를 엮고 매듭을 짓는 형태로 구성된 패턴의 활용은 자유분방한 목가적 순수성을 보여준다. II + D의 다른 조합을 보여주는 Bottega Veneta는 바디의 움직임과 함께 흐르는 것 같은 구성으로 가는 허리선을 강조하면서 우아한 페미니즘을 보여준다. 또한 건조한 평원과 초원을 연상시키는 아이보리, 스킨, 샌드 베이지 등의 차분하고 억제된 브라운(muted browns) 컬러는 삭막한 현대생활에 휴식할 수 있는 서정적이며 에코적인 감성을 표현하고 있다. 이를 기반으로 시즌 아이템의 진행방향을 Bottega Veneta의 컬러와 실루엣에 Junya Watanabe의 엮고 묶는 기법의 활용으로 정의할 수 있다.

III(튤립과 박시) 실루엣에 + B(스윗과 샤휴) 테마의 결합은 60년대 스타일의 구조적인 볼륨과 기능적이고 타이트하게 밀착되는 실루엣이 에너지를 표출하는 신선한 파스텔 네온 컬러의 조합이라는 관계성을 가지고 있다. Marc Jacobs는 80년대 글래머 스타일 파워 솔더를 강조하면서 아래로 좁아지는 완만한 실루엣을 애시드 톤(Acid tone)으로 표현하고 있다. Emilio de la

<표 1> 매트릭스법의 예

테마		실루엣	A	B	C	D	E
			Dynamic Block	Sweet & sour	Royal Silk Road	Bucolic Spirit	Eclectic Ethnic
I	Cocoon & voluminous						
			Tsumori Chisato 08 F/W	Chloe 09 S/S	Laura Biagiotti 08 F/W	Tsumori Chisato 08 F/W	Matthew Williamson 09 F/W
II	Fitted & Straight						
			Miu Miu 08 F/W	Viktor & Rolf 09 S/S	Andrew Gn 09 F/W	Junya Watanabe 09 S/S	Louis Vuitton 08 S/S
III	Tulip & Box						
			Louise Goldin 08 F/W	Marc Jacobs 09 F/W	Bruno Pieters 09 F/W	Balenciaga 08 S/S	Dolce&Gabbana 09 S/S

선택	I. Cocoon & voluminous + A. Dynamic Block	II. Fitted & Straight + D. Bucolic Spirit	III. Tulip & Box + B. Sweet & sour
추가 이미지			
	Tsumori Chisato 08 F/W	Junya Watanabe 09 S/S	Marc Jacobs 09 F/W
	Eley Kishimoto 09 F/W	Bottega Veneta 09 S/S	Emilio De La Morena 09 F/W

(컨셉출처 : www.samsungdesign.net, 사진출처 : www.firstviewkorea.com)

Morena는 어깨선을 따라서 둥글게 등 뒤로 연결된 라인의 기하학적 표현을 타이트한 실루엣과 대비해서 표현하고 있다. 따라서 III + B의 조합은 생기 넘치는 네온 컬러에 Marc Jacobs의 실루엣을 Emilio de la Morena처럼 대비시켜 어깨부분만을 강조하고 다른 부분은 타이트해지는 실루엣으로 진행할 수 있다. 매트릭스법은 디자인할 때 고려해야 하는 요소들의 리스트가 작성되면 그 요소들의 상관관계를 분석하여 디자인 작업의 방향 전개를 준비할 수 있다. 이러한 방법은 요소를 세분화하기 때문에 고려대상을 모두 인지할 수 있고 고정관념이나 아이디어의 연상이라는 한정적 상태에서 벗어나는 계기를 얻고자 하는 것이다.

(4) KJ법

자유연상법인 KJ법은 회의에서의 발언이나 시장 조사 자료를 항목별로 하나씩 카드에 기록하여 비슷한 내용끼리 그룹으로 분류 정리하여 각 그룹에 내용 표시를 하고 다시 비슷한 소집단끼리 그룹을 만드는 작업을 통해 정리된 내용들을 조립하여 그림으로 나타내거나 문장⁵⁾으로 만들어 사고를 진전시킨다. 이 기법은 도출된 아이디어들을 1차적으로 그룹화하고 이에 대해 다시 아이디어의 발산을 유도하는 발산과 수렴을 반복하여 흩어져 있는 여러 가지 다양한 아이디어들을 확실하게 정리할 수 있다. 항상 전체를 보고 있다는 점에서 논리적 사고의 최대 결점인 편견의 발생을 시시각각으로 미연에 방지하는데 있어서 탁월하다. 예를 들어 디자인실의 팀원들이 다양한 각도에서 수집된 각 개인의 자료를 통해 다음 시즌의 아이템을 각각 제시하고, 제시된 아이템 중에서 공통된 것들의 분류하여 소그룹을 만들고 그 다음에는 소그룹끼리 묶어 상위그룹을 구성해 시즌 아이템의 방향을 설정할 수 있을 것이다. 이때 상호관계가 있는 것은 ⇔, 대립하는 것은 ⇄, 결과로

5) 임선하, 「창의성의 초대」(서울: 교보문고, 1996), p.188.

관계는 ⇒로 표시하여 자료가 한눈에 들어올 수 있도록 배열하는 것이 새로운 가설을 발견하는데 도움이 될 것이다.

컨셉에 대한 자료를 분석하는 단계에서 고려해야하는 요소로 이 작업이 디자인 컨셉에 의해 일관성 있게 진행할 수 있는 기본 틀을 설정하여 변화 있는 방법으로 접근해야 하며 디자이너의 논리성, 직감, 의지력이 요구된다.

3) 관념화 단계

관념화(ideation) 단계는 아이디어가 디자이너에 의해서 산출되는 단계로 논리에 바탕을 둔 인지적 반응과 주관적 또는 감각에 의한 직관적 반응을 보인다. 앞에서 축적된 여러 가지자료와 아이디어를 직관적인 느낌이나 창조적인 방법을 통하여 최적의 대안을 찾는 단계로 창조성이 가장 발휘되는 단계라고 할 수 있다.

(1) 시네틱스

최적의 대안을 찾는 과정에서는 창조적 연관법의 시네틱스를 활용할 수 있다. 분석된 자료를 통하여 디자인 컨셉에서 나온 추상적인 개념을 구체적으로 표현하여 시각적으로 실체화 할 수 있다. 시각적으로 표현하는 스케치 작업 등을 통하여 제안된 다양한 아이디어들 중에서 서로 다르고, 언뜻 보기에 관련이 없는 것 같은 요소를 연결⁶⁾시키는 작업이 시네틱스이다. 이 기법은 경험적 현상을 관찰하는 데서 출발하는데 익숙하지 않은 문제를 강제적으로 익숙한 다른 것에 전환⁷⁾시키거나 반대로 습관화된 사상이나 일을

6) 우홍룡(1996), 전게서, p.339.

7) 엄지영, “일러스트레이션 교육에서의 아이디어 발상에 관한 연구 : 시각적 수사사고 이론을 중심으로

습관화되지 않은 새로운 것으로 봄으로써 이전부터 있었던 세계, 인간, 개념, 감정, 사물 등을 새로운 각도에서 보려는 의식적 노력이다.⁸⁾ 문제를 새로운 관점으로 보려면 비틀고, 뒤집고, 돌리고, 위치를 바꾸는 등 종전에 문제를 보던 보통의 방식을 변화시켜야 한다. 이러한 노력은 비일상적인 것에 대한 무의미한 추구가 아니라 사물을 새로운 눈으로 보려는 의식적 시도이다. 즉, 시네틱스는 문제를 보는 관점을 완전히 다르게 하여 아이디어를 유추하는 방법으로 생소한 관점이 여러 가지 새로운 아이디어를 만들어 낸다는 것을 중시한다. 대개의 창조성기법이 해결안을 추구하는데 비해서 시네틱스는 해결안의 발판이 되는 관점을 중요시하는 기법이다.

이 기법의 창시자인 Gordon은 시네틱스적 사고에는 3가지 기본 지침이 있음을 역설하고 있는데 우선 창의력의 표현은 사람들이 심리적으로 그들의 행동을 조절하려고 할 때 발휘되며, 두 번째 이성적인 것보다 비이성적인 것이 훨씬 중요하게 여겨져야 하며, 세 번째 감성적이고 비이성적인 요소는 이해가 가능한 정밀한 요소로 사용되어야만 한다는 것이다.⁹⁾ 이를 바탕으로 창조활동을 촉진하고 그 성공의 확률을 효과적으로 증대시킬 수 있는 심리상태로 유도하는 것이 시네틱스의 목적이므로, 이와 같은 심리상태를 조성하기 위해서는 이질동화와 동질이화의 유추법을 활용한다(표 20). 이질동화란 낯선 것을 익숙한 것으로 만드는 것으로, 익숙하지 않은 가상 재킷의 배치를 공상적 유추에 기인한 예로 Comme des Garçons은 평면화한 라인으로 표현하였고 Martin Margiela는 실체가 아닌 영상으로 존재하는 가상 재킷을 보여준다. 이는 낯설게 느껴지는 가상 재킷을 경험적 정보에 비추어 문제를 분석하여 이를 익숙한 것으로 -즉 재킷을 그림으로 그리거

로” (국민대학교 교육대학원 석사학위논문, 2006), p.21.

8) Nicholas Roukes, *Design Synectics: Stimulating Creativity in Design* (Boston, MA: Davis Publications Inc, 1988), p.11.

9) 지해천, 정의철 역, 전계서, p.40.

<표 2> 시네틱스의 예

분류 항목	사 고 유 형			
	이질동화 (making the strange familiar)		동질이화 (making the familiar strange)	
정의	익숙하지 않은 문제를 강제적으로 익숙한 다른 것에 전환		습관화된 사상이나 일을 습관화되지 않은 새로운 것으로 전환	
관점	가상의 재킷을 배치, 전환	인체를 재킷 구성으로 전환	재킷 착장법의 전환	재킷 용도의 전환
디자인				
	Comme des Garçons 09F/W	Jean-Charles de Castelbajac 07S/S	Comme des Garçons 06F/W	Junya Watanabe 09F/W
설명	재킷의 실제 실루엣과 다른 재킷의 실루엣을 라인으로 만듦	얼굴의 형태를 재킷의 칼라로 변형	재킷의 입는 기능을 목에 거는 것으로 전환	재킷의 소매와 몸판을 뒤에서 연결시켜 케이프로 전환
디자인				
	Maison Martin Margiela 09F/W	Comme des Garçons 07F/W	'Maison Martin Margiela (20) The exhibition' www.momu.be	Bruno Pieters 09F/W
설명	재킷이 실제로 존재하지 않고 영상으로 이미지를 재현	마치 손으로 재킷을 여밌 것처럼, 단추의 역할을 하고 있음.	평면화의 시도, 재킷의 네크라인을 앞쪽으로 전환	재킷의 디테일을 연장하여 후드로 전환

(사진출처 : www.style.com)

나 TV나 영화로 재킷을 보듯이- 바꾸게 하려는 현상이다. 다른 이질동화의 예를 들자면 인체가 재킷 구성으로 전환되는 익숙하지 않은 신체적 유추를 익숙한 재킷의 구성으로 포함시키고 있는 Jean-Charles de Castelbajac은 재킷의 칼라를 얼굴의 형태로 보여주고 있고 더 나아가 Comme des Garçons은 단추의 기능을 하고 있는 손이 마치 옷깃을 여며주고 있는 것처럼 인체를 인격화·의인화하는 유추를 보여주고 있다.

다음으로 동질이화는 일상적인 사물을 보는 습관적인 관점을 의도적으로 왜곡하고 바꾸어 익숙한 것에 대해서 새로움을 찾으려는 노력이다. 습관화된 재킷 착장법을 목에 거는 것으로 전환한 Comme des Garçons과 패턴상에서 위에 있는 네크라인을 앞쪽으로 평면화하여 착장의 모습을 변화시킨 Martin Margiela를 예로 들 수 있다. 또한 재킷이라는 고정된 용도를 케이프로의 전환을 보여주는 Junya Watanabe와 재킷의 칼라를 연장시켜 후드로 전환한 Bruno Pieters의 예가 있다. 이렇듯 시네틱스는 특히 관점이 중요한데 어떤 곳을 어떻게 보느냐에 따라서 여러 가지 새로운 아이디어가 만들어질 수 있기 때문이다.

(2) 수평사고법

수평사고법은 문제해결을 위한 상상력을 의식적으로 사용하는 것으로 흐름에 비약, 문제에 대한 해답을 수정, 개선하여 아이디어를 완성시켜 나가는 것이다. de Bono는 수평사고의 원칙을 ①창조적인 활동에 커다란 장애가 되는 기존 개념(지배적인 사고방식)을 찾아내어 그것을 없애고, ②사물을 보는 다양한 방법을 추구한다. ③기존 개념 안에서의 수직적 발전에서 벗어나, ④무선전파를 발견한 헤르츠와 X선을 발견한 뢰트겐처럼 우연의 기회를 잘 활용하는 것 등을 들고 있다. 이러한 사고 형식을 직관적 사고, 계속적 사고, 전략적 사고로 구분, 정리하고 있다. 직관적 사고는 사고하는 흐름에

비약하는 것, 계속적 사고는 문제에 대한 해답을 수정, 개선, 착오의 각 단계를 경과해 아이디어를 완성시켜 나가는 것이다. 전략적 사고는 문제가 놓인 상황을 풀어나가는 것보다는 상황이 변화하는 데 따라서 게임하는 것 같이 전개해 나가는 것이다.¹⁰⁾

<표 21>은 직관적 사고와 전략적 사고의 예를 보여준다. 먼저 의도적으로 사고를 비약시켜 전개하는 직관적 사고에 따라 '옷은 완성되어야하고 패드나 시접이 보이지 않아야 한다'는 기존정보를 비약시켜 옷이 만드는 중간 단계처럼 패드나 시접이 보이고 실핀으로 고정하여도 상품화시킬 수도 있다는 개념의 전환을 보여준다. Comme des Garçons은 재단된 재킷의 조각을 일부분만 연결하고 고정되지 않은 부분은 끈으로 고정시킬 수 있음을 보여주며, Yohji Yamanoto는 시접을 밖으로 밖고 바이어스 테이핑하여 미완성으로서의 시접선이 아닌 디자인으로서의 시접선을 보여주고 있다. 또한 Martin Margiela는 작업과정에서 볼 수 있는 상태 그대로를 바디 모양으로 만든 재킷으로 제시하였는데, 반쪽만 걸쳐진 트레이퍼리는 핀으로 고정된 중간과정 그대로가 완성된 재킷이다. 이는 일반적인 상황에서 '당연하게 여기는' 것을 찾아서 탈출을 시도하는 탈출기법으로 새로운 접근법을 찾는 데 유용하다. 또 다른 예시는 전략적 사고로 이는 개념의 사다리법이라고도 하며 '어떻게 그곳에 도달하는가'의 대안 찾기 기법이다. 레이어드에 도달하기 위해 다양한 접근법을 찾아보는 방법으로 전반적인 과정뿐만 아니라 구체적인 부분에도 적용될 수 있다. '겹쳐 입는' 상황의 변화에 주목하는 기법으로 Rue du Mail은 마치 여러 옷의 부분을 모아 겹쳐서 하나의 재킷으로 제시한 듯하며, Viktor & Rolf는 한 가지 재킷을 여러 벌 겹쳐 입은 레이어드를 보여 준다. Louis vuitton은 레이어드의 착장법에 변화를 주어 일반적 상황에 변화를 주고 있다.

10) 신기호 역, 전계서, pp.95~101.

<표 3> 수평사고법의 예

기존정보	새로운 정보		
<p>example 1</p> <p>시접이나 패드가 보이지 않도록 옷을 마무리 한다.</p>			
	Comme des Garçons 08F/W	Yohji Yamamoto 95F/W	'Maison Martin Margiela (20) The exhibition' www.momu.be
	패턴조각을 박지 않고 끈으로 연결.	시접을 밖으로 나오게 박음.	가봉상태를 그대로 보여줌.
<p>example 2</p> <p>의복을 여러 벌 겹쳐 입는 방법을 이용한 스타일을 레이어룩(layered look)이라고 한다.</p>			
	Rue du Mail 09 F/W	Viktor & Rolf 03F/W	Louis Vuitton 08S/S
	여러 종류의 옷의 각 부분을 겹쳐 입은 레이어드	한가지의 옷을 여러 벌 겹쳐 입는 반복을 통한 레이어드	안에 입는 가디건을 재킷 위에 입어 착장법에 변화를 준 레이어드

(사진출처 : www.style.com)

(3) OCU법

이미지를 시각화시키면서도 시장 표적 집단의 요구사항을 확인하여 제품 컨셉에 대안들이 산출되고 평가되며 계속적으로 개발되어 나갈 수 있도록¹¹⁾ 자유연상법을 적용하는 기법이 OCU법이다. 이 기법은 기발하고 재미 있는 제안, 평범한 제안을 가능한 유용한 제안으로 변환시켜 최종적으로 어떤 접근 안이 가장 좋은 접근 방법인가를 명시할 수 있는 기법이다. 분석된 자료를 평범, 유용, 기발한 아이디어로 나누고 자료를 배치한 것이 <표 22>이다. 이는 최근 컬렉션에서 보여 지는 건축적인 요소가 적용 가능한 패턴, 디테일로 활용되고 있는 것에 기인하여 패션과 건축(fashion and architecture)을 컨셉으로 정하였는데, 이 두 분야는 모두 신체를 보호하고 안전을 제공하는 주요 기능을 공유하고 2차원적인 물질에서 벗어나 공간과 볼륨을 창조한다는 특징을 가지고 있다. 즉, 어떤 의미에서 옷은 신체에 근접한 건축물이며, 건물은 가장 확장된 의복이라고도 말할 수 있다고 생각하여 인체와 건축이라는 공간을 감싸는 유동적인 래핑(wrapping)이라는 아이디어가 테마로 정해졌다. 먼저 래핑이라는 테마의 표현이 평범, 유용, 기발한 것으로 분류한다. 가장 평범한 아이디어로는 테이프의 활용으로 재킷 앞부분에 X자로 테이프를 감은 듯 한 Narciso Rodriguez(A)와 전체를 하나의 테이프로 돌려 입은 것 같은 Lanvin(B)의 규칙적인 디테일의 예를 들 수 있다. 더불어 한 장의 천을 스카프처럼 돌려 입은 디테일을 보여 주는 Rue du Mail(C)와 Narciso Rodriguez(D)도 평범한 아이디어로 분류하였다. 기발한 래핑 아이디어의 건축물은 표면 구조에 주목하였는데, 기존 구조체의 형식을 벗어나 자유스러운 공간구조로 싸여 있는 듯한 Toyo Ito(E)의 토즈 오모테산도(TOD'S Omotesando)와 Testa & Weiser(F)의 카본 비치 하우스(Carbon Beach House)를 선정하였다. 건축물의 표면 구조와 시각

11) 우흥룡(1996), 전게서, p.151.

적 유사함을 보이는 Yoshiki Hishinum(G)의 인사이드 아웃 투웨이 드레스는 투명과 불투명의 대비가 강조되고, Balmain(H)은 불규칙한 테이핑 사이로 보이는 비즈장식이 공간감을 느끼게 한다. 마지막으로 유용한 아이디어는 래핑된 부분에 지퍼의 활용을 보여주는 Castelbajac(I)과 트레이퍼리와 결합된 래핑 테이프의 응용을 보여준 Lanvin(J), 래핑 사이를 슬래쉬하여 섹슈얼을 강조한 Givenchy(K)와 Jean Paul Gaultier(L)로 분류하였다.

OCU법은 이렇게 분류된 아이디어 중에서 평범한 것에는 유용하거나 기발한 요소를 추가하고 너무 기발한 것은 실용적인 방향으로 전환시키면서 실천적인 제안으로 발전시켜 가는 기법이다. 평범한 B와 기발한 E와 H, 유용한 I를 결합한 재킷은 B의 기법으로 래핑을 하되 E와 H처럼 불규칙하게 라인을 전개하고 I처럼 테이프 사이를 부분적으로 지퍼로 연결해야겠다는 새로운 제안을 할 수 있는 것이다. 다른 예로 A+F+K+L의 조합은 테이프를 X자형으로 배치하되 부분적으로 봉재하지 않은 부분이 슬래쉬되어 파워플하면서도 섹시한 여성의 이미지를 강조한 재킷으로 제안될 수 있을 것이다.

이 단계에서는 수집되어 분석되어진 정보와 자료를 토대로 디자이너의 아이디어가 자신이 정한 개념으로 발전되고 시각화되어 다양한 디자인으로 전개될 수 있어야 한다. 구체적으로 시각화시키기에는 미흡하거나 개념화가 덜되었다고 판단될 때에는 앞 단계들의 장단점의 내용으로 피드백할 수 있다.

<표 4> OCU법의 예

Concept : 패션과 건축 - 표면 구조(structural Skin)

관념화 : "래핑(wrapping)"



- 불규칙하게 래핑 된 테이프와 테이프 사이를 지퍼로 연결 **(B+E+I+H)**
- 래핑 된 테이프를 부분적으로 박지 않아 슬래쉬(Slash)일 때는 섹슈얼(Sexual) 이미지를 줄 수 있고, **(A+F+K+L)** 박지 않은 부분을 구성선으로 활용한다면 심포켓(seam pocket)으로 활용. **(A+F+G)**
- 여러 개의 테이프에 드레이퍼리를 주고 래핑하여 불규칙한 라인을 만들 수 있으며, **(B+E+J)** 하나의 테이프로 몸에 둘러 옷의 형태를 보여줌. **(C+D+F)**

(사진출처 : www.samsungdesign.net)

4) 수렴단계

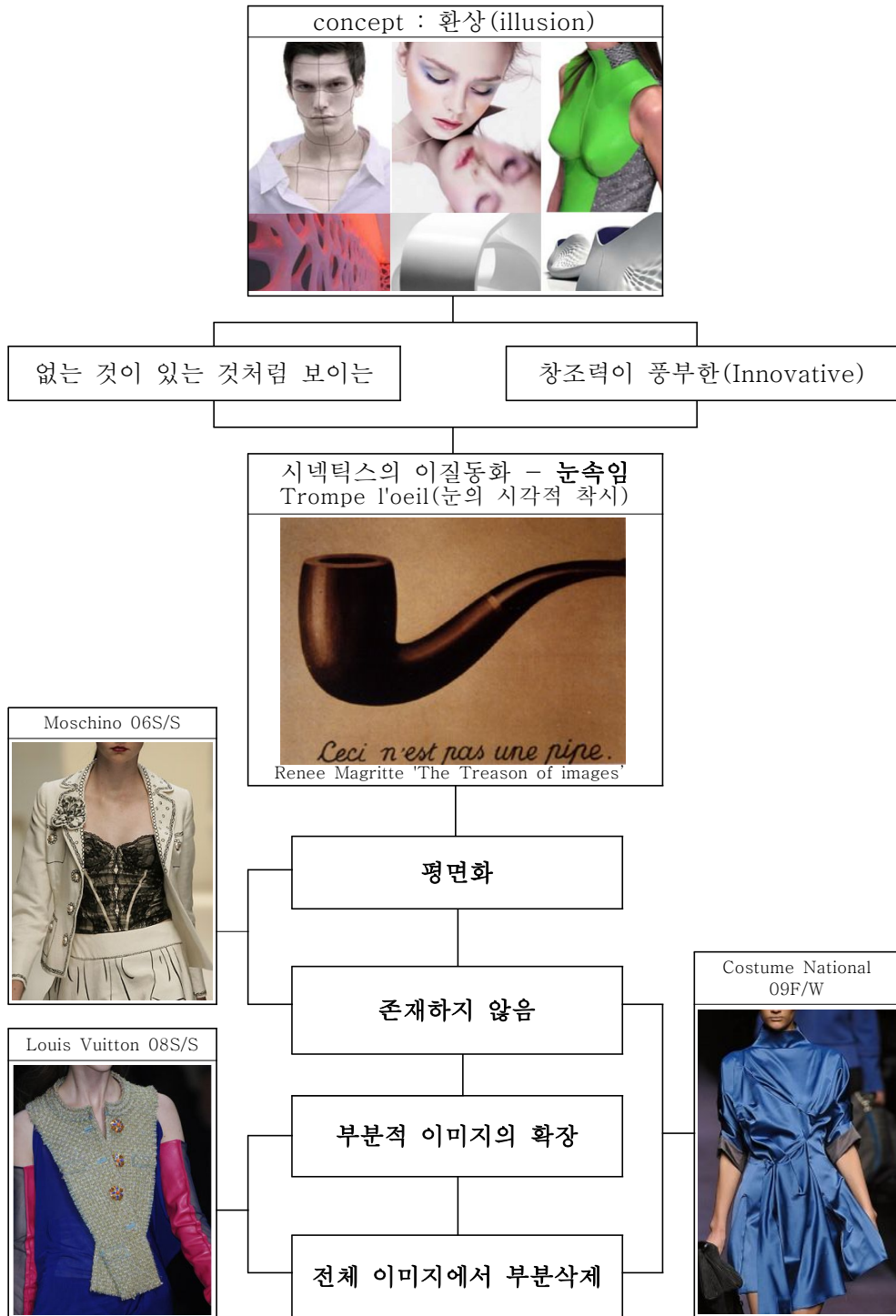
수렴(convergence) 단계는 시각적으로 표현된 아이디어를 구체적으로 표현하는 시각적 실체화 단계이다. 디자이너의 불확실한 아이디어를 디자인 목적에 맞으며 디자인 컨셉도 만족시킬 수 있도록 이미지를 구체적으로 표현하는 과정이다. 초기 아이디어의 변형이 있을 수 있고 디자인의 우선순위가 결정되며, 해결안들이 소수의 아이디어로 축소된다.

(1) 리스트법

창조적 연관법인 리스트법은 디자이너의 사고로부터 만들어진 이미지를 구체적으로 표현해 준다. 이 기법은 몇 개의 사물과 아이디어를 리스트로 하고 그 항목에 번호를 붙여 최초의 항목과 둘째 항목을 결부시켰을 때 어떠한 새로운 것이나 또는 유익한 아이디어가 창출될 수 있는지 여부를 검토하는 것이다.¹²⁾ 예를 들면 2010S/S의 시즌 컨셉을 '환상'이라고 정하고 수용단계에서 컨셉에 대한 브랜드의 테마를 '없는 것이 있는 것처럼 보이는'과 '창조력이 풍부한'으로 정의하였다. 테마에 대한 자료의 분석을 통해 상상력이나 환각을 통해 무의식을 표출하는 초현실주의에 초점이 맞춰지고, 이에 따라 관념화단계에서 시네틱스의 이질순화를 통해 '눈속임(트롱프 뵈유: trompe l'oeil)'이라는 아이디어로 발전되었다고 가정하고 수렴 단계에서 리스트법의 활용을 살펴본 것이 <표 23>이다. 먼저 재킷디자인을 구체화할 수 있는 초현실이라는 아이디어를 평면화, 존재하지 않음, 부분적 이미지의 확장, 전체이미지에서 부분 삭제로 정의하여 리스트로 작성하고 서로를 관계지어 전개한다. 평면화 + 존재하지 않음을 결부시키면 Moschino가 보여준 것처럼 목걸이, 주머니, 주름 등을 프린트로 대신하면서 평면적인 것을 입체

12) 상계서, p.147.

<표 5> 리스트법의 예



(사진출처 : www.firstview.com, www.samsungdesign.net, www.magritte.be.)

적인 것으로, 존재하지 않는 것을 실제 하는 것 같은 눈속임을 주는 디자인으로 구체화할 수 있다. 부분적 이미지의 확장 + 전체이미지에서 부분 삭제를 접목시키면 재킷이 네크라인 앞부분만 남아 스카프처럼 내려뜨려 부분적으로 재킷의 여밈을 확장시키고 나머지 부분을 삭제한 Louis Vuitton처럼 시각화 될 수 있을 것이다. 또한 Costume National의 재킷은 존재하지 않음 + 전체이미지에서 부분 삭제를 결합한 아이디어로 앞여밈을 삭제하여 전체 재킷에서 오픈되는 부분이 존재하지 않는 것처럼 보여 지는 디자인으로 전개할 수 있다.

(2) 형태분석법

추상적 이미지의 개념이 구체적으로 표현되는 과정에서 분석적 조합법의 형태분석법을 이용해서 변수의 가능성을 정렬하고 형태적으로 배열해 제품의 형태학적 속성을 분석, 구체화 할 수 있다. 형태적 분석은 조합의 원리에 초점을 맞춰 몇 개의 요인이 합성됨으로써 발생하는 것이라는 사고에서 출발하며, 가능한 해결책을 형태학적으로 파악하려고 한다.¹³⁾ 제품속성을 몇 개의 요소로 나누고 요소 내의 속성을 차례로 바꾸어봄으로써 새로운 조합 특성을 가진 신상품을 만들어 내려는 것이다. 이 방법은 특히 짧은 시간에 디자인 요소를 간과하지 않고 많은 수의 아이디어를 발상 할 수 있는 장점을 가지고 있다.¹⁴⁾ 또한 여타의 창조성기법과는 달리 시각적 접근이 가능하기 때문에 보다 구체적인 해결안을 도출할 수 있다.

형태분석법은 디자인 문제가 수행해야 할 기능, 요구사항 등을 충족시킬 부분적 해결안을 찾고 이들을 종합하여 새로운 체계를 형성하는 방법이다. 이 기법이 대상으로 하는 사물에는 윤곽, 내부형, 구조형의 세 가지 형태가

13) 리대용, 김충기 역, 「제품과 시장과 광고」 (서울: 대학문화사, 1983), p.143.

14) 박화술(1980), 전개서, p.107.

있으며, 패션디자인의 형태 유형에는 실루엣, 디테일, 트리밍이 존재한다.¹⁵⁾ 패션디자인에서 형태분석법의 활용은 어떤 부분과 부분의 조합을 하나하나 관찰하면서 새로운 조합을 찾는 방법으로 적용해 볼 수 있다. 이 기법의 전개에 있어서 주의할 점은 주요 변수별 조합을 선택할 때 디자인화의 가능성에 대한 검토가 필요하다. 모든 조합이 생산될 수는 없기 때문에 조합의 선택에 신중해야 한다. 예를 들어 80년대를 테마로 정하여 형태분석법을 활용한다면 먼저, 디자인의 주요 변수를 실루엣과 칼라, 소매, 여밈, 포켓으로 정한다. 실루엣은 80's를 대표하는 파워 룩,¹⁶⁾ 바디컨셔스룩(body conscious),¹⁷⁾ 스포티브 무드,¹⁸⁾ 오리엔탈 무드¹⁹⁾로 분류하였다. 그 다음으로 주요 변수에 대한 여러 부분적 해결안을 파악하여 형태분석표(표 24)를 작성하고 주요 변수를 조합하여 해결안을 강구한다.

주요 변수의 결합을 살펴보면 파워 룩, Byblos의 칼라, Aquilano E Rimond의 소매, Krizi의 여밈, Eley Kishimoto의 포켓을 연결 지은 재킷은 기존의 어깨가 넓고 각이 진 파워수트의 실루엣은 유지하면서 어깨의 셔링이나 라운딩 된 여밈의 활용으로 여성스러움을 지닌 새로운 룩을 제안할 수 있다. 다른 예로 패션시장의 메가트렌드인 양면성(ambivalence)을 가진 디자인을 위한 조합을 구성한다면 바디컨셔스룩과 Bruno Pieters의 칼라, Louis Vuitton의 소매, Pollini의 여밈, Andrew GN의 포켓을 연결시켜 재킷을 디자

15) 도규희, "형태분석법을 이용한 의상디자인 전개과정의 방법론적 연구", 경일대학교 「논문집」, 12(1)(1995), p.595.

16) 패드를 넣어 강조한 넓은 어깨와 다양한 헴 라인을 보여주는 Power Look-앤드로지너스(Androgynous)은 80년대 스타일의 가장 큰 특징임. 어깨의 패드는 권위와 재력을 상징하고 강조된 허리는 어깨를 더욱 넓게 보이게 함. 과장된 형태의 모자, 넓은 벨트, 골드컬러의 체인, 오버사이즈 장신구 등 권력과 재력을 나타내기 위한 모든 수단이 총 동원된 착장 형태를 보여주었음.

17) Azzedine Alaia, Versace, Thierry Mugler, Jean Paul Gaultier 등 80년대를 풍미하던 바디컨셔스룩은 이번 시즌 특히 와이드 코르셋이나 벨트 디테일을 중심으로 재현.

18) 패션계에서의 미국의 영향력은 일상복으로도 착장 가능한 스포츠웨어에서 가장 강하게 나타남.

19) 80년대에는 새로운 디자이너들이 대거 등장하여 다른 시대, 세계 각국의 문화를 차용하고 혼합하는 방식이 두드러졌으며, 모더니즘적이고 사고방식의 틀을 거부하는 패션이 나타났음. Issey Miyake, Yohji Yamamoto, Rei Kawakubo 등의 디자이너가 대표적이며 1986년 Issey Miyake 컬렉션에서는 몸을 감싼 듯 한 벌키한 패브릭을 선보여 일본디자이너들의 특징을 잘 보여주었음.

<표 6> 형태분석법의 예

해결안 형태요소	A	B	C	D
	Theme 80's			
	Power Look	Body Conscious	Sportive Mood	Oriental Mood
1. 실루엣				
2. 칼라				
	Blumarine 09f/W	C'N'C Costume National 09f/W	Byblos 09f/W	Bruno Pieters 09f/W
3. 소매				
	Aquilano E Rimondi 09f/W	Gianfranco Ferre 09f/W	Louis Vuitton 09S/S	Marc Jacobs 09f/W
4. 여밈				
	Pollini by Rifat Ozbet 09f/W	Proenza Schouler 09f/W	Krizia 09f/W	Veronique Branquinho 09f/W
5. 포켓				
	Prada 09f/W	Eley Kishimoto 09f/W	3.1 Phillip Lim 09S/S	Andrew Gn 09f/W

(사진출처 : www.firstviewkorea.com, www.style.com)

인할 수 있다. 이 재킷은 가는 허리를 강조한 슬림라인의 실루엣과 섹시 룩의 부각을 위한 여밈과 포켓에 지퍼디테일은 대표적인 바디컨서스룩을 보여준다. 여기에 동양적인 이미지의 평면화 된 칼라와 직선적인 소매를 조합하면 여러 문화가 혼재된 양면성을 보여 줄 수 있다.

(3) 결점열거법

실제 제작될 디자인은 구체적이고 세부적인 기준을 설정하여야 하는데 이 과정에서 자유연상법인 결점열거법을 활용할 수 있다. 이 기법은 '그 결점을 제거하기 위하여 어떻게 하면 좋은가?'의 아이디어를 생각, 발산하여 각 결점마다 구체적인 아이디어를 내놓는 개선형 방법이다.²⁰⁾ 예를 들어 '재킷의 어깨 너비가 유행의 영향을 받는다'면 어깨 너비를 좁혔다 늘릴 수 있는 디자인을 생각하거나 소매를 떼었다가 붙일 수 있어 어깨너비를 조절할 수 있다. '재킷의 목부분이 불편하다.'면 재킷의 칼라가 신축성 있게 늘어나는 디자인을 생각한다. <표 25>는 '재킷의 길이에 따라 하의 코디 아이템이 제한적이다'라는 결점에 대한 해결 아이디어를 허리선 아래가 분리되어 짧은 코트로도 활용 가능한 다목적의 디자인을 제안한다. 단추디테일을 활용한 Phillip Lim과 Rag and Bone의 재킷은 옆선까지만 단추를 단으면 마치 남성의 연미복 스타일로 코디네이션 할 수 있다.

지퍼로 연출한 Costume National의 재킷은 햄라인의 조절뿐 아니라 소매길이의 조절과 플라켓(placket)의 탈부착도 가능하여 다양한 연출을 할 수 있다. 또한 D&G는 벨보이 재킷(bellboy jacket)과 테일 재킷(tail jacket)으로 활용 가능하다.

세부디자인이 앞의 컨셉에 부합되는지 검토하고 부분에서 전체로, 단위에서 복합으로 조립하는 식의 재구성을 할 수 있는 기법으로 최초의 디자인

20) 박화술(1980), 전게서, p.102.

컨셉과 진행된 아이디어의 방향이 일치하는지 검토하고 단계적으로 발전시켜 수정, 보완해 나갈 수 있는 방법이다.

<표 7> 결점열거법의 예

결점나열	결점에 대한 아이디어 제안				
<p>재킷의 길이에 따라 하의 코디 아이템이 제한적이다.</p>	<p>→</p>	<p>허리선 아래가 분리되어 짧은 재킷으로도 활용 가능</p>			
			<p>3.1 Phillip Lim 09 F/W</p>	<p>D & G 09 F/W</p>	
					
		<p>Rag And Bone 09 F/W</p>	<p>C n C Costume National 09 F/W</p>		

(사진출처 : www.firstviewkorea.com)

5) 수행 단계

수행 (implementation) 단계는 선택된 아이디어를 실행으로 옮겨 최적의 디자인을 선택하고 샘플로 제작한 후 확인 및 수정 (OCL법, 시스템법)하여 평가(MNP삼각모형법)하는 작업이 이루어지는 과정이다.

(1) OCL법

분석적 조합법의 OCL법은 샘플이 디자인의 컨셉을 적절하게 표현하고 있는지에 대한 시각적 이미지의 리스트를 작성하여 그 항목별로 검토해 보는 작업이다.²¹⁾ 항목의 예를 들어 보면 전환법은 문제해결을 하기 위해 의미, 색채, 동작, 음, 향, 형태 등의 방법을 유사한 것, 다른 것으로 바꾸어보는 방법이다. 극한법은 사물의 상태나 특성을 크게, 작게, 길게, 높게, 두껍게, 얇게 등의 과장이나 축소를 하는 것으로 형용사나 동사를 사용하여 극한까지 발상하는 법이다. 부가법은 소재, 방법, 모양 등을 부가 확장하는 발상법이고, 변형법은 성분, 패턴, 원인, 결과 등의 모든 성질을 바꿔보는 것이다.²²⁾ 디자인을 실행하는 과정에서 고려해야할 항목을 머릿속에 그리면서 해결의 아이디어를 내는 경우, 기억에 의존하게 되면 도중에 중요한 것이 누락되는 될 수 있으므로 기술에 의해 누락을 막을 수 있다. 또한 문제에 체계적, 논리적인 질서를 부여할 수 있어 수정사항을 명확하게 하게 되고 검토나 분석을 정확히 할 수 있다.

예를 들면 <표 26>은 구호(kuho)의 07F/W 컬렉션의 작업과정을 정리한 것이다. 수용 단계를 통해 인스피레이션을 영화 플레이타임(playtime, 1967)에서 받았고, 영화에서 보여 지는 이미지를 60년대²³⁾ · 베스포크 테일러링(bespoke tailoring)²⁴⁾ · Marlene Dietrich²⁵⁾으로 나누어 분석 작업을

21) 이진아, “창의적 미술교육을 위한 시네틱스적 발상법에 관한 연구”, (전남대학교대학원 석사학위논문, 2008), pp.30-31.

22) Geoffrey Broadbent, *Meaning and Behaviour in the Built Environment* (New York: John Wiley and Sons, 1980), pp.313-329.

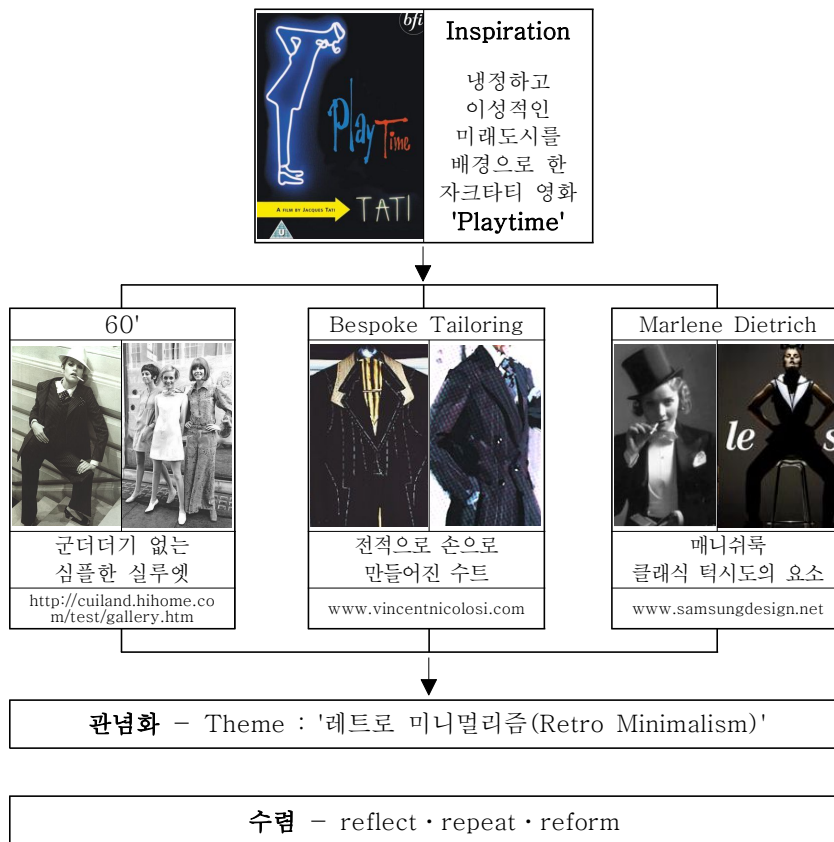
23) 몸에 딱 끼는 실루엣, 미니 스타일 실루엣 등 군더더기 없는 심플한 실루엣이 특징.

24) 'bespoke'이라는 용어는 1600년대 영국의 Savile Row tailors들에게서 만들어진 신조어로 전적으로 손으로 만들어진 수트를 설명하기 위한 것었다. Bespoke는 17세기, 옷을 만드는 테일러들이 옷을 만드는 데 필요했던 모든 옷감을 직접 보유하고 있었던 시대를 배경으로 거슬러 올라간다. 이때 손님이 직접 옷감을 골랐을 때, 영어로는 "been spoken for"라는 표현을 썼는데, 이로 인해 손님의 마음과 취향에 맞도록 옷을 만들어주는 것을 Bespoke(True Bespoke)라고 하게 된 것이다.

하였다. 이 자료를 관념화 단계에서 60년대 패션을 현대적으로 재해석한 스타일과 남성복 디자인을 응용한 '레트로 미니멀리즘(retro minimalism)'이라는 테마로 정리하고, 수렴의 단계에서 반사(reflect), 반복(repeat), 수정(reform)의 방법을 통해 새로운 모던 테일러링으로 전개하였다. 이러한 단계를 통해 도출된 아이디어를 실행에 옮기기 위해서 OCL법을 활용하여 기본적인 테일러드 재킷을 전환, 극한, 부가, 변경, 결합의 방법을 통해 디자인을 제작하고 또한, 생산된 제품을 리스트별로 나누어 컨셉에 적합한 디자인으로 제작되었는지를 확인할 수도 있다. 구호의 재킷이 전환에서는 칼라가 네크라인이 아닌 가슴부분에 위치하도록 변화를 주어 튜브탑 드레스처럼 착장하도록 한 새로운 형태의 재킷을 보여주는데, 이처럼 기존 형식의 파괴는 기존과는 다른 각도로 전개되어 새로운 형태를 만들어 낼 수 있으므로 실용성 있는 디자인을 위해서는 적용의 양과 방법을 고려해야 한다. 극한에서는 칼라가 카울처럼 길게 연장되어 낮설음을 주어 칼라의 형을 강하게 만들어 시선을 위쪽으로 유도하고 있으며, 부가법의 활용은 재킷의 패치포켓이 햄라인으로 길게 확장되어 길이의 연장 효과가 보여 진다. 변경법은 암홀의 위치를 어깨가 아닌 팔의 중간정도로 재배열하여 딱딱한 재킷을 부드러운 라인으로 착장할 수 있게 하였다. 재배열을 적용한 변경법일 경우 디테일의 위치를 가능한 모든 장소로 이동해 보는데, 실용성을 감안하여 착용가능 한 범주 내에서 움직여야 한다. 결합법의 경우 길이가 다른 재킷의 결합으로 딱딱한 재킷의 형태를 보여주어 매니쉬한 이미지가 강조되고 있다.

25) 독일의 여배우 Marlene Dietrich(1901.12.27~1992.5.6)의 매니쉬룩은 이후 많은 스타들에게 영향을 주었다. 마돈나는 'Vogue' 뮤직비디오에서 수트를 입고 등장하였고, 그밖에도 Judy Garland, 전 Diana 왕세자비, Catherine Deneuve 등이 클래식 텍시도의 요소를 착안한 의상을 즐겨 입게 되었다.

<표 8> OCL법의 예



OCL법의 적용				
전환법	극한법	부가법	변경법	결합법
				
착장방식의 전환	칼라의 과장	주머니의 확장	암홀의 변경	자켓의 겹침

(출처: www.samsungdesign.net, www.kuho.co.kr)

(2) 시스템법

아이디어를 내려고 하는 대상을 시스템으로 파악하는 창조적 연관법의 시스템법은 디자인을 구성하는 요소, 기능에 관해서 될 수 있는 한 많은 지식이나 정보를 정렬하여 조립하는 것으로 시스템적 설계²⁶⁾를 하는 것이다. 완성할 결합체, 즉 생산할 재킷 디자인의 구성요소로(칼라, 소매, 여밈, 주머니 등)를 더욱 세밀한 인자로 분석한다. <표 27>의 예처럼 디자인작업 과정에서 소매를 강조하기 위해 어떤 패턴을 사용할 것인지에 따라 퍼프 등의 볼륨, 직선적인 어깨 연장, 암홀의 확장, 절개선의 활용으로 분류하고 구체적인 방법을 선택하거나 조합하여 제작할 수 있다.

(3) MNP삼각모형법

자유연상법인 MNP삼각모형법은 재료(디자인, 소재), 제조(패턴, 가공), 요구(소비자)의 삼각형 모양을 만족시키는 이상적인 아이디어 개발을 수행해 나가는 방법이다. 즉 상품의 구성요소에 대한 계수를 100으로 하면 이 세 가지가 33.3일 때가 디자인으로서 만족된다는 것이다. 개발된 상품을 이 삼각형에 두고 의도한 디자인에 소재, 패턴, 봉제방법이 적합하며 이것이 수용단계에서 조사한 소비자의 요구 또한 만족시키는 지를 분석하여 수정부분이 발생하였다면 다시 앞의 단계로 가서 디자인을 다시 전개하여야 한다.

이 단계에서는 기능성의 요소와 상품성의 요소가 복합적으로 포함되어있으며, 이 기준에 따라 구체적이고 실질적인 세부내역을 결정하게 된다.

26) 박화술(1980), 전게서, p.114.

<표 9> 시스템법의 예

기법 \ 분류	소매디자인				
퍼프 등의 볼륨					
	Karen Walker 09F/W	Dolce & Gabbana 09F/W		Marc Jacobs 08 F/W	Louis Vuitton 09F/W
직선적인 어깨 연장					
	Bruno Pieters 09F/W	Aquilano E Rimondi 09F/W	Alena Akhmadullina 09F/W	Givenchy 09F/W	Lanvin 09F/W
암홀의 확장					
	Yohji Yamamoto 09F/W	Carlos Miele 09F/W	Junya Watanabe 09F/W	Derek Lam 09F/W	YSL 09F/W
절개선의 활용					
	Francesco Scognamiglio 09F/W	YSL 09F/W	Jean Paul Gaultier 09F/W	Zac Posen 09F/W	AF Vandervorst 09F/W

(사진출처 : www.firstviewkorea.com)

6) 평가 단계

평가(evaluation) 단계는 앞서 설정된 프로세스를 기초로 하여 디자인이 기준에 얼마나 잘 부합되는가를 평가하는 단계이다. 품평회 및 수주회를 통하여 주관적, 객관적으로 평가되면서 수정, 폐기 되고 최적의 스타일만 선정되어 대량생산을 위한 작업지시서를 완성하게 되는 것이다. 이 단계에서 사용되는 평가법은 그 방법과 단계가 정해져있기 때문에 그 차이를 인지하고 평가 환경에 적절한 방법을 선택하기가 용의하다.

(1) 알파베타법

분석적조합법의 알파베타법은 디자인의 해결안을 목표의 충족도(β)와 목표의 상대적 중요도(α)를 고려해 평가하는 방법이다(표 28).

<표 10> alpha-beta법의 예

	중요도	alpha	beta	alpha-beta	종합
기능성	1	0.5	8	4.0	
심미성	2	0.2	9		
상징성	3	0.2	7		

(2) 평가매트릭스법

평가매트릭스법은 해결안의 충족도를 체계적으로 검토하고 평가하는 방법을 말하며, 예를 들면 해결안의 평가를 위한 기준을 재킷의 색채구성, 소재, 비율로 나누고 충족정도를 평가할 평가스케일을 4=완전히 충족시킴에서 0=전혀 충족시키지 못함으로 결정하게 하는 방법이다(표 29).

<표 11> 평가매트릭스법의 예

	jacket A	jacket B	jacket C
색채구성	3	5	1
소재	2	3	3
비율	4	4	2

(3) SD법

자유연상법에 속하는 SD법은 일정한 대상 특히 일정한 개념을 갖는 본질적인 뜻을 파악 측정하는 방법이다. 여기서 본질적인 뜻이란 심리적인 뜻을 주로 의미하는 것으로 이는 어떤 대상에 대한 태도를 측정하는데 많이 활용되어 왔으며²⁷⁾ 디자인되어 생산된 제품에 대한 소비자의 반응을 규명하는데 유용하게 쓰이고 있다(표 30).

<표 12> SD법의 예

	극도로	매우	약간	중간	약간	매우	극도로							
좋다	1	---	2	---	3	---	4	---	3	---	2	---	1	나쁘다
단순한	1	---	2	---	3	---	4	---	3	---	2	---	1	복잡한

이상과 같이 수용, 분석, 관념화, 수렴, 수행, 평가의 프로세스의 단계별로 분석적조합법, 창조적연관법, 자유연상법으로 나누어진 창조성기법을 적용한 창조적 패션디자인 프로세스는 <표 31>과 같다. 패션디자인 프로세스에서 창조성기법 활용의 주된 의도는 디자인 프로세스를 논리적인 절차로 수립하기 위한 것이다. 프로세스의 각 단계에 문제해결을 위한 여러 가지 구체적인 기법인 창조성기법을 활용하여 디자인 개발을 위한 아이디어를 증대시키

27) 이철호, 전게서, p.15.

고, 다양한 자료의 분석을 통하여 종합적으로 전략과 계획을 세우고, 절차에 의해 실행할 수 있는 최적의 길을 결정하기 쉽게 할 수 있을 것이다. 또한 과정상에서 다양한 접근방법과 각 단계에서의 실행을 통한 성취를 이룰 수 있어 새로운 디자인 해결안을 유도하기 쉽게 해준다. 이러한 과정에 대한 인식은 전체영역을 볼 수 있도록 해주어 문제해결이나 목표조망에 있어 한 눈에 볼 수 있는 명확한 청사진을 제시해 주며 어떤 상황에서 특별한 필요 제한을 수용하기 쉽도록 해줄 수 있을 것이다.

이러한 방법을 통하여 얻어진 결과가 기존의 디자인보다 항상 새롭고 독특하다고 단정 지을 수는 없지만 디자이너가 생각하지 못할 수 있는 아이디어가 있다면 이를 이용하여 디자인의 변형과 전개가 가능할 것이다. 즉, 창조성기법을 활용한 패션디자인 프로세스는 무형적인 컨셉을 가시적인 대상으로 전환시켜 사고의 한계를 극복하기 위한 새로운 방법론의 제시이다.

<표 13> 창조성기법을 적용한 패션디자인 프로세스

단 계	신제품개발 프로세스	창조적 문제해결 프로세스	이용가능한 창조성기법		
			분석적조합법	창조적연관법	자유연상법
분 석	컨셉정의	수용 (Acceptance)	FGI 5W1H법	고든법	희망점열거법 문제점열거법 BS, BW
	관련정보 수집	분석 (Analysis)	매트릭스법	특성열거법 카달로그법	KJ법
종 합	아이디어 생성	관념화 (Ideation)		시넵틱스 수평사고법	OCU법
	세부디자인	수렴 (Convergence)	형태분석법	리스트법	결점열거법
평 가	실행계획 개발	수행 (Implementation)	OCL	시스템법	MNP 삼각도형법
	평가	평가 (Evaluation)	alpha-Beta법 평가매트릭스법		SD법

IV. 패션디자인 프로세스에 따른 실증적 연구

패션디자인 프로세스의 단계별로 창조성기법의 적용 가능성을 알아보기 위하여 업계에 종사하고 있는 실무자들을 대상으로 설문을 통한 심층인터뷰를 하였다. 또한 현재 각 패션브랜드의 디자인 프로세스 과정 내에서 창조성기법이 활용되고 있는지도 함께 살펴보고자 하였다.

1. 설문구성 및 절차

설문 구성은 우선 응답자에게 전반적인 설문 내용과 과정을 설명하고 질문을 통해 보다 깊이 있는 대화를 이끌어가는 방식을 택했다. 질문은 개인신상정보, 각 브랜드에서 진행되고 있는 디자인프로세스의 과정, 도출된 창조성기법을 적용한 패션디자인 프로세스 모델(표 31)에서 각 단계별로 적용하고 있는 창조성기법의 선택으로 구성하였다.

인터뷰 과정에서 연구자의 주관성을 최소화하고 자료의 객관성을 확보하기 위하여 다음의 절차를 따랐다.

첫째, 반 구조화 된 면접 방식을 사용하여 질문을 순서대로 해 나가면서, 답변 중에서 더 깊이 파고들어야 할 부분에서는 보충적인 질문을 해 나가는 구조화된 방식을 사용하였다.

둘째, 응답자는 상황에 따라 간략하게 설문에 기입하였고 연구자는 인터뷰의 내용을 보충적으로 정리하는 기입방법을 병행하였다.

셋째, 각 브랜드에서 진행되고 있는 디자인프로세스의 과정은 디자인 컨셉을 잡는 과정부터 최종 품평까지의 과정을 설명하도록 유도하여 단계별로 설명하도록 하였다.

넷째, 각각의 프로세스 단계에 적용되는 창조성기법의 설명 시 먼저 구조

화된 예시를 통하여 동일한 설명을 제시하고 각 응답자의 질문이 있을 경우 보충설명을 하였다.

다섯째, 프로세스 단계에 적용되는 창조성기법의 선택 시, 여러 가지를 선택하는 경우 순차적으로 진행되는지에 대해 추가로 응답하도록 하였다.

1) 조사방법 및 조사대상

조사대상은 내셔널브랜드에 종사하는 디자이너 27명을 대상으로 진행하였으며 복종별 다양성을 위하여 여성커리어, 여성커리어캐주얼, 여성영캐주얼, 유니섹스캐주얼브랜드로 나누어 심층면접과 실태분석을 병행하여 인터뷰를 실시했다. 대상자의 경력은 3년 이상으로 정하였는데 이는 업체의 패션디자인 프로세스에 대한 경험과 지식을 보유하고 브랜드 내에서 주도적으로 일을 할 수 있어 응답의 신뢰성을 얻을 수 있기 때문이다. 본 연구의 조사대상자의 일반적 특징은 <표 32>와 같으며, 이를 다시 복종별, 근무기간별로 구분한 것은 <표 33, 34, 35>와 같다.

심층인터뷰 진행방법은 인터뷰 대상자들을 연구자가 직접 인터뷰하는 면대면 방식으로 진행하였다. 응답자에게 미리 전화통화로 설문지의 주제를 설명하고, 약속일자와 시간을 정해 회사로 방문하여 약 15-30분간에 걸쳐 연구자가 패션디자인 프로세스 단계별로 각각의 창조성기법에 대해 설명하고 현재 브랜드에서 사용하는 방법과 가장 유사한 방법을 선택하도록 하였다. 응답자는 신상정보와 간략한 단어들을 기입하였고 연구자는 인터뷰과정의 모든 대화를 녹음하였다. 인터뷰를 실시하였으며 조사 시기는 2008년 9월 11일부터 2008년 11월 20일까지 이루어졌다.

<표 14> 심층인터뷰 대상자의 일반적 특징

순서	나이	학 력	전공	회사명	근무기간	직급
1	33	대졸	의상디자인	N사	10	팀장
2	39	대졸	의류직물	B사	16	실장
3	30	대졸	의상디자인		6	사원
4	32	대졸	의상디자인	K사	7	대리
5	30	대졸	의상디자인		5	사원
6	30	대졸	패션디자인	D사	4	사원
7	29	대졸	패션디자인		3	사원
8	32	대학원재학	패션디자인	F사	9	대리
9	38	대학원졸	패션디자인	C사	13	실장
10	33	전문대졸	패션디자인	S사	9	팀장
11	31	대졸	의상디자인	V사	9	계장
12	32	대졸	의상학과	I사	7	주임
13	28	대졸	패션디자인	H사	4	주임
14	32	대졸	의류학과	O사	7	대리
15	40	대졸	가정학과	A사	18	실장
16	27	대졸	의상학과	R사	3	사원
17	30	대졸	패션디자인	T사	5	사원
18	36	대졸	의상디자인	J사	10	팀장
19	32	대졸	패션디자인		8	대리
20	33	대졸	패션디자인	M사	9	팀장
21	35	대졸	의류학과	P사	10	실장
22	32	대학원졸	패션디자인	KA사	8	팀장
23	27	대졸	의류직물		3	사원
24	31	대학원재학	패션디자인	SY사	7	대리
25	29	대졸	의류학과	BO사	5	사원
26	33	대졸	의상디자인		9	팀장
27	29	대졸	패션디자인	E사	6	사원

<표 15> 심층인터뷰 대상자의 복종별 분류

대상자 분류	복 종	브랜드수	응 답 자	합 계
formal	여성커리어	6	4, 5, 11, 13, 15, 16, 17, 20, 25, 27	10
casual	여성커리어캐주얼	2	2, 3, 26	10
	여성영캐주얼	3	6, 7, 9, 14, 18, 19, 24	
unisex	유니섹스캐주얼	4	1, 8, 10, 12, 21, 22	7

<표 16> 심층인터뷰 대상자의 근무기간별 분류

근무 연수	3년 - 5년 이하	5년 - 8년 이하	8년 - 10년 이하	10년 이상
명	5	9	7	6

<표 17> 심층인터뷰 대상자의 복종별, 근무기간별 분류

복 종		근무기간	3년 이상 -5년 이하	5년 이상 -8년 이하	8년 이상 -10년 이하	10년 이상	합계
formal	여성커리어		2	5	2	1	10
casual	여성커리어 캐주얼			1	1	1	3
	여성영캐주얼		2	2	1	2	7
unisex	유니섹스캐주얼		1	1	3	2	7
합 계			5	9	7	6	27

2) 설문내용

본 연구는 새로운 것을 만들어 내는 디자이너의 특성을 최대한 살려 창의적인 작업을 지원하고 디자이너의 아이디어를 정확하게 표현할 수 있게 할 뿐만 아니라 전체 디자인 과정에서 디자인 정보가 신속하고 정확하게 전달되어 지도록 하는 새로운 패션디자인 프로세스 제안하는 것이 목적이었다.

이론적 배경을 통하여 일반적으로 패션디자인에 적용할 수 있는 체계적인 접근방식으로서의 패션디자인 프로세스를 수용→분석→관념화→수렴→수행→평가의 과정으로 정의하고, 패션디자인에서 활용가능한 창조성기법을 분석적조합법, 창조적연관법, 자유연상법으로 분류하였다. 이렇게 분류된 창조성기법을 문제의 명료화에서부터 상세디자인, 평가에 이르는 디자인 프로세스의 모든 과정에 적용시킨 모델인 <표 31>을 통하여 설문지를(부록 1) 구성하였다.

각 인터뷰의 전체적인 설문내용은 다음과 같다.

첫째, 개인 신상정보로 성별, 나이, 학력, 전공, 근무하고 있는 회사명, 직급, 근무기간을 질문하였다.

둘째, 각 브랜드 내에서 진행되어지는 전반적인 디자인 프로세스의 과정에 대하여 질문하고 서술형으로 답해줄 것을 요구하였다.

셋째, 창조성기법을 적용한 패션디자인 프로세스표를 참고하여 각 프로세스 단계별로 질문자가 설명하는 창조성기법 중에서 자신이 사용하고 있는 방법을 선택해 줄 것을 요구하였다. 연구자는 여섯 단계의 프로세스에 적용된 창조성기법을 <부록 2>를 보여주면서 설명하였으며 응답자의 질문과 부연설명에 요구에 응하였다. 프로세스 단계별 기법선정에 최소 10분에서 최대 30분까지의 시간이 소요되었다.

2. 인터뷰 결과의 분석

심층인터뷰를 이용하여 수집된 결과의 분석 정리는 크게 두 부분으로 구분된다. 먼저 각 브랜드의 디자인 프로세스 과정을 디자인의 시작인 컨셉을 결정하는 과정으로부터 관련정보를 수집하여 아이디어를 생성하고 디자인하여 샘플을 제작, 품평회까지의 과정을 살펴보았다. 두 번째, 앞에서 살펴본 디자인 프로세스를 연구자가 제시한 수용-분석-관념화-수렴-수행-평가로 나누고 그 단계마다 3-5개의 창조성기법 중 선택된 기법을 정리하고, 응답자의 근무기간과 복종별 등에 따라 어떠한 차이를 보이는지를 분석하였다.

질문 1. 전반적인 디자인 프로세스의 과정을 어떻게 진행하고 계십니까?

질문 2. 프로세스의 단계별로 설명 드린 창조성개발기법 중에서 현재 브랜드 내에서 적용하고 있는 방법과 유사한 방법을 선택해 주십시오.

<표 36> 프로세스의 단계별 창조성기법 선택

분 류		단 계 기 법	수용(acceptance)					분석(analysis)				관념화(ideation)			수렴(convergence)	
			FGI	5W1H 법	고든법	희망점 · 문제점 열거법	BS법	매트 릭스법	특성 열거법	카달 로그법	KJ법	시네 틱스	수평 사고법	OCU 법	형태 분석법	리스 트법
근무연수	복 중															
3년-5년이하	formal					1	1	1					1	1		
	casual				1	1	2	1				1	2		1	
	unisex				1			1					1	1		
5년-8년이하	formal		2	3	3	1	1	3	3		3	2	3	1	3	
	casual	1	2		2	2	1	2	2		1		3	1	1	
	unisex	1			1	1		1				1	1			
8년-10년이하	formal			1	1	1		1	1		1		1	1	1	
	casual	1				1	1	1				1	2		1	
	unisex	1		1	3		1	2	1		1	1	2			
10년이상	formal			1	1			1	1		1	1			1	
	casual	1	1	1	1	1		2	1	2	2	2	1		2	
	unisex			1	2	1	1	1		2	2		1		1	

1) 내셔널브랜드의 패션디자인 프로세스 현황

디자인 프로세스는 브랜드마다 세부과정은 차이를 보이거나 큰 흐름은 공통적인 부분이 많이 있었다. 먼저 전반적인 트렌드를 분석하고 해외출장을 통해 페어에 참석하거나 샘플 구입 등의 자료조사를 하였다. 이러한 자료들을 기반으로 트렌드 컬러, 소재를 파악하였다. 해외컬렉션자료와 분석된 컬러, 소재를 통하여 브랜드 별 테마를 선정하고 그에 따른 소재를 선택하여 맵을 작성하였다. 이후 테마별 스타일을 결정해 디자인하여 팀별 확인을 통해 그 중에서 선택된 디자인에 대해 샘플지시서를 작성하였다. 샘플은 자체제작하거나 프로모션을 통하여 제작 수정하고 품평회를 거쳐 메인상품을 선택, 메인상품의 생산지시서를 작성하고 생산하는 과정을 거치고 있었다.

이렇듯 큰 프로세스는 브랜드의 환경에 따라 약간의 순서 변화가 있을 뿐 대개의 과정은 비슷하게 이루어지고 있으나 컨셉 결정을 위한 자료수집과 분석의 과정은 브랜드의 이미지, 복종에 따라 차이를 보였다. 이러한 차이는 스타일을 결정하는 것에서도 차이를 보였는데, 복종별과 브랜드 포지션에 따른 차이로 보여 진다. 그러나 샘플을 제작하여 품평하고 생산하는 과정은 거의 비슷하였다.

컨셉을 결정하는 방법에 차이를 보여주고 있는 예로 디자이너 인터뷰에 따르면, 복종별 차이보다는 브랜드의 가치 추구방향에 따라 차이를 볼 수 있다.

K사의 경우 제일모직에서 생산하는 내셔널브랜드이지만, 디자이너의 감성을 기반으로 하는 브랜드이기 때문에 개성과 이미지를 중시하여 독창성에 중심을 두고 추상적인 이미지에서 시작하여 패션에 접목시킬 수 있는 구체적인 이미지로 변화시키며 컨셉의 방향을 설정하고 있었다.

B사는 가상의 인물인 대상을 설정하여 이 대상의 직업과 상황을 구체적으로 설정하여 라이프스타일에 맞는 컨셉으로 접근하고 있는 것을 볼 수

있었다.

저가브랜드인 S사의 경우 디자인보다는 현실적인 판매율이 중요하기 때문에 다른 부서나, 점주 등의 의견이 중요하게 여기고 있다. 특히 유니섹스 캐주얼군에서는 전 시즌의 판매 분석으로 부터 시즌이 시작된다는 답이 많았는데, 이는 모든 브랜드가 판매분석을 하지만 가격이 낮은 브랜드일수록 상품의 회전율이 많아 재고부담 때문에 판매분석을 중요한 요소로 여기고 있었다.

자료 수집을 하는 과정에서 브랜드의 이미지가 강하게 정해져 있는 여성 캐주얼군의 V사, R사, T사의 경우는 초기 자료수집에서 브랜드의 이미지에 맞는 자료를 우선적으로 수집, 분석하고 트렌드적인 요소를 덧붙이는 방법을 이용하고 있었다. V사는 자사의 대표적 컨셉인 섹시하고 쉬크한 이미지의 자료를 조사한 후에 크로스코디의 활용도에 따라, R사는 브리티쉬한 감성이 보여 지는 자료를 수집하고 상품구성이 예복에서부터 웨어러블한 단품 구성까지 폭이 넓기 때문에 아이템별로 자료를 분석하였다.

생산과정에서 N사는 프로모션을 통하여 모든 부자재를 구매하거나, 중국 지사에서 자체 생산하고 있었다. 샘플 제작 또한 중국지사에서 완사입되는 것이 50%, 프로모션 의뢰가 30%, 디자인이 복잡하거나 특별히 가봉을 요하는 경우 내부 샘플실에서 제작하는 것이 20%정도 구성된다. 메인상품으로 결정된 것은 자체생산 즉 중국에서 생산하거나 외주 프로모션으로 발주하고 있었다. 이렇듯 유니섹스캐주얼 브랜드는 거의가 중국 생산으로 이루어지고 있는 경우가 많았다.

품평과정에서 O사는 1차 소재 품평회를 내부의 MD와 디자이너가 참여하여 시즌별로 세밀하게 나누어 맵을 작성하고, 결정된 소재를 기반으로 디자인 작업을 하여 샘플을 제작한 후 2차 품평회를 갖고 있다. 이때에는 MD, 디자이너, 매장관계자(점주, 주요매장의 샵매니저)의 참여로 이루어지는데 기존의 포트폴리오 된 수량보다 2-3배수의 샘플이 제작된다고 하였다. 이

너웨어의 경우 디자인별로 모든 컬러를 제작하고, 아웃웨어의 경우에는 디자인별로 한 컬러만 제작하여 품평을 통해 상품을 선택한다. 2차 품평을 거친 샘플과 추가된 아이템의 컬러가 모두 제작하는 3차 품평은 MD, 디자이너, 추가된 매장관계자에 의해 이루어져 메인상품을 선택하고 있었다.

2) 패션디자인 프로세스 단계별 창조성 개발기법의 적용

(1) 수용 단계

이 단계는 디자이너가 디자인 하고자하는 목표에 대한 요구조건을 파악하여 브랜드의 시즌 컨셉을 정하는 단계로 희망점 열거법, 문제점 열거법이 가장 많이 선택되었다. 특징적인 것은 7곳의 유니섹스 캐주얼 브랜드 모두 희망점·문제점열거법을 선택하였는데(표 37), 이는 다른 복종보다 가격대가 낮고 특정 소비자군이 목표가 아닌 대중적으로 다양한 소비자군을 대상으로 하고 있기 때문인 것으로 보인다.

<표 1> 수용 단계의 복종별 분류

(N=27)

복종 \ 기법	FGI	5W1H법	고든법	희망점열거법 문제점열거법	BS법 BW법
formal		2	5	5	3
casual	3	3	1	4	5
unisex	2		2	7	2
합계	5	5	8	16	10

(복수응답)

<표 2> 수용 단계의 근무기간별 분류

(N=27)

기 법 근무기간	FGI	5W1H법	고든법	희망점열거법 문제점열거법	BS법 BW법
3년-5년이하				2	2
5년-8년이하	2	4	3	6	4
8년-10년이하	2		2	4	2
10년이상	1	1	3	4	2

(복수응답)

즉, 지난 시즌의 판매량과 넓은 폭의 소비자를 만족시키기 위해서 소비자의 요구를 수용하는 것을 중요하게 생각하고 있는 것이다. S사는 작년 시즌의 판매분석에서 부터 시즌이 시작된다고 하였으며, I사의 경우 상시적으로 FGI를 통해 의견을 듣고 문제점 열거법을 통해 전 시즌을 분석하고, 모든 부서가 BS법을 통해 희망점을 종합하며, 이를 기반으로 디자인실에서 실장을 중심으로 고든법과 유사하게 컨셉을 잡고 있다고 하였다.

대부분의 응답자가 복수선택을 하였는데, 예를 들면 J사는 개인이 먼저 고든법을 활용하여 자료조사를 한 후에 팀원이 같이 희망점, 문제점 열거법을 통해 서로의 의견을 모으고 BS법으로 토론하는 순으로 이루어지고 있다고 하였다. 그러나 <표 38>에 따르면 근무연수가 3년-5년 이하는 복수선택을 하지 않고, 개인 작업이 아닌 BS법의 선택이 많았으며 추가 설명과정도 간략하고 원론적으로 이루어지거나 바로 다음 단계로 진행되었다. 따라서 근무연차가 낮은 경우 컨셉을 결정하는 과정에 거의 참여하고 있지 않은 것으로 보였다. 이와는 반대로 근무연수가 10년 이상인 경우 다른 연차와 비교했을 때, 컨셉 부분의 설명이 상세하였다. 예를 들어 B사의 경우 16년 차 실장과 6년 차 사원의 컨셉 설정 과정의 설명이 같은 브랜드 내에서도 차이가 있었는데, 이는 10년차 이상의 실장이 각 브랜드의 전반적인 시즌 컨셉을 진행하는 과정이나 결정하는 역할을 주도적으로 하고 있기 때문으로

보인다.

다른 특징으로 5W1H법과 FGI를 단독으로 선택한 경우는 없고 희망점, 문제점 열거법·고든법·BS법과 같이 선택되었고, 이 기법들은 컨셉을 결정하기 위한 선행 자료로 이용되는 경우가 많았다. 5W1H법은 컨셉을 확정하기 전이나 후에 선택되어 브랜드 타겟 층의 라이프스타일을 고려하는 방법으로 많이 이루어지고 있었다. 포털군의 경우 FGI를 선택하지 않았는데, 보통 포털군은 이미 브랜드의 이미지가 확실하게 정해져 있어 컨셉 단계에서 다른 이의 의견보다는 구체적인 대상을 설정하거나 추상적인 자료 등을 참고하는 경우가 많은 것 같다.

컨셉을 결정하기까지 여러 가지 자료와 경로를 통해 트렌드를 분석하여 각 브랜드에 활용하기 위해서 다양한 시도를 하고 있는 것으로 보여 진다. 표적고객의 감성과 전반적인 라이프스타일을 시각자료화 하는데 이는 디자인부서에서 직접 시행하거나, 혹은 마케팅부서에서 수행한 결과의 자료를 확보, 활용한다. KA사의 경우 정보실과 유통 MD가 소비자 성향 분석의 많은 부분을 담당하고 있어 디자이너는 그 자료를 참고로 하고 있었다.

(2) 분석 단계

분석단계에서는 <표 39>에서 보이는 것처럼 특성열거법의 선택이 많았는데, 예를 들면 B사는 가상 인물의 라이프스타일을 구체적으로 설정해서 명사적인 특징으로 볼 수 있는 TPO에 따라 분류할 수 있다. 또한 V사의 경우는 브랜드 이미지가 섹시 & 시크로 크게 잡혀 있어 1차로 이미지에 맞는 자료를 분류하고, 그 다음 분류된 자료를 캐주얼한, 여성적인 등의 형용사적인 특징으로 나누어 맵핑하는 방법으로 특성열거법을 활용한다고 하였다.

<표 3> 분석 단계의 복종별 분류

(N=27)

복종 \ 기법	매트릭스법	특성열거법	카달로그법	KJ법
formal	2	6	5	
casual	4	6	3	2
unisex	2	5	1	2
합계	8	17	9	4

(복수응답)

<표 4> 분석 단계의 근무기간별 분류

(N=27)

근무기간 \ 기법	매트릭스법	특성열거법	카달로그법	KJ법
3년-5년 이하	3	3		
5년-8년 이하	2	6	5	
8년-10년 이하	2	4	2	
10년 이상	1	4	2	4

(복수응답)

특징적으로는 신상품 기획 주기에 따라 선택 개수의 차이가 보여졌는데, 상품 기획을 연 2회하는 S, P, E사는 1개의 기법을 선택한 반면 상품을 월별로 기획하는 F, A, KA, SY사의 경우 2-3개의 기법을 선택하였다.

카달로그법의 경우 단독으로 선택한 경우는 없이 대부분 매트릭스와 특성열거법과 동시에 사용되고 있었다. 특히 포털군의 5년차 이상에서 1명을 제외하고 카달로그법을 선택하였는데, 이는 잡지나 카달로그에서 디자이너가 항목을 결정하여 강제적으로 관계지우면서 아이디어를 생성하는 기법의 특징 때문에 시즌별로 새로운 아이디어를 창출하여 소비자에게 차별화를 줄 수 있기 때문에 트렌드에 민감한 여성브랜드의 선택이 많았고, 고가브랜드인 K, T사의 경우 이 기법의 선호도가 높았다.

매트릭스법의 경우 <표 40>에 따르면 근무연수가 적은 그룹에서는 선택

하였으나 연차가 높을수록 선택되고 있지 않았다. 이는 두 개의 변수를 조합하는 매트릭스법은 기본적으로 생각해야 하는 단순한 방법이기 때문에 연차가 높을 경우 이를 따로 고려하는 것은 의미가 없다고 생각하고 있었다. 그러나 캐주얼군의 F사의 경우처럼 월별로 자세하게 테마와 소재를 분석하거나, 포털군의 R사와 같이 아이템 구성이 클래식한 수트나 멀티 코디네이션되는 베이직 아이템으로 고정적일 경우에는 아이템에 따라 시즌 테마와 소재를 매트릭스의 요소로 적용해서 분석하고 있다.

KJ법은 10년차 이상인 A사, B사 실장 등의 선택이 많았는데, KJ법이 각종의 정보와 조사 자료를 분류 정리하여 그 속에서 결과를 만들어 내는 기법이기 때문에 연차가 높은 디자이너가 각각의 자료를 종합하여 전체적인 공통분모를 찾아내는 역할을 하고 있는 것으로 보여 진다.

(3) 관념화 단계

관념화의 단계에서는 OCU법의 선택이 가장 많았으며 수평사고법의 경우에는 단독 선택이 없이 시네틱스와 OCU법을 동시에 선택하였다. E사에 따르면 아이템을 디자인 할 때 같은 이미지에서 트렌드 아이템과 베이직 아이템, 뉴베이직 아이템에 반영될 아이디어를 어느 정도 구분하여 진행한다고 하였는데 이러한 아이템의 분류가 OCU법의 기발, 평범, 유용의 분류와 동일하다고 보여 진다. B사의 경우 아이디어를 생성하는 과정에서는 시네틱스를, 현실과 교류하는 과정에서는 수평적사고법과 OCU법을 사용한다고 하였다.

<표 5> 관념화 단계의 복종별 분류

(N=27)

복종 \ 기법	시네틱스	수평사고법	OCU법
formal	7	3	3
casual	3	4	8
unisex	1	2	7
합계	10	9	18

(복수응답)

<표 6> 관념화 단계의 근무기간별 분류

(N=27)

근무기간 \ 기법	시네틱스	수평사고법	OCU법
3년-5년 이하		1	4
5년-8년 이하	5	3	6
8년-10년 이하	2	2	5
10년 이상	4	3	3

(복수응답)

<표 41>에 따르면 포털군의 경우 시네틱스의 선택이 많았으나 R사의 경우에는 관념화 단계에서는 어떤 기법도 선택하지 않았다. R사의 3년차 디자이너는 새롭게 디자인작업을 하기보다는 기존의 베스트아이템과 시즌아이템에 분석단계에서 분류된 소재를 결정하는 작업이 주된 업무이기 때문에 아이디어 발상과정에서는 어떠한 기법도 선택하지 못한 것 같다. 이처럼 시네틱스의 선택은 근무기간별로 차이가 보였는데, 3년-5년 이하에서는 선택이 없었고 10년 이상인 그룹에서는 6명중 캐주얼군의 1명을 제외한다면 모두 선택하였다. A사의 경우 컨셉에 따라 모아진 의상과는 관련이 없는 자료들도 의상의 부분에 덧붙이거나 재해석하여 선정된 자료가 표현될 수 있도록 여러 가지 실험을 한다고 하였다. <표 42>에서 볼 수 있듯이 시네틱스는 익숙한 것을 생소한 것으로 보고 생소한 것을 익숙하게 만들어 사물을 새롭게 보려는 시도로 종전에 우리가 사물을 보던 보통의 방식을 변화시켜

야 하는 의식적인 시도이다. 순간적인 모호함과 혼돈을 야기 시켜 분석된 자료들을 비틀고, 뒤집고, 돌리고, 위치를 바꾸는 등의 접근방법 때문에 연차가 낮은 디자이너의 경우 활용하기가 어려워 선택이 없는 것 같다.

그러나 유니섹스군에서는 시네틱스가 거의 선택되지 않았는데, 이 또한 시네틱스는 새로운 관점으로 차별성을 중시하는 브랜드에서 활용되는 경우가 많기 때문인 것으로 보인다. 넓은 층의 대중적인 소비자를 만족시켜야 하고 고정된 아이টে임을 가지고 있는 유니섹스군에서는 아이디어를 기발, 평범, 유용 안에서 변환시켜 각 브랜드에 적합한 아이디어를 창출할 수 있는 OCU법의 선택이 많았다.

단계별로 창조성기법을 선택함에 있어 응답자가 가장 애매하게 생각하는 부분이 관념화의 단계였다. 기법에 대해 다시 질문을 하거나, '현장에서 이런 기법들의 활용이 가능해 보이지 않는다'라고 대답하기도 하였다. 선택 시에도 '꼭 이렇게 하는 것은 아니지만'이라는 단서를 붙이며 가장 근접한 것을 선택한 응답자도 있었다. 특히 OCU법을 선택한 경우가 활용되어지는 방법과 근접한 것 같다고 대답하였다. 이는 아이디어 발상의 과정이 복합적인 정신의 과정이며 개인적인 상상력의 활동으로 생각하고 있기 때문이다. 즉, 어떠한 기법의 사용으로 발상을 하는 것이 아니라 개인의 체험적인 경험과 반작용하는 아이디어에 의해 이루어진다고 생각하고 있기 때문에 이 단계에서의 창조성기법의 활용에 대하여 부정적 것이다.

반면에 B, K, V, T, M사의 경우에는 현재 브랜드 내에서 적용하고 있는 방법과 근접하다고 하였는데, 이들은 모두 시네틱스를 선택하였다. 이들은 스케치를 통한 디자인과정이 여러 아이디어에 자기 색을 더하는 재탄생의 과정으로 보고 있기 때문에 시네틱스와의 차이점을 크게 느끼지 않는 것이다.

(4) 수렴 단계

수렴단계에서는 리스트법, 결점열거법의 순으로 선택이 많았으나(표 43) 형태분석법은 현저하게 낮게 선택되었다. <표 44>에서 볼 수 있듯이 10년 이상의 응답자군에서는 형태분석법을 선택하지 않았다. 이 기법은 결론지어진 아이디어를 구체화시키기 위하여 형태적으로 다양한 기법을 단순히 차트화하여 적용하는 방법이기 때문에 누가 사용하던지 비슷한 결과물을 얻을 수 있는 항상성이 있어 혁신적인 아이디어를 얻기는 힘든 방법이다. 연차가 높을수록 가지고 있는 지식, 경험, 정보 등에서 얻은 아이디어를 구체적으로 가공, 변형, 혼합시키는 방법을 습득했기 때문에 이러한 포괄적인 방법보다는 선택적으로 아이디어를 결합하는 리스트법의 활용이 많은 것이다.

<표 7> 수렴 단계의 복중별 분류

(N=27)

복 중 \ 기 법	형태분석법	리스트법	결점열거법
formal	3	5	7
casual	1	5	5
unisex	1	1	7
합 계	5	11	19

(복수응답)

<표 8> 수렴 단계의 근무기간별 분류

(N=27)

근무기간 \ 기 법	형태분석법	리스트법	결점열거법
3년-5년 이하	2	1	4
5년-8년 이하	2	4	5
8년-10년 이하	1	2	5
10년 이상		4	5

(복수응답)

포털군에서 결점열거법을 선택한 7명 모두 복수선택을 하였는데 5명은

리스트법을 선택하였다. A사의 경우에는 아이템별 디자인 작업을 후 리스트법으로 디자인, 칼라, 소재의 조화를 맞추고 선택된 디자인은 결점열거법을 통하여 다시 한 번 수정, 보완 한다고 하였다. 즉, 대부분이 먼저 리스트법으로 아이디어를 결합시키고 이것의 단점은 제거하여 그 아이디어를 발전적으로 수정하기 위해 결점열거법을 후에 진행하고 있는 것이다.

유니섹스군에서는 7명 모두 결점열거법을 선택하였다. 이것은 시즌별 아이템의 변화가 거의 없기 때문으로 소비자의 반응이나 시즌 경향의 변화, 혹은 구성적인 면에서의 결점을 분석하고 구체적인 개선 방법을 제안하는 것으로 디자인의 변화를 줄 수 있기 때문이다. 또한 관념화단계에서 OCU법 등의 사용으로 아이디어가 정리되었기 때문에, 그에 따라서 세부디자인을 하고 디자인 자체의 결점사항이나 지난 시즌 판매상황을 통해 분석하여 보완하는 과정을 거치고 있는 것이다.

보통 디자인과정에서 관념화단계와 수렴단계가 따로 이루어지지 않고 동시에 이루어지는 경우가 많으며, 세부디자인을 하는 과정에서 어떠한 기법의 이용보다는 개인의 능력과 경험에서 이루어지는 것이라 생각하는 경향이 많았다. R사의 경우 결점열거법은 가봉 후에 이루어진다는 의견이 있었으며, N사의 경우에는 OCU법과 리스트법을 결합하여 세부디자인 과정이 이루어지고 있다고 하였다. 또한 T, A, KA사 등은 소재디자이너가 주도적으로 소재와 부자재를 진행하고 있기 때문에 세부디자인의 영역이 적은 것으로 보여 진다.

(5) 수행 단계

<표 45>에 따르면 수행단계는 각 기법의 선택이 비슷하였으며 복종이나 근무기간에 따라 선택의 차이가 보이지 않았다(표 46). 상품제작 단계는 모

든 브랜드가 비슷하지만 브랜드와 디자이너가 어느 부분에 중점을 두고 있는지에 따라서 선택되어지는 것 같다. OCL법은 전환, 변경, 결합을 통한 샘플의 수정, 보완작업에 중점을 두고, 시스템법은 패턴, 소재, 부자재, 디테일 등의 구성요소의 조합을 통해 최상의 결론을 얻고자 한다. MNP삼각도형법은 재료와 제조과정이 소비자의 요구에 적합한지에 중점을 두고 있다.

<표 9> 수행 단계의 복중별 분류

(N=27)

복 중 \ 기 법	OCL	시스템법	MNP삼각도형법
formal	4	4	4
casual	4	5	2
unisex	3	2	3
합 계	11	11	9

(복수응답)

<표 10> 수행 단계의 근무기간별 분류

(N=27)

근무기간 \ 기 법	OCL	시스템법	MNP삼각도형법
3년-5년 이하	1	2	2
5년-8년 이하	4	3	4
8년-10년 이하	4	3	2
10년 이상	2	3	1

(복수응답)

OCL법을 선택한 KA사의 경우 현재 유행 아이템을 기존 아이템에 결합 시키거나 변경하는 등의 방법을 사용해서 진행하고 있으며, K사는 가봉 과정에서 시스템법을 통해 패턴, 디자인, 소재와 부자재의 수정이 같이 들어가는 경우가 많다고 하였다. H사는 상품의 단가가 낮기 때문에 시즌별로 크게 변하지 않는 베이직 아이템 위주로 시즌 전에 제작을 할 때 유행요소를 반영하는 부분을 중요하게 생각한다고 하였다.

수행단계는 다른 단계에 비해서 복수선택이 많지 않은데, V사의 경우 세 가지 기법을 모두 선택하였다. 브랜드 내에서 이 기법 모두가 이루어지고 있지는 않지만 부분적으로 쓰이고 있다는 것이다. 이 세 기법을 모든 사용할 경우 먼저 시스템법을 통하여 가능한 모든 구성요소를 고려해 샘플을 제작한 후에 수정, 확대, 축소, 대체, 재배열 과정을 거치는 OCL법으로 보완 작업을 한다. 최종적으로 MNP삼각도형법을 통해 재료(디자인, 소재, 부자재 등)와 제조(패턴, 구성)가 소비자의 요구에 적합한지를 확인하는 순서로 진행될 수 있다.

(6) 평가 단계

평가단계는 각각의 기법의 진행이 명확함으로 브랜드에서 진행되고 있는 방법의 선택이 분명하다. 따라서 복종이나 근무기간에 크게 영향을 받지 않으나(표 47, 48) 유니섹스군의 경우 알파베타법을 선택하지 않았다. 이 기법은 브랜드에서 중요하게 생각하는 부분을 고려하여 평가하는 방법으로 브랜드의 이미지를 중시하는 브랜드에서 선택하는 경우가 많았다.

<표 11> 평가단계의 복종별 분류

(N=27)

복종 \ 기법	alpha-Beta법	평가매트릭스법	SD법
formal	2	4	4
casual	2	2	6
unisex		3	4
합 계	4	9	14

(복수응답)

<표 12> 평가단계의 근무기간별 분류

(N = 27)

근무기간 \ 기 법	alpha-Beta법	평가매트릭스법	SD법
3년-5년 이하		1	4
5년-8년 이하	2	3	4
8년-10년 이하	1	2	4
10년 이상	1	3	2

(복수응답)

평가단계에서 기법의 선택 시에 1차 품평인 소재품평과정은 제외하였다. 이 단계는 메인상품의 진행을 위한 최종 선택의 단계로 정의하고 있기 때문이다. 어떤 기법도 선택하지 않은 T사의 경우는 따로 품평과정이 없이 수시로 샘플을 보고 팀장, 실장 등이 회의를 거쳐 메인상품을 정하면 최종적으로 MD팀에서 수량을 맞춰 생산물량을 정하고 있다. SD법을 선택한 포털군의 K, M사의 경우는 시즌 당 2주에 한번 정도 품평회를 진행하는데 즉, 품평-소재발주의 순서가 순차적인 아닌 거의 동시에 진행되고 있었다. 따라서 소재발주, 품평, 생산, 입고, 출고의 과정이 겹치면서 계속 이루어지고 있는 것을 알 수 있었다. 즉 리드타임이 가장 짧은 군은 포털군 이었다. S사의 경우는 제작된 샘플로 디자인실, MD, 영업팀, 점주가 모여 토론을 통한 품평을 하고 생산될 제품을 선택하고 추가되어야 할 아이টে를 정리하여 제품을 구성하여 생산하고 있었다.

심층인터뷰 결과 패션디자인 프로세스 모델에서 창조성기법의 활용은 수용과 분석 단계에서는 모든 복종에서 기법의 선택에 어려움이 없었는데, 이것은 현재의 디자인 과정 안에서 이루어지고 있는 방법들과 유사하거나 동일하였기 때문이다. 수행단계에서는 대부분이 복수선택을 하였는데 이는 브랜드마다 다양한 시도를 통해 컨셉을 설정하고 있기 때문으로 보여 진다. 그러나 근무기

간별로 차이를 보였는데 연차가 적은 디자이너는 단독선택이 많았으며 연차가 높을수록 복수선택이 많았다. 이는 브랜드 시즌 컨셉의 설정 시의 참여도의 차이와 관계된 것으로 보인다. 또한 복수선택으로 기법들이 단계별로 쓰일 수 있음을 알 수 있었는데 5W1H법, FGI를 통한 선행자료의 수집으로부터, 전 시즌에 대한 분석은 문제점열거법을 현시즌에 대한 바람은 희망점열거법을 활용하고 이를 종합하여 연결고리를 만드는 과정에서는 BS법, 고든법을 활용할 수 있다고 하였다.

분석단계에서는 근무기간에 따라 차이를 보였는데 자료를 종합하여 분류하는 KJ법의 경우 근무기간이 10년 이상인 경우만이 선택하였으나, 변수의 단순조합인 매트릭스법의 경우는 연차가 높을수록 선택하지 않았다. 가장 많은 선택을 보인 특성열거법의 경우 고르게 분포되어 있으나 그 특성의 선택에는 차이를 보였다.

관념화 단계에서는 복종과 근무기간별로 기법의 선택과 활용가능성에 대한 의견의 차이가 많았다. 캐주얼군이나 유니섹스군에 비하여 포멀군의 디자이너는 창조적 연관법인 시네틱스를 선택하면서 '아이디어의 재해석'이나 '시도', '실험'의 단계에서 비슷하게 쓰인다고 하였다. 특히 가격대가 고가인 브랜드에서 활용도가 더욱 크게 나타났는데, 이는 다른 브랜드와 차별화를 주어 특정 고객을 상대하기 위해서는 브랜드의 개성을 보여주어야 하는 경우에 이 기법이 사용될 수 있음을 보여 준다. 유니섹스군에서는 OCU법이 모두에게 선택되었는데 이는 시즌별로 아이템이 크게 차이나지 않고 비용의 제한이 있기 때문에 기존의 디자인에 유용하거나 기발한 아이디어를 첨가하는 기법이 선택된 것으로 보인다.

수렴 단계에서는 근무기간별로 차이를 보였는데 같은 회사 내에서도 형태분석법의 경우는 5년차 이하의 디자이너에게만 선택되었는데 단순조합의 기법이기 때문인 것으로 보여지며 근무기간이 길수록 창조적 연관법인 리스트법의 선택을 많이 하였다. 유니섹스군에서는 개선형기법인 결점열거법을 모두

선택하였으며 이는 불특정한 다수의 소비자를 만족시키기 위하여 디자이너의 감정보다는 소비자의 요구에 민감하기 때문으로 보인다. 수렴의 단계는 관념화 단계와의 경계가 모호하게 생각되 기법의 필요성에 대해 의문을 제시하는 경우가 많았다. 또한 브랜드 내에 소재나 부자재를 담당하는 팀이 따로 있어 이에 대한 세부디자인은 고려의 대상이 되지 못하는 경우가 있었다.

수행 단계에서는 각 기법의 선택에 특별한 차이가 없었다. 복종과 근무기간 별에 따른 변수보다는 브랜드가 유행을 리드해 나가는 브랜드라면 OCL법과 시스템법을 선택하였고 소비자의 니드를 중시하는 대중성 있는 브랜드라면 MNP삼각도형법을 선택하는 것을 볼 수 있었다. 그러나 대개의 브랜드가 생산과정을 프로모션하고 있기 때문에 이 단계에서 특별한 차이점이나 활용의 예를 볼 수는 없었다.

평가 단계의 기법은 디자이너들에게 익숙하여서 선택이 쉬웠고 브랜드에서 실행하고 있는 것을 선택하였다. 평가를 하는 대상이 여러 직종이기 때문에 쉽게 접근할 수 있는 형용사의 쌍인 SD법을 가장 선호하고 있는 것으로 보여 진다.

V. 결 론

디자인은 어떠한 목적에 의해 기존에 없는 새로운 것을 창조해 내는 행위로 볼 수 있다. 패션디자인 또한 디자이너의 느낌과 생각을 새로운 미적 구조로 표출하는 행위로 규정지을 수 있으며, 이 과정은 다양하고 창의적인 아이디어를 필요로 한다. 아이디어 형성은 자신에게 축적된 여러 가지 지식경험이 필요에 따라 나온다. 그러나 매 시즌마다 다양하고 새로운 아이디어를 생성한다는 것은 쉬운 일이 아니기 때문에 아이디어의 체계적이고 전체적인 산출을 위하여 창조성기법의 활용은 아이디어를 자극해 주는 돌파구가 될 수 있다. 즉, 본 연구는 창의적인 아이디어를 얻기 위한 의도적이고 체계적인 노력의 일환으로 '새로우면서도 적절한' 프로세스의 개발을 목적으로 하였다.

이러한 목적을 수행하기 위하여 디자인프로세스와 창조성기법에 대한 문헌 고찰을 통하여 패션디자인에 적용할 수 있는 프로세스 모델을 제시하고, 패션디자인 프로세스의 각 단계별로 어떠한 창조성기법이 활용될 수 있는지 분류하였다. 그리고 이를 바탕으로 패션디자인 프로세스 단계별로 창조성기법이 적용된 패션디자인 프로세스 모델을 제시하였으며, 개발된 모델의 활용 가능성에 대한 논의를 위해 실무 디자이너를 대상으로 심층인터뷰를 실행하여 분석할 수 있었다.

본 연구의 결과를 요약해보면 다음과 같다.

1. 패션디자인 프로세스

패션디자인 분야에 적용될 수 있는 프로세스의 모델을 제시함에 있어 디자인을 총체적인 문제해결의 과정으로 보고 창조적 문제해결 과정으로부터 전반적인 산업디자인 그리고 패션디자인 프로세스를 종합하였다. 이들이 연관성을 갖는 부분을 유기적으로 통합시켜서 패션디자인 프로세스를 수용→분석→관념

화→수렴→수행→평가의 과정으로 제시할 수 있었다.

첫째, 문제를 찾는 디자인 문제정의의 과정으로 정의되지 않은 문제로부터 여러 각도에서 관찰하여 수용하는 단계이다. 이 단계는 주어진 디자인의 문제를 정의하고 검토하여 문제의 범위를 확정하고 방향을 명확하게 제시하며, 시장과 소비자가 무엇을 원하는지를 파악하여 디자인 개발의 총체적인 계획을 수립하는 단계로 정의할 수 있다.

둘째, 문제해결을 위해 관련정보를 수집하여 디자인 컨셉을 검토하는 과정으로 가능한 모든 자료를 분석하는 단계이다. 다양한 경로와 방법을 통해 소비자의 니즈를 파악하여 컨셉을 개발하고 결정하여 디자인 작업 시 필요한 세부사항을 설정하고 검토하는 작업을 하는 단계로 볼 수 있다.

셋째, 정교화되지 않은 아이디어가 생성되는 단계로 아이디어를 발전시키는 관념화 단계이다. 이 단계는 앞에서 조사하고 정리된 내용을 기반으로 하여 실질적인 디자인 개발과정으로 가능한 많은 디자인을 모색하여 최적의 해결안을 생성, 제안하는 디자인 작업의 단계로 디자이너의 창조성이 가장 요구됨을 알 수 있다.

넷째, 아이디어를 구체화시켜 세부적인 디자인으로 발전시키는 디자인 구체화 과정으로 제시된 많은 아이디어를 비판적으로 분석하여 가장 적합하고 우수한 것을 선택하는 수렴의 단계이다. 디자인 개발의 가장 핵심적인 단계이며 기본적인 구조와 형태, 질감, 색채를 결정하는 이 단계는 디자이너의 전문성이 발휘되는 단계로 볼 수 있다.

다섯째, 최종안 접근을 통하여 해결안을 산출하고 실행계획을 개발하는 과정으로 문제해결의 전략을 적용하여 수행하는 단계이다. 패턴을 만들고 샘플을 제작하는 단계로 이전 단계의 정의에 근거하여 확인 및 수정, 평가하는 작업이 이루어지는 단계로 볼 수 있다.

여섯째, 이전의 단계를 통한 해결책을 검증하여 평가하고 해결안을 발견 평가하는 단계이다. 품평회 및 수주회를 통해 평가된 후 디자인수정, 폐기

단계를 거쳐 대량생산이 가능한 최적의 스타일만 선정하는 디자인에 관한 최종적인 의사결정을 하는 과정으로 나타났다.

이상의 패션디자인 프로세스는 각 단계마다 평가가 이루어져서 다음 단계로 이어진다. 평가 시에는 그 이전 단계에서 설정한 내용을 근거로 검토, 수정되며 이때에는 컨셉 방향이 평가의 핵심이 된다고 볼 수 있다.

2. 창조성기법

창조성기법의 유용성은 한계가 있어 디자인의 모든 과정에서 쓰일 수는 없기 때문에 아이디어를 증대시키거나, 창조성을 억제하는 고정관념을 제거하거나, 해결안에 대한 탐색영역을 확대해주는 방법으로 분류하여 패션디자인 프로세스 단계에 적용 가능한 기법을 세 가지로 분류할 수 있었다.

첫째, 분석적 조합법은 혁신적인 아이디어를 추출하는 데는 미흡한 면이 있으나 문제의 상황에 최적화된 아이디어를 얻기 쉬우며, 이미 분석되어진 문제 상황에 대한 해결안을 얻을 수 있었다.

둘째, 창조적연관법은 자극을 통해 아이디어가 좀 더 쉽게 도출되는 창의적이고 발산적인 기법으로 문제의 발견과 문제 해결의 초기 과정에서 활용될 수 있었다.

셋째, 자유연상법은 많은 양의 아이디어가 얻어지고, 초기단계의 사고과정에서 얻어진 아이디어는 사고가 확장되면서 기능, 형태, 성질 등이 변화, 발전되어가며 자유로운 발상을 통한 아이디어를 창출하는 특성을 갖고 있었다.

3. 창조성기법을 활용한 패션디자인 프로세스

이렇게 분류된 창조성기법을 패션디자인 프로세스의 모든 과정에 적용하였다. 패션디자인 프로세스에서 창조성기법 활용의 주된 의도는 패션디자인 프로세스를 논리적인 절차로 수립하기 위한 것이었다. 예를 들어 수용단계에서

꿈을 꾸는 듯한 몽환적인 이미지의 시즌을 진행하고 싶다는 희망점에서 시작하여 BS법을 통해 '없는 것이 있는 것처럼 보이는'과 '창조력이 풍부한'의 아이디어를 추출하였다면 이들을 분석단계에서 카달로그법으로 연결시켜 초현실이라는 컨셉을 이끌어 낼 수 있었다. 그 다음 관념화 단계에서 시네틱스를 통해 가상의 세계를 접목시킨 '눈속임'을 테마로 정의하고 눈속임의 효과를 디자인에 제시한다. 수렴단계에서는 이 아이디어가 리스트법을 통해 평면화, 존재하지 않음, 부분적 이미지의 확장, 전체이미지에서 부분 삭제라는 아이디어로 더욱 구체화되는데 샘플제작에 들어가게 되는 것이다.

이처럼 프로세스의 각 단계에 문제해결을 위한 여러 가지 구체적인 기법인 창조성기법을 활용하여 디자인 개발을 위한 아이디어를 증대시키고, 다양한 자료의 분석을 통하여 종합적으로 전략과 계획을 세우고, 절차에 의해 실행할 수 있는 최적의 길을 결정하기 쉽게 할 수 있었다. 또한 과정상에서 다양한 접근방법과 각 단계에서의 실행을 통한 성취를 이룰 수 있어 새로운 디자인 해결안을 유도하기 쉽게 해줄 수 있었다.

4. 실증적 연구

창조성기법이 적용된 패션디자인 프로세스 모델의 실증적 연구를 위해 내셔널브랜드 디자이너 27명을 심층 인터뷰하였다. 수용과 분석 단계에서는 모든 복종에서 기법의 선택에 어려움이 없었으나, 관념화 단계에서는 복종과 근무기간별로 기법의 선택과 활용가능성에 대한 의견의 차이가 많았다. OCU법의 경우 유니섹스군에서는 모두에게 선택되었는데 이는 시즌별로 아이템이 크게 차이나지 않고 비용의 제한이 있기 때문에 기존의 디자인에 유용하거나 기발한 아이디어를 첨가하는 기법이 선택된 것으로 볼 수 있었다. 수렴 단계에서는 근무기간별로 차이를 보였는데 같은 회사 내에서도 형태분석법의 경우는 5년차 이하의 디자이너에게만 선택되었고, 이는 단순조합의 기법이기 때문인 것으로 보여 지며 근무기간이 길수록 창조적 연관법인 리스트법의 선택이 많

았다. 또한 이 단계는 관념화 단계와의 경계를 모호하게 생각하되 기법의 필요성에 대해 의문을 제시하는 경우가 많이 있었다. 수행 단계에서는 각 기법의 선택에 특별한 차이가 나타나지 않았는데, 복종과 근무기간별에 따른 변수보다는 브랜드포지션에 따른 차이가 있었다. 평가 단계의 기법은 디자이너들에게 익숙하여서 선택이 쉬웠고 브랜드에서 실행하고 있는 것을 선택함을 보였다.

창조성기법이 적용된 패션디자인 프로세스 모델 개발의 궁극적인 목적은 문제의 발견과 시행착오를 최소화하여 좀 더 체계적이고 효과적으로 디자인 문제 즉, 아이디어를 내는데 도움을 주는데 있었다. 오늘날 디자인은 종래의 직관 개념에 의한 시행착오적인 전통적 개념이 아닌 논리적인 계획에 의해서 목표에 부합하는 결과물을 다양하고 빠르게 제시하도록 요구받고 있기 때문이다. 패션디자인 프로세스에서 창조성기법의 활용은 새로운 재료를 가지고 새로운 의미를 만들어 가는 것이 아니라 기존의 재료와 상황이 그것과는 또 다른 의미나 관점을 획득할 수 있도록 유도하는 장치의 성격이 강하다고 할 수 있다.

본 연구는 제품자체로의 디자인 개념에서 제품으로서의 디자인뿐만 아니라 의식적이고 체계적인 창조과정에 의한 최종 결과물로서의 상품을 만들어 내는 총체적 과정인 프로세스를 제시하였다. 디자인프로세스에 창조성기법을 접목시켜 효과를 본 많은 선진 기업들은 창조성기법의 적용을 제도화하고 있으며 창조성기법의 활용범위는 점차 넓어지고 있다. 창조성이란 하나의 정형적인 틀로서 설명될 수 있는 것이 아니므로 이의 효과적 활용을 위해서는 보다 구체적인 연구가 이루어져야 할 것이다. 이 패션디자인 프로세스는 디자인개발을 위한 아이디어 발상에 새로운 가능성을 제시해 줄 수 있고, 이미지 조합을 통한 디자인과정에서 디자이너의 사고의 한계점을 극복할 수 있는 역할을 할 수 있을 것이다. 더불어 패션계의 인적 능력에 대한 요구를 충족시키는데 도움이 되는 자료가 될 것으로 기대한다. 향후 활용성 검증을 위해 이 프로세스

를 디자인 현장에서 활용하여 시즌을 진행 하는 등의 구체적인 연구가 요구된다.

참고문헌

국내문헌

- 강성현. 산업디자인을 위한 디자인 프로세스와 창의적인 디자인 방법론 연구. 신홍대학 「논문집」, 22(1999), 489~514.
- 강학화. "창의적 디자인 작업을 위한 PDA기반 그룹발상 지원도구에 관한 연구", 한국과학기술원 석사학위논문, 2003.
- 공미선. "크리에이티브 패션 디자인의 전개 방법에 관한 연구", 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문, 2003.
- 권은숙. "Industrial design process에서의 창조성개발을 위한 방법론적 고찰", 서울대학교 대학원 석사학위논문, 1986.
- 김관명, 임창영. 「산업디자인 프로세스상의 실체화 단계를 위한 동시공학 개념 도입에 관한 연구」. 디자인학연구, 3(2)(1996), 28~42.
- 김보영, 차경은 역. 「디자인경영 *Design management*」. 서울: 월간디자인네트, 2008.
- 김억. "통합적 제품 디자인 프로세스를 위한 정보시스템에 관한 연구 : 디자인과 생의 인터페이스 과정을 중심으로". 한국과학기술원 석사학위논문, 1995.
- 김태영. "Kano 품질분석에 있어서 아이디어 발상법 적용에 관한 연구". 성균관대학교 대학원 석사학위논문, 2009.
- 도규희. "아이디어 발상법을 적용한 의상디자인 전개과정의 방법론적 연구". 영남대학교 대학원 박사학위논문, 1994.
- _____. 형태분석법을 이용한 의상디자인 전개과정의 방법론적 연구, 경일대학교 「논문집」, 12(1)(1995), 593-609.
- 류승호. 디자인을 위한 실무적 관리 프로세스 제안. 「디자인학연구」, 16(2)(2003),

107~208.

- 류호섭 역. 「창조적 사고」. 서울: 도서출판국제, 1996.
- 리대용, 김충기 역. 「제품과 시장과 광고」. 서울: 대학문화사, 1983.
- 미디어포스. 디자인 문제해결 프로세스를 통한 창의성 교육 콘텐츠 개발. 한국 디자인진흥원, 2004.
- 민경우. 「디자인의 이해:인간, 사회, 그리고 자연을 생각하며」. 서울: 미진사, 2002.
- 박경찬. "DFSS를 적용한 기능성 유형의 디자인 프로세스 연구". 중앙대학교 대학원 석사학위논문, 2005.
- 박영목, 이동연. 디자인 사고과정의 인지과학적 해석. 「디자인학연구」, 21(1997), 1~12.
- 박영택, 김성대. 신제품개발에 있어서 창조성기법의 활용에 의한 연구. 「품질경영학회지」, 26(4)(1998). 202~218.
- 박해경. "시넥틱스 발상을 적용한 미술의상에 관한 연구: 누에의 특성을 디자인 발상으로 한 작품제작 중심으로". 상명대학교 대학원 석사학위논문, 2001.
- 박혜정. "의상디자인 프로세스를 적용시킨 대학 응원복 디자인 연구". 한양대학교 대학원 석사학위논문, 1998.
- 박화술. 「창조성개발기법」. 서울: 학문사, 1980.
- _____. 창조성과 idea개발을 위한 창조공학, 「대한공업교육학회지」, 5(1)(1981), 151~134.
- 변재형. 사용행태분석에 의한 사용자 기반의 제품디자인 프로세스에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문, 2000.
- 숙명여자대학교 산업디자인연구소. 디지털 환경의 디자인 프로세스 모형개발과 영향요소 분석 : 정보전달제품을 중심으로. 과천: 산업자원부, 1998.
- 신기호 역. 「드 보노의 창의력 사전 *Serious creativity : using the power of lateral thinking to create new ideas*」. 서울: 21세기북스, 2004.
- 신지형. "제품 개발을 위한 유연적 디자인 프로세스에 관한 연구". 한국과학기술원 석

- 사학위논문, 1997.
- 엄지영. "일러스트레이션 교육에서의 아이디어 발상에 관한 연구: 시각적 수사사고 이론을 중심으로". 국민대학교 교육대학원 석사학위논문, 2006.
- 오근재 역. 「인간의 시각-조형의 발견」. 서울: 기문당, 2001.
- 오현정, 오선희. 브레인스토밍 기법에 의한 한국적 의복이미지 유형. 「복식」 52(6)(2002), 41~ 50.
- 우홍룡. 「디자인의 사고와 방법」. 서울: 장미, 1996.
- _____, 창조적 발상과정에 있어서 비논리적 사고의 지속에 관한 연구, 「디자인학연구」, 13(1)(2000), 238~245.
- 우홍룡, 진선태. 「아이디어 발상은 끝은 없다」. 서울: 미진사, 2004.
- 윤장섭 역. 「디자이너의 사고방법」. 서울: 장지사, 1989.
- 이건표. "디자인 방법론에 관한 연구". 한국과학기술대학 연구논문, 1987.
- 이영교. "체크리스트방법으로 분석한 의상디자인 발상에 관한 연구". 국민대학교 디자인대학원 석사학위논문, 2006.
- 이영진. "디지털 컬러 의류(Digital-Color Clothing)의 디자인 프로세스". 연세대학교 대학원 박사학위논문, 2006.
- 이연희, 박재옥, 서미아, 안민영. 디자인 프로세스를 적용한 환자복 개발 사례 연구. 「한국생활과학연구」, (2004) 5~12.
- 이정우. 「시물라크르의 시대」. 서울: 거름, 1999.
- 이진아. "창의적 미술교육을 위한 시네틱스적 발상법에 관한 연구". 전남대학교 대학원 석사학위논문, 2008.
- 이철호. "제품디자인의 평가방법에 관한 연구". 국민대학교 대학원 석사학위논문, 2001.
- 이학영. 디자인 방법론에 관한 연구. 오산전문대학 「논문집」, 14권 2호(1994).
- 임선하. 「창의성에의 초대」. 서울: 교보문고, 1996.
- 임세철. "수사학에 기반한 창의적 디자인 발상 개발의 도구 및 활용 방법에 관한 연구"

- ". 한국과학기술원 석사학위논문, 2002.
- 임연웅. 「디자인방법론연구」. 서울: 미진사, 1994.
- 장중식. "글로벌디자인 시스템에 관한 연구". 국민대학교 대학원 박사학위논문, 2003.
- 조경덕 역. 「창조력사전」. 서울: 매일경제신문사, 2003.
- 조희영. "창의적인 디자인팀 조직을 위한 구성원의 근원적 속성에 관한 연구". 한국과학기술원 석사학위논문, 2005.
- 주상윤. 「창의적 발상 원리와 기법」. 울산대학교출판부, 2007.
- 지해천, 정의철 옮김. 「디자인방법론」. 서울: 미진사, 1993.
- 차동익. "제품디자인 프로세스에의 사용자참여 방안 연구". 동아대학교 대학원 석사학위논문, 2000.
- 최경희, 엄준희, 김민자. 한국적 이미지의 경기용 수영복 디자인 개발에 관한 연구(II): 오방색과 태극문을 중심으로. 「복식」, 53(4)(2003), 49~69 .
- 최윤미. "패션디자인의 창조적 발상과 모형개발에 관한 연구". 서울대학교 대학원 박사학위논문, 2000.
- 한옥희. "창조적 발상법에 의한 이영희 작품분석 및 한국적 디자인 개발". 충남대학교 대학원 석사학위논문, 2006.

국외문헌

- Archer, L. B. *Design Awareness*. London: The Design Council, 1974.
- _____. Whatever Became of Design Methodology?. *Design Studies*, 1(1)(1979), 16~28.
- _____. *Systematic Method for Designers*, in Cross, N. ed. *Developments in Design Methodology*, Chichester: John Wiley & Sons,. (Originally published by The Design Council, London 1965.), 1984.

- Broadbeht, G. Design and Theory Building, in *Design Methods and Theories*, 13 (3/4) (1979), 8~20.
- _____. *Meaning and Behaviour in the Built Environment*, New York: John Wiley and Sons Ltd, 1980.
- Carter, D. E., Baker, B. S. *GE:Concurrent Engineering: The Product Development Environment for the 1990s*, Massachusetts: Addison–Wesley Publishing Company, 1991.
- Charles, W. *Creative Thinking*. New York: Reinhold Publishing Co, 1978.
- Cooper, R. G. The Strategy Performance Link in Product Innovation, *R&D Management*, 14(4) (1984),
- _____. *Winning At New Products*. England: Addison – Wesley Longman, 1993.
- Couger, J. D. *Creative Problem solving and Opportunity Finding*. Boston: Boyd&Fraser Publishing Company, 1995.
- Cross, N. *Designerly Ways of Knowing*. London: Springer, 2006.
- _____. *Engineering Design Methods: Strategies for Product Design*. Chichester: John Wiley and Sons Ltd, 2008.
- De Bono, E. De. *Bono's Thinking Course, Revised Edition*. London: BBC Worldwide Publishing, 1994.
- DeJonge, J. O. Forward: The design process, In Watkins, S. M. *Clothing: The portable environment*, Ames, IA: Iowa State University Press, 1984.
- Dewey, J. Information and Design—the Essential Relation. *Information Design Journal*, 1(1980), 156–167.
- Drucker, F. P. *The Practice of Management*. Hinemann: London, 1955.
- Esherick, J. *Problems of Design of a Design System, in Conference on Design Methods*. ed. by, J. Christopher Jones and D. G. Thonley, New York:

- Macmillan, 1963.
- French, M. J. *Conceptual Design for Engineer*, London: Design Council, 1985.
- Geschka, H. Creativity Technique in Product Planning and Development: A View from West Germany. *R&D Management*, 13(3)1983, 169–183.
- _____. Creativity Techniques in Germany, *Creativity and innovation management*, 5(2) (1996), 62~78.
- Gordon, W. J. *Synerics, The Development of Creative Capacity*, New York: Harper and Row, 1961.
- Hickling, Allen. *Beyond a Linear Iterative Design Process? In Changing Design*. Chichester, UK: John Wiley & Sons Ltd, 1982.
- Hubel, V., Lussow, D. B. *Fouse On Designing*. New York: McGraw–Hill Ryerson Limited, 1984.
- Hwang, C. L., Lim, M. J. *Group Decision Making under Multiple Criteria: Methods & Applications*. New York: Springer – Verlag, 1987.
- Jones, J. C. *Design Methods: Seeds of Human Futures*. Chichester: Wiley, 1981.
- _____. *A method of Systematic Design*, in Cross, N. (Eds), *Developments in Design Methodology*, Chichester: John Wiley & Sons, 1984.
- Lamb, J. M., Kallal, M. J. A Conceptual Framework for Apparel Design. *Clothing and Textile Research Journal*, 10(2) (1992), 40~52.
- Lawson, B. *How Designers Think*. London: The Architectural Press, 1980.
- Osborn, A. F. *Applied Imagination*. New York: Charles Scribner's Sons, 1963.
- _____. *Applied Imagination*(3rd eds.). New York: Creative education Foundation Press, 1993.
- Osgood, C. E. *The Measurement of Meaning*. Urbana: University of Illinois Press, 1967.

- Parnes, S. J. *Source Book for Creative Problem–Solving*. New York: Creative Education Press, 1992.
- Peter, H. B. Seeking the Idea Form: Product Design and Consumer Response. *Journal of Marketing*, 59(July) (1995),
- Regan, C. L., Kincade, D. H. & Sheldon, G. Applicability of Engineering Design Process Theory In The Apparel Design Process. *Clothing and Textiles Research Journal*, 16(1)(1998), 35~49.
- Rittel, H. W. Second–Generation Design Methods, *DMG Occasional Paper* 1(1972), 160~172.
- Roozenburg N. F. M., Eekels, J. *Product Design: Fundamentals and Methods*. New York: John Wiley & Sons Inc, 1995.
- Roukes, N. *Design Synectics: Stimulating Creativity in Design*. MA: Davis Publications Inc, 1988.
- Rowe, P. G. *Design Thinking*, MIT Press, 1987.
- Rothenberg, A., Sobel, R. S. A Creative Process in the Art of Costume Design. *Clothing and Textiles Research Journal*, 9(1)(1990), 102~131.
- Rubinstein, M. F. *Patterns of Problem Solving* –2 edition. New Jersey; Prentice–Hall, 1994.
- Sowrey, T. Idea Generation: Identifying the Most Useful Techniques. *European Journal of Marketing*, 24(5)(1990), 17~29.
- Torrance, E. P. *The Torrance Tests of Creative Thinking – Norms– Technical Manual Research Edition–Verbal Tests, Forms A and B–Figural Tests, Forms A and B*. Princeton NJ: Personnel Press, 1974.
- Ulrich, K. T., Eppinger, S.D. *Product Design and Development*, McGraw–Hill College. 1995.
- Van Gundy, A. B. *Techniques of Structured Problem Solving*. New York: John

Wiley & Sons Inc, 1981.

Ward, T. B., Finke, A. R. & Smith, S. M. *Creativity and the Mind: Discovering the Genius Within*. New York: Plenum Publishing Corporation, 1995.

Wathins, S. M. Useing the Design Process to Teach Functional Apparel Design. *Clothing and Textiles Research Journal*, 7(1) (1998), 8~16

Whiting, C. S. *Creative Thinking*. New York: Reinhold Publising Co. 1978.

Zwicky, F. *Discovery, Invention, Research Through the Morphological Approach*. Toronto: The Macmillian Company, 1969.

기 타

당신은 당신의 일에 1만시간 쏟아부었나? 아니라면 성공을 말하지 말라, *Weekly BIZ*, 2009. 2.14.

선투자를 통한 ROI 관리, PLM으로 해결. *전자신문*, 2009. 5. 22.

그녀, 자유를 디자인한다, *Weekly BIZ*, 2009. 5.16.

고객중심 경영전략: CEM의 프로세스와 사례. retrieved 2009, 2, 10, from <http://www.samsungdesign.net/Report/ IndustryTrend/Marketing>

KJ-Method. retrieved 2008, 11, 5, from <http://www.mycoted.com/KJ-Method>

Families, Schools & Thinking Clubs: 'de Bono Thinking'. retrieved 2009, 2, 12, from <http://www.edwdebono.com/cortl /index.html>

S/S 2006 ~ F/W 2009 Collection. from <http://www.samsungdesign.net>, , <http://www.firstviewkorea.com>, <http://www.firstview.com>

<http://www.style.com>

Synectics. retrieved 2008, 10, 19, from <http://creatingminds.org>

<http://www.mycoted.com/KJ-Method>

<http://creatingminds.org/articles/synectics.htm>

A Study on fashion design process that utilized creativity technique

Oh, Na Reyung
Department of Clothing
The Graduate School of
Sungshin Womans University

Due to the increasing multi-sensory tastes and desires of consumers, designs are getting more complicated and the domain of design has been extended so that the need for a process that is more comprehensive and multi - dimensional is attracting the attention.

This Study aims at the following: First, to make the most of the special quality of the designers that make something new and support their creative work. Second to help designers express their ideas accurately and third, to suggest a new fashion design process that allows design information to be communicated rapidly and exactly within the whole manufacturing process. For this purpose, this research suggests a process model that can be applied to fashion design after examining documents about design process and creativity technique and classifies which creativity technique can be utilized for each step of a fashion design process. In addition, in

order to look into the possibility of application of the fashion design process that utilizes creativity technique, this research conducted an in-depth interview with the people in charge.

In short, the result of this research is as follows:

First, through studying the literature, I perceive that design process is a creative thinking process with problem solution as is center and this process makes structured access and solution of design problem possible by inducing successive thinking. Characteristics of the process may be pliable depending on the design problem and have differentiation, but at the same time it needs integration between design process factors and the maintenance of consistency. In order to develop ideas for a new design that is original which can satisfy consumers, application of this kind of design process is needed.

Furthermore, the creativity technique that can be used to solve design problem creatively is a systematic method that broke from an existing method that gets ideas through a habitual and momentary concept, one that can obtain effective ideas. Utilization of this technique helps think of something more than the first solution that came across the designer's mind and formalize design method by expressing designer's thoughts and thinking process and shows that the inclination to make an error such as deviating from the main point during the design process can be decreased.

Second, when applying creativity technique to the fashion design process, this research, other than utilizing a method to simply propose an idea, tried to get out of stereotypes and prejudices and

suggest the direction of solving the problem by efficiently thinking of designs.

This research first defined design as a whole process of problem solution as the prerequisite condition of a development of process model that can be applied to the fashion design field to synthesize and compare general industrial designs and fashion design process from the creative problem solution process. Lastly, this research defined the fashion design process as six stages: reception that defines design problem→analysis that examines design concepts→idealization in which ideas are created→collecting that embodies design→training that approaches the final plan→appraisal that discovers solution.

This research classified the creativity technique that can be utilized in fashion design into an analytic compounding method that magnifies probe territory about solution, a creative connection method that gets rid of stereotypes that represses creativity, and a free association method that enlarges ideas and make it possible to apply them to the process.

Third, this research let the creativity method that helps creative thinking and rational method be actually utilized by applying classified creativity method to all processes of design from making problems clear to detailed design appraisal. This enlarged ideas for design development and made strategy and plan synthetically through analysis of various materials and made it easier to decide the best way to practice by procedure. Moreover, it was possible to make it easier to induce a new design solution thanks to the

achievement through various access methods and practices of each stage during the process.

Fourth, in order to study the fashion design process model to which the creativity technique is applied positively, the researcher interviewed twenty seven(27) designers of female career brand, female career casual brand, female young casual brand and unisex casual brand for fifteen(15) to thirty(30) minutes per person and face to face. In stages of reception and analysis there was no difficulty in choosing the technique for all kinds of clothes but in the stage of idealization there were many differences in opinions about the choice of technique and possibility of utilization for each kind of clothes and the length of designer's service. In the stage of collecting there were differences between each length of designer's service and many interviewees thought that the border between the stage of collecting and the stage of idealization was vague or posed questions about the necessity of the technique. In the stage of training there was not a special difference between each technique and there was differences depending on brand position other than variables depending on the kinds of clothes and the length of designer's service. Technique of the stage of appraisal was familiar to designers so that the choice was easy and designers chose the technique that a brand was practicing.

In the fashion design process, conscious utilization of the creativity technique lets us know that observing a problem from many viewpoints or from a different angle draws the range of solution and therefore makes it easier to approach creative idea. Also, it makes

various access methods in the process and achievement through practice in each stage possible and therefore it makes it easier to induce new design solution. Accordingly, this research presented not only design as a product but also the whole process that produces the product as the last fruit by a conscious and systematic creation process. Many advanced enterprises that obtained the desired result by combining design process and the creativity technique are institutionalizing the application of the creativity technique and the range of utilization of the creativity technique is gradually widening. From now on, concrete research that advances season utilizing the fashion design process model that utilized the creativity technique presented by this Study.

부 록 1.

설 문 지

안녕하십니까?

본 설문지는 저의 박사논문을 위한 창조성기법을 적용한 패션디자인 프로세스의 개발을 위한 연구의 일환으로 작성된 것입니다.

디자인프로세스는 디자이너가 올바르게 문제를 분석하도록 유도하고, 디자인의 목표와 세부적인 사항들을 확정 짓도록 도와주며, 문제에 대한 해결안의 도출 그리고 그 해결안에 대한 가치평가를 창조적·합리적으로 진행할 수 있는 방법이 될 수 있을 것이라 생각합니다.

귀하의 응답이 논문 작성에 소중한 자료가 되오니 협조를 간곡히 부탁드립니다. 귀하의 응답 내용은 연구 이외의 용도로는 사용하지 않을 것이며, 개인 정보 또한 철저히 보호할 것을 약속드립니다.

감사합니다.

연구자 : 성신여자대학교 의류학과 박사과정 오나령

I. 아래에 답해 주시면 감사하겠습니다.

1) 성별 : 남() 여()

2) 나이 :

3) 학력 :

4) 전공 :

5) 근무하고 계신 회사명?

6) 귀하의 디자이너로서의 직급은?

7) 디자이너로서의 근무기간은?

II. 전반적인 디자인 프로세스의 과정을 어떻게 진행하고 계십니까?

예) 07S/S 상품의 디자인과정

Ⅲ. 다음은 창조성기법을 적용한 패션디자인 프로세스표입니다. 표 안의 창조성기법 중에서 현재의 디자인 방법과 가장 근접한 것을 선택하여 주세요. (설명을 듣고 표를 참고하셔서 답변해 주세요.)

단 계	신제품개발 프로세스	창조적 문제해결 프로세스	이용가능한 창조성기법		
			분석적조합법 Analytic -systematic Method	창조적연관법 Creativity Confrontation Method	자유연상법 Association Method
분 석	컨셉정의	수용(Acceptence)	FGI 5W1H법	고든법	희망점열거법 문제점열거법 BS, BW
	관련정보 수집	분석(Analysis)	매트릭스법	특성열거법 카달로그법	KJ법
중 합	아이디어 생성	관념화(Ideation)		시벡틱스 수평사고법	OCU법
	세부디자인	수렴(Convergence)	형태분석법	리스트법	결점열거법
	실행계획 개발	수행(Implementation)	OCL	시스템법	MNP 삼각도형법
평 가	평가	평가(Evaluation)	alpha-Bera법 평가매트릭스법		SD법

부 록 2.

설문지 응답을 위한 설명

첫 번째 수용(acceptance) 단계는 디자이너가 디자인 하고자하는 목표에 대한 요구조건을 파악하고 이해하는 단계이다.

5W 1H법은 5개의 W, 즉 Who(사용자, 구매자), What(무엇), Why(왜 필요한가), When(언제, 시간대), Where(어디에)과 1개의 H, 즉 How(사용방법, 판매방법)로 질문하여 아이디어를 내도록 하는 것이다.

고든법은 유추를 발견하기 위해 상상력을 사용해서 발상을 하는 방법이다. 신상품 아이디어를 낼 때 BS(브레인스토밍)과 같은 추상적 사고법을 이용하지만 큰 차이점은 BS에서는 주제가 주어지는 데 반해 고든법은 주제를 명시하지 않고 근본적인 아이디어를 요구한다.

희망점열거법은 '이렇게 되었으면 한다, 이렇게 되면 좋겠다.' 라고 생각하는 점을 열거하는 방법으로 새로운 적극적인 아이디어가 나올 가능성도 높다. '주전자의 증기구멍에서 나오는 김에 의하여 화상을 입지 않도록 하고 싶다'는 희망은 '물이 끓으면 불이 꺼지도록 하라'는 희망점을 발언시켜보면 단순한 결점 이상의 아이디어가 나온다. 단추가 없는 옷. 무게가 없다. 펴보면 보자기가 된다. 자유로이 색이 변한다. 앞, 뒤가 없다 등의 예가 있을 수 있다.

문제점 열거법은 토론하고 있는 주제에 대해 순서대로 문제점을 기술시켜 그것을 요약 열거해 놓아 테마의 구조를 명확히 하고 그 이후의 토론에 이론 전개가 쉽도록 하는 방법이다.

BS법은 아이디어를 창출하기 위하여 전통적인 회의 방식을 개선하여 고안해 낸 일종의 회의방식이다. 일상적인 사고방법대호가 아니라 제멋대로 거침없이 생각하도록 격려함으로써 좀 더 다양하고 폭 넓은 사고를 통하여 새롭고 창의적인 아이디어를 얻어 보려는 기법이라고 정의하였다.

두 번째 분석(analysis)단계는 다각적인 방향에서 문제의 성격을 파악하고 디자인 기준에 대한 기초내용을 탐색하여 다량의 정보와 아이디어를 거르는 단계이다. 또한 문제의 핵심을 명확하게 하여 다음 단계에서 수행될 아이디어의 구상의 방향을 제시한다.

매트릭스법은 변수 두 개를 조합하는 방법으로, 두 가지 변수를 정하고 각 변수마다 요소를 추출하여 조합해 현상을 분석하거나 해결아이디어를 생각한다.

아이템 실루엣	재킷	블라우스	스커트	슬랙스	
스트레이트 실루엣					
아워클래스 실루엣					

특성열거법은 문제점을 파악하기 위한 분석적 기법으로, 사물의 명사적(전체, 부분, 재료), 형용사적(성질: 가볍다. 무겁다. 크다. 작다. 황색이다.), 동사적(기능: 더욱 좋은 방법은) 특성을 나열하는 방법이다

카탈로그법은 여러 잡지나 카탈로그를 무질서하게 참고자료로 하여 그 속에 들어 있는 많은 사항 중에서 마음대로 항목과 제목을 선택하고 양자를 통합시켜 그 결과로 한 개의 새로운 아이디어를 발생시키려고 하는 기법이다.

KJ법은 문제와 관계있는 각종 정보를 기입한 카드를 준비하여 기록내용이 유사한 것을 소그룹으로 편성한다. 소그룹간과 그룹 내의 카드 사의의 상호관계가 있는 것은 ↔, 대립하는 것은, 결과로 관계 →로서 표시한다.

세 번째는 관념화 단계로 아이디어가 디자이너에 의해서 산출되는 단계입니다. 논리에 바탕을 둔 인지적 반응과 주관적 또는 감각에 의한 직관적 반응의 단계로서 아이디어를 직관적인 느낌이나 창조적인 방법을 통해 적절한 선택과

조합에 의해 해결안이 도출되는 단계이다.

시네틱스는 경험적 현상을 관찰하는 데서 출발하는데 익숙하지 않은 문제를 강제적으로 익숙한 다른 것에 전환시키는 것으로 문제를 새로운 견지에서 봄으로써, 새로운 관점에 의한 해결안이 추출되는 것이다. 또한 반대로 습관화된 사상이나 일을 습관화되지 않은 새로운 것으로 봄으로써 이전부터 있었던 세계, 인간, 개념, 감정, 사물 등을 새로운 각도에서 보려는 의식적 노력이다.

수평사고법은 문제해결을 위한 상상력을 의식적으로 사용하는 방법이다.

기존정보	새로운 정보
옷은 완성되어야 한다. 어깨 패드가 보이면 안된다.	옷이 만드는 중간단계이다. 옷을 실핀으로 고정한다. 어깨 패드가 보인다.

OCU법은 1차 아이디어를 작은 카드에 써 넣고 2차 발상, 3차 발상으로 발전시키기 쉽도록 다시 배열하여 평범한 것에는 플러스 요소를 추가하고 너무 기발한 것에는 실용적인 방향으로 전환시키면서 실천적인 제안으로 발전시켜가는 기법이다. 이 기법의 큰 특징은 1차적인 아이디어를 문제해결의 접근방향별로 구분하는 것과 기발하고 재미있는 제안, 평범한 제안을 중요하게 여기고 가능한 유용한 제안으로 변환시켜 최종적으로 어떤 접근 안이 가장 좋은 접근방법인가를 명시하는 것이다.

네 번째는 수렴(convergence)단계는 초기 아이디어의 변형이 있을 수 있고 디자인의 우선순위가 결정되며, 해결안들이 소수의 아이디어로 축소된다.

형태분석법은 어떤 물건의 특성을 파악하고 그 변수의 가능성을 정렬하여 형태적으로 배열하여 가능한 조합을 모두 생각해 내어 차트화 하는 방법이다.

				적색
				dark red
				carmine
				magenta
				rose red
청색	royal blue	light blue	sky blue	dark blue

리스트법은 열거법이라고도 하며 아이디어개발기법의 하나로서 몇 개의 사물과 아이디어를 리스트로 하고 그 항목에 번호를 붙여 최초의 항목과 둘째 항목을 결부시켰을 때 어떠한 새로운 것이나 또는 유익한 아이디어가 창출될 수 있는 지 여부를 검토하는 것이다.

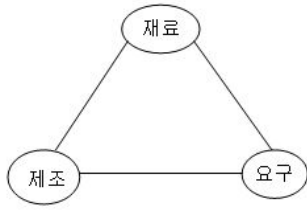
결점열거법은 결점사항을 분석하고 각 결점마다 구체적인 아이디어를 내놓는 전형적인 개선형 방법이다.

다섯 번째는 수행 (implementation)의 단계로 선택된 아이디어를 실행으로 옮기는 단계이다.

OCL법은 시각적 이미지의 리스트를 작성하여 그들 중 어떤 것이 새 아이디어를 자극시킬 수 있는가를 알 수 있게 하는 방법이다. 그 내용은 전환, 극한, 부가, 변경, 결합으로 정리할 수 있다.

시스템법은 아이디어를 내려고 하는 대상을 시스템으로 하여 파악하고 그것을 구성하는 요소, 기능에 관해서 될 수 있는 한 많은 지식이나 정보를 정렬한다. 그리고 각각의 구성요소들을 선택·조립하여 하나의 새로운 시스템으로 구성한다. 여기에서 시스템적 설계를 하는 것으로 그 다음 완성된 시스템 결합체를 가격, 성능 및 제조기술 등 다방면에 걸쳐 검토하고 좋은 것을 선택한다.

MNP삼각모형법은 상품개발을 삼각형 모양에 의해 이상적인 아이디어 개발을 수행해 나가는 방법이다.



여섯 번째는 평가(evaluation) 단계로 앞서 설정된 프로세스를 기초로 하여 디자인이 기준에 얼마나 잘 부합되는가를 평가하는 단계이다.

알파베타법은 디자인의 해결안을 목표의 상대적 중요도를 고려해 평가하는 방법이다. (목표의 충족도(β) 목표의 상대적 중요도(α)),

	중요도	alpha	beta	alpha-beta	총 합
가능성	1	0.5	8	4.0	
심미성	2	0.2	9		
상징성	3	0.2	7		

평가매트릭스법은 대안적 해결안의 기준에 대한 충족도를 매트릭스를 통하여 체계적으로 검토하고 평가하는 방법을 말한다.

SD법은 의미분별척도법으로 일정한 대상 특히 일정한 개념을 갖는 심리적인 뜻을 파악 측정하는 방법이다.

좋다 ○----○----○----○----○----○----○ 나쁘다

부 록 3.

용 어 정 의

결점열거법: 결점사항을 분석하고 각 결점마다 구체적인 아이디어를 내놓는 전형적인 개선형 방법이다.

고든법: 주제를 명시하지 않고 근본적인 아이디어로 발상을 시작 한다.

리스트법: 몇 개의 사물과 아이디어를 리스트로 하고 그 항목에 번호를 붙여 최초의 항목과 둘째 항목을 결부시켰을 때 어떠한 새로운 것이나 또는 유익한 아이디어가 창출될 수 있는지 여부를 검토하는 것이다.

매트릭스법: 변수 두 개를 조합하는 방법으로 각 변수마다 요소를 추출하여 조합해 현상을 분석 한다.

문제점 열거법: 주제에 대해 문제점을 기술시켜 그것을 요약 열거해 놓고 각 결점마다 구체적인 아이디어를 내놓는 방법이다.

BS법: 자유자재로 공상과 연상의 연쇄반응을 일으켜 자유롭게 아이디어를 낼 수 있는 방법으로 제약이 없는 환경에서 개인이 아니라 집단으로 활용할 수 있는 방법이다.

수평사고법: 문제해결을 위한 상상력을 의식적으로 사용하여 지금까지와는 전혀 다른 발상·방식의 제품을 개발하는 기법이다.

시네틱스: 경험적 현상을 관찰하는 데서 출발하는데 익숙하지 않은 문제를 강제적으로 익숙한 다른 것에 전환시키는 것으로 문제를 새로운 견지에서 봄으로써, 새로운 관점에 의한 해결안이 추출되는 기법이다.

시스템법: 각각의 구성요소들을 선택·조립하여 완성된 시스템의 가격, 성능 및 제조과정 등을 다방면에 걸쳐 검토하고 좋은 것을 선택해 내는 방법이다.

알파 베타법: 목표의 상대적 중요도를 고려하여 평가하는 방법으로 평가의 신뢰도를 높일 수 있는 방법이다.

SD법: 의미분별 척도법은 이미지 측정법의 하나로 대상에 대한 마음속에 떠오르는 모습, 감정, 인상, 기대, 평가 등의 심리적 요인을 총합한 개념으로 파악된다.

FGI: 사용자를 중심의 선호에 대한 정보, 심리적 정보, 신체적 특징에 대한 정보를 얻을 수 있다.

MNP삼각모형법: 상품개발을 삼각형 모양에 의해 이상적인 아이디어 개발을 수행해 나가는 방법이다.

5W1H법: 5개의 W, 즉 Who, What, Why, When, Where과 1개의 H, 즉 How로 질문하여 문제와 관련된 대상물을 정확히 추측할 수 있게 해준다.

OCL법: 시각적 이미지의 리스트를 작성하여 그 항목별로 검토해 보는 작업이다.

OCU법: O(original;기발), C(common;평범), U(useful;유용)의 3단계를 두고 평범한 것에는 플러스 요소를 추가하고 너무 기발한 것에는 실용적인 방향으로 전환시키면서 실천적인 제안으로 발전시켜가는 기법이다.

특성열거법: 문제점을 파악하기 위한 분석적 기법으로, 사물의 명사적(전체, 부분, 재료), 형용사적(성질), 동사적(기능) 특성을 나열하는 방법이다.

카탈로그법: 두 개 또는 그 이상을 강제적으로 관계짓는 것이다.

KJ법: 여러 가지 각도에서 수집한 정보를 하나씩 카드에 기록하고, 이때 나타난 정보와 조사 자료를 분석, 정리하여 서로 관계있을 법한 사실이나 정보를 연결해 아이디어를 내는 방법이다.

평가매트릭스법: 여러 가지 대안적 해결안의 기준에 대한 충족도를 매트릭스를 통하여 체계적으로 검토하고 평가하는 방법을 말한다.

형태분석법: 어떤 물건의 특성을 파악하고 형태적으로 배열하여 차트화하는 방법이다.

희망점열거법: '이렇게 되었으면 한다. 이렇게 되면 좋겠다.'라고 생각하는

점을 열거하는 것이다.