

심화진 교수지도
박사학위 청구논문

한국 전통복식 조형미를 한지직물에
응용한 에코(ECO)패션디자인연구

2007

성신여자대학교 대학원
의류학과
최은경

한국 전통복식 조형미를 한지직물에
응용한 에코(ECO)패션디자인연구

심화진 교수지도

이 논문을 박사학위논문으로 제출함

2007년 4월

성신여자대학교 대학원

의류학과

최은경

인준서

최은경의 박사학위 논문으로 인준함.

심사위원 이병희 인

심사위원 임승자 인

심사위원 이경순 인

심사위원 김경희 인

심사위원 심화진 인

성신여자대학교 대학원

논문 개요

21세기 글로벌 경쟁시대의 정체성을 바탕으로 하는 이미지 창출이 국가 경쟁력을 확보하는 중요한 수단으로 인식되는 고도화되고 복잡한 현대사회는 에너지와 자원 남용으로 인해 지구 환경 및 인류 생태위기의 크나큰 위협을 받고 있다. 세계적으로 환경문제에 대한 새로운 비전의 요구는 디자인에 영향을 미쳐 친환경 상품과 기술이 개발되고 천연소재인 종이를 매체로 한 각종 조형 작업의 작품화 경향과 독창적인 표현 양식들이 선을 보이면서 새로이 조명을 받게 되었다. 닥섬유를 이용한 패션의 표현 방법도 다양하게 활용되고 있으며 이를 고부가가치로 연결하려는 시도가 진행되고 있다. 이러한 세계 패션계에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 고유의 전통을 바탕으로 차별화와 함께 세계인이 공감할 수 있는 신뢰성을 겸비한 우리만의 고유한 친환경적인 패션 소재개발과 디자인 제시가 필요하다. 그러므로 한국 전통복식의 조형미와 우리 전통 고유미가 담긴 한지직물을 응용한 에코 패션디자인 연구를 통해 디자이너의 새로운 패러다임인 사고변화 확대와 무한한 한지직물 패션디자인 제시하고자 한다. 또한 시장성과 경제성 등에 있어서 시작단계에 있는 우리고유의 친환경 패션소재인 한지직물의 패션산업에서 고부가가치로의 연계성을 위한 기초적인 자료를 제시해보는데 그 의의가 있다.

본 연구의 목적은 한국 전통복식과 에코 패션디자인의 조형적 특성과 미적 가치를 고찰하고 한지직물에 대한 선호도 및 인지도를 조사연구하며, 또한 한국 전통복식 조형미를 한지직물에 응용한 실험적 연구를 통해 에코 패션디자인을 제작하는데 있다. 이를 통하여 한지직물 산업의 고부가가치 지

향의 마케팅과 한지직물을 응용한 디자인 개발에 도움이 되는 자료를 제공하고자 한다.

본 연구의 연구결과를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 현재 원주와 전주의 지역특성화 사업으로 진행되고 있는 신소재인 한지직물의 명품화를 위해서는 여기에 부합되는 품질의 한지사 대량생산이 가능한 첨단장비에 대한 지속적인 연구가 진행되어야한다. 또한 두지역간의 산·학·연·관의 유대적인 네트워크 형성은 물론, 이를 전국적으로 확대 진행하고자하는 노력이 뒤따라야 할 것이며, 정부 주체의 ‘국가브랜드 인프라’구축과 국가섬유사업으로의 적극적인 추진과 적극적인 지원이 요구된다.

둘째, 한지직물의 실증연구를 위한 설문분석결과 한지하면 가장먼저 떠오르는 이미지로는 ‘우리고유의 친환경 소재이다.’가 가장 높았고, 한지하면 떠오르는 상품으로는 ‘카드·그림용지·창호지 등의 종이’라고 생각하는 것이 가장 높았다. 한지직물을 응용한 패션상품에 대한 인식여부는 ‘아니오’라고 가장 많이 답한 것으로 분석 되었다. 따라서 한지하면 문방사우로써의 이미 지인 창호지라는 전통적인 사고의 ‘종이’라는 이미지가 떠오르며, 한지직물 에 대한 인지는 약한 것으로 나타났다. 한지직물에 대한 정보 습득 경로로 는 ‘TV나 라디오’가 가장 높았고, 한지직물을 응용한 패션상품 구매 경험은 없다고 응답한 경우가 매우 높았다.

셋째, 한지직물 자극물 경험 전 생각과 구매의사, 한지직물 자극물 경험 후 느낌과 구매의사, 응답자의 특성으로 구성된 연령별 설문분석을 하였으며, 한지직물 자극물 경험 전·후 생각과 구매의사 차이를 분석결과 한지직물 자극물 경험 전·후 생각에 대한 유의한 항목들의 차이를 살펴보면 자극물 경험 전 응답자의 한지직물에 대한 생각이 자극물 경험 후 긍정적으로 변화된 것으로 나타났다. 분석결과 응답자의 대부분은 자극물 경험 전에는

한지직물을 보편적인 한지로 판단하는 것으로 나타났으며, 한지직물 자극물 경험 후 한지직물에 대한 생각이 긍정적으로 향상되었으며, 한지직물을 이용한 패션상품의 구매의사가 높아진 것으로 나타났다.

위에서 조사된 바와 같이 소비자의 선호이유와 광고 홍보효과를 절충하여 직접 다가가는 보여주는 마케팅 전략을 구사함으로써 친숙함과 품질의 신뢰를 바탕으로 한 전략으로 기업에는 이윤을 또한 질높은 디자인으로 소비자 욕구를 해소해 줄 수 있는 디자인을 하는 것 또한, 한국 전통이미지의 세계화를 위한 마케팅 전략중의 하나가 될 것이다. 또한 이를 위해서 전통과 예술성이 일상생활에 그대로 연결된 패션상품의 생활화를 위해 자연스럽게 접할 수 있는 다양하고 내실 있는 전시 및 컨벤션산업이 장기적인 안목으로 추진되어야 할 것이다

이론적 연구와 조사 분석을 토대로 한국 전통복식의 조형미와 한지 직물을 응용한 에코패션디자인을 실험적으로 제시하기 위해 정장에서 예복까지 작품을 디자인하여 제작하였다. 한지직물은 기능면에서도 그 디자인에 맞게 다양하게 선택하여 구사할 수 있었으며, 외관상 한지하면 떠오르는 종이의 느낌은 전혀 찾아 볼 수 없는 고급스러움으로 디자인을 더욱 살려주는 좋은 패션 소재였다. 또한 한지직물을 작품에 이용해 본 결과 한지의 혼용율이 높을수록 후처리가 안 될수록 감촉이 뽀뽀하였지만, 디자인의 특성에 따라 잘 적용하면 더 할 나위없는 훌륭한 패션소재였다. 그리고 후처리되거나, 면직물과 혼용된 소재는 일반 직물보다 광택이나 태의 면에서 우수하였고 면과 함께 니팅된 소재의 경우는 혼용율에 따라 일상복 뿐 아니라 기능성 속옷 소재로 적절한 에코패션 소재였다. 앞으로 한지직물 소재를 더욱 개발 발전시킨다면 국내는 물론 전 세계 어느 곳에 출시하여도 명품으로 경쟁 우위를 선취할 수 있는 고부가가치 패션제품이 될 수 있으리라 사료 된다.

목 차

논문의 개요

I. 서 론	1
1. 연구의 필요성과 의의	1
2. 연구의 목적	2
3. 연구방법 및 범위	4
1) 이론적 연구	4
2) 실증적 연구	5
3) 실험적 연구	5
II. 이론적 배경	7
1. 한국 전통복식의 조형미	7
1) 전통복식의 개념	7
2) 한국 전통이미지의 미적 가치	8
3) 한국 전통복식의 미적 가치	9
4) 한국 전통복식의 조형미 요소	11
2. 한지와 한지직물	30
1) 한지의 역사적 배경	30
2) 한지의 종류와 특성	33
3) 한지직물에 대한 일반적 사항	37
4) 한지직물 산업현황	39
5) 한지사 시제품	41
6) 한지직물의 물리적 특성	45

3. 에코디자인	48
1) 에코디자인의 사회문화적 배경	48
2) 에코디자인의 특성	51
3) 에코패션 디자인 특성	56
4) 에코패션 디자인의 조형적 특성과 미적가치	62
III. 한지직물에 대한 실증적 연구	68
1. 연구 대상 및 기간	68
2. 사전 조사	68
3. 자료 수집 방법	68
4. 측정도구	68
5. 자극물 선정	71
6. 분석방법	71
7. 연구 결과 및 논의	72
1) 연구대상자의 일반적 특성	72
2) 한지직물에 대한 소비자 반응도	74
3) 연령별 한지와 한지직물에 소비자 반응도	83
4) 한지직물 자극물 경험 전	90
5) 한지직물 자극물 경험 후	93
6) 연령별 차이검정	95
7) 한지직물 자극물 경험 전.후 차이비교	104

IV. 작품 제작	111
1. 작품제작의도 및 방법	111
2. 작품 및 해설	114
1) 작품 I	114
2) 작품 II	117
3) 작품 III	120
4) 작품 IV	123
5) 작품 V	126
6) 작품 VI	130
7) 작품 VII	133
8) 작품 VIII	136
9) 작품 IX	139
10) 작품 X	142
11) 작품 XI	145
12) 작품 XII	148
V. 결론 및 제언	151
1. 결론	151
2. 연구의 제한점	167

참 고 문 헌

ABSTRACT

부 록

표 목 차

<표 1> 오방색	20
<표 2> 한지의 역사	33
<표 3> 한지 종류 분류표	34
<표 4> 에코 디자인의 특성	55
<표 5> 에코 패션 디자인의 특성	61
<표 6> 설문지 구성	70
<표 7> 연구대상자의 일반적인 특성	72
<표 8> 한지 이미지	75
<표 9> 한지하면 연상되는 상품	76
<표 10> 한지직물 패션상품 정보 경로 채널	78
<표 11> 패션상품 구매시 고려사항	81
<표 12> 패션상품 구매시 정보원	82
<표 13> 연령별 한지 이미지 평가	84
<표 14> 연령별 한지하면 연상되는 상품	85
<표 15> 연령별 한지직물 패션 정보 경로 채널	87
<표 16> 연령별 패션상품 구매시 고려사항	88
<표 17> 연령별 패션상품 구매정보	89
<표 18> 자극물 경험 전 한지직물의 특성	91
<표 19> 한지직물의 이용한 패션상품의 대한 예상 구매의도	92
<표 20> 한지직물 자극물 경험 후 특성	93
<표 21> 자극물 경험 후 한지직물을 이용한 패션상품 구매의사	95

<표 22> 자극물 경험 전 한지직물 평가의 연령별 차이	97
<표 23> 연령별 자극물 경험 전 한지직물 구매의사	99
<표 24> 연령별 자극물 경험 후 한지직물 의견	101
<표 25> 연령별 자극물 경험 후 한지직물 구매의사	103
<표 26> 자극물 경험 전.후 한지직물에 대한 생각 차이	104
<표 27> 한지직물에 대한 생각, 자극물 경험 전.후	106
<표 28> 자극물 경험 전.후 한지직물을 응용한 패션 상품 구매의사	108
<표 29> 한지직물 패션상품 구매의사,, 자극물 경험 전.후	109
<표 30> 작품 계획서	113
<표 31> 작품 I 작업 지시서	115
<표 32> 작품 II 작업 지시서	118
<표 33> 작품 III 작업 지시서	121
<표 34> 작품 IV 작업 지시서	124
<표 35> 작품 V 작업 지시서	127
<표 36> 작품 VI 작업 지시서	131
<표 37> 작품 VII 작업 지시서	134
<표 38> 작품 VIII 작업 지시서	137
<표 39> 작품 IX 작업 지시서	140
<표 40> 작품 X 작업 지시서	143
<표 41> 작품 XI 작업 지시서	146
<표 42> 작품 XII 작업 지시서	149

그림 목 차

<그림 1> 연구모형	6
<그림 2> 전통복식의 형태미를 응용한 현대패션	16
<그림 2-1> 이영희 '00-01 F/W Paris Collection	16
<그림 2-2> 이영희 '03 S/S SFAA Seoul Collection	16
<그림 2-3> 이영희 '00-01 F/W Paris Collection	16
<그림 2-4> 이상봉 '02-03F/W Paris Collection	16
<그림 2-5> 이영희 '94-95F/W Paris Fashion Today	16
<그림 3> 전통복식 소재의미를 응용한 현대패션	18
<그림 3-1> 이영희 '2001 S/S, SFAA Seoul Collection	18
<그림 3-2> 이영희 '01S/S, SFAA Seoul Collection	18
<그림 3-3> 서순남 '03 S/S SFAA Seoul Collection	18
<그림 3-4> 루비나 '02-03 F/W SFAA, Seoul Collection	18
<그림 3-5> 설윤형 '02-03 F/W, SFAA, Seoul Collection	18
<그림 3-6> 이규례, '03 S/S SFAA Seoul Collection	18
<그림 4> 전통복식의 색을 응용한 현대패션	23
<그림 4-1> 김지혜 '03 S/S Busan Collection	23
<그림 4-2> 진태옥 '2004 S/S, Busan Collection	23
<그림 4-3> 이영희 '2003 F/W, Seoul Collection	23
<그림 4-4> 설윤형 '2003 F/W, Seoul Collection	23

<그림 4-5> 이상봉 '2004 S/S, paris Collection	23
<그림 5> 전통 문양을 응용한 현대패션	26
<그림 5-1> 설윤형 '02-'03 F/W, Seoul Collection	26
<그림 5-2> 이신우 '01-'02 S/S Seoul Collection	26
<그림 5-3> 이신우 '01-'02 S/S Seoul Collection	26
<그림 5-4> 설윤형 '95-'96 F/W, Seoul Collection	26
<그림 5-5> 이신우 '93 S/S, 「Fashion Today」 1999. 1.	26
<그림 6> 전통 장신구를 응용한 현대패션	28
<그림 6-1> 이영희 '02-'03 F/W, SFAA Seoul Collection	28
<그림 6-2> 설윤형 '95-'96 F/W, SFAA Seoul Collection	28
<그림 6-3> 설윤형 '95-'96 F/W, SFAA Seoul Collection	28
<그림 6-4> 설윤형 '02-'03 F/W, SFAA Seoul Collection	28
<그림 6-5> 이영희 '02-'03 S/S, SFAA Seoul Collection	28
<그림 7> 한지사 제조 공정	38
<그림 8> 한지사 및 나일론/한지 복합사로 제조된 양말	43
<그림 9> 나일론/한지 복합사 편물 및 한지사 직물 유 · 아동복	43
<그림 10-1> 치자 염색된 남성 내의류	43
<그림 10-2> 한지사/실크 복합사로 제작된 남성내의류	43
<그림 11> 여성 내의	43
<그림 12> 한지/텐셀 교편직물을 이용한 여성 니트 셔츠	43
<그림 13> 한지사 직물 및 복합사 니트로 제조된 여성 외의류	44
<그림 14> 한지사 직물로 제작된 남성용 와이셔츠	44
<그림 15> 한지사 직물로 제작된 넥타이	44
<그림 16> 한지사 직물로 제작된소품	44

<그림 17> 한지사 직물소재 생활한복	44
<그림 18> 일본 화지사 양말	44
<그림 19> 친환경성 에코패션디자인	57
<그림19-1> Yoshiki Hishinuma 2005 S/S	57
<그림19-2> Akiko Ogawa 2007 S/S	57
<그림19-3> Hussein Chalayan 2002 A/W	57
<그림 20> 기능의 효율성을 지니는 다기능성 에코패션 디자인	59
<그림 20-1> C. P. Company, The Transformable, 2001, S/S	59
<그림 20-1> Hussein Chalayan, Afterwords, 2000, A/W	59
<그림 21> 건강 지향성을 지닌 에코패션디자인	61
<그림 21-1> 좋은사람들의 녹차내의	61
<그림 21-2> LG패션의 대나무 셔츠	61
<그림 21-3> Puma Nuala 2005 S/S	61
<그림 22> 자연성을 지닌 에코패션디자인	64
<그림 22-1> Jean Paul Gaultier, 2000 A/W	64
<그림 22-2> Yoshiki Hishinuma 2001, Fal	64
<그림 22-3> 'Semplicity with Surpri' by Youn, 2006 F/W	64
<그림 22-4> 'Semplicity with Surpri' by Youn, 2006 F/W	64
<그림 23> 토속성을 지닌 에코패션디자인	67
<그림 23-1> Prada, 2004 S/S	67
<그림 23-2> Yoshiki Hishinuma, 2001, Fall,	67
<그림 23-3> Costume National, 2004 S/S	67
<그림 23-4> 타이완의 무지(Muji)	67
<그림 23-5> Fendi, 2005 S/S	67

<그림 24> 한지 이미지	74
<그림 25> 한지하면 연상되는 상품	76
<그림 26> 한지직물 패션상품 정보 경로 채널	78
<그림 27> 패션상품 구매시 고려사항	81
<그림 28> 패션상품 구매시 정보원	83
<그림 29> 작품 I	116
<그림 30> 작품 II	119
<그림 31> 작품 III	122
<그림 32> 작품 IV	125
<그림 33> 작품 V	128
<그림 34> 작품 V	129
<그림 35> 작품 VI	132
<그림 36> 작품 VII	135
<그림 37> 작품 VIII	138
<그림 38> 작품 IX	141
<그림 39> 작품 X	144
<그림 40> 작품 XI	147
<그림 41> 작품 XII	150

I. 서 론

1. 연구의 필요성과 의의

21세기는 정보화, 개방화된 글로벌시대로 각국의 문화 교류가 활발하게 이루어지고 있으며, 문화와 생활양식이 범세계적으로 일원화되는 추세이다. 이러한 시점에서 그 나라 고유의 정체성을 바탕으로 한 새로운 이미지를 창출하는 것은 국가 경쟁력을 확보하는 중요한 수단으로 인식되고 있다. 또한 과학기술이 고도화되고 복잡한 현대사회는 에너지와 자원 낭용으로 인해 지구 환경 및 인류 생태위기라는 크나큰 위협을 받고 있는 실정 속에 세계적으로 환경문제에 대한 새로운 비전이 요구되고 있다. 이러한 추세는 디자인에 영향을 미쳐, 자연보호와 인간의 건강증진 및 편리를 도모하는 삶의 질 향상이라는 목표아래 에콜로지를 디자인에 접목시킨 에코디자인 개념의 친환경 상품과 기술이 개발되고 있다. 또한 자연 친화적인 삶을 추구하는 현대인의 패션은 상업주의와 획일화된 디자인의 대량생산에서 탈피해 무한한 미의 욕구 충족과 개성을 찾으려는 의식에 부응하기 위해 다양한 기법과 소재들의 사용이 시도되고, 새로운 표현방법들로 독창성이 강조되며 끊임없이 진보하고 있다.

이와 같은 흐름을 타고 천연소재인 종이를 매체로 한 각종 조형 작업의 작품화 경향과 독창적인 표현 양식들이 선을 보이고 있다. 그 가운데 새로이 조명을 받게 된 한지 또는 한지직물의 원료인 닥 섬유를 이용한 패션의 표현 방법도 다양하게 활용되고 있으며, 이를 고부가가치로 연결하려는 시도가 진행되고 있다. 그리고 그동안 패션계에서 다소 소외되었던 동양 문화권에 대한 관심이 증대되면서 세계적인 디자이너들은 동양적 이미지가 가미된 디자인을 발표하고 있고, 디자이너 세계에서도 서구권에서 탈 중심화한

비서구권 디자이너들의 활약상이 늘고 있다. 이러한 세계 패션계에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 고유의 전통을 바탕으로 한 차별화와 세계인이 공감할 수 있는 신뢰성을 겸비한 우리만의 고유한 친환경적인 패션 소재개발과 에코디자인 제시가 필요하다.

이러한 패션산업 환경 속에서 우리나라는 2005년을 기점으로 한지로 만든 실에 실크와 면을 혼합해 통기성과 착용감, 세탁이 가능한 실용적이면서도 무한한 경쟁력을 지닌 한지패션소재가 개발되고 서서히 상품화가 시도되고 있다. 그러나 아직 일반 소비자들에게는 그 존재조차도 제대로 홍보되지 않아 상용화는 물론 기업체들의 상업화에 의문을 갖게 할 정도의 시장성과 경제성 등에 있어 시작단계에 있다.

그러므로 본 연구를 통해, 패션산업에서 우리고유의 친환경패션소재인 한지직물의 고부가가치로의 연계성을 위한 대중화 작업의 기초적인 자료를 마련하고자 한다. 또한 디자이너의 새로운 패러다임인 사고변화 확대를 통한 한국 전통복식의 조형미를 응용한 무한한 한지직물 패션디자인을 제시하는데 그 의의가 있다.

2. 연구의 목적

최근 생활수준의 향상과 문명의 발달로 친환경적이고 인체에 무해한 패션 제품 및 생활용품의 수요가 증가하고 있다. 이러한 웰빙 소재에 대한 소비자 인식에 발맞추어 천연소재 및 기능성 강화에 중점을 둔 소재의 연구 개발과 에코 디자인이 제시되고 있다. 또한 정보통신과 커뮤니케이션 기술의 발달, 자유무역 확대와 무역장벽의 감소로 인한 경제의 세계화, 라이프스타일의 국제화, 소비자의 관심과 취향의 동질화 등은 세계 도처에서 우리의

패션산업 환경을 세계화로 치닫게 하고 있다. 특히 개방적인 사회 분위기 속에서 각국의 전통 이미지를 재발견하고자 하는 노력으로 서구패션에서 소외되었던 제 3세계 등의 비주류문화를 적극적으로 수용하고 있다. 한국은 1990년대부터 한국 전통복식 조형미를 응용한 국내 디자이너들의 독특한 패션디자인이 국내·외 컬렉션에 발표되면서 국내 패션업계 전반에 긍정적인 영향을 끼쳤다. 또한 패션 소재분야에서도 천연 에코패션 소재들이 연구, 개발, 출시되고 있다. 특히, 2005년부터 선을 보인 고유의 정체성을 지닌 한지 직물은 패션 산업에서 세계적으로 무한한 경쟁력을 지닌 우수한 에코 패션 소재로 주목 받고 있다.

본 연구의 목적은 한국 전통복식과 에코 패션디자인의 조형적 특성과 미적 가치를 고찰하고 한지직물에 대한 선호도 및 인지도를 실증 비교 분석한다. 이를 효과적으로 반영하여 한지직물의 홍보와 대중적 보급화 및 명품화를 위한 토대 구축마련에 기여한다. 동시에 한국 전통복식 조형미를 한지직물에 응용한 실험적 연구를 통해 에코 패션디자인을 개발·제작하고 이를 연계시켜 한지 직물 산업의 고부가가치 지향의 마케팅과 한지직물을 응용한 디자인 개발에 기여함을 목적으로 한다.

구체적인 연구목적은 다음과 같다.

첫째, 한국 전통복식 조형미 및 에코 패션디자인의 조형적 특성과 미적 가치를 고찰한다. 이를 통해 한국 전통복식의 미적 패러다임과 에코 패션트렌드의 방향을 모색하고 작품 테마 설정에 기초로 삼는다.

둘째, 한지직물에 대한 이미지 인지도 및 패션상품에 대한 선호도를 실증 비교 분석한다. 이결과를 효과적으로 반영, 한지직물의 체계화된 홍보 기획 및 방법 구축마련에 기여하며 대중적 보급화를 위한 패션상품을 제안함으로써 시장 적중률을 높인다. 또한 분석 결과를 실험적 연구와 연계시켜 패션 산업적 측면의 적용 가능성을 제시하고자 한다.

셋째, 한국 전통복식 조형미를 한지직물에 응용한 에코 패션디자인을 개

발하고 상품을 제작하여 한국 전통복식 조형미를 응용한 고부가가치의 경쟁력이 있는 한지직물의 활성화 방안을 제안한다. 이를 필요로 하는 사례연구들의 이론적 틀을 요구하는 연구에 도움이 되고자 한다.

이러한 연구 결과가 한지직물산업의 지속적인 소재 개발 및 생산으로 이어져 보다 다양한 패션 섬유제품 영역으로 확대함으로써 진 연령층을 수용하는데 도움이 되고자 한다. 더불어 세계 경쟁력 우위 선취가 가능한 한지직물 산업의 활로 모색을 위한 한지직물을 응용한 디자인 개발과 고부가가치 지향의 마케팅에 기여하고자 한다.

3. 연구방법 및 범위

본 연구에서는 연구목적을 실행하기 위하여 이론적 연구와 실증적 연구를 병행하였다. 그리고 전통복식미를 한지직물에 응용하여 디자인하고 제작하기 위하여 실험적 연구를 3단계로 진행하였다.

구체적인 연구방법과 범위는 다음과 같다.

1) 이론적 연구

전통복식의 미와 에코 패션디자인의 이론적 연구를 위해 국내외 문헌 및 선행연구와 전문 컬렉션지, 인터넷 사이트 등을 통해 고찰하였다. 그러나 한지직물의 산업현황 분석 및 물성특징, 패션제품 등 한지직물에 대한 패션관련 선행 연구 자료가 거의 없으므로 한지직물을 개발한 니트산업 연구원의 자료와 국가기관 발행자료, 인터넷과 방송매체자료, 서울과 대구에서 열린 한지직물 행사장과 성실섬유, 지누리 등 직물업체를 직접 방문하여 수취한

카다록 및 제품, 인터뷰 등을 바탕으로 연구 진행하였다.

2) 실증적 연구

설문지 조사 연구로 한지직물의 인지 및 선호도 조사를 실시하였다.

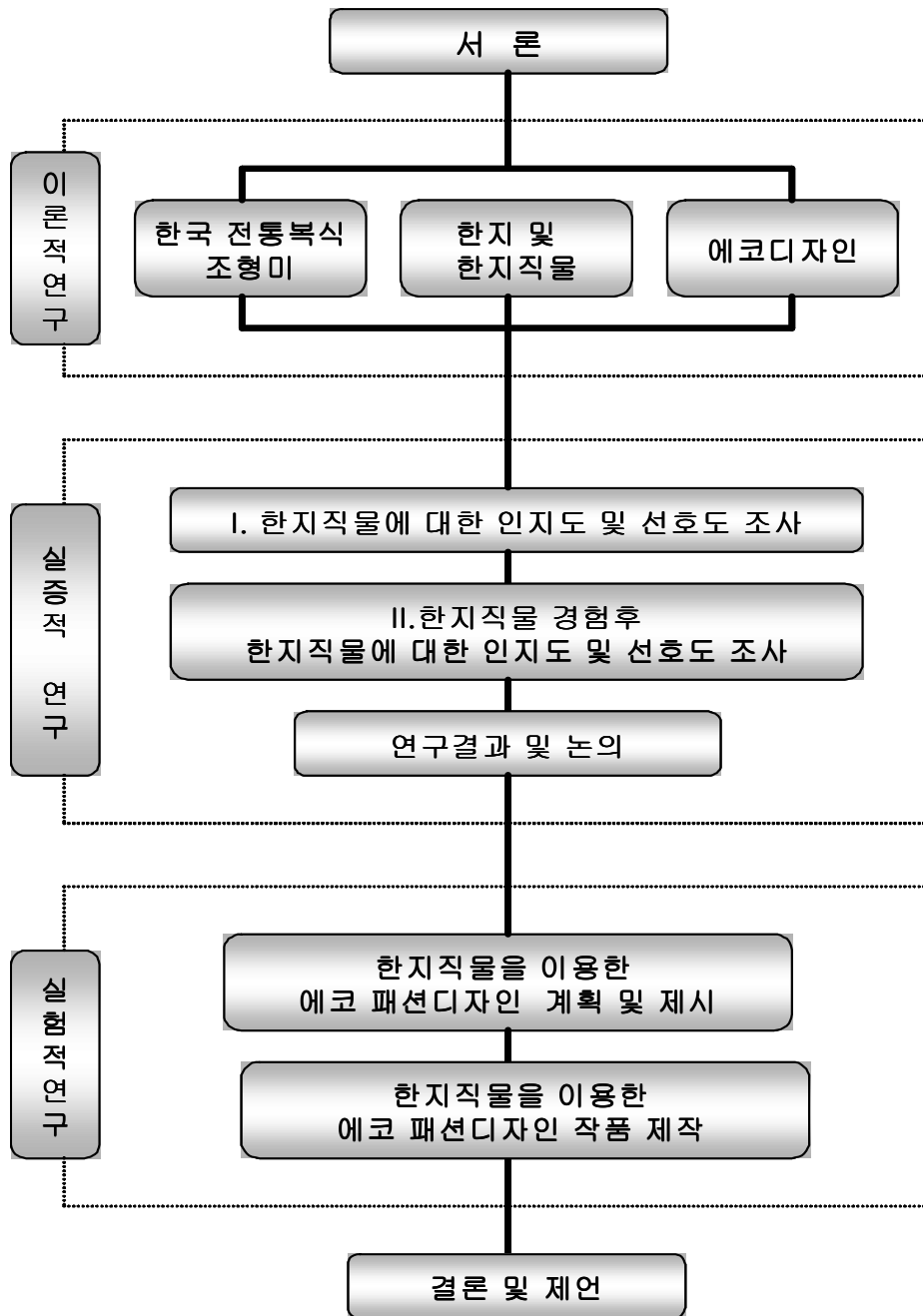
조사기간은 2007년 4월 14일부터 4월 22일까지 서울과 경기도 거주자 1020명을 대상으로 설문지를 배포하여 1010부를 회수하였다. 이중 일부 불성실한 답변을 제외한 총 998부를 본 연구의 분석자료로 사용하였다.

문항 수는 총 71개 문항으로 한지직물에 대한 이미지, 연상되는 상품, 한지직물과 한지직물을 이용한 패션상품에 대한 정보 인지, 경로, 구매경험과 경로 등 8개 문항과 한지직물 자극물 테스트 전·후 한지직물에 대한 의견, 한지직물을 응용한 패션상품에 대한 구매의사 및 선호도를 조사 분석하였다.

3) 실험적 연구

실험적 연구로는 작품의도 및 방법, 디자인 계획 및 작품제작의 3단계로 이론적 연구와 실증적 연구를 바탕으로 아직 보급이 미진한 친환경 에코 패션 소재인 한지직물에 전통복식미를 응용하여 실용적이면서 소비자 개개인의 컨셉에 부합하도록 다양하게 연출 가능한 고품격의 에코 패션디자인 12점을 제시하고 이를 직접 제작함으로써 패션의상의 적합도와 상품화 등을 연구해 보았다.

이상의 연구 방법과 범위에 대한 모형은 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구 모형

II. 이론적 배경

1. 한국 전통복식의 조형미

본 장에서는 한국 전통복식의 개념을 정의해 보고 우리 고유의 정체성인 전통복식의 조형미에 대하여 고찰해 보고자 한다.

1) 전통복식의 개념

일반적으로 전통(Tradition)은 “문화, 문명 또는 사회 집단에 연속성을 부여하는 관습, 믿음, 행위의 집합체로서, 고유의 가치관을 형성하는 것”¹⁾이다. 전통이란 용어는 라틴어 트라데레(tradere)에서 온 말로 전수하다(transmit) 또는 가지고 가다(carry on)의 뜻으로 변화와 발전의 과정에서 전수되는 것을 의미한다.²⁾ 외부와의 접촉없이 어떠한 문화도 그들만의 문화를 고수할 수 없으며 동일 문화내 세대간에 걸쳐 전수되고 변화한다. 즉, 전통은 불변하는 것도, 일시에 소멸될 수 있는 것도 아니며 이전 문화로부터 영향을 받고, 다른 문화와 상호 영향을 주고 받으며 변화해 가는 과정 그 자체라고 할 수 있다.³⁾ 결국, 전통이란 계승된 문화의 원형에 대한 가치판단을 표현하는 사고이며, 이를 바탕으로 시간의 흐름에 따라 끊임없이 창조하며 변화해 가는 과정이다.

복식에 있어서의 전통은 과거에 대한 숭배자들이 신분, 역할, 지위를 나타

1) Encyclopaedia Britannica, 1974. Vol.10 (Chicago:Encyclopaedia Britannica Inc.) p.84.

2) 민혁신, 1975. 「전통 재고」, 공간, 5, p.22.

3) 레슬리 A, 화이트, 1933. 「문화의 개념」 이문웅(역), 일지사, p.80.

내는 복식형식에 애착을 느껴 전통복식을 착용하게 됨으로써 전통이 상징적, 가시적으로 지속될 수 있으므로 복식 변화를 저해하는 반작용 요소로 여겨져 왔다.⁴⁾ 현대에서 비서구 문화권 복식을 말할 때 적용되는 경우가 많은 복식에서의 전통성은 전통복식을 유지하려는 보수적 성향 또는 변화가 적은 민속복식 그 자체를 의미하는 것이 될 것이다. 오늘날, ‘전통복식 (traditional costume)’이라 일컫는 것은 ‘서구적 패션(Western fashion)’에 대응하는 말로써, 변화가 많은 패션의 속성에 비하여 변화가 적은 ‘민속복식 (ethnic dress)’을 의미하는 경우가 많다.⁵⁾

현재는 대부분의 비서양 문화에서도 서양복식, 세계패션⁶⁾이 일상복으로 착용되고 있는데 이로 인해 비서양문화의 전통복식은 종전보다 더욱 상징적인 미를 지니게 되었다. 또한 20세기의 전통복식은 다양한 복식문화가 유입되어 충돌, 마찰하면서 새로운 의미를 갖게 되었으며, 복식문화의 다양성은 혼란과 함께 각 복식의 상징성과 의미를 극대화시키는 결과를 가져왔다.

2) 한국 전통이미지의 미적 가치

이미지란 머릿속에 떠오르는 시각적, 청각적, 동적인 어떤 모습(shape)을 의미하는 것이다. 또한 실제적인 요소와 감정적인 요소들이 조합된 것으로 특정대상을 지각하는 과정에서 경험하는 주관적이고 종합적인 지식과 가치로 볼 때 부분합 이상의 의미를 지니는 전체로서의 복합물이라 할 수 있다.⁷⁾

4) Marilyn J. Horn, and Lois M.Gurel, 1981. *The Second Skind*(Boston: Houghton Mifflim Co.), p.108.
5) Joanne B. Eicher, 1995. *Dress and ethnicity*(Oxford: Berg Publishers, Ltd.), pp.1-2.
6) Robert Redfield, 1965. *Peasant Society and Culture: An Anthropological Approach to Civilization*(Chicago and London: University of Chicago Press), p.70.
7) Marks, 1979. Operationalizing the Concept of Store Image, *Journal of Retailing*, 52(3), pp.37-46.

사계절이 분명한 기후조건을 가진 우리나라는 지정학적으로 중국과 일본의 중간 위치에 있으며, 유라시아 동단에 돌출한 반도이다. 중국의 영향을 받은 한국 문화는 점차 중국과는 다른 독자적인 민족 문화를 형성하였다. 문화전반에 걸쳐 간결성과 담백성, 단순성으로 표출되는 순수미, 소박한 자연미와 더불어 우아하고 화려한 문화를 창조하였다. 한국 예술의 우수성에 대해 「조선 미술사」의 저자인 안드레아스 에카르트(Andreas Eckardt)는 “중국의 과장되고 때때로 왜곡된 모형이라든가 일본의 너무도 감상적이고 판에 박은 듯한 모형과는 달리 한국은 극동에서 가장 아름다운, 가장 고전적인 예술작품을 당당히 만들었다.”⁸⁾라고 한국 전통미를 지적하였다.

3) 한국 전통복식의 미적 가치

1980년대부터 본격적으로 다른 분야의 미의식 연구와 마찬가지로 한국 전통복식의 미적 가치나 미의식에 대한 연구는 시작되었다고 할 수 있다. 통사적으로 고대부터 조선까지 한국 복식 미를 밝혀낸 작업들도 있으나 조선시대 복식 연구가 가장 많은 비중을 차지하고 있다.

금기숙(1997)은 조선시대 복식 연구를 통해 한국 복식의 미를 율동적인 곡선 등으로 자연의 색을 그대로 사용한 자연의 미, 의관정제로 표현되는 형태와 흑백의 색조화 등에서 보여지는 인격의 미, 주술력의 부여와 길상의 강조라는 음양오행설에 근거한 벽사의 미, 전통복식의 형태 지속과 정결하고 담백한 색채 애호 및 백색을 선호하는 전통의 미 등으로 보고 있다.⁹⁾

백영자(1993)는 복식사를 인간의 미의식 혹은 미적 문화의 발전사로 보면

8) Andreas Eckardt, trans. J.M. Kindersley, *A History of Korea Art*, p6-7. 조요한 op.cit., 재인용, pp.41-42.

9) 금기숙, 1997. 한국복식미학의 현황과 과제, 권영필 외, 「한국미학시론」 「고려대학교 한국학 연구소, p.237.

서 상대복식에서는 사회성을, 근대복식에서는 표현성을, 현대복식에서는 창조성을 미적 특성으로 볼 수 있고, 특히 근대 복식은 현재와 비슷한 형태의 복식으로 발전시키고 정착시킨 복식으로 단순하고 소박한 조형미와 착장 방법에 따른 다양한 연출미가 대조되며, 은폐의 미와 노출의 미가 자연스럽게 조화된 멋을 갖추고 있는 것¹⁰⁾으로 보았다.

최세완, 김민자(1993)는 한국 복식의 전통미를 형식미와 내용미로 분석하면서 자연주의에서 발전된 순수미, 무속신앙과 음양오행설에 따른 상징미, 유교적 예(禮)관념에 따른 비애미를 내용미로 보고 있다. 순수미는 백의에 대한 집착과 직물의 결 노출로 이루어지고, 상징미는 의복 색채나 문양에 의해 이루어지는 것이다. 비애미는 유교 서열의식에 따른 예관념으로 등위의 개념을 부여한 색채나 장식 무늬를 통한 미적가치를 표현한 것¹¹⁾이며, 격식미, 단정미, 정적미로 구분하였던 김영자¹²⁾개념에 해당한다고 할 수 있다.

이경희¹³⁾는 현대 한국적 디자인의 복식에 대한 한국과 미국 대학생의 인지 차이를 연구하여 한국적 디자인이 가지는 이미지를 우아성 요인, 단순성 요인, 여성성 요인, 여유성 요인으로 나누고 있다.

이와 같이 선행연구들은 ‘여유로운 형태’, ‘백의의 미’, ‘곡선의 미’ 등의 형태, 색채, 소재 등 복식의 미적 특징들에 자연관, 인간관, 사회관 등의 개념을 연결시켜 미적 가치를 얻고 있다. 한국적인 미적 특징을 응용한 현대의 한국적 디자인 의복은 현대 서양적인 의복과의 차이 때문에 전통이미지의 미적가치가 더욱 선명하게 인지된다고 할 수 있을 것이다.

10) 백영자, 1993. 「한국의 복식」 경춘사, p.458.

11) 최세완, 김민자, 1993. 현대패션에 표현된 한국복식의 전통미-1980년대 이후 한국 디자이너 작품을 중심으로-, 한국의류학회지, 17(1), pp.107-108.

12) 김영자, 1989. 한국복식미의 연구, 세종대학교 박사학위논문, p.80.

13) 이경희, 1997. 한국적 의복이미지와 디자인과의 관계-한국과 미국비교, 한국의류학회지, 21(2), p.308.

4) 한국 전통복식의 조형미 요소

전통계승이라는 차원에서 현대 전통한복의 기본 구조를 제공하며 미화현상이 현저했고¹⁴⁾, 서구 복식과의 이중구조를 형성하기 바로 전의 우리 고유복식인 조선시대 복식을 위주로 한국전통 이미지 요소를 형태, 소재, 색, 문양, 장신구로 나누어 고찰해 보고자 한다.

(1) 형태

복식의 형태에는 인간표현의 조형적 방법이 반영되어 있고¹⁵⁾ 각 문화권의 조형의지가 작용된다. 한국복식의 형태는 착장상태인 3차원적 윤곽선 및 재단과 봉제방법에 따라 결정되며 구조형에 따른 외부형과 복식의 각 부분간의 한계에 의해 형성되는 내부형¹⁶⁾으로 분류할 수 있다.

① 외부형

복식의 외형은 때와 장소에 따라 다양하며 복식의 수 만큼 많다. 따라서 복식의 외부형을 좌우하는 윤곽선과 구조형 분류에 대해서도 여러 견해가 있지만, 그 중 류기주¹⁷⁾의 평면형과 입체형의 분류는 평면형 중 앞이 트여 여밈을 가지는 카프탄형에 속하는 한국복식에 가장 적절한 분류이다. 서양복식에 비해 한국 전통 복식은 내부구조선이 없어 다트 등의 내부구조선으로 인해 입체적인 서양복식보다 평면적이며, 패턴 상으로 볼 때 앞, 뒤의 모양이 거의 같다. 한국 복식/서양 복식, 평면적/입체적이라는 대응 개념은 서양복식의 평면적인 내의와 조선 후기 여자 복식에서 볼 수 있는 착장에 의한 입체감의 연출 등에서 볼 때 복식 구분에 단순하게 적용시킬 수 있는 개

14) 이경자, 1983. 「한국복식사회」 일지사, p.14.

15) 竹内敏雄 便修, 昭和47. 「미학사전」 홍익당, p.240.

16) 최세완, 1992. 현대패션에 표현된 한국복식의 전통미, 서울대학교석사학위논문 p.16-22.

17) 류기주, 1992. 인체에 대한 미의식에 따른 복식형태 연구-고대이집트에서 낭만의 시대까지, 한국의류학회지, 16(4), p.360.

넘은 아니다. 하지만 서양복식에 비하면 한국복식이 상대적으로 평면적이라고 할 수 있다.

② 내부형

복식 각 부분간의 한계에 의해 형성된다. 크게 상, 하의의 구분으로 분류하며 그 내부에서 다시 세부적인 구성선들에 의해 또 다른 내부형이 발생된다. 예로부터 한국복식은 유(襦), 상(裳또는裙), 고(袴)의 기본구조를 이루며 그 위에 포(袍)를 덧입음으로서 예를 나타내고 통합적인 복식의 형태미를 연출하였다. 그러므로 복식의 내부형에 대한 고찰은 상의인 유와 하의인 상과 고 그리고 그 위에 착용한 포 위주로 요약하여 살펴 볼 수 있다.

가. 유(襦)

저고리는 한국복식에서 남녀노소 관계없이 같은 구조의 형태로 착용되었다. 미적특징은 화려한 장식이나 입체감보다는 제작시의 면분할이나 비례등을 응용한 구조미에 있어, 저고리 내부의 구성선에 의한 내부형은 형태미의 중요한 역할을 한다. 저고리 내부형들은 각각의 독특하게 형성된 면과선이 서로 조화를 이뤄 단아한 미를 형성한다. 저고리의 내부형은 소매, 길, 깃과 동정, 쏘, 고름으로 나뉜다. 조선 초 넓고 긴 직선형으로 H형의 실루엣과 그 흐름을 같이 하는 소매는 유연하고 자연스럽게 떨어지는 직선미를 보였으나¹⁸⁾ 조선 중기 이후 극도로 소매폭이 좁아 졌고, 19세기 이후 다시 여유가 생기는 과정에서 배래선에 곡선표현이 가해지면서 완만한 곡선미를 표현하게 되었다.¹⁹⁾ 배래에 표현된 만곡선은 흔히 자연에서 발견되는 선으로 우아함과 부드러움, 미묘함을 느끼게 하는²⁰⁾ 한국 곡선미로 대표되기

18) 금기숙. op. cit., p.39.

19) Ibid., p.64.

20) Harriet T. Mcjimsey, 1973. Art and Fashion in Clothing Selection, (Iowa: The Iowa State University) pp.111-113.

도 한다. 간혹 소매 끝에 첨가되는 끝동은 저고리 길과 다른 색을 택함으로써 저고리의 형태를 부각시키는 강조의미를 보인다.

초기부터 완만한 둥근선으로 표현되었으나 저고리 길이가 짧아지면서 율동적인 곡선이 가미된 도련선은 선율적으로 변천하였다.²¹⁾ 저고리 길에 사선으로 놓여있는 것은 동정과 함께 사선의 긴장감을 부여해 얼굴주위로 시선을 끄는 장식적인 요소뿐만 아니라 저고리 곡선의 일률적인 단순함에 변화를 주는 포인트라 하겠다.²²⁾ 또 깃은 목판깃, 당코깃, 둥글레깃으로 변천되는 과정에서 보이는 곡선지향이다. 섯선 또한 곡선화 경향을 보인다. 초기의 섯은 단순한 삼각형이었으나 저고리 안쪽으로 옮겨가게 되자 사다리꼴을 취하게 되었고 깃의 곡선과 조화를 이루기 위해 자연스런 곡선을 이루었다. 섯의 자연스런 곡선은 도련의 곡선과 만나 섯코를 출현시키는데 이 섯코는 곡선과 곡선이 만나 이룬 쾌적한 곡선의 조화미라 하겠다.²³⁾ 인체에서 분리되는 유일한 장식인 옷고름은 대칭균형을 이루고 있는 치마·저고리에 반해 깃의 비대칭과 함께 균형을 깨는 비균제성의 특징으로 과격의미를 불러일으킨다.²⁴⁾ 또한 직선으로 구성된 고름은 인체의 움직임이나 바람의 방향에 따라 자유로이 흔들리는 율동미를 내포하므로 평범한 직선이 곡선의 분위기를 연출하는 미적 특징을 보인다. 즉, 저고리는 ‘선의미’로서 수리적으로 정확한 직선이 아닌 자연에 접할수 있는 감각적인 직선과 곡선으로 표현되고 있다.

나. 상(裳)

치마는 치마폭과 허리띠로 이루어진 간단한 구조적 특징을 가지며, 전개형의 의복구성으로 인해 일정한 정형을 갖지 않는다. 그러므로 치마 자체가

21) 금기숙, op. cit., p.62.

22) 김영자, op. cit., p.174.

23) Ibid., p68.

24) 금기숙, op. cit., p.33.

갖는 어떤 형 때문에 구속됨이 없고 극히 자연스러운 단순한 구조로 여체의 율동에 따라 유동적인 선을 형성한다.²⁵⁾ 치마 상단에 잘게 잡혀 생기는 주름은 치마의 폭을 넓히고, 풍만한 면적의 부풀림과 동시에 의복의 수직미를 나타낸다. 물론 여기서 형성되는 직선도 수리적으로 완벽한 직선이 아니고 편안하고 자연스럽고 율동적인 표현으로 인해 드레이프 미를 이룬다.²⁶⁾ 즉, 평면적인 구성의 치마에서 유일한 입체성을 표현하는 것은 주름이다.²⁷⁾

조선시대를 통해 치마의 형태도 약간의 변화를 갖는데, 초기의 조출한 치마는 저고리의 단소화가 진행됨에 따라 점차 장대해져 상박하후의 형태미를 연출하였으며 이러한 변화는 한국복식의 실루엣 변천에 큰 역할을 하였다. 치마의 단순한 구조와 전개형의 구성은 착용자의 미적 태도가 개입될 여지를 마련하며, 따라서 착장법에 의해서도 다양한 형상의 미적 표현을 가능케 한다. 치마 끝자락을 날렵하게 휘어감아 허리띠로 고정시켰던 후기의 착장법은 치마 가운데 부위가 불룩한 항아리 형상을 이루게 하고, 율동감을 연상하는 선율의 곡선미를 나타낸다.²⁸⁾

다. 고(袴)

상고시대부터 애용되어온 전통복인 바지의 미적 특징은 풍성감과 착장법에 있다.²⁹⁾ 밑이 막히고 폭이 좁은 궁고와 폭이 넓어 발목에 많은 여분이 있어 끝단을 여민 바지 무릎 정도까지 오는 짧은 형태인 잠뱅이 등의 바지는 상고시대부터 고려 말까지 남녀 모두의 의의로 착용되었으나 점차로 남자에게는 의의로, 여자에게는 내의로 착용되었다. 후기 바지의 구조는 마루폭과 큰사폭, 작은사폭, 허리의 단순한 구조로 되어 있으며 평면으로 전개되는 특징을 가지고 있다.

25) Ibid., p.33.

26) 최경진, 1991. 한복 주름에 관한 연구, 복식 16호, p.83.

27) Ibid., p.99.

28) 금기숙, op. cit., p.36.

29) Ibid., p.34.

이 단순한 구조는 허리띠와 대님만으로 바지의 착용을 가능케 하므로 어떠한 체형의 사람에게도 풍성하게 잘 맞을 수 있는 의복으로서의 융통성을 가지고 있으며, 착용자에게 위엄을 부여하고 좌식생활에 적응할 수 있는 편리함과 실용·유연의 미를 갖는다.

라. 포(袍)

겉옷으로서의 포는 단순히 보온만이 아닌 의례적 기능이 있어 복식의 완결을 이루는 역할을 하며 착용자가 의관을 정제하여 위엄이나 범도를 지키려 했던 정신적 요구를 나타낸다.³⁰⁾ 포는 용도에 따라 종류가 매우 다양하나, 남성의 단령을 제외한다면 그 구조가 저고리와 거의 같다.³¹⁾ 단지 저고리 보다 길이가 길고, 종류에 따라서는 무를 달거나 옆, 뒷자락을 트기도 하였다. 단령은 다른 포와 비교했을 때 깃이 둥글다는 차이가 있으며 그 곡선에서 역시 편안하고 자연스러우며, 경직되지 않은 여유와 융통성을 느끼게 한다.³²⁾ 이와 같이 포의 형태미는 풍성하면서도 여유있는 부드러움에 있다. 또한 한국 복식을 「포의 문화」라 할 정도로 다양하게 포를 애용한 것은 풍성한 형태감을 존중한 미적 요구에 부응하는 당연한 귀결이라 하겠으며³³⁾ 우리 민족의 포용력을 내포하고 있다.

전통복식 조형미 요소 중 형태를 응용한 현대 패션 디자인의 사례를 살펴보면 가장 많이 나타나는 것은 위에서 언급한 유(襦)·상(裳또는裙)·고(袴)·포(袍)의 형태이다. 이중 상(裳: 치마)은 국내·외에서 가장 많이 응용되었으며, 그밖에 배자, 반비, 솔, 당의 형태를 응용한 것도 찾아 볼 수 있다.

<그림 2-1>은 배자와 치마의 형태를 응용한 투피스이며, <그림 2-2>는 저고리의 형태를 응용한 블라우스에 서구복식인 바지를 매치시킴으로써 동

30) 김영자, op. cit., p.42.

31) 이경자, 1982. 해방 36년의 복식 변천, 「한국의 복식」 한국문화재보호협회, p.477.

32) 금기숙, op. cit., pp.26-27.

33) Ibid., p.26.

서양의 조화를 나타내었다. <그림 2-3>은 치마를 응용한 드레스이다. <그림 2-4>는 반비를 응용한 현대적 감각의 투피스이며, <그림 2-5> 남자바지를 응용한 편안한 투피스 디자인을 볼 수 있다.

이와 같이 형태를 응용한 디자인의 거의 대부분은 전통복식의 외형적 형태를 그대로 응용하여 디자인하였음을 볼 수가 있다.



<그림2-1>
이영희
'00-01 F/W
Paris
Collection

<그림2-2>
이영희 '03 S/S
SFAA SeouL
Collection

<그림2-3>
이영희 '03 S/S
Paris Collection

<그림2-4>
이상봉
'02-03F/W
Paris Collection

<그림2-5>
이영희
'94-95F/W
Paris Fashion
Today

<그림 2> 전통복식의 형태미를 응용한 현대패션

(2) 소재

한국복식은 직물의 직조방법이나 종류에 따라 당시대인들의 미적 취향을 잘 반영하고 있다. 거칠면서도 소박한 표면 질감을 갖는 소재가 애호되었는가 하면, 정교하고 섬세한 질감의 소재가 애호되기도 하였다.³⁴⁾

거칠면서 소박한 질감의 소재로는 승수가 적고 울이 굵고 거친 저마직물이나 삼베가 있다. 특히 삼베는 서민들의 여름철 복식의 대중을 이루었던 소재로 직조과정을 연상시켜 줌으로서 동적인 생성감을 느끼게 한다. 이러

34) Ibid., p.190.

한 특성은 분청사기의 귀얄문에서 보이는 거친 생동감과 같은 감정으로³⁵⁾ 무작위의 작위, 무기교의 기교의 질박하고 소박한 자연미를 담고 있다.

이와는 대조적으로 정교하고 섬세한 표면 질감을 갖는 소재로는 견직물, 모시나 갑사, 명주 등이 있으며 상류계층이 주로 선호하였다.

삼베를 분청사기에 비유한다면 모시는 투명한 백자에 비유할 수 있는데, 모시의 섬세함과 옥과 같은 깨끗함, 그리고 가볍고 투명함 역시 한국인의 자연주의에서 나온 미적 특성이다.

견직물에는 금(錦)·단(緞)·능(綾)·견(絹)·주(紬)·라(羅)·사(絲)·초(綃) 등이 있는데, 금은 경사 또는 위사에 복수의 색실을 사용하여 짠 비단 직물로서 제작하는데 많은 공을 들여야 하므로 오직 귀한 자의 의복에만 사용되었다. 단은 주자문직의 직물로 문양과 색상에 따라 다양하게 명명되어 그 수요를 헤아릴 수 없을 정도로 금을 능가했다.³⁶⁾ 광택이 있고 촉각적인 부드러움을 주는 명주의 사용 역시 우리 민족이 추구하였던 미적 표현의 양상이었다.³⁷⁾ 능은 사문직으로 짠 얇고 세밀한 비단이며, 사는 생사로 발을 살피하게 짠 비단으로 얇고 가벼워 여름이나 춘추용 옷감으로 사용되었다.³⁸⁾ 갑사의 투명한 질감은 다양한 문양의 시문으로 아름다움을 더하는데, 색상에 상관없이 흰 안을 받쳐 입음으로써 은근하고 은은한 멋을 표현한다.³⁹⁾

목면은 세탁과 일광에 표백을 거듭함으로써 순백색을 얻게 되고, 이 순백의 직물에 풀을 먹이고 다듬질을 하여 천의 표면을 울곧게 함으로써 은은한 광택과 직물의 결에서 단아한 아름다움이 배어나고 있다.

그 외에도 계(鬪), 구유(鬚氈), 장일(障日), 백첩포(白疊布) 등의 모사직물이나 담피, 돈피, 우피, 수달, 해달피 등의 피모에서는 자연의 미가 있었다.

현대 패션 디자인에서 전통복식의 조형미를 표현하기 위하여 사용된 천연

35) Ibid., p.190-191.

36) 김영숙, 1998. 「한국복식문화사전」 미술문화, pp.39-40.

37) 최세완, op. cit., p.37.

38) 김영숙, op. cit.,

39) 금기숙, op. cit., p.37.

소재는 면, 마, 모, 견이며, 단아한 전통미가 잘 표현 될 수 있는 견 소재를 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다

그 중 현대 패션에 응용된 몇몇 사례를 살펴보면, <그림 3-1>은 면을 니팅한 원피스로 자연을 느낄 수 있으며, <그림 3-2>는 견직물의 단소재로 고급스런 광택이 잘 표현되었다. <그림 3-3>는 모시를 응용한 투피스로 단아하고 우아한 전통미가 그대로 드러나며, <그림 3-4>는 모직물과 가죽을 소재로한 배자 형태의 투피스는 멋스러움과 기능성이 가미된 자연스러움을 느낄 수 있다. <그림 3-5>는 견 소재에 수를 놓은 투피스로 고급스러운 전통미를 부각시켰다. <그림 3-6>은 견직물의 사 소재를 이용한 쓰리피스로 전통의 은근한 풍미를 느낄 수 있다.



<그림 3-1>
이영희
'2001 S/S,
SFAA Seoul
Collection

<그림 3-2>
이영희
'01S/S,
SFAA Seoul
Collection

<그림 3-3>
서순남
'03 S/S
SFAA Seoul
Collection

<그림 3-4>
루비나
'02-03 F/W
SFAA, Seoul
Collection

<그림 3-5>
설윤형
'02-03 F/W,
SFAA, Seoul
Collection

<그림 3-6>
이규래,
'03 S/S
SFAA Seoul
Collection

<그림 3> 전통복식 소재의 미를 응용한 현대패션

(3) 색

색이란 일반적으로 빛에 의해서 생기는 시감각의 하나⁴⁰⁾이며, 복식에 표현된 색채는 복식의 형태와 함께 복식의 존재를 구체화시킨다.⁴¹⁾

특히 한국복식과 같이 실루엣의 변화가 적은 의복에서 색이 가지는 의미는 크다. 색은 시각적 인식의 근원 뿐 아니라 인간 정서에 깊이 관여하며 구체적인 의미를 부여하면서 상징성을 갖기도 한다. 색채 사용에 있어서 각 민족은 미적 의지의 표현으로 그들만의 독특한 애호색이나 고유한 색채의 조화를 사용하여 왔는데, 한국 전통복식에서 사용되어온 색채는 백색선호사상에 의한 백색과 화려하고 강렬한 원색을 들 수 있다.⁴²⁾

한국인 의식세계의 중심이었던 중이적 세계관인 음양오행적 우주관에 바탕을 둔 색⁴³⁾으로, 음양의 원리에서 파생된 오행을 상징하는 청(靑), 백(白), 적(赤), 흑(黑), 황(黃)의 오방색을 오정색(五正色) 또는 오채(五彩)⁴⁴⁾라고 부른다.

추상적이고 관념적인 색채의 체계라 할 수 있는 오방색은 샤머니즘을 신조로 하여 생활 곳곳에서 영향을 끼쳐왔다. 또한 색상, 명도, 채도를 따지기 전에 이들 색이 지니고 있는 의미나 상징성, 그리고 인간에게 주는 인상을 중요시하였다. 오색은 우주에 존재하는 모든 개념이나 존재와 연결시켜 동(東), 서(西), 남(南), 북(北), 중앙(中央)의 오방과 계절, 오상(五常), 오장(五臟), 오관(五官), 오음(五音)으로 나타내었다. 오방색인 오정색의 하위개념으로는 자주색을 제외한 정색과 정색의 혼합으로 생기는 오간색(五間色)을 들 수 있으며, 이를 요약하면 <표 1>과 같다.

40) 장문호, 1975. 「복식미학」 서울대학교 출판부, p.133.

41) Marian L. Davis, visual Disign in Dress, 이화연, 손미영, 노희숙(역), 1990. 「복식의 시각 디자인」 경춘사, p.93.

42) 이은영, 1983, 「복식 의장학」 교문사, p78.

43) 하용득, 1989. 「한국의 전통색과 색채심리」 명지출판사, p.31.

44) 1991, 「한국전통표준색명 미 색상」 제1차 시안, 국립현대미술관 학예연구실, p.112.

<표 1> 오방색

오방색 구분	청(靑)	백(白)	황(黃)	적(赤)	흑(黑)
방위(方位)	동(東)	서(西)	중앙(中央)	남(南)	북(北)
오행(五行)	木	金	土	火	水
상징	하늘, 물, 식물, 밝음, 해돋이, 맑음 천지창조, 소생, 희(喜),	빛, 의리, 청렴(清廉), 순결, 출산 서기(瑞氣), 상서로운 징조	천자, 우주의 중심, 신성한 색, 직관, 사물을 포용하는 색	태양, 불, 피, 벽사의 색, 생명력 충만한 양(陽)의 색	음의 색, 만물의 흐름과 변화, 밤, 공포, 불행, 과멸, 죽음
계절(季節)	봄	가을	사계절	여름	겨울
오상(五常)	선함(仁)	의리(義)	믿음(信)	예(禮)	지혜(知)
오장(五臟)	간장	폐장	비장	심장	신장
오관(五官)	눈	코	몸	혀	귀
오미(五味)	신맛	매운맛	단맛	쓴맛	짠맛
오음(五音)	각(角)	상(商)	궁(宮)	치(徵)	우(羽)
성과(成果)	발생	수확		성장	저장
사신도	청룡	백호		주작	현무
오간색(五間色)	녹(綠): 비색(緋色), 연두(軟豆), 옥색(玉色), 흑유색(黑幼色) 등 벽(碧): 창(蒼), 남(藍), 아청(鴉靑), 유청(柳靑) 등	유백(乳白) 색, 소(素) 색 등	황흑색: 자황(紫黃), 송화(松花), 심황(深黃), 치자(梔子) 색 등	적백색: 천(茜), 비색(緋色), 주토(朱土), 주홍(朱紅), 담주(淡朱), 대홍(大紅), 홍남(紅藍), 토홍(土紅), 진홍(眞紅), 도홍(挑紅) 등	적흑색: 오(烏), 조(早), 흑(黑), 회(灰) 색, 구(鳩) 색, (緇) 색 등

전통복식에 나타난 오방색과 오간색을 살펴보면, 청색(靑色)은 염재로 쪽(藍) 등을 이용하여 신비로운 자연의 색을 얻었다. 청색에 검정을 섞은 남은

세자빈의 범복인 적의바탕이며 왕비나 궁녀의 가례 때 남겹치마를 안에 입고 나이가 들면 남치마를 겹치마로 입었다.

연두는 녹색과 황색의 중간색으로 주로 여자 복식인 원삼, 당의, 두루마기 등에 사용되며 왕비나 궁녀들의 회장저고리 바탕으로 가장 많이 입었던 색은 옥색이다. 적색과 함께 나쁜 기운을 물리치고 복을 기원하는 색이다.

왕, 왕비, 높은 벼슬의 복색으로 사용된 적색(赤色)은 벽사의 색으로 귀신과 재액을 물리치는 색이었다. 간색으로는 자(紫)색이 있으며 왕비의 원삼이나 왕비나 세자빈궁의 범복에서 치마 색으로 많이 사용되었고 내외 생존 시 자주색 짓고 고름을 달았다. 왕비의 원삼이나 스란치마에 사용한 홍색은 염재가 비싸 수차례 금제하였던 색채로 대홍염(大紅染)은 세종때 조신, 양반부녀, 서인, 천인의 외의(外衣)엔 복색으로 금하였다. 그러나 표의에 대한 일정한 색채 규정이 없고 세탁이 편한 토홍(土紅)은 귀천없이 모두 사용되었다.

황색(黃色)은 오색의 중심색으로 복식 금제 중 가장 많은 빈도를 차지하며, 최고통치자인 황제만이 복색으로 입을 수 있는 색이었다. 그러나 황색보다 약간 연한 송화색과 진한 황색에 붉은기가 있는 치자색은 일반 서민들도 사용하였다..⁴⁵⁾

백색(白)은 우리 민족이 주로 애용했던 색으로, 고대기록에서부터 삼국시대를 거쳐 조선시대는 물론 우리 사회가 서양화되기 이전까지 일반 민중의 의복색이었다.⁴⁶⁾ 본래 소색(素色)으로 염색을 하지 않은 자연 그대로의 색을 말하며, 이러한 백색의 사용은 꾸미지 않는 소박함으로 진솔한 맛을 느낄 수 있다. 소색은 점차 순화(純化)된 백색으로 향하는 경향을 보이며 애호되었는데, 자연친화적인 성격과 악재를 벗어나고자 하는 인간의 본능적인 의지를 반영한 백색의 성스러운 상징성은 신과 교통하는 무당의 무복, 살풀이춤을 추는 무희의 의복, 신생아의 배냇저고리에 구체적으로 표현된 색상

45) 김현정, 2000. 한국전통여성복식의 현대적 활용에 관한 연구, 성신여자대학교, 석사학위논문, p.23.

46) 홍사중, 1982. 「한국인의 미의식」 전예원, p.117.

이라 할 수 있다.⁴⁷⁾ 깊이 있는 백색의 색채 감정에는 본연의 것, 순수한 것, 비장식적인 것으로의 귀의를 뜻하고⁴⁸⁾ 검허한 마음이 함축되어 있다.

흑색(黑色)은 철학적 의미를 내포하는 심의에 나타나며 조선시대 의복이나 관복에도 사용하였고 일반 부녀자들도 무명의 검정 치마에 소색의 저고리를 입었다. 흑색계열은 문헌에 의하면 치(緇), 조(皁)라 하였는데, 「석명(釋名)」에 의하면 치(緇)은 이(泥)의 검은 것으로 재(滓)라하고, 조(皁)란 아침을 말하는 것으로 해뜨기 전 일찍 일어나 물체를 보면 모두가 검게 보이는데 이를 말하는 듯하다라고 하였다. 흑색의 간색으로는 회색을 들 수 있는데, 조선초 승려들의 흑색 사용을 금하여 구색(鳩色) 또는 회색을 승복에 사용하였으며, 국말 동궁비 가례 때 대례복 적의 속에 회색 중단을 입었다.⁴⁹⁾

선조들의 화려한 색채 감정을 표출하여 원색의 극치미를 보여 준⁵⁰⁾ 색동색은 오방색을 중심으로 홍(紅위), 자(紫), 녹(綠)색 등의 색을 한두가지 첨가하거나 흑(黑)색이 제외되기도 하였다. 이는 화려하고 즐거우며 행복을 기원하는 색동에서 죽음을 상징하는 흑색을 의도적으로 제외한 것이다.⁵¹⁾ 오색을 반복하여 이어 붙이는 색동은 오행(五行)을 두루 갖추어 나쁜 기운을 막아주고 어린아이의 무병장수(無病長壽)를 기원하는 뜻에서 비롯되었다. 후대로 내려오면서 어른보다는 어린아이의 복식에 많이 사용되었으며, 색동저고리, 무희와 무속인들의 색동소매와 주머니, 보자기, 장신구 같은 일상용품에 이르기까지 사용되었다. 즉, 색동은 음양오행이라는 사상철학이 관여된 갖가지 배색의 색채조화로 모든 것을 포용하고 행복을 염원(念願)하는 뜻에서 비롯된 미적 표현이라 할 수 있다. ⁵²⁾

47) 금기숙, op. cit., p.171.

48) 김원룡, op. cit., p.58.

49) 김현정, op. cite., p.21.

50) 금기숙, 「조선 복식미의 연구」 복식 제14호, p.172.

51) 박상의, 1978. 색동에 관한 연구. 이화여자대학교 석사학위논문, p.220.

52) 박옥련, 조윤정, op. cit., p.161.

위에 인용된 선행연구들에서 나타난 바와 같이 우리의 전통색은 명도가 높은 맑은 색으로 주된 색조를 이룬 것으로 보인다. 한국은 위와 같은 오방색과 오간색을 제외한 모든 색을 잡색이라 하였고, 상색(相色), 상극(相剋)의 원리에 따라 서로 알맞게 조화를 이루도록 색채를 활용하였다.

즉, <표 1>에 표기된 것과 같은 간색이 정색과 함께 색의 명암과 농담을 살리는 색채의 문화를 가져왔다 하겠다.

전통 색을 현대 패션에 응용한 몇몇 사례를 살펴보면, <그림 4-1>은 청색과 소색을 적절히 조합한 것으로 조각보를 연상시키는 드레스이며 시원한 바다를 느끼게 한다. <그림 4-2>는 백색의 남성복으로 자연의 편안함을 주는 소박하고 소탈한 우리의 정서를 느낄 수 있다. <그림 4-3>은 한복치마를 상의에 적용시킨 홍색 투피스로 정열적인 진취성이 담긴 색의 묘미를 엿볼 수 있다. <그림 4-4>는 저고리와 궁고를 응용한 흑색의 투피스로 모던한 전통미를 물씬 풍긴다. <그림 4-5>는 색동의 한복치마를 연상시키는 탑과 스커트로 화려함의 극치를 보여준다.



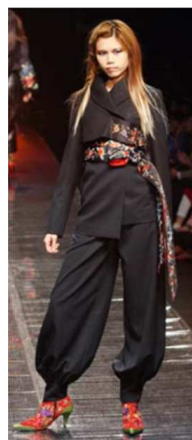
<그림 4-1>
김지혜 '03 S/S
Busan Collection



<그림 4-2>
진태욱 '2004 S/S,
Busan Collection



<그림 4-3>
이영희 '2003 F/W,
Seoul Collection



<그림 4-4>
설윤형 '2003 F/W,
Seoul Collection



<그림 4-3>
이상봉 '2004 S/S,
Paris Collection

<그림 4> 전통복식의 색을 응용한 현대패션

이와 같이 오방색을 조화롭게 응용하여 우리 고유색이 주는 깊은 맛의 전통미를 활용하고 있는 것을 볼 수 있다.

(4) 문양

문양이란 실제 혹은 공상적 물상의 양식화된 형태로, 의복에 있어서 장식적인 성격을 갖고 있는 인간 미의식의 혼이 담긴 문화유산으로 연속될 수 있다.⁵³⁾ 장식 조형은 시대와 민족의 조형양식의 특질을 가장 명백하게 보여주는 전형이라고 했듯이 장식활동으로서의 문양은 가장 순수하게 제나름대로의 향토와 시대의 조형적 성격을 반영 한다⁵⁴⁾는 점에서 중요한 디자인 요소이다. 한국 미술에 있어 문양은 모든 생활주변에서 주로 사용되는 기물들에 상서롭고 기쁜 일을 가져다준다고 믿어지는 고풍스런 상징물을 새기거나 그려 넣어 그 문양 자체로서도 부적의 효험이 있다고 생각하여 왔다.⁵⁵⁾ 즉, 장식문양은 가공할만한 천재지변에 대한 외경심과 탄생에 대한 신비와 죽음에 대한 공포, 수와 복을 누리며 자손만대 번창하고 풍요로운 삶과 부귀영화를 염원하는 마음이 깃들여 있어, 우리 선조들의 내세관과 현세관이 담겨 있는 매개체이다.⁵⁶⁾ 한국 복식에 표현된 문양들에도 오륜관, 삼다신앙, 장생신앙, 오복신앙 등이 담겨 있는데 그 표현 대상에 따라 자연주의 적인 문양과 비자연주의 적인 문양으로 나눌 수 있다.⁵⁷⁾ 그러므로 단순한 한복에 화려함과 장식성을 부여해 복식의 아름다움을 더욱 돋보이게 하는 문양에 대해 살펴보면 다음과 같다.

① 자연 주의적 문양

자연주의를 숭상한 우리나라는 자연현상에 의한 문양이 가장 많이 사용되

53) 신영선, 1998. 「문화인류학에서 찾아 본 복식의 정신문화」 교문사, p87.

54) 장문호, op. cit., p.141.

55) 임영주, 1998. 「한국전통문양」 제 1권, 예원, p.161.

56) Ibid., p.17.

57) Ibid., pp.273-275.

었으며, 각 형마다 주술이나 길상의 의미를 상징적으로 부여하였다. 표현 대상은 동물, 식물, 자연 등이며, 인공적으로 만들어진 동물(예: 용, 봉황, 삼족오) 일지라도 기존 자연물들의 조합으로 이루어 졌으므로 자연주의 문양에 해당된다.⁵⁸⁾ 동물 문양에는 용, 봉황, 기린, 학, 호랑이, 꿩, 나비, 거북, 박쥐, 삼족오, 물고기, 사슴, 매미, 귀신(도깨비) 등이 있으며, 식물 문양에는 연꽃, 사군자(매,난,국,죽), 석류, 모란(목단), 천도, 불수꽃과 열매, 자두꽃(이화), 포도, 장미꽃, 치자꽃, 소나무, 당초문 등이 있다. 십장생 문양에는 해, 산, 돌, 물, 구름, 소나무, 불로초, 거북, 학, 사슴이 있고, 자연 문양으로는 과도, 구름, 바위, 무지개, 산호, 해, 달, 별, 부락이나 부족 전체, 사람, 논, 밭, 산, 바다, 들, 바람, 비 등이 있다.^{59) 60) 61) 62) 63)}

② 비자연주의적 문양

인간의 상상에 의해 선과 형상, 색을 구성하는 문양을 말하며, 비묘사적으로 회화적 의의가 전혀 없다.⁶⁴⁾ 직선, 곡선, 점등으로 구성된 기하학적 도형과 특별한 사물의 형태와 무관하게 상상력과 창의력에 의한 추상적 형태들이다.⁶⁵⁾ 마크나 만(卍)자 문양, 문자 등도 상징적 의미를 갖고 있지만 기하학적 장식으로 비자연주의적 문양에 포함된다. 한국에선 뇌문(雷紋), 아(亞), 만(卍) 등과 수(壽), 복(福), 부(富), 귀(貴), 희(囍), 강령(康寧) 등의 문양이 있다.^{66) 67)}

58) 장문호, op. cit., p.155.

59) 이미혜, 1988. 현대 여성복식 디자인에 나타난 한국 전통복식 요소, 성신여자대학교 석사학위논문, p.15.

60) 이선영, 1989. 한복의 현황 및 예술화 전망, 효성여자대학교 석사학위논문, pp.17-25.

61) 최옥자, 1977. 실물로 본 색채와 무늬 고찰, 복식학회지, pp.9-10.

62) Yoon-Hee Kwon, 1979. Changing Function of Symbolism in Design of Korea Silk Textiles, Home Economics Reserch Journal, 8(1), p.19.

63) 임영주, op. cit., p.305.

64) Herbert Read, 1956. Art and Industry, 정시화(역), 1984. 「디자인론」 미진사. p.181.

65) 이은영, op. cit., pp.202-203.

66) 이미혜, op. cit., p.15.

67) Yoon-Hee Kwon, op. cit., p.19.

이상의 다양한 문양은 적합한 위치에 그 문양을 나타내고자하는 의도에 의해 배열되었다. 문양의 장식 부위는 의복의 전면에 하는 경우와 일부분에 하는 경우가 있는데, 의복 전체에 문양이 있는 것으로는 직문(織紋)과 수를 놓아 장식한 활옷이 있으며, 잔잔하고 은은한 아름다움을 느낄 수 있다. 장식 공간을 부분적으로 차지하는 경우는 흥배로 신분을 알리기 위해 가장 눈에 띄는 가슴에 위치하는 것과 스란단에 기하학적 문자문양이 선으로 배열되어 있는 것이 있다.

문양을 현대 패션에 응용한 몇몇 사례를 살펴보면, <그림 5-1>은 자연문양인 원앙과 모란 꽃을 응용하였고, <그림 5-2>는 자연문양인 산수화를 응용하였다. <그림 5-3>은 추상적인 자연 문양인 솟대를, <그림 5-4>는 비자연문양인 [壽]자와 [囍]자를 조각보 모양의 기하학적 무늬와 함께 표현하였다. <그림 5-5>는 떡살무늬와 같은 원문을 이용하여 심플한 이미지의 단조로움을 피하였다. 이밖에도 자연주의 문양으로는 닭, 대나무, 삼죽오, 산, 봉황, 용, 고구려벽화의 천인, 등을 이용하였고, 비자연주의 문양으로는 문자, 기하학적 문양을 주로 이용하였다. 가장 많이 사용하는 문양으로는 꽃문양인 것으로 나타났다.



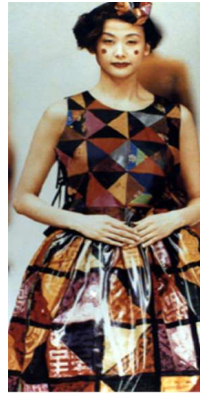
<그림 5-1>
설윤형
'02-'03 F/W,
Seoul Collection



<그림 5-2>
이신우
'01-'02 S/S
Seoul Collection



<그림 5-3>
이신우
'01-'02 S/S
Seoul Collection



<그림 5-4>
설윤형
'95-'96 F/W,
Seoul Collection



<그림 5-4>
이신우 '93 S/S,
「Fashion
Today」 1999. 1.

<그림 5> 전통 문양을 응용한 현대패션

(5) 장신구

장신구의 목적은 의복과 더불어 전체적인 미의 조화를 나타내는데 사용되지만 장신구 자체만으로도 조형성의 조건을 갖추고 있어 미적 특징을 지닌다. 그러므로 의복에선 보조 수단이지만 전체적인 조화를 볼 때 매우 다양한 복식미가 표출되며, 노리개 술이나 떨잠에서 볼 수 있는 잔잔한 움직임과 떨림에 의한 율동미 등을 예로 들 수 있다.⁶⁸⁾

전통 장신구는 머리를 수식하는 두식, 몸을 치장하는 패물류와 주머니로 나뉘어진다. 두식에는 남자용 관모, 여자용 머릿수건, 화관, 족두리,남바위, 조바위, 아얌, 풍차, 쓰개류 등이 있다. 수식으로는 뒤꽂이, 떨잠, 비녀, 땀기가 있으며, 뒤꽂이는 쪽머리 뒤에 꽂는 비녀 이외의 장신구의 총칭으로, 매화, 연꽃, 봉황, 나비 등의 모양으로 장식한 것이 있으며, 비취, 산호, 칠보, 진주 등의 재료를 사용한 머리장식으로서 가장 화려하고 최종 마무리를 지어주는 역할을 하였다. 떨잠은 의식때 왕비와 상류계급의 큰머리, 어여머리에 꽂았던 장신구로 나비형, 원형, 각형 등 여러 모양이 있고 칠보나 진주, 산호 등으로 장식하였다. 비녀는 상류층은 금, 은, 산호, 진주 등을, 서민들은 나무, 뚝쇠, 뽕 등의 재료를 주로 사용하였다. 형태도 신분에 따라 왕비는 용이나 봉황, 서민은 민자모양, 버섯모양 등의 비녀를 착용하였고 계절에 따라 다른 재료를 사용하였다. 패물에는 귀걸이, 가락지, 팔찌향갑, 노리개 등이 있었다. 장식성, 실용성, 주술성이 있고 저고리 고름이나 치마허리에 차는 장신구의 하나로 화려하면서도 기품과 섬세함을 지닌 노리개는 단작노리개, 삼작노리개, 오작노리개 등이 있다. 패물의 종류, 형태, 술의 종류에 따라서 다양한 것이 있는 노리개는 한국복식 미를 한층 더 돋보이게 해 주는 역할을 하였다. 가락지는 칠보, 옥, 도금, 은, 호박 등의 재료를 사용하였으며, 봄·가을에는 은, 칠보지환, 여름에는 옥지환, 겨울에는 금지환을 계절

68) 여상미, 박옥련. (1997). 현대복식에 활용된 한국복식의 디자인요소에 관한 연구. 경성대학교논문집, 18(2), p.72.

에 맞추어 끼었다. 귀걸이는 귀바퀴에 거는 것을 많이 사용하였는데, 단순한 장식의 보완을 위해 오색술을 달아 의식때만 주로 착용하였다. 주머니는 실용성 위주던 것이 차츰 장식적인 목적으로 많이 사용하였다. 양쪽에 모가 난 귀주머니, 둥근 모양의 두루주머니, 향낭 등은 단독으로 찻다. 오색의 술을 달아 아름답게 꾸민 주머니는 사용된 재료, 색, 문양 등에 따라 신분을 나타내기도 하였다⁶⁹⁾. 이처럼 의복의 단조로운 구성에 엑센트 역할을 하는 전통 장신구는 기능적인 역할과 장식적인 효과를 겸하면서 현대복식에서 한국적 이미지를 표현하는 중요한 요소로 자주 활용되고 있다.

장신구를 현대패션에 응용한 몇몇 사례를 살펴보면, <그림 6-1>은 두식인 아얌을 응용하여 단색 옷의 단조로움을 살렸으며, <그림 6-2>는 족두리를 이용하여 전통미가 어우러진 세련미를 잘 표현하였다. <그림 6-3>은 여러개의 복주머니를 겹쳐 허리 장식으로 응용한 것으로 상박하후의 여성미와 아름다움을 드러냈으며, <그림 6-4>는 허리장식으로 면류관을 응용하여 에스닉한 분위기의 고유미를 잘 살렸다.



<그림 6-1>
이영희
'02-'03 F/W,
SFAA Seoul
Collection

<그림 6-2>
설윤희
'95-'96 F/W,
SFAA Seoul
Collection

<그림 6-3>
설윤희
'95-'96 F/W,
SFAA Seoul
Collection

<그림 6-4>
설윤희
'02-'03 F/W,
SFAA Seoul
Collection

<그림 6-5>
이영희
'02-'03 S/S,
SFAA Seoul
Collection

<그림 6> 전통 장신구를 응용한 현대패션

69) 유희경, 김문자. 1998. 「한국복식문화사」 교문사, p.276-278.

<그림 6-5>는 노리개를 목걸이의 패턴트로 응용한 장신구로 머리의 비녀와 한복치마 형태를 응용한 드레스와 조화를 이루어 우아하고 세련되 보이는 작품이다. 이밖에 토시, 흉배, 왕관, 두건 등 장신구의 형태를 그대로 응용하여 소품으로 활용하는가 하면 옷의 디테일로 사용함으로써 전통미를 잘 표현하고 있다.

2. 한지와 한지직물

1) 한지의 역사적 배경

한지(韓紙)는 우리 고유의 종이로써 도입 시기는 학자마다 의견이 다르지만 중국의 영향을 받아 불교가 전래 된 시기인 고구려 소수림왕(371~383년) 또는 백제 침류왕 1년(AD 384)때로 보고 있다.

그러나 고구려 『삼국사기』의 "국초로부터 문자를 사용하여 어떤 사람이 국사 일백 권을 기술하여 서명을 유기(留記)라 하였던바 이때에 이르러 그것을 산수(刪修)하였던 것이다."⁷⁰⁾라는 기록에서 고구려의 창건부터 소수림왕 때까지 기록한 유기(留記)라는 사서(史書) 일백 권의 저술활동은 이미 종이의 생산이 전제로 된 것으로 보아야 한다. 후한의 채륜에 의해 종이 발명된 105년은 고구려의 태조왕(太祖王) 52년, 백제 기루왕(己婁王) 29년, 신라 파사왕(婆娑王) 26년으로 고구려, 백제, 신라가 국가형태를 갖추고도 1세기 이상이 된 시기이므로 충분히 종이생산이 국초에 가능하였을 것이다.

또한 『일본서기(日本書紀)』에는 "고구려 영양왕 20년(610)에 담징(담徵)이 종지와 벼루, 먹 을 일본에 전했다"는 기록이 있으며 정창원(正創院)에 보관되어 있는 신라의 호구, 전답, 가축, 수목 등을 조사, 기록한 『신라 장적기(神羅 帳籍記)』는 만들어진 연대는 알 수 없으나 신라 중기의 것으로 보이는 한지로 만든 것이다. 또한 1966년 불국사 석가탑 2층 탑신에서 발견된 무구정광대다라니경(無垢正光大다羅尼經)은 우리나라에 현존하는 가장 오랜 된 인쇄물로 751년에 만들어졌다.

그러므로 중국 후한 때보다 앞서 이미 신라에 종이0가 발명되었음을 추정할 수 있다. 송(宋)나라 손목(孫穆)이 지은 『계림지(鷄林志)』에 "고려저지

70) 박성익, 1978, 註解 『月嚴全集6』 예그린. p.73.

광백하애호 백추지(高麗楮紙光白하愛號 白추紙;고려 닥종이는 윤택이 나고 흰빛이 좋아서 백추지라 부른다)"라고 하였다. 『고려도경(高麗圖經)』, 『고반여사(考槃餘事)』, 『문방사고(文房肆攷)』 등 중국의 기록을 보면 고려지를 칭찬한 기록이 나오며 조공품(調貢品)으로 강요당하기도 했다는 기록이 있다. 71)

또한, 한지의 주원료인 닥은"저(楮)"가 중국에서는 기원전 2세기부터 기원후 2세기 사이에 "tag", 혹은 "tiag"라는 음으로 읽혔다고 한다. 그러므로 닥은 "저(楮)"의 음이"닥"으로 읽혀지고 있던 시기에 종이원료로서 우리나라에 들어왔을 것이다. 이후"닥"이라는 음은 화석화되어 훈(訓)이 되었고, 음(音)"저"는 6세기 이후 중국 의 음이 새롭게 들어온 결과일 것이다. 이같은 사실로 미루어 본다면 2세기경에 중국에서 우리나라에 종이나"저(楮)"를 사용한 제지법이 그 명칭과 함께 전래되었으리라는 추측이 가능하다.72)

한지의 역사를 요약해 보면, 삼국시대(기원전 18년~서기 668년)는 한지의 태동기라 할 수 있고 이때부터 우리 한지를 이름이 추측된다.73)

통일신라(서기 668년~935년)의 제지 중심지는 경주지방으로서 여기서 생산 하는 종이가 관용지의 수요를 충족하였을 것으로 추측된다.

고려시대(918년~1392년)는 우리 종이의 발전기였다. 이 시기는 본격적으로 원료, 생산자, 생산지에 대한 정책을 수립하고 시행하였다. 불교가 성행한 당시 사회, 문화적 배경으로 인하여 사경이 많았고 여러 겹을 붙인 종이가 많았다. 따라서 두껍고 질기며 광택있는 종이를 선호하였고 이에 적합한 닥나무를 수급하기 위하여 국가적인 관심을 기울였다.

종이생산은 공장(工匠)체제하에서 생산되었다. 공장은 관영공장과 사영공장이 있고 사원(寺院)의 수공업생산이 있다. 종이는 이들 공장 중 지장(紙

71) 전상운, 1970, 「한국 과학사」, 사이언스 북스, pp.241-284.

72) 이광린, 1958, 「이조 초기의 제조업」, 역사학보 제10, 역사학회편, p2.

73) 임영주, 상기호, 「1996, 종이공예문화」, 대원사, p.12.

匠)이 생산하였다. 고려시대에는 983년 각 지방에 지전(紙田)이라 하는 공전(公田)을 설치하여 종이의 생산을 국가가 독려하고 지소(紙所)와 묵소(墨所)에서 생산된 제품을 별공물(別貢物)로 바치게 하며⁷⁴⁾ 문구생산을 전문적으로 하는 상품유통구조로 발전케 하였다. 고려시대의 우수한 제지수공업은 국내의 상품유통의 진전과 대외의 무역성행의 영향으로 문종(1047~1082년) 때에는 관영서점이 도서의 출판과 판매를 하였고 폐지되었다가 1392년 서적원으로 복귀되어 인쇄수공업장으로 발전되었다. 지리적 조건이 좋은 지방에 지소를 설치했고 이곳을 중심으로 갖가지 원료를 사용한 특색있는 종이 만들어졌다. 종이에 다듬이질을 했고 노란색이나 감색으로 염색을 한 가공지가 많았다. 고려지는 견인하고 광택이 나고 희었다.⁷⁵⁾

조선시대(1392년~1882년) 전기는 우리나라 제지술의 완성기이다. 통제기관의 설치, 원료와 기술의 다양화, 용도의 대중화 등으로 표현될 수 있는 중요한 시기이다. 문물제도 개혁과 문화적 관심으로 태종때 국영 조지소를 설치하여 관영화하였고, 닥으로 만든 돈인 저화제도의 정착에 고심하는 등 제지공업의 중흥에 진력하기 시작했다. 세종때 조지소를 조지서로 개칭하여 역대 왕은 이 조지서를 통하여 당시 급격한 수요증대에 따른 원료의 조달, 종이의 규격화, 그리고 품질 개량을 연구·도모하였다. 수공업 중 제지생산은 가장 활발한 활동을 보였다.

근·현대(1882년~)에는 외국문물을 받아들이면서 고종 19년(1882) 종이를 제조하던 관서인 조지소가 관리의 개정으로 폐지되고, 구한말 양지(洋紙)의 유입으로 한지산업은 급격히 쇠퇴되었다. 해방 후 50년은 한지공업의 붕괴과정으로 정치·경제·사회적 혼란, 6.25전쟁, 군사혁명 이후의 선 공업 후 농촌 정책으로 한지 생산의 기반은 근본적으로 약화되었다.⁷⁶⁾ 이 후, 가내수공업의 형태로 겨우 명맥을 유지하면서 오늘에 이르고 있다.

74) 전상운, 1968, 「고려인쇄문화」, 독서신문사, p.193.

75) 정정수(1997), 전계서, p42.

76) 리문하인, 1961, 「우리나라 종이」, 제지35호, p.20.

<표 2>는 한지의 역사를 요약한 것이다.

<표 2> 한지의 역사

시대 구분	한지의 역사
삼국시대(서기 18년 ~ 668년)	태동기
통일신라시대(서기 668년 ~ 935년)	성장기
고려시대(서기 918년 ~ 1392년)	발전기
조선시대(서기 1392년 ~ 1882년)	제지술의 완성기
근·현대(서기 1982년 ~)	한지공업의 약화기

2) 한지의 종류와 특성

단종 2년(1454)에 편찬된 [세종실록지리지], [전라도 권공조]에 의하면 한지를 원료, 색상, 형태, 용도에 따라 분류하고 있다.

원료에 의해 고정지(藁精紙), 등지(藤紙), 마골지(麻骨紙), 마분지(馬糞紙), 분백지(粉白紙), 상지(桑紙), 송엽지(松葉紙), 송피지(松皮紙), 유목지(柳木紙), 유엽지(柳葉紙), 태장지(苔壯紙), 태지(苔紙), 황마지(黃麻紙), 백면지(白綿紙)로 분류하고 있다. 그리고 색상에 의해 운화지(雲花紙), 죽청지(竹靑紙), 황지(黃紙)로 분류된다.

형태인 크기와 두께에 의해 각지(角紙), 강갱지, 대호지(大好紙), 삼첩지(三疊紙), 선익지, 장지(壯紙), 대발지, 중발로 뜯 중발지, 소발지 등으로 분류한다. 그리고 용도에 의해 간지(簡紙), 갑의지(甲衣紙), 관교지(官教紙), 도배용으로 썼던 도배지(塗褙紙), 배접지(褙接紙), 봉물지(封物紙), 상소지(上疏紙), 전자지(扇子紙), 소지(燒紙), 시전지(詩箋紙), 시지(試紙), 장판지(壯版紙), 저주지(楮注紙), 족보지(族譜紙), 주유지(注油紙), 견양지(見樣紙), 창호지(窓戶紙-별완지(別浣紙)·삼첩지(三貼紙)), 책지(冊紙), 표지(表紙), 피지(皮

紙), 화본지(畵本紙), 화선지(畵宣紙), 혼서지(婚書紙), 세화지(歲華紙)가 있으며 이밖에도 자문지(資文紙), 주본지(奏本紙), 주지(注紙), 판부주지(判付注紙)등으로 분류하고 있다.

또한 위에서 기술한 분류 외에도 전주지(全州紙), 평강지(平康紙), 청풍지(淸風紙)와 같이 생산지(生産紙)에 의한 분류, 도련지(搗練紙), 태지(苔紙)와 같이 제조기법에 의한 분류 등이 있다.⁷⁷⁾

위에서 언급한 한지의 종류를 <표 3>과 같이 분류하여 정리하였다.

<표 3> 한지 종류 분류표

한지 분류	한지 종류
원료	고정지(藁精紙) : 구리짚을 원료로 하여 만든 종이 등 지(藤 紙) : 등나무를 원료로 만든 종이 마골지(麻骨紙) : 마의 대를 잘개 부수어 섞어 만든 종이 마분지(馬糞紙) : 짚을 잘개 부수어 섞어 만든 종이 분백지(粉白紙) : 분을 먹인 흰 종이 상 지(桑 紙) : 뽕나무 껍질을 섞어 만든 종이 송엽지(松葉紙) : 솔잎을 자게 부수어 섞어 만든 종이 송피지(松皮紙) : 닥나무에 소나무 속껍질을 섞어 만든 종이 유목지(柳木紙) : 버드나무를 잘개 부수어 섞어 만든 종이 유엽지(柳葉紙) : 버드나무 잎을 섞어 만든 종이 태장지(苔壯紙) : 털과 같이 가는 해초를 섞어 만든 종이 태 지(苔 紙) : 이끼를 섞어 만든 종이 황마지(黃麻紙) : 황마를 섞어 만든 종이 백면지(白綿紙) : 다른 원료와 목화를 섞어 만든 종이
색상	운화지(雲花紙) : 강원도 평강(平康)에서 나는 백색의 닥종이로, 구름과 같이 희다는 뜻에서 나온 명칭. 죽청지(竹靑紙) : 대나무 속껍질처럼 희고 얇다는 뜻에서 나온 명칭. 황 지(黃 紙) : 고정지 또는 그와 같이 누런 빛깔의 종이
형태	각지(角紙) : 가장 두꺼운 종이 강쟁지 : 넓고 두꺼운 종이

77) <http://www.wjhanji.co.kr>, Cyber Hanji Mujium, 2007. 01. 28

(크기, 두께)	<p>대호지(大好紙) : 품질이 그리 좋지 않은 넓고 긴 종이 삼첩지(三疊紙) : 백지보다 두껍고 장황이 크고 누런 종이 선익지 : 두께가 잠자리 날개처럼 얇은 종이 장지(壯紙) : 좁고 짧은 종이 대발지 : 2尺×3尺7寸의 대발로 뜬 종이 중발지 : 1尺9寸×3尺3寸의 중발로 뜬 종이 소발지 : 1尺7寸×3尺의 소발로 뜬 종이</p>
용도	<p>간지(簡紙) : 편지 등에 쓰이는 두루마리 종이를 말함. 갑의지(甲衣紙) : 병졸들이 겨울옷 속에 숨 대신 넣었던 종이 관교지(官教紙) : 나라 또는 관아에서 교지 명령을 내릴 때 썼던 종이 도배지(塗褙紙) : 도배용으로 썼던 종이 배접지(裱接紙) : 화선지 등 종이 뒷면에 붙여 썼던 종이 봉물지(封物紙) : 봉물에 썼던 종이 상소지(上疏紙) : 상소를 올릴 때 썼던 종이 선자지(扇子紙) : 부채를 만드는데 쓰이던 종이 소지(燒紙) : 신에게 소원할 때 태워 올리는 종이 시전지(詩箋紙) : 한시를 썼던 종이 시지(試紙) : 과거시험 칠 때 썼던 종이 장판지(壯版紙) : 방바닥을 바르는 종이 저주지(楮注紙) : 주화를 만들었던 종이 족보지(族譜紙) : 족보를 만들 때 썼던 종이 주유지(注油紙) : 양산을 만드는데 썼던 종이 창호지(窓戶紙) : 문을 바르는 종이 책지(冊紙) : 책 만드는데 썼던 종이 표지(表紙) : 책의 표지로 썼던 종이 피지(皮紙) : 피닥지로 만든 질이 낮은 종이 화본지(畫本紙) : 글체의 본을 썼던 종이 화선지(畫宣紙) : 그림이나 글을 썼던 종이 혼서지(婚書紙) : 혼서를 썼던 종이</p>

(출처: <http://www.wjhanji.co.kr>, Cyber Hanji Mujium)

한지는 먹물에 대한 발묵현상이 뛰어나고 모든 색상을 발현할 수 있으며, 유연한 접힘, 강인성, 및 통기성(공기 및 수분 투과성), 부드러운 감촉, 빠

른 흡수성, 그리고 방음성과 계절에 따른 방한성과 보온성 등이 양지에 비하여 뛰어난 특성을 가지고 있다.

이러한 한지의 특성을 강인성, 유연성, 보존성, 과학성, 보온성으로 간략히 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 강인성은 앞 물을 떠서 위로 보내고 옆 물을 떠서 반대 방향으로 보내는 90도 엇갈리게 뜨는 외발 뜨기로 섬유조직이 90도를 교차함으로 매우 질긴 성질을 갖는다.(인열강도 - 종이에 구멍을 낸 다음 잡아 다녔을 때 어느 정도의 힘까지 버티는가를 측정한다. 높은 수치를 보일수록 질긴 종이 가 된다. 한지는 900이상의 수치를 나타낸 반면 섬유 폭이 좁은 삼지닥나무를 사용해서 만든 화지와 잡목과 벗 집을 함께 섞어 만든 중국의 선지는 쉽게 찢어진다.)

둘째, 유연성은 다른 종기와 비교 시 매우 뛰어나며, 종이를 위아래로 잡아 다녔을 때 한지는 최고 62N에서 찢어지기 시작한 뒤 5mm가 더 늘어지고 나서야 완전히 절단되었다. 그에 반해 일본의 화지는 거의 없음을 볼 수 있다.⁷⁸⁾

셋째, 보존성(保存性)은 한지가 세계적인 관심을 보이는 것도 이 보존성 때문인데 이는 한지가 중성 초지인 것에 기인한다. 우리가 주로 사용하는 양지는 강한 산성(pH 4~5.5)으로 100년 정도 지나면 사용하기 어려울 정도로 산 가수분해 되어 최대 보존기간이 200년 정도이나 무구정관다라니경이 1200년 넘게 지질이 생생하게 보존됨을 볼 때 그 월등함을 알 수 있다. 이는 일본의 화지를 제외하고는 그 유래를 찾아 볼 수 없다.⁷⁹⁾

넷째, 과학성은 과학적으로 우수 인피섬유인 닥 섬유를 엉키지 않게 해 주는 닥풀은 비중이 1.5의 장섬유를 황축규 뿌리에서 나오는 천연고분자 점액으로 장섬유를 물에 엉키지 않게 분산시켜 섬유가 장시간 현탁상태를 유

78) 제공규(1973), 한지사 소고 논단, 서울: 서울국립중앙도서관, p.23.

79) 홍주령(2004), 한지를 이용한 의상디자인 연구, 덕성여자대학교 대학원, 석사학위논문, pp.9-10.

지할 수 있도록 함으로 젖은 상태에서 종이 가 잘 떨어지게 하는 역할과 물 빠짐이 좋게 한다.⁸⁰⁾

다섯째, 보온성은 한지가 섬유사이에 공간을 가지고 있어 외부공간과 내부공간을 잇는 사이를 유지하면서 계절에 유연한 자체반응을 보이고 보온과 보습의 기능을 가짐으로서 사계절 변화가 뚜렷한 우리 기후 환경에 적합한 예술매체다.⁸¹⁾

3) 한지직물에 대한 일반적 사항

한지 직물은 인체에 무해 한 닥나무의 인피섬유인 닥 섬유를 이용하여 제조된 한지를 기계로 꼬아 섬유를 만든 것이며, 굵기를 메리야스 섬유사 수준(25~40수)까지 줄인 것으로 황토수준의 원적외선 방출(방사율 0.9)과 항균성 및 암모니아(NH₃), 포름알데히드(HCHO) 등과 같은 환경유해물질을 제거하는 소취성능, 흡한속건성, 용이한 염색성 등 다양한 기능성을 보유하고 있는 21세기 유망 섬유 신소재이다. 특히 국산 한지 직물의 품질과 기능이 세계에서 가장 뛰어난 것으로 확인되고 있어 소재 빈곤에 시달리고 있는 국내 섬유산업 활성화에 획기적인 전환점을 예고하고 있다.⁸²⁾

한지사는 면과 마의 중간적인 특성을 유지하며, 제직과 편직이 모두 가능한 경량소재로 생분해성이 좋다. 또한 내구성 및 염색성, 내세탁성이 우수하고 단섬유이지만 모우가 없는 필라멘트사의 장점과 독특한 질감 및 감성을 지닌 친환경 천연소재이다. 그러므로 의류용 뿐 아니라 아토피 방지를 위한 인테리어용, 생활용품, 산업용 등 다양한 용도로의 실용화가 가능한 고

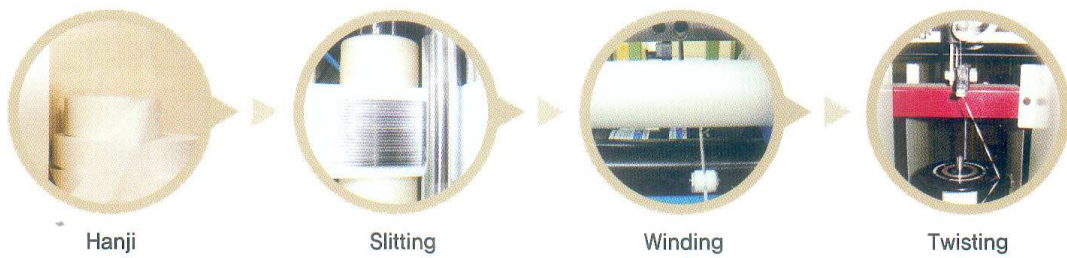
80) <http://www.hanji.com>.

81) 신동서(1989), 「중성지 기초와 기술」, 삼공장학재단,

82) 국제섬유뉴스 <http://www.itnk.co.kr>, 2006년 01월

부가가치 웰빙 섬유소재이며 이를 원료로 개발된 직물이 한지직물이다.⁸³⁾

한지사는 1g당 길이가 51m에 이르며, 제조공정은 <그림 7>과 같이 전통 한지에 비해 얇고 결점이 없으며 균제한 상태의 섬유용 기계 한지를 수십가닥의 미세폭(Min. 1.3mm)으로 슬리팅(Slitting)하고 일정한 장력으로 보빈에 권취(Winding)한 후, 연사(Twisting)한다. 현재 한지 100%를 비롯 한지/면, 한지/실크, 한지/금사, 한지/은사, 한지/메탈사, 한지/흡한속건사 등 다양한 복합사 생산이 가능하다.



<그림 7> 한지사 제조 공정

한지 직물의 생산 공정은 권사(winding), 정경(warping), 가호(sizing), 통경, 제직의 과정으로, 한지사 시직에 사용된 셔틀 직기에 의해 위사로 사용되는 모시 원사를 북에 감고 직기의 개구운동(shedding motion), 북침운동(picking motion), 바디침운동(beatting motion)의 주 운동으로 인해 경사와 위사가 서로 교차되면서 직물이 제직된다.⁸⁴⁾

닥 섬유 원사로 제조된 한지직물은 생활 속에서 불쾌감을 주는 3대 악취 중 하나인 암모니아에 대한 제거율이 99.5 % 이상으로 매우 우수하여 기능성 의류용으로도 이용이 가능하며, 주로 건축자재에서 발생하여 ‘새집증후군’의 원인이 되는 포름알데히드(HCHO), 휘발성 유기화합물(VOC; 벤젠, 톨

83) 한국니트사업연구원, 카다록, 2007. 04

84) 익산시, 니트산업연구원(2006) 닥섬유제품 개발사업 pp.57-59.

루엔)에 대하여 15~30 %의 제거율을 보이기 때문에 인테리어 소재 등으로 이용이 가능하다. 또한 증산성이 면사와 PET 섬유의 중간 정도로 면섬유보다 빠른 수분 발산성을 지녀 쾌적감을 주고, 적절한 수분 함유율을 지니고 있어 보습성이 있다. 인체의 생리작용을 활성화 시키고, 살균력 등을 지니고 있어 의류용 섬유뿐 아니라 산업용 섬유소재에서도 요구되는 기능성인 원적외선 방사율이 0.9로 숯(0.93)과 황토(0.92) 등과 유사한 방사율을 보인다. 뿐만아니라, 일본의 오오지상사가 루이비통 남성복에 적용시켜 화제를 모은 혼용률 10%의 화지소재보다 한지 혼용율을 50~75%선까지 끌어올린 최고급 수준이라는 평을 받고 있다.⁸⁵⁾

한지원사 대량생산에 따라 내의류, 스포츠웨어, 한복, 노인용품, 수의, 환자복, 병실침구, 벽지, 커튼, 생활용품, 등 의류와 인테리어 제품까지 다양한 용도 창출이 가능하다.⁸⁶⁾

4) 한지직물 산업현황

한지직물은 전북 익산의 한국니트산업 연구원과 강원도 원주 한지산업 개발원에서 연구 진행 중이며, 2005년 코엑스에서 열린 국제 한지 박람회에서 한국니트산업연구원이 개발한 한지섬유원사 및 시제품 전시회에 국내외 관심이 집중된 가운데 세 번수 방사는 물론 연사 등 기계화가 급진전되고 있고 이를 통한 완제품이 선보이면서 한지직물 상업화가 본격 열리게 되었다.

이로써 한지가 기존 제지(製紙)적 관점에서 섬유산업으로 발전해 제직과 염색은 물론 세탁에도 아무런 문제가 없는 기능성 섬유물성을 갖추고 있는 새로운 소재로서 유망산업으로 각광받게 됐다.

85) 한지, 패션소재로 급부상, 섬유신문, <http://www.ktnews.com/>, 2006. 4. 6

86) 속옷·운도복·커튼·운동화...한지의 변신은 무죄, 문화일보, <http://www.munhwa.com/>, 2006. 06.11

현재 한지사의 주원료인 기계한지 제작은 지리산한지와 천양제지가 생산하고 있으며, 우리나라에서 유일한 한지사 생산업체인 익산 쌍영방직(주)가 한국니트산업연구원이 3년간 개발한 기술을 이전받아 하루 300kg씩 한지사를 생산하고 있다. 또한 한지직물은 기존의 일반 원단 생산업체인 신성실크 등 몇몇 영세 중소기업체가 생산을 하고 있어, 한지사 및 한지직물은 일부 양산 중에 있으나 기계설비 증설 등의 문제로 인하여 대량생산에는 미치지 못하는 실정이다. 한지직물 제품 시판은 쌍방울을 비롯하여 의류봉제업체인 성실섬유, 합동섬유, 지누리 등 다양한 업체에서 유아복, 이너웨어 및 아웃웨어, 수의, 양말, 인테리어(생활용품), 개량한복 등을 일부 판매중이거나 판매할 계획이다. 특히, 한지사 제조방법이나 생산 분야는 니트 산업연구원에서 특허출원한 기술에 대해 업체에 기술 실시권을 부여하여 생산하고 있으며 기술보호를 위한 보완 특허가 지속적으로 출원중(현재 5건 출원 및 등록)이다.

산·학·연·관 유기적인 네트워크 형성에 있어서는 2005년 3월 말부터 산업지원부 지역혁신특성화 사업(RIS)을 진행 중이고, 한국니트산업연구원을 주관으로 전라북도, 익산시, 전북대, 군장대, 호원대, 전북발전연구원, 섬유 및 한지업체 등이 참여하여 총 42억원(국비 30억, 지방비 7억5천만원)을 투자지원 받고 있다. 특히, 한지사의 원료인 닥나무가 현재 중국·태국·베트남 등 동남아에서 90%이상 수입의존하고 있는 실정에서 익산시가 닥나무 식재에서부터 펄프제조, 섬유제품화, 마케팅에 이르기까지 1차산업에서부터 3차산업까지 연계한 ‘한지(닥) 섬유 산업화 클러스터 구축’을 추진하고 있어 주목을 받고 있다.⁸⁷⁾

마케팅관련 홍보부분에서는 2005년부터 원주와 대구 EXCO, 서울 COEX, ‘2007 파리 TEXWORLD’ 등에서 전시 홍보를 하고 있으며, 2007년 3월 인사동에 원주 한지기술발전진흥회가 한지전문유통센터를 개장하여 홍

87) 익산, 닥섬유산업중심지로 부상, 전북일보, <http://www.jeonbukilbo.co.kr>, 2006. 05. 24

보 및 일부 품목을 판매하고 있다. 또한, 전주시는 2007년 4월 18일 인사동 쌈지길에서 천년전주명품이라는 주제아래 “온”브랜드사업단 개막을 통해 한지직물을 알리는가하면, 한지직물을 개발하고 있는 익산의 한국니트산업연구원과 일본 관련단체와 업계 공동으로 과리에서 열리는 섬유소재전시회에 출품하는 등 한지섬유산업이 급진적으로 발전하고 있다.

이로 미루어 보아 원주와 전주 두지역간의 지역특성화 사업으로써는 매우 바람직하나, 이에 머물지 말고 유망 신소재인 한지직물 명품화를 위해 정부가 주체로한 국가섬유사업으로의 추진을 기대해본다. 또한, 이를 위한 두지역간의 산·학·연·관의 유대적인 네트워크 형성은 물론, 이를 전국적으로 확대 진행하고자하는 노력이 뒤따라야 할 것으로 사료된다.

5) 한지사 시제품

현재 97%정도 개발진행 중인 한지사의 시제품인 양말, 유·아동복, 남성 내의류, 여성 외의류, 니트, 남성용 드레스셔츠, 생활 한복, 패션소품으로 간략히 살펴보았다.

한지사 양말<그림 8>은 항균성, 소취성, 흡한속건성, 원적외선 방사 등의 기능이 탁 섬유 자체에 보유되어 있고 잦은 세탁에서도 영구적으로 기능성이 유지되는 우수한 기능성 제품으로 나일론/한지 복합사와 선염 한지사를 이용하여 다양한 종류의 양말 시제품이 제작되었다. 양말 제조에 이용된 한지사는 제품의 다양화를 위해 선염하여 사용하였으며, 한지사 함량 60%, 기타 나일론, 스판덱스, 고무사, 보수사 등을 사용하여 제조하기도 한다. 특히 나일론/한지 복합사를 이용한 양말은 기존의 일반 면양말에서 발생하는 필링 현상이 수십회 반복된 세탁에 의해서도 전혀 발생되지 않는 아주 우수한 항필링 특성이 있다.

최근 유·아동에게 흔히 발생되어 크게 급증하고 있는 아토피성 피부질환은 공해 및 환경 호르몬의 다량 방출 등, 환경적인 요인이 발생의 주요 원인으로 지목되고 있다. 면역력이 약한 피부를 갖는 유아나 아동의 경우 일상생활에 있어 유기농 식품의 섭취와 한지사와 같은 친환경 천연소재의 사용은 매우 중요한 관건이며, 이를 개선하게 위해 시제품화된 유·아동복<그림 9>은 항 아토피성과 알레르기성을 갖는 기능성 제품이다.

보다 쾌적하고 청결한 생활환경을 지향하는 현대인들은 건강한 삶을 영위하기 위해 의류에 위생적 기능을 부여하기를 원한다. 이 같은 소비자의 요구에 부응하여 소취성, 항균성 등 다양한 기능성을 보유한 한지사 직물에 천연 항균작용을 갖고 있는 치자를 염색한 남성용 속옷<그림 10-1>과 100% 한지사 직물의 까칠까칠한 촉감 및 뻣뻣함을 개선하기 위해 실크와 교직함으로서 한지사 직물의 부드러움과 유연성을 부여한 시제품<그림 10-2>이 제작되었다.

그밖에 여성 속옷<그림 11> 니트<그림 12>, 여성 외의류<그림 13>, 남성용드레스셔츠<그림 14>, 넥타이<그림 15>, 지갑<그림 16>과 같은 패션소품과 천연 웰빙 섬유소재인 한지사의 친환경성을 강조한 100% 한지사로 제작된 직물을 반응염료 염색 대신 천연 염재인 쪽 및 소목을 이용하여 천연염색한 생활 한복 <그림 17>의 등이 시제품 되어 주목을 받고 있다. 현재 패션업계의 상업화가 추진 중이다.

일본의 경우 마닐라삼이 주원료인 일본 화지사(和紙絲)를 이용한 의류제품은 대중화되어 판매되고 있지는 않다. 그러나 양말제품<그림 18>의 경우에는 백화점내 대형 양말전문점에서 신사용양말, 발가락양말, 패션양말 등 다양한 디자인의 제품이 평균 1500엔(15,000원)의 고가에 판매되고 있다.⁸⁸⁾

88) 익산시, op.cit., pp.71-76.



<그림 8>한지사 및 나일론/한지 복합사로 제조된 양말



<그림 9>나일론/한지 복합사 편물 및 한지사 직물 유·아동복



<그림 10-1>치자 염색된 남성 내의류



<그림 10-2>한지사/실크 복합사로 제조된 남성내의류



<그림 11> 여성 내의



<그림 12> 한지/텐셀 교편직물을 이용한 여성 니트 셔츠



<그림 13>
한지사 직물 및 복합사
니트로 제조된 여성 의의류



<그림 14>
한지사 직물로 제작된 남성용 와이셔츠



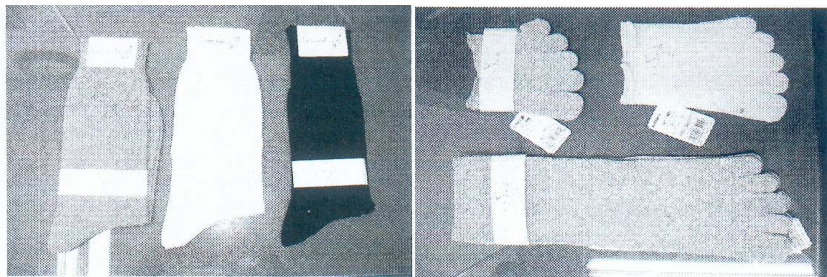
<그림 15>
한지사 직물로
제작된 넥타이



<그림 16> 한지사 직물로 제작된소품



<그림 17>한지사
직물소재 생활한복



<그림 18> 일본 화지사 양말

6) 한지직물의 물리적 특성

한지직물의 물리적 특성은 기계한지와 한지사, 그리고 한지사 원단으로 구분하여 살펴보고자 한다.

첫째, 기계한지의 물리적 특성은 크게 강도적 성질과 구조적 성질로 나타낼 수 있다. 기계한지의 구조적성질은 평량(basis weight, grammage), 두께, 밀도, 지합(formation), 방향성, 양면성, 평활도(smoothness) 및 유공성(porosity) 등으로 나타내며, 성질에 따라 크게 세 범주로 나눌 수 있다. 펄프의 유연성, 고해조건 및 수준에 따라 섬유간 결합이 크게 영향을 받으며, 그 결과 종이의 밀도, 강도적 성질 및 광학적 성질의 변화를 가져온다. 따라서 밀도와 종이의 강도적 성질과는 매우 밀접한 관계를 나타낸다. 종이의 방향성은 펄프가 초지기 주행방향으로 보다 많이 배열되기 때문에 나타나는 현상으로, 종이의 제반 성질이 영향을 받기 때문에 용도에 따라 방향성을 고려하여야 한다. 특히 한지 원사제조용 기계한지의 경우 기계방향의 강도가 매우 중요하기 때문에 방향성을 높여야 한다.

일반적으로 종이의 강도적 성질은 인장강도, 파열강도, 인열강도, 내절도 및 강성도(stiffness) 등으로 표시되는데, 기존의 기계한지의 경우 닥 섬유의 배향이 랜덤하게 이루어져 기계방향에 대한 인장력이 낮으나, 원사 제조용 기계한지의 경우 섬유장 배열이 기계방향으로 높게 배향되어 있어 높은 인장력을 지니게 된다. 기계한지 제조 시에 세라믹과 같은 미세한 입자를 첨가하여 주면, 섬유와 입자 사이의 결합력으로 인하여 종이 내부 응력이 증가하여 인장력이 증가한다. 하지만 입자의 크기가 균일하지 않을 경우 오히려 부분적으로 인장력을 감소시키며, 입자들로 인한 내부 응력 증가는 종이의 강성도(stiffness)를 증가시켜 한지 원사 제조 시 균일한 꼬임이 부여되지 않으며, 또한 섬유들의 자유도 저하를 초래하여 섬유 간 결합을 파

괴하는 원인이 되기도 한다. 닥 섬유의 내피부를 이용하여 제조한 기계한지의 경우, 섬유가 부드러워 유연하고 광택이 있는 한지를 제조할 수 있으나 비인장강도가 낮은 단점이 있다.⁸⁹⁾

둘째, 한지사의 물리적 특성을 살펴보면 다음과 같다. 한지사는 슬리터에 의해 일정한 폭으로 절단된 기계한지에 꼬임을 부여해 한지 원사를 제조하게 되는데, 이때 기계한지의 평량 및 두께와 같은 구조적 성질과 강연도(stiffness)와 같은 물리적 성질이 중요한 인자로 작용하게 된다. 일반적으로 초지공정을 거쳐 제조된 기계한지는 섬유들이 부직포와 같이 랜덤하게 분산되어 있는 형태를 취하게 된다. 이러한 형태의 부직포에 일정한 꼬임을 가하게 되면 섬유들 간의 접촉 면적이 증가하여 강도가 향상된다. 이때 한지의 상태가 고르지 못하여 균일한 꼬임이 부여되지 못하면, 꼬임이 덜 부여된 부분의 강도가 낮아져 불균일한 원사가 제조된다. 한지사의 경우 자체의 물리적 취약성이 있어, 이를 보완하기 위하여 다양한 형태의 복합사를 제조한다.⁹⁰⁾

셋째, 한지사 원단의 물리적 특성으로 한지사는 불안정 하고 취약한 원사 물성을 지니고 있어 제직 및 편직에 많은 제약이 따른다. 제직의 경우 낮은 원사 강도로 인한 생산성 저하 및 직기에 따른 경·위사 사용 제약 등이 있으며, 편직의 경우 높은 강연도와 낮은 신장회복률로 인한 제약이 따른다. 과일강도는 주변을 고정된 포에 압력을 가하기 때문에 모든 방향으로 힘이 가해져 경사와 위사가 동시에 신장되다가 결국 과일될 때의 강도를 말한다. 경사와 위사의 절단 상태를 관찰하면 경사와 위사 강도의 관계를 알 수도 있다. 한지사의 경우 염색 후 수축이 발생하는데, 이는 주로 알칼리 영향에 의한 것으로 알칼리 첨가량이 증가하면 수축이 심하게 발생하고, 알칼리에 의해 한지사는 손상되어 전체적인 강도가 저하된다. 평량과 알칼리 첨가량

89) Ibid., pp.77-79.

90) Ibid., p82.

이 유사한 한지편물과 한지/나일론복합사 평편물의 경우, 복합사의 강도가 일반 한지사에 비해 약 30% 높아, 원단의 경우에서도 약 30% 정도 파열강도가 높게 나타난다.

필링성(Pilling Resistance)은 직물의 표면에 나와 있는 잔털이 마찰에 의해 이동한 다음 섬유가 엉켜서 형성되는 필(Pill)의 발생에 대한 저항이 어느 정도인가를 평가하는 시험으로 그 결과를 시각적으로 비교, 판정하는 방법이 많이 쓰인다. 특히 기모직물, 편직물, 화학섬유 방적사 직물 또는 화학섬유 방적사가 혼용된 직물은 필이 발생하여 외관 품위를 손상시키는 경우가 많다. 일반적으로 편성물에 사용되는 실은 직물용 실에 비하여 유연성이 많이 요구되기 때문에 실의 꼬임이 많지 않다. 그러나 한지사는 닥 섬유가 부직포 형태로 호제를 통하여 결합되어 있는 기계한지를 잘라서 꼬아 만들기 때문에, 방적사와 같은 단섬유의 집합체이지만, 필라멘트 섬유와 같이 표면에 잔털이 없는 원사의 형태를 지니고 있어 필이 발생할 가능성이 낮다.⁹¹⁾

91) Ibid., pp.86-91.

3. 에코디자인

1) 에코디자인의 사회문화적 배경

에코디자인은 에콜로지에서 유래한 에코(Eco)와 디자인(Design)의 합성어로 1970년대부터 대두되기 시작하여 최근에는 디자인 대상의 형태나 기능을 포함한 디자인 주제나 개발과정 및 디자인 평가 부분에까지 그 범위가 확대된 친 환경적 디자인 개념이다.⁹²⁾

미래 지향적인 과학 기술 발전의 결과로, 자연 생태계를 파괴시키는 지구 온난화 현상, 기후 변화, 삼림 훼손, 생활폐기물, 수질과 대기오염, 환경 호르몬 등은 환경문제에서 공통으로 지적되는 것으로서 선진국뿐만 아니라 미개발 국가 등에 이르기까지 세계적 규모로 확산 되고 있다. 이러한 세계 여러 나라의 환경운동은 생명체와 인간이 상호 연관되고 전체적으로 결합되는 생활방식이나 사회적 규범을 명확하게 실현하는 것으로 에코 디자인의 실제와 이론에까지 영향을 주었다.

또한, 자연생태계 위기와 환경 문제는 인간의 생활양식 뿐 아니라 정치, 경제, 문화에 대한 총체적인 전환을 알리는 총론적인 메시지로 이시대 인류에게 새롭게 던져진 과제임에 틀림없다.⁹³⁾

사회 전반에 걸쳐 환경문제를 적극적이고 실천적인 방향으로 해결하고자 하는 움직임이 나타나기 시작하면서 인간과 자연의 관계 회복을 위한 관심과 노력이 확산되었다. 최근 국내에서도 사회적으로 중요한 관심을 끌고 있다.

92) 서문정, 2003. 에코패션디자인의 개념 정립과 사용자 참여 프로세스의 실천방안 연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문. p.9.

93) 김자경, 『자연과 함께하는 건축』, 시공문화사, 2004, pp.102-106.

환경 문제가 본격적으로 사회문제로 대두되기 시작한 것은 1962년 미국의 해양 과학자인 레이첼 카슨에 의해서이며, 1976년 6월 개최된 유엔 인간 환경 회의에서 "하나밖에 없는 지구"라는 슬로건을 채택하는 등 여러 가지 환경운동들이 나타났다. 80년대에 들어서 UN을 중심으로 환경보존과 개발 문제가 논의되어 '지속 가능한 개발(development for continuance)'의 개념이 정립되었고, 80년대 중반 이후 국제환경협약 체결이 확산되면서 지구환경문제를 둘러싼 국제적 논의는 구속력 있는 국제 규범으로 나타나기 시작하였다.⁹⁴⁾ 1987년 UN 부른트란트 위원회(Brundtland Committee)의 인류의 공동 미래(Our Common Future)라는 보고서는 지구 자원 유지개발의 필요성을 선언하였다. 이때 이후 미래의 지구 자원을 유지하고 지탱하는데 기여할 수 있는 디자인을 의미하는 '지구자원 유지가능 디자인'이란 개념이 알려지기 시작하였다.

1990년대에 들어와서 환경 문제는 사회, 경제, 윤리, 국제적 이해관계의 문제로 비약되어 아주 급진적으로 발전하며 각종 국제협약들이 가동되었다.

또한 다양한 분야로 확산된 환경보호를 위한 활동은 유엔 환경 개발회의에서 리오 선언, 국제표준화기구, 경제개발 협력기구 등 몇몇 국제기구들을 중심으로 국제적 환경 규제에 대한 논의가 본격화되었다.⁹⁵⁾ 1994년 전 세계 40개국 360명의 네트워크, 18개발 국가와 개발 전환 국가들이 포함된 "지구 자원 유지가능 제품 개발"에 관한 UNEF의 워킹그룹 리서치 프로그램이 실행되기도 하였다.⁹⁶⁾

국내의 디자인 분야에서도 그린디자인에 관한 이론이 등장하며, 90년대부터 에코디자인 개념으로 발전하게 되었다.

에코디자인의 사회문화적 배경은 첫째, 끊임없이 소비자, 사용자, 시장으

94) 이두호, 1993, 「인간환경론」, 서울: 나남, p.243.

95) 김형락, 1996, 「국제환경보호와 무역규제에 관한 연구」, 서울대학교 행정대학교 석사학위논문, p.26.

96) 정시화, 1998, 「디자인의 형상성」, 미간행, p.164.

로부터 친환경 제품을 요구하고 있다는 점, 둘째, 환경지향 마케팅 경쟁을 통해서 에코디자인을 비즈니스화 하지 않을 수 없게 된 상황, 셋째, 학술 단체의 환경 관련 연구와 그린 피스(Green Peace)와 같은 환경 보호단체, 소비자 보호 단체의 압력 등에서 출발하게 되었다고 할 수 있다.⁹⁷⁾ 특히 타 분야의 기술까지 광범위하게 포함하는 일련의 과정인 디자인 분야에서도 사회적 책임을 느끼고 환경 문제 해결을 위해 디자이너가 무엇을 할 수 있는가를 생각하게 되었고, 이를 실천할 다양한 방법도 모색하게 되었다.

에코디자인은 이제 기업이 시장에서 생존하기 위한 연구과제의 하나로 인식되고 있으며 환경보호주의자들, 소비자 보호단체, 그리고 사용자들의 새로운 환경인식과 태도 변화, 정부의 환경 규제 등은 기업의 친환경 제품 개발의식과 경영에 결정적으로 영향을 주고 있다.⁹⁸⁾

패션 분야를 통해서도 에코디자인 인식을 찾아 볼 수 있는데, 1983년 "핵 무기 철폐", "산성비는 이제 그만"등의 구호가 적힌 티셔츠를 발표하고, 1991년 미국의 필드 크래프트사와 함께 "그린 코튼 2000"이라는 캠페인을 펼쳤던 캐더린 햄릿(Catherine Hamlet)은 "환경 파괴를 디자이너의 힘으로 막을 수 있다"고 주장하였다.⁹⁹⁾

에코디자인은 20세기 후반의 사조들과 밀접하게 연결되어 현대 사회 전반에 영향을 주는 에콜로지를 근본으로, 생태계를 하나의 생명체로 인식하는 전체적이고 유기적인 자연관을 모색하고 있으며, 자연과 인간을 분리하지 않고 하나의 통합된 관계망으로 이해하고자 하는 것이다. 지금까지 미를 창조하고, 인간 생활의 질적 향상에 중심적 역할을 해왔던 디자인의 역할은 환경오염으로 인한 세계적 위기상황을 극복하고 해결하고자하는 친환경적 방향으로 전환되고 있다.

97)정시화, op.cit., p.165.

98) 서현수, 2005, 시스템·카오스 관점에 의한 에코패션디자인 연구, 서울대학교 대학원 박사학위, p.24.

99) 서문정, op.cit., p.9.

2) 에코디자인의 특성

에코 디자인의 특성을 선행 연구들이 디자인에 있어서 매우 강조하고 있는 ‘정신적 특성’과 환경보존 및 인간의 편리를 도모하고 인간과 자연을 동시에 이롭게 하려는 목적의식이 분명한 ‘기능적 특성’으로 나누어 고찰하였다.

① 정신적 특성

오늘날 파괴된 생태 환경이 주는 위협은 물질적인 환경파괴뿐만 아니라 현대사회 속에서 보다 큰 위험 요소가 될 수 있는 정신의 황폐화 현상인 정신적인 환경 파괴에 따른 것도 포함된다. 이러한 생태학적 지각은 정신적인 자각이고 생태학적 패러다임은 과학의 틀을 넘어서 모든 생명의 일체성, 다양한 현상들의 상호의존성, 그 변화와 변형의 순환성 등으로 나아가게 하는 인식에 뿌리를 두고 있다.¹⁰⁰⁾ 이러한 관점에서 빅터 파파넥(Victor Papanek)은 디자인에서 가장 중요한 것은 바로 정신이며, 디자인은 물질과 정신이 하나로 융합된 대상이라고 하였다. 그리고 에코디자인은 인류가 친밀한 결속력을 다지기 위한 일종의 정신적 거듭나기이며 새로운 각오이자 생태학적 미학에 관한 강렬한 열망이라고 하였다.¹⁰¹⁾

에코디자인의 정신적 특성은 그 뿌리를 인간중심적 윤리관을 바탕으로 인간 삶의 질 향상을 목적으로 하는 ‘윤리성’과 생태계의 생성원리 및 특성에 근거하여 보존하고자하는 자연중심적 윤리관을 바탕으로 한 ‘자연성’에서 찾을 수 있다. 에코디자인은 물질적 풍요와 욕망 충족에서 벗어나서 정신적 탐구를 바탕으로 하는 디자인으로의 전향을 제시하며 디자인 용품이 쓰여질 용도 및 활용에 중요한 가치를 두고 이루어지는 디자인¹⁰²⁾임과 동시에

100) 경상대 인문학 연구소, 2001, 「인문학과 생태학」, 백의, p.89.

101) 조영식, 2000, 「인간과 디자인의 교감-빅터파파넥」, (주)디자인하우스, p.1.

생태학적 사고체계로의 인식의 전환을 디자인에 적용하는 것¹⁰²⁾이다. 이 두 가지 측면에서 에코디자인의 정신적 특성은 자연과 인간과의 관계를 적절히 조합한 새로운 관계를 제시한다. 또한 디자이너는 생태계 파괴 대처에 주저하지 않으며 적어도 원형을 회복시키는데 영향을 줄 수 있는 대안과 방법을 찾는데 게을리 해서는 안 된다는 디자이너의 의무를 암시하고 있다.

에코디자인이 에콜로지 풍의 디자인이나, 그린 디자인 등을 포함하면서도 차별성을 갖는 것은 자연 보존과 동시에 인간의 편리와 삶의 질 향상을 위한 필요를 위한 디자인이나 장애인이나 소외된 계층을 위한 디자인 등 인간의 편리도 고려되는 것이 마땅함을 주장한다는 데 있다.

즉, 에코디자인의 정신적 특성은 상업적 자본주의의 경제성장에만 초점을 둔 디자인이 아닌, 삶의 질 향상과 공동 선 지향을 목표로 인간의 건강과 편리를 도모하고 자연의 섭리존중 및 인간은 곧 자연의 일부라는 천인합일의 가치관을 바탕으로 자연으로의 회귀를 의도하는 디자인 사상을 의미하는 것이다.

② 기능적 특성

에코 디자인의 궁극적 목표를 ‘건강한 지구에서의 건강한 인류의 삶 지속’으로 보고 크게 인간을 위한 디자인과 자연을 위한 디자인 두 가지의 기능적 특징으로 나누어서 고찰하였다.

가. 인간을 위한 디자인

인간을 위한 디자인이란 인간 중심적 윤리관에 바탕을 둔 개념으로서 일상생활의 편리부터 건강유지, 증진, 치료의 기능을 하는 디자인을 뜻하며, 대표적인 두 가지의 디자인 개념으로 필요를 위한 디자인과 유니버설 디자

102) 빅터 파파넥, 현용순, 이은재 역, 1983, 「인간을 위한 디자인」, 미진사, p.144.

103) 서문정, op. cit., p.9.

인으로 고찰해 보고자 한다.

필요를 위한 디자인(Design for Need)은 빅터 파파넬에 의해 처음 사용된 용어로 새로운 것이나 소유에 대한 욕망의 충족을 위해서가 아닌, 진정한 '필요'에 의해 디자인 된 것을 말한다. 이는 일시적인 욕구보다는 꼭 필요한 것, 영구한 필요성을 실천하는 것으로 노인이나 문맹자, 장애인이나 환자의 일상생활의 편리성 증대와 모든 인간의 건강 유지, 증진을 위해 효율성을 높인 디자인이 포함된다.

이러한 디자인 이론은 디자이너에게는 기업의 이윤추구를 위해서 봉사하기 보다는 지체부자유자의 교육과 훈련을 위한 디자인, 미개발 지역의 디자인, 실험 조사용 디자인, 의료기기 디자인, 악조건하의 생활을 위한 디자인, 발명개념의 디자인 등과 같은 실제로 잘 알려지지 않은 수많은 디자인의 영역과 제 3세계의 문제를 해결하는 데에 디자이너들의 재능이 발휘되어야 할 도덕적 책임이 있다는 이론이다.¹⁰⁴⁾

유니버설 디자인이란, '모든 인류를 위한 디자인(Design for all people)'이라는 취지 아래 생겨난 개념으로, '평생디자인'이라고도 하며, 모든 인류가 상황적 장애에 처하게 될 경우 사용에 불편함이 없도록 인간의 편리를 고려해 만든 디자인을 말한다. 즉, 무장애 디자인(Barrier Free Design)에서 출발한 유니버설 디자인은 현재 장애인, 노인을 위한 디자인이라는 개념을 넘어 다양한 능력과 인간의 전체 생애주기를 수용하는 디자인 개념으로까지 발전되었다. 일반인뿐만 아니라 일시적 장애를 포함한 모든 장애를 극복하고자 하는 목적을 갖는 디자인이다. 어린이와 노인이 사용할 수 있는 환경과 상품창조를 추구하며, 우리가 일반적으로 생각하는 신체적인 능력의 부족함만이 아니라, 상황이나 연령에 따라 모든 사람이 가지고 있는 특정부분의 핸디캡 모두를 장애의 개념으로 보는 것이다. 지금까지 장애인을 위한 디자인은 상실된 능력을 보완해주는 상품(예를 들면 보철 디자인)과 환경을

104) 조영식, op. cit., p.109.

특별하게 만들거나 혹은 장애물을 제거해 보다 접근이 용이하도록 하는 것이었다. 그러나 유니버설 디자인은 이러한 양 측면을 통합해 보다 폭넓은 시각으로 인간을 관찰하는 진일보한 디자인이라 할 수 있다.¹⁰⁵⁾

나. 자연을 위한 디자인

자연을 위한 디자인이란 인간도 자연의 일부라는 자연 중심적 윤리관에 바탕을 둔 개념으로서 자연 보호 및 자원의 절약, 오염물질 감소 등의 기능을 하는 디자인을 뜻한다.

빅터 파파넥은 자연을 위한 디자인 방법중의 하나로 줄이기 위한 디자인이라는 개념을 소개했는데, 즉, 제품의 수는 최소로 줄이고 삶의 질은 최대화하는 삶의 방식을 말한다.¹⁰⁶⁾ 줄이기 위한 디자인의 한 방법으로 대체 아이디어, 대체물질, 또는 대체 디자인은 70년대의 반산업주의 의식과 자급자족의 이념을 반영한다. 대체 에너지인 태양에너지 활용에 대한 연구가 한동안 건축과 디자인에 활용되었으며, 오염원을 유발하지 않는 편리한 수송수단인 자전거에 대한 관심이 높아짐에 따라 자전거 디자인과 사용되는 재료에 대한 기술혁신이 요구되고 있다. 시각디자인에서는 재생종이를 적극 사용하고 패션디자인에서는 천연섬유를 적극적으로 사용하는 등 혁신적인 디자인 구성과 신기술을 통하여 자원의 최소화와 환경오염방지를 실천하고 있다. 최근 지구자원과 시간까지 지나치게 소모시키는 현재의 산업생산 시스템을 변화시켜 생활에 필요한 물건을 줄이는 여러 가지 방법이 이론적으로 제기되고, 자연을 위한 디자인의 한 맥락으로 '4R 비즈니스'라는 개념도 생겨났다. 이는 재활용과 관련된 사업인, 리폼(Reform), 렌탈(Rental), 리페어(Repair), 리필(Refill)의 약자¹⁰⁷⁾로 모두 쓰레기를 줄이고 자원을 절약하는 구체적인 방법의 하나로 줄이기 위한 디자인 개념과도 그 맥락을 같이한다.

105) 네이버 지식검색, 2007.01.17 검색

106) 빅터 파파넥, 조영식 역, 1998, 「녹색 위기」, (주)조형교육, p.57.

107) 조선일보 swpark.chosun.com, 2007.01.17 검색

본 장에서 고찰한 에코 디자인의 기능적 특성을 정리하면 다음의 <표 4>와 같다.

<표 4> 에코 디자인의 특성

특성 구분	정신적 특성		기능적 특성	
	윤리성	자연성	인간을 위한 디자인	자연을 위한 디자인
대상	인간중심	자연중심	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적으로 소외된 계층 • 전 인류 	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 생태계 • 전 인류
목적	인간 삶의 질 향상	자연생태계 보존	<ul style="list-style-type: none"> • 인간의 건강 유지, 증진, 치료 및 편리 • 소외된 계층을 위한 배려 	<ul style="list-style-type: none"> • 지구환경보존 및 자원 절약 • 오염물질 발생 최소화
방법	<ul style="list-style-type: none"> • 물리적 풍요와 욕망충족에서 벗어나 정신적 탐구를 바탕으로 한 디자인 제시 • 인간의 건강과 편리도모 	<ul style="list-style-type: none"> • 생태적 사고로의 인식전환 • 자연의 섭리존중 및 자연으로의 회귀의도 • 자연소재, 형태 디자인에 도입 	<ul style="list-style-type: none"> • 대량생산, 폐기, 소비자의 욕망, 디자이너의 통제결핍 중심의 디자인에서 벗어난 필요성'고려 • 인간 우선의 제품 개발 	<ul style="list-style-type: none"> • 생활에 필요한 물건의 가짓수 줄이기 • 대체 아이디어, 물질, 디자인 • 리폼, 리페어, 렌탈, 리필 • 환경 우선의 제품 개발
			<ul style="list-style-type: none"> * 필요를 위한 디자인 * 유니버설 디자인 	<ul style="list-style-type: none"> * 줄이기 위한 디자인 * 천연소재활용
공동목표	인간 삶의 질 향상과 지구생태계 보존			

3) 에코 패션디자인 특성

에코패션은 생태학을 패션에 접목시키려는 일련의 움직임으로 ‘자연으로 돌아가자’는 주제로 1989년부터 시작되었으며, 훼손되어가는 자연 생태계를 보존하고자하는 의도를 반영한다. 최근 자연회귀와 인간성 회복을 추구하는 경향과 함께 자연주의(Naturalism), 민속적(Ethnic), 원시주의(Primitive)를 포함하는 다양한 에코 패션으로 나타나고 있다. 에코패션은 천연소재를 주로 사용한 자연 지향적 룩으로 표현되며, 생태학적 사고를 통하여 인간·환경·패션의 상호조화를 실현하고자¹⁰⁸⁾하는 친환경 테크놀러지와 에콜로지가 융합한 에코패션으로 전개되고 있다. 이러한 에코 패션디자인의 특성을 친환경성, 기능의 효율성, 건강지향성으로 고찰해 보고자 한다.

(1) 친환경성

에코 패션디자인의 친환경성은 자연과 인간이 상호 연관되고 결합되는 순환적 인과관계로 자연친화적 정서를 추구하고 자연으로의 회귀를 소망하는 자연주의(Naturalism), 자연환경 보호를 의미하는 에콜로지(Ecology), 자원 절약과 환경보전 측면의 리사이클(Recycle)로 나누어 살펴 볼 수 있다.

첫째, 자연주의는 인공적 행위에 의해 오염된 현재의 환경을 거부하고 자연현상과 조화로움을 유지하는 근본 원리로서 아름답고 우아한 신체에 자연스런 실루엣을 구현하는 자연으로의 회귀를 보이고 있다. 소재 선정에 있어서도 면소재를 사용한<그림 19-1>과 같이 환경 친화적인 천연섬유와 자연소재를 사용함으로써 뉴트럴(neutral)계열의 화이트, 크림화이트, 내추럴 베이지 등의 색상과 함께 자연스런 스타일을 추구한다. 또한 자연적인 것 수공예적인 것 등 대지에 뿌리를 내리는 환경 친화적인 생활로 돌아가자는 운

108) 김의선, 2003, 뉴에코 패션디자인연구, 숙명여자대학교 디자인대학원 석사학위논문, pp.7-8.

동과 함께 자수, 손뜨개 등 수작업을 부활시키고 자연섬유와 천연염료를 선호하는 현상을 가져왔다.

둘째, 생태학, 생태환경을 의미하는 에콜로지는 패션에 영향을 주어 내추럴한 느낌을 강조하고 소박함과 활동의 자유를 만끽하게 해주는 친환경적인 특성을 갖게 한다. 그리고 자연에 대한 동경으로부터 원시주의 양식, 민속풍, 동양풍을 통해 자연과의 조화를 표현¹⁰⁹⁾하며, <그림 19-2>와 같이 인체에 자연스럽고 편안함을 주는 실루엣 등을 볼 수 있다.

셋째, 리사이클은 소재의 재활용성으로 패션에 있어서 에콜로지보다 적극적으로 환경과 자원절약 문제를 부각시키고 그 대안으로 재활용 의상을 제시하였다. 소재의 재활용성을 지니는 에코 패션디자인은 <그림 19-3>과 같이 기존의 의복자체를 전체적으로 재활용하는 일종의 리폼(reform)과, 다른 용도나 의복에 쓰여졌던 소재의 부분적인 재활용, 그리고 패션을 포함한 모든 곳에 사용되었던 장식 등을 이용해 의복의 디테일로 재활용하는 디테일의 재활용으로 나누어 볼 수 있는 친환경적 특성을 갖는다.



<그림 19-1>
Yoshiki Hishinuma
2005 S/S



<그림 19-2>
Akiko Ogawa
2007 S/S



<그림 19-3>
Hussein Chalayan 2002 A/W

<그림 19> 친환경성 에코패션디자인

109) 장경희, 1993, Recycling Fashion Design에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 석사학위 논문, pp.44-45.

(2) 기능의 효율성

에코 패션디자인에 있어서의 기능의 효율성은 에코 디자인의 가치에 따라 인간의 편리와 안전을 위한 기능성을 갖춘 것과 한 가지 의복이 다기능성을 갖추므로써 의복의 가짓수를 줄일 수 있는 것을 말한다. 다시 말하면 치료를 위한 기능을 갖추거나, 과학 기술의 적용을 통해 신체적·상황적 장애에 있는 인간의 활동에 도움을 줄 수 있는 것, 모든 인간의 보다 더 편리한 생활을 위한 기능을 갖춘 것, 등이 포함되며 형태의 특성이 실용성과 효율성을 바탕으로 형성되는 패션을 의미한다. 그러나 그 기능의 효율성으로 인해 지구가 황폐화되고 자원이 소모되며 오염물질의 발생이 야기되는 것은 제외된다.¹¹⁰⁾ 또한, 다 기능성을 가진 의복도 기능의 효율성을 높일 수 있는 패션으로 볼 수 있는데, 이는 한 벌의 옷이 여러 가지 기능을 수행함으로써 기능의 효율성을 높임과 동시에 물건의 가짓수를 줄이고, 보관 공간을 줄임으로써 줄이기 위한 디자인의 한 방법으로도 볼 수 있다.¹¹¹⁾

구체적인 사례를 살펴보면, <그림 20-1>은 씨 피 컴퍼니(C. P. Company)에서 디자인한 다기능성 폴리우레탄 재킷으로 의자, 침대, 비옷, 텐트 등의 다양한 형태로 변형이 가능하다.¹¹²⁾ 후세인 샬라얀(Hussein Chalayan)의 작품인 <그림 20-2>는 나무 재질로 된 접이식 낮은 테이블이 스커트로 변형되는 디자인으로 패션의 다기능성이 기본적인 의복기능 외에 특수 상황에 따른 인간 활동에 필요한 제품 디자인의 역할도 함께 수행할 수 있도록 만들어진 사례이다.¹¹³⁾ 이와 같이 에코패션에 있어 기능의 활용성은 크게 인간의 편리를 도모하기 위해 과학을 활용하는 것과 다기능성을 통하는 것, 두 가지 측면에서 고찰할 수 있다.

110) Alastair Fuad-Luke, 2002, *The Eco-Design Handbook*, Thames & Hudson, p.128.

111) 서현수, op. cit., p.111.

112) Ellen Lupton, 2002, *Skin*, Princeton Architectural Press, New York, p.186.

113) Claire Wilcox, 2001, *Radical Fashion, London*: V&A Publications, p.70.



<그림 20-1> C. P. Company, The Transformable, 2001, S/S



<그림 20-2>
Hussein Chalayan, Afterwords, 2000, A/W

<그림 20> 기능의 효율성을 지니는 다기능성 에코패션디자인

(3) 건강 지향성

에코패션에서의 건강 지향성이란 인간을 위해 디자인된 옷을 통해 인간의 건강을 유지, 발전시킬 수 있는 방안을 모색하는 과정의 하나이다. 그리고 천연섬유, 유기농 섬유, 인체에 무해한 섬유 등 건강 지향성 기능 소재를 이용한 의복을 착용하여 신체나 상황적 장애를 극복하고 건강한 사회생활이 가능하도록 하며 건강 유지 및 향상에 도움을 줄 수 있는 활동을 하도록 도

울 수 있는 에코 패션디자인을 의미한다.

인체에 유해한 영향을 줄이고, 인체를 더욱 편안하게 도울 수 있는 건강 지향성 기능성 소재는 협의적으로는 간단한 인체 활동을 돕는 데서부터, 넓게는 치료의 기능을 담당하고 과학 기술의 발달과 함께 그 가치를 인정받으며 다양하게 발전되고 있다.

현재 국내에서 출시된 건강지향성 기능성 섬유는 아토피나 민감성 피부에 좋다는 100% 식물성 콩내의, 전자파차단의 숯내의, 항균성과 노화방지기능의 녹차 내의<그림 21-1> 등 1차적으로 인체와 관련된 속옷에 쓰이던 천연 성분 소재를 겉옷에 활용하기 시작했다. 제일모직의 신사정장 브랜드인 갤릭시는 대나무·콩 성분으로 만든 재킷을 내 놓았고, LG패션은 드레스셔츠 <그림 21-2>를 선보이는 등 의류 구매패턴이 친환경적인 건강 지향성 의류 등으로 변화하면서 그에 따른 소비자 요구도 강해지고 있다.

최근 소취성과 항균성이 뛰어난 은나노 기술을 활용한 새로운 패브릭의 개발은 에코 패션디자인에서 하이패션과 하이테크가 만난 사례이다. <그림 21-3>은 건강의 유지·향상을 돕는 행위시 착용하는 디자인 사례로 신축력이 좋고 부드럽고 편안하며 통풍성이 뛰어난 서플렉스(Supplex)나 라이크라(Lycra)소재의 뛰어난 신축성과 탄력성으로 인체의 활동성을 높이는데 도움을 줄 수 있는 요가 및 필라테스를 위해 디자인된 스포츠웨어이다.

건강지향성은 건강한 사회생활을 도울 수 있는 의복 및 인체에 무해하거나 피부질환 치료의 기능을 하는 기능성 소재의 두 가지 측면에서 접근 할 수 있었는데, 이들은 건강한 생활을 통한 삶의 질 향상이라는 세부적 가치를 지님을 알 수 있다.¹¹⁴⁾

이러한 내용을 요약하면 다음의 [표 5]와 같다.

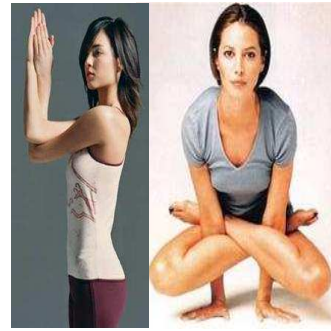
114) 서현수, op. cit., p.135.



<그림 21-1>
좋은사람들의 녹차내의



<그림21-2>
LG패션의 대나무 셔츠



<그림 21-3>
Puma Nuala 2005 S/S

<그림 21> 건강 지향성을 지닌 에코패션디자인

<표 5> 에코 패션디자인의 특성

에코패션 디자인 특성	내용	대표 사례
친환경성	<ul style="list-style-type: none"> • 자연주의 • 에콜로지 • 리사이클 	
기능의 효율성	<ul style="list-style-type: none"> • 인간의 편리와 안전을 위한 기능성 • 효율성 • 다기능성 	
건강지향성	<ul style="list-style-type: none"> • 삶의 질 향상 • 건강 유지·향상 • 인체에 무해한 치료기능성 소재 	

4) 에코패션디자인의 조형적 특성과 미적 가치

본 연구에서는 조형언어 요소 중 에코패션디자인과 연관성을 갖는 것을 중심으로 그 조형적 특성과 미적 가치를 자연성과 토속성의 두 가지 측면에서 접근하고자 한다.

(1) 자연성

에코 패션 디자인에 있어서 자연성이란 소재나 색채 등을 통해 자연 감성으로의 회귀를 추구하는 것이다. 자연소재 그 자체를 활용하거나 천연 염색에 의한 자연의 색 재현 등을 통해 자연의 형태를 재현하고자 하는 디자인의도가 담긴 것이다. 즉, 자연보호와 자원의 절약을 추구하는 동시에 생태계의 형태를 지니는 디자인을 말한다.

에코 패션디자인에서의 내추럴리즘이란 천연의 색, 천연섬유의 이용, 해지고 낡은 천의 재활용, 자연 그대로의 소재 이용을 통해 자원의 절약과 생태계 보호에 직접적으로 도움이 될 수 있는 디자인을 의미한다.

복식 조형적 측면에서의 자연성은 의복이 신체에 피트 된다는 고정관념을 해체하는 작업이라 할 수 있다. 즉, 착장을 통해서만 의복의 실루엣이 완성되는 비구조적, 비구축적 실루엣으로 착장자의 자유의지를 최대한 반영하는 것이라 할 수 있다.¹¹⁵⁾ 이와 같이 비결정성이 반영된 의복은 인체의 움직임에 따라 실루엣이 형성될 수 있도록 자유로운 여밈과 헴 라인으로 이루어져 있고 형식에 구애받지 않는 새로운 착용 방식을 표현하게 된다. 신체를 압박하며 몸에 피트되는 것이 아니라 인체에 구애 받지 않으면서 인체를 나타낼 수 있는 방법을 연출할 수 있는 자율성, 완성되지 않고 미완성인 옷으로 착용자에게 능률적으로 부여되는 조형미이다.¹¹⁶⁾

115) 이정후·양숙희, 1997, 「현대 일본 복식에 나타난 선 미학적 경향에 관한 연구」, 동덕여자대학교 석사학위논문, p.30.

에코 패션 디자인의 자연성을 지니는 사례 중 자연의 형태 재현과 자연의 소재를 활용한 <그림 22-1>은 새의 깃털로 스커트를 만들고, 조개를 이용해 코르셋을 만듦으로써 자연 감성으로의 회귀를 표현하였다.¹¹⁶⁾ <그림 22-2>는 재킷에 나무껍질의 형태를 적용시킴으로써 자연의 형태를 재현하고, 자연스러운 가죽의 방사선 형의 균열이 자연성과 프랙탈의 자기유사성을 지닌다. 이러한 사례들은 자연의 형을 재현하거나 자연 소재를 활용하여 자연성과 유기적인 형을 통한 열린 형태의 조형미를 표현한다.

용도 및 형태의 비결정성을 통해 에코 패션 디자인의 자연성을 지니는 사례는 <그림 22-3>과 <그림 22-4>와 같이 착용자의 착용 방법에 따라 형태 및 용도의 변경이 가능하도록 디자인 된 것으로, 열린 개념의 패션이라는 미적 가치를 지닌다. 이와 같은 의복은 기하학적이고 평면적인 형태의 옷이 착용자의 이해에 따라 다양한 방법으로 착용됨으로서 특별한 실루엣을 이루며, 다양한 형상을 띠게 된다. 이러한 사례는 ‘자신의 스타일을 잘 알고 연령에 제약받지 않으며 항상 새롭고 독창적인 것을 찾는 사람들을 위한 옷’이라는 개념 아래 디자인 된 비결정성의 에코패션디자인으로 자연성을 지닌다.

이렇게 사용자·착용자에게 용도 및 형태의 결정권을 부여함으로써 자연의 형태 및 속성에 의한 비결정성을 지니는 에코 패션디자인은 늘림, 접힘, 중첩, 반복, 꼬임, 비예측성, 비규칙성, 비선형성, 자기유사성 등의 조형언어를 통해 표현 가능하며 자연감성으로의 회귀라는 미적 가치를 지닌다.¹¹⁸⁾

116) 최지영·간호섭, 2002, "잡노마드의 문화와 패션스타일에 관한 연구", 「한국복식학회지53권」. p.138.

117) Claire Wilcox, op. cit., p.27.

118) 서현수, op. cit., p.140.



<그림 22-1>
Jean Paul Gaultier, 2000 A/W



<그림 22-2>
Yoshiki Hishinuma 2001, Fal



<그림 22-3>
'Semplicity with Surpri' by Youn,
2006 F/W



<그림 22-4>
'Semplicity with Surpri' by
Youn, 2006 F/W

<그림 22> 자연성을 지닌 에코패션디자인

(2) 토속성

에코 패션디자인의 토속성이란, 첨단 과학 기술의 발달로 세계가 일원화 되어 문화의 경계가 모호해지고 기계에 의한 대량 생산으로 모든 것이 획일화 되고 있는 현대 사회로부터 탈피하고자하는 욕구에서 비롯되는 것으로서, 고유문화를 탐구하여 지역 정체성을 강화하고 수공예에 의한 특유의 비규칙성, 무작위성, 다양성을 지닌 개개인의 독창성을 표현하고자 하는 것을 의미한다.

토속성이란 고유문화성과 수공예성으로 구분 할 수 있다.

고유문화성이란 전통성, 민족성이라는 미적가치를 내포하며 토속성 본래의 정의에서 보여 지듯이 '민족 고유의 복식에서 토속적인 분위기나 요소들을 의상이나 패션 액세서리 등에 도입한 패션경향'¹¹⁹⁾으로, 조형적 특성이나 기법을 통해 고유문화 이미지를 재현하는 것을 의미한다. 가공되지 않은 자연소재를 디테일에 사용함으로써 지역적 특성을 표현하거나, 민속 복식 요소의 응용한 민속성의 표현 등으로 나타날 수 있다.

다음으로 수공예성이란, 비규칙성, 무작위성, 비예측성 등의 조형적 특성을 바탕으로 인간의 손에 의한 자연의 미를 통해 얻어지는 조형 언어인 수공예 기법을 추구하게 된다. 이는 에코 패션 디자인에서 독창성과 회소성이란 미적 가치를 갖는다. 토속성을 지니는 에코 패션디자인이란, 친환경적 개념을 전제로 고유문화성과 수공예성을 지닌 디자인을 말한다.

토속성을 지니는 에코 패션 디자인 사례는 고유문화성과 수공예성이 동시에 나타나는 경우가 대부분이다.

<그림 23-1>은 신비로운 금빛 에스닉 모드를 표현한 것으로, 화려한 동방 모드의 표현을 위해 패브릭, 색상 등을 차용하였고, 수공예를 통한 디테일 표현으로 세밀하고 정교한 장식을 만들어 내었다.¹²⁰⁾ <그림 23-2>는

119) www.kin.naver.com, 오픈사전, 2007.02.14 검색

일본의 전통적인 수공예 기법을 이용한 것으로, 얇게 자른 천을 꼬거나 겹치는데 사용된 얇은 패브릭은 여러 겹의 중첩 효과를 통해 자연스러운 색의 혼합을 보여준다.¹²¹⁾ <그림 23-3>은 아프리카 대자연에서 영감을 얻은 것으로, 원색의 실을 감아 만든 목걸이는 반복적이고 비정형적인 조형성을 지니며, 민속적인 실루엣의 원피스는 수공예적인 목걸이와 함께 고유문화성을 나타낸다. 고유문화성을 지니는 사례를 살펴보면 <그림 23-4>는 타이완의 민속 신발인 여성용 무지(Muji)의 형태를 그대로 재현하여 현대 패션에 응용함으로써 거칠게 깎아 만든 나무 결에서 거칠지만 독특한 고유문화성을 느껴지는 슬리퍼이다.

수공예를 통한 토속성의 표현 사례를 살펴보면, <그림 23-5>는 섬세한 수공예의 자수가 놓여진 핸드백으로 인간 감성의 표출과 과거로의 회귀를 표현하였다.

지금까지 고찰한 토속성을 지니는 에코 패션 디자인은 고유문화성과 수공예성을 통한 전통성, 독창성, 차별성, 희소성이라는 미적 가치를 지닌다. 그러나 에코 패션 디자인에서의 토속성은 가시적 조형성 모방을 통해 고유문화성과 수공예성을 지니는 일반 패션과는 달리 실제 친환경적인 소재 및 기법을 활용한다는 데 그 차이점이 있다.

120) 서현수, op. cit., p.144.

121) Ellen Lupton, op. cit., p.217.



<그림 23-1>
Prada, 2004 S/S



<그림 23-2> Yoshiki Hishinuma, 2001, Fall,



<그림 23-3>
Costume National, 2004 S/S



<그림 23-4> 타이완의 무지(Muji)



<그림 23-5> Fendi, 2005 S/S
<그림 23> 토속성을 지닌 에코패션디자인

III. 한지직물에 대한 실증적 연구

1. 연구 대상 및 기간

연구 대상은 서울과 경기도 거주자 10대 이상 남·여 1020명이며, 연구 기간은 2007년 4월 14일부터 4월 22일까지 9일간 설문조사를 실시하였다.

2. 사전 조사

서울에 거주하는 10대이상 남·여 20명을 대상으로 2007년 4월 11일부터 4월 13일까지 3일간의 사전조사를 실시하여 본 연구와 현실에 가장 적합한 어구로 재구성하였다.

3. 자료 수집 방법

한지직물에 대한 상상에 의존한 반응도를 2차례에 걸쳐 조사하였다.

2007년 4월 14일부터 4월 22일까지 이 연구의 취지를 설문 조사자들에게 직접 설명한 후 설문지를 배포하여 1차와 2차 조사를 실시하였다.

1차는 설문지만을 배포하여 조사하였고, 2차는 한지직물을 만져보고 한지직물의 특성을 설명 받은 뒤의 소비자 반응도를 조사하였다.

총 1020매의 설문지를 배포하여 1010부를 회수하였으며 이중 일부 불성실한 답변을 제외한 총 998(97.8%)부를 본 연구의 분석 자료로 사용하였다.

4. 측정도구

1) 한지직물에 대한 소비자 반응도

한지직물에 대한 일반적인 생각을 파악하기 위한 질문으로 이미지, 생각

나는 상품, 한지직물에 대한 정보 인지, 경로, 구매경로를 묻는 6개의 문항으로 구성되었다.

2) 패션상품 구매 시 고려사항

소비자의 패션상품 구매와 관련된 사항을 파악하기 위한 질문으로 구매시 가장 고려하는 사항, 구매경로를 묻는 2개의 문항으로 구성되었다.

3) 자극물 경험 전 생각과 구매의사

한지직물 자극물 경험 전 응답자의 한지직물에 대한 생각과 한지직물을 응용한 패션상품에 대한 구매의사를 알아보기 위한 문항들로 28개의 문항으로 이뤄져 있다. 5점 평점을 사용하였으며, 각 28개의 문항으로 구성되며, 응답자들은 개인적으로 한지직물에 대해 가지고 있는 자신의 생각에 따라 각 문항에 대해 답을 하게 되어있다. 따라서 이 척도는 리커트 5점 척도(1점 : 매우 그렇지않다 ~ 5점 : 매우 그렇다)이므로 각 문항의 점수가 2.5 ~ 3.5점까지가 중립적인 태도의 범위로 분류할 수 있다.

4) 한지직물 자극물 경험 후 의견과 구매의사

한지직물 자극물 경험은 자극물을 눈으로 보고 손으로 만져봄으로써 패션 상품의 디자인과 품목을 인식하고 질감을 느끼게 하였다. 자극물 경험 후 응답자의 한지직물에 대한 의견과 한지직물을 응용한 패션상품에 대한 구매의사를 알아보기 위한 문항들로 5점 평점을 사용한 28개의 문항으로 구성되었다.

5) 응답자의 특성

응답자에 대한 일반적인 특성을 알아보기 위한 문항들로 연령, 결혼 여

부, 성별, 직업, 월 평균 소득, 월평균 의복 지출비, 학력으로 7개의 문항으로 구성하였다.

<표 6> 설문지 구성

측정변수	변수내용	항목 수
인구통계학적요인	연령 결혼 유무 성별 직업 월평균 소득 월평균 의복 지출비 학력	7항목
이미지평가	이미지 생각나는 상품 한지직물 정보 인지 한지직물 정보 경로 구매경로	6항목
패션상품 구매시 고려사항	고려사항 구매경로	2항목
한지직물 인지도	자극물 경험 전 자극물 경험 후	28항목
한지직물 패션상품 구매선호도	자극물 경험 전 자극물 경험 후	28항목

5. 자극물 선정

자극물은 한지직물 홍보 행사장과 성실섬유, 지누리 등 직물업체와 니트 산업 연구원을 통해 수집하거나 구입한 한지직물을 이용한 패션상품들의 사진과 실물로 선정하였다. 사진으로 구성된 자극물은 한지직물 시제품 또는 현재 출시 준비 중이거나 출시된 제품들로 설문지와 부합된 아이템별로 다양하게 A4 1장에 들어가도록 구성하였다. 또한 실물로 구성된 자극물은 한지 직물을 이용한 패션상품 중 양말, 넥타이, 명함지갑과 한지사와의 혼용율이 서로 다른 직물들을 A4용지에 스와치와 혼용율을 기재함으로써 직접 눈으로 보고 손으로 만져보아 한지 패션상품 디자인과 질감을 느낄 수 있도록 하였다.

6. 분석방법

수집된 모든 자료는 컴퓨터를 이용한 통계처리 프로그램(SPSS 12.0)으로 분석하였으며, 4단계에 걸쳐서 분석을 실시하였다.

설문지의 내적일관성을 알아보기 위해서 크롬바하 알파 신뢰도 검증을 이용하였다. 전체적인 설문 응답 문항의 분포를 살펴보기 위해서 빈도, 백분율, 산술평균, 표준편차 등 기술통계를 실시하였다.

연령별 문항에 대한 차이를 살펴보기 위해서 일원배치 분산분석(one-way ANOVA)을 실시하였으며, 분석결과 차이가 있을 경우 Scheffe의 사후검정을 실시하여 어떤 차이가 있는지 검증하였다. 한지직물 자극물 경험 전과 자극물 경험 후 응답자에 대한 생각이나 구매의사에 대한 차이를 살펴보기 위해서 차이 변화를 통계적으로 검정하기 위해 유의수준 $\alpha=0.05$ 범위에서 비모수 통계분석인 Wilcoxon Signed Rank test를 실시하였다.

7. 연구 결과 및 논의

1) 연구대상자의 일반적 특성

<표 7> 연구대상자의 일반적인 특성

	항목	빈도수	%
연령	① 10대	218	21.84
	② 20대	370	37.07
	③ 30대	229	22.95
	④ 40대	107	10.72
	⑤ 50대 이상	74	7.41
결혼 여부	① 미혼	610	60.92
	② 기혼	388	37.88
성별	① 남성	284	28.46
	② 여성	714	71.54
직업	① 학생	542	54.31
	② 전업주부	144	14.43
	③ 직장인	213	21.34
	④ 프리랜서	24	2.40
	⑤ 자영업	34	3.41
	⑥ 무직	27	2.71
	⑦ 기타	10	1.00
월 평균 소득	① 100만원 미만	80	8.02
	② 100~200만원 미만	117	11.72
	③ 200~300만원 미만	343	34.37
	④ 300~400만원 미만	182	18.24
	⑤ 400~500만원 미만	106	10.62
	⑥ 500~600만원 미만	62	6.21
	⑦ 600만원 이상	102	10.22

	항목	빈도수	%
월 평균 의복 지출비	① 10만원 미만	326	32.67
	② 10~50만원 미만	588	58.92
	③ 50~100만원 미만	66	6.61
	④ 100~150만원 미만	4	0.40
	⑤ 150~200만원 미만	2	0.20
	⑥ 200만원 미만	10	1.00
학력	① 중졸이하	224	22.44
	② 고졸	104	10.42
	③ 전문대졸	103	10.32
	④ 대학교 재학	300	30.06
	⑤ 대졸	199	19.94
	⑥ 대학원 재학	36	3.61
	⑦ 대학원이상 졸	32	3.21
전 체		998	100

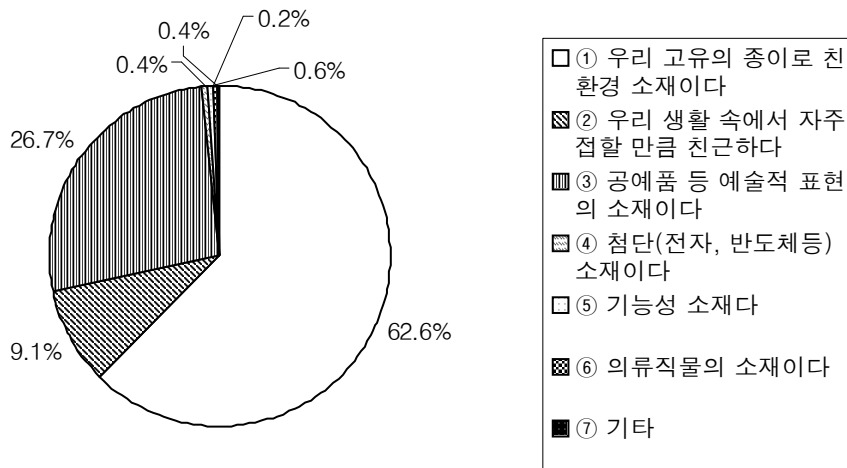
<표7>의 인구통계학적 특성을 살펴보면 응답자 연령의 분포는, 20대가 37.07%로 가장 많았으며 30대 22.95%,로 10대 21.84%와 비슷한 분포를 보이고, 40대, 50대 이상 순이었다. 결혼여부는 기혼보다 미혼(61.02%)이 성별은 남성보다 여성(71.54%)이 많은 빈도수를 차지했다. 직업은 학생(54.53%)이 가장 많았고, 직장인, 전업주부, 자영업, 무직, 프리랜서, 기타의 순이었다.

월 평균소득은 200~300만원미만이 34.58%로 가장 많았고, 300~400만원미만, 100~200만원미만(11.79%)과, 400~500만원미만(10.69%)은 비슷한 분포를, 600만원이상, 100만원미만, 500~600만원미만의 순으로 분석됐다. 월평균 의복 지출비는 10~50만원미만(59.04%)이 가장 많았으며, 10만원미만, 50~100만원미만, 200만원미만, 100~150만원미만, 150~200만원미만의 순으로 나타났다. 학력은 대학교재학이 30.06%로 가장 많았고, 고등학교 재학생인 중졸이하(22.44%), 대졸, 고졸, 전문대졸, 대학원 재학, 대학원이상 졸의 순으로 나타났다.

2) 한지직물에 대한 소비자 반응도

(1) 한지 이미지

<표 8>에서와 같이 한지하면 가장 먼저 떠오르는 이미지로 응답자 998명 중 62.6%가 “우리 고유의 종이로 친환경 소재이다”라고 답하였으며, 26.7%가 “공예품 등 예술적 표현의 소재이다”라고 답하였다. 그러나 한지직물을 내포한 “의류직물의 소재이다”라는 응답은 0.2%의 가장 낮은 빈도를 나타냈다. 이와 같은 결과가 나온 것은 예로부터 생활 주변에서 자주 접해오던 ‘종이’라는 개념이 가장 많이 작용한 것으로 생각되며, 한지가 다른 일반직물과 같은 직물의 소재가 된다는 것에 대하여는 부정적인 견해를 갖고 있는 것으로 분석된다.



<그림 24> 한지 이미지

<표 8> 한지 이미지

항 목	빈도 수	%	순위
① 우리 고유의 종이로 친환경 소재이다	625	62.6	1
② 우리 생활 속에서 자주 접할 만큼 친 근하다	91	9.1	3
③ 공예품 등 예술적 표현의 소재이다	266	26.7	2
④ 첨단(전자, 반도체등) 소재이다	4	0.40	5
⑤ 기능성 소재다	6	0.60	4
⑥ 의류직물의 소재이다	2	0.20	7
⑦ 기타	4	0.40	5
전체	998	100.0	

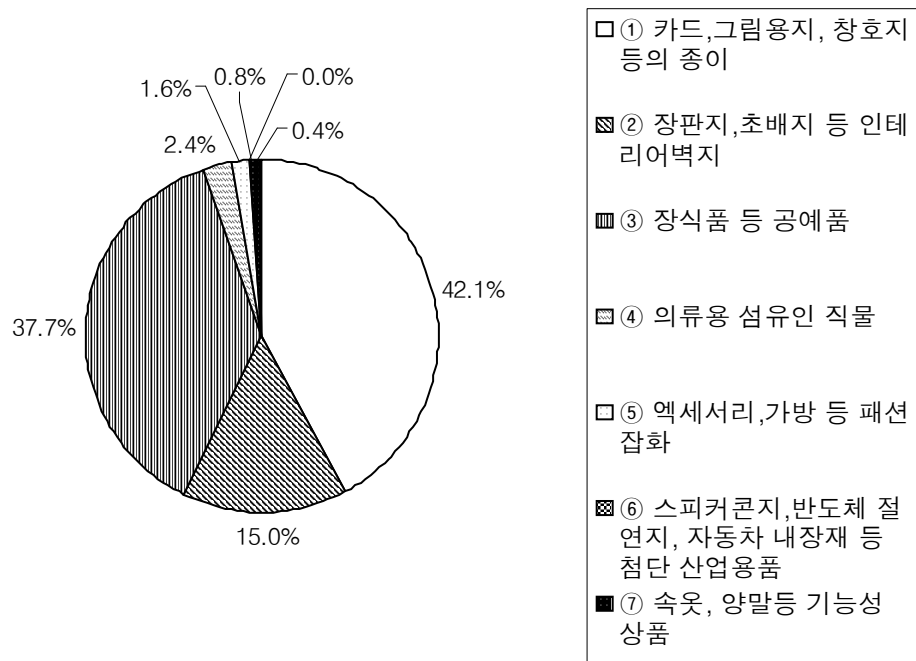
(2) 한지하면 연상되는 상품

한지하면 가장 먼저 떠오르는 상품<표 9>을 응답 요소가 큰 순서로 분류하면, 42.1%의 응답자가 ‘카드, 그림용지, 창호지 등의 종이’라고 답한 것으로 보아 가장 많이 연상되는 상품이었고, ‘장식품 등 공예품’(37.7%) 순으로 분석 되었다. 가장 낮은 빈도수를 차지한 것은 ‘스피커콘지, 반도체 절연지, 자동차 내장재 등 첨단 산업용품’으로 0.00%이었다.

이것으로 미루어 보아 현재 자동차 필터류나 내장재 등 산업용품으로 시제품화 되고 있음에도 불구하고 홍보가 미약하여 인지를 못하는 주원인이 있는 것으로 보여 진다. 그러므로 응답자 주변에서 가장 많이 접할 수 있는 것을 가장 먼저 연상하는 것으로 친근감있는 전통종이로써의 한지를 가장 많이 인지하고 있음을 알 수가 있었다. 이는 홍보가 얼마나 중요한지를 잘 나타내주는 사례이기도 하다.

<표 9> 한지하면 연상되는 상품

항목	빈도수	%	순위
① 카드,그림용지, 창호지 등의 종이	420	42.1	1
② 장판지,초배지 등 인테리어벽지	150	15.0	3
③ 장식품 등 공예품	376	37.7	2
④ 의류용 섬유인 직물	24	2.40	4
⑤ 액세서리,가방 등 패션잡화	16	1.60	5
⑥ 스피커콘지,반도체 절연지, 자동차 내장재 등 첨단 산업용품	0	0.00	8
⑦ 속옷, 양말등 기능성 상품	8	0.80	6
⑧ 기타	4	0.40	7
전체	998	100.00	



<그림 25> 한지하면 연상되는 상품

(3) 한지직물의 개발과 관련된 정보

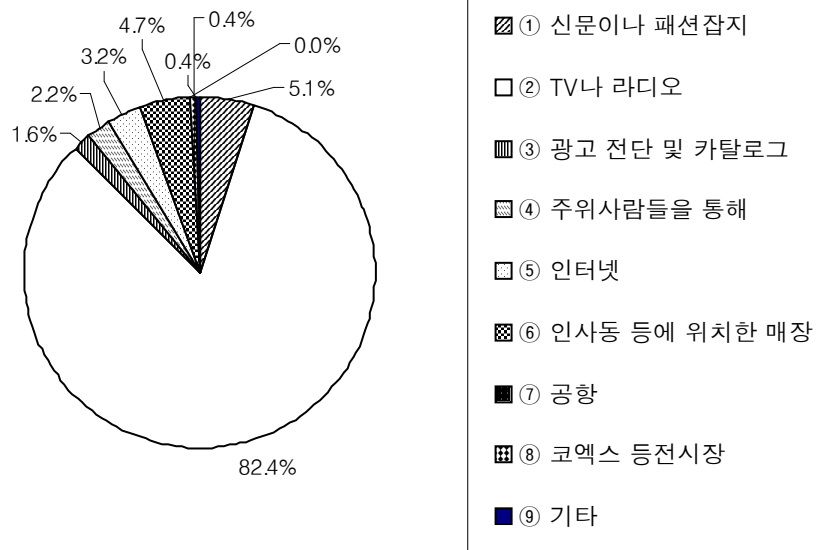
한지직물이 개발 생산되고 있다는 것을 한번이라도 들어 본적이 있는지에 대하여 506명(50.70%)이 ‘한번도 들어 본적이 없다’라고 답하였다. 마찬가지로 한지직물을 응용한 패션상품이 현존함을 인식하고 있는지에 대한 질문에 580명(58.12%)가 모른다고 답하였다. 그러나 ‘알고 있다’라고 응답한 응답자와의 분석의 차가 적은 것으로 나타났다. 이것은 2006년 TV 매체를 통해 어느 정도 한지직물에 대한 정보를 습득한 결과로 추측된다.

(4) 한지직물 패션상품 정보 경로 채널

한지직물을 응용한 패션상품 정보·경로 채널을 분석하기 위한 항목으로, 위의 (3)의 한지직물 개발과 관련된 정보를 인식하고 있는 응답자 506명을 대상으로 진행되었다. 분석 결과는 <표10>과 같으며 응답자의 82.4%가 한지직물 정보는 ‘TV나 라디오’에서 얻는다고 답한 것으로 미루어보아 홍보 매체로써의 효과는 일상생활에서 가장 많이 접하는 TV가 가장 효과가 많이 있음을 알 수 있다. 또한, 시각과 청각 모두를 만족시켜주는 소구력이 매우 강한 매체인 TV는 광범위한 정보제공 기능과 시청자의 주의를 끄는 힘이 강함으로 패션제품의 특성을 잘 표현할 수 있고 소비자 구매 행동에 영향력을 발휘 할 수 있다. 더불어 치열한 시장 경쟁 속의 TV매체를 활용한 홍보는 보다 더 소비자에게 어필하는 광고의 내용구성과 패션 주기에 따른 소구유형을 달리하는 방법으로 마케팅 비용 절감과 효율적인 상표이미지를 심어 줄 수 있는 중요한 마케팅 수단이 될 수 있다.

<표 10> 한지직물 패션상품 정보경로 채널

항목	빈도수	%	순위
① 신문이나 패션잡지	26	5.1	2
② TV나 라디오	417	82.4	1
③ 광고 전단 및 카탈로그	8	1.6	6
④ 주위사람들을 통해	11	2.2	5
⑤ 인터넷	16	3.2	4
⑥ 인사동 등에 위치한 매장	24	4.7	3
⑦ 공항	0	0.00	9
⑧ 코엑스 등전시장	2	0.40	7
⑨ 기타	2	0.40	7
전체	506	100.00	



<그림 26> 한지직물 패션상품 정보 경로 채널

즉, 상품광고에 대한 호의적인 태도형성이 필요한 도입기에는 감성광고

가 효과적이며, 상품에 대한 수용정도가 많아진 후 구매를 유도하고자 할 때에는 제품 중심적인 정보제공 광고가 효과적¹²²⁾이라 할 수 있다. 그러므로 이러한 특성을 지닌 TV매체를 한지직물 패션상품 홍보를 위한 하나의 전략이라 사료된다.

(5) 한지직물 상품 구매 경험

한지직물 상품 구매 경험은 총 응답자 506명중에서 504명이 응답하여 응답률은 99.60%를 나타냈다. 응답자 중 95.24%인 480명이 ‘한지직물이나 이를 이용한 패션상품을 구매한 경험이 한번도 없다’라고 가장 많이 답하였으며, ‘구매 경험이 있다’라고 답한 경우는 4.76%, 무응답 2%로 분석되었다.

분석결과 영상 매체를 통해 한지직물이 개발 생산되고 있다는 것을 조금은 인지하고 있으나, 아직 상용화 되지 않은 상품화 단계이므로 판매망이 협소하고, 판매처에 대한 정보 습득이 어려워 쉽게 접하지 못하는 것으로 보여진다. 그러므로 한지직물을 응용한 패션상품의 상품화를 위해 패션업체의 보다 많은 관심과 기업들의 적극적인 참여와 소비자의 기호와 소장의 가치를 지닐 수 있도록 디자인과 소재개발에 심혈을 기울인 많은 제품들이 상품화되어 언제어디서나 쉽게 접할 수 있는 판로가 형성이 우선되어야 할 것이다. 또한 전통과 예술성이 일상생활에 그대로 연결된 패션상품의 생활화를 위해 자연스럽게 접할 수 있는 다양하고 내실 있는 전시 및 컨벤션산업이 장기적인 안목으로 추진되어야 할 것이다.

122) 최주영, 2004, 뇌파와 감성평가를 통한 패션제품의 TV광고 효과 측정, 경희대학교 대학원 박사학위, p.84.

(6) 패션상품 구매 시 고려사항

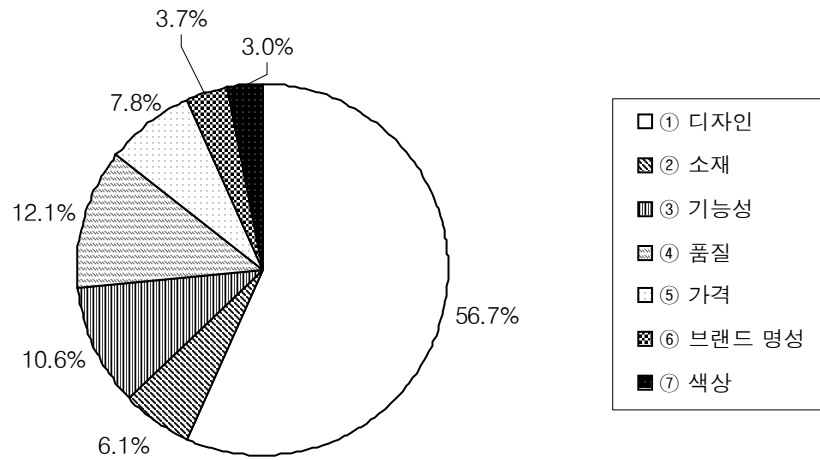
패션상품 구매 시 고려사항은 <표11>과 같이 ‘디자인’이 총 응답자 998명 중에서 565명(56.7%)으로 가장 높았고, ‘품질’, ‘기능성’, ‘가격’, ‘소재’, ‘브랜드 명성’, ‘색상’의 순으로 분석되었다. 이 항목은 소비자의 구매 패턴을 조사하고자 마련한 항목으로 연령대 낮을수록 디자인을 제일 먼저 고려하는 것으로 생각되며, 연령대가 높을수록 품질과 기능성을 가장 먼저 고려하는 것으로 사료된다. 그러므로 한지직물을 응용한 패션상품 기획 시 연령대별 타겟에 따른 제품이 구성 되어야만 실효를 거둘 수 있을 것으로 판단된다.

또한, 소비자는 자신만의 개성을 추구하고 아이덴티티(Identity)에 대해 자신감을 보이는 브랜드에 관심을 보이므로 디자인에 있어서 우리에게 자연스럽게 배어있는 우리 전통문화만의 ‘독특함’을 살린다면 지난 10년간 ‘아시아화’를 향해 진일보한 서구인의 패션취향으로 미루어보아 세계의 소비자들에게 다가갈 수 있는 좋은 기회가 될 것이다. 품질에 대한 소비자 인식은 단순한 인식의 문제를 넘어 철저하게 인식되지 못하고 있는 엄격한 품질 관리로 개방된 시장이 실제로 원하는 물건을 만든다는 총체적 개념이 확립되어야 할 것이다. 이를 위해 구매자가 품질 보증서로 품질 기준을 생각하는 소비자 브랜드를 활성화 시키는 노력이 필요하며 한지직물 패션상품의 명품화를 위해 세계적인 품질 기준을 마련하여 완벽성을 기해야 할 것이다. 가장 효과적인 시장진출의 수단이며 소비자의 관심을 유도하고 브랜드를 알릴 수 있는 매우 효과적인 방법인 가격에 있어서 소비자는 용도에 맞는 적정선을 지향한다. 그리고 명품화 된 패션상품에 대해서는 자신의 신분을 드러내기 위해 소유물에 대해 기꺼이 비용을 지불할 준비가 되어 있다. 그러므로 세계 시장을 겨냥한 한지직물을 응용한 패션상품의 명품화를 가장 잘 나타내 주는 방법의 하나로 가격을 들 수 있으며 그에 맞는 고가격책정이 필요

하다.

<표 11> 패션상품 구매시 고려사항

항목	빈도수	%	순위
① 디자인	565	56.7	1
② 소재	61	6.1	5
③ 기능성	106	10.6	3
④ 품질	121	12.1	2
⑤ 가격	78	7.8	4
⑥ 브랜드 명성	37	3.7	6
⑦ 색상	30	3.0	7
전체	998	100.00	



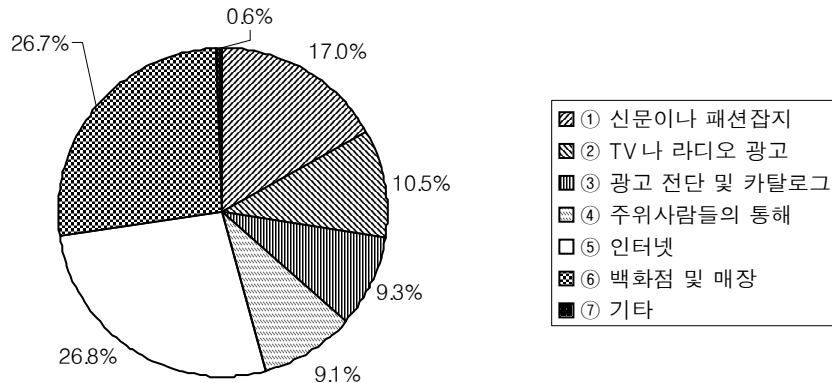
<그림 27> 패션상품 구매시 고려사항

(8) 패션상품 구매 시 정보원

패션상품 구매 시 정보원은 992명이 응답하여 응답률은 99.40%로 나타났다. 패션상품 구매정보<표 12>는 총 응답자 998명중 26.8%로가 패션구매 시 ‘인터넷을 이용한다’하여 가장 높은 비율을 나타냈으나, 26.7%의 응답율을 보인 ‘백화점 및 매장 이용’ 과 거의 차이가 없는 것으로 분석됐다. 이 결과는 전체 응답자 중 30대 이하 응답자가 817명으로 인터넷을 생활화하는 젊은 층의 빈도수가 높은 요인의 영향이 큰 것으로 온라인 매장의 다양한 편리성과 오프라인에서 느끼는 불평등과 스트레스를 해소하는 온라인 매장을 선호하는 것으로 사료된다. 그러나 연령대가 높을수록 온라인보다는 오프라인인 백화점이나 매장에 직접 나가 구매하는 것을 선호하는 것으로 나타났다. 이것은 소비자들의 구매 행동이 구매의 편리성과 넓은 매장의 쾌적성과 상품의 다양성 등에 중점을 두고 대중교통, 주차문제 해소 등 쇼핑환경의 편익제공에 영향을 받기 때문이다.

<표 12> 패션상품 구매 시 정보원

항목	빈도수	%	순위
① 신문이나 패션잡지	169	17.0	3
② TV나 라디오 광고	104	10.5	4
③ 광고 전단 및 카탈로그	93	9.3	5
④ 주위사람들의 통해	91	9.1	6
⑤ 인터넷	268	26.8	1
⑥ 백화점 및 매장	267	26.7	2
⑦ 기타	6	0.60	7
전체	998	100.00	



<그림 28> 패션상품 구매 시 정보원

3) 연령별 한지와 한지직물에 대한 소비자 반응도

한지직물을 응용한 패션상품 마케팅의 타깃인 소비자의 연령별 반응도를 조사 분석한 결과는 다음과 같다.

(1) 연령별 한지 이미지 평가

연령별 한지 이미지를 조사한 결과는 <표 13>와 같다. 상위 2개 순위의 분포를 살펴보면, 전체 1순위는 “우리 고유의 종이로 친환경 소재이다”로 625명(62.6%), “공예품 등 예술적 표현의 소재이다”로 266명(26.7%)이었다.

연령별로 10대(46.8%), 20대(63.8%), 30대(72.1%), 40대(74.8%), 50대(56.8%)의 1순위는 “우리 고유의 종이로 친환경 소재이다”로 나타났다.

2순위로는 10대~40대가 “공예품 등 예술적 표현의 소재이다”로 응답하였으나, 50대 이상은 “우리 생활 속에서 자주 접할 만큼 친근하다”로 분석되었다. 분석 결과, 연령별 한지 직물에 대한 이미지 평가에서 고유의 친환경 소재라는 인식에는 차이가 없는 것으로 보여 진다. 그러나 2순위에서 50대 이상의 응답만 다르게 분석됐는데 그 요인으로 지금은 사라져가지만 유년시절을 전통가옥에서 보낸 연령대이므로 한지에 대해 더욱 친밀감을 느끼는 것으로 사료된다. 이와 같은 연령대별 한지 이미지 평가를 상품 기획 시 적절히 적용하여 홍보를 한다면 더욱 효과적일 것이다.

<표 13> 연령별 한지 이미지 평가

한지 이미지 연령	전체 순위		우리 고유의 종이로 친환경 소재이다	우리생활 속에서 자주접 할 만큼 친근하다	공예품 등 예술적 표현의 소재이다	첨단 (전자, 반도체 등)소재 이다	기능성 소재다	의류직 물의 소재이다	기타	계
10대	3	빈도	102	24	90	2	0	0	0	218
		비율	46.79	11.01	41.28	0.92	0.00	0.00	0.00	
		순위	1	3	2	4	5	5	5	
20대	1	빈도	236	18	110	0	4	2	0	370
		비율	63.78	4.86	29.73	0.00	1.08	0.54	0.00	
		순위	1	3	2	6	4	5	6	
30대	2	빈도	165	18	40	2	0	0	4	229
		비율	72.05	7.86	17.47	0.87	0.00	0.00	1.75	
		순위	1	3	2	5	6	6	4	
40대	4	빈도	80	11	16	0	0	0	0	107
		비율	74.77	10.28	14.95	0.00	0.00	0.00	0.00	
		순위	1	3	2	4	4	4	4	
50대 이상	5	빈도	42	20	10	0	2	0	0	74
		비율	56.76	27.03	13.51	0.00	2.70	0.00	0.00	
		순위	1	2	3	5	4	5	5	
전체		빈도	625	91	266	4	6	2	4	998
		비율	62.63	9.12	26.65	0.40	0.60	0.20	0.40	
		순위	1	3	2	5	4	7	5	

(2) 연령별 한지하면 연상되는 상품

한지하면 연상되는 상품을 조사한 결과는 <표 14>과 같다. 상위 2개 순위의 분포를 살펴보면, 전체 1순위는 ‘카드, 그림용지, 창호지 등의 종이’로 420명(42.1%)이며, 2순위로는 ‘장식품 등 공예품’으로 376명(37.7%)이었다.

<표 14> 연령별 한지하면 연상되는 상품

연상되는 상품 연령	전체 순위		카드, 그림용지, 창호지 등의 종이	장판지, 초배지 등 인테리어벽지	장식품 등 공예품	의류용 섬유인 직물	엑세서리, 가방 등 패션잡화	스피커콘지,반도체,절연지,자동차 내장재 등 첨단 산업용품	속옷, 양말 등 기능성 상품	기타	계
			빈도	비율	순위	빈도	비율	순위	빈도	비율	순위
10대	3	빈도	58	38	100	6	12	0	4	0	218
		비율	26.61	17.43	45.87	2.75	5.50	0.00	1.83	0.00	
		순위	2	3	1	5	4	7	6	7	
20대	1	빈도	160	37	161	8	0	0	2	2	370
		비율	43.24	10.00	43.51	2.16	0.00	0.00	0.54	0.54	
		순위	2	3	1	4	7	7	5	5	
30대	2	빈도	108	36	73	6	2	0	2	2	229
		비율	47.16	15.72	31.88	2.62	0.87	0.00	0.87	0.87	
		순위	1	3	2	4	5	8	5	5	
40대	4	빈도	50	21	32	2	2	0	0	0	107
		비율	46.73	19.63	29.91	1.87	1.87	0.00	0.00	0.00	
		순위	1	3	2	4	4	6	6	6	
50대 이상	5	빈도	44	18	10	2	0	0	0	0	74
		비율	59.46	24.32	13.51	2.70	0.00	0.00	0.00	0.00	
		순위	1	2	3	4	5	5	5	5	
전체		빈도	420	150	376	24	16	0	8	4	998
		비율	42.08	15.03	37.68	2.40	1.60	0.00	0.80	0.40	
		순위	1	3	2	4	5	8	6	7	

연령별로 10대(45.9%)와 20대(43.5%)에서는 ‘장식품 등 공예품’이 1순위가었으며, 30대(47.2%), 40대(46.7%), 50대 이상 (59.5%)은 1순위로 ‘카드,그림

용지, 창호지 등의 종이'로 응답하였다. 10대에서 40대까지는 1순위와 2순위의 순서만 바뀌어 나타났으나, 50대 이상만이 '장판지, 초배지 등 인테리어벽지'(24.3%)로 응답하였다. 분석 결과 전체적으로 한지하면 종이로써의 이미지를 연상하는 것을 알 수가 있다.

(3) 연령별 한지직물 패션상품 정보 경로 채널

한지직물 패션상품 정보 상위 2개 순위의 분포를 <표 15>에서 살펴보면, 전체 1순위는 'TV나 라디오'로 82.1%이었으며, 2순위는 '신문이나 패션잡지'로 5.2%이었다. 연령별로 10대(92.3%), 20대(82.6%), 30대(75.0%), 40대(80.3%), 50대 이상(83.3%), 1순위는 'TV나 라디오'이었으며, 2순위로는 10~30대까지는 '신문이나 패션잡지'라고 응답하였으며, 40대는 '주위사람들을 통해'로, 50대 이상은 '인사동 등에 위치한 매장'으로 분석되었다. 분석 결과 모든 연령층이 대중매체 중 제품에 대한 정확한 자료 등 신뢰성 있는 정보원인 TV매체를 가장 중요하게 생각하며, 이를 통해 많은 정보를 얻는 것으로 나타났다. 과학적이고 체계적인 광고효과의 예측과 광고조사는 전략적 광고관리의 필수조건이므로 한지직물을 대중화시키기 위한 홍보 매체로 적절히 적용시켜 봄이 바람직하리라 사료된다. 다만, TV라는 광고매체가 동시 전파력이 크고 다양한 제품을 홍보 할 수 있다는 장점이 있지만, 매체 비용이 상대적으로 높음을 고려할 때 무분별한 광고노출을 지양하고 소비자에게 어필할 수 있는 광고실행과 소요경비의 효율적인 집행을 한다면 광고효과를 극대화시킬 수 있을 것이다.

<표 15> 연령별 한지직물 패션 정보 경로 채널

정보 경로 채널 연령	전 체 순 위		신문이 나 패션잡 지	TV나 라디오	광 고 전 단 및 카 탈 로 그	주 위 사 람 들 을 통 해	인 터 넷	인사동 등에 위치한 매장	공 항	코 엑 스 등 전 시 장	기 타	계
10대	3	빈도	2	72	0	0	2	2	0	0	0	78
		비율	2.56	92.31	0.00	0.00	2.56	2.56	0.00	0.00	0.00	
		순위	2	1	5	5	2	2	5	5	5	
20대	1	빈도	8	142	2	6	6	6	0	0	2	172
		비율	4.65	82.56	1.16	3.49	3.49	3.49	0.00	0.00	1.16	
		순위	2	1	6	3	3	3	8	8	6	
30대	2	빈도	16	84	0	0	4	8	0	0	0	112
		비율	14.29	75.00	0.00	0.00	3.57	7.14	0.00	0.00	0.00	
		순위	2	1	5	5	4	3	5	5	5	
40대	4	빈도	0	61	4	5	4	2	0	0	0	76
		비율	0.00	80.26	5.26	6.58	5.26	2.63	0.00	0.00	0.00	
		순위	6	1	3	2	3	5	6	6	6	
50대 이상	5	빈도	0	50	2	0	0	6	0	2	0	60
		비율	0.00	83.33	3.33	0.00	0.00	10.00	0.00	3.33	0.00	
		순위	5	1	3	5	5	2	5	3	5	
전 체		빈도	26	409	8	11	16	24	0	2	2	498
		비율	5.22	82.13	1.61	2.21	3.21	4.82	0.00	0.40	0.40	
		순위	2	1	6	5	4	3	9	7	7	

(4) 연령별 패션상품 구매 시 고려사항

패션상품 구매 시 고려사항 상위 2개 순위의 분포를 <표 16>에서 살펴보면, 전체 1순위는 ‘디자인’으로 561명(56.7%)이었으며, 2순위로는 품질로 120명(12.1%)이었다. 연령별로 볼 때 10대(65.1%), 20대(70.8%), 30대(44.9%),

40대(36.2%), 50대 이상 (25.0%), 모두 1순위로 ‘디자인’이라 답하였으며, 2순위로는 10대(11.9%)와 20대(8.6%)는 ‘품질’로, 30대(19.1%)와 40대(21.0%)는 ‘기능성’으로, 50대 이상(22.2%)은 ‘소재’라고 답하였다.

분석결과 패션상품 구매 시 ‘디자인’을 가장 많이 고려하며, 연령이 높을수록 ‘기능성’과 ‘소재’를 많이 고려하는 것으로 나타났다. 이 결과로 미루어 보아 기능성 한지직물 패션상품을 기획하고자 할 때에는 타깃을 30대 이상의 연령대로 맞추어 적절하다 할 수 있다. 그리고 대중성과 품질, 감성을 만족시키는 한지직물을 응용한 패션상품 시장의 확대를 위해 단순하게 트렌디한 상품이 아닌 감성과 오리지널리티(originality)와 퀄리티(quality)를 갖춘 상품개발에 심혈을 기울여야 할 것이다.

<표 16> 연령별 패션상품 구매시 고려 사항

고려 사항 연령	전체 순위		디자인	소재	기능성	품질	가격	브랜드 명성	색상	계
10대	3	빈도	142	4	6	26	14	18	8	218
		비율	65.14	1.83	2.75	11.93	6.42	8.26	3.67	
		순위	1	7	6	2	4	3	5	
20대	1	빈도	262	10	20	32	32	6	8	370
		비율	70.81	2.70	5.41	8.65	8.65	1.62	2.16	
		순위	1	5	4	2	2	7	6	
30대	2	빈도	101	18	43	32	14	11	6	225
		비율	44.89	8.00	19.11	14.22	6.22	4.89	2.67	
		순위	1	4	2	3	5	6	7	
40대	4	빈도	38	12	22	16	11	0	6	105
		비율	36.19	11.43	20.95	15.24	10.48	0.00	5.71	
		순위	1	4	2	3	5	7	6	
50대 이상	5	빈도	18	16	14	14	6	2	2	72
		비율	25.00	22.22	19.44	19.44	8.33	2.78	2.78	
		순위	1	2	3	3	5	6	6	
전체		빈도	561	60	105	120	77	37	30	990
		비율	56.67	6.06	10.61	12.12	7.78	3.74	3.03	
		순위	1	5	3	2	4	6	7	

(5) 연령별 패션상품 구매정보

패션상품 구매정보 상위 2개 순위의 분포를 <표 17>에서 살펴보면, 전체 1순위는 ‘인터넷’으로 266명(26.8%), 2순위는 백화점 및 매장으로 265명(26.7%)이었다.

연령별로 볼 때 1순위로 10대(45.0%)와 20대(32.9%)는 ‘인터넷’이라 답하였고, 30대(35.4%)와 40대(27.1%)는 ‘백화점 및 매장’이라 답하였으며, 50대 이상(31.4%)은 ‘TV나 라디오 광고’라고 답하였다.

<표 17> 연령별 패션상품 구매정보

구 매 정 보 연 령	전 체 순 위		신문 이 나 패 션 잡 지	TV나 라 디 오 광 고	광 고 전 단 및 카 탈 로 그	주 위 사 람 들 의 통 해	인 터 넷	백 화 점 및 매 장	기 타	계
10대	3	빈도	14	16	8	34	98	48	0	218
		비율	6.42	7.34	3.67	15.60	44.95	22.02	0.00	
		순위	5	4	6	3	1	2	7	
20대	1	빈도	101	14	28	13	121	89	2	368
		비율	27.45	3.80	7.61	3.53	32.88	24.18	0.54	
		순위	2	5	4	6	1	3	7	
30대	2	빈도	32	25	38	20	31	81	2	229
		비율	13.97	10.92	16.59	8.73	13.54	35.37	0.87	
		순위	3	5	2	6	4	1	7	
40대	4	빈도	14	27	14	11	10	29	2	107
		비율	13.08	25.23	13.08	10.28	9.35	27.10	1.87	
		순위	3	2	3	5	6	1	7	
50대 이 상	5	빈도	8	22	4	12	6	18	0	70
		비율	11.43	31.43	5.71	17.14	8.57	25.71	0.00	
		순위	4	1	6	3	5	2	7	
전 체		빈도	169	104	92	90	266	265	6	992
		비율	17.04	10.48	9.27	9.07	26.81	26.71	0.60	
		순위	3	4	5	6	1	2	7	

2순위로 10대(22.0%)와 50대 이상(25.7%)은 ‘백화점 및 매장’으로, 20대

(27.4%)는 신문이나 패션잡지로, 30대(16.6%)는 ‘광고 전단 및 카탈로그로’, 40대(25.2%)는 ‘TV나 라디오 광고’로, 50대 이상(25.71%)은 ‘백화점 및 매장’으로 응답하였다. 분석결과 연령대가 낮을수록 인터넷 구매를 선호하는 경향이 있으며, 연령이 높을수록 백화점이나 매장을 선호하는 것으로 나타났다. 또한, 연령이 높을수록 외출 빈도가 낮을 경우 TV 홈쇼핑 등을 선호하기도 하는 것으로 사료된다. 그러므로 마케팅에 적절히 적용한다면 고부가가치로의 긍정적인 결과를 얻을 수 있으리라 기대된다.

4) 한지직물 자극물 경험 전

(1) 한지직물 자극물 경험 전 생각

한지직물 자극물 경험 전 생각을 <표 18>에서 살펴보면 “내추럴하고 친환경적이다”(4.18, 1순위), “한복감과 비슷하여 고전적인 패션제품에 어울릴 것이다”(4.03, 2순위) 항목들은 매우 긍정적으로 생각하는 것으로 나타났다.

그러나 “두꺼우며 부피감이 있을 것이다”(2.56, 13순위), “양말과 같은 니트류 소재로 신축성있는 직물일 것이다”(2.30, 14순위) 항목들은 매우 부정적으로 생각하는 것으로 나타났다.

분석 결과 한지직물을 경험해 보지 못한 상황에서 상상에 의존하여 한지직물을 떠올리는 것으로 일반 직물과는 전혀 다른 친환경적인 이미지의 전통 한지로 가장 많이 추측하는 것으로 사료된다.

<표 18> 자극물 경험 전 한지직물의 특성

한지직물의 특성	평 균	평균	순위
종이느낌이 날 것이다.		3.75	5
까슬까슬 할 것이다.		3.30	10
성글고 빨리 건조 될 것이다.		3.69	6
내추털하고 친환경적일 것이다.		4.18	1
가벼우며 유연할 것이다.		3.87	4
고급스러울 것이다.		3.49	9
두꺼우며 부피감이 있을 것이다.		2.56	13
탄력감이 없고 물에 빨면 처질 것이다.		3.53	8
가격이 비쌀 것이다.		3.54	7
색상이 다양할 것이다.		3.93	3
한복감과 비슷하여 고전적인 패션제품에 어울릴 것이다.		4.03	2
양말과 같은 니트류 소재로 신축성 있는 직물일 것이다.		2.30	14
일반 직물과 같이 다양한 느낌일 것이다.		2.97	12
한지 직물소재의 패션 제품으로 판매 된다면 구매할 의사가 있다.		3.15	11

(2) 한지직물 자극물 경험 전 구매의사

한지직물 자극물 경험 전 구매의사를 <표 19>에서 살펴보면 ‘생활한

복’(3.60, 1순위), ‘지갑, 명함집, 핸드백’(3.39, 2순위) 항목들은 매우 긍정적으로 생각하는 것으로 나타났다. 그러나 ‘정장’(2.57, 13순위), ‘양말’(2.52, 14순위) 항목들은 매우 부정적으로 생각하는 것으로 나타났다.

분석결과 한지에 대한 전통이미지가 한지직물과 연상되어 나타난 것으로 ‘생활한복’이라고 응답한 것으로 보이며, 그다음에 ‘명함집, 핸드백’ 순으로 응답한 것으로 보아 아직 접해보지 못한 신소재에 대한 불안감과 종이라는 이미지가 강하게 작용되어 한지 공예작품으로서 부담없이 구매할 수 있는 것으로 구매의도가 나타난 것으로 보인다.

그러므로 직접 보고 느낄 수 있는 오프라인상의 상품 판매망의 확장이 요구된다 할 수 있다.

<표 19> 한지직물을 이용한 패션상품에 대한 예상 구매의사

패션상품	평균	평균	순위
셔츠류		2.95	6
양말		2.52	13
스카프 또는 손수건		3.22	3
정장		2.57	12
생활한복		3.60	1
기능성 속옷		3.12	4
넥타이		3.22	3
평상복		2.83	8
잠옷		3.01	5
니트류		2.68	11
캐주얼복		2.70	10
외출복		2.73	9
파티복		2.85	7
지갑, 명함집, 핸드백		3.39	2

5) 한지직물 자극물 경험 후

(1) 한지직물 자극물 경험 후 느낌

<표 20> 한지직물 자극물 경험 후 특성

한지직물 특성	평균	평균	순위
종이느낌이 난다.		2.65	11
까슬까슬 하다.		2.55	12
성글고 빨리 건조 될 것 같다.		3.28	9
내추럴하고 친환경적일 것 같다.		4.06	1
가벼우며 유연하다.		3.90	3
고급스럽다.		3.70	5
두꺼우며 부피감이 있다.		2.45	13
탄력감이 없고 물에 빨면 처질 것 같다.		2.72	10
가격이 비쌀 것 같다.		3.52	7
색상이 다양할 것 같다.		4.01	2
한복감과 비슷하여 고전적인 패션제품에 어울린다.		3.74	4
양말과 같은 니트류 소재로 신축성 있는 직물도 있다.		3.28	9
일반 직물과 같이 다양한 느낌이다.		3.68	6
한지 직물소재의 패션 제품으로 판매 된다면 구매할 의사가 있다.		3.57	8

한지직물 자극물 경험 후 느낌을 <표 20>에서 살펴보면 “내추럴하고 친환경적이다.”(4.06, 1순위), “색상이 다양할 것 같다”(4.01, 2순위) 항목들은 매우 긍정적으로 생각하는 것으로 나타났다. 그러나 “까슬까슬하다”(2.55, 13순위), “두꺼우며 부피감이 있다”(2.45, 14순위) 항목들은 매우 부정적으로 생각하는 것으로 나타났다.

분석 결과 자극물을 통해 직접 한지직물을 접해보고 응답한 것으로 자극물 경험전과 비교하여, 친환경소재라는 대표적인 이미지는 변함이 없다. 그러나 자극물 경험 전의 한지와 같은 종이를 만들어 졌으니 종지와 같은 물리적 특성을 가지고 있을 것이라는 단편적인 연상과는 달리 일반 직물과 같은 다양성과 물리적 특성을 가지고 있다는 확신과 긍정적인 호응도를 나타낸 것을 볼 수가 있다.

(2) 한지직물 자극물 경험 후 구매의사

한지직물 자극물 경험 후 구매의사를 <표 21>에서 살펴보면 ‘지갑, 명함집, 핸드백’(3.82, 1순위), ‘생활한복(3.78, 2순위)’ 항목들은 매우 긍정적으로 생각하는 것으로 나타났으며, ‘양말(3.18, 13순위)’, ‘정장(3.11, 14순위)’ 항목들은 매우 부정적으로 생각하는 것으로 나타났다. 분석결과 한지직물의 물리적 특성을 조사한 문항과 다르지 않은 것으로, ‘자극물 경험 전’에는 종이로써의 패션 상품을 연상 시키므로 상품의 구매 폭이 한지 공예품과 같은 공예적인 이미지의 소품에 머물렀다. 그러나 ‘경험 후’에는 패션상품 구매에 대한 긍정적인 의사가 보다 더 폭 넓게 나타나고 있는 것으로 나타났다.

그러나 정장과 니트류 같이 일상적인 직물에 익숙한 소비자들은 세탁 후 필링성과 견뢰도, 수축률 등에 대한 불안함으로 이 품목에 대하여는 경험

전보다는 꽤 긍정적으로 응답을 하였지만 아직까지는 모험이라는 반응이 많은 것으로 나타났다. 이 결과는 시각과 촉각을 통한 체험의 정도가 소비자 구매의도에 커다란 영향을 끼치는 것으로 한지직물을 응용한 패션상품을 체험할 수 있는 보다 많은 기회를 소비자들에 부여해야 할 것이다.

<표 21> 자극물 경험 후 한지직물을 이용한 패션상품 구매의사

패션상품	평균	순위
셔츠류	3.51	5
양말	3.18	13
스카프 또는 손수건	3.59	4
정장	3.11	14
생활한복	3.78	2
기능성 속옷	3.45	7
넥타이	3.63	3
평상복	3.30	8
잠옷	3.50	6
니트류	3.19	12
캐주얼복	3.23	9
외출복	3.26	10
파티복	3.22	11
지갑, 명함집, 핸드백	3.82	1

6) 연령별 차이검정

연령에 따른 차이를 분석하여 살펴보기 위해서 유의수준 0.05 내에서 일

원분산분석을 실시하였으며, 차이가 있는 경우 최소 유의차 검정을 실시하여 구체적으로 어떤 차이가 있는지를 살펴보았다.

(1) 연령별 자극물 경험 전 한지직물 생각

자극물 경험 전 한지직물 특성에 대한 느낌을 연령별로 그 차이를 살펴보면 <표 22>와 같다. 한지직물 자극물 경험전 특성 항목 중 “까슬까슬 할 것이다.”, “성글고 빨리 건조 될 것이다.”, “내추럴하고 친환경적일 것이다.”, “고급스러울 것이다.”, “두꺼우며 부피감이 있을 것이다.”, “한복감과 비슷하여 고전적인 패션제품에 어울릴 것이다.”, “양말과 같은 니트류 소재로 신축성 있는 직물일 것이다.”, “일반 직물과 같이 다양한 느낌일 것이다.”, “한지 직물소재의 패션 제품으로 판매 된다면 구매할 의사가 있다.”라는 항목은 연령별로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

연령별 자극물 경험 전 한지직물 생각에 대한 사후검정(Scheffe)을 실시한 결과 “까슬까슬 할 것이다”는 40대가 20대와 10대보다 “까슬까슬한 느낌이 더 날 것이다.”라고 생각하는 것으로 나타났다.

“성글고 빨리 건조 될 것이다.”는 10대가 30대보다 “성글고 빨리 건조될 것이다.”라고 생각하는 것으로 판단된다.

“내추럴하고 친환경적일 것이다.”는 10대가 20대와 30대 보다 “내추럴하고 친환경적일 것이다.”라고 생각하는 것으로 나타났다.

“고급스러울 것이다.”는 10대가 30대, 40대, 50대 보다, 20대가 30대, 40대, 50대 보다 “고급스럽다.”라고 생각하는 것으로 나타났다.

“두꺼우며 부피감이 있을 것이다.”는 40대가 30대와 20대 보다 “두꺼우며 부피감이 있을 것이다.”라고 생각하는 것으로 분석됐다.

<표 22> 자극물 경험 전 한지직물 평가의 연령별 차이

연령 한지직물 특성	10대	20대	30대	40대	50대 이상	F	P	
종이느낌이 날 것이다.	2.17	2.21	2.30	2.38	2.41	2.07	0.08	
까슬까슬 할 것이다.	2.66 (b)	2.58 (b)	2.74 (ab)	3.03 (a)	2.81 (ab)	5.09	0.00	**
성글고 빨리 건조 될 것이다.	2.46 (a)	2.25 (ab)	2.22 (b)	2.39 (ab)	2.33 (ab)	3.32	0.01	*
내추럴하고 친환경적 일 것이다.	2.10 (a)	1.74 (b)	1.65 (b)	1.85 (ab)	1.89 (ab)	10.31	0.00	**
가벼우며 유연할 것이 다.	2.04	2.20	2.10	2.09	2.16	1.12	0.34	
고급스러울 것이다.	2.61 (a)	2.76 (a)	2.29 (b)	2.15 (b)	2.14 (b)	17.05	0.00	**
두꺼우며 부피감이 있 을 것이다.	3.47 (ab)	3.40 (b)	3.24 (b)	3.82 (a)	3.61 (ab)	6.55	0.00	**
탄력감이 없고 물에 빨면 처질 것이다.	2.45 (b)	2.42 (b)	2.33 (b)	2.89 (a)	2.57 (ab)	5.31	0.00	**
가격이 비쌀 것이다.	2.53	2.43	2.52	2.23	2.57	2.11	0.08	
색상이 다양할 것이다.	2.05	2.12	2.08	2.02	1.92	0.92	0.45	
한복감과 비슷하여 고 전적인 패션제품에 어 울릴 것이다.	1.93	1.98	1.91	1.92	2.24	2.51	0.04	*
양말과 같은 니트류 소재로 신축성 있는 직 물 일 것이다.	3.43 (b)	3.88 (a)	3.74 (a)	3.59 (ab)	3.57 (ab)	8.51	0.00	**
일반 직물과 같이 다 양한 느낌일 것이다.	2.83 (b)	3.20 (a)	3.10 (ab)	2.79 (b)	2.86 (ab)	8.15	0.00	**
한지 직물소재의 패션 제품으로 판매 된다면 구매할 의사가 있다.	2.93 (b)	3.01 (a)	2.83 (ab)	2.53 (c)	2.41 (c)	11.48	0.00	**

* P<0.05

** P<0.01

abc: scheff의 사후검정 결과

“탄력감이 없고 물에 빨면 처질 것이다.”는 40대가 10대, 20대, 30대 보다 “탄력감이 없고 물에 빨면 처질 것이다.”라고 생각하는 것으로 나타났다.

“양말과 같은 니트류 소재로 신축성 있는 직물일 것이다.”는 20대와 30대가 10대보다 “양말과 같은 니트류 소재로 신축성 있는 직물일 것이다.”라고 생각하는 것으로 분석됐다.

“일반 직물과 같이 다양한 느낌일 것이다.”는 20대가 10대와 40대보다 “일반 직물과 같이 다양한 느낌일 것이다.”라고 생각하였다.

“한지직물소재의 패션제품으로 판매 된다면 구매할 의사가 있다.”는 20대가 가장 긍정적이었으며, 40대, 50대 이상이 가장 부정적으로 생각하는 것으로 나타났다.

분석 결과 연령이 낮을수록 신제품에 대한 물리적 특성에 대한 신뢰도가 높은 것으로 나타났으며, 친환경적인 기능성 상품 구매 의사는 연령이 높을수록 높은 것으로 나타났다.

(2) 연령별 자극물 경험 전 한지직물 구매의사

자극물 경험 전 한지직물을 응용한 패션상품 구매의사에 대한 연령별 차이를 살펴보면 ‘기능성 속옷’, ‘지갑’, ‘명함집’, ‘핸드백’을 제외한 모든 항목에서 유의한 연령별 차이가 있는 것으로 나타났다.

연령별 자극물 경험 전 한지직물을 응용한 패션상품 구매의사를 사후 검정(Scheffe) 한 결과는 <표 23>와 같다.

분석결과 셔츠류는 50대 이상이 가장 구매의사가 낮았다. 양말은 20대가 구매의사가 가장 높았고 30대가 두 번째로 높았고, 50대 이상이 가장 낮았다.

<표 23> 연령별 자극물 경험 전 한지직물 구매의사

연령 구매의사	10대	20대	30대	40대	50대 이상	F	P	
셔츠류	2.97 (a)	3.21 (a)	3.05 (a)	3.04 (a)	2.51 (b)	9.04	0.00	**
양말	3.31 (bc)	3.72 (a)	3.46 (b)	3.29 (bc)	3.05 (c)	14.45	0.00	**
스카프 또는 손수건	3.02 (a)	2.74 (ab)	2.68 (b)	2.73 (ab)	2.68 (b)	3.58	0.01	*
정장	3.40 (ab)	3.65 (a)	3.27 (b)	3.26 (b)	3.16 (b)	9.11	0.00	**
생활한복	2.15 (b)	2.43 (ab)	2.47 (a)	2.40 (ab)	2.76 (a)	5.45	0.00	**
기능성 속옷	2.89	3.06	3.28	3.00	2.65	2.27	0.06	
넥타이	2.80 (a)	3.00 (a)	2.76 (ab)	2.66 (ab)	2.32 (b)	8.73	0.00	**
평상복	3.06 (b)	3.35 (a)	3.10 (ab)	3.00 (b)	3.00 (b)	5.60	0.00	**
잠옷	2.58 (bc)	3.15 (a)	3.03 (a)	3.29 (a)	2.95 (abc)	12.43	0.00	**
니트류	3.17 (b)	3.52 (a)	3.25 (b)	3.18 (b)	3.22 (ab)	6.55	0.00	**
캐주얼복	3.07 (b)	3.56 (a)	3.26 (b)	3.07 (b)	3.16 (b)	11.65	0.00	**
외출복	3.28 (ab)	3.50 (a)	3.06 (b)	2.96 (b)	3.11 (ab)	10.63	0.00	**
파티복	3.28 (ab)	3.35 (a)	2.88 (c)	2.89 (bc)	2.97 (ab)	7.77	0.00	**
지갑,명함집,핸드백	2.69	2.65	2.60	2.29	2.62	2.29	0.06	

* P<0.05 ** P<0.01 abc: scheff의 사후검정 결과

스카프 또는 손수건은 10대가 가장 구매의사가 높았으며 30대와 50대 이상이 가장 낮았다, 정장은 20대가 가장 구매의사가 높았다. 생활한복 구매의사는 30대와 50대 이상이 가장 높게 나타났으며, 10대가 가장 낮았다. 넥타이는 50대 이상이 가장 구매의사가 낮은 것으로 나타났다. 평상복 구매의사는 20대가 가장 높았으며, 잠옷은 20대, 30대, 40대의 구매의사가 가장 높

았다. 니트류와 캐주얼복과 외출복은 3가지 상품 모두 20대의 구매의사가 가장 높은 것으로 분석되었다. 파티복 구매의사는 20대가 가장 높았으며 30대의 구매의사가 가장 낮게 나타났다.

분석 결과 10대의 경우는 셔츠류, 스카프 또는 손수건, 넥타이 구매의사가 높았으며, 20대의 구매의사는 모든 품목에 대하여 긍정적으로 나타났다.

30대와 40대 모두 셔츠류, 생활한복, 넥타이, 잠옷에 구매의사가 높게 나타났다. 50대 이상은 생활한복의 구매의사가 가장 높은 것으로 분석되었다.

(3) 연령별 자극물 경험 후 한지직물 의견

자극물 경험 후 한지직물 의견에 대한 연령별 차이를 살펴보면 “내추럴하고 친환경적일 것 같다.”, “가벼우며 유연하다.”, “가격이 비쌀 것 같다.”를 제외한 모든 항목에서 연령별 유의한 차이가 있는 것으로 볼 수 있다.

연령별 자극물 경험 후 한지직물의 물리적 특성 대한 의견을 사후검정한 결과는 <표 24>과 같다.

“종이느낌이 난다”는 40대가 가장 부정적으로 응답한 것으로 종이 느낌이 나지 않는다고 느끼는 것으로 나타났다. “까슬까슬 하다”는 20대가 40대보다 까슬까슬 하다고 느끼는 것으로 보여 진다. “성글고 빨리 건조될 것이다”는 10대와 20대로 비교 대상이 젊을수록 성글고 빨리 건조될 것이라고 느끼는 것으로 나타났다. “고급스럽다”는 20대가 가장 긍정적으로 답하였고 10대가 가장 부정적으로 답하였다. “두꺼우며 부피감이 있다”는 50대 이상이 가장 높았으며, 비교 대상의 연령이 높을수록 두꺼우며 부피감이 있다고 느끼는 것으로 보여 진다.

<표 24> 연령별 자극물 경험 후 한지직물 의견

연령 한지직물 의견	10대	20대	30대	40대	50대 이상	F	P	
종이느낌이 난다	3.22 (ab)	3.49 (a)	3.34 (ab)	3.08 (b)	3.44 (ab)	4.39	0.00	**
까슬까슬 하다	3.37 (ab)	3.62 (a)	3.39 (ab)	3.23 (b)	3.28 (ab)	5.11	0.00	**
성글고 빨리 건조 될 것 같다	2.86 (a)	2.90 (a)	2.42 (b)	2.73 (ab)	2.22 (c)	14.21	0.00	**
내추럴하고 친환경적일 것 같다	2.00	1.94	1.91	1.91	1.97	0.47	0.76	
가벼우며 유연하다	2.01	2.13	2.14	2.21	2.00	1.86	0.12	
고급스럽다	2.13 (b)	2.45 (a)	2.26 (ab)	2.27 (ab)	2.16 (ab)	5.06	0.00	**
두꺼우며 부피감이 있다	3.31 (c)	3.65 (ab)	3.48 (abc)	3.67 (ab)	3.84 (a)	7.63	0.00	**
탄력감이 없고 물에 빨면 쳐질 것 같다	3.17 (bc)	3.46 (a)	3.08 (c)	3.51 (a)	3.00 (c)	8.48	0.00	**
가격이 비쌀 것 같다	2.39	2.54	2.44	2.56	2.49	1.14	0.34	
색상이 다양할 것 같다	1.84	2.02	2.08	2.03	1.97	2.77	0.03	*
한복감과 비슷하여 고전적 인 패션제품에 어울린다	2.14 (b)	2.42 (a)	2.20 (ab)	2.19 (ab)	2.06 (ab)	4.68	0.00	**
양말과 같은 니트류 소재 로 신축성 있는 직물도 있 다.	2.47 (b)	2.72 (a)	2.79 (a)	2.94 (a)	2.97 (a)	7.81	0.00	**
일반 직물과 같이 다양한 느낌이다	2.06 (c)	2.34 (ab)	2.50 (a)	2.32 (abc)	2.46 (ab)	9.64	0.00	**
한지 직물소재의 패션 제 품으로 판매 된다면 구매 할 의사가 있다	2.36 (ab)	2.41 (ab)	2.59 (a)	2.26 (a)	2.54 (ab)	3.61	0.01	*

* P<0.05 ** P<0.01 abc: scheff의 사후검정 결과

“탄력감이 없고 물에 빨면 쳐질 것 같다”는 20대와 40대가 가장 높게 나왔으며, ‘그럴 것이다.’라고 느끼는 것으로 분석되었다. “한복감과 비슷하여

고전적인 패션제품에 어울릴 것 같다”는 20대가 가장 긍정적으로 답하였다..

“양말과 같은 니트류 소재로 신축성 있는 직물도 있다”는 비교 대상의 연령이 높을수록 양말과 같은 니트류 소재로 신축성 있는 직물도 있다라고 느끼는 것으로 분석된다. “일반 직물과 같이 다양한 느낌이다”는 비교 대상의 연령이 높을수록 일반 직물과 같이 다양하게 느끼는 것으로 판단된다. “한지 직물소재의 패션 제품으로 판매 된다면 구매할 의사가 있다”는 30대와 40대가 가장 긍정적인 구매의사를 가지고 있는 것으로 분석되었다.

(4) 연령별 자극물 경험 후 한지직물 구매의사

자극물 경험 후 한지직물 구매의사에 대한 연령별 차이를 살펴보면 ‘스카프 또는 손수건’, ‘생활한복’, ‘잠옷’, ‘니트류’, ‘캐주얼복’, ‘외출복’은 연령별 유의한 차이가 있는 것으로 볼 수 있다. 연령별 자극물 경험 후 한지직물 구매의사를 사후 검정한 결과를 살펴보면 <표 25>과 같다.

스카프 또는 손수건 구매의사는 10대가 가장 높았으며 20대가 가장 낮았다. 생활한복 구매의사는 50대 이상이 가장 높았으며 10대가 가장 낮았다. 비교 대상의 연령이 높을수록 생활한복 구매의사가 있는 것으로 나타났다.

잠옷은 40대가 가장 구매의사가 높았으며 10대가 가장 낮게 나타났다. 비교 대상의 연령이 높을수록 잠옷 구매의사가 있는 것으로 보여 진다.

니트류는 20대와 50대 이상의 구매의사가 가장 높았으며, 비교 대상의 연령이 높을수록 니트류 구매의사가 있는 것으로 나타났다.

외출복은 20대와 30대가 가장 높은 구매의사를 보였으며, 30대가 가장 낮았다. 분석결과를 고정고객 유도를 위한 타겟 선정 시 적절히 적용하는 것이 소비자 유치와 고부가가치 선점에 효과적으로 작용하리라 기대해 본다.

<표 25> 연령별 자극물 경험 후 한지직물 구매의사

연령 구매의사	10대	20대	30대	40대	50대 이상	F	P	
셔츠류	2.51	2.45	2.58	2.41	2.46	1.09	0.36	
양말	2.84	2.76	2.82	2.94	2.89	0.92	0.45	
스카프 또는 손수건	2.58 (a)	2.28 (b)	2.41 (ab)	2.54 (ab)	2.38 (ab)	4.43	0.00	**
정장	2.83	2.88	2.84	3.07	3.00	1.56	0.18	
생활한복	2.05 (c)	2.18 (bc)	2.24 (abc)	2.44 (ab)	2.54 (a)	6.35	0.00	**
기능성 속옷	2.60	2.47	2.58	2.64	2.54	0.98	0.42	
넥타이	2.38	2.44	2.34	2.32	2.19	1.41	0.23	
평상복	2.64	2.71	2.63	2.87	2.78	1.73	0.14	
잠옷	2.23 (c)	2.52 (ab)	2.58 (ab)	2.71 (a)	2.57 (abc)	6.18	0.00	**
니트류	2.66 (b)	2.94 (a)	2.69 (b)	2.79 (ab)	3.05 (a)	5.60	0.00	**
캐주얼복	2.61	2.80	2.76	2.83	3.00	2.88	0.02	*
외출복	2.74 (ab)	2.79 (a)	2.52 (b)	2.89 (a)	2.86 (ab)	4.30	0.00	**
파티복	2.87	2.82	2.63	2.81	2.70	1.67	0.16	
지갑, 명함집, 핸드백	2.17	2.14	2.16	2.25	2.41	1.28	0.28	

* P<0.05

** P<0.01

abc: scheff의 사후검정 결과

7). 한지직물 자극물 경험 전·후 차이비교

(1) 한지직물 자극물 경험 전·후 생각 차이

<표 26> 자극물 경험 전·후 한지직물에 대한 생각 차이

자극물 경험 전·후 한지직물 특성	자극물 경험 전 평균	자극물 경험 후 평균	t	P
종이느낌이 난다	3.74±0.86	2.65±1.04	27.90	0.00
까슬까슬 하다	3.3±0.97	2.55±1.01	20.24	0.00
성글고 빨리 건조 될 것 같다	3.69±0.84	3.29±1.01	11.40	0.00
내추럴하고 친환경적일 것 같다	4.18±0.82	4.06±0.76	4.22	0.00
가벼우며 유연하다	3.87±0.95	3.9±0.78	-0.64	0.52
고급스럽다	3.49±0.96	3.7±0.91	-6.27	0.00
두꺼우며 부피감이 있다	2.56±1.05	2.45±0.92	2.87	0.00
탄력감이 없고 물에 빨면 처질 것 같다	3.53±1.09	2.72±1.03	18.94	0.00
가격이 비쌀 것 같다	3.54±1	3.52±0.97	0.63	0.53
색상이 다양할 것 같다	3.93±0.94	4.01±0.8	-2.61	0.01
한복감과 비슷하여 고전적인 패션제품에 어울릴 것 같다	4.03±0.84	3.74±0.98	8.31	0.00
양말과 같은 니트류 소재로 신축성있는 직물 일 것 같다	2.3±0.97	3.28±0.91	-24.89	0.00
일반 직물과 같이 다양한 느낌 일 것 같다	2.97±0.97	3.68±0.8	-20.13	0.00
한지 직물소재의 패션 제품으로 판매 된다면 구매할 의사가 있다	3.15±0.9	3.56±0.88	-13.80	0.00

* P<0.05

** P<0.01

한지직물에 대한 생각을 자극물 경험 전·후 생각 차이를 살펴보면 <표 26>과 같다.

‘중이느낌’은 자극물 경험 후 중이느낌이 덜 나는 것으로 나타났다. 유의성 검정 결과 자극물 경험 전·후 유의한 차이가 있다. ‘까슬까슬한 느낌’은 자극물 경험 후 까슬까슬한 느낌이 덜 나는 것으로 나타났다. 자극물 경험 전·후 유의한 차이가 있다. “성글고 빨리 건조될 것 같다.”는 자극물 경험 전 ‘성글고 빨리 건조될 것 같다’로 생각하는 것으로 나타났다. 자극물 경험 전·후 유의한 차이가 있다. “내추럴하고 친환경적일 것이다.”는 자극물 경험 전 ‘내추럴하고 친환경적일 것 같다’로 생각하는 것으로 나타났다. 자극물 경험 전·후 유의한 차이가 있다. 또한 다른 항목에 비해 평균이 높아 대부분 응답자들은 한지직물을 내추럴하고 친환경적일 것이라고 생각하는 것으로 판단된다. “가벼우며 유연할 것이다.”는 자극물 경험 후 한지직물이 좀더 가벼우며 유연하다고 생각하는 것으로 판단된다. 경험 전·후 유의하지 않았다. “고급스러울 것이다.”는 자극물 경험 후 한지직물이 고급스럽다고 생각하는 것으로 나타났다. 경험 전·후 유의한 차이가 있다.

“두꺼우며 부피감이 있을 것이다.”는 자극물 경험 전 두꺼우며 부피감이 있을 것 같다고 생각하는 것으로 나타났다. 경험 전·후 유의한 차이가 있다.

“탄력감이 없고 물에 빨면 처질 것이다.” 생각 차이를 살펴보면 자극물 경험 전 탄력감이 없고 물에 빨면 처질 것이다라고 생각하는 것으로 나타났다. 자극물 경험 전·후 유의한 차이가 있다.

“가격이 비쌀 것이다.”는 자극물 경험 전 가격이 비쌀 것이다라고 생각하는 것으로 나타났다. 유의성 검정 결과 차이가 없는 것으로 판단된다.

“색상이 다양할 것이다.”는 자극물 경험 후 색상이 다양할 것이다라고 생각하는 것으로 나타났다. 자극물 경험 전·후 유의한 차이가 있다.

“한복감과 비슷하여 고전적인 패션제품에 어울릴 것이다.”는 자극물 경험 전 ‘한복감과 비슷하여 고전적인 패션제품에 어울릴 것이다.’라고 생각하는

것으로 나타났다. 자극물 경험 전·후 유의한 차이가 있다.

“양말과 같은 니트류 소재로 신축성 있는 직물 일 것이다.”는 자극물 경험 후 ‘양말과 같은 니트류 소재로 신축성 있는 직물 일 것이다’라고 생각하는 것으로 나타났다. 자극물 경험 전·후 유의차이가 있다. “일반 직물과 같이 다양한 느낌일 것이다.”는 자극물 경험 후 ‘일반 직물과 같이 다양한 느낌일 것이다’라고 생각하는 것으로 나타났다. 자극물 경험 전·후 유의한 차이가 있다. “한지 직물소재의 패션 제품으로 판매 된다면 구매할 의사가 있다.”는 자극물 경험 후 ‘한지 직물소재의 패션 제품으로 판매 된다면 구매할 의사가 있다.’라고 생각하는 것으로 나타났다. 경험 전·후 유의한 차이가 있다.

분석결과 자극물 경험 전·후 한지직물 생각에 대한 사후검정 후 유의한 항목들의 평균차이를 살펴보면 <표 27>과 같이 자극물 경험 전 응답자의 한지직물에 대한 생각이 한지직물의 자극물 경험 후 긍정적으로 변화된 것으로 나타났다.

<표 27> 한지직물에 대한 생각, 자극물 경험 전·후

항목	평균	차이	항목	평균	차이
종이느낌이 날 것이다	3.74	-1.09	탄력감이 없고 물에 빨면 치질 것이다	3.53	-0.81
종이느낌이 난다	2.65		탄력감이 없고 물에 빨면 치질 것 같다	2.72	
까슬까슬 할 것이다	3.30	-0.75	색상이 다양할 것이다	3.93	0.08
까슬까슬 하다	2.55		색상이 다양할 것 같다	4.01	
성글고 빨리 건조 될 것이다	3.69	-0.40	한복감과 비슷하여 고전적인 패션제품에 어울릴 것이다	4.03	-0.29
성글고 빨리 건조 될 것 같다	3.29		한복감과 비슷하여 고전적인 패션제품에 어울린다	3.74	

항목	평균	차이	항목	평균	차이
내추럴하고 친환경적일 것이다	4.18	-0.12	양말과 같은 니트류 소재로 신축성 있는 직물일 것이다	2.30	0.97
내추럴하고 친환경적일 것 같다	4.06		양말과 같은 니트류 소재로 신축성 있는 직물도 있다	3.28	
고급스러울 것이다	3.49	0.20	일반 직물과 같이 다양한 느낌일 것이다	2.97	0.71
고급스럽다	3.70		일반 직물과 같이 다양한 느낌이다	3.68	
두꺼우며 부피감이 있을 것이다	2.56	-0.11	한지 직물소재의 패션 제품으로 판매 된다면 구매할 의사가 있다	3.15	0.42
두꺼우며 부피감이 있다	2.45		한지 직물소재의 패션 제품으로 판매 된다면 구매할 의사가 있다	3.56	

(2) 한지직물 자극물 경험 전·후 구매의사

한지직물을 응용한 패션 상품 구매의사의 자극물 경험 전·후 차이를 비교 분석해보면 <표 28>와 같다. 조사 대상의 모든 품목이 경험 전·후 구매의사에 유의한 차이가 있었다. 품목별로 살펴보면 셔츠류 구매의사는 자극물 경험 후 셔츠류 구매의사가 높아진 것으로 나타났다.

양말 구매의사는 자극물 경험 후 양말 구매의사가 높아진 것으로 나타났다. 스카프 또는 손수건 구매의사는 자극물 경험 후 스카프 또는 손수건 구매의사가 높아진 것으로 나타났다.

정장 구매의사는 자극물 경험 후 정장 구매의사가 높아진 것으로 나타났

다.

생활한복 구매의사는 자극물 경험 후 생활한복 구매의사가 높아졌다.

기능성 속옷은 자극물 경험 후 기능성 속옷 구매의사가 높아졌다.

또한, 넥타이, 평상복, 잠옷, 니트류, 캐주얼복, 외출복, 파티복의 구매의사도 자극물 경험 후 모두 높아졌다. 지갑, 명함집, 핸드백같은 한지직물을 응용한 패션상품도 자극물 경험 후 구매의사가 높아졌다.

<표 28> 자극물 경험 전·후 한지직물을 응용한 패션 상품 구매의사

한지 직물 패션상품	자극물 경험 전·후 자극물 경험 전 평균	자극물 경험 후 평균	t
셔츠류	2.95±0.96	3.51±0.86	-18.35 **
양말	2.52±0.91	3.18±0.96	-19.59 **
스카프 또는 손수건	3.22±1.07	3.59±0.91	-12.15 **
정장	2.57±0.96	3.11±0.97	-16.77 **
생활한복	3.60±1.08	3.78±0.89	-5.82 **
기능성 속옷	3.12±2.08	3.46±1.00	-5.13 **
넥타이	3.22±1.12	3.63±0.90	-12.99 **
평상복	2.83±0.97	3.30±0.90	-13.96 **
잠옷	3.01±1.09	3.50±0.97	-15.26 **
니트류	2.68±0.97	3.18±0.94	-15.33 **
캐주얼복	2.70±0.98	3.23±0.96	-16.97 **
외출복	2.73±1.01	3.26±0.95	-16.09 **
파티복	2.85±1.21	3.22±1.11	-10.53 **
지갑, 명함집, 핸드백	3.39±1.19	3.82±0.99	-13.26 **

** P<0.01

한지직물 자극물 경험 전·후 구매의사에 대한 유의한 항목들의 평균차이를 살펴보면 <표 29>과 같으며 한지직물 자극물 경험 후 구매의사가 높아진 것으로 나타났다.

<표 29> 한지직물 패션상품 구매의사, 자극물 경험 전·후

항목		평균	차이	항목		평균	차이
셔츠류	자극물 경험 전	2.95	0.56	평상복	자극물 경험 전	2.83	0.47
	자극물 경험 후	3.51			자극물 경험 후	3.30	
양말	자극물 경험 전	2.52	0.66	잠옷	자극물 경험 전	3.01	0.50
	자극물 경험 후	3.18			자극물 경험 후	3.50	
스카프 또는 손수건	자극물 경험 전	3.22	0.37	니트류	자극물 경험 전	2.68	0.50
	자극물 경험 후	3.59			자극물 경험 후	3.18	
정장	자극물 경험 전	2.57	0.54	캐주얼복	자극물 경험 전	2.70	0.54
	자극물 경험 후	3.11			자극물 경험 후	3.23	
생활한복	자극물 경험 전	3.60	0.18	외출복	자극물 경험 전	2.73	0.53
	자극물 경험 후	3.78			자극물 경험 후	3.26	
기능성 속옷	자극물 경험 전	3.12	0.34	파티복	자극물 경험 전	2.85	0.37
	자극물 경험 후	3.46			자극물 경험 후	3.22	
넥타이	자극물 경험 전	3.22	0.41	지갑,명함집, 핸드백	자극물 경험 전	3.39	0.42
	자극물 경험 후	3.63			자극물 경험 후	3.82	

분석결과 응답자의 대부분은 한지직물을 보편적인 한지로 판단하는 것으로 나타났으며, 한지직물 자극물 경험 후 한지직물에 대한 생각이 긍정적으로 향상되었으며 한지직물을 이용한 패션상품의 구매의사도 높아진 것으로

로 나타났다. 한지직물을 이용한 패션상품의 자극물을 경험하기 전에는 종이로써의 패션 상품을 연상 시키므로 상품의 구매 폭이 한지 공예품과 같은 공예적인 이미지의 소품에 머물렀다. 그러나 경험 후에는 패션상품 구매에 대한 긍정적인 의사가 더욱 폭 넓게 나타나고 있다. 그러나 정장과 니트류 같은 패션상품은 일반적인 직물에 익숙한 관계로 세탁 후 필링성과 견뢰도, 수축률 등에 대한 불안함으로 이 품목에 대하여는 경험 전보다는 꽤 긍정적으로 응답을 하였지만 아직까지는 모험이라는 반응이 많은 것으로 나타났다. 이와 같은 분석 결과를 부가가치를 위한 마케팅 기획에 적절히 접목시킨다면 효율적인 성과를 얻을 수 있으리라 생각된다,

IV. 작품 제작

1. 작품제작의도 및 방법

지구 환경 및 인류 생태위기의 크나큰 위협을 받고 있는 실정 속에 세계적인 환경문제는 디자인에 영향을 미쳐 친환경 상품과 기술이 개발되고 있다. 패션 소재분야에서도 천연 에코패션 소재들이 연구, 개발, 출시되고 있다. 이와 때를 같이하여 우리의 고유 전통 천연소재인 한지를 원료로 한 한지직물의 탄생은 경쟁력 우위를 선취할 수 있는 무한한 가능성을 지닌 유산이다. 명품의 에코패션 소재임에도 불구하고 명품화를 위한 첫 걸음은 그리 가볍지 못하다는 안타가운 현실에서 한지직물 산업 관련업체 및 단체들은 이를 고부가가치로 연계하고자 부단히 노력하고 있다. 그러므로 자연친화적이면서 천연 에코 소재인 한지직물의 장점과 외형적 특수성과 함께 내재된 미의식에 바탕을 두고 있는 한국 전통복식 조형미를 접목시켜 고부가가치를 지양하는 한지직물 명품화라는 목적을 두고 작품을 제작하였다.

총 작품의 수는 12점으로 한국 전통복식의 조형미중 형태의 미와 색의 미 그리고 소재의 미와 문양을 한지직물에 응용하여 제작하였다.

작품 제작 시 중점을 둔 내용은 한지직물의 혼용율로 실제 제작하였을 때 실용성과 기능성을 고루 부합시켜 고급화할 수 있는지를 실험해 보았다.

또한 차별화된 디자인을 개발하고자 하였으며, 전통복식 미를 현대 복식에 응용한 에코패션디자인 작품으로 퓨전(Fusion)을 주제로 하였다.

전통복식의 조형미 요소 중 형태의 미로는 치마, 저고리, 무지개치마, 전복, 원삼, 전행 옷치마, 보, 대란치마를 응용하였으며, 형태를 응용하여 디자인함에 있어 종래의 전통복식의 형태를 그대로 모티브로 적용하던 방식에서 탈피해 여러 각도로 절개를 시도하여 적용하여 보았다.

소재로는 면과 견이 혼용된 한지직물로 한지 혼용율이 85%, 68%,75%, 45%인 한지직물 본연의 색이면서 자연의 색인 소색을 그대로 응용하거나 소목으로 천연염색을 하여 변화를 주었다.

문양은 비자연적인 문양으로 전통한옥의 문에서 볼 수 있는 격자 문양과 자연적인 문양으로 봉황과 꽃, 나비문양을 응용하여 우아함을 더하도록 하였다.

또한 전통매듭인 나비매듭을 탐의 디테일로 응용함으로써 새로운 고급화를 시도해 보려고 하였다. 본 연구의 제작 의도에 따른 작품 계획표는 <표 30>과 같다.

<표 30> 작품 계획서

작품	구성	소재	색상	표현기법	실루엣
I	원피스	한지직물 (한지75%+면25%)	아이보리	훈민정음 날염, 누빔효과	
II	재킷 원피스	한지직물 (한지75%+면25%)	블랙, 아이보리	훈민정음 날염, 침염	
III	원피스	한지직물 (한지75%+면25%)	아이보리	플리츠	
IV	재킷 원피스	한지직물 (한지75%+실크25%)	아이보리	창살문양을 딴 격자무늬 날염, 패고딩, 무지개치마를 모티브로한 플리츠스커트	
V	블라우스 스커트	한지직물(한지68%+실 크32%), 생 한지직물 (한지85%+실크25%)	브라운, 진홍색	소목염, 매듭, 커프스버튼처리, 액주름, 저고리를 어깨선 위쪽 으로 수평 절개하여 네크라인 표현	
VI	민소매 블라우스 스커트	한지직물(한지75%+실 크25%), 생 한지직물 (한지85%+실크15%)	흑보라, 아이보리	소목에 철매염, 전복과 저고리 깃을 응용한 언밸런스한 블라우스, 고구려 색동 주름치마를 응용한 스커트	
VII	원피스	한지 니트직물 (한지50%+ 면50%)	블랙	한복치마를 응용한 원피스, 구김형태를 응용한 소재표현, 침염	
VIII	민소매 니트 탑, 원피스	금사매듭실, 고무줄 한지직물 (한지75%+실크25%)	골드,블랙 화이트, 아이보리	나비매듭, 실고무를 니팅, 침염, 배자 형태의 원피스	
IX	드레스	자카드 생 한지직물 (한지85%+실크15%)	아이보리	무지개치마를 모티브로한 티어드 드레스	
X	드레스	한지직물 (한지75%+면25%)	아이보리	원삼을 어깨 부분에서 수평 절개한 웨딩드레스	
XI	원피스	한지직물 (한지75%+실크25%)	선홍색	소목염, 한복치마와 보를 모티브로한 주름원피스, 보장식	
XII	원피스	한지 직물 (한지75%+실크25%)	아이보리	저고리 깃 라인을 그대로 살린 곡선미의 입체형 카울 원피스,주름처리	

2. 작품 및 해설

1) 작품 I

(1) 구성: 원피스

(2) 소재: 한지직물(복합율 : 한지 75%+면 25%)

(3) 색상: 아이보리

(4) 해설:

우리 고유의 친환경 소재인 한지직물을 소재로 하였으며 표백을 하지 않은 한지 본연의 색인 소색을 사용하여 자연미를 느끼도록 하였으며, 현대 물질문명의 자연 파괴에 대응하는 자연으로의 회귀를 표현 했다. 형태부분에서는 궁중 비빈의 대례복인 대란치마를 모티브로 한 현대적 감각의 원피스로 두개의 층으로 된 스란단을 스커트 단 위의 두줄 장식으로 변형하여 우리글인 훈민정음을 원단에 날염하여 장식하였다. 소비자 의상 컨셉의 다양화를 위하여 대대를 응용한 광택의 대로 변화를 줄 수 있게 하였다. 또한 흑색으로 침염한 대에는 전통 누빔기법을 응용한 스티치로 장식하였다.

제작 과정 중에 한지직물의 혼용율에 있어서 한지가 75% 섞여 있는 소재이므로 종이의 질감이 강하고 구김이 아주 많이 생겨 착용하기에 불편감이 있을 것이라는 예상과는 달리 일반 고급 면직물 보다 광택이나 질감, 촉감 면에서 뛰어났으며, 은은한 광택의 고품격 원피스를 제작할 수 있었다.

< 표 31 > 작품 I의 작업 지시서

ITEM	one-piece	작업 지시일	생산 납기일	작업처	담당	실장	사장		
STYLE NO.	Rujadi - 1				결 재				
특성									
					<i>Size Spec (cm)</i>				
					종목	size	44	55	66
						어깨넓이			
						가슴둘레		83	
						허리둘레		64	
						hips둘레		90	
						원피스기장		73	
						소매기장			
						총장			
	size color	44	55	66	total				
	ivory		1						
	total								
<i>Fabric Swatch</i>		봉제방법 및 주의사항			원·부자재 소요명세서				
		-벨트너비 8cm로 하 고, 길이 2m, 누빔처리 -치마단 두 줄의 너비 2cm로 하여 덧대지 말고 이을 것			품명	소재명	규격		
					겉감	한지직물	한지 75% + 면 25%		
					안감	한지직물	“		
					벨트	한지직물	“		



< 그림 29 > 작품 I

2) 작품 II

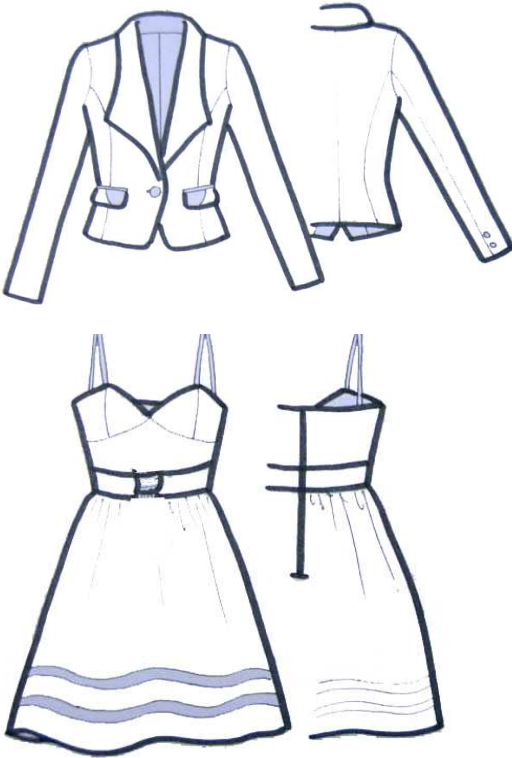
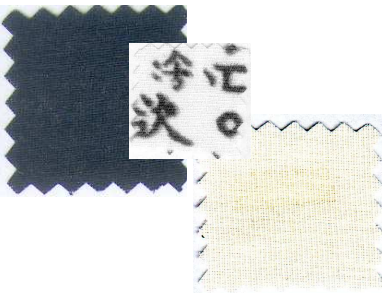
- (1) 구성: 재킷 , 원피스
- (2) 소재: 한지직물(복합율 : 한지 75%+면 25%)
- (3) 색상: 블랙, 아이보리

- (4) 해설:

재킷은 원 버튼으로 삼국시대 포의 일종인 번령포의 깃 형태인 번령에 곡선미를 추가하여 칼라에 응용하였으며, 라펠은 훈민정음을 날염하여 장식함으로써 세련미를 더하였다. 또한 포켓 부분은 이중 포켓 효과가 나도록 디자인하여 입체감이 나면서도 경쾌하고 우아한 기품을 발산하도록 디자인하였다. 대란치마의 스란단을 모티브로한 원피스로 스커트 단 위의 두줄 장식은 훈민정음을 날염하여 장식함으로써 현대적인 감각의 멋스러운 전통복식미를 한껏 표현해 보았다.

때에 따라서는 누빔 처리된 대를 이용하여 다양하게 연출 할 수 있도록 디자인된 에코 패션디자인이다.

< 표 32 > 작품 II 작업 지시서

ITEM	jacket,one-piece	작업 지시일	생산 납기일	작업처	결 재	담당	실장	사장	
STYLE NO.	Rujadi - 2								
특성									
					Size Spec (cm)				
					종목	size	44	55	66
						어깨넓이		38	
						가슴둘레		85	
						허리둘레		64	
						hips둘레		90	
						원피스기장		73	
						소매기장		59	
						총장			
제품수량 (단위 pcs)									
	size color	44	55	66	total				
	black		1						
	ivory		1						
	total								
Fabric Swatch			봉제방법 및 주의사항		원 · 부자재 소요명세서				
			-포켓은 이중처리		품명	소재명	규격		



< 그림 30 > 작품 II

3) 작품 III

(1) 구성: 원피스

(2) 소재: 한지직물(혼용율 : 한지 75%+면 25%)

(3) 색상: 아이보리

(4) 해설:

배자와 무지개 치마 형태를 모티브로 하였으며 상체 부분은 배자의 맞깃을 칼라로 응용하되 연속적인 지루함을 없애기 위해 어깨선과 연결되도록 하였다. 또한 하체부분은 3합 무지개 치마 단을 1/2인치 누운 주름을 잡아 티어드스커트처럼 단을 장식하도록 디자인 된 현대적인 감각의 원피스이다.

또한 앞여밈으로 오픈하여 착용할 수도 있는 등 다른 옷들과 다양하게 코디할 수 있는 실용적이고 멋스러운 단품이다.

소색의 에코 소재를 사용하여 자연스런 기품과 소중함을 표현하였다..

< 표 33 > 작품 III 작업 지시서

ITEM	one-piece	작업 지시일	생산 납기일	작업처	결 재	담당	실장	사장	
STYLE NO.	Rujadi - 3								
특성									
					<i>Size Spec (cm)</i>				
					종목	size	44	55	66
						어깨넓이		38	
						가슴둘레		85	
						허리둘레		64	
						hips둘레		90	
						원피스기장		79	
						소매기장			
						총장			
					<i>제품수량 (단위 pcs)</i>				
	size color	44	55	66	total				
	ivory		1						
	total								
<i>Fabric Swatch</i>		봉제방법 및 주의사항			원 · 부자재 소요명세서				
					품명	소재명	규격		



< 그림 31 > 작품 III

4) 작품 IV

(1) 구성: 재킷 , 원피스

(2) 소재: 한지직물(복합율 : 한지 75%+실크 25%-재킷)
한지 75%+면 25%-원피스)

(3) 색상: 아이보리

(4) 해설:

한지직물의 복합율이 한지 75%와 실크 25%로 된 생지 소재를 재킷용 소재로 하였으며, 한지 75% 와 면 25%로 된 소재는 원피스용으로 하여 작품 디자인을 진행하였다. 전통복식인 포의 형태를 모티브로 한 재킷은 활동적이고 실용적인 면을 고려하여 길이를 조절하였으며, 소재의 민무늬 바탕 소재에 우리 고유의 창살 무늬인 격자무늬를 날염하여 전통미와 현대적 감각이 어우러진 모던하면서도 독특한 고급스러움을 부여하였다. 또한 3단의 리플 칼라를 장식하여 여성스러움을 강조하였다. 재킷 안에 작품III을 함께 코디함으로써 상승효과를 얻도록 디자인된 현대적인 감각의 모던하면서도 우아하고 여성스러운 재킷과 원피스로 조형적 요소인 전통복식 미를 한껏 품은 우리의 멋 발산하도록 하였다.

< 표 34 > 작품 IV 작업 지시서

<i>ITEM</i>	jacket ,one-piece	작업 지시일	생산 납기일	작업처	결 재	담당	실장	사장			
<i>STYLE NO.</i>	Rujadi - 4										
특성											
					<i>Size Spec (cm)</i>						
					종목	size	44	55	66		
					어깨넓이			38			
					가슴둘레			85			
					허리둘레			64			
					hips둘레			90			
					하의기장						
					소매기장			59			
					총장						
										<i>제품수량 (단위 pcs)</i>	
		size	44	55	66	total					
		color		1							
		ivory		1							
		total									
<i>Fabric Swatch</i>			<i>봉제방법 및 주의사항</i>		<i>원·부자재 소요명세서</i>						
			-리플의 너비는 11cm,12cm, 14cm 로하며, 3단 중 가 장 아랫단만 본체 와 연결		품명	소재명	규격				



< 그림 32 > 작품 IV

5) 작품 V

- (1) 구성: 블라우스, 스커트
- (2) 소재: 한지직물(복합율 : 한지 68%+실크 32%-블라우스)
한지 85%+실크 15%-스커트)
- (3) 색상: 옅은 브라운 톤의 색, 홍색
- (4) 해설:

한지직물 복합율이 한지 68% 와 실크 32%로 된 블라우스와 한지직물의 복합율이 한지 85% 와 실크 15%로 된 생지 소재를 스커트용으로 하여 작품 디자인을 진행하였다. 전통복식인 저고리와 치마를 모티브로 하였으며, 블라우스는 우리의 옷인 저고리를 고대에서 어깨선 부분까지만 절개한 모양을 응용하여 깃이 수평으로 절개된 모양과 쇄의 모양을 속핀턱 처리하여 따로이 잊지 않고 그대 한 장의 패턴에서 처리되도록 하였고 변화를 주기위하여 3~4줄의 핀턱을 앞 여밈부분에 주었다. 또한 활동성과 실용성을 고려하여 허리 부분을 액주름으로 처리하였다. 전체적인 실루엣이 언밸런스하면서도 코디 방법에 따라 캐주얼하거나 또는 우아한 여성미를 나타내도록 하였다. 소매부분은 커프스 버튼으로 처리하였으며 1cm정도의 어깨끈으로 다양한 연출이 가능하게 디자인하였다. 스커트는 소목으로 천연염색을 하여 진홍색을 내었으며 전통 한복치마의 길이를 짧게하고 허리단을 남자바지 허리말기를 응용한 작품으로 매듭 허리띠를 함께 코디함으로서 우리의 멋을 한껏 만끽할 수 있도록 한 작품이다. 제작 과정 중에 한지가 85% 섞여 있는 생지한지직물은 뽀뽀한 감이 독특한 매력으로 작품의 컨셉과 잘 맞았으며 활용도에 따른 비교우위의 패션소재임을 다시금 체험할 수 있었다..

< 표 35 > 작품 V 작업 지시서

ITEM	blouse,skirt	작업 지시일	생산 납기일	작업처	결재	담당	실장	사장		
STYLE NO.	Rujadi - 5									
특성										
					<i>Size Spec (cm)</i>					
					종 목		size	44	55	66
							어깨넓이		38	
							가슴둘레		85	
							허리둘레		64	
							hips둘레		90	
							상의기장		54	
							소매기장		59	
							치마기장		50	
					<i>제품수량 (단위 pcs)</i>					
		size color	44	55	66	total				
		brow n		1						
		red		1						
		total								
<i>Fabric Swatch</i>		<i>봉제방법 및 주의사항</i>			<i>원 · 부자재 소요명세서</i>					
		-겨드랑이 밑부 터액주름처리 끈너비 2cm 커프스 양쪽면 모두 단추구멍 처리 -치마말기 너비 23cm			품명	소재명	규격			



< 그림 33 > 작품 V



< 그림 34 > 작품 V

6) 작품 VI

- (1) 구성: 민소매 블라우스, 스커트
- (2) 소재: 한지직물(복합율 : 한지 75%+실크 25%-블라우스)
한지 85%+실크 15%-스커트)
- (3) 색상: 아이보리, 흑보라
- (4) 해설:

한지직물 복합율이 한지 75% 와 실크 25%로 된 블라우스와 한지직물의 복합율이 한지 85% 와 실크 15%로 된 생지 소재를 스커트용으로 하여 작품 디자인을 진행하였다. 전통복식인 남성용 전복과 치마를 모티브로 하였으며, 친환경 소재인 한지직물의 기능성을 그대로 살리기 위해 천연염색인 소목을 철매염하여 신비한 흑보라의 자연색을 얻어 작품성을 살렸다. 블라우스는 우리의 옷인 남성의 전복의 실루엣과 저고리와 같은 네크라인으로 한쪽 네크라인 부분에 저고리 깃을 응용한 칼라를 어깨선과 연결하였으며 언밸런스하게 디자인된 의도에 따라 앞여밈부분에서 처리함으로써 자연스러운 세련됨이 묻어나도록 하였다. 스커트는 고구려 고분벽화의 색동치마를 응용한 것으로 서는 주름으로 그 맛을 그대로 살려 디자인함으로서 우리의 멋을 한껏 만끽할 수 있도록 한 작품이다.

< 표 36 > 작품 VI 작업 지시서

ITEM	blouse,skirt	작업 지시일	생산 납기일	작업처	담당	실장	사장		
STYLE NO.	Rujadi - 6				결 재				
특성									
						<i>Size Spec (cm)</i>			
					size	44	55	66	
					종 목				
					어깨 넓이		38		
					가슴 둘레		85		
					허리 둘레		64		
					hips 둘레		90		
					하의 기장		130		
					소매 기장				
					상의 기장		110		
<i>제품수량 (단위 pcs)</i>					size	44	55	66	total
<i>Fabric Swatch</i>					color				
					dark violet		1		
					red		1		
					total				
					<i>봉제 방법 및 주의 사항</i>				
-갈라의 한쪽부분을 어깨선과 연결 -앞여밈 자여스런 실루dpt 연출되도록 주의할 것					품명	소재명	규격		



< 그림 35 > 작품 VI

7) 작품 VII

- (1) 구성: 원피스
- (2) 소재: 한지직물(복합율 : 한지50%+면55%)
- (3) 색상: 블랙

- (4) 해설:

한지직물 복합율이 한지 50%와 면 50%로 된 친환경 소재인 니트 원단을 침염하여 사용하였으며 전통 한복치마를 모티브로 하였다.

한복치마의 실루엣을 그대로 살린 원피스로 윗가슴 부분에서 조끼말기형식으로 연결하고 다시 그 앞을 여민 듯한 느낌의 가슴 끈으로 장식하여 여성미를 살렸다. 또한 단조로움을 피하기 위해 원형 버클로 장식하여 앞부분에서 다시금 여밀 수 있도록 하였다. 니트 원단의 특성을 살려 앞부분을 조금씩 훑쳐가며 스티치를 주어 주름이 잡히는 자연스런 문양의 질감을 줌으로써 지루함을 탈피한 현대적 감각의 세련된 디자인으로 편안함과 친숙함이 묻어 날 수 있도록 한 작품이다.

< 표 37 > 작품 VII 작업 지시서

ITEM	one-piece	작업 지시일	생산 납기일	작업 처		담당	실장	사장			
STYLE NO.	Rujadi - 7				결 재						
특성											
					Size Spec (cm)						
					size		44	55	66		
					종목			38			
					어깨넓이			85			
					가슴둘레			64			
					허리둘레			90			
					힙둘레			122			
					원피스기장						
					소매기장						
					총장						
					제품수량 (단위 pcs)						
size		44	55	66	total						
color			1								
black											
total											
Fabric Swatch		봉제방법 및 주의사항			원·부자재 소요명세서						
		- 앞바대와 끈을 양옆으로 연결			품명		소재명		규격		



< 표 36 > 작품 VII

8) 작품 VIII

- (1) 구성: 재킷 & 원피스
- (2) 소재: 한지직물(복합율 : 한지 75%+실크 25%)
금사 매듭실, 실고무줄
- (3) 색상: 블랙, 아이보리, 금색, 백색

- (4) 해설:

전봉복식인 배자와 전복을 모티브로한 원피스로 앞중심 네크라인 부분과 옆선을 과감하게 노출시켰으며, 간결하면서도 단아한미를 나타내주도록 직선의 조형미를 응용하여 디자인하였다. 실루엣은 경사가 급하지 않은 A라인과 H라인의 중간 경계선으로 세련미를 더하였다.

원피스 안에 함께 코디된 민소매 니트 탑은 백색과 흑색의 실고무줄로 니팅된 홀터 넥의 탑으로 고풍스런 전통미를 가미하기 위하여 금사 매듭실로 나비매듭을 제작하여 앞부분을 장식하였다. 이 작품은 서로 단품화하여 코디 가능하도록 디자인된 것으로 단아함 속의 화려함을 더한 고품격의 작품이다.

< 표 38 > 작품 VIII 작업 지시서

ITEM	vest, one-piece	작업 지시일	생산 납기일	작업처	결재	담당	실장	사장	
STYLE NO.	Rujadi - 8								
특성									
					<i>Size Spec (cm)</i>				
					size 종목	44	55	66	
					어깨넓이		38		
					가슴둘레		85		
					허리둘레		64		
					hips둘레		90		
					원피스기장		81		
					소매기장				
					총장				
size color	44	55	66	total					
black		1							
ivory		1							
total									
<i>Fabric Swatch</i>		<i>봉제방법 및 주의사항</i>			<i>원·부자재 소요명세서</i>				
		-사선의 허리말기 부분이 잘 연결되도록 주의			품명	소재명	규격		



< 그림 37 > 작품 VIII

9) 작품 IX

(1) 구성: 드레스

(2) 소재: 자카드 생 한지직물(복합율 : 한지 85%+실크 15%)

(3) 색상: 아이보리

(4) 해설:

한지 85% 와 실크 15%의 생지 한지직물을 사용하였으며 무지개 치마를 모티브로 한 드레스이다.

5합의 무지개치마의 선을 살리기 위해 큰 손주름을 잡아 단을 연결하였으며, 상박하후의 실루엣으로 여성미를 강조하였다.

또한 한지직물의 천연색인 소색에 은은한 자카드 문양이 작품의 품미를 더하도록 디자인되었으며 단은 금사로 패고딩 처리하여 깔금함과 자연스런 디자인 감각이 잘 어우러지도록 하였다.



< 그림 39 > 작품 IX

10) 작품 X

(1) 구성: 드레스

(2) 소재: 한지직물(복합율 : 한지 75%+면 25%)

(3) 색상: 아이보리, 흑색, 금색

(4) 해설:

전통복식인 원삼을 모티브로한 심플한 드레스로 원삼의 윗부분을 윗 가슴선에서 수평 절개하여 합입이면서 맞깃인 원삼의 깃을 그대로 살려 가슴부분을 장식하였다. 우아한 인체 곡선미를 살리기 위해 옆 허리선을 살짝 빗겨간 여밈이 있는 듯하면서 허벅지 앞부분에 트임이 있도록 디자인 된 작품이다.

화려함을 더하고 상체를 길어 보이도록 하기 위해 금사 레이스로 명치 부분에서 옆 허리선까지, 그리고 어깨에서 윗가슴까지 사선으로 연장된 듯하도록 장식함으로써 단아함과 화려함을 느낄 수 있도록 디자인된 현대적인 감각의 드레스로 자연미가 넘쳐나는 우리의 멋을 살렸다.

< 표 40 > 작품 X 작업 지시서

ITEM	dress	작업 지시일	생산 납기일	작업처	담당	실장	사장		
STYLE NO.	Rujadi - 10				결재				
특성									
					<i>Size Spec (cm)</i>				
					size 종목	44	55	66	
					어깨넓이		38		
					가슴둘레		85		
					허리둘레		64		
					hips둘레		90		
					드레스 앞 기장		170		
					드레스 뒷 기장		150		
					총장				
<i>제품수량 (단위 pcs)</i>					size color	44	55	66	total
					ivory		1		
					total				
<i>Fabric Swatch</i>		<i>봉제방법 및 주의사항</i>			<i>원 · 부자재 소요명세서</i>				
		-네크라인부분의 디테일 장식선 넣고, 맞기의 이음새가 잘 맞도록 주의			품명	소재명	규격		



< 그림 40 > 작품 X

11) 작품 XI

- (1) 구성: 원피스
- (2) 소재: 한지직물(복합율 : 한지 75%+실크 25%-원피스)
한지 85%+실크 15%-보)
- (3) 색상: 선홍색
- (4) 해설:

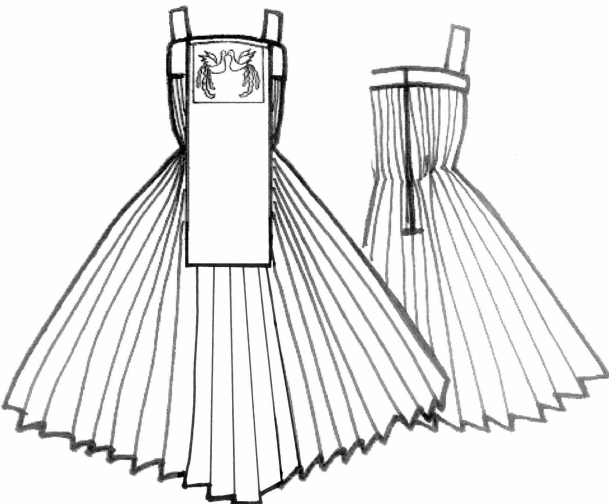
소목으로 천연 염색하여 얻은 선홍색 원단을 사용하였으며, 전통복식인 적의의 폐슬과 왕비의 보와 고구려 색동치마를 모티브로 한 원피스이다.

고구려 색동치마의 맛을 살리기 위해서 서는 주름을 윗가슴 말기 아래부터 연결하여 자연스럽게 상체가 꼭 맞도록 하였으며, 수가 놓인 레이스 장식으로 어깨끈을 달아 우아미와 안정감을 주었다.

상체 부분은 주름과 주름 사이를 다이아몬드 문양이 나오도록 엮었으며 앞가슴 부분에 폐슬을 응용하여 윗가슴 허리 말기의 스퀘어 네크라인 형성 부분에 연결하였다. 또한 그 위에 귀족적인 품미와 여성미를 살리기 위하여 왕비를 상징하는 봉황문양의 자수를 놓은 흑보라색의 사각형 보를 엮어 장식함으로써 상체를 강조하여 전체적인 실루엣이 길어 보이도록 디자인하였다.

실용성과 고품격을 강조한 편안한 현대적인 감각의 원피스로 전통복식미를 살렸다.

< 표 41 > 작품 XI 작업 지시서

ITEM	dress	작업 지시일	생산 납기일	작업처	담당	실장	사장	
STYLE NO.	Rujadi - 12				결재			
특성								
					<i>Size Spec (cm)</i>			
					size 종목	44	55	66
					어깨넓이		38	
					가슴둘레		85	
					허리둘레		64	
					hips둘레		90	
					원피스기장		87	
					페슬길이		46	
					페슬너비		18	
size color	44	55	66	total				
red		1						
total								
<i>Fabric Swatch</i>		봉제방법 및 주의사항			원 · 부자재 소요명세서			
		- 페슬장식의 윗부분을 원피스 가슴부분부터 1cm떨어드려 연결할 것			품명	소재명	규격	



< 그림 41 > 작품 XI

12) 작품 XII

- (1) 구성: 원피스
- (2) 소재: 한지직물(복합율 : 한지 75%+실크 25%)
- (3) 색상: 소색(아이보리)

- (4) 해설:


한복 저고리를 모티브로 한 우아하고 단아한 홀터넥 원피스이다.

넥라인은 직선형으로 직령인 저고리의 넥라인을 그대로 응용하여 단아함을 더해 주었고, 단조로움을 탈피하고 새로움을 추구하기 위하여 입체재단된 곡선 조형미를 살린 카울 형태가 윗가슴 부분부터 자연스럽게 형성되도록 디자인하여 제작하였다.

상체 부분은 몸에 꼭 맞고 하체가 풍성한 A라인으로 여성미를 잘 살릴 수 있도록 하기위해 스커트 하단으로 갈수록 폭이 넓은 주름을 사용하였다.

전체적으로 깔끔함과 우아함이 물씬 묻어나는 친환경 에코 패션 디자인의 기능성과 전통미가 살아 숨쉬도록 디자인된 작품이다.

< 표 42 > 작품 XII 작업 지시서

ITEM	dress	작업 지시일	생산 납기일	작업처	담당	실장	사장					
STYLE NO.	Rujadi - 11				결재							
특성												
					Size Spec (cm)							
					size 종목	44	55	66				
					어깨넓이		38					
					가슴둘레		85					
					허리둘레		64					
					hips둘레		90					
					하의기장							
					소매기장							
					총장							
									제품수량 (단위 pcs)			
					size color	44	55	66	total			
					ivory		1					
					total							
					Fabric Swatch		봉제방법 및 주의사항			원 · 부자재 소요명세서		
		품명	소재명	규격								



< 그림 42 > 작품 XII

V. 결론 및 제언

1. 결론

오늘날 각국의 문화 교류가 활발하게 이루어지는 정보화, 개방화 시대로, 문화와 생활양식이 범세계적으로 일원화되는 가운데 정체성을 바탕으로 한 새로운 이미지 창출은 국가 경쟁력을 확보하는 중요한 수단으로 인식되고 있다. 또한 고도화되고 복잡한 현대사회는 에너지와 자원 낭용으로 인해 지구 환경 및 인류 생태위기의 크나큰 위협을 받고 있는 실정 속에 전세계적인 환경문제에 대한 새로운 비전의 요구는 디자인에 영향을 미쳐 친환경 상품과 기술이 개발되고 있다.

이와같은 흐름을 타고 천연소재인 종이를 매체로 한 각종 조형 작업의 작품화 경향과 독창적인 표현 양식들이 선을 보이면서 새로이 조명을 받게 된 닥섬유를 이용한 패션의 표현 방법도 다양하게 활용되고 있으며 이를 고부가가치로 연결하려는 시도가 진행되고 있다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 현재 원주와 전주의 지역특성화 사업으로 진행되고 있는 신소재인 한지직물의 명품화를 위해서는 여기에 부합되는 품질의 한지사 대량생산이 가능한 첨단장비에 대한 지속적인 연구가 진행되어야 한다. 또한 두지역간의 산·학·연·관의 유대적인 네트워크 형성은 물론, 이를 전국적으로 확대 진행하고자하는 노력이 뒤따라야 할 것이며, 정부 주체의 ‘국가브랜드 인프라’구축과 국가섬유사업으로의 적극적인 추진과 적극적인 지원이 요구된다.

그리고 한지직물 패션산업에서 상품기획, 디자인, 제조, 마케팅에 이르는 패션산업의 모든 공정과 밀접한 관계를 형성하면서 시장의 니즈(needs)와

트렌드로 조정해 나가는 오거나이저(Organizer) 역할을 수행하는 전문 컨버터들이 생겨 날 수 있는 환경이 조성되어야 할 것이다.

둘째, 설문분석은 설문응답자 988명 중 한지 이미지의 요소를 큰 순서로 분류하면, 우리 고유의 종이로 친환경 소재이다 625명(62.6%)으로 가장 높았고, 한지하면 떠오르는 상품의 요소를 큰 순서로 분류하면, 카드, 그림용지,창호지 등의 종이 420명(42.1%)으로 가장 높았고, 의류용 섬유인 직물이라는 응답은 24명(2.40%)로 낮았다. 한지직물을 응용한 패션상품에 대한 인식여부는 ‘아니오’가 580명(58.12%)으로 가장 높은 순으로 분석되었다. 따라서 한지하면 문방사우로써의 이미지인 창호지라는 전통적인 사고의 ‘종이’라는 이미지가 떠오르며, 한지직물에 대한 인지는 약한 것으로 나타났다. 또한 한지가 다른 일반직물과 같은 직물의 소재가 된다는 것에 대하여는 부정적인 견해를 갖고 있는 것으로 분석된다.

셋째, 한지직물에 대한 정보 습득 경로로는 ‘TV나 라디오’가 409명(82.1%)으로 가장 높았고, 한지직물을 응용한 패션상품 구매 경험은 없다고 응답한 경우가 480명(95.24%)로 매우 높았다. 분석 결과 모든 연령층이 대중매체 중 제품에 대한 정확한 자료 등 신뢰성 있는 정보원인 TV매체를 가장 중요하게 생각하며, 이를 통해 많은 정보를 얻는 것으로 나타났다. 그러므로 치열한 시장 경쟁 속에 시각과 청각을 만족시켜주고, 패션제품의 특성을 잘 표현할 수 있고 소비자 구매 행동에 영향력을 발휘하며, 광범위한 정보제공 기능과 시청자의 주의를 끄는 힘이 강한 매체인 TV를 활용한 홍보는 보다 더 소비자에게 어필하는 광고의 내용구성과 패션 주기에 따른 소구 유형을 달리하는 방법으로 마케팅 비용 절감과 효율적인 상표이미지를 심어 줄 수 있는 중요한 마케팅 수단이 될 수 있다.

즉, 상품광고에 도입기에는 감성광고가 효과적이며, 상품에 대한 구매를 유도하고자 할 때에는 제품 중심적인 정보제공 광고가 효과적이라 할 수 있다. 또한 과학적이고 체계적인 광고효과의 예측과 광고조사는 전략적 광고

관리의 필수조건이므로 이러한 특성을 지닌 TV매체는 한지직물 패션상품 홍보를 위한 하나의 전략이라 사료된다. 다만, TV라는 광고매체가 동시 전파력이 크고 다양한 제품을 홍보 할 수 있다는 장점이 있지만, 매체비용이 상대적으로 높음을 고려할 때 무분별한 광고노출을 지양하고 소비자에게 어필할 수 있는 광고실행과 소요경비의 효율적인 집행을 한다면 광고효과를 극대화시킬 수 있을 것이다.

넷째, 패션상품 구매시 고려사항은 ‘디자인’이 총 응답자 998명중에서 565명(56.7%)으로 가장 높았고, ‘품질’, ‘기능성’, ‘가격’, ‘소재’, ‘브랜드 명성’, ‘색상’의 순으로 분석되었다. 이 항목은 소비자의 구매 패턴을 조사하고자 마련한 항목으로 연령대 낮을수록 디자인을 제일 먼저 고려하는 것으로 생각되며, 연령대가 높을수록 품질과 기능성을 가장 먼저 고려하는 것으로 사료된다. 그러므로 한지직물을 응용한 패션상품 기획 시 연령대별 타겟에 따른 제품이 구성 되어야만 실효를 거둘 수 있을 것으로 판단된다. 즉, 기능성 한지직물 패션상품을 기획하고자 할 때에는 타겟을 30대 이상의 연령대로 맞춤이 적절하다 할 수 있다. 그리고 대중성과 품질, 감성을 만족시키는 한지직물을 응용한 패션상품 시장의 확대를 위해 단순하게 트렌디한 상품이 아닌 감성과 오리지널리티(originality)와 퀄리티(quality)를 갖춘상품개발에 심혈을 기울여야 할 것이다. 또한, 소비자는 자신만의 개성을 추구하고 아이덴티티(Identity)에 대해 자신감을 보이는 브랜드에 관심을 보이므로 디자인에 있어서 우리에게 자연스럽게 베어있는 우리 전통문화만의 ‘독특함’을 살린다면 지난 10년간 ‘아시아화’를 향해 진일보한 서구인의 패션취향으로 미루어보아 세계의 소비자들에게 다가갈 수 있는 좋은 기회가 될 것이다. 또한 엄격한 품질 관리로 개방된 시장이 실제로 원하는 물건을 만들 기위한 패션업계의 연구와 추진력이 필요하며, 이를 위해 구매자가 품질 보증서로 품질 기준을 생각하는 소비자 브랜드를 활성화 시키는 노력이 필요하며 한지직물 패션상품의 명품화를 위해 세계적인 품질 기준을 마련하여 완벽성을

기해야 할 것이다. 가장 효과적인 시장진출의 수단이며 소비자의 관심을 유도하고 브랜드를 알릴 수 있는 매우 효과적인 방법인 가격에 있어서 소비자는 용도에 맞는 적정선을 지향한다. 그리고 명품화 된 패션상품에 대해서는 자신의 신분을 드러내기 위해 소유물에 대해 기꺼이 비용을 지불할 준비가 되어 있다. 그러므로 세계 시장을 겨냥한 한지직물을 응용한 패션상품의 명품화를 가장 잘 나타내 주는 방법의 하나로 가격을 들 수 있으며 그에 맞는 고가격책정이 필요하다. 이와같은 가격 세분화 마케팅이 요구된다.

다섯째, 패션상품 구매 시 정보원은 응답자 998명중 266명(26.8%)로가 패션구매 시 '인터넷을 이용한다'하여 가장 높은 비율을 나타냈으나, 265명(26.7%)의 응답율을 보인 '백화점 및 매장 이용'과 거의 차이가 없는 것으로 분석됐다. 이 결과는 연령대가 낮을수록 온라인 매장의 다양한 편리성과 오프라인에서 느끼는 불평등과 스트레스를 해소하는 온라인 매장인 인터넷 구매를 선호하는 경향이 있으며, 연령이 높을수록 오프라인 백화점이나 매장에 직접 나가 구매하는 것을 선호하는 것으로 나타났다. 이것은 소비자들의 구매 행동이 구매의 편리성과 넓은 매장의 쾌적성과 상품의 다양성 등에 중점을 두고 대중교통, 주차문제 해소 등 쇼핑환경의 편익제공에 영향을 받기 때문이다. 또한, 연령이 높을수록 외출 빈도가 낮을 경우 TV 홈쇼핑 등을 선호하기도 하는 것으로 사료된다. 그러므로 마케팅에 적절히 적용한다면 고부가가치로의 긍정적인 결과를 얻을 수 있으리라 기대된다.

여섯째, 한지직물 자극물 경험 전 생각과 구매의사, 한지직물 자극물 경험 후 느낌과 구매의사, 응답자의 특성으로 구성된 연령별 설문분석결과, 한지직물 자극물 경험 전·후 생각과 구매의사 차이를 분석결과 한지직물 자극물 경험 전·후 생각에 대한 유의한 항목들의 차이를 살펴보면 자극물 경험 전 응답자의 한지직물에 대한 생각이 자극물 경험 후 긍정적으로 변화된 것으로 나타났다. 즉, 응답자의 대부분은 자극물 경험 전에는 한지직물을 보편적인 한지로 판단하는 것으로 나타났으며, 한지직물 자극물 경험 후 한지직

물에 대한 생각이 긍정적으로 향상되었으며, 한지직물을 이용한 패션상품의 구매의사가 높아진 것으로 나타났다.

일곱째, 자극물 경험 후 한지직물 구매의사에 대한 연령별 차이를 살펴보면 ‘스카프 또는 손수건’, ‘생활한복’, ‘잠옷’, ‘니트류’, ‘캐주얼복’, ‘외출복’은 연령별 유의한 차이가 있는 것으로 볼 수 있다. 스카프 또는 손수건 구매의사는 10대가 가장 높았으며 20대가 가장 낮았다. 생활한복 구매의사는 50대 이상이 가장 높았으며 10대가 가장 낮았다. 비교 대상의 연령이 높을수록 생활한복 구매의사가 있는 것으로 나타났다. 잠옷은 40대가 가장 구매의사가 높았으며 10대가 가장 낮게 나타났다. 비교 대상의 연령이 높을수록 잠옷 구매의사가 있는 것으로 보여 진다. 니트류는 20대와 50대 이상의 구매의사가 가장 높았으며, 비교 대상의 연령이 높을수록 니트류 구매의사가 있는 것으로 나타났다. 외출복은 20대와 30대가 가장 높은 구매의사를 보였으며, 30대가 가장 낮았다. 분석결과를 고정고객 유도를 위한 타겟 선정 시 적절히 적용하는 것이 소비자 유치와 고부가가치 선점에 효과적으로 작용하리라 기대해 본다.

위에서 조사된 바와 같이 소비자의 선호이유와 광고 홍보효과를 절충하여 직접 다가가는 보여주는 마케팅 전략을 구사함으로써 친숙함과 품질의 신뢰를 바탕으로 한 전략으로 기업에는 이윤을 또한 질높은 디자인으로 소비자 욕구를 해소해 줄 수 있는 디자인을 하는 것 또한, 한국 전통이미지의 세계화를 위한 마케팅 전략중의 하나가 될 것이다. 또한 이를 위해서 전통과 예술성이 일상생활에 그대로 연결된 패션상품의 생활화를 위해 자연스럽게 접할 수 있는 다양하고 내실 있는 전시 및 컨벤션산업이 장기적인 안목으로 추진되어야 할 것이다.

또한,

마지막으로 이론적 연구와 조사 분석을 토대로 한국 전통복식의 조형미와 한지 직물을 응용한 에코패션디자인을 실험적으로 제시하기 위해 정장에서

예복까지 작품을 디자인하여 제작하였다. 한지직물은 기능면에서도 그 디자인에 맞게 다양하게 선택하여 구사할 수 있었으며, 외관상 한지하면 떠오르는 종이의 느낌은 전혀 찾아 볼 수 없는 고급스러움으로 디자인을 더욱 살려주는 좋은 패션 소재였다. 또한 한지직물을 작품에 이용해 본 결과 한지의 혼용율이 높을수록 후처리가 안 될수록 감촉이 뽀뽀하였지만, 디자인의 특성에 따라 잘 적용하면 더 할 나위없는 훌륭한 패션소재였다. 그리고 후처리되거나, 면직물과 혼용된 소재는 일반 직물보다 광택이나 태의 면에서 우수하였고 면과 함께 니팅된 소재의 경우는 혼용율에 따라 일상복 뿐 아니라 기능성 속옷 소재로 적절한 에코패션 소재였다. 앞으로 한지직물 소재를 더욱 개발 발전시킨다면 국내는 물론 전 세계 어느 곳에 출시하여도 명품으로 경쟁 우위를 선취할 수 있는 고부가가치 패션제품이 될 수 있으리라 사료 된다.

위의 연구를 통해 다음과 같이 제안하고자 한다.

첫째, 친환경 패션소재라는 강점을 부각시킨 패션디자인으로 패션의 세계화 환경에서 비교우위를 차지하기 위한 한 방안으로써, 본 연구 결과는, 한국 전통이미지 요소를 무리 없이 현대복식과 융화시켜 한지직물에 응용하여 좋은 반응을 얻을 수 있었다. 그러므로 동·서양이 교차된 신비로운 분위기 속에 우리만의 감성을 담은 한지직물 패션상품 디자인 수출 시 상품 기획의 기초 자료로 활용 할 수 있을 것이다.

둘째, 한지직물의 품질향상을 위한 지속적인 노력과 각 협회나 지역 간은 물론 산학이 공동적으로 한지직물이라는 한국의 명품을 국내시장은 물론, 세계 속의 명품화를 위해 좀더 적극적으로 연계함으로써 그 실효를 거둘 수 있을 것이다.

셋째, 전통적인 친환경 소재인 한지직물의 다양화, 국제화의 추세에 따른 세계패션의 장에서의 경쟁력과 차별화를 위해 우리만의 독특한 문화를 담아 현대인의 라이프스타일과 디자인 감각에 맞도록 천연소재인 모, 면, 모시와

실크 혼방등을 결합시킨 신소재 개발과 대량생산을 위한 첨단장비에 대한 연구를 더욱 가속화 시켜 나가야 할 것이다.

네째, 세계화 환경에서 한지직물을 응용한 한국 전통이미지의 비교우위를 위해 디자인과 마케팅에서의 고부가가치를 위한 집중적인 연구와 한지직물의 대중화 및 명품화와 생산의 범세계화를 이루어 세계적 생산과 판매의 네트워크를 이루어야 할 것이다. 또한 초기 진입단계에서 이루어진 학습과 경험을 바탕으로 한국 패션기업의 세계화 능력 즉, 세계적 경영이 밑바탕 되어야 할 것이다.

다섯째, 한국 전통복식 조형미의 세계화를 위해 패션디자이너는 물론 패션산업 및 기업이 전 세계적으로 구성된 패션상품공급업체 내의 구성원들 또는 전략적 파트너들에 대한 신속한 대응과 네트워크화 능력이 필수적이어야 할 것이다.

여섯째, 한국 전통이미지를 현대복식에 응용하여 고부가가치를 꾀하고자 하는 디자이너들은 디자인뿐만 아니라 세계시장에 대한 신속 대응력, 제품 기획력, 마케팅 능력, 국제화 능력을 고루 갖출 수 있도록 명품·세계화를 위한 꾸준한 노력을 기해야 할 것이다.

일곱째, 여러 연구들에서 한국패션산업과 기업의 취약점으로 언급되었던 제품 기획력 및 마케팅, 유통능력에 있어 세계적 제품 기획, 디자인, 특히 세계적 마케팅, 유통 등의 개발이 뒷받침 되어야 할 것이다.

후속 연구에 대한 제언은 다음과 같다

첫째, 현재 한지직물을 응용한 패션관련 연구가 전무하므로 한지직물을 응용한 패션상품의 명품화와 소비자에 대한 세부적인 연구가 끊임없이 이루어져야 할 것이다.

둘째, 한지직물과 이를 응용한 패션상품 인지 및 선호도 측정을 위해 보다 광범위한 피험자를 대상으로 연구하여 본 연구 결과가 일반화 될 수

있는지를 검토하는 과정이 필요하다.

셋째, 한 선호도를 측정할 수 있는 과학적인 방법이 개발되어야 할 것이다.

넷째, 한지직물과 이를 응용한 패션상품 인지 및 선호에 관한 정확한 자료 분석을 토대로 한 후속 연구가 이루어져야 할 것이다.

다섯째, 한국 전통복식 조형미와 한지직물의 세계적인 명품화를 위하여 패션에 있어서 한국 전통이미지요소의 활용현황을 분석하는 지속적인 연구가 이루어져야 할 것이다.

여섯째, 한지직물과 이를 응용한 패션상품 인지도 및 선호도 조사를 위한 연구 대상자의 폭을 넓혀 각 대상 집단에 따른 차이를 비교분석하고 세분화하는 연구가 이루어진다면, 한국 전통이미지를 응용하여 세계화를 시도하는 디자이너 및 패션업체에 보다 큰 도움이 될 것이다.

2. 연구의 제한점

본 연구의 제한 범은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 대상인 각 연령대 별에서 일부를 제외한 표본의 대표성을 결여 시킬 수 있다는 한계를 가진다.

둘째, 선행연구의 부제로 인한 특성 상 설문지 작성 시, 본 연구에 협력해 준 한지직물 관계자 및 의류 전공자나, 연구자의 주관이 많이 개입되었다는 점이 문제가 될 수 있다.

셋째, 한지직물과 이를 응용한 패션상품 인지 및 선호 측정을 위해, 현재 시제품화되어 전시되었거나 출시되고 있는 아이템을 위주로 제시된 도구에 있어 대표성 있는 측정도구인지에 대한 통계학적 신뢰도 검증이 이루어질수 없었다는 한계가 있다.

넷째, 연구자 개인의 견해에 따른 작품 디자인으로 한국 전통복식 조형미와 한지직물을 응용한 디자인 제시에 한계를 가진다.

참 고 문 헌

국내 참고문헌

- 강경희, 1995. 한국복식 형태의 현대화과정에 관한 연구. 건국대학교 대학원 석사학위논문
- 금기숙, 1997. 한국복식미학의 현황과 과제, 권영필 외, 「한국미학시론」 「고려대학교 한국학 연구소」
- 김영자, 1989. 한국복식미의 연구, 세종대학교 박사학위논문
- 김의선, 2003. 뉴에코 패션디자인연구, 숙명여자대학교, 디자인대학원 석사학위논문
- 김형락, 1996. 「국제환경보호와 무역규제에 관한 연구」, 서울대학교 행정대학교 석사학위논문
- 김현정, 2000. 한국전통여성복식의 현대적 활용에 관한 연구, 성신여자대학교, 석사학위논문
- 류기주, 1992. 인체에 대한 미의식에 따른 복식형태 연구-고대이집트에서 낭만의 시대까지, 한국의류학회지, 16(4)
- 박상의, 1978. 색동에 관한 연구. 이화여자대학교 석사학위논문
- 서문정, 2003. 에코패션디자인의 개념 정립과 사용자 참여 프로세스의 실천방안 연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문
- 서현수, 2005. 시스템·카오스 관점에 의한 에코패션디자인 연구, 서울대학교 대학원 박사학위
- 이경희, 1997. 한국적 의복이미지와 디자인과의 관계-한국과 미국비교, 한국의류학회지, 21(2)
- 이미혜, 1988. 현대 여성복식 디자인에 나타난 한국 전통복식 요소, 성신여자대학교 석사학위논문

- 이선영, 1989. 한복의 현황 및 예술화 전망, 호성여자대학교 석사학위논문
- 여상미, 박옥련. 1997. 현대복식에 활용된 한국복식의 디자인요소에 관한 연구. 경성대학교논문집, 18(2)
- 이광린, 1958. 「이조 초기의 제조업, 역사학보 제10」, 역사학회편
- 이정후·양숙희, 1997. 「현대 일본 복식에 나타난 선 미학적 경향에 관한 구」, 동덕여자대학교 석사학위논문
- 익산시, 니트산업연구원(2006) 닥섬유제품 개발사업
- 정정수, 1998. 한지의 변천과 그 특질에 관한 연구, 홍익교육대학원, 석사학위논문
- 장경희, 1993, Recycling Fashion Design에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 석사학위 논문
- 최세완, 김민자, 1993. 현대패션에 표현된 한국복식의 전통미-1980년대 이후 한국 디자이너 작품을 중심으로-, 한국의류학회지, 17(1)
- 최세완, 1992. 현대패션에 표현된 한국복식의 전통미, 서울대학교 석사학위논문
- 최옥자, 1977. 실물로 본 색채와 무늬 고찰, 복식학회지
- 최지영·간호섭, 2002. "잡노마드의 문화와 패션스타일에 관한 연구", 「한국복식학회지53권」
- 최주영, 2004. 뇌파와 감정평가를 통한 패션제품의 TV광고 효과가 측정, 경희대학교 대학원 박사학위
- 홍주령, 2004, 한지를 이용한 의상디자인 연구, 덕성여자대학교 대학원, 석사학위논문
- 국립현대미술관 학예연구실, 1991, 「한국전통표준색명 미 색상」 제1차 시안
- 경상대 인문학 연구소, 2001. 「인문학과 생태학」, 백의
- 김영숙, 1998. 「한국복식문화사전」 미술문화
- 김자경, 『자연과 함께하는 건축』, 시공문화사, 2004

- 금기숙, 「조선 복식미의 연구」 복식 제14호
- 레슬리 A, 화이트, 1933. 「문화의 개념」 이문응(역), 일지사
- 리문하인, 1961. 「우리나라 종이」, 제지35호
- 민혁신, 1975. 「전통 재고」, 공간, 5
- 박성희, 1978. 註解 月嚴全集6』 예그린
- 백영자, 1993. 「한국의 복식」 경춘사
- 신영선, 1998. 「문화인류학에서 찾아 본 복식의 정신문화」 교문사
- 이경자, 1983. 「한국복식사회」 일지사
- 이두호, 1993, 「인간환경론」, 서울: 나남
- 이은영, 1983. 「복식 의장학」 교문사
- 이경자, 1982. 해방 36년의 복식 변천, 「한국의 복식」 한국문화재보호협회
竹内敏雄 便修, 昭和47. 「미학사전」 홍익당
- 임영주, 1998. 「한국전통문양」 제 1권, 예원
- 임영주, 상기호, 1996. 「종이공예문화」, 대원사
- 유희경, 김문자. 1998. 「한국복식문화사」 교문사
- 전상운, 1970. 「한국 과학사」, 사이언스 북스
- 전상운, 1968. 「고려인쇄문화」, 독서신문사
- 정정수, 1997. 전개서
- 제공규, 1973. 한지사 소고 논단, 서울: 서울국립중앙도서관
- 신동서, 1989. 「중성지 기초와 기술」, 삼공장학재단
- 장문호, 1975. 「복식미학」 서울대학교 출판부
- 정시화, 1998. 「디자인의 형상성」, 미간행
- 조영식, 2000. 「인간과 디자인의 교감-빅터파파넵」, (주)디자인하우스
- 조규화, 1993. 「복식미학」 수학사,
- 최경진, 1991. 한복 주름에 관한 연구, 복식 16호
- 하용득, 1989. 「한국의 전통색과 색채심리」 명지출판사

홍사중, 1982. 「한국인의 미의식」 전예원
한국니트사업연구원, 카다록, 2007. 04
빅터 파파넵, 현용순, 이은재 역, 1983. 「인간을 위한 디자인」, 미진사
빅터 파파넵, 조영식 역, 1998. 「녹색 위기」, (주)조형교육
Marian L. Davis, visual Disign in Dress, 이화연, 손미영, 노희숙(역),
1990. 「복식의 시각 디자인」 경춘사
Herbert Read, 1956. Art and Industry, 정시화(역), 1984. 「디자인론」
미진사

Bazaar 1993-2003.
Elle 1993-2003.
Fashion Show 1993-2003.
Fashion Today 1993-2003.
Marie Claire 1993-2003.
WWD 1993-2003.
Collection 1993-2003.
Collezioni 1993-2003.

조선닷컴 / <http://www.chosun.com>
동아닷컴 / <http://www.dongailbo.co.kr>
패션비즈 / <http://www.fashionbiz.co.kr>
퍼스트뷰 / <http://www.firstview.com>
문화관광부 / <http://www.mct.go.kr/index.jsp>
국회도서관 / <http://www.nanet.go.kr>
서울신문 / <http://www.seoul.co.kr>
삼성패션연구소 / <http://www.sfi.co.kr>
백과사전 / <http://www.naver.com>

광고정보 센터-트렌드 스타일 / <http://www.advertising.co.kr>
 삼성패션 연구소 스타일 뉴스 / <http://www.samsungdesign.net>
 퍼스트 뷰 코리아 / <http://www.firstviewkorea.com>
 퍼스트 뷰 / <http://www.firstview.com>,
 원주전통한지 / <http://www.wj-hanji.co.kr> 2007. 01. 28
 Cyber Hanji Mujium / <http://www.wjhanji.co.kr>, 2007. 01. 28
<http://www.itnk.co>. 2007. 01. 28
<http://www.wjhanji.co.kr>, Cyber Hanji Mujium, 2007. 01. 28
 국제섬유뉴스 <http://www.itnk.co.kr>, 2006년 01월
 한지, 패션소재로 급부상 , 섬유신문, <http://www.ktnews.com/>, 2006. 04 .06
 속옷·운동복·커튼·운동화...한지의 변신은 무죄, 문화일보,
<http://www.munhwa.com/>, 2006. 06. 01
 익산, 닥섬유산업중심지로 부상, 전북일보, <http://www.jeonbukilbo.co.kr>,
 2006. 05. 24
 네이버 지식검색, 2007.01.17
 조선일보 <http://swpark.chosun.com>, 2007.01.17
<http://www.kin.naver.com>, 오픈사전, 2007.02.14

국외 참고문헌

Alastair Fuad-Luke, 2002, *The Eco-Design Handbook*, Thames & Hudson
 Andreas Eckardt, trans. J.M. Kindersley, *A History of Korea Art*,
 Claire Wilcox, 2001, *Radical Fashion*, London: V&A Publications
 Ellen Lupton, 2002, *Skin*, Princeton Architectural Press, New York
 Encyclopaedia Britannica, 1974. Vol.10 (Chicago: Encyclopaedia
 Britannica Inc.)

- Harriet T. Mcjimsey, 1973. *Art and Fashion in Clothing Selection*, (Iowa: The Iowa State University)
- Joanne B. Eicher, 1995. *Dress and ethnicity*(Oxford: Berg Publishers, Ltd,)
- Marks, 1979. Operationalizing the Concept of Store Image, *Journal of Retailing*, 52(3)
- Marilyn J. Horn, and Lois M.Gurel, 1981. *The Second Skind*(Boston: Houghton Mifflim Co.,)
- Robert Redfield, 1965. *Peasant Society and Culture: An Anthropological Approach to Civilization*(Chicago and London: University of Chicago Press)
- Yoon-Hee Kwon, 1979. Changing Function of Symbolism in Design of Korea Silk Textiles, *Home Economics Reserch Journal*, 8(1)

그림의 출전

<그림 2> 전통복식의 형태미를 응용한 현대패션

<그림 2-1> www.firstviewkorea.com

<그림 2-2> www.firstview.com

<그림 2-3> www.firstviewkorea.com

<그림 2-4> www.firstviewkorea.com

<그림 2-5> *Fashion Today 1993-2003*

<그림 3> 전통복식 소재의 미를 응용한 현대패션

<그림 3-1> www.firstviewkorea.com

<그림 3-2> www.firstviewkorea.com

<그림 3-3> www.firstviewkorea.com

<그림 3-4> www.firstviewkorea.com

<그림 3-5> www.firstviewkorea.com

<그림 3-6> www.firstviewkorea.com

<그림 4> 전통복식의 색을 응용한 현대패션

<그림 4-1> www.firstviewkorea.com

<그림 4-2> www.firstviewkorea.com

<그림 4-3> www.firstviewkorea.com

<그림 4-4> www.firstviewkorea.com

<그림 4-5> www.firstview.com

<그림 5> 전통 문양을 응용한 현대패션

<그림 5-1> www.firstviewkorea.com

<그림 5-2> www.firstviewkorea.com

<그림 5-3> www.firstviewkorea.com

<그림 5-4> www.firstviewkorea.com

<그림 5-5> Fashion Today, 1999. 1.

<그림 6> 전통 장신구를 응용한 현대패션

<그림 6-1> Fashion Today 1993-2003

<그림 6-2> Fashion Today 1993-2003

<그림 6-3> Fashion Today 1993-2003

<그림 6-4> Fashion Today 1993-2003

<그림 6-5> www.firstviewkorea.com

<그림 7> 한국니트사업연구원, 카다록, 2007. 04

<그림 8> 현장방문 촬영

<그림 9> 현장방문 촬영

<그림 10-1> 익산시, 니트산업연구원(2006) 닥섬유제품 개발사업, p.74

<그림 10-2> 익산시, 니트산업연구원(2006) 닥섬유제품 개발사업, p.74

<그림 11> 현장방문 촬영

<그림 12> 현장방문 촬영

<그림 13> 현장방문 촬영

<그림 14> 현장방문 촬영

<그림 15> 현장방문 촬영

<그림 16> 현장방문 촬영

<그림 17> 현장방문 촬영

<그림 18> 익산시, 니트산업연구원(2006) 닥섬유제품 개발사업, p.10

<그림 19> 친환경성 에코패션디자인

<그림19-1> www.firstview.com

<그림19-2> www.firstview.com

<그림19-3> Claire Wilcox, 2001, *Radical Fashion*,
London: V&A Publications, p.65.

<그림 20> 기능의 효율성을 지니는 다기능성 에코패션 디자인

<그림 20-1> 조영식, 2000. *인간과 디자인의 교감-빅터파파넥*, (주)디자인
하우스, p.162

<그림 20-2> www.firstview.com

<그림 21> 건강 지향성을 지닌 에코패션디자인

<그림 21-1> 좋은 사람들 카다록(2004)

<그림 21-2> blog.naver.com/gngsun

<그림 21-3> www.Puma.com

<그림 22> 자연성을 지닌 에코패션디자인

<그림 22-1> Claire Wilcox, op.cit., p.27.

<그림 22-2> Ibid, p.36.

<그림 22-3> 'Semplicity with Surpri' by Youn, 2006 F/W

<그림 22-4> 'Semplicity with Surpri' by Youn, 2006 F/W

<그림 23> 토속성을 지닌 에코패션디자인

<그림 23-1> www.firstview.com

<그림 23-2> Ellen Lupton, 2002, *Skin*, Princeton Architectural Press,
New York, p.217.

<그림 23-3> WWD, 2005. 06. p.52

<그림 23-4> 조영식, op.cit., p.58.

<그림 23-5> WWD, 2005. 06. p.112

ABSTRACT

A study on Eco Fashion design through the application of the formative beauty of Korean traditional dress to Korean paper textile

Choi, Eun-kyung
Dept, of Clothing
The Graduate School of
Sungshin women's University

The advanced and complicated modern society recognizes image creation based on the identity of the global competitive age in the 21st century as the important means to secure national competitiveness. And it has been in great danger for the global environment and human life owing to the overuses of energy and resources. A requirement for a new vision to the globally environmental problem has affected on design so that as environmentally-friendly products and technologies have been developed and the production trend of various formative works and original expression modes have been appeared with the medium of paper which is natural material, paper has been highlighted newly. The expression method of fashion has been diversely used by using the textile of the paper mulberry and it is going on for attempts to relate that to added value. It is necessary to develop our unique environmentally-friendly fashion material and to suggest its design, combined

with the reliability that can arouse the world sympathy as well as differentiation based on characteristic tradition to be competitive in the world of global fashion. Therefore, this study is going to suggest the extension of thought change which is the new paradigm of a designer and the infinite fashion design of Korean paper textile through the studies on the formative beauty of Korean traditional dress and the eco fashion design, applied the textile of Korean paper that contains the characteristic beauty of Korean tradition. And it also has its meaning in presenting fundamental data for the connection to added value in the fashion industry of Korean paper textile, our own environmentally-friendly fashion material in its beginning stage in marketability and economical efficiency.

This study is to consider the formative feature and the aesthetic value of Korean traditional dress and eco fashion design and to research preferences and recognition to Korean paper textile. And it also is to produce the eco fashion design through the experimental study that applies the formative beauty of Korean traditional dress to Korean paper textile. And it is going to provide the data that is helpful for developing the added value-oriented marketing in the Korean paper textile industry and the design applied with Korean paper textile.

The following is the result of this study.

First, to make one of luxury goods with Korean paper textile of the new material that is the locally-characterized business of Wonju and Jeonju, it is required to proceed continuous study about the advanced equipment that can mass-produce Korean paper yarn, conforming to its purpose. And it also should be followed by forming the relative network among the industry, schools, research institutes and the government in both regions as well as trying to expand that nationwide. And it requires the establishment of 'national brand infra' , positive promotion

toward the national textile industry and active support mainly by the government.

Second, the first image that comes across people's minds from Korean paper was most highly ranked with 'it is our own environmentally -friendly material' from the analysis result of questionnaire for the positive study on Korean paper textile. And the product that comes across people's from it was most highly answered with 'paper of a card, painting paper, window paper, etc. And it was analyzed that the question of the recognition of a fashion product applied with Korean paper textile was mostly responded with the answer 'No'. Therefore, people hit upon the image of 'paper' which is the traditional thought for Korean paper and the recognition to Korean paper textile was shown to be poor.

'TV or radio' were the most usual ways to get information about Korean paper textile and the subjects responded with the answer 'No' for their purchasing experiences of fashion products applied with that.

Third, it analyzed the subjects' thoughts and purchasing intentions before and after experiencing a stimulant of Korean paper textile and characteristics per age of the respondents through a questionnaire. And if examining the difference among significant items to their thoughts before and after experiencing the stimulant from the analysis result on their thoughts and purchasing intentions before and after experiencing the stimulant, the respondents' thoughts to Korean paper textile before experiencing the stimulant were shown to be changed to be positive after experiencing the stimulant. From the analysis result, most of those respondents were appeared to decide Korean paper textile as usual Korean paper before experiencing the stimulant and their thoughts were improved positively toward Korean paper after experiencing it, and their purchasing intentions for fashion products of Korean paper textile were enhanced.

As the strategy that is based on familiarity and the reliability of quality by adopting the marketing strategy that directly approaches and displays to customers by compromising the reason of customers'

preferences and the effect of advertisement like the above research, the design that gives profit to businesses and satisfaction to customers with high-quality design can also be one of the marketing strategies for the globalization of Korean traditional image. And various and substantial exhibitions and conventions should be promoted for people to contact with fashion products naturally, in which tradition and artistry are connected to daily life as they are.

Works from full dress to a suit were designed and produced to experimentally suggest the eco fashion design that applied the formative beauty of Korean traditional dress and Korean paper textile based on a theoretical study and research. It was possible for Korean paper textile to be variously selected and expressed suitable to the design in the aspect of function and it was the good fashion material that makes design look better with high quality, which can not be noticed with the feeling of paper occurring from the word of Korean paper textile in appearance. And the more Korean paper was mixed and the less post treatment was practiced, the rougher touch was from the result that used Korean paper textile to a work, but it was good fashion material beyond compare if being properly applied according to the characteristic of design. And the material that was post-treated and mixed together with cotton textile was superior in the aspects of gloss and figure than general textiles and the material that was knitted with cotton was suitable for eco fashion as the materials of functional underwear as well as everyday dress according to mix ratio. It is considered that further development of the material of Korean paper textile be the fashion product of added value that achieves competitive advantage as one of luxury goods if being launched anywhere in the world as well as in Korea in the future.

감사의 글

본 박사학위 논문이 나오기까지 지도와 도움을 주신 많은 분들께 감사드립니다. 큰 사랑으로 많은 격려와 기회와 용기를 주시고 본 논문의 시작부터 완성까지 스승님이시자 어머니의 모습으로 자상하고 세심하게 배려해주시고 지도해주신 심화진 교수님께 존경과 감사를 드립니다. 또한 바쁘신 시간 중에도 논문의 미비 점을 지적해주시고 좋은 논문으로 완성될 수 있도록 배려와 아낌없는 사랑으로 지도편달을 해 주신 임숙자 교수님, 이명희 교수님, 이경손 교수님, 김경희 교수님께 깊은 감사를 드립니다. 학부시절부터 긴 학업과정 동안 관심과 사랑으로 염려해주시고 따뜻함으로 길잡이가 되어주시고 도움의 손길을 내어주신 의류학과 내의 최인려 교수님, 이승희교수님, 여러 선배님들과 동료, 후배님들에게 감사의 마음을 전합니다.

그리고 부재한 논문 자료를 위해 도움주신 니트산업 연구원의 김현철 박사님, 성실섬유의 정태두 사장님과 이준협부장님, 지누리의 김동조 사장님, 전주 시청 관계자분과 원주한지산업학회 이사님들, 그리고 물심양면으로 커다란 도움과 격려를 주신 김갑섭 대표이사님과 홍정봉 이사님께도 깊은 감사를 드립니다. 여러 면에서 부족한 저를 끝없는 사랑으로 돌보아 주시고 언제나 곁에서 힘이 되어주신 부모님, 그리고 동생들 내외, 봉선, 아진, 정현, 선복, 희선, 초등학교, 대학교, 동창들과 SDA선생님들께 이 논문을 바치고자 합니다. 그밖에 많은 도움을 아낌없이 주신 분들과 하사랑회원들, 까떼나회원들, IFS회원들, 휘플라레 가족들에게도 감사를 전합니다.

2007년 7월

최은경

한지직물 인지도 및 선호도 조사

안녕하십니까?

본 설문지는 한국 전통 복식미와 한지직물을 응용한 에코(Eco)패션디자인 연구와 관련된 한지직물에 대한 인지도 및 선호도에 관한 조사입니다.

귀하의 응답은 학위논문에 사용될 소중한 자료가 되오니 부디 한 문항도 빠짐없이 성실하게 응답하여 주시길 바랍니다.

본 설문지는 무기명으로 조사하고 있으며 응답해 주신 자료와 개인정보는 통계 처리되어 학문적 목적 외에는 결코 사용되지 않을 것을 약속드립니다.

귀하의 건강과 행운을 기원합니다.

성신여자대학교 대학원 의류학과

지도교수 : 심 화 진

연구자 : 최 은 경

본 설문은 총 19개 문항으로 설문응답에 소요되는 예상 시간은 약 5 ~ 10분입니다.

1. 귀하에게 한지하면 가장 먼저 떠오르는 이미지는 무엇입니까?

- ① 우리 고유의 종이로 친환경 소재이다.
- ② 우리 생활 속에서 자주 접할 만큼 친근하다
- ③ 공예품 등 예술적 표현의 소재이다.
- ④ 첨단(전자, 반도체등) 소재이다.
- ⑤ 기능성 소재다.
- ⑥ 의류직물의 소재이다.
- ⑦기타()

2. 귀하에게 한지하면 가장 먼저 떠오르는 상품은 무엇입니까?

- ① 카드,그림용지, 창호지 등의 종이
- ② 장판지,초배지 등 인테리어벽지
- ③ 장식품 등 공예품
- ④ 의류용 섬유인 직물
- ⑤ 액세서리,가방 등 패션잡화
- ⑥ 스피커콘지,반도체 절연지, 자동차 내장재 등 첨단 산업용품
- ⑦ 속옷, 양말등 기능성 상품
- ⑧기타()

3. 귀하는 한지직물이 개발 생산되고 있다는 것을 한번이라도 들어 본적이 있습니까?

- ①예 ② 아니오

4. 귀하는 한지직물을 이용한 패션상품이 있다는 것을 아십니까?

- ①예 ② 아니오

(3번이나 4번 문항에 예라고 답한 경우)

5. 귀하는 한지직물이나 이를 이용한 패션상품에 대한 정보를 어디에서 얻었습니까?

- ① 신문이나 패션잡지
- ② TV나 라디오(뉴스,광고)
- ③ 광고 전단 및 카탈로그
- ④ 주위사람들을 통해
- ⑤ 인터넷
- ⑥ 인사동 등에 위치한 매장
- ⑦ 공항
- ⑧ 코엑스 등전시장
- ⑨ 기타()

(3번이나 4번 문항에 예라고 답한 경우)

6. 귀하는 한지직물이나 이를 이용한 패션상품을 구매해 보신 적이 있습니까?

- ① 예
- ② 아니오

7. 귀하는 패션상품(의류 및 기타 패션 관련제품) 구매 시 가장 고려하는 사항은 무엇입니까?

- ① 디자인
- ② 소재
- ③ 기능성
- ④ 품질
- ⑤ 가격
- ⑥ 브랜드 명성
- ⑦ 색상

8. 귀하는 패션상품(의류 및 기타 패션 관련제품) 구매정보를 어디에서 가장 많이 얻습니까?

- ① 신문이나 패션잡지
- ② TV나 라디오(뉴스,광고)
- ③ 광고 전단 및 카탈로그
- ④ 주위사람들을 통해
- ⑤ 인터넷
- ⑥ 백화점 및 매장
- ⑦ 기타()

※ 다음에 제시된 질문에 대해 귀하의 생각과 일치되는 곳에 V표
 해주세요.

9. 귀하는 패션 소재인 한지직물의 대해 어떠하리라 생각하십니까?

한지 직물에 대한 생각	매우 그렇다	그렇 다	보통 이다	그렇지 않다	매우 그렇지 않다.
1. 종이느낌이 날 것이다.					
2. 까슬까슬 할 것이다.					
3. 성글고 빨리 건조 될 것이다.					
4. 내추럴하고 친환경적일 것이다.					
5. 가벼우며 유연할 것이다.					
6. 고급스러울 것이다.					
7. 두꺼우며 부피감이 있을 것이다					
8. 탄력감이 없고 물에 빨면 처질 것이다.					
9. 가격이 비쌀 것이다.					
10. 색상이 다양할 것이다.					
11. 한복감과 비슷하여 고전적인 패션제품에 어울릴 것이다.					
12. 양말과 같은 니트류 소재로 신 축성있는 직물 일 것이다.					
13. 일반 직물과 같이 다양한 느낌 일 것이다.					
14. 한지 직물소재의 패션 제품으 로 판매 된다면 구매할 의사가 있다.					

10. 다음에 제시된 상품이 시판된다면 한지직물을 응용한 패션상품에 대한 구매의사는 어떻습니까?

한지직물로 제작되어진 패션상품	매우 그렇다	그렇다	보통 이다	그렇지 않다	매우 그렇지 않다.
1. 와이셔츠나 블라우스 같은 셔츠류					
2. 양말					
3. 스카프 또는 손수건					
4. 정장					
5. 생활한복					
6. 기능성 속옷					
7. 넥타이					
8. 평상복					
9. 잠옷					
10. 니트류					
11. 캐주얼복					
12. 외출복					
13. 파티복					
14. 지갑, 명함집, 핸드백					

※ 바로 다음 장에 제시된 자극물을 보시고 다음 질문에 대해
귀하의 생각과 일치되는 곳에 V표 해주세요.

(단, 보다 다양한 자극물이 있으나 한정된 것이므로 디자인 및 색상, 종류
의 영향은 배제 해 주세요.)

11. 귀하는 패션 소재인 한지직물의 대해 어떠하리라 생각하십니까?

한지 직물에 대한 생각	매우 그렇다	그렇다	보통 이다	그렇지 않다	매우 그렇지 않다.
1. 종이느낌이 난다					
2. 까슬까슬 하다					
3. 성글고 빨리 건조 될 것 같다.					
4. 내추럴하고 친환경적 것 같다.					
5. 가벼우며 유연하다					
6. 고급스럽다					
7. 두꺼우며 부피감이 있다.					
8. 탄력감이 없고 물에 빨면 처질 것 같다.					
9. 가격이 비쌀 것 같다.					
10. 색상이 다양할 것 같다.					
11. 한복감과 비슷하여 고전적인 패션제품에 어울린다.					
12. 양말과 같은 니트류 소재로 신 축성 있는 직물도 있다					
13. 일반 직물과 같이 다양한 느낌 이다.					
14. 한지 직물소재의 패션 제품으 로 판매 된다면 구매할 의사가 있다.					

12. 다음에 제시된 상품이 시판된다면 한지직물을 응용한 패션상품에 대한 구매의사는 어떻습니까?

한지직물로 제작되어진 패션상품	매우 그렇다	그렇 다	보통 이다	그렇지 않다	매우 그렇지 않다.
1. 와이셔츠나 블라우스 같은 셔츠류					
2. 양말					
3. 스카프 또는 손수건					
4. 정장					
5. 생활한복					
6. 기능성 속옷					
7. 넥타이					
8. 평상복					
9. 잠옷					
10. 니트류					
11. 캐주얼복					
12. 외출복					
13. 파티복					
14. 지갑, 명함집, 핸드백					

※ 다음은 한지 직물로 만든 의류 및 패션잡화입니다



- 뒷장에도 있습니다.

