

현대 패션디자인에서의 콜라보레이션 표현성 - 한국적 문화콘텐츠의 응용을 중심으로 -

이 은 숙* · 김 새 봄*

울산대학교 의류학전공* · 울산대학교 의류학전공*

The Collaboration Expression in the Modern Fashion Design - Focusing on the Collaboration of Korean Cultural Contents -

Eun-Sook Lee* · Sae-Bom Kim*

Prof., Dept. of clothing & textiles, University of Ulsan*

Lecturer, Dept. of clothing & textiles, University of Ulsan*

(2012. 9. 10. 접수; 2012. 10. 30. 수정; 2012. 11. 2. 채택)

Abstract

This study intends to explore the collaborative expression in the modern fashion design by analyzing the collaboration of motifs symbolizing Korean cultural identity. As for the data research, in order to examine the expressional objects of collaboration in the collections of the fashion designers from Korea and overseas who have applied the Korean culture among their collections posted on the Internet sites, www.firstview.com, and www.style.com from 2005 to 2012 were collected for analysis. 923 pictures used in the analysis sheet. As for the research method, the content analysis method was used. In the modern fashion design, the collaborative expression in the motifs symbolizing Korean cultural identity are limited to tangible expression, intangible expression, integrated expression. The results of this study were as follows.

First, in the tangible expression, traditional tangible assets are used in the shapes, items, colors, materials, patterns and details to symbolize uniquely Korean image. The intangible expression, the applicability for Korean intangible assets include the master's (intangible cultural assets) and the craftsmanship of the modern designers being collaborated onto the contemporary customs to express the Korean traditional culture in a realistic or an abstract trend. The hybrid expression, it is to represent Korean thoughts and values using the tangible elements. Second, The expressivity of collaboration of each year mostly shows integrated expression, intangible expression and tangible expression were shown respectively. The trend of seasonal collaboration expressivity was muchly the integrated expression in most seasons, and intangible expression and tangible expression followed respectively. It is recognizable that the expressivity of collaboration of each designer was; integrated expression was muchly shown in Lie Sang Bong and Lee Young Hee's works, Duri Jung showed much of intangible expression, and much tangible expressivity was shown in Carolina Herrera.

Key Words: Korean cultural contents(한국적 문화콘텐츠), Collaboration expression(콜라보레이션 표현성), Tangible expression(유형적 표현), Intangible expression(무형적 표현), Integrated expression(통합적 표현)

I. 서론

문화는 역사적 순환 고리의 구조를 가지고 있으며 지나간 역사의 발자취를 이어가며 새롭고

Corresponding author ; Eun-Sook Lee
Tel. +82-52-259-2843, Fax. +82-52-259-2843
E-mail : eunsook@ulsan.ac.kr

※ 본 연구는 2011년 울산대학교 연구비 지원에 의한 연구결과임.

창조적인 만남을 끊임없이 계속한다. 이는 디자인 콘텐츠의 모티브이자 21세기 디자인의 키워드이다. 경제학자 피터 드러커(P. F. Drucker)는 “21세기는 문화 산업에서 각국의 승패가 결정될 것이고, 그 승부처는 바로 문화 산업이다.”라고 예견하였다. 무형의 자산으로서 무한대의 가능성을 가진 문화 산업이 세계 시장을 리더하고 문화 상품으로 승부가 가려지는 문화 전쟁의 조짐이 이미 세계 곳곳에서 현실화되고 있다. 이에 대해 우리나라는 새로운 형태의 문화 선진국으로 거듭나기 위하여 2010년 문화체육관광부가 새로운 문화적 패러다임, 즉 패션을 제시하였다. 패션은 신기술의 성장과 새로운 사회 조류를 수용하는 창조 산업의 패러다임으로 세계화(Globalization)와 지역화(Localization)라는 환경속에서 국민들의 라이프스타일을 상징할 뿐 아니라 국가이미지를 제고하기 위한 주요 소통 방법으로 산업적 관점과 문화적 관점의 균형 잡힌 정책지원의 필요성이 역설되었다(“대한민국 패션의”, 2010)

패션이 21세기 문화산업의 중추적 역할을 하기 위해 새로운 방법들을 시도하고 있는 현 상황에서, 응용의 폭이 넓고 새로운 영역을 제시할 수 있는 서로 다른 장르의 문화 콘텐츠들 간의 콜라보레이션(collaboration)이 이목을 끌고 있다. 이는 한국을 비롯하여 세계적으로 고부가가치를 창출하는 새로운 대안으로 글로벌적인 국가 브랜드를 구축하기 위해, 글로벌 사회에서 문화적 경쟁력을 갖추기 위해 패션문화산업에 대한 새로운 접근으로 제시될 수 있다. 우리가 살고 있는 21세기는 개인, 기업, 국가의 경쟁력 원천이 물질적 기술적 힘에서 점차 감성적, 문화적 힘으로 그 무게 중심이 이동함에 따라 기술과 기술, 기업과 기업, 다양한 사회문화적 콜라보레이션이 경제적인 협력방안으로 널리 활용되고 있다. 전종찬과 이명진(2007)은 콜라보레이션을 동종업계 외에 타 업종, 개인 및 디자인, 기술, 마케팅 등 여러 영역을 아우르는 개념으로 보았으며 문화와 가치개념으로까지 확대되었다고 밝히고 있으며, 이성훈(2011)은 콜라보레이션은 누구나 쉽게 생각하기 힘든 독창적인 영역으로의 확장과 상업적 아트 콜라보레이션에서 벗어난 문화적 요소들의 반영을 통한 창조적

이고 융합적인 디자인이 필요하다고 하였다. 간호섭(2008)은 현대 패션에서 콜라보레이션의 문화적 특성을 파악하고 이해하지 못하면 참신한 아이디어, 새로운 전략, 그리고 기발한 상품을 기획·제조할 수도 없으며, 문화적 특성을 담고 있지 않은 콜라보레이션 상품은 그 성공을 보장하기도 어렵다고 하였다.

이와 같이 21세기 문화적 부가가치가 강조되는 감성시대에서는 단순한 상호보완측면의 대안으로서 콜라보레이션 활용이 아닌 부가가치 창출의 핵심역량으로서의 기능이 요구되며, 21세기 디지털 컨버전스 패러다임은 유형·무형문화 유산의 중요성과 가치에 대한 인식제고가 수반된다. 특히 패션과 문화적 콜라보레이션은 창조적이고 융합적인 디자인으로의 전개가 가능하고 문화적 특성을 담고 있는 콜라보레이션 상품은 참신한 아이디어, 새로운 전략, 그리고 기발한 상품을 기획하고 제조하는데 기여할 수 있기 때문에 이에 대한 관심과 중요성은 증가되고 있다. 그런 의미에서 한국의 패션디자인이 전통 문화와의 콜라보레이션을 통한 새로운 패션을 창조함으로써 한국 문화의 한 축으로 기능할 수 있을 것이다.

그러므로 한국의 패션이 경제 교류의 중추적인 핵심 산업으로 또한 문화적 부가가치 창출로 발전되기 위해서는 문화적 콜라보레이션의 개발이 필요로 하며, 한국의 전통 유물과 이미지가 데이터베이스화 되어가고 있고, 한국적인 것을 규정하려는 시도 속에서 한국적인 패션은 전통성의 재현이 아니라 한국의 유형·무형문화와의 콜라보레이션을 통해 한국적 정체성과 함께 대중성을 확보할 수 있는 패션을 탄생시킬 필요성이 있다.

따라서 본 연구는 한국적 문화콘텐츠가 현대 패션디자인과의 콜라보레이션이 이루어질 때 활용되는 표현성을 살펴보는데 그 목적을 두고자 한다.

본 연구의 결과를 통하여 한국의 문화적 콜라보레이션의 표현성이 패션산업에 응용 가능한 사례를 보여줄 수 있는 자료로서, 아울러 현대 패션의 부가가치 창출을 위한 사례자료로 활용 가능할 것으로 사료된다.

II. 이론적 배경

1. 콜라보레이션(collaboration)의 개념 및 활용현황

글로벌 시대의 문화적 표현 양식은 디자인의 정체성과 보편성을 동시에 지니고 있어야 한다. 그 동안 패션에서 문화적 표현양식은 여러 가지로 모색되어 왔으며, 그 중에 부가가치를 극대화할 수 있는 방법이 콜라보레이션이다.

콜라보레이션은 사전적 의미로 ‘협업’ 혹은 ‘협력’이며, 생산이나 마케팅 관점에서의 의미로는 ‘합작’이다. 주로 경영학에서 콜라보레이션은 전략적 제휴와 동일한 의미의 다른 표현이거나 전략적 제휴 개념의 일부인 ‘협업’을 표현하는 용어로서 사용되고 있다(허중호, 2009). 마케팅에서의 콜라보레이션은 주로 프리미엄 브랜드, 스타 연예인과의 제휴, 혹은 제품 및 브랜드 디자인의 출시 작업에 예술가, 디자이너들이 참여해 협업하는 것을 말한다. 또한 공동의 이익을 위해 둘 이상의 주체가 함께 결속, 여러 가지 기능을 공동으로 수행하는 것이며 동종업계 또는 이종업계 간의 합작을 통해 각자의 이익을 극대화하는 전략으로 볼 수 있다. 여러 학자들과 선행연구들에서 콜라보레이션의 개념 및 정의에 대해 밝히고 있지만 아직까지 그 개념이 명확하게 이루어지지 않았으며 최근에는 콜라보레이션이 융합, 컨버전스, 하이브리드 등의 의미와 혼용되어 사용되고 있어 그 개념이 점차 확대되고 있다. 콜라보레이션은 최근 패션, 뷰티산업 등 많은 분야에서 활발하게 이뤄지고 있으며, 효과적인 마케팅의 전략인 동시에 경제적인 협력방안으로 널리 활용되고 있다.

양희영(2010)은 기업들의 협업은 새로운 가치나 윤리를 창조하는데 집중하고 있다고 하면서 이제 콜라보레이션의 목적은 ‘감성’과 ‘되기(being)’에서 ‘가치’와 ‘하기(doing)’로 변화하고 있다고 하였다. 이제 기업의 특정 가치가 내재된 브랜드를 소비자들에게 각인시키려고하는 소울 브랜딩(soul branding) 경향이 확산되고 있다고 하였다. 따라서 향후 콜라보레이션은 무형 요소들을 지향하는 사회적 분위기와 과시와 과

욕을 위한 소비가 아닌 제품의 원 기능을 사용하기 위한 소비를 지향하는 윤족(YAWN: young and wealth but normal)과 같은 소비자 리더들을 만족시키기 위해 윤리성, 공정성, 사회적 기여, 친환경과 같은 가치 지향적 이미지를 상승시킬 수 있는 방향으로 변화할 것으로 예상된다.

정재윤과 한기창(2009)은 다양한 문화와 새로운 마케팅의 적용으로 생활관련 제품을 출시하는 각 기업들은 트렌드를 예측하며 문화, 예술, 스포츠의 다양한 콜라보레이션 마케팅으로 기업의 이미지 향상과 브랜드 제품에 적용을 통하여 경제적인 이득을 극대화시키는 노력을 하고 있다고 하였다.

이성훈(2011)은 제품디자인의 콜라보레이션 현황과 한계 분석을 통한 발전 방향 연구에서 콜라보레이션은 단순한 결합이 아닌 본질적인 융합으로 시너지를 발휘할 수 있는 전략이어야 한다고 하였다. 특히 콜라보레이션은 누구나 쉽게 생각하기 힘든 독창적인 영역으로의 확장과 상업적 아트에서 벗어난 문화적 요소들을 반영을 통한 창조적이고 융합적인 디자인이 필요하다고 하였다.

위의 선행연구들이 언급한 콜라보레이션이 산업에서 실제 활용되고 있는 현황을 살펴보면, 패션업체에서는 시장의 글로벌화가 가속화되고 디지털 융합기술의 접목이 활성화되면서 다양한 콘텐츠를 제공하는 산업 간 콜라보레이션이 시도되고 있다. 과거의 패션업체는 동종 내에서 경쟁우위를 위한 상품개발에 초점을 두었다면, 현재는 새롭게 재편되고 있는 이종 간의 협력관계를 통한 상품개발을 지향하고 있다. 또한 소비자들은 제품이 갖는 내재적인 속성보다는 감성에 호소하는 이미지 디자인을 적극적으로 수용함에 따라 브랜드를 통한 감성적 경험과 접근을 시도하여 감성을 자극하는 커뮤니케이션을 시도하며 가장 보편적으로 추구하고 있는 브랜드와 브랜드, 브랜드와 스타브랜드, 브랜드와 예술작품 또는 디자이너가 협업하는 아트 콜라보레이션 등 다양한 형태로 확산되고 있다. 이러한 예로 2012년 F/W 서울패션위크에서 브랜드와 디자이너간의 콜라보레이션을 통한 작품들이 발표되었다. 디자이너 최범석은 헤드와 함께 새로운 개념인 스포츠룩을, 디자이너 고태용은

오피스 W 자체 브랜드인 옵티컬, 디자이너 강동준은 미국 가방 브랜드 썸소나이트와 협업을 하여 새로운 트렌드를 제시하였다(TINnews, 2012).

이외에도 패션제품이 아닌 가전제품의 경우, 만도제품은 텍스타일 디자이너 이건만의 전통 문양과 대나무 패턴, 한복디자이너 배영진의 전통 나비문양을 적용하여 성능의 중요성과 슬림한 형태를 부각시켜 가전제품의 심플한 이미지를 제시하였다. 웅진코웨이는 코디 10주년을 맞이하여 한국 고유의 이미지에 젊고 혁신적인 웅진코웨이의 기업 이미지를 담기위하여 유명 한복 디자이너 이영희와 콜라보레이션을 시도하였다.

이처럼 21세기에 현존하는 다양한 문화를 산업으로 연결시키는 작업은 이미 다수의 기업에서 문화, 예술, 스포츠 등과의 다양한 콜라보레이션으로 브랜드의 이미지 향상과 그에 따른 제품 이미지의 상승작용을 통하여 경제적인 이득을 극대화시키는 효과를 산출하고 있다. 또한 콜라보레이션은 현재 이루어지고 있는 이종간의 협업뿐만 아니라 기존에 미처 생각하지 못했던 독창적인 영역과 결합하는 새로운 시도가 형성되면서 문화 예술의 육성과 전통 문화까지 포괄하는 디자인 방향이 제시되고 있다.

2. 한국적 패션 문화콘텐츠의 경향

한국적 패션 문화콘텐츠는 전통문화를 토대로 국내외 보편성과 대중성을 띤 고부가가치를 창출하는 상품개발을 구축하는 아이디어 발상지라 할 수 있다. 문화콘텐츠 사업의 출발점이 우리민족 고유의 문화에 있으므로 우리문화의 원형에 기초한 패션콘텐츠를 개발하는 것은 글로벌 경쟁력의 확보를 가져올 수 있다.

한국의 문화콘텐츠 활용은 패션제품에서부터 다양한 생활영역에 이르기까지 확대되고 있을 뿐 아니라 국내외 디자이너들의 작품모티브가 되고 있다. 국내의 경우 한국의 문화콘텐츠를 활용한 대표적 디자이너 이상봉은 2006년 파리 후즈넥스트에서 한글패션 발표(그림 1)를 시작으로 2012년 한국 전통의 돌담에서 영감을 받아 한국의 정통미를 화려하게 재해석한 의상(그림 2)에서부터 영국 런던 빅토리아&앨버트 박물관

에서 한국 전통의 조각보와 단청을 소재로 한 의상(그림 3)을 발표하여 큰 호응을 받았다(중앙일보, 2012). 가방 디자이너 조명희의 스토리(stori)는 비녀나 문갑의 고리가 가방의 잠금장치로 사용하기도 하며, 스토리의 한글 이니셜인 ‘스 트 르’이 모든 가방에 표현되기도 하며, 복주머니 모양의 가방 등의 제품에 한국적인 요소들을 많이 차용하여 세계화를 지향하고 있다(“한국 문양 핸드백으로”, 2010)(그림4). 또한 외국 디자이너들이 한국 전통이미지를 활용한 사례로 패션 뿐 만 아니라 태극문양의 심플하지만 신비로운 곡선을 핸드백에 적용하거나 색동저고리를 연상시키는 직물 등을 발표하기도 하였다(김경아, 2008)(그림 5).

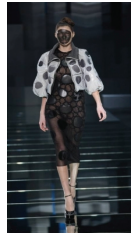
한국적 문화콘텐츠가 패션상품에 직접 활용되는 경우 이외에도 한국적 문화콘텐츠를 소재로 한 MBC드라마 궁(2006년)은 한국적인 콘텐츠를 세계적 보편성에 맞게 세련되게 재창조한 것으로 배역들이 전통 궁중 의상과 서양 의상과 전통 한복, 최신 패션 경향을 보여주었다. 예를 들면, 황태자비는 드레스 차림일 때도 비녀를 액세서리로, 땀기를 허리띠로 활용한 의상을 선보이기도 하며, 황태후는 양장을 입고 현대적으로 변형된 남바위를 쓴 퓨전의상을 입고 공식 석상에 나타나는 모습을 보여주었다(그림 6).

영상 콘텐츠를 통한 한국적 문화콘텐츠와 패션과의 접목 뿐 만 아니라 패션관련협회, 한국적 감성과 철학이 깃든 패션쇼, 한국패션문화페스티벌을 통하여 지역별 문화의 고유함과 특수성을 컨셉으로 지역별 문화패션 상품 콘텐츠를 개최하거나 패션이라는 키워드 아래, 고궁, 청자, 금관 등 한국의 문화유산을 재해석하여 재탄생된 한국적 디자인을 생활용품으로 표현하는 등 한국의 패션 문화콘텐츠를 활용한 한국적 패션문화를 알리기 위한 사업을 적극 시행하고 있다.

이처럼 한국적 문화콘텐츠를 활용한 패션은 제품으로, 드라마를 중심으로 한 영상 콘텐츠 배역들의 의상으로, 패션쇼 등의 다양한 영역에서 패션의 고부가가치를 산출하고 있음을 단적으로 보여주고 있다.



<그림 1> 2007 SS 이상봉 (출처: <http://bbs3.agora.media.daum.net>)



<그림 2> 2012 FW 이상봉 (출처: <http://article.joinsmsn.com>)



<그림 3> 2012 SS 이상봉 (출처: <http://blog.naver.com>)



<그림 4> 조명희 핸드백 (출처: <http://imgv.search.daum.net/viewer>)



<그림 5>작: Hester Van Eeghen 1990s 중: Fendi, Baguette 솔더백 2001
우: Carol WestfallAids (출처: 김경아, 2008)



<그림 6> MBC 드라마 궁 2006 (출처: <http://blog.naver.com>)

III. 연구방법과 절차

본 연구는 한국적 문화콘텐츠를 상징하는 모티브의 사례를 수집 분석을 통하여 현대 패션디자인에서 나타나는 콜라보레이션 표현성을 형식적, 무형적, 통합적 유형으로 분류하고 특성을 살펴보는 데 연구 목적을 두고자 한다. 패션 산업 디자인 전반에 나타난 한국 전통문화의 콜라보레이션 경향을 살펴보기 위해 2005년부터 2011년 까지의 패션잡지, 신문기사, 인터넷 기사 등을 통하여 관련 자료를 수집하여 분석하였다. 또한 현대 패션디자인에서 활용되는 콜라보레이션 표현성을 분석하기 위해 인터넷 사이트 www.firstview.com, www.style.com, www.style.co.kr, www.elle.co.kr을 중심으로 한국적 정체성을 가미한 컬렉션을 발표한 국내외 패션디자이너의 작품을 수집하여 분석하였다. 수집기간은 2005년부터 2012년까지이며, 수집된 자료의 수는 총 923장이었다. 연구방법은 내용분석방법과 기술통계분석을 사용하였다. 콜라보레이션 표현성은 한국의 유형문화가 가지는 여러 특징들을 패션에 시각적으로 표현하는 형식적 표현, 한국 전통의 사상, 가치, 무형적 예술 등을 패션에 접목시켜 표현하는 무형적 표현, 한국의 사상과 가치를 유형적 요소를 통하여 재구성한 통합적 표현으로 분석하였다.

목시켜 한국적 이미지를 표현하는 무형적 표현, 한국의 사상과 가치를 유형적 요소를 통하여 나타내는 통합적 표현으로 분류하여 분석되었다.

IV. 결과 및 논의

1. 현대 패션디자인에서의 콜라보레이션 표현성의 방법

패션디자인과 한국적 문화콘텐츠의 콜라보레이션 표현성은 한국의 유형문화가 가지는 여러 특징들을 패션에 시각적으로 표현하는 유형적 표현, 한국 전통의 사상, 가치, 무형적 예술 등을 패션에 접목시킨 무형적 표현, 한국의 사상과 가치를 유형적 요소를 통하여 재구성한 통합적 표현으로 분석하였다.

1) 유형적 표현성의 특징

한국적 문화콘텐츠의 유형적 표현성은 한국 전통의 것을 형식적으로 재현하거나 모방하는 것을 의미한다. 유형적 표현성은 한국적 문화콘

텐츠를 주요 모티브로 하므로 한국적인 색채가 가장 강하게 나타난다. 유형적 표현성은 한국적 문화콘텐츠를 재현하고 모방하는 쉬운 접근법으로 외국 디자이너의 작품에서 많이 나타난다. 유형적 표현성에서 활용된 한국적 문화콘텐츠는 아이템, 형태, 색채, 소재, 무늬, 디테일 등이다.

아이템은 한복, 버선, 짚신, 갓, 비녀나 노리개 같은 장신구, 골무와 같은 생활소품 등의 한국 전통 아이템을 현대적 감각에 맞게 재조명되어 나타났다. 특히 한국 디자이너는 한복을 주로 재현하고 외국 디자이너는 버선, 짚신, 갓, 비녀, 노리개와 같은 장신구 등의 아이템을 많이 활용하는 것이 특징이다. 형태는 한국 전통의 한옥, 탑과 같은 건축조형물, 생활소품, 전통복식 등의 형태를 차용하여 나타났다. 탑이나 전통 가옥, 전통 도기에서 보여지는 부드러운 곡선과 소박하고 투박한 형태가 그대로 차용되었다. 색채는 흰색과 검정색을 중심으로 한 한국의 전통색인 오방색이 주로 접목되었다. 무늬는 민속화와 풍

속화 등 전통 회화의 재현과 전통 회화의 수묵 기법, 한글을 차용하는 방법으로 나타났다. 디테일은 한국 전통 의상의 동정, 고름 등의 디테일이 사용되었다. 유형적 표현성의 특징을 정리하면 <표 1>과 같다.

2) 무형적 표현성의 특징

무형적 표현성은 한국적 무형물인 전통적 장인기술과 현대 디자이너의 기술이 합쳐져 현대 패션에 한국의 전통문화를 사실적 혹은 추상적으로 표현하는 것을 의미한다. 무형적 표현성은 디자인에 직접적인 영향을 미치지는 않지만 근본적인 디자인 컨셉 설정과 전반적인 이미지에 중요한 영향을 미친다. 무형적 접근은 한국 전통의 사상, 가치, 무형의 예술 등을 서양복에 표현하는 것이다. 또한 한국의 사상과 미에 영향을 주는 유교, 선(禪), 인(仁), 무위(無爲) 사상 등을 중심으로 자연과의 순응, 단순함, 간결함,

<표 1> 유형적 표현성의 특징

구분	아이템	형태	색채	소재	무늬	디테일
한국적 문화 콘텐츠	한복, 짚신, 갓, 비녀나 노리개 같은 장신구, 골무와 같은 생활소품	한옥, 탑 등의 건축조형물, 생활소품, 전통복식 등의 형태	한국 전통 색채인 오방색	견, 노방, 삼베, 모시, 갑사 등의 전통소재	민속화와 풍속화 등 전통 회화, 전통 회화의 수묵기법, 한글 등	한국 전통 의상의 동정, 고름 등
모티브						
대표 사진	 2011 SS 캐롤리나 헤레라 (출처: http://www.style.com)	 2012 SS 이상봉 (출처: http://www.style.co.kr)	 2009 SS 이상봉 (출처: http://www.style.com)	 2010 FW 이영희 (출처: http://www.firstview.com)	 2009 FW 이상봉 (출처: http://www.firstview.com)	 2011 SS 캐롤리나 헤레라 (출처: http://www.style.com)

중량감, 소박함 등의 가치를 의복에 표현하는 것이다. 무형적 표현성은 한국적인 판소리, 음악, 무용 등을 의복 외의 공간에서 표현함으로써 패션이 지닌 문화적 사상과 가치를 상징하기도 한다. 즉 무형적 표현성은 패션에서 한국의 정체성과 사상을 느낄 수 있어야 하므로 한국의 정서와 사상, 가치, 문화의 이해가 선행되어야 한다.

무형적 표현성에서 많이 나타나는 것은 자연의 미와 주술의 미를 통한 한국적 이미지이다. 자연의 미는 풍성하고 여유있는 형태, 부드러운 곡선, 불규칙적인 비례, 신체를 압박하지 않는 착장 형태 등으로 나타나며 색채와 소재를 통해 자연의 미를 부각시켜준다. 색채는 소박하고 순수한 아름다움을 나타내는 흰색으로 자연의 미를 표현하였다. 흰색은 인공을 배제한 순수한

것, 본연의 것을 지향하는 자연에 대한 겸허한 마음이 함축되어 있어(김민자, 2009) 무형적 표현성에서 검정색의 배색과 함께 많이 나타난다. 소재는 견, 삼베, 모시, 갑사 등의 얇고 투명한 직물부터 거칠고 투박한 소재까지 천연소재를 통해 자연의 미를 표현하였다. 주술의 미는 무속신앙과 음향오행설에 따른 상징적 의미를 한국적 이미지를 표현하였다. 주술의 미는 색채와 무늬에서 주로 나타나는데 복을 기원하는 의미가 많다. 색채는 음향오행설의 오방색으로 많이 표현하였으며, 특히 색동은 즐거움과 행복을 기원하는 의미로서 사용된다. 흰색 또한 악재를 피하려는 주술적 의미를 담고 있어 신성한 상징성으로 사용되기도 한다. 전통적으로 한국의 무늬는 자연물, 글자, 가상의 동물무늬 등을 통해 사상이나 기원을 담았다. 십장생 문양은 장수를,

<표 2> 무형적 표현성의 특징

구분	자연의 미			주술의 미	
	형태	색채	소재	색채	무늬
한국적 문화 콘텐츠	풍성하고 여유있는 형태, 부드러운 곡선, 상하의간의 균형적인 비례, 신체를 압박하지 않는 착장 형태	소박하고 순수한 아름다움을 나타내는 흰색, 백색지향적인 명색조	견, 삼베, 모시, 갑사 등의 얇고 투명한 직물부터 거칠고 투박한 소재까지 천연소재	음향오행설의 오방색, 즐거움과 행복을 상징하는 색동, 악재를 피하려는 주술적 의미를 지닌 흰색	십장생, 호랑이, 꿩이나 원앙, 박쥐, 나비, 모란문, 연화문, 사군자, 국화문, 대나무문, 포도문, 석류문, 인동당초문
모티브					
	⇓	⇓	⇓	⇓	⇓
대표 사진	 2007 SS 이영희 (출처: http://www.style.co.kr)	 2007 FW 이영희 (출처: http://www.firstview.com)	 2012 FW 이영희 (출처: http://www.firstview.com)	 2012 FW 이영희 (출처: http://www.firstview.com)	 2006 SS 이상봉 (출처: http://www.style.co.kr)

호랑이는 위엄과 힘, 꿩이나 원앙은 부부간의 금실, 박쥐는 다남, 나비는 기쁨과 아름다움을 상징한다. 특히 무형적 표현성에서는 부귀와 화목을 상징하는 모란문, 속세를 떠난 청결함을 상징하는 연화문, 용기와 고결을 상징하는 사군자, 군자의 고귀함을 상징하는 국화문, 곧은 지조를 상징하는 대나무문이 많이 사용된다. 또한 다남을 상징하는 포도문과 석류문, 끈기와 능동적이고 강한 삶을 상징하는 인동당초문 또한 많이 사용된다.

무형적 표현성은 디자인에서 한국 전통적인 요소가 없어도 전반적으로 한국의 정체성과 사상을 느낄 수 있는 것이 특징이다. 무형적 표현성의 특징을 정리하면 <표 2>와 같다.

3) 통합적 표현성의 특징

통합적 표현의 특성은 유형적 접근 방법이 외형적인 접근과 가시적 현상 표현에만 머무를 수 있는 데 비해 통합적 접근 방식은 문화에 바탕을 두고 있어 한국적 디자인의 정체성을 이끌어 낼 수 있다. 통합적 표현성은 한국의 정서와 사상, 가치, 문화의 이해를 바탕으로 한국적 문화 콘텐츠를 사용하여 세계화를 위한 보편적 속성, 즉 대중화된 서양복으로 재구성하는 방법이다. 통합적 표현성은 문화적 정체성 표현의 콜라보레이션 패션이 세계화될 수 있는 중요한 접근법이며 세계시장에서 경쟁력을 가질 수 있으므로 통합적 표현성은 매우 중요하다고 할 수 있다. 따라서 통합적 표현성은 문화적 콘텐츠의 세계화 될 수 있는 특성을 분석하는 것이 중요하다. 박혜원(2004)은 외국인인 영국 패션전문가들이 한국적 패션 디자인에서 주는 느낌을 표현한 단어로 전통적인(traditional), 장식적인(decoration), 표현이 흥미로운(surface is interesting), 풍부한(opulent), 흥미로운 재단(interesting cutting), 다양한 색채감(colorful), 헐렁한(loose), 겹쳐지는(layering), 소재가 정교한(fabric is more elaborate), 프린트(print), 가장자리(borders), 묶는 아이디어(tying idea), 감싸는(wrapping), 조각보(patchwork), 빈티지(vintage), 신체와 의복의 분리(separating the body idea similar), 짧은 상의(short jacket), 긴치마(long skirt)라고 하였다. 통합적 표현성은 이와 같이 한국

인의 시각 이외의 외국인의 시각에서 한국적 패션 디자인의 특성 분석이 이루어져야 한다. 통합적 표현성의 방법을 잘 표현하고 있는 디자이너로는 이영희와 이상봉이 있다. 이영희는 한복을 현대적인 감각에 맞게 재구성하여 세계 패션 시장에서 성공할 수 있다는 가능성을 보여준 대표적 디자이너이다. 이상봉은 한글, 돌담, 단청 등의 생활소품 및 건축조형물 등 다양한 한국적 모티브를 현대화하여 서구적 패션 감각으로 재구성한 대표적인 디자이너이다.

따라서 통합적 접근법은 한국적 문화콘텐츠의 아이템, 형태, 색채, 소재, 무늬, 디테일 등을 현대적 감각으로 재구성한 통합적 표현성은 한국적 스타일이라 할 수 있다. 복식에서의 스타일은 복식 자체의 형태, 색상, 소재, 무늬, 장식 등 시각적인 요소들로 형성되는 이미지를 말한다(김희정 외, 2000). 따라서 한국적 스타일은 한국 전통의 형태적 특성과 세부적 요소가 적용된 한국적 이미지로 표현된 것을 의미한다. 통합적 표현성의 특징을 정리하면 <표 3>과 같다.

2. 현대 패션디자인에서의 콜라보레이션 표현성의 경향

패션디자인과 한국적 문화콘텐츠의 콜라보레이션 표현성을 알아보기 위하여 연도별, 시즌별, 디자이너별 콜라보레이션의 유형을 살펴보았다. 콜라보레이션의 유형은 유형적, 무형적, 통합적 유형으로 분류하였으며 연도는 2005년부터 2012년까지의 기간으로 하였다. 디자이너는 한국적인 패션디자이너로 국외 무대에서 활발히 활동하고 있는 이상봉, 이영희, 두리정과 국외 디자이너인 켈로리나 헤라라(Carolina Herrera)를 중심으로 살펴보았다.

1) 연도별 콜라보레이션의 표현성의 경향

연도별 콜라보레이션의 표현성은 <표 4>와 같다. 전반적인 콜라보레이션의 표현성을 살펴보면 통합적 표현성(41.6%)이 가장 많으며, 다음으로 무형적 표현성(36.1%), 유형적 표현성(22.3%)의 순으로 나타났다. 따라서 2005년부터

<표 3> 통합적 표현성의 특징

구분	아이템	형태	색채	소재	무늬	디테일
한국적 문화 콘텐츠	한복, 버선, 짚신, 갓, 장신구, 생활소품의 재구성	한옥, 탑 등 건축조형물, 생활소품, 전통복식 등 형태의 재구성	오방색, 흰색, 검정색 등의 한국전통색채의 재구성	견, 노방, 삼베, 모시, 갑사 등의 전통소재의 재구성	민속화와 풍속화 등 전통회화, 수묵기법, 한글 등의 재구성	한국 전통 의상의 동정, 고름 등의 재구성
모티브						
대표 사진	 2007 SS 이상봉 (출처: http://www.firstview.com)	 2007 FW 이상봉 (출처: http://www.firstview.com)	 2012 SS 이상봉 (출처: http://www.style.co.kr)	 2010 FW 이영희 (출처: http://www.firstview.com)	 2010 FW 두리정 (출처: http://www.style.com)	 2011 SS 캐롤리나 헤레라 (출처: http://www.style.com)

2012년까지의 한국적 문화콘텐츠의 표현은 한국적인 아이템의 변형과 통합을 통한 한국의 가치관과 사상을 표현하는 것이 많음을 알 수 있다.

세부적인 연도별 표현성을 살펴보면 2005년과 2007년부터 2010년의 기간은 통합적 표현이 가장 많이 나타났음을 알 수 있다. 2005년, 2007년~2010년의 기간은 한국 전통의 한복을 동정, 치마, 저고리 없이 전통적인 평면구성과 현대패션의 입체적 표현의 조화를 통하여 통합적 표현성으로 표현한 것이 가장 많았다. 2011년은 유형적 표현성과 통합적 표현성이 많이 나타났다. 2011년은 이영희 디자이너의 한복의 재현과 캐롤리나 헤레라의 갓, 동정, 고름과 같은 한국적

아이템의 사용을 통해 유형적 표현성과 통합적 표현성이 많이 나타났다. 2006년과 2012년은 무형적 표현성이 가장 많이 나타났다. 2006년의 시기는 모란꽃, 사군자, 용 등의 모티브를 자수, 아플리케, 나염 등의 다양한 기법으로 한국적인 사상과 상징을 사용한 무형적 표현성이 많이 나타났다. 2012년은 한국 전통복식의 착장방식과 드레이프, 소재, 색상을 중심으로 한국적인 미를 표현한 무형적 표현성이 많이 나타났다. 특히 이상봉 디자이너는 ‘돌담’과 ‘단청’의 한국적 모티브를 사용하여 유형적, 통합적 표현성 뿐 아니라 이를 한국적인 미로 재창조하여 무형적 표현성으로 표현하였다. 따라서 연도별 콜라보레

<표 4> 연도별 콜래보레이션의 표현성

연도 \ 표현성	유형적	무형적	통합적	합계
2005	0 (0.0)	16 (1.7)	25 (2.7)	41 (4.4)
2006	13 (1.4)	66 (7.2)	44 (4.8)	123 (13.3)
2007	28 (3.0)	38 (4.1)	67 (7.3)	133 (14.4)
2008	29 (3.1)	54 (5.9)	59 (6.4)	142 (15.4)
2009	56 (6.1)	35 (3.8)	69 (7.5)	160 (17.3)
2010	11 (1.2)	47 (5.1)	51 (5.5)	109 (11.8)
2011	49 (5.3)	40 (4.3)	49 (5.3)	138 (15.0)
2012	20 (2.1)	37 (4.0)	20 (2.1)	77 (8.3)
합계	206 (22.3)	333 (36.1)	384 (41.6)	923 (100.0)

이전의 표현성은 대부분 한국 전통의 한복이나 전통 아이টে을 중심으로 변형을 통해 한국적인 이미지를 전달하고 한국의 가치관과 사상을 표현하고 있음을 알 수 있다.

2) 시즌별 콜래보레이션의 표현성의 경향

시즌별 콜래보레이션의 표현성은 <표 5>와 같다. SS 시즌과 FW 시즌 모두 통합적 표현성이 가장 많이 나타났으며, 다음으로 무형적 표

현성, 유형적 표현성의 순으로 나타났다. 세부적으로 살펴보면 SS 시즌은 FW 시즌보다 통합적 표현성(26.1%)이 많이 나타났으며, 무형적 표현성(22.6%) 또한 많이 나타난 것을 알 수 있다. 이는 SS 시즌의 경우 가볍고 부드러운 소재의 사용이 많으며 유연성을 추구하기 때문으로 해석된다. SS 시즌의 통합적 표현성은 한국의 유형 문화 콘텐츠가 변형된 통합적 표현성과 무늬를 중심으로 상징성을 표현한 무형적 표현성이 많이 나타났다. FW 시즌은 이에 반해 통합적

<표 5> 시즌별 콜래보레이션의 표현성

시즌 \ 표현성	유형적	무형적	통합적	합계
SS	84 (9.1)	209 (22.6)	241 (26.1)	534 (58.0)
FW	122 (13.2)	124 (13.4)	143 (15.5)	389 (42.1)
합계	206 (22.3)	333 (36.1)	384 (41.6)	923 (100.0)

<표 6> 디자이너별 콜라보레이션의 표현성

디자이너 \ 표현성	유형적	무형적	통합적	합계
이상봉	54 (5.9)	99 (10.7)	100 (10.8)	253 (27.4)
이영희	112 (12.1)	103 (11.2)	209 (22.6)	424 (45.9)
두리정	1 (0.1)	130 (14.1)	62 (6.7)	193 (20.9)
캐롤리나 헤레라	39 (4.2)	1 (0.1)	13 (1.4)	53 (5.7)
합계	206 (22.3)	333 (36.1)	384 (41.6)	923 (100.0)

표현성(15.5%) 뿐만 아니라 무형적 표현성(13.4%)과 유형적 표현성(13.2%) 또한 많이 나타났다. FW 시즌은 마고자, 두루마기 뿐 아니라 전반적으로 한복 아이템이 많이 나타나 유형적 표현성이 많음을 알 수 있다. 따라서 시즌별 콜라보레이션의 표현성은 SS 시즌보다 FW 시즌에 유형적 표현성이 많이 나타남을 알 수 있다.

3) 디자이너별 콜라보레이션의 표현성의 경향

디자이너별 콜라보레이션의 표현성은 <표 6>과 같다. 이상봉과 이영희의 작품은 모두 통합적 표현성이 많이 나타났으며, 두리정은 무형적 표현성이, 캐롤리나 헤레라는 유형적 표현성이 많이 나타났음을 알 수 있다. 따라서 국내 디자이너는 통합적 표현성, 국외에서 활동하는 한국인 디자이너는 무형적 표현성, 국외 디자이너는 유형적 표현성이 많이 나타남을 알 수 있다. 세부적으로 살펴보면 이상봉은 통합적 표현성(10.8%)이 가장 많이 나타났으며, 다음으로 무형적(10.7%), 유형적 표현성(5.9%)의 순으로 나타났다. 이영희는 통합적 표현성(22.6%)이 가장 많이 나타났으며, 다음으로 유형적(12.1%), 무형적 표현성(11.2%)의 순으로 나타났다. 따라서 국내 디자이너의 경우 한국적 모티브에 대한 폭넓은 지식과 이해를 바탕으로 변형하고 통합하여 재구성함으로써 통합적 표현성이 많이 나타났음을 알 수 있다. 특히 이영희의 경우 전통 한복을 모티브로 하여 한복의 재구성과 재창조를 함으

로써 통합적 표현성 다음으로 유형적 표현성이 많이 나타났음을 알 수 있다. 국외에서 활동하는 한국인 디자이너인 두리정은 무형적 표현성(14.1%) 다음으로 통합적 표현성(6.7%)이 많이 나타났다. 두리정의 작품은 무채색, 소색을 중심으로 한 한국적인 색채와 한복 치마를 두르고 여밀 때의 가변적인 착장법을 중심으로 한국적인 미를 표현한 무형적 표현성이 많이 나타났다. 특히 두리정의 작품은 한국적인 아이템의 모티브가 없어도 한국적인 색채와 미학이 드러나는 것이 특징이다. 국외 디자이너인 캐롤리나 헤레라는 한국 전통의 갓, 동정, 고름과 같은 한국적인 아이টে를 주로 사용한 유형적 표현성(4.2%)이 가장 많이 나타난 것이 특징이다. 국외 디자이너의 경우 한국적 정신과 사상에 대한 지식이 부족하므로 무형적 접목이 어렵고 유형적 접목이 디자인에서 훨씬 용이하기 때문에 유형적 표현성이 많이 나타난 것으로 해석된다.

V. 결론

본 연구는 현대 패션디자인에서 나타나는 콜라보레이션 표현성을 형식적, 무형적, 통합적 유형으로 분류하고 특성을 살펴보고자 하였다. 연구의 결론은 다음과 같다. 첫째, 유형적 표현성은 한국전통의 것을 형식적으로 재현하거나 모방하는 것으로 나타나며 한국적 문화콘텐츠가 주요 모티브이다. 한국적 문화콘텐츠를 그대로

재현하고 모방하는 방법이므로 문화적 정체성 표현의 콜라보레이션을 위한 쉬운 접근법이라 할 수 있다. 따라서 외국 디자이너가 쉽게 활용할 수 있는 방법이다. 유형적 표현성을 통해 세계 패션시장에서 경쟁력을 얻기 위해서는 패션 트렌드에 부합하고 외국인이 공감할 수 있는 객관적 시각으로의 접근이 필요할 것이다. 무형적 표현성은 한국 전통의 사상, 가치, 무형의 예술 등이 표현된 것이다. 무형적 표현성은 디자인에 직접적인 영향을 미치지 않지만 디자인 컨셉 설정과 전반적인 이미지에 중요한 영향을 미치는 방법이다. 무형적 표현성은 특히 자연의 미와 주술의 미가 형태, 색채, 재질에서 한국 전통 사상과 미의식으로 표현되었다. 따라서 무형적 표현성은 한국적 문화콘텐츠에 대한 한국의 정서와 사상, 가치, 문화의 이해가 선행되어야 한다. 통합적 표현성은 한국적 문화콘텐츠를 사용하여 대중화된 서양복으로 재구성하는 방법이다. 통합적 표현성은 문화적 정체성 표현의 콜라보레이션 패션이 세계화될 수 있는 중요한 접근법이다. 따라서 통합적 표현성은 문화적 콘텐츠의 세계화 될 수 있는 특성을 분석하는 것이 중요하다.

둘째, 패션디자인과 한국적 문화콘텐츠의 콜라보레이션 표현성을 알아보기 위하여 연도별, 시즌별, 디자이너별 콜라보레이션의 유형을 살펴보았다. 연도별 콜라보레이션의 표현성은 통합적 표현이 가장 많이 나타났고, 무형적 표현, 유형적 표현성의 순으로 나타났다. 따라서 2005년부터 2012년까지의 시기에 콜라보레이션 표현성의 경향은 한국적인 아이템의 변형과 통합을 통한 한국의 가치관과 사상을 표현하는 것이 많음을 알 수 있었다. 시즌별 콜라보레이션의 표현성의 경향은 모든 시즌에서 통합적 표현성이 가장 많이 나타났으며, 다음으로 무형적 표현성, 유형적 표현성의 순으로 나타났다. 세부적으로 보면 시즌별 콜라보레이션의 표현성은 SS 시즌보다 FW 시즌에 유형적 표현성이 많이 나타났다. SS 시즌은 가볍고 부드러운 소재의 사용이 많으며 유연성을 추구하기 때문이며, FW 시즌은 마고자, 두루마기 뿐 아니라 전반적으로 한복 아이템이 많이 나타났기 때문으로 해석된다. 디자이너별 콜라보레이션의 표현성은 이상봉과

이영희의 작품은 통합적 표현성이 많이 나타났으며, 두리정은 무형적 표현성이, 캐롤리나 헤레라는 유형적 표현성이 많이 나타났음을 알 수 있었다. 따라서 국내 디자이너는 통합적 표현성, 국외에서 활동하는 한국인 디자이너는 무형적 표현성, 국외 디자이너는 유형적 표현성이 많이 나타남을 알 수 있다. 국내 디자이너의 경우 세계적 경쟁력을 바탕으로 통합적 표현성이 많이 나타났고, 국외 디자이너의 경우 한국적 정신과 사상에 대한 지식이 부족하므로 접근이 용이한 유형적 표현성이 많이 나타난 것으로 해석된다.

한국의 패션디자인과 전통 문화와의 콜라보레이션은 창조적이고 융합적인 디자인으로의 전개가 가능하며, 패션산업의 고부가가치 창출을 위해서 매우 유용하고 필요하다. 따라서 본 연구는 한국적 문화콘텐츠가 현대 패션디자인과의 콜라보레이션이 이루어질 때 활용되는 표현성을 살펴보고자 하였다. 본 연구의 결과는 한국의 문화적 콜라보레이션의 표현성이 패션산업에 응용 가능한 사례를 보여줄 수 있는 자료로서 활용될 수 있을 것이다. 또한 현대 패션의 부가가치 창출을 위한 사례자료로 활용할 것으로 사료된다. 앞으로 현대 패션디자인에서 한국 전통문화의 콜라보레이션은 한국문화의 차별성과 한국적 디자인의 정체성, 그리고 디자인의 보편성을 극대화 할 수 있는 방법으로 콜라보레이션 되어야 할 것이다. 후속연구로는 한국 디자이너 뿐 아니라 해외 디자이너까지 연구의 범위를 확대하여 연구하고자 한다.

참 고 문 헌

- 간호섭. (2008). *현대 패션에 나타난 콜라보레이션의 문화적 특성에 관한 연구*. 성균관대학교 대학원 박사학위논문.
- 고영란. (2004). 한국 디자인의 문화적 정체성에 대한 소고: 웰빙과 심신일원론. *디자인학연구*, 17(4), 169-176.
- 김경아. (2008). 한국적 이미지를 글로벌화한 문화상품디자인 콘텐츠 개발:함대문양을 활용한 텍스타일 아트 핸드백. *한국패션디자인학회지*, 8(1),

1-14.

- 김민자. (2009). *한국적 패션 디자인의 재다움 찾기*. 서울: 서울대학교출판문화원.
- 김태균. (2010). 한국현대춤의 문화적 정체성에 대해. 자료검색일 2012. 6. 4, 자료출처 <http://criticsmagazine/8>
- 대한민국 패션의 새로운 패러다임을 제시하다. (2010. 6. 8.) 자료검색일 2012. 4. 21, 자료출처 <http://culture.ori.tistory.com/982>
- 런던 홀린 조각보·단청의 멋, 이상봉 패션쇼. (2012. 8. 1). 중앙일보, 자료출처 <http://joongang.joinsmsn.com/>
- 박혜원. (2004). 한국적 패션 디자인에 대한 영국 패션 전문가들의 인식. *한국패션비즈니스학회지*, 8 (2), 77-84.
- 박희정. (2010). *한국 스타일의 현대의상디자인에 관한 연구: 중국·일본의 의상디자인 사례 비교*. 건국대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 브랜드디자이너 ‘콜라보레이션’ 새로운 트렌드로. (2012. 4. 16). TINnews. p.11.
- 이성훈. (2011). 제품디자인의 콜라보레이션 현황과 한계 분석을 통한 발전 방향 연구. *기초조형학연구*, 12(6), 305-313.
- 전중찬, 이명진. (2007). 콜라보레이션(Collaboration)의 의미와 가치: 제품디자인 사례를 중심으로. *기초조형학연구*, 9(1), 855-867.
- 한국 문양 핸드백으로 세계인을 매혹시키다. 자료검색일 2012. 8. 10. 자료출처<http://cafe.daun.net/visionyeosu/>
- 지역별 문화관광상품전 개최. (2011). 한국패션문화협회. 자료검색일 2012. 8. 24. 자료출처 <http://fashion.com/paper-view.php>