패션디자이너의 창의성 분석 모형 개발

- 칙센트미하이와 가드너의 관점을 중심으로 -

이 민 선 · 김 민 자⁺

명지대학교 디자인학부 조교수 · 서울대학교 의류학과 명예교수⁺

Analytic Model Development for Fashion Designer's Creativity

- Centered on Perspectives of M. Csikszentmihalyi & H. Gardener -

MinSun Lee · Min-ja Kim⁺

Assistant Professor, Dept. of Design, Myongji University

Emeritus Professor, Dept. of Textiles, Merchandising and Fashion Design, Seoul National University⁺

(received date: 2015. 4. 6, revised date: 2015. 4. 17, accepted date: 2015. 5. 18)

ABSTRACT

This paper aims at developing an analytic model for examining fashion designer's creativity. This research developed the analytic model of fashion designer's creativity adding the specificity of the fashion area to *The Systems Model of Creativity* by Csikszentmihalyi & Gardener. The analytic model of fashion designer's creativity is composed of 3 elements: the fashion designer, the fashion domain and the fashion field. The detail factors to be examined by each of the elements are as follows. In the dimension of an individual fashion designer, detail factors influencing the manifestation of creativity contain cognitive and non-cognitive abilities (i.e: personality traits, erotic capital) and socio-psychological factors (i.e: family condition, sexual identity, marital status, health). In the dimension of the fashion domain, creativity factors are composed of socio-cultural contexts and paradigms. In the dimension of the fashion field, detail factors refer to a mentor, supporter, competitor and a follower. Fashion designer's creativity manifests itself when detail factors of an individual fashion designer, fashion domain and field interact with each other dynamically.

Key words: creativity(창의성), fashion designer(패션디자이너), fashion domain(패션 영역), fashion field(패션 현장)

I. 서론

21세기 지식기반사회의 중요한 화두로 창의성이 떠오르고 있다. 과학 기술과 정보 통신의 비약적 발달은 생산 기술의 평준화를 가져왔다. 이러한 시대의 제품 가치는 제품 자체의 물리적 속성에 있기보다는 제품에 새로움과 유용함을 더하는 신지식에 있다. 신지식은 개인이 교육과 경험을 통해 얻은 지식을 바탕으로 창출하는 새로운 아이디어이며, 창의성에서 창출된다.

패션은 산업 혁명 후 본격적으로 산업화가 시작되었다. 현재의 패션산업은 21세기의 대표적인 지식기반산업 중 하나로 각광받고 있다. 20세기 말 인터넷의 등장으로 기술에 대한 정보가 빠르게 공유되고, 글로벌 아웃소싱이 증가하면서 패션 상품 품질의 표준화 현상이 촉진되었다. 이에 따라 패션 상품의 가치는 물리적인 품질보다는 패션디자이너의 창의성에 의존하게 되었다. 패션 산업에서 창의성은 혁신, 새로움을 일으키는 중요한 가치로 인정받고 있으며, 다양한 연구의 필요성이 대두되고 있다. 패션과 창의성에 대한 선행 연구(Choi, 2001; Kim & Park, 2010; Kong, 2003; Sung & Yoo, 2002)는 주로 창의적인 패션디자이너를 위한 기법 개발에 치우쳐 있다. 최근에는 창의성 개발을 위한 교육에 주목한 연구(Choi, 2012; Lee, Lee, Lee, & Moon, 2011)가 진행되어 사회·문화적 맥락 속에서 창의성을 보려는 새로운 시각을 제시하고 있다. 그러나 패션디자이너의 창의성을 다원적으로 고찰한 연구는 아직 부족한 실정이다.

패션 상품은 패션디자이너 개인의 예술의지와 미적 가치를 담은 작품이 아니라, 소비자들이 구매하고 착용하는 상품이다. 패션디자이너의 창의성은 수많은 패션 제품 중에 동시대의 사람들에게 독창성을 인정받고, 수용될 때 발현된다고 할 수 있다. 따라서 패션디자이너 창의성을 논하기 위해서는 패션디자이너의 개인적인 특성뿐만 아니라 패션 영역의 영향, 새로운 디자인의 가치가 평가하는 패션 현장과의 관계를 모두 고찰하여야 한다. 이에 본 연구는 패션디자이너들의 창의성 발현요인을 Csikszentmihalyi(미하이 칙센트미하이)와 Gardner(하워드 가드너)의 통

합적인 관점을 바탕으로 패션디자이너의 창의성을 발현시키는 요인을 파악하는 모형을 개발하고자 한다. 패션디자이너의 창의성 분석 모형은 미래의 패션디자이너가 자신의 창의성 요인을 극대화시키는 방법을 모색하는데 도움을 줄 것으로 기대된다.

연구 방법은 창의성 관련 선행 연구 논문, 서적 등의 문헌 연구를 통해 창의성의 개념, 창의성 연구의 방향과 연구 방법과 같은 일반적인 개념과 함께, Csikszentmihalyi와 Gardner의 창의성 시스템 모형을 고찰한다. 이와 함께, 패션에 관련한 서적, 선행연구, 학술 논문 등의 문헌 연구를 통해 패션 영역의 특수성을 이해하고, 이를 패션디자이너 창의성 분석 모형에 반영한다. 패션디자이너 창의성 분석 모형은 패션디자이너의 역량을 높이고 창의성을 향상시킬 수 있는 유용한 가이드라인이 될 것이라고 기대한다.

II. 이론적 배경

1. 창의성에 대한 일반적 고찰

1) 창의성의 개념

창의성은 예로부터 신비로운 것으로 간주되었다. 고대 그리스인들은 창의성을 학예의 여신 뮤즈의 선물, 즉 천재의 “비범한 재능”이라고 생각하였다(Sternberg, Grigorenko, & Singer, 2009, p. 137). 종교를 중요한 가치로 여기던 중세시대 사람들은 창의성을 신의 영역으로 여겼다. 19세기에 이르러서야 계몽주의의 영향으로 창의성은 인간의 능력으로 받아들여지기 시작했고, 20세기 중반부터 본격적으로 연구되었다. 현재는 다양한 학문 분야의 연구자들이 자신의 관점에 따라 창의성을 정의내리고 연구를 진행하고 있다.

창의성의 정의 중 일반적으로 널리 받아들여지고 있는 것은 심리학자 Sternberg et al(2009)의 정의이다. 이들은 창의성을 “새롭고 유용한 산물을 생산하는 능력”이라고 설명하며, 창의성의 준거로 새로움(novelty)과 유용성(usefulness)을 꼽았다(Sternberg et al, 2009, p. 15). 새로움은 독창성(originality)이라는 단어로도 설명이 가능하며, 창의성을 설명하는 가

창의성 핵심적인 요소이다. 그러나 새롭고 독특하다는 것은 상대적인 개념으로, 어떤 개인에게 새로운 것이 이미 존재했던 것일 수도 있으며, 속해 있는 사회에 따라 새로움의 정도가 다를 수 있다는 한계점을 가지고 있다. 두 번째 준거인 유용성은 적절성(appropriateness)이라는 단어로 표현되기도 하는데, 실리적인 관점의 가치 판단을 의미한다. 아무리 새롭고 독특한 것이라고 문제 해결에 도움을 주지 않는다면 공상에 불과하다는 것이다. 즉, 창의성은 개인이 문제를 인식하고, 문제에 대한 충분한 지식을 바탕으로 주어진 과제를 해결할 때 발현된다.

창의성은 어떤 산출물의 새롭고 적절하다고 판단을 내려줄 수 있는 평가자의 존재를 암시한다. Csikszentmihalyi(2003)은 창의성에 대해 평가를 내리는 것을 “사회적인 확인”이라고 설명하였는데, 창의성은 사회·문화적 맥락에서 평가자의 확인 과정을 거쳐야 발현될 수 있는 것이다(p. 27). 또한, 각 영역마다 요구되는 새로움과 유용성의 중요도가 다를 수 있다. 일반적으로 과학 영역은 새로움과 유용성을 모두 중시하는 반면에, 예술 영역에서는 유용성 보다 새로움과 독창성을 더 높이 평가하는 경향이 있다. 따라서 창의성의 연구는 영역의 특이성과 사회·문화적 맥락을 반영해 이루어져야 한다.

2) 창의성 연구의 시각

창의성 연구는 다양한 학문 분야에서 이루어지고 있으며, 창의성을 바라보는 관점에 따라 인지적 접근 방법, 비인지적 접근 방법, 다원적 접근 방법 등 크게 세 가지로 구분할 수 있다. 인지적 접근은 창의성을 개인의 인지적 능력으로 보는 견해이다. 교육심리학자 Guilford(조이 길포드)와 Torrance(E. P. 토랜스) 등의 연구가 대표적이다. Guilford는 창의성을 “새롭고 신기한 것을 낳는 힘”이라고 정의 내렸다(Jeon, 2006, p. 44). 그는 창의성은 간단히 IQ로 평가할 수 있는 것이 아니라, 인지, 기억, 발산적 사고, 수렴적 사고, 평가 등의 5가지 정신적 작용을 기초로 하는 지능 구조 모델(The Structure of Intellect)을 제시하였다. Torrance는 짧은 시간에 다양한 해결책을 생각해 내는 발산적 사고(divergent

thinking)을 창의성의 주요 특성으로 파악하고, 토랜스 창의적 사고 검사(TTCT)를 개발하였다(Kim, 2009).

비인지적 접근은 개인의 인지적 능력뿐만 아니라 동기 부여, 성격과 같은 비인지적 특성도 창의성 발현에 중요한 역할을 한다는 견해에서 출발하였다. Amabile(T. 아마빌)은 창의성에는 영역 관련 기술, 창의성 관련 기술, 과제 동기의 세 가지 요소가 모두 필요하다고 주장하였다(Sternberg et al, 2009). 특히 그녀는 내적 동기(intrinsic motivation)에 주목했는데, 호기심, 도전정신, 즐거움과 같은 사회·심리학적 요인들이 창의적 수행에 긍정적인 영향을 끼쳤다고 밝혔다. Feist(그레고리 파이스트), MacKinnon(도널드 맥키니언), Barron(프랭크 바론) 등과 같은 심리학자들은 창의성을 개인의 성격적 특징이라고 생각하고 창의적인 성격을 밝히는 노력을 기울였다. Feist(1999)는 여러 학자들의 창의적인 인물의 성격 연구들을 종합하여, 창의적인 인물의 공통적 성격 특성으로 개방성, 비관습성, 자신감, 자기 수용, 추진력과 야망, 지배성, 적대감, 충동성을 꼽았다.

인지적 접근과 비인지적 접근은 창의적인 사람의 능력과 특성을 밝히는 것에 치중한 연구들이었다. 최근에는 창의성은 창조의 주체인 개인만의 문제가 아니라 사회·문화적인 맥락, 평가자들과 같은 복합적인 요소들의 상호 작용으로 보는 견해가 우세해지고 있다. 따라서 창의성을 다원적인 접근으로 밝히려는 연구들이 진행되고 있다. Sternberg와 Lubart는 창의성을 발현하기 위해서는 6가지 자원이 서로 상호작용을 해야 한다는 투자이론(investments approach)을 제안하며, 5가지의 개인적인 특성인 지능, 지식, 사고 방식, 인성, 동기 등과 함께 환경적 맥락이 작용할 때 창의성이 발현된다고 주장하였다(Sternberg et al, 2009). Simonton(딘 키스 사이먼튼)은 정치, 경제, 사회와 같은 시대적 상황이 창의성 발현에 영향을 미칠 것이라는 가설을 세우고, 2,000년을 20년 단위로 나눈 후, 각 시대에 일어났던 사회적 불안과 창의적 성취의 빈도를 조사하였다(Weisberg, 2009). 그 결과 전쟁 후 세대에는 창의적 인물 수가 감소하는 등, 사회 환경이 창의성 발현 빈도에 영향을 미친다

는 점을 확인하였다. 위의 연구들은 창의성은 개인의 특수한 재능이나 특성뿐만 아니라 사회·문화적 상황과 같은 환경요인도 함께 고려해야 함을 시사하고 있다. 본 연구에서는 패션은 패션디자이너의 개인과 사회·문화적 환경의 상호작용 속에서 창출된다는 점에 주목하였다. 이에 따라 창의성을 다원적인 관점에서 보는 Csikszentmihalyi와 Gardener의 창의성 시스템 모델을 이론적 틀로 삼아 패션디자이너의 창의성을 분석하는 모형을 개발하고자 한다.

2. Csikszentmihalyi와 Gardener의 창의성 시스템 모델 고찰

Csikszentmihalyi와 Gardener의 창의성 시스템 모델은 개인의 능력은 창의성을 발현시키는 여러 요소 중의 하나라는 가정에서 시작하였다. Csikszentmihalyi는 개인적인 특성과 능력, 활동 영역, 평가를 내리는 현장으로 구성된 창의성 시스템 모델(The System Models of Creativity)을 고안하여 창의성을 다원적인 관점에서 설명하고 있다(Csikszentmihalyi, 1999; Csikszentmihalyi, 2003). Gardener(2004)는 Csikszentmihalyi의 창의성 시스템 모델에 사례 연구 접근법과 세부 요인을 추가하여 정교화시켰다.

1) Csikszentmihalyi의 창의성 시스템 모델

Csikszentmihalyi(2003)는 아무리 창의적인 아이디어라도 관심을 갖고 지켜보는 기록자와 가치를 판단해 주는 평가자가 없으면 창의적이라고 주장할 수 있는 근거가 없다는 관점에서 창의성 시스템 모델을 고안하였다. 그는 “창의성이란 개인의 주관적 경험인 사회 역사적, 사회 문화적 맥락 속에서 다양한 요소들과의 상호작용을 통해 오랜 기간 동안 변화를 거듭하면서 객관적 지식으로 성장, 발현하는 과정”이라고 설명하였다(Kang, 2008, p. 20). 창의성 시스템 모델은 개인(individual), 영역(domain), 현장(field)의 세 가지 요소가 상호작용을 하면서 창의성이 발현되는 것을 의미한다.

개인은 새로운 아이디어나 산출물을 제시하여 특정 영역 내에서 변화를 일으키는 사람으로, 창의성

발현의 주체이다. 영역은 예술, 과학, 종교, 철학과 같은 “상징적 지식 체계”로 오랜 역사 속에서 인류가 축적한 지식의 총합이다(Naver Dictionary, 2015). 영역은 학습을 통해 개인에게 전달되고, 문제를 야기해 새로운 아이디어를 창출시킨다. Newton(아이작 뉴턴)의 유명한 격언인 “나는 내 앞에 있는 수많은 거인의 어깨에 올라와 있을 뿐이다”은 기존의 지식 체계, 즉 영역의 토대 위에서만 창의적인 아이디어가 탄생할 수 있다는 것을 시사하고 있다(Choe, 2011). 마지막으로, 현장은 새로운 아이디어나 산출물을 평가하는 사람들의 집합체이다. Csikszentmihalyi(2003)는 현장을 “영역으로 가는 길목에서 문지기 역할을 하는 사람들”이라고 설명하였다(p. 30). 그는 예시로 미술계를 들었는데, 미술 영역의 현장은 미술 교사, 미술관장, 미술 수집가, 비평가, 문화를 관장하는 재단과 정부기관 등이다. 아무리 뛰어난 개인이라도 영역의 정보 없이 새로운 아이디어나 산출물을 창출할 수 없으며, 전문가 집단인 현장의 인정 없이 창의성은 존재할 수 없다. 따라서 개인, 영역, 현장은 창의성 발현에 필수불가결한 요소들이다.

창의성 발현은 다음의 순서로 이루어진다. 우선 한 개인이 영역의 지식 체계를 습득한 후, 자신의 재능과 기술을 더해 기존의 지식을 변형해 새로운 아이디어를 생성한다. 현장은 이 아이디어의 가치에 대한 평가를 내린다. 이때, 중요한 지식으로 인정받게 되면 개인의 새로운 아이디어는 영역에 편입된다. 이와 같이 Csikszentmihalyi의 창의성 시스템 모델은 창의성을 개인, 영역, 현장 간의 역동적인 상호작용을 설명하고 있으며, <Fig. 1>의 형태로 나타나고 있다.

2) Gardener의 사례연구 접근법

Gardener(2004)는 Csikszentmihalyi의 창의성 시스템 모델을 기초로 20세기의 창의적인 인물 7인의 사례연구를 진행하였다. 연구 대상은 Freud(지그문트 프로이트), Einstein(알베르트 아인슈타인), Picasso(파블로 피카소), Stravinsky(이고르 스트라빈스키), T.S. Eliot(T.S. 엘리엇), Martha Graham(마사 그레이엄), Gandhi(마하트마 간디)로, 과학, 예술, 정치 등 서로 다른 영역에서 탁월한 성과를 거둔 사람들

〈Fig. 1〉 The Systems Model of Creativity
(Sternberg, 1999, p. 315)

이었다. Gardener는 창의성의 발달 과정을 중시하는 발달 심리학자의 견해에 동의하여, 개인의 인생행로를 우선적으로 살핀 후, 영역과 개인의 관계, 현장의 역할에 초점을 맞춘 창의성 연구를 진행하였다.

Gardener는 사례연구를 통해 창의적 인물의 생애 주기에 공통적인 특성을 발견하였다. 그는 유년기를 “창의성 자본”을 쌓을 수 있는 중요한 시기로 파악했는데, 이때의 경험과 흥미가 특정 영역에 대한 관심으로 이어진다고 밝혔다(Gardener, 2004, p. 78). 개인은 유년기 이후에 특정 영역을 선택하고 그 분야의 지식을 익히는 시기를 보내는데, 일반적으로 10년 정도의 시간이 걸리는 것으로 고찰되었다. 이후, 개인은 영역 내의 문제 인식, 새로운 아이디어 제시, 현장의 평가를 거쳐 창의성을 인정받았다. 마지막으로, 현장으로부터 창의성을 인정받은 개인은 대가로서 왕성하게 활동하면서, 자신의 산출물을 영역의 지식 체계를 새롭게 편입시키고, 동료나 후대의 사람들에게 새로운 창의성 발현에 영감을 제시하고 있다는 점이 확인되었다.

Gardener는 창의성의 발달상 특성과 함께, 창의성 시스템 모델의 개인, 영역, 현장을 고찰할 때 살펴봐야 할 세부 요인을 다음과 같이 밝혔다. 개인을 고찰할 때 살펴보아야 할 주요 요소는 인지적 능력(cognitive abilities), 성격과 동기 부여(personality

and motivation), 사회·심리학적 요인(social-psychological aspects), 삶의 패턴(life patterns)이다. 주요 인지 능력은 언어 지능, 논리수학 지능, 신체운동 지능, 공간 지능, 음악 지능, 인성 지능, 학문 지능, 예술 지능이며, 영역 별로 중요시되는 인지 능력은 상이하다. 또한, 그는 창의적인 인물의 공통적인 성격적 특성으로 자신감, 호기심, 근면성, 비관습적 태도를 꼽았다(Gardener, 2004). 사회·심리학적 요인은 창의적 인물과 다른 사람들 간의 관계를 의미하는 것으로 아동기의 부모와의 관계, 가정 내의 훈육 방식, 현장의 사람들과의 관계 등이 있다. 삶의 패턴은 유년기, 장년기, 노년기 등과 같은 생애 주기에 따라 특정한 창의성 패턴이 나타나는가를 고찰한 것이다.

영역 수준의 세부 항목은 창의적인 인물이 활동하고 있는 상징체계의 성격(nature of symbol systems), 활동 유형(kind of activity), 영역 내의 패러다임(status of paradigm)이 있다. 상징체계의 성격은 영역의 특성을 의미하는데, Kim(2009)에 따르면 예술은 아름다움과 주관적 감정을 표현하는 영역이며, 과학은 현상을 관찰하고, 인과 법칙을 객관적으로 밝히는 영역이다. Gardener는 창의적 산물의 활동 유형을 특정한 문제 풀이, 일반적인 이론 체계 수립, 작품의 창조, 양식화된 공연, 대의를 위한 실천 등 5가지로 분류하였다. Gardener(2004)에 따르면 영역

내의 패러다임은 “모든 구성원 받아들이는 기존의 지배적인 관행과 규범”이다(p. 645). 창의적인 인물은 자신이 속한 영역 내의 패러다임을 수용 혹은 반대하면서 새로운 아이디어를 제시하고, 이 산출물이 현장에게 인정을 받으면 새로운 패러다임으로 자리 매김하게 된다.

마지막으로 현장을 고찰할 때 살펴야 할 주요 요소는 스승과 경쟁자 및 추종자들과의 맺고 있는 관계(relation to mentors, rivals, and followers), 현장에서 벌어지는 정치적 갈등의 성격과 정도(level of political controversy), 위계적 구조(hierarchical organization)이다(Gardener, 2004). 정치적 갈등은 개인과 현장의 상호 관계를 의미하는데, 영역의 특성에 따라 정치적 관계의 중요도는 다르다. Gardener(2004)에 따르면 과학자인 아인슈타인보다 지휘자 스트라빈스키가 동료, 후원자, 정책적인 지원과 같이 더 많은 정치적 관계에 노출되어 있다. 위계적 구조는 개인이 현장의 평가에 의해 누리는 위치를 뜻하는 것으로 예를 들면, 노벨상을 수상한 과학자는 같은 영역 내에서 높은 영향력을 행사할 수 있는 위치에 있다. Gardener가 Csikszentmihalyi의 창의성 시스템 모델에 첨가한 세부적인 요인들을 정리하면 <Table 1>과 같다.

Gardener는 Csikszentmihalyi의 창의성 시스템 모델에 세부적인 요인들을 첨가하여 정교화한 창의성 연구방법을 제안하였다. Csikszentmihalyi와 Gardener

의 통합적 관점의 창의성 연구는 개인의 인생행로 고찰한 후, 개인, 영역, 현장의 세부요인을 각각 살펴보는 순서로 진행된다. 본 연구는 Csikszentmihalyi와 Gardener의 통합적 관점을 바탕으로 패션이라는 영역 특이성을 더한 패션디자이너의 창의성 분석 모델을 개발하였다.

III. 패션디자이너의 창의성 분석의 모형 개발

1. 패션디자이너의 창의성

패션(fashion)은 행위와 창조를 의미하는 라틴어 ‘팍시오(factio)’를 어원으로 하고 있는 단어로, 현대 사회에서는 주로 “의복이나 장신구의 유행”을 의미하고 있다(Son & Lee, 2010, p. 10). 패션디자이너는 새로운 패션디자인을 창조해 사회에 제공하는 사람으로, 패션에 대한 지식을 익히고 이를 바탕으로 새로운 디자인의 의복이나 장신구를 제안하고 있다. Kawamura (2005)는 패션이 단순히 물질적인 유형물인 의복만을 가리키는 것이 아니라 여러 사람들에게 동시에 선택되고 수용된 스타일로 사회적인 확인을 기반으로 하고 있다고 설명하였다. 따라서 패션은 어느 패션디자이너의 사적인 작품이 아니라 제도화된 시스템의 산물이다. 즉, 패션은 패션에 대한 지식을 공유하고, 새로운 패션을 끊임없이 생산, 전파, 유지시키는 패션

<Table 1> Gardener's Detail factors to be examined in The Study of Creativity

Level Category	Detail factors
Individual Level	Cognitive Abilities Personality and Motivation Social-Psychological Aspects Life Patterns
Domain Level	Nature of Symbol Systems Kind of Activity Status of Paradigm
Field Level	Relation to Mentors, Rivals, and Followers Level of Political Controversy Hierarchical Organization

(Gardner, 2004, p. 74)

시스템의 합작품이다. 패션디자이너의 창의성은 패션 시스템을 떠나서는 존재하지 않으며, 패션 영역과 패션 현장과의 상호작용 속에서 발현된다.

본 연구에서는 패션디자이너 창의성 분석 모형을 개발하기 위해 앞서 패션디자이너의 창의성을 다음과 같이 정의하였다. 패션디자이너의 창의성은 '패션 시스템에 속해 있는 패션디자이너가 패션 영역에 대한 지식을 바탕으로 새롭고 유용한 산물을 만들어내는 능력으로, 새로운 산출물이 동시대의 패션 현장으로부터 가치를 인정받고 패션 영역에 포함될 때 발휘되는 것'이다. 따라서 패션디자이너의 창의성을 고찰하기 위해서는 개인적 특성뿐만 아니라, 패션디자이너가 활약하고 있는 상징체계인 패션 영역, 새로운 작품을 평가하는 패션 현장의 상호작용을 살펴야 한다. 따라서 본 연구는 패션디자이너의 창의성 발현을 고찰하기 위해서, 패션디자이너 개인, 패션 영역, 패션 현장의 세부 발현 요인들은 추가하여, 패션디자이너의 창의성 분석 모형을 개발하였다.

2. 패션디자이너의 창의성 분석 모형 개발

1) 개인

패션디자이너의 창의성 분석 모형에서 개인은 패션디자이너이다. 19세기 중반 최초의 패션디자이너 Worth(찰스 프레드릭 위스)가 등장하면서, 패션디자이너가 패션의 창조자로 인정받기 시작하였다. Worth는 상류층 고객의 요구에 따르는 것이 아니라, 자신의 미적 취향을 담은 디자인으로 고객의 옷차림을 선도하였다. 이와 같이 패션디자이너의 전통적인 역할은 시대의 요구를 읽고, 자신의 디자인 철학을 담은 디자인의 옷을 제공하는 것이다. 현대의 패션디자이너들은 혁신적인 패션디자인 창조뿐만 아니라, 전 세계의 고객 상대로 패션 시스템 내에서 생산한 상품을 홍보, 판매하는 사업가로서의 면모도 요구되고 있다. 패션디자이너는 패션 제품이라는 유형의 산물뿐만 아니라 패션 문화의 창조자로서 사람들의 의생활에 영향을 끼치고 있다.

본 연구에서는 패션디자이너의 창의성을 고찰하기 위해서 창의성을 발현시키는 개인적 요인으로 인지

적 능력, 성격적 특성과 매력 자본과 같은 비인지적 능력, 사회·심리학적 요인으로 구분하였다. Csikszentmihalyi와 Gardener의 연구에서 인지 능력, 성격과 동기 부여, 사회·심리학적 요인을 가져왔으며, 패션의 영역 특이성을 가미해 Hakim(캐서린 하킴)의 매력 자본(Erotic Capital)을 비인지적 특성의 하나로 추가하였다. 각각을 살펴보면 다음과 같다.

(1) 인지적 능력(Cognitive Abilities)

패션디자인은 문제의 인식, 자료 조사, 새로운 콘셉트 설정, 디자인 스케치, 소재 선택, 입체 재단이나 평면 의복 구성을 통해 패턴 제작, 재단과 봉제를 거쳐 옷을 완성시키는 과정을 거친다. 이런 작업과정을 성공적으로 수행하기 위해서 패션디자이너들은 여러 가지의 인지 능력을 갖추어야 한다. 본 연구에서는 Gardener(2004)가 제시한 창의적 인물의 주요 인지 능력과 패션학자인 선행 연구들(Frings, 2008; Jones, 2004)을 종합하여 패션디자이너의 인지 능력을 시각표현(2D) 지능, 입체표현(3D) 지능, 언어 지능, 대인관계 지능, 적응 지능, 학문 지능, 문화·예술 지능 등 7개로 한정하였다. 시각표현(2D) 지능(artistic-2D intelligence)은 아이디어를 평면에 시각적으로 표현하는 능력으로 뛰어난 색채 감각, 드로잉 솜씨 등을 포함한다. 입체표현(3D) 지능(artistic-3D intelligence)은 의복구성에 대한 지식, 재단과 바느질 솜씨로, 아이디어와 스케치를 3차원의 옷으로 만들어내는 능력을 의미한다. 언어 지능(linguistic intelligence)은 의사소통 능력과 여러 언어를 구사하는 언어 구사력을 포함하는데, 자신의 아이디어를 언어로 표현하는 커뮤니케이션 능력을 의미한다. 대인관계 지능(interpersonal intelligence)은 타인으로부터 필요한 것을 얻어낼 수 있는 능력으로 인맥 관리나 유능한 인재 발탁 능력을 포함하고 있다. 적응 지능(adaptive intelligence)은 예민한 감수성과 직관을 바탕으로 급변하는 패션 환경에 적응해나가는 능력이다. 학문 지능(scholastic intelligence)은 지적인 사고력으로 여러 분야의 지식을 학습하는 능력이다. 마지막으로 문화·예술 지능(cultural and artistic intelligence)은 음악, 미술 등과 같은 다양한 예술 영역

에서 재능을 발휘하는 능력이다. 아무리 뛰어난 패션 디자이너라도 위의 7 가지 지능을 모두 갖춘 경우는 거의 없다. 패션디자이너들은 자신이 가진 지능을 극대화하고 부족한 지능을 보완하면서 창의적인 작품을 만들기 위해 노력하고 있다.

(2) 성격적 특성(Personality)

개인이 창의성을 발현시키기 위해서는 인지적 능력뿐만 아니라 성격과 동기와 같은 비인지적 특성도 영향을 미친다. 패션디자이너의 창의성 고찰에서 중요한 비인지적 능력 중 하나는 성격적 특성이다. 본 연구에서는 Fiest(1999)의 창의적인 예술가의 성격적 특성과 함께, 패션디자이너의 특성을 밝힌 패션학자들의 선행연구들(Jennings, 2011; Jones, 2004)을 종합하여 패션디자이너의 주요 성격적 특성을 5개로 한정지었다. 패션디자이너의 창의성 분석 모델에서 고찰할 성격적 특성은 개방성, 성실성, 감수성, 야망성, 독립성이다. 개방성(openness)은 모험심과 용기를 가지고 새로운 경험에 도전하고, 기존의 고정관념에서 벗어나 새로운 가치를 수용할 수 있는 열린 마음가짐을 의미한다. 성실성(conscientiousness)은 끈기를 가지고 과제를 완수해내는 태도로, 하나의 영역을 숙달하기 위해 꼭 필요한 자질이다. 감수성(emotional sensitivity)은 세심한 관찰력과 예민한 감각으로 외부 환경의 자극으로부터 영감을 얻어 작품에 반영할 수 있는 태도이다. 야망성(ambition)은 목표한 바를 반드시 성취하겠다는 강렬한 욕구로 사회적인 명성, 부와 같은 외적 동기를 쫓거나 경쟁심을 드러낼 때 나타난다. 마지막으로 독립성(independence)은 사회적 통념, 관습, 영역 내의 위계질서, 부와 명예 등에 얽매이지 않고 독자적으로 문제를 해결하려는 태도이다. 창의적인 성취를 거둔 패션디자이너의 성격적 특성을 밝히는 이유는 이런 성격적 특성을 가진 사람이 어떤 활동을 했을 때 성공을 거둘 수 있는지 확인할 수 있기 때문이며, 패션디자이너로서 어떤 성격을 갖추는 것이 유리한가를 밝히기 위함이다.

(3) 매력 자본(Erotic Capital)

사회학자 Hakim은 매력적인 용모와 능수능란한

처세술을 가진 사람들이 사회적으로 높은 성공을 거두고 있는 현상에 주목하였다. Hakim(2013)은 현대 사회에서 성공을 거두기 위해서는 재력, 학력, 경력, 인맥 등뿐만 아니라 “심미적, 시각적, 신체적, 사회적, 성적 매력을 종합한 매력 자본”이 필수적이라고 주장하였다(p. 27). Hakim의 매력 자본은 아름다운 외모, 성적 매력, 사회적 기술, 활력, 사회적 표현력, 섹슈얼리티 등 6가지 요소로 구성되어 있으며, 선천적으로 타고난 용모뿐만 아니라, 대인관계의 기술이나 옷 잘 입는 법과 같은 후천적인 기술도 포함하고 있다(Hakim, 2013). 패션이 자신의 인체를 아름답게 꾸미고, 타인으로부터 인정을 받기 위한 장식의 욕구에서 시작되었다는 점에서 패션과 매력 자본은 불가분의 관계를 맺고 있다. 역사적으로 복식은 개인의 매력 자본을 극대화시켜줄 수 있는 중요한 도구로 사용되어 왔으며, 패션디자이너는 착용자의 신체적 아름다움과 성적 매력을 어필할 수 있는 옷을 창조하는데 각고의 노력을 기울여 왔다. 또한, 패션디자이너는 고객, 언론, 바이어 등의 마음을 얻고 사회적인 성공을 거두기 위해서 매력 자본을 적극적으로 활용하고 있다. 따라서 패션디자이너의 창의성을 발현시키는 개인적 특성으로 매력 자본을 고찰하는 것은 의미가 있다.

본 연구에서는 패션디자이너의 매력 자본을 아름다운 외모, 성적 매력, 사회적 기술, 활력, 사회적 표현력 등 5가지 요소로 한정지었다. 아름다운 외모(beauty)는 주로 얼굴에서 나타나는 아름다움을 말하는 것으로, 미의 기준은 시대나 지역에 따라 상이하나, 전통적으로는 좌우 얼굴 대칭, 고운 피부 등을 의미한다. 성적 매력(sexual attractiveness)은 얼굴이 아니라 섹시한 몸과 행동을 의미한다. 사회적 기술(social attractiveness)은 대인관계 속에서 다른 사람들의 관심을 얻고 자신을 좋아하게 만드는 기술이다. 현대 사회에서 대부분의 업무가 타인의 도움을 받아 이루어진다는 점에서 사회적 기술은 매우 중요한 항목이다. 활력(vivaciousness and energy)은 건강한 신체와 유머 감각에서 나오는 긍정적인 에너지를 의미한다. 마지막으로 사회적 표현력(presentation)은 옷차림, 헤어스타일, 화장법 등으로 자신의 개성을 둔

보일 수 있게 하는 패션 센스를 의미한다(Hakim, 2013). 패션디자이너에게 사회적 표현력은 특히 중요한 요소이며, 패션디자이너들이 독특한 옷차림으로 대중들의 관심을 끌고 자신의 디자인하우스를 홍보한 예를 쉽게 찾을 수 있다. Worth는 르네상스 회화의 거장 렘브란트의 옷차림을 따라 입으며, 재단사가 아니라 예술가로서의 이미지를 창출하였다. Lagerfeld(칼 라거펠트)는 흰색 하이넥 칼라의 셔츠, 검정색 테일러드슈트, 포니테일 헤어, 선글라스, 장갑 등의 독특한 스타일로 대중의 시선을 끌고 있다. 패션디자이너는 창의적인 작품을 통해 착용자의 매력 자원을 증진시키는 중요한 역할을 하고 있으며, 본인 스스로 자신의 매력 자원을 적극적으로 활용하며 패션 선도를 유지하고 있다.

(4) 사회·심리학적 요인(Social-Psychological Aspects)

정신의학자 Ludwig(아놀드 루드비히)는 20세기에 창의적 성취를 거둔 천여 명의 위인들을 조사하여 창의성의 근원을 밝히는 연구를 진행하였다. 그는 가족 환경, 성적 취향, 결혼 여부, 건강 등과 같은 사회·심리학적 요인들과 창의성을 발현에 유의미한 상관관계를 보이고 있음을 확인하였다. 창의적 인물이 출생 후 처음 접하는 사회 환경인 가족 환경(family background)은 창의성 발현에 중요한 단초를 제공한다. Ludwig(2007)에 따르면 20세기의 창의적 인물의 상당수가 상류층의 엘리트 집안 출신이었으며, 풍족한 경제적 환경과 예술과 교육을 중시하는 가정 분위기가 창의적 성취에 지대한 영향을 미쳤다. 또한,

〈Table 2〉 Individual Level for The Analytic Model of Fashion Designer's Creativity

Detail factors Category	Detail factors	Advanced Research
Cognitive Abilities	Cognitive Abilities Artistic-2D Intelligence Artistic-3D Intelligence Linguistic Intelligence Interpersonal Intelligence Adaptive Intelligence Scholastic Intelligence Cultural and Artistic Intelligence	Frings, 2008 Gardener, 2004 Jones, 2004
Non-cognitive Abilities	Personality Openness Conscientiousness Emotional Sensitivity Ambition Independence	Fiest, 1999 Gardener, 2004 Jennings, 2011 Jones, 2004
	Erotic Capital Beauty Sexual attractiveness Social attractiveness Vivaciousness and energy Presentation	Hakim, 2013
Social-Psychological Aspects	Family Family Background	Gardener, 2004 Ludwig, 2007
	Marital status Spouse, Partner	
	Sexual Identity Heterosexuality Bisexuality Homosexuality Hyposexuality	
	Health Condition Physical Illness Mental Illness An Early Death	

창의적 인물들 중에서는 부모와 동일한 영역에서 활약한 사례도 빈번하게 고찰되었는데, 패션디자이너 Balenciaga(크리스토팔 발렌시아가)와 Versace(지아니 베르사체)는 모두 어머니가 재봉사라는 공통점을 가지고 있다. 이와 같이 유년시절에 가족 환경의 도움으로 자신의 재능과 소질을 발견한 사람은 일찍이 영역과 현장에 노출되어 창의적 성취에 이르기 용이하다. 이와 반대로 불우한 가정환경으로 인해 아무런 경제적·문화적 지원을 받지 못했지만 창의적 성과를 거둔 위인들도 상당수 고찰되었는데 이들은 가족들의 간섭 없이 독립적으로 행동하며, 변화하는 환경에 빠르게 적응하는 경향을 보였다(Ludwig, 2007). 결혼 여부(marital status)나 성적 취향(sexual identity)과 같은 사적인 상황도 개인의 창의성 발현에 중요한 영향을 미친다. 배우자(spouse)의 경제적 지원과 정서적 격려는 개인이 안정된 기반에서 창조 활동에만 몰두할 수 있도록 해준다. 또한, 예술가의 경우 배우자나 연인(partner)을 뮤즈로 삼아 작품을 제작하는 경우도 빈번하게 고찰되었다. Ludwig(2007)에 따르면, 이성애자(heterosexuality), 동성애자(homosexuality), 양성애자(bisexuality), 성욕 감퇴자(hyposexuality) 등과 같은 성적 취향도 창의성 발현에 영향을 끼치고 있다. 예술 영역의 위인들 중에는 높은 동성애자와 양성애자의 비율이 나타나고 있으며, 과학 영역에서 성욕 감퇴자가 많이 발견되었다. 마지막으로 건강과 질병 여부(health condition)는 창의성 발현에 영향을 끼친다. 신체가 건강하지 않으면 창조 활동을 지속하기 어렵다. 반면에 때로는 질병이 주변 사회로부터 개인을 고립시켜 자신만의 세계 속에서 독창적인 작업을 할 수 있는 기회를 주기도 한다. 본 연구에서는 패션디자이너의 창의성 분석 모델에 가족 환경, 결혼 여부와 성적 취향, 건강 상태를 주요 사회·문화적 요인으로 삼아 패션디자이너의 창의성 발현과 세부 요인들과의 관계를 살펴보겠다. 패션디자이너의 창의성 분석 모델에서 고찰할 개인적 차원의 세부 요인을 정리하면 <Table 2>와 같다.

2) 영역

패션디자이너의 창의성 발현에서 패션디자이너가

활약하고 있는 분야, 즉 영역은 패션이다. 패션 영역은 패션의 역사, 관례, 전통, 생산 기술, 패션 트렌드, 패션 시스템 등과 같이 패션과 관련하여 인류가 오랜 기간 쌓아온 지식 체계 즉, 패션 문화를 의미한다. 패션디자이너는 패션 영역 내의 지식과 기술을 습득하고, 자신의 철학과 감성을 드러낼 수 있는 창의적인 산출물을 제시하면서 패션 영역 내의 문제를 해결하고 있다. 패션디자이너의 새로운 산출물이 패션 현장에 의해 가치를 인정받으면, 패션 영역의 신지식으로 패션 영역에 편입된다. Gardener(2004)는 영역의 수준에서 고찰해야 하는 세부 요인으로 상징체계의 성격, 활동 유형, 영역 내의 패러다임을 제시하였다. 패션디자이너의 활동 유형은 '작품 창조'로 동일하므로, 본 연구에서는 이를 제외한 나머지 세부 요인들을 고찰하겠다. 상징체계의 성격은 Hamilton(제임스 A. 해밀턴)의 층상 모델을 이용해 사회·문화적 맥락 요인인 이데올로기, 사회구조, 기술로 구분해서 살핀 후, 패션디자이너가 영역에 가져온 신지식을 의미하는 패러다임을 살펴보고자 한다.

(1) 사회·문화적 맥락 요인(Socio-cultural Contextual Factors)

복식학자 Hamilton은 복식, 즉 패션은 이데올로기, 사회구조, 기술이라는 세 가지의 문화 구성 요소로 구성되어 있다며 층상 모델을 제안하였다. 그는 기술이라는 물질문화 위에 사회적인 체계나 조직인 사회구조가 존재하고 그 위에 가치, 이념, 규범 등을 뜻하는 이데올로기가 합해져 패션 문화가 완성된다고 밝혔다(Kim, 2004). 패션디자이너의 창의성 분석을 위해 패션 영역을 이데올로기, 사회구조, 기술이라는 사회·문화적 맥락 요인으로 구분해 패션디자이너와 영역의 상호 작용을 고찰하겠다.

이데올로기(Ideology)는 “사회 집단에 있어서 사상, 행동, 생활 방법을 근본적으로 제약하고 있는 관념이나 신조의 체계”이다(Naver Dictionary, 2015). Kim(2004)는 패션 내의 이데올로기는 사회의 가치 체계를 반영하는 패션으로 설명하며, 연령이나 성별에 맞는 옷차림이나 도덕성과 정숙성 혹은 에로티시즘을 표현한 패션 등을 예로 들었다. 패션 영역의 이

데올로기는 패션 트렌드(fashion trend)와 패션 관례(fashion convention)으로 구분할 수 있다. 패션디자이너들은 패션계의 주요 경향인 패션 트렌드의 영향을 받아들이며 조금 다른 작품으로 고객을 만족시키거나, 패션 트렌드와 무관한 스타일을 제안하면서 새로운 패션 트렌드를 창조한다. 벨 에포크 시대의 패션 트렌드는 코르셋을 이용한 S-커브 실루엣의 드레스로 여성미의 극치를 드러냈다. 당대의 쿠틀리에들은 저마다 화려한 소재와 수공예 장식의 드레스를 발표하며, S-커브 실루엣 드레스라는 패션 트렌드를 더욱 강화시켰다. 반면, Poiret(폴 푸아레)는 당대의 트렌드에 반발하여, 1909년 앵파이어 실루엣의 드레스를 발표하였다. 그는 코르셋 착용이 필요 없는 스트레이트 실루엣에 고체도의 칼라와 문양을 결합하여 이국적 패션이라는 새로운 패션 트렌드를 창조하였다. 패션 관례는 패션을 둘러싼 사회적인 약속과 신념을 의미한다. 1940년대 말, 유럽 국가들은 전쟁 후의 물자 부족으로 겪고 있었다. 따라서 사치스러운 옷차림은 자연스럽게 비난의 대상이 되었다. Dior(크리스찬 디오르)는 검소한 옷차림을 강요하는 패션 관례에 반발하여 다량의 고급 원단으로 완성한 뉴룩을 발표하였다. 그의 작품은 비윤리적이라는 논란을 일으켰지만, 결국 프랑스의 오프쿠튀르 패션을 부활시키는 단초가 되었다. 이와 같이 패션디자이너들은 패션 트렌드, 패션관례와 같은 이데올로기를 지지하거나 반발하면서 창조 활동을 지속하고 있다.

사회구조(social structure)는 영역을 유지시키는 사회적 체계를 의미한다. 패션의 사회구조는 크게 패션 산업 시스템(fashion industry system)과 패션 교육 시스템(fashion education system)으로 구분할 수 있으며, 패션 영역의 지식과 정보를 공유하고 전달하는 역할을 한다. 패션 산업 시스템은 오프쿠튀르, 고급 기성복 레디투웨어, 저렴한 기성복 업체, 거대 글로벌 기업 등이 있다. 패션디자이너들은 자신이 속한 패션 산업 시스템의 요구에 따라 예술 작품과 같은 패션을 선보이거나, 대중을 만족시키는 저렴한 패션 상품을 디자인하면서 창조 활동을 지속하고 있다. 패션 교육 시스템은 패션디자이너가 패션에 대한 지식과 기술을 익힐 수 있도록 돕는다. 주요 교육 시스템

은 디자인하우스의 견습 생활, 아트 스쿨의 교육 제도, 독학 등이 있다. 20세기 초 패션 전문 교육기관이 설립되기 전에는 대부분의 패션디자이너들이 디자인하우스에서 견습 생활을 하면서 패션에 대한 지식과 기술을 습득하였다. 20세기 중반에 이르러야 아트 스쿨 출신의 디자이너들이 등장하기 시작하였다. 유명 패션 스쿨 출신의 디자이너들은 같은 스승으로부터 동일한 커리큘럼 교육을 받아 유사한 작품 경향을 보이기도 하는데, 이들은 디자이너 그룹을 형성해 패션계에 영향을 끼친다. 예를 들면, 1980년대 초반 벨기에 앤트워프 왕립학교 출신의 디자이너들인 'Antwerp Six(앤트워프 식스)'가 패션계에 등장하면서 전위적인 벨기에 패션이 각광을 받았다. 패션디자이너 중 일부는 디자인하우스의 도제식 훈련도, 아트 스쿨의 교육도 받지 않고 독학으로 패션의 기술과 지식을 익히기도 한다.

영역의 마지막 세부 요인은 기술(Technology)이다. Kim(2004)에 따르면 기술은 “인간의 욕구나 욕망을 충족시켜주는 물질문화”이다(p. 116). 패션 영역에서 기술은 패션을 창조시키는 직접적인 기술(fashion technology)과 함께, 패션의 변화에 지대한 영향을 미치는 간접적인 기술(indirect technology)을 의미한다. 직접적인 기술은 패션 상품의 재료가 되는 섬유와 텍스타일 관련 기술, 디자인 기술, 의복 구성 기술, 봉제 기법, 생산 설비 관련 기술까지 망라한다. 간접적인 기술은 패션의 전파를 용이하게 하는 자동차, 비행기와 같은 교통과 통신 관련 기술, 텔레비전, 영화 산업 등의 대중 매체 관련 기술, 인터넷 기술 등을 포함한다.

(2) 패러다임(Paradigm)

패러다임의 일반적인 정의는 “사물에 대한 이론적인 틀이나 체계”이다(Naver Dictionary, 2015). 본 연구에서는 패러다임을 패션디자이너 개인이 패션 영역에 새롭게 제시한 지식(new creative idea)이라고 정의하였다. 즉, 패러다임은 패션 상품, 패션 트렌드, 의복 구성 기술, 패션 관례 등 패션디자이너가 패션 영역에 야기한 새로운 변화 중에 현상으로부터 중요성을 인정받아 수용된 지식이다. 패러다임은 패션디

자이너지 창의적인 산출물을 의미하며, 현장의 인정을 받아 탄생된다.

현장의 인정(recognition of field)은 여러 가지 형태로 나타난다. 패션을 연구하는 학자들의 연구과 저술(study), 일반 언론이나 패션잡지 등과 같은 패션 언론의 기사(articles) 등과 같은 문헌 자료가 있다. 또한, 미국 패션디자이너 협회(CFDA)상과 영국 패션 협회(British Fashion Council)등과 같은 공신력 있는 패션 협회가 수여하는 상, 스와로브스키 콜렉티브(Swarovski Collective) 등과 같이 패션 업체로부터 수여되는 지원금 등과 같은 수상내역(awards)이 패션디자이너의 창의성에 대한 객관적인 평가의 기준이 된다. 이밖에도 정부가 수여하는 훈장, 황실에서 주는 기사 또는 귀부인 칭호, 명예박사 학위 등은 패션디자이너가 패션 영역을 넘어서 사회적으로도 공헌하고 있음을 시사한다. 패션디자이너의 작품이 동시대의 대중들에게 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있는 척도는 제품을 판매하고 있는 매장 수, 타 회사와의 콜라보레이션 작업 등이 있다. 마지막으로, 세계 유수의 박물관이나 미술관에서 열리는 작품전(exhibition)은 패션디자이너의 작품이 예술성과 창의성을 높이 인정받았다는 점을 시사한다. 패션디자이너의 창의성 분석 모형의 패션 영역 차원에서 고찰할 세부 요인을 정리하면 <Table 3>과 같다.

3) 현장

패션의 산출물은 과학의 결과물과 달리 계량적으로 가치를 매길 수 없는 속성을 지니고 있다. 따라서 패션 영역에서는 새로운 아이디어와 산출물의 가치를 평가해줄 문지기 즉, 현장의 역할이 매우 중요하다. 패션 현장은 패션디자이너에게 새로운 산출물을 요구하고, 그 결과물을 평가내리면서 패션 문화를 창조하고 있다. 패션 현장의 주요 구성원은 패션교육자, 패션 에디터, 바이어, 패션디자이너, 투자자, 비즈니스 파트너, 패션모델, 고용인 등과 같이 패션시스템에 속해 있는 사람들이다. 이들과 함께, 혁신적인 패션의 주요 소비자인 상류층 인사, 대중 스타 등과 같은 패션선도자들이 새로운 패션의 가치를 사회적으로 인정해주는 문지기 역할을 하고 있다. Gardener (2004)는 개인과 현장간의 상호작용을 고찰할 때, 개인이 스승과 경쟁자 및 추종자들과의 맺고 있는 관계에 주목해야 한다고 밝혔는데, 패션디자이너의 창의성 분석 모형에서는 패션 현장을 멘토, 지지자, 경쟁자, 추종자로 구분하여 분석하였다.

멘토(mentor)는 일반적으로 “현명하고 신뢰할 수 있는 상담 상대, 지도자, 스승, 선생”이라고 정의되고 있다(Naver Dictionary, 2015). 패션디자이너에게 멘토는 패션 영역에 입문하고 창의적인 활동을 하는데

<Table 3> Domain Level for The Analytic Model of Fashion Designer's Creativity

Detail factors Category	Detail factors		Advanced Research
Socio-cultural Contextual Factors	Ideology	Fashion Convention Fashion Trend	Hamilton, 1988 Gardener, 2004 Kim, 2004
	Social structure	Fashion Industry System Fashion Education System	Hamilton, 1988 Gardener, 2004 Kim, 2004
	Technology	Fashion Technology Indirect Technology	Hamilton, 1988 Gardener, 2004 Kim, 2004
Paradigm	New Creative idea		Gardener, 2004
	Recognition of Field	Study Articles Awards Exhibition	

강력한 영감, 즉 동기를 제공한 인물을 뜻한다. 부모님(parents), 선생님(teacher), 고용주(employer)와 같이 실제로 교류하며 친분을 나누는 사람들뿐만 아니라 동일한 영역 내에서 롤 모델(role model)이 되는 우상과 같은 존재를 포함한다.

지지자(supporters)는 패션디자이너의 창의적 활동을 적극적으로 지원하는 사람들로, 패션디자이너의 창의성 발현에 패션 현장 중에 가장 중요한 역할을 한다. 패션 현장은 패션 교육자(fashion educator), 패션 에디터(fashion editor), 투자자(investor), 비즈니스 파트너(business partner), 바이어(buyer), 패션 리더(fashion leader), 패션 큐레이터(fashion curator) 등을 포함하고 있다. 패션 현장은 패션디자이너의 작품을 평가해주는 역할을 하고 있으며, 새로운 아이디어를 끊임없이 요구해 창조 활동을 촉진시킨다. 특히 패션 에디터들은 새로운 패션 탄생에 지대한 역할을 하고 있다. Welters & Lillethun(2007)에 따르면 패션 편집장은 새로운 패션의 방향을 결정하고 소비자에게 전달하는데 막대한 영향력을 행사하며, 한 디자이너의 흥망성쇠를 좌우한다. 패션 교육자들은 패션 영역에 대한 정보와 기술을 전달해주고, 재능 있는 제자를 패션 현장에 소개해 경력을 쌓을 수 있는 기회를 제공한다. 패션 산업이 글로벌 비즈니스로 성장하면서 디자인하우스의 설립과 운영에 막대한 자본이 필요하게 되었다. 패션디자이너는 투자자나 비즈니스 파트너, 바이어 등으로부터 경제적인 기반을 얻어 패션 비즈니스를 설립하고 창조 활동을 지속한다. 패션 리더 즉, 패션 선도자들도 새로운 유행의 창조에 중요한 역할을 한다. 이들은 대중들에게 사랑받는 유명인들로, 대중의 시선 속에서 살아가는 사람들이다. 사교계의 유명인사, 팝스타, 영화배우, 왕족이나

귀족, 정치가, 모델 등과 같은 패션 리더들은 아름다운 외모, 재력, 독특한 개성의 소유자로 패션디자이너 작품의 뮤즈 역할을 하거나, 걸어 다니는 홍보수단이 되기도 한다. 마지막으로 최근 패션을 주제로 한 전시회가 대중들의 인기를 끌면서 패션 큐레이터의 역할이 중요해지고 있다. 이들은 패션디자이너의 작품을 선정해 전시회를 기획하고, 패션디자이너의 작품을 도록으로 제작하여 패션 영역의 지식으로 수용되는데 중요한 역할을 하고 있다.

패션디자이너에게 경쟁자(rivals)는 동시대에서 함께 패션계를 이끌고 있는 동료 디자이너들(peer fashion designer)이다. 패션디자이너들은 이들과 경쟁하고 협력하면서 새로운 패션 트렌드를 창조하고 있다. 패션디자이너들은 패션 선도력, 언론의 관심, 바이어, 소비자, 정부나 패션 협회의 지원금, 공모전의 상과 상금, 유명 디자인하우스의 수석 디자이너 자리, 콜라보레이션 프로젝트 등을 놓고 경쟁을 벌인다. 1930년대에 Chanel(가브리엘 코코 샤넬)과 Schiaparelli(엘자 스키아파렐리)는 상반된 스타일의 디자인을 선보이며, 패션 영역의 헤게모니를 차지하기 위해 극심한 경쟁 구도를 펼쳤다.

패션디자이너의 추종자(followers)는 고용인(employee)이나 후배 디자이너들(protégé)이다. 고용인은 패션디자이너에게 고용되어 패션디자인 과정에 직접 참여하기도 하고 마케팅, 홍보와 같은 사업적인 측면에서 역량을 발휘하며 창조 활동을 돕는다. 후배 디자이너들은 패션디자이너들의 작품에서 영감을 받아 유사한 작품들을 창조하여 패션디자이너의 작품이 영역 내에 패러다임이 되도록 돕는다. 패션디자이너의 창의성 분석 모형에서 고찰한 현장의 세부 요인을 정리하면 <Table 4>와 같다.

<Table 4> Field Level for The Analytic Model of Fashion Designer's Creativity

Detail factors Category	Detail factors	Advanced Research
Mentors	Parents, Teacher, Employer, Role Model	Gardener, 2004
Supporters	Fashion Educator, Fashion Editor, Investor, Business Partner, Buyer, Fashion Leader, Fashion Curator, etc	Gardener, 2004 Welters and Lillethun, 2007
Rivals	Peer Fashion Designer	Gardener, 2004
Followers	Employee, Protégé, fan	Gardener, 2004

3. 패션디자이너의 창의성 분석 모형

본 연구는 패션디자이너의 창의성의 발현 요인을 고찰하기 위해서, Csikszentmihalyi와 Gardener의 창의성 시스템 모델을 바탕으로 하여, 패션 영역의 특수성을 가미한 세부 요인들을 추가하는 과정을 거쳤다. 개인의 세부 요인에는 심리학자 Fiest(1999)의 연구, 패션학자들의 선행연구(Frings, 2008; Jennings, 2011; Jones, 2004), 사회학자 Hakim(2013)의 매력 자본, 정신의학자 Ludwig(2007)의 연구 내용을 추가하였다. 연구의 결과로, 패션디자이너 개인의 차원에서 고찰할 세부 요인은 인지적 능력, 성격적 특성, 매력 자본, 사회·심리학적 요인이다. 패션 영역 차원에서의 세부 요인은 사회·문화적 맥락인 이데올로기, 사회 구조, 기술과 패러다임이다. 패션 영역을 설명하기 위하여 Hamilton의 층상모델(Kim, 2004)를 차용하여 세부적으로 고찰할 내용을 제시하였다. 마지막으로 현장 영역 차원의 세부 요인은 Gardener(2004)의 연구에서 동일한 영역의 개인을 고찰하므로, 정치적 갈등의 성격과 정도, 위계적 구조를 제외한 후, 멘토, 지지자, 경쟁자, 추종자와의 관계로 한정지어 고찰하였다. 패션디자이너의 창의성 분석 모

형 개발 과정은 <Fig. 2>와 같으며, 연구의 결과로 <Fig. 3>과 같이 창의성 분석 모형이 개발되었다.

패션디자이너의 창의성 분석 모형은 패션디자이너의 창의성 발현 과정을 다음과 같이 설명하고 있다. 독특한 개인적인 특성을 지닌 패션디자이너가 패션 영역의 지식을 익힌 후, 기존의 패션의 이데올로기에 동조하여 더욱 발전된 아이디어를 제공하거나, 반발하여 전위적인 아이디어를 패션 현장에 제공한다. 패션계의 전문가 집단인 패션 현장이 패션디자이너의 새로운 산출물에 대한 평가를 내린다. 패션디자이너의 창조물이 패션 현장으로부터 새로움과 유용성을 인정받을 때 패션디자이너의 창의성이 발현된다. 이때, 패션디자이너의 새로운 아이디어는 패션 영역의 패러다임이 되어 다시 패션 영역에 편입되며, 후대의 창의성 발현의 씨앗이 된다. 패션디자이너의 창의성 분석 모형은 패션디자이너의 창의성을 이해하는 거시적인 관점을 제공한다. 모형내의 개인, 패션 영역, 패션 현장의 세부 요인들은 패션디자이너가 창의성을 발현시킬 때, 어떠한 개인적 특성을 지녀야 하는지, 패션 영역의 지식과 어떻게 상호작용 해야 하는지, 패션 현장과는 어떠한 관계를 맺어야 하는지 아이디어를 제공할 것이다.

<Fig. 2> Development of The Analytic Model of Fashion Designer's Creativity

〈Fig. 3〉 The Analytic Model of Fashion Designer's Creativity

IV. 결론

패션을 상징하는 두 가지 단어는 새로움과 변화이다. 패션디자이너들은 공유된 정보와 기술을 자신만의 관점에서 조합하고 변형시키며 새로운 패션을 제안하며 패션 문화를 발전시키고 있다. 패션디자이너에게 창의성은 경쟁력의 근원이며, 새로운 패션 문화 창조의 원동력이 되고 있다. 본 연구는 패션디자이너의 창의성을 패션 시스템에 속해 있는 패션디자이너가 패션이라는 영역에 대한 지식을 바탕으로 새롭게 유용한 산물을 만들어내는 능력으로, 동시대의 현장에서 가치를 인정받고 패션 영역에 포함될 때 발휘되는 것이라고 정의내린 후, 패션디자이너의 창의성을 분석할 수 있는 연구 모형을 개발하였다. Csikszentmihalyi와 Gardener는 창의성은 개인의 능력에 한정된 것이 아니라 활동 분야인 영역, 새로운 산출물을 평가해줄 현상이 상호작용을 이룰 때 발생된다는 통합적인 관점의 창의성 연구의 틀을 제공하였다. 이에 본 연구는 이들의 창의성 시스템 모델을

바탕으로 패션 영역의 독특한 특성을 더해 패션디자이너의 창의성 분석 모형을 개발하였다.

패션디자이너의 창의성 분석 모형은 패션디자이너, 패션 영역, 패션 현장 세 가지로 구성되어 있으며, 창의성의 발현시키는 세부 요인들을 제시하고 있다. 패션디자이너의 개인적 특성 요인은 인지적 능력, 비인지적 능력인 성격적 특성과 매력 자본, 사회·심리학적 요인이 있다. 본 연구에서는 패션이 타고난 외모에 매력을 더하는 특수한 영역이라는 점에서 Hakim의 매력 자본을 주요 개인적 요인으로 추가하였다. 패션디자이너가 창의성을 발현할 때 영향을 미치는 요소들은 단순히 옷을 잘 만들어내는 능력과 같은 인지적 특성에 그치는 것이 아니라, 다양한 특성과 개인적인 배경들의 총합이다. 위의 세부 요인들은 패션디자이너 개인을 다각적으로 분석하는데 용이한 틀을 제공하고 있다.

패션 영역의 세부 요인은 크게 사회·문화적 맥락과 패러다임으로 분류하였다. 패션의 사회·문화적인 맥락은 Hamilton의 층상 모델을 이용하여 구조화시

켰는데, 패션 트렌드와 패션 관례를 뜻하는 이데올로기, 패션 시스템과 교육 시스템을 포함하는 패션 사회구조, 패션 관련 기술 등을 포함하는 기술로 구분하였다. 본 연구에서는 패러다임을 패션디자이너가 영역에 새롭게 편입시킨 창의적인 산출물로 정의하였다. 패션디자이너는 사회·문화적인 맥락과의 상호작용을 통해서 새로운 산출물을 창조하게 되고, 이 산출물이 가치를 인정받으면 패러다임으로 영역에 편입되게 된다. 패션 영역의 세부 요인들은 패션디자이너가 활약하고 있는 영역이 패션디자이너에게 미치는 영향과 패션디자이너가 창출할 수 있는 산출물에 대한 아이디어를 제공하고 있다.

마지막으로 패션디자이너의 창의성 발현에 영향을 미치는 패션 현장은 멘토, 지지자, 경쟁자, 추종자로 구분하였다. 이런 세부 요인은 패션디자이너가 패션 현장과 어떤 관계를 맺으며 작품 활동을 하는지, 패션디자이너의 영역 내 위계적 위치에 따라 어떤 패션 현장의 역할이 중요한지 등을 고찰할 수 있다.

본 연구에서 개발한 패션디자이너의 창의성 분석 모형은 패션디자이너의 창의성을 패션디자이너의 개인적 차원이 아니라, 그를 둘러싼 사회, 문화까지 다차원적으로 고찰할 수 있는 이론적 틀을 제공하고 있다. 패션디자이너의 창의성 분석 모형은 패션디자이너의 사례 연구 뿐만 아니라, 패션 시스템, 교육 시스템 등 패션디자이너의 창의성 발현에 중요한 역할을 하는 패션의 여러 분야에 대한 연구에도 도움을 될 것이라고 기대한다.

References

- Choe, I. S. (2011). *Creativity* [창의성의 발견: 창의성은 언제, 어디서, 무엇에 의해, 어떻게 발현되는가]. Seoul, Republic of Korea: Samnparkers.
- Choi, K. H. (2012). A Study to Suggest Korean Fashion Design Education Model for a Creative Fashion Design-Focus on Comparative Case Studies in the USA, Europe, and Korea-. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textile*, 36(1), 68-83. doi:10.5850/JKSCT.2012.36.1.68
- Choi, Y. M. (2001). *Generating Creative Idea and developing Model in Fashion Design* (Doctoral dissertation, Seoul National University, Republic of Korea). Retrieved from <http://library.snu.ac.kr/pdfview.jsp?bid=923687>
- Csikszentmihalyi, M. (1999). Implications of Systems Perspective for the Study of Creativity. In Sternberg, R. J. (Ed.) *Handbook of Creativity*, (pp. 313-335). Cambridge: Cambridge University Press.
- Csikszentmihalyi, M. (2003). *Creativity: flow and the psychology of discovery and invention*. (H. S. Noh, Trans.). Seoul: Bookroad. (Original work published 1996)
- Fiest, G. J. (1999). The Influence of Personality on Artistic and Scientific Creativity. In Sternberg, R. J. (Ed.) *Handbook of Creativity*, (pp. 273-290). Cambridge: Cambridge University Press.
- Frings, G. S. (2008). *Fashion: from concept to consumer*. (K. S. Cho, et al., Trans.). Seoul: Sigmapress. (Original work published 2006)
- Gardner, H. (2004). *Creating minds*. (J. S. Lim, Trans.). Seoul: BooksNUT. (Original work published 1993)
- Hakim, C. (2013). *Erotic Capital: The Power of Attraction in the Boardroom and the Bedroom* (H. J. Lee, Trans.). Seoul, Republic of Korea: Minumsa. (Original work published 2011)
- Jennings, T. (2011). *Creativity in Fashion Design*. New York, U.S.: Berg.
- Jeon, K. W. (2006). *Introduction to Creative Education: Theory & Practice* [창의성 교육의 이론과 실제]. Seoul, Republic of Korea: Changiisa.
- Jones, S. J. (2004). *Fashion Design*. (H. K. Kim, Trans.). Seoul, Republic of Korea: Yekyung. (Original work published 2002)
- Kang, J. H. (2008). *Scientific creativity and Artistic creativity: case studies on creativity as growth of knowledge and validation of scientific creativity*. (Unpublished doctoral dissertation). Sungkyunkwan University, Seoul, Republic of Korea.
- Kawamura, Y. (2005). *Fashion-ology*. New York, U.S.: Fairchild Books.
- Kim, M. J. (2004). *Lectures on Aesthetics in Dress Lecture I* [복식미학 강의1]. Seoul, Republic of Korea: Kyomunsa.
- Kim, Y. K. & Park H. W. (2010). Study on a Creative Fashion Design Development Process through Idea Classification. *Journal of the Korean Society of Costume*, 60(9), 95-105. doi:10.7233/JKSC.2010.60.9.95
- Kim, Y. W. (2009). *The Validation Study of Artistic and Scientific Creativity Scale* (Unpublished master's thesis). Daegu University, Daegu, Republic of Korea.
- Kong, M. S. (2003). *A Study on the Expansion Methodology of Creative Fashion Design* (Unpublished master's thesis). Sookmyung Women's University, Seoul, Republic of Korea.
- Lee, M. S., Lee, Y. J., Lee, Y. Y., & Moon, H. K. (2011). Creativity Enhancement Programs in World Fashion Schools. *Journal of the Korean*

- Society of Clothing and Textile*, 35(7), 748-760.
doi:10.5850/JKST.2011.35.7.748
- Ludwig, A. M. (2007). *The Price of Greatness: Resolving the Creativity and Madness Controversy* (J. H. Kim, Trans.). Seoul, Republic of Korea: Ewha Womans University Press. (Original work published 1995)
- So, K. H. (2003). The Meaning of 'Creativity' and the Methodological Discussions for Creativity Development in the Knowledge-based society. *Korean Journal of Educational Research*, 41(3), 147-166.
- Son, M. Y. & Lee, S. H. (2010). *Korean Fashion Journalism* [한국의 패션 저널리즘: 미디어로 보는 패션의 역사와 경향]. Seoul, Republic of Korea: Korea National Open University Press.
- Sternberg, R. J., Grigorenko, E. L., & Singer, J. L. (Ed.). (2009). *Creativity: From Potential to Realization*. (W. Lim, Trans.). Seoul, Republic of Korea: Hakjisa. (Original work published 2004)
- Sung, Y. J. & Yoo, Y. S. (2002). A Study on the Creative Expression of Fashion Illustration - Focusing on The Expression of Elements-. *Journal of the Korean Society of Costume*, 52(7), 13-25.
- Weisberg, R. W. (2009). *Creativity: Understanding Innovation in Problem Solving, Science, Invention, and the Arts*. (M. S. Kim Trans.). Seoul, Republic of Korea: Sigmappress. (Original work published 2006)
- Welters, L. & Lillethun, A. (2007). *The Fashion Reader*. New York: Berg Publishing.
- culture. (n.d.). In *dictionary Naver online*. Retrieved from <http://terms.naver.com/entry.nhn?cid=200000000&docId=1095625&categoryId=200000201>
- ideology. (n.d.). In *dictionary Naver online*. Retrieved from <http://krdic.naver.com/detail.nhn?docid=30380100>
- mentor. (n.d.). In *dictionary Naver online*. Retrieved from <http://terms.naver.com/entry.nhn?cid=432&docId=67931&categoryId=2264>.
- paradigm. (n.d.). In *dictionary Naver online*. Retrieved from <http://krdic.naver.com/detail.nhn?docid=40252800>