

패션디자인의 표절 분쟁 사례와 대학생들의 패션디자인 표절에 대한 인식

김장현
중앙대학교 패션전공

Plagiarism dispute Cases of Fashion Design and Undergraduate Students' Perceptions Regarding Plagiarism of Fashion Design

Jang-Hyeon Kim
Division of Fashion, Chung-Ang University

요약 최근 패션산업에서 패션디자인의 표절과 관련된 논란과 법적 분쟁들이 끊임없이 발생하고 있다. 본 연구는 패션 디자인에 대한 표절 분쟁들의 사례 탐색과 대학생들이 패션디자인의 표절에 대해 어떠한 인식을 함양하고 있는지 조명해보고, 패션디자인의 표절에 대한 함의점을 제시하는데는데 목적이 있다. 연구방법 및 범위는 이론적 연구와 사례 연구 및 서술응답조사를 병행하였다. 본 연구의 결과로 첫째, 패션디자인의 표절 분쟁들의 본질적인 문제는 기업적인 측면에서 디자인 보호법의 활용도 부족과 법제적 측면에서 디자인의 표절 기준의 모호함이 한계점으로 나타났다. 둘째, 디자인 표절에 대한 대학생들의 부정적인 인식으로는 비윤리적 행위, 패션 산업의 성장 저해, 소비자의 구매 의지 상실의 견해가 주를 이루었다. 디자인 표절에 대한 긍정적인 인식으로는 창조를 위한 과정, 패션산업의 발전적인 환경 조성, 디자인을 접할 기회의 확장의 견해가 주를 이루었다. 또한, 디자인의 표절의 원인은 표절에 대한 명확한 판단 기준의 부재에서 비롯된다는 인식을 가장 많이 갖고 있었다. 셋째, 패션디자인의 표절 문제에 대한 함의점은 정책적인 측면에서 패션 산업에 실효성 있는 제도적 개선, 학문적인 측면에서 패션디자인의 표절에 대한 명확한 기준의 정립, 교육적인 측면에서 지적재산권에 대한 교육안의 개발 및 실제적 도입, 패션산업적인 측면에서 패션분야에서 활동하는 종사자들의 표절에 대한 인식 전환이 필요하다.

Abstract Controversy and legal disputes over counterfeit fashion designs have recently arisen in the fashion industry. The purpose of this study is to examine cases of counterfeiting disputes over fashion designs, and how the perception of counterfeit fashion designs is fostered from the learner's point of view, suggesting implications for the counterfeiting problem. As a result of this study, first, counterfeiting disputes over fashion design started from a lack of utilization of the Design Protection Act and the ambiguity in counterfeit design criteria. Second, the negative perceptions of counterfeit designs were mainly about unethical behavior, inhibiting the growth of the fashion industry, and reducing consumers' willingness to buy the genuine article. Positive perceptions were mainly about the process of creation, the promotion of a developmental environment for the fashion industry, and the expansion of opportunities to promote new designs. The most common perception was the absence of clear criteria for judgments about counterfeiting. Third, the implications of the counterfeiting problem in fashion design require effective institutional improvement in the fashion industry, the establishment of standards to deal with counterfeiting, the development and practical introduction of education proposals regarding intellectual property rights, and changing the perception of counterfeiting in the fashion industry.

Keywords : Plagiarism, Plagiarism Dispute, Perceptions on Plagiarism, Fashion Design, Fashion Industry

*Corresponding Author : Jang-Hyeon Kim(Chung-Ang Univ.)

email: jamie8122@naver.com

Received August 7, 2020

Revised September 14, 2020

Accepted October 5, 2020

Published October 31, 2020

1. 서론

오늘날 다양한 산업 분야에서의 지적 재산권에 대한 중요성이 점차 높아짐에 따라 국가차원에서 이를 보호하고자하는 제도적 개선이 점진적으로 진행되고 있다. 특히, 디자인 표절과 관련하여 관대한 태도를 보여왔던 패션 산업에서도 법적 소송을 통하여 창작자의 디자인 권리를 찾고자 하는 움직임들이 끊임없이 나타나고 있는 실정이다. 이 같은 표절 논란이 불거지는 가운데, 대학에서부터 표절에 대한 경각심을 일깨울 수 있는 교육이 필요하다는 목소리가 나오고 있다. Oh[1]의 연구에서는 대학에서부터 표절에 대한 교육을 진행하여 표절이 범죄라는 의식을 일깨워야 한다고 언급하였다. 즉, 대학생들이 표절 문제에 대하여 관심을 가지고, 이를 해결하려는 사고를 갖출 수 있는 교육적인 접근이 반드시 필요함을 의미한다. 이를 위해서는 대학생들이 표절에 대하여 어떠한 인식을 갖고 있는지 구체적으로 파악할 필요성이 제기된다.

패션디자인 표절과 관련된 선행연구를 살펴보면, Cho[2]의 연구에서는 패션디자인의 저작권법상 보호 가능성을 법적 관점에서 조명하고자 하였으며, Lee and Lee[3]는 패션디자인 저작권법에 대한 논의와 미국 패션업계 실무자들의 패션상품기획 과정에서의 창의성에 대한 인식을 분석하였다. Yoon[4]는 저작권법에 의한 패션디자인 보호 방안의 연구를 진행하였으며, Hong, et al.[5]은 패션디자인의 모방에 대한 패션 기업 종사자들의 인식을 살펴보고, 패션산업에 미치는 문제점들을 분석하였다. 이처럼 패션디자인의 표절과 관련된 다양한 연구가 진행되고 있지만, 법적 제도나 패션 현장의 종사자들의 인식에 대하여 분석하는 연구가 주를 이루고 있음으로, 패션디자인의 표절과 관련된 법적 분쟁의 분석 및 대학생들의 디자인 표절에 대한 인식과 관련된 연구 또한 이루어져야한다고 판단된다.

이에 본고에서는 패션디자인의 표절과 관련된 법적 분쟁 사례와 대학생들이 패션디자인의 표절에 대하여 어떠한 인식을 함양하고 있는지 조명해보고, 패션디자인의 표절에 대한 함의점을 제시하고자 하는데 목적이 있다. 이를 토대로 향후 패션디자인의 표절과 관련된 교육적인 필요성 및 표절 근절을 위한 방향성을 제시해줄 수 있는 기초자료로 활용될 수 있다는데 의의가 있다.

연구의 방법은 이론적 연구와 사례 연구 및 서술형 설문지 응답법을 병행하였다. 이론적 연구는 표절의 개념 및 패션디자인의 표절에 관련된 국내외 단행본, 선행 연구, 인터넷 및 전문서적을 토대로 한 고찰을 수행하였다.

사례 연구로는 패션 산업의 패션디자인 표절에 대한 법적 분쟁 사례를 신문기사를 중심으로 살펴보았다. 신문기사를 선정한 배경은 신문은 정기적으로 발행되는 공적인 매체로 해당 시기의 사회 현상을 표출하는 매체[6]임으로 패션디자인 표절과 관련된 분쟁 사례를 파악해보는데 타당성이 있다고 본다. 최종적으로, 패션디자인의 표절에 대한 대학생들의 인식을 살펴보기 위해 대학생 112명을 대상으로 서술형 응답 조사를 수행하였다.

2. 이론적 배경

2.1 패션디자인 표절의 일반적인 고찰

표절이란 “다른 사람이 창작한 저작물의 일부 또는 전부를 도용하여 자신의 저작물인 것처럼 발표하는 행위”[7]를 의미한다. 표절의 개념적 의미에 근거하여 패션디자인의 표절을 정리해보면, 패션디자인의 표절은 패션 상품에 적용된 디자인 또는 상품에 대한 출처를 충분히 밝히지 않고 이를 인용하거나 차용하는 행위를 뜻한다고 할 수 있다.

다수의 선행연구[8-10]에서는 표절과 유사 용어로 패러디와 오마주를 제시하고 있다. 패러디[11]의 사전적 개념은 “남의 작품을 흉내 내되, 우스꽝스럽게 개작 또는 변형하는 행위”로 문학 분야에서 특정 작가나 집단의 문제 및 운율을 풍자적·해학적으로 표현하는 것[12]을 뜻한다. 프랑스로 ‘경의, 존경’을 의미하는 오마주는 영화 분야에서 선배 영화인의 공적에 대한 존경심의 안표로 감명 깊은 장면이나 대사를 인용하여 표현하는 것[13]으로 정의된다.

이처럼 오마주와 패러디는 타인의 저작물을 차용한다는 의미론적인 측면에서 표절과 유사하다고 할 수 있다. 하지만, 오마주와 패러디는 저작물과 관련된 인물을 제시하고 새로운 의미를 부여하는데 반해 표절은 타인의 저작물을 은폐한다는 점에서 그 차이점이 분명히 존재한다. 즉, 차용하는 행위자가 타인의 저작물에 대한 가치를 인정하고 사용하느냐, 부정하고 도용하느냐의 윤리적 측면과 지적 권리에 대한 침해 여부가 그 중심에 있다고 할 수 있다.

패션디자인의 지적 권리에 대한 보호의 필요성 여부는 패션업계와 법학계에서도 큰 관심을 받으며, 찬반 여부에 대한 논의가 이루어져 왔다.

패션디자인의 지적 권리의 필요성에 대해 긍정적 견해를 제시한 Hemphill and Suk[14]에 의하면 복제와 유

행은 별개의 것으로, 복제품의 증가는 원제품이 함양하는 본질적인 가치를 하락시키고, 디자이너들의 창작 의욕을 저하시킬 수 있으므로 디자이너와 패션업체를 보호해야 한다고 주장하였다. 또한, 패션이란 당시의 시대상을 지향하고자 하는 집합적인 흐름 속에 존재하는 표현 수단으로 모든 소비자들이 동일한 제품을 사용한다면 개인의 정체성이 상실될 수 있으며, 소비자들은 유행의 흐름 속에서 개인을 표현할 수 있는 보다 다양한 제품들을 요구[14]하고 있기에 패션디자인에서의 표절은 합법화될 수 없다고 주장하였다.

이와는 반대로, 부정적 견해를 제시한 Raustiala and Springman[15]에 의하면 패션이란 특정 스타일이 전파되는 하나의 사회적 현상으로 수많은 트렌드가 존재하는 패션에서 디자이너 개인의 순수한 독창성은 찾기 어렵다고 주장하였다. 또한, 원제품의 희소성을 소멸시키는 복제품의 증가는 남들과 차별화되기를 원하는 소비자들로 하여금 새로운 제품을 갈구하는 욕구를 증가시키며, 이는 패션 디자이너들이 보다 독창적인 디자인을 창작할 수 있는 환경을 조성함과 동시에 패션 산업 발전의 원동력이 된다고 역설하고 있다[15]. 이와 함께 현재까지 패션 디자인 표절의 법적 제도가 정착하지 못한 핵심적인 배경은 이를 근절하고자 하는 패션 산업계의 적극적인 태도의 부재에 기인한다고 하였다[15].

이처럼 패션디자인의 지적 권리에 대한 다양한 논의들은 각 견해마다 타당성을 제시하고 있음에 따라 옳고 그름의 여부를 판단하기는 쉽지 않다. 하지만, 두 가지 양립된 쟁점의 중심에는 유행의 흐름인 패션이 존재하고 있음을 파악할 수 있다. 즉, 패션산업은 변화를 전제로 하는 패션의 범주 안에서 오랫동안 패션디자인의 표절을 암묵적으로 수용하는 정체적 입장을 취하고 있다는 것이다. 이는 패션산업이 지적재산권의 중요성이 높아지고 있는 현 시점을 고려하여 변화의 흐름에 동참하고, 이를 바라보는 인식 또한 개선해야 함을 시사해준다고 할 수 있다.

2.2 패션디자인 표절의 원인과 법제적 보호 제도

패션디자인의 표절은 패션산업에서 오랫동안 관행으로 여겨져 왔으며, 이에 대해 암묵적으로 수용하고 방관하는 자세로 일관해왔다. 하지만, 패션산업에서 디자인 표절의 문제는 점차 중차대한 문제로 공론화되고 있다. 이 같은 상황이 지속될 경우, 패션 기업의 경제적 손실과 유통질서의 혼란을 야기하여 패션산업 전체의 성장과 발전을 저해하는 한편, 중국에는 국가적 분쟁으로 확대될 우려가 있다.

패션디자인 표절의 원인과 관련된 선행연구를 살펴보면, Hilton et al.[16]에 의하면 패션제품은 디자인 표절과 생산의 용이하다는 측면으로 인해 패션 업계에서는 디자인 표절이 관행으로 인식되고 있으며, 이는 표절에 대한 문제를 판단하는데 걸림돌이 된다고 하였다. Kim[17]은 도용자의 비윤리적 행위와 무지함, 소비자의 잘못된 인식과 함께 현실적 측면을 반영하지 못한 정부의 정책적 대응이 디자인 표절의 중요한 원인이 된다고 하였다. Hong, et al.[5]은 창의성이 결여된 대학의 교육 방법, 패션 현장의 실질적인 지식재산권 교육의 부재, 유사여부에 대한 법적 기준의 모호함으로 인한 법적 보호의 신뢰 부족을 표절의 원인으로 제시하였다.

이처럼 패션디자인의 표절이 근절되지 않는 배경은 어느 한가지의 단편적인 문제가 아닌, 패션 디자이너, 도용자, 소비자, 정부 모두의 총체적인 문제라고 할 수 있다. 이 같은 문제점들의 중심에는 윤리성이 자리 잡고 있으며, 윤리적인 태도의 함양이 필수적으로 선행되어야만 한다. 이를 위해서는 패션디자인의 표절에 대한 보다 실질적이고 효율적인 교육이 가장 필요하다고 판단된다.

현재 국내의 사법기관에서 패션디자인을 보호하기 위한 법적 제도는 크게 디자인 보호법, 저작권법, 부정경쟁방지법이 존재하고 있다.

디자인 보호법은 디자인을 보호하는 가장 기본적인 법으로, 디자인 출원, 심사, 디자인 등록 결정의 절차를 거쳐 최종적으로 디자인이 등록되면 법적 보호를 받는 제도이다[18-21]. 하지만, 1년 이상 소요되는 오랜 기간과 일디자인 일출원주의의 원칙은 유행성이 강하고 다수의 디자인을 선보이는 패션 분야에서는 부적합하다는 문제가 제기되었다[18-21]. 1998년 디자인 보호법은 이를 반영하여 실체적 등록요건만을 심사하는 디자인 무심사 등록 제도와 출원중인 디자인과 유사한 다수의 디자인을 함께 등록할 수 있는 복수 디자인등록 출원제도가 마련되었다[18-21]. 이를 통하여 패션 디자이너는 일디자인 일출원의 불편함과 시간과 비용의 부담을 최소화하고, 디자인의 법적 보호를 받는 것이 가능하다. 저작권법은 심사와 등록 없이 권리가 발생하는 무방식주의의 법적 제도[18,20,21]로 패션 상품은 저작권법 중 응용미술 저작물의 요건에 적용이 가능하다. 응용미술 저작물의 충족 요건은 다른 물품에 동일한 모양으로 복제될 수 있어야 하며, 물품과 구별되는 독자성을 인정할 수 있어야만 한다[18,20,21]. 패션디자인에서 저작권법에 속하는 대상은 패션 상품에 적용된 특정 문양의 도안 또는 패션 상품의 디테일적인 요소만이 해당될 수 있다[18,20,21].

이처럼 패션디자인은 디자인 보호법과 저작권법, 부정경쟁 방지법에 의해 보호가 가능하며, 저작권법과 부정경쟁 방지법의 경우 입법기관에 미등록하더라도 법적 보호를 받을 수 있다. 하지만, 저작권법과 부정경쟁 방지법의 경우 한계점이 존재함으로 이를 고려하여 보다 실효성 있는 법적 제도의 개선이 관철되어야 한다고 판단된다.

3. 패션디자인 표절의 법정 분쟁 사례

본 장에서는 신문기사를 토대로 패션디자인 표절의 법정 분쟁이 완료된 사례만을 조명해보고자 한다. 패션디자인의 법적 분쟁은 크게 의류, 소재, 가방, 구두의 대표적인 사례를 통해 살펴볼 수 있다.

3.1 의류디자인의 표절 분쟁 사례

의류디자인의 표절 분쟁 사례로 온라인 쇼핑몰을 운영하는 K가 타온라인 쇼핑몰을 운영하는 J를 상대로 제기한 가처분 신청을 들 수 있다[22,23]. K가 제기한 가처분 신청은 J의 쇼핑몰에서 판매되는 롱패딩 제품이 자사 제품을 모방한 것으로 상품의 판매 및 인터넷 홍보를 금지해줄 것을 내용으로 한다[22,23]. 최종 판결은 K가 제기한 두 줄 스티치 방식, 하단 옆트임, 호주머니 위치와 기모소재 주머니 안감의 유사성의 경우 상품의 기능성과 효용성을 높이기 위한 형태이며, 롱패딩이나 겨울 외투에서 흔히 사용되는 일반화된 방식이라고 판단하였다[23]. 또한, 두 제품이 상이한 소재의 사용으로 색상과 질감을 육안으로 구별 가능하다는 점과 오리털과 거위털의 차별성이 존재함으로 표절이 아니라는 결정을 내렸다[23].

본 분쟁의 핵심적 쟁점은 독자적인 창작성 및 차별성 여부가 표절의 진위를 구분할 수 있는 중요한 판단 기준으로 작용하였음을 파악할 수 있다.

3.2 소재디자인의 표절 분쟁 사례

소재 디자인의 표절 분쟁 사례로 영국의 B사가 국내 업체 S사에 제기한 소송을 들 수 있다[24,25]. B사가 제기한 소송은 S사의 품목 일부가 B사의 고유한 체크무늬를 사용하고 있음에 상표권을 침해하였다는 것을 내용으로 한다[24,25]. 최종 판결은 B사와 S사의 체크무늬가 선과 면의 수, 색 구성 및 선의 배열이 매우 유사하다고 판시하였다[24,25]. 또한, B사의 체크 디자인은 B사 제품이라는 출처와 동일한 기능을 함으로 상표로 볼 수 있

며, 수요자가 B사와 S사의 제품을 혼동할 수 있는 가능성이 매우 높다고 판단하고 벌금 천만 원 및 판매 금지 처분과 함께 S사의 패소 판결을 내렸다[24,25].

본 분쟁의 핵심적 쟁점은 디자인 자체의 유사성 판별 여부와 소재디자인에 대한 고유성의 인정 여부가 표절의 진위를 구분할 수 있는 중요한 판단 기준으로 작용하였음을 파악할 수 있다.

3.3 가방디자인의 표절 분쟁 사례

가방디자인의 표절 분쟁 사례로 프랑스 H사가 국내 업체 P사에 제기한 소송을 들 수 있다[26,27]. H사가 제기한 소송은 P사의 샤이겔과 샤이겔 패밀리 백이 H사의 대표 핸드백 아이템인 버킨 백과 켈리 백과 동일한 가방의 표면 위에 눈알 모양의 도안을 부착하여 판매함으로써 부정경쟁방지 및 영업비밀보호의 법률을 위반하였다는 것을 내용으로 한다[26,27]. 최종 판결은 P사의 제품이 성과물 도용의 부정경쟁방지를 위반했다고 판단하였는데, H사의 제품은 수요자들이 인지할 수 있는 차별적 특징을 내포하고 있음으로 법률상 보호해야한다고 판단하였다[26,27]. 또한, P사의 제품은 눈 도안을 제외하면 H사의 제품과 차별성이 없다는 측면, P사 제품의 판매로 H사 제품의 희소성 및 가치 저하를 유발하여 경제적 이익을 침해한다고 판시하였다[26,27].

본 분쟁의 핵심적 쟁점은 수요자들의 인식하에 디자인 자체의 독자적 차별성 함양 및 경제적 이익의 침해 여부가 표절의 진위를 구분할 수 있는 중요한 판단 기준으로 작용하였음을 파악할 수 있다.

3.4 구두디자인의 표절 분쟁 사례

구두디자인의 표절 분쟁 사례로 이탈리아 F사가 국내 업체 E사에 제기한 소송을 들 수 있다[28,29]. F사가 제기한 소송은 E사의 품목이 F사의 구두와 유사성을 띠고 있음에 상표권을 침해하였다는 것을 내용으로 한다[28,29]. 최종 판결은 F사의 리본 장식이 명확한 호칭이나 판넌은 없지만, 버클 같은 모양에 리본을 끼운 형태라 표현할 수 있음에 유사성이 있다고 판시하였다[28,29]. 또한, 오랜 기간 동안 F사의 출처를 표시하는 상표의 의미로 수요자들에게 널리 알려져 있다는 측면과 구두 판매원이 소비자에게 F사 스타일이라고 소개하기도 한 사실들을 고려해 볼 시, 상표권 침해라 판단하고 E사의 패소 판결을 내렸다[28,29].

본 분쟁의 핵심적 쟁점은 형태적 유사성의 표현 가능

여부 및 상품에 대한 수요자들의 인지도 여부, 판매자의 표절 인지 여부가 그 진위를 분별할 수 있는 중요한 판단 기준으로 작용하였음을 파악할 수 있다.

이처럼 패션디자인의 표절 분쟁은 의류뿐만 아니라 소재, 가방, 신발 등 패션과 관련된 산업 전반에 일어나고 있음을 확인할 수 있다. 또한, 소송을 진행한 업체들은 디자인 보호법보다는 입법기관의 등록 없이 진행할 수 있는 부정경쟁방지법이나 상표권 침해법을 통하여 자신들의 권리를 주장하고 있음을 파악할 수 있다. 이는 디자인 보호법이 패션업계의 입장을 대변해주기에는 미흡한 측면이 있음을 보여주는 결과임으로 보다 패션 산업 현장에 적합한 제도적 보완이 이루어져야 한다. 이와 더불어, 분쟁 과정에 있어 상품의 유사성과 차별성을 구별하는 판단 여부는 시대의 유행, 상품의 종류 및 분류 기준에 따라 다양성과 이형성이 존재하는 패션 산업의 특성상 형태적·심미적 특성의 구분을 위한 명확한 기준을 정립하기에는 한계가 있다. 이를 보완하기 위해서는 국민참여재판 형태처럼 실질적인 수요자를 재판에 참여시켜 의견을 수렴함으로써 보다 합리적이고 객관적인 판단 기준을 갖춘 제도적 장치를 갖춰야할 필요성이 제기된다.

4. 대학생들의 패션디자인 표절에 대한 인식

대학생들의 패션디자인 표절에 대한 인식을 살펴보기 위해 2020년 4월 1일부터 2020년 6월 30일까지 약 3개월에 걸쳐 112명의 대학생들에게 서술형 응답을 수행하였다. 학년별 분포도는 1학년 29명(26%), 2학년 31명(28%), 3학년 34명(30%), 4학년 18명(16%)이었으며, 성별 분포도는 여성 75명(67%), 남성 37명(33%)으로 나타났다. 서술형 응답은 패션디자인의 표절에 대한 찬성과 반대 중 한 가지를 선정하도록 하고, 선정 배경에 대한 자신의 견해를 자유롭게 기술하도록 하는 무제한 개방형 질문을 적용하였다. 무제한 개방형 질문은 연구자가 창의적이거나 예상치 못한 응답을 수집할 필요성이 있을 시 효과적이며, 응답자에게 응답의 자유를 최대한 보장한다는 장점을 함양하고 있음[30]에 따라 디자인 표절에 대한 대학생들의 인식을 살펴보는 데 적합한 타당성이 있다고 판단된다.

첫째, 대학생들의 패션디자인 표절에 대한 긍정과 부정의 인식을 살펴보면, 92명(82.15%)이 부정적 인식을 갖고 있었으며, 20명(17.85%)이 긍정적 인식을 갖고 있는 것으로 나타났다.

둘째, 대학생들이 어떠한 배경으로 인하여 패션디자인 표절의 부정적 인식을 갖고 있는지 분석해본 결과, 크게 세 가지로 축약해 볼 수 있다.

패션디자인 표절의 부정적 인식에 대한 첫 번째 배경은 도덕적인 측면의 비윤리성이다. *“표절은 어떤 상황에서도 정당화될 수 없다”*, *“디자인 표절은 대중들의 인식 속에도 부정적임을”*, *“디자인 표절은 소비자뿐만 아니라 사회 전체에 악영향을 줄 수”*라는 응답에서와 같이 학습자들은 표절 자체가 부도덕한 행위이며, 사회에 미치는 부정적 영향력에 대해 언급하고 있다. 패션디자인의 표절은 창작자의 오랜 시간과 노력으로 일궈낸 디자인을 부당하게 사용하고 경제적인 이득까지 취하는 올바르지 않은 행위이며, 법적 제도권 하에서도 한 개인의 지적재산권을 침해하는 엄연한 불법 행위이다. 이처럼 표절 자체의 부정적 영향력에 대해 인지하고 있음에도 불구하고, 표절을 암묵적으로 용인하는 패션 산업의 관행은 사회 속에서 기본적으로 지켜야 할 윤리적 의무에 벗어나며 다양한 분야에서 지적재산권에 대한 중요성을 저해시키는 분위기가 팽배해질 수 있는 문제점을 유발할 수 있다.

패션디자인 표절의 부정적 인식에 대한 두 번째 배경은 패션 산업의 성장 저해이다. *“디자이너의 인생을 가져가는 것과 마찬가지”*, *“작품을 창작하고자 하는 욕구가 줄어들고 자신의 작업에 대해 회의감을 갖게”*, *“트렌드라는 면죄부를 앞세우며 자신의 행동을 정당화”*, *“브랜드 시장 가치는 그 경쟁력을 잃고 무한히 추락할 일만”*이라는 응답처럼 학습자들은 패션디자인의 표절이 창작자의 의지 상실에 많은 영향을 미치며, 사회 전반에 도덕적인 문제를 야기할 수 있다고 기술하고 있었다. 즉, 표절을 하지 않는 디자이너가 오히려 폄하되고 소외되는 패션산업의 생태계가 조성될 것이며, 이 같은 상황이 지속된다면 창의적인 디자인을 위해 매진할 디자이너들은 표절이라는 확실성의 틀에 갇히게 될 수 있다. 실례로, 패션 브랜드 ‘Ul:kin[31]은 자사 제품의 디자인을 도용하고 판매를 진행한 쇼핑몰에 문제를 제기하자 카피 상품인지 파악할 수 있을 정도로 유명해져야 하는 것이 아니냐며 당당한 태도로 대응하였다고 언급하고 있다. 이는 디자인 표절에 대한 패션 산업의 불감증을 보여주는 사례로, 표절이 용인되는 환경 속에서 나타난 문제점이다. 이는 패션 산업의 경쟁력 상실을 유발하며, 패션 산업은 점차 도태되는 위기에 직면할 수 있다.

패션디자인 표절의 부정적 인식에 대한 세 번째 배경은 소비자들의 구매 욕구 저하이다. *“희소성의 가치가 떨어질 수도”*, *“가치가 없는 모조품일 뿐”*, *“소비자*

에게 제한된 선택지만을 가져다 줄.”, “~브랜드의 가치를 떨어뜨리고 고유한 이미지를 훼손~”이라는 응답에서와 같이 학습자들은 패션디자인의 표절이 상품의 고유성의 상실에 많은 영향을 미치며, 소비자의 외면을 유발시킬 수 있음을 언급하고 있었다. 디자인이란 창작자의 내면적 사고가 외형으로 표출되는 것으로, 표절의 행위는 창작자의 사고와 의도를 도용하는 행위라고 할 수 있다. 이는 패션디자인이 함양하고 있는 본질적 가치를 훼손함을 의미하며, 상품의 고유성 상실은 소비자들의 구매 욕구를 저하시키는 원인이 된다. Jung[32]에 의하면 현대의 소비자들은 상품을 구매함에 있어 상품의 물질적인 측면보다는 상품의 추상적 가치에 역점을 두고 있다고 기술하였다. 즉, 무분별한 디자인 표절은 상품 자체의 추상적 가치가 상실되고, 패션 브랜드만의 정체성 부재로 이어지는 결과를 초래할 수 있다. 결과적으로, 가치 소비를 지향하는 소비자들의 구매 욕구는 현저히 감소되는 현상을 유발하게 될 것이며, 패션 산업은 소비자로부터 외면 받는 시장으로 각인될 수 있다.

셋째, 대학생들이 어떠한 배경으로 인하여 패션디자인 표절의 긍정적인 인식을 갖고 있는지 크게 세 가지로 기술해볼 수 있다.

패션디자인 표절의 긍정적 인식에 대한 첫 번째 배경은 새로운 것을 창조하기 위한 과정이다. “~누가 카피와 표절에 대해 담당하게 '아니다' 라고 말할 수 있을지~”, “~최신 유행을 연구하고 작품을 만들다 보면 유사할 수밖에~영감을 받고 만든 작품이지만 표절 의혹이 불거질 수도~”, “~디자인의 특성보다는 그 브랜드의 가치가 영향을 준~”라는 응답처럼 학습자들은 표절이 된 대상이 새로운 것이 맞는지에 대한 의문을 함양하고 있다. 즉, 특정 시기의 유행을 반영해야 하는 패션의 속성에 따라 유사한 디자인이 창출되는 측면은 당연한 결과라는 것이다. 또한, 우리 삶 속에 새로움은 어떤 대상의 모방에 의해 점진적으로 발전한 것이며, 패션 상품도 예외는 아니라는 것이다. 스위스의 발달심리학자 Piaget[33]는 인간의 모방심리를 언급하며 창조성은 이미 존재한 것들의 새로운 편집이라 명명하였다. 인간은 모방을 통하여 새로운 것을 창조한다. 하지만, 창조성은 편집에 의한 변형을 의미하며, 표절은 도용을 뜻한다는 측면에서 이에 대한 개념 정립이 필요하다.

패션디자인 표절의 긍정적 인식에 대한 두 번째 배경은 디자인을 접할 수 있는 기회의 확장이다. “~모든 소비자자들이 입어보고 경험하고~”, “~패션의 민주화~”, “~더 많은 사람들이 향유할 수~”, “~상위층과의 괴리를 줄여주

는~”라는 응답과 같이 학습자들은 디자인 표절이 더 많은 소비자들에게 좋은 디자인을 착용할 수 있다는 기회를 제공하고 있음을 언급하고 있다. 다수의 대중들이 트렌디하고 세련된 의복을 착용할 수 있다는 측면은 긍정적인 부분이지만, 패션은 공공성이 아닌 상업성을 동반하는 분야이다. 이에 정당한 대가의 지불 없이 패션디자인의 표절을 통하여 소비자에게 제공한다는 측면은 창작자의 오랜 시간과 노력의 산물을 한순간에 앗아가는 것과 다름이 없다. 이에 몇몇 패션기업은 희소 가치가 있는 하이엔드 패션을 대중들에게 평등하게 제공하기 위해 표절보다는 콜라보레이션을 활용하고 있다. 실제로, SPA브랜드들은 ‘패션의 민주화’라는 슬로건 아래 하이엔드 디자이너들과의 협업 아이템을 선보이고 있다[34]. 이와 같은 협업적 접근은 창작자의 디자인을 보호할 수 있으며, 협업을 진행한 기업은 디자이너 브랜드의 고급스러운 이미지를 얻을 수 있다. 뿐만 아니라 소비자에게는 합리적인 가격으로 희소 가치를 지닌 하이엔드 패션을 향유할 수 있는 기회를 제공할 수 있다. 이는 패션산업이 표절보다는 협업을 통한 접근이 필요하다는 것을 반증해주는 결과라고 할 수 있다.

패션디자인 표절의 긍정적 인식에 대한 세 번째 배경은 패션산업의 발전적 환경 조성이다. “패션 표절은 다양한 패션을 이끄는 새로운 유행의 선두주자~”, “~디자인 카피를 하더라도 브랜드 자체의 가치는 변함없기에~”, “~여러 브랜드에서 카피하고~대중들의 수많은 소비로 이어지면서~하나의 대중적인 새로운 스타일이 되었다”, “~디자인이 카피된 제품들의 유행으로 그만큼 그 브랜드가 더 알려지고 유명해지는~”라는 응답처럼 학습자들은 디자인 표절이 패션산업의 발전적 환경을 조성할 수 있음을 언급하고 있다. Blakley[35]는 TED의 강연에서 패션 디자인과 같이 저작권으로부터 자유로운 분야가 경제적 성장이 두드러졌다고 언급하며, 패션에서 막대한 저작권 보호는 예술성과 독창성을 저해하고 발전을 막는 요소라고 주장하였다. 하지만, 이와는 다르게 현재 패션디자이너들이 앞장서서 디자인에 대한 지적재산권의 보호를 요구하고 있으며, 여러 패션 브랜드들 또한 적극적으로 디자인 특허를 등록하고 있다[36]. 이는 지적 재산권이 중요시되고 있는 현 시류에서 디자인 표절이 패션산업의 발전적 환경을 조성하기보다는 오히려 예술성과 독창성을 저해시키는 요소로 작용하고 있음을 역설적으로 보여주는 움직임이라고 할 수 있다.

넷째, 패션디자인의 표절이 근절되지 않는 가장 큰 배경으로 대부분의 학생들은 표절에 대한 명확한 판단 기

준의 부재를 지목하고 있었다. “...선을 구분하는 게 매우 힘든 일이어서 개인의 양심에 맡겨지는...”, “표절의 범위를 정하는 것은...주관적...”, “카피의 증명 과정은 어렵고 복잡하여...”, “...어디까지 디자인 카피로 볼 것인가...일관된 기준이 없기 때문...”, “...정확한 판단 기준과 판단할 기관이 없다...”라는 응답과 같이 학습자들은 패션디자인에서 표절의 모호성을 가장 큰 원인으로 언급하고 있다. 실제로 패션디자인의 표절 기준을 정립한다는 측면은 난제임에 틀림이 없다. 즉, 무형 가치의 객관적 기준을 정립한다는 부분은 오랜 시간과 수많은 데이터, 이와 관련된 전문가들의 끊임없는 노력이 요구되기 때문이다. 하지만, 이는 오랜 기간 동안 디자인의 표절에 대하여 안일하게 대응하였던 결과이다. 디자인 표절의 판단 기준에 대한 정립이 난해하다는 이유로 이 같은 상황이 지속된다면 패션디자인의 표절은 근절될 수 없을 것이다.

5. 패션디자인의 표절에 대한 함의점

본 장에서는 앞서 살펴본 패션디자인 표절의 법정 분쟁 사례와 대학생들의 표절에 대한 인식에 기반을 두어 패션디자인의 표절에 대한 함의점을 제언하고자 하며, 이는 다음과 같다.

첫째, 정책적인 측면에서 패션 산업에 보다 실효성 있는 제도적 개선이 필요하다. 현대사회는 지적 재산권과 같이 무형 자산을 중요시하는 시류로 변화하고 있으며, 이에 대한 중요성을 인지한 국가들은 이를 보호하고자 하는 빠른 행보를 이어나가고 있다. 우리나라의 경우 문화체육관광부 산하 한국저작권 위원회 및 한국의류산업 협회의 지식재산보호센터에서 패션디자인의 지적 재산권을 보호하고자 하는 정책 수립, 침해 행위의 조사 및 단속, 세미나 개최 등 다양한 노력들을 기울이고 있다[2]. 하지만, 이 같은 노력들은 침해 단속이나 분쟁조정과 같은 사후 해결에 중점을 두고 있어 사전에 이를 근절하기에는 역부족일 수도 있다는 우려가 나온다. 패션디자인의 표절을 점진적으로 근절하기 위해서는 이를 미연에 방지하는 대책 마련이 요구되며, 패션 디자이너들이 자신의 창작물을 보다 용이하게 보호 받을 수 있는 제도적 장치를 마련해야 할 필요가 있다. 하지만, 앞서 살펴본 분쟁 사례에서 대부분의 기업들이 입법 기관의 등록 없이 법적 보호를 받을 수 있는 부정경쟁방지법을 다수 활용한 부분은 디자인보호법의 실효성이 패션 산업 현장에 적용하기에는 실제적으로 부족한 부분이 있다는 측면을 반증

하는 결과라고 할 수 있다. 또한, 패션디자인을 보호하기 위한 제도적 장치인 저작권법은 물품성만을, 디자인보호법은 물품성과 공업상 이용 가능성이 요구된다는 측면은 두 가지 법의 충돌 가능성이 존재함을 의미한다[17]. 결과적으로 보다 실효성 있는 법제화를 위해서는 패션 업계의 종사자들이 이에 대한 적극적이고 명확한 의견을 제시하여 보다 실효성 있는 제도적 장치가 마련될 수 있도록 앞장서야 할 필요가 있다. 정부와 관련기관 또한 정책 결정과 조정에 있어 패션 산업의 종사자들을 참여시켜 보다 실제적인 의견에 귀를 기울이고 이를 반영하고자 하는 자세가 요구된다.

둘째, 학문적인 측면에서 패션디자인 표절에 대한 명확한 기준 정립이 필요하다. 앞서 살펴본 법적 분쟁과 대학생들의 표절에 대한 인식에서도 표절의 주요 원인을 객관적 판단 기준의 부재라고 언급하였다. 실제로, 패션디자인의 표절에 대한 경계를 명확하게 구분하는 것은 매우 어려운 사실임은 부인할 수 없다. 이는 비단 패션디자인 뿐만 아니라 디자인과 관련된 예술 분야에서 나타나는 현실이다. 학술적 연구의 경우에는 연구자의 윤리적인 측면을 강조하며, 표절에 대한 기준 확립을 위한 다양한 노력들을 진행하고 있으며, 이를 준수하고 지켜나가고자 하는 학계의 전반적인 움직임이 이루어지고 있다. 이에 반해, 디자인 관련 학계나 법학계에서 디자인 표절의 경계성을 정립하고자 하는 움직임은 찾아보기 힘들다. 디자인학과와 법학계의 여러 학자들은 학문의 사회적 책임감을 통렬히 느끼고 학술적 연구와 같이 패션디자인 표절의 기준 정립을 위한 학제적 노력을 기울여야만 한다. 이 같은 학제적 접근 시 단순히 학문적인 접근이 아닌, 창작자와 수요자의 시각을 고려해야 할 필요가 있다. 그 배경으로는 디자인의 도용을 진행하는 주체가 창작자의 구성원 중 일부이며, 패션은 예술적 가치뿐만 아니라 상품성을 지니고 있음으로 이를 구매하는 수요자가 납득할 만한 기준을 정립해야 할 필요가 있기 때문이다. 즉, 서로 공감할 수 있는 중립적 결과를 도출해야 하는 상황에서 서로 다른 위치에서 오는 관점의 차이를 이해하고 이를 수용하고자 하는 열린 사고가 요구된다고 할 수 있다.

셋째, 교육적인 측면에서 지적재산권에 대한 교육안의 개발 및 실제적 도입이 필요하다. 지적 재산권 교육의 필요성은 앞서 살펴본 대학생들의 표절에 대한 긍정적인 인식에서도 여실히 드러난다고 할 수 있다. 또한, 현재까지 패션산업에서 진행되고 있는 패션디자인의 표절 문제는 지적 재산권에 대한 체계적인 교육의 부재로 우리 사회 전반에 걸쳐 이를 경시하는 풍조가 고착화되어 나타

난 결과라고 할 수 있다. 지적재산권에 관한 교육은 주로 법학 또는 창업학의 교육에서만 진행되고 있으며, 학교의 정규 교육과정에서 저작권 교육이 직접적으로 이루어지는 비중은 그리 높지 않은 것이 현실이다[37,38]. 이를 보완하기 위해서는 교육적인 측면에서 지적재산권에 대한 교육안을 개발해야 하며, 초등교육에서부터 대학교육에 이르기까지 지속적이고 체계적인 교육적 환경을 구축해야만 한다. 이를 통하여 학생들은 지적 재산권에 대한 중요성을 인지할 수 있으며, 향후 전공 분야의 전문가로 그 책무를 이행할 시 습득한 지식을 유용하게 활용할 수 있으리라 판단된다. 또한, 소비자의 입장에서 물품을 구매하는 학생들이 표절의 윤리적인 측면을 인지하고 표절 물품의 구매를 근절해 나간다면, 표절 상품은 점진적으로 감소되리라 사료된다. 이를 위해서는 다양한 분야에 종사하는 교육자들 스스로가 연령대에 적합한 교육안이 무엇인지 숙고하고, 이에 적합한 내용을 선별하는 역량 개발에 매진해야 하며, 교육기관에서도 지적재산권의 중요성을 인지하고 이를 적용하는 노력을 기울여야만 한다. 이 같은 일련의 과정들이 점진적으로 진행된다면, 더 나은 사회를 위한 교육의 본질적인 의미에 부합함과 동시에 디자인 표절로부터 창작자의 가치를 지킬 수 있는 사회적 생태계가 조성될 수 있으리라 사료하는 바이다.

넷째, 패션산업적인 측면에서 패션분야에서 활동하는 종사자들의 표절에 대한 인식 전환이 필요하다. 앞서 살펴본 법적 분쟁 중 판매자가 디자인의 유사성을 인지하였음에도 불구하고 망설임 없이 이를 고객에게 언급한 측면은 표절을 경시하는 관행이 패션산업에 얼마나 깊숙하게 자리 잡고 있는지를 보여주는 사례라고 할 수 있다. 현대 사회는 첨단 기술과 콘텐츠가 중요한 역할을 하는 4차 산업 시대로 지적 재산권의 중요성은 더욱 높아지고 있으며, 기업뿐만 아니라 국가 간의 분쟁으로까지 확대되고 있다. 이 같은 배경에는 지적재산권의 관리와 보호가 소홀할 시, 기업의 핵심 자산이 경쟁사 또는 국외로 유출되어 기업의 차별성이 상쇄됨으로써 막대한 경제적 손실을 얻게 되기 때문이다. 이 같은 시류의 변화 속에서 글로벌 패션 기업들은 적극적으로 자사 디자인과 상표권을 지키기 위해 표절 디자인의 법적 대응을 강화하고 있다. 하지만, 국내 패션업계는 영세업자부터 대기업에 이르기까지 표절을 하나의 관행처럼 여기는 복제 불감증이 만연해 있는 상황이 지속되고 있다[39]. 이는 결과적으로 한국의 패션 산업의 발전과 성장을 저해하는 요소로 작용하며, K-Fashion 또한 해외에서 표절로 인해 많은 피해를 입고 있다[40]. 이는 패션 산업에 종사하는 구성원

전체가 패션디자인 표절의 행위를 묵인하고 방조하는 비윤리적인 태도를 근절해야 함을 의미한다. 또한, 타인의 창작물을 사용하기 위해서는 금전적인 계약 또는 협업을 통해 상생할 수 있는 패션 문화를 정착시켜야 한다. 즉, 타인의 창작에 대한 가치를 존중하고자 하는 패션 산업의 인식변화가 선행될 시, 올바른 패션디자인 문화가 정착될 것이며, 한국 패션 산업의 경쟁력은 더욱 높아질 것으로 예상된다.

6. 결론

본 연구는 패션디자인의 표절과 관련된 법적 분쟁들의 사례 탐색과 대학생들이 패션디자인의 표절에 대하여 어떠한 인식을 함양하고 있는지 조명해보고, 패션디자인의 표절에 대한 함의점을 제시하고자 하는데 목적이 있다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 패션디자인 표절의 법적 분쟁은 의류, 소재 및 가방, 신발 등 패션산업의 전반에 걸쳐 나타나고 있었으며, 기업적인 측면에서 디자인 보호법 활용도 부족과 법적 측면에서 디자인 표절 기준의 모호함이 한계점으로 나타났다.

둘째, 대학생들의 패션디자인 표절에 대한 부정적 인식의 주된 내용은 표절 자체의 비윤리성, 상업성에 편중되는 패션 생태계 조성으로 인한 패션 산업의 성장 저해, 독창적인 디자인이 감소로 인한 소비자의 구매 욕구 저하의 견해가 나타났다. 디자인 표절에 대한 긍정적 인식의 주된 내용은 창조의 과정, 디자이너들 간의 경쟁적인 구도를 형성하여 패션 산업의 발전적 환경의 조성, 우수한 디자인을 경험하고 즐길 수 있는 기회의 확장의 견해가 나타났다. 또한, 디자인 표절의 가장 큰 원인은 표절에 대한 명확한 판단 기준의 부재에서 비롯된다는 인식을 가장 많이 갖고 있었다.

최종적으로 패션디자인의 표절과 관련된 법적 분쟁들의 사례와 대학생들의 패션 디자인 표절에 대한 인식을 토대로 제시한 함의점은 정책적인 측면에서 실효성 있는 제도적 개선, 학문적인 측면에서 패션디자인 표절에 대한 명확한 기준의 정립, 교육적인 측면에서 지적재산권에 대한 교육안의 개발 및 실제적 도입, 패션산업적인 측면에서 패션분야 종사자들의 표절에 대한 인식 전환이 요구된다고 할 수 있다. 이처럼 패션디자인의 표절을 해결할 수 있는 방법들은 다양하게 존재한다. 현재까지 우리사회에서 패션디자인의 표절이 근절되지 않고 있는 배경에는

이를 해결하고자 하는 실천적 자세의 부족과 책임의식의 결여에서 기인된다고 할 수 있다. 패션산업의 종사자들 뿐만 아니라 우리 사회의 구성원 모두가 패션 디자인의 표절에 대한 관심을 기울이고, 조금씩 변화해 나가고자 하는 노력을 기울인다면 패션 산업의 경쟁력은 그 어느 때보다 높일 수 있으리라 사료된다.

References

- [1] A plagiarized university town... Infinite 'copy' from assignment to thesis [Internet]. Herald Corporation [cited 2015 September. 12], Available From: http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20150911000761&md=20150914003846_BL (Accessed July. 17, 2020)
- [2] K. S. Cho, "A study of the possibility of legal protection of fashion designs under the copyright law: Based on the review of the requisites of works of authorship and their types", *Journal of the Korean Society of Costume*, Vol.64, No.1, pp.123-135, 2014. DOI: <http://dx.doi.org/10.7233/jksc.2014.64.1.123>
- [3] J. Lee, Y. Lee, "The perceptions of U. S. fashion industry professionals' on fashion design copyright law and creativity in fashion product development process", *Journal of Korea Design Forum*, Vol.40, No.0, pp.323-334, 2013. DOI: <http://dx.doi.org/10.21326/ksdt.2013.40.030>
- [4] Y. Yoon, "Study for the protection method of fashion design by copyright law", *Journal of hongik law review*, Vol.20, No.1, pp.853-881, 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.16960/jhlr.20.1.201902.853>
- [5] B. Hong, H. Suk, E. Lee, "A qualitative study on design copying of fashion industry", *Fashion & Textile Research Journal*, Vol.13, No.4, pp.560-571, 2011. DOI: <http://dx.doi.org/10.5805/KSCI.2011.13.4.560>
- [6] J. H. Kim, J. Y. Lee, "Diachronic network analysis on variable factors for enhancing the values of apparel industry in South Korea -Focused on fashion newspaper articles-", *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, Vol.21, No.2, pp.551-564, 2020. DOI: <http://dx.doi.org/10.5762/KAIS.2020.21.2.551>
- [7] Plagiarism [Internet]. Doopedia [cited n. d.], Available From: http://www.doopedia.co.kr/doopedia/master/master.do?method=view&MAS_IDX=101013000963333 (Accessed July. 22, 2020)
- [8] S. Bae, *Plagiarism is determined by the composer's voluntary proposed diagnostic process: Domestic and foreign musical works Analysis of the types of plagiarism*. Master's thesis, Kyunghee University, Yongin, Korea, pp.1-97, 2014.
- [9] S. Hong, *A legal study on the standard of judgment on the copyright infringement of cinematographic works*. Master's thesis, In-ha University, Incheon, Korea, pp.1-94, 2008.
- [10] X. Cao, *A study on the characteristics of parody in animation: Focused on the animations of USA, Japan and China*. Master's thesis, Hoseo University, Asan, Korea, pp.1-68, 2019.
- [11] I. H. Kim, *Learner's Korean dictionary*. p.1-2152, Kumsung Publishing Co., Ltd., 2004.
- [12] L. Hutcheon, *A theory of parody* (S. G. Kim, Y. B. Yoon, Trans.), pp.1-294, Moonye Publishing Co. Ltd., 1998.
- [13] Hommage [Internet]. Doopedia [cited n. d.], Available From: http://www.doopedia.co.kr/doopedia/master/master.do?method=view&MAS_IDX=101013000898359 (Accessed July. 22, 2020)
- [14] C. S. Hemphill, J. Suk, "The law, culture, and economics of fashion", *Stanford Law Review*, Vol.61, No.5, pp.1147-1201, 2009.
- [15] K. Raustiala, C. Springman, "The piracy paradox: Innovation and intellectual properties in fashion design", *Virginia Law Review*, Vol.92, No.8, pp.1687-1777, 2006.
- [16] B. Hilton, C. J. Choi, S. Chen, "The ethics of counterfeiting in the fashion industry: Quality, credence and profit issues", *Journal of Business Ethics*, Vol.55, No.4, pp.343-352, 2004. DOI: <http://doi.org/10.1007/s10551-004-0989-8>
- [17] Y. Kim, "Analysis of actual condition of counterfeits and anti-counterfeiting strategies of Korean fashion firms", *Family and Environment Research*, Vol.42, No.1, pp.53-67, 2004.
- [18] Y. Hwang, "Intellectual property rights in fashion industry and the problems of legal protections", *Business Law Review*, Vol.26, No.1, pp.333-358, 2012.
- [19] S. Yook, "Legal protection of fashion design", *The Journal of Intellectual property*, Vol.5, No.2, pp.81-109, 2010.
- [20] S. Y. Lee, *A study on the legal protection of fashion designs*. Master's thesis, Korea University, Seoul, Korea, pp.1-141, 2013.
- [21] H. Y. Park, *Protection strategy for fashion design*. Master's thesis, Hongik University, Seoul, Korea, pp.1-127, 2014.
- [22] Court quarrel over "Long padding shape"... Law "It's not a plagiarism because it is a common design" [Internet]. Herald Corporation [cited 2018 January. 9], Available From: <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20180109000146> (Accessed July. 17, 2020)
- [23] Long padding is common design, similar appearance is not plagiarism [Internet]. Herald Corporation [cited 2018 January. 9], Available From:

- <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20180109000413> (Accessed July. 17, 2020)
- [24] Ssangbangwool give up appeal to Burberry...With paying a fine [Internet]. ChosunBiz [cited 2015 January. 23], Available From: https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2015/01/23/2015012301420.html (Accessed July. 17, 2020)
- [25] 'Check pattern' Burberry, Win a lawsuit against Ssangbangwool [Internet]. NEWSIS [cited 2014 December. 25], Available From: https://newsis.com/ar_detail/view.html?ar_id=NISX20141224_0013377574&cID=10201&pID=10200 (Accessed July. 17, 2020)
- [26] A Hermes bag with 'eyeball'? What should I do? [Internet]. KBS NEWS [cited 2020 July. 9], Available From: <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=4490777&ref=A> (Accessed July. 17, 2020)
- [27] Hermes wins final supreme court violation of 'eyeball bag' [Internet]. Fashionbiz [cited 2020 July. 13], Available From: <http://www.fashionbiz.co.kr/article/view.asp?idx=179202> (Accessed July. 25, 2020)
- [28] Ferragamo vs. DAKS 'Ribbon Shoes' lawsuit... Court admits "DARKS plagiarism" [Internet]. Etoday [cited 2016 May. 24], Available From: <https://www.ETODAY.CO.KR/news/view/1333520> (Accessed July. 17, 2020)
- [29] Patented to Burberry check, Gucci G logo and the sole of a shoe...'Patent war without gunshot' of luxury brands [Internet]. Chosunilbo [cited 2017 February. 25], Available From: https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2017/02/24/2017022401914.html(Accessed July. 17, 2020)
- [30] Questionnaire method [Internet]. Namuwiki [cited 2020 July. 12], Available From: <https://namu.wiki/w/%EC%A7%88%EB%AC%B8%EC%A7%80%EB%B2%95> (Accessed September. 12, 2020)
- [31] Fashion designer "Copyright protests, 'If you feel victimized, become more famous'" [Internet]. Nocutnews Times [cited 2019 May. 1], Available From: <https://www.nocutnews.co.kr/news/5144094> (Accessed July. 17, 2020)
- [32] Y. Jung, *A study on the characteristics of convergent design in the experiential space of sports brands based on experiential marketing*, Master's thesis, Hanyang University, Seoul, Korea, pp.1-163, 2018.
- [33] Man who wants to challenge God. This life is hard [Internet]. JoongAng Sunday [cited 2019 August. 17], Available From: <https://news.joins.com/article/23554300> (Accessed July. 17, 2020)
- [34] Luxury is good, but consumers hate expensive luxury [Internet]. Hankookilbo [cited 2015 November. 11], Available From: <https://www.hankookilbo.com/News/Read/201511110480585609> (Accessed July. 17, 2020)
- [35] Lessons from fashion free culture [Internet]. TED [cited 2010 April], Available From: https://www.ted.com/talks/johanna_blakley_lessons_from_fashion_s_free_culture?language=ko (Accessed July. 17, 2020)
- [36] Saint Laurent and design patent [Internet]. Kyongbukilbo [cited 2020 April. 23], Available From: <https://www.kyongbuk.co.kr/news/articleView.html?idxno=2038043> (Accessed July. 17, 2020)
- [37] H. J. Choi, *A study on the theoretical issues of copyright education in elementary school*, Master's thesis, Gyeong National University of Education, Incheon, Korea, pp.1-111, 2013.
- [38] J. Seo, "The necessity and the task of education on the protection of intellectual property rights in the art class", *Journal of Learner-Centered Curriculum and Instruction*, Vol.16, No.6, pp.717-732, 2016.
- [39] Indiscreet counterfeit products, a stumbling block to the development of Korea fashion industry [Internet]. Fashion Journal [cited 2015 July. 31], Available From: <http://okfashion.co.kr/detail.php?number=38818&thead=81r15r06> (Accessed July. 17, 2020)
- [40] The warning of 'K Fashion Replica' in China Tmall [Internet]. Maeil Business [cited 2018 August. 5], Available From: <https://www.mk.co.kr/news/business/view/2018/08/490444/> (Accessed July. 17, 2020)

김 장 현(Jang-Hyeon Kim)

[정회원]



- 2010년 8월 : 중앙대학교 일반대학원 의류학과 (의류학석사)
- 2016년 8월 : 중앙대학교 일반대학원 패션디자인학과 (패션예술학 박사)
- 2017년 3월 ~ 현재 : 중앙대학교 패션전공 강의전담교수

<관심분야>

패션디자인, 복식미학, 스포츠패션디자인, 디지털패션디자인