

제프 쿤스(Jeff Koons)의 작품을 응용한 라운지 웨어 디자인

박나리 · 이윤미* · 이연희†
한양대학교 의류학과, 한양여자대학 니트패션디자인과*

The Application of Jeff Koons' Works in Lounge Wear Design

Nari Park, Yoon-Mee Lee* and Youn-Hee Lee†

Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University

Dept. of Knit Fashion Design, Hanyang Women's College*

(2008. 10. 2. 접수일 : 2009. 3. 31. 수정완료일 : 2009. 4. 25. 게재확정일)

Abstract

The purpose of this study was to inquire into lounge wear and Jeff Koons and to design lounge wear in which the works, *Balloon Dog*(1994~2000) and *Hanging Heart*(1994~2006), of Jeff Koons was applied. The concept of design was appealed as sensuousness, activeness, and comfort. The target of design was teens and those in their 20s. Knit or woven fabric in 100% cotton/silk and cotton blended was selected. The design had fitted silhouette and the items were bras, panties, pajama pants, shorts, robes, slippers etc. Adobe Illustrator CS2 and Adobe Photoshop CS2 program were used for the design. In the lounge wear in which *Balloon Dog* applied, main color was red, blue, and green with pale tone and frills and pleats were selected for the details. Elastic blended fabric was used for the comfortable. Variety application of color and patterns were conducted for rhythmical visual. In the lounge wear design in which *Hanging Heart* applied, main color was also red, blue, and green with pale tone. Halter neck and robes were selected for the sexy looking. Cool and soft feelings were pursued through use of cotton and silk blended fabrics or stripes patterns. The result of this study may give valuable information to merchandisers and designers who develop lounge wear. It may also provide designers who use computer program such as Adobe Illustrator and Adobe Photoshop as design tools with useful examples.

Key words: lounge wear(라운지 웨어), Jeff Koons(제프 쿤스), pop art(팝아트).

I. 서 론

세계적으로 291억 5천만 달러 규모의 속옷 시장은 경쟁이 치열한 의류부분 중의 하나이며, 많은 세계적 브랜드들이 유명 유통업체들의 자체 브랜드와 경쟁

을 하고 있다. 속옷 시장은 소비자의 요구와 브랜드 특성뿐 아니라 개발도상 지역 소비자들의 서구식 라이프 스타일 제품 구매 여부에 의해서도 영향을 받는다¹⁾. 영국의 경우, 2004년 동안 속옷의 판매는 6,500억 원으로 전년도 대비 20% 증가하였으며, 속옷의 트렌드는 나이트 웨어 시장에 활기를 주어 매출이 전

† 교신저자 E-mail : yiyhee@hanyang.ac.kr

1) 한국무역협회 “란제리 시장 동향 및 트렌드 전망,” [웹사이트] (2006년 1월 27일 [2007년 6월 26일 검색]); available from World Wide Web@<http://www.kita.net/newtri/market/marketview>

년 대비 3.5%가 증가한 1조 5,000억 원을 기록하였다. Mintel의 마켓 리서치에 의하면 향후 5년 내에 나이트 웨어 시장의 규모는 14% 이상 증가할 것으로 예측되며, 파자마에 패션성을 가미하여 잠옷 이상으로 이용되는 트렌드를 보이고 있다고 하였다²⁾.

국내 상황을 살펴보면 2003년부터 시작된 경제의 저성장 국면 속에서 패션 산업은 전반적인 시장의 위축으로 상당한 구조조정과 질적 변화를 겪고 있다. 국내 패션산업의 경우, 2004년 약 11조 1천억 원으로 전년 대비 0.5% 상승하였으며, 2004년 상반기 전체적인 속옷 시장규모는 약 4,000억 원대로 전년도보다 1% 가량 줄었지만 40~50대를 타깃으로 하는 고가 제품들과 10~20대를 겨냥한 틈새 제품들은 매출이 큰 폭으로 늘어났다³⁾. 2004년 전체 의류시장에서 점유율을 높인 속옷 시장의 성별 및 연령별 추세를 살펴보면, 30~50대 여성의 속옷 시장이 절대적인 지배력을 가지고 있으며, 2000년 이후 조금씩 점유율이 감소하던 20대 여성 속옷의 규모도 확대됨에 따라 국내 속옷 시장의 활황을 뒷받침해 주고 있다⁴⁾.

속옷 시장에서 눈에 띄는 변화로는 여성 고객들을 타겟으로 한 수입 속옷 브랜드들이 지속적으로 한국에 진출하고 있다는 점을 들 수 있다. 국내 여러 유통업체에서는 미국의 유명 속옷 브랜드인 ‘빅토리아 시크릿’을 중심으로 여러 종류의 라제리 편집매장을 입점시키고 있다. 이러한 해외 속옷 브랜드들은 국내 속옷 브랜드에 비해 2~3배 가격이 높음에도 불구하고 독특한 디자인과 패션성으로 국내 소비자들에게

좋은 반응을 얻고 있다. 국내에 진출한 수입 속옷 브랜드 시장은 약 800억 원대에 불과하지만, 차별성 있으며 독특한 디자인의 속옷을 추구하는 소비자들이 급속도로 늘어남에 따라 향후 두 배 이상의 성장을 예상하고 있다⁵⁾. 이러한 추세를 타고 의류 업체들의 속옷 시장 진출이 늘어남에 따라 의류 브랜드의 인지도를 가지고 이너 웨어 라인을 확대하여 소비자 선택의 폭을 넓혀 신수요를 창출하는 브랜드들도 늘어나고 있다. 최근 의류 브랜드에서 출시하는 속옷의 품목으로는 기능성 속옷보다 패션성에 중심을 둔 속옷이 주를 이루고 있는데⁶⁾, 속옷 시장의 패션화 경향은 매출증가에 중요한 요인이 되어주고 있다. 여기서 패셔너블한 아이템인 라운지 웨어에 대한 소비자들의 수요 또한 점차 늘어나고 있으며, 속옷의 패션화 경향은 젊은 소비자들이 라운지 웨어를 선호하는 이유가 되기도 한다. 이렇게 속옷은 잠옷의 기능에서 좀 더 확대되어 일상생활의 실내에서 편안하고 패셔너블하게 착용할 수 있는 퀄리티 아이টে으로 진화하고 있는 것이다. 이러한 현상은 2000년 이후에 나타난 유행의 다원화에 따라 즐거움과 유머를 추구하는 팝아트적인 요소들이 패션으로 옮겨가면서 속옷 시장의 변화에도 영향을 주고 있는 것이라 해석할 수 있다.

그간 속옷에 대한 연구에서는 속옷의 착용 실태⁷⁾나 디자인 유형⁸⁾ 및 국내 캐릭터를 응용한 이너 웨어 디자인에 관한 연구⁹⁾, 재질에 따른 속옷의 기능성 연구¹⁰⁾, 속옷의 걸맞화에 따른 유행현상 연구¹¹⁾ 및 속옷의 시각적 감성연구¹²⁾ 등이 다소 이루어져 왔다. 그

2) 삼성디자인넷 “Pajama trend와 나이트 웨어 시장,” [웹사이트] (2005년 3월 1일 [2007년 6월 26일 검색]); available from World Wide Web@http://www.samsungdesign.net/include/GlobalInfonews_print.asp?tablename=GlobalInfoHot_IssuesNews&an=34

3) 삼성디자인넷 “2005년 패션시장분석,” [웹사이트] (2005년 1월 31일 [2007년 6월 27일 검색]); available from World Wide Web@<http://www.samsungdesign.net/Report/Report/list.asp?an=369jsp?no=13285&>

4) 삼성디자인넷 “2004 감성 이너 웨어 시장 동향,” [웹사이트] (2004년 12월 20일 [2007년 6월 16일 검색]); available from World Wide Web@<http://www.samsungdesign.net/Report/IndustryTrend/Marketing/list.asp?an=97>

5) “2004 감성 이너 웨어 시장 동향,” *Ibid.*

6) “패션업체, 이너웨어 라인 확대,” *어패럴뉴스* [온라인 저널] (2007년 3월 26일 [2007년 6월 26일 검색]); available from World Wide Web @ <http://www.appnews.co.kr/>

7) 권수애, 김은영, 최종명, 이은경, “여름용 잠옷착용실태와 구매행동에 관한 연구,” *한국의류학회지* 24권 6호 (2000). pp. 838-849.

8) 위은하, “라제리 디자인의 이미지 유형과 특징,” *대한가정학회지* 42권 5호 (2004). pp. 27-37.

9) 이미숙, 어미경, 이연희, “국내 캐릭터를 이용한 이너 웨어 디자인 개발: 1925 감성 세대를 중심으로,” *복식문화연구* 14권 3호 (2006), pp. 443-456.

10) 정인희, “국내 라제리 소재 현황에 관한 연구,” *한국색채학회지* 17권 2호 (2003). pp. 45-55.

11) 윤진아, 이명희, “라제리룩의 디자인 분석 및 실물 패턴 제작,” *복식* 56권 7호 (2006). pp. 152-166.

러나 급속도로 성장하는 수입 속옷 브랜드들에 대응하고, 현재 속옷의 세계적 트렌드인 팝아트적 패션성에 초점을 맞춘 차별화된 제품 디자인을 설계한 연구는 부족한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 라운지 웨어의 개념 고찰과 시장현황을 알아보고, 현대 팝아트의 대표적인 작가 Jeff Koons에 대하여 고찰하고, 세계적인 속옷 산업의 활성화에 입각하여 팝아트 감성을 접목시킨 Jeff Koons 작품을 응용하여 차별화된 라운지 웨어 디자인을 제시하는데 목적이 있다. 본 연구에서는 라운지 웨어의 개념과 시장현황 및 Jeff Koons에 대하여 알아보기 위하여 관련 서적과 인터넷을 통하여 정보를 수집하였으며, Jeff Koons 작품을 응용한 라운지 웨어 디자인을 제시하기 위하여 Adobe Illustrator CS와 Adobe Photoshop CS2 프로그램을 사용하였다.

II. 이론적 배경

1. 라운지 웨어(Lounge Wear)의 개념 및 시장현황

라운지 웨어(lounge wear)는 사전상의 용어로는 평상복, 특히 집에서 편하게 입는 옷을 의미한다¹²⁾. 또한, 패션 용어로는 실내복, 방안에서 휴식을 취할 때 입거나 편안히 쉬기 위하여 입는 옷으로써 견이나 폴란넬이라 할지라도 브로케이드 풍으로 된 것을 안감으로 하여 여밈은 단추로 하지 않고 끈으로 헐렁하게 매는 형식으로 되어 있는 옷을 의미한다¹⁴⁾. 라운지 웨어는 일반적으로 이너 웨어(속옷)의 하위개념으로 여겨지고 있는데 속옷을 크게 세 가지로 분류하여 보면 체형 보정을 위한 브래지어, 거들, 코르셋 등과 같은 것을 파운데이션이라 하고, 슬립, 캐미솔, 팬티 등과 같은 것을 란제리라 하며, 로브, 파자마와 같은 것을

라운지 웨어라 할 수 있다¹⁵⁾.

라운지 웨어의 상위 개념인 이너 웨어 시장현황을 살펴보면, 국내의 경우 과거에는 소수의 이너 웨어 브랜드들이 시장을 점유하고 있어 상대적으로 비 경쟁적이었으나 현재는 소비자들이 이너 웨어를 아웃 웨어처럼 받아들이고 코디하기 시작하면서 그 시장 규모가 점점 늘어나며 점차 세분화 되고 있다. 특히 젊은 세대를 타겟으로 하는 이너 웨어 브랜드의 시장 규모가 늘어나면서 ‘쌍방울’, ‘이플립’, ‘좋은 사람들’의 ‘에스’, ‘에신 퍼슨스’의 ‘마루’ 이너 웨어 등의 브랜드에서는 차별화된 마케팅 전략과 디자인으로 소비자들을 확보하고 치열한 유통망 경쟁을 벌이고 있는 상황이다¹⁶⁾. 이러한 실정에 따라 이너 웨어 업계에서는 차별화 된 마케팅 전략을 앞다투어 내세우고 있는데, 그 일환으로 이색적인 이벤트를 통하여 소비자들의 관심을 끌고 있다. ‘엠코르셋’의 ‘르페’는 문화마케팅에 주력하는 경우로써 영화에 의상을 협찬하거나 홈페이지를 통하여 고객들이 직접 속옷을 착용하고 찍은 베스트 사진을 선정함으로써 신세대들의 심리와 매치시키려는 노력을 하고 있다. 따라서 점차 이너 웨어 시장이 포화상태로 감에 따라 이러한 현상은 가속화 될 것으로 전망한다¹⁷⁾.

20~30대를 타겟으로 하는 감성 란제리 시장이 주목을 받으면서 감각적인 컬러와 디자인의 제품이 잇달아 출시되고 있어 감성 란제리의 매출은 점차 신장하고 있다. 이를 반영하듯이 ‘에블린’은 2006년 상반기 전년 대비 매출이 30% 신장하여 160억 원을 보도한 바 있으며, ‘엘르 이너 웨어’는 2005년 47%, 2006년 25% 성장률을 기록하였다. 또한, BYC에서도 20대 초 중반을 타겟으로 하는 ‘셋’을 런칭하여 패셔너블하고 모던한 감각의 신세대를 겨냥하고 있다¹⁸⁾.

12) 윤진아, 이명희, “란제리류의 노출 부위에 따른 시각적 평가,” 복식문화연구 14권 2호 (2006). pp. 320-333.

13) 다음 영어사전 “lounge wear,” [온라인 사전] ([2008년 9월 22일 검색]); available from World Wide Web@http://engdic.daum.net/dicen/view_detail.do?q=lounge%20wear&qalias=E677590

14) 삼성디자인넷 “라운지 웨어/lounge wear,” [웹사이트] ([2008년 9월 22일 검색]); available from World Wide Web@<http://www.samsungdesign.net/Databank/Encyclopedias/FashionDictionary/result.asp?an=4077>

15) 이미숙, 어미경, 이연희, *Op. cit.*, p. 445.

16) “2004 감성 이너 웨어 시장 동향,” *Op. cit.*

17) “이너 웨어, 이색마케팅 눈길,” 한국섬유신문 [온라인저널] (2005년 8월 29일 [2007년 6월 16일 검색]); available from World Wide Web@<http://www.ktnews.com>

18) “2030세대 감성 란제리 뜬다,” *어패럴뉴스* [온라인 저널] (2006년 7월 10일 [2007년 6월 16일 검색]); available from World Wide Web@<http://www.appnews.co.kr>

라운지 웨어의 예로써, <그림 1>은 세계적인 속옷 브랜드 Victoria's Secret에서 발표한 2009 S/S 라운지 웨어 디자인이다. 편안하며 활동적인 디자인에 귀여운 이미지를 접목시켰음을 알 수 있다. 또 <그림 2>는 스페인의 대표적인 속옷 브랜드 Women Secret의 2007년도 라운지 웨어인데, 자연스러우면서도 부드럽고 여성적인 이미지를 강조한 디자인임을 알 수 있다. <그림 3>은 미국의 영캐주얼 브랜드 Old Navy 2009년 라운지 웨어 라인이다. 좀더 활동적이며 캐주얼한 이미지를 강조시킨 10대 후반을 타겟으로 하는 디자인임을 알 수 있으며, <그림 4>는 영국 브랜드인 Hush의 2008년 라운지 웨어인데 20대 중반을 타겟으로 하며, 소프트한 컬러를 사용함으로써 포근한 느낌과 예코적인 이미지를 강조한 디자인을 선보였다.

이렇게 업계에서는 신세대들의 속옷에 대한 변화한 인식에 발맞추어 그들의 욕구 변화를 정확하게 읽어내는 10대 후반에서 20대 초반의 젊은 감성세대를 위한 속옷을 내놓기 시작하였다. 젊은 감성세대들의 특징을 조사한 연구결과¹⁹⁾를 분석해 보면 이들은 정형적이지 않고 역사가 있는 것에 매력을 느끼고, 유머와 재미를 추구하는 감성으로써 키티트 트렌드를 중심으로 펀(fun) 마케팅에 있어서 중요한 타겟이 된다. 이들의 라이프 스타일로는 트렌드를 선호하는 집단, 개인주의, 멀티 지향집단, 즐기기 좋아하는 개방형 집단이 전체의 49%를 차지한다. 또 10대, 20대들의 속옷 시장 규모가 전체의 30% 이상을 차지할 만큼 잠재력이 있는 집단이기 때문에 이들의 세대를 겨냥하여 기업에서도 젊은 유동인구가 많은 명동이나



<그림 1> Victoria's Secret (2009 S/S).



<그림 2> Women' Secret (2007 S/S).



<그림 3> Old Navy (2009 S/S).



<그림 4> Hush (2008 S/S).

역세권 등에 매장을 집중적으로 개설하는 등의 유통망 확보 경쟁이 치열한 상황이며, 마케팅 방향도 이들의 특색에 맞도록 이색적인 이벤트, 영화나 공연 티켓을 배부하는 문화마케팅을 하는 등 주요 구매 고객을 놓치지 않기 위한 전략으로 점차 변화되고 있는 실정이다²⁰⁾. 따라서 현재 라운지 웨어의 시장현황을 종합해 보면, 이너 웨어를 아웃웨어처럼 받아들여 실

19) Firstviewkorea, "1924 Consumer Mind Report For Strategy Inspiration," 5th Special Seminar (2004).

20) "2004 감성 이너 웨어 시장 동향," Op. cit.

내복으로만의 착용이 아닌 여가 실외 생활에서 편안하게 착용이 가능한 라운지 웨어에 대한 소비자들의 수요의 확산과 그 디자인이 패션성으로 옮겨가고 있다는 점, 그리고 소비자들의 연령층이 과거에 비하여 점차 낮아서 10대 후반과 20대 초반들이 주를 이루고 있다는 점을 들 수 있겠다.

2. 팝아트와 제프 쿤스

1) 팝아트

팝아트(Pop Art)는 20세기 대표적인 예술 운동 중의 하나로, 1950년대 중반 영국에서부터 1950년대 후반 미국에서 일어난 시각적 예술 운동이다²¹⁾. 팝아트는 20세기 이전의 기존적이며 획일적인 전통사회에 대한 반항 내지는 경멸감의 표시로 허무주의, 파괴, 부조리 등에 관해 표현한 것이라 할 수 있는데, 이것은 현대 기계 문명과 상업주의의 팽배 속에서 기존의 관념과 표현방법으로부터 해방되어 예술의 무한한 전개를 가능하게 하였다²²⁾. 광고나 코믹 서적과 같은 대중문화로부터 도입된 팝아트는 소비자의 환경과 정신상태를 반영하는데, 이는 고상하고 아름다운 것보다는 평범하고 속된 것, 난해하고 애매모호한 것보다는 쉽고 간편한 것을 내세우며, 수용태도 면에서도 파괴와 부정보다는 긍정과 탐색에 관심을 주어 유머와 유희등과 같이 낙천적 특징을 강하게 보이는 특정 예술이라고 할 수 있다²³⁾. 따라서 팝아트는 소비자들에게 익숙한 일상생활의 평범한 물체들을 기호나 기호체계로 사용하여 개인의 개성을 숨긴 대중적 이미지의 비 개성, 기존의 사고의 틀을 깨 방방적인 전위적 표현, 성을 상품화하는 현대의 성 개념에 회화적

의미를 가미한 에로티시즘 그리고 긍정적인 낙천성과 유머를 그 기호체계들의 상징으로써 보여준 예술이다²⁴⁾. 팝아트의 영향을 받은 패션은 1960년대 젊은 세대들이 쉽게 구입하고 소모할 수 있는 그들만의 패션을 추구하면서 발전하기 시작하였다. 이들은 대량 생산과 대량 소비 사회에 적합한 유머와 재치가 있는 의상을 즐겨 착용하였다²⁵⁾. 또한, 독특하고 개성적인 스타일로써 기성의 디자이너들에게 패션디자인 창조 의 영감을 제공하는 원천이 되었다²⁶⁾.

2) 제프 쿤스

제프쿤스(Jeff Koons, 1955~)는 뉴욕 출신으로, 시카고 예술 학교와 매릴랜드 예술학교에서 회화(painting)를 전공하였다. 대학 졸업 후 Wall Street commodities broker에서 일을 하면서 예술가의 입지를 굳혔다. 그는 1980년대 주목을 받기 시작하여 뉴욕의 허드슨과 브로드웨이에 있는 SoHo에서 공장형 스튜디오를 운영하게 되었다²⁷⁾. 제프 쿤스는 전위적 경향을 띤 미국 현대미술의 대표적인 작가로 초기 작품들은 주로 기성품을 이용한 조각 작품으로 스테인리스로 만든 실내장식물을 복제하였으며, 나무, 대리석, 유리, 스테인리스 등 다양한 물질을 조각과 회화, 사진, 설치 등 모든 기술을 동원하여 작품화하였으며, 대중적인 기가 있는 키치, 팝아트와 고급 예술 사이의 관계를 탐구하여 현대 미국의 모습을 조명한 작가이다²⁸⁾.

그의 대표적인 작품을 살펴보면, <그림 5>의 *Rabbit* (1986)은 스테인리스의 반짝임에서 왜곡적인 거울효과를 통하여 관람자와 대립적인 관계를 보여주고 있다. 이렇게 제프 쿤스는 관람자과의 모순되는 관계를 토끼를 통하여 코믹하고 즐겁게 표현하고자 했던 것

21) L. Alloway, *Topics in American Art since 1945*, (New York: W.W. Norton and Company, 1975), p. 119.

22) 위재선, 나수임, “현대복식에 나타난 팝아트 요소의 코드화: 2000년대 초기를 중심으로,” *복식문화연구* 12권 3호 (2004), p. 443.

23) 양선미, “1990년대에 재표현된 Pop Art의 특성에 관한 연구” (세종대학교 대학원 석사학위논문, 1996), p. 7.

24) S. Harrison, *Pop Art and the Origins of Post-modernism*, (London: Cambridge University Press, 2001), p. 25.

25) 김명주, 김문숙, “현대복식과 에로티시즘(Eroticism)적 표현에 관한 연구: 초현실주의, 팝아트, 포스트모더니즘,” *한국의류학회지* 18권 4호 (1994), p. 465.

26) 위재선, 나수임, *Op. cit.*, p. 453.

27) Wikipedia “Jeff Koons,” [website] (May 2007 [retrieved 8 June 2007]); available from World Wide Web @ http://en.wikipedia.org/wiki/Jeff_Koons

28) 두산세계대백과 “쿤스, Jeff Koons (1955),” [온라인 사전] ([2007년 5월 3일 검색]); available from World Wide Web @ http://www.encyber.com/search_w/ctdetail.php?gs=ws&gd=&cd=&d=&k&inqr=&indme=&p=1&q=jeffkoons&masterno=745001&contentno=745001

으로 사료된다. <그림 6>의 *Puppy*(1992~2000)는 미국의 록펠러 센터에 등장하여 큰 인기를 끌었던 거대한 강아지 조형물이다. 이 강아지는 제프 쿤스의 작품이 이상 야릇하며 독특하고 재미있는 이미지라는 특징이 외에도 막대한 제작비라는 특징을 갖고 있다²⁹⁾.

<그림 7>의 *Michael Jackson and Bubbles*(1988)은 세계적인 팝 스타 마이클 잭슨이 애완용 침팬지 버블스를 안고 있는 모습을 실물 크기로 제작한 것이다. 이 작품에서 제프 쿤스는 마이클 잭슨을 인증적인 조작자의 이미지를 부각시키면서 미국 사회에서 흑인임에도 불구하고 흑인이 아니어야만 백인 중산계층에게 인정받을 수 있다는 사회적 현실을 대변하였다. 인증의 특수성을 제거한 마이클 잭슨이 침팬지를 연인처럼 안고 있는 모습을 표현함으로써 정체성을 상실한 대중문화를 단편적으로 표현했다고 할 수 있다³⁰⁾. <그림 8>의 *Balloon Dog*(1994~2000)은 2008년 9월 프랑스 베르사유 궁전(Chateau de Versailles)에 설치된 바 있으며, 현대 미술을 대표하는 제프 쿤스가 프랑스의 역사적 명소에 전시회를 가져 큰 이슈가 되기도 하였다. <그림 9> *Hanging Heart*(1994~2006)는 제프 쿤의 설치작품으로써 12년에 걸쳐 만든 다섯 점의 시리즈 중의 한 점이다. 2007년 2,360만 달러(약 270억 원)에 낙찰되어 현존하는 예술작가 중 가장 높은 경매가를 자랑하는 상업적인 아티스트임을 과시하였다³¹⁾.

제프 쿤스 작품의 결정적인 포인트는 예술 작품의 숨겨진 의미 자체를 거부하는 것에 있다고 할 수 있다. 이는 작품 자체가 가지고 있는 의미와 타인에게 받아들여지는 의미와의 갭이 없이 단순하게 첫눈에 느껴지는 느낌을 주장하는 것이다³²⁾. 그가 일상에 존재하는 사물이나 대중매체에서 가져온 만화 캐릭터, 마이클 잭슨 등을 재현한 목적은 대중과 소통하고자 하는 것이었으며, 그는 그의 생각을 대중이 쉽게 인식할 수 있는 소재를 골라 자신의 생각을 강요하지 않고 코믹적인 요소를 가미하여 자신의 의사를 전달하고 있다³³⁾.



<그림 5> *Rabbit*(1986).



<그림 6> *Puppy*(1992~2000).



<그림 7> *Michael Jackson and Bubbles*(1988).



<그림 8> *Balloon Dog*
(1994~2000).



<그림 9> *Hanging Heart*
(1994~2006).

Ⅲ. 연구방법

1. 제프 쿤스 작품 선정 및 디자인 구성

본 연구에서는 현존하는 팝아트 작가이며 대중적

29) 정윤아, *뉴욕미술의 발견*, (서울: 아트북스, 2003), p. 208.

30) 이소영, “제프쿤스의 작품세계에 대한 연구: 상반된 논란을 중심으로” (홍익대학교 대학원 석사학위논문, 2002), p. 26.

31) Daniel B. Schneider, “Jeff Koons,” *Artforum* Vol. 46 No. 8 (2008), p. 310.

32) “Jeff Koons,” *Op. cit.*

33) 이소영, *Op. cit.*, p. 26.

인 인기와 그의 작품세계를 세계적으로 인정받고 있는 제프 쿤스의 작품을 응용하여 라운지 웨어 디자인을 전개하고자 하였다. 디자인 전개에 앞서 제프 쿤스의 작품 중 가장 대표적이며 단순화하기 용이하고 대중에게 쉽게 다가갈 수 있다고 판단되는 두 작품, 즉 *Balloon Dog*(1994~2000)과 *Hanging Heart*(1994~2006)를 선정하여 평면으로 패턴화 시켰으며, 컬러의 다양한 전개 및 방법을 통하여 라운지 웨어 디자인에 응용하였다.

디자인 테마로는 08 S/S 패션 트렌드³⁴⁾의 테마에 영향을 받아 모던한 미니멀리즘(minimalism)을 선택하였다. 컨셉은 두 가지 컨셉으로 *Balloon Dog*(1994~2000)을 응용한 발랄하면서 활동적이며 귀여운 이미지의 라운지 웨어와 *Hanging Heart*(1994~2006)를 응용한 여성스러우며 사랑스럽고 부드러운 이미지로써 제프 쿤스의 작품을 단순화하여 팝아트적 감성의 라운지 웨어로 디자인하였으며, 감각적, 활동적, 편안함의 이미지로 표현하였다. 타겟으로는 자유로운 생활과 편안함을 추구하는 패션에 민감한 활동적인 10대 후반에서 20대 초반의 여성 소비자로 세분화 하였다. 칼라는 Musell color system³⁵⁾에서 pale tone의 5R, 5YR, 5G, 5P, 5Y에 해당하는 색상으로 사랑스러운 pale tone의 빨강, 주황, 초록, 보라, 노랑 색을 사용하였다. 소재로는 편안하고 쾌적한 느낌을 주는 100% 면, 면과 실크 혼방, 또는 신축성 소재 혼방의 니트(knit)와 우븐(woven)을 선택하였다. 실루엣으로는 편안하고 귀엽지만 여성스러움을 강조할 수 있도록 피트되는 실루엣을 사용하였으며, 아이템으로는 브레이지어, 팬티, 집업 점퍼, 라운지 파자마, 라운지 쇼츠, 로브, 슬리퍼 등을 선택하여 구성하였다(표 1).

본 연구의 디자인 전개를 위하여 Adobe Illustrator CS와 Adobe Photoshop CS2 프로그램을 사용하여 제프 쿤스의 작품을 단순화하여 소재에 프린트 될 패턴을 디자인한 후 다양한 색상 변화를 주어 팝아트적 감성을 표현하였다. 현재 섬유 관련 CAD 시스템은 국내에서도 활발하게 사용되고 있는 실정인데, 그 용도로는 단순 디자인, 컬러웨이용으로부터 선염, 자카

드 등의 직물 설계 및 생산, 날염 원단의 디자인을 비롯하여 제도, 제판 작업의 자동화 및 니트, 편직물 디자인에 이르기까지 그 사용범위가 다양하고 전문화되어 있다³⁶⁾. 따라서 점차 자동화되고 첨단화 되고 있는 의류산업의 환경 속에서 컴퓨터 CAD 시스템을 활용한 디자인 전개는 다양한 컬러와 패턴의 활용으로 업무시간의 단축과 디자인의 질을 향상시킬 수 있다고 판단된다. 따라서 본 연구에서의 디자인을 위한 Adobe Illustrator CS와 Adobe Photoshop CS2 프로그램의 사용은 연구의 목적과 취지에 적합하다고 생각된다.

IV. 결과 및 논의

1. 제프 쿤스 작품을 응용한 라운지 웨어 디자인 전개

제프 쿤스의 *Balloon Dog*(1994~2001)와 *Hanging Heart*(1994~2006) 작품을 응용하여 라운지 웨어 디자인을 전개하기 위하여 작품의 캐릭터를 단순화하여 패턴 디자인에 응용하였다.

1) *Balloon Dog*을 응용한 라운지 웨어 디자인

Balloon Dog(1994~2001)을 응용한 라운지 웨어 디자인은 라운지 웨어의 편안함과 여성스러움을 표현하기 위하여 pale톤의 빨강, 파랑, 초록의 색상을 주로 사용하였으며, 디테일에 있어서도 프릴이나 주름을 부분적으로 잡아주어 여성스러움을 강조하였다(표 2). 라운지 웨어의 대표적인 특징인 편안함을 위하여 버튼이나 지퍼의 사용은 제한하고 여밈이나 신축성 소재의 이용으로 활동성을 부여하였다. 패턴의 활용에 있어서도 컬러와 패턴의 사이즈를 다양하게 변화를 주어 시각적으로 경쾌함과 사랑스러운 느낌을 줄 수 있도록 디자인하였다.


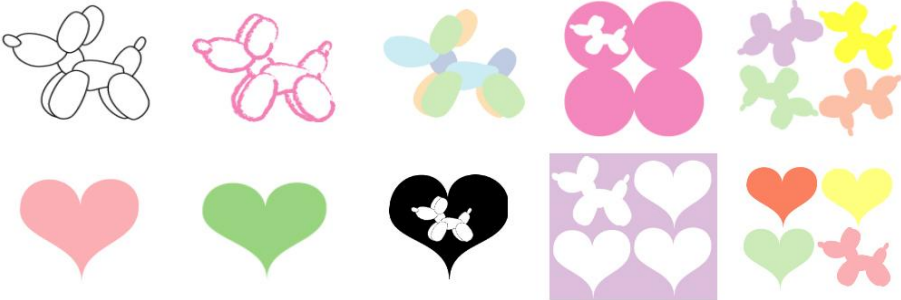
2) *Hanging Heart*를 응용한 라운지 웨어 디자인

제프 쿤스의 *Hanging Heart*(1994~2006) 작품을 응용한 라운지 웨어 디자인 또한 라운지 웨어의 특성인

34) 삼성디자인넷 “08 SS Trend Influence,” [웹사이트] (2007년 4월 16일 [2008년 3월 10일 검색]); available from World Wide Web@<http://www.samsungdesign.net/Trend/sftrends/influence/overview.asp?an=15>

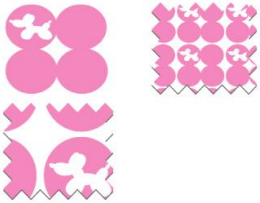






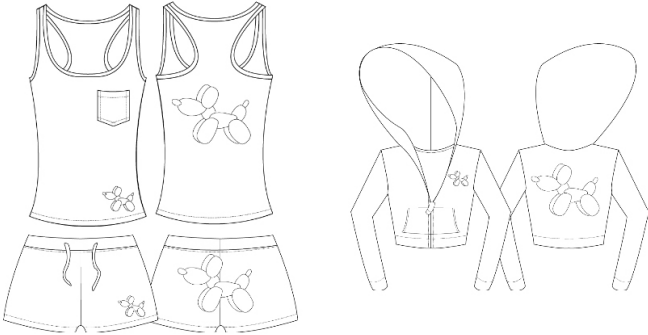
35) Wikipedia “Munsell color system,” [website] (May 2007 [retrieved 10 January 2009]); available from World Wide Web@http://en.wikipedia.org/wiki/Munsell_color_system

<표 1> 제프 쿤스 작품을 이용한 라운지 웨어 디자인 구성

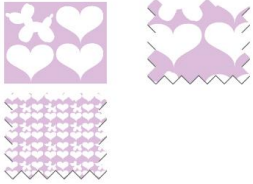

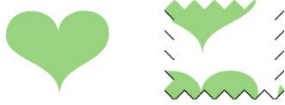





Concept	Line 1: <i>Balloon Dog</i> (1994~2000)을 응용한 발랄하면서 활동적이며 귀여운 이미지의 라운지 웨어 디자인 Line 2: <i>Hanging Heart</i> (1994~2006)를 응용한 여성스러우며 사랑스럽고 부드러운 이미지의 라운지 웨어 디자인
Target	자유로운 생활과 편안함을 추구하는 패션에 민감한 활동적인 10대 후반~20대 초반의 여성 소비자
Image Map	
Pattern motif	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p><i>Balloon Dog</i>(1994~2000)</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p><i>Hanging Heart</i>(1994~2006)</p> </div> </div>
Pattern	
Color	사랑스러운 pale tone의 빨강, 주황, 초록, 보라, 노랑 색을 사용 (Munsell color system에서 pale tone의 5R, 5YR, 5G, 5P, 5Y)
Fabric	편안하고 쾌적한 느낌을 주는 소재로써 100% 면, 면과 실크 혼방, 또는 신축성 소재의 혼방 니트(knit) 또는 우븐(woven) 소재
Silhouette	편안하고 귀엽지만 여성스러움을 강조할 수 있는 피트 되는 실루엣
Item	브래지어, 팬티, 집업 점퍼, 파자마, 쇼츠, 로브, 슬리퍼 등

36) 장정임, 안민영, 이연희, “바스키아(Basquiat) 회화를 응용한 힙합웨어 디자인,” *복식문화연구* 14권 1호(2006), p. 165.

<표 2> Line 1. 제프 쿤스의 *Balloon Dog*(1994~2000)을 응용한 라운지 웨어 디자인

Design 1	
<p>Pattern:</p> 	
<p>Fabric: 98% cotton, 2% lycra 50% cotton, 50% silk</p>	
Design 2	
<p>Pattern</p> 	
<p>Fabric: 100% cotton</p>	
Design 3	
<p>Pattern:</p> 	
<p>Fabric: 100% cotton 50% cotton, 50% silk</p>	
Design 4	
<p>Pattern:</p> 	
<p>Fabric: 100% cotton</p>	

<표 3> Line 2. 제프 쿤스의 *Hanging Heart*을 응용한 라운지 웨어 디자인

Design 1	
<p>Pattern:</p> 	
<p>Fabric: 98% cotton, 2% lycra 100% cotton</p>	
Design 2	
<p>Pattern:</p> 	
<p>Fabric: 100% cotton</p>	
Design 3	
<p>Pattern:</p> 	
<p>Fabric: 100% cotton 50% cotton, 50% silk</p>	
Design 4	
<p>Pattern:</p> 	
<p>Fabric: 100% cotton 50% cotton, 50% silk</p>	

편안함을 강조함과 동시에 여성스러운 섹시함을 강조하기 위하여 홀터넥 스타일의 상의를 제안해 보았으며, 끈으로 여미는 가운을 통하여 부드럽게 떨어지는 실루엣을 추구하였다(표 3).

본 디자인에서는 spring/summer 디자인에 맞도록 시원한 느낌의 스트라이프 패턴을 시도해 보았으며, 면과 실크를 혼방한 소재를 통하여 시원하고 사각사각한 촉감을 표현하였다.

V. 결 론

속옷의 길옷화의 세계적인 추이와 더불어 편안하게 집에서 즐기거나 간단한 외출이나 휴양지에서 착용이 가능한 라운지 웨어의 수요와 소비가 증가함에 따라 국내 시장에도 패션성이 강한 속옷의 한 종류인 라운지 웨어의 수요가 증가하고 있다.

본 연구에서는 급속도로 성장하는 수입 속옷 브랜드들에 대응하기 위하여 현재 이슈화 되고 있는 라운지 웨어의 개념과 시장 상황을 고찰하고, 현대 팝아트의 대표적인 작가 Jeff Koons에 대하여 살펴보았으며, 이에 따라 팝아트적 감성을 접목시킨 Jeff Koons의 작품을 응용하여 CAD를 이용한 차별화된 라운지 웨어 디자인을 제시하고자 하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 라운지 웨어(lounge wear)란 집에서 편하게 입는 옷이나 휴식을 취할 때 입는 옷을 의미하며, 일반적으로 속옷의 하위개념으로 로브나 파자마와 같은 것이라 할 수 있다. 세계적인 브랜드에서는 이미 일반화된 라운지 웨어 라인이 웰빙과 여가 중심의 생활 추구의 트렌드에 따라 국내에서도 그 수요가 성장하고 있는 추세이다. 국내 소비자들이 속옷을 아웃 웨어처럼 받아들이고 코디하기 시작하면서 라운지 웨어의 시장 규모 또한 늘어나고 점차 세분화 되었으며, 젊은 세대를 타겟으로 하는 시장 규모가 늘어나면서 여러 속옷 브랜드에서 라운지 웨어 라인을 런칭하고 있으며, 차별화된 마케팅 전략과 디자인으로 소비자들을 확보하고 치열한 유통망 경쟁을 벌이고 있는 상황임을 알 수 있었다. 라운지 웨어는 주로 정형적이지 않고 역사가 있는 것에 매력을 느끼며 유머와 재미를 추구하는 젊은 세대를 타겟으로 하는 감정 라제리 시장이 주목을 받으면서 감각적인 컬러와 디자

인의 제품이 잇달아 출시되고 있는 상황이었다. 따라서 라운지 웨어를 실내복으로 만의 착용이 아닌 여가를 즐길 때 실외 생활에서도 편안하게 착용이 가능한 의복으로써 소비자들의 수요가 확산되고 있으며, 그 디자인이 또한 패션성으로 옮겨가고 있으며 소비자들의 연령층이 과거에 비하여 점차 낮아져 10대 후반과 20대 초반들이 주를 이루고 있다는 점을 알 수 있었다.

둘째, 코믹함을 좋아하는 젊은 세대들의 특징과 연상이 같이 이루어지는 팝아트는 대중이 이용하는 물품을 일정한 양식으로 도입함으로써 소비자의 환경과 정신상태를 반영하는데 유머와 유틸리티 등과 같이 낙천적 특징을 강하게 보이는 특정 예술이다. 1960년대 당시 부유층을 위한 오프 꾸뛰르의 기성복에 싫증이 난 젊은 세대들이 쉽게 취득하고 소모할 수 있는 그들만의 영 패션을 추구하면서 발전하기 시작하였다. 현대의 대표적인 팝아트 작가 제프쿤스는 전위적 경향을 띤 미국 현대미술의 대표적인 작가로 초기 작품들은 주로 기성품을 이용한 조각 작품으로 스테인리스로 만든 실내 장식품을 복제하였고, 나무, 대리석, 유리, 스테인리스 등 다양한 물질을 조각과 회화, 사진, 설치 등 모든 기술을 동원하여 작품화하였으며, 대중적 인기가 있는 키치, 팝아트와 고급 예술 사이의 관계를 탐구하여 현대 미국의 모습을 조명한 작가이다. 그는 2007년 현존하는 예술작가 중 가장 높은 경매가를 자랑하는 대중적이며 대표적인 상업적 아티스트인 것이다. 그는 그의 생각을 대중이 쉽게 인식할 수 있는 소재를 골라 자신의 생각을 강요하지 않고 코믹적인 요소를 가미하여 자신의 의사를 전달하고 있었다.

셋째, 현대 의생활에서 새로이 주목 받고 있는 라운지 웨어와 팝아트 경향에 따라 그 대표적인 작가 제프 쿤스의 작품을 응용하여 컴퓨터 CAD 시스템을 사용하여 라운지 웨어 디자인을 전개하였다. 자유로운 생활과 편안함을 추구하는 패션에 민감한 활동적인 10대 후반에서 20대 초반의 여성 소비자를 타겟으로 하였다. Balloon Dog(1994~2000)을 응용한 발랄하면서 활동적이며 귀여운 이미지의 라운지 웨어에서는 프릴이나 주름을 통하여 여성스러움을 강조하였으며, 편안함을 위하여 여밈이나 신축성 소재의 이용으로 활동성을 부여하였다. Hanging Heart(1994~

2006)를 응용한 라운지 웨어에서는 여성스러우며 사랑스럽고 부드러운 이미지를 강조하기 위하여 홀터넥 스타일의 상의를 제안하였으며, 끈으로 여미는 가운을 통하여 부드럽게 떨어지는 실루엣으로 디자인하였다. 소재로는 100% 면, 면과 실크 혼방, 또는 신축성 소재 혼방의 니트(knit)와 우븐(woven)을 사용하였으며, 아이টে็ม으로는 브레이지어, 팬티, 집업 점퍼, 라운지 파자마, 라운지 쇼츠, 로브, 슬리퍼 등으로 구성하였다.

본 연구를 통하여 컴퓨터 CAD 시스템을 활용한 다양한 색상과 패턴의 변화는 디자인을 전개 시 시간의 단축과 폭넓은 디자인 제시가 용이하다는 것을 알 수 있었으며, 국내 업계에서의 활용에도 매우 유용할 것으로 사료된다. 또한, 국내 의류업계에서는 빠르게 변화하는 의류산업의 환경 속에서 국내 제품들이 해외 브랜드의 제품들과의 치열한 경쟁에서 살아 남기 위하여 차별화된 디자인과 패턴 개발에 많은 투자를 해야 할 것으로 여겨진다. 또 점차 자동화, 첨단화 되어가고 있는 의류산업에서 경쟁적 우위를 확보하기 위하여 컴퓨터 CAD 시스템을 활용하여 디자인에 적용한 것은 업무의 효율성을 높여줄 것이라고 제안할 수 있겠다. 향후 연구에서는 컴퓨터 CAD 시스템을 활용한 디자인으로 실물 제작도 가능하리라 사료되며, 보다 다양한 품목에 새로운 작가의 작품을 응용한 디자인 개발이 필요할 것으로 생각된다.

참고문헌

권수애, 김은영, 최종명, 이은경 (2000). “여름용 잠옷 착용실태와 구매행동에 관한 연구.” *한국의류학회지* 24권 6호.

김도경 (1994). “Jeff Koons의 작품 세계에 관한 연구.” 홍익대학교 대학원 석사학위논문.

김명주, 김문숙 (1994). “현대복식과 에로티시즘(Eroticism)적 표현에 관한 연구: 초현실주의, 팝아트, 포스트모더니즘.” *한국의류학회지* 18권 4호.

양선미 (1996). “1990년대에 재표현된 Pop Art의 특성에 관한 연구.” 세종대학교 대학원 석사학위논문.

위은하 (2004). “란제리 디자인의 이미지 유형과 특징.” *대한가정학회지* 42권 5호.

위재선, 나수임 (2004). “현대복식에 나타난 팝아트 요

소의 코드화: 2000년대 초기를 중심으로.” *복식문화연구* 12권 3호.

윤진아, 이명희 (2006). “란제리룩의 노출 부위에 따른 시각적 평가.” *복식문화연구* 14권 2호.

윤진아, 이명희 (2006). “란제리룩의 디자인 분석 및 실물 패턴 제작.” *복식* 56권 7호.

이미숙, 어미경, 이연희 (2006). “국내 캐릭터를 이용한 이너 웨어 디자인 개발: 1925 감성 세대를 중심으로.” *복식문화연구* 14권 3호.

이소영 (2002). “제프쿤스의 작품세계에 대한 연구: 상반된 논란을 중심으로.” 홍익대학교 대학원 석사학위논문.

이효진, 추미경 (1997). “현대 복식에 표현된 초현실주의와 팝아트의 키치 특성에 관한 연구.” *복식* 34권

장정임, 안민영, 이연희 (2006). “바스키아(Basquiat) 회화를 응용한 힙합웨어 디자인.” *복식문화연구* 14권 1호.

정윤아 (2003). *뉴욕미술의 발견*. 서울: 아트북스.

정인희 (2003). “국내 란제리 소재 현황에 관한 연구.” *한국색채학회지* 17권 2호.

Alloway, L. (1975). *Topics in American Art since 1945*. New York: W.W. Norton and Company.

Schneider, Daniel B. (2008). “Jeff Koons.” *Artforum* Vol. 46, No. 8.

Harrison, S. (2001). *Pop Art and the Origins of Post-Modernism*. London: Cambridge University Press.

삼성디자인넷 (2007년 4월 16일 [2008년 3월 10일 검색]). “08 SS Trend Influence” [웹사이트]; available from World Wide Web@<http://www.samsungdesign.net/Trend/sfitrends/influence/overview.asp?an=15>

삼성디자인넷 (2004년 12월 20일 [2007년 6월 16일 검색]). “2004 감성 이너 웨어 시장 동향” [웹사이트]; available from World Wide Web@<http://www.samsungdesign.net/Report/IndustryTrend/Marketing/list.asp?an=97>

삼성디자인넷 (2005년 1월 31일 [2007년 6월 27일 검색]). “2005년 패션시장분석” [웹사이트]; available from World Wide Web@<http://www.samsungdesign.net/Report/Report/list.asp?an=369jsp?no=13285&>

“2030세대 감성 란제리 뜬다” (2006년 7월 10일 [2007

- 년 6월 16일 검색]). *어패럴뉴스* [온라인 저널]; available from World Wide Web@<http://www.appnews.co.kr>
- 삼성디자인넷 ([2008년 9월 22일 검색]). “라운지 웨어 /lounge wear” [웹사이트]; available from World Wide Web@<http://www.samsungdesign.net/Databank/Encyclopedias/FashionDictionary/result.asp?an=4077>
- 한국무역협회 “관제리 시장 동향 및 트렌드 전망” (2006년 1월 27일 [2007년 6월 26일 검색]); available from World Wide Web@http://www.kita.net/newtri/market/market_view
- “이너 웨어, 이색마케팅 눈길” (2005년 8월 29일 [2007년 6월 16일 검색]). *한국섬유신문* [온라인 저널]; available from World Wide Web@<http://www.ktnews.com>
- 두산세계대백과 “쿤스, Jeff Koons (1955~)” ([2007년 5월 3일 검색]); available from World Wide Web@http://encyber.com/search_w/ctdetail.php?gs=ws&gd=&cd=&d=&k&inqr=&indme=&p=1&q=jeffkoons&masterno=745001&contentno=745001
- “패션업체, 인너웨어 라인 확대” (2007년 3월 26일 [2007년 6월 26일 검색]) *어패럴뉴스* [온라인 저널]; available from World Wide Web@<http://www.appnews.co.kr/>
- Wikipedia “Jeff Koons” (May 2007 [retrieved 8 June 2007]). [website]; available from World Wide Web@http://en.wikipedia.org/wiki/Jeff_Koons
- Wikipedia “Munsell color system” (May 2007 [retrieved 10 January 2009]). [website]; available from World Wide Web@http://en.wikipedia.org/wiki/Munsell_color_system
- 삼성디자인넷 “Pajama trend와 나이트웨어 시장” (2005년 3월 1일 [2007년 6월 26일 검색]). [웹사이트]; available from World Wide Web@http://www.samsungdesign.net/include/GlobalInfonews_print.asp?tablename=GlobalInfoHotIssuesNews&an=34