

# 패밀리룩 T-Shirts 디자인에 관한 연구

-조각보와 천연염색을 중심으로-

공미란

군산대학교 의류학과 조교수

## A Study on Design of Family Look Style T-Shirts -Focused on Traditional Patchwork Wrapping-Clothes and Natural Dying Techniques-

Mi-Ran Kong

Assistant Professor, Dept. of Clothing and Textile, Kunsan University

(2006. 2. 13 투고)

### ABSTRACT

As modern society set in, lifestyle has been changing largely; leisure activity has been expanded and family activity became important. Changes in the lifestyle caused big changes even in fashion industry. Instead of suits, coordination using clothes easy to wear was extended and the need of family look was also raised.

Despite the need and marketability of family look, however, family look style clothes depend on the manufacture by orders on the Internet and few brands have been developed unlike the activation of family restaurants or family fast-food restaurants. Thus, this study examined design of family look style T-shirts applying Korean image as one of measures to activate fashion brands of family look.

This study purposed to find out self-conceit and identification of our culture by recreating family look as cultural tourism products applying Korean traditional patchwork wrapping-clothes and natural dying techniques and to globalize the products as high value-added ones containing differentiated Korea-style originality. In particular, as interest in natural dying has been raised because of serious environmental problems and extension of wellbeing culture, products applying natural dying have been developed actively. At this point of time, the development of family look style T-shirts applying natural dying will contribute largely to planning globalization of our brands by developing products with more polished and globalized design.

Key words: natural dying techniques(천연염색), T-shirts(T-셔츠), family look(패밀리룩), traditional patchwork wrapping-clothes(조각보)

## I. 서론

세계적으로 삶의 질에 대한 관심이 고조되면서 여가 활용을 중시하는 새로운 라이프 스타일이 정착되고 있다. 우리나라에서도 주5일근무제가 확산됨에 따라 가족단위의 취미활동이나 쇼핑이 확산되는 등 생활패턴이 직장 중심에서 가족 중심으로 급격하게 이동하고 있다.<sup>1)</sup> 이처럼 가족여행, 가족쇼핑, 가족외식 등 가족 중심의 여가생활이 활성화되고 보편화되는 등 가족단위의 라이프스타일이 확산되면서 가족 간의 친근감과 유대감을 강화하고 한 가족임을 표현하는 패밀리룩 의상에 대한 관심도 더욱 높아지고 있다.

패밀리룩 의상은 가족 간의 친밀감을 강화시킴으로써 가족간의 갈등을 줄이는 등 핵가족화에 따라 나타나는 문제점을 해결할 수 있는 좋은 아이템이다. 커플의상의 경우 두 사람만의 이미지가 표현된 감정과 정서가 담겨있는 새로운 감성패션으로 이미 캐주얼 브랜드의 기본 아이템으로 정착되었다. 커플링, 커플시계, 커플목걸이 등의 다양한 커플아이템으로 확대되어 가고 있는 것을 생각하면 패밀리룩의 수요도 매우 높을 것으로 예상된다. 하지만 패밀리룩 의상은 대부분 인터넷 주문 생산에 의존하고 있으며 개발 브랜드는 거의 전무한 실정이다.

이에 본고에서는 패밀리룩 의상의 패션브랜드 활성화를 위한 방안의 하나로 패밀리룩의 T-Shirts 디자인을 조각보와 천연염색을 응용하여 제작해보았다. 그간 한국적 이미지의 패션디자인이 세계적으로 통용되거나 브랜드로 유통되는 경우가 드물었기 때문에 최근 학계나 국내 디자이너들이 한국적 전통을 응용한 이미지 상품을 개발하기 위해 노력하고 있으나 그 성과는 아직 제대로 나타나고 있지 못한 것이 현실이다.

한국적 이미지의 패션상품 개발을 위해 전통적이고 한국적인 이미지의 문화적 소재에 관심을 집중시키고 있지만 무엇보다도 중요한 것은 소비자 기호에 부합하도록 응용하여 기능성 있는 보편적인 대중적인 상품을 개발하는 것이다. 따라서 이러한 문제의식을 반영하여 본 연구에서는 한국의 전통적인 조각보와 천연염색 기법을 패밀리룩 의상으로

응용, 재창조함으로써 우리문화에 대한 자부심을 높이고 정체성을 찾아 차별화된 한국적인 독특함이 담긴 새로운 고부가가치의 제품으로 세계화시키고자 한다. 특히 환경문제가 심각해지고 웰빙문화가 확산되어 천연염색에 대한 관심이 높아지면서 천연염색을 활용한 상품 개발이 활발히 진행되고 있는 시점에서, 천연염색을 응용한 패밀리룩 개발은 우리 브랜드의 세계화를 도모하는 데 크게 기여할 것으로 기대한다.

요즘 패션디자이너들에 의해 다양화되고 변형된 실루엣과 디테일들이 등장하고 있지만 본 연구에서는 연령이나 성별에 구애받지 않고 누구나 손쉽게 입을 수 있는 가장 보편적인 아이템인 T-Shirts를 선택하였다. T-shirts는 패션아이템 가운데 남녀노소 구분 없이 가족 모두가 편안하게 입을 수 있는 일반적이고 대중화된 아이템이기 때문이다. 실루엣은 가족이 함께 편안하게 입을 수 있는 활동성과 기능성을 고려한 기본형인 라운드 넥라인의 T자형의 박스라인을 선택하였다. 소재는 흡습성과 통기성이 좋은 30수의 면 100%를 사용하였으며 염색은 천연염료인 주로 쪽, 지초, 치자를 사용하였고 그밖에 배색염료로는 황백, 밤나무, 소목, 옷나무를 사용하였으며 염색방법은 침염을 이용하였다. 티셔츠의 무늬는 T-Shirts의 앞부분에 조각보에서 응용한 색과 구성을 사용하여 조각을 연결하고 꿰매는 패치워크의 장식기법을 사용하였다.

연구방법은, 문헌적 방법으로는 패밀리룩 및 패밀리웨어, T-Shirts, 천연염색, 조각보, 한국적이미지를 응용한 디자인과 관련된 논문 및 국·내외 단행본과 간행물 그리고 학술지, 신문, 잡지, 국내인터넷 사이트 등의 자료를 활용하였다. 실증적인 방법으로는 조각보와 관련해서는 박물관 개인 소장 자료사진을 활용하였다. 패밀리룩 의상에 관한 특성과 외적형태에 관련해서는 최근 국내에서 제품화되어 판매되고 있는 상품 및 각종 인터넷 사이트의 자료 가운데 T-Shirts 아이템 119장을 추출하여 무늬, 디테일, 색 등을 분석하였다.

패밀리룩 의상의 특성상 검증된 이론이나 실증적 자료가 부족하여 신문, 잡지, 인터넷사이트 등을 활용하였으며, 패밀리룩 의상의 특성 및 유형을 소비

자들이 착장하는 유형별로 정리하여 분석하였다. 또한 국내 패션 브랜드의 패밀리 의상 활용현황을 신문과 브랜드시장별로 조사하여 종합, 분석하고 문제점을 제시함으로써 소비자들에게 새로운 개념의 패밀리룩 의상의 필요성을 각인시켰다. 이런 분석을 토대로 실용적인 상품으로서의 패밀리룩의 T-Shirts의 샘플을 제작해 보았다. 본 연구에서 제시된 작품은 총 7스타일의 14벌로 조각보의 구성과 색을 응용하여 현대적 감각으로 재창조하여 패밀리룩의 T-Shirts로 표현했다.

## II. 패밀리룩

### 1. 패밀리룩의 정의

패밀리 룩<sup>2)</sup>(Family look)은 부모와 자녀의 구분 없이 가족 모두가 동일한 디자인이나 색 등으로 통일감을 주어 입는 가족 컨셉의 옷을 말한다. 요즘 젊은 남녀들이 즐겨 입는 커플룩이 '한 쌍으로 보여진다'라는 의미<sup>3)</sup>라면 패밀리룩은 '가족으로 보여진다'라는 뜻으로 커플룩을 가족단위로 확대시킨 개념이라고 할 수 있다. 패밀리룩은 가족구성원들 간에 친밀한 유대감과 일체감을 느낄 수 있도록 한 것으로, 가족에 대한 소속감과 서로에 대한 친밀감 및 즐거움을 극대화시켜 자녀 정서발달에 많은 도움을 준다. 가족 중심의 레저생활과 문화생활을 선호하는 신세대 주부들이 자기 가족만의 개성적인 표현과 독창성으로 다른 가족과 차별화하려는 패션경향을 나타내면서 패밀리룩은 새로운 라이프스타일 트렌드를 형성하고 있다.

패밀리룩의 착용은 부모의 가치와 행동을 모방하고 그에 맞추어 자기 내면의 행동기준을 설정하려는 자녀들의 모방심리<sup>4)</sup>를 이용하여 정서적인 공통요소를 만들어 줌으로써 서로 간에 심리적인 신뢰감을 줄 수 있다. 패밀리룩의 착용과 관련된 기존 연구<sup>5)</sup>에 의하면 자녀들은 패밀리룩의 착용을 통해 부모로부터 사랑과 관심을 받고 있어 행복한 가정이라고 느끼는 것으로 분석되었다. 부모 입장에서 아이들 이 좋아하므로 자녀들의 정서발달에 도움이 될 것이라고 생각하며 가족의 정서적인 안정을 찾

고 또 가족의 동질감을 확인하는 등 여러 측면에서 긍정적으로 느끼는 것으로 나타났다.

패밀리룩 패션은 패션 트렌드를 리드하는 소수 디자이너에 의해 유행이 주도되는 일반패션과 달리 가족구성원이 함께 조화된 의상을 착용함으로써 친밀감과 일치감을 교감하는 매개체라 할 수 있다. 패밀리룩 의복은 가족구성원들의 생활에서 함께 만들어내는 유대감의 표현이므로 가족이라는 집단의 라이프스타일과 마인드에 부합하는 요구가 반영된 새로움을 추구하는 실용적이고 합리적인 개념의 캐주얼웨어로의 접근이 필요하다. 또 패밀리룩 의상은 인간의 감성이 담긴 상품으로, 가족의 이미지 표현에 적극적으로 활용함으로써 고급스러우면서도 개성이 담겨있고 즐거움과 이야기가 있는 패션으로의 변신이 필요하다.

#### 1) 패밀리룩 의상의 특성 및 유형

패밀리룩 의상은 일반 패션브랜드와 차별화된 디자인 컨셉이 필요하다. 가장 중요한 것은 보는 이로 하여금 한 가족이라는 느낌을 받도록 해야 하며, 개성을 표출하면서도 가족으로서의 일체감을 표현해야 한다. 따라서 패밀리룩 의상은 특정 연령이나 성별에 치우치지 않고 고루 포용할 수 있도록 다음과 같은 특성을 지녀야 한다.

첫째, 기능성으로 가족구성원 모두가 자유로운 활동에 적합하도록 디자인해야 한다. 이를 위해 인체를 구속하지 않는 실루엣으로 활동성과 신축성을 고려하여 부드러우며 세탁이 편리한 소재를 선택해야 하는데 일반적으로 직선적인 라인에 루즈한 형태를 많이 사용한다.

둘째, 단순성으로 불필요한 요소를 제거한 단순한 라인의 사용과 간결하고 단순한 무늬의 소재를 사용하여 전체적으로 복잡한 느낌이 들지 않도록 해야 하므로 보통 솔리드의 단색칼라를 주로 사용한다.

셋째, 통일성으로 패밀리룩을 입었을 때 한 가족인 듯한 느낌이 들도록 구성원들 사이에 일치감을 표현하는 일관된 모티프가 필요하며 보통 색이나, 마크, 문자, 캐릭터 등의 어떤 한 요소를 통일시킨다.

넷째, 장식성으로 외형적으로 간편하고 단순한

실루엣과 기하학적인 선을 사용하는 한편 내부에는 부부와 자녀의 연령에 따라 다양한 장식이 첨가되어 더욱 개성을 살리고 친근감을 느낄 수 있는 디테일한(패딩, 프린팅, 자수, 퀴팅 등) 장식을 넣는다.

패밀리룩 의상을 디자인할 때 무엇보다도 중요한 것은 특정 연령이나 성별, 기호에 치우치지 않고 가족구성원 모두가 입을 수 있는 적절한 아이템과 디자인, 소재, 색, 사이즈를 미리 파악하여 공통의 조건을 만족시킬 수 있는 차원에서 디자인해야 한다는 점이다.

오늘날 여행이나 스포츠, 레저 생활의 확대로 인해 세트의 정장 개념보다는 편안하고 활동적이고 가볍게 입을 수 있는 자유로운 코디가 가능한 단품의 상품을 선호함에 따라 스포티한 캐주얼웨어의 비중이 높아지고 그 중에서 가장 대표적인 아이템으로 T-shirts가 부각되었다. 패밀리룩에 나타난 상품분석 결과에서도 가장 높은 비중을 차지한 것은 T-shirts였다.

오늘날 일반적인 T-shirts로 사람들에게 많이 애용되는 것은 기본의 심플한 T자형의 면으로 만들어진 흰색 T-shirts로 깨끗하고 편안하게 입을 수 있는 것으로 인식되고 있다. 전국의 만 19세-39세 성인 남녀를 대상으로 한 김선희, 도윤희(2002)의 연구에 따르면, 최근 1년 내에 구입한 캐주얼웨어 아이템 가운데 T-shirts(32.3%)의 비중이 제일 높은 것으로 나타났다.<sup>6)</sup> 패밀리룩에 나타난 상품분석 결과에서도 마찬가지로 가장 높은 비중을 차지한 것은 T-shirts였다. 목 형태는 라운드네크라인이 68.9%로 가장 선호되고, 색은 흰색이 41.8%로 나타났으

며, 무늬는 그림이 31.1%, 로고가 25.2%로 순으로 선호되는 것으로 나타났다.(표 1, 2, 3)

현재 시중에서 판매되고 있는 즐겨 입는 패밀리룩 T-shirts상품을 디자인과 무늬, 색, 소재에 따라 상품을 분석한 결과 다음과 같이 크게 3가지 유형으로 나타났다.

첫번째 유형은 로고, 문자, 그림, 그것들의 믹스&매치로 로고(문자, 그림, 믹스&매치)티에 솔리드원단에 디자인과 색을 변화시키거나 통일시키는

<표 1> 국내 패밀리룩 티셔츠의 네크라인 분석

목부분 형태	계	백분율(%)
라운드네크라인	82	68.9
V네크라인	6	5.0
칼라	27	22.7
터틀넥	4	3.4
총계	119	100%

<표 2> 국내 패밀리룩 티셔츠의 무늬분석현황

백분율 %	로고	글자	그림	글자+그림	민무늬	Stripe	통계
	22	15	37	15	17	13	119
18.5	12.6	31.1	12.6	14.3	10.9	100%	

<표 3> 국내 패밀리룩 티셔츠의 칼라분석현황

색종류	White	ivory	mint	Yellow	Orange	Pink	
계	49	10	4	2	1	5	
백분율	41.8	8.4	3.4	1.7	0	4.2	
Red	Brown	Blue	Purple	Gray	Black	기타	총계
4	1	10	1	3	12	17	119
3.4	0.8	8.4	0.8	2.5	10.1	14.3	100

<표 4> 패밀리룩 티셔츠의 유형

유형	사용된 모티프	디자인의 스타일
I	로고	가장 대중적이고 안정적인 스타일 디자인(모티프)과 색종 가운데 한 가지만 통일 세련된 스타일. 원하는 모티프를 넣어 주문제작 가능
	문자	
	그림	
II	로고/문자/그림의 믹스&매치	로고, 문자, 그림중에 선택하여 믹스&매치시킴 캐릭터그림의 경우 아이들이 선호함.
	스트라이프/체크	스트라이프(체크)의 굵기와 색을 변화/모티프의 방향변화
III	물방울/꽃무늬	최근에 인기있는 경쾌한 스타일 / 물방울(꽃무늬)의 크기와 색변화
	단색/솔리드	민무늬, 단색에 색변화로 깔끔한 스타일
	단색배색/솔리드	민무늬, 소매나 칼라, 몸판의 일부를 배색해서 색변화

스타일이다. 두번째 유형은 스트라이프나 체크, 물방울, 꽃무늬 등의 소재에서 소재에 나타난 무늬의 크기와 굵기 변화, 색의 변화를 주는 스타일이다. 세 번째 유형은 단색의 솔리드에 특정 부분(소매, 칼라, 몸판의 일부분)의 일부를 배색하거나 전체적인 색을 변화시키는 스타일이다.(표 4)

## 2) 국내의 패밀리룩 의상 현황

최근 백화점의 아동복 브랜드에서 패밀리룩 의상의 제품화를 시도했지만 사이즈 부분에서 어른과 아이의 실루엣에 나타나는 문제점을 해결하지 못하는 등 여러 가지 문제로 인해 사라지고는 했다. 2003년에 런칭했다가 1년 만에 없어진 브랜드 오모소가 대표적인 경우이다.

현재 국내 패밀리룩 의상 브랜드로는 유일하게 톱보이에서 만든 브랜드 톱스토리가 있다.(표 5) 2002년에 런칭한 톱스토리는 블랙&화이트의 모던한 이미지를 기초로 트렌디한 감성 패밀리 캐주얼을 제안하는 미래지향적 라이프스타일을 지향하는 컨셉에 따라 아이템을 다양하게 코디네이트시키고 있다. 그 외 대부분의 패밀리룩 의상은 인터넷사이트상의 브랜드에서 주문할 수 있도록 되어 있다. 때문에 무엇보다 톱스토리 브랜드를 제외하고는 소비자가 입어보고 선택할 수 없다는 불편함이 따를 뿐만 아니라 제품 자체 또한 그리 만족스러운 편이 아니다.

외국의 경우 새로운 라이프스타일의 등장으로 다양화, 개성화되는 시점에서 많은 브랜드들이 의류와 약세서리 등에서 전체 코디네이션이 가능한 패션의 토탈화로 사업을 확장하고 있다. 일반 캐주얼브랜드들도 점차 멀티화되면서 패밀리의식의 개념의 브랜드 즉 일명 패밀리브랜드<sup>7)</sup>가 보편화되어 온 가족이 함께 패밀리룩을 구입할 수 있도록 같은 테마와 컨셉의 자매브랜드들을 런칭하고 있다. 국내에 입점한 세계적인 패밀리브랜드로는 고급스럽고 클래식한 이미지를 유지하는 Polo와 미국의 실용주의적 소득수준에 따른 타겟층을 겨냥한 GAP으로 동일한 이미지의 광고와 마케팅으로 토탈코디네이션이 가능하며 남성과 여성, 아동까지 이어지는 코디네이션방법을 제안하는 패밀리화된 브랜드라고 할 수 있

다.<sup>8)</sup>

최근 국내의 많은 브랜드들이 새로운 브랜드그룹의 확장을 통해 패밀리화된 브랜드를 전개해 나가는 마케팅 전략을 사용하고 있으며 패밀리의식을 갖고 그와 관련된 신규 신제품을 개발하고 있다. 일반 캐주얼브랜드들은 유아복, 아동복, 여성복, 남성복 등으로 기존 브랜드에서 연령층을 확장하면서 대형화하는 추세에 있는데 대표적인 국내패밀리 브랜드로는 레노마 코리아, 톱보이, 베이직 하우스, 체이스퀼트(GSGM), F&K, 아놀드 파마(동일레나운) 등이 있다. 이밖에 등산복 브랜드 'K2코리아'에서는 패밀리 등산복을 출시하고 있으며, 브랜드'파자마 Sisster즈'는 엄마와 딸의 크로스 코디를 통해 일치감을 갖게 해주고, 가족이 함께 할 수 있는 새로운 개념의 의상으로 고부가가치의 상품을 개발하고 있다.(표 6)

국내 대부분의 브랜드들은 새로운 컨셉의 의상디자인보다는 동일한 디자인과 색상으로 상품화하거나 같은 디자인에 다양한 컬러를 제시하여 소비자의 기호를 맞추는 것에 비해 서구권의 경우에는 상품과 컬러로, 일본은 디자인과 컬러로 소비자의 욕구를 충족시키고 있다.

## 2. T-Shirts

### 1) T-Shirts의 정의

칼라가 없거나 소매가 짧거나 아예 없으며, 보통 면으로 만든 속옷, 또는 이러한 속옷과 비슷한 디자인의 겹옷을 셔츠라고 한다.<sup>9)</sup> 셔츠의 일종인 T-shirts는 양 소매를 수평으로 펼치면 길과 소매의 형이 T자형으로 되는 셔츠를 말한다. 대부분 트임이 없고 어깨가 일직선인 박스형의 실루엣으로 면저지로 신축성 소재를 사용하여 제작하는 것이 일반적이다. 근래에 와서는 다양한 소재의 혼용과 함께 T자 형태도 다양해지고 있으며 용도와 형태에 따라 종류도 폴로, 스웨트, 러닝, 뉴레브, 탱크탑 등으로 다양해지고 있다.

T-shirts는 중세 이전 군인들이 입었던 상반신의 피부보호를 위한 린넨 셔츠에서 비롯되었는데 1830년까지는 남성속옷으로 착용한 최초의 기능적인 의

<표 5> 국내의 패밀리룩 브랜드 현황

2002	Tom boy	Tomstory	가족 중심의 긍정적사고를 가지고 블랙 & 화이트의 모던한 이미지를 기초로 한 트렌드 중심의 감성패밀리 캐주얼	미래지향적인 라이프스타일의 패밀리룩을 중심으로 토탈코디하여 매장 디스플레이를 연출
------	---------	----------	--	---

<표 6> 국내의 패밀리에어 브랜드 현황

연칭 시기	회사명	브랜드명	브랜드 컨셉	마케팅 방향
1963	Renoma Korea	Renoma	간결하고 단순한 스타일지향 의류(여성, 남성, 아동, 속옷, 스포츠 등)의 8개 브랜드와 악세서리의 13개 브랜드로 토탈코디 브랜드	매칭 & 하모니를 엮을 수 있는 멀티스토어의 비전을 제시하는 전략으로 캐주얼보다는 정장류에 가까운 의류상품의 고급화를 지향.
1969-1999	Polo	Polo Ralph Lauren	귀족적인 취향과 트레이디셔널의 대표적인 캐주얼웨어 브랜드 남성, 여성, 아동복, 향수, 악세서리, 가구 등 17개의 멀티브랜드로 토탈라이프스타일을 제한	모든 브랜드의 동일한 컨셉으로 차별화된 VMD와 일관성있는 광고이미지를 제시하여 패밀리 브랜드의 연계를 강화
1969	GAP	GAP	미국의 실용주의를 바탕으로 한 베이직하고 심플한 스타일. 성인에서 신생아까지의 저가의 패밀리 캐주얼웨어로 6개의 브랜드	한정아이템의 집중공략 다양한색과 사이즈로 토탈코디가능
1977	Tom boy	Tom boy	자유와 젊음이 있는 과감하고 개성있는 캐주얼웨어로 남성, 여성, 아동, 패밀리룩웨어, 악세서리, 진 등 6개의 브랜드로 구성	각 상권별, 유통별로 톱보이 컨셉샵아, 멀티샵이 소비자특성에 맞게 재구성하는 것이 전략의 핵심
1982	동일 레나운	Arnold Palmer	아메리카 테이스트의 스포티브 트레이디셔널 캐주얼웨어로서 럭셔리, 클래식라인과 이지한 스포티브 캐주얼웨어	고품질과 스포티브 캐주얼의 차별화된 제품으로 승부.
1989	Bean Pole	Bean Pole	트레이디셔널한 스타일을 현대에 맞게 재해석한 젊은 활력의 캐주얼. 남성, 여성, 아동복, 스포츠, 골프, 진, 악세서리 등 8개의 브랜드	고품질과 차별화된 디자인으로 질적인 제품으로 승부. 동일디자인으로 패밀리룩연출가능
2000	GSGM	Chase cult	합리적인 사고와 실용성을 중시하는 현대적 테이스트의 모던한 트레이디셔널 캐주얼웨어로 남성, 여성, 아동복 등 5개의 브랜드로 구성	브랜드의 가치를 좋은 가격에 좋은 상품으로 공급하겠다는 전략
2001	Basic House	Basic House	모든 소비자들의 라이프스타일에 부합하는 이지 & 릴렉스 스타일. 남성, 여성, 아동복, 악세서리, 유니섹스, 진, 스포츠 등 8개의 브랜드	다양한 연령층과 상품으로 가족이 함께 구입할 수 있는 멀티 컨셉과 멀티에이지의 매장구성
2001	F&K	JOFF	자기만의 개성표현이 뛰어나고 스타일리쉬한 삶을 지향하는 신세대를 위한 고감도 캐주얼로 남녀, 아동복의 2개의 브랜드로 구성	로드샵을 중심으로 전개

복이었다. 그 후 T-shirts의 발생은 1980년 미 해군 복의 유니폼으로 사용된 혈령한 저지의 폴오버 스타일인 V네크라인 셔츠<sup>10)</sup>로 볼 수 있으며 1890년

영국 빅토리아여왕이 군함 검열 시 선원들이 착용했던 짧은 소매의 속옷이 T-shirts의 유래<sup>11)</sup>라고 전해지고 있다.

일반적으로 가장 기본적인 라운드의 T-shirts는 남성의 언더웨어로 미 육군에 지급되던 품목이었으나 1960년대 이후부터 겉옷의 일상복으로, 본격적인 캐주얼 아이템으로 자리를 잡게 되었다. T-shirts가 언더웨어에서 패션으로 전환되는 데 결정적인 역할을 한 사람은 현대패션 T-shirts의 창시자 릭 랄스톤(Rick Ralston)으로 T-shirts 위에 스프레이 페인트 방법으로 디자인하여 T-shirts 열풍을 일으켰다.<sup>12)</sup> 1970년대 후반부터는 가슴이나 등에 독특한 프린트 무늬가 들어간 T-shirts 젊은이들 사이에 유행하게 되었으며 그 후 문자, 로고, 그림 등 다양한 무늬가 들어가면서 연령에 상관없이 입게 되었고 최근에는 다양한 용도로 사용되고 있다. 이처럼 T-shirts는 시대의 흐름에 따라 남성용 속옷에서 노동자의 작업복, 선원과 유니폼의 역할을 거쳐 오늘날에는 자기 자신을 표현하는 패션 아이템으로 자리를 잡으면서 다양하게 변화되고 있다. 현대에 와서는 계절적인 특성과 무관하게 남녀노소의 아웃웨어로 두각을 나타내면서 가장 보편적이고 대중적인 캐주얼 의류품목으로 등장하였다<sup>13)</sup>

## 2) T-shirts의 특성 및 표현기법에 따른 유형

세계적으로 가장 일반적인 캐주얼 아이템인 T-shirts는 특히 여름철 의류제품 중 판매량이 가장 많은 아이템이다. 주 소재인 면은 형태와 사이즈에 별로 제한을 받지 않고 땀의 흡습성이 좋고 세탁이 편리하며 착용감, 활동성, 저렴한 가격으로 스포츠 및 캐주얼웨어로서 실용적인 코디가 편안한 패션아이템으로 모든 연령층이 즐겨 착용하고 있다. T-shirts는 본래의 기능인 속옷이나 스포츠용 의복 외에 개인 및 집단의 메시지 전달용으로 사용되기도 한다. 제작이 용이하고 가격이 저렴하며 메시지표현 방법도 간단하여 누구나 편하게 입을 수 있기 때문이다.

T-shirts는 일상적인 편안한 옷이라는 단순한 개념에서 착용자의 캐릭터와 패션브랜드를 표현하는 대표적인 아이템으로 발전되어 왔으며 패밀리티룩의 T-shirts는 사회구성원의 요구를 표현해 주는 역할을 하게 된다. T-shirts는 대중적인 아이템으로 착용자의 의사표현이나 개성을 나타내는 중요한 기능을

하며 T-shirts에 표현된 무늬에 따라 단순한 개념을 넘어 대중전달 매체의 중요한 시각적요소로 이 시대의 가치관, 사회, 문화양식을 표현하는 수단으로 끊임없이 변화하고 있다. 이런 T-shirts의 특성은 홍보성, 설득성, 연대성, 예술성과 패션성 등으로 구분할 수 있다. 첫째, 홍보성은 눈을 자극하는 광고효과로 기업광고, 정치홍보, 행사홍보(개인적인 기념일), 문화 관광홍보에 활용된다. 둘째, 설득성으로 상대방에게 어떤 문제에 대한 자신들의 입장을 밝히고 그 뜻을 따르게 하는 설득적인 내용을 담기도 한다. 그 내용은 시사적인 것과 계몽적인 것으로 구분할 수 있다. 셋째, 연대성으로 하나로 연결되어 있다는 동질성을 형성하는 역할을 하기도 한다. 즉 어떤 사회집단 구성원들간의 단합을 목적으로 동질성 내지 소속감을 주어 공동체의식을 느끼게 하는 기능으로 연대감을 형성하게 해준다. 넷째, 예술성으로 예술가들의 작품과 예술사조로 예술성을 표현하는 데 사용되기도 한다. 다섯째, 패션성으로 어떠한 특정 목적 이외에 현대감각에 맞는 그 시대의 유행하는 스타일로 그 시대적인 무늬와 기법 및 감각적인 일러스트를 이미지화하여 패션성을 강조, 착용자의 개성을 잘 표현하고 그 시대의 패션트렌드를 제시하는 패션성의 기능을 하기도 한다.

T-shirts는 표현된 무늬 및 무늬의 표현방법, 무늬의 형성기법에 따라 다양한 유형으로 구분된다. T-shirts에 표현된 무늬는 우리 주위의 모든 것들로 크게 문자에서부터 상징로고, 문장 등의 글자와 인물, 동, 식물, 캐릭터, 풍경, 예술작품, 추상명사 이미지 등의 그림으로 크게 나눌 수 있다.

T-shirts의 표현방법의 종류로는 인물이나 자연의 사진을 그대로 표현하는 사진기법과 에어브러쉬나 세필을 이용하여 대상물을 실사처럼 묘사하는 극사실기법, 사물의 어떠한 요소를 제거하거나 축소시켜 표현시켜 표현하는 단순화기법 등이 있다.

T-shirts무늬의 형성기법에 따른 종류에는 크게 피엠틀을 부분적으로 인날하여 여러 종류의 색과 무늬를 염색하는 날염(프린트)<sup>14)</sup>과 수공이나 장식용기계를 사용하여 T-shirts에 자수나, 비즈, 스팅글, 시퀀, 깃털, 애플리케 기법 등 장식하는 기타 방법으로 구분할 수 있다. 티셔츠의 무늬의 종류로는 주

로 문자, 기하학 도형, 캐릭터 문양 및 그래피티 (graffiti) 문양 등이 많이 이용되고 있다. 표현방법은 가장 고전적인 실크 스크린 이외에 패션 트렌드에 따라 플라쥬, 패치워크, 핸드 크래프트(hand craft)의 기법을 이용하여 직접 그림을 그려 넣어 강한 터치감을 살리거나, 와펜을 붙이는 방법 등 독특하고 개성적인 표현기법과 다양한 장식이 이용되고 있다.<sup>15)</sup> 무늬는 유행경향에 따라 꽃무늬, 체크나 스트라이프 등의 기하학적 무늬 등 다양한데 특히 팝아트와 키덜트라는 키워드로 유행경향을 특징짓는 최근에는 클래식한 디즈니 캐릭터 무늬, 브랜드에서 자체개발한 동물 캐릭터무늬 및 유머스럽고 익살스런 캐릭터 무늬 등을 이용한 빈티지 T-shirts가 출시되고 있다.<sup>16)</sup>

### Ⅲ. 패밀리룩 T-shirts 디자인 작품제작

#### 1. 한국적 모티브의 응용

우리의 패션상품을 세계화하기 위해서는 우리의 고유한 이미지를 담은 상품을 디자인, 개발해야 한다. 현대의상에서 한국적 이미지를 표현하기 위해서는 우리문화 및 정서, 복식에 대한 올바른 이해가 필요하며 전통적인 것의 재현이나 모방의 고정관념에서 탈피하여 한국적 이미지의 정체성을 유지하면서 보다 구체적이고 체계적인 변환과정을 거쳐 전통을 현대적으로 재해석하여 차별화된 한국적인 감성을 세계적으로 선호할 수 있도록 발전시켜 나가야 한다.

본 연구에서는 우리나라 관광상품 가운데 가장 높은 비중을 차지하는 의류품(38%)<sup>17)</sup> 가운데에서도 외국인이 선호하여 많이 구입하고 있으며, 캐주얼 웨어 중에서 가장 많이 판매되는 아이템인 T-shirts를 선택하여 한국적인 이미지의 패션디자인<sup>18)</sup>을 조각보와 천연염색을 모티브로 사용하여 실용성을 지닌 패밀리룩의 패션디자인 상품을 개발하고자 한다. 관광상품 판매업체에서 판매하고 있는 T-shirts 실태조사에 따르면 날염법이 너무 둔탁하고 천연염색적으로 전통문양에만 의존하여 지나치게 한국적인 것만을 강조하다보니 세련되고 고급스

러운 이미지가 표현되지 않아 관광객의 다양한 기호를 충족시키지 못하는 것으로 나타났다.<sup>19)</sup> 이에 본 연구에서는 기존에 개발된 T-shirts 즉 전통문양이나 그림을 사실 그대로 프린트한 것에서 과감히 탈피하여 전통적인 형태와 색, 소재(무늬)와 현대적인 요소를 절충, 혼합시켜 새로운 이미지의 상품을 제작하고자 한다. 이러한 목적에 비추어 볼 때 전통적이면서도 다양한 무늬와 형태로 표현이 가능한 조각보와 은은하면서도 자연스러운 색상을 표현할 수 있는 천연 염색 방법은 새로운 이미지 표현에 매우 적절한 소재와 방법이라고 할 수 있다.

#### 1) 조각보

보자기의 한 종류인 조각보는 옛날에 서민들이 쓰다 남은 자투리 천을 바느질로 촘촘하게 이어 만든 소박한 전통공예품이다. 최근 조각보의 자연스럽고 세련된 면구성과 우아하고 은은한 색의 아름다운 이미지가 다양한 소품 디자인에 활용되고 있다. 이제는 우리 조각보의 다채로운 색과 면구성을 상품에서 그대로 활용했던 데서 한 걸음 나아가 좀 더 폭넓게 상품에 적용하여, 대중화시키는 것이 필요하다. 즉 조각보의 조형변화의 한계를 극복하고 다양한 색 및 소재와 표현기법, 실루엣의 변화 등을 새롭게 재창조하는 현대화 과정이 필요한 것이다.

최근 몬드리안작품의 추상적인 면구성이 벽걸이 에어컨이나 카페트, 실내인테리어 등에 활용되면서 각광을 받으면서 모던한 이미지의 미로 인식되고 있지만, 정작 우리의 전통조각보는 크게 주목받고 있지 못하고 있다. 조각보의 면구성은 다양한 형태로 이루어져 있지만 나름대로 일정한 규칙이 존재하여 면구성의 양적인 것과 색의 조화로 균형이 맞는 대칭의 미를 지니고 있다. 이러한 기하학적인 구성의 세련미와 은은하거나 원색적인 색감의 조화 등을 패션상품에 응용한다면 한국의 전통적 미가 담긴 디자인상품으로 세계화시킬 수 있을 것이다.

조각보의 개념에는 북을 싸두는 용기의 개념 외에도 조각천을 조형성있게 구성함으로써 실용적인 면과 장식적인 면을 동시에 겸한 함축적인 의미를 포함하고 있다. 보자기는 불전을 싸거나 덮기 위해 형겅으로 네모지게 만든 것으로 그 중에 작은 것을



보자기라 하였다. 그리고 그 사용범위가 넓어 가리는 것, 덮는 것, 받치는 것, 장식적인 것 등의 다양한 용도로 이용되었다<sup>20)</sup> 보자기는 복을 써서 간직한다는 기복신앙과 천과 천을 이어서 만든 조각보는 장수의 의미를 담고 있으며 쓰다 남은 것을 재활용한다는 측면에서 옛 선인들의 지혜를 엿볼 수 있다. 보자기는 그 구조에 따라 안감을 대지 않는 홀보, 안감과 겹감의 두겹으로 된 겹보, 숨을 두고 안감을 댄 숨보, 직선, 기하학적인 패턴으로 누벼서 만든 누비보, 같은 천, 혹은 서로 다른 종류의 천 조각을 이어서 만든 조각보, 바탕천에 식지를 대거나 혹은 전적으로 식지만으로 만든 식지보 등으로 분류된다.

조각보는 사용하는 조각천의 소재에 따라 모시와 삼베, 명주로 나뉘며 색은 적, 청, 황, 흑, 백의 오방색을 기본으로 원색과 무채색, 간색의 파스텔톤까지는 은은하고 다채로우며 전체적으로 색조의 통일성을 유지하고 있다. 일반적으로 모시보는 단색조로 연한 황색조와 회색조가 많으며 같은 색의 그라데이션의 색으로 변화를 주고 있으며 청홍의 모시보는 빨강과 파랑을 주조로 대담한 색의 분할을 보여주고 있다.

조각보의 면구성 형식에는 사각형(정사각형, 직사각형, 회자문형 바랍개비), 삼각형(사선형, 다이아몬드형, 이등변삼각형, 회오리형), 원(여의주문형), 자유분할형(조각천의 모양이 자유롭게 구성)이 있다. 또 면구성 방법의 특성으로는 규칙적인 형에는 정형(같은 크기와 형태가 반복-정사각형, 길이 긴 직사각형, 같은 크기의 삼각형이 2-4개 모여 정사각형 형성, 같은 크기의 원형의 반복 등)과 변화형(같은 형태가 크기를 달리해서 점진적 반복구성)이 있으며 불규칙적인 형(크기, 모양, 색이 다 다른 천의 유형) 등이 있다.

## 2) 천연염색

천연염색은 자연에 존재하는 식물, 동물, 광물에서 얻어지는 자연염료로 물들이는 것으로 화학염료와는 달리 은은하면서도 자연스러운 색감을 낸다. 최근 고기능성, 환경친화성, 고감성을 가진 천연염색제품에 대한 선호가 높아지는 추세에도 불구하고 아직 보편화된 상품개발은 이루어지지 않고 있다.

대부분의 천연염색 상품이 전통의 형식적 재현에 치우쳐 있어 소비자들의 현대화된 디자인 감각과는 거리가 있기 때문이다. 그 결과 일부 한정된 소비자 집단에서만 소비될 뿐 새로운 시장 형성과 확대가 이루어지지 않고 있다.

천연염색의류 제품을 구입하는 고객은 대부분 전통과 자연을 중시하는 라이프스타일을 가진 사람들로 패션성보다는 건강성이라는 실용적 측면을 중시하여 편안하고 자연스러우며 개성적이라는 면에서 구매하는 경우가 많다. 천연염색만의 우아하고 온화한 색은 배색 시 다양하고 재미있는 색조화를 연출할 수 있어서 어린이나 젊은이들에게도 호감을 줄 수 있다. 그러나 젊은층의 사람들에게는 아직 낯설게 느껴지는 아이템과 디자인이 많아 구매를 꺼리는 경향이 있다. 그러므로 천연염색제품 시장을 확대시키기 위해서는 계속 반복되고 있는 거의 동일한 디자인의 전통적인 의류상품에서 탈피하여 어린아이부터 노년층에 이르기까지 모든 연령이 선호할 수 있는 현대화된 아이템과 디자인의 상품개발이 필요하다. 따라서 본 논문에서는 천연염색으로 우리만의 전통적인 한국적인 색을 표현하여 연령이나 성별에 관계없이 온 가족이 함께 입을 수 있는 세련되고 실용적인 패밀리룩 T-shirts를 패션디자인상품으로 개발하고자 한다.

천연염료는 합성염료와는 달리 환경오염을 일으키지 않을 뿐만 아니라 매염제에 따라 깊고 자연스러우며 다양하고 독창적인 색을 만들어낼 수 있으며 종류에 따라 향균 작용을 하는 장점을 지닌 반면에 지속적인 견뢰도 및 색의 안정성 문제는 해결해야 할 중요한 과제이다.

천연염색은 염료<sup>21)</sup>에 따라 크게 물의 잎, 열매, 꽃, 수피, 심재와 뿌리 등을 이용한 식물성, 동물에서 얻어지는 염료인 코치닐·커미즈(연지충)·보라조개(군소)·오배자·합환·목충 등의 동물성과 섬유를 먼저 금속염으로 처리한 후에 염색하여 섬유 중에 불용성 안료를 생성하는 광물성의 3가지로 구분된다. 우리나라에서는 주로 식물성염료가 사용되고 있다. 색조는 식물계의 홍화·소목, 광물계의 황토가 대표적인 적색계이며, 식물계의 쪽과 광물계의 에메랄드 필이 대표적인 청색계, 치자·황백·황

런이 대표적인 황색계, 흑대나무잎·버드나무 가지·진달래 가지·태운 숯·먹물이 대표적인<sup>22)</sup> 흑색계, 자초(지치)·오배자·오디·포도 등이 대표적인 자색계이다. 이 밖에 세탁과 일광건조에 의해 표백되는 백색계, 쪽·괴화·물푸레나무에 의한 녹색계, 밤껍질·호두껍질·떨감 등의 갈색계가 있다.

천연염색 방법은 염색하고자 하는 섬유를 염액에 담가 동일한 색으로 염색하는 침염과 천에 직접 붓으로 염액을 묻혀 모양과 무늬를 그리거나 새기는 날염, 실로 천을 묶거나 두 조각 나무판 사이에 천을 끼워 염액에 담가 부분적으로 무늬를 얻는 방염의 세 가지로 나눌 수 있다.

매염제는 염색시에 발색 및 섬유의 고착력과 견뢰도를 증진시키는 물질로서 염색 전에 미리 매염하는 선매염과 염액 속에 같이 넣고 염색하는 동시매염, 그리고 염색 후 매염제로 발색시키는 반복염색이 가능한 후매염이 있다. 매염제로는 식물로부터 얻은 액체의 잿물인 천연매염제와 철, 동, 알루미늄, 알카리매염의 화학매염제가 있는데 매염제의 종류 및 온도, 시간에 따라 염색물의 색이 변화되므로 매염 후 충분히 수세하는 것이 매우 중요하다.

## 2. 작품제작

### 1) 제작의도 및 방법

대표적인 캐주얼 아이템인 T-shirts에 한국적인 이미지의 정서가 담긴 실용적인 캐주얼 패밀리룩 디자인 작품제작을 위하여 천연염색방법을 사용하였으며, 형태와 색에서는 조각보를 응용하였다.

원색의 명주조각보와 홍색모시조각보를 바탕으로 조각보 속에 표현된 사각형, 삼각형의 면구성을 중심으로 단색과 연한 황색과 회색조, 같은 색의 짙고 옅은 그라데이션 색과 파랑을 주조로 한 원색의 대담한 색 등 원색이나 유사색조화로 배합된 조각천을 이어 작품에 응용하였다. 즉 조각보의 색의 농담과 면적의 차이에 의한 톤의 변화 및 다양한 배색효과를 이용한 조화로운 구성은 나름대로의 규칙이 있으며, 천의 동일한 재질감으로 자연스럽게 조화와 통일성의 구성미를 보여주었다.

전체적으로 패밀리룩 디자인은 엄마와 딸 그리고

아빠와 아들의 4명을 기준으로 하는 패밀리룩이다. 두 사람의 디자인을 동일하게 하는 방법을 통해 4명 모두가 똑같은 것을 입는 것을 피하도록 변화를 주었으며 엄마와 아들, 아빠와 딸을 같게 크로스 코디시켜 입을 수도 있게 디자인하였다. 전체 테마의 패밀리룩 작품 모두가 함께 입는 시리즈라고 해도 면의 구성과 크기, 색을 다양하게 변화시켜 표현함으로써 각기 다른 이미지를 연출하려고 노력하였다.

패밀리룩 작품의 전체적인 테마는 고전적인 은은함의 면구성에 우아한 색조를 표현한 것과 발랄하고 경쾌한 면구성과 핑크와 블루, 연두, 주황, 노랑 및 파랑 등 화려하고 선명한 색으로 밝고 활력있는 느낌으로 나누어진다.

테마 I은 은은한 그라데이션 배색으로 모던 & 로맨틱한 이미지, 테마 II은 경쾌한 색과 구성으로 액티브한 이미지, 테마 III은 선명한 원색 위주의 배색으로 에스닉한 이미지로 각 각의 테마 3개의 다른 이미지를 연출하여 변화를 주었다.

패밀리룩의 옷은 패션아이템 가운데 남녀노소 구분 없이 가족 모두가 편안하게 입을 수 있는 가장 일반적이고 대중화된 아이템인 T-shirts를 선택하였다. 실루엣은 가족이 함께 편안하게 입을 수 있도록 활동성과 기능성을 고려한 기본형인 라운드 넥라인의 T자형의 박스라인을 선택하였다. 소재는 흡습성과 통기성이 좋은 30수의 면 100%를 사용하였으며 염색은 천연염료인 주로 쪽, 지초, 치자를 사용하였고 그밖에 배색염료로는 황백, 밤나무, 소목, 옷나무를 사용하였으며 염색방법은 침염을 이용하였다. T-shirts의 무늬는 T-shirts의 앞부분에 조각보에서 응용한 색과 구성을 사용하여 조각들을 연결하고 꿰매는 패치워크의 장식기법을 사용하였다.

본 연구에서 제시된 작품은 총 7스타일의 14벌로 조각보의 구성과 색을 응용하여 현대적 감각으로 재창조하여 패밀리룩의 T-shirts로 표현했다.

### 2) 작품 및 작품해설(표 7)

테마 I의 작품 1, 2는 4명의 가족이 한 세트 구성된 패밀리룩으로 은은하면서도 자연스러운 우아함이 느껴지는 이미지의 시리즈이다. 작품 구성면에서 홍색모시보의 면구성(그림 2) 즉 긴 띠모양의

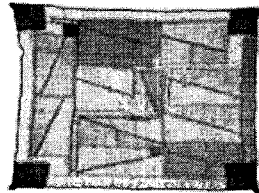
장방형이 평행으로 간격을 띠면서 배열된 모습을 응용하였다. 작품 1은 작품네크라인의 앞 중심선에서 햄라인까지 수직선으로 내려오도록 조각보를 길 방향으로 연결시켰으며, 여기에 변화를 주기 위해서 입을 열 때 오른쪽 가로 방향으로 소매의 진동부까지 조각보를 연장해 주었다. 작품 2은 작품 1에서 약간의 변화를 주어 세로 길 방향으로 입에서 오른쪽의 어깨에서 시작하여 조각보를 아래로 내렸으며, 가로방향으로는 작품1과 반대방향으로 왼쪽방향으로 길게 조각보를 소매진동까지 연결시켰다. 색상에서는 작품 1, 2 모두 연블루 바탕색에 조각보의 배색부분을 진한 핑크와 진한 블루까지의 유사색의 그라데이션 칼라로 각각 염색하여 조각조각 연결하였다.(그림 4)

또 테마 I의 작품 3은 모녀간의 커플룩으로 발달하면서도 귀여운 이미지를 표현한 것으로 작품1이나 작품2 시리즈와 패밀리룩으로 코디할 수 있다. 작품 3은 삼각조각보와 원조각보의 혼합으로 면구성을 했으며, 가슴 왼쪽 윗부분의 큰 반원과 오른쪽 아랫부분의 작은 반원과 윗부분의 작은 조각으로 좌우 균형을 맞추었다. 반원의 일부는 프릴로 장식하여 귀여운 분위기를 연출하였다. 연 핑크의 바탕색에 같은 계열의 진핑크까지의 그라데이션 조각을 불규칙적으로 배색하였다.(그림 5)

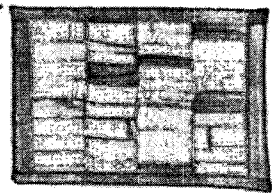
테마 II의 작품 4, 5는 경쾌하면서 발달한 이미지의 패밀리룩으로 삼각형의 면구성인 명주 조각보(그림 1)에서 변화, 응용한 디자인 작품이다. 작품 4는 상의의 앞 가슴 윗부분만 배색하였으며, 작품 5는 앞 몸판을 4등분하여 왼쪽 윗부분과 오른쪽 아랫부분 면을 각각 불규칙적인 조각으로 디자인했다. 색상에서는 작품 4는 연카키의 바탕색에 주황과 노랑의 그라데이션 조각들로 배색되었으며, 작품 5는 그와 반대로 주황색의 바탕에 카키의 그라데이션 조각을 불규칙적인 모양으로 배색하였다.(그림 6)

테마 III의 작품은 화려하고 선명한 이미지의 패밀리룩으로 선명한 화려한 색과 면구성에서 명주 조각보(그림 3)를 응용하였다. 작품 6의 면구성은 가슴 앞 중심 중앙선을 세로 길 방향으로 햄라인까지 조각보를 연결했으며, 작품 7은 양 어깨에서 각각 햄라인까지 세로의 길 방향으로 조각보를 연결하

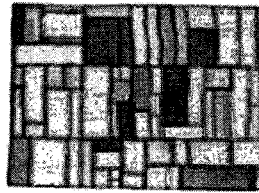
였다. 색상에서는 작품 6, 7 모두 연보라색을 바탕으로 블루, 연핑크, 청색, 분홍, 파랑, 노랑, 주황, 연두 등 주로 선명한 칼라로 크기가 각기 다른 직사각형 조각을 화려하게 배색하였다.(그림 7)



〈그림 1〉 명주 조각보  
출처: 허동화(1998)



〈그림 2〉 홍색 모시보  
출처: 허동화(1998)



〈그림 3〉 명주 조각보  
출처: 허동화(1998)



〈그림 4〉 작품번호 1·2



〈그림 5〉 작품번호 3



〈그림 6〉 작품번호 4·5



〈그림 7〉 작품번호 7·8

<표 7> T-shirts 작품 제작표

형태	소재	레미 번호	염색기법		색		스타일 도식화	작품 사진	
			메인	서브	메인	서브			
라운드 넥 라인 & 박스 라인	면 100%	I	1	쪽/ 철매염	지초/알루미늄				
			2	쪽/ 철매염	쪽/철매염				
			3	지초/ 알루미늄	지초/알루미늄				
		II	4	쪽+황백/ 알루미늄	황백/알루미늄				
			5	치자/ 알루미늄	쪽/알루미늄				
		III	6	쪽/ 철매염	옷. 지초. 밤나무 쪽+황백 쪽/알루미늄 쪽/철매염 소목/철매염				
			7	쪽/ 철매염	옷. 밤나무 쪽+황백 쪽/알루미늄 쪽/철매염				

## IV. 결론

본 연구에서는 다양한 감성표현과 이미지연출을 하고 싶어하는 현대의 소비자 욕구에 부합하는 패밀리룩 의상을 분석하고, 가치를 극대화하면서도 소비자들의 개성과 일체감을 표현하기 위하여 한국적 정서가 담긴 조각보 이미지를 응용한 패밀리브랜드 상품을 개발해 보았다.

최근의 패션산업계에는 소비자의 다양화, 개성화로 인해 세트의 정장개념보다는 편안하고 활동적이고 자유로운 코디가 가능한 단품의 상품이 선호되면서 T-shirts가 중요한 패션 아이템으로 부각되고 있다는 점에서 실용적 목적의 패밀리룩 개념의 T-shirts를 개발하고자 하였다. 특히 우아하고 자연스러운 색감을 표현하기 위하여 천연염색을 하였으며 한국적 이미지를 표현하기 위하여 서양화가들의 작품구성 못지않게 독창적인 모티브 가운데 하나인 조각보를 T-shirts 개발에 적극적으로 응용하였다.

현대캐주얼의 T-shirts디자인에서 한국적인 전통 이미지의 응용은 기존의 이미지를 그대로 단편적으로 이용할 경우 부담스럽게 느껴질 수 있으므로 현대인의 라이프스타일뿐만 아니라 유행에 맞게 새롭게 재해석하고 디자인하는 것이 필요하다는 점에서 본 연구의 의의를 찾을 수 있을 것이다. 본 연구의 보다 구체적인 의미를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 패밀리룩 T-shirts에 한국의 전통적인 조각보의 이미지를 응용함으로써 대중적인 캐주얼웨어와 문화관광상품으로 활용범위를 넓힐 수 있다.

둘째, 천연염색을 사용함으로써 웰빙시대적인 조류에 부합하면서 자연스럽고 부드러운 색의 조화로 인해 T-shirts의 고급화를 꾀할 수 있다.

셋째, 새로운 감성트렌드인 커플의상에 이어 한 단계 더 나아가 패밀리룩의 활성화를 가져오는 계기를 마련할 수 있다.

넷째, 패밀리룩의상을 통해 가족간의 친밀감 및 공동체적인 유대감 형성에 도움이 될 수 있다.

다시 강조하지만 현대의상에서 한국적 이미지를 표현하기 위해서는 우리문화 및 정서, 복식에 대한 올바른 이해가 필요하며 전통적인 것을 재현하거나 모방하는 데서 보다 실용적이고 체계적인 방법으로

의 변환과정을 거쳐 전통을 현대화하는 것이 필요하다.

본 연구는 T-shirts를 염색하여 한국적인 조각보의 이미지를 응용하여 가족이 함께 입을 수 있는 패밀리룩의 스타일을 디자인함으로써 개성화되고 다양화되는 현대사회에서 가족의 친밀감과 유대감 형성에 도움을 주고 나아가 한국적 이미지가 담긴 제품을 상품화하는 데 그 목적이 있다. 그동안 많은 한국적인 이미지가 담긴 작품들이 국제무대에서 좋은 반응을 받았음에도 불구하고 세계적인 패션상품의 브랜드로는 아직 미흡한 단계이다. 우리는 세계 시장에서 호응을 얻을 수 있도록 우리만의 고유한 이미지가 담긴 상품을 개발해서 세계화해야 하는 과제를 안고 있다. 본 연구가 그러한 과제를 해결하는 데 조금이라도 기여할 수 있기를 기대한다.

마지막으로 본 연구는 기본적인 라운드의 박스라인 모양의 T-shirts만으로 제한하여 살펴보았기 때문에 다양성의 차원에서 분명한 한계를 가지고 있다. 따라서 앞으로 좀 더 다양한 모양의 디자인과 장식적 기법이나 이미지를 활용한 디자인에 대한 추가적 연구가 필요할 것으로 생각한다.

## 참고문헌

- 1) 이지평 (2003). 주 5일 트렌드. 서울: 21세기 북스.
- 2) 룩이란 의미는 패션용어로서 의상의 전체적인 인상을 포착할 때 사용되는 말로 형태, 색, 소재, 디테일 등 외관상으로 나타나는 디자인의 특징을 커다란 이미지로 포착한 개념적인 용어이다.
- 3) 김지숙 (2003). 애니메이션 캐릭터를 이용한 커플의상 디자인. 이화여대, p. 4.
- 4) Gecas, V. Calonic, J. M. & D. L. Thomas (1974, 1992). The development of self-concept in the child. *The Journal of Social Psychology*, pp. 67-76.
- 5) 김소애 (2004). 가족 유대감을 고려한 패밀리룩 디자인 개발에 관한 연구. 국민대학교, pp. 43-46.
- 6) 남혜진 외 2인 (2003). 캐주얼 티셔츠의 디자인요소가 소비자 감성에 미치는 영향. *한국감성과학회지*, 6(4), pp. 52-53.
- 7) 패밀리 브랜드란 성인과 아동을 동시에 겨냥하는 가족 단위의 소비자를 겨냥한 브랜드로 가족중심의 라이프스타일의 새로운 트렌드를 제시하는 브랜드를 의미한다.
- 8) 신성미. 브랜드확장을 통한 패션 제품 관리에 관한 연구, pp. V-VI.

- 9) 웹스터 온라인 사전.(<http://www.m.w.com>)
- 10) Mary D. Trenquillo, *Styles of fashion*, Van Nostrand Reinhold Company, New York, pp. 22-25.
- 11) Charlotte Brunel (2002) *The T-shirt book*, Assouline, New York, p. 20.
- 12) 김세은 (2003). 디지털 프린팅을 활용한 아트 티셔츠의 개발. 경북대학교, p. 7.
- 13) 남혜진 외 2인 (2003). 캐주얼 티셔츠의 디자인요소가 소비자 감성에 미치는 영향. 한국감성과학회지, 6(4), pp. 52-53.
- 14) 오희선 (2004). *Design for textile*. 서울: 교학 연구사, pp. 263-264.
- 15) 스포츠투데이 (2003)
- 16) 뉴시즈 (2004). 한국섬유신문
- 17) 한국관광공사 (1998). *외래객 여론조사(1983-1997)*.
- 18) 한국적 이미지의 패션디자인이란 한국 고유의 전통이나 정서, 이미지를 시각화하여 표현하고 응용한 패션 디자인을 의미한다.
- 19) 신정숙·정혜정 (2001). 관광상품개발을 위한 전통창살 문양의 티셔츠디자인연구. 한국의상디자인학회지 3(2), p. 125.
- 20) 허동화 (1998). *옛보자기*. 한국자수박물관 출판부, p. 266.
- 21) 염료란 여러 가지 직물에 어떠한 색상을 입혀 그 직물이 다른 색상으로 보이게 하는 재료를 말하며 물에 용해된 염료가 염색속으로 침투해서 전혀 다른 색상의 섬유로 만든다. 강주영 (2005). 천연염색의 효과를 응용한 Evening Dress이미지 연구. 동서대학교, p. 6.
- 22) 전통 염색협회. [www.nart114.com](http://www.nart114.com)