

## 핸드 워크 感覺의 패션 디자인 研究<sup>+</sup>

廉 惠 晶

全北大學校 生活科學大學 衣類學專攻 副教授, 全北大學校 人間生活科學研究所 研究員

## A Study on the Fashion Design imaged by Hand Work<sup>+</sup>

Yum, Hae-Jung

Associate Prof., Dept. of Clothing & Textiles and Research Institute of Human Ecology, Chonbuk. National University

### Abstract

The purpose of this study is to analyze the fashion images and the aesthetic characteristics of hand work imaged design. The 'hand work' has not only affected the contemporary life style but also the current fashion trend. The primary source of data has been a collection of recent books, news repots, and many articles from various kinds of mass media and fashion magazines since the year 2000.

The results of this study can be summarized as follow. First, hand work imaged fashion design can be divided the background into three parts : post-materialism, aesthetics of slowness, personalize trend. Second, hand work imaged fashion design can be identified with the following images : folklore & craft image, second hand image, high touch image. Third, the aesthetic characteristics of hand work image reflects the concepts of sustainability and process communication.

**Key Words** : hand work(수작업), post-materialism(탈물질주의), aesthetics of slowness (느림의 미학), personalize trend(개별화 경향), sustainability(지속가능성), process communication(프로세스 커뮤니케이션)

<sup>+</sup> 본 논문은 2004년도 전북대학교 지원연구비(연구기반조성)에 의하여 연구되었음.

## 1. 서론

현대는 사회문화의 여러 분야에 걸쳐 신속성과 확실성이라는 가치를 낳았다. 패션에 있어서도 예외는 아니어서 전통적인 오트 쿠튀르(Haute Couture)에서 프레타 포르테(Pret-a-Porter)로 그 체제가 변화한 이래, 고도로 발달된 공장에서 대량생산한 상품을 대량 소비하는 것을 가치의 척도로 삼으면서 발전해 왔다.

오트 쿠튀르와 달리 불특정 다수의 소비자를 대상으로 하는 프레타 포르테는 무엇보다 그 브랜드만의 독특한 스타일을 창조하는 것을 목표로 삼았고, 매 시즌 트렌드라는 이름 아래 다양한 스타일을 선보이는 방법을 통해 소비를 촉진시켜왔다. 이는 소비자들의 개성화, 다양화 경향을 배경으로 한 것이었지만, 한편으로는 전 세계의 패션을 트렌드라는 이름으로 획일화, 동일화시키는 결과를 초래하는 원인이 되기도 했다.

따라서 최근 이 같은 패션 시스템에 대한 의문을 제기하면서 새로운 가치를 모색해 보고자 하는 움직임이 나타나고 있다. 이미 방대한 양의 상품들이 넘쳐흐르는 요즘, 유사한 부류의 상품을 만드는 것은 별로 가치가 없다는 것이다. 그 대신 창조적인 발상의 원천을 확실히 갖고 있는 것, 다양한 감동의 체험을 주는 것, 아이덴티티가 명확한 것 등에 새로운 가치를 부여하고 있다.

한편 소비의 측면에 있어서도 현대사회가 목표로 두었던 신속성과 확실성의 가치에 식상함을 느낀 소비자들이 생활 전반에 걸쳐 다양한 변화를 일으키고 있다. 예를 들어 대량생산 시스템으로 생산된 상품들이 정기적으로 발신하는 브랜드 광고와 그 곳에 내재된 유사한 이미지들에게 반발을 느끼기 시작한 것을 들 수 있다. 곧 식상해 버릴지 모르는 '이미지' 중심의 상품들이 아닌 보다 '실질적이고 자기 자신만의 것' 그리고 '쉽게 손에 넣기 힘든 것' 등을 추구하고 있는 것이다. 이는 최근 국내외에서 일고 있는 '웰빙(well-being)', '느리게 살기 운동' 등과 같은 라이프 스타일 전반에 걸친 경향과도 그 맥을 같이 하는 것이라 생각한다. 따라서 자연친화적인 상

품, 정원 가꾸기, 심신 단련을 위한 요가와 같은 운동법 등이 붐을 이루고 있으며, 그 속에서 '삶의 질'을 추구하고자 하는 움직임이 새롭게 대두되고 있다.

본 연구는 이상의 흐름을 배경으로 하여, 특히 패션에 있어 두드러지게 나타나고 있는 핸드 워크(hand work) 감각의 디자인 경향에 초점을 맞추었다. 핸드 워크란 기계생산과 반대되는 개념으로 '수작업', '수공(手工)'이란 뜻이다<sup>1)</sup>. 따라서 본 논문에서 말하는 핸드 워크 감각의 디자인이란 '손으로 직접 만들었거나 손으로 만든 듯한 느낌을 준 것'에 새로운 가치와 아름다움을 부여한 디자인이란 뜻으로, 기능성 위주의 대량생산 체제 하에서 디자인된 것과는 상반된 의미를 갖는다. 또한 오랜 시간 동안 정성을 들여 만든 것 같은 핸드 워크 감각의 패션 디자인은 효율성은 현저히 저하될지 모르나 각 상품에 개별적인 분위기를 줄 수 있고 다른 사람과 다른 것을 입는다는 만족감과 감동을 동시에 부여한다는 특징을 지닌다.

패션자체가 인간의 손으로 창조하는 작업이라는 특징을 지니기 때문에, 핸드 워크는 예로부터 패션 디자인을 표현하는 하나의 기법이 되어 왔다. 그러나 최근의 핸드 워크 감각의 패션 디자인은 특정 디자인을 표현하기 위한 창작 기법이라는 차원을 넘어 21세기 패션을 특징짓는 하나의 흐름으로서, 그것도 일련의 사회문화적 현상과도 깊은 관련성을 지니고 있는 것에 주목해 볼 만하다.

따라서 김지영<sup>2)</sup>은 21세기를 전후하여 수공예적인 세련된 고급품을 지향하는 다양한 디테일의 장식패션이 크게 유행해 왔다고 밝히고 표면장식의 예를 퀘팅, 주름, 자수, 절개, 부착으로 나누어 각 기법의 제작 방법과 종류를 살펴보았다. 또한 김은정, 엄혜정<sup>3)</sup>은 21세기 이후 경제불황 및 과학기술의 발달에 의한 심리적 불안감의 증대, 옛 것에 대한 향수 등으로 '손맛'이 강한 제품을 선호하고 있다고 하고, 그 중 손뜨개 니트 디자인을 예로 들어 연구하였다. 그 외에도 김윤희<sup>4)</sup>는 최근의 '느리게 살기' 운동이 패션에 있어서는 수공

예적인 기법을 적극 도입하게 되었다고 하고, 그 예로서 2000년 들어 꿈뻐 데 가르송(Comme des Garçons), 후세인 살라얀(Hussein Chalayan) 등이 정교하게 비딩(beading)을 한 상의, 낡은 데님을 이용하여 핀턱(pin tuck)을 준 것, 데님 끝단의 헤진 느낌을 그대로 살린 것, 오래되어 녹이슨 듯한 느낌의 가죽 소재 등 이전의 재고품에 새로운 장식을 가미하여 새로운 제품으로 재탄생시키거나 중고 옷을 재이용하는 방법, 염색을 하거나 손으로 직접 그려서 독특하게 만드는 방법 등을 선보여 왔다고 설명했다. 그리하여 패션 전문지 '하이 패션(High Fashion)'은 2002년 이 같은 경향을 내용으로 한 '핸드 워크는 패션을 변화시킬 수 있는가'란 특집호를 발간하기도 했다<sup>5)</sup>. 그러나 지금까지의 연구 경향을 보면 이상 살펴본 바와 같이 패션의 조형적인 측면에 초점을 두거나, 손뜨개 니트를 중심으로 한 것, 혹은 부분적으로만 다루고 있을 뿐 그에 관한 구체적인 연구가 이루어지고 있지 않았다.

이에 본 연구는 최근 새로운 흐름으로 나타난 핸드 워크 감각의 패션 디자인이 관심을 얻게 된 사회문화적 배경을 구체적으로 알아보고, 그것이 패션에 미친 영향과 그 특징은 무엇인지 분석해보고자 하였다. 이를 발판으로 21세기 패션의 새로운 흐름에 대한 인식을 고조시키는 동시에 그 표현 방법을 제시해 나가고자 함을 목적으로 하였다.

이를 위한 연구 방법으로는 주로 문헌 연구를 중심으로 진행하였으며, 국내외의 사회 문화적 변화와 관련된 서적과 신문, 잡지 등의 대중매체의 내용을 주요 자료로 삼았다. 또한 패션 관련 자료는 2000년 이후 국내외 패션 잡지, 패션 관련 인터넷 사이트에서 관련 기사 및 사진 자료를 수집하여 분석하였다.

## II. 시대적 배경

본 장에서는 핸드 워크 감각의 패션 디자인이 나오게 된 배경에 대해 탈(脫)물질주의, 느낌의

미학, 개별화경향으로 나누어 알아보도록 한다.

### 1. 탈(脫)물질주의

흔히 20세기를 가리켜 소비사회라고 한다. 소비사회란 산업이 발달하고 끊임없이 소비재가 양적, 질적으로 향상되면서 물건에 대한 관심이 점차 우리 일상생활 내에서 커다란 비중을 차지하게 된 사회를 말한다. 그리고 그 속에서 인간의 다양한 행위 중에서 물건을 손에 넣는 것이 중심을 차지하게 되었으며, 그것만 실현된다면 행복과 만족감을 얻을 수 있다는 생각이 일반화되었다.

그러나 그 후 물건이 갖는 의미는 전환기를 맞이하게 되었다. 소비사회가 성숙되면서 물건은 실질적인 기능 이외에도 다양하고 복잡한 의미를 부여받게 된 것이다. 이는 상품이 단순한 기능적인 의미만을 갖고 있던 시대와는 달리, 인간의 다양한 욕구를 충족시키고 가치를 실현시키는 하나의 수단이 되었음을 의미한다. 또한 사람들의 물건에 대한 욕구가 약화되고 물건 이외에도 많은 욕구를 갖게 됨에 따라 관심과 욕구의 대상이 물건을 이탈해 가는 것을 가리킨다. 흔히 말하는 '탈물질주의'란 이러한 현상을 나타내고 있다<sup>6)</sup>.

탈물질주의(post-materialism)는 원래 미국의 정치학자 잉글하트(Inglehart, R.)가 사용하여 주목을 모은 개념이다<sup>7)</sup>. 탈물질주의는 '탈(脫)'이란 글자가 나타내는 바와 같이, 물질주의와 반대되는 가치관과 행동을 나타내는 말이다. 즉, 잉글하트는 보다 많은 물건의 소비가 이미 충족감과 행복을 증대시키지 않게 되었기 때문에 더 많은 물건을 획득하려 하지 않는다고 말하고, 이 같은 물건에 대한 소극적인 경향을 탈물질주의라 이름 붙였다.

그 후, 일본의 마마다 다카오(間々田孝夫)는 탈물질주의의 움직임은 생산측의 변화와 깊은 관련이 있다고 하면서, 탈물질주의와 탈공업사회(post industrial society)의 관련성에 관해 다음과 같이 설명했다<sup>8)</sup>. 즉 종래의 소비구조가 그대로 계속되면, 기술이 현저히 진보하여 생산성이 더욱 높아

지기 때문에 노동력은 더욱 과잉이 된다. 그 노동력을 흡수하려면 극단적으로 물질주의적이고 과잉생산, 과잉소비가 된다. 따라서 이 같은 사태를 피하고 새로운 산업과 고용분야를 산출하는 것이 바로 탈공업화를 진행시키는 요인이 된다는 것이다.

다시 말하면 탈물질주의화는 탈공업화 시대에 있어서 빼놓을 수 없는 조건이며, 이 조건을 바탕으로 하여 경제활동의 틀이 변화해 나간다고 볼 수 있다. 인간이 최종적으로 목표로 해야 할 것은 무한하게 팽창하는 물건의 세계가 아니라 물건에 대한 집착을 버리고 물건 이상의 가치를 추구하는 세계이며, 이 같은 세계야말로 보다 행복한 생활이 실현가능하다는 것이다.

그렇다면 탈물질주의 시대에 있어 물건의 소비는 어떤 방향으로 갈 것인가. 그 방향에 대해 마마다 다가오는 소비사회의 성숙에 따라 물건은 실질적인 기능 이외에 '그 다른 무엇'을 부가시켜 나가게 된다고 하면서, 그 예로 '마음'을 들었다. 탈물질주의 시대는 '마음의 시대'로서 물건과는 철학상 반대개념이라 할 수 있는 '마음(정신)'이 물건의 가치를 가능하게 해 부가된다는 것이다<sup>9)</sup>.

이상의 경향은 "미래는 사랑과 감동을 상품화해야 한다"는 이어령의 말과도 일맥상통한다. 21세기 비즈니스는 소유 개념에서 체험, 지식, 정보의 문화를 추구하는 개념으로 전환해야 하며, 그를 통해 '인간미', '감동', '지식'을 서로 주고받아야 한다는 것이다<sup>10)</sup>. 최근 패션이 소비자에게 새로운 경험을 제공할 수 있는 가치산업으로서, 엔터테인먼트적인 요소와 '편(fun)'이라는 즐거움의 추구 성향을 키워드로 삼고 있는 것도 그 한 예라 하겠다. 또한 디자인 발상의 원천을 확실히 갖고 있는 것, 풍요로운 감동의 체험을 비축하고 있는 것, 아이덴티티가 명확한 것을 추구하는 것도 그 한 예로 꼽을 수 있다<sup>11)</sup>. 이는 '물건을 만들어낸다'는 것이 더 이상 새로운 창조적인 행위에 속하지 않게 된 지 오래된 요즘, '창조'에서 새로운 가치를 만들어내하고자 하는 것이다. 그를 통해 '다른 곳에는 없는 것', '자신만의 것', 혹은 '적어도 쉽게 손에 넣을 수 없는 것'을 요구하고

있다.

핸드 워크 감각의 디자인 역시 이상의 경향과 맥락을 같이 하는 것으로 '손으로 만든' 느낌을 추구하거나 자신의 흔적을 남기려 함으로써 깊은 인간미와 창조의 감동을 주고자 한 '탈 물질주의' 시대의 대표적 키워드 중 하나라 할 것이다.

## 2. 느림의 미학

요 몇 년간 체코의 소설가 밀란 쿤데라(Milan Kundera)의 장편 소설 '느림(La Lentueur)'과 프랑스 철학자 페이르 상소(Pierre Sansot)의 '느리게 산다는 것의 의미(Du Bon Usage de la Lentueur)'가 오랫동안 베스트셀러에 오른바 있으며, 최근 국내외에는 이와 유사한 주제의 도서 출간이 계속되고 있다. 또한 2000년 서울 아트 선제센터에서 '느림(Slowness of Speed)'이라는 주제의 전시가 있었고, 2002년 제 4회 광주 비엔날레의 주제 역시 '멈춤(pause)'이었다.

이는 사람들의 삶의 방식에 변화가 왔음을 의미하는 것으로, 특히 시간의 개념에 대한 새로운 가치관을 나타낸다. 지금까지 일하기 위해, 돈을 벌기위해 바쁘게 살아왔던 시간에서 벗어나 슬슬 여유있게, 지속적이고 영속적인 소비와 생활양식을 갖고자 하는 새로운 우리의 가치관을 표현한다. 즉, 조금이라도 빨리, 조금이라도 합리적이라는 법칙에 따른 '스피드화' 시대에서 '스피드 다운(speed down)' 시대로의 이행을 의미한다<sup>12)</sup>.

이 같은 흐름 때문인지 '천천히, 그러나 더 훌륭하게 일하는 사람(slower but better working people)'을 뜻하는 말인 '슬로비(Slobbie)족'이나<sup>13)</sup>, '부르주아 보헤미안(Bourgeois Bohemian)'의 약자로 새로운 정보시대의 엘리트들을 의미하는 '보보스(bobos)'<sup>14)</sup>, 또는 모든 것을 귀찮아하는 유형을 가리키는 신조어 '귀차니즘'이 화제를 모으고 있다. 일본의 경우에도 '맛타리(まったり)', '다라다라(だらだら)', '하즈스(ハズス)' 감각 등이 유행어로 등장했다. 이들 모두 아무것도 하지 않고 그냥 가만히 있는 일상 생활내의 감각을 말한다. 실제로 거리를 다녀보면 거리 도처에 걸터앉

아 무엇을 먹고 있거나, 카페 등에서 몇 시간이나 그냥 시간을 보내는 사람도 적지 않다. 이러한 흐름을 반영이라도 하듯이 한적한 공간과 그곳에 놓인 가구들로 느슨한 분위기를 풍기는 카페가 인기를 얻고 있다<sup>15)</sup>. 식생활에서도 패스트푸드보다는 직접 재배하거나, 가격이 더 높더라도 유기농같은 먹거리를 먹고자 하는 슬로푸드(slow food) 운동이 활발히 전개되고 있다<sup>16)</sup>.

이상의 경향은 앞서 말한 ‘마음의 시대’라는 연장선상에서 생각해 보면, ‘시간에 여유를 둔 소비’라는 개념으로 풀이해 볼 수 있다<sup>17)</sup>. ‘시간에 여유를 둔 소비’란 소비의 본질은 일초라도 빨리 욕구를 실현시키려 하는 효율주의적인 행위가 아니라, 오히려 되도록이면 욕구의 실현을 늦추려 하는 곳에 있다는 개념이다. 욕구의 실현 과정에 되도록 긴 시간을 들이면 들일수록, 더욱 큰 즐거움을 얻을 수 있다는 것이다. 이는 경제 성장기와 같이 바쁘게 움직여서 새로운 소비 상품을 구하는데 급급했던 시대에서는 생각할 수 없었지만, 다양한 소비상품들이 즐비하게 늘어서고 풍요로움이 실현된 시대가 되면서 점차 주목을 받고 있다.

‘마음의 시대’란 주로 정신적 활동에 의한 마음의 충족을 목표로 하는 시대이다. 이 때 물건은 인간의 정신적 만족을 위한 매개역할을 하게 되는데, 핸드 워크 감각의 디자인 역시 이러한 맥락에서 생각해 볼 수 있다. 다시 말하면, 핸드워크 감각의 디자인은 탈물질주의 시대를 맞이하여 물건을 손에 넣는 것만이 중요한 것이 아니라 그것을 창조하는 과정도 중요하다는, 즉 ‘시간에 여유를 둔 소비’의 개념에 기초하고 있다고 생각한다.

### 3. 개별화 경향

경제와 고용불안이 가져오는 불투명한 장래, 그리고 사회규범과 윤리관의 변화, 성과주의, 자기책임이 중시되는 사회적 경향, 가정 내와 남녀 간 역할 분담의 변화 등 우리의 주변 환경은 크게 달라지고 있고, 불안은 가속되고 있다. 그에 대한 문헌에서는 변화하는 환경에 대응하여 ‘개인’

으로서 자립하지 않을 수 없는 방향성, 그리고 그 반대에 타인과 ‘공생(共生)’해 가는 방향성이 존재한다고 말하고, 정반대에 위치하는 2가지의 방향성 사이에서 어떻게 밸런스를 취해 가는가가 요구되는 시대가 되었다고 설명했다. 그리고 그것을 ‘자립과 공생의 밸런스’라 이름지었다<sup>18)</sup>.

실제로 최근에는 해마다 1인 가구수가 증가하여, 2005년에는 우리나라의 경우, 5세대 중 한 세대가 단독 세대이었으며, 2010년에는 3백만 가구를 육박할 것이라는 전망이 나오고 있다. 또한 젊은 층을 중심으로 결혼을 보류하고 자신의 일과 취미에 몰두하는 경향이 확산되어 ‘싱글족’이라는 유행어를 낳기도 했다<sup>19)</sup>. 이렇게 싱글족들이 늘어나면서 그들을 위한 전용 상품이 부상하는 한편, 교류를 증진시키는 상품 및 서비스도 꾸준히 성장하고 있다. 예를 들면 1인 금융 서비스, 고급원룸, 테이크 아웃 식품 등과 같이 싱글을 타깃으로 한 1인용 제품 및 서비스가 더욱 다양화되고, 각종 카드사나 휴대폰, 자동차 등의 광고에서도 주로 싱글들을 광고 모델로 등장시켜 소비자들을 효과적으로 유인하고 있다<sup>20)</sup>. 이를 대변이라도 하듯이 삼성디자인연구원에서는 ‘2005년 소비 키워드와 기업의 대응’을 위한 소비 키워드로 싱글(single), 안전(safety), 자기만족(self-satisfaction)의 세 가지를 들기도 했다<sup>21)</sup>.

뿐만 아니라 집단주의적 사고방식이 희석된 반면, 자기중심적 사고방식과 의사가 중시되는 사회 환경이 조성되면서 자신을 표현하고 싶은 각종 서비스가 인기를 얻고 있다. 예를 들면 미니홈피 서비스를 제공하는 싸이월드가 서비스 개시 3년 만에 가입자 수 1000만 명을 돌파한 것을 비롯하여 그룹형 커뮤니티 서비스인 인터넷 카페 이외에 플래닛(다음), 섬(프리챌), 흥피(MSN) 등도 미니홈피 형식의 서비스를 제공하고 있다<sup>22)</sup>. 이는 “자신을 표현하고 싶다”, “자신의 존재를 확인하고 싶다”는 사람들의 개별화 경향을 여실히 드러내는 현상이라 할 수 있다.

패션의 경우에 있어서도 대중적인 유행현상이 꾸준히 이어지고, 거리에는 서로 비슷비슷한 차림의 사람들이 무리를 지어 다니는 경향이 여전

히 진행되는 가운데, 그 반대를 이루기라도 하는 듯 개별화 경향이 두드러지게 나타나고 있다. 그 영향으로 커스토마이즈(customize)라는 개인의 희망이나 취향에 대응한 '1:1 맞춤형'의 생산방식이 새롭게 부상하였으며, 스스로 만드는 것을 즐기는 DIY(Do It Yourself)족이 화제를 모았다<sup>23)</sup>. 핸드 워크 감각 디자인 역시, 이상의 경향을 배경으로 한 것으로 대중시장의 구성원으로서가 아닌 특별한 '개인'으로서 '남들과 다른 것', '나만의 것', '나만을 위한 것'을 추구하는 현대 소비자들의 요구를 반영하고 있다.

### III. 핸드 워크 감각의 패션 디자인

21세기 들어 패션은 양적이고 질적인 성숙기를 맞이하여 일방적인 트렌드 발신에 의한 패션 보다는 소비자 개개인의 아이덴티티를 중시하는 패션으로 그 방향이 옮겨가고 있다. 20세기 전반에 걸쳐 패션이 보다 더욱 새롭고, 기능적인 이미지를 추구해 왔다면, 그에 대한 반성과 함께 탈물질주의 시대에 걸맞은 패션을 제시하고 있는 것이다. 그 중 한 예가 핸드 워크 감각의 패션으로, 여기서는 핸드 워크 감각의 패션 이미지와 미적 특성에 관해 같이 분석했다.

#### 1. 핸드 워크 감각의 패션 이미지

##### 1) 포클로어 & 크래프트 이미지 (folklore & craft image)

'핸드 메이드 라이프'의 저서를 쓴 윌리엄 코퍼스웨이트(William Coperthwaite)는 "나에게 있어 디자인이란 '멋지게 생긴 스푼 하나에 구현된 어떤 특질'이란 의미로 다가왔다. 또한 나는 어디를 가든 우수한 작품에는 훌륭한 디자인이 존재한다는 사실을 발견할 수 있었다. 핀란드인의 통나무 집에서, 네덜란드인의 풍차에서, 에스키모인의 낚시바늘에서, 인디언의 모카신 신발에서, 매사추세

츠 주 스왈스콧의 바닥이 납작한 어선에서 훌륭한 디자인을 발견할 수 있었다"고 말하면서, 훌륭한 디자인이란 전문가들이 만들어내는 작품이 아니라 사람들 스스로가 자기 필요를 충족시키기 위해 창조해내는 것이라고 설명했다<sup>24)</sup>. 즉, 각 민족의 문화적 전통이 갖고 있는 아름다움과 그 속에 담긴 생활의 지혜가 얼마나 중요한지를 강조한 것으로, 그 이유로는 다른 누군가를 위해서, 돈을 위해서, 위신을 위해서 디자인된 물개성적인 것이 아니기 때문이라는 점을 들었다<sup>25)</sup>.

패션의 경우에 있어서도 '마르니(Marni)' 브랜드의 디자이너 콘스에로 카스티리오니(Consuelo Castiglioni)는 어느 잡지와 인터뷰에서 어렸을 때부터 TV의 다큐멘터리 프로에서 보았던 이국의 민속 문화에 대한 기억을 디자인으로 표현하기 위해 핸드 워크 기법을 주로 사용한다고 말하며 다음과 같이 설명했다<sup>26)</sup>. "내가 가장 흥미를 가지고 중요시하는 것은 소재이다. 그러나 이미 만들어진 것에서 선택하는 것이 아니라 언제나 새롭게 생각하고 만든다. 그것은 마케팅과도 관계가 없으며 세계적인 트렌드와도 관계가 없다. 모던한 것과 낡은 것을 조합하거나, 세계 각지의 텍스타일 산지를 뒤져서 찾아낸 민족 전통의 소재를 이용하기도 한다. 이렇게 소재가 결정되고 나면 그 특성에 맞추어 패치워크, 어플리케, 자수 등을 결정해 간다. 그 과정은 마치 자연의 발효작업과도 같다. 그리고 아주 중요해서 거의 핸드 워크로 하는데, 그 때문에 가격이 올라가 팔리지 않더라도 그것은 나에게 별로 중요한 일은 아니다."

이와 같이 핸드 워크 감각의 디자인은 글로벌리즘으로 잃어가고 있는 지역적인 특성과 그 속의 생활 리듬을 되찾아주는 주요 표현방법이 된다. 특히 꼬매기, 짜기, 자르기, 찢기, 묶기 등 예로부터 내려오는 핸드 워크 기법은 각 민족의 정서를 표현하는 동시에, 장인의 숙련된 솜씨를 상징해 왔다. 바늘 한뼘 한뼘 그것을 작업한 사람의 정성과 마음을 느낄 수 있는 핸드워크 감각의 디자인은 패션산업의 질(質) 경쟁시대에 정교하고 고급스러운 장식을 통해 개성을 추구하는 현대의 소비자에게 심리적인 만족을 주고 있다.

그 중 포클로어 앤 크래프트 이미지로 자주 사용되는 핸드 워크 기법은 다음과 같다. 첫째 자수(embroidery)기법을 들 수 있는데, 이는 바늘, 실(끈, 천 조각, 피혁, 리본 등을 포함), 장식재료(비즈, 스팅글, 거울조각 등) 등을 사용하여 기본 소재에 바느질하고, 오려내고, 부착하는 등의 기법을 총칭한다<sup>27)</sup>. 자수는 포클로어 스타일에서 가장 흔히 보이는 기법 중 하나로, 평면적인 플랫 자수(flat embroidery)에서부터 비즈나 스팅글 등과 함께 자수 장식한 입체적인 레이스드 자수(raised embroidery)<그림 1>, 자수한 일부분을 오려내어 장식한 컷 워크(cut work)<그림 2>, 천 조각을 부착하고 그 위에 자수를 한 아플리케 워크(applique work)<그림 3> 등 다양하게 나타났다. 둘째 레이스와 니트로, 특히 크로세 레이스(crochet lace)의 다양한 변화가 돋보였는데, 예를 들면 의복전체에 프린지와 함께 사용하거나 <그림 4> 비치는 효과를 이용하여 옷감의 위에 덧대는 방법<그림 5>, 부분적으로 장식하는 방법 <그림 6> 등 다양하게 나타났다. 그 외에도 실에 꼬인 비즈를 바늘로 떼가면서 장식해 가는 비즈

니트(beads knit)<그림 7> 등이 이에 속한다. 셋째 패브릭 워크(fabric work)로, 옷감에 수공예 기법으로 변화를 주어 장식효과를 내는 기술을 총칭한다<sup>28)</sup>. 예를 들면 다양한 종류의 퀼팅(quilting) 패치워크(patchwork)<그림 8>, 스모킹(smocking)<그림 9>, 마크라메 레이스(macramé lace)<그림 10> 등을 들 수 있다. 넷째, 조화(art flower)에 의한 장식으로 코르사주(corsage)를 원 포인트로 사용하는 것 이외에도 레이스나 옷감 위에 장식하는 방법<그림 11, 12> 등 다양하게 나타났다.

## 2) 세컨드 핸드 이미지(second hand image)

원래 세컨드 핸드 스타일, 즉 중고 옷은 어떤 사람에게 불필요하게 되어 다른 사람에게 값싸게 양도된 옷이라는 뜻으로, 19세기 초반의 빅토리아 시대에 옷이 필요했던 서민들 사이에서 생겨난 개념이었다<sup>29)</sup>.

그것이 창조적인 발상의 원천이 된 것은 제 2차 세계대전 이후, 트레이셔널 재즈 팬들이 군사



<그림 1> 포클로어 & 크래프트 이미지(자수) 05 S/S, Bluemarine (Mode et Mode No.329, 2005)  
 <그림 2> 포클로어 & 크래프트 이미지(자수) 02-3 A/W, Sophia Kokosalaki (Mode et Mode No.319, 2002)  
 <그림 3> 포클로어 & 크래프트 이미지(자수) 02-3 A/W, Andrew Gn (Mode et Mode No.319, 2002)  
 <그림 4> 포클로어 & 크래프트 이미지 (레이스와 니트) 00 S/S, Jean Paul Gaultier (Mode et Mode No.309, 2000)



<그림 5> 포클로어 & 크래프트 이미지 (레이스와 니트)  
05 S/S, Etro (Mode et Mode No.329, 2005)



<그림 6> 포클로어 & 크래프트 이미지 (레이스와 니트)  
05 S/S, Chanel (Mode et Mode No.329, 2005)



<그림 7> 포클로어 & 크래프트 이미지 (레이스와 니트)  
05 S/S, Hussein Chalayan (Mode et Mode No.329, 2005)



<그림 8> 포클로어 & 크래프트 이미지 (패브릭 워크)  
02-3 A/W, Marjan Pejoski (Mode et Mode No.319, 2002)



<그림 9> 포클로어 & 크래프트 이미지 (패브릭 워크)  
03-4 A/W, Giorgio Armani (Mode et Mode No.323, 2003)



<그림 10> 포클로어 & 크래프트 이미지 (패브릭 워크)  
05 S/S, Junya Watanabe (Mode et Mode No.329, 2005)



<그림 11> 포클로어 & 크래프트 이미지 (코르사주)  
01 S/S, Emanuel Ungaro (Mode et Mode No.313, 2001)



<그림 12> 포클로어 & 크래프트 이미지 (코르사주)  
00 S/S, Cividini (Mode et Mode No.309, 2000)

잉여물품이었던 더플 코트(duffle coat)를 입기 시작하면서부터이다. 원래 카키에서 네이비 컬러로 다시 염색한 더플 코트는 당시 냉혹한 현실로부터 이탈을 원하는 최초의 보헤미언들을 상징했

다<sup>30)</sup>. 그 후, 중고 옷은 팝 문화와 젊은이들의 하위문화를 통해 새로운 발상을 위한 원천으로서 인기를 모아 왔다.

중고 옷의 매력은 원래 남성복이었는데, 여성복



이었는지, 어떤 연령대의 옷이었는지, 또한 어떤 용도의 옷이었는지에 관계없이 새로운 생명을 부여하는데 있다. 특히 중고 옷은 대체로 사이즈가 맞지 않는 것이 대부분이고 하물며 여성이 남성복의 중고 옷을 입을 경우, 험렁험렁한 경우가 보통이다. 따라서 리메이크를 할 때, 이미 존재하는 의복의 구조가 아닌 새로운 구조와 기능을 찾아 내기 위해 흔히 핸드 워크 기법이 이용된다.

‘디자인 어게인스트 트렌드(design against trend)’를 추구하 일본의 디자이너 무라야마 신(村山 伸)은 어느 잡지와와의 인터뷰에서 “리메이크는 물건을 만들 때의 당연한 선택 사항이며 무엇보다 핸드 워크 감각을 중시한다”고 언급한 바 있다. 그 예로 그가 디자인한 ‘마벨트 벨트 (Marbelt Belt)’는 중고옷 가게에서 가져온 남성복 팬츠의 허리 안쪽부분에 있는 마벨트 3개를 서로 이어서 벨트로 한 것이다. 원래 셔츠가 미끄러져서 밖으로 나오는 것을 방지하는 기능을 위해 만든 마벨트는 색과 무늬가 다양하기 때문에, 조합 여부에 따라 각양각색의 벨트가 완성된다<sup>31)</sup>. <그림 13> 그 외에도 디자이너 게릿과 나타샤(Gerrit Uttenbogaard, Natasja Martens)는 “오래되거나

못 입는 옷을 리메이크하거나 무엇인가를 첨가하는 것은 집단 내에서 차이를 내기 위한 가장 창조적이고 간단한 방법이다. 할머니의 손바느질 방법을 약간이라도 전수받는다면 자신의 옷을 새롭게 할 수 있다”면서<sup>32)</sup> 핸드 워크가 갖는 창조성을 강조하기도 했다.

이상의 예로 보면 세컨드 핸드 이미지는 과거의 중고 옷을 단순히 리메이크하는 것이 아니라 과거의 옷이 풍기는 그리움과 그것이 갖고 있는 새로운 매력을 표현하고자 한 것이다. 또한 예기치 않은 ‘우연성’과 단 하나뿐인 ‘독특함’이 그 특징이라 하겠다. 그것이 최근 여러 디자이너들이 핸드 워크 감각의 패션 디자인을 선호하는 이유 중 하나라 할 것이다.

세컨드 핸드 이미지에 주로 사용되는 핸드 워크 감각은 크게 세 가지로 나눌 수 있다. 첫째 리메이크 감각이다. 리메이크는 ‘개조하다’, ‘다시 제조하다’ 등의 의미로, 리메이크 감각이란 <그림 14>와 같이 중고 옷의 구조를 개조하거나 전혀 다른 기능으로 다시 만든 것 같은 느낌을 준 것을 가리킨다. 둘째, 샤비(shabby) 감각이다. 샤비 감각이란 ‘누더기의’, ‘달아 헤진’, ‘초라한’ 등의



<그림13> 마벨트 벨트  
(Hi fashion, 2002.12)



<그림14> 세컨드  
핸드 이미지  
(리메이크 감각)  
02-3 A/W, Yohji  
Yamamoto (Mode et  
Mode No.319, 2002)



<그림15> 세컨드  
핸드 이미지  
(샤비 감각)  
03-4 A/W, Martin  
Margiela (Mode et  
Mode No.323, 2003)



<그림16> 세컨드  
핸드 이미지  
(샤비 감각)  
03-4 A/W, Rick Owens  
(Mode et Mode  
No.323, 2003)



<그림17> 세컨츠 핸드 이미지(사비 감각)  
03-4 A/W, Junya Watanabe (Mode et Mode No.323, 2003)



<그림18> 세컨드 핸드 이미지(러스틱 감각)  
02-3 A/W, Dolce & Gabbana (Mode et Mode No.319, 2002)



<그림19> 세컨드 핸드 이미지(러스틱 감각)  
02-3 A/W, Hussein Chalayan (Mode et Mode No.319, 2002)



<그림20> 세컨드 핸드 이미지(러스틱 감각)  
02-3 A/W, Jean paul Gaultier (Mode et Mode No.319, 2002)

의미로 시간이 지나 탈색되거나 단이 풀리거나 산화된 듯한 효과가 이에 해당된다<sup>33)</sup>. 예를 들면 <그림 15>과 같이 허리선이 뜯어진 듯한 느낌을 그대로 살리거나, <그림 16>과 같이 앞 여밈선에 풀기의 기법을 이용하여 장식하는 방법, 그 외에도 굵기<그림 17> 등을 들 수 있다. 셋째, 러스틱(rustic) 감각이다. 러스틱이란 ‘시골풍의’, ‘거친’, ‘불규칙한’ 등의 의미로, <그림 18>과 같이 거친 손뜨개의 느낌을 그대로 살린다든지, <그림 19, 20>에서 보는 바와 같이 거칠고 불규칙한 장식선과 아무렇게나 접어 만든 것 같은 스커트 등에서 러스틱 감각을 느낄 수 있다.

### 3) 하이터치 이미지(high touch image)

제 2차 세계대전 이후 급격한 산업화는 테크놀로지의 발전을 가져왔다. 플라스틱, 아크릴, 파이버 글래스, 스텐레스 스틸 등, 기술적인 진보는 새로운 재질과 기술을 만들어냈으며, 그것은 유례없는 사회적 변혁을 일으켰다. 그에 따라 대량생산 제품은 개인이 만들어 낸 수공예품보다 우위적인 자리에 서게 되었다<sup>34)</sup>.

‘하이테크(high tech)’란 이러한 상황을 배경으로 하는 말로, 하이 스타일(high style)과 테크놀로지(technology)의 합성어이다. 원래 인더스트리얼 디자인 분야에 사용되던 말로 차가운 소재 감각 등을 특징으로 한, 심플하고 모던한 디자인을 가리킨다. 패션에 있어서는 자연지향과는 반대로 인공적인 멋을 강조하고, 빛나는 소재와 합성섬유, 인공피혁, 금속 등을 사용한 미래적인 감각의 디자인을 나타낸다<sup>35)</sup>.

‘하이터치’는 이러한 하이테크의 차갑고 기계적인 이미지에 보다 인간적인 부드러운 감성을 가미한 스타일로 나타났다<sup>36)</sup>. 즉 첨단 기술이 발달하면 발달할수록 인간만이 갖고 있는 감성과 감촉, 느낌이 필요함을 재인식하고, 무기적인 하이테크에 대해 유기적인 따뜻함과 부드러움을 표현한 것을 말한다. 따라서 패션에 있어서도 효율성은 떨어진다 하더라도 ‘손맛’을 강조한 디자인, 인간 특유의 유머와 감성을 강조한 디자인이 인기를 얻게 되었다.

따라서 하이터치 이미지의 패션에는 핸드 워크 감각이 주로 사용되는데, 이는 현재 대두되는 아마추어주의 현상과 관련지어 볼 수 있다. 패션 정보잡지 ‘패션 컬러’는 기술우선의 사회풍조와 풍

요로운 소비사회를 비판하고, 그로부터 벗어나고자 하는 현대 소비자들이 비즈니스적인 발상에 물들지 않고 아마추어의 흥을 살린 감각을 지지하고 있다고 설명하고 이를 아마추어주의라 명명했다<sup>37)</sup>. 최근 DIY족, 인디밴드 등이 화제를 모으는 것이 그 예라 할 수 있는데, 이 모두 ‘자신이 만든다’ 또는 ‘만든 것 같은 느낌을 준 것’에 새로운 가치를 부여한 것이다. 그리고 패션의 경우에는 크게 두 가지 감각으로 나누어 생각해 볼 수 있다. 첫째 릴랙스(relax) 감각으로, 이는 디자이너 수잔 찬치올로(Susan Cianciolo)가 “불규칙하게 손으로 바느질한 선이 완벽한 재봉선 보다 더욱 강한 인상을 전해주며, 아무렇게나 찢은 천 조각이 정교한 레이스 이상으로 생명감을 준다”고 말한 바와 같이<sup>38)</sup> 치밀한 공정에 의한 완벽한 상품과는 달리 어딘지 소박하고 편안한 느낌을 특징으로 한 디자인 감각이다. 예를 들면 <그림 21>과 같이 스트링으로 주름장식<그림 21>을 하거나 꼬아서 묶는 장식<그림 22>, 손바느질 장식<그림 23>, 귀여운 모티브의 리본장식<그림 24> 등을 들 수 있는데, 이 모두 디자인의 원 포인트로 장식된 경우가 대부분이다. 이러한 장식은 완

벽성과 기능성을 중시한 기계 생산과는 다른 특징으로, 인간의 손으로 만들었기 때문에 불완전하며 때로는 조잡함마저 들지만 그것이 소박함과 편안한 느낌을 전해준다. 둘째 유머 감각으로, 코트의 밑자락을 머리 뺏듯이 장식한 <그림 25>의 예와 같이 인간 특유의 유희와 유티잇는 장식 방법이 이에 해당된다.

## 2. 미적 특징

### 1) 지속 가능성(sustainability)

핸드 워크 감각의 디자인은 사실 빠르게 변화하는 현대 패션과는 정반대의 개념을 갖는다. 그 중 ‘지속 가능성’이란 단기간에 소비되는 상품들로 범람하는 현대의 소비사회와, 그 천편일률적인 상품 생산방식에 대한 반성을 담고 있는 개념이다. 즉 ‘일하는 것은 돈을 버는 것’, ‘돈이 있다면 풍요로워지는 것’, ‘풍요로움이란 편리하고 효율적인 것’, ‘싼 것은 좋은 것’이라는 그 동안의 가치관에서 벗어나 여유있고 지속가능성이 있는 상품과 생활방식을 지향해야 한다는 것을 의미하



<그림21>  
하이터치 이미지  
(릴랙스 감각)  
02-3 A/W, Marni  
(Mode et Mode  
No.319, 2002)



<그림22>  
하이터치 이미지  
(릴랙스 감각)  
05 S/S, Halmut Lang  
(Mode et Mode  
No.329, 2005)



<그림23>  
하이터치 이미지  
(릴랙스 감각)  
00 S/S, Yohji  
Yamamoto (Mode et  
Mode No.309, 2000)



<그림24> 하이터치  
이미지(릴랙스 감각)  
02-3 A/W, Alberta  
Ferretti (Mode et  
Mode No.319, 2002)



<그림25>  
하이터치 이미지  
(유머 감각)  
03-4 A/W, Yohji  
Yamamoto(Mode e  
Mode No.323, 2003)

는 것으로, 앞서 분석한 ‘탈물질주의’와 ‘느림의 미학’ 경향과도 연결해 볼 수 있다.

특히 2004년 패션전문지 ‘패션컬러’는 최근의 패션경향으로 핸드 워크와 같은 비효율적인 생산 방식과 긴 시간을 들여 만든 상품이 주목을 모은다고 말하고, 이를 ‘슬로(slow)’와 ‘지속가능성’을 고려한 발상이라 설명한 바 있다<sup>39)</sup>. 즉 상품을 기획하거나 제작할 때, 쿼 리스폰스(QR)와는 반대로 천천히 시간을 들여 정성껏 만들어가는 발상으로, 소재의 경우 쉽게 손에 넣을 수 있는 베이식 소재로부터 각 산지(產地)에서 예로부터 전해 내려오는 독자적인 기술과 직인들이 시간을 들여 완성해 낸 고급 소재 등이 그 예이다. 또한 재미있는 것, 독자적인 방식에 의한 매니어적인 상품 개발 등이 활발히 진행되고 있는 것도 그 예로 들 수 있다.

이 같은 ‘지속 가능성’을 고려한 발상은 한편으로 생각해 보면 디자인에 ‘손맛’이 갖고 있는 의미를 부각시킴과 동시에 ‘시간’이라는 개념을 재인식하는 결과를 초래하게 되었다. 단지 과거의 패션을 재미삼아 모방하는 것이 아니라 과거의 패션이 갖는 그리움을 새롭게 느끼고 싶다는 감정의 표현을 말한다. 그 결과 낡은 것과 새로운 것이 갖는 기존의 가치관이 변화되어 핸드 워크 감각을 중시한 세컨드 핸드 이미지의 패션이 대거 등장하게 되었다. 다시 말하면 핸드 워크 감각의 패션에 있어서 ‘지속 가능성’이란 외형적 특성만을 고려하기 보다는 깊이가 있는 낡음, 그리고 무기적인 특성 보다는 온기가 느껴지는 ‘손맛’의 특성, 대량생산된 신제품보다는 직인의 노력이 들어간 제품에 더욱 가치를 부여하는 현 패션의 일면을 상징한다고 하겠다.

## 2) 경험의 공유(process communication)

최근에는 완성된 물건을 구입하는 것 보다는 사람과의 커뮤니케이션, 경험을 함께 공유할 수 있는 형태로 소비를 하는 경향이 강하게 나타나고 있다. 예를 들면 핸드폰, 자동차 하물며 미니홈피에 이르기까지 기본형을 구입한 후, 자신만

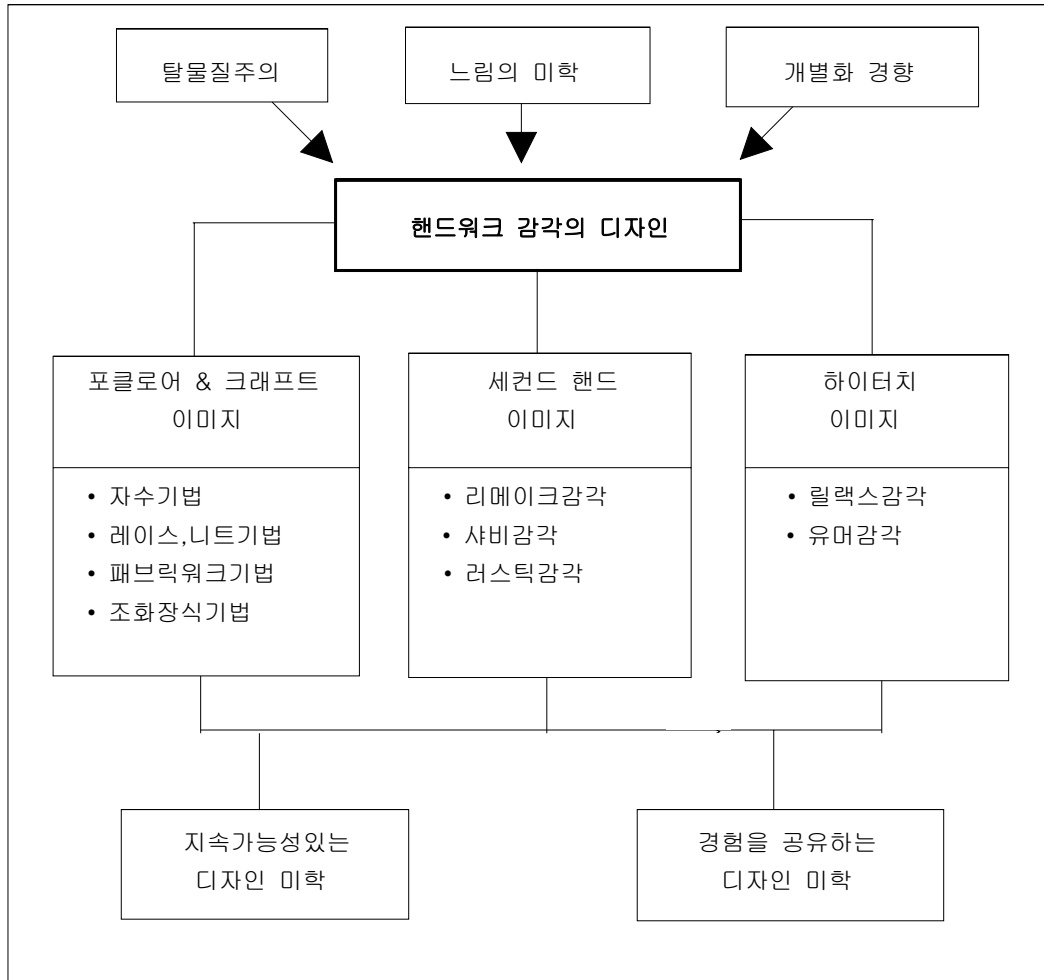
의 취향과 이야기를 짜 넣어가는 과정을 즐기는 형태가 특징이다. 즉 이미 욕구가 충족되어 버리는 완성된 형태의 소비보다는 되도록이면 욕구의 실현을 늦추고 그 과정을 즐기려 하는, 앞서 말한 ‘시간에 여유를 둔 소비’ 개념이라 하겠다. 이상의 경향은 ‘프로세스, 즉 경험을 공유한다’는 개념이 들어간 디자인<sup>40)</sup>이라 할 수 있으며, 본 논문에서는 이를 경험의 공유라 칭하였다.

패션 디자이너 제시카 옥덴(Jessica Ogden)이 “핸드 워크란 누군가가 손으로 생각을 불어넣어가는 과정이라 생각한다”고 말한 바와 같이<sup>41)</sup> 패션에 있어서도 ‘경험을 디자인’하는 것이 요구되고 있다. 그리고 그 방법에 있어서 핸드 워크가 주로 사용된다. 예를 들어 의복을 계속 만들어가는 극단이란 의미의 ‘시어터 프로덕트(Theater product)’라는 이름의 일본 브랜드의 경우, ‘수요자와 공급자와 함께 즐길 수 있는 경험있는 디자인’으로 유명하다. 그들은 커다란 천에 티셔츠가 붙어 있는 상품을 판매함으로써 소비자가 직접 떼어 낸다는 손맛을 가한 상품을 판매하고 있다. 즉, ‘떼어낸다’는 행위자체를 매장에서 즐길 수 있게 함으로써 소비자들은 의복을 구입하는 과정에서 친구들이나 판매자들과 즐겁게 커뮤니케이션할 수 있다<sup>42)</sup>.

그 밖에도 종고 옷을 리메이크해 가는 것 역시, 예를 들면 옷의 상태에 따라 어느 부분을 어떻게 없애고 어떻게 살려갈 것인가를 직접 결정하고 완성해 가는 과정이 그대로 살아있는 것이다. 그 과정이란 만드는 사람이나 옷의 상태 등에 따라 달라질 수 있다. 그리고 “소유주에게 있어 가치가 없어진 옷에 새로운 생명을 불어넣는 것, 또한 그것을 입는 사람이 나타나 새로운 역할을 담당하는 것이라 생각하면 ‘Re=다시’는 가장 개인적인 옷으로 변화하는 가능성을 갖고 있다. 핸드 워크란 바늘 한뼘 한뼘까지 자신의 의사를 명백히 불어넣을 수 있는 수단이다”라고 디자이너 사다 하루 호시노(Sadaharu Hoshino)가 말한 바와 같이<sup>43)</sup> 핸드 워크 감각의 디자인은 프로세스 커뮤니케이션을 해 가는 과정 속에서 새로운 생명과 정신을 불어넣고 있다고 생각한다.

이상의 내용을 표로 정리하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 핸드워크 감각의 패션 디자인



#### IV. 결론

본 연구는 최근 새로운 흐름으로 나타난 핸드 워크 감각의 패션 디자인에 대한 인식을 고조시키는 동시에 그 표현 방법을 제시하고자 그 사회문화적 배경을 구체적으로 알아보고, 그것이 패션에 미친 영향과 그 특징은 무엇인지 분석해 보고자 하였다.

연구 결과는 다음과 같다. 제 2장에서 핸드 워크 감각의 패션 디자인은 어떠한 사회문화적 특징을 배경으로 발달하게 되었는지에 관해 살펴보았다. 첫째 탈물질주의로, 탈물질주의란 인간이 최종적으로 목표로 해야 할 것은 무한하게 팽창하는 물건의 세계가 아니라 물건 이상의 가치를

추구하는 세계라는 개념으로, '마음'이 물건의 가치를 가능하는 척도가 된다. 따라서 패션에 있어서도 펀(fun)이 주요 키워드가 되고 아이덴티티가 명확한 것을 추구하게 되었다. 둘째 '느림의 미학'으로, 패션에 있어서는 '시간에 여유를 둔 소비'가 일반화하면서 되도록이면 욕구의 실현을 늦추면서 즐거움을 얻는 경향이 나타났다. 셋째 개별화경향으로 최근 사회문화적으로 개인을 강조하는 움직임 배경으로 패션의 경우에도 대량 생산에 싫증을 느낀 사람들이 자신만의 오리진널을 추구하는 움직임이 나타났다. 커스토마이즈(customize), DIY족들이 그 예로 이는 남들과 다른 것, 나만의 것을 추구하는 현대인의 욕구를 반영하고 있다.

제 3장에서는 핸드 워크 감각의 패션이미지와 그 미적 특성에 관해 분석했다. 첫 번째 패션 이미지는 포클로어 & 크래프트 이미지로, 꼬매기, 짜기, 자르기, 찢기, 묶기 등 예로부터 내려오는 핸드 워크 감각의 디자인은 각 민족의 정서를 표현하는 동시에, 장인의 숙련된 솜씨를 상징하고 있다. 주로 사용되는 기법은 자수, 레이스와 니트, 패브릭 워크, 조화 등을 들 수 있다. 두 번째 이미지는 세컨드 핸드 이미지로 종교 옷을 리메이크할 때 이미 존재하는 의복의 구조가 아닌 새로운 구조와 기능을 찾아내기 위해 흔히 핸드 워크 기법이 사용된다. 주요 감각으로는 리메이크 감각, 사비 감각, 러스틱 감각 등을 들 수 있다. 세 번째 이미지는 하이터치 이미지로, 하이터치 이미지란 첨단기술이 발달하면 발달할수록 인간만이 갖고 있는 감성과 감촉, 느낌이 필요함을 재인식하고 무기적인 하이테크에 대해 유기적인 따뜻함과 부드러움을 표현한 것을 말한다. 따라서 패션에 있어서도 '손맛'을 강조한 디자인, 인간 특유의 유머와 감성을 강조한 디자인이 인기를 얻게 되었다. 이는 현재 대두되는 아마추어주의 현상과도 관련지어 볼 수 있는데, 핸드 워크 감각의 디자인의 경우 릴랙스 감각과 유머 감각을 강조한 것을 예로 들 수 있다.

이상의 핸드 워크 감각의 디자인이 갖는 미적 특성은 다음과 같다. 첫째 지속가능성으로, 천천

히 시간을 들여 정성껏 만들어 간다는 발상을 가리킨다. 따라서 핸드워크 감각의 디자인은 외형적 특성만을 고려하기 보다는 깊이가 있는 낯음, 무기적인 특성보다는 온기가 느껴지는 '손맛'의 특성, 대량생산된 신제품보다는 직인의 노력이 들어간 제품에 더욱 가치를 부여하는 현 패션의 일면을 상징하고 있다. 둘째 경험의 공유로, '프로세스, 즉 경험을 공유한다'는 개념이 들어간 디자인 발상을 가리킨다. 핸드 워크 감각의 디자인 역시 누군가가 손으로 생각을 불어넣는 과정으로서, 경험을 디자인해 가는 과정 속에서 새로운 생명과 정신을 불어넣고 있다고 생각한다.

21세기는 인간이 중심이 되는 사회를 지향하고 있다. 그 속에서 패션 역시 인간이 주체가 된 의복 만들기를 계속해 나가야 할 것이다. 예를 들면 인간의 감성을 충분히 고려한 것, 인간에게 다양한 감동의 체험을 주는 것, 아이덴티티가 명확한 것 등 미래의 패션이 나아갈 길은 다양하다. 이를 배경으로 핸드워크 감각의 디자인은 앞으로도 계속 추구되어갈 것이며, 기술이 발달된 효율적인 생산 시스템이 진화되어 갈수록 사람의 '손'이 갖는 느낌은 더욱 중요한 가치를 지닐 것이다. 따라서 본 논문은 핸드 워크 감각의 패션 디자인이 갖는 중요성을 재인식하고 향후 패션디자인을 모색해 나간다는 점에서 매우 시기 적절한 것이라 생각한다. 또한 21세기 새로운 흐름으로 부각되고 있는 연구주제인 만큼 향후 후속 연구를 위한 기초자료로 활용될 수 있다는 점에서 연구의 의미가 있으리라 생각한다.

## 참 고 문 헌

- 1) *Fashion Dictionary*(2005), 文化出版局, p.256
- 2) 김지영(2004), "표면장식에 의한 의상디자인 연구", *이화여자대학교 대학원 박사학위논문*, pp.173-177
- 3) 김은정, 엄혜정(2006), "손뜨개 니트 디자인에 관한 연구", *패션비즈니스*, 10(1)

- 4) 김윤희(2002), “최근 국내외 패션에 나타난 느리게 살기 운동의 영향”, *한국복식학회지*, 56(6), pp.165-179
- 5) “手仕事は、モードを変えるか”(2002.12), *Hi Fashion*, 文化出版局, pp.52-123
- 6) 間々田孝夫(2005), “消費社会のゆくえ”, *有斐閣*, pp.153-4
- 7) Inglehart, R.(1977), “*The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Publics*”, Princeton University Press
- 8) 間々田孝夫(2005), p.262
- 9) 앞글, p.238
- 10) “Fashion & Entertainment”,(2004.7), 삼성디자인넷 자료 검색실, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 11) “手仕事は、モードを変えるか”(2002.12), p.55
- 12) 川島蓉子(2002), “*TOKYO消費トレンド*”, 伊藤忠ファッションシステム株式会社, pp.99-100
- 13) “슬로비”(2000.11.8), *스포츠 투데이*
- 14) 데이비드 브룩스, 형선호(역)(2001), *보보스*, 동방 미디어, p.13
- 15) 川島蓉子(2002), pp.95-6
- 16) “슬로푸드를 아시나요”, (2001.3.13) *디지털 조선일보*
- 17) 間々田孝夫(2005), pp.53-5
- 18) 川島蓉子(2002), pp.17-8
- 19) “2005년 소비시장 키워드전망”, (2005.1), 삼성디자인넷 자료 검색실, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 20) “새로운 소비군단, 싱글족을 잡아라”, (2006.4.25), *주간조선*
- 21) “2005년 소비시장 키워드전망”, (2005.1)
- 22) 앞글
- 23) “Customize Your Look”,(2005.6), 삼성디자인넷 자료 검색실, 자료출처 <http://www.samsungdesign.net>
- 24) 윌리엄 코퍼스웨이트, 이한중(역)(2004), “*한드메이드 라이프*”, 돌베개, pp.37-8
- 25) 앞글, p.82
- 26) “自然にはじめて生まれるマルニコレクション”(2000.10), *High Fashion*, 文化出版局, pp.67-8
- 27) *Fashion Dictionary*(2005), 文化出版局, p.463
- 28) 앞글, p.557
- 29) ジョン・サベージ, 岡崎真理(1999), *イギリス‘族’物語*, 毎日新聞社, pp.164-5
- 30) 앞글, p.166
- 31) “手仕事は、モードを変えるか”(2002.12), p.123
- 32) 앞글, p.68
- 33) *Fashion Color No.66*(2002), *日本色研事業株式会社*, p.88
- 34) 海野 弘(2004), “*現代デザイン*”, 新曜社, p.216
- 35) “FB가わかる본3”(1995), 모드学園出版局, p.141
- 36) 패션큰사전편찬위원회(1999), “*패션큰사전*”, 교문사, p.715
- 37) *Fashion Color No.67*(2002), *日本色研事業株式会社*, p.89
- 38) “手仕事は、モードを変えるか”(2002.12), p.98
- 39) *Fashion Color No.70*(2004), *日本色研事業株式会社*, p.80
- 40) 영혜정(2004), “1990년대 이후 일본의 스트리트 패션에 관한 연구”, *패션비즈니스*, 8(2), p.113
- 41) “手仕事は、モードを変えるか”(2002.12), p.68
- 42) 川島蓉子(2002), pp.139-140
- 43) “手仕事は、モードを変えるか”(2002.12), p.69

---

(2006년 2월 8일 접수, 2006년 4월 12일 채택)