복식문화연구
The Research Journal of the Costume Culture
제 15 권 제 5 호, (2007. 10), pp.796~809

디지털 환경의 웰빙 패션 디자인에 관한 연구

김 지 언†
한성대학교 예술대학 의류패션산업전공

A Study on Characteristics of Well-being Fashion Design in Digital Environment

Ji Eon Kim†
Division of Fashion Design & Business, Hansung University
(2007. 3. 20. 접수 : 2007. 10. 30. 채택)

Abstract

The viewpoint of growth pursuit is changed to that of life quality's and happiness' pursuit by modern people. Modern people in digital environment, tired of fast-changing and oppressive daily life, prefer well-being trend providing tranquility and relaxation. Well-being is related to digital, because negative influences of digital lead human-oriented, environment-friendly well-being design. Therefore the purpose of this study is to research and analyze the relation of well-being fashion design and digital environment through case study in contemporary well-being fashion design. The results of this study are as follows:

1. This study shows that the attributes of digital environment make up function-intensive, interactivity, mobility & nomad, human & emotion-oriented and environment-friendly. And this study shows the design characteristics of digital environment consist of function-intensive design by digital convergence, open structure design for interactivity, modular design for mobility & nomad, emotion-oriented & multi-sensory design and environment-friendly design.
2. Function-intensive design in modern well-being fashion composed of vogue of caports style(casual+sports), practical use of multi-functional new-healthy textiles, and popularity of many style's mixture at once. Open structure design consist of wrapover design, use of transparent materials. Modular design are layered styling, practical use of zipper and velcro. Emotion-oriented & multi-sensory design are constitute of fad of wrinkle materials, application of bright & vivid tone, personal color and family look. Environment-friendly design in contemporary well-being fashion are comprised in use of natural color, re-advent of natural floral motif and eco-design.

Key words: well-being(웰빙), function-intensive(기능집약성), interactivity(상호작용성), mobility & nomad (이동성과 유목성), human & emotion-oriented(인간 감성 지향), environment-friendly(자연친화적).

본 연구는 2007년도 한성대학교 교내연구비 지원과제임.
† 교신저자 E-mail : jekim007@empal.com

Ⅰ. 서 론

급변하고 경쟁이 심한 첨단 산업 사회의 현대인들은 삶의 여유로움과 정신적인 만족을 추구하는 경향에 관심을 가지기 시작하였다. 성장 지향의 생활방식에서 삶의 질이나 행복에 대한 새로운 시각을 가지게 되었다. 빠른 기술의 진보에 비해 점차로 인간중심적인 사고와 획일화에서 탈피한 다양성의 추구가 이루어지고 있는 것이다.

현대는 물질적 합리주의의 자본보다는 인간의 정서를 읽고 이에 맞춘 하이 터치(high-touch)와 마인드웨어(Mind ware)가 새로운 시대의 컨셉이 되고 있다. 신소비자 계층은 인터넷의 발전과 디지털화된 사회로 가속화되어 발전되면서 웰빙 문화와 주5일 근무제의 확산으로 여가생활로 자신을 위한 투자를 고무하며, 생활의 질, 개성적인 생활방식, 정서적, 문화적 관점에 초점을 맞춘 새로운 가치관이 등장하여 소비패턴에 영향을 주고 있다[1].

이런 시대적 흐름에 부응하여 삶의 질이나 행복에 대한 새로운 개념으로 웰빙(well-being)이라는 단어가 대두된다. 웰빙의 사전적 의미는 행복(happiness), 안녕(prosperity), 복지(welfare), 복리라는 뜻을 지니고 있으며, 웰빙족은 물질적 가치보다 신체와 정신이 건강한 삶을 행복의 척도로 삼는다[2]. 광의의 웰빙은 단지 육체적 건강뿐 아니라 스트레스와 불안으로부터 해방된 건전한 정신과 마음의 안정, 영적인 건강, 사람들간의 건전한 사회적 관계, 더 나아가서는 미래를 위한 지속가능한 환경보호의 개념까지를 고려하는 삶을 지칭한다[3]. 웰빙과 유사 개념으로는 생활 만족(life satisfaction), 행복, 사기(morale), 삶의 질(quality of life) 등을 들 수 있다[4]. 이러한 웰빙 문화는 단순히 사회, 문화적인 현상만으로 그치지 않고 관련 산업들이 급속한 성장을 이루고 있다. 가족이나 건강을 중시하는 현대인의 가치관과 생활양식의 변화는 의식주 전반에 걸쳐 웰빙 소비를 가져왔으며, 개인과 가족의 건강뿐 아니라 환경보전과 사회발전을 추구하는 선진국형 생활양식으로 전개될 전망이다.

웰빙의 기원은 명확하지는 않지만 60~70년대의 히피족에서 유래된다고 여겨진다[5]. 60~70년대의 아날로그 시대의 유목민인 히피의 웰빙은 첨단문명에 대항하여 자연주의를 받아들이는 삶의 방식이라면, 디지털 시대의 웰빙은 디지털 노마드족처럼 자유롭게 이동하면서 얻는 무형의 정보력을 바탕으로 하고 있다. 또한, 모든 것이 이성적으로 돌아가는 디지털의 굴레 속에서 자신만의 공간을 구축하기를 원하게 되었고, 그 공간에서 자신들의 감성을 표현한다. 인터넷으로 획일화된 트렌드 속에서 자신의 정체성을 찾으려는 움직임이 활발해지고, 감동의 정도를 분석하여 고차원의 감성 소비가 주도를 하게 되는, 보다 지속적이며 전반적인 가치추구형 프리미엄 웰빙이 나타나게 되었다[6].

사회 전반의 정보화를 추동하고 있는 정보 기술은 과거 현실세계의 외부에 존재하면서 행동 보조 수단으로 사용되었지만, 오늘날 유비쿼터스 환경에서는 현실세계와 융합하여 새로운 세계를 형성하고 있다[7]. 또한, 21세기 지식 기반 사회에서는 서로 이질적인 요소들의 융합화(convergence)에 의한 문화적 패러다임의 변화가 패션에도 큰 영향을 주고 있다. 디지털 시대의 디자인 패러다임의 특성은 사용자 중심 디자인 추구와 다중감각에 기반을 둔 감성적 디자인 추구와 디자인 장르간이나 타 장르간의 하이브리드를 들 수 있다.

2004년 F/W 삼성 패션 트렌드에서는 빠른 기술발달과 변화 속에서 포스트 디지털화를 첫 번째 주제로 선정하였는데, 이는 디지털에 대한 역행이 아니

1) 조혜윤, "웰루킹족 커리어 우먼을 위한 핸드백 디자인 연구" (홍익대학교 대학원 석사학위논문, 2004), pp. 4-5.
2) 유병우, "변화의 물결: 소비자 라이프 스타일의 새로운 소비 트렌드," *마케팅* (2004. 9월호), pp. 37-44.
3) 박혜선, "웰빙 인식과 웰빙 패션상품 구매에 대한 연구," *한국의류학회지* 30권 5호 (2006), pp. 711-721.
4) A. Kozma and M. J. Stone, "Predictors of Happiness," *Journal of Gerontology* Vol. 38 No. 5, (1983), pp. 626-628.
5) 매일경제, 2003년 5월 14일.
6) LG경제연구소, design 2004. 10.
7) 문용갑, "유비쿼터스 컴퓨팅 환경과 사회질서," *인간연구 10호* (2006), pp. 213-214.

라 아날로그 시대의 인간적이고 따뜻한 정서에 대한 향수를 나타내는 것이다[8].

쉽게 생각하면 디지털과 웰빙은 연관성이 없는 주제로 여겨지지만, 발전해가는 첨단 기술에 대한 반작용으로 인간의 감성과 자연친화적인 디자인이 부각되는 현상 속에는 디지털 환경의 특성과 현대인의 웰빙 추구 경향에는 연관성이 내재되어 있다고 볼 수 있다.

따라서 본 연구의 목적은 발전해가는 디지털 환경이 인간적이고 자연친화적인 웰빙 패션 디자인을 어떻게 야기시켰는지를 연구하여, 미래 패션 디자인의 방향을 제시해 보고자 한다. 본 연구의 방법은 먼저 문헌 고찰을 통해 웰빙의 개념과 특성, 디지털 환경의 특성과 그에 따른 디자인 특성을 살펴보았다. 그리고 고찰된 디지털 환경하의 디자인 특성을 분석의 기준으로 활용하여 현대의 웰빙 디자인의 사례를 연구하여 디지털 환경과 웰빙 패션 디자인과의 연관성을 고찰해 보았다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 웰빙의 개념 및 특성

1) 웰빙의 정의와 웰빙족

웰빙이란 삶의 질을 높이고 개인의 잠재력을 극대화시키려는 태도와 행위를 지니는 것으로[9] 웰빙은 삶의 내외적 환경과의 균형 및 조화로서 최적의 삶을 향한 추구이다[10]. 웰빙(well-being)이란 단어는 1948년 세계보건기구인 WHO에서 개최한 건강 관련국제 회의에서 건강의 정의를 "질병이 없기만 한 것이 아니라 육체적, 정신적, 사회적으로 양호한(well-being) 상태"라고 한 것에서 공식적으로 등장한 용어이다[11].

그 유래는 정확하지 않지만 미국의 반전운동과 민권운동 정신을 계승한 중산층 이상의 시민들이 첨단 문명에 대항해 자연주의, 뉴에이지 문화 등을 받아들이면서 파생된 삶의 방식이라는 견해와 60~70년대의 미국 히피(hippy)족과 연관성이 있다는 분석이 지배적이다. 60~70년대 히피이즘과의 연관성은 웰빙의 문화 코드인 요가와 명상들이 히피들에 의해 크게 유행했기 때문이다. 웰빙족과 유사한 라이프스타일을 보이는 경우는 80년대는 여피(yuppie)족을, 90년대는 보보스(bobos)족, 90년대 후반은 슬로비(slobbic)족, 로하스(LOHAS)족, 다운시프트(Downshift)족, 웰루킹(well looking)족, 네오 웰빙(neo well being)족, yiff족 등을 들 수 있다[12,13].

90년대 보보스(bobos)족은 물질적 가치에만 매달리던 이전 세대와는 달리 개인주의적 가치관을 바탕으로 정신적, 육체적으로 건강하고 안락한 삶을 추구한다. 90년대 후반 미국에서 등장한 슬로비족은 '천천히 하면서도 일을 더 잘한다(Slower But Better Working)'는 의미이며, 역시 미국의 'LOHAS (Lifestyle Of Health & Sustainability)'족은 자신의 건강뿐 아니라 후대에 물려줄 지속가능한 소비 기반을 생각하는 소비 패턴을 추구한다[14]. 또한, 영국의 다운시프트(Down shifter)족은 고액 연봉을 포기하고 한적한 시골로 낙향하여 삶의 여유와 인생의 즐거움을 추구한다. 다운쉬프터는 중산층 전문직에서 주로 나타나며, '시간'이 가장 소중한 키워드로, 불필요한 지출을 줄이고 원하는 일을 하면서 여유있는 삶의 방식을 만들어 가고 있다[15]. 그 외 90년대 들어 미국에 새로이 등장한 신세대 직업인으로 yiff족(Young individualist free-minded few)을 들 수 있다. 물질적 풍요와 개인주의로 인하여 공동의 선

8) 김현수, 김민자, "디지털 환경매체로서 패션에 나타난 사이버네틱스의 특성에 관한 연구," *복식* 55권 4호 (2005), pp. 79-94.
9) D. J. Anspaugh, M. H. Hamrick and F. D. Rosata, "Wellness: Concepts and Applications," St, Louse : Mosby-Year Book(1991).
10) 최명애, L. Heber, "율동적 동작 훈련이 젊은 여성의 Wellness에 미치는 영향," *대한간호학회지* 25권 3호 (1995), pp. 538-548.
11) 김훈철, *웰빙 마케팅*, (서울: 컴온북스, 2004), pp. 12-13.
12) *Ibid.*, pp. 12-13.
13) 굿모닝 2004/well-being(2003년 12월 31일), 매일경제, 검색일 2004년 4월 10일.
14) 김상일(2004년 2월 18일), 웰빙열풍을 읽는 3개의 코드, LG주간경제, CEO Report, p. 20.
15) http://www.samsungdesign.net/Report.

이나 행복보다는 자신만의 행복과 만족을 추구하며, 레저, 가족관계, 여유있는 생활에 주된 관심을 쏟는 집단이다.

2) 웰빙 경향의 확산 원인과 특성

국내에서는 1997년 친환경적인 화장품 '아베다(Aveda)'가 한국 시장에 처음으로 상륙하면서부터 웰빙이라는 용어가 등장한다. 이런 웰빙 경향이 사회 전반에 확산된 원인을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 현대인들은 경제의 발달로 소득 수준이 향상되어 풍요로운 물질문명을 경험하게 된다. 그런 환경 속에서 인간은 물질의 가치판단에서 벗어나 진정한 삶의 질의 향상을 도모하려고 하며, 공해와 환경 파괴에서 오는 새로운 환경문제에 인식을 새롭게 하게 된다.

둘째, 수년전부터 시행된 주5일제 근무로 여가시간이 확대되고, 여유시간을 효율적으로 활용하기 위한 이상적인 방안을 모색하면서 건강에 관심을 가울이게 된다.

셋째, 의학의 발달로 인간의 평균 수명이 연장되는 고령사회로 진입하게 되었다. 오래 삶을 지탱하기보다 질적으로 향상된 삶, 즉 건강한 정신과 육체의 연장선상에서 삶을 모색하게 되었다.

넷째, 고도로 분업화, 전문화된 치열한 생존 경쟁 사회에서 정신적 고통을 주는 스트레스 환경이 확산되고, 이를 극복하고 만족한 삶을 추구하려는 분위기가 팽배해지고 있다.

다섯째, 속도와 성장을 미덕으로 여겨지던 시대를 거쳐 핵가족 시대의 일원들의 개인주의적 성향의 팽배를 들 수 있다. 물질적 가치보다 자신의 육체나 정신적 만족에 관심과 중요성을 두고 있다[16].

이런 웰빙 경향에 대한 인식이 세대별로 다양하게 나타난다. 35~44세는 웰빙을 숨가쁜 디지털 사회의 휴식처로 받아들이고, 25~34세는 웰빙을 제대로 즐기는 세대로 자신을 아끼고 자신에게 투자하는 방법에 대해 고민한다. 19~24세는 자기 방식대로 해석하고 즐기는 웰빙 경향을 보인다[17]. 웰빙 인식은 젊은 층보다 40, 50대의 중년층에서 높게 나타났으며, 웰빙 상품의 구매 경험이나 구매 의도는 연령이 낮을수록 높게 나타났으며, 여성이 남성보다 웰빙 상품 구매 의도가 높은 것으로 나타나, 젊은 여성을 타겟으로 하는 브랜드의 경우 웰빙을 이용하여 더욱 적극적인 전략을 개발할 수 있다고 하였다. 또한, 심신의 안정과 친환경, 건강에 대한 관심, 전원생활의 추구에 대한 인식이 높을수록 웰빙 상품을 추구한다고 하였다[18].

장승희 외(2006)는 세대별로 웰빙 마케팅을 다르게 전개해야 한다고 주장하였는데, 50대 사회가족을 지향하는 집단은 사회와 가족을 위한 감성적 호소에 기반한 감성 마케팅(emotional marketing)이 필요하고, 30~50대의 선도적 웰빙 지향 집단은 웰빙 혁신자의 역할자로 주부 모니터 요원으로써 프로슈머 마케팅(prosumer marketing)이 필요하다. 20~30대 기혼의 트렌드 불질 지향집단은 정보 수용력의 트렌드에 민감한 소비심리를 이용한 온라인, 오프라인 네크워크의 구전 마케팅(word of mouth)이 필요하고, 20대 미혼의 자기 패션 외모 지향 집단은 개별 고객용 맞춤 서비스, 맞춤형 제품으로 제품 개발 과정에 소비자가 직접 참여하는 고객중심적 마케팅(customer-centered marketing)이 필요하다고 하였다[19].

2. 디지털 환경의 디자인 특성

1) 디지털 환경의 특성

디지털 환경의 특성으로 조윤선은 네트워크성, 이동성, 탄력성을 가지게 된다고 하였다[20]. 김정호, 장성원은 디지털 기술의 특성으로 압축성, 쌍방향성, 복구의 용이성, 조작과 변형의 용이성, 무한 반복성

16) 이희정, "현대패션 디자인의 웰빙경향에 관한 연구" (성화대학교 대학원 석사학위논문, 2005), p. 25.
17) 경향신문, 2004년 8월 22일.
18) 박혜선, "웰빙 인식과 웰빙 패션상품 구매에 대한 연구," *한국의류학회지* 30권 5호 (2006), p. 720.
19) 장승희, 장은영, 이선재, "여성소비자 유형별 웰빙 마케팅 전략에 관한 연구-웰빙 라이프 스타일을 중심으로-," *복식* 56권 3호 (2006), pp. 39-40.
20) 조윤선, "디지털 세대를 위한 핸드백 디자인 개발에 관한 연구" (홍익대학교 대학원 석사학위논문, 2005), p. 26.
21) 김정호, 장성원, *디지털 기술과 산업의 미래*, (삼성경제연구소, 2000), pp. 96-97.

을 들었다[21]. 김주환은 디지털 매체의 특성으로 완전 복제성, 상호작용성, 네크워크성, 복합성을 들었고[22], 전재훈, 하지수는 디지털 디자인의 조형성을 결합성, 변형성, 투명성, 가소성, 기하학성으로 분류하였다. 또한, 디지털 시대의 패션 디자인은 비선형성, 가변성, 결합성을 특성을 가진다고 하였다[23].

김현수, 김민자는 디지털 환경매체로서 패션에 나타난 사이버네틱스의 긍정적 특성으로 다목적성, 유목성, 상호작용성, 환경친화성을 들었고, 부정적 특성으로 탈신체성, 전자성, 성의 무경계성, 복제성을 들었다. 또한, 패션에 나타난 사이버네틱스의 디자인적 특성으로 인간중심적 디자인, 자연환경친화적 디자인, 인공지능형 디자인을 들었다[24].

반면 조운선은 디지털 시대의 제품에 나타나는 특징적인 요소를 살펴보면, 멀티미디어화, 네트워크화, 모듈화, 소형화로 나눠볼 수 있다고 했다. 앞으로 디지털 제품의 유비쿼터스의 시대에 일어날 변화의 특성을 크게 융(融), 연(連), 동(動), 감(感), 유(裕)의 핵심어로 요약하였다. 여러 가지 기능의 융합되고, 옷과 전자기술, 집과 IT 기술이 연결되고, 유비터즌들은 휴대폰과 노트북으로 무장한 채 디지털 노마드족처럼 이동하며, 인간의 오감에 호소하는 감성을 지향하고, 성공이나 권력보다 좋아하는 일에서 즐거움을 얻어서 휴식과 일은 동시에 이루어질 수 있는 특성을 보인다[25].

이를 통해 도출된 디지털 환경의 특성은 크게 디지털 융합에 의한 기능집약성, 상호작용성, 이동성과 유목성, 인간중심 · 감성지향, 자연환경 친화성을 들 수 있다. 도출된 특성을 〈표 1〉에 정리하였다.

디지털 환경에 어느 정도 적응한 사람들을 인간적인 입장에서의 활용 방식에 대해 생각하게 되었다. 모든 것이 이성적으로 돌아가는 디지털의 굴레속에서 사람들은 자신만의 공간을 구축하기 시작하였고, 그 공간에서 자신들의 감성을 표현한다. 인터넷으로 획일화된 트렌드 속에서 자신의 정체성을 찾으려는 움직임이 활발해지고, 이전의 감성은 충동적인 소비로 이어졌다면 앞으로는 감동의 정도를 분석하고 고차원의 감성 소비가 주도를 하게 된다. 또한, 보다 지

〈표 1〉 문헌 고찰을 통해 밝혀진 디지털 환경의 특성

압축성	복합성		결합성	다목적성	융합	디지털 융합에 의한 기능집약
쌍방향성	네트워크성	네트워크성		전자성	연결	상호작용성
복구의 용이성	상호작용성	탄력성	변형성, 투명성	상호작용성		
		이동성		유목성	이동	이동성과 유목성
조작과 변형의 용이성			가소성, 기하학성	탈신체성, 성의 무경계성	감성	인간 감성 지향
무한반복성	완전복제성			복제성	여유	자연친화성
				환경친화성		

22) 김주환, 디지털 시대의 미술, *월간미술* 5월호 (2001), pp. 84-85.
23) 전재훈, 하지수, "디지털 시대의 패션 디자인 조형성에 관한 연구," *한국의류학회지* 30권 11호 (2006), pp. 1560-1571.
24) 김현수, 김민자, "디지털 환경매체로서 패션에 나타난 사이버네틱스의 특성에 관한 연구," *복식* 55권 4호 (2005), pp. 79-94.
25) 조운선, *Op cit.*, pp. 20-21.

속적이며 전반적인 가치추구형 프리미엄 웰빙이 나타나게 된다[26].

2) 디지털 환경 하의 디자인 특성

(1) 디지털 융합에 의한 기능 집약 디자인

디지털 기술의 발달로 디지털 환경의 특성들은 별개로 진행되는 것이 아니라 함께 누적되고 융합되어 진행되는 특징을 보인다. 패션에 있어서도 각 특징이 독립적으로 나타나는 디자인과 두 가지 이상의 특징이 개념적 혹은 형식적으로 결합되어 나타나는 디자인으로 나타나고 있다[27].

(2) 상호작용이 가능한 열린 구조 디자인

현대 패션에 나타나는 상호작용성은 다각적인 측면에서 소비자를 디자인의 주체로 끌어들이는 방법으로 적용되고 있다. 디자인의 과정에 참여하거나, 스스로 스타일을 완성해 가게 하는 방법, 패션을 통해 새로운 의미와 양식을 경험하게 함으로써 소비자를 디자인의 영역 안으로 끌어들여 자기 표현의 가능성을 확대하는 것이다. 이는 디자인의 형태와 의미에 있어서의 가변성(Changeability)으로 표현될 수 있다.

패션에 있어 '열린 구조의 디자인'은 정보사회의 개인화, 다원화를 바탕으로 객관적이고 보편적이며 절대적인 근대적 합리성으로부터 벗어나 디자이너 개인의 경험적인 인식 체계를 바탕으로 한 디자인 철학과 첨단기술의 발달에 이은 실험적 시도 등을 수용하고 새로운 가능성을 제시하면서 무엇보다도 디자인을 하나의 완성된 단위가 아닌 '불확정적인 상태'로 남겨 놓음으로써 소비자가 디자인의 완성에 직접 참여하거나 또는 인체와 더불어 착용자의 착장 방법과 상황에 따라 새로운 공간과 조형미를 창출하려는 경향이라 할 수 있다. Issey Miyake의 A-POC(A Piece of Cloth: 기술의 이미지화와 적용의 동시적인 도약)은 디자이너에 의해 시작된 디자인은 미완성의 상태로 남아 착용자의 자유로운 착장과 연출에 의해 최종 결과에 이르고 소비자는 자연스럽게 창작의 과정에 유도되는 것이다[28].

복식의 열린 구조는 크게 시각적으로 '모호한 형상'에 의한 열린 구조, '뚫린 부분'에 의한 열린 구조, '늘여다보임'에 의한 열린 구조로 구분되고, 의미적으로는 '정보성'에 의한 열린 구조, 이중성에 의한 열린 구조, 불연속성에 의한 열린 구조로 구분하였다. 특히 정보성에 의한 열린 구조는 새로운 내용이나 새로운 해석을 가지거나 지각적 환기가 가능하고 미래의 방향을 제시할 때 가치가 있는 데, 이브 생 로랑의 유니섹스 모드, 장폴 꼴티에(Jean Paul Gaultier)의 속옷의 겉옷화, 이세이 미야케(Issey Miyake), 후세인 살라얀(Hussein Chalayan)의 사고의 전환 등을 들 수 있다[29].

(3) 이동성과 유목성을 위한 모듈화 디자인

패션에 나타나는 이동성의 영향은 모바일 환경의 확산에 따라 항상 움직이며 생활하는 현대 유목민의 생활 양식에 첨단 기술을 이용한 신소재의 개발이 접목되어 패션이 진정한 제2의 피부로서 기능함에 따라 나타나고 있음을 알 수 있다. 의복은 '입는 옷'을 넘어 하나의 공간으로 확장되고 그 공간은 인체의 환경을 가장 쾌적하고 안전하게 유지할 수 있도록 첨단 기술에 의해 구조화되고 있다. 이동성의 특징은 다기능성과 모듈라 시스템, 변형의 방법 등으로 확장될 수 있다.

모듈화 디자인(Modular design)은 소비자가 스스로 선택하고 조합하여 자신만의 스타일을 완성해갈 수 있도록 의도된 것이다. 이러한 방법은 소비자가 자신이 사용할 제품을 디자인하고 제작하는 과정에 참여하게 하므로서 각자의 요구를 좀 더 만족시키는 동시에 차별화된 제품을 제공할 수 있는 방법이다.

패션에 나타나는 모듈 시스템은 스커트, 팬츠, 셔

26) Design, LG 경제연구소, 2004. 10.
27) 이민정, "현대패션에 나타난 디지털 커뮤니케이션 문화의 영향에 관한 연구" (연세대학교 대학원 박사학위논문, 2004), pp. 153-154.
28) 최경희, 이순홍, "현대 니트패션의 디자인 개발방향," *패션정보와 기술* 3권 (2006), pp. 48-54.
29) 조애래, "복식 디자인에 표현된 열린 구조에 관한 연구" (연세대학교 대학원 석사학위논문, 2004), pp. 108-112.

츠, 점퍼, 재킷과 코트 등의 기본 아이템을 착용자의 필요에 따라 코디네이트 할 수 있도록 구성하는 방법으로, 상황에 맞게 다양한 착장방법이 모색되고 있다.

Mandarian Duck의 의상은 융통성과 다양성에 기반하여 상황과 필요에 따라 믹스와 매치가 가능하도록 구성되어 있다. Patrick Cox의 Pieces는 '변화하는 의상(metamorphic garments)'을 기본 컨셉트로 지퍼와 스냅을 이용한 탈부착의 방법으로 한 가지 아이템을 다양하게 변화시켜 그 기능성을 최대한 이용할 수 있다. 스커트의 길이를 길거나 혹은 짧게 입을 수 있으며, 상의의 소매를 붙이거나 떼어 상황에 따라 캐주얼 혹은 드레스로 착용할 수 있다. 긴 레인코트는 모자와 칼라를 떼어내고 바이크 재킷으로 변화시킬 수 있다. 모듈 시스템은 기능성 신소재의 사용으로 가볍고 편안하며 기능성을 최대한 살릴 수 있는 단순한 스타일로 디자인되지만, 다양하게 제공되는 색상의 조합으로 소비자는 같은 디자인이라도 전혀 다른 분위기를 연출할 수 있다[30].

(4) 인간 감성, 다중 감각 지향의 디자인

인간의 논리성과 감각적인 면을 통합한 감성이 디자인의 주제로 주목받고 있다. 감성(感性)이란 사람의 마음에 숨겨져 있는 가치, 개성, 취향, 기분을 움직인다는 뜻이라 할 수 있다[31]. 스티브잡스와 함께 디자인 개발에 참여한 힐무트 에스링거는 "형태는 감정을 따른다(Form Follow Emotion)"라는 사용자 친화(User Friendly) 감성 디자인을 주장하였다[32].

현대 패션에 나타나고 있는 패션의 개념 확장과 새로운 형식의 시도, 표현 영역의 확대는 발전을 거듭하고 있는 디지털 기술, 사회문화의 변화와 더불어 지속될 것이며, 대중화와 일반화하는 방향으로 진전될 것이다. 개인의 자유 의지, 감성, 개성의 존중은 디자인 전반에 걸쳐 가장 중요한 요소로 지속될 것이며, 사람과의 접촉을 잃고 기계를 통해 대화하며 자극적인 경험을 원하는 현대 소비자들의 정신을 돕는 디자인의 요소가 부각될 것이다[33].

감각을 통한 커뮤니케이션을 디자인의 한 역할로 볼 때, 정보사회의 디자인은 오감 모두 접근 가능한 디자인의 영역으로 보고 여러 감각들과의 상호작용으로 더욱 효과적인 의사 소통을 할 수 있도록 고려되어야 한다. 시각과 촉각에 향기를 더한 섬유제품은 다감각을 이용한 단적인 예이다.

(5) 자연 친화적 디자인

2000년대 디지털 환경 매체로서 정의되는 패션은 인간에게 쾌적한 영역을 제공하고 두뇌의 작용에 의한 인지적 감각을 주요 테마로 한 유비쿼터스 개념과 웰빙이 적용된 디자인이라 할 수 있다[34]. 기술지향 디자인의 반작용으로 인간중심적인 디자인을 제안시켰으며, 디자인적 특성은 형태와 소재가 통합된 편안함을 추구하는 Relaxation이 주조를 이루고 있고, 이는 웰빙이라는 트렌드에 영감을 제공하였다. 기술에 의한 신격화는 본질적인 인간 삶에 대한 욕구를 유발시키면서 자연 친화적인 디자인을 제시한다.

이런 디지털 환경에 반작용으로 오가닉 스타일(organic style)이 패션과 라이프 스타일에 적용되고 있다. 오가닉 스타일은 인간과 자연의 합의일체를 통해 자연에 순응하고 생태계 보호에 중심을 줌으로써 육체적, 정신적 안정을 추구하는 보보스족, 웰빙족들의 패션을 말하는 것으로 자연 소재와 수공예 등을 사용하는 정신적 가치를 우위에 둔다.

또한 패션에 나타난 사이버네틱스의 자연환경친화적인 디자인 특성은 하이테크 기술이 디지털 테크놀로지, 인터페이스 테크놀로지, 나노 테크놀로지 등의 기술에 의해 정신적, 신체적, 감각적 커뮤니케이션을 확장시켜 자연환경과의 친밀감을 추구할 수 있게 하였으며, 이는 가변적이고 유동적인 디자인으로 웰빙 트렌드의 조건에 부합되게 된다[35].

이러한 경향은 인간 스스로가 자연과 균형 감각

30) 이민정, *Op cit.*, pp. 95-96.
31) 시카야 나오키, 김경균 역, "이모셔널(emotional) 프로그램," *디자인* 300호 (2002).
32) 인치호, 이수현, "디지털 기술의 동향분석을 통한 유비쿼터스 공간 예측," *홍익대학교 미술디자인 논문집* 10집 (2004), pp. 321-322.
33) 이민정, *Op cit.*, pp. 39-40.
34) 김현수, 김민자, *Op cit.*, p. 90
35) *Ibid.*, p. 92.

을 찾고 유지하려는 인간 본성의 표현이라고 할 수 있다. 이성으로 파악되는 인간과 자연을 엄밀히 분리했던 서양 근대 철학에서 벗어나 자연을 중시하고 인간과 자연의 화합을 중시하는 동양 사상에 관심이 높아지는 것도 같은 이유에서이다. 80년대부터 90년대를 거쳐 지속되고 있는 그린 디자인, 에코 디자인이 여기에 속한다.

Ⅲ. 디지털 환경의 웰빙 패션 디자인

1. 융합에 의한 기능집약 디자인

디지털 환경에서는 유동적인 다목적의 디자인이 요구되기 때문에 다양한 스타일이 공존되면서 본질적인 요소들의 효율성을 위해 결합되는 기능집약적 디자인이 대두된다.

특히 캐포츠 룩(caports look)은 캐주얼의 편안함과 자유로움을, 스포츠 스타일의 활동성과 기능성이 결합되어서 표현된 것으로, 융합에 의한 기능집약적 웰빙 디자인의 대표적인 형태로 볼 수 있다. 바쁘고 복잡한 도시 직장인의 생활은 거의 모든 날씨와 모든 장소에 착용가능한 다양한 기능을 지닌 융통성있는 옷을 선호하게 되었고, 혁신적인 첨단 스포츠 소재는 남성용과 여성용, 스포츠복과 패션복 사이의 구분을 허물고 있다. 주된 디자인 형태로는 트레이닝 슈트, 후드달린 블루종 점퍼, 드로우 스트링, 끝부분이 코드 락(cord-lock)으로 된 당김끈, 집업 디테일, 자석 여밈장치, 벨크로, 스니커즈가 활용되고 있다.

웰빙의 유래가 되는 히피이즘(Hippism)은 기계문명에 대한 거부로 수공업적인 것을 추구하고, 자연과 대지로 돌아갈 것을 표방하는 이념이었다. 그 결과 히피들은 낡아서 헤어지거나 일부러 찢은 청바지에 자수 페인팅을 더하거나 중고 시장에서 구입한 군복을 활용하여[36] 낡은 느낌의 패션으로 기존의 패션에 저항감을 표현하였다. 히피들은 타인의 시선보다는 자기만족에 더 가치를 두기 때문에 착용자의 개성에 따라 모든 요소들이 일정한 기준 없이 코디되는 스타일의 다양성으로 나타난다.

그러므로 현대 웰빙 디자인에 미니스타일, 미니멀 스타일, 빅 스타일, 레이어드 스타일 등 여러 가지 스타일이 공존하면서 착장 방식의 변형에 의해 다양한 스타일이 융합된다. 색채면에서도 천연 색채, 자연의 에콜로지 색채, 에스닉한 색채, 원색 등이 넓은 영역의 색조들이 조화롭게 공존하는 경향을 보인다.

테크노-자연 소재는 자연적인 외관과 촉감을 지니면서 성능이 개선된 소재이다. 가죽과 양피도 얇고 부드러워졌으며, 가죽을 이용하여 스트레치 소재나 메시를 만들 수 있다. 고신축성 직물인 라이크라는 다른 섬유들과 매우 적은 비율만 혼방해도 신축성 성능을 내포하기 때문에 편안함을 제공한다. 가볍고 부피감이 적어서 바지위에 튜브 드레스과 같은 레이어드 의상을 쉽게 만들 수 있다. 아제딘 알래아(Azzedine Alaia)에 의해 라이크라, 네오 프렌에 의한 무솔기 의상이 만들어지고 있다[37].

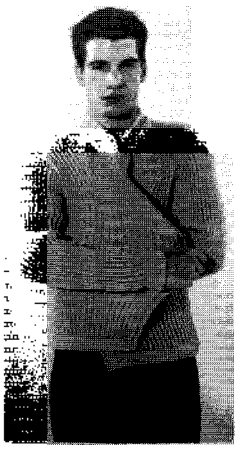
스포츠의 대중화로 땀은 배출되고 외부 공기는 막아주는 특수한 기능을 가진 신소재인 고어텍스, 인트란트, 하이포라 뿐만 아니라 고기능성, 고감각, 고탄력 기능을 갖춘 섬유 제품이 개발되고 있다. 대표적인 신건강 소재 제품으로는 흡수, 속건 소재의 '쿨맥스(Coolmax)', 항균, 항취 기능의 은코팅 섬유 '엑스택틱(X-static)' 자외선 차단 기능을 가진 '유브이 차단제', 수분 침투 방지 소재인 '쓰리타임 드라이(3 x Dry)', 신축성, 방오성, 염색성이 뛰어난 신섬유 소재인 'PTT(Polytrimethylene Terephthalate)' 등을 들 수 있다.

〈그림 1〉의 기능성 스포츠 니트는 아코디스사가 개발한 신세대 합성 아크릴 섬유인 코일 리코일(Coutelle Recoil)로 만들어졌다. 이 섬유는 다른 섬유와 혼방하여 고급스럽고 가벼운 직물을 만들며 중기를 쏘이면 3차원 느낌이 부여되면서 공기같은 질감과 탄열성이 부여되며, 무게는 너해지지 않으면서도 부피감을 준다. 기존 니트와 신합성 플리스의 가교 역할을 한다.

2. 상호작용성이 가능한 열린 구조에 의한 디자인

히피들의 소수민족에 대한 관심은 다민족적이면서도 동양적인 민속풍의 의상으로 나타나게 된다.

36) 서유리, 조규화, "American hippie와 그 복식에 관한 연구," *한국의류학회지* 19권 2호 (1995), p. 281.
37) Madamme Figaro. *Op cit.*, pp. 154-158, p. 246.



〈그림 1〉 가능성 니트[38].

다민족적인 디자인들이 동시에 크로스 코디네이션 되는 특성을 보이므로 새로운 해석을 통한 인식의 전환을 꾀하는 정보성에 의한 열린 구조의 디자인을 보인다.

크고 헐렁해 보이는 비구조적 착장방식의 웰빙 디자인도 착용자의 개성에 의해 상호작용이 가능한 열린 구조의 디자인으로 볼 수 있다. 동양적인 평면 재단으로 인한 전체적으로 몸에 밀착되지 않는 실루엣과 앞이 전부 트여있어 좌우를 포개어 여미게 하는 전개형 여밈 형식의 랩오버(wrapover) 디자인은 몸을 감싸는 느낌을 주므로 고달픈 도시 생활에서 보호를 해주는 보호복으로 인식된다.

로맨틱한 감성의 진 소재의 유행을 들 수 있다. 전통적인 진 소재의 이미지는 낡고 색이 바랜 듯한 특성을 가져서 오랫동안 착용한 듯한 평범하며, 친숙하고, 자연스러운 이미지를 나타내거나 거칠고 투박한 표면으로 활동적이며, 건강한 이미지를 표현한다. 실제로 진은 소재의 견고성과 직조의 특성으로 오랜 기간 입을 수 있는 경제성을 가진다. 여기에 웰빙 트렌드는 모피 트리밍과 자수 장식, 비즈 장식 등으로 로맨틱한 새로운 감성을 부여한 정보성에 의한 열린 구조의 디자인이다.

웰빙 디자인에는 비쳐 보이는 소재를 활용하여 신체를 간접적인 노출함으로써 은폐에 대한 노출, 정숙성에 대한 반항, 금욕주의에 대한 이분법적 해석을 부정하고 신체의 유희를 즐기어 만족을 추구하려는 감성을 표현하고 있다. 이는 비쳐 보이는 소재를 통한 들여다보임에 의한 열린 구조 디자인으로 볼 수 있다.

속옷의 역할에 대한 기존 관념에서 일탈되는 형식인 란제리룩은 '속옷의 겉옷화'를 추구하고 있는데 이것은 용도와 사고의 전환에 의한 정보성에 의한 열린 구조이다.

남녀공용 의복경향인 유니섹스 모드는 정신적인 자유와 성으로서의 사회적 제약으로부터 해방하려는 정신적 웰빙을 추구한다. 남성복과 여성복의 형태적 분류 체계가 허물어지는 유니섹스 모드는 성별 구분의 절충에 의한 정보성에 의한 열린 구조의 디자인이다.

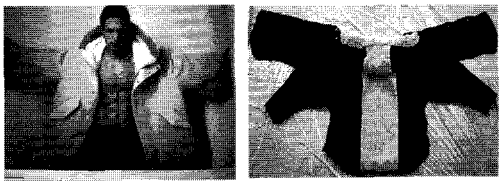
그리펀사의 베어스킨(Bearskin) 파카는 솔기를 따라 지퍼를 내리면 판초가 되며, 겨드랑이 밑의 지퍼를 내리면 편편한 러그가 되는 재킷이다.

디젤 스타일랩 비대칭 재단된 스커트는 데님 끝부분의 올을 풀어 프릴로 가장자리를 장식하고, 데님 조끼에 모조털 칼라를 장착했다. 미치코 코시노의 유니섹스 의복은 군대용 낙하산에서 영감을 얻었으며, 테이프와 오버 스티치를 사용하였다.

3. 이동성과 유목성을 위한 모듈화 디자인

디지털 환경에서는 이동을 통한 정보력이 핵심 키워드로 등장한다. 따라서 하루 동안에도 다양한 역할과 직무를 수행해야 하는 상황이 동시에 발생할 수 있다. 이런 환경에 맞추어서 지퍼와 후크 등으로 모듈화된 웰빙 디자인이 나오게 된다.

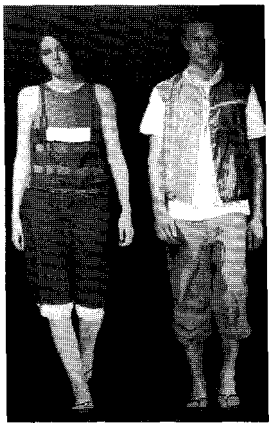
모듈화 디자인은 디자인의 절제에서 가능해진다.



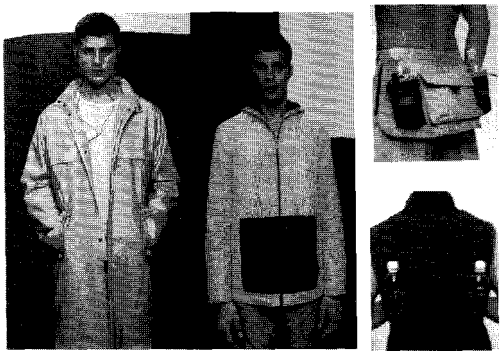
〈그림 2〉 베어스킨파카[39].

38) 마리 오마호니, 사라 브래독, *스포츠테크*, 차인선 역, (서울: 예경, 2004), p. 78.
39) 마리 오마호니, 사라 브래독, *Op cit.*, p. 24.

<그림 3> 디젤[40].



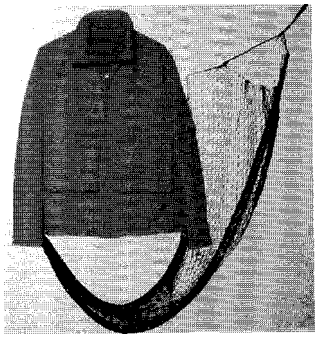
<그림 4> 미치코코시노[41].



<그림 5> 샘소나이트 블랙라벨[42].

웰빙 트렌드는 의복 탈착에서 오는 불편함의 해소와 시간의 절약 및 관리의 편리함을 추구하면서 동시에 모든 환경에서 의복으로부터 받는 부자유스러움에서 해방되어 신체적 건강을 도모하고자 한다. 그러므로 편안함을 추구하려는 경향에 따라 미니스커트, 반바지, 미드리프, 어깨 없는 탑, 어깨를 끈으로 처리한 셔츠, 헐렁한 골반바지를 통해 입고 벗기 편하고 보기에도 편안함을 얻고자 한다.

웰빙 디자인에는 의상을 겹쳐 입는 방식에 따라 각자의 개성이 표현되어 다양한 디자인이 제멋대로



<그림 6> 접는 해먹 재킷[43].

연출되는 layered look의 착장방식이 활용되는데, 이것은 모듈화 디자인의 한 형태로 볼 수 있다. 또한, 스포츠 스타일에서 차용된 후드, 드로우 스트링, 짚업 디테일이 활용되어 용도에 따라 탈부착이 가능하게 전개되거나, 디자인 변형이 가능한 모듈화 디자인을 보여주고 있다.

고무화된 캔버스 재킷은 탈착성 후드를 지니고 안쪽 주머니에는 정보시스템을 넣을 수 있게 설계되었다. 후드달린 극세 섬유 재킷으로 등판에는 탈착성 백과 앞판 중앙에는 두 개의 큰 주머니가 메시 소재로 만들어졌다. 타월 소재 안감이 사용된 바지는 금속 가공 처리되었으며, 바지가랑이를 접어 올릴 수 있도록 벨크로 스트립이 설계되었다.

C.P.컴퍼니, 접는 해먹 재킷, 나무사이에 맬 수 있는 해먹이 내재된 재킷으로 항상 이동하는 사람에게 재미있고 유용하다.

4. 인간 감성, 다중 감각 지향의 디자인

빅터 파파넥(Victor Papanek)은 대량 생산 체제의 디자인에 있어서의 문제는 디자인과 인간과의 연관성의 결핍에 있다고 보았으며, 사용자에게 더 많은 선택의 기회를 부여하거나 좀 더 직접적으로 참여할 수 있도록 유도해야 한다고 하였다. 결국 디자인은 일반 대중으로부터 시작되어 디자이너들이 함께 방향을 결정하여야 한다는 것이다[44]. 그러므로 향후 개

40) *Ibid.*, p. 164.
41) *Ibid.*, p. 136.
42) *Ibid.*, p. 139.
43) *Ibid.*, p. 169.

인의 자유의지, 감성, 개성의 존중은 디자인 전반에 걸쳐 가장 중요한 요소로 지속될 것이다.

웰빙 트렌드는 자연스럽고 여유로운 느낌의 구김을 디자인에 적용시킨 크링클 소재를 크게 유행시킴으로써 다중감각을 지향하고 있음을 알 수 있다. 크링클 소재는 자연미를 위해 인공적으로 주름을 가미시킨 것으로 섬유 소재의 시각적 효과와 더불어 촉각 효과가 시각적으로 표현되어 있다[45]. 얇은 면이나 저온, 살짝 비치는 시폰, 물 흐르는 듯 부드러운 질감을 가진 실크 등으로 만들어졌으며, 비정형적인 주름이 오글오글하게 깊고 얕게 반복되어 빛의 각도에 따라 독특한 질감으로 약간은 낡고, 바래며, 오래된 이미지를 표현하고 있다.

웰빙을 추구하는 개인들은 심신의 안정과 두뇌 활동에 맞는 색채로 생활공간을 조성하거나 자신에게 적합한 퍼스널 색채나 자신의 약점을 감출 수 있는 색채를 선택함으로써 행복을 추구할 수 있다. 그런 관점에서 행복하고 자유로운 이미지를 전달하는 고명도의 난색 계열의 색상이 의복에 보다 많이 활용되고 있다.

가족 구성원에 대한 사랑과 유대에 대해 깊은 관심을 보이게 되면서 커뮤니티간의 동질성과 연대감을 고취하기 위한 커뮤니티 의상이나 패밀리 룩의 증가에서도 웰빙 디자인이 인간의 감성을 지향하고 있음을 볼 수 있다.

개성에 맞는 퍼스널 색채를 선택하고 커뮤니티 의상과 패밀리 룩의 증가에서 인간 감성을 추구하는 웰빙 디자인을 볼 수 있었으며, 크링클 소재의 유행에서 다중감각을 지향하는 웰빙 디자인을 볼 수 있었다.

<그림 7> 크링클 소재.

5. 자연 친화적 디자인

빅터 파파넥은 환경을 고려한 디자인 방법의 하나로 "줄이기 위한 디자인"을 소개하였다. 미래의 디자인은 실용성과 효율성을 높이고자 하는 의식과 과학의 발전과 더불어서 기술의 발전으로 생겨나는 병폐를 최소화할 수 있는 에코 디자인이 되어야 한다[46].

자연주의적 시각에서 시골과 자연에 대한 친한 동경심이 목가적인 페전트룩이나 에콜로지풍을 낳게 된다. 이국적 문화에 대한 호기심중에서 특별히 자연에 동화된 동양에 대한 관심이 Zen style의 유행을 이끈다. 단아하고 절제된 색채에 미니멀한 디테일, 여유있고 풍성한 실루엣과 자연친화적 소재인 면, 마, 실크, 모와 같은 천연 소재로 자연미를 강조하고 있다.

자연의 질감을 그대로 담고 있는 러스틱한 생사(raw silk), 황마(jute), 라피아(raffia: 야자과 식물)로 짠 듯한 엉성한 표면감을 가진 소재, 꾸깃꾸깃하고 불규칙한 표면을 가진 소재 등으로 가공하지 않은 천연의 느낌을 표현하기도 한다[47]. 색채는 흙과 바위와 같은 자연의 색을 응용한 베이지, 브라운, 카키 등의 중간 톤 색채를 주조로 온화하고 자연스러운 컬러 전개가 이루어지며, 자연색에 가까운 그린 컬러와 깨끗한 이미지의 화이트는 인공적이지 않은 순수성을 강조한다. 또한 자연에서 추출된 색채인 천연 염료도 활용된다.

원초적 생산방식에 의한 오가닉 코튼과 울, 신기술적 측면의 리오셀계 섬유, PLA 섬유, 재활용 섬유를 사용한다.

녹차와 콩, 황토, 대나무, 키토산을 이용한 속옷 소재 및 우유 섬유, 천연 미네랄 섬유, 기능성 대마 섬유 등이 대표적 친환경 섬유로 웰빙 디자인에 활용되고 있다[48]. 콩단백질로 만들어 실크에 흔방한 소재인 '소이빈 실크 스웨터', 비타민이 포함된 '비타

44) Papanek, victor, *인간과 디자인*, 한도룡 외 역 (서울: 미진사, 1996).
45) 한국일보, 2004년 4월 22일.
46) 고현진, "컨버전스 트렌드에 의한 패션 디자인," *복식* 56권 7호 (2006), pp. 148-162.
47) 전소영, "현대패션에 나타난 에콜로지 경향에 관한 연구" (홍익대학교 대학원 석사학위논문, 1995), p. 43.

민 수트', 쑥을 가공해 항균, 항취 기능을 높힌 '하이서포트 타이즈' 등을 들 수 있다[49].

제일모직 아스트라는 비타민 C, 알로에 에센스, 대나무를 이용한 독특한 소재를 개발하였다. 특히 비타민 C를 원단에 배합해 만든 V-UP은 피부에 닿으면 비타민으로 변하는 프로 비타민제를 사용, 착용하면 피부에 비타민을 공급해준다고 한다[50]. 나이키 골프에서 출시된 '나이키 스피어 드라이 셔츠'는 섬유 표면의 돌기가 피부와 옷 사이에 공기층을 만들어 공기 순환을 원활하게 해 주는 것이 특징이다. 제일모직 '갤럭시'는 원단에 대나무 성분이 들어 있어 옷의 형태가 우아하며 원단이 몸에 감기지 않아 쾌적하고 시원한 느낌을 준다고 한다.

LG 패션 '애시워스'는 키토산 섬유, 카프라, 폴백스 등 기능성 소재를 사용했다. 키토산 소재로 만든 이진 조끼는 항균, 방취 기능이 뛰어나 착용감이 상쾌하다[51]. 면싱웨어에 사용된 E 프로틴 소재는 콜라겐을 증가시키고 세포를 활성화해 피부에도 탄월한 효과가 있다고 한다. 메시로 한층 가볍고 부드러운 촉감을 만들어낸 보그너 골프웨어, 고어 텍스 소재로 완전 방수와 방풍 기능을 갖춘 엘로드의 윈드 브레이커 재킷도 있다. 제일모직의 남성복 캐주얼 '로가니스 그린 라벨'은 2004년 봄 시즌부터 대나무 섬유를 이용한 스웨터와 니트를 출시하였다[52,53].

쌍방울은 인삼 성분을 가미해 신진대사를 활성화하고 항균 방취 기능을 강화한 내의, 식물 추출 천연 후라보노 성분을 가미한 후라보노 내의, 은나노 내의 등을 선보였다. BYC는 숯, 음이온, 한약초, 쑥, 연륙소, 미상탄 원사 등 건강 소재를 가미한 내의를 출시하였다.

Ⅳ. 결 론

현대인들은 성장지향의 생활방식에서 삶의 질이나 행복에 대한 새로운 시각인 웰빙 트렌드를 통해 건강과 환경을 중시하게 되었다. 급변하며 압력이 많은 일상에 지친 현대인에게 편안함과 휴식을 제공하려는 웰빙 트렌드가 패션에도 반영되고 자연스러

〈표 2〉 디지털 환경하의 디자인 특성에 따른 웰빙 패션 디자인

디지털 환경의 제품에 나타날 변화 요소	디지털 환경 하의 디자인 특성	현대 웰빙 패션 디자인
융(融, 융합: convergence)	디지털 융합에 의한 기능집약적 디자인	융합화, 여러 스타일이 공존 Fusion; Cross-over 다기능성 소재, 신건강 소재의 활용 다양한 색상의 공존
연(連, 연결: connection)	상호작용이 가능한 열린 구조의 디자인	히피스타일에서 유래한 유목성 추구, 비구조적 착장방식, 전개형 여밈, 진소재의 새로운 유행
동(動, 이동: mobility)	이동성과 유목성을 만족시키는 모듈화 디자인	Layered style, 지퍼와 벨크로 이용한 탈부착 가능한 디자인
감(感, 감성: emotion)	인간감성, 다중감각 지향 디자인	복합 감성 추구, 크링클 소재의 유행, 가족의 건강 & 행복 추구하는 패밀리룩, 퍼스널 색채 활용
유(遊, 유희: fun)	자연 친화적 디자인	요가, 필라테스, 자연주의 화장품, 에콜로지, 천연염료, 친환경 소재 활용

48) "웰빙 자연으로 가는 패션," *베이비*; available from World Wide Web http://Blog.naver.com
49) "천연소재 의류 잇달 출시," *한국경제신문*, 2004년 1월 11일.
50) "대나무옷이 쏟아진다," *조선일보*, 2004년 3월 22일.
51) 한국경제신문, 2004년 2월 18일.
52) 어패럴뉴스, 2004년 10월 5일.
53) 세계일보, 2004년 10월 27일.

움과 자유로움을 표현하고 있다.

디지털 환경과 웰빙 디자인은 표면적으로는 연관성이 적게 인식되지만 첨단디지털 환경에서의 인간성 상실의 측면에 더욱 부각됨으로써 인간지향, 친환경적인 웰빙 패션 디자인을 야기시키게 된다. 따라서 본 연구의 결론을 살펴보면, 다음과 같다.

첫째, 디지털 제품이 나타내는 변화의 핵심어는 융합, 연결, 이동, 감성, 유희로 특징 지워지는데, 본 연구에서 도출된 디지털 환경의 특성은 크게 디지털 융합에 의한 기능집약성, 상호작용성, 이동성과 유목성, 인간 중심 · 감성 지향, 자연 환경 친화성을 들 수 있다.

둘째, 디지털 환경에서의 디자인은 크게 디지털 융합에 의한 기능집약적 디자인, 상호작용성이 가능한 열린 구조의 디자인, 이동성과 유목성을 위한 모듈화 디자인, 인간 중심 다중 감각 지향의 디자인, 자연환경 친화적 디자인으로 요약할 수 있다. 먼저 디지털 환경의 융합(convergence)의 특성은 디지털 컨버전스에 의한 기능집약적 디자인이 전개되며, 연결(connection)의 특성은 상호작용성이 가능한 열린 구조의 디자인으로 전개되어 다각적인 측면에서 소비자를 디자인의 주체로 끌어들이고 있다. 이동(mobility)의 특성은 이동성과 유목성을 위한 모듈화 디자인으로 전개되어 소비자가 자신의 개성에 따라서 디자이너의 디자인을 완성해간다. 감성(emotion)의 특성은 인간 중심, 다중 감각 지향의 디자인으로 표현되어진다. 유희(fun)의 특성은 자연환경 친화적인 디자인으로 볼 수 있다.

셋째, 기능집약적 웰빙 디자인으로는 캐포츠 룩의 등장으로 스포츠웨어의 기능성과 캐주얼웨어의 심미성이 융합된 패션이 전개되고 있다. 캐포츠 룩은 스니커즈와 트레이닝복을 일상화시켰으며, 웰빙족들의 건강에 대한 관심으로부터 요가 패션, 복서 셔킷 패션, 네오발레 패션 등이 유행하게 되었다. 또한, 웰빙 트렌드는 여러 가지 기능이 융합된 고기능성 스포츠웨어용 소재, 신건강 소재, 테크노-자연소재 등을 여성 패션에 더욱 많이 도입하게 되는 계기가 된다.

상호작용을 위한 열린 구조의 웰빙 디자인은 비구조적인 착장방식에 의한 열린 구조, 동양적인 전개형 여밈의 랩오버 디자인, 속옷의 겉옷화를 추구하는 란제리룩, 성의 고정관념에서 해방되는 유니섹스룩, 비치는 소재와 진 소재의 새로운 유행을 들 수 있다. 특히 랩오버 디자인은 도시인들에게 보호 룩으로 선호된다. 이동성과 유목성을 위한 모듈화 웰빙 디자인으로는 다양한 디자인들을 착용자가 원하는 방식으로 겹쳐 입는 레이어드 룩과 지퍼와 벨크로로 변형 가능한 디자인을 보여준다.

인간 중심, 다중 감각 지향의 웰빙 디자인으로는 개성에 맞는 퍼스널 색채의 사용과 가족과 커뮤니티의 유대감을 중요시하는 커뮤니티 의상과 패밀리 룩의 유행, 크링클 소재의 유행을 들 수 있다. 특히 크링클 소재는 시각과 시각적인 촉각이 동시에 표현되는 소재로써 세탁 후 관리의 용이성이나 구김이 가지 않는 특성으로 웰빙 디자인에 더욱 부합된다. 자연친화적 웰빙 디자인은 친연색의 사용과 환경친화적 소재의 사용을 들 수 있다.

현대인들은 최첨단 정보 기술 사회로의 빠르게 변화해 가는 디지털 환경 속에서 점차로 아날로그 시대의 여유로움과 편안함을 추구하면서 현대의 기술을 통한 유희와 건강에 관심을 가지게 된다. 그 접점에서 웰빙이라는 트렌드가 생겨나게 되었다. 따라서 본 연구에서는 디지털 환경에서 보여지는 디자인의 특성이 현대인의 웰빙 패션에 어떻게 표현되고 있는지를 살펴보았다. 결국 현대인의 웰빙 패션은 발전해가는 디지털 문명 속에 인간이 자신의 영역을 평화롭게 보호하려는 바램에서 생겨났다고 볼 수 있다.

따라서 본 연구는 디지털 환경 속에서 보다 인간 중심적인 패션 디자인을 위한 제안점이 될 수 있으며, 향후에도 디지털의 영향에 의한 빠른 이동성의 요소가 패션에 반영되어 열린 구조에 의한 모듈화된 디자인으로 발전되어 전개될 것으로 사료된다.

참고문헌

고현진 (2006). "컨버전스 트렌드에 의한 패션 디자인." *복식* 56권 7호.

김상일 (2004. 2. 18). 웰빙열풍을 읽는 3개의 코드. LG주간경제. CEO Report.

김주환 (2001). "디지털 시대의 미술." *월간미술* 5월호.

김성호, 장성원 (2000). *디지털 기술과 산업의 미래.* 삼성경제연구소.

김훈철 (2004). *웰빙 마케팅*. 컴온북스.

김현수, 김민자 (2005). "디지털 환경매체로서 패션에 나타난 사이버네틱스의 특성에 관한 연구." *복식* 55권 4호.

마리 오마호니, 사라 브래독 (2004). *스포츠테크*, 차임선 역. 서울: 예경.

문용갑 (2006). 유비쿼터스 컴퓨팅 환경과 사회질서, *인간연구, 제10호*.

박혜선 (2006). "웰빙 인식과 웰빙 패션상품 구매에 대한 연구." *한국의류학회지* 30권 5호.

서유리, 조규화 (1995). "American hippie와 그 복식에 관한 연구." *한국의류학회지* 19권 2호.

시카이 나오키 (2002). "이모셔널(emotional) 프로그램." *디자인*, 김경균 역. 300호.

유병우 (2004). "변화의 물결: 소비자 라이프 스타일의 새로운 소비 트랜드." *마케팅* 9월호.

이민정 (2004). "현대패션에 나타난 디지털 커뮤니케이션 문화의 영향에 관한 연구." 연세대학교 대학원 박사학위논문.

이희정 (2005). "현대패션 디자인의 웰빙경향에 관한 연구." 경희대학교 대학원 석사학위논문.

인치호, 이수현 (2004). "디지털 기술의 동향분석을 통한 유비쿼터스 공간 예측." *홍익대학교 미술디자인 논문집* 10집.

장승희, 장은영, 이선재 (2006). "여성소비자 유형별 웰빙 마케팅 전략에 관한 연구-웰빙 라이프 스타일을 중심으로-." *복식* 56권 3호.

전소영 (1995). "현대패션에 나타난 에콜로지 경향에 관한 연구." 홍익대학교 대학원 석사학위논문.

전재훈, 하지수 (2006). "디지털 시대의 패션 디자인 조형성에 관한 연구." *한국의류학회지* 30권 11호.

조애래 (2004). "복식 디자인에 표현된 열린 구조에 관한 연구." 연세대학교 대학원 석사학위논문.

조운선 (2005). "디지털 세대를 위한 핸드백 디자인 개발에 관한 연구." 홍익대학교 대학원 석사학위논문.

조혜윤 (2004). "웰무킹족 커리어 우먼을 위한 핸드백 디자인 연구." 홍익대학교 대학원 석사학위논문.

최경희, 이순흥 (2006). "현대니트패션의 디자인 개발방향." *패션정보와 기술* 3호.

최명애, Heber L. (1995). "율동적 동작 훈련이 젊은 여성의 Wellness에 미치는 영향." *대한간호학회지* 25권 3호.

LG경제연구소 (2004). *design*. 2004년 10월.

Anspaugh, D. J., M. H. Hamrick and F. D. Rosata (1991). *Wellness: Concepts and Applications*, St, Louse: Mosby-Year Book.

Kozma, A. and M. J. Stone (1983). "Predictors of Happiness." *Journal of Gerontology* Vol. 38 No. 5.

O'Mahony, M. and S. E. Braddock (2002), "Sports Tech, Revolutionary Fabrics, Fashion" *Fashion & Design*, Thames and Hudson.

http://www.samsungdesign.net/Report