

## 아르마니의 남성복 디자인 특성에 관한 연구 -2002S/S-2008S/S 을 중심으로-

공미란

군산대학교 의류학과

### A Study on the Design Characteristics of Armani Men's Cloth - With a Focus on the 2002 S/S-2008 S/S Collections -

Mi-Ran Kong

Dept. of Clothing & Textile, Kunsan University, Kunsan, Korea

**Abstract** : Giorgio Armani has made a huge success with his own persistent unique fashion styles for the last 30 years. But he too went through a transitional period during which he was criticized for lacking the so-called Armani design. Overcoming the confusion, however, he succeeded in recreating his styles of elegant image and fascinating people with his practical and yet sophisticated modern classical styles that he pioneered. The design characteristics of his men's clothing are as follows; functional and comfortable slim silhouettes that bring life to the curves of the human body, grey-based mixed colors in a natural atmosphere, natural materials such as wool, silk, and cashmere that are light and soft and have great drape properties with femininity, solid patterns with stripes, checks, and geometrical figures added, and the elegance expressed in moderate decorations such as a handkerchief and scarf. Armani men's clothing has enjoyed ongoing popularity and success across the world because it transcends time and allows men to maintain their class not being bound by the formality. It's also important to notice that Armani takes into account the perspectives of both men who wear his clothes and women who look at the men in his clothes.

**Key words** : armani, elegance, androgynous, practicality

### 1. 머리말

최근 경제성장과 라이프스타일의 변화로 인해 남성들도 전통적이고 보수적인 기존의 이미지에서 탈피하여 자유롭고 개성 있는 차별화된 자신만의 스타일을 패션을 통해 표현하려는 경향이 확산되고 있다. 그에 따라 남성복시장의 확대와 브랜드의 세분화가 이루어지고 있다. 또 국제화, 세계화, 정보화 등의 사회 환경 및 가치관의 변화로 남성들은 과거의 수동적이고 형식적인 패션 선택에서 벗어나 능동적이고 주체적인 자세로 바뀌고 있는 상황이다. 이로 인해 남성복이 활성화 되면서 해외남성복 브랜드들의 수입이 증가하여 남성복의 패션화, 다양화, 고급화가 이루어지고 있다.

우리나라 남성복은 1990년대 초부터 정장개념이 바뀌어 편안하고 캐주얼한 트렌드가 나타나면서 남성복 수입이 증가하고 있는데 2003년의 경우 수입국은 이탈리아(30%), 프랑스(20%), 미국(20%), 영국(11%) 순으로 나타나고 있다(한국패션브

랜드연감, 2003). 이탈리아의 비중이 가장 높게 나타나는 이유는 1990년대 이후 이탈리아의 남성복 산업이 전 세계적으로 인정받게 되면서(채선미, 2004), 우리나라 남성복의 실루엣도 매우 엄격한 각진 선의 꼭 맞는 유럽피안 실루엣에서 탈피하여 활동하기 편안하고 부드러운 곡선의 이탈리아 라인을 선호하기(박미령, 1997) 때문인 것으로 분석되고 있다.

경쟁력의 차별화를 위해 중고급품 위주의 고급화정책을 지향하는 이탈리아 남성복은 독특한 디자인 개발 및 기술혁신과 소재연구를 통한 아이템별 세분화와 전문화로 이탈리아 스타일을 만들어 세계적인 남성복 패션시장의 중심으로 자리를 잡았다. 특히 '남성복의 샤넬'이라 불리는 조르지오 아르마니는 패딩(Padding), 인터페이스(Intrefacing, 정장의 안감과 겉감을 같은 천으로 하는 것), 라이닝(Linings, 심지)을 제거한 "언컨스트럭트 재킷"을 통해 새로운 남성복을 정립시킨 대표적인 디자이너로 이탈리아를 세계적인 남성복의 중심지를 만드는 데 결정적인 역할을 했다.

이에 본 연구는 여성복뿐만 아니라 남성복에서도 고감도의 디자인으로 세계시장을 이끌고 브랜드 글로벌화에 성공한 디자이너인 이탈리아의 조르지오 아르마니의 남성복의 컬렉션에 나타난 패션을 바탕으로 독창적인 특징을 파악하고자 하였다.

Corresponding author; Mi-Ran Kong  
Tel. +82-63-469-4666, Fax. +82-63-469-4661  
E-mail: mrkong@kunsan.ac.kr

아울러 그의 디자인을 분석하고 실제 디자인 작업에 활용할 수 있는 시사점을 제시함으로써 우리나라 남성복 패션산업의 활성화와 발전에 기여하고자 한다.

연구내용은 크게 세 부분으로 구성된다. 우선, 조르지오 아르마니의 디자인에 중요한 영향을 미친 이탈리아의 패션산업과 이탈리아 남성복의 특성을 살펴본다. 다음으로는 그의 작품에 나타난 디자인철학, 이미지 및 미적특성을 살펴보고, 마지막으로 2002년 이후부터 최근 2008S/S까지를 3단계로 구분하여 패션디자인의 요소인 실루엣·색·소재·무늬·장식디테일의 5가지 항목을 비교, 분석함으로써 그가 추구하고 표현해 온 작품세계가 어떤 변화과정을 거쳤으며 또 그 작품 속에 나타난 디자인 특성이 무엇인지 살펴보고자 한다.

분석대상으로는 2002S/S-2008S/S의 밀라노컬렉션에 발표된 디자인으로 Gap Men's Collection, Uomo Collezioni, Gap Press 등의 패션전문지와 삼성디자인넷(www.samsungdesign.net)에 나타난 852여개 작품이다. 그밖에 기존의 아르마니의 남성복과 연관된 패션관련연구(채선미, 2000; 전수경, 2001; 정은정, 2003)의 논문이나 학술잡지 및 각종 문헌, 신문, 패션잡지와 비디오테이프, 인터넷 등의 자료를 참고하였다.

## 2. 이탈리아 패션과 남성복

### 2.1. 이탈리아 패션산업의 특징

오늘날 이탈리아의 패션산업이 세계적인 성공사례로 주목을 받는 이유는 디자이너의 창의성과 제품에 대한 신뢰로 고급화된 이미지의 'Made in Italy'의 패션시스템을 이루었기 때문이다. 이탈리아의 패션산업은 유럽 전체 섬유유류 산업 매출액의 1/4을 차지할 만큼 그 비중이 크다. 고품질의 소재와 독창적인 디자인에 탁월한 장인기술로 완벽에 가까운 패션시스템 속에서 만들어진 제품을 효과적인 유통방법으로 소비자의 기호에 맞도록 개성과 다양성으로 세계화시킴으로써 국제적 경쟁력을 확보할 수 있었다.

이탈리아의 패션산업은 1870년 남성복 부분에서 소규모의 산업화가 이루어진 뒤 20세기 초 프랑스와 영국의 하청기지 역할을 하면서 고급봉제 기술을 습득하여 산업 기반을 구축하였다. 1950년대 초 미국의 기성복을 대량생산하기 시작하면서 표준화와 공정화가 남성복에 먼저 도입되고 소비가 확대되기 시작하였다(섬유패션연감, 1997). 또한 최근에는 이탈리아 정부에서 경쟁력 강화 3개년(2006-2009)대책을 수립하고 범정부적 특별위원회를 구성하여 'Made in Italy', '이탈리안 스타일과 컨셉' 보호를 주목적으로 디자인 보호정책의 강화, 유통점의 대형화, 중소기업의 R&D지원 등의 사업을 적극 추진하고 있다(한국섬유산업연합회, 2006).

이탈리아 패션산업이 성공할 수 있었던 요인은 크게 다음의 네 가지로 요약해 볼 수 있다. 첫째, 파시스트 정권을 통해 '이탈리아 옷의 창작과 제작'이라는 독자적인 스타일탐구의 시작과 함께 조르지오의 패션쇼로 그 독자성 확립의 기초가 마

련되었다는 점이다. 둘째, 이탈리아패션산업의 강점인 인간중심의 창의성과 기술의 결합 즉 이탈리아 패션산업의 특징인 기업의 독창성과 창조성, 전문산업지구의 발달, 중소기업과 가족경영, 생산주문시스템, 그리고 독립소매점의 발달과 토탈마켓팅전략으로 전문화, 세분화되었다는 점이다. 셋째, 고급기성복 브랜드들의 라이센스 비즈니스와 다양한 세컨드 브랜드출시는 이탈리아 패션산업을 양적, 질적으로 확대되다는 점이다. 넷째, 이탈리아의 브랜드의 유형은 대중적인 콘페지오네와 스틸리스타가 이끄는 그리프, 맞춤형업체인 사르토리야로 분류되어 기술과 디자인면에서 상호보완적인 역할로 패션산업을 다양하고 풍부하게 만들 수 있었다는 점이다(김의경, 2005). 또 판매방식에서도 수주형판매시스템을 채택하여 판매가 안정적이라는 강점을 지니고 있다(정유경·전혜정, 2006).

이탈리아는 다른 패션선진국들과는 달리 남성복의 비중이 상당히 높으며, 저가의 의류수출을 주로 하는 중국과는 달리 고급화정책을 지향하여 차별화된 독특한 스타일로 세계적인 남성복 시장의 중심으로 자리를 잡고 있다. 이러한 이탈리아 패션의 미적인 특성으로는 활동하기에 편안한 실용적인 기능성과 자연적인 촉감의 소재와 실루엣 선을 살린 자연성, 이탈리아의 각 지방의 전통성을 살린 독자성을 들 수 있다.

현재 이탈리아의 패션은 최고 명품으로 인정받고 있다. 국제적인 컬렉션 및 각종 전시회를 통해 이탈리아 패션산업의 경쟁력은 날로 강화되고 있으며 그런 가운데 국제적인 감각을 갖춘 디자이너들은 세분화·전문화되어 자신들의 독자적인 영역을 구축하고 있다. 이런 디자이너들의 격조 높은 디자인에 명장들의 수작업이 조화를 이루어 이탈리아는 패션의 중심지로 부상하고 있다.

### 2.2. 이탈리아 남성복의 특징

이탈리아는 패션아이템의 세분화와 전문화, 고급기술과 장인정신을 바탕으로 한 사르토리야, 각기 차별화된 기성복브랜드와 디자이너브랜드 상호간의 보완 협력체계, 정부의 지원과 다양한 지속적인 컬렉션과 전시회로 인한 홍보, 다양한 패션정보지 발간과 자료실·박물관 운영을 통한 패션정보의 대중화를 이루어 남성복의 중심국으로 부상하였다.

이탈리안 스타일(Italian Style)의 남성복이 영국 스타일(British Style), 아메리칸 스타일(American Style)과 함께 세계적인 남성복 시장에서 그 명성을 유지할 수 있었던 것은 시대변화에 적절하게 대처하고 디자인 개발 및 기술혁신 소재개발 등으로 세분화와 전문화를 이루어 차별화된 경쟁력을 확보하고 새로운 유통구조를 형성하여 적극적인 해외시장을 개척하였기 때문이라고 할 수 있다.

이탈리안 스타일 남성복의 특징은 어깨가 다른 실루엣의 옷보다 조금 더 넓고 허리부분의 패임이 적으면서 아랫단이 부드러운 곡선으로 연결되어 있어 착용 시 편안하고 세련된 느낌을 준다는 점으로(박미령, 1997) 이 때문에 많은 사람들이 선호하게 되었다.

채선미(2000)에서는 이탈리아 남성복 스타일의 특징으로 다음의 네 가지를 들고 있다. 첫째, 실용성과 장식성으로, 다양한 트렌드를 가미하여 패션상품화가 용이하도록 디자인하고, 소재 디테일의 봉제방법을 고려하면서 색과 무늬로 다양한 변화를 준다는 점이다. 둘째, 독창성과 개별성으로, 각각의 기성복 브랜드, 디자이너 브랜드, 사르토리아 등의 모든 브랜드가 자신의 브랜드 이미지에 맞는 독특하고 일관성 있는 디자인의 표현방법으로 독창적인 스타일을 연출하여, 고객의 개성이나 취향에 따라 선택할 수 있도록 마케팅전략을 세우고 있다는 점이다. 셋째, 전통성과 패션성으로, 각 브랜드마다 고유의 클래식한 스타일을 기본으로 유지하면서 패션트렌드를 가미하여 시대적, 사회, 문화적 변화에 적절하게 디자인을 한다는 점이다. 넷째, 남성성과 여성성으로, 남성과 여성을 구별하지 않고 남성복과 여성복의 요소를 서로 가미시키는 양성적인 표현으로 남성복에 여성적 요소가 가미하여 다양한 이미지를 연출하고 있다는 점이다. 이런 이탈리아 스타일 남성복의 특성을 가장 잘 표현하는 이탈리아의 대표적인 디자이너인 아르마니는 자신의 고유하고 독창적인 엘레강스의 이미지로 이탈리아 남성복을 세계화시키는 데 큰 공헌을 한 사람 가운데 하나라고 할 수 있다.

### 3. 아르마니의 남성복 패션의 철학과 미적 특성

#### 3.1. 아르마니의 패션철학과 마케팅전략

테일러드 룩으로 유명한 이탈리아가 낳은 세계적인 패션디자이너 조르조 아르마니가 오늘날까지 꾸준히 사랑을 받는 이유는 ‘인컨스트럭트(unconstructed) 재킷’에서 볼 수 있는 것처럼 남성복의 테일러링기법에 있어 기존의 고정관념적, 전통적 사고의 하드한 남성적인 실루엣의 기법에서 벗어나 여성복을 응용하여 새롭고 독특한 방법으로 부드러움을 첨가한 데 있다. 즉 그의 남성복에는 남성의 특성인 합리성과 기능성, 여성의 특성인 유연성을 갖춘, 양성의 장점을 적절히 조화시킨 현대적인 개념의 남성이 표현되어 있다.

남자와 여자 모두 그 옷을 통해 멋있어지기를 바라는 마음으로 패션디자이너를 시작했다는 아르마니는 경제성과 심미성을 고려하고 패션 트렌드에 민감하게 반응하지 않으면서 인위적인 화려한 느낌이 아닌 인체의 자연미가 부드럽게 스며나오는 은은함으로 자신의 스타일을 유지하면서 조금씩 새로운 것을 가미해 자신의 패션 세계를 이끌어 왔다.

불경기에도 소비자의 변함없는 사랑을 받는 것은 아르마니의 기본 철학이라 할 수 있는 장식성이 배제된 기능성 위주의 지적이고 우아한 이미지의 베이직한 스타일을 바탕으로 시대적인 사회 환경과 고객의 기호와 필요에 따른 변화를 효과적으로 반영하기 때문이다. 또한 그의 디자인 철학은(공미란, 2006) 첫째, 그의 옷은 시간이 지나도 새롭게 나온 옷들과 함께 코디네이트 될 수 있는, 시간을 초월해서 입을 수 있는 옷

을 디자인한다는 점이며, 둘째는 옷과 사람이 하나가 되어 인체를 잘 표현할 수 있는, 패션에 인체를 맞추는 것이 아닌 인체에 맞는 패션을 디자인한다는 것이며, 셋째는 30년째 변화가 없고 유행에 뒤친다는 그의 대표적인 클래식한 슈트의 비판에도 의식하거나 흔들리지 않고 자신의 일을 지키면서 자신만의 독특한 패션스타일을 유지하면서 디자인하는 것이며, 넷째는 그의 옷에 표현된 ‘단순하고 편안하며 부드럽고 우아한 지적인 이미지’의 일관된 디자인 이미지를 계속 유지하는 것이라고 할 수 있다.

오늘날 아르마니의 정장은 남자라면 누구나 한 벌쯤은 입고 싶어 하는 격식을 갖춘 고급 옷으로 성공한 남성을 나타내는 가장 강력한 상징으로 많은 인기를 끌고 있다. 최근 유럽의 경제사회연구원인 RISC가 미국, 유럽, 일본 등 성인 1만 8500명을 대상으로 “당신이 갖기를 꿈꾸는 럭셔리 브랜드가 무엇인가”라는 물음에 대한 조사결과 미국에서는 폴렉스, 티파니 등 시계, 보석 브랜드에 이어 3위를, 유럽에서는 샤넬, 디오르, 입생로랑을 제치고 1위를 차지하였으며(blog. naver.com.) 2006년 전 세계 40여 개국의 2천여 개가 넘는 매장에서 2조원 이상의 매출을 올리고, 미국 포브스지에서 ‘2004년 세계 갑부 순위’ 247위에 당당히 오르는 등 명품브랜드로 계속적인 성공을 거두고 있다(최경원, 2006).

아르마니가 크게 성공할 수 있었던 또 다른 이유는 성공적인 마케팅전략으로 첫째, 전세계 매장을 동일한 분위기의 스트리트매장으로 운영하며, 100%라는 매출이 눈에 보여도 70%만 판매한다는 생각으로(매일경제, 1998. 3. 11) 고급스럽고 품위 있는 스타일을 고수하여 소비자들에게 아르마니 브랜드만의 하이클래스 이미지 유지 및 희소성 원칙을 유지하며, 둘째, 일반 소비자가 유명연예인을 동경하는 심리를 이용해서 소비자와 가깝고 친근감을 느낄 수 있는 스타들에게 그의 옷을 입힘으로써 마케팅 홍보를 효과적으로 하는 스타마케팅전략을 쓰며, 셋째, 다양한 타겟의 고객층을 확보하기 위하여 가격과 소비자 연령에 따라 제품 브랜드를 세분화·차별화하는 전략이다. 즉, 최고급 최고가품으로 하이클래스 고객만을 위해 새롭게 제안하는 디자인이 강조된 블랙라벨인 조르조 아르마니, 좀 더 대중화한 디자인과 소재의 화이트라벨인 아르마니 콜레지오니(Armani Collezioni), 젊은 층을 대상으로 한 합리적인 품질과 가격으로 소비자대상을 모두 다운시켜 대중화를 시킨 블루라벨 라인인 엠포리오 아르마니(Emporio Armani), 정장류의 마니(Mari), 데님소재의 캐주얼웨어인 아르마니 진(Armani Jean), 10대에서 20대초를 위한 캐주얼인 아르마니 익스체인지(Armani exchange), 아동복인 아르마니 주니어(Armani Junior) 등으로 구분하였다.

넷째, 소비자의 라이프스타일, 소비패턴 및 선호하는 디자인에 따라 메인 브랜드인 조르조 아르마니와 세컨드 브랜드인 엠포리오 아르마니 이외에도 다양한 서브 브랜드 즉, 언더웨어와 수영복 등의 의류 및 악세서리, 향수, 화장품뿐만 아니라 서적, 꽃, 초콜릿에서부터 최근에는 호텔까지 다양한 분야에

서 아르마니라는 브랜드파워를 이용한 자매브랜드를 만들어 패션상품의 기획부터 생산과 유통에 이르기까지 총괄하는 패션의 토탈 브랜드화 전략을 지향하고 있다. 다섯째, 매년 밀라노 컬렉션을 통해 보이는 것 이외에도 본사의 'Armani Theatery'에서 조르지오 아르마니는 매년 총 6회, 앰포리오 아르마니는 남녀 각각 2회씩 총 4회의 패션쇼를 열고 있을 뿐 아니라 이태리 내의 유명 인사를 위한 초청 쇼를 별도로 패션쇼 등 각종 패션소개회를 통한 이미지 및 제품을 홍보한다. 여섯째, 본사의 아르마니의 디자인의 혁신을 추진하는 기획파트, 이익을 올리기 위해 중장기 계획을 설정하고 이행하는 영업파트, 브랜드관리를 하는 세일즈 프로모션파트 등 기획과 영업, 세일즈 프로모션 등 3개 조직을 조화시키고 있다.

그는 단일 브랜드로 출발해서 악세서리는 물론 안경, 화장품, 시계, 주얼리, 가구로 사업을 다각화했으며 자동차회사 벤츠와 협업이나 패션브랜드가 호텔, 레스토랑, 바를 세우는 트렌드를 만들어냈다.

최근 들어 아시아에서의 그의 인기는 급증하고 있다. 일본 매출이 가장 큰 비중을 차지하고 있는데 얼마 전에 중국에서도 큰 매장을 오픈하여 시장 확대를 도모하고 있다. 우리나라에서는 신세계백화점이 아르마니를 직수입해서 10년째인 현재 전국에 25개의 아르마니 매장이 있으며 계속 눈부신 성장을 거듭하고 있다(패션비즈, 1995. 1).

조르지오 아르마니가 지속적으로 인기를 끌 수 있었던 가장 중요한 요인은 최근 신세대 디자이너들의 패션이 소수를 위한 디자인에 치중하여 현실성이 결여되어 있는 것과는 달리 최상의 소재로 실용성과 대중성을 고려한 점이며, 새로운 디자인에 대한 끊임없는 노력과 함께 창의성, 품질, 시장개척 등 역시 성공 비결이라 할 수 있다(파이낸셜 뉴스, 2003).

이런 성공비결에 대해서 아르마니는 디자이너로, 경영인으로 "인생에는 올바른 길을 선택하는 행운이 있었고, 환경변화나 유행 등 외부자극에 휘말리지 않고 반듯하고 우아한 동시에 기품 있는 옷, 특히 외적이 아닌 내면적인 우아함을 보여주는 옷을 추구 했는데 그것이 적중했기 때문"(news.kbs.co.kr)이라고 말하고 있다. 그에게서 우리는 늘 새로운 변화만을 추구하는 현대사회에서 흔들리지 않고 자신만의 독특한 일관된 패션철학으로 기존의 전통적인 스타일의 바탕에서 조금씩 응용하는 것의 중요성을 일깨워주고 있다.

### 3.2. 아르마니의 남성복의 이미지 및 미적특성

남성복 슈트를 부드럽게 바꿔 80년대 워킹 우먼에게 환상적인 지지를 받았던 조르지오 아르마니의 옷은 성공한 남녀의 "섹세스룩"의 상징으로 자리 잡았으며(경향신문, 1994), 격식을 갖춘 고급 옷으로 상류사회의 새로운 문화를 이끌어내는 트레이드마크가 되었다. 특히 그의 포멀한 파워슈트는 권위와 존경을 나타내는 상징으로 상류사회나 멋쟁이들의 기본품목이 되었다.

초창기의 남성복의 이미지는 남성적인 트레이디셔널 스타일로

블랙이나 블루로 표현한 매니쉬풍의 이미지가 많았으나 점차로 베이지와 그레이톤의 내추럴한 색감의 여성적인 페미닌한 스타일로 바뀌어가고 있다. 영화의 지골로의 의상에서 아르마니는 "나의 패션은 강함을 강조한다"고 말하면서 요즘 유행하는 "예쁜 남자"의 컨셉으로 크로스틱한 남성을 강조하여 리차드 기어의 기막힌 바디라인을 살려주었다.

또한 그의 옷은 현대적인 스타일로 도시적인 세련미에 단순미와 기능성, 실용성이 바탕이 되었기 때문에 늘 변함없이 많은 사람들에게 사랑을 받으며 지금까지 "현대패션의 클래식"으로 통하고 있다. 편안하고 품격 있는 스타일로 외모보다 재능과 지적인 분위기로 승부하는 할리우드의 유명스타들이 가장 즐겨 입는 옷으로 알려져 있는데 워렌 비티, 더스틴 호프만, 잭 니콜슨, 리차드 기어 등이 대표적인 고객들이다(조미애, 2002).

남성의 클래식한 멋과 슈트함을 상징하는 아르마니의 남성복은 섬세하고 고급스런 테일러링에 가슴, 엉덩이, 허리라는 불변의 세 포인트를 어깨로 옮겨 그곳에서부터 온몸을 타고 흐르도록 디자인 된 선의 흐름과 부드러움으로 모던하고 세련되며, 엘레강스한 스타일을 연출해 남자도 얼마든지 부드러우면서 우아하고 화려해질 수 있다는 새로운 남성상의 이미지를 보여주고 있다.

아르마니의 남성복은 은은한 내추럴 칼라의 자연스러운 조화와 유연하고 다양한 소재의 풍부한 사용 그리고 허리와 가슴에 부드럽게 피트되며 흐르는 듯한 자켓이 그만의 독특한 스타일로 자리 잡았다.

조르지오 아르마니의 남성복에 나타난 미적인 특성으로는 여성복의 요소를 남성복에 적용시켜 유연함과 부드러움을 살린 앤드로지너스, 장식을 최소화하고 단순화시켜 인체의 편안함과 기능성을 고려한 실용성, 지적이면서도 품위 있는 이미지로 요약된다. 아르마니 남성복의 미적 특성을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

**실용성** : 아르마니는 옷은 '제2의 피부'라며 인체의 구조와 움직임을 생각하고 옷을 입는 사람, 직업, 활동시간 등을 고려하여 입기에 편안하고 기능적인 옷을 지향했다. 그는 복잡한 장식보다는 심플하면서 사람의 몸에 자연스럽게 연결되는 라인으로 편안함을 느끼게 하면서 동시에 인체를 돋보이게 하는 관능적인 모습의 실루엣을 형성하도록 디자인하였다. 패드를 제거한 비즈니스 슈트의 자켓은 아르마니 디자인의 특징을 가장 잘 보여주는 것이며 이외에도 편안한 가디건 스타일의 자켓과 지퍼로 탈부착이 가능하도록 한 칼라 달린 코트, 스트링으로 묶는 바지와 점퍼, 방수천을 이용한 옷 등에서 활동적이고 실용적인 것을 지향하는 아르마니 디자인의 면모가 드러나고 있다.

아르마니의 기본적인 철학은 장식성이 배제된 기능성 위주의 지적이며 우아한 이미지의 베이직한 스타일로 본질적인 것과 영원한 것에 대한 'Timeless'의 일관된 추구라고 할 수 있다. 또 실용적인 접근을 선호하면서 일상생활과 문화현상을 바

탕으로 패션트렌드가 자연스럽게 변화되어야 한다는 생각으로 디자이너와 착용자간의 교류에 기본적인 가치를 중시하는 것이 그의 브랜드파워와 디자인가치의 중심을 이룬다(report. campus.daum.net). 아르마니 옷은 평범하면서도 단순한 디자인으로 가볍고 편할 뿐만 아니라 인체의 기능성을 고려한 실용적인 디자인을 추구하고 있다고 할 수 있다.

**앤드로지너스** : 미래의 의복에는 여성복과 남성복에 개혁이 필요하며 이성의 의복요소들이 양성 모두에 향유되어 장점은 보존되고 단점은 없어져 자연스러운 조화를 이룬다는 Flugel (1971)의 말처럼 현대에는 전통적인 성의 경계가 모호해지면서 남성과 여성의 특성을 모두 수용하는 앤드로지너스의 경향으로 변모하고 있다. 남성복과 여성복의 요소를 접목하여 남성을 위한 남성복과 여성을 위한 여성복을 디자인하는 경향이 증가하는 추세이다. 그런 디자인을 대표하는 디자이너 가운데 하나인 조르지오 아르마니는 남성복에 여성복의 요소를 첨가하여 남성복의 남성미를 잃지 않으면서 다양한 이미지를 연출할 뿐만 아니라 남성이 가지고 있는 여성성을 통해 여성 소비자의 마음까지도 사로잡아 여성이 남성의 옷을 사랑하게 만들었다.

아르마니는 일반적인 기존 정장의 딱딱한 직선의 이미지에서 벗어나 패드와 안감을 떼어낸 축 늘어져 마치 스웨터 같은 언컨스트럭트 자켓, 다름질선 없는 바지, 뽀뽀하지 않은 칼라 셔츠 등으로(박문성, 2001) 천이 인체를 따라 유연하게 흘러내

리는 여성복의 편안하고 부드러운 슬림라인과 유연한 소재로 남성의 재킷에 여성스러움을 가미시키고, 남녀 정장에 같은 소재의 스포티하고 도회지향적인 슈트의 개념을 만들어 냈다. 또 유연한 슬림한 실루엣의 스타일 이외에도 니트로 인체에 흐르는 듯 디자인하거나 파스텔톤과 비비드한 색채의 사용, 투명하거나 신축성 있고 유연성 있는 소재와 여성복에 많이 쓰이는 깃털같이 가벼운 울, 캐시미어, 리넨 등을 많이 사용하여 특별한 가공으로 부드러움을 더해 강인한 남자에서 부드러운 남자로 변화가는 시대적인 남성의 패션이미지에 잘 부합하는 대표적인 남성복을 만들어냈다.

**엘레강스** : 엘레강스라는 컨셉은 아르마니가 기본적으로 추구하는 변하지 않는 이미지라고 할 수 있다. 아르마니의 옷은 시간을 초월하고, 격식에 얽매이지 않으면서 최고의 품위를 지키는 옷으로서, 고급스런 전통적인 재킷을 현대의 감성, 사회, 라이프스타일에 맞도록 새로운 감각의 디자인으로 변화시켜 클래식한 지적인 엘레강스한 이미지를 잘 표현하고 있다.

최근에는 여유로운 분위기의 스타일리시한 여피의 전형적인 면을 보여주면서 패턴을 살리는 듯한 변화를 주면서도 엘레강스라는 기본 틀은 항상 그대로 유지하고 있다.

‘의상을 입고도 입지 않은 듯 자연스러울 수도 있고 가장 지적이면서 우아한 자신의 개성을 돋보이게 할 수 있는 그런 옷을 추구한다’(blog.naver.com)는 아르마니만의 패션세계는 기교

Table 1. 단계별, 요소별 특성변화

구분	제1기 (2002-2003년) 아르마니클래식스타일의 정착기	제2기 (2004-2005년) 아르마니 스타일의 부재	제3기 (2006년-2008년) 아르마니스타일로의 복귀
슈트	롱 & 쇼트자켓 등장	피트& 롱의 기본 자켓	슬림&롱/ 내츄럴 & 쇼트자켓
스타일	롱 팬츠 스트레이트, 슬림, 배기팬츠 피티드팬츠	롱& 앵글& 쇼트팬츠 스트레이트, 배기팬츠 승마바지, 주름바지(테이퍼드)	롱팬츠 & 쇼트팬츠 스트레이트, 슬림, 배기팬츠 버뮤다, 니렁스팬츠, 앵글퍼프 피티드, 루즈한 팬츠
스타일	클래식한 슬림스타일	복잡한 디자인 및 소재의 과도기	뉴클래식 슬림스타일의 구축 소프트&쉬크 엘레강스 모던, 소피스트케이티드 레저스타일의 캐주얼룩 릴렉스 실루엣 스타일
실루엣	오리엔탈필링 & 캐주얼 스포츠크 스타일 슬라브족 스타일 관능적이고 루즈한 스타일	페미닌과 매니쉬의 조화 글래머룩, 세일러 룩, 마린룩	슬림&내츄럴 박스 이지 엘레강스
컬러	루즈한슬림&클래식한 박스 클래식한 엘레강스	피트슬림 & 박스 전통과 스포티즘의 믹스 &매치	메인:블랙, 블루, 그레이, 다크톤과 차가운 파스텔톤, 슬레이트, 이끼가 낀듯한 그린 악센트: 퍼플, 레드, 옐로우
소재	메인:그레이톤등의 뉴트럴한 색상, 블랙, 블루, 브라운, 라이트 베이지, 카키색, 회색빛 차콜그린, 다크인디고 블루, 악센트: 레드	메인:그레이, 베이지, 블랙, 그레이 악센트: 블루, 레드, 옐로우	메인:블랙, 블루, 그레이, 다크톤과 차가운 파스텔톤, 슬레이트, 이끼가 낀듯한 그린 악센트: 퍼플, 레드, 옐로우
소재	실크, 울, 니트, 면, 리넨등의 자연소재, 스트레치 저지, 니트, 가죽, 벨벳	실크, 울, 면, 벨벳, 모피, 토스,카나, 가죽, 거친질감소재, 비닐광택소재, 그로테스크한 구김이나 광택소재들,	실크, 울, 면, 신축성소재, 벨벳, 가죽, 모피, 새틴,하이테크한 광택가공의 매끈한 소재
무늬	스트라이프, 체크, 대나무, 기하학적 그래픽모티프 등 거의 없음	마린의 스트라이프, 물방울, 체크, 기하학적무늬, 마린의 불가사리 모티프,	스트라이프, 작고 큰 체크, 작은 웨일즈공 패턴,
장식	매듭단추	헤드 스카프, 행커치프, 단추구멍의 버튼홀스티치, 비싼 장식단추 바인딩, 파이핑	행커치프, 비대칭토글, 버클과 벨트장식, 스카프

가 정제된 심플하고 실용적인 편안한 스타일로 흐르는 듯한 인체의 곡선을 표현한 슬림한 선의 미와 섬세하고 고급스런 소재 및 내추럴한 칼라 등으로 눈에 확 띄거나 화려하지 않지만 자연스러우면서도 품위 있고 지적이면서도 세련되고 도시적인 엘레강스한 이미지를 연출한다.

또 아르마니는 단지 그의 옷에서 만의 엘레강스한 이미지를 연출하는 것뿐만이 아니라 옷을 입는 사람의 개인적인 성향의 중요한 분위기까지 파악하여 함께 연출한다. 티프한 히딩크가 그의 옷을 입음으로 해서 부드럽고 우아한 이미지가 풍기도록 한 것은 좋은 예라고 할 수 있다.

#### 4. 아르마니의 남성복 디자인 특성 분석

##### 4.1. 작품경향의 변화

아르마니가 남성복을 시작한 1976년부터 2001년까지 남성복 디자인의 변화는 트레이디셔널디자인(1976-1981: 클래식한 박스실루엣), 스포티 & 내추럴디자인(1982-1996: 스포츠룩과 헐렁한 디자인), 슬림디자인(1997-2001: 미니멀스타일의 피트되고 슬림한 실루엣)으로 변화되었다(전수경, 2001). 그 후에 최근 6년 사이에 아르마니 디자인의 중요한 변화가 일어났다. 2002년 S/S부터 최근 발표된 2008년 S/S 컬렉션까지의 작품의 변화는 크게 3단계로 구분되며 그 구체적인 변화의 특징을 살펴보면 다음과 같다.

**제1기(2002-2003년) 클래식한 스타일의 정착기 :** 2002년에서 2003년까지 아르마니의 남성복은 전체적으로 클래식한 박스와 내추럴한 슬림스타일의 시기로 전체적으로 여유 있고 편안한 캐주얼룩과 베이직하면서 슬림한 기본 아르마니의 이미지의 정장이 잘 보이는 시기라 할 수 있다. 그러다가 2002/3 F/W시기부터 점차 피트한 디자인이 많이 등장하면서 여러 가지 실루엣과 디자인이 다양해지는 등 변화가 나타나기 시작했다.

2002년 S/S년에는 집시음악과 함께 보여준 슬라브족 행렬속의 슈트는 피크드 라펠과 자연스런 둥근 어깨로 엘레강스하게 재구성되었으며 바지는 소프트하고, 스웨터는 편하고 헐렁하게, 셔츠는 타이와 함께 거의 뺏뺏하게 디자인되었다. 또 빅셔츠의 등장은 넓은 사무라이팬츠나 무릎부분에 절개선으로 여유를 준 스포츠룩 스타일의 유일리티 팬츠와 조화를 이루고 있다. 2002/3 F/W에는 기본적인 와이셔츠와 넥타이가 줄고 스카프가 등장하였으며, 테일러드 칼라에서 캐주얼한 스텐칼라가 등장하기 시작하고, 박스에 가까운 헐렁한 슬림스타일로 부드러운 전형적인 아르마니의 클래식한 스타일을 보여 주었다. 2003년 S/S에는 오리엔탈이 믹스되어 마오칼라 셔츠와 기모노셔츠, 매듭단추 등의 동양적 요소에 헐렁한 박스스타일의 편안한 스타일의 둥글게 된 자켓에 스카프와 캐주얼한 느낌의 린넨바지는 활동적인 여름휴가의 스타일을 보여주었다. 그러다가 변화의 흐름이 보여지기 시작하는 2003/04 F/W에는 포멀했던 편안한 티셔츠와 가디건 등의 캐주얼한 스타일과 함께 타이트한

스타일의 니트가 등장하면서 기존의 아르마니만의 이미지특성이 잘 느껴지지 않으면서 어떤 특징이미지 보다는 여러 가지 스타일의 디자인들이 동시에 등장하는 혼란한 과도기로 접어들게 되었다(Fig. 1-4).

**제2기(2004년-2005년) 스타일의 부재 :** 2003/4년에는 아르마니 스타일의 기본적인 이미지라고 할 수 있는 심플하고 지적인 우아한 느낌의 매력과는 달리 글래머스한 룩의 소재와 복잡한 라인의 디자인으로 다양한 길이의 자켓들, 과도할 정도로 다양한 질감을 표현한 컬렉션으로 기능적이고 고급스럽고 품위 있던 그의 이미지가 실종된 과도기라고 할 수 있다.

아르마니의 디자인세계에서 2004 S/S년 한해는 그야말로 디자인과 실루엣, 장식디테일, 소재면에서 혼란 그 자체였으며, 2004/5 F/W에 서서히 과도기적인 혼란에서 벗어나 아르마니 특유의 스타일로 정리가 되어 가는 듯하지만 2005 S/S-2005/6 F/W까지 캐주얼과 스포티룩이 가미되어 젊은 감각의 디자인과 디테일 및 소재로 여전히 아르마니다운 이미지는 부족했다.

2004S/S는 전체적으로 밀라노남성컬렉션의 매력적 제안의 부재시기로서 아르마니의 주요테마는 리조트웨어의 스포티와 마린룩으로 디자인 면에서 칼라 및 전체적인 배색의 비중이 증가하였으며 솔리드보다는 마린의 스트라이프가 주류를 이루었다. 또 짧은 반바지의 등장을 비롯하여 캐주얼화와 함께 아르마니의 컨셉이 훨씬 젊어진 느낌이며 전체적으로 아르마니 디자인 이미지의 부재로 그의 클래식한 모습이 거의 보이지 않았다.

2004/5 F/W의 테마는 “도시적인 매력”으로 전 시즌 보다는 많이 정리가 되었지만 여전히 이전에 계속 유지해오던 아르마니의 기본적인 클래식 스타일의 정장보다는 한층 더 캐주얼하고 스포티한 스타일이 많이 나타났다. 따라서 슬림스타일의 기본 자켓보다는 긴 니트코트를 비롯하여 캐주얼코트들이 대부분이 박시한 헐렁한 스타일이 많았으며 높게 밀착된 악센트의 스탠드를 드러낸 지퍼여밈칼라 모양의 짧은 자켓도 선보였다. 전반적으로 디자인과 소재면에서 심플하지 않고 모피 등의 글래머스한 다양한 소재들이 등장하여 마치 엠포리오 아르마니를 보는 듯한 느낌을 주었다.

2005 S/S에 아르마니는 그 당시 유행하는 ‘예쁜 남자’ 컨셉으로 엘레강스한 컬렉션을 보여주고 있으며 주목할 만한 것은 피트되는 자켓과 조드퍼드 바지가 등장해 완전히 새로운 실루엣의 형태를 만들었다는 점이다. 즉 상의는 슬림하거나 피트되는 자켓에 하의는 기존의 바지형태와는 달리 조드퍼드와 통넓은 배기나 테이퍼드가 주류를 이루었다. 또 눈에 띄는 것은 그의 소프트하고 베이직한 기존의 소재에 구김이나 광택 있는 소재가 많이 등장하면서 캐주얼한 성격이 한층 강화되었다는 점이다.

2005/6 F/W에는 Cocteau의 진에서 영감을 얻은 스타일로 자켓은 바다라인을 따라 드러내고 바지는 드레이프와 개더의 혼합으로 조화시켰다. 그의 컬렉션에서는 남성적인 엘레강스한 이미지를 추구하는 라인과 전형적인 어깨와 주름진 바지, 타이

트한 자켓의 형태가 아닌 운동선수의 바지처럼 헐렁한 이미지의 라인으로 나타나고 있다(Fig.5-8).

**제3기(2006년-2008년) 아르마니 슬림스타일로의 복귀 :** 2006/7년에는 스타일의 혼란기에서 벗어나 다시 아르마니만의 독특한 이미지의 스타일을 새롭게 되찾은 시기라 할 수 있으며 2008 S/S에는 완전히 그만의 독자적인 스타일을 다시 구축한 시기라고 할 수 있다.

2006 S/S의 테마는 “Armania”로 지난 시즌까지의 복잡하고 다양한 소재, 무늬에서 완전히 탈피하여 슬림하고 단순하고 소프트하면서 우아한 그만의 스타일로 돌아왔다. 하지만 아직도 헹거치브 장식, 잔무늬 및 디자인 면에서 약간의 과도적인 모습이 보이며 크게 눈에 띄는 것은 정장의 이너웨어로 캐주얼한 셔츠와 니트가 많아지고 짧은 반바지가 많이 등장하고 있다는 점이다.

2006/7 F/W의 남성복컬렉션의 대미를 장식한 아르마니는 “유혹적인 벨벳 남자(Velvet man)”를 제시하여 남성의 강인함에 대비시켜 부드럽고 섬세한 벨벳소재의 자켓 및 바지, 티셔츠, 트렌치코트까지 벨벳소재를 이용한 다양한 룩을 선보였다. 점에서 아르마니의 벨벳혁명이라고 할 수 있다. 그의 엘레강스한 최신컬렉션의 마지막과 끝은 광택 있는 번쩍거리는 것으로 시작되었으며 틸티 무즈한 바지, 박스자켓들, 웨이스트 코트와 행잉(늘어진, 매달린) 로브, 조여져 입혀진 자켓과 바지가 등장하였다.

2007 S/S에는 캐주얼을 기본으로 한 포멀 엘레강스로 남성의 클래식한 멋과 시크함을 상징하는 특유의 실루엣을 고집하고 있다. 루즈한 어깨 라인의 소프트한 자켓(길고 헐렁한 카라, 유연한 직물, 더블브레스트의 변화)과 헐렁한 실루엣의 트렌치코트, 턱잡은 와일드 팬츠, 몸에 흐르는 듯한 실루엣의 실크 셔츠, 비류다비올의 짧은 바지의 레저 스타일룩은 이번 시즌의 특징적인 아이템이며 가는 세로줄무늬의 엘레강스한 블랙과 화이트의 턱시도는 의외의 포멀한 구성이기도 했다.

2007/8 F/W에는 슬림실루엣의 엘레강스한 디자인에 창의적인 다양한 소재의 질감으로 조금은 그답지 않은 엉뚱한 라인의 럭셔리한 컬렉션이었다. 초컬릿 또는 미드나잇 블루의 벨벳

의 글래머러스한 자켓, 만다린 칼라의 벨벳셔츠, 악어의 새틴을 킷한 것이 혼합된 블루중, 부츠 안으로 넣어 입은 트루저, 버클과 벨트가 있는 가죽 재킷은 클리브 오웬의 스타일리시한 감성을 표현했다.

2008 S/S에 아르마니는 캐주얼하고 편안한 스타일의 Easy Elegance를 잘 표현하며 소재와 디자인면에서 전체적으로 잘 정돈된 그만의 라인을 느낄 수 있는 컬렉션을 전개하였다. 루즈한 스카프칼라 등으로 타이와 칼라가 사라지고 슬림한 솔칼라의 단조로운 미니멀한 구조의 재킷은 주름잡힌 루즈한 팬츠와 잘 어울린다. 또 인습에 사로잡히지 않은 자유로운 것의 셔츠는 셔츠와 재킷의 경계의 구분을 넘었으며 몸에 피트되는 니트가디건과 헐렁한 박스자켓 등이 좀 더 세련된 느낌을 주고 있다(Fig. 9-12).

**4.2. 디자인 요소별 특성비교**

전체적인 실루엣 면에서는 아르마니의 기본적인 스타일의 유지와 함께 큰 변화없이 비슷하게 이어졌지만 디자인과 소재 면에서는 과도기적인 혼란을 겪은 뒤 다시 그의 스타일을 재창조했다고 할 수 있다. 즉 아르마니의 기본 실루엣인 슬림스타일과 내츄럴한 스타일은 기본적으로 유지된 반면 디자인상의 디테일과 배색, 소재와 무늬, 악세서리의 경우에는 지속적인 변화를 시도하면서 혼란을 겪다가 다시 아르마니다운 것으로 되돌아와 다시금 그의 위력을 발휘하고 있다.

**실루엣 :** 아르마니는 그의 옷을 사회적으로 성공한 남성의 품위와 우아함의 상징을 염두에 두었기 때문에 인체를 구속하지 않는 기능성을 고려한(내츄럴 박스슬림 실루엣으로) 디자인을 추구하였다. 또 유연하고 부드러운 소재가 몸에 자연스럽게 흐르게 하여 전체적으로 세련되고 우아하며 지적인 실루엣을 오랫동안 고수해왔다. 그러다가 2000년을 전후하여 기존의 클래식한 실루엣 라인에서 몸에 밀착되는 방식으로 의도적인 변화가 나타나기 시작했다. 또 아르마니 실루엣에 전반적으로 나타난 주요특징 중의 하나는 S/S시즌에는 아르마니의 매끈한 인체라인을 살려주는 매끈한 타이트한 느낌의 슬림스타일이 강세인 반면 F/W시즌에는 좀 더 여유 있는 슬림과 내츄럴한 박



Fig. 1. 03'S/S Gap Collection. Fig.2. 02/3'F/w Gap Collection. Fig. 3. 03'S/S Gap Collection. Fig. 4. 02/3' F/w Gap Collection. Fig. 5. 05'S/S Gap Collection. Fig. 6. 04/5F/W Gap Collection. Fig. 7. 05'S/S Gap Collection. Fig. 8. 04'S/S Gap Collection.



Fig. 9. 06/S/S Samsung design net. Fig. 10. 06/S/S Samsung design net. Fig. 11. 08/S/S Samsung design net. Fig. 12. 08/S/S Samsung design net.

실루엣이 강하게 나타나는 것을 볼 수 있다.

제1기인 2003년까지는 그의 대표적인 클래식한 상징이라 할 수 있는 헐렁하면서 루즈한 슬림라인과 박스라인을 기본 실루엣으로, 약간의 피트되는 슬림라인의 실루엣이 첨가되는 시기를 할 수 있다.

제2기인 2005년까지는 클래식한 헐렁한 실루엣이 거의 보이지 않으며 인체에 알맞게 맞는 슬림과 피트되는 실루엣의 룻스타일에 04 S/S에 마린룩이 등장하면서 박스실루엣의 쇼트한 룻스타일이 조금씩 보이기 시작했다.

제3기인 2006년부터 아르마니의 대부분이 몸의 곡선을 매끈하게 보여주는 슬림실루엣의 룻스타일이 대부분이었으나 점차로 캐주얼화의 영향으로 자연스럽고 편안해 보이는 내츨한 박스실루엣의 쇼트룻스타일이 첨가되어 크게 슬림과 내츨한 박스의 공존으로 나타나고 있다.

따라서 전체적으로 실루엣은 클래식한 헐렁한 슬림실루엣에서 인체라인을 드러내는 피트되는 슬림·박스실루엣으로 그 다음은 몸에 적당히 맞는 슬림·내츨한 박스실루엣의 공존하는 것으로 변화되어 왔음을 알 수 있다.

**색** : 아르마니의 작품에 나타난 기본적인 컬러는 일반적으로 그레이와 베이지, 베이지와의 중간색인 그레이지로, 원색이 아닌 믹스된 컬러로 톤의 변화를 이용하여 내츨한 분위기를 연출하는 이미지의 메인컬러에 레드, 블루, 그린과 같은 컬러로 악센트를 주었다. 또 일반적으로 S/S시즌에는 주로 Grayish 톤을 기본으로 주로 Light하고 Pale한 색톤을 사용하여 얇고 부드러우며 세련되면서 클래식한 아르마니 특유의 정장 이미지를 만들며, F/W에도 역시 Grayish 톤을 기본으로 Dark톤과 Dull 톤 색톤을 주로 사용하여 짙고 어두운색으로 안정된 품위와 우아한 이미지를 연출하고 있다.

제1기에는 그레이톤의 뉴트럴한 색, 블루, 블랙, 브라운 등의 전형적인 아르마니의 메인색에 라이트 베이지, 카키색, 회색빛 차콜그린, 다크인디고 블루가 서브로, 악센트로 레드가 사용되었다. 제2기에는 그레이, 베이지, 블랙, 브라운, 블루에 레드, 옐로우, 그린 악센트로 사용되었다. 제3기에는 그레이,

블루, 블랙, 베이지의 메인에 다크톤과 차가운 파스텔톤, 슬레이트, 이끼가 낀듯한 그린의 서브에 퍼플, 레드, 옐로우가 포인트 컬러로 사용되었다.

보편적으로 1기에서 3기까지 기본의 그레이. 블루, 블랙, 브라운, 베이지의 메인색에 있어서는 크게 변화를 보이지 않고 있으며 서브와 악센트에서 약간의 차이를 보이고 있지만 거의 일관된 그만의 정해진 색을 사용하고 있음을 알 수 있다.

**소재** : 아르마니는 보편적으로 자신의 남성복의 고급스럽고 엘레강스한 일관된 이미지를 위하여 부드럽고 자연스런 느낌을 연출할 수 있는 신축성과 드레이프성을 지닌 천연의 고급 소재를 주로 사용하여 절제되고 심플한 디자인에 우아하고 화려한 다양한 재질들로 도시적이고 세련된 남성의 이미지를 잘 표현해 왔다.

제1기에는 아르마니의 소재는 부드럽고 매끈하면서 클래식한 디자인을 잘 표현하는 울, 실크, 면, 린넨, 캐시미어 등의 자연소재가 주로 사용되었으며 그밖에 스트레치 저지, 니트, 가죽, 벨벳 등의 소재가 첨가되었다. 제2기는 아르마니 스타일의 혼란기로 이는 특히 소재 면에서 더욱 두드러지게 나타났다. 울, 실크, 면 등 기존의 부드러운 기본소재의 사용이 감소되면서 거친질감이나 구김의 그로테스크한 것과 비닐광택의 소재들이 많이 등장하고 벨벳, 모피, 토스카나, 가죽 등의 하드하면서 화려한 소재들이 많아졌다. 소재의 다양화라는 새로운 시도는 그만의 이미지를 느낄 수 없게 되었다. 제3기에는 아르마니 스타일의 복귀로서 소재에서도 다시 그만의 소프트한 이미지를 느낄 수 있는 실크, 울, 면, 린넨 등의 기본소재가 다시 증가하였으며 기능성으로 인해 편안함을 추구하는 신축성 있는 소재와 고급스런 하이테크한 광택가공의 매끈한 소재들이 늘어나고 벨벳, 가죽, 모피, 새틴 등이 전처럼 서브로 첨가되었다.

아르마니의 남성복에는 오랫동안 기본적으로 가볍고 유연한 신축성과 드레이프성이 좋은 여성적인 소재를 많이 사용해오다가 제2기에 들어 거칠고 투박해 보이는 남성적인 소재를 많이 섞었다가 제 3기에 다시 여성적인 느낌의 소재에 남성적인 하드한 소재를 보충해서 함께 조화롭게 사용하고 있다.

**무늬** : 아르마니의 남성복은 단순하고 우아한 것을 표현하기 위하여 일반적으로 솔리드를 메인으로 하고 그 외에 스트라이프나 체크 등의 간단한 모티프를 조금씩 활용해왔다.

제1기에는 대부분 클래식한 기본정장이므로 대부분 매니쉬의 상징인 솔리드위주에 아주 약간의 스트라이프, 전통적인 체크, 대나무모양, 기하학적인 그래픽 문양을 사용하다가 제2기에는 솔리드의 비중이 대폭 축소되면서 스트라이프, 물방울, 체크, 기하학적무늬 등이 주를 이루며 랩스터, 불가사리모양 등이 조금 첨가되기도 하였다. 제3기에는 솔리드의 비중이 전보다 다시 증가하고 예전에 비해 감소하기는 했지만 스트라이프, 체크, 물방울, 기하학적무늬가 여전히 큰 비중을 차지하였는데 2008 S/S에 들어 기존의 전형적인 아르마니 스타일을 되찾아 대부분의 솔리드에 극소수의 무늬가 사용되는 것으로 되돌아왔다. 그의 디자인에 사용된 무늬의 종류는 스트라이프, 체크

의 비중이 가장 크고 기하학적 무늬, 물방울, 기타 무늬들이 극히 제한적으로 사용되고 있음을 알 수 있다.

**장식** : 기본적으로 아르마니의 남성복의 특성은 장식을 거의 하지 않는 심플한 디자인이 기본이었으며 과도기적인 혼란기에만 다양하게 많이 등장하다가 다시 사라지는 추세이다.

즉, 제1기에는 거의 장식이 나타나지 않고 오리엔탈의 영향으로 단지 매듭단추만 보이다가 제2기의 디자인의 혼란기에 접어들어서는 헤드 스카프를 비롯하여 코사지, 행커치브, 단추구멍의 버튼홀스티치, 비싼 단추장식, 바인딩, 파이핑 등이 많이 나타났다. 제3기에 들어서는 행커치브, 비대칭도글, 버클과 벨트장식, 스카프 등으로 전에 비해 대폭 감소하다가 2008 S/S에 들어서는 약간의 행커치브와 스카프를 제외하고는 다른 모든 장식이 사라져 그만의 심플한 개성으로 다시 되돌아왔다.

## 5. 결 론

자신만의 독특한 패션스타일을 꾸준히 유지하면서 소비자의 기호에 맞는 상품을 지속시키는 것이 결코 쉬운 일이 아님에도 불구하고 30여 년 동안 일관된 자신만의 스타일로 성공한 디자이너인 아르마니에게도 아르마니 디자인의 부재라는 평을 받은 과도기가 있었다. 하지만 이러한 혼란을 극복하고 다시 자신의 엘레강스한 이미지의 스타일을 새롭게 재창조해 실용적이고 고급스러운 품위가 있는 모던 클래식의 선구자로서 그의 옷은 다른 정장과 다르게 보이지 않지만 입으면 좀 더 멋 있고, 우아한 매력으로 사람들을 매료시켰다. 변화를 겪었던 최근 2002년부터 2008 S/S까지의 아르마니의 남성복에 나타난 디자인의 특성은 다음과 같다.

첫째, 아르마니 남성복에 나타난 실루엣은 사회적으로 성공한 남성의 품위와 우아함의 상징을 염두에 두었기 때문에 기능적이고 편안하면서 인체의 자연스런 곡선을 표현하는 지적인 실루엣을 오랫동안 고수해왔다. 클래식한 헐렁한 슬림실루엣에서 점차로 인체라인을 드러내는 피트슬림박스실루엣으로 최근에는 몸에 적당히 맞는 슬림내츄럴한 박스실루엣의 공존으로 새로운 그만의 스타일을 만들어 냈다. 또 S/S시즌에는 매끈한 인체라인을 살려주는 타이트한 느낌의 슬림스타일이 강세인 반면에 F/W시즌에는 좀 더 여유 있는 슬림과 내츄럴한 박스실루엣이 강하게 나타나는 것을 볼 수 있다.

둘째, 아르마니의 남성복에 나타난 기본적인 컬러는 그레이, 베이지, 그레이와 베이지의 중간색인 그레이지, 블루, 블랙 등에서 원색보다는 믹스된 내츄럴한 분위기를 연출하는 이미지의 메인컬러를 쓰며 레드, 옐로우, 그린칼라 등이 악센트나 서브로 쓰였다. 또 Grayish톤을 기본으로 S/S시즌에는 Light하고 Pale한 색톤으로 얇고 부드러운 세련되면서 클래식한 아르마니 특유의 정장 이미지를 만들며, F/W에는 Dark톤과 Dull톤 색톤으로 짙고 어두운색으로 안정된 품위와 우아한 이미지를 연출하고 있다.

셋째, 아르마니의 남성복에 나타난 기본적인 소재는 울, 실

크, 면, 린넨, 캐시미어 등과 같이 가볍고 유연한 신축성과 드레이프성이 좋은 자연소재이며 그밖에 스트레치 저지, 니트, 가죽, 벨벳 등의 고급소재를 사용하여 심플한 디자인에 품위 있고 우아한 남성의 이미지를 표현해왔다. 광택 및 그로테스크한 거칠고 투박해 보이는 것과 같은 제2기의 혼란기에 보이는 소재의 변화는 아르마니다운 이미지의 부재로 비판을 받기도 했는데 최근에는 다시 기존의 여성적인 느낌의 기본소재에 남성적인 하드한 소재를 보충해서 함께 사용하고 있다.

넷째, 아르마니의 작품의 무늬로는 심플하면서 엘레강스한 이미지를 위하여 솔리드를 주로 사용하고 그밖에 스트라이프, 체크, 기하학적 무늬, 물방울, 기타 무늬들을 극히 제한적으로 사용하였다. 그러다가 과도기에는 솔리드보다 무늬를 사용한 옷이 주를 이루었다가 점차로 줄어들기 시작하여 2008 S/S에는 예전의 아르마니의 스타일로 돌아가 솔리드위주의 작품이 많아졌다.

다섯째, 기본적으로 아르마니의 남성복의 특성은 장식을 거의 하지 않는 심플한 디자인이 기본이며 과도기적인 혼란기에만 헤드 스카프를 비롯하여 코사지, 행커치브, 단추구멍의 버튼홀스티치, 비싼 단추장식, 비대칭도글, 버클과 벨트장식, 바인딩, 파이핑 등 다양하게 많이 등장하다가 다시 사라졌으며 근래에는 약간의 행커치브와 스카프를 제외하고는 다른 모든 장식이 사라져 그만의 심플한 개성으로 다시 되돌아왔다.

아르마니의 남성복이 세계적으로 꾸준히 사랑을 받고 성공할 수 있었던 이유는 시간을 초월해서 입을 수 있고, 격식에 얽매이지 않으면서도 품위를 지킬 수 있는 옷으로 옷을 입는 남성과 그것을 바라보는 여성의 관점을 동시에 고려했기 때문이라고 할 수 있다.

자켓이 디자인의 출발점인 아르마니만의 스타일은 무분별하게 트렌드를 반영하는 과격적인 디자인이 아닌 전통적인 스타일을 기본으로 여러 문화들로부터 다양한 민족적 요소들을 꾸준히 가미시켜 현대적인 감각에 맞도록 혼합한 새로운 것이다. 그런 면에서 본다면 아르마니를 통해 트렌드에 맞추어서 새롭게 변화만 시키려는 것보다 자신의 기본적인 스타일을 고수하는 것이 중요하다는 사실을 인식할 수 있다. 거기에 어떻게 변화를 주어 적절히 응용해야 하는가 하는 것 역시 우리가 그에게 배워야 할 점이라고 할 수 있다.

남성복은 여성복과는 달리 유행에 민감하지 않은 편이고 디자인 면에서 남성들의 보수적인 경향으로 인해 절제 또는 제한되는 부분이 많은 것이 특징이다. 때문에 일반적으로 디자인의 변화보다는 소재부분에 더 치중하는 경향이 강한데 기본 형태를 유지하면서 조금씩 변화를 주는 것이 안정적인 아르마니의 작품을 통해 확인할 수 있었다. 따라서 남성복의 디자인을 계획 할 때에는 여성복과는 다른 관점에서 남성복의 특성을 이해하고 기획하는 것이 중요하다. 남성복 시장규모가 점점 확대되어 가고 있는 추세에서 현재 우리나라 대학의 패션디자인의 커리큘럼이 여성복위주이므로 좀 더 남성복의 특성을 고려한 체계적인 프로그램을 모색하는 것도 필요하다고 생각된다.

### 참고문헌

- 경향신문 (1994. 1. 26) p.11.
- 공미란 (2006) 조르조 아르마니의 디자인특성에 관한 연구. *한국의류산업학회지*, 8(1), 7-16.
- 김의경 (2005) 20세기 이탈리아 패션디자인 연구. 국민대학교 대학원 석사학위논문.
- 매일경제 (1998. 3. 11) 2면 1852자
- 박미령 (1997) 한국패션산업에서의 남성복. 경북실업전문대학, p.207.
- 이탈리아 섬유산업 (1997) 97섬유패션연감. 한국섬유신문사, p.1941.
- 전수경 (2001) 조르조 아르마니 패션에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 정유경전혜정 (2006) 20세기 프랑스패션과 이탈리아 패션의 비교 연구. *복식*, 56(9), 112-126.
- 정은정 (2003) 현대 남성복디자인 변화에 관한 연구. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
- 조미애 (2002) “이것이 명품이다”. 시지락, 서울, p. 30
- 채선미 (2000) 1990년대 이탈리아 남성복디자인 연구. 경북대학교 박사학위 논문.
- 채선미 (2004) 베르사체 남성복에 나타난 문양 연구. *대한가정학회지*, 42(10), 173-188.
- 최경원 (2006) Great Designer 10. 길벗, 서울.
- 박문성 (2001) “패션디자이너의 세계”. CNC MEDIA, 서울, pp.141-179.
- 파이낸셜뉴스 (2003. 11. 27) 01면 959자.
- 패션비즈 (1995) 조르조 아르마니 호황세. 1월호, p.334.
- 한국섬유산업연합회 (2006) “섬유패션산업 구조혁신 전략”. pp.660-661.
- Gap Collection S/S, F/W. 2002-2008S/S
- Gap Press S/S, F/W. 2002-2008S/S
- Uomo Collezioni S/S, F/W. 2002-2008S/S
- Flugel. J.C. (1971) The Psychology of Clothes. New York : International Univ., Press Inc., pp.103-121.
- www.samsungdesign.net
- report.campus.daum.net
- blog.naver.com
- news.kbs.co.kr
- blog.naver.com. 파워우먼과 명품브랜드.

(2007년 6월 18일 접수)