

패션 색채기획의 실제
- 'D'社 색채기획을 위한 Bloomsbury Group 회화의
색채 이미지를 중심으로 -

한승희 · 조규화

이화여자대학교 대학원 의류직물학과 석사과정
이화여자대학교 의류직물학전공 교수

Practice of Fashion Color Planning
- Focus on Color Images of the Bloomsbury Group Paintings
for a Color Plan of Company D -

Han, Seung-Hee · Cho, Kyu-Hwa

Ma, Dept of Clothing & Textiles, Ehwa Womans University
Prof, Dept of Clothing & Textiles, Ehwa Womans University

Abstract

The objective of the study is to create color plan for company D based on color images of the Bloomsbury Group paintings, which is an art institute based in Bloomsbury, London, a hometown of the company, to renew the traditional brand image of the company by blending fashion and art.

This study analyzed 'D's previous F/W Color planning from 2003 to 2007 through NCS to understand characteristics of company D's color planning. It considered company D's color renewal concept by looking into Bloomsbury Group's backgrounds and pieces.

Based on 2008-2009 F/W color trend and the analysis result, the study suggests a color plan with reference to a case study of the company D, for which I work as a colorist. The color renewal of the company D for 2008-2009 F/W season was categorized into theme I. Bloomsbury and theme II. Charleston for planning. The following table summarizes the result of 2008-2009 F/W season color plan with focus on development of new check and print patterns.

The significance of the study can be found in that it advanced beyond the color planning stage to be applied to the actual renewal. Through a renewal of an existing brand, a fashion brand can be revitalized to have distinguished competitiveness.

Key Words : color planning(색채 기획), NCS(자연색체계), traditional(전통적인)

I. 서론

패션에서의 색은 패션을 구성하는 가장 중요한 본질로서 그 시대의 사회, 문화적 특징을 반영할 뿐 아니라 개인의 기호, 개성, 심미안, 문화적 배경들을 반영하여, 자신의 이미지와 비주얼의 표현에 중요한 수단이 된다.

옷은 이미지를 좌우한다. 특히 트렌드 상품일수록 그렇다. 옷은 가장 트렌디한 상품이라 해도 과언이 아니며, 패션 트렌드 예측에서 가장 민감한 것이 색이다.¹⁾ 따라서 컬러 마케팅이 도입되고 색채연구가 활발해지고 있다. 정보화 시대가 되면서 트렌드를 빨리 받아들이게 된 소비자들은 시존에 맞는 트렌드를 받아들이면서 자신에게 어울리고 자신을 돋보이게 할 수 있는 컬러를 받아들이게 된다. 현대 소비자는 패션 제품을 구매할 때 제품의 기능성보다는 그 제품의 품질과 자신을 표출할 수 있는 기획력이 있는 브랜드의 제품을 구매하고자 하므로 브랜드는 소비자를 차별화 시킬 수 있는 이미지와 가치를 갖도록 노력해야 한다.

현재의 국내 패션 시장은 포화 상태로 특히 여성복 시장은 타 복종에 비해 지속적인 발전을 보이고 있지만 다양화, 고급화, 개성화를 요구하는 소비자의 감성에 소구하기 위하여 브랜드 이미지를 재정비하고 상품 기획을 향상 시키는 노력이 항상 필요하다. 기존의 브랜드 고유의 컨셉을 유지하면서 차별화된 색채를 통하여 브랜드의 이미지를 개선하거나 강화하는 것은 상품 기획력을 향상 시키는데 매우 큰 역할을 하게 된다.

패션 산업에서의 색채 연구에 관련된 선행연구를 살펴보면, 의복색채 이미지에 관한 연구,²⁾ 마케팅적 측면에서의 의복색채연구,³⁾ 패션 브랜드의 배색에 대한 연구등이⁴⁾ 있었으나 실제적인 색채기획방법을 구체화 시켜 색채기획을 제시한 연구는 부족하였다.

따라서 본 연구에서는 본인이 컬러리스트로 색채 기획을 담당하고 있는 트레이디셔널 브랜드인 'D'사의 고강도 리뉴얼을 위해 패션과 예술의 결합을 목표로 'D'사의 본토인 런던의 Bloomsbury에서 설립된 예술단체인 Bloomsbury Group 회화의 색채 이미지를 중심으로 색채 기획을 유도하고, 상대적으로 유행컬

러의 흡수력이 적었던 'D'사에 유행컬러를 흡수할 수 있도록 색채를 기획함으로써 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 브랜드 리뉴얼을 제시하는데 목적이 있다.

패션 산업에서의 색채기획을 브랜드 해석, 컨셉 설정, 패션 트렌드(색채위주)의 분석과정을 거쳐 구체화 하고자 한다. 우선 'D'사의 전반에 대해 살펴보고 최근 5년간의 F/W색채기획을 자연색체계(NCS)를 통해 분석해봄으로써 'D'사 색채기획의 특성을 파악하고, Bloomsbury Group의 배경과 작품의 색채 분석을 통해 'D'사의 color renewal concept을 고찰하였다. 이러한 내용과 'D'사가 변화되어야 할 방향을 토대로 색채기획을 제시하였다.

이상의 연구 목적에 따른 연구는 현장중심의 패션을 제시하는 일련의 연구로서 실제적인 컬러리스트의 트렌드 제시를 위한 색채기획을 세우는데 그 의미가 있다.

II. 'D'사

1. 'D'사의 역사와 특징

1) 'D'사의 의미와 역사

'D'사는 'dad'와 'slacks'의 합성어로서 1933년 Simpson형제가 세계최초로 디자인한 Slacks의 이름을 'D'사로 명명 한데서 그 상호가 유래되었다.

'D'사는 1894년 영국의 시몬심슨(Simeon Simpson)이 런던의 Middlesex street에 맞춤 양복점인 'House of Simpson'을 설립하면서 시작되었다. 그는 고 품격 재단으로 명성을 얻기 시작해 1900년과 1920년 사이에 사업을 확장해 나갔으며 1934년에는 알렉산더 심슨(Alexander Simpson)이 독창적인 허리밴드가 있어 남자들을 벨트와 멜빵으로부터 자유롭게 해준, 최초의 self-supporting 바지를 출시해 재단의 새로운 역사를 만들었다.

Self-Supporting 바지의 허리밴드는 당시 'D TOP'이라 불리며 선풍적인 인기를 얻었고, 이 바지에 'D'라는 상표를 사용해 오늘날의 'D'사가 있게 된 데 결정적인 역할을 했다. 'D'사는 특히 제2차

세계대전 중 7백만 벌이상의 제복을 공급했을 뿐 아니라 영국 왕실의 의복납품을 전담하는 등 기성복 사업 이외에 영국 사회에 끼친 영향 또한 지대하다. 이러한 공로를 인정받아 'D'社는 영국 왕실의 품질 보증 훈장인 「The Royal Warrants」를 수여 받았다.

Simpson社는 1991년 Sankyo Seiko에 매각되었고 'D'社를 현대적인 영국브랜드로 혁신시키기 위해 영국적인 전통을 유지하는 것이 가장 중요하다는 사실을 바탕으로 스타일, 맞춤의 전통, 영국적 멋을 현대적 'D'社의 핵심가치로 삼았다.

'D'社가 해외 마케팅을 최초로 시도한 것은 지난 70년으로, 일본 Sankyo Seiko社와의 라이선스 체결이며, 이후 이태리, 독일, 중국, 태국, 홍콩, 대만, 한국 등 여러 국가에 진출해 오고 있다. 이후 보다 다각화 되고 세분화된 시장변화에 능동적으로 대응하기 위해 전문 경영인에 경영이 맡겨져 오고 있으며, 1986년 1월에 오늘날 상호인 D Simpson Group Public Limited Company로 바뀌어 오늘에 이르고 있다. 아울러 'D'社는 변화하는 시장에 적극적으로 대응하기 위해 2005년 F/W 시즌부터 새로운 럭셔리 컬렉션 라인을 런칭했다. 2005년 2월부터는 유럽현지에서 주목 받고 있는 디자이너인 Tiziano Mazzilli와 Louise Michielsens이 디자인한 럭셔리 컬렉션의 여성복 라인을 milan fashion week에서 선보였으며 2005년 6월에는 밀라노 남성 패션위크에서 럭셔리 컬렉션 남성복 라인을 선보이는 등 브랜드를 고급화하기 위한 노력을 계속하고 있다.⁵⁾

'D'社의 상징인 하우스 체크는 1974년, 당시 회장인 J.Mengers에 의해 디자인되었다. 그는 하우스 체크에 camel과 vicuna, black을 사용해 우아하고 클래식한 조화를 만들어냈고, 이후 브랜드의 오리지널리티를 표현하는 체크를 1981년 loden tartan을 선보인데 이어 1982년에는 navy tartan, 1985년 muted sky tartan, 1987년 muted blue tartan, 1988년 blue loden tartan을 선보였다.

2) 'L'패션과 'D'社

'L'패션과 'D'社의 만남은 1982년 11월 30일 영국 'D'社와 'L'社 상표 및 기술도입 계약을 체결함으로써 이루어졌다. 이어 1983년 F/W 시즌부터 신

사와 숙녀 정장 위주의 제품이 출시되기 시작했는데 당시 'D'社의 출현은 국내 소비자에게 영국 정통 트래디셔널 브랜드를 선보이는 계기가 되었다.

'L'패션의 'D'社 사업 전개는 국내 정장 부문의 트렌드에도 많은 영향을 미쳤다. 이는 당시 수트 일변도의 남성 비즈니스 웨어에 재킷을 제안하는 계기가 되었고 지금도 재킷은 'D'社의 대표적인 품목으로 자리 잡고 있다. 최근 'L'패션은 'D'社 여성복을 비롯한 브랜드의 리뉴얼 작업을 진행해 오고 있다. 'D'社 여성복은 'Tasteful Traditional - 고품격, 고품질의 세련되고 우아한 트래디셔널 브랜드를 컨셉으로 해 품위 있고 우아한 옷을 좋아하는 여성들이 입을 수 있는 'non-age'개념의 패션을 선보이고 있다.⁶⁾

현재 'D'社는 엄격한 품질 관리와 끊임없는 이미지 관리의 결과로, 영국 전통의 'D'社 고유 이미지를 국내 현실에 맞게 마케팅 전략을 적용시켜 국내의 숙련된 기술과 디자인으로 한국인 체형과 감성에 맞도록 생산하여 국내 소비자들에게 최고급 브랜드로 인식되어 한국에서 가장 튼튼한 마켓 셰어를 확보해 성공적인 브랜드로 평가 받고 있다.

'D'社는 'L'패션이 한국 내 마스터 라이선스 사업권을 소유하고 있으며, 토틀 브랜드로서 이미지 구축을 위해 14개 품목의 라이선스 사업을 전개하고 있다. 서브 라이선스 사업은 지난 1993년 'L'패션을 주축으로 KDS(Korea DAKS Simpson Association)을 설립, '회원 사 상호간의 발전을 도모하고 통일화 된 'D'社 이미지 전개를 위한 기획, 영업 협의회를 운영하고 있다. 또한 2005년에 'D'社 철학과 이미지를 보여줄 수 있는 플래그십 스토어를 오픈해 소비자들에게 한발 더 다가갔다.

2. 'D'社의 색채기획 사례

'D'社는 시즌마다 House Check를 기본으로 하여 색채기획이 이루어진다.



<그림 1> House Check - 'D'社 제품

1) 'D'社의 1차 Renewal 이전 (2003, 2004 F/W)

1983년 국내에 도입된 'D'社는 03 F/W부터 별도 라인으로 'private line'을 출시했다. 'Private line'은 별도 라벨을 부착하였으며 최고급 수입소재를 사용하고 고급 남성복에서 일부 쓰여온 '프렌치 피싱' 기법을 사용하여 안단과 안감을 곡선으로 재단하는 등 제품을 차별화하였다.⁷⁾

Memory of The Past와 The British Landscape을 테마로 세운 03 F/W의 색채 분석을 살펴보면 색상과 색조는 <표 1>과 같다. Y-R의 색상영역에서 가장 높은 빈도를 나타냈으며, 특히 Y10R -Y40R 중 beige에서 brown에 이르는 컬러가 집중적인 분포를 보였다. R-B영역과 B-G영역에서 Y-R계열보다는 조금 높은 채도의 색상이 보였으며, 색조는 중명도-저명도, 중채도-저채도에 이르는 영역에 집중적인 분포를 보였다. 40-50대의 소비자를 타겟으로 하는 브랜드의 특성을 고려한 색채기획의 결과로 추측된다. 특히 private line은 모든 색상이 Y-R에 분포하였으며 전체가 40이하의 저채도로 색상에서는 signature와의 차이점이 크게 없었다.

04 F/W는 Exclusive, The British Aristocrat을 테마로 하여 고급스럽지만 절제된 엘레강스와 전통 클

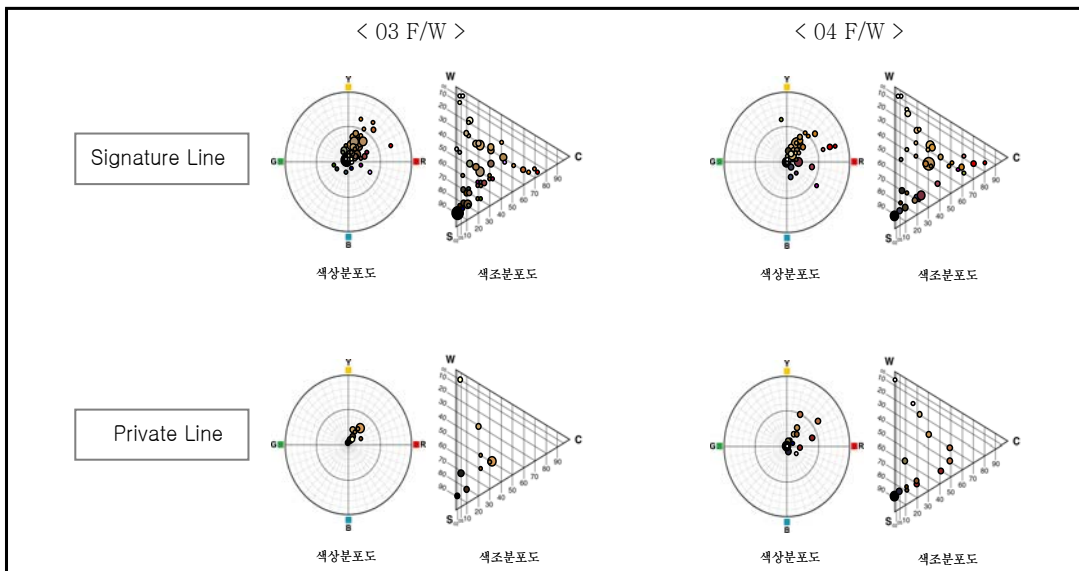
래식에 대한 회귀를 보여주었다. NCS색채분석 결과를 살펴보면 색상분포도에서 Y-R에 집중된 분포를 볼 수 있다. 색상은 Y-R과 R-B에 모든 분포가 집중되어 있으며 순색인 R을 중심으로 중채도 이상의 orange-purple에 이르는 색상이 04년도의 accent color로 쓰이고 있다. 색조에서는 채도가 상당히 높아졌으며 분포된 영역이 넓어졌다. 'Private line'은 point color로 pink와 red가 기획됨으로써 좀 더 다양한 코디를 제안하였다.<표 1>

03년과 04년도의 색채기획을 살펴본 결과 브랜드 고유의 색채에만 너무 집중되어 포멀하고 보수적인 느낌이 강한 경향을 볼 수 있었다.

2) 'D'社의 1차Renewal 이후 (2005, 2006, 2007 F/W)

런칭 이후 한결 같은 모습을 보여주던 'D'社가 고객층의 나이가 들면서 브랜드도 함께 노후 되는 문제점에 직면하여 2005년 리뉴얼 작업을 시도하였다. 2005년 리뉴얼은 갑작스러운 변화를 주기보다는 기존 고객층을 지키면서 트래디셔널을 좋아하는 고객들이라면 연령대에 상관없이 입을 수 있는 'non-Age' 브랜드에 초점을 맞추었다.⁸⁾ 전체적인 라인은

<표 1> 2003-4 F/W 색채분석표



이전과 같이 고급라인인 private Line과 하우스 체크를 활용한 베이직 중심의 signature Line으로 구성되었으며 포멀한 '데이타임 트래디션', 엘레강스한 '럭셔리트래디션' 캐주얼 감각의 '오프 스포추어 트래디션'으로 테마가 전개된다.

05 F/W의 NCS에 의한 색상, 색조분석표를 살펴보면 전체적으로 고른 분포를 나타내고 있다.<표 2> 색상에서는 Y-R, R-B에 고른 분포를 보이고 있으며 과거에 비해 R-B 영역을 차지하는 색상이 증가한 것을 알 수 있다. Y-R영역에서도 white-ivory-ecru의 분포가 많아졌고 채도가 높은 yellow-orange가 넓은 영역을 차지하고 있다. R-B영역을 살펴보면 pink-purple이 R20B에서 R40B에 골고루 분포되어 있고 B-G영역의 색상들은 B에 가깝게 배치되었으며 유채색들은 대부분 순색에 가까운 20-50에 집중되어 화사함을 보여주었다. 색조 분포표를 살펴보면 고른 분포를 보이는데 저채도의 경우는 고명도와 저명도로 양분되었으며 20-50에 이르는 채도는 명도 또한 중간에 위치하고 있어 다양한 색감을 나타냈다. Private Line은 색상에서 signature line보다 R-B에 더 넓은 영역을 차지했다. 저명도보다는 중-고명도의 20-30에 집중된 채도의 유채색이 구성되어 있어 여성스러우면서 차분하고 고급스러운 이미지를 보여주고 있다.

06 F/W부터 새롭게 선보인 young line은 젊은 감성을 원하는 고객들의 마인드 테스트를 바탕으로 감성적이고 세련된 별도의 라인이다.

06 F/W의 테마는 British Craftsmanship으로 미술품예운동의 이상에서 영감을 받는다. Line별 색상 분포표를 살펴보면 young Line은 G-Y와 B-G, Y-R에서 유채색을 1-2 색상씩 사용하였으며 저채도의 색상을 white grey와 black으로 사용하여 모던한 느낌을 주었다. signature line에서는 Y-R에 채도를 다양하게 분포시켜 라인의 색상을 정확하게 보여주었다. 대부분 Y10R에서 Y50R에 분포되어 있으며 채도가 낮은 beige-brown계열과 채도가 높은 orange계열이 뚜렷하게 보인다. private line은 Y-R, R-B영역에 분포되어 있으며 유채색은 R20B에 위치한 purple이 보이고 기본색이 Y-R에 분포되어 있다. 색조분포도의 경우 signature를 제외하고는 중-저명

도에 분포하며 고명도의 경우는 대부분 저채도이다. 반면 signature는 색상에서 제한적인 분포를 보인 반면 색조에서는 저명도-고명도, 저채도-고채도의 모든 영역에서의 고른 분포를 보이고 있다.<표 2>

07년도는 Ballroom을 테마로 포멀한 set up item을⁹⁾ 럭셔리하고 엘레강스하게 전개하였으며 Equestrian을 테마로는 영국귀족 계급의 주말 문화인 승마 컨셉을 고급 감성으로 표현하였다

Young Line의 색상 분포표를 보면 G-N영역의 집중된 분포가 보인다. G30Y-G70Y에 khaki가 넓게 분포하며 Y-R영역에서는 순색인 Y에 색들이 accent color로 나타났다. 기본색인 beige-brown이 배제되고 Y-R영역에서는 ivory-ecru가 넓게 분포하였다. 색조는 khaki계열은 저채도-저명도에서 사용되었으며 ivory-ecru는 저채도-고명도에 분포하였다.

Signature Line은 4영역 모두 분포하고 있으며 특히 Y-Y40R에 집중되어 있어 ivory-gold beige-brown의 그룹을 확실히 보여주고 있다. R-B영역에서는 R-R50에 주로 위치하고 있으며 G-Y는 저채도에 G50Y-G80Y까지 yellow에 가까운 khaki가 넓게 자리 잡고 있다. Grey 하우스 체크의 사용으로 색조에서는 저채도 특히 0에 해당되는 색조가 많이 분포되어 있으나 전반적으로는 모든 영역에 골고루 자리 잡고 있다.<표 2>

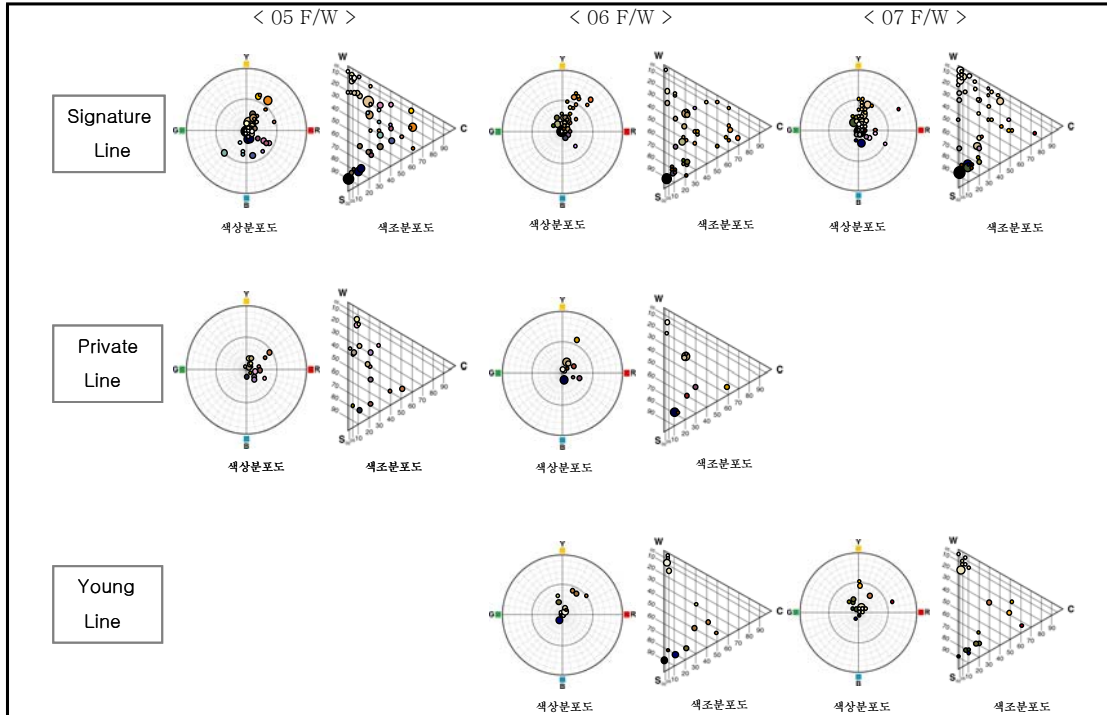
1차 리뉴얼 이전과 비교하여 다양한 색채가 보이고 여러 각도의 착장이 제안될 수 있었으나 색채들을 분석해 본 결과 다음과 같은 문제점들이 보인다.

첫째, 'D'社 색채기획의 주가 되는 check개발 보다는 색채의 다양화에만 집중되어 이러한 기획이 향후 몇 시즌 계속 될 경우 지루함이 초래될 수 있다.

둘째, 색채기획에서 시즌에 보여주고자 하는 색상 에 따른 색조가 너무 다양하여 전체적인 통일감에 저해된다.

셋째, 리뉴얼이 시작된 05년도에 비해 06, 07년도로 갈수록 색상이 집약되는 장점은 나타나는 반면에 새롭게 시도하는 색상에 있어서는 점차 소극적으로 된다.

<표 2> 2005-7 F/W 색채분석표



III. 블룸스버리 그룹

1. Bloomsbury Group의 배경

1) Bloomsbury Group의 형성배경 및 조형적 특징

블룸스버리 그룹은 1906년 설립되어 1910년에서 1940년까지 30년 정도를 활동시기로 한, 영국 모더니즘을 주도하였던 미술 집단을 말한다.

1907년 버지니아 울프를 중심으로 형성된 모임은 1910-1911년, 고든 스퀘어 46번지(46Gordon Square)에 프라이, 클라이브와 바네사 벨 부부가 모여 모임을 활성화시키기 시작했다.

블룸스버리 그룹은 그 조직의 성격상 복합적이고 개방적이었다. 특별한 사조나 이념을 같이하는 집단이 아니라 다양한 영역의 지식인들, 예술가들의 폭넓은 담론을 위한 토론의 장을 마련한 집단으로 형식주의를 타파하고 자유주의와 모더니즘을 지향하여 20세기 문화개혁의 선두 역할을 하였다. 귀족적인

성품과 세련된 미적 감각, 지적인 분위기와 명예를 중시하는 트레이디셔널 정신은 현대적 감각으로 베이직 하지만 고급스러운 화려하지 않지만 가치와 품격 있는 전통을 가진 새로운 영국의 트레이디셔널의 진수를 보여주었다. 구성원들이 특정한 사상과 가치관을 공유하기는 했지만, 일정한 학파를 형성하지는 않았다. 블룸스버리는 구성원들이 가진 탁월한 재능, 다양성, 그들이 내놓은 결과물에 있어서 독보적이기 때문에 폭넓은 학문적, 대중적 관심을 받고 있다.

이들에 대해 모더니즘의 성격이나, 포스트 모더니즘적 특성을 가졌느냐를 놓고 재조명이 이루어지고 있지만 이는 블룸스버리 그룹에 대한 관심이 그만큼 높아지고 있다는 것을 'Art Now'에 실린 제인벌튼(Jane Burton)의 글 '블룸스버리가 다시 피어난다(Bloomsbury Blooms Again)'가 보여주고 있다.¹⁰⁾

Bloomsbury Group에서 미술의 대표적인 인물은 평론가인 로저프라이(Roger Fry)와 화가인 바네사벨(Vanessa Bell), 던컨그랜트(Duncan Grant)이다.

바네사와 던컨그랜트의 작품은 세잔(Paul Cézanne)과 마티스(Henry Matisse), 입체주의에서 영향을 받은 현대적인 감각이 돋보인다. 서정적이고 섬세한 색채와 자연에 기초한 추상적인 패턴, 조화롭고 안정된 구성은 장식미술에 있어서도 일관되게 흐르는 작업 특징이다. 바네사는 1910년 후기인상주의의 작품에 크게 영향을 받아서 1912년- 1918년 그녀의 작품은 후기 인상주의의 양식으로 발전하였다.¹¹⁾ 바네사는 1913년 5월 로저 프라이어에 의해 설립된 오메가 공방(Omega Workshops)의¹²⁾ 책임자가 되어 예술을 실생활에 응용하는 새로운 감각을 보여주었다. 그녀는 오메가 공방의 또 다른 책임자인 던컨그랜트와 함께 모자이크와 타일 작품에서 끌어온 기하학적인 패턴을 소개하고 직물, 가구, 도자기를 비롯해서 소품들을 디자인하고 장식하였다. 그들은 앙리 마티스의 작품에 기초한 거친 디자인의 나염 직물들을 만들었으며 블룸스버리 그룹의 자유분방한 예술가들이 은신처로 사용하였던 서섹스주의 ‘찰스턴 농장’에 강한 색채 혼합과 대담한 후기 인상파의 형태로 모든 표면을 그렸다.¹³⁾

2) Bloomsbury Group 회화의 형성배경

블룸즈버리 작가들과 작품을 이해하기 위해서는 로저 프리아이가 기획한 두 번의 인상주의 전시를 살펴봐야 한다. 첫 번째 전시는 1910년 11월 열린 ‘마네와 후기 인상주의’이고 두 번째는 1912년 기획되었다. 이 전시들을 통해 로저 프라이어는 세잔과 마티스를 최상의 작가로 주목했는데, 세잔은 형태, 마티스는 색채를 대표하는 인물이었다. 그는 세잔을 가리켜 “가장 위대한 창시자”라고 묘사하였으며 마티스의 작품에 대하여 “다른 모든 작가들의 작품과 달리 놀라운 디자인의 장식적 통합성을 가지고 있다”고 하였다.¹⁴⁾ 그가 포함된 블룸즈버리 그룹이 표현한 작품도 다분히 이들의 영향을 받은것이다. 던컨 그랜트의 <그림 2-4, Abstract Kinetic Collage Painting with Sound>(1914)는 기하학적인 그림으로서, 근본적으로 형태와 색채의 관계를 병행하여 추구하였다.

블룸즈버리 그룹 회화의 핵심인 바네사 벨과 던컨그랜트의 작품을 살펴보면 후기 인상주의의 절정에

영향 받아 자신들의 진보된 작품을 선보였는데 <그림 2-1, 2, 3, 4>의 그들의 회화작품을 살펴보면 작품들이 강한 색채들을 사용했음에도 시적이고, 온순하며, 밝은 색조와 건조한 붓터치 사이의 균형을 잃지 않았다. 강렬하면서도 조화로운 색채는 색채의 해방과 형태의 대포로마시움(deformation)¹⁵⁾으로부터 화면의 질서를 추구하는 후기 인상주의와 색채의 독자적 표현력을 목표로 했던 야수파의 영향을 모두 받은 것이다.

이들의 작품은 회화에서 오메가 공방의 직물, 가구 소품등 인테리어 작품으로 넘어가는데 바네사 벨의 텍스타일, 던컨 그랜트의 회화를 담은 병풍, 로저 프라이어의 도자기 등이 공방의 대표적인 생산품이었다. 오메가 공방 작품들의 의도는 미술, 공예운동을 야수파의 마티스와 입체파의 피카소에 기반을 둔 장식 원칙에 따라 시도하려는 노력으로 보인다.

회화와 오메가 공방에서의 작업들을 통해 블룸즈버리 그룹은 후기 인상주의 세잔의 근원적 형태와 야수파인 마티스의 장식성과 색채, 입체파인 피카소의 색면에 의한 명쾌한 구성의 영향을 받았다.

(1) 후기 인상주의 - 세잔 (Paul Cezanne, 1839-1906)

회화는 과학이 아닌 감성을 중시 한다고 한 후기 인상주의의 세잔은 자연을 관찰하고 냉정하게 화면을 구성하는 것을 배우면서 자연의 근원적 형태를 찾았다.¹⁶⁾ 인상주의의 결여된 형태 감각을 싫어하여, 자연을 앞에 두고 미술관의 고전 작품 같은 질서 있는 회화를 추구했으며, 구도와 형상을 단순화한 거친 터치를 보여줬다. 그 결과 하나하나의 색면이 빛의 감각을 전달하는 동시에 공간 내에 있어서 대상의 위치와 물질적 존재감도 나타내는 독자적인 화풍을 만들어내 입체파와 야수파에 큰 영향을 주었다.

(2) 야수파 - 마티스 (Henri Matisse, 1869-1954)

순수하고 찬란한 색채에 관심을 가졌던 야수파의 마티스는 화려한 장식성과 대담한 색면 구성의 통일로 화면의 질서를 추구하였다. 야수주의 풍경화부터 말년의 색종이 작업에 이르기까지 일관되게 밝은 색채를 추구한 마티스는 “나는 색을 선택하는데 여태

한 과학적 이론에도 근거하지 않는다. 그것은 관찰과 감정 그리고 나의 감각의 체험에 바탕을 둔다.”고 말했다.¹⁷⁾

(3) 입체파 - 피카소 (Pablo Ruiz Picasso, 1881-1773)

형태와 구성의 혁명이었던 입체파의 피카소는 세잔의 형태관을 살린 작업들에서 분석적 입체주의의 영향으로 원근법 무시. 평면적 표현. 시각의 복수성. 대상의 철저한 해체, 재구성, 제한된 색채를 사용한 작품들에 이어 도기제작과 석판화에 이르기까지 여러 가지의 표현법으로 작품을 제작하였다. 후에는 종합적 입체주의에서 색채를 부활시켜 입체주의 자체를 크게 확산시키고 나아가서 소재가 다양해지고 넓어지는 결과를 가져왔다. 색과 형의 부활을 통해 색면적 평면을 보여주는 파피에 콜레(종이 콜라주)도 이때 나타났다.

2. Bloomsbury Group의 주요 회화작품 및 색채분석

블롬스버리 그룹의 회화는 크게 사물과 풍경을 다룬 회화와 오메가 공방의 일원으로서 기하학적인 패턴과 문양을 이용하여 작업한 인테리어와 직물, 가구, 소품 등의 작품으로 나뉜다. 대표적인 화가로는 바네사 벨과 던컨그랜트가 있으며 이들은 특히 본인들의 작업 공간이었던 Charleston house를 직접 꾸미으로써 작품세계를 보여주기도 하였다.

바네사 벨과 던컨그랜트의 대표적인 작품을 <표 3>에서 살펴본 결과 색채 분석의 결과는 다음과 같다.

첫째, 대부분의 작품에서 색상이 Y-R, G주변에 분포하고 있으며 Y-R에서는 고른 분포를 보이고 있다.

둘째, 한 작품 안에서 색상환의 반대편에 위치한 Y-R, G주변의 색상이 함께 분포하여 강렬한 색채의 조화를 느낄 수 있다.

셋째, 색조 분포도의 경우 명도는 저 명도에서 고 명도까지 다양한 분포를 보이며 채도는 약간의 pale tone과 grayish tone을 제외하고는 대부분의 유채색이 30-70에 이르는 순색이다.

위에서 살펴본 바와 같이 블롬스버리 그룹의 회화는 색채에 관심을 가지고 그 표현에 대담했던 후기 인상주의, 야수주의, 입체주의의 영향을 받아 회화와 인테리어, 장식 등에서 다양한 색상과 색조의 작품을 보여주었다.



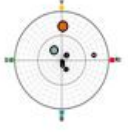
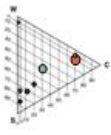



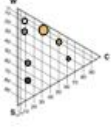



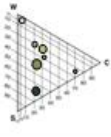



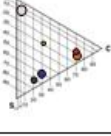


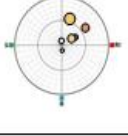
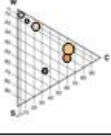


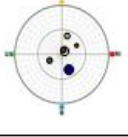
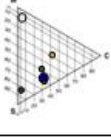


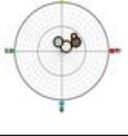
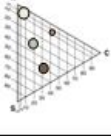



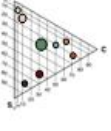
3. Bloomsbury Group의 이미지에 의한 패션기획 사례

블롬스버리 그룹의 회화작품은 후기인상파 - 야수파 - 입체파에 이르기 까지 색채에 중심을 두는 미술 사조들의 영향을 받은 만큼 그 색과 형에 있어 다양한 표현 기법을 보여주었다. 그 영향으로 최근 들어 패션계에서는 그룹의 영향을 받은 collection들이 많이 등장하고 있는데 대표적인 예가 Burberry Prorsum의 2004 F/W 컬렉션, Paul Smith의 08 S/S 컬렉션등이다. 이 컬렉션들은 블롬스버리의 색채, 장식적인 직물, 나염 등에서 영향을 받아 그 이미지를 컬렉션에서 표현하였다.<그림 2, 3>

Burberry Prorsum의 크리스토 베일리는 04 F/W에 모던하고 페미닌한 컬렉션을 선보였다. 블롬스버리 그룹의 버지니아 울프에서 영감을 받았다는 베일리는 전반적으로 레트로에 기초를 둔 매우 영국적이면서도 모던한 페미닌 스타일을 블롬스버리 회화의 색채에서 볼수 있는 모스 그린과 버건디 컬러를 중심으로 제안하였다.¹⁸⁾ 또한 그는 그 시즌 광고에도 블롬스버리 그룹을 참고하여 모델들을 버지니아 울프의 생애를 다룬 영화 <디아워스>의 주인공처럼 빵과 코에 인조 피부를 붙히고 등장하게 하였다.<그림 4>

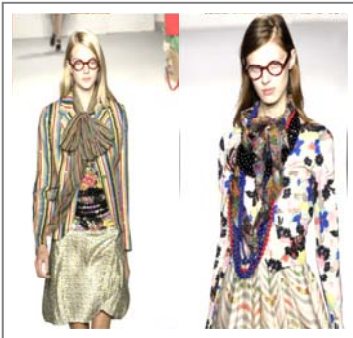
‘호크니가 블롬스버리를 만나다’ 라는 주제로 08 S/S 컬렉션을 연 Paul Smith는 블롬스버리의 원색적인 색감과 보헤미안 정신에서 영감을 얻었다고 한다.¹⁹⁾ 블롬스버리 그룹의 Vanessa Bell에서 가져온 부드러운 페미닌룩으로 자유분방한 여성상을 그렸으며 맥시 플루이드 스커트, bow 블라우스, 프띠 사이즈의 카디건, 내추럴한 색상의 드레스가 페미닌한 뉘앙스를 보여주었다. 각종 원색 color와 고급스러우면서도 기이한 꽃무늬 프린트들은 바네사와 버즈니아 울프가 함께 놀던 찰스턴 정원을 연상 시킨다.

<표 3> Bloomsbury Group 회화의 색채분석 - Bloomsbury Rooms

	작품	제목·연도·소장	COLOR	색상분포도	색조분포도
1		Vanessa Bell, Virginia Woolf at Asheham, 1912, National Portrait Gallery			
2		Duncan Grant, The Doorway, 1929, Hayward Art Gallery			
3		Vanessa Bell, Asheham House, 1912, Private collection			
4		Duncan Grant, Abstract Kinetic Collage Painting with Sound, 1914, Tate Britain			
5		Duncan Grant, Hearth Decorations Charleston studio, 1925, Charleston			
6		Duncan Grant, Vase decoration, 1930, Charleston			
7		Duncan Grant, Fabric "the Winds.", 1931, Victoria and Albert Museum			
8		Duncan Grant, Fabric design for the Queen Mary, 1936, Victoria and Albert Museum			



<그림 2> 04 F/W Burberry Prorsum Collection
-firstviewkorea.com



<그림 3> 08 S/S Paul Smith Collection
-firstviewkorea.com



<그림 4> 영화 'The Hours' -thehoursmovie.com

IV. 패션 색채기획의 실제

1. 상품기획의 Color 기획단계

상품기획의 개념은 소비자(표적고객)의 욕구를 만족시키기 위하여 적절한 패션, 장소, 시간, 간격으로 제공하기 위해 계절별 패션 제품의 디자인을 개발하여 상품화 하는 것이다.²⁰⁾ 그 중 color기획을 위해서는 general color trend분석, 자사브랜드의 color 분석, season concept설정 및 season 소재 검토, concept과 소재에 따른 color기획 등의 과정을 거친다.

1) General Trend 분석

- 해외패션, 원단 전시회 참가 및 해외 시장조사 (Premiere Vision)
- 국내 트렌드 발표회 참관 (Firstview Korea, Trend Union, Trend in Korea)
- 해외컬렉션 발표자료 검토

2) 자사 브랜드의 color 분석

- 전년도 색채 분석
- 아이템별 color 빈도수와 color별 판매율 검토
- 매장 시장조사

3) Season Concept 설정

- Season 이미지 결정
- 디자인, 소재, 컬러 방향 결정

4) color기획

- Concept에 따른 theme별 color 이미지 분류
- Theme별 check, print개발
- Theme별 소재검토
- 소재와 코디에 따른 color기획

2. 패션트렌드 정보조사 및 분석

Tasteful traditional 브랜드인 'D'사는 소비자들에

게 고 품격, 고 품질의 세련되고 우아한 트레이디셔널을 제공하여 우아한 옷을 좋아하는 여성들이 입을 수 있는 'non-age' 개념의 패션을 선보이고 있다. 따라서 자체적인 기획 방향에 의하여 컨셉이 정해지고 진행되기 때문에 일반적인 트렌드 정보에 민감하게 반응하지는 않는다. 하지만 전반적인 시즌의 흐름과 이에 따른 소비자들의 니즈를 파악하고 참고하여 색채를 기획할 필요가 있기 때문에 국내의 패션 트렌드 정보사 3곳을 선택하여 08 F/W를 위해 제시하고 있는 전반적인 색채 경향을 알아보았다.

패션 트렌드 정보사로는 'F'社, 'T'社, 'S'社를 선택하여 이를 중심으로 조사하였으며 각각의 정보사들이 제안하는 08 F/W시즌 컬러트렌드 경향을 NCS로 분석하여 <표 4>과 같이 정리하였다.

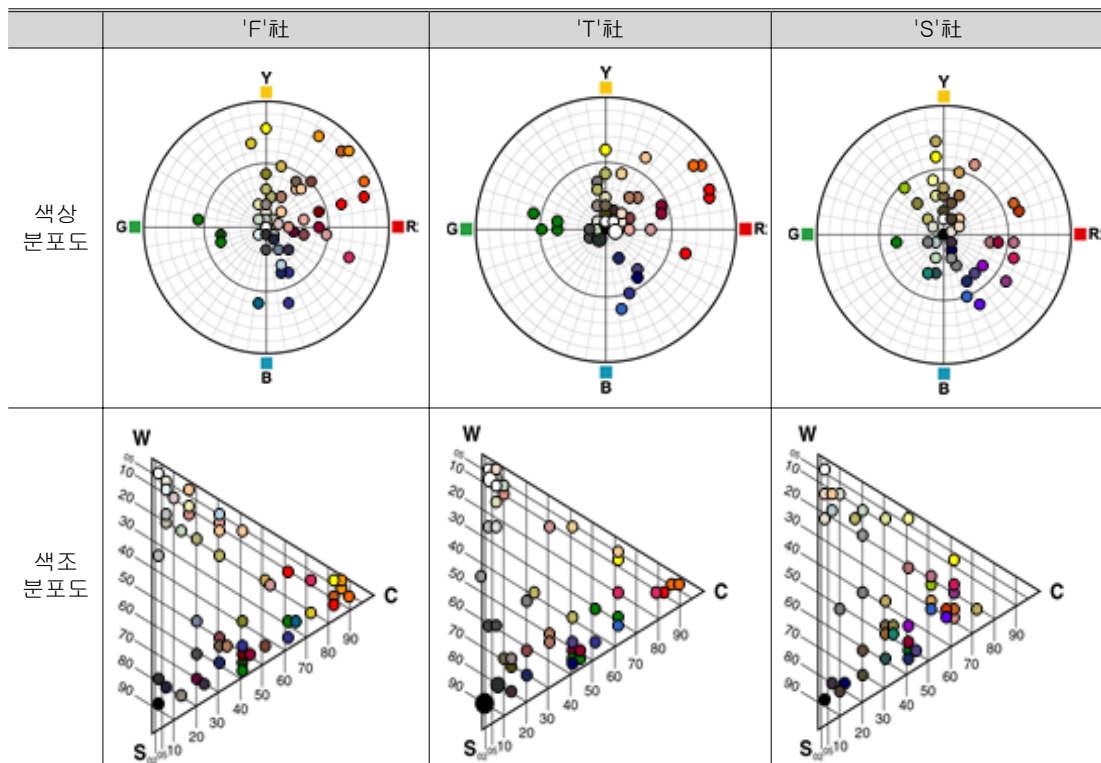
이들 정보사의 예측 컬러 트렌드 제안을 분석한 결과, 공통되게 제안하고 있는 08 F/W시즌의 경향을 간략하게 요약하면 다음과 같다.

첫째로, 색상이 4사분면에 걸쳐 고루 분포하고 있으나 특히 Y-R 에 이르는 색상 중 orange가 눈에 띄게 고채도로 분포하고 있으며 여성복에서 트렌드 컬러로 제안되기 어려운 G주변에도 30-60 주변에 위치하고 있다. 또한 색을 머금은 저채도의 neutral color들이 0-20 사이에 조밀하게 분포하여 accent color들과 조화를 이루고 있다.

두 번째로는 색조분포도를 보면 알 수 있듯이 accent color에 한해서는 60이상의 고 채도와 중-고 명도로 이루어진 반면 그 외의 색상들은 채도와 명도중 하나는 낮은 수치를 기록하고 있어 편안한 느낌을 강조하고 있다.

세 번째로 오리지널 color 보다는 다른 색상이 가미된 between color가 중심을 이루고 있으며 colored grey가 넓게 분포하여 세련된 이미지를 표현하고 있다.

<표 4> 08 F/W Trend Color 분석표



3. Traditional Brand 'D'社의 색채기획

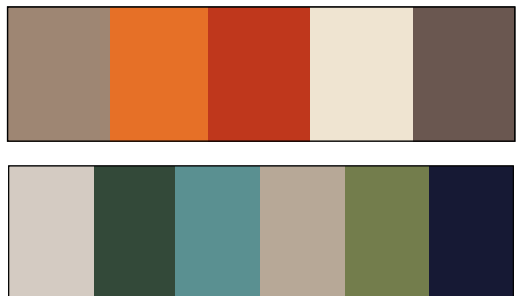
트래디셔널을 좋아하는 40-50대 고객을 target으로 하는 'D'社의 08 F/W색채기획은 앞에서 살펴본 ① 'D'社의 최근 5년간의 색채 분석결과, ② 블룸스

버리 그룹회화의 색채 이미지, ③ 패션 정보사들을 통한 08 F/W trend color를 바탕으로 이루어진다.

1) Bloomsbury Group 이미지의 Theme 설정



<그림 5> Theme I . Bloomsbury (본인제작)



<그림 6> Theme II . Charleston House (본인제작)

Theme I . Bloomsbury

트래디셔널 정신을 가지고 모던함을 보여주었던 블룸스버리 그룹의 본질을 theme I에서 표현된다.<그림 5> 'D'社가 매 시즌 기획하는 고유체크의 classic line을 이 테마에서 전개한다.

Theme I에서는 고급스러운 텍스처와 색감이 블룸스버리 그룹의 관념적인 이미지와 아르데코 미학의 영향을 받은 그룹으로부터 영감(inspiration)을 받는다.

■ Fabric : 고급스러운 터치의 cavalry twill, velvet, faille(물결무늬의 실크), taffeta, wool/cashmere blends

■ Color : ecru, burgundy, beige, black으로 이루어진 모던한 color block. House check와 black check를 ecru, burgundy, beige, black과 hanging 하여²¹⁾ 트래디셔널을 모던하게 해석한다.

Theme II . Charleston House

바네사벨과 던컨그란트가 직접 꾸민 찰스톤의 서섹스 농장 이미지가 theme II에서 블룸스버리의 미학이 살아있는 회화작품, 인테리어, 장식품등을 통해서 보여진다.<그림 6>

깊은 가을의 색 팔레트는 영국의 전통에서 영감

(inspiration)을 받아 racing green, chestnut, taupe and caramel등의 color가 vicuna and pea green과 함께 나타난다.

■ Fabric : Linton tweed, wool/cashmere herringbone, velvet, corduroy, felt, 다양한 감성의 taffeta, jersey

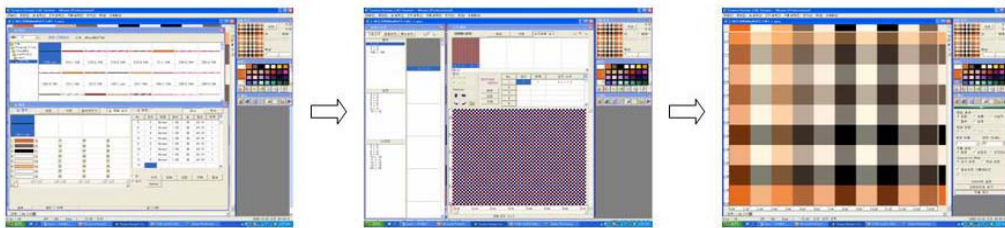
■ Color : Orange-vicuna는 sepia, brown과 함께 grouping하고 pea green을 navy, sepia와 grouping하여 다양한 색을 편안하게 보여준다.

2) 색채기획 및 Pattern 개발

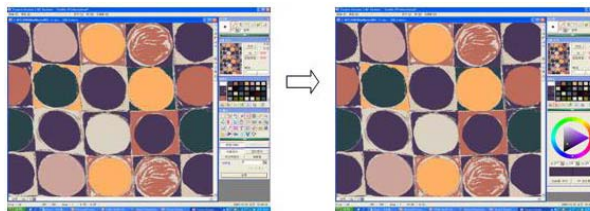
컨셉에 따른 테마가 결정되면 테마에 따른 체크와 프린트의 개발, 체크와 프린트의 아이টেম에 맞는 소재 검토, 패턴 물과 어울리는 솔리드 소재 선택, 솔리드 물의 색채 결정 등의 과정으로 색채기획이 이루어지며 색채 기획은 색채에 따른 코디 제안, 매장 내 color grouping에 따른 hanging까지로 연결된다.

(1) Check, Print 개발

블룸스버리 그룹의 작품에 나타난 기하학적 형태와 문양을 참고하여 체크는 <그림 7>와 같이 Texpro Design CAD System-Weave 작업을 통하여 개발하고 프린트는 <그림 8>와 같이 Texpro



<그림 7> Texpro Design CAD System-Weave 작업을 통한 체크개발



<그림 8> Texpro Design CAD System-Textile 작업을 통한 체크개발

Design CAD System-Textile 작업을 통해 개발한다.

(2) 소재선택

개발된 체크와 프린트의 아이템 구성을 고려하여 아이템에 맞는 소재를 결정하고 코디로 제안되는 솔리드 소재를 결정한다.

08 F/W기획에서는 동일 패턴을 taffeta와 cotton, jersey등 다른 소재에 적용시켜 Group의 통일감을 강조한다.

(3) 소재에 따른 색채 결정

체크와 프린트를 중심으로 솔리드소재에 제안되는 색상을 결정하고 각각의 소재 특성에 맞는 색조를 결정한다.

V. 결론 및 제언

이상과 같이 본인이 색채 기획을 담당하고 있는 트레이셔널 브랜드 'D'사의 최근 5년간의 F/W 색채 분석과 영국 모더니즘을 주도하였던 블룸스버리 그룹 회화의 색채 이미지를 분석하여 'D'사의 08 F/W 색채기획에 접목시켰다.

40-50세를 타겟으로 하고 있는 'D'사의 색채기획의 사례들을 살펴본 결과 1983년 국내에 도입된 후 브랜드 고유의 색채에만 너무 집중되어 있었으며 보수적인 이미지가 강하였다. 또한 2005년 F/W 1차 리뉴얼을 단행한 후에는 이전에 비해 색채가 다양해지고 그로 인해 다양한 착장이 제안되었지만 체크개발의 부족, 너무 많은 색조의 혼재, 시즌이 거듭될수록 더해지는 색채 기획의 소극화 등이 문제점으로 부각되었다.

이러한 문제점들을 개선하기 위한 08F/W 색채기획은 '패션과 예술의 결합'으로 시도하고자 트레이셔널한 정신을 기초로 영국의 트레이셔널의 진수를 보여준 Bloomsbury group의 대표적인 작품들을 색채 분석하여 시즌테마로 정하였다.

Bloomsbury group의 대표적인 작품들을 색채 분석한 결과 다양한 색상과 색조를 사용하여 색채의

다양함을 보여주었다. 같은 계열의 색상 뿐 아니라 서로 대립되는 색상까지도 한 화면에 사용하였는데 그 모습이 안정적인 화면으로 연출되는 색의 표현 능력을 가지고 있었다.

이상의 분석 결과와 08 F/W의 trend color를 바탕으로 'D'사의 08 F/W색채를 기획하였다.

Theme I. Bloomsbury에서는 트레이셔널 정신을 가지고 모던함을 보여주었던 블룸스버리 그룹의 본질을 표현하며 ecru, burgundy, beige, black이 하우스체크와 함께 고급스러운 소재로 제안한다.

Theme II. Charleston House에서는 블룸스버리 그룹의 주무대였던 찰스턴의 이미지를 표현한다. Pea-green과 orange를 point로 다양한 색을 편안하게 보여준다.

체크와 프린트 개발과 거기에 어울리는 솔리드 물의 구성으로 전개되는 기획의 결과를 정리하면 <표 5>와 같다.

패턴과 솔리드의 조화 속에 이루어진 'D'사의 08 F/W 색채기획은 소비자의 고령화에 따라 브랜드도 노후 되고 있는 브랜드의 문제점을 개선해 주고, 나아가 블룸스버리 그룹 회화의 색채 이미지에 의해 기획함으로써 소비자를 차별화 시킬 수 있는 이미지를 갖는 브랜드로 거듭나기를 제안하고자 하였다.

여성복 뿐 아니라 남성, 골프, 액세서리, 아동복으로 구성되어 있는 'D'사의 색채 기획이 후속 연구에서는 여성복에 머물지 않고 family brand의 이미지로 전 복종에 연계해서 이루어진다면 브랜드의 가치를 높이고 이미지를 부각시키는데 더 큰 효과가 있으리라 사료된다.

*본 연구에서는 편의상 F/W 명시 시 연도는 앞의 연도만 명시하였다. (08-09F/W→08F/W)

<표 5> 색채기획 결과표

	색채기획	소재구성 실물사진	제품 실물사진
Theme I. Bloomsbury			
			
Theme II. Charleston			

참고문헌

- 1) 조규화 · 이희승(2004), *패션미학*, 수학사, p.278.
- 2) 이예은 · 조규화(2006), “영화복식과 색채이미지”, *패션비즈니스*, 10(5). pp.28-44.
- 3) 신혜영 · 심명환 · 최미영(2004), “국내 브랜드의 컬러 마케팅 활용실태 조사”, *한국색채학회*, 18(2). pp.67-81.
- 4) 권혜숙(2005), “현대 여성 패션에 나타난 동일 색채 코디네이션의 특성- 파리, 밀란, 뉴욕, 런던 컬렉션 중심으로”, *패션비즈니스*, 9(1). pp.21-33.
- 5) *Brand Identification Standards Guide*, (DAKS, 2006), pp. 1-12
- 6) *The 111 Anniversary of DAKS*, (LG Fashion, 2007), pp. 1-8
- 7) “엘지, ‘닥스’여성복-프라이빗 컬렉션 출시”, (2003. 3. 24), *어패럴뉴스*, 자료검색일 2008.9.17, 자료출처 <http://www.appnews.co.kr>
- 8) “체크에 꽃혔다.”, (2005, 6, 16), *매일경제*, 자료검색일 2008.9.17, 자료출처 <http://www.naver.com>
- 9) 같은 색상, 같은 소재의 한 벌 의상 또는 소재와 컬러는 다르지만 한 벌의 느낌이 나는 갖춰진 착장.
- 10) J.Burton(1999), “Bloomsbury Blooms Again.”, *Art News*, 98(8), p.123.
- 11) 니콜라호지 외(2007), *미술교양(the)A-Z*, 박진아(역), 거름, p.40.
- 12) 미술사가이자 평론가인 로저 프라이가 설립한 디자인 회사로서, 후기 인상주의의 색채와 구조를 응용미술에 도입하는 즉, 순수미술과 일상생활의 조합이라는 미적 목표를 지녔다., 화가 던컨그랜트, 바네사 벨등이 회원 이였으며, 이들은 마티스 풍의 대담하고 화려한 색을 통해 표현주의적 작품을 보였다.
- 13) 앤매시(1998), *20세기 인테리어 디자인*, 김주연(역), 시공사, p.224.
- 14) 전영백(2003), “영국의 형식주의 비평과 블룸즈버리(Bloomsbury)그룹의 모더니즘 작품 연구”, *미술사학*, 17(1), pp.246-247.
- 15) 자연을 대상으로 한 사실묘사에서 이것의 특정 부분을 강조하거나 왜곡하여 변형시킨 미술기법.
- 16) 유재길편역(2006), *서양미술사*, 조형사, pp.149-151.
- 17) Pierre Schneider 외(2001), *Le Printemps de la couleur*, Paris: Seuil, p.48.
- 18) “2008 S/S Designer Review - Paul Smith”, (2007. 9 21), Firstview Korea, 자료검색일 2008, 9, 8, 자료출처 <http://Firstview Korea.com>
- 19) “Hot Trend”, (2004. 10), Vogue Korea, 자료검색일 2008, 9, 8, 자료출처 <http://Vogue.co.kr>
- 20) 이인숙 · 조규화(2007), “니트웨어 상품 기획의 실제적 연구”, *패션비즈니스*, 12(1), p. 5.
- 21) 소재가 의복으로 완성된 후 행거에 coordination에 맞게 걸린 모양.

접수일(2009년 1월 5일)

수정일(1차 : 2009년 2월 26일)

게재확정일(2009년 3월 2일)