한국패션디자인학회지 제11권1호
Journal of the Korean Society of Fashion Design
Vol. 11 No. 1 (2011) pp.57-70

패션 일러스트레이션을 이용한 가방 디자인 고찰

- 2005년~2010년 브랜드를 중심으로 -

김 지 민 · 정 재 윤+
세종대학교 일반대학원 패션디자인학과 석사과정수료
세종대학교 예체능대학 패션디자인학과 조교수+

요 약

현대 패션 산업에서 패션 액세서리 중 특히 가방은 다양화, 개성화되어가는 경향을 보이며, 단순한 장식의 개념을 벗어나서 공간성을 지닌 조형물로 발전하고 있다. 이처럼 가방은 대중들에게 꼭 필요한 요소로 자리 잡고 있으며, 또한 단순한 표현 방식을 구사하는 기존의 예술 표현과는 달리 패션 일러스트레이션을 이용하여 브랜드만의 독특한 컨셉으로 한 개성적인 디자인을 생산해내고 있다. 이에 본 연구는 패션 일러스트레이션을 이용한 가방 브랜드별 이미지와 컬렉션 사례를 통해 패션 일러스트레이션이 어떻게 이용 · 발전되었는지, 트렌드를 반영한 브랜드와 컬렉션의 시즌별 디자인의 변화를 연구하고자 한다. 연구의 범위는 2005~2010년도까지 웹사이트와 패션 서적을 조사하여, 스타일닷컴, 소노비, 조르디 라반다, 치치뉴욕, 치카로카, 레스포색 등에서 수집한 137여 개의 사진 자료 조사를 통해 브랜드별 패션 일러스트레이션의 디자인 특성에 대해 분석하고자 한다. 결과적으로 시즌마다 패션 트렌드에 맞게 가방 전체의 패턴과 소재, 일러스트 캐릭터를 디자인에 접목시켜, 자수 기법과 수공예, 작가와의 콜라보레이션(collaboration)을 통해 다양한 가방이 출시되고 있으며 활발한 국내외의 활동으로 브랜드가 지향하는 가치를 전달하며 발전시키고 있다.

주제어: 패션 일러스트레이션, 가방, 디자인

접수일: 2011년 1월 5일, 수정논문접수일: 2011년 2월 18일, 게재확정일: 2011년 3월 7일
교신저자: 정재윤, jychung@sejong.ac.kr

I. 서 론

1. 연구목적

과학 기술과 예술 분야의 영역이 확대됨에 따라 패션 산업 또한 감각적이고 창의적인 부분을 강점으로 한 패션 일러스트레이션(fashion illustration) 분야가 부각되고 있다. 이들 분야는 기존 패션 산업과는 차별되는 독특한 디자인과 다양한 표현 기법으로 예술 분야에 새로운 바람을 일으키고 있으며, 현대 대중문화를 주도하는 하나의 예술영역으로 자리 매김하고 있다.

현대 예술의 한 분야인 패션 일러스트레이션은 패션 이미지를 통한 의복의 단순 설명에 머무르지 않고, 패션의 메시지를 전달하는 예술로서 폭넓게 이루어지고 있다. 또한 패션에 대한 현대인들의 욕구가 강해짐에 따라 차별화된 상품의 생산이 요구되고 있으며, 독특하고 개성적인 디자인이 쟁점이 되고 있다. 이들을 가능하게 한 패션 일러스트레이션은 패션 액세서리(fashion accessory) 시장의 중요성을 증대시켰으며, 패션의 이미지를 공간성을 지닌 조형물로 인식시키는 데 공헌하기도 하였다.

오늘날의 패션은 착용자의 개성을 표현하고 전체적인 룩을 조화시킬 수 있는 유일한 수단이다. 자신만의 스타일 표현을 통한 다양한 이미지 연출은, 액세서리와 패션을 별개의 소품이 아닌 상호 보완적인 관계로 발전시켰다. 이러한 패션 액세서리의 다양한 품목 가운데 가방의 비중이 커졌으며, 가방은 단지 소지품을 넣기 위한 기능적인 면에서 벗어나 독특한 소재나 디자인을 이용하여 개인의 스타일을 완성시켜주는 패션 액세서리에 버금가는 역할을 지향하고 있다. 현재 패션의 영역은 모든 문화 활동과 조형 예술에서 이미 다뤄지고 있으며, 의상을 설명하기 위해 사용되어 온 패션 일러스트레이션과 가방은 패션 메시지를 전달하는 예술로서 그 독자성을 인정받고 있다.[1)]

패션 산업의 전문 분야로서 아름다움을 추구하는 패션 일러스트레이션은, 인체의 왜곡된 특정 부위나 디자인의 조형성을 독자적인 방법으로 표현하고 새로운 소재와 시각적 효과를 높일 수 있는 패션 이미지 전달을 중심으로 가방 브랜드의 새로운 표현 방식을 시도하고 있다.

본 연구는 패션 일러스트레이션을 이용한 가방 브랜드별 이미지와 컬렉션 사례 연구를 2005~2010년도까지의 사진을 수집 정리하여 살펴봄으로써 브랜드별 패션 일러스트레이션이 어떻게 이용·발전되었는지, 트렌드를 반영한 브랜드 디자인의 변화와 컬렉션의 시즌별 가방에 적용된 패션 일러스트레이션을 연구하는 데 그 목적을 두고 있다.

2. 연구 방법

본 연구는 문헌조사를 통한 이론적 배경을 고찰하여, 패션 일러스트레이션에 이용된 가방 브랜드별 디자인 경향을 연구하였다.

이론적 배경에서는 국내외 서적과 학위논문 등을 살펴봄으로써 패션 일러스트레이션의 개념과 정의, 기능과 활용을 모색하였고, 가방에 대한 정의 및 유래, 종류 등을 문헌조사 및 사진 자료를 통해 정리·분석하여 조사하였다.

더불어 패션 일러스트레이션이 이용된 국내외 가방 브랜드 사진을 서적과 인터넷 검색, 패션 잡지 등에서 수집·정리하여, 2005~2010년도까지의 브랜드별 컨셉과 디자인 경향을 인터넷 사이트 소노비(http://www.sonovi.com), 조르디 라반다((http://www.jordilabanda.com), 치치뉴욕(http://www.chechenewyork.com), 치카로카(http://www.chicaloca.com/brand/), 레스포색(http://www.lesportsackorea.com)에서 수집한 87개의 자료를 통해 조사, 분석하였다. 또한 패션 일러스트레이션이 적용된 브랜드별 컬렉션 사례 연구는, 스타일닷컴(http://www.style.com) 웹사이트를 통해 2005년부터 2010년까지의 브랜드별 컬렉션 사진에 관한 50개의 자료를 수집하여 시즌 변화와 가방에 이용된 패션 일러스트레이션의 디

자인 특성에 대해 연구하였다.

II. 이론적 고찰

1. 패션 일러스트레이션의 이론적 고찰

현대의 패션 일러스트레이션은, 의복의 시각적이고 창의적인 전달을 통해 시각 패션 산업 분야 중에서도 시각 예술로서 표현한 방식이다.

패션(fashion)의 어원은 라틴(Latin)어로 '만드는 것' '행위' '활동' 등을 뜻하는 팩토(facto)에서 시작되어 중세에 와서는 faction이라고 하던 것이 fashion으로 변한 것이다.[2] 패션은 형(shape), 유행(vogue), 관습(custom), 습관(habit), 상류사회(high society), 스타일(stlye) 등 다양한 의미를 지니고 있으며. 패션의 사전적 의미는 의복, 유행, 풍조 등이다.[3]

일러스트레이션(illustration)의 어원은 감정이나 사상을 시각화하여 대중에게 설명한다는 의미[4]로서 도형, 도표, 삽화, 컷, 만화, 사진 등 내용 전달에 도움을 줄 수 있는 보완적 설명 기능이나 단순히 장식적 기능을 갖는 모든 것을 일컫는다.[5] 또한 일러스트레이션은 넓은 의미로는 삽화, 도해, 설명, 예증의 사전적 의미와 시각화될 수 있는 모든 것을 일컫는데, 이는 그림으로 이해를 돕거나 보조적인 역할로만 삽입되는 단순한 차원을 벗어나 대중에게 무엇인가를 설명할 수 있는 시각 언어이자 조형 수단으로서의 역할을 수행한다.

지금까지 언급한 패션과 일러스트레이션의 개념을 종합해 보면, 패션 일러스트레이션은 사용되는 목적, 기능, 용도에 따라 적합한 패션 정보의 패션 메시지를 사회적으로 반영・전달하는 시각적 표현이라 할 수 있겠다. 다시 정의하면 패션 일러스트레이션이란 인체와 의복을 중심으로 패션의 의미와 이미지 전달을 목적으로 하며, 일러스트레이션의 기능과 디자인화, 이미지화, 스타일화, 도식화 등 옷을 그린다는 단순한 의미를 벗어나 포괄적인 성격을 갖는다고 할 수 있다.[6] 이와 같은 패션 일러스트레이션은 표현의 성격상 크게 두 가지 흐름으로 나뉘는데, 하나는 복식 디자인에 대한 설명이고 다른 하나는 복식 전체의 이미지를 뚜렷하게 강조한 것이다. 다시 말해 전자는 '디자인화' 혹은 '스타일화' 라고 할 수 있으며, 후자는 '이미지화' 라고 할 수 있다.[7] 스타일화라는 용어는 일본에서 1920년대에 만들어져 1960년대 이후 우리나라에 도입되었으며, 스타일화는 복식 디자인의 내용을 표현하고 전달하기 위한 것으로서 그 내용을 타인에게 전달 보존 할 수 있다.[8]

오늘날의 패션 일러스트레이션은 핸드 드로잉(hand drawing)의 모든 방법상의 일러스트레이션 뿐 아니라 사진과 같은 컴퓨터 등을 통한 기하학적인

<표 1> 패션 일러스트레이션의 기능

기능	특징
정보 전달의 기능	새로운 표현과 독창적이고 창조적인 메시지를 통해서 패션에 대한 대중의 관심을 유도하는 기능을 갖고 있다.
창조적 영감원으로서의 기능	디자인의 창작 가능성을 제시함으로써 패션 창조의 폭을 넓혀 주는 일면을 담당하고 있다.
예술적 기능과 창조적 기능	작가의 독창적이고 개성적인 회화적 작품을 통해 대중에게 감동을 주는 예술성을 포함하고 있다.
상업적 전달의 기능	의상의 실루엣을 정확하고 아름답게 그려내어, 패션 전문지나 트렌드 북(trend book)을 통해 그 목적이 효과적으로 전달될 수 있는 매개체의 기능을 수행한다.
기록의 기능	각 시대마다 시대상을 표현하며 그 시대의 진실을 느낄 수 있는 기록성을 갖는다.
지적 도해성	조형적 수단의 색채 기능, 데코레이션(decoration) 도안 등을 구사함으로써 객관적인 이해를 돕고, 보는 이의 판단에 도움을 준다.

<표 2> 패션 일러스트레이션의 활용

활용	특징
의복 제작을 위한 활용	작품에 들어가기 전에, 아이디어 전달을 위해 의상의 특징만 간략하게 스케치하여 고객에게 디자인에 대한 조언을 하는 것이다.
복식 자료를 위한 활용	복식 내용을 설명하기 위한 정확하고 자세한 묘사로, 액세서리나 부분적인 실루엣까지 사실적으로 그린다.
패션의 트렌드 정보를 위한 활용	봄/여름(S/S)과 가을/겨울(F/W), 두 번씩 정기적으로 만들어내는 정보 책자를 통해 표현된다.
광고를 위한 활용	의류 제조업체의 카탈로그, 패키지 디자인, 백화점이나 패션 전문점 P.O.P 광고, 다이렉트메일(direct mail), 패션 관련 포스터나 프로그램 등에서 이용된다.
패턴 북 정보를 위한 활용	패턴 북은 정기적으로 유행하는 스타일을 선별하여 그 패턴 스타일을 패션 일러스트레이션으로 엮어 놓은 카달로그(catalogue)로 활용된다.
장식과 전시를 위한 활용	제작 혹은 선전 광고를 위해 일러스트레이션에서 요구되는 구체성을 지니지 않더라도 전체적인 분위기나 이미지 표현만으로 그림의 충분한 가치를 가진다.

그림까지도 포함해서, 디자인과 실질적으로 연관되어지는 모든 표현양식을 뜻한다고 볼 수 있다.[9] 또한 패션의 유행이나 패션의 이미지 그리고 대중의 공감대를 함께 표현함으로써, 시대성과 시사성의 중요한 요소가 되어 대중의 주목을 끌 수 있는 하나의 방식이 되고 있다. 이에 따른 패션 일러스트레이션은 급변하는 패션 트렌드의 흐름과 현대사회에서의 유행, 패션 이미지, 마인드에 따라 민감하게 달라져야 하며, 작가들은 대중과의 끊임없는 소통을 위해 독립된 하나의 예술 장르로서 창의적이고 독창성 있는 풍부한 표현을 모색해야 한다.

빠르게 변화하는 현대 사회의 패션 일러스트레이션은 대중과 가까이 호흡하고 있으며, 단순한 의상 정보 전달 기능만이 아니라 패션 산업에서 패션 전달 매체로서의 독특한 기능을 갖고 있다.

이에 패션 일러스트레이션은 역사적인 측면과 정보 전달은 물론, 개성과 창의성을 중요시하는 예술적 측면에 이르기까지 다양한 기능과 활용으로 발전하고 있다. 그에 따른 기능과 활용의 두 가지 측면을, 논문[10][11][12]을 토대로 작성한 <표 1>과 <표 2>로 설명하고자 한다.

<표 1>에 따른 패션 일러스트레이션의 기능은, 정보 전달의 기능과 동시에 창조적이면서 예술적인 역량으로 고도의 예술성을 부여함으로써 순수예술의 대중화 기능을 수행하고, 패션잡지, 카탈로그, 복식자료 등을 통해 패션 경향과 정보를 제공하고 있으며, 산업 사회의 발달과 독자 영역의 확대로 세분화된 기능을 수행하고 있다.

패션 일러스트레이션의 활용 <표 2>는 다양한 용도에 따라 의복 제작에서부터 선전 광고, 복식자료 등 다양한 표현 매체를 통해 패션의 이해를 돕고 대중의 시각을 높여 주는 장식이나 전시를 위한 패션 일러스트레이션까지 다양하게 발전되고 있다.

이와 같이 패션 일러스트레이션은 사물의 객관적 이해를 돕고, 패션 산업의 성장에 따른 다양한 시각적 측면으로서 당대 흐름의 표현과 기능 그리고 활용 특성에 반응하고 있다. 또한 독특한 감각과 시각 표현으로 인한 아이디어의 다양한 기능과 활용이 날로 강조되고 있다.

2. 가방의 이론적 고찰

원시 시대에는 식량이 한군데 모아져 있는 것이 아니라 산과 들의 여러 군데에 흩어져 있어서 원시인들이 이를 채집하려면 운반 도구가 필요했는데, 그 당시에는 바구니나 부대 같은 것이 없었기 때문에 몸에 지니고 다녀야 했다.[13] 따라서 원시인들이 채취한 식량을 허리에 차고 운반하는 주머

니 또는 자루가 가방으로 발전되었으리라 본다. 이에 가방은 물건을 넣어 들고 다니기 간편하도록 만든 기구로서 들고 다니는 형태 또한 어깨에 메고 다니는 것, 바퀴를 달아 끌고 다니는 것 등 그 용도에 따라 모양과 구조, 크기가 다양하다.[14]

가방의 유래는 1800년대 말 유럽에서 여행이 유행하게 되면서 가방 문화에 혁신이 일어나 여행을 위한 전문적인 여행 가방이 등장하면서 네덜란드의 카바스(Kabas)에서 와전되었었다는 설과 중국의 카반(Kaban)에서 유래되었다는 설이 있다.[15] 이 시기 산업 혁명으로 인해 기계의 발명과 방직 기술이 발달되고 인공 소재와 가공 기술이 발달하여 튼튼하고 저렴한 가방이 대중화되었다.[16]

제 1차 세계 대전 이후에는 여성들이 사회에 진출하기 시작하여 복장이 자유분방해지면서 가방이 여성의 액세서리로 자리 잡았다. 특히 밀리터리 룩의 영향으로 여군들의 벨트 백(belt bag)이 유행하였다.

20세기의 가방은 경제적 여유와 동시에 실용성을 겸하게 되어 기존의 전유물이 아닌, 패션의 한 부분으로 유행과 함께 세계로 퍼져나갔다. 제2차 세계 대전이 끝난 후 평화를 절실히 원하던 1960년대는 가방의 디자인에서 딱딱한 모양이 없어지고 기다란 끈이 달린 새로운 패션과 화려한 색의 큰 가방이 만들어지기 시작했다. 1970년대 패션은 히피풍과 펑크 패션이 유행하면서 직물과 실을 조합하여 만든 가방이 유행 하며 스트리트 패션이 강하게 나타났다. 여성들이 사회를 주도했던 1980년대는 여성들이 직업의 기회를 갖게 됨에 따라 사회 진출이 많아지면서 커다란 스포츠 가방과 서류 가방을 들고 다니는 여성이 많았으며 가방의 발전을 가속화 시켰다. 정보화 시대를 맞은 1990년대에는 전통적인 형태에서 벗어나게 되는데, 고급 브랜드의 선호도가 높아지면서 디자이너 브랜드의 가방이 유행하게 되었다. 또한 섬세한 수공예적인 작업으로 예술 공예가들의 전통을 이어받은 디자이너들이 증가하였다. 이에 가방의 명성은 연예인이나 유명 인사를 통해 디자인의 품질이 높아지면서 가방 없이 외출하는 사람이 없을 만큼 필수 아이템이 되어 대중에게는 패션을 마무리하는 중요한 요소로 자리 잡고 있다.

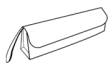
가방은 시대적으로 변화하면서 제작 방법과 소재에 따라서도 매우 다양해지고 있다. 소재로는 가죽, 천, 비닐, 인조피혁 등이 많이 쓰이며, 핸드백(hand bag), 토트백(tote bag), 숄더백(shoulder bag), 트렁크(trunk), 크로스 백(cross bag) 등 모양, 크기, 구조 등에 따라 종류와 쓰임새가 다양한데, 현대에 와서는 실용성과 창의성이 가미된 디자인이 인기를 얻고 있다.

이에 따라 가방은 일반적으로 운반법에 따라 손으로 들고 다니는 것, 어깨에 메고 다니는 것, 바퀴를 달아 들고 다니는 것 등 실용성과 기능성, 착용 방법에 따라 여러 종류로 나뉘고 있으며[17], 사람들은 시간과 장소, 목적, 취향에 따라 가방을 사용한다. 또한 가방의 디자인에서 중요한 것은 용도라 할 수 있는데, 착용 방법이 다양해지고 복합적 용도를 가진 디자인이 선보이면서 형태에 따른 분류, 착용법에 따른 분류, 용도에 따른 분류, 사람 이름

<표 3> 가방의 종류

분류	종류	특징	이미지
형태에 따른 분류	박스 백 (box bag)	상자 모양으로 된 것으로 원형, 사각형, 타원형 등 형태가 다양하다.	
	랙탱귤러 백 (rectangular bag)	사각형으로 된 핸드백을 말한다.	

<표 3> 계속

분류	종류	특징	이미지
형태에 따른 분류	플랩 백 (flap bag)	뚜껑이 있는 가방의 총칭으로 포켓의 입술 덮개를 플랩이라 한다.	
	버킷 백 (backet bag)	물통형 백이라고 한다.	
	배럴 백 (barrel bag)	긴 원통형의 형태로, 어깨에 메는 형식과 손으로 들 수 있는 형식이 있다.	
	호보 백 (hobo bag)	자루 모양의 가방으로, 아래로 축 처진 형태의 백이다.	
	바게트 백 (baguette bag)	바게트 모양을 닮았다하여 붙여진 이름으로, 납작하게 만들어진 백이다.	
착용법에 따른 분류	파우치 백 (pouch bag)	주머니 모양의 핸드백이다.	
	숄더백 (shoulder bag)	어깨에 걸기 위한 끈이나 밴드, 체인이 달려있는 백이다.	
	냅색 (knap sack)	등에 매는 띠가 끈으로 되어 있는 주머니 형 백으로, 가볍고 간단한 배낭이다.	
	리스트 백 (wrist bag)	손목에 작은 가방을 착용하는 형태로, 주로 동전지갑으로 사용된다.	
	스윙거 백 (swinger bag)	손잡이의 끈이 한쪽에 붙어 있거나 모서리에 있는 백이다.	
	백 팩 (back pack)	일명 배낭이라고 하며, 양 어깨에 메는 주머니 형 백이다.	
용도에 따른 분류	클러치 백 (clutch bag)	끈이 없이 손에 쥘 수 있도록 디자인된 백의 총칭이다.	
	칵테일 백 (cocktail bag)	보통 백보다 우아하고 부드러운 느낌을 주는 백으로 파티용 가방이다.	
	이브닝 백 (evening bag)	여성들이 오후에 방문할 때 쓰는 가방을 말한다.	
	골프 백 (golf bag)	골프화나 골프 용품 등을 넣어 다닐 수 있는 형태의 가방이다.	

을 딴 명칭에 따른 분류 등으로 구분할 수 있다.

첫째, 형태에 따라 사각형, 원형, 하트형, 팬케이크(pancake)형, 런치박스(lunch box)형, 그 외 뚜껑이 있는 것과 없는 것 등으로 분류할 수 있다.

둘째, 착용법에 따른 분류는 가방을 착용하는 방법으로서, 손목에 작은 가방을 착용하는 형태나 혹은 어깨에 메고 다닐 수 있는 디자인에 따라 달라지는데, 가방의 종류가 매우 다양하다.

셋째, 용도에 따라 책가방, 여행용 가방, 레저용 가방, 파티용 백, 골프 백 등으로 구분할 수 있다. 또한 사람 이름을 딴 샤넬(Chanel) 백, 송혜교 백, 버킷 백(backet bag) 등이 있는데, 이와 같은 분류에 따라 명칭을 단 가방의 종류를 논문[18][19]을 근거로 하여 <표 3>과 같이 정리하였다.

이와 같이 가방은 개인의 패션을 완성하는 패션 아이템으로 인식하고 있으며, 개별적 소품 자체에 의류 못지않은 높은 가치를 부여하고 있다. 가방은 단순히 소지품을 보관하는 차원을 넘어서서 세련되고 아름다운 스타일을 완성하기 위한 코디네이션이 될 수 있는 패션 소품으로의 선호도가 늘어나는 추세이다

III. 패션 일러스트레이션을 이용한 브랜드 연구

1. 패션 일러스트레이션을 이용한 가방 브랜드

오늘날 현대 패션 일러스트레이션은 단순히 드로잉의 목적을 떠나서 상업적·문화적인 효과를 가지며 강력한 사회문화적 전달 수단으로도 표현되고 있다. 또한 상업적 기능을 지닌 패션 상품의 목적과 상품의 가치를 높이기 위해 노력해야 하며, 예술을 위한 기능과 요건으로도 설득력 있게 표현되어야 한다. 패션 산업에서의 패션 액세서리 경향이 일반화되어가면서, 패션 일러스트레이션을 이용한 다양한 가방 브랜드의 모색이 계속되고 있다. 이에 국내외 가방 브랜드의 웹사이트와 패션 서적을 조사한 결과 소노비(Sonovi), 조르디 라반다(Jordilabanda), 치치뉴욕(Checheny), 치카로카(Chicaloca), 레스포색(Lesporsac)이 패션 일러스트레이션을 이용한 대표적인 가방 브랜드로 나타났다.

패션 일러스트레이션이 접목된 브랜드인 국내의 '소노비'는 젊은 층의 라이프스타일을 강조하는 브랜드로서, 소노비의 독특한 컬러와 캐릭터 디자인이 돋보이는 제품을 출시한다. 또한 '조르디 라반다(Jordi Labanda)'는 유명한 패션 일러스트레이터로 '조르디 라반다 스타일'이라는 패션 일러스트레이션이 여러 상품에 적용되면서 광고, 패션, 책 등에 다양하게 표현되어 미국에서 인기 있는 브랜드로 자리잡고 있다. 2000년에 처음 오픈한 '치치뉴욕'은 세 자매의 개성이 돋보이는 토털 패션 브랜드로, 화려한 이미지뿐만 아니라 수공예적인 디테일과 독특한 장식 효과로 보헤미안풍의 디자인을 선보인 브랜드이다. '치카로카'는 문구, 광고, 스킨, 잡화 등에 라이프스타일을 반영한 캐릭터를 적용하여 캐주얼한 이미지를 만들어냈을 뿐만 아니라 화려한 색감이 돋보이는 가방, 신발, 모자 등 다양한 패션 액세서리에서도 대중의 인기를 끌고 있다. 이들 치카로카는 한층 더 발전된 캐릭터 일러스트로 브랜드 이미지를 상승시키고 있다. 아메리칸 스타일링을 기본으로 하는 레스포색은 1974년에 런칭한 가방 브랜드로 기능과 패션의 조화를 인정받은 세계적 브랜드이다. 다양한 컬러와 프린팅을 통한 캐주얼한 이미지의 가방이 선보이고 있으며 다양한 제품군을 보유하고 있다.

위의 브랜드를 중심으로 브랜드에 사용된 전체적인 패션 일러스트레이션의 흐름과 디자인 경향을 파악하기 위해 2005년부터 2010년까지의 브랜드 홈페이지와 웹사이트의 제품을 조사하였다. 또한 패션 일러스트레이션의 변화가 어떠한 기능과 요건으로 반영되었는가를 세분화하여 아래의 <표 4>

로 체계화 하였다.

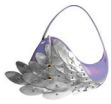
소노비의 전체적인 브랜드 컨셉은, 2005년 김점선 작가의 그림을 응용하여 만든 아기자기한 스마일의 캐릭터로, 파스텔 톤을 포인트로 한 유머러스한 디자인이다. 2006~2007년에는 소노비의 메인 이미지인 골드 스마일(gold smile)이라는 캐릭터로 빈티지와 럭셔리를 한 번에 보여주었다. 2008년부터는 이상한 나라의 앨리스를 이미지화한 체크 패턴 라인과 튀지 않는 컬러의 콤비로 선보였으며, 2009~2010년 시즌은 2010년의 트렌드인 로맨틱 무드(romantic mood)를 반영하여 럭셔리하면서도 여성스럽고 고급스럽게 변화하였다.

2005년부터 2007년까지 진행된 레스포색의 S/S 시즌은 페미닌하면서 화려한 패턴으로, 봄의 경쾌한 느낌과 여름 해변의 자연적인 컬러와 신선한 감각으로 무장한 기하학적인 문양과 팝 프린트가 장식되었다. 2008년에는 패션 트렌드인 에스닉과 민속 아트에서 영감을 받은 프린트를 선보이기도 했다. 2009~2010년의 S/S 컨셉은 에콜로지 트렌드가 강세를 보였고, 나무, 꽃, 새 등 자연의 소재를 모티브로 사용하여 사랑스럽고 여성스러운 컨셉을 선보였다. 2005~2008년 F/W시즌은 한결 톤이 다운되어, 심플하고 차분한 프린트를 볼 수 있었다. 2009년은 빈티지한 프린트와 에코 트렌드를 주제로 가을과 겨울을 표현하였다. 2010년 F/W시즌은 강렬한 팜비치 프린트의 최고봉 디자인인 릴리 프릿처(Lilly Pulitzer)와의 콜라보레이션으로 스타일리쉬한 레스포색 가방 스타일과 릴리의 프린트를 조합한 라인이 제작되었다.

치치뉴욕은 로맨틱하면서 동화적인 이미지를 강조하는 브랜드로, 2005~2010년의 전체적인 디자인은 독특한 패턴이나 컬러보다는 캐릭터 위주의 일러스트로 가방에 전체적인 포인트를 주었으며, 비즈나 자수기법을 수공예로 표현함으로써 화려함을 더한 상품이 대부분이다. 2010년에는 치치뉴욕 캐릭터의 시계도 출시하였고, 헬로 키티(Hello Kitty) 컬렉션으로 가방과 동시에 시계 시장 점유율도 높여갈 브랜드로 국내에서는 백화점 첫 런칭을 기념하였다.

치카로카는 캐주얼과 라이프스타일의 국내 이미지 브랜드로, 2005년의 상품은 찾아 볼 수 없었으며 2006~2010년의 상품은 홈페이지에서 본 결과는 <표 4>를 통해 접할 수 있다. 특히 치카로카는 패션 액세서리로 모자, 신발, 의류, 가방 등 다양하게 출시하고 있으며 2006~2008년은 캐릭터나 바디의 한 부분을 강조한 디자인을 특징으로 표현하여 다양한 연령층의 인기를 얻고 있다. 2009년에는 일러스트가 전체적인 패턴으로 디자인된 트렁크 타입의 가방이 출시되었다. 치카로카는 브랜드 홈페이지를 통해 상품을 구입할 수 있으며, 2010년부터 는 백화점 입점에 힘입어 대표적인 패션 액세서리 브랜드로 자리 잡고 있다.

<표 4> 브랜드별 시즌 아이템

시즌 / 브랜드 및 특징	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
소노비	 · 김점선 작가의 아기자기한 캐릭터를 이용함.	· 골드 스마일이라는 캐릭터로 빈티지와 럭셔리를 반영함.	· 빈티지 스타일의 일러스트로 표현함.	· 이상한 나라의 앨리스를 이미지화한 체크 패턴 라인을 강조함.	· 고급스럽고 럭셔리한 패턴을 사용함.	· 2010년 트렌드인 로맨틱 무드를 반영함.

<표 4> 계속

브랜드 및 특징 \ 시즌		2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
레스포색	S/S	· 경쾌한 느낌과 자연적인 컬러를 사용함.	· 여름 해변의 자연적인 컬러와 봄의 느낌을 표현함.	· 기하학적인 문양으로 포인트를 표현함.	· 팝 프린트로 경쾌함을 표현함.	· 에스닉과 민속 아트에서 영감을 받은 프린트로 표현함.	· 에콜로지 트렌드를 반영함.
	F/W	· 스크린 프린트의 복합적인 믹스를 표현함.	· 체크 패턴의 감성적인 컨셉을 표현함.	· 럭셔리한 클래식 스타일의 디자인을 반영함.	· 빈티지한 프린트를 표현함.	· 에코 트렌드 컨셉을 반영함.	· 릴리 프릿처와의 콜라보레이션으로 디자인됨.
치치뉴욕		· 로맨틱하고 동화적인 이미지를 반영함.	· 동화적인 분위기의 일러스트가 가방의 전체적인 포인트를 줌.	· 로맨틱한 일러스트가 가방의 전체적인 포인트를 줌.	· 빈티지 스타일의 일러스트가 포인트로 표현됨.	· 리본으로 로맨틱 무드 디자인을 반영함.	· 헬로 키티 컬렉션을 최초로 선보임.
치카로카		자료 없음	· 캐릭터를 강조하여 포인트를 줌.	· 가을이미지의 일러스트를 선보임.	· 여름의 자연적인 컬러를 일러스트에 반영함.	· 트렁크 타입의 가방이 출시됨.	· 럭셔리한 빈티지 스타일을 패턴으로 표현함.
조르디라반다		· 일러스트의 부분적 요소인 요소가 반영됨.	· 일러스트의 부분적 요소를 특징으로 강조함.	· 가방의 전체적인 일러스트를 표현함.	· 자연적 컬러와 일러스트가 매치됨.	· 미래적인 분위기 소재와 일러스트를 선보임.	· 일러스트가 단순하고 심플해짐.

조르디 라반다는 브랜드 홈페이지와 웹사이트를 통해서 본 결과 의류, 비치웨어, 필기용품 등 인기 상품으로 주목받고 있다. 2005~2010년도의 상품들은 일러스트의 부분적 요소가 꾸준히 반영되어 디자인 되었고, 이후 2007년부터는 조르디 라반다의 일러스트레이션을 중점으로 가방 전체의 패턴과 소재를 디자인에 접목시켜 조르디 라반다만의 일러스트레이션을 강조한 가방이 다양하게 출시하고 있다.

이렇듯 다양한 브랜드에서 패션 일러스트레이션 이미지 영역이 확대되어가면서, 패션 일러스트레이션은 제품 브랜드의 대표적인 컨셉을 소개하고 이미지를 형성하는 요소로서 널리 사용되고 있다. 또한 각 브랜드를 조사한 결과 대부분의 브랜드는 국내외에서 인기 브랜드로 크게 성장하여 자리 잡고 있다.

한 단계 더 나아가서, 패션 일러스트레이션 자체가 독자적인 산업을 형성하면서 차별화될 수 있는 브랜드 이미지를 창출하고 있다. 패션 일러스트레이션은 패션 액세서리에서 중요한 요소로 자리잡아가고 있으며, 독특한 디자인은 대중의 관심을 불러일으킴으로써 수요에 대한 기대에 부응하고 있다. 이러한 영향력이 패션 산업의 발전에 기여하여, 패션 일러스트레이션의 표현기법이나 창의적인 시도를 통해 패션 액세서리를 발전시켜 나가기를 기대한다.

2. 패션 일러스트레이션이 적용된 브랜드별 컬렉션 사례

패션 일러스트레이션은 다변화된 시대의 트렌드를 반영하고 개성 있는 표현과 독특한 디자인으로 상품의 이미지를 브랜드가 지향하는 무한 가치로 전달하는 매개체로서, 패션 브랜드의 아이덴티티를 나타내고 있다.

이러한 패션 일러스트레이션은 해외 브랜드의 컬렉션에서도 선보여지면서 시즌별 다양한 브랜드만의 컨셉으로 독특한 표현 기법을 반영하였다. 또한 각 브랜드만의 콜라보레이션을 통한 일러스트레이터의 작품과, 회화 작품에서 영감을 얻은 디자인을 선보이면서 패션 산업의 한 주축으로 기여하고 있다.

브랜드의 컬렉션에 나타난 패션 일러스트레이션이 이용된 가방을 연구하기 위해 2005~2010년까지 스타일닷컴(http://www.style.com)과 브랜드 홈페이지를[20] 통해 50개의 사진 자료를 추출하여, <표 5>에서 세분화하였다.

2005년의 이세이 미야케(Issey Miyake) F/W 컬렉션에서의 일러스트는 아티스트 타카노 아야(Aya Takano)와 함께 '지구에서 본 달'의 테마로, 환상적인 일러스트가 그려진 가방, 우산, 스카프, 모자, 장화, 스타킹, 속옷 등 다양한 아이템을 볼 수 있었다. 특히 SF와 에로티시즘(eroticism)이 믹스되어 트렌드를 반영한 아이템은 큰 호평을 받은 작품으로 손꼽히는 컬렉션이다. 2006년과 2007년에는, 패션 일러스트레이션이 의류에 반영된 컬렉션은 찾아볼 수 있었지만 가방에 반영된 컬렉션은 볼 수 없었다.

패션 일러스트레이션이 적용된 대표적인 브랜드 프라다(Prada)의 2008 S/S 컬렉션은 일러스트레이터 제임스 진(James Jean)과 함께 작업을 하였는데, 일러스트를 통해 60년대 후반과 70년대의 아르 누보 스타일을 컨셉으로 하여 새로운 창조성을 추구하였다. 숲 속 요정의 일러스트레이션 장식과 함께 자유로움을 표현한 백, 슈즈, 의상을 선보였다.

루이비통(Louis Vuitton)의 2008 S/S 컬렉션은 파스텔 톤의 화려한 빈티지 스타일의 일러스트가 가방에 선보여 루이비통의 분위기를 한층 밝고 경쾌한 컨셉으로 변화시켰다.

액세서리의 대표적 명품 브랜드 지미추(Jimmy Choo) 2008 S/S 컬렉션은 일러스트가 부분적 요소로 디자인되어 몽환적인 분위기의 클러치백과 숄더백이 인기상품으로 자리 잡고 있다.

랑방(Lanvin) 2009 S/S 컬렉션에서 선보인 랑방 일러스트 구르메 백(gourmet bag)은 수석 디자이너 알버 엘바즈(Alber Elbaz)의 아티스틱한 감각과 유머러스한 일러스트가 돋보이며, 구르메 백의 앞부분에는 랑방의 룩을 차려입은 사랑스러운 미스 랑방이 그려져 있다.

마크 제이콥스(Marc Jacobs) 2010 S/S 컬렉션의 일러스트가 그려진 백은 컬러풀하고 화려한 패턴과 복고풍의 컬렉션의 컨셉으로, 개성 있는 일러스트와 체크 프린트로 한층 페미닌한 분위기의 디자인을 선보였으며 주얼리에서도 유머러스한 일러스트가 디자인되었다.

이에 따른 패션 일러스트레이션을 이용한 브랜드 컬렉션 사례를 연구해 본 결과, 컬렉션의 시즌

<표 5> 패션 일러스트레이션이 적용된 시즌별 아이템

시즌 및 브랜드	특징	이미지		
2005년 이세이 미야케 F/W 뉴욕	· 환상적인 일러스트가 그려진 가방으로, SF와 에로티시즘이 믹스된 트렌드를 반영한 아이템.		자료 없음	자료 없음
2008년 프라다 S/S 밀라노	· 60년대 후반과 70년대의 아르 누보 스타일을 컨셉으로 일러스트를 디자인함.			
2008년 루이비통 S/S 파리	· 파스텔 톤의 화려한 빈티지 스타일의 일러스트가 가방에 포인트로 표현됨.			
2008년 지미추 S/S 뉴욕	· 일러스트가 부분적 요소로 디자인되어 몽환적인 분위기가 표현됨.			
2009년 랑방 S/S 뉴욕	· 아티스틱한 감각과 유머러스한 일러스트가 돋보이며 랑방의 룩을 차려입은 사랑스러운 미스 랑방이 그려져 있음.			
2010년 마크 제이콥스 S/S 뉴욕	· 복고풍 컬렉션의 컨셉으로, 개성 있는 일러스트와 체크 프린트가 포인트로 반영됨.			

은 S/S에서 대부분 나타났으며 파리, 뉴욕, 밀라노, 런던의 4대 컬렉션 중 런던 컬렉션에서는 찾아 볼 수 없었지만 파리, 밀라노, 뉴욕에서는 활발히 선보였다. 또한 대부분 컬렉션에서 일러스트레이터와의 공동 작업이 이루어졌는데, 2008년을 기점으로 패션 일러스트레이션을 이용한 브랜드의 액세서리가 다양화되었다. 이는 의류뿐 아니라 신발, 가방, 주얼리 등 브랜드만의 이미지를 한층 부각시키는 시각적 상징물로서, 패션 트렌드의 테마를 창조하여 내적인 의미를 강조하고 있다.

패션 일러스트레이션은 매 시즌 컬렉션에서 다양하게 선보이고 있으며, 이제는 패션 트렌드와 패션 일러스트레이션의 접목을 통해 패션 산업과 더욱 친밀해졌다. 오늘날의 패션 일러스트레이션은 아트와 패션의 관계가 형성되는 역할을 하는 필수 요소로 자리 잡고 있다.

IV. 결 론

패션 스타일에 대한 인간의 욕구가 강해지면서, 현대의 가방은 인간의 감성을 움직이게 하는 용도와 기능 그리고 미적인 측면까지 다양하게 개발되고 있다.

가방은 디자인의 창의적인 도구로서 시대를 반영하며, 시대의 흐름과 변화에 맞춘 감각적이면서 미적인 디자인을 위해 노력해야 할 것이다. 이에 따라 디자인의 창의적 발상으로 현대 패션의 화두가 된 것이 패션 일러스트레이션이다. 패션 일러스트레이션의 독특하고 개성 있는 표현은 상품에 대한 이미지와 브랜드만의 가치를 포함하는 보다 설득력 있는 목적을 가진 하나의 시각 예술 분야인 동시에 상업적 도구로 인정받고 있다.

본 논문은 브랜드마다 가방에 패션 일러스트레이션이 어떻게 이용・발전되었는지, 그리고 독특한 이미지를 창출하고 시대의 트렌드를 반영한 브랜드에는 무엇이 있는지를 연구하였다. 가방에 패션 일러스트레이션이 반영된 2005~2010년 브랜드별 컨셉과 브랜드별 컬렉션의 사례를 연구하면서, 새로운 디자인을 창출하여 패션 일러스트레이션이 다양한 패션 트렌드로 자리 잡고 국내외를 비롯한 새로운 브랜드가 창간되어 나날이 발전해 간 것을 볼 수 있었다.

본 논문은 패션 일러스트레이션에 대한 기본적 고찰 및 기능과 활용으로 가방에 대한 정의와 종류, 패션 일러스트레이션이 이용된 가방 브랜드 연구, 패션 일러스트레이션이 적용된 브랜드별 컬렉션 사례 등을 연구하였다.

본 연구를 통해 얻은 결론은 다음과 같다.

첫째, 패션 산업의 발달로 단순한 의상 정보의 기능을 넘어서서 패션 일러스트레이션이 역사적인 측면과 정보 전달을 벗어나 개성과 창조적인 예술 측면에까지 다양한 기능을 수행하고 있음을 알 수 있다.

둘째, 가방의 정의 및 유래를 조사한 결과 가방은 시대적으로 변화하면서 세련미를 강조할 수 있는 마지막 아이템으로서의 필요성이 강조 되고 있다. 또한 가방의 종류는 착용 방법이 다양해지고 복합적 용도를 가진 디자인이 선보이면서 형태에 따른 분류, 착용법에 따른 분류, 용도에 따른 분류, 등으로 구분하며 가방의 종류가 매우 다양함을 알 수 있었다.

셋째, 패션 일러스트레이션이 이용된 가방 브랜드에 대해 2005~2010년까지를 연구한 결과, 가방 브랜드인 소노비, 레스포색, 치카로카, 치치뉴욕, 조르디 라반다는 시즌마다 패션 트렌드에 맞게 가방 전체의 패턴과 소재, 일러스트 캐릭터를 디자인에 접목시켜, 자수 기법과 수공예, 작가와의 콜라보레이션을 통해 다양한 가방을 출시하고 있었다. 또한 활발한 국내외의 활동과 백화점, 편집샵 등 오프라인 매장과 브랜드별 온라인 홈페이지를 통해 아이템을 구매할 수 있도록 되어 있었다. 브랜드가

지향하는 가치를 전달하고 발전시키기 위해서는, 패션 일러스트레이션을 이용한 가방의 차별화된 브랜드별 이미지 표현으로 새로운 디자인을 창출하여 2011년의 가방 브랜드가 더욱 새롭게 국내외적으로 진행되도록 해야 할 것이다.

넷째, 패션 일러스트레이션이 적용된 브랜드별 컬렉션 사례를 통해 볼 때, 2005~2010년까지의 경향은 매년 시즌마다 S/S의 대부분에서 나타났다. 파리, 뉴욕, 밀라노, 런던의 4대 컬렉션 중 런던 컬렉션에서는 찾아 볼 수 없었던 반면 뉴욕에서 가장 활발히 선보였으며, 파리와 밀라노에서는 각각 시즌별로 고르게 나타났다. 또한 2008년을 기점으로 패션 일러스트레이션을 활발히 이용한 브랜드의 액세서리가 다양화되면서, 패션 일러스트레이션은 의류뿐 아니라 신발, 가방, 주얼리 등 브랜드만의 이미지를 한층 부각시키는 시각적 상징물로서 패션 트렌드의 테마를 창조하며 패션 흐름의 큰 역할로 강조되고 있다.

가방에 이용되는 패션 일러스트레이션의 새로운 개념이 정착되어야 하며, 각 브랜드의 개성 있는 패션 일러스트레이션을 구출할 수 있도록 창의적인 디자인과 독특한 방법을 개발해야 한다. 또한 고부가가치를 얻기 위해서는 지속적인 노력이 필요하며, 패션 일러스트레이션이 적용된 브랜드별 컬렉션 사례에서는 시즌마다 패션 일러스트레이션을 이용하여 패션 트렌드와의 예술적 관계를 더욱 친밀하게 해야 할 것이다. 한 걸음의 도약이 가방과 패션 일러스트레이션에서의 꾸준한 발전을 가능하게 할 것이라 믿는다.

참고문헌

1) 장은주 (2008). 패션 일러스트레이션을 응용한 가방 디자인 연구, 동덕여자대학교 대학원 석사학위논문, p.1.
2) 이인자 (1984). 복식 사회 심리학, 서울: 수학사, p.108.
3) 장은주. 앞의 논문, p.1.
4) 성광숙 (1995). Fashion Illustration, 서울: 이즘, p.10.
5) 곽영권 (1995). 일러스트레이션이란 무엇인가, 서울: 미술세계, p.24.
6) 연선홍 (1995). 아크릴화의 기법을 응용한 패션 일러스트레이션 연구: glue masking 효과를 중심으로, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, p.5.
7) 이자희 (1999). 크리에이티브 패션 일러스트레이션, 서울: 미진사, p.12.
8) 장은주. 앞의 논문, p.6.
9) 김청 (1994). 패션과 예술, 서울: 금호 출판사, p.347.
10) 이현주 (2003). 한지 꼴라쥬기법에 의한 패션일러스트레이션 연구: 전통 떡살문양의 표현을 중심으로, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, pp.15-17.
11) 노윤선 (1994). 꼴라쥬를 응용한 패션 일러스트레이션, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, pp.3-9.
12) 김진희 (1998). 종이 조각기법을 응용한 패션 일러스트레이션 연구: 아르누보적 이미지를 중심으로, 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, pp.6-8.
13) 신금자 (2008). 주름 기법을 응용한 가방디자인 연구: 스모킹 기법을 중심으로, 상주대학교 대학원 석사학위논문, p.5.
14) 김혜경 (2007). 패션 트렌드와 이미지, 서울: 교문사, p.264.
15) 전기현 (2005). 가방 디자인에 관한 연구: 브랜드 아이덴티티를 중심으로, 홍익대학교 대학원 석사학위논문, p.3.
16) 위의 논문, p.3.
17) 장은주. 앞의 논문, p.39.
18) 전기현. 앞의 논문, p.6.
19) 장은주. 앞의 논문, pp.39-59.
20) 네이버 검색(검색어: 마크제이콥스), 자료검색일 2010. 6. 15. http://www.marcjacobs.com/

Discussion of Bag Design using Fashion Illustration

- Focusing on Brands from 2005 to 2010 -

Kim, Ji Min · Jeong, Jae Yoon[+]

Master candidate, Dept. of Fashion Design, General Graduate School, Sejong University
Assistant Professor, Dept. of Fashion Design, Arts and Physical College, Sejong University[+]

Abstract

Among fashion accessories in the modern fashion industry, a trend of individualization can especially be seen for bags. Bags are becoming more than a simple concept of decoration and developing into sculptures with a spatial aspect. As such, the bag is becoming a necessity to the masses, and unlike simple methods of expression of the past, unique designs portraying the peculiar concept of the brand using fashion illustration are being produced. The aim of this study is to research the change of designs of different brands for each season as their collections reflect trends, and how fashion illustration has been used by different brands to develop the brand image and collection. The research was conducted by investigating websites and fashion books from 2005 to 2010, and through investigation of around 130 data collected from www.style.com, Sonobi, Jordi Lavanda, Cheche New York, Chicaloca, and Lesportsac. The design characteristics of the fashion illustrations used by each brand were analyzed. The results showed that the whole pattern and material of bag changes according to the fashion trend every season, illustration characters are used for the designs, and various types of bags are launched through methods such as needlework and handicraft, and collaboration with artists. The diverse bags deliver the value the brand is pursuing and developing through active domestic and overseas performance.

Key words: fashion illustration, bag, design