

레이 가와쿠보의 발상과 디자인

김 유 진 · 주 보 립*

이화여자대학교 일반대학원 패션디자인전공 석사과정
이화여자대학교 패션디자인전공 교수*

요 약

레이 가와쿠보는 기존 관습을 타파하고 새로운 것을 주저 없이 도전하는 진취적인 디자이너로, 자신만의 확고한 철학과 신념을 바탕으로 신선한 발상이 담긴 꼼테 가르송컬렉션을 매 시즌 선보이고 있다. 현재까지 이루어진 가와쿠보 관련 연구는 주로 가와쿠보의 디자인 표현 특성과 관련된 부분이 중점적으로 연구되어 왔으며 디자인의 과정보다는 결과물에 대한 분석이 대다수임을 확인할 수 있었다. 본 연구는 가와쿠보의 디자인 프로세스를 중심으로 특히 컬렉션 작업 과정에서 큰 부분을 차지하고 있는 발상 과정에 초점을 맞추어 연구를 진행하였으며 디자이너 인터뷰를 중심으로 꼼테 가르송 관련 기사·평론·문헌 등을 분석하여 가와쿠보만의 디자인 발상 테마 및 디자인 전개 과정을 도출하였다. 가와쿠보가 지니고 있는 철학과 사고를 발상의 모티브에 따라 테마별로 분류하면 첫째, 일본 전통정신과 자유정신을 포함하는 ‘정신의 구현’, 내면의 감정 상태를 바탕으로 한 ‘감정의 표출’, 유년 시절 기억이 모티브가 되는 ‘기억의 회상’으로 크게 3가지로 나뉘며 이러한 발상의 테마들은 다양한 발상법을 통해 도출되어 매 시즌 새로운 콘셉트로 구현된다. 즉, 가와쿠보는 본인이 가지고 있는 철학과 머릿속의 발상을 산출해내는 방법으로 다양한 발상 방법을 활용하는 것이다. 창의적인 디자인 발상 과정을 거쳐 구현된 꼼테 가르송 컬렉션들은 본질적으로 레이 가와쿠보의 머릿속에 존재하던 발상과 이미지를 현실화시킨 것이며 그녀가 보여 주고자 하는 꼼테 가르송의 컬렉션 테마를 도출하는 데 일조한다. 가와쿠보가 전개하는 꼼테 가르송 컬렉션의 독보적인 디자인 근원에 대한 호기심으로부터 출발한 본 연구는 가와쿠보의 디자인 발상 및 전개 과정을 살펴보고 혁신적인 디자인 개발을 위한 방법론을 제시하고자 하는 데에 연구의 의의가 있다.

주제어 : 레이 가와쿠보, 꼼테 가르송, 디자인 발상, 아이디어 전개, 패션디자인 프로세스

*교신저자: 주보림, brjoo@ewha.ac.kr

접수일: 2019년 7월 15일, 수정논문접수일: 2019년 8월 12일, 게재확정일: 2019년 8월 30일

I. 서론

독창성은 일상적이고 관습적이지 않은 생각들을 도출해내는 능력으로서, 특히 디자인 영역에서의 독창성은 다른 디자인을 모방하지 않고 자신만의 아이디어를 구체화한 것을 말한다. 따라서 새롭고 독창적인 디자인을 위해서는 풍부한 아이디어를 통한 디자인 발상이 무엇보다 중요하다(Lee & Lee, 2017).

레이 가와쿠보(Rei Kawakubo)는 매 시즌 새로운 콘셉트와 독창적인 디자인으로 널리 알려진 패션 디자이너로 동시대의 가장 영향력 있는 디자이너 중 한 사람으로 꼽히기도 한다. 그녀에게 옷은 자기표현의 매개체로서 동시대의 트렌드, 대중적인 미적 기준 및 의복의 실용성을 고려한 디자인을 전개하기보다는 자신만의 확고한 철학과 신념을 바탕으로 신선한 발상이 담긴 폼테 가르송(Comme des Garçons) 컬렉션을 선보이고 있다. 기존 관습을 타파하고 새로운 것을 주저 없이 도전하는 진취적인 디자이너인 가와쿠보는 뉴욕 메트로폴리탄 미술관(Metropolitan Museum of Art) 의상 연구소가 주최하고 패션계에서 가장 권위 있는 행사로 알려진 뱃 갈라(MET Gala)의 2017년 테마로 선정되기도 하였다.

현재까지 이루어진 가와쿠보 관련 연구는 주로 가와쿠보의 디자인 표현 특성과 관련된 부분이 중점적으로 연구되어 왔다. Yim(2013)은 해체와 재구성을 통해 몸의 변형과 왜곡을 표현한 가와쿠보의 작품에 주안점을 두고 연구를 진행하였으며, Li and Choi(2015)는 일본 전통 복식 미학 특성을 활용한 가와쿠보의 패션 디자인 표현 방법을 분석하였다. Park and Kim(2016)은 가와쿠보 컬렉션에 나타난 맥시멀리즘(maximalism) 표현 특성을 중점적으로 연구하였고, Shin and Yum(2017)는 가와쿠보 컬렉션에 나타난 아방가르드(Avant-garde) 표현 특성을 고찰하였으며, 이처럼 대부분의 연구가 디

자인의 과정보다는 결과물에 대한 분석이 대다수임을 확인할 수 있었다. 본 연구는 가와쿠보의 디자인 프로세스를 중심으로, 특히 컬렉션 작업과정에서 큰 부분을 차지하고 있는 발상에 초점을 맞추어 연구를 진행하였다.

가와쿠보만의 독창적인 발상과 디자인 전개 과정에 대해 연구하여 차별화된 디자인 개발을 위한 지침서를 제공하고자 한 본 연구의 목적은 다음과 같다. 첫째, 발상의 개념과 디자인 발상법에 대한 기본 이론들을 토대로 가와쿠보의 창의적인 발상 방식에 대한 이해의 토대를 마련한다. 둘째, 가와쿠보의 디자인 철학과 폼테 가르송 컬렉션 및 기타 디자인 결과물들을 전반적으로 살펴보면서 가와쿠보의 디자인 가치관과 발상의 원천을 고찰한다. 셋째, 가와쿠보와 폼테 가르송 관련 기사·평론·문헌 및 디자이너 인터뷰 등을 수집하고 분석함으로써 가와쿠보의 디자인 발상법을 파악하고 발상의 주요 영감 키워드를 추출한다.

본 연구는 특히 2017년에 발간된 『Rei Kawakubo Comme des Garçons: Art of the In-Between』에서 다룬 가와쿠보의 과거 연도별 인터뷰 및 가와쿠보가 디자인한 역대 폼테 가르송 컬렉션 전시를 기획한 큐레이터 앤드류 볼튼(Andrew Bolton)과의 인터뷰 내용을 중심으로 사례를 분석하였으며 가와쿠보가 폼테 가르송의 파리 컬렉션 데뷔 쇼를 하게 된 1981년부터 최근 2019 FW까지를 포함한다.

II. 발상과 디자인

1. 발상의 개념과 과정

발상이란 아이디어 창출(idea generation), 즉 마음속의 상을 외부로 드러내는 과정이다. 이것은 디자인 행위의 초기의 단계로서 대상의 테마와 개념 구성(conception formation)을 의미하며 콘셉트를


가지고 구체적 상이나 형을 얻어내는 과정이라고 할 수 있다. 아이디어는 원래 그리스어가 어원이며, 볼 수 있는 실체나 형상을 의미한다. 예술 분야에서는 ‘구상’이라고 하고 디자인에서는 ‘발상’으로 번역된다. 따라서 ‘콘셉트’는 어떤 사물에 대하여 일반적으로 갖는 추상적인 생각(심상)이라면 ‘아이디어’는 어떠한 사물에 대한 구체적인 생각(심상)이라고 할 수 있다. 콘셉트나 아이디어를 만드는 근본적인 힘을 심적 영상(mental image)라고 부른다. 심적 영상을 사유의 대상물(기호)로 받아들일 때 아이디어 또는 관념이 생겼다고 한다(Kim & Choi, 2011).

개념은 경험을 통하여 얻어지는 사물의 표상이며, 하나의 개념 속에서도 무수한 다른 관념들이 생각나면서(연상 법칙) 낱말들의 군집들이 형성된다. 이러한 연상과정은 인간의 추상 능력이 작용하게 됨으로써 가능하게 된다. 사고의 시각화를 연구했던 사무엘 이치에 하야카와(Samuel Ichiye Hayakawa)는 실제 경험하는 것과 상상하는 것 사이의 연결 과정을 ‘추상의 사다리(Ladder of Abstraction)’라는 이름으로 소개하고 있다. ‘추상의 사다리’란 구체적인 사물을 점점 추상화 시켜 나가는 체계를 뜻하는 것으로 ‘암소’라는 주제를 가지고 각 단계 별로 대입을 시켜본다면, 현실에서 지각된 암소는

1단계의 ‘움직이는 덩어리’에서 출발하여 단계를 올라갈수록 ‘암소’에서 ‘가축’으로, ‘가축’에서 ‘농장 자산’으로, ‘농장 자산’에서 ‘재산’으로 확대되며 최종적으로 ‘부’라는 추상개념에 도달하게 된다(Table 1). 이처럼 실체 또는 관찰 가능한 구체화 영역은 추상화 사다리를 타고 올라갈 때 각각의 단어가 좀 더 추상적으로 되는데 이는 특별한 사물이나 사건에 대해 덜 언급한다는 것을 뜻하며 사다리를 올라갈수록 구체적인 것은 생략되고 상위개념으로 정리된다. 즉, 위로 올라갈수록 대상에 대한 구체적인 정보는 사라지지만 가치가 부여된 고급의 개념(conceptualization)이 찾아지는 것이다(Kong, n.d.).

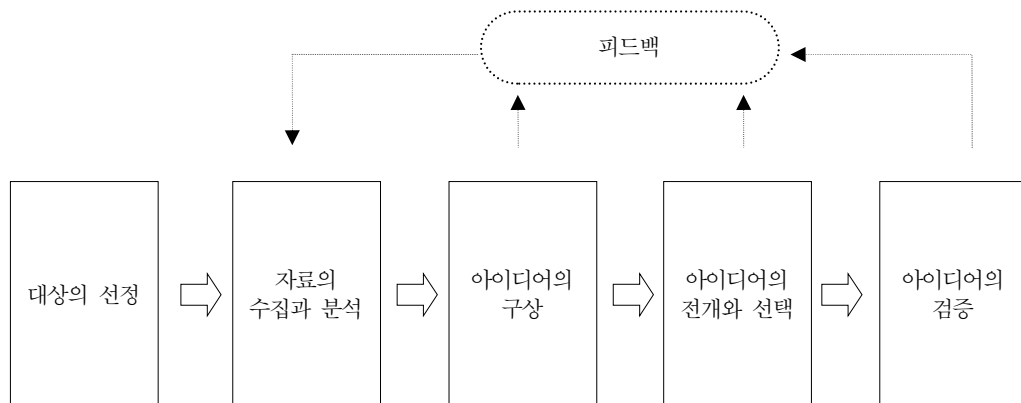
디자인에서의 발상은 먼저 조형 제작 활동의 주체가 되는 인간이 예술적 표현 의지를 가지고 창의적인 아이디어를 끌어낸 다음, 주제(테마)에 따라 소재나 형태를 구성하고 제작(가공, 기법)을 통해 이미지를 새롭게 만들어가는 의도적인 과정이다(Lee & Lee, 2017). 일반적으로 발상의 과정은 다섯 가지 단계를 거치게 되는데 가장 먼저 선행되어야 하는 것은 대상의 선정이다. 이때 발상이 너무 광범위하거나 막연하게 이루어지지 않도록 대상의 적용 범위를 정하고 전개하는 것이 수월하다. 대상이 선정되면 다양한 매체를 통해 관련된

Table 1. 하야카와의 추상의 사다리.

추상 개념	추상의 단계	단계별 사례 설명
	8단계 : 부	‘부’라는 말은 극도로 높은 레벨의 추상이며 베시의 특성을 대부분 생략한다.
	7단계 : 재산	베시를 ‘재산’이라고 하면 여전히 베시의 많은 특성을 빼뜨리고 있다.
	6단계 : 농장 자산	베시가 ‘농장 자산’에 포함될 때는 그가 농장에 속한 판매 가능 물건들과 공통된 점만을 지니고 있다.
	5단계 : 가축	베시가 ‘가축’으로 불릴 때 돼지, 닭, 염소 등과 공통적으로 가지는 특성만을 말하는 것이다.
	4단계 : 암소	‘암소’라는 말은 일반적인 암소들에게서 추상화된 공통된 특성을 대표한다.
	3단계 : 베시	베시(암소의 이름)는 2단계의 지각된 물체에 붙인 이름이다.
	2단계 : 우리가 지각하는 암소	단어가 아닌 경험의 대상으로 인지되는 암소는 선택적 추상이다.
	1단계 : 과학에서 알려진 암소	암소는 원자, 분자 등으로 구성되어 나에게 지각된다.
구체화 영역		

Adapted From Hayakawa. (1990). p.85.

Table 2. 발상의 기본과정.



Adapted From Lee & Lee. (2017). p.18.

정보를 수집·분석하여 작업의 시초가 되는 발판을 준비한다. 자료 수집을 토대로 아이디어 구상을 전개하게 되는데 이러한 과정에서 경험, 개성, 전문지식, 이미지, 상상, 기존 가치관에 반대되는 것 등 여러 요인이 영향을 미치게 된다. 구상 단계에서 아이디어는 단편적이고 추상적인 것이 많으므로 아이디어 전개를 위한 다음 단계로는 핵심 아이디어를 선별하고 서로 다른 아이디어를 결합해보는 등 아이디어를 다듬고 발전시킨다. 최종적으로 채택된 아이디어는 새롭고 독특하며 실행 가능한 것이어야 하며 선택된 아이디어가 타당성을 지녔는지 검증의 과정을 거치게 되는데 각각의 단계별 피드백을 통해 필요에 따라 이전 단계로 돌아가기도 한다(Table 2).

2. 디자인 발상법

본 연구에서는 창의적인 아이디어 전개를 위해 다양한 발상 방법들을 소개하고 있는 참고 문헌들(Center for Art Studies, 1997; Kim & Choi, 2011; Lee & Lee, 2017) 등을 토대로 디자인 발상법을 정리하였

으며 그 내용으로는 입출력법, 체크리스트법, 특성열거법, KJ법, 형태분석법, 브레인스토밍(brainstorming), 시네틱스(synetics), 이연 연상법(biosociation), 시나리오 사고 분석법 등이 있다.

입출력 법은 출발점(input)과 궁극적으로 이루어야 할 디자인 목표를 최후의 원하는 출력(desired output)으로 정해두고 그러한 과정 사이의 제한 조건을 조정해나가면서 창의적인 아이디어를 발견하도록 만드는 방법이다.

체크리스트법은 새로운 아이디어를 얻기 위해서 방향을 설정해주는 발상의 포인트들을 미리 정해두고 그것을 토대로 사고를 확장해나가는 방법이다. 각각의 변수들을 검토하여 아이디어를 구상하는 체크리스트법은 극한까지 자유롭게 전개해나가는 ‘극한법’, 형태나 장식, 소재 등을 복제하여 반복해나가는 ‘부가법’, 디자인의 한 부분을 제거해보는 ‘제거법’, 다른 분야의 아이디어를 결합하거나 다양한 소재와 기술을 결합하는 ‘결합법’, 현재 있는 것을 정반대로 바꾸거나 전혀 상반되는 것을 관련지어 생각하는 ‘반대법’, 재질이나 가공, 부품, 순서를 바꾸어 보는 ‘변경법’, 목적과 용도를

달리하거나 다른 목적으로 전환하는 ‘전환법’, 유사법이나 유추법처럼 여러 각도에서 관련지어 생각을 전개해나가는 ‘연상법’을 포함한다.

특성열거법은 문제점 발견을 촉진하는 기법으로 제품을 개선해나갈 때 해당 사물을 구성하는 부분이나 요소, 성질과 기능 등의 특성을 계속 열거하면서 더 나은 아이디어를 찾는 방법이며, KJ법은 수집된 데이터나 정보를 서로 관계있는 것끼리 분류, 집약하여 새로운 문제의 구조를 개발해나가는 발상법이다.

형태분석법은 사물의 구조를 부분적으로 변화시켜봄으로써 새로운 특성을 가진 디자인을 발상해내는 방법으로 비교적 짧은 시간에 많은 아이디어 발상이 가능하다는 장점이 있다.

브레인스토밍은 자유분방한 아이디어를 산출하는 방법으로 집단의 아이디어를 집약하여 시너지 효과를 기대하는 방법이다. 브레인스토밍은 창의적인 태도나 능력을 증진하기 위한 기술로서, 일상적인 사고방식에서 벗어나 거침없이 생각하고, 폭넓은 사고를 하게 만들어 새로운 발상을 하게 만든다.

시네틱스는 서로 아무 관련이 없는 몇 개의 부분을 하나의 의미 있는 것으로 통합하는 법으로 구체적인 테마를 대상으로 은유법과 유추법을 사

용하여 창조적인 아이디어를 끌어내고 문제에 참신한 통찰력을 붙여넣는다. 즉, 이전의 낡은 습관이나 관념으로부터 탈피하여 새로운 시각으로 발상을 전개하는 데 도움을 준다.

이연연상은 어떤 개념에 대해서 서로 상반되는 것들의 결합과정이며 「The Act of Creation」의 저자인 심리학자 아서 쾨슬러(Arthur Koestler)는 문제 해결 과정에 있는 사람이 서로 연관이 없던 어느 기억과 또 다른 기억이 어느 순간 서로 관계를 맺게 되는 착상의 단계에 놓이게 된다고 주장하였다. 이러한 과정을 통하여 사람들은 평소에는 생각지도 못한 해결방안을 찾아내기도 한다(Koestler, 1964).

시나리오 사고 분석법은 디자인이 나타내는 제품의 배후에는 항상 생활양식의 행위가 포함되어 있으므로 디자이너는 여러 특징을 조합하여 소비자에게 제품의 효익을 제공하여 부가가치를 높이는 업무를 할 때 제품의 효익이 사용자의 욕구에 부합하는지 형태만 갖고 파악할 수 없을 때 기능을 추가하여 시나리오를 쓰게 된다. 시나리오 사고 분석법은 콘셉트에서 추구하는 효익이 무엇인지 그로 인해 소비자의 라이프스타일이 어떻게 변하는지 구체적으로 보여줄 수 있는 장점이 있다 (Table 3).

Table 3. 창의적인 디자인 발상법의 종류 및 방법.

창의적인 디자인 발상법의 종류	방법
입출력법	원인과 결과의 관계를 입출력의 관계로 규명해 가면서 문제를 해결하는 방법
체크리스트법	발상에 도움이 되는 중요한 포인트를 미리 설정한 후 순서대로 체크하면서 아이디어를 얻는 방법
특성열거법	사물들의 특성을 열거하여 더 나은 대안을 찾는 방법
KJ법	서로 관련 있는 아이디어끼리 분류하는 방법
형태분석법	변화가능성을 형태적으로 배열하여 새로운 조합의 가능성을 생각해보는 방법
브레인스토밍	자유로운 토론을 통해 아이디어 발상을 유도하는 방법
시네틱스	은유법과 유추법을 사용하여 아이디어를 끌어내는 방법
이연연상법	서로 상반된 것들을 결합하여 새로운 아이디어를 얻는 방법
시나리오 사고 분석법	제품과 사용자 행위에 초점을 맞추어 시나리오를 만들어나가면서 새로운 측면의 아이디어를 개발하는 방법

III. 레이 가와쿠보의 디자인

1. 레이 가와쿠보의 디자인철학

혁신적인 디자인은 안 된다는 인식을 깨고 싶어 하는 강한 열정을 가진 사람으로부터 시작된다. 그는 고든 머레이(Gordon Murray)의 말처럼 레이 가와쿠보 역시 기존의 틀을 깨는 새로운 것을 창조해내는 것에 주안점을 두었다(Nigel, 2011). 일 년에 4일 정도만 휴식을 가질 정도로 새로운 것을 위한 그녀의 창조적 도전은 쉬지 않고 이루어져 왔으며, 이러한 그녀를 런던 디자인 뮤지엄(Design Museum)의 디렉터 데이안 수직(Deyan Sudjic)은 ‘진정한 모더니스트(modernist)’라 정의하기도 하였다(Lee, 2012). 동시대 트렌드 흐름을 따르지 않고, 일반적인 기준으로 인식되는 가치나 관습을 부정하며, 디자인에 있어 항상 새로움을 추구하는 가와쿠보의 주된 표현의 방식은 불완전, 불균형, 융합, 제거 그리고 목적의 부재로 나타난다(The Met, 2017).

가와쿠보는 기본적으로 사람들의 시선에 대해 신경 쓰지 않고 소신 있는 태도로 더 새롭고 혁신적인 것을 발굴해나가는 진취적인 디자이너의 표본이다. 인간의 근본적인 문제점이 변화를 두려워하는 점이라고 언급한 그녀는 더 많은 사람이 꺼리고 싫어하는 것일수록 더 새로운 것일 확률이 높다고 믿었으며 그러한 것들을 시도하는 것을 마다하지 않았다. 그녀에게 있어 꿈데 가르송은 자신의 생각을 표현하고 가치를 전달하는 중요 매개체이며 그 옷을 사람들이 입었을 때 힘을 얻고 긍정적인 감정을 느끼길 희망한다고 밝히기도 하였다(Gibson, 2019).

가와쿠보의 작업은 지적인 것과는 전혀 관련이 없으며, 모든 것은 디자이너 자신의 느낌, 본능, 의심과 두려움으로부터 나온다. 이 세상에 아직 존재하지 않은 새로운 무언가를 만들어 내기 위해

항상 고군분투한다는 그녀는 끊임없이 도전하며 본질적으로 강한 작업을 지속하고 싶음을 밝혔다. 나이가 들어감에 따라 호기심이 없어진다고 언급했던 가와쿠보는 신선한 디자인 아이디어를 위해 의도적으로 동심의 세계로 돌아가 어린아이의 시선으로 바라본 컬렉션을 전개하기도 하였고, 디자인 영감을 받을 때 어린 시절의 기억을 떠올려본다고 응답하기도 하였다.

또한 그녀는 자신의 철학과 미학을 보여주는 데 있어서 불균형하거나 비대칭적인 것들을 애용하였는데, 이러한 비정형 조각들을 한데 모아 전반적으로 조화롭고 일관된 큰 그림으로 연출해 내는데 주안점을 두었다.

2. 레이 가와쿠보와 꿈데 가르송

진취적이고 독자적인 디자인 발상으로 두터운 팬층을 확보한 글로벌 패션 브랜드 꿈데 가르송은 1969년 도쿄에서 가와쿠보가 시작한 브랜드로 1973년에 정식으로 설립되었다(Encyclopedia, n.d.). 1981년, 꿈데 가르송은 파리로 첫 진출을 하게 되는데, 당시 파리는 흠잡을 데 없이 완벽한 차림새의 파워 드레싱(power dressing)과 글래머러스(glamorous)를 키워드로 하는 여성적인 이브닝드레스가 유행하던 시기였다. 그러한 주류 패션과는 반대로, 그녀의 첫 파리 패션쇼는 이전과는 완전히 다른 안티 패션(anti-fashion)의 성격을 띤 의상들로 채워졌고, 이는 파리 패션계에 충격과 이슈를 불러왔다. 형식이라는 틀에 얽매는 것을 몹시 싫어한 가와쿠보는 미완성의 헴 라인(hem line), 너털너털한 술기, 복잡하게 얹혀 꿰매기, 구겨진 옷감, 비대칭과 비조화, 다양한 찢기, 입는 방법이 정해지지 않은 옷 등을 통해 미완의 미를 추구하였다(Lee, 2012).

꿈데 가르송을 설립한 이래 가와쿠보가 항상 지키고자 했던 가치관은 이 세상에 존재하지 않는 새로운 것을 찾는 것이고, 이는 반세기 동안 꿈데

가르송의 브랜드 정신에 자연스레 스며들어있다. 이와 관련하여 2013년 『긴자(Ginza)』 인터뷰에서 그녀는 폼테 가르송의 미션은 항상 새로운 것을 만드는 것이며 만약 그러한 목적이 무더진다면 회사의 미래는 없다고 주장하면서 폼테 가르송의 목표는 많이 파는 것보다는 실험적인 무언가를 만들어 내는 것을 우선시한다고 밝히기도 하였다(Bolton, 2017).

가와쿠보는 1995년 『보그(Vogue)』와의 인터뷰에서 폼테 가르송 컬렉션은 그 당시 그녀가 느꼈던 감정들에 기초하여 영감을 받는다고 밝혔는데, 이처럼 폼테 가르송은 그녀의 내면에 있는 생각, 불확실성, 두려움 그리고 희망이 형상화된 의미 있는 결과물이다.

2017년 앤드류 볼튼과의 인터뷰에서 가와쿠보는, 기존 관습에 반(反) 하고 혁신을 추구하는 폼테 가르송 정신이 잘 구현된 8가지 대표 컬렉션을 언급하였는데 구체적인 설명은 다음과 같다.

‘Body Meets Dress-Dress Meets Body’ 컬렉션은 신체의 왜곡을 보여줌으로써 일반적으로 우리가 생각하는 미에 대한 질문을 던진다. ‘Clustering Beauty’ 컬렉션은 아이들의 옷과 브라이덜 웨어(bridal wear)에서부터 영감을 받은 듯한 디자인을 전개하고 있어 폼테 가르송만의 로맨틱 성향을 보여주고 있으며, ‘Fusion’ 컬렉션은 여러 가지 옷이 융합된 형태로 앞뒤가 뒤집힌 디테일을 보여준다. ‘Dark Romance, Witch’ 컬렉션은 블랙의 순수함 및 남성성과 여성성의 경계에 대한 레이 가와쿠보의 철학을 보여주는 컬렉션으로 각광을 받았고 ‘Inside Decoration’ 컬렉션은 순수한 형태에 대한 탐구로 인간의 불안, 분노를 표현하였으며 1997년에 발표된 일명 ‘lumps and bumps’ 컬렉션을 연상시킨다. ‘2 Dimensions’ 컬렉션은 3차원의 신체 위에 2차원의 옷을 씌운 모습으로 마치 종이 인형이 된 듯한 착각을 불러일으킨다. ‘Crush’ 컬렉션을 통해 핵융합 같은 에너지를 표현하고 싶었던 가와쿠보는 모

텔들을 패션계를 군림하는 여왕의 모습으로 연출하기도 하였으며, ‘The Infinity of Tailoring’ 컬렉션에서는 테일러링의 무한한 변신을 보여주었다. 이와 같은 대표 컬렉션 선별 기준은 획기적인 디자인으로 그 당시 엄청난 반향을 일으킨 컬렉션들이었으며 패션계에 한 획을 그은 것으로 유명하다.

가와쿠보가 추구하는 특정 비전(vision)은 폼테 가르송의 모든 측면에 녹아들어가져 있다고 해도 과언이 아닌데 패션뿐만 아니라 폼테 가르송 매장 인테리어, 패키지, 가구 그리고 그래픽 디자인 등 보다 넓은 영역으로 확장되고 각각의 요소들이 폼테 가르송의 이미지를 형성하며 이는 하나의 현대 예술로 승화된다(MacLean, 2017). 가와쿠보는 건축가 타카오 가와사키(Takao Kawasaki)와의 협업을 통해 폼테 가르송 매장을 단지 옷을 사고파는 장소만이 아닌 그 이상으로 만들고자 의도하였고 그녀의 옷은 상품으로서의 성격을 극도로 배제한 채 마치 갤러리의 미술작품이나 인테리어 장식의 일부처럼 디스플레이 되었다(Lee, 2012). 이처럼 그녀는 공간과 옷을 동시에 생각하였고 그 둘을 분리시키지 않았다(Sudjic, 1990). 또, 가와쿠보는 1988년부터 1991년까지 폼테 가르송 컬렉션을 시각적으로 표현하는 이미지들이 수록된 『식스(Six)』 매거진을 총 8번 발간하였는데 <Figure 1>과 같이 ‘sixth sense(직감)’를 의미하는 『Six』는 가와쿠보의 독특한 미학을 그래픽과 이미지를 통해 보여준다. 즉, 『Six』는 실험적 아이디어의 보고이자 예술적인 콜라보레이션(collaboration) 그 자체이며, 그러한 『Six』를 통해 폼테 가르송의 무드(mood)를 만들어 나가고자 하는 것이 가와쿠보의 주된 목적이다(Blumberg, n.d.). 이처럼 브랜드가 보여주는 전체적인 이미지를 중요시 여긴 가와쿠보는 시그니처 패턴인 도트 무늬 외에도 ‘Roses and Blood’ 컬렉션을 통하여 장미를 폼테 가르송을 대표하는 상징으로 만들고자 하였는데, 그녀는 장미가 지닌 시각적 힘을 극대화하여 단순한 옷이 아닌 한 단계 더 높은 차원



Figure 1. Six Magazine.
From MacLean, (2017).
<https://www.ubercultured.com>

의 의미를 지닌 옷들로 컬렉션을 전개하였다. 그 후 장미는 하나의 모티브(motive) 이미지로서 폼데 가르송 컬렉션에 꾸준히 선보이고 있으며 2019 SS에서는 장미가 그래픽 패턴으로 응용되어 체인 장식과 함께 연출되면서 내면화된 여성 심리상태를 잘 포착하였다는 평을 받기도 하였다.

IV. 레이 가와쿠보의 디자인 발상 분석

가와쿠보의 디자인 발상 과정에 있어서 이미지는 매우 중요한 의미를 지니는데 그녀에게 있어 이미지는 추상적인 자기표현의 산물로 영감되면서 동시에 폼데 가르송 정신을 보여주는 결과물이기 때문이다. 이와 관련하여 패턴사 테즈야 하시모토

(Tetsuya Hashimoto)는 폼데 가르송의 옷은 혁신적이면서 기묘한 이미지를 전달한다고 언급하기도 하였다(Bolton, 2017). 또한 『Six』 매거진의 아트디렉터 쓰구야 이노우에(Tsuguya Inoue)는 이미지만 보고도 폼데 가르송이 전달하려고 하는 의도를 이해할 수 있어야 한다고 주장하면서 이미지의 중요성을 강조하였다(Diktats, n.d.). 가와쿠보 역시 『뉴욕 타임스(The New York Times)』와의 인터뷰에서 하이패션은 미스터리하게 보여야 하며 오직 이미지로만 나타내는 컬렉션의 시각적 표현을 지향해야 한다고 주장하였다(Hansson, n.d.).

따라서 본 장에서는 가와쿠보가 전달하고자 하는 폼데 가르송의 혁신적 이미지를 다양한 인터뷰 사례 분석을 통해 발상 테마별로 분류하고 가와쿠보의 디자인 발상법을 분석하여 그녀만의 독자적인 디자인 발상 과정을 고찰하고자 한다.

1. 레이 가와쿠보의 디자인 발상 테마

레이 가와쿠보의 디자인 발상 테마는 그녀에게 내재된 본능적 모티브에 중점을 둔 것으로 발상에 영감을 주는 원동력으로 꾸준히 활용되어 왔다.

본 연구에서는 역대 디자이너 인터뷰 및 컬렉션 사례 고찰을 통해 가와쿠보가 꿈에 가르송 컬렉션 전개 시 주요 발상 모티브로 활용하는 정신, 감정, 기억 등의 키워드를 도출한 후 이를 테마별로 분류하여 ‘정신의 구현’, ‘감정의 표출’, ‘기억의 회상’과 같이 정리하였고 이를 구체적인 사례와 함께 설명하자면 다음과 같다.

1) 정신의 구현

디자인 발상 과정에 있어 가와쿠보에게 큰 영향을 준 첫 번째는 일본 전통정신이다. 소박하고 검소한 생활을 지향하고 절제를 강조하는 ‘이키(いき)’는 컬렉션 전개에 있어 블랙 컬러의 주된 사용과 연관 지을 수 있다. 단순하고 간결한 것을 지향하며 무지로부터 아름다움을 느끼는 ‘시부사(しぶさ)’는 빈(貧)의 덕을 의미하며 가와쿠보의 헝그리 정신과도 연관된다. 1985년 『인터뷰 매거진(Interview Magazine)』과의 인터뷰에서 비움의 미학에 대해 강조하였던 점, 약 30년 후인 2016년 『엘르(ELLE)』와의 인터뷰에서 창작은 특정 불만족

으로부터 시작되며 일본에서는 이러한 것을 헝그리 스피릿(hungry spirit), 헝그리 마인드(hungry mind)라고 부르며 자신이 창작을 하게 만드는 원동력이라고 직접적으로 언급한 점에 주목할 필요가 있다. 검소하고 낮고 쓸쓸한 상태를 뜻하는 ‘와비(わび)’, ‘사비(さび)’는 일부러 구멍을 내거나 헤어진 듯 울이 풀린 디테일을 추구하는 가와쿠보의 취향에서 그 정신이 드러난다(Figure 2). 또, 의상 디테일의 표현에 있어서 러플(ruffle)과 프릴(frill)의 반복적 사용 및 <Figure 3>과 같이 키치(kitsch)한 장난감들의 이용은 일본의 전통 미의식인 카와이이(かわいい)와도 연결 지을 수 있으며 이와 관련하여 수지 멘크스(Suzy Menkes)는 2007 FW 꿈에 가르송 컬렉션 리뷰에 일본의 카와이이 정신이 반영된 점을 시사하였다(Menkes, 2007). 교토복식문화연구재단(The Kyoto Costume Institute)의 수석 큐레이터 아키코 후카이(Akiko Fukai) 역시 꿈에 가르송이 매력적인 이유로 감각적이고 예술성을 겸비한 동시에 카와이이함을 지니고 있다고 대답하기도 하였다(Anaya & Koch, 2017).

둘째, 디자인 발상 과정에서 가와쿠보에게 영향은 준 또 다른 정신은 바로 자유정신의 구현으로, 가와쿠보는 어디에도 매이지 않는 자유로운 가치관으로 옷을 만들며 기존의 가치에 대항하고 특정 그룹이나 운동에 속하기를 거부하는 저항정신을

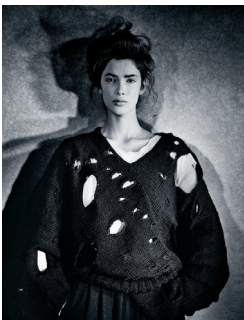


Figure 2. Holes (1982-83 FW).
From Bolton, (2017),
p. 31.



Figure 3. Multi dimensional
Graffiti (2018 SS).
From I-D Team, (2018).
<http://i-d.vice.com>



Figure 4. Abstract Excellence
(2004 SS).
From Bolton, (2017),
p. 62.



Figure 5. 2 Demensions
(2012-13FW).
From Lam, (2015).
<https://fr.japantravel.com>

추구하였다. 기존 컬렉션의 일반적인 관념을 타파하고자 <Figure 4>와 같이 ‘Abstract Excellence(2004 SS)’ 컬렉션 전개 시 오직 구조적인 형태의 스커트로만 컬렉션을 구성하여 선보이기도 하였으며 ‘2 Dimensions(2012-13FW)’ 컬렉션에서는 <Figure 5>와 같이 완전히 평면인 2차원에서 옷을 제작하려는 시도를 하였다. 또 그녀는 기존에 자신이 따르던 디자인 프로세스가 새로움을 추구하는데 방해가 된다는 생각에서 착안하여, 옷을 만들지 말자는 극단적인 전제로 2014 SS 컬렉션을 접근하기도 하였다(Bolton, 2017).

2) 감정의 표출

가와쿠보의 디자인 발상 과정에서 감정은 컬렉션의 전반적인 영감 형성에 도움을 주고 있으며 디자이너 본인이 경험하고 겪었던 여러 감정들과 내면의 생각들은 폼데 가르송 컬렉션을 통해 표출되고 있다. 특히나 그녀가 느끼는 다양한 감정 중에서도 화(anger)나 두려움(fear) 그리고 슬픔, 희망 등은 주요 모티브로써 컬렉션으로 승화된다. 폼데 가르송 최고경영자 아드리안 조페(Adrian Joffe)는 ‘Body Meets Dress, Dress Meets Body(1997 SS)’ 컬렉션이 그 당시 평범하고 진부한 일반적인 옷에 대한 가와쿠보의 분노를 표출한 컬렉션이라고 언급하기도 하였으며(Hyzagi, 2015) 수지 멩크스와

인터뷰에서 가와쿠보는 불공정과 편견에 대한 추상적인 화로부터 탄생한 컬렉션임을 직접 밝히기도 하였다(Menkes, 2017). 인간의 광기, 우리 모두가 지니고 있는 두려움, 상식을 넘어서는 기분, 평범함의 부재를 표현하고자 한 ‘Monster(2014-15FW)’ 컬렉션에서는 거대하고 기괴한 형태의 편직물이 인체를 뒤덮는 등 마치 억압받고 있는 듯한 오브제의 연출이 이루어졌다(Figure 6, 7). <Figure 8>과 같이 ‘Blood and Roses(2015 SS)’ 컬렉션에서는 인간의 본성과 슬픔, 불안함에 대한 표현이 잘 드러나고 있는데, 통상적으로 장미는 행복이나 아름다움을 상징하지만, 역사적인 측면에서 장미의 이미지는 피와 전쟁과 연관이 깊으며 정치적 갈등, 종교적 불화 그리고 권력 싸움과도 관련되므로 가와쿠보는 이러한 장미의 이미지에 자신의 감정적인 해석을 더하여 심도 있는 컬렉션으로 이끌어 내었다.

3) 기억의 회상

가와쿠보에게 있어 유년 시절의 기억은 하나의 주요 발상 테마로써 그래픽 패턴으로 형상화되어 표현되기도 하고 추억의 물건에서 영감을 받거나 동심을 기반으로 디자인 발상을 전개시키는 원동력이다.

앤드류 볼튼과의 인터뷰에서 그녀는 파란 바탕



Figure 6. Drawing of MONSTER (2014-15 FW).
From Bolton, (2017), p. 166-167.



Figure 7. MONSTER (2014-15 FW).
From Dress to kill, (2014).
<http://dresstokillmagazine.com>

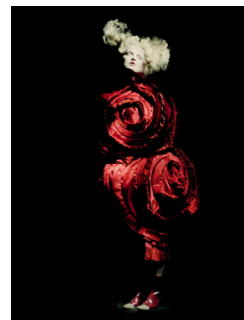


Figure 8. Blood and Roses (2015 SS).
From Hsieh, (2017).
<http://www.dazeddigital.com>

에 흰색의 도트무늬는 패션에 대한 자신의 첫 기억이며, 어린 시절의 추억을 연상시킨다고 응답하기도 하였는데(Hyland, 2017), 이처럼 가와쿠보의 유년 시절 기억은 도트무늬로 형상화되어 꿈에 가르송의 시그니처 패턴으로써 <Figure 9, 10, 11, 12, 13>과 같이 컬렉션 전반에 걸쳐 여러 차례 나타나고 있으며 이는 도트무늬에 대한 그녀의 꾸준한 애정을 보여준다.

가와쿠보는 어린 시절 가지고 놀던 꼬깃꼬깃한 판지 종이에서 주된 영감을 받은 ‘Gloves, Skirts, Quilted Big Coats(1983-84 FW)’ 컬렉션(Figure 14, 15) 외에도 <Figure 16>, <Figure 17>과 같이 동심의 세계로 돌아가 아이들의 시선에서 바라본 ‘Not

Making Clothing(2014 SS)’ 컬렉션을 전개하기도 하였는데, 이와 같은 컬렉션을 전개하게 된 이유로 어른들의 사고와 아이들의 사고방식은 명백히 다르다는 점을 언급하며 새로운 시각으로 디자인을 전개해 나간다면 기존과 다른 무언가를 만들어 낼 가능성이 큰 점을 주된 이유로 꼽았다.

2. 레이 가와쿠보의 디자인 발상법

가와쿠보는 새롭고 신선한 콘셉트를 이끌어 내기 위해 구체적인 역사, 문화적 레퍼런스(reference)에서 영향을 받기보다는 모호한 추상적 개념 및 이미지로부터 디자인을 시작한다. 그녀에게 있어



Figure 9. Unfinished (1992SS).
From Hyland, (2017).
<http://www.thecut.com>

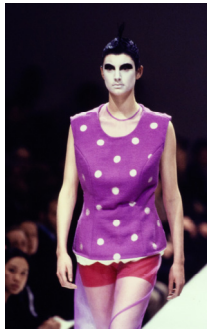


Figure 10. Adult Punk (1997FW).
From Fall 1997 Ready-to-Wear Comme des Garçons, (n.d.).
<http://www.vogue.com>



Figure 11. 2 Dimensions (2012-13FW).
From Fall 2012 Ready-to-Wear Comme des Garçons, (n.d.).
<http://www.vogue.com>



Figure 12. Invisible Clothes (2017SS).
From Spring 2017 Ready-to-Wear Comme des Garçons, (n.d.).
<http://www.vogue.com>



Figure 13. COMME des GARÇONS CAMP (2018FW).
From Fall 2018 Ready-to-Wear Comme des Garçons, (n.d.).
<http://www.vogue.com>



Figure 14. Gloves, Skirts, Quilted Big Coats(1983-84 FW).
From Britt and Dwell, (n.d.).
<https://www.dwell.com>



Figure 15. Gloves, Skirts, Quilted Big Coats(1983-84 FW).
From Britt and Dwell, (n.d.).
<https://www.dwell.com>



Figure 16. Drawing of Not Making Clothing (2014 SS).
From Bolton, (2017).
p. 122.



Figure 17. Not Making Clothing (2014 SS).
From Bolton, (2017).
p. 123.

발상과 디자인의 출발점은 자신이 지금껏 시도해보지 않은 것이어야 하며 그 과정은 마치 조각가가 머릿속의 구상을 조형물로 구체화하는 것과 동일하다. 가와쿠보와 팀원들이 컬렉션을 준비하기 전 가장 먼저 하는 일은 테이블에 둘러앉아 텅 빈 공간으로부터 어떤 개념을 끄집어낼 것인지 의논하는 것으로, ‘마녀의 이미지를 떠올리자’거나 ‘플리츠에 초점을 맞추자’는 등의 구체적 형상에 대한 언급은 없으며 출발점은 완전히 추상적이다. 대개 테이블 위의 자유로운 공간에서 작업이 이루어지는데 패브릭이 최종적으로 입혀지는 건 마지막 10%의 과정이며, 자신은 스케치를 거의 하지 않고 피팅이나 모델들이 들어와 사이즈를 조율하는 일도 없다고 밝혀 일반적인 패션디자인 프로세스와는 차별화되는 방식으로 접근하는 양상을 보였다(ELLE, 2016). 발상의 단계에서 그녀는 리더로서 스스로 팀을 이끌고 방향을 제시하기도 하지만, 콘셉트는 디자인을 전개해 나가는 과정에서 다른 누구로부터 나올 수 있다고 생각하기에 열린 마음으로 팀원들과 소통을 하려고 노력한다. 자신을 포함한 모든 팀원이 콘셉트를 자기 나름대로 해석하면서 창의적인 아이디어를 전개하는 동안 일어나는 우연성에서 발상의 영감을 많이 얻는 그녀는 자신과 팀원들을 길드(guild)라고 표현하며 서로 힘을 합쳤을 때 시너지가 극대화되는 점을 언급하기도 하였다. 이처럼 발상을 위한 다양한 방법 중 가와쿠보가 가장 즐겨 사용한 발상법은 머릿속에 떠오르는 화두를 제시하고 그것에 관해 팀원들과 소통하면서 신선한 아이디어를 이끌어내는 ‘브레인스토밍’이다. 꼼데 가르송의 원단 개발자인 히로시 마츠시타(Hiroshi Matsushita)는 새로운 컬렉션을 위한 준비로 가와쿠보는 그녀의 머릿속에 있는 것들을 구현하기 위해 자신과 끊임없는 피상적 대화를 나누며 때로는 그 생각이 한 단어로 압축되기도 한다고 밝혔다(Sudjic, 1990). 이처럼 가와쿠보는 디자인 발상 과정에 있어 패턴사들에게 단어나

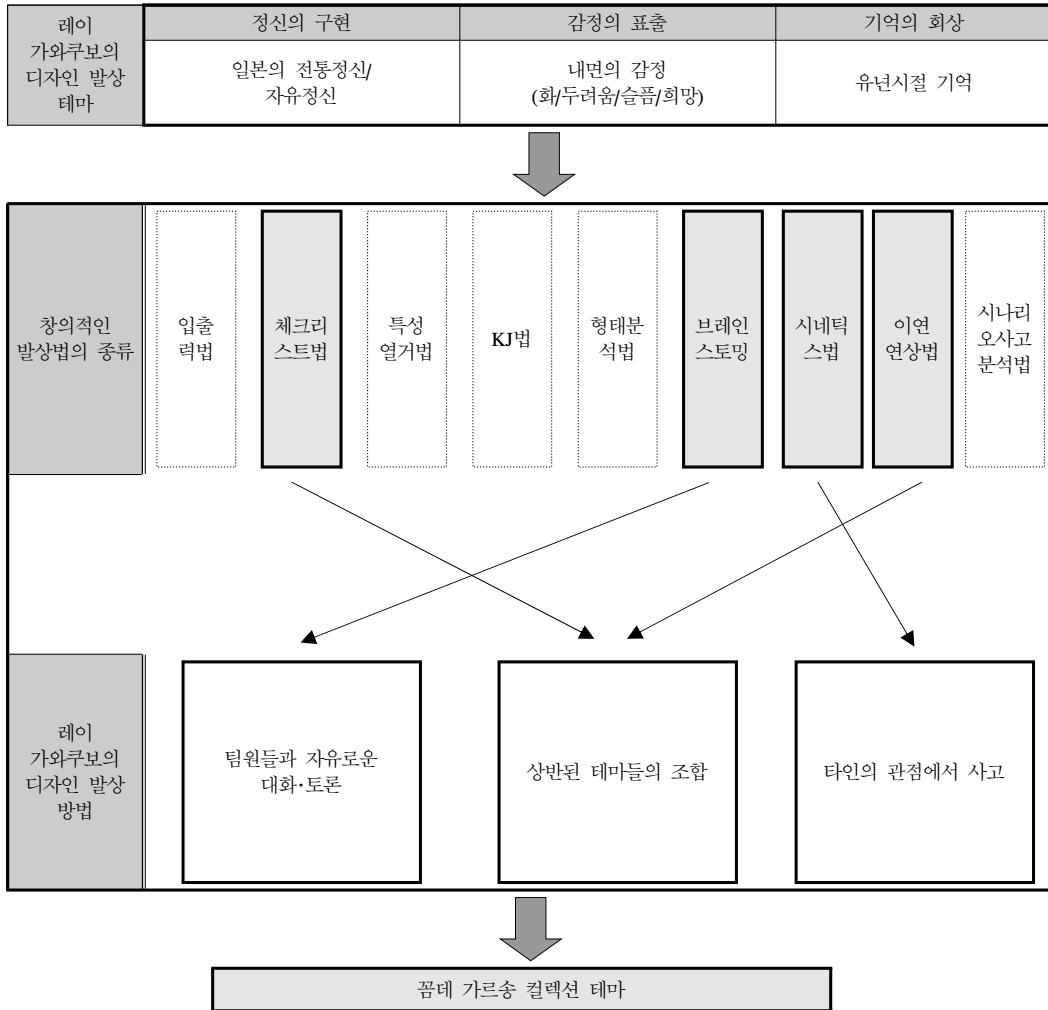
뉘앙스로 그녀의 콘셉트를 설명하기도 하며 때로는 소통의 도구로써 추상적 드로잉을 그려 자신의 생각을 표현하기도 한다.

다양한 매체와의 인터뷰에서 추상적 사고에 대해 거듭 강조한 가와쿠보는 추상적 연상 방법 외에도 2008년 『선데이 타임스(The Sunday Times)』와의 인터뷰에서 평소 새로운 발상을 이끌어 내기 위해 본질적으로 다른 두세 가지 테마들을 찾고 그것들을 간접적으로 표현할 테크닉을 항상 생각해본다고 답하였다(Croft, 2008). 이와 같이 서로 상반된 테마들의 결합을 통해 예상치 못한 신선한 아이디어를 얻는 방식은 서로 연관이 없는 것들을 조합하여 평소에 생각지도 못한 해결방안을 마련하는 ‘이연 연상법’과 발상의 포인트를 정하여 그것을 적용해보는 ‘체크리스트법’ 중 다른 분야의 아이디어를 결합하는 ‘결합법’ 및 서로 상반되는 것들을 관련지어 생각해보는 ‘반대법’과도 연관이 깊다.

2017년 앤드류 볼튼과의 인터뷰에서 가와쿠보는 창의적인 발상을 위해 나와 다른 사고를 지닌 사람을 떠올린 후, 그 사람의 입장이 되는 상상을 시도해 본다고도 답하였다(Bolton, 2017). 이처럼 타인의 관점에서 문제를 바라보면서 새로운 시각으로 아이디어 발상을 얻어나가는 방식은 은유와 유추법을 활용한 ‘시네틱스’와 연관된다.

이상에서 살펴본 창의적인 발상법을 통해 가와쿠보의 머릿속에만 존재하였던 발상 모티브 즉, 디자인 발상 테마들이 도출되며 이와 같은 디자인 발상 과정은 그녀가 구현하고자 했던 신선하고 새로운 콘셉트 형성에 일조하여 최종적으로 기존의 틀에 반하는 혁신적인 꼼데 가르송 컬렉션의 테마를 도출한다(Table 4).

Table 4. 레이 가와쿠보의 디자인 발상 과정.



V. 결론 및 제언

레이 가와쿠보가 전개하는 폼테 가르송의 독보적인 디자인 근원에 대한 호기심으로부터 출발한 본 연구는, 디자이너 인터뷰 및 폼테 가르송 관련 기사와 문헌을 중심으로 가와쿠보의 디자인 발상에 대해 분석하였다. 이론적 배경으로 발상의 개념과 구체적인 사물에서 점차 추상화 시켜 나가는 체계를 보여준 하야카와의 ‘추상의 사다리’ 및 일

반적인 발상 과정에 대해 탐구하였다. 또, 창의적인 아이디어 발상을 위한 디자인 발상법으로 입출력법, 체크리스트법, 특성열거법, KJ법, 형태분석법, 브레인스토밍, 시네틱스, 이연연상법, 시나리오 사고 분석법 등을 살펴보았다.

레이 가와쿠보의 디자인 발상 분석 결과는 다음과 같다. 가와쿠보가 지니고 있는 철학과 사고를 발상의 모티브에 따라 테마별로 분류하면 첫째, 일본 전통정신과 자유정신을 포함하는 ‘정신의 구

현’, 내면의 감정 상태를 바탕으로 한 ‘감정의 표출’, 유년시절 기억이 모티브가 되는 ‘기억의 회상’으로 크게 3가지로 나뉘지며 이러한 발상의 테마들은 다양한 발상법을 통해 도출되어 매 시즌 새로운 콘셉트로 구현된다. 즉, 가와쿠보는 본인이 가지고 있는 철학과 머릿속의 발상을 산출해내는 방법으로 다양한 발상 방법을 활용하는 것이다. 디자인 발상 전개를 위한 다양한 방법 중 가와쿠보가 즐겨 사용한 발상법은 팀원들과의 자유로운 대화 및 토론을 통해 아이디어를 이끌어내는 ‘브레인스토밍’이며, 상반된 것들을 사용하여 접근하는 ‘이연연상법’, ‘만약 ~라면 어떻게 될까?’인 가정법과 유추를 활용한 ‘시네틱스’, 발상을 포인트를 정하여 그것을 적용해보는 ‘체크리스트법’ 중 ‘결합법’과 ‘반대법’을 활용하는 경향을 보였다. 창의적인 디자인 발상 과정을 거쳐 구현된 꿈데 가르송 컬렉션들은 본질적으로 레이 가와쿠보의 머릿속에 존재하던 발상과 이미지를 현실화 시킨 것이며 그녀가 보여 주고자 하는 꿈데 가르송의 컬렉션 테마를 도출하는데 일조한다.

이처럼 가와쿠보는 다양한 디자인 발상법을 본인만의 디자인 발상 테마를 구현해 내는데 적극 활용하고 있으며 이를 통해 신선하고 독자적인 컬렉션을 선보이고 있다. 본 연구는 가와쿠보의 디자인 발상 과정 분석을 통해 혁신적이고 차별화된 디자인 개발을 위한 하나의 방법론을 제시하고자 하는 데에 그 의의가 있으며 후대 디자이너들의 창의적인 디자인 발상 전개에 있어 유용한 지침서로 활용되기를 기대해 본다.

Reference

- Anaya, S., & Koch, J. (2017, April 26). ABC of CdG. 032c. Retrieved June 9, 2019, <https://032c.com/abc-of-cdg>
- Bolton, A. (2017). *Rei Kawakubo Comme des Garçons: art of the in-between*. NY: THE MET.
- Blumberg, N. (n.d.). Rei Kawakubo. *Britannica*. Retrieved June 10, 2019, <https://www.britannica.com/biography/Rei-Kawakubo#ref1206670>
- Britt, A., & Dwell. (n.d.). Future Beauty. *dwell*. Retrieved June 25, 2019, <https://www.dwell.com/collection/future-beauty-a84fff47>
- Center for Art Studies. (1997). *디자인? 디자인!!* [Design? Design!]. Seoul: Sigongsa.
- Croft, C. (2008, March 02). Guerrilla tactics. *The Sunday Times*. Retrieved June 17, 2019, from <https://www.thetimes.co.uk/article/guerrilla-tactics-qs18fgwnx02>
- Diktats. (n.d.). COMME DES GARÇONS, SIX MAGAZINE, N°1 (1988). *Diktats*. Retrieved June 17, 2019, <https://www.diktats.com/products/comme-des-garcons-six-magazine-n-1-1988>
- Dress to kill. (2014, August 15). Comme des Garçons - Fall 2014 Redefined. *Dress to Kill*. Retrieved June 25, 2019, <http://dresstokillmagazine.com/comme-des-garcons-fall-2014-redefined/>
- ELLE. (2016, May 11). 아무나 만날 수 없는 패션 거장, 레이 가와쿠보를 만났습니다 [I met a Rei Kawakubo, a fashion master who can't meet anyone]. *ELLE*. Retrieved June 17, 2019, from <https://www.elle.co.kr/article/15573>
- Encyclopedia. (n.d.). Comme Des Garçons. *Encyclopedia*. Retrieved June 30, 2019, from <https://www.encyclopedia.com/fashion/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/comme-des-garcons>
- Fall 1997 Ready-to-Wear Comme des Garçons. (n.d.). FALL 1997 READY-TO-WEAR Comme des Garçons. *Vogue*. Retrieved June 30, 2019, <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-1997-ready-to-wear/comme-des-garcons/slideshow/collection#35>
- Fall 2012 Ready-to-Wear Comme des Garçons. (n.d.). FALL 2012 READY-TO-WEAR Comme des Garçons. *Vogue*. Retrieved June 30, 2019, <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2012-ready-to-wear/comme-des-garcons/slideshow/collection#16>
- Fall 2018 Ready-to-Wear Comme des Garçons. (n.d.). FALL 2018 READY-TO-WEAR Comme des Garçons. *Vogue*. Retrieved June 30, 2019, <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-ready-to-wear/comme-des-garcons/slideshow/collection#3>
- Gibson. (2019, May 9). Comme des Garçons is “nothing a bout clothes” says Rei Kawakubo. *dezeen*. Retrieved August 7, 2019, <https://www.dezeen.com/2019/05/09/rei-kawakubo-comme-des-garcons-interview/>
- Hansson, N. (n.d.). A Sixth Sense. *Kinfolk*. Retrieved June 10, 2019, <https://kinfolk.com/a-sixth-sense/>
- Hayakawa, S. I. (1990). *Language in thought and action* (5th edition). CA: Harcourt Brace.
- Hsieh, V. (2017, March 6). New info revealed about the Met's Comme des Garçons show. *Dazed*. Retrieved June 25, 2019, <https://www.dazeddigital.com/fashion/gallery/23>

- 581/3/rei-kawakubo-comme-des-garcons-art-of-the-in-between
- Hyland, V. (2017, May 1). What to Look for at the Costume Institute's Comme des Garçons Exhibit. *THE CUT*. Retrieved June 9, 2019, <https://www.thecut.com/2017/05/comme-des-garcons-met-exhibit-andrew-bolton.html>
- Hyzagi, J. (2015, Sep 20). Rei Kawakubo's radical chic. *The Guardian*. Retrieved August 6, 2019, <https://www.theguardian.com/fashion/2015/sep/20/rei-kawakubo-radical-chic>
- I-D Team. (2018, February 06). See the full comme des garçons cover story here. *I-D*. Retrieved June 25, 2019, https://i-d.vice.com/en_uk/article/pamdq9/full-comme-des-garcons-cover-story-the-radical-issue
- Kim, Y. B., & Choi, G. Y. (2011). *디자인 발상·이론과 실제* [Idea generation for design]. Seoul: Taehakwon.
- Koestler, A. (1964). *The act of creation*. NY: Dell Publishing.
- Kong, H. Y. (n.d.). User Interface 컨셉에 대하여 [About user interface concept]. *Di TODAY*. Retrieved May 24, 2019, from http://www.ditoday.com/articles/articles_view.html?idno=2250
- Lam, B. (2015, January 28). Kyoto Costume Institute -The miracle of form and dimension-. *Japan Travel*. Retrieved June 25, 2019, <https://fr.japantravel.com/kyoto/kyoto-fashion-institute/17443>
- Lee, J. M. (2012, May 25). 레이 가와쿠보 [Kawakubo Rei] - 서구 패션 미학에 도전한 본능적 혁신자 [Rei Kawakubo - an instinctive innovator who challenged western fashion aesthetics]. *NAVER*. Retrieved June 30, 2019, from <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3574479&cid=58794&categoryId=59126>
- Lee, K. H., & Lee, E. R. (2017). *뉴 패션디자인 플러스 발상* [New Fashion Design Plus Inspiration]. Seoul: Gyo moonsa.
- Li, A., & Choi, S. (2015). A study on aesthetic traits of Japanese traditional costumes in rei kawakubo's fashion: focused on comme des garçons' f/w 2011-s/s 2016 men's collections. *Journal of the Korean Society of Costume*, 65(8), 125-135. doi:10.7233/jksc.2015.65.8.125
- MacLean, A. (2017, November 27). COMME DES GARÇONS' FORGOTTEN MAGAZINE. *ubercultured*. Retrieved June 17, 2019, https://www.ubercultured.com/2017/11/comme-des-garcons-forgotten-magazine_27.html
- Menkes, S. (2007, February 28). Kawakubo goes Kawaii. *The New York Times*. Retrieved June 9, 2019, <https://www.nytimes.com/2007/02/28/style/28iht-rcdg01.4754078.html>
- Menkes, S. (2017, May 2). Rei Kawakubo: abstract anger. *Vogue*. Retrieved June 9, 2019, <https://www.vogue.co.uk/gallery/suzy-menkes-met-gala-rei-kawakubo-abstract-anger>
- Nigel Cross. (2011). *Design thinking: understanding how designers think and work*. Oxford; New York: Berg Publishers.
- Park, S. Y., & Kim, M. Y. (2016). Maximalism characteristics expressed in Rei Kawakubo's collections. *The Research Journal of Costume Culture*, 24(5), 626-641. doi:10.7741/rjcc.2016.24.5.626
- Shin, H., & Yum, M. (2017). The avant-garde expressive characteristics of Rei Kawakubo's Collection: a focus on Rei Kawakubo/Comme des Garçons: art of the in-between. *The Research Journal of Costume Culture*, 25(6), 787-803. doi:10.29049/rjcc.2017.25.6.787
- Spring 2017 Ready-to-Wear Comme des Garçons. (n.d.). SPRING 2017 READY-TO-WEAR Comme des Garçons. *Vogue*. Retrieved June 30, 2019, <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-ready-to-wear/comme-des-garcons/slideshow/collection#14>
- Sudjic, D. (1990). *Rei Kawakubo and Comme des Garçons*. NY: Rizzoli.
- The Met. (2017). Rei Kawakubo/Comme des Garçons: art of the In-Between. *The Met*. Retrieved August 22, 2019, <https://www.metmuseum.org/press/exhibitions/2016/rei-kawakubo>
- Yim, E. (2013). Representation of the body in dress and painting: focusing on the works of Francis Bacon and Rei Kawakubo. *Journal of fashion business*, 17(4), 40-57. doi:10.12940/jfb.2013.17.4.40

Rei Kawakubo's Idea Generation & Design

Kim, Yu Jin • Joo, Bo Rim⁺

Master's course, Dept. of Fashion Design, The Graduate School of Ewha Womans University

Professor, Dept. of Fashion Design, Ewha Womans University⁺

Abstract

Rei Kawakubo is one of the world's best known fashion designers and a creative director of Comme des Garçons, who tears up the conventions of fashion and fascinates people with her innovative clothing with a strong belief and a rebellious attitude. So far most of the studies related with Rei Kawakubo have mainly focused on her characteristic of design, analyzing Comme des Garçons collection rather than design process. Thus, this study placed emphasis on Kawakubo's idea generation and her design motives based on designer's interview and collection review. Kawakubo's Design themes can be classified according to the motif, such as Kawakubo's philosophy and spirit, emotional expression and childhood memory. These themes are derived through various design thinking methods and are implemented with new concepts every season. In other words, Kawakubo uses a variety of idea generation methods as a way of eliciting her philosophy and ideas. Comme des Garçons collections are creation of Kawakubo's idea generation and design thinking that conveys her abstract self-expression and design theme and ultimately empowers innovative brand image. Through this research, the study set out to discover the root of Kawakubo's unique design and present one of the guidelines for fashion designers on how to proceed with innovative design development.

Key words : Rei Kawakubo, Comme des Garçons, design thinking, idea generation, fashion design process