한자(漢字)를 응용한 남성 트렁크 디자인 연구

김혜리*¹⁾ · 최원경¹⁾ · 이영숙²⁾

¹⁾동아방송예술대학 패션스타일리스트과

²⁾강릉원주대학교 의상디자인학과

A study on Men's Trunks Designs Characterized by Chinese Letters

Hye-Ree Kim*¹⁾, Won-Kyung Choi¹⁾, and Young-Sook Lee²⁾

¹⁾Dong-Ah Institute of Media and Arts; Anseong, Korea

²⁾Gangneung-Wonju National University; Wonju, Korea

Abstract : Trunks like men's underpants are similar to boxer shorts and are made in both modern and traditional styles. Like boxer shorts, trunks cover the mid-section of the body (hence the name "trunk"). As the income level of the nation increases, men as well as women become interested in fashion expressing the individual's character, by not regarding fashion as simply wearing essential items to live in. Men's interest in fashion influences men's underwear designs which has been thought previously just as to be worn for living in. Nowadays, trunks are often worn as lounge wear in the household, therefore the need for sensual and characteristic trunks designs is required in the fashion market to meet the customer's new needs. In modern fashion designs, Chinese letters have been artistically presented and used in decorative fashion design regardless of its original meaning, generally embroidered in traditional costumes. Based on the fact that Chinese letters containing lucky meanings have traditionally been used, other Chinese letters meaning positive and prospective future can be adapted and weaved into men's trunks designs. Therefore, in this study, among many good meaning Chinese letters; four Chinese letters, 高(high), 金(gold), 義(justice), 愛(love), have been selected and applied in the trunks designs. The purpose of this study is to develop men's trunk designs using these Chinese letters which can be massively produced and sold in Asian countries which commonly understand the meaning of the Chinese letters as well as in South Korea.

Key word: trunks, chinese letter fashion design, men's underwear, underwear design, lounge wear

1. 서 론

1.1. 연구목적 및 의의

남성 속옷은 신체 보호의 기능이 중요하지만, 실내생활과 운동의 증가로 인해 속옷 노출 빈도수가 높아지면서, 젊은층을 중심으로 기능적인 측면에 더하여 개성을 드러내는 미적인 감각이 요구되고 있다. 이러한 추세는 우리나라뿐만 아니라 일본의 경우에서도 찾아 볼 수 있는데, 외출 시에는 속옷으로 입고 집에서는 실내용 또는 집 주변으로의 가벼운 외출시 착용했던 '스테테코'가 촌스러운 아저씨 이미지 때문에 외면됐으나 최근 본래의 기능성에 패션성이 더해져 각광을 받고 있다(김준한, 2009). 영국의 남성 속옷 시장도 브랜드 제품의 고급화와 더불어 소비세에 증가를 보여, 남성 속옷의 과감한 디자인과 고급스러운 품질은 전세계적인 추세로 볼 수 있다(박윤홍, 2009).

권영아, 공진희(2009)의 연구에 따르면, 활동하기에 편안하다

는 이유를 들어, 삼각팬티보다는 트렁크 형태의 팬티를 더욱 선호하는 것으로 나타났으며, 설문조사시 팬티 디자인에서 남성들은 도형을 가장 선호하는 문양디자인으로 응답하였다. 또한 트렁크의 색상 및 문양은 선호도에 중요한 역할을 하는 것으로 나타났다. 그러나 이러한 시장적인 요구에도 불구하고, 트렁크 디자인의 개발은 아직 미미한 단계로, 단순하면서도 고급스러운 문양을 응용한 트렁크 디자인 개발이 요구된다.

여러 가지 문양 중 글자는 티셔츠나 모자와 같은 캐주얼 아이템(casual item)에 쓰인 것이 대부분이나, 최근 몇 년 동안 패션 디자이너 이상봉은 컬렉션에도 본격적으로 글자를 이용한 의상 디자인을 선보이고 있다. 패션 디자이너가 고급 의상에 글자를 사용함으로써, 글자는 저가의 캐주얼 아이템만이 아닌 컬렉션 의류에도 적용된다는 이미지를 심어주었다. 현재 국내에서 시판중인 남성 트렁크에서 글자의 활용은 주로 허리 밴드 부분에 영어로 브랜드 로고를 넣는 디자인이 대부분으로 조사되었는데, 겉옷 아이템에 쓰인 것과 같이, 브랜드 로고(logo)뿐만 아니라 상징성이 있는 글자를 사용하여, 트렁크 디자인에 사용한다면 상품의 고급화에 이바지 하여, 트렁크 매출 증

Corresponding author; Hye-Ree Kim
Tel. +82-10-4783-8147, Fax. +82-31-312-1616
E-mail: april@dima.ac.kr

대에 기여할 수 있을 것으로 사료된다.

우리나라에서 예로부터 한자는 의복뿐 만 아니라, 베개나 이불, 복주머니 같은 실생활에서 사용되는 아이টে에 수를 놓아 무병장수와 출세, 또는 안녕을 기원하는 기능으로 애용되어 왔다. 또한 주술적인 목적을 가지고 있는 부적에도 한자와 같은 글자가 변형되어 그려져 있는 것을 볼 수 있는데, 이는 악운이 물러가고, 좋은 일만 생기기를 기원하며 안녕을 도모하는 인간 본성의 바람을 담고 있다고 볼 수 있다. 이러한 측면에서 접근할 때, 현재의 남성 트렁크는 속옷 종류로는 인체에 가장 밀착되는 형태를 지니고 있으므로, 좋은 의미의 한자가 속옷에 새겨진다면 행운과 보호의 기능을 느낄 수 있다는 긍정적인 면에서 착용자에게 심신의 안정된 기분을 줄 수 있다고 사료된다. 이 문헌은 2006년 부적을 몸에 항상 지니고 다닐 수 있는 부적주머니 팬티를 고안하여 특허를 냈고, 이러한 움직임은 주술적인 목적이 담긴 글자나 그림을 몸에 지님으로서 외부로부터의 공격이나, 추위와 질병, 맹수들의 습격, 가뭄과 홍수로 인한 천재지변 등으로부터 안전하고자 하는 한국인의 열망을 반영한 것으로 볼 수 있다.

따라서 남성 소비자들이 선호하는 한자를 이용한 남성 트렁크 디자인의 개발은 한자를 사용하는 중국, 일본 등 아시아 국가들까지 그 의미가 통용된다는 점에서, 우리나라뿐 만 아니라 세계적으로 상용화할 수 있다는데 그 의의가 있다.

1.2. 연구 범위 및 방법

국내에서 시판되고 있는 남성 하의 속옷의 종류는 하체에 밀착되는 삼각 형태인 삼각팬티, 그보다는 조금 길이가 길며 사각 형태로 몸에 밀착되는 드로어즈(drawers), 또 드로어즈보다 헐렁하고 몸에 밀착되지 않는 박스형의 트렁크의 세 가지로 나뉘고 있다. 그 중에 트렁크는 남성들의 질화를 예방하고 통풍이 용이하여 쾌적함을 제공한다는 측면에서 많이 애용되고 있다. 또한 트렁크는 속옷으로의 기능뿐만 아니라 가정에서는 라운지 웨어처럼 착용된다는 점에서 패션 아이템으로서의 디자인이 요구된다고 사료되어, 본 연구에서는 남성 트렁크로 아이টে를 한정하여 디자인을 제시하였다.

본 논문에서는 트렁크 디자인에서 한자를 응용하고자 2006년도부터 2010년도까지 최근 5년간 시판중인 트렁크 디자인을 시장조사하여 사진자료를 수집하였으며, 동 기간동안 시판된 트렁크 디자인 중 언어 문자로 표현된 글자를 응용한 트렁크 디자인에 대해 분석하였다. 따라서 2008년부터 2010년까지 글자를 응용한 트렁크 디자인을 집중 분석하여, 그 디자인들과는 차별화를 두는 트렁크 디자인을 제시하고자 한다. 그리고 국내외에서 수집된 KOTRA 산업 자료들과 대중매체에 나타난 남성 트렁크에 관한 기사 및 영상물을 참조하여, 트렁크의 트렌드와 시장 분석에 이용하였다.

복식에 표현된 한자는 동양의 이국적인 면모를 보여주고 이질적 문화의 양식으로서 아시아의 신비로움을 상징적으로 나타낸다. 아시아 문양, 한자의 표현은 전통복식에서 나타난 상징적

의미가 배제되고 하나의 문양으로 장식되어 복식이 두드러져 보이는 역할을 한다(김유영, 2008). 이와 같은 맥락에서 볼 때, 문헌상 뚜렷하게 주술적인 의미가 담겨 있어 일반적으로 의복과 각종 생활 용품에 폭넓게 적용되어 사용되는 한자들, 예를 들어 壽(수), 福(복), 富(부), 寧(영), 喜(희)와 같은 길상(吉相) 문자 외에도, 긍정적 의미의 한자는 트렁크 디자인에서 충분히 응용될 수 있다. 실질적으로 소비자에게 시판되는 디자인 연구를 위해 서울과 원주에 거주하는 20대에서 50대까지의 남성 총 184명에게 10개의 한자를 제시하고, 그 중에서 트렁크 디자인에 쓰일 한자를 2개씩 고르는 방법으로 선호도에 대한 설문조사를 진행하였다. 설문 응답자에게 제시된 10개의 한자는 20대 3명, 30대 3명, 40대 3명 등 총 12명으로 구성된 인원이 일반적으로 좋은 뜻이라고 여겨지는 한자들 중에서 선정하였다. 高(높다), 金(금), 力(힘), 美(아름답다), 壽(오래산다), 强(강하다), 善(착하다), 愛(사랑하다), 義(의롭다), 忍(참다) 등 총 10개의 한자가 선정되었으며, 그 외에도 설문 응답자들에게 트렁크 디자인에 적합하다고 생각되는 한자를 자유롭게 추천하도록 하였다. 설문조사 결과 선택한 빈도수가 높은 글자 중 네 글자를 선택하여 디자인 전개에 응용하였다.

2. 남성 트렁크에 관한 고찰

2.1. 트렁크의 개념 및 기능성

남성 트렁크는 남성 수영복이나 하의 속옷류 스타일을 뜻하는 말이다. 트렁크는 허리로부터 다리 길이의 중간 위까지를 덮는 스타일로 박서 쇼츠나 박서 브리프와도 비슷한 말이다. 트렁크는 1930년대에 느슨하게 몸에 맞으며 복싱 선수들이 착용하였던 박서 쇼츠(boxer shorts)와 같은 스타일을 오리지널로 볼 수 있다. 트렁크라는 단어는 몸의 중간부분을 덮는다는 뜻에서 유래하였는데 박서 브리프보다 일반적으로 길이가 더 짧으며 허벅지 위쪽을 덮고, 허리선 바로 아래에 위치한 형태이다. 트렁크의 허리밴드는 몸판과 같은 패브릭에 고무줄을 넣어 마무리된 스타일이 일반적이었으나, 현재는 몸판 패브릭과 따로 고무밴드를 덧대어 디자인한 제품도 많이 시판되고 있다. 따라서 본 논문에서는 우리나라에서 널리 통용되며, 몸에 밀착되지 않으며, 그 길이가 허벅지에 닿는 길이의 남성 하의 속옷을 ‘트렁크’로 정의하기로 한다.

색상이나 재질, 스타일에서 여성 언더웨어의 폭넓은 변화와는 대조적으로, 남성들의 언더웨어는 거의 변화가 없었으며 주로 언더팬츠와 언더셔츠로 대별되는 비교적 단순한 경향을 보여 왔다. 그러나 이제 그러한 고정관념은 더 이상 의미가 없을 뿐 아니라 언더웨어에서도 크로스 드레스 경향이 점차로 우세해지는 추세이다.

한때 언더웨어는 몸을 감추기 위한 의복이었으나, 현재에는 그 반대의 의미도 같이 내포하고 있어 자연스럽고 “보여주고 싶은 내의”라는 말이 광고 카피로 표현되고 소비자들 역시 특별한 거부감 없이 받아들이고 있다. 또한 남성 트렁크 종류는

착용감이 편안하고 몸에 밀착되지 않아, 집안에서 가벼운 라운지 웨어로서의 역할도 하고 있어 패션성이 더해진 상품 개발은 충분한 수요가 따르는 시장이라고 볼 수 있다.

프랑스의 툴루즈 남성불임연구소에 따르면, 고환의 온도가 1도씩만 올라도 그 기능을 망각하게 되며, 2도씩 이상 상승하면 정자가 전멸한다는 위험성을 경고하고 있다(“여성의 건강”, 2009). 많은 시간을 앉아서 보내는 현대인들의 생활방식과 잘못된 속옷의 착용은 고환의 온도를 높여 날로 고환을 파괴하게 만들고 있으며 음습한 환경으로 인한 세균서식이 남성에게는 사타구니 습진 등 피부질환을, 여성에게는 질염, 요도염, 방광염, 자궁경부암 등 부인병의 직접적인 원인을 제공하게 된다.

구미미즈산부인과의 정보에 따르면, 남성 불임의 예방법으로 열에 약한 고환에 열이나 습기가 차지 않도록 속옷은 박스 스타일을 입고, 꽉 끼는 바지는 피하라고 권고한다(“남성불임”, 2010). 음여성한의원 문현주 원장 역시 건강한 정자 생성을 위해서 음낭의 온도가 몸 중심의 온도보다 최소 1-2도는 낮아야 하므로, 꽉끼는 속옷은 입지 말고, 바람이 통하는 박스형 속옷을 입을 것을 권고한다(“남성불임 예방”, 2008).

김용석(2009) 박사는 저서에서 ‘이젠 삼각팬티가 부담스러워’라는 제목으로 음낭 밑에 땀이 차지 않도록 건조하게 해주어야 할 것을 당부하며, 몸에 꽉끼는 청마지나 합성섬유로 만든 내의를 입지 말고 흡수력이 좋은 면제품의 의류를 입는 것이 좋다고 설명한다. 몸에 밀착되는 속옷이나 의류를 착용하는 것은 남성 질환의 일종인 낭습을 초래하여 악취를 만들 뿐만 아니라, 심지어는 불임까지 유발하는 현상을 나타내고 있다고 주장한다. 이와 같은 근거에서 유추해 볼 때, 삼각팬티, 드로어즈, 트렁크 세 가지 중 트렁크가 몸에 밀착되지 않는 디자인으로, 통풍을 용이하게 하여 건강을 고려한 기능적인 측면에서 가장 이상적이라고 볼 수 있다. 이에 나아가 남성 질환을 미연에 방지하고 완화시키려는 의도에서 트렁크의 기능성을 극대화하기 위한 특허 받은 디자인도 여러가지 선보이고 있다.

2.2. 국내 남성 언더웨어의 추세

국내 서구식 남성 언더웨어는 약 50년 정도의 역사를 지니고 있다. 백양(BYC)과 쌍방울(TRY), 태창(VICMAN)이 국내 언더웨어 역사의 초창기를 이끌어 나갔으며, 90년 (주)좋은사람들의 ‘젊은 내의’ 제임스딘 브랜드 출범으로 촉발되어(김윤형, 2003) 현재 언더웨어 시장은 캐릭터 브랜드(character brand)가 주도하고 있다. 2000년대 이후에는 비니스와 비비안 등의 국내 빅 브랜드는 물론 라이선스 브랜드들도 유통채널을 더욱 다양화하는 추세로 기존 백화점 중심의 채널에서 로드숍과 할인점, 홈쇼핑까지 열기를 더하고 있다. 백화점의 고급화 정책으로 수입 브랜드들이 하나 둘씩 매장을 채워나가고, 가두점 브랜드들도 리뉴얼하고 있다. 남성 언더웨어도 디자이너 브랜드를 달고, 할인마트는 PB브랜드 확대와 상품 차별화에 힘을 쏟고, 홈쇼핑도 셀러브리티(celebrity)들과 디자이너들의 만남을 받아들이는 등 다양한 변화를 시도하고 있다. 장광호, 이상봉과 같은 패션

디자이너들은 기존 브랜드에서 볼 수 없었던 화려하며 대담한 색상 조합을 남성 언더웨어에 도입하여, 프리미엄 언더웨어로서의 개성을 나타낸 차별화된 상품으로 TV 홈쇼핑과 인터넷 쇼핑몰에서 절찬리에 판매중이다.

2.3. 글자를 응용한 트렁크 디자인 분석

2006년부터 2010년도까지 최근 5년간 시판중인 트렁크 디자인을 시장조사한 결과 2006년도부터 2007년까지는 트렁크 디자인에 글자를 이용한 디자인은 거의 없는 것으로 조사되었다. 2008년도부터는 BLUE PINE, Ecclesia, TRY 등의 브랜드에서 사용되어진 글자를 응용한 트렁크 디자인은 대부분이 자사 브랜드의 영어로고를 응용한 디자인이 주류를 이루었으며, 2010년으로 들어오면서 자사의 영어 로고를 패턴화하는 방법으로 디자인이 더욱 다양화되고 다품종을 이루었다. 그 외에는 이상 봉만이 한글을 트렁크 디자인으로 적용하였다. 분석 결과, 글자를 응용한 트렁크 디자인은 아래와 같이 네 가지 범주로 나뉘었다.

첫 번째, 자사 브랜드의 영어 로고만을 트렁크 전체에 패턴화 시켜서 사용한 경우이다. 2009년도에 시판된 BLUE PINE은 브랜드 로고에 쓰이는 영어 알파벳을 여러가지 색상으로 자유롭게 배열하였고, 색상톤을 세 가지로 출시하여 다른 느낌의 트렁크를 디자인 하였다. 또한 디자이너 장광호가 런칭한 CARUSO는 브랜드 로고를 상하 뒤집기와 겹치기 느낌으로 프린트로 표현하였고, 2010년 Giorgio Ferri 디자인에서는 브랜드 로고 배열을 자유롭게 하고, 로고만을 이용하여 여러가지로 글자크기를 조정하여 배열하였다.

두 번째, 자사 브랜드의 영어로고와 다른 일반 단어를 혼합하거나 다른 텍스트일 프린트와 혼합하여 사용한 경우이다. 이 디자인들은 브랜드의 로고가 눈에 확연히 드러나지 않는 것이 특징이다. 2010년 CARUSO의 디자인은 브랜드 로고를 여러가지 문자체를 응용하여 불규칙적인 글자크기와 배열로 프린트를 하고, 불규칙한 두께의 세로 스트라이프 패턴을 믹스한 경우이다. 또 Giorgio Ferri는 불규칙한 두께의 가로 스트라이프 문양과 다양한 크기의 로고, 영문 글자들이 혼합된 디자인을 선보였다. Pierre Cardin의 디자인은 영자 신문 프린트 위에 브랜드 로고를 거꾸로 프린팅하여 이색적인 느낌을 준다.

세 번째, 그래픽기 기법을 응용한 트렁크 디자인이다. 브랜드의 로고가 거의 드러나지 않으며, 흘려서 쓰여있어 브랜드의 로고는 거의 눈에 띄지 않으며, 그래픽기를 응용한 패턴만이 더욱 두드러져 보이는 스타일이다. GET USED는 여러 가지 색상이 혼합되어 매우 화려한 디자인의 그래픽기를 이용하였는데, 몸판 중간중간에 삽입된 로고 디자인은 거의 눈에 띄지 않는다. 비비안의 트렁크는 브랜드 로고는 없으나, 그래픽기와 영자신문을 혼합한 것과 같은 프린트이다. Von Dutch는 전체적으로 단색의 그래픽기가 그래픽레이션 기법으로 주류를 이루고 있으나, 이보다 선명한 색상을 포인트로 하여 브랜드 로고를 작게 프린트 한 경우이다.

Table 1. 글자를 응용한 트렁크 디자인 분석

	category 1	category 2	category 3	category 4
컨셉트	<ul style="list-style-type: none"> · 브랜드 영어로고를 전체적으로 프린트하여 디자인의 영감으로 사용 · 로고가 확연히 드러나는 것과 그렇지 않은 디자인이 공존 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사의 브랜드 영어로고와 다른 일반 단어를 혼합하거나 다른 텍스타일 프린트와 혼합 사용 · 브랜드 로고가 눈에 확연히 드러나지 않음 	<ul style="list-style-type: none"> · 그래픽티 기법 응용 · 그래픽티의 장식적인 프린트가 전체적으로 프린트 되고 그 사이사이에 브랜드 로고가 불규칙하게 배열되어 로고가 거의 눈에 띄지 않음. 	<ul style="list-style-type: none"> · 로고를 원포인트 디자인으로 응용 · 브랜드 로고를 한눈에 알아볼 수 있는 집중성 있는 심플한 디자인

	2009 BLUE PINE <ul style="list-style-type: none"> · 브랜드 로고에 쓰이는 영어 알파벳을 여러 가지 색상으로 자유롭게 배열 	2010 CARUSO <ul style="list-style-type: none"> · 브랜드 로고를 여러 가지 다른 크기의 문자체를 응용하여 불규칙적 프린트를 배열, 불규칙한 두께의 세로 스트라이프 패턴을 믹스함. 	2010 GET USED <ul style="list-style-type: none"> · 여러가지 색상이 혼합되어 매우 화려한 디자인이며, 몸판 중간중간에 삽입된 로고 디자인은 거의 눈에 띄지 않음. 	2009 CRAZY BONE <ul style="list-style-type: none"> · 허리부분을 고무밴드로 미끈하게 하고, 자사 브랜드명을 허리에 굵게 넣은 심플한 디자인
특징 및 디자인 예시
	2010 CARUSO <ul style="list-style-type: none"> · 브랜드 로고를 상하 뒤집기와 겹치기 느낌을 주는 프린트로 표현 	2010 Giorgio Ferri <ul style="list-style-type: none"> · 가로 불규칙한 두께의 스트라이프 문양과 다양한 크기의 로고와 영문글자들이 혼합 	2010 비비안 秀 <ul style="list-style-type: none"> · 브랜드 로고는 없으나, 그래픽티와 영자신문을 혼합한 것과 같은 프린트 	2010 GET USED <ul style="list-style-type: none"> · 허리 밴드와 오른쪽 하단부분에 브랜드 로고를 넣음. 두가지의 문자체를 응용하여 디자인함

	2010 Giorgio Ferri <ul style="list-style-type: none"> · 브랜드 로고 배열을 자유롭게 하고, 로고만을 이용하여 여러 가지 글자크기를 조정하여 배열 	2010 Pierre Cardin <ul style="list-style-type: none"> · 영자 신문 프린트 위에 브랜드 로고를 거꾸로 프린팅 함. 	2010 Von Dutch <ul style="list-style-type: none"> · 전체적으로 그래픽티가 주류를 이루고 있으나 포인트 컬러로 브랜드 로고를 드러낸 디자인 	2010 Von Dutch <ul style="list-style-type: none"> · 매우 심플한 디자인이나, 뒷판 둔부에 브랜드를 크게 넣어 브랜드 로고를 디자인으로 사용함

네 번째, 브랜드의 로고를 트렁크 한 부분에 집중하고, 많은 가짓수의 색상을 이용하지 않으며, 큰 활자로 시선을 고정시켜 집중성을 주는 디자인이다. 2009년 선보인 CRAZY BONE은 허리부분을 고무밴드로 미끈하게 하고, 자사 브랜드명을 허리에 굵게 넣은 심플한 디자인이다. GET USED의 트렁크는 허리 밴드와 오른쪽 하단에 브랜드 로고를 넣었는데, 허리밴드에 넣은 로고와 하단에 넣은 로고는 문자체가 달라 이색적인 느낌을 준다. Von Dutch의 매우 심플한 디자인의 트렁크는 뒷판 둔부에 브랜드를 크게 넣어 디자인 하였다.

이와같이 분석한 글자를 이용한 트렁크의 디자인을 정리하

면 다음과 같다(Table 1).

3. 한자를 적용한 남성 트렁크 디자인

3.1. 한자 선정 및 디자인 컨셉트

문자 문양을 주로 사용하는 지역은 한자 문화권인 동북아시아의 중국, 일본, 한국이다. 이들 나라에서 쓰인 문자는 내용이 주는 상징적인 의미 때문에 사용되는 경우가 많은데, 길상(吉相)이나 벽사(辟事)의 의미를 가진 문자나 불교의 영향으로 보이는 한자 등이 쓰인다(김유영, 2008). 문자 문양을 보면 壽(수),

Table 2. 트렁크에 응용될 선호 한자(총184명, 368건)(건, 괄호안은 %)

	高	金	義	愛	力	美	强	忍	善	壽	total
20대	25	22	1	21	1	21	1	1	0	1	94
30대	39	33	27	26	8	6	5	0	4	0	148
40대	25	0	13	0	26	0	0	14	0	0	78
50대	12	6	15	0	5	0	10	0	0	0	48
total	101(27.4)	61(16.6)	56(15.2)	47(12.8)	40(10.9)	27(7.4)	16(4.3)	15(4.1)	4(1.0)	1(0.3)	368(100)

福(복), 萬壽(만수), 無疆(무강)과 같은 일반인들이 좋은 뜻이라고 여겨지는 많은 한자들이 디자인의 영감으로 사용될 수 있다고 사료된다.

본 논문에서 제시할 트렁크 디자인은, 위 트렁크 트렌드 분석에서 보인 여러 가지 디자인 중 브랜드 로고를 크게 부각시킨 원포인트 디자인인 category 4에서 영감을 얻었다. 따라서 트렁크에 쓰인 브랜드 로고를 한 글자로 함축된 의미를 담고 있는 한자 디자인으로 변형하는 트렁크 디자인은 충분히 상품성이 있다고 판단되었다. 설문조사에는 제시된 10개의 한자 외에도 20대는 權(권세), 準(평평하다), 30대는 尊(존귀하다), 儒(부드럽다), 安(평안), 康(건강하다), 40대는 必(필요하다), 康(건강하다)을 트렁크에 쓰일 추천 한자로 꼽았다. 설문조사 결과는 다음과 같다.

위의 표(Table 2)의 설문조사 결과, 高, 金, 義, 愛의 순서로

선호도가 조사되었으며, 트렁크 디자인은 세 가지 스타일에 위의 네 가지의 한자를 활용하여 한자마다의 의미를 담아 마음의 기원을 표현하였다. 본 논문의 트렁크 디자인은 내셔널 브랜드가 선보인 대중성과는 차별성을 가질 수 있도록 모던하면서도 럭셔리한 컨셉트로 기획하였으며, 한자 의미와 한자 획의 조형성에 따라, 글자가 지닌 감성적 의미가 잘 부각되도록 디자인 하였다. 각 글자당 메인으로 전개될 수 있는 디자인 외에 기본 컨셉트로부터 응용전개(variation)되어 적용될 수 있는 디자인을 각 1개씩 추가 제시하였다. 트렁크 디자인에 쓰인 색상의 최근 추세는 언더웨어의 패션화에 따라 다양한 색상을 사용하며, 젊은 층에도 어필하기 위한 밝고 화사한 느낌의 선명한 색상을 사용하거나 모던하면서도 고급스러움을 살릴 수 있는 색상을 사용한다. 본 디자인은 한자 문양의 의미가 두드러지도록 하는 것이 디자인의 포인트로서, 그라데이션(gradation)이 적

Table 3. 高와 金을 응용한 트렁크 디자인

디자인1	
컨셉트	<ul style="list-style-type: none"> · '위치가 높고 능력이 뛰어나거나 크거나 비싼 것'을 의미하는 '高'를 활용한 럭셔리한 이미지, '황금, 쇠, 돈 또는 귀한 것'을 의미하는 "金"을 활용하여 고급스러운 이미지 표현 · 허리 밴드에 배열할 때는 상하로 바뀐 글자를 교대로 일렬 배열하여, 허리밴드에 디자인 포인트를 줌. · 부드러운 느낌의 전서체 응용
색상	<ul style="list-style-type: none"> · 딥톤(deep tone)을 사용하고 럭셔리한 이미지를 주는 골드나 실버 색상을 포인트로 표현 · 한자를 로고처럼 활용한 고무밴드를 직조하여 사용 · 글자를 바르게 배치하거나 혹은 뒤집어서 배치하여 그래픽적인 요소를 가미
도식화
디자인 응용	<ul style="list-style-type: none"> · 밴드부분의 직조가 용이할 수 있도록 그래픽적으로 단순한 이미지를 표현할 수 있는 한자의 획수가 비교적 적은 한자(예: 힘 力, 큰 大 등)를 양각, 음각을 반복하여 문양의 변화를 주는 등 다양하게 응용가능

용되는 디자인을 제외하고는 3가지 이하의 색상으로 색상대비를 이용한다.

3.2. 高와 金을 응용한 트렁크 디자인

高는 '위치가 높고 능력이 뛰어나거나 크거나 비싼 것'을 의미하고, 金은 '황금, 쇠, 돈 또는 귀한 것을 의미' 하여 럭셔리한 이미지를 표현하고자 하여 금사와 은사를 포인트로 사용, 같은 디자인에 글자 배열만 달리하여 디자인 1(Table 3)로 제시하였다. 디자인 1은 허리 밴드에 배열할 때 상하로 바뀐 글자를 교대로 일렬 배열하여, 허리밴드에 포인트를 준 디자인이다. 서체는 전서체를 응용하였는데, Clunas(1997/2007)에 의하면 전서는 역사상 가장 오래된 서체로, 여러 공식적인 비문에 사용되었으며, 18세기에는 예술적 표현으로 많이 쓰였다. 색상은 몸판에 어두운 계열을 사용하고 럭셔리한 이미지를 줄 수 있는 골드나 실버 색상을 포인트로 표현하는데, 한자를 브랜드 로고처럼 활용한 고무밴드를 직조하여 사용한다. 한자를 바르게 배치하거나 혹은 뒤집어서 배치하여 그래픽적인 요소를 가미하고, 밴드부분의 직조가 용이할 수 있도록 그래픽적으로 단순한 이미지를 표현할 수 있는 한자의 획수가 비교적 적은 한자(예:力, 大 등)를 양각, 음각을 반복하여 문양의 변화를 주는 등 다양하게 응용 가능한 디자인이다.

3.3. 義를 응용한 트렁크 디자인

디자인 2는 義를 응용한 디자인으로, 義는 '양(羊)과 아(我)의 합의문자(合意文字)로 사회 통념상 옳은 일, 바르다, 선량하다, 또는 인간으로서 정도(正道)를 걷는 일'을 의미하여 남성의 굳건한 이미지를 표현하고자 하였다. 디자인 2(Table 4)의 이미지는 복싱 챔피언의 벨트 버클에서 디자인 착안하여 허리밴드 중앙부분에 자수를 놓아 응용한 것으로 남성의 강한 이미지를 표현하고자 하였다. 강건한 이미지를 나타내기 위하여 딱딱하고 모던하게 보일 수 있는 예서(隸書)체를 적용하였다. 예서는 운동 궤도의 흔적이 아주 뚜렷하고 소박하며 중후한 느낌의 서체(김진일, 2006)이다. 색상은 명도나 채도차가 큰 대비로 강한 이미지를 부각시키며 모던하게 표현하여, 앞부분에 원 포인트 자수로 사용한다. 이 디자인은 좋은 의미의 다양한 한자를 날개로 별도 제작하여 허리밴드 중앙에 한자부분만 바뀌서 덧붙여 줄 수 있도록 하여 개인의 선호에 따른 디자인 제시가 가능하다.

3.4. 愛를 응용한 트렁크 디자인

디자인 3(Table 5)은 '사랑, 자애로움, 친밀함, 소중함, 그리워함'을 의미하는 '愛'를 활용하여 부드럽고 사랑스러운 이미지를 표현하고자 글자체를 크게 부각시켜 트렁크의 왼쪽 하단에 자수를 놓아 한자의 획수와 문자체에서 주는 느낌을 표현하고자, 전서체를 사용하였다. 이 디자인은 몸판과 다른 색상의 고

Table 4. 義를 응용한 트렁크 디자인

디자인2	
컨셉트	<ul style="list-style-type: none"> · '양(羊)과 아(我)의 합의문자(合意文字)로 사회 통념상 옳은 일, 바르다, 선량하다, 또는 인간으로서 정도(正道)를 걷는 일'을 의미하는 의를 활용하여 남성의 굳건한 이미지 표현 · 허리밴드 중앙부분에 자수를 놓아 응용, 복싱 챔피언의 벨트 버클에서 디자인 착안 · 힘이 있고 딱딱하게 보이는 예서체 사용 義
색상	<ul style="list-style-type: none"> · 명도나 채도차가 큰 색상 대비로 강한이미지를 부각시키며 모던하게 표현 · 강한 이미지를 표현하기위해 앞부분에 원 포인트 자수로 사용, 색상대비를 활용하기 때문에 한 부분에만 사용하여 현대적인 이미지를 부각시킴
도식화
디자인 응용	<ul style="list-style-type: none"> · 좋은 의미의 다양한 한자를 선택하여 허리밴드 중앙에 자수로 활용가능. 앞 중심에 붙이는 한자부분만 바뀌서 덧붙여줄 수 있도록 한자를 날개로 별도 제작하여 개인의 선호에 따른 디자인제시 가능

Table 5. 愛를 응용한 트렁크 디자인

디자인 3	
컨셉트	<ul style="list-style-type: none"> · ‘사랑, 자애로움, 친밀함, 소중함, 그리워함’을 의미하는 “愛”를 활용하여 사랑스러운 이미지 표현 · 글자체를 크게 부각시켜 트렁크의 왼쪽 하단에 자수를 놓아 한글의 획수와 문자체에서 주는 느낌을 표현 · 부드러운 느낌의 전서체 사용
색상	<ul style="list-style-type: none"> · 밝고 화사한 색상으로 한자가 돋보이는 색상대비 이용 · 몸판과 다른 색상의 고무밴드 허리를 사용하여 단순하게 처리하고 시각적인 효과를 높이기 위해 오른쪽 하단 부분에 원 포인트로 프린트
도식화
디자인 응용	<ul style="list-style-type: none"> · 한자를 크거나 작게, 또는 겹치거나 늘리거나, 혹은 기울기를 달리하거나 문양을 점진적 형태의 그라데이션 배열을 하여 아래와 같은 이미지로 응용

무밴드 허리를 사용하여 단순하게 처리하고 시각적인 효과를 높이기 위해 오른쪽 하단 부분에 원 포인트로 프린트하여 사용한다. 한자의 크기를 크거나 작게, 혹은 겹치거나 늘리거나 그라데이션 하여 아래 표와 같은 이미지로 응용, 패턴화가 가능하다.

5. 결 론

국민 소득 수준이 높아지면서 단순 의식주를 뛰어넘어 개성을 표현하는 패션에 대한 관심은 비단 여성뿐 만 아니라 남성들 사이에서도 높다. 패션에 대한 남성들의 지대한 관심은 입어야 하는 필수 아이템으로 여겨졌던 언더웨어의 디자인에도 영향을 많이 미치는데, 하의 속옷으로 입혀지는 트렁크는 집안에서 편안하게 착용할 수 있는 라운지 웨어의 개념으로 쓰임새가 확장되면서, 특히 감각적인 트렁크 디자인의 패션 상품 개발이 요구되고 있다. 이와 같은 시장의 움직임을 바탕으로 본 논문을 통해 내린 결론은 다음과 같다.

첫째, 하의류 남성 속옷은 삼각팬티, 드로어즈, 트렁크 세 가지로 나뉘는데, 그 중에 남성 질환을 완화시키고 건강을 유지한다는 측면과 통풍을 용이하게 하며 몸을 조이지 않는 디자인인 트렁크는 현재 시판되고 있는 남성 하의 속옷류 중에 인체에 착용하였을 때, 가장 이상적인 스타일로 볼 수 있다.

둘째, 여러 가지의 남성 트렁크 디자인 중 글자를 응용한 남성 트렁크의 트렌드는 ① 브랜드 로고만을 트렁크 전체에 패턴

화 시켜서 사용한 디자인, ② 자사의 브랜드 영어로고와 다른 일반 단어를 혼합하거나 다른 텍스타일 프린트와 혼합하여 사용한 디자인, ③ 그라피티 기법을 응용한 디자인, ④ 브랜드의 로고를 트렁크 한 부분에 집중하여 큰 활자로 포인트를 주는 디자인 등 총 4가지로 구분되었다.

셋째, 이에 본 연구는 날로 다양해지는 새로운 트렁크 디자인의 일환으로, 길상문자로 여겨져 여러 가지 상품에 다양하게 적용되었던 한자 외에, 일반적으로 여러 가지 상품 디자인에 활용되지 않던 좋은 의미의 뜻글자에 대한 설문조사를 실시하였으며, 그 결과 高, 金, 義, 愛가 트렁크 디자인에 쓰일 한자로 선호되는 것으로 나타났다.

넷째, 한자의 획수가 주는 조형적 느낌에 따라 위의 네 가지 한자를 사용하여, 세 가지 스타일의 트렁크로 디자인 제시하였는데, ① 高와 金을 응용한 디자인은 고귀하고 럭셔리한 이미지를 나타내는 디자인으로, ② 義를 응용한 디자인은 남성의 굳건한 뜻을 나타내는 디자인으로, ③ 愛는 사랑스러운 이미지를 표현하는 디자인으로 컨셉트를 정하여 디자인하고, 각각의 디자인에서 응용할 수 있는 추가 디자인을 제시하였다. 이러한 트렁크 디자인의 개발은 우리나라뿐 만 아니라 그 의미가 통용되는 아시아권, 나아가 남성 언더웨어의 개성적인 디자인을 선호하는 서양에서도 상품 개발이 가능한 트렁크 디자인을 제시하였다고 볼 수 있다.

본 논문에서는 트렁크의 미적 측면만을 고찰하여 사례조사를 통해 연구하고 디자인을 제시한 것으로 범위가 제한되었으

나, 후속 논문으로는 한지 직물이나 유기농 면과 같이 건강을 고려한 천연섬유를 이용하여 쾌적성을 높여주며 천연 염료로 염색한 직물을 이용한 트렁크 디자인을 선보여, 미적인 것과 동시에 트렁크 기능적 측면이 더욱 강화되는 디자인 및 제작이 이루어진다면 참살이 트렌드에 부합하는 상품 개발로 이어질 수 있을 것이다. 트렁크 디자인의 측면에서 볼 때는 본 논문에서는 네 종류의 한자로 그 연구를 제한하였으나, 길상이나 주술적인 의미에서 비롯된 트렁크 디자인에 응용될 수 있는 한자는 셀 수 없이 많다. 그리고 한 글자뿐 만 아니라 萬壽(만수), 富貴(부귀) 등의 두 글자, 壽福康寧(수복강녕), 子孫昌盛(자손창성) 등의 네 글자 디자인도 응용 가능하여 그 의미에 따라 적합한 색상과 텍스타일을 적용한 다양한 상품개발도 의미 있을 것으로 사료된다. 또한 실물로서 트렁크를 제작하여 남성 착용자들의 테스트를 통해, 쾌적성을 높이기 위하여 현재 시판되는 트렁크 패턴의 보정과 수정작업, 섬유의 혼용 비율의 조정 등에 관한 연구도 이루어졌으면 하는 바람이다.

참고문헌

- 권영아, 공진희. (2009). 남성 트렁크 팬티용 문양의 감성연구. 한국
감성과학회 춘계학술대회 논문집, p. 233.
- 김용석. (2009). *우리집 한방백과*. 서울: 풀로엮은 집, pp. 350-351.
- 김유영. (2008). *현대 패션디자인에 나타난 아시아 풍 문양에 관한 연구*. 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 김윤희. (2003). *쇼팽 연습곡에서 표현되는 Textile Pattern Design 연구 : 남성 언더웨어(underwear) 중심으로*. 단국대학교 디자인 대학원 석사학위논문.
- 김준한. (2009, 8. 14). 일본, 잠방이 바람 남성 급증! KOTRA. 자료 검색일 2010, 1. 22, 자료출처 <http://www.kotra.or.kr>
- 김진일. (2006). *한중 전통술 포장디자인에 나타난 캘리그래피에 관한 연구*. 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 남성불임, 여성불임 예방 생활습관! (2010, 6. 23). *미즈산부인과*. 자료검색일 2010, 7. 16, 자료출처 <http://www.gumibeauty.net>
- 남성불임 예방-아래를 서늘하게. (2008, 12. 23). *온여성한의원*. 자료 검색일 2010, 7. 16, 자료출처 <http://blog.daum.net/happywomb>
- 박윤홍. (2009, 5. 11). *꽃* 남심을 겨냥한 패션 바람. KOTRA. 자료 검색일 2009, 5. 11, 자료출처 <http://www.kotra.or.kr>
- 여성의 건강과 행복을 위하여! 남성 기능성 속옷 '라쉬반'. (2009, 9. 3). *연합뉴스*. 자료검색일 2010, 4. 8, 자료출처 <http://app.yonhapnews.co.kr>
- Craig Clunas. (2007). *새롭게 읽는 중국의 미술* (임영애 역). 서울: 시공사. (원저 1997 출판)
- (2010년 6월 17일 접수/ 2010년 7월 27일 1차 수정/2010년 8월 21일 게재확정)