

패션VMD 공간에 나타난 건축의 조형성에 관한 연구

이은경

대전대학교 패션디자인·비즈니스학과

A Study on the Formative Element in Construction of Fashion VMD Space

Eun Kyung Lee

Dept. of Fashion Design · Business, Daejeon University

1. 서론

패션산업에 있어서 비주얼 머천다이징(Visual Merchandising: VMD)은 패션상품의 기획을 시각적 요소에 의해 연출하고 관리하는 시각적 상품기획 활동이다. VMD는 패션의 중요성이 점차 확대되면서 건축과의 상호관계 속에서 형태적 구조적 유사성이 끊임없이 제기되고 있다. VMD와 건축은 설계를 기본으로 소재가 완성하는 삼차원의 공간 구조물을 창조의 결과로 도출해낸다는 점에서 일치한다. 또한 이 두 영역은 동시대가 요구하는 외형적 유사성을 보이는데 이것은 동일한 미적 기준이 적용된 결과이기 때문이다. 21세기에 들어서면서 패션의 관점에서 시대가 요구하는 새로운 창조방법으로서 건축적 패러다임 현상을 논의하면서 패션 VMD와 건축의 조형적 유사성을 분석하는 연구가 시도되고 있다.

본 연구는 패션 VMD에서 나타나는 건축적 조형성을 공간에 존재하는 실용성을 지닌 삼차원의 조형물이라는 점에 집중하여 건축적 특성을 지닌 VMD를 6가지로 분류하여 각각의 특성을 고찰해 보고자 한다.

연구방법은 VMD와 건축에 관한 서적과 선행연구를 중심으로 이론적 고찰을 하고, 패션, VMD, 건축 관련 자료와 인터넷사이트에서 추출한 사진자료를 분석하는 실증적 연구를 수행한다. 분석에 사용할 사진자료는 VMD와 건축과의 연구가 두드러진 2000년 이후부터 현재까지의 사진자료로 제한하였다.

2. 이론적 배경

2.1 VMD 기획 및 전개

VMD 기획은 컨셉에 따라 판매전략의 실시방법 등을 계획하여 상품전시를 하나의 시스템으로 만들어 나가는 것이다. VMD 전개는 브랜드의 이미지와 판매정책을 이해하며 매장의 특성을 파악하고 소비자층의 라이프스타일과 선호이미지를 명확히 설정한 후, 상품에 관한 구체적인 지식을 충분히 이해하여 상품을 제안하는 매장공간을 만드는 것이다.

2.2 VMD와 건축의 상호관계

VMD와 건축은 공간에 존재하는 심미성과 실용성을 겸비한 조형물이라는 점에서 공통점을 보인다. 뿐만 아니라 동시대의 트렌드를 받아들인다는 것, 모티브인 조형물은 여전히 시간과 공간을 초월해 존재한다는 것, 서로 움직일 수 없는 물체의 창조라는 것, 새로운 형태를 지닌 실용적 공간창조물이다. 패션뿐 아니라 모든 창조물은 자신의 향상성을 바탕으로 외부의 환경을 받아들이며 새로운 작업을 시도한다. 그러므로 패션도 건축도 모두 서로의 향상성을 모티브로 삼아 새로운 시대의 창조물을 재창조할 수 있다.

3. VMD와 건축의 조형적 특성

3.1 유동성의 공간으로 변화

디지털 사유와 다양한 과학이론을 통해 유동성이라는 새로운 공간적 패러다임을 탄생시켰다. 유동적이고 가변적인 공간은 내부와 외부공간을 자연스럽게 연결하는 것에서부터 투명성을 활용해 시각을 한 점에 위치시켜 내·외부를 상호소통하는 것으로 확장시켰다. VMD에서는 가구나 패션소품 등을 활용해 공간을 유동적으로 변화시킨다.

3.2 불확정적이고 무규정적인 공간 창조

VMD나 건축에서 불확정적이고 무규정적인 공간을 창조함으로써 목적과 기능을 일탈하여 해체와 창조, 무질서와 질서를 공유하고 있는 특성을 나타내고 있다. 조직적 해체와 재창조 해체는 자유롭고 무규정적 공간을 의미한다. 이는 VMD에서 기존의 조형양식에서 벗어난 자유곡선의 사용, 기하학적 해체와 재구성, 다차원적 형태 등으로 나타난다.

3.3 장식성을 배제한 공간 조형물 탄생

장식성을 배제한 건축적 골조를 만들어낸 군더더기 없는 조형성은 구조 자체만으로도 완벽한 구조의 공간을 연

출해낸다. 훌륭한 창조물은 단순하며 결점없는 구조에서 탄생하기 때문이다. 모더니즘적 사고가 VMD와 건축의 조형을 필두로 예술적 가치를 논의할 기반을 마련한 것이다. 흑백의 대비를 이용하여 급진적이며 단순한 디자인을 창출하기도 한다.

3.4 새로운 소재의 활용

기존에 사용하던 무겁고 단단한 소재 대신 부드럽고 유연하며 가벼운 소재를 활용하여 건축 형태의 자유로운 변형과 함께 이동 가능한 새로운 공간을 제시하고 있다. 티타늄과 같은 소재를 이용하여 미래적인 감각과 움직임을 형상화하였고, 건축에 사용되는 플라스틱 패널이나 나무, 너트와 볼트 등의 재료를 과감하게 조형적 창조물에 적용시켰다.

3.5 사회적 이슈를 담은 메시지 전달

환경, 자연친화, 녹색혁명 등 사회적 이슈를 담은 매장의 조형물은 무언의 메시지를 대중이나 고객에게 전달할 수도 있다. VMD 공간에 설치된 독특한 조형에 내포되어 있는 의식은 상업주의적 패션시장을 자연스럽게 장악해 나갈 수 있다. 또한 특별한 정보를 원하는 방식으로 혹은 모자이크식으로 조합할 수 있다는 장점을 갖고 있다.

3.6 공간행위 예술로 변모

아트와 퍼포먼스를 필두로 한 공간행위예술로서 가변적인 건축의 개념과 공간행위로 건축적 VMD가 새로운 트렌드로 부상하면서 새로운 공간예술로 인정받게 되었다. 유동적 건축 VMD를 변형이라는 주제로 하여 실험적 예술작업을 보여주기도 한다.

4. 결론

패션 VMD 공간에 나타난 건축적 조형성을 공간에 존재하는 삼차원의 조형물이라는 측면에서 규명해 나가 고자 하였다. VMD와 건축의 상호보완적 관계를 분석하여 새로운 방향을 정립하고, 패션의 관점에서 보는 VMD와 건축의 조형적 표현의 특성을 밝혀보고자 하였다. 결국 21세기 VMD에서 보인 건축적 조형성은 패션의 본질적인 역할에 예술성을 부여하는 계기를 마련하였 음을 알 수 있었다. VMD에서 건축적 조형성을 지닌 작품들은 예술적 가치를 인정받으며 각기 다른 디자이너 브랜드의 이미지를 대변하여 실용적 예술공간을 탄생시켰다. 그리고 성공한 이미지들은 브랜드의 판매를 촉진 시켰다. 연구결과는 마케팅 전략면에서 실제적인 VMD

개발에 활용할 수 있을 것으로 생각된다.

참 고 문 헌

- 김혜정. (1997). 현대 건축의 형태구성과 해체주의 패션의 특성 연구, 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 박신미, 이재정. (2008). 20세기 패션디자인의 건축적 패러다임 특성 고찰. **복식**, 58(2).
- 박현희. (2005). 브랜드 사전지식, 사전 브랜드 태도, 지각된 품질이 VMD 인지와 태도에 미치는 영향. **한국의류산업학회지**, 7(2).
- 양희영, 김소영. (2008). 21세기 패션디자인에 나타난 탈정형적 공간 표현에 관한 연구. **복식**, 58(8).
- 최형민, 김혜경, 이경미. (2000). 국내패션업체의 디스플레이 실무에 관한 조사연구. **복식**, 50(6).
- Bradley Quinn (2003). *The Fashion of Architectural Design*, Berg London.