

## 융합화 문화변화에 따른 패션 패러다임 특성 연구

김 미 현

중앙대학교 의류학과 전임강사

### A Study on the Characteristics of Fashion Paradigm According to Changing Convergence Culture

Mi-Hyun Kim

Full-time Instructor, Dept. of Clothing & Textiles, Chung-Ang University  
(2006. 6. 9 투고)

#### ABSTRACT

The purpose of this study was to delve into the features of paradigm in conjunction with changing convergence culture in the 21st century's knowledge-based society, the influence of convergence paradigm on fashion, and changes in convergence culture. After identifying the features of the paradigm of knowledge-based society in association with changing convergence culture, the characteristics of fashion paradigm were examined in conjunction with the characteristics of the paradigm, and the convergence phenomena of modern fashion were investigated to figure out fashion trends. The findings of the study were as follows:

According to the features of ubiquitous technology based on the theories of Mark Weiser and other futurologists, the characteristics of changing convergence culture in knowledge-based society could be classified into invisibility, relationship and materialized virtuality. When relevant theories were reviewed, invisibility, relationship and materialized virtuality are identified as the unique features of the paradigm of changing convergence culture in knowledge-based society. But those characteristics aren't separate concepts. Instead, they are being connected and fused together, thanks to universalized digital technology and ubiquitous technology. Changing convergence culture has brought a change to fashion paradigm as well. There is a type of design that lets all the characteristics stand out, and another design fuses just some of them together conceptually or formally. That is, fashion paradigm is marked by a combination of invisibility, relationship and an embodiment of virtual reality to be in line with changes in convergence culture.

Key words: convergence(컨버전스), ubiquitous(유비쿼터스), mobility(모바일성),  
intertextuality(상호텍스트성), individuality(개인성).

## I. 서론

21세기는 물이나 공기처럼 시공을 초월해 언제 어디에나 존재 하는 유비쿼터스(Ubiquitous) 기술을 바탕으로 진화하고 있으며, 다양한 개념이나 영역들을 초월하는 융합화 경향을 보이고 있다. 미래 학자 앨빈 토플러(Alvin Toffler)는 사회 각 분야의 경계 붕괴를 예견하며 각 영역의 융합과 사회전반의 경계 모호성에 대해서 예견했다.<sup>1)</sup> 21세기의 변화에 따른 디지털 기술은 이미 보편화가 되었으며, 현재 유비쿼터스 기술이 언제 어디에나 존재하는 융합화 환경을 만들어 가고 있다. 유비쿼터스의 창시자인 마크 와이저(Mark Weiser)는 미래의 컴퓨터는 우리들이 의식하지 않은 형태로 생활 속에 파고 들 것이라고 미래 환경을 예견하면서 기술이 일상생활 속에서 함께 융합되어 기술 자체가 드러나지 않도록 하는 것이라고 했다.

패션에 있어서도 새로운 기능과 영역이 창출되거나 기존 개념이 파괴되는 등 현재 통용되는 개념으로는 이러한 과도기적 패션 현상을 정의하기 어려울 정도에 이르렀다. 이에 지식기반 사회에 나타나는 융합화 환경의 변화를 마크 와이저의 유비쿼터스 이론을 근거로 분류하고, 유비쿼터스 기술을 융합화 환경에 접근하는 도구로 사용하여 현대 패션에 나타난 문화변화 특성을 연구하고자 한다.

본 연구에서는 여러 양식과 장르 그리고 서로 다른 영역이 혼재하는 사회·문화 현상을 융합화라 설명하고, 융합화 문화 변화에 나타나는 현대 패션의 특성을 효과적으로 해석할 수 있는 틀을 지식사회에 근간을 이룬 마크 와이저와 여러 미래학자들의 이론을 근거로 현대 패션에 나타난 융합화 문화 변화의 특성을 사례 고찰을 통해 규명하고자 한다. 융합화 문화변화에 따른 현대 패션의 특성은 그 영역을 뛰어넘은, 패션의 기존 개념을 초월한 개념으로 사회, 문화 등 다 방면에서 나타나고 있는 기존 영역과 개념의 변혁이다.

본 연구의 목적은 패러다임의 전환을 유도하는 기술·사회·문화적 배경을 고찰하고, 21세기 지식기반 사회에 나타나는 패러다임의 사례를 고찰하여

융합화 문화 변화 특성을 규명하고 현대 패션의 흐름과 앞으로의 디자인 방향을 논의할 수 있는 근거를 마련하고자 하는데 있다.

본문 고찰을 통하여 현대 패션에 나타나는 융합화 문화 변화의 특성을 분류하기 위한 이론적 배경을 마련하였고, 각 분류의 사례 고찰을 통해서 특성을 검증하기 위한 근거 자료로 사용했다. 융합화 문화 변화에 따른 패러다임의 변화는 사례 고찰을 통해 각 특성의 의미를 패션의 속성과 관련하여 구체화하고 디자인의 특징과 표현 형식에 따라 분류, 분석하였다. 즉 융합화 문화 변화 특성을 패션과 연관하여 패션 패러다임의 특성을 연구하여 현대 패션에 나타나는 융합화 문화 변화를 규명하여 패션의 흐름을 밝히는데 그 의의가 있다.

## II. 융합화 문화 변화의 패러다임에 대한 고찰

본 장에서는 융합화 문화 변화의 패러다임에 관한 이론적 고찰로써 패러다임에 대한 일반적 고찰을 바탕으로 21세기 융합화 문화 변화의 배경을 살펴봄으로써 융합화 문화 변화의 이론적 배경을 중점적으로 살펴보고자 한다.

### 1. 융합화 문화 변화의 이론적 배경

21세기 디지털 혁명은 이미 보편화가 되었으며, 현재 유비쿼터스 환경이 언제 어디에나 존재하는 융합화 문화 환경을 만들어 가고 있다. 융합의 국어 사전적 의미는 '여럿이 녹아서 하나로 합침'이라는 뜻이다. 비슷한 말로는 '결합(結合)'이 있는데, 이것은 둘 이상의 것이 서로 관계를 맺고 합쳐서 하나로 된다는 뜻이고, '복합(複合)'은 두 가지 이상의 것이 합하여 하나가 된다는 뜻이며, '통합(統合)'은 모두 합쳐 하나로 만든다는 뜻을 가지고 있다.

'유비쿼터스<sup>2)</sup>'란 물이나 공기처럼 시공을 초월해 '언제 어디에나 존재한다'는 뜻의 라틴어로, 사용자가 컴퓨터나 네트워크를 의식하지 않고 장소에 상관없이 자유롭게 네트워크에 접속할 수 있는 환경

을 말한다. 유비쿼터스는 현실과 가상이 연결되어 직접 만져지지 않지만 공간에 존재하는 정보를 현실의 이용자가 사용할 수 있도록 고안된 현실체가 지능적으로 증강되는 곳이다.<sup>3)</sup> 인터넷이 가정이나 사무실에 독립적으로 사용되던 컴퓨터들을 연결시켰다면 유비쿼터스는 사물들의 인터넷 화를 지향하며 사람·컴퓨터·사물들을 네트워크로 연결하는 발전의 단계이다. 유비쿼터스는 현실과 가상이 연결되어 직접 만져지지 않지만 공간에 존재하는 정보를 현실의 이용자가 사용할 수 있도록 고안된 현실체가 지능적으로 증강되는 곳이다.<sup>4)</sup>

21세기 지식기반 시대는 언제 어디에나 존재하는 지식혁명을 바탕으로 진화하고 있으며, 다양한 개념이나 영역들을 초월하여 융합하는 융합화 경향을 보이고 있다. 이러한 변화는 패션 영역에서의 변화도 가져왔으며 패션 영역 내에서의 융합이나 다른 영역 간의 융합을 가져오기도 하였다. 유비쿼터스 환경에서의 패션은 독자적인 형식을 갖기보다는 서로 물리적·기능적·심미적 기능들이 조화를 이루어 발전하게 되고, 세계화와 글로벌화의 시대성은 다양화, 보편화, 고급화 등의 모습으로 표현되고 있다. 이러한 시대적, 사회적, 경제적, 문화적, 기술적 배경, 그리고 유비쿼터스 시대의 패션과 테크놀로지가 여러 가지 방식으로 융합되는 바탕 속에서 21세기 패션 디자인은 각자의 고유한 영역과 융합되고 새로운 영역이 창출되어 발전하고 있다.

컨버전스<sup>5)</sup>는 ‘한 점으로 모이다’는 ‘수렴’의 의미로 수학분야에서 주로 사용하고, 일반적으로는 ‘집중’, ‘한 점으로의 모임’을 뜻한다. 이 개념은 정보통신계의 선지자라 불리는 니콜라스 네그로폰테(Nicholas Negroponte)<sup>6)</sup>는 ‘과거에는 다른 것으로 여겨졌던 것들의 경계가 무너지거나 하나로 합쳐지는 현상’으로 풀이하며 1970년대 후반부터 주목받기 시작하였다.<sup>7)</sup> 디지털 컨버전스로 발전하기 시작한 컨버전스의 개념은 IT분야뿐만 아니라 경제사회의 모든 분야에 걸쳐 진화를 거듭하였으며,<sup>8)</sup> 현재 유비쿼터스 환경과 더불어 우리들의 라이프스타일과 가치관을 변화시키기에 충분한 역할을 하고 있다.

21세기에 나타나는 컨버전스란 디지털에서 유비

쿼터스로 옮겨가는 세상의 진화 발전을 위해 요구되는 매우 핵심적인 요소이다. 경제·산업의 측면에서 이중업간의 연계가 강화되고 컨버전스가 가속화되었으며 기술도 이를 지원하는 방향인 기술과 제품의 복합화로 발전하게 되었다. 사회·문화적인 측면에서는 다양성을 수용하면서 이문화간의 갈등과 조화가 심화되었고 퓨전 및 대안 문화를 추구하게 되었다.

이처럼 현재 우리를 둘러싼 다양한 변화와 통합의 컨버전스 환경을 우리들의 가치관과 태도에 있어서도 다양성과 다기능이 공존하는 다원화된 트렌드를 보여주게 된다. 또한 컨버전스 환경으로의 변화는 디자인의 개념을 확대, 변형시키고 있으며 최근에는 디자인 분야의 대상과 방법에 급격한 변화를 요구하고 있다.

## 2. 융합화 문화 환경에 따른 패러다임

마크 와이저는 그의 논문에서 유비쿼터스 기술의 발전에 의한 융합화 문화변화에 따른 환경을 주요하게 세 가지로 제시하였다.<sup>9)</sup> 이에 본 논문에서는 융합화 문화변화에 따른 패러다임은 방향을 유비쿼터스 기술의 환경을 주창한 마크 와이저와 여러 미래학자들의 이론에 근거하여 주요한 흐름으로 비가시성, 관계성, 구현된 가상성으로 분류하였다.

첫 번째는 인간친화적인 인터페이스로 ‘비가시성(invisible)’이라고 표현하였다. 즉, 컴퓨터의 존재를 인식하지 않으면서도 컴퓨터를 사용할 수 있도록 자연스럽게 주변 환경에 파고들게 만드는 기술의 이상향을 의미한다.<sup>10)</sup> 이러한 비가시성은 다양한 분야의 학자들이 미래의 유비쿼터스 기술의 이상향으로 제시하였다. 마크 와이저는 그의 논문 ‘The Computer for the 21st Century’<sup>11)</sup>에서 유비쿼터스 컴퓨팅이 자연스럽게 생활에 파고드는 현상을 ‘비가시성(invisible)’이라고 하였다. 그가 정의하는 비가시성이란 사물을 인식하지 않으면서도 컴퓨터를 사용할 수 있도록 컴퓨터를 아주 자연스럽게 주변 상황에 맞게 파고들게 만드는 기술의 이상향을 의미한다.

두 번째로 그는 모든 사람·사물·환경이 서로 연결되어 궁극적으로 네트워크의 유비쿼터스화인

모든 사물과의 연결을 의미하는 '관계성(connection)'을 제시하였다. 즉 앞서 말한 보이지 않는 컴퓨팅 환경이 구축되고 동시에 이 환경 속에서 모든 사물이 서로 연결되어 있어야 한다고 보았다.<sup>12)</sup> 융합화 문화 변화에 따른 유비쿼터스 환경에서의 네트워크는 선형적으로 연결되어있던 과거의 네트워크와 달리 시·공간을 넘어서 동시적으로 반응하고 공유하는 네트워크를 의미한다. 이러한 연결성은 영역 내의 관계를 이끌어 낼 뿐만 아니라 영역 외의 관계를 이끌어 내어 두 영역간의 새로운 범위를 만들어 내기도 한다.<sup>13)</sup> 또한 유비쿼터스 환경에서의 인간은 유연적 사고로 글로벌한 전 세계를 연결하는 네트워크를 통해 서로 다른 영역 간 쉽게 융합하고 한 영역 내에서 재구성할 수 있다.

마지막으로 스테우어(Steuer, J.)는 유비쿼터스 컴퓨팅이 만드는 환경은 '가상현실'의 개념과 정 반대되는 개념이라고 설명하면서 '가상성의 구현(embodied virtuality)'을 제시하였다.<sup>14)</sup> 즉, 구현된 가상성은 실제 세계를 컴퓨터 안에서 체험하는 것이 아니라 컴퓨터가 현실세계의 사물과 환경 속으로 스며들어 일상생활에 통합되는 개념이다. 유비쿼터스 혁명은 물리적 공간 뿐 아니라 가상공간에서 정보기술 객체가 실생활 공간 사물과 환경 속에서 스며들어 인간·사물·정보간의 다방면의 네트워크가 형성되는 것을 의미한다. 마크 와이저는 구현된 가상성을 가상세계의 확장이라 아닌 현실 세계의 강화라고 제시하였다.<sup>15)</sup> 융합화 문화 환경에 나타난 구현된 가상성은 가상공간이나 물리 공간 중 그 한 공간만으로는 더 이상 의미를 갖지 못하며 함께 공존해야만 서로 진화하며 발전할 수 있으므로 가상공간은 유비쿼터스 기술을 바탕으로 구현화 됨을 의미한다.

비가시성, 관계성, 구현된 가상성의 특징은 디지털 기술의 보편화와 유비쿼터스 기술의 발달에 따른 융합화 문화 환경에서 파생된 개념, 문화 환경의 변화, 새로운 경험양식의 등장과 관련한 특징으로 순차적으로 발생하는 과정은 아니다. 융합화 문화변화에 나타나는 유비쿼터스 기술의 두드러진 특징이라고 할 수 있는 비가시성은 생활에 편재하는 컴퓨

터를 의미하며 관계성은 인간과 사물, 그리고 공간 간의 상호 연결과 작용을 통한 융합 영역의 창출로 이어지고 나아가 구현된 가상성은 가상현실을 구현할 수 있는 제 3의 공간으로 주목받고 있는 개념이다.<sup>16)</sup> 즉, 다시 말하면 유비쿼터스 기술의 발달로 인한 융합화 문화 변화의 특징인 비가시성, 관계성, 구현된 가상성은 독자적인 개념으로 존재하는 것이 아니라 연계적이고 융합적인 현상이다.

이에 본 장에서는 앞에서 논의된 21세기 현대 사회에 나타나는 융합화 문화변화에 따른 패러다임의 특성을 마크 와이저와 여러 미래학자의 이론에 근거하여 비가시성, 관계성, 구현된 가상성으로 분류하고 유비쿼터스 기술을 융합화 문화변화에 따른 환경에 접근하는 도구로 사용하여 융합화 패러다임을 사례를 통해 분류하고자 한다.

### Ⅲ. 융합화 문화 변화에 따른 패션 패러다임 사례고찰

지식기반 사회의 유비쿼터스 기술 발전은 새로운 패러다임을 창조하였는데, 이것은 일상생활의 네트워크화를 통한 융합화 기술 기반을 갖추게 했다. 패러다임의 변화를 가져온 기술의 발전과 문화적 배경은 패션 분야에서도 다양한 변화를 초래했다. 이에 본 장에서 융합화 문화 변화에 특성을 분석하는 근거 자료로 사용하고자 한다.

#### 1. 비가시성-테크놀로지의 진화

물리적 공간에서 인간은 단순성을 추구하는데 테크놀로지의 발달은 복잡하고 다양한 기능을 구현하도록 했다. 여러 기능을 담은 복잡한 전자 기기와 컴퓨터를 선호하는 이유는 이 때문이며 이처럼 복잡한 전자 기기와 컴퓨터는 일종의 패션제품으로 전환되는 경향을 보이고 있다.<sup>17)</sup> 패션의 차원이 되어버린 디지털 기기는 이론처럼 단순한 컴퓨팅 환경을 확보하는 것이 아니라 그 이면에는 패션 소품으로서의 기능과 의미를 가지게 됐다.

테크놀로지의 발달에 따른 테크놀로지의 패션화

그리고 패션으로의 테크놀로지 유입 현상은 융합화 문화 변화에 나타나는 대표적인 특징으로 테크놀로지의 발달과 사회·문화 환경 변화에 따른 정신적·물리적 측면의 패션 디자인 방법과 표현적 특징이라고 할 수 있다. 전자 기기와 컴퓨터는 기능적 측면의 강조만이 아닌 패션화의 경향으로 나아가고 있다. 그리고 이것은 페이스 팝콘(Faith Popcorn)의 주장처럼 패션의 일부로 융합화 되어 가고 있다.<sup>18)</sup>

패션에 있어서 비가시성은 무엇보다도 테크놀로지 발달에 따른 주변 환경의 변화라고 할 수 있다.<sup>19)</sup> 즉 다시 말하면 주변에 편재해 있는 전자 기기들은 인간에게 거부 반응을 느끼거나 방해받지 않도록 환경에 스며들어 자연스럽게 그 기능을 수행하는 특징을 뜻한다. 이는 컴퓨터와 전자 기기가 소형화와 경량화 되어 점차 의복에 유입되어 자연스럽게 그 고유의 기능을 수행하면서 의복의 일부로 융합화 되는 현상을 의미한다.

현재 활발하게 열리고 있는 웨어러블(Wearable) 전사회와 패션쇼가 웨어러블 컴퓨터의 보편화와 도래를 암시하고 있다. 미국 애틀랜타에서 개막되는 미국 최대 이동통신 전시회인 'CTIA Wireless'는 국내 휴대폰 업체 다수가 참여하며 미국 시장 공략에 나서고 있으며 세계적인 무선분야 통신 행사이다. 특히 미국에서 해마다 열리고 있는 'CTIA Wireless 패션쇼'는 여러 나라의 모바일 업체들이 참가하고 있는데, 최근에는 패션 업계와 협업을 통한 기능성 위주에서 디자인의 패션화 경향이 강조되고 있다. 그리고 다양한 웨어러블 제품을 선보이는 '시그그래프(SIGGRAPH)'<sup>20)</sup>는 원래 ACM이라는 미국 내의 학회에서 출발한 것으로 ACM에는 약 20여개의 SIG(Special Interest Group)가 있다. WIN은 웨어러블 환경 조성을 위한 진보적 학회로서 웨어러블 컴퓨터의 글로벌 컨셉을 패션의 새로운 정신이라는 '의식 있는 패션(Aware Wear)'이라 하고 모바일 제품과 컴퓨터가 우리의 일상과 언제 어디서든지 항상 같이해야 한다는 미래 비전을 연구한다. 그 대표적인 연구 사례로 WIN의 의식 있는 패션에서는 다양한 영역이 융합되어 여성을 위한 'Report-the-World', 어린이를 위한 'Dog@Watch' 그리고 남

성을 위한 'e-Coaching'을 2005년 시그그래프 컨퍼런스의 사이버 패션쇼에서 선보였다.<sup>21)</sup> 여성을 위한 리포트 웨어가 컨셉인 'Report-the-World'는 유행 트렌드를 반영한 트렌치 코트의 외형을 가지고 있는 유목적 라이프 스타일을 나타낸다(그림 1).

웨어러블 컴퓨터는 패션에서 아직 초기 단계로 전자 기기를 포켓에 수납하거나 액세서리화하는 경향으로 가장 활발하게 나타나고 있다. 패션계에서는 샤넬(Gabrielle Chanel)의 칼 라거펠트(Karl Lagerfeld)가 '05 S/S collection에서 'CHANEL TV Belt'를 선보였다(그림 2). 이 벨트는 모델이 착용하고 걸을 때는 니콜 키드먼(Nicole Kidman)의 샤넬 광고가 플레이되며 보통 때는 블루 화면으로 지정되어 있다. 이것은 패션 디자이너 브랜드에서 보여준 웨어러블 컴퓨터의 시도라고 볼 수 있다.

스마트 웨어(Smart Wear)는 엔터테인먼트 분야에서는 스포츠와 레저용으로 보호용 분야에서는 메디컬, 헬스케어용으로 환경 분야에서는 환경의 보존, 정확용으로 다양하게 개발되고 있다. 스포츠용의 시장은 인체의 상태 및 환경 조건에 따라 능동적으로 대응 조절 할 수 있는 제 2의 피부로의 기능을 갖추고 있다. 메디컬, 헬스케어분야는 인체에 적합하고 자연 친화적인 방향으로 전개될 것이다. 환경 분야에서는 NT와 BT등을 활용한 다기능, 환경개선용 기술 개발 위주로 연구가 진행되고 있다. 필립스(Philips)사의 'Perfect Performance'는 음악과 생체신호를 동시에 이용할 수 있는 스포츠 웨어를 선보였다(그림 3). 섬유에 바이오센서를 부착한 의복으로 심박, 혈압, 체온과 그 밖의 다른 생체 신호를 감지할 수 있는 기능을 가진다.

또한 Central Saint Martins College of Art & Design에서 'Scentient Beings'라는 프로젝트를 실행 중이다. 이 프로젝트는 인간의 건강과 웰빙을 목적으로 아로마 향을 제공한다는 새로운 과학이다. 이 프로젝트는 기기의 내장화를 중점에 둔 다른 프로젝트와는 다르게 의상의 소재를 인간의 감정을 조절할 수 있는 제2의 피부로 보고 인간의 정신적 만족에 목적을 두고 있다. 그 대표적인 예로 'Smart Second Skin Dress'(그림 4)는 Jenny Tillotson의 디


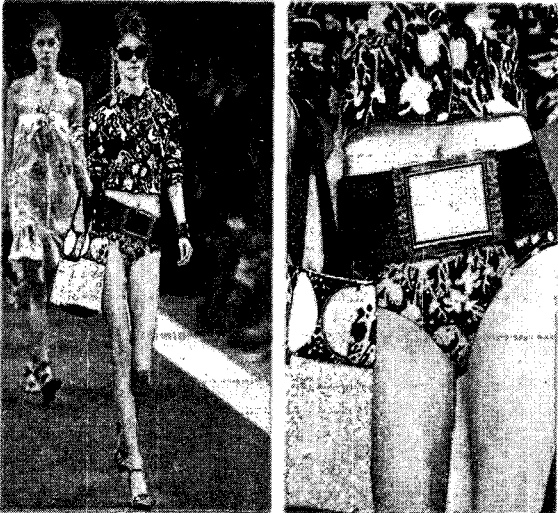


자인으로 착용자의 심리적 안정을 유도하는 의상이다. 이 스마트 세컨 스킨 드레스는 착용자의 육감 통제를 통한 안정과 웰빙을 위한 시스템을 가지고 있다. 의상 소재에 내장되어 있는 식스 레인보우는 상황을 감지하여 신체의 순환에 따라 브로치를 통해 다양한 아로마 향을 분출한다.

앞으로의 정보기기들은 단순한 단말기의 성격을 지향한 인간의 몸을 통한 바디 넷을 만들고 있으며, 기존의 모든 패션 소품을 통해서 다양한 접목을 시도해 나갈 것이다. 또한 착용자를 둘러싼 물리적 인

터페이스로서 패션에 대해 인체공학적 측면과 인간 중심의 디자인에 대한 연구가 다각적으로 진행되면서 진보된 스마트 웨어로 개발되고 있다.

## 2. 관계성-새로운 영역의 창출

21세기에 나타나는 미래 첨단기술을 대변하는 물리 공간과 전자공간의 융합은 언제, 어디서나 네트워크에 접속할 수 있다는 뜻이다. 이것은 사회에서 서로 연결되어 새로운 영역을 창출하는 것과 같은

패션에 나타나는 테크놀로지의 진화 사례	
웨어러블 컴퓨터	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>〈그림 1〉 Report-the-World <a href="http://www.siggrah.org">www.siggrah.org</a></p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>〈그림 2〉 CHANEL TV Belt, '05 S/S COLLEZIONI</p> </div> </div>
스마트 웨어	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>〈그림 3〉 Philips사의 New Nomads 'Perfect Performance', 삼성디자인넷</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>〈그림 4〉 Jenny Tillotson의 'Smart Second Skin Dress', <a href="http://www.siggrah.org">www.siggrah.org</a></p> </div> </div>

의미로 해석 될 수 있다. 즉 항상 연결되어 편리한 환경을 제공한다는 것은 사회적 네트워크와 인간이 전자 환경과의 온라인 세계에서 기본적인 활동으로 현재 협업이라 불리는 서로의 능력과 정보들을 바탕으로 목적을 성취하는 활동을 말한다.

이와 같은 융합화 문화 변화에 따른 패러다임의 기술적 배경이 되는 유비쿼터스 기술은 네트워크의 연결성, 확장성으로 대표되는 특징들을 가지고 있다. 이것은 패션 디자인의 주체와 영역을 다원화하고 개방화 하여 패션 디자인 작업의 대중화 및 디자이너의 역할 변화의 요인이 되었다. 또 다양성, 유연성, 개인성 등과 같은 네트워크의 특성에 의해 디자인과 타 분야간 연계가 자유롭고 변화된 패러다임에 맞는 방법적인 해결책을 제시함으로써 패션 디자인 환경의 과정, 표현과 방법의 수단을 율동화 진화시켰다.

패션은 계속 진화하고 이에 따라 패션과 관련된 주변 환경과 그 가치 역시 지속적으로 변화 발전해 나간다. 기존의 패션 개념에서 갈수록 그 의미가 확장되고 인간의 욕구 역시 다변화됨에 따라 이에 대한 대응책으로 시작된 협업은 향후 패션 뿐 아니라 다른 영역의 업종에서도 빈번하게 나타날 것이다.

따라서 패션 제품의 디자인 및 이미지 컨셉, 매장의 역할과 활용, 현대인을 위한 서비스와 가치, 운영 시스템, 경영 전략 등에 있어 동종 업계 혹은 이종 업계간의 협업을 통해 보다 효율적인 시너지 성과를 거둘 수 있다. 최근 가장 빈번하게 시도되고 있는 패션 분야의 융합은 패션 상품이나 서비스, 마케팅 요소와 예술, 문화, 엔터테인먼트와의 융합화를 통해 새로운 상품과 서비스를 창출해 내는 것이다. 융합화 문화 변화에 따른 패러다임의 맥락과 더불어 이러한 융합은 기존의 브랜드 이미지를 새롭게 상승시킬 수 있는 효과적인 방법으로 활용될 것이다.

영역간의 융합화는 최근 일어나고 있는 다양한 변화의 모습 중 하나이다. 본 연구를 통해 알 수 있듯이 융합화는 사회전반의 변화 경향이자 변화의 대세를 이루고 있는 현상으로 사회·문화를 반영하는 패션에도 일어나고 있는 현상이다. 본 연구에서는 융합화 문화 변화에 따른 패러다임 대한 체계적

인 이해를 통하여 현 시대 패러다임의 변화를 이해하고 패션의 발전 가능성을 상기해 볼 수 있어야 한다.

아디다스(adidas)는 요지 야마모토(Yohji Yamamoto)와 협업하고<그림 5> 푸마(PUMA)는 질 샌더(Jil Sander)와 협업 관계를 맺은 바가 있다. 요지 야마모토와 아디다스와의 협업은 패션에 스포츠의 영역이 어떻게 희석, 융화, 발전 할 수 있는지를 보여주며 스포츠의 모드로서의 발전 가능성을 보여주었다. 아디다스는 단순히 예쁘고 트렌디한 디자인이 아닌, 최첨단 스포츠 테크놀로지를 적용시킨 기능성 스포츠 웨어를 오직 여성만을 위해 디자인 하도록 제안했으며 이에 맞추어 패션 디자이너 스텔라 매카트니(Stella McCartney)는 그녀의 특유의 섹시하고 경쾌한 감각을 자유롭게 믹스하여 스포츠와 스타일의 완벽한 만남을 이끌어 내었다<그림 6>. 관계성은 브랜드간의 협업뿐만 아니라 패션 아이콘이나 스타들이 브랜드를 런칭하거나 브랜드 내에서 디자이너로서의 능력을 발휘하는 경우에서도 찾아 볼 수 있다. 스타들은 자신의 이미지를 홍보하는 것에 그치지 않고 그들의 고유한 브랜드를 런칭하고 있다.

다양한 스포츠 브랜드와 패션 디자이너의 협업이 가속화되고 다양화됨에 따라 패션 스타일 역시 융합화 변화를 거치고 있다. 1960년대의 스포츠 룩(Sports Look)을 시작으로 하이패션에까지 계속적으로 나타나는 스포츠와 패션의 연관성은 근래 더욱 대중화, 다양화 추세를 보이며 스니커즈와 트레이닝 수트는 더 이상 피트니스 클럽의 전유물이 아닌 시티 웨어로 부상하였다. 가치 변화에 따른 라이프 스타일 지향과 감성 지향적 소비 형태의 변화로 소비자들이 패션에 대한 태도와 트렌드의 수용도가 달라지고 있다. 또한 주 5일 근무의 실시 등으로 여가시간 증가, 삶의 질을 증시하는 가치기준의 변화에 의해 오프타임과 온타임 모두를 고려하여 자연스럽고 다양성이 강조된 스타일이 선호되는 경향을 보인다. 따라서 기존의 포멀한 수트 개념에서 벗어난 스타일 혹은 스포츠 웨어의 본래의 기능적 목적에 변화를 준 스타일<그림 7> 등 미래지향적인 룩을 등장시키는 배경이 되었다.

새로운 영역의 창출 사례



<그림 5> Yohji Yamamoto와 adidas의 Y-3, '01 F/W collection

협업



<그림 6> adidas by Stella McCartney. www.adidasco.kr

스타일의  
융합



<그림 7> CHANEL의 '04 S/S collection



### 3. 구현된 가상성-인간중심 디자인

디지털 기술이 물리공간에서 전자공간으로 소통하던 가상현실을 가능하게 했다면 유비쿼터스 기술은 이를 실제로 전자공간에서 물리공간으로 구현화시켰다. 이 과정에서 나타나는 공간의 의미 변화는 인간이 평소에는 의식하지 않고 개인이 원할 때 개입할 수 있는 인간화된 인터페이스를 의미한다. 이것은 인간 중심의 환경에 나타나는 개인성의 특징을 가진다.

디자인은 인류가 속한 환경을 밀접하게 연관시켜 주는 것을 가능하게 하며, 인간의 활동영역에서 인공적인 여러 조건들을 계획하고 생산하는 것으로 문화발달을 위한 환경을 창조하는 능동적인 역할을 한다. 산업화와 정보화 사회를 거치면서 배제되었던 인간중심, 사용자 중심의 제품에 대한 중요성을 인식하면서 첨단 기술의 적극적인 지원 아래 상품에 인간성이 부여된 인터페이스를 구축하고 있다.<sup>22)</sup> 다시 말하면 융합화 문화 변화에 따른 개인 중심의 맞춤디자인은 전자 공간에 머물러 있던 가상현실을 물리공간에 실제로 구현화시켰다. 이것은 인간중심의 환경을 목적으로 하며 전자공간과 물리공간 그리고 인간과의 융합화 환경에서 개인성 강조라는 가치 실현을 한다.

패션에 있어서 융합화 문화 변화에 따른 사고를 바탕으로 하는 다양한 작업들이 일어나고 있다. 기술 발달에 힘입어 빠른 속도로 변화하고 있으며, 이에 따라 언제 어디서나 이루어지는 네트워크화는 하나의 연결체계를 가지며 동시에 반응하고 공유한다. 이에 따라 기술은 인간의 삶과 더욱더 가까운 거리에 있게 되었으며 기술 발달에 따른 융합화 문화 변화는 인간의 감성을 더욱더 개인성을 중심으로 강조하고 다양화되면서 디자인에 있어서 인간 중심의 감성 역할이 증가되고 있다.<sup>23)</sup>

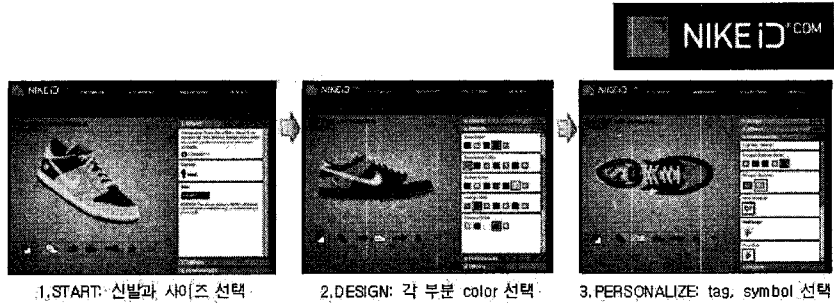
인간 개개인의 욕구가 다양해지고 까다로워지는 현대사회에서 인간의 요구를 수용하기 위해 유비쿼터스 기술을 적극 활용한 대량 맞춤디자인을 통한 의복 구매와 착용은 현대인에게 율동한 만족감을 제공한다. 이것은 기존의 대량생산에 따른 획일화된 의복에 몸을 맞춰 입어야 했던 생산자 중심의

의복 착용에서 벗어나 개개인을 존중하고 가치를 인정하는 착용자 중심의 의복 착용으로 볼 수 있다. 사회의 패러다임이 변화하면서 인간은 변화에 재빠르게 대응할 필요가 있으며 그 변화는 인간이 추구하는 가치에 대한 욕구가 세분화되고 기본적인 기대감이 상승한 인간 중심의 디자인을 의미한다.

대량 맞춤디자인은 대량생산(mass production)과 고객화(customaztion)의 합성어로 기업 경영 혁신의 새로운 패러다임이다. 1987년 스탠리 데이비스(Stanley Davis)가 그의 책 'Future Perfect' 에서 점점 소비자 체형에 맞추어 개인화되어가는 의류산업의 현상을 지적하면서 사용한 개념에서 출발하였다. 인터넷의 빠른 보급으로 고객과 기업 간의 실시간 정보교환이 가능해지고 고객 요구에의 대응도 용이해졌다. 이로 인해 고객은 제품 기획 및 생산단계에 참여하여 자신의 취향을 반영하게 되었고 고객의 다양한 의견 수렴은 원하는 제품에 대한 맞춤화 욕구가 더욱 증가하게 하였다.

나이키는 대량 맞춤화 서비스를 제공하고 있는 대표적인 브랜드이다(그림 8). 필 나이트(Pill Night)가 1964년 블루 리본(Blue Ribbon)이라는 운동화 회사를 설립한 것이 모체이며, 1971년 현재의 나이키 브랜드를 만들었다. 첨단 디자인과 스타마케팅으로 세계시장의 50% 이상을 장악하고 있고, 아디다스, 리복 등 경쟁업체들과 상당한 격차가 있는 업체이다. 아디다스 역시 기타 소규모 운동화 생산업체들도 대량맞춤 방식을 도입하고 있어서 틈새시장에서도 경쟁이 본격화되고 있다. 아디다스는 2001년 파리엣 프로젝트로 'miAdidas'를 시작, 대량생산한 맞춤 운동화를 전문 운동선수에게 공급하는 서비스를 실시하고 있다. 한 조사결과, 대다수의 운동선수들은 운동화를 구입하기 전에 미리 신어보고 싶어 함에 착안하여 이 시스템이 고안되었으며, 개별화된 주문제작 서비스를 제공하고 있다. 폴로(POLO) 역시 'The Create Your Own Collection' 코너에서 아이템을 선정하고 컬러를 선택한 후 포니 또는 모노그램을 선택하는 맞춤 서비스를 실시하여 'Exclusively at POLO.com'을 가능하게 한다(그림 9). 이처럼 패션에서 모듈화는 스커트, 팬츠, 셔츠, 점퍼,

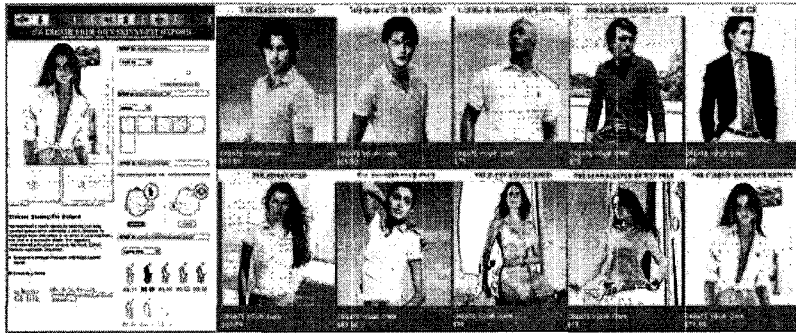
인간 중심 디자인 사례



1. START: 신발과 사이즈 선택 2. DESIGN: 각 부분 color 선택 3. PERSONALIZE: tag, symbol 선택

<그림 8> NikeiD 맞춤 시스템, www.nikeid.com

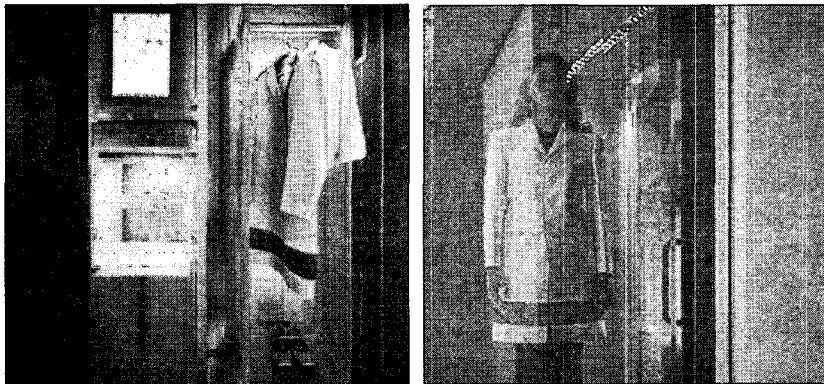
대량 맞춤 디자인



< POLO의 The Create Your Own Collection >

<그림 9> 폴로의 The Create Your Own Collection, www.polo.com

패션 매장의 연출



<그림 10> Prada in New York 내 Dressing Room, www.design.com

재킷과 코트 등의 기본 아이템을 착용자의 필요에 따라 코디네이트 할 수 있도록 구성하는 방법이다.

개인은 자신이 원하는 것은 무엇이든지 기업이 제공해 줄 것이라는 기대감과 함께 대중시장의 구성원이 아닌 개인으로 대접받고 싶어 한다. 불특정

다수를 위한 제품이 아닌 나만을 위한 상품을 구매하고자 하는 욕구가 증가하고 있는 것이다. 나에게 맞는 사이즈, 디자인 컬러, 심지어 나의 이름이 새겨진 세상에서 유일무이한 옷을 가지고 싶어 하는 소비자, 즉 전자공간의 물리공간으로의 실제화는 인

간 개인의 개입을 요구함으로써 인간 중심의 환경을 조성한다. 그리고 이것은 인간화된 인터페이스 조성을 주장한 마크 와이저의 이론에도 합당하다. 그는 인간이 평소에는 의식할 수 없지만, 필요할 때 인간이 개인적으로 개입하여 상황에 따라 서비스가 변하는 사용자 즉 인간 중심의 환경조성을 주장하였다.

지난 2001년 12월 뉴욕 맨하튼 남부 소호(Soho)의 구겐하임(Guggenheim) 미술관 앞에 위치한 프라다 매장은 독특한 컨셉으로 하여 상품의 진열뿐만 아니라 필요에 따라 전시 공간, 혹은 공연을 위한 무대와 객석으로 사용할 수 있는, 다기능의 공간을 제공하고 있다. 건물 1층과 2층에 2만 3천 평방피트의 규모로 자리 잡은 프라다 매장은 지역 특징을 연결하여 단순 의류 매장이 아닌 다른 이미지와 용도 및 의미를 싣고 있다. 프라다 매장의 테크놀로지의 정점을 몇 가지로 살펴보면 센서를 통한 탈의실, 탈의의 스크린을 통한 가상 술로 연출 극장, 디스플레이 박스 스크린 설치로 새로운 전시 방법 구현 등을 들 수 있다.

무엇보다 드레싱 룸에서 테크놀로지의 발달을 볼 수 있는데 작은 공간으로 들어가 유리의 색이 바뀌면서 외부와 차단되는 유리로 구성되어 있다. 이 드레싱 룸 안에서 새로 사고 싶은 옷을 입어보거나 구두를 착용해보면, 드레싱 룸에 설치된 거울을 통하여 옷을 입고 돌아본 모습을 시차를 두고 다시 보여주어 착용자가 자신의 모습을 다각도에서 확인할 수 있게 해준다. 또한 그 앞에 있는 미러 뒤에 내재된 카메라에 의해 자신의 모습이 앞 뒤 그리고 옆에서 녹화되고 다시 재생되면서, 완벽하게 새 아이템을 확인할 수 있다<그림 10>. 이는 또한 처음 옷을 입어본 모습과 다른 옷을 입어본 모습과 비교하는데도 이용된다. 매장의 곳곳에 설치된 비디오 스크린을 통해 원하는 상품 정보의 확인이 가능하고, 프라다의 전 세계매장의 다른 물건과 비교해 볼 수 있는 터치 스크린 기능도 내재되어 있다.

## IV. 융합화 문화 환경에 따른 패션 패러다임 특성 분석

앞의 장에서 융합화 문화 변화에 따른 패러다임의 특성을 도출할 수 있었는데 이것은 테크놀로지의 진화, 새로운 영역의 창출, 인간 중심 디자인의 특성으로 나타난다. 이에 본 장에서는 앞에서 논의된 융합화 문화 변화에 따른 패션 패러다임의 사례 고찰을 통해 도출한 모바일성, 상호텍스트성, 개인성이라는 패션 패러다임의 특성을 파악하고자 한다.

### 1. 모바일성

현대인은 유비쿼터스 기술의 발달로 이루어진 네트워크 사회에서 각종 모바일 기기로 언제 어디서든 접속이 가능한 특정 시간이나 특정 지역에 제약 받지 않고 자유로이 넘나들며 생활하고 있다. 이러한 시공간을 초월한 생활환경 속에서 인간은 이동이 빈번하기는 하지만 자유롭고 창조적인 사고의 사람들이며, 네트워크를 통해 인간관계를 형성하지만 무엇보다도 유비쿼터스 기술에 발달에 따른 지식 문명에 유연한 인간 유형을 뜻한다. 이러한 시공간의 제약을 받지 않는 인간의 모바일 성향은 전자 기기와 컴퓨터의 네트워킹화를 지향한다. 이에 전자 기기와 컴퓨터는 휴대가 가능하도록 더욱더 소형화 경량화 되고 있으며 이러한 경향은 유비쿼터스 기술의 융합화 경향에 따라 패션에 유입되어 사용자가 인식하지 못할 정도의 환경을 조성하는 것이다. 지식기반 사회에서 언제, 어디서든 갈 수 있는 '모바일성'은 중요한 가치이며, 비가시성은 융합화 문화 변화의 핵심 가치이다.

휴대 개념의 확산으로 정보기기는 소형화와 경량 기계화 되며 뿐만 아니라 각종 전자 기기들이 액세서리화 되고 있어 기능과 미가 조화를 이루어 활용되고 있다.<sup>24)</sup> 소형화와 경량화를 통한 인체와의 친밀성의 특징으로 살펴본 모바일성은 비가시성을 촉진시켰다. 현재의 융합화 환경을 이루는 도구적 측면의 유비쿼터스 기술은 에너지와 재료를 효율적으로 사용하는 환경에 기여하고 있다. 각종 디지털 기

기들은 더욱 작아지고, 얇아지고, 가벼워지면서 인체와의 거리를 좁히는 방향으로 디자인되고 있다. 본체는 매우 작아질 것이고 조작하거나 보기에 편해질 것이며 동시에 주위에 방해가 되지 않게 인체에 착용되어질 것이다. 이러한 소형화와 경량화에 따른 착용의 용이성과 이동이 잦은 현대인의 모바일성을 가속화한다.<sup>25)</sup>

인간 환경의 변화에 따른 모바일성은 유비쿼터스 기술을 바탕으로 인체와 패션의 영역을 확장하고 패션과 과학의 새로운 네트워크를 형성하여 새로운 아이디어나 가치를 생산할 수 있도록 자극함으로써 의미와 영역을 확장하고, 사물과 환경에 컴퓨터를 심음으로써 그 기능을 지능화하고, 나아가서는 환경의 특성까지도 개인에 맞게 전환·지능화 할 수 있다.

## 2. 상호텍스트성

패션에서 테크놀로지의 발달에 따른 인터넷 즉 네트워크의 활용은 빠르게 변화하는 패션의 흐름을 수용하고 인간의 요구를 반영할 수 있는 장점이 있다. 현대인에게 있어 패션은 입고 소유하는 단계를 넘어 즐기고 보여주며 개인을 표현하는 수단으로써 상호작용을 촉진시키며 생각이나 감정을 이해하는 공동의 언어이기도 하다.

상호텍스트성은 텍스트를 두고 서로 인용하고 차용한다는 뜻으로써 과거나 미래의 모든 담론들과 상호 의존하는, 텍스트의 성질을 의미한다. 1960년대에 줄리아 크리스테바(Julia Kristeva)는 어떠한 새로운 문학 텍스트들도 곧 텍스트들의 교차라는 생각을 표현하기 위하여 이 용어를 사용하여 정착시켰다.<sup>26)</sup> 즉 그것들은 변형된 과거의 텍스트들을 흡수하였고, 또한 미래의 텍스트들의 영향으로 흡수되고 변형되리라는 것이다. 이 용어는 다른 문학 이론가들에 의해 다른 방식으로 응용되었다.

유비쿼터스 기술의 발달은 인간과 사물과 환경을 언제나 항상 연결시켜주는 네트워크 환경을 조성한다. 이것은 패션에서 다른 영역과의 협업이라는 사례를 더욱 증진 시키고, 서로 다른 패션 스타일의 융합이라는 사례를 두각 시키고 있다.

상호텍스트성으로서의 텍스트의 조건은 문학, 철

학, 회화, 음악, 영화, 생물학, 물리학 등과의 작업 영역을 확장하는 것으로 텍스트의 겹침으로써 일관된 통합을 피하고 다른 체계에 내재되어 있는 것을 이끌어 내는 것이다. 패션에 있어서 이러한 상호텍스트성은 패션외의 영역과의 융합에 따른 새로운 영역의 창출에서 나타난다. 그리고 이것은 협업과 스타일의 융합의 사례에서 그 특성을 검증할 수 있었다.

21세기 패션 영역에서도 패션 그 자체 만으로써가 아니라 다양한 장르와 영역의 상호교류를 통한 융합 또는 통합된 형태를 보이고 있다. 즉 예술과 음악, 과학 등의 다른 영역과의 상호작용을 통한 새로운 형태의 패션을 창조하고 있다. 또한 인터넷과 같은 테크놀로지의 발전에 의한 지식사회로의 발전은 현대인에게 심리적, 지적인 욕구를 상승시키는 작용을 일으키며 과거의 궁극적인 가치체계 대신에 다양성을 향유하고자 하는 기호를 갖게 하였다. 패션에서도 이러한 경향을 민감하게 반영하여 다양한 양식들의 혼재를 통한 다감각화를 이루고 사물이나 현상에 관한 다양한 개념들이 하나의 통합된 대상에 나타나는 과거와 미래, 동양과 서양, 남성과 여성, 연령이나 인종 그리고 현실과 가상세계에 이르기까지 각 특성들이 그 경계를 넘나들면서 표현되고 있다. 이것은 패션 내에서 뿐만 아니라 다른 영역과의 경계를 허물고 새로운 영역의 창출로 이어지는 각 영역간의 네트워크를 바탕으로 이루어진 관계성을 설명한다. 이러한 현상을 패션에서 타 영역과의 상호텍스트성이라 정의할 수 있다.

## 3. 개인성

미래 학자 앨빈 토플러(Alvin Toffler)는 그의 저서 '권력의 이동'에서 기술과 기술에 의한 의식의 변화로 사회의 권력이 개인들에게 이동하는 것을 언급했다. 그리고 니콜라스 니그로폰테(Nicolas Negroponte)는 그의 저서 'Being Digital'에서 'Daily Me'를 언급하며 개인 맞춤 디자인을 개인성이라는 특징으로 설명하고 있다. 융합화 문화 변화 아래에서 인간화된 환경 구성은 개인의 중요성을 각인 시키고 전자공간에서의 가상현실이 아닌 인간화된 물

리적 공간에서 구현된 가상성의 주체로서 개인성의 중요성이 강조되고 있다.

유비쿼터스 기술의 발달은 인간이 인터넷을 활용하여 제품에 관련된 모든 정보를 한눈에 파악할 수 있게 되었다. 이는 인간의 선택권이 매우 강화되고 중심이 되는 것을 의미한다. 지식기반 시대는 개체화를 특징으로 하여 소비의 개성화, 다양화, 차별화 현상이 뚜렷하다고 볼 수 있다. 이러한 개인의 변화에 대해서, 존 나이스비트(John Naisbitt)는 책임을 다하는 개인, 규율에 대한 자신의 통제를 기본으로 생활의 자세를 가지는 개인으로 가는 특징을 개인성이라고 언급하였다.

개인성에서 개인은 개인자신이 자신의 주체가 된다는 의미를 가지는 말이다. 가상공간의 부속물이나 물리공간에서 부품의 역할이 아닌 자기 자신이 자신의 주체로서의 삶을 영유한다는 개념의 의미를 가지는 인간을 의미한다. 그리고 여기에서의 개인성의 의미는 기존의 개인 성향에 대한 것이라 할 수 있다. 이것은 가상공간과 물리공간의 융합화에 따라 인간화되는 인터페이스 구성에 나타나는 대표적인 특성이다.

## V. 결론

21세기 지식기반 사회에 도래한 큰 변화는 무엇인가? 본 연구는 사회 전반에 나타나고 있는 융합화 문화 변화에 대한 문제 제기에서 시작한다. 미래학자 앨빈 토플러(Alvin Toffler)는 사회 각 분야의 경계 붕괴를 예견하며 각 영역의 융합과 사회전반의 경계 모호성에 대해서 예견했다. 이에 본 연구에서는 여러 양식과 장르 그리고 서로 다른 영역이 혼재하는 사회·문화 현상을 융합화라 설명하고, 융합화 문화 변화의 특성을 효과적으로 해석할 수 있는 틀을 마크 와이저(Mark Weiser)와 여러 미래학자들의 이론을 근거로 현대 패션에 나타난 융합화 문화 변화의 특성을 연구하고자 하였다.

본문에서 보이지 않고(invisible) 실제 공간(em-bodied virtuality)에서의 연결(connected)을 이끌어내는 환경은 기술 중심이 아닌 인간 중심의 환경을

의미하였다. 현대 사회에 나타난 융합화 문화 변화의 특성은 유비쿼터스 기술의 특징을 바탕으로 크게 비가시성, 관계성, 구현된 가상성으로 분류할 수 있었다. 첫째, 비가시성은 컴퓨터의 존재를 인식하지 않으면서도 언제나 사용할 수 있도록 컴퓨터를 마치 공기나 물처럼 아주 자연스럽게 주변 상황에 파고들게 만드는 기술의 이상향이라고 하였다. 즉 이것은 주변에 편재되어 있는 테크놀로지가 환경에 자연스럽게 스며들어 융합되는 것이었다. 현대인은 시공간을 초월한 활동 영역의 확장으로 모바일성이 강조되고 있으며, 이는 패션에서 웨어러블 컴퓨터와 스마트웨어의 사례를 통해서 모바일성의 특성을 보였다. 둘째, 관계성은 물리공간의 모든 사람, 사물, 컴퓨터가 서로 네트워크로 연결되어 언제 어디서나 언제든지 연결해야 하는 특징을 가졌다. 패션에 나타난 관계성의 영향은 인간과 주변 환경과의 네트워크를 강조하는 것으로 새로운 영역을 창조하여 의미를 교류하는 상호텍스트성의 특성을 가졌다. 셋째, 구현된 가상성은 물리공간에 실존하며, 가상세계의 강화가 아니라 실제 세계를 강화하는 것으로, 평소에는 인식하지 않으나 필요할 때 사용자가 개입할 수 있는 인간화 된 인터페이스 환경을 의미하였다. 그리고 패션에 나타난 구현된 가상성의 특성은 인간화된 디자인으로 나타나며 평범함에서 벗어나 새로운 것을 창출하는 개인성으로 요약되었다.

이론적 고찰을 통해서 살펴본 융합화 문화 변화 특성은 비가시성, 관계성, 구현된 가상성으로 구분되어지며 이것은 유비쿼터스 기술의 도래와 함께 누적되고 융합되어 진행되는 특징을 가졌다. 그리고 패션에서는 모바일성, 상호텍스트성, 개인성으로 각 특성이 개별적으로 분명하게 두드러지는 디자인이 나타남과 동시에 두 가지 이상의 특징을 개념적 혹은 형식적으로 포함하면서 융합화 문화의 영향을 나타냈었다. 비가시성의 특징을 가지면서 서로간의 네트워크 연결에 따른 관계의 융합 그리고 가상현실의 실제적인 구현화라는 특징이 융합되어 나타나고 있음을 알 수 있었다.

본 연구의 제한점은 기준이 절대적이지 않다는 점이다. 융합화 문화 변화에 따른 패러다임의 영역

분류 기준이 매우 다양해서 포괄적 기준을 세우는데 어려움이 있었다. 이것은 융합화 문화 변화에 따른 패러다임의 영역 구분 자체가 상당히 모호하기 때문에 관점에 따라 다른 장르로의 분류도 가능하다.

변화하는 시대의 문화적 특징과 가치의 영향에 무엇보다도 빨리 반응하는 패션에 있어서도 지식사회의 도래에 나타나는 융합화 문화 변화에 따른 패러다임의 영향이 나타난다고 보여 진다. 본 연구의 결과를 통하여 현대 패션에 나타나는 문화 변화에 따른 변화 양상을 바라보는 관점을 정립한 것에 의의를 갖고 그 이해를 바탕으로 발전의 방향을 제시할 수 있도록 지식이 공유되기를 바란다.

### 참고문헌

- 1) Toffler, A. (1989). *Future Shock*. New York: Bantam, pp. 17-19.
- 2) 1988년 미국의 사무용 복사기 제조회사인 제록스의 마크 와이저(Mark Weiser)가 '유비쿼터스 컴퓨팅'이라는 용어를 사용하면서 처음으로 등장하였다. 당시 와이저는 유비쿼터스 컴퓨팅을 메인 프레임과 퍼스널 컴퓨터(PC)에 이어 제3의 정보혁명을 이끌 것이라고 주장하였는데, 단독으로 쓰이지는 않고 유비쿼터스 통신, 유비쿼터스 네트워크 등과 같은 형태로 쓰인다. 곧 컴퓨터에 어떠한 기능을 추가하는 것이 아니라 자동차·냉장고·안경·시계·스태레오장비 등과 같이 어떤 기기나 사물에 컴퓨터를 집어넣어 커뮤니케이션이 가능하도록 해 주는 정보기술(IT) 환경 또는 정보기술 패러다임을 뜻한다.
- 3) 김성우, 김상환, 박현미(삼성전자 소프트웨어 센터 인터렉션 그룹) (2004). 유비쿼터스 컴퓨팅 환경에서의 사용성. 한국 유비쿼터스 컴퓨팅 학회 논문집, pp. 56-64.
- 4) *Ibid*, pp. 68-71.
- 5) 컨버전스(convergence)와 유사한 단어로는 fusion, hybrid, merge, complex, compositeness, compound, collaboration 등이 있다. 본 논문에서는 디지털화된 유비쿼터스 환경에서 융합의 의미로 컨버전스를 사용하며 제품이나 영역간의 융합뿐만 아니라 가치관점의 융합까지 포함하는 개념으로 사용하였다. 또한 '융복합'이란 단어로 풀이되곤 하는데 '여러 곳으로 갈라진다'는 뜻의 다이버전스(divergence: 분기·분화)의 상대 개념이라 할 수 있다
- 6) MIT 미디어 랩(Media Lab)의 설립자 겸 이사장으로 1995년 '디지털이다(Being Digital)'를 발간해 디지털 기술의 미래를 제시하였다.
- 7) Negroponte, N., 백육인(역) (2000). 디지털이다(being digital). 서울: 커뮤니케이션, p. 83.
- 8) 홍성욱 (2003). 하이브리드 세상읽기. 서울: 안그라픽스, p. 57.
- 9) Weiser, M., Brown, S. J. (1997). 'The Coming Age of Calm Technology', in *beyond calculation* Springer-Verlag, pp. 34-37.
- 10) *Ibid*, p. 41.
- 11) Weiser, M. (1991). The Computer for the 21th century. *Scientific American*, 256(3), Sept, pp. 77-81.
- 12) Michael, M. (2004). *Computer Communications and Networking Technologies*. Georgia: Brooks, p. 135.
- 13) *Ibid*, pp. 121-126.
- 14) Steuer, J. (1993). Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence. *Journal of Communication*, Autumn, pp. 92-99.
- 15) Weiser, M. (1991). *op. cit.*, p. 75.
- 16) Steuer, J. (1993). *op. cit.*, p. 84.
- 17) SBS서울디지털 포럼(편) (2004). 제3의 디지털 혁명: 컨버전스의 최전선. 서울: 미래M&B, p. 62.
- 18) Popcorn, F., Hanft, A. (2003). 미래생활사전. 서울: 을유문화사, p. 19.
- 19) *Ibid*, p. 20.
- 20) <http://www.siggraph.org/s2005/index.php> (2005. 12)
- 21) <http://www.philosophica.jp/english/awarewear/activities.html> (2005. 6)
- 22) Kwinter, S., 봉일범(역) (2000). 렘 콜하스: 학생들과의 대화. 서울: MGH Architecture Books, p. 46.
- 23) *Ibid*, p. 58.
- 24) Rutsky, R. (2004). 하이테크-포스트휴먼시대의 예술 | 디자인 | 테크놀로지. 서울: 시공사, p. 81.
- 25) Khazanov, M., 김호동(역) (1990). 유목사회의 구조. 서울: 지식산업사, pp. 27-29.
- 26) 권오욱 (1999). 문학과 미술의 상호 텍스트성. 서울: 양운각, pp. 101-107.