

現代 헤어 디자인 트렌드에 나타난 流行革新 이미지 研究

金京仁

圓光大學校 뷰티디자인學部 講義全擔教授

A Study on the Fashion Innovative Image in Contemporary Hair Design Trend

Kim, Kyoung-In

Dept. of Beauty Design, Won Kwang University

Abstract

Resent Fashion trends are changing very rapidly. To understand and predict these trends, Fashion should be regarded not as object but as a social phenomenon. In this Study, the concepts of contemporary hair design trend and fashion innovative Image were defined, and the literatures regarding the relation of these two attributes were studied. To study allegory images in the hair design trend ,we would like to analyse the relevance between the fashion innovativeness and cultural trend. The method used here are mostly visual data and interpretation. This study could be helpful for creative development of hair design and rediscovery of fashion meaning.

Key Words : social phenomenon(사회 현상), cultural trend(문화 경향), contemporary hair design(현대 헤어 디자인), fashion innovativeness(유행 혁신성), Image(이미지)

1. 서론

21세기는 정치, 경제뿐만 아니라 문화가 우리의 삶과 사회를 좌우하는 문명적 전환기이다. 헤어디자인 역시 이러한 내적인 요인들에 영향을 받으면서 다양한 양상으로 발전하고 있다. 최근 패션 트렌드는 이승주(2005)¹⁾의 연구에 의하면 현대인들의 육체적, 정신적 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 자연으로의 동경과 과거로의 회기를 주요 아이템으로 하는

다양한 트렌드가 제시되고 있는데, 이러한 유행하는 트렌드 이미지는 TV와 대중매체를 통해 급속도로 전파되고 있다.

특히, 현대에는 일반적으로 관습상, 도덕상 받아 들여지지 않던 헤어스타일도 연예인과 같은 유행 혁신리더인 대중 스타에 의해 수용되면, 이에 동조하고자 하는 일반인들에게 사고의 전환과 변화를 주어 자신이 좋아하는 대중 스타를 모방하게 되는 패션 마케팅의 유행 전파 성향이 확산되면서, 새로운 유행을 만들어 가고 있다.

Corresponding author: Kim, Kyoung-In, Tel.+82-2-2248-4048
E-mail: kki315@hanmail.net

본 연구에서는 헤어 디자인에 있어서 기존 형태와는 질적으로 다른 것으로 새롭게 느껴지는 행동인 혁신적인 이미지가 이러한 대중 스타와 같은 잠재 혁신자(Potential innovators)에 의해 새롭게 받아들여지는 이러한 유행을 본 연구에서는 그 사회문화적 배경을 살펴보고, 유행 혁신에 따라 변화하는 헤어 디자인 트렌드의 이미지적 유형과 특성을 살펴보고, 유행 혁신과의 관계성을 파악해 미래의 헤어 디자인 분야의 창작 발전과 유행 경향에 대한 흐름을 제시하는데 그 목적이 있다.

II. 이론적 배경

1. 패션 트렌드의 개념

패션(Fashion)은 라틴어 '팩티오-Factio'에서 유래된 것으로, 명사로는 '유행, 풍조, 인기있는 사람, 상류사회의 사람들, 방법, 스타일, 양식, 형, 종류' 등을 뜻하는 단어이나 보통 '의상, 복식' 이란 뜻으로 축소시켜 사용하는 경향이 있다. 패션은 Sproles (1994)²⁾에 의하면 시거나 상황의 맥락에서 사회적으로 적합하다고 지각되기 때문에 눈에 될 정도로 사회 구성원에 의해서 일시적으로 채택된 소비자의 스타일이나 행동방식이라고 정의하고 있다. 유행은 개인의 취향에 따른 선택이 집합적으로 일어나는 현상이며, 사회질서를 형성하고 사회변동을 예측함에 있어서 중심 메커니즘이다. 트렌드(Trend)는 사전적으로 '경향, 변동, 추세' 등의 뜻으로 근본적인 어원은 이동의 '돌아간다'를 의미한다.

패션 트렌드(Fashion Trend)는 '패션의 경향'을 뜻하는 것으로 안병기(2000)³⁾에 의하면 패션이 동태적으로 변화하고 있는 상태, 패션이 변화하고 있는 기본적인 흐름을 뜻한다고 정의했다. 즉, 패션 트렌드는 그 시대의 사회적, 경제적, 정치적, 예술적 영향의 미묘한 반영으로 유행하고 있는 경향이라고 할 수 있다.

2. 헤어 디자인 트렌드의 개념

1) 헤어 디자인 트렌드

헤어 디자인(Hair Design)이란 헤어스타일 디자인을 말하는 것으로, 반세나(2006)⁴⁾에 의하면 구체적 소재, 즉 머리술의 많고 적음과 그 사람의 얼굴 모양, 두상의 형태, 체형, 모발의 길이, 키, 이마, 눈, 코, 턱, 광대뼈, 어깨넓이, 말하는 표정, 성격, 직업 까지도 주어진 조건으로 충분히 종합하고 분석해서 전체적인 균형과 분위기를 살려 조화롭고 아름다운 스타일을 창출하는 것이라고 했다. 아름다움을 추구하기 위해 중요한 수단으로 시대의 흐름과 트렌드에 따라 변화와 발전을 계속 해 온 헤어 디자인은 패션 경향을 결정하는 주요 요소가 되고 개성화와 유행의 물결 속에 새로운 트렌드의 핵심으로 나타나고 있다.

헤어 디자인 트렌드(Hair Design Trend)는 하경연 (2002)⁵⁾에 의하면, 좁게는 전체 패션의 영향을 받으며, 넓게는 시대적 배경과 그 사회의 문화, 그리고 사회 구성원들의 라이프스타일에 따라 변화한다고 조사된 바 있다. 따라서 헤어 디자인 트렌드는 시대, 민족, 개인에 따라서 다양하게 나타나면서 모든 의복과 함께 발전되었고 계급과 성별의 차이를 나타내는 중요한 사회적 상징요소이다. 헤어 디자인 트렌드는 그 시대의 문화를 대변하는 상징적인 이미지 역할을 동시에 지닌 것으로 예술적 차원에서 해석될 수 있으며, 유행하는 혁신적인 미적 추구를 반영시키기 위해 적합한 디자인의 다양성을 위해 전체 두상과 조형적인 요소에 근거를 두어 이미지를 이끌어 낼 필요가 있다.

2) 헤어 디자인 트렌드에 반영되는 헤어 조형성 고찰

헤어 디자인 트렌드에 반영되는 헤어의 조형은 피시술자의 얼굴형을 구조적으로 파악할 수 있는 공학적인 분석력과 이를 예술적으로 표현할 수 있는 조화로운 능력에 의해 창출되어야 하는 점에서 체계적인 조형 예술적 디자인의 특성을 요구한다. 헤어디자인의 조형적 특성은 형태, 색채, 질감을 들 수 있는데 헤어디자인 트렌드에 반영되는 헤어의 조형적 특성을 고찰해 보기 위해 이러한 각 요소의 특징을 다음과 같이 살펴보고자 한다.

(1) 형태

헤어디자인에 있어서 큰 의미로 형태(Style)는 헤어커트로 개인의 두상과 얼굴형에 따라 스타일의 포인트인 점의 강, 약이 어떻게 위치하는가와 점과 점이 이어졌을 때 형성되는 선이 어떤 방향에 따라 운동감이 있는가에 따라 수직선, 수평선, 사선으로 나눌 수 있다. 지상기(1999)⁶⁾에 의하면 헤어디자인에서는 점의 이동방향이 일정한 것을 직선, 그와 반대로 선의 방향이 변화하는 것을 곡선이라 했다. 유송옥(2000)⁷⁾에 의하면 선은 형태적, 정서적, 기능적 특성을 갖는데, 수직선은 긴장감을 갖고 있으며 일반적으로 차가움, 강력함, 고상함, 엄격한 권위 등을 나타내는데 반해, 수평선은 안정감과 평화로움을 느끼게 하며, 곡선은 우아하고 고상하고 섬세한 부드러운 여성특유의 매력을 돋보이게 할 수 있고, 사선은 일반적으로 방향감과 동적인 느낌을 주어 활발한 이미지를 주나 불안감을 느끼게 하는 단점이 있다고 연구한 바가 있다.

(2) 색상

색과 색채는 영어로 Color 또는 Colour로 같이 표현되지만, 우리말에서는 그 의미의 차이를 두고 있다. Powell .F. W.(1984)⁸⁾에 따르면 빛으로서의 색은 정신적인 노력이 없이도 경험의 세계로 이끌어주고, 지각되는 색채는 주관적인 반응을 일으키게 한다고 정의했다. 헤어디자인에서의 색채는 자연적인 또는 인위적으로 염색을 통해 변형된 머리색을 의미한다. 헤어디자인에서 유행현상은 모발 염색을 기본으로 한다고 할 수 있는데 전반적인 흐름을 볼 때, 색채는 헤어디자인의 연출력을 더욱 강화시킨다.

(3) 질감

질감이란 형태, 색채와 함께 디자인의 필수 요소로서 권상구(2002)⁹⁾에 따르면 '질감은 재료나 기법에 의해 나타나는 표면의 특징으로 촉각으로부터 시각적 촉감에 이르기까지의 모든 느낌을 이다'라고 했다. 헤어디자인에서 질감은 자연적인 재질에 의하여 나타내거나 인위적인 방법이나 화학적인 요인을 사용하여 웨이브를 형성시켜 모발 재질을 바꾸어 느

낌을 다르게 표현할 수 있다.

3. 유행 혁신성의 개념

1) 혁신, 혁신성

혁신(innovation)은 기존 형태와는 질적으로 다른 것으로 새롭게 느껴지는 어떤 사상, 행동으로 가장 보편적으로 받아들여지는 혁신의 정의는 잠재 혁신자(Potential innovators)에 의해 새롭게 받아들여지는 어떤 아이디어 또는 제품을 뜻한다.

혁신성(innovativeness)은 이러한 혁신의 정도를 일컫는 것으로, 김한나(1999)¹⁰⁾에 의하면 새로운 아이디어나 제품을 채택하는데 있어서 개인(또는 다른 단위체)이 속해있는 사회시스템 내에서 다른 사회 조직의 구성원들보다 상대적으로 빨리 수용하는 성향이며, 혁신채택과정과 혁신확산과정의 핵심 사항이라고 했다. 혁신채택과정은 한 개인의 마음속에서 일어나는 과정, 즉 소비자가 신제품을 수용할 것인지 혹은 거부할 것인가를 결정할 때 거치는 미시적인 차원의 단계인데 비하여, 혁신확산과정은 사회시스템 내에서 구성원들 사이에서 이루어지는 거시적인 차원의 과정을 의미한다. 혁신성은 혁신의 수용자인 잠재 혁신자에 의해 수용과 확산의 시기와 정도가 결정되며, 또한 혁신성을 예측하는 다른 특징으로는 모험심(Venturesomeness)과 개인의 감각추구와 관련해 선호되는 최적자극 수준(optimum stimulation level: OSL)을 들 수 있다.

Robertson과 Kennedy(1968)¹¹⁾는 혁신성과 모험심을 새로운 상품을 구입할 때 위험을 감수하려는 의지와 의 연관성에 대해 조사하였는데, 모험심은 혁신자와 비 혁신자간의 차이를 설명하는 큰 요인으로 나타났다. 혁신성은 이처럼 잠재되어있는 혁신자에게 새로운 것으로 인지되거나 기존의 행동의 상당한 변경이후 수용되는 혁신적인 성향으로 새로운 유행에 있어서는 필수 불가결한 요소로 볼 수 있다.

2) 유행 혁신성, 혁신 소비자

유행 혁신성(Fashion innovativeness)은 의복이나 헤어스타일과 같이 유행성이 강한 소비재의 새로운

유행 스타일에 대한 수용정도를 뜻한다. 유행 혁신성은 사회 참여도, 대중매체 노출, 혁신에 대한 지식 및 의견 선도력과 관련이 있다. 김명희(2001)¹²⁾는 소비자의 혁신성은 사회 참여도, 대중매체 노출, 혁신에 대한 다양한 상품과 생활패턴이 개발되면서 의상과 액세서리에 이어 헤어스타일까지 변화의 대상이 되고 있다고 했다. 즉, 유행 혁신성은 변화에 대한 혁신자의 호의적인 자세, 불확실성에 대처하는 능력과 같은 소비자의 특성에 의해 반영되는 성향으로 다변화시대인 현대에는 헤어디자인 분야에서 그 영향력이 점점 극대화되고 있다.

유행 혁신 소비자(Fashion innovation consumer)는 새로운 경험과 새로운 자극에 노출되어 있는 개인들이다. 일반적으로 혁신자, 초기 수용자, 초기 다수자, 후기 다수자, 지연 수용자로 나뉘지며, 수용자의 범주에 따라 혁신을 채택하는데 걸리는 시간이 다르다. Schiffman(1983)¹³⁾에 의하면 혁신자(innovator)는 새로운 제품을 가장 빨리 구매하는 비교적 작은 소비 집단으로, 혁신자들은 비 혁신자들보다 모험심이 크며, 상표충성도가 낮고, 판매촉진 활동(promotion deal)에 더욱 긍정적으로 반응하여 제품사용량이 많고, 잡지와 같은 대중매체에 많이 노출되어 있는 것으로 보고 된 바 있다. 또, 패션에 있어서 유행혁신자들은 새로운 스타일의 최초 전달자역할을 하며, 유행 스타일을 최초로 노출시키며 시각적 전이자 역할도 한다.

3) 헤어 디자인의 유행 혁신성

인간의 미에 대한 인류의 탐구는 원시시대부터 오늘날에 이르기까지 계속되고 있으며 이에 대한 추구는 인간의 심리적 욕구로서 시대를 초월해 존재하고 있다.

이러한 욕구는 패션 산업과 함께 뷰티산업에도 영향을 미치며 그 비중이 커져가고 있으며 욕구와 문화 흐름에 의해 유행의 흐름 또한 새롭고 혁신적으로 변화하고 있다.

패션과 뷰티 산업은 사회적 이슈나 사조의 변화에 따라 일정한 주기를 가지고 점차 변화되어 왔으나, 21세기의 밀레니엄 이후 헤어 디자인은 형태와 이미지가 더욱 획기적이고 혁신적으로 변화하고 확대되

고 있으며 무수한 아이템을 받아들여 헤어디자인에 있어서 불규칙적인 혼합과 해체와 같은 혁신적 디자인이 유행 경향으로 대두되고 있다.

제2차 세계대전 이후 등장한 50년대의 밀리터리 룩과 뉴욕에 영향을 받은 로맨틱 룩의 혼합과 재해석, 70년대의 낮선 이미지의 에스닉과 반도시적인 히피풍이 현대에는 세련되고 자연주의적인 품으로 재해석되어 유행하는가 하면, 40년대, 60년대, 80년대의 여러 가지 패션들이 리메이크되어 기하학적인 팝아트에서부터 추상적이고 해체적인 헤어 디자인이 다양한 예술적 형태로 재탄생하며 다양하고 혁신적인 헤어 디자인이 유행하고 있다.

특히 의상이나 장신구에 비해 헤어 디자인의 경우 보수적이고 안정적인 디자인이 과거에는 선호되었으나, 현대에는 점차 독특하고 타인과 구별되는 자신만의 혁신적인 디자인이 유행하고 있는데, 이는 21세기의 일반 대중들이 각자의 개성을 드러내고자 하는 욕구가 더욱 확대되었고, 유행을 선도하는 혁신 리더들의 과감한 헤어 디자인 이미지의 독특한 개성을 추구하려는 시도가 활성화 되면서 헤어 디자인의 혁신적인 변화를 가져온 것으로 볼 수 있다.

III. 현대 헤어디자인 트렌드에 나타난 유행 혁신 이미지

현대는 급변하는 사회, 문화적인 조건에 따라 헤어 디자인의 트렌드가 크게 좌우되고 있다. 관습상, 도덕상 받아들여지지 않던 헤어스타일도 유행 혁신 리더인 대중 스타에 의해 일반인들에게 사교의 전환으로 모방하고자 하는 유행 전파 성향이 확산되면서, 현대의 대부분의 새로운 유행은 소수의 혁신 리더들에 의해 이끌어 지고 있다.

따라서 현대의 유행하는 헤어 디자인과 유행 혁신 성과의 관계성을 파악하고자, 헤어디자인에 나타나고 있는 유행 혁신적인 이미지 형성의 사회 문화적 배경을 살펴보고자 하며, 또한 유행 혁신하고 있는 헤어 디자인 구체적인 이미지와 그 예술사적 배경을 고찰하고, 이에 따라 표현되는 현대 헤어 디자인의 이미지 양상을 자연적, 해체주의적, 네오 아방가르드적, 복고적, 미래적, 예술적 이미지로 각각 구분해

다음과 같이 고찰하여 헤어 디자인 분야의 창작 발전과 유행 경향에 대한 흐름을 제시하고자 한다.

1. 현대 헤어디자인 트렌드에 나타난 유행 혁신 이미지 형성 배경

1) 사회 문화적 배경

(1) TV, 매스 미디어 매체

TV는 시각(sight),음향(sound),동작(motion)을 결합한 것으로 장진호(1987)¹⁴⁾에 의하면, 인쇄매체가 가지는 시각적 가치에 따라 설득력과 라디오의 동시성을 결합한 특성을 가지고 있어서 라디오보다 10배나 강력한 영향을 준다고 했다. 또, 최준서(1974)¹⁵⁾는 TV가 감성적 소구 면에서 탁월하고 우리의 모든 감각을 깊은 상호작용 속에 참가시키는 촉각적, 청각적 미디어라고 했다. 신문, 잡지, TV와 같은 매스 미디어는 정치, 경제, 사회, 문화 환경의 변화와 더불어 기술발전과 함께 변화해 왔다. 이러한 매스 미디어는 점점 다양화 전문화 되어 사회 전반에 그 영향력이 커져가고 있으며, 특히 칼라TV의 보급과 더불어 자라난 현재 세대에게 있어서 라이프스타일, 패션과 헤어스타일에 이르기 까지 그 영향력은 더욱 큰 비중을 차지하고 있다. 이러한 매스미디어의 확산으로 TV에 나오는 사람들을 관찰하고 어떤 행위를 학습하거나 그 모델과 자신을 동일시하기위해 기존의 스타일 보다 혁신적이고 의복, 액세서리, 헤어스타일 등을 따라함으로써 보다 자신 있는 행동과 사회성을 가지고자 하며, 이것이 유행하는 트렌드와 이미지를 만들어 낸다.

(2) 대중 스타

영상시대의 매스미디어 속에서 탄생한 대중스타는 김정동(1981)¹⁶⁾에 의하면 대중의 문화적 욕구를 대리 만족시켜주며, 중요한 욕망의 매개자로서의 역할을 한다고 했다. 대중스타는 인성과 이미지를 강력하게 전달하는 테크놀러지와 손잡고 관객의 채워지지 않는 욕망의 굴레를 생산하는데, 박명진(1989)¹⁷⁾에 의하면, 스타의 이미지와 패션은 그것이 일반인의 범상성과 스타만의 비범성을 동시에 지니고 있기 때문에 욕망의 대상이 된다고 보고한 바가 있다. 이

와 같이 현대 시대의 대중 스타는 미의 전형을 고정시키고, 매력의 기준이 되고 있는 추세이며, 스타가 유행성을 창출해내는 변화의 존재이자 패션 리더의 역할까지 하는 문화 대리인이 되고 있다.

(3) 패션 산업의 변화

패션 산업은 전반적인 산업의 경향이 정보화 사회의 도래, 범지구 차원의 환경, 소득 수준의 향상과 근로 시간의 단축, 새로운 소비계층의 부상 등에 의해 급속하게 변화하고 있다. 소비자의 의식구조 및 가치관이 변화하고 소득수준이 증가하면서 소비자들은 제품의 효율이나 기능보다는 자신의 감정이나 스타일을 중시하게 되었다. 현대는 소비자들의 욕구가 개성화, 다양화 되고 있으며 양보다는 질, 제품의 기능보다는 디자인, 규격화보다는 개성이 존중되는 사회로, 이해연(2005)¹⁸⁾에 의하면 소비자의 힘의 증가와 기대가 상승해 생산자(producer)와 소비자(consumer)의 두 역할을 함께하는 프로슈머(prosumer)는 경쟁력 있는 차별화의 전략이 만들어 낸 것이라고 한 바가 있다. 패션 산업은 예측을 능가하는 속도로 변화하고 있고 유행 혁신은 이러한 경향의 핵심으로 헤어디자인의 창조에서도 이러한 사회 전반적인 변화가 큰 영향을 미치고 있다.

2) 예술사적 배경

(1)자연주의(Naturalism)

자연주의는 전선정(2002)¹⁹⁾에 의하면 1863년 미술 분야에서 도시생활의 정경과 풍속을 표현한 것에 대해 언급하면서 사용되기 시작해 문학과 예술분야로 확대되었다고 했다. 과학문명의 발달로 현실과 미래에 대한 불안이 고조되면서 자연으로부터의 소외, 인간성 상실, 자연의 조화와 질서의 붕괴가 일어나고 있으며, 이효숙(2004)²⁰⁾에 의하면 자연주의 스타일은 과거와 자연으로 돌아가고픈 현대인의 소망을 담아 편안하고 친근한 형태의 자연스럽고 여유가 있는 스타일이라고 했다. 현대의 급속한 문명의 발달과 자연 파괴로 인한 자연 환경의 경각성에 의해 자연주의 패션을 추구하게 되면서 유행의 혁신적인 이미지의 배경이 되고 있다.

(2) 해체주의(De-constructionism)

해체주의는 1960년대 말 프랑스를 기점으로 일어난 사상적 흐름으로, 박연주(1997)²¹⁾에 의하면 전통에 대한 총체적 비판을 통해서 모든 믿음의 허구임을 밝히려는 비판적인 접근방식의 전략이 해체라고 정의한 바가 있다. 해체주의는 경직되고 고정된 이성주의의 틀에서 벗어나는 새로운 문화비평의 장을 열어주었고, 이러한 의미에서 새롭고 혁신적인 개념으로 볼 수 있다.

(3) 네오아방가르드(Neo Avant-Garde)

아방가르드는 20세기 초 자연주의와 고전주의에 대항하기 위해 등장한 기성예술에 대한 반항이나 혁명정신이 대중사회에 확산되는 것으로 오문균(2002)²²⁾에 의하면, 여러 현상을 통칭하는 표현으로 현대에는 다다이즘, 초현실주의를 중심으로 넓은 의미로는 입체파나 표현주의 까지도 아방가르드에 포함시켜 예술 활동으로 보는 경향이 있다고 연구한 바가 있다. 네오 아방가르드는 아방가르드가 암시하는 기존의 질서를 무너뜨리고 급진적인 개념의 새로운 혁신 스타일의 제시라는 측면에서 포스트모더니즘과 본질의 흐름을 같이 하는 유행 혁신의 예술적 배경으로 볼 수 있다.

2. 현대 헤어디자인 트렌드에 나타난 유행 혁신 이미지 유형

1) 자연적 이미지

강주아(2004)²³⁾는 어떤 해석이나 추상은 없애버리고 자연의 참됨을 객관적으로 있는 그대로 묘사하는

것이라고 했다. 자연주의 헤어스타일의 특징은 히피 스타일과 같이 약간 헝클어지게 두거나 자연 그대로의 인공적이지 않은 스타일로 머리에 가벼운 층을 내 깃털처럼 가벼운 사기한 스타일이나 정옥희(2003)²⁴⁾에 의하면 청순하고 자연스러운 웨이브가 흘러내리는 스타일 등을 볼 수 있으며, 현대에는 자연주의적인 전원풍이 반영된 헤어스타일이 표현되기도 한다. 천연소재와 천연 염료를 사용하는 자연미를 강조하는 원시적인 이미지의 에콜로지(Ecology)와 기본의 구조를 무시한 토속적이고 낮고 퇴색한 듯한 자연 색상을 사용하는 프리이티브(Primitive)가 나타나면서, 헤어디자인에 있어서도 네추럴한 헤어 컬러와 자연에서 영감을 받은 디자인이 유행 혁신 이미지로 표현되고 있다.

2) 해체주의적 이미지

해체주의적 이미지는 김혜정(1997)²⁵⁾에 의하면 절대적 의미의 근원을 해체하고 모든 결론의 유보를 통해 개념들과 관점들 사이의 차이를 인정하고, 현재의 불확정성을 그대로 인정해 지배문화로부터 잊혀진 소외집단을 인식하는 열린사회를 지향하는 것이라고 했다. 이러한 해체현상은 헤어스타일에서도 보이고 있는데, 의미와 기호의 불확정성에 따른 펑크 헤어 스타일이나 성의 해체에 의한 매트릭스 섹슈얼 헤어스타일 등을 들 수 있다. 여성의 남성화는 짧은 헤어컷, 구레나룻, 단발은 여성들이 남성의 외모와 비슷해지면서 남성성에 대한 복종의식을 거부하는 심리적 표현으로 페미니즘의 반영이며, 남성의 여성화는 긴 머리, 포니테일스타일, 머리띠 등의 장식적으로 남성으로서의 책임감 회피와 여성들의 외모 가꾸기를 동경하는 기존의 개념을 변화시키는 혁신



<그림 1> Temperley 2005 S/S



<그림 2> Alexander McQueen 2006 F/W



<그림 3> Versace 2007 F/W



<그림 4> Mahogany
2002



<그림 5> Vivienne
Westwood 2007 F/W



<그림 6> John Galiano
2007 F/W



<그림 7> Christian Dior
2004 F/W



<그림 8> Vidal
Sassoon 2006



<그림 9> John
Galiano 2007 F/W

적인 해체주의 헤어스타일이 현대에 꾸준히 확산되고 있다.

3) 네오 아방가르드적 이미지

네오 아방가르드적 이미지는 장미숙(1999)²⁶⁾에 의하면 전통적인 소재를 패러디하거나 천박하고 통속적인 이미지의 키치를 도입해 진지함 대신 가벼움을 제시하고, 긴장의 소멸과 의외성으로 웃음을 자아내는 해학성을 띄고 있는 것이 특징이라고 제시한 바가 있다. 헤어스타일에서 네오아방가르드는 인위적이고 자극적인 장식을 하거나, 불건전한 양상을 보이며 균형적인 형식미가 보이는 고전미를 탈피하여 여취메트릭한 좌우 비대칭의 커트라인을 선보이며 창의적이고 강한 이미지를 부각하는 혁신적인 헤어스타일로 나타났다.

4) 복고적 이미지

21세기 전환기의 패션에서의 복고 이미지는 과거 복고와 원시회귀의 경향을 보이고 있으며 옛것을 새롭고 독특하게 해석하려는 대중문화의 흐름으로 비

문명적 요소 도입을 통한 자연미와 현대미의 공존을 특징으로 볼 수 있다. 현대 패션의 복고풍은 고대, 중세, 르네상스, 바로크, 로코코에서 19세기 20세기에 이르기까지 거의 모든 세기를 패션의 테마로 하고 있으며, 양진희(2001)²⁷⁾에 의하면 1960년대 히피 룩과 인체미를 강조하기 위한 1950년대와 1980년대의 글래머 룩(glamour look)과 1970년대의 글램 룩(glam look), 디스코(disco), 펑크(punk), 오리엔탈(oriental), 아프로(afro), 에스닉(ethnic)한 민족적인 스타일까지 한꺼번에 복합적으로 믹스되고 매치되는 경향을 볼 수 있다고 보고한 바가 있다. 현대 트렌드에서의 헤어스타일은 펑크하거나 글래머러스하고, 빈티지하고 에스닉한 요소까지 다양하게 혼용 하는 것을 살펴볼 수 있다.

5) 미래적 이미지

21세기는 새로운 물리적 환경과 급속한 산업화로 Marshall Berman(1994)²⁸⁾에 의하면 모더니티(modernity)를 이루었고, 모더니티의 결과로 단순하면서 간결한 미니멀아트(minimal art)가 등장하게 되었고, 직선적이고 간결한 선의 추구와 소재의 최소



<그림 10> Marc Jacobs
2004 F/W



<그림 11> Moschino
2004 S/S



<그림 12> Alexander
Mcqueen 2005 F/W

화, 문양의 선택, 장식의 절제미라는 단순미를 추구하는 미니멀리즘(minimalism)이 등장했다. 이러한 미니멀리즘 소재의 이질감을 사용하여 테크노적인 감각을 살려주는 미래 지향적인 형태의 전위적이면서 사이버적인 이미지의 패션을 선보이게 되었고 이러한 퓨처리즘이 강한 패션에는 미래적인 장식이나 미니멀한 이미지의 헤어디자인이 보여 지고 있다.



<그림 13> Alexander Mcqueen 2004 F/W



<그림 14> Christian Dior 2007 S/S

6) 예술적 이미지

예술적 이미지는 노회영(2002)²⁹⁾에 의하면 인체에 행해지는 컬러나 표현, 주제, 기법, 재료 등에 구속 받지 않고, 단지 예술적 이미지만을 중시하며, 인간의 육체를 재조명한 예술로써 새로운 현상, 새로운

추구, 새로운 현실성 등을 알리는 것이며 특별한 회화기법으로 인체에 디자인 한 것이라고 정의했다. 이러한 예술적 이미지를 중시해 나타난 대표적인 미술 양식으로는 옵아트나 팝아트 등을 들 수 있는데, 그 특성은 다음과 같다.

김영호(1998)³⁰⁾는 옵아트(opt-art)가 시각적인 미술로 본래의 의미로부터 이탈시켜 탈 중심화 된 새로움을 보여주는 것이라고 했다. 즉, 옵아트는 추상적 시각유도로 패턴이나 반복의 효과를 이용하여 관객에게 심리적인 반응을 유도시키는 작품을 말한다. 또한, 팝아트(pop-art)는 과장된 형태와 이미지로 특정 지을 수 있는 구상회화의 한 양식으로 팝아트 작품은 이연희(2002)³¹⁾에 의하면 인공적인 컬러를 활용하여 가볍고 유쾌한 이미지를 지니고 있으며, 전체적으로 어두운 톤을 사용하고 그 위에 현란한 강조 색을 사용하여 도시문화의 단면을 그대로 반영하는 듯한 컬러를 사용한다고 했다. 헤어 디자인에서의 옵아트적 요소는 추상적 시각유도로 패턴이나 반복의 효과를 보이는 스타일을 볼 수 있고, 팝아트적 요소는 장난스러운 모티프를 대담하게 확대시키거나 기존의 구조에 대한 고정관념을 뒤엎어 독특하고 창의적인 혁신 디자인으로 표현 되고 있다.

IV. 결 론

현대는 정치, 경제뿐만 아니라 문화가 우리의 삶과 사회를 좌우하고 있으며, 유행 트렌드 이미지는 TV와 매스 미디어의 대중스타와 같은 유행 혁신자들을 통해 급속도로 전파되고 있다. 헤어 디자인에



<그림 15> Christian Dior 2001 S/S



<그림 16> John Galliano 2005 S/S



<그림 17> Viktor & Rolf 2005 S/S



<그림 18> Pivot Point 2006

서 나타나는 유행 혁신을 주도하는 이미지 또한 더욱더 내적인 요인들과 긴밀한 상호 연관성을 갖으면서 다양화 되고 있으며, 현대인들의 육체적, 정신적 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 자연으로의 동경과 과거로의 회귀를 이미지화 하는 다양한 패션과 헤어 디자인이 제시되고 있으며, 사회적으로 소비자의 의식구조 및 가치관이 변화하고 소득수준이 증가하면서 효율이나 기능보다는 자신의 감정이나 스타일을 중시하고 있으며, 특히 헤어 디자인 분야의 유행 혁신적인 이미지 형성은 더욱 다양하고 창의적인 디자인이 요구되고 있다.

21세기 밀레니엄 이후 헤어 디자인은 형태와 이미지가 더욱 획기적이고 혁신적으로 변화하고 확대되고 있으며, 헤어스타일과 같이 유행성이 강한 소비재의 새로운 유행 스타일에 대한 수용정도를 뜻하는 유행 혁신성(Fashion innovativeness)은 사회 참여도, 대중매체 노출, 혁신에 대한 지식 및 의견 선도력과 관련이 있으며, 또한 매스미디어의 확산과 대중스타의 유행 혁신 선도력과 패션 산업의 급진적인 변화 등에 따라 변화하고 있으며, 유행 혁신성과 헤어 디자인 창작의 관계적 특성은 다음과 같이 살펴볼 수 있다.

첫째, 패션과 헤어스타일에 이르기 까지 매스미디어의 영향력은 큰 비중을 차지하고 있다. 매스미디어의 확산으로 TV에 나오는 유행 혁신자들의 어떤 행위를 학습하거나 그 모델과 자신을 동일시하기 위해 기존의 스타일 보다 혁신적인 헤어스타일을 따라함으로써 보다 자신 있는 행동과 사회성을 가지고자 하며, 이것이 유행하는 트렌드와 이미지를 만들어 냈다.

둘째, 현 시대의 혁신 리더인 대중 스타는 미의 전형을 고정시키고, 매력의 기준이 되고 있으며, 스타로 인해 유행성이 창출되고, 이러한 유행 혁신자들이 변화의 존재이자 패션 리더의 역할까지 하는 문화 대리인이 되고 있다.

셋째, 예측을 능가하는 속도로 변화하고 있는 패션 산업은 유행 혁신적인 경향으로 인해 헤어디자인의 창조에서도 사회 전반적인 변화의 흐름과 더불어 큰 영향을 미치고 있으며, 일반 대중에게도 유행 혁신이 사회 참여의 하나의 행위로 인식되고 있다고 할 수 있다.

이러한 유행 혁신적인 현대 헤어디자인 트렌드에 나타난 혁신을 주도하는 이미지적 특성을 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 자연적 이미지는 자연미를 강조하는 토속적이고 낡고 퇴색한 듯한 자연 색상을 사용하는 네추럴한 헤어 컬러와 디자인이 유행 혁신이미지로 나타났다.

둘째, 해체주의적 이미지는 의미와 기호의 불확정성에 따른 핑크 헤어 스타일이고 성의 해체에 의한 매트로 섹슈얼 헤어스타일 등을 들 수 있다.

셋째, 네오 아방가르드 이미지는 인위적이고 자극적인 장식을 하거나, 불건전한 양상을 보이며 균형적인 형식미가 보이는 고전미를 탈피하여 창의적이고 혁신적인 헤어스타일로 나타났다.

넷째, 복고적 이미지는 과거 복고와 원시회귀의 경향을 보이고 있으며 옛것을 새롭고 독특하게 해석하려는 전원풍의 복고가 반영된 스타일이 현대의 유행혁신 헤어 디자인으로 나타났다.

다섯째, 미래적 이미지는 미니멀리즘 소재의 이질

감을 사용하여 테크노적인 감각을 살려주는 미래 지향적인 이미지의 장식이나 미니멀한 이미지의 헤어 디자인이 표현이 나타났다.

여섯째, 예술적 이미지는 오피아트와 같은 추상적 시각유도로 패턴이나 반복의 효과와 장난스러운 모티프를 대담하게 확대시키거나 기존의 구조에 대한 고정관념을 뒤엎어 독특하고 창의적인 팜아트적 요소가 헤어디자인 트렌드에서 혁신적으로 나타났다.

이와 같이 본 연구에서는 현대에 헤어 디자인의 트렌드에 나타난 다양한 특징과 유행을 선도하는 혁신적인 디자인과 이미지를 살펴보았으며, 사회적 흐름에 따라 다양한 측면에서 영향을 받는 패션과 헤어 디자인 트렌드의 관계적 요인을 살펴 볼 수 있었다.

현대에는 더욱더 자신의 개성을 드러내는 독특한 혁신적 디자인이 유행하고 있으며, 이는 21세기의 유행을 선도하는 혁신리더들의 혁신 디자인 추구의 확대와 다원화된 현 시대의 다양해진 대중의 욕구를 만족시키기 위해 헤어 디자인의 혁신적인 변화가 일어난 것으로 볼 수 있다. 현대의 헤어 디자인은 형태와 이미지가 더욱 획기적이고 혁신적으로 변화하고 있으며, 무수한 아이템을 받아들이고 있는 헤어 디자인에 있어서 불규칙적인 혼합과 해체와 같은 혁신적 디자인이 더욱 유행할 것으로 추론하겠다. 따라서 앞으로 헤어 디자인분야의 독창적인 질적 발전과 디자인 영감의 양적 확대를 위해 혁신적인 헤어 디자인에 대한 이미지 확대와 그에 따른 소비자의 동조와의 상관성에 관해서 후속 연구에서 실증적 고찰과 다양한 관점에서의 실험적인 연구를 기대한다.

참고문헌

- 1) 이승주, "패션쇼에 나타난 메이크업 이미지에 관한 연구", 중앙대학교 예술대학원 석사학위논문, 2005, p.2.
- 2) Sproles, G. B., and Burns, I. D., "Changing Appearance Understanding Dress in Contemporary Society", *New York Fairchild Publications*, 1994.
- 3) 안병기, "패션 트렌드 정보 기획론", 학문사, 2000, p.132.
- 4) 반세나, "컬렉션에서 헤어디자인의 역할 연구", 대구가톨릭대학교 디자인대학원 뷰티코디네이션학과 석사학위논문, 2006,p.11.
- 5) 하경연, "헤어 디자인의 조형성에 관한 연구", 한성대학교 패션예술학과 석사학위논문, 2002,p.11.
- 6) 지상기, "커트 논. 학", 고문사, 1999, p.263.
- 7) 유송옥, "복식 의장학", 수학사, 2000, p.51.
- 8) Powell .F. W. "Color: And How to Use It". *CA: Walster Foster Pub*, 1984, pp.2-3.
- 9) 권상구, "기초디자인", 미진사, 2002, p.91.
- 10) 김한나, "유행 동조성과 혁신성에 따른 소비자 세분화 및 준거대상 연구", 서울대학교 대학원 의류학과 석사학위논문, 1999, p.20.
- 11) Robertson, T., & Kennedy, J., "Prediction of Consumer Innovators: Application of Multiple Discriminant Analysis", *Journal of Marketing Research*, 1968.
- 12) 김명희, "헤어 스타일 모방 의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구", 조선대학교 교육대학원 미술교육전공 석사학위논문, 2001, p.15.
- 13) Schiffman, L. G.,& Kanuk, L. L."Consumer Behavior,2nd", *Prentice-Hall, Englewood Cliff*, 1983.
- 14) 장진호, "우리나라 텔레비전 방송 광고에 대한 실태 분석", 한양대학교 대학원 석사학위논문, 1987, p.8.
- 15) 최준서, "방송론", 일조각, 1974, p.75.
- 16) 김정동, "현대 사회와 인간의 미래", 평민사, 1981, p.45.
- 17) 박명진, "비판 커뮤니케이션과 문화이론", 나남, 1989, pp.178-181.
- 18) 이해연, "패션 브랜드 혁신 전략에 관한 연구", 계명대학교 대학원 의류학과 석사학위논문, 2005, p.10.
- 19) 전선정의, "미용미학과 미용문화사", 청구문화사, 2002, p. 21.

- 20) 이효숙, "패션 이미지에 따른 의복 스타일과 헤어 스타일의 상관성", 경성대학교 석사학위논문, 2004, p.28.
- 21) 박연주, "매니쉬 룩의 해체주의적 접근을 통한 의상 디자인 연구", 이화여자대학교 석사학위논문, 1995, p.24.
- 22) 오문균, "테크놀로지 이미지적 헤어스타일의 동시화에 관한 연구", 세종대학교 박사학위논문, 2002, p.1
- 23) 강주아, "21세기 헤어스타일 양상에 나타난 키치 특성에 관한 연구", 용인대학교 석사학위논문, 2004, p.48.
- 24) 정옥희, "이미지별 헤어 스타일에 관한 연구", 창원대학교 석사학위논문, 2003, p.49.
- 25) 김혜정, "현대 건축의 형태 구성과 해체주의 패션의 특성에 관한 연구", 세종대학교 박사학위논문, 1997, p.25
- 26) 장미숙, "현대 메이크업에 나타난 네오아방가르드 경향에 관한 연구", 숙명여자대학교 석사학위논문, 1999, pp.11-16
- 27) 양진희, "현대 메이크업에 나타난 레트로 경향", 건국대학교 디자인대학원 석사학위논문, 2001, p.12.
- 28) Marshall Berman, 유병호.이민식 역, "현대성의 경향", 현대 미학사, 1994, p.13.
- 29) 노희영, "현대 아트 메이크업의 화화적 경향과 기법에 관한 연구", 한성대학교 패션예술대학원 석사학위논문, 2002, p.40.
- 30) 김영호, "시각 디자인 구성 원리", 태학사, 1998, p.13.
- 31) 이연희, "패션 문화", 예학사, 2002, p.150.

기 타

<http://www.wordspy.com> (인터넷 영어사전)

<http://www.naver.com>

<http://www.daum.com>

<http://www.yahoo.com>

<http://www.style.com>

(2007년 3월 13일 접수, 2007년 5월 30일 채택)