

문화 코드의 변화에 따른 패션 트렌드 경향 연구

김소영* · 양희영

서일대학 의상과 조교수* · 숙명여자대학교 의류학과 강사

문화란 우리의 사회현실을 이해하는 데 가장 외연이 큰 개념 중 하나이다. 최근 우리 사회는 급증하는 문화연구에 대한 관심과 그 결실로 많은 문화 담론들을 쏟아내고 있으며, 각종 대중매체의 보급과 확산으로 모든 문화현상은 대중문화로 동일시하는 경향이 있다. 이러한 문화코드의 변화는 새로운 패러다임에 입각한 새로운 문화보기를 반영하고 있으며, 문화에 영향을 받은 패션 트렌드도 새로운 문화보기의 한 측면에서 생각해 보아야 한다. 패션 트렌드는 매 시즌 변화되고 있으며, 패션 트렌드를 이끌고 있는 문화 수용자들의 삶과 가치관에 영향을 주는 여러 가지 다원적인 요소들이 총체적이고 복합적인 상징으로 나타나고 있다.

자신의 삶에서 미적인 가치를 추구하며 브랜드의 가치를 높게 여기는 것이 요즘의 트렌드 경향이다. 외모 관리는 여성뿐만 아니라 남성들의 큰 관심을 끌고 있는 추세이며, 사이버 문화는 매시간 새로운 지형을 창조해 우리의 시야를 변화시키고 새로운 현실 모습을 제공하기 때문에 사회 전반에 걸친 패러다임 대전환의 주도적 역할을 하고 있다. 이에 본 연구는 최근 급속도로 변화되고 있는 문화 코드들을 중심으로 한 다원적인 사회문화 비교연구를 통해 설명되지 않은 복식 현상에 대한 해석의 토대를 마련함으로써 패션 트렌드의 유형과 미적 가치를 도출하고자 한다. 이러한 패션 트렌드를 통해 잠재적 패션상품을 창출하고 이를 패션마케팅에 반영시켜 패션 상품기획과 디자인에 도움을 주고자 한다.

본 연구는 21세기 패션에서 큰 영향력을 미치고 있는 문화적 유형을 통해 패션 트렌드에서 예측하는 디자인 요소들이 새로운 유형을 창조하는 디자인 원천으로 어떻게 보여지는지를 살

펴봄으로써 새로운 미적 가치의 전환 및 방향성을 제시하는 데에 의의가 있다. 지난 십 여 년간 패션에 대한 연구는 수직, 양적인 측면에서 나름대로 발전을 거듭하였고 독자적인 학문분야와 이론을 정립하여 왔다. 그러나 그 학문적 기반이 미흡하여 '현상' 중심의 피상적 연구에 그친 경향이 없지 않다. 또한 패션을 발생시킨 여러 가지 다원적인 요소를 총체적이고 복합적인 상징적 차원에서 문화연구를 기반으로한 연구는 매우 부족한 실정이다.

본 연구를 수행하기 위해 문화에 대한 전반적인 이론연구와 패션 트렌드에 나타난 다의적 가치를 도출하기 위해 다양한 시각자료들을 수집하였다. 패션 트렌드 정보는 2004-2005년 S/S, F/W Interfashion Planning, Promostyl, Premiere Vision, Expofil, 삼성패션연구소에서 제시한 자료를 토대로 하였다.

연구 내용은 다음과 같다. 첫째, 대중문화(mass culture)와 패션 트렌드에 대한 이론적 고찰을 통해 대중적 수용자들이 문화 산업의 산물들을 자신들의 생활에 적합한 의미와 즐거움을 생산하면서 문화 매체로 다원화 시켜가는 현상을 추정하였다. 둘째, 현대의 새로운 미디어 문화는 많은 선행연구들에 의해서 포스트모던하다는 평가를 받고 있다. 포스트모던 문화 기호를 생산하는 미국과 유럽 여러 나라들의 스트리트 패션, 다양한 미디어의 혁명으로 인해 보여지는 '글로벌(global)' 소비자들의 패션의 출처는 다양한 근원지를 지니고 있다. 그래서 이들의 문화속에서 나타나는 다양한 패션 출처와 패션 아이덴티티를 살펴보았다. 셋째, 위의 연구 결과를 바탕으로 새로운 패션 트렌드의 유형과 미적 가치 도출을 통해 미래 패션을 전망하였다.