

현대패션에 표현된 믹스&매치를 이용한 시각이미지

이은경

대전대학교 패션디자인 · 비즈니스학과

Visual Image Applying by Mix & Match in Modern Fashion

Eun-kyung, Lee

Dept. of Fashion Design-Business Daejeon University

1. 서론

최첨단의 기계와 컴퓨터라는 기술적 매개체는 21세기를 정보화 사회로 선도했으며, 현대사회를 하나의 가치로 설정하기 어려운 시대로 만들었다. 뿐만아니라 시각적 표현방식의 전환을 유도하여 비주얼시대를 열음으로써 소비자의 감성 충족 요구에 의한 감성시대를 이룩하였다. 이러한 사회적 현상은 패션에 많은 영향을 미쳐 여러 가지 변화를 가져왔는데 특히 여러 가지 컨셉이나 스타일이 믹스&매치된 새로운 디자인을 탄생시키고 단품코디를 확산시켰다. 변화에 발맞추어 어패럴 업체에서는 믹스&매치를 이용해 패션상품을 디자인함으로써 새로운 감각을 시각적으로 보여줄 수 있다는 장점을 마케팅 전략으로 활발하게 활용하게 되었다. 따라서 본 연구에서는 믹스&매치의 시각이미지를 분석하고 제시함으로써 현대패션산업의 활성화에 기여코자 한다.

2. 믹스&매치의 의의

믹스&매치는 두가지 이상의 시각이미지가 함께 사용된 그래픽이다. 이는 시각 정보전달과 시각예술의 구성에 기여하는 조형예술의 한 부분으로 필수적인 디자인 요소이다. 또한 예술과 과학기술에 상호영향을 주고, 기술의 긍정적인면과 부정적인면에 대한 양면 잠재력을 인정하면서 기술과 인간 감성의 융합을 표현한다. 현대 패션디자인에 믹스&매치라는 새로운 표현도구가 등장함으로써 표현방법이 매우 다양화되었고 소비자의 욕구를 충족시키기 위한 일환으로 새롭게 부각된 시각이

미지로 발전하게 되고 있다.

따라서 믹스&매치를 이용한 시각 이미지가 표현된 현대패션은 점점 늘어나는 추세에 있으며 이는 패션 트렌드와도 밀접한 관련이 있다.

3. 믹스&매치의 역할 특성

- 서로 다른 감성이나 소재 또는 기법들로 더 재미있고 활기찬 모티브를 전달
- 기존의 사고방식에서 탈피 개성과 감각을 자유롭게 표현
- 패션디자인에 독창성과 차별성 부여함으로써 소비자의 다양한 욕구를 충족
- 단품코디 개념을 활성화시켜 개성을 자유롭게 표현

4. 믹스&매치의 미적 특성

4.1 확장성

기존 패션의 틀을 넘어서는 새로운 시도로 디자이너의 패션개념과 창작의 범위, 소비자의 미적체험과 패션성에 대한 확장을 가져 옴

4.2 유희성

인간 감각의 반응을 이용하여 누구나 쉽게 접근할 수 있고 현대의 특성을 적극적으로 반영하여 예술과 삶의 결합을 통한 유희적 측면을 추구함

4.3 주목성

믹스&매치에 의해 새롭게 만들어진 이미지는 아름다움, 매력을 발하는 힘, 생동감과 역동성 때문

에 강한 시각적 자극을 줌으로써 주목성을 더욱 배가 시킴으로써 브랜드의 이미지를 임팩트하게 표현 함

4.4 기술성

기술발달의 산물을 직간접으로 사용하여 디자이너의 창조력을 자유롭게 표현할 수 있게 하며 패션을 즐길 수 있는 대중의 능력을 고양시킬뿐 아니라 기계화된 일상을 현대패션의 상징으로 만들어 기계미학이라는 새로운 개념을 탄생시킴

4.5 다목적성

커뮤니케이션 테크놀로지와 디자인과의 통합이 가능해지면서 전통적인 개념의 의복에서 벗어나 디지털 환경에 맞는 다목적 다기능 패션의 주요 원칙을 세워 나감

5. 믹스&매치의 시각적 이미지 효과

5.1 디자인 요소로서의 효과

패션을 하나의 시각공간으로 인식하여 조형요소를 복합적이고 임팩트하게 디자인하여 각 조형요소간의 전체적인 조화를 통한 완성의 결과를 가져올 수 있음

5.2 브랜드 이미지 구축 및 홍보

문자를 포함하는 믹스&매치는 브랜드명과 다른 요소를 함께 사용함으로써 브랜드 이미지를 구축하고 기업이미지를 쇄신하며 광고 및 홍보 효과가 있음

5.3 상품차별화 전략

컴퓨터를 이용하여 합성이미지와 회화형태를 포함하는 작품을 창조함으로써 타 상품과 차별화를 시킬 수 있고, 타이포그래피와 도형의 조합을 시도함으로써 주목성, 명시성 강조할 수 있음

5.4 고부가가치 상품

문자와 일러스트레이션을 믹스한 시각적 이미지

는 유머러스 느낌과 신선한 감각의 즐거움을 배가 시킬 수 있고, 프린트와 레이스, 비즈와의 매치는 입체적인 장식효과를 가져와 상품의 고부가가치를 높힐 수 있음

6. 결론

현대패션은 단순히 몸에 걸친다는 개념으로서가 아니라 현대인의 자아와 감성과 미의식 등을 표현하 암시적인 커뮤니케이션의 수단이다. 본 연구는 믹스&매치의 시각적 이미지를 분류하고 분석하여 그 효과를 파악하고자 하였다.

어패럴 산업측의 믹스매치 시각적 효과는,

- 브랜드의 캐릭터와 감각을 살려 브랜드 인지도를 높이고 홍보효과를 가져옴
- 신세대들의 정서를 자극하고 참신한 감각을 제시함함으로써 새로운 소비자를 창출해 냄
- 패션상품의 차별화를 가져오고, 고부가가치를 창출함으로써 매출을 신장 시킴
- 다변화된 소비자의 라이프스타일을 반영함으로써 점점 복잡해지는 소비자의 감성을 충족시킴
- 단품코디개념을 활성화시켜 자신만의 개성과 감각을 자유스럽게 연출하고 표현케 함

참고문헌

- 1) 김현수 · 김민자, ‘디지털환경 매체로서 패션에 나타난 사이버네틱스의 특성에 관한 연구’, 복식, 55권 4호, pp.79-94, 2005.
- 2) 문신애, “20세기 스페이스 에이지 패션과 테크노-사이버 패션의 패러다임적 특성에 관한 연구”, 서울여대 석사학위논문, 1998.
- 3) 박은경, “현대 패션에 표현된 움직임의 미적 특성에 관한 연구”, 복식, 55권 8호, pp.112-126. 2005.
- 4) 안선경 · 양숙희, “복식에 나타난 싸이키델릭 이미지”, 한국의류학회지, 23권 1호, pp.147-158, 1999.
- 5) 이미연, “티셔츠 상품에 활용된 원 포인트 그래픽의 시각이미지 분석”, 복식, 55권8호, pp.15-29, 2005.
- 6) 이운진 · 박명희, “현대 의상에 나타난 유머성”, 복식, 53권 5호, pp.33-48, 1993.
- 7) Quinn. B. Techno Fashion, Oxford · N.Y:BERG, pp.55-56, 2002.