

경험 디자인의 관점에서 본
트랜스포머블 패션디자인의 발상
The Idea of a Transformable Fashion Design
from the Perspective of Experience Design

주 저자 : 남윤진

이화여자대학교 대학원 디자인학부 패션디자인전공 박사

Nam, Yoon-Jin

Ewha Womans University

공동 저자 : 김혜연

이화여자대학교 조형예술대학 디자인학부 패션디자인전공 교수

Kim, Hea-Yeon

Ewha Womans University

* 본 논문은 2011학년도 이화여자대학교 박사학위 논문의 일부로,
경험디자인의 관점에서 재조명한 것입니다.

1. 서 론

- 1-1. 연구 목적
- 1-2. 연구 내용 및 방법

2. 사용자 경험과 패션디자인

- 2-1. 경험 디자인의 개념
- 2-2. 경험적 패션디자인의 유형
 - 2-2-1. 커스터마이저블(customizable) 디자인
 - 2-2-2. 리액티브(reactive) 디자인
 - 2-2-3. 트랜스포머블(transformable) 디자인

3. 트랜스포머블 패션디자인의 발상

- 3-1. 경험을 위한 발상의 기반
- 3-2. 전환적 발상 방법의 구축
 - 3-2-1. 동기화(synchronization)
 - 3-2-2. 생소화(defamiliarization)
 - 3-2-3. 다(多)시점화(multiple viewpoints)
 - 3-2-4. 혼성화(hybridization)

4. 결 론

참고문헌

(要約)

현대에는 경험을 이끌어낼 수 있는 디자인들이 주목을 받고 있으며, 패션에서도 그 사례들이 증가하고 있다. 이에 본 연구는 최근 관심이 높아지고 있는 트랜스포머블 패션디자인을 경험 디자인의 관점에서 재조명하고 그 발상에 관한 구체적인 방법을 연구하였다.

이를 위해 경험 디자인의 개념과 이를 적용하고 있는 패션디자인의 유형을 먼저 살펴보았으며, 그 중에서 트랜스포머블 디자인의 사례를 중심으로 그 경험적 특성을 분석하여 디자인 발상의 토대를 마련하였다. 이를 바탕으로 실제적으로 활용이 가능한 발상 방법을 동기화, 생소화, 다시점화, 혼성화 등 4가지로 제시하였다.

이와 같은 연구는 인간 중심의 디자인을 지향하는 경험으로서의 패션디자인에 대한 새로운 인식을 마련하며, 이전에 극히 제한적이었던 트랜스포머블 패션디자인을 위한 보다 쉽고 다양한 접근 방법을 제시할 수 있다는데 의의가 있다.

(주제어)

사용자 경험, 경험 디자인,
트랜스포머블, 디자인 발상,
동기화, 생소화, 다시점화, 혼성화

(Abstract)

In modern times, designs to bring experience are drawing attention and the number of those cases in fashion is also increasing. Accordingly, this study investigates transformable designs, which are gaining in popularity from the perspective of experience design and the creation of specific methods pertaining to the idea.

To achieve the goals of this study, the definition of experience design and the characteristics of related types in the area of fashion were analyzed. This study prepared the ground for the ideas about transformable types with an analysis of their experiential characteristics. Practical ideas in four types are presented: synchronization, defamiliarization, multiple viewpoints and hybridization.

This research can provide a new awareness of fashion design as an experience that orients human-centered design and can suggest a variety of approaches to transformable fashion design so that they become more diverse and simpler than earlier circumscribed methods.

(Keyword)

User Experience, Experience Design,
Transformable, Design Idea,
synchronization, defamiliarization,
multiple viewpoints, hybridization

1. 서론

1-1. 연구 목적

현대 디자인에서는 참여, 상호작용, 공유 등 경험을 이끌어낼 수 있는 디자인들이 주목을 받고 있다. 이러한 흐름은 특히 디지털 매체의 도입과 함께 점차 가속화되고 있으며, 아날로그 기반에서까지 다양한 경험 디자인들을 출현시키고 있다. 경험 디자인에서는 디자인을 함께 만들어 나가고 교류하는 존재로 사용자를 인식하고, 사용자에게 보다 다양한 경험을 제공할 수 있는 방법들을 모색하고 있다.

이와 같은 디자인 접근에는 인간 중심의 디자인 사고를 기반으로 하는 이전과는 다른 발상이 요구된다. 디자인 발상은 디자인 원리나 모티브의 전개, 체크리스트법이나 형태분석법과 같은 방법론을 중심으로 다뤄져 왔으나, 최근에는 산업디자인 분야를 중심으로 사용자 중심의 디자인 방법에 대한 연구들이 활발히 진행되고 있다. 최근 패션에서도 경험 디자인에 대한 관심이 증가하고 있는데, 이에 반해 그 실제적 접근과 발상에 관한 연구들은 아직 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구는 최근 경험적 요소로 인해 관심이 증가하고 있는 트랜스포머블 패션디자인을 경험 디자인의 관점에서 재조명하고, 사용자 경험에 기반한 디자인의 구체적 발상 방법을 구축하고자 한다. 이는 인간 중심의 디자인을 지향하는 경험으로서의 패션디자인에 대한 새로운 인식을 마련하며, 이전에 극히 제한적이었던 트랜스포머블 패션디자인을 위한 보다 쉽고 다양한 접근 방법을 제시할 수 있다는데 의의가 있다.

1-2. 연구 내용 및 방법

본 연구의 내용과 방법은 다음과 같다.

첫째, 패션 분야에서는 다소 생소한 경험 디자인의 개념을 각종 문헌을 통해 살펴본다. 또한 이러한 경험적 디자인의 개념이 패션에서는 어떤 형태로 나타나고 있는지 해당 사례를 표집하여 유형별로 특성을 연구한다. 둘째, 경험적 패션디자인의 유형 중 트랜스포머블 디자인을 중심으로 구체적 발상 방법을 구축한다. 이를 위한 기반으로 최근 트랜스포머블 패션디자인의 사례에서 나타나는 경험적 특성을 분석하며, 그 결과를 토대로 실제적으로 활용이 가능한 새로운 발상 방법 4가지를 제시한다.

연구는 문헌과 사례 분석을 함께 병행한다. 분석을 위한 사례들은 기술과 패러다임의 변화로 인해 경험적 패션디자인이 많이 등장하기 시작한 2000년 이후를 중심으로 인터넷 사이트와 문헌을 통하여 수집

한다. 트랜스포머블 디자인 발상 방법은 디지털을 제외한 아날로그 기반의 디자인을 중심으로 연구한다.

2. 사용자 경험과 패션디자인

2-1. 경험 디자인의 개념

경험 디자인은 일반적으로 UX디자인이라고 일컬어지는 사용자 경험 디자인(User Experience Design)이란 용어와 동일한 개념으로 해석되고 있다.

사용자 경험이 사람이 제품이나 서비스를 사용하면서 얻는 총체적인 경험을 말한다면, 사용자 경험 디자인은 사람들과 제품, 서비스 간의 인터랙션을 통해 긍정적인 경험을 만들어내는 과정을 의미한다.¹⁾ 즉 사용자가 제품을 통해 좋은 경험을 얻도록 디자인 요소를 계획하고 구성하는 일련의 활동 또는 방법으로, 여기에서 '제품'은 '사용'의 개념을 갖고 있는 소프트웨어, 웹 사이트, 기계, 시스템, 컴퓨터 등을 포함한 인터랙티브 제품을 의미한다.²⁾

기존의 경험 디자인이라는 개념은 주로 소프트웨어나 웹사이트, 컴퓨터 등 디지털 상호작용을 기반으로 하는 디자인에 적용되어 왔다. 하지만 최근에는 디지털 인터랙티브의 활성화와 함께 아날로그 인터랙티브에 대한 관심과 사례 또한 증가하면서 이전에 특정 분야에 국한되어 설명되어 왔던 경험 디자인의 개념이 확장될 필요성이 대두되고 있다. 나단 셰드로프(Nathan Shedroff)는 저서를 통해 온라인뿐만 아니라 다양한 형식의 디자인에서의 경험의 중요성에 대하여 이미 언급한 바 있다. 그는 전통적, 물리적, 오프라인 상의 경험이든 디지털, 온라인, 기타 기술적 경험이든 간에 우리는 모든 경험으로부터 배울 수 있으며³⁾ 인터페이스 디자인 역시 넓은 의미에서 대부분의 접근 방법들이 경험 디자인에 기여하고 있음에도 다른 아날로그적 경험들을 포함시켜 사용하는 것을 거부해 왔다고 설명하였다.⁴⁾ 조너선 채프먼(Jonathan Chapman) 역시, 경험디자인은 디지털 미디어와 인간과 컴퓨터의 상호작용에만 한정되어 있지 않으며, 그 작업이 디지털 분야에 집중되어 온 것은 사실이지만 그 잠재력은 온라인 미디어 분야보다 더 광범위하다고 설명하였다.⁵⁾ 디지털적이든, 연극적이

1) 김동환, 배성환, 이지현. 2011. 『스토리텔링으로 풀어보는 UX 디자인』. 서울:(주)에이콘출판. p.75

2) 노주환. 2011. 『UX Design』. 서울:멘토르출판사. p.20

3) Nathan Shedroff. 2004. 『경험디자인』. 이병주 옮김. 서울:(주)안그래픽스,2004). p.3

4) Nathan Shedroff. 같은 책. p.109

5) Jonathan Chapman. 2010. 『클린디자인 굿디자인』. 방수원 옮김. 서울:시공사. p121

든, 실제 공간에서 일어나는 것이든 간에 사용자들은 다양한 방법을 통해 경험과 인터랙션하고, 이러한 인터랙션은 사용자에게 맞추어져 각각의 수용자에게 다르게 반응하는 경험을 형성하기 위한 정보가 된다.⁶⁾

따라서 경험 디자인이란 디자인과 인터랙션하는 사용자가 의미있는 경험을 할 수 있도록 하는 디자인이라고 정의할 수 있으며, 이는 특정한 형식이나 분야에 관계없이 디자이너-디자인-사용자가 서로 관계를 맺으며 사용자의 경험을 창출해 낼 수 있도록 하는 모든 디자인을 포괄한다고 할 수 있다.

2.2. 경험적 패션디자인의 유형

현대 디자인의 경험에 대한 가치의 증시는 패션디자인에도 많은 영향을 주고 있다. 사용자 경험, 인간 중심의 디자인 패러다임은 패션에서도 착용자의 다양한 참여와 행동을 유도하면서 사용자의 적극적인 개입이 가능한 패션을 등장시키고 있으며, 최근에는 다양한 디지털 환경과 맞물리면서 그 경험의 범위가 더욱 확장되고 있다. 이에 반해 경험의 관점에서 패션을 연구한 사례는 아직 미흡한 실정이며, 그 영역 역시 디지털 분야에 머물러 있는 경우가 대부분이다.

따라서 앞에서 설명한 경험 디자인의 개념을 토대로 경험적 패션디자인을 정의할 수 있다. 즉 경험적 패션디자인이란 사용자가 패션과의 상호작용을 통하여 의미있는 경험을 얻도록 하는 디자인이라고 설명할 수 있다. 존 듀이(John Dewey)의 이론을 기반으로 한 경험디자인의 선행 연구⁷⁾에서는 경험디자인의 방법을 수용자의 경험 획득방법에 따라 능동적, 수동적으로 구분하였다. 본 연구에서는 그 중에서 해보는 것, 행하는 것이라는 능동적 경험이 가능한 패션디자인 사례를 수집하여, 구체적인 경험의 방법에 따라 <표 1>과 같이 크게 3가지 유형으로 분류하였다.

[표 1] 경험적 패션디자인의 유형

	키워드	경험 방법	사례에 나타난 경험 방법과 관련된 어휘
커스터마이저블 디자인	맞춤제작	선택에 의한 생산	made-to-order made your choice choose customize
리액티브 디자인	반응성	자극에 의한 행동	when you pull when you put impermanence touch
트랜스포머블 디자인	변형성	선택에 의한 변형	versatile reconfigure transform prefer

6) Nathan Shedroff. 2004. 앞의 책. p.116

7) 윤세균, 김태균, 채승진. 2003. 『경험디자인의 구성과 적용 모형에 관한 연구』. Vol.16. No.4. 디자인학 연구. pp.211-212

2-2-1. 커스터마이저블(customizable) 디자인

경험적 패션디자인의 첫 번째 유형은 맞춤형인 커스터마이저블(customizable) 디자인이다. 이는 실제적 사용이 이뤄지기 이전인 생산 단계에서 사용자가 선택적 경험을 할 수 있도록 고안한 디자인이다.

커스터마이저블 디자인은 개인의 선택에 의한 디자인 과정을 통하여 각각의 취향과 목적에 부합하는 디자인을 맞춤 제작하게 되며, 그로 인해 개인에게 특별한 의미를 부여하게 된다. 구찌의 ‘메이드 투 오더(Made-To-Order)’⁸⁾[그림 1]는 그 대표적 사례이다. 이는 3가지 사이즈, 마감처리 그리고 25여개의 재질 중 하나를 고객이 직접 선택할 수 있도록 되어있다. 이 서비스는 고객에게 특별한 경험을 제공함과 동시에 개인화, 차별화된 제품들로 인해 사용자의 만족감을 높여주고 있다.

커스터마이저블 디자인은 최근 컴퓨터 프로그램, 인터넷 서비스 등 IT의 발전과 함께 그 경험의 영역이 점차 확장되고 있으며, 대량 맞춤 생산인 매스 커스터마이제이션을 가능하게 하고 있다. 카림 라시드(karim rashid)와 피아 미르볼드(Pia Myrvold)의 협업으로 진행된 사이버 꾸뛰르(cybercouture)[그림 2]는 인터넷 프로그램을 통하여 원하는 아이템, 패턴 종류와 배치, 사이즈 등을 세부적으로 선택하여 주문할 수 있는 시스템이다. 이와 유사한 나이키의 ID시스템은 글씨체, 재질에 이르기까지 다양한 옵션이 제공되어 보다 차별화된 운동화를 제작할 수 있다. 이러한 시스템들은 개인이 선택한 디자인을 시뮬레이션을 통해 체험할 수 있으며 즉각적인 주문을 가능하게 함으로써, 사용자 경험과 서비스 측면에서 많은 주목을 받고 있다.

개별적인 맞춤에 의해 완성된 디자인은 사용과정에서 사용자와 계속적인 인터랙션을 발생시키기보다는 실제적 사용이 이루어지기 전에 발생한 일시적 경험에 의한 결과물이다. 하지만 그 일시적 경험은 손수 완성해낸 디자인을 통하여 개인적 가치를 지니게 되며 그로 인해 지속적인 의미를 가지고 또 다른 경험들을 생성해 내게 된다.

[그림 1] Gucci New Bamboo Bag 2011

(출처:www.firstviewkorea.com)



8) Firstviewkorea. 맞춤 제작 ‘Gucci New Bamboo Bag’ 2011.2.14 <www.firstviewkorea.com> (검색일:2011.2.14)

[그림 2] Cybercouture Hypermix
- Karim Rashid & Pia Myrvold 2002
(출처:www.cybercouture.com)



2-2-2. 리액티브(reactive) 디자인

최근 패션에서는 디자인 안에 사용자 반응을 유도하는 자극적인 매체를 도입함으로써, 그 자극에 의하여 특정한 행동을 유발해내는 디자인들이 나타나고 있다. 물건과 생물 사이의 특정한 관계에 따라서 제시되는 것이 가능한 사용, 동작, 기능의 연계성의 의미를 가진 용어로 행위 유발성으로 번역되고 있는 어포던스(Affordance)⁹⁾가 있다. 하지만 이 용어는 패션에서는 거의 사용되지 않고 있으며, 수집, 분류된 해당 사례들은 자극에 의한 단편적, 즉각적 행동이 나타나는 경험디자인의 부분적 유형이므로 본 연구에서는 반응형 즉 리액티브(reactive) 디자인이라는 용어를 선택하였다.

노토-후사이(Noto-Fusai)의 스키키사이 티셔츠(Skikisai T-shirt)[그림 3]에는 블라인드, 신발, 우산 등의 일러스트가 나뉘되어 있으며, 인쇄된 사물들을 실생활에서 조작할 때 사용하게 되는 끈이 장식적으로 부착되어 있다. 이 끈은 사용자의 호기심과 시각을 자극하게 되며, 그것을 직접 조작해 보고자 하는 행동을 유도하게 된다. 상호작용성의 가능성을 탐색해 보고자 제작하였다는 이 티셔츠는 자극에 의한 반응을 유도하면서 즉각적 경험을 가능하게 한다.

네덜란드 패션 디자이너 아나옥 비프레흐트(Anouk Wipprecht)가 비엔나 패션 위크에서 선보인 쉬도모프(Pseudomorphs) 드레스는 반응에 의하여 일회적 경험이 가능하도록 고안된 디자인[그림 4]이다. 두터운 펠트 소재로 된 흰색의 드레스는 압축 밸브와 전자 회로로 구성된 목 부분의 튜브 장식을 통해 자연스럽게 퍼진 잉크를 흡수하여, 흡수한 그대로의 패턴으로 디자인된 유일무이한 드레스로 재창조된다.¹⁰⁾ 장착된 특이한 구조는 사용자의 반응을 유도하고 있으며, 이는 사용자가 원하는 잉크색을 주입한 후, 즉각적 조작을 통해 옷이 변화되는 과정을 착용한 상태에서 직접 경험할 수 있도록 하고 있다.

9) 김성곤. 2009. 『어포던스를 적용한 제품디자인 연구』. Vol.10. No.3. 기초조형학연구. p.85
10) Firstviewkorea. 패션과 기술의 만남 Pseudomorphs 2010.10.15. <www.firstviewkorea.com> (검색일:2010.10.18)

반응형은 디자인의 요소가 사용자를 순간적으로 자극함으로써 행동을 유발하게 하는 디자인으로, 시간이 흐름에 따라 그 자극의 정도가 약해지거나 일회적 경험만이 가능하다는 제한점이 있긴 하지만, 즉흥적 행동이라는 퍼포먼스적 요소로 인해 사용자뿐만 아니라 그것을 함께 바라보게 되는 사람들에게도 다양한 경험을 공유할 수 있게 하는 특이점이 있다.

[그림 3] Skikisai T - Noto-Fusai 2005
(출처:shop.notofusai.com)



[그림 4] A Pseudomorph dress 2010
(출처:www.anoukwipprecht.nl)



2-2-3. 트랜스포머블(transformable) 디자인

경험적 패션디자인 중 최근 가장 많이 발표되고 있는 유형은 변형형인 트랜스포머블(transformable) 디자인이다. 이는 패스너를 이용한 모듈 형식에서부터 신기술을 이용한 인터랙티브 웨어에 이르기까지 여러 형식으로 나타나고 있다. 과거의 변형형 디자인이 다목적, 다기능 등 실용적인 면에 의해 주로 등장했다면, 최근에는 인간 중심 패러다임의 변화와 함께 사용자의 경험과 주체로서의 역할을 가능케 하는 면에 의해 재조명되고 있다.

참여는 창조 욕구와 의사소통의 욕구를 일깨워 주기 때문에 경험을 더욱 의미 있게 만들며, 자신을 창조적으로 표현하고 다른 사람들과 함께 경험을 만들어 가는 것은 모든 사람에게 만족감을 준다.¹¹⁾ 트랜스포머블 디자인은 사용자의 능동적인 참여를 통하여 원하는 조형을 결정하게 되며, 그로 인해 선택, 행동, 창조, 상호 작용 등을 통한 유의미한 경험들을 생성하게 된다.

커스틴 브랏쉬(Kerstin Brätsch)의 패러사이트 패치(Parasite Patch)는 후면을 중심으로 다양한 변형이 가능한 디자인[그림 5]으로, 착용자는 원하는 디자인을 선택하고 변형 과정을 행하는 주체로서 직접적인 체험을 하게 된다. 이 디자인은 다른 컬러와 패턴으로 짜여진 4개의 니트 겹이 스냅 단추에 의해 분리되

11) Nathan Shedroff. 2004. 앞의 책. p.202

고 연결될 수 있도록 고안되어 있어 사용자가 쉽게 변형에 참여할 수 있다. 변형에 관심을 갖고 혁신적 실험을 시도하고 있는 후세인 살라얀(Hussein Chalayan)은 시대와 함께 변해 온 패션을 표현한 2007 S/S 111(One Hundred And Eleven) 컬렉션에서 신기술을 접목한 트랜스포머블 디자인[그림 6]을 발표하였다. 이는 기계 공학적인 설계를 접목한 것으로, 조작을 통하여 사용자는 길이, 실루엣, 디테일 등의 변형 과정을 직접 경험할 수 있다.

최근에는 이러한 공학, IT와 같은 신기술을 활용하여 형태를 변형하거나 다양한 빛을 발하는 디자인들이 많이 나타나고 있으며, 심지어 사용자의 내적, 외적 변화 과정과 인터랙션하며 변형과 참여를 이뤄내는 디자인도 등장하고 있다. 아날로그에서 디지털에 이르기까지 다양한 변형형 디자인은 맞춤형, 반응형과는 달리 사용자가 원하는 목적과 상황에 맞도록 수시로 변화될 수 있는 순환적 구조를 가지고 있음으로 인해 지속적인 인터랙션과 참여가 가능하다.

[그림 5] Kerstin Brätsch 2011

(출처: 『Parkett No.88』 . p.260)



[그림 6] Hussein Chalayan 2007 S/S

(출처:www.style.com)



3. 트랜스포머블 패션디자인의 발상

3-1. 경험을 위한 발상의 기반

경험에 중점을 둔 디자인 방식은 사람들을 좀 더 전반적인 관점에서 바라보아야 하며, 그들이 삶을 살아가는 방식, 그러한 방식을 택한 이유를 이해해야 한다.¹²⁾ 하지만, 경험을 파악하는 것은 많은 시간과 인력의 투여가 필요하며, 사용자 연구를 통해 발견하는 통찰이 상대적으로 많지 않다면 비효율적 작업이 될 수 있음이 지적되어 왔다.¹³⁾ 이에 본 연구에서는

사용자 연구에 집중하기 보다는 디자이너-디자인-사용자의 관계 속에서 발견되는 트랜스포머블 디자인의 경험적 특성을 분석함으로써 그 결과를 발상의 기반으로 삼고자 한다. 분석 결과, 2000년 이후의 사례들에서 공통적으로 나타난 경험적 특성은 다음과 같다.

트랜스포머블 디자인의 가장 큰 경험적 특성은 사고의 전환에 대한 경험이다. 트랜스포머블 디자인은 사용자에 대한 인식의 전환, 옷의 일반적 사용에 대한 관점의 전환 등 다양한 전환적 가치를 담게 되며, 이러한 가치들은 변화 과정에 참여하는 사용자에게도 전달된다.¹⁴⁾ 경험에 있어서 행위와 내용이 갖는 관점은 그 경험이 어떻게 이해되는가에 영향을 미치며, 경험 그 자체의 관점이 사람들이 어떤 방식으로 그 경험과 상호작용하고 또 관련을 맺는지에 영향을 미칠 수 있다.¹⁵⁾ 디자인의 가치를 디자이너와 교류하며 직접 행하는 주체로서의 사용자에 대한 인식과 옷의 사용에 있어 고정관념을 탈피한 디자인 관점은 사용자에게도 전달된다. 이세이 미야케(Issey Miyake)의 의자 커버가 베스트가 되는 디자인[그림 7]과 같이 사용자, 사용에 대한 전환적 사고는 트랜스포머블 발상과 경험의 시작점이 된다고 할 수 있다.

이러한 사고의 전환은 또 다른 경험들을 생성해내는 기반이 되고 있는데, 특히 이는 참여와 의외성에 의해 유머에 대한 경험으로 연장된다. 변형 과정을 통한 새로움과 참여의 즐거움, 고정관념에서 벗어나는 의외성은 사용자로 하여금 다양한 재미를 경험할 수 있게 한다. 댄 새퍼(Dan Saffer)는 ‘즐거움’이라는 말은 놀 수 있다는 뜻으로, 제품이나 서비스를 ‘놀 수 있게’ 만든다는 뜻은 사람들이 새로운 제품/서비스의 기능을 탐색하고 이들이 어떻게 작동하는지를 불편함 없이 즐길 수 있도록 하는 것이며 이러한 놀이를 통해 발견하고 경험하게 된다고 설명하였다.¹⁶⁾ 놀이와 같이 원하는 모양으로 조립하여 입을 수 있는 베르버 수프부르(Berver Soepboer)의 디자인[그림 8]과 같이, 디자이너와 사용자는 단편적인 착용을 넘어 사고의 전환을 통하여 옷을 능동적으로 변화시키는 즐거움, 이전에 접해보지 못한 새로운 사용에 대한 재미 등 유머의 가치를 함께 공유하게 된다.

또한 사고의 전환은 조형의 미정성(indeterminacy)

12) Peter Merholz, Brandon Schauer, David Verba, Todd Wilkens. 2009. 『사용자 경험에 미쳐라』. 김소영 옮김. 서울: 한빛미디어(주). p.73

13) 정봉금, 존 짐머만, 쿨산 오잔치. 2008. 『인터랙션 디자인 연구를 위한 디자인 방법의 응용』. Vol.21. No.1. 디자인학 연구. pp.211-212

14) 남윤진. 2012. 『전환적 발상에 의한 트랜스포머블 패션디자인 연구』. 박사학위논문, 이화여자대학교 대학원. p.45

15) Nathan Shedroff. 2004. 앞의 책. p.232

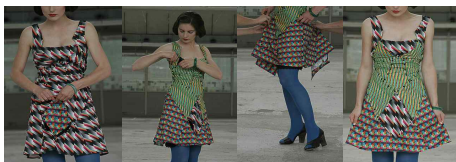
16) Dan Saffer. 2008. 『더 나은 사용자 경험을 위한 인터랙션 디자인』. 이수인 옮김. 서울:(주)에이콘출판. p.101

에 대한 경험을 가능하게 한다. 미정성에 대해서는 사용자 중심 패러다임에 영향을 준 수용미학에서 제기되어 왔는데, 로만 잉가르텐(Roman Ingarden)은 문학의 문장 속에는 포함되어 있지 않은 틈이나 미확정의 점들이 남아 있으며, 그로 인해 작품을 인식하는 여러 층들이 독자들이 완성시켜야 할 하나의 일거리 또는 도식화된 구조를 형성하게 된다고 설명한 바 있다.¹⁷⁾ 트랜스포머블 디자인은 정해지지 않은 비결정, 미확정의 열린 구조로 되어 있다. 이를 위해 디자인하는 하나의 디자인 안에 여러 가지의 조형을 담게 되고, 사용자는 목적에 따라 변경함으로써 다양한 완성형뿐만 아니라 변화의 과정을 경험할 수 있게 된다. 월터 반 베이렌돈크(Walter van Beirendonck)의 디자인[그림 9]은 커튼 또는 원피스가 될 수 있는 미정의 형식으로, 특히 옷을 넘어 타 영역까지도 경험하게 함으로써, 전환적 사고를 경험하는 디자이너-디자인-사용자 간의 더 큰 교류의 장을 마련하고 있다.

[그림 7] Issey Miyake A-POC 2005
(출처: 『Skin+Bones』 . pp.166-167)



[그림 8] Berber Soepboer 2008
(출처: www.berbersoepboer.nl)



[그림 9] Walter van Beirendonck 2002-03
(출처: 『100 new fashion designers』 , p.88)



3.2. 전환적 발상 방법의 구축

발상이란 아이디어나 사고와 같은 의미로, 어떤 생각을 해냄 또는 그 생각을 뜻한다. 아이디어는 객관적·상식적 사실로서의 정리들과 우리가 관심을 가지고 있는 시각 표현으로서의 아이디어를 구분하여 생각해야 하며, 조형의 아이디어는 시각적 전개와 상상력이 필수적이다.¹⁸⁾ 트랜스포머블 디자인의 발상

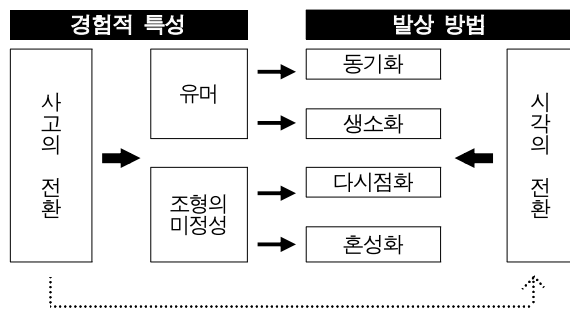
17) Rover C. Holub. 1999. 『수용미학의 이론』. 최상규 옮김. 서울:예림기획. pp.42-43

방법을 구축함에 있어서도 분석을 통해 도출된 경험적 특성들을 조형의 아이디어로 환원하기 위한 시각적 측면에서의 전개가 필요하다.

선행 연구에서는 시각적 유머의 외형적 표현 방법을 왜곡, 변형, 병치, 반복, 확대, 축소, 타입플레이로¹⁹⁾, 패션에서는 화려한 색채, 실루엣, 문자, 오브제, 드로잉, 변형, 과정, 부조화, 반복으로 분석하고 있다.²⁰⁾ 하지만 여기서 변형은 왜곡, 과장된 형태를 의미하고 있다. 또한 미정성에 대한 연구는 주로 건축 디자인에서 이뤄지고 있어 패션에 접목하기엔 다소 무리가 있으며, 패션의 불확정성에 대한 연구²¹⁾는 주로 성, 신분, 문화를 대상으로 하고 있다.

따라서 트랜스포머블 경험의 특성을 기반으로 도출한 '사고의 전환'을 시각 표현의 발상에 중심을 두어 '시각의 전환'이라는 개념으로 접근하여 발상법을 제시하고자 한다. 즉 대상을 바라보는 시각의 전환에 초점을 두어, 유머와 미정성의 경험을 발생시킬 수 있는 방법을 새롭게 구축하며 이를 '전환적 발상 방법'[표 2]이라고 명명하기로 한다. 첫 번째 발상 방법은 트랜스포머블에서 발생하는 유머의 경험 중 의외성에 의한 시각적 유머에 주목한 것으로, 숨겨졌다가 나타나는 시각적 효과에 의한 숨은 그림 찾기인 동기화, 의외의 대상을 삽입하는 다른 그림 넣기인 생소화이다. 두 번째 발상 방법은 미정성의 경험을 시각의 미정으로 접근한 것으로, 하나의 대상을 바라보는 시점의 이동에 의한 그림 돌려 보기인 다(多)시점화, 여러 대상을 시점의 이동에 의해 통합하여 전개하는 여러 그림 합치기인 혼성화이다. 발상 방법은 도식을 함께 제시하였으며, 사례는 제시한 발상 방법을 통해서 전개될 수 있는 디자인들을 중심으로 표집하였다.

[표 2] 전환적 발상 방법 구축 과정



18) 오병권. 1999. 『디자인과 이미지 질서』. 서울:이화여자대학교출판부. p.126

19) 황새봄, 정보민. 『시각적 유머로서의 버내쿨러 표현에 관한 연구. 디지털디자인학연구』. Vol.7. No.4. p.244

20) 장남경. 2005. 『패션디자인에서 "재미"의 개념과 표현방식. 디자인학연구』. Vol.18 No.4 p.236

21) 이정후, 양숙희. 1999. 『포스트모더니즘 패션에 나타난 불확정성』. 복식. Vol.45.

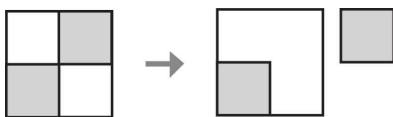
3-2-1. 동기화(synchronization)

동기화[그림 10]는 어떤 대상을 유사한 다른 대상으로 바라보는 시각의 전환을 통해 전개할 수 있는 발상이다. '숨은 그림 찾기'라고 할 수 있는 이 방법은 마치 숨은 그림을 찾듯이 유사한 형태의 아이টে이나 유사한 인체의 형태 등을 하나의 조형 속에서 발견하여, 그 유사한 형태들을 하나의 디자인에 숨겨 놓음으로써 이들 간의 변형을 이루게 하는 발상이다.

김해성은 "구렁이가 코끼리를 집어 삼킨 그림을 어른들은 '모자'로 본다."라는 어린 왕자의 부분을 인용하면서 현대 미술을 새롭게 보는 눈에 대하여 서술한 바 있다.²²⁾ 이 예화[그림 11]와 같이, 동일한 형태 안에 숨겨질 수 있는 또 다른 형태들을 상상함으로써 재미있는 디자인 발상을 전개할 수 있다. MM6의 디자인[그림 12]은 부분 착탈에 의한 변형이지만, 이를 발전시켜 동기화된 부분이 분리될 때, 남은 형태를 유지함으로써 숨은 그림의 형식을 전개할 수 있다.

마사시 카와무라(Masashi Kawamura)의 유명 서체의 특징을 살린 티셔츠 시리즈²³⁾[그림 13]는 변화형 디자인으로 제안된 것은 아니지만, 발상에 있어서 유사한 동기화의 과정을 엿볼 수 있다. 이 디자인은 인체와 서체가 서로 동기화되어 있는데, 이와 같이 옷의 형태 안에서 뿐만 아니라, 특정한 대상과 옷이 입혀지게 되는 인체 간에 유사성의 발견을 통해서도 동기화에 의한 트랜스포머블 발상이 가능하다.

[그림 10] 전환적 발상 방법 - 동기화



[표 3] 동기화에 의한 발상이 가능한 사례

	사례	발상 전개
	[그림 11] elephant 2004 (cloudyblue.com)	유사한 형태를 중심으로 형태 안에 숨겨질 수 있는 형태를 추가하여 변형 전개
	[그림 12] MM6 Martin Margiela 2012S/S (www.style.com)	하나의 형태는 그대로 남고 숨어있던 일부 부분이 분리되어 다른 형태를 만들 수 있도록 변형 전개
	[그림 13] 'T'-Masashi Kawamura 2010 (www.firstviewkor ea.com)	유사한 형태로 입혀지는 인체나 대상 간의 변형 전개

22) 김해성. 1995. 『현대미술을 보는 눈』. 서울:열화당. p.35

23) Firstviewkorea. 'T'자 티셔츠 2010.11.16.

<www.firstviewkorea.com> (검색일 : 2010.11.24)

동기화는 일반적인 유사 발상과는 달리 유사한 대상의 발견에 그치는 것이 아니라 그 대상 간의 변형 과정 자체가 발상의 중요한 부분이 된다. 또한 동기화된 디자인은 분리되어서 다른 형태를 만들거나 입혀지는 인체의 형태와 위치 안에서 변형될 수 있는데, 이는 겉으로 드러나는 일반적인 착탈의 형식을 넘어서 숨겨진 형태가 변형을 통해 나타나는 의외성에 의해 유머를 경험하게 한다.

3-2-2. 생소화(defamiliarization)

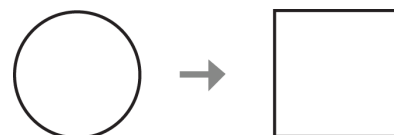
동기화가 유사한 형태를 중심으로 발상하는 것이라면, 생소화[그림 14]는 서로 다른 형태를 중심으로 시각의 전환을 전개하는 유머러스한 발상 방법으로 '다른 그림 넣기'라고 말할 수 있다.

수용미학에서 생소화 수법²⁴⁾은 난해하게 만들어진 형식의 수법으로, 지각을 더욱 어렵게 만들고 그 과정을 연장시키는 수법을 의미하는데, 이는 독자와 텍스트 사이의 관계를 확정하는 하나의 과정으로 작용한다. 한편, 몸의 일부분이 새장으로, 얼굴의 일부분이 사과로 표현된 마그리트(René Magritte)의 초현실주의 회화[그림 15]나 일부분이 다른 오브제로 대체된 알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen)[그림 16], 마담 페리페티(Madame Peripetie)의 초현실적 패션[그림 17]에서도 이와 유사한 접근을 볼 수 있는데, 엉뚱한 오브제의 대입이나 결합, 이질적인 환경으로의 이동을 통해 생소함을 강조하는 데페이즈망(depaysment)방식이다. 이와 같이 생소함은 사용자와의 경험을 연장시키며, 엉뚱함으로 인해 유머와 즐거움을 전한다.

따라서 생소화는 유머의 경험을 확장시킬 수 있는 트랜스포머블 발상의 유용한 방법이 될 수 있다. 이는 생소하고 엉뚱한 대상을 인체나 옷과 결합시킴으로써 발상을 시작할 수 있다. 즉 일반적인 옷과 인체의 형태와는 전혀 다른 생소한 형태를 대입시킴으로써, 원래의 형태와 생소한 형태 간의 전환이 이루어지도록 발상을 전개해 나갈 수 있다.

이러한 발상 방법은 고정관념에서 벗어난 다양한 사고를 통하여 옷 안에서의 전환을 넘어 보다 다양한 영역 간의 전환을 가능하게 하는 방법이 될 수 있다.

[그림 14] 전환적 발상 방법 - 생소화



24) 길성호. 2003. 『수용미학과 현대건축』. 서울:도서출판 시공문화사. p.34

[표 4] 생소화에 의한 발상이 가능한 사례

	사례	발상 전개
	[그림 15] René Magritte 1937, 1964 (www.wikipaintings.org)	영동한 오브제를 인체에 대입함으로써 변형 전개
	[그림 16] Alexander McQueen 2009 F/W (www.style.com)	생소한 대상을 옷과 결합하여 대상 간의 변형 전개
	[그림 17] Madame Peripetie 2009-2011 (www.madameperipetie.com)	패션 외의 다른 영역의 대상을 대입하여 대상 간의 변형 전개

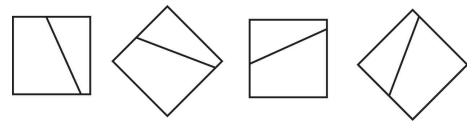
3-2-3. 다(多)시점화(multiple viewpoints)

다(多)시점화[그림 18]는 '그림 돌려 보기'의 발상 방법이다. 이것은 고정된 한 가지 시각에서 벗어나 여러 각도로 그림을 바라보는 방법으로, 그로 인한 다수의 형태들은 미정성의 경험을 확장시킨다. 다시점화는 크게 2가지 방향으로 발상이 가능하다. 하나는 다각도로 시점을 이동하면서 발상하는 것이고, 다른 하나는 여러 각도에서 달리 보이는 다양한 면을 가진 다면체 형태를 발상하는 것이다. 즉, 여러 각도로 시점을 이동하면서 디자인하거나 각도마다 달리 보이는 면을 가진 다면체로 디자인함으로써, 이 형태 간의 변형을 전개하는 사고이다.

테이블 চে어(Table+Chair)[그림 19]는 의자의 형태를 다양한 각도로 돌려 봄으로써 회전되었을 때 나타나는 형태를 또 다른 목적으로 사용할 수 있도록 전개한 사례로, 다시점화와 유사한 접근 방법을 발견할 수 있다. 빅터 앤 롤프(Viktor&Rolf)의 2006S/S 컬렉션에서는 상하가 뒤집힌 상태로 착용이 가능한 디자인[그림 20]이 등장하였는데, 이는 2가지 각도로 옷을 돌려 본 것과 같은 접근 방식을 취하고 있다.

패션에서는 이처럼 상하의 시점 변화에 머무는 경우가 대부분이며, 여러 개의 면으로 구성된 사례 또한 제한적이다. 따라서 요시키 히시누마(Yoshiki Hishinuma)의 디자인[그림 21]과 같이 보다 다양한 각도와 면을 가지도록 다시점화 발상을 적용한다면 이전에 발견하지 못한 새로운 트랜스포머블 디자인들이 가능할 것으로 보인다. 다시점화는 단편적 시각에서는 발견할 수 없는 다양한 형태들을 새롭게 발견할 수 있게 하며, 각도의 선택과 구성면의 수에 의해 다양한 변형을 가능케 함으로써, 미정성의 경험을 확장시킬 수 있다.

[그림 18] 전환적 발상 방법 - 다(多)시점화



[표 5] 다(多)시점화에 의한 발상이 가능한 사례

	사례	발상 전개
	[그림 19] Table+Chair 2008 (www.jhform.se)	여러 각도에서 관찰함으로써 발견한 형태 간의 변형을 전개
	[그림 20] Viktor&Rolf 2006 S/S (www.style.com)	상하로 시점을 이동하여 발견한 형태 간의 변형을 전개
	[그림 21] Yoshiki Hishinuma 2001 F/W (Skin+Bones)	다면체를 중심으로 각도의 이동에 따라 달리 보이는 형태 간의 변형 전개

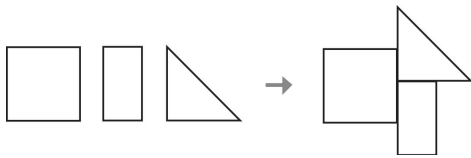
3-2-4. 혼성화(hybridization)

혼성화[그림 22]는 '여러 그림 합치기'의 방법이다. 트랜스포머블 디자인은 미정성의 형식을 취하며, 이를 위해 한 디자인 안에 여러 가지의 형태가 담겨 있게 된다. 이러한 여러 가지의 형태를 각각 분리하지 않고 혼합함으로써 하나의 혼성된 형태를 발상할 수 있다. 혼성화는 서로 다른 그림들이 합쳐지듯이, 서로 다른 옷과 옷을 시점의 이동에 의한 결합을 통해 하나의 형태로 전개하는 것으로, 기존의 분리와 연결에 의한 발상과는 차이가 있다. 여러 개의 모양이 하나로 합쳐진 혼성의 형태는 각각의 특성이 그대로 남아 있는 형식 안에서 다양한 변형을 이룸으로써, 미정성의 경험을 가능하게 한다.

여기서의 혼성은 해체나 포스트모더니즘의 한 유형으로 분석되는 혼성된 형태와는 달리, 혼성된 형태가 변형을 통해 각각의 목적으로도 사용할 수 있도록 발상하는 것이 중요하다.

유엔 스튜디오의 시테이블(SitTable)[그림 23]은 테이블과 의자가 통합된 형태로서 혼성화의 발상을 엿볼 수 있는데, 이는 다양한 방식으로 소통하는 사람들의 각기 다른 필요를 충족시켜 주기 위해 통합 형태로 디자인된 것이라고 한다. 폼프 데 가르송(Comme des Garçons)[그림 24]은 트랜스포머블 형식은 아니지만, 여러 아이템이 연결되어 하나의 형태를 이룬 디자인을, 쉐일 미라스(Txell Miras)[그림 25]는 겹쳐진 형태를 여럿이 동시에 입는 퍼포먼스를 선보인 바 있는데, 이러한 사고를 발전시켜 혼성된 형태가 연결된 상태에서 각각의 형태로도 사용이 가능하도록 발상을 전개할 수 있다.

[그림 22] 전환적 발상 방법 - 혼성화



[표 6] 혼성화에 의한 발상이 가능한 사례

	사례	발상 전개
	[그림 23] UNStudio SitTable 2010 (www.prooff.com)	서로 다른 아 이템을 혼성한 형태를 발상하 여 형태들 간 의 변형 전개
	[그림 24] Comme des Garçons 2011 S/S (www.style.com)	연결된 상태 에서 각각의 아 이템으로도 착 용이 가능한 형태를 발상하 여 변형 전개
	[그림 25] Txell Miras 2006F/W (www.txellmirus.eu)	여럿이 동시 에 입은 것과 같 은 혼성한 형 태를 발상하여 변형 전개

4. 결론

본 연구는 인간 중심의 디자인 패러다임에 의해 최근 관심이 증가하고 있는 경험디자인의 흐름 속에서 트랜스포머블 패션디자인을 재조명하고 그 발상 방법을 연구한 것으로, 연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 경험적 패션디자인은 사용자가 패션과의 상호작용을 통하여 의미있는 경험을 얻도록 하는 디자인이라고 정의할 수 있으며, 디지털에서 아날로그 형식에 이르기까지 다양하게 나타나고 있다. 경험적 패션디자인의 유형은 맞춤형인 커스터마이저블, 반응형인 리액티브, 변형이 가능한 변형형인 트랜스포머블 디자인으로 나타나고 있으며, 특히 트랜스포머블 디자인은 지속적인 인터랙션과 참여가 가능하다는 점에서 최근 많은 관심을 받고 있다.

둘째, 트랜스포머블 디자인의 경험적 특성은 사고의 전환, 유머, 조형의 미정성에 대한 경험으로 나타났으며, 특히 사고의 전환은 변형을 위한 발상의 시작점이 되는 중요한 특성이 된다.

셋째, 사고의 전환을 시각의 전환이라는 개념으로 접근하여 유머와 미정성의 경험을 가능케 하는 트랜스포머블 디자인의 발상 방법 4가지를 구축하였다. 숨은 그림 찾기인 동기화와 다른 그림 넣기인 생소화는 숨겨져거나 생소한 대상이 변형을 통해 나타날 수 있도록 발상하는 것으로 그로 인해 유머와 새로움을 전할 수 있다. 그림 돌려 보기인 다시점화와 여러 그림 합치기인 혼성화는 고정된 시각에서 벗어나 여러 가지의 각도와 형태의 혼합을 통해 발상을 전개할 수

있으며, 그로 인해 미정된 형식으로 이뤄진 디자인의 참여를 가능하게 한다. 이는 기존의 패스너나 특정 방식에 의한 접근과는 달리 발상을 착안하는 직접적인 방법이 될 수 있으며, 발상 중의 변형 과정들이 각각의 디자인으로 완성될 수 있다는 점에서 기존 발상 방법과는 차이가 있다.

이와 같은 연구는 인간 존중의 가치를 담고 있는 경험으로서의 패션디자인에 대한 새로운 인식을 마련하며, 트랜스포머블 패션디자인을 위한 보다 쉽고 다양한 접근 방법을 제시하였다는 점에 의의가 있다. 후속 연구로 트랜스포머블 디자인뿐만 아니라 다양한 경험적 패션디자인을 위한 디자인 접근 방법들에 대한 연구가 계속 진행되길 기대한다.

참고문헌

김동환, 배성환, 이지현. 2011. 『스토리텔링으로 풀어보는 UX 디자인』. 서울:(주)에이콘출판.
 김해성. 1995. 『현대미술을 보는 눈』. 서울:열화당.
 김성호. 2003. 『수용미학과 현대건축』. 서울:도서출판 시공문화사.
 남윤진. 2012. 『전환적 발상에 의한 트랜스포머블 패션디자인 연구』. 박사학위논문, 이화여자대학교 대학원.
 노주환. 2011. 『UX Design』. 서울:멘토르출판사.
 오병권. 1999. 『디자인과 이미지 질서』. 서울:이화여자대학교 출판부.
 정봉금, 존 짐머만, 쿨샨 오잔치. 2008. 『인터랙션 디자인 연구를 위한 디자인 방법의 응용』. Vol.21. No.1. 디자인학 연구.
 윤세균, 김태균, 채승진. 2003. 『경험디자인의 구성과 적용 모형에 관한 연구』. Vol.16. No.4. 디자인학 연구.
 Dan Saffer. 2008. 『더 나은 사용자 경험을 위한 인터랙션 디자인』. 이수인 옮김. 서울:(주)에이콘출판.
 Jonathan Chapman. 2010. 『클린디자인 굿디자인』. 방수원 옮김. 서울:시공사.
 Nathan Shedroff. 2004. 『경험디자인』. 이병주 옮김. 서울:(주)안그라픽스.
 Peter Merholz, Brandon Schauer, David Verba, Todd Wilkens. 2009. 『사용자 경험에 미쳐라』. 김소영 옮김. 서울:한빛미디어(주).
 Rover C. Holub. 1999. 『수용미학의 이론』. 최상규 옮김. 서울:에립기획.