

A Study on Convergence in the Fashion Industry

Mikyung Wi¹, Hyonsook Choy²

¹ Department of fashion Design, Dongduk Women's University, Seoul, Korea

² Department of fashion Design, Dongduk Women's University, Seoul, Korea

Convergence is becoming a driving force of development in various fields such as politics, economic, society and culture. The fashion industry also has attempted to create additional value through convergence with the demand of a particular generation. This research has the following aims to organize unidentified convergence with its design concept and sector; to find the

possibility of convergence design in the fashion industry through a type analysis of convergency, which has spread as a social phenomenon; and to expand its prospects by considering the characteristics of convergence design.

The aims of this research is to identify convergence that has appeared in the fashion industry through various approaches for convergence in fashion industry and to find the possibility of use for convergence design. For its research method, literature study and case study were carried out. Through the study of cases by convergence type of the entire fashion industry, the characteristics of convergence design are presented as non-boundary, emotion -oriented, technology-oriented time-transcendent and space -transcendent through examples according to each types.

The convergence trend is predicted to be developed in emotional and cultural formation and convergence based on integrated understanding is expected to be a very important driver of growth for the fashion industry.

Keywords Design research, Convergence, convergence design, fashion industry

Citation: Wi, M., & Choy, H. (2013). A Study on Convergence in the Fashion Industry. *Archives of Design Research*, 26(2), 369-387

Received Mar. 21. 2013 ; **reviewed** Apr. 21. 2013 ; **Accepted** Apr. 30. 2013

pISSN 1226-8046 eISSN 2288-2987

Copyright: This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>), which permits unrestricted educational and non-commercial use, provided the original work is properly cited.

Corresponding author: Mi-kyung Wi
(mkwi98@hanmail.net)

1. 서론

21세기 글로벌 시대는 융합적 사고의 새로운 패러다임을 요구하고 있다. 디지털 환경은 유비쿼터스 기술을 바탕으로 진화하고 있으며, 다양한 개념이나 영역들을 초월하는 융합화 경향을 보이고 있는 것이다. 최근의 컨버전스는 ‘디지털 컨버전스’로 그 개념이 알려지기 시작하였으며, 이 용어는 디지털 기술이 발전함에 따라 기술과 산업, 서비스와 사업자, 네트워크의 구분이 모호해지면서 경계를 알기 힘든 새로운 형태의 융복합 상품과 서비스가 출현하는 현상을 포괄적으로 일컫는다. 컨버전스는 ‘1+1=2가 아니라 $+α$ 의 효과를 내는 것’이며 ‘새로운 가치’를 발견하는 것에 중점을 두고 있다. 이는 정치, 경제, 사회, 문화 등 다양한 분야의 발전에 원동력이 될 수 있다.

패션 산업에서도 시대의 요구와 함께 컨버전스를 통한 부가가치를 창출하려는 시도가 이루어지고 있으며, 이를 통해 다소 정체되어 있는 패션산업을 한 단계 도약시키려는 움직임이 나타나고 있다. 패션을 포함한 다양한 분야의 컨버전스는 기술의 발전과 더불어 편리하고 경제적인 제품을 원하는 소비자의 수요에 의한 것으로, 이수현 (Lee, 2005)은 컨버전스를 하나의 트렌드로 이해하기 보다는 시대적 요구로 형성된 자연스러운 현상으로 받아들여야 한다고 했다. 사회의 변화에 따라 컨버전스에 대한 관심은 확대되고 있으며 그에 대한 다양한 시도들이 이루어지고 있어 이를 위한 다양한 연구들이 필요한 시점이다.

본 연구는 패션산업에서 아직 확립되지 않은 컨버전스 및 컨버전스 디자인의 개념 및 영역을 체계적으로 정리하고, 사회현상으로까지 확산되고 있는 컨버전스의 유형 분석을 통해 패션산업에서 컨버전스 디자인의 가능성을 모색하는데 그 목적이 있다.

연구의 목적을 달성하기 위해 설정한 연구문제는 다음과 같다. 첫째, 패션산업에서의 컨버전스를 거시적 관점에서 분석하기 위한 이론적 배경으로 컨버전스의 개념을 정의하고, 사회 전반에서 보여지는 컨버전스와 그 발전과정을 바탕으로 컨버전스의 유형 및 특성을 이해한다. 둘째, 현대사회에서 나타나는 컨버전스에 대한 이해를 바탕으로 패션산업에서의 컨버전스 사례를 고찰한다. 셋째, 패션산업에서의 컨버전스 사례를 디자인을 중심으로 유형과 특성을 도출하고 사회적 관점에서 종합적으로 논의한다.

연구의 방법은 패션산업에서 컨버전스 디자인의 활용가능성을 규명하기 위하여 문헌연구와 사례연구를 병행하였다. 문헌연구로는 컨버전스와 관련된 선행논

문과 단행본을 참고하여 컨버전스의 개념 및 영역을 체계화하고, 특히 컨버전스와 유사하게 사용되는 용어와의 관계정의를 통해 그 의미를 명확히 하였다. 또한 이를 바탕으로 컨버전스 현상의 출현과 발전과정을 고찰하고, 선행논문들의 연구 경향을 분석함으로써 패션산업에 나타난 컨버전스에 대한 연구의 개념적 틀을 확립하였다. 사례연구로는 관련서적과 인터넷자료, 신문, 잡지를 위주로 다양한 분야에서 나타나는 컨버전스 사례에 대한 영역별 유형을 분석하였다. 또한 인터넷 뉴스나 신문, 잡지, 트렌드 관련 서적, 전문 기관의 연구보고서 등을 중심으로 사례를 분류하고 해당 인터넷 사이트를 통해 구체적 사례를 분석하였다.

연구의 범위는 지식기반 사회로의 변화와 IT기술의 발달과 함께 컨버전스가 본격적으로 논의되기 시작한 2000년 이후를 시간적 범위로 정하고 인터넷과 신문, 잡지 위주의 자료 특성상 지리적 범위의 한계는 따로 두지 않는다. 사례는 기술 중심, 산업 중심, 인간 중심, 서비스 중심, 시장 중심의 컨버전스로 유형화하고, 이에 대한 디자인 특성을 분석하였다.

2. 컨버전스의 이론적 고찰

본 장에서는 패션산업에서의 컨버전스를 거시적 관점에서 분석하기 위한 이론적 배경으로 컨버전스의 개념을 정의하고, 사회 전반에서 나타나는 컨버전스와 그 발전과정을 살펴본다. 또한 컨버전스 현상에 대한 다양한 논의를 바탕으로 컨버전스의 유형 및 특성을 고찰함으로써 패션산업에 나타난 컨버전스 사례를 연구하기 위한 개념적 틀을 마련한다.

2.1. 컨버전스의 개념

컨버전스는 여러 기술이나 성능이 하나로 융합되거나 합쳐지는 일을 말하며 ‘수렴’의 의미를 내포한다. 사전적 의미 또한 수렴, 집중, 집합 등을 포함하며 여러 경로가 한 점으로 모이는 듯한 현상, 즉 여러 기술이나 성능이 하나로 합쳐지는 것을 가리킨다. 또한 서로 다른 기술 또는 제품들이 유사화, 복잡화 되면서 기존 영역간의 경계가 불분명해지는 현상을 말한다. 강홍렬 (Kang, 1994)에 의하면 기술의 발달과 더불어 서로 다른 두 개의 기능이 다양성을 유지한 채 기술적인 융합이 가능해졌고, 기존에 불가능했던 두 개 사이의 것들이 기술적인 가능성

영역으로 들어오게 되었다. 기술의 발달이 기존에 불가능했던 영역들의 컨버전스를 가능하게 하고 있는 것이다.

융합은 받아들이는 주체에 따라 차이를 보이며, 다양한 의미를 포함하기도 한다. IT업계를 중심으로 급속히 확산되고 있는 컨버전스 현상은 현대 사회의 급속한 디지털화와 더불어 IT는 물론 통신, 건축, 모바일 등 사회 전반의 다양한 분야에서 나타나고 있다. 이러한 이종산업 간의 컨버전스는 각 산업군의 새로운 성장가능성을 모색하는 기회가 되기도 하며, 패션산업에 있어서도 건축이나 IT, 방송, 통신, 제조 등 다양한 산업과의 컨버전스가 시도되고 있다.

컨버전스와 유사한 개념으로는 하이브리드(Hybrid), 퓨전(Fusion), 크로스 오버(Cross Over), 콜라보레이션(Collaboration), 통섭(Consilience) 등이 있는데 이들은 모두 서로 다른 두 가지 이상이 합쳐져서 새로운 것을 창출해 낸다는 공통적 의미를 가진다. 이들은 거시적 차원에서 유사한 의미로 받아들여지고 있으나 각각 혼합의 방법에 있어 약간의 차이를 두고 있어 이들의 용어적 정의를 통해 컨버전스의 개념을 좀 더 확실히 할 필요가 있다. 컨버전스와 유사한 개념으로 사용되는 용어들에 대하여 백정현의 문화·예술과 현대패션에 나타난 하이브리드 현상(2009)을 참고하여 연구자가 요약한 것을 다음의 [Table 1]에 정리하였다.

Table 1 Similar terminology of Convergence

	의미	특성	사용분야
하이브리드 Hybrid	잡종, 혼종, 혼성	결합 영역이 넓고 양상이 다양함	생물, 기술 조형, 예술 자동차
퓨전 Fusion	융합, 융해 융해, 통합	이질적인 것이 결합되어 그 이전과는 다른 것이 발생	음악, 음식, 문화
크로스오버 Cross Over	교차혼합횡단	'장르의 교차' '관계맺기'에 주력 교차적·절충주의적 경향	음악, 자동차
콜라보레이션 Collaboration	협업 협동 합작	서로의 경쟁력과 핵심역량을 바탕으로 시너지 효과를 창출	패션, 전자 건축, 인테리어
통섭 Consilience	상호 공존 통합	지식의 통합 사물에 널리 통합	자연과학 인문학
컨버전스 Convergence	융합 통합 수렴	새로운 기술이나 서로 다른 분야의 기술들을 합치는 경향	디지털기술 IT

유사 용어의 정리를 통해 특성이나 영역에 있어서 다소 차이를 보이기는 하지만

하이브리드와 퓨전, 크로스 오버, 콜래보레이션 등이 유사한 의미로 사용되어 왔음을 알 수 있다. 이러한 융합화 현상은 다양성을 증시하는 현대사회의 글로벌화 경향 속에서 나타나는 문화접변 현상으로 볼 수 있다. 유사 용어들의 차이에 있어 명확한 구분은 모호하지만 시간의 흐름에 있어서 크로스오버, 퓨전, 하이브리드, 콜래보레이션 등의 순서로 사용되는 경향을 볼 수 있다. 이에 본 연구에서는 컨버전스와 유사 용어를 구분하는데 있어서 이질적인 요소들이 결합한 모습을 진화의 개념으로 이해하고, 가장 포괄적인 개념으로 보이는 융합화 경향을 컨버전스로 정의 한다. 이러한 컨버전스의 조작적 정의를 바탕으로 패션산업 전반의 융합화 현상들을 컨버전스 현상을 중심으로 고찰하고자 한다. 이 과정에서 통섭은 컨버전스 현상의 개념 이해의 기초가 된다.

2.2. 컨버전스의 유형

현대사회는 지식정보화, 디지털화를 거쳐 지식혁명의 컨버전스 시대로 나아가고 있다. 컨버전스는 소비자의 니즈와 더불어 미래 산업의 변화를 주도하는 핵심 패러다임으로 자리 잡을 전망이다. 기존 IT산업 위주의 컨버전스에서 벗어나 이제 다양한 분야에서 컨버전스가 시도되고 있어, 컴퓨터나 휴대폰은 물론 네트워크나 서비스 등의 영역에서도 발생하며 폭넓게 확산되고 있다. 컨버전스의 유형에 있어서도 초기의 기능을 결합한 단순한 형태에서 복잡화, 다양화 되고 있음을 알 수 있다.

선행 연구들의 컨버전스 유형에 대한 분류를 보면 다음과 같다. ITU(1995)는 발전 단계와 주체를 기준으로 컨버전스의 유형을 네트워크의 컨버전스와 서비스의 컨버전스, 산업 컨버전스로 분류하고 있다. Pennings & Puranam(2001)은 수요와 공급의 측면에서 각각 기술대체와 보완을 제시하여 컨버전스를 수요 측면에서의 기술대체, 수요 측면에서의 기술보완, 공급 측면에서의 기술대체, 공급 측면에서의 기술보완 등 4가지 유형으로 분류하여 연구하였고, Stieglitz(2003)도 Pennings & Puranam의 분류를 보완하여 기술과 제품의 대체와 보완으로 각각 기술대체, 기술보완, 제품대체, 제품보완의 유형을 제시하였다. 이각범(2005)은 컨버전스의 영역에 따라 기술간 컨버전스와 산업 간의 컨버전스, 기술과 인간의 컨버전스로 유형을 구분하였고, 고현진(2006)은 사용목적과 용도에 따라 생활의 편의를 위한 컨버전스와 인지적 첨단 기술과의 컨버전스, 그리고 감각적 경험에 근거한 엔터테인먼트를 위한 컨버전스로 유형화 하였다. 전제현, 류승호(2006)는 대상과 방법에 따라 아날로그와 디지털 컨버전스로 구분하고 이 두 유형이 인간의 감성을 충족시키기 위한 과정으로 보고 있으며, 범위에 따라 기능 중심적 컨버전스와 신 감성 창조적 컨버전스, 시·공간 초월적

컨버전스로 분류하였다. 김혜영, 하지수(2006)는 컨버전스를 기능 간의 결합으로 나타나는 컨버전스와 소비자의 다양한 욕구를 위한 컨버전스, 디지털 기술로 표현되는 컨버전스로 유형화하여 특성을 연구하였고, 최병삼 외(2007)에서는 상품이 결합되는 컨버전스와 기술이 결합되는 컨버전스, 시장이 유사해지는 컨버전스로 분류하여 제시하였다.

컨버전스에 대한 선행연구들의 유형 분류를 통해 초기의 연구들이 주로 제품이나 기술 위주의 분류였다면, 2005년의 연구에서부터 인간중심 또는 문화, 소비자가 등장하기 시작했음을 알 수 있다.

최근의 컨버전스 경향에 있어서 문화가 컨버전스의 핵심 키워드로 등장하고 있다는 사실은 주요한 관심의 대상이 된다.

선행연구들의 유형을 분석해보면 컨버전스의 유형을 기술 중심 컨버전스, 산업 중심 컨버전스, 인간 중심 컨버전스, 서비스 중심 컨버전스, 그리고 시장 중심의 컨버전스로 범주화 하였다. 각각의 유형에 따른 사례를 살펴봄으로써 그 특성을 고찰하고자 한다.

2.3. 컨버전스의 특성

현대사회에서 보여지는 컨버전스의 특성을 도출하기 위하여 선행 연구의 컨버전스 분류를 토대로 유형을 기술 중심의 컨버전스와 산업 중심의 컨버전스, 인간 중심의 컨버전스, 서비스 중심, 시장 중심의 컨버전스로 범주화 하였고, 유형의 범주화에 따른 사례분석을 통하여 각 유형의 특성을 도출하였다.

각각의 유형별 특성을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 기술 중심의 컨버전스는 IT기술의 발달을 중심으로 기술과의 컨버전스를 통해 진화의 형태로 나타나며, 스마트 폰이나 스마트 TV, 증강현실기술을 반영한 안경 등이 여기에 포함된다. 이는 다양한 기능들을 포함하면서 탈경계적 특성이 뚜렷하며, 기술지향적 특성과 시·공간 초월성이 함께 보인다. 다만, 기술 기반의 컨버전스인 만큼 다른 특성들에 비해 감성지향성이 약하게 나타나는 것을 알 수 있다.

둘째, 산업 중심의 컨버전스는 산업 간의 융합을 통해 그 경계가 모호해짐은 물론, 전혀 상관없을 것 같은 영역 간의 융합을 통해 새로운 영역을 창출하는 효과로 나타난다. 산업중심의 컨버전스는 각 영역 간의 탈경계성과 기술지향성, 시공간 초월적 특성이 강하게 나타나며 이에 비하여 감성지향성은 상대적으로 약하다.

셋째, 인간 중심의 컨버전스는 인간의 감성과 윤리를 추구하며, 또한 인간의 역할을 대신하는 로봇의 형태로도 나타난다. 이 또한 인간이 추구할 수 있는 감

성을 위한 기술적 진화이며, 이는 다른 유형에 비하여 기술지향성과 시공간 초월성은 약하지만 상대적으로 탈경계성과 감성지향성이 강하게 나타나는 유형이다. 현대사회의 다양성을 추구하는 경향과 함께 감성적 만족에 대한 요구도 커지고 있다. 이는 시장의 변화로도 보이는데, 소비자는 더 이상 제품의 기능이 아닌 가치를 원하고, 기업은 이러한 소비자의 감성을 만족시키기 위한 다양한 경험들을 제공한다. 윤리적 기업 또한 이러한 변화의 예로 볼 수 있다.

넷째, 서비스 중심의 컨버전스는 네트워크나 유비쿼터스를 바탕으로 한 시스템 구축 등의 형태로 표현된다. 서비스 중심의 컨버전스 또한 IT기술을 기반으로 하는데, 그 특성에 있어서 탈경계성과 기술지향성, 감성지향성, 시공간초월성이 모두 나타난다. 여기서 감성지향성은 직접적인 기술보다는 감성을 충족시킬 수 있는 콘텐츠 제공의 형태라 할 수 있다.

다섯째, 시장 중심의 컨버전스는 시장의 변화와 이에 따른 소비자의 다양한 요구로 형성된다. 복합문화 공간이나, 장르가 혼합된 형태의 공연 등을 사례로 볼 수 있는데, 이는 소비자 중심적 성격이 강하며, 그 특성에 있어서 기술지향성을 제외한 탈경계성과 감성지향, 시공간 초월성 등이 강하게 드러나는 것을 알 수 있다.

앞에서 살펴본 바와 같이 컨버전스 유형에서 보이는 사례들을 통해 특성을 고찰할 수 있었다. 도출된 특성은 탈경계성과 기술지향성, 감성지향성, 시공간 초월성이며, 이 네 가지 특성 모두에서 탈경계성이 강하게 나타나는 것을 알 수 있다. 또한 컨버전스가 문화 예술 영역으로 확대되고 있는 가운데, 감성지향성의 가치가 중요하게 인식되고 있으며, 이러한 현상은 더욱 확대될 것으로 전망된다.

3. 패션산업에 나타난 컨버전스 유형

최근 컨버전스는 IT 산업을 넘어 전체 산업군으로 확장되면서 새로운 산업의 패러다임으로 자리 잡고 있다. 이러한 산업 간의 컨버전스는 패션에서도 다양한 형태로 시도되고 있다. 본 장에서는 패션산업에서의 컨버전스를 앞 장에서 고찰한 바와 같이 기술 중심의 컨버전스와 산업 중심 컨버전스, 인간 중심 컨버전스, 서비스 중심 컨버전스, 시장 중심 컨버전스로 구분하고 그 특성을 고찰하고자 한다.

3.1. 기술 중심 컨버전스

지난 수년 간 IT업계를 중심으로 확산된 컨버전스가 최근에는 여타 산업으로도 확산되고 있으며, 패션산업에서도 IT기술을 활용하여 고부가가치화를 추구하는 경향이 다양한 디지털 융합의 형태로 나타난다. 패션산업에 나타난 기술 중심의 컨버전스 사례는 다음과 같다.

Table 2 Area and the characteristics of the technology-driven convergence

기술 중심 컨버전스	영역	특성
후세인 살라얀	패션+기술·건축	디자이너의 창의성과 기술의 융합을 통한 가치 창조
스마트 폰으로 4D효과를 만드는 웨어러블 컴퓨터	패션+IT·블루투스	스마트기술을 통한 감각적 경험 제공
필립스Intelligent Biomedical Clothing	패션+의료기술	패션과 의료기술의 결합을 통한 기술적 가치 제공
온도 조절이 가능한 옷	패션+열역학기술	열역학을 이용하여 인체보호
빛속에서 빛을 발산하는 레인코드	패션+전기에너지	전기에너지용 이용한 기능적 가치와 감성적 가치의 공존
산성비를 맞으면 색이 변하는 옷	패션+섬유소재	염료의 반응에 따른 미적 가치 추구
폐기 우유로 만든 섬유	패션+섬유소재	섬유생산기술을 이용한 윤리성 추구
살충 효과의 신소재 옷	패션+섬유소재	섬유과학의 발달을 통한 패션의 진화
자전거용 야광조끼‘Lightning Vest’	패션+섬유소재	사용자를 고려한 섬유소재의 활용
사회, 문화, 기술을 대변하는 드레스	패션+섬유소재	테크놀로지를 사용한 드레스의 투명도 조절
제스처로 컨트롤 하는 장갑	패션+섬유소재	웨어러블 기술을 이용한 장갑
공기정화 드레스 Catalytic Clothing	패션+섬유소재	텍스타일의 촉매작용을 통한 공기정화드레스
GPS 고글 ‘Transcend’	패션+유비쿼터스 디스플레이	실시간 정보를 제공하는 GPS고글
옷으로 음악을 조정하는 ‘Zip’	패션+인식기술	인식기술을 통한 감성가치 추구
자전거 에어백 헬멧 ‘hövding’	패션+센서시스템	패션을 통한 포터블 에어백시스템의 구현
레이디 가가와 폴라로이드 ‘Grey Labe’	패션+디스플레이	LCD디스플레이 기술을 통한 웨어러블 카메라
패션과 전자회로기술의 만남Pseudomorphs	패션+전자기술	전자기술을 통한 소재의 특수성을 이용한 패션
기후 변화 드레스 Climate Dress	패션+섬유소재	섬유과학을 통한 미적가치 실현

3.2. 산업 중심 컨버전스

산업 중심 컨버전스는 각 산업 간의 융합을 통해 새로운 영역을 창출하게 된다. 이는 산업규제 완화를 통해 확대되었으며, 패션산업에서도 산업내의 영역 간, 또는 이종산업 간의 컨버전스로 나타난다.

패션산업에 나타난 산업 중심 컨버전스의 사례는 다음과 같다.

Table 3 Area and the characteristics of the Industry-centric convergence



산업 중심 컨버전스	영역	특성
나이키와 APPLE	이종 산업간	이종 산업간의 컨버전스를 통한 가치 창출
아디다스 원 (adidas ONE)	패션+압력조절센서	1세대 컨버전스
웨어러블 헬스 케어 'Modwells'	패션+헬스케어시스템	시스템 도입을 통한 통합서비스 지원
의류산업의 새 패러다임 DC Suite	패션+생산프로세스·자동화	디지털화를 통한 생산 프로세스의 변화 및 가상성 구현
3D-CLO	패션+생산프로세스	프로세스 및 통합 교육의 효율성 강조

3.3. 인간 중심 컨버전스

패션산업에 나타난 인간 중심 컨버전스는 감성과 윤리를 추구하는 형태로 보이며, 주로 소비가 선행으로 이어지는 사례들이 많다. 또한 사회적으로 문제가 되고 있는 것들에 대한 개선의 의지로 나타나기도 한다.

패션산업에 나타난 인간중심 컨버전스 사례는 다음과 같다.

Table 4 Area and the characteristics of the Human-centric convergence

인간 중심 컨버전스	영역	특성
더 레드 레일	 감성	소비가 곧 선행으로 이어지는 형태로, 단순히 물건을 사는 것이 아닌 가치를 추구하는 형태로의 전환
에이즈 티셔츠		
Ethical Fashion Africa		
탐스 (TOMS)		
'하트 포 아이 (Heart for Eye)'	 윤리	환경, 지속가능, 슬로우 패션 등 사회현상에 대한 기업 또는 소비자의 긍정적 참여
식품 포장지로 만든 의상		
푸마의 친환경 백		
패션의 윤리: 착하게 입자		
슬로우 패션 슈즈 'Creo'		
지속 가능한 축구화 '나이키 GS'		
친환경력서리 백팩		

3.4. 서비스 중심 컨버전스

패션산업에 나타난 서비스 중심의 컨버전스는 네트워크와 유비쿼터스를 중심으로 나타난다. 또한 방송 통신의 융합으로도 볼 수 있는데, 그 사례는 다음과 같다.

Table 5 Area and the characteristics of the service-oriented convergence

서비스 중심 컨버전스	영역	특성
아디다스 마이코치 러닝 (adidas miCoach Running)	통합솔루션	통합솔루션을 통한 사용자의 운동 관리
치매환자를 위한 “GPS Shoes”	GPS, 디바이스	디바이스를 통한 실시간 위치전송 서비스 제공
일상의 건강체크 팔찌 ‘UP by Jawbone’	모션센서기능, 실시간 트래킹, 데이터 전송	일상생활의 모니터링
똑똑한 깁스 ‘Bones’	실시간 트래킹 및 데이터전송 서비스	환자, 의사, 물리치료사간의 커뮤니티 형성을 통한 치유과정 공유
i-Fashion	IT+패션	유비쿼터스를 통한 디지털 서비스와 맞춤

3.5. 시장 중심 컨버전스

패션산업에 나타난 시장 중심 컨버전스는 다양성을 추구하는 시장의 변화에 따른 소비자의 요구로 형성된다. 그 사례들에 있어서 다른 분야들의 융합이나 공간의 융합을 통해 다양한 감성과 가치를 제공하는 형태로 나타난다. 패션산업에 나타난 시장 중심 컨버전스의 사례는 다음과 같다.

Table 6 Area and the characteristics of the market-driven convergence

시장 중심 컨버전스	영역	특성
포토그래퍼 히로시 스기모토와 에르메스		
루이뷔통과 야요이 쿠사마		
크리스찬 디오르와 안젤름 라일	패션과 예술	소비자의 오감을 만족시킬 수 있는 가치와 경험 제공 패션과 예술영역의 구분을 없애고 영역을 확장
니콜라스 컬쿠우드와 키스해링		
알렉산더 맥퀸 메트로폴리탄미술관 전시		
프라다 트랜스포머	패션과 건축	
Skin + Bones	문화와 공간의 만남	패션의 문화적 고부가가치 추구
이세이 미야케의 132 5.		

코카콜라와 장 폴 고티에	패션디자이너와 소비자	패션디자이너의 활동영역 확대
맥스앤스펜서의 우간다 아동 후원 패션쇼	패션과 공연	패션쇼와 콘서트가 결합된 형태로 새로운 개념의 FACON
패션콘서트 FACON '케이'		
패션&뷰티 컨버전스 매장	패션과 뷰티	소비자 중심의 컨버전스 매장으로 기존 공간적 한계 및 서비스의 확장
체형에 맞게 변하는 마네킹 'FitBot'	패션과 가상기술	소비자 중심의 가상착의를 통한 서비스 제공

3.6. 패션산업에 나타난 컨버전스에 대한 종합적 논의

본장에서의 사례연구를 통해 다양한 컨버전스 사례를 고찰해 볼 수 있었다. 사례를 기술 중심, 산업 중심, 인간 중심, 서비스 중심, 시장 중심의 컨버전스로 범주화하는데 있어서 복합적인 경향들이 나타나는 사례들도 있었으나 특징적인 구분을 통해 연구자 임의로 분류하였고, 사례 선정에 있어서 컨셉디자인을 포함하였다.

패션산업에 나타난 컨버전스에 대한 구체적 내용은 다음과 같다. 첫째, 기술 중심의 컨버전스는 IT기술을 중심으로 한 컨버전스 유형으로 패션과 IT, 의료 기술, 섬유과학, LCD디스플레이, 인식기술 등의 융합을 통해 새로운 가치를 창조한다. 둘째, 산업 중심의 컨버전스는 산업 간의 융합으로 보이는데, 그 구체적 내용을 보면 동종 산업 내에서의 생산 프로세스의 융합이나 자동화를 통한 컨버전스 사례와 이종산업 간의 융합을 통한 사례로 나타나며, 이를 통한 산업영역의 확대와 변화가 진행된다. 셋째, 인간 중심의 컨버전스는 감성과 윤리를 중심으로 한 유형으로 기업 및 디자이너의 윤리적 경영을 통한 사회참여와 소비자의 감성 추구의 형태로 나타난다. 넷째, 서비스 중심의 컨버전스는 네트워크와 유비쿼터스를 중심으로 하며 통합 솔루션, 실시간 트래킹 및 데이터서비스, 유비쿼터스를 통한 디지털 서비스 제공 등의 형태로 나타난다. 다섯째, 시장 중심의 컨버전스는 시장의 변화와 소비자의 요구를 중심으로 하며 패션과 예술, 미술, 건축, 산업, 공연, 뷰티, 가상착의 등 시장에 변화에 따른 다양한 영역과의 융합을 통해 새로운 감성을 추구하고자 하는 유형이다.

컨버전스에 있어 기본적으로 기술력을 바탕으로 하는 경우가 많기는 하지만 최근 사회의 변화와 함께 문화적 경향이 더 강하게 나타나고 있음을 알 수 있고, 이러한 현상은 패션산업에서 더욱 분명히 드러난다. 패션을 문화로 바라보는 시

각이 점차 확대됨에 따라 패션산업에서의 컨버전스 경향에서도 이러한 경향이 나타난다고 할 수 있다.

4. 패션산업내 컨버전스 디자인의 특성

패션산업 전반의 컨버전스 분류를 통해 기술 중심의 컨버전스와 산업 중심의 컨버전스, 인간 중심의 컨버전스, 서비스 중심의 컨버전스, 시장 중심의 컨버전스로 범주화 하였고, 각각의 사례연구를 통해 다양한 시도가 이루어지고 있음을 알 수 있었다.

제2장에서 범주화된 컨버전스 디자인의 유형을 토대로 컨버전스의 특성은 탈경계성, 감성지향성, 기술지향성, 시공간 초월성으로 도출된바 있다. 그 이후 고찰한 대부분의 컨버전스 디자인 사례에서는 융합성이 공통적으로 나타났으며, 위에서 도출된 특성을 패션산업에 적용하여본 바 도출된 컨버전스의 디자인 특성은 다음과 같다.

4.1. 탈경계성

현대 패션산업에서의 컨버전스 디자인은 각각 다른 장르, 또는 요소, 타 산업 영역과의 관계를 통해 나타나고 있다. 이러한 관계에 있어 컨버전스는 두 영역의 융합을 통해 새로운 가치 또는 새로운 사업영역을 창출하는 효과를 가져 오기도 한다. 장르 고유의 특성이나 표현방식이 불분명해지거나 또는, 컨버전스를 통해 새로운 형태나 장르로 나타나기도 한다. 이는 탈장르화나 예술의 대중화, 디자이너의 영역 확대 등으로 보이며, 특히 최근 화제가 되고 있는 융합형 인재에서 중요하게 요구되는 가치이기도 하다. 패션산업에서도 융합형 인재로 볼 수 있는 테크니컬 디자이너의 수요가 늘고 있는 추세다.

탈경계성은 패션과 다른 분야와의 컨버전스를 통해 경계가 모호해지거나 또는 새로운 영역으로 확대되는 양상이라 할 수 있다. 패션쇼와 콘서트 또는 공연의 컨버전스를 통해 그들 각각의 경계는 모호해졌지만 FACON이라는 새로운 형태의 공연이 등장하였고, 패션과 건축의 컨버전스는 복식의 형태에 있어서의 개념의 전환과 패션 매장의 연출에 있어서 디스플레이 공간의 개념을 뛰어넘는 문화 공간으로 자리 잡고 있다. 또한 디자이너나 아티스트들의 다양한 협업으로

그들의 활동영역에 있어서도 탈경계성이 나타나게 된다.

4.2. 감성지향성

감성지향성은 컨버전스를 통해 소비자들의 새로운 감성을 충족시키는 것으로 기존의 기능 중심적 컨버전스의 가치와는 차이가 있다. 이는 단순한 기능의 컨버전스를 넘어 디자인적인 요소들의 강화나 기업의 전략들에 의해 창조되는 컨버전스 디자인의 가치이자 특성이다. 특히 미적 가치 표현으로 감성적 만족감을 제공하는 컨버전스 디자인이 여기에 해당된다.

또한 의미 부여를 통한 감성적 만족 역시 감성지향성이라 할 수 있다. 인간에게 감성이란 끊임없는 커뮤니케이션 과정을 통해 얻어지는데 인간 중심의 컨버전스에서 주로 나타난다. 이는 윤리적 소비를 통해서도 경험할 수 있는데, 최근 다양한 형태의 윤리적 소비가 가능해졌다. 탐스 슈즈와 같이 소비가 곧 기부로 연결되기도 하고, 공정거래무역제품에 대한 확인 및 구입이 가능해졌다. 그리고 많은 패션기업들이 사회적 캠페인에 참여하고 있어 어렵지 않게 동참할 수 있다.

기업에서도 제품만 파는 것이 아니라 그 제품의 가치와, 사용되는 환경에 대한 경험도 함께 제공하는 경우가 늘고 있다. 이는 만족스러운 경험과 기억을 통해 판매를 유도하는 치밀한 마케팅 방법이기도 하다. 그 외에 미적 요소나 유희적 요소에 의한 감성지향성도 볼 수 있다.

4.3. 기술지향성

컨버전스 디자인의 기술지향성은 기능 및 사용자 환경이 직·간접적으로 관련되는 융합으로 초기 단계의 컨버전스라 할 수 있다. 아날로그 컨버전스 제품들에서 융합이 된 기능들은 제품의 사용자 환경에 직·간접적으로 연관되는 것들이 많다. 디지털 컨버전스 제품들은 시스템화된 기능들을 갖는데, 과학기술의 발전은 다양한 기능의 디지털 컨버전스 제품을 가능하게 만든 요인이다.

IT의 발달은 패션산업 전반에도 변화의 원인으로 작용한다. 기술의 발달은 기존에 불가능하다 여겼던 많은 것들을 가능하게 했다. 신발에 센서를 부착함으로써 타블렛 PC를 통해 운동을 하는데 도움을 받을 수 있고, 몸의 건강상태를 체크해주는 칩이 개발되는가 하면, 치매환자를 위한 GPS 슈즈도 출시됐다. 이러한 사례들 역시 기술지향성을 추구한 컨버전스라 할 수 있다.

또한 후세인 살라얀의 실험적인 패션들과 스마트 의류, 디지털 패션도 패션과 기술의 컨버전스를 통한 기술지향성의 사례라 볼 수 있다.

4.4. 시공간 초월성

시공간 초월성은 IT기술의 발달과 함께 실현되는 디자인 특성이라 할 수 있는데 실체가 아닌 가상의 공간을 통해 패션디자인 프로세스의 전 과정이나 패션쇼가 진행되기도 한다. 또한 시공간초월성을 통해 산업 기반의 변화가 시도되고 있어 앞으로의 가능성이 기대되는 부분이다.

이제 가상현실은 현실세계의 확장된 개념으로 인식되며 다양한 콘텐츠와의 결합 가능성도 가진다. 패션산업의 컨버전스 디자인에 있어서의 시공간 초월성은 가상과 현실의 혼재, 과거와 현재의 혼재이며 디지털기술의 활용으로 구체화되는 모습을 볼 수 있다. 실제 옷을 만들지 않고도, 컴퓨터상의 가상현실을 통해 패션쇼가 진행되기도 하고, 직접 옷을 입어보지 않아도 아바타를 통한 가상 착용도 가능하다. 이러한 기술과 특성은 박물관에 전시된 복식을 컴퓨터상에 3D로 재현함으로써 보고 싶은 부분을 컴퓨터로 선택해서 자유롭게 볼 수 있도록 하는 시공간 초월성의 사례로 볼 수 있다.

4.5. 융합성

융합성은 둘 이상 섞여 생성된 특성으로 최근에는 다양한 개념이나 영역을 초월하여 문화와 기술, 감성과 이성 등을 이어주는 융합의 형태가 많이 나타난다. 최근 문화나 소비자 중심의 창의적인 결합이 많이 보이며, 컨버전스 디자인에서 보이는 대부분의 특성들은 융합성과 탈경계성을 함께 가지게 된다.

융합의 방법에 있어서도 상위와 하위, 중심과 주변 또는 과거와 현재, 남자와 여자 등의 단순한 이분법적인 구조가 아닌 다양하고 창의적인 융합의 형태로 패러다임이 변화하고 있다. 이제 융합성은 하나의 문화로 자리 잡았으며, 더 나아가

문화와 기술, 그리고 제품과 이미지를 융합하는 또 하나의 매개체가 되고 있다.

오늘날 문화에서 이 결합 논리는 동질과 동종의 경우보다 이질과 이종의 경우에 더 창의적이고 더 효율적임을 보여 주고 있다. 컨버전스 디자인의 유형과 특성을 다음의 <Figure 1>에 정리하였다.

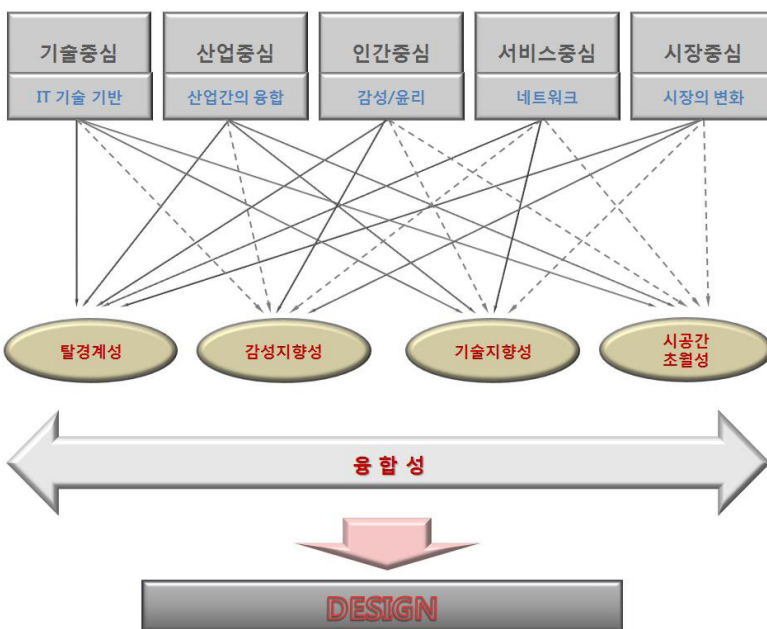


Figure 1 Types and characteristics of Convergence design

5. 결론

21세기는 통합적 사고의 새로운 패러다임을 요구하고 있다. 유비쿼터스 기술을 바탕으로 진화하고 있으며, 다양한 개념이나 영역들을 초월하는 융합화 경향을 보이고 있는 것이다. 컨버전스 시대에는 영역 간의 활발한 융합으로 경계가 모호해지면서 패러다임의 전환이 일어나게 된다.

패션 산업 역시 시대의 요구와 함께 컨버전스를 통한 부가가치를 창출하려는 시도가 이루어지고 있다. IT제품들과의 융합을 통해 새로운 가치를 창조하고 이러한 것들은 미래 생활양식에 있어서 산업적, 기술적, 문화적으로 매우 중요할 것으로 전망된다.

본 연구에서는 패션산업에서의 컨버전스에 관한 다각적인 접근을 통해 패션 산업 전반에 나타나는 컨버전스 및 컨버전스 디자인에 대한 활용가능성을 모색하고자 하였다. 이를 위한 연구 방법으로 문헌연구와 사례연구를 병행하였다. 문헌연구로는 이에 관련된 선행논문과 단행본을 참고하여 컨버전스의 개념 및 영역을 체계화 하였고, 선행연구들의 컨버전스 분류 기준들을 토대로 본 논문의 사례연구에 필요한 기준을 마련하였다. 패션산업에서의 컨버전스 사례는 2000년 이후를 시간적 범위로 정하고 인터넷과 신문, 매거진 위주의 자료 특성상 지리적 범위의 한계는 따로 두지 않았다. 사례는 기술 중심 컨버전스, 산업 중심 컨버전스, 인간 중심 컨버전스, 서비스 중심 컨버전스, 시장 중심 컨버전스로 범주화 하여 분석·고찰하고, 각각의 유형에 대한 디자인 특성을 분석하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

연구에 앞서 유사용어의 정리와 패션에서 각각의 선행 연구들을 통해 약간의 차이가 있기는 하지만 하이브리드와 퓨전, 크로스 오버, 콜라보레이션 등이 유사한 의미로 사용되어 왔음을 알 수 있었다. 이러한 융합화 현상은 다양성을 중시하는 현대사회의 글로벌화 경향 속에서 나타나는 문화접변 현상으로 시간의 흐름에 있어서 크로스 오버, 퓨전, 하이브리드, 콜라보레이션 등의 순서로 사용되는 경향을 볼 수 있었다. 최근 사회적으로 컨버전스가 활발히 진행되는 가운데 패션산업 전반의 융합화 현상들을 컨버전스 현상이라는 포괄적 개념을 중심으로 고찰하였다.

컨버전스는 현대 사회의 급속한 디지털화와 더불어 IT, 통신, 건축, 모바일 등 사회 전반의 다양한 분야에서 나타나고 있다. 이러한 이종산업 간의 컨버전스는 각 산업의 영역을 확장하며 새로운 성장가능성을 모색하는 기회가 되기도 한다.

정보통신사회에서 생명공학사회, 나노기술사회, 문화기술사회를 거쳐 융합 기술사회로 변화하는 가운데 사회 전반에서 컨버전스의 역할은 확대되고 있다. 선행연구들의 유형 분석을 통해 컨버전스의 유형을 기술 중심의 컨버전스와 산업 중심 컨버전스, 인간 중심 컨버전스, 서비스 중심 컨버전스, 그리고 시장 중심의 컨버전스로 범주화 하였고, 각각의 유형에 따른 사례를 통해 그 특성을 탈경계성과 감성 지향성, 기술 지향성, 시공간 초월성으로 도출하였다.

또한 패션산업의 컨버전스를 선행연구의 범주화에 따른 기술 중심의 컨버전스, 산업 중심의 컨버전스, 인간 중심의 컨버전스, 서비스 중심의 컨버전스, 시장 중심의 컨버전스로 구분하고 각각의 특성을 고찰하였다. 그 구체적 내용은 다음과 같다.

첫째, 기술 중심의 컨버전스는 IT기술을 중심으로 한 컨버전스 유형으로 패션과 IT, 의료기술, 섬유과학, LCD디스플레이, 인식기술 등의 융합을 통해 새로운 가치를 창출한다.

둘째, 산업 중심의 컨버전스는 산업 간의 융합으로 그 구체적 내용을 보면 동종 산업 내에서의 생산 프로세스의 융합이나 자동화를 통한 컨버전스 사례와 이종 산업 간의 융합을 통한 사례로 나타나며, 이를 통한 산업 영역의 확대와 변화가 진행된다.

셋째, 인간 중심의 컨버전스는 감성과 윤리를 중심으로 한 유형으로 기업 및 디자이너의 윤리적 경영을 통한 사회참여와 소비자의 감성 추구의 형태로 나타난다.

넷째, 서비스 중심의 컨버전스는 네트워크와 유비쿼터스를 중심으로 하며 통합 솔루션, 실시간 트래킹 및 데이터 서비스, 유비쿼터스를 통한 디지털 서비스 제공 등의 형태로 나타난다.

다섯째, 시장 중심의 컨버전스는 시장의 변화와 소비자의 요구를 중심으로 하며 패션과 예술, 미술, 건축, 산업, 공연, 뷰티, 가상 착의 등 시장에 변화에 따른 다양한 영역과의 융합을 통해 새로운 감성을 추구하고자 하는 유형이다.

각 유형에 따른 사례들을 통해 컨버전스 디자인의 특성은 탈경계성과 감성 지향성, 기술 지향성, 시공간 초월성으로 도출되었다.

첫째, 컨버전스 디자인에 나타나는 탈경계성은 패션과 다른 분야와의 컨버전스를 통해 경계가 모호해지거나 또는 새로운 영역으로 확대되는 양상으로 나타나는 것을 볼 수 있었다. 패션쇼와 콘서트 또는 공연의 컨버전스를 통해 그들의 경계는 모호해 졌지만 FACON이라는 새로운 형태의 공연이 등장하였고, 패션과 건축의 컨버전스는 복식의 형태에 있어서의 개념의 전환과 패션 매장의 연출에 있어서 디스플레이 공간의 개념을 뛰어넘는 문화 공간으로 자리 잡고 있다. 또한 디자이너나 아티스트들의 다양한 협업으로 그들의 활동 영역에 있어서

도 탈경계성이 나타나게 된다.

둘째, 감성 지향성은 컨버전스를 통해 소비자들의 새로운 감성을 충족시키는 것으로 기존의 기능 중심적 컨버전스의 가치와는 차이가 있다. 이는 단순한 기능의 컨버전스를 넘어 디자인적인 요소들의 강화나, 기업의 전략들에 의해 창조되는 컨버전스 디자인의 가치이자 특성이다. 특히 미적 가치 표현으로 감성적 만족감을 제공하는 컨버전스 디자인이 여기에 해당된다.

셋째, 기술 지향성은 기능 및 사용자 환경이 직·간접적으로 관련되는 융합으로 초기 단계의 컨버전스라 할 수 있다. 아날로그 컨버전스 제품들에서 융합이 된 기능들은 제품의 사용자 환경에 직·간접적으로 연관되는 것들이 많다. 디지털 컨버전스 제품들은 시스템화된 기능들을 갖는데, 과학기술의 발전은 다양한 기능의 디지털 컨버전스 제품을 가능하게 만든 요인이다.

넷째, 시공간 초월성은 IT기술의 발달과 함께 실현되는 디자인 특성이라 할 수 있는데 실체가 아닌 가상의 공간을 통해 패션디자인 프로세스의 전 과정이나 패션쇼가 진행되기도 한다. 또한 시공간 초월성을 통해 산업 기반의 변화가 시도되고 있어 앞으로의 가능성이 기대되는 부분이기도 하다.

이제 가상현실은 현실세계의 확장된 개념으로 인식되며 다양한 콘텐츠와의 결합 가능성도 가진다. 패션산업의 컨버전스 디자인에 있어서의 시공간 초월성은 가상과 현실의 혼재, 과거와 현재의 혼재로 디지털 기술의 활용으로 구체화되는 모습을 볼 수 있다. 실제 옷을 만들지 않고도, 컴퓨터상의 가상현실을 통해 패션쇼가 진행되기도 하고, 직접 옷을 입어보지 않아도 아바타를 통한 가상 착용도 가능하다. 이러한 기술과 특성은 박물관에 전시된 복식을 컴퓨터상에 3D로 재현함으로써 보고 싶은 부분을 컴퓨터로 선택해서 자유롭게 볼 수 있도록 하는 서비스도 시공간 초월성의 사례로 볼 수 있다.

본 연구를 통해 나타난 컨버전스의 유형 및 특성 분석에서 얻어진 결과로 전반적인 컨버전스 디자인에서 순환적 구조를 보이고 있음이 드러났다. 컨버전스의 경향에 있어서 초기의 컨버전스가 단순한 기능 또는 기술의 융합이었다면, IT산업의 급격한 발전과 함께 IT와 다양한 분야의 컨버전스가 나타났다. 또한 현대사회 패러다임의 변화와 함께 컨버전스는 점차 감성적이고 문화적인 양상으로 발전하고 있으며 각 분야에서 감성과 지성이 접목된 형태의 컨버전스가 나타나고 있다. 패션산업에서 역시 다양한 컨버전스가 시도되고는 있으나 그 영역에 있어 다소 제한적이었음을 알 수 있었다. 최근에는 문화를 비롯한 예술전반에 걸친 컨버전스가 활발히 진행되고 있으며, 특히 K-POP의 세계적인 인기와 더불어 패션과 음악, 대중문화가 결합된 형태의 컨버전스가 화제가 되고 있다.

컨버전스에 대한 사회적 관심과 함께 패션산업에서의 컨버전스에 대한 연구

결과를 통해 글로벌 브랜드에 밀려 다소 침체되었던 한국의 패션산업에 대한 대안을 제시하고자 한다. 패션은 더 이상 단순한 소비재가 아닌 감성과 가치를 충족시키는 수단으로써 문화적 역할 또한 수행한다. 패션에 대한 가치가 변화하고 확대된 만큼 패션산업에서도 빠른 인식과 함께 변화가 필요한 시점이다. 이제 만들어 놓은 제품을 소비자가 구입하는 시대는 지났다. 시장의 변화와 함께 소통을 통한 소비자의 요구가 기획단계에 적극 반영되어야 하며, 제품이 아닌 가치와 경험을 제공함으로써 소비자의 감성을 만족시킬 수 있어야 한다. 이러한 과정에서 다양한 분야와의 컨버전스는 패션산업전반에 새로운 기회가 될 수 있다. 본 연구는 사회적 관점을 중심으로 컨버전스를 고찰하고 그 사례를 분석함으로써 특성을 도출하였다. 연구 결과를 통해 컨버전스에 대한 통합적 이해와 함께 거시적 관점을 가질 수 있다는 데 의의가 있으며 사례를 통해 패션산업에서의 컨버전스에 대한 다양한 가능성을 모색할 수 있었다.

통합적 이해를 바탕으로 하는 컨버전스는 패션산업은 물론 교육의 발전에 있어서도 중요한 성장 동력이 될 것으로 기대되는 가운데 교육에 있어서도 다양한 분야의 이해를 기초로 한 융합형 학문이 많이 보이고 있다. 패션산업에서도 다양한 분야와의 컨버전스, 프로세스간의 컨버전스를 시도함과 동시에 교육과정의 컨버전스가 선행되어야 할 것으로 보이며, 이에 대한 후속연구를 통해 컨버전스가 패션산업에서 보다 중요한 가치로 인정받으며 체계적으로 자리 잡을 수 있을 것이다.

References

- 1 Choi, h. (2007). 현대패션에 나타난 글로벌 · 구조적 하이브리드_ 아시아 · 아프리카 · 라틴 아메리카 복식 문화를 중심으로, (*Ph.D. dissertation*). Seoul National University, Seoul, Korea..
- 2 Hong, r. 2012). Fashion: 미술과 통하다, 2012 한국복식학회 추계학술대회 발표 논문집, Seoul: *the Korean society of costumes*.
- 3 Hong, s. (2012). 융합이란 무엇인가, Seoul:sciencebooks.
- 4 <http://www.firstviewkorea.com>
- 5 Kan, h. (2008). 현대패션에 나타난 콜라보레이션의 문화적 특성에 관한 연구[A Study on the Cultural Traits of Collaboration in the Contemporary Fashion] (*Ph.D. dissertation*). Sungkyunkwan University, Seoul, Korea.
- 6 Kim, m. (2005). 융합화 문화변화에 따른 패션 패러다임 특성 연구(*Ph.D. dissertation*). Chung-ang University, Seoul, Korea.
- 7 Ko, h. (2006). 컨버전스 트렌드에 의한 패션 디자인[Convergence in Fashion Design] *The Journal of the Korean society of costumes*, 56(7).
- 8 Ko, m. (2011). 컨버전스 제품의 효용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구[A Study on the Influencing Factors of Convergence Products' Utility] (*Ph.D. dissertation*). Chungbook National University, Chung ju, Korea.

패션산업에 나타난 컨버전스에 관한 연구

위미경¹, 최현숙²

¹ 동덕여자대학교 강사

² 동덕여자대학교 교수

컨버전스는 정치, 경제, 사회, 문화 등 다양한 분야의 발전에 원동력이 되고 있으며 패션 산업 역시 시대의 요구와 함께 컨버전스를 통한 부가가치를 창출하려는 시도가 이루어지고 있다. 본 연구는 패션산업에서 아직 확실하게 정립되지 않은 컨버전스 및 컨버전스 디자인의 개념 및 영역을 체계적으로 정리하고, 사회현상으로까지 확산되고 있는 컨버전스의 유형 분석을 통해 패션산업에서 컨버전스 디자인의 가능성을 모색하며 패션에 있어서 컨버전스 디자인의 특성에 대해 고찰함으로써 산발적으로 진행되어온 연구를 넘어서는 통합적 접근을 시도하여 패션산업 및 연구 분야에서의 시각의 확장을 가져오는데 목적이 있다.

패션산업에서의 컨버전스에 관한 다각적인 접근을 통해 패션산업 전반에 나타나는 컨버전스 및 컨버전스 디자인에 대한 활용가능성을 모색하고자 하는 연구목적을 달성하기위해 연구 방법으로 문헌연구와 사례연구를 병행하였다. 문헌연구와 실증연구의 결과 패션산업의 컨버전스 유형을 기술 중심의 컨버전스, 산업중심의 컨버전스, 인간 중심의 컨버전스, 서비스 중심의 컨버전스, 시장중심의 컨버전스로 구분하고 각각의 특성을 고찰하였다. 분류된 유형에 따라 실제 사례들을 분석·고찰한 결과 컨버전스 디자인의 특성은 탈경계성, 감성 지향성, 기술 지향성, 시공간 초월성으로 도출되었다.

컨버전스의 경향은 점차 감성적이고 문화적인 양상으로 발전할 것으로 예측되며 통합적 이해를 바탕으로 하는 컨버전스는 패션산업에 있어서 중요한 성장 동력이 될 것으로 기대된다.

주제어 컨버전스, 융합, 컨버전스 디자인, 패션산업
