

페미니즘 테마 패션 컬렉션에 표현된 젠더 플루이드 이미지

임 민 정

서원대학교 패션의류학과 조교수

Gender-fluid images expressed in the contemporary fashion collections with the theme of feminism

Min-Jung Im

Assistant Prof., Dept. of Fashion & Clothing, Seowon University
(2018. 7. 18 접수; 2018. 8. 29 수정; 2018. 9. 14 채택)

Abstract

This study analyzed gender-fluid images as expressions of feminism and gender identity expressed in fashion collections. As for the research method, this study searched the fashion collections, with the theme of feminism, utilizing key words related to feminism on an online portal, and collected the photo materials of fashion collections provided by vogue.com. This study classified the photo materials of 31 fashion collections, with the theme of feminism, into femininity, masculinity, androgyny, and avant-garde, according to the fashion design elements that divide gender identity. As a result of the classification, 326 photos were collected, in which gender identity was expressed ambiguously. This study reclassified the collected photos according to their fashion items and styles. As a result of the study, it was noticed that the fashion collections with the theme of feminism expressed the messages, using lettering graphic images, and performance. In addition, they showed a form in which men's collections and women's collections were integrated according to the change of the perceptions of gender identity, of feminism, and delivered body positive expressions, respecting differences and diversity as individual subjects, by casting diverse models in terms of age, body size, race, and culture. As for the gender identity expressed in the fashion collections, the gender-fluid images were classified into empowerment images, that expresses social rights and dignity; agender images that expresses the possibility of a gender-flexible transition; rational images that expresses the rational and practical characteristics that removed the boundary of fashion; and images of pro-sexism that expresses a new gender identity.

Key Words: gender fluid(젠더 플루이드), feminism(페미니즘), fashion image(패션 이미지), fashion collection(패션 컬렉션)

† Corresponding author ; Min-Jung Im
E-mail : vivianim@naver.com

I. 서론

패션 컬렉션이 소셜 미디어에 의해 실시간 전송되고 그 즉시 상품의 판매가 이루어지면서 패션디자이너들은 스스로 만들어낸 콘텐츠를 통해 자신의 브랜딩을 넘어서 트렌드를 이끄는 인플루언서(influencer; 영향력 있는 개인)로 사회적 영향력이 증대되고 있다. 최근에는 페미니스트를 선언하는 유명인이 늘어나고 여성들의 성폭력 피해 사실을 알리는 미투(Me Too) 운동이 확산되면서 페미니즘이 세련되고 의식 있는 ‘패션’으로써 패션쇼의 소재로 사용되고 있다(Levin, 2017).

패션은 성 정체성을 표현할 뿐만 아니라 강화시키는 기호로 여성 패션에는 페미니즘이 내재되어 있다. 패션은 디자이너의 창조적 작업과 비즈니스의 결합체로 패션디자이너가 만들어낸 가치와 의미는 상품의 형태로 소비자에게 소구되며 상품 소비에 의해 전달된다. 다시 말해 패션디자이너가 만들어 낸 새로운 가치와 의미는 여성에 대한 개성 있는 관점과 사회 변화에 대한 통찰에 의한 것이고 여성의 패션 상품의 소비는 여성의 사회적 인식과 주체적 변화를 수용한 결과이다.

페미니즘은 정치적 이슈이자 동시에 패션디자이너들의 영감과 브랜드 전략으로써 성 정체성에 대한 다양한 시각을 제공해왔다. 페미니스트들은 획일적으로 객관화된 성 정체성이 아닌 내면의 주관적이고 정신적 성 정체성을 이해하고 다양한 개인의 개별적 정체성을 인정해야 한다고 주장한다. 이러한 관점은 남성과 여성의 경계를 무너뜨리는 새로운 성 정체성을 제시하고 있는데 그중 양성을 유동적으로 오가는 젠더 플루이드(gender-fluid)가 새로운 패션 트렌드로 부각되고 있다(Chira, 2017).

패션산업은 신체적 특성과 감성을 충족할 수 있는 제품과 서비스 개발이 중요한 분야로 사회적 환경과 인식 변화에 따른 성 정체성과 관련한 연구는 지속적으로 이루어져 왔다. 패션 분야 성 정체성 관련 연구를 살펴보면, 김지혜와 이연희(2016)는 젠더리스 스타일의 표현 특성, 최나리와 우주형(2007)은 패션 사진에 표현된 젠더 이미지, 이귀옥(2012)은 남성잡지광고에서의 남성 이미지 변화, 송명진과 채금석(2001), 김정목 외 (2014), 김현정과 임

은혁(2015)은 남성복에 나타난 젠더 정체성에 대해 연구하였다. 이러한 연구들로 성 정체성과 패션이미지의 변화를 알 수 있으나 고정적인 성 정체성에 대한 연구로 사회적 역할과 상황의 변화에 대응하여 새롭게 제시되고 있는 선택적이고 유동적인 성 정체성과 관련한 연구는 이루어지지 않았다.

이에 본 연구는 현대 패션 컬렉션에서 페미니즘의 표현 경향을 분석하고 형성된 이미지를 성 정체성을 중심으로 분류함으로써 패션 트렌드로 제시되고 있는 젠더 플루이드 이미지와 표현 특성을 분석하는 것을 목적으로 하였으며 이를 통해 성 정체성의 변화에 대한 사회적 의미와 여성패션디자인에 대한 다양한 시각을 제공하고자 하였다.

II. 이론적 배경

1. 패션에 표현된 페미니즘 성 정체감과 여성 이미지

페미니즘은 사회적, 경제적, 정치적으로 성이 평등하다는 믿음이며 여성의 권리 및 이해를 핵심으로 하는 여러 형태의 사회적, 정치적 조직이나 활동과 이론을 아우르는(Britannica, 2018) 용어로 여러 분야에서 페미니즘이 제시하는 여성 이미지에 대한 연구가 이루어지고 있다. 여훈구(1999)는 광고에서의 페미니즘 여성 이미지를 로맨틱 스타일(romantic style), 래셔널 스타일(rational style), 바이섹슈얼 스타일(bisexual style), 파워풀 스타일(powerful style)로 규명하였다. 박미령(2003)은 포스트모던 페미니즘이 현대사회에서 탈고정이미지, 양성 이미지, 동성 이미지란 기호 이미지로 소비되고 있다 하였고, 이신영과 김혜영(2003)은 포스트모던 페미니즘이 현대 패션에 남성주의의 해체, 안티패션, 양면성, 성의 개방성으로 표현된다고 하였다. 박정실(2012)은 패션 사진에 나타난 3세대 페미니즘 여성 이미지를 적극적 여성 이미지, 강건한 여성 이미지, 다문화적 여성 이미지, 동성애적 여성 이미지로 표현됨을 규명하였다. 선행연구에서 페미니즘이 제시하는 여성 이미지를 정리하면 <표 1>와 같다.

〈표 1〉 선행연구에서 제시된 패션에 표현된 페미니즘 여성이미지

Researcher	Female Images of Feminism	
여훈구(1998)	<ul style="list-style-type: none"> · Romantic image · Rational image 	<ul style="list-style-type: none"> · Bisexual image · Powerful image
박미령(2003)	<ul style="list-style-type: none"> · Unfixed image · Androgynous image 	<ul style="list-style-type: none"> · Multi-cultural image
이신영, 김혜영(2003)	<ul style="list-style-type: none"> · Demolishing Androcentrism · Anti-fashion 	<ul style="list-style-type: none"> · Coexistence of both-sided value · Open sexualism
박정실(2012)	<ul style="list-style-type: none"> · Active feminine image · Robust feminine image 	<ul style="list-style-type: none"> · Multi-cultural feminine image · Homosexual feminine image

출처: 페미니스트 패션 브랜드의 특성과 여성이미지, 임민정, 2018, 복식문화연구 26(3), p.210 참고로 작성

페미니즘은 3단계로 성장하여 현재에 이르고 있다. 1세대 페미니즘은 19세기에서 20세기 초 여성의 투표권, 사유재산권의 획득과 노동권에 대한 여성의 권리 신장을 위해 노력한 운동을 말한다(두산백과). 여성 패션에 표현된 성 정체감을 페미니즘 단계로 살펴보면 자유주의 페미니즘이라고 불리는 1세대 페미니즘에서는 성의 평등 즉, 여성의 권리 신장을 위해 남녀 동질성을 주장하여 여성 패션은 남성복을 차용하였다. 여성이 남성복을 착용한 매니시 스타일, 여성적 특성을 없애고 활동성을 고려한 가르손느 룩, 제2차 세계대전의 영향으로 기능성을 추가한 밀리터리 룩은 남성과 여성의 성 평등을 의미하고 여성의 역할 변화에 따른 심리적 양성성의 표현이라 할 수 있다.

2세대 페미니즘은 1960년대에서 80년대까지를 말하며 시몬느 드 보봐르(Simone de Beauvoir)의 제2의 성(The Second Sex, 1949)에서 “여성은 여성으로 태어나는 것이 아니라 여성으로 만들어진다”고 하여 생물학적 성(sex)과 사회적으로 구성된 젠더(gender)를 구분하고 한 개인을 여성으로 만드는 사회 체제를 비판하는 이념적 토대를 마련했다(두산백과). 2세대 페미니즘은 사회적 성의 개념인 젠더(gender)의 개념을 제시함으로써 패션에서는 남성과 구분되는 여성적 신체 특성이 표현되었다. 신수옥, 양숙희(1999)의 연구에 따르면 외형적 특성은 허리의 곡선을 강조하여 남성과 구분되는 복식으로 표현되었고 여성의 심리적 특성은 모성애적 본능과 평화의 이미지를 부각시켜 여성의 인체를 꽃으로 형상화하거나 생명의 뿌리와 잉태의 근원으로 신비하고 우아한 존재로 표현되었다. 60~70년대에는 여성이 사회로

진출하여 의복뿐만 아니라 사고와 생활 자체가 남자가 동일함을 의미하는 복식 형태의 유니섹스 모드가 등장했고(정홍숙, 2003) 80년대 들어서 각진 어깨를 강조한 파워 슈트(power suit)가 등장했는데(김정미, 2011) 이러한 표현은 신체적 특성과 정신적 성 정체성을 분리시켜 성을 새롭게 조합함으로써 남성과 여성이 각각 갖고 있는 특성을 부정하지 않고 특성이 동시에 존재하는 통합된 이미지의 앤드로지너스 룩의 기초를 마련했다(김영인 외, 2006).

3세대 페미니즘은 1990년대 중반부터 부각된 개념으로(Britannica, 2018) 성구분의 개념이 해체되어 ‘평등’에서 ‘차이’의 개념적 전환이 이루어졌다(문학비평용어사전, 2006). 포스트 페미니스트들(post-feminists)은 본질적으로 내포되어 있는 차이와 이질성을 강조하여 여성성 간의 차이, 계급, 인종, 문화적 배경이 다름에서 비롯되는 다양한 차이를 고려(이동수, 2004), 제 3의 성, 제 3의 세계와 같은 성의 교차성에 주목하였다. 즉, 성에는 다양한 젠더와 섹슈얼리티가 포함되는 입장을 취한다(이형식, 2012). 3단계 페미니즘 이후 2000년대 후반부터 페미니즘은 소셜 미디어에 의한 성폭력 문제와 성별을 불문한 개인의 다양성과 차이를 주장하고 성(sex), 섹슈얼리티, 정치, 환경, 문화, 소비 등 다양한 분야와 연계되어 확산되고 있다. 3세대 페미니즘 패션에서는 포스트모더니즘의 영향으로 성 구분의 개념이 해체됨으로써 성 정체감의 해체적 표현과 섹슈얼리티에 대한 표현이 이루어졌다(김주영, 2003).

성 정체감이란 성별에 대해 바람직한 행동이라고 사회적으로 각인된 기준을 개인이 내면화시킨

〈표 2〉 여성패션에 표현된 성 정체감과 패션스타일

Gender identity	Characteristics of fashion	Internal meaning	Fashion style
Masculine	<ul style="list-style-type: none"> Style that borrows from men's fashion 	<ul style="list-style-type: none"> Gender equality 	<ul style="list-style-type: none"> boyish military mannish unisex power suit
Feminine	<ul style="list-style-type: none"> Representing the physical characteristics of women distinguished from men 	<ul style="list-style-type: none"> Qualities relate to or are considered typical of women, in contrast to men. 	<ul style="list-style-type: none"> feminine elegance glamorous see-through body conscious
Androgynous	<ul style="list-style-type: none"> A combination of male and female fashion 	<ul style="list-style-type: none"> Separation of body and inner 	<ul style="list-style-type: none"> androgynous crossover dualism genderless
Undifferentiated	<ul style="list-style-type: none"> Representing genderless and neutral images 	<ul style="list-style-type: none"> Deconstructivity 	<ul style="list-style-type: none"> eroticism fetishism avant-garde

〈표 3〉 성 정체감을 표현하는 패션디자인 요소

Fashion design elements	Characteristics of male fashion	Characteristics of female fashion
Item	<ul style="list-style-type: none"> Jacket, coat, shirts Pants 	<ul style="list-style-type: none"> Blouse, tank top, camisole, shawl, cape Skirt, one-piece dress
Silhouette	<ul style="list-style-type: none"> Y-silhouette Straight silhouette Bulk silhouette 	<ul style="list-style-type: none"> X-silhouette Slim fitted silhouette
Material	<ul style="list-style-type: none"> Stiff material Hard material Brocade, tweed, corduroy 	<ul style="list-style-type: none"> Soft, drapery material Polishing material Lace, mesh, silk, satin
Color	<ul style="list-style-type: none"> Blue Cool color Deep color 	<ul style="list-style-type: none"> Pink, red, yellow Warm color Bright color Pastel
Pattern	<ul style="list-style-type: none"> Check, stripe Geometric pattern 	<ul style="list-style-type: none"> Flower, leaf motif pattern Organic pattern
Details	<ul style="list-style-type: none"> Patch pockets, envelope pockets, welt pocket Belt, tape 	<ul style="list-style-type: none"> Ruffle, frill, bow, flare Embroidery

출처: “현대 여성 컬렉션에 나타난 젠더리스 스타일의 표현특성” 김지혜, 이연희 2016, 복식문화학회지, 24(6), P.907
참고로 재작성

정도이다(최은영, 1998). Bem(1975)는 남성성과 여성성을 서로 상반되거나 모순되는 것으로 보는 종래의 관점과는 달리 이 두 가지 특성이 결합되어 공존한다는 심리적 양성성의 개념을 제시했다(정미라, 2009). Bem(1974)에 따르면 인간의 성적 심리적 유형은 남성 지향적 특성과 여성 지향적 특성이 모두 높은 양성성, 어느 한쪽 성 지향적 특성이 높은 남성성과 여성성, 어느 한쪽도 잘 표

현되지 않는 미분화의 4가지 유형으로 구분했다. 양성성 이론을 제시한 연구들은 사회적으로 형성된 고정관념을 반영하는 것이기 때문에 사회의 변화에 따라 성 역할은 변화하며 따라서 현대는 유능할수록 그 양자를 모두 지니고 있다고 주장한다(김희정, 2000). 성 정체감에 따른 패션 스타일을 정리하면 〈표 2〉와 같다.

패션에서 성 정체감은 주로 아이템과 디테일로

표현된다. 남성적 성 정체감의 표현은 슈트와 바지가 대표적으로 직선적 실루엣에 어두운 칼라로 어깨와 가슴을 넓혀 권위와 힘을 보여주는 기호로 해석된다. 여성적 성 정체감은 현대 패션에서 페미니즘으로 분류되는 가슴과 허리 곡선을 보여주는 곡선적 실루엣, 스커트, 부드러운 소재, 밝은 칼라로 표현되며(박미령, 2003) 가늘고 우아하고 이미지를 갖는다. 의복에서 남성적 성 정체성과 여성적 성 정체성을 표현하는 패션 디자인 요소를 분류하여 <표 3>과같이 정리하였다.

2. 젠더 플루이드(gender-fluid)

젠더 플루이드(gender-fluid)는 옥스퍼드 사전에 의하면 형용사로 ‘하나의 고정된 성으로 식별되지 않는 사람을 의미하는’으로 정의되어 있다. 여성이나 남성으로 고정되지 않고 유동적으로 전환되는 성 정체성을 의미한다(CNN, 2016. 4. 13). 영국의 텔레그래프(The Daily Telegraph)지에 따르면 OED(Oxford English Dictionary)는 젠더 플루이드를 신조어로 등재했다(NBC news, 2016. 9. 17). 유니섹스가 ‘남녀 모두를 위한’ 개념이고 앤드로지니스가 ‘남성성과 여성성을 모두 포함하는’ 개념이라면 젠더 플루이드는 성의 모호한 경계에서 성 정체성을 가지지 않는 젠더리스(genderless)나 성별 특성이 없는 새로운 하나의 젠더로서 에이 젠더(agender) 개념에 가깝다. 성별의 이분법적 구분(gender binary)이 아닌 개인의 다양성을 인정하는 사회적 분위기가 형성되면서 생겨난 성 정체성의 개념이라 할 수 있다.

호주는 2011년부터 여권에 제3의 성별 표기가 가능해졌고(The guardian, 2011. 9. 15), 2013년에는 독일이 제3의 성을 공식 인정, 뉴질랜드는 제3의 성별 선택이 가능해졌으며(허핑턴 포스트 코리아, 2016. 5. 23), 유럽연합(EU) 중 핀란드 내에서도 제3의 성을 인정하자는 시도가 진행되고 있다(연합뉴스, 2013. 11. 1). 새로운 젠더의 개념은 패션 마켓도 변화시키고 있다. 더 플루이드 프로젝트(The phluid project)라는 뉴욕의 리테일 스토어는 젠더 프리(gender free)를 내세워 패션 아이템에 의해 강요된 성 구분을 없애고 성 소수자에 대한 차별이 없는 공간을 제공한다는 것을 컨셉

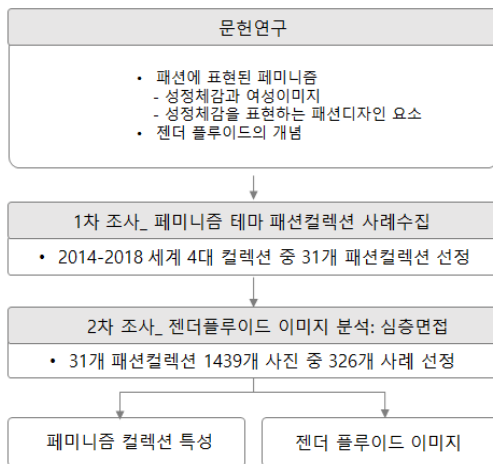
으로 성별을 구분할 수 없는 마네킹을 사용하고 성 구분이 없는 제품과 패션 아이템을 판매하고 있다(i-D, 2018. 3. 23). 전통적인 성 정체성에 대한 고정관념이 줄어들고 다양성이 가시화되면서 여성들이 재킷과 바지를 입는 것이 변장이나 남성복의 차용이라 생각하지 않을 정도로 여성 패션에서 팬츠를 비롯한 남성 패션이 일반화되었다. 또한, 남성이 핑크색 셔츠를 입고 화장을 하는 것이 개인적 취향이나 스타일로 받아들여지고 있다. 젠더 플루이드는 남성과 여성을 나누는 것이 더 이상 의미 없으며 특정 성 정체성을 표현하는 것이 아니라 같은 옷이라도 누가 언제, 어떻게 무엇을 입느냐가 중요한 취향과 스타일의 다양화에 대한 새로운 표현방식이라 할 수 있다.

Ⅲ. 연구방법

본 연구를 위해 문헌연구와 사례 조사를 실시하였다. 선행연구에서 패션 컬렉션 사례를 분류하기 위한 성 정체성을 표현하는 패션 디자인 요소를 조사하여 본 연구의 분석 기준을 마련하였으며 현대 패션 컬렉션에서 젠더 플루이드 특성을 분석하기 위한 대상을 선정하고 표현 유형별로 분류하여 특성을 분석하였다. 본 연구는 1차로 대상 선정을 위한 조사와 수집, 2차로 대상의 분류와 분석을 위한 심층면접으로 진행되었다. 본 연구의 구성은<그림 1>과 같다.

〈표 4〉 페미니즘을 테마로 한 패션컬렉션

No	Season	Brand	Look	Gender fluid image	%	No	Season	Brand	Look	Gender fluid image	%
1	2014 SS	Prada	41	0	0	17	2017 FW	Jonathan Simkhai	36	4	11
2	2015 SS	Chanel	86	19	22	18		Mara Hoffman	34	11	28
3		Gareth Pugh	38	14	36	19		Missoni	51	10	20
4	2015 FW	Dolce & Gabbana	89	0	0	20		Praval Grung	37	3	12
5		Fendi	51	1	2	21		Tome	39	10	4
6		Gucci	45	10	22	22		Versace	58	7	12
7		Marni	44	13	30	23		Zadig & Voltairs	45	27	60
8	2016 FW	Alexander Wang	45	8	18	24	2018 RESORT	Alice & Olivia	26	2	8
9	2017 SS	Balenciaga	45	16	36	25	2018 SS	Prada	52	19	37
10		Celine	42	14	33	26	2018 FW	Dior	61	25	40
11		Dior	64	11	17	27		Grinko	42	9	21
12		Ports 1961	33	12	36	28		Garth Pugh	39	10	26
13		Stella McCartney	39	15	38	29		Prabal Gurung	45	7	16
14	Ashish	35	20	57	30	Tory Burch		43	1	2	
15	2017 FW	Chloe	43	10	23	31		Tomford	37	18	47
16		Christian Siriano	54	1	2	total		1,439	326	-	



〈그림 1〉 연구 모형도

1차 조사는 분석을 위한 사례를 수집을 하였다. 페미니즘이 트렌드로 주목받고 패션쇼 무대에 등장하기 시작한 2014년부터 2018년 2월까지 4대 컬렉션을 중점적으로 다루고 있는 패션 전문 잡지인 보그(Vogue)와 더블유 더블유 디(WWD)의 기사, 인스타일(instyle.com), 스타일 닷컴(style.com), 엘르(elle.com)의 컬렉션 리뷰를 조사하였다. 디자이너가 컬렉션에 대한 인터뷰 내용 중 컬렉션 테마(theme)와 인스퍼레이션(inspiration) 관련하여

페미니즘(feminism), 또는 페미니스트(feminist), 여성의 권리(women's rights)와 같이 페미니즘 관련된 키워드를 언급한 패션 컬렉션을 조사하여 31개의 패션 컬렉션을 선정하였다. 2차로 vogue.com에서 선정된 31개의 패션 컬렉션 1,439개의 사진 자료를 수집하였다. 패션 컬렉션은 여성 컬렉션으로 한정하였다. 수집된 사진 자료는 연도별, 시즌별, 브랜드(디자이너) 별로 배열하여 설문에 사용될 자극물을 구성하였다. 의류학 관련 박사학위 소지자와 패션업체 10년 이상의 현직 디자이너로 구성된 패션 전문가 5명과 의류학 관련 분야의 학부생 2명 그리고 일반인 3명이 이론적 배경에서 제시한 성 정체성을 구분하는 패션디자인 요소에 따라 여성성, 남성성 양성성, 전위성으로 분류하였다. 사진 분류는 2018년 2월 중 2차례 걸쳐 실시하였으며 분류를 위해 성 정체감을 표현하는 패션디자인 요소에 대해 설명하였고 중복 선택을 허용하였다. 분류된 결과는 〈표 4〉와 같다. 프라다(Prada) 2014 SS 컬렉션은 페미니즘을 모티브로 액티브 웨어의 감성이 표현되었으나 패션 아이템이 원피스와 스커트로 구성되어 있고 의복 소재가 스팅글, 비즈, 스타드 장식으로 표현되어 있어 패션디자인 요소에 따른 성 정체성 분류 결과 모두 여성성으로 분류되었다. 돌체 앤 가바나 2015 FW 컬렉션은 임신한 모델, 모델이 아기를 안고

〈표 5〉 심층면접 인터뷰 질문내용

질문 구성	질문 내용
1. 모델의 이미지 표현특성	<ul style="list-style-type: none"> • 모델에 의해 표현되는 전체적인 성 정체성에 대해 설명해주세요
2. 패션디자인 표현특성	<ul style="list-style-type: none"> • 패션 아이템, 실루엣, 소재, 컬러, 패턴, 디테일 등의 패션디자인 요소를 중심으로 표현 특성을 설명해주세요 • 표현 특성에 의해 강조된 부분이 있다면 설명해주세요 • 표현 특성에 의해 전달되는 의미가 있다면 설명해주세요 • 표현 방법의 다른 점이 있다면 설명해주세요 • 이미지가 다르게 보이는 이유에 대해 설명해주세요

등장하는 등 컬렉션 리뷰에서 언급한 페미니즘적 표현이 이루어졌으나 레이스와 원피스 드레스를 중심으로 전개되어 패션 디자인 요소를 중심으로 한 성 정체성 분류 결과는 모두 여성성으로 분류되었다. 분류 결과, 여성성으로 표현된 사진을 제외시킨 나머지 성 정체성이 교차적으로 표현된 사진자료 326개가 수집되었다.

2차 조사는 대상을 분류하고 분석하기 위한 심층인터뷰로 진행하였다. 젠더 플루이드 이미지와 표현 특성을 분석하기 위해 사진 분류에 참여했던 패션 전문가 5인과 학부생 2명에게 수집된 326개의 사진을 아이템, 실루엣, 소재, 컬러, 패턴, 디테일의 패션 디자인 요소를 중심으로 분류를 요청하였다. 이미지와 표현 특성 분석을 위한 면접 인터뷰 내용은 〈표 5〉와 같이 패션 디자인 요소를 중심으로 표현 특성, 강조된 부분, 표현 의도나 전달 의미, 표현 방법에서의 다른 점, 다르게 보이는 이유 등을 중심으로 구성하였다. 면접 방법은 직접 대면을 통한 심층 면접뿐만 아니라 응답이 불충분한 경우에는 메신저와 메일을 이용한 전자 면접을 병행하였다. 직접 면접은 2시간 30분 정도 소요되었다. 자료의 정리는 자료 분류 및 정리 작업으로 나누어 면접 기록에서 강조된 단어를 중심으로 특성을 도출하고 도출된 단어를 중심으로 설명을 보충하였으며 마지막으로 메신저를 통해 확인하는 절차를 진행했다.

IV. 연구결과

페미니즘을 테마로 한 패션 컬렉션은 레터링과 그래픽을 사용하여 전달하고자 하는 메시지를 직

접적으로 표현하고 있으며, 패션 컬렉션이 남성복과 여성복을 구분하여 진행하는 것과 달리 성 구분 없이 하나의 통합된 컬렉션의 형태로 개인의 다양성을 표현하는 특징을 가진다. 이러한 구성과 표현은 남녀의 이분법적 구분을 넘어 자신 스스로의 선택적 성 정체성을 표현하는 젠더 플루이드로 연결되고 있다. 패션 컬렉션의 페미니즘 표현 특성과 젠더 플루이드 이미지 분석 결과를 다음과 같이 정리하였다.

1. 패션 컬렉션의 페미니즘 표현 특성

1) 레터링과 그래픽을 이용한 직접적 표현

페미니즘을 표현하는 방법으로 디자이너들은 자신의 견해를 슬로건이나 짧은 문장으로 만들어 메시지를 직접적으로 전달하는 레터링과 그래픽 패션을 선보였다. 크리스찬 시리아노(Christian Siriano) 2017 FW 컬렉션에서는 'People are People', 프라발 구룽(Prabal Gurung) 2017 FW 컬렉션에서는 'The Future is Female', 'We will not be silenced' 등의 슬로건이 적힌 티셔츠로 피날레를 장식했다(Tschorn, 2017). 디올(Dior) 2017 SS 컬렉션의 마리아 그라치아 치우리(Maria Grazia Chiuri)는 'We are all be feminist'란 문구의 티셔츠를 선보였다. 프라다(Prada) 2014 SS 컬렉션에서는 디에고 리베라(Diego Rivera)의 작품에서 영감을 받아 다문화권 여성들의 모습을 그리고자 멕시코 아티스트와 콜라보레이션으로 '강인한 여성'의 초상화 및 벽화를 옷에 프린트한 패션을 선보였으며 2018년 SS 컬렉션에서 여성들이 그린 여성을 묘사하는 그래픽과 만화를 옷에 프린트한 패션을 선보였다(유재부, 2017). M 미썬니(M

〈표 6〉 패션컬렉션에 표현된 페미니즘 표현 문구

Collection	Brand/Designer	Lettering
2015 SS	Chanel	He for she, Be your own stylist Ladies first, Feminist but feminine, Boys should get pregnant too, Make fashion not war
2015 FW	Acne studio	Women power, Women equality
	Dolce and Gabbana	Viva la mamma
2016 FW	Alexander Wang	Girls, Strict
2017 SS	Stella McCartney	A slogan to good use, Animal rights, Cruelty-free clothes, Girls thanks, No fur, No leather
	Dior	We should all be feminists
2017 FW	Prabal-Gurung	We will not be silenced, Feminist and Humanist, The future Is Female
	Christian Siriano	People are people, I can't understand, What makes a man, Hate another man
	Alice and Olivia	Wild Child, The Power of a Girl, Feminism
	Jonathan Simkhai	Feminist, AF
	Missoni	Unity, Love, Loyalty, Power
	Zadig & Voltaire	Girls can do anything
	Versace	Unity, Love, Loyalty, Power, Courage, Unified, We
2018 FW	Ashish	The nasty woman, Don't give up the day dream, Stronger together, Unity in adversity, Why be blue when you can be gay, More litter less twitter, You are much lovelien than you think
	Ginko	Stop violence against women
	Tomford	Pussy power
	Dior	C'est non non non et non

출처: The new feminism choose fashion to communicate.(2017. 2. 21). Vogue.it, State of the Runway.(2016. 10. 12). Fashion Unfiltered, In this new era, politics is on trend on the runways at New York Fashion Week .(2017. 2. 13). LA times. 기사를 참고로 작성

Missoni) Resort 2018 컬렉션에서는 꽃과 몇 가지 재밌는 동물 모티프들 사이에 “MY RIGHTS” 등의 문구를 넣음으로써 여성 권리와 여성운동에 대한 지지를 표현했다(Farra, E., 2017). 앨리스 앤 올리비아(Alice & Olivia)의 디자이너 스테이시 벤넷은(Stacey Bendet) ‘남성 세상에서 자신의 운명을 창조하는 여성 이야기(The story of a woman creating her own destiny in a man's world)’를 모티프로 한 패션을 wild child 란 문구로 표현하고 이탈리아 르네상스 모티프를 사용하여 우아하면서도 실용적인 패션으로 표현했다(Sheena Butler-Young, 2017.2.14). 패션 컬렉션에 표현된 문구를 컬렉션 사진, 온라인 신문 기사, 온라인 잡지를 참조하여 〈표 6〉와 같이 정리하였다.

패션 컬렉션에 표현된 문구의 내용은 관심, 흥미, 신념, 견해 등 개인적 차원의 화합, 성차별문제, 성정체성등 사회적 차원의 전달하고자

하는 메시지를 직접적으로 표현 소통과 지지 참여를 유도하고 있다. 패션 디자이너들이 패션 컬렉션을 자신의 정치적 견해를 표현하는 플랫폼으로 활용하여 문구나 이미지를 활용한 구체적이고 직접적 표현은 나아가 페미니즘 패션의 상품화로 소비와 동참을 연계시키는 마케팅 전략으로써 활용하고 있는 것으로 분석된다. 이것은 현대 패션의 다양하고 넓은 스펙트럼의 미적가치와 기능성을 넘어 소셜 미디어를 활용한 새로운 소통의 방식이며 사회적 참여의 가치를 추구하는 것으로 해석할 수 있다.

2) 퍼포먼스를 활용한 페미니즘 표현

페미니즘을 표현하기 위해 프라다 2014년 SS 컬렉션에서는 디에고 리베라(Diego Rivera) 등의 아티스트들의 초상화가 그려진 벽화를 세

〈표 7〉 페미니즘을 표현하는 패션컬렉션 퍼포먼스

Collection	Brand/ Designer	Theme/Motif	Expression
2014 SS	Prada	Heart of the multitude; femininity, representation, power, and multiplicity	멕시코아티스트 디에고 리베라(Diego Rivera, 1886~1957)의 6명과 콜라보레이션 무대
2015 FW	Chanel	Boulevard Chanel	페미니스트 가두행진 연출
	Gareth Pugh Acne studio	A new generation of girl power	세인트 조지 십자가 메이크업으로 표현
	Gucci Alessandro Michele	The overt gender bending	여성성을 표현한 남성모델, 남성성을 표현한 여성모델
	Dolce and Gabbana	Mamma	모델들이 아기를 안고 런웨이, 임신부 모델
2017 FW	Prabal-Gurung	Feminist and humanist	플러스 사이즈 모델, 페미니즘 문구가 적힌 티셔츠 피날레
	Missoni	Pink pussy hats	핑크 니트 캣 모자를 쓴 모델들의 런웨이 피날레, 미소니의 연결
	Versace	Glam female power	모자, 스카프 등에 적합한 슬로건으로 메시지 전달
	Tome	Women's March on Washington	페미니스트 싱어송라이터의 음악사용

우고 그들의 초상화를 스포츠 웨어에 프린트하여 액티브하고 강인한 여성을 표현했다(www.prada.com, 2013. 9, 19). 가레스 퓨(Gareth Pugh,) 2015 SS 컬렉션은 세인트 조지 크로스(Saint George 's Cross) 얼굴 메이크업과 중세 전사 이미지 패션을 선보여 여성의 강인함을 표현했다. 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana) 2015 FW 컬렉션은 런웨이에 모델로 아기와 임신한 여성을 등장시켰고, 샤넬은 페미니스트들의 가두행진을 연출했다. 미소니(Missoni) 2016 FW 컬렉션에서는 모델들이 'pussy hat'이라 불리는 모자를 쓰고 런웨이를 걸어 나왔다(Segreti, G., 2017). 스텔라 맥카트니(Stella McCartney) 2017 SS 컬렉션은 피날레를 댄스파티로 마무리 지었으며, 프라발 구룽(Prabal- Gurung)은 플러스 사이즈(plus size) 모델을 무대에 세우는 등 다양한 퍼포먼스로 페미니즘을 표현하였다. 패션 컬렉션에 표현된 페미니즘을 표현한 퍼포먼스를 〈표 7〉로 정리하였다.

3) 남성 컬렉션과 여성 컬렉션의 결합

페미니즘을 테마로 한 패션 컬렉션은 남성적 디자인 요소를 여성 패션에, 여성적 디자인 요소를 남성 패션에 적용한 디자인을 제안했을 뿐만 아니라 성별을 알 수 없는 모델의 등장 그리고 여성 모델과 남성 모델이 동시에 같은 디자인을 입고 나오으로써 전형적 성 정체성을 해체시켰다. 알렉산드로 미켈레(Alessandro Michele)는 구찌(Gucci) 2017 SS 컬렉션을 남성 컬렉션과 여성 컬렉션을 통합하여 구성하였다. 프리틀, 러플, 플라워 프린트, 리본 등과 같은 여성복 디자인 디테일을 남성 패션에 적용하고 남성 모델이 착용한 디자인과 동일한 디자인을 여성 모델이 착용하고 등장하도록 하였으며 남성 같은 여성 모델, 여성 같은 남성 모델을 내세워 패션의 성 중립성 또는 젠더리스를 표현하였다. 발렌시아가(Balenciaga) 2017 SS 컬렉션에서는 여성을 상징하는 핑크, 오렌지, 레드 등의 칼라를 오버사이즈 파워 슈트(oversized power suit)에 적용한 디자인이 선보였으며 짧은 헤어스타일과 내추럴 메이크업의 남성적 여성 모델, 긴 헤어스타일의 여성적 남성 모델이 동일한

패션을 착장하고 등장함으로써 성별의 구분을 없앤 스타일을 제안했다. 톰 포드(Tom Ford) 2018 FW 컬렉션은 테일러드 재킷 디자인에 부드러운 소재를 사용하여 몸에 흐르는 실루엣을 표현하였는데 앞면은 남성 슈트 디자인으로 남성적 이미지를 부각시키고 뒷면은 등을 노출시켜 남성적인 매력과 동시에 여성적인 곡선의 색시함을 부각시켰다. 샤넬의 2015 SS 컬렉션은 바지위에 스커트를 겹쳐 입은 스타일을 제시함으로써 남성복과 여성복의 경계를 모호하게 만들었다.

4) 다양성과 신체긍정(body-positive)의 표현


패션은 사회의 미적 가치를 반영하는데 미적 가치는 패션모델에 의해 시각적으로 구체화된다. 페미니즘을 테마로 한 패션 컬렉션은 나이, 인종, 국적, 성 정체성, 신체 사이즈 등에서 공식화되고 전영화 되었던 미의 기준을 해체시키고 개별적 다양성을 제시하고 있다. 프로발 구롱(Prabal Gurung) 2017 FW 컬렉션, 크리스티안 시리아노

(Christian Siriano) 2017 FW 컬렉션, 토미(Tome) 2017 FW 컬렉션 등 페미니즘을 테마로 한 컬렉션에서는 유색인종과 트랜스젠더, 젊은 여성만이 아닌 다양한 연령대의 여성, 현실적인 몸매와 비율의 여성을 모델로 기용했다(손기호, 2017). 이것은 신체 이미지, 성별, 나이 등의 고정 관념을 없애고 개별적 주체로서의 미적 다양성을 추구함으로써 모든 인간이 평등하다는 메시지를 전달하고 여성의 개별적 차이와 다양한 신체에 대한 긍정적 의미와 아름다움의 가치를 재편성하고 있다.

2. 페미니즘 패션 컬렉션에 표현된 젠더 플루이드 이미지

컬렉션에 표현된 젠더 플루이드 이미지를 분석하기 위해 수집한 컬렉션의 사진을 전문가들의 의견으로 분류한 후 이미지를 구체적으로 분석하였다. 전문가들은 다양한 스타일의 표현특성을 분석하기 위해 ‘아이템을 중심으로 분류하자’는 의견을 제시하였으며 아이템이 같은 사진에 대해

<표 8> 젠더 플루이드 이미지 패션디자인 요소 표현특성

Fashion Image	Empowerment image	Agender image	Rational image	Prosexism image
아이템 구성	재킷, 코트 + 바지	재킷, 셔츠, 블라우스 + 바지 또는 바지, 스커트	점퍼, 가디건, 스웨터, 스웨트 셔츠 티셔츠, 원피스 + 바지	셔츠, 티셔츠 + 바지
실루엣	Y, 벌크	H, 슬림	H	H
소재	뽀뽀한 소재 광택 소재, 가죽, PVC, 털, 동물 문양	부드러운 소재, 꽃무늬	저지, 면 소재, 민무늬	메시, 시쓰루
칼라	블랙, 화이트, 그레이	핑크, 그린, 오렌지, 블루, 화이트	블루, 레드, 그레이	블랙, 화이트
표현 특성	과장된 어깨	프릴, 리플, 리본	해체적	시쓰루, 노출
상징성	강인함 권력 위엄	성적 경계를 없앴 성적 불일치의 정당화	활동적 실용적	여성적 금기의 해체
대표 이미지	 Celine 2017SS	 Dior 2016 SS	 Versace 2017 FW	 Tome 2017 FW



〈그림 2〉 Gareth Pugh
2018 FW
<https://www.vogue.com>



〈그림 3〉 Balenciaga
2017 SS
<https://www.vogue.com>



〈그림 4〉 Acne studio
2018 FW
<https://www.vogue.com>



〈그림 5〉 Gareth Pugh
2015 SS
<https://www.vogue.com>

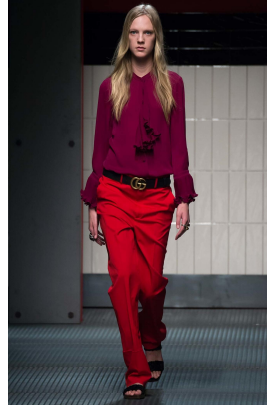
서는 ‘디테일과 핏(fit)으로 구분이 필요할 것 같다’는 의견을 제시했다. 전문가들의 의견에 따라 어깨가 강조되고 풍성한 실루엣과 몸에 맞게 제작된 스타일을 구분하여 분류하였다. 패션 아이템을 중심으로 분류한 결과 재킷 또는 코트 그리고 팬츠로 구성된 슈트 스타일이 60%, 티셔츠와 팬츠로 구성된 스타일이 14%, 셔츠와 팬츠로 구성된 스타일이 9%, 점퍼(jumper)와 팬츠로 구성된 스타일이 7%, 그밖에 점프 슈트(jump suit), 튜닉(tunic), 케이프(cape), 조끼, 가디건(cardigan)과 팬츠 구성된 스타일이 10%를 차지했다. 슈트의 실루엣은 스트레이트 실루엣 54%, 파워 슈트로 대표되는 Y 실루엣 23%, 오버사이즈 벌크 실루엣이 23%로 나타나 여성적 신체 이미지보다는 남성적 신체 이미지가 더 높은 비율로 나타났다.

재킷이나 코트, 팬츠로 구성된 슈트 스타일에 대해 ‘과거의 파워 슈트와는 구별된다’, ‘과장된 표현이다’, ‘사이즈의 개념이 해체된 듯하다’는 의견이 나왔으며 이와 같은 표현이 전달하는 의미는 의복이 사회적 권위와 강인함(empowerment)을 표현한다는 의견이 모아졌다. 슬림한 재킷, 팬츠로 구성되어 있거나 슬림한 재킷과 팬츠 그리고 스커트로 구성된 스타일, 또는 셔츠와 팬츠로 구성된 스타일에 대해서는 ‘성별의 구분이 없이 함께 공유하는 의복’이며 동시에 ‘성의 경계를 무너뜨리는 듯하다’, ‘몸이 부재하더라도 의복에 남아 있는 성 정체성은 사회적 젠더 정체성이 구성된 것이다’, ‘중성적 표현은 사회적 젠더 정체성을 해

체하려는 의도로 보인다’는 의견이 나와 기존에 형성된 성 정체성의 중성 이미지가 아닌 새로운 성으로써의 에이젠더(agender) 이미지라는 의견이 제시되었다. 점퍼, 스웨터, 티셔츠, 스웨트 셔츠와 팬츠로 구성된 이미지는 신체적 성 정체성 보다는 ‘캐주얼 이미지가 강하다’, ‘활동적이다’, ‘실용적이다’라는 의견으로 합리적(rational) 이미지를 표현한다는 의견이 제시되었다. 성 정체성을 없애는 스타일과 비교하여 성을 그대로 노출시킨 스타일에 대해 ‘페미니스트들이 주장하는 평등의 표현이다’, ‘상의 노출과 강조는 기존의 사회가 특정한 성에 강요한 고정 관념을 비판하는 의미로 보인다’는 의견이 제시되었다. 이러한 이미지는 신체적 특징을 강조함으로써 새로운 성정체성을 추구하는 프로 섹시즘(prosexism) 이미지로 분류하였다. 분류된 이미지 특성은 〈표 8〉과 같이 정리하였다. 심층 인터뷰 자료를 토대로 분류된 이미지의 표현 방법과 전달하는 의미를 분석하였다.

1) 임파워먼트(empowerment) 이미지

페미니즘을 내세운 패션 컬렉션은 과장된 파워 숄더(power shoulder)와 박시한 오버사이즈(oversized) 슈트(suit) 패션을 제시하고 있다. 이러한 패션은 성별을 나누는 고정관념에서 탈피해 거침없고 당당한 사회 구성원으로서 타인의 행동에 변화를 가져올 수 있는 권한과 능력을 표현하는 것으로 임파워먼트(empowerment) 이미지를 표현한다. 넓



〈그림 6〉 Dior 2017 FW <https://www.vogue.com> 〈그림 7〉 Gucci 2015 FW <https://www.vogue.com>
 〈그림 8〉 Gucci 2015 FW <https://www.vogue.com> 〈그림 9〉 Chanel 2015 SS <https://www.vogue.com>

은 어깨와 옷의 크기를 과장되게 키워 옷의 맞음새, 사이즈에 대한 기존의 관념과 형식을 파괴하고 있다. 가레스 퓨(Gareth Pugh)는 어깨를 넓히고 높은 허리선을 조인 과장된 실루엣을 표현했다(그림 2). 베르사체(Versace) 2017 FW 컬렉션은 둥글고 넓은 어깨와 강한 대조를 이루는 칼라를 사용한 슈트 디자인을 제시했다. 발렌시아가(Balenciaga) 2017 SS 컬렉션은 넓고 각진 어깨의 박시(boxy) 한 재킷과 밝고 자극적인 칼라의 팬츠와 부츠로 인위적인 이미지를 만들어 내고 있다(그림 3). 아크네 스튜디오(Acne studio) 2015 FW 컬렉션은 부드러운 소재, 넓은 어깨와 가는 허리라인, 그리고 넓은 소매 디자인으로 소프트 파워 슈트를 제시했다(그림 4). 가레스 퓨(Gareth Pugh) 2018 FW 컬렉션은 과장되고 강조된 둥근 어깨와 검은색의 긴 스커트로 여성의 신체를 변형하여 그로테스크하게 표현했다(그림 5). 이러한 파워 슈트 사례들은 공통적으로 어깨를 강조하고 정형화된 여성의 인체미를 왜곡시키고 있는데 80년대 파워 슈트와 같이 여성의 사회적 지위 향상, 양성평등의 상징적 의미를 현대적으로 재현하고 있는 것으로 해석할 수 있다.

2) 에이젠더(agender) 이미지

페미니즘 컬렉션에서 파워 슈트와 같이 어깨를 강조하고 과장된 실루엣으로 여성의 사회적 권리나 지위를 상징하는 스타일과 동시에 슬림한 핏, 허리를 강조하고, 밝은 컬러, 꽃무늬 패턴, 프릴이

나 리플 등과 같은 여성적 디테일을 적용하여 착용자의 개성을 드러내는 스타일을 제시하고 있는데 이러한 패션은 에이젠더 이미지를 표현하고 있다. 에이젠더 이미지는 슬림한 슈트 스타일과 스커트와 바지를 겹쳐 입는 스타일로 대표되며 남성적 디테일을 여성복에 또는 여성적 디테일을 남성복에 적용하였다. 디올(Dior)의 2017 SS 컬렉션의 경우 펜싱에서 영향을 받은 컬렉션을 선보였는데 〈그림 6〉 마리아 그라치아 치우리(Maria Grazia Chiuri)는 WWD와의 인터뷰에서 남녀가 동등한 스포츠 웨어로 남녀가 동일한 선상에 있는 펜싱에서 영감을 받아 남성 패션을 모방한 것이 아니라 여성 고유의 패션을 창조했다고 언급했다(WWD, 2016. 9. 30). 구찌(Gucci) 2015 FW 컬렉션은 슬림(slim) 한 슈트와 바디라인을 타고 흐르는 유연한 실크 소재의 재킷과 셔츠, 꽃무늬 패턴 슈트 스타일을 선보였는데 남성 모델에게 자수, 꽃무늬 프린트, 리본이 달린 블라우스를 착용시키고 여성 모델에게는 슈트와 털모자를 씌웠으며 남성 모델과 여성 모델이 같은 디자인을 입고 동시에 런웨이에 등장시킴으로써(그림 7),〈그림 8〉 남성과 여성을 구분하는 경계를 없애는 시도를 하였다. 샤넬(Chanel) 2015 SS 컬렉션에서는 재킷에 스커트와 바지를 동시에 착용하는 패션(그림 9)을 선보였는데 외형적으로 성별의 구분이 모호한 모델을 캐스팅하거나 헤어와 메이크업에서 남성과 여성의 특징을 없앴으로써 성 정체성이 모호하도록 표현하였다. 베르사체 2017 FW에서는 어깨가 넓게 강조된 데님 재킷을 헤치고



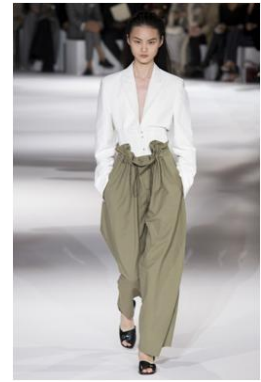
〈그림 10〉 Chloe
2017 FW
<https://www.vogue.com>



〈그림 11〉 Zadig & Vortaire 2017 FW
<https://www.vogue.com>



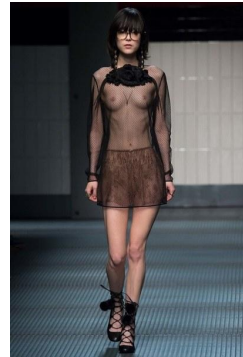
〈그림 12〉 Prada
2018 SS
<https://www.vogue.com>



〈그림 13〉 Stella McCartney 2017 FW
<https://www.vogue.com>



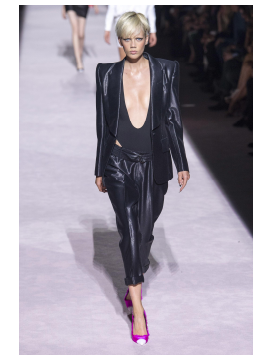
〈그림 14〉 Acne studio
2015 FW
<https://www.vogue.com>



〈그림 15〉 Gucci
2015 FW
<https://www.vogue.com>



〈그림 16〉 Tome
2017 FW
<https://www.vogue.com>



〈그림 17〉 Tom Ford
2018 SS
<https://www.vogue.com>

스크래치, 프린지 처리와 꽃무늬 자수를 동시에 사용하였다. 이러한 사례들은 남성적 또는 여성적으로 정형화된 패션 이미지를 허무는 시도를 할 수 있다.

페미니즘 패션 컬렉션은 여성이 남성의 옷을 입는 것이 사회적으로 허용되었다 할지라도 남성이 여성의 스커트를 입는 것과 여성이 남성복을 착용했을 경우 남성처럼 보이는 것에 대해서는 여전히 어색함이 남아있는 전형적 여성성에 대한 문제의식을 드러내듯 고정되지 않는 성 정체성을 새로운 패션으로 제안하고 있다.

3) 합리적(rational) 이미지

합리적 이미지는 남성복과 여성복, 포멀(formal)과 캐주얼, 고급문화와 하위문화, 포멀한

정장과 액티브 웨어, 시즌 그리고 시간, 장소, 상황의 경계를 허문 실용적이고 합리적인 이미지를 표현한다. 그뿐만 아니라 아이템, 색채, 디테일의 스타일링에 대한 공식이 허물어지고 사회적 활동의 편리함을 위한 디자인으로 제시되고 있다. 테일러드 재킷의 변형, 셔츠의 변형, 슬랙스 위에 시스루 스커트를 겹쳐 입고, 두꺼운 스웨트 셔츠를 바지 안으로 넣어 입는가 하면, 슈트 위에 셔츠를 겹쳐 입는 새로운 방식의 스타일링을 제시함으로써 자신의 개성을 드러내고 동시에 활동적이고 실용적인 합리적 이미지를 강조하고 있다. 클로에 2017 FW 컬렉션에서는 저지(jersey) 소재의 상의 위에 변형된 재킷, 바지 위에 메시(mesh) 소재의 스커트(그림 10)가 제시되었으며, 앞서 언급한 샤넬 2015 SS 컬렉션에서 모델이 스커트와 팬츠를 동시에 착용한 디자인은(그림 9) 성 정체

성의 모호함과 합리적 이미지가 동시에 표현되고 있다. 베르사체(Versace) 2017 FW 컬렉션에서 고급스러운 벨벳(velvet)과 광택 소재를 사용한 액티브 캐주얼웨어가 선보였으며, 자디 앤 볼테르(Zadig & Voltaire) 2017 FW 컬렉션에서는 슈트 위에 폴오버를 착용한 룩(그림 11)이 제시되었다. 프라다 2018 SS 컬렉션은 슬리브리스(sleeveless) 코트, 여성 만화작가들의 만화(comics)를 프린팅 한 재킷, 재킷을 팬츠 안으로 넣어 입고, 바지 위에 스커트의 착용하고, 원피스형 셔츠를 팬츠 위에 착용하는 방식(그림 12)을 제시하였다. 스텔라 매카트니(Stella McCartney) 2017 SS 컬렉션에서는 보머 재킷(bomber jacket)과 점프 슈트(jump suit)(그림 13)가 제시되었으며, 포트 1961(Ports 1961) 2017 SS 컬렉션에서는 파자마(pajamas)를 데일리 룩으로 제시하였다.

4) 프로 섹시즘(prosexism) 이미지

페미니즘 컬렉션에서는 여성의 상의 노출, 페티시(fetish) 스타일로 표현되고 있다. 구찌(Gucci) 2015 FW 컬렉션과 아크네 스튜디오(Acne studio) 2015 FW 컬렉션에서는 얇고 비치는 소재를 사용하여 여성의 가슴을 노출시킨 디자인이 선보였다(그림 14). 특히 구찌(Gucci) 2015 FW 컬렉션에서는 가슴 부위를 레이스와 주름으로 장식함으로써 유두 쪽으로 시각을 유도하는 디자인을 선보였다(그림 15). 톰(Tome) 2017 FW 컬렉션에서는 브라지어 라인을 절개하여 배색한 상의(그림 16)와 여성의 신체 라인을 강조한 스타일이 선보였으며, 셀린느(Celine) 2018 SS 컬렉션에서는 가슴 부위를 시스루 소재를 사용하여 가슴을 노출한 디자인을 제시하였다. 톰 포트(Tom Ford) 2018 SS 컬렉션은 데님 소재의 파워 슈트와 브라탑을 매치하고 변형된 슈트 디자인을 제시하였는데 등 부위를 노출시킴으로써 앞과 뒤가 상반된 느낌의 관능적이고 섹시한 이미지를 표현하였다. 또한, 목선이 깊게 파여 가슴골과 치골을 노출시킨 디자인(그림 17)을 선보였다. 남성의 상의 탈의와 여성의 상의 노출은 전통적으로 다르게 인식되어 왔다. 여성의 가슴 노출 패션은 남성 중심적 시각으로써 여성을 소비의 대상으로 만드는 것에서 벗어나 여성이 표현의 주체이자 동시에 소비주체

로써 여성의 노출에 대한 사회적 편견에 맞서 새로운 접근과 태도를 유도하는 섹시한 이미지를 표현하고 있다.

V. 결론

본 연구는 페미니즘이 세련되고 의식 있는 ‘패션’으로 인식되고 패션 컬렉션에 등장하고 있어 페미니즘을 테마로 한 패션 컬렉션의 표현 특성과 컬렉션에 표현된 성 정체성의 표현으로 젠더 플루이드 이미지를 분석하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

페미니즘을 테마로 한 패션 컬렉션의 표현특성은 레터링과 그래픽 디자인을 사용하여 패션 디자인에 적용함으로써 전달하고자 하는 메시지를 직접적으로 표현하였다. 다양한 방식의 퍼포먼스로 페미니즘을 재현함으로써 이슈화시키고 성별의 구분을 모호하게 만드는 모델, 여성 모델과 남성 모델이 동시에 같은 디자인을 착용하는 방식으로 남성 컬렉션과 여성 컬렉션이 통합된 형태로 제시하였다. 다양한 신체 사이즈, 인종, 국적, 성별의 모델을 기용함으로써 신체 긍정의 표현과 개별적 주체로서 차이를 표현함으로써 미의 가치를 재편성하고 있으며 다양성에 대한 존중의 의미를 전달하고 있다. 이러한 컬렉션의 표현 특성은 남녀의 이분법적 구분을 넘어 개별적 주체로서 스스로의 선택적 성 정체성을 표현하는 젠더 플루이드와 연결되고 있다.

페미니즘 패션 컬렉션에 표현된 젠더 플루이드 이미지는 재킷 또는 코트와 팬츠로 구성된 슈트 스타일이 60%로 여성의 신체 이미지보다는 남성적 신체 이미지로 표현되었으며 사회적 권위와 강인함을 표현하는 임파워먼트(empowerment) 이미지, 남성과 여성패션의 이분법적 경계는 없애고 성정체성의 선택 가능성을 표현하는 에이젠더(ager) 이미지, 패션 아이템과 스타일의 경계를 모호하게 만들고 활동성과 실용성을 표현하는 합리적(rational) 이미지, 여성의 노출에 대한 기존의 관념에서 새로운 접근과 태도를 유도하고 새로운 성 정체성으로써 섹시한 이미지를 추구하는 프로 섹시즘(prosexism) 이미지를 표현하고 있다.

페미니즘을 테마로 한 패션 컬렉션에서 슈트(suit)는 남성 패션이 아닌 현대의 공유된 패션으로 제시되고 있으며 여성의 아름다움에 대한 가치의 출발이 성의 구분에서 시작하지 않는 개별적 주체로서 자신이 되고자 하는 자아를 완성하는 주체적 의미를 가진다. 패션에서 남녀의 경계가 허물어진다는 것은 양성적이거나 유니섹스 스타일을 의미하는 것이 아니라 개인의 다양성을 바탕으로 선택적 성에 의한 패션의 다변화가 이루어지고 있음을 시사한다. 본 연구를 바탕으로 성 정체성의 변화에 따른 패션의 가치 변화와 표현에 대한 재정립이 이루어져야 하며 패션에 대한 인식의 변화와 소비성향의 변화에 대응하는 패션 기획과 디자인 개발이 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- 김영인, 김신우, 김정신, 김희연, 송금옥, 이연희, ...한은주. (2006). *룩 패션을 보는 아홉 가지 시선*. 서울: 교문사.
- 김정목, 황선진, 허유진. (2014). 남성의 젠더(Gender) 정체성, 브랜드 젠더, 판매원의 성이 패션 브랜드 태도에 미치는 영향. *복식문화연구*, 22(1), 42-54.
- 김정미. (2011). 파워 슈트 스타일에 관한 연구. *한국의류산업학회지*, 13(5), 679-685.
- 김주영. (2003). *겉파워 의상에 표현된 3세대 페미니즘 여성성*. 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 김지혜, 이연희. (2016). 현대 여성 컬렉션에 나타난 젠더리스 스타일의 표현특성. *복식문화연구*, 24(6), 903-919.
- 김현정, 임은혁. (2015). 현대 남성복에 나타난 젠더 정체성: 주디스 버틀러의 정체성 이론을 중심으로. *한국복식학회지*, 65(3), 47-61.
- 김희정. (2000). *잡지광고에 나타난 여성의 성 역할 이미지 분석*. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 박미령. (2003). 현대 패션에 표현된 젠더(Gender)에 관한연구. *한국의류산업학회지*, 5(4), 324-330.
- 박정실. (2012). *패션사진에 나타난 3세대 페미니즘 표현특성*. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 송명진, 채금석. (2001). 현대 남성패션에 나타난 성 정체성의 표현 양상. *한국의류학회지*, 9(2), 327-338.
- 신수옥, 양숙희. (1999). 현대 복식에 나타난 페미니즘, '성논리'의 연계성을 중심으로. *한국의류산업학회지*, 1(3), 218-230.
- 여훈구. (1998). 페미니즘 마케팅을 통한 광고의 크리에이티브 전략에 대한 연구. *광고학연구*, 9(3), 89-110.
- 연합뉴스. (2013. 11. 1). 독일, 유럽서 첫 '제3의 성' 인정. 자료검색일 2018. 5. 12, 자료출처 <http://www.yonhapnews.co.kr>
- 유재부. (2017. 9. 22). 여성과 만화가 만난 포스트 페미니즘, 2018 S/S 프라다 컬렉션. Fashion N. 자료검색일 2018 5. 7, 자료출처 <http://www.fashionn.com>
- 이귀옥. (2012). '강한 남자'에서 '아름다운 남자'로: 1970~1990년대 남성 잡지광고에 나타난 남성 이미지의 변화와 표현방식. *한국여성커뮤니케이션학회지*, 22, 151-185.
- 이동수. (2004). 포스트모던페미니즘에서 여성의 정체성의 차이. *아시아여성연구*, 43(2), 47-73.
- 이신영, 김혜영. (2003). 현대패션에 나타난 포스트모던 페미니즘에 관한 연구: 90년대 패션경향을 중심으로. *생활과학*, 4, 173-200.
- 이형식. (2012). 포스트페미니즘 영화에 나타난 여성의 몸: 대상에서 주체로. *문학과 영상*, 13(3), 659-594.
- 임민정. (2018). 페미니스트 패션 브랜드의 특성과 여성이미지. *복식문화연구*, 26(3), 471-484.
- 정미라. (2009). 예비유아교사의 성역할 정체성과 자아존중감의 관계. *아동교육*, 18(1), 239-252.
- 정홍숙. (2003). *서양복식문화사*. 서울: 교문사.
- 최나리, 우주형. (2007). 에디토리얼 패션사진에 나타난 성별에 따른 젠더 이미지 표현. *한국복식학회지*, 57(2), 143-154.
- 최은영. (1998). *중년여성의 건강증진 생활양식과 성역할 정체감, 자기효능감과의 관계*. 조선대학교 대학원 석사학위논문.
- 페미니즘. 문학비평용어사전. 자료검색일 2018. 5. 29, 자료출처 <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1531049&cid=41799&categoryId=41800>
- 페미니즘. 두산백과. 자료검색일 2018. 5. 29, 자

- 료출처 <http://www.doopedia.co.kr>
- 페미니즘. 브리टे니커. 자료검색일 2018. 5. 29, 자료출처 <https://www.britannica.com/topic/feminism/The-third-wave-of-feminism>
- 히핑턴 포스트 코리아. (2016. 5. 23). 이 나라들은 당신에게 '남성'과 '여성' 중 하나를 선택하라고 강요하지 않는다. Huffpost. 자료검색일 2018. 3. 18, 자료출처 <https://www.huffingtonpost.kr>
- Bem, S. L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42, 155-162.
- Bem, S. L. (1975). Sex role adaptability: On consequence of psychological androgyny. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 634-643.
- Butler-Young, S. (2017. 2. 14). Alice + Olivia Serve Up Feminist Vibes at New York Fashion Week. Fashion N. Retrieved April 28, 2018, from <http://premium.britannica.co.kr>
- Chira, S. (2017. 2. 15). Gender Fluidity on the Runways. New York times. Retrieved February 15, 2018, from <https://www.nytimes.com>
- Darcella, A. (2016. 10. 12). State of the Runway Politics played a bigger part this past season than ever before, Fashion Unfiltered. Retrieved April 13, 2018, from <https://fashionunfiltered.com/style/2016/politics-fashion-spring-2017-runway>
- Farra, E. (2017. 7. 15). Resort 2018 M Missoni. Vogue. Retrieved April 13, 2018, from <https://www.vogue.com>
- Foley, B. (2016. 9. 30). Dior RTW Spring 2017. WWD. Retrieved February 23, 2017, from <https://www.wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2017/paris/christian-dior/review>
- Gutierrez-Morfin, (2016. 9. 17). 'Gender-Fluid' Among Recent Additions to Oxford English Dictionary. NBC News. Retrieved February 15, 2018, from <https://www.nbcnews.com>
- In the Heart of Multitude. (2013. 9. 13). Prada.com. Retrieved February 23, 2018, from http://www.prada.com/ko_kr/collections/fashion-show/archive/woman-ss-2014.html
- Levin, C. (2017. 2. 17). Feminism Is the Latest High-Fashion Trend. Slate. Retrieved March 12, 2018, from <http://www.slate.com>
- Oliva, S. (2017. 2. 21). The new feminism choose fashion to communicate. Vogue Italy. Retrieved February 23, 2018, from <http://www.vogue.it/en/fashion/trends/2017/02/21/the-new-feminism-choose-fashion-to-communicate>
- Segreti, G. (2017. 2. 26). Missoni talks politics with pink cat-eared hats at Milan show. GMA News online. Retrieved May 18, 2018, from <http://www.gmanetwork.com>
- Street, M. (2018. 3. 23). The world's first gender-neutral store just opened in Manhattan. I-D. Retrieved March 8, 2018, from <https://i-d.vice.com>
- The Guardian. (2011. 9. 15). Australian passports to have third gender option The Guardian. Retrieved May 29, 2018, from <http://www.theguardian.com>
- Tschorn, A. (2017. 2. 13). In this new era, politics is on trend on the runways at New York Fashion Week. Los Angeles Times. Retrieved March 15, 2018, from <http://www.latimes.com>
- What it means to be gender-fluid. (2016. 4. 13). CNN. Retrieved April 23, 2018, from <https://edition.cnn.com>