

현대 패션의 DE&I에 대한 비판적 담론분석 -뉴욕타임즈의 인종 기사를 중심으로-

이명선 · 임은혁[†]
성균관대학교 의상학과

Critical Discourse Analysis of Diversity, Equity, and Inclusion in Contemporary Fashion -Analyzing Articles on Race in The New York Times-

Myeongseon Yi · Eunhyuk Yim[†]

Dept. of Fashion Design, Sungkyunkwan University
Received February 24, 2023; Revised (May 3, 2023; May 18, 2023); Accepted May 25, 2023

Abstract

Social discourses surrounding diversity, equity, and inclusion (DE&I) in the fashion industry are vital as they extend beyond language and encompass social practices. This study aimed to understand how discourses on DE&I with in the fashion industry are reconstructed and practiced in society. Therefore, this paper analyzed DE&I in the fashion industry, by focusing on the New York Times articles, employing a quantitative research model based on corpus analysis and a qualitative approach through critical discourse analysis. Results of the analysis of textual practice, showed that the New York Times emphasized black individuals as the central discourse and created a critical racial narrative regarding DE&I in the fashion industry characterized by a dichotomy of black vs. white confrontation. Furthermore, results of the discourse practice analysis revealed that the dichotomy of racial confrontation in the New York Times article tended to select the subject of discourse related to racial DE&I in the fashion industry according based on social and historical context. Thirdly, the analytical results of sociocultural practices indicated that the dichotomous racial discourse between black and white, propagated by the New York Times, spread across social media, transforming fashion from an industry to a domain where black individuals struggle for human rights.

Key words: DE&I, critical discourse analysis, fashion journalism, The New York Times; 다양성 · 형평성 · 포용성, 비판적 담론분석, 패션 저널리즘, 뉴욕타임즈

I. 서 론

현대 국가들의 지역사회는 전지구화(全地球化, globalization) 현상 아래 다양한 국가들의 인문, 과학, 예술, 문화 등이 접촉하고 충돌하여 여러 가지 특성이 결

[†]Corresponding author
E-mail: ehyim@skku.edu

합된 세계화 경향을 보인다. 신자유주의 경제 논리와 함께 세계화는 거대 글로벌 기업을 육성하였는데, 지리적·문화적으로 다양한 배경을 가진 사람들이 모인 글로벌 기업은 높은 업무 효율과 생산성을 추구하기 위해 표준화와 획일화를 토대로 하는 기업 문화를 형성하였다. 그러나 최근 글로벌 기업은 다문화주의(multiculturalism)가 가져온 다양성이라는 새로운 시

대적 요구에 직면하고 있다. 글로벌 시대에서 다양성은 문화지능(cultural intelligence)이나 기업의 비재무적 요소인 ESG(environmental, social and corporate governance) 등과 함께 기업의 지속가능성에 필수적인 요소 중 하나로 손꼽힌다.

이와 같이 다양한 국가들의 경제와 문화가 혼합되고 있는 현대 사회에서 다양성, 형평성 및 포용성(diversity, equity & inclusion: DE&I)은 중요한 가치가 되었는데 최근 사회적 화두로 떠오른 DE&I에 관련된 문제들 중 특히 인종에 관한 문제는 패션 산업에서도 발견되고 있다. 2020년 패션지 보그(Vogue)의 모회사인 콘데 나스트(Condé Nast)의 직원들이 직장 내 인종 차별을 폭로하였으며, 이에 편집장 안나 윈투어(Anna Wintour)는 공개적으로 사과 성명을 발표하였다(Lee, 2020). 또한 칸예 웨스트(Kanye West)는 반유대주의적 발언으로 사회적 물의를 일으켰고 그에 따른 소비자들의 부정적 반응에 아디다스(Adidas)는 그와의 파트너십을 종료하였다(Meyersohn, 2022). 이처럼 패션 산업에서 벌어지고 있는 인종적 DE&I와 관련된 문제들은 사회적으로 담론화되어 대중과 소비자들이 패션 산업 내 DE&I의 관리와 개선을 요구하고 있다.

패션의 DE&I에 관한 연구로는 무슬림 패션에 대한 다양성과 포용성 연구(Leri, 2020)와 패션 생산자와 소비자 사이의 다양성과 포용성 달성의 인식 차이를 고찰한 연구(Cavusoglu & Atik, 2019), 패션의 이상적 신체의 규범화와 다양성의 부족을 지적한 연구(Entwistle et al., 2019), 탈식민적 패션 담론을 통한 다양성의 실천에 관한 연구(Jansen, 2020) 등이 있으나 대부분 다양성에 관한 연구가 주를 이루고 패션의 DE&I에 대한 사회적 담론을 분석한 연구는 부족한 실정이다.

특정한 사건 또는 현상에 대한 사회적 담론은 그 시대의 사회적 지식, 권력, 사회 구성원의 이해관계 등의 결합으로 생산된다. 그리고 사회적 담론은 언어에 그치지 않고 사람들의 이해와 행위가 수반된 사회적 실천으로 그 의미가 발현된다는 점에서 중요하다(Phillips & Hardy, 2002). 따라서 패션 산업의 DE&I 관리에 대한 다양한 시각과 입장의 담론이 활발하게 형성되고 있는 현실점에서 담론의 언어적·미시적 의미에 담긴 사회정치적 의도나 영향력 및 권력이 어떻게 사회 구성원들에게 작동하고 그들의 행동으로 실천되는지에 대한 연구의 필요성이 제기된다. 이에 본 연구는 비판적 담론분석(critical discourse analysis)의 관점에서 패션

의 인종적 DE&I에 대한 담론들이 어떻게 사회 내에서 실천되는지를 고찰하고 패션 산업 내 DE&I 실천 현황을 파악하는 것에 목적을 둔다.

패션 산업 내 인종적 DE&I를 고찰하기 위해 설정한 본 연구의 연구문제는 다음과 같다. 첫째, DE&I에 대한 사회적 담론의 추이를 살펴보고, 인종담론의 형성 배경과 의도를 파악한다. 둘째, 비판적 담론분석의 세 가지 차원인 텍스트적 실천, 담론적 실천, 사회문화적 실천으로 뉴욕타임즈의 인종 기사를 분석한다. 셋째, 분석한 내용을 바탕으로 패션 산업 내 인종적 DE&I에 관한 담론적 특성과 함의를 도출한다.

II. 이론적 배경

1. DE&I의 정의와 개념

DE&I라는 용어는 이따금 논쟁의 여지를 가지고 있으나 일반적으로는 평등한 환경을 위한 의미 있고 체계적인 변화를 위한 노력을 광범위하게 이르는 것으로 정의할 수 있다(YW Boston, 2019). 즉, DE&I는 직장이나 주어진 환경에서 구성원들의 완전한 소속감을 보장하기 위해 취할 수 있는 총체적인 접근 방식이라고 할 수 있으며, 종종 DEI로 표기되기도 하고 형평성을 제외하여 D&I로 사용되기도 한다. 또한 다양성, 형평성, 포용성의 각 용어들은 분리되어 사용되기도 하지만 서로 유사하거나 관련이 있으며 동시에 함께 논의될 경우 그 개념이 확장되기도 한다.

먼저 다양성(diversity)의 개념은 한 인간을 설명하거나 자기 자신을 설명하는데 사용할 수 있는 다양한 범주가 있다는 사실에 기초한다(Köllen et al., 2018). 그리고 개인의 가시적 및 비가시적 측면의 특성을 포괄하는 개념인 다양성은 일반적으로 인종, 성별, 연령, 성적 취향, 사회·경제적 계층, 장애 등과 같은 인구통계학적(demographic) 요소 간의 차이로서 정의된다(Pelled et al., 1999). 또한 생물학적 특성을 근간으로 한 인구통계학적 요소 외에도 가치관, 성격, 태도, 지식, 신념 등과 같은 심리적 속성도 심층적 다양성의 요소로 분류된다(Harrison et al., 1998). 즉, 다양성은 표면적으로 드러나는 가시적인 요소와 더불어 내재적인 특성에 해당하는 비가시적 요소들도 포함하고 있다. 한편 다양성은 개인의 성과를 장려할 뿐만 아니라 회사의 생산성과 구성원의 직무 만족도를 높이며, 이직,

채용 및 교육에 소요되는 비용을 절감하는 이점을 가진다(McKay et al., 2009). 따라서 다양성은 개인적 측면에서도 중요한 요소이지만 기업의 경쟁 우위를 확보할 수 있는 전략적 요소이기도 하다.

다음으로 형평성(equity)은 다양한 사회에서 개인 또는 집단이 사회적 차이에서 기인한 차이를 고려하여 인구통계학적 요소가 실제 평등에 영향을 미친다는 것에 주목하는 것이다(Burns, 2019). 또한 형평성은 사회 내의 시스템 및 제도에 의한 자원의 분배 및 생산 과정에서 정의, 공정성 및 공정성을 증진한다. 그리하여 형평성이 고려된 환경에서는 개인과 집단이 목표를 달성하기 위해 타인과 동등한 기회와 자원을 지원 받는다. 그러나 개개인의 차이로 인해 형평성의 실천은 반드시 동등한 지원으로 이루어지는 것은 아니다. 동일한 수준의 목표 달성을 위해서는 소외되거나 과소평가된 직원의 성장에 더 많은 지원이 필요할 수 있으며 이를 통해 형평성이 향상될 수 있다.

마지막으로 포용성(inclusion)이란 서로 다른 배경을 가진 개인이나 집단이 문화적·사회적으로 동등하게 받아들여지고 대우받는 조직적인 노력과 관행이다(Sabharwal, 2014). 포용성은 다양성과 종종 함께 사용되어 다양성과 포용성(diversity & inclusion)이라는 개념으로 논의된다. 다양성이 여러 구성원들의 혼합으로 가시적, 비가시적 요소의 차이를 이해하고 수용 및 평가하는 것이라면 포용성은 모든 구성원의 참여와 기여도를 향상시키는 협업적이며 지원적인 존경받는

환경을 일컫는다(Mondal, 2021). 즉, 다양성을 증진하기 위해서는 포용성으로 그 환경을 조성해야하므로 두 가지는 밀접하게 연관되어 분리하여 논의하기 힘들다.

이상의 DE&I에 대한 정의와 개념을 정리하면<Fig. 1>, 개인 간의 차이와 다름을 인정하는 다양성은 기업의 경쟁우위를 확보해주는 중요한 요소이다. 그러나 이상적 조직 문화의 구축에 있어 다양성의 확보만으로는 유의미한 영향을 미치지 못할 가능성이 있다. 그리고 형평성은 편견과 차별에 대응하는 환경을 구성하고 구성원들에게 동등한 기회와 자원의 분배를 제공하며, 포용성은 상호존중의 조직문화를 구축하여 구성원들이 자유롭게 생각과 가치를 공유할 수 있는 환경을 조성한다. 따라서 다양한 조직 구성원들이 실질적으로 자유롭게 의견을 제시하고 의사결정 권한을 가질 수 있는 환경을 조성할 수 있는 형평성과 포용성이 필수적으로 요구된다. 이를 종합하면 DE&I는 조직의 문화와 환경의 구축에 있어 필수적이라고 할 수 있으며, 형평성과 포용성이 구축되지 않은 환경에서의 다양성 증진은 실질적으로 기업의 성과 달성에 도움이 되지 않을 수 있다.

2. DE&I에 관한 사회적 담론과 인종담론

담론은 다양한 분야에서 통용되고 있으며 그 의미가 광범위하다. Jeremy(1998)에 의하면 담론이란 화자

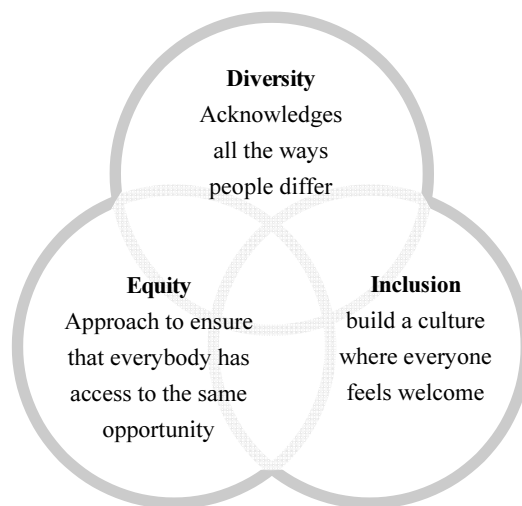


Fig. 1. Definition and concept of DE&I in the industrial aspect.

와 청자 사이의 교류로 간주되는 언어적 의사소통으로 사회적 목적에 의해 정해진 형식에 따라 이루어지는 대인 관계 활동이다. 최근 사회적 담론으로 DE&I에 관한 문제가 꾸준히 제기되고 있으며 그 중요성이 점점 커지고 있다. DE&I는 더 이상 단순히 있으면 좋은 것으로 간주되거나 기존의 차별 금지 준수에 대한 부가적인 기능으로 여겨지지 않는다.

Oswick and Noon(2014)은 DE&I에 관한 담론의 흐름을 분석하기 위해 SSCI 저널을 대상으로 인용 사례를 연구하였다. 그들의 연구에 따르면 1970년대부터 1990년대 초까지는 형평성 담론이 지배하였고, 이후 다양성 담론이 1990년대 초부터 중반까지 이를 추월했다. 그리고 2000년대 이후부터 포용성에 관한 담론들이 실무자들에 의해 널리 채택되어 이해관계자 집단 사이에서 다양성 담론보다 더 인기를 얻고 있다(Oswick, 2010). 이를 종합하여 살펴보면 시기별로 형평성에서 다양성으로 그리고 다양성에서 포용성으로 담론의 이동이 일어난 것을 알 수 있다. 그러나 포용성에 대한 관심이 부상하고 있음에도 불구하고 다양성에 대한 관심은 여전히 DE&I에서 가장 큰 비중을 차지하며 계속해서 증가하고 있다.

많은 국가의 사회가 여러 인종이 어울려 구성된 다인종 사회로 변모하면서 DE&I에 관한 사회적 담론 중 인종담론의 영향력이 커지게 되었다. 근대 유럽의 과학, 계몽주의, 제국주의 등을 기반으로 하여 피부색에 따라 인종을 분류하는 인종주의는 인종적 타자에 대한 배제의 인종담론을 생성한다. 유럽인들에 의해 분류된 인종은 수직적 우열구조를 형성하였고 지배와 피지배의 억압체계 또한 이로써 공고하게 합리화되었다. 그리고 담론은 사회 내 구체적 상황과 특수한 맥락에서 특정 집단의 이해관계와 관련된 목적을 가지고 생성되어 특정 집단의 지배를 형성하고 합법화하는 역할을 수행한다(Wodak, 2001). 이러한 측면에서 인종담론은 이데올로기와 헤게모니에 기반하여 맥락과 시간에 따라 지속적으로 변화하며, 사회적 지배와 권력관계 속에서 구조화되는 양상을 보인다.

Foucault(2003)는 통치권 분석의 차원에서 인종주의를 다루는데 인종담론 속에서 권력은 민족의 순수성을 앞세워 타인종을 비정상적으로 규정하고 탄압한다고 주장한다. 인종담론의 역사를 미국으로 한정하면 인종담론과 그에 따른 인종체계는 아프리카에서 흑인들이 노예로 끌려온 노예제에 근거한 국가 주도 인종

독재 체계(racial despotism)이다(Kim, 2018). 나아가 식민제국주의를 근간으로 탄생한 미국이라는 국가에서 인종담론은 아프리카 흑인들을 노예로 끌고 온 노예제에서 촉발된 흑인과 백인의 관계를 중심으로 형성되었다. 18세기에서 19세기 중엽 미국 사회에서 권력을 가진 백인들은 순혈주의적 통념을 기반으로 단 한명의 흑인 조상이 있어도 그 사람을 백인으로 인정해 줄 수 없다는 ‘한 방울의 원칙(one-drop rule)’으로 비백인계 혈통을 엄격하게 구분하고 배척하였다.

이와 더불어 인종주의는 사회적 다원주의와도 연관되어 있다(Gossett, 1997). 진화론에 따라 흑인과 백인의 문제는 과학적으로 해석되어 사회의 진화를 위해 열등한 흑인을 차별하는 정책의 근거가 되었다. 이후 노예제는 남북전쟁 이후 흑인 노예가 해방되기 시작하면서 사라졌지만 인종차별과 흑백분리정책이 이어지면서 백인 주류의 헤게모니는 강화되었다. 또한 1964년 민권법(Civil Rights Act of 1964) 제정으로 미국의 반인종차별 법과 제도가 마련되었음에도 사회적으로는 인종차별과 탄압은 오늘날까지 교묘하게 일어나고 있다(Shin et al., 2013). 이로 말미암아 노예제와 그 영향은 미국 사회 구조에 깊게 관여되어 있으며 현재에 이르기까지 미국의 정치와 사회 전반에 걸쳐 강력한 논쟁과 담화를 불러일으키는 주제가 되었다.

3. 비판적 담론분석

담론은 여러 덩어리로 이뤄진 연결체인 담화가 구성원들 사이에서 받아들여지고 사회적 여론을 이끌면서 일정한 열개나 형식이 갖춰진 것을 이른다(Fairclough, 2003). Foucault(1969/1972)에 따르면 담론은 텍스트의 집합체이자 체계에서 언어학과 기호학적 사유를 기반으로 지식과 권력의 틀로 이동하고, 사회에서의 반복을 통해 담론의 규칙은 텍스트의 의미를 그 생산의 기저에 깔린 정치적 합리성에 이바지하도록 고정시킨다. 즉, 담론은 텍스트의 집합으로서 언어의 차원에서만 존재하는 것이 아니라 담론적 실천을 통해 하나의 권력으로서 사회의 차원에까지 이를 수 있다.

비판적 담론분석은 담론분석 방법론 중에서도 담론을 텍스트와 기호학적 체계로 분석하는 것에서 나아가 사회적 맥락을 염두에 두고 사회문화적 변화를 언어의 변화를 통해서 파악한다. 따라서 비판적 담론 분석은 담론을 통해 사회 내 권력구조와 헤게모니가

생산되고 재구성되며 투쟁이 일어나는 과정을 연구하는 학문이다(Van Dijk, 2015). 그중 비판적 담론분석에서 일반적으로 널리 사용되는 Fairclough(2001)의 비판적 담론분석틀<Fig. 2>은 텍스트적 실천(textual practice), 담론적 실천(discourse practice), 사회문화적 실천(sociocultural practice)의 세 가지 차원으로 구분되어 담론의 체계적 분석이 가능하다.

첫 번째, 텍스트적 실천은 전통적인 언어학적 분석 방법으로 자료에 사용된 핵심적 어휘, 문법, 결합, 그리고 구조 등을 일차적으로 분석한다. 그리고 텍스트의 형식과 내용에 초점을 맞추어 텍스트에 내재된 사회문화적 가치를 규명한다. 두 번째, 담론적 실천은 텍스트의 형식과 내용에 초점을 맞춘 텍스트 분석과는 달리 텍스트의 생산, 분배, 유통, 소비와 같은 상호작용적 과정의 본질이 무엇인지를 분석하는 것에 중점을 둔다(Ham & Kim, 2014). 세 번째, 사회문화적 실천은 거시적 차원의 개념으로 미시적 차원에서 이루어진 텍스트 분석이 담론적 실천을 통해 어떻게 현존하는 체계모니를 재구성하고 재구조화하는지를 분석한다(Oh et al., 2012). 즉, 어떠한 사회조건이 텍스트를 가능하게 하는지 그리고 그 텍스트가 담론적 실천의 과정을 통해 사회적으로 어떠한 효과를 발휘하는지를 분석하는 것이다.

이러한 비판적 담론분석은 담론을 텍스트 차원에서 분석하는 것에 한정하지 않고 담론의 형성된 과정과 담론이 추구하는 바를 심층적으로 분석하여 사회문화적 내용까지 분석의 대상으로 확장한다. 나아가 비판적 담론분석은 담론의 사회·정치적 의미뿐만 아니라 특정한 사회 내의 지배구조와 권력, 체계모니가 어떻게 작동하는지를 파악할 수 있다는 점에서 의미

가 있다.

III. 연구의 방법 및 범위

본 연구의 대상으로는 뉴욕타임즈(the New York Times)를 선정하였다. 미국의 주류 뉴스 미디어 중 하나인 뉴욕타임즈는 1851년 창간되어 전 세계적으로 넓은 독자층을 보유하고 있으며 사회적으로도 영향력이 있다. 많은 사회과학자들 또한 뉴욕타임즈가 높은 신뢰도를 가진 것으로 견해를 모으고 있으며, 수많은 연구 결과 역시 뉴욕타임즈에 대한 신뢰도를 증명하고 있다(Weiss, 1974). 또한 뉴욕타임즈는 대표적 다민족·다문화 국가인 미국에서 발행되고 있는 매체라는 점에서 유럽 국가나 아시아 국가의 매체에 비해 본 연구의 주제인 DE&I를 분석하는 데에 적합하다고 사료된다.

연구의 범위는 패션 산업 내 DE&I에 관한 기사가 본격적으로 등장하기 시작한 2017년부터 2022년까지 최근 6년간으로 한정하였다. 그리고 기사 수집은 웹 데이터베이스 프로퀘스트(ProQuest)를 활용하였다. 뉴욕타임즈 기사들의 머리기사와 전문을 대상으로 주요 키워드 ‘fashion’, ‘diversity’, ‘equity’, ‘inclusion’을 검색한 결과 772건의 기사가 수집되었다. 이후 수집된 모든 기사들의 머리기사와 전문을 살펴 일차적으로 중복된 기사들을 제외하였다. 그리고 키워드를 포함하고 있지만 패션 산업에 관련된 내용이 아닌 기사들을 추가로 제외하였다. 마지막으로 분류된 기사 중 젠더, 체형, 연령, 문화 등 타 영역의 DE&I를 다룬 기사를 제외하고, 인종담론을 함유한 기사들로 범위를 한정한 결과 119건의 기사가 최종 선정되었다.

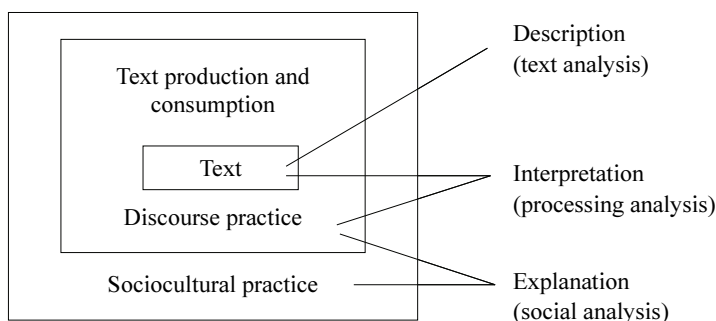


Fig. 2. Fairclough's 3D model of critical discourse analysis.

Adapted from Fairclough (2001).

본 연구는 패션 산업 내 인종적 DE&I를 다룬 뉴욕 타임즈 기사들의 비판적 담론분석을 위해 양적 연구와 질적 연구를 병행하였다. 비판적 담론분석은 사회문제를 분석하는 학문으로 다학제적 성격이 강할 뿐만 아니라 단일의 이론이나 통합된 이론을 지향하지 않는다(Lee, 2015). 따라서 비판적 담론분석은 다양한 이론과 분석 도구와 결합될 수 있는데 본 연구는 코퍼스(corpus) 언어학적 접근법을 적용한 비판적 담론분석을 토대로 연구를 진행하였다. 코퍼스 구축은 전체 기사를 양적으로 전수 조사하여 정량적 분석을 가능하게 하고 연구자의 직관보다는 명확한 언어학적 기준을 따른다는 장점이 있다.

양적 연구로는 텍스트 분석 프로그램인 안트콘크(AntConc)를 활용하여 수집된 기사를 연구자가 직접 코퍼스로 구축하였다. 이후 안트콘크로 추출한 키니스(keyness)에 근거한 키워드와 그와 함께 사용되는 연어(連語)를 살펴보는 것으로 텍스트적 실천을 분석하였다. 키니스는 각 키워드의 중요도로서 선택된 통계 검정을 통해 키워드를 산출한 통계값으로 키니스 분석은 코퍼스 자료를 활용한 비판적 담론분석 연구에서 널리 사용되는 방법 중 하나이다(Taylor & Marchi,

2018). 그리고 연어 분석은 안트콘크의 콜로케이트(collocates) 도구로 통계 검정을 거쳐 유의미한 정도의 빈도를 지니는 연어를 산출하여 단어의 사전적 의미와 문맥적 의미 등을 분석하였다.

다음으로 질적 연구를 통해 현대 패션의 DE&I에 관한 인종담론 생성의 배경과 사회적 요인의 결합을 고찰하여 담론적 실천을 분석하였다. 마지막으로 인종담론이 현대 패션에서 어떻게 사회문화적 실천으로 재구성되고 재구조화되는지를 밝히고자 하였다. 본 연구의 연구방법의 전체적 흐름과 구성<Fig. 3>은 다음과 같다.

비판적 담론분석은 사회적 권력구조나 이데올로기를 드러내는 분석 방법으로 분석을 수행하는 연구자의 이데올로기적 편견과 이론적 편향을 지적받을 수 있다. 이에 본 연구는 연구의 타당성을 높이기 위해 Gee(1999)가 담론분석의 타당화를 위해 제시한 수렴(convergence), 동의(agreement), 포괄(coverage), 언어적 세부사항(linguistic details)의 네 가지 기준을 따랐다. 첫째, 수렴의 과정을 통해 일관성을 지니는지를 연구자 본인이 기술 및 설명에 내재된 가정, 본인의 신념과 편견에 대해 반성적 태도로 검토하였다. 둘째, 동의

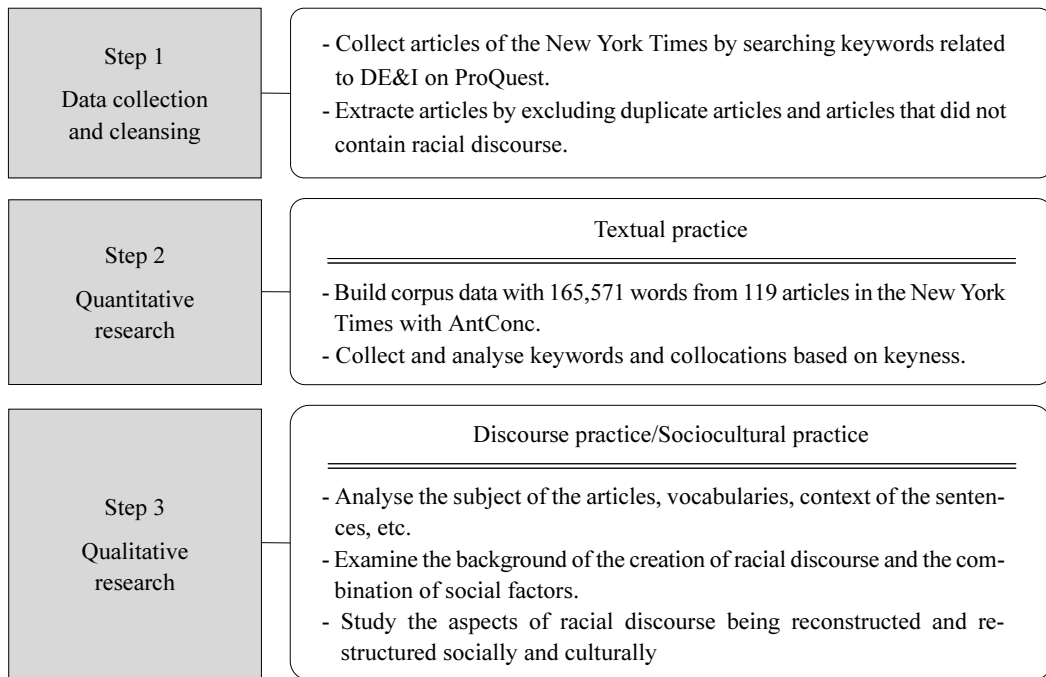


Fig. 3. Flowchart of methods and procedures.

는 실제로 참여한 이들이 담론분석 결과를 납득하는 것을 이르지만 본 연구는 참여적 실험 연구가 아니므로 참여자의 납득이 아닌 제3자의 검증으로 동의와 과정을 거쳤다. 분석 자료의 선별과 분류의 정확도와 신뢰도를 확보하기 위해 관련 전공 박사 수료 및 졸업생 5인에게 본 연구의 자료를 공유하고 연구방법과 분석 결과에 대해 교차 검증하였다. 셋째, 포괄의 과정으로 본 연구에서는 담론분석의 해석에 있어 사회적으로 수용 가능하고 실질적인 방안을 제시할 수 있는가를 검토하였다. 넷째, 언어적 세부사항은 담론분석의 내용이 언어학적으로 잘못된 부분이 없는지를 확인하는 절차이다. 본 연구는 이상의 네 가지 과정을 통하여 연구의 중립성을 유지하고자 하며 해석의 객관성을 확보하고자 하였다.

IV. 연구결과

1. 텍스트 실천

본 연구는 현대 패션의 DE&I에 관한 뉴욕타임즈의 인종담론을 텍스트적 실천으로 분석하기 위해 안트콘크를 활용하여 119개 기사/165,571개 단어로 코퍼스 기본 데이터를 구축하였다. 이후 인종적 DE&I에 대한 주된 생각이나 주제를 파악하기 위해 키니스를 중심으로 1,155개의 키워드를 추출하였다. 상위 100개의 키워드<Table 1>를 중심으로 분석한 결과 DE&I에 관한 키워드로는 12위의 ‘diversity’, 56위의 ‘inclusivity’, 88위의 ‘diverse’, 90위의 ‘inclusion’이 있었다. 그 중 ‘diversity’와 ‘diverse’의 빈도수는 각각 222회와 55회로 ‘inclusivity’와 ‘inclusion’의 빈도수 31회, 52회에 비해 3배 이상 자주 언급되었다. 이를 미루어 볼 때 뉴욕타임즈의 패션 산업 내 인종에 관한 기사는 DE&I의 요소 중 다양성에 중점을 두고 작성됨을 알 수 있었다.

한편 상위 100개의 키워드 중 17개의 키워드가 흑인을 지칭하는 단어 ‘black’과 ‘abloh’, ‘enninful’ 등 흑인 인명이었으며, 4개의 키워드가 백인을 지칭하는 단어 ‘white’이거나 ‘wintour’, ‘lagerfeld’ 등 백인 인명이었다. 그리고 2개의 키워드가 혼혈인 인명이었고 1개의 키워드는 동양인 인명이었다. 그에 비해 ‘black’은 637회의 빈도수를 가진 4번째로 중요한 키워드였고 리스트 중 인종에 관한 키워드인 267회의 ‘white’, 56회의 ‘asian’, 21회의 ‘hispanic’을 모두 합해도 약 두 배

가량 더 자주 언급되었다. 이는 뉴욕타임즈가 패션 산업 내 인종에 관한 기사를 작성할 때 다른 인종보다 흑인에 초점을 맞추고 있음을 보여준다.

실제로 패션 디자이너에 관한 29개의 다양성 기사 중 1건을 제외하고는 디자이너의 인종이 언급되어 있었는데 23건의 기사가 흑인 디자이너를 중심으로 작성되었다. 이에 비해 동양인 디자이너는 4건, 백인 디자이너 1건, 혼혈인 디자이너 1건으로 흑인 디자이너의 기사 수에 비해 매우 적은 비중을 차지하고 있다. 그리고 패션 모델의 다양성과 관련된 기사에서도 흑인 모델을 중심으로 작성된 기사가 8건, 동양인 모델 기사는 1건으로 흑인을 다루는 기사가 지배적이었다. 이러한 결과는 뉴욕타임즈가 흑인 패션 산업 종사자를 주된 담론의 대상으로 삼아 패션 산업 내 인종적 DE&I 담론을 생성하고 있음을 알 수 있게 한다.

더불어 본 연구는 심층적 텍스트 분석을 위해 1,155개의 키워드 중 인종에 관련된 16개의 키워드를 추출하였고, 이 중 빈도수를 중심으로 상위 10개의 키워드 ‘black’, ‘white’, ‘color’, ‘african’, ‘racism’, ‘race’, ‘racial’, ‘asian’, ‘racist’, ‘hispanic’의 연어들을 살펴보았다. 연어 분석은 안트콘크 프로그램을 통해 연어로 추출된 단어가 포함된 문장을 모두 검토하여 단어의 미시적 의미뿐만 아니라 문장에서의 맥락적 의미까지 고려하였다. 먼저 최상위 키워드인 ‘black’의 연어에는 “흑인의 생명은 소중하다(Black Lives Matter: BLM)”라는 사회운동과 관련된 ‘lives’, ‘matter’, ‘movement’가 포함되어 있는데 이는 흑인의 권리를 주장하는 운동과 시위가 흑인 관련 기사에서 주요하게 언급됨을 알 수 있게 한다. 그리고 ‘only’와 ‘first’는 유일한 흑인, 최초의 흑인으로 패션계 편입이 흑인에게, 특히 흑인 여성에게는 쉽지 않은 일임을 드러낸다.

한편 ‘black’의 연어 중 ‘white’는 주로 ‘and’와 ‘or’과 함께 사용되어 흑인과 백인, 흑인 또는 백인 등의 흑인 대 백인의 대립구도를 형성하고 있었다. ‘white’의 연어 또한 ‘black’이 두 번째로 자주 함께 사용된 단어로 흑인과 백인의 이원화를 재확인할 수 있었다. 그리고 ‘supremacist’, ‘supremacy’ 또한 ‘white’의 연어 리스트에 포함되어 있었는데 이는 최근 논란이 되었던 칸예 웨스트의 “White Lives Matter” 슬로건 티셔츠나 프라다(Prada)의 블랙페이스(blackface) 디자인 “Pradamalia” 등과 같은 백인우월주의를 옹호하거나 지탱하는 사건이 지속적으로 발생하는 패션 산업을 비판

Table 1. The list of keywords based on keyness in the New York Times articles on race

Rank	Keyness	Frequency	Keyword	Rank	Keyness	Frequency	Keyword
1	7726.27	1034	fashion	51	403.82	46	dior
2	2900.33	421	ms	52	390.66	47	couture
3	2781.16	293	vogue	53	385.6	74	racism
4	2224.33	637	black	54	383.43	192	american
5	1785.57	154	wintour	55	382.72	50	trump
6	1743.34	230	designers	56	381.95	31	inclusivity
7	1702.16	135	abloh	57	378.24	30	cfda
8	1609.9	133	nast	58	378.24	30	kibbe
9	1566.8	244	designer	59	369.41	30	pyer
10	1563.45	124	enninful	60	355.52	88	creative
11	1558.86	128	condé	61	353.02	28	kanye
12	1520.7	222	diversity	62	349.46	40	runways
13	1520.42	147	color	63	344.33	28	obama
14	1350.42	179	brands	64	338.08	76	luxury
15	1209.03	260	models	65	337.06	149	shows
16	1134.75	90	instagram	66	330.33	38	lagerfeld
17	1079.78	1048	said	67	327.81	26	valdes
18	1055.39	613	mr	68	313.52	79	percent
19	992.42	175	brand	69	307	121	collection
20	969.77	92	lvmh	70	305.95	152	model
21	938.93	123	runway	71	303.68	261	company
22	813.98	67	talley	72	300.95	25	gurung
23	806.92	64	rihanna	73	292.37	704	who
24	783.52	65	prada	74	292.14	67	racial
25	698.41	219	york	75	285.43	48	wagner
26	697.69	67	gucci	76	279.81	28	balmain
27	675.25	60	pandemic	77	279.25	35	virgil
28	668.36	156	editor	78	278.67	25	casely
29	667.9	62	vuitton	79	277.37	22	website
30	640.88	98	raymond	80	273.83	49	online
31	578.7	288	show	81	272.98	29	kamara
32	567.36	45	fenty	82	268.62	25	hayford
33	560.67	49	modeling	83	261.95	29	email
34	548.65	63	adidas	84	256.8	24	twitter
35	515.89	267	white	85	252.16	20	huseby
36	509.85	240	industry	86	250.4	491	new
37	499.8	134	magazine	87	249.57	109	media
38	491.71	39	beautycon	88	240	55	diverse
39	479.1	38	everlane	89	239.93	32	teen
40	466.5	37	rousteing	90	232.01	52	inclusion
41	463.58	127	wear	91	229.7	126	director
42	453.18	77	editors	92	228.73	25	dolce
43	452.99	140	paris	93	226.04	74	global
44	444.53	52	edmonds	94	219.34	118	chief
45	436.24	54	makeup	95	217.47	79	african
46	426.57	139	clothes	96	214.57	86	employees
47	426.35	107	jean	97	214.33	17	isik
48	413.23	34	fendi	98	212.55	54	magazines
49	407.96	44	nike	99	212.15	480	like
50	407.1	113	beauty	100	212.07	58	digital

하고 있음을 알 수 있게 한다. 또한 ‘white’는 ‘predominantly’, ‘overwhelmingly’와 같은 단어와 함께 사용되어 패션 산업 내 백인 구성원의 비율이 압도적임을 지적하고 있었다.

다음으로 ‘color’의 연어 ‘sidelined’는 유색인종이 패션 산업 내에서 소외되고 있음을 보여주고, ‘african’과 함께 어울려 사용되는 ‘diaspora’는 아프리카계 미국인이 여전히 이방의 사회에 정착한 이주민으로 배척되고 있음을 나타낸다. ‘racism’의 연어로는 ‘systemic’이 함께 사용되어 패션 산업 내 체계적 인종차별을 지적했고, ‘racial’은 ‘diversity’와 가장 많이 함께 사용되어 인종 다양성에 대한 요구를 보여준다. 그리고 ‘asian’와 ‘hispanic’의 연어 리스트 상위에 ‘or’, ‘black’이 위치하여 흑인과 함께 자주 언급됨을 알 수 있었다. 마지막으로 ‘race’, ‘racist’의 추출 연어는 낮은 빈도수로 유의미한 결과를 도출하기 어려웠다.

한편 119개의 뉴욕타임즈 기사 전문을 살펴본 결과 코퍼스 분석 내용과 유사하게 흑인을 중심으로 인종 담론이 형성되고 있었다. 2021년 3월 4일 보도기사 <The fashion world promised more diversity. Here's what we found.>는 패션 산업 내 인종차별이 개선되었는지를 판단하기 위해 사내 흑인 직원 비율에 대한 조사를 시행하였다(Friedman et al., 2021). 해당 기사는 업계의 다양성과 포용성의 증진을 논의하기 위해 여러 업계 관계자들과의 인터뷰를 인용하고 있는데 대부분 흑인 관계자들과의 인터뷰였다.

인터뷰에서 남성복 디자이너 사무엘 로스(Samuel Ross), 더 컷(The Cut)의 편집장 린제이 피플스 와그너(Lindsay Peoples Wagner), 여성복 디자이너 칼리 쿠시니(Carly Cushnie)는 ‘유색인종(people of color)’이라는 표현으로 패션 업계 내 소수자의 고충과 입장을 대변하고 있었다. 그러나 나머지 8인은 ‘흑인(Black)’으로서 바라본 업계의 다양성과 포용성 문제에 대해서 언급하고 있었다. 그들의 인터뷰는 ‘유일한 흑인(the only Black)’, ‘몇 안 되는 흑인 홍보담당자(the few Black publicists)’, ‘유일한 흑인 모델(the only Black model)’ 등의 표현을 사용하면서 ‘인종적으로 편향된 패션 산업(a racially biased industry)’에서 흑인의 비율이 얼마나 낮은지를 강조하였다. 그리고 그 기사는 ‘흑인 대표성이 부족하며(lacking in Black representation)’, ‘믿을 수 없이 적고(incredibly small)’, ‘아무도 없음(there are none)’ 등의 표현으로 흑인 리더의 부족과 부

재를 지적하면서 흑인 인재의 지원과 육성을 강조하였다.

다음으로 2018년 3월 19일 보도기사 <‘I feel like I am part of a great moment’>에서는 아프리카 출신 모델들의 런웨이에서의 활약을 집중적으로 다루면서 패션쇼에서 다양성이 그 어느 때보다 주목받고 있다고 보도하였다(Paton, 2018). 지난 20년 이상 동안 패션 매거진의 표지와 광고 캠페인에 캐스팅되는 것은 ‘백인 여성만의 특권(a white-women-only privilege)’이었다고 언급하며 2000년 이후 흑인 모델이 득세하면서 상황이 달라졌다고 하였다. 해당 기사는 여러 흑인 모델들의 인터뷰를 통해 패션쇼 모델 캐스팅의 변화를 다루고 있었다. 이러한 변화에 대해 흑인 모델들은 인터뷰를 통해 ‘아주 놀라운 일(something quite amazing)’, ‘훨씬 더 낙관적(so much more optimistic)’이라고 표현하였다. 그리고 인스타일(InStyle)의 편집장인 로라 브라운(Laura Brown)은 마침내 패션쇼가 시의적절하게 변화하였으며 인종의 다양성을 ‘피부톤의 무지개(a rainbow of skin tones)’라고 표현하면서 인종적 다양성이 없는 일부 패션쇼들이 이상(異常) 현상처럼 보인다고 언급했다. 그리고 이 기사는 모델 캐스팅의 변화를 설명하기 위해 미시간 대학교(University of Michigan)의 미국 문화 및 역사 교수인 티야 마일스(Tiya Miles)와의 인터뷰를 인용하였다. 마일스에 따르면 ‘백인 민족주의적 정체성(white nationalist identity)’이 날카로워지는 것에 대응하여 ‘유색인종, 특히 흑인들(people of color, particularly black people)’의 가시성과 목소리가 중요하다는 인식이 높아지고 있다고 하였다. 또한 이를 ‘흑인 권력 운동(black power movement)’이 ‘백인 중심주의(white centrality)’의 반발의 일부라고 덧붙였다. 기사는 인터뷰의 인용을 통해 특정 입장을 투영한다. 이러한 측면에서 흑백의 대립구도로 해석하는 학자의 인터뷰를 인용한 뉴욕타임즈도 패션 산업의 인종 문제를 흑인 대 백인이라는 이분법적 구도로 바라보는 태도를 취하며, DE&I에 관한 인종담론을 흑인과 백인으로 국한하여 생성하고 있다고 볼 수 있다.

한편 뉴욕타임즈의 기사에서 패션 산업의 종사자의 인종이 유색인종일 경우 그들의 경력과 업적의 평가에서 백인 종사자와는 달리 패션 산업의 구성원이 된 것만으로도 다양성에 기여했다는 평가가 내려졌다. 산업 내 인종 구성비의 다양성 측면에서 유색인종 비율은 측정 가능한 지표이지만 실제 그들의 업무 수

행 능력과 결과가 DE&I를 증진하였는가를 평가하고 있는지는 의문스럽다. 예를 들어 Vadukul(2020)의 기사 <‘We fascinated them’: Shailah Edmonds on a golden era of black models>와 Genzlinger(2019)의 기사 <Arthur McGee, fashion designer who broke racial barrier, dies at 86>를 비롯한 과거에 활동한 흑인 산업 종사자를 중심으로 한 일부 기사에서는 그들의 인종만으로 패션 산업의 다양성 증진에 기여한 것으로 평가했다.

2. 담론적 실천

현대 패션의 인종적 DE&I에 대한 사회적 담론은 온라인 기반의 소셜 미디어를 중심으로 대두되고 있다. 뉴욕타임즈 기사의 코퍼스 데이터에서도 ‘instagram’이 12위에 ‘twitter’가 84위에 위치하고 ‘influencers’, ‘youtube’, ‘hashtag’ 등의 소셜 미디어와 관련된 키워드들이 상위권에 있었다. 소셜 미디어의 사용자의 급증은 전체적인 미디어 지형에 영향을 미치고 있을 뿐만 아니라 저널리즘에도 지대한 영향을 미치고 있다. 역사적으로 전통적 미디어는 담론 생산의 주도적인 위치를 이용해 새로운 미디어를 특정한 형태로 프레임하려 한다(Kim, 2011). 전통적 미디어에 해당하는 신문기사 또한 주도적 미디어가 된 소셜 미디어에서 생성된 담론을 수집, 여과, 보도 등의 과정을 거쳐서 담론을 재생산하고 있다. 따라서 담론 생산의 주체로 소셜 미디어 사용자들을 꼽을 수 있으며, 뉴욕타임즈는 담론을 생산할 때 공론의 장으로서의 소셜 미디어에서 교환되는 정보, 대화 등에 큰 비중을 두고 있음을

알 수 있다.

뉴욕타임즈는 패션 산업 내 DE&I에 관한 인종담론을 생성할 때 우호적인 관점보다는 비판적인 관점의 태도를 취할 때가 많았다. 우선 우호적인 담론은 Friedman(2022)의 기사 <At the Oscars of American Fashion, a New Generation Rises>나 Dowd(2022)의 기사 <Edward Enniful Also Wears Prada> 등과 같이 패션 브랜드의 대표나 임원 등의 관계자들이나 디자이너 당사자와의 인터뷰를 단순히 인용하는 경우가 대부분이었다. 반면 비판적인 담론은 Hsu(2018)의 기사 <To Avoid More Racist Hoodies, Retailers Seek Diversity>이나 Eddy et al.(2022)의 기사 <Adidas Ends Partnership With Kanye West at a Considerable Cost> 등에서 볼 수 있듯이 DE&I와 관련된 일련의 사건을 상세히 기술하면서 소셜 미디어의 대중 또는 소비자의 반응을 제시한 다음 전문가, 평론가 및 분석가 등의 의견을 통해 사건의 원인과 결과를 분석하는 경향을 보였다.

한편 뉴욕타임즈는 텍스트 실천에서 살펴본 바와 같이 흑인을 중심으로 패션 산업 내 인종적 DE&I 담론을 형성하고 있다. 이는 미국 내 공권력에 의한 흑인 살해로 촉발된 인종차별 문제나 BLM 운동의 성장과 같은 사회적 분위기를 반영한 것으로 보인다. Dunivin et al.(2022)에 따르면 BLM 운동은 소셜 미디어와 뉴스 보도에 포착된 바와 같이 대중 담론을 운동의 의제로 변환하였으며, BLM에 대한 대중의 인식과 대중적 담론은 반인종주의 사상을 확산하는 역할을 하였다. 2017년부터 2022년까지 발행된 뉴욕타임즈의 패션 산업 내 인종적 DE&I와 관련된 연도별 기사 수<Fig. 4>를 살펴보면 2017년부터 2019년까지 늘어나다가

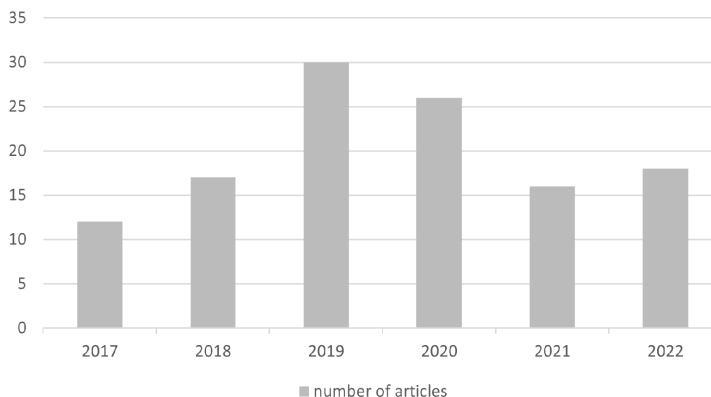


Fig. 4. The number of articles on race in the New York Times.

2020년부터 서서히 줄어들었다. 이는 BLM 운동과 깊은 관련이 있는데 Cohn and Quealy(2020)에 따르면 2018년에는 BLM 운동에 대한 여론이 부정적이었지만 2020년까지 점차 긍정적으로 변화하였다. 그리고 2022년 여론조사에 따르면 BLM 운동에 대한 지지율은 피로도도 인해 감소하는 양상을 보였다(Rahman, 2022). 따라서 뉴욕타임즈 또한 이러한 여론의 영향에 따라 흑인에 집중된 패션 산업 내 DE&I 인종담론을 생성한 것으로 사료된다.

나아가 뉴욕타임즈는 흑인을 유색인종의 대표로 설정하였을 뿐만 아니라 흑인과 백인의 이분법적 구도로 인종담론을 형성하고 있다. 이러한 이분법적 구도는 서양사상의 기저를 이루고 온 이분법적 사유에 근간을 두고 있으며 우리의 일상 인식과 학문 인식에 내재되어 우리의 진리관과 가치관에 영향을 미치고 있다. 이분법적 사유는 우리 삶의 여러 가지 문제점을 발견하고 예측할 수 있다는 장점이 있지만 현실을 주관중심적 관점에 의해 왜곡하여 사실을 있는 그대로 인식할 수 없게 한다(Lee, 1999). 즉, 이분법적으로 구성된 담론 또한 주관적으로 구성된 프레임으로 사실을 재구성하여 특정 이데올로기를 강화하고 헤게모니를 장악하도록 유도할 수 있다.

뉴욕타임즈는 패션 산업의 DE&I와 관련된 문제들을 지배계층과 종속계층의 대립구도로 설정하여 담론화하고 있다. 종속계층은 자신의 힘으로 정치적 주체가 될 수 없는 집단을 이른다(Park, 2017). 뉴욕타임즈는 권력을 행사하는 지배계층에 백인 집단을 위치시키고 그에 따르는 집단인 종속계층을 비백인 집단으로 설정하고 있다. 그리고 대립구도의 주축이 되는 종속계층 집단을 기사가 발행될 시점에 두드러지게 나타난 사회적 이슈에 주목하여 흑인 집단으로 선정하였다. 이러한 담론을 엄격하게 내집단과 외집단을 구분하여 구축하고, 내집단의 안전을 위협하는 단순하고 가시적인 외집단을 기반으로 하는 권위주의적 프레임 성격을 가지고 있다(Bolsover, 2020). 그리고 이와 같은 이분법적 구도는 인종문제를 흑인에게만 해당하는 문제로 축소하거나 흑인 이외의 비백인을 소외시키는 또 다른 문제를 수반한다.

또한 흑인을 권력관계의 약자로 설정하는 이분법적 구도는 흑인을 스스로 피해자와 약자라는 고정된 실체에 가두게 한다. Du Bois(1903)는 “이중의식(double consciousness)”과 “베일(veil)”의 개념으로 흑인

의식 문제를 이론화한다. 그에 따르면 아프리카계 미국인들은 흑인 미국인이라는 자아 개념에 사로잡혀 아프리카 문화를 자랑스러워하고 번성시키려 하지만 사회적으로 그들이 비생산적이고 나약하다는 의식을 내면화한다. 이 같은 스스로에 대한 고정관념은 자신이 가진 권리를 주체적으로 행사하는 것이 아닌 수동적인 입장에서 누군가에 의해 권리를 행사할 권한을 부여받아야 할 존재로 인식하게 한다. 나아가 백인과 흑인을 상반된 이해관계를 가진 집단들의 대립구도로 설정할 경우 흑인의 권리 투쟁이 이익집단의 투쟁으로 비취질 수 있다. 이러한 측면에서 이분법적 담론 구조는 권력관계의 이해에서 필연적이지만 현실을 축소하거나 왜곡하여 부적절한 인식을 심어줄 수 있다.

더불어 이분법적 사고는 양분화된 범주로 대상을 구분하여 다양한 측면의 해석을 무시하고 단순히 좋음과 나쁨으로 판단하도록 유도한다(Kim, 2002). 그리고 이분법적 사고에 기반을 둔 담론 또한 극단적이거나 양분화된 시각에서 사회적 상황을 인식하도록 영향을 미친다. 뉴욕타임즈의 패션 산업의 인종적 DE&I에 관한 보도도 이분법적으로 대상을 구분하여 양자 간의 대립을 선과 악 또는 옳고 그름으로 독자의 가치판단을 이끈다는 점에서 다양한 해석의 여지를 닫아두고 있으며 사회적 상황을 대립된 구도에서 펼쳐진 옳고 그름의 문제로 단순화하고 있다.

이렇듯 뉴욕타임즈 기사의 이분법적 구도는 현대 패션 산업의 인종적 DE&I와 관련된 문제의 대상을 사회적·시대적 상황에 맞추어 선정하고 그 범위를 한정하거나 축소하는 경향을 보인다. 그리고 이러한 이분법적 구도를 기반으로 한 담론은 대중으로 하여금 사회적 상황을 극단적이거나 양분화된 시각에서 인식하게 하고 선과 악 또는 옳고 그름의 단순한 가치판단을 유도하여 패션 산업 내 인종적 DE&I와 관련된 상황과 문제를 다양한 관점에서 해석하는 것을 방해할 수 있다.

3. 사회적 실천

DE&I의 증진에 대한 사회적 요구는 비단 패션 산업에만 요구되는 것이 아니라 다양한 분야와 영역에 요구되는 것으로 거대한 사회적 흐름이라 할 수 있다. 그리고 DE&I에 대한 담론이 활발하게 생성 및 재생산되고 있는 소셜 미디어는 대중의 의견을 공식화하고 사

회 내 인식을 높이고 시위를 조직하여 관행을 개혁하도록 국가에 압력을 가하는 역할을 수행한다(Carney, 2016). 사회의 변화와 대중의 반응에 민감하게 반응하는 특성을 가진 패션 산업은 DE&I에 관한 문제에 대한 대중의 해결 촉구나 개선의 요구를 빠르게 수용하려는 모습을 보인다. 특히 새로운 소비 주체 세대인 MZ 세대가 가치 중심의 소비 성향을 가지고 있기 때문에 인권 및 윤리와 밀접한 관련이 있는 DE&I는 패션 산업에서 점점 더 그 중요성이 커지고 있다. 이에 최근 패션 산업은 DE&I를 개선하고 증진하기 위한 다양한 정책 및 제도적 노력을 기울이고 있다.

먼저 가장 두드러지는 제도적 변화로는 기업 및 브랜드 내 DE&I 문제를 관리하고 감독할 수 있는 부서를 설립하거나 담당자를 고용하는 것이었다. 패스트 패션 브랜드 H&M을 비롯하여 프라다(Prada) 그룹, 나이키(Nike), 버버리(Burberry) 및 샤넬(Chanel) 등 많은 브랜드와 기업이 DE&I 관리 부서를 설립하여 관련 문제에 대응 및 개선하고 있었다(Chua, 2019). 그리고 패션 협회나 기업 차원에서의 DE&I에 관한 성명을 발표하거나 홈페이지에 DE&I 현황을 공개하고 있었다(Tillet & Friedman, 2020). 또한 사내 교육을 통해 DE&I가 실현될 수 있는 환경 구축하거나 다양성과 포용성에 기반을 둔 인재 양성을 위한 투자나 지원도 이어졌다(Friedman, 2020). 나아가 일부 패션 브랜드는 다양한 DE&I 정책과 제도를 수립하고 이를 홍보하여 혁신적 이미지를 얻고 있었다.

그러나 패션 산업이 인종적 DE&I를 트렌드로 활용한다는 지적을 받고 있다는 점을 간과할 수 없다. 예를 들어 일부 패션쇼에서는 일회성으로 유색인종 모델을 등장시키고 일부 패션 브랜드나 기업에서는 소수의 유색인종 임원을 임명하고 마케팅으로 활용하고 있다. 패션 산업은 변화에 민감하기 때문에 상황에 빠르고 유연하게 대응한다는 긍정적 측면이 있지만 관심이 쉽게 다른 곳으로 옮겨 간다는 부정적 측면 또한 공존한다(Friedman, 2019). 즉, 대중의 관심이 인종적 DE&I에서 다른 사회적 이슈로 옮겨가게 된다면 패션 산업은 투자나 지원을 트렌드가 될 새로운 이슈로 옮길 수 있다. DE&I는 현재 사회적으로 매우 중요하게 여겨지고 있을 뿐만 아니라 효과적인 DE&I 전략은 기업의 혁신성과 수익성을 높인다. 따라서 패션 산업의 DE&I를 위한 제도와 정책은 트렌드로서 활용되기 보다는 기업의 혁신성과 수익성 제고 차원에서 인종적

DE&I가 지속적으로 실천되는 산업 환경을 조성하는데 초점을 맞출 필요가 있다.

마지막으로 저널리즘의 영역에서 뉴욕타임즈는 유럽중심적이고 헤게모니적으로 조직된 패션 산업의 백인 위주의 지배 구조와 그 구조에서 우위를 차지하는 백인 집단의 행위를 정당화하는 패션 이데올로기를 거부하고 제지하기 위해 패션 산업 내 DE&I에 대해 비판적 담론을 생성하고 있다. 특히 뉴욕타임즈는 유색인종을 외면하는 사내 문화를 조성한 것으로 여겨지는 콘데 나스트 산하 패션 매거진 보그의 편집장 원투어의 책임론을 형성하고 있었다(Robertson, 2021). 총 13건의 기사가 콘데 나스트에 관한 기사로 이는 전체 기사의 약 10분의 1에 달하는 비중을 차지한다. 더불어 뉴욕타임즈는 산업 내 인종차별에 맞서고 있는 구성원이나 어려운 환경에서도 성취를 이뤄낸 구성원에 주목하고 있었다. 이를 통해 뉴욕타임즈가 패션 산업 내 DE&I에 관한 인종담론을 생산하여 패션을 산업의 영역에서 유색인종의 사회적 가치와 지위를 위한 저항과 투쟁의 영역으로 재구성하고 재구조화하고 있음을 알 수 있다.

이상의 분석을 종합한 뉴욕타임즈의 패션 산업 내 DE&I에 관한 인종담론의 담론구조는 <Fig. 5>와 같다. 패션 산업 내 인종적 DE&I에 관한 뉴욕타임즈의 보도는 패션 산업의 체계적인 인종차별과 흑인 구성원에 대한 인종차별 및 낮은 대표성을 자주 언급하고 있다. 이에 패션 산업 내 유색인종의 대표로 흑인을 내세워 흑인과 백인의 이분법적 구도의 인종담론을 생성하고 있었고, 패션 산업에서 인종적 DE&I가 실천되는 환경이 조성되어야 한다는 이념을 사회화하고 있었다. 그러나 뉴욕타임즈의 패션 산업 내 인종적 DE&I에 관한 기사들은 흑인 집단에게 벌어진 사회적 이슈에 지나치게 치중하여 소수자를 흑인 집단으로 한정하는 담론적 실천에서의 한계를 보였다. 또한 소비자나 대중에게 실질적 영향을 미치는 제품보다는 패션모델이나 패션쇼 등의 가시적으로 드러나는 영역에 중점을 두어 패션 산업 내 DE&I에 관한 인종담론을 생성하는 경향이 있었다. 이와 같은 뉴욕타임즈의 패션의 DE&I에 관한 인종담론 생성은 독자와 소비자의 인식과 사회적 요구에 영향을 미치고 나아가 패션 기업과 브랜드의 정책과 제도에 영향을 줄 수 있다는 점에서 저널리즘적 실천에서 점검과 재고가 필요하다.

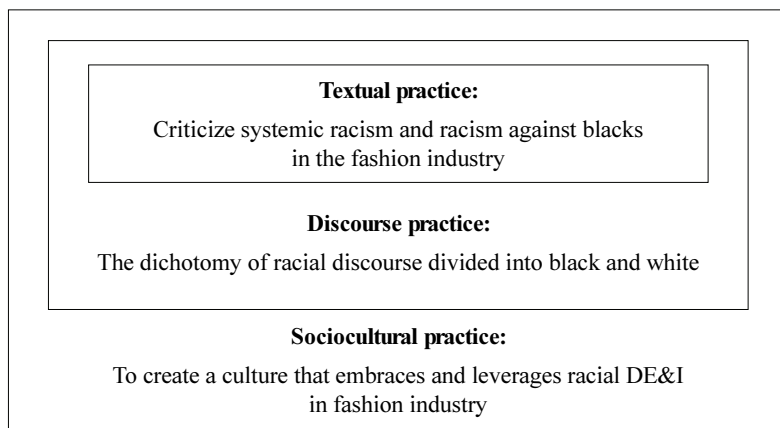


Fig. 5. The New York Times' discourse structure of race discourse on DE&I in the fashion industry.

V. 결 론

오늘날 글로벌 기업들은 다문화주의가 가져온 다양성이라는 시대적 요구에 직면하였으며, DE&I는 기업의 지속가능성의 필수 요소로서 그 중요성이 강조되고 있다. 최근 DE&I는 사회적 화두로 떠올라 이와 관련된 문제들은 소셜 미디어를 중심으로 대중의 비판적 담론을 양산하고 있는데, 현대 패션 또한 산업 내 인종적 DE&I 문제가 공론화되어 부정적 담론의 대상이 되고 있다.

패션 산업의 DE&I에 관한 사회적 담론은 사회적 지식, 권력, 사회 구성원의 이해관계 등의 다양한 사회적 요소들의 결합으로 생성된다. 또한 이렇게 생산된 사회적 담론은 언어에 그치지 않고 사람의 행위 혹은 행위의 산물에 적용되어 패션 산업 내부와 외부 모두에서 사회적 실천으로 그 의미가 발현된다. 따라서 본 연구는 현대 패션의 인종적 DE&I에 관한 담론이 사회와 문화에 깊은 관련이 있음에 주목하여 뉴욕타임즈가 형성한 인종담론을 중심으로 생산, 축소, 왜곡, 재생산 및 재구조화 등의 담론적 과정을 고찰하였다.

현대 패션의 DE&I에 관해 인종을 중심으로 작성한 뉴욕타임즈의 기사를 비판적 담론분석의 세 가지 차원에서 고찰한 결과는 다음과 같다. 첫째, 추출한 키워드들로 텍스트적 실천을 분석한 결과 흑인 패션 산업 종사자나 흑인의 권리 주장 운동에 관련된 키워드가 높은 비중을 차지하고 있었으며, 패션 업계의 백인 패권주의나 인종차별을 지적하는 키워드가 두드러졌

다. 이로써 뉴욕타임즈는 흑인을 주요 담론의 대상으로 하여 흑백의 이분법적 대립구도로 현대 패션의 DE&I에 관한 비판적 인종담론을 생성하고 있었다. 둘째, 담론적 실천을 분석한 결과 뉴욕타임즈 기사의 이분법적 구도는 현대 패션 산업의 인종적 DE&I와 관련된 문제의 대상을 사회적·시대적 상황에 맞추어 선정하고 그 범위를 한정하거나 축소하는 경향을 보였다. 셋째, 사회적 실천을 분석한 결과 뉴욕타임즈가 생성한 흑백의 이분법적 인종담론이 소셜 미디어를 중심으로 확산되어 패션을 산업의 영역에서 흑인의 사회적 가치와 지위를 위한 투쟁의 영역으로 재구조화할 수 있었다.

본 연구는 비판적 담론분석을 통하여 현대 패션의 인종적 DE&I를 다양한 층위에서 분석하였다. 나아가 정형화된 모델이 없는 비판적 담론분석 분석틀을 본 연구의 목적과 대상에 맞추어 코퍼스 분석과 결합하여 내용을 분석하였다. 이를 위해 기사의 텍스트를 정량적으로 전수 조사하였으며, 담론이 생성된 맥락, 의도, 목적 등을 파악하기 위해 어휘와 문법에 걸친 여러 차원에서 분석하는 과정을 수행하였다. 나아가 본 연구는 패션 저널리즘이 텍스트로 무엇을 어떻게 담론화하여 담론적 실천으로 확산되고 사회적 실천으로 발전되는지에 대한 분석을 시도함으로써 패션 담론과 사회의 연결고리를 심층적으로 살펴보았다는 점에서 의미가 있다. 이로써 본 연구는 표면적으로 드러나지 않은 담론의 함의를 파악하고 그것이 사회적으로 어떻게 실천되고 있는지를 포착하였다는 점에 그 의의

를 찾을 수 있다.

그러나 본 연구는 대표적 뉴스 미디어인 뉴욕타임즈를 분석 대상으로 삼았지만 한 매체에 국한된 분석으로 현대 패션의 인종적 DE&I에 대한 전체 담론으로 일반화할 수 없다는 한계를 가지고 있다. 그리고 키니스를 중심으로 추출한 키워드들뿐만 아니라 구축된 코퍼스 데이터는 담론분석 정확도의 한계점을 존재하게 한다. 따라서 다양한 매체를 대상으로 더욱 정교한 어휘 추출과 어휘 범위를 확대한 후속 연구가 필요하다고 사료되며 본 연구가 그 초석이 되기를 바란다.

1. 사사

이 논문은 박사 학위 논문의 일부임.

2. 연구윤리

해당사항 없음

3. 데이터 및 자료 가용성

해당사항 없음

4. 이해관계 상충

저자 EY는 2021년 4월부터 2023년 3월까지 본 학술지의 부편집위원장, 2023년 4월부터 편집위원이지만, 편집과정에 전혀 참여하지 않아 이해관계 상충 문제가 없음.

5. 연구비 지원

이 논문은 성균관대학교의 2022학년도 삼성학술연구비에 의하여 연구되었음.

6. 저자의 기여

MY는 자료 수집과 데이터 구축 및 분석을 담당하고 원고 작성을 주로 담당하였음. EY는 분석 내용의 검토와 연구 결과 도출을 감독하였음. 모든 저자가 최종 원고를 읽고 승인하였음.

7. 저자 정보

이명선 성균관대학교 의상학과, 겸임교수

임은혁 성균관대학교 의상학과, 교수

References

- Bolsover, G. (2020). Black lives matter discourse on US social media during COVID: Polarised positions enacted in a new event. *ArXiv:2009.03619*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2009.03619>
- Burns, L. D. (2019). *Sustainability and social change in fashion*. Fairchild Books.
- Carney, N. (2016). All lives matter, but so does race: Black lives matter and the evolving role of social media. *Humanity & Society, 40*(2), 180–199. <https://doi.org/10.1177/0160597616643868>
- Cavusoglu, L., & Atik, D. (2019, July 11–14). *A call for diversity and inclusion: Examining fashion experiences of minority women* [Conference session]. Global Fashion Management Conference, Paris, France. <https://doi.org/10.15444/GFMC2019.06.08.02>
- Chua, J. M. (2019, November 21). *Why fashion needs chief diversity officers*. Vogue Business Talent. <https://www.voguebusiness.com/talent/articles/chief-diversity-officers-inclusion-burberry-gucci-hm/>
- Cohn, N., & Quealy, K. (2020, June 10). *How public opinion has moved on Black lives matter*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/interactive/2020/06/10/upshot/black-lives-matter-attitudes.html>
- Dowd, M. (2022, August 26). *Edward Enniful also wears Prada*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2022/08/26/style/edward-enniful-fashion-editor.html>
- Du Bois, W. E. B. (1903). *The souls of black folk: essays and sketches*. AC McClurg & Company.
- Dunivin, Z. O., Yan, H. Y., Ince, J., & Rojas, F. (2022). Black Lives Matter protests shift public discourse. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 119*(10), Article e2117320119. <https://doi.org/10.1073/pnas.2117320119>
- Eddy, M., Friedman, V., & de La Merced, M. J. (2022, October 25). *Adidas ends partnership with Kanye West at a considerable cost*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2022/10/25/business/adidas-kanye-west.html>
- Entwistle, J., Frankling, C., Lee, N., & Walsh, A. (2019). Fashion diversity. *Fashion Theory, 23*(2), 309–323. <https://doi.org/10.1080/1362704X.2019.1567065>
- Fairclough, N. (2001). Critical discourse analysis. In A. McHoul, & M. Rapley (Eds.), *How to analyse talk in institutional settings: A casebook of methods* (pp. 25–38). Continuum.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Psychology Press.
- Foucault, M. (1972). *Archaeology of knowledge and the discourse on language* (A. M. Seridan Smith, Trans.). Pantheon Books. (Original work published 1969)
- Foucault, M. (2003). *Abnormal: Lectures at the Collège de France, 1974–1975* (Vol. 2). Macmillan.
- Friedman, V. (2019, June 12). *The resurrection of Dolce & Gabbana*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2019/06/12/fashion/dolce-gabbana-resurrection.html>
- Friedman, V. (2020, February 4). *Miuccia Prada will be getting sensitivity training*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2020/02/04/style/Prada-racism-City-Commission>

- n-on-Human-Rights.html
- Friedman, V. (2022, November 8). *At the Oscars of American fashion, a new generation rises*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2022/11/08/style/cfda-awards-2022.html>
- Friedman, V., Tillet, S., Paton, E., Testa, J., & Brown, E. N. (2021, March 4). *The fashion world promised more diversity. Here's what we found*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2021/03/04/style/Black-representation-fashion.html>
- Gee, J. P. (1999). *An introduction to discourse analysis: Theory and method*. Routledge.
- Genzlinger, N. (2019, July 29). *Arthur McGee, fashion designer who broke racial barrier, dies at 86*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2019/07/29/fashion/arthur-mcgee-dead.html#:~:text=McGee%2C%20said%20that%20he%20died,Avenue%2C%20Bloomingdale's%20and%20Bonwit%20Teller.>
- Gossett, T. F. (1997). *Race: The history of an idea in America*. Oxford University Press.
- Ham, S., & Kim, Y. (2014). Public relations as discourse struggles: An analysis on the construction conflict of power transmission facilities in Miryang-city. *Journal of Public Relations Research*, 18(1), 276–319. <https://doi.org/10.15814/jpr.2014.18.1.276>
- Harrison, D. A., Price, K. H., & Bell, M. P. (1998). Beyond relational demography: Time and the effects of surface- and deep-level diversity on work group cohesion. *Academy of Management Journal*, 41(1), 96–107. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/256901>
- Hsu, T. (2018, March 29). *To avoid more racist hoodies, retailers seek diversity*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2018/03/29/business/fast-fashion-diversity.html>
- Jansen, M. A. (2020). Fashion and the phantasmagoria of modernity: An introduction to decolonial fashion discourse. *Fashion Theory*, 24(6), 815–836. <https://doi.org/10.1080/1362704X.2020.1802098>
- Jeremy, H. (1998). *A concise glossary of contemporary literary theory* (3rd ed.). Hodder Education Publishers.
- Kim, D. J. (2018). Study on racial theories and transformation of passing discourse in the U.S. *The Journal of English Cultural Studies*, 11(3), 73–94. <https://doi.org/10.15732/jecs.11.3.201812.73>
- Kim, H. G. (2011). An analysis of social media discourse on the agent in the press. *The Journal of the Korea Contents Association*, 11(6), 242–251. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2011.11.6.242>
- Kim, J. H. (2002). Irrational cognitive strategies and stress. *Korean Journal of Health Psychology: Health*, 7(2), 287–315.
- Köllen, T., Kakkuri-Knuutila, M.-L., & Bendl, R. (2018). An indisputable “holy trinity”? On the moral value of equality, diversity, and inclusion. *Equality, Diversity and Inclusion*, 37(5), 438–449. <https://doi.org/10.1108/EDI-04-2018-0072>
- Lee, C. J. (1999). Dualistic thinking and post-dualistic thinking: From a point of psychoanalysis. *Journal of The Society of Philosophical Studies*, 46, 139–167.
- Lee, C. S. (2015). *한국 사회의 인종차별적 담화구조: 코퍼스 기반 미디어 비평담화 분석 관점에서* [Racist discourse structure in Korean society: From the perspective of corpus-based media criticism discourse analysis]. Chimmundang.
- Lee, E. (2020, December 15). *The white issue: Has Anna Wintour's diversity push come too late?* The New York Times. <https://www.nytimes.com/2020/10/24/business/media/anna-wintour-vogue-race.html>
- Leri, A. (2020). How firms fail at D&I: Inclusion, hegemony, and modest fashion. *Journal of Business Anthropology*, 9(2), 301–316. <https://doi.org/10.22439/jba.v9i2.6126>
- McKay, P. F., Avery, D. R., & Morris, M. A. (2009). A tale of two climates: Diversity climate from subordinates' and managers' perspectives and their role in store unit sales performance. *Personnel Psychology*, 62(4), 767–791. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2009.01157.x>
- Meyersohn, N. (2022, October 25). *Kanye West's ugly break-up with Adidas and Gap shows the risks of celebrity partnerships*. CNN Business. <https://edition.cnn.com/2022/10/25/business/celebrity-brand-partnerships-risk/index.html>
- Mondal, S. (2021, September 15). *Diversity and inclusion: A complete guide for HR professionals*. Ideal. <https://ideal.com/?s=Diversity+And+Inclusion%3A+A+Complete+Guide+For+HR+Professionals>
- Oh, S. M., Lee, H. A., Jang, K. S., & Kim, Y. W. (2012). Analyzing discourse competition about the free school meal case in the context of the critical public relations perspective. *Korean Journal of Communication Studies*, 20(2), 73–103.
- Oswick, C. (2010). The social construction of diversity, equality and inclusion: an exploration of academic and public discourses. In G. Healy, G. Kirton, and M. Noon (Eds.), *Equality, inequalities and diversity: Contemporary challenges and strategies* (pp. 18–36). Palgrave Macmillan.
- Oswick, C., & Noon, M. (2014). Discourses of diversity, equality and inclusion: Trenchant formulations or transient fashions? *British Journal of Management*, 25(1), 23–39. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2012.00830.x>
- Park, D. (2017). *‘개념’ 없는 사회를 위한 강의: 변화를 향한 소수자의 정치전략* [A lecture for a society without ‘concepts’: Minority political strategies for change]. Owlulibom
- Paton, E. (2018, March 19). *I feel like I am part of a great mo-*

- ment'. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2018/03/19/fashion/african-models-fall-2018-fashion-weeks.html>
- Pelled, L. H., Eisenhardt, K. M., & Xin, K. R. (1999). Exploring the black box: An analysis of work group diversity, conflict and performance. *Administrative Science Quarterly*, 44(1), 1–28. <https://doi.org/10.2307/2667029>
- Phillips, N., & Hardy, C. (2002). *Discourse analysis: Investigating processes of social construction*. Sage Publications.
- Rahman, K. (2022, May 19). Support for Black lives matter plummets among African Americans: Poll. *Newsweek*. <https://www.newsweek.com/support-black-lives-matter-plummets-among-african-americans-poll-1708122>
- Robertson, K. (2021, December 4). *Condé Nast knows faded glory is not in style*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2021/12/04/business/media/conde-nast-anna-wintour.html>
- Sabharwal, M. (2014). Is diversity management sufficient? Organizational inclusion to further performance. *Public Personnel Management*, 43(2), 197–217. <https://doi.org/10.1177/0091026014522202>
- Shin, J. J., Choi, S., Lee, R., Lee, C. W., & Yu, S. (2013). *A study of anti-racial discrimination policy: A case study of USA, Canada and Australia* (IOM MRTC Research Report Series No. 2013-05), Migration Research and Training Center. https://www.mrtc.re.kr/eng/data/02.php?admin_mode=read&no=176&make=&search=&s_url=
- Taylor, C., & Marchi, A. (2018). *Corpus approaches to discourse: A critical review*. Routledge.
- Tillet, S., & Friedman, V. (2020, June 24). *It's time to end racism in the fashion industry. But how?*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2020/06/24/style/fashion-racism.html>
- Vadukul, A. (2020, June 12). *'We fascinated them': Shailah Edmonds on a golden era of black models*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2020/06/12/style/shailah-edmonds-black-model-1970s.html>
- Van Dijk, T. A. (2015). Critical discourse analysis. *The Handbook of Discourse Analysis*, 466–485. <https://doi.org/10.1002/9781118584194.ch22>
- Weiss, C. H. (1974). What America's leaders read. *Public Opinion Quarterly*, 38(1), 1–22. <https://doi.org/10.1086/268131>
- Wodak, R. (2001). What CDA is about: A summary of its history, important concepts and its developments. In R. Wodak, & M. Meyer (Eds.), *Methods of critical discourse analysis* (pp. 1–14). SAGE Publications.
- YW Boston. (2019, March 26). *Beyond the DE&I acronym: What are diversity, equity, and inclusion?* <https://www.ywboston.org/2019/03/beyond-the-acronym-dei/>