

사회적 이슈를 반영한 패션 영상에 관한 연구

조윤수*·박선희

이화여자대학교 패션디자인전공 박사*
이화여자대학교 패션디자인전공 교수

요약

현대 패션 영상은 표현 방법과 표현 주제에 있어 다양한 양상을 보이며 전개되고 있다. 최근에는 아이러니 하게도 패션 상품의 과잉생산과 과잉소비에 대한 경각심을 불러일으키는 패션 영상이 출현하고 있다. 이에 본 연구는 현대사회에 내재해 있는 패션과 관련된 사회문제를 패션 영역에서 다루고 있는 모순적인 현상을 살펴보고 패션 영상에 표현 주제로 나타난 사회적 이슈를 분석하고자 한다. 연구의 목적은 첫째, 패션 영상의 개념과 역사를 분석함으로써 이론적 근간을 마련한다. 둘째, 패션 영상의 발전, 전개 사항을 분석하고 표현 방법을 살펴봄으로써 표현 도구으로써 패션 영상의 특징과 가치를 규명하고자 한다. 셋째, 패션 영상에 나타난 사회적 이슈를 파악하고 사회적 역할을 하는 표현 주제를 도출함으로써 디자인 도구으로써 패션 영상의 창의적 표현을 위한 연구의 기초가 되는 데 목적이 있다. 본 연구는 문헌연구와 사례연구를 병행하며, 그 내용과 방법은 다음과 같다. 패션 영상의 개념과 역사를 문헌과 선행연구를 통해 분석한다. 특히, 패션 영상의 질적·양적 성장을 이룬 2000년 이후에 발표된 패션 영상을 살펴보고 발전과정을 분석한다. 사례 분석을 통해 패션 영상의 주제와 내용 및 표현 방법을 살펴보고 사회적 역할을 하는 패션 영상의 사례를 구분한다. 사회적 이슈와 관련된 패션 영상의 사례를 표현 주제별로 나누어 내용 및 제작 방법을 분석한다. 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 패션 영상은 작가의 상상력을 바탕으로 디자인 요소뿐만 아니라 이미지, 스타일, 감성, 음악, 메시지 등 다양한 의미의 패션 이미지로 표현된 창작물로 정의할 수 있었다. 둘째, 패션 영상은 패션 브랜드의 홍보 개념을 넘어 컨템퍼러리 아트로서의 기능을 하며 표현 주제가 다양하게 변화하고 있었다. 특히, 아티스트가 제작한 패션 영상은 예술적 표현과 사회적 메시지를 강조하고 있었으며, 브랜드의 영상은 아티스트와의 협업으로 예술표현을 통해 상업적 가치를 전달하고 있었다. 셋째, 사회적 역할을 하는 패션 영상은 표현 주제로 지속 가능성, 양극화, 불평등, 다양성을 다루고 있었으며, 표현 기법은 실사, 모션 그래픽, 애니메이션 등으로 다양하게 확장되고 있었다. 앞으로도 지속적인 연구를 통해 다양한 디자인 방법과 사회적 의미를 더한 패션 영상이 계획되기를 기대한다.

주제어 : 패션 영상, 사회적 이슈, 지속 가능성, 양극화, 불평등, 다양성

본 논문은 박사학위 논문의 일부임.

+교신저자: 조윤수, yunsue@hanmail.net

접수일: 2020년 3월 30일, 수정논문접수일: 2020년 5월 3일, 게재확정일: 2020년 5월 4일

I. 서론

패션의 표현 세계가 확장되고 디지털 문화가 보편적인 일상 문화로 자리 잡으며 수많은 시각 이미지와 영상 데이터가 생산됨에 따라 패션은 머무를 수 없는 양상으로 전개되고 있다. 초기의 패션 영상은 디자이너의 컬렉션, 트렌드의 소개, 제품의 제작 과정 등을 사실적으로 나타내는데 집중했으나, 오늘날의 패션 영상은 패션 브랜드와 디자이너의 홍보 개념을 넘어 컨템퍼러리(contemporary) 아트로써의 기능을 하고 있다. 다른 영역과의 콜라보레이션을 통해 기존과 다른 형태의 패션 영상을 발표하고 있으며, 패션과 관련된 여러 이슈들을 생성함으로써 브랜드를 홍보하기도 한다. 또한 예술성과 사회적 메시지를 동시에 전하는 패션 영상이 등장하고 있으며, 적극적으로 사회적 역할을 주도하는 새로운 사례들이 나타나고 있다. 이에 본 연구는 패션 영상을 구체적 사례를 통해 분석하고 패션 영상에 표현된 사회적 의미를 분석하고자 한다. 본 연구의 세부 목적은 다음과 같다. 첫째, 패션 영상의 개념과 관련 개념을 분석하여 이론적 근간을 마련한다. 둘째, 패션 영상의 발전 및 확장 과정을 분석하고 표현 방법을 살펴봄으로써 패션 영상의 표현 도구로서의 특징과 가치를 규명한다. 셋째, 패션 영상에 나타난 사회적 이슈를 파악하여 패션 영상을 통해 표현되는 사회적 주제를 도출하고 효율적인 디자인 도구의 적용을 위한 정보 체계 연구의 기초가 되는 데 목적이 있다.

본 연구는 문헌연구와 사례연구를 병행하며, 그 내용과 방법은 다음과 같다. 첫째, 이론적 배경이 되는 패션 영상의 개념과 발전과정을 문헌과 선행연구 및 사례를 통해 분석한다. 특히, 패션 영상의 질적·양적 성장을 이룬 2000년 이후에 발표된 패션 영상을 살펴보고 그 표현 방법을 분석한다. 둘째, 사례 분석을 통해 패션 영상의 주제와 내용 및 표현 방법을 살펴보고 사회적 역할을 하는 패션 영상의 사례

를 구분한다. 셋째, 사회적 이슈와 관련된 패션 영상의 사례를 주제별로 나누어 내용 및 제작 방식을 분석한다. 사례 분석을 진행하기 위한 방법으로는 전문적인 패션 영상 채널을 통하여 분석한다. 전문적인 패션 영상 채널로 세계적으로 영향력 있는 사진 작가이자 패션 아트 디렉터인 닉 나이트(Nick Knight)가 2000년에 창립하고 운영하고 있는 쇼스튜디오닷컴(www.showstudio.com)과 패션 크리에이티브 디렉터(creative director) 제퍼슨 해크(Jefferson Hack)가 2010년에 설립하고 편집자가 선별하여 업데이트하는 나우니스(www.nowness.com)에서 구체적 사례를 분석한다. 또한 제작자가 직접 업데이트하는 웹사이트인 유튜브(www.youtube.com)와 비메오(www.vimeo.com)에서 아티스트와 패션 브랜드가 협업하거나, 전문 패션 아트 디렉터가 제작한 패션 영상을 구분하여 분석한다.

II. 패션 영상에 관한 이론적 고찰

1. 패션 영상의 개념

국내외 선행연구들을 통해 살펴본 패션 영상의 개념은 다음과 같다. 먼저 Khamis and Munt(2010)는 패션 영상을 패션에 대한 창작물으로써 패션 관련 동영상, 애니메이션, 광고, 사진 등을 포괄하여 정의하였다. Chang and Yang(2010)은 패션 영상은 평면 위에서 멈추어 있는 비주얼을 벗어나 움직임이 있는 영상 비주얼을 만들고, 소비자와 커뮤니케이션 하는 것으로 보았다. Kim(2013)은 영상 패션은 패션의 메시지를 어떻게 전달할 것인가의 문제, 그리고 그 전개 방식과 소통의 과정을 다양한 아티스트들과의 협업을 통해 예술적 영상의 미학으로 표현한 독립적인 장르라고 할 수 있다고 했다. 한편, Kim(2017)은 ‘패션 영상’을 ‘영상 패션’과 함께 사용하면서 ‘영상매체를 통해 기록 및 표현하고 전달

하는 사진, 동영상 등을 포함한 패션 분야에서 활용되는 영상물을 통칭하는 개념'으로 보았다. 이와 같이 패션 영상은 패션 이미지(fashion image)를 원천으로 하며 패션 그래픽(fashion graphic)의 창작물을 움직임과 시간의 개념에 적용하여 표현하는 동적인 영상물을 의미한다고 볼 수 있다. 패션 영상은 영상을 표현 매체로 하여 패션 스타일, 디자인, 실루엣, 소재, 컬러, 감성, 음악, 메시지 등 패션에 대한 모든 생각과 패션 이미지 전체를 표현한 창작물로 정의할 수 있다.

패션 영상의 개념을 설명하는 데 있어 근본적 원천이라 할 수 있는 패션 이미지는 실루엣과 컬러 및 소재 등의 디자인 요소뿐만 아니라 패션에 대한 다양한 의미를 표현한 포괄적인 패션의 모습이다. Kim(2008)에 의하면 이미지는 '인간이 자극 대상에 대해 가지는 상'이며 '생각을 구성하는 가장 근본적인 요소'이다. Berger(2013)는 이미지는 재창조되었거나 재생산된 시각이라고 했다. Lee(2014)는 "이미지는 현실을 있는 그대로 보여 주거나 혹은 현실이 아닌 상상의 세계를 표상화(representation)한 것이다"라고 정의하였다(p. 429). 이미지는 인간의 감각기관으로부터 지각되어 정신적으로 형성된 것으로 볼 수 있다. Kim(2015)에 따르면 패션 이미지는 형태와 색채 및 재질 등의 디자인 요소들의 시각적 특징에 의하여 형성되는 패션에 대한 총체적 느낌 또는 지각으로 정의되어왔다. Kim(2017)에 의하면 패션 이미지는 정적인 상태로 머물러 있지 않으며 현실의 패션의 모습을 그대로 재현시킨 것이 아닌, 패션에 대한 운동과 시간성을 지닌 사건이며 역동적 표현을 통해 다양한 의미를 담아낸 패션의 모습이다. 이와 같이 패션 이미지는 인간의 미의식을 바탕으로 한 패션의 외적 형태에 대한 시각적 결과를 형성할 뿐만 아니라, 시간성을 지닌 동적 형태로서의 사건이 될 수 있으며 개인과 사회의 다양한 의미를 담아낸 표현물로 정의할 수 있다.

패션 영상의 개념을 설명하기 위하여 패션 이미지를 정의하였으나, 실제로 패션 영상에 움직임으로 나타나는 '상'은 패션 이미지의 범위에서 구체화된 패션 그래픽이라 할 수 있다. 패션 이미지는 패션의 세계를 표상화한 것으로 총체적 개념으로 볼 수 있으며, 패션 그래픽은 보다 구체적인 산물이다. 패션 그래픽은 패션 분야에 적용된 '그래픽'의 개념으로서 패션 산업에 등장하거나 배치된 모든 디자인 표현들을 포괄한다. 즉, 아날로그와 디지털을 넘나들며 시각적으로 그려진 패션 분야의 모든 것을 지칭할 수 있는데, 이에 대한 근거는 오늘날 '그래픽'이라는 개념 자체의 확장을 언급하는 다수의 사전과 선행연구들을 통해 찾을 수 있다. *Dictionary of Art*(2004)에서는 '그래픽'을 일컬어 '1950년대 이후 그 영역이 급속히 확대되는 중'으로 설명하며 그 개념을 열어두었다. 그래픽의 개념이 현대 다량의 인쇄 복제를 수단으로 한 평면적인 디자인의 분야를 넘어서고 있듯이, 패션 그래픽의 개념 역시 확장되어 가고 있다. 오늘날 패션 그래픽의 개념은 추상적 세계의 패션 이미지를 구체적으로 시각화한 창작물 전체를 포함하며 그 방법과 도구는 점차 진화하고 있다.

패션 영상의 관련 개념으로 패션 이미지, 패션 그래픽을 정의하였다. 패션의 세계를 표상화하는 개념으로서 가장 상위의 포괄적 개념에 해당하는 패션 이미지는 패션 그래픽과 패션 영상 등의 감각적 표현 매체로 구체화할 수 있다. 또한 패션 이미지를 시각화시켜 그리거나 배치한 모든 창작물을 패션 그래픽이라고 할 수 있으며, 여기에 특히 시간과 움직임의 요소가 개입되었을 때 비로소 패션 영상의 개념이 성립된다. 이와 같은 개념을 전제하고 '패션 영상'이라는 용어의 실제적 국내외 어휘 용례를 살펴보면, 유사 용어와의 비교에서부터 시작된다. 현재 패션 분야에서는 '패션 영상', '패션 필름(film)' 등의 용어들이 혼용되어 쓰이고 있으나, '필름'이라는 용어는 '영화(film)'와 동의어

로 사용되고 있기 때문에, 본 연구에서는 ‘패션 영상(fashion film)’으로 용어를 통일하여 사용하였다.

패션 영상은 디지털 기술의 발달로 급속한 발전을 이루었다. Kim and Kim(2013)에 의하면 패션 영상은 기존에 제공하던 잡지나 사진 등에 새로운 인터랙션의 가능성을 열어주었으며 물리적인 형태의 커뮤니케이션 형태를 넘어서 사이버 공간이라는 시간과 공간의 제약 없이 고객과 소통할 수 있게 해주었다. 패션 영상은 사진과 일러스트레이션과 같은 정적인 그래픽의 형태를 넘어서서, 이미지, 움직임, 텍스트, 사운드가 통합된 멀티미디어로써, 동적, 시청각적, 공감각적인 창작물이다.

2. 패션 영상의 발전 및 확장

최초의 패션 영상은 20세기 초 극적인 설정과 내러티브(narrative) 및 다양한 영화적 표현기법을 통해 필름을 연출한 조르주 멜리에스(Georges Méliès)가 제작한 <Figure 1>의 『Mystère corsets』로 전해지고 있다. Uhlirova(2013)에 의하면 이 영상은 ‘코르셋’이라는 패션 아이템을 소재로 연출했다는 점에서 역사상 최초의 패션 영상으로 알려져 있다. 멜리에스는 프랑스의 마술사이자 영화 제작자이며 초창기 영화제작 기술과 장르 발전을 이끈 선구자로 평가받으며 여러 가지 특수효과 개념을 고안해 영화에 도입한 것으로도 유명하다. 그중에는 정지 트릭(화면 신을 끊고 다른 것으로 대체하는 것), 다중노출, 타임랩스(time-lapse), 디졸브(dissolves) 기법, 핸드 페인팅 등이 있으며 『Mystère corsets』에도 이러한 특수효과가 사용되었다. 멜리에스의 작품은 쥘 베른(Jules Verne)의 소설처럼 환상적이고 초현실적인 여행을 다룬 작품이 많다. Park(2018)에 의하면 당시의 패션 영상은 패션 연극(fashion play)과 비슷한 형식으로 제작이 되었고 뉴스릴(newsreel)을 통해서 대중에게 널리 퍼지게 되었다.

시대를 지나 1960년대의 패러다임을 가장 잘 표현한 패션 영상 중 하나는 미국 패션 디자이너 루디 건릭(Rudi Gernreich)의 작품이다. 건릭은 새 시대에 맞춰 오트쿠튀르(Haute couture)가 제안해왔던 아름다움을 타파하며 패션계에 새로운 바람을 일으켰다. 그는 패션 자체뿐만 아니라 패션이 파급할 수 있는 사회적인 영향력에 주목하고, 패션이라는 매개체를 통해 자신의 미의식과 진취적인 신념을 표현하였다. 이러한 건릭의 혁신성은 최근 발췌된 패션 영상으로 다시 한번 주목받았다. <Figure 2>의 『Basic Black』이라는 제목의 패션 영상은 페기 모핏(Peggy Moffitt)의 미학적인 퍼포먼스로 시작되며, 모노키니(monokini), 노브라(no-bra), 퍼비키니(pubikini)와 건릭의 전위적인 작품세계를 볼 수 있다. 또한 펜디(Fendi)의 패션 영상 <Figure 3>의 『Histoire d'Eau』는 2013년, 펜디가 자사를 홍보하기 위해 파리 사진 전시회 『The Glory of Water』에서 디지털로 복원하여 공개되었다. 이는 당시 펜디의 첫 번째 레디 투 웨어 컬렉션의 론칭을 기념하기 위해 제작된 단편영화 형식의 패션 영상이다.

세기가 지나며 패션 영상은 패션 산업과 멀티미디어의 발전과 함께 그 영역이 확장되었으며 기술적 진보를 이루었다. 패션 브랜드는 패션 영상을 대중과 소통하는 커뮤니케이션의 도구로 사용하며 패션 아이템에 대한 새로운 정보나 서비스, 브랜드 역사, 스토리 등을 직접 또는 간접적으로 전달하고 있다. 또한 브랜드마다 독특한 형식으로 브랜드 이미지와 정체성을 표현하고 있다. 샤넬(Chanel)의 <Figure 4> 『Le Film』은 클래식 아이템 ‘N°5’를 위한 패션 영상으로 뮤지컬 영화 『Moulin Rouge』를 패러디하였다. 배우 니콜 키드먼(Nicole Kidman)을 주인공으로 하여 영화의 스토리를 각색한 쇼트 필름(short film) 형식이다. 프라다(Prada)의 <Figure 5> 『A Therapy』는 한 테라피스트(therapist)가 상담을 받으러 온 여성 환자의 프라다 모피를

입고 싶어 하는 스토리로 구성하였다. ‘프라다는 누구에게나 어울려(Prada Suits Everyone)’라는 카피 문구와 영화의 한 장면과도 같은 영상은 프라다가 지향하는 브랜드 이미지를 표현하고 있다. 이와 같이 패션 브랜드는 컬렉션 쇼 외에도 자사의 온라인 홈페이지와 여러 매체를 통해 브랜드 영상과 아이템을 소개하고 있다. 또한 스마트폰의 보급과 더불어 브랜드 이미지를 반영한 애플리케이션을 개발하여 시즌 아이템 정보와 영상을 제공하고 있다. 이러한 멀티미디어의 발달로 패션 영상은 파급효과가 큰 강력한 커뮤니케이션 매체로 성장하였다. 특히 유튜브와 같은 영상 공유 웹과 페이스북(Facebook), 인스타그램(Instagram) 등의 소셜 미디어(social media)를 통해 제품과 브랜드를 소개하는 영상이 다양한 형태로 제공되고 있다.

오늘날의 패션 영상은 패션 브랜드의 홍보 개념을 넘어 컨템퍼러리 아트로써의 기능을 하고 있다. 다른 영역과의 콜라베이션이 하나의 트렌드로 대두되면서 패션 브랜드에서는 아티스트와의 협업을 통해 예술성을 부여하며 새로운 형태의 패션 영상을 발표하고 있다. 기존의 패션 영상이 브랜드를 상징하는 이미지와 아이템, 뮤즈를 통해 브랜드를 홍보하는 내용이었다면, 현재 패션 영상은 제작 목적을 알 수 없는 스토리 전개로 시선을 끌며 한 것에 작가의 색채와 감성을 표현하기도 한다. 예를 들면 프라다의 <Figure 6> 『Prada First Spring』은 중국을 배경으로 시공간을 초월한 극적인 전개를 이루고 있는데, 영상이 한 프레임씩 이동할 때마다 연계성 없는 스토리로 기이한 정서를 유발하고 있다. 프라다의 전반적인 시즌 이미지를 전달하고 있으며 직접적인 브랜드 소개를 하지 않는다. 동일한 시간에 공존할 수 없는 다른 시대, 다른 국가, 다른 인종의 사람들을 한 공간에 묘사하여 동양과 서양, 근대와 현대를 표현하고 있다. 이 미학적인 영상은 르네 마그리트(René Magritte)의 『Golconde』를 오마주(hommage)로 패러디하였으

며 스토리를 이어주는 대사 없이 구성하였다. 이와 같이 패러디는 현대 패션 영상에서 종종 사용되는데 구찌(Gucci)의 영상에서도 등장한다. 그 예로 <Figure 7>의 『Gucci and Beyond』는 글렌 러치포드(Glen Luchford) 감독과 콜라베이션한 작품으로 영화 『Star Wars』와 『Jurassic Park』을 패러디하여 구찌 브랜드를 복고풍의 친근한 이미지로 표현하였다. 이외에도 아디다스(Adidas)의 <Figure 8> 『Original is Never Finished』는 음악 『My Way』를 삽입하여 뮤직비디오 형식으로 제작한 패션 영상이다. 명화를 패러디하는 장면과 화면분할, 다양한 효과로 아디다스의 액티브한 브랜드 이미지를 표현하고 있다. 현대 패션 영상은 아티스트와 콜라베이션 하여 디자이너의 미의식을 표현하고 있는데 디자이너 브랜드 가레스 퓨(Gareth Pugh)는 주로 아티스트의 퍼포먼스를 통해 불안과 긴장의 요소를 표현하고 있다. 가레스 퓨의 <Figure 9> 『Hybridation』은 프랑스 화가, 조각가이자 연기자인 올리비에 드 사가잔(Olivier de Sagazan)과 닉 나이트와 공동 작업하여, 인간의 강박적인 심리를 퍼포먼스로 표현하였다. 진흙 속에 숨겨진 진짜 모습의 얼굴을 찾아야 한다는 메타모포시스(metamorphosis)적인 은유로 감상자에게 불편한 심리와 동시에 예술성을 부여한 작품이다. 이와 같이 패션 영상은 다양한 소재와 미디어의 사용, 그리고 아티스트와의 콜라베이션으로 사용 영역이 확장되고 주제 표현에 있어 자유로워지고 있다.

최근 뮤직비디오나 드라마 형식의 독립영화로 제작되고 있는 패션 영상이 눈에 띄는데 브랜드보다 스토리에 중점을 둔 영화로 제작되고 있다. 더 엑스엑스(The XX)와 캘빈 클라인(Calvin Klein)의 <Figure 10> 『I Dare You』는 뮤지션 더 엑스엑스의 뮤직비디오로 스토리가 있는 드라마 형식의 패션 영상이다. 패션 디자이너 라프 시몬스(Raf Simons)와 콜라베이션 하였으며, 영화감독 아라스데어 맥렐란(Alasdair McLellan)이 디렉팅 하여 영화 같

은 장면을 연출했다. 샤넬의 <Figure 11> 『The Tale of a Fairy』는 한 집을 소유한 사람들의 갈등과 사랑을 그린 단편영화 형식의 작품이다. 브랜드 홍보 영상이라기보다 영화에 가까우며, 모든 배우가 착용한 아이템과 배경에 샤넬 제품이 사용되어 간

접적으로 브랜드 이미지를 표현하고 있다. 이와 같은 영화 형식의 패션 영상으로 켄조(Kenzo)의 <Figure 12> 『The Everything』은 특별한 능력을 가진 10대 소녀의 가족이 살아가는 이야기로 구성하였다. 패션 디자이너 움베르토 레옹(Umberto Leon)



Figure 1. 『Mystère corsets』.
Captured by the author from
Change Before Going
Productions. (2012).
<https://www.youtube.com>



Figure 2. 『Basic black』.
Captured by the author from
Hintmag. (2016).
<https://www.youtube.com>



Figure 3. 『Histoire d'Eau』.
Captured by the author from
Fendi. (2013).
<https://www.youtube.com>



Figure 4. 『Le Film』.
Captured by the author from
Chanel. (2012).
<https://www.youtube.com>



Figure 5. 『A Therapy』.
Captured by the author from
Prada. (2012).
<https://www.youtube.com>



Figure 6. 『Prada First Spring』.
Captured by the author from
Prada. (2010).
<https://www.youtube.com>



Figure 7. 『Gucci and Beyond』.
Captured by the author from
Gucci. (2017).
<https://www.youtube.com>



Figure 8. 『Original is Never Finished』.
Captured by the author from
Brand Strategist. (2017).
<https://www.youtube.com>



Figure 9. 『Hybridation』.
Captured by the author from
Knight et al. (2017).
<https://showstudio.com>



Figure 10. 『I Dare You』.
Captured by the author from
The XX. (2017).
<https://www.youtube.com>



Figure 11. 『The Tale of a Fairy』.
Captured by the author from
Chanel. (2011).
<https://www.youtube.com>



Figure 12. 『The Everything』.
Captured by the author from
Kenzo. (2018).
<https://www.youtube.com>

과 협업하였으며 밀라 요보비치(Milla Jovovich)가 알렉산드라 쉵(Alexandra Shipp)의 엄마로 연기하였다. 영화 속에 등장하는 캐릭터의 성격과 겐조의 제품으로 브랜드 이미지를 표현하고 있다. 이와 같이 패션 영상은 계속 진화하고 있으며 광고 커뮤니케이션의 기능뿐만 아니라 예술로써 한 분야로 자리매김하고 있다.

III. 패션 영상과 사회적 이슈

패션의 표현 세계가 확장되고 발전됨에 따라 패션의 역동성이 과거에 상상할 수 없던 새로운 모습으로 전개되고 있다. 디지털 문화가 보편적인 일상 문화로 자리 잡고 수많은 시각 이미지와 영상 데이터가 생산됨에 따라 패션은 머무를 수 없는 양상으로 전개되었다. 초기의 패션 영상은 디자이너의 컬렉션, 당시의 패션 트렌드를 소개하거나 제품 이미지와 제작 과정을 사실적으로 홍보하는 데 집중했다. 그러나 오늘날 패션 영상은 패션 이미지와 브랜드 아이덴티티를 직접 또는 간접적으로 전달하며 패션과 관련된 여러 이슈들을 생성함으로써 브랜드를 홍보하며 사회적 역할을 하고 있다. Choi(2015)는 “사회적 디자인(social design)은 사회와 디자인의 유기적 관계에 집중하고, 사회적 문제나 현상들을 디자인으로써 풀어내는 디자인의 사회 개혁의 효과를 강조한다”라고 하였다(p. 6). 현재 패션 영상은 미에 대한 개념을 새롭게 정의하기도 하고, 아이러니하게도 소비문화를 비판하기도 하며, 인종, 종교, 전쟁, 환경 등의 사회적 문제를 전달하는 역할을 하고 있다. 이에 본 연구에서는 이러한 사회적 이슈를 일으키고 있는 패션 영상을 표현 주제에 따라 분류하여 다음과 같이 지속 가능성, 양극화, 불평등, 다양성으로 나누어 살펴보겠다.

1. 지속 가능성

패션 산업 전반에 ‘지속가능, 자원순환, 리사이클(recycle), 업사이클(upcycle)’이라는 키워드가 부상하며 패션 영상에서도 지속 가능성을 주제로 한 작품이 다수 등장하고 있다. 알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen)과 아티스트 에린 오코너(Erin O'Connor)의 <Figure 13> 『Eat Fashion』은 현대의 소비문화를 주제로 한 패션 영상이다. 현대인의 쇼핑증독과 패션 소비패턴을 카트에 실린 잡지를 먹는 것으로 은유하여 표현하고 있다. 오코너는 잡지를 먹음에 따라 점점 패션이 거대해지는 퍼포먼스로 패션과 관련되어 증가하는 환경오염에 대해 상기시키고 있다.

패션과 관련된 소비문화를 다른 사례로 런던을 기반으로 활동하는 듀오 아티스트 워렌 뒤 프리즈(Warren Du Preez)와 닉 손튼 존스(Nick Thornton-Jones)가 제작한 <Figure 14>의 『Consumption』이 있다. 빛과 형태를 결합시킨 독특한 편집 방식으로 감상자의 상상력을 자극하고 있으며, 작품의 후반부로 갈수록 과한 소비로 인해 극화되는 패션과 여성 이미지를 표현하였다. 소비지향적인 패션에서 소비문화를 비판적으로 표현한 사례이다. 패션 산업의 자성을 촉구하고 있으며 지속 가능한 패션의 필요성을 이야기하고 있다.

패스트 패션(fast fashion) 브랜드에서도 패션의 지속 가능성에 대해 이야기하기 시작했다. H&M의 <Figure 15> 『H&M Conscious: Sustainable Fashion Through Recycled Clothes』는 “실내에서 모자를 쓰고, 남자라면 스커트를 입고, 무리한 스타일을 시도하거나 아예 아무것도 시도하지 마세요...패션에는 규칙이 없습니다. 단 한 가지를 제외하고는. 여러분의 옷을 재활용하세요”라는 내레이션으로 기존의 브랜드 영상과 다른 콘셉트의 사회적 메시지를 전달하고 있다. 더 이상 입지 않는 옷을 H&M 매장으로 가져와 리사이클링 용기에 넣으면 새로

운 옷으로 탄생한다는 설명과 함께 ‘패스트 패션’과 반대편에 놓여있던 패션의 지속 가능성에 대해 이야기하고 있다.

아티스트가 제작한 패션 영상에서 세계 환경오염을 주제로 한 영상이 다수 보였다. 아티스트, 헤난 페레즈(Herman Perez)와 엑스프레스이션 프로덕션(X-Pression Producciones)의 <Figure 16> 『Pollution Fashion Film』은 패션과 관련된 환경오염을 묘사하고 있다. 공기 오염도가 높은 수위에 있는 현재, 패션 산업의 역할과 기업윤리를 강조하고 있다. 닉 나이트와 디자이너 매튜 윌리엄슨(Matthew Williams)의 패션 영상 <Figure 17>의 『Natural Order』는 자연과 함께 살아가면서 자연을 파괴하는 인간의 모습

을 표현하였다. 패션 산업과 관련하여 증가하고 있는 쓰레기와 환경오염을 자연 속에 얼굴만 잘린 형태로 놓여 있는 부분적인 인체로 묘사하였다. 전원적인 배경과 대비되는 도회적인 디자인을 통해 자연의 질서를 파괴함으로써 초래한 혼돈을 표현하고 있다.

디자이너 브랜드에서도 에코 패션(eco fashion)을 지향하며 자원의 중요성을 인식하는 움직임이 일어나고 있다. 패션 레볼루션(Fashion Revolution)과 발자르 클라웨인(Balthazar Klarwein)의 <Figure 18> 『Loved Clothes Last』는 패션 상품의 과잉생산과 과잉소비로 인해 오염된 지구를 표현하였다. 버려지는 옷으로 인한 쓰레기에 둘러싸여 죽음을



Figure 13. 『Eat Fashion』.
Captured by the author from
McQueen. (2002).
<https://showstudio.com>



Figure 14. 『Consumption』.
Captured by the author from
Preez and Thornton-Jones. (2008).
<https://showstudio.com>



Figure 15. 『H&M Conscious』.
Captured by the author from
H&M. (2015).
<https://www.youtube.com>



Figure 16. 『Pollution Fashion Film』.
Captured by the author from
X-pression Producciones. (2016).
<https://www.youtube.com>



Figure 17. 『Natural Order』.
Captured by the author from
Knight. (2017).
<https://showstudio.com>



Figure 18. 『Loved Clothes Last』.
Captured by the author from
Fashion Revolution. (2017).
<https://www.youtube.com>



Figure 19. 『Fashion Without Plastic』.
Captured by the author from
Appelle. (2017).
<https://www.youtube.com>



Figure 20. 『Nike Sustainability』.
Captured by the author from
Mayer. (2018).
<https://vimeo.com>



Figure 21. 『Stella McCartney's World of Sustainability』.
Captured by the author from
Stella McCartney. (2018).
<https://www.youtube.com>

맞이하는 인류를 묘사하고 있다. 에코 패션 디자이너 리투파나 아펠레(Ritupama Appelle)와 벤자민 아펠레(Benjamin Appelle)의 <Figure 19> 『Fashion Without Plastic』은 패션 소재로써 플라스틱에 대해 심도 있게 다루고 있다. 플라스틱은 자연 분해되지 않는 물질이므로 리사이클링이 부패되지 않는 플라스틱을 처분하는 가장 좋은 방법이며, 현재 혁신적인 패션기업은 플라스틱을 재활용한 플라스틱 실로 새로운 옷을 만들고 있다. 그러나 플라스틱에서 온 인공 물질로 인해 더욱 오염이 가중되고 해산 동물을 위협한다는 내용을 전달하고 있다. 이에 패션 산업이 사용할 수 있는 옵션 소재로 오가닉 면, 실크, 마, 울을 소개하면서 자원의 중요성을 탐구하고 있다.

지속가능한 패션과 사회 지향적 기업이 이슈화되는 가운데 글로벌 브랜드에서도 세계 환경오염을 화두로 하여 다수의 패션 영상을 발표하고 있다. 나이키(Nike)와 아트 디렉터 윌 메이어(Will Mayer)의 <Figure 20> 『Nike Sustainability』는 패션 영상으로 수질오염에 대해 이야기하고 있다. 나이키가 제작한 지속 가능성을 주제로 한 11개의 영상 중 하나이다. 각각의 영상은 프로 운동선수들이 각 분야에서 지속 가능한 세계를 위해 어떻게 노력하고 있는지 이야기하고 있다. 디자이너 브랜드, 스틸라 매카트니(Stella McCartney)의 <Figure 21> 『Stella McCartney's World of Sustainability』는 책임감 있는 기업으로서의 브랜드의 여정과 실행을 표현하고 있다. 빛과 원색의 기하학적 형태를 사용하는 사진작가 비비안 사센(Viviane Sassen)의 추상화 같은 화면과 함께, 네덜란드 시인이자 아티스트인 마리아 바나스(Maria Barnas)의 시와 내레이션을 들을 수 있다.

2. 양극화

YTN 뉴스에 의하면 지난해 4분기 기준으로 소

독 양극화가 15년 사이 가장 극심해졌다는 결과가 나왔다(YTN News, 2019). 세계 상위 소득 데이터베이스(The World Top Income Database, WTID)와 국제통화기금(International Monetary Fund, IMF) 자료를 분석한 결과를 보면, 2016년에는 한국이 주요국 중 미국에 이어 두 번째로 소득 양극화가 큰 나라로 조사됐으며 양극화의 속도가 가장 빨랐다(Lee, 2016). 이러한 소득 양극화와 더불어 문화·사회·정치적으로 양극화된 사회현상을 다룬 패션 영상이 등장하고 있다. 양극화된 사회 안에서의 반목과 증오뿐만 아니라, 인종, 종교, 문화적 경계를 넘어 경계 없는 화합을 표현하기도 한다.

정치적 양극화를 표현한 패션 영상은 주로 슬로건과 강한 퍼포먼스로 표현하였는데 대표 사례는 다음과 같다. 패션 포토그래퍼이자 비디오 아티스트인 말콤 페이트(Malcolm Pate)는 다양한 매체를 사용하며 주로 초현실적인 작품을 발표한다. 디제이 조디 하쉬(Jodie Harsh)와 협업한 <Figure 22>의 『Fashist』는 우익 정당을 넌지시 비유하며 정치적 양극화를 풍자하고 있다. 듣고 따르는(listen, follow and submit), 그리고 항복해야(obey) 하는 우익 정권을 슬로건과 디제잉(DJing), 퍼포먼스, 음악을 통해 사회정치적 대립을 표현하고 있다. 스타일리스트이자 아티스트인 조니 블루 아이즈(Johnny Blue Eyes)의 <Figure 23> 『Riot Now』는 실사 촬영한 이미지를 그래픽화하여 그로테스크(grotesque) 이미지로 표현하였다. 실사 이미지들을 연속적으로 배열하고 오버랩(overlap)하여 내전으로 인한 불안과 공포의 심리를 자극하고 있다.

사회적 양극화를 표현한 패션 영상은 인종, 종교, 문화적 경계를 은유적으로 표현하고 있다. 아티스트 토인(Toyin)의 <Figure 24> 『Gunboy』는 사회적 갈등과 분쟁을 표현한 패션 영상이다. 총을 든 사춘기 소년의 사이비 종교 추종을 주제로 하여 극적으로 치닫는 불안과 폭력의 이면을 묘사하고 있다. 배우 겸 모델인 에이미 멀린스(Aimee Mullins)

는 작품 <Figure 25>의 『Cut Out』에서 정치적 대립과 사회문화적 경계를 서로 다른 인종의 엄마와 딸로 은유하여 표현하였다. ‘엄마와 딸’이라는 친밀한 관계와 이들이 동일하게 추구하는 패션으로 인종, 문화적 경계를 극복하는 방법을 탐구하였다.

사회문제로 대두되고 있는 소득의 양극화를 주제로 한 패션 영상이 늘고 있다. 아티스트 리버티 로스(Liberty Ross)의 패션 영상 <Figure 26>의 『Cut』은 물질적 빈부 차이와 양극화, 숨겨진 부의 이면을 극적인 전개로 표현하였다. 세속적 화려함과 물질적 가치를 인체 밖으로 분출되어 흐르는 피로 표현하고 사회계층 간의 벽을 빛의 단절과 어두움으로 묘사하였다. <Figure 27>의 『#ASIF』는 닉 나이트

와 존 에모니(Jon Emmony), 톰 윈드랙(Tom Wandrag), 구연지(Younji Ku)가 제작한 패션 영상으로 웹상에서의 물신 숭배적 비디오 클립(video clips), 아이콘(Icons), 에러 메시지(error messages), 그리고 넘쳐나는 온라인 댓글을 소재로 하고 있다. 자본주의 사회에 필연적으로 나타나고 있는 물신 숭배 풍조를 그래픽화하여 왜곡된 이미지로 표현하였다. 또한 닉 나이트와 텔 노 원(Tell No One)의 <Figure 28> 『Dynamic Blooms』는 꽃의 이미지를 사용하여 현대사회의 이면을 표현하고 있다. 만개하는 꽃 이미지와 낙화하는 꽃 이미지를 대비함으로써 일치될 수 없는 격차사회를 묘사하고 있다. 아티스트의 컨템퍼러리 댄스와 함께 비상하는 가벼운 가



Figure 22. 『Fashist』.
Captured by the author from Harsh and Pate. (2008).
<https://showstudio.com>



Figure 23. 『Riot Now』.
Captured by the author from Johnny Blue Eyes. (2008).
<https://showstudio.com>



Figure 24. 『Gunboy』.
Captured by the author from Toyin. (2008).
<https://showstudio.com>



Figure 25. 『Cut Out』.
Captured by the author from Mullins. (2008).
<https://showstudio.com>



Figure 26. 『Cut』.
Captured by the author from Ross. (2008).
<https://showstudio.com>



Figure 27. 『#ASIF』.
Captured by the author from Knight et al. (2014).
<https://showstudio.com>



Figure 28. 『Dynamic Blooms』.
Captured by the author from Knight and Tell No One. (2011).
<https://showstudio.com>



Figure 29. 『Love Blooms』.
Captured by the author from 360Fashion Network. (2018).
<https://www.youtube.com>



Figure 30. 『An Impression of Stolen Space』.
Captured by the author from Nadal. (2017).
<https://showstudio.com>

먼트(garment)를 통해 꽃의 이미지를 표현하고 그래픽 효과를 사용하여 회화적으로 연출하였다.

문화적 양극화의 극복과 화합을 표현한 패션 영상으로는 다음과 같다. 패션 포토그래퍼 자코 리(Jago Li)는 패션 영상 <Figure 29>의 『Love Blooms』에서 사랑, 미움, 종교, 젠더의 경계를 극복하는 방법을 탐구하고 있다. 서로 다른 문화적 배경을 가진 세 명의 남녀 주인공들의 다툼을 소재로 하여 인종과 문화적 경계를 극복하는 스토리로 연출하였다. 아티스트의 컨템퍼러리 댄스와 음악으로 고조되는 증오와 갈등, 그리고 마침내 발견하는 소통과 화합을 묘사하고 있다. 퍼포먼스를 슬로 모션(slow motion) 기법으로 촬영하여 극적인 효과를 더했다. 아티스트 레이 나달(Rei Nadal)의 패션 영상 <Figure 30>의 『An Impression of Stolen Space』는 사회계층 간의 벽과 인종 간의 갈등을 추상적인 의미의 빼앗긴 공간으로 상징하여 표현한 작품이다. 니콜라스 커크우드(Nicholas Kirkwood)의 기하학적 형태의 슈즈와 함께 스페인 건축가 리카르도 보필(Ricardo Bofill)의 포스트 모던한 건축물 라 무랄라 로자(La Muralla Roja)도 감상할 수 있는데 작가의 미학적 화면구성으로 극적 효과를 내었다.

3. 불평등

불평등은 개인과 개인, 사회와 사회 간 등 다양한 영역에 걸쳐 일어난다. 패션 영상에서 사회적 약자, 장애인, 이민자, 성소수자, 실업자, 여성의 목소리를 대변하는 사례가 다수 보이고 있다.

이민자의 관점에서 차별과 불평등을 표현한 사례는 다음과 같다. 모델 나타샤 보이노비치(Natasa Vojnovic)는 패션 포토그래퍼 바나비 로퍼(Barnaby Roper)와 함께 <Figure 31>의 『Political Fashion』에서 이민자로서의 경험을 이야기하고 있다. 보이노비치는 유고슬라비아(Yugoslavia)에서 태어나 12세에 보스니아(Bosnia) 전쟁을 피해 세르비아(Serbia) 베오

그라드(Belgrade)로 갔었던 어린 시절 경험과 이민자로서 겪은 내용을 독백과 퍼포먼스로 표현했다.

패션 브랜드에서도 불평등에 대한 다양한 이슈를 다루고 있는데 사회 지향적 광고를 내세워 왔던 베네통(United Colors of Benetton)은 2011년, 언헤이트(Unhate) 재단을 설립하고 다양한 인종과 종교, 문화, 성향을 평화적으로 이해하고 해결하려는 공익적인 캠페인을 보여주고 있다. <Figure 32> 『Unhate』는 학교폭력, 동성연애, 전쟁, 분쟁을 콘텐츠로 하여 세계의 화합과 평화에 대한 사회적 관심을 불러일으켰다. 영상에서 서로 다른 국가, 인종, 성향의 사람들이 설 새 없이 등장하며 분쟁과 전쟁을 일으키고 긴장감을 유발하고 있다. 베네통은 이어 <Figure 33>의 『Unemployee of the Year』에서 직장에 다니는 것도 아니고 교육이나 훈련을 받는 상태도 아닌 젊은이, 니트족(NEETs)의 일상을 현실적으로 그려내기도 했다. 사회의 무관심과 오명에 반하는 자신의 존엄성을 위한 투쟁과 동시에 오늘도 일자리를 찾고 있는 청년들의 모습을 이야기하였다. 또한 2014년에는 <Figure 34>의 『End Violence Against Women Now』를 통해 UN 여성을 지지하고 있음을 발표했다. 남성들에게 둘러싸인 여성은 위협받고 있음을 암시하며 붉은빛의 꽃은 폭력을 상징하고 있다. 여성의 사회적 약자로서 경험하는 불평등과 여성폭력을 표현하였다.

사회적 약자인 성 소수자의 제약과 편견을 표현한 사례는 다음과 같다. 닉 나이트는 작품 <Figure 35>의 『Studs』에서 전통적인 젠더 개념을 지키기를 거부하고 젠더의 다양성과 성소수자의 사회적 제약에 대해 이야기하였다. 아티스트 저우치(Zhou Qi)는 작품 <Figure 36>의 『Genderless』에서 성소수자의 목소리를 통해 사람들 사이에서 섞이지 못하는 사회적 소외감을 표현하였다. 가정과 사회로부터 강요받는 여성과 남성의 모습을 거부하는 성소수자의 이야기로 구성하고 있다. 패션 아트 디렉터 케인 피오니어(Kein Pionier)의 <Figure 37> 『Genderless』는 남성 또는 여성으로 강요받는 사회를 비판하였다. 성소수자를 ‘인

간으로서 존엄성을 가지고 있으며 조금 다른 특성을 가진 사람들'로 정의하며 성소수자에 대한 사회적 편견과 불이익에 대해 이야기하고 있다.

사회에서 기대하는 여성성을 표현한 사례는 다음과 같다. 레이 나달과 패션 디자이너 피비 잉글리쉬(Phoebe English)가 협업한 작품 <Figure 38>의 『The Fall of the Corset』은 사회에서 기대하는 여성성을 코르셋으로 고통받는 여성으로 비유하고 있다. 코르셋은 오랜 기간 동안 지속되어온 여성성을 상징하고 있는데, 한 여성을 둘러싼 남성들이 코르셋을 조임으로써 여성의 고통을 표현하였다. 아티스트 프레드릭 헤이만(Frederik Heyman)

의 <Figure 39> 『Ceremonial Formality』는 사회에서 여성에게 요구하는 모습과 이로 인해 고통받는 여성을 표현하고 있다. 주인공 여성의 인체를 기계로 구현하고 왜곡하여 여성의 고통과 사회적 제약을 묘사하였다.

4. 다양성

디자이너 또는 럭셔리 브랜드에서 '아름다움'처럼 '혐오스러움'을 다룬다면, 움베르토 에코(Umberto Eco)가 그의 저서 『On Ugliness』에서 말한 것과 같이, 보는 사람의 눈에 따라 달라지는 의미를 볼 수



Figure 31. 『Political Fashion』.
Captured by the author from
Vojnovic and Roper. (2008).
<https://showstudio.com/>



Figure 32. 『Unhate』.
Captured by the author from
United Colors of Benetton. (2011).
<https://www.youtube.com/>



Figure 33. 『Unemployee of the Year』.
Captured by the author from
United Colors of Benetton. (2012).
<https://www.youtube.com/>



Figure 34. 『End Violence Against Women Now』.
Captured by the author from
United Colors of Benetton. (2014).
https://www.youtube.com



Figure 35. 『Studs』.
Captured by the author from
Knight. (2012).
<https://showstudio.com>



Figure 36. 『Genderless』.
Captured by the author from
Qi. (2016).
<https://www.youtube.com>



Figure 37. 『Genderless』.
Captured by the author from
Ponier. (2019).
<https://www.youtube.com>



Figure 38. 『The Fall of the Corset』.
Captured by the author from
Nadal. (2016).
<https://showstudio.com>

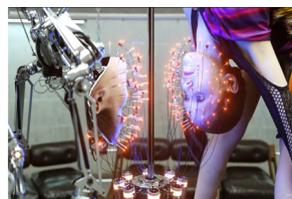


Figure 39. 『Ceremonial Formality』.
Captured by the author from
Heyman. (2020).
<https://showstudio.com>

있을 것이다. 의도적으로 거북함과 저속함을 추구하는 패션의 매력을 탐구하여 미의 다양성을 추구하는 패션 영상이 등장하고 있다.

아름다움을 재해석한 작품으로는 다음과 같다. 패션 아트 디렉터 루스 호그벤(Ruth Hogben)의 <Figure 40> 『Beyond the Glass』는 미의 개념을 재해석한 패션 영상이다. 작품의 처음부터 끝까지 플롯(plot) 형태는 보이지 않으며 그로테스크한 초현실주의 회화 같은 화면구성으로 표현하였다. 일그러진 얼굴과 기묘한 퍼포먼스로 반미학적인 이미지를 표현하고 있다. 닉 나이트는 인스타그램을 통해 케이틴 스틱클스(Caitin Stickels)를 『Vogue』의 모델로 캐스팅하고, 구연지와 협업하여 작품 <Figure 41>

의 『Portrait of Caitin Stickels』를 발표했다. 스틱켈은 선천성 고양이 눈 증후군(cat-eye syndrome)의 여성으로 전형적인 모델과 다른 이미지로 아름다움을 표현하였다. 작가는 투명성에 초점을 두고 촬영했는데 고유한 얼굴과 투명한 피부, 동양적인 타투가 어우러져 조화를 이루고 있다.

생명의 탄생과 동시에 죽음을 표현한 사례로는 다음과 같다. 패션 포토그래퍼, 아담 소카 켈러(Adam Csoka Keller)는 작품 <Figure 42>의 『Echtes Leder』에서 혐오스럽고 그로테스크할 수 있는 죽은 인체에서 인간애의 영원성을 찾고자 하였다. 여성의 죽은 인체와 부활을 통해, 노년의 쇠퇴와 죽음이 새로운 생명으로 이어지고 있음을 표현하였다. 패



Figure 40. 『Beyond the Glass』.
Captured by the author from
Hogben. (2014).
<https://showstudio.com/>



Figure 41. 『Portrait of Caitin Stickels』.
Captured by the author from
Knight and Ku. (2017).
<https://showstudio.com/>



Figure 42. 『Echtes Leder』.
Captured by the author from
Keller. (2017).
<https://showstudio.com/>



Figure 43. 『Die Verwandlung』.
Captured by the author from
SHOWstudio. (2017).
<https://www.youtube.com>



Figure 44. 『Brighton Sorts』.
Captured by the author from
Knight and Lloyd. (2018).
<https://showstudio.com>



Figure 45. 『Once Upon A Future』.
Captured by the author from
Nadal. (2018).
<https://showstudio.com>



Figure 46. 『Uglyworldwide』.
Captured by the author from
"Shoot Footage". (2018).
<https://showstudio.com>



Figure 47. 『The Knights of Knightsbridge』.
Captured by the author from
Knight and Couceiro. (2019).
<https://showstudio.com>



Figure 48. 『Maenads』.
Captured by the author from
Nadal. (2020).
<https://showstudio.com>

선 포토그래퍼 존 제이콥슨(Jon Jacobsen)은 작품 <Figure 43>의 『Die Verwandlung』에서 댄서 조나단 루크 베이커(Jonathan Luke Baker)와 협업하여 불완전함에서 시작되어 완전함으로 변형되어 가는 과정을 표현하였다. 곤충의 알이 유충, 번데기를 거쳐 성충으로 변하듯이 탈바꿈을 반복하는 인간의 모습을 비유하고 있다. 제이콥슨은 일상용품에서 인체의 형상을 찾고 디지털 테크닉 효과로 덧입혀 거친 인체를 묘사하였다. 플라스틱, 밀가루 반죽, 부풀린 라텍스 같은 낯것의 재료와 미완성 형태에 초점을 맞춘 작업으로, 완성된 형태의 아름다움이 아닌 과정 속에서의 아름다움을 표현하고 있다.

패션 브랜드에서도 전형적인 아름다움을 지향하지 않고 있는 사례가 늘고 있다. 닉 나이트와 아티스트 브릿 로이드(Britt Lloyd)의 작품 <Figure 44> 『Brighton Sorts』는 스킨헤드족(skinhead)에 영감을 받아 주근깨의 얼굴과 스킨헤드의 모델이 등장한다. 전형적인 아름다움에서 벗어나 미를 재해석한 작품이다. 한국의 아이웨어(eyewear) 패션 브랜드 젠틀 몬스터(Gentle Monster)와 레이 나달의 <Figure 45> 『Once Upon a Future』는 주근깨 얼굴과 작은 키의 개성 있는 동양계 모델이 등장하며, 미래의 인류가

추구하는 탈바꿈된 아름다움을 이야기하고 있다.

반미학적인 세계를 표현한 사례로는 다음과 같다. 닉 나이트는 모델 저젤 제나티(Jazzelle Zanaughtti)와 <Figure 46>의 『uglywordwide』에서 ‘어글리(ugly)’의 개념을 정의하였다. 왁스(wax), 글리터(glitter), 나뭇조각을 얼굴에 장식하여 얼굴을 일그러뜨림으로써 기존의 미적 기준에서 벗어난 자유로운 형식으로 표현하였다. 다음 해, 필름 메이커 라켈 쿠세이로(Raquel Couceiro)와 함께 <Figure 47>의 『The Knights of Knightsbridge』에서 스티드로 장식된 얼굴, 돌출된 눈으로 반미학적인 이미지를 강조하였다. 레이 나달과 닉 나이트가 협업한 작품 <Figure 48>의 『Maenads』는 디자이너 시네이드 오드와이어(Sinéad O'Dwyer)의 웨어러블 조형물과 빛, 움직임을 통해 과장된 인체 이미지를 표현하고 있다.

이와 같이 패션 영상은 패션 산업과 관련되어 발생하는 환경오염 문제를 지적하고 경제, 정치적으로 양극화된 사회현상을 다루며, 사회적 약자에 대한 불평등을 담거나 미의 다양성을 추구하고 있었다. 다음의 <Table 1>에서 사회적 이슈를 반영한 패션 영상을 표현 주제에 따라 지속 가능성, 양극화, 불평등, 다양성으로 분류하여 키워드로 정리하였다.

Table 1. Themes and key words of social issues in fashion film.

Theme	Filmmaker	Subject	Key words
Sustainability	Alexander McQueen	Eat Fashion	Eat fashion, Sustainability
	Warren Du Preez· Nick Thornton-Jones	Consumption	Overproduction, Consumption
	H&M	H&M Conscious	Recycling, Sustainability
	X-Preision Producciones	Pollution Fashion Film	World environmental pollution, Air pollution
	Nick Knight	Natural Order	Natural order, Pollution
	Fashion Revolution	Loved Clothes Last	Overproduction, Excessive consumption, Earth pollution
	Rituparna Appelle	Fashion Without Plastic	Plastic, Spontaneous decomposition, Recycling, Pollution, Organic
	Will Mayer	Nike Sustainability	Sustainability, Water pollution
	Stella McCartney	Stella McCartney's World of Sustainability	Sustainability, Pollution

Polarization	Malcolm Pate	Fashist	Right-wing politics, Surrender, Hatred
	Johnny Blue Eyes	Riot Now	Riot, Chaos
	Toyin	Gunboy	Violence, Gun
	Aimee Mullins	Cut Out	Political fashion, Race, Cultural borders
	Liberty Ross	Cut	Wealth, Polarization
	Nick Knight	#Asif	Polarization, Fetishism, Chaos
	Nick Knight· Tell No One	Dynamic Bloom	Polarization, Difference
	Jago Li	Love Blooms	Polarization, Reconciliation
	Rei Nadal	An Impression of Stolen Space	Reconciliation, Race, Cultural borders, communication
Inequality	Natasa Vojnovic· Barnaby Roper	Political Fashion	Immigrant, War, Refuge
	United Colors of Benetton	Unhate	School violence, Homosexual love, War, Conflict, Trouble, Reconciliation, Peace
	United Colors of Benetton	Unemployee of the Year	Unemployee, NEETs, Public apathy, Dishonor, Dignity
	United Colors of Benetton	End Violence Against Women Now	Second-class citizen, Women, Threat, Violence
	Nick Knight	Studs	Gender, GBLT, Traditional ideal, Conventionality, Refusal
	Zhou Qi	Genderless	GBLT, Social alienation, Pressure
	Kein Pionier	Genderless	Social compulsion, Human dignity, GBLT, Social prejudices, Disadvantage
	Rei Nadal	The Fall of the Corset	Social expectations, Femininity, Corset, Free
	Frederik Heyman	Ceremonial Formality	Social expectations, Femininity, Mechanization
Diversity	Ruth Hogben	Beyond the Glass	Ugliness, Misfeatured
	Nick Knight· Younji Ku	Portrait of Caitin Stickels	Cat-eye syndrome
	Adam Csoka Keller	Echtes Leder	Disgusting, Grotesque, Corpse, Humanity, Senile deterioration, Female, Birth, Death, Life
	Jon Jacobsen	Die Verwandlung	Metamorphosis, Repetition, Coarse skin, Raw, Incompletion, Beauty in the process
	Nick Knight· Britt Lloyd	Brighton Sorts	Skinhead, Freckled
	Rei Nadal	Once Upon A Future	Freckled, Misfeatured, Alien
	Nick Knight	Uglywordwide	Ugliness, Antiaesthetics
	Nick Knight· Raquel Couceiro	The Knights of Knightsbridge	Misfeatured, Ugliness, Pop eye
	Rei Nadal	Maenads	Maenads, Fatness

IV. 결론 및 제언

현대 패션은 인간의 감성적·정신적 경험을 상업

적으로 또는 예술적으로 다채롭게 표현하고 있다. 표현 주제와 사용하는 매체에서도 다양화를 이루고 있으며 이를 통해 패션의 영역은 넓게 확장되

고 있다. 현대 패션의 표현 매체 중 대표 매체로써 패션 영상은 무한한 영역의 사고와 상상력, 그리고 감성과 미의식을 표현하고 있으며, 시간과 공간을 초월한 광범위한 영역으로 급속도로 보급되어 현대사회 표현 도구로서의 사회적 역할을 하고 있다. 이러한 현대사회와 패션의 경향에 맞추어 본 연구는 패션 영상의 개념과 관련 개념에 관한 이론적 고찰과 패션 영상의 발전과정을 관찰하고 패션 영상에 나타난 사회적 이슈를 연구, 분석하였다. 이를 토대로 얻은 결론은 다음과 같다.

첫째, 패션 영상은 작가의 상상력을 바탕으로 디자인 요소뿐만 아니라 이미지, 스타일, 감성, 음악, 메시지 등 패션에 대한 모든 생각과 다양한 의미의 패션 이미지로 표현한 창작물로 정의할 수 있었다. 둘째, 패션 영상은 패션 브랜드의 홍보 개념을 넘어 컨템퍼러리 아트로써의 기능을 하고 있으며, 표현 주제에 있어 다양하게 변화하고 있다. 특히, 아티스트가 제작한 패션 영상은 예술적 표현과 사회적 메시지를 강조하고 있었으며, 브랜드의 영상은 아티스트와의 협업으로 예술표현을 통해 상업적 가치를 전달하고 있었다. 셋째, 사회적 역할을 하는 패션 영상은 표현 주제로 지속 가능성, 양극화, 불평등, 다양성을 다루고 있었다. 패션 산업과 관련되어 발생하는 환경오염 문제를 지적하고 경제, 정치적으로 양극화된 사회현상을 다루며, 사회적 약자에 대한 불평등을 담거나 미의 다양성을 추구하고 있었다. 표현 기법은 실사, 모션 그래픽, 애니메이션 등으로 다양하게 확장되고 있었다.

본 연구를 통해 현대 패션의 표현 매체로써 사회적 메시지를 전하는 패션 영상을 계획하고 전개하는데 이론적 토대가 되고 예술성과 사회적 의미를 더한 패션 영상이 다양하게 전개되기를 기대한다.

References

- 360Fashion Network. (2018, December 9). Totwoo Bracelet: LOVE BLOOMS FILM - Fashion Film Video. *YouTube*. Retrieved June 12, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=yCLgPKuNhfU>
- Appelle, R. (2017, September 10). Fashion Film SUSTAINABLE 'Without Plastic'. *YouTube*. Retrieved June 12, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=Q05u8JHlzXg&t=38s>
- Brand Strategist. (2017, January 20). adidas Originals// ORIGINAL is never finished. *Youtube*. Retrieved June 4, 2020, from <https://www.youtube.com/watch?v=CdbRG6wBA2M>
- Bruzzi, S., & Gibson, P. C. (2013). *Fashion cultures revisited*. London: Taylor & Francis.
- Burger, J. (2013). *Ways of seeing* (Choi, M., Trans.). Paju: Youlhwadang. (Original work published 1973)
- Chanel. (2011, November 29). The Tale of a Fairy by Karl Lagerfeld-CHANEL. *YouTube*. Retrieved March 28, 2020, from https://www.youtube.com/watch?v=X3_rl2fAyy4&t=98s
- Chanel. (2012, September 19). Le Film-CHANEL N°5. *YouTube*. Retrieved March 10, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=0hcaaKhGL00>
- Chang, L. Y., & Yang, S. H. (2010). 21 Century video image fashion communication: Focusing on Prada fashion animation. *The Research Journal of the Costume Culture*, 18(6), 1318-1330.
- Change Before Going Productions. (2012, January 1). After the Ball (1897)-1st Adult Movie GEORGES MELIES - World's First Filmed Bath Apres le Bal. *YouTube*. Retrieved June 12, 2019, from https://www.youtube.com/watch?v=rYYdTauGm34&list=PLHQODI6AgbeTpT4B0Og6F_yAXM6jAO-rq&index=16
- Choi, W. H. (2015). *An analysis on the social design in contemporary fashion*. Unpublished master's thesis, Chungnam University, Seoul.
- Dictionary of Art*. (2004). Seoul: The Korea Dictionary Studies.
- Fashion Revolution. (2017, April 25). Loved Clothes Last. *YouTube*. Retrieved June 12, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=4zXQWrcTKgs&t=37s>
- Fendi. (2013, July 4). Histoire d'Eau. *YouTube*. Retrieved June 12, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=azGW2UDQMhQ>
- Gucci. (2017, July 25). Gucci Fall Winter 2017 Campaign: Gucci and Beyond | Director's Cut. *YouTube*. Retrieved March 10, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=I0KWX7ncUBA>
- H&M. (2015, September 2). H&M Conscious: Sustainable fashion through recycled clothes. *YouTube*. Retrieved June 12, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=s4xn>

- yr2mCuI&t=19s
- Harsh, J., & Pate, M. (2008, July 23). Fashion Film: Fashionist. *SHOWstudio*. Retrieved June 12, 2019, from https://showstudio.com/projects/political_fashion/jodie_harsh_malcolm_pate_fashionist?autoplay=1
- Heyman, F. (2020, February 25). Fashion Film: Ceremonial Formality. *SHOWstudio*. Retrieved March 28, 2020, from <https://showstudio.com/projects/ceremonial-formality/fashion-film?autoplay=1>
- Hintmag. (2016, July 2). Peggy Moffitt in Rudi Gernreich. *Youtube*. Retrieved March 10, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=0H4ndx4eepM>
- Hogben, R. (2014, August 2). Fashion Film: Beyond The Glass. *SHOWstudio*. Retrieved June 12, 2019, from https://showstudio.com/projects/ugly/beyond_the_glass?autoplay=1
- Johnny Blue Eyes. (2008, July 24). Fashion Film: Riot Now. *SHOWstudio*. Retrieved June 12, 2019, from https://showstudio.com/projects/political_fashion/johnny_blueeyes_and_seth_kirby_riot_now?autoplay=1
- Keller, A. C. (2017, June 16). Fashion Film: Echtes Leder. *SHOWstudio*. Retrieved June 12, 2019, from https://showstudio.com/projects/fashion_film_submissions/adam_csoka_keller_echtes_leder?autoplay=1
- Kenzo. (2018, August 30). KENZO Fall-Winter 2018 “The EVERYTHING” FILM. *Youtube*. Retrieved March 10, 2019, from https://www.youtube.com/watch?v=U_i3TbiBDe0
- Khamis, S., & Munt, A. (2010). The three Cs of fashion media today: Convergence, creativity & control. *Journal of Media Arts Culture*, 8(2), 131-143.
- Kim, H. J. (2016). *A study on the characteristics of the visual media-centered VMD fashion brand*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.
- Kim, M. G. (2008). *Image culture communication*. Paju: Korean Studies Information Co., Ltd.
- Kim, S. J. (2017). *A study on expressive characteristics of fashion images in fashion films*. Unpublished doctoral dissertation, Seoul National University, Seoul.
- Kim, S. M., & Kim, Y. K. (2013). Innovations in brand communication based on the spread of digital fashion films: Focusing on fashion shows and digital media. *Journal of Fashion Design*, 13(1), 129-140.
- Kim, S. Y. (2013). Aesthetic values of image fashion as fashion communication tool in the 21st century. *The Research Journal of the Costume Culture*, 21(6), 793-809. doi:10.7741/rjcc.2013.21.6.793
- Kim, Y. W. (2017). *Relationship between sensibility expression factors of the fabrics and preferences of fashion image*. Unpublished doctoral dissertation, Chungbuk National University, Daejeon.
- Knight, N. (2012, November 9). Fashion Film: Studs. *SHOWstudio*. Retrieved June 12, 2019, from https://showstudio.com/projects/studs/fashion_film?autoplay=1
- Knight, N. (2017, February 28). Fashion Film: Natural Order. *SHOWstudio*. Retrieved June 4, 2020, from https://www.showstudio.com/projects/natural_order_alyx_a_w_16/fashion_film?autoplay=1
- Knight, N., & Couceiro, R. (2019, March 14). Fashion Film: The Knights of Knightsbridge. *SHOWstudio*. Retrieved June 10, 2019, from https://showstudio.com/projects/the_knights_of_knightsbridge/fashion_film?autoplay=1
- Knight, N., Emmony, J., Wandrag, T., & Ku, Y. (2014, June 30). Fashion Film: #ASIF. *SHOWstudio*. Retrieved June 4, 2020, from https://www.showstudio.com/projects/asif/fashion_film?autoplay=1
- Knight, N., & Ku, Y. (2017, March 9). Fashion Film: Portrait of Caitin Stickels. *SHOWstudio*. Retrieved June 12, 2019, from https://showstudio.com/projects/portrait_of_caitin_stickels/fashion_film?autoplay=1
- Knight, N., & Lloyd, B. (2018, March 8). Fashion Film: Brighton Sorts. *SHOWstudio*. Retrieved June 12, 2019, from https://showstudio.com/projects/brighton_sorts/fashion_film
- Knight, N., Pugh, G., & Ku, Y. (2017, September 15). Fashion Film: Gareth Pugh S/S 18. *SHOWstudio*. Retrieved June 4, 2020, from https://www.showstudio.com/projects/gareth_pugh_s_s_18/fashion_film
- Knight, N. & Tell No One. (2011, September 30). Fashion Film: Dynamic Blooms. *SHOWstudio*. Retrieved March 28, 2020, from https://showstudio.com/projects/dynamic_blooms/fashion_film?autoplay=1
- Kwon, J. A. (2016). *Characteristics and categorization of fashion films*. Unpublished master's thesis, Sungkyunkwan University, Seoul.
- Kwon, J. A., & Lim, E. H. (2016). Characteristics and categorization of fashion films. *Journal of the Korean Society of Costume*, 66(4), 128-145. doi:10.7233/jksc.2016.66.4.128
- Lee, D. H. (2016, September 4). 한국, 전세계에서 최악의 소득 양극화 국가: 자산 불평등 정도 고려하면 주요국 최악 수준 [Korea, the polarization of wealth in the world]. *Pressian*. Retrieved June 9, 2019, from <http://www.pressian.com/news/article/?no=140967>
- Lee, Y. D. (2014). *영상 콘텐츠 제작 사전* [Film contents production dictionary]. Seoul: Communication Books.
- Mayer, W. (2018, May 17). Nike Sustainability: Carissa Moore. *Vimeo*. Retrieved June 12, 2019, from <https://vimeo.com/270532067>
- McQueen, A. (2002, September 19). Fashion Film: Eat Fashion. *SHOWstudio*. Retrieved March 10, 2019, from <https://www.showstudio.com/projects/transformer/eat-fashion-erin-oconnor?autoplay=1>
- Mullins, A. (2008, July 24). Fashion Film: Cut Out. *SHOWstudio*. Retrieved June 12, 2019, from https://showstudio.com/projects/political_fashion/aimee_mullins_cut_out?autoplay=1
- Nadal, R. (2016, May 10). Fashion Film: Edith. *SHOWstudio*.

- Retrieved June 4, 2020, from https://www.showstudio.com/projects/fashion_freedom/the_fall_of_the_corset
- Nadal, R. (2017, October 20). Fashion Film: An Impression of Stolen Space. *SHOWstudio*. Retrieved June 4, 2020, from https://www.showstudio.com/projects/an_impression_of_stolen_space/fashion_film?autoplay=1
- Nadal, R. (2018, June 13). Fashion Film: Once Upon A Future. *SHOWstudio*. Retrieved June 12, 2019, from https://showstudio.com/projects/once_upon_a_future/once_upon_a_future
- Nadal, R. (2020, February 8). Fashion Film: Maenads. *SHOWstudio*. Retrieved March 28, 2020, from <https://showstudio.com/projects/maenads/fashion-film?autoplay=1>
- Park, B. Y. (2018). *Brand identity represented in fashion film*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul.
- Pionier, K. (2019, July 9). KEIN PIONIER | 2018 'GENDERLESS' Fashion Film. *YouTube*. Retrieved June 12, 2019, from https://www.youtube.com/watch?v=xb74j-XO_Fg
- Prada. (2010, January 18). Prada First Spring. *YouTube*. Retrieved March 10, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=prsE502k2zU>
- Prada. (2012, May 22). PRADA presents "A THERAPY". *YouTube*. Retrieved March 10, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=-gl-kaGumng>
- Preez, W. D., & Thornton-Jones, N. (2008, July 23). Fashion Film: Consumption. *SHOWstudio*. Retrieved March 10, 2019, from https://www.showstudio.com/projects/political_fashion/warren_du_preez_nick_thornton_jones_consumption?autoplay=1
- Qi, Z. (2016, January 27). GENDERLESS - Fashion Film. *YouTube*. Retrieved June 12, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=Jqf2M0IDR9g&t=2s>
- Ross, L. (2008, July 24). Fashion Film: Cut. *SHOWstudio*. Retrieved March 28, 2020, from https://showstudio.com/projects/political_fashion/liberty_ross_cut?autoplay=1
- Shoot Footage: @uglyworldwide Day 2. (2018, June 7). *SHOWstudio*. Retrieved March 28, 2020, from <https://showstudio.com/projects/uglyworldwide/shoot-footage-uglyworldwide-day-2?autoplay=1>
- Showstudio. (2017, September 27). Jon Jacobsen-Die Verwondung: Fashion Film. *YouTube*. Retrieved June 12, 2019, from https://www.youtube.com/watch?v=dPGKc4_yJ0w&t=40s
- Stella McCartney. (2018, January 29). Stella McCartney's World of Sustainability. *YouTube*. Retrieved March 28, 2020, from <https://www.youtube.com/watch?v=NqyOIGyvt-pA>
- The XX. (2017, June 29). The xx - I Dare You (Official Music Video). *YouTube*. Retrieved March 10, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=qqlFMhkqHM>
- Toyin. (2008, July 24). Fashion Film: Gunboy. *SHOWstudio*. Retrieved March 28, 2020, from https://showstudio.com/projects/political_fashion/toyin_gunboy?autoplay=1
- Uhlirova, M. (2013). 100 years of the fashion film: Frameworks and histories. *Fashion Theory*, 17(2), 137-157.
- Umberto, E. (2011). *On Ugliness*. New York: Rizzoli International Publications.
- United Colors of Benetton. (2011, November 16). Unhate - The film. *YouTube*. Retrieved June 12, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=qImJFg5dgTE>
- United Colors of Benetton. (2012, September 18). Unemployee of the year-The film. *YouTube*. Retrieved June 12, 2019, from https://www.youtube.com/watch?v=zKZ3w_Vg4o8
- United Colors of Benetton. (2014, November 24). United Colors of Benetton in support of UN Women-End Violence Against Women Now-Full version. *YouTube*. Retrieved June 12, 2019, from https://www.youtube.com/watch?v=_lDnrgUwor4
- Vojnovic, N., & Roper, B. (2008, July 23). Fashion Film: Political Fashion. *SHOWstudio*. Retrieved June 12, 2019, from https://showstudio.com/projects/political_fashion/nata_sa_vojnovic_barnaby_roperUntitled?autoplay=1
- X-presion Producciones. (2016, July 4). POLLUTION Fashion Film. *YouTube*. Retrieved June 12, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=aHH15ej6Rc8&t=218s>
- YTN News. (2019, February 20). 상위 20% 소득, 하위 20%의 5.47배... 양극화 15년 만에 최대 [20% of Upper Income, 5.47 multiples of 20% of the low...The worst polarization of wealth since 2004]. *YouTube*. Retrieved June 9, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=fb3bujrdTrg>

A Study on Social Issues in Fashion Film

Cho, Yun Su⁺ · Park, Sun Hee

Ph.D., Dept. of Fashion Design, Ewha Womans University⁺
Professor, Dept. of Fashion Design, Ewha Womans University

Abstract

In today's fashion films, diverse aspects of an expression method and an expression subject are unfolding. Recently, some fashion films are ironically arousing people's attention to excessive production and consumption of fashion products. In this context, this study aims to look at such a contradictory phenomenon wherein social problems in modern society related to fashion are dealt with directly by the fashion community itself, and to analyze social issues appearing as an expression subject in fashion films. The purposes of the study are: first, establishing a theoretical foundation by analyzing the concept and history of fashion films; second, identifying the characteristics and values of fashion films as an expressive tool by analyzing development process and expression methods of fashion films; and third, drawing social issues expressed in fashion films and serving as the basis for research for efficient design tool application. This study utilizes both literature study and case study. Through literature and case analysis, the concept and development process of fashion films are analyzed. Through case analysis, the topics, content, and expression methods of fashion films are researched, and fashion films playing a social role or arousing social issues are identified, and also classified by subject while their content and expression methods are analyzed. Conclusions of this study are as follows: first, fashion films can be defined as a creation which expresses fashion images as all sorts of thoughts and various meanings of fashion based on imagination of an artist; second, such fashion films are evolving while functioning as contemporary art, beyond a promotional concept for fashion brands, and moreover, the artist film emphasizes artistic expression and social messages while the brand film conveys commercial values through artistic expression in collaboration with an artist; and third, wherein various social problems are dealt with in fashion films, their expression subjects include sustainability, polarization, inequality, and diversity while their expression techniques are expanding into various fields such as motion graphics and animation. Through continuous researches and studies, it is expected that various design methods and fashion films including social meanings will be produced in the future.

Key words : fashion film, social issue, sustainability, polarization, inequality, diversity

