

젠더 뉴트럴 패션 브랜드의 특성 및 패션 스타일 유형

임 민 정*

서원대학교 패션의류학과 조교수*

요 약

이 연구는 패션 트렌드로 부각되고 있는 젠더 뉴트럴 패션의 표현 양상을 고찰하기 위해 젠더 뉴트럴 패션 브랜드들의 특성과 패션 스타일을 분석하였다. 수집된 젠더 뉴트럴 패션 브랜드 59개의 특성을 분석하였으며, 젠더 뉴트럴 브랜드 온라인 사이트에서 판매하고 있는 2019 S/S의 패션 상품 이미지 735개를 분석하였다. 패션 스타일 분석은 패션 전공 전문가 집단의 심층 인터뷰를 실시하였다. 젠더 뉴트럴 패션 브랜드 특성은 다음과 같다. 첫째, 젠더 뉴트럴 브랜드는 개인의 정체성 강화를 목적으로 성별 전형성을 해체하고 있다. 둘째, 의복으로서의 기능을 강조하고 실용적 합리적 소비 가치를 중시하고 패션의 상징성과 시각적 미를 배제한 앤티패션을 지향함으로써 기존 질서에 대한 저항과 자기신체 긍정의 메시지를 전달하고 있다. 셋째, 친환경 소재나 재활용 소재의 사용, 공정무역으로 환경과 사회의 윤리적 가치를 실천하고 있다. 넷째, 젠더 뉴트럴 패션 상품 소비에 의한 소통과 네트워크를 형성하는 특성을 가지고 있다. 젠더 뉴트럴 브랜드가 제시하고 있는 패션 스타일은 7가지로 분류되었다. 첫째, 오버롤즈와 점프슈트를 중심으로 서스펜더와 뉴스보이 캡의 악세사리를 특징으로 하는 컨트리 스타일, 둘째, 꽃무늬 프린트 또는 자수가 들어간 셔츠와 통이 넓은 팬츠 아이템과 매치하여 복고적이면서도 빈티지한 감성을 동시에 표현한 레트로 스타일, 셋째, 장식을 배제하고 무채색의 도회적이고 세련된 감각으로 표현하는 모던 시크 스타일, 넷째, 야외활동을 강조한 드레시한 원피스 위에 아웃도어 바람막이를 착용한 비형식적이고 캐주얼한 이미지를 표현하는 고프코어 스타일, 다섯째, 평범한 일상복으로 도시적 이미지의 뉴코어 스타일, 여섯째, 땅에 끌리는 긴 바지, 어깨가 과장된 재킷, 과장된 길이의 소매, 품과 길이가 과장된 점프슈트와 같이 신체 이미지의 변형을 표현하는 어글리 아방가르드 스타일, 일곱째, 강한 색채, 흥미로운 패턴, 비대칭의 형태적 혁신을 제안하는 아티스틱 스트리트 스타일로 분류되었다. 젠더 뉴트럴 패션은 성별의 전형성을 해체하고 개인의 개별 정체성을 표현하기 위한 새로운 패션 스타일을 제시하고 있으며 패션의 소비로써 같은 성향의 사람들과 소통하고 네트워크를 형성하는 것으로 패션의 의미를 전환시키고 있다.

주제어 : 젠더 뉴트럴, 패션 스타일, 패션 브랜드

*교신저자: 임민정, mim@seowon.ac.kr

접수일: 2019년 10월 21일, 수정논문접수일: 2019년 11월 14일, 게재확정일: 2019년 11월 27일

I. 서론

온라인 매체 비즈니스 인사이더(Business Insider)에 따르면 소비 주체로 등장하고 있는 밀레니얼 세대(Millennials)와 Z세대(Gen Zs)는 이전 세대와는 다른 소비 성향을 가지고 있다(Premack, 2018). 밀레니얼 세대와 Z세대는 디지털과 상호작용하며 반응하는 것이 삶 자체인 디지털 네이티브(digital native)로 온라인을 통한 소비가 자연스럽고 당연한 것이 특징이다(Wertz, 2018). 상품 구매 시 브랜드 가치보다는 검색을 활용한 합리성, 실용성과 같은 경제적 가치를 추구하고(Haubury, n.d.) 친환경과 지속 가능성, 사회적 차별 문제, 기업 윤리를 중요하게 고려한다. 특히 타인의 기준에 맞추기보다는 주체적 개인으로써 자신의 사회적 영향력과 외적 이미지에 대한 표현의 욕구가 크다(Ho et al., 2018). 이러한 특성은 성 정체성의 표현에서도 남성성과 여성으로 구분하는 전형적 이분법에서 벗어나(Kopf, 2019) 주체적으로 자신의 성 정체성을 스스로 정의하고 표현하고 있어 온라인에서의 극단적 드래그(drag) 문화가 형성되고(Lee, 2019) 젠더 뉴트럴(gender neutral)이 패션 트렌드로 등장했다(Szmydke, 2015).

젠더 뉴트럴 패션 트렌드는 유명 럭셔리 브랜드의 패션쇼에서 남성 모델이 여성복을 입고 등장하거나, 남성 모델과 여성 모델이 동시에 같은 디자인의 옷을 착용하고 무대에 등장하기도 하며, 성별을 구별할 수 없는 모델이 등장하는 등 남성 컬렉션과 여성 컬렉션이 통합되는 것으로 표현되고 있다. 나아가 새로운 젠더 뉴트럴 브랜드가 생겨나고 있으며 기존 대형 브랜드에서도 남녀 공용 라인을 출시하는 리브랜드(rebrand) 전략이 추진되고 있다(Raphael, 2018).

패션 산업은 성별에 따라 디자인과 서비스를 다르게 제공해왔다. 남성용과 여성용이라는 구분은 디자인의 전문성을 높였으며 성의 상징과 고정

관념을 강화시켰다. 패션 분야에서 ‘남성다움’이란 표현의 핵심은 ‘여성다움’에 대한 거부 의의가, 반대로 ‘여성다움’에는 ‘남성다움’에 대한 배제의 의미가 내재한다. 그래서 남녀가 동일한 디자인의 패션 아이템을 착용하는 것은 유니섹스(unisex) 스타일, 젠더리스(genderless) 패션이라는 하나의 패션 스타일로 구분해왔다.

젠더 뉴트럴 패션은 유니섹스 스타일과 같이 남성용과 여성용의 구분하지 않고 동일한 패션 아이템을 착용하는 것으로 표현된다. 하지만 젠더 뉴트럴은 유니섹스 패션과는 본질적 의미가 다르다(Yu, 2019). 유니섹스 스타일이 남성과 여성을 구분하는 성별 구분에 기반을 두고 ‘동일한’ 디자인을 수용하는 것과 달리 젠더 뉴트럴 패션은 성별을 구분하지 않는 것에서 출발한다. 개별적이고 다양한 개인의 정체성을 표현하기 위한 것으로 다양한 스펙트럼의 성 정체성을 아우른다. 기존의 패션이 개인의 정체성 강화를 성별의 구분을 명확하게 하는 것에서부터 시작했다면, 젠더 뉴트럴은 ‘사람’ 그 자체로 개인의 개별 정체성을 높이는 것으로 이분법적 성에 대한 인식을 전환시키고 있다(Naver encyclopedia, n.d.a). 그러므로 패션 브랜드의 경쟁력 강화를 위해 성 정체성의 변화에 대한 이해를 바탕으로 개인이 추구하는 이미지를 효과적으로 전달할 수 있는 디자인 전략과 상품 개발이 요구되는 시점이다.

이 연구는 새롭게 등장하여 패션 시장을 형성하고 있는 젠더 뉴트럴 패션 브랜드들의 특성과 젠더 뉴트럴 브랜드가 추구하는 패션 스타일을 규명하기 위한 것이다. 이를 위해 젠더 뉴트럴 관련 선행연구를 고찰하였고 젠더 뉴트럴을 콘셉트로는 브랜드를 수집하였다. 젠더 뉴트럴 패션은 현재 젠더리스 패션, 에이젠더(agerender) 패션과 혼용하여 사용되고 있기 때문에 성별을 구분하지 않고 의류를 판매하는 국내외 패션 브랜드를 수집하였다. 수집된 젠더 뉴트럴 패션 브랜드의 특성과 제

시하고 있는 패션 상품의 스타일을 분류하여 유형화하고 패션 디자인 요소를 분석하였다.

II. 이론적 배경

1. 젠더 뉴트럴 패션

젠더(gender)란 생물학적 성(biological sex)과 구분하여 사회나 문화를 함축하는 사회학적 의미의 성을 말한다(Naver encyclopedia, n.d.b). 대부분의 사회는 특정 성(sex)에 부합되는 젠더의 특질을 규정하고 사회 구성원을 그 방향으로 사회화시킨다(Mardell, 2017). 젠더의 특질에 대해 페미니스트들은 젠더는 남성성과 여성성이 신체적 차이에 의해 결정되는 것이 아니라 남성 중심 사회에서 권력을 가진 남성들에 의해 사회적으로 구성된 것이라 하여 생물학적 성과 사회적 성이 무관함을 주장하였다(Naver encyclopedia, n.d.b).

젠더 뉴트럴은 ‘성 중립’으로 해석되며 남성과 여성의 사회적 구분을 없애고 ‘중립적 개인’으로 생각하려는 움직임 말한다(Naver encyclopedia, n.d.a). 젠더 뉴트럴이 글로벌 트렌드로 부각되는 데에는 개인의 행복을 중시하면서 ‘나’를 최우선 가치로 여기고, 사회적 기준이 아닌 자신이 추구하는 삶을 영위하고자 하는 경향이 높아졌기 때문이다(Pepper, 2019). 젠더 뉴트럴은 성별 이분법을 파괴하는 논바이너리(non-binary) 움직임으로 이해할 수 있다. 여러 국가에서 성을 구체적으로 나타내는(gender-specific) 언어의 사용을 피하고 성 중립적(gender-neutral) 언어를 사용, 성의 선택과 신분증의 성 중립적 표기 허용, 성 중립적 디자인이 도입되고 있다. 젠더 뉴트럴의 핵심은 성 관념의 고정화를 해체하고 개인의 성에 대한 다양한 정체성을 인정하여 성 구분으로 인한 사회 구조적 ‘차별’을 없애기 위한 것이다. 젠더 뉴트럴은 성 평등

에 대한 시각 차이, 성에 대한 고정관념, 생물학적 성별의 차이를 고려하지 않은 모든 남녀의 성적 평등화로 발생하는 불평등을 극복하고자 한다. 남성과 여성으로 구분함으로써 어느 쪽에도 포함되지 않고 소외되는 성적 소수자를 아우르고 내면적 성 정체성과 외면적 성 정체성의 불일치에 의한 개별적 존재로서의 성 정체성의 다양성을 인정하는 것이다.

젠더 뉴트럴은 패션 분야에서는 여성복 또는 남성복이란 표기를 없애는 것과 남성복 또는 여성복을 상징하는 의복 디테일을 제거하는 것으로 표현되고 있다. 젠더 뉴트럴 패션과 비슷한 의미로 에이젠더 패션, 젠더리스 패션이 있다. 에이젠더는 남성과 여성 그 어느 쪽으로도 포함되지 않는 성을 의미하고, 젠더리스는 성구분이 없음을 의미한다(Mardell, 2017). 젠더 뉴트럴, 에이젠더 패션과 젠더리스 패션은 모두 남성복 또는 여성복으로 구분되지 않는 패션을 지칭한다.

현대 패션은 남성복보다 여성복을 중심으로 다양한 전개가 이루어졌다. 남성 중심적 사회에서 여성의 사회적 지위의 향상과 참여가 높아졌으나 성 평등을 표현하는 패션은 여성복에 남성복의 디테일을 적용한 패션으로 표현되고 있다. 구체적인 사례로 유니섹스 패션이 여성복 관점에서 보면 여성복을 남성복처럼 만들었을 뿐 결코 ‘여성다운’ 옷은 아니다(Paoletti, 2015). 그리고 유니섹스 패션은 남녀 모두에게 보편적으로 적용되었다기보다는 여성에게만 선택적으로 적용되었다.

젠더 뉴트럴 패션은 성과 젠더의 일치 또는 불일치와 상관없이 자신의 성 정체성을 따르는 것으로 자신에 대해 긍정적 태도를 가지는 바디 포지티브(body positive) 트렌드와도 일맥상통한다. 성 중립성을 실천한다고 해서 의복을 공용화나 획일화시키는 것이 아니라 성별에 따른 제약을 없애는 것으로 남성이 여성의 전유물로만 여기던 클러치백, 레깅스, 스커트를 착용하는 것으로 표현된다.

Table 1. 젠더리스 패션 스타일의 조형적 특성에 대한 선행연구.

연구자	연구 범주	분석 내용	분석 결과
Kim and Gwak (2010)	남성복	크로스섹슈얼 스타일	슬림한 실루엣, 레이스나 주름, 금속 장식, 얇고 가벼운 소재, 밝은 색상, 크롭터, 볼레로, 코르셋과 같은 여성 의류 특성을 적용하여 성이 교차되는 패션을 제시
Yu(2012)	남성복	엠니스의 조형적 특성	2007 S/S부터 2012 F/W까지 4대 남성 컬렉션을 연구 범위로 하여 실루엣, 소재, 색상 문양의 조형적 특성 분석. 해체성, 통합성, 절충성, 관능성 의미 도출
Kim and Lee (2016)	여성복	젠더리스 스타일 표현 특성	절충성, 관능성, 유희성, 과장성, 역사성
An(2018)	남성복	젠더리스 스타일	양성성, 절충성, 관능성, 유희성

성별, 인종, 나이, 체형, 계층을 의식하지 않고 누구나에게 ‘보여주기’ 위한 것이 아니라 ‘자기다움’에 집중해 자신의 성 정체성을 정립하는 것으로 남성과 여성 그 어느 쪽에도 속하지 않는 개인의 차별화된 정체성을 그대로 표현하는 것이다. 젠더 뉴트럴 트렌드에 의한 고유한 개성의 추구로 새로운 성 정체성이 등장하고 새로운 성 정체성은 ‘독특성’을 가치로 새로운 패션 스타일이 되고 있다.

젠더 뉴트럴 패션 스타일에 대한 연구는 아직 없으며 관련된 연구로 젠더리스 패션 연구를 살펴보면, Kim and Lee(2016)는 현대 여성 컬렉션에 나타난 젠더리스 스타일의 표현 특성을 절충성(compromise), 관능성(sensuality), 유희성(enjoyment), 과장성(exaggeration), 역사성(historicity)으로 분석하였다. An(2018)은 현대 남성복에 표현된 젠더리스 현상을 메트로섹슈얼(Metrosexual), 크로스섹슈얼(Crosssexual), 위버섹슈얼(Ubersexual)로 분류하고 현대 남성복 컬렉션에 표현된 젠더리스 특성을 성 구분의 모호함을 표현하는 양성성, 사회, 문화, 스타일의 혼합된 절충성, 신체를 직·간접적 노출하여 성적 매력을 부각시키는 관능성, 이질적 요소의 혼합과 왜곡으로 표현되는 유희성으로 도출하였다. Yu(2012)는 2007년 S/S부터 2012 F/W까지 4대 남성 컬렉션에 표현된 엠니스(M-ness)의 조형적 특성을 해체성, 통합성, 절충성, 관능성으로 분석하였다. Kim and Gwak(2010)은 현대 남성복 컬렉션에 나타난 크로스섹슈얼 스타일에 관한 연구에서 2009년 이후 현대 남성들이 내면에 존재하고 있는

여성성을 표현하고 있다고 하여 ‘남성스러운’과 ‘여성스러운’의 경계가 흐려지고 있다고 했다. 구체적인 스타일 변화로 좁은 어깨, 허리라인의 강조, 날씬함을 강조하기 위한 몸에 붙는 실루엣, 여성복에 사용되는 얇고 부드러운 소재, 밝은 색채, 여성복에 주로 보이는 크롭트 재킷(cropped jacket)이나 볼레로(bolero), 코르셋(corset)과 같은 아이템을 사용하여 남성의 이미지에 여성의 우아함과 섹시함을 표현하고 있어 여성 패션과 남성 패션의 성적 차이가 없이 각자의 성을 교차하는 패션이 제시된 것으로 분석하였다. 선행연구에서 제시된 젠더리스 패션 스타일의 특성을 정리하면 <Table 1>과 같다. 젠더리스 패션 스타일 연구는 남성복에 대한 연구가 여성복과 비교하여 많다. 남성복 연구가 많이 이루어졌다는 것은 남성복 스타일과 이미지에 대한 변화가 크고 남성 소비자의 욕구가 다양화되고 있다는 것으로 해석할 수 있다. 선행연구에서 공통적으로 제시된 젠더리스 패션 스타일의 조형적 특성은 해체성, 절충성, 관능성, 유희성, 과장성, 역사성의 6가지로 범주화시킬 수 있다.

2. 패션 스타일과 이미지

패션은 집단적인 생활의 다양한 영역에 영향을 주는 사회 변화의 특정 형태를 의미한다(Lipovetsky, 1987/1999). 스타일이란 ‘형식’ 또는 ‘양식’의 의미로, 변화하는 패션이 일정 기간에 걸쳐 일반화되었을 때

그 복식이 다른 복식과 구별되는 디자인의 구체적 특징이다(Naver encyclopedia, n.d.c). 스타일은 메를로 퐁티(Merleau Ponty)에 따르면 일관된 변형의 지표로 표현의 가능성을 제공한다(Geichi et al., 1994/2011). 옷을 입은 사람들을 사회적으로 구별하는 패션은 다른 사람들처럼 보아야 하지만 정확하게 다른 사람처럼 보여서는 안된다(Lipovetsky, 1987/1999).

패션 스타일은 사회 관념에 영향을 받아 변화한다. 사회적 관념은 패션 트렌드로써 시대의 이상적 이미지를 제안하고 구체적 패션 스타일의 기준을 제시한다. 제시된 스타일은 개인의 환경, 가치관, 성격, 직업, 상황 등에 따라 소비자에게 선택되며 개인의 신체 이미지와 결합하여 개인화된 이미지를 재창조한다. 일반적으로 패션 스타일 분류는 패션 사업을 위한 시장조사, 상품 생산 계획, 판매촉진 전략을 구체화하기 위해 사용되며 브랜드의 차별화 전략으로써 시즌 테마 선정의 시각화를 위해 사용된다.

패션 스타일의 분류는 시대를 기준으로 전통적 감각과 현대적 감각인 모던(modern)과 에스닉(ethnic), 지역을 기준으로 도시 감각과 전원 감각인 소피스티케이트드(sophisticated)와 컨트리(country), 운동성을 기준으로 정적 감각과 동적 감각인 엘레강스(elegance)와 액티브(active), 성을 기준으로 여성적인 감각과 남성적인 감각의 로맨틱(romantic)과 매니시(mannish)의 8대 이미지를 기본으로 한다(Lee, 2012). 에스닉 스타일은 민속적이고 이국적인 감성을 표현하는데 오리엔탈(oriental), 엑조틱(exotic), 트로피컬(tropical), 포크로어(folklore) 스타일을 포함한다. 모던 스타일은 도회적인 감성과 하이테크 무드(high-tech mood) 및 진보적 감성을 표현한다. 지오메트릭(geometric) 패턴, 아크로매틱(achromatic) 컬러로 독창적인 개성을 표현하는 아티스틱(artistic) 스타일을 포함하며, 일상복을 넘어 초현실적이고 전위적으로 표현되거나 한 번도 보지 못했던 새로운 스타일로 제시되는 경우 아방가르드(avant-garde) 패션을 포함한다. 아방가르

드는 퇴폐적(decadence)이고, 혐오스러운(detester) 이미지로 표현되기도 한다. 소피스티케이트 스타일은 엘레강스한 패션과 모던한 패션을 믹스한 감성이며 커리어 여성의 스타일로 도시적인(urban), 인공적인(artificial classy), 성숙한(mature) 감성을 표현한다. 소피스티케이트 스타일은 스노브(snob), 여피(Yuppie) 그리고 컨템포러리(contemporary) 패션을 포함한다. 스노브와 여피는 트레이디셔널(traditional), 컨서버티브(conservative) 감성으로 비즈니스 정장 슈트 스타일로 표현되며 컨템포러리는 전혀 새로운 감각으로 표현되는 스타일을 의미한다. 컨트리 스타일은 캐주얼한 감성으로 웨스턴(western), 패전트(peasant), 카우보이(cowboy)와 같은 서양식 농부와 같이 편안하고 자연스러운 이미지를 표현한다. 엘레강스 스타일은 우아한(graceful), 귀족적인(noble), 품격 있는(dignified) 성숙한(mature) 감성을 표현한다. 로맨틱 스타일은 펜시풀(fanciful), 판타스틱(fantastic), 부드러운(soft), 달콤한(sweet), 귀여운(cute), 사랑스러운(love) 감성을 표현한다. 매니시 스타일은 여성복에 남성적 감성을 표현하는 스타일로 밀리터리(military), 댄디(dandy), 앤드로지너스(androgynous) 스타일을 포함한다. 액티브 스타일은 에너지가 넘치는 스포티한 감성을 표현하고 액티브 웨어, 플레이 웨어(play wear), 스포츠 웨어, 애슬레저 웨어(athleisure wear), 골프 웨어(golf wear), 스노보드 웨어(snowboard wear) 등 전문적으로 세분화된 스타일로 분류한다.

패션 스타일은 라이프 스타일의 변화에 맞춰 서로 다른 감성이 융합되거나 새로운 감성으로 제안되며 새로운 감성을 적절하게 표현하기 위한 신조어가 등장하고 있다. 새롭게 등장한 현대 패션의 다양해진 감성과 스타일을 기본 8대 감성만으로 분류하기에는 부족하여 최근 5년간 새롭게 제시된 스타일과 감성을 조사하여 포함시켰다. 패션 스타일에 대한 선행연구를 조사한 결과, Park and Chun(2018)은 현대 패션은 TPO의 경계가 무너지고 오피스룩, 캐주얼웨어의 경계가 없어지고 있어

Table 2. 패션 스타일 선행 연구.

연구자	분석 대상	패션 스타일
Park and Chun(2018)	스트리트 웨어	• 애슬레저
Lim and Lim(2017)	킨포크: 앤티패션	• 에센셜리즘(essentialism): 본질적, 간결함, 보수적
		• 네이처(nature-friendliness): 노마드, 자연 친화
		• 레트로 센서빌리티(retro-sensibility): 레트로, 빈티지, 핸드 크래프트(hand craft)
Kim(2017)	일본 브랜드 언리얼 에이지	• 아방가르드
Kim and Lee(2018)	유스컬처 뉴노멀	• 힙합 스타일
		• 보드 룩
		• 고프닉 스타일
Lee(2018)	패션의 일상성	• 놈코어: 꾸미지 않은 듯 자연스러운 멋을 추구하는 패션스타일
		• 고프코어 스타일 : 아웃도어 아이템을 일상복화 시킨 스타일
		• 메노코어 스타일: 갱년기(menopausal)와 하드코어(hardcore)의 합성어로 중년여성들의 심플한 스타일
Kim and Lee(2015)	남성 패션	• 프리프롭 룩
Lim et al.(2017)	너드 룩	• 드웍: 모범생으로 사회성 결여된 단정하면서도 어수룩한 스타일
		• 도크: 한 가지 분야에 집착이 강해 착장이 미숙한 패션 스타일
		• 깍: 어떤 분야에 탁월하지만 특이하여 독특한 패션 스타일
		• 그레니: 고전적이고 낡은 빈티지 패션 스타일

스트리트 웨어(street wear)에 표현되는 애슬레저의 연출 특성을 연구하였다. Lim and Lim(2017)은 킨포크(Kinfolk) 라이프 스타일에 의한 패션의 변화를 앤티패션(anti-fashion)으로 규정하고 앤티패션 경향을 분석하였다. 앤티패션은 단순성, 자연성, 새로움에 대한 저항성, 윤리적, 다양성에 대한 포용성을 특징으로 노스탤지어, 빈티지, 수공예적, 아날로그 감성, 단순성, 내추럴, 베이직, 실용적 감성을 표현한다고 분석했다. Kim(2017)은 일본 디자이너 브랜드 언리얼 에이지(Anrealage)에 표현된 아방가르드 스타일을 연구하여 비대칭에 의한 왜곡과 과장, 해체적이며 테크놀러지와 융합으로 표현된 추상적, 기하학적 이미지를 표현한다고 분석했다. Kim and Lee(2018)는 유스 컬처(youth culture)의 등장에 의한 뉴노멀(new normal) 패션 스타일을 분석하였고, Lee(2018)는 패션 트렌드로써 일상성을 표현하는 놈코어(Normcore) 스타일, 고프코어(Gorpcore) 스타일, 메노코어(Menocore) 스타일에 대해 연구하였다. Kim and Lee(2015)는 현대 남성 패션에 나타

난 프리프롭(prepp-hop) 패션의 표현 특성을 분석하였다. Lim et al.(2017)은 패션 컬렉션에 나타난 너드 룩(nerd look)을 분석하였다. 너드 룩은 2015년 등장한 패션으로 드웍(dweeb), 도크(dork), 깍(geek), 그레니(granny) 스타일로 분류되고 이센트리시즘(eccentricism)과 일맥상통한다고 하였다. 선행연구들에서 제시한 패션 스타일을 정리하면 <Table 2>와 같다.

III. 연구 방법 및 결과

1. 연구 방법

구글(www.google.com)검색으로 2019년도 6월~8월 기간에 젠더 뉴트리얼, 젠더리스, 에이젠더를 키워드로 검색된 뉴스 기사와 블로그, 카페 자료를 참고하여 젠더 뉴트리얼 패션 브랜드를 수집하였다. 수집된 브랜드의 온라인 사이트 소개 페이지에서 브

랜드 콘셉트를 확인하고 대표 이미지와 판매하는 상품의 패션 스타일 이미지를 수집하였다. 이 연구는 온라인 중심으로 한 브랜드로 한정하였으며, 2019 S/S 의류 상품을 연구 범위로 하였다. 젠더 뉴트럴 브랜드는 총 72개가 검색되었는데 구두 브랜드(1), 언더웨어 또는 수영복 브랜드(4), 아이웨어 브랜드(1), 단일 품목 맞춤 전문 브랜드(5), 오프라인으로만 판매가 이루어지는 브랜드(2)를 제외한 나머지 59개 브랜드를 조사대상으로 하였다. 젠더 뉴트럴 브랜드가 런칭된 나라는 미국이 34개로 가장 많다. 다음으로 영국 9개, 남아프리카 공화국 5개, 캐나다 3개, 프랑스 1개, 일본 1개, 한국 1개, 브라질 1개, 핀란드 1개, 스페인 1개, 네덜란드 1개, 오스트리아 1개로 조사되었다. 브랜드 런칭 시점은 2015년도에 10개의 브랜드가 온라인 서비스를 시작하고 2016년도에 2개, 2017년도에 5개, 2018년도 2개, 2019년도 2개로 조사되었다. 젠더 뉴트럴 브랜드 특성은 웹사이트의 패션 이미지와 텍스트를 수집하여 분석하였다. 모델, 배경, 포즈를 중심으로 한 패션 이미지와 브랜드 소개에서 제공하고 있는 본문 텍스트가 전달하는 내용을 분류하였다. 수집된 텍스트는 브랜드 및 개인 정체성, 환경 및 윤리적 가치, 신체 이미지의 다양성, 네트워크 및 커뮤니티 관련으로 분류하였고 제목 텍스트를 참고하여 특성을 도출하였다. 젠더 뉴트럴 패션 스타일 분석은 브랜드 사이트에서 제공하고 있는 대표 패션 이미지와 상품의 이미지를 연구 분석 자료로 활용하였다. 패션 스타일 분류 및 특성 분석과 수집된 시각 자료에 대한 타당성 검

증을 위해 패션 기업체 현업 디자이너 2명과 산업체 실무 경력이 있는 패션 전공 연구자 2명에게 예비 조사를 실시하여 735개의 시각 자료를 선정하였다. 젠더 뉴트럴 브랜드들이 제시하는 이미지를 선행연구에서 도출된 모던, 에스닉, 소피스티케이티드, 컨트리, 엘레강스, 액티브, 로맨틱, 매니시의 8대 감성을 기준으로 1차 분류하였고 그 결과 로맨틱을 제외한 7개의 스타일로 분류되었다.

본 조사는 젠더 뉴트럴 스타일에 관한 특징을 패션 MD와 디자이너 등의 실무 경험이 있는 패션 디자인 전공 전문가 집단 워크숍을 진행하여 심층 분석하였다. 심층 분석 워크숍은 2단계로 이루어졌다. 1단계에서는 수집된 젠더 뉴트럴 패션 브랜드에서 추출한 패션 이미지를 화상으로 띄워 7개의 감성 스타일과 선행연구에서 제시된 유형을 추가하여 재분류하였다. 분류 결과, 캐주얼 스타일과 아방가르드 스타일로 분류되었고 이 두 스타일이 세분화되었다. 캐주얼 스타일은 전원풍의 작업복 스타일, 복고 스타일, 도시적이고 세련된 스타일, 스포츠 웨어가 가미된 스타일, 일상적이고 평범함을 강조한 스타일로 세분화되었다. 아방가르드 스타일은 ‘독특함’을 강조한 스타일과 ‘그래픽’의 시각적 효과를 강조한 스타일로 나뉘었다. 최종적으로 젠더 뉴트럴 패션 브랜드의 패션 스타일은 컨트리 스타일, 레트로 스타일, 모던 시크(modern chic) 스타일, 고프코어 스타일, 뚱코어 스타일, 어글리(ugly) 아방가르드 스타일, 아티스틱 스트리트(artististic street) 스타일의 총 7개 스타일로 유형화되었다. 이 유형에 대해 전문가 5명에게 이미지 분류

Table 3. 연구절차 및 내용.

연구 단계			대상	조사 방법	연구 내용
예비 조사		이미지 분류	패션 전문가	이미지 분류	-선행 연구 결과 제시된 유형별 스타일 분류
본 조사	1 단계	유형별 대표 이미지 선정	전문가 집단	심층면접	-각 유형별 5개의 대표 스타일 선정 -대표 이미지 검증
	2 단계	패션디자인 요소 분석	패션 전공자 및 전문가 집단	심층면접	-유형별 스타일 패션 디자인 요소 분석 -특징 도출

조사(2019. 7.11~7.18)를 요청하여 패션 스타일별 6 개씩 총 42개의 대표 이미지를 선정하였다. 2단계는 1단계 분석 결과 수집된 10개의 스타일, 50개의 이미지 자료를 활용하여 전문가 집단 심층 워크숍(2019. 7. 22~7.30)을 진행하여 스타일 유형별 실루엣, 소재, 색채, 패턴, 아이템의 패션 디자인 요소를 분석하고 특징을 도출하였다. 연구절차 및 내용을 정리하면 <Table 3>과 같다.

2. 젠더 뉴트럴 패션 브랜드 특징

1) 젠더 벤딩(gender-bending)에 의한 개인 정체성의 강화

온라인 사이트의 메인 페이지는 제품이나 브랜드의 상징적 가치를 전달하기 위한 것으로 광고 이미지로 사회적 인식의 변화나 문화적 가치를 알 수 있다(Rohlinger, 2002). 젠더 뉴트럴 브랜드의 메인 페이지에 사용된 대표 이미지는 남성과 여성 모델을 더블 캐스팅(double casting)하고 있는 경우, 모델의 성별을 알 수 없는 젠더 프리 모델(gender-free model)을 캐스팅한 경우로 나뉜다. 더블 캐스팅한 이미지의 경우 다시 디자인이 동일한 상품을 남성과 여성이 동시에 착용한 모습을 보여주는 이미지(Figure 1), 디자인이 동일한 상품을 남성이 착용한 모습과 여성이 착용한 모습을 교차적으로 보여주는 이미지(Figure 2), 성별 구분 없이 다른 디자인 아이템을 매치하여 새로운 스타일로 연출한 이미지로 분류할 수 있다(Figure 3). 젠더 뉴트럴 브랜드는 판매하는 상품이 남성과 여성 누구에게나 착용 가능한 제품이라는 특성을 보여줌

으로써 의복에 고정되어있는 남성복 또는 여성복이라는 성별 전형성을 해체하고 있다. 한 벌 또는 하나의 스타일로 여러 가지 착장 방식을 제안해 낭비적 소비를 조장하는 패션을 지양하고 실용적이고 합리적 소비 가치를 실천하고 있다(Figure 4). 젠더 프리 캐스팅의 경우(Figure 2) 성별에 대한 고정관념과 남성복과 여성복의 전형성을 해체하고 독립된 개인의 정체성을 다양한 방식으로 연출하고 있다.

2) 앤티패션과 자기 신체 긍정의 메시지

젠더 뉴트럴 패션 브랜드는 성별, 인종, 체형, 외모와 관계없이 다양한 모델 이미지를 보여줌으로써 자신을 있는 그대로 받아들이는 자기 신체 긍정(self-positive)의 메시지를 표현하고 있다. 키가 크고 마른 이상화된 모델이 아닌 현실적 몸매를 가진, 주변에서 쉽게 볼 수 있는 친근한 사람들을 모델로 내세우고 있다(Figure 5-6). 또한, 표준 체형에서 벗어난 비주류의 소비자들을 배려하고 다양성을 존중하기 위해 다양한 사이즈를 제공하고 있다.

젠더 뉴트럴 패션 브랜드의 자기 신체 긍정 메시지는 앤티패션으로 표현되고 있다. 앤티패션은 패션의 속성인 상징적 의도나 시각적 미를 배제하고 패션에 무관심함을 표현하거나 또는 기존의 질서에 대한 저항을 표현하는 것이다(Lim & Lim, 2017). 젠더 뉴트럴 브랜드에서 보이는 앤티패션은 패션성을 의식하지 않아 ‘미(美)’가 배제된 단순하고 편안한 스타일(Figure 7)과 신체를 드러내지 않으면서 부적절하여 이상해 보이는 실험적 스타일



Figure 1. Bethnals.
From Bethnals. (n.d.).
<https://bethnals.com>



Figure 2. Notequal.
From Notequal. (n.d.a).
<http://www.notequal.co>



Figure 3. Toogood.
From Toogood. (n.d.).
<https://t-o-o-g-o-o-d.com>



Figure 4. Cilium.
From Cilium GLIDER. (n.d.).
<https://cilium.nu>



Figure 5. 69.
From 69 Long Sleeve Jumpsuit.
(n.d.).
<https://sixty-nine.us>



Figure 6. Ullac Oy.
From BLEW JEANS STRAIGHT.
(n.d.a).
<https://ullac.com>



Figure 7. Vaquera.
From Vaquera.
(n.d.).
<https://vaquera.nyc>



Figure 8. Blindness.
From Blindness.
(n.d.).
<https://www.blindnessstudio.com>

(Figure 8)로 분류된다. 단순하고 편안한 스타일은 패션에 부여되었던 물질적 상징 가치를 없애고 일상 의복으로서의 기능을 강조하여 의복의 주체, 즉, 인간 자체 또는 자기 스스로에 집중하려는 의미로 해석할 수 있다. Flavn(www.flavn.com) 사이트에 제시된 ‘Stay pretty, self-confidence and self love’라는 문구는 자신감과 자기 긍정을 표현하고 있다. Gender Free World(www.genderfreeworld.com) 사이트는 ‘without label’이라고 하여 패션의 상징적 기호적 가치를 부정하고 있다. 그리고 데님 의류를 재사용하는 I AND ME (www.i-and-me.com) 사이트의 ‘twice as nice, denim brand, comfortable silence’라는 문구는 패션 트렌드에 따라 의복을 재구매하여 과시하는 것이 아니라, 자신만의 스타일 추구를 강조하고 있다. 실험적 스타일은 성별, 계층, 나이, 피부색, 살찐 몸을 비하하는 패션의 ‘권력’에 저항하는 방법으로써(Buxbaum, 2005/2011) 의복의 전형적 맞음새와 완성도를 거부하고 눈에 띄는 낯섦과 희소가치로서 다른 사람과 구분되는 개성을 추구한다. 이러한 방식은 기존의 아름다움이 가지고 있는 상징적이고 지배적인 헤게모니에 도전하기 위해 기존의 형식을 철저히 파괴함으로써 새로운 의미와 정체성을 세우고자 하는 의지를 표현하는 것이다(Davis, 1992). Blindless(www.blindnessstudio.com) 사이트의 ‘Control through clothing’과 Kirrin Finch의 ‘Breaking gender barrier, embracing freedom of

expression’이라는 문구는 특정 패션 브랜드가 만든 똑같은 옷을 입은 사람이 되길 거부하고 패션에 의해 형성되는 개인의 정체성을 표현하는 것으로 사회 문화적 메시지를 디자인의 영감으로 표현한다. 해체적이고 실험적 디자인은 사회·정치적 규칙이나 규범에 대한 자신들이 주장을 디자인의 모티브로 사용하여 표현하고 독특한 디자인으로 똑같은 옷을 입은 사람이 극소수만 존재하는 독점성에 가치를 두고자 하는 것이다. 위의 모든 사례는 패션에 대한 단절이 아니라 다른 패션을 추구하는 것으로(Simmel, 1957) 패션에 대한 의식의 성장과 인식의 전환을 보여준다.

3) 환경과 사회 윤리적 가치 추구

젠더 뉴트리얼 브랜드는 친환경 소재 또는 재활용 소재를 사용하고 소비의 최소화, 재사용을 상품 생산에 적용함으로써 대량 생산과정에서 야기되는 환경오염을 최소화하고 생산과 소비과정의 윤리적 책임을 수행하는 혁신을 추구하고 있다. 매출과 수익만을 목표로 하는 것이 아니라 사회적 책임과 진정성, 윤리 의식을 중요하게 생각하고 실천 방법을 구체적으로 전달하고 있다. Yunit Studio는 ‘Fair trade fashion’으로 명시하고 있으며 Ullac Oy는 ‘Ethical clothes cut for people not genders. Everybody’s a suspect’를 명시하고 있다. Vaquera의 경우 티셔츠에 ‘Please, save the water’라는 문구를 디자인 그래픽으



Figure 9.
Vaquera.
From Vaquera. (n.d.).
<https://vaquera.nyc>



Figure 10.
Older Brother.
From Older Brother. (n.d.).
<https://olderbrother.us>



Figure 11.
Zero Waste Danial.
From "Earth Deluxe". (n.d.).
<http://zerowastedaniel.com>



Figure 12.
Andagain.
From Inverted Bomber. (n.d.).
<https://andagainco.com>



Figure 13.
OBlanc.
From POCKET VEST BLACK. (n.d.).
<https://shopoblanc.com>

로 사용하고 있다(Figure 9). Older Brother는 버섯을 사용한 천연 염색으로 의류를 생산하고 있음을 명시하고 있으며(Figure 10), Zero Waste Danial은 팔리고 남은 재고 소재를 사용한 업사이클 디자인을 실천하고 있다(Figure 11). Andagain은 데님을 재활용한 개인화 데님 브랜드이다(Figure 12). Olivia OBlanc는 상품을 새로운 기능이나 목적에 맞게 재조합함으로써 기존의 디자인과는 다른 새로운 가치를 만들어 내고 있음을 명시하고 있다(Figure 13). 사회 윤리적 실천은 생산 노동자에 대한 인권 보호와 생산과 유통과정에서의 투명성과 공정거래, 지속가능성과 재사용으로 연결되고 있다. 특히 미국의 Marimacho, 영국의 Gender Free World를 비롯한 11개 브랜드는 해외 생산이 아닌 로컬 생산으로 같은 지역의 이웃이 생산하고 있음을 알리고 있다. 종합하면, 젠더 뉴트럴 브랜드는 에코 패션, 슬로 패션, 업사이클링, 지속가능 패션과 연계되어 있다. 또한 유통과정에서의 대량생산과 과도한 마케팅을 자제하고 과잉 생산과 경쟁으로 인한 문제를 제기하고 있다.

4) 소비에 의한 소통과 네트워크 형성

젠더 뉴트럴의 본질적 목표는 '사람'에 집중하는 것으로 젠더 뉴트럴 패션은 소비를 윤리성과 가치성에 접목시키고 있다. 소비를 통해 사회문제 해결에 동참하고, 사회에 기여하는 행동의 진정성으로 자신을 표현하고 소통하고자 한다. 다민족, 다인종, 신체, 연령, 문화의 경계를 없애고 소비를

통해 사회문제 해결에 동참하며 기여하는 활동을 공유함으로써 더 넓은 관계 형성과 인간적 교감을 하게 하는 것이다. Vaquera(<https://vaquera.nyc>)의 사이트에는 'Unite and empower people'이라는 메시지를 전달하고 있다. 젠더 뉴트럴 브랜드 채널은 참여와 소통의 장을 마련함으로써 관계를 형성하는 온라인 소통의 도구로 활용되고 있다. 젠더 뉴트럴 브랜드들은 소비자의 정체성을 대변할 수 있는, 메시지가 분명한 '착한 상품'을 제공하고 소비자에게 '착한 소비'를 유도하여 이 모든 활동이 개인의 주도적 라이프 스타일로서 자신의 세계관을 전달하도록 한다.







3. 젠더 뉴트럴 패션 스타일 유형화 및 유형별 특성

젠더 뉴트럴 패션 스타일 7가지 유형별 특징을 실루엣과 형태, 소재, 색채, 패턴과 디테일, 아이템으로 분석한 결과는 다음과 같다.

1) 컨트리 스타일

수집된 컨트리 스타일은 오버롤즈(Figure 14)와 점프슈트(Figure 15)를 중심으로 서스펜더(suspenders)와 뉴스보이 캡(newsboy cap)의 액세서리가 컨트리 이미지를 강화시킨다(Figure 16). 데님, 구김 있는 면과(Figure 17) 리넨 소재를 사용하여 전원적인 소박함을 표현하고 있다. 주요 아이템은 민무늬

Table 4. 컨트리 스타일.

						특징: 전원적이고 소박한 이미지
Figure 14. I AND ME. From "Plant Dyed". (n.d.). https://i-and-me.com	Figure 15. Toogood. From The Electrician Overall. (n.d.). https://t-o-o-d.com/clothing	Figure 16. Kirrin Finch. From Stanhope. (n.d.). https://kirrinfinch.com	Figure 17. ZED. From ZED. (n.d.). http://zed-seattle.com	Figure 18. Bethnals. From Bethnals. (n.d.). https://bethnals.com	Figure 19. Seeker. From Seeker. (n.d.). https://seeker-us.com	실루엣: 루즈 핏
						소재: 데님, 면
						색채: 연한 색조
						패턴 & 디테일: 플레이드, 스트라이프
						아이템: 점프슈트, 오버롤즈, 모자

티셔츠, 스웨트 셔츠(sweat shirts)와 전형적인 컨트리 스타일의 체크 남방셔츠, 바랜 캠퍼스(campus) 면 바지, 데님 바지로 구성되어 워크웨어(work wear) 스타일을 보여준다(Figure 18-19). 바랜 듯 연한 색채로 복고풍 감성과 전형적인 미국 시골의 워크웨어 아이템, 그리고 스트리트 웨어 감성이 더해져 있다. 컨트리 스타일을 제시하고 있는 브랜드 및 대표 이미지는 <Table 4>와 같다.

2) 레트로 스타일

꽃무늬 프린트 또는 자수가 들어간 셔츠와 통이 넓은 팬츠 아이템과 매치하여 복고적이면서도 빈티지한 감성을 동시에 표현한다. 꽃무늬 프린트 셔츠(Figure 20), 핸드 자수(Figure 21), 바랜 면 캔버스(canvas) 스커트(Figure 22), 데님 팬츠, 홀치기염, 글렌 체크(glen check)의 헐렁한 테일러드 재킷(Figure 23), 넓은 어깨와 허리 스트링(Figure 24), 허리춤 끝까지 올라온 넓은 통바지, 유행과 관련 없는 큰 로고 티셔츠, 낡고 늘어난 티셔츠 위에 바람막이를 겹쳐 입은 스타일링은 복고적 감성을 되살리고 있다. 새로운 제품이지만 존스럽고 오래되어 낡은 이미지를 표현하고 있다. 레트로 스타일을 제시하고 있는 브랜드 및 대표 이미지는

<Table 5>와 같다.

3) 모던 시크 스타일

장식이 없고 무채색의 도회적이고 세련된 감각으로 표현된다. 불필요한 요소가 없는 심플한 디자인으로 슈트를 기본으로 한 시티 데일리 웨어 스타일이다. 재킷과 추리닝 바지(Figure 25), 롱 코트와 롱 스커트(Figure 30), 테일러드 재킷에 반바지(Figure 29), 민무늬 티셔츠 위에 테일러드 재킷(Figure 26), 루즈한 재킷과 바지 그리고 슬리퍼 차림(Figure 28)의 베이직 아이템으로 구성된다. Wilde Vertigga는 사선 재단 디테일 슈트를 중심으로 컬러 아이템을 매치하여도 모던함이 표현된다(Figure 30). Rad Hourani(Figure 26)와 같이 심플하고 세련된 감성과 Lukhanyo Mdingi(Figure 27)와 같이 소피스티케이트한 감성이 더해져 있다. 모던 시크 스타일을 제시하고 있는 브랜드 및 대표 이미지는 <Table 6>과 같다.

4) 고프코어 스타일

고급 지향의 상위 패션이나 과시적 의도 없이 야외활동을 고려한 스타일과 드레시한 원피스 위에 아웃도어 바람막이를 착용한(Figure 31) 비형식적이고 캐주얼한 이미지를 표현하고 있다. 낡은

Table 5. 레트로 스타일.

					특징: 빈티지 감성의 레트로 이미지
Figure 20. Wildfang. From "ULTIMATE". (n.d.). https://www.wildfang.com	Figure 21. Need Supply Co. From "Bruta". (n.d.). https://needsupply.com/	Figure 22. Radimo. From Radimo. (n.d.). https://www.instagram.com	Figure 23. Agender. From Agender. (n.d.a). https://agender.co.kr	Figure 24. Eckhauslatt. From "DRAWCORD". (n.d.). https://eckhauslatta.com	실루엣: 루즈 핏
					소재: 면, 리넨, 캔버스, 울
					색채: 연한 색조
					패턴 & 디테일: 꽃무늬 프린트, 자수, 체크, 홀치기 염, 글렌체크
					아이템: 남방셔츠, 재킷, 와이드 팬츠

Table 6. 모던 시크 스타일.

						특징: 도시적이고 모던한 이미지
Figure 25. Zerowaste Karen glass. From Ø knit. (n.d.). http://www.zerowastekarenglass.com	Figure 26. Rad Hourani. From Unisex Timeless Looks. (n.d.). https://www.radhourani.com	Figure 27. Lukhanyo.Mdingi. From Lukhanyo Mdingi. (n.d.). https://lukhanyomdingi.co.za	Figure 28. s.k. manor hill. From Spring / Summer 2019. (n.d.). https://skmanorhill.com	Figure 29. Andrew Coimbra. From Andrew Coimbra. (n.d.). https://www.andrewcoimbra.com	Figure 30. Wilde Vertigga. From "L.G. Georgia". (n.d.). https://vertigga.com	실루엣: 슬림 핏
						소재: 폴리, 면, 마
						색채: 회색, 남색, 검정의 무채색 주를 이룸
						패턴 & 디테일: 민무늬
						아이템: 재킷, 코트, 바지, 스커트

데님(Figure 32), 카무플라주(camouflage)(Figure 33), 폴리에스터의 바람막이 소재, 플리스 소재를 사용하고 있다. 낚시 조끼(Figure 34), 라이더 재킷, 바람막이, 아노락(anorak)(Figure 35), 카고(cargo) 팬츠, 트레이닝 팬츠 아이템으로 구성되어 있다. 캐거루 주머니, 큰 사이즈의 주머니 디테일이 특징이다(Figure 36). 활동성과 기능성을 강조한 스포티즘과 스트리트 스타일이 결합된 스타일로 고프코어 스타일로 명명하였다. 고프코어 스타일을 제시하고 있는 브랜드 및 대표 이미지는 <Table 7>과 같다.

5) نوم코어 스타일

평범한 일상복으로 고프코어 보다는 컨템포러리한 패션 감도가 높고 도시적 이미지를 표현한다. 넓은 어깨와 소매통으로 넉넉하고 편안한 이미지로 표현되고 있다. Toogood은 신체를 구속하지 않는 오벌(oval) 실루엣으로 넉넉한 품의 기본 아이템으로 구성되어 있다(Figure 37). Older Brother는 실크와 면 소재를 천연 염색한 밝은 컬러의 편안한 일상복 스타일을 제시하고 있다(Figure 38). Yunit Studio(Figure 39)는 스웨트 셔츠, 추리닝 바지의 기본 아이템으로 베이직 캐주얼의 이미지가 강하고,

Table 7. 고프코어 스타일.

						특장: 아웃도어 스포츠 캐주얼 이미지
Figure 31. Agender. From Agender. (n.d.b). https://agender.co.kr	Figure 32. Muttonhead. From "Camping Hoodie". (n.d.). https://www.muttonheadstore.com	Figure 33. ZED. From ZED. (n.d.). http://zed-seattle.com	Figure 34. Older Brother. From Older Brother. (n.d.). https://olderbrother.us	Figure 35. Young & Lazy. From Youngandlazy. (n.d.). https://www.instagram.com	Figure 36. Ullac Oy. From Head Over Rain Jacket. (n.d.). https://ullac.com	실루엣: 벌크(bulk) 실루엣
						소재: 폴리에스터, 면, 데님, 캠퍼스
						색채: 무채색부터 비비드 컬러까지 다양
						패턴 & 디테일: 캥거루 주머니, 빅 포켓, 아웃도어 디테일
						아이템: 바람막이 점퍼, 플리스, 집업(zip-up) 점퍼, 낚시 조끼, 패딩 점퍼, 아노락

s.k. manor hill은 넉넉한 품의 폴로셔츠에 허리에 둘러매는 가방인 패니 팩(fanny pack)을 매고 짧은 바지를 매치하여 복고적이고 컨트리 감성이 강하다(Figure 40). Kowtow는 길이가 긴 코트, A-라인 스커트, 티셔츠, 넉넉한 품의 점프 슈트로 구성되어 있으며 고급스러운 소재의 평범하고 자연스러운 스타일을 표현하고 있다(Figure 41). One DNA는 흰색, 검정, 베이지, 남색을 중심으로 민무늬의 심플한 셔츠와 바지를 매치한 스타일을 제시하고 있다(Figure 42). 젠더 뉴트럴 브랜드는 티셔츠, 스웨트 셔츠, 면 소재의 구김이 있는 셔츠, 통이 넓은 바지, 길이가 긴 셔츠로 구성되며, 밝고 연한 뉴트럴 계열에서 흰색과 검은색의 사용으로 심플함, 편안함, 자연스러움의 감성을 표현하고 있다. 뎀코어 스타일을 제시하고 있는 브랜드 및 대표 이미지는 <Table 8>과 같다.

6) 어글리 아방가르드 스타일

어글리 아방가르드 스타일은 땅에 끌리는 긴 바지, 어깨가 과장된 재킷, 소매가 긴 소매, 여러 벌의 의류를 재조합한 디자인, 여러 개의 천을 겹쳐 주름으로 디자인한 드레이프(drape) 원피스, 품과 길이가 과장된 점프슈트와 같이 신체 형태 변

형을 특징으로 한다. 어글리 아방가르드 스타일은 몸에 맞지 않는 착장과 우스꽝스러운 자세로 의도된 특이함을 강조한다. Matthew Adams Dolan은 넓고 과장된 긴 소매의 루즈 핏 스타일을 보여주고 있는데(Figure 43) 과장된 소매는 베트멍(Vetements) 패션이 유행된 이후 트렌디하고 스타일리시한 패션으로 인식되고 있다. 69는 오버사이즈의 점프슈트(Figure 44), Vaquera는 몸에 꼭 끼어 맞지 않는 상의와 밑위가 늘어져 있는 바지로 전형적인 의복 착장의 형식과 핏을 해체하고 있다(Figure 45). Blindless와 Notequal은 과장된 주름으로 인체 형태를 왜곡시키고(Figure 46-47) Thebe Magugu와 No Sesso는 비대칭의 디자인으로 기이함이 주는 충격과 신선함을 표현하고 있다(Figure 48). 젠더 뉴트럴 브랜드가 표현하고 있는 아방가르드 스타일의 특성은 고급스럽지는 않지만 쿠티르(couture)적인 감성이 표현된다. 어글리 아방가르드 스타일을 제시하고 있는 브랜드 및 대표 이미지는 <Table 9>와 같다.

7) 아티스틱 스트리트 스타일

젠더 뉴트럴 브랜드는 전형적 의복의 규범을 벗어나 강한 색채, 흥미로운 패턴, 형태적 혁신을 일으키는 패션을 제안하고 있다. Rich Mnish와 Zero

Table 8. 뚝코어 스타일.

						특징: 편안하고 실용적인 일상복 이미지
Figure 37. Toogood. From "THE POET CARDIGAN". (n.d.). https://t-o-o-g-o-o-d.com	Figure 38. Older. From Older. Brother. (n.d.). https://olderbrother.us	Figure 39. Yunit Studio. From "BOBBY sweat". (n.d.). https://www.yunit-studio.com	Figure 40. s.k. manor hill. From Spring / Summer 2019. (n.d.). https://skmanorhill.com	Figure 41. Kowtow. From ARCHIVE JUMPSUIT. (n.d.). https://us.kowtowclothing.com	Figure 42. One DNA. From "Worker Jacket". (n.d.). https://onednaearth	실루엣: 루즈 핏
소재: 면, 리넨, 실크						색채: 흰색, 검정, 무채색, 연한색조
패턴 & 디테일: 소매통과 바지통이 넓고 베이직 디테일						아이템: 티셔츠, 스웨트 셔츠, 바지를 중심으로 한 기본 아이템

Table 9. 어글리 아방가르드 스타일.

						특징: 과장된 길이, 전위적 이미지
Figure 43. Matthew Adams Dolan. From "Spring 2019 Ready-to-Wear". (n.d.). http://www.vogue.com	Figure 44. 69. From Big Button Up One Piece. (n.d.). https://sixty-nine.us	Figure 45. Vaquera. From SHRUNKEN CARDIGAN. (n.d.). https://vaquera.nyc	Figure 46. Blindless. From Blindness. (n.d.). https://www.blindnessstudio.com	Figure 47. Notequal. From Notequal. (n.d.b.). http://www.notequal.co	Figure 48. Thebe Magugu. From Kimani. (2018). https://www.thebemagugu.com/	실루엣: 오버사이즈, 오벌
소재: 면, 폴리에스터,						색채: 흰색, 검정, 어두운 무채색과 연한 색채
패턴 & 디테일: 과장된 길이, 프릴과 러플의 강조, 비대칭 디테일						아이템: 셔츠와 바지, 원피스, 점프슈트

Waste Daniel은 대조되는 색상을 사용하여 시각적으로 그래픽이 강조된 스타일을 표현하고 있다. Rich Mnish는 과감한 프린트 패턴을 사용한 비대칭의 디자인을 선보이고(Figure 49), Zero Waste Daniel은 재고 의류를 활용한 컬러 블로킹(color blocking) 디자인(Figure 50), DB Berdan은 재고 의류를 사용하여 서로 다른 소재의 조합한 디자인, Official Rebrand는 핸드 드로잉을 프린트로 개성적인 패션 스타일을 표현한다(Figure 51), Andagain은 다양한 컬러의 테넌을 패치하여 이미지를 만들어내는 수공

예적 디자인 제시하고 있다(Figure 52). Nicopanda는 툴(tulle)과 메시(mesh) 소재의 프릴 디테일을 덧붙인 색시 핑크 카우걸 또는 카우보이 스타일을 연상시키는 패션과(Figure 53) 레ιβ 스트리트(rave street) 또는 클럽에서 영감을 받은 캐주얼웨어로 형광 핑크 색과 같은 명도가 높은 색채를 사용하여 경쾌한 스타일을 표현하고 있다. No Sesso는 재활용한 의복의 특징을 그대로 살린 비대칭의 디자인과 착장 방식을 다르게 하여 전형적인 의복의 형식을 해체하고 있다. 아티스틱 스트리트 스타일을 제시하고 있

Table 10. 아티스틱 스트리트 스타일.

					특징: 화려한 색채와 기하학 패턴의 비대칭 이미지
Figure 49. Rich Mnisi. From Rich Mnisi. (n.d.). https://www.richmnisi.com	Figure 50. Zero Waste Daniel. From GALAXY hoodie. (n.d.). http://zerowastedanie	Figure 51. Official Rebrand. From "EVERY THING". (n.d.). https://www.officialrebrand.com	Figure 52. Andagain. From "Deniz Sagdic". (n.d.). https://andagainco.com	Figure 53. Nicopanda. From Nicopanda. (n.d.). https://www.nicopanda.com	실루엣: 피티드(fitted) 실루엣, 벌크
					소재: 면, 실크, 폴리에스터
					색채: 비비드, 콘트라스트, 블랙
					패턴 & 디테일: 컬러 대조를 이용한 패치워크, 사진 절개, 플리츠
					아이템: 티셔츠, 집업 후드 재킷, 코트, 원피스, 바지, 레깅스

는 브랜드 및 대표 이미지는 <Table 10>과 같다.

IV. 결론 및 제언

패션은 남성복과 여성복으로 구분함으로써 디자인의 전문성을 높이고 성의 상징과 고정관념을 강화시켰다. 하지만 소비의 주체로 밀레니얼 세대와 Z세대가 등장하면서 젠더 뉴트럴이 패션 트렌드로 부각되고 젠더 뉴트럴을 콘셉트로 한 패션 브랜드가 생겨나고 있으며 기존의 브랜드들도 젠더 뉴트럴 마케팅을 위한 리브랜딩 전략을 추진하고 있다. 그러므로 이 연구는 패션 시장을 새롭게 재편하고 있는 젠더 뉴트럴 패션 브랜드들의 특성과 젠더 뉴트럴 패션 이미지 분석을 목적으로 하였다. 연구 방법으로 젠더 뉴트럴 패션 브랜드의 온라인 사이트의 대표 이미지와 실제 판매하고 있는 2019 S/S의 상품 이미지를 수집하여 분석하였다. 수집 결과 59개의 젠더 뉴트럴 브랜드를 대상으로 735개의 분석 자료가 수집되었다. 에스닉, 스포티캐주얼, 컨트리, 엘레강스, 액티브, 로맨틱, 매니시의 8대 감성을 기준으로 1차 분류하였고 그 결과 로맨틱을 제외한 7개의 감성 이미지로 분류되었다. 패션 스타일 분류는 패션 전공 전문

가 집단의 심층 인터뷰를 실시하였으며 분류 결과를 검증하였다. 심층 분석 워크숍은 2단계로 이루어졌다. 1단계에서는 수집된 젠더 뉴트럴 패션 브랜드에서 추출한 패션 이미지를 화상으로 띄워 7개의 감성 이미지와 선행연구에서 제시된 유형을 추가하여 재분류하였다. 2단계는 1단계 분석 결과 수집된 10개의 스타일, 50개의 이미지 자료를 활용하여 전문가 집단 심층 워크숍을 진행하여(2019. 7. 22~7. 30) 유형별 실루엣, 소재, 색채, 패턴, 아이템의 패션 디자인 요소를 분석하고 특징을 도출하였다.

젠더 뉴트럴 패션 브랜드의 특징은 첫째, 개인의 정체성을 강화하는 것을 목표로 성별 전형성을 해체하고 한 벌 또는 하나의 스타일로 여러 가지 착장 방식과 스타일을 제안해 낭비적 소비를 조장하는 패션을 지양하고 실용적이고 합리적 소비 가치를 실천하고 있다. 둘째, 패션의 물질적 상징 가치와 기존의 패션 질서를 따르지 않는 부적절해 보이는 앤티패션으로 일상 의복으로서의 기능을 강조하고 의복의 주체, 즉, 인간 자체에 집중함으로써 자기신체 긍정의 메시지를 표현하고 있다. 셋째, 친환경 소재 또는 재활용 소재의 사용과 윤리적 생산, 소비의 최소화, 재사용으로 패션성에 대한 의식의 변화를 추구하고 있다. 넷째, 젠더 뉴

트럴 패션 상품의 소비를 환경과 사회의 윤리적 가치를 실천하고 소통과 네트워크를 형성하는 방법으로 제안하고 있다.

젠더 뉴트럴 브랜드가 제시하고 있는 패션 스타일은 컨트리 스타일, 레트로 스타일, 모던 시크 스타일, 고프코어 스타일, 농코어 스타일, 아방가르드 스타일, 아티스틱 스트리트 스타일로 분류되었다. 각 스타일 특성을 정리하면 다음과 같다. 첫째, 컨트리 스타일은 오버롤즈와 점프슈트를 중심으로 서스펜더와 뉴스보이 캡의 액세서리가 컨트리 이미지를 강화시킨다. 데님, 구김 있는 먼, 리넨 소재를 사용한 민무늬 티셔츠, 스웨트 셔츠와 전형적인 컨트리 스타일의 체크 남방셔츠, 바렌 캠퍼스 면바지, 데님 바지로 구성된 워크웨어 스타일로 복고풍 감성과 스트리트 감성이 더해져 있다. 둘째, 레트로 스타일은 꽃무늬 프린트 또는 자수가 들어간 셔츠와 통이 넓은 팬츠 아이템과 매치하여 복고적이면서도 빈티지한 감성을 동시에 표현한다. 꽃무늬 프린트 셔츠, 핸드 자수, 바렌 면 캔버스 스커트, 데님 팬츠, 홀치기 염, 글렌 체크의 헐렁한 테일러드 재킷, 넓은 어깨와 허리 스트링, 허리춤 끝까지 올라온 넓은 통바지, 유행과 관련 없는 큰 로고 티셔츠, 낡고 늘어난 티셔츠 위에 바람막이를 겹쳐 입은 스타일링으로 표현된다. 셋째, 모던 시크 스타일은 장식 없이 고채색의 도회적이고 세련된 감각으로 표현된다. 민무늬 티셔츠 위에 테일러드 재킷, 루즈한 재킷과 바지에 슬리퍼 차림의 베이직 아이템으로 구성되어 심플하고 세련된 감성과 소피스티케이티드한 감성이 더해져 있다. 넷째, 고프코어 스타일은 고급 지향의 상위 패션이나 과시적 의도가 전혀 없이 야외활동을 강조한 스타일과 드레시한 원피스 위에 아웃도어 바람막이를 착용한 비형식적이고 캐주얼한 이미지를 표현하고 있다. 넓은 데님, 카무플라주, 폴리에스터의 바람막이 소재, 플리스 소재, 캥거루 주머니, 큰 사이즈의 주머니 디테일이 특징이다. 다섯째,

농코어 스타일은 평범한 일상복으로 고프코어 보다는 컨템포러리한 패션 감도가 높고 도시적 이미지를 표현한다. 넓은 어깨와 소매통, 스웨트 셔츠, 추리닝 바지, 폴로셔츠에 패니 팩을 메고 짧은 바지를 매치하여 복고적이고 컨트리 감성도 표현된다. 여섯째, 어글리 아방가르드 스타일은 땅에 끌리는 긴 바지, 어깨가 과장된 재킷, 소매가 긴 소매, 여러 벌의 의류를 재조합한 디자인, 여러 개의 천을 겹쳐 주름으로 디자인한 드레이프 원피스, 품과 길이가 과장된 점프슈트와 같이 신체 형태 변형을 특징으로 한다. 어글리 아방가르드는 몸에 맞지 않는 착장과 우스꽝스러운 자세로 의도된 특이함을 강조한다. 넓고 긴 소매, 오버사이즈의 점프슈트, 몸에 끼어 맞지 않는 상의와 밑위가 늘어져 있는 바지, 과장된 주름으로 인체 형태를 왜곡시킨 비대칭의 디자인으로 기이함이 주는 충격과 신선함을 표현하고 고급스럽지는 않지만 쿠티르적 감성이 표현된다. 일곱째, 아티스틱 스트리트 스타일은 강한 색채, 흥미로운 패턴, 기존 패션의 형태적 혁신을 일으키는 패션을 제안하고 있다. 컬러 블로킹, 그래픽이 강조된 스타일, 과감한 프린트 패턴을 사용한 비대칭의 디자인과 착장 방식의 변형을 통해 전형적인 의복의 형식을 해체하고 있다.

본 연구의 분석 결과를 종합하면, 젠더 뉴트럴 브랜드의 특성이 젠더 뉴트럴 패션 스타일로 표현되고 있다는 것을 알 수 있다. 젠더 뉴트럴 패션의 실용적이고 합리적 소비 가치를 추구하는 특성은 오버롤즈와 점프슈트와 같은 워크웨어 컨트리 스타일과 야외활동을 강조한 스타일과 드레시한 원피스 위에 아웃도어 바람막이를 착용한 비형식적이고 캐주얼한 이미지를 표현하는 고프코어 스타일로 표현된다. 젠더 뉴트럴 브랜드의 앤티패션 특성은 자신만의 정체성을 추구하는 방법으로 성별 전형성을 해체하고 개성을 추구하는 것으로 ‘남과 같은 패션’으로 ‘남과 다른 나’로서 개인의 정체성이 구분되고 강화되는 것을 의미하는데 이러한 특

성은 패션의 변화를 지양하는 레트로 스타일, 신체 형태의 이상적 전형을 해체하는 아방가르드 스타일과 개성을 추구하는 아티스틱 스트리트 스타일로 표현된다. 젠더 뉴트럴 브랜드가 친환경 소재를 사용하고 윤리적 생산과 소비를 추구하는 특성과 소비로써 네트워크를 형성하는 특성은 모던 시크 스타일을 제외한 모든 스타일에 적용되어 표현되고 있다. 젠더 뉴트럴 패션 브랜드가 제시하는 스타일은 ‘다른 사람과 같은 존재’인 ‘나’로서의 개인의 정체성을 표현하는 방법으로써 자기 긍정의 의미를 담고 있으며 패션의 추구가 자신과 같은 성향의 사람들과 소통하고 네트워크를 형성하는 도구이자 환경문제와 ‘차별’을 없애는 사회의 윤리적 실천과 참여로 연결되고 있다.

본 연구는 현대 패션 트렌드로 제시되고 있는 젠더 뉴트럴 패션 스타일을 분석함으로써 새롭게 제시되고 있는 개인 정체성 표현에 부합하는 새로운 패션 디자인 개발에 대한 방안을 모색하고자 하였다. 이 연구의 도출된 결과는 개인 정체성의 추구, 다양한 소비자 성향을 고려한 패션 브랜드 마케팅 전략과 디자인 개발을 위한 자료로 활용될 수 있기를 기대한다.

References

- 69 Long Sleeve Jumpsuit. (n.d.). 69. Retrieved July 30, 2019, from <https://sixty-nine.us/collections/all/products/69-long-sleeve-jumpsuit>
- Agender. (n.d.a). *Agender*. Retrieved August 8, 2019, from https://agender.co.kr/19SPRING.html?cate_no=43
- Agender. (n.d.b). *Agender*. Retrieved August 8, 2019, from <https://agender.co.kr>
- An, K. S. (2018). A study on the characteristic of genderless expressed in modern man's fashion collection. *The Journal of Humanities and Social science*, 9(4), 1543-1557. doi:10.22143/HSS21.9.4.107
- Andrew Coimbra. (n.d.). *Andrew Coimbra*. Retrieved August 6, 2019, from <https://www.andrewcoimbra.com/ss19-runway-images>
- ARCHIVE JUMPSUIT. (n.d.). *Kowtow*. Retrieved August 2, 2019, from <https://us.kowtowclothing.com/search?q=jumpsuit>
- Bethnals. (n.d.). *Bethnals*. Retrieved August 5, 2019, from <https://bethnals.com/lookbook/>
- Big Button Up One Piece. (n.d.). 69. Retrieved July 30, 2019, from <https://sixty-nine.us/collections/all/products/big-button-up-one-piece-2>
- BLEW JEANS STRAIGHT. (n.d.). *Ullac Oy*. Retrieved August 8, 2019, from <https://ullac.com/collections/all/products/blew-jeans-straight>
- Blindness. (n.d.). *Blindness*. Retrieved July 7, 2019, from <https://www.blindnessstudio.com/spring-summer-19>
- BOBBY sweat fresh white (n.d.). *Yunit Studio*. Retrieved August 3, 2019, from <https://www.yunit-studio.com>
- Bruta Blue Marlin Embroidered Twill Shirt. (n.d.). *Bruta*. Retrieved August 5, 2019, from https://needsupply.com/blue-marlin-embroidered-twill-shirt/3197351.html?lang=en_US&utm_source=pepperjam&utm_medium=144350&utm_campaign=1-6263&clickid=2946250867&source=pepperjam
- Buxbaum, G. (2011). *Icon of fashion: 20th century* (Keum, K. S., Nam, H. N., Park, H. S., & Heo, J. S., Trans.). Seoul: Misulmunhwa. (Original work Published 2005)
- Camping Hoodie - Camo Polar Fleece. (n.d.). *Muttonhead*. Retrieved August 6, 2019, from <https://www.muttonheadstore.com/collections/muttonhead/products/camping-hoodie-camo-polar-fleece>
- Cilium GLIDER. (n.d.). *Cilium*. Retrieved July 24, 2019, from <https://cilium.nu/collections/start/products/glider>
- Davis, F. (1992). *Fashion, culture, and identity*. Chicago: University of Chicago Press.
- Deniz Sagdic Collaboration - Small. (n.d.). *Andagain*. Retrieved August 5, 2019, from <https://andagainco.com/collections/all/products/deniz-sagdic-collaboration>
- DRAWCORD BLAZER EMBER. (n.d.). *Eckhaus Latta*. Retrieved September 13, 2019, from <https://shop.eckhauslatta.com/products/copy-of-drawcord-blazer>
- 'Earth Deluxe' Long Sleeve Tee. (n.d.). *Zero Waste Daniel*. Retrieved July 7, 2019, from <https://zerowastedaniel.com/new-basics/earth-deluxe>
- EVERY THING I'VE EVER WANTED pants (red). (n.d.). *Official Rebrand*. Retrieved August 6, 2019, from <https://officialrebrand.shop/collections/official-rebrand-x-madge/products/every-thing-ive-ever-wanted-pants-red>
- GALAXY hoodie. (n.d.). *Zero Waste Daniel*. Retrieved July 7, 2019, from <https://zerowastedaniel.com/new-basics/black-zip-up-hoodie-trakz>
- Geiichi, N., Junichi, M., Giyokajeu, W., & Gen, G. (2011). *현상학사전* [Phenomenology dictionary] (Lee, S. C Trans). Seoul: B publishing. (Original work published 1994)
- Haubury, M. (n.d.). Gen Z is leading an evolution in shopping that could kill brands as we know them. *Business insider*. Retrieved August 2, 2019, from <https://www.businessinsider.com/gen-z-shopping-habits-kill-brands-2019-7>

- HEAD OVER RAIN JACKET. (n.d.). *Ullac Oy*. Retrieved August 8, 2019, from <https://ullac.com/collections/all/products/head-over-rain-jacket>
- Ho, Y. S., Kim, G. H., Choi, G. S., & Park, J. S. (2018, February 8). 밀레니얼 세대가 추구하는 삶의 가치 [Millennial happiness value exploration report]. *20s Lab*. Retrieved September 21, 2019 from <https://www.20slab.org//archives/25559>
- Inverted Bomber. (n.d.). *Andagain*. Retrieved August 5, 2019, from <https://andagainco.com/products/inverted-bomber>
- Kim, H. J., & Gwak, T. G. (2010). A study on cross sexual styles in contemporary men's wear collections. *Journal of Fashion Design*, 10(4), 19-33.
- Kim, J. H., & Lee, Y. H. (2015). The design characteristics of Prep-hop fashion. *The Korea Society of Costume*, 65(4), 61-75. doi:10.7233/jksc.2015.65.4.061
- Kim, J. H., & Lee, Y. H. (2016). Expressive characteristics of genderless style appeared in contemporary women's fashion. *The Research Journal of the Costume Culture*, 24(6), 903-919. doi:10.29049/rjcc.2016.24.6.903
- Kim, S. Y. (2017). Characteristics of Avant-garde in Anrealeage fashion collections: Focusing on collections from 2015 S/S to 2016 F/W. *Journal of Korea Design Forum*, 55(-), 49-62. doi:10.21326/ksdt.2017..55.004
- Kim, Y. J., & Lee, S. L. (2018). The new normal of contemporary fashion by the influence of youth culture. *Journal of Fashion Design*, 18(3), 75-91. doi:10.18652/2018.18.3.5
- Kimani, N. (2018, April 16). Thebe Magugu. *The Designers Studio*. Retrieved August 14, 2019, from <https://tdsblog.com/simon-deiner/thebe-magugu/>
- Kopf, D. (2019, January 20). Generation Z's views on gender are what set it apart in the US. *Quartz*. Retrieved July 2, 2019, from <https://qz.com/1528752/generation-zs-views-on-gender-set-it-apart-in-us/>
- Lee, J. Y. (2019, July 18). 예능, 드라마, 패션, 거침없는 드랙 문화의 전진 [Entertainment, drama, fashion, unstoppable drag culture]. *Hankyoreh*. Retrieved August 10, 2019, from http://www.hani.co.kr/arti/specialsection/esc_section/902285.html
- Lee, K. H. (2012). *패션디자인 감성* [Fashion design sensibility]. Seoul: Gyeongchunsa.
- Lee, M. S. (2018). Dailiness in fashion: Focused on Normcore, Gorpcore, Menocore. *Journal of Korea Design Forum*, 61(-), 19-30. doi:10.21326/ksdt.2018.23.4.002
- L.G. Georgia Double-Breasted Coat // Unisex. (n.d.). *Wilde Vertigga*. Retrieved August 6, 2019, from <https://vertigga.com/collections/outerwear-1/products/neoprene-double-breasted-coat>
- Lim, A. L., & Lim, E. H. (2017). Tendencies of anti-fashion in Kinfolk magazine. *The Research Journal of the Costume Culture*, 25(5), 629-647. doi:10.29049/rjcc.2017.25.5.629
- Lim, J. Y., Kim, M. J., & Kim, J. A. (2017) An analysis of the nerd look in fashion collection. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 23(3), 639-653.
- Lipovetsky, G. (1999), *L'empire de l'éphémère(empire of fashion)* (Lee, D. J., Trans). Seoul: Moonye. (Original work published 1987)
- Lukhanyo Mdingi. (n.d.). *Lukhanyo Mdingi*. Retrieved July 14, 2019, from <https://lukhanyomdingi.co.za/collections/so-fulful-ij/>
- Mardell, A. (2017). *The ABC's of LGBT+* (Team, I., Trans.). Seoul: Baume a l'a me.
- Naver encyclopedia. (n.d.a). 젠더 뉴트럴 [Gender Neutral]. *Naver*. Retrieved September 2, 2019, from <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=5749399&cid=43667&categoryId=43667>
- Naver encyclopedia. (n.d.b). Gender. *Naver*. Retrieved July 5, 2019, from <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1530865&cid=60657&categoryId=60657>
- Naver encyclopedia. (n.d.c). Style. *Naver*. Retrieved July 30, 2019, <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=281838&cid=50345&categoryId=50345>
- Nicopanda. (n.d.). *Nicopanda*. Retrieved August 6, 2019, from <https://www.nicopanda.com/pages/ss19-runway>
- Notequal. (n.d.a). *Notequal*. Retrieved September 13, 2019, from <http://www.notequal.co/new-gallery/ka53t4fp9s23l2rhgbieinlxqpcizi>
- Notequal. (n.d.b). *Notequal*. Retrieved August 5, 2019, from <http://www.notequal.co/fw14/nn2oa6yf9v3oi62xmsqm5wlfod77wk>
- Older Brother. (n.d.). *Older Brother*. Retrieved August 6, 2019, from <https://olderbrother.us/blogs/lookbooks>
- Paoletti, J. B. (2015). *Sex and unisex: Fashion, feminism, and the sexual revolution*. Bloomington: Indiana University press.
- Park, J. H., & Chun, J. H. (2018). The characteristics of styling of a mix and match of an athleisure wear: Focused on street fashion. *Journal of Fashion Design*, 18(2), 55-73. doi:10.18652/2018.18.2.4
- Pepper, M. S. (2019, June 9). Attitudes to gender and sexual diversity: Changing global trends. *The Conversation*. Retrieved July 20, 2019, from <http://theconversation.com/attitudes-to-gender-and-sexual-diversity-changing-global-trends-117684>
- Plant Dyed Oversized Selvedge Dungaree. (n.d.). *I AND ME*. Retrieved August 6, 2019, from <https://www.i-and-me.com/product/newin/newinwoman/plant-dyed-oversized-selvedge-dungaree/>
- POCKET VEST BLACK. (n.d.). *OBlanc*. Retrieved August 5, 2019, from <https://shopoblanc.com/collections/outerwear/products/pocket-vest>
- Premack, R. (2018, July 12). Millennials love their brands, Gen Zs are terrified of college debt, and 6 other ways Gen Zs and millennials are totally different. *Business insider*. Retrieved July 22, 2019, from <https://www.businessinsider.com/gen-zs-habits-different-from-millennials-2018-6>
- Radimo. (n.d.). *Instagram*. Retrieved July 14, 2019, from

- <https://www.instagram.com/radimo.la/>
- Raphael, R. (2018, September 12). Here's look at H&M's new gender neutral fashion collection. *Fast Company*. Retrived July 10, 2019 from <https://www.fastcompany.com/90280457/heres-a-look-at-hms-new-gender-neutral-fashion-collection>
- Rich Mnisi. (n.d.). *Rich Mnisi*. Retrieved August 6, 2019, from <https://www.richmnisi.com/milorholookbook>
- Rohlinger, D. A. (2002). Eroticizing man: Cultural influences on advertising and male objectification. *Sex Roles*, 46(3-4). 61-74. doi:10.1023/A:1016575909173
- Seeker. (n.d.). *Seeker*. Retrieved August 6, 2019, from <https://seeker-us.com/collections/overalls>
- SHRUNKEN CARDIGAN. (n.d.). *Vaquura*. Retrieved August 6, 2019, from <https://vaquera.nyc/collections/all/products/shrunken-cardigan>
- Simmel, G. (1957). Fashion. *The American Journal of Sociology*, 62(6), 541-558. doi:10.1086/222102
- Spring 2019 Ready-to-Wear Matthew Adams Dolan. (n.d.). *Matthew Adams Dolan*. Retrieved August 3, 2019, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/matthew-adams-dolan/slideshow/collection#1>
- Spring / Summer 2019. (n.d.). *s.k. manor hill*. Retrieved September 13, 2019, from <https://skmanorhill.com/pages/spring-summer-2019>
- Stanhope. (n.d.). *Kirrin Finch*. Retrieved July 13, 2019, from https://kirrinfinch.com/collections/flannels/products/yellow_navy_buffalo_check_shirt
- Szmydke, P. (2015, December 18). Top stories of the year: Going gender-neutral gender-neutral. *WWD*. Retrived August 10, 2019, from <https://wwd.com/fashion-news/designer-luxury/top-stories-of-the-year-going-gender-neutral-10299373/>
- THE ELECTRICIAN OVERALL. (n.d.). *Toogood*. Retrieved August 6, 2019, from <https://t-o-o-g-o-o-d.com/clothing1/the-electrician-overall-ink-bsxr6>
- THE POET CARDIGAN / CASHMERE. (n.d.). *Toogood*. Retrieved August 6, 2019, from <https://t-o-o-g-o-o-d.com/clothing1/the-poet-cardigan-chalk-lpkzd>
- ULTIMATE JUNK FOOD SS RELAXED BUTTON UP. (n.d.). *Wildfang*. Retrieved July 7, 2019, from <https://www.wildfang.com/ultimate-junk-food-ss-relaxed-button-up.html>
- UNISEX TIMELESS LOOKS. (n.d.). *Rad Hourani*. Retrieved August 6, 2019, from <https://www.radhourani.com/blogs/news/unisex-timeless-looks>
- Vaquura. (n.d.). *Vaquura*. Retrieved August 6, 2019, from <https://vaquera.nyc>
- Wertz, J. (2018, September 30). Online marketing as we know it is changing with the rise of generation Z. *Forbes*. Retrived July 2, 2019, from <https://www.forbes.com/sites/jiawertz/2018/09/30/online-marketing-as-we-know-it-is-changing-with-the-rise-of-generation-z/#5b5790df65ab>
- Worker Jacket in Black Canvas. (n.d.). *One DNA*. Retrieved August 6, 2019, from <https://onedna.earth/worker-jacket-black>
- Youngandlazy. (n.d.). *Instagram*. Retrieved August 8, 2019, from <https://www.instagram.com/youngandlazy/>
- Yu, H. J. (2012). *A study on design development applying m-ness expressed in contemporary man's fashion*. Unpublished master's thesis, Dongduk women's University, Seoul.
- Yu, J. (2019, July 12). 젠더리스 전성시대 [Genderless heyday]. *woman.chosun.com*. Retrived 2019 July 30, from <https://woman.chosun.com/client/news/viw.asp?cate=C01&nNewsNumb=20190761520>
- ZED. (n.d.). *ZED*. Retrieved July 30, 2019, from <http://zed-seattle.com>
- Zero Waste Daniel. (n.d.). *Zero Waste Daniel*. Retrieved July 7, 2019, from <http://zerowastedaniel.com/new-basics>
- Ø knit. (n.d.). *Zero waste karen glass*. Retrieved July 7, 2019, from <http://www.zerowastekarenglass.com/womens-knitwear>

Characteristics of Gender-neutral Fashion Brands and the Types of their Fashion Styles

Im, Min Jung⁺

Assistant Professor, Dept. of Fashion & Clothing, Seowon University⁺

Abstract

This study analyzed the characteristics and fashion styles of gender-neutral fashion brands to discuss the expression patterns of gender-neutral fashion emerging as a fashion trend. For the classification and analysis of fashion styles, in-depth interviews were conducted with a group of experts who majored in fashion. The results of an analysis of the characteristics of gender-neutral fashion brands are summarized as follows: First, gender-neutral brands deconstruct the prototypicality of fashion, aiming to improve individuals' identities. Second, they deliver resistance to the existing order and positive image of one's own body, aiming at anti-fashion excluding fashion symbolism and visual beauty by emphasizing the functions as clothes and attaching importance to the practical reasonable prototypicality value. Third, practicing ethical value of the environment and society, using eco-friendly materials and recycled materials, and ethical and fair production methods. Fourth, the characteristic of forming communication and network by the consumption of gender-neutral fashion products. Fashion styles proposed by gender-neutral brands were classified into seven styles as follows: First, a country style of suspender and youth boy cap, mainly with overalls and jumpsuits. Second, a retro-style expressing retro and vintage sensibility, simultaneously, matching shirt with floral print or embroidery with wide-legged pants. Third, a modern chic style expressed in an urban and sophisticated sense of achromatic color. Fourth, a gorpcore style expressing outdoor activity image of wearing a windbreaker over dressy one-piece dress. Fifth, a normcore style having a high contemporary fashion sensitivity and expressing urban image as an ordinary daily cloth. Sixth, an ugly avant-garde style expressing transformed images of the body shape. Seventh, an artistic street style proposing the expressions arousing strong colors, interesting patterns, asymmetrical and morphological innovation. Gender-neutral fashion proposes a new fashion style to deconstruct the typicality of gender and express the individuals' identities and converts the meaning of fashion into communicating with people with the same propensity and forming a network as the prototypicality of fashion.

Key words : gender-neutral, fashion style, fashion brand