

가변형 패션디자인의 프레젠테이션 방식

임 병 수 · 임 은 혁⁺

성균관대학교 의상학과 박사수료
성균관대학교 의상학과 교수⁺

요 약

본 논문에서는 가변형 패션디자인이 내포하는 시간의 차원과 조형적 개념을 살펴보고 그에 따라 가변형 패션디자인 프레젠테이션의 다양한 장치와 접근 방법을 살펴보았다. 사례 분석에는 전통적 프레젠테이션 방식인 패션쇼를 주축으로, 소셜 미디어의 사진 및 동영상상을 함께 분석하였다. 연구 방법으로는 문헌 연구와 함께 2010년 이후의 최근까지 10년간의 인터넷 검색자료와 문헌을 통합적으로 수집하여 분석하였다. 가변형 패션디자인의 프레젠테이션 방식을 패션쇼, 패션 전시, 패션 사진 및 필름으로 나누어 살펴본 결과, 첫째, 패션쇼에서는 주로 착용자나 제3자, 혹은 기계장치의 조력을 통해 가변을 구현하였고 경우에 따라 두 명 이상의 모델을 등장 시켜 각각의 가변 형태를 드러내거나 컬렉션 주제의 강조를 위해 가변 형태를 배제하고 진행되는 경우도 나타났다. 다음으로 패션 전시에서는 착용자나 제3자의 인력 개입보다는 여러 형태 재현, 보조 매체, 기계장치의 수단을 통해 시연되는 경우가 많았다. 패션쇼에서는 주로 순간적 전환이나 기계장치의 구현을 통해 가변성의 극적인 연출을 하는 반면 패션 전시에서는 이미지, 필름 등의 보조 매체를 함께 제시하여 디자인을 전달하는 경향이 지배적이었다. 마지막으로, 사진을 통한 프레젠테이션에서는 2개 형태 이상의 이미지로 디자인의 가변성을 전달하였으며, 패션 필름을 통한 프레젠테이션에서는 모델의 움직임을 최소화하여 복식의 변형 과정에 집중하거나 구동 원리나 과정의 설명에 집중하는 경향을 보였다. 소셜 미디어의 파급력이 높아지는 최근 패션에서는 패션 사진과 패션 필름이 주목 받고 있으며, 이들 패션 프레젠테이션은 독립적으로 활용되기보다 쇼 및 전시와 동시 진행되는 경우가 많다. 본 논문은 패션쇼와 전시, 패션 사진과 패션 필름의 각 매체에 나타난 표현방식과 주요 특징을 분석한 것으로, 앞으로 지속 출현될 것으로 전망되는 가변형 패션디자인의 프레젠테이션을 위한 학술적 자료가 될 것으로 사료된다.

주제어 : 가변형 패션디자인, 가변성, 패션 프레젠테이션, 패션쇼, 소셜 미디어

⁺교신저자: 임은혁, chyim@skku.edu

접수일: 2019년 7월 24일, 수정논문접수일: 2019년 9월 10일, 게재확정일: 2019년 9월 10일

I. 서론

새로움을 추구하는 패션은 과거의 것을 재조합하거나 해체하며 끊임없이 변화한다. 현대에 이르러 패션은 첨예한 경쟁 속에서 조형의 한계를 넘어 디자이너의 철학과 사유를 표현하고자 다양한 수단을 활용하게 되었다. 이는 복식과 인체가 일대일 대응하는 착장 방식에도 반영되어 더 이상 인체 위에 하나의 형으로 종속되지 않는 새로운 개념을 유도하였다. 인체의 움직임과 독립적으로 자체로서 조형적 변화 가능성을 내포하는 가변형 복식이 점진적으로 나타나고 있으며 기술의 발달과 접목되어 지속 스펙트럼을 넓혀가고 있다. 이러한 가변형 복식은 단일 조형으로 분석되지 않으며 시간의 개념을 포괄하는 멀티디멘션(multi-dimension)의 접근이 필요한 것으로 ‘A’ 형태에서 ‘B’ 형태로 혹은 그 이상의 무수한 형태로의 변화 가능성을 가지므로 추가적 분석이 요구된다. 게다가 가변형 복식은 이러한 제2, 제3의 형으로 변화하는 과정을 수반함에 따라 전통적인 패션 프레젠테이션(presentation) 방식으로 표현되기 어려운데 디자이너는 이러한 제한점을 극복하고자 착용자 혹은 제3자의 개입을 통하여 형태의 변환을 유도하거나 기술적 장치를 통하여 가변을 구현한다.

본 연구에서 여타 복식조형과 구별되는 가변성을 논의하기에 적합한 특질과 그 표현방식을 연구하고자 기존의 선행연구를 살펴본 결과 디지털시대의 사회적 배경에 따른 가변형 디자인의 특징과 조형에 관한 연구(Lee, 2007), 가변형 복식의 디자인 요소와 표현 방법에 따라 분류한 연구(Park, 2008), 가변과정에서의 착용자 개입 여부에 따른 세부 분류를 진행한 연구(Lim & Yim, 2015) 등이 있었으나 가변형 패션디자인의 조형적 특성에 따른 프레젠테이션 방식에 관한 연구는 미비하다고 판단되었다.

더불어 뉴미디어의 등장으로 브랜드와 디자인

너는 다양한 매체를 활용하여 패션 이미지를 전달하고 있다. 소통방식의 변화는 패션 프레젠테이션 형식의 다양화를 견인하였으며 각각의 프레젠테이션은 디자인 공개나 시연이라는 초기의 역할을 벗어나 공연예술의 범주에서 입체적으로 재구성되었는데(Kim, 2018), 현대 패션에서의 이러한 일련의 변화는 과거 브랜드 주도의 프레젠테이션과는 상이한 성격을 나타낸다. 따라서 특정 패션의 전달 방식에 관한 정확한 논의를 위해서는 새로운 형식의 프레젠테이션 방식을 아우르는 포괄적 고찰이 필요하다.

본 논문에서는 가변형 패션디자인이 내포하는 시간의 차원과 조형적 개념을 살펴보고 그에 따라 패션 쇼와 패션 전시 및 패션 사진과 패션 필름으로 대표되는 현대 패션 프레젠테이션에서의 가변형 패션디자인의 각 방식별 다양한 장치와 접근 방법을 살펴보았다. 연구 방법은 가변형 패션의 시·공간적 개념과 프레젠테이션 방식의 특징 및 제한점을 논하기 위하여 문헌 연구와 사례 분석을 병행하였다. 사례 분석에는 전통적 프레젠테이션 방식인 패션쇼를 주축으로, 점차 중요성이 높아지는 패션 전시와 더불어 뉴미디어로 유발된 소셜 미디어(social media)의 사진 및 동영상 등을 함께 분석하였다. 연구범위는 2010년 이후의 최근까지 10년간 발표된 가변형 패션디자인에 관한 문헌 및 인터넷 검색자료로 한정하였으며, 인터넷 검색자료는 블룸즈버리 패션 센트럴(bloomsburyfashioncentral.com)의 저널과 구글(google.com)에서 ‘transformable’, ‘changeable’, ‘variable’ 등 가변성에 관한 키워드로 검색된 자료 중 인터넷 기사, 패션전문 블로그 포스팅과 페이스북(facebook.com), 인스타그램(instagram.com), 유튜브(youtube.com), 비메오(vimeo.com)를 대상으로 하였다. 이때 가변형 패션디자인의 실험적 특성에 따라 소규모 브랜드에서 시도된 경우가 많음을 발견하고 자료의 신뢰성을 검증하기 위하여 관련 기사나 동일 대상의 이미지가 최소 10개 이상 검색되지 않는 자료는 배제하였다.

II. 가변형 패션디자인에 관한 고찰

복식조형은 인체와의 관계를 통해 인체의 형을 재현하는 인체 인식형(body-consciousness), 인체 비율을 변형한 변이형(deformation), 복식의 구조를 해체 및 재조합하거나 인체 구조와 실루엣에서 근본적으로 분리되는 추상적 표현의 변환형(transformation), 어떠한 고정된 형태에 반하는 유동적 형태의 무정형(formlessness)으로 구분될 수 있다. 가변형 복식은 변환형에 해당하는 것으로, 기능의 가변과 개념의 가변을 포괄한다(Yim & Istook, 2017). 가변형 복식이 무정형과 구별되는 것은 하나의 형태에서 다른 특정 형태로 변환되는 것으로, 이러한 변환과정을 통해 기능뿐 아니라 개념적, 미적 조형의 확장까지 꾀한다. 기능 확장의 측면에서 Quinn(2002)은 가변형 복식이 제2형의 디자인으로 변형된 이후에 본래의 제1형과 분리된 성격을 띠어야 하며, 이 경우 3가지로 구분될 수 있다고 보았다. 첫째는 표면의 전환을 통해 변형이 이루어지는 형태로 리버시블(reversible)에 관한 것이며, 둘째는 두 가지 이상의 의류 기능을 수행할 수 있는 것으로, 만다리나 덕(Mandarina Duck)의 재킷이 배낭으로 변형되는 디자인을 예시로 들어 복식 형태 간의 기능 이전을 다루었다(Figure 1). 기능적인 측면이 강조된 세 번째 유형은 가구나 텐트 등과 같이 복식 이외의 것으로 변형되거나 모듈 시스템으로 무한 확장 가능한 경우로, 다양한 형태의 발현 중 적

어도 하나 이상의 착용 가능한 복식구조를 포괄해야 한다고 하였다. 이상과 같은 기능적 확장에 비해 개념의 확장이나 단순 심미적 조형성의 변형을 유도하는 가변형 디자인은 복식이 수행하는 역할과는 유리되어 확장과 축소, 왜곡 등의 변형을 통하여 이루어지는 것으로, 디자이너의 의도와 가변의 효과에 관해 더욱 심층적인 분석이 요구된다.

가변이라는 것은 ‘A’ 상태에서 ‘B’ 상태로 혹은 그 이상의 무수한 형태로 변화 가능한, 즉, 하나의 복식이 다양한 기능이나 형태를 수행하는 것으로 필히 시간적 요소를 수반한다. Shin(2017)에 따르면 시간의 개념은 대상의 변화에 주목하면서 관찰된 각 장면 간의 유사성을 통해 전체의 흐름을 유추함으로써 파악된다고 보았다. 즉, 시간은 인지된 공간의 분할된 장면의 수와 밀접한데, 변화라는 키워드에 따라 동적 요소를 포함하는 가변형 패션 디자인은 최소한 두 개 이상의 형태를 통해 파악될 수 있다. 이때 이 두 개 이상의 형태가 하나의 시공간, 즉, 한 장면 속에 존재한다면 이것은 복합 형태의 복식이며 가변형 복식의 범주에서 제외된다. 이와 같은 기준으로 모스키노(Moschino)의 바이커 재킷 백팩(Biker Jacket Backpack)은 백팩의 외부를 재킷의 형태로 꾸며낸 것으로 각각의 형태를 결합한 조형일 뿐 가변형 복식이 아니다(Figure 2).

복식은 물성에 따라 활동 시 마찰, 땀, 일광 등 여러 요소와 착용, 보관 등의 과정으로 노후화된다. 이 과정에서 복식 외형의 변화를 야기할 수 있



Figure 1. Mandarin Duck's 'Jackpack'.
From Quinn, (2002).
<http://www.bloomsburyfashioncentral.com>



Figure 2. Moschino Biker Jacket Backpack.
From Moschino Women's Black Biker Jacket Backpack. (n.d.). <https://www.lyst.com>

으나 이것은 디자이너나 착용자의 의도적 요청에 의한 것이 아닌 소재 자체의 물성에 따른 변화다. 따라서 시간 경과에 따른 쇠락의 요소는 가변형 복식의 변환과는 구별된다. 간혹 디자인의 의도나 주제를 강조하기 위하여 이러한 요소가 활용되기도 하는데, 후세인 살라얀(Hussein Chalayan)은 1993년 졸업작품 컬렉션에서 3주간 땅속에 쫓겨와 함께 묻어두었던 실크 드레스의 부패를 통해 죽음과 삶, 도시의 쇠퇴 등을 다루었고(Bae, 2015), 네덜란드의 디자이너 제프 몬테스(Jef Montes)는 2016년 암스테르담 패션위크(Amsterdam Fashion Week)에서 복식이 물과 바람 등에 의하여 해체되는 이미지를 연출하였다(Figure 3). 이러한 변형은 다시 원형의 조형으로 회귀가 불가능하므로 본 연구의 대상인 가변형 패션디자인과는 다르다. 이러한 경우 컬렉션의 주제와 프레젠테이션 효과를 극대화하기 위한 장치로써 가변이 이루어진 것으로 기능의 확장이나 조작을 통한 가변형의 개념과는 구별된다.

나아가 보편적 복식의 기능을 사용하면서 발생하는 형태의 변화, 예컨대 단추나 지퍼의 여밈, 후드의 착용, 바지의 턴업(turnup) 등과 같은 변환은 가변형으로 보기 어렵다. 착용자의 개성에 따라 셔츠를 허리에 두른 경우나 재킷에 팔을 끼지 않고 어깨에 걸치는 등의 스타일링 방식 또한 가변형이라 할 수 없다. <Figure 4>의 2018년 밀레(Millet)의

패딩 디자인과 같이 평상시에는 일반적인 롱패딩 점퍼로 착용하다가 내부의 스트랩을 통해 어깨에 걸쳐 착용할 수 있는 디자인은 자칫 가변형으로 혼동될 수 있으나 형태 자체가 변하는 기능의 확장이나 조형적 변형의 측면보다는 걸치는 방식에 의존하는바, 착용 및 스타일링 방법의 제안으로 보는 것이 적절하다. 덧붙여 시각이나 촉각 자극의 변환인 색채나 재질의 변환은 형태적 측면과는 별개의 문제이므로 가변형 범주에서 다루지 않는 것이 일반적이다.

이와 같이 하나의 형태가 노후나 해체의 과정이 아닌 오로지 착용자의 의도에 의하여 다른 형으로 이전이 가능할 때 가변형 패션디자인이라 할 수 있으며, 이 형태의 변환은 다시 본래의 형태로 회귀가 가능하여야 한다. 여기서 복식의 착용 시 인체의 형은 침범될 수 없는 공간인 솔리드(solid)로 작용한다. 즉 변환의 과정이 착용 상태에서 이루어진다면 인체의 형을 침범하여 가변될 수 없으며, 조작은 복식 형태 외부나 제한된 내부공간에서 시도된다. 이러한 가변형 복식의 조작은 착용자나 제3자, 혹은 기계장치를 통해 가능하다. 이때 인간의 조작 과정과는 달리 기계장치를 통한 가변형의 구동은 복식과 인체 사이의 공간에 장치를 두어 외부에 드러나지 않게 할 수 있다.



Figure 3. Jef Montes, 2016 SS.
From Designer Jef Montes showed his collection. (2016).
<https://www.clicknl.nl>



Figure 4. Millet, Richelle Bench Parka.
From Yang. (2018).
<http://sports.donga.com>

III. 가변형 패션디자인 프레젠테이션

1. 패션 프레젠테이션

프레젠테이션은 설명하거나 보여주는 방식에 관한 것으로, 패션 컬렉션의 콘셉트, 소재, 디자인에서부터 의류 제품까지의 전반에 적용된다. 주로 패션 프레젠테이션은 디자인 프로세스에 관한 것과 의류 제품에 관한 것으로 구분되는데, 전자의 디자인 프레젠테이션은 패션 드로잉, 패션 일러스트레이션 등 복식을 표상하거나 대체하는 수단까지 포괄한다. 디자인 프로세스에 관한 프레젠테이션이 주로 산업 현장에서 진행되며 실제 의류 제품으로 제작하기 전 커뮤니케이션 도구로서 디자인 세부요소의 효과적 전달을 목표로 한다면(Kim, 2013) 패션 프레젠테이션은 바이어와 프레스(press), 소비자를 대상으로 패션 컬렉션과 그 주제뿐만 아니라 브랜드의 이미지나 아우라(aura)를 전달하는 역할까지 수행한다. 본 연구에서는 디자이너나 브랜드의 가변형 패션디자인에 대한 표현방식을 분석하고자 바이어와 프레스, 소비자를 대상으로 발표되는 패션 프레젠테이션으로 한정하여 각 유형을 살펴보았다. 세부적으로, 패션 프레젠테이션은 전통적인 패션쇼, 출판물은 물론 전시, 영상매체와 뉴미디어 등으로 제시된다. 각각의 방식을 효과적으로 비교분석하기 위하여 패션 프레젠테이션에 관한 Huh(2011)의 연구의 6가지 범주인 패션쇼, 동영상 패션쇼, 패션 필름, 뉴미디어와 전시 및 디스플레이를 기반으로 가변형 패션디자인에 활용되는 프레젠테이션 방식을 패션쇼, 패션 전시, 이미지와 필름으로 도출하여 연구를 진행하였다.

패션쇼, 패션 전시, 패션 사진과 패션 필름은 현대의 대표적 패션 프레젠테이션 방법으로 첫째, 패션쇼는 오프트위르(Haute Couture) 시대의 도래와 함께 새로운 컬렉션을 모델에 입혀 고객층에 선보이는 중요 수단으로 자리하였으며, 현대의 글

로벌 환경이 상품과 이미지 전달의 차별화 경쟁을 부추기면서 기존의 정형화된 방식과 환경을 탈피(Kim, 2018), 컴퓨터로 생성된 가상의 이미지를 무대에 합성하거나 오로지 디지털로 구성된 가상의 패션쇼 등 무수한 시도가 이뤄지고 있다(Kim & Ahn, 2016). 둘째, 패션 전시는 진열을 통한 상품 전시의 형태로 선보이며 주로 마네킹에 입혀지거나 오브제로 걸려 전시되는 방식으로, 현대에 이르러 패션 전문 박물관과 다양한 기획전시를 통해 패션 프레젠테이션의 주요한 방식으로 위치하였다. 이전까지의 전시는 복식사에 관한 전시가 주를 이루었으나 1971년 빅토리아 앤드 앨버트 박물관(Victoria and Albert Museum)에서 세실 비통(Cecil Beaton)의 『Fashion: An Anthology』 전시를 기점으로 동시대 패션에 중점을 두기 시작하였다(Ye, 2017). 최근에는 2011년 메트로폴리탄 미술관(The Metropolitan Museum of Art)의 알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen)의 회고전 『Alexander McQueen: Savage Beauty』 등 다양한 패션 기획전시가 관람객을 성공적으로 동원하면서 패션 산업의 위상을 격상시켰다. 셋째, 패션 사진과 패션 필름은 시각매체를 활용하여 복식을 재현한 프레젠테이션 방식으로 패션 사진은 패션에 관한 잡지와 같은 출판물뿐 아니라 온라인 이미지까지의 전반에 관한 것이며, 패션 필름은 영상매체의 발전과 함께 등장한 것으로 패션을 영화적 언어로 표현한 대개 10분 내외의 창작 영상물을 말한다.

패션쇼와 패션 전시는 모두 실물을 통한 패션 프레젠테이션이지만 패션쇼는 일회적이며 동시적 성격이 짙은 반면 패션 전시는 관람객의 이동과 시간의 자율적 분배가 가능하다. 이와 대조적으로 이미지와 필름은 시공간의 제약 없이 확산되는 이점을 가진다. 보편적으로 패션 전시는 그 특성에 따라 패션쇼 방식에 비해 정적인 전달수단으로 인식되어왔으나(Hahn, 2012), 최근에는 워킹(walking) 없이 모델들에게 정지동작을 요청한 패션쇼나



Figure 5. Presentation.
From Taete. (2013).
<https://www.vice.com>



Figure 6. Jean Paul Gaultier, 2016.
From Hyundai Card Culture Project 21
'Jean Paul Gaultier'. (2016).
<https://post.naver.com>



Figure 7. Fashion in Motion: Alexander
McQueen, 1999.
From Fashion in Motion: Alexander
McQueen. (n.d.).
<https://www.vam.ac.uk>

(Figure 5) 전시장 바닥에 레일을 두어 마네킹에 동선을 부여한 패션 전시(Figure 6) 등 전시와 패션쇼 간 두 방식의 상호 구분이 모호해지는 현상을 보인다. 1999년 빅토리아 앤드 앨버트 박물관에서는 월간 'Fashion in Motion' 프로젝트를 시작하였는데, 모델이 조각과 페인팅 사이에서 패션쇼를 진행함으로써 쇼와 전시의 경계를 없애고자 하였다(Figure 7).

현대에 이르러 브랜드는 이미지 전달에 효과적인 지면광고나 외벽광고뿐 아니라 인터넷 이미지와 동영상 등 다양한 뉴미디어를 통해 소비자와 소통한다. 특히 스마트폰의 보급으로 소셜 미디어가 주요 광고수단으로 부상함에 따라 소비자에게 확산이 용이한 이미지와 동영상의 비중이 높아지고 있다(Kwon & Yim, 2018). 소비자는 아름다운 이미지와 동영상을 열람할 뿐만 아니라 공유하고, 직접 가공하여 재편집하기도 한다. 소셜 미디어의 영향력이 커짐에 따라 과거의 광고와 프레젠테이션에서의 셀러브리티(celebrity) 역할은 인플루언서(influencer)라 지칭되는 소셜 미디어 유명인으로 대체되기도 한다. 최근 브랜드는 스트리트 패션 전문 사진가를 고용, 조명이나 세트 없이 일반인 모델로 찍은 광고를 페이스북(Facebook)과 인스타그램(Instagram) 등의 소셜 미디어로 소통하거나, 인플루언서나 일반인이 일상에서 착용한 제품의 이미지와 동영상을 브랜드가 재확산하는 역전 현

상을 보이기도 한다(Chung et al., 2018). 근래의 소비자는 하나의 브랜드에 충성하기보다 그들 스스로 호감 가는 이미지를 공유함으로써 새로운 유행을 만들고 이를 확산시킨다. 따라서 브랜드는 일방적인 프레젠테이션을 지양하고 고객과 소통하는 다양한 패션 프레젠테이션 방식을 함께 사용하는 것이 일반화되었다.

2. 프레젠테이션의 유형별 가변형 패션디자인 고찰

가변형 복식은 변화의 과정을 관찰하며 파악될 수 있지만 소재나 디테일 등 동일한 부분의 여러 이형을 함께 인식함으로써 파악 가능하다. 즉, 가변형 복식의 프레젠테이션은 직접적으로 변형 과정을 보여주거나, 각각 다른 형태의 복식에서 동일한 부분이나 디테일의 노출, 부수적 텍스트를 통해 설명될 수 있다. 여기서 부수적 텍스트란 언어뿐만 아니라 이미지, 영상 등 가변형 디자인을 이해하는 데 도움을 주는 모든 자극물을 포괄한다.

1) 패션쇼

각종 매체의 발달로 패션 프레젠테이션이 다양화되었지만, 대표적으로 패션쇼는 브랜드의 주요한 프레젠테이션 유형이다. 패션쇼를 통한 가변형 복식의 변환 과정 시연을 위해서는 인력이나 동력

의 개입이 필요하다. 기계 장치의 경우 착용자의 인체와 복식 사이의 공간에 은폐될 수 있는 반면 착용자나 제3자를 통한 수동적 변환 과정은 개입의 과정을 관람객에게 드러낸다.

가변형 패션 프레젠테이션에서 착용자의 조작에 의한 변환은 착용자인 모델이 스스로 가변을 시연하는 직접적인 방법이다. 이를 통해 관객은 가변의 구동 방법을 명확히 알 수 있으며 가변 과정을 간접 경험한다. 바디텍처(Boditecture)는 2012년 FW LA 패션위크(LA Fashion Week)에서 모델들이 동선의 정점에서 접혀진 헴 라인(hem line)을 풀어 펼치면서 복식에 가변을 가하도록 연출하여 런웨이 입장과 퇴장의 형태를 달리하였고(Figure 8), 후세인 살라얀은 2013년 SS 컬렉션에서 모델이 위킹 과정 중에 목 부분에서 고정되어있던 제2형태의 하단부를 풀도록 하여 가변을 선보였다(Figure 9). 반면 알버트 야나(Albert Yanuar)는 2013년 FW 자카르타 패션위크(Jakarta Fashion Week)에서 일반적 패션쇼와 마찬가지로 단일 형태의 컬렉션을 선보인 후 피날레에서 모든 모델이 무대에 다시 올라 하의에 디테일의 일부처럼 보이던 부분을 떼어내어 상의로 착용하는 가변을 보여주었다(Figure 10).

제3자에 의한 가변은 디자이너나 그 이외의 인물에 의하여 변형 과정이 연출되는 것이다. 이때 착용자 이외 제3자의 등장으로 복식에 집중이 분산될 수 있는 제한점이 있다. 빅터 앤 롤프(Viktor & Rolf)는 2015년 FW 파리 쿠티르 쇼에서 모델들

이 착용한 옷을 액자의 형태로 변환하여 벽에 거는 퍼포먼스를 진행하였는데(Figure 11), 이 컬렉션에서는 복식 이외의 것으로 변환되는 패션디자인이 선보여졌다. 흰색의 간단한 랩 가운(wrap gown) 형태에서 출발한 첫 착장부터 채색된 정물화와 완벽한 액자 형태의 가변형 착장까지로 이어지며 연출되었다. 예술과 패션의 관계에 관한 이 컬렉션은 변환 이후의 액자 형태를 벽에 걸어 마치 전시와 같은 분위기 연출했다.

기계장치에 의한 가변은 앞서 고찰한 가변 방식과 달리 복식 외부에서만 뿐만 아니라 내부에서 조작될 수 있다는 이점을 갖는다. 이것은 인체와 복식 사이의 공간에서 구현되므로 변형으로 인한 시각효과가 극대화되는 반면, 기계장치를 동반하는 점 때문에 실착용과 활동에 적합하지 않은 경우가 많다. 기계장치에 의한 가변의 사례는 후세인 살라얀이 대표적으로, 다수의 컬렉션에 기계장치뿐만 아니라 다양한 방식의 가변형 디자인을 발표하였다. 가변형 패션디자인의 프레젠테이션은 가변의 속도와 가변 범위에 비례하는 위킹이 요구된다. 2014년 SS 마드리드 패션위크(Madrid Fashion Week)에서 잉 가오(Ying Gao)는 원단의 표면이 유기적으로 움직이는 드레스를 선보였는데, 미세한 움직임을 통한 가변이 주를 이루었기 때문에 모델들은 정해진 지점에서 정지하여 일정 시간 지체 이후 다른 지점으로 이동하는 방식을 취했다(Figure 12).

반면 순차적으로 여러 형태를 보여줌으로 가변



Figure 8. Boditecture, 2012 FW.
Captured by the author from Boditecture in LA Fashion Week FW2012. (2012).
<https://www.youtube.com>



Figure 9. Hussein Chalayan, 2013 SS.
From Howarth. (2013).
<https://www.dezeen.com>



Figure 10. Albert Yanuar, 2013 FW.
Captured by the author from Fashion Channel. (2012). <https://www.youtube.com>



Figure 11. Viktor & Rolf, 2015 FW.
Captured by the author from FF Channel. (2015).
<https://www.youtube.com>



Figure 12. Ying Gao, 2014 SS.
Captured by the author from IFEMA,
Feria de Madrid videos. (2013).
<https://www.youtube.com>



Figure 13. Sachika, 2016 BETX.
From The Real Twins of NYC. (2016).
<http://therealtwinsnyc.blogspot.com>

형 패션디자인을 소개하는 경우 동일 소재, 동일 디테일 등의 부분적 형태를 통해 전체적인 가변형 패션디자인을 이해할 수 있다. 2016년 채널 BET에서 주관하는 LA BETX에서 사치카(Sachika)는 스커트와 상의 위에 여러 모듈 디자인을 추가함으로써 30여 가지가 넘는 가변형을 시도하는 컬렉션을 프레젠테이션하였는데(Figure 13), 여러 모델이 무대에서 가변을 가하지 않고 순차적으로 등장하였다가 퇴장하는 연출은 여타 패션쇼와 흡사하지만, 관객들로 하여금 다양하게 연출된 모듈 부분 아래 동일한 형태의 스커트와 상의 연결 부분을 통해 가변형의 다양한 조합을 이해하도록 하였다. 이 컬렉션은 하나의 형태 즉, 제1형태에서 제2형태로 전환되는 여타 컬렉션의 복식과는 대조적이지만 각각의 모듈이 탈착 가능한 뿐 해체되거나 소실로 인해 원형 회귀가 불가능한 경우가 아니므로 가변형 복식의 범주로 분류하였다.

2) 패션 전시와 박람회

개념 중심의 디자인은 오브제 자체보다 그 이면의 메시지 전달이나 체험에 집중하므로 패션 전시가 효과적으로 활용된다. 빅터 앤 톨프의 2015년 쿠티르 컬렉션은 2017년 멜버른 국립미술관(The National Gallery of Victoria in Melbourne)에서 전시 형태로 공개되었는데(Figure 14), 전면에 복식이 입혀진 마네킹을 배치하고 그 뒤쪽으로 다른

형태의 액자 구조를 함께 진열하는 방식으로 전시되었다. 이때 마네킹의 복식과 액자 구조의 두 조형에서 사용된 동일한 소재와 디테일을 통해 디자인의 가변성이 설명된다.

패션쇼와 마찬가지로 전시에서는 복식뿐만 아니라 다양한 정보가 복합적으로 제공되는 것이 일반적이다. 전시는 관객이 본인의 의지에 따라 시선을 옮기며 관람하므로 다양한 텍스트의 도움을 얻기 용이하다. 부수적 텍스트에 의한 가변형의 인식은 이미지, 영상 및 음성과 텍스트 등을 통한다. 후세인 살라얀은 2010년 이스탄불 근대미술관(Istanbul Modern Art Museum), 『1994 - 2010』 전시에서 가구와 패션을 결합했던 2000년 『Afterwords』 컬렉션을, 복식 형태로 변형되기 이전의 가구 형태로 전시하고, 그와 함께 당시의 패션쇼 필름을 배경에 재생함으로써 가변적 복식의 콘셉트를 설명하였다(Figure 15). 덴마크의 디자이너 마리 슬로스 로싱(Marie Sloth Rousing)은 2019년 『Transformable Wardrobe』 전시에서 블라인드(blind), 우산 등 복식 이외의 제품이 복식으로 변환되는 조형을 통해 주변 일상용품과의 관계를 표현하고자 하였다(“Marie Sloth Rousing”, n.d.). 그녀는 블라인드 형태로 복식을 전시하고, 사전 촬영된 패션 필름을 별도로 재생함으로써 가변형 디자인을 설명하였다(Figure 16). 이와 같이 패션전시에서 가변형 디자인은 가변성을 전달하기 위하여 동일한 복식의 다양한 연출이나 이미지, 영상 및 음성과 텍스트 등 부



Figure 14. 'Fashion Artists', 2017.
From Dingle. (2016).
<https://www.frameweb.com>



Figure 15. 1994 - 2010, 2010.
from Angol. (2010).
<https://fashionscout.co.uk>



Figure 16. Transformable wardrobe, 2019.
From Marie_Sloth Rousing. (2019).
<https://www.instagram.com>

수적 텍스트를 활용한다.

반면 이동과 참여가 자유로운 전시의 특성을 적극 활용한 경우도 있는데, 2017년 빅토리아 앤드 앨버트 박물관에서 열린 발렌시아가(Balenciaga)의 『Balenciaga: Shaping Fashion』 전시에서는 1959년 작품인 케이프와 스커트로 변형되는 가변형 디자인의 『Evening cape/skirt』를 관객들이 직접 입고 사진을 찍어 페이스북, 트위터, 인스타그램 등에 올려 공유할 수 있도록 기획하였다(Figure 17). 발렌시아가의 작품은 하나의 기능적 형태에서 다른 기능적 형태로 전환된다는 점에서 2018년 밀레의 걸치는 스타일링 방법 제안의 패딩(Figure 4)과는 구별된다.

가변형 패션 프레젠테이션에서 주목할 만한 것은, 패션 전시 외에도 콘셉트를 중시하는 경향에

따라 과학, 제품디자인 등 다양한 분야에서 시도되어 박람회를 통해 공개되기도 한다는 점이다. 이러한 기술적 측면을 강조한 가변형 패션디자인으로, CES 2015에서 공개된 인텔(Intel)의 『Robotic Spider Dress』는 주변에 제3자가 접근하면 거미 다리와 유사하게 설계된 기계장치가 펼쳐져 착용자의 심리적 거리를 확보하는 콘셉트로 부스의 모델을 통해 시연되었다(Figure 18).

3) 패션 사진과 필름

가변형 패션디자인이 전통적인 복식의 구성이 아닌 새로운 복식조형인 만큼, 하이패션의 기성 브랜드 이외에도 다양한 소규모 브랜드와 디자이너, 또한 엔지니어들의 작업까지 이미지와 필름을 통해 소개되고 있다.



Figure 17. Evening cape/skirt, 2017.
From Girlintheburberryscarf. (2017).
<https://www.instagram.com>



Figure 18. Intel Robotic Spider Dress, 2015 CES.
Captured by the author from Günther. (2015).
<https://www.youtube.com>

관람자는 장면의 연속으로 움직임을 파악할 수 있으며, 가변형 패션디자인은 시간의 개념과 밀접하며 두 개 이상의 분할된 장면으로 인지된다. 이에 핀란드(Finland)의 줄리어(Jolier)와 같은 가변형 패션디자인 전문 브랜드의 패션 사진(Figure 19)은 리버시블 착장이나 앞판과 뒤판을 바꾸어 입는 방법, 매듭의 고정부를 바꾸는 방법, 탈부착의 방법 등 제작각 가변의 방법은 다양하지만 모두 2장 이상의 착장으로 이루어졌다. 단일 착장의 이미지는 시간의 개념을 내포하는 가변형 디자인의 표현에는 적합하지 않기 때문이다.

패션 프레젠테이션은 컬렉션의 주제와 브랜드 이미지의 효과적 전달을 목표로 한다. 따라서 가

변형 디자인이 컬렉션의 주요 주제가 아닐 경우 패션쇼에서 가변형의 노출을 배제한 후 가변성에 관한 내용은 이외의 방식으로 소비자에게 전달하기도 한다. 필립 림(3.1 Phillip Lim)의 2012년 컬렉션에서는 가방으로 변형 가능한 조끼가(Figure 20) 선보여졌으나 패션쇼에서는 조끼의 형태만을 공개하고(Figure 21), 가변형에 관한 내용은 차후 각종 이미지 정보를 통해 소개되었다. 패션 사진을 통한 프레젠테이션에서 브랜드가 배포한 다양한 이미지는 다시 편집되고 유포되면서 소비자와 협업을 통한 디자인 프레젠테이션 수단으로 작용한다.

2011년 스페인의 사용자경험(UX) 디자이너 로라 말린버니(Laura Malinverni)의 『Gusho-Reactive Protective

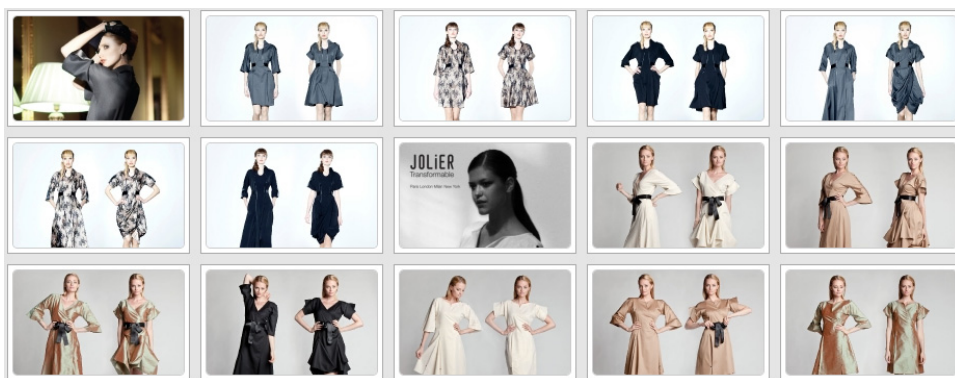


Figure 19. Jolier.
From Transformable by buttons-Two in One. (n.d.). <http://www.jolier.com>



Figure 20. 3.1 Phillip Lim, 2012 SS I.
From Tynette. (2012).
<https://www.caramelalainmode.com>



Figure 21. 3.1 Phillip Lim, 2012 SS II.
From Spring 2012 Ready-to-Wear 3.1 Phillip Lim. (n.d.).
<https://www.vogue.com>



Figure 22. Gusho - Reactive protective dress, 2011.
Captured by the author from Malinverni. (2011).
<https://www.youtube.com>

Dress」는 기체의 유입을 통해 스마트폰, 전자기기 등의 전자기력을 감지하면 형태가 부풀어 오르는 가변형 디자인으로 동력을 통해 구현된다(Figure 22). 인터넷에 공개된 영상에서는 구동방식을 전달하고자 전화가 울리는 장면을 연출하고, 이것에 반응하는 복식 조형의 변화를 영상에 표현했다. 기계장치를 통한 가변형 패션의 경우 패션쇼나 전시, 박람회를 통해 소개되더라도 대부분 패션 필름으로 제작되어 유포된다. 이때 모델의 포즈를 최소한으로 제한하고 가변형의 변환과정에 집중하도록 구성하는 경향을 보인다.

반면 인력을 통해 구동되는 방식으로 리버시블을 통한 가변형 패션디자인 전문 브랜드 지아 컬렉션(Jia Collection)은 주로 여러 변환 형태의 정지 이미지를 편집한 동영상을 주로 게재하였으며 2016년 필름에서는 반투명 파티션 벽면 뒤에서 옷을 뒤집어 입는 여성을 통해 가변성을 소개하였다(Figure 23).

이상과 같이 가변형 패션디자인의 패션 프레젠테이션 방식을 패션쇼, 패션 전시, 패션 사진 및 필름으로 나누어 살펴본 결과, 첫째, 패션쇼에서는 주로 착용자나 제3자, 혹은 기계장치의 조력을 통해 가변을 구현하였고 경우에 따라 두 명 이상의 모델을 등장 시켜 각각의 가변 형태를 드러내거나 컬렉션 주제의 강조를 위해 가변 형태를 배제하고 진행하는 경우도 나타났다. 패션쇼에서 기계장치를 통한 프레젠테이션은 가변의 과정을 인지할 수

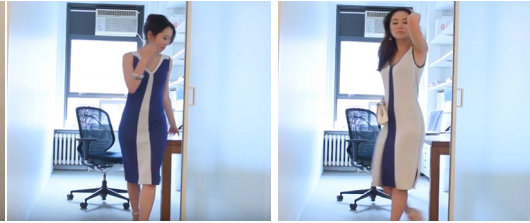


Figure 23. Jia Collection, 2016.
Captured by the author from Jia Collection. (2016).
<https://www.youtube.com>

있는 최소한의 시간이 요구되기 때문에 가변의 정도와 속도에 비례하여 모델의 이동을 제한하여 구성하는 경우가 많았다. 다음으로 패션 전시에서는 착용자나 제3자의 인력 개입보다는 여러 형태의 재현, 보조 매체의 활용, 기계장치의 수단을 통해 시연되는 경우가 많았다. 패션쇼의 경우 위킹을 통한 동적인 연출과 순차적 시연이 주된 반면, 패션 전시에서는 두 개 이상의 정적인 조형을 동시에 재현하는 경우가 많았다. 더불어 패션쇼에서는 주로 순간적 전환이나 기계장치의 구현을 통해 가변성의 극적인 연출을 하는 반면 패션 전시에서는 이미지, 필름 등의 보조 매체를 함께 제시하여 디자인을 전달하는 경향이 지배적이었다. 마지막으로, 패션 사진을 통한 프레젠테이션에서는 2개 형태 이상의 이미지로 디자인의 가변성을 전달하였으며, 패션 필름을 통한 프레젠테이션에서는 모델의 움직임을 최소화하여 복식의 변형 과정에 집중하거나 구동 원리나 과정의 설명에 집중하는 경향을 보였다. 소셜 미디어의 과급력이 높아지는 최근 패션에서는 패션 사진과 패션 필름이 주목받고 있으며, 패션쇼나 패션 전시와 더불어 이들 패션 프레젠테이션은 독립적으로 활용되기보다 쇼 및 전시와 동시 진행되는 경우가 많다. 이상을 표로 정리하면 <Table 1>과 같다.

Table 1. 가변형 패션디자인 프레젠테이션의 특징 및 사례.

매체	표현방식	주요특징	사례
패션쇼	착용자	- 착용자(모델)가 직접 가변 구현 - 관찰자는 가변과정을 간접경험	Figure 8 ~ 10.
	제3자	- 제3자가 가변을 구현 - 제3자의 개입에 따른 집중 분산	Figure 11.
	기계장치 (내/외부)	- 기계장치를 통한 가변 구현 - 가변과정 은폐 가능 - 가변의 속도와 비례하는 워킹	Figure 12.
	순차 공개	- 소재, 디테일의 비교를 통한 가변성 유추 - 대상의 이동 중심	Figure 13.
패션 전시 및 박람회	동시 재현	- 소재, 디테일의 비교를 통한 가변성 유추 - 주체의 시선이동 중심	Figure 14.
	보조 매체 활용	- 사진이나 필름을 통한 부연 - 음성이나 텍스트를 통한 부연	Figure 15, 16.
패션 사진과 패션 필름	패션 사진	- 2개 이상의 형태 재현 - 단일 착장 이미지로 가변형 인식 불가	Figure 19.
	패션 필름	- 변화의 과정을 설명하는 데 집중 - 모델의 움직임 최소화	Figure 22.

IV. 결 론

하나의 복식으로 둘 이상의 조형성을 갖는 가변형 복식은 기능, 개념, 조형미의 확장을 의도하며 제안되었고, 소비자는 기능성이나 디자인 조作的 즐거움에 주목하여 이를 경험한다. 가변형 패션디자인은 일상생활에서 쉽게 접할 수 있거나 익숙하지 않은 디자인 경향임에도 판매실적과는 별개로 소비자 경험을 중시하는 최근 라이프스타일에 적합한 특성을 가짐에 따라 소비자의 자발적인 자료 유포 및 확산이 이루어진다는 점에서 브랜드 홍보의 수단이 될 수 있다.

패션 산업의 규모가 커지면서 전통적 패션쇼 형식뿐만 아니라 전시 등 다양한 방식으로 패션 프레젠테이션이 전개되고 있으며, 패션쇼의 연출만큼 촬영과 편집의 중요성이 나날이 커지고 뉴미디어, 특히 소셜 미디어를 통한 프레젠테이션이 주목받고 있다. 과거 일부 고객층을 상대로 소개되던 컬렉션의 패션쇼 성격과는 달리 이제는 전 세계 소비자를 그 대상으로 삼기 때문에 소비자는

패션쇼에 직접 초대되는 경우보다 패션쇼 영상이나 패션 필름, 이미지를 통해 컬렉션을 접하고, 패션 전시와 박람회를 방문하는 경우가 많다. 따라서 프레젠테이션을 통한 디자인 전달의 논의는 패션쇼, 전시 및 디스플레이, 동영상 포맷의 프레젠테이션과 뉴미디어 등을 함께 분석하는 것이 시의 적절하다.

본 연구에서는 패션 프레젠테이션 유형을 패션쇼와 패션 전시 및 박람회, 패션 사진과 패션 필름으로 구분하고 각 유형에 따른 가변형 패션디자인의 프레젠테이션 방식을 살펴보았으며 그 결과, 착용자 개입, 제3자 개입, 기계장치, 순차 공개, 여러 형태 재현 등의 방법이 각 유형별 환경과 맞물려 교차 활용됨을 확인하였다. 이미지와 영상은 단독으로 활용되는 경우도 나타나지만 주로 보조 매체로 활용되는 경우가 많았으며 패션 산업 전반의 추세와 같이 동일 컬렉션이라 할지라도 패션쇼, 패션 전시, 패션 사진, 패션 필름 등 한 가지 수단을 고수하지 않고 복수의 프레젠테이션 방식을 함께 활용하는 경향을 보인다. 다만 여타 조형과 달

리 움직임과 밀접한 특성을 지남에 따라 패션 필름을 함께 활용하는 경우가 두드러진다.

가변형 패션디자인은 시·공간과 단절되어 표현될 수 없으므로 하나의 조형으로 평가될 수 없는 새로운 개념의 조형성이다. 디자이너나 브랜드는 복수의 형태와 그 형태 간의 전환을 표현하기 위하여, 그리고 각 매체의 제한을 극복하고 전달자의 의도를 극대화하기 위한 다양한 장치를 마련한다. 이것은 전통적이라 여겨지던 패션쇼에서만 아니라 뉴미디어로 유발된 다양한 형식의 프레젠테이션에서도 과제이자 홍보의 기회로 작용한다. ‘뉴미디어’의 형태소가 나타내는 의미와는 대조적으로 그것은 더 이상 새롭지 않으며 그 역할은 마치 생활 깊이 파고든 현대의 아고라(agora)와 같다. 요컨대 뉴미디어는 일방적이지 않으며 상호작용적인 것이 그 특질이다. 현대 패션 프레젠테이션은 소셜 미디어를 주축으로 대중과 소통하며 이미지의 소비를 유도하고, 소비된 이미지의 수는 브랜드의 위상을 강화한다. 이때 가변형 디자인과 같은 새로운 개념의 이미지는 대중의 주목을 받기 용이하다. 가변형 패션디자인 자체로서도 착용자의 의지에 따라 다양한 변형의 가능성을 지닌다는 점에서 상호작용적이다. 가변형 디자인은 지속적으로 새로운 형태를 창조하며 다양한 방식의 프레젠테이션을 파생시킬 수 있다.

본 논문은 패션쇼와 전시, 뉴미디어의 패션 사진과 패션 필름 등 각 매체에 나타난 표현과 주요 특징을 사례 분석한 것으로 향후 출현될 다양한 형태의 가변형 패션디자인과 프레젠테이션 방식 연구에 관한 기초 자료가 될 것으로 사료된다. 다만 패션 전시 사례에 관한 자료의 부족으로 다수의 표본을 검토하지 못하였음을 밝히며 각 매체의 프레젠테이션 한계와 이점에 관한 깊이 있는 분석을 위한 확장된 전시 사례와 특성을 분석하는 후속 연구를 기대한다.

References

- Angol, L. (2010. August 20). HUSSEIN CHALAYAN SOLO EXHIBITION '1994 - 2010' AT THE ISTANBUL MODERN. *Fashion Scout*. Retrieved September 9, 2019, from <https://fashionscout.co.uk/news-home/2010/08/hussein-chalayan-solo-exhibition-1994.html>
- ART GUIDE: MARIE SLOTH ROUSING @ BLACK STORE. (n.d.). *DANSK Magazine*. Retrieved February 13, 2019, from <http://www.danskmagazine.com/attention/art-guide-marie-sloth-rousing-black-store/>
- Bae, Y. Y. (2015, December 25). "기술은 새로운 것을 위한 유일한 방법"-후세인 살라얀 ["Technology is the only way to do something new"-Hussein Chalayan]. *StyleM*. Retrieved February 2, 2019, from <http://stylem.mt.co.kr/stylemView.php?no=2015122309265188782>
- Boditecture. (2012. March 15). BODITECTURE IN LA FASHION WEEK FW2012. *YouTube*. Retrieved January 5, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=d9skgUY7TuM>
- Chung, K. H., & Lee, M. S., & Jeremy S. B. (2018). A study on the everydayness of high fashion on social media platforms. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 24(3), 533-554.
- Designer Jef Montes showed his collection. (2016, January 20). *CLICKNL*. Retrieved January 5, 2019, from <https://www.clicknl.nl/en/news/nextfashion/2016/01/20/jef-montes-makes-his-collection-resolver-disappear>
- Dingle, I. (2016, October 25). Fashion Artists exhibition presents an avant-garde show encapsulating the spirit of Viktor & Rolf. *Frameweb*. Retrieved January 15, 2019, from <https://www.frameweb.com/news/fashion-artists-exhibition-presents-an-avant-garde-show-encapsulating-the-spirit-of-viktor-rolf>
- Fashion Channel. (2012, December 6). "Albert Yanuar" Jakarta Fashion Week 2013 by FashionChannel. *YouTube*. Retrieved December 3, 2018, from https://www.youtube.com/watch?v=_epVeg10QI4
- Fashion in Motion: Alexander McQueen. (n.d.). *V&A*. Retrieved January 7, 2019, from <https://www.vam.ac.uk/articles/fashion-in-motion-alexander-mcqueen>
- FF Channel. (2015, July 10). Viktor & Rolf | Haute Couture Fall Winter 2015/2016 Full Show | Exclusive. *YouTube*. Retrieved December 20, 2018, from <https://www.youtube.com/watch?v=61NzBYJ5Dro&t=34s>
- Girlintheburberyscarf. (2017, June 4). such a wonderful exhibition and so much fun trying on the cape/skirt. *Instagram*. Retrieved February 14, from <https://www.instagram.com/p/BU6hqTuBlIZ/>
- Günther, P. (2015, January 8). Robotic Spider Dress demo INTEL booth CES 2015 by Anouk Wipprecht part 1. *Youtube*. Retrieved December 21, 2018, from <https://www.youtube.com/watch?v=61NzBYJ5Dro&t=34s>

- youtube.com/watch?v=eStZUByN3FE
- Hahn, S. Y. (2012). Fashion exhibition as fashion communication media: focus on the 2012 Nora Noh La Vie en Rose exhibition. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 36(9), 966-978. doi:10.5850/JKSCT.2012.36.966
- Howarth, D. (2013, March 6). Rise by Hussein Chalayan.. *Dezeen*. Retrieved March 5, 2019, from <https://www.dezeen.com/2013/03/06/rise-by-hussein-chalayan/>
- Huh, G. Y. (2011). *A study on characteristics of contemporary fashion presentation*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.
- IFEMA, Feria de Madrid videos. (2013, November 11). DESFILE YING GAO MERCEDES-BENZ FASHION WEEK MADRID. *YouTube*. Retrieved December 3, 2018, from <https://www.youtube.com/watch?v=JY0uEpPsYt8>
- Jia Collection. (2016, July 1). Easily go from Day to Night with Jia Collection's Estee reversible dress. *YouTube*. Retrieved February 25, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=4AFNT588vbU>
- Kim, G. J. (2013). A study of the development of the fashion design presentation by means of digitally-developed flat sketches and fashion illustrations. *Korea Science & Art Forum*, 13(1), 19-35. doi:10.17548/ksaf.2013.08.13.19
- Kim, S. J. (2017). *A study on expressive characteristics of fashion images in fashion films*. Seoul National University, Seoul.
- Kim, S. R. & Ahn, D. K. (2016). Analysis of substantial visual elements in 3D digital fashion show. *Journal of Communication Design*, 57(-), 306-320.
- Kwon, J. A., & Yim, E. H. (2018). Offline platforms of fashion films. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 42(5), 809-822. doi:10.5850/JKSCT.2018.42.5.809
- Lee, N. K. (2007). *A study on variable fashion design of digital age*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.
- Lim, B. S., & Yim, E. H. (2015). Transformable design in contemporary fashion. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*, 17(3), 29-43.
- Malinverni, L. (2011, November 2). gusho - reactive protective dress. *YouTube*. Retrieved February 22, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=4XPC7ILNyFQ>
- Marie_Sloth Rousing. (2019. January 30). *Instagram*. Retrieved February 13, from <https://www.instagram.com/p/BtQDlt5HGLS/>
- Moschino Women's Black Biker Jacket Backpack. (n.d.). *lyst*. Retrieved January 10, 2019, from <https://www.lyst.com/bags/moschino-biker-jacket-backpack-black/>
- Park, S. S. (2008). *A study on modifiable design in contemporary fashion*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.
- Quinn, B. (2002). *Techno Fashion*. Oxford: Berg Publishers.
- Shin, S. K. (2013). Visual interpretation and symbolization of continuation, expansion and organization as dynamic referent: focusing on variability analysis of design elements in identity design system. *A Journal of Brand Design Association of Korea*, 11(5), 321-332. doi:10.18852/bdak.2013.11.5.321
- Spring 2012 Ready-to-Wear 3.1 Phillip Lim. (n.d.). *Vogue*. Retrieved September 22, 2019, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2012-ready-to-wear/3-1-phillip-lim/slideshow/collection#19>
- Taete, J. L. C. (2013, February 16). Fashion Week Sucks Balls. *VICE*. Retrieved January 5, 2019, from https://www.vice.com/en_us/article/yv5jak/fashion-week-sucks-balls
- Teamo1114. (2016, March 28). 현대카드 컬처 프로젝트 21 '장 폴 고티에 전' [Hyundai Card Culture Project 21 'Jean Paul Gaultier']. *Naver*. Retrieved January 7, 2019, from <https://post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=3898049&memberNo=5047988>
- The Real Twins of NYC. (2016, July 9). *The Real Twins of NYC*. Retrieved January 13, 2019, from <http://therealtwinsofny.blogspot.com/2016/07/a-few-of-possible-styles-from-new.html>
- Transformable by buttons-Two in One. (n.d.). *JOLiER*. Retrieved February 3, 2019, from <http://www.jolier.com/transformable-dresses/>
- Tynette. (2012, June 29). *CARAMEL A LA MODE*. Retrieved September 22, 2019, from <https://www.caramelalamodel.com/post/26158296868/utility-vest>
- Verner, A. (July 9, 2015). FALL 2015 COUTURE Viktor & Rolf. *Vogue*. Retrieved April 23, 2019, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2015-couture/viktor-rolf>
- Yang, H. M. (2018, October 31). 김밥 패딩? 봄빛 패딩!... 울겨울 롱패딩 트렌디하게 입는 법 [Gimbap padding? Spring padding!...How to dress in a long-padded fashion trendy this winter]. *Sports Donga*. Retrieved January 25, 2019, from <http://sports.donga.com/3/all/20181030/92658755/3>
- Ye, M. H. (2017). *Type and role of fashion exhibition in museum*. Unpublished doctoral dissertation, Sungkyunkwan University, Seoul.
- Yim, E. H., & Istook, C. (2017). Typology of dress in contemporary fashion. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 41(1), 98-115. doi:10.5850/JKSCT.2017.41.1.98

Presentation Methods for Transformable Fashion Design

Lim, Byung Soo · Yim, Eun Hyuk⁺

Ph.D. candidate, Dept. of Fashion Design, Sungkyunkwan University

Professor, Dept. of Fashion Design, Sungkyunkwan University⁺

Abstract

This study investigates the temporal dimensions and formative concepts connoted in transformable fashion design by examining the various devices and approaches of transformable fashion design presentation. In the case analysis, this study focuses on the fashion shows and fashion exhibitions that are traditional presentation methods as well as the images and videos on social media of which the importance is increasing. The cases have been collected through literature reviews and the Internet search since 2010 to the present. The results of analysis of fashion presentation method of transformable fashion design in fashion shows, fashion exhibitions, fashion photographs and films are as follows: First, in fashion shows, transformations were realized mainly through the help of the wearer, a third party, or a device, and in some cases, two or more models appeared to reveal each transformability. Next, in fashion exhibitions, transformability was demonstrated through various forms of display, auxiliary media and mechanical devices rather than the intervention of the wearer or a third party. Lastly, the presentation through photographs conveyed the transformability with the images of two or more outfits simultaneously, yet in the presentation through films, the movement of the model was minimized to emphasize transformation process of the garment or to explain the driving system or process. Mostly, fashion photographs and films are used in parallel with a fashion show or a fashion exhibition rather than utilized independently.

Key words : transformable fashion design, transformability, fashion design presentation, fashion show, social media

