

신해체주의 패션의 디자인 특성 연구

- 베트멍과 마르케스 알메이다의 비교 -

김 정 연 · 박 은 경*

인천대학교 의류학과 석사
인천대학교 패션산업학과 교수*

요 약

최근 신해체주의 패션은 타 브랜드를 비롯하여 패션 산업에 큰 영향을 주면서 성장하고 있다. 이에 주목하여 학술 연구들이 수행되었으나 주로 제한된 브랜드의 일부 사례 고찰을 통해 전반적인 특성을 논의한 한계가 있다. 본 연구는 신해체주의 패션의 대표 브랜드인 베트멍과 마르케스 알메이다의 모든 컬렉션을 대상으로 디자인 특성을 비교 고찰함으로써 신해체주의 패션에 대한 이해의 폭을 넓히는 데 도움을 주고자 하였다. 연구 내용은 다음과 같다. 첫째, 신해체주의 패션에 대한 일반적인 고찰을 하였다. 둘째, 선행 연구를 참고하여 신해체주의 패션의 미적 가치 범주를 재분류하였다. 셋째, 미적 가치 범주에 근거해서 두 브랜드 컬렉션에 나타난 디자인 특성의 공통점과 차이점을 도출하고 논의하였다. 연구 방법으로, 신해체주의 패션에 관한 고찰은 관련 자료를 통한 문헌 연구를 하였다. 그리고 각 브랜드의 첫 컬렉션부터 2021 FW까지의 컬렉션 작품 사진을 수집하여 디자인 특성을 실증적으로 분석하였다. 사진 자료는 패션 전문 매체의 인터넷 사이트에서 수집하였고 분석 시 디자이너의 인터뷰 및 관련 기사, 패션 전문 매체의 리뷰를 참고하였다. 연구 결과, 두 브랜드는 디자인의 조형적 특성과 미적 가치 범주에 따른 표현에 있어 공통점이 있으나 브랜드의 이념, 디자인 방향, 소비자와의 소통 방식 등에 따른 차이가 있었다. 또한 두 브랜드는 소비자 집단과 함께 동시대 사회의 여러 이슈나 운동에 동참하여 의식 있는 패션 브랜드로 긍정적인 영향력을 발휘하고 있었다. 본 연구의 결과는 신해체주의 패션에 대한 깊이 있는 정보를 제공하여 국내 패션 브랜드의 디자인 기획에 도움이 될 수 있다는 점에서 의의가 있다.

주제어 : 신해체주의, 해체주의, 비교연구, 베트멍, 마르케스 알메이다

본 논문은 석사학위 논문의 일부임.

본 논문은 2020년도 인천대학교 교내연구비의 지원을 받았음.

*교신저자: 박은경, ekpark@inu.ac.kr

접수일: 2021년 11월 8일, 수정논문접수일: 2021년 12월 9일, 게재확정일: 2021년 12월 22일

I. 서론

21세기 디지털 시대가 되면서 밀레니얼 세대와 Z세대 소비자가 중심이 된 시장이 커지고 있다 (University Tomorrow 20 Research Institute, 2019). 이들은 여러 소셜 네트워크 서비스(social network service)를 통해 새롭고 다양한 문화 콘텐츠와 동시대 라이프스타일을 접하고 소통함으로써 사회를 다원적으로 발전시키고 있으며 이들의 행동 양식과 가치관을 반영하는 유스 컬처(youth culture)와 스트리트(street) 스타일도 부상하고 있다(Kim, 2019). 이러한 흐름과 함께 2010년대 중반부터 등장한 마르케스 알메이다(Marques' Almeida), 와이/프로젝트(Y/Project), 베트멍(Vetements) 등은 기존 패션 시스템의 질서를 흔들면서 새로움을 주고 있으며 (Sohn, 2016), 젊은 세대의 큰 관심을 받고 있다. 패션 매체들은 이 브랜드들을 20세기 후반에 등장한 해체주의(deconstructivism) 패션과 관련지어 평가하면서 대표적인 해체주의 디자이너인 마틴 마르지엘라(Martin Margiela)의 후예라고 하거나(Lee, 2016), 해체주의 기법과 하위문화, 유스 컬처를 바탕으로 혁신을 이끌고 있다고 하였다(Nam, 2017). 최근 등장한 해체주의 경향의 패션에 주목한 학술적 연구들(Kim 2019; Kim & Ha, 2016; Kim & Kim, 2017; Lee, 2019; Park & Kim 2020)도 수행되었다. 선행연구들은 최근 등장한 해체주의 경향의 패션이 기존의 의복에 대한 전통과 생각을 거부하고 성의 해체, 다양한 소재 응용, 의복 형태의 파괴 등을 표현했던 해체주의 패션(Seo & Choo, 2005)과 유사한 것 같지만 차별화된 '신해체주의(neo-deconstructivism) 패션'이라고 하였다. 더불어 신해체주의 패션을 일상의 아이템을 바탕으로 대중적, 유희적인 방향으로 발전한, 해체주의 패션의 동시대적 해석으로 보면서 표현 특성과 미적 가치를 도출하였다. 그러나 선행연구들은 대체로 대표적인 브랜드들의 일부 사례 고찰을 중심으로 특성

을 논의하였기에 신해체주의 패션 브랜드 간의 차이점과 공통점을 면밀하게 분석하지는 못하였다. 연구 범위도 신해체주의 패션이 등장한 초반에 집중되어 최근 동향을 반영하지 못하고 있다. 따라서 연구 범위를 2021 FW까지로 확장하고 브랜드 간 디자인 특성의 공통점과 차이점을 상세히 비교하는 연구가 필요하다.

본 연구는 신해체주의 패션 브랜드 간의 비교 고찰을 통해 신해체주의 패션의 특성을 종합적으로 깊이 이해하는 데 도움이 되는 정보를 제공하는 것을 목적으로 하였다. 최근 소비자의 큰 지지를 받으며 많은 타 브랜드가 참고할 만큼 큰 영향을 주고 있는 베트멍을 비롯한 신해체주의 패션에 대한 심도 있는 연구는 국내 패션 업계의 발전에 유용한 자료를 줄 수 있을 것이다. 본 연구는 연구 대상으로 베트멍과 마르케스 알메이다를 선정하였으며, 그 이유는 다음과 같다. 이 브랜드들은 선행 연구에서 가장 많이 언급되었고, 세계적 기업 LVMH가 주최한 'LVMH PRIZE 2015'에서 모두 8강에 올랐다. 그리고 마르케스 알메이다가 최종 우승하여 그 능력을 인정받았다. 또한 베트멍의 디자이너 덴나 바잘리아(Demna Gvasalia)는 메종 마르지엘라(Maison Margiela)에서 일한 경력이 있으며 디자이너 마타 마르케스(Marta Marques)와 파울로 알메이다(Paulo Almeida)는 레이 카와쿠보(Rei Kawakubo)를 자신의 영웅으로 언급하여(Barlow, 2012) 두 브랜드는 모두 해체주의 패션의 영향을 받았을 것으로 사료된다.

본 연구의 연구 문제는 다음과 같다. 첫째, 신해체주의 패션에 관한 일반적인 고찰을 한다. 둘째, 선행연구를 참고하여 신해체주의 패션의 미적 가치를 범주화한다. 셋째, 베트멍과 마르케스 알메이다 컬렉션의 조형적 특성을 고찰한다. 넷째, 신해체주의 패션의 미적 가치를 바탕으로 두 브랜드 컬렉션의 공통점과 차이점을 비교 고찰한다. 연구 방법은 다음과 같다. 신해체주의 패션에 관한 고

찰은 관련 서적, 학술 논문 등을 중심으로 한 문헌 연구로 한다. 두 브랜드의 컬렉션 고찰은 작품 사진과 관련 기사를 수집하여 테마 및 영감, 장소, 모델의 특성을 살펴보고 작품의 색상, 소재, 실루엣, 무늬, 디테일을 실증적으로 고찰한다. 작품 사진은 보그(www.vogue.com) 등의 패션 전문 웹사이트, 인스타그램(Instagram)의 브랜드 공식 계정 등을 통해 수집하며, 객관적인 분석을 위해 패션 전문 에디터의 리뷰와 디자이너들의 인터뷰를 참고한다. 분석 범위는 베트명은 2015 SS부터 2021 FW까지, 마르케스 알메이다는 2014 SS부터 2021 FW까지의 컬렉션이다.

II. 이론적 고찰

1. 해체주의 패션

해체주의는 1960년대 철학자인 자크 데리다(Jacques Derrida)에 의해 제시된 후 문학, 예술, 건축 등의 영역으로 전파되었는데 전통적으로 서구를 지배한 이성주의, 구조주의 및 형이상학의 한계에 대해 비판하였으며, 해체 양식을 통해 비판의 시각을 드러내는 포스트모더니즘 사조와 함께 전개되었다(Kim & Kim, 2017). 패션에서 해체주의는 1989년 패션 비평가인 빌 커닝햄(Bill Cunningham)이 마르지엘라의 컬렉션을 해체주의자(deconstructivist) 패션이라고 언급하면서 처음 사용되었다(Granata, 2012). 이후 비평가들은 이 용어를 마르지엘라와 벨기에(Belgian) 디자이너들의 작품 설명에 사용하였고, 1980년대 이후 장 폴 고티에(Jean Paul Gaultier)와 일본 아방가르드(avant-garde) 디자이너의 작품을 해체주의 관점에서 다루었다(Granata, 2012). 또한 비평가들은 해체주의 패션이 럭셔리에 대한 거부, 1980년대의 과도한 패션에 대한 반발을 상징하며 1990년대 초의 불황에 의한 상황을 반영하는 것

로 해석하였다(Granata, 2012). 해체주의 패션은 기존의 의복에 대한 생각과 전통에 도전하면서 성의 해체, 다양한 소재의 응용, 의복 형태의 파괴 등을 표현했으며 이런 표현들이 공존하였다(Seo & Choo, 2005). 이러한 해체주의 패션은 대중의 수용보다는 기존의 패션 규칙을 해체하려는 디자이너의 철학적 메시지를 전달하기 위한 전위적인 표현에 집중했다(Kim & Hah, 2016; Kim & Kim 2017).

여러 선행연구들(Heo, 2014; Kwon, 2007; Lee, 2000; Yoon, 2010)은 데리다의 해체주의 개념을 패션에 대입하여 20세기 말 디자이너들의 작품을 중심으로 해체주의 패션의 특성을 연구하였다. 본 연구에서 선행연구들을 고찰한 결과, 공통적으로 논의된 해체주의 패션의 특성은 차연(differance), 상호텍스트성, 탈중심성, 탈현상, 불확정성의 미적 가치와 이에 따른 표현으로 분류되었다. 해체주의 패션에서 차연은 과거, 현재, 미래의 양식들을 결합하고 지역적 특성을 초월하여 재조합하는 것으로 나타났다(Lee, 2018). 또한 디자이너들은 새 옷을 낱게 만들거나 한 옷에서 분리한 소재를 재활용하였고, 시간의 흐름을 나타낼 수 있는 빈티지(vintage) 스타일, 그런지 룩(grunge look)을 표현하거나 의복의 제작 과정을 드러냈다(Lee, 2018). 상호텍스트성은 성, 지위, T.P.O, 소재 등에서 상호인용을 통하여 이분법적으로 대립되는 것을 해체하는 것으로 나타났다(Lee, 2000). 대표적인 표현에는 성의 경계를 허문 유니섹스(unisex)와 젠더리스(genderless) 디자인, 이질적인 소재와 아이템의 혼합, 속옷과 겉옷의 위치를 뒤바꾸는 것 등이 있다. 탈중심성은 서구의 전통 사고를 형성해 온 권위나 중심이 되는 힘에서 벗어나는 것으로 기존의 남성, 백인, 고급문화 중심의 복식에서 벗어나 이전에는 소외되었던 비주류와 하위문화의 미적 영역을 표현하였다(Kwon, 2007). 탈현상은 의복의 기존 체계를 해체하고 전통적인 미학에서 벗어나 불균형, 비대칭, 부조화, 무질서를 수용하였다(Heo,

2014). 이는 주로 파괴, 노출, 미완성 기법과 불규칙한 디테일의 응용, 탈구조적인 형태와 왜곡, 과장, 비대칭 실루엣, 부분의 위치 전환이나 변형으로 나타났다. 불확정성은 복식 구조 및 구성에 대한 고정 관념을 파괴하면서 고정된 형태가 아니라 착장에 의해 완결되는 미완성의 상태로 나타났다. 예를 들어 매기, 걸치기, 두르기, 레이어링으로 잠재적인 형태를 추구하여 착용자에 의해 완성되는 열린 의복이 제시되었다(Kwon, 2007).

2. 신해체주의 패션에 관한 고찰

1) 신해체주의 패션의 개념

21세기 이후 인터넷의 발달로 정보들이 빠르게 교류되는 가운데 특히 밀레니얼 세대와 Z세대는 다원화된 여러 문화를 쉽게 접하고 있다(University Tomorrow 20 Research Institute, 2019). 이러한 현상과 함께 2010년대 중반까지 평범함과 단순함을 지향하는 놈코어(normcore) 패션이 유행하였다. 청바지, 티셔츠, 트레이닝 팬츠, 운동화 등 일상 아이템들로 구성되는 놈코어 스타일은 동일함에 대한 동조를 멋지다고 여기는 트렌드를 반영한 것이다(Im, 2014). 한편 2010년대 중반 무렵 등장한 베트멍, 마르케스 알메이다, 와이/프로젝트 등은 해체와 재조합을 바탕으로 동시대에 적합한 여러 디자인을 제시하여 주목을 받았다(Lee, 2016). 선행연구에서는 이 브랜드들을 20세기 말의 해체주의 패션과 구분하면서 ‘신해체주의 패션’이라고 정의하였다. 신해체주의 패션은 놈코어 패션에서의 탈피, 디지털 환경으로 인한 다양성 수용, 현실의 불안을 흥미로 전환하는 것을 등장 배경으로 한다(Kim & Ha, 2016). 신해체주의 패션은 놈코어 패션의 편안함과 그 반대인 개성 추구에 대한 대중의 필요를 함께 반영하려는 것으로, 일상의 아이টে임을 기존과 다른 방식으로 해체, 재조합하여 낯선 아름다움을 만들며(Kim & Ha, 2016), 긍정적, 유희적, 대중적

인 방향으로 발전한 해체주의 패션의 동시대적 해석이라 볼 수 있다(Kim, 2019; Kim & Kim, 2017; Lee, 2019). 본 연구는 선행연구를 참조하여 신해체주의 패션을 ‘2010년대 중반에 등장한, 해체주의 패션과 유사한 표현 수단을 바탕으로 하면서 일상성, 대중성, 유희성, 다양성 수용 등 동시대적 가치를 강조한 패션’으로 정의하였다.

2) 신해체주의 패션의 미적 가치와 표현 특성

선행연구들은 해체주의 패션의 특성을 바탕으로 신해체주의 패션의 특성을 도출하였다. Kim and Ha(2016)의 연구는 차연, 상호텍스트성, 탈중심성, 탈현상, 불확정성 범주에 대응하는 신해체주의 패션의 미적 가치를 이질적인 코드를 바탕으로 한 신선하고 특이한 디자인, 다양한 성의 수용, 니즈(needs)에 대응하는 추, 개별적 개성 수용, 재미와 유희의 미의 포용으로 도출하였다. Lee(2019)의 연구에서는 신해체주의 패션을 해체주의 패션의 표현 특성을 발전적으로 계승하면서 긍정성, 유희성, 대중과의 소통성, 다양성과 다원성 존중, 포용적 재조합·재창조 지향이라는 관점을 더해 발전했다고 하였다. 기타 연구들은 신해체주의 패션이 긍정적인 방향성을 갖는다는 관점에서 특징을 도출하거나, 최근 소비자들의 라이프스타일과 욕구를 반영할 수 있는 유스 컬처의 표현성, 일상성, 새로운 가치 추구 등을 대표적인 특성으로 논의하였다(Kim, 2019; Kim & Kim, 2017; Park & Kim, 2020).

본 연구는 선행연구를 종합하여 신해체주의 패션의 미적 가치를 이질적인 새로움 추구, 동시대의 다양성 수용, 유희성, 개별 개성의 존중으로 정리하였다(Table 1).

(1) 이질적인 새로움 추구

해체주의 패션은 과거 시대와 복식에서 영감을 얻어 재조합하거나, 시간의 흔적을 보이는 그런지

Table 1. 신해체주의 패션의 표현 방식 및 미적 가치.

해체주의 패션		신해체주의 패션							
미적 가치	표현 방식	표현 방식	미적 가치						
			Kim & Ha (2016)	Kim & Kim (2017)	Lee (2019)	Kim (2019)	Park & Kim (2020)		
차연	시·공간 재조합	디자이너 개인 경험 반영	특이성				유희적 재조합, 재창조		이질적인 새로움 추구
	중고 스타일, 재활용 의상	중고 의상 재활용							
상호 텍스트성	성 경계 해체	다양한 성적 취향 수용	다원성 수용		다양성, 다원성 존중		유희적 재조합, 재창조	다양성 추구	동시대의 다양성 수용
	부조화 코디네이션	이질적 소재, 용도, 이미지의 아이템 혼용 ⇒ 밝은 색상, 페러디 프린트, 타이포그래피 활용		긍정성, 유희성 유스 컬처 표현성	긍정성		유희적 재조합, 재창조	긍정적 디자인	
탈중심성	하위문화, 비주류 문화 재조합	유스 컬처 강조	유스 컬처 표현	유스 컬처 표현성	소통성, 다양성, 다원성 존중		개방적 소통, 새로운 가치 추구	다양성 추구	유희성
탈현상	복식구조 및 디자인 원리 해체	무질서, 불규칙 디테일을 일상복 디자인에 적용 탈구조적 형태, 실루엣 밝은 색상 활용	재미, 유희의 미 포용	일상성, 긍정성, 유희성	긍정성, 유희성, 소통성		유희적 재조합, 재창조	새로운 변형	개별 개성의 존중
불확정성	비확정적 착장 방식	소비자의 선택에 의한 DIY 형식의 착장	개인의 개성 수용	긍정성, 유희성	유희성, 포용적 재조합, 재창조			새로운 변형	

Adapted from Kim & Ha. (2016), p. 134; Lee. (2019), p. 30.

록, 중고 스타일, 리사이클 스타일로 차연의 미적 가치를 표현했다(Heo, 2014). 신해체주의 패션은 차연의 표현 중 시·공간의 재조합에서 차이가 있다. 해체주의 패션은 대중이 향수(nostalgia)라는 공감을 형성할 수 있는 알려진 과거의 스타일과 형식을 이용했다. 신해체주의 패션은 대중에게 낯설 수 있는 사회·문화적 배경에서 온 요소들을 많이 사용한다(Kim & Ha, 2016). 특히 신해체주의 패션

디자이너 중 서구 패션의 중심 지역 출신이 아닌 사람들은 본인의 사회·문화적 배경에서 온 이질적인 요소를 활용한 독특한 스토리와 스타일로 대중에게 향수가 아닌 낯설음을 주었다. 예를 들어 GmbH의 디자이너들은 파키스탄(Pakistan)과 터키(Turkey) 출신인 조부와 부친이 광산 작업 후 입었던 점퍼를 영감으로 활용하여(Remsen, 2017a), 이질적인 스토리와 새로움을 추구하였다(Figure 1).

(2) 동시대의 다양성 수용

신해체주의 패션에서 동시대의 다양성 수용은 해체주의 패션의 상호텍스트성과 탈중심성을 동시대적으로 계승한 것으로, 현재 사회·문화의 다양성을 포용하면서 다원화된 사회 발전에 대한 지지를 보여준다. 해체주의 패션의 상호 텍스트성은성의 경계 및 계층 간 경계의 해체, 이질적인 소재 혼합의 표현으로 나타났다. 신해체주의 패션은 광범위한 성적 취향을 존중하는 디자인(Kim & Ha, 2016)과 성에 대한 중립을 지향하는 젠더 뉴트럴(gender neutral)까지도 표현한다(Figure 2). 또한 신해체주의 패션은 적극적인 소통을 통해 소비자들이 원하는 일상의 아이템을 바탕으로 하되 신선한 디자인으로 일상복과 하이패션의 경계를 무너뜨린다(Lee 2019).

해체주의 패션의 탈중심성은 서양 중심의 역사에서 소외되었던 지역, 인종과 집단의 부상으로 나타났으며, 전통적인 미의식에 반항하는 비주류 문화의 스타일이 하이패션에 도입되었다. 신해체주의 패션은 기존에 대한 반항의 표현이라기보다는 최근 중요한 소비자인 청년들의 취향을 존중하고 다원화된 문화를 수용하며, 청년층의 욕구가 표출된 클럽 문화들이 복합된 스타일을 표현한다.(Kim & Ha, 2016). 또한 다원화된 사회의 수용으로 플러스 사이즈, 다양한 인종, 노인, 논-바이너리(non-binary) 모델들이 이전보다 많이 등장하고

있다(Kent, 2019).

(3) 유희성

신해체주의 패션은 해체주의 패션의 복식 구조나 디자인의 원리를 해체하는 방식을 사용하면서 밝고 강한 색상, 타이포그래피나 이미지를 패러디하는 방법을 더하여 재미를 주고, 경쾌한 풍자 및 사회 비판을 유희적으로 연출하여 긍정적인 메시지를 전달하였다(Kim & Kim, 2017; Lee, 2016). 예를 들면, 자크뫼스(Jacquemus)는 컬렉션에서 노란색의 굵은 스트라이프 원단으로 경쾌한 느낌을 주는 재미있는 형태의 디자인을 선보였다(Figure 3). 와이/프로젝트는 2017 FW 컬렉션에서 최고 계층을 상징하는 영국의 왕 헨리 8세(Henry VIII)와 프랑스의 마리 앙투아네트(Marie Antoinette) 왕비의 초상을 원색의 머플러에 패러디 식으로 프린트하고 스트리트 웨어와 착장시켜 사회 계층 구별에 대한 유희적인 풍자를 반영하였다.

(4) 개별 개성의 존중

해체주의 패션에서 불확정성은 착용자에 의해 유연히 만들어지는 형태를 추구하는 것이었다. 신해체주의 패션은 착용자의 의도, 취향, 개성의 수용에 따른 다양한 의복 착장 방식으로 형태를 완성하는 것을 지향한다(Kim & Ha, 2016). 즉 의복 착용법을 해체하여 예술적인 퍼포먼스(performance)



Figure 1.
GmbH 2018 SS.
From Remsen. (2017b).
<https://www.vogue.com>



Figure 2.
Jacquemus 2015 SS.
From Singer. (2014).
<https://www.vogue.com>



Figure 3.
Jacquemus 2015 SS.
From Singer. (2014).
<https://www.vogue.com>



Figure 4.
Y/Project 2021 SS.
From Holgate. (2020b).
<https://www.vogue.com>

와 같은 디자인을 만드는 것이 아니라, 소비자들이 원하는 대로 바꿀 수 있는 실용적인 DIY(do it yourself) 의복을 제안하며(Lee, 2019), 형태 변화에 의한 다기능성(versatility)까지도 추구한다. 대표적인 예로 와이/프로젝트는 소비자가 원하는 대로 모양을 바꿀 수 있는 디자인을 통해(Figure 4), 다기능성과 옷에 대한 경험을 강조하였다(Holgate, 2020a).

III. 베트멍과 마르케스 알메이다의 컬렉션 고찰

1. 베트멍과 마르케스 알메이다의 연혁

베트멍은 조지아(Georgia) 출신의 바잘리아가 남동생과 함께 2014년 프랑스 파리에 설립한 브랜드이다. 바잘리아는 벨기에 앤트워프 왕립예술학교(Royal Academy of Fine Arts Antwerp)를 졸업 후, 2009~2014년에 메종 마르시엘라와 루이 비통(Louis Vuitton)에서 디자이너로 경력을 쌓았다. 베트멍의 디자인은 바잘리아와 동료들이 함께 이끌었다([BOF]. "VETEMENTS". n.d.). 베트멍은 미니멀하지만, 관심을 끌기 위한 특수 효과 없이도 멋있다고 평가받았고([BOF]. "Demna Gvasalia". n.d.), 2019년에는 글로벌 패션 리서치 플랫폼, 리스트 인덱스(The Lyst Index)의 1분기 가장 인기 있는 10대 브랜드 중 하나로 선정되었다(BOF Career Team, 2019). 2019년 바잘리아가 베트멍에서 퇴임한 이후부터는 디자이너 팀이 브랜드를 이끌어 가고 있다. 『보그(Vogue)』는 "베트멍의 천재성은 대중문화의 차용과 정제를 통해 의복을 유희로 바꾼 데 있다"고 평가했다([BOF], "VETEMENTS". n.d.).

포르투갈(Portugal) 출신의 마르케스와 알메이다가 2011년 런던에서 창립한 마르케스 알메이다는 역대 LVMH PRIZE 수상자 중 가장 성공한 브랜드

중 하나로 평가받았다(Zhang, 2019). 두 디자이너는 포르투갈 시텍스(CITEX) 패션 학교를 졸업한 뒤 각자 비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood)와 프린(Preen)에서 일했고 영국 센트럴 세인트 마틴스(Central Saint Martins College of Arts and Design)의 석사 과정을 거쳤다(LVMH PRIZE, n.d.). 이들은 2013년 영국 패션 어워드에서 최우수 신진 디자이너 상(British Fashion Award for Best Emerging Designer)과 LVMH PRIZE 2015에서 대상을 수상했다(MARQUES' ALMEIDA, n.d.). 이 브랜드는 헬무트 랭(Helmut Lang)의 영향을 받은 해체주의적 테일러링과 올이 풀리고 찢긴 데님으로 1990년대 스트리트 감성을 이끌어냈다는 평을 받았는데 디자이너들은 유스 컬처를 추구함에 있어서 적합한 소재가 데님이라고 하였다(Nam, 2017). 『WWD』에 의하면, 이 브랜드는 창조적인 성장을 돕는 젊은 이들을 성공적으로 모았고, 고객으로부터 영감을 받는 소비자 지향의 길을 걷고 있다. 또한 디자이너들은 이 브랜드는 옷이 아닌 태도에 관한 것이라고 하였다(Zhang, 2019).

2. 베트멍과 마르케스 알메이다의 컬렉션 고찰

베트멍은 무채색과 톤 다운(toned-down) 색상을 많이 활용했고 채도가 높은 색상을 서브(sub) 또는 포인트로 사용했다. 마르케스 알메이다는 다양한 유채색과 데님 블루 계열 색상으로 베트멍보다 경쾌한 분위기를 강조했다. 재질의 경우 베트멍은 일상적인 소재를 주로 사용하여 실용성을 중시하였다. 마르케스 알메이다는 초기에는 데님, 실크, 시폰, 인조 모피를 사용하였고 이후 실용적인 소재에 집중했으며 2020년부터 친환경 및 재활용 소재를 적극 사용하였다. 베트멍은 스트레이트 실루엣과 오버사이즈를 중심으로 스트리트 웨어의 자유분방함과 유스 컬처를 강조했다. 마르케스 알메

이다는 스트레이트 실루엣, 아워글래스 실루엣과 오버사이즈를 사용하여 세련된 여성 이미지와 활동적인 유스 컬처 정신을 함께 보여주었다. 무늬의 경우 베트멍은 2018 SS 컬렉션까지는 주로 단색과 사회 이슈에 관한 메시지를 담은 레터링, 프린트를 사용하였다. 이후 바잘리아는 직접 경험했던 전쟁이나 현실에 대한 비판적인 태도를 더욱 강조했고 이를 레터링, 로고 플레이, 프린트를 통해 표현했다. 마르케스 알메이다는 초기에는 단색을 많이 사용하였고, 이후 과장된 기하학적인 무늬를 많이 활용하였다. 2018 SS 이후로는 여성 및 흑인 인권을 지지하는 슬로건과 민족적인 무늬로 다양성을 수용하고 사회문제에 적극 참여하는 태도를 보여주었다. 시즌에 따라 다양한 예술적인 무늬도 사용하였다.

베트멍은 성과 나이의 경계가 없는 일상적인 스트리트 웨어를 중심으로 개인의 개성을 드러내는 스타일을 제시하였고, 이질적 스타일의 아이টে끼리의 부조화 코디네이션, 패러디 표현도 적극 도입하였다. 또한 베트멍은 사회 안전 요원의 유니폼을 비롯하여 다양한 사회 구성원의 일상 스타일을 연출하고, 유명 브랜드들의 시그니처 아이টে를 재해석하였다. 옷 위에 다른 옷을 늘어뜨린 것 같은 레이어링, 안감을 걸고 노출하기, 업사이클링 등 마르지엘라와 유사한 표현 방법도 사용하였다.

마르케스 알메이다는 초기에는 심플한 그린지룩을 선보였고, 이후 1990년대 풍의 낭만주의, 펑크, 바로크(baroque) 등 다양한 스타일을 재해석하여 트렌디한 스트리트 웨어를 제시하였다. 2018 SS와 FW 컬렉션에서는 여성스러움과 강인함을 함께 강조한 스타일로 여성에 대한 지지를 표현했고, 이후로는 실용적인 스트리트 스타일을 제시했다. 마르케스 알메이다는 과거 시대의 디자인 요소 활용, 새 옷을 낚개 만들기, 이질적인 부조화 코디네이션 등 해체주의 패션과 유사한 기법을 많이 사용하였다. 또한 여러 예술가와 디자이너에게서 영

감을 받고, 유희적인 문양으로 예술적인 감성을 드러냈다. 이와 같이 두 브랜드는 디자이너의 창조성, 다양성을 수용하는 태도와 사회적 신념을 디자인에 반영하였다.

IV. 베트멍과 마르케스 알메이다 컬렉션의 신해체주의 디자인 특성 비교

본 연구는 앞서 고찰한 선행연구를 바탕으로 신해체주의 패션의 미적 가치를 이질적인 새로움 추구, 동시대의 다양성 수용, 유희성, 개별 개성의 존중으로 도출하였다. 여기에 본 연구에서 두 브랜드의 컬렉션을 분석하면서 고찰한 적극적인 사회 참여라는 가치를 포함시켜 총 5개의 범주에서 두 브랜드를 비교하였다.

1. 이질적인 새로움 추구

신해체주의 패션 디자이너들은 대중에게는 낯설 수 있는, 자신의 경험 속의 요소들을 도입하여 새로움을 창조한다(Kim & Ha, 2016). 베트멍은 이를 무늬와 아이টে를 통해 직접적으로 표출했다. 바잘리아는 할머니가 입었던 꽃무늬 앞치마를 재해석하거나(Figure 5), 동유럽 조각농의 드레스와 같은 비주류 요소를 신선한 코디네이션으로 보여주었다(Figure 6). 또한 그는 <Figure 7>처럼 조지아 범죄자의 문신, 기호, 반항적인 내용의 레터링으로 자신이 경험한 스토리를 재현하는 동시에 창의적인 디자인을 만들었다. <Figure 8>의 원피스는 1990년대 초 조지아-압하지야 내전(Georgian-Abkhazian conflict) 당시 그의 가족이 저격수의 공격을 받으며 도망갈 때 쥐고 있던 침대 시트를 연상시켰다(Mower, 2018c). 이처럼 바잘리아는 자신의 경험을 독특한 기호로 변환시켰고 그의 컬렉션은 자서전

처럼 잊을 수 없거나 고통스러운 경험들을 전달하여 강한 인상을 남겼다. 바잘리아도 자신을 괴롭혔던 기억을 표현함으로써 스스로를 직시하고 치유한다고 밝혔다(Foreman, 2018).

마르케스와 알메이다는 본인들의 경험도 반영하였지만 주로 주변 사람들의 경험에서 영감을 얻고 상상을 더해 디자인을 한 차이가 있다. 디자이너들은 과거의 패션 스타일과 예술 작품, 청년 문화, 젊은이들의 스트리트 착장 사진에서 영감을

얻어 재해석하였다. 또한 이들은 주변 사람들과 소비자들의 과거 사진과 인스타그램 사진을 통해 특정 인물을 상상하여 개성 있는 디자인을 만들었다. 예로 <Figure 9>는 모델이 촬영한 옛날 사진에서 영감을 얻어 1990년대 그린지 풍 낭만주의 느낌으로 디자인한 것이다(Mower, 2015a). <Figure 10>은 디자이너 주변의 젊은 여성들을 창작 과정에 참여시키면서 런던 이스트 엔드(East End) 지역 사람들의 착장을 주제로 한 디자인이다(Nnadi, 2016a).

Table 2. 두 브랜드 컬렉션에 나타난 이질적인 새로움 추구 비교.

	베트멍	마르케스 알메이다
주요 표현 방식	<ul style="list-style-type: none"> • 디자이너의 직접 경험에 기반 • 반항 정신이 담긴 문양, 레터링 • 조형적 측면에서 직접적으로 반영 	<ul style="list-style-type: none"> • 주변인, 소비자로부터 영감을 얻어 특정 인물, 주제를 상상 • 베트멍보다 경쾌한 분위기 • 과거 스타일 응용(해체주의 경향) • 테마, 영감으로 간접적 반영
대표 사례	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 5. Vetements 2016 SS. From Mower. (2015c). https://www.vogue.com</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 6. Vetements 2019 FW. From Mower. (2019b). https://www.vogue.com</p> </div> </div>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 9. Marques'Almeida 2016 SS. From Mower. (2015b). https://www.vogue.com</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 10. Marques'Almeida 2016 FW. From Nnadi. (2016d). https://www.vogue.com</p> </div> </div>
	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 7. Vetements 2019 SS. From Mower. (2018f). https://www.vogue.com</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 8. Vetements 2019 SS. From Mower. (2018h). https://www.vogue.com</p> </div> </div>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 11. Marques'Almeida 2018 FW. From Mower. (2018c). https://www.vogue.com</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 12. Marques'Almeida 2018 FW. From Mower. (2018b). https://www.vogue.com</p> </div> </div>
차이점	직접적 / 경험 / 반항	간접적 / 가상 / 경쾌
공통점	해체주의 패션의 시·공간의 재조합 경향의 동시대적 해석	

<Figure 11>과 <Figure 12>는 소비자들의 인스타그램을 참조하여 1980년대 말 쿠투르(couture) 스타일을 연상시키는 스커트와 브로케이드(brocade) 소재의 고전적인 코르셋에 모터사이클 재킷과 캐주얼 팬츠를 매치시켜 복고풍과 모던함이 섞인 스타일을 보여주었다(Mower, 2018a). 이처럼 두 브랜드는 해체주의 패션의 시·공간의 재조합을 동시대적으로 계승하면서 이질적인 새로움을 더하였다. 베트명은 주로 바잘리아의 경험을 직접적이고 반항적으로 표현하였고, 마르케스 알메이다는 주변인, 과거 양식에서 가상 인물 및 주제를 선정하여 간접적으로 반영하면서 경쾌한 이미지의 디자인을 제시하였다(Table 2).

2. 동시대의 다양성 수용

두 브랜드는 디자인뿐만 아니라 쇼의 테마, 장소, 모델 선정에서도 동시대의 다양성을 수용하는 경향을 보였다. 베트명은 초기부터 성소수자 및 성별이 모호한 일반인 모델들을 선택했고(Figure 13), 계속해서 인종, 나이, 체형, 직업이 다양한 일반인을 모델로 기용했다. 2018 SS 컬렉션에서는 스위스 거리의 행인들을 모델로 할 만큼 브랜드가 대중과 일상을 중시하고 다양성을 수용하는 것을 드러냈다(Figure 14). 베트명의 디자인은 일상적인 스트리트 웨어와 실용적인 아이템을 중심으로 하여 해체주의 패션보다 심플하고 캐주얼했다. 베트명은 2017 FW를 비롯한 여러 컬렉션에서 회사원, 여행객, 경비원 등 다양한 인물을 연출한 디자인을 제시했고, <Figure 15>처럼 고급스러운 드레스에 후드 티와 체인처럼 활용한 진주 목걸이를 매치하여 하이패션과 스트리트 웨어, 하위문화 요소를 결합한 디자인도 많이 선보였다. 2019 SS 컬렉션에서는 테크노(techno), 고스(goth), 핑크 등의 하위문화 스타일이 혼합된 디자인을 제시했다(Figure 16).

마르케스 알메이다는 포용성과 다양성을 중시하

여 패션에 긍정적인 영향을 주고, 젊은 세대를 응원하는 것을 목표로 하였다(MARQUES' ALMEIDA, n.d.). 컬렉션 모델은 주로 인스타그램에서 찾은 젊은 여성들과 디자이너의 친구들이었다. 이들은 브랜드에 영감을 주는 원천으로, 디자이너들은 현실의 다양한 여성의 아름다움을 제시하려고 하였으며 피부색, 체형과 사이즈가 다양한 모델뿐만 아니라(Figure 17), 각자의 독특한 스타일까지도 반영하였다. 2017 SS 컬렉션에서 디자이너들은 모델들이 원하는 대로 의상을 수정해주었고, 모델이 원하는 스타일링을 수용했다(Figure 18). 이 브랜드는 고대의 복식, 1970~90년대 예술가의 작품과 패션 디자이너, 패션 스타일, 청년 문화, 인기 드라마까지 넓은 영역에서 영감을 얻어 다양성이 핵심임을 보여주었다. 또한 동양의 용 문양과 만다린 칼라(Mandarin collar) 등을 재해석하거나(Figure 19), 바로크 시대를 연상시키는 레그 오브 머튼(leg of mutton) 소매를 비치는 소재로 만들고 울을 푼 광택 소재 상의와 결합시켜 해체주의 패션의 이질적 조합 표현을 사용하면서도 특유의 디자인으로 발전시켰다(Figure 20).

두 브랜드는 컬렉션 장소로 박물관과 같은 권위 있는 곳 외에도 백화점, 체육관 등 일상생활과 밀접한 곳과 폐기된 주차장, 고속도로 다리 아래, 고속 열차 터미널의 지하처럼 비전형적인 장소도 선택하여 삶의 다양한 측면을 반영하였다. 두 브랜드의 차이는 다음과 같다. 베트명은 바잘리아가 컬렉션의 테마, 모델, 장소, 발표 형식 등을 선정할 때 즉흥적이고 불확정적인 사고방식, 행위로 나타난 즉흥성(Bang et al., 2018), 대중적 아이템과 스트리트 스타일을 활용한 실용성이 특성이다. 마르케스 알메이다는 젊은 여성과 다문화주의를 중심으로 디자인을 체계적으로 전개한 계획성과 넓은 영역에 있는 영감의 원천을 활용하면서 제약 없는 상상을 더해 임의적으로 디자인을 전개한 점이 차이가 있다(Table 3).

Table 3. 두 브랜드 컬렉션에 나타난 동시대의 다양성 수용 비교.

	베트멍	마르케스 알메이다
주요 표현 방식	<ul style="list-style-type: none"> 고정된 성의 경계 없음, 개인 취향 존중 남녀노소 누구나 착용할 수 있는 실용적인 디자인 여러 하위문화 스타일의 반영 디자이너의 즉흥적 사고방식에 의한 다양한 컬렉션 발표 형식 	<ul style="list-style-type: none"> 다양한 직업, 체형, 인종의 여성 표현, 개인 취향 존중 다양한 시대와 지역의 패션 스타일, 예술 작품, 청년 문화를 기반으로 제한 없이 임의적으로 디자인 여성과 다문화주의를 핵심으로 디자이너들이 컬렉션을 계획
대표 사례	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 13. Vetements 2016 SS. From Mower. (2015d). https://www.vogue.com</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 14. Vetements 2018 SS. From Mower. (2017b). https://www.vogue.com</p> </div> </div>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 17. Marques'Almeida 2021 SS. From Mower. (2020c). https://www.vogue.com</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 18. Marques'Almeida 2017 SS. From Nnadi. (2016f). https://www.vogue.com</p> </div> </div>
	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 15. Vetements 2017 FW. From Mower. (2017a). https://www.vogue.com</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 16. Vetements 2019 SS. From Mower. (2018i). https://www.vogue.com</p> </div> </div>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 19. Marques'Almeida 2018 SS. From Nnadi. (2017b). https://www.vogue.com</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 20. Marques'Almeida 2017 SS. From Nnadi. (2016g). https://www.vogue.com</p> </div> </div>
차이점	즉흥성 / 실용성	계획성 / 임의성
공통점	다양한 일반인 모델/ 대중적이거나 비전형적인 쇼 장소/ 다문화적 디자인 요소 활용	

3. 유희성

신해체주의 패션은 밝은 색상과 패러디 풍의 유희적인 표현으로 해체주의 패션보다 긍정적인 메시지를 전달한다(Kim & Kim 2017; Lee 2019). 본 연구의 결과, 두 브랜드는 과장된 실루엣과 왜곡된 형태를 활용하여 해체주의 패션에 비해 단순하고 착용성이 좋은 경향을 보이며, 밝고 채도가 높은 색상을 많이 활용하였다. 그 예로 베트멍의 과장

된 사이 하이(thigh-high) 부츠(Figure 21)와 마르케스 알메이다의 과장된 크기의 벨트(Figure 25)는 인형 옷과 같은 느낌을 준다.

두 브랜드의 차이점은 다음과 같다. 베트멍은 패러디 기법의 고수로 불릴 만큼 유명한 영화의 주인공(Figure 22), 유명 패션 브랜드의 로고나 시그니처 아이템, 조지아의 전통 패턴 등을 변형하고 재해석하였다. 또한 경비원과 같은 사회 안전요원들의 유니폼을 활용한 디자인(Figure 23)을 비

못하여 회사원, 여행자 등의 사회 구성원, 유명한 셀러브리티(celebrity)를 모방한 모델(Figure 24)을 등장시켜 다양한 측면에서 유희적인 태도를 보여 주었다. 이는 진짜와 가짜의 모호함에 대한 생각 (Anaya, 2016), 소셜 미디어 시대의 반사회성(Mower, 2019a), 후기 자본주의 사회에 대한 비판(Mower, 2019d), 바잘리아 본인의 잠재의식에 있는 안전에 대한 갈망과 언더그라운드 정신을 대중에게 친숙한 상징으로 패러디하여 표출한 것이었다. 마르케

스 알메이다는 주로 무늬나 원단의 처리 기법에서 유희성을 표현했다. 과장된 크기의 무늬로 시각적 흥미를 이끌거나(Figure 26), 브랜드의 시그니처 소재인 데님을 여러 색으로 물들이고, 데님 의상의 전형적인 올 폴림, 패치 포켓(patch pocket), 탑 스티치 디테일을 벨벳 등 이질적인 원단에 적용하여 재미있는 느낌을 주었다(Figure 27). 또한 1980년대 쿼터 스타일 코르셋에 스트리트 풍의 너털한 팬츠를 매치시켜 색다른 부조화 코디네이션을 보여

Table 4. 두 브랜드 컬렉션에 나타난 유희성 비교.

	베트멍	마르케스 알메이다
주요 표현 방식	<ul style="list-style-type: none"> • 과장된 비례와 극단적 비대칭 형태 활용 • 패러디식 레터링, 프린트 적극 사용 • 대중에게 친숙한 상징적 기호 활용 및 재해석 	<ul style="list-style-type: none"> • 과장된 비례와 형태 활용 • 과장된 크기의 무늬 사용 • 데님 아이템의 고유 기법을 다른 원단에 적용 • 극단적인 부조화 코디네이션
대표 사례	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 21. Vetements 2017 SS. From Mower. (2016). https://www.vogue.com</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 22. Vetements 2016 SS. From Mower. (2015f). https://www.vogue.com</p> </div> </div>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 25. Marques'Almeida 2016 FW. From Nnadi. (2016b). https://www.vogue.com</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 26. Marques'Almeida 2017 FW. From Nnadi. (2017a). https://www.vogue.com</p> </div> </div>
	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 23. Vetements 2020 SS. From Mower. (2019e). https://www.vogue.com</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 24. Vetements 2020 FW. From Mower. (2020b). https://www.vogue.com</p> </div> </div>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 27. Marques'Almeida 2014 FW. From Verner. (2014). https://www.vogue.com</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 28. Marques'Almeida 2018 FW. From Mower. (2018e). https://www.vogue.com</p> </div> </div>
차이점	복합성 / 풍자적 / 비판적	단순성 / 창의적 / 예술적
공통점	해체주의 패션과 유사한 표현/ 시각적인 디자인 요소로 직접적인 표현	

주었다(Figure 28).

이와 같이 베트멍은 디자이너와 연관된 경험을 반영하는 이질적인 요소, 사회적 사건과 이슈가 담긴 메시지, 침울한 분위기에 유머를 더하려는 태도 등을 혼합하면서 풍자와 비판적인 표현으로 브랜드의 관점을 반영하는 복합성을 보였다. 마르케스 알메이다는 관념과 생각의 전달보다는 디자이너들의 창의적이고 예술적인 특성을 디자인에 반영해 재미와 유희를 추구하는 단순성을 보였다(Table 4).

4. 개별 개성의 존중

다른 신해체주의 패션 브랜드와 같이 베트멍과 마르케스 알메이다 또한 개성이 독특한 개인과 각자의 스타일링을 존중하여 디자인에 반영하면서 그들을 위한 영역을 제공하고 있다. 바잘리아는 오늘날 젊은이들은 남과 다른 개별적인 것을 원하며, 자신이 좋아하고 입고 싶은 옷이야말로 현재의 패션이라고 하였다(Jung, 2016).

차이점을 보면, 베트멍은 성의 경계 없이 누구나 착용할 수 있는 아이템들을 주로 디자인하는데 이는 바잘리아의 성 정체성과도 연관된 것으로 사료된다. 또한 베트멍은 컬렉션에서 런웨이 연출 방식을 구속하지 않고 개성 있는 모델들이 자유롭게 공연하도록 하였다(Figure 29). 2018 SS 컬렉션에서는 무작위로 선정한 행인들에게 과거에 유행했던 모델 포즈를 보여준 뒤 원하는 옷을 입고 각자의 방식으로 사진을 촬영하게 하였다(Figure 30). 마르케스 알메이다는 베트멍에 비해 모델들의 런웨이 연출 방식의 자유는 상대적으로 적었지만 디자이너들은 지인, 모델, 소비자과 더욱 밀접하게 소통하면서 그들을 브랜드의 구성원으로 생각하고 컬렉션의 테마 선정이나 코디네이션 방식 등에서 직접적으로 함께 작업한 차이가 있다. 예로 디자이너들은 2017 SS 컬렉션 발표 며칠 전에 모델들을 초청해 컬렉션을 함께 준비했는데, 모델마다 몇 벌씩 의복을 준비해주고 각자의 취향에 맞게 수선해주었다(Figure 31). 다른 컬렉션에서도 모델들 마음대로 자유롭게 착장하도록 하였다(Figure 32).

Table 5. 두 브랜드 컬렉션에 나타난 개별 개성의 존중 비교.

	베트멍	마르케스 알메이다
주요 표현 방식	<ul style="list-style-type: none"> • 성의 경계 없이 소비자 집단 수용 • 모델의 런웨이 연출 방식까지 존중 • 일상의 장소에서 무작위로 모델 선정, 사진 촬영 	<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드의 젊은 여성 고객 집단 수용 • 모델 개인 취향, 코디네이션 방식 존중 • 주변 여성들과 함께 컬렉션 준비
대표 사례	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 29. Vetements 2019 FW. From Mower. (2019c). https://www.vogue.com</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 30. Vetements 2018 SS. From Mower. (2017c). https://www.vogue.com</p> </div> </div>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 31. Marques'Almeida 2017 SS. From Nnadi. (2016e). https://www.vogue.com</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 32. Marques'Almeida 2016 FW. From Nnadi. (2016c). https://www.vogue.com</p> </div> </div>
차이점	개별적 수용/간접적	브랜드 공동체로 발전/직접적
공통점	소비자의 개성을 중시하고 소통함	

두 브랜드 모두 소비자의 개성과 선택, 이들과의 커뮤니케이션을 강조하는 가운데 베티명은 성소수자 집단, 반항정신을 가진 젊은이들을 비롯하여 같은 신념과 가치관을 가진 집단들을 옹호하면서 개인의 특성을 수용하는 간접적인 관계를 맺었다. 마르케스 알메이다는 브랜드와 연관된 모든 젊은 여성들을 브랜드의 일원으로 생각할 만큼 함께 컬렉션을 준비하고 서로 의지하는 공동체로 발전하여(Zhang, 2019), 직접적이고 긴밀한 관계를 맺었다(Table 5).

5. 적극적인 사회 참여

환경오염, 감염병, 인종 차별, 테러 등 여러 부정적인 이슈와 사건들은 최근까지도 지속적으로 발생하고 있다. 이러한 상황에서 일부 패션 브랜드는 정치·사회적인 이슈를 반영하며 다양한 단체 및 활동가와 함께 변화를 만들고 있다(Singer, 2021). 베티명과 마르케스 알메이다도 고객 집단과 더 나은 사회 발전을 위해 적극적으로 동참하고

있다.

베티명은 주로 패턴, 프린트, 레터링으로 정치·사회적 사건이나 관념을 표출하였다. 2019 SS 컬렉션에서는 전쟁에 관한 정보 사이트에 연결되는 QR 코드를 옷에 프린트했고 총알 프린트로 전쟁을 반대하는 입장을 반영하였다(Figure 33). 2021 FW 컬렉션에서는 국제 연합의 국기 프린트로 평화를 지지했다(Figure 34). 또한 범죄자의 상징을 모방한 프린트, 기업의 로고 플레이, 사회 비판 및 패러디의 표현으로 후기 자본주의로 인한 사회 붕괴를 비판하고, 무정부주의 정신과 같은 반항적인 메시지를 전달하였다(Mower, 2019a; Mower, 2019d). 마르케스 알메이다는 여성을 지지해 왔는데, 2018년에는 미투(Me Too) 운동에 맞춰 예술가와 협업한 슬로건을 사용하여 전 세계 여성의 힘을 지지하는 입장을 표명하였다(Figure 35). 또한 이 브랜드는 2020년 5월 공식 인스타그램에 온라인 매출 수입의 20%를 블랙 라이브스 매터(Black Lives Matter) 운동에 기부한다고 게시하여 사회문제에 동참하는 것을 보여주었고(Marques'Almeida, 2020),

Table 6. 두 브랜드 컬렉션에 나타난 적극적인 사회 참여 비교.

	베티명	마르케스 알메이다
주요 표현 방식	<ul style="list-style-type: none"> • 국기, 특수 문양, 슬로건 등 상징적인 프린트, 레터링 및 패러디 활용 	<ul style="list-style-type: none"> • 슬로건 활용 • 다양한 친환경 소재 사용 • 다양한 지속 가능한 방법 적용
대표 사례	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 33. Vetements 2019 SS. From Mower. (2018g). https://www.vogue.com</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 34. Vetements 2021 FW. From Mower. (2021). https://www.vogue.com</p> </div> </div>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 35. Marques'Almeida 2018 FW. From Mower. (2018d). https://www.vogue.com</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Figure 36. Black Lives Matter. From Marques'Almeida. (2020). https://instagram.com</p> </div> </div>
차이점	직접적/정치·사회 치중	직·간접적/지속 가능성 치중
공통점	브랜드와 소비자 모두 가치 소비 중시	

소비자의 호응을 받았다(Figure 36).

두 브랜드는 지속 가능성 이슈에도 적극 호응하고 있다. 베트명은 브랜드 초기에 친환경 추구인지 밝히지 않았지만 대부분의 시리즈에서 재활용된 옷을 선보였고, 2020 FW 컬렉션은 세계에서 가장 친환경적인 쇼로 개최했다고 하였다(Mower, 2020a). 마르케스 알메이다도 이전 컬렉션에서 남았던 옷을 활용한 새로운 시리즈를 출시한 바가 있다. 또한 마르케스 알메이다는 2020 SS 컬렉션부터 친환경 공법으로 생산된 데님, 바다에서 수집한 플라스틱 및 쓰레기를 리사이클한 소재를 사용하였고 예술가와 협업한 친환경 관련 문구를 프린트하였다. 그리고 천연염료로 염색한 제품을 선보여 브랜드가 지속 가능한 사회 발전에 적극 참여하는 것을 보여주었고, 브랜드 홈페이지에서 브랜드가 사용하는 다양한 지속 가능 방법을 공개하였다.

이와 같이 두 브랜드는 사회 발전에 적극 참여하고 있다. 베트명은 주로 상징적인 프린트, 레터링 및 패러디 방식을 활용하여 사회·정치적 입장을 반영하는 직접적인 접근을 보여주었다. 마르케스 알메이다는 직접적인 접근도 있지만 친환경 소재의 사용이나 기부처럼 잘 드러나지 않는 간접적인 접근도 보여주었다(Table 6).

V. 결론

본 연구는 최근 패션 산업에 큰 영향을 주면서 지속적으로 성장하고 있는 신해체주의 패션을 심도 있게 이해하기 위해 베트명과 마르케스 알메이다의 초기부터 2021 FW까지의 모든 컬렉션을 살펴본 뒤 신해체주의 패션의 미적 가치 범주에 따라 두 브랜드 디자인 특성의 공통점과 차이점을 도출하였다. 결과는 다음과 같다.

첫째, 두 브랜드는 모두 해체주의 패션의 표현

기법을 사용하면서 스트리트 웨어의 자유로움과 유스 컬처를 강조했는데 조형적 특성에는 차이가 있었다. 베트명은 무채색과 톤 다운 색상 위주로 하면서 밝은 색상을 더하였고 사회를 비판하는 문구와 프린트를 사용했다. 또한 일상적 소재를 사용하고, 스트레이트 실루엣과 오버사이즈, 평범한 아이템을 중심으로 한 스타일을 제시했다. 마르케스 알메이다는 유채색과 데님 블루 색상을 주로 사용하면서 데님과 기타 소재, 친환경 소재를 적극 사용하였다. 마르케스 알메이다는 베트명보다 다양한 패턴과 예술적 프린트, 슬로건을 활용하였고 스트레이트, 아워글래스 실루엣과 오버사이즈 위주로 젊은 여성들을 위한 복고풍, 그런지 룩 등 다양한 스타일을 혼합하여 제시하였다.

둘째, 본 연구는 신해체주의 패션의 미적 가치를 이질적인 새로움 추구, 동시대의 다양성 수용, 유희성, 개별 개성의 존중, 적극적인 사회 참여의 5개 범주로 도출하여 두 브랜드를 비교하였다. 이질적인 새로움 추구의 경우, 두 브랜드는 모두 시·공간의 재조합을 동시대적으로 표현했다. 차이점은 베트명은 주로 디자이너의 경험을 반영하면서 직접적으로 표현하였다. 마르케스 알메이다는 주로 타인에게서 영감을 얻어 간접적으로 표현하였고 베트명에 비하여 경쾌한 분위기를 연출했다. 동시대의 다양성 수용의 경우 두 브랜드는 다양한 일반인 모델과 대중적 또는 비전형적인 패션쇼 장소를 선정하였고 다문화적인 디자인 요소를 활용했다. 베트명은 컬렉션에 관련된 디자이너의 즉흥성과 일상 스타일을 활용하는 실용성을 보여주었고, 마르케스 알메이다는 컬렉션에 관해서 디자이너가 보여준 계획성과 광범위한 영역의 영감을 활용해서 디자인을 전개하는 임의성에 차이가 있었다.

유희성의 경우 두 브랜드는 과장된 실루엣과 왜곡된 형태에 밝고 채도가 높은 색상을 사용하였다. 베트명은 디자이너와 연관된 이질적인 요소나

사회 이슈에 대한 메시지에 유머를 더하는 등 여러 요소를 혼합하여 풍자적으로 전하는 복잡성을 보였다. 마르케스 알메이다는 디자이너들의 예술적 감수성을 반영하여 재미를 추구하는 단순성을 보였다. 개별 개성의 존중에 있어서 두 브랜드는 소비자의 취향을 존중하고 이들과의 소통을 강조하였다. 베트멍은 소비자들과 간접적인 관계를 맺었고 마르케스 알메이다는 브랜드와 관련된 여성들과 공동체로서 직접적이고 긴밀한 관계를 맺는 차이가 있었다. 또한 두 브랜드는 고객 집단과 함께 사회 발전에 적극 참여하였다. 베트멍은 비판적, 패러디풍의 요소들로 정치·사회적 입장을 직접적으로 보여주었고, 마르케스 알메이다는 여성과 소외된 인종에 대한 지지와 지속 가능한 발전에 대한 동참을 직·간접적으로 보여주었다.

연구 결과를 통해 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다. 20세기 말의 해체주의 패션은 당시 패션의 전통을 해체하려는 디자이너 개인의 관념에서 출발하여 새로운 예술 양식을 일방적으로 제시하였다. 이에 비해 신해체주의 패션의 대표 브랜드 베트멍과 마르케스 알메이다는 해체주의 패션의 예술적 디자인 기법을 도입하면서, 주로 일상적인 아이템과 소재를 활용하고 고객 집단의 취향과 이념에 대해 적극 소통하고 반영함으로써 브랜드가 전하려는 정신을 소비자와 잘 소통하고 있다. 한편 두 브랜드는 브랜드의 이념, 소비자와의 소통 방식 등의 차이로 인해 동일한 미적 가치를 내포 하더라도 표현에서 차이를 보였다. 더불어 두 브랜드는 고객 집단과 함께 지속적으로 동시대 사회의 각종 사건, 이슈나 운동, 지속 가능한 발전에 동참하여 의식과 책임감 있는 패션 브랜드로 긍정적인 영향력을 발휘하고 있다. 따라서 신해체주의 패션은 앞으로도 디자이너 특유의 창의적인 예술성과 정체성에 의한 일방향의 디자인 제시가 아니라 동시대의 소비자 집단, 사회 발전 동향 등 광범위한 영역과 쌍방향으로 소통하면서 함께 사회 변

화를 이끌며 성장할 것으로 사료된다.

본 연구는 신해체주의 패션의 대표 브랜드인 베트멍과 마르케스 알메이다에 집중해서 디자인 특성을 비교·분석하였다. 앞으로 더 많은 신해체주의 패션 브랜드의 컬렉션 및 기타 활동을 포함한 깊이 있는 비교 연구가 이루어진다면 계속해서 발전하고 있는 신해체주의 패션의 특수성을 체계적으로 파악할 수 있을 것이다. 본 연구 결과가 다른 신해체주의 패션 브랜드에 대한 연구에 도움이 되기를 희망한다.

References

- Anaya, S. (2016, June 29). Demna Gvasalia on Vetements, Balenciaga, and THE SYSTEM. 032c. Retrieved April 2, 2021, from <https://032c.com/demna-gvasalia-vetements-balenciaga-system>.
- Bang, H. G., Ahn, J. H., & Yoon, U. H. (2018, October 29). 르메르, 베트멍, 모스키노에서 포착한 기막힌 커플 룩 [Amazing couple look captured by Lemaire, Vetements, Moschino]. *GQ KOREA*. Retrieved January 3, 2021, from <https://www.gqkorea.co.kr/2018/10/29/르메르-베트멍-모스키노에서-포착한-기막힌-커플-룩/>
- Barlow, S. (2012, June 11). In the Jeans. *Twin*. Retrieved January 3, 2021, from <https://www.twinfactory.co.uk/in-the-jeans/>
- BOF. (n.d.). Demna Gvasalia. *BOF*. Retrieved January 3, 2021, from <https://www.businessoffashion.com/community/people/demna-gvasalia>
- BOF. (n.d.). VETEMENTS. *BOF*. Retrieved January 3, 2021, from <https://www.businessoffashion.com/organisations/vetements>
- BOF Careers Team. (2019, June 24). Announcing Wales Bonner, Vetements, Lucky Brand and Anest Collective. *BOF*. Retrieved January 3, 2021, from <https://www.businessoffashion.com/articles/workplace-talent/announcing-wales-bonner-vetements-lucky-brand-and-anest-collective>
- Foreman, K. (2018, July 1). Vetements RTW Spring 2019. *WWD*. Retrieved November 24, 2020, from <https://wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2018/paris/vetements/revi-ew/>
- Granata, F. (2012). Deconstruction Fashion: Carnival and the Grotesque. *Journal of Design History*, 26(2), 182-198. doi:10.1093/jdh/eps050
- Heo, J. Y. (2014). *Fashion design which applies a deconstruction method based on ethicality*. Unpublished doctoral dissertation,

- Ewha Womans University, Seoul.
- Holgate, M. (2020a, October 1). Y/Project: SPRING 2021 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved January 3, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-ready-to-wear/y-project>
- Holgate, M. (2020b, October 1). Y/Project: SPRING 2021 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved January 3, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-ready-to-wear/y-project/slideshow/collection#9>
- Im, S. E. (2014, April 28). 평범함을 추구하는 '놈코어' 스타일['Normcore' style that pursues mediocrity]. *VOGUE KOREA*. Retrieved January 3, 2021, from <http://www.vogue.co.kr/2014/04/28/평범함을-추구하는-놈코어-스타일/>
- Jung, J. A. (2016, March 9). 신비의 개척자[Mystery Pioneer]. *W Korea*. Retrieved April 8, 2021, from https://www.wkorea.com/2016/03/09/신비의-개척자/?_C_=5
- Kent, S. (2019, October 7). Fashion's Long Road to Inclusivity. *BOF*. Retrieved May 3, 2021, from <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/fashions-long-road-to-inclusivity>
- Kim, M. H. (2019). A study on the neo-deconstruction design in Loewe. *The Treatise on The Plastic Media*, 22(4), 14-24. doi:10.35280/KOTPM.2019.22.4.2
- Kim, S. E., & Ha, J. S. (2016). A study on aesthetic values of neodeconstructive fashion: focused on Vetements, Marques 'Almeida, Jacquemus. *Journal of the Korean Society of Fashion Design*, 16(4), 129-150. doi:10.18652/2016.16.4.8
- Kim, S. H., & Kim, Y. (2017). A study on the design characteristics in positive deconstruction fashion: focused on the collections since the 2014.. *Journal of Fashion Design*, 17(4), 67-85. doi:10.18652/2017.17.4.5
- Kwon, H. (2007). The mode and the characteristics of deconstructionism expressed in fashion design: centering on review of literatures and precedent researches. *Journal of Fashion Business*. 11(5), 110-123.
- Lee, H. N. (2018). *Men's fashion design applying 'différance' of deconstruction*. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul.
- Lee, K. E. (2016, March 11). 마르지엘라의 후예들[Descendants of Margiela]. *W KOREA*. Retrieved May. 3, 2021, from <http://www.wkorea.com/2016/03/11/마르지엘라의-후예들/>
- Lee, M. J. (2019). *A Sstudy on the fashion design by neo-deconstructivism: based on Paulo Coelho's novel 'eleven minutes'*. Unpublished master's thesis, Kookmin University, Seoul.
- Lee, Y. (2000). *Deconstructivism of the street styles in 1990s*. Unpublished doctoral dissertation, Kyung Hee University, Seoul.
- LVMH PRIZE. (n.d). MARQUES & ALMEIDA. *LVMH PRIZE*. Retrieved January 3, 2021, from <https://www.lvmhprize.com/designer/marta-marques-paulo-almeida/>
- MARQUES' ALMEIDA. (n.d). ABOUT US. *MARQUES' ALMEIDA*. Retrieved April 2, 2021, from <https://www.marquesalmeida.com/pages/about-us>
- Marques' Almeida. (2020, May 31). *Instagram*. Retrieved March 23, 2021, from <https://www.instagram.com/p/CA2jgdZn6QL/?igshid=rriskdsbdztj>
- Mower, S. (2015a, September 22). Marques' Almeida: Spring 2016 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved November 24, 2020, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/marques-almeida>
- Mower, S. (2015b, September 22). Marques' Almeida: Spring 2016 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved November 24, 2020, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/marques-almeida/slideshow/collection#4>
- Mower, S.(2015c, October 1). Vetements: SPRING 2016 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved January 3, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#15>
- Mower, S.(2015d, October 1). Vetements: SPRING 2016 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved January 3, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#17>
- Mower, S.(2015e, October 1). Vetements: SPRING 2016 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved January 3, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#21>
- Mower, S.(2015f, October 1). Vetements: SPRING 2016 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved January 3, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#30>
- Mower, S. (2016, July 3). Vetements: SPRING 2017 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved April 2, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#29>
- Mower, S. (2017a, January 24). Vetements: FALL 2017 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved January 2, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2017-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#19>
- Mower, S. (2017b, June 24). Vetements: SPRING 2018 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved January 2, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-menswear/vetements/slideshow/collection#28>
- Mower, S. (2017c, June 24). Vetements: SPRING 2018 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved January 2, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-menswear/vetements/slideshow/collection#35>
- Mower, S. (2018a, February 19). Marques' Almeida: Fall 2018 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved January 2, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-ready-to-wear/marques-almeida>
- Mower, S. (2018b, February 19). Marques' Almeida: Fall 2018 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved January 2, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-ready-to-wear/marques-almeida/slideshow/collection#9>

- Mower, S. (2018c, February 19). Marques' Almeida: Fall 2018 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved January 2, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-ready-to-wear/marques-almeida/slideshow/collection#13>
- Mower, S. (2018d, February 19). Marques' Almeida: Fall 2018 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved January 2, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-ready-to-wear/marques-almeida/slideshow/collection#24>
- Mower, S. (2018e, February 19). Marques' Almeida: Fall 2018 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved January 2, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-ready-to-wear/marques-almeida/slideshow/collection#25>
- Mower, S. (2018f, July 1). Vetements: Spring 2019 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved March 8, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#1>
- Mower, S. (2018g, July 1). Vetements: Spring 2019 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved March 8, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#12>
- Mower, S. (2018h, July 1). Vetements: Spring 2019 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved March 8, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#17>
- Mower, S. (2018i, July 1). Vetements: Spring 2019 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved March 8, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#63>
- Mower, S. (2018j, October 12). 뎀나 바잘리아[Demna Gvasalia]. *VOGUE KOREA*. Retrieved March 8, 2021, from <http://www.vogue.co.kr/2018/10/12/뎀나-바잘리아/>
- Mower, S. (2019a, January 17). Vetements: Fall 2019 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved April 2, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2019-ready-to-wear/vetements>
- Mower, S. (2019b, January 17). Vetements: Fall 2019 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved April 2, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2019-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#30>
- Mower, S. (2019c, January 17). Vetements: Fall 2019 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved April 2, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2019-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#45>
- Mower, S. (2019d, June 21). Vetements: Spring 2020 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved March 23, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2020-ready-to-wear/vetements>
- Mower, S. (2019e, June 21). Vetements: Spring 2020 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved March 23, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2020-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#3>
- Mower, S. (2020a, February 27). Vetements: FALL 2020 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved March 23, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2020-ready-to-wear/vetements>
- Mower, S. (2020b, February 27). Vetements: FALL 2020 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved March 23, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2020-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#67>
- Mower, S. (2020c, October 17). Marques' Almeida: SPRING 2021 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved March 23, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-ready-to-wear/marques-almeida/slideshow/collection#1>
- Mower, S. (2021, February 9). Vetements: FALL 2021 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved March 23, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2021-ready-to-wear/vetements/slideshow/collection#82>
- Nam, J. H. (2017, August 1). 비주류 인물사전 <2>[Non-mainstream People Dictionary <2>]. *allure*. Retrieved May. 3, 2021, from <http://www.allurekorea.com/2017/08/01/비주류-인물사전-2/>
- Nnadi, C. (2016a, February 23). Marques' Almeida: Fall 2016 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved November 24, 2020, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-ready-to-wear/marques-almeida#review>
- Nnadi, C. (2016b, February 23). Marques' Almeida: Fall 2016 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved November 24, 2020, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-ready-to-wear/marques-almeida/slideshow/collection#8>
- Nnadi, C. (2016c, February 23). Marques' Almeida: Fall 2016 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved November 24, 2020, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-ready-to-wear/marques-almeida/slideshow/collection#12>
- Nnadi, C. (2016d, February 23). Marques' Almeida: Fall 2016 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved November 24, 2020, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-ready-to-wear/marques-almeida/slideshow/collection#31>
- Nnadi, C. (2016e, September 20). Marques' Almeida: SPRING 2017 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved November 24, 2020, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-ready-to-wear/marques-almeida/slideshow/collection#9>
- Nnadi, C. (2016f, September 20). Marques' Almeida: SPRING 2017 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved November 24, 2020, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-ready-to-wear/marques-almeida/slideshow/collection#15>
- Nnadi, C. (2016g, September 20). Marques' Almeida: SPRING 2017 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved November 24, 2020, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-ready-to-wear/marques-almeida/slideshow/collection#29>
- Nnadi, C. (2017a, February 21). Marques' Almeida: FALL 2017 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved April 2, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2017-ready-to-wear/marques-almeida/slideshow/collection#21>

- Nnadi, C. (2017b, September 18). Marques'Almeida: SPRING 2018 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved November 24, 2020, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-ready-to-wear/marques-almeida/slideshow/collection#34>
- Park, Y. K. & Kim, M. H. (2020). A study on the development of denim design with 3D printing and DTP from neo-deconstructivism. *Journal of Cultural Product & Design*. 60, 157-166. DOI:10.18555/kicpd.2020.60.15
- Rensen, N. (2017a, June 22). GmbH: SPRING 2018 MENSWEAR. *VOGUE*. Retrieved June 3, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-menswear/gmbh>
- Rensen, N. (2017b, June 22). GmbH: SPRING 2018 MENSWEAR. *VOGUE*. Retrieved June 3, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-menswear/gmbh/slideshow/collection#2>
- Seo, K. H., & Choo, T. G. (2005). A study on intertextuality expressed in modern fashion: focus on 1999~2005 Paris Collections. *Fashion & Textile Research Journal*, 7(4), 361-370.
- Singer, M. (2014, September 23). Jacquemus: SPRING 2015 READY-TO-WEAR. *VOGUE*. Retrieved January 3, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2015-ready-to-wear/jacquemus/slideshow/collection#24>
- Singer, M. (2021, January 12). 패션이 정치적인 수 있을까? [Can fashion be political?]. *VOGUE KOREA*. Retrieved April 8, 2021, from http://www.vogue.co.kr/2021/01/12/237292/?utm_source=naver&utm_medium=partnership
- Sohn, K. H. (2016, April 29). 패션계에 새로움을 선사한 디스rupt어들 [Disruptors who brought something new to the fashion world]. *VOGUE KOREA*. Retrieved May. 3, 2021, from <http://www.vogue.co.kr/2016/04/29/패션계에-새로움을-선사한-디스rupt어들/>
- University Tomorrow 20 Research Institute. (2019). *밀레니얼-Z세대 트렌드 2020: 국내 유일 20대 전문 연구소의 요즘 세대 본격 관찰기* [Millennials-Gen Z Trend 2020: A true observation of today's generation by the only and specialized research institute in Korea for 20s]. Seoul: Wisdomhouse.
- Verner, A. (2014, February 17). Marques'Almeida: Fall 2014 Ready-to-Wear. *VOGUE*. Retrieved April 8, 2021, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2014-ready-to-wear/marques-almeida/slideshow/collection#4>
- Yoon, S.(2010). *A study on knitwear design applying deconstructive deviation*. Unpublished doctoral dissertation, Sungshin Women's University, Seoul.
- Zhang, T. (2019, September 14). A Homecoming, and a New Chapter for Marques' Almeida. *WWD*. Retrieved January 3, 2021, from <https://wwd.com/fashion-news/fashion-features/homecoming-new-chapter-marques-almeida-1203277972/>

A Study on the Design Characteristics of Neo-Deconstructivism Fashion

- Comparison of Vetements and Marques'Almeida -

Jin, Zhenyan · Park, Eun Kyung⁺

Master, Dept. of Clothing & Textiles, Incheon National University

Professor, Dept. of Fashion Industry, Incheon National University⁺

Abstract

Recently, the neo-deconstructivism fashion is growing, with a great influence on the fashion industry as well as on other brands. Academic studies have been conducted on the neo-deconstructivism fashion but there is a limitation in discussing the overall characteristics mainly through the review of some cases of limited brands. This study aims to help broaden the understanding of neo-deconstructivism fashion by comparing and examining the design characteristics of Vetements and Marques'Almeida, the representative brands of neo-deconstructivism fashion. The research contents are as follows. First, a general review of the neo-deconstructivism fashion was conducted. Second, the aesthetic value category of neo-deconstructivism fashion was reclassified by referring to previous studies. Third, based on the aesthetic value category, the commonalities and differences of the design characteristics of the two brand collections were derived and discussed. As a research method, a literature study was conducted to examine the neo-deconstructivism fashion. And the design characteristics were empirically analyzed with photos of the collections from the first collection of each brand to the 2021 FW. Photos were collected from internet sites and interviews with designers, related articles and reviews of fashion media were referred to in the analysis. As a result, both brands had similarities in expression according to the formative characteristics of design and aesthetic value categories, but there were differences according to the brand ideology, design direction, and a communication method with consumers. In addition, both brands were exerting a positive influence as a conscious brand by participating in issues and movements of the contemporary society with consumer groups. The results of this study provide in-depth information about the neo-deconstructivism fashion and can be helpful in the design planning of domestic fashion brands.

Key words : neo-deconstructivism, deconstructivism, comparative study, Vetements, Marques'Almeida