

현대 패션이 추구하는 미래가치에 관한 연구

- 보그 아카이브를 중심으로 -

남 혜 진

홍익대학교 대학원 의상디자인학과 강사

A Study on the Future Value Pursued by Modern Fashion

- Focused on Vogue Archive -

HyeJin Nam

Lecturer, Dept. of Fashion Design, Hongik University

(received date: 2023. 1. 31, revised date: 2023. 2. 18, accepted date: 2023. 2. 22)

ABSTRACT

In this study, based on the 21st century fashion media, future lifestyle trends, shape and styling of fashion, materials, sales and promotion methods in the fashion industry, and sustainability trends are analyzed, and finally inferred future values pursued by modern fashion. The research method analyzed articles and images derived from the fashion magazine Vogue from 2000 to 2022 as the keyword of 'future fashion'. As a result of the study, it was expected that future lifestyle trends would pursue a light, simple and comfortable lifestyle, and a tendency to possess all the things necessary for life to a minimum but to pursue good things. Future fashion has emerged as a fashion with charm beyond comfort, an item with simplicity and elegance that does not change over time, and a fashion with variety and fun beyond technology and function. On the other hand, it was predicted that with smart anti-recognition fashion, you will be able to have the option not to make yourself known. In addition, virtual game styling emerged as a major trend, and natural materials, eco-friendly materials, lightweight materials, and technical materials that did not look technical appeared to be futuristic. On the other hand, a small and substantial sales strategy, retail rather than wholesale, will be more advantageous, racist, democratic marketing will be pursued, and sustainable fashion trends will be maintained. It was analyzed that future fashion will pursue luxury in simplicity, understanding of the great value of small things, and freedom to protect privacy. On the other hand, it was predicted that they would pursue the values of diversity, fun, integration, inclusion, and fairness beyond technology and skills, and value contributions and the value of a virtuous cycle between society and businesses rather than consumption.

Key words: Covid-19 Pandemic(코로나 팬데믹), future value(미래 가치), futurism(미래주의), lifestyle(라이프스타일), vogue(보그)

I. 서론

1. 연구목적

인류는 현재를 살고 있는 이 순간에도 늘 미래를 상상하거나 꿈꾼다. 패션은 그 어떤 예술보다 속도와 반응에 민감하고, 가깝거나 먼 미래를 지속적으로 준비한다. “드레스는 태어나자마자 과거의 것이 되기에, 패션은 가장 어렵고 만족스럽지 않은 예술이다.”라는 스키타파렐리(Schiaparelli)의 말처럼(Elsa, 2018), 창조와 동시에 유행이 지나버리는 패션의 세계에서 미래에 대한 예측은 결코 멈출 수 없는 필연적이고, 중독적인 일이다.

코로나 팬데믹(Covid-19 Pandemic) 이후 패션계는 격렬했던 속도를 잠시 늦추고, 그동안의 제품 생산과 판매 방식 그리고 소통 방식 등 모든 것을 더 나은 방향으로 재설계해야 할 필요성을 느꼈다. 또한 글로벌 공급 상황에서는 손 소독제, 마스크 생산 공장으로 재정부되어 실용적인 도움이 될 수 있음을 깨달았고, 허례허식을 덜어내며 성숙하게 간편화되고 있다. 브랜드 마르니(Marni)의 크리에이티브 디렉터인 프란체스코 리소(Francesco Risso)는 역설적이지만, 이러한 고립은 패션계를 미지의 길로 인도하고, 자신들이 하는 일에 대해 완전히 새로운 가치를 재발견하도록 도왔다고 언급했다(Leitch, 2020). 패션계는 그 어느 때보다 현재의 문제를 각성하고, 미래에 대해 고심하고 있다.

그동안 패션, 문학, 영화 등의 여러 예술 분야에서 미래는 1900년대 초 미래파 예술가들이 매료되었던 현대성과 열정, 빛과 속도 그 자체이거나, 토마스 모어(Thomas More)의 저서 『Utopia』와 같은 이상향 혹은 소설 『1984』처럼 통제된 상황에서의 무기력한 디스토피아 등으로 다양하게 표현되었다. 특히 의복은 항상 문학적 유토피아에서 중심적인 역할을 했는데, 유토피아의 주민들은 모두 같은 패턴으로 재단된 채색되지 않은 옷을 입는 것으로 표현되어, 합리적이고 정의로운 사회에

는 오히려 유행이 없을 것으로 상상되기도 했다(Wilson, 2003). 21세기 현대에도 미래를 상상한 패션컬렉션은 지속되고 있지만, 표현양식이 1960년대 앙드레 쿠레쥬(André Courrèges)의 스페이스 룩(Space Look) 그리고 파코 라반(Paco Rabann)의 금속 소재 활용에 머무르고 있는 것은 아이러니이다. 한편 학계 연구는 밀레니엄을 앞둔 1900년대 말에 20세기 패션 컬렉션에 나타난 미래 이미지를 분석한 내용이 주를 이루고, 2000년 이후에는 3D와 가상패션 등으로 주제가 편향된 경향을 보였다. 따라서 21세기 현대 패션에 나타나고 있는 다양한 현상들을 파악하고, 패션 관련 전문가들의 생각을 종합하여, 그 안에서 감지되고 있는 미래 패션 트렌드를 분석하는 다양한 연구가 요구되는 시점이다. 더 나아가 현대 패션이 추구하고 있는 미래가치를 유추하고, 패션의 미래가 나아가야 할 거시적인 안목을 제시할 필요성이 있다. 이에 본 연구에서는 컬렉션 이미지에서 미래 패션 스타일의 조형성을 분석하는 단편적인 시각에서 벗어나, 21세기 패션 미디어에서 미래로 표현하고 있는 모든 텍스트와 이미지를 분석하여, 보다 구체적인 미래의 비전을 도출하여 다가올 미래에 대비하고자 한다.

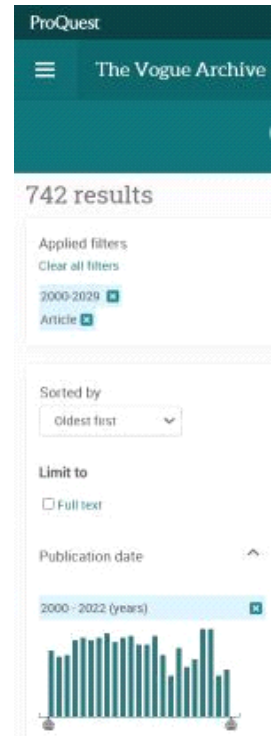
본 연구의 목적은 다음과 같다. 첫째, 21세기 현대 패션 미디어에서 미래로 언급하고 있는 기사와 이미지를 바탕으로, 미래의 라이프스타일 트렌드, 패션 아이템의 형태 및 스타일링과 소재, 패션 업계의 판매 및 홍보방식 그리고 지속가능성(sustainability) 트렌드를 심층 분석한다. 둘째, 연구결과를 종합하여 현대 패션이 추구하는 미래가치를 예측한다. 본 연구의 결과는 늘 미래를 대비하고 준비하는 패션 분야의 장기적인 계획 수립과 상품 기획에 실질적인 도움이 될 수 있을 것으로 사료된다.

2. 연구방법

본 연구에서는 먼저 이론적 배경으로 미래의

개념과 미래 사회에 관한 담론 분석 그리고 20세기 패션에 표현된 미래 이미지의 특성을 파악하고자, 전문서적과 선행연구를 바탕으로 한 문헌연구를 진행하였다. 또한 패션 미디어에 나타난 21세기 미래 패션에 관한 자료를 통해 다가올 미래를 예측하고자, 보그 아카이브(The Vogue Archive)에서 'future fashion'의 키워드로 검색하여 나타난 기사의 텍스트와 사진을 내용 분석하였다. 롤랑 바르트(Roland Barthes)는 패션 제품이 기술적 구조, 이미지 구조 그리고 언어적 구조를 가지고 있고, 유행하는 의상에 대한 묘사는 사회적인 사실이 되며, 언어가 전달하는 정보는 사진이나 그림이 전달할 수 없는 특별한 정보가 된다고 언급했다(Barthes, 1990). 이처럼 패션 기사의 이미지와 텍스트 분석의 병행은 이미지 분석만으로는 충분하게 도출하기 어려운 문화적 메시지를 밝히는데 유용하다(Nam, 2022). 특히 여성잡지는 급변하는 사회 구조 속에서도, 여성들이 자신과 사회에 대한 관점을 형성하는데 큰 기여를 해왔는데, 이중 1892년 미국에서 창간된 보그는 패션 분야에서 나타난 현대적인 새로운 아이디어를 세계적인 현상으로 뒷받침하는데 중심적인 역할을 해온 권위 있는 가이드이다(Breward, 2003). 이에 본 연구는 보그 아카이브를 분석대상으로 선정하였고, 연구범위

는 21세기 2000년대부터 2022년까지로 설정하였으며, 742개의 기사에 나타난 사진과 텍스트를 분석하였다(Fig. 1). 최종적으로 'Future'와 'Fashion'이라는 단어가 포함되었지만, 미래 패션 트렌드에 대하여 구체적인 설명이 없는 자료는 제외하였고, 미래의 라이프스타일 트렌드, 패션아이템의 형태와 스타일링 및 소재 그리고 패션마켓 동향과 판매전략, 지속 가능성 트렌드를 분석하였다. 구체적인 연구의 흐름은 <Table 1>과 같다.



<Fig. 1> Frequency Analysis of 'Future Fashion' (Future Fashion, n.d.)

<Table 1> Research Flow

Analysis Content		
1	Selecting of analysis target and scope	Deriving articles under the keyword of "future fashion" in the Vogue between January 1, 2000 and December 31, 2022
2	Data refining	The words 'future' and 'fashion' were included, but materials without specific descriptions of future fashion trends were excluded
3	Setting unit of analysis	1. Lifestyle trend depicted as future 2. Formativeness of fashion items (shape, styling, material) depicted as future 3. Future fashion market trends and sales strategies 4. Future sustainability trends
4	Content analysis	An analysis of lifestyle trend, formativeness of fashion items, fashion market trends and sales strategies, sustainability trends depicted as modern ↓ Deriving future values pursued by modern fashion

II. 이론적 배경

1. 미래의 개념과 미래 사회 담론

미래(future)는 그 어원을 라틴어 ‘futurus’에서 찾을 수 있는데, 이는 ‘존재하다’라는 뜻을 가진 ‘esse’의 미래분사이다. 즉, 미래는 ‘이제부터 존재하는 것’이라는 개념으로(Humphreys, 2003), 현재를 포함하고 있다. 한편 위키피디아(Wikipedia)에서는 ‘future’를 시간의 존재와 물리법칙으로 인해 불가피한 것이고, 영원히 존재한다는 의미의 영구적인 것과 끝이 난다는 의미의 일시적인 것으로 분류할 수 있다고 하였다(“Future”, n.d.). 이러한 미래의 개념은 특히 20세기에 와서 미래주의와 같은 예술 운동과 여러 문화장르를 통해 본격적으로 탐구되기 시작했는데, 『Oxford Dictionaries』에서는 ‘미래주의(futurism)’를 현대 세계, 특히 현대 기계에 대한 자신감을 표현하려는 1920년대와 30년대의 예술과 문학 운동으로 정의한다(“Futurism”, n.d.).

20세기 초의 미래관은 미래주의 사상으로 대변할 수 있고, 미래주의는 1909년 이탈리아 시인이자 잡지편집자인 필리포 토마소 마리네티(Filippo Tommaso Marinetti)가 프랑스 신문 『Le Figaro』에 ‘Le Futurisme’라는 글을 기고하면서 시작되었

다. 미래주의는 시각, 청각, 촉각 등의 각기 다른 여러 감각들의 합일을 주장하며, 이를 동시적이고 총체적인 것으로 보고자했고, 과거의 문화나 부르주아 전통의 유산들을 저주하면서 예술과 기술을 하나로 통합시킬 필요가 있다고 역설했다(T. Lee, 2008). 다음은 미래주의 선언문의 내용 중 일부인데, 세계의 화려함이 새로운 아름다움, 즉 속도의 아름다움으로 풍부해졌다고 묘사하며, 사모트라케(Samothrace)의 니케(Nike)보다 기관총을 타고 달리는 것처럼 포효하는 자동차가 더욱 아름답다고 표현하였다(Humphreys, 2003, 7p. para. 2).

Nous déclarons que la splendeur du monde s'est enrichie d'une beauté nouvelle: la beauté de la vitesse. Une automobile de course avec son coffre orné de gros tuyaux, tels des serpents à l'haleine explosive... une automobile rugissante, qui a l'air de courir sur de la mitraille, est plus belle que la Victoire de Samothrace(Marinetti, 1909).

미래주의는 언어와 문자에서도 변혁을 일으켰는데, ‘Parole in libertà’는 텍스트를 구성하는 단어의 문법적 연결이 없으며, 부사와 형용사를 폐지하고, 수학기호, 음악기호, 타이포그래피 등을 사용한 형식 파괴적인 문학 스타일이었다(“Parole in libertà (futurismo)”, n.d.).

〈Fig. 2〉는 시를 시각적으로 표현한 마리네티의 책 『Zang Tumb Tumb』으로, 그래픽 디자인과 유



〈Fig. 2〉 Zang Tumb Tumb by Marinetti, 1912
("Zang tumb tumb", n.d.)



〈Fig. 3〉 The City Rises by Boccioni, 1910
("The City Rises", n.d.)



〈Fig. 4〉 Theatrical Release Poster, 1927
("Metropolis", n.d.)

럽 아방가르드 인쇄 문화에 큰 영향을 미친 획기적인 작품으로 간주된다(“Zang tumb tumb”, n.d.). 그 외에 움베르토 보치오니(Umberto Boccioni)가 도시, 밀라노의 발전을 그린 회화 ‘The City Rises’에서 미래주의자들이 표현한 미래상을 느낄 수 있다(Fig. 3). 이처럼 20세기 초의 미래는 산업 혁명으로 인한 기술의 발달과 충격, 분절 그리고 속도에 관한 것이었다. 아르테코 무드의 1920년대에는 최초의 장편 공상과학 영화 『Metropolis』(1927)가 만들어졌는데, 이는 미래를 부유한 상류층이 고층 건물에서 메트로폴리스 시를 지배하고, 노동자들은 지하에 거주하며 도시에 동력을 공급하는 기계를 작동하기 위해 고군분투하는 디스토피아(Dystopia)로 표현하였다(Fig. 4).

1930-40년경에는 세계대전의 영향 때문인지, 미래 사회를 전체주의로 그리는 경향이 나타났는데, 특히 조지 오웰(George Orwell)의 소설 『1984』(1949)에서의 미래는 획일화되고 통제된 상황에 대한 저항과 좌절 그리고 무기력으로 묘사되었다. 1950년대에는 SF소설이 본격적으로 등장하였고, 풍부한 상상력으로 유명한 『Minority Report』(1956)의 저자 필립 K. 딕(Philip K Dick)은 가상현실, 안면 인식 소프트웨어 및 3D 인쇄의 편재성을 가정한 등 미래를 예견하는 놀라운 능력을 가졌다고 평가되었다(Scovell, 2022). 1968년에는 인공지능 컴퓨터가 스스로 생각하기 시작하면서부터 위기를 맞은 세계를 그린 영화 『2001 Space Odyssey』(1968)가 만들어졌고, 1969년에는 인류가 달 착륙에 성공하여, 우리가 상상하던 미래가 실제로 도래한 느낌을 주었다. 1970년대에는 선과 악의 의미에 대해 성찰하게 만드는 SF의 고전 『Star Wars』시리즈가 제작되기 시작했고, 미래의 발달과 지나치게 과잉된 자극이 인류에게 줄 정신적 비이성을 경고한 Alvin Toffler(앨빈 토플러)의 저서 『Future Shock』가 출판되어 반향을 일으켰다. 그는 인류가 받게 될 미래의 충격을 다음과 같이 정의했다.

We may define future shock as the distress, both physical and psychological, that arises from an overload of the human organism's physical adaptive systems and its decision-making processes. Put more simply, future shock is the human response to overstimulation(Toffler, 1970, 326p. para.3).

즉 미래의 충격은 과도한 자극에 대한 인간의 반응으로, 인류는 유기체의 신체적 적응 시스템과 의사 결정 과정의 과부하로 인해 신체적, 심리적 고통을 겪게 될 것이라는 내용이다(Toffler, 1970). 그는 저서 『The Third Wave』(1980)에서 미래를 농경과 산업사회를 넘어 정보화 사회인 제3의 물결로 정의했다. 한편 미래사회를 유토피아도 디스토피아도 아닌 새로운 프랙토피아(Practopia)의 개념으로 언급했는데, 이는 기술혁신과 개인차를 비롯해 인종적, 지역적, 종교적 다양성을 인정하고 포용하는 문명으로, 산업주의와는 역방향을 지향하면서도, 실현가능한 사회라고 하였다(Toffler, 1994). 또한 에릭 드렉슬러(Eric Drexler) 박사는 1980년대 저서 『Engines of Creation』에서 10억분의 1m인 나노미터 단위에서 물질을 조작하는 ‘나노기술’이란 말을 처음 사용했고, 이것이 세상을 바꿔놓을 것으로 전망했는데, 20년이 지난 지금 현실화되었다(Y. Lee, 2008). 1997년에 출간된 츠기오 마키모토(Tsugio Makimoto)와 데이비드 매너스(David Manners)의 저서 『Digital Nomad』에서는 기술이 어떻게 사회를 유목 생활방식으로 되돌릴 수 있는지 서술하였고, 디지털기기 하나로 모든 일처리가 가능하며, 사람들이 전 세계를 떠돌며 자유롭게 살게 된 현대사회의 특징을 예측하였다.

21세기에도 미래 전망에 대한 다양한 담론이 있었지만, 대표적인 토론회는 2015년 캐나다에서 열린 멍크 디베이트(Munk Debates)였다. 이는 각 분야 최고의 전문가들이 국제적인 이슈에 대해 2인 1조를 이루어 벌이는 토론회인데, 당시 토론 주제는 ‘인류의 앞날에 더 나은 미래가 기다리고 있는가’였다. 찬성 팀은 저명한 인지과학자인 스티

븐 핑커(Steven Pinker)와 과학 저널리스트인 매트 리들리(Matt Ridley)였고, 반론 팀은 작가 알랭 드 보통(Alain de Botton)과, 경영저술가 말콤 글래드웰(Malcolm Gladwell)이었다. 찬성 팀은 미래에 대한 암울한 전망들은 대부분 과장됐으며, 인류의 건강과 자유, 인권, 성 평등, 물질적 번영, 안전 등에 긍정적인 변화가 이루어진 각종 수치를 들어 인류의 미래가 밝다고 확신했다. 반면 반대 팀은 전쟁이 사라져도 폭력은 지속되고, 의료 수준이 높아져도 죽음을 피할 수는 없으며, 자연재해나 핵전쟁이 돌이킬 수 없는 피해를 줄 수도 있음을 지적했다. 청중들은 토론 전후 모두 인류의 앞날에 더 나은 미래가 있다고 압도적으로 투표했다(Pinker, Ridley, Botton, & Gladwell, 2016). 이처럼 대중들은 미래에 대해 두려워하면서도 희망적으로 낙관하는 경향을 보였다. 한편 최근 이슈가 된 유발 하라리(Yuval Harari)의 저서 『호모 데우스』에서는 건강, 평화, 번영을 획득한 인류의 다음 목표는 행복, 불멸, 신성이 될 것이며, '호모 사피엔스(Homo Sapiens)'는 신적인 존재 즉, '호모 데우스(Homo Deus)'가 되려고 할 것이라고 예측하였다. 또한 21세기의 주력상품은 몸, 뇌, 마음이 될 것이고, 몸과 뇌를 설계할 줄 아는 사람이 창조와 파괴를 주관하는 신성을 획득할 것이라고 하였다(Harari, 2017). 이처럼 역사 속에서 문학, 예술작품 그리고 토론을 통한 미래의 상상과 담론은 끊임없이 생성되었고 앞으로도 지속될 것이지만, 놀라운 것은 과거의 상상 속 미래는 현재와 많이 닮아 있다는 것이다. 본 연구에서는 역사 속에서 패션이 추구해온 미래 이미지를 고찰하고, 패션 미디어에 언급된 미래 패션에 대한 상상과 담론들을 종합하여, 향후 패션이 추구해 나갈 가치에 대해 유추해보고자 한다.

2. 20세기 패션에 표현된 미래 이미지의 특성

인류가 언제부터 미래를 생각하고, 이를 의상에 표현하기 시작했는지 그 기원은 명확하지 않다.

다만 현실을 살면서도 늘 내세의 삶을 우선으로 생각했던 이집트인들의 피라미드 속 의상에서 미래에 대한 염원을 찾아볼 수 있다. 20세기에 와서 부터는 미래에 대한 생각이 미래주의 사조와 함께 여러 예술과 패션분야에 구체화되어 나타나기 시작했는데, 선행연구와 전문서적 분석을 통해 도출한 20세기 패션의 특징은 다음과 같다.

Kim(1999)의 연구에서는 20세기 패션사에 나타난 미래 이미지를 푸아레의 동양풍 패션으로 대변되는 이국적 유토피아, 미래파 패션의 기계시대 유토피아, 샤넬의 사회주의적 유토피아, 공상 과학적 우주패션 그리고 미래학자 건력으로 분류했다. 대다수의 연구에서는 미래 패션의 이미지를 20세기 초 이탈리아 예술가들이 제안했던 미래주의 복식과 1960년대의 스페이스, 키네틱 패션 그리고 1990년대 테크노 사이버 패션으로 나누고(Kim, 2011; Kim, 2017), 20세기와 21세기 미래 패션 패러다임의 축은 '기술실현'의 유무로 나뉜다고 언급하였다. 특히 20세기 말, 과학 발전과 환경파괴에 대한 부작용으로 등장한 친환경적이고, 실용적인 디자인의 에콜로지 패션을 미래 이미지로 본 연구도 있었는데, 이는 천연섬유를 사용하되 기술과 융합한 에코노 스타일 그리고 동양의 선사상을 바탕으로 한 안정적이고 자연주의적인 쥘 스타일 등으로 나타났다(Kim & Cho, 2003).

미래파 운동의 주도자이며, 시인이자 화가인 자코모 발라(Giacomo Balla)는 1914년 그의 글 『Il vestito antineutrale : manifesto futurista』에서 특성 없는 옷에 반대하는 자신의 생각을 설명하면서, 단순하고 실용적이며 가변성이 있고, 재사용이 가능한 옷을 지지했다(Fig. 5). 그의 독창적인 남성 수트를 보면 역동적인 기하학 직물 패턴, 대립적인 선의 배치와 다양한 햄 라인 그리고 비대칭적 구조를 볼 수 있다. <Fig. 6>은 미래파 예술가 타야트(Thayaht)가 디자인한 의복 TuTa(투타)인데, 오버올처럼 편안하고 저렴한 T자형의 남녀 공용 유니폼이다(Buxbaum, 2009). 이처럼 미래파들



〈Fig. 5〉 Il Vestito Antineutrale: Manifesto Futurista, Balla, 1914 (Yale University Library, n.d.)



〈Fig. 6〉 Taglio Della Tuta, Thayaht, 1920 (Taglio della tuta, n.d.)



〈Fig. 7〉 André Courrège, 1968 (Chris, n.d.)



〈Fig. 8〉 Aluminium Chainmail Dress and Head Dress by Paco Rabanne, 1966 (Philippe, n.d.)

은 패션을 예술적 매체로 간주하고, 인체의 자유로운 움직임을 촉진하는 매끈한 선과 화려한 색상, 대담한 추상 패턴을 사용했으며, 패션으로 계급을 구분하지 않고자 노력했다(Mitchell, 2004). 정신분석가 존 칼 플뤼겔(John Carl Flügel)도 1930년대에 쓴 저서 『Psychology Of Clothes』에서 이와 비슷한 관점을 보였는데, 미래의 패션은 아름답고 위생적이며 저렴하고 편안해야 할 뿐만 아니라 입고 벗기에도 편리해야 한다고 하였다. 한편 미래 여성들은 공개적으로 몸을 노출할 것이라며, 나체의 궁극적 필연성에 대해 역설하기도 했다(Flügel, 1940).

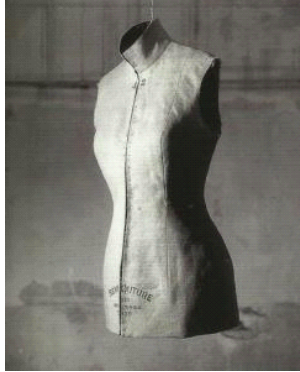
1960년대는 인간이 최초로 지구 궤도를 돌고, 달에 착륙하는데 성공하여, 전 세계가 미래에 대한 상상력으로 가득했다. 패션계에서는 1964년 피에르 가르댕(Pierre Cardin)의 Space Age 컬렉션을 시작으로 파코라반(Paco Rabanne), 앙드레 쿠레쥬(André Courrège), 루디 건릭(Rudi Gernreich) 등 디자이너가 1970년대까지 미래적인 패션의 유행을 주도했다. 그들은 플라스틱과 같은 합성 직물과 함께 금속성 또는 PVC, 비닐, 아크릴 소재 그리고 단순한 기하학적 형태와 A라인 실루엣, 미니스커트, 유니섹스 스타일, 밝은 컬러 등으로 미래적인 양상미를 연출했다(DK Publishing, 2012). 특히 쿠레쥬의 심플한 라인의 컬렉션에는〈Fig. 7〉. 우주인 모

자와 고글, 흰색과 은색의 문 겔(moongirl)스타일 나팔바지, 목에서 발까지 전신에 꼭맞는 캣 슈트(catsuits)와 미니스커트 그리고 흰색 패이턴트 레더(patent leather) 소재로 만든 미디 부츠가 포함되었다(Marsh, 2013). 파코 라반은〈Fig. 8〉처럼 메탈, 와이어와 연결된 플라스틱 디스크, 체인 그리고 알루미늄 다이아몬드를 미래지향적으로 사용한 획기적인 디자인 등으로 미래를 표현했다(Watson, 1999).

20세기가 끝나갈 무렵에는 많은 디자이너들이 과거와 현재의 충돌에 몰두하였고, 패션양식이 다양한 실험과 철학적 접근으로 가득했다. 20세기 후반의 미래 패션은 유토피아적 경향을 상징하는 기계 미학의 테크노 패션과 문명발달의 가속화에 대한 불안감과 인간보호를 실현하려는 디스토피아적 사이버 펑크패션이 있었다(Kim, 2011). 장 폴 고티에는 미래 패션에서 기술의 중요성을 파악한 최초의 디자이너 중 한 명인데,〈Fig. 9〉은 1995년 사이버컬렉션의 미래지향적인 도트 프린트 바디수트이다(Persson, 2019). 한편 마틴 마르지엘라(Martin Margiela)의 작업들은 의류 산업을 넘어 종종 자크 데리다(Jacques Derrida)의 해체이론과 물리적으로 유사한 것으로 해석되는데, 가장 주목할 만한 작품들은 구성된 의복을 해체하여 전통적인 방법에 도전한 것이다〈Fig. 10〉. 이는 21세기 패션의 중요한 화두인 해체주의 패션을 예견한 것



〈Fig. 9〉 Jean Paul Gaultier's
Fall, 1995
(Persson, 2019)



〈Fig. 10〉 Maison Martin Margiela
F/W 1997-1998
(Walter, n.d.)



〈Fig.11〉 Hussein Chalayan Collection:
Before Minus Now
(TMMA, n.d.)

으로 볼 수 있다. 그는 오래된 가발, 캔버스, 실크 스카프와 같은 수 공예품을 쿠튀르로 재설계하는 것으로도 유명하다. 한편 후세인 살라얀(Hussein Chalayan)의 디자인은 패션, 공학, 건축, 조각, 제품사이의 경계를 모호하게 만들었는데, 1993년 졸업 패션쇼를 위해 정원에 철제더미와 함께 드레스를 묻고, 부패가 패션의 외관과 질감에 미친 영향을 표현하였다. 1999년에서 2001년 사이에 선보인 밀레니얼 컬렉션에서는 사이버네틱스, 감시, 가상 및 21세기 삶을 변화시킨 이동성이라는 새로운 개념 등을 표현했다(Breward, 2003). 〈Fig. 11〉는 2000년에 선보인 드레스인데, 특수 설계된 금형에서 주조된 유리섬유와 복합수지로 만들었고, 리모콘으로 작동되는 기계식 형태이다(The Metropolitan Museum of Art[TMMA], n.d.). 그는 완벽한 기술을 바탕으로, 젠더, 정치, 과학, 자연 및 역사 문제를 비범한 방식의 패션으로 표현하는 예술가이다. 이처럼

20세기 말의 미래주의 패션은 스페이스 룩에서 벗어나 과학 기술발달의 단면을 반영하거나, 감정에 대한 철학적 표현 등으로 다채로워졌으며, 동서양의 요소를 결합하거나, 하이테크와 인간의 내면세계를 융합하는 움직임이 나타나기 시작했다.

III. 21세기 현대 패션 미디어에 나타난 미래 패션 예측

1. 미래 패션과 관련한 기사 분석

본 연구에서는 21세기에 미래로 묘사된 패션의 특성을 바탕으로 현대 패션이 추구하는 미래가치 예측을 위해 패션지 보그에서 2000년부터 2022년까지 미래 패션과 관련한 기사를 도출하였고, 기사의 총 수는 742개였다. 이 중 'Future'와 'Fashion'

〈Table 2〉 Frequency Analysis of 'Future Fashion'

Vogue Archive Article	1. Future Life Style	2. Future Fashion		3. Retailing & Marketing	4. Sustainability	Total
		Form & Styling	Fabric			
177	37 (15.6%)	68 (28.7%)	20 (8.4%)	82 (34.6%)	30 (12.7%)	237 (100%)

(Future Fashion, n.d.)

이라는 단어가 포함되었지만, 미래 패션 트렌드에 대하여 구체적인 설명이 없는 자료를 제외한 177개 기사를 분석 대상으로 하였다. 그 결과 내용은 크게 미래의 라이프스타일이나 패션 스타일, 패션 마켓 동향과 판매전략 그리고 지속가능 트렌드의 4가지 주제로 분류할 수 있었다. 보그에 나타난 미래 패션 관련 기사의 빈도분석표는 <Table 2>와 같다.

1) 미래의 라이프스타일

시대가 변함에 따라 중요하게 생각하는 가치와 삶의 양식도 변한다. 디자이너 버질 아블로(Virgil Abloh)는 미래에는 궁극적으로 라이프스타일의 모든 측면이 지금까지 패션에 나타난 것과 같은 열의를 보일 것이라고 전망하며, 그 중요성에 대해 언급했다(Remsen, 2019). 미래의 인류는 삶에 편안함과 아름다움을 더하기 위해 보다 의미 있고 목적 있는 방법을 추구할 것으로 예측되었고, 그 흐름은 크게 4가지로 나타났다.

첫째, 가볍고 단순하며 편안한 삶을 추구할 것이다. 삶의 속도를 늦추고 사는 방식에 대한 고민은 팬데믹 이후 더욱 심화되었고, 이는 도심 아닌 외곽에 사는 것 혹은 도시를 떠날 때 기차를 타거나 탄소 발자국을 적게 하는 친환경 생활과도 연결된다. 한편 물건에 대한 소비량을 줄이고, 삶에 필요한 모든 물건을 최소한으로 소유하되, 좋은 것을 추구하는 경향이 나타났다. 브랜드 토즈(Tod's)의 회장 디에고 델라 발레(Diego Della Valle)는 현대적 관점에서 가벼운 옷차림과 생활이 미래이며, 가족을 위한 차 한 대, 적지만 좋은 가구가 있는 좋은 집 한 채 그리고 신발 한 켤레, 핸드백 하나, 신용 카드 하나면 충분하다고 언급했다(Woods, 2000). 또한 공상할 여유를 주는 충분한 휴식의 중요성과 노동 생산성의 미래로 숙면이 언급되었다. 미래의 노동 문화에는 하루에 특정 시간 동안 일하지 않는 능력이 포함되고, 숙면은 가장 중요한 요소로 작용하는데, 2004년에 출범한 뉴욕의

회사 메트로 냅스(Metro Naps)는 직장인들이 \$13.45를 지불하고, 20분 동안 숙면을 취할 수 있도록 돕는 캡슐기계를 개발하기도 했다(Traister, 2005).

둘째, 줌 라이프(Zoom Life)의 일상화 경향이 다. 사회생활의 개념이 더 이상 외출이 아닌 집에서 무언가를 하는 것으로 묘사되었다. 온라인 피트니스는 물론이고, VR 헤드셋을 끼고 축제나 행사에 참가하는 것이 대중화되면서 집에서 오락을 즐기고 화려하게 치장하며, 이에 적합한 착장의 필요성이 대두되었다(Tomorrowland, 2016). 즉 온라인에서의 생활이 가상이나 Y2K gaming이 아닌 현실이자 몰입형 기술을 통한 사회 네트워킹 그 자체가 된 것이다(Fig. 12). 점점 사람들은 직접적인 만남보다는 가상으로 이야기와 감정을 공유하는데 더 많은 시간을 보내고 있다. <Fig. 13>은 보그의 로봇 모델 에리카(Erica)인데, 이는 일반적인 의미에서 살아 있지 않지만 확실히 실재하며, 우리 모두를 능가한다. 향후 로봇의 미래는 현실감 있는 안드로이드로 채워질 것이고(Shteyngart, 2017). 영화 『Her』(2013)에서처럼 우리는 가상의 인물을 통해 실제 사람을 사랑하는 듯한 따듯한 감정 그리고 위로 이상의 그 무언가를 느낄 수도 있을 것으로 전망된다.

셋째, 통합과 포용 그리고 공정의 가치추구 경향이다. 미래의 우리는 모든 문화를 통합하여 생각하고, 트랜스젠더(Transgender) 및 젠더 비 순응자(Gender-nonconforming)를 포용하며, 노동자를 공정하게 대우하고, 생활임금을 제대로 지불하는 회사의 제품을 구매하는 등 이전보다 성숙하고, 너그러워질 것으로 예상되었다. 브랜드 베트멍(Vetements)과 발렌시아가(Balenciaga)의 디자이너 데мна 즈바살리아(Demna Gvasalia)는 이미 어글리 스니커즈와 기발한 스타일링으로 좋은 취향과 그렇지 않은 것에 대한 새로운 개념으로 세계적인 영향력을 입증했다(Remsen, 2019). 한편 남성이지만 치마나 드레스, 진주목걸이를 자연스럽게



〈Fig. 12〉 Virtually Distinguishable
(Tomorrowland, 2016)



〈Fig. 13〉 Then & Now: The Robot Will
See You Now (Bowles, 2020)



〈Fig. 14〉 Play Time
(Shteyngart, 2017)

고 멋지게 스타일링 하는 영국의 가수이자 배우 해리 스타일스(Harry Styles)가 현대적인 혁명으로 묘사되었는데〈Fig. 14〉, 그가 남성성이 없는 남성으로서 자신감 있는 남자가 된다는 것이 어떤 의미인지 재 정의하고 있는 것이 매우 비범한 일로 표현되었다(Bowles, 2020). 이는 젠더 플루이드(Gender-Fluid) 트렌드를 넘어 미래에 포용되는 가치의 한 단면을 보여주는 것이라 할 수 있다.

그 밖에 난자를 얼리는 트렌드는, 하라리의 저서 『호모 데우스』에 언급된 것처럼, 사람들이 신과 같이 모든 영역을 스스로 컨트롤 할 수 있는 힘을 더욱 강하게 만드는 기술발전의 한 예이다. 연구결과, 이처럼 미래의 라이프스타일은 자연스러움과 사치스러움이 교차하는 지점에서, 과학이 뒷받침하는 편안함과 여유를 바탕으로, 포용과 열린 생각을 반영할 것으로 예상된다.

2) 미래의 패션

패션은 이미 단순히 의복을 넘어 개인의 입장을 밝히는데 유용한 도구이고, 현대사회의 문제에 대해 논평하는 역할을 하고 있지만, 미래에는 그 영향력이 더욱 확대될 것으로 나타났다. 즉, 개인이 착장한 옷을 통해, 자아를 표현하고, 신념, 도덕 및 규범을 공유하는 일이 증가할 것으로 예상된다(Vogue voices, 2020). 패션 미디어에서 미래의 패션으로 언급된 아이템의 형태와 스타일링 그리고 소재의 특성은 다음과 같다.

(1) 형태와 스타일링

21세기에는 사회전반의 전통적인 감성 혹은 경계들이 무너지고 있고, 패션은 이를 즉각적으로 반영한다. 미래 패션으로 묘사된 아이템의 형태 및 스타일링 특성은 다음과 같다.

첫째, 편안함 이상의 매력이 있는 패션이다. 2000년 초반의 기사에서는 주시 꾸뛰르(Juicy Couture)의 벨로어 트랙수트같은 편안한 스타일을 논패션(nonfashion)이자, 미래 패션으로 언급한 사례가 많았다(Singer, 2003). 최근 팬데믹의 영향으로 인해 전 세계는 육체를 압박하는 옷에서 벗어나 루즈한 탑과 바지로 이러한 편안함을 다시 만끽했다. 그러나 연구결과, 팬데믹 이후의 미래의 패션은 편안한 트레이닝복과 티셔츠 이상의 아름답고 매력적인 옷이 될 것이며, 이에 대한 수요가 증가할 것으로 예상되었다. 물론 그 형태가 구조적인 드레스 혹은 하이힐은 아니지만, 과시적이지 않으면서도 호화로운 아이템으로 표현되었다(Vogue voices, 2020). 한편 Zoom과 같은 온라인 화상 소통이 증가하면서 얼굴과 피부 관리 그리고 재킷이나 상의, 주얼리에 대한 투자가 증가할 것으로 나타났다. 사람들은 도피 혹은 즐거움 그리고 아름다운 또 다른 세계를 갈구하고 있었다.

둘째, 시간이 지나도 변하지 않는 단순함과 우아함의 추구였다. 1960년대에 전망한 미래 패션은 유토피아 행성에서나 입을 법한 우주복 형태였고, 이러한 미래주의는 현대에 와서는 전혀 미래적이지 않기 때문에 새로운 단어를 찾아야 할 정도이

다. 21세기 패션 미디어에서 전망하는 미래 패션은 오히려 클래식하고 심플하며 우아한 형태로 시간이 지나도 변함없는 가치를 지닌 것으로 나타났다. 예를 들면, 기본 화이트 셔츠 혹은 프라다(Prada)의 하트 프린트가 있는 셔츠처럼 미래에도 다시 입을 수 있는 아이템을 미래 패션으로 언급하고 있었다(MacSweeney, 2003). 브랜드 프로엔자 슈러(Proenza Schouler)는 미래를 내다보는 방식으로 세월이 흘러도 변치 않는 시크함을 지닌 브랜드 샤넬(Chanel)을 롤 모델로 삼고 있다고 언급하기도 했다(Holgate, 2004). 이는 진지하고 심플한 패션아이템이, 이유 없이 복잡한 현대 패션에 대한 해독제가 될 수 있음을 시사한다.

셋째, 기술과 기능 이상의 다양성과 재미가 있는 패션이다. 2006년 기사에서는 하나의 형체가 전혀 다른 이미지로 변화하는 기법을 적용한 후세이 살라얀(Hussein Chalayan)의 혁신적인 모핑로보드레스(morphing robo-dresses)가 미래패션으로 묘사되었다(Blanks, 2006). 또한 2016년에는 디자이너 톰 포드(Tom Ford) 그리고 생로랑(Saint Laurent) 및 랑방(Lanvin)과 같은 패션 하우스가 Apple사의 제품이 미래의 패션 액세서리로 여겨질 것이라고 전망한 기사가 있었는데(*Change makers*, 2016), 이는 2023년 현재에 어느 정도 현실이 되었다. 한편 특정 기능이 없는 제품 혹은 유용하지 않지만 창의적이고 예술적이어서 도피의 욕구를 만족시켜주는 패션에 대한 수요도 있었다(*Letter from the editor*, 2021). 즉 미래 패션은 장난스럽거나 재미있고, 다채로우며, 자신감 있는 형태로 복귀할 것으로 예상된다.

넷째, 사생활 보호를 위한 안티 인식패션(anti-recognition fashion)이었다. 미래에도 사람들은 자신이 사랑하는 것, 말하고 싶은 것을 패션으로 표현할 것으로 보인다. 그러나 점차 비밀이 없어지는 사회에서 사생활 보호에 대한 강한 욕구가 있을 것으로 예상되었다. 2004년, 연구원이자 아티스트인 아담 하비(Adam Harvey)는 클럽에서의 형

클어지고, 도발적인 사진들이 다음날 아침 웹에 쌓이는 방식에 놀라, 안티 인식 패션을 개발하였다(Fig. 15). 그는 L.E.D. 조명으로 장식된 클러치를 발명했는데, 이는 카메라 플래시가 터지면 가방이 카운터 플래시로 반응하여 사진을 읽을 수 없게 만드는 원리이다(*About face*, 2020). 이처럼 미래의 사람들은 감시가 일상화된 세상에서, 자신을 알리지 않을 권리 및 선택권을 지니고, 패션을 보호적인 장식으로 활용할 수도 있을 것으로 예상된다.

다섯째, 경계 없는 가상 게임 스타일링 트렌드이다. 미래 패션의 스타일링은 주로 유행을 타지 않는 가치를 중시하고, 나이와 계절, 성별을 넘어 자유로운 것으로 묘사되었다. 한편 패션 스타일링은 이제 가상의 경험으로 쇼핑을 가능하게 하는 게임이 되었으며, 미래에 우리가 어떻게 패션 아이템을 탐색하고 구매할 것인지에 대한 다양한 기회를 제공하고 있다. 드레스트(Drest)는 이리나 샤크(Irina Shayk), 나탈리아 보디아노바(Natalia Vodianova)와 같은 유명모델을 아바타로 하여 수백 가지의 하이패션 디지털 의상을 입고, 스타일링해보는 2020년에 출시된 세계 최초의 럭셔리 스타일링 게임이다(Sullivan, 2020). 패션 에디터가 스타일링을 돕고, 모든 제품은 Farfetch, Drest의 파트너를 통해 구매할 수도 있다. 즉, 사용자는 가상 세계에서 옷을 경험하고 브랜드는 플레이어의 경험을 한다(Fig. 16). 한편 현실뿐만 아니라 가상 현실에서 자신의 아바타를 위해 하이패션을 구입하는 것이 트렌드로 나타나기도 했다(Phelps, 2020). 이처럼 미래 패션의 스타일링과 구매는 재미와 편리를 바탕으로, 가상과 현실구분이 자연스럽게 사라지는 경향을 보였다.

(2) 소재

미래 패션으로 가장 많이 언급된 소재는 첫째, 천연 소재와 친환경 소재였다. 버버리(Burberry)의 디자이너 크리스토퍼 베일리(Christopher Bailey)

는 자연이 의도한 그대로 소재의 진정성을 보여주는 것이 미래 패션이 될 것이라고 전망했다(Sykes, 2012). 버터처럼 부드러운 가죽, 캐시미어 등이 미래적인 소재라는 기사 그리고 체온에 반응하여 빛이 나는 소재의 원재료가 결국 천연석이기 때문에 패션의 미래가 여전히 천연소재에 있다고 표현하는 기사도 있었다(Sykes, 2001). 디자이너 마틴 마르지엘라(Martin Margiela)는 20세기 말에 이미 마감처리 안된 밑단과 이전에 착용했던 패션을 재구성한 의복으로 "해체"라는 개념을 패션계에 도입했고, 버려진 양말로 세련된 터틀넥 스웨터를 만들었다(Limnander, 2000). 이처럼 미래의 패션으로 언급된 소재는 옛것과 새것의 시너지를 활용하는 것 그리고 비 일회용소재, 해양 플라스틱, 어망, 섬유 폐기물로 재생한 나일론 등의 친환경 소재로 나타났다.

둘째, 가벼운 소재 트렌드이다. 2003년 도나텔라 베르사체(Donatella Versace)는 공기처럼 가벼운 가운을 선보였고, 모든 무거운 것에 관한 시대는 끝났다고 선언하며, 가벼움은 미래를 향한 새로운 길이라고 언급했다(Bowles, 2003).

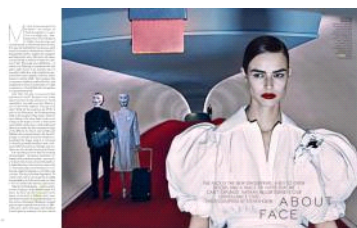
셋째, 테크니컬하게 보이지 않는 테크니컬 소재였다. 일반적으로는 <Fig. 17>과 같이 반짝반짝 빛나는 스팅글, 플라스틱, 공상과학 테크노 메탈릭(techno metallic) 소재 등이 미래적인 소재로 묘사된다(Precious metals, 2022). 그러나 미래에는 이에 더해 미래지향적인 외관을 지녔지만, 부드럽고 유연하며, 시적이면서도 아름다운 한층 더 스

마트한 소재가 각광받을 것으로 예상되었다. 이처럼 패션의 미래는 테크니컬 텍스타일을 사용하여 비 테크니컬해 보이는 옷을 만들 수 있는 똑똑하고 과학적인 직물에 있다(Herman, 2007). 최근에는 얼굴 주변에 시각적 노이즈를 더해 개인 인식을 방해하는 섬유 프린트인 하이퍼 페이스(Hyper Face)가 개발되어 사생활 보호의 역할도 할 수 있게 되었다(About face, 2020). 이처럼 미래의 소재는 시각적 아름다움과 기술적 실용성의 균형에 있다.

넷째, 기존의 방식을 버리고 참신한 생각으로 개발된 소재였다. 모피를 잘 다루기로 유명한 칼라거펠트(Karl Lagerfeld)는 틀에 박힌 생각에서 벗어나 모피를 젊고 모던하게 입어야한다고 언급하며, 미래에는 밍크로 선글라스, 가발 같은 모자 그리고 고양이를 위한 장난감을 만들 수도 있다고 언급했다(Yaeger, 2013).

3) 미래의 패션 마켓 동향과 판매전략

미래에는 패션의 판매와 마케팅 방법에 있어서 많은 변화가 예상되었는데, 디자이너는 옷을 디자인 할 뿐만 아니라 다양한 매체에서 플레이하는 박식한 설명 제작자가 되며, 그 개념과 하는 일이 더욱 포괄적으로 변할 것으로 나타났다. 또한 패션이 부유함이 아닌 트렌디함 자체를 추구하여 계층에 대한 열망이 분리될 것으로 보았다. 패션을 단순히 소비로 보기보다는 공헌이나 기여의 행위



<Fig. 15> Eye of The Beholder
(About face, 2020)



<Fig. 16> V Life: Fashion Culture
Beauty: Fashion: Game Changer
(Phelps, 2020)



<Fig. 17> Back To The Future,
Star Quality
(Precious metals, 2022)

로 언급하거나 패션계에서 생산하는 의복과 물건이 생산자와 소비자 모두에게 더 나은 방향으로 재설계되어야 한다는 각성이 있었다.

첫째, 작고 실속 있는 판매 전략이다. 시간과 에너지와 비용이 낭비되는 과도한 패션 컬렉션의 방식에 대해 의문을 제기하며 간소화해야 한다는 기사가 많았다. 한편 그 주기도 너무 빨라, 새로운 아이디어와 생각을 흡수할 시간이 부족하기 때문에 오랜 관행을 깨고 실용적인 진보를 해야 할 필요성을 느끼고 있었다. 쿠티르의 미래는 여전히 밝고, 컬렉션의 필요성은 부정되지 않았지만, 작고 친밀하고 실용적이고 단순한 형태가 선호되었고, 전 세계의 모델들이 잠깐의 런웨이를 위해 비행을 하는 대신 하루의 일상을 촬영하는 방식으로 컬렉션을 하자는 실용적인 대안도 제시되었다(Leitch, 2020). 한편 데미 쿠티르(Demi Couture)가 미래의 세련된 판매형태로 여러 차례 언급되었는데, 이는 수작업으로 만든 패션을 기성복 가격으로 구입할 수 있는 큰 장점이 있다(*View: Demi monde*, 2006). 중요한 것은 거대 패션 브랜드의 독점을 막는 일이고, 소규모로 생산하는 독립 브랜드들이 큰 브랜드들보다 더 생존율이 높을 것으로 예상되었다. 한편 브랜드 몽클레르(Moncler)의 최고경영자 레모 루피니(Remo Ruffini)는 불확실한 미래를 위해서는 사업의 유연성이 필요하고, 도매가 아닌 소매가 미래의 사업형태가 될 것이라 언급하기도 했다.

둘째, 차별 없고, 민주적인 회사와 마케팅이다. 연구결과, 21세기 현재에도 패션계에서는 인종차별이 심한 것으로 나타났고, 흑인 디자이너와 모델들은 백인들과의 출발선이 다르며, 부당한 대우를 받고 있다고 느끼고 있었다. 미래에는 이러한 포괄성 문제가 더욱 중요하게 여겨질 것이고, 아시아의 패션 디자인과 모델이 패션의 미래라고 언급된 기사도 있었다(Yaeger, 2010). 한편 계층 구조가 없고, 개인이 존중받는 민주적이고 진보적 회사가 미래의 형태로 묘사되었고, 유명해진 않지만

실력 있는 알렉산드로 미켈레(Alessandro Michele)를 구찌(Gucci)의 디렉터로 임명한 사례 등이 패션의 미래로 여겨졌다.

셋째, 수공예와 장인, 전통을 존중하는 마켓이다. 미래의 패션 시장은 젊음과 전통을 혼합하고, 공예와 전통을 모던함과 결합할 것으로 예상된다. 기술은 이미지와 메시지를 전달하는 하나의 방법일 뿐, 수공업 감각은 창의성의 또 다른 면을 탐구할 수 있는 새로운 캔버스를 제공한다. 미래에는 장인과 전통을 지닌 보테가 베네타(Bottega Veneta)와 같은 브랜드가 무한한 가능성을 지닐 것으로 나타났다(Bowles, 2019). 한편 미래 패션계의 문제는 누가 제품을 사느냐가 아니라 누가 제품을 만들어 줄 것인지에 달려있으며, 최고의 패션제품을 만들기 위해서는 의류 노동자에 대한 존엄성 즉, 장인에게 더 나은 조건의 대우를 해주어야만 한다고 언급되었다(*View: It takes A village*, 2012).

넷째, 진정성 있는 소셜 미디어(Social Media)의 활용이다. 현대 패션 마켓에서 소셜 미디어로 청중과 소통하는 것은 중요하지만, 넘쳐나는 이미지와 원치 않는 광고에 지친 미래의 패션 마켓에서는 단순히 해시태그를 마케팅 도구로 사용하는 전략은 더 이상 충분하지 않을 전망이다. 세상은 투명해졌고 속임수는 좋은 장기 전략이 아니다. 사람들은 사실을 확인하기를 원하고, 이는 진정성 있고 투명한 접근 방식으로 이루어져야 한다. 미래에는 사치의 개념이 화려하지만 궁극적으로 불필요한 것을 의미하는 대신, 감사할 만한 것, 즉 소비의 하나가 아닌 기여 행위를 의미하게 될 것으로 묘사되었다(Leitch, 2020).

여섯째, 패션 플랫폼의 다양화와 공생이다. 메타버스 기술과 디지털화 현상으로 패션계의 가상과 물리의 경계가 허물어지고 있다. 최근 명품 거리의 호황은 예전 같지 않고, 이미 패션은 Netflix, Apple, Google, Youtube 등 다양한 플랫폼으로 형성되었다. 점차 책임감 있는 행동과 서로를 연결

하는 유연성이 중요하고, 이미 성숙한 패션 브랜드의 미래는 많은 협업(cooperation)에 달려있다고 언급되었다(Okwodu, 2020). 그 안에서는 정체성이 충분히 강한 브랜드만이 살아남는데, 발망(Balmain)의 수석 디자이너인 올리비에 루스테잉(Olivier Rousteing)은 미래 패션계에서는 2초면 사라질 이미지가 아닌 이야기, 즉 내러티브가 중요해 질것으로 전망하기도 했다.

4) 미래의 지속가능 패션

패션을 덜 소비적이고 더 지속 가능하게 만드는 것은 패션에 대한 기억이 단지 물건을 사는 것에 관한 것이 아니라 지역 사회, 문화 그리고 창의성과 연관된 것이라는 것을 의미한다. 즉, 지속가능은 공유와 용도 변경, 제작 및 수리에 관한 것이다(Malle, 2020). 연구결과, 미래의 지속가능성은 다음과 같은 트렌드로 나타날 것으로 분석되었다.

첫째, 중고 쇼핑 시장의 확대이다. 다나 토마스(Dana Thomas)의 저서 『Fashionopolis: The Price of Fast Fashion and the Future of Clothes』에 따르면, Zara에서만 매년 약 4억 5천만 벌의 의류를 생산하고 있고, 2018년 미국인은 평균 68벌의 옷을 구입했다. 중고 쇼핑은 이에 대한 하나의 해결책이 될 수 있는데, 2019년 맥킨지(McKinsey) 보고서에 따르면 지금부터 10년 후에는 중고 재판매 시장이 패스트 패션(fast fashion)의 잠재 고객보다 더 커질 수 있을 것으로 전망했다(*Can fashion be political?*, 2020). 과거에는 헌 옷이나 중고 옷을 입는 것이 당혹감을 주는 경향이 있었지만, 지금은 레드카펫에서도 빈티지 의상을 볼 수 있다. 패션계의 가장 큰 장점은 새로운 아이디어를 매력적으로 만들고, 신속하게 확산시킬 수 있는 것이고, 이제는 자연을 중심으로 선순환 구조를 만드는 데 기여함으로써 세상을 이롭게 해야 한다(Prince, 2010). 이미 중고 의류를 판매, 구입할 수 있는 디팝(Depop)과 같은 앱이 인기 있고, 이러한 시장은

더욱 확대될 전망이다.

둘째, 창의적인 리디자인(ReDesign) 트렌드이다. 낡은 빈티지 의류를 가져와 현대적 방식으로 개조하는 것, 새로운 섬유를 만들기 위해 직물에서 섬유를 회수하는 업사이클링은 이미 대중적인 친환경 방식이다. 특히 2019년에는 빈티지 트렌드에 맞게 여러 브랜드가 과거에서 미래를 찾는 친환경 방식을 선보였다. 대표적인 예로 프라다(Prada)에서 전설적인 나일론 백팩을 포함하여 6개의 가방으로 구성된 Re-Nylon 컬렉션을 발표한 것인데, 이는 해양 플라스틱, 어망, 섬유 폐기물에서 재생된 것이다(Yaeger, 2019). 또한 빅터앤롤프(Viktor&Rolf)의 2020년 봄 컬렉션 드레스도 업사이클 패치워크 소재로 만들어졌다. <Fig. 18>는 면 침대 시트로 만든 마린 세레(Marine Serre) 드레스, 독성 살충제와 합성비료 없이 재배한 유기농 면과 지속 가능한 비스코스로 만든 스텔라 맥카트니(Stella McCartney)의 패치워크 코트 그리고 재활용 고무 밑창이 있는 탄소중립 가죽 운동화이다.



<Fig. 18> Waste Not, Want Not
(*Wear do we go from here?*, 2019)

셋째, 장인정신의 유지와 인간의 지속가능성(human sustainability)이다. 최근 생태학적 지속가능성뿐만 아니라 인간의 지속 가능성에도 초점이 맞춰지고 있다. 패션 제품을 만드는 장인들의 기술력과 근로자들의 노력에 사랑과 존중을 표하는 것이다. 미래의 비즈니스는 정의와 평등에 집중해야하고, 의류 노동자와 장인의 생계와 커뮤니

티에 지속적으로 투자해야 한다(*Vogue voices*, 2020). 패스트 패션 브랜드는 사람과 천연 자원을 착취함으로써 존재가능하다. 중요한 것은 신중하고 지속적인 친환경을 목표로, 옷을 오래 입을 수 있도록 시대를 초월한 우아한 가치를 추구하는 것이다. 이는 옷 디자인은 물론 제작 과정 모두를 포함한다. 전 세계적으로 의류의 약 5분의 3이 매립, 소각되는 것으로 나타났는데, 지속가능하고, 의미 있는 옷을 위해서는 일회용 패스트 패션과 탄소 배출 산업에 반대해야한다(*Wear do we go from here?*, 2019). 한편 패션 컬렉션의 횟수를 적게 하는 것이 지속가능이라는 기사가 있었다. 이는 창작을 위한 시간과 재료의 낭비를 줄이는 방식이다. 이제는 모든 면에서 일회용과 싸우는 지속적인 노력이 필요하다.

넷째, 스토리텔링과 기표 트렌드이다. 미래 패션업계에는 판매제품이 어디에서 왔는지에 대한 기원과 출처를 밝힐 책임이 주어질 것이다. 즉, "save the future"가 쓰인 티셔츠 혹은 멸종되고 있는 동물들을 기표한 티셔츠와 같이 스토리가 더욱 잘 활용될 것이다. 미래에는 책임감 있는 재료의 사용을 넘어 지속가능한 비즈니스 구축의 필요성이 대두된다.

2. 현대패션이 추구하는 미래가치

패션 미디어에서 미래로 묘사된 라이프스타일, 패션아이템의 형태 및 소재, 마켓동향과 판매전략 그리고 지속가능 트렌드를 분석하고 종합한 결과, 21세기 현대 패션이 추구하고 있는 미래가치는 다음과 같이 나타났다.

첫째, 단순함 속의 럭셔리이다. 미래에는 삶의 방식, 물건을 소유하는 방식 그리고 패션의 디자인 및 소재 등 모든 면에서 가벼움이 추구될 것이다. 단순하고 고요한 삶에서 편안함과 아이디어를 얻고, 적게 소유하지만 세월이 지나도 변함없이 가치 있는 클래식하고, 좋은 것을 추구하는 경향이 나타날 것이다.

둘째, 작은 것이 지닌 큰 가치이다. 미래에는 패션 회사의 규모 혹은 컬렉션의 규모 그리고 판매의 규모 등 모든 면에서 작은 것이 선호될 것이다. 이는 지속가능성 그리고 독창성과 연결되고, 결국에는 본질적인 큰 가치로 귀결된다.

셋째, 사생활이 보호되는 자유추구이다. 비밀이 없어지는 미래 사회의 사람들은 원치 않는 정보 노출에 대하여 자신을 보호하고자 하는 욕구가 강해질 것이다. 자유롭게 즐기되, 스마트한 패션을 활용하여 자신을 알리지 않을 권리 및 선택권을 가지게 될 것이다.

넷째, 기술과 기능 이상의 다양성과 재미추구이다. 미래에는 과학의 발달로 생활과 제품의 모든 면에 충분한 기능이 탑재될 것이다. 유용하지 않지만 예술적이고, 특정 기능이 없지만 창의적인 제품은 스마트하지만 복잡한 세상에 대한 사람들의 도피 욕구를 만족시켜줄 것이다. 즉 재미있고, 다채로우면서도 자신감 있는 형태의 패션을 추구할 것이다.

다섯째, 통합과 포용과 공정의 가치추구이다. 미래 패션은 모든 문화를 통합하여 생각하고, 젠더 비 순응자를 포용하며, 노동자를 공정하게 대우하고, 수공예와 장인, 전통을 존중하는 성숙함을 추구할 것이다.

여섯째, 소비보다 공헌과 선순환을 추구할 것이다. 미래에는 소비를 통해 기여하는 것이 자연스러워질 것이고, 책임감 있는 행동과 서로를 연결하는 유연성이 중요한 가치로 여겨질 것이다. 사회와 사람의 협업 그리고 다양화와 공생을 추구하게 될 것이다.

IV. 결론

본 연구에서는 늘 새로움을 추구하는 현대 패션의 미래 트렌드를 조망하고, 업계와 개인이 추구하게 될 궁극적 가치가 무엇일지 예측해보고자 하였다. 먼저 전문서적과 선행연구를 바탕으로 미

래의 개념을 명확히 하고, 소설, 영화 그리고 관련 전문가들의 담론 분석을 바탕으로 미래 사회에 대한 다양한 상상과 전망들을 분석하였다. 한편 20세기 패션에서 표현한 미래 이미지의 특성에 대해 고찰하였다. 최종적으로는 21세기 현대 패션 미디어의 기사와 이미지를 바탕으로 미래의 라이프스타일 트렌드, 패션아이템의 형태 및 스타일링과 소재, 패션업계의 판매 및 홍보방식 그리고 지속가능성 트렌드를 분석하고, 현대 패션이 추구하고 있는 미래가치를 유추하였다.

연구결과, 미래에는 가볍고 단순하며 충분한 휴식을 취하는 편안한 라이프스타일을 추구하게 될 것이고, 삶에 필요한 모든 물건을 최소한으로 소유하되, 좋은 것을 추구하는 경향이 나타날 것으로 예상되었다. 한편 온라인상에서 일을 하거나, 이야기와 감정을 공유하는 것에 익숙해지면서 가상과 현실의 경계가 모호해질 것이다.

미래의 패션으로 묘사된 스타일은 편안함 이상의 매력에 있는 패션, 시간이 지나도 변하지 않는 단순함과 우아함을 지닌 아이템 그리고 기술과 기능 이상의 다양성과 재미가 있는 패션으로 나타났다. 한편 비밀이 없어지는 세상에서 사생활 보호에 대한 강한 욕구가 생길 것이고, 스마트한 안티 인식패션으로 자신을 알리지 않을 선택권을 가지게 될 수 있을 것으로 전망되었다. 또한 가상 게임 스타일링이 주요 트렌드로 나타났고, 천연 소재와 친환경 소재, 가벼운 소재, 테크니컬하게 보이지 않는 테크니컬 소재, 기존의 방식을 버리고 참신한 생각으로 개발된 소재 등이 미래적인 것으로 나타났다.

미래의 패션 시장과 마케팅 트렌드는 작고 지속 있는 판매 전략, 도매가 아닌 소매 형태가 더 유리하게 될 전망이고, 인종차별 없고, 민주적인 마케팅을 추구하게 될 전망이다. 한편 수공예와 장인을 중시하는 정신과 진정성을 바탕으로 한 소설 미디어의 활용이 중요한 트렌드가 될 것이다. 패션 플랫폼의 형태는 더욱 다양화 될 것이고, 점

차 책임감 있는 행동과 서로를 연결하는 유연성, 협업을 통한 공생을 추구할 것으로 전망되었다.

미래의 지속가능 패션 트렌드는 중고 쇼핑 시장의 확대, 창의적인 리디자인 그리고 장인정신의 유지와 인간의 지속가능성 추구 등으로 나타났고, 지속적인 친환경을 목표로, 시대를 초월한 우아한 가치를 추구하는 패션을 생산하는 것이 중요하게 여겨졌다.

이처럼 미래의 패션은 단순함 속의 럭셔리, 작은 것이 지닌 큰 가치에 대한 이해 그리고 사생활이 보호되는 자유를 추구할 것으로 분석되었다. 한편 기술과 기능 이상의 다양성과 재미 그리고 통합과 포용과 공정의 가치를 추구하며, 소비보다 공헌, 사회와 기업의 선순환을 중요시할 것으로 전망된다. 본 연구에서는 패션 기사에 나타난 이미지와 텍스트 분석을 바탕으로, 미래 패션이 추구하게 될 가치에 대한 문화적 메시지를 구체적으로 밝혀냈다. 다만 분석대상을 보그로 한정하였기 때문에, 향후 다른 미디어로 확대한다면 더욱 의미 있는 다양한 결과를 도출할 수 있을 것이다. 미래에 대해 지나치게 많이 생각하는 것은 과거에 사는 것과 같다고 하지만, 전 세계의 수많은 디자이너들과 패션 전문가들은 패션의 미래에 대해 생각하고 이야기하며 준비하고 있었다. 미래는 준비를 통해 바꿀 수 있는 희망과 무한한 가능성을 지니고 있다. 다행스럽게도, 현대 패션이 추구하는 미래는 현재보다 더욱 기능적이지만 재미있고, 개인을 중시하면서도 이타적이며, 포용의 아량과 성숙한 모습을 지닐 것으로 예상되었다. 본 연구의 결과가 늘 창의적인 미래를 고심하는 패션 업계의 장기적인 계획 수립과 상품 기획에 실질적인 도움이 되기를 고대한다.

References

- About face. (2020, March 1). *Vogue*, 210, 324-324, 325, 326, 327. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/about-face/docview/2386143671/se-2>

- Barthes, R. (1990). *The fashion system*. Berkeley, U.S.: Univ of California Press.
- Blanks, T. (2006, December 1). View: British rule: Chalan's vision. *Vogue*, 196, 166-166, 168. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/view-british-rule-chalays-vision/docview/879323432/se-2>
- Bowles, H. (2003, October 1). Fashion: Frocks of the ages. *Vogue*, 193, 362-362, 363, 364, 365, 366, 367, 368, 369, 370, 371. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/fashion-frocks-ages/docview/879322978/se-2>
- Bowles, H. (2019, March 1). V life: Fashion culture beauty: Fashion: Crafting the future. *Vogue*, 209, 184-184, 204, 208. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/v-life-fashion-culture-beauty-crafting-future/docview/2197111686/se-2>
- Bowles, H. (2020, December 1). Play time. *Vogue*, 210, 96-96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 146, 147. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/play-time/docview/2468610553/se-2>
- Breward, C. (2003). *Fashion*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Buxbaum, G. (2009). *Icons of fashion-the 20th century*. (K. S. Geum, H. N. Nam, H. S. Park & J. S. Heo, Trans.). Seoul, Republic of Korea: Misulmunhwa. (Original work published 2005)
- Can fashion be political? (2020, October 1). *Vogue*, 210, 86-86, 87, 88, 89, 90, 124, 125. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/can-fashion-be-political/docview/2457462388/se-2>
- Change makers: When tech meets style. (2016, March 1). *Vogue*, 206, 520-520, 521, 522, 523. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/change-makers-when-tech-meets-style/docview/1777958735/se-2>
- Chris, G. (n.d.). André Courrège, 1968. *Pinterest*. Retrieved from <https://www.pinterest.it/pin/320670435947205611/>
- DK Publishing. (2012). *Fashion: The definitive history of costume and style*. New York, U.S.: DK Publishing.
- Elsa, S. (2018). *Shocking life: The autobiography of Elsa Schiaparelli*. London, England: V&A Publishing. (Original work published 1954).
- Flugel, J. C. (1940). Psychology Of clothes. *Digital library of India*. Retrieved from <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.34079/page/n195/mode/2up>
- Future. (n.d.). In *Wikipedia online*. Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/Future>
- Futurism. (n.d.). In *Oxford Advanced Learner's dictionary online*. Retrieved from <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/futurism?q=futurism>
- Future Fashion (n.d.) *Vogue*. Retrieved from <https://www.proquest.com/vogue/results/C21FB59B54CE46F9PQ/1?accountid=146597>
- Harari, N. (2017). *Homo Deus*. (M. J. Kim, Trans.). Seoul, Republic of Korea: Kimyoungsa. (Original work published 2015)
- Holgate, M. (2004, November 1). Fashion: CFDA/Vogue fashion fund: Proenza schouler. *Vogue*, 194, 426-426, 427. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/fashion-cfda-vogue-fund-proenza-schouler/docview/879315307/se-2>
- Herman, J. (2007, September 1). View: Future fabrics: Tech-tiles. *Vogue*, 197, 574-574, 586. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/view-future-fabrics-tech-tiles/docview/879328834/se-2>
- Humphreys, R. (2003). *Futurism*. (K. H. Ha, Trans.). Cambridge, UK: Cambridge University Press. (Original work published 1999)
- Kim, H. J. (2017). The changes in the futuristic fashion aesthetics in accordance with futuristic paradigm: From the beginning of futurism in the 20th century to the early 21st century. *Journal of Communication Design*, 58, 330-348.
- Kim, P. (2011). *The futurism expressed in fashion of 21st century* (Unpublished master's thesis). Konkuk University, Seoul, Republic of Korea
- Kim, S. B. (1999). The history of future images in 20th century fashion [PDF document]. Retrieved from <http://imgsvr.riss4u.net/contents/kdam/A/4002/9902/4002990204.pdf>
- Kim, Y. H. & Cho, J. M. (2003). Study on image of future in modern fashion. *Journal of the Korean Society of Costume*, 53(1), 35-48.
- Lee, Y. (2008, April 2). Pay Attention to 4 'Nanomaterials Research' ['나노물질 연구' 4가지를 주목하라]. *ChosunBiz*. Retrieved from https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2008/04/02/2008040201676.html
- Lee, T. (2008). *Words that changed the world* [세계를 뒤흔든 미래주의 선언]. Seoul, Republic of Korea: Greenbee.
- Leitch, L. (2020, June 1). Creating the future. *Vogue*, 210, 38-38, 39, 42, 44, 45, 46, 48. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/creating-future/docview/2416081330/se-2>
- Limnander, A. (2000, March 1). *Vogue* view: Please recycle. *Vogue*, 190, 290-290, 297. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/vogue-view-please-recycle/docview/879313464/se-2>
- Letter from the editor: Onward and upward. (2021, May 1). *Vogue*, 211, 30. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/letter-editor-onward-upward/docview/2530895551/se-2>
- MacSweeney, E. (2003, May 1). *Vogue* view: Out with the old. *Vogue*, 193, 127-127, 128, 130, 132. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/vogue-view-out-with-old/docview/879309001/se-2>
- Malle, C. (2020, June 1). Brave new trail. *Vogue*, 210, 64-64, 70, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84,

- 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/brave-new-trail/docview/2416081295/se-2>
- Marsh, J. (2013). *History of fashion* [패션의 역사]. (J. E. Kim, Trans.). Seoul: SIGONGART. (Original work published 2012)
- Metropolis. (n.d.). In *Wikipedia online*. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Metropolis_%281927_film%29
- Mitchell, A. L. (2004). *Finding futurist fashion: Lost links to haute couture* (Master's thesis, Florida State University, U.S.). Retrieved from <https://diginole.lib.fsu.edu/islandora/object/fsu:180593/datastream/PDF/view>
- Nam, H. J. (2022). A study on the style and meaning of dandy in modern fashion: Focused on vogue archive. *Journal of the Korean Society of Costume*, 72(2), 111-128. doi:10.7233/jksc.2022.72.2.111
- Okwodu, J. (2020, September 1). The good fight. *Vogue*, 210, 164-164, 165, 304, 305. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/good-fight/docview/2445293499/se-2>
- Parole in libertà (futurismo). (n.d.). In *Wikipedia online*. Retrieved from [https://it.wikipedia.org/wiki/Parole_in_libert%C3%A0_\(futurismo\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Parole_in_libert%C3%A0_(futurismo))
- Persson, L. B. (2019, April 30) What do hairdryers and cyberpunks and have in Common? Jean Paul Gaultier's fall 1995 Collection and his camp sensibility. *Vogue*. Retrieved from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-1995-ready-to-wear/jean-paul-gaultier>
- Phelps, N. (2020, January 1). V life: Fashion culture beauty: Fashion: Game changer. *Vogue*, 210, 28-28, 29. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/v-life-fashion-culture-beauty-game-changer/docview/2347095231/se-2>
- Philippe, U. (n.d.). Aluminium chainmail dress and head dress by Paco Rabanne, 1966. *Pinterest*. Retrieved from <https://www.pinterest.it/pin/287245282458437565/>
- Pinker, S., Ridley, M., Botton, A., & Gladwell, M. (2016). *Do Humankind's best days lie ahead?: The munk debates* [사피엔스의 미래]. (B. G. Jeon, Trans.). Seoul, Republic of Korea: Modernachive. (Original work published 2016)
- Precious metals. (2022, August 1). *Vogue*, 212, 86-86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/precious-metals/docview/2697026645/se-2>
- Prince, C. (2010, September 1). Fashion & features: Royal green. *Vogue*, 200, 666-666, 667. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/fashion-features-royal-green/docview/879328919/se-2>
- Remsen, N. (2019, September 1). Fashion's future: 20 for 2020. *Vogue*, 209, 261-261, 262, 263, 264, 266, 268. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/fashions-future-20-2020/docview/2308357762/se-2>
- Scovell, A. (2022, March 2). Philip K Dick: the writer who witnessed the future. *BBC*. Retrieved from <https://www.bbc.com/culture/article/20220301-philip-k-dick-the-writer-who-witnessed-the-future>
- Shteyngart, G. (2017, December 1). Then & now: The robot will see you now. *Vogue*, 207, 222-222, 223. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/then-now-robot-will-see-you/docview/1978657486/se-2>
- Singer, S. (2003, April 1). Fashion: Juicy/Couture. *Vogue*, 193, 374-374, 375, 376, 377, 378, 379, 403. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/fashion-juicy-couture/docview/911878755/se-2>
- Sullivan, R. (2020, March 1). V life: Fashion culture beauty: Fashion: Best drest. *Vogue*, 210, 218. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/v-life-fashion-culture-beauty-best-drest/docview/2386146151/se-2>
- Sykes, P. (2001, February 1). Vogue view: Blinded by science. *Vogue*, 191, 175-175, 178. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/vogue-view-blinded-science/docview/879309352/se-2>
- Sykes, P. (2012, April 1). View: Fall into spring: Autumn's tale. *Vogue*, 202, 196-196, 198. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/view-fall-into-spring-autumns-tale/docview/1010234280/se-2>
- Taglio della tuta. (n.d.). Retrieved from <https://www.uffizi.it/opere/tuta-thayaht>
- The City Rises. (n.d.). In *Wikipedia online*. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/The_City_Rises
- The Metropolitan Museum of Art[TMMA]. (n.d.). *Hussein Chalayan Aeroplane dress*. Retrieved from <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/124594>
- Toffler, A. (1970). *Future shock*. New York, U.S.: Bantam Books.
- Toffler, A. (1994). *The Third Wave*. (C. Y. Won, Trans.). Seoul, Republic of Korea: Hongsinmunhwasa. (Original work published 1980)
- Tomorrowland. (2016, April 1). *Vogue*, 206, 217-217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/tomorrowland/docview/1787036210/se-2>
- Traister, R. (2005, May 1). Beauty health & fitness: Sleep investments. *Vogue*, 195, 170-170, 172, 174. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/beauty-health-fitness-sleep-investments/docview/879313659/se-2>
- View: Demi monde. (2006, July 1). *Vogue*, 196, 60. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/view-demi-monde/docview/879321946/se-2>

- View: It takes A village: The residents of italian enclave
solomeo, robert sullivan discovers, stand behind brunello
cucinelli's luxury silks and knits. (2012, September
1). *Vogue*, 202, 686-686, 690. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/view-takes-village-residents-italian-enclave/docview/1081668140/se-2>
- Vogue voices. (2020, September 1). *Vogue*, 210, 156-156,
157, 158, 159, 174, 176, 178, 179, 305, 306, 307. Re-
trieved from <https://www.proquest.com/magazines/vogue-voices/docview/2445293571/se-2>
- Walter, R. (n.d.). Maison Martin Margiela F/W 1997-1998.
Pinterest. Retrieved from <https://www.pinterest.co.uk/pin/4925880818827290/>
- Watson, L. (1999). *Vogue: Twentieth century fashion*.
London, U.K.: Carlton.
- Wear do we go from here?: On the up. (2019, September
1). *Vogue*, 209, 494-494, 495, 496, 497, 498, 499.
Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/wear-do-we-go-here-on-up/docview/2308357870/se-2>
- Wilson, E. (2003). *Adorned in dreams: Fashion and modernity*. New Brunswick, U.S.: Rutgers University Press.
- Woods, V. (2000, September 1). Vogue view: Rubber soul.
Vogue, 190, 384-384, 386. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/vogue-view-rubber-soul/docview/879318831/se-2>
- Yaeger, L. (2019, September 1). V life: Fashion culture
beauty: Fashion: Hit the repeat. *Vogue*, 209, 308-
308, 310. Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/v-life-fashion-culture-beauty-hit-repeat/docview/2308357716/se-2>
- Yaeger, L. (2010, September 1). Fashion & features:
Va-va-boom. *Vogue*, 200, 676-676, 677, 678, 679.
Retrieved from <https://www.proquest.com/magazines/fashion-features-va-boom/docview/879328660/se-2>
- Yaeger, L. (2013, August 1). View: Counter measures:
3. let the fur fly. *Vogue*, 203, 114-114, 116. Retrieved
from <https://www.proquest.com/magazines/view-counter-measures-3-let-fur-fly/docview/1427018210/se-2>
- Yale University Library. (n.d.). *Il vestito antineutrale: manifesto futurista*. Retrieved from <https://collections.library.yale.edu/catalog/9999063>
- Zang Tumb Tumb. (n.d.). In *Wikipedia online*. Retrieved
from https://en.wikipedia.org/wiki/Zang_Tumb_Tumb