Journal of the Korean Society of Costume
Vol.55, No.2 (March 2005) pp.129-142

우먼 파워로 나타나는 최근 패션 스타일에 관한 연구

- 80년대 여성 여피 패션 스타일과의 비교를 중심으로-

최 호 정* · 하 지 수**
서울대학교 의류학과 박사과정* · 서울대학교 의류학과 교수**

Women Power Dressing Expressed in Recent Fashion

- With Reference to the Female Yuppie Style of the 80s -

Ho-Jeong Choi* · Ji-Soo Ha**
Ph.D. Candidate, Dept. of Clothing & Textiles, Seoul National University*
Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Seoul National University**
(2004. 11. 12 투고)

ABSTRACT

As more our society express their interests in strong and independent women on the onset of the 21st century when source of power shifts to knowledge and information, women with economic power are increasing in number, which is because demands for delicacy and objective judgment known as unique qualities of woman who was deemed to be inferior to man in the past century are now on the rise in many professional sectors. The shift in public awareness of female image and capability is also being manifested recently by a new fashion style named New Women Power Dressing. Comparing the so-called new power dressing style with the female yuppie fashion of the 80s known to have marked the beginning of female power dressing, this study aims to define the uniqueness of women power dressing style of today, reanalyze the fashion style of today in reference to its predecessors and predict new fashion trend for the future.

As a conclusion, both of the female yuppie style of the 80s and the new power dressing trend of the 2000s were found to stress manliness and showoff. Such characteristics were expressed in terms of focuses on both fitness and fashion style. However, the female yuppie look of the 80s and its successor of the 2000s showed significant difference in what they were intended to signify internally and how they were displayed externally.

Key words: Yuppie(여피), power dressing(파워 드레싱), sports mania(스포츠 매니아), conspicuous consumption(과시적 소비)

Corresponding author: Ho-Jeong Choi, E-mail: bhoso@hanmail.net
본 논문은 2005학년도 서울대학교 생활과학대학부속 생활과학연구소의 일부 연구비 지원으로 수행되었음

Ⅰ. 서론

21세기 여성적 감성이 미래의 지식정보시대의 새로운 원동력으로 주목 받으며, 우먼 파워가 사회적 그리고 경제적 화두로 등장하고 있다. 강하고 독립적인 여성에 대한 관심이 증가했을 뿐 아니라 실제로 경제력 있는 여성의 수가 늘어나면서 우먼 파워는 여성의 적극적인 사회 참여의 단순한 의미를 넘어서 소비시장에서도 큰 영향력을 행사하고 있다. 그 동안 남성의 전유물로 여겨져 여성에게 넘을 수 없는 벽으로 인식되어 온 분야들이 맹렬 여성들에 의해 조금씩 잠식되고 있으며, 이들 파워 우먼은 적극적인 사고방식을 갖고 동시에 남성들이 지니기 힘든 '섬세함'과 '객관적인 판단력'을 더해 자신만의 성공 신화를 만들어가고 있다.

미국 투자 전문지 배런스(Barons)는 기업 내 여성 고위직 비중이 점점 증가하고 있다고 보도하면서 이런 경향은 '기업조직에서 여성들의 승진, 보직 및 배정 등에서 보이지 않는 장벽으로 작용했던 유리 장벽(glass ceiling)이' 점차 엷어져 가고 있기 때문이다'라고 밝혔다. 기업 내 성차별 관행이 아주 없어진 것은 아니지만 기업 내 여성 인력들의 고위직 진출은 이제 거스를 수 없는 대세라고 덧붙였다.[1)]

최근 미디어 분야 등 창조적 분야, 의학계, 법조계, 국가기관 등 전문성이 요구되는 분야에서 남성과 비교한 여성의 비율이 점차 증가하고 있다는 점을 주목할 만하며, 이러한 경향과 맞물려 패션 분야에서 여성 파워가 본격적으로 등장하기 시작한 80년대 패션 스타일이 다시 유행하고 있다. 21세기 초 능력 있는 여성 이미지의 변화는 1980년대 여성 여피(yuppie)와 비슷한 양상을 보인다. 여피 스타일이 등장한 1980년대는 여성의 사회 진출이 그 어느 때보다 활발해진 시기이다.

본 연구에서는 21세기의 독특한 사회적 배경 하에서 유행 스타일에 다시 등장하는 우먼 파워 드레싱에 주목하여 1980년대 여성 여피의 파워 드레싱과 2000년대 우먼 파워스타일을 비교·분석 하였다. 80년대 여성 여피의 파워 드레싱에 대한 연구를 보면, 김은희(2002)에서 권력·권위와 계급 정체성을 표현하는 패션으로, 한귀자(2002)에서 보보스의 연원으로서의 여피의 패션스타일로, 김지연(2002)에서 중성적이고 남성적인 테일러드 슈트로 파워 드레싱에 대한 정의를 단편적으로 밝히고 있으나 그 구체적인 조형적인 특성을 포괄적으로 밝히고 있지 못하다. 이유는 파워 드레싱으로 표현되는 스타일이 학문적인 정의내림보다는 트렌드와 연결되는 유행현상이기 때문이다. 그러므로 본 연구에서는 새로이 엘리트 계급으로 부상하는 파워 우먼의 패션 스타일을 트렌드와 유행이라는 측면에서 접근하여 가시적으로 나타나는 1980년대 여성 여피의 파워 드레싱과 2000년대 우먼 파워스타일의 조형적 차이점과 공통점을 비교·분석하고 밝히는데 목적을 두고 있다.

본 연구를 통해 최근의 패션 경향을 역사에 근거해서 재해석하고 그 의미의 재발견을 통해 체계적인 연구가 이루어지지 않은 파워 우먼의 패션스타일을 구체적으로 살펴봄으로써 새로이 나타나는 유행 스타일과 다가오는 패션 경향을 예측하는데 조금이나마 도움을 줄 수 있으리라 기대한다.

본 연구의 수행을 위해 국내외 단행본과 논문, 각종 시사·주간지, 방송 자료 등의 문헌 연구를 통해 파워 드레싱이 등장하는 사회·문화적 배경에 관한 연구를 진행하였으며, 1980년에서 1989년까지의 미국 보그(vogue)지, 2000년대 컬렉션 지(collection)지에 나타난 시각 자료를 추출하여 사례 분석 연구를 병행하였다. 1980년대 미국 보그지의 경우 직업여성을 위한 패션 경향에 관한 스페셜 리포트와 여성 여피의 패션 스타일에 관한 사진 자료를, 2000년대 이후 컬렉션에서는 80년대 복고풍으로 제안된 스타일과 파워 드레싱 혹은 파워 슈트와 관련한 언급이 있는 스타일만을 추출하여 그 경향을 비교·분석하였다.

Ⅱ. 1980년대 여성 여피 출현의 배경과 패션 스타일

1. 여피 출현의 사회·문화적 배경

1980년대에 처음으로 등장한 여피(yuppie)라는 단어는 젊은 YOUNG, 도시화 URBAN, 전문직 PROFESSIONAL의 세 머리글자를 딴 'YUP'에서 파생된 단어로, 이들은 베이비붐으로 태어나 가난을 모르고 자란 뒤, 고등교육을 받고 도시근교에 살면서 전문직에 종사하여 높은 수입을 보장 받고 있는 젊은이들을 일컬었다. 구체적으로 1946년부터 1964년 출생한 베이비붐 세대 중에서 1980년 미국 로널드 레이건(Reagan, Ronald) 행정부의 보수적인 정치적 배경을 기반으로 형성된 젊고 출세 지향적인 전문직업인 집단이다.

80년대 이후 세계적인 글로벌 경제 체계가 확고하게 자리를 잡아가면서 민주당 지미 카터(Carter,

Jimmy) 대통령에서 압승을 거둔 레이건의 미국 대통령 당선은 미국에 정치 사회적으로 큰 변혁을 가져온다. 60년대와 70년대의 정치·경제적인 환상에서 깨어나 보수주의로 급격히 회귀하기 시작하였다는 것을 보여주었으며, 레이건 대통령 정부의 미국은 뉴딜(New Deal)[2] 정책이후 새로운 변혁을 겪게 된다.

레이건 대통령의 당선은 미국 경제의 재건을 바라는 미국 국민들의 소망이 담긴 것이었다고 해도 과언이 아니다. 레이건 대통령은 취임 이후 개인 소득세와 법인세를 낮추는 등 경제 활성화 정책을 펼쳤는데, 이러한 그의 정책은 집권 초에 효과를 나타내기 시작하였고, 미국 국민들은 경제 안정에 대한 자신감을 되찾아 가고 있었다. 즉 아메리칸 드림의 재현이 가능하다고 믿기 시작한 것이다.[3] 또한 MBA 학위를 받은 전문 직업 계층은 높은 소득을 올리며 아메리칸 드림 재건의 주역으로 등장, 주목 받기 시작하였다. 미국 「News Week」지는 1984년 9월 「여피의 해(year of the Yuppie)」라는 기사에서 도시의 젊은 전문 직업인들의 라이프스타일과 차림새는 레이건의 치세와 잘 맞아떨어진다고 보도했으며, 프레드릭 제임슨(Frederic Jameson)의 말을 빌려 "여피는 중류층 부르주아이며 이들의 문화적인 가치관이나 실천의식은 1980년대 미국 사회에 필요한 아주 이상적이고 문화적인 패러다임에 부합된다"고 평가했다.[4] 이 당시 여피는 통상 뉴욕을 중심으로 한 메트로폴리탄 지역에 살며, 직장에 다니면서 연봉 4만 달러 이상이 고소득을 올리는 20대 후반에서 30대 중반의 전문직 종사자나 매니저를 가리켰다. 이들 여피 계층이 어느 정도 규모에 이르고 있는지에 대해서는 견해가 서로 다른데, 「뉴스위크(News Week)」 그들의 숫자를 1백20만 명 정도로 추산한데 비해 「아메리칸 데모 그래픽스(American Demographics)」는 베이비붐 세대의 5%에 해당하는 4백20만 명 정도를 여피라고 부를 수 있다고 하였다.[5] 여피는 80년대 시대가 만들어낸 피조물로 그들의 수적인 규모와는 상관없이 계층간에 상당히 동질적인 문화를 형성했다.

2. 여피의 라이프스타일과 패션스타일

여피는 대부분이 맞벌이 부부인 DINK[6]라고 할 수 있는데, 결혼을 했든 아니면 동거를 하고 있든 이들 여피는 전문직이나 관리직에 종사하며, 직업을 위해서는 아이를 낳는 것마저도 뒤로 미루는 경향이 강했다. 여피계층은 각자의 일에 너무 열중한 나머지 성생활을 즐길 시간조차 없을 정도였으며, 일부는 부부간에 얼굴을 마주대고 대화를 할 시간도 부족하여 최소한 하루에 한번 정도는 부부간의 대화를 위해 전화에 자동응답기를 달아 놓고 이를 매개로 대화를 하기도 하는, 일중독 증상을 보이기도 했다. 직업에 대한 집착은 여피문화를 특징짓는 요소이다. 또 이들은 여피의 전형적인 생활 스타일을 유지하기 위해 벌어들이는 수입의 상당 부분을 아낌없이 쓰는 계층이었다.[7]

여피들은 자신들의 외모가 성공과 밀접한 연관이 있다고 생각했으며 외모에 많은 신경을 썼다. 이들은 자신들의 직업이나 직장을 바라보는 일반인들의 기대감을 의식하면서 자신들의 성공에 도움이 되는 외모 가꾸기에 벌어들인 소득을 과감히 투자 했다. 특히 여성 여피들은 부의 축적과 신체 관리를 통한 사회적 지위향상을 통해 정체성과 자아가치를 찾으려 하였으며, 직업적 성공을 상품으로 상징화 시키려는 경향으로 패션에서 고가 고급소재와 브랜드를 선호하였다. 또한 건강에 도움이 되는 음식들에 매우 신경을 썼으며, 몸 관리에도 많은 신경을 써 상당수는 각종 스포츠와 조깅 대열에 합류하고 있으며 스파의 단골손님들이었다.[8]

20-30대 초반의 고소득 전문직 종사자인 여피는 성공을 위한 옷차림을 했으며, 직장 내에서 성공했고 부유했으며 자신의 부를 표시하는 것이 세련된 것으로 생각했다.[9] 문헌 및 사례 고찰 결과 여피의 대표적인 패션 스타일과 관련해서 의복 스타일, 신체 스타일, 소비 스타일로 나누어 살펴보았다. 의복 스타일의 경우 대표적인 1980년대 여성 여피 스타일은 남성적인 비즈니스 슈트 스타일인 파워 드레싱으로 대표되며, 신체 스타일의 경우 파워 스포츠를 통해 표현되는 강인한 몸 이미지와 사이클링 복, 에어로빅 복 등 각종 운동복 스타일, 그리고 소비 스타일은 디자이너 로고와 값비싼 보석 또는 화려한 이브닝 웨어로 여피들의 지위와 부를 표현하는 과시적인 경향의 세 가지 패션 스타일이 나타남을 고찰할 수 있었다.

1) 파워 드레싱을 통해 표현되는 남성성

여피 스타일은 엘리트주의의 사회 선도적인 위치에서 남성과 여성이 동등한 위치에서 경쟁하기 위한 특성을 보이며, 여성 여피 스타일의 대표적인 예는 현대적이며 지적인 테일러드 룩이다. 이는 파워 드레싱(Power Dressing)으로 불리어졌으며, 성공을

위한 옷차림(Dress of Success) 등의 용어로 특징져진다. 파워 드레싱은 권력과 부의 이미지가 융합된 패션으로서 1977년 Molloy(J. T. Molloy)가 출간한 〈Woman: Dress for Success〉는 직장 여성의 의복착용과 자아표현을 통제하는 규칙을 설명하고 있다. 그는 여성이 직업의 세계에서 성공하고 싶다면 섹슈얼리티(sexuality)를 제거하고 전문적으로 보여야 한다고 했고 이를 위해 남성적인 비즈니스 슈트를 제안했다. 이를 파워슈트라 하였는데 이 파워슈트는 너무 남성적이면 안 되고 여성성을 유지하는 것을 권고하였고 블라우스, 스커트, 여성적인 스카프를 착용하는 것을 제안했다.[10]

정리하면 파워 드레싱이란 권력과 부의 이미지가 융합된 성공을 위한 여성의 옷차림을 의미하며, 이 중 특히 남성의 영역이라 생각되었던 직장에서의 전문적이고 권위적인 이미지를 가시화하기 위한 남성적인 비즈니스 슈트 스타일을 파워 슈트라고 할 수 있다.

에서 권위와 존경을 얻어내는데 기여했고, 섹슈얼리티와 여성성을 조절했다. 남성복에서 기원한 넓고 딱딱한 어깨 패드는 권위와 힘, 여성의 해방을 의미하는 80년대의 상징적 유행 이미지를 부여했으며 가슴을 덮는 재킷은 여성성을 제거함으로써, 여성들은 남성들과 어깨를 나란히 하고 모든 분야에서 동등한 위치를 찾으려 하였다. 1980년대에 여성의 사회진출이 가시적으로 증가하고 여성전문직 중역이 등장한 배경에서 전문직 여성의 권력 이미지가 강하게 등장하였는데 직장 여성이 성공하기 위한 의복 지침이었던 파워 드레싱은 전통적으로 남성의 영역이라 생각되었던 직장에서 남성적인 비즈니스 슈트로 가장한 여성들은 이성적이고 효율적인 능력을 발휘하는 것으로 기대되었고 이러한 능동성과 권위이미지는 파워 슈트를 통해 가시화 된 것이다. 이 스타일은 권위 이미지를 가시화하는 유니폼이었고 일종의 반(反) 패션(anti-fashion)이었다. 여피의 파워 슈트는 남성의 영역에서 역할과 책임을 맡게

〈그림 1〉 20th century fashion

〈그림 2〉 Fashion of a Decade the 1980s

〈그림 3〉 84/85 F/W Ralph Lauren

〈그림 1〉, 〈그림 2〉는 크고 넓은 어깨 패드와 가슴을 덮는 재킷, 짧은 스커트의 코디로 전형적인 80년대의 파워 슈트의 예이고 〈그림 3〉은 1984/85 랄프 로렌의 겨울용 코트와 클래식한 테일러드 슈트로 전형적인 남성적인 비즈니스 슈트 스타일을 보여준다. 비즈니스 슈트인 파워슈트는 1979년 영국의 수상으로 임명된 마가렛 대처(Margaret Thatcher)에 의해 구체화되었고, 네이비블루의 테일러드 재킷, 깔끔한 블라우스, 스커트, 여성적인 스카프로 구성된 파워 슈트는 여성들이 남성적인 영역인 직장

됨으로써 존경, 권력, 권위 이미지 표현하였고, 파워 드레싱은 Dallas, Dynasty 등의 미국 드라마에서도 자주 등장하였는데 미디어가 만들어낸 넓은 어깨, 짙은 화장, 스타일에서 뿐 아니라 고급스러운 특성을 통해 표현되었고 부의 이미지를 함께 내포했다.[11]

주목할 만한 특징은 철저하게 여성성을 은폐하였음에도 불구하고 파워 슈트의 정장 안에는 화려하고 섹시한 속옷을 입어, 여성성을 철저하게 은폐하는 이중적인 특성을 가졌다.

2) 파워 스포츠를 통해 강조되는 남성성

1980년대에는 현대 여성들의 사회 진출 증대와 생활 영역의 확대로 인해 생활수준과 소득의 향상을 가져와 여가를 더욱 중시하게 되었다. 특히 건강과 몸매 관리에 대한 관심이 높아짐에 따라 이 시기는 어느 때보다도 몸매 관리에 대한 관심이 증가했다. 미적으로 건강하고 힘이 넘치는 근육질의 여성이 새로운 미의 기준으로 등장하였으며, 건강과 힘의 이미지는 굉장히 세련된 것으로 생각되었다. 잘 단련되고 다듬어진 몸의 이미지를 표현하는 패션과 운동이 유행하였으며 이에 따라 건강과 힘의 이미지는 패션의 조형성을 통해 가시적으로 표현되었으며 새로운 이상미를 제안했다.

여성들은 사회적 지위와 경제력의 획득을 통해 자신감을 얻음으로써 인위적인 신체의 과장과 축소를 더 이상 원하지 않게 되었고, 신체적 활동성과 부에 대한 관심, 육체에 대한 숭배, 헬스나 미용을 통한 자기 관리 등을 통해 여성의 성적 매력을 표현하고, 끊임없이 자기 관리를 하였다. 이러한 강인한 몸 이미지는 〈그림 4〉 당시 파워 스포츠를 통해 표현되는데, 개인 트레이너에 의한 몸의 관리가 유행하였고, 힘이 넘치는 근육질을 만드는 바디 빌딩이 인기를 모았으며, 각종 가정용 운동기구가 소개되었고, 이를 통해 가꾸어진 그들의 육체 그 자체에 만족스러워 하고, 자신의 건강미를 자연스럽게 표출하고자 하였다. 1982년 8월 〈Time〉지는 커버스토리로 여성의 새로운 아름다움은 강인함이고 여성들은 이를 위해 자신을 단련시킨다고 하였다. 이상적인 여성에 대한 이미지도 많이 바뀌어 1960년대의 여성의 이상미가 당시 유명 모델인 트위기(Twiggy)처럼 아직 발육이 덜된 어린아이 같은 모습이었다면 1980년대의 이상적인 여성은 제리 홀(Jerry Hall), 메리 헬빈(Marie Helvin) 처럼 운동으로 다져진 탄탄한 몸매의 소유자들이었다. 1980년대 이전까지는 여성의 어깨, 가슴, 힙, 다리 중 어느 한 부분만 강조하는 경우가 보통이었으나, 이 시기에는 이 모든 부분을 강조하여 거대하고 성인다운 이미지를 부각시켰다.[12] 실베스타인(Silberstein)은 80년대 여성의 몸매에 더 많은 근육과 건강함이 나타났다고 했으며, 타임지도 '이상적 미의 새로운 기준'이란 제목의 기사에서 날씬하면서 건강한 근육질을 소유한 제인 폰다(Jane Ponda)와 같은 여성이 현대의 새로운 미의 기준이라고 평가했다.[13]

이러한 건강미는 전통적인 여성의 성역할, 수동성, 종속성을 거부하고 능동적이고 자아의지에 의해 관리되는 자율적인 여성성을 그려내었으며 이는 과거 종속적인 여성성으로부터 해방을 의미한다. 이상적인 몸매와 이러한 인체에 대한 인식의 증가로 인해 자기 확신에 찬 여성들은 몸매를 강조하면서 과감하게 변해갔다. 패션은 더 이상 여윈 체형이 아닌, 곡선적이고 성숙하며 풍만한 인체를 원하였다. 사회적으로 성공한 여성들은 더 이상 여성적인 곡선을 감출 필요가 없었으며, 이러한 곡선은 에로틱하기보다는 생동감과 건강미를 강조하였다. 따라서 큰 키, 근육질, 더 넓어진 어깨, 큰 가슴, 허리선 강조, 작고 올라간 힙, 긴 다리로 이상적인 신체 이미지가 구체화되었다.[14]

신체 이상미에 대한 위와 같은 인식의 변화와 함께 액티브 스포츠웨어의 아이디어에서 소재나 형을

〈그림 4〉 Fashion of a Decade the 1980s

〈그림 5〉 1987. 02.Vogue USA

〈그림 6〉 1985. 07. Vogue USA

변화시킨 의상들이 유행하게 되었으며, 다른 아이템들과 액티브 스포츠웨어의 아이템들을 조합하여 입는 유행 스타일이 확산되었다. 〈그림 5〉는 1985년 앤클라인(Ann Klein Ⅱ)의 사파리 재킷에 바나나 리퍼블릭(Banana Republic's)의 레깅스 코디, 〈그림 6〉는 85년 클로드 몬타나(Claude Montana)의 밍크에 바디 라인을 보여주는 레깅스의 코디로 타운 웨어로 레깅스(leggings), 복서 팬츠, 트레이닝팬츠, 티셔츠와 폴로셔츠, 사파리 슈트 등이 착용되었다.[15]

3) 브랜드 지향을 통한 과시성

20-30대 초반의 고소득 전문직인 여피는 백만장자처럼 보이는 성공을 위한 옷차림을 했으며, 사치스럽고 화려한 고가 브랜드 및 고품질 지향적 소비패턴으로, 치장하여 소비적 성향을 과시하여 자신의 경제적인 능력을 과시하려 하였다. 그리고 그것은 디자이너 로고나 가격으로 나타나 비싼 차와 디자이너 의복, 값비싼 보석은 여피들의 지위를 표시하는 상징력을 가졌다. 그들은 직장 내에서 성공했고 부유했으며 자신의 부를 표시하는 것을 세련된 것으로 여겼다. 경제적 능력을 과시하는 파워 드레싱을 연출함에 캘빈 클라인(Calvin Klein), 랄프 로렌(Ralph Lauren), 조르지오 아르마니(Giorgio Armani)와 같은 디자이너 상표는 매우 중요한 의미를 지녔다.

파워 슈트 위에 모피를 코디하여 부를 과시하거나 〈그림 7〉 값비싼 액세서리를 착용했으며 〈그림 8〉 따라서 스타일에서 브랜드 로고의 과시가 강하게 표출되었다. 루이비통(Louis Vuitton) 백과 여행가방, 모스키노(Moschino)의 큰 벨트와 단추, 샤넬(Chanel)의 보석과 핸드백은 갖고 싶은 소품이 되었으며 몽블랑(Mont Blanch) 펜과 롤렉스(Rolex) 시계는 지위의 상징이 되었다.[16] 도나 카란(Donna Karan)이 디자인한 섹시하고 어깨가 넓은 스커트 슈트나 아르마니가 디자인한 넓은 어깨, 넉넉한 품의 클래식한 재킷, 샤넬 슈트를 입어 능력과 권위, 부의 이미지를 표현했다. 유명한 패션 상점인 브룩스 브라더스(Brooks Brother)에서 구입해 들고 다니는 비싼 서류 가방이나 버버리(Burbury) 레인코트, 고급 양복들에 의해 다른 계층과는 구별되기를 열망했다.[17] 랜드럼(Landrum)은 성공하는 여성들의 심리를 연구하면서 특징적으로 남자다운 여성들이 성공해왔음을 지적하였다. [18] 이렇듯 여피들은 도시적이고 출세 지향적이며 야심적이고 정력적으로, 업무 이외의 상황에서도 성공적으로 보이는 외모를 갖추기를 원했으며 그래야만 성공한다고 믿었다.

외모가 중요시되는 변화무쌍한 라이프스타일 속에서 사무실에서의 고급소재의 슈트 뿐 아니라, 밤에는 자선모금행사나 공식적인 모임에 참석할 수 있는 화려한 이브닝드레스를 착용하여 낮에 감추었던 여성미를 마음껏 발산하였다. 또한 운동으로 몸매 조절을 할 때에는 유명상표의 운동화와 레오타드를, 여가시간에는 디자이너 상표의 진과 스웨터 등을 착용하여 T.P.O에 따른 전형적인 타입을 만들어갔다. 디자이너들의 상표는 자신의 경제적 능력과 사회적 성공을 가장 잘 과시할 수 있는 도구였으며, 디자이너들은 여피들이 원하는 대로 속옷부터 코트까지 모든 상품을 브랜드를 과시할 수 있는 방향으로 디자인하여 매 시즌 스타일과 색채를 바꾸어가며 상표명을 부각시킬 수 있는 디자인을 보여주고 있다. 소비자들은 명품 지향 심리를 통해 진품을 갖고 싶어 하고, 다른 사람과 구별되는 희소성을 지닌 명품에 대한 독점적 가치를 원하면서 자신의 성공을 표현하였다. 이들의 패션은 의복에서 구두, 액세서리에 이르기까지 최고급, 일류만을 추구하여 일류 브랜드 상품과 진짜 보석만을 선호하였다.

〈그림 7〉 1987. 9
Vogue USA

〈그림 8〉 1985.10.
Vogue USA

Ⅲ. 1990년대 이후 우먼 파워 출현의 배경과 패션 스타일

1. 1990년대 이후 우먼 파워 출현의 사회·문화적 배경

1990년대에 들어서 다시 우먼 파워가 부각되며 동시에 패션 스타일에서도 80년대 스타일이 다시

등장하며 부각되는 구체적인 배경을 고찰한 결과 섬세한 여성적 특성에 대한 사회적 요구 증가와 성 역할에 대한 인식의 변화를 그 주요 이유로 찾을 수 있었다.

1) 섬세한 여성적 특성에 대한 사회적 요구 증가

지난 20년간 우리나라 여성의 경제활동참가율은 꾸준히 증가하여 1997년에는 49.5%에 이르렀으며, 한 연구에 따르면 이러한 추세가 계속되어 2005년에는 53.7%, 2010년에는 55.1%에 도달할 것으로 전망되었다. 여성의 취업률 증가는 선진국에서와 마찬가지로 우리나라 여성의 경우에도 예외는 아니다. 정부는 21세기 지식기반사회에서 국가 경쟁력 강화를 위한 인적 자원의 수준을 높이기 위한 방편으로 여성 인적 자원의 활용을 모색하고 있다. 2001년 12월에 제안한 국가인적 자원개발기본계획에 따르면, 여성인적 자원의 활용을 제고하기 위해 여성인적 자원의 능력 개발기회 확대와 여성인적 자원 활용 확대를 위한 인프라 구축, 지식기반 산업분야로의 여성 진출 유도등을 계획하고 있다. 이러한 국가적인 노력과 여성자신들이 노력, 사회 전반적인 분위기 개선 등으로 인해 앞으로의 여성취업은 계속 증가될 것으로 기대된다.[19]

1990년대 이후 여성 혁명을 가능하게 만든 것 중의 하나는 바로 IT 산업의 발달을 들 수 있다. 현대는 정보의 처리와 정보량이 혁신적으로 변화하는 정보화 사회이다. 이러한 정보화 사회에서는 자본과 노동보다는 지식과 정보가 중요한 생산요소가 되었다. 따라서 서비스업, 연구 집약적 지식산업, 전문관리직 등이 중요한 비중을 차지하게 되므로, 노동력의 구성과 수량이 중요시되던 시대에서 노동력이 질이 중요시되는 시대로 변화하게 되었다. 육체노동과 제조업 중심의 20세기가 남성중심의 사회였다면 컴퓨터와 인터넷의 발달로 상징되는 21세기는 여성의 세기다. 여성의 새롭고 다양한 시각을 경영에 접목시킴으로써 기업 혁신을 가속화시킬 수 있다는 것이다. 지금까지 남성 중심으로 돌아가던 기업 문화에 여성의 새로운 시각을 반영시켜 보다 폭 넓은 이슈를 부각시키고 다각화된 해결 방법을 찾을 수 있다. 특히 디지털 시대라고 불리는 21세기에는 여성 인력의 섬세하고 소프트한 감성이 시대 환경의 변화와 맞물려 더욱 필요할 때이다.[20] 세계적인 여성 인류학자 헨렌 피셔(Hellen Ficher), 美 펜실베니아 대학교 루빈굴(Rubingle) 교수는 "여성의 사고는 남성의 사고보다 더 많은 자료들을 조합하는 편이다. 다시 말해 남성들보다 더 복합적이고 더 다양한 방식으로 사고를 이끌어 내며 보다 포괄적이고 맥락 지향적이다. 여성은 남성에 비해 감성적이면서 객관적인 시각이 앞선다. 남성은 직선적 사고 경향이 강하지만 여성은 다각적 사고 능력이 우세하다. 여성만의 복잡한 사고능력이 장기적이고 복잡하고 모호한 업무를 관장하는데 가장 적합하다"고 하였다.

영국 BBC2 방송이 2004년 3월 31일 방영한 "여성이 세상을 지배한다면"이라는 가상 다큐멘터리 프로그램은 영국 왕립 연구원 원장이자 약학 교수인 수전 그린 필드(Susan Green Field) 박사와 런던대학교 유전학 교수인 스티브 존스 박사 등 전문가들의 객관적인 예측을 근거로 미래의 세상을 드라마 형식으로 구성해본 것으로, 미리 가본 2020년 세계는 온통 여인천하가 돼있었다. 미래가 여성의 지배에 들어가는 이유는 우선 산업구조가 남성적인 근력을 필요로 하던 제조업에서 컴퓨터 스크린 앞에서 뇌를 사용하는 창의력 중심 형태로 변화하고 있다는 점을 들었다. 여성은 힘이 부족하다는 이유로 더 이상 불이익을 받지 않게 될 것이며, 집에서 일할 수 있는 유연한 근무 체제로 육아와 일을 병행하는 것이 어렵지 않게 될 것이라고 전망했다. 또한 여성 특유의 섬세함과 포용력, 비폭력적인 협상력 등이 앞으로의 사회에서 남성과 비교하여 강점이 된다고 하였다.

요즈음의 조직형태 추세가 전통적 관료제 모형을 벗어나 팀제 도입, 수평조직의 필요성이 강조되는 변화의 분위기에서 여성성을 발휘하는 새로운 리더십이 요구되며, 여성의 긍정적인 특성, 속성을 이용한 특유의 차별화된 리더십이 자연스레 발현된다. 세계최고 속도로 고령화 사회를 향해 달려가는 '위기의 한국'이 회생할 수 있는 길은 여성인력의 적극적인 활용이라고 세계적 컨설팅업체인 맥킨지는 분석했다.[21]

2) 성역할에 대한 인식의 변화

현대 사회가 발전을 거듭할수록 각 분야에서 여성의 사회적 위치와 권리는 향상되고 있다. 여성통계연보(1996)의 통계치를 보면 1980년대 이래 경제활동 참여율에 있어서 여성이 남성에 비하여 빠른 속도로 증가하고 있다. 남자는 1985년 72.3%에서 1995년에는 76.5%로 4.2%가 증가한 반면, 같은 기간 중 여성은 41.9%에서 48.3%로 6.4% 증가했다. 혼인 상태별 경제활동 참여율을 보면 83년 참여율이 미혼 34.0%, 기혼 34.4%에 비해 95년에는 각각

50.4%, 47.6%로 증가하였으며 지속적인 증가 추세를 나타내고 있다. 또한 남녀 고용평등법의 시행, 출산 및 육아제도의 개선, 탁아사업을 비롯한 육아보육 시설의 증가, 직장 여성에 대한 사회 인식의 변화 등 여성의 사회 진출과 권리 향상을 뒷받침하는 법적, 제도적, 물리적 장치와 사회여건이 크게 개선되고 있다.(공보처, 1996). 이와 같이 현대사회에 들어서면서 역사적 조류는 "남자는 일, 여자는 가정"이라고 하는 상식을 근본적으로 다시 생각하기를 요구하고 있다.[22]

여성을 위한 여건의 변화는 물론 남성들 자체도 변화하기 시작했다. 2003년 6월 세계적인 커뮤니케이션 에이전시 Euro RSCG는 흥미로운 조사결과를 「포브스(Forbes)」에 발표했다. 이 조사는 미국 사회가 더 이상 남성과 여성의 구분으로만 이해될 수 없다는 것과 남성은 특히 아버지인 남성과 그렇지 않은 남성으로 행동이 구별되고 있음을 보여주었다. 남성들이 가정 경제를 책임지는 부분에 대해서 상당히 유연해진 태도를 보이고 있는데 국내외 조사에서 남성들은 배우자의 벌이가 자신보다 낫거나 더 비전이 있다고 판단되면 언제든지 집에 눌러앉을 수도 있다고 하였다. 남성들이 여성의 적극적인 사회활동의 조력자로서 고정적인 남녀의 역할을 바꿔보겠다는 의지를 표현하는 방향으로 사고가 변화하고 있다. 여성의 사회활동이 활발해지고 경제적인 수입도 늘어나면서, 결혼생활에 있어서도 동등한 파트너십이 강조되고 있다. 과거의 권위적이고 거리를 두던 아버지의 모습으로는 생존하기 어렵다고 판단한 남성들의 의식변화는 다원화된 성의 역할에서 독점적인 고유의 영역을 없애고 있다. 점점 더 여성들은 전통적인 집에서의 역할에 머무는 것을 거부하는 반면, 남성들은 집안일을 하는 것이 훌륭하다고 생각한다. 그들은 가족과 함께 하는 시간을 가치있어 하며, 삶과 일의 균형을 요구하고 있다. 더 이상 집안일을 여성들만의 활동으로 생각하지 않으며 많은 시간을 가족과 함께 보내기를 원하고, 그들의 파트너 역시 그들이 가지고 있는 만큼 일할 권리를 가지고 있음을 수긍한다.[23]

이러한 의식의 변화는 사회에 적극적으로 반영되어 국내에는 여성 법무부 장관이 등장했으며, 여성 교수에 대한 차별이 심하다는 비판을 받았던 미국 MIT(Massachusetts Institute of Technology)에 사상 처음으로 여성 총장이 등장하였다. HP (Hewlett-Packard) 회장 칼리 피오리나(Carly Fiorina), 미국의 올 브라이트(Albright) 외무장관 들은 사회적 성공과 가정에서의 성공 모두를 이룬 여성으로 평가받고 있으며 남편의 외조가 성공의 원동력이었음을 밝히는데 주저함이 없다.

현대 사회에서 여성의 경제력이 높아지면서, 결혼 대신 동거를 하거나 혹은 이혼하는 여성의 수가 증가하여 독신 여성의 비율이 높아지고 있는 추세로 더 이상 독신이나 이혼은 흠이 아니다. 이혼은 이제 긍정적인 라이프스타일의 선택으로 여겨진다. 독신 여성들은 소비자 시장에 점점 더 큰 영향력을 행사하면서 1980년대 여피처럼 21세기의 새로운 마케팅 타켓으로 등장하고 있다.

기존의 여성이 부여받았던 성적 대상이나 장식의 대상으로서 수동적이고 모성적인 여성이라는 고정적인 이분법적 여성성은 희미해지고, 여성의 사회적 위치나 태도의 변화에 따라 여성적인 매력뿐 아니라 경제력과 능력을 갖춘 여성으로 인정받기 시작하였다. 여성적 감성이 미래의 지식정보 시대의 새로운 원동력으로 주목 받으며, 여성성이 새로운 의미와 힘을 부여 받게 된 것이다.

2. 21세기 새로운 파워 우먼의 라이프스타일과 패션 스타일

과거는 물론 현대 파워 우먼의 필수조건은 경제력과 전문성 그리고 패션이다. 경제력과 전문성은 생계를 유지하기 위한 수단이며 패션은 자신감을 드러내는 도구로서 파워 우먼의 모습을 돋보이게 한다. 21세기 파워 우먼들의 사회적 영향력은 점차 커져 가고 있으며, 결혼 유무를 떠나 이들은 대부분 싱글 라이프를 멋지게 향유하는 경향이다. 파워 우먼들은 지위, 독립성, 자신감을 가졌으며 패션에 대한 감도도 그만큼 철저하고 높을 수 밖에 없다. 그들은 스스로의 삶을 즐기고 외출하기를 즐기며, 트렌디한 레스토랑과 와인, 그리고 건강에 좋은 먹을거리들을 중요시 하며, 스파(spa) 등 건강에 좋은 장소를 찾아다니며 건강을 위한 체력 단련을 중요시 한다.[24]

21세기 초 강조되는 여성 이미지는 1980년대 여성 여피와 그 상황적 배경을 기본적으로 공유하면서 우먼 파워와 파워 드레싱 측면에서 비슷한 양상을 보인다. 이러한 경향은 패션에서 80년대 복고풍 스타일의 유행으로 이어지고 있다. 최근 유행하는 80년대 복고풍은 단순한 과거의 복고가 아닌 21세기 화두가 되고 있는 우먼 파워와 연관되어 파워 우먼의 패션스타일을 반영하여 나타나는 경향으로,

80년대의 여성 여피족의 패션 스타일뿐 아니라 라이프스타일에서도 건강과 피트니스에 집착하며 몸을 가꾸어 자신 있게 드러내는 스타일과 능력 있는 여성임을 증명하는 고가품 구매를 통한 과시적인 스타일의 경향은 80년대 여성 여피의 패션 스타일과 비슷한 양상을 보인다. 그러나 21세기 여성들은 나름대로 패션 코드를 가지고 자신의 위치에 맞게 다양한 스타일을 추구한다. 명품부터 보세까지 사치스럽기보다는 실리적이고 고급스러운 이미지를 추구하는 상반된 패션행동을 보이며, 패셔너블한 것과 유명 브랜드를 좋아하지만, 구제품이나 빈티지 제품을 함께 코디함으로써 자기 자신이 브랜드에 집착하는 사람이 아닌 것처럼 보이고 싶어 하는 경향도 있다.

21세기 새로운 파워 우먼의 스타일 특성 또한 1980년대와 마찬가지로 크게 의복 스타일, 신체 스타일, 소비 스타일의 세 가지로 나누어 살펴보면 다음과 같다.

1) 파워 드레싱에 나타나는 새로운 여성성

80년대 여성 여피의 파워 슈트는 남성복 요소를 부분적으로 또는 전체적으로 차용하여 남성과 동등한 인간으로서의 여성의 능동성과 능력 있고 자신감 있는 여성 이미지를 표현하는데 주력하였다. 그러나 21세기에 새로이 나타나는 파워 슈트는 80년대 파워 드레싱에서 은폐되었던 여성성을 겉으로 드러냄으로써 새롭게 표현된다. 역삼각형의 각진 어깨선이 부드러워지고, 전체적인 실루엣은 몸에 피트하게 맞아 여성 인체를 간접적으로 드러내며 이에 따라 소재는 더욱 부드러워진다. 또한 형태는 남성의 슈트와 유사하나 남성복에서는 관례적으로 사용하지 않는 밝고 강렬한 색채 사용을 통해 여성성을 강조한다.

2003년 S/S YSL '파워 슈트' 컬렉션에 등장한 슈트는 80년대 파워 슈트의 역삼각형 실루엣이 다시 등장하였으나 각지고 강한 워킹 우먼(working woman)의 이미지보다는 어깨선이 볼륨감 있으면서도 부드러워지고 소재가 매우 가벼워지고 유연해짐으로써 오히려 섹시한 이미지를 표현한다.〈그림 9〉

또한 파워 드레싱과 관련한 언급이 있는 스타일 사례를 살펴보면 80년대보다 훨씬 부드럽고 유연한 이미지가 표현되어 성숙하고 여성적인 이미지가 부각되고, 데이 타임의 파워와 이브닝의 섹시함이 믹스된 새로운 파워 드레싱이 나타난다. 03/04 F/W 마이클 코스(Michael Kors)와 D&G의 경우 남성복 슈트에서 차용한 포멀한 라인으로 80년대 파워 우먼 룩의 재현 같지만, 자세히 살펴보면 좀더 부드러워진 라인과, 타이트한 미니스커트, 니트 혹은 보우타이 블라우스 등 여성스러운 이너(inner)와 디테일이 함께 혼합되면서 강한 남성성보다는 쉬크한 동시에 자신감 있는 여성미를 표현한다.〈그림 10〉

2000 F/W 조르지오 아르마니, 마이클 코스, 발렌티노(Valentino) 등은 80년대의 어깨 패드를 응용하면서 동시에 슬림한 허리선과 훨씬 부드러운 라인, 고급스러운 소재와 모피 디테일 등으로 투박하지 않으면서 세련되고 로맨틱하게 디자인을 전개하여 80년대 파워슈트를 섬세한 숙녀 같은 모습으로 모던하게 재해석하고 있다. 2003 F/W 구찌(Gucci) 컬렉션의 경우 돌먼 슬리브나 패드된 어깨, 칼라와

〈그림 9〉 2003 S/S
YSL

〈그림 10〉 2003 F/W
Michael Kors

〈그림 11〉 2003 F/W
Gucci

여밈을 과장한 광택 소재의 재킷에 레깅스 혹은 미니스커트를 코디하면서 다소 아방가르드하게 변형된 파워 드레싱을 통해 강하고 섹시한 여성미를 부각시키고 있다.〈그림 11〉

21세기 새로이 나타나는 여성의 파워 드레싱은 과장된 어깨 라인과 타이트한 펜슬 스커트, 슬림하고 밑위길이가 긴 팬츠에서 보이는 80년대의 Y실루엣이 다시 등장하였으나 새틴 등 가볍고 부드러운 소재감, 부피감이 강조는 되지만 좀더 둥근 어깨 라인 등으로 나타난다. 80년대 여성 여피의 강한 남성성과 힘의 이미지를 표현하던 유니폼적인 파워 슈트는 이제 훨씬 쉬크하고 고급스러운 감각으로 좀 더 부드러워진 커리어 우먼 룩으로 여성성과 섹슈얼리티를 표현하며 동시에 세련되고 능력 있는 여성의 권위 이미지를 표현하면서 슈트에서도 자신의 개성을 추구하는 새로운 스타일로 나타나고 있다.

패션 스타일 면에서 80년대와의 또 다른 중요한 차이는 근무시간과 자유시간의 상반된 상황에 자연스럽게 어울리는 스타일을 선호하며 자신만의 독특한 개성을 나타내는 것을 즐기며 어느 장소에서도 두드러질 수 있는 스타일을 선호한다는 점이다.

2) 소프트 스포츠로 나타나는 여성성

패션뿐 아니라 특히 건강관리와 몸매관리는 파워 우먼들이 가장 중요시 하는 부분으로 커리어를 쌓는 동시에 생활의 여유를 완벽하게 누리고자 하는 요구가 생활의 한축을 형성하면서, 생활의 여유, 유연한 태도가 중요한 이슈로 떠오르고, 스포티브가 매우 강력한 트렌드로 대두된다. 21세기 여성의 섬세함이 중요하게 부각되면서 여성들은 남성적인 근육질의 몸을 거부하고 여성의 몸에 대해 변화된 인식으로 신체에 대한 이미지는 여성적인 몸매를 통해 여성성을 강조하는 것으로 변화하며 맑은 정신을 중요시하는 다양한 운동에 시간과 에너지를 투자한다. 여성의 잘 관리된 인체와 건강미, 스포츠를 즐기는 라이프스타일의 가치가 중요해지면서 몸을 날씬하게 하기위해서는 물론 자신의 건강을 좀 더 돌보기 위해서 그리고 정신을 맑게 하기 위해서 등 이유가 다양해지면서 체력을 관리하는 방법도 다양해 졌다. 액티브한 스포츠는 물론 요가 등 다양한 정적인 스포츠의 종류도 늘어가고 있다.〈그림 12〉 특히 80년대 에어로빅, 바이크, 리얼 스포츠 아이템의 디테일과 스타일을 적용한 실용적이고 기능적인 스포티 캐주얼 스타일은 고급스러우면서 여성스럽고 스포티한 이미지로 모던하게 재해석되며, 고급 패션과 스포츠의 접목, 스포츠를 즐기는 라이프스타일을 반영하는 에슬레틱 룩 등으로 여성의 능동성, 건강미, 활동성을 표현한다.

80년대 스타일에서 영감을 받은 디자인 사례를 살펴본 결과 스포츠와 관련하여, 2002 F/W 루이비통과 알렉산르로 델라쿠아(Alessandro dell'aqua), 2003 F/W 마이클 코스의 경우 고급스러우면서도 도시적인 스포티 캐주얼 스타일을 표현한다. 몸매를 드러내는 블루종과 레깅스 등 80년대 캐주얼 스타일에서 영감을 받은 시티 웨어로, 여성의 능동성, 건강미, 활동성을 표현한다. 지퍼나 아웃포켓 같은 실용적인 디테일이 더해지거나, 아웃도어 감각의 파카를 매치하는 등 액티브 스포츠에서 영감을 받은 실용적이고 스포티한 스타일을 제안한다. 03/04 F/W 클로에(Chloe)는 고급스러우면서도 도시적인 스포티브 무드, 부드럽고 여성스럽게 몸매를 드러내는

〈그림 12〉 소프트 스포츠

〈그림 13〉 2003 S/S Chloe

〈그림 14〉 2003 S/S Celine

볼륨감있는 저지 탑과 팬츠, 뾰족한 하이힐로 섹시함을 강조한 여성스러운 스포티즘 경향을 제안하였다. 〈그림 13〉 또한 2003 S/S 세린느(Celine), 스텔라 맥카트니(Stella Mc Carteney)의 컬렉션에서도 여성스럽고 스포티한 이미지의 믹스를 볼 수 있고, 이는 온 타임과 오프 타임 모두에 자연스럽게 어울리면서 개성을 드러낼 수 있는 여성성을 강조하면서도 모던하게 변형된 새로운 우먼 파워 스타일로 제안된다. 〈그림 14〉 80년대 복고이면서도 최근 스포츠 트렌드가 반영된 디자인은 여성스러운 신체이미지를 부각하면서 모던하게 변형된 새로운 우먼 파워 스타일로 제안된다.

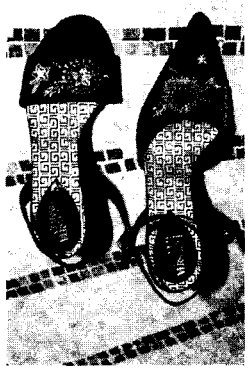
3) 숨겨져 표현되는 과시성

21세기 사회의 엘리트로 자리 잡으며 구매력 있는 소비자 집단으로 부상한 새로운 파워우먼의 소비 스타일은 브랜드 가치를 따지고 구입하는 것이 아닌 no logo, no brand를 즐긴다. 이는 80년대의 브랜드 로고와 가격을 통한 부를 과시하고자 하는 경향과는 달리 고가품을 선호하지만 획일성에서 벗어나 까다롭고 안목이 높은 개인적 취향이 반영될 수 있는 자기만의 개성을 강조한 물건에 가치를 부여하는 경향으로, 파워를 드러내는 방법은 80년대 여피의 브랜드 신봉과 비교해 맹목적인 소비가 아닌 자신의 지성과 스타일, 독창성을 드러낼 수 있는 가치 지향적인 소비를 추구한다.

자신만이 만족할 수 있으면 어떠한 브랜드도 구매 리스트에 올라갈 수 있는 것이다. 패셔너블한 것과 유명 브랜드를 좋아하지만, 특정한 브랜드 라벨이 아닌 자신의 고유의 취향으로 매장을 찾아다니며 브랜드 충성보다는 멀티 샵을 선호하는 경제력 있는 여성 소비자들이 많아졌다. 이는 명품의 대중화로 인해 사라지는 고유의 개성 추구의 욕구가 반영된 것으로 다양한 럭서리 프리미엄 마켓의 특별 주문을 통한 다양한 맞춤 상품은 물론 국내에서도 라거펠트 갤러리(Lagerfeld Gallery), 루루기네스(Lulu Guinness), 프링글(Pringle), 프레드(Fred), 세코야, 유지니아 김등 기존에 보아왔던 스타일과는 다른 다소 생소한 브랜드들의 대거 런칭으로 나타난다. 베이직한 제품이라도 고급소재의 고가품을 선호하지만 고가품이지만 고가품임을 드러내서는 안되며 고가임을 강조하기 보다는 자신의 지적 수준에 맞는 제품이라는 이미지를 보여준다.

스타일 면에서는 80년대의 강한 워킹우먼의 이미지보다는 성숙한 여성미를 섹시하게 드러내는 스타일로 80년대 상류층의 부를 상징하던 고급스러운 모피를 사용하나 동시에 젊은 이미지와 함께 표현되며 〈그림 15〉, 구제품이나 빈티지 제품을 함께 코디하는 다소 보보스적인 패션 스타일도 나타난다. 〈그림 16〉 2000 F/W 클로에는 80년대 맹목적인 상류층 지향 이미지를 재해석 하여 돌먼 슬리브, 기모노 슬리브 등 넉넉하면서 풍성한 소매를 사용하고 80년대 동양권의 영향으로 다양하게 제안된 광택 있는 새틴 실크 소재를 사용하여 매혹적인 부유한 숙녀와 같은 스타일을 제안하였다. 2003 S/S 구찌 컬렉션은 80년대 글램 섹시룩과 스포티즘 트렌드가 함께 표현된 스타일로 80년대 경제적 풍요로움에 대한 향수를 반영하면서도 활동적인 여성을 위한 새로운 라이프스타일을 반영한다. 광택감 있는 소재를 스포티하고 캐주얼한 실루엣으로 구성하여 일과를 행하는 동안 편안하면서도 저녁에는 칵테일파티에 입고가도 손색이 없는 스타일을 제안했다. 다시 말해서 21세기 새로이 나타나는 파워 우먼의 소비 스타일을 통해 살펴본 과시는 무조건적인 브랜드 신봉을 통한 파워의 과시가 아닌 고가품을 선호하지만, 획일성에서 벗어난 다양하고 은폐된 방향으로의 과시가 나타난다.

〈그림 15〉 2002 Alealessandro dell'aqua



〈그림 16〉 04/05 F/W Versace Shoes

Ⅳ. 결론

연구의 결과를 요약하면 위의 〈표 1〉로 정리될 수 있으며 연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 21세기 새로이 나타나는 우먼 파워 드레싱의 경우 80년대 남성 중심적 사회에서 엘리트주의

〈표 1〉 우먼 파워 드레싱의 의미와 조형성의 변화

	파워 드레싱 (Power Dressing)	스포츠의 적극적 수용 (Sports Mania)	과시적 소비 (Conspicuous Consumption)
1980년대 우먼 파워 드레싱			
의미	여성성의 은폐 남성성의 부각 이중적 특성 권위의 상징	남성성 강조(파워스포츠) 건강과 힘의 이미지 중시 성인의 이미지 능동적, 자율적 여성성	경제적 능력의 과시 지위의 상징
조형성	형태, 색, 소재: 딱딱하고 넓은 어깨 무채색	형태, 색, 소재: 바디컨셔스 근육질 몸매 큰 키, 넓은 어깨, 큰 가슴, 작고 올라간 힘, 긴 다리 라이크라, 라텍스, 스트레치성 소재	형태, 색, 소재: 시각적 과시 이미지
	아이템 : 남성 비즈니스 슈트의 차용 테일러드 재킷 깔끔한 블라우스 감추어진 화려한 속옷	아이템 : 액티브 스포츠 웨어 레깅스, 복서 팬츠, 트레이닝팬츠, 폴로셔츠, 사파리 슈트	아이템 : 디자이너 브랜드 값비싼 보석 모피 화려한 이브닝 웨어
	착장방식 : 짙은 화장 TPO에 맞는 전형적 스테레오 타입	착장방식 : 액티브 스포츠웨어와 다른 아이템들의 조합	착장방식 : 일류 명품으로 치장 브랜드와 로고의 과시

2000년대 우먼 파워 드레싱			
의미	새로운 여성성의 부각 여성성과 남성성의 융합 세련됨과 고급스러움 추구 개성의 추구	소프트 스포츠 유행 여성적 몸매와 맑은 정신 유연한 태도 요가 등 다양한 스포츠	은폐되는 과시성 no logo, no brand 고가품 선호 가치 지향적 소비
조형성	형태, 색, 소재 : 80년대 Y실루엣 부드러워진 어깨선 여성적인 곡선미 부드럽고 가벼운 소재 광택 있는 소재, 감성적인 색상	형태, 색, 소재 : 80년대 스타일 부드럽고 여성스러운 몸매	형태, 색, 소재 : 보보스적 스타일 성숙한 여성미 광택 있는 실크 새틴 글램 섹시 룩
	아이템 : 바디컨셔스 라인의 스커트, 팬츠	아이템 : 블루종, 레깅스, 볼륨 있는 저어지탑	아이템 : 고가의 베이직 제품 구제품, 빈티지 제품, 모피
	착장방식 : 데이터임 +이브닝 남성적 아이템 + 여성적 아이템 포멀 + 캐주얼	착장방식 : 풍성한 탑 + 타이트 바텀 스포츠 룩 + 섹시 하이 힐	착장방식 : 멀티샵 선호 맞춤형 제품 구제 + 명품

를 지향하는 여성 여피 집단이 남성과 동등한 위치에서 경쟁하기 위해 은폐되었던 여성성을 겉으로 드러냄으로써 새롭게 표현된다. 이는 21세기가 여성의 세기이며, 여성적인 감성이 미래의 지식정보 시

대의 새로운 원동력으로 주목받으며 여성성이 새로운 의미와 힘을 부여받게 된 것에서 비롯된다. 새로이 나타나는 뉴 파워 드레싱은 80년대 여성 여피의 파워 드레싱과 비교해 역삼각형의 각진 어깨선이 부드러워지고, 남성복에서는 관례적으로 사용하지 않는 가벼워진 소재와 색채, 몸에 피트되어 여성의 인체를 드러내면서 뉴 파워 드레싱은 여성성을 강조한다.

둘째, 21세기에는 80년대의 건강하고 힘이 넘치는 근육질을 이상으로 생각하던 여성의 몸에 대한 인식 또한 변화되어 남성적인 근육질의 몸을 거부하며, 21세기 파워우먼의 경우 여성적인 몸매와 맑은 정신을 중요시하며, 일중독적인 여피와 비교해 커리어를 쌓는 동시에 생활의 여유를 완벽하게 누리고자 하는 태도가 중요한 이슈로 떠오르면서, 여성적인 몸매, 맑은 정신을 중요시하는 다양한 운동에 시간과 에너지를 투자한다. 그러므로 최근 스포츠 트렌드가 반영된 디자인은 근육질을 강조하기 위한 바디컨셔스 라인에서 여성스럽고 스포티한 이미지의 믹스로, 여성성을 강조하면서 모던하게 변형된 새로운 우먼 파워 스타일을 제안한다.

셋째, 과시성의 경우 80년대 여피의 디자이너 브랜드를 통한 경제적 능력과 사회적 성공의 과시, 여피의 사치스럽고 화려한 소비성향, 진품의 값비싼 보석으로 자신의 부를 표현하는 것을 세련된 것으로 여겼던 것과 비교해 21세기 파워우먼의 경우 무조건적인 브랜드 신봉을 통한 파워의 과시가 아닌 고가품을 선호하지만, 획일성에서 벗어나 까다롭고 개인적 취향이 반영될 수 있는, 자신만의 개성을 강조한 물건에 가치를 부여함으로써, 브랜드 로고를 드러내기보다는 자신의 지성과 스타일, 독창성을 드러낼 수 있는 가치 지향적인 소비를 하며, 획일성을 벗어난 다양하고 은폐된 방향으로의 과시가 나타난다.

여성의 이미지와 능력에 대한 사회적 평가 변화는 최근 패션에서 우먼 파워를 나타내는 뉴 파워 드레싱(new power dressing)이라는 새로운 패션 스타일로 표현되고 있다. 본 연구는 최근 다시 부각되는 파워 드레싱에 주목하여 여성 파워 드레싱의 시작이라 할 수 있는 80년대 여성 여피(Yuppie)족의 패션 스타일과의 비교 분석을 통해 현대 패션에 나타나는 우먼 파워 스타일의 특수성을 정의내리고자 하였다.

본 연구의 결과 새로이 나타나는 뉴 파워 드레싱은 단순히 복고풍의 한 현상으로서가 아닌 새로이 나타나는 우먼 파워의 상징으로 해석한 것은 연구자의 주관에 의한 해석이 아닌 전반적인 사회, 문화적 배경과 파워 드레싱과 80년대 복고풍과 관련한 컬렉션 사진의 분석을 통해 객관화하였다. 이는 현재 진행 중인 트렌드의 반영으로 향후 우먼 파워와 관련하여 지속적인 스타일 변화의 연구가 병행되어야 할 것이다. 또한 21세기 남성의 파워와 관련하여 패션에서의 변화를 살펴보는 것도 의미 있는 결과를 얻을 수 있을 것으로 생각된다.

참고문헌

1) fashionbiz, 2002. 9.
2) 뉴딜정책은 1933년 미국 대통령 루스벨트가 경제대공황을 극복하기 위하여 내놓은 경제 부흥 정책을 말한다. 1929년 10월 24일 뉴욕 주식시장의 주가 대폭락을 계기로 시작된 경제 불황은 미국 전역에 파급되고, 그것이 연쇄적으로 세계적인 대공황으로 확대되었다. 당시의 대통령 H.후버(재임기간 1929-1933)의 필사적인 방지 대책에도 불구하고 물가는 계속 폴락, 1932년까지 국민총생산(GNP)은 1929년 수준이 56%로 떨어지고 파산자가 속출하였다. 이에 따라 실업자가 날로 늘어나 1,300만 명에 이르렀다.
3) http://usinfo.state.gov/products/pub/ocean/chap3.htm.
4) Newsweek 출판부 (1984). *Newsweek*, p. 27.
5) 한귀자 (2002). 패션디자인에 반영된 보보스 현상에 관한 연구. 한양대학교 대학원 박사학위논문, pp. 18-20.
6) DINK는 Double Income No Kids의 약어로 맞벌이를 하면서 자녀를 낳지 않는 커플을 지칭한다.
7) 한귀자 (2002). 앞의 논문, p. 21.
8) 한귀자 (2002). 앞의 논문, p. 23.
9) 김은희 (2002). 복식에 표현된 몸 이미지. 서울대학교 대학원 박사학위논문, p. 80.
10) 김은희 (2002). 앞의 논문, p. 53.
11) 김은희 (2002). 앞의 논문, p. 80.
12) 김지영 (1997). 밀리터리패션에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, p. 26.
13) 김지현 (2002). 현대패션에 나타난 스포티브 룩에 관한 연구. 서울여자대학교 대학원 석사학위논문, p. 41.
14) 김지연 (2002). 20세기 이상미에 따른 여성 속옷 구성에 관한 연구. 창원대학교 대학원 박사학위논문, p. 27.
15) 김지연 (2002). 앞의 논문, p. 60.
16) Thames & Hunson (1999). *20th century fashion*. V. Mendes and A. Haye, p. 224.
17) 김지현 (2002). 앞의 논문, p. 72.
18) 김소영 (2002). 패션 커뮤니케이션 매체와 이상적 신체미. 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문, p. 113.
19) 정영금 (2003). 여성의 일과 삶. 시그마 프레스, pp. 27-37.
20) 2010년 한국, 일하는 여성들이 만드는 세상. 우먼 코리아 보고서, pp. 34-40.
21) 이주희, 전병우, Jane Lee 지음 (2004). 유리천장 깨뜨리기. 관리직 여성의 일과 삶. 한놀 아카데미, p. 81.
22) 노은이 (1998). 여성의 성역할 태도에 따른 스포츠 인

식과 참여에 관한 연구. 연세대학교 대학원 석사학위 논문, p. 3.
23) The Third Man Rising, crisis masculinity and the changing role of the male consumer, *Viewpoint*, #9 (2002), pp. 58-61.
24) Grit Girl, woman who are rewriting social, financial and emotional stereotypes, *Viewpoint*, #9 (2002), pp. 38-43.