〔연구논문〕

EISSN 2234-0793
PISSN 1225-1151
Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles
Vol. 42, No. 5 (2018) p.823~838
https://doi.org/10.5850/JKSCT.2018.42.5.823

# 현대 패션 전시의 유형별 연출 기법과 특성 연구

**정다운 · 하지수*†**

서울대학교 생활과학연구소, *서울대학교 의류학과

# A Study on Display Techniques and Characteristics of Contemporary Fashion Exhibitions

**Dawn Jung · Jisoo Ha*†**

Research Institute of Human Ecology, Seoul National University
*Dept. of Textiles, Merchandising & Fashion Design, Seoul National University
Received April 24, 2018; Revised (June 22, 2018; July 25, 2018); Accepted August 9, 2018

**Abstract**

The article surveys the technique and characteristics of contemporary fashion exhibitions in terms of fashion museography and fashion curation. The article reviewed both a literature study on the history of fashion exhibition focused on the display technique as well as a case study of domestic and international contemporary fashion exhibitions. The results of the article is as follows. Fashion brand exhibitions are about building competitive business advantage by planning differentiated contents. It gives viewers a brand fantasy and increases brand loyalty. This type mainly displays the latest collections on the commercial purpose as well as uses diverse mediums and high technology to make a spectacular space that provides an immersive experience to the viewer. Second, the museum fashion exhibition focuses on the roles of fashion in terms of social, cultural and artistic aspects that also focus on public education. The presentation technique emphasizes careful collection conservation rather than celebrate fashion business. The article is to encourage a further scholar discourse of fashion curatorial practice and theory.

***Key words***: Contemporary fashion exhibition, Museum fashion exhibition, Fashion brand exhibition; 현대 패션 전시, 박물관 패션 전시, 패션 브랜드 전시

## I. 서　　론

패션 전시는 현대에 들어 패션 산업과 예술 문화가 맞닿는 특수 영역으로 인정받으며 새롭게 주목받고 있다. 현대 패션 전시는 과거와는 달리 더 이상 옷을 유물 문화재로서 보존의 대상으로만 취급하지 않는다. 본 연구는 패션 그 자체를 향유하기 위한 패션 전시, 그래서 패션 커뮤니케이션의 주요 매체가 되는 최근의 패션 전시를 연구대상으로 삼아 논의를 진행한다. 최근 패션 전시의 경향을 살펴보면 세계적인 디자이너의 회고 전시, 패션 문화에 대한 전시 등 주제의 범위가 넓고, 연출 기법에서도 다양한 시도가 나타나고 있다. 럭셔리 패션 하우스에서도 패션 전시를 고급스러운 마케팅 수단으로 활용하는 추세다.

현대 패션 전시의 관련 국내외 선행연구를 살펴보면 다음과 같다. 국내 패션 전시 관련 연구는 한국 전통 복식 유물의 전시에 관한 연구(Ahn & Park, 2010; Hong,

†Corresponding author
E-mail: jisooha@snu.ac.kr
본 논문은 박사학위 논문의 일부임.
본 논문은 2017년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행됨(NRF-2017S1A5A2A01027263).

ⓒ 2018, The Korean Society of Clothing and Textiles. All rights reserved.

2011; Ku, 2005; Yun, 1997), 섬유 패션 전시 및 산업에 관한 연구(Kim, 2015; Kwon, 2017), 패션 브랜드와 패션 전시를 대상으로 하는 연구(Cho et al., 2011; Hahn, 2012; Han, 2017; Jang & Yang, 2011; Jung & Ha, 2016; Park & Choi, 2012; Park, 2017; Yeom, 2012)가 이루어졌다. 주제와 대상 측면에서 비교적 단순한 수준에 머물러 있고, 패션 하우스의 브랜딩 전략과 아트 마케팅 측면에서 산업적 성과에 대한 논의를 위주로 하고 있을 뿐 국내 실정에 맞는 고유의 패션 전시 박물관학에 대한 연구, 전시 연출 실무에 대한 연구가 부족함을 느낄 수 있었다. 반면, 해외 선행연구는 복식 박물관학에서부터 현대 패션 디자이너의 전시까지 대상과 범위가 폭넓게 진행되었고, 국공립 박물관 전시부터 기업 박물관, 패션 브랜드 전시까지 기관에 따라 나타나는 패션 전시의 특성에 대해서도 구체적으로 사례 연구되었다(Breward, 2008; Crewe, 2016; de la Haye & Clark, 2008; Evans, 2001; Frisa, 2008; Horsley, 2015a; McNeil, 2008; Milbank, 2014; Palmer, 2008; Petrov, 2012; Steele, 2008; Taylor, 2005; Vacca, 2014).

국내 연구와 해외 연구의 가장 큰 차이점은 패션 뮤지오그라피(Fashion Museography) 및 패션 큐레토리얼(Fashion Curatorial)에 대한 연구의 부재이다. 해외 연구는 패션 전시를 전문 영역으로 인식하고 이에 대한 학제적 연구가 구체적으로 진행되어 패션 박물관학(Fashion Museology)에 대한 사례 연구가 다각적인 담론을 개진한다. 이러한 연구는 전시 콘텐츠를 다양하게 개발하는 데 기초자료가 되고 진행된 전시에 대한 면밀한 분석으로 이어져 연출 기법과 특성을 파악하는 데 유용하다. 더불어 패션 큐레이터가 직접 전시의 기획부터 완성까지 단계별 과정에 대한 구체적인 설명이 들어간 연구들은 패션 큐레토리얼에 대한 현장감 있는 이해로 이어진다.

본 연구는 패션 뮤지오그라피와 패션 큐레토리얼의 관점에서 패션 전시의 연출 기법과 그 특성을 고찰하고자 한다. 패션 전시는 전시 목적과 기획 의도를 전시 공간에서 3차원적으로 표현하기 때문에 종합적인 연출 기술이 요구된다. 연출은 단순히 주어진 전시 공간에 작품을 배치하는 기술적인 문제가 아니라 전시 작품의 특성과 패션 큐레이터의 철학에 따라 세심하게 구현된다. 전시의 최종 결과물이 드러나는 전시 공간은 관람객과 직접적으로 만나는 장소라는 점에서 중요한 연구영역이다.

연구방법은 문헌 연구와 사례 연구를 병행하였다. 패션 전시 연출 기법의 역사와 연출 디자인의 특성에 대한 문헌 연구를 실시하고, 현대 패션 전시에 대한 개념 정립과 유형 도출 및 특수성을 파악하였다. 전시 연출 관련 선행연구를 바탕으로 패션 전시의 연출 단계와 구성요소를 도출하였으며, 이를 근거로 다양한 국내외 패션 전시 사례 연구하였다.

본 연구는 패션 전시가 전시장에서 패션 콘텐츠와 맥락을 물리적으로 연출하는 방법론과 현대 패션 전시의 특성에 대한 이해를 도모하고, 패션 전시의 기능과 역할에 대하여 학제적으로 고찰하여 현대 패션 문화를 형성하고 새로운 패션 담론을 생산하고자 한다. 패션 전시의 기획, 연출 기법에 대한 연구가 매우 부족한 이 시점에서 본 연구는 패션 큐레이터가 전시를 기획하는 과정에서 유용하게 활용될 것으로 기대하고, 패션 전시가 완성된 단계에서 전시 결과를 평가하는 데 기초자료가 될 것으로 예상한다.

## II. 패션 전시 연출의 변천 및 현대 패션 박물관학

패션 전시의 역사적 흐름과 함께 연출 기법은 발전해 왔다. 초기 복식 박물관학(Dress Museology)의 등장에서 패션 박물관학으로의 변화는 연출 기법으로 뚜렷하게 그 변화를 찾아볼 수 있다(Clark & de la Haye, 2014; Melchior, 2015; Steele, 2008). 본 연구에서는 패션 전시 연출의 변천을 살펴보고, 이를 바탕으로 현대 패션 전시의 특성을 파악한다.

### 1. 패션 전시의 기원과 연출 기법의 변천

전시의 주요 대상이 복식에서 패션으로 이동함에 따라 전시의 맥락과 기획 연출이 새롭게 모색되었기에 이에 따라 현대 패션 전시의 고유 특성과 담론을 이해할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 19세기에 등장한 복식 전시에서 최근의 전시 형태로 발전해 온 180여 년의 시간동안 나타난 시기별 특징과 주목할 만한 변화에 따라 일곱 가지로 세분화한다. 이러한 변화는 새로운 연출 기법이 개발되거나 전시 방법론이 새롭게 등장하면서 전시에 지대하게 영향을 미친 변화를 기준으로 한다.

#### 1) 복식 전시의 출현(1830~1910년대)

복식 박물관학이 시작된 19세기는 패션을 경시하는 시대성을 갖는다. 당대의 예술과 패션을 분리하는 태도

는 프랑스의 철학자 질 리포베츠키(Gilles Lipovetsky)의 주장을 통해 이해할 수 있다. 리포베츠키는 예술은 영원하지만 패션은 일시적인 대상으로 구분하고, 예술은 엘리트를 위한 패션은 대중을 위한 존재로 보았으며, 옷을 덧없고 경박한 존재로 간주하였다. 이러한 인식과 차별적인 분위기에서 패션성은 배제되고 유물론적 관점의 복식 박물관학이 성장하였다.

사회과학이 발전하던 시대상황에 맞춰 박물관 학자들은 수집품을 과학적으로 관리하고 전시하는 것을 새로운 신념으로 삼았다(Petrov, 2012). 복식 박물관학은 문명이 진보되는 과정에 따라 옷의 제작 기법이나 소재의 개발 과정을 소개하는 내용을 위주로 전개하였다. 전시 진열에 있어서도 역사의 흐름을 연대순으로 살펴볼 수 있는 선형적인 배치가 전형으로 자리 잡았다.

2) 연극적 재현 전시의 발전(1920~1940년대)

이 시기는 패션 큐레이터, 관리자, 전시 디자이너가 직관에 의해 '맞게 보이는(Looks Right)' 상황을 연극적 재현(Tableau Vivant)으로 구성한다. 연극적 재현은 소품(Props), 배경(Backdrops), 연기하는 마네킹(Active Mannequin) 세 가지 요소가 하나의 연출 그룹으로 고정되어 정형화된 양식으로 발전하였다. 이는 최근까지도 민속 박물관 등에서 옷을 연출하는 전통적인 기법으로 활용되고 있다. 연극적 재현은 지속적으로 이어져 오는 역사가 가장 오래된 전통적인 연출 기법이다.

연극적 재현 전시는 전시물 원본이 가지는 진정성(Authenticity)의 아우라를 강조하는 것을 목적으로 서사적인 연극 무대와 같은 전시 공간을 연출한다. Petrov(2012)는 이 시기의 연출 기법을 진정성의 스펙터클(Spectacle of Authenticity)로 주장했다. 연극적 재현 전시는 패션의 매력과 지성적 권위가 결합된 대단한 시각적 쇼의 연출 형태로 나타난다는 의미이다. 최근의 전시에서도 1940년대의 연출 기법이 이어지고 있다.

3) 마네킹 연출 기법의 다양한 실험(1940~1960년대)

옷을 감상하는 데 사실적인 마네킹은 관람객과 정서적으로 교감하기에 효과적이라는 인식이 이어지며 마네킹의 연출 방법이 다양하게 모색되었다.

바스(Bath) Fashion Museum의 창립자 도리스 랭리 무어(Doris Langley Moore)는 로마 조각상을 반영하여 고전적인 마네킹 헤어스타일을 제작하여 대중에게 성공적인 연출로 평가받았고(Clark & de la Haye, 2014), 빅토리아 앨버트(Victoria & Albert; V&A) 뮤지엄에서는 1940년대에 찰스 1세와 조지 6세의 모습을 한 마네킹을 제작하여 관람객들이 자국의 역사를 왕의 모습을 한 마네킹으로 연출하였다(Petrov, 2012). 메트로폴리탄 뮤지엄 오브 아트(Metropolitan Museum of Art; MET)에서는 마네킹의 구체적인 재현의 과정이 없어도 사람들은 착장한 모습을 생동감 있게 상상할 수 있다고 판단하여, 마네킹 피겨에 머리를 실루엣으로 드로잉하거나, 마네킹 대신 사진과 드로잉을 확대하고 그 위에 전시 옷을 입히는 기법을 볼 수 있다. 마지막으로, 박물관에서 실제 모델은 전시물을 입고 전시되었다. 실제 모델의 전시물 착용은 패션 전시가 사회적으로 이목을 받고, 대중과 언론에 인기를 얻는다는 점에서 전시 관계자들의 지지를 얻었다. 이러한 방법은 옷감을 손상시키는 등 상당한 문제를 발생시키므로 1990년대에 들어 국제 박물관협의회(International Council of Museums; ICOM)에서는 사람이 전시 옷을 입고 연출하는 것을 공식적으로 금지하였다(Petrov, 2012).

4) 컨템퍼러리 패션 전시의 등장(1970년대)

1970년대는 복식 박물관학의 전형에서 탈피하고 패션 박물관학으로 이행하는 획기적인 변화가 나타나는 과도기였다. 패션 큐레이터들은 동시대 유행과 스타일, 소비와 같은 속성을 갖고 있는 패션을 전시하는 데 있어 복식 박물관학적 접근에는 한계가 있음을 인식하고 변화하기 시작했다.

1970년대 전시에서 나타난 가장 큰 변화는 현대 패션 트렌드가 등장한 것이다. 세실 비튼(Cecil Beaton)과 다이애나 브릴랜드(Diana Vreeland)는 이러한 변화의 주역이었다. 세실 비튼은 V&A 전시 <Fashion: An Anthology by Cecil Beaton>(1971)에서 최초로 오트 쿠튀르 컬렉션과 V&A 수집품으로 근현대 패션을 선보이며, 연출 기법도 매장 윈도우 디스플레이에서 사용하는 회전 마네킹, 유리 섬유 마네킹을 전시에 사용하였다. 당시 전시는 약 9만 명의 관람객이 방문하는 박물관의 역대 최고의 관람객 수를 기록하였고, 혁신적인 패션 전시 디자인으로 평가받으며 등 국제적으로 패션 전시로의 변화를 야기하였다(Martin & Koda, 1993).

다이애나 브릴랜드는 동시대 스타일을 반영한 매장과 같은 환경 연출 및 음악, 조명, 향기 등 다감각적인 매체를 사용하여 환상적인 공간을 연출하는 새로운 기법을 창조했다. 전시물의 선정하는 과정에서도 과거와

현대의 전시품을 믹스 앤 매치하거나, 기존에 엄격했던 전시물의 고증과 재현의 문법에서 벗어나 노랑, 모브, 코랄, 빨강으로 색칠한 마네킹에 전시물을 진열하는 등 색다른 연출이 시도되었다. 역사를 의도적으로 왜곡하고 허구적인 상상력을 전시 콘텐츠에 더하는 대범한 시도는 패션 전시 전문가에게 패션 전시에 대한 의식의 전환을 야기하였다(Martin & Koda, 1993).

5) 종합예술작품형의 진화(1980년대 이후)

패션의 심미성과 예술성에 주목하기 시작하면서 전시 장소가 역사 박물관, 민속 박물관에서 미술관으로 이동되었다. 이제는 패션 전시도 예술 작품 전시하는데 기법과 전시 장치가 적용되었다. 즉, 패션 전시물에 주추(Plinth), 받침대(Pedestal)가 활용되기 시작했고 작품의 재료와 출처 등을 자세하게 설명하는 캡션이 등장하였다. 1980년대는 화이트 큐브가 미술 전시의 주류 기법이었기에 패션 전시에서도 지대한 영향력을 미쳤으며, 패션 전시는 종합예술작품형(Gesamtkunstwerk, total work of art)으로 발전하였다.

19세기 작곡가 리하르트 바그너(Richard Wagner)의 이론에서 등장한 종합예술작품이란 미술, 조명, 무대, 의상 등 모든 영역이 상호작용을 하는 것을 의미한다. 패션은 순수예술작품처럼 자체가 감상의 대상이 아니기에 옷은 마네킹이나 보조 조력 장치를 통해 본연의 형적 아름다움을 감상할 수 있다는 점에서도 미술 작품과는 차이가 있다. 옷은 그 안에 담긴 사회문화적, 경제적, 미적 의미에 대한 부가 설명이 필요하고 전시물을 실제로 착장한 개인 인물의 사연과 배경에 대한 설명도 중요하다는 점에서 패션에 적합한 종합예술작품형 연출이 발전하였다.

종합예술작품형 연출에서는 패션 디자인의 조형 예술적 가치에 초점을 두고 전시 공간을 추상적으로 바꾸었다. 추상적인 공간 구성을 위해서 전시는 전시물 외에 기본적인 정보를 제공하는 패널, 삽화, 캡션이 전부이다. 이러한 전시 보조 장치는 기능적인 장식으로 역할을 하며, 전시의 전달력을 높이고 관람객에게 신뢰도를 높인다(Petrov, 2012). 보스턴 미술관(Museum of Fine Arts in Boston) 패션 큐레이터 아돌프 카발로(Adolph Cavallo)는 패션의 형의 요소는 디자이너가 창조하고자 했던 궁극의 결과물이자 디자이너의 정체성이 반영되어 있다는 점에서 가장 중요한 특성이라고 주장한다. 전시가 옷의 역사에 대해서만 초점을 둔다면, 순수한 아름다움 즉 실루엣, 라인, 형, 색과 같은 형의 요소를 집중할 수 없다고 지적하였다(Petrov, 2012).

패션과 예술의 서로 우호적인 관계는 예술로서의 패션(Fashion as Art) 혹은 패션의 예술성(Artistic Fashion)을 내용으로 하는 전시의 증가로 이어졌다. 예술 분야에서 팝아트(Pop Art)와 개념예술(Conceptual Art)이 발전함에 따라 예술의 영역은 일상의 영역으로 확장되었고, 점차 현대 예술과 패션 사이의 경계는 모호해지고 있다. Teunissen(2014)에 따르면, 현대 패션 디자인과 박물관 사이에서의 조우는 패션 전시의 새로운 실천 과제를 안겨준다. 박물관 큐레이터기 기획한 전시와 디자이너가 직접 기획한 전시는 관점에서 차이가 있다. 큐레이터는 패션 전시물을 문화의 맥락에서 넓게 조명하는 데 반해, 패션 디자이너는 자신의 오브제와 설치 방법에 담긴 개념 위주로 설명하기 때문이다. 박물관 전문 인력과 패션 디자이너들 사이에서 진행되어온 다양한 시도들은 2000년대에 폭발적으로 성장하는 패션 브랜드 주최의 전시 과도기로 보인다.

## 2. 현대 패션 전시의 특성

현대 패션 전시의 기원에 해당하는 복식 박물관학에서 사회문화, 경제적 흐름에 따라 패션 박물관학으로 이동하면서 2000년대에 나타난 두드러진 특징으로는 슈퍼스타급 패션 하우스에서 적극적으로 패션 브랜드 전시를 개최하며 패션 전시 문화를 선도한 점이다. 이제 패션 브랜드 주최의 전시는 글로벌 트렌드로 자리매김하였고, 럭셔리, 프리미엄 이미지를 구축하는 패션 하우스 마케팅의 핵심이 되었다. 미국전시산업연구원(CEIR)은 미국의 경우 전시 예산이 마케팅 전체 예산의 약 14%를 차지한다고 분석했다(Kim, 2017). 즉, 패션 하우스는 전시 마케팅으로 패션 전시를 강력한 상업성의 스펙터클 쇼로 발전시켰다.

현재는 패션 박물관학이 주류로 정착하였으나 복식 박물관학이 부정되거나 쇠퇴한 것은 아니다. 여전히 현재의 패션 큐레이팅에서는 전통과 현재 사이에서 유동적인 자세를 취하고 있다. 패션 전시에 선도적인 V&A, MET, FIT 박물관(FIT Museum; FIT)에서는 패션 컬렉션을 소장하고 상설 전시를 운영하고, 여전히 소장품을 문화유산으로 대우하며 복식 박물관학의 전통적인 박물관 기능과 역할의 가치를 중시한다. 동시에 패션 박물관학을 기반으로 패션성을 인식하는 다양한 방식의 기획 전시

를 진행한다. 즉, 현대 패션 큐레이팅에서는 복식 전시이되 패션 전시가 될 수 없는 이분법적인 관계로 분리하지 않고 포괄적으로 수용하는 추세이다.

## III. 패션 전시의 유형과 유형별 연출 기법

### 1. 현대 패션 전시의 유형

패션 전시의 유형을 분류하는 기준과 특성은 박물관의 기능이나 목적을 기준으로 하거나 패션 전시의 주제 및 전시물 특성에 따라 분류하고 있다. 선행연구에서 주요하게 논의된 패션 전시 유형을 요약하면 다음과 같다. Park and Ham(2014)은 전시 유형을 회고 전시, 주제 전시, 순회 전시, 패션 하우스 전시로 분류하였고, Steele (1998)은 연대 전시, 장식 예술 전시, 회고 전시, 지적인 쇼 네 가지로 분류하고 있다.

위와 같은 선행연구에서의 유형 분류는 최근 들어 급격하게 성장하며 패션 전시의 전체에서 높은 비중을 차지하고 있는 패션 기업에서 주관 주최하는 '패션 브랜드 전시'가 포함되어 있지 않다. 패션 브랜드 전시는 박물관 큐레이터가 전시를 기획한다는 기본 전제에서 자유로운 특징이 있으며, 박물관에서 전통적으로 따르는 소장품 보호의 책임 등 기관으로서의 다양한 의무로부터 자유롭다. 새롭게 등장한 이 유형은 현대 패션 전시의 가장 두드러진 특성을 반영하고 있고, 최근 들어 가장 높은 빈도로 기획되는 패션 전시이다(Kim, 2017). 현재 삼성디자인넷 등의 패션 연구소에서도 '패션 브랜드 전시'의 전문 정보를 제공하며, 『보그』나 『뉴욕타임즈』와 같은 매체에서도 '패션 브랜드 전시' 기사를 꾸준히 소개하는 추세이다. 따라서 이러한 변화를 반영한 새로운 패션 전시 유형이 요구된다.

본 연구에서는 현대 패션 전시의 유형을 박물관에서 주최하는 '박물관 패션 전시(Museum Fashion Exhibition)'와 패션 하우스에서 주최하는 '패션 브랜드 전시(Fashion Brand Exhibition)'로 분류한다. 박물관에서 주관하는 기획 전시 성격의 패션 전시를 오늘날 학계와 언론에서는 '박물관 패션 전시'로 명칭하고 있다. 이 유형은 박물관에서 주최하여 기획하는 모든 전시 영역을 포괄하는 개념으로 '패션 브랜드 전시'와 가장 대조적인 특성을 드러내는 유형으로 볼 수 있다.

기존 선행연구에서는 회고 전시, 연대 전시, 장식 예술 전시 등 전시 콘텐츠의 성격이나 전시품의 특성에 따라 유형을 분류하고 있으나, 현대 패션 전시의 경향을 보면 이러한 분류는 적합하지 않다. 현대 패션 전시는 탈장르화가 급진적으로 진행 중이다. 패션 이외 예술, 과학, 정치와 같은 다양한 분야와 이념, 가치를 전시 콘텐츠로 다루며 다른 분야와 전시의 경계를 넘나드는 자유로운 형식으로 기획 연출된다. 예컨대 한 디자이너의 회고 전시가 가방과 같은 장식 예술 전시로 구성되고, 인상주의와 같은 연대 전시를 주제로 하지만 패션 하우스 전시이기도 하다. 따라서 전시 유형의 분류는 박물관 같은 공적 기능을 우선시하는 기관에서 전문 큐레이터를 주축으로 기획하는가, 혹은 상업적 목적이 주된 패션 기업에서 주최하는가에 따라 나누어 볼 때, 기획 의도와 패션 전시물의 연출 기법의 차이가 명확히 드러난다.

전시는 본질적으로 박물관의 고유 영역이기 때문에 복식 전시와 패션 전시 모두 박물관 내에서 출발하였고, 이후 옷에서 어떠한 특성에 주안점을 두느냐에 따라 복식 전시(Dress Exhibition), 의상 전시(Costume Exhibition) 등 다양하게 명명하였다. 오늘날에는 패션 박물관학의 등장과 함께 박물관 패션 전시가 더욱 일반적인 용어로 사용된다(Horsley, 2014; Mears, 2008; Taylor, 2005). 따라서 '패션 브랜드 전시'와 '박물관 패션 전시'는 패션 전시를 가장 거시적으로 분류하는 유형으로 각 유형의 특성을 살펴보면 다음과 같다.

#### 1) 박물관 패션 전시

박물관 패션 전시는 박물관 큐레이터를 주축으로 기획되며, 박물관의 공익적 역할과 사회문화적으로 유의미한 전시 활동을 중시하고, 패션의 사회문화적 역할과 예술적 의미에 대해서 고찰할 수 있는 기회를 대중에게 제공하는 것을 취지로 한다는 점에서 패션 브랜드 전시와 차이가 있다. 따라서 전시 콘텐츠가 브랜드 홍보에서 벗어나 문화, 사회, 정치, 종교, 역사 등 여러 분야에 걸친 패션 내러티브를 다양하게 다룬다는 점이 특징이다. 박물관 패션 전시의 특성을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 다양한 문화를 소재로 한다. MET의 <China: Through the Looking Glass>(2015)는 중국에 대한 환상을 담아 중국 패션과 현대의 하이패션 사이의 연결고리를 탐색하고, V&A의 <Club to Catwalk>(2013)는 패션과 펑크, 클럽 문화 같은 하위 문화의 관계와 특성을 다룬다. 오늘날의 패션 문화를 구성하는 사회문화적인 내용을 다루고 시대정신을 표출한다.

둘째, 특정 인물의 패션사 및 패션의 역사를 조명한다. LA 카운티 미술관(Los Angeles County Museum of

Art; CMA)의 <Reigning Men>(2016)은 18세기의 귀족 의상부터 19세기 댄디룩(Dandy Look), 21세기의 스키니 슈트(Skinny Suit)까지 남성복의 디자인 역사를 소개하고, 켄싱턴 궁(Kensington Palace)의 <Diana: Her Fashion Story>(2017)는 다이애나 왕비의 패션 스타일을 통해 왕비의 삶을 조명하고, 왕비가 패션을 통해 전하고자 했던 정치적, 사회적 메시지, 여성으로서의 태도를 보여준다. 역사 전시는 대중에게 유익하고 흥미로운 역사적 사실을 알리며, 문화유산을 보존한다는 점에서 공익활동의 일환으로 볼 수 있다.

셋째, 패션 디자이너의 회고 전시이다. 회고 전시는 박물관에서 진행하는 패션 전시의 약 40%를 차지하는 가장 대중적이고 인기가 많은 유형이다(Horsley, 2015b). 박물관은 태생적으로 교육적 기능을 하는 기관이기 때문에 패션 전시에서도 인물을 인류사적으로 접근하고 패션의 기여도와 같은 사회문화적 역할에 집중한다.

2) 패션 브랜드 전시

패션 브랜드 전시는 패션 하우스에서 주관 및 주최하는 전시이다. 공간은 주로 사립 갤러리에서 대관하여 사용한다. 패션 브랜드 전시는 전문 큐레이터 대신 디자이너가 직접 전시를 기획하고 스타일리스트가 전시 디자인을 담당하기도 한다. 스타일리스트가 기획한 전시 <Endless Journey>(2017)는 DDP 복도를 전시 공간으로 활용하고 승강기와 비상 출입구 앞에서 소장품을 소개하는 등 일반적인 전시 문법으로부터 자유로운 형식을 취하고 있다. 국내에서는 디자인 활성화 정책에 따라 DDP에서 패션 브랜드 전시가 활발하게 개최하고 있다. 패션 브랜드 전시는 패션 기업에서 지원하는 막대한 자본으로 마케팅의 목적이 분명하게 드러나는 패션 비즈니스의 영역이다. 상업적인 스펙터클함을 표현하는 것이 주된 목적이라는 점에서 월드 투어의 블록버스터 전시가 많다.

발레리 커밍(Valerie Cumming)은 패션 브랜드 전시가 유명 인사에 관한 내용이라는 점과 평소에 갖고 싶은 매력적인 브랜드를 전시장에서 감상할 수 있다는 점에서 쉽게 대중의 인기를 얻지만, 오늘날 문제적 영역의 전시라고 주장한다. 여기서 문제적 영역은 전시물에 대한 적절한 관리가 생략된 채 매장에서 판매 상품을 다루듯이 쉽게 다루어지는 점이다. 커밍은 빅 네임의 패션 브랜드 전시는 당장의 영광과 이윤 추구를 위해 이러한 역할을 간과한다고 지적한다(Cumming, 2004). 반면에 패션 브랜드 전시에서 진열하는 최신의 컬렉션은 대부분이 현대에 제작되었기 때문에 아직 유물 문화재로 엄격한 관리가 필요하지 않다는 입장도 있다.

## 2. 전시 유형별 연출 기법의 사례 연구

1) 선정된 전시 사례

본 연구는 총 7편의 패션 전시를 사례로 연출 기법을 분석하였다. 패션 전시 사례는 최근의 동향을 파악하고, 패션 전시 학자들이 주목하는 전시를 위주로 선정하였다. 이를 위해서 『Fashion Theory』에 투고된 논문과 전시 리뷰에서 선정하였다.

다양한 매체에서 패션 전시를 찾아볼 수 있지만, 해외 선행연구는 『Fashion Theory』에서 출간한 연구가 대부분을 차지하고 있었다. 출판사 루틀렛지(Routledge)의 『Fashion Theory』는 패션 전시에 관한 리뷰를 다루는 대표적인 학회지이며, 1997년도 발간 이후 꾸준히 패션 전시의 리뷰를 게재하고, 비평적 담론의 논문을 소개한다. 특히, 2008년도에는 'Exhibitionism'과 'Fashion Curation'을 스페셜 이슈로 엮어서 패션 전시에 대해 심도 있게 다루었다. 『Fashion Theory』는 패션 전시와 패션 박물관학에 관한 논문 30편 이상이 발표되었으며, 현재까지도 가장 활발하게 관련 분야에 대한 연구가 이루어지 학술지이며, 패션 역사와 이론 전공의 학계에서도 학술서로 활용된다. 따라서 본 연구는 『Fashion Theory』 논문 중에서 패션 전시 사례를 선정하였다.

특히 2011년 MET에서 진행한 알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen)의 회고 전시는 현대 패션 전시의 주요한 기준이 되고 있다. 많은 전문가들은 이 전시를 기점으로 패션 전시는 대중과 전문가에게 문화적 가치와 산업적 영향력을 인정받았으며, 현대 패션 전시로 자리 잡게 되었다고 보았다(Abraham, 2015; Koda & Glasscock, 2014; Petrov, 2012; Steele, 2013; Stevenson, 2008). 2011년 이후부터 패션 전시 분야에서 패션 박물관학과 전시 기술학이 발전하며 고유한 특성을 더욱 견고하게 구축해 나가고 있다. 따라서 본 연구의 범위를 2011년 이후로 하여 현대 패션 전시의 다양한 연출 기법과 특성을 살펴보았다. 박물관의 상설 전시는 고정된 컬렉션을 장기간 진열하기 위한 연출 기법에 초점을 두기 때문에 본 연구의 주제와 목적에 적합한 연구대상이 아니라는 판단으로 제외한다.

학술지 특성상 논문 투고 후 출판되기까지 시간이 소요되기 때문에 2017년도 『Fashion Theory』임에도 불구하고 몇 해 전의 전시 리뷰가 소개되는 한계가 있었다.

이를 보완하기 위해서 국내에서 진행된 2017년도 전시를 추가하여 최근 경향도 살펴본다. 국내 전시는 연구자가 전시를 직접 방문하여 사례 분석의 결과가 더욱 풍부하고 현장감이 있다는 점에서 장점을 갖는다. 본 사례 연구는 패션 브랜드 전시와 박물관 패션 전시 유형을 모두 연구대상으로 하여 패션 전시를 총체적으로 분석하고 현대 전시의 기획력과 연출 기법의 경향을 파악하는 것을 목적으로 한다.

다음의 <Table 1>은 선정된 전시 사례를 연도순으로 정리한 표이다.

선정된 전시 사례는 패션 브랜드 전시 3편과 박물관 패션 전시는 4편으로 구성하고 있다. 패션 브랜드 전시는 루이비통(Louis Vuitton), 막스 마라(Max Mara), 샤넬(Chanel) 등 세계적인 명성의 패션 하우스에서 주관하였으며, 모두 월드 투어로 진행되었고, 최근 국내 관람객을 위해 서울에서 개최하였다. 박물관 패션 전시는 미국, 프랑스, 영국, 덴마크 등 유럽과 북미 지역의 국공립 박물관에서 전문 패션 큐레이터의 기획 아래 진행된 사례들이다. 본 사례 연구는 현대 패션 전시 유형과 다양한 경향을 포괄하고 있어 유형에 따른 연출 기법의 특성을 파악할 수 있다.

### 2) 전시 사례의 분석

본 연구에서는 전시 사례 7편을 면밀히 분석하였다. 전시의 내용 분석 요소로는 첫째, 전시 기획 의도 및 주제, 둘째, 전시 주최 기관에서 관람객에게 전달하고자 하는 메시지가 공간에서 구현하기 위해 선택한 시나리오와 연출 전략 및 기법, 셋째, 구체적으로 각 전시 사례에서 어떠한 매체를 활용하여 전시품을 연출하였는지 살펴봄으로써 이를 통해 얻은 전시 효과를 중심으로 살펴보았다. 또한, 연구분석 결과의 객관적 타당성을 높이기 위하여 담당 큐레이터의 인터뷰, 신문기사 및 학자들의 평가를 『Fashion Theory』와 같은 문헌에서 고찰하였다.

(1) <Savage Beauty>, MET, 2011.05.04.~08.07.

MET의 가장 성공적인 전시로 꼽히는 <Savage Beauty>(2011)는 박물관 패션 전시 유형에 해당한다. 이 전시는 디자이너 알렉산더 맥퀸이 사망한 2010년 이듬해에 열린 회고 전시이다. 전시 작품은 알렉산더 맥퀸, 지방시(Givenchy) 패션 하우스와 몇몇의 개인 소장품을 대여하였다. 총 작품은 100여 벌의 의상과 70여 개의 액세서리들로 이루어졌으며, 담당 큐레이터 앤드류 볼튼(Andrew Bolton)과 패션 하우스 알렉산더 맥퀸의 협업으로 진행되었다. 이 전시는 66만여 명의 최고의 관람객 방문수를 기록한 화제의 패션 전시다. 패션 디자이너 전시의 영향력과 가능성을 제시하고, 박물관과 패션 기업의 후원 간의 긍정적인 관계를 보여주는 본보기 전시로 비평가와 대중 모두에게 긍정적인 평가를 받았다. 지금까지도 이 전시는 패션 전시의 이론과 실천에 있어서 본보기가 되어 새로운 방향성을 보여주는 대표적인 사례로 평가받는다.

이 전시에서 두드러지게 나타나는 연출 기법에는 다양한 마네킹의 활용과 종합예술작품형에서 진화하는 특성으로 요약된다.

전시 테마는 낭만(Romanticism)으로 전시 시나리오와 공간 연출 역시 각 낭만주의 테마에 따라 전개되고 있다. 특히 마네킹으로 테마의 극적인 분위기를 고조시키고 있다. 첫 번째 방에서는 맥퀸의 테일러링을 입은 일부 안면 마네킹이 있다. 얼굴 표정이 없는 단순한 모습의 마네킹은 관람객으로 하여금 마네킹에 시선을 빼앗기기보다는 마네킹이 입고 있는 옷의 소재, 실루엣, 테일러링의 기술력에 더욱 집중하도록 하고 있다. 이러한 전시 연출 효과는 교육적인 효과까지 얻고 있다(G. G., 2011). 나무로 제작된 새 모양의 머리로 된 마네킹, 표류한 유목과 산호의 나뭇가지로 만든 마네킹 헤드 피스, 알루미늄 동물 등 <Fig. 1>과 같은 실험적인 마네킹은 모자 디자이너 필립 트레이시(Philip Treacy), 보석상 션

**Table 1. Exhibitions list of case study**

| | Exhibition | Period | Location |
|---|---|---|---|
| 1 | Savage Beauty | 2011.05.04.-08.07. | MET |
| 2 | Impressionism and Fashion | 2012.09.25.-2013.01.20. | Musée d'Orsay |
| 3 | Fur - An Issue of Life and Death | 2014.10.03.-2015.02.27. | National Museum of Denmark |
| 4 | Charles James: Beyond Fashion | 2014.05.08.-08.10. | MET |
| 5 | Mademoiselle Prive | 2017.06.23.-07.19. | D Museum |
| 6 | Volez, Voguez, Voyagez-Louis Vuitton | 2017.06.08.-08.27. | DDP |
| 7 | Coats!: Max Mara, Seoul 2017 | 2017.11.29.-12.12. | DDP |

린(Shaun Leane) 같은 전문가의 기술력으로 하나의 조형 예술 작품과 같이 완성도가 높게 제작되었다. 마네킹은 맥퀸이 패션을 통해 드러내고자 했던 여러 내재적 의미를 전달하는 시각적 보조 장치로 활용하고 있다(G. G., 2011).

둘째, 이 전시는 종합예술작품형이 진화되어 있다. 낭만을 극적으로 표현하기 위해 알렉산더 맥퀸의 패션쇼를 제작한 다지이너 샘 게인스버리(Sam Gainsbury)와 조셉 베넷(Joseph Bennett)이 공간 연출을 맡아 미술, 조명, 무대, 의상 등 영역이 상호작용하며 수준 높은 시노그라피를 표현하였다(Steele, 2013). 전시장 '호기심의 캐비넷(Cabinet of Curiosities)'에서는 격자무늬의 프레임으로 제작한 가구 각각의 칸에 액세서리, 비디오 설치 영상, 미니어쳐의 홀로그램을 상영하였다. 이렇게 물질 매체와 비물질 매체를 혼합은 시각적인 흥미로움과 지적인 세련됨을 시너지로 이루었다. 맥퀸의 런웨이 쇼에서 음악을 담당했던 존 고슬링(John Gosling)은 각 전시장마다 늑대 울음소리, 바람소리, 심장 박동소리 등 다른 음향을 재생하여 작품에 대한 대중의 이해력을 높였다(Koda & Glasscock, 2014). 맥퀸의 패션 컬렉션을 좋아했던 유명 인사, 동료들의 생생한 증언과 인용문구도 소개되었다. 모델 나오미 캠벨(Naomi Campbell)은 컬렉션에서 맥퀸의 컬렉션을 입는 것은 영예와 기쁨이었다고 회고했다(G. G., 2011).

큐레이터 볼튼은 '맥퀸의 패션은 감정을 표현하는 주요한 배출구였으며, 가장 깊고, 어두운 그의 상상력을 볼 수 있는 방법이었다.'고 설명한다(Steele, 2013). 이 전시는 맥퀸의 대표 작품을 통해 패션 디자이너로서의 천재적인 디자인 능력을 강조하고, 예술적인 마네킹, 몰입적인 멀티미디어, 풍부한 시각 자료를 통해 음모와 아름다움, 가벼움과 낭만적 야만스러움과 같은 다양한 테마의 전시 무대를 완성도 있게 연출하고 있다.

(2) <Impressionism and Fashion>, 오르세 미술관, 2012.09.25.~2013.01.20.

이 전시는 오르세 미술관에서 개최한 박물관 패션 전시의 유형으로, MET와 시카고 아트 인스티튜트(Chicago Arts Institute)와 협업으로 이루어진 실험적인 전시로 평가받는다. 전시 주제는 1860년대에서 1880년대의 인상주의자들이 그린 회화 속에 나타난 패션의 변화를 통해 근대 파리지엔의 삶의 변화를 살펴보는 것이다. 전시 작품에는 19세기 인상주의 미술의 대가 마네(Manet), 모네(Monet), 드가(Degas), 카유보트(Calibotte)의 작품을 포함하고 있다. 전시는 화가의 작품과 작품 속에 묘사된 모습의 실제 의상을 나란히 진열하여 당대 화가들이 패션을 어떠한 태도로 묘사하고 있는지 볼 수 있다. 크로스 장르 전시는 패션과 순수 회화가 조화롭게 어우러져 완성된 결과물이며, 관람객에게 패션과 예술의 만남이라는 풍부한 문화체험을 제시한다.

이 전시는 초기 복식 전시가 출현했던 때와 같은 유물론적 관점으로 접근하면서도, 최신 매체를 사용하고 있어 현대 패션 전시의 모습을 나타내고 있다. 본 연구의 II장에서 살펴 본 복식 전시의 옷 진열 방식을 이 전시에서 찾아볼 수 있다. 복식 박물관학의 전형대로, 전시품은 투명 캐비닛 안에 옷을 진열하여 유물 문화재를 보호하며, 헤드와 다른 장식이 배제하고, 무채색의 중성 소재로 마네킹을 마감 처리하였다. 반면, 현대 패션 전시에서 주로 나타나는 대형 미디어 스크린을 활용하고, 전시장 바닥을 잔디로 마감하고, 극장이 연상되도록 천정과 벽면 공간을 인테리어하였다. <Fig. 2>와 같이, 모네의 회화 작품 <Women in the Garden>(1866)에 등장한 여름 야회복 두 점은 대형 스크린으로 확대하여 실제 드레스와 병렬 배치되어있다. 덕분에 관람객은 회화 속 여인과 실제 전시물을 비교 감상하며 당대 패셔너블한 여성과 옷의 디테일을 표현하고 있는 인상주의 화풍을 접한다. 이러한 연출은 전시물과 소품, 배경을 요소로 하는 연극적 재현 전시 방법과 현대 기술력으로 예쁘고 장식적인 옷의 시대적 나열이라는 한계에서 벗어나고 있다.

(3) <Fur - An Issue of Life and Death>, 덴마크 국립 박물관, 2014.10.04.~2015.02.22.

덴마크 국립 박물관에서 개최한 전시 <Fur - An Issue of Life and Death>는 이 기관에서 기획한 최초의 패션 전시이다. 이 전시는 과거 극지방 원주민들이 생존의 목적으로 모피를 착용한 것과 달리 현대 사회에서는 사회적 지위와 상징물로서 모피가 소비되고 있음을 조명하고 있다. 이 전시는 모피라는 소재로 윤리적 소비에 대한 논의를 다루는 도구로 역할한다는 점에서 호평받았다(Melchior, 2015).

이 전시는 박물관의 공익적 역할과 현대 패션 전시의 특징이 조화를 이루며, 복식 박물관학과 패션 박물관학을 모두 포괄하고 있다(Melchior, 2015). <Fig. 3>과 같이 여우 코트를 입은 마네킹과 여우가 서로를 마주보는 모습은 전시에서 관람객에게 평소에 가지고 있던 모피 사냥과 생산에 대한 사람들의 다양한 생각들을 화두로 던지고 있다. 관람객에게 패션을 위한 모피의 사용에 대한 찬성과 반대 의견을 질문하고, 찬성하는 입장은 전시장 오른쪽으로, 반대자는 왼쪽으로 입장한다. 이러한 전시

**Fig. 1. Savage Beauty exhibition, (2011).**
From Alexander McQueen Wedding Dress Inspiration from the Savage Beauty Exhibition. (2011). http://www.weddinginspirasi.com

**Fig. 2. Impressionism and Fashion exhibition, (2012).**
From Gallery Two - En Plein Air. (n.d.). https://www.metmuseum.org

**Fig. 3. Fur exhibition, 2014.**
From Cater. (2015). https://www.wgsn.com

입장 방향은 정치에서 좌익과 우익을 보여준다. 패션 모피를 찬성하여 오른쪽으로 입장하는 관람객은 보수와 자유주의를 지지하는 우익, 반대자는 사회주의의 좌익을 비유한다.

전시장 내부에는 두 개의 영역으로 구분되어, 전시장의 오른편은 1950년대부터 최근의 덴마크 모피 패션 디자인을 진열하고, 왼편은 북극 지역 원주민의 모습을 한 연극적인 마네킹과 함께 다양한 전통복을 진열하고 있다. 오른쪽은 상업 매장이 연상되는 현대적인 패션 매장과 같은 환경을 연출하고 있다. 왼쪽은 이누이트(Inuit), 사미(Sami), 시베리안(Siberian) 사람들을 연기하는 마네킹, 소품, 의상, 배경이 재현되었다. 이러한 대조적인 구성은 관람객이 한 전시장에서 양분되어 나타나는 두 가지의 전시 연출 기법을 동시에 감상하며, 모피에 대해 극단에 위치해 있는 이슈를 공간적으로 경험하는 놀라운 기획력이다(Melchior, 2015). 전시의 마지막 영역에서는 입장할 때 질문했던 것에 대한 답변을 관람객이 직접 글로 남길 수 있다. 관람객들의 다양한 의견들은 벽면 스크린을 통해 전시하였다.

덴마크는 세계적인 모피 공급원이자 최대의 수출자원이라는 점을 고려할 때, 이 전시가 국내 관람객에게 일으키는 반향은 상당했을 것으로 예상된다. 이는 국립박물관에서 패션과 정치라는 획기적인 프레임으로 기획된 전시임을 알 수 있다. 패션은 사회에서 강력한 힘을 갖고 있기 때문에 이러한 정치적인 맥락도 충분히 전달할 수 있다는 믿음을 바탕으로 기획된 전시로 분석된다.

(4) <Charles James: Beyond Fashion>, MET, 2014. 05.08.~08.10.

MET에서 매년 5월마다 기획하는 패션 전시에서 2014년도에는 세계 패션사에서 전설로만 회자되던 미국의 첫 번째 쿠튀에리 디자이너 찰스 제임스(Charles James)를 대상으로 개최하였다. 전시를 담당한 패션 큐레이터 헤롤드 코다(Herold Koda)는 패션을 감상하는 새로운 접근법을 시도하기 위해 실험적인 연출 기법을 고안해내며 전문가들로부터 전시 기획력을 호평받았다. MET의 소장품으로 구성된 이 전시는 그동안 큐레이터 볼튼이 패션 기업의 소장품과 막대한 후원으로 진행해 온 MET 전시와는 차이가 있다.

먼저, 전시물은 마치 조각 작품과 같은 예술성을 집중적으로 조명하고 있다. 어두운 전시 공간에서 머리와 팔이 없는 검은색 마네킹은 제임스 컬렉션의 색감과 드레이퍼리와 같은 실루엣에 더욱 집중하도록 하고 있다. 전시 작품은 1940년대부터 1950년대까지 제임스의 벨 가운을 집중적으로 소개하고 있으며, 검은색 벨벳 스커트, 파유 직물, 깃털의 뼈대, 뻣뻣한 코튼과 말의 털, 끈 없는 비대칭의 새틴 드레스까지 다양하다. 전시품 보호를 목적으로 하는 전시 연출 전략도 돋보인다. 먼저, 옷감을 보호하기 위해 강렬한 조명을 피하고, 각 전시품은 거대한 원형 무대 위에 놓여있어 관람객의 손길에서 벗어나

고 있다. 유리 진열장을 대신하는 원형 무대는 유리라는 방해 없이 옷을 자세히 관람하는데 장점이 있다(DeGregorio, 2015).

전시의 가장 흥미로운 점은 패션 전시물의 내부를 감상하는 새로운 감상의 영역을 제시하고 있다. 각각의 전시물은 엑스레이 비디오 시스템으로 옷을 촬영하여 완성된 옷감 안의 구조물을 분석한 내용을 작은 스크린에서 상영하였다. 로봇 팔을 활용한 디지털 프로젝트 사용은 관람객에게 시각적으로 만족감을 제공할 뿐 아니라 몇 십 년 전 과거에 만들어진 전설적인 디자이너의 건축적이고 신비로운 옷을 자세하게 분석하여 과학적인 논리와 구조를 이해하도록 한다. 시청각형과 디지털형 매체로 시도된 실험적인 전시 관람 방식은 옷감에 대한 기술적이고 역사적인 통찰력을 구현해내고 있다. MET의 디렉터 토마스 캠벨(Thomas P. Campbell)은 이 전시에서 선보인 혁신이야말로 '미래적 사고'를 전달하는 패션 전시라고 설명한다(DeGregorio, 2015).

(5) <마드모아젤 프리베>, 디뮤지엄, 2017.06.23.~07.19.

국내에서 개최한 여러 편의 샤넬 전시 <Work in Progress>(2011), <Little Black Jacket>(2013), <장소의 정신>(2014) 중 가장 최근에 진행된 패션 브랜드 전시의 사례이다. 전시 <마드모아젤 프리베>는 브랜드 창립자인 가브리엘 샤넬(Gabrielle Bonheur Chanel)의 작품 세계를 재조명하고 현 크리에이티브 디렉터 칼 라거펠드가 제시하는 샤넬의 방향성을 보여준다. 디뮤지엄에서는 칼 라거펠드가 창조적인 시각으로 재기 넘치는 재해석을 통해 가브리엘 샤넬의 이야기를 선보이고, 샤넬 브랜드의 대담함과 에너지를 경험할 수 있다고 안내한다.

이 전시는 패션 기업에서 상업적인 목적을 갖고 주최한 전시로써 컨템퍼러리 패션 전시의 상업적인 스펙터클 쇼의 특성이 잘 드러나 있다.

이 전시는 시각, 후각, 촉각 등 오감을 자극하고, 미디어 아트와 증강현실을 적극적으로 활용하여 관람객의 감성적인 체험에 집중하고 있다. 샤넬을 대표하는 No.5 향수 전시실은 향수 실험실로 연출하였다. 관람객들은 실험실에서 삼각 플라스크와 에어로크를 통해 향수의 원재료인 알데하이드, 일랑일랑, 장미, 재스민을 시향하며 시각과 후각을 자극받는다(Woo & Cho, 2017).

전시 중반부에서 오트 쿠튀르 공방을 모티브로 하는 전시실은 실제 샤넬 공방의 옷감을 커튼처럼 내려 연출하였다. 관람객들은 좁은 커튼 길을 따라 옷감을 스치고 만지면서 지나간다. 이동하는 길 중간에는 가브리엘 샤넬이 모델의 치수를 재는 그림자 영상이 옷감에서 비춰지고 있다. 이러한 탈 일상적이고 서정적인 공간에서 관람객은 촉각과 시각을 자극받으며 제안된 동선을 따라 움직인다.

또한, 최첨단의 영상과 미디어 매체 기술은 전시 체험을 극대화한다. <Fig. 4>는 샤넬 부티크가 처음 문을 열었던 1913년의 프랑스 도빌 부티크를 재현한 모습이다. 전시장 중앙에는 모자와 포장 상자 및 화장대에 미니 필름을 비치하고, 벽면 전체에는 프로젝트로 미디어 매핑(Mapping) 기술을 사용하여 가브리엘 샤넬이 움직이며 매장 내 움직이고 스토리를 전달한다. 또 다른 전시장에서는 보기에는 단순히 그려진 문 그림이지만 스마트폰 애플리케이션을 켜고 카메라로 스캐닝 하듯 문 그림에 비추면 프랑스 파리 깡봉가 31번지에 위치한 스튜디오의 문이 열리며 작업에 열중하는 가브리엘 샤넬을 만날 수 있도록 증강현실 기술을 활용하고 있다. 관람객은 전시 티저 영상과 관람 정보도 스마트폰 애플리케이션으로 얻을 수 있다. 애플리케이션은 전시 콘텐츠를 전시장 밖으로까지 확장하고, 관람객의 전시 감상 방법을 다각화한다. 이러한 디지털 기술 활용으로 브랜드는 관람객과의 자유로운 소통을 확대한다.

(6) <비행하라, 항해하라, 여행하라>, DDP, 2017.06.08.~08.27.

DDP에서 진행한 루이비통 전시 <비행하라, 항해하라, 여행하라>는 패션 브랜드 전시의 유형에 해당한다. 이 전시 주최자인 루이비통의 버나드 아놀드(Bernard Arnault)가 루이비통의 가문을 헌정하기 위한 의도로 기획되었으며, 큐레이터 올리비에 사이야르(Olivier Saillard)는 창립 초기 주역뿐 아니라 루이비통의 현재와 미래를 만들어나가는 이들의 발자취를 따라 되돌아보는 것을 전시의 목적으로 하고 있다(Wanted, 2016). 이 전시는 관람객들이 마치 영화 속을 여행하는 것 같은 환상을 경험하도록 공간을 연출하고 있다(Wanted, 2016). 전시 연출을 맡은 로버트 칼슨(Robert Carsen)은 운송 수단의 테마로 하여 '머나먼 곳으로의 탐험', '요트 시대의 도래', '항공', '기차' 등 총 10개의 공간을 구성하였다. 공간의 배분은 테마를 우선으로 하고 전체의 흐름은 연대순으로 하고 있다.

전시 도입은 루이비통 창립 시기의 마차용 트렁크에서 시작한다. 루이비통은 기차, 요트, 자동차, 비행기로 교통이 발전함에 따라, 변화하는 소비자의 여행 방식과 욕구를 빠르게 파악해왔고, 오히려 소비자의 새로운 취향에 한 발 앞선 디자인을 제시함으로써 지금까지 패션

하우스의 명성과 권위를 이어가고 있음을 강조한다.

전시 공간 연출은 관람객에게 몰입적인 경험을 위해 입체 모델, 그래픽 이미지, 모형 등을 적극적으로 활용한다(Wanted, 2016). 예를 들어, '머나먼 곳으로의 탐험'에서는 사막 언덕을 제작하여 그 위에 트렁크와 같은 전시품이 놓여 있고, 벽면에는 끝없는 사막의 모습이 고화질 사진으로 배경을 구현한다. '요트 시대의 도래'에서는 전시장 한가운데에 거대한 요트 닻이 공간을 메우고 있다. 이러한 평면 매체와 입체 모형은 관람 몰입도를 높이고 강력한 스펙터클을 경험하도록 한다.

다양한 멀티비전도 전시장 곳곳에 비치되어있다. <Fig. 5>는 기차를 테마로 하는 전시 공간으로 전체가 열차 내부의 모습으로 제작되어 마치 영화 세트장과 같다. 전시 벽면은 열차 내부에서 밖을 바라보듯 창문이 나 있고, 창문 밖 영상에서는 기차가 달리는 속도로 바깥 풍경이 뒤로 지나가고 있다. 움직이는 영상은 정적인 전시장에서 기차 밖 풍경의 역동성을 더하였다. 전시 큐레이터 사이야르는 루이비통을 이해하는 데 다감각적인 공간 속 내러티브가 주요하게 작용한다고 설명한다(Wanted, 2016).

마지막으로, 브랜드 로고와 광고 캠페인, 최신 상품을 전시에서 적극적으로 노출시켜 상업적 목적을 드러내고 있다. 이 전시는 1960년대 루이비통의 광고 포스터에 있던 거대한 V로고가 전시의 아이덴티티를 맡고 있다. V로고는 루이비통의 1930년대 포스터에서부터 시작하였는데, 큐레이터 사이야르는 노란색 V슬로건이 여행(Voyage)을 상징하는 기호일 뿐만 아니라 꿈을 향한 여행을 상징한다고 설명한다(Wanted, 2016). 이는 전시 포스터와 도록 등의 편집물을 장식하고 있으며, 관람객이 전시장에 들어서면 처음으로 마주하는 것도 V로고이다. 로고와 함께 전시된 1906년도 트렁크에는 루이비통의 아이덴티티 요소인 최상의 목재의 지주, 코너 장식, 잠금장치, 모노그램 캔버스가 모두 표현되어있다. 이들이 모두 표현된 최초의 트렁크라는 점에서 루이비통 전시의 목적과 주제를 명료하게 전달한다.

(7) <코트! Max Mara, Seoul 2017>, DDP, 2017.11. 29.~12.12.

막스 마라에서 주관한 전시 <코트!>는 베를린(2006)을 시작으로 도쿄(2007), 베이징(2009), 모스크바(2011)를 거쳐 서울에서 진행한 순회 전시이자 패션 브랜드 전시이다. 전시 제목에서 보듯이 전시는 막스 마라의 대표적 아이템인 코트를 주제로 코트의 변천사를 소개하였다. 막스 마라 그룹의 루이지 마라모티(Luigi Maramotti) 회장은 한국 관람객들이 전시를 통해 현대 여성들의 숱한 변화와 발전 과정에 동행해온 막스 마라의 발자취를 직접 느껴볼 수 있기를 원한다고 인터뷰했다(Oh, 2017). 마라모티는 이 전시가 기존의 막스 마라 전시와는 완전히 다른 실험적이며 새로운 콘셉트로 탄생시키기 위해 많은 노력을 기울였다고 밝혔다. 게다가 서울에서 전시를 하게 된 배경에는 전통을 고수하면서도 새로운 디지털 시대의 흐름에 발맞추어 가고자 하는 막스 마라의 마케팅 전략임을 설명하였다(Oh, 2017).

전시 구성은 막스 마라 창립자 아킬레 마라모티(Achille Maramotti)의 1950년대 디자인을 시작으로 1960년대 크리에이티브 스튜디오, 1970년대 콜라라마(Colorama), 1980년대 아이콘, 1990년대 포토그래퍼의 스튜디오, 2000년대 코트와 같이 오늘날 패션쇼까지 시간 순서대로 전개하며, 막스 마라의 시작부터 현재까지의 브랜드의 역사 전체를 소개하고 있다. 전시물은 <Fig. 6>에서 볼 수 있듯이, 약 90여 벌의 코트와 드로잉, 스케치,

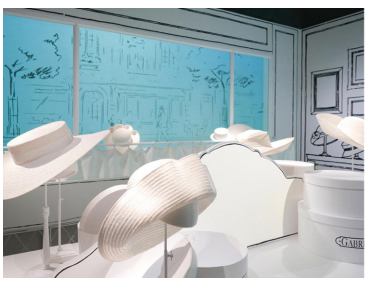

**Fig. 4. Chanel exhibition, 2017.**
From Chanel: Mademoiselle Privé Seoul. (2017).
https://www.bagaholicboy.com

**Fig. 5. LV exhibition, 2017.**
From The unexpected journey at the heart of Louis Vuitton. (2017).
https://eu.louisvuitton.com

**Fig. 6. Coat! exhibition, 2017.**
From Aulia. (2017).
http://www.harpersbazaar.com.sg

사진, 매거진, 영상, 광고 캠페인 등을 포함하고 있다. 서로 다른 시대상과 분위기를 담고 있는 7개의 방이 이번 전시의 관람 포인트라고 마라모티는 설명하고 있다. 각각의 방에서는 당대의 패션 제품뿐 아니라 사진, 광고 등 물질 매체와 비물질 매체를 활용하여 브랜드 역사와 정신을 전달하고 있다. 또 외형적으로는 이탈리아의 전형적인 건축 양식인 쿠폴라(Cupola, 돔)와 피아자(Piazza, 광장)를 재해석해 독창적인 구조를 엿볼 수 있도록 했다(Oh, 2017).

3) 유형별 연출 기법의 특성

국내외 7편의 현대 패션 전시를 면밀히 분석한 결과 패션 전시 유형에 따라 연출 기법과 특성을 바탕으로 도출한 결과를 정리하였다.

(1) 박물관 패션 전시의 연출 기법

박물관 패션 전시 <Savage Beauty>(2011), <Charles James: Beyond Fashion>(2014), <Impressionism and Fashion>(2012), <Fur - An Issue of Life and Death>(2014) 분석결과를 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 박물관 전시에서는 패션의 문화, 사회, 정치, 역사 등 다양한 주제 속에서 패션이 갖는 다양한 가치와 문화사적 역할을 대중에게 전달한다. 패션 브랜드 전시와 대조적으로 박물관 패션 전시에서는 공익적 역할이 전시의 목적으로 드러나고 있다. 전시 <Fur - An Issue of Life and Death>(2014)는 모피 농장 산업, 사냥에 대한 윤리적 측면과 과소비 현상을 집중적으로 조명한다. 또한 패션과 정치라는 새로운 프레임으로 접근하는 것은 대중적이지는 않지만 박물관으로서 사회적, 교육적 기능을 수행하고 있다. 찰스 제임스의 회고 전시는 실험적인 큐레이팅을 시도하기도 한다. 패션 전시물을 감상하는 새로운 방법으로 찰스 제임스의 전설적인 디자인을 최신의 기술력을 동원하여 과학적으로 조명한다. 이 전시의 특별함은 엑스레이로 촬영하여 이브닝 드레스 아래에 무엇이 숨겨져 있는지 알아보는 과학적이고 수학적인 접근을 시도하였다. 전시<Impressionism and Fashion>(2012)은 세계적인 명화와 19세기의 복식을 소장하고 있는 오르세 미술관, MET, 시카고 아트 인스티튜트와 같은 세계적인 박물관의 협업으로 가능한 기획이다. 이러한 공익적 주최 기관의 노력으로 일반 대중은 패션과 미술의 만남과 같은 이색적인 문화활동을 체험할 수 있다.

둘째, 공간 연출 디자인의 단계에서 패션 큐레이터는 전시물을 진열하고 배치하는 전시 준비 과정에서 전시물의 세심한 관리와 적합한 환경 조성을 중요하게 여긴다. 윌리엄 드그레고리오(William DeGregorio)는 찰스 제임스의 전시는 예술적인 경지에 이른 패션 디자인의 장인정신과 기술력을 집중적으로 연구하고 있다고 설명한다(DeGregorio, 2015). 전시 연출 기법에서도 강렬한 조명이나 화려한 볼거리 대신, 문화사적으로 가치가 높은 전시품을 온전하게 보존하는데 더욱 중시하고 있다고 설명한다(DeGregorio, 2015). 박물관 패션 전시는 공통적으로 전시물을 유물론적으로 접근하는 복식 전시의 특성이 나타나고 있으며, ICOM의 가이드라인을 따르고 있음을 확인할 수 있다.

마지막으로, 박물관 패션 전시는 전시물에 우선적으로 집중한다. 이는 브랜드 패션 전시에서 화려한 전시 장치와 연출력으로 스펙터클함을 선사하는 데 집중하는 것과는 대조적이다. 연출 디자인은 전시 작품을 돋보이도록 도와주는 역할을 하는 것이기 때문에 지나친 연출력은 전시를 침해할 수 있다. 전시물의 배치와 공간의 여백에 있어서 기승전결이 있는 구성은 전시에 피로감을 느끼지 않도록 하는 연출 기법이기도 하다.

무채색의 실험실과 같은 환경을 조성했던 전시 <Charles James: Beyond Fashion>(2014)도 이러한 연출 기법을 따르고 있다. 전시 <Impressionism and Fashion>(2012)에서는 19세기 옷과 명화에 집중하도록 무채색의 마네킹을 사용하고 헤드 및 액세서리를 생략하고 있다. 즉, 박물관 패션 전시에서는 패션 전시물과 연출 기법의 톤앤 매너가 조화를 이루면서, 연출이 전시물과 전시 주제를 뒷받침하는 정도로만 그치고 있다. 이는 전시물과 전시 환경이 대등하게 중요한 패션 브랜드 전시와는 차이가 있다.

(2) 패션 브랜드 전시의 연출 기법

패션 브랜드 전시는 브랜드의 정체성을 드러내는 로고와 색상, 패턴 등이 전시의 주된 공간 연출 요소로 사용하고 있다. 루이비통의 <비행하라, 항해하라, 여행하라>(2017), 샤넬의 <마드모아젤 프리베>(2017), 막스 마라의 <코트!>(2017)의 사례 연구를 바탕으로 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 전시는 마케팅의 목적이 분명하게 드러나는 패션 비즈니스의 영역이라는 점에서 브랜드의 유산과 철학을 차별화된 콘텐츠로 구축하며, 최신 컬렉션을 전시 시나리오에서 높은 비중으로 다룬다. 전시 <비행하라, 항해하라, 여행하라>(2017)의 경우, 루이비통 150년 역사를 뽐내며 연대순으로 전시를 구성하는 것은 타 브랜드와 차별화된 브랜드 유산을 내세움으로써 신생 후발

브랜드와 구분되는 마케팅 전략이다. 전시 <마드모아젤 프리베>(2017)에서도 브랜드 창립자의 유산을 근간으로 현재의 샤넬을 이끌어가는 칼 라거펠드의 방향성과 트렌디함을 앞세우며 오늘에 전시는 집중하고 있으며, 막스 마라의 <코트!>(2017)는 마라모티의 인터뷰에서와 같이 새로운 디지털 시대의 흐름을 같이하는 막스 마라의 움직임을 보여주기 위해 전시를 기획하였다.

세 전시 모두 공통적으로 전시품 리스트에는 최신 컬렉션과 현재 홍보 중인 광고 캠페인을 포함하며, 현재 브랜드를 이끌어가는 크리에이티브 디렉터가 바라보는 브랜드의 방향성을 홍보하고 있다.

둘째, 감성적인 공간 디자인과 감성 체험을 위한 연출 전략이 돋보인다. 전시 <마드모아젤 프리베>(2017)는 미디어 아트와 증강현실 기술을 도입하여 관람객이 시각, 청각, 후각, 촉각 등 오감을 자극받고, 감성적인 브랜드 체험을 경험하도록 한다. 샤넬 전시와 전시 <코트!>(2017)의 경우는 최첨단의 영상과 미디어 매체 기술, 프로젝트로 미디어 매핑 기술을 통해 관람객에게 초현실적인 경험을 제공한다.

셋째, 패션 브랜드 전시의 연출 기법에서는 단일 동선을 통해 전시 운영의 효율성을 중시하고 있다. 일반적인 전시의 경우는 단일 동선과 복합 동선을 혼합하거나 공간 환경에 맞게 선택적으로 설계한다. 단일 동선의 경우, 전시 콘텐츠에 집중시키는 학습 효과가 있지만, 패션 브랜드 전시에서는 원활한 운영을 목적으로 단일 동선을 선택하고 있다. 사례 연구의 세 전시에서도 단일 동선 운영이 공통적으로 확인되며, 샤넬과 루이비통의 전시에서는 전시장 내 곳곳에 운영인력을 배치하여, 오랜 기간 머무르는 관람객에 빠른 이동을 요청하고 있으며, 관람 순서를 역행하는 관람객을 직원이 저지하는 모습을 볼 수 있었다.

마지막으로, 패션 브랜드 전시는 박물관 같은 전통적인 공간보다는 자유로운 공간을 직접 구축한다. 가장 대표적으로는 전시 <코트!>(2017)가 그 사례이다. 건축가 밀리오레와 세르베토(Migliore + Servetto Architects)는 13미터 높이의 구조물에 일곱 개의 전시실을 건축하여 막스 마라 전시 공간을 만들었다. 맞춤 공간은 전시 주최자의 의도를 그대로 반영하기 때문에 최적의 환경으로 전시를 조절할 수 있다. 루이비통과 샤넬 전시 모두 DDP와 디뮤지엄에서 간이 공간을 구축하여 전시하였다. 패션 브랜드 전시의 연출 기법은 상업적인 스펙터클함을 연출하기 위해 강렬하고 화려한 볼거리 전시를 연출함으로써 패션 브랜드에 대한 환상과 호감을 높이고 있다.

유형별 연출 기법의 특성을 정리하면 다음의 <Table 2>와 같다.

## IV. 결론 및 제언

본 연구는 현대 패션 전시의 연출 기법과 고유한 특성을 고찰하기 위해 패션 브랜드 전시와 박물관 패션 전시로 유형을 분류하고 연출 기법을 사례 연구하였다. 본 연구에서는 현대 패션 전시의 유형을 주최 기관의 기획 의도와 패션 전시물의 연출 기법의 차이에 따라 '패션

**Table 2. Display techniques and characteristics of contemporary fashion exhibitions**

| Fashion Exhibition | Museum Fashion Exhibition | Fashion Brand Exhibition |
|---|---|---|
| | Public services and educational purpose | Commercial and entertainment purpose |
| Themes Scenario | Prefer experimental themes in order to explore cultural, social, political roles and meanings through fashion. | Emphasize the competitive advantage of brand power. Eg. LV exhibition focused on the heritage of brand and its history |
| Display/ Space Design | Scenography focuses on straight forward message and general understanding | Heighten brand fantasy with spectacular space design and scenography |
| | Full use of multimedia, photography, drawing for better understanding of exhibitions themes and its collection | Full use of diverse multimedia for immersive brand experience such as media mapping |
| | Prefer free flow of visitor traffic | Prefer simple flow of visitor traffic |
| | Follow ICOM regulation about conservation of collection and environment control | Often use of high tech digital installation, VR, AR for emotional exhibition experience |
| | Well presented knowledge of artifacts such as captions, panels etc. | Minimize text labels for visual effect |
| Construction/ Location | Qualified museum facilities required | Set temporary exhibition construction |

브랜드 전시'와 '박물관 패션 전시'로 거시적 관점으로 분류하였다.

현대 패션 전시의 유형별 연출 기법을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 공익적 역할을 기본으로 하는 박물관 패션 전시는 일반 대중이 현대 패션을 다각적인 측면을 배우고, 여가활동으로 즐길 수 있는 에듀테인먼트를 제공한다. 이를 위해 평소 접하기 어려운 역사적인 소장품을 전시하고, 사회문화적으로 논쟁의 여지가 있는 주제로 전시를 기획한다. 전시 연출은 스펙터클함보다는 전시물에 집중하고, 전시 주제를 도와주는 보조로 역할한다. 또한 패션 소장품은 후대에 물려줄 유물 문화재이자 자산이라는 생각을 바탕으로 전시물의 관리와 전시 환경에 있어서도 엄격하게 관리한다. 전시의 이해를 돕기 위해 사진, 문헌 자료 및 멀티미디어 같은 보조 자료를 활용하며, 캡션이나 패널과 같은 정보 전달에 중점을 두는 특성이 나타난다. 이 유형은 패션의 문화적 요소와 패션성의 가치를 강조하기 위해 연출의 톤 앤 매너가 주제를 뒷받침하는 선상에서 머무르고 있다. 이는 전시물과 전시 환경이 대등하게 중요한 패션 브랜드 전시의 공간 연출과는 차이가 있다.

둘째, 상업적인 기획 의도가 있는 패션 브랜드 전시는 브랜드의 역사와 유산에 대한 소개와 브랜드의 호감도를 높이기 위해 엔터테인먼트 체험 위주의 테마를 선정한다. 전시 연출 기법에 있어서는 캡션이나 패널과 같은 텍스트는 최소한으로 하고, 감각적 경험을 위한 미디어 맵핑이나 VR, AR과 같은 최신의 매체와 디지털 기술 장치 위주로 설치하여 브랜드에 대한 몰입적인 경험을 제공한다. 이러한 체험은 관람객에게 브랜드 아우라를 전달하여 럭셔리 브랜드에 대한 욕망을 높이는 고도의 마케팅 전략이다. 이 외에도 리테일 매장이 연상되는 환경 디자인과 브랜드 로고, 패턴 같은 홍보 요소를 적극적으로 노출하고 있다. 전시품은 최신 컬렉션을 위주로 진열하여, 옷감의 보존이나 관리 부분에 있어서 상대적으로 자유로운 특성이 있다. 많은 관람객을 동시에 수용하기 위한 단일 동선의 공간 기획이나, 임시 건축물을 세워 전시 요소를 모두 조절하는 접근은 박물관 패션 전시와의 두드러진 차이점이다.

본 연구에서는 전시 유형별 연출 기법을 분석하기 위해 국내외 현대 패션 전시 7편을 사례 연구하였다. 본 연구에서 사례 연구를 진행할 때 전시를 선정하는 기준을 『Fashion Theory』에서만 해외 사례를 선정한 점과 더욱 다양한 전시를 분석하여 유형별 연출 기법의 특성을 더욱 풍성하게 분석할 수 있다는 점에서 연구의 한계가 있다. 따라서 후속연구로는 유럽과 북미 중심의 해외 전시 사례뿐만 아니라 아시아권에서 이루어지는 다양한 패션 전시의 사례 연구를 바탕으로 패션 전시의 연출 기법에 대한 심도 있는 분석이 이루어질 것을 기대한다.

현대 패션 전시의 유형에 따른 연출 기법과 특성에 대한 고찰은 패션 전시의 성격과 영향력을 파악하고, 전시 연출의 요소가 어떠한 테크닉과 특성으로 발현되는 것인지 살펴보는 기본적인 활동으로써 그 의미가 있다. 패션 큐레이터는 이를 통해 기존 전시에서 약화된 지점을 파악하고 이를 다음의 전시에서 보완하는 방안을 얻는 것이 이상적인 역할로 사료된다. 이는 전시의 영역을 확장하고 심화해 나가는 데 가이드라인을 제안할 것을 기대한다. 앞으로 국내 패션 전시의 기획과 연출 현황을 파악하고 연구하는 데 학문적 토대가 되기를 기대하며, 나아가 패션 전시 이론과 주제 연구를 지속하여 패션 전시 고유의 지적인 의미를 획득하고 사회변동에 따라 변화하는 가치를 주체적으로 그려나가는 패션 뮤지오그라피의 발전 방향을 도모하는 데 본 연구가 활용되기를 바란다.

## References


Abraham, A. R. (2015, August 14). Why Are Fashion Blockbusters More Popular Than Art Exhibitions and What Can We Do About It? *artnet news.* Retrieved July 13, 2016, from https://news.artnet.com/market/savage-beauty-matisse-cut-outs-curator-art-fashion-blockbuster-exhibition-324701

Ahn, I. H., & Park, S. E. (2010). A case study on interpretation of costume objects of museum - Centering on Joseon Dynasty family rite costume in the National Folk Museum of Korea -. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, *16*(2), 312–323.

Alexander McQueen Wedding Dress Inspiration from the Savage Beauty Exhibition. (2011, May 5). *Wedding Inspirasi.* Retrieved August 8, 2018, from http://www.weddinginspirasi.com/2011/05/05/alexander-mcqueen-wedding-dress-inspiration-from-the-savage-beauty-exhibition-historical-royal-and-romantic-looks/

Aulia, W. (2017, December 26). Take A Peek Inside Max Mara COATS! Exhibition In Seoul With Yiyun Kang. *BAZAAR.* Retrieved August 8, 2018, from http://www.harpersbazaar.com.sg/fashion/fashion-news-trends/korean-artist-max-mara-museum-in-seoul/

Breward, C. (2008). Between the museum and the academy:

Fashion research and its constituencies. *Fashion Theory*, *12*(1), 83–93. doi:10.2752/175174108X269568

Cater, E. (2015, January 9). COPENHAGEN: Fur: An Issue of Life and Death. *WGSN Insider*. Retrieved April 1, 2018, from https://www.wgsn.com/blogs/copenhagen-fur-an-issue-of-life-and-death/

Chanel: Mademoiselle Privé Seoul. (2017, June 22). *BAGAHOLICBOY.* Retrieved August 8, 2018, from https://bagaholicboy.com/2017/06/chanel-mademoiselle-prive-seoul/

Cho, H. D., Hwang, J. K., & Lee, S. Y. (2011). A study on the aesthetic art marketing communication of luxury brand using storytelling. *Journal of Distribution Science*, *9*(3), 73–82. doi:10.15722/jds.9.3.201109.73

Clark, J., & de la Haye, A. (2014). *Exhibiting fashion: Before and after 1971.* New Haven, CT: Yale University Press.

Crewe, L. (2016). Placing fashion: Art, space, display and the building of luxury fashion markets through retail design. *Progress in Human Geography*, *40*(4), 511–529. doi:10.1177/0309132515580815

Cumming, V. (2004). *Understanding fashion history.* New York, NY: Costume and Fashion Press.

de la Haye, A., & Clark, J. (2008). One object: Multiple interpretations. *Fashion Theory*, *12*(2), 137–169. doi:10.2752/175174108X298962

DeGregorio, W. (2015). The architecture of woman. *Fashion Theory*, *19*(4), 491–503. doi:10.1080/1362704X.2015.1058038

Evans, C. (2001). The enchanted spectacle. *Fashion Theory*, *5*(3), 271–310. doi:10.2752/136270401778960865

Frisa, M. L. (2008). The curator's risk. *Fashion Theory*, *12*(2), 171–180. doi:10.2752/175174108X298971

G. G. (2011, May 12). Alexander McQueen; Savage beauty, dark nature. *The Economist.* Retrieved June 15, 2018, from https://www.economist.com/prospero/2011/05/12/savage-beauty-dark-nature

Gallery Two - En Plein Air. (n.d.). *THE MET.* Retrieved April 1, 2018, from https://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2013/impressionism-fashion-modernity/gallery-two

Hahn, S. (2012). Fashion exhibition as fashion communication media-Focus on the 2012 Nora Noh *La Vie en Rose* exhibition-. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, *36*(9), 966–978. doi:10.5850/JKSCT.2012.36.9.966

Han, B. R. (2017). *Fashion exhibition as art marketing-Based on museum types-.* Unpublished master's thesis, Sungkyunkwan University, Seoul.

Hong, S. Y. (2011). *A study on Korean costume relics in the collection at the National Museum of Denmark.* Unpublished master's thesis, Sungkyunkwan University, Seoul.

Horsley, J. (2014). Re-presenting the body in fashion exhibitions. *International Journal of Fashion Studies*, *1*(1), 75–96. doi:10.1386/infs.1.1.75_1

Horsley, J. (2015a). A fashion *"Muséographie"*: The delineation of innovative presentation modes at ModeMuseum, Antwerp. *Fashion Theory*, *19*(1), 43–66. doi:10.2752/175174115X14113933306789

Horsley, J. (2015b). *Embedding the personal: The construction of a 'fashion autobiography' as a museum exhibition, informed by innovative practice at ModeMuseum, Antwerp*. Unpublished doctoral dissertation, University of the Arts London, London.

Jang, R. Y., & Yang, S. H. (2011). Fashion communication and exhibition project - Focused on fashion exhibition design by Maison Martin Margiela -. *The Research Journal of the Costume Culture*, *19*(6), 1302–1319.

Jung, D., &, Ha, J. (2016). A study on fashion museum exhibition types and roles-Focused on Simone Handbag Museum Seoul-. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, *40*(5), 936–953. doi:10.5850/JKSCT.2016.40.5.936

Kim, E. Y. (2015). *A study on the significance in the exhibition industry of the textile and fashion*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.

Kim, S. H. (2017, June 25). 럭셔리 브랜드가 미술관으로 가는 이유 [Luxury brands reaches out museum]. *JoongAng Sunday.* Retrieved September 8, 2017, from https://news.joins.com/article/21696942

Koda, H., & Glasscock, J. (2014). The costume institute at the Metropolitan Museum of Art: an evolving history. In M. R. Melchior & B. Svensseon (Eds.), *Fashion and museums: Theory and practice* (pp. 21–32). London and New York: Bloomsbury.

Ku, J. Y. (2005). *전통복식유물의 전시 및 활용방안에 관한 연구 -서울 소재 전통복식관련 박물관을 중심으로-* [A study on the exhibition and utilization of traditional costume relics -Focused on Korean traditional costume in museums, Seoul-]. Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul.

Kwon, Y. H. (2017). *A study on plans for development of textiles-fashion industrial fairs in South Korea - Focused on PIS (Preview in Seoul)* -. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul.

Martin, R., & Koda, H. (1993). *Diana Vreeland: Immoderate style*. New York, NY: The Metropolitan Museum of Art.

McNeil, P. (2008). "We're not in the fashion business": Fashion in the museum and the academy. *Fashion Theory*, *12*(1), 65–81. doi:10.2752/175174108X269559

Mears, P. (2008). Exhibiting Asia: The global impact of Japanese fashion in museums and galleries. *Fashion Theory*,

*12*(1), 95–119. doi:10.2752/175174108X269586

Melchior, M. R. (2015). Fur - An issue of life and death. *Fashion Theory*, *19*(4), 483–490. doi:10.1080/1362704X.2015.1058048

Milbank, C. R. (2014). The fashion connection. *Fashion Theory*, *18*(4), 409–418. doi:10.2752/175174114X13996533399955

Oh, S. I. (2017, December, 23) [STYLE] 루이지 마라모티 막스마라 회장 "방대한 패션 아카이브가 우리의 저력" [[STYLE] Max Mara CEo Luigi Maramotti "Massive fashion archives are the power of the brand"]. *Joongang Sisa Magazine*. Retrieved Aug 8, 2018, from http://jmagazine.joins.com/forbes/view/319473

Palmer, A. (2008). Untouchable: Creating desire and knowledge in museum costume and textile exhibitions. *Fashion Theory*, *12*(1), 31–63. doi:10.2752/175174108X268136

Park, J. H., & Choi, H. S. (2012). A study of the function and the current state of fashion museum for construction of Korean fashion museum. *Journal of the Korean Society of Costume*, *62*(5), 156–170. doi:10.7233/jksc.2012.62.5.156

Park, J. H., & Ham, Y. J. (2014). The exhibition of modern fashion in museum. *Jornal of Korea Design Forum*, *42*, 449–460. doi:10.21326/ksdt.2014.42.041

Park, S. Y. (2017). *The study on status of contemporary art and fashion art collaboration by the types - Focused on merchandising and exhibition planning* -. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.

Petrov, J. (2012). Cross-purposes: Museum display and material culture. *CrossCurrents*, *62*(2), 219–234. doi:10.1111/j.1939-3881.2012.00231.x

Steele, V. (1998). A museum of fashion is more than a clothes-bag. *Fashion Theory*, *2*(4), 327–335. doi:10.2752/136270498779476109

Steele, V. (2008). Museum quality: The rise of the fashion exhibition. *Fashion Theory*, *12*(1), 7–30. doi:10.2752/175174108X268127

Steele, V. (2013). Alexander McQueen: Savage beauty. *Fashion Theory*, *17*(4), 419–430. doi:10.2752/175174113X13673474643129

Stevenson, N. J. (2008). The fashion retrospective. *Fashion Theory*, *12*(2), 219–235. doi:10.2752/175174108X300003

Taylor, M. (2005). Culture transition: Fashion's cultural dialogue between commerce and art. *Fashion Theory*, *9*(4), 445–459. doi:10.2752/136270405778051112

Teunissen, J. (2014). Understanding fashion through the museum. In M. R. Melchior & B. Svensseon (Eds.), *Fashion and museums: Theory and practice* (pp. 33–45). London: and New York: Bloomsbury.

The unexpected journey at the heart of Louis Vuitton. (2017). *Louis Vuitton.* Retrieved April 1, 2018, from https://eu.louisvuitton.com/eng-e1/heritage-savoir-faire/lvseoulvvv#

Vacca, F. (2014). Knowledge in memory: Corporate and museum archives. *Fashion Practice*, *6*(2), 273–288.

Wanted. (2016, October 27). Saillard approached Louis Vuitton project with 'a sense of fantasy'. *Wanted.* Retrieved October 29, 2017, from https://wantedonline.co.za/art-design/2016-07-06-olivier-saillard/

Woo, Y. T., & Cho, S. I. (2017, July 11). 욕망의 패션, 예술과 만나다. [Desirable fashion meets arts]. *Sedaily.* Retrieved December 1, 2017, from http://www.sedaily.com/NewsView/1OIFM5VHSD

Yeom, E. J. (2012). *Brand identity expressions in space-design of fashion-brand museums.* Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul.

Yun, U. J. (1997). *A study of Korean costume in the collection of overseas museums.* Unpublished doctoral dissertation, Sejong University, Seoul.

**정 다 운**

서울대학교 생활과학연구소 연구원

**하 지 수**

서울대학교 의류학과 교수