



# 현대 패션에 나타난 트위닝 경향과 내적 의미

## Trends and Internal Meaning of Twinning in Contemporary Fashion

김선영\*

순천대학교 패션디자인학과

Sun Young Kim\*

Dept. of Fashion Design, Suncheon National University

### Abstract

The purpose of this study is to determine the trend of the twinning in contemporary fashion and to find its internal meaning. The research method adopts an examination of the literature and a case study on the twinning from 2013 S/S to 2017 S/S. The results show that, in the fashion collection, the twinning was used as a tool to highlight the season's concept or design and in the designers' presentation in an experimental trial. In fashion advertising, this was utilized as a marketing strategy, whereby models that represent a twin image, twin sisters, or a mother and daughter pair were selected to portray differentiated visual images of homosexuality or ambiguous sexual identity. In the fashion magazines, the emphasis was placed on the twinning look trend, portrayed on the cover or in pictorial articles, and the sensible mode was presented. In social media, the twinning has mainly been expressed in images of the daily routine of a well-known star, whereby the social media platform provides the public with easy access to the star. In the social media, space was provided for communication to describe the star's personality and sensual fashion style. However, the model type and presentation method of the twinning were similar among the media. This examination demonstrates that the twinning stresses a differentiated personality and style, overcomes a sense of alienation through a shared aesthetic, and generates a fashion culture developed from the change in society on the perception of gender.

**Key words:** Contemporary Fashion, Trend, Twinning

## I. 서론

패션은 시대상을 반영하는 거울이자 자신의 정체성을 표현하는 수단으로 다양한 메시지를 함의한다. 질 리포베츠키(Gilles Lipovetsky)가 패션이 규율적인 통제에서 벗어나 혁신과 확산, 창조적 아방가르드와 소비자 간에 존재하던 격차를 무너뜨리는 열린 패션의 시대로 변모하였다고 주장하였듯이 현대 패션은 개인의 취향과 선택에 따

라 적극적인 자율성을 추구하고 있다(Gilles, 1987/1999). 패션 트렌드 역시 획일적인 현상을 벗어나 다채롭게 전개되면서 현대인의 개성과 자유로운 사고방식을 여실히 반영하며, 특히 다양한 패션매체의 등장은 패션을 특정 계층의 전유물이나 나 혼자만의 것이 아닌 서로 공유하는 우리 모두의 패션으로 이끌게 하였다.

이러한 가운데 현대 패션에 전개되고 있는 트위닝(Twinning)은 현 시대를 반영하는 트렌드로서 새로운 패

\* Corresponding Author: Kim, Sun Young

Tel : 061-750-3685 Fax: 061-750-3680

E-mail : ksy6341@sunchon.ac.kr

© 2017, Korean Association of Human Ecology. All rights reserved.

선문화를 선보이고 있다. 그동안 똑같은 의복을 착용하여 소속감이나 연대의식을 강조한 유니폼이나 사랑하는 연인 사이에 결속력을 과시하기 위해 착용했던 커플 룩 외에 나와 똑같은 옷차림을 한 타인을 접했을 때 느끼던 감정은 당혹스러움과 어색함이었다. 그러나 최근 패션분야에 등장한 트위닝은 한 집단의 소속감이나 이성간의 관계라는 차원을 넘어 동성을 기반으로 친구, 인생의 동반자, 가족 등 확대된 개념으로 전개되고 있고, 하나보다는 둘이서 쌍둥이 같은 이미지를 연출하여 라이프 스타일과 취향, 사고방식을 공유하는 개성적인 이미지를 나타내고 있다. 즉 이분법적으로 구분된 성의 개념을 떠나 동성의 친구나 가족, 지인들과 유사한 패션을 연출함으로써 새로운 패션 문화를 보여주고 있는 것이다.

이러한 경향은 여러 패션매체를 통해서도 확인할 수 있다. 「Vogue Korea」는 패션업계 전반에 걸쳐 트위닝 무드가 화두로 떠올랐고, 더 나아가 셀피(Selfie)를 넘어 트윈피(Twinfie) 유행으로까지 확산되었음을 언급하였고(Hong, 2016), 해외 패션 매체들 역시 패션 컬렉션 무대를 비롯한 스트리트 패션에까지 트위닝 트렌드를 확인할 수 있음을 보도하였다(Charlie, 2015). 그러나 트위닝과 관련한 선행연구는 전무한 실정이며, 유사 연구로는 커플 룩의 언어적 표현에 관한 연구(Han, 2005)가 있으나 이는 남녀 대학생을 대상으로 커플 룩을 착용하는 사람들의 의복 행동을 연구한 것으로 현대 패션에 나타난 트위닝과는 상이한 차이를 지닌다.

이에 본 연구는 현대 패션에 나타난 트위닝 경향을 살펴보고 이에 반영된 내적 의미를 조명하는데 목적을 두었다. 이는 패션이 시대상을 반영하는 표현문화라는 관점에서 현 시대의 화두로 부각된 트위닝의 사회문화적 의미를 탐색할 수 있을 것이다. 연구방법은 문헌 연구와 사례 연구를 병행하였다. 구체적인 연구 내용은 첫째, 국내·외 문헌 및 관련 기사 등을 통해 트위닝의 개념과 등장 배경을 고찰하였다. 둘째, 국·내외 패션 매체에서 트렌드 키워드로 트위닝을 언급하기 시작한 2013 S/S부터 2017 S/S까지의 여성 패션으로 한정하여 트위닝 사례를 분석하였다. 분석 내용은 패션 컬렉션, 광고 캠페인, 패션 매거진 표지와 화보, 소셜 미디어로 구분하여 각 매체별로 트위닝의 연출 방식이나 표현 특성을 살펴보았다. 셋째, 분석 결과를 통해 트위닝의 내적 의미를 탐색하였다. 분석을 위한 사진 자료는 인터넷 패션 컬렉션 전문 사이트, 해당 브랜드 홈페이지 자료, 패션 매거진과 언론 보도 자료 등을 활용하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 트위닝의 개념

트위닝(Twinning)의 사전적 의미는 생물학적인 측면에서 쌍둥이와 관련된 용어, 혹은 자매결연 도시나 프로그램, 영화나 애니메이션에서 사용하는 특수 효과 등을 지칭하는 용어로 제시되어 있다(“Twinning”, 2015). 또 인터넷 소셜 사전인 어반 디셔너리 닷컴(Urban Dictionary. Com)에는 유사한 행동이나 생각, 또는 쌍둥이와 성적 관계를 의미하는 용어로 지칭되고 있다(“Twinning”, n.d.). 이와 같이 트위닝은 쌍둥이와 연관되어 다양한 의미를 반영하고 있는 용어이나, 패션 영역에서 의미하는 트위닝은 트위닝 룩으로 불리며 동성의 친한 친구들끼리 유사한 패션스타일을 연출하여 쌍둥이와 같은 이미지를 표현하는 것을 지칭한다(Ju, 2016; Son, 2015b). 최근 국·내외 언론과 패션 매체에서는 트윈 룩(Twin Look), 시뮬러 룩(Similar Look), 버디 룩(Buddy Look), 베프(BFF: Best Friend Forever) 패션 등 여러 용어로 제시하면서 트위닝이 하이패션은 물론 스트리트 패션, 스타들의 패션에 이르기까지 폭 넓은 확산을 보이고 있음을 보도하였다(Jang, 2015; Kim, 2016; Sarah, 2014). 즉 패션영역에서 지칭하는 트위닝은 이성 간에 동일한, 또는 유사한 옷차림을 연출하던 커플 룩과는 차이를 보이는 것으로 친한 동성의 친구나 자매, 형제, 모녀, 부자 등 동성 간에 유사한 스타일을 연출하여 취향을 공유하고 개성적인 이미지를 표현하는 의미로 해석할 수 있다.

### 2. 패션영역에서 트위닝의 등장 배경

트위닝이 등장하게 된 배경은 쌍둥이와 관련된 신화적 전설에서부터 현 시대의 사회문화적 변화에 이르기까지 여러 측면에서 조명될 수 있다. 고대 그리스나 로마, 북유럽 신화에 등장하는 아폴론(Apollon)과 아르테미스(Artemis), 카스토르(Castor)와 폴리데우케스(Polydeuces), 로물루스(Romulus)와 레무스(Remus), 프레이(Frey)와 프레이야(Freyja), 불교와 인도 설화에 등장하는 공덕천(功德天)과 흑암천(黑暗天) 등 동·서양의 신화나 설화를 통해 전해져온 쌍둥이는 초자연적인 신이나 악령을 상징하는 신화적 존재로 묘사되고 있다(Moon, 2017; “Twin myth”, n.d.). 또 종교학 사전에서는 “쌍둥이라는 표상이 빛과 어둠, 하늘과 땅, 우와 좌와 같은 이원적인 측면에서

해석되어 세계 창조나 변화를 주장하는 신화적 사고에 친숙해지기 쉽다”고 언급하고 있으며, 세계 여러 민족의 신화나 민화의 주제에서 긍정과 부정의 양면적 상징성을 지니고 있다고 하였다(as cited in “Twins”, n.d.).

이와 같이 쌍둥이는 선과 악, 긍정과 부정 등 상반된 상징성을 지니고 있으며 일반적이지 않은 특이한 현상으로 인식되었다. 그러나 현대사회로 들어서면서 여성들의 사회 활동 증가로 인해 출산 연령이 높아졌고, 특히 1970년 이후 배란 유도, 인공수정, 시험관 아기 기술 등 진보된 현대 의학기술의 도움을 받게 되는 경향이 확대됨에 따라 전 세계적으로 쌍둥이 출생률은 급증된 것으로 보고되었다(Son, 2016). 즉 신화적 상징성과 상서로운 이미지로 인식되던 쌍둥이는 이제 진보된 의학기술로 인하여 자연스럽고 보편화된 현상으로 인식되고 있는 것이다. 이는 1975년 처음 시작되어 매년 8월에 열리는 미국 트윈스버그(Twinsburg) 쌍둥이 페스티벌을 비롯하여 중국 운남성(云南省) 쌍둥이 축제, 충북 단양에서 열린 쌍둥이 축제는 물론 각종 TV 프로그램에 등장하는 쌍둥이들을 통해서도 확인할 수 있다. 패션 매거진 「Elle」는 쌍둥이 출생률의 증가로 오늘날 패션영역에서도 이들의 영향력이 가시화되고 있다고 하면서 이를 스타덤에 비유한 트윈덤(Twindom)이라는 신조어까지 등장시켰다고 언급하였다(Ju, 2016).



[Figure 1]  
Romulus and Remus,  
1616.  
-http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3397767  
&cid=58143&categoryId=58143



[Figure 2]  
Identical Twins, 1967.  
-https://en.wikipedia.org/wiki/Diane\_Arbus

뿐만 아니라 쌍둥이를 주제로 한 여러 예술작품 역시 쌍둥이에 대한 신화적인 상징성은 물론 차별화된 이미지는 나타낸다. 피터 폴 루벤스(Peter Paul Rubens)는 로마의 전설적인 왕이자 쌍둥이 형제인 로물루스와 레무스를 주제로 한 회화 작품을 남겼고[Figure 1], 미국 사진작가 다이안 아버스(Diane Arbus)는 쌍둥이, 장애인, 기형아

등 출생할 때부터 특이성을 지닌 사람들을 주제로 독특한 이미지를 표현하였다[Figure 2].

이러한 예술작품 외에 쌍둥이 형제나 자매 등이 동일한 의복을 착용하여 쌍둥이 이미지를 가시적으로 표현하는 경우는 일상생활을 통해서도 쉽게 접할 수 있다. 또 현대 패션의 트렌드로서 트위닝 등장 이전에 이성 간에 동일한 아이템이나 유사한 패션 스타일을 연출한 커플 룩은 연인 사이임을 강조했고, 유니폼 같은 의복은 소속 집단의 한 일원임을 드러내는 표현 수단으로 활용되었다. 그러나 커플 룩과 다른 양상을 보이는 트위닝 등장에는 현대사회의 성에 대한 사고방식 변화와 동성 간의 우정이나 긴밀한 유대관계에 대한 새로운 인식에서도 그 요인을 찾을 수 있을 것이다. 성에 대한 사고방식은 남성과 여성이라는 이분법적 사고의 경계를 탈피한 다양한 관점으로 변모되고 있고, 성 중립적인 측면을 강조한 젠더리스, 젠더 뉴트리얼은 패션을 비롯한 사회전반의 트렌드로 확산되었다. 특히 젠더에 대한 시각을 성적인 측면에서만 접근하지 않고 동성 간의 각별한 유대와 우정의 관계로 해석되는데, 이는 브로맨스(Bromance), 위맨스(Womance), 시로맨스(Siromance), 남남케미, 여여케미 등과 같은 신조어에서도 확인할 수 있다. 각종 영화나 드라마에서 남성간의 의리와 우정을 강조하면서 등장한 브로맨스는 형제(Brother)와 로맨스(Romance)를 조합한 신조어로 널리 유행되었고("Bromance", 2017), 뒤이어 등장한 위맨스 역시 성적인 의미를 배제한 여성끼리의 친밀한 감정을 강조한 것으로 여성(Women)과 로맨스가 조합된 것이며("Womance", 2016), 시로맨스는 자매(Sister)와 로맨스가 조합된 것으로 이들 모두 남성 혹은 여성의 동성끼리 우정과 끈끈한 유대관계, 동료애, 친밀한 관계 등을 의미하는 것이다(Park, 2016). 이러한 신조어 등장은 젠더에 대한 변화된 시각을 반영하며 이성간의 관계에만 집중되었던 것에서 벗어나 대중에게 새로운 감성을 전달하였다고 할 것이다.

또한 이러한 사회적 분위기와 함께 인스타그램이나 페이스북 등 이미지 기반의 각종 소셜 미디어 역시 트위닝의 등장 및 확산과 무관하지 않다. 새롭게 진화되고 있는 소셜 미디어는 패션디자이너와 유명 스타를 비롯하여 일반 대중에게 이르기까지 모두에게 열린 패션의 소통 공간으로 서로의 취향을 공유하게 하였고, 자신의 일상과 개성을 드러낼 수 있도록 하였다. 특히 새로운 시각과 표현방식을 추구하는 패션영역에서 쌍둥이 같은 이미지 연출은 흥미로운 비주얼로 보다 강력한 메시지 전달과 색다른 이

미지를 연출할 수 있다는 장점을 지니고 있으며, 유사한 스타일 연출로 취향의 공유를 표현하고자 하는 시대상을 반영하고 있다고 할 것이다.

### Ⅲ. 현대 패션에 나타난 트위닝의 사례 고찰

#### 1. 패션 컬렉션

패션 컬렉션은 디자이너의 창조적 감성으로 탄생한 작품들의 향연이자 유행 경향을 유추할 수 있는 단서로 작용한다. 패션 컬렉션 전개는 시즌에 따라 정해진 콘셉트를 강조하기 위해 극적인 퍼포먼스를 연출하기도 하지만, 시즌 콘셉트 전달을 위해 스타일이나 색상, 문양 등 디자인 전반에 걸쳐 통일감 있는 이미지를 조화롭게 표현하는 것이 일반적이다. 특히 모델이 한 명씩 무대에 등장하여 진행되는 것이 보편적이지만 두 명의 모델이 등장하는 더블 캐트 워크의 경우 관객의 시선을 집중시키며 작품의 이미지를 더욱 강조시킨다. 과거에 전문 패션모델이 아닌 일반인 쌍둥이 모델들이 기용되어 무대에 등장한 적은 있지만, 이는 트위닝의 관점보다는 해체적이거나 아방가르드적인 메시지를 전달하고자 한 몇몇 디자이너의 컬렉션을 통해서만 선보여졌다.

그러나 2013S/S 루이 비통(Louis Vuitton)은 무대에 거대한 에스컬레이터를 설치하였고 수십 명의 모델을 짝을 지워 쌍둥이처럼 선보이면서 트윈 콘셉트에 대한 강렬한 시각적 효과를 연출하였다. 루이 비통의 다미에 패턴을 연상시키는 바둑판 문양은 서로 다른 아이템에 적용되면

서 문양의 사이즈, 색상 변화로 트위닝의 연출 방식을 선보였으며 극적인 퍼포먼스 이상의 이미지를 전달하였다 [Figure 3]. 이러한 더블 캐트 워크 연출은 단독으로 등장하는 모델보다 비주얼적인 측면에서 작품 이미지를 강조하고 트위닝 트렌드를 부각시키는데, 토미 힐피거(Tommy Hilfiger)는 피날레 무대에서 아이템, 색상, 문양 등의 변화를 보인 다양한 트위닝 스타일을 더블 캐트 워크로 선보였고 [Figure 4], 스티브 제이 앤 요니 피(SJYP)는 헤어와 메이크업은 물론 데님 팬츠 한 벌을 동시에 착용한 연출로 쌍둥이가 같은 이미지를 나타냈다 [Figure 5]. 또 동일한 색상이나 유사한 색상 톤의 활용 [Figure 6], 동일 아이템의 서로 다른 색상 적용 [Figure 7] 역시 트위닝의 연출 방식을 엿볼 수 있다고 할 것이다. 이러한 트위닝 이미지는 비슷한 연령대의 모델뿐만 아니라 확대된 패밀리로 록 범주로 연령대를 초월하여 연출되는데, 2017S/S 보테가 베네타(Bottega Veneta), 2016F/W 엘리 사브(Elie Saab), 2015F/W 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana) 등 여러 컬렉션을 통해 모녀간의 이미지로 선보여졌다 [Figure 8]. 반면 샤넬(Chanel)은 쌍둥이처럼 같은 디자인의 웨딩드레스를 착용한 두 명의 모델과 어린이를 함께 무대에 세워 동성애자 가족을 연상시키는 무대를 연출하기도 하였다 [Figure 9].

뿐만 아니라 트위닝은 해당 시즌 컬렉션 콘셉트 강조나 실험적 디자인을 선보이기 위한 수단으로 활용되었다. 샤넬은 2017S/S에 거대한 데이터 센터를 연상시키는 무대와 더불어 로봇 헤드기어와 부츠, 샤넬 트위드 슈트를 착용한 쌍둥이 로봇 이미지로 오프닝을 연출하여 미래 패션과 테크놀로지의 관계를 유틸 있게 선보였다 [Figure 10]. 또 언리얼에이지(Anrealage)은 첨단 테크놀로지 기술을 패션과 접목시킨 다양한 시도로 컬렉션을 전개하면서 의



[Figure 3]  
Louis Vuitton,  
2013 S/S,  
<http://www.vogue.it/en/shows/show/spring-summer-2013-ready-to-wear/louis-vuitton>



[Figure 4]  
Tommy Hilfiger,  
2017 S/S,  
[http://www.firstview.com/collection\\_images.php?id=45473#.WHCyqrWwddg](http://www.firstview.com/collection_images.php?id=45473#.WHCyqrWwddg)



[Figure 5]  
SJYP, 2016 F/W,  
<http://runway.vogue.co.kr/2016/03/25/seoul-collection-2016-fw-steve-j-yni-p/#0>



[Figure 6]  
Veronique Branquinho,  
2016 pre-fall,  
<http://www.veroniquebranquinho.com/archive/pre-fall-2016-2017/look-book>

상과 헤어 등 쌍둥이처럼 연출된 두 명의 모델을 무대에 세웠고 빛을 받으면 각기 다른 색상으로 변하는 의상을 선보였으며[Figure 11], 매 시즌 실험적인 작품을 선보이는 후세인 살라얀(Hussein Chalayan) 역시 무대에 동일한 의상을 착용한 두 명의 모델을 세워두고 컬렉션을 진행하면서 마지막 무대에서는 모델의 머리 위에서 물이 떨어지면 의상이 녹아내려 새로운 의상으로 재탄생되는 퍼포먼스를 연출하였다[Figure 12].

이와 같이 패션 컬렉션에 나타난 트위닝은 유사한 스타일로 연출한 쌍둥이 같은 모델, 모녀 관계를 연상시키는 모델의 더블 캣 워크를 기본으로 하고 있으며, 동일한 디자인이나 색상, 문양, 아이템, 디테일에 변화를 준 연출 방식을 통해 트윈 이미지를 강조하였다. 또 동성애자를 연상시키는 모호한 성 정체성의 표현으로 젠더에 대한 변화된 인식을 반영하였으며, 시즌 콘셉트 부각 및 실험적인 퍼포먼스를 전개하는 수단으로 활용되는 등 흥미롭고 차별화된 시각적 효과를 나타내고 있음을 알 수 있다.

## 2. 패션 광고

질 리포베츠키가 “광고는 광범위한 패션 욕망, 패션처

럼 구성된 욕망을 야기 시키며, 욕망을 제도화 하는데 기여한다(Gilles, 1987/1999).”고 주장하였듯이, 광고를 통해 전달되는 이미지와 메시지는 감성에 호소하는 강력한 도구이다. 또한 현대 사회의 다양한 분야에서 전개되는 광고는 상품의 종합적인 정보 제공이나 서비스 등 판매촉진을 위한 도구 그 이상의 가치를 나타내며 대중문화와 시대의 사고를 반영하게 되는데, 특히 패션 광고는 민감한 유행을 수용하는 특성에 따라 다른 분야보다도 시대적 트렌드나 사고를 앞서 반영하는 특징을 나타낸다(Kwon, 2004). 뿐만 아니라 성을 가시화 시키는 방식이나 모호한 성 정체성 표현, 기존 광고의 패러다임을 벗어난 시각적 충격 효과 등 여러 표현 방식을 통해 소비자의 감성에 호소하고 차별화된 이미지를 나타내는데, 최근 패션 광고 역시 트위닝이라는 시대적 트렌드를 반영함을 물론 이를 통해 다양한 감성을 나타내고 있는 것으로 파악되었다.

멀버리(Mulberry)는 2016F/W 광고 캠페인을 ‘Self reflection’이라는 주제로 전개하면서(The dapifer staff, 2016) 동일한 의상과 백을 든 실제 쌍둥이 자매의 대칭 구조를 통해 독특한 이미지를 연출했고[Figure 13], 디올(Dior) 역시 레드 색상으로 통일한 의상의 쌍둥이 자매 모델을 등장시켜 흥미로운 병치와 역동적인 이미지를 표현



[Figure 7]

Versace, 2013 F/W.

-[http://www.firstview.com/collection\\_images.php?id=35160#.WHIEPrWwdgdg](http://www.firstview.com/collection_images.php?id=35160#.WHIEPrWwdgdg)



[Figure 8]

Elie Saab, 2016 F/W.

-[http://www.firstview.com/collection\\_images.php?id=45212#.WHC2lrWwdgdg](http://www.firstview.com/collection_images.php?id=45212#.WHC2lrWwdgdg)



[Figure 9]

Chanel, 2013 S/S.

-[http://www.firstview.com/collection\\_images.php?id=33017#.WHIDV7Wwdgdg](http://www.firstview.com/collection_images.php?id=33017#.WHIDV7Wwdgdg)



[Figure 10]

Chanel, 2017 S/S.

-[http://www.chanel.com/en\\_CA/fashion/collections/show-spring-summer-2017.html](http://www.chanel.com/en_CA/fashion/collections/show-spring-summer-2017.html)



[Figure 11]

Anrealage, 2013 F/W.

-<http://www.anrealage.com/index.html#color>



[Figure 12]

Hussein Chalayan, 2016 S/S.

-<https://www.dezeen.com/2015/10/02/clothes-disintegrate-on-catwalk-hussein-chalayans-spring-summer-2016-show-paris-fashion-week/>

하였다[Figure 14]. 뿐만 아니라 발망(Balmain)은 2015 F/W에 자매 사이에서만 느껴지는 차별화된 감정과 무조건적인 사랑을 표현하기 위한 의도로 지지 하디드(Gigi Hadid)와 벨라 하디드(Bella Hadid), 카일리 제너(Kylie Jenner)와 켈달 제너(Kendall Jenner) 등 이 시대에 가장 각광받은 자매 모델들로 트위닝 무드와 동성애적인 이미지를 표현하여 화제를 모았고[Figure 15], 2016S/S에는 1990년대를 풍미했던 유명 슈퍼 모델 클라우디아 쉬퍼(Claudia Schiffer), 나오미 캠벨(Naomi Campbell), 신디 크로포드(Cindy Crawford)를 한 화면에 등장시키면서 트위닝 이미지를 강조하였다("Campaign", n.d.).

이와 같이 일란성, 이란성 쌍둥이 자매나 모델로 활동하고 있는 자매들을 통해 트위닝 분위기를 강조하기도 하지만 가족이라는 주제를 부각시키면서 표현되기도 한다. 랑방(Lanvin)은 2015S/S 광고 캠페인을 전개하면서 동일한 의상과 메이크업, 헤어 등으로 연출한 유명 모델과 딸을 통해 쌍둥이 같은 흥미로운 이미지를 표현하였다[Figure 16]. 반면 모호한 성 정체성을 화제 삼으면서 트위닝 분위기를 강조하기도 하는데, [Figure 17]의 MCM 2014S/S 광고는 남성과 여성의 양성적 아름다움을 지닌 트렌스 젠더 모델 안드레 페직(Andrej Pejic)과 유사한 이미지의 여성 모델을 데칼코마니와 같은 대칭 구조로 장식하여 양성적 대조와 전복을 통해 표현되는 유니섹스 판타지 무드를 부각시켰다("MCM", 2014).

뿐만 아니라 쌍둥이처럼 유사한 이미지로 연출된 두 명의 모델을 한 화면에 등장시켜 트위닝 무드를 부각시키는데, 모스키노(Moschino)는 2013S/S 광고에서 1960년대 레트로 콘셉트를 반영하면서 동일한 문양이지만 서로 다른 아이템을 착용한 모델로 연출하였고[Figure 18], 다음은 스커트 부분만 서로 다른 색상으로 연출하였으며

[Figure 19], 버버리는 유사한 스타일 연출을 통해 트위닝 이미지를 표현하였다[Figure 20]. 이러한 광고 캠페인은 국내 브랜드 광고에서도 찾아볼 수 있는데 보브(VOV)는 2016S/S 광고를 전개하면서 패션업계 트렌드 화두로 떠오른 것이 디자이너와 모델, 스타일리스트 등 유명 셀러 브리티 사이의 각별한 우정임을 강조하기 위해 유명 파워 블로거와 그의 절친한 친구 스타일리스트를 등장시켜 감각적인 트위닝 이미지를 제시하였다(Yum, 2016).

이와 같이 광고 캠페인에 나타난 트위닝 무드는 패션업계 트렌드를 여실히 반영하고 있으며, 실제 쌍둥이 모델이나 자매, 모녀, 또는 쌍둥이처럼 유사한 이미지로 연출된 두 명의 모델을 등장시켜 표현되었다. 특히 마케팅적 측면에서 널리 알려진 유명 쌍둥이 패션모델, 또는 자매 패션모델, 모녀 등을 하나의 화면에 등장시킴으로써 화제성을 불러 일으켰으며, 색상이나 문양, 스타일의 유사성으로 연출된 두 명의 모델을 통해 트위닝 특유의 차별화된 시각적 이미지를 표현하였다. 이는 시대상을 반영한 광고 마케팅 전략으로서 서로 다른 이성의 모델보다 동성의 모델로 색다른 이미지를 표현하여 호기심을 자극시키는 것이며, 더 나아가 동성애나 모호한 성 정체성 표현으로 성 구분의 경계에 대한 변화된 사회인식을 반영한다고 할 것이다.

### 3. 패션 매거진

패션 매거진은 패션에 관한 여러 콘텐츠를 제공함으로써 패션커뮤니케이션의 한 부분을 담당하는 것으로 각종 기사와 감각적인 시각 이미지들은 창조적인 자기 연출법을 시도할 수 있는 교육 기능, 구체적인 상품 정보 전달 및 홍보 기능, 연출된 모델 이미지를 통한 대리적 기능 등 다양한 역할을 수행하는 것으로 알려져 있다(Son & Lee,



[Figure 13]  
Mulberry,  
2016 F/W.

-<http://www.thedapifer.com/pavlova-twins-star-in-mulberry-winter-2016-ad-campaign/>



[Figure 14]  
Dior,  
2017 S/S.

-[http://www.dior.com/diormag/en\\_int/article/the-spring-summer-2017-campaign.com](http://www.dior.com/diormag/en_int/article/the-spring-summer-2017-campaign.com)



[Figure 15]  
Balmain,  
2015 F/W.

-<http://www.harpersbazaar.com/fashion/designers/news/a11537/balmain-fall-2015-campaign-kendall-kylie-jenner/>



[Figure 16]  
Lanvin,  
2015 S/S.

-<http://www.thefashionspot.com/buzz-news/latest-news/524229-lanvin-spring-2015-ad-campaign/#/slide/1>



[Figure 17]  
MCM, 2014 S/S.  
-[http://fashionn.com/board/read\\_new.php?table=1006&number=860&page=584](http://fashionn.com/board/read_new.php?table=1006&number=860&page=584)



[Figure 18]  
Moschino, 2013 S/S.  
-<http://www.denimjeansobserver.com/mag/2013/01/02/moschino-italy-advertising-campaign-2013-spring-summer/>



[Figure 19]  
Dior, 2013 S/S.  
-<http://www.whoknowsfasfashion.com/2013/03/01/ad-campaign-dior-springsummer-2013/>



[Figure 20]  
Burberry, 2015 S/S.  
-<http://fashiondirection.co.uk/blog/spring-summer-2015/>

2010). 또 윌리엄 오웬(William Owen)이 “홀륭한 잡지 표지란 기억되는 표지(William, 1991/1995)”라고 하였듯이, 패션 매거진의 특성을 나타내는 표지와 본문의 대부분을 차지하는 화보 사진은 강력한 시각적 효과를 나타내며 가장 핫한 패션 트렌드를 가늠할 수 있는 단서라 할 것이다.

이는 세계 각지의 여러 패션 매거진에서 트위닝을 콘셉트로 한 표지나 화보를 통해서 확인할 수 있다. 「Vogue US」은 2015년 3월 호 표지에 베스트 프렌드 사이로 알려진 두 명의 스타 테일러 스위프트(Taylor Swift)와 카일리 클로스(Karlie Kloss)를 모델로 기용하여 트위닝 트렌드를 제시하였고[Figure 21], ‘Who's the Best, Best Friend?’ 이라는 제목의 필름까지 제작하여 콘셉트를 강조하였다(Jada, 2015). 또 「Vogue France」 역시 슈퍼 모델 신디 크로포드(Cindy Crawford)와 쌍둥이처럼 흡사한 그녀의 딸을 표지에 내세워 트위닝 무드를 부각시켰다

[Figure 22].

특히 화보를 통해 트위닝 트렌드를 제시하고 다채로운 연출 방식을 제안하고 있는데, 「V」 매거진은 ‘Double vision’이라는 콘셉트 아래(Sharif, 2013) 트위닝의 연출 방식을 다양하게 제안하면서 유사한 헤어스타일, 다른 색상의 동일 아이템을 착용한 모델로 지면을 장식하였다[Figure 23]. 「Essence」 매거진은 ‘Black & White’를 콘셉트로 화보를 전개하면서 미국 쌍둥이 배우 모우리(Mowry) 자매를 모델로 기용하여(Arkeedah, 2013) 서로 다른 문양이나 아이템으로 연출 가능한 트위닝 룩을 감각적으로 제안하였고[Figure 24], 「Vogue Korea」 역시 ‘Two of us’를 콘셉트로(Son, 2015a) 친구와 트위닝을 연출할 수 있는 다양한 방안을 전개하면서 같은 소재와 문양이지만 상·하의에 다르게 적용하여 연출하는 방식을 제시하였다[Figure 25].

이와 같이 패션 매거진을 통해 전개된 트위닝은 실제



[Figure 21]  
Vogue US cover, March 2015.  
-<http://www.vogue.com/9287379/taylor-swift-karlie-kloss-best-friends-march-2015-cover/>



[Figure 22]  
Vogue Paris cover, April 2016.  
-<http://en.vogue.fr/fashion/fashion-news/articles/cindy-crawford-and-kaia-gerber-cover-vogue-paris-april-2016/32566>



[Figure 23]  
V Magazine, April 2013.  
-<http://www.fashiongonerogue.com/sharif-hamza-snaps-model-twins-for-v-magazines-double-vision-spring-spread/>

쌍둥이 패션모델이나 스타, 자매 패션모델, 유사 스타일로 연출한 패션모델, 실제 모녀 관계인 유명 스타나 친한 친구 사이를 강조하는 표지와 화보로 현 시대의 패션 화두를 부각시켰다. 뿐만 아니라 실제 쌍둥이 스타나 쌍둥이처럼 연출된 모델들을 통해 트위닝 연출 방식을 다양하게 제시함으로써 독자로 하여금 대리적 체험을 할 수 있도록 기능하였고, 더 나아가 동일 콘셉트 안에서 다채로운 스타일링으로 창조적인 자기 연출법을 시도할 수 있도록 유도하였다.



[Figure 24]  
Essence Magazine,  
March 2013.  
-<http://www.itsarkeedah.com/2013/03/coco-and-br-eazy-in-april-essence.html>



[Figure 25]  
Vogue Korea, May  
2015.  
-Son. (2015a.5.1). Two  
of us, Vogue Korea,  
p.382.

#### 4. 소셜 미디어

소셜 미디어는 현대 패션에서 그 어떤 매체보다도 파급 효과를 지니고 있으며 유명 스타와 디자이너를 비롯한 일반 대중에 이르기까지 남녀노소를 가리지 않고 큰 영향력을 미치고 있다. 특히 쌍둥이 출산율 증가로 하이패션과 스트리트 패션에서도 쌍둥이들의 영향력이 가시화되고 있는 가운데 쌍둥이 모델들이 일상에서 연출한 트위닝 이미지, 유명 스타, 자매나 모녀 사이, 친한 친구사이를 강조한

트위닝 스타일은 소셜 미디어를 통해 노출되면서 다양한 연출방식의 본모기를 보여주고 있다.

[Figure 26]은 여러 친구들과 트위닝을 연출하는 것으로 유명한 미국 팝스타 테일러 스위프트(Taylor Swift)와 카일리 클로스(Karlie Kloss)의 모습으로 티셔츠와 데님 팬츠의 편안한 캐주얼 스타일을 선보인 것이고, [Figure 27] 역시 친한 친구 사이로 알려진 유명 스타 캔달 제너(Kendall Jenner)와 지지 하디드(Gigi Hadid)의 스트리트 패션으로 데님 팬츠에 상의만 다르게 트위닝을 연출하여 쌍둥이 같은 이미지를 선보인 것이다. 또 유명 스타 자매로 알려진 패리스 힐튼(Paris Hilton)과 니키 힐튼(Nicky Hilton) 역시 서로 다른 색상의 동일 아이템으로 연출한 트위닝 이미지를 선보였고[Figure 28], 김 카다시안(Kim Kardashian)은 어린 딸과 동일한 아이템을 착용하여 모녀 사이를 강조한 트위닝을 선보였다[Figure 29].

또 각종 소셜 미디어에 등장한 일반 대중의 스트리트 패션에서도 트위닝은 유사하게 나타나는데, 쌍둥이처럼 동일한 디자인의 아이템을 착용하지만 소품으로만 포인트를 주거나 동일한 문양의 서로 다른 디자인을 착용한 트위닝[Figure 30], 또는 색상이나 스타일을 유사하게 착용한 트위닝[Figure 31] 등 감각적인 연출 방식을 찾아볼 수 있다.

이와 같이 소셜 미디어를 통해 나타난 트위닝은 친구나 자매, 모녀 관계인 유명 스타나 패션모델을 비롯하여 쌍둥이 자매, 자매, 모녀, 친한 친구 관계의 일반인에 이르기까지 확산되어 나타남을 확인할 수 있다. 특히 현대 패션 아이콘으로 알려진 유명 스타의 트위닝 연출은 열린 패션소통의 장이라 할 수 있는 여러 소셜 미디어를 통해 노출됨으로써 이들의 감각적인 스타일 연출을 엿볼 수 있는 기회 제공과 모방 심리를 유도하였다. 뿐만 아니라 이



[Figure 26]  
Taylor Swift &  
Karlie Kloss,  
-<http://www.popsugar.com/fashion/Taylor-Swift-Karlie-Kloss-Street-Style-35251135#photo-35251135>



[Figure 27]  
Kendall Jenner &  
Gigi Hadid,  
-<http://www.elle.co.kr/article/view.asp?MenuCode=en010101&intSno=15371>



[Figure 28]  
Paris Hilton &  
Nicky Hilton,  
-<http://www.telegraph.co.uk/fashion/people/top-tips-for-twinning-in-style/>





[Figure 29]  
Kim Kardashian & North West,  
-<http://www.vogue.co.kr/2016/09/07/82299/>



[Figure 30]  
Twinning  
on the Street,  
-<http://fashionmagazine.com/fashion/street-style-fashion/street-style-twinning-10-cute-shots-of-bffs-in-matching-outfits/>



[Figure 31]  
Twinning  
on the Street,  
-<http://www.imaginekorea.com/daily/dailyView.asp?no=5981>

러한 이미지는 비현실적 이미지가 아닌 일상에서의 현실을 바탕으로 한 친근감 있는 이미지로 대중의 호기심을 자극하며 대리만족이 아닌 스스로 동참할 수 있는 가능성을 제시하였다고 할 것이다. 이에 따라 일반 대중 역시 소셜 미디어에 자매나 모녀, 또는 친한 친구사이의 우정을 과시함은 물론 이러한 유대관계를 패션으로 표현하는 트위닝을 게시함으로써 현 시대의 트렌드에 적극적으로 동참하고 있음을 나타냈고, 자신들만의 개성을 표출하는 수단으로 활용하였다.

#### IV. 현대 패션에 나타난 트위닝의 내적 의미

이상의 사례 고찰을 통해 트위닝이 쌍둥이라는 용어에서 착안되어 시작되었지만 현대사회의 변화된 사고방식과 사회문화적 흐름을 반영하면서 새로운 패션 문화를 견인하고 있음을 확인할 수 있었다. 패션 컬렉션, 광고, 매거진, 소셜 미디어 등 패션 커뮤니케이션 매체를 통해 선보여진 트위닝 이미지는 다양한 모델 유형, 연출 방식, 특성으로 나타났다. 각 매체에 따라 상이한 특성을 보이지만 연출 방식은 색상이나 문양, 디자인이 동일한 아이템 착용, 색상이나 문양, 디테일에 변화를 적용한 동일 아이템 착용, 동일 색상이나 색상 톤을 맞춘 서로 다른 아이템 착용, 동일, 또는 유사 문양을 적용한 서로 다른 아이템 착용, 동일 색상이나 문양을 맞춘 유사 스타일 연출, 헤어나 메이크업, 소품으로 유사한 이미지를 연출하는 등 각 매체 모두 유사한 방식을 나타냈다. 이러한 연출 방식은 브

랜디나 디자이너의 시즌 콘셉트와 스타일을 강조하고 메시지 전달방식의 변화를 반영하지만, 무엇보다도 동일한 콘셉트 안에서 다양한 연출방식을 제한함으로써 유사하지만 각자의 차별화된 개성을 표현할 수 있는 수단으로 활용되었다. 모델 유형에 있어서는 동성이라는 조건이 전제된 트위닝 개념에 근거하여 쌍둥이 패션모델이나 자매 패션모델, 유사한 스타일로 연출된 패션모델이나 친구사이로 알려진 유명 스타, 실제 모녀 관계이거나 이를 연상시키는 모델 등으로 나타났다. 이는 패션이 시대상을 반영하는 하나의 문화라는 관점에서 트위닝이 현대사회 전반에 걸쳐 전개되고 있는 탈 젠더의 인식변화를 여실히 입증하는 새로운 패션문화임을 나타낸다. 또한 트위닝의 개념에서 확인되듯이 성적 감정이 배제된 동성 사이에 연출되는 패션이라는 점이 전제된 트위닝은 현대인들에게 부담 없이 취향을 공유할 수 있는 하나의 방안이 되었고, 유사한 패션 스타일 연출을 통해 자신들의 우정이나 공감대 등 친밀감을 형성하여 정서적 안정감을 도모하는 소통의 수단으로 활용되었다. 이러한 관점에서 현대 패션에 나타난 트위닝 룩의 내적 의미를 차별화된 개성과 스타일 강조, 취향 공유를 통한 소외감 극복, 젠더 인식 변화에 의한 패션문화 창조로 도출하였다.

##### 1. 차별화된 개성과 스타일 강조

조안 핑켈슈타인(Joanne Finkelstein)은 개성은 사회의 산물이며 패션은 이를 위해 창조적일뿐만 아니라 온갖 가능성을 시도하는 그 자체라고 주장하였다(Joanne, 1996/2005). 이러한 관점에서 트위닝은 그동안 일반적이지 않은 시각으로 여겨지던 쌍둥이 이미지를 패션에 수용시켜

흥미롭고 차별화된 개성과 이미지를 표출한 것으로 다양한 연출 방식의 가능성을 제안하였다. 패션 컬렉션과 광고, 매거진 등 여러 패션 매체를 통해 확인되었듯이 혼자가 아닌 두 명의 모델이 등장하는 무대나 화면은 흥미로운 시각적 이미지로 시선을 집중시키는 효과를 나타내는데, 특히 쌍둥이처럼 유사한 이미지로 연출된 두 명의 모델은 기존의 질서를 벗어나 드라마틱한 분위기를 선보이며 메시지를 표현하고 전달하는 방식의 색다름으로 특징을 나타낸다. 이는 트위닝이라는 트렌드 제시는 물론 트윈 이미지를 통해 콘셉트나 스타일을 강조하고 디자이너나 착용자의 개성과 같은 메시지 전달을 위한 수단으로 활용되었다는 점에서 의미를 지닌다. 또한 트위닝의 개념 그 자체에서도 파악할 수 있듯이 똑같은 디자인의 아이템으로 머리부터 발끝까지 쌍둥이처럼 연출하는 방식부터 아이템, 색상, 문양, 디테일, 소품, 헤어나 메이크업에 변화를 주면서 다채로운 스타일링을 표현하는 방식에 이르기까지 동일한 콘셉트 안에서 자신만의 차별화된 개성을 표현하였고 더 나아가 유틘트와 재미라는 시각적 이미지를 유도하였다. 그러나 무엇보다도 둘이서 함께하는 트위닝 이미지 연출은 현대 패션의 다양한 트렌드 안에서 하나의 콘셉트를 또 다른 나 자신에게 투영시킴으로써 스타일링의 연출 방식을 확대시켰다는 측면에서 가치를 나타낸다. 이는 내가 착용하지 않았더라도 나와 유사한 모델이 연출한 새로운 방식을 미리 엿보으로써 또 다른 개성적 스타일을 시도할 수 있는 계기를 마련해준 것이다. 즉 고대 신화나 설화를 통해 초자연적인 존재이자 상반된 의미의 상징성을 나타내던 쌍둥이는 이제 신화적 존재나 상징성이라는 기존의 의미를 벗어나 차별화된 패션 그 자체를 이끄는 트위닝 룩으로 재탄생한 것이며, 발상의 전환을 통한 새로운 패션 스타일과 개성 창조라는 점에서 가치를 지닌다.

## 2. 취향 공유를 통한 소외감 극복

Han(2005)은 개인이 속한 준거 집단이나 특정 개인에게 특별한 존재임을 타인에게 드러내기 위해 유사한 의복을 착용하는 것은 정서적 안정감을 얻는 동시에 집단주의 심리가 반영된 것이라고 하였다. 이러한 심리는 친한 동성끼리 유사한 패션 스타일을 연출하는 트위닝에도 적용된다. 트위닝의 개념에서도 언급하였듯이 트위닝은 둘이라는 복수의 모델을 전제로 하고 있지만 한 집단의 소속감이나 이성간의 관계라는 차원이 아닌 동성의 친구, 인

생의 동반자, 모녀 사이나 자매와 같은 가족 등 확대된 개념에서 접근되었고, 서로 쌍둥이 같은 패션 연출로 라이프 스타일과 취향, 사고방식을 공유하고 있음을 나타내는 표식기능은 물론 그 유대관계나 결속력의 견고함을 가시화한다는 점에서 집단주의 심리의 한 양상을 나타낸다. 이는 1인 가구, 혼밥, 혼술 등 싱글 라이프가 급증하고 있는 현 시대의 사회적 환경에서 패션을 통해 외로움이나 소외감을 극복하고자 하는 현대인의 내면 심리를 반영한다고 해석된다. 급변하는 현대사회에서 정신적 유대관계를 맺고 의지할 수 있는 친구나 가족은 필수불가결한 요소이다. 각종 소셜 미디어의 진화로 인해 자신은 물론 타인의 삶이나 취향까지 공유할 수 있게 되었고, 또 한편으로는 이로 인해 상대적 소외감을 겪기도 한다. 이러한 가운데 친한 친구 사이의 우정, 자매, 모녀 사이의 유대관계나 친밀한 애정을 패션으로 표출하는 트위닝은 단순히 유사한 패션연출이라는 차원을 넘어 서로 공감대를 형성하고 있음을 가시화한 것으로 나 혼자가 아닌 우리라는 공동의 관계를 공고히 하는 수단으로 작용하였다. 특히 여러 매체를 통해 선보여진 트위닝 이미지는 일상에서 쉽게 연출할 수 있는 다양한 방식을 제시하여 일반 대중도 트렌드에 적극적으로 동참할 수 있게 하였고, 동시에 현대사회에서 겪는 외로움이나 소외감을 취향 공유 패션으로 극복할 수 있도록 유도하였다. 즉 패션이 언어와 마찬가지로 정보의 기능은 물론 표현 기능, 미적 기능, 친교의 기능을 가지고 있으며 다양한 의미를 표현하고 전달한다는(Han, 1995) 관점에 근거할 때, 트위닝은 패션의 다양한 기능을 수행함과 동시에 취향 공유를 통한 정서적 공감대 형성과 소외감을 극복시키는 패션 테라피의 역할을 수행하고 있다는 점에서 의미를 지닌다.

## 3. 젠더 인식 변화에 의한 패션문화 창조

인간의 출생과 더불어 생물학적 요인으로 결정되는 성의 구분은 의복 착용에 있어서도 이분법적인 사고로 구분되어 획일화된 경향을 나타냈다. 그러나 한 개인의 성적 지향성은 이성애자, 동성애자, 양성애자 등으로 규정되고, 출생 이후 사회·문화·심리적 환경에 의해 후천적으로 주어질 남녀의 특성은 젠더의 관점에서 접근되고 있다(Ku et al., 2009). 패션의 역사를 통해 확인할 수 있듯이 성 경계의 해체를 위해 다양한 노력이 강구되어왔고, 근래에는 젠더리스 경향으로까지 확대되어 나타나고 있다.

〈Table 1〉 Characteristics and internal meaning of twinning in contemporary fashion

| Division              | Model type   | Characteristics  | Expression methods   | Internal meaning  |
|-----------------------|--|--|--|---|
| Fashion collection    | -Twin fashion models<br>-Fashion models presented in similar styles<br>-Pairs of fashion models suggestive of mother and daughter  | -Tool for concept or design highlighting<br>-Suggestion of twinning trend<br>-Designer's presentation for experimental trial<br>-Induction to wit and visual interest<br>-Reflection of changed perception about gender with homosexuality image                             | -Same items used identical in color, pattern or design<br><br>-Same items used with modification in color, pattern or detail | -Stress on differentiated personality and style, expansion of styling method for the same concept, and application of wit & fun                                   |
| Fashion advertisement | -Twin fashion models<br>-Sister fashion models<br>-Fashion models presented in similar styles<br>-Famous stars or fashion models in mother-and-daughter relationship                 | -Expression of differentiated visual image<br>-Reflection of twinning trend<br>-Marketing effect by the introduction of mother-and-daughter or sister models<br>-Reflection of changed perception about gender with expression of homosexuality or ambiguous sexual identity | -Different items used with the same color or adjustment in color or tone   | -Emotional stability and overcoming a sense of alienation by sharing a taste and through fashion therapy  |
| Fashion magazine      | -Twin fashion models or stars<br>-Sister fashion models<br>-Fashion model presented in similar style<br>-Famous stars or fashion models in mother-and-daughter relation              | -Cover and pictorial of twinning concept<br>-Introduction of twinning trend & suggestion of presentation method  | -Different items used the same or similar pattern<br><br>-Similar styles presented with same color or pattern                | -Generation of a new fashion culture due to a reconsideration of gender. Natural expression in fashion image of a wide acceptance and view point on homosexuality |
| Social media          | -Famous stars or fashion models in friend/sister/mother-and-daughter relationships<br><br>-Twin sisters, sisters, mother- and-daughter & close friend relationships of common people | -Reflection and spread of twinning trend<br>-Share and imitation of famous star's twinning presentation method<br>-Showing off intimacy or friendship between friends/ mother and sister<br>-Presentation of one's own personality and sensual fashion style                 | -Similar styles presented through hair, makeup or accessory pieces   |   |

또한 이론적 배경에서 언급하였듯이 이분법적인 성의 구분을 넘어 동성끼리의 우정과 유대관계, 동료애, 친밀도 등을 의미하는 브로맨스, 시로맨스, 워맨스 등의 신조어 등장 역시 젠더에 대한 인식 변화를 입증한다(Park, 2016). 이러한 관점에서 트위닝은 이성을 배제한 동성끼리 연출하는 패션으로써 젠더에 대한 유연하고 폭 넓은 사고에서 파생된 패션문화임을 확인시켜준다. 나 아닌 타인과 유사한, 혹은 똑같은 패션을 연출하던 것은 집단의

소속감을 고취시키기 위한 유니폼 외에 연인사이의 커플 룩에서 찾아볼 수 있었던 것으로 이 역시 성의 구분을 전제로 한다. 그러나 트위닝은 획일화된 젠더 구분을 벗어나 이제 성적인 관계를 배제한 동성의 영역 더 나아가 친구, 모녀, 자매 등 확대된 관점으로 전환된 것이며, 이를 통해 이성 사이에서는 표현되지 않던 새롭고 흥미로운 이미지를 창조한 것이라 하겠다. 또한 마케팅적 측면의 홍보 효과를 위해 트위닝 이미지를 강조한 컬렉션이나 광고

에서 성적 소수자를 연상시키는 이미지가 표현되기도 하나 이 역시 현대 패션이 다양한 성적 취향에 대해 유연한 자세로 폭 넓게 수용하고 있음을 나타낸다. 즉 트위닝은 그동안 호기심이나 터부의 대상이었던 동성이라는 주제를 보다 열린 시각에서 새롭게 재해석한 것이며, 동성에 이미지에 대한 폭넓은 수용을 반영한 새로운 패션문화 창조라는 측면에서 가치를 지닌다. 뿐만 아니라 동성 간에 표현되는 친밀감이나 우정을 동성이라는 부정적 시각이나 민감한 젠더 구분과 같은 관점에서 벗어나 패션 연출에 집중시킨 트위닝 스타일은 일반 대중 모두에게 거부감 없이 자연스럽게 접근될 수 있는 감정을 유도시킴으로써 보다 큰 확산을 이끌었다고 하겠다.

## V. 결론

패션은 자신의 개성을 표출하는 수단이자 시대상을 반영하는 표현 언어로서 새로운 문화와 트렌드를 이끄는 역할을 수행한다. 특히 새로운 패션 스타일 창조를 위해서는 시대의 사회문화적 흐름과 대중의 욕구를 반영한 패션 트렌드의 이해가 필수적이라 할 것이다. 이에 본 연구는 현대 패션에 표현된 트위닝 경향을 고찰하고 이에 반영된 내적의미를 탐색한 것으로 연구결과는 다음과 같다.

트위닝은 이성 간에 유사한 아이템 착용이나 스타일을 연출하던 커플 룩에서 진화된 개념으로 친한 친구나 자매, 모녀 등 동성 간에 유사한 패션 스타일을 연출하는 것을 의미하며 흥미롭고 차별화된 이미지로 현대 패션의 다양한 영역에서 활용되고 있음을 알 수 있었다.

패션 컬렉션에서는 더블 캣 워크를 중심으로 시각적 흥미를 유발하였으며, 시즌 콘셉트나 디자인 강조를 위한 수단이자 실험적 디자인을 제시하기 위한 디자이너의 연출 의도로 활용되었다. 패션 광고에서는 트윈 이미지를 강조한 모델, 쌍둥이 자매 모델이나 모녀 등을 기용한 마케팅적인 전략으로 활용되었으며, 동성애나 모호한 성 정체성 표현으로 젠더에 대한 변화된 인식을 반영하는 등 차별화된 시각적 이미지의 표현 수단으로 활용되었다. 패션 매거진에서는 주로 표지나 화보를 통해 전개됨으로써 트위닝 트렌드를 강조하고 감각적인 연출 방식이 제안되었다. 소셜 미디어는 주로 유명 스타의 일상에서의 트위닝 연출방식을 대중과 공유하게 하였고, 자신의 개성과 감각적 패션 스타일 표출함과 동시에 친구나 지인과의 우정 및 모녀간의 친밀함을 패션으로 표출하는 소통 공간으

로 활용되었다.

그러나 트위닝의 모델 유형이나 연출 방식은 각 매체 모두 유사하게 나타났다. 트위닝 이미지 연출을 위한 모델 유형은 그 개념에 근거하여 두 명의 동성 모델로 나타나는데, 대부분 일란성이나 이란성 쌍둥이의 패션모델, 모델로 활동하는 자매 패션모델, 유사한 이미지로 연출된 패션모델, 실제 모녀사이인 유명 스타나 패션모델 또는 모녀 사이를 연상시키는 두 명의 모델, 친한 친구사이로 알려진 유명 스타나 패션모델로 연출되었다. 패션 연출 방식은 색상이나 문양, 디자인이 동일한 아이템으로 쌍둥이와 같은 이미지를 연출하거나, 동일 아이템이지만 색상이나 문양, 디테일에 변화를 준 것, 서로 다른 아이템에 동일 색상이나 색상 톤을 맞춘 것, 서로 다른 아이템에 동일, 또는 유사 문양을 적용한 것, 서로 다른 디자인이지만 유사한 이미지로 스타일을 연출한 것, 그리고 헤어나 메이크업, 소품에 이르기까지 유사한 이미지로 연출하는 등 흥미롭고 감각적인 스타일링을 표현하고 있는 것으로 파악되었다.

이러한 사례 고찰을 통해 현대 패션에 나타난 트위닝은 차별화된 개성과 스타일 강조, 취향 공유를 통한 소외감 극복, 젠더 인식 변화에 의한 패션문화 창조라는 가치를 내재하고 있는 것으로 추론되었다. 첫째, 고대 신화나 설화를 통해 초자연적인 존재이자 상반된 의미의 상징성을 나타내던 쌍둥이는 이제 패션영역에 트위닝 룩이라는 개념으로 수용됨으로써 차별화된 개성과 스타일을 강조하는 패션 그 자체를 상징하였다. 둘째, 트위닝은 패션의 언어로서 다양한 기능을 수행함과 동시에 취향 공유를 통한 정서적 안정감과 소외감을 극복시키는 패션 테라피의 역할을 수행하였다. 셋째, 트위닝은 획일화된 젠더 구분을 벗어나 동성이라는 주제를 새롭게 재해석하고 젠더에 대한 폭넓은 수용을 반영한 새로운 패션문화를 창조하였다.

이상의 고찰을 통해 현대 패션에 나타난 트위닝이 단순히 쌍둥이처럼 유사한 이미지를 연출하는 패션 트렌드 그 이상의 가치를 함의하고 있음을 알 수 있었다. 본 연구가 최신 패션 트렌드를 다루면서 패션 커뮤니케이션 매체에 나타난 한정된 사례를 근거로 분석하였고, 그 의미를 추론하는데 있어 연구자의 주관을 최대한 배제하려고 노력하였으나 개입되었을 가능성이 있음을 한계점으로 밝힌다. 그러나 패션 트렌드를 이해하고 예측하는 것은 현 시대를 조명할 수 있는 단서이자 또 다른 패션의 새로움을 창조할 수 있는 밑거름이 될 수 있다는 점에서 의의가 있다. 다변하는 현대사회의 흐름에 따라 패션 역시 빠르

게 변화되고 있는 가운데 패션을 통해 발현되는 다양한 의미와 가치를 탐색하는 후속연구가 지속되기를 바란다.

**주제어:** 현대 패션, 트렌드, 트위닝

## REFERENCES

- Arkeedah, M. (2013, March 14). Coco and Breezy in april Essence magazine spread. *Itsarkeedah*. Retrieved March 1, 2017, from <http://www.itsarkeedah.com/2013/03/coco-and-breezy-in-april-essence.html>
- Bromance. (2017, January 10). *Wikipedia*. Retrieved March 1, 2017, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Bromance>
- Campaign SS16. (n.d.). *Balmain*. Retrieved March 1, 2017, from [http://www.balmain.com/en\\_rw/campaign/](http://www.balmain.com/en_rw/campaign/)
- Charlie, G. E. (2015, October 1). Introducing twinning: The street style trend for two. *The debrief*. Retrieved March 1, 2017, from <http://www.thedebrief.co.uk/style/fashion/street-style-trend-twinning-best-friends-20151054414>
- Gilles, L. (1987). *Empire of Fashion*. Deuk Jae Lee Translated (1999). Seoul: Moonyebooks.
- Han, M. S. (2005). A study on the linguistic manifestation of Couple look. *The Research Journal of the Costume Culture*, 13(5), 756-762.
- Han, M. S. (1995). A study on the semantic function of dress. *The Research Journal of the Costume Culture*, 3(1), 17-25.
- Hong, G. H. (2016, January 29). When selfie is bored, call a friend! Like a twin, '#TWINFIE'. *Vogue Korea*. Retrieved March 1, 2017, from <http://www.vogue.co.kr/2016/01/29/%EC%85%80%ED%94%BC%EA%B0%80-%EC%A7%80%EA%B2%A8%EC%9A%B8-%EB%95%90-%EC%B9%9C%EA%B5%AC%EC%86%8C%ED%99%98-%EC%8C%8D%EB%91%A5%EC%9D%B4%EC%B2%98-%ED%8A%B8%EC%9C%88%ED%94%BCtwinfie/>
- Jada, Y. (2015, February 13). On the road with best friends Taylor Swift and Karlie Kloss. *Vogue*. Retrieved March 1, 2017, from <http://www.vogue.com/9287379/taylor-swift-karlie-kloss-best-friends-march-2015-cover/>
- Jang, M. N. (2015, October 21). Their friendship? Buddy fashion of BFFs met at Seoul Fashion Week. *Fashionn*. Retrieved March 1, 2017, from [http://fashionn.com/board/read\\_new.php?table=1015&number=13696&sel\\_cat=](http://fashionn.com/board/read_new.php?table=1015&number=13696&sel_cat=)
- Joanne, F. (1996). *After a fashion*. Dae Woong Kim & Yeo Kyung Kim Translated (2005). Paju: Chungnyunsa.
- Ju, G. E. (2016, February 15). The twins. *Elle Korea*. Retrieved March 1, 2017, from <http://www.elle.co.kr/article/view.asp?MenuCode=en010301&intSno=15170>
- Kim, H. W. (2016, April 22). Similar look-twin look with a best friend, how to wear? *bnt news*. Retrieved March 1, 2017, from [http://bntnews.hankyung.com/apps/news?popup=0&nid=02&c1=02&c2=02&c3=00&nkey=201604220358483&mcode=sub\\_view](http://bntnews.hankyung.com/apps/news?popup=0&nid=02&c1=02&c2=02&c3=00&nkey=201604220358483&mcode=sub_view)
- Ku, Y. S., Kim, H. E., Lee, S. H., Kwon, G. Y., Choi, J. H., Lee, H. O., Kim, S. S., Choi, Y. J., & Heo, J. H. (2009). *Fashion & Daily life*. Daegu: Kyungpook National University Press.
- Kwon, G. Y. (2004). The study of ambiguous sex identity appearing in fashion advertisements. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 28(1), 100-111.
- MCM 2014 S/S unveiled advertising campaign. (2014, January 7). *Fashionn*. Retrieved March 1, 2017, from [http://fashionn.com/board/read\\_new.php?table=1006&number=860&page=584](http://fashionn.com/board/read_new.php?table=1006&number=860&page=584)
- Moon, S. Y. (2017, January 8). Beautiful and ugly twins. *Joongangilbo*. Retrieved March 1, 2017, from <http://news.joins.com/article/21094749>
- Park, D. M. (2016, April 1). Couple look with lover? Now twin look with friends! *Munhwa*. Retrieved March 1, 2017, from <http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2016040101033512056001>
- Sarah, W. (2014, July 15). Taylor Swift and Karlie Kloss are total fashion BFFs. *Popsugar*. Retrieved March

- 1, 2017, from <http://www.popsugar.com/fashion/Taylor-Swift-Karlie-Kloss-Street-Style-35251135#photo-35251135>
- Sharif hamza snaps model duos for V magazine's 'Double vision' spread. (2013, April 19). *Fashiongonerogue*. Retrieved March 1, 2017, from <http://www.fashiongonerogue.com/sharif-hamza-snaps-model-twins-for-v-magazines-double-vision-spring-spread/>
- Son, E. Y. (2015a, March 1). Two of us. *Vogue Korea*, p.382.
- Son, M. Y., & Lee, S. H. (2010). *Korea fashion journalism*. Seoul: Wings of Knowledge.
- Son, K. H. (2015b, March 1). Twinning alert. *Vogue Korea*, p.286.
- Son, Y. O. (2016, February 9). In developed countries, twin births doubled within 40 years, Korea has increased threefold. *Kookminilbo*. Retrieved March 1, 2017, from <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0010338487&code=61131111&cp=du>
- The dapifer staff. (2016, August 7). Pavlova twins star in Mulberry winter 2016 Ad campaign. *The dapifer*. Retrieved March 1, 2017, from <https://www.thedapifer.com/pavlova-twins-star-in-mulberry-winter-2016-ad-campaign/>
- Twin myth. (n.d.). *Doopedia*. Retrieved March 1, 2017, from <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1120051&cid=40942&categoryId=31541>
- Twins. (n.d.). *Naver*. Retrieved March 1, 2017, from <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=630163&cid=50766&categoryId=50794>
- Twinning. (n.d.). *Urban dictionary.com*. Retrieved March 1, 2017, from <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=Twinning>
- Twinning. (2015, October 25). *Wikipedia*. Retrieved March 1, 2017, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Twinning>
- William, O. (1991). *Magazine+Modern editorial design*. Ok Soo Lee Translated (1995). Seoul: Yekyong.
- Womance. (2016, December 29). *Wikipedia*. Retrieved March 1, 2017, from <https://en.wikipedia.org/wiki/Womance>
- Yum, B. R. (2016, March 10). Global fashion world, twin look topic highlighting friendship. *Hankookilbo*. Retrieved March 1, 2017, from <http://www.beautyhan kook.com/news/articleView.html?idxno=48605>

Received 16 Jun 2017;

1st Revised 13 July 2017;

2nd Revised 31 July 2017;

Accepted 1 August 2017