Journal of Fashion Business
Vol. 5, No. 4. pp.14~26(2001)

現代 패션의 創造的 디자인의 限界性에 關한 硏究

- 1990年代 後半부터 패션에 나타난 混成 模倣을 中心으로 -

申英仙 · 金河廷*
國民大學校 衣裳디자인學科 敎授, 國民大學校大學院 衣裳디자인學科 碩士*

A Study on the Boundary of Creative Designs in Contemporary Fashion Design

Young Sun Shin and Ha Jeong Kim*
Prof., Dept. of Fashion Design, Kookmin University
MA., Dept. of Fashion Design, Kookmin University*

Abstract

A lot of designers are adopting a mixed imitation as techniques of cretion because cultural boundary and structure of meaning in the era of post-modernism are collapsed and dissolved. I raise up a question mark to how can genuine and creative designers can be identified at this epoch when we are today familiar with the trend of informationalization, opening and globalization.

Characterisitics of multi-culturalism and compromising blending are meshed with appearance of a theory of disorganization and consumer-driven economic activity of multi-national enterprises in the age of post capitalism. Accordingly it can be said that designers are leaning upon public and consumer-oriented pattern rather than pursuing a creative cultural production.

With mass media in rapid advancement and public culture in father dissemination, mass production and mass re-production became a natural cultural phenomenon strengthen ing its root. Creative designers somewhat slow and limitative in pace of adaption to rapid changing society amid such social backgrounds and flooded information are coming to dead-end of wall.

A mixed imitation as techniques of creation is a result of borrowing, duplicating or re-combining of existing things because the mixed imitation is equivalent to borrowing, copying, compilation and re-combination of well-known artworks, motive, diverse people's cultural features, image, techniques and the likes. It is too delicate thing for one to definitely distinguish such cultural phenomenon from either one as creative work or a plagiarized work.

Looking into the facts as they are, we should recognize the designers limitation in their creative works by means of the mixed imitation. thus we can have a view upon them from a criticizing standpoint against the designers creation and imitation. On the other hand, when we look at things how the mixed imitation appears in the fashion as a piece of culture, we can understand something of the contemporary designers. I try to find a significance in seeking out a method of approaching to creative fashion designers direction in future times.

I. 서 론

21세기의 문을 연 이 시점에서 '우리는 진정한 창조적 디자인이 과연 존재하는가?' 라는 물음을 제기하지 않을 수 없다. 포스트모더니즘 시대에 있어서 문화적 경계의 와해와 의미구조의 해체로 혼성모방이 창조의 한 기법으로써 많은 디자이너들에게 채택되고 있는 현실 속에서 정보화, 개방화, 세계화를 이루어 가는 이 시대에 진정한 창조적 디자인이란 어떻게 알아볼 수 있는가 의문을 던져보고자 하는 것이다.

포스트모더니즘의 다문화주의적이고 절충주의적인 특성이 근래에 들어와 해체론의 대두와 후기 자본주의의 다국적 기업의 소비 주도형 경제활동이 맞물려 창조적인 문화 생산을 추구하기 보다는 좀더 대중적인 소비 지향적 성향으로 기울어져 있다고 할 수 있다. 또한 대중 매체의 발달과 함께 대중문화가 확산되면서 대량 생산, 대량 복제 등이 자연스러운 문화 현상으로 자리잡게 되었다.

이러한 사회적 배경과 정보의 홍수 속에서 급변하는 사회에 적응하기 위해 다소 느리고 한정적인 '창조적 디자인' 은 한계상황에 부딪치게 되었다. 창조의 한 방법으로써 대두된 혼성모방은 이미 잘 알려진 예술작품이나 모티브, 다양한 민족 문화의 특징들과 이미지 · 테크닉 등을 모방하고 편집하여 조합하는 것으로 이미 존재하는 것의 차용, 복제, 재조합으로 이루어진 방법이다. 이러한 문화적 현상을 명확히 창조적 활동으로, 또는 표절과 같은 모방적 활동으로 구분하기는 매우 어렵다.

20세기 초 모더니즘 시대에는 과거의 역사적 단절을 통해 가능한 한 새로운 가치관을 모색하고자 했으며 이성과 기능주의, 합리성을 강조하며 획일성, 통일성, 보편성을 추구했었다. 그러나, 1960년대 이후 포스트모더니즘의 시작과 함께 정보화, 개방화가 급속히 전개되어 시대와 지역의 구분이 사라지고 예술과 대중문화의 경계가 와해되어 다양한 장르가 혼재하는 현상이 나타나게 되었으며 이러한 시대 상황 속에서의 패션 또한 여러 가지 이미지들의 조합으로 표현되어지고 있다. 현대 패션 디자인 창출은 과거로부터 발전된 것으로, 이미 출현했던 과거의 룩이 시대 상황을 고려하여 신상품으로 재활용되어 나타난다고 해도 과언이 아니다. 이는 곧 창조의 영역을 모방의 범위까지 확장시키고 창조의 개념을 재해석하도록 요구하는 것이라고 말할 수 있을 것이다. 하나를 선택하기보다는 통합되고 다의적 요소를 지닌 것들을 수용하도록 요구받는 현대 소비사회에서의 창조와 모방을 경계짓기란 그리 쉽지 않은 일일 것이다. 특히 오늘날의 혼성모방의 표현은 모방의 대상과 비평적 거리를 두는 패러디(parody)와 달리 복제된 원본이 은폐되고 그 의미가 불확정적인 이미지들의 조합이며 이러한 것들이 철저히 상업적으로 이용되고 있기 때문에 더 더욱 그러하다고 할 수 있다. 일찍이 시인 바이런은 "미래에 대한 최선의 예언자는 과거" 라고 했다.[1] 즉, 새로운 스타일의 창조나 발전은 과거와 단절시켜서는 생각할 수도 없는 것으로서 논평자들 또한 '우리시대는 이 시대만의 특징적인 양식이 결여된 시대' 라고 주장했으며, 말록스(Malraux. A)[2] 는 '우리 문화는 벽 없는 박물관' 즉, 패스티쉬(pastiche), 회귀(retro), 상징적 위계가 붕괴하고 문화의 재생을 강조하는 포스트 모더니즘의 인식을 강화시킨다고 말한 바 있다. 또한, 제임슨(F. Jameson)은 오늘날의 예술가나 작가들은 더 이상 새로운 세계와 스타일을 만들 수 없게 되었고 그러한 것들은 이미 만들어져 있으며 단지 제한된 숫자들의 조합만이 가능하다고 비판했다. 그는 스타일상의 개혁이 더 이상 가능하지 않은 세계에서 할 수 있는 유일한 방법은 스타일들을 모방하는 혼성모방(pastiche)뿐이라고 제시한다.[3] 이렇듯 혼성모방은 디자인 역사 속에서 늘 존재했던 것이지만 20세기에 더욱 활발히 사용되었으며 보편화되었다고 볼 수 있다.

21세기를 출발하는 현시점에서 20세기를 되돌아보며 혼성모방이 보편적 문화 현상으로 대두된 상황을 인정하고 현대 패션디자인의 창조성에 대해 숙고 해봄으로서, 시대의 변화에 따라 창조와 모방의 개념이 달라지고 있는 현실을 직시하고 혼성모방을 통해 현대 패션 디자인에 대한 창조와 모방에 대해서 비판적인 입장에서 바라볼 수 있을 것이다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 혼성모방의 개념

혼성 모방은 표절과 같은 식의 취급을 받기도 하며, 그 도덕적 판단에 대해서 여러 학자들 사이에서 논쟁이 계속되고 있으나, 여기서는 그것이 단순히 '복제, 가짜'가 아님을 주목할 필요가 있다. 이는 데리다의 의미의 확산작용 (Dissemination)[4]에서 접목으로서의 콜라주, 신모방론[5]과 같은 맥락이며 보드리야르의 시뮬라크르(simulacre)[6] 개념과도 일맥상통한다. 즉, 혼성모방은 원본을 상실한 복제품이며, 무의미하고 공허한 이미지들의 혼합이다. 이처럼 혼성모방은 이미 잘 알려진 예술작품이나 모티브, 스타일, 이미지, 테크닉 등을 모방하고 편집하여 재조합 한 예술작품 또는 창작기법의 하나이다. 혼성모방은 종종 패러디와 혼동하거나 동화시키려는 경향이 있는데 둘 다 모방과 관련이 있으나 혼성모방은 더 나아가 다른 스타일의 매너리즘과 스타일상의 특색들을 흉내내고 있다. 제임슨(F. Jameson)[7]은 패러디 이면에는 모더니스트들의 스타일과 비교될 수 있는 어떤 언어적 기준이 존재하는 것이나, 혼성모방은 기존의 스타일의 모방이고, 스타일상의 가면을 쓰는 것이며 죽은 언어로 이야기한다고 주장했다. 즉 중성적인 수행으로 풍자적 웃음조차 사라지고 어떤 잠재된 기준의 존재마저 배제된 공허한 패러디라고 할 수 있다. 린다 허치언(Linda Hutcheon)은 혼성모방의 정의에 관해 패러디보다 더 변용이 심하게 가는 특성이 있다고 언급한다. 즉, 혼성모방은 포스트모더니즘의 특성적 양상으로 대중주의 문화 생산물 깊이의 결여, 행복감의 만연을 들 수 있으며 이것으로 인하여 미술에서의 개별 주체의 소멸과 그것의 필연적인 결과로 인한 개인 스타일의 비효율성으로 나타난 것이 바로 혼성모방이다. 또한, 패러디와 혼성모방은 다른 성질을 가지고 있으나 모방의 적극적 수용에 의한 창조의 한 방법이라 정의 내려질 수 있다.[8] 이러한 장르의 경계 붕괴와 혼합, 절충적 현상을 통해 의미를 끊임없이 지연시키는 다의적이고 상대적인 경향들의 대표적 표현이 혼성모방, 즉 패스티쉬(pastiche)인 것이다.

2. 혼성모방의 배경이론

혼성모방은 포스트모더니즘의 대표적 특징 중 하나로 1960년대 이후 문화적 측면과 경제적 측면에서 해체이론과 후기 자본주의가 그 배경을 이루고 있다. 문화적 사상으로 사회전반에 걸쳐 영향력을 행사하는 해체이론과 오늘날처럼 경제체제가 그 사회의 성격을 결정짓는 현실에서 간과할 수 없는 후기 자본주의와 소비사회에 관한 고찰을 통해 본 연구의 이론적 배경을 제시하고자 한다.

1) 해체이론

포스트모더니즘은 모더니즘과 공통적인 특징을 지니는데, 본질적인 면에서 포스트모더니즘은 전통과의 단절, 불확정성, 파편화, 비제시성과 비재현성, 그리고 아이러니와 패러독스 등에 있어 모더니즘과 공통점을 지니고 있다. 그러나, 포스트모더니즘은 더 극단적인 입장을 취하고 있으며 이로써 '대항문화'의 특성을 보여주고 있다. 또한 포스트모더니즘은 탈중심화 현상에 의해 특징지워지며 이는 1960년대부터 부각되기 시작한 청년문화의 대두, 대중문화의 확산, 성의 해방 현상 등이 이러한 성격을 대변한다. 그리고, 포스트모더니즘의 탈 장르화나 장르 확산에 의해 각각의 장르의 벽을 무너뜨리고 서로 혼합되고 결합하는 결과를 가져온다. 이러한 논의에서 중요한 축을 이루는 사상체계인 해체이론은 근대 철학에 대해 근원적인 의문을 제기하는데서 시작되는데, 특히 데리다가 새로운 철학적 해독의 기술원리로 제시하는 개념의 텍스트(text)로서 텍스트 이론이라 불러도 지나치지 않을 것이다. 텍스트 이론은 직물조직처럼 이질적인 것들이 얽혀 있는 것이기 때문에, 하나의 원칙적인 중심개념이 있을 수 없으며 서로 엮어지는 교차로들을 그때 그때마다 살펴보는 방안이 요구되는데 그런 시작의 출발점이 플라톤의 파르머콘(pharmakon)이다. 파르머콘은 양자 택일이 아니고 양가성(兩加性, ambivalence)이나 양자공존(兩者共存) 즉, 공존의 논리이다. 로고스가 택일이나 선택의 논리라면 파르머콘은 동거의 논리인 것이다. 따라서 폐쇄적인 전체성과 절대적인 것을 거부하고 단지 텍스트 안의 작용에서, 그것들의 상호 연계에서 생

기는 관계의 다양성 만을 인정하는 것이라 할 수 있다.[9] 앞서 말했듯이 중심의 부재, 즉 제임슨(Jameson)의 주장에 의하면 주체의 해체는 '주체 자체의 죽음'이며 이는 부르주아적 개체, 장, 개인의 종말이라는 주제를 상기시키고 그 주체의 부수되는 강조점이라 할 탈중심화를 불러일으킨다. 이는 저자가 독자적으로 창조적이고 유일한 세계관을 기초로 한 작품은 더 이상 존재할 수 없으며 작품의 정체성과 유일성도 의미를 잃게 됨을 뜻한다. 그 결과, 보이는 것은 단지 파편화되고 피상적인 이미지 뿐이고, 그 이미지 역시 저자의 깊은 내부로부터 창조된 것이라기 보다 주변에서 부유하고 있는 선행 목록들 중에서 차용한 것, 즉 혼성모방이다. 또한, 데리다가 말하는 차연의 세계에서 자기정체성을 찾는다는 것은 환상일 뿐이며, 모든 대립과 양자 택일이 무의미해지기 때문에 오히려 그 양변을 다 긍정한다고 말할 수 있다. 결국 기표(記標)에 의해서 만들어지는 초월적인 기의(記意, transcendent singnified)는 존재하지 않으며 그 의미는 불확정적이 되고 단지 다른 기표들과의 차이로만 존재한다는 것이다. 이로써 기표(記標)는 기의(記意)와 1:1로 맺어지는 것이 아니라 기표와 기의가 계속 분리될 뿐만 아니라 새로운 조합을 형성한다고 한다. 시간적, 공간적 경계를 초월함으로써 열린 사고를 추구한다. 그로써 언어나 기호의 재현에 대한 믿음을 전복시켜 다양성과 열림을 찾아가는 것이라 할 수 있다.

이렇듯 기의가 부정되고 지시 대상과 관계가 모호하게 되면서 기표는 자유롭게 해체되어 무의미한 상들만을 남기게 된다. 혼성모방은 이처럼 불확정적인 기표들의 혼합이라 할 수 있다. 또한 혼성모방의 표현은 과거의 역사적 이미지와 스타일들을 혼합하며 이는 역사 의식의 부재와 향수 양식을 나타낸다. 연결성 없이 사건들로만 남게 된 역사는 그것의 근원을 상실하며 깊이 없고 뿌리 없는 대상, 시뮬라크르화된 존재로 남을 뿐이다. 오늘날의 역사는 과거의 의미를 상실한 스타일과 유행으로서의 과거인 것이며, 이러한 맥락에서 할 포스터(H. Foster)[10]또한 혼성모방은 '역사성'과는 아무런 관련성이 없다고 주장했다. 그는 포스트모던 미술과 건축의 경우 혼성모방의 사용으로 말미암아 스타일들은 특정한 문맥 뿐만 아니라 역사적인 의미까지도 박탈당하고 수많은 상징물로 전락된 여러 스타일들은 부분적 환영의 형태로 재생되고 있다는 것이다. 이런 의미에서 역사는 물화(物貨)되고 파편화되며 날조되고 역사에의 복귀는 한낱 실체 없는 그림자에 불과한 것으로 비판하고 있다.

혼성모방은 아무 원칙 없이 과거 모든 스타일들을 조합하고 결합시킴으로써 결국 진정한 역사성을 잃게 하고 과거를 단지 이미지의 환영과 같은 존재로 여기게 하며 역사의식이나 사건들의 재현과는 상관없이 스타일이나 분위기 등으로 표현해내는 의미 없는 조각들의 연결에 지나지 않는다. 이에 역사는 더 이상 우리가 알 수 있는 것이 아니며, 우리는 깊이, 정의 그리고 확고한 정체성도 없는 영원한 현재에 살게 되며, 단지 이미지로만 남겨진 역사는 우리의 필요에 따라, 보다 정확히는 다국적 자본주의의 상품 논리에 따라 선택되는 혼성 모방의 대상이 된다.

2) 사회적 배경

제2차 세계대전 후의 새로운 유형의 사회(후기 산업사회, 다국적 자본주의, 소비사회, 미디어 사회 등)가 도래하여 새로운 유형의 소비, 계획된 퇴폐성, 이제까지 볼 수 없었던 패션과 스타일 변화의 급격한 리듬이 전개되고 있다. 또한, 종래와 비교할 수 없을 정도로 사회전반에 침투한 광고와 텔레비전 등의 미디어확산, 지역 간, 그리고 중앙과 지방 사이의 긴장이 일반적 표준화로 대치, 거대한 초고속 도로망의 발전과 정보통신 문화의 도래 등 이러한 모든 것들이 모더니즘의 세력 하에 있던 사회와 급진적 단절을 보여주는 특징들 중 일부이다. 포스트모더니즘은 후기 자본주의나 소비자본주의 혹은 다국적 자본주의의 출현과 함께 한다.[11] 후기 자본주의 사회는 현실 자체가 이미지, 환영, 복제 등으로 존재하게 되면서 철저히 상품화되는 사회로 혼성모방은 이런 사회의 모습을 잘 드러내주고 있는 현상이라 하겠다. 제임슨(Jameson)은 "포스트모더니즘은 사회영역이 없는 괴상한 문화적 확장, 사회 생활의 모든 것이 문화적이라 할 정도로 다국적 자본주의, 탈중심화된 세계적 네트워크에 핵심적인 재생산 역할을 담당한다"고 말했다.[12]

현대의 자본주의적 개념에서 볼 때, 자본은 정보, 금

융서비스, 지식 따위의 기호로 축적되고 예술 또한 가장 중요한 투자 영역이 된다.[13] 다국적 자본주의는 문화를 흡수하여 역사 제도, 관념, 예술, 개인의 정신 등 모든 것을 끌어들여 이미지나 스타일, 재현 등으로 생산해내어 상품화시킨다. 즉, 오늘날 상품이 물질뿐만 아니라 추상적인 것까지도 포함하게 된다. 어떤 의미나 연관성을 따지지 않으며 소비를 자극시킬 수 있다면 무엇이든 조합하는 혼성모방이야 말로 후기 자본주의, 다국적 자본주의의 성격을 잘 드러낸다. 보드리야르(Baudrillard)는 기호가 상품과 결합하여 '상품 - 기호'로 생산되는데 이를 후기 자본주의 사회에 핵심적 특징으로 보았다. 생산에서 이미지와 실제와의 차이를 부식시키는 매체를 통한 기호, 이미지, 시뮬레이션의 끊임없는 반복, 재생산으로 소비사회는 비규제적, 가변적이며 문화적이 된다. 이렇듯 소비문화 안에서의 예술의 역할 증대와 다른 문화 매개자들, 이미지 생산자, 수용자, 대중과의 교류가 활발해지면서 해체적 경향, 장르 와해의 위세구조(威勢構造)와 생활 양식을 분리시키는 이중적인 태도가 발생되고 이는 필연적으로 다양한 취향으로 변형되는 다원주의적 입장을 야기시키게 되는 것이다. 현대의 소비문화는 둘 중 하나를 선택하는 것이 아니라 오히려 모두 선택하는 것이다. 이미지와 기호, 상징적인 상품들이 쏟아져 나오고 사회적 이미지나 기호체계로서의 시각 이미지가 갖는 모호성은 이미지의 보여주는 것과 뜻하는 것은 항상 일치하는 것이 아니며 이미지가 갖는 의미는 매우 다양하고 복잡하다.

현대 소비 사회에서 이미지는 대중매체, 광고와 마케팅 기술을 통해 욕구를 더 이상 지연시키지 않고 즉시적으로 충족시킬 것을 요구하고 욕망을 자극하는 기호를 생산해 소비자를 과시욕과 자기 환상 속에 빠지도록 만들고 있다. 이러한 소비 사회에서 사람들은 끊임없이 타인과 구별되기를 희망하고 '개성'을 표현하고자 제시되는 수많은 이미지들을 소비하게 되는 것이다.

포스트모던 시대의 모사(模寫) 이미지는 탈 맥락화된 문화 환경 속에서 의미 잃은 기호의 모방, 복제, 재생을 반복하면서 형성된 것이다. 이러한 원본 없는 이미지들의 조합은 혼성모방으로 상품화되어 우리 앞에 나타나 소비를 촉구하고 그것을 받아들이도록 요구한다. 이미지들은 더 이상 해독하고 의미를 밝혀야 할 존재가 아니라 우리를 자극하고 사라져버릴 뿐이며 더욱이 이미지들이 현실을 덮어버림으로써 우리의 현실감을 마비시키고 더 나아가 시공을 넘나드는 이미지의 초 역사성은 역사의식마저 잠재우게 된다.[14]

일시적이고 순간적인 미를 추구하는 시뮬라크르적인 이미지가 상품화되는 현대 사회는 창조와 모방의 경계가 모호해지고 있다. 혼성모방은 의미의 경직성을 탈피하고 다양한 해석을 할 수 있는 가능성을 제시한다는 점에서 그 다의적 특성은 환영받을 만 하지만 혼성모방의 의미부재와 원본 없는 이미지의 조합은 적극적 창조보다는 유희적이고 모호한 모방의 확산을 부추긴다.

3) 문화적 배경

현대문화 속에서 대중매체는 사회적 정체성의 구성에 있어서 중심적인 것이 되었다. 대중매체의 재현(representations)들이 실제 삶의 사회적인 중요한 행위들을 대신하고 있다. 이는 단순히 대중매체가 전달하는 메시지가 사람들 개개인에게 영향력을 행사하는 중요한 형식들로 자리잡은 것이 아니라 우리는 이미지들의 매개를 통해 사회적 존재로서의 우리 자신을 동일화하고 스스로를 구축한다는 것이다. 그래서, 현대문화에 대한 이해는 이미지의 문화적 형태와 보기(watching)의 현상학 양자에 모두 초점을 맞춰야 한다.[15] 또한, 현대 문화는 대중사회, 산업사회에서 정보사회로의 변화를 겪으며 문화적 생산과 상품형식의 침투 등 많은 면에서 변화가 진행되었으며, 정보시대의 문화는 연출된 차이(staged difference)의 생산으로 이루어지고 이미지들은 사회적 정체성의 모조물들(simulations)로서 소비된다. 이러한 문화적 상황 속에서 혼성모방은 대중매체(TV, 영화, 광고 등)를 통해 널리 사용되어지고 있으며 우리는 그것들을 쉽게 소비하고 받아들이고 있다. 대중매체는 대중 문화의 중심에 자리 잡은 채 문화의 흐름을 주도한다고 해도 과언이 아닐 것이다.

(1) 대중매체의 혼성모방

대중매체 문화는 사람들로 하여금 현실을 잊게 만

들고 사람들에게 미래와 자신의 정체에 대한 무한한 가능성을 제시한다. 우리는 대중매체를 통해서 실제의 삶에서 충족할 수 없는 것, 좌절을 완화시키기 위한 것, 일상 생활의 무미건조함을 해소시켜 줄 수 있는 것을 경험한다. 이에 대해 대중매체는 수동성을 조장하고 창의와 창조성을 흐리게 하며 주관성을 박탈한다는 비판을 받고, 개인들의 관료주의, 자본주의 체제로 통합하는 기구로서 작용한다는 견해도 있지만 대중매체는 개인과 집단의 태도에 커다란 영향을 미치면서 새로운 삶의 기준을 마련해 주어 왔다.

과학적 발달과 혁신적 복제 기술로 문화의 민주주의를 가져 왔지만 수많은 사람들은 그저 누군지 알지도 못할 타인에 의해 생산된 문화의 단순한 소비자로 전락시켰다는 부정적인 측면을 무시할 수 없다. 또한 대중매체는 사회의식을 거대한 스펙터클 쇼의 장관 속으로 용해시키고 수단과 방법에의 유혹에만 집착하며 동시에 의미 있는 결과에는 무관심하다고 할 수 있다.[16] 매스 미디어를 통한 대량복제와 유포는 현대 생활의 본질을 변화시켰다. 대중매체는 시간과 역사를 순간들의 연속으로 와해시키고 이미지 과부화, 단편화, 반복, 표준화 시켰으며 대중들의 경험의 대부분이 이를 통해 매개되고 있음을 부인할 수 없다. 이렇게 대중매체의 특성 안에서 혼성모방의 전제 조건이 완벽하게 갖춰있음을 알 수 있다. 주체의 해체와 기표의 유희적 성향은 근원이 상실된 채 이미지를 모방하고 대량생산하는데서 찾을 수 있으며 이는 대중매체를 통해 문화 전반에서 나타난다.

대중매체를 통해 보여지는 매력적인 스타일들은 소비자인 대중 들에게 수용되어 자신의 정체성 혹은 '개성'이라는 미명 하에 모방되어지고 있다. 광고를 통하여 보여지는 이미지들은 소비 욕을 자극하고 새로움과 혼란스러움을 동시에 선사함으로서 모방을 자기 만들기(self-production)로 연결시키고, 영화 속에서 표현되어지는 이미지들 또한 그들과 동일시 하고자하는 대중들에게 영향을 주고 있음은 익히 잘 알고 있다. 수많은 이미지들의 혼성모방과 창조적 주체의 상실로 대중매체에서 제시되는 것들은 의미 해석의 무의미함을 일깨운다. 이는 패션에서도 마찬가지로 광고 속 모델, 영화 속 배우들의 패션은 매우 새로우면서도 낯익은 모습으로 다가온다. 기술의 발달, 매체의 발달로 더 많은 것을 더 많이 생산하고 수용해야하는 오늘날 정보의 홍수 속에서 늘 새롭고 창조적인 활동을 할 수 없음을 보여준다. 보여지는 것들을 무의식적으로 받아들인 후 자신도 모르게 모방을 창조하게 된다.

(2) 광고 · 영화의 혼성모방

매스미디어의 발달과 테크놀러지의 진보로 20세기 말의 광고는 대중문화의 일부로서 혼성모방적 성격을 가장 잘 반영하고 있다. 광고에서의 텍스트는 수용자에게 분명한 스토리를 전달하는 것이 아니라 오히려 모호한 이야기를 제시함으로서 수용자의 해석에 대해 열어 놓는다. 또한, 이들이 제시하는 영상언어는 정보를 주기보다는 다양한 이미지를 연속적으로 보여주고 대중주의적 미학을 생성한다. 광고에서 제시되는 기표들은 기의로부터 풀어진 채 자유롭게 떠다니며 무의미한 환경 안에서 끊임없이 소비자들의 욕구를 불러일으켜 상품화시키는 역할을 한다.

현대의 광고는 현실적으로는 불가능한 모든 만족과 환상의 이미지들을 실현된 현재의 상황으로 등장시키고 복합적이고 비일관 된 표현 방식을 사용하며 어떤 하나의 이미지나 배경보다도 시대, 국적이 모호한 복합적인 배경이 많이 등장하고 있다. 광고에서의 풍자적 패러디, 이미지 복제, 장르의식의 붕괴와 혼합은 대중매체를 통해 대중에게 보급되어 수용되어지고 그 자체가 소비의 대상이 되어 상품화되고 있다. 광고의 특징을 보면 현실과 허구가 뒤섞여 있고 상징적 이미지를 중시하며 파편화한 이미지의 나열, 비언어적이며 환상적 분위기 연출, 여러 요소들이 복합적으로 혼합되어 나타난다. 그리고, 주체 구성에서의 탈 중심화, 허무주의의 극대화, 전위적 실험성 등[17]과 함께 소비자와 상품의 관계에 대해서 어떤 분명한 의미를 전달하지 않은 채 이미지만을 부여하고 있다. 또한, 그 이미지들은 대중이라는 수용자들에게 거부할 수 없는 마력을 지닌 익숙한 이미지들의 혼성모방으로 이루어진 것이 대부분이다. 〈그림 1〉은 Jean-Paul Gaultier의 광고사진으로 중앙의 체 게바라는 혁명가로서의 의미를 상실하고 주변의 종교적 상징들도 순수하고 신성한 영역에서 벗어나 종교적 의미는 소멸된 채 혼성모

방되고 있다. 〈그림 2〉는 Vivienne Westwood의 광고 사진으로 예술작품인 '메두사의 땟목'을 모방하였는데 풍자적이거나 유머러스하기보다는 작품의 구성을 그대로 모방하고 있으며 현대적 의상과 고전 회화적 이미지를 뒤섞어 놓은 혼성모방이라 할 수 있다.

영화에 있어서도 장르적 혼성모방 현상이 매우 활발히 나타나고 있다. 그 동안의 영화는 멜로, 액션, 호러, 코미디 등 전통적인 장르로 구별 될 수 있었지만 최근 이 같은 구분은 무의미해졌다고 하겠다. 영화 '매트릭스' 경우 SF효과를 사용하여 애니매이션인 '공각기동대'의 비현실적 액션을 실감나게 잘 표현하였으며 쿵푸액션과 다양한 장르가 섞여 대중들의 이목을 집중시켰다. 또한, 기존 서부극 배경에 액션과 코미디적 요소를 혼합한 영화 '와일드 와일드 웨스트'도 다양한 장르의 기존 형식을 차용하여 뒤섞어 놓아 흥행에 성공하기도 하였다. 이렇게 장르적 혼성모방은 다양한 정보와 자극에 노출된 현대인들의 동시적 욕구와 일시성을 추구하는 면과 부합되는 것이다. 장르적 혼성모방 뿐만 아니라 영화 속 내용과 등장 인물들의 이미지 또한 여러 가지 복합적 스타일이 나타나고 있는데 이러한 현상은 기술의 발달과 정보의 대중화로 앞으로 더욱 심화될 것이다.

(3) 현대 예술의 혼성모방

급속한 기술의 진보와 테크놀러지의 발달에 힘입어 복제 기술, 비디오, 컴퓨터, 광고, 영화, 사진 등의 대중매체와 예술과의 만남도 확대되어왔다. 기계복제 수단의 진척, 하이테크 뉴 미디어의 정보 전달 용량의 확대, 컴퓨터 통신의 발달 등이 현대의 순발력과 다양성, 위기적인 모습으로 포스트모더니티(postmodernity)경향을 형성하였다. 그리고 여러 대중매체의 급속한 발전과 보급은 기존의 예술 양식에 많은 변화를 유발시켰다. 대중문화와 고급문화의 구분이 모호해 지고 상품미학의 발달로 상품과 예술사이의 경계가 불명확한 현대 사회의 예술은 대중사회와 결탁하여 예술로서의 이 세계를 풍자하거나 설명할 수 있으며 복제할 수도 있다. 이러한 상황 속에서 현대 예술은 대중매체를 통해서 대중의 관심을 유도하고 또 그것을 이용하여 표현의 영역을 확장시키는 작업을 해왔다. 그 동안 예술이 지니고 있던 소재나 구성기법에 대한 고정관념을 해체시켜 사진뿐만 아니라, 각종 인쇄매체, 잡동사니, 일상 용품 등의 오브제도 소재별로 이용하거나 구성기법으로 활용하였다. 이러한 오브제의 이용은 회화가 지닌 평면성을 파기해 입체적 효과를 나타내었고, 기존의 구성기법을 일탈해 찢고 오리고 붙이는 등의 기법을 사용하였으며 또한 유명회화 작품이 사진으로 처리되어 대량복제를 가능하게 함으로써 회화가 지닌 유일성을 파기시켜 반복성과 대중성을 부여하였다. 대중적 소재들과 재조립을 통한 예술활동은 사회적 현실과 재현이 우리를 어떻게 구속하는가를 보여줄 뿐

〈그림 1〉 Jean Paul Gaultier 광고
1998 Italy Vogue N.571

〈그림 2〉 Vivienne Westwood 광고
1998 Italy Vogue N.571

〈그림 3〉 백남준 - Video Art

만 아니라, 그 과정을 언제나 예술의 특성과 위대성을 규정해 왔던 유일성, 작가성 그리고 독창성에 대한 논쟁을 제기하게 된다. 앤디 워홀(Andy Warhol)은 미디어의 과정들을 자신의 작품의 구성과 개념으로 편입시키면서 미디어 방법 그 자체를 내재화 시켰다. 그는 미디어의 속성, 비인간화(depersonalization)와 상투형과 반복에 의존하여 이미지들에서 의미를 박탈했으며 상품화되었음을 인식시켰다. 또한 백남준은 비디오 아트로 TV이미지는 현실을 반영 한다기 보다는 '이미지의 세상'을 구축하며 현대를 만드는 생산 매체임을 보여주었다.(그림 3) 이들은 모두 대중문화로부터 이미지와 테크닉을 끌어냈으며 모방과 창조의 경계를 통합시키며 새로운 문화 생산자로 대두되었다고 볼 수 있다.

Ⅲ. 1990년대 후반 패션에 나타난 혼성 모방 현상

오늘날의 창조와 모방의 개념은 그 경계가 매우 모호하며 그들이 갖는 공통 분모가 점점 더 커져 가는 추세이다. 창조와 모방은 동전의 앞뒤 면과 같이 항상 공존하며 늘 우리를 딜레마에 빠지게 하는 힘을 지녔다고 할 수 있겠다. 다양한 문화 현상 중에서도 특히 패션에서의 창조적 디자인은 인체라는 실루엣을 부여받은 상태에서 이루어지기 때문에 더더욱 그 범위가 축소 될 수밖에 없는 것이다. 창조성의 고갈과 모방에 대한 관대한 입장이 널리 확산되어지고 있는 이러한 시점에서 패션에서의 창조적 디자인이라 함은 시대적 요구와 묵인 속에서 만들어진 창조적 모방이라 할 수 있다.

1990년대 후반의 패션에서의 혼성모방은 예술작품이나, 종교적 상징, 하위문화 스타일과 역사적, 민속적인 이미지를 차용하여 영역의 경계가 해체된 모습으로 패션에 나타나고 있다. 이렇게 패션에서 보여지는 혼성모방은 의미의 부재와 파편화 된 이미지의 조합으로 이루어져 있는데 이는 더 이상 새로운 것을 만들지 못한 채 이미 존재하는 것들을 다시 꺼내서 표현한다. 패션에서도 독보적이던 디자이너의 역할이 해체되어 그들도 주변의 떠도는 이미지들로부터 디자인의 영감을 얻기 시작하여 현대의 디자이너는 끊임없이 주변의 상황을 둘러보며 그것들을 모두 수용하여 디자인해야 하는 상황이 되었다.

1. 패션에 나타난 혼성모방의 종류

1) 역사적 이미지의 혼성모방

과거 우리에게 시간은 일직선상의 시간 개념으로 앞으로 진보하며 이를 기반으로 역사를 진화적 과정으로 가정하며, 역사는 의미있는 사건의 견지에서 설명될 수 있었다. 그러나 앞서 설명했듯이 포스트모더니즘 시대에서의 시간은 연속적이고 일직선적인 시간이 아니라 불연속적이고 가역적인 시간으로 그 개념이 바뀌었다. 이는 과거-현재-미래의 명확한 구분지음에서 그 사이의 경계가 끊어지고 시간적인 구분이 사라진 채 서로 움직임이 가능한 역동성을 지닌다. 즉 시간의 '무시간적' 해석이 가능하다는 의미이다.

윌슨(E. Wilson)은 역사적 스타일의 혼성모방은 과거에도 이루어져 왔으며 포스트모더니즘의 대두와 함께 더욱 확대되었다고 주장한다. 이제 역사는 그 의미를 분석하고 연구하는 대상에서 벗어나 필요에 따라서 선택적으로 이용하고 재 조합할 수 있는 아이디어의 저장고가 되었다고 할 수 있겠다. 현대인들이 갖는 과거에 대한 향수와 인간의 회귀 본능을 자극하는 요소들을 갖추고 있는 이러한 혼성모방은 거부할 수 없는 매력으로 대중화되었다. 그러나, 역사적 이미지들이 현대 패션에서 재구성되어 보여지는 것은 형태의 변화와 더불어 내용의 전환도 함께 한다. 즉, 과거성이 갖는 역사적 의미의 고증(考證)이 파기된 채 표현된 날조된 역사성이라는 것이다. 크리스챤 디올 작품에서 보여지는 과거 이집트인의 헤어스타일과 메이크업이 현대적 스쿨 걸의 이미지와 혼성모방되어 있는데 과거의 역사성을 상실하고 스타일을 차용하고 재 조합시켜 시간의 개념을 분열시킨 것이라 하겠다(그림 4). 또한, 박윤수 작품에서는 과장된 가체와 장식적인 큰 비녀로 조선시대 기생의 이미지를 보여 주면서 동시에 순결한 신부의 상징인 연지를 사용해 과거의 관습적 의미를 파기하여 모호한 이미지를 표현하고 있고,

현대적인 드레스로 인해 시대적 해석마저 흐려 놓는 혼성모방을 보여준다(그림 5).

2) 지역적 혼성모방

다국적 자본주의로 불리우는 후기 자본주의는 근대적 시간 개념의 붕괴와 혼돈에 이어 공간 개념의 경계 또한 흔들어 놓았다. 정보화와 세계화로 인해 공간적인 구분을 없애고, 다국적 기업들은 전 세계 시장을 상대로 다양한 이미지들이 혼합된 최종 형태의 상품을 제공한다. 90년대에 접어들면서 서구 중심적이던 디자인 문화가 매스 미디어의 발달과 함께 세계의 다양한 문화가 자연스럽게 교류하고 독특한 민속적 이미지들과의 접촉으로 문화변동에 적극성을 가져오게 되었다. 패션에서 이러한 공간적 장벽의 붕괴는 에스닉(ethnic)스타일의 붐을 일으키고 에스닉 이미지에서 오리엔탈리즘(orientalism), 트로피컬(tropical), 포클로어(folklore)까지 다양하고 이색적이면서도 자연스러운 이미지들이 사용되었다. 여기서 에스닉 스타일의 복식은 고유한 민족적 정체성과 민족간의 유대감을 부여해주는 전통적인 민속복의 의미를 가지기보다는 다국적 자본주의의 시대에서 다국적 상품으로서 출현한 것이다. 디자이너들이 끌어들인 에스닉에는 시대 정신과 문화, 국제적인 상황 변화등에 의해 영향을 받는다. 홍콩의 중국 반환에 이르러서는 중국 전통 복식에서 영감을 받은 차이니즈 에스닉을 선보이고, 석유 파동이 있을 때는 중동지역 의상이, 뉴델리 올림픽이 개최되었을 당시엔 인도 풍의 의상이, 몽고가 문호를 개방했을 때는 몽고의상이 대거 등장하기도 했다.[18] 그러나 90년대 말 민속풍의 스타일들은 그러한 정치적, 사회적 이슈보다는 쉽게 접근할 수 있는 이질적 문화를 끌어들여 색다른 이미지를 창출하고자 할 뿐이라 할 수 있다. 는

쟝 폴 골띠에의 작품으로 인도의 화려한 장신구, 옷의 무늬와 일본의 기모노를 팔에 걸치고 있는데 서로 다른 민족의상의 이미지를 차용하여 혼성모방하고 있다(그림 6). 쟝 폴 골띠에의 작품으로 슬림한 정장 위에 기모노를 겹쳐 입어 동·서의 문화적 이질감과 함께 지역적 거리를 초월하며 병치되고 있다(그림 7). 이는 타문화에 대한 이해와 해석적 입장이기보다는 표면에 드러난 형태나 컬러, 디자인 등을 차용하여 소비자의 호기심과 소비 욕구를 자극하기 위한 수단으로 사용되는 경향이 짙다고 하겠다.

2. 문화적 혼성모방

대중사회를 이끄는 대중매체의 발달로 대중문화와 고급문화의 벽이 헐리고 사람들 또한 모든 문화가 동등한 존재 가치가 있다고 보는 시각이 확산됨에 따라

<그림 4> John Galliano 97~98 A/W

<그림 5> 박윤수 2000 S/S S.F.A.A Collection

<그림 6> Jean Paul Gaultier 2000 S/S Collection

<그림 7> Jean Paul Gaultier 1999

<그림 8> John Galliano 2000~2001 A/W collection

하위문화 스타일이 상위문화, 지배문화에 영향을 주면서 문화 계층적 이미지의 혼성모방을 형성한다. 20세기 후반 패션에서 하위문화 스타일의 이미지를 차용, 복제, 재조합 하는 현상이 두드러졌으며 과거 성적 소외계층이던 여성성의 대두와 페미니즘의 확산으로 성적 이미지의 혼성모방이 더욱 활발히 나타나고 있다.

1) 하위문화 이미지

1950년대 말부터 시작되어 1960년대 절정을 이룬 저항문화는 중산층의 젊은 지식인들의 지배 문화의 중심에서 벗어나 급진적이고, 정치적, 혹은 비정치적 책략을 주장하면서 전개되었다. 이러한 저항문화의 일종이라 볼 수 있는 히피(Hippy)와 펑크(Punk)는 각각 1960년대와 1970년대를 대표하는 하위문화이다. 다양한 스타일상의 영감을 끌어와 이들을 절충적으로 섞은 펑크 스타일은 최근 포스트모더니즘 시대의 혼동스런 혼성모방 양상의 선구자적 모델이라 할 수 있다.[19] 80년대에 펑크의 요소들이 과감하게 하이 패션에 도입되었으며 90년대에 나타난 그런지(Grunge)스타일과 리믹스(Remix)스타일 또한 히피나 펑크와 같은 하위문화 스타일과 융합하여 나타난다.[20] 그러나, 1990년대 나타난 네오 히피, 네오 펑크 스타일은 과거에 그 문화가 지녔던 저항 정신이나 허무주의적 사상은 사라지고 단지 스타일과 이미지의 모방인 것이다. 이는 단순히 새로운 아이디어의 소재로서 디자이너에 의해 무작위적으로 채택된 이미지의 시도[21]일 뿐이다. 그라피티(graffiti)의 혼성모방 또한 패션에 자주 등장하는 요소로써 1960년대 팝아트(pop art)의 영향으로 티셔츠나 의복의 무늬로 도입되기 시작하여 1980년대 패션의 한 테마로 등장하였으며 최근 90년대 후반에 다시 사용되고 있다. 패션에서 혼성모방으로 보여지는 그라피티는 그 본래의 의사소통 전략, 소유권의 표시, 저항적 메시지의 낙서 등의 동기는 사라지고 외적인 형식으로서만 차용되어 나타난다.[22] 즉, 전달하고자 하는 메시지는 떨어져 나간 채 남은 기표들의 조합으로 불확정적인 의미를 갖게되는 것이다.

전등갓 모양을 그대로 본뜬 모자를 쓰고 있거나 왕관을 쓰고 있으나 이는 아무 연관성 없는 오브제로 이미지가 변형되어 나타난 혼성모방이다(그림 8), (그림 9). 얼굴을 덮는 전등갓은 1차적 의미인 인테리어 소품에서 벗어나 더 이상 확정적이지 않으며, 왕관 또한 신분 상징의 의미를 상실하고 복제된 모조품의 모습으로써 보여진다.

이와 같이 기표의 유희로서의 혼성모방은 이미지만이 부유하는 기표들을 끌라주하며 차용한 것으로 유희성, 불합리성, 모호성 등의 성격을 지니고 있다. 이러한 기표들은 단정적이고 일방적인 해석을 거부하고 다의적이거나, 모호함으로 그 의미를 끊임없이 다르게

<그림 9> Vivienne Westwood 2000~2001 A/W collection

<그림 10> Castelbajac 1998 S/S collection

<그림 11> Christian Dior Couture 99 S/S collection

<그림 12> Waida 95~96 A/W Tokyo Collection

<그림 13> Marithe+Francois Girbaud 2000~2001 A/W Collection

제시하고 있다고 볼 수 있다.

2) 예술적 이미지

독창성을 전제로 했던 패러디나 혼성모방은 본래 예술작품에서 그 이미지를 차용하여 디자인에 응용한 것으로 나타난다. 다수의 화가들과 그들의 그림은 디자이너들에게 영감의 원천이 되었으며 디자이너들은 그들의 회화를 그대로 차용하거나 그것을 활용하여 디자인을 하였다. 예술작품들을 현대인의 감성에 카타르시스(catharsis)를 제공하고 있으며 패션에 모티브를 제공하고 있다.[23]

『화랑은 내 작업의 근원지이고, 회화 속의 의복뿐만 아니라 그 회화의 배경, 그리고 당 시대의 생활상에서 보여지는 색상, 디자인, 움직임의 조화는 수많은 패션 아이디어를 싹트게 한다. 위대한 예술가들과 그들의 작품은 끊임없이 인스피레이션(inspiration)들을 발산하고 있다.』 – 비비안 웨스트우드[24]

이는 패션에서의 예술적 이미지의 차용이 매우 활발히 이루어지고 있음을 밝히는 것으로 고급 문화로 분류되던 예술작품들과 생활의 일부로써 대중적인 패션간의 이러한 경계의 붕괴는 창조성과 모방에 대한 새로운 정의를 요구하게 된다. 또한 예술작품은 패션에 다양한 기표를 제공하고 있으면서도 패션에 적용된 예술작품의 기표들은 본래의 의미를 잃고 불확정적인 의미를 새롭게 부여받게 된다. 즉, 서로의 장르적 경계를 벗어남과 동시에 무엇이 원본이 되고 무엇이 모조품이 되는지 구분을 하는 것 자체가 무의미해진다. 이렇게 예술작품의 차용으로 혼성모방 된 패션 스타일들은 독보적이던 예술의 위치를 대량생산과 복제를 통해 누구나 접근할 수 있는 대중의 영역으로 끌어들여 그 원래의 가치를 상실하고 의미해석 또한 착용자나 관찰자에게 무한히 열려있게 된다.

카스텔바작의 작품에서는 성화를 프린트한 스커트와 해변에 어울릴 카노티에르(canotier)[25]가 함께 표현되었고(그림 10), 크리스챤 디올은 장 콕도의 데생 스타일의 그림을 응용해 초현실주의적인 드레스를 보여주고 있다(그림 11). 이렇게 혼성모방 된 예술 작품이나 이미지들은 그 본래의 의미를 상실하고 복제된 이미지의 출처는 은폐된 채 상품화된다.

3) 성적이미지의 혼성모방

1970~1980년대의 페미니즘은 남녀의 이질성에 관심을 두어 가부장제를 여성 억압의 최대 원인으로 꼽으며 여성의 생물학적 특수성에 관심을 기울이는 급진적 페미니즘이 맹위를 떨쳤다. 80년대 들어서는 포스트모더니즘 영향으로 '하나로 고정된 여성이론이 바람직하지도, 가능하지도 않다'는 포스트모던 페미니즘이 우세해 졌다. 이는 지배적이었던 권력자체를 해체하고 다양한 차별적인 것이 공존을 추구한다.[26] 1970년대 이후 남녀의 성은 '성에 따른 차이'를 갖는 것이 아닌 '개인에 따른 차이'를 갖는다는 양성주의적 시각으로 전화되었으며 1980년대 패션에 있어서 계급, 연령, 시대, 성을 초월하려는 의지를 크게 부각시켰다. 1990년대 이후 다각도로 변화된 상호 성의 이미지 혼합은 성의 양면가치를 제시하며 상식을 초월한 제 3의 성으로 표현된다. 20세기 후반의 패션에서는 남성, 여성이라는 양분화 현상보다는 남성적인 특징과 여성적인 특징을 혼합하거나 각각의 요소들을 반대 성에 차용함으로써 성적인 차별을 중시했던 기존관념을 일탈하고자 했으며 현대 패션은 남녀 패션의 아이템과 메이크업의 혼용으로 유발되는 여러 가지 이미지의 변화를 즐긴다.[27] 남성과 여성의 성적 구별의 해체와 함께 기존의 남성의 복식과 여성의 복식이 서로 영향을 주고받으며 뒤섞여 서로 다른 성적 이미지의 차용이 보편화되었고, 또한 남성성과 여성성이 해체된 채 표현되는 성적이미지들의 꼴라주는 하나의 성으로 단정지을 수 없는 의미적 불확실성과 해석의 다의성으로 혼성모방의 특징을 잘 보여준다.

와이다의 디자인에서는 남성적인 각진 어깨의 자켓과 몸에 밀착되는 바지가 원피스처럼 하나로 연결되어 있으며 다른 소재를 사용하여 슬림하고 곡선적인 여성적 이미지가 삽입되어 혼성모방이 이루어지고 있다(그림 12). 마리떼 프랑소와 저버의 디자인에서는 과거 여성과 남성의 스타일이 매우 뚜렷한 구별이 사라진 채 서로의 성적 특성을 혼성 모방하여 하나의 성이 부각되기 보다는 공존되는 경향이 보여진다(그림 13).

IV. 결 론

본 연구에서는 창조성에 대한 개념의 수정과 모방의 영역확대가 이루어지고 있는 현대 패션 디자인의 포스트모던적인 모습을 혼성모방이라는 개념을 통해 살펴봄으로써, 새로운 천년 21세기를 시작하는 현재의 혼란스러운 상황에서의 디자인에 대한 이해를 돕고 끊임없이 논의되고 있는 창조적 디자인과 모방적 디자인에 관한 하나의 시각을 제시하는데 의의를 두고자 한다.

패션에 나타난 혼성모방은 예전부터 이루어져 왔으나 그 현상이 포스트모더니즘과 후기 자본주의 시대인 현대에 더 확산되었다. 또한 유행의 주기가 짧아지고 그 변화의 속도가 예전과 비교할 수 없을 정도로 빠른 현 시대에 새로운 디자인의 개발보다 이종교배, 절충주의, 양면감정 등의 현상이 만연되고 있는 것은 독창성과 창조성의 소진과 직결되는 현상이며 그것이 혼성모방으로 표출된다. 중심이 분열되고 다원주의적 체계 속에서 혼성모방은 가치 허무주의적이고, 창조적 디자인의 앞날을 방해하는 것으로 해석될 수 있다. 그러나, 이 세상에는 인간이 만드는 완벽한 새로움의 창조는 존재할 수 없으며 직접적으로나 간접적으로 과거나 현시대의 저작물에 의존하거나 그 영향을 받는 것은 당연하다. 결국 창조적 디자인이라 해도 상대적일 수밖에 없으며 창조와 모방의 한계선은 단정지어 말할 수 없는 모호한 경우가 대부분인 것이다.

창조적 디자인의 한계성을 인정하고 모방을 통해 가려져 있던 것들을 다시 새롭게 조합해 내고 구성한다는 의미에서 혼성모방은 고정된 하나의 메시지를 전달하는 게 아니라 불확정적이고 다의적인 열린 개념으로서 새로운 창조적 디자인의 질서를 성립해 나가는 과도기적 현상으로 이해하는 것이 바람직하다. 그러나, 창조적 디자인의 미래를 혼성모방에 의존하여 낙관하여 방치해서는 안될 것이다. 변화하는 문화와 시대정신이 깃 든 보다 독창적인 디자인 방향을 설정하고 창조적 패션 디자인에 대한 가치부여의 의미를 상기해야 할 시점이라 하겠다.

참고문헌

1) 나현신・전혜정 "현대 패션에 나타난 역사주의에 관한 연구" 한국의류학회지 2000 no. 4 p. 464.
2) Mike Featherstone [포스트모더니즘과 소비문화 Consumer Culture & Postmodernisim] 정경숙(역) 현대미학사 1999 p. 49.
3) 양학미 "후기자본주의 사회의 패션에 나타난 혼성모방", 서울대 석사학위 논문, 1999 p. 1.
4) 의미 확산 작용(Dissemination) - 데리다는 이를 꼴라주/몽타주의 유사 용어로 분류하였으며 이들의 핵심요소를 접목하기(grafting)와 모방하기(mimicry)라고 말했다. 데리다는 텍스트들간에 서로 변용되고 각각을 변형시키고 서로를 거부하거나 하나의 텍스트가 다른 텍스트를 애매모호하게 지나쳐버리며 접목된 각각의 텍스트는 새로운 영역에 영향을 끼치게 된다고 한다.
5) 신모방론(new mimesis) - 데리다는 '모방학주의(mimetologism)'라고 이름 붙이고 이는 '이성중심주의(logocentrism)'의 형이상학이 포착한 표상성에 의거한다고 했다. 모방학주의에 대한 데리다의 선택은 지시대상을 제거하거나 부정하는 것이 아니라 대상을 다른 방법으로 다시 생각하는 것이다. 신모방론은 해체하기 위한 장치로서 꼴라주/몽타주 방법에 의존하여 표상성의 새로운 방법을 모색하는 것은 아리스토텔레스가 「시학 Poetics」에서 모방학주의에 대해서 행한 것과 동일하다는 점을 알 수 있다.
6) 시뮬라크르(simulacre) - Baudrillard [Simulations] New York, Semiotext(e) 1983.
과거에도 재현이라는 모사과정(simulation)이 있었지만 중요성은 시대마다 다르게 나타난다. 르네상스 시대 예술은 자연을 흉내내려는 재현을 시도했고 재현을 모사품(counterfeit)을 생산하는

단계에 머물렀으나 산업혁명 이후 모사품은 대량생산으로 시장원리에 지배당하기 시작했다. 오늘날의 모사는 재현과 현실간의 간극이 사라진 채 그들의 존재 가치가 역전된다. 현실을 모방해낸 재현이 아니라 재현을 통해서 현실을 확인하는 전복의 시대가 되어버린 것이다. 이 같이 현실을 압도하는 모습을 하이퍼리얼리티(Hyperreality)라 표현되기도 한다.

7) F. Jameson [포스트모더니즘과 소비사회] 임상훈(역) 현대미학사 p. 195.
8) 홍 원, "패러디 표현방법을 통한 광고에 있어서의 창조와 모방 개념" 숙명여대 석사학위논문, 1998 p. 17.
9) 파르머콘은 데리다의 텍스트 가운데 한 교차점의 명칭이다. 즉 파르머콘은 약이자 동시에 독이며, 축복이자 동시에 저주이다. 양변을 차이로서 거느리되 대립시키지 않고 상호 얽힘을 엮어 나간다.
10) Hal Foster [반미학: 포스트모던 문화론 Recordings: Arts, Spectacles, Cultural politics] Townsend Baypress 1995 윤호병 외(역), 현대미학사.
11) F. Jameson, 앞의 책, p. 184.
12) M. Featherston, 앞의 책, p. 26.
13) Stanley Aronowitz [21세기 문화 미리보기 : 문화 산업과 위대한 예술의 죽음] 남인영(역) 이영철(편) 1999 p. 46.
14) 유평근 · 진형준 [이미지 imag] 살림 2001 p. 239.
15) Ian H. Angus, Sut Jhally [21세기 문화 미리보기: 현대 미국의 문화정치학] 엄광현(역) 이영철(편) 시각과 언어 1999 p. 370.
16) Dona Polan, [Stock Responses the spectacle of symbolic in summer stock] Discourse 10, p. 124(이영철, 앞의 책, p. 334 재인용).
17) 이화자 [된광고 · 든광고 · 난광고] 나남출판 1993 p. 67.
18) Vogue Korea 1997 2월호 p. 156.
19) 양학미, 앞의 책. pp. 26~27.
20) 양희영, 20세기 후반 패션에 나타난 절충주의적 경향, 숙명여대 석사학위 논문, 1998 p. 30
21) 정현숙, 패션에 표현된 포스트모더니즘 연구, 숙명여대 박사논문 1995 p. 45
22) 이정후, 포스트모더니즘 패션에 나타난 불확정성, 숙명여대 박사논문 1998 p. 103.
23) 김 선, 포토몽타주 이미지가 표현된 1990년대 의상에 관한 연구, 숙명여대 석사논문 2000 p. 32.
24) 조소영, 패션과 회화의 Inter-Mode, 홍익대 석사논문 1997 p. 77.
25) 밀짚모자의 일종으로 원래 보트선수가 썼으며 sailer hat과 같은 형태.
26) 최혜정, 20세기말 현대 패션에 나타난 다문화주의 현상에 관한 연구, 세종대 석사논문 1999 p. 23.
27) 양희영, 양희숙, 20세기 후반 패션에 나타난 절충주의적 경향, 한국의류학회지, 2000 vol. 24. no. 4 p. 54.