

패션일러스트레이션에 나타난 포스트모던 페미니즘 이미지 研究

朴倉嬉* · 成光淑

東明情報大學校 패션디자인學科 碩士*, 東明情報大學校 패션디자인學科 助教授

A Study on the Postmodern Feministic Images in Fashion Illustrations

Park, Chang Hee* · Sung, Kwang Sook

M.A., Dept. of Fashion Design, DongMyung University of Information Technology*
Assistant Prof., Dept. of Fashion Design, DongMyung University of Information Technology

Abstract

In this study, based on the postmodern feminism were investigated in the non-fashion areas of painting, advertising and fashion areas.

And, fashion illustrations were analyzed visually in the aspect of the essentialism and deconstructivism that constitute the postmodern feminism. In addition, it was examined how women images were expressed in fashion illustrations that reflected the postmodern feministic ideas.

The research results first, in fashion illustrations were the essentialistic women images were grouped in the opening of women bodies and actively emphasize. the opening of women bodies were expressed bodies the fetishistic, ecstatic images, actively emphasize features were expressed the sexual, and realistic images.

Secondly, and fashion illustrations the deconstructivistic women images were grouped androgynous features, genderous features, the distorted feminine gender features, complex features. androgynous features were expressed the powerful, grotesque, humorous, androgynous image, that genderous features of immature, boyish image, that the distorted feminine gender features of simple, ethnic, techno-cyber image, that complex features of complex images.

Key words: postmodern feminism(포스트모던 페미니즘), essentialistic(본질주의적),
deconstructivistic(해체주의적), fashion illustration (패션일러스트레이션)

I. 서론

역사 이래로 근대까지 여성에 대한 견해는 전통 사회에서 출발한 남성 우월의 사회적 통념에 의존했으나, 근대 이후로는 페미니즘의 이념하에 사회 각 분야에서 여권 신장을 위한 논의와 실천들이 생겨났으며, 최근에 와서는 포스트모더니즘의 다원주의적인 사고방식에 입각하여 미술, 광고, 패션 등에 있어서 페미니즘

적용이 활발해지고 있다.

패션일러스트레이션은 작가의 창의력, 미적 감각과 내면을 표현하며, 시각적 표현을 근거로 일정기간 동안 많은 사람들의 동조행동 양식을 나타내는 점에서 조형예술의 한 영역일 뿐 만 아니라, 표현대상의 중심 주제로서 여성이란 존재를 가장 잘 표현해내는 분야라고 할 수 있다.

본 연구의 목적은 여성에 대한 성찰과 페미니즘의

이해를 통해 여성의 내적 본질을 이해하고, 현대 페미니즘, 즉 포스트모던 페미니즘에 입각하여 패션일러스트레이션을 조명하여 봄으로서 여성 인체와 이미지를 나타내는 패션일러스트레이션에 좀더 효과적인 표현을 위한 자료를 제공하는데 있다.

이와 같은 목적을 위해 먼저 페미니즘과 포스트모던 페미니즘의 개념을 이해하고 미술, 상업광고, 패션 등에 나타난 포스트모던 페미니즘의 이미지를 선행연구를 통해 살펴본다. 이 결과에 근거하여 포스트모던 페미니즘의 양대 견해인 본질주의적 입장과 해체주의적 입장에 의거하여 패션일러스트레이션에 나타난 포스트모던 여성이미지를 밝히고자 한다.

연구방법은 먼저 패션일러스트레이션에 나타난 포스트모던 페미니즘적 이미지에 대한 연구를 위하여 선행연구와 문헌자료를 통하여 이론적 고찰을 하였다. 그리고 패션일러스트레이션에 나타난 포스트모던 페미니즘적 이미지를 연구하기 위한 실증적 분석은 80년대 이후 패션일러스트레이션 작가들의 작품이 소개된 패션일러스트레이션 전문서적에서 발췌하여 내용분석을 하였다. 작품선정은 연구자와 동일전공영역 연구자 3인이 동의하는 총 50여 작품을 선정하였다.

II. 포스트모던 페미니즘의 개념과 두 가지 표현경향

페미니즘(feminism)의 사전적 의미는 “사회, 정치, 법률 면의 여성에 대한 권리의 확장을 주장하는 설, 주장되는 근거가 모두 일정하지 않으나 휴머니즘의 한 갈래임에는 틀림없음”¹⁾이라고 나타나 있다. 발생론적 차원에서 정치적, 사회적, 문화적으로 함축된 의미를 지니는 까닭에 단일하게 정의하기 어렵다. 따라서 페미니즘은 다원적 해석과 시각이 요구된다.²⁾ 현대적 의미의 페미니즘이 출현한 것은 70년대 전후 미국을 중심으로 하여 여성 특유의 경험과 여성적 본질을 강조 하였던 반면, 80년대에는 여성성을 사회적 구축물로 파악하였다. 최근에는 이 두 가지를 종합하여 전반적 문화구조에 포함된 다양한 접근을 시도하고 있다.

페미니즘은 마가렛 풀러(Margaret puller)의 ‘19세기의 여성’에 근거하여 1968년에 형성된 뉴욕 레디칼 페미니즘의 두 가지 경향으로 전개되었다. 첫째 경향은 여성의 특질이 근본적으로 남성과 다른 문화를 소유하고 있는 것으로 주장하는 분리주의 경향이었고, 둘째 경향은 남성의 지배와 여성의 복종이 사회에서 일어나고 있는 억압의 모델이며 페미니즘은 진실로 혁명적인 모든 변화의 토대가 되어야 한다고 주장하는 사회문화적 경향의 페미니즘이다.³⁾

이후 80년대에 들어와 수잔 슐레만(Susan Suleiman)은 페미니즘은 포스트모더니즘의 야방가르드적 실천이며 포스트모더니즘에게 필요한 정치적 긴장을 가져다주고 반대로 포스트모더니즘은 페미니즘에게 전통적으로 남성의 독점적인 영역이었던 문화의 접경지대에 관한 일종의 ‘고도의 이론적인 담론’을 제공한다고 밝히고 있다.⁴⁾

80년대의 포스트모던 페미니즘은 성(性)의 차이에 주목하였기 때문에 ‘차이의 페미니즘’으로 규정되었다. 후기구조주의, 정신분석학, 기호론을 수용한 문화적 페미니즘 이론이 지속적으로 발표되기 시작하였고 이 시기에 이르러 포스트모던 페미니즘의 본격적인 국면이 형성되었다. 1세대 페미니스트들이 여성성을 고정된 범주로 신봉하였던 반면에, 2세대 페미니스트들은 여성성이 본질이 아니라 사회문화적 형성물이며, 불변의 결과물이 아니라 과정 속에 있다고 주장하였다. 여성성이 비교정적이라는 이러한 전제에서 기존의 여성성과 여성성을 고착화시키는 가부장 이데올로기에 대한 페미니스트의 공격이 시작되었다. 이들의 공격은 성별 ‘차이’를 옹호하는 관점과 차이를 무효화시키고자 그것을 해체하는 관점에 의해 두 가지 경향으로 전개되었다.

첫째는, 여성성이 비교정적인 만큼 긍정적인 여성을 수립할 전망을 갖고 여성의 다름을 인정하고 그 차이를 옹호하는 본질론적 입장이며,

둘째로, 성차를 무효화하는 해체 전략으로 가부장제를 붕괴할 것을 목적으로 삼는 해체론적 입장으로, 이것은 포스트모더니즘 논의에서 중요한 축을 이루는 사상체계인 해체이론에 근거한다.⁵⁾

Ⅲ. 포스트모던 페미니즘에 나타난 여성 이미지

1. 비(非) 패션 영역에 나타난 여성 이미지

1) 미술에 나타난 여성이미지

존 버거(John Berger)는 미술에서의 여성이미지를 남성의 욕망의 대상인 동시에 공포의 대상이라고 논의하였다.⁶⁾

근대 서구 미술에서는 더욱 남성 중심적인 시각이 확대되어 여성에 대한 묘사는 남성 중심적 시각의 극치로서 여성을 무기력하고 종속적인 풍속적인 대상으로 표현하고 있다.⁷⁾ 70년 이후로 많은 여성들은 서양 문화 속에서 여성들의 경험이 억압받고 무시되어 온 관례를 근본적인 사회 변화를 통해 바꿔 나가겠다는 공약에 바탕을 둔 페미니스트 미술의 이론을 정립하기 시작하였다. 여성 화가들은 남성과 여성의 누드 이미지를 페미니스트의 연구 대상으로 삼고 신체 이미지를 통해 여성의 주체성을 깨닫고 탐구하여 여성의 지식과 경험을 표출하는데 힘썼다. 그러한 여성들의 회화 작품에는 여성의 현실과 사회적 비판점들이 여성 특유의 관찰력을 통해 나타나고 있다.⁸⁾

문화적 페미니즘의 시대였던 80년대는 해체주의를 수용, 탈수정주의, 탈분리주의, 탈본질주의를 표방하는 새로운 국면의 포스트모던 페미니즘 예술을 한층 진보시켰다. 포스트모던 페미니즘 미술은 여성을 비고정적인 범주로 보고, 루이스 이리가레이(Lrigaray, Luce)의 표현을 빌면 “아직 형성되지 않은 여성(woman as the not-yet)”, 즉 과정 중의 존재로 파악하였다.⁹⁾ 이들의 작업은 남성적 담론을 해체하는 일과 해체 이후 그 빈자리에 여성적 담론을 대두시키는 일, 양면에서 이루어졌다. 자크 데리다(Jacques Derrida), 자크 라캉(Jacques Lacan), 미셸 푸코(Michel Foucault)와 같은 후기구조주의자들의 해체이론을 하나의 전략으로 수용하여 부계적 기반을 약화시키는 반면 프랑스 네오 페미니스트들은 해체의 지점에서 더욱 개진하여 여성의 공간을 창출하는 것이었다.

이러한 맥락으로 신디 셔먼(Cindy Sherman)은 자신을 배우, 사진사, 정부, 광인, 괴물, 또는 여성인지



<그림 1> 신디셔먼, 무제 1985

남성인지 알 수 없는 중성의 젊은이로 분장, 변장된 자신의 모습을 이미지화하였다. 특히 의학용 마네킹으로 모델을 교체한 90년대의 사진작업에서는 여성적 성욕은 ‘트로마(troma)’를 노출하는 그로테스크(grotesque)한 여성이미지를 통하여 거세공포와 남근 선망이라는 프로이트 신화를 해체시켰다¹⁰⁾(그림 1).

그 외에 포스트모던 페미니즘적 여성이미지를 표현한 작가로는 엘리스 닐(Ellis Nil), 제니 홀저(Jenny Holzer), 바바라 크루거(Barbara Kruger), 로리 앤더슨(Laurie Anderson), 페이스 링골드(Faith Ringgold) 등을 들 수 있다.

2) 상업광고에 나타난 여성이미지

오늘날에 이르기까지 광고 속의 여성의 역할이란 인간 주체로서보다는 상품의 속성을 나타내기 위한 수단으로서 등장하였다. 또한 광고는 사회적 커뮤니케이션의 매체이기 때문에 불평등적 관계를 통해 표현된 여성의 굴절된 이미지가 문화 속에서 부정적으로 구성되는 것이다.¹¹⁾

전통적인 광고에서 여성의 표상은 신체적으로 아름다운 여성, 현모양처인 여성, 고급스럽게 생활하는 여성, 성적 대상인 여성, 남성에 의존적인 여성, 성 그 자체로서의 여성 등으로 표현되었다. 이것은 남녀모델의 크기, 역할, 의상, 얼굴 표정, 자세, 상호관계, 시선, 손놀림을 통해서 드러난다. 가령 크기에서 남성의 계급적 우월성은 남성의 큰 허리 사이즈와 키에 의해 표현되며, 역할에 있어서 남자가 여자를 지도하듯이 나타

나거나 여성은 남자의 도움을 받는 모습으로 표상된다. 얼굴표정에서는 미소짓는 여성이 많은데 이것은 수동성이나 나약함을 표시하며, 자세의 경우 여자는 바닥이나 침대에 누워 있거나 다리를 구부리고 있는 것으로 나타난다. 그러나 포스트모던 광고에서는 이 같은 전통적인 남녀관계가 모두 무너졌다. 포스트 모던 광고에서 페미니즘적 시선은 지배적으로 나타나는 특징 중의 하나이다. 광고 안에 남녀가 나타나는 경우 여자는 남자를 이끌거나 거부하는 주제로 능동적이고 주체적인 존재로서 표상되고 있으며, 여성 혼자만이 등장하는 경우는 대상으로서의 여성이 아니라 스스로의 아름다움을 즐기는 여성으로 표상되어 있다.

요즘 여성류의 광고에서 보이는 페미니즘의 요소는 남성중심적 남녀관계의 파기, 자웅동체적 여성상 등 새로운 세계관을 보여주고 있다. 관음주의적 시선의 대상으로서 여성은 사라지고, 남녀관계에서 여성이 먼저 떠나고, 거부하고, 헤어지는 인간관계, 외양은 여성이지만 행동은 남성적인 거침을 보여주는 자웅동체적 여성상은 이전의 광고에서는 찾아보기 어려운 모습들이다.¹²⁾ 이러한 포스트모던 페미니즘 광고를 본질주의적 경향과 해체주의적 경향으로 분류할 수 있다. 예를들면 본질주의적 경향의 경우는 여성 신체의 상징적인 부분을 강조하여 선정적이고 관능적으로 표현되는 경향을 말한다.

〈그림 2〉는 해체주의적 경향의 사례로, 진브랜드인 '잠뱅이'의 광고이다. 여러 가지 남자인형이 날개 포장된 비닐 봉투안에 들어있는데, 여성이 그중에 하나



〈그림 2〉 잠뱅이 광고, 1997년 7월호, Figaro

를 선택하여 남자인형의 머리를 입에 물고있는 장면이다. 선택받기보다는 적극적으로 선택하고, 필요없다면 다시 버릴수도 있는 여성의 모습을 보여주고 있다. 이것은 전통적인 남성과 여성의 역할에 대한 재현을 거부한 포스트모던 페미니즘의 성 역할의 해체적 관점으로 볼 수 있다.

2. 패션 영역에 나타난 여성이미지

패션영역에 나타나는 여성이미지를 포스트모던 페미니즘의 두 경향에 비추어 볼 수 있다. 즉 두 가지 경향인 본질주의적 포스트모던 페미니즘과 해체주의적 페미니즘은 여성성에 대한 태도의 상이점 때문에 오히려 패션과의 관련성에 있어서 80년대와 90년대 패션에 나타나는 다양한 현상에 대한 이론적 근거를 포괄적으로 제공할 수가 있다.¹³⁾

첫째, 본질주의적 여성이미지는 여성의 인체를 긍정적인 개념으로 해석하고 여성의 인체를 적극적으로 강조¹⁴⁾하는 디자인을 볼 수 있다.

80년대 들어 폭발적으로 증가하기 시작한 몸에 대한 담론과 함께 여성성 및 해방된 여성의 몸이라는 시각은 패션에서 관능성을 다시 부활시켜 에로틱하고 선정적인 양식으로 회귀한다. 전통적인 여성성의 핵심 개념인 관능성은 역사에서의 사건들을 재등장시키는 포스트모던적 절충주의·혼성모방기법의 스타일을 등장시켰다. 그리고 남성의 시각에 맞춘 의상이 아니라 마음껏 여성이 신체에 대해 자신감을 가지고 여성임을 더욱 더 자랑스럽게 여겨서 이것을 복식에 표현하고자 하는 양상으로 이에 따른 패션 스타일로는 가슴의 노출, 바디컨셔스 스타일, 시스루 룩 등으로 나타난다.¹⁵⁾

또한 인체의 강조를 넘어서서 레즈비언 페미니즘, 페티시즘과 같은 여성의 인체를 완전히 개방한 디자인을 볼 수 있다. 복장도착이나 페티시즘적 경향이 패션 주제로 등장하기 시작한 현대패션의 특성상, 매우 여성적인 복식 아이템이 복종이나 종속성의 상징이 아니라 여성임에 자신감을 갖는데서 오는 자기 주체의 의미가 내포되어 있음을 발견하게 된다. 또한 최근의 여성성을 보면 여성임을 포기하지 않으면서 반대로 지배자인 여성, 강한 여성이라는 이미지로 빈번히 나타나

고 있다.

둘째, 해체주의적 여성이미지로서 성의 경계해체(양성성)와 성 자체의 해체(중성성)를 도모하는 패션이다.

양성성은 남자와 여자라는 이분법이 남자 속의 여자, 여자 속의 남자라는 내적 차이로 해체될 수 있다⁶⁾는 자용동체적 의미의 성의 경계 해체 - 양성성을 표현한 디자인이다. 이는 반대 성 이미지의 요소를 일부 도입한 것으로 복식 자체에 남성적 이미지와 여성적 이미지를 공유해 남성과 여성의 이미지를 모두 느낄 수 있는 경우와 이성의 복식요소를 전체에 도입한 경우로 착용자의 성을 완벽하게 위장하지 못하고 착용자의 성이 남게 되어 자신의 신체적 성과 복식을 통해 상대방 성을 공유⁷⁾ 함으로써 양성적 이미지를 소유하게 되는 경우 둘 다를 포함한다

중성성은 성에서 존재하고 있던 남성다움과 여성다움을 해체시킴으로써 남성과 여성이라는 성의 개념을 초월한 성 자체의 해체- 중성성을 표현⁸⁾한 디자인이다. 이는 남성과 여성이 복식의 남성적 이미지나 여성적 이미지를 모두 배제한 중성의 스타일을 착용한 것을 말한다. 즉 남·여가 공용하는 스타일로 인간 자체의 통합적 이미지를 나타내고 있다. 이러한 중성적 이미지는 남녀의 체형에 근거한 인위적인 조형성이나 Y형이나 X형의 실루엣을 피하고 신체를 은폐하는 드레이퍼리나 튜닉형의 평면형의 비구조적인 형태로서 H형 실루엣 택하며, 재질, 무늬 등에서도 두드러진 여성적 혹은 남성적 특질을 배제한 중립적인 기표들을 사용함으로써 남성, 여성의 이미지가 아닌 통합적인 인간자체의 의미를 표현하는 패션이다.

IV. 패션 일러스트레이션에 나타난 포스트모던 페미니즘

본 장에서는 앞에서 논의한 바와 같이 포스트모던 페미니즘의 두 경향인 본질주의적 경향과 해체주의적 경향을 중심으로 이에 상응하는 패션일러스트레이션의 여성이미지를 분석하였다. 그 결과 패션일러스트레이션에 나타난 본질주의적 페미니즘의 여성의 성적특성은 ① 여성인체의 강조형과 ② 여성인체의 개방형으로

나누어진다. 강조형은 여성의 인체를 긍정적인 개념으로 해석하고 여성의 인체를 적극적으로 강조하는 것이고, 여성인체의 개방형은 여성인체의 강조를 넘어서서 레즈비언 페미니즘, 페티시즘과 같은 여성의 인체를 완전히 개방하는 이미지로 표현되었다. 이에 상응하는 여성 이미지로는 전자는 섹슈얼 이미지(sexual image), 리얼리스틱 이미지(realistic image)이고 후자는 페티시즘 이미지(fetishism image), 엑스테틱 이미지(ecstatic image)로 나타났다.

패션일러스트레이션에 나타난 해체주의적 페미니즘의 여성의 성적특성은 양성형, 중성형, 고유한 여성성의 변형형, 복합형으로 나누어 볼 수 있다. 양성형은 남녀의 이분법적 성 구분이 남자 속의 여자, 여자 속의 남자라는 내적 차이로 해체되는 자용동체적 의미의 성이 표현되고, 중성형은 성에 존재하고 있던 남성다움과 여성다움을 해체함으로써 남성과 여성이라는 성 개념을 초월하여 성 자체를 해체한 제3의 성 이미지이다. 변형형은 이미지의 표상의 관심이 남녀라는 성별을 초월하여 새로운 이미지를 표현하고자 하며, 기존의 여성성을 파괴하는 것이 아니라 여성성을 새롭게 변형하는 이미지이다. 마지막으로 복합형은 이상에서 언급한 이미지가 두 가지 이상 복합된 다중적 여성 이미지이다. 이에 상응하는 여성이미지는 양성형은 파워풀 이미지(powerful image), 그로테스크 이미지(grotesque image), 유머러스 이미지(humorous image), 앤드로지너스 이미지(androgynous image)이고, 중성형은 임머쥬얼 이미지(immatural image), 보이쉬 이미지(boyish image)로 나타났으며, 고유한 여성성의 변형형은 심플 이미지(simple image), 에스닉 이미지(ethnic image), 테크노사이버 이미지(techno cyber image)이며, 복합형은 콤플렉스 이미지(complex image)로 도출되었다.

그 구체적 내용은 다음과 같으며, 이를 <표 1>을 통해 정리 요약하였다.

1. 본질주의적 포스트모던 페미니즘 이미지

1) 페티시즘 이미지(fetishism image)

세기말 상업화되고 도구화된 성개념의 확산으로 섹슈

〈표 1〉 패션일러스트레이션에 나타난 포스트모던 페미니즘 이미지

포스트모던 페미니즘의 경향	패션일러스트레이션에 나타난 여성의 성적특성	패션일러스트레이션에 나타난 여성이미지
본질주의적 페미니즘	여성인체의 개방형	fetishism image, ecstatic image
	여성인체의 강조형	sexual image, realistic image
해체주의적 페미니즘	양성형	powerful image, grotesque image humorous image, androgynous image
	중성형	immatural image, boyish image
	변형형	simple image, ethnic image, techno cyber image
	복합형	complex image

출처/본인작성

얼리티(sexuality)는 사도마조키즘(sadomasochism)적인 페티시 이미지로 나타나고 있다. 패션일러스트레이션에도 이러한 경향을 연상심리를 통한 성적매력의 투시기법이 사용되고 있는데 ① 여성의 육감적인 인체개방과 관능적인 포즈, ② 남성적 기표를 화면에 끌어들이며 역설적인 관능성의 배가, ③ 페티시적인 소품의 차용, ④ 블랙과 레드와 칼라 구성, ⑤ 호피나 제브라 등의 문양을 사용해 동물적인 본능을 자극 유인, ⑥ 얼굴 모습과 메이크업을 통해 그로테스크적인 충격적 섹슈얼리티 연출 등의 방법들이 동원된다.¹⁹⁾ 〈그림 3〉은 마돈나를 모델로 한 것으로 페티시적 소품인 가죽끈에 몸이 묶여있는 관능적인 포즈, 검은색 위주의 색상, 요염한 메이크업 등으로 페티시적 이미지를 나타내고 있다.



〈그림 3〉 페티시 이미지
Thierry Perez, 1992. Fashion Illustration today, 1994.

2) 익스테틱 이미지(ecstatic image)

익스테틱 이미지는 몽환적 이미지의 한 형태로, 인간의 주관에 배제된 무의식 세계에 관계하여 꿈과 현실, 합리와 비합리적인 전혀 상반된 세계를 보다 높은 차원에 통합하여 일상생활의 사람들이 현실에서는 할 수 없는 도덕, 윤리, 관념 등에서 벗어나고 싶은 욕망 즉, 한번쯤은 퇴폐적인 삶이나 술에 취해 흐느적거리며 무방비 상태의 환각적인 정신이 혼미한 상태를 꿈꾸는 비현실적인 이미지를 말한다. 〈그림 4〉는 정돈되지 않은 헝클어진 헤어스타일에 중심 없는 무방비한 자세, 험직한 얼굴에 검게 표현된 눈주위가 눈의 초점이 없어 비정상적인 환각상태에 빠진 듯한 퇴폐적인 모습을 나타내고 있다.



〈그림 4〉 익스테틱 이미지
Demetrios Psillos, 1997. Fashion Illustration Now, 2000.

3) 섹슈얼 이미지(sexual image)

섹슈얼은 '에로틱(erotic), 글래머(glamour)'와 통한다. 섹슈얼리티는 인간의 성 욕구에 대한 심리적 기반과 관계하여 문화적 전통, 신화, 종교, 예술 등에 깊숙이 내재해 있는 한편 특히 대중매체나 조형예술을 통하여 다양하게 표현되는데 <그림 5>는 드러낸 어깨와 긴 손톱, 관능적인 입술과 표정에 의도적으로 오토바이, 시가, 모자 등의 남성기표를 차용하여 역설적 관능미를 배가시킴으로서 에로틱한 분위기를 고조시키고 있다.

4) 리얼리스틱 이미지(realistic image)

리얼리즘에서의 '리얼리티'는 결코 겉으로만 드러나는 사실이나 현상을 뜻하는 것만은 아니며, 오히려 외형을 묘사함으로써 궁극적으로 대상의 본질을 표출시켜야 한다는 개념으로서, 이에 따라 미술에 있어서의 리얼리즘은 필요에 따라서 과장, 생략 같은 조형적 배려와 사고를 동반할 수 있다.²⁰⁾ <그림 6>은 바다를 향해하는 3명의 여성을 통해 마린룩을 표현한 것으로, 얼굴과 인체 표현에 있어서 큰 과장이나 왜곡 없이 8등신의 미인형을 선묘(線描)에 의한 생략화로 표현하여 시원스럽고 세련된 현대적 여성 이미지를 준다.

2 패션일러스트레이션에 나타난 해체적 여성이미지

1) 파워풀 이미지(powerful image)

여성들의 남성복 이미지 차용과 남성의 관습들에 대한 차용현상은 70년대 말에서 80년대 초의 본질주의적인 경향의 레지비언 페미니즘에서 제기하는 남성적 권위와 기득권에 대한 정면도전²¹⁾의 방법으로서 현대 일러스트레이션에 자주 나타나는 이미지 중의 하나이다. 그러나 포스트모던 시대로 갈수록 현대 여성의 파워풀한 이미지는 성적 대상으로 보여지기 보다는 상대방을 위협하는 듯한 즉, 왜곡된 중성적 여성 이미지로 표현되어지기도 하였다. 패션일러스트레이션에서 나타나는 파워풀 이미지는 대체로 80년대 유행된 스타일로서 전체적인 분위기가 남성적인 강한 파워가 느껴지며 당당하고 자신감있는 강렬한 포즈에 넓은 어깨와

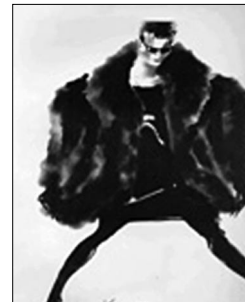
근육질의 몸매, 남성적인 얼굴에 핑크적이거나 그로테스크한 메이크업으로 표현되고 80년대의 어깨가 과장된 빅룩을 착용하고 있다<그림 7>.



<그림 5> 섹슈얼 이미지
Thierry Perez, 1992 Fashion Illustration today, 1994.



<그림 6> 리얼리스틱 이미지
Pedro Barrios, 1983. Fashion Illustration in New York, 1988.



<그림 7> 파워풀 이미지
Tony Viramontes, 1988.

2) 그로테스크 이미지(grotesque image)

1957년 독일 비평가 울프강 카이저(Wolfgang kaiser)는 그로테스크의 형태를 분리된 영역의 혼합 속에서 정적인 것의 파괴, 동일성의 상실, 자연스러운 균형의 파괴, 물질계의 붕괴, 질서의 해체, 개성적 개념의 파괴, 역사적 순리의 분열 등으로 규정하고, 그로테스크의 구조를 무서운 것과 우스운 것의 이중적 모순으로 보았다. 이로부터 그로테스크를 양면적인 것, 대립적인 것들의 격렬한 충돌, 존재의 근원적·문제적 성격에 대한 적절한 표현으로 보려는 시각이 확산되었다.

패션일러스트레이션에 나타난 그로테스크 이미지는 대체로 부분적 변형에 의한 기형화와 동물화, 물신화 등의 왜곡된 인체 형태로 나타나거나 메이크업을 통해서 절망, 공포, 기괴함, 허무, 히스테리 등을 표현하고 있다(그림 8).

3) 유머러스 이미지(humorous image)

유머러스 이미지는 장난스러운 만화이미지, 장난스럽고 아이러니컬 개념의 팝아트 이미지를 포함한다.²²⁾ 패션일러스트레이션에 있어서도 전달하고자 하는 메시지를 변덕스러운 기표와 항상성(恒常性)이 배제된 단편에 의거한 가벼운 유머로 전하는 경우가 급격히 증가하고 있다. 유머러스 이미지는 주로 만화기법, 왜곡 과장된 인체 프로포션, 풍자적인 성격을 띤 여성이미지가 등장한다. 전통적인 여성미인 우아미나 관능미가 배제된 다원성에 의한 개성적인 모습이 그려진다. <그림 9>

림 9)의 여성은 짧은 다리에 못생긴 얼굴로 기존의 미의식에 반기를 들고 패션모델이라는 전형적인 미의 기준을 탈피한 '추의 미'를 보여준다. 뿐만 아니라 대다수의 일반 대중과는 다른 미인들의 패션쇼를 비판하는 메시지와 풍자를 담고 있다.

4) 앤드로지너스 이미지(androgynous image)

여성과 남성적 이미지가 혼재된 양성형으로 <그림 10>은 사각형의 남성적 얼굴에 큰 체격을 한 미인형과는 거리가 먼 개성적인 이미지이다. 스타일은 남성적이지만 상반신이 노출로 여성의 둥근 유방의 곡선을 통해 여성임을 짐작하게 하여 앤드로지너스 이미지를 표현하고 있다.

5) 임머쥬얼 이미지(immatural image)

90년대 중반에 들어 사람들은 새로운 밀레니엄 시대를 맞이하는 준비와 함께 세기 말의 불안정한 사회 분위기와 불안한 대중심리의 반영을 패션모델 이미지를 통해서 나타내거나 하려는 듯이 이제까지의 글래머러스하고 건강미가 돋보이는 슈퍼 모델들이 사라지고 평범하고 연약하고, 마른 체형을 가진 나이 어린 모델들이 등장하였다. 이 모델들은 여태껏 육체를 찬탄했던 모델 이미지에 도전장을 던지듯이 창백하고 공허한 모습과 함께 손가락에 지문도 생기지 않으리 만치 깡마른 모습을 하고 있었다. 사람들이 새롭게 선택한 이미지는 단정한 것보다는 내향적인 것을, 확실한 것보



<그림 8> 그로테스크 이미지
Antonio Lopez, 1983. Fashion
Illustration in New York, 1994.



<그림 9> 유머러스 이미지
Hippolyte Romain, 1985. Fashion
Illustration Today, 1994.



<그림 10> 앤드로지너스 이미지
Ruben Tloedo, 1996.
Style Dictionary, 1996.

다 성적으로 불확실한 것을, 성숙된 것보다 미숙한 것을 더 좋아하였다.²³⁾

이 현상은 패션일러스트레이션에서도 역시 연약하고 마른 체형과 어린아이 같은 얼굴로, 아직 성숙하지 않은 캐릭터로 표현된다. <그림 11>의 두 명의 캐릭터는 얼굴에서 풍기는 이미지는 어린아이의 모습을 하고 있으나 인체 프로포션이나 패션스타일, 새빨간 입술은 성인의 모습을 하고 있어, 어린아이와 성인의 모습이 혼재되어 연령 영역의 경계를 파괴(ageless)하고 있다. 이는 또한 어린아이로 돌아가고 싶은 유아적 환상을 유발시키고, 인간의 위선적인 왜곡된 성의 욕구에 의해 상품화된 성을 표출하는 이미지로 통합되어 나타나고 있다.

6) 보이쉬 이미지(boyish image)

여성들의 사회진출 확대에 따른 여권신장으로 강한 개성을 가진 남성적 이미지의 중성미가 사람들에게 새롭게 선호하게 되었다. 아주 마르고 큰 키에 인체에 여성적인 굴곡이 거의 없으며 짧은 헤어스타일이 대표적인데 <그림 12>는 남성적인 각진 얼굴 선이나 단련된 근육형의 인체를 소유하지는 않았으나 그렇다고 해서 여성적인 섹시하고 관능적인 아름다움을 느끼게 하는 것도 아닌 남여성의 경계를 모호하게 넘나드는 미소년 같은 중성적인 이미지를 보여주고 있다.

7) 심플 이미지(simple image)

심플은 자연으로서 기본적인 기능에 만족하는 '세련

의 극치' 라는 뉘앙스가 표현되어있다.²⁴⁾ 패션일러스트레이션에서 표현되는 인체와 의상이 비기교적, 비장식적 형태를 추구하며, 모노크롬적인 채색, 절제와 생략을 통해 더 이상 감할 수 없는 최소표현의 심플함을 지향한다. 그럼으로 인해본질적인 것의 무위엄, 즉 인체와 그 위에 착용된 의상이 갖는 본질적인 환원의지에 대한 선호를 표출함으로써 소위 '단순성'이 큰 호응을 얻고있다.²⁵⁾ <그림 13>은 남,녀라는 성별의 요소에 관심을 배제하고, 여성의 이미지를 단순히 지향에 두고 새롭게 변형시켰다. 얼굴의 이목구비 표현을 생략 절제하고, 인체의 곡선을 최대한 단순화하여 미니멀리즘을 지향하고있다. 직선과 둥근 곡선의 어우러짐이 긴장과 해소를 함께 자아내어 탄력있는 형태미를 주고있다.

8) 에스닉 이미지(ethnic image)

에스닉 이미지는 경제여건의 향상과 매스커뮤니케이션의 발달로 서로 다른 문화의 신속한 교류에 따라 인류는 하나이며 지구촌이라는 세계관으로 생긴 것이다. 패션에서의 에스닉은 남아메리카, 아프리카, 중동, 동양, 태평양 그리고 많은 소수민족을 가진 나라의 민속복식에서 영감을 얻은 옷을 패션디자이너와 작가들에 의해 사용된 용어다.²⁶⁾

패션일러스트레이션에 있어서 에스닉 이미지는 동양이나 소수민족국의 여성들의 이미지를 변형하지 않고 있는 그대로 표현하는데, 토속적인 두툼한 입술



<그림 11> 임머츄얼 이미지
Michael Economy, 1997.
Fashion Illustration Now, 2000.



<그림 12> 보이쉬 이미지
Maurice Vellekoop, 1997.
Fashion Illustration Now, 2000.



<그림 13> 심플 이미지
Anja kroencke, 1999.
Fashion Illustration Now, 2000.

과 특 튀어나온 두상, 볼룩한 광대뼈의 흑인 얼굴이나 동양인의 둥글고 납작한 얼굴, 작고 가는 눈이 그것이다. 이러한 특징에다 서양인의 9등신 가량의 늘씬한 체형이 혼합되어 새롭게 변형된 여성이미지를 보여주는데, 이는 서양 중심의 전통적인 미인형을 해체시킨 탈중심적 이미지로 볼 수 있다(그림 14).

9) 테크노 사이버 이미지(techno-cyber image)

기계 기술을 의미하는 '테크노'와 인공두뇌, 피드백 시스템, 컴퓨터 시스템을 종합적으로 포함하는 '사이버(cyber)'가 합성된 말이다.²⁷⁾ <그림 15>는 기계적인 표현으로 남성인지 여성인지 모호한 새로운 이미지로 성별의 관점보다는 미래지향적 이미지 창조에 중점을 두고 있다. 이 작품은 기술문명의 적극적인 도입으로 강렬한 시각 효과를 보여주지만, 다른 시각적 이미지와는 내면적인 인간미가 배제된 딱딱하고 차가운 이미지로 문명이 급속도로 발달함으로써 나타난 현대인들의 개인주의, 이기주의를 표방한 기계적 이미지를 말한다.

10) 콤플렉스 이미지(complex image)

포스트모던적 다양성과 맥을 같이하는 것으로 콤플렉스 이미지는 한가지 이미지가 아닌 두 가지 이상의 다중적 이미지가 복합되어 또 하나의 새로운 느낌을 전달해주는 이미지를 말한다.

<그림 16>은 그로테스크한 이미지와 유머러스 이미지가 혼합된 작품이다. 눈화장의 강렬한 색상과 입술이

섬뜩하고, 공포스런 분위기로 그로테스크한 이미지를 나타내면서 동시에 어눌한 표정과 긴 얼굴이 코믹한 분위기를 자아낸다. 의상은 어깨를 과장하여 남성적이고, 얼굴모습 역시 남성적이어서 상대방의 성과 자신의 성을 같이 공유함으로써 양성적인 이미지를 나타내고 있다.

V. 요약 및 결론

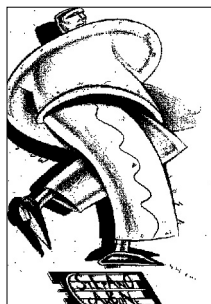
본 연구는 포스트모던 페미니즘의 개념과 그것의 양대 논리인 본질주의적 입장과 해체주의적 입장을 미술, 상업광고, 패션 분야로 제한하여 그 이미지가 어떻게 형성되고 있는지 살펴보았다. 그리고 패션일러스트레이션에 나타난 다양한 여성이미지들을 같은 방법으로 포스트모던 페미니즘에 대한 본질주의적 입장과 해체주의적 입장에서 14가지의 이미지를 도출하였으며 이를 특성에 따라 범주화하였다.

구체적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 패션일러스트레이션에 나타난 본질주의적 페미니즘의 여성의 성적특성은 ① 여성인체의 강조형과 ② 여성인체의 개방형으로 볼 수 있는데, 강조형은 여성의 인체를 긍정적인 개념으로 해석하고 여성의 인체를 적극적으로 강조하는 것이고, 여성인체의 개방형은 여성인체의 강조를 넘어서서 레즈비언 페미니즘, 페티시즘과 같은 여성의 인체를 완전히 개방하는 이미지로



<그림 14> 에스닉 이미지
Piet Paris, 1998.
Fashion Illustration Now, 2000.



<그림 15> 테크노 사이버 이미지
Massimo Iosa Ghini, 1984
Fashion Illustration in Europe, 1988.



<그림 16> 콤플렉스 이미지
Lorenzo Mattotti, 1985.
Fashion Illustration Today, 1994.

나타난다.

이에 상응하는 여성이미지로는 전자는 섹슈얼 이미지(sexual image), 리얼리스틱 이미지(realistic image)이고, 후자는 페티시즘 이미지(fetishism image), 익스태틱 이미지(ecstatic image)로 나타났다.

둘째, 패션일러스트레이션에 나타난 해체주의적 페미니즘의 여성의 성적특성은 ① 양성형, ② 중성형, 고유한 여성성의 ③ 변형형, ④ 복합형으로 나누어 볼 수 있다. 양성형은 남녀의 이분법적 성 구분이 남자 속의 여자, 여자 속의 남자라는 내적 차이로 해체되는 자동동체적 의미의 성이 표현되고, 중성형은 성에 존재하고 있던 남성다움과 여성다움을 해체함으로써 남성과 여성이라는 성개념을 초월한 성 자체를 해체한 제3의 성 이미지이다. 변형형은 이미지의 표상의 관심이 남녀라는 성별을 초월하여 새로운 이미지를 표현하고자 하며, 기존의 여성성을 파괴하는 것이 아니라 여성성을 새롭게 변형한 이미지이다. 마지막으로 복합형은 이상에서 언급한 이미지가 두 가지 이상 복합된 다중적 여성이미지이다.

이에 양성형은 파워풀 이미지(powerful image), 그로테스크 이미지(grotesque image), 유머러스 이미지(humorous image), 앤드로지너스 이미지(androgynous image)이고, 중성형은 임머츄얼 이미지(immatural image), 보이쉬 이미지(boyish image)로 나타났으며, 고유한 여성성의 변형형은 심플 이미지(simple image), 에스닉 이미지(ethnic image), 테크노-사이버 이미지(techno-cyber image)이며, 복합형은 콤플렉스 이미지(complex image)로 도출하였다.

이상과 같이 본 연구는 포스트모던 페미니즘 연구를 통해 패션일러스트레이션에 나타난 여성이미지를 14가지로 도출하였는바, 이어서 각각의 이미지에 대한 보다 심도있고 구체적인 연구가 후속되어야 할 것으로 생각된다. 아울러 패션일러스트레이션의 중심주제가 여성인 경우가 대부분이므로 여성에 대한 본질적이고 다각적인 탐구를 통해 패션일러스트레이션이 조명되어야 할 것으로 여겨진다.

참고문헌

- 1) 페미니즘의 사전적의미, 두산대백과 encyber, <http://100.naver.com>
- 2) 이종승(1991). 페미니즘 상황 속의 포스트모더니즘 비평, 서울: 선미술, p.32
- 3) 조현주(1994). 패션일러스트레이션에서의 페미니즘 적용에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 석사학위 논문, pp.6-9
- 4) 이소영, 정정호(1992). 페미니즘과 포스트모더니즘, 서울: 한신문화사, p.4
- 5) 최현숙(2000). 패션에 표현된 전통적·페미니즘·포스트모더니즘 여성성에 관한 연구, 서울대학교 대학원 박사학위논문, p. 120
- 6) 위의 논문, p.191
- 7) 캐롤 던컨(1992). 20세기 초 전위 회화에 나타난 남성성과 지배, 지배와 남성문화, (김진숙 역) 서울: 청하, p.238-274
- 8) 권경숙(2000). 회화에 나타난 여성이미지에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 석사학위논문, p.50
- 9) 노정민(2000). 현대 페미니즘 미술에 관한 연구, 홍익대학교 대학원 석사학위 논문, p.22
- 10) 위의 논문, p.23
- 11) 김남호(1994). 廣告와 페미니즘, 숙명여자대학교 대학원 석사학위 논문, p.19
- 12) 강명구(1996). 소비 대중문화와 포스트모더니즘, 서울: 민음사, pp.203-204
- 13) 최현숙. 앞의 논문, p.123
- 14) 손보경(1996). 현대복식에 나타난 페미니즘 양식에 관한 연구, 서울여자대학교 대학원 석사학위논문, p.23
- 15) 도규희, 권미정(1992). 복식에 나타난 페미니즘과 에로티시즘, 학술저널, 18(1), p.9
- 16) 김옥동(1997). 포스트모더니즘과 예술, 서울: 청하, p.61
- 17) 이민선(1993). 복식에서 성의 가시적 불일치에 관한 사적연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문, pp.19-20
- 18) 김혜영, 이신영(2001). 현대패션에 나타난 포스트

- 모던 페미니즘에 관한 연구, 성균관대학교 생활과학연구소, 생활과학, p.3
- 19) 성광숙(2004). 90년대 이후 패션일러스트레이션의 표현적 특성에 관한 연구, 복식, 54(1), p.113
- 20) 이현주(2000). 현대일러스트레이션에 있어서 인체 표현에 대한 연구, 홍익대학교 석사학위논문, p.9
- 21) 이정후, 양숙희(1999). 포스트모던패션에 나타난 불확정성, 복식, 45, p.123
- 22) 박혜자(2000). 1980년대 이후 패션일러스트레이션의 시각적 이미지 표현 방법, 경희대학교 대학원 석사학위논문, p.25
- 23) 정현숙. 사회분위기가 패션 모델의 이미지에 미치는 영향에 관한 연구, 한국 의류학회지, 19(1), p.92
- 24) 김종복(1988). Fashion Word Collection 1, 서울: 도서출판 시대, p.6
- 25) 성광숙. 앞의 논문, p.118
- 26) Georgina O`Hara(1984). The Encyclopaedia of Fashion, Harry N. Abrams, Inc., Publishers: New York, p.105
- 27) 김문숙, 문신애(1999). 20세기 스페이스 에이지 패션과 테크노-사이버 패션의 패러다임적 특성에 관한 연구, 복식문화연구, 17(1), p.175.
-
- (2004년 5월 14일 접수, 2004년 6월 11일 채택)