

남성 패션에 표현된 문화 콜라주 현상

이 민 선[†]

상명대학교 의류학 전공

Cultural Collage in Men's Fashion

Min-Sun Lee[†]

Dept. of Clothing & Textiles, Sangmyung University

(2005. 3. 3. 접수: 2005. 5. 14. 채택)

Abstract

The purpose of this study is to analyze the meaning and the value of the cultural collage expressed in men's fashion. As for the research methodology, literary research was under taken to study psychoanalytical and socioeconomic contexts in which cultural collage has been formed. In addition, demonstrative studies in men's fashion were undertaken through the analysis of pictures. The cultural collage is defined as a phenomena of making creativity by combining cultures which have no relevance. In psychological and sociological aspects, the rise of the cultural collage is caused by multinational corporation, pluralization of identity, information society, consumer oriented production, consumer society and inundation of kitsch. On the basis of the characteristics and social backgrounds of cultural collage, the aesthetic values of men's fashion can be explained by pluralism de-generalization and relativity.

Key words: cultural collage(문화 콜라주), de-generalization(탈보편성), men's fashion(남성 패션), pluralism(다원성), relativity(상대성).

I. 서 론

1990년대 이후 패션 스타일은 하나의 방향을 강조하는 지속성으로부터 탈피하여 복수적인 다양성을 강조하고 있으며, 21세기에 이러한 패션 현상은 더욱 강하게 부각되고 있다. 이는 모더니즘에서 포스트모더니즘으로의 전이라는 시대적 변화와 시기를 같이 하고 있다¹⁾.

현재 우리 사회에 진행 중인 포스트모던 문화의 특징 중 하나는 복수주의이다. 복수주의는 특정 문화의 정동성에 얽매이지 않는 세대가 패션의 소비층으로 자리 잡으면서 더욱 영향력을 발휘하고 있다. 복수주의는 시각적으로 서로 관련성 없어 보이는 재료들을 한데 섞어 표현하는 콜라주 테크닉을 사용함으로써 표현된다. 따라서 포스트 모던 문화 전반에 부각되고 있는 복수주의는 문화 콜라주 현상으로 정의되기도 한다²⁾.

[†] 교신저자 E-mail: minsun@smu.ac.kr

1) 임은혁, "1990년대 패션에 나타난 하위문화스타일," (서울대학교 대학원 석사학위논문, 2002), p. 1.

2) Ted Polhemus, *Street Style* (London: Thames & Hudson, 1997), p. 127.

문화 플라주 현상은 패션에서도 예외 없이 나타나고 있다. 특히 산업화 이후 모더니즘의 표상으로 대표되던 남성의 슈트 차림은 포스트모던 문화가 진행되면서 급격한 변화를 겪고 있다. 즉 남성 패션에서는 이성과 합리성을 대변하고, 권력을 과시하던 전통적 남성상이 해체되면서 인간이 무의식적으로 갈망하는 카오스가 실현되고 있다.

본 연구에서는 이러한 패션 트렌드에 주목하여 문화 플라주 현상에 대한 이해를 바탕으로 현대 남성 패션에 표현된 문화 플라주 현상에 대한 조형성과 미적 가치를 고찰하고자 다음과 같은 연구 문제를 설정하였다.

첫째, 플라주의 개념은 무엇인가?

둘째, 문화 플라주 현상의 개념은 무엇인가?

셋째, 문화 플라주 현상이 출현된 사회 문화적 배경은 무엇인가?

넷째, 남성 패션에 표현된 문화 플라주 현상의 조형적 특징과 미적 가치는 무엇인가?

본 연구에서는 이상 제기한 연구 문제를 해결하기 위해서 미학 및 사회학 등에서 논의되어 온 문화 플라주 현상에 대한 개념과 사회 문화적 배경에 대한 이해를 바탕으로 남성 패션에 표현된 문화 플라주 현상의 조형적 특징과 미적 가치 등을 파악하고자 한다.

남성 패션에 표현된 문화 플라주 현상의 조형성을 분석하기 위한 실증적 자료로 남성 패션 스타일 선도자로서의 역할을 해온 The Facc, i-D, View와 해외 컬렉션 감지 등의 감지를 분석한다. 또한 이들 자료의 시기적 범위는 앞으로 디자인 방향의 예측을 위한 자료로서 활용될 수 있도록 최근 시기인 2000년대로 한정 짓는다.

II. 문화 플라주 현상의 일반적 고찰

1. 플라주의 개념

플라주란 붙여의 collee(플로 붙이다)에서 유래된

말로 본래 “붙질”, “붙질 바르기”의 의미로 전용되어 1912년 입체주의에서 실험하던 Papier-Collé에서 발전된 것이다. 이는 화면에 인쇄물, 천, 쇠붙이, 나무젓가락, 모래, 나뭇잎 등 여러 가지 것을 붙여서 구성하는 회화 기법 또는 그러한 기법에 의해 제작되는 회화를 가리키는 용어였다³⁾. 플라주는 입체주의 이래 다다이즘, 초현실주의, 팝아트 등의 여러 화파를 거치면서 다양한 양식으로 전개되어 왔다. 즉 파피에 콜레(papier collé), 레디메이드(ready-made), 포토 몽타주(photo montage), 앗쌍블라주(assemblage), 오브제(object), 데칼코마니(decoupage), 프로타주(frottage) 등 여러 장르로 파생되어 왔다. 또한 그 의미 역시 다양하게 전개되어 최근에는 광범위하게 개념 정의가 내려지고 있다.

Jameson은 플라주를 모든 화면을 한꺼번에 보게 하고, 각 화면이 갖는 근본적이면서 임의적인 차이를 나타내는 것⁴⁾으로 설명하고 있다. 또한 플라주는 각 요소들 간의 부조화를 분명하게 하는 독창적인 전체성을 만들기 위해 새롭게 창조적으로 조합한 것으로 정의되기도 한다⁵⁾. 한편 플라주는 의미를 창출하고자 하는 의도를 내포할 수도 있으며, 별다른 의미 없는 어떤 독창적인 전체성을 표현하기 위한 행위일 수도 있다.

위와 같이 이질적인 요소들을 결합하는 것은 모두 플라주로 정의됨으로써 플라주의 의미는 더욱 광범위해지고 있으며, 특징적이며, 개성적인 방법론들이 모두 플라주의 의미 속으로 들어올 수 있는 가능성이 제기되고 있다⁶⁾.

2. 문화 플라주 현상의 개념

모더니스트 이론은 1970년대 후반까지는 문화의 선적인 전개를 강조하고, 포스트모던적인 1980년대와 1990년대에는 무수한 스타일의 부활, 교합, 변형, 공존을 통한 문화의 파편화와 변성을 강조한다. 이는 하나의 스타일에서 다른 스타일로 빠르고 자유롭게

3) 계간 미술편, *현대 미술 용어사전* (서울: 중앙일보사, 1981), p. 173.

4) Fredric Jameson, 정정호 강내희 편역, *포스트모더니즘론* (서울: 도서출판 터, 1992), p. 175.

5) Group Mu(des), *Collages* (Paris: Union Generale, 1978), pp. 13-14, 재인용, 윤호병 외 역, *반미학: 포스트모던 문화론* (서울:현대 미학사, 1994), p. 134.

6) 성완경, 김안래 역, *현대 미술의 개념* (서울: 문예출판사, 1994), p. 98.

7) 양석희, “플라주 기법의 조형적 연구,” (상명대학교 대학원 석사학위논문, 1995), p. 8.

이동하는 ‘스타일 서핑(Style Surfing)⁸⁾’을 주장하는 것을 가능하게 하였으며, 사실 이러한 의복에서의 기동성은 유희와 쾌락의 원천이 되었다. 어떠한 규칙이나 정통성, 이상적인 의부가 없으며 단순히 스타일의 게임만이 존재하므로, 그들은 선택한 정체성 사이의 모순에 대해 걱정할 필요가 없다. 모던 문화가 다른 집단과의 비교를 통해 강한 스타일과 이상의 경계를 유지하는 구성원들과의 상호적인 상반의 상태 속에 존재한다면, 포스트 모더니티에서는 경계 유지의 필요성은 하찮은 것이 된다. 즉, 소비를 통해 포스트모던 문화 스타일은 더 이상 계급, 성 또는 인종의 관계를 기반으로 이루어지지 않는다. 대신, 이러한 모더니스트적 외형은 ‘스타일 서퍼(Style surfers)’들이 시도해 보고 던져버리는 일련의 스타일로 이루어진 하위 문화적 정체성을 통해 자유로이 부유하는 기표(signifier)로 재 활용된다⁹⁾.

정보화 사회에서 인간은 개방적인 커뮤니케이션을 통해 우리 또는 타자 내부의 다양성을 존중하는 것, 즉 모순적인 것들의 병존이라는 아이러니 속에서도 통일체를 구성해 나가고 있다¹⁰⁾. 이처럼 현재 우리 사회에 진행 중인 포스트모던 문화의 특징 중 하나는 복수주의이며, 이는 곧 총체적인 정체성의 분해이다.

이러한 현상은 특정 문화의 정통성에 얽매이지 않는 젊은 세대가 대중문화의 소비층으로 자리 잡으면서 영향력을 발휘하게 된다. 우리나라 의식 산업 분야에서는 김치 버거와 같은 상품이 개발되고 있고, 음악 분야에서도 ‘사이드 힙합’, ‘하드코어스릴러’와 같은 변종의 문화 상품이 개발되고 있다¹¹⁾. 이와 같이 문화 전반에 플라쥬 현상¹²⁾이 부각되고 있는 가운데 자신의 정체성 표현의 수단인 패션에서도 이러한 변화가 표현되고 있다. 즉 대량 생산된 패션에 대한 순응해왔던 모더니티는 포스트모던 스타일의 복수성

으로 파편화되었으며¹³⁾, 이질적인 디자인 요소들이 결합된 의상들이 트렌드를 선도하고 있다.

Ⅲ. 문화 플라쥬 현상의 사회·문화적 배경

오늘날 후기 자본주의 사회는 다국적 자본주의 시대이자 정보화 사회, 소비사회이다. 경제는 더 이상 근대화화의 필요를 충족시키기 위해 존재하지 않고 어떤 필요와 새로움에 대한 욕망, 끝없는 차별성과 즉각적 만족 등을 끊임없이 창조하도록 요구되고 있다¹⁴⁾.

1. 다국적 기업과 정체성의 복수화

다국적 기업이란 여러 나라에 계열회사를 가지고 세계적 규모로 활동하는 시대 기업이다. 1950년대 후반부터 미국의 대외 직접 투자가 급증하고, 거대 기업 대부분이 단순하게 제품을 해외에 판매하는 것이 아니라 여러 나라에 생산 거점을 가지고 상당한 비율로 해외에서 생산을 하게 되었다.

다국적 기업을 만들어낸 것은 제 2차 세계대전 후에 점점 기밀해진 국제 경제 관계이다. 제 2차 대전 후의 과학 기술의 급속한 발전, 특히 운수 통신 기관의 비약적인 발전은 세계 시장의 질적인 변화를 초래했다. ‘지구는 좁아졌다’고 흔히 이야기하는데, 그와 같은 맥락으로 세계 시장은 하나의 국민적 시장으로 가까워졌다. 현실적으로 국경이 존재하고 국가적 이해 대립은 부정할 수 없지만, 자본에 있어서는 국경이 이미 존재하지 않는다고 해도 과언이 아니다. 60년대 서구에서는 미국 다국적 기업과의 경쟁이라는 관점에서 국경을 초월한 기업 합병과 집중이 성행하고, 70년대부터는 유럽 쪽에서 대서양을 넘어 미국으로 투자를 증대하였다. 다국적 기업은 거대할 뿐만 아니라 국제적인 집중 관리를 하는 기구라는 의미에서

8) Ted Polhemus, *Style Surfing: What to Wear in the 3rd Millennium* (London: Thames and Hudson, 1996), p. 120.

9) 임은혁, *Op. cit.*, p. 15.

10) Mark Poster, *Cyberdemocracy: Internet and the Public Sphere* (New York: Routledge, 1997), pp. 201-218, 재인용, 이재현, *인터넷과 사이버 사회* (서울: 커뮤니케이션 북스, 2000), p. 161.

11) 조선일보, 2000년 4월 4일.

12) Ted Polhemus, *Op. cit.*, p. 127.

13) 임은혁, *Op. cit.*, p. 16.

14) 정원숙, 양숙희, “20세기 후반 패션에 표현된 포스트모더니즘 연구,” *한국의류학회지* 21권 3호 (1997), pp. 503-505.

도 그것을 현실적으로 자본주의 국가의 규제 하에 두는 것은 매우 어렵다. 다국적 기업이 각광을 받게 된 것은 이러한 상황이 배경을 이룬다. 다국적 기업으로 인해 세계(global)와 지역(local)의 관계가 대두되었고, 국민에서 소비자로의 전환은 국가가 단체로서 대상화되는 현 현상의 역력한 결과¹⁵⁾이다.

다국적 자본주의는 세계 각국의 다양한 문화를 흡수하여 모든 제도, 관념, 예술적 표현 가치, 개인의 정신, 역사까지도 상품 디자인의 원천으로 끌어들이고 있다. 다국적 자본주의는 국가 간의 경계를 초월하고 공간적인 한계를 넘어서서 수많은 매체를 통해 그들의 다문화적 상품에 대한 정보를 끊임없이 제공함으로써¹⁶⁾ 문화 플라주 현상을 확산시켜 왔다.

지난 세기 동안 집합적인 정체성에 대한 확신이 점점 사라지고 개인적인 정체성의 파편화가 일어나고 있다. 예를 들어, 한 국가 내에서보다 국제적인 기반에서 일어나는 투자, 생산, 마케팅과 유통 등 패션 산업에서의 트렌드인 경제적 세계화는 정체성의 복수성을 초래하면서 전통적인 정체성의 원천의 붕괴를 유도하고 있다.

2. 정보화의 확산과 소비자 중심의 사고

세계 경제의 발전과 범세계적인 원격 통신망의 발달, 해외 여행의 선풍은 유럽과 북미·환태평양 지역 간의 교류를 가속화시키고 있다¹⁷⁾. 매스미디어, 신문, 라디오, 텔레비전의 보급에 이은 광케이블의 발전과 인공위성에 의한 통신 혁명 및 컴퓨터를 통한 네트워크의 보급과 확산은 정보화 시대를 열었다. 이러한 이유로 세계는 더 많은 정보를 공유하고 보다 손쉽고 빠른 교류가 가능해졌다. 이에 따라 사회계급, 직업, 수입, 국가 등으로 영향 받는 사회 내에서의 전통적인 위치는 점점 더 빨라지고 폭이 넓어지는 사회 변화의 결과로 가치를 잃어가고 있다. 이러한 가운데 잃어버린 정체성의 원천을 대신할 몇 가지 가능한 형태들이

출현하였다. 포스트모던 시대에는 텔레비전, 영화, 음악, 패션 등 매스 미디어와 대중 문화에 의해 창조된 이미지가 집합적인 자아와 개인적인 정체성을 구축할 자료를 제공해주고 있다¹⁸⁾.

이러한 자료들을 바탕으로 단일화된 취향이나 유행에 더 이상 크게 좌우되지 않고 자신의 개성을 살리는 다양화된 취향이 부상되었다. 이러한 다양화된 취향은 기존의 생산 중심적 사고에서 소비자 중심의 사고로 전환되는 원인을 제공한다. 이는 기존의 현대 사회를 살아가는 사람들의 기호가 세분화되고 다양한 감수성의 혼재 양상을 나타내는 상황에서, 단선 시각으로 세상을 해석하는 방법으로는 더 이상 그들을 만족시킬 수 없다. 이는 반로고스 중심적인(anti-logocentric) 사고의 일환으로 남근적이며, 로고스적이던 권위가 무너지며, 이처럼 중심을 차지하고 있던 생산자의 자리에 소비자의 영역이 커지는 현상으로 설명될 수 있다.

앨빈 토플러(Alvin Toffler)가 그의 저서 「제 3의 물결」에서 말한 프로슈머(prosumer)는 프로듀서와 컨슈머가 합쳐진 용어로 이제까지의 소비자는 생산자가 제작한 물건을 일방적으로 소비하는데 그쳤지만 포스트모던 소비 사회에는 소비자들이 다양한 경로를 통하여 생산 과정에 직접 자신들의 의사를 반영하게 된다는 것을 암시한다¹⁹⁾.

보드리야르(Baudrillard)는 마르크스주의적인 생산 중심의 사고는 한계점을 갖게 되며, 현재는 소비 중심이라고 지적하였다²⁰⁾. 그는 현대 사회에서는 더 이상의 단순한 소비 형태가 아닌 욕망을 충족시켜 주는 소비가 요구되므로 그에 따른 생산의 질도 향상되어야 한다고 주장하였다.

보드리야르는 현대 사회를 ‘소비 사회’라 명명하고, 소비의 관점에서 현대를 분석한 학자 중에 하나라고 할 수 있다. 불어에서 의미하는 소비란 사용한다는 의미를 넘어 자신의 욕망을 충족한다는 의미까지 포

15) Harvey Penelope, *Hybrids of Modernity, Anthropology, the Nation, State and the Universal Exhibition* (London and New York: Routledge, 1996), p. 6.

16) 원용진, *대중문화의 패러다임* (서울: 한나래, 1996), p. 275.

17) Geert Hofstede, *세계의 문화와 조직*, 차체호, 나은영 역, (서울: 학지사, 1995), p. 149.

18) 임은혁, *Op. cit.*, p. 14.

19) 이정호, *포스트모던 문화 읽기* (서울: 서울대학교 출판부, 1998), p. 13.

20) Harvey Penelope, *Op. cit.*, p. 136.

함하고 있다. 이것이 보드리야르가 의미하는 소비 사회이며, 현대 사회의 특징이라고 할 수 있는 것이다. 생산자는 소비자의 필수품을 만들어내는 것이 아니라 소비자들의 욕망을 자극하는 물건들을 생산하게 된다. 이처럼 생산이 소비의 논리에 의해서 움직이게 됨에 따라 대중 매체는 소비자의 욕망을 불러 일으키기 위해서 광고를 통한 기호의 창출에 나서게 되며, 결과적으로 소비자가 원하는 것은 광고 상품이 아니라 기호 그 자체가 된다는 것을 의미하는 것이다. 소비자는 결국 소비 행동을 통해 정체성을 찾으려 하게 되는 것이다. 광고는 소비를 창출하고, 소비는 정보를 만들어내고, 이러한 정보는 또 다른 소비를 생산하는 순환적인 소비 메커니즘이 발생하는 것이다²¹⁾.

또한 가상 공간을 통해 보다 자유롭게 문화 생산 과정에 자신의 의사를 반영할 뿐만 아니라 직접 문화를 생산하는 생산자로 참여하기도 한다. 또한 가상 공간에서 생산된 문화를 인터넷을 통해 다른 가상 공간과 현실 세계에도 전달한다²²⁾.

3. 소비 사회와 키치의 범람

복잡하고 다양한 세상에서 '우리와 같은 사람들'을 찾는 것은 어려운 일이다. 과거에는 백인, 중산층, 보수파 등으로 쉽게 분류할 수 있었지만 그러나 분류의 의미와 가치는 점점 감소하고 있다. 이러한 현상은 지위 이동이 가능한 현실을 반영한다. 마케팅 전문가들은 이제 '우리와 같은 사람들'은 라이프스타일이나 취향에 표현된 개인적인 철학의 미묘한 차이에 의해서만 구분된다는 것을 깨닫고 있다²³⁾.

1980년대 창간되어 패션 트렌드를 주도하고 있는 「The Face」, 「i-D」, 「Dazed and Confused」, 「Dutch」 등의 잡지들은 개인들의 스타일을 찬양할 뿐 아니라 스트리트 스타일 디자이너들의 작품을 홍보하고 그 공로를 인정하는 역할을 해왔다. 이러한 잡지들에 소개되는 패션들은 키치적이다. 여기서 키치란 진품의 아우라를 상실한 각종 양식의 혼합을 지칭한다²⁴⁾. 키치는 특히 의사 사물, 즉 시뮬레이션, 복사품, 모조품,

스테레오 타입으로서 또는 현실 의미 작용의 빈곤, 기호와 우의적 지시로 뒤죽박죽인 함축 작용의 과잉, 세부적인 것에 대한 예찬이 포화 상태에 도달한 단계로서 정의될 수 있다. 패션에서 키치의 범람은 모든 영역에서 차용한 차이 표시 기호의 산업적 생산에 의한 다양화와 사물의 통속적인 대중화에서 생기며 또한 기성의 기호의 무질서한 범람의 결과이기도 하다. 키치는 시뮬레이션의 미학을 만든다. 실물보다 크거나 작은 복제품을 만들거나 소재를 모조하거나, 어떤 형태를 일부러 우스꽝스럽게 하거나 아니면 어울리지 않게 조합한다든가 하여 키치는 실제로 체험한 적도 없는 유행을 반복한다²⁵⁾.

이러한 혼란 양식은 곧 문화 플라쥬 현상의 시각적 특성이다. 이러한 현상은 디자이너의 권위 즉 생산자 중심의 권위가 해체되고 소비자들이 보다 적극적인 방식으로 문화를 형성하는데 참여하고 있는 현실을 반영하는 것이다. 소비자들은 기존의 패션에 변형을 가하거나, 창작 방식을 변경함으로써 새로운 룩을 창안하고 있다.

여러 가지 요소들을 합성함으로써 의미를 갖지는 않을지라도 재미를 위해 만들어지는 합성 이미지는 지속하지만, 일반인들을 창조의 주체자로서 참여시킴으로써 문화 플라쥬 현상을 지속적으로 유지시키는 동인을 제공한다.

IV. 남성 패션에 표현된 문화 플라쥬 현상의 조형성과 미적 가치

다국적 자본주의라는 새로운 경제적 국면은 정체성을 복수화 시켰고, 이는 다원적인 미적 이미지를 출현시켰다. 정보화의 확산에 따른 소비자 중심적 사고는 소비자로 하여금 창작에 보다 적극적인 형태로 참여하게 했다. 많은 소비자들은 기존의 사물들을 재결합하는 방식들로 새로운 룩들을 창안해 내고 있다. 기존의 사물들의 용도를 변경하고, 위치를 전환하는 등과 같은 기법으로 탈 보편적인 이미지를 만들어 낸

21) 박상희, 「디지털 페인 사이트의 포스트모더니즘과 소비문화 분석」 (서울대학교 석사학위논문, 2004), p. 90.

22) *Ibid.*, pp. 70-71.

23) Ted Polhemus, *Op. cit.*, p. 11.

24) 박상희, *Op. cit.*, p. 98.

25) Jean Baudrillard, *소비의 사회*, 이상률 역, (서울: 문예출판사, 1993), pp. 154-157.

다. 이와 같이 기준에 존재한 상품들을 재결합하는 방식으로 표현된 패션에는 진품의 아우라를 상실한 각종 양식의 혼합물인 키치식 특성들을 소유하고 있으며, 보유하고 있는 각종 양식들은 독립적인 관계를 유지하며 독창적인 전체를 이룸으로써 상대성을 표현한다.

1. 다원성

포스트모던 문화 내에서 패션은 한 가지 종류의 존재 혹은 두 가지 종류의 존재가 아니라 여러 존재들로 이루어져 있다고 보는²⁶⁾ 다원론에 의해 구성되고 있다. 패션 코드들은 시간과 공간 그리고 상황이 부여하는 일관된 틀에서 벗어나 조합되어 “무엇이든 가능하다”는 불확정적이고 미결정적인 상황을 만들어내면서 열린 개념을 표현하고 있다. 문화 플라쥬는 시간, 공간, 상황, 성, 계층 등을 초월한 이질적인 요소들이 열린 공간에 모여 다원성을 구현한다.

남성의 드레스 코드들을 시간과 공간, 그리고 상황이 부여하는 일관된 틀에서 벗어나 조합하여 “무엇이든 가능하다”는 불확정적이고 미결정적인 상황을 만들어낸다. 역사 속 두 시대의 간극을 넘어 새로운 스타일을 창조하거나, 동양과 서양 의복 문화의 정수를 한데 보여주기도 하고, 이질적인 상황에서 위협될 수 있는 패션 코드들 한데 어울려 표현한다.

1) 시간

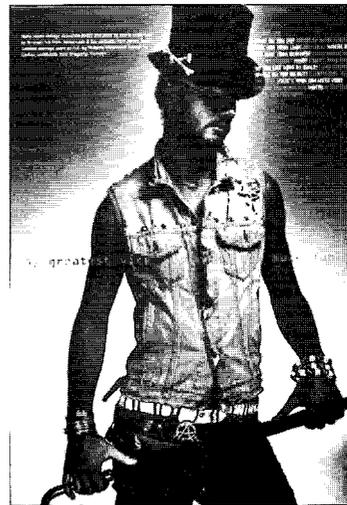
세기말에서 오는 혼돈과 불안함, 전쟁과 자연의 훼손 등에 대한 회의적 반응은 과거의 양식이나 요소들을 끌어와 디자인하는 회고적인 경향과 희망적인 미래를 바라는 의도에서 미래적 요소를 절충하는 현상이 두드러지게 나타나고 있다²⁷⁾.

〈그림 1〉은 19세기 군복 스타일의 제킷(captain's military mess)과 20세기 초 카우보이 스타일 모자(stetson), 그리고 20세기 말에서부터 현재까지 유행하고 있는 비치(beach)용 샌달(thong)을 스타일링함으로써 다양한 시간이 공존하는 이미지를 보여주고 있다.

〈그림 2〉는 19세기 남성의 권위를 상징하던 모자(cocked top opera)와 지팡이를 지배 권력에 대한 저항을 상징하는 20세기의 스트리트 스타일과 메치시킴



〈그림 1〉 John Galiano.
(2005 F/W Collection)



〈그림 2〉 시간의 다원성.
i-D.2003.6. p.114.

으로써 19세기 문화와 20세기 문화 간의 차이를 드러내고 있다.

2) 공간

세계 경제의 발전과 범세계적인 원격 통신망의 발달, 해외 여행의 선풍은 유럽과 북미 한태평양 지역

26) Donald D. Palmer, *칼을 수 없이 무거운 철학 가볍게 하기*, 남경태 역, (서울: 현실과 과학, 2002), p. 408.

27) 최수아, “패션에 나타난 퓨전 현상에 관한 연구,” (서울대학교 대학원 석사학위논문, 2003), p. 67.

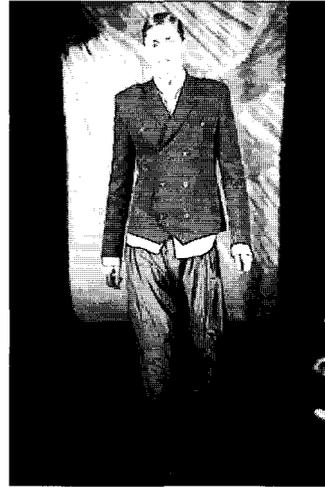
간의 교류를 가속화시키고 있으며, 매스미디어, 신문, 라디오, 텔레비전의 보급에 이은 광케이블의 발전과 인공위성에 의한 통신 혁명 및 컴퓨터를 통한 네트워크의 보급과 확산으로 세계는 더 많은 정보를 공유하고 보다 손쉽고 빠른 교류가 가능해졌다. 이 결과로 패션에도 세계의 문화가 공유되는 현상이 나타나고 있다²⁸⁾.

〈그림 3〉은 아랍인들의 터번과 영어가 쓰여진 티셔츠의 매치는 영미 문화와 아랍 문화의 공간적 문화적 대립과 이로 인한 긴장감을 보여준다. 〈그림 4〉는 서양의 더블브레스트 자켓에 아랍 및 기타 동양 문화권에서 볼 수 있는 하렘 팬츠 스타일의 바지를 스타일링함으로써 서양과 동양의 문화를 조화시켰다.

3) 상황

현대인들의 생활 패턴의 다양성과 복잡성은 디자인 코드를 사회의 위계 질서 안에 머무르게 하지 않고, 개성, 문화적 트렌드, 미적 취향에 관한 표현을 위해 활용하게 한다. 따라서 T.P.O.의 개념을 표현하던 의복 코드는 사라지고, 이질적인 상황에서 입혀질 수 있는 아이템들을 공존시킴으로써 새로운 룩을 장안하고 있다.

〈그림 5〉는 스포츠용 승마용 헬멧(riding helmet), 여가를 상징하는 수건(towel)과 바이커 룩(biker look)

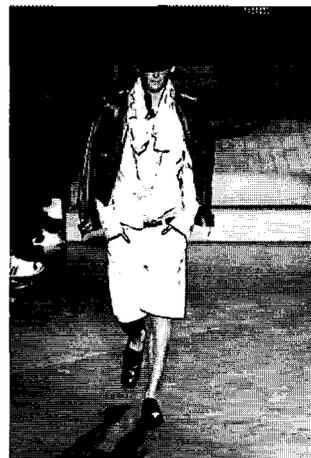


〈그림 4〉 Cloak.
(2005 FW Collection)

의 가죽 재킷, 오피스 아우어(office hour)를 의미하는 셔츠와 구두 등 각기 다른 상황에서 입혀지는 다양한 패션 아이템을 한데 조화시켜 표현하고 있다. 〈그림 6〉은 스트리트 스타일의 머리, 진, 운동화 등의 캐주얼 패션 아이템에 예복으로 사용되는 매우 포멀한 아이템인 턱시도 재킷을 스타일링함으로써 이질적인 상황의 아이템들의 대비를 이용하여 새로운 룩을 제시하고 있다.



〈그림 3〉 공간의 다원성.
i-D. 2003.6. p. 107.



〈그림 5〉 D-Squared.
(2005 SS collection)

28) Harvey Penelope, *Op. cit.*, p. 6.



〈그림 6〉 Dior Homme.
(2005 SS collection)

2. 탈 보편성

문화 플라주는 구 질서에 대항하고, 영속적 가치에 문제를 제기한다. 우리가 쓰는 일상 사물들은 모두가 그 본래의 용도나 의미가 있지만 그것이 오브제로 쓰일 때에는 그러한 본래의 용도나 그 의미는 제거된다. 바로 그렇게 되는 순간에 그 사물에서 일상 생활에서 미처 경험하지 못하는 이상한 물체성을 경험하게 된다. 그러한 경험을 갖게 해주는 대상이 바로 오브제이다.²⁹⁾

이렇게 의미를 잃은 기표들은 자유롭게 부유하면서 우리가 고정 관념적으로 갖고 있던 규모나 용도가 변경되고, 제 자리에서 벗어나 낯선 위치에 재배치됨으로써 새로운 물체로서 존재하며 독창적인 전체를 이루는데 기여한다.

남성 패션에서도 드레스 코드들이 의미를 잃고 자유롭게 부유하면서 우리가 고정 관념적으로 갖고 있던 용도가 변경되고, 제 자리에서 벗어나 낯선 위치에 재배치됨으로써 탈 보편성이 실현된다.

1) 용도 변경

Saussure(소쉬르)의 언어 체계에서 기표(signifier: 단어 또는 음성 이미지)는 의미를 운반하고, 기의(sig-

nified: 개념)는 기표가 지시하는 것을 의미하며, 이들이 함께 기호를 만들고, 그 관계는 동전의 양면처럼 분리할 수 없는 하나의 개념이었다.³⁰⁾

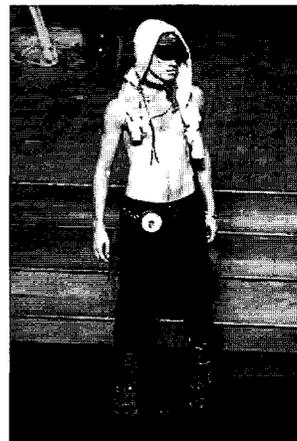
그러나 탈 시대에는 확정적인 기의는 끼어지고 기의에서 분리된 기표는 그 자체로 존재하여 그 의미는 계속해서 미끄러지며 불확정적이 된다. 이러한 문화 내에서 용도라는 하나의 의미는 무의미한 것이 되며, 기능성을 상실한 아이템은 자유롭게 이동하여 재배치됨으로써 새로운 의미, 새로운 용도 혹은 장식과 같은 것을 지니게 된다.

〈그림 7〉은 남성용 티셔츠를 헤드 드레스(head dress)로 사용하여 장식으로서의 기능을 하고 있다.

〈그림 8〉은 두 개의 축구복을 하이웨이스트의 상단과 하단으로 이용하고, 비대칭적 여밈을 사용하여 동양적 느낌을 가미하여 스타일리시한 티셔츠로 리폼함으로써 운동복의 용도를 전환하였다. 또한 차의 바퀴가 지나간 흔적을 셔츠의 프린트로 활용함으로써 장식의 용도로 전환하였다.

2) 위치 전환

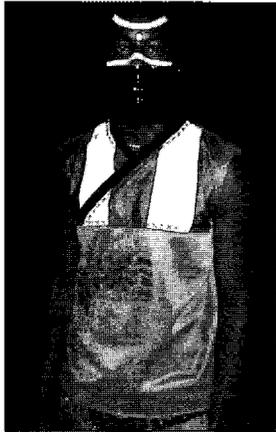
사물이나 사물의 어느 한 부분을 원래 있던 위치에 서 떼어내어 낯선 환경 속에 비치하는 플라주의 데페즈망 기법은 다분히 실험적인 구도를 만들어낼 수 있다.



〈그림 7〉 John Galliano.
(2005SS Collection)

29) 양석희, 플라주 기법의 조형적 연구," (상명대학교 대학원 석사학위논문, 1995), pp. 41-42.

30) 소두명, 상징의 과학-기호학 (서울: 인간 사랑, 1994)



〈그림 8〉 용도 변경.
View. No.59. 2003. p. 43.



〈그림 10〉 위치전환 II.
i-D. 2003. 10. p. 16.



〈그림 9〉 위치 전환 I.
i-D. 2003. 6. p. 105.

〈그림 9〉는 몸의 앞 뒷면에 착장되는 셔츠의 위치를 전환하며, 몸의 앞 부분에 위치시키고, 착장을 위해 테잎을 사용하여, 몸의 뒷면은 그대로 노출시킴으로써 새로운 룩을 창안하고 있다. 〈그림 10〉은 머리를 감싸는 형태로 착용되는 캡을 얼굴 둘레를 따라 위치시킴으로써 새로운 헤드 드레스를 제시하고 있다.

3. 상대성

문화 플라쥬 현상에 도입된 이질적인 요소들은 주종의 관계가 아니라 서로 독립적인 관계를 유지하면서 독특한 하나의 전체를 구성한다.

미학에서 말하는 상대주의란 절대적인 가치가 없으며, 모든 가치는 시간, 공간, 문화에 따라 상대적이라고 보는 견해이다³¹⁾.

플라쥬 기법이 활용된 패션에서는 기존 사물의 형태를 유지하면서 서로 간에 가장 양립하기 불가능한 외양들이 각자가 주종의 관계가 아닌 독립적인 관계를 갖고 하나의 독창적인 전체를 만들어낸다.

1) 기존 사물 사용

플라쥬 기법은 사물의 원래 본질을 잃지 않는 것에 그 표현 목적을 둔다³²⁾. 뒤상이 틀짜기와 컨텍스트가 의미를 규정한다는 것을 파악하고 소비 물품과 이미지들을 레디메이드 예술로 도용한 이래³³⁾ 패션에서도 이와 같은 기법이 자주 활용되고 있다.

〈그림 11〉은 스포츠용 점퍼를 입체 구성을 통해 비대칭의 원피스로 재구성하였다. 창조된 원피스에는 입체 구성을 하기 위해 사용되었던 재료가 기존의 스포츠용 점퍼였음을 알리는 여러 가지 단서들, 빌단, 소매, 네크라인, 소매의 밴드 장식 등을 그대로 노출시킴으로써 플라쥬적인 특성들을 새로운 아름다움으로 표현하고 있다. 〈그림 12〉는 남성용 모직 체크 셔츠를 바지 위에 두름으로써 치마를 입은 남성을 표현하고 있다. 이러한 룩에도 기존의 셔츠를 그대로 사용한 단서들 즉 셔츠의 커프스, 앞 여밈 등을 디테일

31) Donald D. Palmer, *Op. cit.*, p. 408.

32) 양석희, *Op. cit.*, p. 12.

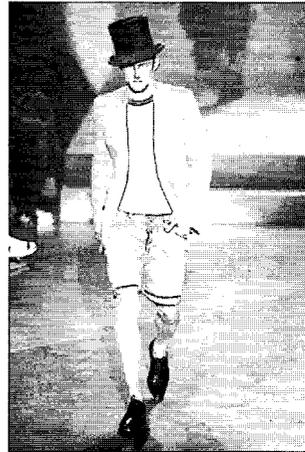
33) 이영철 엮음, *21세기 문화 미리 보기* (서울: 시각과 언어, 1996), p. 199.



〈그림 11〉 John X.
(2001 SS
Collection)



〈그림 12〉 Antonio Marras.
(2002 SS
Collection)



〈그림 13〉 D-Squared.
(2005 SS Collection)



〈그림 14〉 Comme des Garçon.
(2005 SS Collection)

로 살리고 있다.

2) 독립적인 관계 유지

Derrida가 주변으로 물러났거나 지워진 것들이 중심이 만들어낸 구조적인 문제임을 드러낸 이후 중심을 가지고 있는 현존에 대한 갈망은 사라지고, 사용된 재료나 오브제들은 각각의 소리를 잃지 않으면서 독창적인 전체를 만들어내는 플라주 양식이 확산되고 있다.

기성품을 이용하여, 원래 갖고 있던 재료의 특성을 강하게 인지시킴으로써 표현된다.

플라주적인 특성들 중 하나는 기성품을 이용하되, 원래 갖고 있던 재료의 특성을 강하게 인지시킨다는 점이다. 〈그림 13〉과 〈그림 14〉는 단선적 시각으로는 조화를 발견할 수 없는 다양한 아이템들을 각각의 특성을 강조하면서도 조화를 이루도록 스타일링하고 있다. 〈그림 13〉은 19세기 남성 권위의 상징인 검은색 모자와 구두, 모더니즘의 상징인 자켓, 라운드.티셔츠와 데님 반바지 등 각기 다른 시기와 상황에서 사용되는 아이템들을 색상 대비를 이용하여 더욱 극

렬하게 대립시켜 표현하고 있다. 〈그림 14〉는 남성의 블랙 남성 수트와 비 남성적 드레스 코드들 즉 셔츠의 레이스 장식, 동방풍의 목걸이, 운동화 등을 분홍 색채를 사용하여 스타일링함으로써 전통적 남성 코드와 이의 붕괴를 강렬하게 표현하고 있다.

V. 결 론

포스트모던 문화의 특징 중 하나는 복수주의이며, 복수주의는 시각적으로 서로 관련성 없어 보이는 재

료들을 한데 섞어 표현하는 플라주 테크닉을 사용함으로써 표현된다. 따라서 현재 포스트 문화의 핵으로 떠오르고 있는 문화 플라주 현상은 바로 이러한 복수주의에 대한 표현들을 일컫는다. 문화 플라주 현상은 패션에서도 예외 없이 나타나고 있다. 특히 여성복의 다양한 변화에도 불구하고 19세기 이래 전통적인 남성성을 꾸준히 지켜오던 남성 패션의 혁명적인 변화는 문화 플라주의 조형적 특성과 미적 가치를 설명하기 위한 실증 자료로서 활용될 수 있다.

본 연구에서는 플라주 및 문화 플라주 현상의 개념과 사회 문화적 배경을 고찰함으로써 문화 플라주 현상이 갖는 사회 문화적 의미와 그 가치에 관해 분석하고자 하였다. 또한 문화 플라주 현상의 시각적 단면들을 2000년대 이후 남성 패션에서 찾아 분석함으로써 남성 패션에 표현된 문화 플라주 현상의 조형성과 미적 가치를 고찰하고자 하였다.

플라주는 각 요소들 간의 부조화를 분명하게 하는 독창적인 전체성을 만들기 위해 새롭게 창조적으로 조합한 것으로 정의되는데, 현대에 와서 그 정의는 더욱 광범위해져서 이질적인 요소들을 결합하는 것은 모두 플라주로 정의되고 있다.

현재 우리 사회에 진행 중인 포스트모던 문화의 특징 중 하나는 복수주의이며, 이는 곧 총체적인 정체성의 분해이다. 문화 전반에 플라주 현상은 곧 정체성의 복수화로서 정의될 수 있으며, 자신의 정체성 표현의 수단인 패션에서 이러한 현상은 극명하게 표현되고 있다. 20세기 중반 이후, 한 국가 내에서보다 국제적인 기반에서 일어나는 투자, 생산, 마케팅과 유통 등 패션 산업에서의 다국적화가 이루어져 갔고, 이는 국가, 계급, 직업, 수입 등을 중심으로 한 정체성의 전통성의 붕괴를 초래하였다. 이러한 가운데 매스 미디어와 대중문화에 의해 창조된 이미지가 잃어버린 정체성을 재구축할 자료를 제공해주고 있다. 이러한 자료들을 바탕으로 자신의 개성을 살리는 다양화된 취향이 부상되었으며, 다양화된 취향은 기존의 생산 중심적 사고에서 소비자 중심의 사고로 전환되는 원인을 제공한다. 생산자 중심의 권위가 해체되고 소비자들이 보다 적극적인 방식으로 문화를 형성하는데 참여한다. 소비자들은 기존의 패션에 변형을 가하거나,

착장 방식을 변경함으로써 새로운 룩을 창안함으로써 키치적 요소들이 범람하게 되는 한 원인을 제공하고 있다.

다국적 자본주의라는 새로운 경제적 국면은 정체성을 복수화 시켰고, 이는 남성 패션에 다원적인 미적 이미지를 출현시켰다. 정보화의 확산에 따른 소비자 중심적 사고는 소비자로 하여금 창작에 보다 적극적인 형태로 참여하게 했다. 소비자들은 남성 패션을 창안하는데 기존의 사물들을 재결합하는 방식들로 새로운 룩들을 만들어 내고 있다. 기존의 사물들의 용도를 변경하고, 위치를 전환하는 등과 같은 기법으로 탈보편적인 이미지들을 만들어낸다. 이와 같이 기존에 존재한 상품들을 재결합하는 방식으로 표현된 패션에는 진품의 아우라를 상실한 각종 양식의 혼합물인 키치적 특성들을 소유하고 있으며, 보유하고 있는 각종 양식들은 독립적인 관계를 유지하며 독창적인 전체를 이룸으로써 상대성을 표현한다.

매우 이질적인 소재들을 플라주 시키는 기법은 포스트모던 문화가 추구하는 카오스를 긍정적으로 평가하는 태도이자, 급격한 변화의 속도를 경험하는 사회 내에서 요구되는 창의성, 즉 무한한 정보를 끌어모으고, 이들을 다양한 양식으로 재결합함으로써 가상성을 구현하는 실험들이라는 긍정적인 평가를 받고 있다. 문화 플라주 현상 즉 카오스적인 세계관은 오늘날 터부시되는 것, 즉 그들이 속한 세계의 폄하된 부분에 대해 새롭게 관계를 설정하려 하고 있다³⁴⁾. 정보화 사회에서 인간은 개방적인 커뮤니케이션을 통해 우리 또는 타자 내부의 다양성을 존중하는 것, 즉 모순적인 것들의 병존이라는 아이러니 속에서도 통일체를 구성해 나가고 있으며, 이러한 사고방식의 변화는 남성 패션에서도 플라주 현상으로서 가시화되고 있다.

참고문헌

- 계간 미술편 (1981). *현대 미술 용어사전*. 서울: 중앙일보사.
- 박상희 (2004). "디지털 페인 사이트의 포스트모더니즘과 소비문화 분석." 서울대학교 석사학위논문.

34) Nobert Bolz, *Das Kontrollierte Chaos*, 윤종석 역, 컨트롤된 카오스 (서울: 문예출판사, 2000), p. 298.

- 성완경, 김안례 역 (1994). *현대 미술의 개념*. 서울: 분예출판사.
- 소두명 (1994). *상징의 과학 기호학*. 서울: 인간사랑.
- 양석희 (1995). “플라쥬 기법의 조형적 연구.” 상명대학교 대학원 석사학위논문.
- 원용진 (1996). *대중문화의 패러다임*. 서울: 한나래.
- 윤호병 외 역 (1994). *반미학: 포스트모던 문화론*. 서울: 현대 미학사.
- 이영철 엮음 (1996). *21세기 문화 미리 보기*. 서울: 시각과 언어.
- 이재현 (2000). *인터넷과 사이버 사회*. 서울: 커뮤니케이션 북스.
- 이정호 (1998). *포스트모던 문화 읽기*. 서울: 서울대학교 출판부.
- 임은혁 (2002). “1990년대 패션에 나타난 하위문화스타일.” 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 정현숙, 양숙희 (1997). “20세기 후반 패션에 표현된 포스트모더니즘 연구.” *한국의류학회지* 21권 3호. *조선일보*. 2000년 4월 4일.
- 최수아 (2003). “패션에 나타난 퓨전 현상에 관한 연구.” 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- Baudrillard, Jean (1993). *소비의 사회*. 이상률 역. 서울: 문예출판사.
- Jameson, Fredric (1992). *포스트모더니즘론*. 정정호, 강내희 번역. 서울: 도서출판 터.
- Hofstad, Geert (1995). *세계의 문화와 조직*. 차재호, 나은영 역. 서울: 학지사.
- Palmer, Donald D. (2002). *참을 수 없이 무거운 철학 가볍게 하기*. 남경태 역. 서울: 현실과 과학.
- Penelope, Harvey (1996). *Hybrids of Modernity. Anthropology, the Nation, State and the Universal Exhibition*. London and New York: Routledge.
- Poster, Mark (1997). *Cyberdemocracy: Internet and the Public Sphere*. New York: Routledge.
- Polhemus, Ted (1997). *Street Style*. London: Thames & Hudson.
- Polhemus, Ted (1996). *Style Surfing: What to Wear in the 3rd Millennium*. London: Thames and Hudson.