

현대 패션에 표현된 취향지향적 룩의 조형적 특성과 미적 가치

A Study on the Characteristics of Taste-Based Look Presented in Modern Fashion

주저자 : 송금옥 (Song, Geum-Ok)

연세대학교 대학원 생활디자인학과

공동저자 : 김영인 (Kim, Young-In)

연세대학교 대학원 생활디자인학과

I. 서론

II. 취향에 대한 이론적 고찰

- 2.1 취향의 개념과 의미변화
- 2.2 취향에 관한 담론
- 2.3 현대사회에서의 취향

III. 취향과 패션

- 3.1 댄디룩
- 3.2 키치룩
- 3.3 페티시룩
- 3.4 그로테스크룩
- 3.5 키덜트룩

IV. 결론

참고문헌

(要約)

본 연구의 목적은 최근 문화 속에서 새로운 가치기준으로 주목받고 있는 취향의 개념을 체계적으로 정리하고, 취향을 중심으로 현대패션에 표현된 룩의 조형성과 미적가치에 대하여 살펴보는 데에 있다.

취향은 개인에 의해 개별적으로 추구되는 삶의 방식이며 선호이자 현대사회 내에서 개인을 구별 짓는 중요한 요소이며, 특히 패션은 취향의 차별화를 표현하는 주요 대상이다. 취향이 표현된 룩으로는 시대를 초월한 멋쟁이 취향의 댄디룩과 최근에 새롭게 주목받고 있는 저속한 취향이 표현된 키치룩, 성적 이상 취향이 표현된 페티시룩, 엽기 취향이 표현된 그로테스크룩과 어린 취향이 표현된 키덜트룩 등이 있다. 현대인의 다양한 취향과 그의 표현인 룩은 패션의 향유를 통한 즐거움의 추구이며 현재에 대한 긍정적인, 그리고 미래에 대한 적극적인 기대를 나타내는 상징적 표현이라 할 수 있다. 룩을 통해 패션과 사회는 서로 소통할 수 있으며, 디자이너는 컬렉션을 통해 룩을 효과적으로 제안함으로써 소비자의 취향을 만족시키는 핵심적인 역할을 할 수 있다.

본 연구의 결과는 취향에 대한 학문적 근거를 제공해 주며, 패션으로 표현된 미적 가치를 보여 줌으로써 문화 속의 취향과 패션의 룩에 대한 해석의 틀을 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

(Abstract)

This study was performed to systematize the concept of taste being recognized as new cultural values, as well as to ascertain the looks and aesthetical values presented in modern fashion in terms of taste.

Taste is the life style being pursued individually, a preference and the important factor that characterizes each individual among contemporaries. In particular, the fashion is an important means able to differentiate respective tastes. The taste-based looks including; the dandy-look, the kitsch-look, fetish-look, the grotesque-look, and the kidult-look, etc. are reviewed as cases. Those are well expressing the phases of each times. The looks reflecting contemporaries' various tastes, are symbolic means showing the positive expectations on the present and the future. The looks are unifying fashion and society, and the designers are able to be key roles satisfying customer's taste by presenting of their collections.

It is expected that the outcome of this study may provide academic basis of the tastes and a framework of interpretation of the tastes and fashion looks within culture by the aesthetical values presented as fashion.

(Keyword)

Taste, Dandy-look, Kitsch-look, Fetish-look, Grotesque-look, Kidult-look

1. 서론

현대인은 제품을 선택하거나 향유하는데 있어서 연령이나 소속집단의 규범보다는 자신의 취향(taste)을 더 우선시하는 경향을 보이고 있다. 과거에는 사람들의 패션에 대한 취향이 상류계층에서 하류계층으로 전달되고 확산되었던 것과는 달리, 현대 사회에서는 사람들의 취향에 의해 나타난 사회적 행위의 패턴을 단순 분리하는 것이 매우 어려워졌다. 그 결과 취향에 관한 문제는 점차 패션디자인 영역에서 중심적인 담론이 되고 있다.

현대 패션에 영향을 미치는 취향은 여러 가지 수단에 의해 만들어진다. 그것은 패션컬렉션, 대중매체 등을 통해 대규모로 형성되기도 하고, 제품 구매 시 순간적으로 영향을 미치기도 하며, 친구나 지인 등 동료집단의 영향을 받아 지극히 개인적으로 형성되기도 한다. 중요한 것은 미디어의 발달에 따른 패션정보의 빠른 전달과 확산에도 불구하고 현대 사회에는 다수의 획일적인 동조에 의해 형성되는 패션과 함께 개인의 취향을 중요시하는 여러 유형의 주제적인 패션이 공존하고 있다는 것이다.

패션은 개인의 외관에 의한 이미지 전달 효과가 큰 문화적 기호로서 중요한 의사소통의 도구 역할을 하며, 디자인 요소의 변화를 통한 다양한 연출이 가능하여 시각적으로 개인의 취향을 가장 섬세하게 표출할 수 있다. 그렇다면 영국의 복식학자 제임스 라버가 “패션이란 취향의 선봉장이며, 바람이 불어오는 방향을 알려주는 동시에 어떠한 방향으로 바람이 불지를 알려주는 풍향계이다”라고 말하였듯이 현재 패션에 나타나는 다양한 이미지, 즉 ‘룩(look)’을 ‘취향’에 근거하여 고찰해 볼 수 있을 것이다.

취향에 대해 이루어진 기존 연구들은 문화적 취향(양민석, 2002; 이종호, 1999), 문학적 취향(홍성암, 2000; 황해진, 2000), 음악적 취향(김홍대, 2001), 음식 취향(박상미, 2003) 등 패션 이외의 연구주제에 관한 것이 주였으며, 패션에 관한 연구일지라도 이국 취향(김월계, 1996; 이상례, 1995)이나 계급이론과 관련된 것(전승녕, 2000)에 한정되고 있다. 또한 이들 연구들은 특정 분야에 국한된 것으로 취향에 대한 체계적인 연구는 미흡한 실정이다. 패션이 ‘제2의 피부’로서, 또한 ‘문화 기호’로서 개인의 생활방식과 밀접한 관계가 있는 것으로 이해되고 있는 시점에서, 패션의 시각적 표현인 룩과 그 형성배경을 취향과 연결하는 심도 깊은 연구가 필요하다 하겠다.

이에 본 연구에서는 취향의 개념을 보다 총체적인 관점에서 고찰하고, 취향을 중심으로 현대 패션에 표현된 룩의 조형적 특성과 미적 가치를 살펴보고자 한다. 연구 범위는 멋쟁이 취향의 덴디룩과 저속한 취향의 키치룩, 성적 이상 취향의 페티시룩, 엽기 취향의 그로테스크룩, 어린 취향의 키덜트룩 등으로 취향 지향적 룩 중에서도 문화 전반의 새로운 변화에 따라 미래사회에 그 가치가 더욱 높아지리라 예상되는 다섯 가지로 제한하였다

연구방법으로는 관련 서적과 학술 논문, 학술 잡지, 패션전문 잡지, 패션전문 인터넷사이트 등 문헌 고찰을 통해 취향과 관련된 패션의 ‘룩’에 대해 살펴보았다. 현대패션에 표현된 룩에 대한 시각자료는 2000년 S/S부터 2004년 F/W까지의 디자이너 컬렉션에 나타나는 의복, 액세서리, 메이크업, 헤어

등에 의해 형성되는 이미지이다.

II. 취향과 패션

2-1. 취향의 개념과 의미 변화

‘취향(趣向)’의 사전적인 의미는 ‘하고 싶은 마음이 생기는 방향’이며, 유사한 말로 기호, 취미, 경향, 의취, 지취 등이 있다. 즉 취향(taste)은 무엇이 매력적이고 적절한가, 적절하지 않은가를 식별할 수 있는 능력을 말한다. 개인의 주관적 판단이기 때문에 그 기준은 보편적인 것이 못되며 개인에 따라 다를 수 있다. 영어로는 taste, liking, fondness 등으로 표기된다.

언어는 사회문화적 배경에 의해 영향을 받으므로 시대의 흐름에 따라 취향의 의미도 다양하게 변화되어 왔는데, ‘취미’로도 불리었던 ‘취향’은 인간의 매우 주관적이고 감정적인 용어였다. 취향은 전통적으로 민족취미, 시대취미 등 집단·민족·계급·시대·지역 등의 미적 감수(感受)의 특수한 색조를 나타내는 경우에 사용되기도 하였으며, 통속적으로는 여기(餘技)나 오락을 뜻하는 것으로도 쓰였다.¹⁾ 취향과 관련된 예술 양식사를 살펴보면, 고대 그리스의 양식을 ‘좋은 취미’의 기준으로 하여 고딕 시대의 것을 ‘야만적 나쁜 취미’의 양식으로, 로코코는 마담 폰파두르의 ‘저속한 취향’을 조소하기 위한 양식으로, 그리고 현재의 키치는 ‘대중의 나쁜 취미’로 설명될 수 있다.

취향과 비교하여, 본래 미각을 뜻하는 ‘취미(趣味)’는 일정한 감각적 사물에 대해 그 미적 가치를 깨, 불쾌의 감정과 관련시켜 받아들여이거나 판정하는 능력이며, ‘기호(嗜好)’는 일반적으로 주로 생리적으로 기본적인 욕구에 관하여 평소 즐기고 좋아하는 것을 뜻한다.

취미가 어떤 대상에 대한 개인적 선호를 의미하며 개인적 감수성의 영역으로 이해되는데 비해 실제로 이것이 드러나는 공간이 사회이고, 의도적이든 아니든 타인과의 관계에서 개인의 위치를 드러내주는 역할을 하게 될 때, 취미는 취향으로 불리어진다. 취미와 취향은 일상생활의 대화에서 혼용되고 있기는 하지만, 엄격히 구분하면 취미는 미학적 용어이며 취향은 사회학적 용어라 할 수 있다.

오늘날 취향의 개념은 ‘좋은 취향(good taste)’과 ‘사회와 물질세계의 복잡한 상호작용의 한 구성요소’의 두 가지 측면에서 이해되고 있다. 본 연구에서 취향의 개념은 현대 사회에 적합한 사회학적인 관점인 후자를 따르고 있으므로, 취향(taste)의 개념은 ‘사회 내에서 이루어지는, 어떤 대상이나 행위에 대한 선호와 그 표현’이며 ‘문화적 산물의 미적인 품질과 사회적 적절성에 대한 판단을 결정하는 개인의 일반적인 지향성(orientation)’이라 정의할 수 있다.

이러한 취향의 복합적인 표명들을 설명하기 위해서는 사회적, 경제적, 심리학적, 미학적 관점 측면에서의 다양한 접근이 필요하겠다.

2-2. 취향에 관한 담론

한 개인의 취향은 사회 내에서 선호되는 대상 및 삶의 방식들을 통해 긍정적 의미들을 가지고 소통됨으로써, 사회 구성원들에 의해 선망의 대상이 될 수 있다. 이는 전통적으로 취향이 이태내기(distinction)의 요소로서 계급사회에서 특권층이 하위

1) 이종호 (1999). 문화적 취향에 영향을 미치는 사회 경제적 요인: 부르디외의 문화자본론을 중심으로. 성균관대학교 대학원 석사학위논문, pp.84-86.

계급과 자신을 구별 짓는 요소로서 작용하여 왔다는 것을 뜻한다.²⁾

취향에 대한 학문적 연구는 프랑크푸르트 학파의 문화산업론에서 비롯되었으며, 이후 겐즈(H.J.Gans)의 취향문화론으로 이어져 부르디외(P. Bourdieu)의 문화지본론에서 ‘아비투스(Habitus)’의 개념으로 체계화되었다.

문화적 취향이 개인적 차원이 아닌 사회적 차원에서 다루어질 때 가장 먼저 논의의 대상이 되는 문제는 문화적 취향이란 사회 내의 다양한 집단에 따라 상이한지, 아니면 동질적인지에 대한 문제이다. 그러한 논의의 출발점은 프랑크푸르트 학파의 비판이론가들에 의해 발전된 문화산업론이라 할 수 있으며, 이들은 문화산업에 의해 생산되는 대중문화를 통해 계급 내지 계층에 따른 문화적 취향은 동질화 된다³⁾고 주장하였다. 이러한 견해에 대해 비판한 것이 겐즈의 취향문화론이다. 겐즈는 “고급문화와 대중문화의 차이는 과장된 것이며, 두 문화는 서로 다른 경제적, 교육적 기회를 지닌 사람들에게 의해 선택된 취향문화이기 때문에 동일한 가치를 갖는다.”라고 말하며 취향이 개별 행위자의 선택이라는 명제로부터 논의를 시작하고 있다. 겐즈는 사회계층과 공통의 가치나 기준을 갖고 서로 유사한 문화의 내용물을 선택하는 사람들을 일컫는 취향공중에 의해 문화가 구분되어진다고 하였으며, 문화적 취향은 대개 개인의 부(富)와 교육수준에 의존하기 때문에 대체로 계급차이에 부합한다고 주장하였다⁴⁾.

그에 비해 부르디외는 “인간은 취향에 의해 아름다운 것과 추한 것, 탁월한 것과 천박한 것을 구별함으로써 스스로의 탁월함을 드러내며, 이를 통해 사회 속에서 차지하는 위치가 표현된다”고 하였다. 이는 취향이 사회 내에서 개인적 선호라는 사적인 영역 이상의 의미를 가지고 있다는 것을 뜻한다. 또한 부르디외는 사회적 존재조건과 취향 사이의 관계를 인지하기 위해서는 각 행위자들의 구조와 행위 사이를 매개하는 아비투스를 우선적으로 포착해야 하는데, 특히 취향이 아비투스의 가장 가시적인 표현들 가운데 하나라고 주장하였다.

19세기 이후 자본주의가 고도로 발달하고 대량생산이 이루어지면서 인간의 의식이나 행동양식이 획일화되었다. 대중 속의 한 구성요소가 된 개인은 독립적인 창조력을 상실하고 수동적인 타인 지향적 경향을 더해 갔으며, 강력한 통합 사회(integrated society)의 단조로움에서 벗어나기 위해 사람들은 취향을 통해 타인과의 차별화를 시도하였다. 이후 산업주의나 자본주의 시대의 일률적 사회상을 반성하고 서구 문명 중심의 세계 문화 질서를 거부하는 다원화 시대(pluralized society)가 도래하면서 개인이나 사회에 미치는 영향력의 근원이 다양해졌으며, 서로 다름을 인정하는 가치관이 부각되면서 취향은 다양성(diversity)을 표현하는 수단으로 활용되었다.⁵⁾

이렇듯이 취향의 개념은 개인에 따라 다르며 개인이 속한 민족, 지역에 따라서도 다르며 시대에 따라 변화된다고 하겠다.

2) Bourdieu, P. (1996). 구별짓기: 문화와 취향의 사회학 上. 서울: 현대미술사, pp. 62-84.

3) 강정애 (2000). 부르디외의 아비투스(Habitus) 개념에 관한 연구. 계명대학교 대학원 석사학위논문, pp. 31-61.

4) Hurbert J. Gans (1998). 대중문화와 고급문화. 서울: 나남출판, pp. 48-50.

5) 퍼스트뷰코리아 트렌드팀 (2004). 2005 Trend Stream, TASTE. 서울:(주)프로패션정보네트워크. pp. 6-17.

일반적으로 취향은 개인적인 성향이기에 때문에 개인의 필요와 자신만의 경험에 의해 형성되는 라이프스타일을 비롯한 인간의 내적 요인들에 의해 결정되지만, 한편으로는 외적 요인에 의한 영향도 받는다. 여기서 외적 요인은 그 사람이 기본적인 욕구의 어느 단계에 있는지에 따라 달라지는데, 인정이나 사랑과 소속감에 대한 욕구 등 자기실현의 욕구 이전 단계에서는 특히 더 자신이 속한 사회나 문화에 의한 외적 요인이 크게 작용하게 된다. 다시 말해서 특정 시대나 특정 민족에게는 공유하는 취향인, 일종의 객관적 정신이 지배적으로 작용하며, 개인의 취향과 관련된 정신의 발전에 있어서도 지속적인 특징을 보인다. 그러므로 한 시대의 보편적인 정신은 개인의 취향에 영향을 미치며, 개인의 취향의 집합체가 또한 시대적 정신을 이룬다고 할 수 있다.

사회학자 마페졸리(M. Maffesoli)는 현 사회가 사회적으로 선인된 것이 상실된, 즉 거대담론이 상실된 시대이면서도 어느 순간 명백히 대중적인 결집력을 드러내는데 대해 신부족주의(Neo-Tribalism)란 개념을 사용하여 설명한 바 있다. 이것은 개인의 취향이 타인의 것과 일치되었을 때 일시적으로 나타나는 현상으로도 풀이할 수 있으며, 이와 같은 맥락에서 개인주의가 더욱 팽배해질 것으로 예측되는 미래 사회에서의 대중적인 결집력은 오히려 각자 취향의 공통분모에 의한 동질성에서 비롯될 수도 있을 것이다.

2-3. 현대사회에서의 취향

취향이라는 개념은 현대에 와서 처음 등장한 것이 아니다. 취향은 17세기 후반 처음으로 미학 용어가 된 이후 줄곧 미학의 중심과제의 하나가 되어왔으며, 특히 최근에 와서 사회 문화의 모든 영역에서 커다란 화두가 되고 있다. 이는 현대 사회문화의 여러 가지 변화에 기인한 것이라 여겨지며, 그 중에서도 개인 중심의 사회 현상, 미(美)의 다감각주의 추구 경향, 매스 커스터마이제이션(Mass Customization)의 확산 등이 주요 요인이라 하겠다.

현대 사회에서 취향이 주목받고 있는 첫 번째 원인으로서는 집단이나 사회전체보다 개인을 중시하는 사회로의 변화들을 들 수 있다.

의복의 사회규범은 특정 스타일이 사회적 상호작용 과정에서 자주 작용되어 많은 사람들에게 수용됨으로써 형성되며, 일단 규범이 형성되면 그 규범은 특정 상황에 대한 규범적 행동의 기준을 제공함으로써 의복행동을 규제하게 된다. 이러한 사회규범과 관련지어 의복에 대한 취향은 동조 혹은 이탈로 해석되기도 한다. 그렇기 때문에 그동안 패션업체들은 ‘비슷한 경험, 생활습관, 가치관 등을 지닌 소비자 집단은 유사한 구매 행태를 가지게 된다’는 취지에서 마케팅의 목표고객(target)을 선정할 때 주로 연령을 기준으로 하는 세대, 특징적인 라이프스타일을 가지는 족(tribe)을 대상으로 표적시장을 선정해 왔다. 그러나 최근의 소비자들은 유사한 라이프스타일을 갖고 있다 해도 패션의 수용에 있어서 일률적인 동조 현상을 나타내지 않으며, 개인의 취향에 따라 각각 다른 소비행태를 보인다. 정보화 시대에 들어서 자신을 최우선시하는 개인 중심의 사회가 됨에 따라 취향은 이전까지의 개인이나 집단을 단순히 구분하고 비교하는 성향으로 고려되던 것에서 독립적인 개체로서의 개인의 정체성(identity)을 추구하기 위해 형성되는 것으로 여겨진다.

현대사회에서 취향이 중시되는 두 번째 이유로는 미(美)에

6) 최혜실 (2003). 디지털시대의 영상문화. 한국의류학회 추계학술대회 초록집, p. 29.

대한 다감각주의 추구를 들 수 있다.

포스트모더니즘이 지배하면서 객관적인 미에 대한 기존의 준거는 그 가치를 이미 상실하였으며, 현대사회에서는 다양한 미적 가치와 감각을 추구하고 있다. 취향의 기저에는 기본적으로 미에 대한 생각이나 가치관이 전제되어 있으므로 현대 사회에 있어서의 취향을 살펴보기 위해서는 조화로운 것이 아름다운 것이라는 기존의 미에 대한 생각의 재정의가 전제되어야 할 것이다.

인간의 여러 심적 능력 중 외부의 성질에 반응하는 특수한 미의 능력이 취미 즉, 취향으로 이어지며, 미적 평가의 새로운 개념으로서의 '좋은(goodness)'은 시대적 상황과 유행에 따른 개인의 취향인 주관성의 평가이다. 즉, 개인이 '적절함'을 선택하는 것이 취향의 표현으로 간주될 수 있는데 불유쾌한 대상도 흥미롭다면 개인의 취향을 만족시킬 수 있으며, 비정상적이며 공격적이며 혐오스러운 것에도 큰 호기심을 가질 수도 있는 것이다. 그러므로 미에 대한 개인의 견해는 대상이 지니고 있는 객관적 미의 조건을 받아들이는 것에 주관자의 취향이나 경험이 작용한 결과로 성립한다고 볼 수 있다.

현대사회에서 취향이 중시되는 세 번째 이유는 매스 커스터마이제이션의 확산을 들 수 있다.

소비자가 원하는 차별화된 상품이나 서비스를 제공하는 것은 기업이 추구하는 궁극적인 목표이지만, 소비자의 욕구가 세분화되면서 기존의 마케팅 전략으로 모두 다 만족시키기는 불가능해졌다. 그러나 기술의 진보와 정보통신의 발달은 고객 개개인의 취향을 만족시킬 수 있는 제품과 서비스를 제공할 수 있는 매스 커스터마이제이션을 가능케 했는데, 이때 중요한 것은 고객의 취향과 욕구를 '정확히' 만족시키기 보다는 '가장 잘' 만족시키는 것이다. 현대의 소비자는 스스로 프로슈머(prosumer)가 되어 제품 기획과 생산단계에 참여하여 자신의 취향을 반영할 수 있으며, 여기에 구매 전 체험을 미리 할 수 있도록 하는 기업의 경험마케팅(experience marketing) 활동까지 더해져 소비자 스스로의 취향은 더 이상 개인적이고 감성적인 단계가 아닌, 구매의도에 따라 구매 행위를 충분히 일으킬 수 있는 직접적인 구매 욕구로 이어지고 있다.

현대 사회 변화의 흐름 속에서 개인 중시의 사회 현상은 개인의 취향이 지닌 가치와 의미를 더하고 있으며, 미(美)의 다감각주의 추구 경향은 다양한 취향의 공존을 가능하게 하며, 개인이나 집단의 취향은 마케팅의 새로운 요소로서 매스 커스터마이제이션에 활용되고 있다.

III. 취향으로 표현된 룩

현대에 올수록 사회는 취향구조적 세분화가 이루어지고 있다. 패션과 같은 표상체계는 계층구조에 따라 다른 양상을 보일 수 있으므로 다분히 취향적이라고 할 수 있다. 이제 패션은 더 이상 계급 구분의 도구도, 문화를 비추는 거울도 아니며 개개인의 취향의 문제인 것이다. 다시 말해서 패션이란 개인의 미적 취향에 대한 아비투스⁷⁾의 표현이 복식이라는 대상을 통해 일관성 있게 표현된 것이라 할 수 있다.

패션에 있어서 취향은 어떠한 디자인을 선택할 것인가에 대해 커다란 영향을 준다. 취향은 외부적인 요인이나 부모의

미적 감각에 의해 영향을 받으나 무엇이 자신에게 어울리는가를 이해함으로써 더 개발될 수 있다. 또한 일단 터득하고 나면 일종의 본능이 되어버리며 상황에 따라 어떤 패션스타일이 자신에게 적합한지 판단할 줄 알게 한다. 그러므로 의생활에서 취향은 자신이나 남들에게 모두 잘 어울린다는 느낌을 주는 균형감각을 유지하는데 필수적인 요소이다.

특히 취향은 룩과 매우 직접적인 관계를 갖는데, 이는 룩이 패션의 시각적인 언어의 구체적인 표현이며 소비자들의 취향을 전달하는 중요한 이미지기 때문이다.

'룩(look)'의 사전적 의미는 동사로서 '눈을 향하다, 보다, 주목하다, 바라보다'와 명사로서 '보기, 주시, 외관, 표정, 모양' 등으로 패션디자인 분야에서는 흔히 다음 두 가지의 의미로 사용되고 있다. 첫째, 미적 가치를 표현하는 심미적 표현성을 의미하는 것으로 -풍(風), -조(調) 또는 이미지로 해석할 수 있으며, 이는 패션 디자이너의 내적 정신세계, 예술의지를 표출하며 그 시대정신을 나타낸다.⁸⁾ 둘째, 의복을 인체에 착용했을 경우의 겉모습인 외관(外觀, external appearance)을 가리키거나 의복을 인체에 착용(着用, wearing)했을 경우의 옷맵시인 자태(姿態, personal appearance)를 말한다.

색상, 소재, 디테일 등과 어울려지는 분위기에서 느껴지는 의복의 전체적인 특징을 일컫기도 하는 룩은 종종 스타일(style)과 혼용되어 사용된다. 그러나 엄밀히 살펴보면 룩은 레이어드 룩, 밀리터리 룩 등 의복의 보다 구체적인 특징에서 느껴지는 이미지를 강조하여 사용되고 있으며, 스타일은 클래식 스타일, 앰파이어 스타일 등 양식이나 형식의 성격에 더 강조한 용어로 쓰이고 있는 것을 알 수 있다.

패션은 당시의 시대와 문화를 반영하고 개인의 취향을 드러내고 전달하는 기호이므로, 룩에 대한 분석은 그 속에 내재되어 있는 문화와 취향에 대한 우선적인 이해를 전제로 해야 할 것이다.

3-1. 댄디룩

1) '멋쟁이 취향'이 표현된 댄디룩

멋쟁이는 '멋이 있는 사람, 멋을 부리는 사람'을 일컫는 우리 말이다. 그와 유사한 의미를 지닌 댄디(dandy)는 '겉치레, 허세 따위로 멋을 부리려는 경향'의 사전적 정의를 가지고 있으며, 문학에서는 정신적 귀족주의 경향으로 표현되어 왔다. 댄디의 어원은 1789년 스코틀랜드 국경 지방의 노래 가사에 등장하는 지역 수호신 세인트 앤드류(St. Andrew)의 애칭 '잭 어 댄디(Jack-a-Dandy)'에서 비롯되었으며, 패션에서는 도심지의 옷 잘 입는 세련된 남자, 옷을 잘 차려입은 신사를 가리키는 말로 댄디라는 말이 사용되어 왔다.

댄디들의 독특한 삶의 방식을 의미하는 댄디즘(Dandyism)은 왕정복고시기인 17세기 말과 18세기 초에 형성되어 19세기 초 영국에서 브뤼멜(G. Brummelle)에 의해 본격화되어 19세기 중반 뒤세(L. Musset), 고티에(T. Gautier) 등의 프랑스 문학가들에 의해 이론적인 체계가 잡혔다. 최고의 우아함을 자랑하는 중상류층 청년들의 옷차림과 귀족적인 취미나 생활 방식을 의미하던 댄디즘의 근본 동기는 18세기 말 사회적으로 만연되어 있었던 부르주아의 속물근성에 대한 저항 의식에서 비롯된 것이었다.

이러한 댄디즘은 영국 시골 상류층 복장인 승마복을 도시

7) 이 선 (2002). 니체의 예술의 생리학. 전남대학교 대학원 석사학위논문. pp. 13-25.

8) 김민자 (2004). 복식미학강의 1: 복식미를 보는 시각. 서울: 교문사, p. 99.

남성 패션으로 이끌었으며 현대 남성복의 기본 형태를 정착시켰다. 19세기와 20세기 초 젠틀맨(gentleman)의 대명사였던 댄디의 스타일은 검정색 플록 코트(Flock Coat), 뿔뿔하게 풀 먹인 흰 셔츠와 높은 모자(Top hat) 등이며, 댄디의 이러한 스타일은 현대 남성복의 기본 스타일인 재킷과 바지, 그리고 턴다운 칼라 셔츠(turn down collar shirts)와 타이(tie)를 정착시켰다.

여성복에 차용되는 신사복의 형태는 여성도 남자와 동일한 복장을 함으로써 남자의 소유물이 아닌 남자와 동등한 권리와 의무를 지닌 인간으로 인식을 높이려 하는 남녀평등의 주장을 배경으로 시작되었다. 샤넬은 스포츠 웨어를 일상복으로 끌어들이며 20세기의 새로운 '일하는 여성'을 위한 짧은 캐주얼한 이미지의 댄디룩을 성립시켰다. 여성복의 경우 매니시룩(Mannish look)과 혼용되어 사용되기도 하는 댄디룩은 짙은 색의 가는 줄무늬 원단이 자주 사용되며, 헤링본이나 세퍼드 체크 등의 전통적인 패턴물도 종종 사용된다. 흑백만을 이용하여 텍스처의 디테일을 도입한 앙상블인 스모킹룩, 하이 웨이스트에 전체적으로 켈링한 스트레이트 라인인 클라이드 팬츠, 펜싱 경기의 유니폼으로 활용되는 역삼각형의 재킷과 타이트한 펜싱 팬츠를 코디시킨 펜싱 슈트 등이 대표 아이템이다.

현대 사회에서는 댄디즘의 가치가 새롭게 인식되어 대중에 의해 선택적으로 행해질 수 있는 생활양식의 하나로 정착되었으며, 개인적인 취향에 따라 개별적인 룩으로 추구되어지고 있어 그에 따라 외부로 표현되는 스타일도 다양해졌다. 수 세대를 걸친 패션 트렌드의 다양한 변화에도 불구하고 댄디룩은 멋과 아름다움으로 풍위를 갖추고자 하는 취향을 지닌 현대인들에 의해 여전히 선택 받고 있다.

이상에 따르면, 멋에 관심이 있으며 멋을 즐기고 좋아하는 경향인 멋쟁이 취향이 표현된 댄디룩은 남성복에 있어서는 차별하고 격조가 있는 패션 스타일로, 여성복에 있어서는 남성복이 지닌 멋스러움을 여성복에 활용하여 세련되게 표현한 스타일로 표현된 것이라 말할 수 있다.

2) 현대 패션에 나타난 댄디룩

2000년 S/S부터 2004년 F/W까지의 패션컬렉션에는 여러 가지 다양한 형태의 댄디룩이 선보였는데, 기존 이미지를 그대로 살려 표현한 전형적인 스타일과 디자이너 자신의 개성을 투영하여 재해석한 스타일로 크게 나눌 수 있다. 후자의 경우 실루엣의 차이, 디테일의 유무, 소재의 종류, 색상의 종류에 따른 외형적 특성에 의해서 각각 우아하고 고급스러움, 낭만적이고 여성스러움, 미니멀한 모더니즘, 실험적이며 자유분방함 등의 내용을 지니고 있는 것으로 나타났다.

헤르메스(Hermès)는 전체적으로 차분한 색조의 카키 그레이 색상의 울 멜란지 슈트 안에 짙은 색조의 폴오버와 검정색의 베레모, 장갑을 코디시킴으로써 댄디룩이 지향하는 수수하면서도 완벽한 옷차림을 재현했다<그림 1>. 반면에 타야마(Tayama)는 비대칭적 앞여밈, 목이 깊게 파인 셔츠, 과장된 크기의 타이, 원색의 구두 등을 사용하여 기존의 댄디 룩에 아방가르드한 느낌을 부여하고 있다<그림 2>. 해외컬렉션의 경우는 전체적으로 우아하고 시련된 남성복의 이미지를 유지하면서도 새로운 감각을 가미한 여러 형태가 보였으며, 국내의 경우는 그에 비해 대체로 도회적이고 세련된 이미지를 보여주고 있었다.



<그림 1> 보수적인 이미지의 댄디룩



<그림 2> 아방가르드하게 재해석된 댄디룩

3-2. 키치룩

1) '저속한 취향'이 표현된 키치룩

저속(低俗)하다는 말은 '품은 뜻이나 인격 따위가 낮고 속된' 혹은 '학문, 예술성 따위의 정도가 깊거나 고상하지 못하고 천박한' 등 고급의 비교 개념인 저급한 의미로 통용되고 있다. 즉, 저속한 취향이란 고급 취향에 상대되는, 고상하지 못하고 천박한 취향이라 할 수 있다. 하지만 고급문화와 고급 취향에 대한 기준과 개념이 모호해진 현대 사회에서는 이러한 정의 역시 많은 모순을 안고 있다. 포스트모더니즘 시대에 접어들면서 고급과 저급이라는 양극 사이에 새롭게 등장한 것이 키치이다.

키치는 예술적인 나쁜 취향, 저속한 취미, 값싼 대중 취향, 사이버 예술, 반미학 등 다양한 뜻을 가지고 있는데, 의미가 여러 가지이듯 키치를 이해하는 시각도 다양하다. 키치라는 용어는 어원상 1860년대와 1870년대 뮌헨의 화상에 의해 하찮은 예술을 가리키는 속어에서 시작되었다.

키치가 성장하게 된 미학적인 배경으로는 낭만주의 예술의 발달과 산업혁명과 대중 사회를 기본으로 한 자본주의 성립, 부르주아 사회의 형성에 따른 예술의 상업화 등을 들 수 있으나, 문화적으로 확산된 배경은 폭발적인 대중 소비가 이루어지기 시작한 20세기 후반으로 보아야 할 것이다.⁹⁾ 키치에 대해서는 고급문화를 모방하며 조악한 복제품을 무차별적으로 만들어내는, 거짓감각의 저속한 취향이라는 비판적인 의견도 있으며, 대중적 취향을 적극적으로 긍정적으로 수행하여 산업사회의 소비문화를 수용하는 대중들의 삶의 태도를 표현하고 있다는 긍정적인 견해도 있다.

산업사회의 예술의 상업화 과정에서 미적 가치와 미적 부적질성을 내포한 저속한 취미의 예술이자 대량소비자를 위한 통속적인 대중문화로 치부되었던 키치는 팝아트 이후 포스트모더니즘 예술의 영역에 수용되면서 민속예술과 고급예술, 대중문화와 엘리트 문화를 모두 포괄하는 예술의 민주화를 통해 미적 모더니티를 구현하고 있다.¹⁰⁾

키치는 절충주의와 해체주의를 방법론으로 이용하여 궁극적으로 인간의 자유로운 감정표현과 인간성 회복의 메시지를 나타내

9) 이효진, 추미경 (1996). 현대 복식에서의 키치 유형에 관한 연구. 복식 30. pp. 139-152.

10) 김혜정 (1996). 현대 패션에 나타난 키치에 관한 연구. 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문. pp. 75-76.

고 있으며, 산업사회의 문화적 다양성과 복합성, 현대 도시인들의 집단 정체성을 패션을 통해 표현하였다. 특히 19세기 말 모즈, 히피, 펑크 등의 보헤미안 복식에 있어서 시간성, 공간성, 성성(姓性)의 해체와 부조화, 무절제, 불균형, 불형식, 왜곡 등의 절충주의적 양식을 통해 반전통적이고 반엘리트적인 복식미를 창조하였다. 현대 패션에 나타난 키치의 미적 범주와 조형성은 정치, 사회, 종교에 대한 풍자성, 판능적 에로티시즘과 성의 혼돈을 표현한 쾌락성, 전원적이고 이국적이면서도 복고적인 향수성, 원시적이면서도 유아적이며 팝아트적인 유머와 즐거움을 표현하는 유희성으로 나타난다.

그러므로 저속한 취향이 표현된 키치룩은 값싸고 대중적인 취향에 의해 선택되어지고 표현되어지지만 예술과 비예술 사이의 미적 가치를 지닌 패션 스타일이라 말할 수 있다.

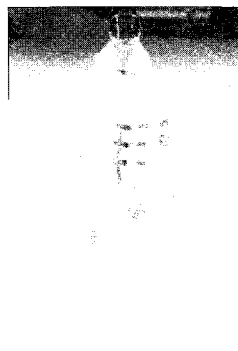
2) 현대 패션에 나타난 키치 룩의 특성

키치룩은 2000년 S/S부터 2004년 F/W까지 시즌 트렌드에 따라 조금씩 그 모습을 달리하며 컬렉션에서 다양하게 표현되어 왔다. 현대 패션에 나타난 키치룩의 외형적인 특징은 특정 디테일의 반복이나 과장, 여러 민속 요소의 혼합, 현대적인 것과 전통적인 것과의 믹스 앤 매치(mix & match) 등이며, 이를 통해 유머와 즐거움, 부조화의 미(美)를 보여주고 있으며 새로운 관능미까지도 표현되고 있다.

모시노(Moschino)의 cheap & chic은 지름 10cm가 넘는 단추와 과장된 크기의 모자를 사용하여 유머와 즐거움을 표현하였으며 <그림 3>, 미야케(Issey Miyake)는 전통적인 문양이 들어간 모파장식의 긴 코트에 모던한 플라스틱 썸 캡을 코디시켜 이질적인 느낌을 묘하게 조화시키고 있다<그림 4>. 특히 2004년 추동 컬렉션에서는 특정한 나라의 전통적인 패턴이나 색채, 디테일을 다른 나라의 전통적인 실루엣과 스타일에 사용하거나, 여러 나라의 양식을 하나의 스타일에 복합적으로 사용하는 등 다민족주의가 유머러스한 모습으로 패션에 융합되어 표현된 키치룩이 많이 보였다. 이러한 키치룩은 패션에 있어서 이국문화에 대한 시각을 이전에 비해 더욱 친근하고 신선하게 만들었다.



<그림 3> 유머와 즐거움이 표현된 키치룩



<그림 4> 전통과 현대를 혼합하여 표현된 키치룩

3-3. 페티시룩

1) '성적 이상 취향'이 표현된 페티시룩

성적 이상이란 성적 상상이나 행위에 있어서 정상적이지 않음을 의미하므로 '성적 이상 취향'이란 성적 이상적인 생각이나 행동을 과하게 선호하고 즐기는 경향이라 할 수 있다. 이러한 성적 이상 취향이 어떠한 대상을 통해 외부로 표현된 것 중의 하나가 '페티시'이다.

페티시의 사전적 의미는 물신(物神), 성적 대상으로서의 도구이며, 흔히 무의식 속의 욕망이 현실의 사물로 대체된 것을 일컫는다. 또한 일반적으로 비이성적으로 집착하게 되는 매혹적인 대상 자체와 그 대상의 가치를 과도하게 평가하는 생각이나 태도를 언급하기도 하며, 마술적인 혹은 영적인 힘을 가진 것에 대한 매혹적인 생각을 일컫기도 한다.

페티시는 성적인 상상력의 세계를 탐험, 공상과 내면의 생을 자유롭게 허용함으로써 인간이 만든 제도로부터 자유로워지며 더 나아가 인간 존재의 확인을 감행하는 것으로 그 심리적 배경을 설명할 수 있으며, 기존의 질서로부터 탈피하려는 데카당스적 표현의 하나라 할 수 있다. 페티시즘의 기원은 원시종교에서 보이는 가시적인 대상에 대한 관심, 존경, 숭배에서 찾을 수 있으나, 본격적인 페티시즘은 19세기 말 억압적인 빅토리아 성도덕에 반발하여 생겨난 것으로 알려져 있다.

패션은 환유적인 시각화를 통해 성적 자극을 할 수 있는 가장 유력한 매체이며, 특정 패션상품의 구매 및 향유는 직접적으로 자신의 취향을 드러내게 되므로 패션상품이 갖는 가치는 더욱 매혹적인 것으로 과대평가되고 있다.

페티시룩의 가장 대표적인 것이 언더웨어 페티시(Underwear Fetish)라고 할 수 있는데, 이는 인위적으로 신체를 감춤으로써 성행위의 전조인 옷을 벗는 행위를 암시하여 성적인 호기심을 더 자극한다. 페티시룩에서 흔히 보이는 디자인 특성은 주로 신체를 과다하게 노출하거나 반대로 철저한 은폐를 통해 신체선을 오히려 강조하는 것이다. 몸에 꼭 끼는 옷을 입어 인체의 외곽선을 그대로 드러내거나 비치는 소재를 사용하여 은근히 인체의 형태를 보이게 하는 신체의 노출은 오히려 인체에 대한 상상력을 더욱 자극하고 이성에 대한 유희를 더욱 고조시킨다.

페티시는 세기말 풍토와 산업 자본주의 등에 자극받아 급속하게 대중문화 속으로 전파되어 20세기에는 하위문화에서 하이패션의 주류로까지 급부상하였다. 장 뵈플 끌띠에는 페티시룩을 가장 잘 나타내는 디자이너의 하나이다.

이상에 따르면, 페티시는 숭배나 지나친 관심의 대상 혹은 집착의 의미로 페티시룩이란 주로 패션이라는 대상을 통해 성적 이상 취향이 두드러지게 표현된 스타일이라 할 수 있다.

2) 현대 패션에 표현된 페티시룩의 특성

2000년 S/S부터 2004년 F/W까지의 패션컬렉션에 나타난 페티시룩을 살펴보면 제한된 색상과 특수한 소재를 사용하여 신체의 노출과 은폐를 교묘히 이용하는 다양한 형태의 표현이 많이 보이고 있다.

사용된 색상의 대부분은 검정색으로, 이는 검정색이 지닌 색채특성 중 인체의 피부나 다른 색상과의 대조되는 대비성과 형태가 지닌 특성을 더욱 강조하는 강조(11)을 이용한 것이라 여겨진다. 소재의 경우는 비치는 소재를 사용한 시스루 룩으로 은유적인 성적 암시를 주기도 하며, 가죽이나 금속성 등의 평범하지 않은 재료를 사용하여 극적인 효과를 더 높이고 있는 것이 많았다.

외형적인 선의 특징은 점점 더 다양해지고 있어 밀착된 라인으로 신체의 선을 두드러지게 표현하기도 하며, 과감한 절

11) 송금숙, 김영인. (2004). 복식에 나타난 검정색의 색채특성, 한국복식학회 춘계학술대회 논문집, pp. 56.



<그림 6> 속옷의 겹옷화를 통한 페티시룩



<그림 5> 반복 여밈을 통한 페티시룩

개 혹은 여러 겹의 여밈을 통해 파괴적이고 도발적인 느낌을 주기도 한다. 디오르(Christian Dior)는 속옷의 겹옷화를 통해 보다 유혹적으로 페티시즘을 표현하였으며<그림 5>, 세루티(N. Cerruti)는 발등을 가는 끈으로 여러 번 묶는 10센티미터가 넘는 뾰족한 하이힐의 샌들을 통해 성에 대한 과다한 흥미와 집착을 상징하고 있다<그림 6>.

3-4. 그로테스크룩

1) '엽기 취향'이 표현된 그로테스크룩

엽기(bizarreness)는 '괴이한 일이나 사물에 흥미가 끌려 사냥하듯 쫓아다니거나 수집한다'는 사전적 의미를 가지고 있다. 엽기에 대한 기존 의미는 일반적인 상식을 넘어서는 반인륜적 범죄 사건이나 비정상적인 변태적 성행위를 수식하는, 매우 부정적인 표현이었으나 현대적인 개념의 엽기는 기이하고 이상한 일에 흥미를 느끼거나 즐기는 현상, 상식적인 것에 반하는 것들 중에서 창의적이고 독특한 것 등을 모두 포함하는 개념으로 확대되었다.

고전적인 엽기의 예로는 원시사회의 카니발리즘, 구약성서 속 카인과 아벨, 예수의 못 박힘, 일본의 할복의식 등의 문화적 현상들을 들 수 있으며, 19세기 말 서양에서 유행했던, 추악, 잔혹, 괴이, 퇴폐, 공포 등에서 미를 찾으려고 했던 악마주의 문학과 잔혹극 등에서도 찾을 수 있다.¹²⁾ 일본을 비롯한 외국의 만화와 비디오 등을 통해 국내의 일부 매니아 집단에게 유입되어 시작된 우리나라의 엽기 열풍은 새로운 밀레니엄을 맞이하면서 인터넷을 통해 급속하게 확산되었다. 그러나 일본의 엽기가 외설, 공포(horror), 폭력, 마약 등과 같이 부정적인 측면을 안고 있는 변태문화의 양상을 띠는 것에 반해 한국의 엽기는 코믹(comic), 황당한 블랙 유머(black humor), 키치 등 가벼움과 재미가 섞인 새로운 장르의 한 형태로 인식되고 있다. 나아가 한국형 엽기는 특정분야에 한정되지 않고 일상에까지 뿌리 내렸으며 한시적으로 유행하다 소멸되지 않고 계속적으로 남아, 현 시대의 문화를 대표할 수 있는 중요한 개념 중의 하나가 되었다.

예술이나 창작에서 인간이나 사물을 괴기하고 황당무계하게 묘사하는 엽기적인 표현은 20세기 말의 세기말적 우울한 분위기를 위해 디자이너들이 그로테스크(grotesque)적 요소를 과용함에 따라 더욱 부각되었다. 이것은 고전적인 미나 우아

함에만 의존하려 했던 관념이 현대에 들어오면서 추(醜)의 영역의 일부인 개성적이고 기괴한 것, 흥미로운 것, 파괴적인 것, 공포적인 것도 패션의 미의식을 창출할 수 있다는 발상의 전환에서 그 배경을 찾아 볼 수 있다.

본래 그로테스크는 이태리어 그로테스코(grotesco)에서 유래한 것으로서 본래는 이무기 같은 인간과 동물의 잡종 형태와 소용돌이치는 덩굴과 꽃을 합쳐놓은 문양이나 조각의 장식 등 보통의 그림이나 장소에는 어울리지 않을 것 같은, 장식하기 위한 색다른 의장을 가리키는 말이었다.¹³⁾ 이후 그로테스크는 '괴이한 것, 극도로 부자연스러운 것, 흉측하고 우스꽝스러운 것 등'을 형용하는 개념으로서, 예술 일반에 있어서의 환상적인 괴기성을 가리키는 용어로 사용되고 있다. 그러므로 엽기 취향이란 기이하고 비상식적인 엽기를 좋아하여 그러한 제품 또는 행동을 즐겨 사용하거나 행하는 것이라 할 수 있으며, 그로테스크룩은 엽기 취향의 한 형태인 괴기스러움이 패션에 특징적으로 표현되어 예술적인 가치를 가지는 스타일이라 할 수 있다.

2) 현대 패션에 나타난 그로테스크 룩의 특성

현대 패션에 나타나는 엽기를 살펴보면, 다원성과 표현방법의 무한함을 토대로 하여 통념적인 미에 반하는 어둡고·차가운 이미지로 기괴함과 추함을 표현하여 수용자에게 극도의 거부감을 느끼게 하여 그로 하여금 새로운 관심을 유발시키는 공포적 표현기법을 많이 볼 수 있다.

2000년 S/S부터 2004년 F/W까지 패션컬렉션에 나타난 그로테스크룩의 외형적 특성을 살펴보면, 주로 검정색, 어두운 카키색 등의 어둡고 칙칙한 색채나 불타는 듯한 빨강으로 강한 느낌을 표현하는 예가 많으며, 소재에 있어서도 일반적인 직물보다 가죽이나 인조가죽, 금속 등 특이한 소재를 사용하는 경우가 많다. 또한 한 가지 형태를 중첩시켜 실루엣을 과장시키거나 몸에 완전히 밀착한 형태를 통해 몸의 선을 그대로 드러내거나 하는 등의 이탈적이고 아방가르드 스타일이 많이 보였다.

패션쇼는 극적인 볼거리를 제공하는 의외성과 비밀상성, 화제성이 무엇보다 중요한데, 특히 국내의 경우 그로테스크한 메이컵, 헤어스타일과 함께 무대 장치와 조명 등으로 전체 분위기를 더욱 엽기적으로 강하게 전달하고 있는 것을 볼 수 있다. 2004년 추동 서울컬렉션에서 이진운은 진하고 어두운 눈매와 검붉은 입술, 피를 흘리는 듯한 메이컵과 함께 온몸을 휘감는 롱 앤 슬림 실루엣의 그로테스크 룩을 선보였으며<그림 7>, 이정은은 기존의 핑크와 퍼플 위주의 로맨틱하고 섹시한 컨셉에서 탈피하여 형클어지고 부풀린 헤어스타일과 함께 원초적인 분위기의 스타일로 보는 이에게 혐오스럽기까지 한 파격적인 스타일을 보여주었다<그림 8>.

3-5. 키덜트룩

1) '어린 취향'이 표현된 키덜트룩

어리다(幼)는 말은 본래 '나이가 적다, (동식물이) 난 지 오래 지 않아 어리다, 경험이 적거나 수준이 낮다' 등의 사전적 의미를 가지고 있다. 그래서 성인에게 어리다는 표현을 쓸 경우 대부분 나이에 걸맞지 않다는 의미를 내포하고 있으며, 경우에 따라 기대 수준보다 낮아 유치하다는 부정적인 면으

12) 박옥미, 송정선 (2004). 현대패션에 나타난 엽기현상. 복식 54(20), pp. 53-65.

13) 한지민, 유영선 (2003). 패션일러스트레이션에 나타난 악마주의(Diabolism) 표현. 한국의류학회지, 27(11), pp. 79-82.



<그림 7> 음울한 분위기의 그로테스크룩



<그림 8> 원시적인 느낌의 그로테스크룩

로 종종 사용되어 왔다. 하지만 현대 사회에 와서는 아이처럼 때 묻지 않아 순수하다는 긍정적인 면이 더욱 부각되어 사용되고 있으며, 이는 최근 문화의 향유 주체로서 새롭게 등장한 키덜트 족이 가진 성향과도 부합한다.

키덜트(Kiddult)란 키드(Kid)와 어덜트(Adult)의 합성어로 본래 '다 큰 애, 덜 자란 어른' 혹은 '아이와 어른이 함께 볼 수 있는 TV용 모험 영화'를 뜻하는 것이었으며, 이러한 키덜트는 '아이들 같은 감성과 취향을 지닌 어른'의 개념으로, 최근 자신의 매력이 동심에 있음을 깨달은 어른들을 일컫는 말로 사용되고 있다. 성년이 되어도 어른들의 사회에 적응할 수 없는 어른아이 같은 남성을 나타내는 말인 '피터팬 증후군'과 비교하여 키덜트 현상은 정상적인 사회활동을 하고 있는 성인 남녀에게 나타나는 것이라는 특징이 있다.

국외의 경우 소설 해리포터의 영화화는 아이뿐만 아니라 어른들에게까지 전 세계적인 대성공을 이루었으며, 국내에서도 로봇, 자동차, 탱크, 전투기 등 10년 전 어린이들의 인기품목이었던 프라모델이 재등장하고, 인터넷에 만화적인 아이콘을 사용한다든가 십대 주인공이 등장하거나 아예 십대 작가들이 쓴 인터넷 소설과 그것을 소재로 한 드라마나 영화가 인기를 끄는 등, '키덜트' 문화가 시작되었음을 보여주는 여러 현상들이 나타나고 있다.

키덜트는 현대사회의 복잡한 일상에서 벗어나 동심으로 돌아가 재미있게 살고 싶은 아동적인 감성의 성인들과, 조기 성인화된 어린이들의 소비 욕구로 인해 어른과 어린이의 경계가 허물어지면서 나타나게 된 소비문화 현상으로 재미있게 즐기며 살아가려는 유희적 특성을 기본적으로 지니고 있다. 키덜트 현상의 배경을 정리해보면 각박한 생활에서 벗어나 재미를 찾으려는 성인들의 일탈 심리, 과거 어린 시절의 환상의 세계로 돌아가려는 향수주의, 다양한 대중매체의 경험을 통한 아이들의 조기 성인화, 아동과 성인 양자를 모두 흡수하려는 기획된 소비문화, 더 젊어지려고 하는 성인들의 심리, 드러내고 즐기는 문화와 놀이문화의 확산 등을 들 수 있다. 즉 키덜트 현상이 유행하게 된 주된 배경은 무엇보다 사람들의 취향이 어려진 것과 그러한 취향의 표현이 자유로워진 것이라 할 수 있다.

이러한 키덜트 현상이 가장 두드러지게 나타나는 분야 중의 하나가 바로 패션이라 할 수 있는데, 이는 키덜트를 선호하는 이들의 대부분이 유행에 가장 민감하며 의류지출이 많은

20~30대의 연령층이기 때문이다. 성인의 어린 취향이 패션에 반영되어 표현된 스타일을 일컫는 키덜트룩은 다양한 스타일과 새로운 작장 방법을 유행시키고 있는데, 30대 혹은 40대의 엄마들은 16세 소녀처럼 옷을 입고 있으며 아이들은 오히려 어른스럽게 옷을 차려입거나 신체의 볼륨을 강조하기 위한 속옷을 입는 등 기존의 패션 상식에는 맞지 않는 아이러니한 행태를 보이기도 하지만, 패션의 수용 연령층을 전체적으로 하향시키는데 상당한 영향을 주고 있다¹⁴⁾. 키덜트 패션에서 주로 보이는 소녀 취향의 배경은 로맨티시즘에서 찾을 수 있으며¹⁵⁾, 아동화의 표현과 형태, 소녀풍 스타일, 캐릭터, 그라피티, 패러디, 형태의 왜곡 등의 특징은 초현실주의 패션, 1960년대 팝아트 패션, 영 패션에서 찾을 수 있다¹⁶⁾.

2) 현대패션에 나타난 키덜트룩의 특성

키덜트 요소는 하나의 새로운 트렌드로 자리매김 되었으며 때 시즌 컬렉션마다 다양한 스타일로 새롭게 선보이며 패션 일반의 유행 흐름을 리드하고 있다.

2000년 S/S부터 2004년 F/W까지 패션 컬렉션에 나타난 키덜트룩의 특징을 분석해보면 첫째, 동화 속의 공주나 소꿉녀처럼 레이스나 리본 등으로 로맨틱한 분위기를 한껏 살린 드레스를 주로 활용한 낭만성<그림 9>, 둘째, 짧은 길이의 오버-롤(over-roll)이나 다양한 길이의 팬츠, 무겁지 않은 경량의 데님(denim) 등의 캐주얼 스타일을 통해 자유롭고 편안한함을 강조한 실용성, 셋째, 원색적인 색채, 강한 그라피티(Graffiti)기법, 짧은 길이의 미니스커트 등 과감한 표현을 통한 대담성, 넷째, 동식물을 약화시킨 유아적인 문양, 팝아트처럼 대중적인 소재의 패러디<그림 10>, 만화나 동화의 패러디를 통한 유머러스함과 함께 스타일을 연출하는 개성, 속옷처럼 단순한 형태나 아동복처럼 아주 작은 뽀뽀 사이즈(petit size)를 착용함으로써 어린 시절의 순수함을 다시 느끼고자 하는 순진성 등의 특징 등이 나타나고 있다.

현대 패션에 나타난 그 표현의 방법이나 대상을 과거의 것에서 빌려오는 복고적인 형태를 많이 갖고 있기는 하지만, 키덜트룩은 다른 이의 눈을 의식하지 않는 자유로운 감정 표현을 바탕으로 어린시절의 추억과 동화적인 환상을 통해 자신만의 스타일을 재미있게 표현하고 있다.

IV. 결론

취향은 개인에 의해 개별적으로 추구되는 삶의 방식이며 선호이자 현대사회 속에서 개인을 구별 짓는 중요한 요소이다. 상품이 지닌 경제성보다 상징적인 가치와 의미를 더 중시하는 현대 사회에는 이전보다 더 다양한 취향이 공존하고 있으며, 패션은 '취향의 차별화'를 표현하는 주요 대상이 되고 있다. 특히 취향은 특과 매우 직접적인 관계를 갖는데, 이는

14) 송금옥, 전종찬 (2004). 현대 패션에 나타난 키덜트의 기호학적 해석, 한국기초조형학회 춘계학술대회 논문집, pp 124-126.

15) 이호진 2003 20세기 로맨티시즘, 걸리시 패션 한국복식학회지, 53(7), 2003, pp 86-88.

16) 김정은, 2002 현대패션에 표현된 키덜트적 유희성에 관한 연구, 국민대학교 석사학위논문, 2002, pp 95-102.



<그림 9>
인형 옷 스타일의 키덜트룩



<그림 10>
팝아트를 활용한 키덜트 룩

룩이 패션의 시각적인 언어의 구체적인 표현이며 소비자들의 취향을 전달하는 중요한 이미지이기 때문이다. 이에 본 연구는 취향의 개념을 체계적으로 정리하고, 현대패션에 표현된 취향의 특성과 룩에 의한 조형성에 대하여 살펴보았다. 취향(taste)은 '사회 내에서 이루어지는, 어떤 대상이나 행위에 대한 선호와 그 표현'이며 '문화적 산물의 미적인 품질과 사회적 절성에 대한 판단을 결정하는 개인의 일반적인 지향성(orientation)'이라 정의할 수 있다. 취향은 특히 최근에 와서 사회 문화의 모든 영역에서 커다란 화두가 되고 있는데, 그 배경으로는 특히 개인 중시의 사회 현상, 미(美)의 다감각주의 추구 경향, 매스 커스터마이제이션의 확산 등을 들 수 있다. 개인주의가 더욱 팽배해질 것으로 예측되는 미래 사회에서의 대중적인 결집력은 오히려 각자 취향의 공통분모에 의한 동질성에서 비롯될 수도 있을 것이다.

취향이 나타난 룩으로는 이전부터 지금까지 유행의 변화에도 불구하고 지속적으로 보이고 있는 멋쟁이 취향의 댄디룩과 특히 최근에 새롭게 주목받고 있는 저속한 취향이 표현된 키치룩, 성적 이상 취향이 표현된 페티시룩, 엽기 취향이 표현된 그로테스크룩과 어린 취향이 표현된 키덜트룩 등을 들 수 있다. 멋에 관심이 있으며 멋을 즐기고 좋아하는 경향인 멋쟁이 취향이 표현된 댄디룩은 남성복에 있어서는 차분하고 격조가 있는 패션 스타일로, 여성복에 있어서는 남성복이 지닌 멋스러움을 여성복에 활용하여 세련되게 표현한 스타일이라 할 수 있다. 저속한 취향이 표현된 키치룩은 값싸고 대중적인 취향에 의해 선택되어지고 표현되어지지만 예술과 비예술 사이의 미적 가치를 지닌 패션 스타일이며, 페티시룩이란 주로 패션이라는 대상을 통해 성적 이상 취향이 두드러지게 표현된 스타일이다. 그로테스크룩은 엽기 취향의 한 형태인 과기스러움이 패션에 특징적으로 표현된, 예술적인 가치를 가지는 스타일이라 할 수 있으며, 키덜트룩은 성인의 어린 취향이 패션에 반영되어 유아스럽고 순진하게 표현된 스타일이라 할 수 있다.

현대인은 모든 가능성을 가지고 여러 가지 삶의 방식을 추구하고 있으며, 그에 따라 취향과 그 표현인 룩 또한 다양하게 나타나고 있다. 그것은 현재에 대한 긍정적인 혹은 미래에 대한 적극적인 기대를 나타내는 상징적 표현이라 할 수 있으며 패션의 향유를 통한 즐거움의 추구라 할 수 있다. 이러한 룩을 통해 패션과 사회는 서로 소통할 수 있으며, 디자인하는 컬렉션을 통해 룩을 효과적으로 제안함으로써 소비

자의 취향을 만족시키는 핵심적인 역할을 할 수 있다. 또한 취향은 어느 시대에서나 찾아 볼 수 있는 시대적 호환성을 지닌 개념이기에 각각의 취향과 룩은 그 자체로서 존중받아야 할 것이다.

본 연구는 최근 문화 속에서 새로운 가치기준으로 주목받고 있는 취향에 대한 체계적인 연구의 시도로 기존 연구들이 지니는 단편적인 해석의 한계를 넘어서 취향이 있어 보다 다각적인 분석을 시도했다는 의의를 지닌다. 따라서 본 연구의 결과는 취향에 대한 폭넓은 시각을 제공해 줄 수 있으며, 패션에 있어서의 미적 가치를 보여 줌으로써 앞으로 계속해서 등장할 문화 속의 취향과 패션의 새로운 룩에 대한 해석의 틀을 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

참고문헌

- 이종호, 문화적 취향에 영향을 미치는 사회 경제적 요인: 부르디외의 문화자본론을 중심으로, 성균관대학교 대학원 석사학위논문, 1999.
- Bourdieu, P., 구별짓기: 문화와 취향의 사회학 상, 서울: 현대문화사, 1996.
- 강정애, 부르디외의 아비투스(Habitus) 개념에 관한 연구, 계명대학교 대학원 석사학위논문
- Hurbert J. Gans, 대중문화와 고급문화, 서울: 나남출판, 1998
- 퍼스트뷰코리아 트렌드팀, 2005 Trend Stream: TASTE, 서울: (주)프로패션정보네트웍, 2004
- 최혜실, 디지털시대의 영상문화, 한국의류학회 추계학술대회 초록집, 2003
- 이 선, 니체의 예술의 생리학, 전남대학교 대학원 석사학위논문, 2002
- 안선경, 현대복식에 표현된 추(醜)의 개념: 1980년대 중반부터 1994년까지, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 2002
- 김민자, 복식미학강의 1: 복식미를 보는 시각, 서울: 교문사, 2004
- 이효진·추미경, 현대 복식에서의 키치 유형에 관한 연구, 복식 30, 1996
- 김혜정, 현대 패션에 나타난 키치에 관한 연구, 홍익대학교 산업미술대학원 석사학위논문, 1996
- 송금옥·김영인, 복식에 나타난 검정색의 색채특성, 한국복식학회 춘계학술대회 논문집, 2004
- 박옥미·송전선, 현대패션에 나타난 엽기현상, 복식 4(20), 2004
- 한지민·유영선, 패션일러스트레이션에 나타난 악마주의(Diabolism) 표현, 한국의류학회지, 7(11), 2003
- 송금옥·전종찬, 현대 패션에 나타난 키덜트의 기호학적 해석, 한국기초조형학회 춘계학술대회 논문집, 2004
- 이효진, 20세기 로맨틱시즘, 걸리시 패션, 한국복식학회지, 3(7), 2003
- 김정은, 현대패션에 표현된 키덜트적 유희성에 관한 연구, 국민대학교 석사학위논문, 2000