

현대패션에 나타난 신화적 이미지에 관한 연구

양 숙 희* · 양 희 영**

숙명여자대학교 의류학과 교수* · 숙명여자대학교 의류학과 박사과정**

A Study on the Mythological Image expressed Modern Fashion

Sook-Hi Yang* · Hee-young Yang**

Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Sookmyung Women's University*

Doctor Course, Dept. of Clothing & Textiles, Sookmyung Women's University**

(2004. 9. 16 투고)

ABSTRACT

In the modern popular culture, a significant code is not the truth itself but the seeming truth. To fulfill this function, it is a mythology that has a transcendental power to eliminate any doubt and mystery. That is to say, cultural uniqueness is understood as an identical thing through mass communication, and people perceive it as a similar cultural community. In this process, mythology form and accumulate the matrix of mythological meaning by eliminating the difference between the reality and the illusion. Such a matrix forces a meaningless and unconditional truth and practice without any criticism and reconsideration.

This paper tries to extract art and cultural characteristics of mythological image through examining the relationship among mythological image, history, and ideology. For this aim, we make use of Roland Barthes' signs and Daniel Boorstin's image as a basic analytical tool. After that we examine the characteristics of mythological image appeared in modern cultural discourses and the relationship between mythological image and modern popular culture. Furthermore, we consider the mythological image expressed in modern fashion, which has the nature of commodity aesthetics.

Key words: mythological image(신화적 이미지), transcendental power(초월적인 힘)
reality(실체), illusion(환상), commodity aesthetics(상품미학)

I. 서론

현대는 비약적인 과학 기술의 획기적인 진보에 기인하여 다양한 시간과 공간의 층위들이 상호 공존한다. 역사이래로 인류는 항상 '진보와 발전'이라는 과제에 예속되어 모든 문명의 생활방식을 스스

로 통제해왔다. 획기적인 과학기술의 발달은 인간에게 보다 다양한 삶의 방식을 제공하고 보다 풍요로운 삶을 제공해 줄 것이라는 믿음을 유지시켰지만 아이러니하게도 이러한 막연한 신뢰는 인간의 역사가 지속시켜온 신화적 이미지에 바탕을 두고 있다. 즉 IT나 디지털 기술을 포함한 모든 과학의 발달은

역사적으로 신화적인 이미지를 지속시키는 또 다른 도구일 뿐이다. 기존의 예술 범주에 포함된 것뿐만 아니라 대중문화라고 명명되어지는 영화, 연극, TV, 패션 등의 전 분야는 이러한 신화적인 이미지를 이용하여 그들의 상업적인 경제성을 획득하고 있다.

현대의 대중문화에서 중요한 것은 진실인가가 아니라 진실처럼 보이는가 이다. 이러한 기능을 수행하는데 있어서 의문이나 의심을 제거하는 초월적인 힘을 발휘하는 것이 바로 신화이다. 즉, 문화적 특이성은 대중매체를 통해 공식적, 통시적으로 인식되고 이를 보편화시킴으로써 하나의 문화적 공통체로 편입시키는데 이때 신화는 실제와 환상사이의 구별을 소멸시켜 검증되지 않는 신화적인 의미의 층들을 형성, 축적시키며 이러한 각각의 층위들은 비판이나 반성이 결여된 무의미하고 무조건적인 신뢰와 실천을 강조하게 된다.

역사나 이데올로기 또한 신화와 마찬가지로 판단과 해석에 있어서의 이러한 초월성을 바탕으로 한 일원적인 해석적 원형을 제시하여 맹목적으로 헌신하게 하며 이런 활동의 대부분은 문화, 예술 분야에 걸쳐 수행되어진다. 역사나 이데올로기에 관련된 신화적 이미지는 이러한 중요성에도 불구하고 예술이나 문화활동과 관련되어 연구되어진 사례가 없으며 지금까지는 단지 다른 연구의 일부분(특히 역사학, 신화학, 정치학)으로 간주되었다.

따라서 본 연구자는 신화적 이미지와 역사, 이데올로기와의 관련성 등을 고찰하여 신화적 이미지가 가지는 예술적, 문화적 특이성을 도출하고자 한다. 연구를 위한 기본 해석의 틀로 롤랑 바르뜨(Roland Barthes)의 기호학적 탐구와 다니엘 부어스틴(Daniel J. Boorstin)의 이미지에 관한 연구를 기본 명제로 활용하였다. 이를 바탕으로 현대의 문화적 담론 내에서 드러나는 신화적 이미지의 특성을 살펴보고 신화적 이미지와 현대 대중문화사이의 상관관계를 규명하며 또한 상품미학으로서의 특징을 지니는 현대패션에 나타난 신화적 이미지를 고찰한다.

- 본 연구에서 상정한 연구문제는 다음과 같다.
1. 신화적 이미지와 이데올로기, 역사와의 상관관계를 통해 신화적 이미지의 허구성, 비실재성, 역사성 등을 살펴본다
 2. 현대의 신화적 이미지가 약화되거나 강화되어 나타나는 문화적 현상을 고찰한다.
 3. 1, 2의 고찰을 바탕으로 현대패션에서 상호 상충되어 나타나는 신화적 이미지의 특성을 연구한다.

패션은 역사 이래로 문화적, 정치적, 경제적인 도구로 폭넓게 활용되어 왔다. 역사나 이데올로기와 관련된 신화적 이미지에 대한 연구는 오히려 이를 도구화하여 의복의 발전과 유행을 가속화시키는 현대의 패션 시스템을 이해하는데 일조하리라 사료된다. 또한 신화적 이미지를 이용하여 현대 대중문화와 패션에 나타난 역사적, 이데올로기적 계승기제를 파악하고 이것의 경제적, 상업적 활용도를 높이는 데 기여하고자 한다. 본 연구는 meta-fashion의 한 축으로 신화적 이미지를 상정한 것이며, 이를 통해 다양하고 복잡한 현대의 패션을 이해하고자 하는 작업이다.

II. 신화적 이미지

1. 신화와 신화적 이미지

발터 벤야민(Walter Benjamin)은 신화와 현재의 교차적인 관계에 대한 그의 성찰에서 현재는 여전히 신화적 폭력에 의해 지배당하는 전사적 시대로 평가하였다. 현재와 과거, 실제와 신화사이의 구분이 모호해지고 오히려 주객이 전도되어 나타나는 현상을 과거의 사례들을 이용해 설명하고 있다. 즉 고대 회랍비극에서는 전사적 신화인 전설이 주체가 되고 있으며 독일 바로크 비극에서는 역사가 신화적 도착 속에서 나타난다고 하였다.²⁾ 롤랑 바르뜨(Roland Barthes)는 '신화는 언제나 최후의 수단으로서 신화에 반대하도록 형성된 저항을 의미화 할 수 있다. 이는 모든 의식의 영역 안에 내재된 예술 형식을, 소음으로 판정되고 기각되고 혹은 판매되는 음악, 논리적으로 일관되고 자기구성적인 혼돈을 "예술가의 창조성"이라는 동화로 대체함으로써 사회의 영역 안으로 흡수, 통합해 버린다.'라고 하였다.³⁾ 이를 또한 막스 에른스트(Max Ernst)는 예술사의 창조성이라는 동화는 서구문화 최후의 미신이라 하여 초현실주의자들의 첫 번째 혁명행위 중 하나가 이 신화를 공격하는 것이라 하였다. 신화는 사회적 환상을 형성하는 것으로 이는 1) 사회와의 분리나 격리, 2) 시도와 성공, 3) 사회로의 회귀와 재통합의 단계를 거쳐 이루어진다.⁴⁾

신화는 인간을 모델로 삼은 환상적이고 가상적인 세계이다. 신화에서 인간은 신을 모델로 한 미메시스적인 존재이며 현실에서 신은 인간을 모델로 한 미메시스적 존재이다. 과학기술과 그래픽의 혁명으로 현재 우리는 가상세계를 체험할 수 있다고 하지

만 이미 오래된 과거로부터 현실세계와 가상세계의 공존을 지속적으로 경험해 왔다. 신화는 가상세계이면서 현실의 신전을 통해 실체로 인식되었고, 이러한 현상은 현대사회의 사이버문화나 대중영상매체에 의해 생성된 가상현실이 우리의 실제생활에 커다란 영향을 미치고 있음과 동일시 될 수 있다.

현대사회는 근대의 이상(ideal)중심적인 가치관에서 벗어나 이미지(image)중심적인 라이프 스타일을 지향하고 있다. 현대의 그래픽 혁명은 모든 것을 이미지화 시켰고 이것은 가치와 보편성을 혼동하는 몰가치적 경향을 촉진시켰다. 또한 예술작품을 대중화시켰고 혹은 그 본질적인 형태를 왜곡시켰다. 이러한 상황 속에서 신화는 이미지화 되는 작업을 거치면서 현대의 대중문화 내에서 상업적, 경제적인 이유로 강화 혹은 약화되어 나타난다.⁵⁾

현대의 사회, 문화적인 현상의 대부분은 신화적 이미지를 전략적으로 이용한 것으로 신화를 통해 투영되어지는 문화적 논리는 사회구성원들에게 기표들 사이의 해석의 차이를 줄이고 의미의 과잉생산을 제한하여 다양한 기의 중 지배원리에 적합한 기의의 선택으로 유도한다. 즉, 실제 안에 지배적 원리를 투영하여 일상생활의 기표를 독해하는 데 있어서 '과거를 통한 현재의 해석'이라는 일방적인 해석의 원형(prototype)을 제시한다. 이것은 우리가 실재를 지각하고 타자와의 관계들 사이에서 인식의 범위를 제한하며 '차이'에 대한 대응방식에서 일종의 함의를 도출해 내기 위해 우리의 경험을 일반화시킨다. 이렇게 신화는 사회, 문화, 정치적 경계들을 별다른 저항 없이 포용, 흡수시킨다. 또한 신화는 다양한 수사학적인 미사어구를 통해 문화적 특이성을 보편화시켜 지배 원리에 편입시키고 일반적인 사회적 규범으로 보편화시킨다. 신화적 이미지 이용의 성공적인 사례는 비서구문화권내의 서구 이데올로기의 효과적인 침투이다.

신화는 스스로의 불안정한 의미의 층위들을 극복하고 이것에 의해 실재를 두드러지게 하거나 실재를 보다 효과적으로 각색하는 기능을 가능하게 한다. 즉 실재는 신화적 재현의 현존(presence)으로서의 진실성을 부여받음으로써 문화적 대상이나 실천을 넘어서는 또 다른 단계를 경험하게 한다. 바르트는 신화의 이러한 작용을 레슬링 경기에 대입시켜 설명하고 있다. 즉 검은 가면을 쓴 악(惡)을 대변하는 선수는 선(善)을 대변하는 선수와 시합을 벌이는데 이러한 신화적 불거리는 문화적 이데올로기의 정신적, 윤리적 긴장해소를 갈구하는 관객의 무의식

적인 욕망에 의지한다. 이러한 욕망은 레슬링이 조작되고 연출되는 스포츠라는 사실을 망각하게 하고 실재와 동일시함으로써 주의를 집중시킨다.⁶⁾ 즉 레슬링은 신화를 이용하여 재현에 대한 의문을 잠식시키는 것이다.

또한 롤랑 바르트는 '의미가 공식적으로 고정될 필요가 있을 때 신화는 스스로를 역사로 표명하며 이렇게 왜곡된 실재는 명확함과 보편성의 논리에 부응하기 위해 신화의 껍질을 벗고 탈신비화 된다.'라고 하였다.⁷⁾ 즉 신화는 일상생활에서 발생하는 사건들을 보편화시켜 문화적 기억이 파편화 되는 것에 저항한다. 이런 조작되고 왜곡된 실재는 탈신비화 되어 대중들에게 수용, 소비되어지는데 가장 뚜렷한 일례는 현대의 '스타(무비스타, 패션모델, 스포츠 선수 등) 시스템'이다. 스타 시스템은 이러한 신화적 이미지의 특성을 이용하여 대중매체를 통해 스타를 창조하고 스타가 가진 신화적 이미지를 강화시킴과 동시에 파괴시킴으로서 스타의 아우라(aura)를 형성함과 동시에 탈신비화 시켜 스타의 이미지를 상업적으로 이용하고 있으며 소비자들이 이들의 이미지를 적극적으로 수용하고 소비하도록 유도한다.

2. 신화와 이데올로기와의 상관관계

이데올로기(ideology)는 19세기 초 프랑스 철학자 데스튀트 드 트라시(Destutt De Tracy)가 처음 명명한 것으로 편견이나 계급의식처럼 인간의 행위에 영향을 미치는 정신의 무의식적인 경향을 나타내는 관념의 과학을 서술하는 용어로 사용되었다.⁸⁾ 그 후 카를 마르크스(Karl Marx)와 카를 만하임(Karl Mannheim)에 의해 현대 사회학 담론의 용어로도 입되었는데, 현대에서는 사회적 생산과 관련된 일련의 개념들로 일반적으로 주체는 이러한 작용을 자각하지 못하는 것으로 상정된다. 이데올로기는 특정 시대에만 한정된 임의적인 것임에도 불구하고 시간을 초월해 존재하는 탈정치적인 것으로 위장하며 경제, 사회, 문화의 총체적인 부문에서 '자연스럽게' 보이도록 하는 역할을 수행한다. 즉 이데올로기적인 권력들은 '위로부터의 관념적 사회화' 과정을 주도한다.⁹⁾ 이것은 개인으로 하여금 행위규범에 자발적인 동의를 하도록 유도하며 이를 통해 자연스러운 내적 복종을 유도하는 것이다.¹⁰⁾ 이데올로기적 가치는 사회적 이익의 표현으로 나타나며 따라서 일련의 정당성이 제공되지 않은 원칙이나 자명한 사실

로 오인되어 근거 없는 진정성(authenticity)을 부여 받거나 사회 시스템 내에서 초월적인 것으로써 가능하다.

신화는 주류 이데올로기의 신념을 역사적으로 위장하며 문화적 생산물과 행위들을 자연스러운 것으로 가장하고 그들이 지닌 의미를 보편화시키기 위해 탈역사화 시키는 작업을 한다. 즉, 시간과 역사를 벗어난 상식으로 가장하면서 보편성과 일반성의 원리를 부여하는 것이다. 신화는 이데올로기에 위장된 자연스러움을 부여해 문화적 재생산을 촉진한다. 이러한 작동기계가 효과적으로 활용되는 것이 바로 미디어인테 스트루트 홀(Stuart Hall)은 미디어의 이러한 이데올로기적 효과를 다음과 같이 기술하였다.

미디어는 지배 이데올로기의 담론 내에서 세상을 분류해내는 핵심적인 작업을 끊임없이 수행하는 구실을 한다. 이는 선호되는 독해와 배제되는 독해, 유의미한 것과 무의미한 것, 정상과 일탈 사이의 지속적인 경계의 설정과 해체, 그리고 재 경계 설정을 통해 이루어진다.¹¹⁾

미디어는 문화적, 이데올로기적 영역을 점차로 식민지화한다. 사회 각 계층의 구성원들은 파편화되고 구획되어 차별화 된 삶을 영위하기 때문에 전체사회는 이런 파편화 되고 분절적인 조각들로 구성되며 그 속에서 미디어는 지배집단의 효율적인 통제를 위해 이들을 일관되게 총체적으로 파악할 수 있는 이미지, 표상, 관념들을 재구성해서 제공하는 기능을 수행한다. 미디어를 통한 해석과 비평은 지배적인 의미들의 틀 안에 위치 지워지기 때문에 상식을 기준으로 모든 스펙터클(spectacle)과 해프닝(happening)은 재단되고 조작된다.

3. 역사와의 관련성

역사는 언어로 기록된다. 언어는 부인할 수 없는 '사실성', '진실성'에 근거하여 언어 스스로가 가지는 지시기능을 특권화 하였으며 이는 곧 기록된 사실에 대한 절대적인 믿음을 수반한다. 기록자의 주관적인 관점이나 이데올로기가 내재되어 있다는 필연성에도 불구하고 언어의 이러한 특권에 의해 우리는 역사를 '진실'로 인식한다. 실제로 인간의 역사는 대부분 사건이라는 분절체로 구성되어 있으며 이러한 사건은 행위자들에게만 특정한 의미가 있고 다수의 대중에게는 다양한 해석이 가능한 영역이 되는 것에도 불구하고 독립적이고 파편적인 각각의 다양한 해석은 무시되어지고 행위자 중심의 조작되

고 윤색된 사실이 '역사'로 기록되고 인식되는 것이다.

역사는 재단되어진 시각과 불가분의 관계를 맺고 있다. 이것은 전적으로 그 시대의 이데올로기나 역사학자들의 수사적 기교에 좌우되는 것으로 더 이상 실제적인 것이 아니며 단지 이해 가능한 것을 생산할 뿐이다. 따라서 역사는 기록됨과 동시에 그 자신의 진실성을 상실하게 된다. 왜냐하면 역사는 다분히 다의적이고 자의적인 독해가 가능한 텍스트이고 일련의 기호들의 집합체이기 때문이다. 기호는 우리가 대중의 영역이라고 부르는 것을 점유하고 있는 분절화(articulation)의 영역에서 생성되며 따라서 이러한 기호의 해석은 단일기호의 단순 분석이나 이해 외에도 기호들의 산포(dissemination)와 매개(mediation)를 포함하는 총체적인 과정이다. 따라서 역사는 결과적으로 주류 이데올로기가 선점하는 독단적인 영역인 동시에 해석의 장에서는 다양성과 복합성이 상호 상충하는 비어있는 공간이라는 모순에 부딪힌다.

신화와 마찬가지로 역사 또한 현재의 사건을 과거와 관련지어 의미를 부여하는 일원적인 해석적 원형을 제거하기 때문에 현재를 현재 그 자체의 시각에서 판단하고 이해하는데 혼란을 야기시키는 문화적인 서술(내러티브)을 생산한다. 해석에 대한 이러한 역사적인 활동에 대해 바르트는 '이미지에 주석을 달고 텍스트에 삽화를 첨가하는 것은 이들에 대한 신화적이고 역사적인 재생산을 초래할 뿐'이라고 하여 그의 저서 '기호의 제국(the Empires of Signs)'에서 이들 작업을 지양하였다. 즉, 역사는 기호들의 비어있음을 기록하지만 동시에 그들 사이의 간극을 메우기 위해 이미지에 주석을 달고 텍스트에 삽화를 삽입하는 전략을 구사함으로써 '신화'가 된다. 이러한 일련의 작업들은 과거의, 기성의 시각에서 재단된 텍스트와 이미지들을 이해하고 지각하는 것으로 이는 실제의 이미지나 텍스트가 가지는 '진실성'과는 현격한 차이를 드러낸다. 예를 들면 오리엔탈리즘이나 아프리카의 원시주의나 자연주의는 그것들이 가지는 본래의 의미나 현존성과는 관계없이 서구인들의 시각에서 재단되고 조합되어진, 서구식의 관점에서 이해되어진 이미지일 뿐이다. 따라서 '오리엔탈리즘', '원시주의', '자연주의'는 또 하나의 서구식 신화 창조에 불과하다. 이러한 과정을 롤랑 바르트는 '이국적 윤색'이라고 명명하였다.

신화적 이미지는 결코 현실과 동일시되어질 수 없으며 이러한 사실을 희미하게나마 인식하고 있는 서구 문물은 그들의 문화적 기호로써 독해가 불가

능한 텍스트나 이미지와 조우하였을 경우 당혹감과 불안감을 느끼게 되고, 이러한 이질문화와의 간극에서 발생하는 불안감을 해소하기 위해 적당한 신화적 이미지, 즉 과거의 이미지나 원시적 이미지로 운 색하여 서구 문화내로 편입시키려는 물론 열등문화나 하위문화로 재인식시킨다. 지금까지의 서구의 이러한 문화적 식민정책은 매스미디어라는 대중매체를 통해 무비판적, 효율적으로 이루어졌다. 따라서 서구에 의해 재단되어진 대부분의 동양문화는 물질중심주의의, 이원 대립적인 서구 문물에 무비판적인 숭배적 경향을 띠는 사대주의적인 형태를 취해왔다.

4. 예술에 나타난 신화적 이미지의 변화

회화나 조각에서는 그리스 신화의 영웅이나 신들 간의, 신과 인간사이의 사랑을 소재로 삼은 많은 작품들이 존재한다. 성적 표현의 자유를 억압받았던 중세의 그림들은 이러한 신화를 소재로 삼아 그들의 성적 표현의 자유를 찾았고, 근세에서는 궁중의 모습이나 살롱의 모습을 그린 그림 등을 통해 간접적으로 성적 유희를 표현하였다.

19세기 여성권익의 신장으로 기인된 여권의 강화와 여성의 성적 불복종에 대한 남성들의 공포와 불안감으로 생겨난 팜므 파탈(femme fatal) 이미지는 여성의 성적 능력에 대한 또 다른 신화를 형성하였다. 최초의 팜므 파탈의 이미지인 메두사는 영웅 페르세우스에 의해 처단됨으로 인해 그 영향력을 상실하게 되었지만, 구약성서에 나오는 성녀 유디트는 에로스와 타나토스를 넘나드는 그녀의 행위에 매혹된 많은 화가들에 의해 끊임없이 작품의 소재로 활용되었다.¹²⁾ 중세를 지나 유지되었던 정숙하고 소박하며 용맹한 그녀의 이미지는 19세기에 와서 변화되었다. 특히 클림트는 그의 그림에서 음탕하고 선정적인 요부형의 유디트를 탄생시켰는데 거부할 수 없는 매력과 성적 능력을 가진 그녀의 이미지는 성서의 이미지, 즉 종교적인 아우라를 벗어난 일탈을 보여주지만 오히려 이러한 점이 바라보는 관찰자를 매혹시킨다. 클림트는 남성의 여성에 대한 위기의식과 성적 욕망사이의 불협화음을 현실에서 분리, 신화와 관련시켜 신화적 알레고리와 성적 상징을 혼합시킴으로써 팜므 파탈이라는 소재 자체를 해체시켰으며 이러한 작업을 통해 애초의 문제점을 지적하지 못하도록 의도하였다.¹³⁾ 클림트의 유디트는 기존의 신화적 이미지를 약화시킴으로서 성적 매력이 강화된 유디트로, 즉 그녀의 영웅적인 업적보다는 그녀의 매혹적인

성적 능력으로의 새로운 신화적 이미지를 창조하였다.

남성을 유혹하는 치명적인 아름다움을 가진 또 다른 여성 이미지는 반인 반어인 세이렌인 인어이다. 감미로운 목소리와 아름다운 상반신, 금빛 머리, 남성의 성기를 연상시키는 축축하고 긴 물고기 하반신을 가진 인어 또한 남성을 파멸시키는 팜프 파탈 이미지의 전형이다. 초현실주의자 화가들은 인어가 남성의 무의식 속에 잠재한 성욕을 상징한다고 인식하였다. 즉 유혹을 하는 상반신과 성교가 불가능한 하반신 사이의 결합을 통해 결코 충족되어질 수 없는 여성의 본질을 의미한다는 것이다. 마그리트는 인어에 대한 이러한 신화적 이미지를 벗어나 상체는 물고기로, 남근을 상징하는 꼬리는 여성의 다리로 대체함으로써 성적 함의로 가득 찬 인어에 대해 유혹이 불가능하지만 성교가 가능한 인어의 새로운 이미지를 제안하였다.

Ⅲ. 현대의 신화적 이미지

1. 신화적 이미지의 약화

1) 신화적 담론과 불확실성

현재의 재현방식은 이데올로기에 의해 야기된 역사적 유산이 작용하고 있는 '신화'이다. 따라서 역사에 대한 해석의 공간에는 데리다가 '결정 불가능성'이라 명명한 불확실성의 공간이 내재한다. 이는 확일적이고 결정론적인 구도를 지녔던 모더니즘의 해석방식을 탈피해 보다 자의적이고 다양한 해석의 공간을 확장시켰다.

2) 신화적 이미지의 탈역사화

이전의 윤리적인 용어였던 가치(value)는 인간 내면의 소중함을 내포하고 있는 반면 오늘날의 가치는 특정 사람이나 인종, 집단에 의해 선호되어지는 행위, 관습, 제도를 지칭하는 것으로 'taste'화 되어간다. 또한 기존의 영속성, 역사성을 지닌 개념에서 역사성이 상실되어 반영구적이며 상향적, 관계 지향적인 한정적인 개념으로 정의가 변화되고 있다. 따라서 영속성을 띠며 내면 중심적이고 맹목적인 신뢰와 비판에서 자유로웠던 이데올로기적인 신화적 이미지는 일회적이고 행동 중심적인 가변적 속성으로 바뀌어가고 있다. 즉, 역사나 이데올로기와의 공조를 벗어나 특유의 신화적 아우라를 거부하면서 보편화되고 있는 것이다. 특정 인물, 특정 사건에 한정되었던 신화적 이미지는

종속적이고 수직적인 관계의 틀을 벗어나 수평적 선상에 놓임으로써 대부분의 대중이 경험할 수 있는 감각의 층위로 변환되었다.

이러한 현상은 우리의 정치문화에서도 살펴볼 수 있는데 대통령 총선에서 이용되었던 강력한 메시지인 '보통 사람'의 이미지가 그 일례이다. 지배세력을 주변의 보통사람의 이미지로 격하시켜 친근함을 부여하고 지배세력에 대한 반감을 잠식시키는 이러한 전략은 성공적으로 수행되었고 이는 곧 스타라 불리는 연예인들에게도 파급되었다. 과장되고 가식적으로 개인의 주체성을 감추기에 급급하였던 현대의 신영웅 군단은 그들이 가지고 있는 신체적 이미지(신화적 아우라)와 행위적 이미지(보편성)와의 불일치를 통해 오히려 대중에게 친밀하게 다가가고 있으며 이는 곧 또 다른 평범한 '대중의 스타화'라는 전략을 성공시켰다. 인터넷을 통해 발굴된 얼짱 신인들과 몸짱 아줌마 신드롬 등은 이러한 신화적 이미지의 탈역사화를 증명하고 있으며 이렇게 만들어진 스타들은 평범함을 차별화 시키는 또 다른 신화를 형성하고 있다. 신화와 현실사이의 간극은 대중에게 상상과 공상이라는 영역을 제공하여 이들 사이의 힘의 균형을 지속적으로 유지하게끔 유도하며 이때 신화적 이미지는 기존 이미지의 파기와 새로운 이미지의 형성에 관여한다.

2. 신화적 이미지의 강화

1) 권위 있는 것의 모방(Prestigious Imitation)

현대는 끊임없이 무언가가 되려고 하는 동의 반복적인 상황에 빠져서 값비싼 것, 유명한 것에 대해 지속적으로 집착하고 있으며 유명인(영웅이 아닌, 영웅의 이미지를 가진)을 삶의 모델로 삼지만 결국 우리가 지향하는 것은 그들의 삶의 본질이나 라이프 스타일이 아니라 그들의 외향적 이미지이다.

영웅은 과거든 현재이든 모두 신화적 이미지(mythological image)에 관련된다. 과거의 영웅은 업적에 의해 평가되는 훌륭한 사람을 지칭하는 반면 현재의 유명인은 이미지나 등록상표에 의해 평가되어지는 미디어가 창조해낸 영웅, 즉 허구로서의 '큰 이름'이다. 이들이 가진 외향적인 단서나 이미지는 과거의 영웅과 유사하도록 위장되지만 그들의 행동범주는 일반인들의 범위를 크게 벗어나지 않는다. 창조성을 상실한 현대의 대중(mass)들은 이들의 외향적 단서인 신화적 이미지를 모방함으로써 자기 스스로를 과거의 진정한 영웅과 동일시하려는 의도를 지닌다.¹⁴⁾ 따라서

개인은 진실된 '나'가 아닌 존재하지 않는 영웅의 '복제품'이나 '재현물'로 전락하게 된다. 즉 현대의 영웅인 스타는 실재로서 존재하는 것이 아닌 덧없이 공허하게 반복되는 '이미지'의 산물인 것이다.¹⁵⁾ 스타는 그들의 상업적 효용성을 상실하게 되면 그들이 처음 창조되었던 방식대로 미디어에 의해 이미지가 파괴되어지고 결국 그들의 존재 또한 파괴되어진다. 즉 미디어는 과장된 영웅 이미지를 생산하고 이를 소비시켜 쇠진시켜 버리고 또 다른 영웅 이미지를 생산하는 과정을 반복한다.

신화적 이미지는 권위 있는 것의 모방을 통해 강화되어지며 이러한 현상은 주류계급을 중심으로 이루어진 패션의 하향전파현상으로 나타나는데 즉 귀족계급, 유명인사, 재계나 정치인들의 의상이 세간의 주목을 받으며 패션리더로서 역할모델이 된다. 각국의 퍼스트레이디가 그 나라의 여성복 시장의 명품소비를 선도하고 있고, 영국의 다이애나 황태자비는 어떤 유명 모델보다도 디자이너 브랜드 의상 광고에 효과적인 역할을 수행하였다. 몇 년 전 비리 혐의로 조사 받은 모 패션 브랜드는 재계나 정계 안팎 마나님들의 의상을 제공하였다는 뉴스 보도만으로도 오히려 판매수익이 증가하였고, 정치적 로비스트였던 린다 김의 에스까다(ESCADA) 쉐글라스는 여성들에게 선풍적인 인기를 끌었으며 여성 아나운서들의 의상과 여성 무비스타나 TV 스타들의 패션은 항상 모방의 대상이 된다. 또한 여성 CEO나 여성 정치인들의 정장은 남성 중심적 권력과 경제력에 대한 모방심리와 동일화의 욕구를 드러내는 것으로 권위 있는 남성적 권력으로서의 동경에 대한 적극적인 심리표출행위이다.

2) 상품미학으로서의 신화적 이미지

이미지는 실체를 압도하여 실체의 본질을 은폐시키고 왜곡시키거나 왜곡시켜 사적인 개성과는 관련이 없는 공적인 개성으로 인지시킨다. 이 때 실체와 이미지 사이에는 허구와 조작이라는 작동기제가 관여하게 되고 이러한 이미지화 작업은 '성격(personality)'을 만드는 것이 아닌 사회적 '평판(reputation)'을 형성하게 된다.

20세기의 그래픽 혁명은 증폭되어진 이미지의 동조현상이 발생하는 틀을 제공하였으며, 이를 바탕으로 다양한 이미지는 상품으로 생산되고 소비되어진다. 왜냐하면 이미지는 조작된 가짜사건(pseudo-event)¹⁶⁾이며 인공적이기 때문에 언제든 파기가능하고 변화가능하기 때문이다. 또한 복잡하고 다의적인 의미의

합축이 가능하며 다양한 조작방식을 통해 하나의 뚜렷하고 단일한 현상보다는 복잡 미묘하고 모호한 현상을 제시하므로 상업적인 기대효과가 크다. 이미지의 위력은 변화가능성, 내포성이라기 보다는 그것이 대중에게 미치는 '설득력'에 있는데 이러한 가공할만한 설득력으로 인해 이미지는 조작되고 소비되어진다.

현대자본주의 사회에서 나타나는 신화적인 이미지는 특히 상품미학에서 두드러진다. 마르크스는 그의 저서 자본론에서 상품은 스스로를 사용가치로 실현시키기 이전에 그 자신을 가치로 실현시켜야 한다고 하였다.¹⁷⁾ 사용가치의 존재방식은 가장 넓은 의미에서 미적인 방식에 포함된다. 즉 이것은 판매자에 의한 인격적인 현현 방식이고 사용가치의 사물적인 표상방식을 포함하며 수용자의 위치에서는 미적인 수용으로 작용한다. 상품미학의 효과는 수용자에 의해 이루어지지만 역으로 수용자에게서 가장 효과적인 상품의 재료나 전략을 이끌어내기도 한다. 개인의 욕망적 이미지에 의해 형성된 상품미학은 오히려 욕망에 영향을 미치며 새로운 욕망을 끊임없이 재구성하게 된다. 주체의 측면에서 판단하면 상품미학은 욕망의 지속적인 가공과정으로 작용하는 것이다.

상품미학이 가지는 사용가치는 외견상 탈일반화 전략을 사용하며 이러한 미적인 것의 특화는 상품의 독점적인 영역을 제공한다. 즉 사용가치의 탈일반화는 사용가치의 '초일반화'로 승격되는 것이다. 이러한 과정에 작용하는 것이 신화적 이미지가 가지는 초월적이고 맹목적인 수용방식이며 그런 의미에서 상품미학은 신화적인 초 기호를 생산한다.¹⁸⁾ 상품미학은 개인의 무의식적 욕망을 자극하면서 실체가 아닌 가상의 공간에서 작용하는데 이때 상품의 신화적인 초 기호는 상품의 소비로 실현된 정체성의 이미지들을 제시하며 개인은 소비를 통해 이러한 정체성에 대한 가상적인 표상을 갖게 된다. 따라서 상품미학은 상징적, 미적 행위를 조직하고 개인의 실제적 정체성을 가상의 영역에 편입시킴으로써 문화적인 효과를 유도한다.¹⁹⁾ 상품미학의 초 기호는 그것의 가상성으로 인해 항상 불안정하며 오히려 이것이 상품의 지속적인 미적 혁신을 고무시킨다.

상품미학은 형식적으로 이데올로기와 같이 기능하지만 이것이 지향하는 바는 소비적 만족이며 이러한 상품미학의 특징은 유사 이데올로기라 명명되어진다.²⁰⁾ 상품미학이 신화나 이데올로기와 관계하는 것은 다음의 청바지 광고사례들을 통해 살펴볼 수 있다. 이탈리아의 진 '지저스 진(Jesus Jean)'은 '지저스 진, 그

대는 내 앞에서 다른 어떤 청바지도 입지 말라'는 광고를 통해 신을 상품으로 전락시킴으로써 역설적으로 청바지를 신격화하는 전략을 이용하였다. 또 '리바이스 진(Levis Jean)'은 미켈란젤로의 다비드 상에 찢어진 청바지를 착용시켰고, 별거벗은 아담에게도 청바지를 입히고 있다. 이들 전략은 거부할 수 없는 신화적 이미지를 이용한 대중적인 소비적 선동을 유도하는 것으로 상품미학의 유사 이데올로기적인 권력을 가시화 하는 증거이다.

대중문화 내에서 신화적 이미지는 개인의 사적 특성을 상실한 채 보편화, 일반화된 공적 개성으로 변모된다. 이러한 과정속에서 이미지의 상품화가 이루어진다. 현대의 다양한 이미지는 현대적 가치의 캐리커처이며 이는 3차원적이고 인공적이기 때문에 끊임없이 조작, 보강되면서 리즘적인 증식²¹⁾을 한다. 상품으로서 생산된 신화적 이미지는 대중에게 영웅의 미메시스(존재론적인 닮기)²²⁾가 아닌 단순한 외향적 모방(imitation)만을 허락한다.

스펙터클하고 혁신적인 사건이나 기호들은 상품들로 번역되어 일반적인 것으로 전환되자마자 그들의 현실성은 제거되어진다. 이 상품들은 성문화되고 도해 가능한 것으로 변질되어 대중적이고 경제성이 있는 상품으로 탈바꿈하게 된다. 이때 상품은 의미론적/이데올로기적 층위와 현실적/상업적이라는 층위를 모두 포함하며 일반화, 보편화되어진다. 이러한 과정을 효과적으로 수행하는 미디어는 이질적이고 특수하며 일회적인 것들을 '신화'라는 틀 안에서 무비판적으로 이해, 수용시키려는 보편화의 작업을 수행한다. 미디어가 사건을 재현하는 방식은 지배적인 이데올로기에 근거하여 사건을 실제보다 과장 혹은 축소시키는 것으로 이러한 미디어의 자의성을 수단으로 신화적 이미지는 상품미학에서 효과적으로 활용되어진다.

스타를 이용한 신화적 이미지의 이용은 광고에서 특히 두드러지는데 김남주를 동경의 대상으로 등장시킨 푸르지오의 광고, 기존의 보수적인 남성상을 상징하는 백윤식과 미에 관심을 가지고 지속적으로 자신을 변화시키는 현대 남성의 상징인 조인성을 대조시키는 마스크 팩의 광고는 신화적 이미지의 강화와 신화적 이미지의 전복을 통한 새로운 신화창조의 시스템을 보여주고 있다. 강인한 파워 댄스와 신나는 댄스음악을 필두로 한 중국에서의 한류 열풍이나 남성의 섬세함과 부드러움, 순정적인 사랑을 소구하는 일본에서의 한류 열풍은 신화적 이미지의 강화와 약화의 전략을 통해 성공적으로 수행

되었다. 특히 남성의 애절한 사랑과 눈물로 전 일본 열도를 강타한 배용준의 '겨울 연가'는 이러한 한류 열풍의 최고점으로 TV 드라마 부문뿐만 아니라 음반 시장과 영화, 다른 한류 스타 탄생, 여행 상품 개발, 한국어 강좌의 인기 등 다른 문화 영역으로 파급되어지는 영향력이 막대하다. 이는 사무라이로 대표되는 강인하고 냉정한 이성 중심적인 일본 남성의 이미지에서 찾아볼 수 없었던 인간적 감성을 자극한 것으로 남성의 영웅적인 신화적 이미지의 탈피를 통해 인간적인 따뜻한 감성을 지닌 새로운 남성성의 탄생을 주도하였다.

IV. 현대패션에 나타난 신화적 이미지

패션 이미지는 언제나 취향과 미의 기준으로 작용하며 이것이 전달하는 메시지는 패션문화가 형성되기에 앞서서 도전 받는 선행이 되고 있다.²³⁾ 현대패션에 나타난 신화적 이미지는 패션의 광고나 패션쇼 등을 위한 마케팅 전략에서는 강화되어 나타나지만 패션에서는 오히려 이전의 신화적 이미지를 탈피하여 약화되는 경향을 보였다. 패션과 헤어, 피부미용, 성형 등에 대한 현대의 과잉 관심은 과학기술의 발전과 함께 보편화 전략을 통해 일반인들에게 보급되었고 결론적으로 귀족계급의 전유물이던 패션과 신체장식은 신화적 이미지의 약화를 통해 확산되었다. 영 파워(young power)의 부상과 포스트모더니즘의 영향으로 정치적인 이데올로기나 역사와 깊은 관련을 맺고 있는 이러한 신화적 이미지는 중심부의 해체, 절충성, 다원성, 경계의 상실 등을 통해 약화되는 듯하였으나 상품미학이라는 경제와 예술의 절충형태와 타협함으로써 새로운 신화적 이미지를 형성시켜 상호 공생 공조하고 있다.

패션에서는 기존의 이데올로기나 역사성과 관련을 맺고 있었던 신화적 이미지가 약화되어 나타나거나, 약화되어진 신화적 이미지가 주류 문화, 지배문화로 편입되거나 융합되는 과정에서 오히려 신화의 조작과 왜곡, 환상 등의 특성이 강화되어 나타났다. 이는 권력과 밀접한 관계를 가지는 신화적 이미지의 통사론적인 규칙²⁴⁾을 파괴함으로써 오히려 신화적 이미지의 영역을 확대시키는 아이러니를 창출하였다.

따라서 본 연구자는 현대 패션에 나타난 신화적 이미지의 특성을 신화적 이미지가 약화되면서 동시에 강화되어지는 양면성, 약화되어진 신화적 이미지가 주류 문화와의 융합을 통해 다양한 리즘적 증식의 특성을 나타내는 절충성, 의미론적인 규칙을 파

기하고 대상만을 선택하거나 가상공간인 사이버 영역에서의 간접경험과 가상실체와의 관계를 형성하는 비진정성, 개인의 주체성의 표현과 왜곡을 동시에 수행하는 양성성으로 분류하여 고찰하였다.

1. 양면성

현대에 나타난 신화적 이미지는 주체의 필요에 의해 강화와 약화를 거듭하면서 나타난다. 신화적 이미지의 약화가 오히려 다른 신화를 형성하여 그 이미지를 강화시키는 순환을 거듭하면서 상호 경쟁, 상충되면서 공존하는 모순적인 상황을 연출한다. 특히 패션을 명확하게 하는 순간으로 여겨지는 캣워크쇼(catwalk show)는 신화적 이미지가 투영된 미학적 퍼포먼스에 의해 포착되고 의식화되어진다. 환상적 분위기로 동경의 대상이 되며 주류계급의 관심을 유발하고 주목을 끌기 위한 캣워크쇼는 오히려 대중에게 사회의 특별한 관심을 유발하거나 정치적 메시지를 전달하는 역할을 하기도 한다. 예를 들면 캐서린 험넷(Katharin Hemnett)이 마가렛 수상의 방문 시 착용한 '58% don't want pershing'이라는 문구가 새겨진 T-shirts를 착용한 것이나, 환경 파괴에 대한 경고의 메시지를 담은 베네통의 의류광고²⁵⁾ 등은 정치적 목적과 상업적 목적, 사회 계몽의 역할까지도 통합적으로 수행하고 있다.

고대의 영웅을 모티브로 한 정치적, 경제적 지배세력과 스타의 보편화 전략은 오히려 이들의 주체성을 강화시켜 대중 속에서의 그들의 생존력을 강화시키는 구실을 하고 있다. 즉 과장된 영웅 이미지나 주류 계급의 이미지를 생산하고 이를 소비시켜 쇠진되었던 이전의 스타와 달리 일반적인 보편성의 의미를 생산함으로써 영웅이나 지배계급의 이미지와 일반인의 친근한 이미지를 복합적으로 발산하여 패션리더이면서 패션수용자로서의 양면성을 나타낸다.

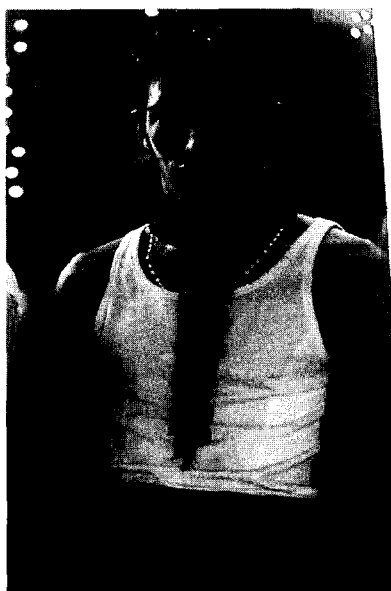
또한 강인한 남성의 육체에 여성의 부드러운 의복요소를 사용하거나 미성숙한 소년의 이미지에 강한 남성적 의복요소나 나이든 기성세대의 의복요소를 사용하여 남성의 강인한 힘과 권력에 대한 신화적 아우라를 전복시킴과 동시에 여성의 전유물이었던 부드러움과 섹시함을 남성에게 부여함으로써 남성미에 대한 새로운 신화를 창조하고 있다.(그림 1, 2)

순수하고 귀여운 소녀의 이미지와 섹시하고 관능적인 성인여성의 이미지를 조화시켜 여성의 성적 매력을 한층 더 부각시키고 있으며 퇴폐미와 정숙미의 경계를 해체하고 이를 조화시켜 정숙한 여인

이 주는 수동적인 성적 매력과 팜프 파탈의 적극적인 성적 유혹을 동시에 드러낸다. 이는 여성의 수동적이면서도 능동적인 성욕에 대한 이해를 바탕으로 어느 한 쪽으로 편향되어 평가되었던 여성의 이미지에 대한 균형적인 해석으로의 방향전환을 보여준다.



<그림 1> Calvin Klein. 1996
Fashion Today, p. 229.



<그림 2> Rifat Ozbek
British Vogue, 1991, p. 186.

2. 절충성 (리즘적 증식)

신화적 이미지의 환상을 지속적인 미적 혁신의 원동력으로 삼고 있는 패션은 성적 소수자들의 패션 요소를 하이 패션에 과감히 도입함으로써 고정되고 배타적인 지배적 이미지를 탈피하여 새로운 영역으로의 확장을 꾀하고 있다. 스트리트 스타일뿐만 아니라 스포츠 웨어의 많은 요소들도 하이 패션에 도입되어 일정한 착장 방식이나 착장 규범을 탈피하여 개인의 취향과 개성을 표현한다.<그림 4> 이러한 절충적 방식은 21세기 유품민의 리즘적 사고 방식을 나타내는 것으로 방향성과 시간성, 공간성을 혼합한 복잡한 양상으로 나타난다. 레트로 패션, 에스닉 패션, 내추럴 패션이 지속적인 패션 트렌드의 화두로 인지되어지는 현대에서는 다양한 품목간의 자유로운 착장 방식(wearing)의 활용이 개성과 주관적 감성 표현의 용이함과 더불어 실용성, 경제성으로 인해 주목받고 있다. <그림 3>은 다양한 시대 복식의 혼합에 일상생활용품이나 잡동사니를 패션 액세서리에 응용하여 역사성과 공간성을 탈피하고 있으며 기존 사물의 위치전도를 시도한 디페이즈망(depaysment)을 통해 충격과 유머를 제공하고 있다.



<그림 3> John Galiano 04, 05 F/W
collection Fem collection, Vol. 12
Modanews Co., Ltd., 2004.



〈그림 4〉 Anna Sui 02, 03 S/S collection
Elle Korea, 2002, April.

3. 비진정성

현대의 최고의 문화상품으로 인식되어지는 스타는 미디어에 의해 그 가치가 증폭되어진다. 창조성을 상실한 현대의 대중은 이들의 외향적인 단서, 즉 신화적 이미지들을 모방함으로써 스스로를 현재의 영웅과 동일시하려하는데 이는 외적 모방을 통해 과거의 진정한 영웅에 자신을 대입시키려함이다. 그러나 이것은 지나친 외모 지상주의를 유발하게 되어 개인은 성형, 미용 등의 신체변형에 중속되는 영웅 복제품으로 전락한다. 즉 진정한 자아가 아닌 정체성과 개성을 상실한 복제품이나 재현물로 전락하는 것이다. 〈그림 5〉는 모델과 할리데이비슨 오토바이와 동일시시키는 조작을 통하여 기계와 인간과의 인터페이스와 이들 사이의 관계에 대한 물음을 던지고 있다.

신화적 이미지가 만들어내는 가상성이나 환상이 효과적으로 작용하고 있는 공간은 사이버 세계인 가상공간으로 이 영역을 통해 신화는 재구성되고 재탄생 된다. 인터넷 게임을 통한 캐릭터의 의상이 가상공간뿐만 아니라 실제에서도 판매되고 있으며, 개인을 투사한 가상인물이 가상의 공간에서 가상의 패션을 체험하는 아바타는 이미 우리 실생활과 밀

접한 관련을 맺으며 하나의 패션산업으로 자리 잡았다. 또한 가상현실(virtual reality)을 실제현실로 확대시켜 현실에서 시, 공간적 개념을 초월한 확대현실(augmented reality)²⁶⁾은 신화적 이미지를 명확하게 하여 과거를 현재화시키고 현재를 미래화시키는 시간적 영역확장을 꾀하고 있다. 〈그림 6〉은 온라인 게임에 등장하는 여주인공의 모습으로 게임에 등장하는 다양한 캐릭터들이 착용하는 의상이나



〈그림 5〉 Thierry Mugler,
Harley Davidson, 1992, Fashion
Today, p. 370.



〈그림 6〉 무협 온라인 게임
파천일검의 여성 캐릭터, The Daily
Focus, 2004. 11. 2.

액세서리 등은 온라인 게임 동호회 회원들이나 10대 청소년들의 지속적인 수요를 창출하고 있다.

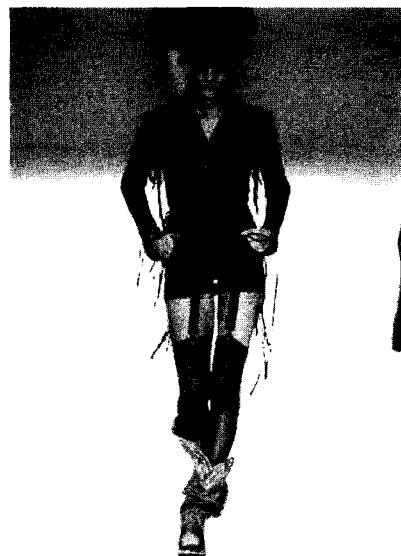
4. 양성성

패션은 개인의 주체성이나 성적 정체성을 표현하는 중요한 단서가 되기 때문에 오히려 이를 통한 정체성의 왜곡이나 속임수 또한 가능하다. 일반적으로 패션에 대한 두드러진 위반인 크로스드레싱(cross-dressing)은 거의 항상 비정상적인 섹슈얼리티와 관계되어지기 때문에 가시적인 전복이나 일탈을 목적으로 이러한 속임수(passing) 전략을 수행하기도 하며 이런 현상은 많은 대중음악 가수나 하위문화 집단에서 나타난다.²⁷⁾ 또한 개인의 정체성 추구를 목적으로 착용한 의상이 오히려 이런 정체성을 약화시키는 주요요인으로 작용하기도 하는데²⁸⁾ 이것은 동성애 집단의 의상착용에서 두드러진다. 즉 이들의 의상은 사회, 문화적으로 많은 상징적 함의들을 포함하고 있음에도 불구하고 그들 집단의 성적 취향의 이질성으로 인해 나머지 메타포들은 그 의미가 사장되고 개인이 아닌 동성애 집단이라는 집단적 정체성으로 변모된다.

동성애나 양성애는 고대 그리스 시대에는 배타적 영역으로 인식되지 않았던 것으로 이들에 대한 소외는 정치나 종교적 이데올로기와 관련된다. 성적 취향의 이질성은 이들에 의해 악마적인 것, 자연을 거스르는 행위, 변태적인 것 등으로 취급되면서 역사적으로 금기시되어왔다는 정당성을 부여하는 위장을 해왔다. 즉 정치적, 종교적 지배계급에 의해 조작되고 꾸며진 신화와 역사적 이미지들은 성적 소수자들을 성공적으로 억압하였다. 포스트모더니즘과 함께 동성애나 양성애는 상징적 상호주의(Symbolic interaction)에 있어서 진정성(진실성)을 인정받았다. 이는 공유되는 사회가치체계와 의미체계 안에서 상호 주관적인 이해의 과정을 거치는 것으로 패션연구에 있어서의 상호 주관주의(inter-subjectivity)의 타당성과 도입에 의해 이루어졌다.²⁹⁾ 신화적 이미지의 환상을 지속적인 미적 혁신의 원동력으로 삼고 있는 패션은 성적 소수자들의 패션 요소를 하이 패션에 과감히 도입함으로써 고정되고 배타적인 지배적 이미지를 탈피하여 새로운 영역으로의 확장을 꾀하고 있다. <그림 6>은 여성복식을 착용한 남성성의 모습을 통해 조작된 동성애자의 모습을 표현하고 있으며, <그림 7>은 남성도 여성도 아닌 중성적인 모습을 나타내는 것으로 패션에 있어서의 성적 구분의 무가치함을 상징한다.



<그림 7> Jean Paul Gaultier, Barbes collection, 1997, Fashion Today, p. 339.



<그림 8> Jean Paul Gaultier 02, 03 F/W collection, Elle Korea, 2002, Oct, p. 213.

5. 탈역사성

영 파워(young power)의 부상과 포스트모더니즘의 영향으로 주류적 이데올로기의 효과적인 전략으

로 사용되었던 역사성은 중심적 이론과 경계의 설정, 이분법적 논리, 주체의 강조와 타자의 소외 등



〈그림 9〉 Alexander MacQueen, 02, 03 S/S collection, <http://www.elle.co.kr/>



〈그림 10〉 Alexander MacQueen, 02, 03 S/S collection, <http://www.elle.co.kr/>

의 논리로 인해 중심적 담론에서 배제되고 있다. 역사적 사건의 강조(내러티브적 서술구조)보다는 일회적이고 우연성을 강조한 헤프닝, 퍼포먼스가 중시되면서 이를 이용하여 소외되었던 타자성을 강조하거나 지배구조를 조롱하여 언캐니함을 의도한 각종 패션쇼가 개최되고, 역사가 아닌 자연성을 강조한 많은 의상작품들이 제작되고 있다. 〈그림 9, 10〉은 퍼포먼스 형식으로 개최된 알렉산더 맥퀸의 02, 03 S/S collection이다. 이것은 기존의 광고를 목적으로 하는 패션쇼의 목적에서 벗어나 패션 쇼 자체를 놀라움과 흥미를 유발시키는 예술적 행위로 확대시키는 문화적 확장현상을 보여준다.

V. 결론

의복은 역사 이래로 문화적, 정치적, 경제적인 도구로 폭넓게 활용되어 왔다. 패션 이미지는 언제나 취향과 미의 기준으로서 작용하며 이것이 전달하는 메시지는 패션문화가 형성되기에 앞서서 도전 받는 선례가 되고 있다. 영 파워(young power)의 부상과 포스트모더니즘의 영향으로 정치적인 이데올로기나 역사와 깊은 관련을 맺고 있는 이러한 신화적 이미지가 중심부의 해체, 절충성, 다원성, 경계의 상실 등을 통해 약화되는 듯하였으나 상품미학이라는 경계와 예술의 절충형태와 타협함으로써 상호 공생 공조하고 있다.

신화적 이미지를 이데올로기, 역사와의 상관관계를 통해 살펴보면 현대 대중문화에서 허구성, 비실재성, 역사적 당위성 등으로 나타나며 이것은 실재와 가상의 세계를 통합하여 대중에게 환상과 꿈을 실현시킨다. 이러한 현대의 신화적 이미지는 포스트모더니즘 담론내의 불확실성의 논리와 탈 역사화를 통해 약화되는데, 즉 포스트모더니즘적 담론은 신화적 이미지가 지니는 획일적이고 결정론적인 해석방식을 탈피해 보다 자의적이고 다양한 해석 공간으로의 확장을 시도하였다. 또한 기존의 영속성, 역사성을 지닌 개념에서 역사성이 상실되어 반영구적이며 상향적, 관계 지향적인 개념으로 정의가 변화되어 영속성을 띠며 내면 중심적이고 맹목적인 신뢰와 비판에서 자유로웠던 신화적 이미지가 일회적이고 행동중심적인 가변적 속성으로 바뀌어가고 있다. 반면에 권위 있는 것의 모방(prestigious imitation) 즉 주류계급을 중심으로 이루어진 패션의 하향전파 현상과 상품미학으로서의 가치를 통해 신화적 이미지는 강화되어 나타나고, 이때 상품미학이 가지는

사용가치는 외견상 탈일반화 전략을 사용하며 이러한 미적인 것의 특화는 상품의 독점적인 영역을 제공한다. 즉 사용가치의 탈일반화는 사용가치의 초일반화로 승격되고 상품으로서 생산된 신화적 이미지는 대중에게 영웅의 미메시스(존재론적인 닮기)가 아닌 단순한 외향적 모방(imitation)만을 허락한다.

현대 패션에서 나타난 신화적 이미지는 신화적 이미지의 약화와 강화라는 지속적인 순환 시스템을 통해서 양면성, 절충성, 비진정성, 양성성, 탈역사성으로 나타나며 이들 각각의 특성들은 기존 신화적 이미지의 해체를 통한 또 다른 신화적 이미지의 형성이라는 아이러니를 통해 나타난다. 현대 패션에 나타난 신화적 이미지의 특성은 다음과 같다.

첫째 현대의 신화적 이미지는 과장된 영웅 이미지나 주류 계급의 이미지를 생산하고 이를 소비시켜 쇠진되었던 이전의 스타와 달리 일반적인 보편성의 의미를 생산함으로써 영웅이나 지배계급의 이미지와 일반인의 친근한 이미지를 모두 발산하여 패션리더이면서 패션수용자로서의 양면성을 나타낸다. 신체적 이미지의 이러한 양면성은 부드러운 여성적인 남성성의 이미지와 정숙미와 퇴폐미를 조화시킨 여성성이라는 새로운 미적 기준을 형성시켰다.

둘째 현대패션은 방향성과 시간성, 공간성을 혼합한 복잡한 양상으로 나타나는데 이는 21세기 유목민의 리즘적 사고방식을 드러내는 것으로 다양한 감각의 층위들이 상호 상충, 보완되면서 복합적인 절충적 양식을 취한다. 이러한 리즘적 증식을 특징으로 하는 절충성은 스트리트 패션 스타일과 스포츠웨어의 디자인적 요소가 하이패션에 도입되어서 일반적인 착장 규범을 탈피하여 개인의 취향과 개성에 따른 다양한 착장 방식을 가능케 한다.

셋째, 현대에 나타난 비진정성은 신화적 이미지들을 모방함으로써 스스로를 현재의 영웅과 동일시하려는 대중의 욕구로부터 기인된 것으로 이는 오히려 개인을 진정한 자아가 아닌 정체성과 개성을 상실한 복제품이나 재현물로 전락시킨다. 신화적 이미지가 만들어내는 가상성이나 환상이 효과적으로 작용하고 있는 사이버 공간은 가상공간이 지닌 비진정성으로 인해 기존 신화의 파기 및 새로운 신화의 재창조가 가능하다.

넷째, 신화적 이미지의 환상을 지속적인 미적 혁신의 원동력으로 삼고 있는 패션은 성적 소수자들의 패션 요소를 하이 패션에 과감히 도입함으로써 고정되고 배타적인 지배적 이미지를 탈피하여 양성성이라는 새로운 영역으로의 확장을 꾀하고 있다.

상징적 상호주의에 의해 진정성을 인정받은 양성애와 동성애 문화는 패션 연구에 있어서 상호주관주의의 타당성을 인정하고 도입함으로써 보다 적극적으로 이들 패션의 표현방식을 수용하고 있다.

다섯째, 영 파워(young power)의 부상과 포스트모더니즘의 영향으로 주류적 이데올로기의 효과적인 전략으로 사용되었던 역사성은 중심적 이론의 붕괴와 경계의 상실, 이분법적 논리의 해체, 주변부와 타자의 부상 등의 논리로 인해 중심적 담론에서 배제되는 탈역사성으로 나타난다. 이는 특히 패션쇼에서 두드러지는데 우연성과 언캐니함을 의도한 캣워크는 다양한 해프닝이나 퍼포먼스 형식을 도입해 전시나 광고를 목적으로 하는 상업적 수단으로서의 패션쇼를 미학적 탐구대상으로 확대시켰다.

신화는 다양한 수사학적인 미사어구를 통해 문화적 특이성을 보편화시켜 지배 원리에 편입시켰고 일반적인 사회적 규범으로 보편화시킨다. 역사나 이데올로기와 관련된 신화적 이미지에 대한 연구는 오히려 이를 도구화하여 의복의 발전과 유행을 가속화시키는 현대의 패션 시스템을 이해하는데 일조하리라 사료된다. 사회, 문화적 코드와 개인의 취향을 가장 적극적이고도 효율적으로 나타내는 패션에 있어서의 이러한 신화적 이미지에 대한 연구는 복잡하고도 다의적인 현대의 문화적, 이데올로기적 코드를 적절하게 해석하는 하나의 방법론을 제시하는 것이라 판단된다. 또한 신화적 이미지를 이용하여 현대 대중문화와 패션에 나타난 역사적, 이데올로기적 계승기제를 파악하고 이것의 경제적, 상업적 활용도를 높이는데 기여하고자 한다. 본 연구는 meta-fashion의 한 축으로 신화적 이미지를 상정한 것이며, 이를 통해 다양하고 복잡한 현대의 패션을 이해하고자 하는 작업이다.

참고문헌

- 1) 김영옥 (2000). 벤야민의 역사철학과 미학이론. 뷔히너와 현대문학, 15권, p. 337.
- 2) Peter Pericles Tifonas (2003). *Barthes and the Empires of Signs*. 최정우 역, 서울: 이제이북스, p. 5.
- 4) Daniel J. Boorstin (2004). *Image*. 정태철 역, 서울: 세계철, p. 254.
- 5) 사회학자들은 최빈값 형태로부터 이미지를 만드는데 최빈값이란 사회현상이 가장 자주 또는 가장 많이 일어나는 형태나 유형을 가리킨다.
- 6) Peter Pericles Tifonas (2003). 앞의 책, pp. 17-18.
- 7) *Ibid.*, p. 21.
- 8) David, M. (2002). *Ideology*. 구승희 역, 도설출판 리브

- 로, p. 12.
- 9) 나정원 (1996). 문화와 이데올로기, 사회과학연구, 제35권, p. 160.
- 10) 이데올로기가 가지는 이러한 가장된 자발적인 동의와 내면화의 효과를 이데올로기의 주체효과 라고 하며 이러한 과정을 이데올로기의 주체화 과정이라 지칭한다.
- 11) Dick Hebdige (1998). *Subculture-meaning of style*. 현실문화연구, p. 117.
- 12) 이명옥 (2003). 팜프파탈. 서울: 다빈치, pp. 34-54.
- 13) 신성림 (2003). 클림트-황금빛 유혹-. 서울: 다빈치, pp. 35-39.
- 14) Jennifer Craik (1993). *The Face of Fashion - 권위 있는 것의 모방(prestigious imitation)-*. New York: Routledge, p. 137.
- 15) Daniel J. Boorstin. *op. cit.*, p. 101.
- 16) Daniel J. Boorstin. *op. cit.*, p. 16.
- 17) 미술비평연구회 대중 시각매체 연구 분과 (1993). 상품미학과 문화이론. 눈빛, p. 43.
- 18) 미술비평연구회 대중 시각매체 연구 분과. 위의 책, p. 45.
- 19) 정체성을 제공하고 삶의 가치와 보람을 제공하는데 미치는 상품미학의 효과를 상품미학의 문화적 효과 (cultural effect of Commodity Aesthetics)라고 한다.
- 20) 미술비평연구회 대중 시각매체 연구 분과. 앞의 책, p. 70.
- 21) 리즘적 증식: 유의미하고 다양한 집결점을 가지며 여러 방향으로 열린, 중심점이 없고 불안정 하고 가변적인 체계인 리즘적 체계가 지닌 증식으로 다방향성을 지닌 복잡하고 상호 유의미하게 관련되어 있는 형식을 뜻한다.
이진경 (2002). 노마디즘 : 천의 고원을 넘나드는 유쾌한 철학적 유목. 휴머니스트, 1, pp. 35-42.
- 22) mimesis: 그리스어에서 미메시스란 존재하는 대상의 모방을 넘어 일체의 감각적 대상화, 즉 눈에 보이는 것을 만들어 내는 일체의 행위를 뜻하는 것으로 피그말리온이 진짜 처녀를 만들 어내는 것과 같은 행위를 뜻한다. 후에 이것은 라틴어 아미티오(amitio)로 번역되면서 대상의 복사로 그 의미가 축소되었다.
진중권 (2003). 앙겔루스 노부스. 아웃사이더, pp. 42-48.
- 23) Christopher Breward (2003). *Fashion*. Oxford Univ. Press, pp. 129-130.
- 24) 통사론(syntax): 문장의 의미를 구조에 따라 파악하는 방법으로 문장을 구성하는 요소들 사이의 관계 및 배열형태 에 관해 연구하는 것이다. 또한 문자에 있어서의 문법이나 논리적 측면까지도 확대되어 연구되어진다. <http://san.hufs.ac.kr/>
- 25) Fred Davis. *Fashion. Culture and Identity*. Chicago Univ. Press, p. 157.
- 26) *The daily focus*. 2004년 11월 2일, p. 18.
- 27) Mary Edward Walker. *Fashion Theory-A Matter of Wardrobe-*, 2(3), Burg Publish, p. 245.
- 28) Joanne Entwistle & Elizabeth Wilson (2001). *Body dressing*. Oxpord Press, p. 92.
- 29) Christopher Breward. *op. cit.*, p. 142.