

# 이국적(exotic) 이미지의 유형 확장 -2001년~2006년 국내 여성복을 중심으로-

이 미 연<sup>†</sup>

우송정보대학 패션스타일디자인과

## The Expanding of Types of Exotic Image -Focusing on the Domestic Women's Wear from 2001 to 2006-

Miyoen Lee<sup>†</sup>

Dept. Fashion Style & Design, Woo-Song Information College

(2007. 5. 3. 접수)

### Abstract

This study is to define correctly the concept of exotic image that evolved in domestic fashion since 2001 and to analyze the characteristics and current tendency of the domestic fashion items of the exotic image. Thus this study will be helpful in establishing an academic field of the exotic image in the domestic fashion industry which can offer the ideas necessary for the style and item developments. As for the research method of this study, the frequency and content multi-dimensional analysis were used in the investigation of the exotic images appearing in the domestic fashion brands. The types of exotic image are 'ecological', 'folk & ethnic costume', 'kitschy bricolage', 'womanish', 'period' types by analyzed with the elements of exotic images in the domestic women's fashion brand. The exotic image in domestic fashion market in the middle of 2000s is the results of fusion phenomena among various trend styles, and through the compromise and mixture of different elements, exaggerations, and historically different times of old and new. In conclusion, the contemporary concept of exotic image is expanded by the sum of many contributing images. They are the folk · ethnic costume image originating from various different cultures and also the fusion images of folk · ethnic costumes from non-urban, not-modern, not-industrialized images compromised with unfamiliar codes.

**Key words:** Kitschy bricolage, Womanish, Period, Folk & ethnic costume, Ecology; 키치적 브리콜라주, 여성스러운, 시대적, 민속 · 민족 복식, 에콜로지

## I. 서 론

패션의 흐름은 다양성, 차별성과 함께 기존의 각종 패션을 해체, 취합, 절충하여 새로운 형태를 만들어 내며, 이러한 형태들은 편협적이고 단순한 양식의 재부활에서 벗어나 새로운 시각에서 되돌아봄으로써, 포스트모더니즘 패션이 결실을 맺는 즉, 포스트모더

니즘 패션의 성숙이라는 큰 흐름을 이루고 있다. 포스트모더니즘 패션에 있어서 이국적 이미지는 과거의 지역적, 민족적, 민속적 양식에서 해체되어 다차원적인 패션으로 부활되면서, 이국적 이미지의 개념과 패션 스타일이 변화되고 있다. 이국적 이미지의 변화는 포스트모더니즘 시대의 양면성, 다면성, 기호의 뒤범벅과 과잉 등 패션의 불안정감(막연한 부호들이 아무런 속박 없이 유포되는)으로 미쳐버린 소비자주의, 다원주의 및 허구의 세계관과 부합(크레이크, 1999/2005)하

<sup>†</sup>Corresponding author

E-mail: myblue204@naver.com

는 것이라 할 수 있다. 따라서 이국적 이미지 패션은 단순한 주기적 순환에 의한 복식 유행(fad)이라고 보기보다, 이제는 연속선상에서 그 시대의 특성에 따라 지속적으로 변화됨을 보여주는 복식 유행(fashion)이라 할 수 있을 것이다.

한편 국내 패션 마켓은 외국의 하이 패션과 마찬가지로 과거의 복식과 다른 문화권의 복식, 그리고 대중문화와 하위문화로부터 새로운 아이디어나 테마, 모티브를 끊임없이 찾아 다른 패션 시스템을 살살이 살피서 도용하고 조립(크레이크, 1999/2005)할 뿐만 아니라, 국내패션 시스템에서 독창적이고 국내 현실에 맞는 수용 가능한 코드와 관습의 명시적 의미를 구체화하고, 복식 행동을 제한하며, 수용가능한 방법과 그렇지 못한 방법을 규정하고, 국내 패션의 규칙을 끊임없이 수정한다.

그러나 패션의 역사와 복식 시스템의 기록들은 대부분 외국의 하이 패션(오프퍼퓸르 또는 엘리트 디자이나 패션)을 중심으로 작성되어 왔으며, 이국적 패션과 관련된 최근의 국내 연구(간문자, 1996; 김수경, 2003; 나현신, 2001; 박은주, 은영자, 1999; 송명진, 양숙희, 1992; 안유정, 2001; 유태순, 정윤희, 1996; 이정희, 2003; 이봉덕, 2001; 이상례, 1994; 이정희, 2004; 최혜정, 2000)에서도 대부분 해외 컬렉션이나 패션 잡지 사진자료로서 고찰하거나 분석하여 조형적 특성을 도출하거나 규명하였다. 즉, 그 동안 외국의 하이 패션과는 달리 국내 패션은 피상적으로만 연구되어 왔기 때문에 국내 상품에 대한 직접적인 연구는 미흡한 실정이라 할 수 있겠다.

따라서 본 연구는 21세기 국내 패션 브랜드에 전개된 이국적 이미지 상품을 분석함으로써 이국적 이미지의 유형과 흐름을 파악하고 국내 마켓에서의 이국적 이미지의 개념을 규명하고자 한다. 그럼으로써 국내 패션에 있어서의 이국적 패션의 이론을 학문적으로 정립하고, 국내 패션 마켓에서의 이국적 패션 상품의 스타일 개발은 물론 국내 패션 디자인 분야의 상품 개발에 필요한 아이디어를 제공하고자 하였다.

## II. 이론적 고찰

### 1. 이국적(exotic) 이미지의 확장 배경

#### 1) 글로벌리즘(Glocalism)

글로벌리즘은 세계통합주의(Globalism)와 지역중심주의(Localism)가 결합해 탄생한 새로운 개념의 용어

로 2001년부터 등장하기 시작하였다(“글로벌리즘”). 자국문화를 세계화(globalization)하는 동시에 세계문화를 자국화(localization)할 수 있는 방법으로서, 세계화와 자국화의 과정에서 하나의 간극으로 남게 되는 다공성(多空性) 즉 문화적 비중심성을 채워주는 개념이다. 다시 말해, 국내 패션에서의 글로벌리즘은 외래문화의 범람에 대해서 능동적이고 적극적으로면서도 비판적으로 대처할 수 있는 대안이 되는 다문화주의의 영향으로, 한국의 문화와 전통을 세계화하는 동시에 한국 문화와 전통으로서의 정체성을 유지하는 것으로 세계와 동질화하면서도 한국 고유의 문화로서 이질적인 면을 찾는 것을 의미한다.

따라서 21세기가 지향하는 글로벌리즘은 세계통합주의, 지역중심주의, 동질화, 이질화 등 이분법적 대립에 머무르지 않고, 양쪽의 장점을 서로 인정하고 받아들이면서 새로운 질서 체계로 나아가 패션에서 강렬하게 표현되어지고 있는 지역적, 민족적, 민족적 색채에서 벗어나 다른 패션과 하이브리드(hybrid)되고 퓨전(fusion)되면서 새로운 스타일의 이국적 패션을 확장시키고 창조시키는 배경이 되었다고 할 수 있겠다.

#### 2) 소비자의 소비 양극화와 니즈의 다극화 현상

소비자가 중심에 선 21세기 패션은 소비자의 소비 성향과 취향 그리고 스타일의 니즈에 의해 결정된다. 소비자의 소비성향에 있어서 소비의 양극화가 더욱더 심화됨에 따라, 고소득층의 다양한 요구에 부응하기 위한 해결책으로서 스타일의 세분화와 고급화 현상을 가지고 왔으며, 또한 저소득층의 한정적인 경제여건 속에서도 그들의 문화욕구를 충족시키기 위한 스타일들이 보편화 되고 있다. 특히 국내 패션 마켓에서 불고 있는 초저가 브랜드의 출시와 주 5일 근무로 인한 라이프스타일의 패러다임 전환이 소비 양극화와 니즈의 다극화 현상을 불러왔다. 초저가 브랜드들은 타의 추종을 불허하는 가격뿐만 아니라 확실한 이미지 만족을 동시에 제공함으로써, 소비자에게 쇼핑의 즐거움을 제공하여 2000년대에 접어들면서 중저가 시장을 크게 확대시켰으며, 이어 최근 활인점업계의 패션 비중 확대가 소비 양극화를 진전시키고 있다. 주 5일 근무의 영향으로 인한 라이프스타일의 패러다임의 전환은 휴식을 단순히 남는 시간이 아닌 자아실현과 재창조의 시간으로의 인식을 유도하여 소수 매니아 중심으로 영위되던 다양한 문화 활동을 일상화, 보편화시켰으며, 온라인의 진화와 여행의 대중화로

인한 세계문화의 경험으로 컬처(culture)와 개성을 표현하는 스타일의 요구가 생겨났다.

따라서 소비의 양극화와 소비자의 취향 그리고 다양한 스타일의 요구는 이국적 이미지 패션의 요구로 이어짐으로서 이국적 이미지 패션의 확장 배경으로 나타난 것이라 할 수 있겠다.

### 3) 하이브리드(hybrid)와 퓨전(fusion)의 코드화

하이브리드는 다원적 요소들 간의 수평적 조절과 조화를 통해 다양한 재현적 양태를 의미(이효진, 김주연, 2005)하는 것으로, 이러한 양상은 혼성모방(pastiche), 패러디(parody), 콜라주(collage) 같은 기법을 통해 패션에 반영된다(김민자, 2000). 이때 결합한 각각의 장르의 기능과 형태는 전체 혹은 일부분으로 남아 장르 간 결합을 분명하게 드러내게 된다(김자민, 하지수, 2005). 패션에 나타난 하이브리드는 다른 이질적인 것들의 혼합된 현상으로 낯설고 이질적이거나 결합하기 힘든 것들이 혼합되어 완전히 융해되지 않고 신비하고 기괴하고 환상적인 외형의 새로운 패션 이미지를 창출하고 있다(김수경, 2003).

또한 퓨전은 이질적인 요소들이 합쳐져서 새로운 형태와 이미지를 창출하는 것으로, 급변하는 제 3의 패션을 창출하는 만능의 도구로서 활용되는 하이브리드의 단순한 혹은 다원적 결합에서 한 단계 발전시킨 제 4의 문화양식으로, 모든 문화와 패션에 사용된 모든 이미지와 소재 그리고 과거의 모든 시대에 표현된 이미지와 스타일을 해체하고 절충하여 다양한 요소들이 함께 뒤범벅 함으로써 전혀 새롭거나 애매모호한 이미지를 창출하는 창조적 디자인의 발전소가 되고 있다.

그러므로 하이브리드와 퓨전이라는 문화기위드는 더 이상의 현상이 아니라 생활 저변의 코드로 위치하게 되었으며, 미래를 주도할 신 소비 집단들의 복합된 감성을 만족시킬 수 있는 새로운 해법(한정환, 2001)으로 등장하였다고 할 수 있겠다. 따라서 하이브리드와 퓨전의 코드화는 이국적 요소와 다른 특성들을 함께 혹은 따로따로, 조화롭게 혹은 전혀 낯선 방법으로 이국적 이미지를 창조하여 이국적 패션의 확산 배경이 되었다고 할 수 있겠다.

## 2. 이국적 이미지의 개념과 요소

### 1) 이국적 이미지의 개념

‘이국적(exotic)’의 근원은 그리스어의 엑소티코스

(exotikos: 외국의, 외래의)에서 유래한 말(두산동아세계대백과사전연구소, 2002)인 이그조티시즘(exoticism)으로 외국(유럽을 제외한 다른 나라)에서 유럽으로 들어온 것을 의미하였지만, 19세기 중반 경부터는 그 의미가 확대되어 반드시 외국에서 온 것만으로 국한되지 않았으며, ‘외국에 있는 것’이나, ‘일반적으로 외국적인 것’을 의미하게 되었다(Souriau, 1990).

패션에 나타난 이국적 이미지의 문헌에서 채금석(2002)에 의하면 서양 시각에서 바라본 이국적 스타일은 일반적으로 낯설음-즉 새로움으로부터 출발되며, 그 감수성은 ‘다양한’ 개념, ‘여러 요소’의 전방, ‘불안한 기이함’의 감정으로 정의될 수 있다고 하였다. 송명진, 양숙희(1992)는 자기 나라나 민족에서 볼 수 없는 다른 풍물과 정서의 동경을 통해 예술적 효과를 높이는 것을 가리킨다고 하였다. 그리고 김수경(2003)은 이국적 이미지는 유럽지방, 기독교 문화권의 민속의상을 의미하는 포클로어(folklore) 이미지와 같이, 비 서양적이고 비 도시적이며 비 현대적인 이미지를 가진 복식 특성에 대한 요소가 반영된 이미지라고 하였다. 또한 제니퍼 크레이크(크레이크, 1999/2005)는 ‘이국적’이라는 용어는 두 가지 뜻으로 사용된다고 정의하면서 그 첫째는, 패션 또는 스타일이 유희적이거나 물신적(物神的)인 성질 혹은 패션에서의 외래적이거나 희귀한 특징을 가리켜, 결과적으로 이국적 패션은 전통복장, 예전의 패션 룩, 하위문화, 그리고 ‘이국적’으로 여겨지는 다른 문화 등의 ‘다른 룩과 패션’에서 ‘이국적인’ 테크닉과 코드를 차용해오는 것이라고 하였다. 두 번째는, 서구 패션에서 ‘이국적’이란 용어는 새로운 패션 코드의 요소들로 이전이나 현재 테크닉과 현저히 ‘다르다’고 코드화된 ‘새로운 룩’을 일컫는데 사용된다고 하였다.

따라서 문헌을 통해 살펴본 이국적 이미지의 개념은 비 서구문화권의 복식 이미지에 한정하지 않고 각 문화와 국가에서 발생한 민속·민족 복식 이미지뿐만 아니라 비 도시적·비 현재적·비 산업적인 이미지와 기존의 패션 테크닉에서 벗어난 외래적인 패션 혹은 새로운 룩으로 표현되어지는 낯설음의 감성까지 포함한 이미지로 정의 할 수 있겠다.

### 2) 이국적 이미지의 요소

다음의 이국적 이미지의 요소는 선행연구를 통하여 1900년대에서 1990년대까지의 이국적 이미지를 연구, 파악한 이국적 이미지 요소에 근거하여 분류하였다.

### (1) 내추럴(natural) 이미지

내추럴 이미지는 자연주의(naturalism) 즉 '자연을 미화하거나 이상화하지 않고, 자연에 깊은 애정을 갖고 그 속에 젖어들면서 자연과 같이 호흡하는 표현양식' (서국진, 1988)에서 파생된 이미지이다. 따라서 내추럴 이미지란, 에콜로지(ecology)의 한 양상으로, 과학기술의 발달에 의한 지구의 생태학적 위기로 인하여 인위적이며 구조적인 형태에서 벗어나 자연적인 것에 기본을 둔 에콜로지의 순수성과 자연의 생명력에 대한 향수를 표현(이경아, 전혜경, 1998)한 이미지인 것이다. 현대 패션에 표현된 내추럴 이미지의 특징으로는 자연을 모티브로 한 자연의 색상과 문양, 천연소재, 천연염료, 자연스러운 실루엣 등으로 전원풍의 스타일과 얇고 소프트한 소재로 인체의 움직임에 따라 인체의 곡선을 자연스럽게 드러내 보이는 드레이핑(draping) 스타일 그리고 입체적으로 인체의 곡선을 왜곡된 없이 자연스럽게 드러내 보이는 스타일로 분류될 수 있다.

### (2) 프리미티브(primitive) 이미지

프리미티브의 사상적 기저가 되는 원시주의(primitivism)는 19세기말부터 가속화되어 20세기에 전성기를 이룬 기계주의, 모더니즘에 반대되는 이즘(Ism)이다. 자본주의의 발생으로 인한 여러 가지 폐해, 예컨대 화폐육, 물육의 지배와 그것에 바탕을 둔 인간의 상호 적대시에 대한 비판(학원출판공사사전편집국, 1993) 그리고 기계문명에 밀려난 인간성의 회복에 그 중점을 두었으며, 1980년대 후반에 들어서면서는 패션의 주요한 테마로 부상하기 시작하였다. 현대 패션에 표현된 프리미티브 이미지는 문명 이전에 존재했던 세계의 모습을 추구하고자, 원초적이고 야수적인 생명력과 토속적인 복식 이미지를 표현하여 원시로의 회귀와 동경을 추구하는 것으로 정의할 수 있다. 그 스타일로는 원시부족의 이미지를 연상케 하는 봉체를 극소화시킨 박스실루엣이나 걸쳐 입는 형태 또는 몸에 피트(fit)시켜 과다한 노출을 하는 스타일이 있으며, 문명의 세례를 받지 않은 색, 활동적이고 생동감 넘치는 색채와 동식물에서 영향 받은 프린트, 천연재료나 원시적 가공소재의 사용, 원시적인 이미지를 상징하는 기하학적인 패턴과 자연 대상을 사실적으로 묘사한 패턴문양이나 장신구 그리고 미완성과 핸드메이드(hand-made) 효과를 그 특징으로 한다.

### (3) 포클로어(folklore) 이미지

포클로어는 'folk'를 무엇으로 또는 어떻게 규정하느냐에 따라 포클로어에 대한 개념규정에 상당한 견

해차이가 있다. 그러나 포클로어는 인종을 초월한 지역사회의 습속에 중점을 두는 것으로, 도시문화보다도 농어촌, 문화 상류 계층보다는 하층 서민의 생활문화 속에 있어서 전승적인 복장이라는 뜻의 비교적 문명단계가 발달한 유럽에서의 민속복으로, 그 전체에는 도시와 농어촌, 상층 사회와 하층 사회와의 대립의 관계를 상징하고 있다(杉本正年, 1979). 따라서 포클로어 이미지는 농촌 사회의 의상이나 유럽 도회지에서 수 세기에 걸쳐 발전된 혹은 지방이나 민속집단의 독자성을 표현하는 풍속, 풍습, 형태, 색상, 소재, 기술 등이 나타나 어느 정도 유행을 따르지 않은 의복들을 의미하며, 또한 지역적으로는 비교적 문명이 발달한 유럽 기독교권 나라 즉 유럽과 미주지역의 민족이 갖는 서민 혹은 농민의 민속복식 이미지라고 정의할 수 있겠다. 포클로어의 패션 스타일에는 장식적이며 전원취향의 페전트(peasant) 스타일, 유럽 서민민속 스타일, 올드 컨트리 스타일, 웨스턴 스타일이 있다.

### (4) 에스닉(ethnic) 이미지

에스닉 이미지는 민족 집단이나 각 국가에 따른 신체적 요인과 역사적 요인, 풍습과 전통 등의 문화적 요인, 자연적 요인, 재료와 기법적 요인 등에 따라 공통적으로 공유하며, 타문화와 뚜렷이 구별되는 독특한 양식이 표현(김지연, 1999)된 이미지이다. 또한, 에스닉에는 '인종의, 민족의, 이교도의'라는 의미가 포함되어 있어, 민족의상에서 영향을 받아 디자인된 민족풍을 의미(패션조사전문찬위원회, 1999)하기도 하며, 비기독교 문명권의 이교정취가 풍기는 이미지를 의미하여, 이슬람교나 불교와 같은 기타의 종교를 갖는 지역, 즉 중동에서 아시아를 중심으로 하여 잉카 등의 고대 아메리카나 아프리카의 민족 이미지를 의미하기도 한다(Geoffroy-Schneither, 2001).

따라서 에스닉 이미지는 구미(europe and america)를 제외한 민족 즉, 이교도의 각 나라를 대표하는 전통 민족복식 이미지이며, 다른 민속과의 차별성과 고유성을 나타내고 그 조형양식을 응용하여 전통적이면서 이국적인 감각의 민속적 이미지로 정의할 수 있겠다. 패션에 나타난 에스닉 이미지는 구미를 제외한 나라의 민속 이미지를 복식에 응용한 스타일이 대부분이며, 또한 지금은 사라지고 없는 고대 과거의 부족·종족의 복식 스타일과 현대 복식에 와서 등장한 트로피칼(tropical)과 오리엔탈(oriental) 스타일이 에스닉 스타일에 포함된다.

### (5) 낯설음(unfamiliarity) 이미지

낯설음은 이국적 이미지의 기저에 있는 감성으로,

19세기에 맹위를 떨친 러시아 리얼리즘의 안티체제로 발생한 신비주의적 문화운동인 러시아 형식주의(Formalism)에서 출발하였으며, 장르의 구분이 애매해지고 다원화되어 기존의 낡고 인습적인 추구라는 것은 더 이상 새로움과 충격을 주지 못하는 산물로 작용하게 되는 사회·문화적 배경으로 나타난 '낯설게 하기(defamiliarization)' 개념을 그 배경으로 한다. 러시아 형식주의에 나타나는 주요 용어인 '낯설게 하기'는 빅토르 쉬클로프스키(Victor Shklovsky)가 예술적 지각과 문학적 담론의 독특한 성질을 기술하기 위해서 사용하였다. '낯설게 하기'는 단어 그대로의 해석으로는 이상하게 만들기(make strange)를 의미하며, 형식주의자들은 '낯설게 하기'를 예술의 중심과제라고 강조하고 '예술의 목적은, 사물이 알려진 그대로가 아니라, 지각되는 그대로 감각을 부여하는 것'(명은정, 2005)이라 주장하였다. 또한 '낯설게 하기'를 연극의 서사기법으로 고안한 독일의 극작가 브레히트(brecht)는 기존의 부르주아 연극이 계급사회의 현실을 불변의 자연스러운 것으로 받아들이게 하여 수용자로 하여금 현실의 모순을 객관화시켜 적극적으로 사고하게 하기보다 수동적인 소비자로서 머물게 한다는 비판에서 출발하였다. 즉, 그의 '낯설게 하기'는 오히려 현상과 본질의 모순성을 보여줌으로써 관객 스스로가 적극적으로 사고하게 하며 단순한 예술적 형식만이 아니라 미학에 대한 사고전환을 요구하고, 소격(疎隔: 소외와 충격)효과를 통해 얻을 수 있는 것(이건희, 2001)이었다. 이러한 '낯설게 하기'의 '낯설음'은 문화의 한편에서 산업자본주의의 과학화에 의한 삶의 현상과 모습이 고정화되고 상식화된 것의 새로운 시도(명은정, 2005)로서 이국적인 속성으로 존재하여 왔으며, 특히 패션에 있어서의 낯설음은 패션의 이국성과 창의성 그리고 유행과 밀접한 관계를 맺으면서, 패션 스타일의 다양성과 일탈성 그리고 트렌드를 이끄는 역할을 한다고 할 수 있겠다.

따라서 낯설음은 기존의 패션 모습들에서 고정화되고 습관화되었으며 상식화된 것들을 새롭게 변모시키는 이국적 테크닉으로 존재되며, 패션 구조의 해체와 파괴, 경계의 확장, 시공간 개념의 변화, 탈코드화 같은

특징으로, 합리적인 모든 것과 상식적인 조합으로부터 등을 돌리고, 서로 어울리지 않는 장르의 혼합이나 파편화된 이미지들을 과장되게 부각시키고 전혀 엉뚱한 이미지들을 집어넣어 새로운 관계를 맺게 함으로써, 이질화와 낯설게 하는 방식으로 우리의 지각과 현재의 패션 테크닉을 새롭게 표현할 수 있는 도구인 것이다.

### III. 연구방법 및 절차

국내 패션 브랜드 상품에 나타난 이국적 이미지 유형을 분석하기 위해 국내 여성복 상품을 국내 여성 패션 디자인 실무 경력이 7년에서 12년의 패션 전문가 5인에게 제시하여 이국적 상품을 선정케 하였으며, 분석에 앞서 이론적 고찰을 통한 이국적 이미지의 개념과 유형을 설명하였다. 또한 공통적으로 추출된 이국적 상품은 위의 같은 분석자들로 이국적 이미지를 분류하였으며, 내용 분석으로 이국적 이미지를 다시 유형화하였다. 분석자료는 삼성패션연구소와 인터패션 플래닝 그리고 퍼스트뷰코리아의 국내 여성복 마켓 리서치를 통해 조사된 국내 패션 브랜드 상품사진 전체 35,728개의 상품사진을 제시하여 분석자 전원이 이국적 이미지 상품으로 판단한 분석대상 총 1,174개를 추출하여 사용하였다. 연구범위는 이국적 이미지가 두드러지게 나타난 2001년 ss시즌 이후부터 2006년 fw시즌까지의 여성 캐주얼과 캐주얼 그리고 커리어 웨어로 제한하였으며, 캐주얼 웨어로 478개의 상품 사진과 646개의 캐주얼 웨어의 상품사진 그리고 50개의 커리어 웨어 상품사진이 사용되었다.

연구방법으로는 내용분석방법과 이국적 이미지의 연도별·시즌별 흐름과 이국적 이미지의 유형 계량화를 위해 빈도분석을 하였다. 내용분석방법으로는 위의 패션 전문가에 의해 이국적 이미지 상품으로 선정된 각 상품사진에 내재된 이국적 이미지를 먼저 분류하였으며, 각각의 이미지 상품사진을 다시 분석하여 유형화하였다. 또한 국내 여성복에 나타나 이국적 이미지 요소는 문헌고찰을 통해 나타난 요소와 2001년에서 2006년까지의 패션 트렌드 정보에 나타나 이국적 이미지를 추출하여 사용하였다. 연도별 각 시즌의

<표 1> 연도별 각 시즌의 이국적 이미지 분석상품 사진 수

연도별 각 시즌	2001ss	2001fw	2002ss	2002fw	2003ss	2003fw	2004ss	2004fw	2005ss	2005fw	2006ss	2006fw	Total
이국적 이미지의 분석상품 사진 수	9 (0.77%)	9 (0.77%)	19 (1.62%)	19 (1.62%)	30 (2.56%)	10 (0.85%)	54 (4.60%)	28 (2.39%)	381 (32.45%)	282 (24.02%)	150 (12.78%)	183 (15.59%)	1174 (100%)

이국적 이미지 분석상품 사진 수는 <표 1>과 같다.

#### IV. 국내 패션 브랜드 상품에 표현된 이국적 이미지 유형

##### 1. 이국적 이미지의 요소와 특성별 유형

국내 여성복의 이국적 이미지로 분류된 상품을 분석한 결과 이국적 이미지의 요소로 '내추럴' 이미지, '프리미티브' 이미지, '포클로어' 이미지, '에스닉' 이미지, '로맨틱(romantic)' 이미지, '엘레강스(elegance)' 이미지, '스플렌디드(splendid)' 이미지, '시덕티브(seductive)' 이미지, '레트로(retro)' 이미지, '보헤미안(bohemian)' 이미지, '아티스틱(artistic)' 이미지, '극단적 절충' 이미지가 주로 표현되었으며, 그 외 소수의 '전통적인' 이미지, '고전적인' 이미지, '빈티지(vintage)' 이미지, '키덜트(kidult)' 이미지, '모던(modern)' 이미지가 추출되었다.

'내추럴' 이미지는 58개의 이국적 이미지 상품에 표현되었으며, <그림 1>과 같이 인체 곡선을 드러내거나 강조하지 않으며, 자연을 연상시키는 자연 패턴문양과 색감 그리고 전원풍의 이미지로 2005년 ss시즌과 2006년 fw시즌에 주로 나타났다.

'프리미티브' 이미지는 88개의 이국적 이미지 상품이 추출되었으며, 물질문명이 진전되지 않은 원시인의 상흔 이미지와 원시자연 이미지, <그림 2>와 같은 원시부족의 미술요소를 현대 복식에 적용시킨 원시예술 이미지, 그리고 원시공예품의 이미지로 2002년 fw시즌과, 2005년과 2006년의 각 ss시즌과 fw시즌에 주로 나타났다.

'포클로어' 이미지는 82개의 이국적 이미지 상품에 표현되었으며, 실용적인 스칸디나비아안과 노르딕 문양 이미지와, <그림 3>과 같은 유럽풍의 전원 이미지, 유럽전통 이미지, 패치워크 이미지, 그리고 북유럽의 밀리터리풍과 서민민속복식 이미지로 2005년과 2006년의 각 ss시즌과 fw시즌에 주로 표현되었다.

'에스닉' 이미지는 215개의 이국적 이미지 상품이 추출되었으며, <그림 4>와 같은 세계 여러 나라의 민속이미지와, 멀티-에스닉 이미지, 아프리카 이미지, 러시아 이미지, 타이염색기법의 인도 이미지, 트로피칼 이미지, 한국 이미지, 중국 이미지, 동남아시아 이미지, 그리고 일본 이미지로 2001년에서 2006년까지의 모든 ss시즌과 2005년과 2006년 fw시즌에서 주로 표현되었다.

'로맨틱' 이미지는 67개의 이국적 이미지 상품에 표현되었으며, <그림 5>와 같이 주름과 셔링을 이용한 사랑스러운 이미지와, 꽃문양 자수와 과도한 장식, 그리고 레이스 소재의 패치워크 효과로 2004년에서 2006년까지의 각 ss시즌과 2006년 fw시즌에 주로 나타났다.

'엘레강스' 이미지는 96개의 이국적 이미지 상품에 표현되었으며, <그림 6>과 <그림 7>과 같이 아르누보적인 화려한 문양과 아르데코스러운 우아함을 디자인에 활용하여 A라인이나 플레어 실루엣으로 우아하면서도 매력적인 여성스타일과, 드레이핑 효과로 고대여신의 이미지, 장식적인 고전 패턴 문양과 화려하지 않은 장식으로 기품있는 엘레강스 이미지, 그리고 미니멀한 아방가르드 이미지로 2004년에서 2006년까지의 각 ss시즌과 2005년과 2006년의 각 fw시즌에 주로 표현되었다.

'스플렌디드' 이미지는 51개의 이국적 이미지 상품에 표현되었으며, <그림 8>과 같이 화려한 패턴 문양과 과장된 프릴장식, 화려한 비즈자수와 장식의 화려한 이미지로 2004년에서 2006년까지의 각 fw시즌과 2006년 ss시즌에 주로 표현된 것으로 분석되었다.

'시덕티브' 이미지는 87개의 이국적 이미지 상품이 추출되었으며, 모던한 문양과 강렬한 색상대비 그리고 화려한 비즈장식을 함께 표현한 음란하고 퇴폐적인 이미지와, 여성의 신체를 드러내어 성적 매력을 표현하는 섹시 이미지, 화려한 색상과 비치는 소재를 사용하여 여성의 풍부한 볼륨감을 표현한 글래머 이미지, <그림 9>와 같이 화려하면서 강렬한 색채와 장식적으로 표현하는 도발적인 이미지로 2005년의 ss시즌과 fw시즌에 주로 표현되었다.

'레트로' 이미지는 국내 패션 브랜드에 전개된 122개의 이국적 이미지 상품에 표현되었으며, <그림 10>과 같은 60's, 70's, 80's 복고 이미지와, 어린 시절의 복장이미지, 80년대 풍의 레트로 트로피칼 이미지, 그리고 60년대 동양의 이미지를 표현한 히피 이미지, 60년대의 팝 이미지, 노스탈지아 이미지, <그림 11>과 같은 공주풍 이미지로 표현되었다. 레트로 이미지는 2003년에서 2006년까지의 각 ss시즌과 2006년 fw시즌에 주로 표현된 이미지인 것으로 분석되었다.

'전통적인' 이미지는 국내 패션 브랜드 상품에 표현된 이국적 이미지로 거의 나타나지 않았으며, 영국과 유럽의 전통 체크와 칼라 이미지로 전통적인 이미지를 표현하였다.

‘고전적인’ 이미지는 <그림 12>와 같이 장식적이면서도 음란하고 엄격함을 표현하는 바로크 이미지와 과도한 장식의 밀리터리 이미지 그리고 고전 문양을 활용한 이미지로 2005년 fw시즌에 표현되었으며,

국내 패션 브랜드 상품의 이국적 이미지로 23개의 상품이 추출되었다.

‘보헤미안’ 이미지는 49개의 이국적 이미지 상품이 추출되었으며, 방랑자적인 이미지, 히피 이미지, 오래

<표 2> 국내 패션 브랜드 상품에 전개된 이국적 이미지 유형별 요소 사진

이미지	ecology 유형		folk&ethnic costume 유형		womanish 유형	
	natural	primitive	folklore	ethnic	romantic	elegance
이국적 상품						
자료 출처	<그림 1> 2005년 4월 인터패션플래닝 THURSDAY ISLAND	<그림 2> 2001년 6월 삼성패션연구소 KILLERLOOP	<그림 3> 2005년 6월 삼성패션연구소 SYSTEM	<그림 4> 2005년 5월 퍼스트뷰코리아 TOMBOY	<그림 5> 2006년 가을 삼성패션연구소 LYNN	<그림 6> 2005년 8월 인터패션플래닝 RENEVON
이미지	womanish 유형			period 유형		
	elegance	splendid	seductive	retro	retro	고전적인
이국적 상품						
자료 출처	<그림 7> 2006년 겨울 삼성패션연구소 MOJO	<그림 8> 2005년 12월 삼성패션연구소 KUHO	<그림 9> 2006년 7월 인터패션플래닝 MOJO	<그림 10> 2005년 1월 삼성패션연구소 ANIVEE F	<그림 11> 2005년 7월 삼성패션연구소 RENEVON	<그림 12> 2005년 11월 퍼스트뷰코리아 ZOOC
이미지	period 유형			kitchy bricolage 유형		
	bohemian	modern	vintage	kidult	artistic	극단적 절충
이국적 상품						
자료 출처	<그림 13> 2006년 4월 인터패션플래닝 THURSDAY ISLAND	<그림 14> 2005년 2월 인터패션플래닝 96NY	<그림 15> 2005년 3월 삼성패션연구소 TANKUS	<그림 16> 2005년 7월 삼성패션연구소 LECOG SPORTIVE	<그림 17> 2005년 2월 삼성패션연구소 ANIVEE F	<그림 18> 2004년 가을 퍼스트뷰코리아 OBZEE

된 베틀시장 이미지, <그림 13>과 같은 수공예 이미지로 2005년 fw시즌과 2006년 ss시즌에 주로 표현되었다.

‘모던’ 이미지는 <그림 14>와 같은 사이버-그래픽적인 이미지로 표현되었으며, 국내 패션 브랜드의 이국적 이미지로 18개의 상품이 추출되었다.

‘빈티지’ 이미지는 <그림 15>와 같이 비대칭 패치워크 이미지와 시접을 걸어로 처리하거나 시접처리하지 않은 기법으로, 국내 이국적 이미지로 10개의 상품에 표현된 것으로 분석할 수 있었다.

‘키덜트’ 이미지는 <그림 16>과 같은 큐트(cute) 이미지와 어린아이 이미지, 60년대의 팝 그래픽 이미지로 표현되었으며, 국내 패션 브랜드의 이국적 이미지에 17개의 상품이 추출되었다.

‘아티스틱’ 이미지는 국내 패션 브랜드에 전개된 99개의 이국적 이미지 상품에 표현된 이국적 이미지로, <그림 17>과 같은 키치 이미지와 원단의 패치워크를 통해 비대칭적이고 재활용적인 이미지, 보헤미안적인 빈티지 이미지, 핑크 이미지, 미스 앤 매치 이미지, 뉴 아트 웨어(new art wear) 이미지, 팝 이미지, 예술적인 이미지로 2005년의 ss시즌과 fw시즌 그리고 2006년 fw시즌에 주로 표현되었다.

‘극단적 절충’ 이미지는 77개의 국내 이국적 이미지상품에 표현되었으며, 2005년과 2006년의 각 ss와 fw시즌에 주로 표현된 것으로 분석되었다. 극단적 절충 이미지는 민속적 이미지와 현대적 이미지의 조합, <그림 18>과 같은 소재와 장식의 이질적 조합, 남성과 여성의 성적 이미지의 조합, 아방가르드 이미지와 매니쉬 이미지의 조합, 원시적인 이미지와 정교화고 화려한 이미지의 조합으로 표현되었다.

이상과 같은 이국적 이미지는 다음과 같은 특성으로 유형화되었다.

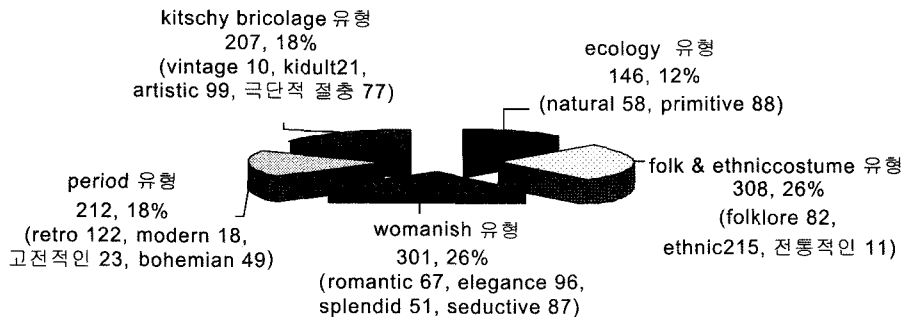
이국적 이미지 요소인 ‘내추럴’ 이미지와 ‘프리미티브’ 이미지는 자연과 환경의 본성과 생태에 대한 향수에서 비롯된 비 문명적 자연 요소라는 특성으로 ‘에콜로지’로 유형화되었으며, 에콜로지 유형으로 146개의 이국적 이미지 상품이 추출되어, 총 1174개의 국내 패션 브랜드 상품의 이국적 이미지에서 12%를 구성하는 유형인 것으로 분석되었다.

‘포클로어’ 이미지와 ‘에스닉’ 이미지는 각 민족과 국가별로 공유되어진 타 문화와 구별되는 독특한 양식이 표현되어진 각 민족의 민속복식 이미지 특성으로 ‘민속·민족 복식’으로 유형화되었으며, ‘민속·민족 복식(folk & ethnic costume)’ 유형은 308개의 이국적 이미지 상품에 표현되었으며, 26%의 국내 패션 브랜드 상품에 나타난 이국적 이미지를 구성하는 유형인 것으로 분석되었다.

이국적 이미지 요소인 ‘로맨틱’, ‘엘레강스’, ‘스플렌디드’, ‘시덕티브’ 이미지는 여성의 오랜 전유물로 여겨지던 패션 감성이라는 특성이 ‘여성스러운(womanish)’으로 유형화되었으며, ‘여성스러운’ 유형은 301개의 이국적 이미지 상품에 표현되어, 26%의 국내 패션 브랜드 상품에 나타난 이국적 이미지를 구성하는 유형인 것으로 분석되었다.

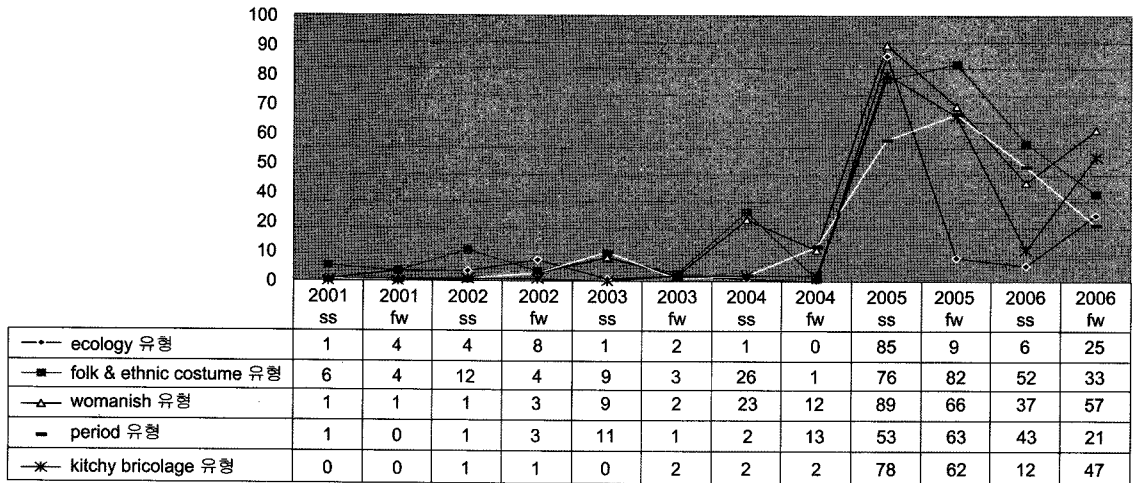
‘레트로’, ‘보헤미안’, ‘고전적인’, ‘모던’ 이미지는 과거와 미래를 아우르는 패션 스타일 특성으로 ‘시대적(period)’으로 유형화되었으며, ‘시대적’ 유형은 212개의 이국적 이미지 상품에 표현되었으며, 18%의 국내 이국적 이미지상품을 구성하는 유형인 것으로 분석되었다.

이국적 이미지 요소인 ‘빈티지’, ‘키덜트’, ‘아티스틱’, ‘극단적 절충’ 이미지는 엉뚱한 요소들의 뒤섞임으로 조화와 비조화를 통해 연출되는 낯설음 감성으로 비정형과 역동성 그리고 비합리성과 유희성을 특성으로 ‘키치적 브리콜라주(kitschy bricolage)’로 유



<그림 19> 국내 패션 브랜드 상품에 나타난 이국적 이미지의 유형 분포





<그림 20> 연도별·시즌별 이국적 이미지 유형의 출현 빈도

형화되었다. ‘키치적 브리콜라주’ 유형은 207개의 이국적 이미지 상품이 추출되어, 총 1,174개의 국내 패션 브랜드 상품의 이국적 이미지에서 18%를 구성하는 유형인 것으로 분석되었다.

다음의 <그림 19>은 국내 이국적 이미지 상품의 에콜로지 유형, 민속·민족 복식 유형, 여성스러운 유형, 시대적 유형, 키치적 브리콜라주로 분류된 각 유형별 빈도이다.

**2. 연도별·시즌별 이국적 이미지 유형의 출현 빈도**

2001년 ss시즌에는 ‘민속·민족 복식’ 유형이 주로 국내 이국적 이미지 상품에 주로 나타난 것으로 분석되었으며, 2001년 fw시즌에는 ‘에콜로지’ 유형과 ‘민속·민족 복식’ 유형이 주로 나타났다.

2002년 ss시즌에는 민속·민족 복식 유형이, 2002년 fw시즌에는 ‘에콜로지’ 유형이 주로 국내 이국적 이미지 상품에 나타난 것으로 분석되었다.

2003년 ss시즌에는 ‘시대적’ 유형과 ‘민속·민족 복식’ 유형 그리고 ‘여성스러운’ 유형이 국내 이국적 이미지 상품에 주로 나타났으며, 2003년 fw시즌에는 특별한 이국적 이미지의 유형이 부각되지 않았다.

2004년 ss시즌에는 ‘민속·민족 복식’ 유형과 ‘여성스러운’ 유형이 주로 표현된 이국적 이미지 유형이었으며, fw시즌에는 ‘여성스러운’ 유형과 ‘시대적’ 유형이 국내 이국적 이미지 상품에 주로 나타난 것으로 분석되었다.

2005년 ss시즌에는 이국적 이미지의 모든 유형이 고르게 부각되어 2005년 ss시즌은 이국적 이미지가 부각된 시즌이라고 분석할 수 있었으며, fw시즌에는 ‘에콜로지’ 유형을 제외한 이국적 이미지 유형이 부각되었다.

2006년 ss 시즌에는 ‘민속·민족 복식’ 유형과 ‘시대적’ 유형 그리고 ‘여성스러운’ 유형이 국내 이국적 이미지 상품에 주로 나타났으며, fw시즌에는 ‘여성스러운’ 유형과 ‘키치적 브리콜라주’ 유형이 주로 표현된 이국적 이미지 유형인 것으로 분석되었다.

이상과 같이 이국적 이미지 유형의 연도별·시즌별 출현 빈도는 <그림 20>과 같이 정리되었다.

**V. 결 론**

본 연구의 목적은 국내 패션 브랜드에 전개된 이국적 이미지 상품을 분석하여 이국적 이미지 요소의 특성별 유형과 그 흐름의 변화추이를 파악하고 국내 마켓에서의 이국적 이미지의 개념을 규명하고자 하였다.

국내 패션 브랜드 상품에 표현된 이국적 이미지 요소를 특성별 유형으로 분석한 결과 ‘에콜로지’ 유형이 12%, ‘민속·민족 복식’ 유형이 26%, ‘키치적 브리콜라주’ 유형이 18%, ‘여성스러운’ 유형이 26%, ‘시대적’ 유형이 18%의 국내 이국적 이미지 상품을 구성하는 것으로 분석되었다.

‘에콜로지’ 유형은 자연과 환경의 본성과 생태에

대한 향수에서 비롯된 비문명적 자연 요소의 유형으로 '내추럴' 이미지와 '프리미티브' 이미지로 표현되었으며, '민속·민족 복식' 유형은 각 민족과 국가별로 공유되어진 타 문화 구별되는 독특한 양식이 표현되어진 특성으로, '포클로어' 이미지, '에스닉' 이미지, '전통적인' 이미지로 구성된다. '키치적 브리콜라주' 유형은 엉뚱한 요소들의 뒤섞임으로 조화와 비조화를 통해 연출되는 낯설음 감정으로 비정형과 역동성 그리고 비합리성과 유희성을 특성으로 유형화되었으며, '극단적 질층' 이미지, '아티스틱' 이미지, '빈티지' 이미지, '키덜트' 이미지로 표현되었다. 여성 패션의 감성적 이미지를 과장되게 표현하는 특성으로 유형화된 '여성스러운' 유형은 '로맨틱' 이미지, '엘레강스' 이미지, '스플랜드드' 이미지, '시덕티브' 이미지로 구성되었으며, 패션의 시대적 특징을 파괴하여 과거와 미래지향적인 패션 요소로 유형화된 '시대적' 유형은 '보헤미안' 이미지, '레트로' 이미지, '고전적인' 이미지, '모던' 이미지로 표현되었다.

또한 이국적 이미지 유형의 흐름은 2005년부터 이국적 이미지의 유형 확장이 가속화된 것으로 분석되었으며, 특히 제일의 이국적 이미지로 자리 잡고 있던 '민속·민족 복식' 유형이 2006년 fw시즌이 되면서 급속한 감소 추세에 접어든 것으로 분석되어, 국내 마켓에서의 이국적 이미지 유형의 변혁이 일었던 시기인 것으로 분석되었다. 그러므로 향후 국내 마켓에서의 이국적 이미지 유형의 흐름은 '민속·민족 복식' 유형이 아닌 '키치적 브리콜라주' 유형과 '여성스러운' 유형의 부각이 예상된다.

이상과 같은 결과에서 도출된 이국적 이미지 유형들은 각각의 이국적 이미지 요소들의 확장 즉, 과거의 비 서양화된 지역과의 접촉이나 산업화와 도시화로부터 도피하고자 자연과 원시로의 삶을 그리워하는 이국적 이미지의 좁은 의미에서 탈피하여, 비 현재적인 이미지와 과장된 여성 감성 이미지, 그리고 다양한 것들을 해체하여 다시 조합하여 각각의 이미지들이 함께 섞여져 표현된 이미지까지로 그 의미가 변화되어 확장된 것을 파악할 수 있었다. 이러한 이국적 이미지의 유형 확장은 이국적 이미지가 다원주의, 다문화주의, 절충주의, 혼성모방, 퓨전과 하이브리드와 같은 포스트모더니즘의 시스템을 적극적으로 받아들임으로써 그 이미지의 영역이 확장되었으며, 더 나아가 국내 패션 마켓에서 차별성, 창조성, 트렌드성, 럭셔리(luxury)성으로 새로운 소비창출을 위한 수

단으로 사용된 이미지로 발전한 것으로 사려 된다.

그러므로 21세기의 국내 패션 브랜드 상품에 나타난 이국적 이미지의 개념은 다른 민속 혹은 외국에서 온 것이나 비 현대적·비 도시적 이미지에 한정하지 않고 정형화되고 일상적인 것 혹은 현재적인 개념에서 벗어난 이미지 즉 과장되거나 과거 혹은 미래적 개념 그리고 혼성모방, 하이브리드, 브리콜라주로 표현된 낯설음의 개념으로까지 확장된 것으로 결론지을 수 있었다.

## 참고문헌

- 간문자. (1996). 1960년대 저항 패션이 민속풍 패션에 미친 영향. *복식*, 30.
- 글로벌리즘. *네이버 백과사전*. 자료검색일 2007. 2. 13, 자료 출처 <http://100.naver.com/100.nhn?docid=765038>
- 김민자. (2000). 20세기 패션에 나타난 모더니즘과 포스트모더니즘에 대한 연구(II)-반미학, 열린 패션을 중심으로-. *복식*, 38, 380.
- 김수경. (2003). 이국취향의 요인과 현대 패션에 나타난 이국취향. *복식문화연구*, 11(3), 388-393.
- 김자민, 하지수. (2005). 현대 패션에 나타난 장르간 하이브리드에 대한 연구. *복식*, 55(8), 3.
- 김지연. (1999). *에스닉 양식(Ethnic Style)에 의한 텍스타일 디자인*. 중앙대학교 대학원 석사학위 논문.
- 나현신. (2001). *복식의 역사적 절충주의 양식: 19C와 20C를 중심으로*. 서울여자대학교 대학원 박사학위 논문.
- 두산동아세계대백과사전연구소. (2002). *두산세계대백과사전 21권*. 서울: 두산동아.
- 명은정. (2005). *mix & Match 스타일의 표현경향에 관한 연구 - '낯설게 하기'의 현대적 표현을 중심으로-*. 국민대학교 대학원 석사학위 논문.
- 박은주, 은영자. (1999). 1990년대 패션에 나타난 오리엔탈리즘에 관한 연구. *복식*, 43.
- 서국진. (1988). *도매가 반영된 자연주의의 표현에 관한 연구*. 경희대학교 대학원 석사학위 논문.
- 송명진, 양숙희. (1992). 현대 서양 복식에 나타난 이국취향(Exoticism)에 관한 연구. *복식*, 5(18), 292-294.
- 안유정. (2001). *cross-cultural product design에 관한 연구*. 홍익대학교 대학원 석사학위 논문.
- 유태순, 정윤희. (1996). 민속의상과 현대 의상. *대구효성가톨릭대학교 연구논문집*, 53.
- 이건희. (2001). *현대 복식에 나타난 미적 소외에 관한 연구*. 성신여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이경아, 전해경. (1998). 복식의 자연주의 양식에 관한 연구 -90년대 현대 복식을 중심으로-. *복식*, 37, 261.
- 이경희. (2003). *현대 패션 디자인에 표현된 양식과 의미 분석*. 성신여자대학교 대학원 석사학위 논문.

- 이봉덕. (2001). *21세기 전환기 패션의 미학적 특성*. 숙명여자대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이상래. (1994). *현대 패션 디자인에 나타난 동방풍에 관한 연구*. 세종대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이정희. (2004). *현대 패션에 나타난 퓨전현상의 조형적 특성에 관한 연구*. 성신여자대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이효진, 김주연. (2005). Alexander McQueen의 패션 작품에 나타난 하이브리드(Hybrid) 경향 분석. *복식문화연구*, 13(2), 304
- 채금석. (2002). *현대 복식 미학* (개정판). 서울: 경춘사.
- 최혜정. (2000). *20세기말 현대 패션에 나타난 다문화주의 현상에 관한 연구*. 세종대학교 대학원 박사학위 논문.
- 크레이크, 제니퍼. (1999). *The face of fashion*. 정인희, 함연자, 정수진, 김경원 옮김 (2005). 서울: 푸른솔.
- 패션큰사전편찬위원회. (1999). *FASHION DICTIONARY*. 서울: 교문사.
- 학원출판공사사전편집국. (1993). *학원세계대백과사전*. 서울: 학원출판공사.
- 한정완. (2001). *다양한 트렌드 선보인 한 해*. 자료검색일 2006, 2, 8, 자료출처 <http://www.arko.or.kr/yearbook/2001/misul/A1-1-5.htm>
- Geoffroy-Schneither, B. (2001). *Ethnic style: History and fashion*. Paris: Assouline.
- Souriau, E. (1990). *Vocabulaire D'esthétique*. Vendome: puf.
- 杉本正年. (1979). *東洋服裝史論考-古代編*. 東京: 文化出版局.