

## 글래머 스타일의 몰신주의적 특성과 미적 가치

박 주 희\* · 김 민 자\*\*

사디 패션디자인학과 조교수\* · 서울대학교 의류학과 교수\*\*

## Fetishist Characteristics and Aesthetic Values of Glamour Style

Ju-Hee Park\* · Min-Ja Kim\*\*

Assistant Professor, Dept. of Fashion Design, Samsung Art and Design Institute\*

Professor, Dept. of Clothing and Textiles, Seoul Nat'l University\*\*

(2007. 2. 14 투고)

### ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the fetishist characteristics and the aesthetic values of glamour style based on the premise that fetishism is the theoretical root of glamour style expressed in fashion throughout history.

The following results are from analysing fetishist characteristics of glamour style.

First, luxury was analysed from an angle of commodity fetishism. Every culture develops images and stories that portray a world in which its ideals are realized: a paradise, a utopia, a golden age, etc. Consumer goods often serve as 'bridges to these ideals'. People thus can fantasize about owning the perfect life. Crucially, however, they must never get everything they picture. That is why luxuries often take on displaced meaning. Glamour gives the displaced meaning visual form, making it beautiful and real. Second, the attention on the glamour of luxury goods as a bridge to ideals is connected to the glamour icon who is simultaneously a consumer of these luxury goods and a producer of cultural goods. Glamour icons including the courtesan of the late 19th century, the actress of the 1930s' Hollywood golden age and today's celebrities appear to efface the traces of production and create fetishist images in culture. Through this artificial principle, the commodity-cum-glamour icon comes to life as a splendid image of spectacle. Third, masquerade and seduction were analysed from an angle of sexual fetishism. A magnificent image of masquerade as sexual fetishism is often equated with femininity, especially in Hollywood movies, because the artificial seduction of the feminine -namely glamour- can be effected by the absence or silence of being. That is to say, the aesthetic revelation of femininity coincides with the fleshing out of artificial signs. Masquerade and the seduction of the feminine are connected with glamour's artificial sensuality from this point. Fourth, since 1980's when homosexuality as sexual deviation resurfaced as a hot topic, sexual ambiguity and bisexual image have gained attention as perverse sexuality. Next came queer theory, which reduced gender itself to a matter of surface rather than depth. According to queer theory, gender itself can be revealed as a kind

---

corresponding author: Ju-Hee Park, e-mail: zenn95@hanmail.net

본 논문은 2007학년도 서울대학교 생활과학대학부속 생활과학연구소의 일부 연구비지원으로 수행되었음

of drag act. Drag's imitative performance may reveal that womanliness is just about 'dragging up'. Queerness as a decadent play makes a connection with the wicked origins of glamour.

From these characteristics, four aesthetic values were deduced: ostentatious luxury and mysterious idolatry by commodity fetishism, artificial sensuality and playful queerness by sexual fetishism.

Key words: glamour style(글래머 스타일), commodity fetishism(상품 물신주의), sexual fetishism(성적 물신주의), luxury(사치), star & spectacle(스타와 스펙터클), masquerade & seduction(가장과 유혹), queer(퀴어)

## I. 서론

글래머 스타일은 19세기 이래 현대에 이르기까지 시대의 흐름에 따른 조형적 특징과 미적 가치의 변화를 보이며 꾸준히 나타났으며, 현대에 이르러 보편적 개념을 지니는 패션 스타일로 자리 잡고 있다. 자본주의 상품문화에서 팽배해져가는 물신주의가 현대패션에서 글래머 스타일로 구현되고 있음에 주목한 본 연구는 글래머 스타일을 패션의 미적개념으로 논의한 선행연구가 미비한 현실에서 보다 정확한 개념정립과 미적 특성을 파악하기 위하여 글래머 스타일의 특성으로서 물신주의를 고찰하고자 한다. 패션에서 물신주의는 비이성적으로 집착하는 매혹적인 대상 자체와 그 대상의 가치를 과도하게 평가하는 생각이나 태도<sup>1)</sup>를 일컫는 것으로, 물신주의에 관한 일반적인 논의는 사회경제학적, 정신분석학적 관점에 따라 상품 물신주의와 성적 물신주의에 관한 것으로 구분된다. 사회경제학적 관점의 Marx이론을 바탕으로 하는, 생산과정을 부정하고 상품자체에 가치를 부여하는 상품 물신주의와 정신분석학적 관점의 Freud이론을 바탕으로 하는, 성적 차이라는 현실을 부정, 왜곡시키며 성도착적 대체물을 숭배하는 성적 물신주의 모두 부정과 대체라는 형성과정을 거친다. 자본주의 소비문화의 상품으로서 그리고 성적 이미지의 물신대상으로서의 아이콘을 통해서 현실을 부정하고 이상을 대체하려는 인위와 가장, 기교와 술책의 글래머 개념은 물신주의의 이 '부정과 대체' 개념에 맞닿는다.

따라서 본 연구는 글래머가 20세기 전반을 통해 의적형식과 내적의미의 변천을 겪으면서도 하나의

맥으로 이어지게 하는 이론적 뿌리를 물신주의로 보고, 글래머 스타일의 특성으로서 물신주의를 고찰, 그에 따른 미적 가치를 도출하는데 그 목적이 있다. 본 연구는 패션에 나타난 상품 물신을 상표 물신, 이상형 물신, 수집 물신으로, 성적 물신을 에로틱 물신, 이성복장착장 물신으로 구분하여 고찰한 기존의 연구결과<sup>2)</sup>를 연구의 틀로 채택하여, 상표 물신에서 사치를, 이상형 물신에서 스타를, 수집 물신에서 스펙터클을, 에로틱 물신에서 가장과 유혹을, 이성복장착장 물신에서 퀴어를 글래머 스타일의 물신주의적 특성으로 추론하여 각각 고찰하고 이를 바탕으로 미적 가치를 도출하고자 한다.

본 논문의 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 물신주의의 사회경제학적, 정신분석학적 논의를 고찰한다.

둘째, 글래머 스타일의 개념 및 담론과 글래머 아이콘의 역사적 변화상을 고찰한다.

셋째, 글래머 스타일의 물신주의적 특성을 상품 물신주의와 성적 물신주의로 구분하여 고찰한다.

넷째, 글래머 스타일의 미적 가치를 고찰한다.

연구의 방법은 사회경제학, 정신분석학, 문화학, 영화학과 관련된 서적과 복식미학 관련서적, 선행 연구논문을 중심으로 한 문헌연구를 바탕으로, 인터넷 웹 사이트, 디자인 및 패션전문서적을 통한 물신주의와 글래머 스타일의 사례연구도 병행한다.

연구의 범위는 19세기 후반에서 현재에 이르는 시기로 한다. 연구의 시발점인 19세기 후반은 기계 문명에 대한 불안과 회의의 사조가 깊어진 데카당트의 시기이며, 신흥부르주아와 대중문화의 등장으로 문화의 중심이 귀족에서 대중으로 확산 이동되

는 시기이기도 하다. 이 시기를 통해 영화, 연극 등 시각적 문화공연과 스타가 부상하고 30년대 할리우드에서 성립된 글래머 스타일 개념의 기원이 이루어지게 된다.

## II. 이론적 배경

### 1. 물신주의

문화적 담론에서 물신주의는 '마법적 매력'이라는 의미와 동시에 '조작, 술책, 외모와 기호를 위한 노력'이라는 이중의 의미를 지닌 용어이다.<sup>3)</sup> 19세기의 신교책자<sup>4)</sup>에 나타난 '나무나 흙 등을 숭배하는 야만적인 종교'라는 표현에서도 볼 수 있듯이 원래 물신주의에 관한 담론은 종교적이며 인류학적이었다. 이후 Marx식 해석으로 진전된 물신주의에 관한 담론은 사회경제학적 관점으로, Freud식 해석으로 진행된 물신주의에 관한 담론은 정신분석학적 관점으로 고찰되면서 개념이 정립되었다.

#### 1) 상품 물신주의

Karl Marx는 상품이 가지는 사용가치와 교환가치의 관계를 밝히고 이를 통해서 생산자와 소비자, 즉 인간의 사회적 관계가 이루어짐을 설명하였고, 이러한 과정에서 재화가 가지게 되는 힘을 상품 물신주의의 개념으로 논하였다. Marx의 상품 물신주의는 상품이 가지는 사회적 힘이나 가치가 실제로는 인간에 의해 생산되는 것임에도 불구하고, 사물 자체에 힘이나 가치가 본래적으로 존재하는 것처럼 믿게 되는 것을 의미한다.<sup>5)</sup> 한편 Baudrillard는 기호론과 함께 상품 물신주의에 대한 논의의 영역을 상품의 생산측면에 국한시키지 않고, 소비를 비롯한 사회 전 영역에 확장시켰다. 그는 사물을 '물리적 불체'로 보지 않고 '기호'로 파악, 이를 체계를 가진 것으로 간주하였는데 기호로서의 사물은 사용가치보다는 교환가치를 지니는 것이며 사물은 기호로서의 상징가치와 물신적 가치를 지닌다고 보았다.<sup>6)</sup> 따라서 사용가치가 가지는 유용성은 사물자체의 고유한 형식으로서 정해지지 않으며, 사회적, 문화적

결정에 따라 그 내용도 변하게 된다.<sup>7)</sup> Baudrillard의 상품 물신주의는 '상품 자체가 힘을 가진 것으로 믿음'의 개념에서 발전하여, '상품이 기호로 갖는 기호에 매혹되며, 실체의 추구가 아닌 기호의 체계에 주체가 사로잡히게 되는 것'을 의미한다.<sup>8)</sup>

#### 2) 성적 물신주의

정신분석학자인 Freud가 논하는 물신주의는 성적 본능이 비정상적으로 발전한 '도착증'을 그 배경으로 한다.<sup>9)</sup> Freud는 남자아이의 여성의 육체에 남성의 성기관이 없는 것을 잘못 인식해 거세공포증을 지각한다는 데서 그의 물신주의 개념을 설명했다. 그러한 심리적 사건은 거세된 사실의 부인과 대체의 과정, 즉 잃어버렸다고 생각되는 것을 물신대상으로 대체하는 과정으로 확장된다. 이때 그 대체물은 하나의 가면으로서, 아무 것도 없다는 충격적 광경을 덮어버리고 부정하는 기능을 하며 표면과 그 표면이 숨기고 있는 어떤 것 사이에 환영적 공간을 구성한다.<sup>10)</sup> Freud의 물신주의 이론에는 지각한 사실, 즉 자연적인 성적 차이의 부정이 자리 잡고 있으며, 이때 현실을 왜곡시키는 신비화 과정, 즉 허위로 충족되어야 하는 타협의 과정을 그 기제로 볼 수 있다.<sup>11)</sup>

사회경제학적 관점의 Marx의 이론을 기초로 하는, 생산과정을 부정하고 상품자체에 가치를 부여하는 상품 물신주의와 정신분석학적 관점의 Freud의 이론을 기초로 하는, 성적 차이를 부정하고 현실을 왜곡시키며 성도착적 대체물을 숭배하는 성적 물신주의 모두 부정과 대체라는 형성과정을 거친다.

### 2. 글래머 스타일의 개념 및 담론

글래머는 18세기에 마술, 마법을 뜻하는 부정적 의미로 통용되었다. 진정한 마법은 사람들로 하여금 진실이 아닌 것을 믿게 하여 자신의 의지에 반하는 행동을 하도록 하는 위험한 것이므로 마법이 오늘날과 같은 은유적 의미를 갖기 이전의 글래머는 사악한 목적을 지닌 것이었다. 따라서 실제로 종교적

아이콘들이 글래미를 지녔지만 아무도 그들에게 글래머라는 용어를 사용하지는 않았다.<sup>12)</sup> '기만적이고 마술을 건 미 혹은 매력'이라는 표현으로 19세기 중반의 사전에 등장하면서 그 의미가 확장된 현대 글래머는 한편으로는 미와 매력, 다른 한편으로는 기만과 술책을 동시에 함의하는 개념으로 정착되었다.<sup>13)</sup>

Rubinstein은 '여성이 개발해낸 유혹 이미지'라는 글래머의 인공적 측면을 논했으며, Buckley와 Gundle 역시 19세기 귀족계급에서 떨어져 나온 인공적인 아우라를 글래머의 정수로 보았다. 한편 Rosa는 규범문화의 바깥에서 술책을 야기하는 글래머를, Baudrillard는 가장에 의한 술책으로 글래머를 언급하였다.<sup>14)</sup> Carter<sup>15)</sup>와 Thesander<sup>16)</sup> 등 복식학자들이 논하는 글래머 스타일 역시 헤어 화장, 성형 등의 인공적 장식이나 코르셋 같은 인공적 도구를 통한 '인공의 미'이다.

희미하게 반짝이는 화이트 새틴, 화려한 시퀸스, 금빛 라메를 글래머 스타일의 정수<sup>17)</sup>로 보는 Steele은 글래머가 패션을 포함하지만, 궁극적으로 패션을 넘어서 글래머를 지닌 여성과 관련하며, 이때 아름다운 여성의 본질적인 자질이 아닌 글래머 이미지로 조작된 그녀 자신이 바로 글래머 여성이라고 피력하였다.<sup>18)</sup> '기만과 술책을 지닌 미와 매력'이라는 글래머의 근본적인 성질은 Steele의 이러한 논리와 함께 글래머 여성의 내면적 이미지로 이동할 수 있다. Evans는 글래머 스타일의 확실한 이미지로서 여성성의 도발적 이미지를 불온하게 자극하는 과도하거나 위협적, 초인적, 심지어 치명적인 인공적 여성성을 현대복식에 나타난 글래머 스타일의 핵심으로 탐구한다. 그녀는 기성 디자이너들이 글래머가 조작된 것이라는 사실을 감추며 스타의 본질적 미를 강조한 반면, 젊은 디자이너들은 보다 극단적이고 근본적인 접근을 시도하고 있다고 논하였다. 드렉 킨에 의한 초여성성과 관련한 글래머, 폭력과 데카당스, 퇴폐를 에로틱하게 하는 암시를 통하여 글래머의 본질적 성질인 기만과 술책의 극단을 재생하고 있다는 것이다.<sup>19)</sup>

이러한 관점에서 자본주의 소비문화의 상품으로서 그리고 성적 이미지의 물신대상으로서의 글래머

아이콘을 통해서 현실을 부정하고 이상을 대체하는 기만적이고 인공적인 기교와 술책의 글래머 개념이 설명된다. 특히 소비자 상품과 소비에 대한, 그리고 성적 이미지에 대한 '과도한 숭배'라는 물신주의의 기원적 의미는 글래머가 지닌 인위적인 과도함의 근거를 밝혀준다.

### 3. 글래머 아이콘

앞에서 살펴본 글래머 스타일의 특성인 물신주의는 자본주의 소비자 문화의 상품으로서 그리고 성적 이미지의 물신주의적 대상물로서의 글래머 아이콘을 통해 구현된다. 1930년대 할리우드 여배우로 대표되는 글래머 아이콘의 역사적 기원은 코르티잔(courtesan)<sup>20)</sup>〈그림1〉<sup>21)</sup>을 비롯한 19세기 여성으로 거슬러 올라가며, 여배우, 패션모델, 팝스타 등에서 오프 쿠튀르 의상을 즐기는 명사에 이르는 현대의 셀레브리티(celebrity)<sup>22)</sup>로 이어진다.



〈그림 1〉 Sarah Bernhardt  
: 19세기 코르티잔

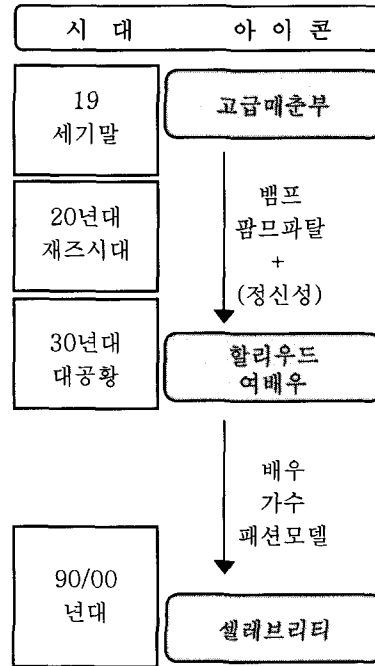
1880년대말, 기계문명에 대한 불안과 회의의 사조가 깊어지면서 문학, 사상, 미술계는 '세기말(fin-de-siecle)'이라 불리는 데카당스의 시대로 들어갔

며, 이로써 향락주의와 에로티시즘이 넘쳐나 매혹적인 코르티잔들이 문화예술계를 지배하게 되었다. 사실 그리스의 조각, 르네상스 시대와 18세기 여신들의 초상화가 종종 코르티잔을 모델로 한 것이어서 코르티잔의 존재는 고대에서부터 추적이 가능하다.<sup>23)</sup> 하지만 코르티잔이 19세기의 데카당트 사조에서 그 빛을 발하고 글래머의 기원으로 논해지는 것은 당시 여성이 처한 유럽 사회경제의 제반 조건과 관련이 깊다.<sup>24)</sup> 19세기 여성들에게는 많은 제약과 통제가 있었다. 교회는 점잖고 정숙한 모든 여성에게 어둡고 칙칙한 색상의 의복을 입도록 요구했는데 색, 장식, 스타일 등의 제한은 남성들에게 의존하고, 그들의 주목을 끌어야만 했던 여성들을 곤란하게 했다. Rubinstein<sup>25)</sup>의 분석에 의하면 이 시기 많은 여성들은 남성의 지지와 흥미를 차지하는 코르티잔의 글래머 스타일에 대한 욕구를 가졌다. 더 많은 돈을 지불하는 남자를 만나기 위해 많은 돈을 지출하는 코르티잔의 행위는 과시적 소비로 논해졌는데, 라루스 사전에 나타난 '코르티잔'의 정의에서도 패션과 사치스러운 소비가 강조되었다.<sup>26)</sup> Galliano, Versace, Mugler 등 선두적인 디자이너들이 역사 그리고 스트리트 문화와의 친밀성, 위험을 취하려는 열망 등으로 하이패션의 개혁을 주도하면서 확장된 오늘날의 글래머 미학은 부정적 의미의 글래머로서, 주로 19세기말의 코르티잔을 탐구하며 세기말적 퇴폐주의 이미지를 실현하고자 한 것이다.

19세기말 유럽에서 시작된 데카당트 사조와 코르티잔의 유혹적 이미지는 현대대중문화의 근간을 이루고 있는 20세기초 미국대중문화와 그것의 핵심을 이루는 요소 중의 하나인 영화산업을 통해 글래머 스타로 이어졌다. 20세기초 미국에서 발달한 영화, 라디오, 스포츠, 신문 및 잡지 등의 자본주의적 대중문화는 호황기의 소비주체를 생산하는 이데올로기적 성격을 지녔으며, 특히 영화는 할리우드 스튜디오시스템을 통해 대중에게 꿈과 상상의 낙원주의를 심어주며 소비를 자극, 생산의 잉여문제 해소에 일익을 담당하였다. 이러한 맥락에서 1930년대 할리우드는 황금기를 맞이하고, 글래머의 영속하는 이미지가 생겨났다. 할리우드 황금기의 글래머 여배우는

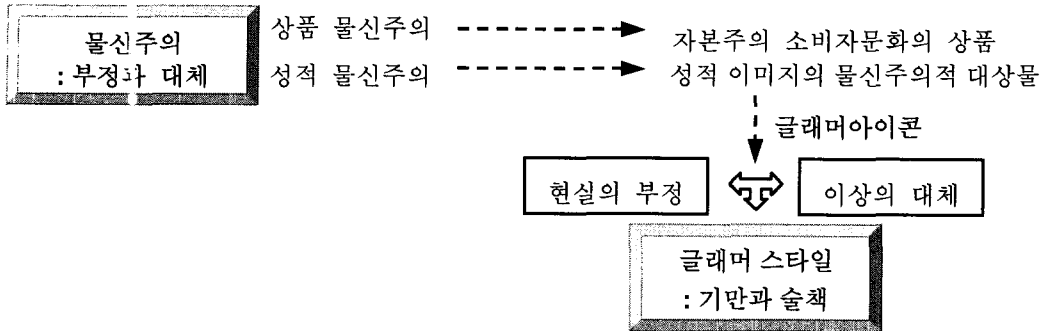
19세기말의 코르티잔에서 이어지는 20세기초의 여배우, 쇼걸을 대표하는 사악한 이미지의 뱀프, 팜프 파탈에 정신성을 가미한 것이었다.<sup>27)</sup>

〈표 1〉 시대별 글래머 아이콘



1930년대에 신적 존재였던 할리우드스타는 1970년대의 록스타, 1980, 90년대의 슈퍼모델, 팝스타, 힙합스타에 이어 현대에는 모든 영역을 아우르는 셀레브리티로 이어진다. 할리우드 초기와 달리 평범하게 된 스타들은 매체에 점점 더 많이 침투하고 멀티미디어에 걸맞은 멀티스타가 되어갔다. 쇼 비즈니스 우상들이 영화에 출연하고, 영화스타가 가수, TV스타 및 가수가 작가로 등장하는 등 스타자신의 영역을 뛰어넘는 일은 무수히 많아졌다.<sup>28)</sup> 이에 따라 모든 영역을 아우르는 스타로서의 셀레브리티 개념이 등장하게 되었다. 현대의 셀레브리티는 글래머를 발산하는 연예시상식이나 패션쇼 등 소비문화의 스펙터클이 생산되는 행사장의 주변으로 초대되며, 각종 매체에 진입하여 예외적인 패션과 미로써 유혹의 힘을 발휘한다. Steele<sup>29)</sup>은 대중매체 곳곳에 산재하는 글래머가 섹스어필, 럭셔리, 부, 그

〈표 2〉 물신주의와 글래머 스타일



리고 셀레브리티의 결합이라고 피력하며 연예산업과 패션의 접목을 설명하였다. '연예산업과 패션의 접목'은 스타시스템 정립과 패션의 창조활동이라는 양 측면에서 필수적인 과정이며, 글래머 스타일을 확대 재생산하는 계기로도 작용한다.

시대별 글래머 아이콘의 변화는 〈표 1〉로 정리될 수 있으며, 〈표 2〉는 물신주의를 글래머 스타일의 특성으로 채택한 본 연구의 흐름을 도식화한 것이다. 즉, 물신주의는 부정과 대체라는 과정에 의해 생성된 개념으로, 이는 자본주의 소비문화의 상품이자, 성적 이미지의 물신주의적 대상물인 글래머 아이콘을 통해서 현실을 부정하고 이상을 대체하는 기만과 술책개념의 글래머 스타일에 구현된다.

는 어떤 것을 선택하는 것이라 설명하며 '전이된 의미(displaced meaning)'라는 개념을 사용했다. 주로 사치품에 대해서 일어나는 이러한 소비는 '이상'에의 접근을 재확립하려는 집단 혹은 개인의 욕구에 의해 일어나는데, 이때 '현실'과 전이된 의미인 '이상'의 가교역할을 하는 것이 바로 '상품'이다. 즉, 사람들은 이상에 좀 더 가까워지기 위해서 전이된 의미로서 상품을 소비한다. 그러나 구매에 의해 가교를 소유하면 만족을 얻는 대신 소유하지 못한 다른 가교로 추구대상을 옮기게 되고, 이런 과정을 통하여 계속해서 '고급품으로 바꾸어 구매하는' 과정이 일어난다. 즉 '이상'은 상품의 구매를 통해서 얻어지

### Ⅲ. 글래머 스타일의 물신주의적 특성

#### 1. 상품 물신주의적 특성

이상에 이르는 가교로서의 사치와 이를 소비하며 체험하는 소비자이면서 동시에 문화상품이자 소비상품의 주체인 생산자로서의 스타, 그리고 그들의 물신화된 이미지를 보여주는 스펙터클은 글래머 스타일의 상품 물신주의적 특성으로 논의될 수 있다.

##### 1) 사치

인류학자 McCracken<sup>30)</sup>은 상품을 선택할 때 그것의 소유를 통해 이상적인 환경의 소유를 예상하기 때문에, 개인은 자신의 구매력을 훨씬 넘어서



〈그림 2〉 Rolex 시계 : 이상에 이르는 상품

지 않으며, 구매와 동시에 다른 상품을 사고로 추구하게 되므로 소비자는 계속적으로 한 단계 높은 소비를 지속하게 된다. 이러한 맥락으로 McCracken은 자본주의 사회가 성취할 수 없는 곳에 이상을 위치시켜 희망과 이상으로 불행한 환경을 견딜 수 있도록 하는 '전이된 의미'의 전술적 행동을 이용한다고 밝혔다. 그에 따르면 모든 문화는 이러한 이상을 유지하기 위해 파라다이스, 유토피아, 황금시대 등 이상이 실현되는 세계의 이미지와 이야기를 개발한다.<sup>31)</sup> Postrel<sup>32)</sup>은 이러한 '전이된 의미', 즉 '이상이 실현되는 세계 이미지'의 대표적 예로서 글래머를 논한다. 사회뿐만 아니라 개인 역시 그들 삶에 의미와 목적을 부여하기 위해 도달할 수 없는 이상을 이용한다. 이때 개인들도 사적이고 특정한, 예를 들어 완전한 가족, 완전한 경력, 완전한 몸, 완전한 자신에 대한 이상을 설정하고, 이에 이르는 상품 즉, 완벽한 의상, 차, 집을 통해 완벽한 인생에 이르는 환상을 가지게 된다.<그림2><sup>33)</sup> 그러나 중요한 사실은 모두가 원하는 모든 것을 가질 수는 없다는 것이며, 여기에 바로 사치가 자주 '전이된 의미'로 채택되는 이유가 있다. 글래머는 이 사치에 현금으로 사지 못하는 우아와 신비를 더한다.

Daniel Bell은 그의 저서, <자본주의의 문화적 모순>의 출간 20주년 기념판에서 화장품과 향수를 소비자 문화의 자기파괴적 퇴폐의 상징으로 규정했다. "전 세계의 주요도시, 주요백화점 1층 전체를 화장품과 향수가 차지하고 있다는 사실은 놀라운 현상이다."<sup>34)</sup>라고 서술한 그에게 글래머는 문화적 경제적 팜프 파탈이다. 즉, '패션, 사치, 풍부, 과도의 풍자극'은 소비자 자본주의를 추진하지만, 자기부정과 근면의 미덕을 부식함으로써 결국은 실패하게 된다는 것이다. Bell의 고찰은 단순한 시장경제의 예견이 아닌, 많은 글래머가 만들어지는 화장품, 사치품, 패션의 환영적 가치에 대한 도덕적 심판으로서, 그에 의하면 그러한 상품들을 사는 소비자는 약하고 망상에 사로잡힌 사람들인 것이다.

그러나 최근 Postrel을 비롯하여 글래머를 긍정적인 의미로서 탐구하는 여러 학자들에게 있어 글래머는 강제가 아니다. 글래머가 거짓인지 알고 있으

면서도 사람들이 그것의 유혹을 추구하고 마법에 적극적으로 참가하기 때문이다. Postrel<sup>35)</sup>은 16세기의 시인, Philip Sidney가 Plato의 비평<sup>36)</sup>에 화답한 "예술은 불완전한 자연을 이상에 가깝도록 개선시켜 표현하는 것.....자연의 세계는 첫빛이지만 시인(혹은 예술가)은 그것을 금빛으로 표현한다."<sup>37)</sup> 라는 글을 인용하며, 글래머를 Sidney의 금빛세계에 비유하였다.

## 2) 스타와 스펙터클

상품으로서 할리우드 영화는 스튜디오 시스템의 전성기에 감독의 어떠한 예술적 특징조차도 삭제하면서 스스로 유혹을 창출해내는 물건처럼 시장에 등장했다.<sup>38)</sup> 페미니즘 영화이론은 영화가 여성의 이미지를 통해 완벽한 물신주의적 대상을 창조한다는 점을 논의해왔다. 영화이론에 있어서 스타에 대한 물신주의의 분석은 긴 역사를 갖고 있는데, 이론가들은 스타를 현대 사회에서만 발견할 수 있는 매우 특수한 현상이라고 전제하고 스타 발생의 원인을 탐구하였다. 스타 현상을 자본주의 사회의 특수한 산물이라 주장하는 Alberoni와 King은 스타발생의 조건으로 자본주의 사회의 특수한 단면들을 들고 있다. 즉 자본주의 사회는 필연적으로 노동의 분화와 함께 생산과 소비의 분리, 그에 따른 여가와 노동의 분리, 집터와 일터의 분리를 야기하는 생산성이 아주 높은 효율적 사회이므로, 이전 사회와는 달리 여가의 영역에 놓여 있는 문화 또한 상품의 형식으로 생산, 소비하게 되었고 영화 등의 문화 산업이 발전함에 따라 상품의 전면에 등장하는 주연 배우가 스타로 탄생했다는 것이다.<sup>39)</sup> 한편 스타를 주목할 만한 사회 현상으로 인정하고 이를 비판적인 시각에서 평가하는 연구가 스타연구 초기부터 상존하였다. 특히 Adorno, Lowenthal 등 프랑크푸르트학파에 속한 학자들은 문화의 상품화에 대해, '개인주의적이고 상업적인 착취로 발생한 스타시스템의 비인간성'을 비판하거나, "대중의 우상이 스타와 같은 타락한 영역에서 발생한다."고 논하였다. Morin<sup>40)</sup> 역시 스타의 탄생은 마치 '일반 상품의 대량 생산 체제'처럼 합리화하고 표준화하는 제조과정

과 일치한다고 논하며 '상품으로서 스타'에 대해 비판적으로 서술하였다. 50년대부터 70년대까지 스타에 대한 일련의 비판들이 산발적으로 이루어져 온 가운데, Dyer<sup>41)</sup>는 개별적인 스타가 아니라 스타 현상 자체가 부여하는 이미지를 분석하였다. 스타현상이 부여한 이미지는 '소비', '성공', '꿈', '평범과 비범의 모순', '사랑'등인데, Dyer는 이러한 이미지들이 개인주의, 소비주의, 그리고 사회적 고정관념화를 야기하며 이데올로기적 기능을 한다고 주장하였다. Dyer는 생산자이자 상품인 스타가 영화를 통해 상징적인 위치를 점하게 되는 과정을 다음과 같이 고찰하였다.

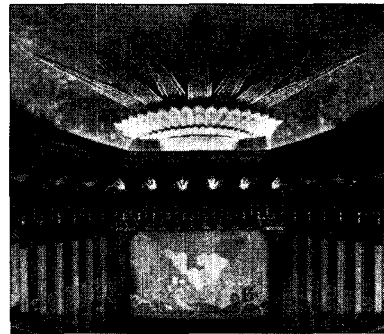
무엇보다 스타는 팔릴 수 있는 상품으로서 영화를 생산하는 데 있어 필요한 노동의 일부를 감수한다. 그들은 노동력의 제공자이자 동시에 그 노동력의 산물이기도 하다. 그들은 스타라는 상품의 이미지를 만들기 위한 스타자신을 포함한 수많은 사람들의 노동과, 영화라는 또 다른 상품을 만들기 위한 또 다른 노동이라는 두 개의 논리적으로 분리된 단계를 거쳐 자신들을 생산해낸다. 이렇게 만들어진 스타이미지는 Marx가 '응결된 노동'이라 불렀던 것의 한 예가 된다.<sup>42)</sup>

극도로 인위적이며 화려하게 치장한 여배우는 영화의 반짝이는 정면이 되어 상처를 가리고, 상실된 것을 은폐하며 환영적 공간을 차지한다.<그림 3><sup>43)</sup> <그림 4><sup>44)</sup> 이렇듯 생산의 흔적을 지우고 탄생한 스타는 영화 속 화려한 스펙터클로 물신화된 이미지를 연출한다.

스펙터클은 특정한 물신화된 대상을 보여주기보다는 분다는 것 자체를 풍성하고 넓은 경험의 근거로서 인식하도록 하는 것으로서, 물신주의가 알려진 것들을 부인하고 그것들을 믿음으로 교체하는 능력, 그리고 불신을 중단시키는 작용에 달려있다는 견지에서 스펙터클, 즉 '풍성한 볼거리'미학은 현재 대중문화에서 일어나고 있는 부인의 구조에서 발전된 것이다. 상품이 시장에서 성공하는 것은 공장의 먼지, 기계에 의한 자극 그리고 무엇보다도 노동자 착취 등과 같은 생산과정의 흔적을 삭제하는 데 달려 있다. 대신 상품은 더 높은 구매 욕구를 일으키도록 경쟁하는 가운데 유혹적으로 번지르르하게 포장되



<그림 3> Grace Kelly in 'Rear Window'(1954)  
: 스타의 스펙터클



<그림 4> Wilton Theater, LA (1931)  
: 생산을 부인하며 스펙터클 이미지로 '풍성한 볼거리'를 제공하는 극장

어 시장에 선보인다. 자본주의는 스펙터클로써 생산을 부인하며 상품을 이미지로 부활시킨다.<sup>45)</sup>

## 2. 성적 물신주의적 특성

여성성과 화려한 가면 이미지를 동일선상에 놓는 페미니즘적 물신주의 시각에 의해, 인위적이고 의례적인 여성의 유혹은 가상이나 부재로 설명되어왔으며, 이러한 논의는 이는 모호한 성적 정체성, 치명적인 초여성성 등 자극적이고 사악한 의미를 지닌 글래머의 위험한 기원으로 확장될 수 있다. 이로써 가장과 유혹, 퀴어라는 글래머 스타일의 성적 물신주의적 특성이 고찰될 수 있다.



### 1) 가장과 유혹

Mulvey는 물신주의에 관한 논문에서, 여성의 영화적 이미지의 특수성에 관한 페미니즘의 중요한 두 이론으로서 성애화된 여성의 이미지를 훑쳐보는 관객에 관한 Mulvey 자신의 이론과 화려한 가면의 개념으로 여성의 이미지를 설명한 Doane과 Riviere의 이론을 들고 있다.<sup>46)</sup> 이들의 가장이론은 남성의 기대와 관련된 여성성과 그러한 여성성의 지속적인 구성의 어려움에 관한 것인데, 유능한 여성이 경쟁 관계에 있는 남성의 공포증을 완화하기 위해서 나약하고 수줍어하는 모습으로 자신을 가장한다는 이론이다. 이렇게 여성성과 화려한 가면 이미지를 동일선상에 놓는 시각은 영화에서, 특히 할리우드 영화에서 그 정점을 찾을 수 있으며, 이는 여성의 유혹, 글래머의 구현과도 관계한다.

성적 물신주의의 글래머로의 연결은 여성의 힘인 유혹에서 찾을 수 있다. 종교에서 유혹은 늘 악마적이고 세속적이므로 유혹은 오랫동안 철학자들의 논쟁대상이 되어왔으며, Plato이후로 철학자들은 가상에 유혹되고 있는 영혼을 우려해 왔다.<sup>47)</sup> Baudrillard<sup>48)</sup>는 그러나, 교회에서 말하는 나쁜 길로 꼬드기는 사악한 의미로서의 유혹이 아니라 여성의 특권으로서의 유혹을 논한다. 그는 Freud가 유일한 성욕, 유일한 리비도는 남성의 성욕이라고 했지만, 여성에게는 유혹의 힘이 있음을 강조한다. 즉 그는 남성의 모든 힘은 생산하는 힘이고, 여성성의 유일한 힘은 유혹의 힘인데, 이러한 유혹의 힘은 생산의 힘을 무력하게 만든다고 역설한다. 그는 유혹과 성욕은 엄연히 다른 것으로서, 유혹은 성욕의 내재적인 과정이 아니라 도전과 한술 더 뜨기, 그리고 죽음으로 이루어진 순환적이고 가역적인 과정이며 이와 반대로 유혹이 욕망이라는 에너지로 축소되고 제한된 형태가 바로 성욕이라고 언술한다. Rubinstein<sup>49)</sup>이 설명하는 ‘여성이 개발한 유혹’과 ‘남성에 의한 유혹’은 Baudrillard의 유혹과 성욕에 각각 대응된다. ‘여성에 의한 관능적인 유혹’은 Baudrillard가 논하는 여성의 정치적 유혹이고, ‘남성에 의한 유혹’은 성욕이라는 ‘유혹의 제한된 형태’에 불과한 것이다. Rubinstein은 이 ‘여성이 개발한 유혹’에서



〈그림 5〉 Mugler의 팜므 파탈 : 인위적 가장과 유혹

권력 및 이익추구에 제외된 여성이 힘을 창조하기 위해 욕망을 자극하는 관능미로서 글래머를 논한다.

Baudrillard<sup>50)</sup>는 유혹을 의례로, 규칙을 지닌 놀이로, 매력으로, 속임수로 설명한다. 여성의 유혹은 동물적인 것에 비유되는데, 장식의 개념에 의해 여성과 동물성 사이의 유사성을 찾을 수 있다. 동물에게는 유혹적인 과시가 본능에 새겨져 있어 자연스러운 장식을 지니는데 이는 여성의 인위적인 장식에 비유된다.<sup>51)</sup> 있는 그대로의 순수한 상태가 아닌 인위적이고 의례적인 유혹은 가상이나 부재 혹은 존재의 침묵으로 설명된다. 여성유혹자는 모든 상황을 압도하며 모든 관계들을 반짝이게 하지만, 그녀의 유혹은 진실로 사라짐의 미학이며 그녀에게는 욕망이나 욕체의 진실도 없으며, 그저 환상처럼 욕망 자체를 작동시킬 뿐이다.<sup>52)</sup> 〈그림 5〉<sup>53)</sup>

### 2) 퀴어

서구에서는 18세기말까지 교회법이 주로 혼인관계에 집중된 성적 관행을 지배하였으며, 그 외의 일탈적 성을 규제하거나 일탈적 행위들 간의 명확한 구분은 두지 않았다.<sup>54)</sup> 그러나 19세기에 와서 의학적, 심리학적, 교육적 규범들에 의한 새로운 규제방식의 등장으로 주변적인 성적 욕망에 대한 관심이 높아졌고, 이는 곧 여성성과 남성성이라는 젠더적 구분에 의한 성적체성이 아닌, ‘성 대상 도착’에 의

한 새로운 성적체성의 등장으로 이어졌다. 주변적인 성적 욕망에 대한 관심은 새로운 특성별 분류를 초래했는데 19세기 정신의학자들이 논한 성도착자들은 노출광, 물신숭배자, 수간자, 복합시선에호증 환자, 여성화증 환자 등 수없이 분산된 기질들로 대표되는 유형들이었다.<sup>55)</sup> 20세기에 들어와 사회적 복잡성과 심화된 분화의 일부분으로서 특유한 성적 하위문화나 공동체들이 등장하였고, 성별과 성적체성의 다양성은 물론 계급적, 종족적, 인종적, 문화적 형태에 있어서도 새로운 다원주의가 창출되면서 퀴어<sup>56)</sup> 이론이 등장하였다.<sup>57)</sup>

퀴어 정치학은 퀴어라는 명명 내에 레즈비언, 게이뿐만 아니라 다양한 성적 소수자들 즉 양성애자와 성전환자, 복장도착자, 퀴어한 이성애자(queer straight)까지 포함하는 폭넓은 조직적 기반을 마련하면서도 이들 간의 정체성, 성적 양식의 차이를 인정하고 받아들이는 정치를 주장한다. 이는 게이 정치학이 집착하던 성별 정체성과 동성에 정체성의 범주를 혼란시키고 해체함으로써 가져온 결과이기도 했다. 퀴어 정치학의 이론적 토대는 성에 관한 비본질론의 가정으로서, 1920-30년대 급진 프로이트주의자들이 수용한 Freud의 양성성(bisexuality)에 있다. Freud의 양성성 개념은 남성성과 여성성이라는 젠더 정체성의 의미를 지님과 동시에 이성애와 동성애라는 양성애 섹슈얼리티를 의미하기도 한다. <그림6><sup>58)</sup> Freud의 양성성 개념은 그가 초기 논문에서 주장했던 인간의 무의식을 형성하는 유아의 초기 성에 관한 분석에 나타난 것으로, 어머니의 완전히 충만한 사랑을 경험하는 인간의 유아시기, 즉 남아가 남성성을 여아가 여성성을 획득하기 이전인 외디푸스 전단계의 유아는 양성성을 겸비하며, 외디푸스 단계를 통과하면서 자신이 갖고 있던 양성성 가운데 하나를 억압한다는 개념이다. 인간이 유아시기에는 양성성을 가진다는 가설은 젠더와 이성애중심주의를 자연화하고 성적 욕망의 중심에 위치시키는 규범을 탈자연화, 탈중심화시킬 수 있게 한다. 이에 따라 동성애, 성적체성, 섹슈얼리티에 대한 본질론적 관념을 거부하고 섹스, 젠더, 섹슈얼리티에 대한 본질론적 연계를 탈자연화시킴으로써 이성애



<그림6>  
전후 베를린의 카바레  
: 양성애 섹슈얼리티

<그림 7> 패션쇼의  
드랙 퀴

규범성을 해체하는 퀴어 이론이 대두된 것이다.<sup>59)</sup>

퀴어 이론에서 젠더 해체의 기틀을 마련한 Butler는 Foucault와 같은 후기구조주의 이론가들의 유산에서 출발하여 섹슈얼리티에 대한 자신의 관념을 발전시켜왔다. 성적체성은 권력과 결부되어 있으며 권력은 성별로써 적절한 성적체성을 결정짓도록 그들의 관행과 지식을 집중시킨다. 이와같이 엄격하게 구별되는 정체성은 사람들의 행동과 선택을 규제하는 기제로 작동할 수 있다. 이러한 논지에서 Butler는 보다 급진적으로 나아간다. 정체성은 “<표현>에 의해서 수행적으로 구성되는 것”<sup>60)</sup>으로서, 젠더 정체성은 우리가 수행적으로 표현하는 바로 그곳에 존재한다는 것이다. Butler<sup>61)</sup>에 의하면 젠더란 신체의 반복적 양식화, 즉 매우 엄격한 규제의 틀 속에서 반복되는 일련의 행위이다. 이로써 젠더는 작위적 구성에 의한 허구이며 환상이라는 결론에 이른다. Butler의 ‘반복적 수행’이라는 개념으로 수용되는 젠더는 이 때문에 본질이나 어떤 원형이 없는 모방으로 간주된다. 그녀는 젠더를 신체적 행위 내에서 이루어지는 개념으로 정의함에 따라 우리 몸과 마음에 각인된 젠더를 결정짓는 일련의 행위를 역이용함으로써 젠더 전복을 시도한다.

Butler는 퀴어들의 드랙을 젠더의 반복적 양식화를 역전시킴으로써 젠더를 전복하는 하나의 수행으로 본다. 드랙은 이성의 전유물인 옷과 도구들을 갖춤으로써 공고한 젠더와 성적체성의 구조를 무너뜨

리고 조롱한다. 드랙은 '여성'이라는 하나의 통일체를 창조하며 다른 한편으로는 이성애적 일관성이라는 규제적 허구를 통해 하나의 통일체로 잘못 신비화하고 있는 젠더 경험 제 양상의 특징을 폭로한다.<sup>62)</sup> 또한 드랙은 젠더가 모방적 속성을 지녔음을 드러내주는 예가 되는데, 드랙 퀸은 매스미디어나 일상사를 통해 습득된 양식화된 복장을 드러내 젠더의 모방성을 보여주는 것이다.<그림7><sup>63)</sup> Butler이론은 젠더의 이분법적 틀이 남성지배와 이성애적 권력 체제를 강화하는 규제적인 허구임을 규명하여 젠더 구조의 안정성에 대한 균열과 전복을 시도하고자 하였다. 여기에서 중요한 점은 젠더가 이성애를 규정하기 위해 어떻게 규제적으로 작동하는가를 밝히고, 더 나아가 젠더의 고정적인 모델이 해체되면서 어떻게 게이, 레즈비언 주체가 규정될 것인가를 또한 밝혔다는 것이다.<sup>64)</sup>

본고에서는 진정한 유혹은 가장이라는 고찰을 토대로 성애화된 여성의 가장인 초여성적인 이미지가 모호한 성적체성으로, 더 나아가 젠더전복과 죽음으로 이동되는 성적 물신주의로서 현대 글래머를 이해하고자 한다.

#### IV. 글래머 스타일의 미적 가치

글래머가 지닌 마법적인 미와 매력, 기만과 술책이라는 개념은 물신대상물을 통해 환상에 대한 욕구의 대체적인 만족을 구하는 구조로서의 물신주의와 조우하며 상품 물신주의적 과시적 사치성과 신비적 우상성, 성적 물신주의적 인위적 관능성과 유희적 쿼어성이라는 미적 가치를 낳는다.

글래머 스타일의 상품물신주의적 특성에서 고찰된 '사치'에서 과시적 사치성이라는 미적가치가 도출된다. 현실과 이상을 잇는 물신대상으로서의 글래머는 그 화려함과 장대함을 위해 엄청난 부를 필요로 하고 또 그 부를 과시하는데, 이때 자연스러운 미가 아닌 인위적, 자극적, 퇴폐적 과시로 자신을 포장한다. 이로써 글래머는 엘리트의 고급 취향이기 보다는 나쁜 취향의 장식, 의례, 술책, 화장에 의한 과장과 환상의 과시적 사치성이라는 미적 가치를

지닌다. 패션에서 글래머 스타일의 과시적 사치성은 '과도한 장식'과 '부의 과시'로 표현된다.

글래머 스타일의 상품물신주의적 특성에서 고찰된 '스타와 스펙터클'을 통해 신비적 우상성이라는 미적가치를 도출할 수 있다. 19세기말의 코르티잔, 30년대 할리우드의 글래머스타를 포함한 자본주의 상품문화의 셀레브리티는 물신대상으로서 글래머 아이콘을 형성한다. 고급매춘부나 할리우드황금기 스타 등의 글래머 아이콘들은 신비롭고 매혹적인 가상의 신성으로 신비적 우상성을 지녔으며, 불멸의 신화로 스타를 추억하는 현대 디자이너들의 과거 회상적 탐구에 의해 이 신비적 우상성은 현대의 스타인 셀레브리티에게 구현되고 있다. 패션에서 글래머 스타일의 신비적 우상성은 '매혹적인 반짝임'과 '스펙터클'로 표현된다.

글래머 스타일의 성적물신주의적 특성에서 고찰된 '가장, 유혹'에서 인위적 관능성이라는 미적 가치가 도출된다. 여성적 유혹이미지인 글래머의 관능성은 신비롭고 황홀한 아름다움, 우아함을 잃지 않는 전통적 여성성의 매력에서 출발하지만 이는 유혹의 가장과 부재개념을 거쳐 보다 인위적인 초여성성으로까지 확장될 수 있다. 전통적 여성성의 글래머는 극단과 과도를 추구하는 창조활동에 의해 사악한 의미의 기원적 글래머로 거슬러 올라가 초여성성으로, 더 나아가 모호한 성성의 쿼어로의 진전을 보이기도 한다. 따라서 글래머의 인위적 관능성은 위험을 즐기는 유희적 쿼어성이라는 보다 과도한 미적 가치와의 경계에 위치한다. 요컨대 성적 물신주의로 설명되는 유혹녀의 유혹과 물신 대상으로서의 가장은 시대적 맥락에 따라 글래머의 전통적 여성성에서 초여성성에 이르기까지 다차원의 인위적 관능성을 구가한다. 패션에서 글래머 스타일의 인위적 관능성은 '신체 혹은 신체곡선의 노출'과 '초여성성'으로 나타난다.

글래머 스타일의 성적물신주의적 특성에서 고찰된 '쿼어'에서 유희적 쿼어성이라는 미적 가치를 도출할 수 있다. 인위적 가장을 통한 퇴폐적이고 자극적인 유희로서 쿼어성은 현대의 글래머에 이르러 모호한 성적 정체성, 죽음 등 자극적이고 사악한 의

〈표 3〉 물신주의의 논의와 글래머 스타일의 미적가치

출 처	논 의	특성	글래머스타일의 미적가치	
상품물신주의	Marx	•생산에서 노동이 분리된 상품물신	사치	과시적 사치성 • 과도한 장식 • 부의 과시
	Baudrillard	•‘소비’로 개념 확장		
	McCracken	•현실과 이상 (전이된 의미)의 가교로서의 상품		
	Bell	•문화의 자기파괴적 퇴폐	스타 스펙터클	신비적 이상성 • 매혹적 반짝임 • 스펙터클
	Alberoni King	•자본주의의 특수한 산물		
	Adorno Lowenthal	•타락의 영역		
	Morin Dyer	•소비자/생산자/상품		
Mulvey Lipovetsky	•물신화된 스타의 화려한 장관			
성적물신주의	Freud	•‘거세공포, 부인, 대체’를 통한 ‘도락증’	가장 유희	인위적 관능성 • 신체의 노출 • 조여성정
	Mulvey Doane Riviere	•화려한 가면으로서 성적 여성 이미지		
	Baudrillard Rubinstein	•여성 : 유희의 힘 (유희: 의례, 유희, 인위)		
	Foucault	•19c) ‘주변적 성적욕망’에 대한 관심	퀴어	유희적 퀴어성 • 퇴폐적 조형 • 모호한 성
	Butler	20c) 성공동체 다원화 (젠더 해체)		
	Weeks	퀴어 (양성애, 성전환, 복장도착, 드랙...)		

해체의 퀴어는 동성애, 양성애, 드랙의 형태로 젠더가 지닌 모방적 수행을 극명하게 보여주며 글래머의 위험한 기원을 탐구한다. 또한 20세기말 퇴폐주의적 미학과 의미 없는 모든 것을 조합하는 포스트모더니즘적 트래쉬니스(trashiness) 미학의 구현에 있어 이 과도한 성적 이미지의 글래머는 유희적 성격을 지니며 글래머의 미적 가치로서 유희적 퀴어성을 완성한다. 패션에서 글래머 스타일의 유희적 퀴어성은 ‘퇴폐적 조형’과 ‘모호한 성의 표현’이라는 특성으로 구현된다.

〈표 3〉은 본고에서 글래머 스타일의 특징으로 본 물신주의에 관한 사회경제학 및 정신분석학 학자들의 논의를 정리한 것이다. 사회경제학적 관점인 Marx의 상품 물신주의에서 설명되는 사치와 스타 및 스펙터클, 정신분석학적 관점인 Freud의 성적 물신주의에서 설명되는 가장과 유희 및 퀴어에서 과시적 사치성, 신비적 이상성, 인위적 관능성과 유희적 퀴어성이라는 미적 가치를 도출할 수 있다.

## V. 결론

본 연구는 글래머 스타일이 20세기 전반을 통해 외적형식과 내적의미의 변천을 겪으면서도 하나의 맥으로 이어지게 하는 이론적 뿌리를 물신주의로 보고, 글래머 스타일의 특성으로서 물신주의를 고찰, 그에 따른 미적 가치를 도출하였다.

우선 물신주의의 관점에서 글래머 스타일의 특징을 살펴본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 상품 물신주의의 관점에서 사치를 고찰하였다. 자본주의 사회는 개인들로 하여금 희망과 이상으로 불행한 환경을 견딜 수 있도록, 성취할 수 없는 곳에 이상을 위치시키는 ‘전이된 의미’라는 전술적 행동을 작동시키는데, ‘전이된 의미’의 대표적 예로서 글래머가 논의될 수 있다. 특정한 이상을 설정하고 ‘이상에 이르는 가교’인 상품을 통해 완벽한 인생에 이르는 환상으로 끝없는 사치가 발생된다. 둘째, 상품 물신주의의 관점에서 스타와 스펙터클을 고찰하였다. 이상에 이르는 가교로서의 사치에 나타난 글래머는 그 상품을 소비하며 체현하는 소비자

미를 지닌 글래머 근원의 의미로 다시 확장된다. 특히 글래머 아이콘의 기원인 코르티잔과 쇼걸들이 지닌 양성성 혹은 모호한 성이라는 성적 이미지는 20세기말 현대 글래머의 중요한 특성으로 구성된다. 당돌함, 위트, 총명함, 심미안 등의 매력과 더불어 잠재되거나 드러낸 양성성은 당시 모든 여배우, 가수, 쇼걸의 희망이었던 코르티잔의 덕목이었다. Betsy<sup>65)</sup>는 양성의 구분이 희미한 상태야말로 가장 매혹적이라는 당시의 세기말적 사상으로 인해 코르티잔들은 의도적으로 자웅동체의 매력을 유지하려고 애썼다고 분석했다. 세기말적 퇴폐주의에서 나타난 양성성의 단초는 30년대 할리우드 스타, Marlene Dietrich가 남장을 하고 여성에게 키스하는 장면이나 역시 남장한 Greta Garbo의 영화 속 중성적 이미지를 통해 단편적으로 구현되었으며 이는 20세기말 문화전반에 걸친 퇴폐적 이미지의 탐구에 의해 세기를 뛰어넘은 재현으로 다시 이어졌다. 다양한 성적체성을 지닌 공동체들의 등장으로 대두된 젠더

이면서 동시에 문화상품이자 소비상품의 주체인 생산자로서 스타에 나타난 글래머로 연결된다. 글래머 스타는 생산의 흔적을 지우고 탄생, 화려한 스펙터클로 물신화되어 신비롭고 매혹적인 이미지를 연출한다. 셋째, 성적 물신주의의 관점에서 가장과 유혹을 고찰하였다. 성적 물신주의 이론은 자연적인 성적 차이의 부정과 현실을 왜곡시키는 신비화 과정을 기초로 한다. 여성성과 화려한 가면 이미지를 동일선상에 놓는 페미니즘적 물신주의 시각에 의해 인위적이고 의례적인 여성의 유혹은 가상이나 부재로 설명된다. 즉 여성의 미적 발현은 인위적인 기호의 완전함 속에 있는 것으로, 이로써 가장과 유혹은 성적 물신주의의 글래머로 연결된다. 넷째, 성적 물신주의의 관점에서 쿼어를 고찰하였다. 20세기 후반에 대두된 젠더해체를 탐구하는 쿼어 이론은 드랙의 형태로 젠더가 지닌 모방적 수행을 극명하게 보여 주며 모호한 성적 정체성, 치명적인 초여성성 등 자극적이고 사악한 의미를 지닌 글래머의 위험한 기원을 탐구한다. 즉 여장남성의 모방적 수행으로 젠더전복을 시도하는 쿼어들의 드랙은 '여성의 여성으로의 드랙 업'인 치명적 의미의 글래머로 확장될 수 있다.

이상의 물신주의적 특성고찰을 통해 상품 물신주의의 관점에서 과시적 사치성과 신비적 우상성, 성적 물신주의의 관점에서 인위적 관능성과 유희적 쿼어성이라는 글래머 스타일의 미적가치를 도출하였다.

첫째, 현실과 이상을 잇는 물신대상으로서 글래머는 그 화려함과 장대함을 위해 엄청난 부를 필요로 하고 또 그 부를 과시하는데, 이로써 글래머는 엘리트의 고급 취향이기보다는 과장과 환상의 제조에 의한 나쁜 취향의 장식, 의례, 술책, 화장에 의한 과시적 사치성이라는 미적 가치를 지닌다. 패션에서 과시적 사치성은 '과도한 장식'과 '부의 과시'로 표현된다. 둘째, 자본주의 상품문화의 스타는 물신대상으로서 글래머 아이콘을 형성하며 신비롭고 매혹적인 신성으로 글래머의 신비적 우상성을 완성하였고, 이는 패션에서 '매혹적인 반짝임'과 '스펙터클'로 표현된다. 셋째, 글래머의 관능성은 전통적 여성성

의 매력에서 출발하지만 유혹의 가장, 부재개념을 거쳐 초여성성의 단계로 극대화되면서 인위적 관능성으로 확대되었고 이는 패션에서 '신체곡선의 노출'과 '초여성성'이라는 특성으로 표출된다. 넷째, 현대 글래머 스타일의 퇴폐적이고 자극적인 유희로서의 쿼어성은 글래머 기원의 의미탐구에 의해 유희적 쿼어성이라는 미적 가치를 완성한다. 패션에서 유희적 쿼어성은 '퇴폐적 조형'과 '모호한 성의 표현'으로 표출된다.

이상에서 고찰된 글래머 스타일의 물신주의적 특성과 미적가치는 현대 패션에 나타난 글래머 스타일의 사적고찰이라는 후속연구의 틀을 마련해 준다.

## 참고문헌

- 1) 김민자 (2004). 복식미학 강의 2. 서울: 교문사, p. 89.
- 2) 서기숙 (1999). 패션에서 페티시즘의 정신분석학적, 사회경제학적 관점에서의 연구: 성적 이미지와 소비문화를 중심으로. 서울대학교 석사학위논문.
- 3) Steele, Valerie (1996). *Fetish: Fashion, Sex & Power*. New York, NY: Oxford University Press, p. 5.
- 4) Reverend P. Baudin (1885). *Fetichism and Fetich Worshippers*. New York, NY: Benziger Brothers, pp. 5, 109. 를 *ibid.*, p. 5에서 재인용
- 5) Jhally, Sut. *The Codes of Advertising: Fetishism and the political economy of meaning in the consumer society*. 윤선희(역)(1996). 광고문화: 소비의 정치경제학. 서울: 한나래, p. 56.
- 6) Baudrillard, Jean (1986). *La Societe de Consommation: ses Mythes ses Structures*. 이상물(역) (1997). 소비의 사회: 그 신화와 구조. 서울: 문예출판사, p. 311.
- 7) Baudrillard, Jean. *Pour une Critique de l'Economie Polotique*. 이규현(역) (1992). 기호의 정치 경제학 비판. 서울: 문학과 지성, p. 143.
- 8) *ibid.*, p. 95.
- 9) Freud, Sigmund. 정성호(번역) (1997). 프로이트 성애론. 서울: 문학세계사, p. 104.
- 10) Mulvey, Laura. 채윤정(역). 현대문화의 맥락에서 물신주의 이론에 관한 몇 가지 생각. 이영철(편) (1999). 21세기 문화 미리보기. 서울: 시각과 언어, p. 340.
- 11) 서기숙. 앞의 책, p. 18.
- 12) Postrel, Virginia. A Golden World. in Rosa, Joseph (ed.)(2004). *Glamour: fashion+industrial design +architecture*. San Francisco Museum of Modern Art in association with New Haven, CT: Yale University Press, p. 16.
- 13) *Webster's 3rd New International dictionary of English Language(1981)*. Springfield, Mass.: G & G

- Merriam, p. 96'.
- Oxford English Dictionary*(2nd ed.) (1989). Vol 6. London: Oxford University Press, p. 553.
- 14) 박주희 (2005). 1930년대 할리우드에 나타난 글래머스타일에 관한 연구. *복식*, 55(6) 증보판, p. 123.
  - 15) Carter, Ernestine (1997). *The Changing World of Fashion: 1900 to the Present*. New York, NY: G. P. Putnam's Sons, pp. 154-71.
  - 16) 1930년대말 가슴이 뾰족한 브래지어가 크게 유행되었는데, 20세기 전환기에 유행했던 풍만하고 들출된 가슴이 아닌, 높고 단단하고 짧은 인공적인 가슴선을 연출하는 이 브래지어에는 '글래머'라는 이름이 붙여졌다. Thesander, Marianne (1997). *The Feminine Ideal*. London: Reaktion Books, p. 141.
  - 17) FIT Museum. Exhibition 보도자료. 자료검색일 2007. 1. 30. 자료출처 <http://www.fitnyc.suny.edu>
  - 18) Steele, Valerie (2004). Fashion. in Rosa, Joseph(ed.). *op. cit.*, p. 38.
  - 19) *ibid.*, pp. 42-7.
  - 20) 글래머 아이콘의 기원인 19세기말 코르티잔은 상품으로서 자신을 판매하기 위해 지성과 미모로 귀족남성들을 유혹했으며, 세기말의 퇴폐적이며 사치스러운 패션으로 귀족여성에게까지 영향을 끼친 고급매춘부를 이른다.
  - 21) Rosa, Joseph(ed.). *op. cit.*, p. 40.
  - 22) 대중에게 영향을 미치는 명사들의 총칭으로서, 주로 연기자, 가수, 엔터테이너 등 연예계에 종사하는 사람들을 일컫는다. 미국의 속어사전에는 '경제활동을 하지 않으면서 엄청난 부를 누리는 사람'이라는 부정적인 의미로 셀레브리티가 소개되고 있다. ([www.urbandictionary.com](http://www.urbandictionary.com) 의 celebrity 참고)
  - 23) Griffin, Susan. *The Book of the Courtesans*. 노혜숙(역) (2002). *코르티잔, 매혹의 여인들*. 서울: 해냄, pp. 22-3.
  - 24) Prioleau, Betsy. *Seductress*. 강미경(역) (2004). *유혹의 기술2: 세상을 유혹했던 여자들*. 서울: 이마고, p. 475.
  - 25) Rubinstein, Ruth P. (1995). *Dress Codes: Meaning and Messages in American Culture*. Boulder: Westview Press, pp. 115-6.
  - 26) Steele, Valerie (2004). *Femme Fatale: Fashion and Visual Culture in Fin-de-siecle Paris*. Steele, Valerie (ed.). *Fashion Theory*, 8(3), p. 318.
  - 27) 박주희. 앞의 책, p. 126.
  - 28) Lipovetsky, Gilles (1991). Porter, Catherine(trans.) (1994). *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy*. Princeton, NJ: Princeton University Press, p. 185.
  - 29) Steele, Valerie (2004). in Rosa, Joseph(ed.). *op. cit.*, p. 38.
  - 30) McCracken, Grant. *Culture and Consumption*. 이상률(역) (1996). *문화와 소비*. 서울: 문예출판사, pp. 226-45.
  - 31) McCracken, Grant (1988). *Culture and Consumption*. Bloomington: Indiana University Press, p. 106.을 Rosa, Joseph(ed.). *op. cit.*, p. 31.에서 재인용.
  - ibid.*, pp. 227-31. 참고
  - 32) Postrel, Virginia. *A Golden World*. in Rosa, Joseph (ed.). *op. cit.*, pp. 31-2.
  - 33) *ibid.*, p. 106.
  - 34) Bell, Daniel (1996). *The Cultural Contradictions of Capitalism: Twentieth-Anniversary Edition*. New York, NY: Basic Books, p. 283.을 *ibid.*, p. 30에서 재인용.
  - 35) *ibid.*, p. 31.
  - 36) Plato는 예술을 빛과 음영에 의한 기반으로 비유했다. 그는 회화가 빛의 기교로 평면적인 모방을 만들어낼 뿐임을 밝히며 예술가들의 작품이 진실이나 건전한 목표를 갖지 못한다고 했다. 그는 환영(illusion)으로 실제와 달라 보이는 회화에 의해 우리 내에서 혼돈이 일어나며, 그 혼돈은 마법과도 같은 예술에 대한 인간 정신의 연약함을 밝혔다. Plato, Book X. *The Republic*. in Bate, Walter Jackson (ed.) (1970). *Criticism: The Major Texts*. New York, N Y: Harcourt Brace Javanovic, p. 46.
  - 37) Sidney, Philip. *An Apology for Poetry*. in Bate, Walter Jackson(ed.) (1970). *Criticism: The Major Texts*. New York, NY: Harcourt Brace Javanovich, p. 85.를 Rosa, Joseph(ed.). *op. cit.*, p. 31.에서 재인용.
  - 38) Mulvey, Laura. *op. cit.*, p. 341.
  - 39) 김호석 (1998). *스타 시스템*. 서울: 삼인, pp. 22-3.
  - 40) Morin, Edgar. *Les Stars*(3rd ed.). 이상률(역) (1992). *스타*. 서울: 문예출판사, pp. 138-9.
  - 41) Dyer, Richard. *Stars*. 주은우(역) (1995). *스타\_이미지와 기호*. 서울: 한나래, pp. 77-97
  - 42) Dyer, Richard (1986). *Heavenly Bodies: Film Stars and Society*. New York, NY: St. Martin's Press, p. 38.
  - 43) Rosa, Joseph(ed.). *op. cit.*, p. 29.
  - 44) *ibid.*, p. 28.
  - 45) Mulvey, Laura. *op. cit.*, p. 335.
  - 46) *ibid.*, p. 345.
  - 47) Baudrillard, Jean (1979). *De la Seduction*. 배영달(역) (1996). *유혹에 대하여*. 서울: 백의, p. 238.
  - 48) *ibid.*, pp. 30, 71-2.
  - 49) Rubinstein, Ruth P. *op. cit.*, pp. 114-7.
  - 50) Baudrillard, Jean (1979). *op. cit.*, p. 238.
  - 51) *ibid.*, pp. 119-22.
  - 52) *ibid.*, pp. 114-5.
  - 53) Baudot, François (1998). *Thierry Mugler*. Paris: Editions Assouline, 쪽수표기 없음
  - 54) Michel Foucault. *Histoire de la Sexualite*. 이규현(역) (1997). *성의 역사: 제1권 앞의 의지*. 서울: 나남출판, p. 55.
  - 55) *ibid.*, p. 61.
  - 56) 퀴어(queer)의 사전적 의미는 별종, 괴이한 사람, 남성동성애자, 마약사용자 등이다. 퀴어의 반대되는 의미의 용어로 스트레이트(straight)가 쓰이는데 이는

퀴어가 어떤 의미로 사용되느냐에 따라 다른 의미로 사용된다. 성과 관련하여 쓰일 때 퀴어와 스트레이트에는 대개 동성애(혹은 비이성애)/이성애(혹은 비동성애)의 의미를 지닌다.

- 57) Weeks, Jeffrey. *Sexuality*. 서동진, 채규형(역) (1994). *섹슈얼리티: 성의 정치*. 서울: 현실문화연구, p. 112.
- 58) Evans, Caroline (2003). *Fashion at the edge: spectacle, modernity and deathliness*. New Haven, CT: Yale University Press, p. 126.
- 59) 서동진 (1996). 누가 성 정치학을 두려워하라. 서울: 문예마당, p. 36.
- 60) Butler, Judith (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York, NY: Routledge, p. 2.
- 61) *ibid.*, p. 33.
- 62) *ibid.*, p. 137.
- 63) Evans, Caroline. *op. cit.*, p. 121.
- 64) 한송이 (2001). 퀴어적 관점에서 본 성적체성 재현 연구: 현대한국영화를 중심으로. 한양대학교 석사학위논문, pp. 23-5.
- 65) Prioleau, Betsy. *op. cit.*, p. 48.