

현대패션에 나타난 쿠튀르적 디자인

고 현 진

건국대학교 디자인학부 의상디자인 전공 조교수

Couture-like Design in Modern Fashion

Hyunzin Ko

Assistant Professor, Dept. of Apparel Design, Konkuk University
(투고일: 2008. 7. 4, 심사(수정)일: 2008. 8. 8, 게재확정일: 2008. 8. 18)

ABSTRACT

The Purposes of this study are to analyze the couture-like design characteristics expressed in modern fashion and to grasp its sociocultural meaning. For this, the documentary study and practical case study have been executed. Fashion writings and visual sources in Gap Prêt-à-porter Collection, www.style.com, www.firstviewkorea.com are used. The results are as follows. First, couture can be featured as a luxurious made-to-order design for individual clients with high quality fabrics, hand-craftsmanship, painstakingly perfect details and finishing. It is valued on authentic originality, uniqueness, aestheticism, and luxury. As the relationship between couture and mass fashion has changed, there appeared not only traditional couture for few privileged people, but also demi-couture which bridges the gap between luxurious couture and prêt-à-porter. Second, couture-like designs in modern fashion are classified as (1)the adaption of house archive (2)retro with couture-like silhouette (3)hand-craftsmanship in details and finishing (4)individualization for only one client. They have sociocultural meanings, which are the reaction to the crisis of originality, new luxury for differentiation, the pursuit of new individualism thinking. Ultimately, it can be thought that couture-like design in modern fashion results from the mutual needs between elitism fashion designer struggling in the hegemony of originality and reproduction, and modern consumer seeking for luxury, individualization.

Key words: couture-like design (쿠튀르적 디자인), house archive(하우스 알카이브) retro(레트로), hand-craftsmanship (수공예), individualization (개인화)

I. 서론

고급화와 개인화라는 메가 패션 트렌드 속에서 고급문화를 추구하는 소비자 중심의 패션 디자인의 개념이 강조되고 있다. 이런 시대적 흐름에 부응하여 최근 파리의 전통적인 패션 하우스들 사이에서는 과거의 영광을 재현하기 위한 움직임이 일어나면서 소수를 위한 패션이었던 쿠티르 시대에 대한 관심이 새롭게 고조되고 있다.¹⁾ 각 패션 하우스의 젊은 디자이너들은 과거 쿠티르 하우스의 알카이브(archive)를 참조한 디자인을 제안하고 있으며, Vionnet와 같이 휴먼 종이던 쿠티르 디자이너 브랜드가 Kokosalaky에 의해 2007~2008 FW 컬렉션에서 재현되는 등 쿠티르에 대한 새로운 시각이 이슈화되고 있다. 이러한 경향은 Victorian Albert Museum에서의 2007년 9월부터 2008년 1월까지 "Golden Age of Couture", Metropolitan Museum에서의 2007년 5월부터 8월까지 "Poiret, King of Fashion", 2005년 5월부터 8월까지 "Chanel" 등 쿠티르에와 그들의 작품을 회고하는 근래의 다양한 기획전들을 통해서도 잘 나타난다.

여기서 말하는 쿠티르는 '오트 쿠티르(haute couture)'를 의미하는데, 오트 쿠티르는 고급 맞춤 의상이라는 뜻과 함께 최고의 예술적 기교란 의미를 내포하고²⁾ 탁월한 품질의 고급스런 엘레강스를 대표한다. 이는 19세기 처음 등장한 이래 패션의 역사 속에서 발전과 쇠퇴를 반복하면서 존재하며, 최근에는 오트 쿠티르 이외의 기성복(ready-to-wear) 패션에 있어서도 브랜드의 프레스티지 라인(prestige line), 데미 쿠티르(demi-couture) 등을 통해 부각되고 있다. 또한 매 시즌 패션 트렌드를 분석하는 각종 패션 잡지, 패션 저널 등에서의 패션 저술(fashion writing)을 통해서도 빈번하게 사용되는 키워드이다.

따라서 본 연구에서는 현대패션에 있어 여러 다양한 형태로 표현되고 기술되고 있는 쿠티르적 디자인 현상에 대하여 그 정체성을 파악하고 사회문화적 맥락에서 이를 고찰하고자 한다. 지금까지 쿠티르에 관한 선행 연구는 주로 오트 쿠티르 컬렉션을 중심으로 다루고 있거나³⁾ 마케팅적 관점에서 쿠티르가 표방하는 고급화, 개인화 지향 트렌드에 대하여 분석하

는 경향으로 진행되어왔다. 그러나 최근 부각되고 있는 쿠티르적 디자인 특성에 대해 기성복을 포함하는 구체적인 디자인 현상의 측면에서 이해하려는 연구의 시각은 비교적 많지 않은 경향이다. 이에 본 연구를 통해 현대 패션 트렌드 중 하나인 쿠티르적 디자인 접근 방식을 분석하고 그 본질을 이해하여 보다 총체적인 시각에서 현대 패션 시장을 조명할 수 있다는 점에 연구의 의의를 두고자 한다.

본 연구를 위하여 먼저 쿠티르의 전통적인 의미와 특성을 고찰하여, 이를 토대로 최근 패션에 등장한 쿠티르적 디자인 현상을 분석해보고 더 나아가 이러한 현대 패션 소비 현상의 사회문화적 의미를 파악해보고자 한다. 본 연구에서는 문헌 연구와 사례 연구를 병행하였으며 사례 연구에 사용된 자료로는 패션 디자이너들에게 있어 현대 패션 트렌드를 이해하는 지침으로 많이 사용되고 있는 패션 잡지 *Gap Prêt-à-porter Collection*과 패션 사이트 www.style.com, www.firstviewkorea.com의 트렌드 분석 리뷰 텍스트에서 언급된 'couture' 혹은 'couture-like' 관련 기사를 바탕으로 하였다.

II. 쿠티르의 일반적 특성

본 장에서는 19세기 등장 이래 패션의 역사 속에서 엘리트 패션으로서 쿠티르의 대중패션과의 관계의 변화를 고찰하고, 그에 따라 쿠티르 디자이너가 구축하고 있는 전통적인 의미와 일반적인 특성을 고찰해보고자 한다.

1. 오트 쿠티르의 정의

오트 쿠티르는 '고급(high)'을 뜻하는 '오트(haute)'와 '봉제(sewing)' 혹은 '바느질(needlework)'을 뜻하는 '쿠티르(couture)'로 구성된 단어로 고품질의 패션 디자인과 구성(construction)을 뜻한다.⁴⁾ 오트 쿠티르는 19세기 쿠티리에(couturier) Worth에 의해 등장한 이래, 현재까지 지속적으로 나타나고 있으며 '쿠티르'라는 명칭으로 불리기도 한다.

쿠티리에가 쿠티르 하우스라는 인정을 받기 위해

서는 쿠튀르 의상조합의 규칙⁵⁾을 따라야 한다. 조합의 규칙에 의하면 개인 고객을 위한 주문 생산이어야 하며, 적어도 15명 이상의 정규 직원을 가진 작업장인 아틀리에를 가지고 있어야 하며, 각 시즌 파리 언론에 컬렉션을 발표하되 컬렉션은 적어도 35벌 이상의 데이 웨어와 이브닝 웨어로 구성되어야 한다.

Milbank가 쿠튀르는 최상의 소재와 기량(best fabrics and workmanship)에 의한 주문제작 컬렉션⁶⁾이라고 했듯이, 쿠튀르는 개인 소비자를 위한 특별한 주문으로 만들어지며 최고급 품질의 소재를 사용하여 아틀리에에서 많은 시간을 소모하는 수작업 기술을 통해, 극도로 주의를 기울인 디테일과 가공에 의해 만들어진 의상이다. 따라서 대부분의 쿠튀르 의상은 단순한 옷이 아닌 예술작품으로 간주되곤 한다.

2. 오프 쿠튀르의 역사-쿠튀르와 대중패션의 관계의 변화를 중심으로

Milbank⁷⁾는 20세기 패션의 가장 큰 변화는 쿠튀리에에 의해 가장 사치스런(luxurious) 주문 맞춤형의, 개인적으로 각각의 고객에게 꼭 맞는(fitted individually to each client) 의상에서 디자이너에 의해 다량으로 재생산되는(reproduce) 기성복으로의 변화이며 이러한 변화의 중심에는 정치적 사건, 역사적 이벤트가 아닌 쿠튀리에와 디자이너에 있다고 하였다.

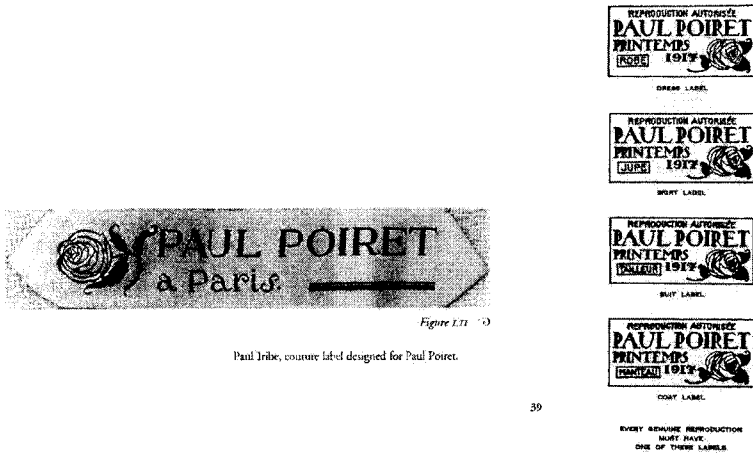
Worth 이후 고객에게 어울리는 색상 및 스타일을 가장 잘 선택해주는 예술가로 인정받게 된 쿠튀리에 는 이름 없는 장인으로부터 창작 디자이너라는 신분으로 격상되었고 자신의 작품에 상표를 달 수 있게 되었다.⁸⁾ 이후, Poiret, Chanel, Schiaparelli, Vionnet, Balenciaga 등 대표적 쿠튀리에들은 1950년대 후반까지 단순한 의복 제작자가 아니라 상류계급의 취향의 중재자로서 쿠튀리에의 지위를 구축하였으며 글로벌 트렌드를 이끌었다.

초창기 오프 쿠튀르는 '쿠튀르 아 파송(couture à façon)'과는 다른 컬렉션을 제시하였는데, '쿠튀르 아 파송'은 고객이 선정한 소재와 디자인으로 의상을 제작하는 기술자적인 것이었던 반면 오프 쿠튀르는 디자인 아이디어, 소재 선택 때로 디자인 후 소재선택까지 가능한 창의적인 것이었다.⁹⁾ 오프 쿠튀르는 소

수 개인 고객을 위한 고급스런 엘리트 패션이었는데, 그 안에서 중요한 역할을 하는 인물은 바로 예술가의 신분으로 격상된 쿠튀리에였다.

한편, 초기 쿠튀리에 Worth나 Poiret의 경우 자신을 예술가로서 간주하고, 상류문화를 이용함과 동시에, 자신들의 작업에 있어 대량생산을 위한 잠재력 역시 파악하였기에, 쿠튀르 오리지널 의상과 대량생산된 의상 사이의 전통적인 경계를 극복할 방법을 모색하기 시작했다. 따라서 순수한(genuine) 쿠튀르 의상과 구별지을 수 있는 '권위적 재생산(authorized reproduction)'으로서 특별한 라벨<그림1>¹⁰⁾을 도입했다.¹¹⁾ 이러한 모사품의 경우 값비싼 원본을 모방하고 좀 더 저렴한 가격의 재료로 만들어져 원본보다 더 폭넓은 고객들의 수준에 맞춰졌다.¹²⁾ 이에 대해 White는 "오프 쿠튀르는 호화로운 주문제작의상을 반복해서 만들어서 개인 소비자 뿐 아니라 프랑스와 외국 드레스 샵을 위한 바이어에게 판매함으로써 상업화했다"고 하며, 엘리트 후원에 의한 초 고가 소재의 고급 아이템과 상호교환이 가능한 규격화된 패턴에 의한 복제 모델(duplication model), 즉 쿠튀르의 비즈니스적 운영에 대해 언급했다. 이러한 복제 모델의 경우 보다 값싼 소재, 값비싼 디테일의 절제, 보다 열등한 제작기술로 제작되었으므로 상대적으로 경제적 이점을 갖게 되었으며 그 결과 쿠튀리에들은 자신의 마켓이 감소하는 결과를 목격했다. ¹³⁾

또한 두 번의 세계대전과 경제공황 때문에 고가 상품의 시대가 사라지게 됨에 따라 1960년대 쿠튀르 쇠퇴는 시대의 흐름이었다. 1952년 60개였던 쿠튀르 회사가 1958년에는 36개로 줄어들었으며 보다 저렴한 기성복 라인을 위해 제조업자에게 길을 내주었다.¹⁴⁾ 1960년대 이전 프랑스 여성 대다수가 쿠튀르에서 옷을 해 입었지만 1960년대 이후 결정적으로 프레타포르테가 각광을 받으면서 패션의 흐름은 급격하게 바뀌었다. 이제 대체적으로 쿠튀르 하우스는 소량의 주문 제작된 의상보다 훨씬 이윤을 내고 있는 프레타포르테 컬렉션 마켓을 가지고 있다. 특히 1990년대 들어 고급 기성복, 하이 스트리트의 대중화 등으로 인해 오프 쿠튀르는 적자를 면치 못하고 있으나 쿠튀르가 주는 고급 이미지와 환상에 의해 그 명



〈그림 1〉 Poiret의 쿠튀르 오리지널 라벨과 '권위적 재생산' 라벨
Couture Culture, p. 39, p. 397.

맥이 유지되고 있다.

3. 쿠튀르 디자인의 특성과 가치

1) 쿠튀르 디자인의 특성

(1) 개인 고객 중심

쿠튀르는 개인 고객을 위한 맞춤 주문 의상을 제작한다. 따라서 이는 착용자의 체형과 전체적인 외관에 맞게 특별히 제작되는데, 모든 공정이 수작업으로 이루어지며, 각 고객의 최상의 모습을 이끌어내기 위해 수차례 가봉이 된다. 개인 고객들은 최고의 쿠튀리에가 자신만을 위해 재단하고 가봉하는 여러 번의 수고스러운 작업들을 통해 세상에서 한 벌밖에 없는 완벽한 의상을 제공받게 된다. 이들은 6개월마다 열리는 쿠튀르 쇼를 직접 보거나 쿠튀르 하우스에서 보내온 비디오테이프를 보고 의상을 주문한다. 이런 고객들의 대부분은 완벽한 의상 제작을 위해 2~3차례 직접 가봉하러 파리로 가거나 때로는 자신의 사이즈와 같은 바디를 통해 가봉한다.¹⁵⁾

이미 Worth의 경우 가운을 만들었던 개별 고객의 치수와 개인적 특징에 대한 시스템 파일이 있었다고 할 정도로 쿠튀리에들은 각 고객의 외모와 성향을 배려하였다. 자신만의 고객이 어떤 것을 좋아하고 싫어하는지, 혹은 고객 개별의 스타일, 인간으로서의

개인적인 사적인 문제도 이해할 수 있는 수석 여성 판매원 방테즈(vendeuse)를 각각의 고객이 갖고 있는 것이 쿠튀르의 특징이었다. 방테즈는 고객에 건물에 들어와서 모델이 선택되고 이것이 만들어져서 배달되고 3번이상의 피팅이 되는 과정 등, 모든 단계에 책임이 있었다.¹⁶⁾

이와 같은 쿠튀리에들의 철저한 고객 관리의 감각은 디자인, 제작을 넘어서 개인화된 서비스를 받고 싶어하는 고객 심리를 만족시킴으로써 비즈니스를 성공시켰는데 일조했다. 요컨대, 쿠튀르 디자인은 제품과 서비스 측면 모두에서 착용자 개개인을 완벽하게 고려한 개인 고객 중심적 사고를 바탕으로 하고 있는 것이 주요 특징 중 하나이다.

(2) 고급 소재와 트리밍

쿠튀르 하우스에서 사용되는 직물은 대부분 아주 값비싼 고급소재이다. 그 중에는 최신 개발된 직물들, 고급 품질의 실크, 모직, 캐시미어, 면, 린넨, 가죽, 스웨이드 여러 동물의 가죽들, 천연 모피 등이 포함된다. 어떤 경우 디자인과 색이 특정 쿠튀르를 상징하는 것이 될 수 있다. 디자이너와 모델리스트는 생산자들이 제공하는 직물을 선택하고 혹은 직물을 직접 디자인해 생산할 수도 있다. 프랑스의 직물 제조업자들은 쿠튀르의 요구에 맞추어 아무리 적은 양이라도

좋은 품질의 직물을 기꺼이 생산한다. 그 자체가 고부가가치이기 때문이다.¹⁷⁾

(3) 수공예 디테일 및 완벽한 가공

쿠튀르는 노동집약적(labor-intensive)이며 비용이 많이 드는(costly) 작업이며, 오트 쿠튀르의 장인은 버튼, 장갑, 주얼리, 모자 트리밍 제작자를 포함한 많은 수의 전문가들, 아주 높은 수준의 기량을 가지고 만든 사람들로 구성된다.¹⁸⁾ 특히 쿠튀르의 경우 전문적 기량이 요구되며 오랜 시간이 소요되는 수작업으로 제작되는데, 쿠튀르 디자인의 특성 중 가장 많이 언급되어 온 것 중의 하나가 이러한 수작업을 통해 완성되는 수공예 디테일과 완벽한 가공에 관한 것이다.¹⁹⁾ '수공업적'이란 수작업, 맞춤복, 양보다는 오히려 질, 양장 재단사들의 노하우 등을 말한다.²⁰⁾ 의상 제작자(dressmaker)들은 섬세한 소재를 다루면서 의상을 수작업으로 제작하는데 이들에 대해 Dior은 '요정의 손가락(fairy fingers)'라고 하기 까지 칭송했다.²¹⁾ 한편, 쿠튀르 의상에서 많이 사용되는 디테일 중의 하나인 자수<그림 2>의 경우, 자수 전문가들에 의해 매 시즌 다양한 샘플이 창조되는데, 일단 선택되면 그 디자인은 해당 쿠튀리에 의해서만 독점적, 배타적으로 사용된다.²²⁾

쿠튀리에 Worth는 기술적 탁월함(technical excellence)이 미적 완벽함(aesthetic perfection)의 기초가 됨을 발견하고²³⁾ 다양한 컷팅, 제작기법에 대한 실험을 시도하였다고 하며, Balenciaga 또한 "단순히 꽃을 덧붙이고 디테일을 많이 보여주는 것이 쿠튀르가 아니라 아무것도 없지만 하나의 라인이 있는 단순한 드레스를 만드는 것이 진정한 쿠튀르이다²⁴⁾"라고 하며 단순히 보이나 완벽한 구성법에 의한 구체적인 실루엣을 선보였다. 완벽한 재단, 봉제 기술은 짧은 시간 내에 결코 형성될 수 없는 많은 훈련에 의해 형성되는 것이다. 이에 쿠튀르의 완벽한 미학적 전통이 세워진다. 한 벌의 쿠튀르 의상을 제작하기 위해 필요한 수작업은 정장의 경우 보통 100~150시간이 걸리며 아름다운 장식들이 있는 이브닝드레스의 경우는 최고 1000 시간 정도가 걸린다고 한다.²⁵⁾

오랜 시간동안의 섬세한 수공예 디테일, 완벽한



<그림 2> Cavanagh Evening dress for Dior
www.vam.ac.uk

구성법, 제작 기술의 결과 쿠튀르는 탁월한 품질과 더불어 높은 가격을 가진 의상으로 나타난다. 보통 쿠튀르 의상의 가격은 숙련된 노동력(experienced labor), 고급 소재, 높은 임대료(high real estate overhead), 다양한 관측행동에 대한 투자와 같은 것과 관련되어 극단적으로 높게 제시되며 이에 따라 디자인의 희소성을 보호받는다. ²⁶⁾ 따라서 세계 극소수의 여성들만이 쿠튀르 의상을 구입한 여유가 있게 되므로 엘리트 패션으로서 쿠튀르는 배타성을 지니게 된다.

2) 쿠튀르 디자인의 가치

(1) 독창성

쿠튀르는 쿠튀리에, 디자이너에 의해 가장 먼저 창조된 진정성을 갖는 디자인의 의미를 갖고 있다. 쿠튀르는 대량생산된 상품으로서 표준화(standardization)를 거부하며²⁷⁾ 개인 고객을 위한 소량 생산된 작품으로서 독창성(originality)을 갖는다. 독창성은 다른 어떤 것에 근원을 둔 모방에 의해서가 아니라 그 자체가 근원인 창조의 성향이다.

쿠튀르가 자리매김하던 20세기 초, 당시 아방가르드 모더니즘에 있어서 독창성과 재생산사이의 관계가 불안정했으므로 엘리트 문화와 대중문화, 유일무이한

아트 오브제(unique art object)와 대량생산된 일상품(commodity)사이의 관계가 때로 중요성을 띠었다는 점은 의미심장하다. 대량생산이 가능해진 현대 산업 사회에 있어서 구별의 표지가 되는 스타일을 정의하고 순환시키는 성공은 예술이든 의상이든 카피되고 페스티쉬(pastiche)될 위험에 처해있었다.²⁸⁾ 따라서 쿠튀르의 독창성은 진정성(authenticity), 즉 재생산에 의한 모방이 아닌 진짜 원본(original)의 개념과 연결된다. Worth는 라벨에 자신의 고객을 위해 만든 옷에 대한 그의 사인을 넣은 첫 번째 쿠튀리에였다.²⁹⁾ 이는 재생산된 모조품에 대한 쿠튀리에의 창조적인 독창성에 대한 권위의 표현이라고 할 수 있다.

(2) 희소성

수작업의 품질, 소재 선택, 장인의 숙달된 솜씨는 궁극적으로 유일무이함(unicqueness)을 이끈다. 이러한 점은 디테일への 집중, 모델 생산에의 특별한 주의에서 나온다. 쿠튀르의 경우 수작업에 의한 것으로 숙련된 인력에 의해 품질이 보장되기는 하지만 산업적인 기계 생산에 비해 장인의 개인적인 손맛에 의해 독특하게 표현될 수 있다. 또한 수공예적 생산 방식이므로 단 하나로 끝나거나 소수의 제품으로 그 생산물이 제한된다는 특징이 있다.³⁰⁾ 탁월한 품질을 보장하는 소량의 노동집약적 생산이므로 가격 면에서 상당히 비싸며, 그 결과 여러 사람에 의해 공유될 수 없다는 희소적 가치를 갖게 된다.

(3) 미학적 예술성

19세기 후반에서 20세기 초 쿠튀르 의상디자이너는 위대한 예술가로서 자신의 페르소나를 조심스럽게 구축했다.³¹⁾ 이에 따라 쿠튀르 의상은 예술가로서의 쿠튀리에의 미학적 아우라에 의한 완벽한 예술품으로 인식되었다. Bourdieu는 *Haute couture and Haute Couture*에서 예술로서 패션작품의 이러한 마술적인 아우라³²⁾를 지적한 바 있다. 쿠튀르 의상의 완벽한 가공과 수공예의 완성도는 장인의 예술적 기교를 표현하므로 이러한 예술작품으로서 쿠튀르는 엘리트 상류계층의 좋은 취향, 세련으로 자리매김하였다.

(4) 사치성

쿠튀르 컬렉션은 프레타포르테에는 존재하지 않는 풍요로움(richness)과 사치(luxury)를 가지고 있다. Nueno에 의하면 호사품의 전통적 가치와 의미의 기준³³⁾은 (1)변함없이 최고의 품질 보유 (2)오리지널 디자이너라는 장인의 기술과 정신 계승 (3)상표를 안 보고도 한눈에 알아 볼 수 있는 독특한 스타일과 디자인 (4)한정생산을 통한 희귀성 (5)제품자체의 탁월함 비싼 가격 정책 (6)세계적 명성 (7)하나하나의 제품의 개성(장인들의 수작업에서 오는 것)이다. 쿠튀르 디자인은 이러한 호사품의 조건을 충족시키는 대표적인 상품의 영역이라 할 수 있다.

Ⅲ. 현대 패션 디자인에 나타난 쿠튀르적 특성에 대한 고찰

1. 쿠튀르적 디자인의 등장배경

전통적인 사치품으로 존재해온 쿠튀르의 의미와 용어는 현대 패션 트렌드 현상을 설명함에 있어 빈번하게 사용되고 있다. 최근 패션 디자인에 나타난 쿠튀르적 특성을 고찰하기에 앞서 이러한 소비문화 트렌드 현상이 도래하게 된 배경을 살펴보고자 한다.

현대 패션에 있어 제조와 혁신의 확산속도가 급격히 빨라짐에 따라 단 기간내에 새로운 트렌디한 스타일을 선보이는 패스트 패션(fast fashion)이 등장하고 있으며, 고급 디자이너 브랜드가 새로운 디자인을 선보이면 증가의 의류생산업체들이 이를 보다 저렴한 가격대의 실용적인 의상으로 빠르게 재생산하는 경향이다. 이는 디지털 정보혁명과 기술의 발달로 더욱 가속화되어 가고 있다.

인터넷을 중심으로 한 정보에의 접근이 용이해짐에 따라 과거 소수에 의해 은밀하게 교환되었던 명품에 대한 정보를 누구나 쉽게 검색, 접촉할 수 있는 환경이 제공되었고, 이에 따라 명품을 직접 구매, 사용하고 싶어 하는 인구 역시 자연스럽게 증가했다. 게다가 브랜드 확장 전략의 일환으로 글로벌화가 진행되면서 특정지역 중심의 소수 매장에서만 만날 수 있던 명품의 희소성은 더욱 감소하게 되었고 경제적

화로 인해 소수의 부유층만을 대상으로 했던 명품이 인터넷은 물론 서민적인 유통망으로까지 확대되었다.³⁴⁾ 따라서 가속화된 패션변화의 흐름 속에서 오늘날 사치 부문은 하나의 엘리트 계층만을 위한 단일화 구조로 되어있지 않고, 계층화되어 있다. 이에 보다 강화된 초 호화 사치품과, 보다 대중성을 갖고 접근 가능한 사치품이 공존하고 있다.

사치품의 경우 대중 시장과 계속해서 차별화를 이루면서 발전할 수 있는 방법은 최고가 되는 수밖에 없는 다른 도리가 없다.³⁵⁾ 따라서 기존의 럭셔리 제품은 극소수의 부유층만이 구입할 수 있도록 극도로 높은 가격으로 책정되는 초고가 라인을 일부 형성하며 때로 개별 고객을 위한 '한정 생산품(limited edition)'을 통해 독점적인 배타성을 구축한다. 더 나아가 개별 고객의 다양한 소비 욕구 만족을 위한 전략으로서 근대화 이전의 제조방식인 개인별 맞춤 제품 디자인, 서비스 역시 다시 주목받고 경향이다.

한편 극소수 부유층을 위한 초고가 상품이 등장한 것과 동시에 전 세계 중산층 소비자들 사이에서는 지금 '트레이딩 업(trading up)'이라는 새로운 소비현상이 나타나고 있다. '트레이딩 업'이란 중가 제품을 주로 구입하던 중산층 이상의 소비자가 품질이나 감성적인 만족을 얻기 위해 비싼 제품에도 가까이 보다 높은 가격을 지불하는 소비 패턴을 일컫는 표현이다.³⁶⁾ 고품질의 기성복인 데미 쿠튀르, 매스(mass)와 프레스티지(prestige)의 합성어인 매스티지(masstige) 등이 이러한 트레이딩 업 현상과 부합한다.

이와 같이 보다 확장된 럭셔리 패션 소비현상을 배경으로 하여 쿠튀르적인 디자인 요소가 최근 패션 컬렉션에 자주 등장하고 있다. 따라서 다음 절에서는 이에 대해 보다 구체적인 실례를 바탕으로 분석해보고자 한다. 현대 패션 사례 연구에 사용된 시각 자료는 *Gap Prêt-à-porter Collection*, www.style.com, www.firstviewkorea.com의 트렌드 및 디자이너 리뷰 텍스트에서 언급된 'couture' 혹은 'couture-like' 관련 기사를 중심으로 추출하였다. 본 연구는 쿠튀르적 디자인을 분석하는 연구이므로 초고가의 전통적인 오트 쿠튀르 컬렉션의 디자인은 연구의 대상에서 제외하였다.

2. 현대 패션 디자인에 나타난 쿠튀르적 특성

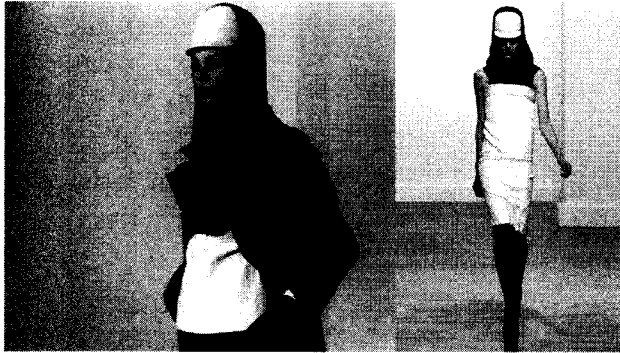
1) 하우스 알카이브의 적용

오트 쿠튀르가 디자이너의 창의성, 실험성을 표현하는 장으로서 이미지와 컨셉을 유지, 발전시키는 역할을 하는 것과 마찬가지로 럭셔리 브랜드의 전통적인 하이엔드 라인은 전통 명품으로서의 이미지와 가치를 유지하는 노력으로서 클래식 라인으로써 브랜드를 강화하고 장인정신과 브랜드 유산을 반영한 고가 상품을 제안한다.³⁷⁾ 각 디자인 하우스들은 자신들의 과거의 디자인 데이터 저장소인 '알카이브(archive)'에서 이미 클래식으로 정착된 자신만의 특징적인 디자인 요소를 활용하고 있는 경향이다. 특히 Balenciaga, Dior, Lanvin, Yves Saint Laurent 등의 세대 교체된 젊은 하우스 디자이너들은 오랜 전통의 쿠튀르 하우스 디자인의 정체성을 유지하면서 자신들만의 독특한 디자인 성향을 표현하고 있다. 이를 위해 하우스 알카이브를 근거로 한 독창성에 대한 연구가 하우스의 화두로 떠오르면서 클래식 아이템이 재조명되고 있다.³⁸⁾

쿠튀르 의상에 있어 대표적인 거장(master)으로 인정받는 Balenciaga는 마치 조각가가 대리석을 다루듯이 의상의 무게, 짜임새 등을 관찰하였으며,³⁹⁾ 완고한 장인의 숨씨를 바탕으로 한 완벽한 테일러링으로 유명한 1950~60년대 쿠튀리에이다. 이러한 Balenciaga의 디자인 정체성을 바탕으로 Guesquière는 2005/06 F/W 컬렉션에서 1960년대 Balenciaga 하우스에서 디자인한 항공사 유니폼 영향을 받은 구조적인 실루엣을 가진, 가슴에서 깃털이 뿜어 나오는 듯한 쿠튀르 느낌의 오간디 드레스<그림 3-1>⁴⁰⁾를 선보였는데, 하우스의 오리지널한 클래식 엘레강스가 Guesquière의 추상적 에지의 특징과 잘 혼합되어 나타났다는 평이다.⁴¹⁾ 06 S/S, 2006/07 F/W, 2008 S/S, 2008/09 F/W 등 이후 컬렉션에서도 Guesquière는 Balenciaga 쿠튀르 하우스의 알카이브에 영감을 받아 Balenciaga 디자인만의 독특하고 완벽한 패턴 커팅에 의한 구조적인 실루엣, 디테일을 잘 활용한 쿠튀르적 디자인을 발표하고 있다. <그림 3-2, 3-3>



〈그림3-1〉 Balenciaga의 Air France 유니폼(1968), 깃털 장식 드레스(1966 S/U), Guesquière의 Couture-feeling dress(2005/06 F/W), *Balenciaga Paris*, p.152, p.141, www.style.com



〈그림3-2〉 Balenciaga(1966W), Guesquière(2006/07 F/W), *Balenciaga Paris*, p.145, www.style.com.



〈그림3-3〉 Balenciaga의 geometric sleeve (1951)와 Guesquière의 미래적 감각의 sleeve(2008 S/S) www.vam.uk, *Balenciaga Paris*, p. 84, www.style.com.

〈그림 3〉 Balenciaga Archive를 참조한 Guesquière의 새로운 해석

한편, 자신의 과거 쿠튀르 디자인 알카이브를 활용하고 있는 디자이너 이외에도 오프 쿠튀르와 프레타포르테 컬렉션을 동시에 전개하는 디자이너들의

경우 자기 참조적으로 자신의 오프 쿠튀르 컬렉션 알카이브의 영향을 받아 쿠튀르적 기성복 컬렉션을 재현하기도 한다. 2007/08 F/W Dior 컬렉션에서



〈그림 4〉 Dior의 'Haute Couture(2007 Fall)'와 'Pret-à-Porter(2007/08 F/W)'와 'Haute Couture(2005 Fall)'와 'Pret-à-Porter(2006 S/S), www.style.com

Galliano는 자신의 오트 쿠튀르 60주년 컬렉션을 스스로 참조로 하여 쿠튀르로부터 아이디어를 전개시켰으며 2006 S/S 컬렉션은 자신의 직전 05 Fall 오트 쿠튀르 컬렉션을 참조로 하였다(그림 4)⁴²⁾. 또 Anne Valerie Hash나 Vera Wang과 같이 원래 쿠튀르 디자이너로서 오트 쿠튀르만을 전개하다가 기성복 라인까지 브랜드를 확장한 경우 역시 기성복 라인에 자신의 작품을 재해석한 컬렉션을 보이기도 한다. 자신의 최근 쿠튀르 컬렉션 알카이브를 참조한 디자이너들의 작업은 이를 통해 자신의 디자인 정체성을 보다 고급스러운 이미지로 유지하고자 하는 것으로 사료된다.

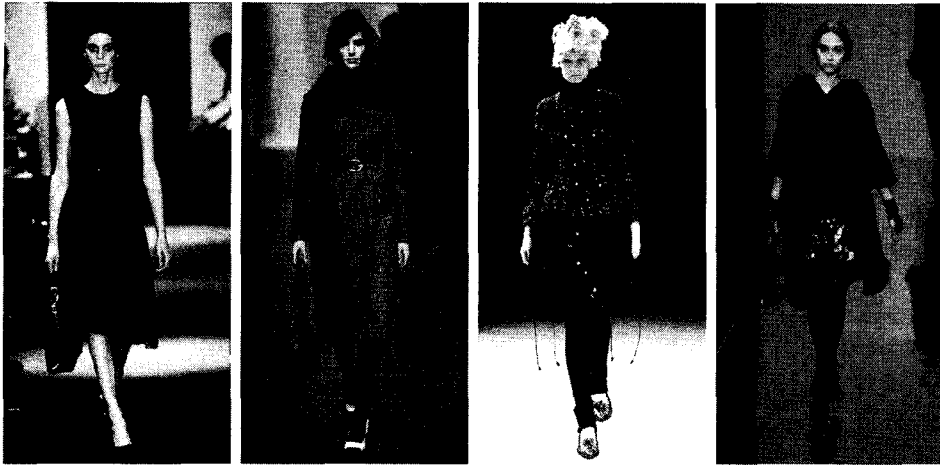
직종의 숙련도 및 독특한 제작 자질과 연결된 전통과 노하우는 장인층 또는 제조업 전통과 빈번하게 연관되어 있다. 수공업의 전통으로 적법성이 세워지고 이는 지속성 속에서 그리고 지속성을 통해 확고하게 유지된다.⁴³⁾ 알카이브에 대한 적용은 브랜드가 지향하는 근본적인 컨셉, 과거에 만들었던 상품과 스타일을 회고하는 것인데, 그 이유는 한 시즌 입고 버리는 패션이 만연하는 시대에 모방할 수 없는 전통적 가치를 제공하려는 노력, 혹은 매력적인 외부 소스의 고갈 등에 있다. 하지만 보다 근본적인 원인은 지금 이 엄청난 수의 브랜드와 상품이 경쟁하게 되는 글로벌화와 시장재편의 과정에서 과연 브랜드의 정체성이 무엇인가에 대해 점검하고 재정립하는 시

기이기 때문이며 소비자가 유행에 빠르게 반응한다고 하더라도 변하지 않는 진정성이 존재하므로 이를 통해 시간의 흐름이나, 트렌드의 변화에 흔들리지 않는 자기만의 위치를 세울 수 있기 때문으로 분석된다.⁴⁴⁾

이와 같이 자신의 하우스 알카이브를 참조하는 디자인 관련에 대한 패션 기술과 더불어, 패션 잡지나 저널의 기사를 통해 'couture' 혹은 'coutre-like'를 검색한 결과 가장 많이 등장하고 있는 표현으로는 쿠튀르적 실루엣, 가공, 디테일에 관련된 것이 가장 많았다. 이에 대해 (2)쿠튀르적 실루엣의 레트로 룩 (3)디테일과 가공에 있어 수공예적 표현으로 명명하고 고찰하고자 한다.

2) 쿠튀르적 실루엣의 레트로

쿠튀르 관련 기사 중 쿠튀르 실루엣에 관한 글은 주로 완벽한 재단에 의한 구축적인 실루엣을 보이는 1950년대 혹은 1960년대가 대부분이었다. 2005 S/S 컬렉션 분석 기사에 의하면 많은 디자이너들이 50년대 실루엣을 쿠튀르 스타일의 디테일과 함께 모던하게 해석했으며, 2005/06 F/W 컬렉션에서는 전체적으로 가벼운 소재보다는 가죽, 새틴, 심지어 스트레치 소재를 사용하여 쿠튀르적 형태를 만들거나, 50년대와 60년대 쿠튀르를 연상시키는 볼륨감에 대한 실험이 나타났으며, 판매가능성(marketability)이 가장



〈그림 5〉 Prada, Miu Miu, Watanabe(2005/06 F/W), Celine(2008/09 F/W)의 Daily Couture, www.style.com

중시되면서 레트로, 쿠티르를 참조로 하는(couture-referencing) 실루엣이 계속되었다.⁴⁵⁾ 이외에 2008/09 F/W의 기사를 통해서도 1950년대, 1960년대 쿠티르 실루엣에 관한 언급이 많다.〈그림 5〉

쿠티르적 디자인의 레트로 현상은 현대의 트렌드와 디자인 의지에 따라 Prada의 수공예적 디테일의 레이디라이크 룩, Miu Miu의 쿠티르와 포클로어의 믹스, 아웃도어용 소재를 이용한 쿠티르적 형상을 창조한 Watanabe의 'Heavy Duty Couture', Celine의 스포티 쿠티르 등 쿠티르 개념을 자신의 독특한 형태에 재 작업하는 접근방식으로 나타나고 있다.〈그림 5〉⁴⁶⁾

이는 Firstviewkorea의 “Zara가 할 수 없는 것”이라는 기사에서 언급한 것 같이 ‘일상의 쿠티르(Daily Couture)’라는 이름하에 워킹 우먼을 위한 절제된 볼륨감의 형태감 있는 실루엣의 일상복에서 고급스러운 쿠티르적 터치로 나타난다.⁴⁷⁾

3) 디테일과 가공에 있어 수공예적 표현

현대 패션에 있어 쿠티르와 기성복의 경계를 오가는 디자인들은 패스트 패션과의 차별화를 위한 요소로 쿠티르 디자인의 큰 특징 중 하나인 수공예적 표현 특성을 갖는 소재 개발, 정교한 수작업의 디테일, 완벽한 가공(finishing)에 집중하고 있다. 많은 시간

과 노동력의 투자 없이는 단순히 모방할 수 없는 장인정신을 요하는 고급스런 디테일, 완벽한 테일러링 등을 통해 예술작품 같은 디자인이 선보이고 있다.

McQueen은 패션 잡지 *ID*와의 인터뷰에서 자신의 작업의 궁극적인 목표가 기성복 컬렉션의 통합적인 부분으로서 오트 쿠티르 의상을 제시하는 것이라고 했듯이⁴⁸⁾ 여러 컬렉션을 통해 완벽한 테일러링과 섬세한 수공예적 디테일을 지닌 예술작품 같은 의상을 선보이고 있다. 2005 S/S 컬렉션에서 McQueen은 끝없는 상상력으로 'Chess'라는 주제 하에 다양한 룩을 구성했는데, 이 모든 것은 쿠티르 수준의 디테일을 가진 역동적인 형태로 잘 가공되었다.〈그림 6〉.⁴⁹⁾ 같은 시즌 Victor & Rolf의 경우에도 역동적인 실루엣을 위해 리본 디테일을 잘 사용하였고 거의 쿠티르에 가까운(a close-to-couture finish) 가공을 보였다.〈그림 6〉.⁵⁰⁾ 2006 S/S, 2008/09 F/W 등 거의 매 시즌 트렌드 리뷰에서 쿠티르적 소재와 섬세한 수공예 디테일 장식에 대한 언급을 발견할 수 있을 정도로, 최근 많은 디자이너들은 쿠티르적 수작업이 주는 독창성을 충분히 활용하고 있다.

한편 2007 S/S 컬렉션에서의 Balenciaga의 미래적 감성의 메탈릭 소재, 2007/08 F/W 컬렉션의 Prada의 chloride vinyl, rubber, wax-coated mohair 같은 독특한 화학적 처리의 소재기법과 같이, 최근 쿠티르적 감성의 소재에 있어서는 좀 더 미래적인 가공 테



〈그림 6〉 Victor & Rolf, McQueen (2005SS), Prada(2007/08 FW), Balenciaga(2007SS)의 수공예적 디테일 및 소재 표현, www.style.com

크닉을 통해 손맛을 주는 소재기법이 사용되기도 한다(그림 6). 이는 희귀한 재료와 이전에는 못 보았던 독특한 가공을 사용하고, 독특한 공예적인 의상을 창조하기 위해 이전에는 탐구되지 않는 방법으로 옷을 만드는데 기술적인 특성을 사용하는 최근 트렌드를 반영하는 것이다.⁵¹⁾

특히 '수제품'이란 개념은 물건을 확실히 재생산하기 시작하면서, 모순되게도 더욱 값비싼 생산 방식의, 새로운 예술적 가치를 갖는 물건이 되었는데, 평범한 것은 다수가 금전적으로 접근할 수 있는 것이 되었으므로 그것을 소비할 가치가 없어졌기 때문이다.⁵²⁾

4) 단일 고객 중심의 개인화

최근 이 세상에 하나만 존재하는 유일무이한 작품이 디자이너 브랜드의 데미 쿠티르 라인에서 등장하고 있다. Kane의 2007 S/S 컬렉션의 네온 칼라의 스트레치 미니 드레스(그림 7)⁵³⁾는 Swarovski 크리스탈과 레이스의 정교한 장식이 있는데, 1000파운드에 Browns에서 판매되었다.⁵⁴⁾ 또 2004 Fall 컬렉션에서는 Toi는 고급소재를 사용한 쿠티르에 가까운 디자인을 발표한다. 디자이너 자신의 정체성을 기성복 디자이너로 두고 있지만 그의 작품은 레드 카펫용 의상으로 활용되곤 한다. 예를 들어 그의 화려한 자수의 니트 드레스(그림 7)를 살펴보면, 3명의 장인에

의해 3주간 수공예 자수와 3일간 니트 작업, 하루 동안의 마무리 공정을 통해, 거의 한 달의 기간 동안 제작되었으며 10,000불 정도의 가격이다. 트렁크 쇼(trunk show) 기간 동안 그는 여러 지역에 거주하는 그의 데미 쿠티르 고객을 위한 피팅 작업을 하는데, 이는 고객과 디자이너 간의 개인적 관계조차 구축함을 의미한다. 원래 전통적인 쿠티르 의상은 여러 번 피팅의 3달 정도 소요되는 작업을 요하며, 80000불 정도의 가격대부터 시작되는 높은 가격이므로, 빠른 속도로 진행되는 현대에 있어 너무 긴 시간이 소요되기에 이와 같은 데미 쿠티르는 비용 뿐 아니라 시간 역시 절감하는 경제적 이점이 있음을 알 수 있다.⁵⁵⁾

Chatav Ectabit은 Dalal과 Fong에 의한 유니섹스 라인으로 개인 고객을 위한 주문 염색, 수작업 바지와 재킷, 코트, 매우 복잡한 자수가 있는 셔츠 등으로 구성된다. 그 결과 재킷 하나의 가격이 2000 달러 정도하는 일종의 럭셔리 의상이 된다.⁵⁶⁾(그림 7) 지금까지 고찰한 쿠티르적 디자인의 특성을 요약하면 다음과 같다(표 1).

현대 패션에서 쿠티르적 디자인은 전통적인 쿠티르의 외형적 특성만을 디자인 영감으로 사용한 프레타포르테 컬렉션 의상과, 더 나아가 쿠티르의 오랜 시간과 노동력을 투자한 완벽한 수작업, 개별 고객을 위한 쿠티르의 본질적 의미 특성을 부여한, 쿠티르와



〈그림 7〉 A demi-couture Dress from Kane(2007 SS), Toi (2004 FW)와 Chatav Ectabit의 수작업에 의한 주문제작 의상

www.style.com, www.fashionwindows.com, www.chatavectabit.com

프레타포르테 사이에 존재하는 데미 쿠티르 의상으로 존재함을 알 수 있다. 쿠티르의 외형적 특성만을 참조한 프레타포르테 의상은 1990년대 이미 레트로룩의 하나로도 많이 등장했었던 트렌드중 하나였으므로 새로운 현상은 아니다. 그러나 2000년 이후 쿠티르가 재조명되면서 보다 정교한 쿠티르적 디자인의 개념이 재형성되었다고 사료된다.

4. 쿠티르적 패션 디자인의 사회문화적 의미

1) 독창성의 위기에 대한 반작용 -영속적 가치의 근본으로 회귀





오트 쿠티르는 가장 고급스럽고 비싼 여성복을 생산하는 독점적인 패션 산업으로 잘 알려져 있다. 그러나 20세기 초 쿠티르 의상은 부유한 사람들에게만 독점적으로 구매되지 않았으며 보다 폭넓은 소비자 마켓까지 적용되어, 엘리트 고객을 위한 유일무이한 의상과 대중소비를 위한 다량의 모조품(copy)들이 역설적으로 공존했다. 매스 마케팅, 대량소비의 탄생 가운데 오리지널과 모조품 사이의 쿠티르에의 타협은 Poiret가 '순수한 재생산'이라고 했던 하이브리드 형식이었다.⁵⁷⁾

1960년대 이후 등장한 프레타포르테는 디자이너에 의해 다량으로 재생산되는 기성복으로, 점차 시장성

을 잃고 쇠퇴하던 오트 쿠티르의 수익률을 보충하는데 일조하며 현재까지 시장성을 갖고 지속되고 있다. 그러나 20세기 후반 이래 이제 프레타포르테는 패스트 패션에 의해 쉽게 카피되고 모조 브랜드에 의해 모방되어 상품과 브랜드 위조에 의해 위험에 빠져있다.⁵⁸⁾ 카피를 베이스로 하고 있는 Zara, Bershka 등의 패스트 패션 브랜드가 속해 있는 Inditex그룹은 2006년 가장 좋은 기업을 뽑는 *Fashion & Luxury Insight*에서 럭셔리 브랜드 Louis Vuitton이 속해 있는 LVMH를 누르고 5위를 차지했다. 이와 같은 패스트 패션의 빠른 트렌드 수용의 영향으로 최근 트렌드에 대한 대중들의 적응력이 갈수록 빨라져 새로운 트렌드의 유통기한이 더욱 짧아지고 있는 추세인데, 너무나 짧은 주기로 바뀌는 패스트 패션에 대해 대중 소비자들이 식상해가고 있다. 또한 패스트 패션의 카피에 지친 럭셔리 기성복 브랜드들은 '절대 카피할 수 없는 무언가를 만들자'가 모토로 느껴질 정도로 점점 더 닿을 수 없는 높은 곳으로 달아나고 있다.⁵⁹⁾

오리지널과 카피에 관한 문제는 독창성의 개념에 근원을 둔 것이다. 독창성과 재생산사이, 유일무이한 예술작품과 대량생산된 일상품 사이의 긴장감은 모더니즘 역사에서 오랫동안 중요한 문제로 간주되어 왔다. 독창성의 위기는 예술작품에서 뿐 아니라 오트 쿠티르와도 관련된 문제였다. Troy가 20세기 초 의상

<표 1> 현대 패션에 나타난 쿠튀르적 디자인의 특성

쿠튀르적 패션 디자인	쿠튀르적 디자인 표현을 위한 중심 아이디어
<p>하우스 알카이브의 적용</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 전통적인 쿠튀르의 미적 아우라의 자기 참조적 활용 : 쿠튀르 하우스 알카이브의 디테일, 가공 등의 외형적 특징 뿐 아니라 본질적인 미적 아우라 적용 
<p>쿠튀르적 실루엣의 레트로</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 과거의 쿠튀르적 실루엣의 현대적 해석 : 전통적인 쿠튀르의 외형적 특징 중 특히 실루엣 차용 
<p>디테일과 가공에 있어 수공예적 표현</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 쿠튀르의 수작업 : 전통적 쿠튀르의 노동집약적인 정교한 수공예 디테일 및 완벽한 가공에 중점 
<p>단일 고객 중심의 개인화</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 개별화된 고객 중심 사고 : 전통적인 쿠튀르 디자인의 개별적 맞춤형 제품, 서비스의 개인 고객 중심 특성에 중점 

이든 아방가르드 예술작품이든 간에 독창성, 진정성, 개별 오브제의 미적 아우라(aesthetic aura of the individual object) 모두 위기에 처해 있었다고 했듯이⁶⁰⁾ 초창기의 쿠튀르 시대에 있어서부터, 앞서 언급한 바와 같이 산업화와 대량생산에 직면하여 독창성에 대한 위협과 그에 대한 쿠튀리에의 해법이 존재

했다.

쿠튀르가 초창기에 경험했던 독창성의 위기는 보다 발전된 산업화 기술과 접근이 용이한 빠른 정보력 등으로 인해 이전과는 또 다른 국면을 맞이하게 되었다. 보다 용이해진 값싼 모방에 대한 해결책으로서 현대 패션 디자이너들이 선택한 것은 모방할 수

없는 전통적 가치를 갖고 있는 쿠티르적 디자인으로의 접근이었다. 이는 쿠티르가 갖고 있는 영속적이고 고급 이미지와 표현방식을 차용하는 것으로, 새로운 형태의 엘리트 의상으로서 자리매김하게 된 것이다.

이제 제도화된 엘리트 의상은 하이패션, 혹은 고급 봉제의 오프 쿠티르, 기성복 프레타포르테, 최근 데미 쿠티르로 설명된다. 추가된 범주로 아직 공식적으로 제도화되어 있지는 않지만 젊은 디자이너들이 쿠티르 그룹의 반열에 드는 것을 환영하고 양육하려는 시도이다.⁶¹⁾

2) 구별 짓기의 뉴 럭셔리 지향

Simmel, Veblen, Bourdieu 등에 의하면 사치품 소비는 차별화 혹은 구별 짓기를 의미하는 체계가 되었다. 이러한 시스템은 희귀함과 동시에 전형적으로 탁월함을 상징하는 사치품과 사치품을 취득하는 행위에 정당성을 부여한다.⁶²⁾

그러나 오늘날 뉴 럭셔리는 이전의 올드 럭셔리(old luxury)처럼 더 이상 엘리트 고객만을 겨냥한 것이 아니라 엘리트가 되고자 하는 소비자들 '각각의 엘리트적인' 부분을 겨냥한 것이며, 계급의 이미지보다는 오히려 개인의 이미지 향상을 위해 이용된다.⁶³⁾ 뉴 럭셔리 상품은 100% 핸드메이드가 아니더라도 장인정신의 요소를 함께 갖추고 있는 경우이며, 장인정신의 요소가 가미됨에 따라 각 상품의 모양과 느낌이 조금씩 다른데, 이는 감성적 욕구가 충만한 소비자가 개성과 스타일을 잘 표현하도록 해준다.⁶⁴⁾

대중의 접근 범위내의 뉴 럭셔리 패션 현상으로 데미 쿠티르는 최고급 쿠티르 컬렉션과 대중적인 기성복 사이의 차이를 메워주며 까다로운 소비자들을 위해 지나친 비용의 지출 없이도 그들의 니즈에 보다 부합하는 최고급 품질의 소재, 정교한 피팅을 보여준다. ⁶⁵⁾ 데미 쿠티르는 기성복과 오프 쿠티르 사이의 간격을 연결해준다. Harvey Nichols가 2005년 9월에 주로 이브닝웨어를 다루는 '데미 쿠티르'를 열었다. 당시 바잉 디렉터인 Oates의 *Telegraph*와의 인터뷰에 의하면 "이러한 맞춤형 서비스(customization service)는 대량생산에 대한 안티테제였다"라고 했다.⁶⁶⁾ 데미 쿠티르는 의상 디자이너가 수많은 패션

감식가를 위해 좀 더 예술적으로 디자인하고 공예적으로 완성된 옷을 만들 기회를 제공하며, 배타적으로 개인화된 디자인을 원하는 개별적인 고객을 위한 세련되고 독창적인 커스터마이즈(customize) 컬렉션을 선보인다.⁶⁷⁾ Toi가 "데미 쿠티르는 쿠티르의 대체가 아니라 연장(extension)이다"⁶⁸⁾라고 했듯이, 데미 쿠티르는 현대 패션 컬렉션에서의 쿠티르적 디자인이라 할 수 있다.

3) 신 개인주의적 사고방식 추구

현대와 같이 개인주의가 급속히 성장하는 시기에 는 엘리트 주의자들의 동기는 명망과 사회적 과시를 목표로 하는 것에 기반을 두기보다는 오히려 거리감, 예외적인 소비에서 생기는 차이, 대다수의 사람들과의 벌어진 차이를 즐기는 것에 기반을 두고 있다.⁶⁹⁾ 엘리트주의를 가진 제조자 입장에서는 모방에서 벗어나고자 쿠티르 코드를 사용했으며, 소비자 입장에서는 소유의 욕망에서만 아닌, 즉 계층 구별 목적만이 아닌 차별 자체에 대한 욕망을 갖고 쿠티르적 차별화를 즐기고자 한다.

패션을 잘 아는 쇼핑주의자(shopper)들은 자신의 옷장에 개인성(individuality)을 반영해줄 새로운 것을 추구했다. 처음에는 빈티지이었지만 이제는 디자이너들의 새로운 산물인 데미 쿠티르였다.⁷⁰⁾ 이는 고급화와 개인화라는 현대인의 욕망의 두 코드를 만족시켜주는 새로운 산업화의 산물이기 때문이다.

IV. 결론

본 연구는 쿠티르의 전통적인 의미와 특성을 고찰하여, 이를 토대로 최근 패션에 등장한 쿠티르적 디자인 현상을 분석해보고 더 나아가 그 사회문화적 의미를 파악해보고자 했다. 쿠티르는 개인 소비자를 위한 특별한 주문으로 만들어지며 최고급 품질의 소재를 사용하여 아틀리에에서 많은 시간을 소모하는 수작업 기술을 통해, 극도로 주의를 기울인 디테일과 가공에 의해 만들어진 의상으로 독창성, 최소성, 미학적 예술성, 사치성의 가치를 지닌다.

처음 등장했던 이래 쿠티르와 대중패션의 관계는

여러 변화를 경험하였으며, 최근에는 극소수 특권층만을 위한 전통적인 쿠튀르와 더불어, 최고급 쿠튀르의 연장으로서 기성복 프레타포르테의 대중적인 기성복과의 모호한 경계에 존재하는 데미 쿠튀르의 뉴 럭셔리 의상으로서 표현되고 있다. 이는 과거 알카이브를 통해 전통적인 쿠튀르가 갖고 있는 미적 아우라의 본질을 활용하는 하우스 알카이브의 적용, 과거 쿠튀르가 가진 외형적 특징을 현대적으로 적용한 쿠튀르적 실루엣의 레트로, 쿠튀르 디자인의 가장 큰 특징 중 하나인 정교한 디테일과 완벽한 가공의 수공예적 표현, 쿠튀르의 고객 중심 사고를 반영한 단일 고객을 위한 개인화의 구체적인 디자인 사례로 나타났다.

쿠튀르적 패션 디자인 현상은 초창기 쿠튀리에의 전지전능한 역할에 의해서라기보다는 디자이너의 창조적이고 가장 정교한(finest) 작업의 경연장으로서의 회복을 뜻한다.⁷¹⁾ 이는 패스트 패션, 모조 브랜드에 의한 독창성의 위기에 대한 반작용으로서, 영속적 가치의 근본으로 회귀, 구별 짓기의 뉴 럭셔리 지향, 신 개인주의 사고방식 추구라는 사회문화적 의미를 가진다.

본 연구는 프레타포르테 컬렉션에 나타난 디자인을 연구 대상으로 하였으므로 기타 컬렉션을 진행하지 않는 기성복 브랜드에서의 쿠튀르적 디자인 접근에 관하여서는 다루고 있지 못하므로 여기에 연구의 한계를 둔다. 쿠튀르적 패션 디자인 현상은 독창성과 모방의 헤게모니 속에서 분투하는 엘리티즘 패션 디자이너와 고급화, 개별화의 욕구를 가진 현대의 소비자의 필요에 의한 시대적 산물이라 사료된다. 특히 패션 디자인에 있어 독창성과 모방의 관계는 정확한 해답을 내리기에 어려운 개념임과 동시에 존재 가치에 있어 중요한 사안이다. 따라서 후속 연구로서 현대 패션 디자인에 있어 독창성과 모방에 관련된 연구를 제안해본다.

참고문헌

- 1) 강승희, *New Golden Age of Couture*(2006.9.14), 자료 검색일 2008.2.20, 자료출처 www.firstviewkorea.com
- 2) 유재부 (2006). *Haute Couture, -The Ultimate Luxury*

- Market for Fashion*, Fashion Insight, p. 7.
- 3) 김선영, 임영자 (2001). 오프꾸뛰르(Haute Couture)작품에 표현된 현대패션의 경향연구. *복식*, 51(6); 김양희, 박선경 (2002). 오프꾸뛰르 컬렉션에 나타난 데카당스적 특성연구. *복식*, 52(8); 공미선, 채금석 (2003). Christian Dior 오프꾸뛰르의 디자인 오리지널리티. *복식*, 53(2).
 - 4) Georgina O'hara (1986). *The Encyclopaedia of Fashion-From 1840 to the 1980s*. Thames & Hudson., p. 131.
 - 5) *Haute Couture*, 자료 검색일 2008. 6.23, 자료 출처 http://en.wikipedia.org/wiki/Haute_couture
 - 6) Caroline Rennolds Milbank (1985). *Couture-The Great Designers*. NY:Stewart, Tabori & Chang, Inc., p. 16.
 - 7) *ibid.*, p. 10.
 - 8) Grumbach (1994). 우종길(역). *패션의 역사*. 창, p. 25.
 - 9) Nancy J. Troy (2003). *Couture Culture - A Study in Modern Art and Fashion*. MIT Press, p. 21.
 - 10) Nancy J. Troy (2003). *op. cit.*, p. 39, p. 397.
 - 11) *ibid.*, p. 6, p. 10.
 - 12) Lipovetsky, Gilles & Roux, Elyette (2004). *Le Luxe éternel*. 유재명(역). 사치의 문화-신성의 시대에서 상표의 시대로. 문예출판사, p. 48.
 - 13) Nancy J. Troy (2003). *op. cit.*, p. 239.
 - 14) 유재부 (2006). 앞의 책, pp. 11~12.
 - 15) 유재부 (2006). 앞의 책, p. 7, p. 193.
 - 16) Diana de Marly (1980). *The History of Haute Couture 1850~1950*. The Anchor Press Ltd., p. 40, p. 99.
 - 17) 유재부 (2006). 앞의 책, p. 7.
 - 18) Georgina O'hara (1986). *op. cit.*, p. 131.
 - 19) Carven은 정교한 공예의 의상(exquisitely crafted clothes), Dior은 쿠튀르는 전통을 유지하며 장인정신을 개발하는 것, Guy Laroche는 장인정신을 가지고 주의 깊게 제작, 조심스럽게 선별된 소재, 인내를 요하는 완벽한 디테일(craftsman-like care, carefully selected fabric, painstakingly perfect details) 등을 쿠튀르의 특징으로 말하고 있다. *Haute Couture*. Vogue Italia n.527 (1994). p. 17, p. 31.
 - 20) Lipovetsky, Gilles & Roux, Elyette (2004). *op. cit.*, p. 48.
 - 21) *The Golden Age of Couture-Paris and London 1947~1957*. 자료검색일 2008.6.26, 자료출처 www.vam.ac.uk
 - 22) *ibid.*
 - 23) Caroline Rennolds Milbank (1985). *op. cit.*, p. 24.
 - 24) *Haute Couture*. Vogue Italia n.527 (1994). p. 54.
 - 25) 유재부 (2006). 앞의 책, p. 181.
 - 26) Nancy J. Troy (2003). *op. cit.*, p. 195.
 - 27) *ibid.*, p. 17.
 - 28) *ibid.*, p. 5, p. 7.
 - 29) Caroline Rennolds Milbank (1985). *op. cit.*, p. 12.
 - 30) Walker, John A. (1995). *Design History and the History of Design*, 정진국(역). 디자인의 역사. 도서출판 까치, p. 61.
 - 31) Nancy J. Troy (2003). *op. cit.*, p. 192.

- 32) Agnes Rocamorea (2001). High Fashion and Pop Fashion: The Symbolic Production of Fashion in Le Monde and The Guardian, *Fashion Theory-The Journal of Dress, Body & Culture*, 5(2), p. 127.
- 33) Danziger, Pamela (2006). *Marketing Luxury to the Masses*. 최기철 (역). 매스티지 마케팅, p. 52.
- 34) 김현진. 럭셔리 마켓 읽기(2004.4.23). 자료검색일. 2006.1.14. 자료출처 www.firstviewkorea.com
- 35) Lipovetsky, Gilles & Roux, Elyette (2004). *op. cit.*, pp. 176~177.
- 36) Silverstein, Michael J. & Fiske, Neil(2005). *Trading Up*. 보스턴컨설팅 그룹(역). 소비의 새물결 트레이딩 업. 세종서적, p. 22.
- 37) 김현진. 럭셔리 마켓 읽기(2004.4.23). *op. cit.*
- 38) Zara가 할 수 없는 것(2007.7.19). 자료검색일 2008.1.14. 자료출처 www.firstviewkorea.com
- 39) 유재부 (2006). 앞의 책, p. 191.
- 40) Pamela Golbin edit (2006). *Balenciaga Paris*. Thames & Hudson, p. 152, p. 141, www.style.com
- 41) *2005~06 Autumn & Winter, Paris, London Collections*, 82. Gap Japan Co. Ltd., p. 12.
- 42) *2007-2008 Autumn & Winter Gap Paris, London Collections*, 76. Gap Japan Co. Ltd, p. 4, www.style.com
- 43) Lipovetsky, Gilles & Roux, Elyette(2004). *op. cit.*, p. 174.
- 44) 패션브랜드, 알카이브(Archive)를 남겨라!(1007.8.23). 자료검색일 2008.1.14. 자료출처 www.firstviewkorea.com.
- 45) *2005 Spring & Summer, Gap Paris, London Collections*, 61. Gap Japan Co. Ltd, p. 5, 2005~06 Autumn & Winter. Gap Paris, London Collections, Vol. 64. Gap Japan Co. Ltd., p. 8, pp. 12~14.
- 46) *2005~06 Autumn & Winter, Gap Milan New York Collections*, 63. Gap Japan Co. Ltd, p. 34. 2005~06 Autumn & Winter, Gap Paris, London Collections, *op. cit.*, p. 60. *2008 Autumn & Winter, Paris, London Collections*, 82. Gap Japan Co. Ltd, p. 784.
- 47) Zara가 할 수 없는 것(2007.7.19). *op. cit.*
- 48) Terry Jones & Susie Rushton (2005). *Fashion Now2*. Taschen, p. 71.
- 49) *2005 Spring & Summer, Paris, London Collections*, 61. Gap Japan Co. Ltd, p. 14.
- 50) *ibid.*, p. 13.
- 51) Pauline Weston Thomas, Fashion Trends 2005- Con sumer Mood & Luxury Fashion. 자료검색일 2008.6.26. 자료출처 http://www.fashion-era.com/Trends_2005/fashion_trends_2005_4_mood_of_fashion_spring_summer.htm
- 52) Lipovetsky, Gilles & Roux, Elyette (2004). *op. cit.*, p. 147.
- 53) www.style.com, www.fashionwindows.com/fashion_r eview/nyfw/2005S/01.asp, www. chatavectabit. com
- 54) Stephen Doig. Topshop's top boy (2007.1.15). 자료검 색일 2008.6.26. 자료출처 <http://www.vogue.co.uk/news/daily/2007-01/070115-topshops-top-boy.aspx>
- 55) Mari Davis, Demi-Couture On The Rise 1, 2-New f ashion movement, Demi-couture makes the richly d etailed look of haute couture affordable. 자료 검색일 2008.6.26. 자료 출처 http://www.fashionwindows.com/fashion_review/nyfw/2005S/02.asp
- 56) One for Him, One for Her, 자료검색일 2008.6.26. 자 료 출처 <http://bethlovesbollywood.mobiforumz.com/2008/01/17/one-for-him-one-for-her>
- 57) Nancy J. Troy (2003). *op. cit.*, p. 4, p. 337.
- 58) Simona Segre Reinach (2005). China and Italy: Fast Fashion versus Pret a Porter. Towards a New Culture of Fashion, *Fashion Theory*, 9(1), pp. 43~66. Berg., p. 54.
- 59) Zara가 할 수 없는 것(2007.7.19). *op. cit.*
- 60) Nancy J. Troy (2003). *op. cit.*, p. 8.
- 61) Yuniya Kawamura (2005). *Fashion-ology*. Berg., p. 71.
- 62) Lipovetsky, Gilles & Roux, Elyette (2004). *op. cit.*, pp. 149~150.
- 63) *ibid.*, p. 117, p. 59.
- 64) Silverstein, Michael J. & Fiske, Neil (2005). *op. cit.*, pp. 29~34.
- 65) 손소진. *Harvey Nicoles Demi-Couture(2005.10.10)*. 자 료검색일 2007.7.6. 자료출처 www.firstviewkorea.com
- 66) Sarah Perpich. A New Couture (2006.7.10) 자료검색 일 2008.6.26 자료출처 <http://www.stylishsarah.com/fashion/?p=5>
- 67) *ibid.*
- 68) Mari Davis, *op. cit.*
- 69) Lipovetsky, Gilles & Roux, Elyette (2004). *op. cit.*, p. 58.
- 70) Demi-Couture:(2005 aw), 자료 검색일 2008.6.26. 자료 출처 [http://www.harveynichols.com/output/page391.a sp](http://www.harveynichols.com/output/page391.asp)
- 71) Caroline Rennolds Milbank (1985). *op. cit.*, p. 17.