

## 패션 디자인에 나타난 가상공간의 페르소나 표현

김순자<sup>†</sup>

상명대학교 패션디자인과

### Virtual Space Persona Expressed in Fashion Illustration

Soon Ja Kim<sup>†</sup>

Dept. of fashion design, Sangmyung University; Cheonan, Korea

**Abstract :** Persona means the mask of personality where the internal ego exposes itself to the outside. The complicated structure and diversity of contemporary society has provided men with a more variegated and diversified persona; in addition, advancements in internet and information communications creates the possibility for the emergence of more variegated and new persona. This study probes the persona of virtual space expressed in fashion designs; subsequently, this study reviews the concept and various characteristics of persona and examines the type of persona in the virtual space from the perspective of the manifestation of identity. The type of persona in the virtual space can be categorized into flexible identity and falsified identity; subsequently, the characteristics and meanings of virtual space persona in fashion designs are analyzed. Flexible identity-oriented personas expressed in fashion designs are revealed through the images of animals or dolls. This is a childlike persona expression that expresses ego through other substances in an effort to express infantile substances such as dreams and fantasy cherished in childhood. Falsified identity-oriented personas are expanded as a realm of expression of the body and the realities are camouflaged as transformed persona. Negating existence itself by covering the eyes or face as well as the concealment of the body with masks or veils is an expression of a self-denying persona.

**Key words:** persona(페르소나), fashion design(패션 디자인), virtual space(가상공간), identity(정체성)

### 1. 서론

인터넷으로 대표되는 뉴 미디어 사회라는 새로운 개념의 매체 환경이 도래하면서 개인의 자아개념과 정체성 구축은 변화된 양상을 보이고 있다. 디지털 문화는 현실의 제약에 의해 닫혀지고 고정되는 정체성이 아니라 자신이 만들어가는 열린 정체성의 가능성을 제공한다(Back, 2003). 또한 디지털 이미지로 커뮤니케이션을 가능하게 하는 가상공간에서는 자신의 정체성을 감추거나 새로운 정체성을 만들어내는 것이 가능하게 되었고 다양한 다중정체성으로 나타날 수도 있다.

한편으로 현대인들은 이러한 사회의 구조적 특성으로 인해 자아상실과 존재감의 부재라는 심리적 위기감에 직면하고 있다. 이러한 위기감은 자신의 정체성을 사회적 요구와 가치 기준에 따라 의식적으로 형성하고 조절하는 인간의 페르소나적 성향을 외면에 드러나는 촉매제로 사용하게 되었고 이러한 시대적 흐름을 필연적으로 반영한 사회문화적 현상이 나타나고 있다. 많은 학자들은 가상공간에서의 새로운 정체성을 페르소나로 규정

하고 있다(Mackinnon, 1995; Turkle, 1995). 특히 디지털 공간에서는 이용자의 모습이 하나의 자기상징 캐릭터로 구현되는데 이 캐릭터가 개인의 페르소나가 된다(Lee, 2000). 또한 이러한 연구들은 온라인상에서는 익명성이라는 특성을 살려 현대인들의 페르소나가 다양한 형태로 이용되고 있으며 인터넷과 정보통신 시대에 더욱 다양하고 새로운 형태의 페르소나가 나타날 것이라고 예견하고 있다.

포스트모더니즘 시대의 몸은 정체성의 혼란과 부재의 문제를 다루는 근본으로 제기되고 있다. 또한 의복은 생물학적 존재인 몸을 커뮤니케이션 가능한 기호로서의 몸으로 전환시켜 주는 역할을 한다. 따라서 인간의 사회성의 기반은 의복을 입은 몸이며 패션은 사회적 몸과 관련된 인간의 심리적 인식의 변화를 제시하는 것이다. 포스트모더니즘 패션에서는 피부의 확장으로서의 복식의 기능에서 떠나 정체성의 문제를 제기하면서 신체로부터 추상화되어 시적인 형태로 나타나고 있다(Yim, 2007).

21세기에 들어 패션 디자인에서 가면에 대한 새로운 관심이 퍼져 나가고 있다. 이것은 다양하고 새로운 신체와 의복에 대한 개념과 의미, 역할이 혼재하는 불안하고 혼란스러운 시대에 가면을 씌으로써 미술처럼 변신하고 싶은 심리적 인식을 드러내는 것이다(Zidianakis, 2006). 더불어 실험적인 성향의 컬렉션에서 나타나고 있는 마스크나 베일 등의 얼굴을 가리는 페르소

<sup>†</sup>Corresponding author; Kim, Soon Ja  
Tel. +82-41-550-5199, Fax. +82-41-550-5206  
E-mail: sonja298@naver.com

나 아이템은 새롭게 부각되는 패션 아이템으로 주목 받으며 트렌드의 변화를 예고하고 있으며 트렌드 전문가들은 앞으로의 패션에서 마스크의 표현이 증가하고 강화될 것이라고 예견하고 있다(Park, 2008).

가상공간에서의 정체성 표현을 페르소나의 개념으로 본 연구는 Mackinnon(1995)과 Turkle(1995)의 연구가 대표적이며 우리나라에서도 이를 기본 개념으로 한 Lee(2001), Bae(2002), Han(2007)의 연구가 있다. 패션관련분야에서 페르소나에 대한 연구는 패션아이템의 하나로 페르소나의 조형적 특성과 의미에 대한 Kim(2008)과 Park(2008)의 연구가 있다. 본 연구는 패션 디자인에서의 독특한 표현을 디지털 가상공간에서 구현된 자기상징 캐릭터로서의 페르소나의 개념으로 해석하고자 하는 것이며 디지털 시대의 인간의 내면적 욕구와 상호 관계적 특성으로 인한 인식의 변화가 패션디자인 표현에 미친 영향을 고찰하고자 하는 연구로 패션아이템의 하나로서 페르소나의 특성과 의미에 대해 연구한 선행연구들과는 차이가 있다.

따라서 본 연구의 목적은 디지털 가상공간에서의 자기상징 캐릭터의 표현을 페르소나로 제시한 이론을 기반으로 디지털 사회에서의 정체성 변화가 패션에 미친 영향을 패션디자인에서의 독특한 표현을 통해 고찰하는 것이며 이를 통해 문화적 변화에 반응하며 생성 변화하는 패션을 시대적 가치체계와 관련하여 이해하고 해석할 수 있는 인식의 근거를 마련하고자 하는 것이다. 연구를 위해 페르소나의 개념과 특성, 기능에 대해 서술하고 디지털 시대 가상공간에서의 개인의 정체성 변화와 이러한 변화를 제시하는 가상공간에서의 페르소나 표현의 특성을 고찰하였다. 이러한 연구와 분석을 바탕으로 패션디자인에서의 가상공간 페르소나 표현의 특성과 의미를 분석하였다. 패션 디자인은 패션디자인에서 페르소나에 대한 새로운 관심이 퍼져나간(Zidianakis, 2006) 2000년대 이후 출판된 패션 관련 서적과 패션 잡지에서 정체성 표현과 관련된 특성을 제시하는 디자인을 선정하고 가상공간에서의 페르소나 특성에 따라 유형화하여 분석하였다.

## 2. 페르소나의 개념과 특성

### 2.1. 페르소나의 개념

페르소나는 연극에서 배우들이 쓰던 가면을 뜻하는 라틴어로 처음에는 고대 그리스의 가면극에서 사용되는 가면을 지칭하는 말이었으며 그리스어로는 토 프로서폰(to prosopon)이라고 한다. 배우가 무대 위에서 여러 개의 가면을 바꿔 쓰고 그 가면이 맞는 역할을 하는 것처럼 사회라는 무대에서 개인은 자기에게 주어진 환경에 맞는 여러 가지의 페르소나를 사용하며 사회라는 집단에 적응한다(Han, 2007).

페르소나는 어원적으로 facade(정면)에서 유래하는데 이는 인간을 구별 짓는 의미로 전용되면서 face(얼굴), personality(인간됨 혹은 성격)를 나타내게 되었다. 페르소나가 person으로 발전한 것으로 보아 서구인들은 얼굴을 그 사람의 상징물로 생각하

고 나아가 그 사람 자체로 본 것 같다.

페르소나와 같은 의미의 마스크(mask)는 라틴어 이전 토속어인 maskaro(연기나 그을음 따위가 땀혀서 된 검은 빛깔의 물질로 검게 칠한 것)가 근원이며 라틴어로는 masca(마술사, 마귀), mascus(유령)의 의미이므로 마스크는 유령처럼 보이는 얼굴이라는 뜻이다. 이탈리아 일부 지역에서는 마스크가 마술사라는 의미로 사용되고 있고 불어에서는 가짜 얼굴이라는 의미로 사용되었다(Kim & Lee, 2002). 동양 문화권에서 가면은 사람이나 동물의 모양을 본떠 얼굴에 쓰는 것으로 구석기 시대부터 다양한 형태로 만들어졌으며 최초의 가면은 절대적인 존재의 힘을 빌려 귀신을 쫓거나 원하는 바를 이루려는 소망에서 비롯되었다(Shin, 2004).

심리학적으로 페르소나는 타인에게 비춰지는 외적 성격을 나타내는 용어로 융(Carl Gustav Jung)에 의해 그 개념이 최초로 사용되었고 체계화가 시도되었다. 융은 페르소나를 자신의 외면이라고 불렀으며(Hall & Nordby, 1973/2004) 콤플렉스의 일종으로 보았다. 또한 페르소나는 사회가 한사람에게 부과하는 역할이며 사회가 인간에게 생활에서 담당하기를 기대하는 배역이다. 페르소나를 개성이라고 착각하기 쉬우나 페르소나는 개성적인 것이 아니라 개성이 있는 것처럼 보이게 하는 가면인 것이다(Campbell, 1976).

따라서 현대적 의미의 페르소나는 크게 두 가지로 나누어 생각할 수 있는데 하나는 집단정신의 한 단면으로 보는 것으로 집단이 개체에게 요구하는 본분, 역할, 틀이라는 의미이며 또 다른 하나는 개인의 측면에서 진정한 자신의 내면이 아닌 가장 표면에 드러나는 자아 혹은 외적 인격이라는 의미이다.

### 2.2. 페르소나의 특성

페르소나의 특성을 살펴보면 첫째, 페르소나는 ‘있는 그대로의 자신(person-as-real)’이 아니라 ‘겉으로 나타난 자신의 모습(person-as-presented)’이며(Stein, 1998) 따라서 타고난 본래의 속성과는 다르다. 즉 페르소나는 가상의 것으로서 그 사람의 전체 인격의 본질적인 측면이 아니라 남들이 만들어 준 것, 남에게 보이는 또는 보이고 싶은 나일뿐이다(Rhi, 2002). 왜냐하면 사람들은 페르소나에 의해 반드시 자기 자신의 것이 아닌 성격을 연출할 수가 있기 때문이다. 이처럼 페르소나는 자아의 일부이지만 자아 자체는 아니며 가상이지만 부정해야 하는 것이 아니라 본질적인 자아와 구별되어야 하는 것이다. 페르소나는 인간이 ‘무엇으로 보이느냐’하는 것에 관한 개체와 사회와의 타협의 한 소산이며(Han, 2007) 사람들은 페르소나를 통해서 여러 저런 사람으로 보이고자 하며 혹은 가면 뒤로 숨기도 하고 페르소나를 보호벽으로 구축하기도 한다.

둘째, 외부세계에 적응하는데 있어 우리는 하나의 페르소나만을 사용하지 않고 다양한 페르소나를 사용하면서 적응한다는 것이다. 융은 인간은 천개의 페르소나를 지니고 있어서 상황에 따라 적절한 페르소나를 쓰고 관계를 이루어간다고 한다(Rhi, 1998). 즉, 상황과 역할에 따라 개인이 나타내는 페르소나는 달

라진다는 것이며 사회가 분화되고 한 사람이 사회 속에서 다양한 역할을 맡게 됨에 따라 개인의 페르소나는 숫자가 늘어나게 되는 것이다.

### 2.3. 페르소나의 기능

페르소나의 일차적인 기능은 주체의 얼굴 위에 위치하여 주체의 얼굴을 가리는 ‘층(layer)’으로서의 막이다(Park, 2008). 따라서 페르소나는 다른 사람에게 자신을 드러내지 않는 목적으로 사용되었고 익명성을 이용하여 현실의 자신을 지우고 다른 존재로 변신한 것이다. 가면은 본래의 얼굴과는 다른 인물이나 동물, 또는 초자연적인 존재 등을 표현하는 가장성을 가지므로 (Kim & Lee, 2002) 가면의 착용은 자기의 한계를 초월하는 능력을 가질 수 있는 특징이 있다. 또한 자신의 모습을 감추고 위장하는 변장의 형태는 자신을 방어하고 보호하는 기능과 상대방을 공격하는 무기로서의 기능도 갖고 있다(Ellmann, 1979). 더불어 축제 때 사용되는 가면은 익살스런 모습으로 억압된 것들로부터 해방감을 느끼게 해주며 생활과 신분으로부터 익명성을 보장받고 현실의 자신을 지우고 다른 존재로 변신할 수 있게 하였다.

페르소나의 또 다른 기능인 드러내기는 상징과 표현의 두 요소를 함축하고 있다. 인간은 가면을 씌으로써 신이 되기도 하고 영웅이 되기도 하며 또 조상이나 영혼이 되기도 한다. 이처럼 인간은 가면으로 얼굴을 변화시키고 본성을 버림으로써 자기가 아닌 또 하나의 다른 인격체가 되는 것이다. 일본 전통 공연에 사용되는 가면을 노오멘이라 하는데 악사들은 노오멘을 도구로 생각하지 않고 인격체로 간주하고 사용할 때도 정중하게 대한다고 한다(Oh, 2000).

따라서 페르소나는 위장과 변신을 통한 감추기와, 상징과 표현을 통한 드러내기의 기능을 가지며 페르소나를 통해 자신의 내면의 욕구와 사회적 요구 간의 타협점에 도달 할 수 있기 때문에 개인이 사회적 요구에 적용할 수 있게 해주는 인터페이스 역할을 하게 된다(Lee, 2008).

## 3. 가상공간과 페르소나

### 3.1. 가상공간의 의미

가상공간이란 컴퓨터를 매개로 커뮤니케이션을 하는 사람들에 의해 언어와 인간관계, 자료와 부와 권력이 현재화되는 개념적 공간이다. 또한 가상현실은 공간적 물리적 제약 때문에 현실세계에서 경험하지 못하는 상황을 가상공간 안에서의 상호작용을 통해 간접적으로 체험하는 정보활동이다. 가상공간이 광범위한 통신망에 의해 열려진 공간이라면 가상현실은 그 안에 존재하는 사물, 사건 혹은 경험들이라 할 수 있다.

이처럼 가상공간, 가상현실에 대한 정의는 기술 자체에 핵심이 있기 보다는 기술을 매개로 이루어지는 새로운 공간에서의 사고와 행동, 즉 경험의 양식으로 사람들은 이를 통하여 새로운 자아개념과 사회적 관계를 형성해 나간다는데 중점을 두고

있다고 할 수 있다(Lee, 2003).

### 3.2. 가상공간과 정체성

정체성이란 ‘나는 누구인가?’에 대한 해답이라고 할 수 있다. 또한 정체성은 한 개인이 스스로를 다른 사람과 구분 지을 수 있는 물리적, 사회적, 심리적 모습을 지칭한다. 개인의 정체성은 정체성 구성의 주요 기재인 동일시를 통해 발생하는데 동일시는 새로운 역할을 모방하고 가정하고 궁극적으로 내재화하여 자기를 확장시키는 것이다. 또한 정체성은 타자의 인정과 인정에 대한 자기 확증(self-validation)의 결합에 따라 형성되는 것으로 어느 정도는 실제적이고 고정적인 것이다. 그러나 점차 개인이 속한 사회와 공동체가 다변화, 확대되고 이에 따라 타자 환경도 복잡해짐에 따라 정체성은 보다 유동적, 다원적, 개인적인 것이 되었으며 변화와 혁신이 이루어지기 쉬운 것으로 되었다(Lee, 2001).

디지털 기술에 의해 형성된 가상공간에서 정체성은 새로운 국면을 맞이하게 되었다. 가상공간에서는 익명성을 바탕으로 자신의 정체를 숨기기도 하고 새로운 정체성을 만들어내기도 하며(Wallace, 1999) 현실에서의 자신과 상관없이 다양한 역할 놀이를 즐길 수도 있다. 또한 자신의 결점을 보완하여 이상적인 자아를 구성하고 그 자아와 자신을 동일시하면서 이를 통해 현실 자아를 재구성할 수 있는 계기를 마련해준다. 정체성 변화를 끊임없이 시험하고 자기 변신의 욕구를 충족시키고자 하는 인간의 바람이 가상공간을 통해 표현된 대표적인 예가 아바타이다. 일종의 자기상징 캐릭터인 아바타는 사회 맥락적 단서가 제한되어 있는 디지털 공간에서 개인의 정체성을 기호로서 나타내는 것인데 이러한 존재는 개인의 자아를 페르소나로 구현한 것이다. 아바타는 ‘나’를 대신하여 가상공간에서의 ‘나’로 존재한다. 이러한 아바타는 현실공간에서의 ‘나’와는 거리가 있지만 아바타를 남들보다 멋있게 꾸며서 자신과 타인을 구별 지으려는 것은 타인과 차별화된 자신의 존재를 나타내려는 욕망을 의미하며 이는 현실공간에서 소비를 통한 구별 짓기 방식이 디지털 공간에서 그대로 재현된 것이다(Lee, 2001).

### 3.3. 가상공간과 페르소나

정체성은 다른 사람과 구별할 수 있는 자신의 모습으로 타인과의 관계 속에서 형성되지만 페르소나는 자신의 정체성을 바탕으로 나타나는 외적으로 보여 지길 원하는 자신의 모습이다(Hall & Nordby, 1973/2004). 또한 페르소나는 자아 정체성 확립의 과정에서 나타나기 보다는 상대방과의 커뮤니케이션 과정에서 자신을 위장하기 위해 나타나는 현상이며 가상공간에서는 페르소나가 활발하게 나타나고 있다.

따라서 페르소나는 정체성의 관점에서 접근되어지는데 많은 학자들은 온라인 공간에서 나타나는 새로운 정체성을 페르소나라고 규정한다. 페르소나에 대한 이러한 논의들은 연구 관점에 따라 유연한 정체성으로 나타난다는 관점과(Bae, 2002; Reid, 1991; Turkle, 1995) 위장된 정체성으로 페르소나가 나타난다는

관점으로(Bromberg, 1996; Waskul & Douglass, 1997) 나눌 수 있다.

### 3.3.1. 유연한 정체성으로의 페르소나

페르소나를 유연한 정체성의 관점에서 보는 입장은 디지털 가상공간에서 사람들은 현실에서의 자기 자신과는 다른 모습으로 다원적 정체성을 구현하여 상대방과 상호작용할 기회를 갖게 된다는 긍정적 시각에 근거한다(Bae, 2002). 커뮤니케이션의 장으로서 가상공간에서는 면대면 상황의 커뮤니케이션과는 다르게 사람들의 외모나 사회적 맥락 단서가 결핍되어 있고 정보는 모니터상의 문자, 아이콘, 아바타 등으로 제한된다. 이러한 의미에서 가상공간의 정체성은 거칠어진 모습으로 생각할 수 있지만 자신이 원하는 방식으로 새로운 정체성을 구현하고 자신이 누구인지 그리고 어떤 사람이 되고 싶은지를 발견할 수 있는 장을 제공해 준다는 점에서 긍정적인 시각을 갖게 한다는 것이다(Turkle, 1995). 다중 정체성은 여러 개의 독립된 자아가 동시에 존재하는 것으로 일종의 정체성 놀이로 규정할 수 있다. 놀이에서 주어진 역할은 일시적이지만 놀이가 반복되면 개인은 그 놀이에서 자신의 역할 및 자아에 연속성을 부여할 수 있다. 따라서 가상공간에서의 자유로운 자기표현을 통한 페르소나 형성은 정체성 게임이나 정체성 실험을 가능하게 한다(Reid, 1991).

유연한 정체성의 관점으로 본 연구들은 기본적으로 디지털 가상공간이 지니는 자율성에 주목하고 있다. 사람들은 자신의 결점을 보완해 이상적인 자아를 구성하고 언제나 자신이 원할 때는 변화를 시도하고 다양한 가상자아를 만들 수 있다는 것이다. 다원적 정체성은 디지털 공간의 익명성으로 인하여 새롭게 형성될 수 있는데 현실공간에서 사회적 제약에 의하여 억압받던 개인들에게 또 다른 자아를 표현하게 해준다. 이를 통해 개인들은 하나의 대안적 자아(alternative self)를 만들어 내어 새로운 형식의 상호작용에 참여하는 기회를 갖는 것이다(Bae, 2002). 즉 현실공간에서 자신을 억누르는 사회적 조건들로부터 해방되어 또 다른 자아를 발견하고 표현할 수 있는 기회를 부여받을 수 있는 것이다. 여기서 페르소나는 억압받는 개인을 해방의 출구로 인도하는 인터페이스의 역할을 하게 된다. 가상공간에서의 페르소나를 통해 새로운 세계를 경험하고 일상성의 세계의 억압과 고통에서 일탈 할 수 있음을 의미한다. 이러한 일탈의 개념은 카니발의 개념에서도 찾아볼 수 있다. 카니발과 같은 축제들은 집단적이고 민중적이며 사회적 위계질서는 전복된다. 바보는 현자가 되고 왕은 거지가 되며 사실과 환상 그리고 천국과 지옥 같은 반대되는 것들이 섞이고 성스러운 것은 더럽혀진다. 따라서 가상공간은 역설적으로 이용자들에게 카니발적 축제의 장으로 기능할 수 있게 한다. 그곳에서 사람들은 다양한 페르소나와 만남으로써 새로운 주체로서 형성되며 그 페르소나를 매개로 사회적 관계의 고정된 틀을 자유롭게 넘나

들며 다양한 역할을 수행할 수 있기 때문이다(Han, 2007).

### 3.3.2. 위장된 정체성으로의 페르소나

위장된 정체성으로의 페르소나는 디지털 가상공간의 페르소나가 실제적 삶의 정체성을 감춘다는 의미에서 위장의 원리, 그리고 타인에게 사회적으로 좋은 모습만 보여줄 수 있다는 점에서 과시의 원리가 작용한다는 부정적 시각에 근거한다. 가상공간이 정체성 실험이나 놀이의 공간 보다는 정체성 위장의 기회를 제공하는 공간이 될 수 있다는 것이다. 위장된 정체성을 강조하는 입장은 디지털공간의 익명성으로 발생하는 문제점들에 근거한 것이며 페르소나가 다른 사람에게 보이는 것이나 있는 그대로가 아니라는 의미에 집중하고 있다. 와스쿨과 더글라스(Waskul & Douglass, 1997)는 가상공간에서의 페르소나를 ‘사이버 자아’라는 개념으로 설명한다. 즉 사이버 자아는 컴퓨터의 매개를 통해 나타나는 것으로 현실공간에서 나타나는 자아의 모습과는 다르다는 것이다.

가상공간에서의 위장된 페르소나는 일반적으로 현실공간에서 존재하는 매력적인 속성들이 전이되는데 매력적인 속성이 전이된 페르소나는 타자와 구별 짓기를 통해 개인들의 우월 욕망을 표출하게 한다. 가상공간에서의 아바타를 치장하기 위해서 현실공간에서 유명 연예인들이 사용하는 고가의 물품들을 사용하기도 하는데 이것은 배우들의 이미지와의 동일시를 통해 그 기능적 지위를 과시하고 인정받고자 하는 심리를 보여주는 것이다.

또한 위장된 정체성으로서 페르소나에 대한 부정적 논의는 결핍된 자아를 충족시키기 위한 욕망의 대상으로서 페르소나를 규정하고 있다. 사람들은 현실공간에서 행하지 못하는 일들을 위장된 페르소나를 통하여 행하고 있는데 욕망은 끊임없이 새로운 욕망을 산출하므로 쉽게 충족되어지지 않고 따라서 현실공간의 자신은 이내 소멸되어 페르소나만이 남는 즉 위장된 기호만이 부유하는 공간으로서만 가상공간의 존재를 시사한다. 이처럼 위장된 정체성의 구축은 가상공간의 특징인 사회 맥락적 단서의 부재와 익명성으로 인해 현실공간의 구축에서 벗어나 허상을 추구하고 현실에 대한 적응력을 상실하게 될 수 있다. 또한 가상공간의 자아는 필연적으로 실제의 자아를 상실하게 되는데 자신의 신체에 대한 의식을 잃어버린다는 것에서 존재론적 상실, 그리고 자아 자체를 상실한다는 것에서 심리적 상실을 수반한다(Bromberg, 1996). 이처럼 가상공간에서는 개인의 정체성을 재구조화 할 수 있는 새로운 가능성을 제공하기도 하지만 불안정한 정체성이 나타날 수 있는 가능성 역시 제공한다. 따라서 위장된 페르소나는 자아개념의 혼란으로 이어질 수 있다.

그러나 옴은 외부적 태도인 페르소나는 의식적 자아가 여러 가지로 변형된 것이며 개인은 페르소나에 의해 반드시 자기 자신의 성격이 아닌 다른 성격을 연기할 수 있으나 페르소나가 자신을 있는 그대로 드러내지 않는다고 해서 자아에 부정적인 역

할을 하는 것이 아니라고 주장한다(Hall & Nordby, 1973/2004).

#### 4. 패션디자인에 나타난 가상공간 페르소나

패션디자인에 나타난 독특한 표현을 가상공간의 페르소나 표현 개념으로 의미해석하기 위해 가상공간에서의 정체성 유형에 따라 유연한 정체성으로의 페르소나 표현과 위장된 정체성으로의 페르소나 표현으로 유형화하여 분석하였다.

##### 4.1. 유연한 정체성으로의 페르소나 표현

유연한 정체성으로의 페르소나 표현은 독특한 형상으로의 변형을 통해 내면의 다양한 페르소나를 표출하는 것이다. 이러한 표현은 외적으로 드러나는 나와는 다른 내면의 정체성을 드러내는 독특한 형상을 통해 또 다른 인격으로 변화하는 변신이다. 또한 이것은 레비 스트로스(Levi-Straus, 1979)의 “마스크는 드러내는 것이 아니라 변형시키는 것”이라는 정의와 페르소나의 드러내기(revealing)의 기능을 보여주고 있다.

패션디자인에서의 이러한 표현은 동식물적 형상과의 결합을 통한 다양한 이질적 신체로의 변신으로 나타나고 있다. 메르시 보꾸(Merci beaucoup)는 06-07 F/W 컬렉션에서 Fig. 1과 같이 동물의 털을 쓴 것 같은 모자를 쓰고 동물의 얼굴로 분장한 모델을 통해 동물화한 것 같은 모습을 보여주었고 크리스토프 코펜(Christophe Coppens)은 Fig. 2처럼 모자와 의상으로 사슴의 형상을 나타내어 마치 사슴으로 변신한 사람처럼 표현하고 있다(Zidianakis, 2006). 네-네(Né-net)는 2012-13 F/W 도쿄 컬렉션에서 공존과 공생을 주제로 동식물과 결합한 다양한 인체를 보여줌으로써 인간과 동식물과의 상호작용을 부각시키고 있다(Fig. 3). 이러한 형상들은 인간과 동물의 단순한 결합이 아니라 둘 사이의 구분을 없애는 것이며 형태를 변형하고 변신하는 것에서 나아가 형태의 넘어서기를 시도하는 것이다. Né-net라는 브랜드명은 ‘to be born’이라는 의미의 불어인데 자신의 디자인을 새로운 생명체로 표출하고자 하는 디자인 철학을 담고 있다. 현실적으로 불가능해 보이는 이러한 돌연변이 신체는 인간이 자신을 하나의 정체성에 한정시키지 않고 모든 것

이 가능한 원초적 신체로 보여주는 것이며 동물화한 페르소나를 통해 존재의 지평을 넓히는 것이다. 이러한 표현은 또한 페르소나를 상상력을 자극하는 놀이의 도구로 활용하여 즐겁고 재미있게 드러냄으로써 유희적으로 표현하였으며 반사적인 웃음을 자아내게 만드는 자극물로서 제시하였다.

페조스키(M. Djodjov Pejovski)는 2001-02 F/W 런던 컬렉션에서 백조를 구체적으로 형상화하고 실제 깃털을 전체적으로 사용하여 새의 이미지를 강하게 부각시키는 Fig. 4의 드레스디자인을 보여주었는데 새와 인간의 형태적 경계를 무너뜨리고 탈경계적 돌연변이 형상으로 페르소나를 표출하고 있다. 알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen) 또한 깃털을 옷의 재료로 사용하거나 새를 형상화한 다양한 의상을 디자인하였다(Watt, 2012). 그는 2008 S/S 컬렉션에서 새의 날개 형태를 의복의 일부분의 형태로 재구성하거나 원피스 전체에 깃털 문양을 프린팅하고 실제 깃털을 과장된 실루엣으로 장식하여 화려한 새 이미지를 표현하고 있다(Fig. 5). 새는 하늘을 나는 자유로운 생명체로서 예로부터 인간과 친상을 이어주는 매개체라는 주술적 존재로 인식되며 동경과 신비의 대상이었다. 특히 날개는 인간에게는 없는 비상의 상징이며 자유를 꿈꾸는 사람들에게 소유하고 싶은 형상으로 새를 자신의 페르소나로 표현함으로써 새처럼 날 수 있는 자유로움을 획득하게 되는 것이다.

동물로 형상화한 페르소나는 인간이라는 사실적 대상을 동물로 치환하여 동물로 희화된 인간들을 보여줌으로써 인간성 상실이라는 현대인의 이중성과 부조리한 이면을 시사하고 있다. 포스트모던 사회에서 사람들은 동물화 한다. 동물이 된다는 것은 서로간의 커뮤니케이션 없이 각자의 결핍-만족의 회로를 닫아버리는 상태이며 성가신 인간관계에 고민하지 않고 자신이 좋아하는 것을 추구하는 것이다. 아즈마(Azuma, 2007)는 우리 사회는 최근 수십 년 간 동물화의 길을 걸어왔다고 하며 타자와의 관계를 요구하지 않는 새로운 인간을 데이터베이스적 동물이라고 부르고 있다. 동물로 형상화한 페르소나는 이러한 데이터베이스적 인간의 소외감을 극복하기 위해 인간이 아닌 자신이 좋아하는 대상과의 커뮤니케이션을 시도하는 것이다.

카네코 이사오(Kaneko Isao)는 2002-03 F/W 에 어린 시절



Fig. 1. Merci beaucoup 2006-07 F/W. Book *Moda* (2006), 85, p. 263.

Fig. 2. Christophe Coppens, 2005. Zidianakis, V. (2006), p. 95.

Fig. 3. Né-net 2012-13 F/W. *Style sigh* (2012), 4, p. 62.

Fig. 4. Marjan Djodjov Pejovski, 2001-02 F/W. *Book Moda* (2001), 55, p.214.

Fig. 5. Alexander McQueen, 2008, S/S. *Watt, J.* (2012), p. 182.

Fig. 6. Kaneko Isao 2002-03 F/W. *Book Moda*(2002), 62, p. 329.

갖고 놀던 인형의 모습을 형상화한 페르소나를 통해 꿈과 환상 속에서 좋았던 시절로 돌아간 모습을 보여주고 있다(Fig. 6). 사회가 디지털화 되고 가상공간의 피상적인 인간관과 물신화가 확산되면서 사람들은 살아있는 대상과의 관계 맺기를 두려워하며 감성을 교류할 대상으로 익숙한 인형을 택하게 된다. 또한 인간은 유아기에 스스로를 완전한 이상적인 존재로 인식하는 자아도취적 이상에 사로잡혀있는데 급격한 사회변화에 대한 반작용으로 어린 시절 갖고 있던 꿈이나 환상 등을 다시 찾고 싶어 하는 사고들이 결합하여 인형으로 형상화한 페르소나로 표현하고 있다. 또한 여기에는 내 개성대로 꾸미고 내가 원하는 대로 통제할 수 있는 인형을 통해 마음의 안정과 대리만족을 얻고 외로움을 보상받으려는 심리가 깔려있다.

인간은 스스로가 단순한 자연물로 그치는데 만족하지 못하고 내면에 어떤 초월적 대상을 소망한다(Kim, 2008). 패션디자인에서 이러한 초월적 존재의 표현은 모든 신체의 존재 가치를 인정하고 고정적이지 않고 변형 가능한 초 신체로서의 유동성을 표출하는 것이며 새로운 인간화 과정을 통해 포스트 휴먼의 이상적 신체로 다시 태어나고자하는 욕망을 표현한 것이다(Levy, 1995/2002). 또한 이것은 오늘날 디지털 문화가 형성한 인간 존재론을 반영하는 것이기도 하다. 이제 인간은 더 이상 고정된 본질이라기보다는 다중적 정체성을 가진 존재로서 스스로 자연적 신체를 재구성하고자 한다.

이처럼 디지털 테크놀로지가 만들어내는 비물질적인 시공간 안에서 인간은 가상의 정체성을 가진 가상신체로 변환되어 가상과 실재를 넘나드는 새로운 관계를 형성하게 되는 것이다. 따라서 유연한 정체성 표현으로의 페르소나는 A에서 B로 되는 과정인 '되기'라는 생성의 개념으로 설명된다. 생성이란 나의 고정된 자리에서 벗어나 내가 아닌 '다른 것 되기'이며 따라서 생성은 끊임없이 다른 무엇인가가 되어가는 것이며 무한한 변화의 가능성을 열어두는 것이다. 고정되고 한계 지워진 현재로부터 새로운 환경으로 나아갈 수 있는 가능성을 보여주는 것이며 내가 아닌 다른 것이 될 수 있게 하는 창조이다.

#### 4.2. 위장된 정체성으로의 페르소나

위장된 정체성 개념으로의 페르소나는 현실의 자신과는 다른 것으로의 변신을 통해 자신이 되고 싶은 모습을 표현하고자 하는 의미와 현실의 자신을 부정하고 완전히 다른 모습으로 새롭게 태어나거나 현실에서 불가능한 정체성을 드러내는 의미의 페르소나 표현으로 나누어 고찰하였다. 전자를 변신을 통한 위장된 페르소나, 후자를 자기부정을 통한 위장된 페르소나로 명명하였다.

##### 4.2.1. 변신을 통한 위장된 페르소나

디지털 가상공간의 익명성은 개인의 상상 속 모습을 타인에게 보여줄 수 있는 기회를 제공하며 개인은 상상 속의 모습으로 변신하는 경험을 갖는다. 페르소나의 기능은 진정한 정체성을 가리는 것으로 생각되는 경향이 있지만 역사적, 문화적 측

면에서 가면을 쓰는 것은 가리는 것보다는 드러내기 위한 것으로 다른 사람, 신, 악마 등 어떤 특성을 갖는 대상으로 변하게 하는 미술 같은 신기한 변신이었다(Zidianakis, 2006).

제니팩스(Jenny fax)는 2012 S/S 도쿄 컬렉션에서 사춘기 소녀들의 다면적 특성을 보여주는 디자인들을 선보였다. Fig. 7에서는 소녀들이 갈망하는 아름다운 공주의 페르소나를 통해 어린 시절의 환상과 자신의 욕망을 드러내는데 이러한 표현은 현실의 압박감에서 벗어나고자 하는 현대인의 내면에 억제된 감성을 위장된 페르소나를 통해 가볍고 자유로운 느낌으로 나타낸 것이다. 리튼애프터워즈(Writtenafterwards)는 커뮤니케이션 도구로서의 의복의 역할을 제안하는데 디자인의 초점을 맞추고 있다. Fig. 8의 2009 S/S "prince prince prince" 컬렉션에서는 왕자로 변신한 페르소나를 통해 왕자에 대한 자신들만의 해석을 제시하고 있으며 남성들에게 진부하지만 여전히 이상적 이미지로 제시되는 왕자의 모습을 통해 남성의 모순된 심리를 풍자적으로 보여주고 있다(The front line of fashion, 2009).

가상공간에서는 본래의 신체 조건과 다르게 자신이 원하는 방식으로 자신을 만들어내는 것이 가능하다. 따라서 가상공간에서는 상상의 외모, 지위, 라이프스타일을 수시로 바꿔 가며 다양하게 추구할 수 있는 자유를 가질 수 있다. 이러한 가상공간의 페르소나는 기존 질서에서 일시적인 해방감을 맛볼 수 있게 해주며 또한 이것은 자신의 자아를 가리기 보다는 오히려 강화하고 드러내면서 가장을 통해 잠재적 정체성을 확인시켜주는 역할을 한다.

미키오 사카베(Mikio Sakabe)는 2012 S/S 도쿄 컬렉션에서 Fig. 9에서처럼 여신의 모습으로 변신한 모습을 보여주고 있는데 현실공간에서는 행하지 못하는 일들을 위장된 페르소나를 통해 실행하고 있다. 현실에 대한 불만족은 몽상, 상상, 환각을 통해 현실이 대체되는 다른 세계를 창출시킨다. 페르소나는 자기의 한계를 초월하는 능력을 가질 수 있게 한다. 다른 존재가 되고자 하는 것, 자신을 현 존재의 고통과 고뇌로부터 구원하는 것, 인간 외계의 초월적 힘의 도움으로 자신을 해방시키고 싶은 욕구를 신의 존재를 표현한 페르소나를 통해 드러내는 것이다.

가면은 인간의 욕망이 구체화된 실제적 대상으로 인간적인 것과 신적인 것을 넘나들며 현실과 이상을 모두 경험하게 한다(Kim, 2008). 따라서 신의 모습으로 표출된 페르소나는 눈에 보이지 않는 신과 눈에 보이는 현실세계 사이에 일종의 인터페이스로 기능할 수 있다. 고대 이집트에서도 가면은 사람의 얼굴을 감추거나 바꾸기 위한 것이 아니라 가면을 쓴 사람을 '신과 같은 존재'로 격상시키기 위한 매개물이었다. 당시의 사람들은 가면을 쓰면 초자연적인 영역의 존재와 동일시가 되어 초인적인 능력을 받을 수 있다는 믿음이 있었기 때문이다. 사람들의 의식 속에서 두려움을 이기고 넘어서고자 하는 욕구가 초월적인 어떤 힘을 빌리겠다는 의지를 발동시키고 그 모습을 흉내 내게 되었을 때 인간의 의식은 확장이 일어나는 것이다.

또한 Fig. 10에서는 화려한 대중적 스타의 모습으로 위장한



Fig. 7. Jenny Fax, 2012 S/S. *Fashion News* (2012), 169, p. 60.



Fig. 8. Written after wards, 2009 S/S. *The front line of fashion* (2009), p. 381.



Fig. 9. Mikiyo Sakabe. 2012 S/S. *Fashion News* (2012), 169, p. 65.



Fig. 10. Pandemonia, 2007. *Zidianakis, V.* (2006), p. 321.

페르소나를 보여준다. 사람들은 스타에 대한 동일시로 타자들과 차별화하려는 욕망의 페르소나를 선택한다. 그리고 그 안에서 페르소나를 위장된 하나의 주체로 존재하게 한다. 이러한 위장된 페르소나에 대해 심리학자들은 개인의 우월 욕망을 표현한다는 부정적 의미를 부여한다. 그러나 한편으로 위장된 주체는 현실에서의 나와는 다른 또 다른 자아로서 대안적 자아이다. 이러한 대안적 자아를 통해 원하는 대로 자기표현이 가능하다면 현실세계에서의 고정된 정체성으로부터 자유로운 페르소나가 창출될 수 있다는 긍정적 의미를 부여할 수도 있다. 이처럼 가상공간에서 사람들은 동일시를 통해 가상의 역할 경험을 할 수 있는데 동일시는 새로운 역할을 모방하고 가정하고 궁극적으로 내재화하여 자신을 확장시키는 것이다. 이러한 가상의 역할을 수행하는 것은 놀이와 유사하다. 마치 어린 시절의 공상과 역할 놀이에서 내가 아닌 다른 존재가 될 때의 희열을 느끼게 하는 것처럼 이러한 가상의 역할 놀이는 매우 자유롭고 안전하게 원하는 것을 이룰 수 있다.

근본적으로 위장된 페르소나는 참다운 것이 아닌 것으로 정의되는데 그렇다고 진실성이 배제되어 있는 것만은 아니다. 위장된 페르소나는 자아의 또 다른 측면이고 사회적 적응 수단으로서의 타협물이다. 사람들은 가상공간에서 페르소나를 구축하는데 있어 자신이 되고자 하는 아이덴티티를 바탕으로 아바타를 만들어내고 꾸며내는 창조 행위를 하는 것과 마찬가지로 현실에서 보여 지는 자신의 외적 인격으로서의 페르소나를 부정하고 가상공간에서 또 다른 정체성을 가진 인간으로 변신하고 싶어 하는 욕망을 투영시킨 페르소나를 창조하고자 한다. 이러한 창조 행위를 통해 만들어진 타인과 차별화된 모습의 페르소나는 거울에 비친 자신을 바라보고 조작하려는 인간의 내면 욕구와 일치할 수 있기 때문이다.

#### 4.2.2. 자기부정을 통한 위장된 페르소나

자기부정을 통한 위장된 페르소나는 '드러남'보다는 '감추기'의 어둡고 진지한 경향을 보이며 은폐를 통해 낯설거나 소외된 세계를 표현하는 것이다. 신비한 주술적 힘과 변신을 상징해 왔던 가면은 합리적 이성주의와 개인주의가 등장하는 17-18 세기

에 이르러서는 무언가를 숨기고 비밀을 간직하고 속이는 소외된 주체의 스크린, 위장 혹은 가짜 얼굴(false front)이 되었다(Castle, 1986). 은폐로 인한 숨김, 감춤, 속임 등은 라캉의 '주체의 분열'과 분열된 주체 뒤에 숨겨진 '더 이상 주체는 없다'(Žižek, 2005/2007)라는 섬뜩함과 시각적 충격을 전달하고 있다. 그러나 한편으로 신비하게 은폐된 이미지의 이면에는 무한한 가능성을 시사하기도 한다.

마르탱 마르지엘라(Martin Margiela)는 그의 컬렉션에서 베일로 얼굴을 모두 감싸서 얼굴의 특징이 드러나지 않는 모델을 지속적으로 보여주고 있으며 준야 와다나베(Junya Watanabe)는 2008-09 F/W 파리 컬렉션에서 얼굴에 기이한 베일을 쓴 모습으로 예기치 않은 미적 센세이션을 창조하고 있다(Fig. 11). 이것은 단순히 타자에게 모습을 보여주지 않는 태도를 취하기보다는 자신이 아닌 은폐된 또 다른 인격을 보여주는 것이다(Lim, 2004). 장 폴 고티에(Jean Paul Gautier)의 2004-05 F/W 컬렉션에서 모델은 얼굴을 가리고 줄로 연결된 마리오네트 인형의 모습으로 등장하였다(Fig. 12). 마리오네트와 실제 모델과의 콤비네이션을 통해 인간과 무생물의 혼성체를 보여 주고 있는데 여기에서 유사인간인 인형의 존재는 형상화된 페르소나로 표현된 인형의 모습과는 다르게 인간의 이상적 신체를 형상화한다기보다 이질적이고 비정상적인 존재로 등장한다. 나와의 흡사함을 통해 나를 타자화 시키며 타자와의 경계를 붕괴시키고 인간성과 비인간성 사이의 혼성교배를 통해 타자와의 소통을 시도하고 있는 것이다.

가레스 푸(Gareth Pugh)는 2006 S/S 컬렉션에서 헬멧으로 얼굴을 감춘 왜곡된 모습을 보여주었고 2007 S/S에는 Fig. 13 처럼 기하학적 패턴으로 된 가면을 쓰고 동일한 패턴의 재킷을 입은 모델을 등장시켰다(Davies, 2009). 전투사들의 투구를 연상시키는 가면은 초월적 자아처럼 사람들의 시선으로부터 자신을 감추고 보호하려는 자의식을 표현하는 것 같다. 아가사 루이즈(Agatha Ruiz)의 베일처럼 옷으로 얼굴과 신체를 덮어씌운 Fig. 14의 디자인은 완벽한 자기 존재의 부정을 도모하는 충격적 디자인이다. 가상공간에서는 물리적 제한을 받지 않으므로 여러 개의 육체를 가질 수도 있을 뿐 아니라 육체가 존재하지



Fig. 11. Junya Watanabe, 2008-09. *Book Moda* (2008), 97, p. 159.



Fig. 12. Jean Paul Gautier, 2004-05 F/W. *Gap press* (2004), 58, p. 70.



Fig. 13. Gareth Pugh, 2006 S/S. *Davies, H.* (2009), p. 93.



Fig. 14. Agatha Ruiz, 2009-10 F/W. *Zidianakis, V.* (2006), p. 305.



Fig. 15. Jean Paul Gautier, 2002-03 F/W. *Book Moda* (2002), 62, p. 193.



Fig. 16. Undercover 2006-07 F/W. *Book Moda* (2006), 85, p. 137.



Fig. 17. Martin Margiela, 2009-10 F/W. *Book Moda* (2009), 104, p. 196.

않을 수도 있다. 디지털 공간의 자아는 필연적으로 실제의 자아를 상실하게 되며 육체에 대한 의식을 잃어버린다는 것에서 존재론적 상실을 수반한다(Bromberg, 1996). 페르소나에서 파생된 영어의 person은 사람을 의미하나 같은 어원을 갖고 있는 프랑스어에서 personnes는 아무도 없다는 nobody의 의미도 갖고 있다고 한다. 페르소나는 타자화를 통해 탈정체성을 표현하며 새로운 정체성 또는 정체성의 초월적 의미를 제시한다.

002 F/W 지방시(Givenchy) 컬렉션에서 장 폴 고티에는 Fig. 15처럼 마스크를 쓰고 있는 신비의 여성을 등장시켰는데 검은 색 망토 안에 숨겨진 화려한 드레스처럼 부드러운 은 마스크 안에 감춰진 강한 남성성 같은 모호한 정체성을 암시하고 있으며, 언더커버(Undercover)의 준 타카하시(Jun Takahasi)는 2006-07 F/W 그의 앤드로지너스 컬렉션에서 얼굴을 가린 음침한 모습의 괴물을 통해 의도적으로 성적 정체성을 모호하게 표현하고 있다(Fig. 16). 또한 마르탱 마르지엘라가 2009-10 F/W 컬렉션에서 보여준 반투명의 마스크를 쓴 모델에서는 하나의 신체에 의복의 안과 밖, 여성과 남성 이미지가 공존하고 있는 비논리적이고 모호한 정체성을 제시하고 있다(Fig. 17).

이러한 컬렉션에서는 성의 경계가 모호하고 성적인 특징을

느낄 수 없는 디자인으로 사회적인 코드로서의 ‘성’ 혹은 앤드로지너의 개념 자체를 초월하여 모델의 성외에는 성적인 특징이 나타나지 않는 디자인을 보여주고 있다. 이것은 또한 가상공간에서의 ‘non-identity’를 표현하고 있는데 non-identity는 남성성 혹은 여성성이라는 관념 자체를 떠나 개인의 자유로운 감성의 표현에 초점을 두고 인간의 성에서 생물학적 성으로 읽을 수 있는 범위를 넘어 의복이나 외모에 성적인 특징이 나타나지 않는 언 섹스(non sex)나 성의 무경계성의 의미로 설명될 수 있다(Lee, 2003). 포스트 젠더는 젠더의 이분법을 초월하는 제3의 성 또는 ‘넥스트 젠더’를 지향하는데 여성, 남성 뿐 아니라 여성성, 남성성의 구분을 흐리게 함으로써 단일한 정체성의 환상을 거부한다. 또한 들뢰즈(Gilles Deleuze)가 말하는 ‘육망하는 기계들’에서의 인간적이지 않은 성은 한 주체 속에 하나의 성 또는 두 개의 성이 아니라 n개의 성이 존재한다고 말한다. 따라서 남녀의 구분을 원치 않고 복수정체성을 강조한다.

이처럼 자기 부정적 페르소나로 표현된 패션에서 그 안의 인체는 인간성이 제거된 기계로서의 몸으로 제시되고 있으며 페르소나 뒤에 숨겨진 얼굴 모습은 인간의 성 정체성까지 모호하게 함으로써 익명성을 가시화시키며 나아가 존재 자체를 부정하는 사고의 전환을 유도한다. 이러한 패션디자인에서 제시하는 이미지는 시각적으로 모호하고 불확실할 뿐 아니라 그 의미에 있어서도 명확하지 않다. 또한 기괴한 형상으로 사람들이 아름답다고 받아들이는 것의 경계를 확장시키고자 하는 것이다.

## 5. 패션 디자인에 나타난 가상공간 페르소나의 내적의미

인간의 의식과 문화의 변화 양상을 드러내는 패션디자인에도 가상공간에서의 페르소나 특성을 제시하는 다양한 표현이 나타나고 있다. 이러한 표현은 유연한 정체성 개념으로의 긍정적 의미의 위장된 정체성 개념으로의 부정적 의미 모두를 표출하고 있으며 내면에 갖고 있는 다양한 인격과 감추어진 또 다른 나를 드러내고 있다. 이러한 표현의 내적 가치와 의미를 살



Table 1. Expression of virtual space persona in fashion design

Category of persona	Persona expression	Symbolic meaning
Figurative identity-oriented persona	Images of animals, plants and dolls	Flexible and multi-characteristic identification new body concept and new personality
Falsified identity-oriented persona	- Falsified persona: transforming to the ideal personality such as prince, princess, goddess and popular star	Flexible and falsified identification expression of inner desire
	- Self-denying persona: concealed face and body with mask and veil	Non-identity freedom and release from subject

해보았다(Table 1).

첫째, 패션디자인에서의 가상공간 페르소나 표현은 새로운 미적 가치를 창조하고 새로운 신체 개념과 새로운 정체성을 창조하기 위한 것으로 주체를 사라지게 하는 것이 아니라 주체를 재탄생시키는 것이다. 창조된 생명체들은 다른 성질의 것으로 변신하고 싶은 욕망을 투영하고 있으며 우리의 신체를 자신이 원하는 새로운 인격체로 표현하는 과정을 통해 자신의 내재된 존재 가치를 찾으려는 시도인 것이다.

둘째, 패션디자인에서의 가상공간 페르소나는 인간의 꿈과 환상 그리고 내면의 자유로운 욕구가 표현된 것이다. 페르소나의 궁극적인 기능은 주체의 자유와 해방에 있다. 가상공간의 페르소나는 다른 인간이 되고자 하는 욕구를 대리로 충족시켜주고 있다. 가면을 씌으로써 가려지는 주체는 항상 고갈되지 않는 다면적 주체로 무엇으로도 채워질 수 있는 가능성을 함축하고 있으며 가면 쓴 주체의 자유와 해방을 가능하게 한다.

셋째, 패션디자인에서의 가상공간 페르소나 표현은 디자이너의 창작 의지를 표현한 것이다. 가상공간의 페르소나를 다양하게 만드는 것은 일종의 창조행위이며 가상공간에서 차별화된 페르소나를 구현하기 위해서는 현실세계에서 실현 불가능한 초월적인 존재를 창조할 수 있는 상상력이 필요하다. 이러한 상상력은 패션디자인에 독창적이고 새로운 요소를 포함시켜줄 수 있는 가능성을 확대시키며 디자인의 의미와 미적 가치를 확장시켜줄 수 있다.

## 6. 결 론

우리는 디지털 기술로 인해 탄생된 가상공간에서 현실세계에서 자신의 상황과 역할에 맞추어 구축해 왔던 페르소나와는 다른 디지털 공간 안에서의 또 다른 페르소나를 만들고 있다. 디지털 공간 안에서 자신의 얼굴이 되는 아바타를 현실의 자기 모습과는 동떨어진 그러나 자신이 생각하기에 가장 이상적인 형태로 꾸며내기도 하고 현실에서는 할 수 없는 일들을 시도하기도 한다. 익명성이 존재하는 가상공간 안에서 형성되는 새로운 페르소나는 우리가 자신에게 기대하는 이상적인 정체성이 반영된 것이기도 하고 우리의 상상과 욕망이 표출된 것이기도 하며 따라서 내면의 진실한 모습을 투영하고 있을 가능성이 높다. 가상공간은 다른 성질의 것으로 변모하고자 하는 욕망을 충

족시킬 수 있는 하나의 대안이 될 수 있다. 가상공간에서 사람들은 자신의 모습을 유연하게 다른 형태에 투영함으로써 다양한 자아를 실험하고 내면에 억압된 감정을 발산하여 안정을 되찾을 수 있는 반면 자신의 모습을 감추고 위장시켜 진실을 감추고 허구성을 내보이기도 한다.

이처럼 가상공간의 페르소나는 현대인의 다양한 삶과 욕망을 표현하는 하나의 장이며 이미 하나의 문화를 형성하고 있다. 변화하는 가치와 의식을 예측하여 이를 적극적으로 받아들이고 표현하는 패션에서도 이러한 가상공간의 페르소나는 다양한 방법으로 표현되고 있다.

본 연구는 가상공간에서 자기상징 캐릭터로서의 페르소나 표현의 특성과 의미가 패션디자인에서는 어떠한 특성과 의미로 나타나고 있는지 고찰하는 연구로 이를 통해 패션디자인에서의 독특한 표현에 대한 의미해석을 위한 하나의 가능성을 탐구하고 고찰하는 것이다. 디지털 공간에서는 익명성을 바탕으로 새로운 정체성 개념이 나타나고 있는데 이러한 새로운 정체성은 유연한 정체성 개념과 위장된 정체성 개념을 통해 긍정적으로 혹은 부정적으로 해석되고 있다. 디지털 가상공간에서의 정체성 유형을 기준으로 패션디자인에 나타난 가상공간의 페르소나 표현 특성을 유연한 정체성으로의 페르소나 표현과 위장된 정체성으로의 페르소나 표현으로 유형화하고 특성을 연구하였다. 연구 결과에 의하면 패션디자인에서 유연한 정체성으로의 페르소나는 동·식물적 형상과의 결합을 통한 다양한 이질적 신체로의 변신이나 이상적인 신체의 표현으로 나타나고 있는데, 표현된 형상은 개인적인 자아를 반영하고 존재감을 드러내는 상징적 의미를 갖는다. 이러한 표현은 다중적 정체성과 가상의 정체성을 가진 가상신체를 표현하는 것이며 소외감을 극복하고 자신이 좋아하는 대상과의 커뮤니케이션을 시도하는 것이다. 변신을 통한 위장된 정체성 표현의 페르소나는 아름다운 공주나 왕자의 모습, 화려한 대중적 스타와 상상 속 여신의 모습을 통해 표현된다. 이러한 표현은 환상과 자신의 욕망을 드러내는 페르소나를 보여주고 있으며 변신과 위장을 통해 억압적이고 제한된 현실세계에서 벗어나 이상적이고 환상적인 내면세계를 간접적으로나마 경험하고 싶은 욕망을 표현한 것이다. 자기부정을 통한 위장된 페르소나 표현은 ‘드러남’보다는 ‘감추기’의 어둡고 진지한 경향을 보이며 은폐를 통해 낯설거나 소외된 세계를 표현하는 것이다. 또한 타자화를 통해 탈정체성을 표현하며

새로운 정체성 또는 정체성의 초월적 의미를 제시한다.

또한 패션디자인에서의 가상공간 페르소나 표현은 현실에서 결핍된 욕망이나 소망을 표현하는 것에서 그치지 않고 가면이 갖는 이미지의 전복으로 새로운 패션 이미지를 창조하는 것이다. 페르소나는 현실적인 제한과 경계를 초월하여 우리에게 의식과 무의식의 반응을 활성화하는 환상적인 사유를 이끌어 색다른 이미지를 표현하게 된다. 따라서 패션에서의 페르소나 표현은 디자이너의 창작 의지를 표현한 것으로 디자인 전개에서 새로운 활력을 불어넣고 있다.

## 감사의 글

본 연구는 상명대학교 교내연구비의 지원으로 연구되었습니다.

## References

- Azuma, H. (2007). *Dobutsuka suru posutomodan 동물화하는 포스트모더니즘* (U. M. Lee Trans.) Seoul: Munhakdongne. (Original work published 2001)
- Bae, Y. J. (2002). *A study on the persona formation in CMC*. Unpublished master's thesis, Chonnam National University, Gwangju.
- Baek, U. I. (2003). Digital human. *Culture & I*, 6, 52-54.
- Bromberg, H. (1996). Are MUDs communities? identity, belonging and consciousness in virtual worlds. In Bob Shields (Eds.), *Cultures of internet: virtual spaces, real histories, living bodies*. 143-152, London: Sage.
- Castle, T. (1986). *Masquerade and civilization*. Stanford: Stanford University Press.
- Campbell, J. (1976). *The portable Jung*. New York: Penguin Book.
- Davies, H. (2009). *British fashion designers*. London: Laurence King Publishing Ltd.
- Ellmann, R. (1979). *The man and the mask*. New York: Norton.
- Hall, C. S., & Nordby, V. J. (2004). *A primer of Jungian psychology*. (H. S. Kim Trans.) Seoul: Moonye Publishing Co. Ltd. (Original work published 1973)
- Han, C. H. (2007). *A case study on persona building in digital space*. Unpublished master's thesis, Chung-Ang University, Seoul.
- Jean Paul Gaultier. (2004). *Gap press*, 58, p. 70.
- Jenny Fax. (2012). *Fashion News*, 169, p. 60.
- Junya Watanabe. (2008). *Book Moda*, 97, p. 159.
- Kaneko Isao (2002). *Book Moda*, 62, p. 329.
- Kim, K. H., & Lee, O. H. (2002). A study on symbolic of the mask dancing. *The Research Journal of the Costume Culture*, 10(4), 404-418.
- Kim, S. Y. (2008). The styles and characteristics of masks as expressed in modern fashion. *Journal of the Korean Society of Costume*, 58(4), 13-25.
- Lee, E. H. (2008). *A study on art works pursue it of persona*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.
- Lee, J. H. (2000). *Internet and cyber society*. Seoul: Communication Books.
- Lee, M. J. (2003). *A study on the effect of the digital communication culture on modern fashion*. Unpublished doctoral dissertation, Yonsei University, Seoul.
- Lee, Y. K. (2001). *A study on the formation of the self-identity in virtual spaces*. Unpublished mater's thesis, Yonsei University, Seoul.
- Levy, P. (2002). *Qu'est-ce que le virtuel?* 디지털 시대의 가상현실 (J. Y. Jean Trans). Seoul: Kungree Press. (Original work published 1995)
- Levi-Straus, C. (1979). *The way of the masks*. Seattle: University of Washington Press.
- Lim, S. M. (2004). The study of exposure and concealment in fashion. - Focusing on the Freud's psychoanalysis-. *Journal of Korean society of clothing and Textiles*, 28(11), 1395-1403.
- Mackinnon, R. C. (1995). *Cybersociety: computer-mediated communication and community*. London: Sage.
- Marjan Dejdjov Pejosi. (2001). *Book Moda*, 55, p. 214.
- Martin Margiela. (2009). *Book Moda*, 104, p. 196.
- Merci beaucoup. (2006). *Book Moda*, 85, p. 263.
- Mikio Sakabe. (2012). *Fashion News*, 169, p. 65.
- Né-net. (2012). *Style sigh*, 4, p. 62.
- Oh, J. Y. (2000). *The studies of formative nature in mask depicting inner world of human being*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.
- Park, J. H. (2008). *A study on specialty of persona item at fashion show*. Unpublished master's thesis, Kyung-Hee University, Seoul.
- Reid, E. (1991). Electro-polis: communication and community on internet relay chat. *Intertek*, 3(3), 7-15.
- Rhi, B. Y. (1998). *Analytical psychology*. Seoul: Ilchokak.
- Rhi, B. Y. (2002). *Self and self-actualization*. Seoul: Hangilsa Publishing Co. Ltd.
- Shin, S. J. (2004). *The research for the self-expression through social mark, persona*. Unpublished master's thesis, Kook-min university, Seoul.
- Stein, M. (1998). *Jung's map of the soul*. Chicago: Caur Publishing company.
- The front line of fashion*. (2009). Tokyo: BNN Inc.
- Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of internet*. New York: Simons & Schuster.
- Undercover. (2006). *Book Moda*, 86, p. 137.
- Wallace, P. M. (1999). *The psychology of the internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Waskul, D., & Douglass, M. (1997). Cyberself: The emergence of self in on-line chat. *Information Society*, 13(4), 375-397.
- Watt, J. (2012). *Alexander Macqueen fashion visionary*. London: Goodman Books.
- Yim, E. H. (2007). Transfiguration in fashion design. *Journal of the Korean Society of Costume*, 57(4), 70-80.
- Zidianakis, V. (2006). *Not a toy: fashioning radical characters*. Berlin: Pictoplasma.
- Žižek, S. (2007). *How to read Lacan*. (J. S. Park Trans.) Seoul: Woongin thinkbig. Co. Ltd. (Original work published 2005)

(Received 6 May 2013; 1st Revised 23 May 2013;  
2nd Revised 4 June 2013; Accepted 1 September 2013)

Copyright © The Society of Fashion and Textile Industry. 2013. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Non-Commercial license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

---