

패션 커뮤니케이션 매체와 이상적 신체미(제2보)

- 신체미를 중심으로 -

김 소 영* · 양 숙 희**

서일대학 의상과 조교수* · 숙명여자대학교 의류학과 교수**

The Fashion Communication Media and the Beauty of Ideal Body (II)

- Focusing on the Beauty of Body -

So-Young Kim* · Sook-Hi Yang**

Associate Professor, Dept. of Fashion Design & Textile, Seoil College*
Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Sookmyung Women's University**
(2002. 8. 23 투고)

ABSTRACT

This study discusses the beauty of the ideal body shown by fashion communication media, and explains how aesthetic aspects of the body are being expressed in contemporary fashion. The beauty of the body may be considered as the beauty of sexual, controllable or consumable object. First, the most vigorously discussed point about the body is its sexual aspect, the most outstanding of which is the voluptuous and the androgynous beauty in contemporary fashion. Second, the body is an object which has been oppressed or controlled under the name of history, morality, and rationality. The things making us regard the body itself as an aesthetic object may be considered as dynamic and functional beauty. Third, the sexual instinct and the body are fetishized as consumer goods, and women's bodies are presented as consumer objects whose most parts could be restored to exchangeable value. The consumable beauty presented in contemporary fashion is the conspicuous beauty and the decadent beauty.

So far, the various aspects of the beautiful body has been considered, based on the beauty of the ideal body shown by the fashion communication media. Man exists through on his body, but it is the embodied and formed body that serves as a means to manifest his social status and cultural ties. A natural body is reformed as a cultural phenomenon in various artificial ways. Popular culture has transmitted a series of new body image by creating and reproducing symbols and images, and has made the ideal body. Now there is not only one standard for the ideal beauty in our society. The standard of the beauty has changed continuously. There has been an aesthetic sense which can represent the times during the process of those changes. The various communication media have played a role of mirror

reflecting those changes. The ideal body in contemporary times is no more an abstract media to express classical beauty, but an object directly affecting us, who are living in the crisis of subjectivity and identity.

Key Words : The beauty of the body(신체미), the body of sexual object(성적 대상으로서의 신체),
the body of controllable object(통제 대상으로서의 신체),
the body of consumable object(소비 대상으로서의 신체)

I. 서론

여성의 신체는 시대에 따른 미의 이상형을 표현하는 도구가 되어왔으며 다양한 방법으로 이상적인 신체미를 창조해왔다. 본래 인간의 신체는 모두 불완전한 것으로, 각종 커뮤니케이션 매체에 의해 그 시대의 이상적 신체미가 형성되기 때문에 실제 신체와 이상적인 신체라는 이중성을 지니게 된다. 우리는 인위적으로 만들어진 이상적인 신체에 의해 의식적으로 또는 무의식적으로 영향을 받아왔으며, 이상적인 신체는 사회적 통제 속에서 여성의 미와 나르시즘적인 이상을 표현하는 역할을 해왔다. 특히 복식은 신체 위에 표현되는 예술이기 때문에 사람들은 이상적 신체에 근접하기 위해 의상을 이용해 왔다.

아름다움이란 것은 동시대의 이상형의 지각에 의해 조절되며, 이때 사회와 문화속에 잠재되어 있는 가치관과 태도는 중요한 요인으로 작용된다. 대부분 현재의 이상적인 신체미와 그와 다른 형태의 신체미는 한 문화안에 존재해 있다가 다양한 매체의 영향으로 이상형이 바뀌면서 지배적인 유행 현상으로 새롭게 부각이 되어 나타난다. 즉 옷은 유행 의상으로 변형되고 신체는 유행하는 몸이 된다.

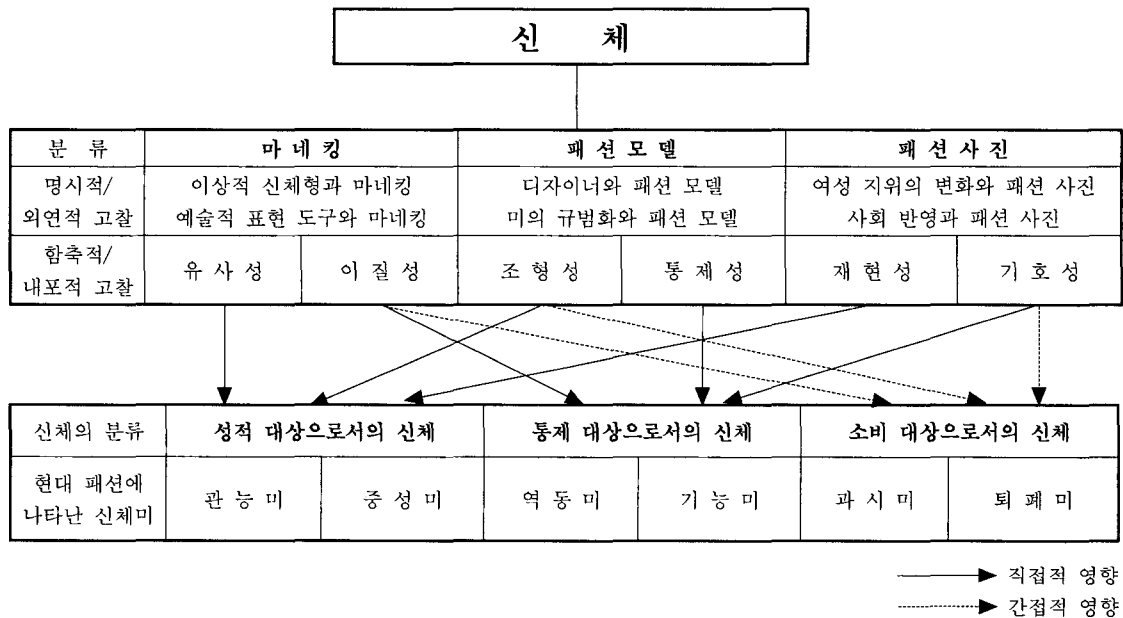
본 연구에서는 이상적인 신체미를 고찰함에 있어 사회문화적·미학적·예술적 관점에서 신체가 가지는 의미를 기호학적 측면에서 포괄적이고 통합적으로 제시하기 위해 신체를 표출하는 패션 커뮤니케이션 매체로 마네킹, 패션 모델, 패션 사진을 선택하였다. 그리고 이들 매체에 대한 기호학적 접근으로 명시적/외연적 측면과 함축적/내포적 측

면의 고찰을 통해 신체가 무엇을 전달하고자 하는지를 <제1보>에서 살펴보았다.

우리는 다양한 패션 커뮤니케이션 매체를 통해 여러 가지 신체미를 접하고 있다. 각 매체의 함축적/내포적 고찰을 통해 유사성, 이질성, 조형성, 통제성, 재현성, 기호성을 도출해 내었고, 이들 요인이 신체미에 어떻게 영향을 주었는가를 고찰하였다. 유사성, 조형성, 재현성은 성적 대상으로서의 신체미에 영향을 준 요인이며, 이질성, 통제성, 기호성은 통제 대상으로서의 신체미에 영향을 준 요인들이다. 또 최근 사회·문화적으로 활발히 논의되고 있는 소비대상으로서의 신체미는 각 요인들의 영향을 직·간접적으로 받고 있다. 이를 통해 <표1>과 같은 결론을 도출해 내었다.

본 연구는 패션 연구에 있어서 사회적 이상으로 여겨지는 신체와 이들 전달 매체를 통하여 나타나는 연관성을 찾아 현대 패션에서 신체가 어떻게 표현되었는지를 연구하고자 하였다. 이를 통해 패션을 문화의 한 부분으로 객관적으로 분석할 수 있는 계기를 마련하고자 한다.

<표 1> 패션 커뮤니케이션 매체를 통해 표현되는 현대 패션의 신체미



II. 신체미의 분류

1. 성적 대상으로서의 신체미

신체에 대해 가장 논의가 활발한 부분은 성적인 측면이다. 성이란 인간의 정체성을 결정하는 데 큰 역할을 하는 환상과 상징의 복합물이며, 만족과 상실의 유아적 환상에 의해 주도되는 것, 즉 생식적 유용성으로부터의 일탈 현상이다.

프로이트는 신체를 성적 욕구와 본능을 발화하는 언어로 간주하면서 성적 쾌락의 거점으로 여겼다. 쉴더(Schilder)는 프로이트의 구강, 항문, 생식기 같은 “성감대”를 중요시 여기면서, “어떤 특정한 부위에 에너지가 집약되며 성적으로 민감한 부분들은 서로 연결되어 있고, 개인의 성적 심리 특징에 따라 신체 이미지의 구조가 다르다”라고 하였다. 신체 어느 부위나 상징적 의미를 가질 수 있고, 이 상징적 의미는 변화가 가능하다고 하였다.

라빈(Labine)은 패션 잡지에 표현된 여성의 이

미지를 살펴보고 아직도 여성의 신체가 가부장적 담론에서 벗어나지 못했음을 지적하였다.¹⁾ 자신감과 자유로우며 힘있는 여성 신체의 이미지와 여성의 대상화(objectification)를 통해 요구되는 상징 체계를 통해 여성의 신체미는 경제적, 정치적, 성적으로 여성을 종속시키는 권력의 그물조직 속에서 혼재되고 있다는 것이다.

현대사회에서 신체가 욕망과 해방의 언어로 재발견되고 예찬되면서 몸은 더 이상 구속과 억압의 대상이 아닌 해방과 쾌락의 상징으로 제시된다. 합리주의의 전통하에서는 신체가 담론의 한 대상일 뿐 본질적으로 언어가 아닌 것처럼 간주되었으나, 이제 몸은 하나의 기호로서, 시각적 언어로서, 사회적 실천의 소재지로서, 문화적 텍스트로서, 그리고 인간적인 세계와 자연적인 세계와의 통합의 언어로 부각되고 있다.²⁾

윌슨(Wilson)은 패션이 성적매력으로서의 신체와 매우 명확한 관계를 지니고 있다고 하면서, 옷을 거의 입지 않는 사회에서도 섹스어필을 부각하

기 위한 방법으로 의식 중에 옷을 입는 것은 흔한 일이라고 하였다. 코르셋, 가죽, 고무 같은 직물이 성적 면을 강조하기 위한 패션으로 보여지며, 폴헤머스(Polhemus)와 프로터(Proctor)는 신체를 성적 대상으로 여기지 않으면 많은 의상을 설명할 수 없다고 하였다.³⁾ 특히 남성들은 여성의 신체를 성적 대상으로 바라보고 만지고 싶어하는 성적 욕구를 가지고 있으며, 여성들은 신체에 대한 성적 욕구를 의복으로 전환시켜 성적 의미를 전달하고 있다.

2. 통제 대상으로서의 신체미

신체는 역사적·윤리적·합리적 명목 하에 억압받거나 통제된 대상이었다. 푸코는 18세기를 신체를 지배하려는 권력의 요구가 새로운 단계에 접어들게 된 시대라고 하였으며⁴⁾, 신체는 여러 가지 훈련과 속박을 받으면서 다양한 형태로 확산된 권력의 형태와 조직의 요구에 길들여졌다고 하였다. 즉 사회는 이러한 규율의 메커니즘⁵⁾을 토대로 질서를 이루고 가동되며, “규율은 복잡하고 훈련된 신체들을 만들어낸다.”⁶⁾고 하였다.

20세기 말 포스트모던 문화에서 여성의 외모는 중요한 한 부분을 차지하고 있다. 여성의 권력적 지위가 외모에 의해 결정되는 현실과 매력적인 외모를 가꾸는 것이 가장 중요한 일로 강요되는 상황에서 그러한 선택이 과연 ‘진정한’ 선택이냐는 비판이 제기되었다. 예를 들면 1940년 이후 오늘날까지 성형수술을 선택한 여성들에 대한 조사에서 굿먼(Goodman)은 여성의 몸에 대한 자기만족도는 대중매체를 통해서 이상화된 이미지에 비추어 평가된다는 것을 시사했다.⁷⁾ 또한 미국사학자 브럼버그(Brumberg)는 『몸 프로젝트』라는 연구에서 19세기 말과 20세기를 통하여 젊은 여성의 몸에 가해지는 대중매체의 압력과 여성의 경험을 추적한 바, 20세기가 진행되는 동안 외모를 가꾸는 것에 대한 압력이 더욱 심화되어왔다고 주장하였다.⁸⁾ 19세기 동안에는 생식기관을 가진 ‘해부학적 구조가 여성의 운명’이었던 데 비하여 20세기에는 외모가 여성의 ‘운명’이 되어가고 있는 것이다.

또, 카우프만(J. Kaufmann)은 가치관의 변화가

격심한 오늘날의 불확실성의 세계에서, 신체가 현실과 개인의 정체성에 가장 명확한 증거가 된다고 서술하고 있다.⁹⁾ 과거에는 개인이 ‘신체와 정신의 엄격한 분리’에 의해서 자아를 통제하고, 내면 세계를 확장함으로써 자기의 존재를 인식하였다. 그러나 오늘날에는 신체에 대한 즉각적인 ‘구체성의 욕망’을 통하여 인식하는 것으로 변화되었다.

인간의 아름다움, 특히 여성의 미는 선천적으로 타고나는 것이기 때문에 칭송과 부러움, 찬미의 대상이었다. 그러나 성형수술로 대변되는 가꾸어진 미, 다듬어진 미로 아름다움의 개념이 변하면서 누구나 노력하면 아름다워질 수 있게 되었다. 이는 아름다움에 대한 평등화가 실현된다는 긍정적인 측면도 있으나, 이를 실현하는 과정에서 여성들은 건강하고 아름다운 신체를 위해 ‘관리’라는 명분으로 자신의 신체를 억압하고 통제하게 되었다.

신체를 가꾸어 미를 추구한다는 것은 넓게 보면 성형이나 건강유지를 모두 포함하는 신체관리 전부를 의미이지만 좁게 보면 신체를 변형시키지 않고 외부의 장치를 통해 꾸며나가는 과정을 의미하기도 한다. 이중 가장 큰 비중을 차지하는 것은 패션이다. 패션은 함축된 ‘미적인 효과’ 안으로 통합되어 본래의 기능적 경계를 모호하게 만든다. 가령 속옷이나 운동복, 아동복 등이 ‘패션화’되는 것은 옷의 기능적 차별화에서 나온다고보다는 옷의 ‘미적 효과’에서 나온다.

3. 소비 대상으로서의 신체미

소비자본주의사회에서 성적 본능과 신체는 소비상품으로 물상화되고 여성 신체의 모든 부분이 교환가치로 환원되는 것을 볼 수 있다. 신체를 찬미하고 가꾸어야 하는 대상으로 삼는 소비산업은 성적 쾌락을 상품화된 양식으로 재스타일화 함으로써 여성의 이상화된 신체는 상품가치를 높이는 하나의 기능적인 사물로 인식되었다.

소비 대상으로서의 신체에 관해 여러 학자들의 이론적 논의를 살펴보면, 보드리야르(Baudrillard)는 소비사회에서 신체가 소비의 가장 아름다운 대상이라고 언급하고 있다. 신체는 ‘의도적으로 경제

적 의미에서 투자되며, 동시에 심리적인 의미에서 물신숭배된다.'고 하였다. 다시 말하면, 현재의 생산, 소비의 구조 속에서의 신체는 자본이며, 또한 소비의 대상, 즉 물신인 것이다. 보드리야르는 현대사회에서 영혼을 대신하여 신체가 '구제의 대상'이 되었다고 언급하고 있다.¹⁰⁾ 보드리야르가 지적했듯이 현대 소비사회의 여성에게 아름다움은 절대적이고 종교적이라고 할만큼 지상명령이 되었다. 날씬함과 아름다움은 아무런 자연적 친화성이 없음에도 불구하고 소비사회의 기호체계는 이를 절대불가분의 것으로 표준화하고 신비화한다.¹¹⁾ 최근 날씬함의 기준은 날로 높아져서 건강을 해칠 정도의 야윈 몸매를 이상화하고 있다.

한편, 소비행위의 의식적인 면보다는 오히려 무의식적인 면을 분석한 부르디외(P. Bourdieu)는 개인은 자신이 속한 사회 속에서 타자와 상호작용을 통해 사회화되며, 경험을 축적하여 특정한 형태의 아비투스(habitus)¹²⁾를 체득해 간다고 하였다. 그는 프랑스에서 '용모, 외견에 대한 여성의 가치관'에 대한 조사를 통해 여성의 성과 외모는 문화자본으로서 자본주의사회의 생존 경쟁과 사회적 성공을 위해 투자가치가 높은 것으로 취급되는 경향이 있다고 하였다.¹³⁾ 그래서 사람들은 소비를 통해 현실 속의 자기를 이상적인 자기로 실현하려는 것이다.

페너스톤(Featherstone)은 신체가 쾌락의 표현 수단이라고 말한다.¹⁴⁾ 제1차 세계대전 이전의 생산 윤리는 근면, 절도, 신중, 절약의 미덕을 강조한 데 비해, 오늘날의 소비윤리는 욕망의 확장, 쾌락적인 라이프 스타일, 현재의 욕망에 대한 즉각적인 만족을 조상한다. 아름다운 신체가 공공연하게 성적 매력, 과시, 향락주의와 관련됨에 따라 개인에게 외모의 중요성은 더욱 더 강조되고 있다.

또, 소비 대상으로서의 신체는 프랭크(Frank)가 제시한 반영적 신체(mirroring body)와 일맥상통한다. 반영적 신체는 신체 관리를 통해서가 아니라 주변과 외부의 물체에 자신을 비추어 봄으로써 예측된다. 반영적 신체의 매개체는 소비이며, 신체는 스스로 소비한 만큼 예측이 가능해진다. 따라서 소비는 고전적 마르스크주의에서 말하는 '사용'을 의미하지 않으며, 세계의 물체들을 끊임없이 신체에

동화시키고 신체를 물체에 동화시키는 과정이다.¹⁵⁾

소비 문화는 욕구와 욕망을 자극하도록 고안된 다양한 이미지들을 제공하고, 이러한 이미지들을 통해 사회적 공간의 물질적 배치를 변화시키며 사회적 상호작용의 본질을 변화시킨다. 그러므로 오늘날 성숙한 소비사회에서 신체의 의미는 신체가 생득적으로 부여된 자연스러움이 아니라 개인의 의지에 따라 '제작'된다는 것이다. 개인은 사회의 이상화된 신체, 즉 상품성이 높은 신체를 '선택'하는 데 치밀하게 계산된 쾌락주의적인 '아비투스 전략'을 무의식적으로 구사하게 된다. 즉 신체는 즐겁게 소비되어야 하는 기획물인 것이다.

Ⅲ. 현대 패션에 나타난 신체미

앞 장에서 신체미의 분류를 통해 보여지는 것과 같이 이상적 신체미는 성적 대상으로서의 신체미, 통제 대상으로서의 신체미, 소비 대상으로서의 신체미로 나뉘어 진다. 이를 통해 신체의 미적 측면이 현대 패션에서 어떻게 표현되고 있는지를 살펴보고자 한다.

첫째, 신체를 성적 대상으로 여김으로써 다양한 신체미가 보여지며 20세기 후반기에 특히 두드러지게 나타나는 신체미는 관능미와 중성미이다. 둘째, 현대 패션에서 신체를 통제하여 신체 자체를 미의 대상으로 여기게 하는 것은 역동미와 기능미로 보여지고 있다. 셋째, 신체는 소비대상으로 표현되고 있으며, 소비자본주의사회에서 성적 본능과 신체는 소비상품으로 물상화되고 여성 신체의 모든 부분이 교환가치로 환원되는 것을 볼 수 있다. 현대 패션에 나타난 소비미는 과시미와 퇴폐미로 나타난다.

1. 관능미

현대 패션에서 관능적인 미를 강조하기 위해 신체를 교묘히 드러내거나 감싸는 은밀한 방법, 신체를 직접적으로 노출하거나 가슴을 강조하는 방법,

신체 라인의 강조하기 위해 비치는 천을 사용하는 방법, 속옷을 노출시키거나 속옷을 겹옷화 하는 등 다양한 방법이 이용되고 있다.

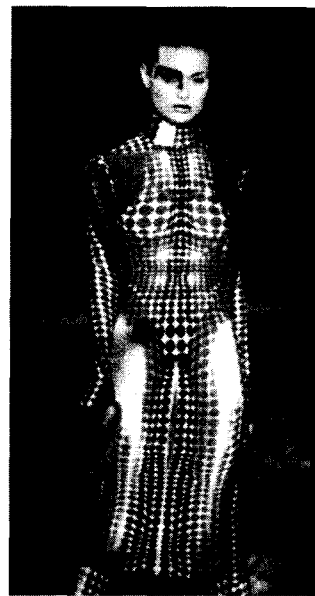
원래 속옷은 유혹의 표본과 관능성의 표출이라는 상징성을 띄었지만, 점차 제기되는 속옷의 모호성으로 인해 속옷의 형태와 소재, 장식기법을 응용한 화려한 디자인의 겹옷이 등장하여 관능미를 표현하기 시작하였다.<사진 1> 속옷이 겹옷으로 에로틱하게 나타나는 현상은 새로운 질서를 파괴하는 행위로 아름다움을 추구하는 여성의 의식에 커다란 자극을 주었다.



<사진 1> Dolce & Gabbana, AW 1991-92.

신체를 감싸 겹옷의 형태미를 보정해 주었던 속옷의 노출은 신체의 노출과 같은 효과를 나타내며, 포스트모더니즘 패션에서 나타나는 속옷 아이템의 겹옷화는 성적 상징의 노출을 통한 관능미의 발산으로 해석된다. 특히 여성성과 관련된 대표적인 속옷인 콜셋은 신체를 은폐한다는 점에서 정숙성 개념과 연관되지만 실제로 은폐된 부위를 강조함으로써 시선을 집중시키고 오히려 가려진 부분에 대한 상상을 자극시키는 역할을 한다.

상탈 토마스(Chantal Thomass), 존 갈리아노(John Galiano), 비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood), 장폴 고티에(Jean-Paul Gaultier)<사진 2> 등의 디자이너들은 이러한 관능미를 드러내는 디자인을 전개하고 있다. 구찌(Gucci)의 디자이너 톰포드(Tom Ford) 역시 90년대 패션에서 섹스어필한 패션을 추구하는 이미지의 작품을 계속해서 보여주고 있다.



<사진 2> Jean-Paul Gaultier, A/W 1995-96.

2. 중성미

현대 포스트모더니즘 사회에서는 성적 특성을 구별하지 않고, 양쪽 성의 성적인 카리스마를 동시에 추구하는 중성적인 미가 받아들여지고 있다. 오늘날의 여성들은 단순히 관능미를 지닌 성적 대상으로써 뿐만 아니라, 남성·여성이 가지는 각각의 아름다움을 서로 교차시켜 새로운 감각을 나타내려는 중성적인 신체미가 존재한다. 또한 인간의 성에서 생물학적인 면을 말살함으로써 의복과 외모에서 성적인 항목을 제거하거나 성의 강도를 줄여서 중성미를 표현하기도 한다. 만연된 이상형을 강

조하기 위해서 뿐 아니라, 기존의 이상형에 대한 반대를 증명하기 위해 신체와 의복이 공조해왔다. 남성지배사회에서 평등을 성취하기 위한 여성의 투쟁은 항상 좀 더 남성적으로 보이게 만듦으로써, 기존의 규범을 벗어난 의복과 의모를 통해 표현된다.

이러한 중성미는 대표적으로 유니섹스 룩, 앤드로지너스 룩, 일본 디자이너들의 패션에서 보여진다. 앤드로지너스 룩은 여성다움이나 남성다움을 초월한 이성의 요소를 공유한 새로운 현상으로 중성적 또는 성개념이 사라진 성의 혁명이며, 여성복의 매니시 현상, 짧은 헤어스타일, 락 가수들의 여장이나 남성들의 메이크업, 남녀 구별없이 자유롭게 입을 수 있는 의상 등으로 다양하게 변화되어 표현되었다. <사진 3>은 구찌의 컬렉션으로 남성과 여성에게 같은 디자인의 의상과 액세서리를 함으로써, 기존의 여성·남성의 이분법이 아닌 새로운 제3의 성을 위한 앤드로지너스 룩을 중성적인 미로 표현하고 있다.



<사진 3> Gucci, A/W 1996-97.

일본 디자이너들은 패션을 통해 양성적 이미지, 나아가서는 중성적, 무성적(無性的) 이미지를 제시하였는데¹⁶⁾, 신체의 생물학적 형태를 완전히 위장 시킴으로써 전통적인 서구 여성복에 대한 고정관

념을 거부한 디자인을 보여주었다.<사진 4> 성에 대한 이미지를 말살하는 것은 모든 '범주'로부터의 완전한 자유를 이상시하는 선(禪)사상의 핵심으로, 가부장적 문화에서 여성의 신체를 바라보던 시각에 의의를 제기하고 의복을 통해 인지할 수 있는 성적 단서를 소멸시켜 전통적인 성적 매력을 모호하게 하는 것이다. 요지 야마모토(Yohji Yamamoto)는 무성적 디자인을, 가와쿠보(Kawakubo)는 성적 이미지의 혼돈이 엿보이는 디자인을 지속적으로 보여주고 있으며, 로메오 질리(Romeo Gilli) 역시 전통적인 수도사 복식을 여성 모델에게 착용시킴으로써 모호한 성 정체성과 시대성을 재현하는 의상을 보여주고 있다.



<사진 4> Issey Miyake, A/W 1999.

3. 역동미

움직이는 신체 표현을 요구해온 20세기의 패션은 '움동감 넘치는 신체' 즉 젊은 신체미를 찬양하는 바디컨셔스라는 신체관을 표출했다. 그것은 착장 상태에서 신체를 보여줄 수 있는 옷인 미니(mini)로 보다 구체화되었다. '축소'를 의미하는 미니멀(minimal)이라는 말에서 유래된 미니는 새로운 신체 의식인 바디 컨셔스의 표출이었고 여성의 몸 자체를 주목의 대상으로 바꾸는 계기를 만들었

다.17) 실제 미니멀리즘은 ‘더 이상 뺄게 없이’ 디자인을 단순화하는 대신 신체의 곡선미와 움직임에 의한 역동미를 가장 잘 표현하는 경향 중 한 예이다. <사진 5>



<사진 5> Gucci, S/S 2000.

바디컨서스 스타일은 자신의 건강미를 자연스럽게 표출하고자 하는 90년대 스포츠 스타일에서 보여지는데 모든 신체를 감싸는 올인원 스타일과 신체를 노출시키는 스타일로 보여진다. 바디컨서스 라인의 이브닝드레스는 운동으로 다져진 몸매에 매력적인 곡선을 더하여 가죽과 인체에 밀착되는 재질로 신체의 장점만을 드러낼 수 있게 하였다.

도나 카란(Donna Karan) 디자인의 가장 큰 주제는 신체였으며, 카란의 패션 철학은 바디슈트와 같이 편안하고, 착용하기 쉽고, 세련된 옷을 만들어 여성들에게 자유를 느끼게 하는 것이었다.18) 이러한 신축성있는 소재로 만든 바디 슈트는 신체의 자연스러운 움직임을 유도하면서 신체의 역동미를 잘 드러내는 디자인이다.

노출이 증가되면서 자연스러운 인체 그 자체를 나타내려는 신체의 역동미는 소재적인 측면을 통해 보여진다. 디자인의 단순화 경향으로 인해 창작자의 취향이 그대로 드러나는 차별성 있는 소재가 중요한 것으로 평가되는데, 얇고 신축성있는 소재,

광택 소재, 고무나 라텍스, 합성수지와 같은 하이테크 합성섬유를 이용해 인체에 밀착된 디자인을 통해 역동미를 표현하였다. <사진 6>은 하이테크 소재를 이용한 의상으로 인체의 외곽선과 표면을 그대로 드러내어 인체를 하나의 오브제로 표현하였다. 이처럼 알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen)은 자신의 건강미를 자연스럽게 표출하고자 하는 역동성을 강조하는 디자인을 통해 다져진 몸매의 매력적인 곡선을 그대로 드러내보이는 디자인을 많이 보여주고 있다.



<사진 6> Alexander McQueen, A/W 1995-96.

4. 기능미

피카소의 작품 <아비뇰의 딸들>에서 명확히 보여지듯이 20세기 예술에서는 신체를 움직이는 조각으로 인식했다. 보여지는 대상이 옷에서 신체 자체로 옮겨지자 사회적인 시선도 점차 바뀌게 된다. 신체를 둘러싸는 옷은 직선적인 구성보다는 원통형의 입체적인 구성으로 만들어졌고 옷의 표면도 장식성보다 신체적 기능성을 우선하는 ‘움직이는 신체를 위한 연구’가 패션에서도 시작되었다. ‘의복은 피부의 확장이다’라는 마살 맥루한의 주장이나 이브 클랑의 ‘인체 측정’같은 예술 표현에 고무되

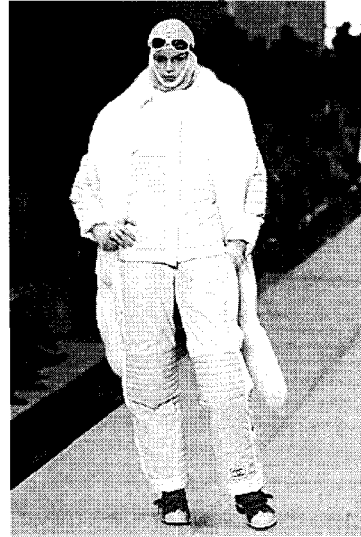
어 패션에서는 가속화되는 몸에 대한 새로운 의식이 더욱 강화되었다.

스포츠는 여성의 신체와 의상에 큰 영향을 주었고, 건강하고 유연하며 잘 관리된 신체가 현재의 이상적 신체미이다. 운동의 중요성은 70년대부터 부각되었으나 마르고 날씬한 몸매를 가꾸는 데만 국한되었으며, 80년대 초반에 들어와 남성·여성 모두 힘세고 강한 근육질의 신체를 만드는 바디빌딩이 인기를 보았다. 극도로 전문화된 여성 바디빌더들은 지방을 없애고 근육을 다듬어 보다 더 주목받고자 하는 욕망, 모든 상황에서 명령적이고 자신감있게 보이거나 하는 욕망을 표현하였다. 올림픽 출전 선수 못지않은 몸매를 만들기 위해 각종 가정용 운동기구와 체육관, 에어로빅, 댄스 스튜디오가 성업을 이루었고, 형광색과 원색의 각종 레오타드(leotard)와 헤드밴드, 레그워머(leg warmer), 고무줄 허리띠, 런닝 슈즈 등 여러 아이템은 체육관에서 뿐만 아니라 거리에서 흔히 볼 수 있는 자리가 되었다.

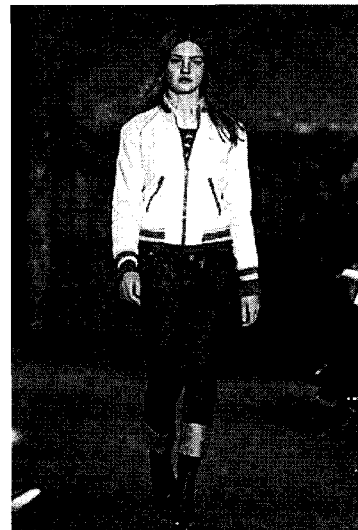
20세기 후반의 스포츠웨어는 각 스포츠의 특성에 따라 인간이 신체미와 운동미를 증가시킬 수 있는 독특하고 창의적인 실루엣과 라인을 추구하고 있다. <사진 7>은 샤넬 컬렉션에서 보여지는 스키웨어 디자인으로 신체의 기능미와 건강미를 강조하고 있다. 또 스포츠웨어에서 신체의 자유로움을 방해하는 요소를 배제하기 시작한 결과 과도한 부피와 무게, 압박감을 주는 불필요한 의복이 사라지고 의복의 종류가 간소화되고 장식의 배제로 의복은 단순화되었으며 신체를 노출하기 시작하였다.

아름다운 신체가 중시되는 경향은 기능적인 소재의 사용 외에도 라이크라 등 스트레치 섬유를 섞어 짠 레이스 소재는 레이스 특유의 여성스러움에 몸매의 곡선에 섹시함을 더해 신체의 곡선미를 잘 드러내고 있다. 또 자연스러운 신체를 표현하기 위해 내추럴한 디자인이 채택되고 있다. 현재 2001년 F/W 컬렉션에서의 중요한 패션 테마 중 하나는 신체미를 강조하는 강건한(Athletic)이다. <사진 8>은 마크 제이콥스(Marc Jacobs)의 디자인으로 아름다운 신체와 함께 움직임의 연출과 활동적인 이미지에 포인트를 둔 심플한 디자인이 선호되고

있으며, 사람들의 관심이 스포츠웨어와 캐주얼웨어에 집중되고 있다.



<사진 7> Jacquetta Wheeler in Chanel, A/W 2001.



<사진 8> Natalia V., Marc Jacobs, A/W 2001.

5. 과시미

소비문화 속에서 신체는 욕망의 대상이 되고 있

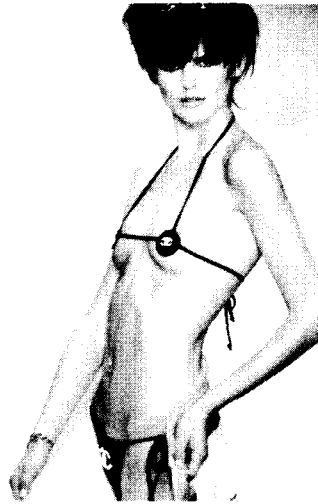
으며, 실제의 신체가 젊음, 건강, 좋은 컨디션, 아름다움 등의 이상화된 이미지들에 근접하면 할수록 그것의 교환가치는 더욱 올라간다. 신체는 키나 골격구조와 같은 고정된 자질을 지니고 있지만, 어떤 의상을 착용하는가에 따라 고정된 신체적 자질들을 유연한 것으로 보게 만드는 경향이 있다. 신체의 소비적 성향을 가장 잘 드러내는 것은 80년대를 풍미했던 여피족과 브랜드 지향적인 성향으로, 이들을 통해 신체를 가꾸려는 태도의 과시미가 잘 드러난다.

파워 드레싱(power dressing)을 연출함에 있어서 이미지에 대한 인식이 강한 여피족들에게 켈빈 클라인, 랄프 로렌, 조르지오 아르마니와 같은 디자이너 상표는 매우 중요한 의미를 지닌다. 이 세 디자이너는 모두 남성복 회사에서 출발하였으며, 다른 상표와 즉시 구별되고 인식되는 의상을 발표하였다. 이 중 특히 아르마니는 남녀 모두에게 최고의 패션디자이너로 최고급 재질을 사용하여 넉넉하고도 비율을 잘 맞추어 특유의 재단을 이루었다.¹⁹⁾ 그의 여성복은 정통 신사복의 원칙을 따르면서도 그것을 여성의 신체비율에 완전히 어울리게 디자인하여 모든 이의 사랑을 받았다.

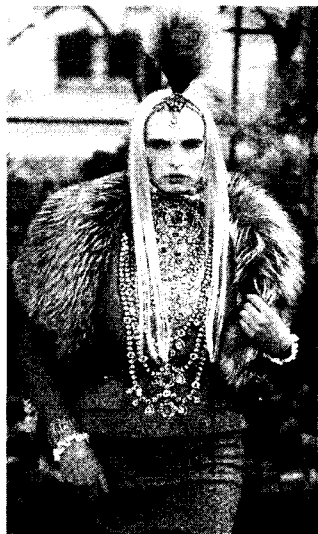
소비문화 속에서 신체에 대한 지각은 수없이 널려있는 시각적 이미지들의 존재에 의해 지배된다. 디자이너들의 상표명은 과시미를 가장 잘 표현할 수 있는 도구이며, 그래서 디자이너들은 속옷부터 코트까지 원하는 모든 상품을 한 디자이너 상표 하에 제공하고 있다. 구찌 핸드백, 로렉스(Rolux) 시계, 나이키, 리복의 트레이닝복과 운동화, 샤넬, 디올 등의 유명 상표들은 매 시즌 스타일과 색채를 바꾸어가며 상표명을 부각시킬 수 있는 디자인을 보여주고 있다. 소비자들은 명품 지향 심리를 통해 진품을 갖고 싶어하고, 다른 사람과 구별되는 희소성을 지닌 명품에 대한 독점적 가치를 원하면서 과시미를 표현하고 있다. <사진 9>는 샤넬의 미니멀 룩으로 샤넬의 상표명을 가장 잘 나타내는 로고를 의상에 부각시킴으로써 여성들의 과시적 욕구를 충족시키는 패션을 보여주고 있다.

빌 블라스(Bill Blass), 지아니 베르사체, 조르지오 아르마니, 도나 카란 등 디자이너 상표는 가장 중요한 패션 악세서리로서 상류층 몇몇만이 아닌

일반적인 수요자들의 요구를 충족시키고 있다. 베르사체는 고유의 문양과 보석 악세서리로 장식한 의상을 보여줌으로써 누구나 가질 수 있는 의상이 아닌 고가의 명품임을 강조하는 디자인을 보여주고 있다. <사진 10>은 존 갈리아노(John Galliano)의 디자인으로, 신체의 확장과 모피라는 소재를 이용하여 과시적인 미를 보여주고 있다.



<사진 9> Chanel의 micro bikini, 미니멀 룩, Stella Tennant, 1996.



<사진 10> John Galliano for Dior, AW 1998-99.

6. 퇴폐미

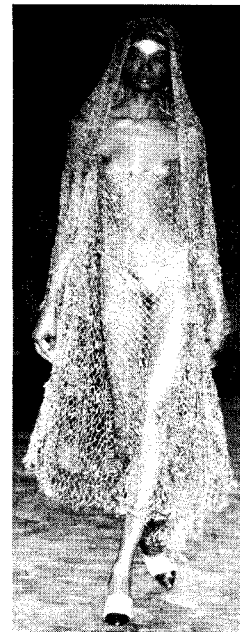
현대자본주의 사회에서 여성의 아름다움과 물신화된 신체를 나타내는 퇴폐미는 불가분의 관계에 있다. 여성의 신체는 상품화의 도구가 되면서 모든 패션은 여성의 신체 곡선을 강조하고 인체를 노출하면서 쾌락을 가져다주는 도구로 여기게 되었다. 큰 가슴, 잘록한 허리, 그리고 풍만한 엉덩이를 보여주는 패션이 보여지게 있으며, 가슴을 강조하기 위해 패드를 많이 넣은 브라지어가 인기 상품이 되기도 했다.

여성의 유방은 포르노그래피 제작자들에 의해 상업화의 대상으로 이용되면서 패션 디자이너들도 여성의 신체 부위 중 유방을 중심으로 한 디자인을 통해 퇴폐적인 미를 많이 선보이고 있다. 장 폴 고티에는 대중매체하의 소비사회에서 물신화된 신체의 이미지를 잘 표현해낸 디자이너이다. 베르사체와 레드 올 데드(Red or Dead)의 헤밍웨이 등의 디자인들에서도 신체의 일부를 드러냄으로써 페티쉬적 퇴폐미를 강조하고 있는 것을 볼 수 있다.

알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen)은 엉덩이를 새로운 에로틱한 부위로 강조한 디자이너로 여성들이 멋지게 보이게끔 하는 매우 상업적인 의상을 제작하여 패션산업에 공헌해왔다.<사진 11> 보석 달린 족쇄로 모델이 이국적인 노예처럼 보이게 만든 1997년 S/S 컬렉션 'Bellmer La Poupée'와 해진 레이스를 입은 단정치 못한 모델이 나온 1995-6년의 'Highland Rape' 컬렉션에서도 퇴폐적인 미가 보여진다. <사진 12>는 레이니 고흐(Lainey Keogh)의 은색 그물 소재로 만든 의상으로, 신체를 은근하게 드러냄으로써 퇴폐적인 소비미를 느끼게 한다.



<사진 11> Alexander McQueen, A/W 1997.



<사진 12> Lainey Keogh, A/W 1998 -99.

IV. 결 론

사람은 몸을 통해서 존재하지만, 형성되고 만들어진 몸은 우리의 사회적 지위와 문화적 재휴를 표시하는 수단이다. 자연적인 신체는 다양한 인공적인 방법을 통해서 문화적 현상으로 재편성되고, 대중문화는 기호나 이미지의 재생산을 통해 신체에 대한 새로운 이미지를 전달하고 이상적인 신체를 만들어왔다. 미의 기준은 끊임없이 변화되어 왔고 그러한 변화 속에서 한 시대를 상징할 수 있는 미의식이 존재해 왔으며, 현재 우리 사회에는 고정된 이상적인 미의 기준이란 존재하지 않는다. 다양한 커뮤니케이션 매체는 이러한 변화를 반영하는 거울의 역할을 해왔다.

본 연구에서는 패션 커뮤니케이션 매체들을 통해 보여지는 이상적 신체미를 분류하였고, 이를 통해 신체의 미적 측면이 현대 패션에서 어떻게 표현되고 있는지를 <표 2>와 같이 살펴보았다.

1. 신체미는 성적 대상으로서의 신체미, 통제 대상으로서의 신체미, 소비 대상으로서의 신체미로 나뉘어진다.

첫째, 신체에 대해 가장 논의가 활발한 부분은 성적 측면에 대해서이다. 사람들은 자신의 아름다운 몸매를 재발견하고 사랑의 대상으로 애무하는 듯한 시선과 자세를 보이면서 신체를 성적 대상으로 여기게 되었다. 이렇게 신체를 성적 대상으로 여김으로써 다양한 신체미가 보여지는데 특히 현대 패션에서 두드러지게 나타나는 신체미는 관능미와 중성미이다.

둘째, 신체는 통제 대상으로 여겨진다. 유행은 차별화전략에 의해 쉬지 않고 새로운 차이들을 만들어내기 때문에 그러한 차이들에 따라 이상적인 신체 또는 아름다운 신체의 조건도 계속해서 달라지고 있다. 신체는 역사적·윤리적·합리적 명목하에 억압받거나 통제된 대상이었고, 여러 가지 훈련과 속박을 받으면서 다양한 형태로 확산된 권력의 형태와 조직의 요구에 길들여져 왔다. 현대패션에서 신체를 통제하여 신체 자체를 미의 대상으로 여기게 하는 것은 역동미와 기능미로 보여지고 있다.

셋째, 신체는 소비대상으로 표현되고 있다. 소비 자본주의사회에서 성적 본능과 신체는 소비상품으로 물상화되고 여성 신체의 거의 모든 부분이 교환 가치로 환원되는 것을 볼 수 있다. 신체를 찬미하고 가꾸어야 하는 대상으로 삼는 소비산업은 성적 쾌락을 상품화된 양식으로 재스타일화하고, 여성의 이상화된 신체는 상품가치를 높이는 하나의 기능적인 사물이 되었다. 현대 패션에 나타난 소비미는 과시미와 퇴폐미로 나타난다.

2. 이러한 신체미를 통해 현대 패션에서는 관능미, 중성미, 역동미, 기능미, 과시미, 퇴폐미의 구체적인 양상으로 표현되고 있다.

첫째, 현대 패션에서 신체는 성의 대상물을 표출하는 대상으로 여겨지며, 성의 정체성을 가장 잘 보여주고 있는 것이 관능미이다. 관능적인 미를 강조하기 위해 신체를 교묘히 드러내거나 감싸는 은밀한 방법, 신체를 직접적으로 노출하거나 가슴을 강조하는 방법, 신체 라인의 강조하기 위해 비치는 천을 사용하는 방법, 속옷을 노출시키거나 속옷을 겹옷화 하는 등 다양한 방법이 이용되고 있다.

둘째, 현대 포스트모더니즘 사회에서는 성적 특성을 구별하지 않고, 남성·여성이 가지는 각각의 아름다움을 서로 교차시켜 새로운 감각을 나타내려는 중성적인 신체미가 존재한다. 또한 인간의 성에서 생물학적인 면을 탈살함으로써 의복과 외모에서 성적인 항목을 제거하거나 성의 강도를 줄여서 중성미를 표현하기도 한다. 이러한 중성미는 대표적으로 유니섹스 룩, 앤드로지너스 룩, 일본 디자이너들의 패션에서 보여진다.

셋째, 역동미는 움직이는 신체 표현을 요구해온 20세기의 패션에서 '움동감 넘치는 신체' 즉 젊은 신체미를 찬양하는 바디컨서스라는 신체관을 표출했다. 노출이 증가되면서 자연스러운 신체 그 자체를 나타내려는 역동미는 소재적인 측면을 통해 보여진다. 얇고 신축성있는 소재, 광택 소재, 고무나 라텍스, 합성수지와 같은 하이테크 합성섬유를 이용해 인체에 밀착된 디자인을 통해 역동미를 표현하고 있다.

넷째, 기능미는 신체를 움직이는 조각으로 인식하여 움직이는 신체를 위한 스포츠웨어에서 잘 보

<표 2> 커뮤니케이션 효과를 통해 고찰되는 현대 패션의 이상적 신체미

이상적 신체미		현대 패션에 나타난 신체미			
전달 효과		전달 효과 및 표현 방법			
성적 대상으로서의 신체미	<ul style="list-style-type: none"> 가장 중요하게 표현되는 신체미. 성이란 정체성을 결정하는 역할을 하는 환상과 상징의 복합물. 몸을 대상화하는 나르시즘적 쾌락으로 표현. 성의 대상으로서 표출되는 신체미. 	관능미	<ul style="list-style-type: none"> 신체 특정 부위 강조. 여성적인 곡선미 강조. 신체를 드러내거나 감싸는 은밀한 방법 신체의 직접적 노출 신체 라인 강조위해 비치는 천의 사용 속옷 노출이나 속옷의 겹옷화 등. 	대표적 디자이너	<ul style="list-style-type: none"> Chantal Thomass John Galiano V. Westwood Jean-Paul Gaultier Tom Ford 등.
		중성미	<ul style="list-style-type: none"> 생물학적인 성을 말살, 제거하여 표현. 남성과 여성의 차이점 약화시킴. 남성과 여성이 각각의 아름다움을 교차시켜 표현 유니섹스 룩, 엔드로지너스 룩, 일본 디자이너들의 패션 등. 	<ul style="list-style-type: none"> Gucci Yohji Yamamoto Kawakubo Romeo Gilli A. McQueen 등 	
통제 대상으로서의 신체미	<ul style="list-style-type: none"> 여성의 신체는 사회적으로 통제받는 대상. 훈련과 속박을 통해 가꾸고 볼보아야 될 대상. 표준화된 미를 위해 신체를 억압하고 통제 → 성형수술, 신체관리 등. 신체의 직접적 변형을 가하는 통제, 보정성 속옷의 착용으로 신체를 통제, 운동을 통해 신체를 통제. 	역동미	<ul style="list-style-type: none"> 움동감 넘치는 신체 젊은 신체미를 찬양하는 바디컨셔스라는 신체관 표출. 신체를 노출 및 단순화된 디자인. 얇고 신축성있는 소재, 광택 소재, 고무나 라텍스, 합성수지 같은 하이테크 소재를 이용해 인체에 밀착된 디자인 및 유인원 스타일. 	<ul style="list-style-type: none"> Azzedine Alaia Donna Karan A. McQueen 등. 	
		기능미	<ul style="list-style-type: none"> 신체를 움직이는 조각으로 인식. 건강하고 유연하며 잘 관리된 신체 입체적 구성과 신체적 기능성을 우선시. 라이크라, 라텍스 등 기능적 소재의 사용, 스트레치성 소재 사용. 내추럴한 디자인 채택. 	<ul style="list-style-type: none"> Marc Jacobs Ralph Lauren Krizia Reebok 등. 	
소비 대상으로서의 신체미	<ul style="list-style-type: none"> 소비상품으로 물상화되고 교환가치로 환원되는 신체. 여성의 이상화된 신체는 상품가치를 높이는 기능적인 사물로 여겨짐. 소비 문화 속에서 신체는 욕망의 대상. 소비 문화는 신체적 욕구와 욕망을 드러낼 수 있도록 일정한 방향으로 유도. 	과시미	<ul style="list-style-type: none"> 젊음, 건강, 아름다움 등 이상화된 신체미에 근접하기 위해 의상을 착용. 시각적 이미지를 만들어냄. 여피족. 브랜드 지향적인 심리. 디자이너들의 상표명. 	<ul style="list-style-type: none"> Calvin Klein Giorgio Armani Chanel, Dior Bill Blass, Versace Donna Karan John Galiano 등. 	
		퇴폐미	<ul style="list-style-type: none"> 여성의 아름다움과 물신화된 신체를 나타내는 방식으로 이용됨. 여성의 신체는 상품화의 도구가 되면서 쾌락을 가져다주는 도구. 특히 여성의 유방은 상업화의 대상. 페티시적 환상을 불러일으키는 디자인. 	<ul style="list-style-type: none"> Red or Dead Jean Paul Gaultier Versace A. McQueen Lainey Keogh 등. 	

여지고 있다. 신체를 둘러싸는 옷은 직선적인 구성보다는 원통형의 입체적인 구성으로 만들어졌고 옷의 표면도 장식성보다 신체적 기능성을 우선하는 '움직이는 신체를 위한 연구'가 패션에서도 시작되었다. 신체의 자유로움을 방해하는 요소를 배제하기 시작한 결과 과도한 부피와 무게, 압박감을 주는 불필요한 의복이 사라지고 의복의 종류가 간

소화되고 디자인이 단순화되었으며 내추럴한 디자인이 채택되고 있다.

다섯째, 신체는 키나 골격구조와 같은 고정된 자질을 지니고 있지만, 어떤 의상을 착용하는가에 따라 고정된 신체적 자질들을 유연한 것으로 보게 만드는 경향이 있다. 신체의 과시미는 80년대를 풍미했던 여피족과 브랜드 지향적인 성향을 통해 신체

를 가꾸려는 태도에서 잘 드러난다. 소비자들은 명품 지향 심리를 통해 다른 사람과 구별되는 희소성을 지닌 명품에 대한 독점적 가치를 추구하고 있다.

여섯째, 현대자본주의 사회에서 여성의 아름다움과 물신화된 신체를 나타내는 퇴폐미는 불가분의 관계를 지닌다. 신체가 소비의 대상이 되면서 여성의 신체는 상품화의 도구가 되었고, 모든 패션은 여성의 신체 곡선을 강조하고 인체를 노출하면서 쾌락을 가져다주는 도구로 여기게 되었다. 또 여성의 유방은 포르노그래피 제작자들에 의해 상업화의 대상으로 이용되면서 여성의 신체 부위 중 유방을 모티브로 한 디자인, 페티시적 환상을 불러일으키는 디자인에서 퇴폐적인 미가 많이 보여진다.

이상과 같이 패션 커뮤니케이션 매체를 통해 나타난 이상적 신체미를 바탕으로 현대 패션에 나타난 여러 가지 측면의 신체미를 고찰하였다. 신체는 우리의 눈에 보이는 사회와 문화적 의미를 표현하고 보존하기에 가장 알맞은 도구이며, 생각과 지각을 표현하는 개인적인 수단인 동시에 사회에 의해 형성되는 사물이기 때문에 신체미는 개인과 사회 모두를 표현할 수 있다. 현대의 이상적 신체는 더 이상 고전적인 아름다움을 표현하는 추상화된 매체가 아니며, 주체성과 정체성의 위기에 살고 있는 우리에게 직접적으로 영향을 미치는 대상이다.

본 연구에서 다룬 커뮤니케이션 매체들은 전달의 보편성, 전달 속도, 전달의 양적 측면에서 보편의사전달의 수단으로 최상의 것으로 보이나, 전달의 정확성, 구속성의 면에서 규약성이 부족하기 때문에 받아들이는 사람에 따라 이해의 방법이 무한해 질 수 있다는 단점이 있다. 그러므로 이외의 다른 패션 커뮤니케이션 매체에 대한 연구와 각 패션 커뮤니케이션 매체를 다른 관점에서도 폭넓게 다루어야 하며, 이에 대한 다각적인 연구가 필요하다고 생각된다.

참고문헌

- 1) Rabine, L. W.(1994). *A Woman's Two Bodies: Fashion Magazines, Consumerism, and Feminism*, On Fashion, ed. by Benstock, S. & Ferriss, S. NJ: Rutgers Univ. Press, pp.59-75.
- 2) Brooks, P.(1993). *Body Work : Objects of Desire in Modern Narrative*, Cambridge: Harvard Univ. Press, pp.5-6.
- 3) Entwistle, J.(2000). *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory*, Oxford: Balckwell Publishers Ltd., p.64.
- 4) 미셸 푸코(1989). *감시와 처벌*, 강원대 출판부, pp.45-46.
- 5) 규율은 '강제권', '통제', '예속화', '분할점령방식', '금지조항' 등 신체에 대한 권력의 부정적 방법이 복잡하고 다양한 방식으로 전개되었다.
- 6) 미셸 푸코, 앞의 책, p.140.
- 7) Goodman, M.(1996). Culture, Cohort, and Cosmetic Surgery, *Journal of Women & Aging*, 8, pp.55-73.
- 8) Brumberg, J.(1997). *The Body Project: An Intimate History of American Girls*, New York: Random House, pp.97-107.
- 9) Kaufmann, J.(1996). *여자의 육체, 남자의 시선: 토폴로스의 사회학*, 김정은(역), 서울: 한국경제신문사, p.43.
- 10) Baudrillard, J.(1997). *소비의 사회*, 이상률(역), 서울: 문예출판사, p.188.
- 11) Baudrillard, J.(1970). *La Societe de consommation*, Paris: Idees, Gallimard, p.221.
이득재 (1993), 노출: 해체된 육체의 이미지, *문화과학 4집*, 가을호, p.207. 재인용.
- 12) 개인의 무의식적인 성향체계
- 13) 이영자(1999). 소비대중여성과 페미니즘, *가톨릭대 성평등 연구*, 3, pp.57-93.
- 14) Featherstone, M., Hepworth, M., & Turner, B. S. (1991), *The Body: Social Process and Social Theory*, CA: Sage Publications, pp.170-171.
- 15) *Ibid.* p.175.
- 16) 이정후(1998). *포스트모더니즘 패션에 나타난 불확정성*, 숙명여자대학교 박사학위논문, p.50.
- 17) 京都服飾文化研究財團(2000). KCI가選ぶ20世紀ファッション・ベスト10, *Dressstudy*, Vol.38, pp.26-28.
- 18) Cosgrave, B.(2000). *The Complete History of Costume and Fashion - From Anceint Egypt to the Present Day*, London: Checkmark Books, p.236.
- 19) Ewing, E.(1992). *History of 20th Century Fashion*, (3rd ed.). London: Batsford, pp.277-279.