

현대 의상에 나타난 유머성

이 윤 진* · 박 명 희**

건국대학교 의류학과 박사과정* · 건국대학교 의상학과 교수**

Humor Expressed in Modern Fashion

Youn-Jin Lee* · Myung-Hee Park**

Doctor Course, Dept of Clothing & Textile, Konkuk University*

Professor, Dept. of Clothing & Textile, Konkuk University**

(2003. 1. 7 투고)

ABSTRACT

The purpose of this study was to define the meaning and features of humor in modern fashion, by examining how it's being grafted into fashion, based on artistic expression including collage, assemblage, photo montage, graffiti, transformation, distortion, exaggeration and optical illusion. Beside, humor of fashion is to examine not only laugh and fun but also formative expression and creativity. Furthermore, it is to enlarge the range of conception for future fashion.

The findings of this study could be described as below: The features of humorous fashion by collage and assemblage boiled down to unexpectedness, disharmony and creativity. The photo montage was marked by popularity, reproduction and recreativity, and graffiti was characterized by attention, simpleness, and amusement. And there were unexpectedness, creativity and strangeness in transformation, distortion, magnification and optical illusion. The meaning of humorous fashion that carries such features could eventually be summarized into the followings: First, the fashion, from which collage, assemblage, photo montage, graffiti, transformation, distortion, magnification and optical illusion were detected, could be sorted out into several categories that used different things: introduction of objects of different nature, dramatic impression and wit based on photo montage technique, introduction of comic components and infant image, and destruction of aesthetic principles. Second, the substance of humor in art could be applied to fashion design as well as visual art. Humor is a property related to accidental, unexpected incident, behavior, situation or idea, and it puts laugh, disharmony or awkwardness in fashion. Third, spicing fashion with humor could serve to draw people's attention, break down the barrier among people exposed to dry sentiment, and connect the public with art.

Key words : Distortion(왜곡), Exaggeration(과장된 표현), Optical illusion(착시현상)

I. 서론

1. 연구 목적

현대사회는 과학 기술의 발달과 공업화로 인해 현대인들에게 물질적인 풍요와 안락함을 제공하지만 물질만능주의로 인해 인간성은 황폐화되고 극도의 이기심과 갈등이 정서적 여유까지 잃어가게 만들고 있다.

특히, 정서적으로 메마른 현대인들에게 즐거움과 재미를 주는 유머의 기능은 점점 확대되어지며 이러한 경향은 정서적 공감력과 정신적 만족감을 바탕으로 이루어진다. 과거에는 웃음을 유발시키는 유머를 단순히 저급한 문화로만 간주되었으나, 현대사회가 되면서 유머의 기능이 더욱 필요하며 예술적인 면에서도 그 유희성의 중요성이 커지고 있다.

유머는 창조적인 사고로 아이디어를 개발하는 훌륭한 표현으로 어떤 방법보다 포용력 있고 설득적인 수단으로 이미 입체파, 다다, 초현실주의, 팝아트, 포스트모더니즘 등에서 유머는 형태의 변형과 왜곡, 풍자, 패러디, 내용의 반전 등으로 표현된다.

이러한 유머는 현대사회의 중압감과 스트레스를 풀어주는 최고의 수단으로 현대사회를 고려한 유머의 개념은 유머의 최종 목적이 웃음을 만드는 그 자체에 있는 것이 아니라 웃음을 통하여 마음의 평안과 기쁨, 여유를 주는 것이다.

현대사회는 대중매체의 발달로 인해 TV 광고, 영화, 연극, 잡지 등에서도 유머적 표현이 많이 보이며 이것은 대중에게 흥미를 유발시키는 매개의 역할을 한다. 과거 유머의 시각적 표현 방식은 풍자나 캐리커처를 통해 나타났으나, 현대에는 예술의 범위에 속하지 않던 만화나 거리 예술, 낙서 예술 등도 예술의 범위에 속하면서 유머의 시각적 표현들이 다양하게 나타나고 있다.

1990년대 들어서 면서는 새로운 세기에 대한 불안함과 불안정한 정치·경제 상황들 속에서 재미와 웃음을 주는 유희적 표현들이 사회 문화적인 면뿐 만 아니라 의상에서도 전통적 미의 표현 방식에

서 벗어나 새로운 조형적 표현 방식으로 여러 디자이너들에 의해 나타나고 있다.

따라서, 본 논문의 연구 목적은 웃음을 유발시키는 매개체의 하나인 유머가 어떻게 의상에 표현되었는지를 분석하기 위해 첫째, 유머의 개념과 유형들, 그리고 미술에서의 표현 방식을 고찰하고 둘째, 이 미술에서의 표현 방식이 의상에 어떻게 유머러스하게 표현되었으며 셋째, 이러한 유머러스한 의상이 어떤 의미를 갖고 있는지 살펴봄으로써, 유머러스한 의상이 단지 웃음과 재미만이 아닌 새로운 조형적 표현과 창조적인 의미를 규명해 더 나아가 미래 패션에서의 창조적 발상 영역을 넓히고자 함이다.

2. 연구방법 및 범위

본 논문의 연구 방법은 첫째, 유머의 개념과 유형은 문학 용어 사전, 미학 사전, 관련 서적을 통해 정리하고, 둘째, 미술에 나타난 플라주·아쌍블라주, 포토몽타주, 그래피티, 변형·왜곡·과장·착시 현상의 개념들은 미술관련 서적과 간행물, 관련 논문 등을 중심으로 살펴본다. 셋째, 어떻게 의상에 유머러스하게 미술의 표현 방식들이 도입되었는지를 1990년대 이후의 작품을 중심으로 특징을 살펴본 후, 의상에 나타난 유머러스한 기능이 의미를 분석하여 고찰한다.

1990년대 의상 작품은 1990년대 이후 Collections, Fashion new, Gap, Gap press, Mode et Mode, Collezioni 등에서 의상 전공자 2인 이상이 선택하였다.

II. 이론적 고찰

1. 유머의 개념과 유형

유머는 여러 관점에서 정의 될 수 있으며, 웃음을 자아내게 만드는 자극이라 정의라고 할 수 있다. 유머의 여러 유형들 중에 해학, 풍자, 아이러니,

골계, 기지, 패러디로 나누어 살펴본다.

1) 유머의 개념

유머(humor)라는 말은 원래 액체와 습기의 의미에서 기분(stimmung)의 뜻으로 전환되었다가, 그 후 좋은 기분과 비위에 맞는 것(gute stimmung, gute laune)으로 사용되어 오다가 오늘날의 유머로 자리를 잡았다. 유머를 정의한다는 것은 인간을 정의하는 것 이상으로 방대하다. 또한, 인간의 심리 세계, 종교와 사회적 특성, 민족적 성향 등 인류의 역사와 문화가 총체적으로 연계되어 있기에 단편적으로 정의 할 수 있는 분야가 아니다.¹⁾

따라서, 유머는 관점에 따라 다양하게 정의 될 수 있으나 반드시 가지고 있어야 할 요소는 ‘웃음’이며, “여러 가지 변화 중에서 반사적인 웃음을 자아내게 만드는 일종의 자극”²⁾이라고 정의했다. 이처럼 ‘웃음’은 유머의 성립에 빼놓을 수 없는 요소이다. 그러므로 유머를 정의하기 전에 웃음과의 관계를 살펴보면, 웃음은 편안한 심리상태, 욕구가 충족된 심리상태, 정신적 우월감에서 나오는 쾌감과 기쁨의 감정 표출 현상으로 표정의 반을 차지하며 웃음의 성격에 따라 유머의 유형이 구분될 수 있다.

유머는 인간만이 갖는 특징이며 사유의 연속에서 생성되어 이제 인간의 감성을 풍부하게 하며 최대 다수의 최대 행복을 영위하는데 필요한 장르이다. 이러한 유머는 주관적인 성격으로 인해 학자들마다 다양한 견해로 유머를 분류하고 있으며, 유머의 주관적인 성격으로 인해 학자들마다 다양한 견해로 정의되었다.

프로이트(Freud Sigmund)는 기지 혹은 유머를 “유아기의 놀이적 마음 상태로 돌아가게 하는 어른의 해방감”이라 정의했다. 그는 유머로부터 얻을 수 있는 즐거움은 의도적(tendentious) 혹은 비의도적(nontendentious)기지에서 나오는데 이 의도적 기지는 공격적 유머(aggressive humor)와 성적 유머(sexual humor)로 구성되어지며, 여기에는 해방이 필요하며, 금지된 생각과 감정을 터트릴 때 의도적 기지가 형성된다. 그리고 비의도적 기지는 단순한 넌센스 타입의 유머(nonsense humor)라

고³⁾ 정의했고, 버거(Arthur Asa Berger)는 유머를 “우리가 웃을 때면 우리에게 주어진 메시지에 대해 반응하는 것”이라고 하였다, 이는 사람, 장소 그리고 사물에 대한 관계를 형성하는 것으로, 버거는 유머에 관한 이론을 체계적으로 서술하면서 유머에는 구조와 기법이 있다고 밝혔는데 유머는 언어적인 면(유머를 언어적으로 본 것), 논리적인 면(유머를 관념적으로 본 것), 실체적인 면(유머를 존재적으로 본 것) 그리고 행동적인 면(유머를 육체적 행위로 본 것)의 4가지 차원에 따라 여러 가지 테크닉이 있을 수 있다고 정의했다.⁴⁾

또한, 유머의 부조화, 불일치를 갑작스럽게 제시해 놀라움을 일으킨다고 강조한 칸트(Kant Immanuel)는 “웃음을 어떤 기대가 돌연히 무의미하게 된 것”이라고 지적하면서 웃음은 고통이 수반되지 않으며, 우리를 화나게 하지 않는 불일치 또는 부조화라고 표현했다. 유머의 특성에 관해서는 스타달(Sterthal)과 크레이그(Craig)가 3가지 차원으로 정의했다. 첫째, 자극성속성으로서의 유머(stimulus properties of humor)라 했으며, 이는 유머를 웃음을 유발하는 말장난(pun), 농담(jokes), 돌려 말하기, 아이러니, 풍자, 부조화의 개념으로 보았으며, 둘째, 자극으로부터 유도되는 행동적 반응(behavioral responses elicited) 즉, 고조되는 감정, 미소, 웃음 등으로 유머를 정의했다. 마지막으로 유머를 수용자의 지각 반응(perceptual responses)과 관련지어 정의한 것으로 수용자가 메시지를 유머러스하다고 인지하는 정도를 측정하는 것을 의미한다고 했다.⁵⁾ 지금까지 학자들의 정의를 살펴본 결과 유머의 의미와 성격은 일반적, 보편적인 이론 틀에 의해 논의되기보다는 인지적, 감성적, 사회/대인적 수준이라는 세 가지 관점에서 접근되고 있다.⁶⁾

인지적 차원의 유머란, 텍스트 자체의 혹은 내적 담화의 논리적 일관성이 어긋난 의외의 말, 행동, 상황이 초래되는 경우와 말과 행동들 사이의 의미론적 대조와 대응으로부터 웃음이 유발되는 경우를 일컫는다. 이들은 흔히 불일치, 놀라움을 수반하여, 대개의 경우는 의외의 말, 행동, 상황이 잘못된 것이라는 깨달음을 수반하는 경우에 웃음은 성

공적으로 유발되며, 감성적 차원의 유머란, 특히 심리학적 각성과 유머의 주제를 강조하는 경우를 말하며 특히 심리적 긴장을 유발하고 이를 해소시키는 긴장과 완화의 메커니즘을 통해 만들어진 다.⁷⁾ 마지막으로 사회적·대인적 차원의 유머는 사회 혹은 특정한 개인에 대하여 공격적인 적의를 드러내 이들의 위신을 깎아 내리거나 그 단점과 잘못을 우스꽝스럽게 회화하는 경우에 나타나며 사회적·대인적 차원의 표현 방식은 공격적인 적의를 드러내기보다는 현대사회에서 다른 사람들에게 자기의 이미지를 보다 확실하게 심어주기 위한 방법이나 풍자적 메시지가 나타나기도 한다.

그러나 이들 세 가지 차원의 유머는 골계, 풍자 그리고 해학과 밀접한 관계를 갖는다. 왜냐하면, 골계는 인지적 차원의 유머가 지닌 논리적 일관성이 어긋난 의외성을, 풍자는 사회적·대인적 차원의 유머가 지닌 공격성을 담보로 하며, 해학은 감성적 차원의 유머가 지닌 놀람과 불일치를 포함하기 때문이다.

이와 같이, 유머는 보는 차원에 따라 정의가 다르며, 그 특성의 측정도 쉽지 않아서 과학적으로 정의 내리기 어려운 개념이라고 할 수 있다. 학자들의 유머에 대한 개념을 살펴본 결과 유머는 단지 재미있고 우스꽝스런 말이나 행동을 통해 웃음을 자아내는 자극적인 표현의 방법이 아닌 정신적인 해방과 자유로운 생각과 감정을 밖으로 표현 할 때 그 해방감, 부조화, 불일치, 기대에 대한 반전·갑작스러운 제시 등으로 인한 놀라움에 의해 형성되는 것이다.

2) 유머의 유형

유머의 개념에서 살펴본 것처럼 과학적으로 정의 내리기 어려우며, 또한 유머의 여러 가지 유형의 특징은 서로가 독립되어서 사용되는 것이 아니라 서로 연관되어있다.

흔히 유머를 번역 할 때 해학으로 번역한다. 보다 높은 위치에서 대상을 내려다본다는 점에 있어서는 풍자나, 기지, 아이러니 등과 동일한 유머에 속하지만 대상과 대립해서 적대감을 전혀 드러내지 않고 따뜻한 사랑과 동정으로 그 대상을 감싸준

다는 점에 있어서는 독특한 감정적 일면을 갖는다.

특히, 해학은 풍자와는 대조를 이룬다. 이들은 다 같이 현실을 부정하지만 이 부정은 현실의 입장에서 부정하는 것이 아니라, 현실을 넘어선 이데아의 위치(높이어진 自我感情)에서 현실을 내려다본다. 즉, 풍자와 해학은 부정되어진 대상(현실)속에 자기가 있고 없는 것으로 구별되며,⁸⁾ 해학은 곧잘 '눈물 없이는 웃을 수 없는 웃음'이라 하고 풍자는 '눈물 없이 웃을 수 있는 웃음'으로 표현된다. 다시 말해 부정을 통해 높은 긍정을 발견하는 것이 해학이며, 부정을 부정 그대로서만 바라보려는 태도가 풍자이다. 즉 풍자는 사회적·대인적 차원의 유머가 지닌 공격성을 담보로 한다. 이것이 성립되기 위해서는 동조 현상이 일어나야 하며 객관적인 타당성이 있어야 한다. 왜냐하면 부당한 풍자는 받아들여지지 않기 때문이다. 풍자는 사회의 부조리·불합리·악습 등과 개인의 우행·위선·결핍 등을 지적하여 조소함으로써 유머 효과를 나타내는 언어 표현의 한 형식이다. 풍자는 우월한 입장을 유지하면서 근본적인 인간과 사회의 악덕·부조리·우행 등을 고발·폭로하려는 표면적 목적과 함께 반드시 개선이라는 내면적 목적을 지닌다.

즉, 풍자란 인간이나 사회의 모순이나 죄악, 모순, 부조리 등의 불합리한 현상을 비유적인 수법으로써 날카롭게 공격하거나 비판하는 것을 말하며, 풍자는 웃음 뒤에 숨은 날카로운 비판도 있다. 이 웃음은 공격적인 웃음에 해당된다.

아이러니는 반어로 번역되어 어느 대상에 관해서 장난삼아 그것에 불상응한 성질을 부여하여 마치 그것을 승인하는 것처럼 보여줌으로써 그것과는 반대의 현실의 모습을 한층 더 분명하게 나타내는 방법으로, 소크라테스적 문답법에서 유래하는 역설적 수사법의 내용인데, 긍정·부정의 상호 침투적 성격과 야유적 기분이 결합된 일종의 기지적 표현을 통해 감추어진 표현 내용을 나타내는 것인데, 풍자만큼 예리한 공격성을 갖지 못하나 유머와 같이 우월적 타대성도 없다.⁹⁾

아이러니는 비꼬는 말 또는 반어(反語)로서 풍자와 해학의 중간에 위치한다. 아이러니가 자기 부정을 내포하고 있는 점에서는 해학과 일치하지만

그것이 부정하고 있는 세계는 풍자의 경우처럼 대상적이다.¹⁰⁾ 일반적으로 진의(眞意)와 반대되는 표현을 말하는데, 표면으로 칭찬과 동의를 가장하면서 오히려 비난이나 부정의 뜻을 신랄하게 나타내려고 하는 등의 예를 들 수 있다. 그것은 지적인 날카로움을 갖는 점에서 기지(機知)에 통하고, 간접적인 비난의 뜻을 암시하는 점에서는 풍자와 통하며, 표리(表裏)의 차질에서 생기는 유머를 포함한다.¹¹⁾ 아이러니는 '외면적인 자비를 통하여 자기의 우월성을 관철하는 것'이라고 표현할 수 있다. 즉, 아이러니는 작가나 어떤 사람이 표현하거나 말하는 것과는 반대의 의미로 전달하기 위한 언어기법으로 대상을 부정하는 성격을 강하게 띤다. 다시 말해 아이러니는 말한 것과 의미하는 것이 사소한 차이의 정도가 아니라 심각하고 중요한 대조를 이루면서 유머러스한 성질을 갖는다고 할 수 있으며, 함축, 암시 및 생략이 들어 있으므로 아이러니의 독특한 의미를 알아차리는 데는 민감하고 유능한 독자가 필요하다.¹²⁾ 아이러니는 해학성, 풍자성을 모두를 내포하고 있으며 모든 유머의 형태 중에서 가장 도전적이고 날카로운 즐거움을 가지고 있다.

그리고 골계는 용어의 개념부터 살펴보면, 사전에서는 단순히 익살, 남을 웃기려고 일부러 우습게 하는 말이나 짓으로 나타나 있다. 골계(회극미)는 통상 비장(비극미)의 대립개념으로 생각되고 있지만, 송고의 대립 개념이 되는 경우도 있고, 골계를 그 자체로는 미적이지 않는 것이라 하여 미의 양태라고 보지 않는 입장도 있다.¹³⁾

그러나 체계적인 연구에서는 골계미를 풍자와 해학의 상위개념으로 규정짓는 경우도 있으며 보통 골계미는 미적 범주에 있어서 송고미의 대립개념으로 설명하고 있다.¹⁴⁾

골계는 보통 객관적 골계와 주관적 골계로 나누어지는데, 전자는 대상 그 자체의 성질, 형상에 의거한 골계이고, 형체의 이상성(異常性)에 의거한 외모의 골계, 착오적인 거동에 의거한 행위의 골계, 또 이렇게 행위를 범하기 쉬운 성격 그 자체에 기인하는 성격의 골계이다. 후자는 골계의식이 주체의 표상 과정으로 인해 생기는 것이다.¹⁵⁾

기지는 언어와 관념들을 가지고 하는 놀이·센

스·상식·판단·언어의 교묘함 등으로 많은 의미로 사용되며, 여러 상황으로부터 자연스럽게 발생하는 부조화 등에 의하지 않고 순수하게 지적인 것에 의하며, 미소보다는 급작스런 폭소를 자아 낼 때가 많으며,¹⁶⁾ 또, 일상 생활에서 말을 무기로 삼아 상대방을 직설적으로 공격하지 않고 허를 찔러 웃음을 유발한다. 이러한 기지는 평범한 상식보다는 예리한 통찰력과 투시력을 지닐 때 성립하는 지적인 유머의 유형으로 일반적인 대부분의 유머와는 달리 계획적이다.¹⁷⁾

또한, 기지는 지적인 성격이 강한 것으로 같은 지적 수준에서 원활이 효과가 나타나는 유머의 한 유형이라고 볼 수 있다. 기지란 언뜻 보아서 서로 하나가 되기 힘든 관념들 간의 관련성을 민첩하게 포착하여 경쾌하고 교묘한 표현으로 의미와 무의미, 진실과 허망의 순간적인 전환이나 교차를 줌으로써 일종의 우스운 효과를 일으키는 것이다.¹⁸⁾

패러디의 어원은 희랍어 paraia에서 para는 「反하여」 뜻을 가진 것으로 해석됨으로서 패러디를 텍스트간의 「대비」나 「대조」로 정의하게 하는 근거가 된다. 그러나 para의 뜻에는 「이외에」라는 것도 있기 때문에 현대 예술의 이해에 도움을 주는 방향으로 패러디의 실용적 범주를 확장시킬 수 있게 해준다. 결국 패러디의 정의는 어원의 두 의미 사이에 중립적 태도를 취함으로써 「차이를 가진 반복」이라는 확장된 개념이 정해진다.¹⁹⁾ 또한, 패러디를 국내 국어사전에서는 「엄숙한 작품의 장중한 스타일을 기교로써 모방하면서 그것을 경쾌하고 익살스러운 작품으로 꾸며 야유·풍자한 것」이라고 하고 있으며, 저작권적인 관점에서는 패러디를 「익살 혹은 풍자적 효과를 위하여 행하는 문학, 음악 혹은 작곡 등 중요 작품의 모방」이라고 정의하고 있다.²⁰⁾

이렇게 패러디는 어느 작가의 형식이나 작품을 장난삼아 모방한 작품으로, 일반적으로 패러디란 한 작가의 작품 스타일이나 습관을 흉내내어 원전을 우스꽝스럽게 개작했거나 변형시킨 작품을 가리킨다.²¹⁾ 패러디는 일종의 비평의 형식을 취하는 예술의 모방기법으로 현대 예술이 새로운 발명보다는 기존의 예술을 이용한다는 경향을 띠게됨에

따라 중요성이 인식되어져 과거의 예술을 돌아봄에 있어 단순히 향수적인 것이 아닌 비판적인 시각을 갖고 과거라는 창고 속에 틀어박힌 이미지들을 살살이 뒤져 풍자적으로 새롭게 보여 주는 창조의 전략²²⁾으로 원작에 대한 경의를 간직한 채 아이러니하고 장난스러운 전도로부터 경멸적이고, 조롱조에 이르기까지 현대 패러디의 범주는 실로 광범위하다.

이와 같이, 유머의 여러 유형들을 모두 뚜렷이 정의할 수는 없지만 20세기 후반에 들어와서는 문학을 포함한 각종 예술분야에 여러 가지 표현기법으로 광범위하게 나타나고 있다.

2. 표현 방식

유머러스한 여러 가지 방식들 중 미술적 표현방식을 도입한 현대 패션의 유머러스한 표현들을 설명하기 위해 다음 4가지의 표현방식 콜라주·아쌍블라주, 포토몽타주, 그래피티, 변형·왜곡·과장·착시로 나누어 대해 살펴본다.

1) 콜라주·아쌍블라주

미술사적인 정의상으로 콜라주라는 용어는 입체주의 작가인 브라크와 피카소가 사용한 풀칠한 종이 구성물인 빠삐에 콜레에서 생긴 말로서, 콜라주의 어원은 불어로 ‘풀칠하다’, ‘풀칠하여 붙이는 것’을 말한다. 라루스 사전(Petit Larousse)에 의하면 ‘하나의 받침판 위에 이중 재료의 조각을 붙이고 조립하는 방법이며, 특히, 화면에 인쇄물이나 천, 쇠붙이, 나무 조각, 모래 등을 붙여서 구성하는 회화 기법을 지칭하거나 그 기법에 의해 제작되는 회화 일반²³⁾으로 정의된다.

콜라주는 근대 이전부터 인류의 생활과 이미 밀접한 관계를 맺고 있었다. 많은 관련 학자들의 연구에서 보여지고 있듯이, 고대의 원시인들, 남대서양의 원주민들, 인디언들, 에스키모인들, 이라크인들 등은 제례용 의식 행사 때에 자기들의 옷과 머리들을 장식하기 위하여 깃털, 머리카락, 구슬, 털 등을 붙여 사용해 왔는데, 이것은 비록 단순하나 콜라주 기법을 이용한 것으로 간주 할 수 있다. 그

외에도 많은 나라의 민속예술에 자르거나 붙이는 콜라주의 방법이 여러 가지의 형태로 등장함을 볼 수 있다.²⁴⁾

3차원의 콜라주라 부리어지는 아쌍블라주는 집합 또는 모은다는 뜻이며, 주로 일상적으로 주위에 있는 물건이나 폐물 등 기존의 예술적인 오브제를 모아 작품을 구성하는 것이다.

2) 포토몽타주

사진의 이미지는 일상생활뿐만 아니라 문화, 예술에 걸쳐 중요한 영역으로, 예술의 한 장르로 사진술의 발달은 미술사의 흐름에 따라 발달하였다.

사진을 오려 그 부분을 재조립하여 새로운 의미를 갖는 합성 이미지를 만드는 기법으로 사실 포토몽타주의 영역은 조각난 사진들을 이용하는 데에만 제한된 것이 아니라 사진에 글씨, 색깔, 그림을 덧붙이는 것도 포함되는데 포토몽타주는 영화에서 필름을 편집할 때 사용하는 몽타주 수법에 대해서 보통 사진에 해당하는 것이므로 ‘정적인 필름’이라 불려왔다.²⁵⁾

포토몽타주는 사진의 발명과 동시에 태어났다고 해도 무방할 정도로 오랜 역사를 가지고 있는데, 포토몽타주 기법은 베를린 다다이스트들에 의해 명명되기 이전부터 행해져 왔던 사진에 조작을 가하는 여러 방법에서 비롯된 것이다.

그러나 사진 발명 초기에는 사진 기술이 미숙해 20세기에 들어와서야 포토몽타주가 그 양식을 달리하기 시작했다. 콜라주를 행하는 과정에서 사회 풍자적 표현 양식으로 새로이 등장한 개념으로 최근에는 다다이스트들이 표현한 포토몽타주로써 오려내기 또는 사진을 조합하는 방식보다 부분인화나 다중 촬영에 의한 합성, 시리즈 사진이나 서로 다른 이미지의 사진들을 격자형으로 조합하는 방식 또는 컴퓨터나 스캐너와의 연계 등 최첨단 과학 기술의 발달에 따른 합성 방식 등이 다양하게 사용되어지고 있다.

이와 같이, 포토몽타주가 중요한 역할을 하는 것은 사진이미지로 리얼리티의 표현이라는 특징과 함께 포토몽타주가 가지고 있는 파괴, 변형 등의 새로운 이미지와 과거와 현재 미래를 함께 하는 공

간으로 재창조하는 것이 큰 특징이다.

3) 그래피티

‘낙서(graffiti)’는 이탈리아어의 ‘긋기’라는 뜻을 지닌 ‘graffito’의 복수형으로 그리스어의 ‘graphein’에서 유래했다. ‘graffiti’는 ‘낙서’, ‘긋어 그림’²⁶⁾등을 뜻하는 단어로 ‘Graffiti Art’는 각종 벽이나 화면을 낙서처럼 긋거나 휘갈겨 그린 낙서 예술을 말한다.²⁷⁾

낙서는 인류 문명이 탄생한 시기로 거슬러 올라가는 뿌리깊은 인간 표현행위의 하나로서 오랜 역사를 지니고 있다. 낙서의 흔적은 원시시대 동굴 벽에서부터 발견 할 수 있는데 반드시 회화적이라고 할 수는 없지만 원, 직선, 곡선, 지그재그 등의 기하학적 문양들로 표현되어져 사실적 묘사보다는 추상성에 가까운 형태들이 보여진다. 뿐만 아니라 고대 그리스, 이집트, 로마 미술에서도 발견되었다. 현존하는 인류 최초의 회화 작품이라고 할 수 있는 프랑스의 라스코(Lascaux) 동굴벽화와 북부 스페인의 알타미라(Altamira) 동굴 벽화에서는 동굴과 사냥 장면이 주를 이루고 있는 것으로 미루어 보아 풍요와 다산을 기원하는 원시인들의 종교적 생활상의 일면이라고 짐작되어진다. 이러한 표현 욕구는 오늘날까지 이어져서 온몸에 치장을 하거나 문신을 새기는 것까지 포함해 각종 건물, 내외 벽이나 지하철, 열차, 심지어 자신의 승용차에 이르기까지 유희를 충족하는 낙서처럼 긋거나 휘갈겨 그리거나 문자 또는 드로잉을 하기도 한다.²⁸⁾

저급한 것으로 취급되어 왔던 낙서의 직접적인 표출은 근대 회화의 대가 뒤상에서 찾을 수 있다. 뒤상은 1919년 모나리자의 사진을 이용하여 일종의 낙서 미술을 창안했는데 모나리자의 얼굴에 콧수염을 그리고 상스러운 뜻을 가진 속어를 이용해 낙서를 했다. 낙서는 20세기 후반에 들어와서 문화 현상으로서 뉴페인팅 사조중의 하나로 인식돼 도시 곳곳에서 볼 수 있는 일종의 저속한 대중문화였다. 이러한 사실은 중요한데 지금까지의 어떠한 예술이든 미술이든 예술가들의 전유물이었던 것에서 대중 스스로가 표현을 하고 그 자체가 하나의 예술로서 인정받게 된 것이다.

낙서화의 사회적 배경은 매스미디어, 대중문화와 대량생산 및 소비체계가 자리잡은 후기 산업사회를 배경으로 하고 있다. 이와 같은 사회적 분위기는 대안적인 문화를 주도하려는 젊은 예술인들을 중심으로 포스트모던 문학, 뉴 웨이브 음악, 팽적인 클럽 문화 등으로 표출되는데,²⁹⁾ 이러한 사회적, 문화적 흐름은 그래피티의 내용을 결정한다.

4) 변형·왜곡·과장·착시

데포르마송(deformation)의 본뜻은 변형, 변신. 모방적인 조형 미술을 창작할 때 어떤 예술적 요구에 의하여 변형을 가져오게 되는 것인데, 데포르메라고도 불리며 자연이나 사물을 묘사할 때 특정부분 또는 전체를 강조하거나 왜곡시켜 모양을 바꾸는 것으로, 대상의 형태를 일부러 달리 하는 기법이다. 본격적인 데포르마송은 근대에 이르러 사실주의가 부정되면서 중요한 역할을 하기 시작했다. 표현과에서 주로 사용되며, 인간의 내적 의욕이나 감정을 중시하는 것과 연결된다.³⁰⁾

형태의 왜곡과 과장은 인체의 형상을 과격적으로 깨트리지 않으면서 다양한 효과를 얻을 수 있으며 흥미롭게 메시지가 전달 될 수 있으나 지적 호기심을 유발하기는 어렵다.³¹⁾ 사전적 의미로의 과장(誇張, exaggeration)은 ‘실지보다 지나치게 나타남’으로 풀이되고 있다.³²⁾ 이것은 확대되어 커진 것을 의미하지만 반대로는 축소되고 왜곡되었음을 나타내기도 한다. 복식에서의 과장의 의미는 입체적으로 형태가 팽창되고 돌출 되거나 지나치게 왜곡, 확대, 축소하는 것을 의미를 포함한다 할 수 있다. 과장의 표현은 인체를 변형시키기도 왜곡시키기도 한다.

시각을 통한 이미지의 세계는 우리의 감각기관에 단순히 인상 지워지는 것이 아니라 사물과 대상을 바라봄으로서 도달하는 탐색이다.³³⁾ 시지각에는 단순히 눈과 뇌사이의 신경생리학적 문제 이상의 것이 있으며 우리가 ‘지각하는 세계’와 ‘실체의 세계’는 항상 일치하는 것이 아니다. 즉, 시각적으로 색채와 형태도 실제대로 보여지지 않으며 같은 색과 형태라도 여러 가지로 해석이 되는 현상이 있다. 이렇게 인간의 시지각에 대상물이 다르게 인식

되는 현상들은 시각의 망막에서 받아들인 시각 정보가 불확실할 때 우리 뇌는 과거의 경험 및 학습 등에 지각 정보를 유추하게되며 이 과정에서 착시가 발생한다.³⁴⁾

‘눈을 속인다’는 의미의 프랑스어인 트롬페유 (Trompe-l'oeil)³⁵⁾인데 이는 실물이 있든 없든 그곳에 있는 것처럼 그런 정물화를 말하며, 보통의 정물화가 아니라 정물화에 기이한 대상이나 소재를 예기치 못한 조합을 하여 희극적인 요소를 강조하는 것을 말한다. 또한, 회화나 장식, 건축에서 창문이나 그 외의 개구부, 혹은 인공적으로 창조된 투시 효과 표현을 통해 3차원적인 물체나 공간으로 착시를 일으키는 것. B.C. 100년 경 로마에서 방이나 교회를 더욱 넓고 인상적으로 보이게 하기 위해 벽에 지극히 사실적인 그림을 그린 것이 시초가 되었다.³⁶⁾

위에서 살펴본 것과 같이 변형·왜곡·과장·착시의 개념들은 시각적으로 보여지는 형태에서 연관성이 있다.

III. 의상에 나타난 유머성

1. 1990년대 의상에 표현되어진 유머성

유머러스한 미술적 표현방식들 중 꼴라주·아쌍블라주, 포토몽타주, 그래피티, 변형·왜곡·과장·착시가 1990년대 여러 디자이너들에 의해 표현되어진 의상을 살펴본다.

1) 꼴라주·아쌍블라주의 유머적 표현 의상

미술적 표현방식은 같은 시대의 복식의 성격 형성에 지대한 영향을 미친다. 이는 복식을 정확히 파악하기 위해서는 외형적 특징 뿐 만 아니라, 시대정신을 표현하는 내면적 동기로서의 미술양식을 이해해야 함을 의미한다 하겠다.³⁷⁾ 때문에 같은 시대와 문화권에서는 미술, 건축, 음악, 복식 등의 예술이 유사한 흐름의 아름다움이 표현되었다. 이런 흐름은 산업화가 이루어지면서 패션 산업에 커다

란 영향을 미쳤다.

의상을 표현하는데 있어서 어쩔 수 없는 부조화가 너무도 깊어서 의상과 인체의 조화에 실패했을 때 유머러스한 의상이 되었다. 이러한 의상은 인체에 입혀지는 것이 아니라 독립적으로 형성되어 그 속에서 인체가 둘러 싸여지는 것이라는 새로운 개념을 가지게 되었다.

패션에 나타나는 꼴라주 기법은 의상에 사용되는 소재의 왜곡으로 설명할 수 있으며 이는 서로 다른 성질을 가진 소재를 결합 시켜서 전통적으로 사용되던 직물이외에 이질적인 소재나 기술을 사용하여 의상을 장식 또는 제작함으로써 의상에 도입되는 방식으로 새로운 이미지를 통한 재창조를 하며, 꼴라주와 아쌍블라주의 변용을 통해 유머러스하게 표현된 의상을 살펴 볼 수 있다.

의상에 이질적인 요소의 도입은 부조화와 의외성을 유발시켜 유머적 특성을 나타내며 현대 사회의 다양한 가치관의 혼돈과 고도로 발달한 산업화의 산물로 불균형을 이루는 현대 물질 문명의 리얼리티를 의상에 제시해 주었다. 이질적인 요소의 도입은 일상적 요소에 충돌되는 이미지를 부과하여 유희적 표현되지만 이러한 의상이 항상 진지함을 배제하는 것은 아니다.

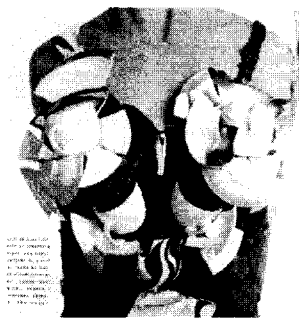
직물 소재 이외에 이질적이고 의외의 사물이나 이미지를 의상에 도입하거나 엉뚱하게 혼합하는 방법인 꼴라주나 아쌍블라주는 하나의 충격적인 이미지로 나타나 본래의 기능에서 벗어나 위치의 전환으로 놀라움과 의외성으로 인해 웃음과 재미를 주었다. 이러한 소재의 도입은 초현실주의의 근본 원리이기도 한데, 이것은 20세기 의상에서 기존의 양식을 붕괴하는 새로운 표현기법을 창조하고 유희를 전달하는 하나의 방법이 되었다.

도입되는 소재를 유형별로 보면 스펅클, 단추나 지퍼 의복의 부속품, 동물, 식물등의 자연물, 비닐 플라스틱, 금속류 등의 기성품이 있다. 또한, 전통적으로 사용되는 의상의 재료인 천에 전혀 다른 용도로 사용되는 이질적인 소재의 이용도 전통적인 소재에 대한 기대의 어긋남으로 인해 희극적 유머의 효과를 주는데, 이는 소재의 한계성에서 벗어나 플라스틱, 비닐, 금속, 나무, 종이 등 다양한 오브제

를 이용해 직물 소재의 확대 가능성을 보여 주었다.



<그림1> Issey Miyake, 1996.
(Mode et Mode, N.293.)



<그림2> Di Anna Piaggi, 1990's.
(Anna Piaggi's Fashion Algebra 3)



<그림3> Paco Rabanne, 1990's.
(Fashion Designers 3)

<그림1>은 Issey Miyake의 작품으로 우아한 것, 고상한 것, 소위 엘레강스 한 의상들에 반기를 들고 일상적으로 사용되는 기성품을 의상에 부착함으로써 의상과 연관성 없는 아이템을 기존의 미의식에 얽매이지 않고 자유롭게 표현함으로써 흥미를 유발시키며 아이러니함을 표현한다. <그림2>은 Di Anna Piaggi의 작품으로 의상 위에 일상용품으로 사용하여, 의상에 사용되지 않는 커피와 깨진 커피잔을 의상 제작에 아쌍블라주 했으며, <그림3>은



<그림4> Kyoko Higa, 1990's.
(Fashion Designer 3)

Paco Rabanne의 작품으로 의상의 일부분으로 우산을 부착시켜 전혀 상상하지 못한 디자인을 보여 주어 의외성이 엿보인다. <그림4>는 Kyoko Higa의 작품으로 폐품으로 활용되어야 할 음료수 캔을 의상에 덧 붙였다. 이러한 아쌍블라주 의상도 플라주 의상과 마찬가지로 재미와 즐거움을 준다.

유머의 본질은 기대한 것과 도래한 것과의 사이, 또는 개념과 실제적 대상과의 사이에서 나타나는 불일치라고 하였다. 의상에서의 이질적인 요소의 도입은 예전의 것보다 훨씬 양극화되고 극단화되는 경향을 보이고 있으며 남녀 평등이나 기존 가치 체계에 대한 반발에 기인하는 과거의 패션과는 달리 진보적 성향과 독창적인 표현 방법으로서 나타나고 있으며, 시대의 변화에 따라 보다 대중성을 띠며 플라주·아쌍블라주가 표현된 유머적 의상에는 이질적인 소재의 도입으로 오는 의외성과 부조화성, 그리고 서로 다른 성질의 소재를 결합함으로써 새로운 창조성이 돋보이며 이러한 표현에서 극적인 느낌과 재치감이 표현되었다. 따라서, 플라주·아쌍블라주가 표현된 유머적 의상의 특징은 의외성, 부조화성, 창조성을 갖는다.

2) 포토몽타주의 유머적 표현 의상

패션에 사진이 도입되기 시작하면서 육안으로 확인 할 수 없는 것들이나 영원히 간직하고 싶은 장면이나 대중의 우상들을 생생하게 재현함으로써 포토몽타주 기법을 이용한 의상은 보다 미래적이고 간결하며 강렬한 표현수단으로 나타났다.

포토몽타주가 표현된 의상들은 사진, 기계, 기술 문명의 발달에 힘입어 다양한 표현양식 및 방법을 사용하여 새로운 미적 가치와 동시대의 사회 풍조나 사회 현상을 반영, 표현했다. 즉, 그 시대의 현실들을 내용의 측면에서 반영하는 것을 의미하며, 단지 있는 그대로를 사실적으로 묘사하는 것이 아니라 그 시대의 시대상과 대중들이 원하는 것이 무엇인지 등의 문제를 풍자적으로 표현하였다.

<그림5>는 앤디와홀의 80 Two-Dollars Bills (1962)의 작품을 패러디한 작품으로 현대 물질 만능주의의 사회상을 풍자적으로 패러디 한 작품으로 대상의 사실성과 복제 가능성에 의해 예술 개념을 변모시키면서 엄청난 사회적 기능을 가졌다. <그림6>은 Hiromichi Nakano의 작품으로 신문을 포토몽타주 하여 다시 이것을 플라주 기법을 이용하여 새로운 조형성의 구조로 만든 작품으로 플라주와



<그림 5> Christian Frannics Roth, 1991 S/S. (Collections 1)



<그림6> Hiromichi Nakano 1996s/s. (Collection)

포토몽타주가 결합되어 의상의 소재로 사용하기 힘든 소재를 사용해 유머러스하게 표현 하였다.

포토몽타주 이미지가 표현된 의상은 사실적 표현이 대부분이기 때문에 일상적이며 대중적인 레디메이드 이미지를 소재로 한다. 이러한 표현 기법은 소비자의 심리를 보다 강렬하게 자극 할 수 있으며, 이러한 이미지는 기계적으로 재현하거나 복사 과정에서 비개성화의 특징으로도 보여질 수 있지만 물질 문명의 오브제나 현대 문명의 산물인 매스미디어 이미지 등을 작품에 표현되므로 대중성을 가진다고 할 수 있다.

사진의 이미지는 인간의 주관적인 해석의 과정을 거치지 않고 그 자체가 있는 그대로 드러난다. 이러한 포토몽타주는 재생산 방식으로 '산업화의 시대', '대중매체의 시대'에 있어서 그 시대의 복제 기술을 이용하여 그 시대를 반영하며 의상에서도 그러한 특징이 나타나며, 포토몽타주는 사진이나 사물이 그 시간과 공간에 있었다는 명백한 증거가 되었다. 그러한 이미지는 사진만이 갖는 특성이다.

포토몽타주의 표현은 잡지, 만화, 신문, 인쇄물 등을 이용한 포토몽타주는 예술의 기법일 뿐만 아니라 인쇄물과 결합해 중요한 표현 수단이 된다.

대량으로 인쇄되는 대중매체들은 예외 없이 포토몽타주를 이용할 뿐 아니라 인쇄술의 발달, 영화, TV, 칼라사진 등의 새로운 매체의 발전을 도모하였다. 이러한 포토몽타주가 의상에서도 여러 디자이너들에 의해 재미있게 시도되었다.

이와 같이 신문, 잡지, 만화 등의 인쇄물을 포토몽타주 한 의상들은 현재에 대한 불안정한 상황을 풍자적으로 표현되는 경향이 나타났다.

인물 사진을 이용한 포토몽타주 <그림7> Anna Sui, 1996 S/S의 작품은 앤디와홀의 작품을 패러디한 작품으로 원전을



<그림7> Anna Sui, 1996 S/S. (Collections III)

개작하거나 변형한 것으로 원작에 대한 경의를 간직 한 채 아이러니하고 느낌을 주었으며, 패러디 작품은 원작과 비교하여 유사성과 상이성을 내포해 새롭게 창조하였다.

따라서, 포토몽타주가 활용된 유머적 의상은 대중성, 복제성, 재창조성의 특징을 갖는다.

3) 그래픽티의 유머적 표현 의상

현대사회에 들어 낙서는 기호, 사인, 만화적 요소 등 인간 감성의 자연스러운 표출로서 인류사와 함께 이어져 오면서 지금까지 심리적 해소의 유희 개념으로 이해되어져 왔다. 이러한 표현 기법들이 의상에서는 유희적인 즐거움을 주었다.

낙서는 내면 깊은 곳의 감성이나 즉흥적 심상과 같이 순간적이고 꾸밈없는 내적 질서의 표출이며, 문화, 사상, 감정들의 총체적인 표현으로서 낙서는 계속되는 과정으로서 비례라든가 형태에 대한 기본적인 형식성이나 논리적인 전개를 요구하지 않는다. 다시 말해 낙서는 자기 표현이며 자기 발생적 행위로 다양한 표현들만큼이나 독특한 표현력을 갖게 하였다.

따라서, 낙서가 가지고 있는 본원적인 감성적·역동성의 표현에 흥미를 느껴 유희적인 표현으로 나타냈다.

낙서화의 조형요소가 표현된 의상을 살펴보면 의상의 특징 및 이미지를 정확하게 표현하기 위해 실루엣이 단순화되었으며, 단순화는 작가가 표현하고자하는 본질만을 집약시켜 비본질적인 요소를 배제함으로써 가능하였다. 낙서화에 등장하는 형상들도 대부분 성별, 인종, 연령 그리고 심지어는 얼굴 표정도 결여되었다. 이는 인간을 동등한 존재로 인정하려는 작가의 다원주의적 태도에 입각한 단순화적 표현이다.

현대 사회는 매스미디어의 다변화로 인해 표현되는 새로운 이미지들, 그리고 미래에 대한 불확실성으로 의상에서도 자유롭고 즉흥적인 선의 움직임과 원색적인 색상 사용으로 강한 주목성을 띠었다.

낙서화의 특징의 하나인, 대중성은 팝아트의 영향으로 개성 있는 의상표현 요소로 만화적 표현기법, 유머러스한 작품 내용 등이 나타난다. 팝아트

는 기존의 양식과 표현관념에서 벗어나, 즉 균형과 조화를 이루는 복식의 개념으로부터 탈피하여 젊음과 생동감 그 자체를 표현하고자 한 것으로 오늘날 패션 분야에 많은 영향을 끼쳤다. 만화에서 얻은 만화적 이미지나 대중적 이미지의 온갖 부도덕한 어른들의 세계, 대중문화의 도상이나 연예인, 순수 예술 작품을 도용해 유머러스하게 풍자한 것이다. 의상에서의 유머적이고 우수꽝스러운 표현은 경직되고 어려운 패션이 아닌 자유롭고 대중적인 젊은 패션 이미지를 전달하려는 것으로 TV, 만화 등의 친숙한 대중 매체적 표현을 패션에 직접 나타낸 방법이었다. 유머적 이미지는 대중에게 친근하게 다가갈 수 있고 은유적이고 암시적인 메시지를 유머러스하게 내포하여 대중에게 전달하였다.



<그림 8> Castelbajac, 2001S/S. (Gap press) <그림9> Iceberg, 2001s/s. (Gap Press)

<그림8>은 Castelbajac, 2001 S/S의 작품으로 만화적 요소를 가진 매우 원색적인 색채로 대중들에게 주목성을 갖는다. 또한, <그림9>는 Roy Lichtenstein의 작품을 패러디 한 작품으로 만화적인 요소를 가지고 대중에게 보다 친숙하게 접근하여 만화를 이용한 유머적 의상을 표현했다.

낙서화를 이용한 의상에서 표현하기 어려운 개념 등을 '언어'의 형태로 변경하여 상징성을 나타내며, 이는 쉽고 명료한 시각 언어로 된 상징적 도상들과 기호(38)로 표현된 작품으로 대중과 의사소통을 하였다. 이는 동시대의 가치관과 의미를 공유하는 현대 사회의 커뮤니케이션적인 요소이며, 의상에서의 상징화는 기호나 문자 등의 사용으로 상

징적 이미지나 그림의 이미지를 전달하려는 방법과 작품의 이미지를 초현실적인 이미지 연출로 패션의 주제를 표현하는 방법이 되었다.

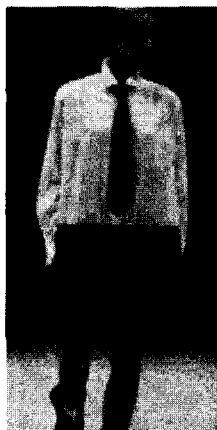
이러한 시각적 언어의 표현으로 레터링 기법은 낙서화에서 빠질 수 없는 표현 기법의 하나이며, 현대사회에서 언어적 표현의 디자인은 중요한 표현으로 자리 잡고 있다. 즉, 낙서화의 특징인 주목성과 간결성, 유희성 등의 요소를 포함한다.

이러한 낙서화를 응용한 의상은 고정적인 의상의 개념에서 탈피하여 현대사회에서 인간의 심리를 잘 표현하면서 유희적인 요소를 가미하여 대중들에게 점점 친숙하게 다가오며, 낙서화가 표현된 유머적 의상의 특징은 평범한 의상에서와는 달리 주목성, 유희성이 나타나며, 원색적인 색깔로 인한 주목성으로 의상의 실루엣에서는 단순성과 간결성이 엿보인다. 이러한 의상은 현대사회의 평범함을 싫어하는 인간의 심리와 접목되어 점점 대중들에게 보다 흥미와 재미를 제공한다.

따라서, 그래피티가 나타난 유머적 의상은 주목성, 간결성, 유희성의 특징을 갖는다.

4) 변형·왜곡·과장·착시의 유머적 표현 의상의 유머성은 착장 방식의 변형에서 많이 나타나는데, 미의 원리 파괴, 속옷을 노출시키는 도덕성 위반, 위와 아래·옆과 앞·앞과 뒤를 혼동시키는 의도적인 어리석음, 착장 규칙의 위반, 미완성 된 의상의 착용 등의 방법으로 표현되었다.

<그림10>은 Jean Paul Gaultier의 1990년대의 작품으로 T셔츠에 팬츠의 허리 부분으로 힙 언저리가 절단된 팬츠는 결합되기 전에 팬츠였다는 점을 강조하기 위해 벨트고리에 벨트가 끼워진 채 그대로이며, 도저히 어울릴 수 없는 아이템끼리의 결합에서 오는 의상의 변형을 나타



<그림10> Jean Paul Gaultier, 1990's. (Fashion Designer 3)

냄으로 디자이너의 재치와 기괴한 아이디어가 보였다.

의상에서 형태의 왜곡과 과장은 의복 구성의 변화나 착장 방식의 변화를 통해 나타났다. 왜곡과 과장된 표현은 강한 인상을 주기 위해 디자이너가 의도적으로 형태를 깨트렸다. 따라서 유머를 유발하고자 할 때 왜곡과 과장의 기법은 의도적으로 자주 사용되는 기법으로 아무렇게나 행해지는 것이 아니라 부조화의 조화를 위한 디자이너의 의도가 숨어 있으며 형태를 변형시키거나 왜곡·과장시켜 시각적 조화를 방해하여 자극을 줌으로써 갑작스러움과 돌연함으로 인한 웃음을 제공하였다. 의상에 있어서 과장된 표현은 강한 인상을 주기 위해 디자이너가 의도적으로 형태를 깨뜨리며, 따라서 유머를 유발하고자 할 때 이러한 과장된 표현도의 의도적으로 자주 사용되었다.

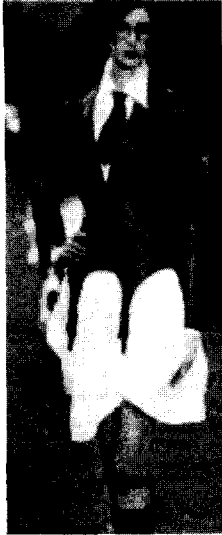


<그림11> Junya Watanabe, 1990's. (Fashion Designer 1.)

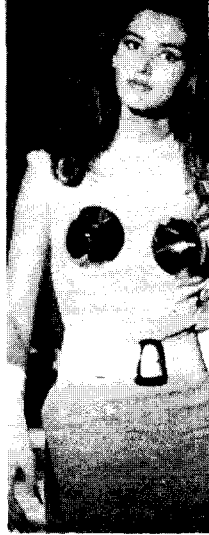


<그림12> Jean Paul Gaultier, 1991. (Collection.)

<그림 11, 12>는 Junya Watanabe, Jean Paul Gaultier의 작품으로 자켓의 형태를 변형하여 의상을 제작한 것으로 의외의 디자인으로 재미를 더해 주었다. <그림13>은 Chantal Thomass의 작품으로 언더웨어의 아웃 웨어화는 90년대 의상에서도 빼놓을 수 없는 아이템 중에 하나로 많은 디자이너



<그림13> Chantal Thomass, 1990's. (Fashion Designers 5.)



<그림14> Thierry Mugler, 1999 S/S. (Collection)



<그림17> Yohji Yamamoto, 1992/93 A/W. (Collection)



<그림18> Castelbajac, 1990's. (Fashion Designer 3.)



<그림15> Jean Paul Gaultier, 1990 S/S. (Fashion Designer 1.)



<그림16> Andre Courreges, 1990's. (Fashion Designer 3.)

들이 나름대로 자신의 감성에 맞는 실험을 계속하고 있으며 새로운 재미를 주었다. <그림14>는 Thierry Mugler의 작품으로 가슴 부분을 원뿔의 첼로 형태를 과장하고 왜곡함으로써 유머러스함이 표현되었다. <그림15>는 Jean Paul Gaultier의 작품으로 “팬츠의 밑위 길이는 허리를 넘지 못한다”

라는 원칙을 Jean Paul Gaultier는 그것을 가슴에 매어 입는다라고 한 작품으로 누구도 상상하지 못한 아이디어로 의상을 제작함으로써 그 기괴함은 놀랄만하다. <그림16>은 스커트를 과장한 형태의 디자인으로 유아적 분위기까지 자아낸다.

의상에서의 눈속임 기법 트롱 뤼유는 초현실주의에서 나타난 형상의 원리 중 하나로, 1930년대 스키아파렐리의 의상에서 많이 표현되어지며, 속임수의 악의성 없는 것으로 유머와 통한다. 이러한 특징이 보이는 <그림17>은 Yohji Yamamoto의 작품으로 팔 모양을 한 오브제를 붙여서 마치 팔이 옷 밖으로 나와 있는 듯한 착각을 주면서 혼동하면서 착용함으로써 착장상의 오래된 고정관념을 어기고 흥미로움 느낌을 보여주었다. <그림18>은 Castelbajac의 작품으로 선명한 배색을 통해 착시의 기법을 도입한 드레스의 디자인으로 자켓처럼 보이지만 그것은 원피스 위에 그려진 그림이다.

이러한 의상들은 착용이나 형태의 착시로 인하여 재치와 유희적 유머의 효과를 주며, 의상에 있어 문양이나 색채대비를 통해서 실루엣이나 형태의 착시를 목적으로 하는 눈속임 기법은 의외의 기술이나 예기치 못한 오브제의 도입으로 의상에 유희적 요소를 제공하였다. 따라서, 변형·왜곡·과

장·착시가 나타난 유머적 의상은 의외성, 기괴성, 창조성의 특징을 갖는다.

2. 의상에 있어서 유머적 표현의 기능과 의미

유머는 과학적으로 정의 내리기 어려운 관념으로 웃음을 유발하는 형태로 정신적 여유에서 발생한 것으로 그 저변에는 우월자의 입장이 내재되어 있다. 미적으로 유머는 주관적이며, 낭만적인 미를 추구함으로써 기존의 미의 원리인 질서, 비례, 균형, 조화로 형성되는 것이 아니라 변형, 왜곡, 과장, 착시되어 이질적인 요소가 도입되거나 모순된 것의 공존할 때 형성된다. 이렇듯, 유머의 표현은 유희 본능과 관계가 있어 습관적 기대를 유희적으로 깨뜨릴 때 성립되어 기대치 않는 흥미나 욕구를 충족시켜주었다.

의상에서의 유머의 기능은 미의 형식을 파괴하는 형식으로 균형을 미를 깨뜨리고 의상에 대한 규칙을 깨뜨림으로서 자유와 해방감을 느끼며, 이런 유머성은 문화적 가치체계와 구조적 연관 관계에서 이해 될 수 있다. 현대의상의 유머성은 90년대의 대중 문화의 확산과 문화적 상황과 관련하여 일상성에 대한 넌센스나 속물적 근성 등을 통해 현대 문화적 상황을 제시한다. 유머성은 의외성, 놀라움 등을 형성해 예상치 못한 재미와 호기심을 유발해

새로운 표현에 대한 기대를 갖게 한다.

새로운 스타일에 대한 욕구가 기존의 고정관념과 기능주의적 의상에서 벗어나 개방적 시도로 디자인의 모티브를 일상생활 용품, 대중 문화의 광고 매체, 종교, 만화, 미술 작품의 패러디, 사회현상에 대한 풍자적 메시지 등 어디에서나 끌어와 디자인에서의 고정적 범주를 벗어나며, 현대 패션에서 제시되는 유머의 기능과 의미는 대중 문화의 특성인 통속적 유머, 소비 사회에 대한 풍자, 현실 도피적인 유아적 유희, 쾌감을 동반하는 놀이적 익살, 성(性)적 유머, 해학, 아이러니, 기지 등을 표현되었다.

이러한 새로운 스타일 중 유머성 의상은 획극적 소품들을 도입하여 일반적인 미학적 규범을 일소하며 새롭게 참신한 디자인 표현 방식을 제시하였다. 현대사회의 의상 디자인에서도 키치적인 소재인 패품이나 일상적 소재를 사용하거나 대중 문화에 나타나는 이미지인 영화 스타, 연속 만화, 음료수 캔 등 오락적인 면을 의상 디자인에 활용하거나 복사하여 의상에 도입함으로써 유희성을 표현하였다.

복식에 있어서 키치적 요소들을 플라주·아쌍블라주 해서 기존의 작품이나 이미지를 패러디 한 포토몽타주, 소비사회의 획일적인 가치체계에 대한 반발에서 시작된 거리 예술이나 낙서 문화, 그리고 변형, 왜곡, 과장, 착시의 방법들이 현대 패션 디자인어들이 새롭고 즐거운 의상을 만들려는 의도로

<표 1> 현대의상의 유머성 표현 방식의 특징

시각예술의 표현기법	특징	세부 내용
플라주	의외성	이질적 소재의 도입, 소재의 왜곡
	부조화성	왜곡된 소재 사용으로 부조화 유발, 동시에 유희적 아이러니함이 보임
	창조성	다양한 소재, 무한한 창작의 가능성
포토 몽타주	대중성	대중스타, 매스미디어 이미지 등을 의상에 도입
	복제성	사진의 사실성, 복제 가능성에 의해 예술개념 변모, 의상이 현실의 재현·복제, 사회의 특성을 풍자적으로 표현
	재창조성	기존의 이미지를 전혀 새로운 이미지로 의상에 재창조
그래피티	주목성	원색의 색채사용, 보색대비
	간결성	불필요한 부분과 무의미한 부분의 생략으로 이미지 표현
	유희성	인간의 본능적 표현 욕구를 충족
변형, 왜곡 과장, 착시	의외성	미의 원리를 파괴
	기괴성	예기치 못한 상황으로 인한 재치감의 표현
	창조성	고정 관념을 탈피한 새로운 디자인

나타나며 이러한 디자인 가지고 있는 의상표현 영역은 더욱 확대되어지고 있으며, 그 특징은 <표 1>과 같다.

이와 같이 유머적 표현 의상의 의미는 결국 인간을 위한 것이며, 인간의 모습을 담고 있지 않는 디자인이란 있을 수 없으며, 결국 유머러스한 표현은 겉으로 표현하기 어려운 열등적인 면을 표현할 때 나타나며 이로 인해 웃음은 자유와 해방감을 느끼게 하였다.

IV. 결 론

현대 사회는 개인의 개성과 감성이 존중되는 사회로 의상에서도 기존의 고정관념과 가치관에서 벗어나 인간 개개인의 자유롭고 개성적 표현이 유희적 특성으로 나타난다.

따라서, 본 논문은 현대 의상에 나타난 유희성을 미술의 표현 방식 꼴라주·아쌍블라주, 포토몽타주, 그래피티, 형태의 변형·왜곡·과장·착시가 표현된 유희성 의상의 특징을 분석해 새로운 조형적 표현과 의미를 살펴봄으로써, 미래 패션에서 창조적 발상의 영역을 넓히고자 함이다. 이를 수행하기 위하여 유머의 개념과 유형, 미술의 표현 방식에 대한 개념을 정의 내리고, 이를 기초로 현대 의상에 나타난 유머성의 특징을 분석했다. 그 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 꼴라주·아쌍블라주, 포토몽타주, 그래피티, 변형·왜곡·과장·착시가 표현된 의상은 이질적 오브제의 도입, 포토몽타주 표현 기법에 극적인 느낌과 재치감을 표현, 만화적 요소와 유아적 이미지의 도입, 미의 원리 파괴 등으로 구분되었다. 이러한 유머적 표현 요소들은 기대에 어긋남, 조화롭지 않은 상황의 조성, 조잡하고 난잡한 시각적 표현 등으로 의도적으로 기존의 미의 개념에서 벗어나므로써 우월감을 느끼게 하는 해학, 기지, 아이러니, 풍자, 패러디 등을 유발한다.

둘째, 미술사에서 나타난 유머의 본질은 의상에서도 관련되어 나타난다. 즉, 유머는 우연한 사건,

행동, 상황, 혹은 아이디어의 표현에 있어서 나타나는 특질로서 의상에서도 웃음이나 부조화 혹은 어색함을 유발한다.

셋째, 의상에서 유머라는 요소가 결합해 흥미를 갖게 함으로써 메마른 현대 사회에 인간 서로간의 벽을 허물고 대중과 예술을 연결짓는 중요한 역할을 한다. 또한, 웃음은 편안한 심리 상태에서 기쁨의 감정 표출 현상으로 웃음을 통해 마음의 편안함과 여유를 주어 현대 사회에서 효과적인 커뮤니케이션의 수단으로 인간 관계에 도움을 주었다. 의상의 유머성은 단지 웃음만을 주는 것이 아닌 인간 내면의 심리표현으로 인간에게 보다 친근하게 다가올 수 있는 방법을 제시해 고전적인 미의 규칙에서 탈피해 새로운 미를 추구한다는 점에서 그 의미를 찾아 볼 수 있다.

따라서, 본 논문은 유머성 의상이 인간에게 웃음과 재미를 제공하여, 고전적인 미의 개념 탈피로 새로운 미의 표현으로 나타났으며, 현대사회에서 인간의 정서를 순화 시켜주는 사회적 역할도 함께 한다.

참고문헌

- 1) 한얼유머동호회 (2002). 유머학. 미래문화사, p. 68.
- 2) Encyclopedia Britannica. (1974). *Knowledge in depth*, 9, p. 5.
- 3) 김용환 (1992). 광고에 있어서 유머 소구효과에 관한 연구. 연세대학교 대학원 석사학위논문, p. 6.
- 4) Arthur Asa Berger. (1976). *Anatomy of the Joke. Journal of Communication*, pp. 113-114.
- 5) 김용환. *op. cit.*, p. 6.
- 6) 김미조 (1995). 한국 TV 유머 광고에 관한 연구. 서강대학교 대학원 석사학위논문, p. 12.
- 7) 광고 연구 (1999). 제 42호. pp. 133-157.
- 8) 정주옥 (1999). *글게미의 지도 방향 연구 -김유정과 채만식의 작품을 중심으로-*. 아주대학교 교육대학원 석사학위논문, p. 5.
- 9) 박강희 (1988). *미학사전*. 서울 : 논장편집부, p. 401.
- 10) 정주옥 (1999). *글게미의 지도 방향 연구 -김유정과 채만식의 작품을 중심으로-*. 아주대학교 교육대학원 석사학위논문, p. 6.

- 11) <http://kr.encycl.yahoo.com/final.html?id=105475>
- 12) Arthur Pollard, 송낙현(역) (1978). 풍자. 서울대학교 출판부, p. 95.
- 13) 박강희 (1998). 미학사전. 논장 편집부, p. 399.
- 14) 숭고미의 대립 개념이 아니라 우아미의 대립 개념으로 보는 경우도 있다.
- 15) 편집부 엮음 (1993). 미학사전. 논장, p. 401.
- 16) J. N. Hook, S. V. humor. (1970). *The World Book Encyclopedia*. U.S.A : Field Enterprises Educational Cooperation, pp. 18-19.
- 17) S. V. humor. (1970). *The New Book of Knowledge*. New York: Grolier Incorporated, p. 65.
- 18) 문지사 (1977). 문예대사전. p. 110.
- 19) L. Hutcheon 김상구, 윤여복 엮 (1992). A Theory of Parody-The Teaching of Twentieth century Art Form. 패러디이론. 문예출판사. pp. 55-56.
- 20) 향림서원 (2000). 두산세계 대백과사전. p. 435.
- 21) 천장옥 (1999). 패러디 활동이 유아의 조망수용능력에 미치는 효과 연구. 인제대학교 교육대학원 석사학위논문, p. 22.
- 22) 서성록 (1989). 포스트 모던 패러디와 차용된 표절. 월간 미술, p. 23.
- 23) Michel Laclotte. (1978). *Petit Larousse de la Peinture* Paris. p. 361.
- 24) Janet Fox. (1974). *Modular Art Education*. Iowa : University of Huston Press. p. 4.
- 25) Aaron Schapf, 문범역(역) (1988). 미술과 사진. 미진 신서, p. 332.
- 26) 민중서림 편집부 (1990). 엷센스 영한사전. 민중서림, p. 1024.
- 27) 월간미술 편집부 (1998). 미술용어대사전. 월간미술, p. 64.
- 28) 박진아 (1998). 낙서화와 키스헤링(Keith Haring)의 회화에 관하여. 홍익대학교 대학원 석사학위논문, p. 7.
- 29) 박진아 (1998). Keith Haring의 회화에 관하여. 홍익대학교 대학원 석사학위논문, p. 68.
- 30) http://news.naver.com/news_read.php?oldid=199701060000290042&s=0,173,347&e=75,252,420
- 31) 이금란 (1992). 현대인의 소외현상에 관한 시각적 표현 - Deformation을 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문, pp. 16-17.
- 32) <http://www.lacos.do.kr>
- 33) 김정재 (2000). 건축의장론. 예니, p. 179.
- 34) 김정재 (2000). 건축의장론. 예니, p. 180.
- 35) 피카소가 캔버스 위에 무늬가 인쇄된 실재의 천을 폴로 붙여 만든 '등의자가 있는 정물'로 최초의 고급 미술로서의 플라주를 탄생 시켰는데, 캔버스 위에 등나무를 엮은 무늬를 직접 그려 넣은 대신 그 무늬가 인쇄된 천을 캔버스 위에 붙임으로써 실제 (reality)와 착각(illusion)으로 구별을 모호하게 만든 것이다.
- 36) <http://www.interiors.co.kr/interior/dic/ta/ta5.htm>
- 37) 정홍숙 (1995). 근대 복식 문화사. 교문사, pp. 16-17.
- 38) 기호(Sign): 커뮤니케이션의 기본단위로 각종 부호와 숫자 및 문자는 모두 기호로 할 수 있다. 기호 자체에는 사상이나 개념이 담겨 있지 않지만 기호의 조합에 의한 커뮤니케이션이 가능하게 된다. 기호론은 그것의 적용에 대한 일반적 이론으로서, 논리실증주의 발전과정을 통해 체계화되었다.