

디지털 미디어 시대의 패션과 메이크업에 나타난 하이브리드 경향 연구

방기정[†] · 김경희
성신여자대학교 의류학과

A Study of the Hybrid on the Fashion and Makeup Trends on the Digital Midea Age

Kee-Jung Barng[†] and Kyung-Hee Kim

Dept. of Clothing, Sungshin Women's University

(2009. 11. 2. 접수일 : 2009. 12. 10. 수정완료일 : 2010. 2. 10. 게재확정일)

Abstract

The digital era in the 21st century is globalized and is collapsed boundary among countries, thereby being able to be said to be characterized most largely by proceeding with being a form like a federation and EU. A change into digital era brought about a change in all the aspects of human behavior and culture, not a change simply in temporal significance and technological significance. In recent days, all the services came to be possibly used the integrated device with the same network owing to innovation of communication technology, which is represented by digital, network, and internet. Now, the broadcasting industry, computer industry, and communication industry are exceeding the peculiar sphere by being mutually merged. Each of industrial sector centering on internet is showing the phenomenon of being united. The hybrid trend, which was formed by phenomenon in the complex digital media society, tended to be indicated in fashion and makeup design. As the digital media era was generated, the hybrid trend induced a change into society in open and horizontal idea. It came to be known that there is independent trend in each field even while organically working in the middle of the whole frame that fashion and makeup express a human being's external beauty. This implies that makeup is not what is always influenced by fashion as an accessory in fashion and a supplementary role, but what can show its contrary phenomenon. This study examined characteristics, which are shown in fashion and makeup due to hybrid influence with greeting the digital media era. This study was carried out in order to be conducive to objective data available for giving help to the future direction and marketing data in product of the relevant businesses, through the results of this study.

Key words: digital media age(디지털 미디어 시대), hybrid media(하이브리드 미디어), hybrid(혼성), makeup(메이크업), fashion(패션).

I. 서론

1. 연구의 목적 및 의의

21세기 디지털 시대는 글로벌화 되고 국가간의 경계가 허물어져 단지 국가간의 이름만 존재하고 구분할 뿐 연방, EU와 같은 형태로 되어가는 것이 가장 큰 특징이라고 할 수 있다. 디지털 시대로의 전

[†] 교신저자 E-mail : wp2848@nate.com

환은 인간행위와 문화의 모든 면에서 변화를 가져왔다. 특히, IT(Information Technology)의 발전에 의한 디지털의 발전은 시·공간의 경계를 허물어 버리고 전 세계의 동시공간대의 하나의 문화로 통합해 버렸다. IT부분에서만 용·복합화가 아닌 문화와 모든 부분에서 하이브리드화 되었다. 디지털(Digital)이란 ‘데이터를 수치로 바꾸어 처리하거나 숫자로 나타내는 일’을 의미한다. 일반적으로 데이터를 한 자리씩 끊어서 다루는 방식이라 할 수 있으며, 애매 모호한 점이 없고, 정밀도를 높일 수 있다는 특징이 있다. 또한 디지털이란 아날로그에 대비되는 개념으로서 디지털 전송 방식을 뛰어난 정보 재생 능력을 가지고, 다양한 종류의 정보 사이에 상호호환이 가능하게 해준다. 최근에는 방송산업, 컴퓨터산업, 통신산업은 상호 융합함으로써 고유의 영역을 넘어서고 있으며, 최근에는 인터넷을 중심으로 각 산업부문이 융합하는 현상을 보이고 있다. 이러한 디지털 시대에 미디어간의 하이브리드 융합현상을 통한 미디어 형태를 ‘하이브리드 미디어(Hybrid Media)’라고 부르는데, 디지털 위성 TV가 결합된 종합적인 미디어 시스템이다. 각각의 미디어들은 독립적으로 발전하며 매체간에 단점을 상쇄시키고 각종 자원을 공유하며 매체간의 특징점을 극대화하는 효과를 가진다¹⁾. 21세기의 다양한 양식의 혼재로 인해 상품과 사용자간에 인터랙티브(Interactivity)한 개념이 도입되어 개개인의 취향이 존중된 제품으로 변화되었다²⁾. 이러한 인간과 제품의 상호작용을 이루는 인터페이스(Interface) 개념이 바탕을 이루고 있다³⁾. 디지털 미디어 시대에 패션과 메이크업은 여러 가지의 예술 개념이 도입되어 여러 양상이 혼재되는 경향을 보이고 있다.

본 연구의 목적은 디지털 시대의 문화적 특성을 고찰하여 패션과 메이크업에서의 하이브리드와의 연

관성을 분석해 알아보는 것이다. 패션과 메이크업에의 하이브리드 현상에 대해 고찰하되 용·복합화의 디지털 시대라는 시대적인 조건하에 패션과 메이크업 트렌드 및 제품에서 하이브리드가 어떻게 전개 되었으며, 적용되었는지 알아보고자 한다. 디지털 시대의 하이브리드 현상이 패션과 메이크업을 주도하는 중요한 문화적 현상임을 밝히는 것이 이 연구의 목적이다. 연구의 의의는 21세기 디지털 시대에 패션과 메이크업에 나타난 하이브리드의 요소를 알아보고 관련 업계의 마케팅 전략과 신제품 개발에 도움이 되는 실질적인 자료로서 활용하는데 그 의의가 있다고 하겠다.

2. 연구 방법

연구의 내용 및 방법은 21세기 디지털 미디어 시대에 나타난 하이브리드 패션 디자인 경향과 메이크업 경향을 분석하였다. 디지털 미디어 시대가 생성되면서 개방적이며 수평적 사고의 사회가 특정한 국가간의 경계를 넘어선 다양한 장르의 혼합 및 붕괴의 복합적인 디지털 미디어 사회의 현상으로 형성되어 하이브리드 경향이 미디어와 패션과 메이크업 디자인에서 보여 지는 경향을 분석하였다. 이상과 같은 본 연구의 목적을 위하여 디지털 유목민과 관련된 사회, 문화적 특성별로 나누어 연구 대상으로 삼고 디지털 미디어 시대에 관한 개념들 그리고 하이브리드 경향에 관한 분석과정의 용어들의 조작적 정의를 하였다. 디지털 미디어를 ‘사람의 표현, 의사소통, 사회 상호작용, 교육을 위한 디지털 예술, 과학, 기술, 사업의 창조적 집중’으로 정의한다⁴⁾. 하이브리드란 용어의 정의는 두 개 이상의 요소가 합친 것을 말한다. 즉, 새로운 스타일을 만드는 것이 아니라, 기존의 것을 조합, 병치, 중첩시킴으로써 새로움을 추구하고자 하는 하이브리드

1) 네이버, 위키백과사전, 하이브리드 미디어(Hybrid Midea), “Business Structure/Streetzine.com-Korea” [2009년 7월 17일 검색]; available from World Wide Web@http://www.streetzine.com

2) 네이버, 위키백과사전 “인터랙티브(Interactivity) 상호작용성” [2009년 7월 17일 검색]; available from World Wide Web@http://ko.wikipedia.org

3) 네이버, 위키백과사전 “인터페이스(interface)는 사물 간 또는 사물과 인간 간의 의사소통이 가능하도록 일시적 혹은 영속적인 접근을 목적으로 만들어진 물리적, 가상적 매개체를 의미한다” [2009년 7월 17일 검색]; available from World Wide Web@http://ko.wikipedia.org

4) 네이버, 위키백과사전 “디지털미디어산업협회, 디지털미디어 동맹 플로리다(Digital Media Alliance Florida)” [2009년 7월 17일 검색]; available from World Wide Web@http://ko.wikipedia.org

양상으로 나타난 것이다⁵⁾. 하이브리드 미디어와 메이크업 및 패션에 관련된 서적 및 학술논문, 간행물 등을 바탕으로 하이브리드의 개념, 이론적 배경, 특성에 대해서 살펴보았으며, 이를 통하여 현대 미디어, 패션, 메이크업 작품의 조형적 특성에 관해 분석하였다. 선행 연구(서정현, 2008)에서 세계 최초 DMB(Digital Multimedia Broadcasting)의 개발과 함께 2004년 12월 TU미디어를 사업자로 선정하여 위성 DMB를 시작으로 본격적인 디지털 미디어 시대로의 개막이 열렸다고 볼 수 있다⁶⁾.

본 연구에서 사용된 사진자료는 2004~2009년 Paris-Milano Collection 등의 잡지와 퍼스트뷰(<http://www.firstview.com>), 보그(<http://www.vogue.co.kr>) 등의 인터넷 자료를 선택하였다. 연구는 선행 연구의 분류의 근거를 토대로, 패션과 메이크업에서 함께 나타날 수 있는 21세기의 패션 현상을 하이브리드만으로 한정하였다.

II. 이론적 배경

1. 디지털 미디어 시대의 개념

1) 디지털 미디어 시대의 등장과 사회 변화

디지털 미디어(Digital media)는 사전적 의미로 보통 디지털 코드 위에 동작하는 전자 매체를 일컫는다. 아날로그 매체와 대조된다. 오늘날 컴퓨터는 주로 이진체계를 기반으로 한다. 이때 디지털은 임의의 데이터를 표시할 때 0과 1로 상태를 구분한다. 컴퓨터는 이진 디지털 데이터를 정보로 해석하여 디지털 정보 처리 기기의 우세한 클래스를 표현하는 기기이다. 디지털 오디오, 디지털 영상, 그리고 다른 디지털 콘텐츠와 같은 디지털 미디어(정보를

표현하는 형식)를 만들 수 있으며, 디지털 정보 처리 컴퓨터를 통해 공유할 수 있다. 디지털 미디어는 이전의 아날로그 매체에 비해 크나큰 변화를 가져왔다. 디지털 코드의 임의의 연속, 이를 테면 '01000001'은 십진수 65로 해석된다. 십육진수로는 숫자 41 또는 글자 'A'로 해석된다. 플로리다의 디지털 미디어 산업협회는 디지털 미디어를 '사람의 표현, 의사소통, 사회 상호작용, 교육을 위한 디지털 예술, 과학, 기술, 사업의 창조적 집중'으로 정의하고 있다⁷⁾. 디지털의 개념은 '아날로그'에 대비되는 개념으로서 디지털 전송 방식은 뛰어난 정보 재생 능력을 가지고, 다양한 종류의 정보 사이에 상호호환이 가능하게 한다⁸⁾. 디지털 방식은 화상, 그래픽, 문자, 음성 등 모든 정보들이 0과 1로 처리하는 신호 처리 방식을 의미하며, 장점은 정보의 내용에 관계없이 일률적으로 0과 1로 표현된다는 점에 있으며, 이것이 바로 디지털이 지닌 모든 장점을 만들어 내는 원천인 것이다⁹⁾. 니콜라스 네그로폰테는 방송의 미래에 대해 '미래의 TV를 이해하려면 먼저, TV를 더 이상 TV로 생각하지 말아야 한다'고 말하고 있다¹⁰⁾. 즉, 방송에 있어서 전송 용량의 증대, 전송 품질의 개선, 주파수의 경제적 이용, 풍부한 다양한 사용자 서비스 및 멀티미디어 등의 새로운 서비스 등이 장점으로 부각되고 있다. 그리고, 디지털 기술 발전에 따른 사회성이 부족한 사람들이 늘었는데, 이는 사회적 변화 속도가 빨라져 적응하기가 힘든 것이 문제다. 이는 대화기술이 약화되고 수줍은 사람들이 빠르게 늘어나고 있다는 단점을 알 수 있다¹¹⁾. 기존의 매체영역인 신문, 방송, 출판, 영화 등의 매체 서비스뿐만 아니라 원격 진료, 원격 교육, 인터넷 전화, 인터넷 팩스, 인터넷 쇼핑, 인터넷 बैं킹 등의 사회 전반의 서비스들이 인터넷을 통해 하나

5) 양취경, 김경란, “다문화시대 하이브리드 패션과 메이크업에 관한 연구,” *복식문화연구* 13권 3호 (2005), p. 361.

6) 서정현, “디지털미디어 융합 환경이 영화산업에 미치는 영향에 관한 연구” (서울산업대학교 산업대학원 석사학위논문, 2008), pp. 10-20.

7) 네이버, 위키백과사전 “디지털미디어산업협회, 디지털미디어 동맹 플로리다(Digital Media Alliance Florida) [2009년 7월 17일 검색]; available from World Wide Web@<http://ko.wikipedia.org>

8) 성경규, “정보화 시대의 컨버전스 현상에 따른 제품조형의 방향에 관한 연구” (국민대학교 대학원 석사학위논문, 2003), p. 19.

9) 손용, *텔레커뮤니케이션 이론*, (서울: 세영사, 1986), p. 111.

10) 니콜라스 네그로폰테 저, 백옥인 역, *Being Digital* (서울: 커뮤니케이션북스, 1999), p. 49.

11) 호주 선데이 텔레그래프, “디지털 기기 시대, ‘수줍은 사람’ 늘어난다,” *팝뉴스* (2007년 9월 3일).

로 통합되고 있는 현상이 나타나고 있다. 디지털 미디어(Digital media)는 사전적 의미로 보통 디지털 코드 위에 동작하는 전자 매체를 일컫으며, “사람의 표현, 의사소통, 사회 상호작용, 교육을 위한 디지털 예술, 과학, 기술, 사업의 창조적 집중”으로 정의할 수 있다. 정보의 전송 방식을 디지털화함으로써 미디어가 융합되고 각 미디어의 기능상의 분류와 경계가 흐려지면서 멀티미디어가 등장하게 되었다¹²⁾. 디지털 시대에 미디어간의 하이브리드 융합현상을 통한 미디어 형태를 ‘하이브리드 미디어(Hybrid Media)’라고 부르는데, 인쇄매체, 인터넷, 이동통신의 WAP(Wireless Application Protocol), 디지털 위성 TV가 결합된 종합적인 미디어 시스템이다. 각각의 미디어들은 독립적으로 발전하며 매체간에 단점을 상쇄시키고 각종 자원을 공유하며 매체간의 특징점을 극대화하는 효과를 가진다¹³⁾.

〈그림 1〉에서 보여 지는 기기는 문자인식용 펜 디지털타이저, 소형 디스플레이, 무선통신 기능들이 하나로 되어 키보드와 프린터의 기능을 과감히 흡수하였다. 〈그림 2〉에서 보여 지는 회전대 위의 원형 이미지 플라스틱에는 센서가 내장되어 사용자 본인의 테이블 위로 옮겨 놓으면 관련 정보가 테이블 위에 자동 투사된다. 투사된 이미지들의 내용은 터치스크린 기술을 이용하여 테이블 위에서 인터랙션이 일어나게 되어 있다¹⁴⁾. 디지털화가 가져오는 변



〈그림 1〉 마쓰시다 커뮤니케이션 디자인 연구실의 프로토타입 모델
 〈그림 2〉 8명을 위한 교육용 인터랙티브 테이블, MoMA의 “Un-Private House 전” 중에서.

화를 통해 제품 변화의 패러다임을 분석하고 공통의 특징을 파악하여 기준을 설정하는 것은 제품 환경의 미래를 예측하기 위한 중요한 수단이 되고 있다¹⁵⁾.

2) 디지털 미디어 시대의 특성

디지털 미디어 시대의 특징을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 정보교류의 양방향성, 즉 상호작용성(interactivity)은 뉴미디어 통신체제의 가장 중요한 특징이다. 둘째, 개인에게 필요한 시기에 정보를 보내고 받을 수 있는 비동시성(asynchronization)을 갖는다. 정보의 교환 행위에 있어서 모든 행위자가 동시에 참여해야만 하는 시간적 제약을 벗어나 이용자가 편리한 시간에 이용할 수 있다. 셋째, 탈대중성(demassification)의 특징을 갖는다. 대중은 획일성에서 벗어나 이해 관계에 따라 구체적이고 개별적인 미디어를 소비한다. 넷째, 영상화의 특징을 들 수 있다. 인간의 시각적 기능은 다른 감각보다 훨씬 즉각적이고 커뮤니케이션의 효과가 크다. 멀티미디어 시대에 영상을 통한 커뮤니케이션은 그 중요성이 크다고 할 수 있다¹⁶⁾. 최근에는 인간의 논리적인 면과 감각적인 면을 통합한 ‘감성’이 중요한 디자인의 주제로 주목받고 있다. ‘감(感)’은 마음이 움직이는 것을 뜻하고, ‘성(性)’은 성격, 개성을 의미한다. 즉, 감성(感性)이란 사람의 마음에 숨겨져 있는 가치, 개성, 취향, 기분을 움직인다는 뜻이라고 할 수 있다(Naoki, 2002). 고도의 정보화와 통신기술의 발달로 이루어진 네트워크 사회에서 각종 휴대용 단말기로 언제든지 접속이 가능한 가상공간을 특정 시간이나 특정 지역에 제약을 받지 않고 자유로이 넘나들며 생활하고 있다. 이들과 같은 현대인을 가리켜 ‘디지털 유목민’이라 할 수 있는데, 과거의 유목민들이 말과 낙타를 타고 칼과 창을 들고 식량이라는 정보를 찾아 이동하였다면 21세기 디지털 미디어 환경에서의 디지털 유목민은 비행기와 자동차를 타

12) 네이버, 위키백과사전 [2009년 7월 17일 검색]; available from World Wide Web@http://ko.wikipedia.org
 13) 임영자, 한윤숙, “현대패션에 표현된 하이브리드 경향 연구,” *복식학회지* 51권 5호 (2001), p. 114.
 14) “8명을 위한 교육용 인터랙티브 테이블, MoMA의 ‘Un-Private House 전’” [2009년 7월 17일 검색]; available from World Wide Web@http://suzung.com
 15) 김경중, “디지털 시대의 컨버전스 제품디자인 연구” (중앙대학교 대학원 석사학위논문, 2002), pp. 10-13.
 16) 이민정, “현대 패션에 나타난 디지털 커뮤니케이션 문화의 영향에 관한 연구” (연세대학교 대학원 박사학위논문, 2003), pp. 19-27.

고 휴대전화나 PDA, 노트북 PC를 들고 정보를 찾아 세계를 누비고 있다. 이들은 거주지와 직장의 이동이 빈번하지만 자유롭게 창조적인 사고방식의 사람들로 네트워크를 통해 인간관계를 형성하고 무엇보다도 디지털 문명에 익숙한 사람들이다. 통신의 무선화와 함께 'e-life'는 이제 'm-life'로 전환되고 있으며, 세상은 점차 모바일화 되어가고 있다. 디지털 미디어의 커뮤니케이션 환경에서의 의사소통은 물리적 시간과 공간의 경계를 허물면서 가상의 공간으로 확대되고 있으며, 인터넷을 통해 사람들은 언제, 어디에서든 원하는 사람과 장소에 연결하여 필요한 행위를 하고 관계를 맺는다. 자유로이 현실과 가상의 공간을 넘나들며 생활하는 현대의 '디지털 유목민'은 디지털 미디어 커뮤니케이션 환경이 만들어낸 신인류라고 할 수 있다. 절대적이라고 여겨졌던 시간 개념의 확장은 라이프스타일의 변화로 이어져 여가와 노동, 직장과 가정의 경계를 허물고 자신에게 편리하게 일하는 것을 가능하게 하였다¹⁷⁾.

2. 하이브리드의 개념 및 하이브리드 미디어

하이브리드란 용어의 정의는 두 개 이상의 요소가 합친 것을 말한다. 즉, 두 가지 기능이나 역할이 하나로 합쳐짐을 의미한다. 새로운 스타일을 만드는 것이 아니라, 기존의 것을 조합, 병치, 중첩시킴으로써 새로움을 추구하고자 하는 하이브리드 양상으로 나타난 것이다¹⁸⁾. 하이브리드의 의미는 첫째, 두 개의 서로 다른 인종, 품종, 특성 등의 사이에서 탄생한 이형(異形)이라는 의미와 둘째, 두 개의 상이한 문화나 전통의 혼합에 의해 출현한 사람이나 집단을 의미한다¹⁹⁾. 하이브리드는 극단적 이질

성으로 인식되어오던 것들을 화해시키고, 이미 완성된 형태로 혼합하여 새로운 것을 창조한다는 가능성의 전제가 함축되어 있는 것으로 볼 수 있다²⁰⁾. 최근의 멀티미디어 기술은 정보의 디지털화와 온라인화에 따라 가전, 컴퓨터, 통신 및 방송 기술이 융화되어 가는 추세에 있으며, 대화형의 하이브리드 멀티미디어 기술을 특징으로 하고 있다²¹⁾. 하이브리드는 원래 피터 킨(Peter Keen)에 의해 1980년대 중반에 만들어진 용어이지만, 마이클 얼(Michael Earl)에 의해 정의되어졌다²²⁾. 하이브리드 접근법은 자크 아탈리(Jacques Attali)²³⁾가 정의하는 '레고문명'을 이루는 방법이라고 하겠다. 이러한 문명은 과학기술이 바탕이 되어 '지구촌화(globazation)'를 이끌게 되는 것이다. 하이브리드의 형태를 관찰하면 포스트모더니즘과 해체주의(deconstructivism)를 포함하는 의미를 지닌다고 할 수 있다²⁴⁾. 디지털 미디어 시대의 다양한 매체의 발전은 패션과 뷰티산업 정보를 빠르고 광범위하게 만들었다. 또한 후기 자본주의의 다품종 소량 생산 체제하에서 집단에 대한 소속이나 집단적 정체성의 표현보다는 개인의 다양한 개성을 표출할 수 있게 되었다. 이와 같은 개념은 2000년 10월 24일 코엑스(COEX)에서 개최된 '2000년 세계그래픽디자인 대회'의 주제인 '어울림(Oullim)'의 개념과 일맥상통한다. 어울림은 자연환경과 사람과 기술 사이의 조화를 말하며, 동, 서, 남, 북간의 조화와 과거, 현재, 미래의 조화를 포괄한다. 어울림은 개체가 무시되지 않고 존중되며, 한 개체가 다른 개체를 파괴하거나 손상시키지 않은 채 전체의 큰 조화 속에서 어울린다. 어울림은 대립조차도 다양성 속에서 다시 큰 하나가 되며, 역동적 평행상태를 이루게 되는 개념을 의미한다. 2000년

17) 김지희, "디지털 유목민 문화를 위한 현대 패션디자인의 특성 연구," *한국의류산업학회지* 9권 1호 (2007), pp. 6-14.

18) 양취경, 김경란, "다문화시대 하이브리드 패션과 메이크업에 관한 연구," *복식문화연구* 13권 3호 (2005), p. 361.

19) 프랑수아 지쾨프, 이정우 역, *생명의 논리 유전의 역사*, (서울: 민음사, 1994), pp. 78-79.

20) 조영철, *COSMA 9312*, 사회사상과 일러스트아트, (1992), p. 12. 재인용.

21) 김형곤, "인터넷티브 하이브리드 미디어 응용기술: MPEG-4 SNHC를 중심으로," *방송공학학회지* 3권 2호 (1998), p. 44.

22) David Skyrme, "The Hybrid Manager" available from World Wide Web@<http://www.skyrme.com/insights/6hybrid.htm>, 재인용.

23) 네이버, 위키백과사전 "프랑스 사회학자 자크 아탈리(Jacques Attali)가 21세기를 노마드의 시대로 규정" [2009년 7월 17일 검색]; available from World Wide Web@<http://ko.wikipedia.org>

24) 이일형, "현대건축의 혼성적 경향에 관한 연구," *대한건축학회지* 11권 1호 (1995), p. 37, 재인용.

세계그래픽디자인 대회의 집행위원장인 안상수 교수의 어울림의 철학은 ‘비빔밥’과 ‘보자기’라고 하였다. 여러 가지 나물류와 밥을 적당히 섞어 비벼 먹는 우리 음식인 비빔밥은 친환경적이고, 평화적이며, 또 경제적이기도 한 상징적 특징을 지니고 있고, 여러 가지 맛이 섞여져 있지만, 동시에 구성물 자체가 독특한 맛을 잃지 않은 채 또 다른 하나의 ‘맛’을 이루어내는 혼성적 성격을 가지고 있다²⁵⁾.

3. 하이브리드 미디어 시대의 디자인

디지털이 상징하는 차가운 시대와 기계화된 생활 양식은 기계문명에 대한 거부감과 휴머니즘에 대한 반성을 야기시키면서 따뜻한 인간성에 호소하는 감성적 세계에 대한 동경을 불러 일으키고, 물질적 측면보다는 비물질적, 정신적 측면이 강조되는 사회 분위기가 형성되고 있다²⁶⁾. 디지털 문화의 감성적 경향은 디지털 기술의 발전이 의미하는 첨단 기술, 기계문명으로 상징되는 디지털 측면과 함께 디지털 문화의 아날로그적인 한축을 형성하면서 새로운 디지털 문화를 이끄는 원동력이 되고 있으며, 빠른 정보의 확산 및 공유라는 디지털의 특성으로 인해 감성적 가치의 추구는 더욱 가속화 되고 있다. 21세기 디지털 문화를 정신적 가치 추구와 인간 본성에 대한 관심으로 시선을 돌리게 하면서 디자인을 비롯한 모든 분야에서 친환경적 사고와 인간중심, 감성중심의 가치가 부각되는 감성성의 문화로 변화시키고 있다. 디지털 시대의 감성성의 문화는 디지털 유목민의 이분법적 사고의 붕괴로 예술성과 대중성, 동양과 서양의 상하 개념을 탈피하여 유희를 하나의 문화적 가치로 인정하고 서양문화와 동등하게 동양 문화를 인정하며 이를 통하여 정신적 교류를 추구하는 동양의 사상에 심취하게 하고 있다²⁷⁾. 디자인 영역은 디자인과 타 분야와의 경계가 무너지면서 더욱 확장되고 있다. 현대 디자인은 다른 전공 영역과 복합적으로 작용해야 존재

할 수 있는 하이브리드 영역화하고 있으며, 디자이너들도 제품의 외양뿐 아니라 제품의 필요성을 파악해 제안하는 마케팅의 일부를 담당하게 되었다²⁸⁾. 세계 여러 나라의 다양한 인종의 만남과 그로 인해 세계화되는 문화의 양상은 다양한 복합 제품을 만들어낸다. 현대의 유목민들은 항상 사람들과 연결되기를 원하고 이를 위해서는 전송 수단을 몸에 휴대해야 하는 ‘가벼움’이 주목 받고 있다. 좋은 소프트웨어 프로그램은 실제 운송이나 이동시에 쓰이는 에너지를 줄일 수 있고 ‘소형화’되는 휴대용 제품은 재료 사용을 줄일 수 있다. 더욱 작아지고, 얇아지고, 가벼워지면서 인체와의 거리를 좁히는 방향으로 디자인될 것이다²⁹⁾.

4. 하이브리드 미디어 시대 소비자의 변화

21세기 디지털 미디어 시대는 고령사회에서 ‘실버세대’로 불리는 노인들과 관련된 산업이 크게 부상할 것이다. 왕성한 생활력과 소비 의욕을 가지고 정치, 경제, 사회, 문화 영역 전반에 걸쳐서 활발한 활동을 전개하면서 강력해진 발언권을 행사하게 될 노인들을 겨냥한 실버산업이 커다란 규모로 성장하고 주목 받을 것이며, 벌써부터 이들의 라이프스타일에 초점을 맞춘 마케팅에 관심이 높아지고 있다. 노인을 대상으로 하는 건강 의료산업은 물론, 노인 전문병원, 노인 건강관리센터, 노인 자금관리, 실버 레저산업, 노인 창업가이드 등의 산업이 각광을 받고 있으며 노인 패션쇼가 열리고 실버 드라마 브족이 새로이 등장하고 있다. 인터넷이 급속도로 발전하고 24시간, 시공간을 초월하여 언제, 어디서나 새로운 정보를 주고받는 새로운 디지털 시대의 가상공간에서 모든 정보를 수집하고, 쇼핑하며, 학습하고, 세계를 무대로 관심 분야가 비슷한 또래 집단끼리 모여 자기들만의 커뮤니케이션 대화와 그들만의 가상 공동체를 구축해가는 주인공들이 N세대이다(함영호, 2000; 재인용).

25) 김경란, “다문화시대 하이브리드 패션과 메이크업에 관한 연구” (성신여자대학교 대학원 박사학위논문, 2005), pp. 36-40.

26) 김지희, 유태순, “현대 패션디자인에 나타난 디지털 문화의 감성성에 관한 연구,” *복식학회지* 57권 8호 (2007), p. 2.

27) 김지희, 유태순, *op. cit.*, pp. 3-12.

28) 이민정, *op. cit.*, pp. 32-36.

29) *lbid.*, pp. 67-68.

III. 하이브리드 패션과 메이크업

1. 하이브리드 패션의 개념 및 분류

1) 하이브리드 패션의 개념

하이브리드 패션의 배경에는 19세기 패션에 등장하는 역사적 절충주의 복식이 있다. 절충이란 서로 다른 것을 적절히 조화시킴을 의미한다. 예술이나 철학에서도 이러한 절충현상은 자주 발견되지만, 건축이나 패션에서는 더욱 두드러지게 나타나는 현상으로 다원주의(Pluralism), 혼합주의(Synchronism)와도 일맥상통한다. 절충주의가 최초로 등장한 것은 회합 철학에서이며 19세기의 미술과 건축, 20세기의 포스트모던 건축에서도 출현하였다³⁰⁾. 역사적 절충주의의 건축을 선호하던 이 시대 대중들의 취향은 복식에도 반영되어 고딕의 주된 형태, 르네상스의 리프칼라, 바로크의 풍성한 소매와 넓게 내려앉은 칼라, 동양의 터번 머리장식 등이 유행하였다. 현대에 나타나는 역사적 절충주의 복식은 포스트모더니즘과 관련지어 설명할 수 있다. 이러한 모든 현상을 단편화된 시각으로 인지하여 복합, 혼합시켜 잡종적인 개념으로 믹스하는 것이 하이브리드 패션의 기본 개념이 되었다. 패션에서의 ‘하이브리드’는 다른 패션 감각의 공존을 말하는 것으로 크로스오버(Crossover), 융해, 융합, 합병이라는 의미의 퓨전(Fusion)과 동의어이다. 케이블 TV와 디지털 미디어, 영상의 발달로 각 국의 패션이 전 세계에 동시에 전달되면서 최신 패션 정보를 일반인들이 쉽게 얻을 수 있게 되어 패션은 국가나 문화의 장벽을 뛰어 넘어 세계인이 공유하는 일상의 한부분이 되었다. 인터넷과 컴퓨터 문화가 발달하면서 문화장르간에 퓨전이 가속화되고 있으며 이런 통합과 융합은 문화 전체로 확산되는 경향을 보인다³¹⁾.

2) 하이브리드 패션의 분류

(1) 상호작용성(Interactivity)의 하이브리드 패션

디지털 시대에는 유희를 그 자체로써 하나의 중요한 문화적 가치로 받아들이는 사회현상이 나타나면서 재미(Fun)의 요소와 디지털 시대의 문명 기술과의 결합을 통한 퍼놀로지(Funology)라는 새로운 트렌드를 탄생시켰다. 퍼놀로지 디자인은 유머러스한 그래픽이나 디자인으로 소비자들에게 즐거움을 주는 새로운 문화 트렌드로서 첨단 기술에 의한 효율성의 가치 추구뿐 아니라 그 속에서 즐거움도 함께 존재해야 한다는 것을 의미하는 것이다. 퍼놀로지 디자인은 어린 시절의 향수에 의한 유아기적 표현이나 디지털 기기 또는 기술과의 결합을 통해 기능성을 충족시킴과 동시에 유희의 즐거움을 추구한다. 패션디자인에 나타난 유희성은 어린시절의 순진무구함을 나타내는 유아기적 요소와 오브제의 사용, 위치의 전환 등이 특징이다³²⁾. 스포츠와 하이패션의 하이브리드는 트레이너 트렌드(Trainer Trend) 잠재적인 고객 90%가 스포츠웨어의 패션성을 원한다. 착용자에게 활동하기에 편리함과 동시에 도시에서의 활동이나 업무에 적합한 일상복으로서의 가치 기준을 동시에 만족시켜 줄 수 있는 패션디자인의 요구에 의해 일상복과 스포츠웨어의 경계는 더 이상 존재하지 않게 되었다. 캐주얼과 하이패션의 하이브리드는 레저, 스포츠, 캐주얼의 개념들이 하이패션과 하이브리드 되어 그 경계가 불분명하게 되었다. 웰빙의 영향으로 포멀웨어에도 활동성을 부여한다. 또한 작업복과 하이패션의 하이브리드는 유틸리티(Utility), 유니폼(Uniform) 컨셉으로 보호적 특성이 강화된 아웃도어 웨어로 발전하고, 특수복, 작업복, 유니폼 등의 디테일이 하이패션에 적용되었다. 공장의 근로자들의 기능적인 유니폼에서 디자인 모티브를 적용하기도 하였다. 특히 패션에서는 섬유의 발전이 이루고 있는 결과가 패션산업의 활로를 결정할 만큼의 큰 영향력으로 작용하고 있다. 디지털 기술에 힘 입은 섬유공학의 발달에 의해 웨어러블 컴퓨터의 기능을 하는 차세대 스포츠웨어의 발달은 실용적인 스타일과 기능적 디테일을 가진 다목적 혼용의복의 발전을 가

30) 권택영, 윤도근, *포스트모더니즘과 문화*, (서울: 문예출판사, 1991), pp. 397-398, 재인용.

31) 김경란, *op. cit.*, pp. 36-40.

32) 김지희, 유태순, *op. cit.*, p. 7.



〈그림 3〉 1960년대 팝아트와 유희아트 〈그림 4〉 스마트웨어 〈그림 5〉 Chanel, 2004 〈그림 6〉 PDA도, 모니터도 ‘입는다’
 www.naver.com F/W. www.vogue.co.kr

져왔다. 현재 개발이 계속되고 있는 미래의 패션으로 대표되는 스마트웨어(Smart Wear)는 웰빙과 관련되어 패션과 과학의 이중적인 분야의 하이브리드로 그 발전과 결과가 주목되고 있다³³⁾. 상호작용성의 하이브리드 패션은 〈그림 3~6〉이며, 〈그림 4〉에서 보여지는 스마트웨어란 의류 고유의 감성적 속성을 유지하면서 미래 생활에 필요한 각종 디지털 기능들이 부과된 고부가가치의 신개념 의류이다³⁴⁾. 의상이 새로운 신기술과의 하이브리드는 기능성과 활동성, 인체에 영향을 주는 영향력 등과 함께 패션화로 이루어지는 과정을 거쳐 패션의 한 영역으로 형성하게 될 것이다.

(2) 이동성(Mobility)의 하이브리드 패션

디지털 시대의 기술 발달과 이에 따른 속도의 경쟁, 시공간 개념의 변화와 가상공간의 등장으로 인한 인간의 삶의 폐해를 극복하고 정신적 위안과 심리적 안정을 주기 위한 대안으로 떠오른 동양사상은 정적인 디자인, 자연과 유기적 조화를 이룬 디자인을 통하여 인간 본성의 회복과 자연회귀를 역설하고 있으며, 신체를 구속하지 않으며 착용자의 내면 상태를 표현하는 디자인, 착용자의 의도에 의해 변형이 가능한 착용자 중심의 열린 디자인을 통하여 인간성의 회복을 추구하고 있다³⁵⁾. 중국의 전통복과 하이패션의 하이브리드는 중국 17~20세기의 청시대의 고유 목장 위주로 하이패션에 차용되

고 있다. 일본의 전통복과 하이패션의 하이브리드는 일본 전통복식인 기모노의 실루엣과 문양, 원단 등의 서양 하이패션과의 하이브리드가 되고 있다. 한국의 전통복과 하이패션의 하이브리드는 한국 전통복 중에서 고구려 벽화의 긴 소매 한복을 위주로 서양복식과 병치, 혼합되고 있다. 동·서양의 하이브리드 패션에서 가장 주목하여야 할 점은 바로 ‘한복’ 스타일이 트렌드로 접근하고 있다는 것이다. 패션에서 주류는 이미 문명화된 서구를 지칭하고, 비주류는 서구인들의 그들 문화 이외의 모든 문화를 포함하는 것으로 시작했다. 서양에서의 이국 취향은 그들의 문화가 팽창하면서 비 서양화된 지역과의 접촉과 함께 나타난다³⁶⁾. 다문화주의의 상징인 글로벌 컬처(Global Culture)의 영향으로 이제 비주류가 주류의 입장이 될 수 있는 시대에 살고 있다. 러시아풍과 하이패션의 하이브리드는 2004~2005년 F/W 트렌드에서 많은 디자이너에 의해 새로운 이국풍으로 각광, 러시아의 풍부한 역사적, 예술적 자원은 서구 유럽에 식상한 고객에게 새로운 디자인의 모티브가 되었다. 모로코풍과 하이패션의 하이브리드는 아프리카 대륙 북단에 위치한 모로코의 20세기 초기에 하렘 팬츠와 터번을 유럽에 건네주고, 21세기에 다시 인테리어로 유행이 시작되어 패션으로 완성되었다. 알프스풍과 하이패션의 하이브리드는 21세기 새로운 에스닉으로 부각되어, 알프스 지방의 대자연

33) 네이버, Newsis, “RFID리더도, PDA도, 모니터도 모두 ‘입는다’” (2007년 11월 29일 [2009년 7월 18일 검색]; available from World Wide Web@http://news.naver.com

34) 김경란, op. cit., p. 85.

35) 김지희, 유태순, op. cit., p. 10.

36) 김수경, “이국취향의 요인과 현대패션에 나타난 이국취향,” *복식문화연구* 11권 3호 (2003), p. 61.



<그림 7> Alexander McQueen. 2009 F/W. www.firstview.com



<그림 8> John Galliano. 2002 F/W. www.firstview.com



<그림 9> Jean Paul Gaultier. 2009 F/W. www.firstview.com



<그림 10> Christian Doir. 2007 F/W. www.vogue.co.kr

과 민속의상에 영감 받은 ‘알파인 & 티롤라인 룩’으로 발전하였다. 이동성의 하이브리드 패션은 <그림 7~10>이다.

의 로맨틱한 실루엣을 선보인 알렉산더 맥퀸의 작품을 볼 수 있다³⁷⁾. 그래서, 하이브리드 패션 현상에 대한 내용은 <표 1>과 같다.

(3) 가상성(Virtuality)의 하이브리드 패션

예술의 모든 분야에서 레트로 개념은 하나의 창조를 이루는 과정이다. 이는 과거에 유행되어 대중들에게 익숙한 선행 양식 즉, 과거 양식을 모방하되 내적 의미와 외적 형식의 변화를 이루는 패러디 과정을 통해 나타남으로써 새로운 표현성을 갖는 현재의 유행 스타일로 재창조되는 것이다. 1950년대 패션과의 하이브리드는 “라인 패션”의 시대인 50년대의 다양한 실루엣이 나타나고, 알파벳라인(A, H, Y, F)의 시대로 패션의 새로운 라인을 구축한 50년대와 현대 패션과의 혼합된 하이브리드라고 할 수 있다. 1960년대 패션과의 하이브리드는 라인과 룩의 시대가 끝나고 옷길(미니, 미디, 맥시, 숏, 롱)의 다양한 변화와 패션의 미래주의가 나타나며, 소재의 자유함을 가졌던 60년대가 현대패션의 미래주의와 혼합된 하이브리드이다. 미래와의 하이브리드로 첨단산업이 이룬 과학의 가공할 위력이 주는 공포에서 미래의 편안하고 안락하게 보장된 사회와의 하이브리드를 들 수 있다³⁷⁾. 가상성의 하이브리드 패션은 <그림 11~13>이며, <그림 11>에서 빅토리안 시대의 여왕을 연상시키듯 다크한 고딕풍



<그림 11> Alexander McQueen. 2007 S/S. www.firstview.com



<그림 12> John Galliano. 2009 F/W 파리컬렉션. www.firstview.com



<그림 13> Alexander McQueen. 2006 S/S. www.firstview.com

37) 네이버, Newsis, “시각장애인들을 완벽 보좌해주는 스마트웨어” (2007년 11월 29일 [2009년 7월 18일 검색]; available from World Wide Web@<http://news.naver.com>)

38) Jean Paul Gaultier 2009 F/W, “Christian Doir 2009 F/W” [2009년 7월 17일 검색]; available from World Wide Web@<http://www.firstview.com>

<표 1> 하이브리드 패션 현상

유형	형태	패션 유형	21세기 패션쇼 이미지	특징
상호 작용성	재미와 디지털기술 하이브리드	재미(fun)와 하이패션	· 유희적 인류관(homo ludens) 부각 · 디지털유희민의 일탈의 욕구 충족	· 유아적 패션스타일 · 큐트한 컬러, 만화적 캐릭터, 팝아트, 그래픽티 아트 · 시각적, 촉각적 즐거움, 사용상의 기능성을 동시에 만족시키는 소재
	상류와 하류의 하이브리드	스포츠와 하이패션	· 스포츠 기업과 유명 디자이너들과의 콜라보레이션 작업이 활발	· 유명 디자이너의 로고가 아웃웨어에 노출되게 하여 패션성을 부각 · 반대로 유명 스포츠 로고를 하이패션 무대에 노출 · 고급 트렌드 소재를 스포츠웨어 접목
		캐주얼과 하이패션	· 캐주얼과 하이패션과 경계가 불분명 · 웰빙의 영향으로 포멀웨어에도 활성 부여	· 빈티지 풍의 안티 엘레강스 캐주얼의 대두 · 캐주얼과 정장으로 공용화 할 수 있는 새로운 아이템 등장
		작업복과 하이패션	· 유니폼 컨셉으로 보호적 특성이 강화된 아웃도어로 발전 · 특수복, 작업복, 유니폼 등 디테일 하이패션 적용	· 작업복의 디테일을 도입한 실용적인 유니폼 컨셉 · 고기능성과 보호적인 특성이 강화된 아웃도어 웨어 · 지퍼 장식, 밴딩, 테입, 버클 장식
이동성	동서양의 하이브리드	중국풍	· 중국의 17~20세기의 청시대의 고유 복장	· 용, 나비, 연꽃, 한자등의 화려한 중국문양 컬럼모양, 상의 트인, 치마 양쪽단의 슬릿
		일본풍	· 기모노의 실루엣과 문양 원단	· 기모노 특유의 문양(벚꽃, 열매, 기하학적 무늬) · 오비 형태의 허리 벨트 사용 · 오버사이즈 실루엣 일본 전통문양, 자수 프린트, 염색
		한국풍	· 고구려 벽화의 긴 소매 한복	· 고구려 벽화의 의복에서 문양과 형태, 색동 등을 차용 · 네크라인, 슬리브스 탑, 문양, 복주머니 가방 등
	주류와 비주류의 하이브리드	러시아풍 에스닉	· 러시아의 풍부한 역사적 예술적 새로운 디자인의 모티브로 작용	· 모피 트리밍 사용, 러시아풍 문양과 보석 사용 · 타이트부츠, 모자, 목도리 다양한 사용
모로코풍 에스닉		· 토속적인 로맨틱 감성으로 표출	· 가벼운 느낌의 벨벳과 구슬 악세사리 쉬폰 팬츠로 나타남	
알프스풍 에스닉		· 알프스 소녀의 이미지	· A라인 스커트와 앞치마가 붙은 스커트 로맨틱 블라우스 · 니트 웨더와 티롤리안 모자	
가상성	과거와 현재의 하이브리드	50년대 패션	· 라인패션, 다양한 실루엣의 시대 알파벳라인이 21세기 패션에 다시 접목	· 가는 허리라인과 완만한 어깨라인과 모래시계 실루엣 페플럼 라인 높아짐 · 물방울 무늬와 리본장식의 부활
		60년대 패션	· 라인과 룩의 시대가 끝나고 햄라인의 다양한 변화	· 재키룩의 미래적 재현과 A라인 미니스커트, 셔링, 프릴, 레이어링, 페티코트, 그래픽 아트 패턴과 7부 8부의 소매길이가 21세기 패션으로 새롭게 부활
	현재와 미래의 하이브리드	스마트웨어	· 정보기술, 생명공학, 극소 나노단위의 생산기술, 친환경 소재라는 4대 영역의 신기술이 결합한 미래형 의류	· 디지털 웨더, e-슈트, 아이들을 위한 위치추적기가 내장된 의복 · 건강과 관련된 웰빙의상 등

2. 하이브리드 메이크업의 개념 및 분류

1) 하이브리드 메이크업의 개념

20세기 초부터 패션은 일부 지배층의 전유물이 아닌 다양한 계층이 영위할 수 있는 변화를 겪으면서, 메이크업도 대중들에게 일반화 되는 개인의 취향으로 자리 잡는 시기를 가지게 되었다. 20세기 전반의 메이크업은 산업화로 인한 화장품 공업의 발달과 잡지, 영화와 같은 대중매체의 발달에 힘입어 헐리우드 여배우들이 이상적인 여성미의 기준으로 등장하면서 메이크업 경향을 주도하였고, 이는 일반인들에 의해 그대로 파급되어 미적 형식에 있어서 획일적인 면을 보여주었다. 그러나, 20세기 후반 포스트모더니즘(Postmodernism)의 다원성과 불확정성 가치는 예술 전반에서 표현의 무제한성을 허용하고 있고, 예술의 한 분야인 메이크업에서도 기존의 전통적인 미 관념에서 벗어난 자유롭고 주관적인 개성 표현과 미적 가치가 나타나고 있다. 예술의 타 분야와 마찬가지로 메이크업도 다양한 양상으로 새로운 방향을 모색하고 있으며, 또한 비주류 문화의 중요성이 증대되고 있는 상황에서 이들이 제시하는 새로움의 충격이 대중에게 미치는 영향력이 크게 다가오고 있다³⁹⁾.

2) 하이브리드 메이크업의 분류

(1) 상호작용성(Interactivity)의 하이브리드 메이크업

일과 놀이의 경계가 모호해지고, 상위문화와 하위문화의 경계를 구분 짓는 절대 이념이 붕괴된 디지털 시대에는 유희를 그 자체로써 하나의 중요한 문화적 가치로 받아들이는 사회 현상이 나타나면서 재미의 요소와 디지털 시대의 문명인 기술(technology)과의 결합을 통한 퍼놀로지(funology)라는 새로운 트렌드를 탄생시켰다. 유머러스한 그래픽이나 디자인으로 소비자들에게 즐거움을 주는 새로운 문화 트렌드로서 첨단 기술에 의한 효율성의 가

치 추구뿐 아니라 그 속에 즐거움도 함께 존재해야 한다는 것을 의미하는 것이다⁴⁰⁾. 메이크업을 하는 목적이 아름다워지기 위해서만 하는 것이 아니라 패션에서 창조활동의 모티브로 사용될 수 있다는 것을 전제로 한다면, 프레타 포르테와 오프 꾸뛰르 컬렉션에서 선보인 요부적 익스트림 뷰티는 컬렉션을 즐기는 하나의 매력이 된다. 뱀프 화장은 극단적인 여성성을 표현하는 동시에 남성화로 넘어가는 가고 역할을 하는 현상으로 발전하고 있다. 서양 입장에서 이방인들을 향한 트렌드는 신비한 동양의 무조건적인 모방에서 발전되어, 여러 민족적 컬러들을 다양하게 혼합시킨 민족 융합적인 새로운 코드를 창조해냈다. 그러한 창조의 결과로 민족적으로 근원을 명확하게 갖고 있거나 민족 융합적인 새로운 코드는 그 자체가 글로벌이 되어 가고 있다. 이러한 민족 융합적 코드는 화장품의 컬러까지도 영향력을 발휘해 동양과 서양의 대표 컬러인 붉은 컬러와 푸른 컬러가 섞여 빛어낸 심오한 퍼플 컬러가 큰 인기를 끌 것으로 예측하고 있다. 심지어 블루로만 표현되던 스킨 자체도 약간씩 퍼플감을 섞어 좀 더 깊고 신비한 컬러코드로 변하는 추세이다. 이는 물을 주소재로 다루는 스킨 케어 시장에 곧 영향을 미칠 것으로 보인다. 이러한 민족적 융합의 하이브리드 코드는 화장품의 색상까지도 좌우한다⁴¹⁾. 21세기로 들어서면서 골드의 이미지는 에스닉 메이크업과 결합하면서 고급함에서 저급함까지로 확대되었고, 기본 컬러가 가지고 있는 컬러 고유 이미지인 고급스러움도 하이브리드 현상에서는 전혀 다른 저급한 이미지로 변형될 수 있음을 보여주었다⁴²⁾ 상호작용성의 하이브리드 메이크업은 <그림 14, 15, 17, 19>이다.

(2) 이동성(Mobility)의 하이브리드 메이크업

중국과 일본의 전통극에 사용된 무대화장인 경극과 가부키는 20세기 말에는 존갈리아노에 의해 97~98년 컬렉션에서 홍콩의 중국 반환을 계기로 경극화장만을 차용했으나, 21세기의 컬렉션에서의 전

39) 김경란, op. cit., pp. 90-95.

40) 김지희, 유태순, op. cit., p. 7.

41) “뷰티 트렌드” [2009년 7월 18일 검색]; available from World Wide Web@<http://www.style.com/beautytrend>

42) 양취경, 김경란, op. cit., p. 372.



<그림 14> Givenchy.
2009 F/W.
www.vogue.co.kr



<그림 15> Alexander
McQueen. 2009 F/W.
www.vogue.co.kr



<그림 16> Christian
Doir. 2009 F/W.
www.vogue.co.kr



<그림 17> Christian
Doir. 2008 F/W.
www.vogue.co.kr



<그림 18> Christian
Doir. 2007 F/W.
www.vogue.co.kr



<그림 19> Christian
Doir. 2004 S/S.
www.vogue.co.kr



<그림 20> Christian
Doir. 2004 F/W.
www.vogue.co.kr



<그림 21> Christian
Doir. 2007 F/W.
www.vogue.co.kr

통적 메이크업 경향은 2004~2005 F/W 크리스찬 디올의 파리 컬렉션에서 가부키의 화이트 베이스와 경극화장의 컬러베이스가 이용되었다⁴³⁾. 이동성의 하이브리드 메이크업은 <그림 16, 18, 20, 21>이다.

(3) 가상성(Virtuality)의 하이브리드 메이크업

디지털 정보와 통신 네트워크를 중심으로 빠른 정보화시대를 살고 있는 현대인들에게 디지털 하이테크화와 대립되는 개념으로 “레트로(Retro)” 현상이 21세기의 가장 비중 있는 트렌드로 자리잡고 있다. 레트로는 라틴어로 회상, 회고, 추억의 의미를 가진 명사 레트로 팩트(Retrospect)의 준말이다. 과거의 체제나 사상, 전통 등을 그리워하여 그것을 본뜨려고 하는 것을 뜻하며, 음악과 패션에서 리바이벌(revival), 복고풍을 의미한다. 고도로 산업화된 사회에서의 패션 경향은 매 시즌마다 복고현상이

트렌드의 기본이 되고 있으며, 21세기가 시작되면서 패션의 오랜 역사성과 함께 메이크업도 가까운 20세기의 복고에서부터 다양한 역사적인 스타일이 새로운 감각으로 재현되고 있다. 21세기에 나타난 50~60년대 메이크업은 다소 무거운 느낌의 메이크업으로 시작하여 50~60년대의 다양한 특징을 수용하는 메이크업으로 수용되었다. 50~60년대의 화장 특징인 섬세하게 그라데이션하는 눈 화장은 21세기에든 같은 방법과 컬러로 사용한다. 또한 전형적인 귀족 메이크업은 오랜 역사의 과거 코드와 현재의 유행 경향과의 결합으로 나타난다. 21세기에 표현된 긍정적 메이크업의 특징은 내추럴 경향 아래서 고급스러움이 전개된다. 과거로의 메이크업을 살펴보았다면, 미래 내추럴 메이크업은 디자이너들이 제한하는 21세기 경향으로 패션쇼 현장과 일반인들을 가장 가깝게 연결시켜 주는 메이크업 트렌드로 부각되고 있다. 미래 익스트림과 판타스틱 익

43) Ibid., p. 372.



<그림 22> Jean Paul Gaultier. 2009 F/W. www.vogue.co.kr



<그림 23> Chanel. 2009 F/W. www.vogue.co.kr



<그림 24> Viktor & Rolf. 2004 F/W. www.vogue.co.kr



<그림 25> Jean Paul Gaultier. 2007 F/W. www.vogue.co.kr

<표 2> 하이브리드 메이크업 현상

유형	형태	메이크업 유형	21세기 패션쇼 메이크업	특징
상호 작용성	재미(fun)+ 메이크업	헤체 메이크업	<ul style="list-style-type: none"> · 상/하위 문화의 이분법적 논리 거부 · 유희적 인류관(homo ludens) 부각 · 디지털 유목민의 일탈의 욕구충족 	<ul style="list-style-type: none"> · 큐트한 컬러, 만화적 캐릭터, 팝아트, 그라피티 아트 · 시각적, 촉각적 즐거움, 사용상의 기능성을 동시에 만족시키는 소재
	스포츠+ 메이크업	뱀프 메이크업	<ul style="list-style-type: none"> · 하류층의 화장을 명명하는 것으로 시작 · 하이패션에서 차용하여 메이크업 트렌드로 자리 잡음 · 완벽한 레트로 시대성을 강조하지 않고 내추럴에 절제된 고전미 내추럴 특수 메이크업 	<ul style="list-style-type: none"> · 완벽한 피부 표현과 눈 화장이 번진 듯 하면서도 크게 과장되지 않게 스모키아 이로 표현 · 자연스러운 헤어스타일과 메이크업이지만 공들여 눈, 코, 입의 화장을 하고, 클래식하고 지적인 이미지로 표현 · 캐포즈 패션에 어울리는 스포티함과 우아함이 함께 느껴지도록 가벼운 피부표현이지만, 기능적인 자외선 차단은 완벽하게 처리
	캐주얼+ 메이크업	캐포즈 메이크업		
이동성	중국전통 일본전통 한국전통+ 메이크업	전통적 메이크업	<ul style="list-style-type: none"> · 일본의 가부키와 중국 경극의 화장 	<ul style="list-style-type: none"> · 가부키나 경극의 무대화장은 일반 화장과는 달리 과장되어 표현, 21세기 컬렉션에서는 경극과 가부키의 혼합
	주류+ 비주류 메이크업	에스닉 메이크업	<ul style="list-style-type: none"> · 기존의 민속적인 에스닉에 고급화된 이미지가 포함된 에스닉 · 동양의 이미지를 더욱 부각시킬 수 있는 브론즈 컬러 에스닉 	<ul style="list-style-type: none"> · 기본 페이스는 갈색이나 브론즈로 처리하고 헤어는 전혀 신경 쓰지 않은 듯한 이미지로 부분 화장으로 강조(눈썹, 주근깨, 아이라인) 에스닉 메이크업에 글로시함 첨가
가상성	과거+현재 (50년대 메이크업) (60년대 메이크업)	레트로 메이크업	<ul style="list-style-type: none"> · 마릴린먼로, 그레이스 켈리, 오드리 헵번, 재칼린 등의 메이크업 스타일의 재조명 	<ul style="list-style-type: none"> · 20세기 패션코드가 21세기의 코드와 혼합되어 재구성 · 대표적인 유명 스타의 포인트 스타일이 현대적 감각으로 혼합
	미래(미래익스트림, 판타스틱)	궁정 메이크업	<ul style="list-style-type: none"> · 궁정과 귀족 스타일이 절제되면서도 고급스러운 메이크업으로 헤어스타일과 함께 21세기의 새로운 트렌드로 부각 · 황금색 컬러의 유행이 진행되면서 고대 화장의 골드메탈이 다시 유행 트렌드로 부각 	<ul style="list-style-type: none"> · 고급스런 장신구와 함께 자연스러운 메이크업에 귀족의 품위를 느낄 수 있는 보라와 황금색 이용 · 현대적인 이미지 메탈의 반짝이는 효과를 강조하면서 눈, 코, 입의 부분 화장도 충실하게 공을 들여 표현

스트림은 21세기 메이크업 트렌드 중에서 가장 현실적이기도 하지만, 디자이너의 이벤트성 현장에서 줄거리를 가지고 공연처럼 나타나고 있다⁴⁴⁾. 가상성의 하이브리드 메이크업은 <그림 22~25>이다. 그래서, 하이브리드 메이크업 현상에 대한 내용은 <표 2>와 같다.

3) 하이브리드 메이크업 원료 및 제품

(1) 하이브리드 메이크업 원료

디지털 미디어 시대의 화장품은 이미 화장품에서 약으로 옮겨가려고 한다는 것을 알 수 있다. 소비자의 바람이 순수한 화장품에서 잠시 떨어져 의약품 쪽을 향한다면, 그것을 의식한 화장품 만들기가 급선무가 되고 있다. 또 다른 의미에서 ‘약화(藥化)’해 갈 수밖에 없는 것이 치료의 분야이다. 90년대는 치료 코스메틱의 단순한 시작이었다면, 21세기는 생명을 불어넣는 화장품만이 남는다⁴⁵⁾. 새로운 밀레니엄 시대는 주 5일 근무제와 싱글족의 증가와 개인의 가치관 중심으로의 변화로 인하여 건강과 환경에 대한 관심이 고조됨으로써 건강을 생각하는 웰빙 트렌드의 소비가 관찰되며, 자신만의 라이프스타일을 추구하는 경향으로 변화되고 있다⁴⁶⁾. 지구환경 파괴에서 오는 위기감에서 시작해 자연을 보호할 수 있는 소재나 아이템이 개발되고 인간적인 것을 배제하고 자연적인 것에 중점을 두게 되었다.

(2) 하이브리드 메이크업 유형과 제품

유비쿼터스 시대를 맞아 패션 및 뷰티산업도 언제 어디서든 쉽고 간편하게 접할 수 있도록 진보를 거듭하고 있기 때문이다. 미국·유럽 등 선진국의 병원에서는 치료 시 환자에게 편안함을 주기 위해 마사지·아로마테라피·피부미용 서비스를 강화하고 있다. 처치 이외에 미용을 위해하는 심미적 개념의 시장도 있다. 뷰티 기술이 미를 지향하는 본연의

기능 외에도 삶의 질을 높이고 정신적 스트레스를 이완시키는 방향으로 확장되고, 패션과 화장품 산업의 하이브리드 경향을 촉진시키는 매개 역할을 수행하고 있다⁴⁷⁾. 과학 기술의 발전과 복잡 다변해지는 소비자의 욕구는 산업 전반에 ‘멀티태스킹(Multitasking: 한 번에 여러 가지 업무를 수행하는 것)’ 기능을 갖춘 기술의 산물을 요구하고 있으며, 화장품의 미래도 예외일 수만은 없다. 화장품 역시 피부와 두발을 가꾸고 향기를 내뿜는 본연의 임무에 아울러 다기능 복합화를 요구하고 있다. 우선 고정관념을 깨는 화장품 원료의 다양화는 이미 상당히 진보적인 수준에 도달해 있다. 고갈된 소재의 한계와 갈수록 첨예해지는 기술경쟁 시대에서 창의적 발상을 통해 만든 ‘화장품 그 이상의 화장품’은 의외로 새로운 기회를 여는 마법의 열쇠가 될 수 있을 것이다⁴⁸⁾.

IV. 디지털 미디어 시대의 하이브리드 패션과 메이크업

1. 패션의 하이브리드

디지털 미디어 시대를 중심으로 패션과 메이크업의 하이브리드 유형과 양상은 3가지 유형으로 분리하였다. 패션에서 전개되고 있는 하이브리드의 유형은 상호작용성, 이동성, 가상성의 하이브리드 등 3가지의 유형으로 나타났다.

2. 메이크업의 하이브리드

메이크업의 전개도 패션과 같은 3가지 유형으로 분류하여 메이크업에서 전개되고 있는 하이브리드의 유형은 상호작용성(Interactivity), 이동성(Mobility), 가상성(Virtuality)의 하이브리드 등 3가지의 유형으로 나타났다.

본 연구의 결과는 <표 3>과 같다. 디지털 미디어 시대의 패션에서 전개되고 있는 하이브리드의

44) 양취경, 김경란, op. cit., p. 373.

45) 齊藤薰, “21세기의 여성들이 요구하는 화장품,” *화장품 정보집* 9, 10월호 (2002년 2월 9일).

46) 최정원, “주 5일 근무 직장인의 라이프스타일과 의복구매행동에 관한 연구” (숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 2003), p. 77.

47) “뷰티+IT 융·복합화 현상 가속화,” *화장품 신문* (2007년 9월 10일), p.14.

48) “카페인·니코틴·페로몬 등 원료 다양화. 다기능 복합화 지향,” *화장품 신문* (2007년 9월 10일), p. 23.

〈표 3〉 패션과 메이크업의 하이브리드 현상

유형	상호교환성	이동성	가상성
현대패션의 하이브리드	절충적인 혼합을 기본으로 과거에 있었던 스타일이나 장르와 혼합과 병치로 나타났다.		
하이브리드 패션 유형	· 재미(fun)과 하이패션의 결합 · 이지웨어(캐주얼, 특수복, 작업복, 유니폼)와 하이 패션의 결합	· 전통복에서의 차용(중국, 일본, 한국 전통과의 결합) · (러시아, 알프스, 모로코) 이질적인 나라와의 결합	· 가까운 과거와의 결합(50, 60년 대와의 결합) · 프로그램의 치환과 혼합으로 새로운 의복 개념 확립
하이브리드 메이크업 유형	· 해체 메이크업 · 뱀프 메이크업 · 캐포즈 메이크업	· 전통적 메이크업 · 에스닉 메이크업	· 레트로 메이크업 · 궁정 메이크업
패션과 메이크업의 연계성	· 장르에 따라 혼합되고 병치됨	· 독립된 장르로 나타남 · 단편화된 정보가 이질적 결합으로 나타남	· 50~60년대의 패션 아이콘이 동일하게 나타남 · 과학적 미래이미지와 혼합

유형은 상호작용성의 상류와 하류의 하이브리드, 주류·비주류의 하이브리드로 나타났다. 이동성의 동양과 서양의 하이브리드, 가상성의 과거, 현재와 미래의 하이브리드 유형으로 나타났다. 디지털 미디어 시대의 메이크업에서도 전개되고 있는 하이브리드 유형은 상호작용성의 상류와 하류의 하이브리드, 주류·비주류의 하이브리드 유형으로 나타났다. 이동성의 동양과 서양의 하이브리드, 가상성의 과거, 현재와 미래의 하이브리드 유형으로 나타났다. 하이브리드 유형은 절충적인 혼합을 기본으로 과거에 있어왔던 스타일이나 장르와의 혼합과 병치로 나타났다. 패션에서의 하이브리드로 인한 트렌드가 메이크업 트렌드와의 완전한 일치는 일어나지 않았다. 디지털 미디어 시대로 인해 패션과 메이크업은 인간의 외형미를 표현하는 전체 틀 속에서 유기적으로 작용하면서도, 각각의 독립된 영역에서 독립된 트렌드가 있음을 의미하는 것이다. 이는 메이크업이 코드에서 패션의 부속, 보조적인 역할로 항상 패션의 영향을 받는 것이 아니라, 그 반대의 현상도 나타날 수 있음을 의미하는 것을 알 수 있었다.

V. 결론 및 제언

21세기 디지털 미디어 시대에 하이브리드는 하이브리드 미디어를 비롯하여 사회 전반에서 보여지고 있다. 디지털 미디어 시대에 나타난 패션과 메

이크업의 하이브리드 현상은 몇몇 가지의 현상의 조합이 아닌 동질적이면서 이질적인 것들과의 잡종과 같은 현상으로, 기존의 분류법으로 구분하거나 설명할 수 있는 현상이 아닌, 하이브리드의 이론으로만 설명이 가능한 현상으로 나타났다. 디지털 미디어 시대의 하이브리드 경향으로 패션과 메이크업에 나타나고 있는 디자인과 관련 제품의 특징을 파악함으로써 다양한 양식으로 혼재하고 있는 패션과 메이크업의 한 흐름을 규명하고, 앞으로의 디자인과 관련 제품의 방향을 논의할 수 있는 근거를 마련하는데 본 연구의 목적을 두었다. 첫째, 디지털 미디어 시대의 사회적인 특징으로는 상호작용성, 이동성, 가상성으로 도출할 수 있었다. 둘째, 디지털 미디어 시대의 패션에서 전개되고 있는 하이브리드의 유형은 상호작용성의 상류와 하류의 하이브리드, 주류·비주류의 하이브리드로 나타났다. 이동성의 동양과 서양의 하이브리드, 가상성의 과거, 현재와 미래의 하이브리드 유형으로 나타났다. 셋째, 디지털 미디어 시대의 메이크업에서도 전개되고 있는 하이브리드 유형은 상호작용성의 상류와 하류의 하이브리드, 주류·비주류의 하이브리드 유형으로 나타났다. 이동성의 동양과 서양의 하이브리드, 가상성의 과거, 현재와 미래의 하이브리드 유형으로 나타났다. 넷째, 하이브리드 유형이 채택하는 양상은 절충적인 혼합을 기본으로 과거에 있어왔던 스타일이나 장르와의 혼합과 병치로 나타났다. 다섯째, 패션에서의 하이브리드로 인한 트렌드가

메이크업 트렌드와의 완전한 일치는 일어나지 않았다. 이는 패션과 메이크업이 인간의 외형미를 표현하는 전체 틀 속에서 유기적으로 작용하면서도, 각각의 영역에서 독립된 트렌드가 있음을 의미하는 것이다. 이는 메이크업이 코디에서 패션의 부속, 보조적인 역할로 항상 패션의 영향을 받는 것이 아니라, 그 반대의 현상도 나타날 수 있음을 의미하는 것이다. 디지털 미디어 시대에 패션과 메이크업은 여러가지의 예술 개념이 도입되어 여러 변화된 양상이 혼재되는 경향을 보이고 있다. 디지털 시대의 문화적 특성을 고찰하고 패션과 메이크업에서의 하이브리드와의 연관성을 분석해 알아본 결과, 패션과 메이크업에의 하이브리드 현상에 대해 융·복합화의 디지털 시대라는 시대적인 조건하에 패션과 메이크업 트렌드 및 제품에서 하이브리드가 여러 부분에서 다양한 전개가 되었으며, 적용되었다는 것을 알게 되었다. 또한, 디지털 시대의 하이브리드 현상은 패션과 메이크업을 주도하는 중요한 문화적 현상임을 알 수 있었다.

이상의 결과에서 디지털 미디어 시대를 맞이하여 하이브리드 영향으로 패션과 메이크업에 나타나고 있는 특징을 알아보고, 본 연구의 결과를 통해서 관련 업계의 향후 제품의 방향과 마케팅 자료에 도움을 줄 수 있는 객관적인 자료에 보탬이 되고자 행하여졌다. 추후 연구를 위한 제언 및 한계점을 제시하면, 첫째, 하이브리드는 21세기에 들어 디지털 미디어 시대를 배경으로 미디어 및 패션과 메이크업에서 트렌드로 부각되기 시작하였다. 그러나 패션과 메이크업에서의 하이브리드는 아직 시도 차원으로, 이러한 시도와 연구가 체계적으로 정립, 전개될 수 있도록 이론적 연구가 요구된다. 둘째, 하이브리드 패션과 메이크업은 다양한 변화 유형을 창출할 것이다. 이러한 변화 유형에 관한 이론적 토대를 제공하기 위한 지속적인 관찰과 심도 깊은 연구가 필요하겠다.

참고문헌

- 강혜승 (2008). “현대 패션디자인의 디지털화 현상에 관한 연구.” 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 고현진 (2006). “컨버전스 트렌드에 의한 패션 디자인.” *복식학회지* 56권 7호.
- 권민희 (2008). “디지털 미디어에 나타난 하위문화 패션 스타일 분석 및 디자인 개발.” 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 김미현 (2005). “융합화 문화 변화에 따른 패션 패러다임 특성 연구.” 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 김지희 (2007). “디지털유목민 문화를 위한 현대 패션디자인의 특성 연구.” *한국의류산업학회지* 9권 1호.
- 김지희, 유태순 (2007). “현대패션디자인에 나타난 디지털문화의 감성성에 관한 연구” *복식학회지* 57권 8호.
- 네이버, 위키백과사전 [2009년 7월 17일 검색]; available from World Wide Web@<http://ko.wikipedia.org>
- 양취경, 김경란 (2005). “다문화시대 하이브리드 패션과 메이크업에 관한 연구.” *복식문화연구* 13권 3호.
- 우주형 (2008). “21세기 패션의 휴대가능성 시스템.” 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 이민정 (2003). “현대 패션에 나타난 디지털 커뮤니케이션 문화의 영향에 관한 연구.” 연세대학교 대학원 박사학위논문.
- 임영자, 한윤숙 (2001). “현대패션에 표현된 하이브리드 경향 연구.” *복식학회지* 51권 5호.
- Jean Paul Gaultier 2009 F/W [2009년 7월 17일 검색]; available from World Wide Web@<http://www.vogue.co.kr>