

밀리터리 룩(Military Look)에 나타난 하이퍼리얼(Hyperreal)

- 산업시대이후부터 현대까지 -

이 송 림

동덕여자대학교 패션전문대학원 패션학과

A Study on the Hyperreal in the Military Look

- From the Industrial Age to Modern Times -

Song-Lim Lee

Ph.D., Dept. of Fashion, DongDuk Women's University

(투고일: 2010. 10. 12, 심사(수정)일: 2010. 12. 21, 게재확정일: 2011. 1. 5)

ABSTRACT

It will be very effective in studying fashion images that reflect society to investigate the process of the images of military uniforms becoming fashion with the images as the original or image changes in the military look in relation to The hyperreal of the Simulation phenomenon. The foundation of the study was set up by studying *simulation* and *simulacra*. Studying the *simulation* phenomenon in fashion was followed by explaining the aspects of *simulacra* and the *hyperreal* in image changes in fashion to study and analyze the *simulation* phenomenon of the military look based on the findings. The study examined the military look from the Industrial Age to modern times through *simulation* and the *hyperreal* in the military look of modern fashion through the changes of images that started with military uniforms. Those research efforts led to the following conclusions: Looking into fashion through the military look reveals that The *hyperreal* made its appearance in most cases with few cases of the 1st and 2nd *simulacrum*. And *hyperreality* was closely related to media in fashion under the influence of media. In short, fashion and copy are in an inseparable relation, and the *hyperreality* phenomenon has always been present in modern fashion.

Key words: *Hyperreal*(하이퍼리얼), image(이미지), military Look(밀리터리 룩), *Simulation*(시물라시옹),

I. 서론

현대를 이미지의 시대로 정의하고 있는 보드리야르의 시뮬라시옹 이론은 원본의 반영으로 나타난 이미지가 아닌 이미지 자체가 주체가 되는 현상, 하이퍼리얼(hyperreal)에 기반을 두고 있다. 하이퍼리얼은 원본과 관계가 없는 순수한 이미지이다. 또한 보드리야르는 하이퍼리얼을 산업시대 이후부터 현대까지의 현상으로 설명하였다.

패션의 특성을 고려 할 때 패션에 있어서 이미지를 이해하고 창조하고 유지하는 것은 무엇보다 중요하다. 그러므로 이미지를 정의한 보드리야르의 시뮬라시옹을 바탕으로 패션이미지에 대해 연구하는 것은 의의가 크다고 생각된다.

시뮬라시옹 현상에 대한 타 분야에서의 선행 연구는 많으나 패션에서의 선행연구는 남수진¹⁾이 2001년에서 2006년까지 파리컬렉션을 중심으로 현대 패션에서 시뮬라시옹 현상을 분석한 것으로 현대 패션에서 시뮬라시옹 현상이 증가하고 있음을 밝히고 있다.

본 논문에서 밀리터리 룩을 대상으로 한 것은 전투를 위한 기능성 의복으로써의 군복과 이를 이미지화 시킨 밀리터리 룩과의 구분이 뚜렷하기 때문이다. 그러므로 군복을 원본으로 군복의 이미지가 밀리터리 룩에 나타난 이미지변화를 시뮬라시옹 현상의 하이퍼리얼과 연관하여 연구하는 것은 패션이미지를 연구하는데 매우 효과적일 것으로 판단되었다. 본 논문은 군복에서부터 출발한 이미지의 변화를 통하여 현대패션에 나타난 밀리터리 룩의 하이퍼리얼을 연구하고자 한다.

본 논문의 의의는 보드리야르의 이론을 바탕으로 밀리터리 룩을 분석함으로써 패션에서 이미지를 보다 잘 이해하고 현대 패션에서 이미지를 창조하는데 하이퍼리얼을 효과적으로 활용할 수 있는 초석이 되는 것이다.

II. 연구 방법 및 내용

본 논문의 연구 목적을 위하여 다음과 같이 연구하였다.

연구 범위는 보드리야르가 하이퍼리얼이 주로 나타나는 시기로 언급한 산업시대(1950년대) 이후부터 현대까지로 하였다.

연구대상은 산업시대(1950년대) 이후부터 2009년까지 복식사에 언급되어 있는 패션에 영향을 미친 전쟁과 군복을 중심으로 연구대상을 선정하였다. 또 연합군이 참여한 최근의 전쟁인 걸프전과 군복은 선행연구인 추미경²⁾의 연구에서 패션에 영향을 미친 연구를 토대로 선정하였다. 이렇게 선정된 군복을 바탕으로 밀리터리 룩은 복식사를 비롯한 관련 문헌과 선행 연구, 인터넷, 컬렉션, 패션잡지, 신문기사를 대상으로 조사 분석하였다. 현대의 밀리터리 룩을 연구하기 위해서 현대패션을 직접적으로 대변하고 있는 2000년 이후의 컬렉션을 대상으로 하였다. 2000년 이후 컬렉션 자료 사진은 www.firstviewkorea.com와 www.style.com에서 밀리터리 룩으로 분류한 컬렉션 사진을 중심으로 선정하였다. 선정된 사진은 패션 전문가 5인의 검증을 거친 후 연구 대상으로 하였다.

연구내용은 시뮬라시옹과 시뮬라크르를 연구하여 본 논문의 토대를 세우고자 하였고 이는 패션에서 시뮬라시옹 현상을 연구하기 위한 이론적 토대이다. 또한 패션에서 시뮬라시옹 현상을 연구하고 패션에서의 이미지 변화에서 나타나는 시뮬라크르의 모습과 하이퍼리얼을 설명하였다. 본문에서 이를 토대로 밀리터리 룩의 시뮬라시옹 현상을 연구 분석하고자 한다.

III. 하이퍼리얼(Hyperreal) 현상

‘하이퍼리얼’은 순수이미지를 말하며 실제와 무관한 허상이다. 이는 보드리야르의 이미지 변화 단계의 후반부에 나타나는 이미지이며, 시뮬라크르의 세 가지 질서의 마지막에 나타나는 시뮬라크르이다.

시뮬라크르의 세 가지 질서

시뮬라크르는 모방과 모조안의 이미지로 만들어지는 자연적인 사물 혹은 자연주의자 즉, 사람이다. 조화로우며 낙관주의자적이고, 신의 이미지에 따라 자연의 이상적인 회복과 그 이상적인 제도를 목표로 하는 자연적인 것, 혹은 자연주의자이다. 시뮬라크르는 에너지와 힘 위에, 기계에 의한 물질화 위에, 그리고 모든 생산 시스템 속에 세워지고

끝없는 에너지의 행방과 세계화 그리고 지속적인 팽창의 프로메테우스적 목표를 가진 생산적인 것 혹은 생산주의자이다.

시물라시옹의 시물라크르는 완전한 조작성, 하이퍼리얼리티, 완전한 통제를 목표로 하는 정보, 모델, 정보통신학적 게임으로 만들어진다.³⁾

처음 시물라크르는 자연모방과 모조의 이미지로 만들어지는 사물의 이미지로써 산업혁명 이전시대가 여기에 속한다. 두 번째 시물라크르는 기계에 의해서 만들어지는 이미지이며 생산지양의 시대인 산업혁명부터 산업시대까지에 해당한다. 마지막 시물라크르는 정보, 정보통신, 모델에 의해 만들어지는 이미지이며 산업시대 이후 현재까지가 여기에 속한다.

따라서 이미지 변화 과정에서 나타난 시물라크르를 통틀어서 한 단어로 시물라크르로 번역하기가 어려운 것은 초기 단계에서 시물라크르는 실체와 관련이 있지만 후반의 단계에서는 시물라크르가 실체와 상관이 없는 순수한 이미지 하이퍼리얼(hyperreal)이기 때문이다.

보드리야르가 말한 하이퍼리얼은 이미지 변화 단계 후반부에 집중되어 해당하는 것을 일컫는다. 이때 시물라크르는 실체는 사라지고 이미지만 남기게 되는데 이는 순수한 이미지로써 파생하여 다른 하이퍼리얼을 만든다. 더 이상 어떤 지시물이나 대체물을 갖지 않고, 원본이나 실체가 없는 재조합에 의해 발생하는 것이기 때문에 이를 각각의 재조합의 결과를 '하이퍼리얼'이라고 부른다.⁴⁾

따라서 이미지가 시물라시옹을 거둬하면서 변화되어 실체와 관계없는 이미지만 남게 되는 순간에서부터 다시 이 이미지가 경계를 허물고 이미지를 합성하고 또 다른 이미지를 만드는 무한 조합의 이미지 모두를 하이퍼리얼이라고 정의해야 한다.

보드리야르는 기존의 가치와 경계, 영역을 무너뜨리는 새로운 과정, 즉 시물라시옹 과정이 오늘날의 사회를 지배함에 따라 이것이 새로운 유형의 '하이퍼리얼한' 사회질서를 구성하게 된다고 주장한다.⁵⁾ 즉, 존재하는 현실과 어떤 관계를 가지고 있지만 실재하지 않는 현실 '이미지'가 현실에 영향을 미치는 사회이다.

1. 과학적인 측면에서 하이퍼리얼

과학에서 모델은 현실의 축소 모형이 아니라 오히려 지닐한 제작이며 그 모델을 활용하여 설명하기 쉽게 대상의 복잡한 관계와 구조를 단순화시켜 독해토록 한다. 이 경우 모델을 이용하여 과학적 상상력이 현실 속에서 새로운 관계를 발견하는 것이다. 모델은 하나의 픽션이다. 그 픽션이 새로운 현실을 지시하는 것이다.⁶⁾

사용 목적은 사람들이 일상적으로 경험하기 어려운 환경을 직접 체험하지 않고서도 그 환경에 들어와 있는 것처럼 보여주고 조작할 수 있게 해주는 것이다. 구체적인 예로서, 탱크·항공기의 조종법 훈련, 가구의 배치 설계, 수술 실습, 게임 등 다양하다. 가상현실 시스템에서는 인간 참여자와 실제·가상 작업공간이 하드웨어로 상호 연결된다. 가상현실 시스템에서는 가상적인 환경에서 일어나는 일을 참여자가 주로 시각으로 느끼도록 하며, 보조적으로 청각·촉각 등을 사용한다. 시스템은 사용자의 시점이나 동작의 변화를 감지하여 그에 대응하는 적절한 변화를 가상환경에 줄 수 있다.⁷⁾ 웹스터 사전에서 가상현실은 컴퓨터에서 제공되는 소리와 시각적 센서를 통하여 경험되는 인공적인 공간, 환경 안에서 일어나는 사람의 행위, 그리고 가상현실을 만드는 데 사용되는 기술이라고 하였다.⁸⁾ 이는 현실에 존재하지 않는 공간이며 하이퍼리얼한 공간이다.

가상현실 장치의 기술적 진보와 대중적 보급은 가상현실이란 용어가 사용되는 범위 자체를 확장시키기에 이른다. 가상현실은 로봇을 이용한 화성탐사와 원격진료 그리고 비행시뮬레이션 하드웨어와 같이 컴퓨터와 연결된 데이터 클러브, 데이터 슈트(Data Suit)를 부착하고 3차원의 환경에서 감각적으로 몰입하여 상호작용하는 가상시뮬레이션, 가상조정, 가상워크스테이션 일반을 통칭하게 되었다. 애초에 특정 하드웨어를 가리키기 위해 도입된 '가상현실'은 컴퓨터 그래픽 기술을 통해 실체를 정밀하게 구현하는 것을 지칭하던 기존 용어인 시물레이션까지 흡수한다.

다시 말하면 가상현실은 기술력을 바탕으로 볼 수 있게끔, 느낄 수 있게끔 만들어진 공간이다. 이는 현실의 모델이 되는 공간이며 설계도가 있는 공간이다.

이런 하이퍼리얼한 공간은 현실과 같은 조건으로 만들어져 있지만 현실이 아닌 공간으로 이상적인 모델이 현실생활의 기준으로 제시되고 있다. 예를 들어 전(戰)시에 미사일발사는 스크린에 그려진 곡선과 점들의 변화를 보고 발사시킨다. 이는 가상세계인 스크린은 실제의 지형과 실제 사람에게 영향을 미친다. 그러나 미사일발사를 하는 조종사는 현실의 사람을 보고 있는 것이 아니라 스크린 속의 기호이다. 이는 현실의 모델로 가상공간이며 하이퍼리얼인 것이다.

2. 사회적인 측면에서 하이퍼리얼

라이드는 기술적으로 접근해서는 '사용자가 어떻게 해서 모의된 세계를 응당 감정적이고 사회적인 반응이 일어나는 장소로 받아들여지게 되는지를 설명할 수 없다'면서 가상현실을 '기술이 아닌 경험, 감각적 경험이라기보다는 상상적 경험'으로 정의할 것을 제안한다. 이로써 가상현실을 경험하는데 흔히 언급되는 여타의 장비가 필요치 않게 된다.⁹⁾ '밸리 댄스'를 무대라는 가상 공간, 가상현실로 옮겨서 조명과 음악을 설치하고 무대 시설을 하고 밸리 공연을 하였을 때 원주민에 의해 보여지는 밸리 댄스 보다 훨씬 뛰어난 무대라는 가상현실을 통한 발리댄스는 원본의 발리 댄스보다 사람들에게 더 많은 감동과 상상력을 낳는다.

보르리야르의 견해에 따르면 하이퍼리얼(hyperreal)은 언제나 이미 재생산되고 재건축된 것 즉 자신의 모델을 완벽하게 예시하는 것이다. 따라서 하이퍼리얼은 모델이 실재를 대체하기 위한 조건이 된다. 광고나 패션쇼에서 표현되는 이상적인 패션 등과 같은 것들로 예시될 수 있다.¹⁰⁾

특히 미디어를 통하여 경험되는 공간, 미디어 안에서 일어나는 사람의 행위, 특히 영화 드라마 광고 등은 실재보다 더 실재 같은 모습으로 그려진다. 오늘날 영상은 조합과 조작이 자유로우며 이를 통하여 만들어진 영화 드라마 광고 즉, 미디어 속에 보이는 가상현실은 사람들의 삶 속에 그 뿌리를 두고 있지만 이상적인 공간 하이퍼리얼한 공간(hyperreality)이다.

심지어 사실을 보도한다고 하는 뉴스까지도 카메라에 의해 선택되어지므로 카메라에 의해 비춰진 것

만 사실이 된다. 바꿔 말하면, 카메라에 의해 보도되지 않는 사실은 사실이지만 사람들에게 알려지지 않으므로 없었던 일이 되는 것이다. 이는 카메라에 의해 선택된 현실, 가상현실이다. 또 반복되어 보도되는 횟수가 많을수록 그 내용에 대한 시청자의 반응은 무감각해지며 실재가 아닌 이미지가 된다. 영화에서 보이는 난투극과 뉴스에서 보도되는 난투극은 크게 차이를 보이지 않는다. 심지어 서로를 모방하기도 한다.

결국 하이퍼리얼은 이상적인 가상현실, 사람이 만들어 낸 창작물이다. 이는 현실보다 더 현실 같은 공간, 경험, 사물, 사람을 의미한다. 예를 들면 드라마, 영화, 광고 같은 시각을 통하여 경험되는 공간, 디즈니랜드, 테마 파크, 서바이벌 게임 같은 체험 공간, 컴퓨터 게임, 네비게이션 같은 과학기술에 의한 공간 등, 뿐만 아니라 실재라고 믿고 있는 역사까지도 박물관을 통하여 새롭게 체험되고 영화의 소스가 되면서 하이퍼리얼이 된다.

오늘날 시뮬라시옹은 정치적, 사회적, 역사적 그리고 경제적 영역에서 극사실주의(hyperrealism)의 가장된 영역을 통합하는 평범한 실재이다. 시뮬라시옹은 '과도하게 현실적인', 즉 현실보다 더 현실적이고 자 하는 경험이나¹¹⁾ 문화 상품의 형태를 취하고 있다. 따라서 오늘날의 재현은 현실보다 더욱 현실감 있게 제작된 하이퍼리얼을 만드는 것이다.

3. 패션에서의 하이퍼리얼 현상

패션이란 변화를 전제로 특정 스타일¹²⁾이 널리 받아들여지는 것을 말하는 것으로 이렇게 만들어지는 스타일은 의상과 장신구를 포함한 신체 위에 걸치는 모든 것으로 만들어지는 이미지를 의미한다. 따라서 스타일은 변화에 의해 만들어지는 결과물이다.

그러나 스타일은 모든 스타일이 같은 이미지를 가지는 것은 아니고 모방으로 나타난 이미지가 있는가 하면, 원본과 상관없는 이미지도 존재한다. 예를 들면 과거 시대의 경우 패션에서 고딕 스타일이라고 했을 때 이는 생활전반에 고딕 스타일의 사고방식으로 생각하고 고딕스타일의 생활양식 안에서 살고 고딕스타일의 외모가 일치한다. 그러나 오늘날 패션에서 고딕 스타일 이라고 했을 때 고딕스타일 그대로 사고하고

고딕 스타일의 생활방식을 의미하지는 않고 이미지만을 의미한다. 또 고딕스타일의 이미지가 다른 이미지와 혼합하여 나타난다. 이런 다른 이미지와 혼합이 되면 될수록 이미지는 원본과 상관관계가 약화되며 다시 말하면 이미지가 독립하여 이미지만 남는 현상이 나타난다. 이때 이미지는 하이퍼리얼이다.

다시 말하면 패션에서 하이퍼리얼은 각기 다른 이미지가 합성하여 만들어지는 이미지를 말하며 여기에 다른 이미지가 첨가되면 하이퍼리얼은 또 다른 하이퍼리얼이 되는 것이다. 이는 이미지에서 이미지로 전위되는 과정이다.

따라서 이미지가 다른 이미지와 혼합하여 서로 관계를 갖게 되며 이렇게 변화가 거듭될수록 처음 원본의 이미지와 마지막 이미지는 상관관계가 없어진다. 그렇다고 처음의 이미지가 사라지고 그 다음 이미지가 존재하는 것이 아니기 때문에 이미지는 계속해서 생성되지만 소멸하지 않는 특성을 보인다.

예를 들면 노동자의 노동복인 청바지가 청년의 이미지를 상징한다든지, 더 나아가 디자이너 브랜드를 통하여 매우 값비싼 고급의류가 된다든지 등등 이럴 경우 이미지는 사실인 노동복의 청바지가 아닌 다른 이미지, 하이퍼리얼된 이미지이다. 청바지의 이미지는 지금도 일용직 근로자들에 의해서 노동복으로 사용됨으로 노동복으로서의 이미지, 청년의 이미지, 고급화된 이미지가 공존한다.

이렇듯 이미지는 생성되고 소멸되는 것이라기보다는 변화한다고 보아야한다. 또한 변화를 거듭될수록 원본과 관계가 약화된다고 할 수 있다. 패션에서 하이퍼리얼은 이미지들이 혼합하여 복합이미지로써 상호텍스트, 혼성모방, 하이브리드 되어 나타나는 이미지와 일맥상통하는 개념이라고 할 수 있다. 패션에서는 색상, 디테일, 등이 첨가되면서 이로 인하여 발생하는 이미지들이 합성되는 것이라고 할 수 있다. 이때 이미지들은 수평적인 개념으로 혼합되는 것으로 이렇게 만들어진 하이퍼리얼은 이미지가 혼재되어 있기 때문에 하나의 스타일을 지칭하는 하나의 이미지로 분류할 수 없다.

또는 미디어에 이해 하이퍼리얼이 나타나기도 한다. 드라마에 등장한 의상이나 패션 브랜드는 드라마

에 의해서 하이퍼리얼이 이루어진다. 예를 들면 섹스 앤드 시티에 나왔던 브랜드 '지미추'는 드라마에 등장하기 전까지는 일반에게 인지도가 높지 않은 브랜드였다. 그러나 드라마를 통하여 지미추는 높은 브랜드 이미지를 가지게 되었고, 이는 상업적인 성공을 가져왔다. 이는 매체에 의해서 이미지가 하이퍼리얼된 것이다.

보드리야르는 오늘날 그 어느 것도 리얼리티가 공허한 기호로 바뀌는 현상에 저항할 수 없다고 한다.¹³⁾ 패션은 이미지 산업이다. 소비 속에서 문화를 통하여 패션의 이미지는 구축되며 패션에서의 하이퍼리얼은 수평적 혼합에 의해서 만들어지거나 미디어에 의해서 만들어진다.

Ⅲ. 하이퍼리얼 형성 배경

시물라시옹의 마지막 단계에서 만들어지는 시물라크르 즉 하이퍼리얼은 소비의 변화 매스미디어의 발달 때문이다. 따라서 이들과 하이퍼리얼과의 관계를 살펴보고자 한다.

1. 소비의 변화

보드리야르는 상품은 상대적으로 조합되는 다른 사물과 완전히 무관하게 그 자체만으로 제공되는 것은 별로 없기 때문에 사물에 대한 소비자의 관계가 변해버렸다고 한다. 즉 소비자는 특수한 유용성에서 사물과 관계하는 것이 아니라 전체적인 의미 속에서¹⁴⁾ 사물과 그 사물을 둘러싼 환경과 관계하게 되는 것이다

예를 들면 스타박스의 경우 스타박스에 들어가서 커피를 사 마시는 것이 아니라 '도시의 여유'를 만끽한 대가로 돈을 지불한다. 고객이 제품을 통하여 얻을 수 있는 모든 감각적인 경험을 일관성 있는 스타일과 이미지로 관리하는 것이야말로 미학적 마케팅의 핵심이라고 할 수 있다. 21세기의 밀레니엄 시대의 키워드는 제품의 소울(soul)을 판매하는 것이라 할 수 있다.¹⁵⁾ 오늘날 상품은 소울(soul)을 필요로 한다. 이는 상품자체의 가치가 아니며 이미지의 가치이다.

따라서 판매를 위해서 상품의 이미지 부여는 점점 더 중요해지고 있으며 이는 상품 자체로 만들어지는 것이 아니므로 상품을 위한 문화는 소비와 시장원리에서 새로운 위치를 차지하게 된다. 다시 말하면 상품에 어떤 이미지를 입히느냐가 상품의 중요한 문제로 대두되면서 소비문화 속에서 이미지의 하이퍼리얼은 끊임없이 요청되는 사안이다.

자본주의 경제를 지탱시켜주는 상품은 문화의 대중화와 더불어 이제는 단순한 사용가치로써 우리에게 전달되는 것이 아니라 시대적 요청에 부응한 새로운 관계¹⁶⁾속에서 문화의 전달자 역할을 하고 있다.

예를 들면 현대백화점(압구정점)은 지하 1층에 필립 스타크(Philippe Patrick Starck)을 비롯하여, 알렉산드로 멘디니(Alessandro Mendini)등 유명 디자이너들의 제품을 모아 '디자이너 컬렉션' 코너를 마련하였다. 이름난 디자이너의 제품을 전시만 하고 있는 것이 아니라 국내의 영화나 CF 등에 등장 했던 소품 중심으로 사람들의 관심을 얻고 있다. 이중 가장 인기를 모으고 있는 것은 영화 '맨 인 블랙'에서 배우 윌 스미스가 앉았던 일명 '달걀의자(볼 체어)'로 핀란드 출신의 아르니오(Eero Aarnio)가 디자인 했다. 라비아니(Ferruccio Laviani)가 디자인한 컬러풀한 투명 실내용은 국내에서 개봉된 영화 '신부'에 나왔던 제품이기도 하다.¹⁷⁾ 이렇듯 영화를 비롯한 미디어를 통한 하이퍼리얼은 일반인들에게 더 많은 관심과 호응을 불러일으키며 실생활에 자연스럽게 흡수된다. 이는 문화의 소비 속에서 자연스러운 현상으로 자리 잡아가고 있다.

이처럼 문화는 소비를 촉발시키는 원동력 역할을 하며 문화 속에서 만들어지는 이미지는 이제는 경제와 분리된 영역으로 존재하지 않는다. 소비 속에서 끊임없이 요청되고 있는 이미지의 생산은 하이퍼리얼이 생성되는 배경이다.

2. 미디어의 변화

소비사회의 매스미디어는 단지 기호로써의 메시지를 생산하는 역할에 의하여만 소비욕망을 형성하는 것이 아니라 메시지의 이미지화에 의한 미적 가상을 형성함으로써 상품미학의 가상성과 욕망을 형성하게 된

다.¹⁸⁾ 그리고 미디어는 원본보다 더 뛰어난 미적 우위를 점유한다. 미디어를 통하여 이미지를 갖게 되는 상품들은 소비를 부추기는 호소력을 지니게 된다. 이 때 상품들은 단순한 사용가치에 의해서 소비를 호소하는 것이 아니라 이미지에 의해서 소비를 호소한다.

이들 가상현실(하이퍼리얼)은 현실 세계의 하나의 기준으로 제시되며 사람들은 이를 모방의 대상으로 삼아 복제한다. 인간에 의해 창조된 가상현실이 인간에게 Ideal 한 모습으로 제시되고 있는 것이다. 미디어 속의 대중문화 드라마 영화 광고 등은 미디어를 통하여 이미지가 전달된다. 패션에서의 사진은 이미지 전달 효과의 중요한 자리를 차지하고 있다.

이는 현실과 현실의 이미지간의 구분이 혼돈되어 있는 문화이다. 이전의 문화에서는 현실과 픽션의 경계는 엄격했고, 픽션의 세계는 현실을 해석해주는 하나의 담론이었다. 그러므로 현실과 픽션은 서로 다른 차원의 현상으로 간주되었지만 여기서는 하나의 연장선상에 있으면서 서로 간섭한다. 이와 같은 현실과 현실의 이미지 간의 혼돈을 보드리야르(Baudrillard)는 시뮬라시옹(simulation) 모델에 의하여 사회생활과 개인의 일상생활이 통제되는 후기 산업사회의 자연스러운 문화 현상이라고 하였다.¹⁹⁾

IV. 산업시대이후부터 현대까지 밀리터리룩의 하이퍼리얼 현상

산업시대이후 소련이 붕괴되기까지는 냉전시대로 전쟁터에서의 전쟁이 아닌 우주개발전 같은 대리전이 팽팽하였고, 실제 전쟁으로는 베트남전이 있었다. 소련 붕괴 이후 전쟁으로는 걸프전쟁이 있었다. 이들 전쟁은 선행연구를 바탕으로 복식과 매우 관련이 깊은 전쟁으로 선별하였으며 이 때 착용했던 군복이 패션에 영향을 준 밀리터리룩을 대상으로 하리퍼리얼 현상을 연구하였다.

1. 냉전 시대

냉전(Cold War)은 미국과 소련과 각 동조 국들 사이에서 제2차 세계 대전 이후 1940년대 중반부터 1990년대 초까지 갈등, 긴장, 경쟁 상태가 지속된 대

립 시기를 말한다. '냉전'이라는 표현은 1947년 트루먼 독트린에 대한 논쟁에서, 버나드 바루크가 썼기 때문에 유명해졌는데, 이것은 무기를 들고 싸운다는 의미의 전쟁(hot war 열전)과는 차이가 있다. 이 시기의 대립은 군사 동맹, 첩보, 무기 개발, 침공, 선전, 그리고 우주 공간까지 미친 경쟁적인 기술 개발의 양태를 띄었다. 두 세력은 값비싼 방어 비용을 썼고, 대량으로 재래식 무기와 핵무기를 증강했으며 수많은 대리전(proxy war)을 치렀다.²⁰⁾

1) 미래 패션에서 비롯된 밀리터리 룩

수많은 대리전 중 하나는 우주선 개발이었다. 소련과 미국은 꾸준히 우주선 개발을 위하여 노력한 결과 소련의 가가린이 우주 비행(1961년), 그리고 1969년 미국의 암스트롱이 아폴로 11호의 달 착륙(그림 1)²¹⁾으로 그 결실을 맺음으로써 대중에게 우주에 대한 관심을 불러일으켰다²²⁾.

패션에서도 이에 영향을 받아 우주복에서 비롯된 미래패션이 소개되었다. 이 당시 앙드레 쿠레주(Andre Correege)는 우주에 대한 호기심으로 달 탐사에 열을 올리고 있는 시점에 발맞춰 space look을 선보였다. 그는 구두가 아닌 독특한 부츠와 은색과 회색을 이용한 미니멀한 우주복과 비슷한 스타일의 밀리터리 룩을 선보였던 것이다.²³⁾ 이는 우주의 이미지와 군복의 이미지를 혼합한 하이퍼리얼이다. 즉, 우주복(그림 1)의 미래적인 분위기와 함께 비행사복과 같은 새로운 이미지(그림 2),(그림 3)로 확장²⁴⁾하여 하이퍼리얼 시켰다. 이는 군복과 우주복의 혼합이다.

우주에 대한 관심과 함께 미지의 세계인 우주는 개척해야 할 대상이고, 우주에 있는 다른 생명체와의 마찰은 미래 패션이 존재함과 동시에 미래의 전쟁도 존재함을 의미했다. 미래패션은 과학, 우주, 미래에 대한 상상력과 60년대의 분위기가 혼합되어 만들어진 하이퍼리얼이다. 즉, 60년대 우주 탐사에 대한 사회적 관심과 더불어 밀리터리 룩은 우주적인 이미지로 하이퍼리얼 되어 있음을 알 수 있다. 60년대 시작된 미래적인 이미지의 하이퍼리얼은 시물라시움에서의 이미지의 재생산이 사회적인 관심과 밀접하게 연관이 되어 있음을 보여주는 것이라 할 수 있다.

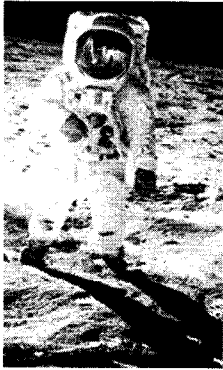
미래에 대한 관심은 영화나 TV를 통해 꾸준히 방영됨으로써 꾸준히 이어졌다. 60년대 이후 칼라TV의 등장은 이 모든 관심을 극대화 하는데 영향을 끼쳤다. 또한 과학적 분야에서의 시뮬레이션 기술의 발달은 SF 영화의 새 장을 열게 하였고, 또 현실에 상용화되기도 하였다. 내비게이션, 화상전화, 리모컨으로 자동차 엔진 가동이 가능한 오늘날의 과학의 힘은 영화와 현실세계의 간극을 좁힌 구체적인 예이다.

더 나아가 기계의 전쟁인 The Terminator(그림 4)²⁵⁾, 인간과 컴퓨터의 전쟁인 The Matrix(그림 5)²⁶⁾, 인간과 돌연변이의 전쟁 X-Man(그림 6)²⁷⁾ 그리고 인간과 로봇과의 전쟁 star world :클론전쟁(그림 7)²⁸⁾ 등과 같은 영화가 만들어지게 되었다. 이것들은 발달된 문명으로 인한 폐단을 전쟁으로 영상화하여 주로 위협에 빠진 인간과 지구를 주제로 하고 있다. 이들 영화에서 보여주는 인간과 기계문명의 관계는 적대관계를 가지기도 하지만 때론 합치를 보여 주기도 한다.

이렇게 만들어진 이 영화들에 대한 대중의 관심은 후속편이 나오도록 까지 하였다. 즉 한편으로 끝나지 않고 터미네이터 경우 1984년에 처음 개봉되어 지금까지 3편의 영화가 만들어졌고 2009년 5월 또 다른 편이 상영 되었다. 매트릭스 경우도 1999년 처음 상영되어 마지막편이 2003년에 끝이 났다. X-man은 2000년도에 처음편이 개봉되고 2009년 4번째 영화가 개봉되었다. 스타워즈는 1977년도부터 2005년도까지 총 6편이 개봉되었다. 이처럼 이런 종류의 영화들은 계속해서 사람들의 이목을 집중시키고 있다.

영화에서 사이보그나 인조인간의 출현은 전쟁을 중심으로 하여 전개되면서 인간 보다 훨씬 뛰어난 능력을 발휘하게 된다. 예를 들면 영화 '터미네이터'에서 터미네이터의 눈은 카메라의 기능과 현미경, 컴퓨터 망원경이 결합되어있는 형태이며 이들의 팔이나 다리는 로봇을 대신하고 있다. 터미네이터는 기계와 인간을 합치시킨 형태로 인간의 능력 이상을 발휘하는 하이퍼리얼된 인류이다.

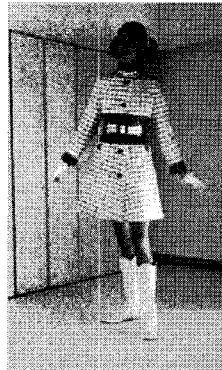
또 'The Matrix 2(매트릭스 2)'에서 보여주는 옷, 안경, 시계 모바일 폰(애니콜 제작) 등은 주변 상황을 제어 가능하게 하는 전자기기이면서 동시에 의상



〈그림 1〉 60년대 달 착륙
<http://www.cft.or.kr>



〈그림 2〉 pierre Gardin
 1966년작, *패션문화*,
 2002, p157



〈그림 3〉 앙드레 꾸레주의
 미래패션 1968년작,
www.naver.com



〈그림 4〉 The Terminator
 1984년작
www.naver.com



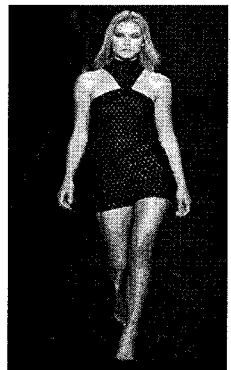
〈그림 5〉 The Matrix,
 2003년작
www.naver.com



〈그림 6〉 X-Man
 2006년작
www.naver.com



〈그림 7〉 Star Wars :
 클론전쟁 2008년작
www.naver.com



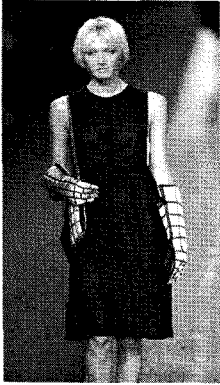
〈그림 8〉 Michael Kors, RTW,
 Newyork, 2003 F/W

의 일부이다. 이들은 직접가지 않아도 시계를 통하여 손가락으로 화면 속의 다른 장소를 제어 한다. 영화 속에서 선보인 모바일 폰은 매트릭스 영화가 상영된 이후 세계적인 흥보효과와 브랜드의 상업적 효과를 가져왔다. 다시 말하면 영화에서 보이는 과학적인 하이퍼리얼이 소비문화의 주역으로 등장하는 것이다. 이는 과학에 의해서 하이퍼리얼 된 세상이다.

‘TIME’지는 ‘매트릭스(The Matrix)’의 영향을 받은 03/04 F/W컬렉션의 마이클코어스(Michael Kors)의 작품〈그림 8〉²⁹⁾과 코스튬 내셔널(Costume National)의 의상을 ‘매트릭스 룩’으로 언급하였고 이 밖에도 랑방(Lanvin) 지방시(Givenchy), 구찌(Gucci)

등 많은 패션 브랜드들이 가족의상을 매트릭스 이미지로 하이퍼리얼 하였다.³⁰⁾

2000년 이후 컬렉션에서는 Chanel〈그림 9〉³¹⁾이 거미줄을 연상하게 하는 장갑으로 돌연변이 이미지를 작품에 하이퍼리얼 시켜 새로운 인류의 이미지를 표현하고 있으며 Alexander McQueen〈그림 10〉³²⁾은 호트리진 머리카락 색깔을 첨가하여 저항적인 이미지를 강조하여 하이퍼리얼 시켰고 Balenciaga〈그림 11〉³³⁾는 미래전사의 이미지로 미래패션을 하이퍼리얼 시켰으며, Balenciaga〈그림 12〉³⁴⁾는 컬렉션 테마로 로봇에 파리지엔트의 감각을 혼합하였고 이는 영화 The Terminator(터미네이터)를 참고하였다³⁵⁾



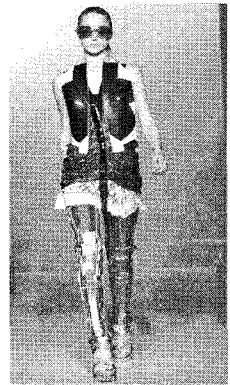
〈그림 9〉 Chanel, RTW, Paris, 2000 S/S



〈그림 10〉 Alexander McQueen, RTW, Paris, 2003 F/W



〈그림 11〉 Balenciaga, RTW, Paris, 2005 F/W



〈그림 12〉 Balenciaga, RTW, Paris, 2007 S/S

미래의 전쟁은 미디어 안에서의 전쟁으로 그 자체가 상상의 전쟁이다. 이는 컴퓨터의 합성으로 대부분의 영화장면이 구성되고 영화 속의 패션도 컴퓨터에 힘입어 만들어진 것이다.

패션과 과학의 결합으로 탈 경계성을 특징으로 하는 미래패션의 한 형태인 사이보그 패션은 컴퓨터가 열어놓은 인공지능과 가상현실의 접목이 만들어낸 새로운 이미지이며, 개성적인 기호와 욕구에 따라 다양한 테크놀로지의 소재, 색상, 연출로써 독특한 느낌을 창조해내는 인공물의 미 즉, 시뮬라크르들로 이루어진 가공미라고 할 수 있다.³⁶⁾ 이는 의복 자체가 컴퓨터이거나 컴퓨터 자체가 의복화 한 영상 내에서의 하이퍼리얼인 것이다. 이것들이 패션에 표현될 때에는 영상매체에서 보이는 이미지만을 수용하여 금속색상, 음악트적 표현, 홀로그램의 프린트 그리고 은빛 화장 등등으로 표현함으로써 컴퓨터와 기계에서 느껴지는 이미지를 시뮬라시온한 것이다.

2. 베트남 전쟁으로 나타난 밀리터리 룩

베트남전은 1960~1975년 베트남과 미국정규군에 의해 반발 되었다. 동남아시아가 공산화 되는 것을 막기 위해 1961년 미국이 본격적으로 전쟁에 끼어들면서 확대되었으나 전쟁에 반대하는 국가 여론에 밀려 손을 떼고, 1973년 파리에서 평화 회담이 열리어 협정이 맺어지면서 외국 군대는 베트남에서 목적을

이루지 못한 채 철수하였다. 그 후 남, 북 베트남 전투는 1975년 월맹군의 사이공 점령 때까지 계속되었으며, 결국 베트남은 공산화 되었다.³⁷⁾

베트남 전쟁에서 영향을 받아 나타난 밀리터리 룩 중에 하이패션에서 나타난 사파리룩과 스트리트 패션인 히피 룩에서 보이는 밀리터리 룩을 조사 연구 하였다.

1) 사파리 룩(Safari Look)

월남전은 정글에서 벌여졌으므로 군복색이 올리브 그린에 가까운 카키색이었다. 한편 1960년대 초반에는 생활의 편리함을 위해 '작은 것이 아름답다'는 소형화(miniaturization)의 붐이 일었고 패션에서 이것은 새로운 디자인의 효과를 위해 사용되었다.

하이패션에서 1960년대의 밀리터리 룩은 주로 쿼터드 폰의 포멀함을 유지하면서도 심플하고 절제된 라인으로 전개되었는데 활동적이고 캐주얼한 스타일도 등장하기 시작하였다. 그 대표적인 예가 4개의 패치 포켓과 허리벨트가 특징적인 사파리룩인데 1968년 이브 생 로랑(Y. S. Laurent)이 발표한 사파리룩으로 큰 인기를 모으게 되었다.³⁸⁾ 이는 베트남 전쟁의 영향과 60년대의 young한 분위기가 혼합되어 나타난 밀리터리 룩이라고 할 수 있다. 1960년대의 밀리터리 룩은 이러한 분위기에 따라 미니멀하면서도 소형화의 분위기를 보여 슬립하고 직선적인 라인으로



〈그림 13〉 사파리 룩
<http://www.cft.or.kr>



〈그림 14〉 사파리 룩
<http://www.cft.or.kr>



〈그림 15〉 사파리 룩
<http://www.cft.or.kr>



〈그림 16〉 Celine, RTW,
 Paris, 2001 S/S

로 작고 어린 소녀풍으로 나타났다.³⁹⁾ 이는 정글에서 이루어진 베트남전에서 군복과 60년대 사회적 무드의 소형화 바람이 어우러지면서, 정글과 60년대 사회적 분위기와 군복의 이미지가 혼합하여 만들어진 하이퍼리얼이 사파리룩이다. 즉, 사파리룩은 베트남이라는 동양지역에서 발발함으로 동양적분위기와 당시 미국적인 분위기가 하이브리드 되어 만들어지는 하이퍼리얼이라고 할 수 있다.

〈그림 13〉⁴⁰⁾의 사파리룩에서는 유니섹스 룩으로 남녀 공통으로 착용하고 있다. 〈그림 14〉⁴¹⁾의 사파리룩은 도시적 이미지를 혼합하여 하이퍼리얼한 것이고 〈그림 15〉⁴²⁾은 사파리룩을 변형한 커플룩에 캐주얼 이미지가 혼합하여 하이퍼리얼 된 것이다. 이상으로 점차적으로 다른 이미지와 혼합하여 변화 되는 모습을 알 수 있으며 이는 하이퍼리얼에서 다른 하이퍼리얼로 이미지가 재생산되고 있음을 알 수 있다.

이후 사파리는 모험과 탐험 미지의 땅에 대한 동경을 시나리오로 하는 영화에서 대부분 등장한다. 특히 사파리룩은 영화 out of Africa(1985)의 흥행과 더불어 시물라시옹되어 일반인들의 의상에 재등장하였다. 이때 사파리 룩의 소비는 급증하였고 이는 패션에 '사파리 룩 유행'이라는 상황을 만들어냈다. 영화 아웃 오브 아프리카(out of Africa, 1985)에 의해서 하이퍼리얼 된 사파리룩은 정글이나 사막과 깊은 관계가 있는 의상으로 이미지가 만들어지고 군복의 이미지는 지워졌다. 이렇게 고정된 이미지를 갖게 된

사파리는 여행에 대한 이미지를 간직한 하이퍼리얼이다. 따라서 영화에서 만들어진 하이퍼리얼이 대중에게 공감대를 형성하게 되면 행동으로 옮겨져서 소비에 영향을 미친다. 즉 이미지인 하이퍼리얼이 현실에 영향을 미치는 것이다.

2001년 Celine는 사파리와 밀리터리 룩을 믹스하여⁴³⁾ 컬렉션을 개표했는데 〈그림 16〉⁴⁴⁾은 길이를 변형한 사파리와 현대의 군대에서 사용하는 목걸이와 군대 이미지의 벨트를 혼합하여 하이퍼리얼 된 것이다.

2) 히피 패션에 나타난 밀리터리 룩

1967년에는 베트남전쟁의 공포와 함께 복식유행에 있어 새로운 이데올로기적 양상이 전개되었다. 정력적인 젊은 세대의 자기 불신적인 분위기와 함께 만연하는 물신주의에 대한 반발로 냉소적인 충격으로부터 벗어난 새로운 생활방법의 하나로 히피족이 대두하였고 1960~1970년대 초 젊은이의 복식 중에서 밀리터리 룩은 베트남전으로 인해 반전 운동이 확산되면서 군대 의복이 젊은이들에게 유행되기 시작하였다. 전쟁을 반대하던 히피들이 잔인하고 불필요한 전쟁을 반대한다는 강력한 메시지를 전달하고자⁴⁵⁾ 군복 스타일을 입으면서 또 다시 군복 스타일이 일반인들에게 입혀지기 시작했다.⁴⁶⁾ 베트남 전쟁에 의해 밀리터리 룩은 기성세대에 대한 반항의 의미로 사용되었다.

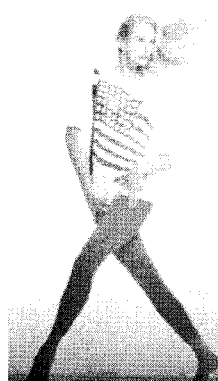
히피들에게 낯은 군복차림이 주된 패션경향은 아



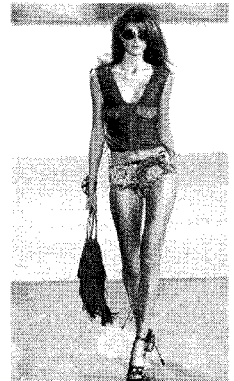
〈그림 17〉 히피가 착용한
밀리터리
<http://www.cft.or.kr>



〈그림 18〉 비틀즈
www.naver.com



〈그림 19〉 Gulf War 당시의
Patriotic fashion
서양복식문화사, 2007, p. 400.



〈그림 20〉 Valentino, RTW,
Paris, 2003 S/S

니었으나 물질적인 부를 비판하면서 가난한 삶을 살았던 히피들에게는 군복은 쉽게 구할 수 있는 물건이었고 젊음을 상징하는 청바지와도 잘 어울려서 곧 많은 유행을 불러일으키기에 충분하였다(그림 17)⁴⁷⁾. 베트남 전쟁은 젊은 청년들 사이에서 안티문화를 불러일으키며, 전쟁을 반대하였음에도 불구하고 머리스타일이나 의상의 요소들은 상당부분 액세서리와 함께 밀리터리 룩을 선호하였고 젊은이들은 카키색이나 위장무늬의 미군 군용 캡을 긴 머리카락에 착용하였다.

밀리터리 룩은 히피문화의 청년들이 저항문화의 한 형태로 자신을 표현하고자 LSD라고 쓰인 배지를 단 군모를 착용하거나 군화를 신고 온몸을 성조기로 휘감은 등 군복을 왜곡시켜 표현함으로써 그 권위를 실추시키려 하였다.⁴⁸⁾ 이렇게 군복이 유행하게 되자 많은 젊은이들이 할아버지나 아버지의 크고 낡은 군복을 그대로 걸치고 다니거나 이를 새롭게 고쳐서 입게 되었다. 아이러니하게도 이들은 군복을 새로 고쳐 입을 때 초창기 긴 머리 시절의 비틀즈(Beatles) (그림 18)⁴⁹⁾나, 롤링 스톤즈(Rolling Stones), Mick Jagger 등 록 스타들의 기발하고 독특한 스타일에서 영향을 받았다.⁵⁰⁾ 이상을 정리하면 히피가 착용한 밀리터리 룩처럼 히피 패션에서 군복을 그대로 착용하고 있는 것을 알 수 있다. 군복에 청바지를 입고 있는 것으로 알 수 있듯이 군복 그대로 착용한 것은 아니고 청바지와 매치하여 변형 시켜서

착용되므로 '변질된 이미지'에 해당한다. 이는 일종의 스트리트 패션의 시초로 이후 밀리터리 룩을 통하여 나타나는 스트리트 패션에 시뮬라시옹된다.

1960~1970년대에 활동했던 비틀즈(Beatles)나, 롤링 스톤즈(Rolling Stones), Mick Jagger 등 록 스타들이 착용한 밀리터리 룩은 장식적인 면을 강조한 예장용 군복을 바탕으로 화려한 칼라를 사용하여 하이퍼리얼 된 것이다. 여기에 영향을 받은 히피 패션에서의 밀리터리 룩은 자유로운 히피정신을 실용적이며 기능적인 군복에 담아낸 것이다. 이때 히피 패션에서 보이는 밀리터리 룩은 전쟁을 의미하지 않는다. 그 이미지만을 시뮬라시옹한 하나의 취향(taste) 또는 스타일로 받아들여지고 있다. 따라서 밀리터리 룩이 히피의 정신과 혼합되어 나타나므로 하이퍼리얼이라고 할 수 있다. 히피패션에서 밀리터리 룩의 하이퍼리얼은 히피가수들의 역할이 매우 컸음으로 하이퍼리얼과 미디어의 관계가 밀접함을 알 수 있다.

3. 걸프전쟁 시대

90년대 초 걸프전은 이라크의 쿠웨이트 침탈이 계기가 되어 1991. 1월 17일~2월 28일까지 미국 영국 프랑스 등 33개 다국적군이 이라크를 상대로 이라크 쿠웨이트를 무대로 전개된 전쟁이다.⁵¹⁾ 미국을 중심으로 한 서방 각국은 유엔안보리의 12개 결의안을 통해 이라크를 침략자로 규정하고 이라크가 쿠웨이트

트에서 철수 하지 않을 경우 무력 사용을 결의하였다. 결국 다국적군의 공습을 받은 이라크가 항복을 하고 유엔 안보리 결의를 받아들여 45일 만에 끝났다. 이라크는 1990. 8. 2 원유과잉공급과 관련해 갈등을 빚어온 쿠웨이트를 전격 침공했다.

결국 이라크와 쿠웨이트의 분쟁해결을 위한 회담이 결렬되면서 90. 8. 2 이라크는 쿠웨이트를 침공, 6시간 만에 수도 쿠웨이트시대를 장악했다. 미국을 중심으로 한 서방 각국은 유엔안보리의 12개 결의안을 통해 이라크를 침략자로 규정, 쿠웨이트로부터의 즉각 철수를 촉구한데 이어 90. 11. 29 이라크에 대해 91. 1. 15까지 철군하지 않을 경우 무력을 사용할 것을 결의했다.

결국 미국은 43만 명의 미 병력을 포함, 33개국으로부터 68만 명의 다국적군 병력을 집결시킨 가운데 91. 1. 17 바그다드에 대한 공습으로 '사막의 폭풍' 작전을 개시한다. 무적을 자랑하던 이라크 공화국 수비대는 42개 사단 중 무려 41개 사단이 궤멸되고 민간인 피해자까지 합치면 최고 15만 명 가까운 희생자를 냈다. 반면 다국적군의 피해는 126명에 불과했다.⁵²⁾

걸프전은 전쟁에 대한 전통적 정의와 아무런 관련이 없다. 걸프전의 경우 미디어를 통해 모든 전쟁 시나리오가 공개되며 이 중 하나를 택해서 실행에 옮기는데 이는 영화 시나리오와 영화의 관계와 다르지 않다. TV를 통해서 생중계되는 전쟁의 장면은 카메라에 의해 선택된 장면이며 이는 스크린을 통해 하이퍼

리얼된 전쟁이다. 카메라의 시각으로 비쳐진 모습만이 기억되는 카메라에 의해 편집된 전쟁이기 때문이다. CNN을 통해 실시간으로 중계되는 전쟁은 미국적 이미지의 전쟁이라 할 수 있다. 실질적으로 미국에 유리한장면만 반영되었다고 하는 지적이 논란의 대상이 되기도 하였다. 그러나 이는 소수의 의견으로 주목을 끌지 못하고 미국이 시장 경제의 주도권을 잡으면서 패션 경향에도 미국적 실용 패션이 전 세계적으로 확대되어 간편하고 캐주얼적인 아메리칸 슈트와 진 패션의 유행이 확장되었고 트레이디셔널의 열풍과 아메리칸 무드<그림 19>⁵³⁾가 패션에도 확산되었다.⁵⁴⁾ 이는 전쟁의 직접적인 영향이라기보다는 전쟁으로 인해서 나타난 권력의 하이퍼리얼이 외모에 나타난 것임을 알 수 있다. 2003년 Valentino의 작품은 <그림 20>⁵⁵⁾은 군복의 이미지와 섹시한 이미지를 혼합하여 하이퍼리얼 된 밀리터리 룩을 창조 하였다.

이 시대의 밀리터리룩의 시물라시옹 현상은 미래 패션, 사파리룩, 히피패션에서의 밀리터리 룩, 그리고 걸프전에서 사용된 전투복 등을 통하여 고찰 하였다. 이상의 결과를 다음 <표 1>에 나타내었다.

<표 1>에 나타난 바와 같이 산업시대이후부터 현대까지 밀리터리 룩의 시물라시옹 현상은 전제가 하이퍼리얼로 나타났다. 이를 구체적으로 살펴보면 미래 패션의 밀리터리 룩은 냉전시대에 세계의 주도권을 잡겠다는 미국과 소련의 열망에 의해서 달 탐사에 대

<표 1> 산업시대이후부터~ 현대까지 밀리터리룩의 시물라시옹 현상

시대	전쟁 군복	냉전시대 우주전 (1945~1990)	베트남전 1960~1975		걸프전 1991
		미래패션	사파리 룩	히피의 밀리터리 룩	걸프전의 전투복
산업시대이후 부터현대까지 (하이퍼리얼)	1960 년대	군복 +우주이미지	미국적이미지+정글의 이미지	군복+청바지 <미디어> :브레이드군복 + 가수	
	1970 년대	↓			
	1980 년대	↓	<영화> : 여행+미지의 세계의 이미지		
	1990 년대	<SF영화> :기계+인간			패션+미국적인 힘
	2000 이후	사이버이미지+기계	사파리룩+ 군복		군복색+섹시미

↓ : 이미지가 계속 나타남을 표시 < > : 미디어를 통해서 하이퍼리얼된 경우

한 경쟁으로 군복과 우주전의 이미지가 혼합하여 나타난 하이퍼리얼이며 이후 기술의 발전, SF 영화의 유행과 더불어 기계와 인간의 혼합에 의해서 계속적인 하이퍼리얼이 만들어지고 있었다. 이렇게 영화를 통하여 만들어지는 이미지는 패션에 영향을 미쳐서 직접적으로 터미네이터, 매트릭스 등의 영화를 디자인 모티브로 사용하여 디자이너들이 컬렉션을 개최하는 것도 알 수 있었다. 따라서 미디어와 하이퍼리얼이 밀접한 관계가 있음을 다시 한번 확인할 수 있었다.

사파리룩은 미국적인 이미지와 정글의 이미지가 혼합하며 만들어지는 하이퍼리얼이고 유니섹스 룩으로 하이퍼리얼 되었다. 이후 영화에 의해서 또 다시 하이퍼리얼 되었고 2000년 이후의 컬렉션에서도 Celine에 의해서 군복의 이미지와 사파리룩의 이미지의 혼합으로 다시 하이퍼리얼 되어 나타났다.

히피 패션은 전쟁에 반대하는 저항운동의 표현으로 군복을 착용하였으며 이후 밀리터리 룩은 히피 가수에 의해서 하이퍼리얼 되고 히피들 사이에서 유행하는 밀리터리 룩에 영향을 미친다. 이로서 하이퍼리얼과 미디어의 영향이 밀접함을 알 수 있었다.

걸프전은 전쟁 그 자체가 하이퍼리얼 된 전쟁으로 패션에 하이퍼리얼 되었다. 과학의 발전으로 현대전쟁은 모든 가상 시나리오를 바탕으로 전개됨으로 영화와 영화시나리오와 같은 관계를 나타내었다. 생중계된 전쟁은 밀리터리 룩에서도 하이퍼리얼로 나타났다. 미국의 힘으로 진행된 전쟁으로 아메리칸 룩이 나타났다. 이는 전쟁에 대한 직접적인 영향에 의해서 패션에 나타난 현상이 아닌 힘의 우위에 대한 하이퍼리얼이다. 컬렉션에서는 걸프전에서 보이는 군복의 색상은 주위 환경에 맞춘 것으로 이를 이용하여 밀리터리 룩에 시뮬라시옹 되고 있었다. 2000년 이후 컬렉션에서는 Valentino에 의해서 군복과 노출을 사용한 여성미가 혼합하여 하이퍼리얼 되어 나타났다.

이상에서 살펴본 결과 산업시대(1950년대)이후 현대까지의 기간에서 패션에서는 사파리룩, 히피패션속의 밀리터리룩, 냉전시대에 시작된 미래패션에 나타난 밀리터리룩, 걸프전에서 나타난 밀리터리 룩에서 모두 하이퍼리얼이 나타나고 있었다.

이 기간은 시뮬라크르의 세 가지 질서 중 하이퍼

리얼에 해당되는 시기로 보드리야르는 시뮬라시옹 시뮬라크르의 시대라고 명명하였다. 밀리터리 룩을 통하여 살펴보았을 때 패션에서도 제1의 시뮬라크르와 제2의 시뮬라크르는 거의 생성되지 않고 대부분의 경우 하이퍼리얼만 나타남을 알 수 있었다.

IV. 결론

본 논문은 시뮬라시옹을 통하여 산업시대(1950년대)이후부터 현대까지의 밀리터리 룩을 연구하는 것으로 군복에서부터 출발한 이미지의 변화를 통하여 현대패션에 나타난 밀리터리 룩의 하이퍼리얼을 연구하고자 한다. 본 논문의 의의는 시뮬라시옹의 현상으로 이미지를 설명하고 있는 보드리야르의 이론을 바탕으로 밀리터리 룩을 분석함으로써 패션 이미지를 보다 잘 이해하고 현대 패션에서 이미지를 창조하는데 하이퍼리얼을 효과적으로 활용할 수 있는 초석이 되는 것이다.

연구 방법은 보드리야르(Baudrillard)의 시뮬라시옹(Simulation)이론은 시뮬라시옹 관련 서적과 선행 논문 등을 통하여 연구하였으며, 이를 토대로 시뮬라시옹 이론을 연구하였다. 연구 범위는 보드리야르가 하이퍼리얼이 주로 나타나는 시기로 언급한 산업시대(1950년대)이후부터 현대까지로 하였다.

본 논문의 결론은 다음과 같다.

1. 패션에서 하이퍼리얼과 미디어는 매우 밀접한 관계가 있음을 알 수 있었다.
2. 산업시대 이후의 현대까지의 기간에서 밀리터리 룩에서 하이퍼리얼 현상이 나타났는데 이는 이미지의 혼합에 의해서 만들어지고 있었다.
3. 산업혁명이후에는 군복 중 사파리의 경우 남녀에게 동시에 영향을 미치고 있었다. 이에 따라 유니섹스 모드가 나타났다.

참고문헌

- 1) 남수진 (2007). *현대패션에 나타난 시뮬라시옹 표현에 관한 연구*. 성신여자대학교 박사학위논문.
- 2) 추미경 (2006). *내용분석법을 이용한 20세기말 밀리터리 룩 디자인 연구*. 원광대학교 대학원 박사학위논문.
- 3) Baudrillard, Jean (1994). *Simulation*. Michigan: Michigan.

- p. 121.
- 4) 홍희선 (2006). *이미지의 차용에서의 시뮬라크르 역할 연구*. 홍익대학교 대학원 석사학위논문, p. 39.
 - 5) 이진숙 (2007). *소비문화 중심의 디지털 이미지에 관한 시뮬라크르 분석*. 홍익대학교 교육대학원 석사학위논문, p. 9.
 - 6) 허수은 (1995). *소비사회에서 예술의 형식문제*. 홍익대학교 대학원 석사학위논문, p. 43.
 - 7) 두산백과사전 (2009). 자료검색일 2009. 4. 2. 자료출처 <http://100.naver.com/100>.
 - 8) 웹스터 사전 (2009). 자료검색일 2009. 4. 2. 자료출처 <http://www.Merriam-Webster.com/dictionary>.
 - 9) 김형신 (2000). *가상현실을 통해 본 맥루한의 커뮤니케이션 공간론에 대한 연구*. 연세대학교 대학원 석사학위논문, p. 33.
 - 10) 배영달 (2005). *보드리야르와 시뮬라시옹*. 서울: 살림, p. 76.
 - 11) 이혜미 (2006). *현대사회에서 이미지 재현의 문제*. 홍익대학교 교육대학원 석사학위논문, p. 38.
 - 12) 김민자 (2004). *복식미학강의1*. 서울: 교문사, p. 17.
 - 13) Baudrillard, Jean (1970). *LA SOCIÉTÉ DE CON-SOMMATION*. 이상물역 (2002). *소비의 사회*. 문예출판사, p. 300.
 - 14) *위의 책*, p. 15.
 - 15) 박혜원, 이미숙 (2002). *레트로 패션의 특성과 문화산업적 의미 연구*. *한국복식학회 52(3)*, p. 183.
 - 16) 박미령 (2005). *현대 패션의 소비이데올로기 분석*. 경희대학교 대학원 박사학위논문, p. 16.
 - 17) 손정미 (2005. 10. 16). 이색매장, 고객눈길 '확'매출 '쑈'. 조선일보. 검색일 2009. 5. 16. 자료출처 <http://news.chosun.com>.
 - 18) 박미령. *위의 책*, pp. 23~24.
 - 19) 김경란 (2004). *다문화 시대 하이브리드 패션과 메이크업에 관한 연구*. 성신여자대학교 대학원 박사학위논문, p. 21.
 - 20) 검색일 2009. 6. 7. 자료출처 <http://ko.wikipedia.org>.
 - 21) 검색일 2009. 4. 4. 자료출처 <http://www.cft.or.kr/library/library>.
 - 22) 검색일 2009. 5. 21. 자료출처 http://www.cft.or.kr/library/library_01_07_h.html.
 - 23) 추미경. *위의 책*, p. 18.
 - 24) 김지영 (1997). *밀리터리 패션에 관한 연구*. 이화여자대학교 석사학위논문, p. 36.
 - 25) 검색일 2009. 4. 4. 자료출처 <http://movie.naver.com/movie/bi/mi/photoView.nhn?code=1020>.
 - 26) 검색일 2009. 5. 4. 자료출처 <http://movie.naver.com/movie/bi/mi/basic.nhn?code=24452>.
 - 27) 검색일 2009. 5. 4. 자료출처 <http://www.xmenthelaststanddvd.com>.
 - 28) 검색일 2009. 5. 4. 자료출처 <http://www.kr.warnerbros.com/clonewars>.
 - 29) f/w 2003 NewYork Ready To Wear Women's collection. *FirstVIEWkorea Collection Online*. retrieved 2009, April 7, from <http://firstviewkorea.com>.
 - 30) 김지선, 엄혜정 (2004). SF영화에 나타난 가족의상의 사이버 레지스탕스미학연구. *한국복식학회, 54(2)*, p. 74.
 - 31) s/s 2000 paris Ready To Wear Women's collection. *FirstVIEWkorea Collection Online*. retrieved 2009, April 7, from <http://firstviewkorea.com>.
 - 32) f/w 2003 paris Ready To Wear Women's collection. *FirstVIEWkorea Collection Online*. retrieved 2009, April 7, from <http://firstviewkorea.com>.
 - 33) f/w 2005 paris Ready To Wear Women's collection. *FirstVIEWkorea Collection Online*. retrieved 2009, April 7, from <http://firstviewkorea.com>.
 - 34) s/s 2007 paris Ready To Wear Women's collection. *Style Collection Online*. retrieved 2009, May 7, from <http://www.style.com>.
 - 35) *Ibid*.
 - 36) 김현수, 양숙희 (2003). 디지털 시대 패션에 나타난 사이버페미니즘 연구. *한국의류학회, 27(11)*, p. 1236.
 - 37) 양보라 (2003). *911테러와 이라크전쟁이 현대복식에 미친 영향에 관한 연구*. 세종대학교 석사학위논문, p. 15.
 - 38) 김지영. *위의 책*, p. 34.
 - 39) *위의 책*, p. 30.
 - 40) 검색일 2009. 5. 20. 자료출처 http://www.cft.or.kr/library/library_01_03_s.html?menuf=01.
 - 41) *Ibid*.
 - 42) *Ibid*.
 - 43) s/s 2001 paris Ready To Wear Women's collection. *Style Collection Online*. retrieved 2009, May 23, from <http://www.style.com>.
 - 44) *Ibid*.
 - 45) 간문자 (1997). 저항패션으로서의 밀리터리룩에 관한 연구. *호남대학교논문집, 18*, pp. 808~812 요약.
 - 46) 한순자 (1999). 밀리터리룩의 스트리트 패션화에 관한 연구. *복식, 44*, p. 24.
 - 47) 검색일 2009. 5. 22. 자료출처 <http://www.cft.or.kr/library/library>.
 - 48) 석은경 (2005). *Retro 경향에 나타난 향장미용문화 연구*. 중앙대학교 의약식품대학원 석사학위논문, pp. 22-23.
 - 49) 검색일 2009. 5. 22. 자료출처 www.naver.com.
 - 50) Batterberry, Michael & Batterberry, Ariane (1997). *Fashion: The Mirror of history*. New York: Greenwich House, p. 370.
 - 51) 양보라. *위의 책*, p. 17.
 - 52) 검색일 2008. 10. 8. 자료출처 <http://terms.naver.com>.
 - 53) 정홍숙 (2007). *서양복식문화사*. 서울: 교문사, p. 400.
 - 54) 양보라. *위의 책*, p. 38.
 - 55) s/s 2003 paris Ready To Wear Women's collection. *FirstVIEWkorea Collection Online*. retrieved 2009, April 7, from <http://firstviewkorea.com>