

# An Analysis of the Modern Fashion Object in Terms of Communication

Jiyoung Youn<sup>1</sup>, Heayeon Kim<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Department of Fashion Design, Ewha Womans University, Seoul, Korea

---

## Abstract

**Background** In the 21st modern society, various kinds of recognition of communication, a survival mode of human society, and its significance are greatly highlighted along with the development of human history. Recently the concept of communication aims for the pursuit of sensitivity and the formation of sympathy over the importance of simple delivery. Accordingly, an object shown in fashion does not only make its meaning and message clear visually along with the expression of the creator's personality, but also plays the role of a medium for the positive communication of the creator's sensitivity. Therefore, the purpose and significance of this study are to investigate the meaning and characteristics of objects as a creative communication method in fashion by classifying and analyzing the utilization method of the modern fashion object and its meaning from the conceptual perspective of communication.

**Methods** In this study, I examined the characteristics of art and fashion objects by period and their meaning alongside the basic concept of communication. Moreover, I divided the concept of communication into types with objects shown in the fashion collections since 2000 by applying 15 basic concepts of communication for the theoretical background, which Frank Dance, a representative scholar of communication in the 20th century, defined, and then elicited the meaning of each concept.

**Results** Fashion objects were divided into 3 types of communications: first, communication through the delivery of symbolic meaning; second, communication through the interaction of process and behavior; and third, communication through memory and play; and the meanings and characteristics were drawn up accordingly.

**Conclusion** The characteristics of the modern fashion objects in terms of communication were shown as the media of polysemantic communication, the space of sharing recognition and having a healing role. Further, it is my hope that this study may lead to future research on the various communicative approaches of humans and society through fashion along with creative design development through objects.

**Keywords** Communication, Object, Symbol, Interaction, Memory

---

*Citation:* Youn, J., & Kim, H. (2014). An Analysis of the Modern Fashion Object in Terms of Communication. *Archives of Design Research*, 27(3), 271-293.

<http://dx.doi.org/10.15187/adr.2014.08.111.3.271>

**Received** Feb. 02. 2014 **Reviewed** : Apr. 04. 2014 **Accepted** : Apr. 04. 2014

**pISSN** 1226-8046 **eISSN** 2288-2987

**Copyright** : This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>), which permits unrestricted educational and non-commercial use, provided the original work is properly cited.

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 필요성 및 목적

오늘날 소통은 단순히 전달한다는 개념을 넘어서 인간과 인간 혹은 인간과 사회와의 상호작용의 의미를 포함하며, 더 나아가 감성추구와 공감대 형성을 지향한다. 인간의 존재 자체가 소통으로서 유지되기 때문에 최근 사회는 인간과 관련된 소통의 변화와 다양한 문제 인식이 새롭게 대두되고 있다.

이와 같은 현상은 패션디자인을 통한 소통에서도 변화를 초래한다. 이는 일차적 역할의 신체보호 외에 시각이미지를 통하여 의미와 메시지 전달의 표현적 기능을 가진다. 이를 두고 양숙희, 한수연(2008)은 패션을 의미와 가치가 생산, 교환되는 비언어적 의사소통의 커뮤니케이션 수단으로 정의하였다. 또한, 로제 보르디에는 오브제를 현대예술에 대한 소통의 변천사로 규정하였는데, 이는 오브제 자체가 개념적이고 상징적인 소통의 도구로서 예술적 표현 확장을 이루고 있음을 뜻한다. 이와 같은 오브제는 현대 패션디자인에서도 빈번하게 적용되고 있으며, 그 활용범위 및 과정이 점차 확대되고 있음을 사례를 통해 알 수 있었다.

기존 선행연구에서는 패션오브제와 패션 소통에 관한 각각의 개별 연구를 살펴볼 수 있었으나, 소통의 요소 자체를 패션오브제에 직접적으로 대응하여 연구한 사례는 미비하였다. 패션오브제 관련 선행연구에 의하면 장남경(1993)은 현실제시로서의 오브제를 조형적 오브제와 독립된 오브제로 분류하여 패션작품에 적용하였으며, 김선희(1997)는 오브제를 소재와 기법으로 분류하여, 형태의 다양화 및 소재 확장의 특징을 가져온다는 연구결과를 제시하였다. 고주영(2001)은 현대 미술에 나타난 오브제를 패션디자인에 응용하여 조형적 구성의 효과와 오브제의 다양한 위치전환 및 착시 등의 외형적 분류로 나누어 분석하였다. 김보영(2010)도 재현된 패션 오브제의 조형성을 중심으로 사례를 분석한 후, 우연성, 초미학적 태도, 성 정체성의 재해석 등 다양한 내적 의미를 도출하였다. 또한, 패션 소통 관련 연구에 의하면 이민정(2003)은 현대 패션에 나타난 디지털 소통문화의 영향을 통해 상호작용성, 이동성, 가상성의 소통 특성을 결과로 제시하였으며, 홍혜림은(2009) 디지털 영상을 활용한 패션쇼의 소통 연구에 대해 사례 분석을 통하여 정보재현과 유희, 혁신적 네트워크 등으로 결론지었다. 마지막으로 이기열(2012)은 패션커뮤니케이션 매체 연구를 패션사진과 패션전시, 패션쇼 등으로 분류하여 공간의 군집, 융합, 이미지 콘텐츠의 다양화 등을 특성과 의미로 도출하였다.

이상의 선행연구 결과에 의하면 현대 패션의 오브제 활용은 조형적 표현의 다양화와 패션 소통의 매체 확장 및 상호작용을 바탕으로 디자인 분야에서 그 개념이 점차 뚜렷이 확대되고 있음을 알 수 있었다. 하지만 연구의 대부분이 오브제의 외형 및 조형적 특성분류와 미술사적 분석의 연구가 주를 이루었으며, 특히 소통의 개념 및 관점에서 오브제를 분석한 사례와 연구는 매우 미비한 실정이다.

따라서 본 연구는 소통의 개념적 관점에서 현대 패션오브제의 활용 방식과 의미를 분류, 분석함으로써 패션에서 창의적 소통 방식으로서의 오브제의 의미와 특성을 고찰하는 것에 그 목적과 의의가 있다.

### 1.2. 연구 내용 및 방법

본 연구는 사회적으로 이해되어지는 소통의 일반적인 개념과 의미를 살펴본 후, 국내외 문헌을 근거로 하여 아트오브제와 패션오브제의 시대별 특성과 의미를 고찰함으로써, 소통의 이론적 체계를 정립하였다. 또한 이론적 배경의 틀은 패션오브제의 소통 유형 분류를 위해 해외 문헌 연구에서 최초로 소통에 대한 다양한 해석과 의미를 체계화하고 개념의 유형화를 제기한 21세기 커뮤니케이션의 대표적인 학자인 프랑크 댄스의 저서 ‘The Concept of

Communication'에서 발표한 15가지 소통의 개념을 근거로 삼았다. 이는 선행 연구를 살펴본 결과 패션에서 표현된 소통의 의미가 일반적 소통의 개념요소에 상당수 포함되어 있으며, 동의어와 유사어 혹은 디자인 표현 방법 등에서 접목과 재해석의 대응이 가능함을 알 수 있었다.

따라서 위와 같은 일반적 소통 개념과 함께 패션디자인의 선행연구에서 살펴본 패션 소통 개념 및 표현방법을 적용하여 현대 패션에 활용된 오브제 사례를 수집하고 분석하는 방법을 취하였다. 주요 연구사례를 수집하는 과정은 먼저 패션오브제 적용범위를 정한 후, 그 범위에 맞게 디자인된 패션컬렉션 작품을 퍼스트 뷰, 스타일 닷 킴, 패션 컬렉션지 등 온오프 라인을 통해 2000년부터 2014년 사이의 사례들로 선별하였다. 오브제 적용 범위는 의상의 소재로 사용된 유닛 형태의 소단위 오브제와 장식 목적의 오브제, 액세서리 개념의 금속류 등은 분석범위에서 제외하였다. 즉, 동·식물을 포함한 기존 기성품의 차용 또는 의상에서 분리하여 객체 자체로서의 의미와 메시지 전달이 가능한 오브제를 범위로 그 사례를 제한하여 연구대상으로 삼았다. 위와 같은 오브제 유형 분류의 기준으로 첫째, 상징적 의미 전달을 통한 소통. 둘째, 과정과 행위의 상호작용을 통한 소통. 셋째, 기억과 유희를 통한 소통 등 3가지 유형으로 분류가 가능하였다.

이상의 연구 과정을 통하여 현대 패션디자인에 나타난 오브제와 소통의 관계를 규명하고 특히, 오브제 사례 분석을 토대로 소통의 유형을 분류하여 그 특성과 의미를 심층적으로 살펴보기로 한다. 이는 현대 패션디자인에서 나타나는 표현 매체 확장 및 시대적 공감 인식을 통하여 패션에 의한 소통의 흐름을 파악하는데 그 의의를 둔다.

다음의 <Figure 1>은 위와 같은 방법에 따른 연구의 흐름을 제시한 것이다.

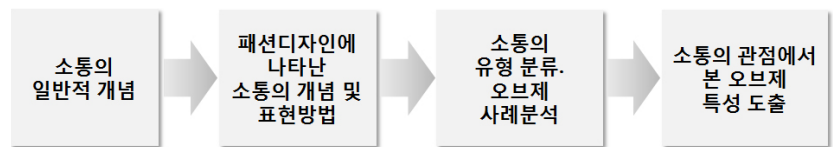


Figure 1 Flow chart

## 2. 소통에 관한 고찰

### 2.1. 소통의 개념

인간의 모든 환경은 소통으로 연결되어 상호작용한다. 이근호(Lee, 2013)는 소통이 생활 전반의 필수적 도구로 기능해 왔으며 인류 역사 자체가 소통의 집적이라고 말하였다. 소통의 사전적 의미는 ‘사람들끼리 서로 생각, 느낌 따위의 정보를 주고받는 일로써 말이나 글, 그림, 그 밖의 소리, 표정, 몸짓 따위로 이루어진다’고 정의하고 있다. 이효성(Lee, 2012)의 연구에서 소통은 영어로 커뮤니케이션(communication)이며 공유, 공감, 공통성을 지향한다고 언급하였다. 오미영(Oh, 2013)은 소통을 시간의 흐름과 상호연결되는 일련의 행위인 ‘과정(process)’이라고 말하며, “커뮤니케이션은 우리가 관련을 맺고 있는 사람 혹은 세상을 통해 메시지를 보내고, 받고, 해석하는 과정이다.”라고 기술하였다. 이와 같은 소통의 개념은 사회의 변화에 따라 다르게 표현되고 있는데, 농경·산업시대의 물질 축적을 위한 소통을 거쳐 정보화시대는 빠르고 정확한 사실위주의 정보 전달이 주요 소통의 개념이었다. 그러나 21세기에는 컨셉과 의미 중심의 감성적 공감대를 형성하는 개념으로 소통이 변화하고 있으며, 이와 같은 감성 소통시대에 따른 패러다임은 삶에 있어 즐거움과 행복의 의미, 목적의식 및 가치 추구를 통한 정신적인 만족감을 중요시하는 시대로 도래하고 있다.

가치변화의 근거로서 현시대 최고의 미래학자인 다니엘 핑크(Daniel Pink)는 그의 저서 [새로운 미래가 온다]에서 미래 환경과 인재의 6가지 조건에 대해 언급하였다. 그 6가지 조건이란 디자인(design), 스토리(story), 조화(symphony), 공감(empathy), 유희(play), 의미(meaning)를 말한다. 이중 의미의 추구는 현대 사회에서 인간을 살아가게 하는 원동력이며, 따라서 소통에서도 이와 같은 의미와 메시지 전달의 개념은 중요한 쟁점으로 떠오르고 있다.

다음의 표<Table 1>는 소통의 개념 중 본 연구에서 다룰 ‘의미와 메시지의 본질’을 중요 핵심으로 정의한 대표적인 커뮤니케이션 이론가 로만 야콥슨(Roman Jakobson)의 모델로 의사소통에서 필수적으로 수반되는 대표적인 근본 요소들을 제시한 것이다.

Table 1 element of communication process

| 1. 발신인         | 2. 수신인  | 3. 코드            | 4. 메시지              | 5. 맥락       | 6. 접촉          |
|----------------|---------|------------------|---------------------|-------------|----------------|
| 메시지 발신자<br>전달자 | 메시지 수취인 | 발신인과 수취인에게 공통 이해 | 보여진 내용과 의미 (정보,콘텐츠) | 메시지가 주어진 상황 | 메시지를 보는 채널(전달) |

위와 같은 커뮤니케이션의 근본 요소를 패션커뮤니케이션 과정에 적용하면 다음과 같다. <figure 2> ‘발신인’은 패션디자이너 및 패션 관련 정보를 제공하는 전달자이며 ‘수신인’은 패션정보를 접하는 대중 또는 수용자를 뜻한다. 패션의상 및 오브제 등의 작품은 ‘코드’에 해당하며 그에 따른 상징과 의미의 ‘메시지’를 패션쇼, 잡지, 매체 등을 통하여 다양한 상황에서 ‘접촉’하여 전달하게 된다.

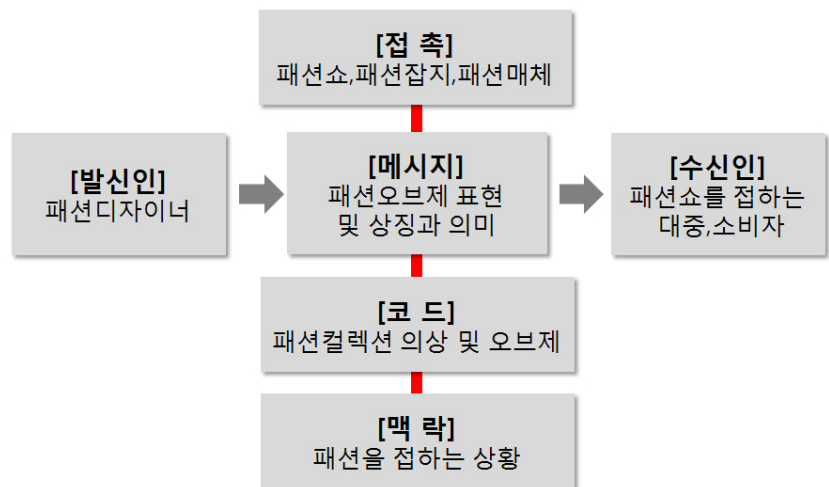


Figure 2 Fashion Communication process

다음은 본 연구의 이론적 근거가 되는 프랭크 댄스(Frank E.X. Dance)<sup>1)</sup>가 정리한 소통의 15가지 개념이다. 그는 한가지의 개념과 정의로 규정짓기 어려운 다양한 소통의 개념을 최초로 의미의 체계화와 개념의 유형화를 제기하여 다음과 같이 15가지로 분류, 정리하였다. <Table 2>

1)연구자주: 1929년 미국 Brooklyn (브루클린) 출생. 20세기 대표 커뮤니케이션 학자. 국제 커뮤니케이션학회 대표역임(1966-1967년) 미국 커뮤니케이션학회 대표역임(1982년)

Table 2 15 concept of communication by Frank E.X. Dance

| 소통의 개념  | 내용  |
|---|---|
| 1. 상징, 언어 (Symbol)                                      | 사고와 사상의 상징, 언어적(기호) 상호교환  |
| 2. 이해 (Understanding)                                   | 타인을 이해하는 수단이며 타인에게 이해될 수 있도록 노력하는 과정<br>종합적인 상황에 반응, 변화, 이동함              |
| 3. 상호작용, 관계 (Interaction, Relationship)                 | 생물학적 수준에서의 상호작용도 소통임<br>모든 행동의 발생은 상호작용, 관계 맺음                            |
| 4. 불확실성의 감소 (Reduction of Uncertainty)                  | 소통은 불확실성을 감소, 효과적인 행동, 자아 보호 및 강화 기능                                      |
| 5. 과정 (Process)   | 전달을 위한 행위 또는 과정<br>정보, 사상, 감정, 의미, 기술 등의 전달                               |
| 6. 전이, 전달, 교환 = 참여의식 (Transfer, Transmissio Interchang) | 맥락을 잇는 것(connection thread)<br>사고가 다른 사고나 사물로 이동, 이동수단, 정보전달, 방법, 지속적인 공유 |
| 7. 연결, 묶음 (Linking, Binding)                            | 비지속적인 부분을 상호 간에 연결<br>생태계의 단절된 부분 타인에게 연결과정                               |
| 8. 공통성 (Commonality)                                    | 하나 혹은 소수가 독점했던 것(의미)을<br>공통적인 것으로 만드는 것                                   |
| 9. 채널, 운반, 루트 (Channel, Carrier, Route)                 | 메시지, 의미 등을 전달하는 수단  |
| 10. 기억회생 (Replicating Memories)                         | 기억을 회생할 목적으로 타인의 주의를<br>환기하는 과정   |
| 11. 차별적 반응, 행동변화, 변화 (Behavior Modifying, Response)     | 자극에 대한 유기체의 변별적 반응<br>두 개체 간의 행동에 영향을 미치는<br>환경적, 물리적 변화를 일으키는 것          |
| 12. 자극 (Stimuli)  | 정보원에서 수신자에 이르기까지 변별적<br>자극들로 구성된 정보 전달 행위                                 |
| 13. 의도성 (Intentional)                                   | 수신자의 행동에 영향을 미치기 위해<br>의식적인 의도를 가지고 메시지를<br>전달하는 형태적 상황                   |
| 14. 시간, 상황 (Time, Situation)                            | 구조화된 전체적 상황에서 다른 상황으로<br>전이(변화)과정   |
| 15. 힘 (Power)   | 힘 <sup>2)</sup> 으로 행해지는 원리 및 구조   |

## 2.2. 소통과 패션오브제

20세기 현대예술의 새로운 소통 사고는 기존의 캔버스와 붓이라는 전통적 재료를 벗어나 오브제(Object)를 활용하게 되었고, 이와 같은 오브제 재료의 다양함과 열린 가능성은 예술에 대한 개념 변화와 표현에 있어 소통의 확장을 가져왔다. 먼저 오브제의 사전적 의미는 물체, 사물, 대상, 객체를 의미하는 프랑스어로 ‘보이거나 만져지거나 다른 방법을 통해 인식되는 것과 주체가 인지할 수 있는 물질적 또는 정신적인 것이다.’라고 정의하고 있다. 또한, 프랑스의 미술 비평가인 로제 보르디에(Roger Bordier, 1999)는 “현대 미술사 전체가 오브제의 소통에 대한 변천사이다”고 규정할 만큼 인상주의로부터 시작한 다양한 현대미술의 흐름 전반에 내재한 공통분모를 ‘예술, 예술가, 오브제의 상호 관계’ 속에서 도출해 내었다.

다음은 시대별 아트오브제의 형성과 전개를 통한 소통의 의미를 살펴보기로 한다. 1912년, 새로운 소통 확장으로서의 아트오브제는 브라크와 피카소에 의해 종합적 입체주의 큐비즘에서 시작되었다. 이후 1910년에서 20년대 반예술적 운동인 다다이즘(Dadaism)의 작가 뒤샹의 레디메이드(Ready-made), ‘샘’은 사물에 대한 새로운 사고를 열었으며, 오브제의 해석에 대해 많은 논란을 일으켰다.

1920년대 중반 초현실주의의 데페이즈망(Depaysement)은 오브제를 본래 기능이 아닌

2)국립국어원. 표준국어대사전 : 스스로 움직이거나 다른 물건을 움직이게 하는 작용. 개인이나 단체를 통제하거나 따르게 함. 일이나 활동에 도움이나 의지가 되는 것. 어떤 일을 할 수 있는 능력이나 역량.

의외의 상황과 장소 속에 위치시키는 전환, 전위, 전치, 조합적인 방법을 말하며, 이를 통해 오브제는 환상을 통한 소통의 새로운 통로가 되었다. 그 후 1950년대 중반부터 미국에서 활성화된 팝아트(Pop art)는 기성 오브제를 도입하여 ‘발견된 물체(Objet trouvé)’로서 새로운 미적 가치를 추구하였는데, 대표적인 작가 앤디 워홀(Andy Warhol)은 제작한 실제 오브제를 반복적으로 보여줌으로써 현대사회의 매스컴을 통한 소통의 반감을 표현하였다. 1960년대 누보 레알리즘(nouveau realisme)은 일상생활의 물체를 직접적 소통의 도구로 가져온 현실발견의 오브제이다. 이처럼 시대에 따라 아트오브제는 다양한 조형양식과 시각체험에 의해 새로운 소통의 장이 되고 있으며, 그 후 미니멀아트, 대지미술, 환경미술, 행위미술, 매체미술 등에 의해 지속적으로 나타나고 있다.

Table 3 Communication Modes of Art Object according to the Art Style

| 오브제 예술 양식                   | 대표작      | 대표 작가 및 주요 기법과 특징   | 소통의 양상                               |
|-----------------------------|----------|---|--------------------------------------|
| 모<br>더<br>니<br>즘            | 종합적 입체주의 |  [1912년] 피카소, 브라크<br>큐비즘, 콜라주<br>공간적 깊이감 부여    | [조형적 오브제]<br>소통 표현 확장                |
|                             | 다다이즘     |  [1925년] 마르셀 뒤샹<br>레디메이드-샘<br>본래의 용도와 의미 박탈    | [독립된 오브제]<br>사물의 새로운 사고<br>소통의 개념 변화 |
|                             | 초현실주의    |  [1925년] 살바도르 달리<br>인간정신의 해방<br>데페이즈망(전위, 전환)  | [이미지 표상 오브제]<br>인간의 정신적<br>소통의 변화    |
| 포<br>스트<br>모<br>더<br>니<br>즘 | 팝아트      |  [1950년] 앤디 워홀<br>묘사적 기성 오브제<br>반복, 확대, 컴바인기법 | [발견된 오브제]<br>매스컴을 통한<br>소통의 반작용      |
|                             | 키네틱      |  [1955년] 장 텅겔리<br>광학적 움직임                    | [키네틱 오브제]<br>관객 체험에 의한 소통의 상호작용      |
|                             | 루보 레알리즘  |  [1960년] 아르망<br>현실오브제 조합, 집적                 | [현실 발견 오브제]<br>사물의 새로운 인식            |

위와 같은 아트오브제 영향을 받은 패션오브제는 1930년대 초현실주의 전성기 무렵 소통 확장을 위한 창조적 실험정신과 자유로운 조형 의지에 대한 공감대에서 시작되었다. 대표적인 패션디자이너는 이탈리아의 엘자 스키피아렐리(Elsa Schiaparelli)이다. 진경옥(Jin, 1997)은 스키피아렐리의 디자인에 대하여 사물의 일상적인 질서에서 시각을 달리하여 인간의 내면 깊숙이 잠재워진 무의식 세계와 현실을 소통하기 위해 초현실주의의 오브제와 특성을 패션에 도입하였다고 언급하였다.

<Figure 3>의 대표작들은 초현실주의에 따라 조형적 표현 영역을 넓혀 패션을 예술로 승화시킨 경우이다.



Figure 3 Elsa Schiaparelli-surrealism fashion

이처럼 1930~50년대 패션오브제는 소재 확장과 재료의 열린 가능성으로 디자인의 창조적 발현을 이루었으나, 특정 디자이너에 의해 일부 표현되었을 뿐이다. 그 후, 1960년대 젊은 세대가 이끄는 팝아트 및 대중문화의 영향으로 패션은 자유로운 성향과 개성표현을 위한 소통의 매개체가 되었으며, 디자이너들은 패션오브제를 통한 실험적 시도와 표현 영역의 확장을 적극적으로 수용하였다. 한편 1960년대 말부터 패션은 인체 인식 표현의 수단으로 섬유 미술가들에 의해 실크스크린, 나염법과 타피스트리, 아플리케 및 직조 기술로 옷을 만드는 ‘미술의상운동(Wearable Art Movement)’이 진행되었다. 1970~80년대의 이세이 미야케, 비비안 웨스트우드, 카스텔 바작 등의 패션디자이너들은 그동안 예술가들에게 초점이 맞추어 제작되었던 ‘미술의상’에 관심을 두고 패션 작품을 예술로 인식하여 다양한 오브제 및 확장된 개념의 재료와 디자인 창조에 힘썼다. 1990년대 세기말 급변화하는 사회적 현상은 오브제 활용 또한 다원화되고 해체주의적 경향으로 나타났다. 최근 21세기의 패션오브제는 디지털 기술 발전과 함께 사회 문화적 문제 인식을 통한 메시지 및 의미 전달의 역할을 수용하며 패션을 통한 감성 소통의 가치를 새롭게 되새기고 있다.

### 2.3. 소통의 유형

양숙희(Yang, 2008)는 그의 저서에서 ‘패션은 메시지를 전달하는 소통의 활동이다.’라고 정의한 것과 같이 패션을 통한 소통은 먼저 일반적 소통에 대한 개념의 이해에서 출발할 수 있다. 우선 소통과 관련된 패션 선행연구들의 유형을 면밀히 살펴 본 결과 빈번하게 사용된 특성과 키워드 등을 아래 <Table 4>와 같이 도출할 수 있었다. 이와 같은 키워드들은 15가지 일반적 소통의 개념 안에 포괄할 수 있었는데, <Table 5>와 같이 각각 기본 개념의 의미와 대응하여, 동의어와 유의어 혹은 관련 단어들을 접목시켜 소통 개념에 대한 이해의 폭을 넓힐 수 있었다. 그 과정의 예로 첫 번째 일반적 소통의 ‘과정’은 패션디자인에 나타난 소통에서 ‘행위와 퍼포먼스’로 적용할 수 있으며, ‘상징’은 ‘의미, 상징, 기호’와 대응되었다. 이처럼 패션디자인에 나타난 소통의 개념은 일반적인 소통의 개념에 대부분이 포함됨을 알 수 있는데, 이는 패션이 소통이라는 큰 의미의 테두리 안에 내재되어 있음을 의미한다. 따라서 이를 각각의 연관성 및 공통점을 찾아 세 가지의 유형으로 재해석 및 분류가 가능하였다.

재분류에 의한 소통개념의 유형은 다음과 같다. 첫째, 과정과 전달, 운반, 행동변화, 반응, 이해, 상호작용 등의 일반적인 개념은 패션에서 행위와 퍼포먼스, 참여, 교류디자인, 네트워크 이용과 이동 전달, 인터랙티브 디자인, 스토리텔링, 재현 등의 방법으로 표현되었으며 이는 결과적으로 ‘과정과 행위의 상호작용을 통한 소통’의 유형으로 재해석되었다. 둘째, 상징과 자극, 의도성, 힘은 패션에서 의미, 감성, 시사, 기호, 확장 등의 개념과 대응하여 ‘상징적 의미 전달을 통한 소통’으로 나타났으며, 마지막으로 기억회생, 시간, 상황, 연결, 공통화 등의 개념은 기억과 유희를 통한 소통으로 분류가 가능하였다. 이와 같은 연구 과정은 아래 표<Table 4, 5>와 같다.



**Table 4** Keywords Shown in the Precedent Study of Communication-Themed Fashion

| 선행연구       | 패션소통 관련 유형 분류 및 특성   | 핵심키워드   |
|------------|--|---|
| 이민정 (2003) | <b>[상호작용성]</b><br>인터랙티브, 퍼포먼스, 행위, 의미교류, 경험<br><b>[이동성]</b><br>변형, 유동성, 유연성, 복합<br><b>[가상성]</b><br>공간 확대, 경험 확장, 현전    | 재현<br>기호<br>설득<br>연대성<br>상호작용<br>인터랙티브<br>퍼포먼스<br>행위<br>과정<br>의미교류<br>경험<br>이동성<br>변형<br>유동성<br>가상<br>확장<br>현전<br>전달<br>이해<br>참여<br>유희<br>네트워크<br>상징<br>혼성화<br>탈구조<br>유기적<br>상황<br>공유<br>감성<br>유도<br>스토리텔링<br>연속성 |
| 곽승희 (2004) | <b>[홍보성] [설득성] [연대성]</b><br><b>[예술성] [패션성]</b>   |   |
| 홍혜림 (2009) | <b>[사실 정보 재현]</b><br>재현, 전달, 이해<br><b>[참여적 유희]</b><br>공간확장, 인터랙티브, 참여, 상호교감<br><b>[혁신적 네트워크]</b><br>의외성, 가상성, 다항성      |   |
| 이지현 (2010) | <b>[다원성] [혼성화] [탈구조화]</b><br><b>[비물질화] [개념화]</b><br><b>[개별성] [가치확장] [유희성]</b><br><b>[체험] [비물질성]</b>                    |   |
| 이은지 (2010) | <b>[다각각 지각 경험, 체험]</b><br><b>[선택적 정보 습득]</b><br><b>[참여를 통한 유희] [부가적 기능 확장형]</b><br><b>[즉각적인 접근] [창작도구형]</b>            |   |
| 정희은 (2011) | <b>[풍자성] [유희성] [관능성] [시사성]</b><br><b>[상징성] 기호, 의미 [크리에이티브]</b>   |   |
| 이기열 (2012) | <b>[공간 군집화] 인체, 오브제 군집화</b><br><b>[다중 감각의 활용] 융합</b><br><b>[이미지 콘텐츠 다양화]</b><br>유기적 형태투영, 상황적 연출<br>유사성, 폐쇄성, 근접성, 연속성 |   |
| 최은영 (2012) | <b>[공감, 참여]</b><br>공유, 감성, 연계, 유도, 스토리텔링   |   |



**Table 5** Process of Classifying Types of communication

| 프랑크 텐스의 소통의 개념 | 패션디자인에 나타난 소통 개념 및 표현 | 소통 개념의 유형           |
|----------------|-----------------------|---------------------|
| · 과정           | · 행위, 퍼포먼스            | 과정과 행위의 상호작용을 통한 소통 |
| · 전이, 전달, 교환   | · 참여, 교류              |                     |
| · 채널, 운반, 루트   | · 네트워크, 이동, 전달        |                     |
| · 행동변화, 반응     | · 인터랙티브, 체험           |                     |
| · 이해           | · 스토리텔링, 설득           |                     |
| · 상호작용, 관계     | · 인터랙티브, 혼성           |                     |
| · 불확실성의 감소     | · 재현, 현전              | 상징적 의미 전달을 통한 소통    |
| · 상징           | · 의미, 상징, 기호          |                     |
| · 자극           | · 감성, 변형, 탈구조         |                     |
| · 의도성          | · 유도, 시사, 의미          |                     |
| · 힘            | · 유동성, 행위, 확장         |                     |
| · 기억회생         | · 유희, 가상              |                     |
| · 시간, 상황       | · 연속성, 과정             | 기억과 유희를 통한 소통       |
| · 연결, 묶음       | · 상호작용, 유기적           |                     |
| · 공동화          | · 공유, 연대성             |                     |



### 3. 소통 유형에 따른 패션오브제 사례 분석

패션 오브제는 디자이너, 오브제, 수용자 사이에 메시지와 의미의 상호작용을 통해 소통을 지향한다. 기존의 형태 변화를 위한 단순한 장식적 효과에서 벗어나 오브제 자체에서 사회, 정치, 문화적인 메시지와 의미 전달의 역할을 하고 있다.

#### 3.1. 상징적 의미 전달을 통한 소통

소통의 대표적인 개념 중 상징은 패션디자인에 있어 은유적인 형식으로 시각화되고 표현의 확장을 이룬다. 사물의 시각적 재현은 외적인 면이 아닌 철학적 본성의 사고를 뜻하는데, 패션오브제는 일반적으로 재료에서 오는 상징적 의미로 해석하는 경우가 많다.

상징적 의미의 첫 번째 사례는 알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen)의 2009 F/W 컬렉션이다. 아래 그림은(Figure 4) 용도 전위를 통해 고정관념이 해체된 새장 오브제로 이 새장에 갇힌 머리와 긴 가시들은 자기학대와 외부와의 단절된 이미지를 상징한다. 이와 같이 오브제의 기능이 전환되어 차용된 사례로 모델 머리 위의 자동차 타이어 휠은 현대 사회에 대한 분노와 반항, 잔인한 유머를 상징하고 있다. 이 컬렉션에 대해 박혜경(Park, 2011)은 죽음의 테마가 맥퀸의 삶과 창조적인 작품세계에 매우 중요한 상징적 의미와 실험적 요소로 작용하여 소통하고 있다고 언급하였다.



Figure 4 2009 F/W-Alexander McQueen

2006년 F/W 마틴 마르지엘라(Martin Margiela)의 오브제 액자는 작품 없이 빈 프레임만 남아 관람자로 하여금 호기심을 유발하며 시각적으로 자극한다. 2008년 F/W 샤넬(Chanel) 컬렉션의 오브제 액자는 현대 물질문화에 비친 '인간성 회복'에 대한 메시지를 풍자적인 모습으로 전달하고 있다. 이 또한 액자 본연의 역할 대신 오브제의 상징하는 바를 상황적으로 전위하여 새로운 의미를 부여해 수용자와 소통하고 있다.(Figure 5)

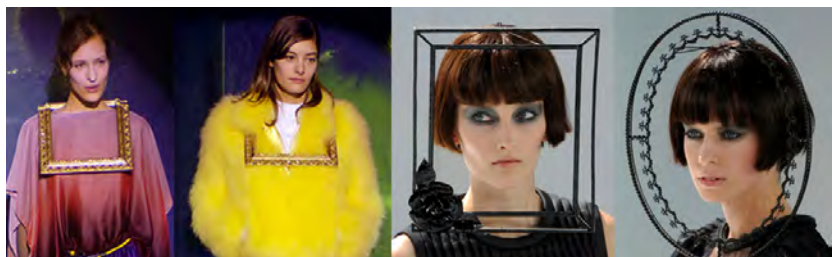


Figure 5 2006 F/W-Martin Margiela, 2008 F/W-Chanel

2005년 F/W 빅터 앤 로프(Viktor & Rolf)는 침구의 기능 및 용도를 바꾸어 과장된 표현

과 시각적인 자극을 통해 일상적인 삶의 변화를 상징적으로 나타내고 있다. 이와 마찬가지로 2009년 S/S 마르지엘라의 컬렉션은 의도적으로 실제 머리와 같은 가발을 의상처럼 착용하여 용도 전위를 통한 ‘개성이 말살된 현대 사회의 인간상’에 대한 경종을 울리고 있다. <Figure 6>



Figure 6 2005 F/W-Viktor & Rolf, 2009 S/S-Martin Margiela

2005년 S/S 언더커버(Undercover)의 컬렉션은 기존의 구태의연한 패션의 풍자를 상징하기 위해 의상을 가위로 자르거나 그 안에서 인체의 내장이 튀어나오는 듯한 디자인으로 표현하였다. 또한, 모델이 쓰고 있는 새장 오브제는 사회로부터 억압된 여성의 성을 부정하고 풍자하기 위한 상징으로 수용자와 소통하고자 한다. <Figure 7>



Figure 7 2005 S/S-Undercover

2004년 S/S 컬렉션에서 존 갈리아노(John Galliano)는 소비사회의 상징인 코카콜라 캔과 자연물인 꽃을 상반되게 차용하여 무분별한 소비사회에 대한 반발을 상징하였다. 2013 FW의 누이스 그레이(Louise Gray)의 주방용품을 패션에 적용한 경우와 2013 FW 컬렉션 존 갈리아노(John Galliano)의 남성의 강한 힘을 상징하고 있는 전갈오브제, 2013 FW 머글러(Mugler)의 현대 사회의 부조리에 대한 고발을 실물 사진기를 등장시켜 사실적인 면을 통한 상징성을 강조하였다.

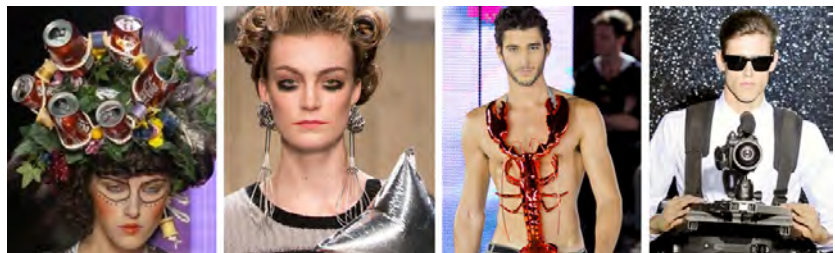


Figure 8 2004 S/S-John Galliano, 2013 F/W-Louise Gray, 2013 F/W-John Galliano, 2013 F/W-Mugler

위와 같이 패션오브제는 의도적인 차용과 해체 등의 변형, 힘의 표현을 위한 확대 및 자극 등의 요소로 시각적 소통을 이루며, 새로운 의미와 상징을 위한 사물의 기능 전환이 빈번하게 나타났다. 이들 사례를 소통의 개념과 표현방법 등으로 분석 후 오브제 특성과 의미를 유추하여 다음의 표와 같이 정리하였다. <Table 6>

Table 6 Communication through delivery of symbolic meaning

| 패션 오브제  | 소통의 개념         | 패션에 적용된 소통과 표현                              | 오브제 특성 키워드 도출  |
|---|----------------|---|--|
|  | 상징<br>자극<br>의도 | [상징적 디자인]<br>- 죽음, 억압 상징<br>- 위치전환, 고정관념 해체 | [다의적 소통 매체]<br>소통확장 및 강화<br>해석 기호화<br>상징을 통한<br>의미와 메시지 전달 |
|  | 상징<br>의도<br>의미 | [상징적 디자인]<br>- 액자 차용 및 기호화<br>- 인간성 회복 상징   |  |
|  | 상징<br>의도<br>힘  | [과장된 표현 디자인]<br>- 새로운 지각탐구<br>- 과장, 표현영역 확대 |  |
|  | 상징<br>자극<br>의도 | [상징적 디자인]<br>- 오브제 위치 전환<br>- 기존 패션에 대한 풍자  | [인식 공유]<br>사회, 정치, 문화<br>문제인식<br>공감대 소통<br>상호작용, 교류        |
|  | 상징<br>자극<br>의도 | [상징적 디자인]<br>- 인공물과 자연물의 차용<br>- 소비사회 반발 상징 |  |

### 3.2. 과정과 행위의 상호작용을 통한 소통

소통의 개념 중 '과정'은 시간의 흐름과 더불어 연결되고 상호작용하는 일련의 행위 및 관계이다. 패션에서도 인체를 매개로 한 의상 그리고 오브제가 서로 상호 관계적으로 소통한다. 또한, 디자인에 있어 이해의 개념은 소비자의 경험과 체험 속에 저장된 관련 지식의 영향을 받아 소통의 효율을 높이는 동시에 이해의 폭을 넓힌다. 이처럼 직·간접적인 체험 형식을 디자인의 컨셉별 스토리로 접목하고 퍼포먼스 등의 행위로 표현하여 패션오브제를 이해하기 쉽게 전개해 나가는 패션 디자인 사례가 두드러지고 있다.

퍼포먼스 형식의 패션오브제는 알렉산더 맥퀸의 2001년 S/S 컬렉션인 '버드(Bird)'를 들 수 있다. 모델 머리의 봉대는 정신병원을 상징하고, 깃털로 장식된 스커트는 히치콕(Hitchcock)감독의 영화 'The Birds'에서 영감을 얻었음을 강조한다. 퍼포먼스 내용은 작품 테마인 오브제 새들이 깃털로 된 스커트를 입은 모델을 병원에서 구출하는 행위와 과정을 극적으로 표현하고 있다.<Figure 9>



Figure 9 2001 S/S-Alexander McQueen



과정과 행위의 소통에 중점을 두고 타 분야와 상호작용 및 관계를 표현한 사례는 2000년 F/W 후세인 살라얀(Hussein Chalayan)의 작품이 대표적이다. 기존의 패션 개념을 벗어나 타 디자인 영역으로 활용되는 변화 과정을 퍼포먼스로 재현하여 관객과 직접적인 소통을 시도하였다. 표현방법에 있어 의자는 여행 가방으로, 테이블은 스커트로 변형되며 의자 커버는 의상으로 변화한다.<Figure 10>



Figure 10 2000 F/W-Hussein Chalayan 'After words'

2003년 S/S 컬렉션의 장 폴 고티에(Jean Paul Gaultier)는 서커스 곡예사들의 퍼포먼스를 통해 패션디자인의 시각적 소통을 시도하였다. 곡예사와 매달리기의 행위는 의상들이 어떻게 매달리고, 드레이퍼리와 같이 형상화하고, 얽히는가 등의 다양한 패션 표현방법들을 행위를 통해 재현하고 있다. <Figure 11>



Figure 11 2003 S/S-Jean Paul Gaultier

2006년 F/W 컬렉션의 케이 카가미(Kei Kagami)는 모델과 모델 간의 행위와 과정 그리고 반응에 의한 소통을 표현하였다. <Figure 12>에서 보면 앞 모델의 옷걸이에 의상을 거는 행동 또는 부착된 종을 흔드는 등 각각 사물 오브제의 기능에 따른 차별적 행위와 반응을 보이고 있다. 이는 오브제를 통해 행위를 유발하고 상호작용하여 소통하는 과정을 직접 보여주는 것이다. 이와 같은 사례는 패션디자인에서 오브제 사용이 메시지 전달의 매개체와 운송 수단의 역할가능성을 암시한다.



Figure 12 2006 F/W-Kei Kagami




Figure 13 2013 S/S-Jean Paul Gaultier

최근 장 폴 고티에의 2013 S/S 컬렉션은 “인도 집시들에 대한 이야기다”라고 직접 밝히고 패션쇼에 인도 문화와 스토리를 접목하였다. 퍼포먼스에는 웨딩드레스를 입은 신부가 등장하고 치마를 들어 올려 색색의 옷을 입은 4명의 인도 소녀들이 해맑게 웃으며 런웨이로 달려 나오는 행위로서 밝은 인도미래를 표현하였다. 이를 통해 수용자는 인도 패션에 대한 이해의 폭을 넓히고 문화 소통의 계기를 마련한다. <Figure 13>

이와 같은 사례를 소통의 개념과 패션 소통 표현으로 분석 후, 유추하여 다음의 표와 같이 정리하였다. <Table 7>

Table 7 Communication through interaction of process and behavior

| 패션 오브제  | 소통의 개념           | 패션에 적용된 소통과 표현  | 오브제 특성 도출  |
|---|------------------|---|--|
|    | 이해<br>과정<br>행동변화 | [스토리텔링이 접목된 디자인]<br>-행위, 퍼포먼스<br>-스토리 통한 디자인 이해           | [다의적 소통매체]<br>소통매체확장<br>해석기호화<br>소통의 강화<br>경험과 체험          |
|  | 상호작용<br>관계<br>과정 | [인터랙티브 디자인]<br>-타 영역과의 상호작용, 관계<br>-행위, 퍼포먼스-사회적 문제인식     |  |
|  | 전이<br>과정<br>반응   | [인터랙티브 통한 체험디자인]<br>-의사소통 행위와 과정, 반응<br>-오브제의 전이- 의미와 메시지 |  |
|  | 행동변화<br>반응<br>이해 | [퍼포먼스를 통한 디자인 이해]<br>-행위, 퍼포먼스<br>-곡예사 통해 디자인 표현법 이해      |  |
|  | 이해<br>전달<br>상호작용 | [스토리텔링 통한 문화디자인]<br>-행위, 퍼포먼스<br>-인도 문화 이해 및 상호 교류        | [인식 공유]<br>퍼포먼스<br>사회, 정치, 문화<br>문제인식<br>공감대 소통<br>상호작용 교류 |
|   |                  |   | [치유의 도구]<br>행위와 과정을 통한 이해<br>의외성과 유희<br>참여와 교류             |

### 3.3. 기억과 유희를 통한 소통

댄스는 앞장에서 소통의 개념 중 ‘기억 회생’을 다음과 같이 정의한 바 있다. ‘기억 회생’은 과거의 기억을 회고하고 연결하며 돌이켜 보는 목적으로 타인의 주목을 끌거나 재현시키려는 행위이다. 기억은 환상, 착시, 동화의 유희적 성향의 오브제로 시각화되어 어린 시절의 기억, 향수와 자연으로의 회귀, 꿈과 사랑, 희망 등의 메시지를 전달한다.

알렉산더 맥퀸의 2008년 S/S 컬렉션에서 오브제의 외형은 나비를 차용하였고 모델의 머리카락을 날아다니듯 환상적인 분위기를 연출하였다. 그러나 이 작품은 시각적인 화려함과

달리 맥퀸의 스승인 이사벨라 블로우(Isabella Blow)의 죽음을 애도하고 과거의 기억을 회생하는 시각적 단서로서의 패션 오브제이다. <Figure 14>



Figure 14 2008 S/S-Alexander McQueen

다음 사례는 기억과 환상을 통한 소통으로 꿈과 사랑, 동화 등 유희적 성향의 오브제들이다. 2001년 F/W 존 갈리아노(John Galliano)의 컬렉션은 어린 시절 소중했던 장난감이 현실로 살아난 듯 감동과 재미를 준다. 종이 인형을 연상시키는 의상은 착용 자체가 불가능하지만, 디자인의 새로운 시도와 유희적 이미지를 통한 기억의 연상 작용으로 인간의 호기심과 감성을 움직이게 한다. 같은 맥락으로 2006년 S/S 폼 데 가르송(Comme des Garçons)의 레고 블록 왕관 오브제와 2008년 S/S 제레미 스콧(Jeremy Scott)의 유니콘 오브제, 2009년 S/S 매니쉬 아로라(Manish Arora)의 놀이동산의 회전목마 오브제 등은 색채와 유희성을 통해 환상과 꿈의 감성을 전하고 있다.<Figure 15>



Figure 15 2001 F/W-John Galliano, 2006 S/S-Comme des Garçons  
2008 S/S-Jeremy Scot, 2009 S/S-Manish Arora

이와 같은 유희적 오브제 차용은 최근 현대 패션에서 더욱 대두되고 있다. 2011년 F/W 누이스 그레이의 풍선 오브제와 2013년 F/W 카스텔마작의 동물을 오브제화 한 사례, 2013년 F/W 패션 이스트의 물고기 형태의 오브제는 수용자의 감성을 자극하는 환상적 표현으로 초현실주의의 성향을 나타낸다. 특히, 2014년 F/W 언더커버는 화려한 왕관과 사과오브제를 활용하여 어린 시절 동화 속 공주, 왕비 역할의 추억놀이를 연상시킨다. <Figure 16>





**Figure 16** 2011 F/W-Louise Gray, 2013 F/W-Casteljacob,  
2013 F/W-Fashion East, 2014년 FW-Undercover

마지막으로 자연으로의 회귀 및 노스텔지어에 관한 오브제 사례를 들 수 있다. 옛 것의 대한 동경과 자연 친화적인 성찰 및 수공예적 이미지의 오브제는 패션을 통해 자연으로 돌아가려는 인간 본연의 모습을 상기한다. 이와 같은 경향은 최근 몇 년간의 컬렉션에서 더욱 빈번함을 알 수 있다. 2009 S/S 준야 와타나베, 2010 S/S 고포에, 2012 F/W 지암바티스타 발리, 2013 F/W 패션 이스트 등은 자연적인 식물오브제를 그대로 채택하였고, 2010 S/S 존 갈리아노, 2010 F/W 유니크, 2013 S/S 마르지엘라는 동물오브제를 차용하여 표현하였다. <Figure 17, 18>



**Figure 17** 2009 S/S-Junya Watanabe, 2010 S/S-Jean paul gaultier  
2012 S/S-Giambattista Valli, 2010 F/W-Unique



**Figure 18** 2013 F/W-Fashion East, 2010 S/S-John Galliano,  
2010 F/W-Unique, 2013 S/S-Martin Margiela

이는 자연물의 오브제를 통하여 정서적 에너지를 충전함으로써 디지털화되고 획일화된 현대 사회의 탈출구 같은 역할로 마음의 치유를 도모하는 소통의 또 다른 계기를 마련한다고 할 수 있다. <Table 8>



Table 8 Communication through memory and play

| 패션오브제 사례  | 소통의 개념           | 패션에 적용된 소통과 표현                                       | 오브제 특성 도출  |
|---|------------------|--|--|
|  | 기억화생<br>시간<br>상황 | [기억 회생 디자인]<br>- 기억을 통한 시각적 소통<br>- 상징매개체 나비차용, 다의성  | [다의적 소통매체]<br>소통매체확장<br>해석기호다양<br>소통의 강화<br>기억과 체험 |
|  | 기억<br>시간<br>연결   | [유희적 감성 디자인]<br>- 기억, 환상, 동화<br>- 키덜트, 키치            |  |
|  | 기억<br>시간<br>연결   | [유희적 형태변형 디자인]<br>- 형태 변형을 통한 유희성<br>- 기능의 전환(축소변형)  | [인식 공유]<br>사회, 정치, 문화<br>문제인식<br>공감대 소통<br>상호작용 교류 |
|  | 기억<br>시간<br>연결   | [자연주의 디자인]<br>- 노스탤지어, 자연주의 성찰<br>- 정서적 에너지 충전, 자연치유 |  |
|  | 기억<br>시간<br>연결   | [자연주의 디자인]<br>- 노스탤지어, 자연주의성찰<br>- 동물과의 교류 - 자연치유    | [치유의 도구]<br>의외성과 유희<br>자연에너지<br>참여와 교류             |

#### 4. 소통의 관점에서 본 현대 패션오브제의 특성

현대 패션오브제를 소통의 관점에서 분석하여 표현과 의미 등을 유추한 결과 다음과 같은 특성이 도출되었으며, 그에 따른 결과는 아래 표(Table 9)와 같다. 첫째, 인간의 근본적인 자기표출 사고와 소통의 확장 및 강화에 따른 다의적 소통의 매체이다. 둘째, 사회·정치·문화적 문제 인식 공유의 장이다. 셋째, 기억과 유희를 통한 치유의 역할이 주요 특성으로 도출되었다.

Table 9 Characteristics of fashion objects deduction process

| 소통의 유형              | 소통개념                                | 오브제 표현, 의미  | 특성 도출        |
|---------------------|-------------------------------------|---|--------------|
| 상징적 의미 전달을 통한 소통    | 상징<br>자극<br>의도<br>힘                 | - 소통매체확장<br>- 해석기호다양화<br>- 소통의 강화<br>- 경험과 체험             | 다의적<br>소통 매체 |
| 과정과 행위의 상호작용을 통한 소통 | 과정<br>전달<br>반응<br>이해<br>상호작용        | - 퍼포먼스<br>- 사회, 정치, 문화<br>- 문제인식<br>- 공감대 형성<br>- 상호작용 교류 | 인식<br>공유의 장  |
| 기억과 환상을 통한 소통       | 기억화생<br>시간<br>상황<br>상결<br>연결<br>공통화 | - 감성 지향<br>- 이해를 통한<br>회복과 치유<br>- 의외성과 유희<br>- 자연에너지생성   | 치유의 도구       |

#### 4.1. 다의적 소통의 매체

현대미술의 여러 양식과 매체의 활용을 통한 다원주의는 패션디자인에서도 비슷한 양상을 나타낸다. 패션오브제의 상징성은 소통의 확장과 강화를 통하여 다의적 개념을 나타내고 있음을 앞서 살펴본 여러 사례를 통해 알 수 있었다.

인간은 선천적으로 자신을 표현하고자 하는 욕구가 크다고 주장한 경험디자인의 저자 나단 웨드로프의 말처럼 오브제를 통한 상징적 표현은 기존에 잠재되어 있던 사고에 대한 이해의 폭을 넓히고 외부와 또 다른 소통확장의 가능성을 암시하고 있다. 이는 오브제로 인해 패션에 새롭게 의미가 담겨 생명력이 부여됨을 의미한다. 크레이프 제니퍼(Craik, Jennifer)는 패션은 기호이며 상징이고 신체와 사상의 표현이며 은폐라고 정의하였다. 패션의 이와 같은 표현을 효과적이고 상징적으로 보여주는 것이 바로 패션오브제이며, 보는 관점에 따라 다른 다의적 소통의 매개체 역할을 하고 있다.

앞 장 사례분석의 2009년 F/W 알렉산더 맥퀸의 ‘재창조’ 컬렉션은 다의적 개념의 매개체로 소통확장과 강화를 보여준 대표적 패션오브제이다. 블랙을 기본으로 한 색감과 과장된 오브제, 무대배경에 흐르는 분위기 등 기존의 죽음에 관한 컨셉이 전체적으로 표현되고 있다. 그러나 이와는 달리 이 디자인은 또 다른 의미로 해석되고 있는데 바로 빠르게 소모하고 폐품처리가 되어 환경오염을 가속하는 패스트 패션(fast fashion)의 문제점에 대한 경고가 그것이다. 이는 동일한 오브제를 두고 다른 의미로 확장되어 다의적 소통의 매체로 활용된 경우이다.(Figure 19)



Figure 19 2009 F/W-Alexander McQueen 're invention'

빅터 앤 로프(Viktor & Rolf)의 2007년 F/W 컬렉션 ‘패션쇼(Fashion Show)’에서 모델들은 각각의 사운드 트랙과 거대한 조명을 장착한 버팀목을 달고 등장하여 각자가 독립된 패션쇼를 구성하고 있다. 이는 디자이너가 주장하고자 하는 ‘패션의 자율성’을 보여주기 위해 선택한 상징적인 패션오브제이다. 또 다른 해석으로는 오브제의 본래 기능을 상실하고 의상을 지지하는 용도 전환이 이루어졌으며, 이는 현대사회의 물질문화에 대한 풍자를 은유적으로 표현하고 있다고 의미한다. 특히 확대된 조명 오브제와 상대적으로 나약하게 비치는 신체는 거대한 물질문화에 끌려가는 현대 인간상을 상징화하고 있다.(Figure 20)



Figure 20 2007 F/W-Viktor & Rolf 'Fashion Show'

〈Figure 21〉는 2009년 F/W 카스텔바작(Jean de Castelbajac)의 작품이며, 부제는 ‘개구리 대학살’로 인형 머리 100개를 잘라서 붙인 디자인이다. 카스텔바작은 미국인이 예전부터 개구리 뒷다리를 먹는 프랑스인을 ‘프로기(froggy)’라 부르며 비하했는데, 그런 편견의 시선을 개구리 인형을 통해 풍자하고 싶었다고 설명하였다. 그러나 이 패션은 미국의 대표적인 팝 가수 레이디 가가(Lady gaga)가 입어 더욱 주목받았다. 그녀는 이 패션에 대해 ‘모피 대신 입는다.’라고 말하였으며, 이와 같은 착장 해석은 미국의 동물협회로부터 지지를 받게 되었다.

이처럼 패션오브제는 디자이너의 창작의도와 달리 수용자의 개별적 패션 철학 및 사회적 배경에 따라 다른 의미로 재인식되는 경우가 있다. 이는 패션을 대하는 개인에 삶의 인식과 경험에 따른 상이한 해석이 생기기 때문이다.



Figure 21 2009 F/W-Jean de Castelbajac ‘Froggy’, Lady Gaga

형이상학적 회화의 창시자인 키리코는 위와 같은 개념을 “모든 물체는 양면성이 있다. (중략) 예술 작품은 반드시 외양에 나타난 것 이상의 어떤 것을 다루어야만 한다.”고 주장하였다. 이처럼 패션오브제는 수용자의 사유와 지각을 통해 디자인의 의미를 자유롭게 해석하고 이해하는 다의적 소통의 매체 역할을 한다.

#### 4.2. 인식 공유의 장

최근 패션디자인은 행위의 과정을 통해 수용자의 참여를 유도하거나, 오브제의 표현을 강화하여 의미와 메시지를 직접적으로 인식하게 한다. 특히 패션을 통한 경험적 측면은 수용자의 패션에 대한 이해도를 높이고 내면의 변화와 함께 개인의 자아정체성에 영향을 끼친다. 인터랙션 디자인(interaction design)은 사용자 간의 상호작용에 초점을 맞추었으며, 이러한 경험의 총체는 우리가 처음에 인식했던 것보다 확장된다고 나단 슈르도프는 주장하였다. 백영주(Baek 2011)는 경험과 과정, 행위, 참여 등의 요소가 결합하여 표현하는 패션 퍼포먼스에 대해 관객을 대상으로 연출하고 행위를 통해 발현됨은 물론 그 의미 또한 관객의 정서적, 물리적 반응과 함께 상호적으로 인식된다고 언급하였다.

오브제를 통한 퍼포먼스는 패션쇼가 진행되는 과정과 행위에 대한 경험 모두를 유기적으로 통합하여 작품화하고, 일련의 과정에서 표출되는 사회적, 정치적, 문화적 문제 인식과 메시지를 관객과 적극적으로 소통하며 공감대를 형성한다. 이와 같은 인식 경험을 윤세균은 두 가지 유형으로 나누어 설명하였는데, 일차적 경험은 직접 보고, 듣고, 느낄 수 있는 지각의 경험대상을 말하고, 이차적 경험은 일차적 경험을 소재로 삼아 마음에서 반성과 숙고를 통해서 이루어지는 관념이나 인식 등의 내적 경험을 뜻한다고 하였다. 이와 같은 이차적 경험의 과정을 통한 관념과 인식 공유는 개념적 패션 경향이라고도 일컬어지며 21세기 현대 사회와 패션디자인에 나타나는 중요한 현상 중 하나이다. 개념적 패션은 오브제를 의미화하

고, 행위와 과정의 경험을 통해 동시대에 느끼는 사회적, 정치적, 문화적 이슈 등 다양한 현실 소통 문제를 제기하고 있음을 알 수 있다. 앞서 살펴 본 대표적 디자이너 후세인 살라얀과 마틴 마르지엘라의 컬렉션은 패션오브제를 개념적 매체로 활용하여 퍼포먼스 형식의 실험적인 표현과 함께 과정 및 행위를 주요하게 실연하였다. 이를 통해 인간의 관념 표출 및 사회 여러 현상에 대한 시각적 간접 경험과 소통의 공감대가 형성됨을 알 수 있다. 유행에서 살펴본 2000년 F/W 후세인 살라얀의 'After words' 컬렉션은 특히 타 영역 간의 상호작용 외에 패션 오브제를 통하여 전쟁 시 숨김, 위장의 과정과 행위를 퍼포먼스로 제시하고 인간의 공포와 전쟁 반대의 메시지를 내포한다. 수용자는 패션오브제를 통하여 위와 같은 메시지와 의미를 인식하며 공유함으로써 감성적으로 소통한다.

이와 같이 패션오브제 변화 및 과정과 행위를 통해 강조된 사회 문제 인식과 메시지를 담은 패션디자인은 마틴 마르지엘라(Maison Martin Margiela)의 2006년 S/S 컬렉션에서 강하게 나타나고 있다. 개념 미술가 아드리안 파이퍼(Adrian piper)가 퍼포먼스를 통해 미술과 사회에 대한 비판 의식을 강하게 표현한 방법을 인용하여, 모델들에게 패션의 해체와 재구성이라는 개념으로 패션퍼포먼스를 시도하고 문제를 제시하였다. 패션오브제에 사용된 'wet paint', 'caution wet' 등의 문자표현은 언어와 사물의 관계를 나타내며 개인적인 생각 혹은 사회적인 현상에 대한 의견이나 비판을 은유적으로 나타낸다. (Figure 22)



Figure 22 2006 S/S-Maison Martin Margiela

이처럼 최근 현대 패션오브제는 단순한 외적 혹은 심미적 기능이 아닌 경험과 체험, 변화 과정과 행위에 따른 유기적 상호작용을 통하여 현대사회의 다양한 소통의 확장과 가치관 변화에 기여하고 있으며 사회, 문화적 문제 인식의 장으로서의 역할을 담당하고 있다.

### 4.3. 치유의 역할

현대 사회는 무분별한 산업 발전과 기술의 발달로 인해 환경오염과 자연파괴 및 각종 문제에 노출되어 있으며, 그로 인해 인간은 정신적 불안감과 강박감을 가지게 되었다. 이와 같은 인간의 심리적 압박은 다양한 방식으로 소통하며 해결책을 찾고 있다. 그 결과, 오늘날 인간의 유희적인 성향과 삶 속에서 즐거움을 추구하려는 엔터테인먼트의 영향이 부각되기 시작하였고, 이는 패션오브제 활용을 통한 패션 치료에 적용되고 있다. 패션 치유에 대해 의상심리의 저자 이인자(Lee, 2001)는 의복을 중심으로 인체에 부가되는 모든 요소를 사용하여 손상된 자기존중감과 개인의 부정적 정서를 회복시키는 것으로 직접적으로 질병을 낮게 하는 것은 아니지만 패션을 통해 정신적, 육체적으로 안정감을 증진시킨다고 기술하고 있다.

위와 같은 경향은 디자인에 있어서 정신적인 내면 소통의 상징적 역할을 하며, 과거의 기억과 추억, 꿈과 이상, 동화적인 컨셉과 유희적 성향의 이미지로 나타난다. 기억과 같은 정신적인 것은 내면의 소통을 말하는데 인간은 새로운 환경과 상황에 접했을 때, 선험적인 기억, 경험에 의한 연상과 감각을 통하여 의미를 재해석하며 지각하고 소통하게 된다. 환상적이고 유희적 성향의 패션오브제는 디자인 형태에서 나타나는 조형미와 재미가 느껴지는 감성으

로 수용자의 시선을 이끈다. 어린 시절 행복했던 기억과 추억은 각박한 사회 현실에서 마주하는 많은 모순과 역경을 잠시 잊게 하는 마취제 같은 역할을 한다. 이에 대해 프로이드는 유희적인 유머를 유아기의 놀이적 마음 상태로 돌아가게 하는 어른의 해방감이라고 정의하였다. 또한, 패션오브제의 형태에서 오는 기억의 연상 작용은 디자이너의 창조적 에너지로 변화하여 패션을 통한 시너지 효과를 나타낸다. 이와 같은 패션오브제는 기억과 추억을 통하여 삶의 의미와 공감대를 형성하고 앞으로 나아갈 인생의 방향 제시와 꿈을 가지게 한다. 이는 현대 사회의 각박한 현실에서 벗어나 감성적인 인간 내면의 정신적인 치유와 회복을 이끄는 중요한 중추적 역할을 담당하는 것이다.

유희적 오브제 외에 자연주의 오브제 역시 소통에 있어 치유의 역할이 가능하다. 최근 인간중심적인 사고로 인해 자연에 대한 근본적인 태도가 변화하였고, 그 결과 환경문제는 새로운 국면을 맞이하게 되었다. 이를 두고 이경희(Lee, 2010)는 자연과 인간은 서로의 영역에 종속되어 있기보다는 공생관계로 소통하고 있다고 언급하였다. 이와 같은 배경은 궁극적으로 자연으로의 회귀를 꿈꾸며 내면세계의 평안과 인간 본연의 삶의 이상을 자연 속에서 찾고자 한다. 또한, 인간은 노스텔지어를 꿈꾸며, 복고적인 성향과 과거의 시간 등의 이미지를 패션오브제로 재현시키는 작업을 통해 인간 내면의 정서적인 자유를 느끼게 된다. 이와 같은 치유의 개념은 현대 문명사회를 살아가는 인간에게 반드시 필요한 요인이다. 최근 들어 많은 분야에서 힐링을 키워드로 디자인하고 상품화하는 것은 바로 메마른 현대 사회의 인간관계를 소통으로서 회복하고 치유하기 위한 맥락위에 있다.

---

## 5. 결론

다원화된 현대 사회는 상호소통의 필요성을 절대적으로 요구하고 있다. 그에 따라 예술과 패션디자인에서도 소통 방법의 다양화를 추구하고 수용자와의 상호작용 및 행위와 과정에 의한 참여가 두드러지고 있다. 소통의 개념은 한마디로 정의내리기 어렵지만, 프랑크 댄스가 언급한 15가지 기본 소통의 개념을 통해 사회 많은 분야에 적용될 수 있으며, 패션오브제가 지향하는 소통의 개념과도 접목이 가능하였다.

따라서 본 연구는 먼저 현대 사회에서 인간과 기본적으로 상호작용하는 소통의 일반적인 개념과 패션에서 표현된 소통의 개념들을 대응시켜 살펴보았다. 그런 후, 패션오브제 사례를 수집, 분석하여 키워드를 도출하고, 공통적 의미로 소통의 유형을 분류하여, 소통의 관점에서 패션 오브제의 특성과 의미를 분석하였다.

본 연구의 결론은 다음과 같다.

첫째, 현대 패션디자인은 시각적으로 메시지를 전달하고, 공유하며, 수용자에게 이미지로서 의미를 인식시키며 소통한다. 다양한 오브제 활용은 패션의 통상적인 표현을 넘어서 창의적 감각과 사고 영역의 확대를 가져오며 복합적 의미를 내포하는 등 소통확장을 위한 열린 해석을 필요로 한다.

둘째, 소통확장을 위한 오브제 의미 해석의 틀로서 프랑크 댄스의 15가지 소통의 개념과 현대 패션에 표현된 소통의 다양한 개념들을 대응시키고, 오브제 사례 분석 후 도출된 키워드와 접목하고 분류한 결과, 상징적 의미 전달을 통한 소통, 과정과 행위의 상호작용을 통한 소통, 기억과 유희를 통한 소통의 세 가지 유형으로 나눌 수 있었다. 이와 같은 유형은 패션디자인의 오브제를 통한 상징성과 다의적 개념을 적용하여 소통의 다양한 확장 및 내용의 강화를 이룬다. 표현방법은 수용자의 체험 및 과정의 참여를 통해 소통의 의미와 메시지를 전달하고 사회·문화적 문제 인식에 대한 이해도를 높인다. 또한 기억과 유희는 사회적인 많

은 문제에 노출되어 있는 현대인에게 치유와 회복으로서 소통하고 있다. 따라서 각각의 소통의 유형을 토대로 분석한 패션오브제의 특성은 첫째, 다의적 소통의 매체, 둘째, 인식공유의 장, 셋째, 치유의 역할로 나타났다.

본 연구는 인간 삶의 기본 상호작용인 소통의 개념을 통해 패션디자인에 나타나는 오브제 표현방법을 분석함으로써 패션오브제가 상징하는 내면의 의미와 특성을 알아보는데 의의가 있다. 또한, 이를 계기로 오브제를 통한 창조적 디자인 발전과 함께 향후 패션을 통한 인간 소통의 다양한 접근 방법에 대한 연구가 활발히 이루어지길 바라는 바이다.

## Reference

- 1 Ahn, S. (1996). *Research for multiple-meaning of non-verbal communication in the visual art of design* (Master's thesis). hongik university, seoul. 20-22.
- 2 Berger, A. (2012). *50 ways to understand communication*. seoul: comunicationbooks, 45-49. .
- 3 Bordier, R. (1999). *L'art moderne et l'objet*. seoul: misinsa, 7-8.
- 4 Craik, J. (2001). *Face of fashion*. seoul: the green pine tree, 276.
- 5 Dance, F. (1970). The Concept of Communication. *The Journal of Communication*, 20, 201-210.
- 6 Jung, Y. (2009). *Study on effects of contrarian marketing on communication* (Master's thesis). hongik university, seoul. 36.
- 7 Kim, B. (2011). *A study on the formative characteristics of represented fashion objects* (Doctoral dissertation). hongik university, seoul. 24-37.
- 8 Kim, H. (1995). *The patterns and meanings of object in modern art* (Master's thesis). dankook university, seoul. 1.
- 9 Kim, J. (2010). Design Ideas and Characteristics of Viktor & Rolf. *Journal of the Korean Society of Costume*, 60(10), 54.
- 10 Jin, K. (1997). Modern Fashion Design and 'object' . *Journal of korean society of design science*, 22(10), 524.
- 11 Kim, K. (2009). *A study on new idea by deformation of objects* (Master's thesis). seoul womans university, seoul. 2.
- 12 Kim, R. (2011). *A study on the expressive characteristics of conceptual art in fashion design : with a focus on the works of Hussein Chalayan and martin Margiela* (Master's thesis). sungkyunkwan university, seoul. 51.
- 13 Lee, K. (2012). *A study on the visual characteristics of fashion communication media* (Doctoral dissertation). hongik university, seoul. 20.
- 14 Lee, K. (2013). *Communication society*. seoul: ewhapublish, 17.
- 15 Lee, M. (2003). *A study on the effect of the digital communication culture on modern fashion* (Doctoral dissertation). yonsei university, seoul. 86.
- 16 Oh, M. (2013). *Communication*. seoul: comunicationbooks, 2-5.
- 17 Park, H. (2011). *A Study on Madness Images Expressed in Contemporary Fashion: Focusing on Alexander McQueen's Works* (Master's thesis). sookmyung university, seoul. 60-65.
- 18 Yang, S., & Han, S. (2008). *Fashion and vision*. sookmyung university, seoul. 18.



# 소통의 관점에서 본 현대 패션오브제 분석

윤지영<sup>1</sup>, 김혜연<sup>1</sup>

<sup>1</sup>이화여자대학교 대학원 패션디자인전공, 서울, 대한민국

**연구배경** 21세기 현대 사회는 인류 역사의 발전과 함께 인간 사회의 생존 양식인 소통에 관한 다양한 인식이 형성되었으며 이에 대한 중요성이 대두되고 있다. 최근 소통의 개념은 단순한 전달의 의미를 넘어, 감성 추구하고 공감대 형성을 지향한다. 이렇게 볼 때 패션에서 나타나는 오브제는 창작자의 개성표출과 함께 의미와 메시지를 시각적으로 뚜렷이 할 뿐 아니라 감성가치를 공유하게 되는 적극적 소통의 매체 역할을 한다. 따라서 본 연구는 소통의 개념적 관점에서 현대 패션오브제의 활용 방식과 의미를 분류, 분석하여 패션에서 창의적 소통 방식으로서의 오브제의 의미와 특성을 고찰하는 것에 그 목적과 의의가 있다.

**연구방법** 본 연구는 소통의 기본 개념과 함께 아트오브제와 패션오브제의 시대별 특성 및 의미를 살펴보았다. 또한, 이론적 배경으로 20세기 커뮤니케이션의 대표적인 학자 프랑크 댄스가 정의한 소통의 15가지 기본 요소를 근거로 하여 2000년 이후 패션컬렉션에 나타난 오브제를 대상으로 패션 소통을 유형별로 분류하고, 그 의미와 특성을 도출하였다.

**연구결과** 패션오브제는 소통의 유형에 따라 첫째, 상징적 의미 전달을 통한 소통. 둘째, 과정과 행위의 상호작용을 통한 소통. 셋째, 기억과 유희를 통한 소통의 3가지로 분류가 가능하였고, 그에 따른 의미와 특성이 도출되었다.

**결론** 소통의 관점에서 본 현대 패션오브제의 특성은 다의적 소통의 매체, 인식 공유의 장, 치유의 역할로 나타났다. 이와같은 패션오브제의 특성을 통해 창조적 디자인 발전과 더불어 향후 패션을 통한 인간과 사회의 다양한 소통 접근 방법에 대한 연구로 이어지길 바라는 바이다.

**주제어** 소통, 오브제, 상징, 상호작용, 체험, 기억