

현대 패션산업에 나타난 문화적 전유와 재현

이 명 선 · 임 은 혁⁺

성균관대학교 일반대학원 의상학과 박사과정 · 성균관대학교 의상학과 교수⁺

Cultural Appropriation and Representation in the Contemporary Fashion Industry

Myeongseon Yi · Eunhyuk Yim⁺

Ph.D. Course, Dept. of Fashion Design, Sungkyunkwan University

Professor, Dept. of Fashion Design, Sungkyunkwan University⁺

(received date: 2020. 5. 12, revised date: 2020. 8. 3, accepted date: 2020. 8. 6)

ABSTRACT

This study examines the definition and background of cultural appropriation in the fashion industry by conducting case studies about cultural appropriation and postcolonialism. It aims to establish an academic foundation for the development of a balanced view of the fashion industry's capitalization on traditional local cultures. Drawing on the conceptual background of cultural appropriation in the fashion industry, the study divides examples of cultural appropriation into the following three categories: first, cultural appropriation that reproduces irrational and barbaric images of Other cultures based on imperial hegemony, thereby reinforcing notion of superiority between cultures and strengthening power imbalances; second, the appropriation of traditional local costumes in the creation of feminine and passive images that reproduce fantasies about Other cultures that are sexually and passively targeted, depriving them of their original meanings; and third, the well-intentioned reproduction of fantastic and romantic images of Other cultures that nevertheless utilize these cultures and aborigines as objects for fashion products and thereby establish hierarchical structures between them. The results of this examination indicate that the fashion industry must strive to recognize the controversial issues involved in cultural appropriation and pursue symbiotic partnerships based on understanding and respect for traditional cultures.

Key words: cultural appropriation(문화적 전유), fantasy(환상), inspiration(영감),
postcolonialism(후기식민주의), representation(재현)

I. 서론

일시적이고 빠르게 변화하는 패션과 보수적이고 변하지 않는 전통문화는 일반적으로 문화적 스펙트럼의 반대편에 있는 것으로 간주될 수 있다(Rovine, 2009). 그러나 운송 및 통신 기술의 발전이 가져온 세계화로 인해 패션산업은 다양한 전통 지역문화와의 교류와 융합을 통해 새로운 스타일의 변주와 창조로 다채롭게 변모하고 있다. 이러한 패션산업과 전통 지역문화의 교류는 패션산업에 이색적인 다양성을 가져온 반면, 전통 지역문화는 비판 의식 없이 쉽게 도용되어 왔다. 더불어 미디어의 발전은 유행의 확산을 빨라지게 하였고 확산이 빨라진 만큼 쇠퇴 시기 또한 당겨졌다. 유행의 교체 주기가 빨라지면 빨라질수록 패션산업은 새로움을 얻기 위해 전통 지역문화를 디자인 영감으로 사용하고 소비하는 것을 관행처럼 여겨왔다.

소셜 미디어의 발달과 소비의 글로벌화로 과거와는 달리 이러한 패션산업의 관행은 문화적 전유(專有, appropriation)로 인식되어 대중적으로 비판적 논쟁을 일으키며 확산되고 있다. 다양성을 추구하는 사회적 흐름은 사회의 변화에 민감한 패션산업의 시니어 모델이나 플러스 모델의 기용과 같이 모델의 다양성을 가져왔고, 페미니즘과 성소수자들에 대한 사회적 관심으로 패션산업은 사회적 메시지를 전달하는 메신저로서의 역할을 자처했다. 이와 같은 문제들에 대한 패션산업의 태도 변화와는 달리 패션산업의 문화적 전유에 대한 인식은 낮은 수준이다. 관행처럼 이어져 온 문화적 전유에 대해 비판적 논쟁이 확산되고 있는 실정에도 근본적 문제에 대해 인식하고 해결하려는 노력이 부재된 수동적 태도를 유지하고 있다. 또한 대중적 비판에도 불구하고 문화적 전유 문제에 대한 학술적 연구가 패션분야에서는 제한적으로 이루어져 왔다. 따라서 패션산업의 문화적 전유에 대해 온라인을 중심으로 비판적 공론화가 가속화될 것으로 보이는 현 시점에서 문화적 전유에 대한 학문적 접근이 필요하다.

패션산업의 문화적 전유에 대한 해외 선행연구로 Ayres(2017)는 패션의 전유와 디자인 영감으로 창의

성과 산업관행 사이의 윤리적 경계를 논의하였고, Green & Kaiser(2017)는 패션과 전용에 관한 역설적인 논쟁점을 고찰하였으나 디자인 과정에서 생기는 광범위한 전유에 초점을 맞추거나 논쟁점 유형화의 한계점을 가지고 있다. 국내 선행연구로 현대패션에 제기된 문화적 전유(Lee, 2019)는 다양한 사례의 논쟁점을 구체화하고 유형화하였지만 문화적 전유의 배경과 문화적 전유로 재현되어 왜곡된 이미지가 생성되는 원인과 미치는 영향에 대한 분석은 부족하다.

이에 본 연구는 문화적 전유의 근간이 되는 이론과 논의되고 있는 현황을 정리하여 문화적 전유의 원인과 배경을 고찰하고, 관련된 사례들을 비판적으로 분석하여 현재 패션산업의 문화적 전유에 대한 인식의 점검에 목적을 두었다. 이를 위해 연구문제를 다음과 같이 설정하였다. 첫째, 문화적 전유와 후기식민주의의 관계에 대해 고찰하였다. 둘째, 패션 전문가 및 학자들의 문화적 전유에 대한 서로 다른 시각을 종합하여 구체적으로 분석하였다. 셋째, 패션분야에서 문화적 전유로 재현된 이미지의 사례를 수집하고 분석하여 후기식민주의 관점에서 논쟁점을 구체화하고 분류하였다.

연구방법으로는 문헌연구와 사례분석을 수행하였는데, 문화적 전유에 대한 문헌자료와 전문가들의 시각과 논의 현황을 바탕으로 정기간행물 및 인터넷 기사를 통해 문화적 전유 사례를 수집하여 분류하고 논란이 되는 쟁점을 분석하였다. 연구의 범위로는 패션산업의 문화적 전유를 대중적으로 논쟁을 불러일으키기 시작한 개방형 소셜 미디어인 페이스북이 개설된 2004년 이후 기사화 된 사례로 한정하여 수집하였다.

본 연구는 패션산업의 문화적 전유에 대한 논란이 가중화되고 있는 현 시점에서 제한적으로 연구되고 있는 문화적 전유를 연구함으로써 학문적 기반을 마련하고, 장기적 관점에서 패션산업의 전통 지역문화 활용의 바람직한 방향 제시를 한다는 점에서 의의가 있다.

II. 이론적 배경

1. 문화적 전유와 후기식민주의

자기 자신의 것으로 만든다는 뜻의 라틴어에서 유래한 전유(appropriation)는 현대에서는 자기 자신이 이용하고자 무언가를 취하는 것을 말하며 또한 무언가를 유괴, 절도하는 등의 적절하지 못한 취함을 악의적으로 이르는 말이기도 하다(Nelson & Shiff, 2010). 흔히 전유와 차용은 혼용되고 있는데 이들 사이에는 약간의 차이가 있다. 차용은 '빌리다'라는 의미를 바탕으로 기존의 것을 인용하는 행위라기보다 분명한 창의적 의도를 가지고 사용한다는 의미로 해석되지만 전유는 기존 산물을 원작자의 동의를 얻지 않고 도용 및 차용하여 새로운 방식으로 사용한다는 의미를 가지고 있다. 요컨대 차용은 다소 긍정적인 의미를 가진 반면 전유는 그에 비해 부정적인 의미를 가지는 것으로 볼 수 있다.

이와 같이 일반적으로 전유는 부정적 개념으로 사용되어 왔으며 문화적 전유의 정의 또한 부정적인 의미를 가지고 있다. 문화적 전유는 서구 팽창주의에 대한 후기식민주의 비판적 논의에서 사용된 용어로 1980년경 등장하였다. Oxford Reference에서는 문화적 전유를 문화집단이 다른 문화집단으로부터 창작이나 예술 형식, 주제 또는 관습을 가져와 사용하는 것을 이르며 주로 서구에서 비서구권이나 비(非)백인 양식을 차용하는 것을 가리키므로 착취와 지배를 내포하고 있다고 설명한다('Cultural appropriation', n.d.).

문화적 전유의 개념을 정리하기 위해서는 후기식민주의(postcolonialism)의 이해가 선행되어야 한다. 유럽의 제국들이 2차 세계대전으로 붕괴한 후 식민 지배를 받은 국가들이 경험한 역사의 한 단계로 후기식민주의의 접두사 '후기(post)'는 양가적 의미를 지니고 있는데, 시간적 의미인 이후(after)로 해석될 경우 식민의 유산을 지닌 채 나아감을 의미하고 극복의 의미인 넘어서는(beyond)으로 해석될 경우 식민에서 탈피함을 의미한다. 이러한 양가적 의미는 패러다임과 역사적 조건이 회복되지 않은 채 종식과

시작으로 정의되는 용어 자체에 여전히 서구 중심적 인식과 논리가 잔존함을 의미한다(Shohat, 2004). 그리고 후기식민주의를 시간적 차원으로 해석하여 식민주의 다음에 오는 것이나 그에 따른 개념으로 구분하는 것은 불가능하며, 후기식민주의는 과거의 역사나 사건을 내포함과 동시에 이를 해석하고 서술하는 담론적 실천이다(Hall, Hobson, Lowe, & Wills, 2003). 이와 같은 시각은 식민주의가 완결된 것이 아니며, 여전히 서구 제국주의에 입각하여 문화적, 사회적, 경제적 지배와 착취가 일어나고 있음을 뜻하고 문화적 전유 또한 이와 같은 관점에서 일어나고 있음을 시사한다.

후기식민주의 관점에서 서구는 식민지를 자발적으로 복종시키기 위해서 비서구를 비합리적이고 야만적인 이미지로 한정하여 그들을 문명으로 계몽하여야 할 존재로 제국의 문화적 헤게모니에 종속시키고 있다(Kim, Park, Lee, & Hong, 2012). 이러한 방식은 서구의 식민통치의 당위성을 가져오는 제국문화적 지배 이데올로기로서 활용되었으며 무력을 사용한 통치방법보다 도구적으로 더 효율적이었다. 하지만 식민해방 이후까지 비서구 문화를 타자화하고 열등한 위치에 둔다는 점과 비서구 문화의 총체적 형태를 거부하고 단일화된 이미지로 고정하여 비서구 민족의 정체성에 큰 영향을 미치고 있다는 점에서 무력에 의한 통치보다 더 위협적이다.

또한 서구 백인 남성의 관점이 진리이자 규범이라는 유럽제국주의적 시각으로 비서구의 문화를 묘사하는 것을 지적할 수 있다. 역사적으로 서양에 의해 동양은 이국적 관능성을 가진 이미지로 그려져 왔다. 19세기 프랑스의 생시몽주의자들의 동양관은 서양과 동양이라는 이원화된 대립 속에서 남성적 서구의 여성적 타자로 동양을 그리면서 동양의 여성성을 강조하였다(Yang, 2014). 가부장적 사회에서 여성을 해방시켜야 한다는 생시몽주의자들에게 동양은 여성의 육체적 이미지에 비유되어 서구의 개입이 필요한 해방되어야 할 수혜자로 묘사되었다. 요컨대 서구에게 동양은 능동적 주체로 존재하지 않고 지배하에 있는 수동적 객체로서 한정되어 있는 것이다.

한편 후기식민주의 학자 Edward W. Said는 서양

이 동양의 이미지를 부정적으로 묘사하지 않고 호의적으로 재현하더라도 그 저변에 동양은 그 자체로서가 아닌 서양에 의해 해석되고 서양을 위한 존재임을 지적한다(Said, 1979). 즉, 그는 서구가 재현하는 비서구의 환상적이고 순수한 이미지는 서구 문명의 물질적이고 기계화된 이미지를 극복하는 공간으로서 그려지는 것으로 낭만주의적 관점과 태도로 비서구 문명을 서구의 정신과 물질의 불균형을 해소할 유용성의 측면에서 접근하고 있다. 문화적 전유를 문화융합이라는 긍정적으로 보는 일부 시각이 존재하나 전유의 역점이 차용이나 영향의 인정을 넘어 전유의 동기가 권력을 잡는 것에 있다는 것(Owens, 1982)은 후기식민주의의 담론과 이어져 있다. 역사적으로 문화적 주체권은 서구 집단의 문화의 우위를 타 지역 집단에 발휘하면서 계속되어 왔고 이 과정에서 형성된 헤게모니는 서구 문화의 우위를 거부감 없이 받아들이게 했다. 이렇게 생겨난 모든 문화적 전유에는 행위자와 피행위자가 있고, 피행위자의 기억이나 문화 정체성은 미학적, 학문적, 경제적 또는 정치적 전유로 조작되어 불온하거나 고통스러운 결과를 낳을 수 있다(Nelson & Shiff, 2010).

현대 사회에 나타난 문화의 다양성은 필연적인 사회적 현상이다. 하지만 문화융합 과정에서 생겨난 문화적 전유는 서구중심주의 사상을 바탕으로 착취와 지배와 같은 성격을 띠는 점에서 경계해야 할 필요가 있다.

2. 디자인 영감과 도용

현시대는 과거의 패권주의적 제국주의에 비롯한 문화 지배가 아닌 초민족·초국가적 자본주의에 입각하여 실리적 목적으로 문화적 전유가 일어나고 있다. 이러한 문화적 전유는 패션산업에서 디자인 영감이라는 개념으로 차용되어 사용되고 있다는 것과 도덕성과 윤리성이 부재된 도용으로 보는 두 가지 인식이 존재한다.

디자인 영감으로 보는 시각은 패션산업 현장의 인력이나 전문가의 의견이 대부분이다. 패션 에디터 Ahmed(2017)는 문화의 활용을 도용으로 보는 인식과 압력은 창의성을 제한하는 위협성이 있다고 지적

하였으며, 선의를 가진 전유는 문화적 교류가 될 수 있고 디자인을 향상시킬 수 있는 언어로서의 기능을 할 수 있다고 주장하였다. 또한 오랫동안 창의성은 기존의 것에 영향을 받고 융합하여 다시 만드는 것에 의존해 왔으며 일부 패션 분야의 전문가들은 좋은 방향으로 문화적 전유가 이루어질 경우 전형적으로 무시되던 것들을 재발견 할 수 있는 기회가 된다는 시각을 가지고 있다. 그리고 현재 미디어는 정치적 태도를 가지고 런웨이를 감시하고 있으며 이러한 행태는 디자이너들이 영감을 얻는 것에 소극적 태도를 가지게 하며 결과적으로는 창의력을 제한한다고 주장하고 있다(Torre, 2018).

반면 문화적 전유를 부정적인 관점으로 바라보는 시각은 그에 따른 결과로 나타나는 계층적 지배구조의 구축과 이윤분배의 부재, 존중 없는 문화의 패션을 비판한다. Pham(2014)은 서구 백인중심으로 일방적 문화 지배와 착취가 일어나고 있으며 패션산업이 착취 대상이 된 문화를 지배하는 관계가 보전되고 있다고 지적하고, 패션산업과 전유된 문화 사이에 '상위문화'와 '하위문화'와 같은 계층적 관계를 형성한다고 하였다. 또한 사회학자 Hoskins(2014)는 문화를 모방하는 것을 즐기는 패션산업은 전통의상을 모방하여 만들어진 상품은 이국적이며 고급스럽고 원주민의 전통의상 착용은 미개하다는 인식을 심어준다고 비판하고, 문화를 전유하여 생산된 패션상품으로 막대한 이익을 얻으면서 해당 문화를 소유한 집단에게는 일자리 제공이나 이윤의 분배가 이루어지지 않는다고 비판했다.

다음으로 윤리성의 부재 또한 지적되고 있는데 Ayres(2017)는 아이디어 절도 문제와 도덕성과 진실성이 부재된 업무환경은 패션 회사의 일상화된 문제이며 이는 패션계가 문화를 다룰 때도 같은 방식으로 생겨난다고 주장하였다. 또한 전유와 영감을 절도(theft)와 빌림(borrowing)에 비유하여 패션산업에서 빌림의 개념으로 포장하여 사용하면서 돌려줌(returning)과 갚음(giving back)은 전혀 보이지 않고 최소한의 주석이나 인식조차 없는 것을 지적했다. 패션산업의 문화적 전유의 부작용인 서구 백인 문화를 우위로 문화를 계층화하고 문화적 배분 없는 도용은 시대를 역

행하는 식민주의의 연장으로 볼 수 있다.

마지막 문제점으로 패션산업이 비서구 출신 디자이너들에게 자국 패션과 문화를 홍보할 수 있는 기회를 제공하기보다는 서구의 디자이너들에 의해 비서구 문화와 예술을 낭만주의적 시각으로 타자화하는 경향을 들 수 있다. 뉴욕 메트로폴리탄 박물관 The Costume Institute의 큐레이터 Andrew Bolton은 패션에 대한 중국의 영향력을 로맨스, 향수 및 환상으로 한정하였는데(Builder, 2015) 이는 서구문화가 형성한 허구의 낭만적 동양의 이미지가 패션산업 내에서 생산되고 소비되고 있음을 단적으로 보이고 있다. 전통 지역문화의 문화적 중요성을 무시하거나 배경지식 없는 사용으로 맥락에 맞지 않는 문화의 패션화가 일어나고 있으며, 패션이 겉보기에 사심 없이 동양문화를 미학적으로 접근하는 것처럼 보일지라도 대상을 읽어내는 주체의 보는 방식과 의도에 따라 전유됨을 간과할 수 없다.

해당 문화권에서 타문화권의 사람들이 자신의 문화를 사용하는 것에 불쾌감을 느끼거나 어떻게 받아들이느냐의 문제는 명확하게 규명하기 어렵다는 점에서 관점에 따라 여러 가지 반응과 판단이 있을 수 있다. 그러나 패션산업의 문화적 전유를 바라보는 다양한 시각이 존재하더라도 문화적 전유 속에 존재하는 행위자와 피행위자로 나누는 권력구조는 문화적 전유를 디자인 영감이라는 낭만적인 시각으로 보는 것을 어렵게 한다.

Ⅲ. 현대 패션의 문화적 전유로 재현된 이미지

본 장에서는 앞서 살펴본 문화적 전유에 존재하는 서구 백인중심의 권력구조에 주목하여 후기식민주의적 관점을 바탕으로 비서구의 이미지가 재현된 사례들을 분석하였다. 패션산업에 나타나고 있는 문화적 전유로 묘사된 비서구의 전통 지역문화의 이미지를 첫째, '비합리적·야만적 이미지' 둘째, '여성적·수동적 이미지' 셋째, '환상적·낭만적 이미지'로 범주화하여 이러한 왜곡된 이미지들로 지배논리와 권력구조를 구축하고 이윤분배가 부재한 문화적 도용을 가

져 온 사례를 살펴보았다.

1. 비합리적·야만적 이미지

제국주의적 식민통치의 도구로서 활용된 비합리적이고 야만적인 비서구의 이미지는 식민해방 이후까지 이어져 비서구를 열등한 이미지로 고정하고 있다. 아메리카 원주민의 부정적 이미지의 재현은 역사적으로 긴 시간 이어져 왔는데, 북아메리카프로미식축구연맹의 Washington Redskins를 대표적 사례로 들 수 있다. 원주민의 피부색에서 유래한 편견적인 이름과 인디언의 전통의상을 착용한 마스코트의 사용은 원주민의 전통문화에 대한 의미를 이해하지 못한 채 문화를 지나치게 단순화하여 표현했을 뿐만 아니라 비합리적이고 원시적인 모습으로 묘사하여 비난을 받고 있다. 그리고 부정적 이미지로 묘사된 아메리카 원주민의 모습이 노출되어 확산되는 것은 타인에게 고정관념을 심어주는 것과 동시에 원주민에게도 고정관념에 기인한 정체성의 확립을 가져 올 가능성이 높다(Kim-Prieto, Goldstein, Okazaki, & Kirschner, 2010). 이로 인해 아메리카 원주민은 자신의 출신을 타인에게 밝히는 순간 현재의 자신의 현대적 모습 및 지위와 동떨어진 원주민의 전통의상에서 비롯된 원시적 이미지의 고정관념에 맞서야 하며 그들 스스로 민감하게 반응하게 된다.

이러한 아메리카 원주민에 대한 비합리적 이미지의 생산은 패션산업의 문화적 전유를 통해서도 벌어지고 있다. Dior의 향수 캠페인 'Sauvage'는 세속적인 영토에서 아메리카 원주민의 영혼으로 향하는 진정한 여행이라는 주제로 전통 아메리카 원주민 복장을 한 댄서가 드럼을 연주하는 장면을 연출하였고 원주민과 함께 작업하였다고 덧붙였다(Fig. 1). 이러한 설명에도 불구하고 Sauvage는 '야생의·원시의·자연 그대로의'라는 사전적 의미를 가지고 있을 뿐만 아니라 야만인이라 불리며 학살되었던 아메리카 원주민의 역사를 상기시켜 캠페인에 대한 비판적 발언들과 반발의 반응이 즉각적으로 나타났다. 아메리카 원주민 보호 단체인 Illumi Native의 이사인 Crystal Echohawk는 Dior의 캠페인은 아메리카 원주민의 문화를 이용하여 이윤추구를 하는 기업에 의한 원주민

에 대한 해로운 고정관념을 발전시키는 최악의 문화적 전유라고 비판하였다(Lieber, 2019). 이에 Dior은 캠페인을 게시한지 불과 몇 시간 만에 삭제했다.

이와 유사하게 Vogue Italia는 2014년 3월호에서 아프리카 부족 분장을 한 백인모델이 박제된 야생동물과 함께 포즈를 취하는 화보 'ABRACADABRA'를 공개했다(Fig. 2). The Gloss의 기자 Elizabeth Licata는 패션은 타문화의 의상을 입은 백인여성을 이국적으로 보이게 하고 외설적 이미지로 비싼 옷을 판매하는 것을 좋아한다고 비판하였으며, 지속적인 논란에도 불구하고 패션계의 흑인분장과 문화적 전유가 끊이지 않는 것을 지적하였다(Stewart, 2014). 대부분의 평론가와 패션 관계자들은 흑인분장을 한 백인모델에 대해 아프리카 배경의 화보에 흑인모델을 고용하지 않은 것을 비판하였다. 이같이 표면적으로 드러난 인종주의적 문제 외에도 과장된 표정과 야생동물과 취하는 희화화된 포즈에는 아프리카 부족문화에 대한 존중이 보이지 않으며 야만적이고 원시적 이미지로 단순화시키는 문제 또한 지적된다. 이는 서구 백인 중심의 식민 열강이 문명화 사명으로 이데올로기적 정당성을 주장한 제국주의와 특권인식이 현대 패션산업에도 잔존하여 드러나고 있는 사례이다.

패션산업의 문화적 전유로 나타난 비합리적·야만적 이미지는 서구 열강이 식민지를 지배할 때 정당성을 확보하고자한 문화적 헤게모니가 기저에 존재하고 있음을 알 수 있게 한다. 지배적 문화를 가진

사람들에 의한 문화적 전유로 재현된 타문화의 야만적 이미지는 두 문화 간의 우위와 차등을 생산하고 불균형을 강화한다. 지배되고 문명화시켜야 할 대상으로 야만적으로 그려진 비서구의 문화는 서구의 문화적 지배와 침략에 당위성을 부여하며 다양한 매체와 패션제품을 통해 반복적으로 생산되고 있다. 더불어 유럽과 미국 등 서구중심의 주류 패션산업이 비서구 지역의 전통문화를 역사적·문화적 차이들에 관한 정서를 고려하지 않은 채 자기중심적으로 이미지를 재생산하고 노출시킬 때에는 해당문화에 대한 왜곡된 고정관념을 가져온다. 이렇게 생긴 고정관념은 문화적 전유의 행위자와 피행위자 모두에게 피상적 인식을 가지게 하며 이는 문화와 그 소유 집단의 정체성에 혼란을 줄 수 있다.

2. 여성적·수동적 이미지

유럽제국주의를 바탕으로 재현된 전통 지역문화의 여성적이고 수동적 이미지는 백인 남성들을 중심으로 구성된 사회의 지배와 피지배의 정당성을 부여하는 오리엔탈리즘적 도구로 자주 동원되고 있다. 서구 제국주의 국가들이 발전시켜온 문화를 근대화 또는 합리화하는 과정에서 주도적 주체인 남성적 이미지로 해석하였고 식민지의 문화는 여성적 이미지를 투영하여 수동적 객체로 한정하였다. 이와 같이 형성된 동양의 정체성과 문화는 서구의 특정 집단의 논리를 따



〈Fig. 1〉 Savage
(Dior, 2019)



〈Fig. 2〉 ABRACADABRA
(Vogue, 2014)

르고 있으며, 서구가 동양에 대해 품고 있는 환상이자 억압의 대상으로 대변되고 있다. 일례로 Giacomo Puccini의 오페라 *Madam Butterfly*와 뮤지컬 *Miss Saigon*은 백인 남성과 동양 여성의 불평등한 사랑을 묘사한 대표적 작품들로 순종적인 동양 여성과 환상적이고 이국적으로 그려낸 동양의 이미지로 전형화하고 있다. 이러한 이국적 상상력을 바탕으로 한 관능주의(eroticism)가 투사된 동양의 여성적이고 수동적 이미지는 반복적으로 생산되고 있으며, 묘사된 이미지 속 동양은 홀로 온전히 설 수 없는 지배하고 억압할 대상으로 서구의 지배와 침략에 당위성을 부여한다.

동양 문화를 여성적이고 순종적으로 전형화한 대표적 이미지 중 하나인 게이샤는 일본에서 역사적으로 성(性)산업에 참여한 적이 없음에도 불구하고 과장된 서구의 인식에 따라 게이샤는 관능적 이미지로 재생산되어 활용되어 왔다. 할로윈을 앞두고 온라인 의류 브랜드 Fashion Nova는 섹시하게 변형된 게이샤 의상(Fig. 3)을 판매하였다. 이에 비평가들은 특권 계층의 집단이 타문화의 역사를 이해나 경험하지 않고 문화를 전유하는 행태를 비판하였으며 이러한 의상 또한 존재해서는 안 된다고 주장하였다. 이어서 문화의 교류나 타문화의 감상이 본질적으로 잘못된 것은 아니지만 그 문화에 대해 배우지 못하거나 타문화집단의 목소리에 귀 기울이지 못하는 것에서 문화적 전유가 비롯된다고 덧붙였다(Krause, 2018). 이

러한 동양의 전통의상을 치명적이고 성적인 이미지로 소비하는 것은 제국주의 시대부터 이어져 온 서구 백인 중심의 가부장적 사회의 욕망이 패션산업에도 존재함을 드러낸다.

다음으로 Diesel의 광고 캠페인(Fig. 4)에서는 데님 부르카를 입은 문신을 한 여성과 함께 “I am not what I appear to be”라는 슬로건이 함께 등장했다. 해당 광고에 대해 억압에 반대하는 무슬림 여성들의 해방을 지지하는 것처럼 보이지만 종교적 이유로 부르카를 착용하는 무슬림 여성들에 대한 존중이 보이지 않음이 지적되었다. 미국의 남아시아 출신을 대상으로 하는 디지털 플랫폼인 MTV Desi의 Shruti Parekh는 캠페인은 무슬림 여성의 이미지를 성적 대상화하고 파괴적인 슬로건의 사용은 서구의 특권을 과시하는 것이며, 종교적으로 상징적 이미지를 가진 부르카와 니캅이 주류 미디어에서 억압이나 가부장제로 묘사됨을 비판했다. 그리고 부르카가 종교적 맥락에서 벗어나 나체의 문신을 한 여성에게 입혀지면 그것이 가진 상징적 의미는 탈락되고 예술적이고 성적이며 대담한 것이 된다고 주장했다(Elboubkri, 2014). 만약 이와 같은 이미지가 무슬림 여성들에 의해 만들어진 것이고 무슬림 모델을 이용한 것이었다면 여성 해방의 메시지가 담긴 캠페인이 될 수 있다. 하지만 유럽의 의류 업체에 의해 제작된 이 광고 캠페인에는 주체적 서구가 개입해서 해방시켜야 할 수동적 객체로 무슬림 여성을 위치시킨다는 것이 기저



<Fig. 3> Geisha Costume
(Fashion Nova, 2018)



**I AM NOT
WHAT
I APPEAR
TO BE**

DIESELREBOOT.TUMBLR.COM

<Fig. 4> Diesel's Burqa Advertisement
(Diesel, 2013)

에 있음을 간과할 수 없다.

위와 같은 사례들은 문화적 전유로 비롯된 여성적이고 수동적인 이미지로 비서구 문화가 재현되는 것이 패션산업 내에서도 존재함을 보여준다. 비서구 지역의 전통의상은 서구 주류 백인들에 의해 유희의 목적으로 전유되고 있으며 이 과정에서 원래의 의미와 상징이 탈락된 상태로 성적 대상화가 되거나 수동적인 객체화가 이루어진다. 따라서 이렇게 재현된 이미지는 서구의 동양 문화에 대한 환상과 욕망이 투영되었으며 제국주의적 시각으로 묘사된 것임을 드러낸다.

3. 환상적 · 낭만적 이미지

전통 지역문화를 전유하는 과정에서 재현되는 환상적이고 낭만적인 이미지는 이국적 호기심으로 향수를 불러일으키는 목적을 가지고 있다. Said의 오리엔탈리즘 담론에서도 나타나듯이 서구 문명의 물질주의를 극복할 수 있는 메시아적 존재로서의 동양은 부정적인 목적이 아니고 호의적인 접근으로 만들어진 이미지이지만 서구에 의해 타자화된 결과물임은 부정할 수 없다. 결과적으로 의도되지 않았음에도 비서구의 문화는 비주류의 위치에 놓이게 되고 주류인 서구의 문화를 위해 존재하는 주변화된 대상이 된다는 것이다. 패션산업에서도 비서구의 문화는 미학적으로 받아들여질 만한 경탄과 예찬의 대상으로 디자

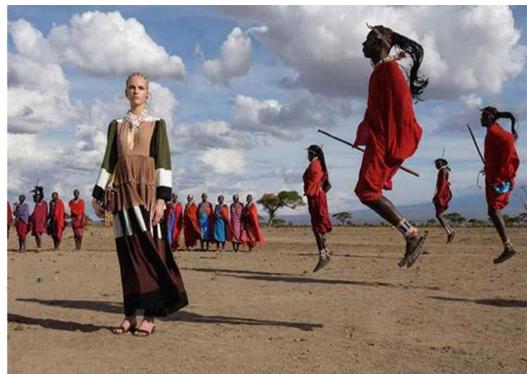
인의 영감으로서 주로 이용되지만 주류 서구문화와의 사이에 간극이 형성되어 구별 지어진다.

Carolina Herrera의 2020년 리조트 컬렉션(Fig. 5)은 멕시코 지역 원주민의 고유 패턴과 유사한 패턴을 사용한 드레스를 포함하여 멕시코 문화부 장관의 항의 서한을 받았다(Picheta, 2019). 해당 서한은 멕시코의 문화적 요소를 사용한 것에 대한 설명을 요구했고 브랜드의 크리에이티브 디렉터인 Wes Gordon은 멕시코 문화의 풍요로움에 대한 찬사와 멕시코 장인들의 공예기술에 대한 존경의 표시로 컬렉션을 발표했다고 해명했다. 하지만 브랜드의 해명에도 멕시코 정부는 지역 원주민의 문화유산이 도용당했다고 여겼으며 이러한 문화적 도용을 방지하기 위한 법을 제정할 것이라고 밝혔다. 패션산업에서 전통 지역문화를 활용한 상품을 제작할 때에는 원문화가 가진 역사와 공동체적 가치와 의미가 고려되기 보다는 주류 서양복식과는 다른 이국적이고 낭만적인 요소를 차용하는 것이 일반적이고 이렇게 생산된 상품은 원문화의 의복보다 높은 사회적 · 경제적 가치를 지니게 된다. 결과적으로 패션산업의 문화적 전유는 지역문화를 타자화하여 구분을 지을 뿐만 아니라 문화 간의 계층적 구조를 형성하게 한다.

또한 패션산업은 오리엔탈리즘적 시각으로 비서구의 자연적이고 낭만적인 문화에 대한 환상을 투영하여 전통 지역문화를 소품이나 배경으로 활용한 패션 화보를 촬영하고 있다. 내셔널 지오그래픽 사진작가



〈Fig. 5〉 Carolina Herrera Resort 2020 Collection (Houseofherrera, 2019)



〈Fig. 6〉 Valentino S/S 2016 Ad Campaign (Valentino, 2016)

Steve McCurry가 촬영한 Valentino의 2016 S/S 광고 캠페인(Fig. 6)은 케냐의 국립공원에서 마사이족을 배경으로 배치하였다. 아프리카 문화에 대한 브랜드의 감상과 다른 문화와의 상호작용으로 만들어진 아름다움, 관용을 표현하였다고 설명한 이 캠페인이 언론에 공개되자 브랜드의 설명과는 다른 문화적 전유를 비판받았다(Mallon, 2016). 캠페인 속 케냐의 문화와 원주민은 자연적 환경이 지닌 아름다움과 함께 미화되어 소품과 배경으로써 활용되었으며 해당 문화의 본질과 가치를 반영하지 못한 채 패션상품을 돋보이게 하는 대상으로 주변화되었다.

끝없이 새로움을 추구하는 패션의 속성과 기형적으로 빠르게 진행되는 산업 환경 속에서 전통 지역문화는 본질을 잃고 환상적이고 낭만적 이미지로 차용되고 있다. 이러한 이미지의 생성이 패션산업의 호의적 접근에서 시작되었다고 할지라도 문화 간의 격차를 만들어 계층적 구조를 형성하고, 지역문화와 원주민이 패션제품을 위해 존재하는 소품이나 배경으로 활용되고 있음은 비판적 시각에서 벗어나기 힘들다.

IV. 논의 및 결론

패션산업에서 문화적 전유는 빠르게 돌아가는 산업 현장 속 일상화된 고질적 문제이지만 소셜 미디어의 등장으로 대중적 공론화가 이루어지기 전까지는 뚜렷한 문제인식 없이 이루어져왔다. 패션산업의 문화적 전유를 바라보는 다양한 시각이 존재하지만 문화적 전유 속에 존재하는 행위자와 피해자로서 나뉘는 권력구조는 문화적 전유를 디자인 영감이라는 낭만적인 시각으로 보는 것을 어렵게 한다.

이에 본 연구는 패션산업에서 만연한 문화적 전유의 원인과 배경을 고찰하였고 그 결과 문화적 전유는 서구 백인 중심으로 착취와 지배의 문제를 넘어 권력을 잡는 것에 동기가 있으며, 이는 패션산업의 지배적 계층구조 구축, 문화의 몰지각한 패션화, 이윤분배의 부재 등을 가져왔음을 파악할 수 있었다.

나아가 본 연구는 후기식민주의적 관점을 바탕으로 문화적 전유에 존재하는 서구 백인중심의 권력구조에 주목하여 패션산업에 나타나고 있는 문화적 전

유로 재현된 비서구의 전통 지역문화의 이미지를 비합리적·야만적 이미지, 여성적·수동적 이미지, 환상적·낭만적 이미지'로 범주화하여 각 사례를 분석하였다.

첫째, 비합리적·야만적으로 재현된 이미지에는 제국주의적 헤게모니가 기저에 존재하여 두 문화 간의 우위와 차등을 생산하고 불균형을 강화함으로써 문화적 지배와 침략에 당위성을 주고 있으며, 다양한 매체와 패션제품을 통해 반복적으로 생산된 이미지의 전형화는 원래의 문화 소유 집단의 정체성에 혼란을 줄 수 있다.

둘째, 여성적·수동적으로 재현된 이미지는 서구의 동양 문화에 대한 환상과 욕망이 투영되어 지역 전통의상이 유희의 목적으로 전유되고 있으며, 이 과정에서 서구의 제국주의적 시각으로 묘사되어 원래의 의미와 상징이 탈락된 상태로 성적 대상화가 되거나 수동적인 객체화가 이루어진다.

셋째, 환상적·낭만적으로 재현된 이미지는 비서구 문화에 대한 호의로 영감으로서 활용되어 생산되었지만 주류와 비주류의 이분법적 구분 짓기의 대상으로 비서구 문화를 타자화·주변화하여 전통 지역문화와 원주민을 패션제품을 돋보이게 하는 대상으로 활용하고 그 사이에 계층적 구조를 형성한다.

패션산업의 문화적 전유에 대한 대중적 비판의 무게가 가중되고 있는 현시점에서 패션산업은 사회적 흐름을 인식할 당위성을 가진다. 나아가 전통문화의 소유 집단에 대한 이해와 존중을 바탕으로 한 변형과 재해석, 허가와 협력의 파트너십을 통한 교류를 통해 다양성을 가진 윤리적 발전을 이룰 수 있을 것이다. 이와 같은 요구에 최근 패션산업 현장에서 다양한 변화의 움직임이 생겨나고 있다. Kering은 다양성과 포용성 및 인재 관리 책임자로 Kalpana Bagamane Denzel을 임명하였고, Prada는 Ava DuVernay 감독을 비롯하여 예술가 및 활동가 Theaster Gates를 단장으로 다양성 모니터링 위원회를 구성하였으며, Chanel과 Gucci 또한 글로벌 다양성 책임자를 채용하는 등의 다양성의 가치를 실현하려는 노력을 기울이고 있다.

본 연구는 패션산업의 문화적 전유 연구의 초석을 마련하고 전통문화 활용의 바람직한 방향을 제시한

다는 의의를 가지고 있지만 급속도로 진행되는 패션 산업의 업무 환경에서 문화적 전유를 피할 수 있는 실제적 대안을 제시하는 것에 한계를 가지고 있다. 따라서 실제 산업현장에서 이루어지고 있는 문화적 전유를 피하기 위한 노력에 대한 전문가의 의견 및 사례 분석을 통해 실질적 대안을 제시하는 후속 연구가 이루어지기를 기대한다.

References

- Ahmed, O. (2017, June 1). Why fashion needs cultural appropriation. *The business of Fashion*. Retrieved from <https://www.businessoffashion.com/articles/opinion/why-fashion-needs-cultural-appropriation>
- Ayres, J. (2017). Inspiration or prototype?: Appropriation and exploitation in the fashion industry. *Fashion, Style & Popular Culture*, 4(2), 151-165.
- Builder, M. (2015). Why I'm Nervous For This Year's MET Gala. *Bustle*. Retrieved from <https://www.bustle.com/articles/65227-why-the-2015-met-gala-is-making-me-nervous-on-how-china-through-the-looking>
- Cultural Appropriation. (n.d.). In *Oxford Reference*. Retrieved from <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095652789>
- Diesel. (2013). Retrieved from <https://www.morocoworldnews.com/2013/09/104874/diesels-burqa-advertisement-did-they-go-too-far/>
- Dior. (2019). Retrieved from <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/dior-pulls-sauvage-campaign-from-instagram-after-facing-appropriation-backlash>
- Elboubkri, N. (2014, September 14). Diesel's burqa advertisement: did they go too far?. *Morocco World News*. Retrieved from <https://www.morocoworldnews.com/2013/09/104874/diesels-burqa-advertisement-did-they-go-too-far/>
- Fashion Nova. (2018). Retrieved from <https://www.businessinsider.sg/halloween-geisha-costume-fashion-nova-2018-10/>
- Green, D. N. & Kaiser, S. B. (2017). Fashion and appropriation. *Fashion, Style & Popular Culture*, 4(2), 145-150.
- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (Eds.). (2003). *Culture, media, language: working papers in cultural studies, 1972-79*. London, UK: Routledge.
- Hoskins, T. E. (2014). *Stitched up: The anti-capitalist book of fashion* (Vol. 254). London, UK: Pluto Press.
- Houseofherrera. (2019). In *Twitter*. Retrieved from https://twitter.com/HouseofHerrera/status/1137032751952027648?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etfw%7Ctwterm%5E1137032751952027648%7Ctwgr%5E&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.cnn.com%2Fstyle%2Farticle%2Fcarolina-herrera-mexico-cultural-appropriation-scli-intl%2Findex.html
- Kim, J. H., Park, H. Y., Lee, S. H., & Hong, I. S. (2012). *The Faces of Postcolonialism: Fanon · Said · Bhabha · Spivak* [탈식민주주의의 얼굴들: 파농 · 사이드 · 바바 · 스피박]. Seoul, Republic of Korea: Youkrack.
- Kim Prieto, C., Goldstein, L. A., Okazaki, S., & Kirschner, B. (2010). Effect of exposure to an American Indian mascot on the tendency to stereotype a different minority group. *Journal of Applied Social Psychology*, 40(3), 534-553.
- Krause, A. (2018, October 2). Fashion Nova is selling a 'geisha' costume for Halloween – and people think it's problematic. *Business insider*. Retrieved from <https://www.businessinsider.sg/halloween-geisha-costume-fashion-nova-2018-10/>
- Lee, S. (2019). Cultural appropriation in contemporary fashion. *Archives of Design Research*, 32(2), 137-151.
- Lieber, C. (2019, August 31). Dior Pulls 'Sauvage' Campaign After Facing Appropriation Backlash. *The business of Fashion*. Retrieved from <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/dior-pulls-sauvage-campaign-from-instagram-after-facing-appropriation-backlash>
- Mallon, J. (2016, February 9). Cultural Appropriation or Culturally Appropriate?. *Fashion United*. Retrieved from <https://fashionunited.uk/news/fashion/cultural-appropriation-or-culturally-appropriate/2016020919326>
- Nelson, R. S. & Shiff, R. (2010). *Critical terms for art history*. Chicago, U.S.: University of Chicago Press.
- Owens, C. (1982). Representation, appropriation and power. *Art in America*, 70(5), 9-21.
- Pham, M. H. T. (2014). Fashion's Cultural-Appropriation Debate: Pointless. *The Atlantic*, 15.
- Picheta, R. (2019, June 13). Mexico accuses Carolina Herrera fashion house of cultural appropriation. *CNN*. Retrieved from <https://edition.cnn.com/style/article/carolina-herrera-mexico-cultural-appropriation-scli-intl/index.html>
- Rovine, V. L. (2009). Colonialism's clothing: Africa, France, and the deployment of fashion. *Design Issues*, 25(3), 44-61.
- Said, E. W. (1979). *Orientalism*. New York, U.S.: Pantheon Books.
- Shohat, E. (2004). The "Postcolonial" in translation: Reading said in Hebrew. *Journal of Palestine Studies*, 33(3), 55-75.
- Stewart, D. (2014, October 3). Ugh: White Model Dons Tribal-Style Face Paint for Vogue Italia Shoot.

- Jezebel*. Retrieved from <https://jezebel.com/ugh-white-model-dons-tribal-style-face-paint-for-vogue-1540349251>
- Torre, V. L. (2018, June 1). How cries of cultural appropriation are stifling creativity in fashion. *Post Magazine*. Retrieved from <https://www.scmp.com/magazines/post-magazine/fashion/article/2148587/how-cries-cultural-appropriation-are-stifling>
- Valentino. (2016). Retrieved from <https://fashionunited.uk/news/fashion/cultural-appropriation-or-culturally-appropriate/2016020919326>
- Vogue. (2014). Retrieved from <https://jezebel.com/ugh-white-model-dons-tribal-style-face-paint-for-vogue-1540349251>
- Yang, J. H. (2014). Femininity of the orient in the discourse of the Saint-Simonian movement (1825-1832). *History Journal*, (30), 119-150.