

논문접수일 : 2014.01.05

심사일 : 2014.01.13

게재확정일 : 2014.01.26

패션에 있어서 사치의 의미

- 사적 고찰을 중심으로 -

The Meaning of Luxury in the Fashion

- Focus on a Historical Perspective -

김 윤 희

한남대학교 조형예술대학 의류학과 교수

Yoonhee Kim

Dept. of Clothing & Textiles, Hannam University

* 이 논문은 2013년도 한남대학교 학술연구조성비 지원에 의하여 연구되었음.

1. 서론

2. 사치의 개념

2.1. 사치의 용어 정의

2.2. 사치와 패션 소비

3. 사치의 서양복식사적 의미

3.1. 20세기 이전의 사치- 귀족 계급의 변동과 유행의 발생

3.2. 20세기 이후의 사치- 기성복화와 새로운 패션 리더

4. 21세기 패션에서 사치의 의미와 종합적 논의

5. 결론

참고문헌

논문요약

본 연구는 현대 패션에서 사치가 의미하는 바를 해석하기 위하여, 사치의 개념을 규정하고, 서양복식사에 나타난 사치에 대한 역사적 고찰을 행하였다. 또한 오늘날의 패션 현상에서 사치의 의미에 대하여 논의하였다. 연구 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 사치는 ‘필요 이상으로 호화롭고 풍성한 생활 방식, 재화, 서비스 등’ 이라고 정의할 수 있다. 둘째, 서양 복식사에 나타난 사치 현상을 20세기 초 이전과 이후로 나누어 고찰하였다. 20세기 초 이전 서양에서는 부르주아 계급의 급성장과 오래된 귀족 계급과의 공생 및 경쟁 관계로 인해 복식을 통해 신분 상징을 표현하려는 욕구가 증가하였다. 20세기 초 이후에는 대중화 사회에서도 여전히 존재하는 계급 간의 차이를 패션을 통해 표현하고자 하는 욕망의 결과로서 패션에 있어서의 사치 소비가 보다 개방적이고 다방향적인 방법으로 계속되었다. 셋째, 21세기 패션에서 사치의 양상은 양적으로는 SPA 브랜드의 팽창과 질적으로는 명품 브랜드의 성공에서 볼 수 있다. 넷째, 모든 시기의 사치 소비에 양적인 사치와 질적인 사치가 모두 존재하지만, 현대로 올수록 양적인 사치 및 절대적 사치를 즐길 수 있는 소비자의 수가 크게 증가했음을 알 수 있다. 또한 현대로 올수록 소비자 개인의 취향이 다양해지면서, 사치의 가치 가운데 자기 만족을 위한 향락성이 보다 강조된다고 할 수 있겠다.

주제어

사치, 양적 사치, 질적 사치

Abstract

In order to interpret the meaning of luxury in modern fashion, this study first provides its own definition of luxury, analyzes the history of luxury in the western fashion, and discusses the meanings of luxury in the contemporary fashion. The results may be summarized as the following. In order to interpret the meaning of luxury in modern fashion, this study first provides its own definition of luxury, analyzes the history of luxury in the western fashion, and discusses the meanings of luxury in the contemporary fashion. The results may be summarized as the following. First, luxury can be defined as ways of life, commodities, or services that are more extravagant and sumptuous than it is necessary. Second, the phenomena of luxury in the western fashion can be divided into before and after the beginning of the twentieth century. Before the beginning of the twentieth century, there was an increasing desire to express the status symbol through fashion with the rapid growth of the bourgeois class and their co-existence and competition with the traditional noble class. Since the early twentieth century a luxurious consumption of fashion continued in more open and multi-directional ways as a result of the desire to express the differences among social classes that still existed in a popularized society. Third, the aspects of the luxury in the contemporary fashion of the twenty-first century may be seen in the quantitative expansion of the SPA brands and in the qualitative success of the luxury brands. Fourth, although the consumption of both qualitative and quantitative luxury existed throughout each period, the number of consumers who can enjoy the quantitative and qualitative luxury has increased greatly in recent years. As individual tastes get diversified in modern times, the element of pleasure for self-satisfaction is more emphasized among the values of luxury.

Keyword

luxury, quantitative luxury, qualitative luxury

1. 서론

근래 언론매체를 통하여 ‘작은 사치’, ‘소심한 사치’ 라는 어휘들을 흔히 볼 수 있으며, 이와 함께 사람들은 왜 사치하는가, 사치는 필요한가, 좋은 사치가 있는가, 어떤 사치가 좋은 것인가 등의 질문도 종종 함께 동반된다. 그러나, 사치는 복잡적이고, 다층적인 개념으로, 오늘날의 사치는 무엇인지, 그리고, 사치함이 가장 잘 드러나는 패션을 통해서 사치를 새롭게 정의할 수 있는지 살펴볼 필요가 있다.

사치는 인류문명사에 있어 변화의 원동력이기도 했으며, 그 시작은 기원전 메소포타미아 문명의 수메르인에게까지 거슬러 올라갈 수 있다.(Castarède, 2008, p.17) 인류문명이 발전하고, 중앙집권화된 정치 조직이 생기고, 이어서 사치 현상이 발생했으며, 처음에는 그 안에 내재된 창조성을 통해서, 나중에는 교류 대상이 되는 물건을 제작하면서 문명을 이루는 한 부분이 되었다. 이 때, 사치는 혁신과 교류를 증대시키고, 시각적인 표식을 통해 사회의 권력과 명성을 강화하는 역할을 하였다. 결국 적절한 사치는 경제와 지성, 예술, 도덕 면에서 모든 문명의 기초를 이루어 왔다고 할 수 있다.(Castarède, 2008, p.6) 하지만 사치는 곧 타락과 낭비로 이어져, 위정자들이 ‘사치금제령’이라는 법률로 사치를 제한하게 되었다. 주로 의복의 사치를 통제했던 사치금제령은 중세 후기 서양에서 부르주아 계층이 성장하고, 복식을 통한 신분 상징의 욕구가 커지면서 본격적으로 제정되기 시작하였다. 이는 14-15세기 서양에서 점점 증가하는 부유한 상인들의 귀족 따라잡기를 통제하려는 수단이었으며,(김민자 외, 2012, p.172) 왕이나 귀족이 아닌 부유한 상인들의 타락과 낭비는 통제해야 하는 것이었던 것이다.

미래의 사치는 자크 아탈리가 예측한 대로 “시간을 자유롭게 활용하는 것, 다른 사람으로부터 혹은 혼잡으로부터 어느 정도 거리를 둘 수 있는 것”이 될 것이다.(Attali, 1998, p.158) 이와 같이 사치는 종래의 호화로움, 부유함, 풍요로움, 혹은 타락과 낭비를 의미하는 것을 넘어서 인류 역사와 함께 새로운 개념으로 진화하고 있으며, 긍정적이거나, 부정적인 판단이 동시에 존재한다.(Castarède, 2008, pp.6-7) 또한 시대, 문화, 개인에 따라 주관적이며, 사치의 정도를 규정하기 어렵기 때문에 현실에서도 정확한 규명이 어렵고, 이에 대한 객관적 연구가 많이 이루어지지 않은 것이 현실이다. 사치에 대한 선행 연구를 보면, 중세 이후 서양 귀족 사회의 변화와 함께 논의하거나,(Sombart, 1912) 현대 사회의 소비 현상에 대한 방대한 분량 가운데 한 부분으로 다루는 경우

(Hine, 2002)가 대부분이었다.

패션과의 관련성을 보면, 사치는 근본적으로 패션, 복식과 밀접할 수 밖에 없는 것이며, 현대 패션의 주요 경향 중 하나로 사치산업의 경제적 비중 확대와 함께 사회적으로 가시화되면서 학제적 논의의 대상이 되고 있다.(Lipovetsky & Roux, 2004) 그러나, 패션 분야에서의 사치 연구(양숙희, 한수연, 2007; 고현진, 2008; 문재윤, 2011)에서는 복식 형태 분석을 수행하기에는 시대에 따른 상대성 때문에 관점의 설정이 난해하고, 패션 시스템의 면에서 분석하기에는 그 내용이 방대하여, 다루기가 쉽지 않은 주제이기도 하다.

이에 본 연구에서는 중세 이후 서양 복식사에서 나타난 사치의 발생과 변화를 고찰하여, 오늘날의 패션에서 나타나는 사치의 양상과 의미를 분석함을 목적으로 한다. 이를 위하여 다음과 같이 연구 내용을 설정하였다.

첫째, 사치의 개념을 논의하고, 정의하며, 현대 사회에서 사치와 소비의 관계를 밝힌다.

둘째, 중세 이후 서양복식사에 나타난 사치에 대하여 사적 고찰을 행한다.

셋째, 2000년 이후 오늘날의 패션 현상에서 사치의 양상과 의미에 대해 논의한다.

연구 방법은 서양사, 서양복식사, 현대 소비에 관한 서적을 중심으로 문헌 연구를 진행하였으며, 사적 고찰의 시기는 중세 이후 20세기 초까지와 20세기 초 이후로 시기를 구분하여 진행하였다. 사치는 사회구성원들의 계급 구조와 관련이 있으며, 19세기 말에서 20세기 초의 시기에, 본격적인 대중화 사회로의 진전이 있었다고 보았기 때문이다.

본 연구는 현대인들의 고가의 명품 소비나, 저렴한 가격의 옷을 끊임없이 구매하는 반복 소비의 근저에 있는 사치의 양면성 연구의 틀을 제공할 수 있을 것이다.

2. 사치의 개념

사치는 상대적이고 주관적인 개념으로, 사치의 용어 정의를 살펴 보고, 사치와 밀접한 개념인 소비와의 개념적 관계 고찰을 통해 사치의 개념을 더 명확히 하고자 한다.

2.1. 사치의 용어 정의

사치(奢侈, luxury)는 ‘넘침’, ‘삶의 여유’를 뜻하는 라틴어 ‘luxuria’에서 온 말이다.(Danziger, 2006, p.49) 사전적으로 “필요 이상의 돈이나 물건을 쓰거나 분수에 지나친 생활을 함” (네이버 국어

사전, 검색일: 2012.9.16.)을 의미하며, 영어로 ‘낭비’를 의미하기도 하는 ‘extravagance’로, 또는 ‘호화로움’을 의미하기도 하는 ‘luxury’로 번역되고 있다.(네이버 영어사전, 검색일: 2012.9.16.) 이러한 정의들에 따르면 사치는 ‘필요 이상으로 호화롭고 풍성한 생활 방식, 재화, 서비스’ 등을 의미한다고 할 수 있겠다. 그런데 사치의 영어 정의에서 사치의 이중적인 의미를 찾을 수 있다. 즉 사치는 양적으로 행해질 수도 있고 또 질적으로 행해질 수도 있다. 이러한 구분은 선행 연구(문재운, 2011)에서도 시도된 바 있으며 본 연구에서 사치를 정의할 때 쓰일 기본 틀을 제공해준다. 하나는 필요 이상의 많은 양의 재화를 소비하는, 양적인 사치이며, 또 다른 하나는 보다 질이 좋은 물건을 소비하는, 질적인 사치이다. 양적인 의미에서의 사치는 재화의 낭비와 같은 뜻이고, 질적인 의미에서의 사치는 보다 좋은 재화의 이용을 뜻한다.(Sombart, 1912; 문재운, 2011) 양적인 사치와 질적인 사치는 별개로 나타날 수도 있고, 동시에 나타날 수도 있을 것이다.

사치에 대한 양적, 질적인 구분 외에 질적인 사치로부터 파생될 수 있는 것이 절대적인 의미의 사치이다. 질적인 사치의 구현체인 정교한 재화는 절대적인 의미의 사치로, 바로 세련을 추구하는 것이다. 세련(Verfeinerung)이란 필요한 목적을 충족시키고도 남는 재화의 모든 끝손질로, 근본적으로 두 가지로 나눌 수 있는데, 그 하나는 필요 이상의 고급스러운 재료를 사용하는 것, 또 하나는 기본적인 목적을 충족시키고도 남을 아름다운 형태를 구현하는 것이다.(Sombart, 1912; Hine, 2002) 양적인 사치와 대비되는 질적인 사치, 그리고 질적인 사치에서 더 진전된 절대적 사치 개념에서 더 나아가 이와 대비되는 상대적 사치 또한 상정할 수 있을 것이다. 이는 남과 구별되고 비교된다는 의미가 보다 강조된 의미의 사치로, 상대적 사치야 말로, 현대 패션의 동력을 제공하는 것이 아닐까 가정하며, 상대적 사치를 포함하여, 아래 [표 1]과 같이 사치의 네 종류를 구별하여 연구를 진행하고자 한다.

사치의 종류	사치의 의미
양적 사치	- 낭비 - 필요 이상의 많은 양의 재화를 소비
질적 사치	- 보다 질이 좋은 물건을 소비
절대적 사치	- 정교한 재화 - 세련됨
상대적 사치	- 비교

[표 1] 사치의 분류

2.2. 사치와 패션 소비

사치는 소비이자 자신의 능력을 보여주는 도구이다. 선사시대부터 물건의 획득과 사용은 물건을 가진 자의 힘을 보여주는 것이었고, 물질 과잉의 시대인 현대에도 쇼핑으로 획득한 물건, 또는 소비 그 자체는 자신의 능력을 입증하는 것이었다. 1889년 소비경제철학자인 사이먼 패튼(Simon Patten)이 말한 바와 같이 높은 생활 수준을 영위한다는 것은 어떤 즐거움을 누리려는가의 문제가 아니라 어떤 즐거움을 반짝 즐기다가 금방 싫증내는 것을 의미한다.(Hine, 2002) 현대인들은 필요 이상으로 많이 소유하면서도 끝내 만족하지 못하는 양적인 사치 소비를 높은 생활 수준과 동일하게 인식하고 있는 것이다.

현대인들은 사치에 대해 대부분 부정적이지만, 물건이 너무 많아 ‘어떻게 하면 물건을 잘 버리나’, ‘물건을 어떻게 정리하는가’를 고민하는가 하면, 소비를 위한 소비가 공공연히 이루어지는 삶에서 사치를 열심히 일한 데에 대한 보상이라고 정당화하고, 사치를 누릴 수 있는 사람들을 존경한다.(Hine, 2002) 결과적으로, 현대 소비사회에서는 더 높아진 생활수준, 풍부한 물품들과 서비스, 여가를 숭배하고, 쾌락적인 물질주의를 공공연히 지지한다. 현대인들의 죄의식 없는 소비 욕구가 커지면서 다양한 소비 재화의 구매와 폐기가 계속 순환되며, 이로 인해 경제는 중세 이후 등장한 패션의 사이클을 따라 움직이게 된다. 오늘날에 이르러, 취향이 점점 개인화되는 것과 맞물려 모든 영역에서 다양성이 단일성을 대체하며, 느낌의 작은 차이들로 제품이 차별화된다. 패션에서 새로운 것이 등장할 때, 그것은 기존의 것과 다른 상징성과 차별기호를 지닌다. 작은 변화들이 시장을 지배하고, 현대인들의 소비 욕구를 자극하면서, 현대인들은 양적인 사치에 노출되어 있는 것이다. 보드리야르(Baudrillard)가 소비 이데올로기는 개인의 욕망과 무관하게, 능력과 사회적 구별의 논리에 기초를 두고 있다고 한 것과 마찬가지로, 21세기 현대인들의 소비는 베블렌(Veblen)의 과시적 소비(Conspicuous Consumption)와 같이 차별과 계층화의 의미를 지니고 있다.(Lipovetsky, 1994)

한편, 어떠한 시대라도 사치가 일단 존재하면, 사치를 더욱 증대시키는 수많은 동인들로 사치는 더욱 활성화된다. 이는 사치스러운 생활이 이미 분명히 존재하고 있다는 것, 그리고 남보다 뛰어나고 싶은 충동을 충족시키는 수단은 남과 똑같거나 아니면 남보다 더 한 사치를 행하는 데서 찾을 수 있다는 것을 전제로 하고 있다. 사치스러운 소비, 즉, 호화롭다거나, 필요한 것을 넘어서는 소비라 하는 것은, 상대적인 것이기 때문에 끝없이 계속되며, 그 경계 또한 불

분명할 수 밖에 없다.(Sombart, 1912) 이와 같이 사치의 개념은 소비와 직결되고, 특히 패션에 있어서는 과시적인 소비와 함께 고려됨을 알 수 있다.

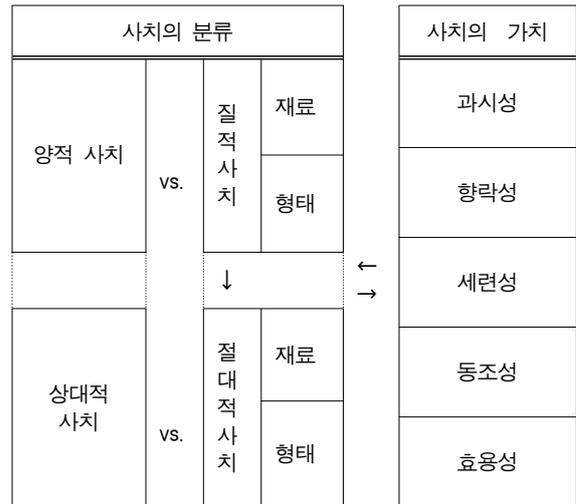
사전적 정의에서 사용된 ‘필요 이상’, ‘지나친’의 어휘에서 볼 수 있듯이 사치는 우리 문화에서 부정적인 의미를 가지나, 형체가 없고 다분히 주관적인 속성을 띠는, 그러나 본질적으로는 매혹적인 것이다. 왜냐하면 사치의 근원에는 파스칼(Pascal)이 <광세(Pens'ees)>에서 정의한 세 가지 욕망, 즉, 권력과 지배에 대한 욕망, 자신이나 다른 사람들을 위해 물건을 얻으려는 욕망, 그리고 감각과 관능성에 대한 욕망이 내재해 있기 때문이다.(Castarède, 2008, p.6)

홍은실(2011)의 사치소비에 대한 문헌연구에 따르면 제2차 세계대전을 기준으로 사치 소비의 유형을 나눌 때, 제2차 세계대전 이전에는 과시형, 향락형, 화려함과 결부된 세련추구형, 카타르시스형으로 나뉘어지나, 제2차 세계대전 이후에는 과시형, 진귀추구형, 사회적 동조형, 효용형, 오락추구형으로 나뉘어진다고 한다. 유현정(2008)의 한국여성 소비자를 대상으로 사치의 의미를 분석하는 연구에 따르면 사치는 나를 위한 선물, 오락과 스트레스 해소의 도구, 투자의 의미를 가지고 있다.

본 연구에서는 파스칼의 세 가지 욕망과 홍은실(2011), 유현정(2008)의 연구결과에서의 사치 소비 유형 개념 간에 겹치는 부분을 고려하여, 과시성, 향락성, 세련성, 동조성, 효용성으로 사치의 가치를 요약하여 패션에 있어서 사치의 의미 분석에 적용하고자 한다.

과시성은 타인에게 자신의 사회 경제적 지위를 보여주기 위해 사치를 할때, 향락성은 사치 소비를 함으로써 자신이 즐거움을 느끼는 것이 가장 큰 가치가 될 때, 세련성은 사치 소비를 통하여 자신의 취향이 세련되었음을 드러내는 것에 큰 가치를 둘 때, 동조성은 특정 집단에 자신이 속함을 드러내는 수단으로 사치 소비를 행할 때, 효용성은 사치 소비를 하는 것이 다른 소비에 비해 더 큰 효용을 지닌다고 생각할 때로 설명할 수 있겠다.

본 연구의 사치 용어 정리 결과 및 소비 개념과의 관계에서 서술되었던 사치의 가치를 고려하여, 아래와 같이 [표 2]를 작성하여 사치의 서양복식사적 의미를 살펴 볼 때 연구의 기본 관점으로 삼고자 한다. 사치를 양적 사치와 질적 사치, 그리고 절대적 사치와 상대적 사치로 구분하고, 각 시대별로 사치 소비를 논의할 때에 과시성, 향락성, 세련성, 동조성, 효용성의 사치의 가치를 중심으로 논의할 것이다.



[표 2] 사치 연구의 틀

3. 사치의 서양복식사적 의미

본 절에서는 서양복식사에서 사치의 의미에 대해 20세기 초를 기준으로 이전과 이후로 나누어 살펴보고자 한다.

3.1. 20세기 이전의 사치- 귀족 계급의 변동과 유행의 발생

사치에 대한 개념적 인식은 그리스 로마 시대에도 있었다. 그리스 로마 철학자들은 생활필수품과 사치품을 철저히 구분하고, 사람들이 사치품에 탐닉하는 것을 경계하였다. 고대 그리스의 플라톤은 구성원들이 각자 분수를 알고, 자신의 역할에 어울리는 물질만 소유하는 사회가 이상적인 사회라고 보았다. 플라톤이 살았던 사회는 매우 부유하여 거의 모든 사람들이 최저 생활수준보다 더 많은 물건을 소유하며 살았음에도 불구하고, 사치를 죄에 가까운 일종의 나약함으로 규정했다.(Hine, 2002) 그런데, 중세 이후 서양에서 계급 구분은 뚜렷하게 유지하였지만, 신흥 부자들이 귀족 신분을 돈으로 사거나, 훈장을 받거나, 토지를 획득함으로써 귀족 계급으로의 편입이 공공연히 이루어졌고, 금력과 이를 드러내는 사치, 의식주에서의 사치가 경쟁적으로 드러나게 되었다.

봉건제도가 여전히 절대적이었던 13세기 서양에서 귀족은 거의 전적으로 기사 자격이 있는 대지주들로 구성되어 있었고, 귀족으로 격상되는 평민들도 귀족 봉건 세계의 생활양식을 조금도 변화시키지 못하였다. 그런데 특히 16세기 말에서 17세기 초 이후에 거의 시민 계급에서 대량으로 새로 세워진 귀족 가문들은 귀족계급의 구조 전체에 결정적인 영향을 미쳤다. 프랑스혁명 말기에 26600가구의 귀족 가운데, 20000여 가구의 귀족이 새로이 귀족 신분으로 편입

된 신흥부자들이었을 정도로 이들의 수가 많았다. 새로운 부자들 중 대부분이 귀족 신분으로 올라갈 수 있었으며, 오랜 명문 귀족의 일부는 신흥부자들에게 급실거리거나, 또한 결혼을 통해서 자기 가문이 다시 왕년의 영광을 돌려주는 데 필요한 수백만의 돈을 얻었다. 이와 같이 옛 귀족과 새로운 화폐재산으로 형성된 새로운 귀족 간의 역동적인 관계 때문에 서양의 1600년에서 1800년에 이르는 200년 동안 서양의 사치 소비가 활발하였다. 귀족의 영예와 시민의 부의 융합은 수세기 동안 자본주의 문화를 지닌 모든 나라, 즉 이탈리아, 독일, 영국, 프랑스에서 같은 속도로 일어났다. 특히 영국에서는 노빌리티(nobility, 고귀한 가문 출신)만이 좁은 의미에서의 귀족을 형성하였는데, 헨리 7세와 8세 왕은 끊임없이 모든 명사들에서, 특히 부유한 시민들 가운데에서도 새로운 귀족을 임명함으로써 오래된 문벌의 대열이 보충되었다. 신흥 귀족들은 오래된 토지 귀족들과 완전히 동렬에 서게 되었으며, 영국에서 귀족의 일원이 되는가 아닌가는 경제사정의 변화에 의해 자동적으로 결정되었다고 해도 과언이 아니었다.(Sombart, 1912)

이 시기에 자신들을 ‘부르주아(bourgeois)’로서 근로계급에 속하는 그 밖의 사람들과 뚜렷하게 구분지으려는 보다 부유한 상인 및 자본주의 기업가 계급의 급성장과 더불어 봉건제도의 쇠락, 완만하고 실질적인 유행의 등장, 욕망과 기호의 끝없는 현상이 나타나기 시작했다. 이 팽창하는 움직임에 끊임없이 제동을 걸려고 했던 사치에 관한 금제령, 복식금제령은 중세 후기 서양에서 산업화, 도시화가 진행되어, 부르주아 계층이 성장하고, 복식을 통한 신분 상징의 욕구가 커지면서 본격적으로 제정되기 시작한 것으로, 점점 화려하게 변화했던 14-15세기 장인들과 부자들의 옷차림, 점점 증가하는 부유한 상인들의 귀족 따라 잡기를 통제하려는 수단이었었던 것이다. 그러나 18세기 이후 궁정에서의 의복 경쟁이 점차 군주의 통제에서 벗어나게 되면서 수세기 동안 지속되었던 유행이 놀라울 정도로 가속화되었다.(Perrot, 1981, pp.40-41)

신흥 부자들은 그 부를 주로 사치를 위해서 썼으며, 사치 소비에서 오는 명예욕과 감각적 즐거움이 사치를 계속하게 만들었다. 궁정에서도 중세가 끝난 후 수세기에 걸쳐서 상당한 사치가 존재하였으며, 궁정에서 행해지는 제한없는 사치는 궁정을 동경하는 모든 사람들에게 점차 퍼졌다.

한 가지 흥미로운 것은 20세기가 시작되기 전 귀족의 궁핍화가 시민 계급 대금업자를 부자로 만든 원천이며, 십자군 전쟁 이후 유럽의 모든 나라에서

봉건 재산이 부르주아 재산으로 전환되고 있었다는 것이다. 게다가 오래된 귀족 가문 출신의 사람들이 사치 소비에 있어서 시민 계급 출신의 신흥 부자들과 경쟁하고자 했고 이는 오래된 귀족 가문의 경제적 몰락으로 이어졌다고 하기도 한다.(Sombart, 1912) 이로써, 사치 소비와 경쟁적 유행 심리가 중세 이후 유럽 전체의 사회적 구조를 바꾸는 근거에 있었음을 알 수 있다.

20세기 이전 유럽에서 빈번했던 신흥 부자의 귀족 계급으로의 편입으로 인해 의식주에서 일어났던 사치는 양적인 사치 보다는 질적인 사치에 치중했던 것으로 보이며, 이는 유럽 전체에서 새로운 직물의 개발이 활발했던 것에서 알 수 있다. [그림 1], [그림 2] 와 같이 왕과 귀족으로 구성된 상류 계층은 의복에서 과한 장식성을 추구하였으며, 왕을 중심으로 한 절대적 사치의 시대이기도 하였다. 이 시기의 복식에서는 슬래쉬와 같은 과도한 장식이나, 러프와 같은 인체의 활동을 현저히 방해할 과장된 크기의 과시적 복식이 유행하였다.

새로운 계급의 획득에서 오는 과시성, 새로운 계급에 대한 동조성, 그리고 사치적 소비에서 오는 향락성이 이 시기 사치 소비의 주된 가치였던 것으로 판단되며, 이 모든 가치 외에 세련성을 추구하고자 하였던 것으로 판단된다. 세련성을 얻었는지의 여부는 당시 신흥 부자 귀족 계급에 대한 사회적 멸시와 존경의 이중적 대우로 판단할 때 세련성 역시 양면적 평가가 따랐을 것으로 생각된다.



좌: [그림 1] 과장된 크기의 러프- 16세기 귀족¹⁾
우: [그림 2] 과도한 슬래쉬 장식- 17세기 귀족²⁾

3.2. 20세기 이후의 사치- 기성복화와 새로운 패션 리더

1) Laver, J. (1995). *Costume & Fashion*. London: Thames & Hudson. p.96.
2) Boucher, F. (1987). *20,000 Years of Fashion*. New York: Harry N. Abrams, Inc. p.269.

19세기 말 이후, 20세기에 들어서면서도 사람들의 패션 제품의 사치 소비는 계속되었고, 다만, 엄격한 신분 제도하에서 계급 간의 경쟁적 옷입기가 아닌 보다 유동적인 현대적 계층 간의 차별적 옷입기와 다양한 방향의 유행 전파가 이루어졌다. 그러나, 여기에서 중요한 점은 전통적 귀족 사회에서 서민 출신의 신흥 부자들, 소위 벼락 부자들을 낫추어 보던 사회적 인식이 20세기 초까지도 계속되었다는 점과 19세기 서양 사회에서 본격적인 대중화 사회로의 이행이 이루어질 때, 의복의 기성복화도 시작되었다는 점이다. 즉, 신흥 귀족들의 사치 소비의 대상이었던 계급 구분이 명확한 의복은 기성복화됨으로써, 이제 형태에서 획일화되어, 재료나 더욱 미묘해진 세부 형태의 차이로만 드러났다.

기성복이 1716년에 파리에서 등장하였기 때문에 그 시작을 18세기 초로 볼 수도 있지만, 의복에서 계급의 차이를 없앤 획일화된 기성복의 본격적 등장은 19세기 말에 이르러서라고 할 수 있다. 그리고, 19세기의 마지막 10년간 여성복의 기성복 생산이 엄청나게 확대되었다. 서양복의 기성복화 과정은 먼저 남성복의 제복을 통하여 이루어졌으며, 여성복에서는 그 디자인이 단순해지면서 가능하게 되었다. 그런데, 여성복에는 코르셋 위에 입는 딱딱한 보디스가 있어 기성복화에 많은 어려움이 있었고, 이에 여성복의 의복 개량 운동이 일어나게 되었다. 기성복이란 하나의 견본품을 대량으로 생산하여 그것을 수천개의 상점과 잡지들을 통해 대중에게 알리고 판매하는 것이었으므로 외관상 같은 모양으로 옷이 만들어졌고, 이로써 의복을 통한 신분의 차별은 물론, 연령에 따른 구분도 사라졌다.(Max von Boehn, 1996)

20세기로 접어들어 1900년 프랑스 파리에서 있었던 박람회인 만국박람회(Exposition Universelle)에서는 파리의 주요 오프 쿠튀르였던 듀세(Doucet), 빠퀸(Paquin), 워스(Worth)와 같은 디자인 하우스들이 그들의 디자인을 선보였다.(Tortora & Eubank, 1998) 이 시기는 오프 쿠튀리에에 의한 오프 쿠튀르가 패션을 주도하는 시기였으며, 파리의 오프 쿠튀르가 전 세계적인 영향력을 끼치면서, 유럽 전역과 미국에까지도 이름을 알렸다. 이 시기는 20세기 이전과 앞으로 다가올 기성복 시대의 과도기로, 패션에 있어서 사치 소비의 주역은 여전히 회귀하고, 과시적인 옷을 구매할 수 있는 부자들이었다. 다만 이전과 다른 점은 1930년대 후반 세계 경제의 회복과, 할리우드의 부흥으로 20세기 이전 패션을 선도했던 왕이나 귀족의 자리를 영화배우들이 대신하게 되었다는 점이다. 1930년대의 마를렌 디트리히(Marlene Dietrich), 그레

타 가르보 (Greta Garbo), 캐서린 햅번(Katharine Hepburn), 1950년대의 그레이스 켈리(Grace Kelly), 소피아 로렌(Sophia Loren), 마릴린 먼로(Marilyne Munro), 오드리 햅번(Audrey Hepburn)과 같은 할리우드 여자 영화배우들은 일반 여성들에게 패션의 영감을 제공하였다. 1950년대에는 남자 배우들의 영향이 컸는데, 말론 브란도(Marlon Brando), 제임스 딘(James Dean), 그레고리 펙(Gregory Peck) 등이 유명하였다.(김민자 외, 2012) [그림 3]은 그레고리 펙의 모습이며, [그림 4]는 일상복이나, 복고적인 과장된 실루엣으로, 보다 극적인 효과를 누릴 수 있는 뉴 룩(New Look)이다. 뉴 룩은 제2차 세계대전 이후 선풍적인 인기를 끌었으니, 이는 1920년대의 중성적인 직선적 실루엣의 여성복과는 반대로 허리는 조이고 패티코트를 착용하여 치마를 부풀리는 여성적인 실루엣의, 20세기 이전의 패션으로 회귀하는 것이었다.

전후 1960년대에는 젊은이 문화가 문화 전반을 지배하면서, 유행은 젊은이들로부터 시작되었다. 이와 같이 20세기 대중사회로의 전이로 인해, 패션에서 모방해야 할 대상이나, 과시를 통해 구별해야 할 대상은 명확하지 않게 되었고, 패션에서의 사치 소비는 계급간의 모방이나, 과시 보다는 누가 그 사회 문화의 주역이었는데가 따라 달라졌다.

게다가 20세기 후반 파리의 오프 쿠튀르가 사냥길에 접어들고, 프레타 포르테 산업이 패션 산업 전반을 지배하게 되면서, 의복의 사치 소비는 기성품이나, 생산량을 조절하여 고급의 이미지를 갖추는 소위 기성 ‘명품’의 소비로 이어졌다. 1980년대에는 전후 베이비부머 세대 여성들의 성공적 사회 진출로, 조르지오 아르마니(Giorgio Armani), 도나 카란(Donna Karan) 등의 고가의 디자이너 브랜드가 세계적으로 급성장하였고, 특히, 1990년대에는 디자이너 브랜드의 로고가 드러나는 디자인이 대거 등장하면서, 사치 소비의 주요 대상이 되었다. 고가의 명품 브랜드의 상품을 질적 사치의 대상으로 삼으나, 이것이 곧 질대적 사치와 같은 것은 아니다.

20세기 이후 패션에서 양적, 질적 사치 소비가 있었으며, 이것 역시 상대적인 사치의 시대로, 20세기 이전 중세, 르네상스 시대의 왕족의 사치에 겨룰 수는 없지만, 부가 확산되면서, 의복에서의 사치를 누릴 수 있는 사람들이 더욱 많아졌다고 할 수 있다. 따라서, 양적 사치가 만연한 가운데, 역으로 질적 사치에 대한 과시성과 세련성이 더욱 크게 추구되었을 것으로 판단된다. 즉, 대중화 사회로 가는 민주화 과정에서 일어난, 많은 수의 사람이 동일한 옷을 입게 되는 평등한 의복의 기성복화로, 패션은 개성의 표현

이라는 명목으로 이루어지지만, 개인이 아닌 집단으로 소비되는 아이러니한 현상이 된 것이며, 이 과정에서 개인의 차별성을 드러낼 수 있는 양적 사치와 질적 사치가 더욱 중요하게 고려되는 것이다.



좌: [그림 3] 1950년대 패션 리더-영화배우 그레고리 펙(1956년)³⁾



우: [그림 4] 제2차 세계대전 이후 여성복- Dior의 New Look(1947년)⁴⁾

4. 21세기 패션에서 사치의 의미와 종합적 논의

2000년 이후 자유 경쟁의 시대를 맞이하면서 전세계가 동시에 같은 패션 아이템을 소비하는 시대가 되었다. 1990년대에 LVMH 그룹의 명품 브랜드들이 글로벌 패션 시대를 열었다면, 2000년대의 글로벌 패션의 열쇠는 바로 SPA 브랜드에 있다.(금기숙 외, 2012, p.397)

2000년 이후의 소비자들의 사치 소비는 크게 두 가지 방향에서 고찰해 볼 수 있다. 첫번째는 이전 시기에서 볼 수 있었던 고가의 명품 소비를 통한 질적인 사치의 추구이다. 실제로, 1990년대 이후 명품 브랜드는 명품 소비자의 수가 확대되면서, 크게 성장하였고, 대중화되는 경향을 보인다. 남성복, 아동복의 명품 시장 또한 크게 성장하였다.([그림 5])

두번째는 스페인의 자라(ZARA), 스웨덴의 H&M, 미국의 갭(GAP)과 같은 SPA 브랜드의 등장으로 필요한 것 이상의 많은 상품을 소비하는 양적 사치가 크게 늘어났다는 것이다. SPA 브랜드는 누구나, 쉽게, 필요하든, 필요치 않든 소비할 수 있는 환경을 제공하면서, 소비자를 자극하고 있다. [그림 6]의 대표적인 SPA 브랜드인 자라(ZARA)는 전세계적으로 인기를 끌면서 빠른 상품 회전율과 합리적인 가격으

로 소비자들의 양적인 사치를 유도하고 있다.



좌: [그림 5] 2000년대 명품 브랜드- Gucci, 2005 F/W 콜렉션⁵⁾



우: [그림 6] 2000년대 SPA 브랜드- ZARA(2008년)⁶⁾

양적 사치는 21세기 들어 폭발적으로 증가하고 있는 사치 행위인데, 소비자들이 저렴한 가격의 상품을 계속 반복적으로 소비하는 것이다. 심지어 고가의 브랜드만으로 의복을 차려 입는 것은 “촌스럽다”고 하며, 고가의 디자이너 브랜드와 저렴한 SPA 브랜드의 의복 아이템을 섞어서 입는 것에서 자신의 우월한 취향이 드러난다고 믿는 사람들도 많다.(머니투데이, 2011.6.1.기사) 그런데, 최근 경기 침체와 지속가능한 패션, 윤리적 패션이 화두가 됨에도 불구하고 1인당 의복 소비는 줄어들지 않고 있는 상황으로, 여기에는 SPA 브랜드에서 살 수 있는 저렴한 가격대의 의류상품이 소비자들의 구매욕구를 지속적으로 끌고 있기 때문으로 분석 가능하다.(환경신문, 2012.2.16.기사.)

21세기의 사치에서 다른 시기와의 차별점은 저렴한 가격의 의복 아이템을 필요한 것 이상으로 많이 구입하는 사치가 많다는 것인데, 이 사치에서는 과시성 보다는 소비를 통한 향락성이 더 중요하게 부각된다. 21세기는 소비자의 취향이 점점 개인화되는 것과 맞물려 모든 영역에서 다양성이 강조된다. 수많은 이미지와 패션 디자인에서의 수많은 작은 차이들 간의 조합으로 인해 패션 스타일 수는 기하급수적으로 늘어나, 생산, 제공되고 있으며, 이런 점에서도 많은 스타일 수와 빠른 상품 제공 및 회전의 SPA 브랜드가 21세기 패션 소비자들의 사치에 대한 욕망을 가장 잘 충족시켜 주는 예가 되는 것이다.

20세기 이전과, 이후, 그리고 21세기의 패션에서 나타나는 사치 소비는 양적인 사치와, 질적인 사치가 모두 존재하지만, 현대로 올수록 풍요로워지면서 양

3) Steele. V. (2000). *Fifty Years of Fashion*. New Haven and London: Yale University Press. p.42.

4) Boucher. F. (1987). *20,000 Years of Fashion*. New York: Harry N. Abrams, Inc. p.417.

5) www.firstviewkorea.com

6) www.firstviewkorea.com

적인 사치가 점차 많아짐을 알 수 있다. 다만 21세기의 패션에서 양적인 사치 소비를 주목할 필요가 있겠다. 이는 사치 소비를 할 수 있는 소비자가 늘어났다는 점과, 그 소비자들이 저렴한 가격과, 가격에 상응하는 품질과 수명을 가진 의류 제품을 지속적으로 구매함으로써 소비 욕구를 충족시키고 있다고 추론할 수 있다.

절대적 사치와 상대적 사치의 비교는 절대적 사치가 재료와 형태에서 드러날 수 있다면, 상대적 사치는 재료와 형태에서도, 의복의 개수에서도 드러날 수 있기 때문에 이는 질적인 사치에서 더 나아가 절대적 사치로, 양적인 사치는 상대적 사치로 진화될 수도 있음을 시사한다. 시기별로는 현대로 올수록 절대적 사치를 즐길 수 있는 소비자의 수도 늘어나게 되었다는 점과 현대의 소비자는 패션의 소비에서 상대적인 구별과 비교를 통해 사치 소비를 하고 있으며, 이는 곧 끊임없는 유행을 만들고 있다는 점이다.

사치의 가치는 과시성, 향락성, 세련성, 동조성, 효용성으로 요약할 수 있으며, 현대로 올수록 소비자 개인의 취향이 다양해지면서, 향락성이 보다 강조된다고 할 수 있겠다.

5. 결론

패션이 산업화된 이후 패션에서 사치는 호화로움, 부유함, 풍요로움, 필요함을 넘어서는 소비와 직결되어 있고, 특히, 21세기의 소비에 대한 새로운 학문적 해석은 시사하는 바가 많다. 현대의 소비자는 소비를 통해, 자신이 오롯이 가진 선택권과 힘을 행사해 왔으며, 21세기 소비자는 소비를 통한 산업의 활성화라는 명분과, 소비를 줄임으로써 지속가능한 사회를 이룩할 수 있을 것이라는 대명제가 충돌하며 다양한 움직임이 보여주고 있다.

본 연구는 현대 패션에서 사치가 의미하는 바를 해석하기 위하여, 사치의 개념을 규정하고, 서양복식사에 나타난 사치에 대한 사적 고찰을 행하였다. 또한 오늘날의 패션 현상에서 사치의 의미에 대하여 논의하였다. 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 사치는 ‘필요 이상으로 호화롭고 풍성한 생활 방식, 재화, 서비스 등’ 이라고 정의할 수 있다. 질적인 사치와 양적인 사치, 절대적 사치와 상대적 사치로 사치의 개념을 구분할 수 있다.

둘째, 서양 복식사에 나타난 사치 현상을 20세기 초 이전과 이후로 나누어 고찰하였다. 20세기 초 이전 서양에서는 부르주아 계급의 급성장과 오래된 귀족 계급과의 공생 및 경쟁 관계로 인해 복식을 통해 신분 상징을 표현하려는 욕구가 증가하였다. 20세기

초 이후에는 대중화 사회에서도 여전히 존재하는, 그러나 의미는 점차 달라진 계급 간의 차이를 패션을 통해 표현하고자 하는 욕망의 결과로서 패션에 있어서의 사치 소비가 보다 개방적이고 다방향적인 방법으로 계속되었다.

셋째, 21세기 패션에서 사치의 양상은 양적으로는 SPA 브랜드의 팽창과 질적으로는 명품 브랜드의 성공에서 볼 수 있다. 패션에서의 양적, 질적 사치에 대한 현대 사회의 요구는 패션 산업의 중대한 변화를 유도하였음을 알 수 있었다.

넷째, 20세기 이전의 귀족 계급의 변동, 유행의 발생 시기와, 20세기 이후의 기성복화와 새로운 패션 리더가 등장했던 시기, 그리고 21세기의 사치를 시기별로 비교하면, 모든 시기의 사치 소비는 양적인 사치와, 질적인 사치가 모두 존재하지만, 현대로 올수록 양적인 사치, 절대적 사치를 즐길 수 있는 소비자의 수가 크게 증가했음을 알 수 있다. 또한 현대로 올수록 소비자 개인의 취향이 다양해지면서, 사치의 가치 가운데 자기 만족을 위한 향락성이 보다 강조된다고 할 수 있겠다.

질적, 양적 사치가 패션을 보다 극적으로 만들어 주고, 패션을 패션일 수 있게 만들어주는 원동력임에는 변함이 없지만, 최근 패션은 지속가능한 사회를 위한 윤리적 기준과 보다 멋지게 보이기 위한 개인의 기본적인 욕구 해결의 기준이 부딪치는 영역이 되어 향후 많은 변화가 있을 것이다.

참고문헌

- 고현진 (2008). 패션시스템의 사적 고찰을 통한 매스패션의 사치 특성. 『한국의류산업학회지』, 10(5). 739-747.
- 금기숙, 김민자, 김영인, 김윤희, 박명희, 박민여, 배천범, 신혜순, 유혜영, 최해주 (2012). 『현대패션 110년』. 서울 : 교문사.
- 김민자, 최현숙, 김윤희, 하지수, 최수현, 고현진 (2012). 『서양패션 멀티콘텐츠』. 서울 : 교문사.
- 문제윤 (2011). 「한국 복식 문화의 사치에 관한 연구」, 서울대학교 대학원 석사학위 논문.
- 양숙희, 한수연 (2007). 영화의상에 나타난 사치성에 관한 연구. 『복식』. 57(4). 81-94.
- 유현정 (2008). 여성 소비자의 소비경험을 통해 본 “사치”의 의미분석. 『한국가정관리학회지』, 26(3), 115-130.
- 홍은실 (2011). 과거와 현대적 관점에서 본 사치소비. 『한국생활과학회지』, 20(2), 377-389.
- Attali. J. (1998). Diccionario del siglo XXI. 편혜원 역 (1998). 『21세기 사전』. 서울 : 중앙 M&B.

- Boucher. F. (1987). *20,000 Years of Fashion*. New York: Harry N. Abrams, Inc.
- Castarède. J. (2008). *Luxe et civilisations*. 이소영 역(2011). 『사치와 문명』. 서울 : 뜨인돌.
- Danziger. P. (2005). *Let them eat cake*. 최지철 역(2006). 『메스티지 마케팅』. 서울 : 미래의 창.
- Hine. T. (2002). *I Want That*. 김종식 역(2003). 『쇼핑의 유혹』. 서울 : 세종서적.
- Laver. J. (1995). *Costume & Fashion*. London: Thames & Hudson.
- Lipovetsky. G. (1994). *Empire of Fashion*. 이득재 역(1999). 『패션의 제국』. 서울 : 문예출판사.
- Lipovetsky. G. & Roux. E. (2003), *(Le) Luxe eternel*. 유재명 역(2004), 『사치의 문화: 신성의 시대에서 상표의 시대로』. 서울 : 문예출판사.
- Perrot. P. (1981). *(Les)dessus et les dessous de la bourgeoisie*. 이재한 역(2007), 『부르주아 사회와 패션』, 서울 : 현실문화연구,
- Sombart. W. (1912). *Luxus und kapitalismus*. 이상를 역(1997). 『사치와 자본주의』. 서울 : 문예출판사.
- Tortora. P. & Eubank. K. (1998). *Survey of Historic Costume*. New York: Fairchild Publication.
- Steele. V. (2000). *Fifty Years of Fashion*. New Haven and London: Yale University Press.
- von Boehn. M. (1996). *Die Mode*. 천미수 역(2000). 『패션의 역사』. 서울 : 한길아트.
- 네이버 국어사전
- 네이버 영어사전
- www.firstviewkorea.com
- “옷만 잘 입어도 환경 운동가”. 환경신문. 2012.2.16. 기사. <http://www.hkbs.co.kr/?m=bbs&bid=broadcast2&uid=223833>
- “이효리 패션?...’저렴한 SPA 브랜드부터 고가의 명품까지 다양해’. 머니투데이. 2011.6.1. 기사. <http://stylem.mt.co.kr/styview.php?no=2011060115265808639&type=1>