

광고의 에로티시즘을 말할 때 빼놓을 수 없는 광고가 있다. 바로 켈빈 클라인의 읍세션이라는 향수 광고다. 한때 유아 성폭행을 유발하는 광고라고 여성단체로부터 고소당하기도 했던 켈빈 클라인의 광고는 늘 세간에 화젯거리가 될 만큼 자극적이다. 읍세션 광고는 모델들의 과감한 누드와 포즈, 감도를 높여주는 모노톤 사진으로 에로티시즘 광고 연출의 한 전형이 됐는데, 감탄스러운 것은 인간의 육체를 참으로 아름답게 감각적으로 담아냈다는 것이다.

## 육체가 해방되자 강박이 시작된다

광고에 나타난 몸의 이미지

마정미 | 광고평론가 · 동명정보대 겸임교수

광고에서 육체를 노출시키는 이유는 벗은 육체가 사람들을 자극하기 때문이다. 향수, 속옷, 화장품 등의 광고에서 성적 소구는 필수적이다.

하지만 광고에서 몸의 해방은 해방과 동시에 감옥을 낳았다. 육체는 이제 배려의 대상, 강박의 대상이 된 것이다. 육체는 하나의 자산으로서 관리 · 정비되고 사회적 지위를 표시하는 여러 기호 가운데 하나로 조각된다.

### 인간의 원초적 욕망 자극하는 육체

광고에서 육체를 노출시키는 이유는 벗은 육체가 사람들을 자극하기 때문이다. 바타이유에 따르면 문명화된 사회에서는 인간의 육체와 성 담론이 은닉과 금기의 대상이었기에 자극적이라고 한다. 인간의 역사는 한편으로는 금기와 위반의 역사다. 인간은 누구나 의식 저편에서 일탈과 위반의 유혹을 받는다. 에로티시즘은 다시 말해 사회화되고 문명화된 인간의 무의식 공간을 자극한다. 광고에서 나타나는 노출과 흐트러짐 역시 인간의 원초적 측면을 자극해 주목효과를 거둔다.

신체 노출이 많은 광고는 주로 개인의 섹슈얼리티를 고양시키는 제품들이다. 향수, 속옷, 화장품 등의 광고에서 성적 소구(sex appeal)는 필수적이다. 지난 봄 방송매체를 탔던 비비안의 에어볼룸 CF도 멋진 실루엣으로 여성 소비자를 유혹한다. 유선형 칸막이 세트 사이에서 모델은 그야말로 '선의 미학'을 보여준다. 긴 속눈썹과 하이힐, 도발적인 여성의 모습이 클로즈업되면서 '마스카라로 올렸다' '하이힐로 세웠다' '마지막 자존심, 에어볼룸으로 높였다'는 카피가 이어진다.

이 CF의 컨셉은 '현대여성의 당당한 표현과 자신감'이다. 보여지는 존재로서의 여성이 아니라 스스로 육체의 아름다움, 선의 미학을 즐기는 예술적인 감성이 도드라진다. 잘 다듬어진 육체에 대한 자아만족, 육체를 통해 자신의 정체성을 찾는 것은 일차적으로 자기애적인 현상이다. 그러나 이 자기애는 독자적으로 움직이는 것이 아니다. 일반적으로 사회적인 미의 가치, 미의 기준



'올림'의 미학을 보여주는 비비안 에어볼룸 CF.

이 주요 압박기제로 합치된다. 얼마나 많은 광고에 늘씬하고 아름다운 모델이 등장하는가. 그들은 우리에게 잃어버린 자신을 되찾고 제2의 자신으로 변신하라고 말한다. 아름다움은 이제 여성에게 절대적이며 종교적이라 할 만한 지상명령이 됐다. 그것은 어느새 '경쟁력' '자기관리'라는 함의를 띠게 됐고, 교환가치로 전환되고 있다.

### 배려 또는 강박의 대상이 된 육체의 기호

최근 일고 있는 육체에 대한 관심은 딱히 섹슈얼리티와 관련된 것이 아니다. 오히려 이성중심주의에서 벗어나기 위한 신체의 복원에 초점이 맞춰진다. 이성중심주의 철학이 물려준 근대적 유산에 따르면 정신은 몸 속에서 내재하는 것이 아니라 몸을 초월하는 것이었다. 그러나 우리는 몸으로, 살로 존재한다. 하나의 존재자인 살로서의 몸은 관념이 아닌 구체적인 현실이다. 정신(개념 conception)과 몸(지각 perception)을 양분시켜 온 모더니즘은 더 이상 통용될 수 없다는 것이

니체의 계보를 이은 몸철학자들의 지론이다.

그러나 상업의 영역에 있는 광고를 들여다보면, 몸의 해방은 해방과 동시에 감옥을 낳았다. 육체는 이제 배려의 대상, 강박의 대상이 된 것이다. 몸의 철학으로 회귀하고자 하는 '현상학적 미학' 혹은 '신체해석학'은 그 조화로운 원칙과 달리 상품미학의 세계에서 강박으로 탈바꿈된다. 육체는 하나의 자산으로서 관리 · 정비되고 사회적 지위를 표시하는 여러 기호 가운데 하나로 조각되는 것이다.

앞서 언급한 비비안 에어볼룸 브라의 CF에서 흥미로운 것은 '올렸다'는 기호다. 마스카라로 눈썹을 올리고 하이힐로 키를 높이고 에어볼룸 브라로 가슴을 높인다? 코도 올리고, 이마도 높이고, 처진 눈과 가슴, 둔부를 올리는 식으로 대부분의 성형수술은 '올리는' 데 주목적을 둔다. 신체의 올림(shape)은 시간과 만유인력의 힘에 어쩔 수 없이 쇠락하고 늘어지는 신체 피부세포에 대한 긴장과 경계의 몸짓이다. 신체의 긴장감은 자신의 과시이자 징표이기도 하다. 현대사회에서는 적절한 몸매와 건강조차 '구별짓기'의 영역이기 때문이다. '올림'의 미학은 신에게 다 다르고자 했던 고딕양식처럼 부와 성공에 다다른 기 위한 문화양식이다.●