

# 국내 패션 잡지의 표지디자인에 나타난 패션에 관한 연구

김 선 영<sup>†</sup>

순천대학교 패션디자인전공

## A Study of Fashion Elements in Designing the Cover Pages of Fashion Magazines in Korea

Sun Young Kim<sup>†</sup>

Dept. of Fashion Design, Sunchon National University

(2007. 4. 26. 접수)

### Abstract

This study is an attempt to examine fashion elements appearing in the cover-page design of fashion magazines published in Korea and aims to find Korea's own fashion identity in fashion styling and designing of those fashion magazines. In order to do so, the study reviewed the related literature and analyzed the issues of Vogue and Harper's Bazaar magazines published between 2004 and 2006. The results of the study can be summarized as follows: In case of fashion photographs, the largest number of 72 sampled cover-model photographs is in approximately three-quarter cut size. For the items, most take the form of one-piece dress and feature the use of a variety of accessories. In case of dresses, most are the creations of foreign designers and famous fashion models or celebrities show up, mostly alone, as features on the cover pages. Because of the nature of fashion magazines, their primary emphasis is put on the dress among other things, but on the other hand some of those magazines have differential cover pages where the model's face is highlighted with the look of makeup or a famous female actress stands out. However, the fashion in designing the cover pages of magazines is, rather than to show the dress itself, to create a new combination of different elements as total fashion or convey an image based on such a fashion style.

**Key words:** Fashion magazine, Cover design, Vogue, Harper's bazaar; 패션 잡지, 표지디자인, 보그, 하퍼스 바자

### I. 서 론

현대사회가 일상생활에서 뿐만 아니라 정치, 경제, 문화 등 사회전반에 걸쳐 정보와 지식의 가치가 높아진 정보화 사회로 전환됨에 따라 문화산업과 지식정보가 사회 전반에 걸쳐 주요한 요소로 자리 잡으면서 상대적으로 이를 전달하고 있는 매스미디어의 중요성에 대한 인식도 높아지게 되었다. 다양한 매스미디어

의 종류 중 잡지는 대중과 가까이 호흡하며 모든 분야의 흥미와 지식을 동시에 제공하는 실용적 커뮤니케이션 매체 역할을 해왔다. 현대의 잡지는 인터넷을 통해 새로운 정보교환을 하고 있는 첨단 환경 속에서도 성공적으로 적응하고 있고 여전히 대중문화 속에서 그 고유의 독특한 위상을 차지하며 독자들의 관심을 이끌어내며, 그 시대의 생활양식과 사회, 문화적 흐름을 반영하고 있다(홍예영, 2003).

특히 현대에 이르러 패션은 단순히 패션이라는 한 영역에 국한되지 않고 다양한 디자인 장르 및 예술장르를 넘나들며 21세기적 문화코드가 되어가고 있으

<sup>†</sup>Corresponding author

E-mail: bcbgyoung@hanmail.net

며, 소비자들이 원하는 기호가 다양화되고 세분화되면서 패션계는 다양한 룩과 트렌드가 공존하게 되었다. 또한 각자의 개성과 차별성을 중요시하는 경향으로 흐르면서 패션스타일링의 중요성은 더욱 강조되고 패션전문가와 소비자들의 의생활을 모두 아우르는 실용학문으로서의 정착 및 발전에 큰 영향을 미치는 것 중의 하나가 바로 패션 잡지라고 할 수 있다. 매달 유행에 민감한 대중들에게 트렌드를 제시하고 구체적이고 다양한 정보를 알려주는 패션 잡지야말로 패션계의 대표적인 매스미디어라 할 수 있다.

패션 잡지에 관한 선행연구(김순영, 2000; 노혜은, 2004; 오영희, 1984; 조우영, 2004; 최세영, 2004; 최지순, 2000; 홍예영, 2003)들로 보는 주요 패션 잡지의 변천, 국내 라이선스 패션 잡지에 있어 현황, 지면구성, 정체성, 라이선스 패션 잡지별 차별성과 내용구성 등에 관해 연구되었으나 패션 잡지의 얼굴이라 할 수 있는 표지디자인에 나타난 패션의 이미지나 연출 등과 관련된 연구는 미흡한 실정이다.

패션 잡지의 표지에 연출된 화보에 관한 연구는 스타일을 만드는 실행주체가 패션에디터 혹은 스타일리스트이므로 최근 직업적으로 부상하고 있는 전문적인 스타일리스트에 의해 연출된 새로운 스타일을 분석한다는데도 큰 의의가 있으며, 또 이를 통해 우리나라 패션 잡지의 패션연출이나 디자인에 있어 우리 고유의 패션아이덴티티를 확립할 수 있는 기초자료를 제공한다는데 목적을 두었다. 연구방법은 선행연구와 관련문헌을 통한 문헌고찰과 국내 패션 잡지 중 지명도가 높은 *Vogue Korea*와 *Harper's Bazaar Korea*를 선정하여 2004년부터 2006년까지 표지디자인에 나타난 패션을 분석하였다. 잡지의 선정은 패션관련 전공자와 패션디자인전공 학생들에게 질문하여 선택하였고, 분석에 있어 모델의 얼굴만 부각된 표지디자인은 제외하였고, 표지에 나타난 의상의 정확한 분석을 위해 기타 컬렉션 지나 잡지 내의 패션화보를 참고로 하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 패션 잡지에 대한 일반적인 고찰

#### 1) 개념

잡지는 본질적으로 신문과 유사한 매스커뮤니케이션의 하나로 미국의 저명한 저널리즘 학자 Mott(1975)는

‘잡지란 다양한 읽을거리를 실은 대체로 정기적으로 간행되는 제본된 팸플릿이다.’라고 하였다. 매스미디어에 속하는 잡지(Magazine)의 어원은 프랑스어 ‘Magasin’에서 온 것으로 ‘창고’를 뜻한다(노은주, 2001). 즉 읽을 거리를 차곡차곡 넣는 창고를 의미하듯 우리가 읽는 잡지란 기사와 사진 등의 다양한 요소들을 잡지 고유의 특성에 근거하여 한 곳에 모아 놓은 것이라는 의미이다. 즉 잡지는 다양한 내용과 시각적 요소를 가지고 정기적으로 간행되는 간행물로 발행목적과 해당분야에 따라 다양한 유형으로 나뉠 수 있으며 유형에 따른 잡지는 전문분야를 다루는 특성이 있고 특별한 독자층을 형성한다(조우영, 2004).

패션 잡지의 경우 독자층, 편집장, 사진작가의 경향에 따라 각각 분위기는 약간씩 다르지만 패션을 주로 다루는 잡지라는 공통분모를 가지고 있으며, 간혹 여행이나 유명인을 다루기도 하지만 패션 잡지는 주로 걸표지부터 마지막 표지까지 패션과 뷰티를 다루며 유행을 부추긴다(이선재, 고영림, 2004).

유행을 의미하는 패션은 그 속에 ‘일정한 기간 내에 사회 상당수 사람이 취미, 기호, 사고방식과 행동방식 등을 의식적, 무의식적으로 취사선택함으로써 전염되는 사회적 동조현상(이인자, 1993)’이란 뜻을 담고 있는데, 패션은 산업혁명 이후 대중을 파고 든 민주화 물결의 영향을 가장 많이 받은 분야 중 하나다. 산업혁명 후 기계화, 대량생산으로 의류가 저렴해짐에 따라 과거 귀족의 전유물이었던 패션이 널리 보급되기 시작했고, 이러한 상황과 맞물려 잡지는 패션의 대중화를 이루어 내기 위한 일등공신의 역할을 충실히 수행했다(이선재, 고영림, 2004).

패션 잡지는 패션에 관한 보도, 논평을 효과적으로 수행하며, 패션에 관한 내용을 소재로 대중의 패션신뢰도를 높이는데 지대한 영향을 미치고 있으므로 패션저널리즘의 대표적인 매체라고 할 수 있다(김순영, 2000). 매거진이라는 말은 1731년 영국에서 발간된 ‘젠틀맨스 매거진(Gentleman's Magazine)’의 제호에서 비롯되었다고 한다(Roland, 1951). 특히 패션에 있어 미디어는 종교적인 지침서 역할을 하게 되는데, 영화 ‘Funny Face’에서 “뉴욕여성들이 무엇을 입어야 할지 발가벗고 기다리는데, 새로운 아이디어를 제시해 줄 수 없다.”며 고뇌하던 패션 잡지사 편집장의 발언과 같이 여러 패션미디어 중 특히 패션 잡지는 그 오랜 역사와 유구한 전통을 통해 유행을 선도하고 널리 전파하기 위한 매파 역할을 담당해 왔다(이선재,

고영림, 2004).

우리나라에서 패션을 전문적으로 다루는 잡지는 주로 라이선스지로 90년대에 들어서 대부분 창간이 이루어졌으며 이러한 잡지들은 외국 잡지들의 앞선 제작기술과 풍부한 잡지 경영 노하우를 바탕으로 외국의 패션정보 전달과 다양한 유행변화를 시각적 요소를 위주로 제시하면서 정기적으로 발행되고 있다.

## 2) 특성과 역할

잡지는 특성화, 세분화 성격이 강한 전달매체로 성별, 연령, 학력, 직업, 취미 등에 따른 특정한 내용을 가지고 잡지명을 만들어 정기적으로 발행되는데, 이러한 잡지 가운데 패션 잡지의 특징은 문자정보에 의한 언어적 요소와 시각정보에 의한 비언어적 요소로 구분할 수 있다(최세영, 2004).

언어적 요소는 일반 잡지와 동일하게 문자를 통해 얻어지는 지적 욕구 충족과 관련된 부분이며 이러한 부분은 보도기사와 해설기사, 르포, 논평, 가십, 칼럼 등의 형태로 독자에게 전달된다. 비언어적 요소는 시각적인 정보를 통해 제공되는 것을 말하며 광고, 사진 기사, 화보 등이 이에 속한다(노혜은, 2004). 특히 패션 잡지의 특징적인 요소는 타 잡지와 차이점에서 찾을 수 있는데 그것은 사진 기사를 통한 '시각적 정보의 제공'으로 압축할 수 있다. 패션 잡지에서는 화보를 통한 직접적 설득 커뮤니케이션으로 그 특유의 기능을 수행하고 있는데 그 결과 독자는 문자정보에서는 얻지 못하는 감각적인 시각정보를 얻을 수 있고 이러한 감각적 정보의 제공은 광고에서도 그 특징을 갖는다고 할 수 있다. 또 실질적으로 패션 잡지 광고에 나타난 모델은 독자의 대리 행위자로서 독자는 패션과 함께 조화된 모델의 이미지에서 감각을 습득하게 되는 것이다(최세영, 2004).

패션 잡지의 특징적인 역할로는 커뮤니케이션의 기능수행이라고 할 수 있다. 패션 잡지가 취급하는 내용은 일반적으로 다양한 정보와 그 시조에 유행될 색상, 소재, 스타일, 헤어와 메이크업을 중심으로 음악, 미술, 공연 등 문화예술분야 등이다. 패션 잡지는 이러한 패션과 사회문화 전반에 대한 정보제공과 함께 여성을 사회와 연결시키는 역할을 하기도 한다(최지순, 2000). 잡지는 사회적 기관의 일부로 사회적 현상에 영향을 받고 영향력을 행사하기도 하므로 발행부수와 독자가 많을수록 더 큰 사회적 영향력을 갖는다고 할 수 있다. 패션 잡지의 역할은 크게 5가지로

요약할 수 있다(차배근, 1990).

첫째, 지적 커뮤니케이션의 역할이다. 패션잡지 또는 일러스트레이션을 포함한 패션 잡지는 독자에게 세계의 패션동향, 유행스타일, 의류아이템에 대한 구체적인 제시 등 패션에 대한 다양한 정보전달을 목적으로 한다. 그 시대의 유행과 변화하는 문화 트렌드를 제시하여 패션디자이너 자체의 발전에 기여할 뿐만 아니라 소비자의 안목을 높여줌으로서 패션산업의 발전에도 중요한 몫을 담당한다.

둘째, 간접적 설득 커뮤니케이션으로서의 역할이다. 패션 잡지는 다른 언론 매체에 비해 패션에 관한 문제점이나 상황에 대하여 전문적인 견지에서 그 내용을 심층 분석, 보도할 수 있는 충분한 여건을 가지고 있다. 따라서 전문가적 관점에서 패션을 분석, 평가하여 독자에게 패션에 대한 인식 확장의 토대를 마련하는 논평적 기능은 패션 잡지가 갖는 가장 커다란 부분이고 이 기능에 의한 직접적인 교육 및 지도의 역할은 패션에 대한 영향력과 밀접한 연관성을 맺는다.

셋째, 직접적 커뮤니케이션의 역할이다. 사진 기사나 광고에서 볼 수 있는 직접적 설득 커뮤니케이션의 역할로 패션잡지 기사는 의도된 목적에 따라 표현하고 싶은 대상을 주체적으로 연출함으로써 일반 잡지의 사진기사와 구별되는 차별성을 갖게 된다.

넷째, 오락기능에 대한 역할 수행이다. 패션 잡지는 다양한 읽을거리의 제공을 전제로 패션 및 그 외의 관심사를 기사화하여 독자에게 정신적 휴식을 제공하는 역할을 한다.

다섯째, 사회적 영향력 행사에 대한 사회적 책임역할이다. 신문, 라디오와 함께 대중이 좋아하는 여론을 제일 먼저 창조한다는 우드의 주장처럼 패션 잡지 또한 패션문화 분야에서 여론을 형성하고 선도하는 사회적 책임을 갖고 있는 것이다.

## 2. 국내 패션 잡지의 변천

우리나라 패션 잡지의 역사는 그 시작을 여성 잡지에서 찾을 수 있다. 최초의 여성 잡지는 1906년 창간된 <가담잡지>이나, 현대적 의미의 체계를 갖춘 잡지로는 최남선이 주간한 1908년 <소년>이 효시가 되는데 대부분의 초기 잡지들은 창간호로 끝나거나 2~3회 계속되는 경우가 고작이었고, 그 중 가장 수명이 긴 여성지는 1922년 창간된 <부인>으로 1923년 <신여성>으로 제호를 바꾸어 38호까지 계속되었다(유정

미, 2002).

이후 1960년대 중반부터 현대 여성 잡지는 급속하게 변화하였고, 1968년 10월 창간된 <의상>은 전문지의 성격을 띠는 국내 최초의 패션 잡지로 국내 디자이너들의 작품과 패션정보들을 소개하였고, 디자이너의 구상을 일러스트레이션으로 묘사하여 게재하였다(오영희, 1984). 1970년대 성장기를 거쳐 1980년대 우리나라 잡지는 본격적인 발전단계에 접어들었다고 할 수 있다. 1983년 창간된 <멋>은 시각적인 부분에서는 세련된 컬러 지면의 대폭적인 확대, 개념적인 일러스트레이션의 운용, 참신한 레이아웃 등 잡지의 캐릭터를 확고히 구축했다(홍예영, 2003). 그 밖에 대한양재 협회의 <The Fashion Review>, 대한복식디자이너협회의 <복식디자이너>는 국내외 패션정보를 다루기는 하였지만 일부 관계자들에게 보급되어 패션잡지로서의 기능을 수행하기에는 미흡하였고, 1987년 중앙일보사에서 발행한 <Top Fashion>은 패션정보지로서 국내 디자이너의 작품소개, 해외 패션 및 시장정보를 소개하였다(이희남, 1998).

1990년대 들어서 국민 소득이 향상되면서 문화에 대한 관심과 개인의 개성이 존중되는 등 우리 사회의 국내외적으로 많은 변화는 개인의 의식체계에 많은 영향을 미쳤고, 이러한 변화는 패션 잡지 분야에도 반영되어 패션정보 전달의 목적성을 가지고 다양한 유행변화를 대중보다 한 걸음 앞선 시각으로 제시하였으며 세분화, 조직화 된 현대 의류 산업구조 속에서 소비자의 기호에 맞추어 다양화, 전문화 되어가고 있다. 또한 과거의 단순한 복식도판 제시의 틀에서 벗어나 대중에게 다채로운 시각적 정보에 의한 패션 마인드를 변화시키고 패션전문인에게는 새로운 방향의 제시 및 홍보 활동의 기회를 마련하여 패션산업 발전에 기여하게 되었다(노혜은, 2004).

1990년대 잡지는 다양화, 전문화, 잡지 제작공정의 디지털화와 글로벌 잡지화의 특성을 보이게 되어 국내 패션 잡지들의 붐이 본격화 되었다. 1992년 11월 창간된 엘르(Elle)한국판은 한국일보 계열사인 (주)한국종합미디어가 프랑스 출판사 아셰트 그룹(Hachette Groupe Presse)의 FEP(France editions and publications)와 라이선스 계약을 맺고 월간으로 창간하게 된 것으로 이를 효시로 1993년 마리클레르(Marie Claire), WWW Korea, 위드(With), 1994년 마담 휘가로(Madame Figaro), 1995년 톱 모델(Top Model), 남성 패션지 에스콰이어(Esquire), 하퍼스바자(Harper's Bazaar), 1996년 보그

(Vogue), 1999년 앙양(Anan), 2002년 뽕생강(25ans), 보그 걸(Vogue girl), 2005년 더블유(W) 등 라이선스 패션 잡지의 양적 확산을 볼 수 있다.

이처럼 패션 잡지계에서 외국 여성 잡지들의 국내 진출이 가능하게 된 원인은 우리나라가 1987년 7월 1일 국제 정보 질서를 지키기 위한 새 저작권법을 시행하면서 부터인데, 한국에서 발행되는 라이선스 패션 잡지의 편집은 본사의 편집 방침을 따르고 있지만 대부분의 경우 기사 선택에 있어서는 자율권이 주어지고 전반적으로 한국에서 발행되는 라이선스 패션 잡지마다 각기 다른 계약 조건과 성격을 가지고 있다(노혜은, 2004).

한국언론재단에 따르면 조사대상이 된 한국에서 발행되는 라이선스 잡지의 현지화 비율은 약 60%에 육박하는 것으로 알려져 있다. 새로운 것과 국제적인 트렌드를 알고 싶어 하는 독자들을 타깃으로 하기 때문에 독자층은 주로 20~30대의 젊은 층을 대상으로 발행되고 있으며, 국내 라이선스 패션 잡지의 화보와 기사 내용들이 수입한 20~30%에 의해 전체적인 이미지가 결정되기 때문에 나머지 콘텐츠가 우리나라에서 제작되었음에도 불구하고 그 이미지는 외국 잡지에 가깝다(노혜은, 2004). 서구에 비해 상대적으로 역사가 짧은 우리나라 잡지디자인에서 라이선스 잡지는 오리지널판의 정보를 직접 제공하는 라이선스 잡지로서의 특성을 이용하여 화보나 패션정보면에서 상대적으로 국내의 패션 잡지들보다 높은 평가를 받고 있으며(김순영, 2000), 국내의 잡지 수준을 끌어올리는 계기가 되었다는 점에서 긍정적으로 평가할 수 있으나 국내 순수기획 잡지에 비해 상대적으로 세련된 디자인인 글로벌 잡지를 무조건 선호하는 태도는 자칫 문화식민주의를 조장할 수도 있다는 평가를 받기도 한다(홍예영, 2003).

### III. 국내 패션 잡지 표지디자인에 나타난 패션연출

#### 1. 연도별 표지디자인에 나타난 패션의 분석

잡지의 구성요소는 크게 표지, 목차, 판권, 본문, 광고면의 5가지로 구분할 수 있다. 이들 각각의 요소가 한데 모여 잡지의 컨셉에 맞게 구성될 때 그 잡지만의 고유한 성격을 갖게 된다. 이 중에서도 현대사회가 빠른 시간 속에서 모든 정보를 습득하는 비주얼

뮤니케이션의 시대로 변하고 있고, 또 기술의 진보와 전문 에디토리얼 디자이너의 참여로 읽는 잡지에서 보는 잡지로 변해가고 있기 때문에 표지 디자인은 더욱 중요한 영역을 차지하고 있다(최지순, 2000).

특히 오늘날의 패션 잡지가 매가로그(매거진과 카탈로그의 합성어)라 하여 유행경향을 알리고 소비를 부추기기 위한 치어리더 역할까지 자청하고 있는 상황에서(이선재, 고영림, 2004) 패션 잡지의 표지는 잡지의 모든 것을 보여주는 얼굴로 아트디렉터, 편집자, 발행인이 가장 신경을 쓰는 중요한 부분이다. 가판대 위에서 다른 잡지들과의 치열한 경쟁에서 표지의 차이는 잡지 가격의 인상, 인하만큼 판매에 차이를 일으키기 때문이다. 표지디자인은 독자로 하여금 가판대에 놓인 많은 잡지들 중에서 특별히 한 잡지를 선택하도록 이끄는 매우 중요한 요소이므로 그 잡지의 성격을 명확히 드러내야하고 잡지의 전체 인상을 좌

우하기 때문에 강렬한 시각적 아이덴티티가 요구된다(홍예영, 2003).

표지디자인은 장기간 지속될 수 있는 브랜드 효과는 물론 매달 잡지를 구입하는 독자들에게 전호와는 근본적으로 다른 어떤 것이 그 안에 있으며, 가판대 옆에 나란히 놓여 경쟁하고 있는 다른 잡지들과 어떤 차이가 있는지 설득 시킬 수 있어야 한다. 또한 한 잡지의 가격, 바코드, 통권 번호, 발행 월, 잡지명, 해당호의 내용, 특별부록 등의 기초 정보 제공 및 이들 전체를 미학적으로 처리하는 복합적인 기능을 한다(크리스, 2000/2000).

특히 패션 잡지의 경우 표지에 실리는 패션연출은 다른 패션화보와 같이 옷을 만드는 의상디자이너, 아트디렉터, 스타일리스트, 메이크업 아티스트, 헤어 스타일리스트, 에디터, 패션포토그래퍼 등 여러 사람이 참여하는 토틸 패션의 개념으로 종합 예술적 측면을 보이며 그 시대의 패션과 문화, 유행 등 모든 것을 함

<표 1> 2004년 표지사진

연도	구분	표지사진						
2004	Vogue							
		<2004. 1>	<2004. 2>	<2004. 3>	<2004. 4>	<2004. 5>	<2004. 6>	
		<2004. 7>	<2004. 8>	<2004. 9>	<2004. 10>	<2004. 11>	<2004. 12>	
		Harper's Bazaar						
			<2004. 1>	<2004. 2>	<2004. 3>	<2004. 4>	<2004. 5>	<2004. 6>
	<2004. 7>		<2004. 8>	<2004. 9>	<2004. 10>	<2004. 11>	<2004. 12>	

<표 2> 2004년 표지디자인에 나타난 패션

구분	아이템	색상	소재	문양	소품	디자이너	모델	기타
1	V 재킷, 스커트	퍼우더 블루	세틴, 비즈, 레이스	x	x	Chanel Haute Couture	패션모델	
	B 코트	블랙	울	x	장갑	Louis vitton	패션모델	
2	V 원피스	아이보리, 그린 톤	오간자	페이즐리	목걸이	Prada	Renee Zellweger	상반신 사진
	B 탑	보라	저지	x	x	Celine	Julie Roberts	
3	V 드레스	화이트	벨벳, 비즈	x	목걸이	Marc Jacobs	패션모델	
	B 튜브 드레스	다양한 그린 톤	실크	x	x	Prada	패션모델	
4	V 드레스	그레이, 누드 톤, 골드	실크를 시퀀	x	목걸이, 반지	Vera Wang	Angelina Jolie	
	B 드레이프 탑, 핫팬츠	브라운, 화이트	저지, 레이스	모노, 그램	x	Louis vitton	패션모델	
5	V 재킷, 스커트	화이트	누빔 처리	x	스카프	Oscar de la Renta	패션모델	
	B 원피스	핑크	실크 오간자	x	진주 목걸이	Prada	Sarah Jessica Parker	
6	V 탑	베이지	울니트	x	시계	Jil Sander	패션모델	모델 얼굴만 부각
	B 비키니	하핑크	스판 소재	x	밴글	Christian Dior	패션모델	
7	V 드레스	크림색	저지	x	실버 밴드팔찌	Michael Kors	패션모델	
	B 원피스	블랙	세틴, 레이스	x	모자, 팔찌, 파우치백, 베일	Carolina Herrera	패션모델	
8	V 탑, 미니 스커트	키기, 브라운, 골드	니트	x	모자	Ermanno Scervino	패션모델	
	B 드레스	핑크, 블랙	실크 새틴	x	브로치	Giorgio Armani	패션모델	
9	V 코트+드레스, 원피스	블루, 블랙, 베이지	밍크, 트위드 울, 케시미어	체크	모자, 장갑, 백	Louis Vuitton, Marc Jacobs	패션모델	모델 2명
	B 수트	레드	울	x	x	Celine	패션모델	상반신 사진
10	V 재킷, 셔츠, 조끼, 팬츠	와인, 화이트, 그레이, 그린 베이지	벨벳, 울, 먼	줄 무늬 체크	스카프, 반지, 시계	Ralph Lauren, Dolce&Gabbana, Calvin Klein	패션모델	
	B 드레스	골드	골드 시퀀	x	팔찌	Christian Dior	패션모델	상반신 사진
11	V 드레스	레드, 핑크, 보라	세틴	x	x	Marc Jacobs, Yves Saint Laurent, NarcisoRodriguez	패션모델	상반신 사진, 모델 3명
	B							타이포 그래픽으로 처리
12	V 드레스	블랙, 블루	시퀀	꽃 무늬	귀걸이, 팔찌	Yves Saint Laurent	Charlize theron	
	B 드레스, 가디건	화이트	깃털, 비즈, 플	x	귀걸이	Louis Vuitton	장만옥	상반신 사진

축하게 된다.

2004~2006년 Vogue Korea와 Harper's Bazaar Korea의 표지디자인에 나타난 패션을 아이템, 색상, 소재, 색상, 문양, 소품, 디자이너 등으로 구별하여 연도별로 정리하면 <표 1~6>과 같다.

먼저 표지를 장식하고 있는 패션사진의 경우 전체 72개 중 메이크업과 모델의 얼굴만을 부각시킨 경우는 6개, 상반신만 나온 경우는 15개, 모델의 전신이 나온 경우는 23개이고, 약 3/4 정도의 컷이 실린 경우는 25개로 가장 많았다.

아이템의 경우 단품아이템으로 이루어진 경우가 대부분으로 주로 원피스나 드레스 종류가 가장 많았으며, 재킷이나 스커트, 바지, 셔츠, 탑 등 다양한 아이템이 서로 코디네이션 되어 나타났고, 또 월간지의 특성상 여름호의 경우 비키니나 리조트웨어로 연말의 경우 파티웨어로 연출되는 등 계절감을 나타냈다.

색상과 소재 역시 다양하게 나타났으나, 소재의 경

우 표지화보 설명에 준하여 분석하였으나 제시되지 않은 경우가 많아 정확한 분석이 이루어지지 않았다. 문양의 경우 전체 72개의 표지디자인 중 14개만이 문양이 있는 경우로 대부분이 무지로 나타났다. 그러나 소재에 따라 광택이 있거나 레이스, 모피나 털 트리밍, 비즈장식, 염색 등으로 다채롭게 표현되었으며, 토털 패션의 개념으로 목걸이, 반지, 시계, 백, 모자, 브로치, 구두 등 다양한 액세서리가 이용되었다.

표지디자인에 나타난 의상의 경우 대부분이 해외 디자이너의 작품으로 국내 디자이너의 작품이 나온 경우는 4개뿐이었고 브랜드도 이영희, Y & Kei, 지춘희, 한혜자, 오브제로 한정되어 나타났다. 또한 대중을 상대로 하는 패션 잡지의 특성상 오피뿌르트 의상보다는 프레타포르테 의상으로 구성되어 나타났다.

모델의 경우 유명 여배우가 나타난 경우는 19개로 대부분이 유명 패션모델이 표지를 장식하였으며, 한 표지디자인에 2명 이상의 모델을 이용한 경우는 7개

<표 3> 2005년 표지사진

연도	구분	표지사진						
2005	Vogue							
		<2005. 1>	<2005. 2>	<2005. 3>	<2005. 4>	<2005. 5>	<2005. 6>	
		<2005. 7>	<2005. 8>	<2005. 9>	<2005. 10>	<2005. 11>	<2005. 12>	
		Harper's Bazaar						
			<2005. 1>	<2005. 2>	<2005. 3>	<2005. 4>	<2005. 5>	<2005. 6>
	<2005. 7>		<2005. 8>	<2005. 9>	<2005. 10>	<2005. 11>	<2005. 12>	

< 표 4 > 2005년 표지디자인에 나타난 패션

구분	아이템	색 상	소 재	문 양	소 품	디자이너	모 델	기 타
1	V 드레스	아이보리	세틴	x	팔찌, 구두	Ralph Lauren	Cate Blanchett	
	B 원피스	블랙	저지, 깃털	x	귀걸이, 부츠, 헤어밴드	Helmuth Lang	패션모델	
2	V 재킷, 팬츠	블랙, 화이트	코듀로이, 면	x	코사지	Ann Demeu lemeester	패션모델	
	B 드레스	흑백사진	세틴	x	반지	Calvin Klein	Scarlett Johansson	흑백 사진, 모델 얼굴만 부각
3	V 마테라세 드레스, 탑	네이비, 골드, 화이트	면, 스판 소재	꽃무늬	체인목걸이, 반지, 팔찌, 구두	Marc Jacobs	패션모델	
	B 드레스	화핑크	세틴, 스판소재	x	목걸이	Prada	Kate Winslet	상반신 사진
4	V 원피스	셀로우, 골드, 화이트 등	실크	추상적 무늬	헤어밴드, 귀걸이, 팔찌, 구두	Versace, Chanel	패션모델	모델 2명
	B 드레스	블랙, 화이트	시폰, 비즈	꽃무늬	목걸이	Y&Kei	패션모델	상반신 사진
5	V 재킷, 타이셔츠, 주름스커트	블루, 블랙, 화이트	면, 망사	x	벨트	Jil Sander	패션모델	
	B 캠페인 원피스	화이트	망사, 스판소재	x	백, 벨트	Louis Vuitton	패션모델	
6	V 블라우스, 가디건, 스커트	브라운, 레드, 블루, 골드 등	실크, 울 등	그래피무늬	모자, 팔찌, 목걸이, 구두	Miu Miu, Marni	패션모델	
	B 드레스	베이지	망사	x	모자, 팔찌	Burberry Prorsum	패션모델	
7	V 원피스	블루, 퍼플, 핑크 등	면, 실크	꽃무늬	벨트	Louis Vuitton	패션모델	모델 3명
	B 비키니	아쿠아블루	스판 소재	x	목걸이, 팔찌	Elizabeth Hurley beach	Elizabeth Hurley	
8	V 드레스	아이보리, 블랙	실크, 망사	x	진주체인벨트, 부채, 카멘리아, 브로치	이영희	패션모델	모델 2명
	B 드레스	그레이	실크	x	모자	Christian Dior	패션모델	
9	V 플로버	블랙, 화이트	니트	줄무늬	모자	Christian Dior	패션모델	모델 얼굴만 부각
	B 플로버	셀로우	니트	x	x	Bean Pole Ladies	패션모델	상반신 사진
10	V 재킷 (연출용으로 사용)	흑백사진	데님	x	x	Blue girl	패션모델	흑백 누드 사진
	B 재킷	블랙	가죽	x	x	Burberry	패션모델	상반신 사진
11	V 원피스	실버	광택 소재	꽃무늬	목걸이, 반지	Y&Kei	패션모델	상반신 사진
	B 원피스	블랙	실크	x	구두	Yves Saint Laurent	패션모델	
	V 원피스, 재킷	블랙, 화이트	세틴, 레이스, 트위드	x	목걸이	Chanel	패션모델	모델 3명
12	B 드레스	블랙, 화이트	벨벳, 새틴	x	목걸이, 반지, 팔찌	Yves Saint Laurent	Demi Moore	



로 거의 대부분이 단독 모델인 경우로 나타났다. 또한 앉거나 누워있는 포즈를 취한 것은 17개로 서 있는 포즈가 대다수로 나타났다.

또한 분석 자료에 사용한 두 패션 잡지의 표지디자인에 참여한 구성원으로는 패션에디터, 패션포토프래퍼, 헤어와 메이크업 아티스트, 모델을 기본 구성원으로 하여 세트디자이너, 네일 아티스트, 현지 코디네이터, 스타일리스트, 디지털 리터칭 관계자, 관련프로덕션 등 다양한 직종의 관련자들이 포함되었다. 그러나 대부분의 구성원들이 국내 종사자가 아닌 외국인들로 구성되어 있는 것으로 나타났다.

2. 표지디자인에 나타난 패션의 특성

이상의 결과를 토대로 국내 패션 잡지의 표지디자인에 나타난 패션은 다음과 같은 특성을 나타냈다.

첫째, 패션아이콘에 의한 패션의 대중화와 재창조이다. 대중의 우상이라 불리는 스타의 이미지는 하나의 산업으로 거대한 권력보다 더 막강한 힘으로 사회를 움직이며 개인적 취향과 친밀감, 욕망과 동일화를 이끌어 내는 사회적 기호로(리처드, 1995/1995), 오늘날과 같은 소비자 중심의 현대사회에서는 생산보다는 이미지의 연출이 더욱 강조되어 패션아이콘의 이미지 자체가 하나의 상품으로 연결되게 된다. 특히 패션산업과 패션과 관련된 미디어산업의 활성화는 대중에게 상품정보 제공이라는 기초단계를 거쳐 의식의 변화와 새로운 생활양식을 창조해 내는 우회적인 기능을 하게 되는데(강준만, 1995), 패션아이콘은 트렌드 세터로서의 역할을 수행하게 되어 이들이 보여주는 이미지의 주체인 의상과 액세서리는 기본적으로 패션산업의 활성화와 유행의 대중화를 이끌어 낸다. 따라서 패션 잡지사 역시 각 패션 잡지가 추구하는 방

<표 5> 2006년 표지사진

연도	구분	표지사진						
2006	Vogue							
		<2006. 1>	<2006. 2>	<2006. 3>	<2006. 4>	<2006. 5>	<2006. 6>	
		<2006. 7>	<2006. 8>	<2006. 9>	<2006. 10>	<2006. 11>	<2006. 12>	
		Harper's Bazaar						
			<2006. 1>	<2006. 2>	<2006. 3>	<2006. 4>	<2006. 5>	<2006. 6>
	<2006. 7>		<2006. 8>	<2006. 9>	<2006. 10>	<2006. 11>	<2006. 12>	

<표 6> 2006년 표지디자인에 나타난 패션

구분 월	아이템	색 상	소 재	문 양	소 품	디자이너	모 델	기 타
1	V 불분명 (모델 얼굴만 부각)	불분명 (모델 얼굴만 부각)	불분명	x	장갑	Louis Vuitton, Miu Miu	패션모델	모델 얼굴만 부각
	B 플리츠 드레스	블랙, 아이보리	벨벳, 위징주름소재	x	x	Prada	패션모델	
2	V 플리츠 드레스	연두	실크	x	귀걸이	Chloe	패션모델	상반신 사진
	B 후드 드레스	그린	실크	x	x	Max Mara	패션모델	
3	V 드레스	누드 톤, 핑크	시스루 소재	x	x	Christian Dior	패션모델	
	B 드레스	블랙	실크	x	x	DKNY	패션모델	모델 얼굴만 부각
4	V 원피스, 블레로	아이보리, 골드	시폰, 인조메탈가죽	x	헤어리본, 구두	Loewe	패션모델	
	B 불분명 (모델 얼굴만 부각)	화이트	불분명	x	x	Celine	패션모델	모델 얼굴만 부각
5	V 선드레스	옐로우	실크	x	구두	Donna Karan	패션모델	
	B 원피스	아이보리	비즈, 시퀀장식	x	팔찌, 구두, 귀걸이	Roberta Cavalli	Sharon Stone	
6	V 탑 드레스	흑백사진	실크	물방울	x	Balenciaga	Keira Knightley	흑백 사진
	B 드레스	레드	실크	x	벨트	Donna Karan	Madonna	
7	V 비키니, 탑	화이트, 실버	메쉬	x	시계	Eres, Martin Margiera	Uma Thurman	
	B 드레스	실버, 그레이	시폰	x	반지	Versace	Jennifer Aniston	
8	V 원피스, 드레스	다양한 골드 톤	세틴, 저지, 레이스 등	x	목걸이, 벨트	Gucci, Fendi, Y&Kei, Escada, 지춘희, 한혜자, 오보제	패션모델	10명의 패션모델이 다양한 골드톤 의상으로 연출
	B 드레스	블랙	세틴, 라인스톤	x	x	Chanel	패션모델	
9	V 러플블라 우스, 베스트	블랙, 화이트	면	x	x	MOGG	패션모델	상반신 사진
	B 미니원피스	골드	금사니트	x	목걸이, 반지	Gucci	패션모델	
10	V 블라우스+스커트, 스웨터+스커트	핑크, 골드, 그레이, 카키	울, 털, 니트, 누빔	x	스키프, 모자	Louis Vuitton	패션모델	모델 2명
	B 원피스	골드	골드장식	x	x	Dolce& Gabbana	Guyneth Paltrow	상반신 사진
11	V 점퍼+스커트, 코트, 코트+팬츠	카키, 블랙	모피, 벨벳	x	모자, 장갑, 부츠	Christian Dior, Prada, JeanPaulGaultier, YvesSaintLaurent, MichaelKors	패션모델	모델 3명
	B 점퍼+팬츠	레드, 옐로우, 블랙	울	체크	x	Alexander McQueen	Anne Hathaway	상반신 사진
12	V 원피스	블랙, 그린	실크, 망사	x	목걸이, 반지, 백	Alberta Ferretti	패션 모델	
	B 드레스	실버	메탈, 비즈	x	x	Versace Atelier	Jennifer Lopez	상반신 사진

향과 매월 정해진 주제에 따라 패션모델뿐만 아니라 영화배우, 가수 등 대중의 패션에 영향을 크게 미치는 우상인 패션 아이콘을 잡지 표지디자인의 모델로 삼아 위험부담을 줄임과 동시에 상업적으로 이용하였다. 또 패션아이콘에 의해 연출된 패션으로 다양한 계층의 대중에게 이상적 자기 모습에 대한 대리욕구를 만족시키게 하며 유행에 있어 패션의 대중화를 선도하게 하는데, 대중은 패션아이콘에 의해 제시된 이미지를 능동적으로 수용하고 이를 개성 있게 재창조할 수 있는 긍정적인 가치를 지니게 된다.

둘째, 토털 패션이미지로서의 패션코디네이션의 표현이다. 현대패션의 경향이 의상뿐만 아니라 색상, 소재, 아이템, 액세서리, 헤어, 메이크업 등 패션에 관련된 모든 요소들을 고려하여 전체적으로 하나의 이미지를 형성하는 경향이 주를 이루고 있다. 패션 잡지의 성격과 특성을 대표적으로 보여주는 표지는 여러 패션전문가가 참여하는 종합 예술의 개념으로서 그 시대의 패션과 문화, 유행 등 모든 것을 함축하게 되므로 지면상에 전체적인 모습을 모두 담아내지는 않지만 머리에서 발끝까지 전체적이고 개성 있는 토털 패션코디네이션의 연출로 매월 새로운 이미지를 표현하였다. 모델의 얼굴이나 상반신이 제시된 경우 의상보다는 메이크업이나 헤어가 부각되었고, 의상이 부각되는 경우 문양이 없는 단색의 단일아이템으로 구성된 경우가 많았다. 이는 잡지표지의 경우 패션이미지 외에 한 잡지의 가격, 바코드, 통권번호, 발행 월, 잡지명, 해당호의 내용, 특별부록에 관한 정보 제공 등 복합적인 내용으로 구성됨에 따라 복잡한 표지지면의 레이아웃 속에서 전체적 조화를 유도함과 동시에 나타내고자 하는 패션의 이미지를 강조시키는 효과를 나타냈다.

셋째, 현대적인 여성성의 강조이다. 여성성이란 남성에게 매력적으로 간주되는 여성적 특질을 의미하기 보다는 여성의 신체적 매력을 강조하여 우아하고 세련된 여성적 아름다움과 여성 특유의 섬세한 감수성, 부드러움 같은 여성적인 미적 특성 같은 것을 뜻하는데(고현진, 김민자, 2004), 현대패션에서 여성성의 강조는 이성에게 보이기 위한 것이 아닌 여성 스스로가 즐기고 자신의 가치를 강조하기 위한 것으로 여성의 이미지를 재인식하는 주제적인 표현이라 할 수 있다. 특히 현대사회에 있어 남성과의 동등한 대우를 주장하는 대신 여성의 특성을 당당히 요구하고 이를 적극 소비하는 '알파 걸'이 소비시장의 새 트렌

드로 자리 잡아 이전 세대와 구별되는 신인류로 주목받고 있다("여풍당당 '알파 걸'을 잡아라", 2007). 표지디자인에 나타난 모든 모델은 여성으로 나타났는데 개성적인 메이크업, 헤어 연출과 함께 신체의 직, 간접적인 노출이나 남성과 구별되는 여성적인 특성을 살린 의상으로 여성인체의 조형적인 아름다움의 가치를 표현함과 동시에 다양한 여성의 이미지를 나타냈다. 패션 잡지의 표지디자인을 통해 표현된 이러한 다양한 이미지는 전통적인 여성성의 관념을 넘어 능동적이고 적극적인 소비의 주체로서 보여지기 위한 것이 아닌 여성 스스로를 나타내기 위한 그리고 패션을 통해 재탄생된 여성의 새로운 이미지를 제공하는 것으로 현 사회가 추구하는 자유롭고 개성적인 현대여성의 이미지를 나타낸 것이라 할 수 있다.

넷째, 과시적 사치성의 표현이다. 사치란 값 비싸고 풍부하며 안락한 환경과 물품, 사치스런 환경의 탐닉 또는 쾌락, 필수적이지는 않으나 기분 좋은 것을 의미하는데(양숙희, 한수연, 2007), 오늘날의 사치는 과거와 달리 계급의 이미지보다는 개인의 이미지 향상을 위해 사용되는 경우가 많다. 현대패션에 있어 패션 잡지와 같은 대중매체의 영향으로 일반 대중 모두가 사치스러운 호사 취미를 누리면서 명품을 소비하고 즐길 수 있는 사회계층의 구성원이 형성되었고, 특히 일반 여성지가 아닌 패션 잡지의 표지에 표현된 패션은 의상을 포함하여 모든 장신구와 패션소품 등 고가의 세련되고 완성도 높은 작품으로 연출되어 소수가 아닌 일반 대중 모두에게 고급취향의 과시적 사치를 경험할 수 있도록 하였다.

#### IV. 결 론

본 연구는 국내 패션 잡지 표지디자인에 나타난 패션에 관한 연구로 국내 패션 잡지의 패션연출이나 디자인에 있어 우리 고유의 패션아이덴티티를 확립하는데 목적을 두었다.

연구 결과 패션사진의 경우 전체 72개 중 모델의 약 3/4 정도의 컷이 실린 경우가 가장 많았고, 아이템의 경우 다양한 아이템이 주제나 계절에 따라 서로 믹스되고 절충되어 표현되었으나 원피스나 드레스의 단품으로 구성된 경우가 대다수였으며, 다양한 액세서리가 소품으로 이용되었다. 의상의 경우 대부분이 해외 디자이너의 작품이었고, 유명 패션모델이 표지를 장식하였으며, 단독 모델인 경우가 많았다.

또 패션 잡지의 표지는 다른 잡지와 마찬가지로 기획차원에서 다루어지는 일종의 디자인 계획에 의한 결과물로 그 잡지만의 고유한 정체성을 보여주게 된다. 패션 잡지라는 특성상 무엇보다도 의상을 중심으로 이루어지나 메이크업을 주테마로 하여 모델의 얼굴만을 부각시키거나 유명 여배우를 부각시키는 경우도 나타나 패션아이콘에 의한 패션의 상업성과 대중화를 나타냈다. 그러나 잡지 표지에 있어 실루엣, 소재, 계절, 룩 등 다양한 테마를 중심으로 전개되는 패션은 의상 그 자체를 착용하여 보여주기 보다는 토틸 패션에 의해 믹스되고 집목되어 새롭게 연출된 모습을 표현하거나, 패션에 의한 이미지 전달이 주를 이루고 있는 것으로 나타났다. 또한 표지디자인의 모든 모델은 여성으로 과거의 수동적 소비의 대상이 아닌 주체적이고 능동적인 이미지로서 재인식된 여성성의 강조를 표현하였고, 의상을 포함하여 모든 장신구와 패션소품 등 고가의 세련되고 완성도 높은 작품으로 연출되어 소수가 아닌 일반 대중 모두에게 고급취향의 과시적 사치를 경험할 수 있도록 하였다.

그러나 대부분이 라이선스 잡지인 국내 패션 잡지의 경우 외국에서 리프트한 이미지로 디자인하게 되고 국내 모델의 국제적인 인지도 약화로 인해 대부분 외국모델이 주를 이루고 있으며, 표지디자인에 관련된 구성원 역시 대부분이 각 분야에서의 외국인으로 구성되어 있다. 특히 의상의 경우 수많은 국내 디자이너 브랜드 대신 거의 대부분이 해외디자이너의 작품으로 구성되어 있다.

패션 잡지는 국내외 패션트렌드나 정보 전달의 역할 뿐만 아니라 대중에게 패션을 가장 쉽고 편하게 접근할 수 있는 도구으로써 존재하기도 한다. 따라서 한국적인 패션의 세계화, 국제화를 지향하고 있는 시점에서 국내 디자이너들의 작품을 이용하고 외국인이 아닌 국내 패션스타일리스트들의 시각으로 우리만의 독창적이고 정체성 있는 디자인으로 구성하는 것에 대해 고려해볼 수 있겠다. 또한 이러한 연구결과를 통해 패션디자이너뿐 아니라 패션에디터, 패션스타일리스트 등 다양한 직종에 대한 폭 넓은 이해와 다양한 각도의 패션스타일링에 대한 인식의 계기가 되기를 기대한다. 본 연구의 제한점으로는 패션을 분석함에 있어 사진자료에 준하였으므로 소재를 분석

하는데 있어 설명자료에 근거하였고, 사진의 대부분이 전신사진이 아닌 관계로 전체적인 실루엣을 분석하는데 제한되었음을 밝힌다.

## 참고문헌

- 강준만. (1999). *대중문화의 겉과 속*. 서울: 인물과 사상사.
- 고현진, 김민자. (2004). 복식에 표현된 미적 개념으로서의 엘레강스. *복식*, 54(5), 95-108.
- 김순영. (2000). *국내 라이선스 패션 잡지의 지면구성에 관한 연구*. 한양대학교 대학원 석사학위 논문.
- 노혜은. (2004). *국내 라이선스 패션 잡지의 기사내용에 관한 비교 연구*. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 도은주. (2001). *잡지 광고에 있어서 색채이미지가 소비자의 구매의도에 미치는 영향 연구*. 성신여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 리처드, 다이어. (1995). *스타이미지와 기호*. 주은우 역 (1995). 서울: 한나래.
- 양승희, 한수연. (2007). 영화의상에 나타난 사치성에 관한 연구. *복식*, 57(4), 81-94.
- 오영희. (1984). *패션 잡지의 변천에 관한 연구*. 국민대학교 대학원 석사학위 논문.
- 유정미. (2002). *잡지는 매거진이다*. 서울: 효형출판.
- 이선재, 고영림. (2004). *패션사진*. 서울: 숙명여자대학교 출판국.
- 이인자. (1993). *복식사회심리학*. 서울: 수학사.
- 이희남. (1998). *패션미디어로서의 패션 잡지에 관한 고찰*. *상지대논문집*, 9, 99-113.
- 여풍당당 '알파 걸'을 잡아라. (2007, 5. 1). *조선일보*, p. B3.
- 조우영. (2004). *패션 잡지에 나타난 스타일링 연구*. 홍익대학교 대학원 석사학위 논문.
- 차배근. (1990). *커뮤니케이션학개론*. 서울: 세영사.
- 최세영. (2004). *패션 잡지 광고에 나타난 탈성적 광고와 고정화 광고의 비교 연구*. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 최지순. (2000). *여성 패션 잡지 표지디자인에 관한 연구*. 관동대학교 대학원 석사학위 논문.
- 크리스, 포그스. (2000). *매거진 디자인*. 김영주 역 (2000). 서울: 안그래픽스.
- 홍예영. (2003). *라이선스 패션 잡지의 국가별 디자인 경향에 관한 연구*. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- Mott, F. (1975). *A history of american magazines Vol. 1*. Cambridge: Belknap press of Harvard univ press.
- Roland, E. (1951). *The magazine world*. New York: Prentice-Hall.