

에디토리얼 패션 사진에 표현된 하이퍼 리얼리티 표현 연구  
- 2000년도 이후 Vogue지를 중심으로 -

양 숙 희 · 윤 영<sup>†</sup>  
숙명여자대학교 의류학과

**The Study of Hyper-Reality in Editorial Fashion Photographs**  
- Focused on Vogue Magazine since 2000 -

**Sook-Hi Yang and Young Yun<sup>†</sup>**

Dept. of Clothing and Textile, Sookmyung Women's University  
(2010. 9. 23. 접수일 : 2010. 11. 28. 수정완료일 : 2010. 12. 15. 게재확정일)

**Abstract**

The advent of various arts and remarkable development of mass media since 1980s accelerate fashion photographs' advancement. The expression of fashion through photographs can represent characteristics of ages, societies, cultures, traits of designers and techniques of photographers. In addition, that is the tool which contains economical role as a product and artistic role as photos. Therefore, this study examines hyper-reality images in editorial fashion photographs. Hyper-reality means the reproduction which represents the reality of life more actually. Hyper-reality through photographs elevates reality of virtual things and creates the confused situation which haunts the boundary between reality and reproduction. This study classifies the hyper-reality in editorial fashion photographs into three groups by their external traits, ideal reality, collapse of reality, and restoration of reality. First, ideal reality is represented as harmony among fashion, characters, and space, causality of fashion with time and circumstances, positive will, and melting with nature. Second, collapse of reality is expressed as in harmony between fashion and situation, violence, fetishism and symbol of death. Third, restoration of reality is shown as recurrence to nature and images of utopia to express dignity of life.

*Key words: hyper-reality(하이퍼 리얼리티), editorial fashion photographs(에디토리얼 패션 사진), imitation(모방), reappearance(재현), reality(현실).*

I. 서 론

1980년대 이후 다양한 예술사조의 등장과 매스 미디어의 괄목할만한 발전은 패션 사진의 발전을 가속화시켰다. 사진을 통한 패션의 표현은 시대, 사

회, 문화적 특징뿐 아니라 디자이너의 미의식과 사진작가의 표현 연출 기법을 동시에 표현할 수 있으며, 또한 패션의 상품 가치로써의 경제적 역할과 사진이라는 예술적 역할이 동시에 이루어지는 복합적인 수단이다. 더욱이 현대사회의 다양한 영상 매체의 발달과 기술의 발전은 시각예술 장르의 폭

본 연구는 2009학년도 숙명여자대학교 교내연구비 지원을 받아 진행된 연구임.

<sup>†</sup> 교신저자 E-mail : yy1104@hanmail.net

넓은 시도와 표현 방법의 확장을 가능하게 만들었다. 시각 이미지를 통해 작가의 예술적 관점과 패션이라는 상품, 그리고 수용자에게 메시지까지 동시에 전달하는 패션 사진에 있어서도 이러한 발전은 이전까지는 볼 수 없었던 다양한 표현 방법과 획기적인 이미지들을 창출시켰다.

이러한 패션 사진의 발전은 하루가 다르게 발전하는 디지털 기술과 더해져 기호들의 조합 형태인 가상현실을 무한대로 확장시켰다. 이것은 기술을 통한 시각 이미지가 자연적 현실이나 등가성의 연속물이 아닌 하나의 의미를 지닌 담지체로서, 원본과 사본, 현실과 재현의 경계가 모호한 실정이다. 다시 말해 사진 속의 이미지는 더 이상 현실의 모방이 아닌 재현된 것을 통해서 현실을 확인하는 전도가 일어나게 된 상황을 의미한다. 이와 같이 재현된 현실이 보다 더 현실적인 상황은 하이퍼 리얼리티라는 용어로 정의된다.

하이퍼 리얼리티(hyper-reality)에 대한 연구는 문학, 사진, 영화, 광고, 그리고 디지털 매체 등에서 이미 수행되고 있다. 본 연구는 사회, 문화적 담지체로서의 시각 매체인 에디토리얼(editorial) 패션 사진의 이미지 중 현실성을 표현한 하이퍼 리얼리티에 관하여 외적 특성을 분류하고, 그것의 미학적 가치를 고찰하고자 한다. 분석 자료는 2000년도 이후 Vogue지에 게재된 에디토리얼 패션 사진을 중심으로 선정하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 에디토리얼 패션 사진(Editorial Fashion Photographs)

패션은 수 세기 동안 그 당시 유행의 주도적인 역할을 했으며, 이런 패션의 유행은 사진의 발달로 인해 더욱 뚜렷해졌다. 사진의 사실적이고 현실적인 표현 기능이라는 특성이 시각 도구인 패션을 표현하는데 가장 적절한 수단으로 작용하였고, 동시에 패션의 경제적인 목적인 광고의 효과까지 얻을 수 있었기 때문이다<sup>1)</sup>.

패션 사진은 잡지, 신문, 포스터, 카탈로그, 옥외

광고물 및 지하철과 버스 등의 게시판과 같은 다양한 매체를 통해 등장한다. 그 중에서도 수용자에게 감정적인 호소가 가능하고 비교적 용이하게 지면을 독점할 수 있으며, 회독성이 좋은 장점을 가지고 있는 패션 잡지의 특성은 패션 사진이 잡지를 통해 활발하게 표현할 수 있는 장을 마련해 주었다. 잡지에 실리는 패션 사진은 크게 에디토리얼 패션 사진과 애드버타이징 패션 사진으로 구분된다.

#### 1) 에디토리얼 패션 사진의 정의

에디토리얼 패션 사진이란 주로 패션 잡지 화보에 사용할 목적으로 촬영된 것으로, 하나의 주제 아래 한 명 이상의 모델이 다수의 의상을 착용하며, 광고와 메시지 전달의 두 가지 목적을 동시에 추구하는 사진을 뜻한다. 에디토리얼 패션 사진에는 패션 에디터의 시각과 의도가 반영되어 제작되고, 작가의 예술적 가치관과 상품의 소개가 동시에 일어난다. 따라서 에디토리얼 패션 사진을 접하게 되는 수용자는 마치 하나의 예술품을 접하는 듯한 느낌을 얻는 동시에 그 안에 등장하는 의복에 대한 정보를 얻을 수 있다. 이것은 수용자에게 패션 사진이 제시한 상황을 모방하고자 하는 욕구를 불러일으키며 결국에는 구매를 창출하는 원동력이 된다.

20세기 후반의 다양한 매체와 패션산업의 발달은 패션 잡지의 활성화를 촉진시켰으며, 이와 함께 예술적 표현과 상업적 목적을 동시에 만족시키는 에디토리얼 패션 사진의 발전은 함께 이루어졌다. 더욱이 미적가치를 중요하게 여기는 현재에 이르러서는 다양한 예술사조와 표현기법, 그리고 디지털 기술 등에 힘입어 새로운 시도에 의해 다양하고 활발하게 제작되고 있다.

#### 2) 에디토리얼 패션 사진의 특징

초기 패션 잡지에 게재되는 에디토리얼 패션 사진의 경우는 단조롭거나 주제를 부각시키는 배경 안에 수용자의 주목을 끌 수 있는 아름다운 모델이 패션 아이템을 착용하는 경우가 주를 이루었다.

<그림 1>은 스티븐 마이젤(Stevenson Meisel)의 “보그 패턴(Vogue Pattern)”이라는 주제로 촬영된 에디

1) 김우형, “패션 광고사진의 이미지 표현과 특성에 관한 연구” (동국대학교 대학원 석사학위논문, 1997), p. 29.



〈그림 1〉 Steven Meisel, “Vogue Patterns,” *Vogue Italia*, Dec, 2007.

토리얼 패션 사진이다. 이 사진에서 작가는 다양한 패턴의 의상을 모델에게 착용시킨 후 비슷한 패턴의 배경을 함께 배치시켜 촬영함으로써 주제를 부각시킨다.

이러한 패션 사진은 1990년대 초반까지 에디토리얼 패션 사진의 대부분을 차지했다. 그러나 1990년대 후반에 이르러 디지털 기술의 급진적인 발달과 포스트모더니즘의 ‘탈’과 ‘해체’의 사고가 사회 전반에 퍼지게 되면서 사진작가의 표현 방법에 대한 인식 또한 개방적으로 전환되었다. 이것은 에디토리얼 패션 사진을 제작하는 사진작가에게도 화면 구성과 메시지 전달의 방법을 다양하고 실험적으로 만들게 하는 계기가 되었다.

〈그림 2〉는 “긴급 상황”이라는 제목의 에디토리얼 패션 사진으로, 작가는 사진의 배경과 등장인물들을 주제에 부합되도록 철저히 계산하고 연출하여 마치 영화의 한 장면과 같은 급박한 상황의 미장센(Mise-en-scene)을 만들었다. 사진 속 여성 모델들은 여성적 특성이 강조된 의상을 착용하여 수용자의 주목을 끌고, 이미지를 접한 수용자는 사진 속 상황에 대해 자신만의 스토리를 만들게 된다.

이것은 내러티브 기법으로 현대 패션 사진에서 자주 등장하는 표현 방법이다.

뿐만 아니라 사진이라는 매체는 오로지 시각 이미지만을 전달할 수 있다는 표현의 한계를 초월하고자 하는 시도으로써, 패션 사진을 통해 실제로 경험할 수는 없지만 충분히 상상하며 느낌을 전달할 수 있는 공감각적인 이미지의 표현도 나타났다.

〈그림 3〉은 “음악과 함께한 시간”이라는 제목의 에디토리얼 패션 사진으로, 수용자는 이미지를 통해 음악을 들을 수는 없지만 사진 속 인물들의 표정과 몸짓을 보며 마치 음악을 듣는 듯한 느낌을 가질 수 있다. 또한 동화나 신화에서 모티브를 차용해 환상적인 분위기의 이미지를 표현하는 패션 사진도 등장하였다.

〈그림 4〉는 유지니오 리쿠엔코(Eugenio Recuenco)의 에디토리얼 패션 사진으로 동화 헨젤과 그레텔을 모티브로 활용해 동화적이면서도 환상적인 분위기의 이미지로 표현하였다. 〈그림 5〉 또한 백설공주와 신데렐라를 주제로 표현한 에디토리얼 패션 사진으로 이러한 동화적인 소재의 활용은 수용자에게 과거로의 회귀를 불러일으키며 긍정적인 반



〈그림 2〉 Steven Meisel, “State of Emergency,” *Vogue Italia*, Mar, 2008.



<그림 3> Mark Seliger, "In Time with the Music," *Vogue Italia*, March 2008.



<그림 4> Eugenio Recuenco, "Fairy Tales," *Vogue Italia*, Nov, 2009.

<그림 5> Annie Leibovitz, "Little Girl & Boy Lost," *Vogue Italia*, May, 2007.

응과 주목을 이끌 수 있는 표현 방법이라 하겠다. 그 밖에도 과거의 초상화와 같은 모습으로 촬영된

사진, 예술품의 이미지를 패러디한 작품 등 다양한 패션 사진의 형태가 오늘날 존재한다(그림 6, 7).



<그림 6> Steven Meisel, "Couture Magic," *Vogue Italia*, Mar, 2005.

<그림 7> Eugenio Recuenco, "Portrait," *Vogue*, June, 2006.

이와 같이 오늘날 에디토리얼 패션 사진은 다양한 예술사조와 높은 기술적 발전에 힘입어 폭넓은 시도와 표현 방법으로 제작되며, 의복이라는 상품을 하나의 시각 예술로 수용자에게 전달한다. 본 연구는 에디토리얼 패션 사진의 다양한 표현기법 중 현실적 모습을 재현한 하이퍼 리얼리티의 이미지들을 외적 특성을 기준으로 분류하여 고찰하고 그것의 미학적 가치를 연구하고자 한다.

## 2. 하이퍼 리얼리티(Hyper-Reality)

### 1) 하이퍼 리얼리티의 정의

‘리얼리티(reality)’란 원하는 상태가 아닌 보이는 그대로의 상태, 즉 현상 그 자체를 의미하며, 우리 말로는 “본질, 진실, 진실성, 현실, 현실성, 실재, 실체”등으로 풀이된다<sup>2)</sup>. 시각 예술에 있어서의 리얼리티는 실제의 대상을 의미하기도 하고, 동시에 예술가가 작품을 통해 궁극적으로 표현하고자 하는 본질이나 진실을 의미하기도 한다. 리얼리티의 표현은 1990년대에 이르러서 사회, 문화 전 영역에 나타난 포스트 모더니즘적 사고와 기호학의 발전 영향으로 더욱 현실과 흡사하게 재현된 이미지로 표현된다<sup>3)</sup>.

하이퍼(hyper-)는 ‘초월한’ 혹은 ‘무엇에서 확대됨’이라는 의미를 가진 접두어로 현실보다 더 현실적인 것, 즉 현실의 모델을 따라 형성된다는 것을 의미하며<sup>4)</sup> 초현실이라는 의미를 내포하고 디지털이나 사이버라는 광의의 의미를 지닌다. 이는 이원화된 기존의 인식체계로 이해하기 어려운 현대의 다원화되고 복잡한 현상들을 설명할 수 있는 적절한 용어이다.

하이퍼 리얼리티란 본래 미술 유파의 한 장르로 주로 일상적인 현실을 생생하고 완벽하게 그려내는 것을 특징으로 한다. 이러한 특징 때문에 슈퍼 리얼리즘 또는 포토 리얼리즘이라고 지칭되기도 한다. 하이퍼 리얼리티는 본질적으로 팝 아트의 강력한 영향으로 일어난 운동으로 볼 수 있는데, 이는

하이퍼 리얼리티가 추구하는 이미지가 매일의 일상, 다시 말해 우리 눈앞에 항상 있는 사물과 현상들을 반영하기 때문이다. 그러나 동시에 하이퍼 리얼리티의 이미지는 어떠한 설명도 없이 그 세계를 현상 그대로만 취급한다는 점에서 팝아트와 차이가 있다. 감정이 배제된 채 기계적으로 확대된 화면 속의 이미지는 종종 충격적이기도 한다. 우리가 육안으로는 알아내기 힘든 일상의 추악함, 예를 들면 모발에 가려진 점이나 미세한 흉터까지도 부각되어 보통이라면 그냥 지나쳐 버릴 수도 있는 현상이 보는 이로 하여금 잔혹한 인상을 받게 한다.

하이퍼 리얼리티로 표현된 이미지는 작가의 계획과 의도에 따라 재현된 것으로 일종의 모사로 볼 수 있다. 하이퍼 리얼리티 안에서 재현된 모사는 주관을 극도로 배제하고 중립적 입장에서 극명한 화면을 구성한다. 그 결과 현실보다 더 리얼한 세계를 표현하고 가상현실의 리얼리티를 상승시키며, 궁극적으로는 실재와 가상이 무분별하게 혼재하는 상황까지 만들 수 있다.

고도로 발달된 기술과 다원화된 현대사회의 현상들은 다양한 매체의 발달을 촉진시키며 다각도로 표현된 현실의 모사를 창출해냈다. 오늘날 현실의 모습을 완벽하게 연출한 이미지 속의 재현물과 실제의 모습은 분별하기 어려울 만큼이나 발전하였다. 이와 같은 현상에 대해 일찍이 장 보드리야르(Jean Baudrillard)는 시뮬라시옹(Simulation) 이론을 통해 설명을 하였다. 그는 시뮬라시옹 이론을 4단계로 나누고 있는데, 첫 번째 단계에 “이미지는 현실을 반영한다.”, 두 번째 단계는 “이미지는 현실을 감춘다”, 그리고 세 번째 단계에서는 “이미지는 깊은 현실의 부재를 감춘다”라고 하며, 마지막 네 번째 단계에 대하여 “이미지는 그것이 무엇이든 간에 현실과 아무 관계가 없다”라고 설명하였다. 이것은 다시 말해 포스트모던 사회의 현실은 대부분 시뮬라시옹으로 대체되었다는 것을 의미한다. 보드리야르는 시뮬라시옹의 마지막 4단계를 하이퍼 리얼리티라 명칭하고, 하이퍼 리얼리티는 원본의 부

2) <http://en.wikipedia.org>

3) Brandon Talor, 김수기, 김진송 역, “모더니즘, 포스트 모더니즘, 리얼리즘,” *현대미술비평총서 1* (2003), p. 43.

4) Steven Best and Douglas Kellner, 정일준 역, *탈현대의 사회 이론: 탈현대의 비판적 질의*, (서울: 현대미술사, 1995), p. 157.

재와 현실성이 결여된 현실의 모형에 의거해서 만들어진 것이라고 설명하였다. 결국 하이퍼 리얼리티에서는 모사품이 비현실의 모습을 취하기보다는 오히려 현실보다 더욱 현실적으로 만들어진 것을 의미한다.

## 2) 하이퍼 리얼리티의 표현 특성

현대사회는 이미지의 사회이며 이미지는 사회 전체를 뒤덮고 있다. 보드리야르는 시뮬라시옹 이론에서 인간은 이미지의 생산과 재생산의 반복적 순환 속에 실체가 아닌 이미지에 의한 사회에 머물고 있다고 설명하였다. 넘쳐나는 이미지들은 실제 존재하지 않는 것을 마치 존재하는 것처럼 만들어 놓은 시뮬라시옹의 과정을 통해 가상의 현실을 성립하며, 사회는 이것으로 인해 실체와 가상 사이의 혼란을 겪고 있다. 이와 같은 과정을 통해 창출된 하이퍼 리얼리티는 오늘날의 다양화 된 매체를 통해 시각 이미지로 표현되고 있다. 본 연구는 시각 이미지로 표현된 하이퍼 리얼리티의 외적 특성을 보드리야르의 시뮬라시옹 이론과 선행된 하이퍼 리얼리티에 대한 연구들을 토대로 하여 표현 특성을 정리하였다.

### (1) 실재화

하이퍼 리얼리티의 목적은 실체보다 더 실제 같은 모방이며, 이를 위해서는 이미지의 실재화는 불가피하다. 이런 이유로 이미지는 원본을 모방해야 하며, 또한 재현된 이미지는 실체의 그것과 유사성을 가져야 한다<sup>5)</sup>. 따라서 모방과 유사성으로 표현되는 실재화는 하이퍼 리얼리티 표현의 첫 번째 특성이라 할 수 있다.

### (2) 부재화

이미지 변화에서 부재화의 단계는 이미지가 점점 자신의 실체를 망각해 가는 과정이다. 다시 말해 이미지 수용자는 모방된 이미지를 통해 어떠한 것이 실제이고, 어떠한 것이 모사품인지에 대한 판단이 모호해지면서, 실체에 대한 사실 평가는 인식

의 단계에서 중화되는 특징을 갖게 된다. 결국 이미지 자체에 대한 평가는 무의미하고 무가치한 존재가 되어 진다.

### (3) 변질화

연출된 모사의 이미지는 의도에 따라 얼마든지 변화할 수 있는 무한한 가능성을 가지고 있다. 실체의 모방 과정에서 실존하는 대상은 분화되고 해체되어 새로운 시뮬라시옹으로 생산되고, 그것은 또 다른 시뮬라시옹의 대상이 될 수 있다. 따라서 하이퍼 리얼리티는 얼마든지 재생산이 가능한 유연한 가변성을 가지고 있으며, 이미지들의 요소들을 조합시키는 과정을 다양하게 변화시키며 생산 과정을 반복할 수 있다<sup>6)</sup>.

### (4) 이질화

보드리야르는 시뮬라시옹의 네 번째 단계에서 “이미지는 그것이 무엇이든 간에 현실과 아무 관계가 없다”라고 설명하였다. 이것은 더 이상 근원적 실체는 존재하지 않는다는 것을 의미한다. 시뮬라시옹 과정은 이러한 근원적 실체의 상실에 대해 적극적인 재생산을 요구하며, 이 재생산의 결과로 도출된 새로운 실체는 또 다른 실체로 각인되며 시뮬라시옹으로서의 하이퍼 리얼리티가 된다. 따라서 하이퍼 리얼리티는 새로운 존재적 가치를 부여받으며 개별성을 가지고 그 자체로서 독립적인 존재가 된다<sup>7)</sup>.

이상에서 살펴 본 하이퍼 리얼리티의 특성은 재현과 모방을 통한 단순한 과정에서 비롯된 외적 특징을 갖고 있지만, 오늘날의 급진적이고 혁신적인 사회 변화와 기술의 발달로 인해 일원론적인 체계를 탈피하고 다원적이고 무한한 가치의 시각 생산물로서의 의미를 지니게 되었다.

### 3) 패션에 나타난 하이퍼 리얼리티

현대 패션에 나타난 하이퍼 리얼리티의 특성은 패션이라는 장르를 예술, 건축, 문화, 그리고 과학 기술 등의 타 장르와 접목시켜 복식의 표현영역을

5) 이희정, “부티크 호텔에 나타나는 하이퍼 리얼리티 표현 특성” (국민대학교 디자인대학원 석사학위논문, 2007), p. 62.

6) 이희정, op. cit., p. 64.

7) 이희정, op. cit., p. 67.

확대시키고 새로운 미를 창출하며 창조영역을 무한대로 확장시킨다. 앞서 살펴보았던 시각 이미지에서의 하이퍼 리얼리티의 특성은 패션에서도 유사하게 나타나는데, 패션을 통해 재현된 하이퍼 리얼리티는 착용자의 억압된 내면의 심리적 세계를 반영하는 가상 정체성의 가시화로 나타나는데, 현대인은 초공간, 초시간성을 특징으로 하는 다양한 미디어를 매개로, 실제 의복 착용자나 미디어 사용자가 자신이 속한 문화, 민족, 계급을 초월하거나 신체적 한계를 초월한 존재로 자신의 이미지를 형상화시킬 수 있다<sup>8)</sup>.

뿐만 아니라 하이퍼 리얼리티로 표현된 패션은 오늘날 고도로 발달된 테크놀로지와의 융합을 통해 복식에 지능성을 부여하여 인간 신체의 한계를 극복케 하였으며, 하이테크 신소재, 그리고 다목적의 의복 디자인도 가능케 한다. 현대사회의 디지털 미디어 발달과 가상공간의 활발한 사용은 실제의 부재로 설정되는 하이퍼 리얼리티와 가장 잘 부합되는 매체로써, 이곳에서 나타나는 하이퍼 리얼리티 패션은 이전 시대의 패션이 상징했던 착용자의 자아 정체성을 벗어나 다중 정체성과 실체가 없는 허구적 존재로서의 패션을 선보이고 이것은 대중의 모방과 복제 현상에 의해 현실에 영향을 미치게 된다.

오늘날 하이퍼 리얼리티에 대한 연구와 활용은 미술, 영화, 광고, 그리고 디지털 매체에 이르기까지 다양한 장르에서 이루어지고 있다. 이것은 서로 다른 영역간의 경계를 허물고 접목시킴으로써, 이전과는 전혀 다른 새로움을 창출해 내는 하이퍼 리얼리티 특성의 활용을 통해 인간의 신체적 한계를 극복하고 내재된 감성을 일깨울 수 있는 도구적 활용을 의미한다.

### III. 에디토리얼 패션 사진에 표현된 하이퍼 리얼리티의 외적 특성

본 연구는 에디토리얼 패션 사진에 나타난 하이퍼 리얼리티의 이미지를 앞서 살펴 본 하이퍼 리얼리티의 용어적 정의와 보드리야르의 시뮬라시옹 이론에서 언급된 하이퍼 리얼리티의 특징을 토대로

분류하여 고찰하였다. 첫 번째로 완벽한 현실의 모습을 재현한 실제화와 부재화, 두 번째는 실제의 이미지가 분화와 해체의 과정을 통해 초공간, 초시간적 이미지로 재생산된 변질화와 이질화로 나누어 살펴보았다.

#### 1. 현실 재현: 실제화, 부재화

현대사회에 존재하는 실체를 완벽하게 재현해 낸 에디토리얼 패션 사진은 작가의 철저한 계획 아래 모든 것이 연출된 미장센으로써, 현실의 이미지를 모방하고 그것과 유사성을 갖는 특징을 보여준다.

<그림 8>은 스티븐 마이젤의 에디토리얼 패션 사진으로 사진에 등장하는 공간과 인물은 완벽하고 이상적인 현실의 조화를 이루며 평화로운 일상 생활의 모습을 익숙함으로 표현한다. <그림 9>는 “스냅샷”이라는 제목의 에디토리얼 패션 사진으로 완벽하게 아름다운 여성들이 풍족하고 여유로운 생활을 일상적인 사진 촬영을 하는 듯 연출되었다. <그림 10>의 여성 또한 현실에서 있을 법한 모습으로



<그림 8> Steven Meisel, “The Duchess,” *Vogue Italia*, Jun, 2008.

8) 정세희, “현대 패션에 나타난 탈중심화 현상” (숙명여자대학교 대학원 박사학위논문, 2009), p. 152.



〈그림 9〉 Steven Meisel, “Snapshot,” *Vogue US*, Sep, 2009.



〈그림 10〉 Steven Meisel, “Closeup,” *Vogue Italia*, Mar, 2010.



〈그림 11〉 Miles Aldridge, “First Impression,” *Vogue Italia*, Aug, 2006.



〈그림 12〉 Miles Aldridge, “Home Work,” *Vogue Italia*, Jun, 2008.

기존의 패션 사진이 추구했던 일반적인 모델의 미적 표현이 아닌 실제생활에서 보여 지는 인간의 또 다른 일상을 그려내고 있다.

〈그림 11, 12〉는 마일즈 앨드리지(Miles Aldridge)의 에디토리얼 패션 사진으로, 사진 속 모델들은 아름다운 가정주부의 모습으로 등장한다. 이미지는 일상적인 생활을 그대로 드러냄으로써 현실세계와 유사한 모습을 보여주지만, 현실성과는 다소 차이가 있는 완벽하게 만들어진 아름다운 가정주부의 모습은 이상적 현실을 추구하고자 하는 상징적 표현으로 보여 진다.

위에서 살펴 본 사진들은 현실의 이미지를 그대로 모방하여 유사한 모습으로 표현되었지만, 지나치게 완벽하고 이상적인 조화를 갖춘 모습은 현실 속의 실제 모습과 현실을 모방한 패션 사진의 이미지 중 어떤 것이 더 사실적인 것인가에 대해 의문을 갖게 만든다. 이러한 현실과 재현된 이미지 사이의 가치 평가에 대한 기준은 수용자에 따라 다르

게 평가되기 때문에 객관적일 수 없으며 모호한 인식의 평가를 야기시킨다.

2. 현실 해체: 변질화, 이질화

현실을 모방하는 과정에서 일어나는 이미지의 해체와 분화는 수용자들에게 재생산된 이미지를 대상으로는 또 다른 실제로서 각인시킨다. 이것은 근원적 실제의 상실을 야기시키고, 재생산된 이미지를 개별성을 가진 독립적인 존재로 받아들이게 만든



다. 이와 같이 현실의 해체를 통해 일어나는 변질화와 이질화는 에디토리얼 패션 사진 속에서 현실적인 시공간적 개념을 해체시키고 도덕적, 미적 가치가 무너진 기괴하거나 유희적인 이미지로 과장과 강조를 통해 표현된다.

<그림 13>은 시, 공간적 배경을 유추할 수 없는 비현실적인 배경과 기계적 이미지의 인물들이 등장한다. 심지어 인간의 모습으로 등장한 모델들은 이들에게 위협을 받고 있다. 이와 같은 초공간, 초시간적 배경과 사이보그 혹은 외계인에 의해 위협을 받고 있는 비현실적인 스토리의 장면은 현실을 재현하는 과정에서 현실의 기준을 해체하고 현실성을 붕괴한 패션 사진으로 볼 수 있다. <그림 14>는 파괴된 집과 무표정한 모델들이 화려한 패션으로 장식된 채 등장한다. 인물과 배경이 자아내는 인과성이 결여된 부조화는 현실적으로 일어나기 힘든 기괴한 이미지를 창출한다.

<그림 15>는 마일즈 엘드리지의 “워커홀릭”이라는 제목의 에디토리얼 패션 사진으로 여성 모델의 무표정한 얼굴과 초점이 없는 눈동자는 기계와 같



<그림 14> Steven Meisel “Noir Facade,” *Vogue Italia*, Oct, 2010.



<그림 13> Steven Meisel, “Future Couture,” *Vogue Italia*, Sep, 2008.



<그림 15> Miles Aldridge, “Workaholics,” *Vogue Italia*, Oct, 2010.



〈그림 16〉 Steven Klein, “Fashion in Power,” *Vogue Italia*, Oct, 2007.

은 인간의 모습을 재현한다. 이것은 실제 인간의 모습 중 한 부분만을 특징적으로 강조한 이미지로, 실제의 특성을 분화시키고 재현해 내는 과정에서 부분적인 강조를 통해 실제와 차별화 된 이미지를 창출하였다. 〈그림 16〉은 스티븐 클라인(Steven Klein)의 에디토리얼 패션 사진으로, 기계로 가득 찬 공장 속의 여성 모델들은 〈그림 15〉와 유사하게 감정이 없는 기계의 모습으로 표현되었다. 무표정하고 경직된 자세의 모델은 마네킨과 같은 느낌마저 들

게 하며 인간의 생명감을 전혀 느낄 수 없는 이미지로 나타났다. 이것은 모방의 대상물을 변질시켜 재현하여 이질화된 개체로 재창출한 하이퍼 리얼리티의 표현 특징으로 볼 수 있다.

이상에서 살펴 본 에디토리얼 패션 사진에 나타난 하이퍼 리얼리티의 외적 특성을 정리하면 〈표 1〉과 같다.

#### IV. 에디토리얼 패션 사진에 표현된 하이퍼 리얼리티의 미학적 특성

앞서 살펴 본 에디토리얼 패션 사진에 표현된 하이퍼 리얼리티의 외적 특성을 바탕으로 표현 방법의 미학적 가치를 살펴보았다.

##### 1. 절충적 표현

현실적 모습에서 이탈된 의복 스타일과 비현실적인 시공간이 조합되면서 새로운 시각 이미지로 재탄생되는 브리콜라주(bricolage)의 특징이 나타났다. 초공간, 초시간적 특징이 패션과 결합되면서 수용자에게 한계를 초월한 이미지로 전달되고 이것은 허구적 실제의 범위를 확장시킨다. 또한 현실의 모습

〈표 1〉 에디토리얼 패션 사진에 표현된 하이퍼 리얼리티의 외적 특성

<p>현실의 재현: 실재화, 부재화</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 현실 이미지의 모방 → 현실성</li> <li>· 실재 존재물과의 유사성</li> <li>· 시공간적 배경과 인물과의 인과성과 조화성</li> </ul>
<p>현실의 해체: 변질화, 이질화</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 현실 이미지의 해체, 분화 → 비현실성</li> <li>· 실재 존재물과의 이질성</li> <li>· 시공간적 배경과 인물과의 비인과성과 부조화성</li> </ul>

을 풍자하여 허구의 이미지로 재구성된 패스티쉬(pastiche)는 과장된 의복 스타일로 유희적인 모습과 동시에 패션이 가지고 있는 다원적인 특성을 보여준다. 이것은 신체, 의복, 사진으로 구성되어졌던 이전 시대의 패션 사진의 사고를 탈피하여 다중 정체성과 실체가 없는 허구적 존재로서의 패션과 그 이미지를 제시하고 이것은 수용자에게 모방과 복제현상을 야기시키며 현실에 영향을 미친다.

**2. 해체적 표현**

현실적 리얼리티에서 벗어난 가치의 파괴, 실제 존재물의 해체는 패션을 통해 시각화되어 사진의 주제를 강조해 주는 도구적 역할을 하고 있다. 시공간적 배경과 어울리지 않는 의복의 배치, 모델의 표정과 몸짓 들은 서로 간의 관계에 있어 이상적인 미의 기준을 의도적으로 파괴되거나 무시함으로써 수용자들이 가지고 있던 고정관념과 기대를 무너뜨린다. 이것은 때로는 기괴하고 때로는 유희적인 모습으로 나타난다. 이와 같이 패션 사진의 해체된 표현은 사진이라는 시각 도구를 통해 작가의 표현의 자율성을 보장해 주고, 이분법적인 사고방식을 거부하는 새로운 예술적 가치 창조를 위한 시도로 평가될 수 있다. 또한 현실 한계에 대한 초월적 의지와 본래 의복의 목적성과 기능을 박탈하거나 통합함으로써 다른 용도나 기능으로 전환시킬 수 있는 가능성을 제시한다.




**V. 결 론**

21세기 사회는 다양한 예술사조와 첨단 과학기술의 발달에 힘입어 다양한 매체와 표현 방법을 가능케 한다. 현대 패션은 기존의 지배적 질서의 전복을 통해 다원성과 불확정성을 추구하고, 타 분야와의 상호작용을 통해 창조 영역을 무한히 확장해가고 있다. 현대 패션 사진은 단순히 상품의 광고가 주된 목적이 아닌 작가의 예술성과 다양한 기술의 접목, 그리고 새로운 표현방식을 통해 수용자에게 메시지를 전달하는 도구로써 활용되고 있다. 이에 본 연구는 2000년대의 에디토리얼 패션 사진에 나타난 표현방식 중 하이퍼 리얼리티에 대해 외적 특성을 고찰하고 그 미학적 가치를 연구하였다.

에디토리얼 패션 사진이란 주로 패션지 화보에 사용할 목적으로 촬영된 것으로, 하나의 주제 아래 한명 이상의 모델이 다수의 의상을 착용하며 광고와 메시지 전달의 두 가지 목적을 동시에 추구하는 사진을 뜻한다. 에디토리얼 패션 사진에는 패션 에디터의 시각과 의도가 반영되어 제작되고, 작가의 예술적 가치관과 상품의 소개가 동시에 일어난다.

하이퍼 리얼리티란 본래 미술 유포의 한 장르로 주로 일상적인 현실을 생생하고 완벽하게 그려내는 것을 특징으로 한다. 우리 눈앞의 사물과 현상들을 반영하며 그것의 특징을 흡사하게 모방하는 하이퍼 리얼리티는 보다 더 리얼한 세계를 표현하

<표 2> 에디토리얼 패션 사진에 표현된 하이퍼 리얼리티의 미학적 특징

질층적 표현		해체적 표현	
			
· 비현실적인 시공간과 패션의 조합 · 한계 초월의 이미지	· 현실과 의복의 과장된 재현 : 유희적, 다원화된 이미지	· 시공간적 배경과 어울리지 않는 의복의 조합 : 유희적, 기괴한 이미지	· 고정관념을 탈피한 의복 표현 : 이상적인 미와 가치파괴 이미지
패션의 다중 정체성과 실체가 없는 허구적 존재로써 가치 평가		패션의 다원성과 예술적 표현의 자율성	

고 가상의 리얼리티를 상승시키며 궁극적으로는 실재와 가상이 구분별하게 혼재하는 상황까지 야기시킨다. 하이퍼 리얼리티에 관해 보드리야르는 시뮬라시옹의 4단계를 통해 설명하면서, 하이퍼 리얼리티는 원본도 없고 특성도 없는 모형에 의거해서 만드는 것이며, 이미지의 생산과 재생산의 반복적 순환 속에 인간은 실재가 아닌 이미지에 의한 사회에 머물고 있다고 설명하였다. 본 연구는 현실 세계에 존재하는 실재를 모방하여 실재와 같은 이미지를 형성하는 하이퍼 리얼리티의 특성에 대해 보드리야르의 시뮬라시옹 이론을 토대로 그것의 표현 방법의 특징을 살펴보았다. 첫 번째, 실재를 모방하여 그것과 유사한 형태를 지향하는 실재화와 두 번째, 실재를 모방하는 과정에서 해체와 분화가 일어나 모방 대상의 변화가 이루어지는 변질화가 있었다. 세 번째로는 모방된 이미지를 통해 실재와 모사품의 구분이 불분명해지며 실재의 존재와 가치가 상실되는 부재화가 있었으며, 마지막으로 재생산의 결과로 도출된 새로운 실재는 또 다른 실재로 각인되어 원본과 다른 개별적이고 독립적인 가치로 변모하는 이질화가 있었다.

이상의 이론적 내용을 바탕으로 에디토리얼 패션 사진에 표현된 하이퍼 리얼리티의 외적 특성을 분류하여 고찰하였다. 첫 번째 현실의 이미지를 모방하여 현실세계와 유사성을 띄고 있는 외적 특성이 나타났다. 이것은 사진 속 이미지의 시공간적 배경과 인물들의 인과성, 그리고 조화를 통해 현실적인 모습으로 표현되었다. 두 번째, 현실적인 이미지를 재현하는 과정에서 해체와 분화의 과정이 일어나며, 실재의 것과 이질성을 갖게 되는 비현실적인 이미지가 표현되었다. 이것은 초시간적, 초공간적 배경과 인물의 조합을 통해 인과성과 현실성이 결여된 모습으로 나타났다.

이상에서 살펴본 외적 특성을 바탕으로 그것의 미학적 특징을 고찰하였다. 첫 번째, 현실적 모습에서 이탈된 의복 스타일과 비현실적인 시공간이 조합되면서 새로운 상징물로 재탄생되는 브리콜라주, 현실의 모습을 풍자한 허구의 이미지로 재구성된 패스티쉬의 절충적 표현이 나타났다. 이것은 기존의 패션 사진이 추구했던 표현 영역을 확대시키고, 새로운 미적 가치를 창출하며 창조영역을 무한대

로 확장시킨다. 두 번째로 이미지의 시공간적 배경과 인과성이 없는 패션의 등장, 고정관념과 미적 기준을 탈피한 의복의 사용이 나타났다. 이는 이상적인 미의 기준을 의도적으로 파괴하거나 무시함으로써 기괴하고 때로는 유희적인 조합을 만들어냈는데, 이러한 해체적 표현은 작가의 표현의 자율성을 보장해 주고 이분법적인 사고방식을 거부하는 새로운 예술적 가치 창조를 위한 시도로 평가될 수 있다.

본 연구는 이상에서 살펴본 패션 사진에 표현된 하이퍼 리얼리티에 대한 올바른 이해와 미적가치의 분석을 통해 21세기 현대패션이 지니고 있는 다양성과 창조성, 그리고 패션이 지닌 무한한 재현 가능성에 대해 보다 폭넓은 이해를 도모하고자 한다. 이것은 패션 사진이 지닌 예술적 가치와 함께 경제적인 파급효과를 동시에 기대할 수 있는 방법이라 생각된다.

## 참고문헌

- 권정숙 (2004). “현대패션에 나타난 탈중심화의 표현형식.” *한국의류산업학회지* 6권 3호.
- 기호학연대 (2003). *대중문화 낯설게 읽기*. 서울: 문학과 경계사.
- 김동영 (2006). “현대회화의 탈중심주의 구성에 관한 연구” *홍익대학교 대학원 박사학위논문*.
- 김병수 (2010). *하이퍼 리얼리티의 미학*. 서울: 한국미술평론가협회.
- 김우룡 (2006). *사진과 텍스트*. 서울: 눈빛출판사.
- 벨슨 굿맨 (1968). *예술의 언어들*. 김혜숙, 김혜련 역. 서울: 이화여자대학교출판부.
- 노버트 린튼 (1993). *20세기의 미술*. 윤난지 역, 서울: 예경.
- 수잔 손탁 (1966). *사진에 관하여*. 이재원 역. 서울: 도서출판 시울.
- 양숙희, 한수연 (2008). *패션과 영상*. 서울: 숙명여자대학교 출판부.
- 윤재성 (2009). “광고영상에서 하이퍼 리얼리티 적용에 관한 연구.” *한양대학교 대학원 박사학위논문*.
- 이용수 (2004). “보드리야르의 하이퍼 리얼리티 논

- 의에 관한 비판적 고찰.” 홍익대학교 대학원 석사학위논문.
- 이정우 (1999). *시물라크의 시대*. 서울: 거름.
- 이희정 (2007). “부티크 호텔에 나타나는 하이퍼 리얼리티 표현 특성” 국민대학교 디자인대학원 석사학위논문.
- 임은혁 (2007). “복식에 표현된 몸의 재현성과 비재현성: 보드리야르의 시물라시옹 이론을 바탕으로.” *복식문화연구* 15권 4호.
- 정세희 (2009). “현대패션에 나타난 탈중심화 현상에 관한 연구” 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 정형철 (2003). *하이퍼 텍스트 이론*. 부산: 부산외국어대학교 출판부.
- 제니퍼 크레이크 (2001). *패션의 얼굴*. 정인희 외 역. 서울: 도서출판 푸른솔.
- 존 스토리 (2002). *대중문화와 문화연구*. 박만준 역. 서울: 도서출판 경문사.
- 존 폴즈 (2000). *사진에 나타난 몸*. 박주석 역. 서울: 예경.
- 하이브리드 킬처 연구소 편저 (2008). *하이브리드 킬처*. 서울: 커뮤니케이션 북스.
- 허버트 리드 (2006). *예술의 의미*. 임산 역. 서울: 에코리브르.
- Carter, Rita (2007). *Multiplicity: The New Science of Personality, Identity and the Self*. Boston: Little, Brown & Co.
- Eco, Umberto (1995). *Hypereality*. New York: Haverst Books.
- Landow, G. P. and P. Delany (1991). *Hypermedia and Literary Studies*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Levi, Pierre (2000). *지능의 테크놀로지: 정보화 시대의 사고와 미래*. 강형식, 임기대 역. 서울: 철학과 현실사.
- Nielsen, Jakob (1990). *Hypertext and Hypermedia*. San Diego: Academic Press Professional.
- Norber to Angelitte and Alberto Oliva (2006). In *Vogue*. NY: Rizzoli.
- Peirce, Ch. S. (1931-1958). *Collected Papers*. Cambridge (MA), Harvard Univ. Press, Vol. V.
- Talor, Brandon (2003). “모더니즘, 포스트 모더니즘, 리얼리즘.” *현대미술비평총서 1*. 김수기, 김진송 역. 서울: 시각과 언어.  
<http://en.wikipedia.org>  
<http://encyber.com>  
<http://flickr.com>  
<http://naver.com>  
<http://www.wgsn.com>