

# 패션 커뮤니케이션 매체와 이상적 신체미

김소영\* · 양숙희

서일대학 의상과 교수\* · 숙명여자대학교 의류학과 교수

현대는 커뮤니케이션이 지배하는 시대이며, 커뮤니케이션은 인간 사회를 유지·발전시켜 나가는 데 있어 기본적인 필수적인 행동이다. 우리는 신체라는 시각적 대상을 통해 메시지를 전달받고 있으며, 신체가 본질적으로 기호 체계 속에서 어떤 의미를 표출하는 대상이기 때문에 신체의 전달 의미를 파악하기 위해 기호학적으로 접근이 요구된다.

여성의 신체는 시대에 따른 미의 이상형을 표현하는 도구가 되어왔으며 다양한 방법으로 이상적인 신체미를 창조해 왔다. 본 연구에서는 이상적인 신체미를 고찰함에 있어 신체가 가지는 의미를 기호학적 측면에서 포괄적이고 통합적으로 제시한 후 신체를 표출하는 패션 커뮤니케이션 매체로 마네킹, 패션 모델, 패션 사진을 선택하였다. 그리고 이들 매체에 대한 기호학적 접근으로 명시적/외연적 측면과 함축적/내포적 측면의 고찰을 통해 신체가 무엇을 전달하고자 하는지를 살펴보았다. 패션 연구에 있어 사회적 이상으로 여겨지는 신체와 이들 전달 매체를 통하여 나타나는 연관성을 찾아 현대 패션에서 어떻게 표현되었는지를 연구하였다.

신체는 본질적으로 기호 체계 속에서 의미를 표출하는 대상이며, 각 개인은 그가 속한 사회의 신체에 대한 가치관, 미적 감각, 인지, 사고 양식 등 신체문화에 영향을 받게 된다. 또한 패션은 그 자체의 의미 체계, 경험, 교육을 통해서 커뮤니케이트 되는 문화적 현상이기 때문에 패션이 어떻게 전달 되는가에 따라 패션의 의미가 달라지며, 다양한 해석으로 설명되고 있다.

이상적 신체미를 표현하는 패션 커뮤니케이션 매체를 기호학적 고찰을 통해 명시적/외연적 측면과 함축적/내포적 측면으로 살펴보았다. 첫째, 마네킹은 여성의 이상적 신체형을 표현할 수 있는 가장 구체적인 매체이며, 인간의 이상적 신체를 다양한 형상으로 코드화한 재복제의 이미지이다. 명시적/외연적 고찰에 의해 이상적 신체형과 마네킹, 예술

적 표현 도구와 마네킹으로 나누어 구체적인 형상들을 살펴보고, 마네킹은 유사성과 이질성의 함축적/내포적 의미를 지니고 있다. 둘째, 패션 모델은 패션의 이미지를 전달하는 역할과 신체미의 기준을 제시하는 역할을 해왔다. 패션은 인간을 대상으로 하고 있기 때문에 이를 전달하는 패션 모델의 이미지에 의해 지배되어 왔으며, 특히 20세기 대중매체의 발달은 미의 기준을 일정하게 만들었다. 명시적/외연적 측면에서는 디자이너와 패션 모델, 미의 규범화와 패션 모델에 대해 살펴보았고, 패션 모델은 조형성과 통제성의 함축적/내포적 의미를 지니고 있다. 셋째, 패션 사진은 우리에게 당대 이상형과 관습의 증거를 제시하는 역사적 기록이다. 사진의 사실적이고 현실적인 표현 기능은 일찍부터 패션을 표현하는 적절한 수단으로 작용했으며, 사진의 특성은 있는 그대로의 신체를 예술의 주제로 부활시켰다고 할 수 있다. 명시적/외연적 고찰에서 여성 지위의 변화와 패션 사진, 사회 반영과 패션 사진에 대해 살펴보았고, 패션 사진은 재현성과 기호성의 함축적/내포적 의미를 지니고 있다.

패션 커뮤니케이션 매체들을 통해 보여지는 이상적 신체미는 성적 대상으로서의 신체미, 통제 대상으로서의 신체미, 소비 대상으로서의 신체미로 고찰된다. 첫째, 신체에 대해 가장 논의가 활발한 부분은 성적 측면이며, 현대 패션에서 두드러지게 나타나는 성적 대상으로서의 신체미는 관능미와 중성미이다. 둘째, 신체는 역사적·윤리적·합리적 명목 하에 억압받거나 통제된 대상이며, 현대 패션에서 신체를 통제하여 신체 자체를 미의 대상으로 여기게 하는 것은 역동미와 기능미로 보여지고 있다. 셋째, 소비자본주의사회에서 성적 본능과 신체는 소비상품으로 물상화되고 여성 신체의 모든 부분이 교환가치로 환원되는 소비대상으로 표현되고 있다. 현대 패션에 나타난 소비미는 과시미와 퇴폐미로 나타난다.