

현대 패션 사진에 나타난 유희성에 관한 연구

김종선 · 전재훈 · 하지수[†]

서울대학교 의류학과

A Study on Play in Contemporary Fashion Photographs

Jongsun Kim, Jae Hoon Chun, and Jisoo Ha[†]

Dept. of Textiles, Merchandising and Fashion Design, Seoul National University; Seoul, Korea

Abstract : The aim of this study was to gain an understanding of the element playfulness in fashion photographs related to openness and multiple significance in contemporary art. A total of 105 fashion photographs from US and UK *Vogue* magazine editorials and advertisements for the last five years were selected for the study. The photographs were analyzed in two main categories - the contextual element of themes, and the elements of visual expression; composition, models, objects and editing technology. The element of playfulness in the photographs were found to be divided into themes of infantile fantasy, social satire and situational dissonance, and elements of visual expression were found to express image distortion, expansion, exaggeration, reduction, and optical illusions. A photography type termed as infantile fantasy and social satire have descriptive characteristics and usually deliver the message by using models and objects to present a certain situation or express social satirical viewpoint and reflective attitude by using objects and photographic skills. A photography type termed as situational dissonance is characterized by immediately understood expressions and usually clarify the message by using a photographic technology such as editing the printed image or expect the model to express an exaggerated poses and ridiculous expressions, causing an optical illusion. Visually expressed and composed scene using composition, models, objects and editing technology is a specific character of photograph and due to the advances in computer editing technology it has been able to express the various playfulness.

Key words : play(유희성), fashion photographs(패션 사진), infantile fantasy(유아적 환상), social satire(사회 풍자), situational dissonance(상황적 부조화)

1. 서 론

사진 매체는 세상의 거의 모든 것들을 시각적 이미지의 형태로 환원하여 보여주는 “메타 예술”(Susan, 1975/2011)이라 할 수 있으며, 1970년대에 개념미술을 통해 사진이 예술로 진입하게 되면서 패션 사진은 주목받게 되었다. 최근에는 패션 사진가들이 화랑 전시를 통해 그들의 작업을 미술 오브제로 제시하는 것이 통상적인 일이 되었고 예술과 패션 사진의 구분이 희미해지면서 과거의 패션 사진 대가들은 이미 예술가로 확고히 자리 잡았다(Kang, 2007). 이제 패션 사진은 패션상품을 제시하고 정보를 전달하는 차원을 넘어 사진작가들의 창조적 예술성을 표현하는 수단이며 다양한 이미지를 표현하고 시대적

정서를 담아낼 수 있는 고도의 예술성을 지닌 표현매체라 할 수 있다.

한편 프랑스 인류학자인 레비스트로스(Caude Levi-Strauss)는 유희란 문화적 절차로서 어떠한 새로운 작품을 창조하는 것이 아니라 단지 이미 존재하는 것을 조작하는 패러다임이라고 하였다(Kong, 2007). 이것은 ‘예술의 종말’과 같은 맥락에서 이 세계를 더 이상 놀라움과 혁신이 존재하지 않으며 이미 펼쳐진 가능성들이 단지 유희적으로 변화하는 것으로 본다는 것을 의미한다. 유희적 조작을 통해 새로움이 만들어진다는 측면에서 오늘날 유희는 중요한 의미를 지니게 되며 특히 다양한 이미지를 표현하고 시대적 정서를 담아내는 패션 사진은 유희성을 분석하기에 적절한 매체라 할 수 있다. 따라서 이미지를 중심으로 한 미디어 문화 속에서 예술적 가치를 인정받고 있는 패션 사진을 통해 현대 예술에서의 개방성 및 다중적 의미와 관련된 유희성을 파악하는 것은 의미 있는 연구라 할 수 있다.

이에 본 연구는 예술적인 과정으로 이해되는 유희의 다양한 개념들을 이해하고 사진 매체가 가지는 시각적 표현 형식의 특수성을 반영한 현대 패션 사진에 나타난 유희성을 분석하고자 한다. 특히 패션 사진에 등장하는 의복만을 대상으로 하는 분

[†]Corresponding author; Jisoo Ha

Tel. +82-2-880-1453, Fax. +82-2-875-8359

E-mail: jisooaha@snu.ac.kr

© 2016 (by) the authors. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

석이 아닌 화면을 구성하고 있는 모델, 구도, 앵글, 오브제, 편집기술 등 시각적 표현 요소 각각과 그 사이의 관계, 그리고 이를 통해 표현하고자 하는 주제와 콘셉트 등에 종합적으로 나타난 유희성을 분석하고자 한다. 이를 통해 패션 사진에 도입하기 적합한 유희적 표현 방법의 기준을 마련하고 더 나아가 시각적 이미지의 다양한 커뮤니케이션 역할 중 유희성의 중요성을 인식시키는데 그 의의가 있다.

본 연구를 위해 문헌연구와 실증연구를 병행하였다. 먼저 문헌연구로서 첫째, 역사적으로 다양하게 변화해 온 유희의 개념에 대해 파악하고, 둘째, 패션 사진에 나타난 유희적 특성에 대해 논의할 수 있는 분석적 틀을 마련하기 위해 패션 사진의 개념과 특징, 시각적 표현 형식, 유희의 표현적 특성에 관한 연구들을 고찰함으로써 개념적 틀을 세웠다. 다음으로 실증적 연구로서 앞서 고찰한 유희적 표현 특성의 틀을 토대로 패션 사진에 대한 분석을 행하고 이를 유형화하였다. 2010년에서 2014년까지 최근 5년간의 미국과 영국 보그(Vogue)지에 실린 애드버타이징(Advertising) 패션 사진과 에디토리얼(Editorial) 패션 사진 105장을 선정하였다. 연구의 범위를 제한하기 위하여 최근 5년간의 사진을 분석하였으며, 1892년 발간된 이후 혁신적인 아티스트와 사진가들과의 작업을 통해 단순한 패션 트렌드의 반영을 넘어 새로운 시각문화를 창조하는 패션 전문지로 평가받고 있는 보그지를 선택하였다. 특히 에디토리얼 패션 사진은 단순히 패션에 대한 정보만을 전달하는 것이 아니라 감성적, 상징적 이미지를 시각적으로 표현하고 있으며 애드버타이징 패션 사진 역시 일차적인 광고적 특성뿐만 아니라 에디토리얼 패션 사진과 같은 시각적 즐거움과 감각적인 충격을 제공하는 이미지들로 구성되는 경향(Lee, 2013)이 있어 모두 연구의 대상으로 선정하였다. 연구 대상은 유희의 개념 및 특성에 대한 고찰을 통해 얻어온 키워드를 중심으로 연구자가 1차적으로 516장을 수집하였고, 이를 패션디자인 전문가 3인에게 키워드와 함께 제시한 후 유희의 특성을 잘 반영한다고 생각되는 사진을 선택하도록 하여 3인 모두의 동의를 얻은 사진 105장을 선정하였다. 이들은 유희의 주제에 따라 유아적 환상 36장, 사회 풍자 26장, 상황적 부조화 43장으로 분류되었으며 이를 모델, 구성, 오브제, 편집기술의 시각적 표현 요소로 분석하였다.

2. 이론적 배경

2.1. 유희의 개념 및 특성

유희에 관한 연구는 철학, 미학, 문학 분야 등에서 다양하게 진행되어 왔다. 고대 그리스에서 유희는 어린아이의 유희로서 ‘유치한 것’으로 보았다. 특히 플라톤(Platon)은 ‘모방이란 단지 유희이며 진지함이 아니다’라고 하였으며, 아리스토텔레스(Aristoteles)는 유희를 예술을 창조하는 근원으로서 모방하는 능력으로 보았다. “중세의 삶은 놀이가 넘치도록 가득했다”는 요한 하위징아의 표현처럼(Johan, 1938/2010) 중세 문화에서 유희는 핵심적인 역할을 해왔는데, 종교적인 유희가 주를 이루었

다. 기독교 축제문화와 결합된 과장, 신분 타파, 세속성을 특징으로 한 카니발을 통해 희극 문화가 생겨났다. 유희의 개념은 근대에 들어 진정한 의미를 획득하게 되는데, 특히 노동의 세계에 대한 대립으로서의 유희 개념이 형성되었다. 칸트(Immanuel Kant)는 상상력의 유희는 예술을 창조하게 하는 천재가 지닌 미적 정신의 핵심적 요소로 보았다(Kong, 2007). 쉴러(Friedrich Schiller)는 인간은 이성과 감성을 조화시키는 유희 충동의 지배하에 있을 때 비로소 완전한 인간일 수 있다고 보고(Kim, 2006), 유희가 인간의 가장 기본적, 정신적 요소의 하나임을 강조하였다(Friedrich, 2012).

19세기는 유희에 관한 논의가 거의 이루어지지 않았다. 산업 혁명으로 기술 분야의 발전이 더욱 심화되며 노동과 생산이 시대의 이상이 되었으며 사회, 문학, 미술 등 여러 분야에서의 유희의 요소들이 적대시되고 중단되었다(Johan, 1938/2010). 이후 20세기에 요한 하위징아는 인간의 본질을 유희의 측면에서 파악하여 인류를 ‘호모 루덴스(Homo Ludens)’라 하였다. 놀이에서 문화가 탄생되었으며, 문화는 원초부터 유희되는 것으로서 유희 속에서 유희로서 발달한다고 주장하였다. 그 후 로제 카이와(Roger Caillois)는 사회 전반의 현상을 놀이로 해석하여 유희를 파악할 수 있는 이론적 체계를 마련하였다(Jang, 2008).

또한, 재미와 즐거움을 본질로 하는 유희는 웃음, 유머, 희극적 특성들을 포함하는 상위 개념이라 할 수 있으며, 유머, 희극, 웃음과 관련된 이론의 세 가지 범주-우월성 이론, 각성 이론, 부조화 이론-를 통해 유희의 특성을 파악할 수 있다. 우월성 이론은 자신의 위치보다 낮게 보는 것에서 웃음이 발생한다고 보는 이론으로 홉스(T. Hobbes)는 “다른 사람의 불행이나 어리석음 자체가 아닌, 그로 인해 내가 느끼는 우월감, 안도감에서 웃음이 발생한다”고 하였고 베르그송(H. Bergson)은 웃음에는 굴욕감을 줌으로써 타인의 결함을 교정하기 위한 무언의 의도가 들어있다고 하였다. 또한 그는 자신보다 우위에 있는 어떤 절대적인 상대를 웃음의 대상으로 삼아 간접적으로 정신적 즐거움을 얻는 경우도 있는데 이를 풍자라 하였다(Jang, 2013). 각성 이론은 웃음을 긴장이나 위축된 감정으로부터의 완화를 가져다주는 장치로 보고 위기감으로 인한 불쾌한 감정상태가 해결됨으로써 억눌렸던 감정의 완화로 유머가 발생한다고 보는 이론으로 프로이트(S. Freud)는 유머나 웃음은 스트레스로부터의 완화를 가능하게 하는 방어 장치라고 하였다(An, 2012). 부조화 이론은 정상적인 기대에서 벗어난 불일치나 부조화에서 발생하며 서로 관련이 없는 두 개의 아이디어나 개념, 상황 등이 놀랄만하거나 예상치 못한 방식으로 결합될 때 웃음이 유발된다는 이론으로 쇼펜하우어(A. Schopenhauer)는 “모든 경우에 있어서 웃음의 원인은 단지 하나의 개념과 그 개념을 통해서 어떤 관계가 있다고 생각되었던 실제 사물들 간의 부조화를 갑자기 지각하는 것에 있다”고 하였다(Jang, 2013).

유희는 예술을 창조하는데 중요한 역할을 담당해왔으며 우리 삶에서 분리될 수 없는 요소로 재미와 즐거움을 본질로 하며 유머나 웃음, 희극 등의 특성을 공유하는 개념으로 파악할

Table 1. Definitions of playfulness

Age	Definition of playfulness	Key words
Ancient	Greece • Combination of the ideas of 'child, imitate, enjoy' • Playfulness of a young child	• Childlike, insincere • Source of imitation, artistic creation • Exaggeration, breaking down status, secularness • imagination
	Platon • Imitation is just playfulness and not sincere	
	Aristoteles • Playfulness of the ability of imitation as a source of art creation • Bringing serenity and easing tension	
Middle Ages	• Christian playfulness: Carnival - exaggeration, breaking down status, secularness	• Resistance to customs, hierarchial class systems
Modern	Hobbes • Laughter of superiority or relief from the misfortune or foolishness of another	• Contrasting idea to forcefulness, sincerity, rules, work • Superiority, relief from another's misfortune • Materialization of the mind • Satire • Ease of tension, psychological relaxation
	Kant • Playful activities of the imagination play a key role in aesthetic judgment • The mental ability of a genius creating artworks	
	Schiller • Playful impulses that harmonize ration and emotions	
	Schopenhauer • Laughter when one realizes the disharmony between an idea and actual objects one originally thought were related to the idea	
Contemporary	Bergson • Laughter when a person who should be free automatically does something regardless of his awareness of will	• Discord, disharmony that breaks away from normal expectations
	Freud • Humor or laughter are defense mechanisms that ease stress	
	Huizinga • Understands the essence of people from a perspective of playfulness • Culture is the development of playfulness amid playfulness	
	Caillois • Interprets overall social phenomena as play	

수 있다. 유희의 개념과 특성을 나타낼 수 있는 키워드를 정리하면 Table 1과 같다.

이와 같이 여러 시대를 걸쳐 다양한 분야에서 논의되어온 철학적이고 정신적인 활동인 유희 개념의 특성을 종합해보면 유아적 환상, 사회 풍자, 상황적 부조화의 측면으로 구분하여 생각할 수 있다. 유아적 환상은 고대 그리스의 어린아이로서의 유희, 플라톤이 말한 모방, 진지함이 아닌 것이라는 개념, 칸트의 상상력의 유희, 요한 하위징아가 언급한 호로 루텐스, 즉 놀이로서의 유희라는 개념을 담고 있는 것으로 현실에 존재하지 않는 것을 상상하며 어린 시절의 동화, 환상, 놀이와 관련된 즐거움, 과거에 대한 향수와 동경의 의미를 내포한 유희라고 할 수 있다. 사회 풍자는 중세 카니발에 나타난 과장, 신분 타파, 세속성의 특징을 담고 있으면서 우월성 이론에서 말하고 있는 다른 사람의 불행이나 어리석음으로 인해 내가 느끼는 우월감, 안도감에서 발생하는 웃음과 우위에 있는 상대를 웃음의 대상으로 삼으며 즐거움을 얻는 풍자가 내포된 것으로 관습, 위계적인 계층화 원리, 양극화와 범주화에 대항을 담고 있는 유희라고 할 수 있다. 상황적 부조화는 아리스토텔레스가 언급한 예술을 창조하는 근원으로서의 유희, 부조화 이론에서 말하는 정상적인 기대에서 벗어난 불일치나 부조화에서 발생하는 웃음, 서로 관련이 없는 개념이나 상황이 예상하지 못한 방식으로 결합될 때 발생하는 웃음이라는 의미를 담고 있으며 기대에 대한 의외성으로 인한 재미, 일반적 상식과 통용되는 규칙을 벗어남으로써 새롭게 얻는 즐거움의 유희라고 할 수 있다.

2.2. 패션 사진의 개념 및 구성요소

2.2.1. 패션 사진의 개념

사실적 표현과 현실의 재현이라는 기록성을 본질로 하는 사진의 매체적 특성으로 인해 패션 사진은 패션을 표현하는 가장 적절한 수단으로 사용되어 왔다. 특히 이미지 중심의 문화 속에서 패션 사진은 사회적, 시각적 커뮤니케이션의 기능을 지니면서 현대 사회의 다양한 모습을 보여준다. 20세기에 사진매체의 발달과 시장의 확대, 전문 편집자와 패션 사진가들의 등장은 더욱 독창적이고 다양한 패션 사진으로 발달하는 계기가 되었고 패션 사진의 예술적 가치를 인정받도록 하였다. 특히 패션 사진은 사진의 다양한 응용분야에서도 가장 특수한 분야로 진실을 촬영할 필요가 없이 이미지를 자유자재로 창출할 수 있는 영역으로 허구의 세계와 환상을 표현할 수 있는 예술적인 특성을 가진다(Kim, 2011).

패션 사진은 크게 에디토리얼 패션 사진과 애드버타이징 패션 사진으로 구분된다. 광고주의 입장에서 표현하고자 하는 상품에 주안을 두면서 그 상품이 잘 소비되도록 인쇄매체 속에 이미지로 제시한 것이 애드버타이징 패션 사진이라면(Yu, 2002) 에디토리얼 패션 사진은 패션잡지사의 편집자의 시각과 의도가 반영되어 제작되는 것이다. 재미있는 주제, 정보, 흥미로운 시각과 색채 표현 그에 따른 완벽한 표현력과 잡지의 특성에 따른 차별화된 개성적 이미지 등이 에디토리얼 패션 사진의 특징이다(Seo, 2004).

에디토리얼 패션 사진은 사진작가의 개인적인 스타일과 창의력을 발휘하는데 많은 자유를 허용해 주는데 반해, 상품이 항상 관심의 초점이며 그 상품을 어떻게 보여주느냐 하는 것이 중요한 애드버타이징 패션 사진도 상품 그 자체만의 표현에서 벗어나 분위기와 이미지의 표현이 강하게 나타나고 있다(Yu, 2002). 특히 광고주들이 에디토리얼 패션 사진작가들 중에서 자

신들의 광고와 브랜드 이미지에 맞는 사진작가를 찾아가 광고를 의뢰하기도 하며 상품 카탈로그 작업도 에디토리얼 패션 사진처럼 표현하는 경향을 보이고 있다. 이러한 현상으로 볼 때 애드버타이징 패션 사진과 에디토리얼 패션 사진의 구분이 모호해지고 있다고 볼 수 있으며, 본 연구에서도 패션 사진에 표현된 유희성을 분석하기 위한 연구 자료로서 에디토리얼 패션 사진과 애드버타이징 패션 사진을 모두 포함하여 연구를 진행하였다. 그 결과 1차, 2차 분석을 통해 선정된 총 105장의 사진들은 각각 애드버타이징 패션 사진 71장, 에디토리얼 패션 사진은 34장으로 구성되어 있음을 확인할 수 있었다.

2.2.2. 패션 사진의 구성요소와 시각적 표현 요소

패션 사진에 나타난 유희적 표현 특성을 분석하기 위해 패션 사진의 구성요소와 시각적 표현 요소를 구분하는 선행연구들을 살펴본 후 이를 종합하여 본 연구에서는 사진의 맥락적 요소로서 주제와 콘셉트를, 시각적 표현 요소로서 구도와 앵글, 모델의 포즈, 시선처리, 오브제, 편집기술로 구분하여 분석하였다. 특히 패션 사진에 등장하는 의복만을 대상으로 하는 분석이 아닌 화면을 구성하고 있는 시각적 표현 요소 각각과 그 사이의 관계, 그리고 이를 통해 표현하고자 하는 주제와 콘셉트 등에 종합적으로 나타난 유희성을 분석하고자 한다.

언어와 시각언어는 읽는 것(reading)과 보는 것(seeing)을 통해 메시지를 전달받는 방법이다. 일반적으로 이미지는 즉흥적이고 무의식적으로 경험하게 되는 시각언어라 할 수 있지만, 시각적으로 표현된 유희성은 본디는 특성보다는 수용자의 적극적 참여로 그 의미를 해석하며 읽는 과정을 거친다고 할 수 있다(Cho & Kim, 2005). 따라서 패션 사진에 나타나는 유희성을 분석하기 위해서는 읽기의 프로세스를 통해 분석되어야 하는 사진의 맥락적 요소인 주제 및 콘셉트를 구도, 앵글, 모델, 오브제, 편집기술 등의 시각적 표현 요소와 구분하여 분석하여야 한다. 주제와 콘셉트는 촬영자가 표현하고 싶은 의도를 뜻하며 사진을 찍는 목적과 관련된 것으로 화면 속 인물과 배경, 화면 구성 방법 등을 분석함으로써 찾아볼 수 있다. 구도는 프레임(frame)이라는 사각의 틀에 화면을 구성하는 것으로 피사체에 따른 트리밍, 앵글, 포지션 등을 고려한다(Jung, 2006). 트리밍은 촬영된 사진에서 필요 없는 부분을 자르고 필요한 부분을 강조하는 것으로 심리적인 효과-확산이나 집중, 안정감이나 불안정감 등을 표현할 수 있다. 앵글은 대상물과 카메라 렌즈의 관계 각도를 말하며 크게 아이 레벨, 로우 레벨, 하이 레벨로

나뉜다. 내면적 감정표현과 대상의 존재를 부각하는 방법에 활용된다(Seo, 2004). 오브제는 패션 사진에 있어서 작가의 의도와 연출에 따라 다양한 의미를 내포하는 기표로 작용하거나 새로운 의미 부여와 이미지 표현에 기여할 것으로 판단된다. 디지털 사진이나 컴퓨터 편집 기술은 독특한 앵글이나 구성 등 다양한 시각적 요소들의 조작을 통해 시각적 즐거움을 주는 창의적인 화면을 구성할 수 있다.

3. 패션 사진의 유희적 표현 특성 분석

과거 패션 사진이 의복을 보여주는 조형적 측면만을 강조하는 것과 달리 현대 패션 사진에는 관찰자가 해석하고 새로운 의미를 부여할 수 있는 다양한 주제와 콘셉트의 맥락적 요소가 존재한다(Lee & Ha, 2014). 패션 사진에 나타난 유희성을 분석하기 위한 주제는 이론적 고찰을 통해 얻은 유희의 개념적 정의를 적용하여 유아적 환상, 사회 풍자, 상황적 부조화로 나누어 살펴보고자 한다.

최종적으로 선정된 105장의 사진은 주제별로 유아적 환상 36장, 사회 풍자 26장, 상황적 부조화 43장으로 분류되었다. 그 중 주제별로 어떤 시각적 표현 요소를 주로 사용하였는지 파악하기 위하여 각 사진에서 유희성을 표현하기 위해 사용된 시각적 표현 요소의 빈도를 분석하였다. 하나의 패션 사진에서 여러 시각적 표현 요소들을 혼합하여 활용한 경우도 있어 중복 선택을 포함하여, 각각의 사진에서 나타난 모델, 구성, 오브제, 편집기술의 사용빈도를 분석한 결과는 Table 2와 같다.

유아적 환상을 주제로 하는 패션 사진은 모델이나 오브제를 주로 사용하여 표현하였으며 사회 풍자는 모델, 구성, 오브제를 주로 사용하는 경향을 보였다. 상황적 부조화는 모든 시각적 표현 요소들을 고루 사용하는 경향을 보였는데 모델이나 편집기술을 더 활용하는 것으로 나타났다. 각 주제에 따른 구체적인 시각적 표현 요소에 대한 분석은 다음과 같다.

3.1. 유아적 환상

현실에 존재하지 않는 것을 상상하며 어린 시절의 동화, 환상, 놀이와 관련된 즐거움, 과거에 대한 향수와 동경의 의미를 내포한 유희인 유아적 환상은 동심의 세계와 놀이의 환상을 추구하며 평온함과 해방감을 표출함으로써 신나는 유희성을 보여준다. 특히 과거에 대한 동경과 향수가 내재되어 흥미와 재미를 전달하며 즐거움을 느끼게 한다.

Table 2. Elements analysis of visual expression

	Models		Composition		Objects		Editing technology	
	Frequency	Percent	Frequency	Percent	Frequency	Percent	Frequency	Percent
Infantile fantasy	18	50	10	28	28	78	13	36
Social satire	12	46	15	58	16	62	2	8
Situational dissonance	17	40	15	35	12	30	18	42

Fig. 1은 백설 공주를, Fig. 2(a)와 Fig. 2(b)는 피노키오, Fig. 3은 이상한 나라의 엘리스를, Fig. 4는 호두까기 인형을 모티브로 한 작품들이다. 동화를 모티브로 한 사진들은 모델이나 오브제를 사용하여 동화 스토리를 표현하는 특징을 보인다.

모델의 과장된 표정과 포즈 등을 통해 스토리를 표현한 작품은 Fig. 1과 Fig. 2(a), Fig. 2(b)로 Fig. 1은 순진한 표정으로 사과를 들고 있는 백설 공주를 의미하는 여성과 왕관을 쓰고 차가운 표정을 한 왕비, 그리고 뒤에서 사과를 들고 있는 여성을 심각한 얼굴로 바라보고 있는 두 남자로 구성되어 있으며 사과를 먹으려는 백설 공주를 걱정하는 난쟁이 역할의 남성 모델의 표정과 시선이 웃음을 자아낸다.

오브제를 이용하여 스토리를 표현한 작품은 Fig. 3과 Fig. 4로 Fig. 3은 형태가 확대된 주전자와 접시라는 오브제를 사용하여 상대적으로 엘리스의 몸이 축소된 것을 표현하였는데 컴퓨터 그래픽 작업을 통한 형태의 축소나 과장이 아닌 거대한 사이즈의 오브제를 제작하여 배치함으로써 실제 인체가 축소된 듯 한 효과를 주고 있다. Fig. 4는 크리스마스 트리와 눈을 배경으로 하여 발레리나와 호두까기 인형으로 분장한 모델, 사탕과 과자로 만들어진 집을 오브제로 사용하여 스토리를 표현하

고 있다.

사진의 구도를 이용한 작품인 Fig. 5는 배경과 모델이 착용한 옷과 가방의 동일한 무늬가 착시를 일으키는 사진으로 배경과 가방, 모델의 위치 등 프레임 구성을 통해 아이들의 장난스러운 행동과 같은 내용을 표현하고 있다. 동일한 무늬 특히 작고 색이 화려한 무늬가 반복적으로 화면 전체를 구성하고 있어 화면의 부피감과 거리감 등이 원근법이 무시되는 효과를 나타낸다. 무늬가 일으키는 착시효과로 인해 가방 안에 사람이 들어가 숨으려는 것 같은 재미있는 화면을 연출한다.

Fig. 6은 누워있는 여성과 남성 모델을 촬영한 후 컴퓨터 편집 기술을 사용하여 인체를 축소시켰다. 축소된 인체는 마치 곤충채집의 대상처럼 보이도록 왜곡되었고 크기의 비례를 통해 축소된 이미지는 전체 이미지 속에서 충돌함으로써 깊은 인상을 남기고 재미를 이끌어내고 있다. Fig. 7은 고양이의 얼굴을 한 여성이 색색의 나비로 만들어진 드레스를 입고 있는 사진으로 동물이나 사물과 자기를 동일시하면서 현실과 상상을 구분하지 못하는 어린아이의 즐거운 상상을 컴퓨터 편집 기술을 사용하여 구성하였다. Fig. 8(a)과 Fig. 8(b)는 거울을 통해 다른 차원의 세계로 이동하는 동화나 만화, 게임 등에서 자주 볼 수



Fig. 1. Advertising for DOLCE & GABBANA. *VOGUE UK* (Aug., 2014), p. 86.



Fig. 2. Dancing days by Annie Leibovitz. *VOGUE USA* (Dec., 2014), p. 277.



Fig. 3. Advertising for TARGET. *VOGUE USA* (Apr., 2010), p. 32.



Fig. 4. Advertising for jcrew. *VOGUE USA* (Dec., 2010), p. 76.



Fig. 5. Whole In One by Rachel Perry Welty. *VOGUE USA* (Dec., 2011), p. 303.



Fig. 6. Advertising for KENZO. *VOGUE USA* (Sep., 2013), p. 287.



VERTU
HANDMADE IN ENGLAND

Fig. 7. Advertising for Vertu. *VOGUE UK* (Dec., 2013), p. 121.



(a)



(b)

Fig. 8. Advertising for KENZO. *VOGUE UK* (Sep., 2014), p. 89.

있었던 스토리를 표현한 사진으로 거울에서 사람이 나오는 장면을 편집기술을 사용하여 연출함과 동시에 바다와 벽의 컬러를 통일시키고 반복적이고 출렁거리는 벽의 무늬를 활용하여 차원을 뛰어넘고 현실과 비현실의 구분이 모호해지는 환상을 효과적으로 표현하고 있다.

3.2. 사회 풍자

사회 부조리의 풍자는 중세시대의 주요한 흐름이었던 유희적 표현으로 과장, 신분 타파, 세속성이 중요한 특징이며 우울감, 안도감에서 발생하는 웃음이나 풍자가 내포된 것으로 관습, 위계적인 계층화 원리, 양극화와 범주화시키는 것에 대항하여 이방인, 타자 편에서 있음을 표현하고 있다.

Fig. 9와 Fig. 10, Fig. 11은 오브제를 사용한 작품으로 Fig. 9는 남성들의 손에 컬러풀한 작은 여성용 핸드백을 들고 있는 유머러스한 모습을 연출함으로써 남녀의 지위가 전도되었음을 풍자적으로 표현하고 있으며, Fig. 10은 패션에 대한 갈망 특히 명품 가방에 집착하는 여성을 풍자적으로 표현한 작품으로 해석할 수 있다. Fig. 11은 새의 깃털 디테일 드레스를 입은 모델

이 화물 운송 상자 안에 들어가는 모습으로 드레스, 상자, 포장 완충제 등의 오브제를 사용하여 여성을 상품화하는 것을 표현하고 있다.

모델의 과장된 표정과 몸짓을 활용한 작품인 Fig. 12는 여성도 성적 욕망을 가지며 그것을 드러내고 표현하는 데 있어 주도권을 가진 주체임을 표현하는 사진인 듯하지만, 그 상대가 무생물인 조각상이며 조각상의 손목을 거칠게 잡고 강압적인 태도를 취하는 포즈, 조각상에 키스하고 있는 진지한 여성의 표정 등을 통해 우스꽝스러우면서도 부정적인 시각을 표현하고 있다. 이런 낯설고 불편한 느낌을 가지게 함으로써 여성의 성적 욕망을 인정하지 않고 그것을 드러내는 것을 불편하게 여기는 시선의 불합리함을 표현한 작품이라고 할 수 있다. Fig. 13은 모피에 대한 여성의 집착을 재미있게 표현하고 있다. 모피는 사치품으로 여겨지면서 비난의 대상이 되기도 하는데, 모델이 모피코트를 입고 몸을 잔뜩 웅크린 채 냉장고 속에 들어가 자신을 비난하려는 다른 이들의 시선을 피하려는 듯 과장된 몸짓과 표정을 짓고 있는 장면을 우스꽝스럽게 연출하여 냉소를 자아내게 한다.



Fig. 9. Advertising for kate spade. *VOGUE USA* (Dec., 2014), p. 73.



Fig. 10. Advertising for CH. *VOGUE USA* (Jan., 2011), p. 107.



Fig. 11. Final Gestures by Annie Leibovitz. *VOGUE USA* (Jul., 2010), p. 144.



Fig. 12. PASSION PLAY by Steven Klein. *VOGUE USA* (Jul., 2013), p. 139.



Fig. 13. Mary Wallis and her Light Line by Lindsey adelman studio. *VOGUE USA* (Dec., 2014), p. 166.



Fig. 14. Advertising for Fame Lady Gaga. *VOGUE UK* (Apr., 2013), p. 122.

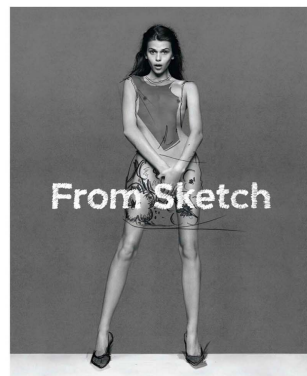


Fig. 15. Advertising for FRENCHCONNECTION. *VOGUE UK* (Oct., 2013), p. 278.



Fig. 16. Already Way Ahead by Steven Klein. *VOGUE USA* (Apr., 2010), p. 235.

Fig. 14와 Fig. 15는 편집기술을 활용한 작품으로 Fig. 14는 편집기술을 사용하여 근육질의 건장한 체격의 남성을 작게 축소시켜 여성의 몸 위에서 놓고 있는 것 같은 우스꽝스러운 상황을 연출하고 있다. Fig. 15는 누드로 촬영한 여성 모델 사진 위에 스케치한 듯 컴퓨터 편집기술로 연출한 사진으로 패션 일러스트레이션을 그리는 단계와 작업 과정을 재미있게 보여주고 있다. 패션 사진의 등장이 일러스트레이션을 대체하며 패션의 사실적 묘사를 특징으로 했다는 점에서 사진이 패션 일러스트레이션을 대신하는 것처럼 연출한 점은 아이러니한 유희적 특성이라 할 수 있다.

사진의 구도를 활용한 작품인 Fig. 16은 작은 흑인 여성과 백인 남성과의 대비되는 구도를 통해 다수에 의해 소외된 소수인과 사회적 약자에 대한 무언의 폭력과 억압을 표현하고 있다. 기독교 백인 남성으로 대변되는 서구 중심 사회에서의 여성이면서 흑인으로 머리에 터번과 같은 장식을 두른 여성은 소수자

라 할 수 있다. 백인 보디가드를 고용하고 검은색 고급 자동차를 소유하고 있으나 차의 높이가 모델의 키 보다 높아 백인 남성 보디가드의 도움 없이는 스스로 차에 올라설 수 없는 상황을 연출하여 소수인종, 비서구 문화, 여성이라는 존재는 자립할 수 없으며 약자로 받아들여지고 있는 서구 중심 사상에 대해 비판하고 있다.

3.3. 상황적 부조화

상황적 부조화는 기대에 대한 의외성으로 인한 재미를 주는 것으로 상식이나 일반적으로 통용되는 규칙에서 벗어남으로써 강한 주목성과 함께 정서적 억압과 무표함에서 탈피하여 즐거움을 느끼게 한다.

Fig. 17과 Fig. 18, Fig. 19는 모델을 이용하여 유희성을 표현한 작품으로 Fig. 17은 의상, 표정과 포즈에서 대조를 이루는 두 모델을 배치하였다. 눈매를 강조하는 짙은 화장과 자신감에



Fig. 17. Karate Kid by Mario Testino. *VOGUE USA* (Mar., 2013), p. 515.



Fig. 18. Advertising for Marc Jacobs. *VOGUE USA* (Apr., 2010), p. 21.



Fig. 19. Advertising for LOUIS VUITTON. *VOGUE USA* (Mar., 2013), p. 230.



Fig. 20. Power Trip by Annie Leibovitz. *VOGUE USA* (Feb., 2013), p. 214.



Fig. 21. The Futures So Bright by Theo Wenne. *VOGUE UK* (May, 2014) p. 287.

찬 도도한 표정을 한 정적인 포즈의 여자 모델과 가라데 복장을 하고 우스꽝스럽고 과장된 표정과 몸동작을 하고 있는 남자 모델이 등장한다. 의상, 표정과 포즈에서 대조를 이루는 두 모델을 등장시킨 사진으로 단호하며 무표정한 얼굴의 정적인 포즈의 여성 모델과 눈빛, 표정, 손과 발끝까지 힘을 주며 여성 모델을 향해 달려드는 듯한 역동적인 포즈와 우스꽝스럽고 과장된 표정의 남성 모델이 하나의 화면에서 부딪히며 유쾌한 감정을 불러일으킨다. Fig. 18은 가방은 손에 들거나 어깨에 매는 아이템이며 브라지어는 옷 안에 착용하는 속옷이라는 패션 아이템의 정해진 위치, 착용 규칙 등 기존의 틀을 깨는 모습을 우스꽝스럽게 표현한 것으로 나이가 많고 볼품없이 마른 모델과 과장된 화장, 헤어스타일을 연출하여 고정관념이라는 것이 얼마나 우스운 것인가를 재미있게 표현한 것이라 할 수 있다. Fig. 19는 모델들이 착용한 체크 아이템들과 똑같은 헤어 연출, 배경에 연출된 바다와 벽의 체크무늬들이 착시효과를 일으키며 컴퓨터 편집기술로 연출된 패션 사진으로 착각하게 만든다. 체크무늬가 만들어내는 시각적 착시 효과로 인해 실제로 연출된 화면이 아닌 컴퓨터 편집 기술이 만들어낸 가상의 이미지로 착각하도록 연출한 것으로 모델의 포즈와 표정, 헤어스타일 등이 더욱 큰 효과를 주고 있다.

구도를 이용한 작품인 Fig. 20과 Fig. 21은 부조화한 상황과 이질적인 것들의 공존을 통해 신선한 재미를 주고 있다. Fig. 20은 증기로 작동하는 엔진기관이 있는 공장에 오스카 드 라 렌타(Oscar de la Renta)의 풀 드레스를 착용 시킨 여성 모델을 등장시킨 사진으로. 인물들의 배치와 카메라 앵글을 활용하여 상황적 부조화를 표현하고 있다. 공장 노동자를 사진 하단에, 드레스를 착용한 모델은 당당한 포즈로 사진의 중앙에 배치하였으며 로우 레벨의 앵글을 사용하여 여성 모델을 더욱 거대하게 보이도록 강조하고 있다. 공장시설과 작업복을 착용한 여러 명의 사람들은 생산과 노동이라는 근대를, 드레스를 착용한 모델은 소비와 유희, 사치로 대변되는 현대의 특성을 표현하며 묘한 부조화를 이루고 있다. Fig. 21은 풀장에서 베드 튜브에 누워 한가로이 즐기는 여성들의 모습을 하이앵글로 촬영하였는데 물 위에 누워있는 여성들은 모두 수영복이 아닌 검은색 드레스를 착용하고 있어 수영장 and 드레스라는 요소들이 통일되지 않는 부조화한 상황과 이질적인 것들의 공존을 통해 규칙에서 벗어나는 재미를 주고 있다.

오브제를 활용한 사진인 Fig. 22는 신발과 목걸이, 팔찌 등을 프라이팬에 굽거나 접시에 올려두어 마치 음식처럼 표현하고 있다. 이것은 사물이 갖는 본래의 기능을 벗어난 위치의 전환



Fig. 22. Advertising for Bloomingdale's. *VOGUE USA (Sep., 2013), p. 418.*



Fig. 23. Honey-Do by Tim Walker. *VOGUE USA (Mar., 2013), p. 587.*

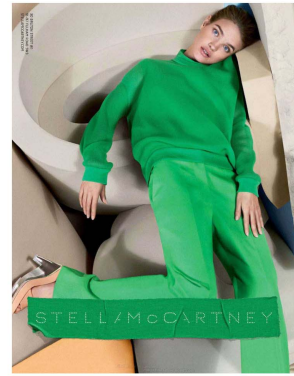


Fig. 24. Advertising for Stella McCartney. *VOGUE UK (Mar., 2013), p. 98.*

이 놀라움과 의외성으로 인해 재미와 웃음을 주는 것으로 볼 수 있다(Kim, 2006).

Fig. 23과 Fig. 24는 편집기술을 활용한 작품으로 Fig. 23은 실제 모델이 착용한 의상 위에 벌 모양의 오브제를 부착한 후 사진 촬영을 하였고 그 사진을 인화한 후 그 위에 망사를 덮고 벌을 올려 한 번 더 촬영한 사진이다. 이러한 편집기술의 사용은 물론 벌집 구조와 벌통, 벌과 같은 의상과 소품을 이용하여 새로운 시각적 즐거움을 준다. Fig. 24는 사진을 인쇄한 후 그 위에 브랜드 라벨을 붙여 재촬영하는 기법을 사용한 작품으로 편집기술 외에 오브제와 모델도 사용하고 있다. 오버사이즈의 스티로폼 오브제를 사용하여 실제 모델이 인형사이즈처럼 작아 보이게 만드는 효과를 냈으며, 늘어뜨린 팔, 한쪽으로 꺾인 다리와 머리 등 모델의 포즈를 활용하여 더욱 실제 사람을 인형처럼 보이도록, 비현실적인 모습을 연출하였다.

각 주제에 따른 패션 사진의 유희적 표현 특성을 정리하면 위의 Table 3과 같다. 유아적 환상을 주제로 하는 패션 사진은 스토리를 표현하는 모델의 표정과 포즈, 오브제의 사용이 두드

러졌다. 놀이를 소재로 한 사진에서는 구도를 이용하여 착시를 일으키거나 컴퓨터 편집기술을 사용하여 상상의 이미지를 구현하는 방법을 사용하였다. 특히 오브제의 사용이 동화, 환상 등 구체적인 스토리를 연상시키는 데 효과적인 표현 요소였을 것이라고 판단된다. 사회의 부조리를 풍자하는 유희는 여성과 패션, 소비에 대한 차별적 시선을 드러내고 있으며 모델의 우스꽝스러운 표정이나 과장된 포즈, 풍자의 대상이 되는 오브제, 권력구도나 폭력적 시선을 드러내는 모델과 소품의 배치 등의 사진 구성 요소를 주로 활용하는 경향이 나타났다. 계층구조, 권력에 관한 비판적 시각을 표현하기 위해, 사진의 구도나 앵글 등을 이용한 사진 구성에 대한 조작과 풍자적 시각을 담아 낼 수 있는 오브제가 효과적인 역할을 했을 것으로 판단된다. 상황적 부조화를 표현하기 위해 다양한 시각적 표현 요소들을 활용하였는데 모델은 대조를 이루는 표정과 포즈를 취하거나 전형적인 기준에서 벗어난 모델을 사용하는 등의 방법을 활용하였고 프린트된 사진 위에 오브제를 새로 조작하여 재촬영하는 편집기술을 사용하였다. 본래의 기능을 벗어나도록 오브제

Table 3. Expressive characteristics of elements of play in fashion photographs

Theme	Elements of visual expression			
	Models	Composition	Objects	Editing technology
Infantile fantasy	- Childlike world - Games and fantasy - Longing and nostalgia for the past - Story expressed expressions and poses	- Repeat with the placement of props, background patterns for optical illusion	- Objects that reflect the story	- Making a imaginary image
Social satire	- Resistance to discord, customs - Aiming to be another - Ridiculous expressions and exaggerated poses	- Placement of models, props connoted power composition and violent gaze	- Objects that are the target of satire	- Image reduction and editing
Situational dissonance	- Unexpected turns in expectations, rules - Contrasting expressions and poses - deviant models from typical standard	- Contrastive models' placement and low level angles	- Objects that break away from their original functions - Use of oversize objects	- Re-shoots using objects on already printed images

를 배치하거나 오버사이즈의 오브제를 활용하는 방법도 사용하였으며 대비되는 모델의 배치, 로우 레벨 앵글의 사용, 시각적 착시를 일으키는 구도의 연출 등을 통해 새로운 시각적 즐거움을 보여주고 있다. 정상적인 기대를 벗어난 예기치 못한 시각적 효과를 위해 편집기술을 이용하여 새로운 이미지를 만들어 내거나 모델을 활용하여 표현하는 것이 효과적이었을 것이라 판단된다.

시각적으로 표현된, 특히 구성된 화면이라는 사진의 특성은 모델이나 구도, 오브제 등을 다양하게 사용할 수 있으며 특히 컴퓨터 편집기술의 발달로 인해 다양한 유희의 특성을 표현할 수 있게 되었다. 그러나 유희는 단순히 시각적으로 보이는(seeing) 측면을 넘어 읽히는(reading) 것으로서 이해되어야 하며 특히 유아적 환상과 사회 풍자의 유희는 모델이나 오브제를 사용한 스토리나 상황의 연출, 오브제와 사진의 구도를 활용하여 사회 풍자적 시각이나 성찰적 태도 등을 표현하는 서술적 사진을 주로 연출하는 특성을 보였다. 이에 비해 상황적 부조화의 유희는 촬영된 이미지를 재촬영해 사용하는 편집기술을 이용하거나 모델의 과장된 몸짓과 표정, 시각적 착시를 일으키는 구도의 연출 등을 통해 시각적이고 즉각적으로 이해되는 표현을 강조하는 특징이 나타나는 것을 확인할 수 있었다.

4. 결 론

본 연구는 이미지 중심의 미디어 문화 속에서 예술적 가치를 인정받고 있는 패션 사진을 통해 현대 예술에서의 개방성 및 다중적 의미와 관련된 유희성을 파악하고자 하였다. 특히 패션 사진은 현실의 사실적 재현을 뛰어넘어 다양한 이미지를 자유자재로 만들 수 있는 매체적 특성을 가지고 있다. 또한 맥락적 이미지를 구성하여 다양하고 열린 해석이 가능한 특징이 있어 유희성을 분석하는 적절한 수단이라 할 수 있다.

이를 위해 최근 5년간 미국과 영국 보그지에 나타난 에디토리얼과 애드버타이징 패션 사진을 분석하였으며 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 유희는 예술을 창조하는데 중요한 역할을 담당해왔으며 우리 삶에서 분리될 수 없는 요소로 재미와 즐거움을 유희의 본질로 파악할 수 있었다. 또한 어린아이의 유희와 같이 목적으로부터 자유로우며 진지함과 거리가 먼 활동이며, 유머나 웃음, 희극 등의 특성을 공유하는 것으로 유희의 개념적 특성을 파악하였다.

둘째, 패션 사진은 읽기의 프로세스를 통해 해석되어야 하는 맥락적 요소인 주제와 구도, 모델, 오브제, 편집기술 등의 시각적 표현 요소로 구분하여 분석하는 것이 패션 사진의 특수성을 반영한 연구방법이다.

셋째, 패션 사진 주제는 이론적 고찰을 통해 얻은 유희의 개념적 정의를 통해 어린아이의 유희, 모방, 상상력을 토대로 하는 유희인 유아적 환상과 관습, 신분, 위계질서에 대항하거나 풍자라는 의미의 유희로서 사회 풍자, 정상적인 기대에서 벗어

난 불일치나 부조화, 법칙과 진지함과 대비되는 개념으로서의 유희인 상황적 부조화로 유형화할 수 있으며, 이를 표현하기 위해 패션 사진의 시각적 표현 요소인 구도, 모델, 오브제, 편집기술을 사용하였으며 이미지의 왜곡, 확대, 과장, 축소, 착시 등의 표현적 특성이 나타났다.

넷째, 동심의 세계를 표현하는 유아적 환상을 표현하기 위해 오브제와 편집기술의 사용이 두드러졌으며, 모델의 과장된 몸짓이나 표정, 오브제나 인체의 축소, 왜곡하는 편집기술을 통해 동화적 스토리를 전달하는 경향이 나타났다. 관습, 신분, 위계질서 등 사회의 부조리를 풍자하는 유희는 오브제의 사용과 편집기술을 이용하였으며, 패션이나 여성에 대한 성찰적 태도를 통해 아이러니와 풍자적 냉소를 표현하였다. 기대에서 벗어난 의외성이 주는 웃음인 상황적 부조화를 표현하기 위해 모델과 구도의 연출을 사용하였으며, 모델의 과장된 몸짓과 표정, 시각적 착시를 일으키는 구도의 연출 등을 통해 새로운 시각적 즐거움을 보여주고 있다.

패션 사진은 패션 자체를 표현하는 수단을 넘어 다양한 해석이 가능한 시각 이미지가 되었다. 재미와 즐거움을 본질로 하지만 기존 질서에 대한 반성과 비판도 내재된 유희성을 패션 사진을 통해 표현하는 것은 지속적으로 새롭고 차별화된 이미지를 요구하는 현대 사회에서 중요한 해결방법이 될 수 있다. 이를 위해 패션 사진의 맥락적 요소인 주제와 시각적 표현 요소로 구분하여 패션 사진을 분석하였으며 유희성을 표현하는 다양한 방법들을 확인할 수 있었다. 본 연구의 결과를 활용하여 새로운 패션 이미지 연출에 도움이 되고자 하며, 에디토리얼과 패션 사진과 애드버타이징 패션 사진을 구분하는 경계가 모호해지는 경향에 대한 후속 연구를 제안하고자 한다.

감사의 글

본 연구는 서울대학교 생활과학연구소의 지원을 받아 수행되었음.

References

- Advertising for Bloomingdale's. (2013, September). *VOGUE USA*, p. 418.
- Advertising for CH. (2011, January). *VOGUE USA*, p. 107.
- Advertising for DOLCE & GABBANA. (2014, August). *VOGUE UK*, p. 86.
- Advertising for Fame Lady Gaga. (2013, April). *VOGUE UK*, p. 122.
- Advertising for FRENCHCONNECTION. (2013, October). *VOGUE UK*, p. 278.
- Advertising for jcrew. (2010, December). *VOGUE USA*, p. 76.
- Advertising for kate spade. (2014, December). *VOGUE USA*, p. 73.
- Advertising for KENZO. (2013, September). *VOGUE USA*, p. 287.
- Advertising for KENZO. (2014, September). *VOGUE UK*, p. 89.
- Advertising for LOUIS VUITTON. (2013, May). *VOGUE USA*, p. 230.
- Advertising for Marc Jacobs. (2010, April). *VOGUE USA*, p. 21.

- Advertising for Stella McCartney. (2013, May). *VOGUE UK*, p. 98.
- Advertising for TARGET. (2010, April). *VOGUE USA*, p. 32.
- Advertising for Vertu. (2013, December). *VOGUE UK*, p. 121.
- Already Way Ahead by Steven Klein. (2010, April). *VOGUE USA*, p. 235.
- An, G. J. (2012). *A study on the aesthetics of black humor in contemporary fashion design*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.
- Cho, H. J., & Kim, U. Y. (2005). A study on difference of humor preferences and uses. *Korean Journal of Communication & Information*, 31, 355-378.
- Dancing days by Annie Leibovitz. (2014, December). *VOGUE USA*, p. 277.
- Final Gestures by Annie Leibovitz. (2010, July). *VOGUE USA*, p. 144.
- Friedrich, S. (2012). *Briefe uber die asthetische erziehung des menschen [On the aesthetic education of man]* (I. H. Ahn, Trans.). Seoul: Human Art. (Original work published 1923)
- Honey-Do by Tim Walker. (2013, May). *VOGUE USA*, p. 587.
- Jang, J. I. (2008). Playful express in contemporary fashion illustration. *The Research Journal of the Costume Culture*, 16(6), 1142-1155.
- Jang, J. I. (2013). *Visual humor expressed in contemporary men's fashion*. Unpublished doctoral dissertation, Hanyang University, Seoul.
- Johan, H. (2010). *Homo ludens: A study of the play elements in culture* (J. I. Lee, Trans.). Seoul: Yeonamseoga. (Original work published 1938)
- Jung, S. I. (2006). *Framing photographs*. Seoul: Hanbit.
- Kang, T. H. (2007, July). I'll be your mirror - Art & fashion photography. *Art Forum*, pp. 160-167.
- Karate Kid by Mario Testino. (2013, May). *VOGUE USA*, p. 515.
- Kim, H. J. (2006). *A study on the playing characteristics found on the fashion show window displays*. Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul.
- Kim, Y. P. (2011). *How to read photography: The world of photography*. Seoul: Noonbit.
- Kong, B. H. (2007). Problems and methods of aesthetics play. In the editorial committee for the Korean companion to aesthetics (Eds.), *Play*. (pp. 469-485). Seoul: Seoul National University Press.
- Lee, C. Y., & Ha, J. S. (2014). Madness images shown in editorial fashion photographs in Vogue Italia since 2000. *The Research Journal of the Costume Culture*, 22(3), 450-467. doi:10.7741/rjcc.2014.22.3.450
- Lee, Y. H. (2013). *The women's bodies in fashion photography -On theory of feminism and gaze-*. Unpublished doctoral dissertation, Sungkyunkwan University, Seoul.
- Mary Walis and her light line by Linsey adelman studio. (2014, December). *VOGUE USA*, p. 166.
- Passion play by Steven Klein. (2013, July). *VOGUE USA*, p. 139.
- Power Trip by Annie Leibovitz. (2013, February). *VOGUE USA*, p. 214.
- The Futures So Bright by Theo Wenne. (2014, May). *VOGUE UK*, p. 287.
- Seo, Y. S. (2004). A study on visual expression effect of editorial fashion photography. *Design Forum*, 9, 253-265.
- Susan, S. (2011). Photography & text. In Kim W. R. (Eds.), *Photography within the humanities* (pp. 173-185). Seoul: Noonbit. (Original work published 1975).
- Whole In One by Rachel Perry Welty. (2011, December). *VOGUE USA*, p. 303.
- Yu, Y. B. (2002). *Research about photographic expression in magazine advertisement -Concentrate upon fashion magazine-*. Unpublished master's thesis, Daegu University, Gyeongsan.

(Received 17 April 2015; 1st Revised 10 June 2015;
2nd Revised 6 June 2016; Accepted 15 May 2016)