

[Original Article]

Characteristics of contemporary fashion shows affected by intermedia

Seulah Lee, Yoon Mee Lee*, and Younhee Lee**†

Post-Doctor, Research Institute of Engineering & Technology,
Hanyang University, Korea

Associate Professor, Dept. of Knit Fashion Design,
Hanyang Women's University, Korea*

Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Hanyang University, Korea**

인터미디어 특성이 나타난 현대 패션쇼 연출 특성

이슬아 · 이윤미* · 이연희**†

한양대학교 ERICA 공학기술연구소 박사후연구원.

한양여자대학교 니트패션디자인과 부교수*, 한양대학교 의류학과 교수**

Abstract

Intermedia is a term that refers to the convergence of different media. It has not only enabled the delivery of brand message but also developed interactive communication in a contemporary fashion show context. This study investigates the presentation methods of contemporary fashion shows affected by intermedia. We examined the research and theory related to intermedia and fashion shows by accessing articles since the 2000s concerning 252 shows by 30 designers that tended to demonstrate the use of intermedia. Our analysis highlighted four particular characteristics: “medium scalability” (the unity of art and fashion and the unity of life and fashion); “synesthetic flow” (the audience’s emotional immersion, represented by the actual performance and performances of the models); “participatory accessibility” (performance participation through action and instrumental support); and “immaterial symbolization” (an intuitive symbol that emphasizes both the direct outward appearance and the metaphorical symbolism so that the object is expressed in a figurative sense). From these results, we identified considerable synergy between the characteristics of intermedia and contemporary fashion shows. Therefore, it might be useful to conduct an experimental study on this area of research.

Received November 05, 2019

Revised November 29, 2019

Accepted December 03, 2019

† Corresponding author

(yiyhee@hanyang.ac.kr)

ORCID

Seulah Lee

<https://orcid.org/0000-0002-7251-9851>

Yoon Mee Lee

<https://orcid.org/0000-0001-6902-5722>

Younhee Lee

<https://orcid.org/0000-0002-2241-3899>

Keywords: intermedia(인터미디어), fashion show(패션쇼), media(매체), performance(퍼포먼스)

I. Introduction

다양한 영역 및 장르 간 융합은 새로움과 다양성을 추구하는 현대 사회에 나타나
는 보편적인 현상이다. 이는 학제 간 융합연구로 이어지며 경제, 사회뿐만 아니라,

문화예술 분야에서 막대한 영향을 가져다주고 다양한 매체 간 결합으로 인해 주제 및 표현 방식의 변화를 가져다준다. 특히, 세계적인 격동기였던 1960년대를 중심으로 해프닝, 퍼포먼스 아트, 뉴미디어와 함께 디지털 매체의 등장과 매체 간 결합이 보편화되면서 문화와 예술 분야는 큰 변화를 맞이하였다. 일상생활과 예술의 경계가 모호해지면서 예술가들은 새로운 매체를 추구하게 되었으며, 대중들과 상호 소통을 추구하며 예술의 가치 및 의미를 공유하기 시작하였다. 이처럼 현대사회는 기존 매체들에 대하여 결합 또는 융합되는 등의 다양한 매체 간 현상이 나타나면서 새로운 가치를 대중들에게 전달한다. 이러한 용어로는 서로 다른 종의 결합을 의미하는 잡종(hybrid), 서비스나 기업에서 많이 사용하는 융합(fusion) 및 컨버전스(convergence), 대중문화 영역에서 사용되는 크로스오버(cross-over) 등이 있으며, 다양한 영역에서 사용되고 있다(Lee & Lee, 2016).

이러한 용어 중 예술 분야의 매체 간 융합에 관한 용어인 인터미디어는 문화, 예술을 넘어 모든 분야에서 나타나고 있다. 이는 패션 분야에서도 찾아볼 수 있으며, 패션쇼, 패션필름, 광고, 영화 등의 매체 간 융합된 패션 매체들이 존재한다. 이러한 매체는 패션과 대중 사이의 시각적인 매개체 역할을 하며, 다양한 연출에 대한 매체 간 결합 및 디자이너 및 브랜드의 철학을 통한 실험적인 시도로 이루어지고 있다. 특히, 가장 대표적인 패션 매체인 패션쇼는 시대의 변화에 따라 다각적인 형태와 방법으로 발전되고 있다. 현대 패션쇼는 홍보 수단에서 새로운 형태의 종합예술로서 패션 매체로 자리잡게 되었다. 초기의 패션쇼는 무대, 모델 그리고 관객으로 이루어져 의상을 입은 모델이 런웨이를 걸으며, 대중들에게 의상을 선보이는 단순한 형식이었다면, 현대 패션쇼는 춤, 퍼포먼스, 음악 등의 다양한 매체들과의 결합과 라이브 스트리밍 서비스를 도입하여 실시간 패션쇼를 통해 시간과 장소 등의 제한적 요소에 구애받지 않는 형태로 발전되었다. 또한, 3D 영상 등의 하이테크놀로지 기술을 이용한 가상 패션쇼 등의 새로운 형태로 나타나기 시작하였다. 2010년 이후에는 4차 혁명과 함께 뉴미디어 시대로 접어들며 디지털 영상의 활용과 SNS(social networking service) 등의 뉴미디어를 활용한 쇼가 대거 등장하여 대중에게 새로운 경험을 가져다 주었다.

즉, 초기 패션쇼에서는 상품의 판매 촉진에 목적을 두었다면 현재는 의상, 모델, 조명, 무대 등이 다양한 예술 분야와 결합한 종합예술로서 인터미디어 경향이 나타나기 시작하였다(Sung, 2009).

본 연구의 바탕이 되는 인터미디어 관련 연구는 다양한 분야에서 나타나고 있으며, 현재까지 진행된 연구로는 인터미디어 아트(Kwon, 2011; Kwon & Kim, 2011; Na, 2008)와 공연(Breder, 1995; Lee, 2015; Lusheich, 2011), 음악(Cseres, 2009), 영화(Park, 2008; Spielmann, 2001), 무용(Kim, 2012), 문학(Choi, 2015; Oh, 2014), 공간연출(Kim, 2002) 등이 있다. 패션쇼에 대한 선행연구로는 디자인, 무대 연출, 마케팅 등 다양한 분야에서 연구되고 있으며, 디자인, 헤어, 메이크업 등을 주제로 대중에게 표현하기 위한 단순한 무대인 매개체 역할로서 연구 범위로 선정된 연구들이 대부분이다. 최근 패션쇼에 관한 연구는 무대와 관련된 연출 기획(Oh & Kim, 2003)이나 구성요소에 대한 연구가 있으며, 최근에는 패션쇼의 영역이 커짐에 따라 패션쇼를 공연예술의 한 장르로 보면서 퍼포먼스 요소를 더하여 총체예술로서의 표현 특성에 대한 사례분석 연구가 이루어지고 있다. 이 밖에 하이테크놀로지 기술을 이용한 3D 디지털 패션쇼 및 패션 영상 등에 관련된 연구들이 진행되고 있다. 현대 패션쇼의 연출에 관한 연구로는 공연 연출(Huh, 2011; Kim & Kim, 2013; Lee & Kim, 2011; Lee & Lee, 2016) 및 패션 퍼포먼스(Chang, 2012; Chang & Park, 2001; Jung & Kim, 2013), 디지털 패션쇼(Cho & Suh, 2014; Hong & Kim, 2014; Lee & Kim, 2011), 실험적 디자이너에 관한 표현 특성(Kim & Park, 2012) 등이 진행되고 있다. 그러나 인터미디어와 현대 패션쇼에 관한 연구는 미비한 실정이며, 인터미디어와 현대 패션쇼의 특성에 대한 이론 체계 및 해석을 통하여 실용적 연출 방법의 개발이 요구되고 있다. 이에 본 연구는 인터미디어와 패션쇼의 문헌 및 선행연구를 통하여 현대 패션쇼에 나타난 인터미디어 연출 방법을 분석하고, 예술 및 인문학적 관점으로 바라본 융합적 방법론을 제시하는데 그 목적이 있다.

II. Background

1. Art and intermedia

현대 사회의 모든 분야에서는 단순한 하나의 매체

를 가지고 있지 않고 실험적인 시도로 다변화된 현상들이 나타났으며, 20세기 이후 문화와 예술을 비롯한 모든 분야에서 급격히 증가하였다. 현대 매체들은 하나의 영역에 고정되어 있지 않고 다른 매체와 결합하여 제3의 복합적 형태를 만들어내기 시작하면서 ‘인터미디어(intermedia)’라는 용어가 등장하였다. 인터미디어는 ‘~사이의’, ‘상호 간의’라는 ‘인터(inter)’와 매체, 장르를 의미하는 미디어(media)의 합성어로 전통적인 매체 간 사이에 걸쳐 있는 제3의 복합적 형태를 의미한다. 예술에서는 음악, 미술, 무용, 영화 등의 다양한 장르의 경계를 허물고, 기존 장르에서 다른 장르를 융합하여 새로운 예술을 표현하려는 시도로 보인다(“intermedia”, 1999). 오늘날 예술 작품은 점차 어느 한 장르로 설명할 수 없을 정도로 그 경계가 모호해지고 다차원적인 특성을 지니는 방향으로 발전되어 왔으며, 작품들은 필요에 따라 자신의 매체와 형식을 결정하게 된다(Packer & Jordan, 2002).

최근 ‘융합예술’이라는 용어가 새로운 예술 양식으로서 사용되며, 디지털 기술과 문화 수준의 향상과 함께 인터넷의 확산으로 인터미디어는 우리의 삶에 자연스럽게 흡수되고 있으며, 다양한 형태로 확장되어 가고 있다. 인터미디어는 예술과 일상 매체의 사이를 제시하고 있는 영역으로 회화나 조각 등의 기존 예술 사조와 같이 범주화할 수 있는 다른 예술들보다는 덜 연구된 영역으로서 탈 장르적 성격을 보이고 있다(Higgins, 1966). 인터미디어가 언급된 1960년대에는 급진적이고 정치적 항거로 인하여 많은 격동기가 있었다. 미국은 하위문화 및 흑인 민권운동 등이 더욱 확산되고 있었다. 이 시기 미술계에는 전반적으로 플럭서스 운동과 함께 과정 미술(process art), 대지미술(land art), 개념미술(conceptual art), 퍼포먼스 아트(performance art) 등의 비(非) 물질성의 미술 양식들이 대거 출현하여 극단적인 성향과 개념을 강조하는 형태가 증가하였다. 인터미디어의 범주는 덕 히긴스의 ‘인터미디어 차트(intermedia chart)’를 통해 알 수 있다. 인터미디어라는 큰 범위에 이와 관련된 장르들이 서로 결합되고 포함하고 있는 거대한 구조로 나타난다. 국제적인 전위예술 운동인 플럭서스(fluxus)를 중심으로 시의 주제를 시각적으로 표현한 구체시(concrete poetry), 시각 시(poesia visiva), 해프닝(happenings) 그리고 퍼포먼스 아트(performance art)

등의 다양한 예술 수단, 개념 및 기술에 관한 융합을 가지며, 집합들 사이의 연관성이 있고, 서로 연계된 집합의 형태는 원형들 사이에 위치한 또 다른 원형을 설명하기 위해 도움이 된다(Higgins, 2002).

작곡가이자 시인이며 플럭서스 예술가인 덕 히긴스는 1964년 독자적으로 ‘something else press’라는 출판사를 건립하고 원고를 출판하였다(Kim, 1993). 첫 원고는 그의 유명한 논고인 ‘인터미디어’로써 새로운 형태의 예술 개념을 설명하기 위한 용어로 인터미디어를 사용하였다. 또한, 비디오 아트의 창시자인 백남준은 인터미디어 개념을 가장 적극적으로 활용하여 작품화한 예술가 중의 하나이다. 탈장르와 인터미디어는 백남준 예술의 가장 큰 특징들이다. 음악과 회화, 비디오와 음악, 테크놀로지와 인간, 테크놀로지와 자연, 환경, 스포츠와 예술, 예술과 일상 등을 접목시키며 혼합한다. 1950년부터 그의 예술에서의 주된 관심사에 대한 질문에서 그는 “다양한 영역 사이의 경계지역 그리고 음악과 시각예술, 하드웨어와 소프트웨어, 전자공학과 고전적 의미에서의 인간성 같이 서로 상이한 매체와 요소들을 접목시키는 복잡한 문제들”이라고 대답하고 있다. 1963년 3월 부퍼탈(Wuppertal)에서 열린 백남준의 첫 전시회 <음악 전시>는 인터미디어의 개념을 잘 보여준다. 듣는 음악을 보는 전시의 개념과 접목시키면서 백남준은 비디오 아트의 선두주자가 된다. 비디오 캠코더가 피아노 건반을 두드리며 소리와 함께 화면에 보이는 것이다(Huh, 2006). 이처럼 인터미디어는 시각 위주의 전통적 예술에 대한 무정부주의적인 운동이며, 이를 기반으로 하는 플럭서스는 파괴주의를 실천하는 가장 급진적인 실험 예술 운동인 것이다. 이처럼 1960년대에는 비주류 예술에서 퍼포먼스 및 해프닝 형태로 많이 나타났다. 특히, 플럭서스는 전위적인 행위예술로서 퍼포먼스를 주된 표현 방법으로 선택하여 기존의 예술에 저항하는 ‘반(反) 예술’의 특성이 나타났다. 이렇듯 예술 분야에서의 인터미디어는 음악, 미술, 무용, 영화 등의 다양한 장르의 경계를 허물고, 기존 장르에서 다른 장르를 융합하여 새로운 예술을 표현하려는 시도로 보인다.

2. Fashion show

패션쇼(fashion show)는 런웨이 쇼(runway show)라고도 불리며, 디자이너의 스타일이 포함된 디자인

에 대한 마케팅 이벤트로 정의되며, 고급 의상점이라는 의미인 오프쿠튀르(haute couture)와 일반적인 프레타포르테(pret-a-porter)로 분류된다. 패션쇼 장소는 주로 쇼룸 또는 어느 지정된 공간이지만, 최근에는 버추얼 쇼(virtual show) 또는 소셜 미디어의 발달로 장소에 구애받지 않고 어디서나 실시간 스트리밍(live streaming)으로 볼 수 있다. 초기 패션쇼의 개념은 단순히 의상 판매를 목적으로 브랜드 및 디자이너들의 작품을 바이어와 대중들에게 미리 선보이는 것을 의미했으나, 현대 패션쇼에서는 자신의 콘셉트와 이미지에 맞게 다양한 매체를 통하여 대중에게 전달함으로써 수입 창출의 목적과 함께 디자이너 및 브랜드 철학과 메시지를 담고 있다. 이처럼 패션쇼는 상업적 측면을 넘어 예술적 측면에서도 패션쇼에 대한 중요도와 의미가 높아졌음을 알 수 있다.

패션쇼는 다른 장르의 쇼와는 달리 음악과 무대 연출로 시청각적 효과를 극대화하는 쇼이다. 연극이나 엔터테인먼트 매체의 다양한 창작 요소를 사용하여 모델이 상품을 입고 연출함으로써 디자이너와 바이어, PR 담당자 및 기자, 그리고 이를 구매하는 소비자 사이의 ‘커뮤니케이션의 수단’이라 할 수 있다. 패션쇼는 단순한 정보전달 기능을 넘어 패션의 아이디어를 강화시킬 수 있는 즐거움을 동반한 오락적인 기능, 즉 관객의 주의를 끌만한 이벤트 성격을 갖추어야 한다(Sung & Kwon, 2009). 이처럼 현대 패션쇼의 중요도가 높아짐에 따라 기획 및 제작을 전문으로 하는 패션쇼 프로덕션이 생겨나고 있다. 현대 패션쇼의 시장의 규모가 커짐에 따라 다양한 분야에서 활동하는 예술가 및 전문가들의 합작으로 의상뿐만 아니라 음악, 조명, 무대 연출, 그리고 특수효과 등이 집약된 ‘종합예술’이라고 할 수 있다. 또한, 자본주의 시장의 논리를 기반으로 한 ‘판매를 위한 쇼 케이스’이며, 패션쇼의 발전과 더불어 패션쇼만을 위한 프로덕션이 증가하고 있는 추세이다(Shin, 2011). 현대 패션쇼는 패션 광고, 영화 등의 다른 패션 매체의 유형과 달리 시공간적 제약을 받고 있지만 가장 보편화 돼 있으며, 효과적인 마케팅 방법이다. 현대 패션쇼는 예술성과 대중성을 동시에 추구하며, 시각 및 행위적 측면에 비중을 두고, 현대 매체의 다양한 창작 및 공연 요소들을 많이 활용하고 있다. 여기에 인터넷, 케이블 등 다양한 대중 매체들이 등장하면서 좀 더 쉽게 패션쇼를 접

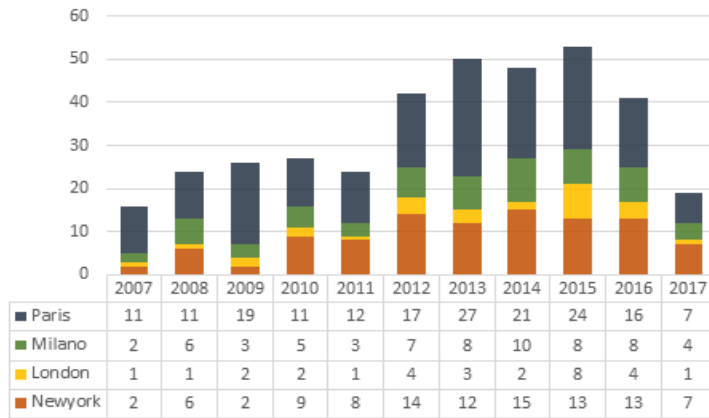
할 수 있게 되어 문화생활의 하나로 발전하고 있다(Sung, 2010).

현대 패션쇼에 나타난 인터미디어의 실험적인 시도는 2000년 이후에 점차 증가하기 시작하였다. 인터미디어 특성은 실험적인 디자이너들이 많은 파리 컬렉션을 중심으로 나타나기 시작하였으며, 대표적인 디자이너로 알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen)을 비롯하여 빅터 앤 롤프(Viktor & Rolf), 마틴 마르지엘라(Martin Margiela), 후세인 샬라얀(Hussein Chalayan) 등이 있다. 2010년 이후에는 기존의 실험적 패션쇼를 추구하는 디자이너 이외에 샤넬(Chanel)과 버버리(Burberry) 등의 전통적 브랜드 가치를 추구하는 브랜드들도 자신만의 정체성 및 철학을 선보이기 위한 표현 수단으로 인터미디어 경향의 패션쇼를 진행하였다. 최근에는 특정 관심 및 활동을 공유하는 사람들 사이의 관계망을 서비스인 소셜 네트워크 서비스로 인하여 대중들의 라이프 스타일이 변화하면서 패션 브랜드들은 이를 이용하기 시작하였다. 소비자 친화적인 패션쇼를 추구하는 톰 포드, 랄프 로렌, 타미 힐피거와 같은 미국 디자이너들을 중심으로 6개월 전에 패션쇼를 선보이는 형식에서 바로 구매할 수 있는 현장 직구 컬렉션과 급변하는 유행에 대응하기 위해 기존 컬렉션보다 작은 단위로 발표하는 캡슐 컬렉션(capsule collection) 등의 새로운 형식의 패션쇼들이 나타났다.

III. Methods

1. Research subjects and scope

본 연구의 대상 선정을 위한 예비조사로 2007년 S/S부터 2017년 S/S까지의 10년간 인터미디어 패션쇼 빈도수를 분석한 결과, 2010년을 전후로 인터미디어 경향의 패션쇼가 증가함을 알 수 있었다(Fig. 1). 특히, 파리컬렉션은 알렉산더 맥퀸, 이세이 미야케, 빅터 앤 롤프 등의 실험적 성향이 강한 디자이너들과 웅장한 규모의 샤넬을 포함하여 대부분의 컬렉션에서 인터미디어 경향의 패션쇼가 가장 많이 나타났다. 따라서 본 연구의 분석 범위는 인터미디어 현상의 실험적 패션쇼가 두드러지기 시작한 2010년 이후 컬렉션부터 2017년 S/S까지 파리, 밀라노, 뉴욕, 런던에서 발표된 여성복 컬렉션을 중심으로 선정하였다.



<Fig. 1> Contemporary fashion shows with intermedia characteristics

본 연구의 분석대상은 선행논문들에 대하여 자주 언급되었거나 실험적 경향의 패션쇼를 선보인 디자이너들과 컬렉션에 대한 기사 및 소셜 미디어 등의 인터넷 검색을 통해 인터넷미디어와의 연관성이 높은 30명의 디자이너들을 최종적으로 선정하였다. 파리 컬렉션에서는 알렉산더 맥퀸, 샤넬, 크리스찬 디올(Christian Dior), 살라얀, 이세이 미야케(Issey Miyake), 장 샤를르 드 카스텔 바작(Jeancharles de Castelbajac), 장 폴 고티에(Jean Paul Gaultier), 켄조(Kenzo), 루이비통(Louis Vuitton), 몽 클레어 감마 루지(Monclear Gamme Rouge), 릭 오웬스(Rick Owens), 아이리스 반 헤르펜(Iris Van Herpen), H&M, 빅터 앤 롤프, 지방시(Givenchy)로 선정하였다. 뉴욕 컬렉션에서는 알렉산더 왕(Alexander Wang), 마크 제이콥스(Marc Jacobs), 몽클레어 그레노블(Moncler Grenoble), 로다르트(Rodart), 톰 브라운(Thom Browne), 타미 힐피거(Tommy HilFiger), Y-3, 카니에 웨스트 이지(Kanye West Yeezy), 빅토리아 시크릿(Victoria's Secret), 타겟(Target)으로 선정하였다. 밀라노 컬렉션에서는 돌체 앤 가바나(Dolce & Gabbana), 디스퀘어드(DSquared2), 필립 플레인(Philip Plenin), 프라다(Prada)와 런던 컬렉션에서는 버버리로 선정하였다.

연구의 대상에 대한 시각자료 선정 방법은 다음과 같다. 첫째, 연구 대상과 선행연구에 나타난 컬렉션들과 비교하여 출현 빈도에 따라 연구자에 의해 1차적으로 313개의 패션쇼를 선별하였다. 둘째, 1차 선별된 자료에 대하여 출현 빈도 및 연관성이 높은 디자이너

들을 기준으로 61개의 쇼를 제외한 30명의 디자이너에 대하여 252개의 패션쇼를 최종적으로 선정하였다. 수집된 자료의 타당성을 검증하기 위하여, 의류학 전공 전문가 집단(박사 7인)을 대상으로 검증을 시행하였다. 선정 시각 자료에 대한 수집 방법은 예술 관련 서적 및 인터넷 자료를 바탕으로 영상 및 사진을 중심으로 분석하였으며 ‘Vogue.com(미국), Vogue.co.kr(한국)’ 사이트를 중심으로 Vogue의 창간기념 부록인 ‘The Show 1, 2’, ‘Youtube.com’, ‘Style.com’, ‘Samsungdesign.net’, ‘W Korea’ 등과 ‘www.alexander mcqueen.com’, ‘www.chanel-news.com’ 등의 해당 디자이너의 공식 홈페이지를 통해 영상 및 사진 자료를 수집하였다.

2. Study design

본 연구에서는 인터넷미디어 현상이 나타난 현대 패션쇼의 인터넷미디어 특성을 디자이너와 관객에 이르기까지 총체적으로 분석하고자 하였다. 연구의 분석 방법으로는 인터넷미디어와 패션쇼 관련 선행연구 및 최근 패션쇼의 기사 분석을 통하여 특성 및 분석 기준을 정립하고자 하였다. 이를 위해 이론적 고찰 및 선행연구, 기사 등에서 언급된 용어들을 유사 개념의 용어로 정리하여 인터넷미디어 특성을 도출하였으며, 구체적인 내용은 다음과 같다. 첫째, 인터넷미디어에 관련 선행연구 분석을 통하여 Kim(2002), Na(2008), Kwon(2011), Kwon and Kim(2011), Kim(2012)의 연구에서 인터넷미디어 특성을 수용하였다. 인터넷미디어 아트 표현 방

법은 영역 간의 결합으로 다양한 예술 분야 간 결합, 기술 및 다양한 매체의 적극적인 활용을 통한 매체에 대한 모색으로, 매체의 확장 및 결합으로 분류하였다(Kim, 2012; Kwon, 2011; Na, 2008). 다양한 분야 및 인접 장르와의 공동 작업 등은 새로운 매체 생성 및 다원성을 추구하며 상호작용을 강조하는 것으로 영역 간 상호 소통으로 나타났다(Kim, 2002). 이처럼 상호작용이 강조되면서 관객의 역할 또는 위치의 변화가 일어났고, 수동적인 감상 형태에서 능동적으로 작품에 대한 참여적 태도는 행위의 강조와 관객의 능동적 태도로 나타났다(Kwon, 2011; Kwon & Kim, 2011). 예술가의 다원적 위치는 고정적인 장르를 넘어 다양한 장르와의 협업 및 활동을 통해 예술가들이 다차원적 위치를 가지는 것으로 나타났다(Kwon & Kim, 2011). 작가의 개념이나 의미를 이미지로 표현하여 대상의 무형의 것을 강조하는 비물질성, 표현 방식 및 주제 선정에 있어 사회 문화 전반에 대한 것을 나타내는 공공성, 관객 또는 대중의 기호로 시각적 장치를 제공하는 대중성이 나타났다(Kim, 2002). 이와 같이 선행연구 분석에 따른 인터미디어 특성을 정리하면, 매체의 확장 및 결합, 영역 간 상호 소통, 관객의 능동적 태도, 행위의 강조, 예술가의 다원성, 비물질성, 공공성, 대중성으로 분류되었다.

둘째, 현대 패션쇼에 관한 선행연구에서는 패션쇼의 연출 방법에 관한 연구와 패션쇼의 매체적 특성에 대한 연구 내용을 조사 분석하였다. 이와 관련하여 Chang and Park(2001), Huh(2011), Yang and Cho(2011), Lee(2013), Chang(2012), Jung and Kim(2013), Cho and Suh(2014), Hong and Kim(2014)의 연구에서 수용하였다. 현대 패션쇼의 연출 방법으로는 무대 장치 및 연출, 이미지 콘텐츠의 다양화, 퍼포먼스 요소, 퍼포먼스 및 공연, 행위예술, 과정적 표현, 공간의 군집화, 영상 매체 및 뉴미디어, 미디어 아트 패션 퍼포먼스, 다중감각의 활용, 연극적 요소, 현대무용 패션 퍼포먼스, 바디 페인팅 패션 퍼포먼스 등으로 다양하게 나타났다. 그리고 현대 패션쇼의 매체에 관한 특성으로는 탈 경계성, 매체 확장성, 구성요소파괴, 복합 매체성, 무대와 관객의 상호작용, 관객의 몰입, 예술매체의 가상성, 시간의 연속성, 관객참여, 상호 소통, 주제 확장, 비물질성, 전위적 개념성으로 나타났다.

마지막으로, 현대 패션쇼에 관한 기사분석은 분석

대상인 30명의 디자이너 중에 패션쇼에 대하여 언급된 기사가 있는 22명의 159개에 대한 기사를 통하여 현대 패션쇼에 관한 내용을 분석하였다. 기사 분석은 패션쇼의 분위기와 연출에 관련하여 설명된 어휘 및 내용을 빈도에 따라 종합 분석하여 무대 디자인, 퍼포먼스, 장르 결합, 하이테크, 예술적 영감, 상징적 조형물, 전위적 연출, 재현적 공간, 사회적 메시지, 상징적 모델, 라이브, 뉴미디어, 컬러배레이션, 연극적 요소, 초현실적 메시지, 실험적 연출 순으로 17개의 특성으로 나타났으며, 무대 디자인, 퍼포먼스, 장르 결합, 첨단기술과 예술적 영감 등이 두드러지게 나타났다.

따라서 현대 패션쇼에 나타난 인터미디어 특성은 매체적 확장성, 공감각적 몰입성, 참여적 접근성, 비물질적 상징성으로 분류할 수 있었다. 첫째, 매체적 확장성은 매체적 특성성, 매체의 형식주의, 표현 범위의 확장, 매체의 확장성, 매체의 확장 및 결합, 영역 간 상호 소통, 탈 경계성, 구성요소 파괴, 복합 매체성, 장르 결합, 예술적 영감을 통해 새로운 형식을 확장시키는 의미로 정립하였다. 이는 크게 다양한 예술 분야의 확장을 의미하는 예술과 패션과 일상생활의 것에 대한 확장을 의미하는 삶과 패션의 통합으로 나누어 볼 수 있다. 둘째, 공감각적 몰입성, 관객의 몰입, 기술적 상징성, 무대와 관객의 상호작용, 관객의 몰입, 예술매체의 가상성, 재현적 공간, 연극적 요소, 스토리텔링, 무대디자인, 뉴미디어, 첨단기술을 종합하여 도출하였다. 다양한 감각을 활용하여 관객에게 몰입성을 가져다 주며, 이야기 또는 경험을 통한 몰입과 테크놀로지 및 뉴미디어 등의 기술을 통한 몰입으로 분류 할 수 있다. 셋째, 주체적 참여성, 관객의 능동적 태도, 행위의 강조, 예술가의 다원성, 시간의 연속성, 관객 참여, 상호 소통, 퍼포먼스, 실험적 또는 전위적 연출을 종합하여 참여적 접근성으로 도출하였다. 관객과 디자이너의 직·간접적인 참여로 행위적 참여인 수행적 접근과 도구를 이용한 참여방법인 매개적 접근으로 분류되었다. 마지막으로 비물질적 상징성은 비물질성, 공공성, 대중성, 주제 확장, 전위적 개념성, 사회적 메시지 전달, 상징적 조형물 및 모델을 대표하는 특성으로 도출되었으며, 디자이너의 철학 및 공공성을 포함한 메시지를 오브제나 행위를 통하여 상징성을 부여한다. 디자이너가 전달하고자 하는 내용을 직접적으로 표현하여 관객들이 바로 느낄 수 있는 직

관적 상징과 추상적 개념을 구체적 형상을 통해 비유적으로 표현하는 은유적 상징으로 분류할 수 있다. 이와 같이 현대 패션쇼에 나타난 인터미디어 특성에 대한 분석 기준을 정리하면 <Table 1>과 같다.

IV. Results and Discussions

1. Medium scalability

새로운 제3의 예술형식을 의미하는 인터미디어는 매체의 결합에서 시작한다. 인터미디어는 음악, 연극, 무용 등의 예술 매체에서 사회, 경제, 역사 등의 일상 생활 매체에 대하여 매체적 확장으로 주제 및 메시지

전달에 있어 수용자들의 지각 및 인식의 변화를 가져다준다. 매체적 확장성은 다양한 매체 간 결합을 토대로 영역 간의 상호 소통 및 새로운 경험과 형식을 말한다. 현대 패션쇼에서는 기존의 형식에 대하여 예술 및 일상 매체의 결합을 통해 관객에게 새로운 경험을 부여하며, 디자이너의 욕구를 충족시키기 위한 기술적 도구 및 디자이너가 추구하는 의미의 확장이다. 이는 패션쇼에서 예술성을 부각하기 위한 ‘예술과 패션의 통합’과 대중화를 의미하는 ‘삶과 패션의 통합’으로 분석될 수 있다.

첫째, 인터미디어를 추구하는 작가들은 다양한 분야의 예술 매체와의 결합을 통해 전통적 형식에서 벗

<Table 1> Standard of analysis on contemporary fashion shows affected by intermedia

| Previous studies on Intermedia | Previous studies on contemporary fashion shows | Article analysis on contemporary fashion shows | Characteristics of contemporary fashion shows affected by Intermedia | |
|--------------------------------|--|--|--|---------------------------|
| Combining a variety of media | Borderline media extensibility | Combining intergenre | Medium scalability | Unity of art and fashion |
| | Component breakdown | | | Unity of life and fashion |
| Interact with various areas | Combining media | Artistic inspiration | Synesthetic flow | |
| | Stage and audience interaction | Reproducible space | | |
| - | + Audience immersion | Theatrical element | → | Technology immersion |
| | | Story telling | | |
| Active attitude | + Virtuality | Stage design | Participatory accessibility | Performance accessibility |
| | | New-media | | |
| The emphasis of action | Continuity of time | Performance | Immaterial symbolization | Intuitive symbol |
| The plurality of an artist | Audience participation | Experimental production | | |
| Non-materiality | Mutual communication | Avant-garde production | Metaphorical symbol | |
| | Topic extensions | Social message | | |
| Publicness | Non-materiality | Symbolic forms | | |
| Popularity | Avant-garde | | | |

어나 자신의 신념 및 철학을 작품이라는 매개체를 통해서 수용자에게 전달하였다. 이러한 현상은 현대 패션 디자이너들이 다양한 예술 분야와의 결합을 통해 주제 및 메시지를 패션쇼를 통해 관객에게 전달하는 것과 같은 맥락으로 볼 수 있다. 이전 예술과 패션은 독자적인 분야로 전통적인 영역으로 존재해 왔으며 의식주로서 생활의 일부분의 영역인 패션은 상업성이 강하여 예술과 이분법적인 관계를 가지고 있었다. 그러나 현대 많은 패션 디자이너들은 예술적 관점에서 패션을 바라보며, 예술 작품에서 영감을 얻고, 예술가와의 협업을 통하여 끊임없이 예술과의 결합을 시도하여 새로운 형식을 만들고, 패션에서의 예술적 미학을 추구한다. 이러한 예술과의 결합을 통한 확장성은 현대 패션쇼까지 확대된다. 패션쇼는 관객에게 디자이너들이 새로운 컬렉션을 선보이는 최초의 공간으로서 주제표현에 있어 중요한 역할을 한다. 이러한 예술과 패션쇼의 통합에 대한 연출 방법으로는 예술가와의 협업 및 예술 작품에서 영감을 받은 무대 디자인과 모델 및 예술가의 행위를 통한 연출, 예술가와의 협업을 통한 주제에 대한 상징적 구조물 등이 있다. 예술과 패션쇼의 통합은 예술성을 부여하며 기존 형식에 대한 확장을 가져다 주며, 예술적 관점으로 바라본 표현의 공간으로 볼 수 있다. 마크 제이콥스의 2013 F/W 컬렉션에서는 덴마크 출신의 설치 미술가인 올라퍼 엘리아슨(Olafur Eliasson)의 'The Weather Project'에서 영감을 받아 자연의 경이로움과 편안함, 익숙함의 특별함을 거대한 황금빛 태양으로 표현하였다(Fig. 2). 세트 디자이너인 스테판 벡만(Stefan Beckman)이 무대를 연출한 컬렉션으로 무대 배경 중앙에 거대한 인공 태양으로 조명을 연출하였으며, 세피아 빛이 물든 패션쇼장에서 마지막 모델이 퇴장하자 기존의 조명으로 바뀌며 다시 첫 모델이 등장하였다. 이는 자연 현상을 공공장소에 옮겨 놓아 관람자에게 새로운 경험을 가져다주는 올라퍼 엘리아슨의 작품을 패션쇼 공간으로 오마주하여 관객에게 몽환적인 경험을 가져다 주며 브랜드 콘셉트를 극대화 시켰다(Fig. 3). 예술과 패션쇼의 통합은 현대 패션쇼에서의 예술에 대한 확장으로 새로운 매체의 수용 및 생성을 의미한다. 예술은 직접적으로 컬렉션의 주제와 연관성을 가지며, 예술에서 영감받은 무대 연출 방법 및 오브제 연출과 모델의 행위 및 예술가와의 협업을 통한 연출 방법으

로 주제를 부각시키는 보완적 역할이며 또 다른 예술 공간이다. 이처럼 패션쇼는 단순히 패션을 선보이는 공간이 아닌 예술과의 상호관계성 및 예술성을 가진 패션 매체로서 새로운 정체성을 증명한다고 할 수 있다.

둘째, 인터미디어는 전통적이고 형식주의적인 작품에 반대하여, 일상의 삶 또는 사회, 정치, 역사 등과 밀접하게 연관되는 주제 선정에 대한 매체의 수용적인 태도를 볼 수 있다. 이는 계급사회가 무너지면서 대중들이 예술 문화에 대한 관심이 증가하였고, 이러한 현상에 예술가들은 대중의 기호에 맞는 표현 수단으로 일상 매체를 사용하여 가치관을 구체화시키며, 대중성을 추구하였다(Kim, 2002). 이렇듯 인터미디어는 일상적인 것을 예술에 차용하면서 고위층만의 문화였던 예술을 대중화시켰으며, 예술가들은 사회 및 문화 전반에 관한 공공성을 강조하기 위해 삶과 관련한 주제 및 오브제들을 사용하여 전달하고자 하는 메시지 및 가치관에 대한 방법론을 확장시켰다. 장 폴 고티에의 2011 S/S 컬렉션에서는 100kg이 넘는 거구인 가수 베스 디토(Beth Ditto)를 뮤즈로 선택하였으며(Fig. 4), 루이비통 2010 F/W 컬렉션에서는 육체파 모델을 중심으로 관능미 있는 분위기를 연출하였다(Fig. 5). 이는 오늘날의 일반적 기준에서 벗어나 다양한 체형의 모델을 선택함으로써 모델을 선정하는 기준을 변화시켰다. 삶과 패션의 통합은 이념적으로 격변하는 변화와 함께 현대 패션 컬렉션의 형식에 있어 전통적 형식에 대한 거부와 같은 맥락으로 이해될 수 있다. 이처럼 특정한 건물 안의 장소에서의 런웨이는 터미널, 거리, 바닷가, 미술관 등 일상적 공간을 컬렉션 장소로 활용하거나, 일반적인 모델의 기준에서 벗어난 뚱뚱한 여자, 어린아이, 장애인 등의 모델을 기용하였다. 이처럼 모델에 대한 기준의 변화는 현대 사회가 반영되고 있다는 것으로 해석될 수 있다. 다양한 일상 매체들의 결합은 표현 방법, 장소, 관객의 인식 등의 확장 및 전환을 가져다 주면 기존의 형식을 해체하고 새로운 형식을 생성한다.

따라서 매체적 확장성은 예술, 대중문화 등의 예술가와의 협업과 사회, 정치 등의 메시지 전달을 통해 현대 사회가 반영된 패션 퍼포먼스 등으로 나타났다. 이는 다양한 매체의 결합을 통하여 관객에게 새로운 경험을 제공하는 것이며, '예술과 패션쇼의 통합'과 '삶과 패션쇼의 통합'으로 구분할 수 있다.

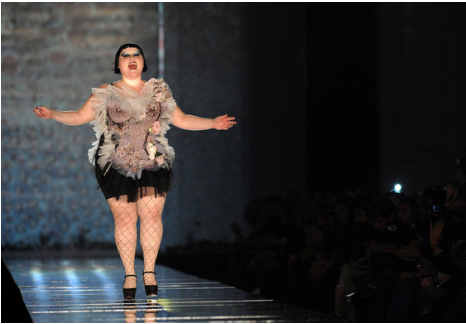
Medium scalability



<Fig. 2> 'The Weather Project'
- Olafur Eliasson (2003).
From Partnouveau. (2013).
<http://partnouveau.com>



<Fig. 3> Marc Jacobs F/W 2013 ready-to-wear
From Dills. (2013).
<https://www.nytimes.com>



<Fig. 4> Jean Paul Gaultier S/S 2011
ready-to-wear From Dennis. (2010).
<http://www.zimbio.com>



<Fig. 5> Louis Vuitton F/W 2010
ready-to-wear From Vogue. (2010, 2011).
www.vogue.com

2. Synesthetic flow

다양한 감각들이 서로의 감각을 자극하여 복합적인 작용을 일으키는 공감각은 대중들의 감성 및 재미를 증폭시키는 역할을 한다. 이러한 공감각은 대중들이 무언가에 집중하여 빠져드는 현상이며, 심리학에서는 이를 몰입이라 한다. 다양한 몰입의 개념 중에 칙센트 미하이(M. Csikszentmihalyi)는 흥미나 호기심과 같은 내적 동기(intrinsic motivation)로 인해 능동적으로 활동에 참여할 때 발생하는 주관적인 경험의 질에 관심을 가지며, 이러한 몰입 경험으로 '플로우(flow)'라고 정의하였다(Ha, 2012). 이러한 감각을 통한 몰입(flow)은 어떠한 것에 완전히 빠져있는 심리적 상태를 말한다. 현대예술과 대중예술에서는 대중매체 또는 뉴미디어를 활용한 전달기법으로 문화·정치 이슈를 제기하면서 대중들의 흥미 또는 공감을 이끌며 공감각적인 몰입성을 가져다주며, 이는 다양한 감각

을 통해 대중들이 흥미를 가지고 작품에 집중하여 빠져드는 현상이다. 이와 같이 현대 패션쇼의 공감각적 몰입성은 관객이 직·간접적인 참여적 역할로 전환되면서 예술로서의 미적 경험을 직접적으로 인식하여 빠져드는 현상을 말한다. 즉, 컬렉션의 주제를 표현하기 위해 장소의 현장성과 모델의 연기 및 기술에 의해 관객들이 공감각을 활용하여 표상한 대상에 대하여 몰입되거나 빠져드는 현상을 말한다. 이는 현실을 그대로 재현하여 관객들에게 경험에 의한 몰입을 가져다주는 '경험적 몰입성'과 뉴미디어를 이용한 '기술적 몰입성'으로 나누어 살펴볼 수 있다.

첫째, 현대 패션쇼에서의 관객의 경험은 기능 및 직·간접적인 참여와 스토리에 대한 상호 교감이 더해진 다양한 경험을 말한다. 현대 패션쇼에서는 다각각을 활용한 퍼포먼스적 요소가 강조됨에 따라 무대, 모델 등의 연출 요소들은 패션쇼와 밀접한 관계를 가

지게 되었다. 이처럼 주제에 대한 스토리를 무대 연출, 장치 등의 실제 현장성과 모델의 연기가 결합되어 관객에게 전달하며 경험적 몰입성을 추구한다. 2016 S/S 마크 제이콥스 컬렉션에서는 시상식 레드 카펫을 런웨이로 연출하였다. 패션쇼의 무대인 극장 안의 관객들은 영화와 의자에 앉아 대형 스크린에서는 외부에서 일어나는 광경을 지켜볼 수 있었다. 이는 ‘가장 이상적인 그의 아메리카’를 주제로 한 컬렉션에 미국의 대표적 대중매체인 영화의 시상식을 뉴욕의 오래된 극장인 ‘지그펠드 극장(ziegfeld theatre)’을 무대로 연출하였다. 무대 밖 레드 카펫으로 만들어진 런웨이를 시작으로 초대받지 않은 행인들까지 자연스럽게 섞이며 장소의 현장감과 연출로 인한 몰입감을 가져다 주었다(Phelps, 2015; Fig. 6). 이와 같이 대중들의 라이프 스타일과 같은 자연스럽게 완성도 높은 연출로 컬렉션의 차별화된 이미지를 구축하고, 관객들에게 새로움과 재미를 선보인다.

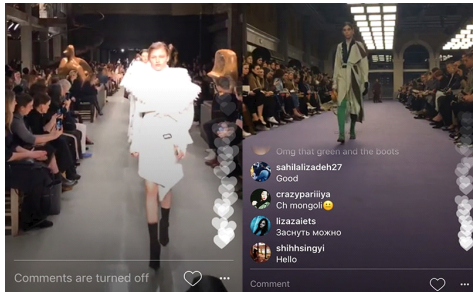
둘째, 기술적 몰입은 기술의 발전으로 대중들의 시각방식에 있어 디지털과 패션 융합으로 가능해진 핵

심적인 특성이다. 최근 패션쇼에서의 뉴미디어 및 테크놀로지의 도입이 활발해지면서 기술적 몰입성은 패션과 밀접해졌다. 디지털 미디어의 체험은 관객들에게 기술적 몰입성을 가져오는데 중요한 매개적 역할을 한다. 기술적 몰입은 기술의 발전으로 대중들의 시각방식에 있어 디지털과 패션 융합으로 가능해진 핵심적인 특성이다. 최근 패션쇼에서의 뉴미디어 및 테크놀로지의 도입이 활발해지면서 기술적 몰입성은 패션과 밀접해졌다. 디지털 뉴미디어 활용으로 해마다 새로운 브랜드 경험을 가져다주는 버버리는 다양한 소셜 미디어를 활용하여 고객들과 소통하며 기술적 몰입감을 경험할 수 있는 패션쇼들을 연출하였다. 페이스북, 인스타그램, 위챗 등의 다양한 채널을 개설하여 전 세계 어디서나 라이브 스트리밍을 통한 패션쇼를 진행하였다(Fig. 7). 기계 및 디지털 기술의 발전은 새로운 매체에 대한 대중들의 커뮤니케이션 및 인식의 변화를 가져다 주었다. 이는 패션 디자이너들의 상상력과 창조성이 더해져 표현할 수 없던 것을 현실에서 표현이 가능해지면서 표현 범위의 확장을 가져다

Synesthetic flow



<Fig. 6> Marc Jacobs 2016 S/S ready-to-wear From Beckman. (n.d.a,b). <http://www.stefanbeckman.com>



<Fig. 7> Burberry 2017 F/W ready-to-wear From Hendriksz. (2017). <https://fashionunited.uk>

주었다. 현대 패션쇼에서의 기술적 몰입은 유튜브, 소셜 미디어, 애플리케이션 등의 뉴미디어의 중요성이 커지자 장소의 확장과 새로운 경험에 대한 매개체에서 오는 몰입감이다.

공감각적 몰입성은 다양한 감각의 사용으로 인해 미적 경험과 참여를 토대로 경험적 몰입과 기술적 몰입으로 분류된다. 일상생활에서의 친근한 장소 및 상황을 연출하여 관객들에게 흥미를 유발시키며 몰입감을 주는 경험적 몰입과 3D 영상, 가상현실 및 뉴미디어를 사용하여 표현 범위를 확장시켜 새로운 경험을 주는 기술적 몰입으로 표현되었다.

3. Participatory accessibility

오늘날 디지털 기술을 통한 뉴미디어 아트는 테크놀로지를 활용하여 관객의 참여를 유도하거나 예술가와 함께 작품을 완성하는 등의 직간접적인 참여로서의 새로운 경험을 생성한다. 예술가들은 사회, 정치에 관한 이념과 메시지를 예술을 매개로 참여성을 보이며 대중들에게 전달하였다. 현대 패션쇼는 일방적으로 관객들에게 보여주는 것이 아니라, 주체자인 디자이너와 관객 간의 감정을 소통할 수 있는 상호 작용적인 특성을 지닌다(Sung & Kwon, 2009). 따라서 다양한 매체와 패션쇼의 결합은 영역 간 상호보완적 관계에 있어 재구성과 재배치를 통해 생성되는 형식으로 대중들은 이러한 매체를 이해하기 위한 노력으로 참여성이 요구되어진다. 참여적 접근성이란 패션쇼에서 관객과 디자이너의 경계를 허물며 의사결정 과정에 대한 접근 가능성을 의미한다. 이는 디자이너 및 관객의 능동적 개입에 의한 수행적 접근성과 매개체에 의한 매개적 접근성으로 구분하여 살펴볼 수 있다.

첫째, 수행적 참여성은 디자이너 및 관객의 행위에 의한 참여성을 말한다. 패션의 주체자인 디자이너와 수용자인 관객은 일방적인 관계에서 상호적인 관계로서 역할이 중요해지고 있다. 이에 디자이너와 관객의 참여를 방법론적으로 활용하는 작업이 늘어나면서 ‘수행성(performativity)’이 필요하게 된다. 수행은 단순히 몸을 움직이는 행동이 아닌 신체를 통한 지각을 말한다. 전통적 형식의 패션쇼는 의상을 제작하는 디자이너와 패션쇼를 감상하는 관객의 역할은 고정적인 형태였으나, 현대 패션쇼에서는 역할의 경계가 모호해지는 경향으로 나타났다. 이러한 역할의 변화는 직

접적인 행위 형태로 디자인의 가변적 형태를 보여주 기 위한 행위와 관객에게 재미를 주기 위한 행위의 참여 등으로 나타났다. 예술적인 퍼포먼스와 전위적인 패션 작품들을 선보이는 빅터 앤 롤프는 행위예술가 이면서 이미 예술계에서는 옷을 매개로 한 설치 작품 및 행위 예술을 발표하였으며, 이를 패션쇼에 도입하여 패션 시스템적인 쇼를 선보였다. 빅터 앤 롤프는 직접 퍼포머(performer)가 되어 무대 위에서 직접 연출하는 방법으로 잘 알려져 있으며, 2015 F/W 오트쿠튀르에서는 웨어러블 아트 컬렉션으로 의미 그대로 착용 가능한 예술 패션쇼이다. 모델은 유명 화가의 작품이 그려진 캔버스 프레임으로 만든 아트 패션을 선보였으며, 디자이너들은 캔버스 프레임으로 된 모델의 옷을 벽에 걸어놓으며 건축적인 완벽한 예술을 탄생시켰다(Fig. 8). 이처럼 수행적 접근은 디자이너의 철학 및 의도를 직접적으로 표현하고 관객은 몰입과 재미를 추구하기 위한 참여적 접근 방법으로 해석된다.

둘째, 매개적 참여성은 관객이 도구적 매개체를 이용한 참여로 작품에 관여하는 접근성을 말한다. 현대 패션쇼는 실험적 형식을 추구하며, 소셜 네트워크 서비스, 컴퓨터 등의 뉴미디어 및 다양한 매개체 사용을 통해 디자이너와 관객의 역할에 큰 변화를 가져다주었다. 이는 관객과 예술 사이에 뉴미디어라는 참여성이 필요한 매개체를 이용하여 관객에게 참여를 돕는다. 둘째 앤 가바나의 2011년 F/W 컬렉션에서는 새로운 테크놀로지를 활용하여 관객들이 웹사이트에 코멘트를 남기면 모델들이 런웨이를 걷는 동안 벽면에 있는 스크린으로 백스테이지와 함께 실시간으로 스트리밍되었다(Fig. 9). 이는 뉴미디어를 이용한 관객의 참여 유도를 의미하며, 현대 패션쇼는 관객과 패션쇼 간의 다양한 매개체를 이용하여 관객의 직·간접 참여를 유도하며 매개적 참여성을 가진다. 기술은 패션과 이분법적인 관계에 있지만 패션에 기술을 결합하여 관객들의 이성과 감성을 동시에 자극한다. 따라서 더욱 화려해지고 다양해지는 현대 패션쇼에서 대중들에게 각인시킬 수 있는 매개체 역할이라 할 수 있다. 이처럼 매개적 접근은 뉴미디어, 예술 등의 매개적 도구를 가지고 브랜드가 관객들에게 다가가는 접근성을 의미한다.

이처럼 참여적 접근성은 관객과 디자이너의 역할을 허물고 참여적 역할로서 패션쇼의 일부가 되는 수

Participatory accessibility



<Fig. 8> Viktor & Rolf F/W 2015 haute couture
From Schaik. (n.d.a,b). <http://www.bastiaanvanschaik.com>



<Fig. 9> Dolce & Gabbana F/W 2011 ready-to-wear
From Youtube. (2011). <https://www.youtube.com>

행적 접근과 소셜 네트워크, 스마트 폰 등의 매개체를 이용하여 참여하는 매개적 접근으로 나타난다.

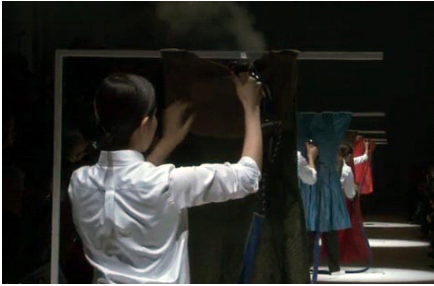
4. Immaterial symbolization

‘물질(material)’의 사전적 의미는 구체적 형태를 가지고 있는 것을 의미하며, 비(非) 물질은 물질의 반대어로 실체가 없는 무형의 것을 말한다. 조각이나 회화와 같은 전통 예술은 물질을 기반으로 시작되었으며, 작품을 형상화하는 이미지의 실현이다. 전통 예술은 표면적인 최종결과를 중시하지만, 인터미디어 경향의 예술에서는 과정 및 개념 자체에 대하여 강조한다. 현대 패션쇼는 대중문화의 산물로서 대중들에게 정치·문화적으로 많은 파급효과를 가져다준다. 이처럼 디자이너들은 컬렉션의 주제 및 메시지를 대중들에게 효과적으로 전달하기 위하여 다양한 연출 방법을 사용한다. 비물질적 상징성은 디자이너의 철학 및 메시지를 관객에게 전달하기 위하여 행위, 오브제 등의 외적인 형상을 통하여 상징적으로 강조하는 특성이다. 이는 관객들이 대상을 직접적으로 인식할 수 있는 직관적 상징성과 표현하고자 하는 대상을 비유적으로 상

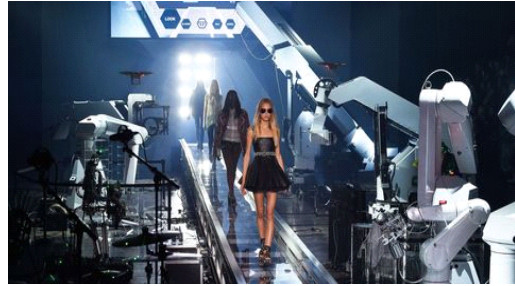
징하는 은유적 상징성으로 구분하여 살펴볼 수 있다.

첫째, 직관적 상징은 디자이너가 전달하고자 하는 메시지 및 컬렉션의 주제를 구체적 형상을 통해 관객에게 직접적으로 전달한다. 이는 무대, 모델, 행위 등의 현대 패션쇼의 연출 방법과 관계된 요소들에서 나타난다. 이세이 미야케는 동양과 서양, 과거와 미래, 신체와 의복 사이의 경계를 허문 인터미디어 성향의 디자이너로 원단의 낭비 없이 사용자에게 의해 만들어지는 튜브 형식의 무봉제 의복인 A-POC(a piece of cloth)이라는 새로운 개념과 바느질 처리 후, 주름을 만들어내는 ‘가먼트 플리팅(garment pleating)’, ‘스팀 스트레치(steam stretch)’ 등 자신만의 기술력을 패션쇼를 통해 상징성으로 나타내었다. 2012년 F/W 컬렉션에서는 쇼의 시작 전 패브릭 테크놀로지인 스팀으로 옷의 형태를 잡는 ‘스팀 스트레치(steam stretch)’를 선보였다. 이는 원단에서 옷으로 변화하는 과정을 관객에게 즉흥적으로 시각화함으로써 독특한 기술력을 상징적 퍼포먼스를 통해 관객에게 전달하였다(Fig. 10). 이처럼 현대 패션쇼는 모델, 연출, 행위 등의 요소에 사회, 문화 등의 당대의 상징성을 부여하여 관객

Immaterial symbolization



<Fig. 10> Issey Miyake F/W 2012 ready-to-wear From Lucire. (2012).
<https://www.Lucire.com>



<Fig. 11> Philipp Plein S/S 2016 ready-to-wear From Elle. (2015).
<https://www.elle.com>

들이 직관적으로 인식할 수 있는 직관적 상징성을 나타내는 공간으로 해석된다.

둘째, 현대 패션쇼에서는 의상보다 브랜드 자체 이미지와 디자이너의 철학과 개념, 사회, 정치, 문화적 이슈에 관한 주제의 확장 등이 중요해지고 있다. 이러한 디자이너들은 추상적 개념을 구체적 형상을 통하여 표현하는 방법으로 은유적인 상징을 추구한다. 디자이너의 의도를 간접적으로 전달하면서 관객에게 새로운 해석의 가능성을 통해 시각적 상상력을 제공한다. 필립 플레인의 2016 S/S 컬렉션에서는 영화 ‘엑스 마키나’에서 영감을 받아 ‘기계와 전자장치에 지배된 우리의 삶을 지배한다.’라는 주제를 가지고 로봇 기타리스트와 함께 컨베이어 벨트를 이용한 기계식 런웨이로 연출하였다. 모델들이 컨베이어 벨트로 만든 런웨이 위에 오르면 자동화 시스템으로 선글라스와 가방 등의 액세서리를 건네주었다. 이는 현재 우리의 삶을 지배하고 있는 스마트폰, 내비게이션 등의 전자장치에 의존하며 기계 없이 살아가기 힘든 현실을 공장의 어두운 분위기와 로봇, 기계장비 등을 통해 은유적으로 표현하였다(Leitch, 2015; Fig. 11). 은유적 상징은 컬렉션의 주제 및 디자이너가 전달하고자 하는 의도를 모델, 오브제, 무대 등의 시각적 이미지로 나타내며, 관객의 주관적 해석에 따라 다양한 의미를 지닌다.

이와 같이 비물질적 상징성은 패션쇼의 메시지 또는 철학을 대중들에게 전달하기 위해 직접적인 퍼포먼스 및 모델의 행위나 모습으로 표현하는 직관적 상징과 무대 연출, 상징적인 오브제를 설치하여 관객의

해석에 따라 다양한 의미로 표현되는 은유적 상징으로 구분된다.

V. Conclusions

예술에서 파생된 인터미디어는 장르 간 융합을 통한 새로운 제3의 복합 예술을 설명하기 위한 용어이며, 문화, 예술을 넘어 사회 전반에 새로운 경험 및 형식으로 확대되고 있다. 이러한 점에서 현대 패션쇼는 장르 간 결합과 실험적 시도가 나타남에 따라 인터미디어와 공통점을 가진다. 현대 패션 디자이너 및 브랜드들은 대중들의 욕구를 충족시키기 위하여 다양한 매체의 융합을 통해 인터미디어를 선보이며, 이에 따라 현대 패션쇼에서의 인터미디어에 대한 중요성은 증가되고 있는 추세이다. 본 연구는 패션쇼와 인터미디어에 관한 문헌 연구 및 사례 분석을 토대로 인터미디어가 나타난 현대 패션쇼의 연출 방법을 분석하고, 패션쇼의 연출에 대한 다양한 방법과 예술 및 인문학적 관점을 통하여 융합적 방법론을 제시하는데 그 목적이 있다.

현대 패션쇼에 표현된 인터미디어 특성은 매체적 확장성, 공감각적 몰입성, 참여적 접근성, 비물질적 상징성의 4가지 유형으로 분류할 수 있었으며 그 특성을 정리하면 다음과 같다. 첫째, 매체적 확장성은 인터미디어의 대표적 특성으로 전통적 형식의 패션쇼를 탈피한 실험적인 시도이다. 이는 다양한 매체의 수용적 태도를 통해 디자이너의 표현 욕구를 충족시키는 기술적 도구 및 방법이라 할 수 있으며 음악, 연극,

무용 등의 예술 매체와의 결합을 통한 ‘예술과 패션쇼의 통합’과 사회, 경제, 역사 등의 일상생활 매체와의 결합인 ‘삶과 패션쇼의 통합’으로 구분할 수 있다. 많은 디자이너들은 예술과의 결합을 시도하면서 다양한 작품에서 영감을 얻고 예술가들과의 공동 작업을 통하여 패션쇼에서의 새로운 예술적 미학을 추구하였다. 또한 일상생활의 것들을 차용하면서 장소, 모델 및 관객 등의 전통적인 요소를 파괴함으로써 현대 사회의 특성을 현대 패션쇼에 담고 있다. 둘째, 공감각적 몰입성은 관객의 직·간접적인 참여와 경험을 바탕으로 패션쇼에 대하여 직접적으로 인식하여 빠져들게 하는 현상이다. 이는 주제에 관련한 장소의 현 장성과 모델의 연기 등의 요소들을 활용하여 현실을 그대로 재현하여 관객들이 경험을 토대로 표상한 대상에 몰입하는 ‘경험적 몰입’과 관객이 디지털 기술 및 뉴미디어의 상호작용을 통해 직·간접적인 체험을 통한 ‘기술적 몰입’으로 나타났다. 경험적 몰입성은 관객의 라이프 스타일과 가까운 연출 또는 스토리가 존재하는 자연스럽고 완성도 높은 연출로 차별화를 추구하여 관객들에게 경험했던 것에 대한 회상과 재미를 가져다 주었다. 기술적 몰입성은 기술 및 뉴미디어의 출현으로 인한 현대 패션쇼의 새로운 특성이다. 이는 기계 매체의 발전에 대한 관객의 커뮤니케이션 및 인식의 변화와 디자이너들의 표현의 확장을 가져다 주었다. 셋째, 참여적 접근성은 일방적으로 관객들에게 보여주는 것이 아닌 관객과의 커뮤니케이션을 위한 상호 작용성이다. 관객과 디자이너의 역할을 해체시키며 소극적 참여에서 적극적 참여로의 전환을 통한 패션쇼에서의 접근성을 말한다. 이는 행위를 통한 ‘수행적 접근’과 ‘매개적 접근’으로 나타났다. 수행적 접근은 디자이너와 관객의 행위를 통한 참여이며, 작품의 변화 과정을 보여주거나 재미를 위한 이벤트적인 행위로 나타났다. 매개적 접근은 도구적 매개체를 이용한 작품에 관여하는 접근성을 말한다. 이러한 참여적 접근성은 직간접적인 참여를 통해 작품의 표현 및 해석에 대한 인식의 전환을 나타냈다. 넷째, 비물질적 상징성은 대상 자체보다는 그 안의 철학 및 관념을 중요하게 여기며 작품을 통해 표현되었다. 이는 디자이너가 전달하고자 하는 비물질적 메시지를 구체적인 형상인 무대 및 행위 등을 통해 전달하는 직관적 상징과 은유적으로 표현하여 관객의 주관적인 해석에 따

라 다양한 의미를 갖는 은유적 상징으로 나타났다. 대중문화의 일부로 여겨지는 현대 패션쇼에 대하여 당대의 정치 문화적 상징성을 부여해 이슈화 시키며 브랜드 이미지를 구축시키는 역할로 나타났다.

과거의 패션쇼는 단순히 의상을 전달(inform)을 하는 매체의 하나였으나, 현대 패션쇼는 전체 콘셉트를 수행(perform)을 통하여 전달하는 공간을 의미한다. 관객들은 시각뿐만 아니라, 공감각으로 서로에게 투과되어 표출되는 일련의 과정을 통해 새로운 지식과 경험을 가지게 된다. 현대 패션쇼는 의상보다 컬렉션의 주제 및 메시지를 얼마나 인상 깊고 효과적으로 대중들에게 전달하는가에 초점을 두고 있기 때문에, 다양한 매체의 결합과 관객의 참여, 재미를 통한 몰입성 및 개념을 가지고 있는 인터미디어 경향의 패션쇼는 계속해서 증가할 것이라 기대한다.

본 연구의 한계는 인터미디어와 현대 패션쇼에 관한 사례들을 분석하는데 한정된 연구 범위로 모든 디자이너의 패션쇼를 대상으로 하지 않았으므로, 인터미디어와 현대 패션쇼의 관계에 대하여 확대 해석하기에는 무리가 있다는 점이다. 또한 본 연구는 패션을 수용자에게 전달하는 매체에 대한 연구이므로 패션 디자인의 디테일과 같은 형태적 요소들은 배제하고 연출 및 표현 방식에 중점을 두었다. 본 연구에 대한 후속 연구로는 인터미디어와 패션쇼의 관계에서 나아가 패션전시, 패션필름, 패션 광고 등의 다양한 패션 매체에 대한 범위의 확대를 통해 매체적 관점에서의 인터미디어 특성 및 연출 특성을 알아보는 것도 의미가 있을 것이다.

References

- Arapoğlu, F., & Erol, S. Y. (2002). “Being in Between” As an art form: An essay on intermedia. *Convergence*, 8(4), 59.
- Beckman, S. (n.d.). Marc Jacobs SS 2016. Retrieved September 05, 2019, from <https://www.stefanbeckman.com/marc-jacobs-ss-2016/>
- Breder, H. (1995). Intermedia: Enacting the liminal. *Performing Arts Journal*, 17(2/3), 112-120. doi:10.2307/3245784
- Chang, A. H., & Park, M. N. (2001). Performance as

- a factor in the contemporary fashion show: Focus on the Paris and London collections since the 1990s. *Journal of the Korean Society of Costume*, 51(4), 71-80.
- Chang, M. H. (2012). *A study on the expressing type of modern fashion performance*. Unpublished master's thesis, Duksung women's University, Seoul, Korea.
- Cho, W. I., & Suh, S. H. (2014). Cultural features in modern digital fashion shows focusing on hybrid digital culture. *Journal of the Korean Society of Costume*, 64(6), 131-147. doi:10.7233/jksc.2014.64.6.131
- Choi, Y. J. (2015). The practical possibility of intermedial dramaturgy. *Drama Research*, (46), 69-102. doi:10.15716/dr.2015..46.69
- Cseres, J. (2009). In between as a permanent status: Milan Adamčić's version of intermedia. *Leonardo Music Journal*, 19, 31-34. doi:10.1162/lmj.2009.19.31
- Dennis, A. (2010, October). Roker Beth Ditto opens and closes Jean Paul Gaultier spring 2011 show. *Zimbio*, Retrieved September 05, 2019, from <http://www.zimbio.com/Paris+Fashion+Week/articles/Pbi7Oi66L5e/Roker+Beth+Ditto+Opens+Closes+Jean+Paul+Gaultier>
- Dills, P. M. (2013, February 15). Here comes the giant artificial sun. *The New York Times*, Retrieved September 05, 2019, from <https://www.nytimes.com/2013/02/17/fashion/marc-jacobss-encounter-with-identity.html>
- Elle. (2015, September 24). Philipp Plein spring 2016 ready-to-wear collection. Retrieved November 05, 2019, from <https://www.elle.com/runway/g26949/philipp-plein-spring-2016-ready-to-wear-collection/>
- Ha, E. K. (2012). A study on the structure of spatial experience by digital media. *Journal of the Korea Institute of the Spatial Design*, 7(4), 177-186. doi:10.35216/kisd.2012.7.4.177
- Hendriksz, V. (2017, February 21). Which brands tapped into Instagram Live for LFW AW17. *fashionunited*, Retrieved September 05, 2019, from <https://fashionunited.uk/news/fashion/which-brands-tapped-into-instagram-stories-for-lfw-aw17/2017022123606>
- Higgins, D. (1966, February). Intermedia. *Something Else Newsletter*. Retrieved September 05, 2019, from <http://www.primaryinformation.org/product/something-else-press-newsletters-1966-83/>
- Higgins, H. (2002). Intermedial perception or fluxing across the sensory. *Convergence*, 8(4), 59-76.
- Hong, H. R., & Kim, Y. I. (2014). Communication characteristics of fashion shows using digital images. *Journal of the Korean Society of Costume*, 64(6), 1-15. doi:10.7233/jksc.2014.64.6.001
- Huh, G. Y. (2011). *A study on the fashion presentation*. Unpublished master's thesis, Hong-Ik University, Seoul, Korea.
- Huh, J. A. (2006). *트랜스 컬처를 향하여* [Toward trans culture]. Seoul: Yonsei University.
- Intermedia. (1999). In *Naver Knowledge Encyclopedia*. Retrieved November 20, 2019, from <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=894928&cid=42642&caegoryId42642>
- Jang, M. H. (2012). *A study on the expressing type of modern fashion performance*. Unpublished master's thesis, Duksung Women's University, Seoul, Korea.
- Jung, J. S., & Kim, J. H. (2013). A study of Alexander McQueen's fashion performance. *The Korean Society of Knit Design*, 11(3), 82-94.
- Kim, E. J., & Park, Y. L. (2012). Expressive characteristics of experimental designers displayed in fashion collections since 2000. *The Korea Society of Fashion Design*, 12(3), 97-114.
- Kim, H. H. (1993). *The soul of Fluxus*. Seoul: API.
- Kim, J. H., & Kim, Y. S. (2013). Expression types and aesthetic characteristics of space directing at Chanel fashion shows. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 37(6), 809-826. doi:10.5850/JKSCT.2013.37.6.809
- Kim, J. Y. (2002). *A study on the environmental design as the application of expressional charac-*

- teristics of intermedia art: Focused on the "S fashion" shopping environment. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul, Korea.
- Kim, S. Y. (2012). *Intermedia utilization and the changing patterns in dance: With the performances of chunky move*. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul, Korea.
- Kwon, K. R., & Kim, K. J. (2011). The art of tangle: Inter-media art. *The Korean Journal of Art and Media*, 10(2), 163-174.
- Kwon, Y. J. (2011). *A reconsideration of fluxus focusing on the intermedia*. Unpublished master's thesis, Kookmin University, Seoul, Korea.
- Lee, G. Y. (2013). *A study on the visual characteristics of fashion communication media*. Unpublished doctoral dissertation, Hongik University, Seoul.
- Lee, K. M. (2015). Intermedial scenography-reconstitution of theater discourses on space, liveness and presence. *Drama Research*, 2015(47), 133-173. doi:10.15716/dr.2015.47.133
- Lee, S. A., & Lee, Y. H. (2016). Relationship characteristics of intermedia and fashion show in the Chanel collection. *The Research Journal of the Costume Culture*, 24(3), 367-384. doi:10.7741/rjcc.2016.24.3.367
- Lee, S. R., & Kim, H. Y. (2011). The modern fashion show in the digital image age. *Journal of Korean Society of Design Science*, 24(1), 129-140.
- Leithch, L. (2015, September 24). Spring 2016 Ready-to-Wear Philipp Plein. *Vogue*, Retrieved September 05, 2019, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/philipp-plein>
- Lucire. (2012, March 5). Paris Fashion Week, autumn-winter 2012-13: Costume National, Issey Miyake. Retrieved November 05, 2019, from <http://lucire.com/insider/20120305/paris-fashion-week-autumn-winter-2012-13-costume-national-issey-miyake/#qeWm8MRLY7BrzY6.9>
- Lushetich, N. (2011). The performance of time in fluxus intermedia. *TDR/The Drama Review*, 55(4), 75-87. doi:10.1162/DRAM_a_00123
- Na, J. K. (2008). Research on inter-media art expressions in performing arts. *The Treatise on the Plastic Media*, 11(2), 41-48.
- Oh, E. K. (2014). Transmedia oder Intermedia: Kernbegriffe zur Herstellung nutzergenerierter, Inhalte in der Kulturindustrie. *Koreanische Zeitschrift fur Germanistik*, 22(2), 75-94.
- Oh, H. N., & Kim, H. J. (2003). An analysis of the case study on fashion show planning and production. *Family and Environment Research*, 41(11), 11-20.
- Packer, R., & Jordan, K. (2002). *Multimedia: From Wagner to virtual reality*. New York: WW Norton & Company.
- Park, J. C. (2008). Intermediality and the reinvention of cinematic specificity. *The Journal of Image & Film Studies*, 12(12), 113-135.
- Partnouveau. (2013). Weather Project. Retrieved September 05, 2019, from <http://partnouveau.com/wp-content/uploads/2013/04/url-5.jpeg>
- Phelps, N. (2015, September 18). Spring 2016 Ready-to-Wear Marc Jacobs. *Vogue*, Retrieved September 05, 2019, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2016-ready-to-wear/marc-jacobs>
- Schaik, B. V. (n.d.). Must see! Viktor & Rolf Haute Couture Autumn 2015. Retrieved September 05, 2019, from <http://www.bastiaanvanschaik.com/2015/07/14/must-see-viktor-rolf-haute-couture-autumn-winter-2015>
- Shin, J. W. (2011, September). 패션쇼, 그대 아직도 진화하고 있는가? [Fashion show, are you still evolving?]. *Design house*, Retrieved October 25, 2019, from http://mdesign.designhouse.co.kr/article/article_view/102/56908?per_page=60&sch_txt=
- Spielmann, Y. (2001). Intermedia in electronic images. *Leonardo Music Journal*, 34(1), 55-61. doi:10.1162/002409401300052523
- Sung, Y. J. (2010). *The design of fashion storytelling technique and the utilization of characteristics for a fashion show*. Unpublished doctoral disser-

- tation, Kyungpook National University, Daegu, Korea.
- Sung, Y. J., & Kwon, G. Y. (2009). The design of a fashion storytelling method for fashion show. *Fashion & Textile Research Journal*, 11(6), 857-866.
- Vogue. (2010, March 10). Fall 2010 Ready-to-Wear Louis Vuitton. Retrieved September 05, 2019, from <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2010-ready-to-wear/louis-vuitton/slideshow/collection>
- Vogue. (2011, January 18). Bar Refaeli Walks Louis Vuitton Fall 2010 Runway Show. Retrieved September 05, 2019, from <https://www.fashionlover.com/wp-content/uploads/2011/01/BarRefaeliLouisVuittonFall2010RunwayShow.jpg>
- Yang, S. H., & Cho, S. Y. (2011). The aesthetic value and art-media's characteristics as appeared in contemporary digital fashion. *The Research Journal of the Costume Culture*, 19(1), 230-243. doi:10.29049/rjcc.2011.19.1.230
- Youtube. (2011, September 15). Dolce & Gabbana - fall winter 2011 2012 full fashion show. Retrieved November 05, 2019, from <https://www.youtube.com/watch?v=ppS4jBmt1Xg>