

IMA 크리티क्स

IMA 크리티क्स는 일민미술관의 시각문화 비평 연구 프로젝트다. 비평 및 편집 전문가를 초빙하여 글쓰기에 대한 원론을 되짚고 담론이 활용되는 전반적인 과정을 나누며, 유의미한 비평의 결과물을 생산한다. 2022년에는 8인의 IMA 크리티क्स 연구자 김맑음, 김아영, 남은혜, 류희연, 송채정, 유승아, 이소임, 정수진이 활동한다.

송채정

송채정은 미술과 도시, 사회에 대한 관심을 기반으로 연구와 비평을 한다. 서울대학교에서 조경학을 전공했으며 동대학원 미술경영 전공 석사 과정을 수료했다.

무표정의 잠재적 이면

때로는 틀 안에 갇혀 있을 때 무한한 창조성의 가능성이 생긴다. 상업사진은 사진이라는 장르 중에서도 시장과 자본에 유독 밀접하다. 그러나 다양한 주체들이 얽힌 이해관계에 대한 저항과 순응, 그 사이에서 안주하지 못하는 긴장감은 새로운 미학적 탐색의 추동력이 되어왔다. 그리하여 《언커머셜(UNCOMMERCIAL): 한국 상업사진, 1984년 이후》(이하 《언커머셜》)는 1980년대 중반을 기점으로 오늘날에 이르기까지 왕성히 축적되어 온 한국 상업사진의 멋을 조망한다. 전시는 상업사진의 계승과 성장을 가능케 한 주요한 사회적, 기술적 변곡점을 짚어내고 그 안에서 피어나는 사진가 개개인의 개성을 제시한다.

한국 상업사진의 족적을 명료하게 범주화하는 것은 쉽지 않다. 사진에 내포된 작가의 예술적 범주가 갈수록 다채로워지고, 무엇보다 각기 다른 의뢰인이 내막에 전제되어 있다는 점이 사진마다의 뉘앙스를 미묘히 조정하기 때문이다. 그럼에도 삼십여 년의 궤적이 담긴 전시장 속에서 하나의 공통점을 발견할 수 있었는데, 바로 ‘무표정’이다. 무표정이란 보통 아무런 감정도 얼굴에 드러나 있지 않은 얼굴 표정을 뜻한다. 특히 보는 이의 입장에서 상대의 무표정은 그의 감정을 헤아리며 표정을 읽을 수 없는 상태이다. 이루지 못한 감정의 교류와 공감은 상대에 대한 거리감으로 전환될 여지를 남긴다. 그렇다면 무표정은 오롯이 표정을 짓는 주체만의 것이기보다 주변 이들에게도 전이되는 변형된 감정의 시발점이다. 완전한 ‘무’의 표정이 아닌, 명징하게 표출되지 못한 복잡미묘한 감정들의 집합이다.



도 1. 김민태(thisisneverthat), 파라부트 미카엘 Paraboot Michael, 2018, 87.5×70cm

도 2. 레스(LESS), 더 스트레인지어 The Stranger, Arena Homme Plus, 2017.2, 80×60cm (모델: 창, 에디터: 이광훈)

도 3. 구본창, 보그 Vogue, 2002.12, 100×80cm (모델: 장경란, 스타일리스트: 서영희, 협조: 가산 오광대)

이 글은 상업사진 속 피사체의 객관적인 얼굴 표정에 한정하지 않고, 사진에서 전반적으로 느껴지는 불투명한 감정, 분위기, 태도로서의 무표정을 논하고자 한다. 김민태의 사진은 유사한 포즈와 최소한의 제스처를 취한 모델들, 그 뒤를 가득 채운 흑백의 공허한 배경이 일관된 냉담함을 자아낸다¹. “그저 멋지고, 어느 정도 신비로운 이미지”¹라는 브랜드의 지향점을 성취하기 위해, 김민태는 사진이 담는 재현적 내러티브의 비중을 최소화하고 표면상으로 떠오르는 시각적 스타일 자체에 집중한다. 레스(LESS) 또한 내러티브의 유기적인 연결성을 띠기보다 하나의 프레임 내에서 서로 다른 두 시점—일상과 비일상—을 병치, 역설적인 순간을 스스로 창출해 포착한다².

스트레이트 사진의 정제되지 않은 빛의 노출은 이 역설의 틈을 파고들어, 사진의 담담한 제시를 강조하는 동시에 관객의 즉각적인 독해를 제지한다. 구본창의 사진에서 그의 대표적인 ‘탈’ 시리즈는 동시대 패션 화보와 결합하여 이질적인 시공간의 몽타주를 이룬다³. 가산 오광대의 전통 탈을 쓴 익명의 춤꾼들, 그 틈 사이에서 포즈를 취하고 있는 도회적인 이미지의 모델, 가장 뒤에서 그들 모두를 아우르고 있는 허름한 배경천의 조합은 어느 한쪽의 세상에 속할 수 없는 것이다. “내 앞에서 탈을 쓴 채 이야기를 하고

1. 홍석우, 「디스이즈네버댓, 한국 스트리트웨어의 진화 과정」, 『The NAVY Magazine』, 2018년 1월 9일 자, <https://thenavymagazine.com/tue/thisisneverthat>

있는 그들이 어느 순간 현실과 비현실의 경계에 서 있는 영혼처럼 느껴진 것이다.”² 과거 탈 시리즈에 대해 밝혔던 구본창의 소회는 그의 패션 화보에서도 유효하다. 사진 속 기묘한 조합의 사자(使者)들은 가면 위 그려진 눈으로 혹은 직접 그들의 눈으로 관객을 고요히 응시하며 그들이 위치한 미지의 층위로 인도한다.

예술사진의 계보에서 익히 언급되는 ‘데드팬(deadpan)’ 미학을 상업사진의 감각과 견주게 된다. ‘죽어 있는 얼굴’이라는 직관적인 표현의 데드팬은 ‘무표정’으로 번역되며 작가의 사적인 개입을 배제하고 중립적인 시선을 유지한 사진의 경향을 지칭한다.³ 그러나 발터 벤야민(Walter Benjamin)은 한없이 초연해 보이는 객관성에 존재하는 욕구를 들춰낸다. 그는 데드팬의 효시라 할 수 있는 신즉물주의와 그것의 일부 형식으로부터 세계를 심미화하려는 추동을 발견한다.⁴ 본래 신즉물주의가 개인의 내면 탐구를 좇는 주관적인 표현주의에 반발해 태동했다는 점을 고려하면 역설적인 지적이다. 이 글에서 불투명함, 냉담함, 담담함, 이질적임, 기묘함 등의 어휘로 수사한 상업사진의 무표정 역시 친숙하고 친근한 시선과는 대조된다. 상업사진의 무표정은 사진과 사진을 바라보는 나 사이에 완전한 공백이 존재함을 드러낸다. 하지만 이 공백 또한 이면에는 마치 데드팬의 평행 우주처럼 어떠한 강력한 욕망이 숨죽이고 있는 듯하다. 상업성이라는 필터를 거친 무표정은 사진과 관객 사이의 일정한 거리 두기를 자청함으로써 벌어진 틈 사이를 관객을 매혹하고자 하는 상업사진의 근원적인 목적성으로 채워 넣는다.

즉, 상업사진의 무표정은 관객이 쉬이 닿을 수 없기에 영위되는 응축된 자본의 산물이다. 상업사진은 우리가 당장 살고 있는 일상을 재현하기보다 사실과 허구 사이를 넘나들며 관객의—또한 작가 스스로도 가지고 있을—내면에 잠재하는 현실에 대한 환상을 자극한다. 하나의 작품이기 이전에 상품인 상업사진은 시각 기호들의 치밀한 구성으로 잠재적 소비자의 이목을 집중시키고 물신화된 이미지에 그들의 욕망을

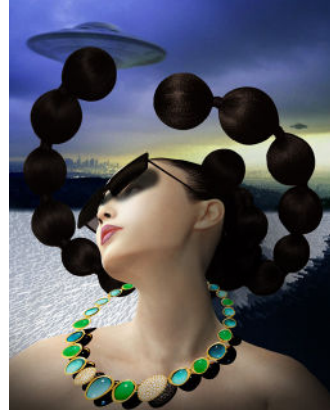
2. 구본창, 『구본창 REVEALED PERSONS(탈)』(파주: 한길아트, 2006), 4.

3. 이 글은 예술사진과 상업사진의 무표정 미학을 구별하여 지칭하기 위해 전자는 ‘데드팬’, 후자는 ‘무표정’으로 표기한다.

4. 민주식, 「신즉물주의 사진에 대한 발터 벤야민의 비판」, 『현대미술학 논문집』 제17권(2013): 166-167. 신즉물주의(Neue Sachlichkeit, New Objectivity)는 제1차 세계대전 후에 발흥한 미술운동으로, 사회 속의 무명성과 익명성으로서 존재하고 있는 사물에 대해 냉철한 시선을 집중하면서 즉물적으로 표현한다. 벤야민은 뢰거-파치(Albert Renger-Patzsch)의 1928년 사진집 『세상은 아름다워(Die Welt ist schön)』를 대상으로 신즉물주의 사진의 문제를 비평한다. 뢰거-파치의 사진집은 식물, 동물과 인간, 풍경, 재료, 건축물 등을 찍은 100장의 사진을 유형학적으로 배치하는데, 벤야민에 따르면 이는 세계를 단지 유행의 양식으로 파악함으로써 비참한 생활까지도 향락의 대상으로 만든 것이다.



도 4. 김용호, 우아한 인생 Elegant Life, 2012, 120×80cm (아트 디렉션: 김용호)



도 5. 김신애, 퓨처 인 트랜짓 Future in Transit, 2022, W, 113×65cm (모델: 유고·배윤영·마리, 에디터: 이예진, 헤어: 가베, 메이크업: 최민석, 리터처: 신지애)

투사하도록 이끈다. 김용호의 사진은 카드 회사의 의뢰를 받아 제작되었다⁴. 사진 속 상류사회의 사치스럽고 화려한 삶의 모습 곳곳에는 신용카드가 조화롭게 위치해 있다. 그렇게 맺혀진 이미지는 마치 대도시의 풍경을 그려 현대인의 고독과 공허함을 표현한 미국 예술가 에드워드 호퍼(Edward Hopper)의 회화처럼, 현대인의 소비와 욕망에 대한 씩씩함을 남기기도 한다. 하지만 사진의 제목 ‘우아한 인생’이 지시하는 환상을 성취할 수만 있다면 기꺼이 관객은 울적한 감상을 뚫고서 샴페인과 샴들리에, 드레스와 주얼리로 가득한 카드 한 장이 펼쳐내는 세계에 다가갈 준비가 되어 있다.

사진은 관객 스스로 갖고 싶고, 되고 싶은 이상적인 현실상을 제시하기도 하지만, 때로는 실재하는 현실 너머의 초현실성을 연출함으로써 낯선 감각이 주는 무의식의 해방감을 선사한다. 특히 고도의 디지털 기술을 결합한 2000년대 이후 상업사진은 후자의 속성을 강화하는 경향을 보인다. 김신애의 사진은 가상현실을 주얼리 화보에 접목해 섬뜩하면서도 몽환적인 분위기를 발산한다⁵. 3D 게임 속 시야와 같은 배경과 조각조각 거칠게 배치된 전경, 그 가운데 놓인 지나치게 매끈하고 창백한 피부의 모델은 마치 메타버스의 아바타를 포착한 듯한 결과물로 이어진다. 꿈과 무의식의 세계를 탐색하는 초현실주의자의 태도로 가공된 김신애의 작업은 관객의 심연에 존재하는 관념적 리얼리티에 대한 욕구를 충족시킨다. 이외에도 전시장에 걸린 상업사진마다 그것이 담고 있는 허상과 실상의 정도는 천차만별이다. 다만 원본 없는 이미지가 현실을 대체하는 오늘날, 그 둘의 비중을 따지는 일 자체가 이미 중요하지 않은 것 같기도 하다. 상업사진은 각자의 방식대로 관객을 향해 구애할 뿐이다.



도 6, 7, 8. 김한용, B컷 광고사진(제품) B-cut Advertising Photo(Products), ca.1964, 62.5×50cm, each (모델: 엄앵란, 최난경, 최지희)

《언커머셜》과 함께 전시장 한편에 편성된 《B컷 광고사진: 1960—1980 김한용 아카이브》 특별전은 지금까지 이 글에서 말한 관객이자 소비자를 향한 무표정의 이면을 집약해 보여준다. 상품 로고, 광고 문구 등 텍스트가 실리지 않은 원본 상태의 B컷 사진들에서 돋보이는 것은 오로지 이미지이다^{도 6, 7, 8}. 사진 속 모델들은 상품 옆에 꼭 붙어서 혹은 상품을 손에 꼭 쥐 채 한껏 포즈를 취하고 있다. 제각기 무언가를 열렬히 홍보하고 있는 모습, 그들을 휘감고 있는 화사한 원색의 색감은 물욕을 한층 자극한다. 그런데 실상 상품과 사람의 중층적인 구조로 이루어진 이미지이지만 환한 조명 아래 포착된 광고사진의 지면 위에선 둘을 구분하기가 막연하다. 모델의 신체는 하나의 동일한 지면에서 상품과 뒤엎히고 일체화되어 관객이 결국 눈앞에 마주하는 것은 새로운 위상을 지닌 덩어리에 가깝다.

김한용의 사진은 모델들의 환한 미소, 다정한 부부와 단란한 가족의 모습에도 불구하고 결코 극복할 수 없는 두터운 장벽이 느껴진다. 이는 과장되고 경직된 사진의 연출 스타일 때문만은 아니다. 고도의 자본주의 사회는 신체를 위시한 다양한 객체들의 물신화를 낳았고 이는 자본주의 아래 태어난 상업사진에도 깊숙이 내재되었다. 우리는 단지 하나의 기호로서 전략한 사진 속 신체로부터 무의식적인 거리감을 느끼는 것이 아닐까. 상품과 신체를 분간할 수 없는 지경에 이른 균질한 기호의 망으로부터 원초적인 좌절감을 느끼는 것은 아닐까. 그럼에도 불구하고 자꾸만 사진 속을 들여다보게 되는 건 무표정이 놓은 덫에 걸려들었기 때문일 것이다.