

영 스트리트 패션 形成에 미친 팝 스타의 패션스타일 研究

李禧承* · 曹圭和

梨花女子大學校 衣類織物學科 博士*
梨花女子大學校 衣類織物學科 教授

A Study on the Pop Stars' Fashion Styles Influencing Young Street Fashion

Lee, Hee-Seung* · Cho, Kyu-Hwa

Doc., Dept. of Clothing and Textiles, Ewha Womans University*
Prof., Dept. of Clothing and Textiles, Ewha Womans University

Abstract

This purpose of this study is to research on the influence on the creation of young generation's street fashion of pop stars focused on pop music given the fact that fashion can be created by popular culture in this multi-media era. Also, this study is to provide useful data for the activation of the creation of young fashion culture and the fashion industry through pop stars' fashion.

The pop stars' fashion that has affected young street fashion is as follows : Elvis Presley's rock'n'roll style, Beatles' mods style, Janis Joplin's hippy style, Sex Pistols's punk style, Madonna's boy-toy and corset style, Michael Jackson's androgynous style, Puff Daddy and L.L Cool J's hip-hop style, Bob Marley's reggae style, Spice Girls, Jennifer Lopez and Britney Spears's sexy style.

The young street fashion culture of pop stars and its industrial meaning withdrawn from the above are as follows : Creation of a fashion icon, Creation of anti-fashion, Liberation of a sex role, Costume play culture, Activation of the young fashion industry through star marketing.

Key Words : pop star(팝 스타), star fashion(스타 패션), street fashion(스트리트 패션), star system(스타 시스템), popular culture(대중문화), media(미디어)

I. 서론

패션은 다양한 얼굴을 가지고 있다. 자신의 이미지를 만드는 가장 중요한 요소이고, 유행을 생성하고 전파시켜 시대의 미의식을 대변하며, 시대를 초월하여 문화를 창조한다. 또한 산업을 형성하고 유통시키며 나아가 부가가치를 창출한다. 특히 현대에는 대중매체의 영향력이 막강해지면서 패션의 이러한 메커니즘을 고루 반영하며 패션과 밀착되어 있는 인물로 대중문화 속의 스타(star)가 부상하였다.

스타는 대중문화의 발생과 함께 언제나 존재했으며, 과거부터 현재에 이르기까지 대중의 관심의 표적이 되고, 유행을 선도하였다. 스타 패션(star fashion)은 대중문화 콘텐츠(contents)를 이끌어 나가는 중요한 도구이며, 스타 개인의 이미지를 부여하는 성공의 수단인 동시에, 대중의 패션을 리드하는 유행의 첨단이 되었다. 패션유행은 의복의 형이나 색이 그 시대의 사람들에게 아름다운 것, 갈망하는 것으로 받아들여짐으로써 기인된다는 점에서 볼 때¹⁾, 대중의 주목을 받는 스타와 그들이 창조해내는 패션이야말로 패션유행에 직접적으로 영향을 미쳤고, 현재에도 이러한 경향은 더욱 심화되고 있다. 특히 팝 음악의 인기는 음악을 연주하는 것 이상의 의미를 가지면서 젊은 세대들과 소통하였고, 세계의 젊은이들은 그들이 좋아하는 팝 가수의 음악뿐만 아니라 패션까지도 적극적으로 모방하고 있다.

따라서 본 연구는 다매체 시대에 패션이 대중문화에 의해 창출될 수 있다는데 착안하여 팝 음악을 중심으로 한 팝 스타의 패션이 영(young) 세대의 스트리트 패션(street fashion) 형성에 미친 영향을 연구하는데 그 목적이 있다. 구체적인 연구내용은 본격적인 대중매체시대를 맞이한 1950~60년대부터 뉴미디어시대인 현재에 이르기까지 영 스트리트 패션 형성에 영향을 미친 팝 스타의 패션스타일을 고찰하였으며, 이를 토대로 팝 스타의 패션이 영 패션문화와 산업적으로 가지는 의미를 도출하였다. 이를 통해 팝 스타 패션을

을 통한 영 패션문화의 형성과 패션산업의 활성화에 유용한 자료가 되고자 한다. 연구방법은 관련 국내외 서적 및 학술지, 패션잡지 등을 참고로 하였으며, 대중매체에 노출된 팝 스타의 패션을 연구하는 것인 만큼 TV, 인터넷, 비디오, DVD 등의 멀티미디어 시청을 통해 내용분석 하였다.

II. 이론적 고찰

1. 스타의 개념과 스타 시스템

1) 스타의 개념

스타라는 말은 원래 할리우드 초창기의 유명한 여배우를 지칭하는 말로 20세기 초 영화스타의 개념으로 시작되었으나, 최근에는 그 의미가 확대되어 사회 구성원들에게 공적 인지도가 높은 유명인사(celebrity)나 사회적 우상(idol)으로 부각된 사람을 뜻하는 개념으로 사용되고 있다²⁾.

즉 현대사회의 스타란 ‘자본주의 사회에서 문화상품의 이윤을 증대시키기 위해 대중문화 영역 전반에 나타나며, 매스미디어에 의해 구축되는 이미지를 통해 대중들의 주목을 받고, 그들의 가치관이나 행위가 영향력을 행사하는 인물들’로 정의할 수 있다. 그리고 스타현상이란 ‘경제적 목적 하에서 스타를 만들어내는 산업적인 체계들과 스타들을 동경하고 그들에게 열광하는 대중들이 행하는 행위들, 그리고 이와 관련되어 파생되는 사회적인 효과들’을 포괄적으로 지칭한다고 하겠다.

2) 스타 시스템

스타가 되는 과정은 매우 우연적인 것처럼 보이지만, 사실 그 속에는 엄청난 투자와 치밀한 계획, 주도면밀한 이미지 조작, 그리고 경제논리가 숨어있다. 스타는 이처럼 조직적이고 체계적인 작업, 즉 스타 시스템(star system)이라는 메커니즘에 의해 발굴되고, 기획된 사람들이다. 스타 시스템이란 스타의 생산, 제조, 활용, 거래, 관리, 소

비되는 전체적인 순환 메커니즘을 일컫는다³⁾.

스타가 되기 위해서는 동시대 사람들이 선호하고 선망하는 외양의 소유자여야 하며 외모를 대중적 이상형에 맞추기 위해 가공의 과정이 요구되기도 한다. 성형수술, 헤어디자인, 메이크업, 보디빌딩, 옷을 입는 방법, 걸음걸이, 제스처 등 특정한 이미지로 꾸미는 과정이 뒤따른다. 이렇게 다듬어진 후에는 전략적으로 선택된 이미지에 맞는 역할을 맡고, 그와 유사한 이미지의 역할을 연속적으로 행함으로써 일정한 이미지를 구축해 나간다⁴⁾. 스타는 사생활에 있어서도 철저히 관리되며, 연출된 사생활은 미디어를 통해 대중들에게 알려진다. 수많은 신문과 잡지, 방송기자들은 스타의 사생활을 취재하기 위한 경쟁을 하고, 스타들은 적당히 매스컴에 뉴스거리를 제공함으로써 인기와 관심을 유지하는 것이다. 이러한 과정을 통해 스타의 이미지는 대중들에게 더욱 신화적인 모습으로 자리 잡게 된다.

이처럼 스타 시스템의 메커니즘을 통해 발생한 스타는 대중문화와 매스미디어의 급속한 발달과 더불어 그 위치와 영향력을 크게 넓혀나간다. 스타는 독특한 매력을 지닌 가공의 이미지를 만들고, 대중들에게 동시대인들의 삶을 구현하는 양식의 모델을 제시하는 역할을 하게 된다. 따라서 헤어스타일이나 옷차림, 행동을 모방하는 것에서 시작하여 나아가 그들이 만들어내는 이미지와 기호들이 특정한 담론을 형성하고 사회적인 영향력을 발휘하곤 한다. 이렇게 스타파워는 아주 사소한데서부터 일생을 뒤흔들 중대사에 영향을 미칠 만큼 전방위적이 되었다.

2. 스타와 미디어 · 팬과의 관계

1) 스타와 미디어

스타와 미디어는 공존공생의 관계이다. 미디어를 창구로 스타를 제조해 내고, 스타이기 때문에 미디어에 노출되며, 나아가 미디어에 출연하다 보니 스타가 된 사례도 늘고 있다. 즉 스타 없는 미디어, 미디어 없는 스타는 상상할 수 없으며 스

타와 비(非)스타를 가르는 중요한 요건이 바로 미디어 노출이다.

미디어는 사회적 주목을 좌우한다. 미디어가 어느 분야에 주목하느냐에 따라 대중의 관심은 달라진다. 미디어가 경제를 강조하면 경제가, 스포츠를 강조하면 스포츠가, 가요를 강조하면 가요가 중요하다고 믿게 된다. 이처럼 미디어의 주목은 대중 개개인의 관심, 마음, 돈이 어디에 투자되어야 하는지를 좌우한다. 미디어가 주목하지 않으면 독자나 시청자들도 따라서 시선을 돌린다. 영화나 TV에 노출된 관광지를 찾아가고, 식당을 가며, 상점에는 사람들이 몰린다. 이처럼 미디어는 대중의 사회적 관심을 이끌어 특정분야로 집중시키는 힘을 가지고 있다⁵⁾. 또한 미디어가 사회적 주목을 특정 방향에 집중시킴으로써 시청자나 독자의 기호를 동질화, 표준화시키기도 한다. 특히 현대로 올수록 세계시장이 단일화되면서 특정 지역 스타를 넘어 국가적인 스타, 세계적인 스타가 될 수 있다. 스포츠 선수, 가수나 영화배우, 심미의 영역인 미인에 이르기까지 국가나 문화권 간 장벽은 없어지고 국제적으로 동질화는 경향을 보이고 있다.

또한 미디어는 노출된 스타의 소비자 수를 결정하고 노출된 스타에게 보상을 준다. TV가 없었다면 마돈나(Madonna), 마이클 잭슨(Michael Jackson)과 같은 세계적인 스타가 발생하지 않았을 것이고 그들의 공연은 공연장의 수백, 수천 명만의 잔치에 그쳤을 것이다. 그러나 미디어는 공연장의 관중 외에도 안방에서 TV를 통해 공연을 시청하는 셀 수 없이 많은 수용자를 스타에게 제공한다. 그리고 스타는 미디어에 출연함으로써 일종의 신뢰를 받는다. TV나 신문에 나오면 대중은 사회적인 검증과정을 거쳤다고 생각하며 그들을 더욱 신뢰한다. 즉 미디어 노출은 스타가 되는데 진입장벽으로 작용한다. 미디어에 노출된 스타는 노출 그 자체만으로 스타파워를 갖게 되고, 사회적 검증절차를 마친 것으로 간주된다. 미디어는 이처럼 사회적 지위는 물론 금전적 보상을 준다⁶⁾.

2) 스타와 팬

(1) 팬과 팬덤

팬(fan)이란 광신자를 뜻하는 ‘퍼내틱(fanatic)’에서 온 말로, 퍼내틱은 라틴어 ‘파나티쿠스(fanaticus)’에서 유래하였다⁷⁾. 팬이라는 단어 자체는 19세기 언론에서 쓰기 시작하였으며 프로 스포츠의 추종자를 이르는 말이었다⁸⁾. 이후 특정한 인물이나 분야를 열성적으로 좋아하거나 몰입하여 그 속에 빠져드는 사람을 뜻하는 의미로 축소되었고, 현대에는 ‘다양한 대중문화 장르 가운데 특정한 연기자나 연구자, 혹은 특정 텍스트를 선택하여 자신의 문화 속에 수용하는 사람들’로 정의된다.

최근에는 단순히 스타에게 맹종하는 존재로서가 아니라 스타와 상호작용하는 주체적인 집단으로서 팬덤(fandom)에 대해 주목하고 이에 대한 연구가 활발하다. 팬덤이란 스타덤(stardom)과 대칭적인 의미로서 ‘팬’과 ‘세력범위, 계급, 신분 상태’라는 의미의 접미사인 ‘-dom’의 합성어로, 대중적인 특정 인물이나 분야에 대해 열성적으로 몰입한 사람들 또는 그러한 문화현상을 의미한다. 즉 팬덤은 기존의 ‘마니아(mania)’나 최근의 신조어인 ‘~페인’, ‘~홀릭(~holic)’ 등과 같은 선상에 있는 단어로 이해할 수 있다. 이는 매스미디어의 발달로 대중문화가 확산되면서 나타난 현상으로 팬덤이 문화적 영향력을 행사하면서 ‘팬덤문화’라는 말이 탄생하게 되었고, 특정 연예인을 위한 팬 클럽이 생기면서 이러한 현상은 더욱 강화되었다.

피스크(Fiske)⁹⁾는 팬덤이 가진 일반적인 특성을 첫째, 차별(discrimination)과 구별(distinction), 둘째, 생산성과 참여, 셋째, 자본의 축적으로 설명하였다. 즉 팬덤은 자신들이 선호하는 문화영역이 다른 영역과 확실히 다르다는 차별성을 가지며 평범한 대중들과 구별되고자 한다. 또한 스타와 관련된 것에 적극적으로 참여하며, 스타관련 상품의 구매와 수집, 소유를 통해 팬들만의 자본을 축적하는 특성을 가진다.

(2) 스타와 팬과의 관계

사람들은 스타에 열광한다. 이는 스타가 대중이 가지고 있는 어떤 욕망을 충족시켜주는 역할을 하기 때문이다. 스크린과 TV 화면에 비친 스타는 화려하고, 강하고, 영웅적이며 매력적인 인물이다. 그리고 그것은 모든 사람이 꿈꾸는 이상적인 인간형이기도 하다. 사람들은 스타에 열광하는 순간 스타와 자신을 무의식적으로 동일시한다. 즉 스타는 사람들이 스스로 결여하고 있다고 느끼는 부분을 환상적으로 충족시켜주는 대상이다¹⁰⁾.

앤드류 튜더(Andrew Tudor)¹¹⁾의 ‘스타와 관객의 유형학(star-audience relationship)’에서 스타와 팬과의 관계를 분류해보면 <표 1>과 같이 감정적 친화(emotional affinity), 자기 동일시(self-identification), 모방(imitation), 투사(projection)로 구분할 수 있다.

동일시의 정도가 높은 관객이 스타와 자신을 일체화시키려 한다면, 정도가 낮은 관객은 스타와

<표 1> 스타-관객 관계의 유형들¹²⁾

		결과 범위	
		컨텍스트 특정적	컨텍스트 확산적
스타와 개인동일시의 정도	높음	자기 동일시 (self-identification)	투사 (projection)
	낮음	감정적 친화 (emotional affinity)	(육체적, 단순한 형태적 특징의) 모방 (imitation)

감정적 친화라는 다소의 애착심을 갖는 형태를 보인다. 또 모방의 정도가 높은 관객이 스타의 모든 면과 자신을 일치시키려는 투사의 성격을 보인다면, 정도가 낮은 관객은 스타를 하나의 모방해야 할 모델 정도로 여긴다. 모방은 젊은이들 사이에서 가장 흔히 일어나는 결과로 스타는 관객에 대한 일종의 이상적 모델로 작용하게 된다. 대체로 동일시나 모방의 정도가 높은 관객은 소수로서 열성적인 팬에 속하고, 일반적인 대중들은 그 정도가 낮은 관객의 유형에 해당할 것이다.

이처럼 스타와 팬과의 관계는 자신을 투영하고 닮아가는 동일시의 개념이자 자신이 현실에서 이를 수 없는 욕망의 실현으로 인식되는 것이 일반적이다. 그러나 다양한 엔터테인먼트의 등장과 인터넷을 비롯한 뉴미디어의 발전은 팬덤에 대한 규모와 특성을 변화시켰고, 스타와 팬과의 관계에도 변화를 가져왔다. 즉 단순히 스타에 관한 정보나 이미지에 반응하는 무비판적인 수동적 소비자를 넘어 자신들 나름의 방식으로 수용하며 그 과정에서 자신들의 욕구를 만족시키는 보다 적극적인 형태로 변화하였다.

III. 영 스트리트 패션 형성에 미친 팝 스타의 패션스타일

TV의 대중화로 대중문화의 일상화가 이루어진 1950년대부터 현재까지 영 세대와 적극적으로 소통하며 영 스트리트 패션 형성에 미친 팝 스타의 패션스타일을 살펴보면 다음과 같다.

1. 엘비스 프레슬리의 로큰롤 스타일

본격적인 팝 음악과 패션과의 만남에 있어 신호탄이 된 것은 로큰롤(rock'n'roll)이었다. 1950년대 탄생한 로큰롤은 젊은 세대의 문화를 대변하면서 이들만의 세계를 창조하였고, 나아가 이들을 위한 패션을 탄생시켰다. 생활의 권태와 기성세대에 반발하던 당시의 틴에이저(teenager)는 로큰롤 음악뿐만 아니라 가수, 로큰롤이 표현된

영화 속 주인공들의 패션을 적극적으로 모방하였다¹³⁾. 이에 따라 로큰롤 스타의 이름과 사진을 이용한 캐릭터 상품을 판매하는 등 로큰롤의 상품화가 이루어졌고, 틴에이저의 여러 문화들이 로큰롤풍이 되었다¹⁴⁾.

대표적인 로큰롤 스타는 ‘로큰롤의 황제(king of rock'n'roll)’라고 불린 엘비스 프레슬리(Elvis Presley)였다<그림 1>. 그는 백인이면서 흑인의 창법을 구사함으로써 흑인문화와 백인문화를 혼합시켜 대중화시켰다. 그가 공연 중에 입은 금빛의 광택있는 슈트는 부(富)를 상징하는 척도로 주목 받았으며, 빨간색 팬츠와 녹색 코트, 핑크색 셔츠와 양말 등 화려하고 강한 컬러의 무대의상을 선보였다. 또한 그가 즐겨 입었던 스타일로 맨위의 단추를 채우지 않고 풀어놓은 턴 업 셔츠(turn-up shirts)는 스포티한 감각으로 젊은 남성들에게 유행하였고, 그가 셔츠를 풀어헤치고 허리를 흔들면서 노래하는 열광적인 제스처는 당시 기성세대뿐만 아니라 틴에이저에게도 관능적이고 남성다운 이미지를 심어주었다¹⁵⁾. 그러나 엘비스 프레슬리가 처음으로 미국 최고의 인기 TV 프로그램이었던 에드 쉐리번 쇼(Ed Sullivan Show)에 출연했을 때, 카메라맨들은 철저히 그의 상체만을 화면에 잡았다. 엘비스 프레슬리가 노래하면서 엉덩이를 비틀어대는 모습은 너무 선정적이어서 도덕적 규범을 해치는 것으로 여겨졌던 것이다. 그러나 점차 사람들은 그가 ‘성(性)혁명’의 시초이며 그러한 혁명에 결정적인 역할을 했음을 받아들였다¹⁶⁾.

또한 엘비스 프레슬리를 대표하는 D.A.(duck ass) 헤어스타일은 소년들뿐만 아니라 소녀들 사이에서도 대유행하며 전 세계를 휩쓸었다. 그의 남성적 매력을 발산했던 구렛나루는 당시 다른 가수들이나 소년들에게 모방의 대상이 되어 D.A. 헤어스타일과 함께 엘비스 프레슬리를 상징하는 트레이드마크가 되었다¹⁷⁾.

2. 비틀즈의 모즈 스타일

1960년대 팝 음악의 가장 유명한 그룹은 비틀즈(Beatles)와 롤링스톤즈(Rolling Stones)였다.

이들은 전 세계 젊은이들에게 음악적인 영향을 끼친 것은 물론 그들의 패션스타일 또한 세계적인 모방의 대상이 되었다. 비틀즈와 그들의 음악은 편견과 관습에 대한 청소년의 반항을 상징하였으며, 어른들은 이러한 음악을 이해할 수 없어 거부하였지만 그것이 오히려 청소년들로 하여금 더욱더 그들을 옹호하도록 부추겼다¹⁸⁾.

초기 비틀즈가 추구한 패션스타일은 에드워드 시대를 연상케 하는 단정한 스타일인 모즈 룩(mods look)이었다¹⁹⁾. 1963년 비틀즈가 대중적인 인기를 끌기 시작한 초기 모습은 깨끗한 이미지를 위해 가죽 재킷 대신 피에르 카르댕(Pierre Cardin)이 디자인한 칼라 없는 재킷의 슈트를 입고 머리는 동그랗게 잘랐다<그림 2>²⁰⁾. 그 후 슈트에 터틀넥 스웨터를 받쳐 입는 캐주얼한 스타일을 선보이며 비틀즈 스타일은 남성들의 기본적인 모즈 스타일로 자리 잡았다. 1960년대 중반부터는 개인별로 각자의 스타일을 추구하면서 다양한 색채와 무늬 등을 선보였다.

1967년에는 모즈 룩의 이미지를 벗어나 음악적 요소나 패션에 있어 히피(hippy)의 영향을 받았다. 따라서 좀 더 자유로운 스타일의 꽃무늬 셔츠, 샌들, 비즈장식 등의 새로운 모습을 보였다. 히피 스타일로 바뀐 비틀즈는 털 달린 조끼나 인디언 풍의 옷을 즐겨 입는 등 히피적 특성에 사이키델릭(psychedelic)한 경향을 반영하였다²¹⁾. 이는 어떠한 규칙에도 얽매이지 않으려는 음악적 의지를 패션스타일에도 표현한 것이었다. 비틀즈 멤버인 존 레논(John Lennon)의 긴 머리카락이나 첼시(Chelsea) 부츠, 선글라스, 깃발 무늬 목수건 등은 히피적 특성을 반영하는 것으로 젊은이들 사이에서 유행하였다.

비틀즈의 머리가 귀 위로 내려오고 이마와 목덜미를 덮는 새로운 헤어스타일은 전 세대부터 존중되어온 규율과 질서의 정신에 맞지 않는 것으로 큰 논란을 일으켰다. 어른들은 비틀즈의 술장식 같은 헤어스타일을 남자답지 못하고 깨끗하지 않으며 역겹다고 느꼈다. 그러나 청소년들은 '감미롭고 사랑스러우며 굉장하다'라고 찬사를 보냈다. 부모들의 거부감이 청소년들로 하여금 더

욱더 새로운 헤어스타일을 따라하도록 부추겼고, 여기에서 세대 간의 갈등이 분명하게 표현되었다. 어른들이 '저 애는 비틀즈처럼 보인다'라는 말을 할 때는 청소년들의 불손함을 반쯤 용서하는, 반쯤은 헐뜯는 뜻을 담고 있었다²²⁾. 비틀즈의 장발머리는 젊은 사람들 사이에서 대유행하였다.

3. 제니스 조플린의 히피 스타일

히피 스타일을 전파시킨 또 한명의 여성가수로 제니스 조플린(Janis Joplin)을 들 수 있다. 조플린은 백인이면서 흑인의 열정적인 블루스(blues) 창법을 구사한 록 가수로서 그녀의 음악적 성향과 술과 마약취미는 히피문화의 모델이 되었다²³⁾. 그녀는 머리에 꽃을 꽂고, 둥근 안경을 쓰고, 페전트(peasant) 블라우스를 즐겨 입었다<그림 3>. 일반적으로 페스티벌 형태로 열렸던 그녀의 공연은 자유연애와 마약, 집단생활 등의 히피문화를 빠르게 확산시켰다²⁴⁾.

4. 섹스 피스톨즈의 펑크 스타일

1970년대 후반에는 젊은이들을 중심으로 한 펑크 록(punk rock)의 인기로 젊은 세대의 하위문화를 대표하였다. 펑크 스타일은 이처럼 대중문화, 패션, 청소년 하위문화 사이에서 발전한 복잡한 연합의 전형이었다.

1976년 영국의 로큰롤 그룹인 섹스 피스톨즈(Sex Pistols)에 의해 시작된 펑크 스타일은 기존의 우상이었던 소수의 부르주아적인 가수에 대한 반항과 당시 영국의 경제 불황으로 실직한 노동자 계층의 젊은이들의 분노와 좌절을 대변하면서 충격적인 화제를 몰고 왔다. 섹스 피스톨즈는 빠죽빠죽한 헤어스타일, 자물쇠가 달린 목걸이, 상의를 벗고 마이크를 거칠게 쥐는 행동과 얼굴 모습을 통해 펑크의 격렬함과 무질서를 잘 나타냈다<그림 4>. 그리고 그들은 미래에 대한 절망감과 정부에 대한 분노를 순수하게 복식과 행동에 표현하였다²⁵⁾.

킹스로드(Kings road) 430번지에 젊은이들을

위한 부티크 <SEX>를 운영했던 영국 디자이너 비비안 웨스트우드(Vivienne Westwood)와 음악 기획자 말콤 맥라렌(Malcom McLaren)은 당시 영국 젊은이들에게 새롭게 생겨나고 있는 스트리트 스타일의 요소들을 펑크음악과 관련하여 저항적인 복장과 연결시켰다²⁶⁾. 그리고 맥라렌은 의상 실 인근 지역 출신 노동자들로 결성된 최초의 펑크 밴드인 섹스 피스톨즈에게 이러한 스타일의 옷들을 입히면서 펑크패션의 전형을 제시하였다²⁷⁾. 섹스 피스톨즈와 그들의 패션은 순식간에 런던의 화제가 되었고, 당시 영국의 오랜 불경기과 실업으로 불만이 가득 찬 젊은이들에게 큰 인기를 얻었다. 이러한 문제에 대한 욕구표출은 전 유럽을 걸쳐 격렬하게 퍼져나갔다.

영국의 한 소규모 하위문화의 극단적인 허무주의의 표현으로 시작되었던 펑크 스타일은 청소년들의 개인적 고뇌를 표현하는 수단으로 젊은 세대들에게 폭넓게 받아들여졌다. 즉 시간이 경과함에 따라 초기의 스타일을 형성했던 사회적, 정치적 의미는 사라져버리고, 대신 이 스타일의 요소들인 현재의 반체제 문화의 활동과 신념으로부터 유리된 의상에서 저항을 표현하는 패션으로 계속 자유롭게 나타나는 코드가 되었다.

5. 마돈나의 보이토이 스타일과 코르셋 스타일

1980년대 MTV(music television)의 등장은 팝스타의 음악과 패션스타일에도 큰 변화를 가져왔다. 이같은 뉴미디어의 영향으로 새로운 감각과 색채의 뮤직비디오가 나타났고, 영국의 듀란듀란(Duran Duran), 컬처클럽(Culture Club) 등을 비롯하여 미국의 마돈나, 마이클 잭슨 등 시각적인 매력을 강조한 스타들이 등장했다. 젊은이들은 스타들의 독특한 의상에 민감한 반응을 보였다. 마이클 잭슨의 글리터 스타일(glitter style), 마돈나의 코르셋 스타일(corset style), 보이조지(Boy George)의 앤드로지너스 스타일(androgynous style)<그림 5>, 신디로퍼(Cyndi Lauper)의 펑키 레이어드 스타일(punky layered style)<그림 6>, 조지 마이클(George Michael)의 가죽 재킷과 남

성적인 스타일<그림 7> 등이 대표적인 패션이었다. 그런가하면 프린스(Prince)가 입은 러플이 달린 셔츠며 벨벳 재킷 등은 기존의 남성스타의 패션스타일의 개념을 전복시키는 것으로 남성패션의 또 하나의 새로운 변화된 모습을 보여주었다<그림 8>.

MTV가 낳은 최고의 슈퍼스타는 1980년대 마돈나였다. 초기 마돈나의 음악과 뮤직비디오는 그녀의 섹슈얼리티를 성공적으로 이용하였는데, 이는 기존의 보수적인 문화에 대한 일탈적 행동을 거침없이 표현함으로써 젊은 세대를 사로잡는 요소가 되었다. 뮤직비디오 <럭키 스타(Lucky Star)(1983)>에서 보여준 야하고 어지럽게 부조화를 이룬 블랙의 의상들, 즉 머리에는 검정색 리본을 묶고, 속이 비치게 레이스 블라우스에 초미니 스커트를 입고, 앵글부츠를 신은 모습과 허리에는 ‘보이 토이(boy-toy)²⁸⁾ 벨트를 두르고 십자가 귀걸이를 한 비인습적인 코디네이션을 보여준 패션스타일은 마돈나를 관능적인 성적대상으로, 그리고 전통적인 표준에 반하는 혁신적인 패션개혁자로 묘사하였다<그림 9>. 이후 그녀가 뮤직비디오에서 보여준 뇌쇄적인 춤과 패션은 십대들에게 대반란을 일으켰고, 특히 여성 틴에이저들에게 패션행동의 모델이 되었다. 어린 소녀들은 마돈나를 따라 ‘보이 토이’ 벨트를 매고, ‘야한 쓰레기’ 같은 옷과 장식들을 맹목적으로 모방하였다²⁹⁾. 이들은 그녀처럼 되고자 마돈나 추종 소녀 그룹을 형성하였고, 1982년 『뉴스위크(Newsweek)』는 마돈나 추종세력을 가리켜 ‘워너비(wanna-be)³⁰⁾’라 호칭하였다. 1980년대 중반을 강타한 마돈나 효과는 패션시장에 그녀의 이미지를 따르는 패션상품을 출현시켰고, 중고품 할인 매장부터 고급웨어 시장, 화장품 시장까지 마돈나 룩(Madonna look), 즉 마돈나처럼 보이면서 그녀의 태도와 스타일을 공유하는 마돈나 스타일이 십대들의 새로운 패션코드가 되었다.

그런가하면 마돈나는 1990년 블론드 앰비션 순회공연(Blond Ambition Tour)에서 장 폴 고티에(Jean Paul Gaultier)가 디자인한 코르셋 차림의

뷔스티에(bustier)를 입고 무대에 나타나 센세이션을 일으켰다. 브래지어의 아웃터(outer)화를 시도한 이 ‘코르셋 룩(corset look)’은 마돈나의 공연 이후 언더웨어가 다시 주목 받는 계기가 되었다<그림 10>.

6. 마이클 잭슨의 앤드로지너스 스타일

1980년대 현란한 춤과 화려한 볼거리를 팬들에게 제공하며 MTV시대를 활짝 열었던 또 한명의 슈퍼스타는 마이클 잭슨이다. 그의 성공요인은 먼저 흑인 특유의 ‘소울 뮤직(soul music)’에 뿌리를 박고 있는 호소력있는 목소리와 관능적인 춤 스타일에서 찾아볼 수 있다. 미국 흑인(Afro-American) 전통에서 비롯되는 잭슨의 보컬 양식은 헐떡거림, 삐걱거림, 관능적인 신음소리 등으로 특징지어지며, 이는 그의 음악 스타일을 나타내는 트레이드마크가 되었다. 또한 잭슨의 목소리가 가지고 있는 감정적이고 관능적인 표현성은 그의 춤 스타일이 보여주는 관능적인 우아함과 흥분에 의해 완성되었다³¹⁾. 그가 보여준 뒤로 미끄러지는 듯 걷는 문 워크(moon-walk) 댄스는 공연과 <빌리 진(Billie Jean)>의 뮤직비디오를 통해 전 세계 젊은이들을 열광시켰고, 곧바로 새로운 팝 트렌드가 되어 팝 음악사의 한 부분을 차지하게 되었다.

잭슨의 성공과 인기를 완성시킨 또 하나의 중요한 요소는 패션을 통한 이미지 메이킹이었다. 컬러풀한 브레이드(braid)와 금단추로 장식된 재킷, 발목까지 오는 짧고 타이트한 바지, 은빛 양말, 끈 없는 로퍼(slip-on loafer), 한 쪽에만 장갑을 낀 손, 그리고 젖은 듯 보이는 헤어스타일에 이마 위로 늘어뜨린 머리카락 한 가닥은 그의 문 워크 댄스와 함께 마이클 잭슨의 트레이드마크가 되었다. 이는 예전에는 보지 못했던 독특한 스타일로 대중들을 매혹시키며 특히 젊은이들에게 새로운 유행을 이끌었다.

또한 그의 성장 후에 나타난 외모와 골격의 변화는 대중들에게 인종적, 성적 모호성의 전형을 보여주면서 흥미를 유발하였다. <잭슨 파이브

(Jackson Five)> 시절 요란하고 컬러풀한 히피의 상을 입고 커다랗게 부풀린 아프리카식 헤어스타일을 뽐내던 귀여운 어린아이가 청년이 되어서는 밝은 빛의 얼굴색을 가지고, 코는 더 날카롭게 변했으며, 짙은 입술은 전혀 도드라 보이지 않았다. 무엇보다도 아프리카풍의 둥근 머리가 젖어 보이는 퍼머한 곱슬머리로 변해있었다. 대중들은 잭슨의 이러한 이미지의 재구성을 통해 인종적 모호성과 동시에 양성성(androgyny)의 경계에서 야릇한 성적 모호성을 느꼈다. 그는 흑인도 백인도 아니었으며, 어린이도 어른도 아니고, 남성도 여성도 아닌 양성적 이미지를 가진 제3의 인간, 아니 인간이 아닌 ‘스타’ 이미지였다<그림 11>.

즉 이러한 복합적 이미지는 1980년대 영향을 미친 문화예술 사조로서 포스트모더니즘(post modernism)이 반영된 결과였다. 포스트모더니즘의 영향으로 고정된 사고가 해체되면서 주변문화로서 도외시되었던 다양한 하위문화들이 새롭게 부각되고, 혼재되어 표현되는 경향이 나타났다. 이러한 맥락으로 시대적 절충(신구(新舊)의 절충), 지역적 절충(동서양의 절충), 성의 절충(남성성과 여성성의 절충) 등 새로운 사조가 등장했으며, 특히 남성성과 여성성의 절충은 앤드로지너스 룩에 대한 새로운 해석을 가져왔다. 그리고 마이클 잭슨의 모호한 성적 이미지도 1980년대 앤드로지너스 이미지의 한 경향으로 이해할 수 있다.

7. 퍼프 대디, LL Cool J의 힙합 스타일

1990년대 젊은 세대의 문화에 가장 큰 영향을 미친 대중음악은 힙합(hip-hop)이었다. 제3세계, 소수민족 문화가 사회적인 이슈로 등장한 90년대 분위기는 흑인문화에 대한 관심을 불러일으켰고, 이들의 문화는 1980년대부터 빈민가를 중심으로 서서히 젊은 세대들에게 확산되었다. 흑인문화에서 중요한 위치를 차지하고 있는 랩(rap) 음악과 힙합 댄스는 처음에는 흑인 청소년들에 의해서만 불려 지다가 점차 세계에 전파되어 1980~90년대 전 세계 젊은이들에게 폭발적인 인기를 누렸다³²⁾.

힙합은 패션에도 많은 영향을 주었는데, 신세대

들을 중심으로 스트리트 패션을 이끌어 나갔다. 힙합 패션스타일은 커다란 사이즈의 옷으로 상징되었다. 다양한 조직의 면직물이나 다운재킷(down jacket)과 같은 두껍고 부피감 있는 직물로 인위적으로 볼록하게 만들어 볼륨감을 주었으며, 이는 신체 사이즈를 더욱 크게 보이게 하여 상대방에게 일종의 경고로써 위협적인 자세를 만들었다. 또한 바지 단이 바닥에 끌리도록 과장되게 확장시키는 스타일을 보여주었다. 즉 XXL 사이즈는 의복의 크기를 나타내는 것인 동시에 위협을 제시하는 것이었다. 힙합 룩의 또 다른 스타일로는 안에 입은 속옷 브랜드가 보이게끔 배기팬츠(baggy pants)를 가랑이까지 내려오게 입는 전형을 보여주기도 하였다. 그리고 이러한 사이즈에 있어 극단적인 강조는 사회적 차이와 문화적 범주의 계급을 암시하였다³³⁾. 또한 구속과 억압을 싫어하는 기호를 반영한 것이기도 했다. 따라서 액티브 스포츠 웨어나 스포츠 유니폼 스타일인 후드 달린 트레이닝 웨어, 풍성한 점퍼, 배기팬츠, 크기가 다른 색(sack), 스포티한 운동화, 모자류 등을 추종하며 옷의 착용방법이나 형태에 구속받지 않는 자유로운 착용형태를 보여주었다 <그림 12>.

힙합 패션의 유행은 1990년대 초반만 해도 관련 브랜드가 전무했던 패션시장에 힙합 패션브랜드를 탄생시켰다. 1996년 힙합 브랜드 '후부(Fubu)'의 런칭은 어떤 스트리트 웨어(urban street wear), 힙합 패션이라는 새로운 카테고리를 정착시켰고, 동시에 힙합시장의 브랜드 시대를 여는 촉진제 역할을 하였다. 후부는 힙합 스타 퍼프 대디(Puff Daddy)와 L.L Cool J 등에게 입혀지면서 힙합 팬들에게 대유행을 불러왔다³⁴⁾. 이들이 MTV의 뮤직비디오, 각종 시상식 등 미디어에 이 브랜드 로고가 새겨진 옷을 입고 나오면서 엄청난 홍보효과를 거두었으며, 팬들은 너나 할 것 없이 후부 로고가 새겨진 티셔츠와 모자를 구입하였다³⁵⁾. 이로써 힙합 패션은 로고를 부각시키면서 다양하게 변형하는 스타일로 나타나기도 했으며, 힙합 스타일은 텔레비전 쇼나 유명한 스포츠 스타, 비디오 게임 등 1990년대 대중문화의

상징으로 간주되었다.

8. 밥 말리의 레게 스타일

힙합과 같은 맥락에서 90년대에 유행한 팝 음악 장르로 레게(reggae)가 있다. 자메이카 민속음악을 기원으로 하는 레게음악은 1970년대 레게의 황제라 불리는 밥 말리(Bob Marley)에 의해 대중화 되었다. 그는 길게 끈 헤어스타일과 자연섬유의 옷을 입고 레게음악을 노래하였으며, 이는 당시 영국의 청소년들에게 인기를 얻었다. 1978년 밥 말리의 매디슨 스퀘어 가든 공연은 레게를 대중에게 알리는 계기가 되었으며, 1980년대에는 명맥만을 유지하다가 1990년대 들어 소수민족에 대한 관심과 함께 그들의 문화와 음악이 재조명되면서 새롭게 유행하였다³⁶⁾. 레게는 힙합과 결합하여 댄스풍의 레게음악으로 1990년대 청소년 문화를 대표하는 팝 음악으로 자리 잡았으며, 패션에 있어서도 힙합 레게스타일을 유행시켰다. 힙합 레게스타일은 아프리카 원주민의 민속복에서 영감을 얻은 모티프나 장신구를 이용한 원시적인 이미지, 과감한 노출, 라스타파리안(Rastafarians)의 색인 적색, 황색, 녹색의 사용, 에스닉한 컬러, 검은 피부, 두건, 전통적인 아프리카식 헤어스타일인 드레드락스(dreadlocks)가 대표적인 스타일이다 <그림 13>³⁷⁾. 특히 거리의 흑인들을 배경으로 탄생한 문화인만큼 격렬한 춤동작을 고려한 트레이닝 웨어, 모자가 달린 빅 사이즈 셔츠, 풍성한 점퍼, 트랙 슈트(track suit) 등을 착용하며, 원색이나 검정색 위주의 험령한 셔츠, 배기팬츠, 농구화, 배낭, 금색 체인 목걸이 등이 특징을 이루었다³⁸⁾.

힙합과 레게 스타일은 흑인이라는 소수문화에 대한 관심의 발로에서 출발한 스트리트 패션이 젊은 세대들을 중심으로 받아들여지면서 대중화된 것으로 그 자체가 자유스럽고 편안하므로 그들의 개성과 감각을 어떠한 형식에도 얽매이지 않고 자유스럽게 표현하는데 유리하였다. 따라서 힙합과 레게는 음악뿐만 아니라 춤과 패션, 더 나아가 그들이 가지는 라이프스타일과 가치관까지

도 지배하였다.

9. 여성 팝스타의 건강미와 섹시 스타일

미디어는 점점 더 시각적인 것에 맞추어지고, 세기말 트렌드는 다이어트와 운동을 통해 건강을 유지하고 조절하는 것이 현대인들의 의무가 되다 시피 하였다. 또한 친환경, 웰빙(well-being) 등이 새천년의 화두가 되면서 건강에 대한 관심이 고조되었다. 이와 함께 젊음을 오랫동안 유지하고, 얼굴뿐 아니라 젊고 완벽한 몸매를 가지는 것이 관건이 되었다. 따라서 성형수술이 성행하였으며 닳고 싶은 모델로서 스타들은 패션뿐만 아니라 얼굴과 신체에 있어서도 대중의 이상형이 되었다.

젊음의 추구 현상은 여성에 대한 시각에도 많은 변화를 가져 왔는데, 강인하고 에너지가 넘치는 건강한 여성상을 선호하게 되었다. 소녀로만 구성된 영국의 여성 밴드 스파이스 걸즈(Spice Girls)는 여성적이면서도 거침없는 모습으로 이러한 선호도를 반영하였다<그림 14>. 이들은 지금까지는 남성에게만 적용되었던 배드 보이(bad boy)의 이미지를 지닌 배드 걸(bad girl)로서 걸 파워(girl power)를 표현하였고, 이는 페미니즘의 확산과 함께 사회적으로 용인되었다³⁹⁾. 이들이 보여준 패션스타일은 가죽재킷과 닥터 마틴 부츠(Dr. Martin)를 신고 남성과 같은 여성의 모습을 보여주었고, 이러한 분위기의 젊은 여성들을 거리에서 볼 수 있었다. 또한 신발 브랜드 버팔로(Buffalo)사의 후원을 받아 투박하지만 섹시한 두꺼운 밑창의 트레이너를 선보이며 젊은 여성들에게 유행시켰다⁴⁰⁾.

2000년 이후 팝 음악은 더욱 다원화되고 원초적인 성향을 띠게 되었다. 그리고 과감하고 도발적인 섹시한 스타일의 여성스타가 대중에게 어필하였는데, 정열적인 남미 출신의 여가수 제니퍼 로페즈(Jennifer Lopez)는 근육질의 허리와 탄력있는 엉덩이로 힘 있는 춤을 선보였고, 과감한 노출로 언제나 미디어의 주목을 받았다<그림 15>. 그녀의 섹시하고 파워풀한 이미지는 하이패션의 대중화

홍보전략에도 맞아 떨어져 2003년에는 루이비통의 광고 모델이 되었고, 자신의 이름을 건 패션브랜드 'J.L.O.'를 런칭하였다. 이 외에도 브리트니 스피어스(Britney Spears)는 금발의 귀여운 외모를 지닌 팝의 요정으로 배꼽티와 엉덩이 굴곡이 보일 정도로 내려 입은 골반 바지 패션을 또래의 소녀 팬들에게 전파하였다<그림 16>. 크리스티나 아길레라(Christina Aguilera) 또한 섹시 록부터 트레이닝 패션과 밀리터리 패션까지 다양한 록을 구사하며 패션 아이콘으로 급부상하였다.

IV. 영 스트리트 패션에 영향을 미친 팝 스타 패션의 문화·산업적 의미

팝 스타의 패션스타일 연구를 통해 도출한 영 스트리트 패션에 영향을 미친 팝 스타 패션의 문화·산업적 의미를 살펴보면 다음과 같다.

1. 패션 아이콘 창출

스타의 가공된 패션스타일은 대중들에게 가장 영향력 있는 옷 입기의 표본으로써 패션리더의 역할을 하며, 다양한 패션이미지와 록을 창조하였다. 즉 스타는 패션 아이콘(fashion icon)으로서 스타의 패션은 지금 무엇이 아름다운지, 그래서 무엇을 입어야 하는지에 대한 판단을 도와준다. 이들은 '어떤 옷을 입어야 하는가'에 대한 해답뿐 아니라 '어떻게 행동하고, 어떤 것을 먹고, 어디를 가고, 어떤 삶을 살아야 하는가'의 라이프스타일을 제시해주는 역할로도 기능하고 있다. 따라서 패션을 포함한 스타의 생활양식을 통해 대중들은 자신이 참조해야 할 이상적인 삶에 대해 지각하는 수준에까지 이르렀다.

2. 안티패션의 형성

팝 스타 패션은 종래의 획일화된 패션에 반발하여 독특한 스타일을 형성하고 자아를 표출시켜 기성의 전통, 윤리, 형식 등에 반항하는 안티패션

(anti fashion)을 창조하였다.

1950년대 말 청소년을 겨냥한 새로운 형태의 대중음악인 로큰롤과 함께 TV가 각 가정에 보급되면서 대중음악에 집중된 일련의 청년 하위문화가 젊은 세대의 패션을 바꾸어 놓은 것을 시작으로, 1960~70년대의 비틀스, 제니스 조플린 등 팝 가수들은 대항문화적 저항과 새로운 스타일의 옷, 행동, 태도를 표출하였다. 섹스 피스톨즈에 의해 시작된 펑크는 파괴적인 미를 추구하면서 기성가치에 대한 냉소적이고 허무주의적 태도를 나타냈다. 그리고 이들이 보여준 펑크패션은 당시 청소년들이 겪어야 했던 미래에 대한 회의와 절망, 분노를 연출하는데 이상이 되었다. 청소년들은 자신의 개인적 고뇌를 표현하는 수단으로 이러한 패션을 폭넓게 받아들였다. 1980년대 MTV 스타 마돈나가 보여주었던 천박한 스타일의 코디네이션에 젊은 여성들이 환호하였고, 보이 조지나 프린스는 이전까지는 시도할 엄두조차 내지 못했던 남성패션의 변화를 보여줌으로써 젊은 세대들에게 새로운 모델을 제공하였다. 이러한 패션스타일은 많은 계층에게 용인되는 대중적인 스타일은 아니지만 젊은 세대의 정체성을 표현하는데 적극적으로 차용되었으므로 영 스트리트 패션을 중심으로 급속도로 유행하였다.

3. 성 역할의 해방

패션에서 성별코드를 어기는 것은 여러 세기에 걸쳐 용인되기 어려운 것이었으나 20세기 중반부터 과거의 문화적 코드를 전복하려는 많은 시도들이 나타났고 패션은 새로운 정체성의 형성에 중요한 도구가 되었다. 특히 대중패션에 대한 영향력이 막대하게 된 스타패션은 패션으로 표현되는 성적 전복의 모델을 제시하였고, 이는 일종의 기준이 되었다. 스타패션을 통한 이러한 시도들로 대중패션, 특히 젊은 세대들을 중심으로 한 영 패션은 새로운 유연성을 받아들이면서 끊임없이 변화하며 패션에 있어 성 역할을 해방시켰다.

그런가 하면 더욱 과격한 일탈적인 성적 해방의 사례도 팝 스타의 패션에서부터 시작되곤 했다. 1980년대 초 보이 조지는 짙은 메이크업에 치렁치

렁한 머리, 교태가 넘치는 몸짓과 말소리 등으로 여성적이고 연약한 모습으로 자신의 정체성을 표현하였다. 또한 성적 일탈행동을 거침없이 표현한 마돈나는 패션을 통해 기존의 사회가 유지해온 성적 보수성의 반란을 보여준 대표적인 스타이다. 또한 그녀가 1990년 블론드 앰비션 순회공연에서 보여준 장 폴 고티에의 코르셋 룩은 그동안 명확하게 구분 지어졌던 속옷과 겉옷의 담론을 무너뜨린 것으로 평가된다.

4. 워너비 현상과 코스튬 플레이

스타 따라하기 현상은 스타의 발생과 함께 시작된 것으로 '팬, 마니아, 워너비' 등의 이름으로 팬덤문화를 형성하며 영향을 미쳤다. TV의 보급으로 일상생활에서 대중매체에 대한 소비가 많아지고, 특히 청소년들에게 정보를 제공하는 통로가 되면서 자신이 우상화하는 인물과 내면적, 외면적으로 닮고 싶어 하는 동조심리를 자극하였다. 따라서 스타패션은 청소년들에게 쉽게 유행되며, 일반적으로 관습상, 도덕상 받아들이기 어려웠던 패션스타일조차 스타가 착용함으로써 기존의 사고에 변화를 가져와 대중에게 보편적인 패션스타일로 받아들여지곤 한다.

또한 마니아적 성향의 청소년 팬 집단이 늘어나면서 스타의 외모에 가장 큰 영향을 받고 이를 적극적으로 수용하는 팬코스프레(fan-cospaly) 집단이 또 하나의 팬덤문화로 정착하였다. 코스튬 플레이(costume play)는 스타의 캐릭터를 패션으로 재현하면서 자신의 팬덤 대상인 스타의 외모 이미지는 물론 스타의 사상과 문화까지 동일시하고자 하는 적극적인 모방행동을 보였다.

5. 스타마케팅을 통한 영 패션산업의 활성화

스타파워에 대한 영향력이 점점 더 커지면서 스타파워를 상업적으로 활용하는 스타마케팅(star marketing)이 다양한 산업분야에서 활용되고 있으며 패션산업에 있어서는 더욱 그러하다. 대중에게 '아름다움'을 판매하기 위한 패션업체의 홍보 전략으로써 이미 대중적으로 '미(美)'에 대한 증명을 받

은 스타야 말로 가장 적합한 모델이기 때문이다. 따라서 패션마케팅적 측면에 있어 스타가 대중매체와 언론에 노출되는 점을 이용하여 그들의 패션 스타일을 확산시킴으로써 자사의 디자인 상품을 홍보하고, 나아가 경제적 효과를 창출할 수 있다.

패션마케팅의 방법으로 스타마케팅이 이용되는 사례는 스타를 패션브랜드의 광고모델로 기용하는 일반적이고 고전적인 방식에서 확장되어 스타가 출연하는 대중문화 콘텐츠에 제품을 간접적으로 노출시키는 PPL(product placement)⁴¹⁾, 스타의 공적·사적인 활동에 자사의 패션제품을 협찬하는 스폰서, 스타의 캐릭터를 개발하여 패션산업과 연관시키는 스타상품개발 등 다양한 형태의 마케팅 방법을 창조하였고, 더 나아가 스타를 이용한 패션 브랜드 런칭과 같이 스타 스스로가 패션전문인으로서 보다 적극적으로 브랜드에 개입하는 단계로 발전하고 있다.

V. 결론

이상으로 본 연구는 영 스트리트 패션 형성에 영향을 미친 팝 스타의 패션스타일에 대해 고찰하고, 이를 통해 팝 스타 패션이 가지는 패션문화 및 패션산업적 의미를 도출하였다.

팝 스타는 대중에게 매력적인 인물로서, 특히 영 세대들의 자유로운 감성을 이해하는 가장 가까운 친구로서 역할을 해왔다. 패션과 관련하여 팝 스타가 미친 가장 큰 영향은 영 스트리트 패션 유행을 창조하고 유통시키는 패션문화산업의 역군으로 위치를 확보하였다는 점이다.

영 스트리트패션 형성에 미친 팝 스타의 패션 스타일을 연구한 결과는 시대별로 정리하여 <표 2>로 요약하였다. 영 세대들은 기성세대로부터 탈피하고자 다양한 시도를 통해 자신들의 주장을 피력하였고, 특히 풍요의 시기인 1950~60년대에는 전후 베이비 붐 세대들이 성장하여 사회, 경제적 중심을 이루며 새로운 문화를 주도해 나가고 패션에 있어서도 영향력을 미치는 세대로 부각하였다. 이들은 이때를 기점으로 하나의 인격체로

독립하기 시작했으며, 틴에이지(teenager) 문화를 이루었다. 젊은이들이 확고한 위치로 자리하게 된 이 시기의 청소년들은 자신들의 취향에 맞는 독특한 청년문화를 형성하였고, 특히 팝 음악은 이들에게 가장 큰 문화적 영향을 미쳤다. 청소년들에게 팝 스타는 새로운 예술가이자, 연설가이고, 철학자였다. 젊은 세대들은 기존의 전통적인 소통양식에서 그들에게로 관심을 돌렸으며, 팝 스타를 적극적으로 모방하기 시작하였다. 1980년대 MTV의 등장은 팝 스타의 이미지에 영향을 미쳤을 뿐만 아니라 음악과 다양한 영상요소들과의 결합으로 새로운 엔터테인먼트 문화를 만들었다. 그리고 세계 각국 간의 문화개방과 1990년대를 전후한 인터넷의 급속한 확산은 대중문화를 전 세계에서 실시간으로 동시에 공유할 수 있게 만들었으며, 따라서 스타와 패션에 있어서 새로운 글로벌리즘(globalism)이 대두되고 있다.

‘대중문화-팝 스타-패션’의 삼위일체가 만들어진 팝 스타 패션은 영 세대에게 동경의 대상으로 숭고자하는 패션 아이콘이 되었고, 자신들만의 독특한 스타일을 형성하고 자아를 표출하는 안티 패션을 형성하였으며, 성 역할의 해방에 일종의 기준이 되었다. 또한 영 세대의 모방과 동일시 욕구를 만족시키는 코스튬 플레이와 같은 팬덤문화를 정착시켰으며, 스타마케팅을 통한 영 패션산업의 활성화를 가져옴으로써 패션문화 및 산업적으로 의미를 가졌다.

20세기 중반부터 패션과 밀착되어 영향을 미친 팝 스타의 패션은 21세기에는 더욱 밀접한 관계를 유지하며 지속적으로 영 패션 유행을 창조하고 유통시키는 패션문화, 산업의 키워드로서 중요한 의미를 가질 것으로 전망된다. 본 연구는 대상의 선정에 있어 서양스타가 중심이 되었으나, 2000년을 전후하여 동북아를 중심으로 형성된 한류(韓流)열풍은 우리나라 대중문화와 스타의 연계가 얼마나 거대한 문화적, 산업적 창출력을 가지는가를 보여주는 증거로써 이에 대한 연구와 관심이 증대되고 있다. 따라서 이를 전례로 앞으로 우리나라 스타패션에 대한 연구도 활발히 이루어지길 기대한다.

<표 2> 영 스트리트 패션 형성에 미친 팝 스타의 패션스타일

시대	팝스타	패션스타일	대표적인 사례
1950년대	엘비스 프레슬리	로큰롤 스타일	<ul style="list-style-type: none"> • 팝 음악과 패션과의 본격적인 만남의 신호탄 • 부(富)를 상징하는 글리터 룩(glitter look) • 스포티한 감각의 턴 업 셔츠(turn-up shirts) • 남성적 매력을 발산한 D.A. 헤어스타일과 구렛나루 • 엉덩이를 흔들는 선정적인 제스처
1960년대	비틀즈	모즈 스타일	<ul style="list-style-type: none"> • 소년 같은 단정한 스타일의 비틀즈 룩 • 피에르 카르댕(Pierre Cardin) 디자인의 칼라 없는 재킷의 슈트 • 슈트에 터틀넥 스웨터를 받쳐 입는 캐주얼 룩 • 동그랗게 자른 덩수룩한 헤어스타일
	제니스 조플린	히피 스타일	<ul style="list-style-type: none"> • 자유롭고 현란한 야광색의 환각적인 분위기 연출 • 머리에 꽃장식 • 둥근 안경, 페이전트(peasant) 블라우스 • 자유연애, 마약, 집단생활
1970년대	섹스 피스톨즈	핑크 스타일	<ul style="list-style-type: none"> • 마이크로 미니스커트 • 그물망으로 된 셔츠와 스타킹 • 찢거나, 자르거나, 구멍을 낸 청바지 • 금속을 박은 가죽재킷 • 부자연스러운 컬러염색 • 기분 나쁜 짙은 메이크업 • 쇠사슬, 안전핀, 면도날의 액세서리
1980년대	마돈나	보이토이 스타일 코르셋 스타일	<ul style="list-style-type: none"> • MTV 시대에 섹슈얼리티를 성공적으로 이용 • 아하고 어지럽게 부조화를 이룬 비인습적인 코디네이션 • 속옷의 겉옷화를 이룬 장 폴 고티에 디자인의 란제리 룩 • 마돈나 추종세력인 워너비(wanna-be) 그룹 형성
	마이클 잭슨	앤드로지너스 스타일	<ul style="list-style-type: none"> • 인종적, 성적(性的)으로 모호한 이미지 • 컬러풀한 브레이드(braid)와 금단추 장식의 재킷 • 발목까지 오는 짧고 타이트한 바지 • 은빛 양말, 끈없는 로퍼(slip-on loafer) • 젖은 듯한 헤어스타일 • 남성성과 여성성이 절충된 포스트모더니즘
1990년대	퍼프 대디 LL Cool J	힙합 스타일	<ul style="list-style-type: none"> • 제3세계, 소수민족, 흑인문화에 대한 관심 확산 • XXL 사이즈의 커다란 티셔츠 • 두껍고 볼륨감 있는 다운재킷(down jacket) • 바지단이 끌리는 흘러내릴듯한 바지 • 원래보다 큰 사이즈의 운동화 • 후드달린 트레이닝 웨어, 스포티한 점퍼, 모자
	밥 말리	레게 스타일	<ul style="list-style-type: none"> • 아프리카 원주민의 민속복에서 영감을 얻은 모티프나 장신구를 이용한 원시적인 이미지 • 라스타파리안(Rastafarians)의 색인 적색, 황색, 녹색의 사용 • 에스닉한 컬러 • 두건, 전통적인 아프리카식 헤어스타일인 드레드락스(dreadlocks) * 밥 말리는 70년대 활동하였으며, 레게 스타일은 90년대 대중적으로 유행
	스파이스 걸즈	배드 걸 스타일	<ul style="list-style-type: none"> • 강인하고 에너지가 넘치는 건강한 여성상 선호 • 걸 파워를 보여주는 가죽재킷과 닥터 마틴 부츠 • 밀창이 두꺼운 트레이너 신발
2000년대	제니퍼 로페즈 브리튼니 스피어스	섹시 스타일	<ul style="list-style-type: none"> • 과감하고 도발적인 노출패션 • 배꼽이 보이는 티셔츠로 성적 어필 • 탄력있는 엉덩이를 노출시킨 골반에 걸쳐 입는 바지



<그림 1>
화려한 로큰롤 스타일과 남성적인 매력을 발산한 엘비스 프레슬리
<http://allposter.com>



<그림 2>
피에르 카르망의 칼라 없는 슈트를 입은 모즈 스타일의 비틀즈
<http://thebeatles.com>



<그림 3>
히피 스타일을 전파시킨 제니스 조플린 「Fashion of a Decade」



<그림 4>
펑크 스타일의 창시자 섹스 피스톨즈
<http://sexpistols.org>



<그림 5>
성적 모호성의 앤드로지너스 스타일을 선보인 보이 조지
<http://boygeorgekr.w0.to>



<그림 6>
펑키 레이어드 스타일을 선보인 신디 로퍼
<http://search.naver.com>



<그림 7>
남성적인 이미지를 선보인 조지 마이클
<http://georgemichael.com>



<그림 8>
벨벳 재킷과 러플이 달린 블라우스를 입은 프린스
<http://npsmusicclub.com>



<그림 9>
섹시하고 부도덕적 보이토이 스타일의 마돈나
<http://mad-eyes.net>



<그림 10>
<블론드 앰비션 투어(90)> 장 폴 고티에 디자인의 뷁스티에를 입은 마돈나
<http://mad-eyes.net>



<그림 11>
성적, 인종적 모호성으로 포스트모더니즘 이미지를 반영한 마이클 잭슨
<http://mjdatbank.com>



<그림 12>
스포츠 캐주얼의 힙합 스타일을 선보인 힙합 스타 퍼프 대디
<http://p-daddy.com>



<그림 13>
드레드락스 헤어스타일을 선보인 밥 말리
<http://bobmarley.com>



<그림 14>
배드 걸 이미지의 영국 여성밴드 스파이스 걸즈
<http://spicegirlsforever.co.uk>



<그림 15>
과감한 노출로 섹시미를 과시한 제니퍼 로페즈
<http://jeniferlopez.com>



<그림 16>
섹시한 이미지로 워너비 현상을 몰고온 브리트니 스피어스
<http://britney.com>

참고문헌

- 1) 조규화·이희승(2004), “패션미학”, 수확사, p.31
- 2) 허행량(2002), “스타마케팅”, 매일경제신문사, p.151.
- 3) 김창남(2003), “대중문화의 이해”, 한울아카데미, p.286.
- 4) 앞 글, pp.287-288.
- 5) 허행량(2002), pp.131-132.
- 6) 앞 글, pp.148-149.
- 7) Henry Jenkins(1992), “Textual Poachers – Television Fans & Participatory Culture”, New York : Routledge.
- 8) 박동숙·외(1999), “매스미디어와 수용자”, 커뮤니케이션북스, pp.221-222.
- 9) Lisa Lewis(1992), “The Adoring Audience – Fan Culture and Popular Media”, New York : Routledge, pp.30-49. (Fiske. J, "The Culture Economy of Fandom")
- 10) 김창남(2003), p.292.
- 11) Andrew Tuder(1974), “Image and Influence”, London : Allen & Unwin, p.47.
- 12) Richard Dyer(1995), “The Matter of Images – Essay on Representations”, London, New York : Routledge, p.47.
- 13) 조규화·이희승(2004), p.467.
- 14) 앞 글(2004), p.471.
- 15) "Fashion Rock Special Issue – Music+ Fashion+Power+Life", (2004. 10), *Vogue*, p.55.
- 16) Ingrid Loschek(저) · 이재원(역)(2002), “여성들은 다시 가슴을 높이기 시작했다”, 한길아트, p.268.
- 17) 조규화·이희승(2004), p.475.
- 18) Ingrid Loschek(2002), p.365.
- 19) Valarie Steele(1997), “Fifty years of Fashion : New Look to Now”, New Haven : Yale Univ. Press, p.55.
- 20) Yvonne Connikie(1990), “Fashion of a Decade –the 1960s”, London : B. T. Batsford, p.36.
- 21) *Vogue*(2004. 10), p.55.
- 22) Ingrid Loschek(2002), p.404.
- 23) Andrew Tucker & Tamsin Kingswell(저)·김은옥(역)(2003), “패션의 유혹”, 예담, p.101.
- 24) Yvonne Connikie(1990), p.52.
- 25) 조규화·이희승(2004), p.522.
- 26) *Vogue*(2004. 10), p.55.
- 27) Gerda Buxbaum(ed)(1999), “Icons of Fashion – the 20th Century”, Munich & New York : Prestel, p.120.
- 28) 직역하면 ‘사내 장난감’이라는 뜻으로, 나이 든 사람과 관계를 유지하는 성적 매력이 있는 젊은이를 지칭하는 속어.
- 29) Regine & Peter W. Engelmeier(eds)(1997), “Fashion in Film”, New York : Prestel USA, p.16.
- 30) ‘무언가가 되고 싶다’는 영어 ‘want to be’를 연음으로 발음한 말로 1982년 『Newsweek』지가 마돈나의 패션을 따라하는 여성 팬들을 ‘마돈나 워너비’라고 지칭하면서 처음 사용하게 되었다. 이후 이는 자신이 되고 싶어 하는 스타의 패션, 이미지 등을 따르는 사람들을 부르는 말로 그 의미가 확장되었다.
- 31) Christine Gledhill(1999), “Stardom – Industry of Desire”, London : Routledge, p.212.
- 32) 주은화·조규화(1998), “힙합패션에 관한 연구”, *패션비즈니스*, 2(1), p.88.
- 33) Gerda Buxbaum(ed)(1999), p.164.
- 34) “Fashion Superstar”, (2003. 11), *Vogue*, pp.174-175.
- 35) “패션계 흔드는 슈퍼스타”, (2004. 3), *패션비즈*, p.113.
- 36) 주은화·조규화(1998), p.91.
- 37) Ted Polhemus(1997), “Street Style”, London : Thames and Hudson, p.78.
- 38) 김수련·염혜정(2000), “레게패션의 디자인 연구”, *복식*, 50(3), pp.137-138.

- 39) Kate Mulvey & Melissa Richards(1998),
“*Decades of Beauty - The Changing Images of Women 1890s-1990s*”, London
: Phaidon Press Limited, p.190.
- 40) Andrew Tucker & Tamsin Kingswell(2003),
p.41.
- 41) 스타가 출연하는 엔터테인먼트 콘텐츠에 제
품을 간접적으로 노출시키는 방법으로 간접
광고라고도 불림.
-
- (2006년 4월 27일 접수, 2006년 7월 20일 채택)