

## 리더의 스타일에 표현된 패션 폴리틱스 현상이 대중문화에 미치는 영향

김 미 경

숙명여자대학교 숙명리더십개발원 조교수

## The Influence of Popular Culture in the Fashion Politics Phenomenon of Leader

Kim Mikyung

Assistant Professor, Sookmyung Global Leadership Institute, Sookmyung Women's University

### Abstract

The purpose of this study is to examine the influence of popular culture in fashion politics phenomenon of leader. As study methods the literature study concerning fashion phenomenon and nature of popular culture were used for theoretical background and visual data from magazine, news paper, and internet were used for exploratory study. The results of this study are as follows. First, fashion politics phenomenon of leader in fashion merchandising through the marketing strategy is characterized as commercial profit. These characteristics enable the fashion industry and popular culture affect the formation to provide opportunity. Second, the fashion politics phenomenon of leader projected through mass media are the fashion icons and strong role models that are copied by consumers, conformity the popular, set a powerful fashion trend. The conformity by the mechanism of the interaction of the public will contribute to the formation of popular culture. Third, Semiotics symbolism expressed in the fashion politics phenomenon of the leader, the intended message is communicated to the public by creating a positive image. Positive image of the leader of the public support and acceptance is the power to create.

**Key Words** : fashion politics phenomenon(패션 폴리틱스 현상), popular culture(대중문화), commercial(상업성), conformity(동조성), semiotics symbolism(기호적 상징성)

## 1. 서론

다원화된 현대 사회에서 대중매체에 의해 노출된 사회 각 분야 리더의 이미지는 기호학적 상징성의 의미로 대중에게 영향을 미치며 구성원들에게 역할 모델이 되고 있다. 특히 리더의 스타일에 투영된 패션 이미지는 대중에게 문화적 의미와 가치관을 전달하며 개인적 취향과 친밀감, 동일시를 이끌어 내는 사회적 기호로서 대중에게 영향을 미치고 있다. 이러한 측면에서 볼 때 대중과의 소통을 통해 자신의 비전과 가치관을 효과적으로 투영해야 하는 리더에게 있어 복식을 통해 형성된 리더의 이미지는 자신의 가치관과 의도된 메시지를 전달하는 도구이자 구성원들과의 상호작용을 이끌어내는 사회문화적 코드라 할 수 있다.

Kaid & Jonston(2001)은 정치 지도자의 메시지와 이미지가 그들의 태도나 행동에 미치는 영향은 상호 보완적 개념으로 대중은 정치 지도자의 메시지를 처리하는 과정에서 이미지 정보를 종합적 인식의 중요한 매개체로 의존하며 호감과 신뢰를 형성한다고 밝혔다<sup>1)</sup>. 또한 2010년 서울에서 개최된 G20 정상회담에서 한 국가를 대표하는 각국 정상들의 패션 이미지를 통해 대중은 패션을 개인과 집단, 국가의 사회적, 정치적 위상과 철학을 담아내는 메시지로 평가하게 되면서 리더의 패션 폴리틱스 현상의 정치·사회학적 연구에 대한 관심이 높아지게 되었다. 패션 폴리틱스(Fashion Politics)란 패션이 정치적 함의를 지닐 때 지칭하는 용어로 정치적 리더에게 패션은 하나의 정치적 메시지를 전달하는 도구이자 대중과 소통하는 상징적 의사소통의 도구라 할 수 있다. Crane(2000)는 기호의 중첩(semiotic layering)을 통해 패션의 품목들은 다양한 환경으로부터 함축된 의미들을 축적하며 동일한 복장 안에 다른 의미들을 조작할 수 있다고 하였다<sup>2)</sup>. 이러한 의미에서 볼 때 각국의 정상이나 퍼스트레이디 등의 정치 리더들이 공식 석상에서 복식을 통해 자국에 대한 강력한 자부심을 표현하기도 하며 공식 행사의 성격에 따른 복식 스타일과 색상 매치 및 액세서리 같은 보조 아이템을 통해 메시지를 전달하는 패션 이미지 전략은 향후 글로벌 사회에서 강력하고 긍정적인 영향력을

행사해야 하는 리더들에게 중요한 마케팅 전략이다. 또한 사회를 구성하는 대중의 입장에서 볼 때 리더의 패션 폴리틱스 현상에 나타난 이미지는 사회적 가치와 문화적 의미를 해석하는 기호이자 공유된 가치를 통해 새로운 문화적 커뮤니티를 형성하는 기초를 제공하게 된다.

따라서 본 연구는 대중매체를 통해 비춰지는 리더의 스타일 속에 표현된 패션 폴리틱스 현상에 대한 분석을 통해 리더의 이미지를 효과적으로 구축할 수 있는 전략을 제시하고 대중문화의 범주 속에 패션이 갖는 의미와 특성에 대한 고찰을 통해 리더의 스타일이 대중문화에 미치는 영향에 대해 규명하고자 한다. 이러한 연구방향은 향후 리더의 메시지를 전달하는데 있어 비언어적 커뮤니케이션으로서의 패션이라는 아이콘을 보다 전략적으로 활용할 수 있으며 나아가 리더의 이미지를 효과적으로 구축하는 프로세스를 제공할 수 있을 것이다. 또한 리더의 패션 폴리틱스 현상에 함축된 대중문화의 특성에 대한 다각적 접근과 논의를 통해 리더의 스타일에 투영된 내적·외적 가치의 의미를 학문적으로 구축하는 계기를 제공하게 될 것이다.

## 2. 연구내용 및 방법

본 연구는 리더의 패션 폴리틱스 현상에 대한 의미 및 이와 관련된 대중문화 특성과의 관계를 고찰하기 위해 문헌조사 방법을 통해 이론적 모형을 제시하고자 한다. 또한 이론적 모형을 통해 도출된 내용을 바탕으로 리더의 스타일에 표현된 패션 폴리틱스 현상에 대한 사례분석의 탐색적 연구를 진행하고자 한다. 탐색적 연구방법을 통해 리더의 패션 폴리틱스 현상에 나타난 대중문화의 특성과 사회·문화적 의미를 제시하고자 한다. 사례분석의 방법으로는 탐색적 연구로 저널 분석과 관련 기사 검색 방법을 도입하고자 한다. 사례 분석의 대상으로는 세계적으로 권위를 인정받은 전문 저널지 타임(Time)지와 포브스(Forbes), 베니티페어(Vanity Fair), 영국의 데일리 메일(Daily Mail)로부터 2008년부터 2012년까지 최근 5년 동안 '세계에서 가장 영향력 있는 리더' '세계에서 가장 아름다운 여성 정치인' '인터내셔널 베스트 드레서' 등에 선정되어 대중에게 영향력을 끼

친 정치 리더 중 현재 활동 중인 미국의 버락 오바마(Barack Obama) 대통령 부부와 힐러리 클린턴(Hillary Rodham Clinton) 국무부 장관, 영국의 왕세손빈 케이트 미들턴(Kate Middleton) 공작부인을 분석 사례로 선정하였다. 또한 '브로치'라는 장신구의 활용으로 외교적 성과를 이루고 대중에게 장신구의 가치를 전달한 미국의 전 국무장관 매들린 올브라이트(Madeleine Albright)의 사례를 선정하였다.

문헌조사와 사례분석을 통해 진행되는 연구의 내용은 다음과 같다.

첫째, 리더의 스타일에 표현된 패션 폴리틱스 현상이 갖는 의미에 대한 이론적 고찰을 위해 최근 정치·사회분야에서 논의되고 있는 패션 폴리틱스 현상에 대한 의미를 문헌적 조사방법을 통해 정리하고 리더의 이미지를 효과적으로 구축하기 위한 패션의 역할과 유기적 관계성을 이론적으로 논증하고자 한다.

둘째, 리더의 패션 폴리틱스 현상이 대중문화에 미치는 영향을 규명하기 위해 대중문화, 문화 수용 등 패션과 관련된 대중문화의 특성과 의미에 대한 이론적 고찰을 문헌 조사방법을 통해 수행하고자 한다.

셋째, 리더의 스타일에 표현된 패션 폴리틱스 현상에 나타난 대중문화의 특성에 대한 탐색적 분석을 위해 리더의 스타일에 나타난 이미지의 요소 중 정치적 함의의 패션 관련 요인들을 추출하여 이론적 고찰에서 도출된 대중문화의 특성과의 관계를 분석하고자 한다. 탐색적 분석을 통해 정치 지도자의 이미지 전략 수립에 있어 패션 폴리틱스 현상의 실효성과 영향력을 규명하고 패션 폴리틱스 현상의 사회·문화적 의미를 제시하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 패션 폴리틱스 현상의 의미와 상징성

패션 폴리틱스(Fashion Politics)란 패션이 정치적 함의를 지닐 때 지칭하는 용어로 패션은 하나의 정치적 메시지를 전달하는 도구이자 중요한 커뮤니케이션의 매개체 역할을 한다. 현대 정치의 가장 큰

특징 중 하나는 미디어 매체를 통한 이미지 정치에 대한 논의로 이는 이미지를 구성하고 있는 핵심 요소인 패션으로 그 영역이 확대되어 지고 있다. 정치인들은 이미지를 중요한 정치적 자산으로 여기며 스타일을 통해 자신의 사상과 철학을 우회적으로 표현하고 대중과 소통하는 비언어적 수단으로 활용하고 있다. 이러한 의미에서 패션 폴리틱스 현상은 각국의 정상들이 모이는 세계적 정상회담이나 외교방문과 같이 자국의 정치적 성향을 대변하는 상황, 혹은 대선이나 총선 등 개인의 정치적 성향을 대중에게 전달해야 하는 상황에서 패션을 정치적 메시지나 이미지를 전달하기 위한 전략적 수단으로 활용한다.

미국의 패션전문지 하퍼스 바자(Harper's BAZAAR)는 2008년 대선 특집 기사 '패션 정치학'에서 2008년 대선에서 유권자들이 중시하는 것은 무엇일까? 스타일인가 아니면 실체인가?라는 이슈를 제기하면서 정치 후보들의 복식 스타일이 공약 이상으로 유권자들의 관심을 모을 수 있는 전략적 이미지 창출의 도구임을 제시하고 있다<sup>3)</sup>. 버락 오바마 대통령은 취임식 때 미국의 남성복 브랜드 브룩스 브라더스(Brooks Brothers)의 코트와 스카프, 장갑을 착용함으로써 링컨의 정신을 계승한다는 자신의 정치적 철학을 패션으로 대중들에게 인식시켰다. 브룩스 브라더스의 코트는 에이브러햄 링컨 대통령이 취임식 때 입었던 브랜드로 코트 소매의 안쪽에 미국을 상징하는 독수리 문양과 '하나의 국가, 하나의 운명(One Country, One Destiny)'이라는 문구를 새겨 패션 폴리틱스의 의미를 상징적으로 나타내었다<sup>4)</sup>. <그림 1><sup>5)</sup>은 Ford's Theatre에서 링컨이 저격당할 당시 입었던 브룩스 브라더스의 낡은 울 코트를 전시한 전시관의 사진으로 미국국립공원관리청(NPS: National Park Service)은 포드극장의 리모델링 사업과 함께 브룩스 브라더스의 낡은 울 코트를 복원하여 전시하였다. 브룩스 브라더스 브랜드는 미국의 정통 클래식 패션 브랜드로 링컨, 루즈벨트, 케네디 등 미국의 역대 대통령들은 브룩스 브라더스의 의상을 착용함으로써 미국의 전통성 계승이라는 상징성을 패션으로 나타내었다. 오바마 대통령도 취임식 때 브룩스 브라더스의 코트를 착용함으로써 미국 대통령의 정체성을 가시화 시켰다. 패션폴리틱스 현상

은 퍼스트레이디의 의상을 통해서도 전략적으로 활용되고 있다. 미국산 중저가 브랜드와 소수계 디자이너의 옷을 착용하는 미셸 오바마의 스타일은 기존의 퍼스트레이디의 스타일과는 차별된 전략으로 국민적 지지와 애국적 메시지를 전달하려는 의도된 정치적 스타일이라는 평가를 받고 있다. 그녀의 패션에 담겨진 정치적 이미지 전략은 소수계 패션디자이너 고용 등의 멜팅 포트(Melting Pot: 한국을 비롯한 중남미, 아프리카 등 소수계 민족이 총동원 되어 만들어 내는 것) 전략을 통해 소수계의 지지를 얻어내고 미국산 중저가 브랜드의 옷을 착용하고 텔레비전 쇼에 등장함으로써 자국의 상품을 애호하는 친서민적 애국자임을 전달하고자 의도된 패션 폴리틱스 현상으로 볼 수 있다.

프랑스의 대통령 사르코지의 경우 취임식장에서 상업적 이미지의 이태리 명품 브랜드인 프라다의 정장을 착용함으로써 자유시장경제를 대변하는 우파정

권에 우호적인 부르주아 지지자들에게 긍정적 영향을 미쳤다. 그러나 사르코지 대통령의 지속적인 명품 애호가적 패션 폴리틱스 현상은 좌파 정치인들과 대중으로부터 '블링-블링(bling-bling) 대통령'으로 인식되어 정치적 이미지 형성에 부정적 영향을 미치는 계기가 되었다.

패션 속에 담겨진 정치적 함의의 패션 폴리틱스 현상은 매우 폐쇄적인 체제를 유지하고 있는 북한의 정치인들에게서도 강력한 도구로 활용되고 있다. <그림 2><sup>6)</sup>는 북한의 최고 권력자였던 김정일과 국방위 1위원장으로 추대된 김정은의 스타일로 이들은 인민과 함께 한다는 의미를 복식을 통해 대내외적으로 홍보하고 있다. 이들의 패션 폴리틱스 현상은 사회주의 체제의 정치적 이념을 대변해 주고 있는 사례이다. 베네수엘라의 우고 라파엘 차베스 프리아스(Hugo Rafael Chávez Frías) 대통령은 라틴아메리카 독립운동의 영웅인 시몬 볼리바르(Simon Bolívar:



<그림 1> 링컨 전 대통령의 코트 전시관  
- <http://www.welovedc.com>



<그림 2> 김정일(우)과 김정은 국방위 1위원장(좌)  
- <http://news.sbs.co.kr>



<그림 3> 베네수엘라의 우고 라파엘 차베스 프리아스 대통령의 레드 복식  
- <http://www.mtholyoke.edu>

베네수엘라의 독립운동가, 라틴 아메리카의 해방자)에 대한 경외심을 패션으로 승화하여 자신의 정치적 신념을 상징화 하였다. <그림 3><sup>7)</sup>은 차베스 대통령의 대표적인 세 가지 레드 스타일(붉은 베레모 군복, 붉은 넥타이 정장, 붉은 티셔츠 위에 붉은 셔츠 착용)로 시몬 블리바르가 좋아했던 붉은색을 패션으로 동일시한 패션 폴리틱스 현상이다<sup>8)</sup>. 차베스 대통령은 자신의 정치적 신념과 카리스마 리더의 이미지를 패션을 통해 전략적으로 실행하였다.

스타일과 실체가 혼재되는 패션 폴리틱스 현상에 대한 이해는 긍정적 이미지로 대중과 소통해야 하는 리더들에게 있어 매우 중요한 요소로써 이미지 정치에 있어 패션이 갖는 의미와 효과적인 전략수립 방안에 중요한 의미를 제공하게 될 것이다.

## 2. 대중문화의 특성과 패션 폴리틱스 현상

대중문화란 대중사회를 기반으로 수적으로 많은 사람들이 좋아하는 문화로 생활수준의 향상과 교육 보급의 확대, 매스 미디어의 발달은 대중문화 성립의 기반이 되었다. Storey(2006)는 대중문화의 개념을 많은 사람들에 의해 폭넓게 선호되는 민중으로부터 발생된 문화로 대량소비를 위해 생산된 대량문화로 규정하였다<sup>9)</sup>.

대중문화는 'mass culture'와 'popular culture'의 두 가지 의미가 있다. mass culture는 서구 근대사회 성립 이후의 대량생산되는 문화현상을 지칭하는 것으로 엘리트 문화와 차별화된 계급적 의미를 내포하며 popular culture는 오래 전부터 서민대중들 사이에서 유행해온 문화로 가치중립적 의미를 내포한다. 이 두 가지 용어는 대중문화를 보는 서구의 대표적인 시각으로 부정론과 긍정론 혹은 비관론과 낙관론이라 불리는 이론적 입장을 표명하였다. Bourdieu(1989)는 대중문화의 문화적 기호를 이데올로기적 범주로 파악하여 미학적으로 고급문화와 구분되는 계층 간의 차이를 나타내는 문화적 영역으로 정의하였다<sup>10)</sup>. 그러나 포스트모더니즘을 기반으로 하는 현대의 대중문화는 계급을 중심축으로 하는 제반이론에 반대하며 계급적 축 이외에 성, 환경, 지역 문제 등 사회적 모순들이 동시 다발적으로 발생한다는데 초점을 두고 있다. 오늘날의 대중문화는

mass culture와 popular culture가 혼재된 포괄적 개념으로 그 시대의 가장 보편적이고 일반적인 문화 형태로서 대중의 사회적 영역을 포괄하는 대중사회에 대한 가치판단을 전제로 하고 있다. 즉, 현대사회의 대중문화에 대한 인식은 매스미디어를 중심으로 대중의 집단행동과 사회와의 역학적 관계를 통해 형성된다고 볼 수 있다.

대중문화 탄생의 역사적 배경은 보편적으로 프랑스 혁명을 전후하여 산업화를 통한 대중의 출현을 기점으로 보고 있다. 대중문화에 대한 이론적 연구는 18세기 영국을 중심으로 전통과 인간성의 몰락을 초래했다는 비판론을 시작으로 인문학적 관점에서의 대중문화에 대한 이론이 정립되어 오다가 1950년대 미국을 중심으로 대중매체를 변인으로 한 사회학적 접근이 활발하게 논의되면서 오늘날의 대중문화이론을 형성하게 되었다. 20세기 매스 미디어의 발달은 대중문화 형성에 중요한 변인으로 대중문화의 다양한 기능을 제공하는 계기가 되었다.

박기성(1992)은 문화를 수용하는 대상이나 추구하는 가치, 형식, 내용, 매체, 사회적 결과에 따라 대중문화와 엘리트 문화가 차이가 난다고 주장하였다<sup>11)</sup>. 그는 대중문화의 특징은 실용적이고 직접적이며 감각적, 선동적 형식으로 매스 미디어를 통해 비선택적으로 대중에게 수용되며 인기와 물질적 보상 등의 상업적 특성과 사회적 동조현상을 일으킨다고 하였다.

대중문화의 특성에 대한 논의는 대중성, 획일성, 다양성, 이데올로기적 특성 등 다양한 관점에서 이루어 질 수 있으나 본 연구에서는 패션 폴리틱스 현상 속에 나타난 대중문화의 특성으로 상업성, 동조성, 기호학적 상징성에 대해 논의하고자 한다.

### 1) 상업성

대중문화의 상업성은 대중문화가 상품화 되어 이윤을 추구하는 특성으로 정보통신의 발달과 대중문화 산업의 활성화로 인한 고부가가치 상품으로서의 기능은 대중문화의 상업적 특성의 저변을 확대시키는 계기가 되고 있다. 김창남(1998)은 대중문화가 상품화를 통해 다수의 불특정 소비자를 대상으로 생산과정에서 최대의 이윤을 추구하며 사회적 영향을

통제하는 경제적, 정치적 논리가 작용하게 된다고 하였다<sup>12)</sup>. 특히 대중문화는 소수에 의해 선택된 엘리트 문화나 귀족문화와 달리 익명의 다수에 의해 형성되는 문화로서 이윤창출을 목표로 하는 소비시장의 경제논리와 부합된다는 측면에서 볼 때 대중문화가 갖는 상업적 특성의 의미는 더욱 중요해 지고 있다. 패션현상 속에 나타난 대중문화의 상업적 특성은 패션이 소비적 재화로서 유행을 통해 대중에게 변화를 추구하며 끊임없이 소비하게 하는 소비문화 상품으로서의 기능을 통해 그 역할을 설명할 수 있다. 패션 마케팅의 한 형태인 스타 마케팅 전략은 대중의 과시적 소비성향을 자극하여 상품을 소비하게 하고 사회적 영향력을 통해 이윤을 창출한다는 측면에서 대중문화의 상업적 특성을 전략적으로 활용한 사례이다. 이러한 측면에서 패션업계는 패션 폴리틱스 현상을 통해 대중문화의 상업적 특성을 전략적으로 활용하고 있다. 패션업계가 정치인들과 결연한 전략적인 패션 폴리틱스 현상은 브랜드 홍보에 있어 그 효과가 매우 가시적으로 나타난다. 미국의 한 패션 관계자는 인터넷 매체를 통해 "미셸 오바마(Michelle Obama)가 특정 브랜드의 옷을 입고 대중 앞에 등장하면 그 옷을 만든 회사는 1,000만 달러가 넘는 효과가 있다"고 기록하였다<sup>13)</sup>. 미국의 유명디자이너인 마크 제이콥스(Marc Jacobs), 토리 버치(Tory Burch), 랄프 로렌(Ralph Lauren) 등이 오바마 대통령의 대선 캠프를 지지하며 적극적인 기부와 후원을 하는 현상은 패션 폴리틱스 현상 속에 나타난 상업적 효과를 얻기 위함이다. 미국판 보그 편집장인 안나 윈투어(Anna Wintour)는 오바마 대통령의 재선을 위해 수십만 달러를 모금하는 등 브랜드 홍보를 위한 패션업계의 정치적 후원은 지속되고 있다. 데릭 데이 기업컨설팅 전문가가 "오늘날 대중들은 특정 이슈나 정치적 현안에 대해 패션 브랜드가 목소리를 내기를 기대 한다."고 매체에서 밝힌 내용<sup>14)</sup>은 정치와 패션 브랜드의 전략적 제휴가 갖는 상업적 의미를 나타낸다. 패션 브랜드가 어떤 정치인을 지지하느냐에 따라 브랜드의 이미지가 결정되며 성공한 정치인이 어떤 브랜드의 옷을 입었는지에 따라 그 브랜드는 대중에게 홍보되어 상업적으로 이윤을 창출시키는 계기를 제공하게 된다.

## 2) 동조성

대중문화의 특성 중 동조성은 대중의 사회적 행위의 한 형태로 개인이 속한 집단으로부터 인정을 받고 싶은 사회심리적 현상이다. 대중사회에서의 동조 현상은 외모로부터 기인되며 지배적인 사회규범과 외모에 대한 규범은 응중, 동일시, 내면화를 통해 일어나게 된다. 본 연구에서는 대중문화에 나타난 의복의 동조현상으로 동일시와 내면화에 대해 살펴보고자 한다. 동일시(identification)는 개인이 자신에게 영향을 주는 사람과 동질감을 느끼려는 욕구에서 발생하는 것으로 패션현상 속에 나타난 동일시는 외형적 단서를 통해 그들과 비슷한 태도와 가치를 표현함으로써 지지와 인정을 받기위한 현상이다. 내면화(internalization)는 특정집단에 의해 자신의 신념이나 태도를 실제로 바꾸는 개인적수용의 형태로 동일시보다 지속적이다<sup>15)</sup>. 패션 폴리틱스 현상으로써 정치인은 대중의 지지를 얻기 위해 상황에 따라 대중과 같은 의복을 착용함으로써 대중과 소통하는 비언어적 커뮤니케이션의 도구로 동조적 행동을 통해 내면적 가치를 공유한다. 또한 대중이 정치인의 스타일을 모방하는 동조적 현상도 같은 맥락으로 설명할 수 있다. 김영삼(2006)은 패션 아이콘의 이미지는 다양한 계층의 대중에게 소속감을 부여하는 사회화의 주도적 대행자로서 영향력이 있다고 주장하였다<sup>16)</sup>. 이러한 사회화 기능으로서의 동조현상은 유행 발생의 동기가 되며 셀러브리티(Celebrity: 사회 구성원들에게 공적 인지도가 높은 유명인)는 트렌드 세터(Trend setter: 소비자의 욕구나 니즈를 민감하게 파악하고 다음 시대의 동향이나 패션 경향을 제시하고 리드하는 사람)의 역할을 하며 대중의 지지를 통해 당대의 대중문화를 주도하는 개체가 된다. 셀러브리티는 대중의 동경과 열망의 대상으로 대중은 동조적 모방을 통해 외형적 동일시 뿐 아니라 내재적 가치를 공유한다. 따라서 트렌드 세터로서의 정치 셀러브리티의 영향력은 사회 문화적 메커니즘을 주도한다는 측면에서 그 의미가 매우 크다고 할 수 있다. DeJean(2006)<sup>17)</sup>은 첨단 하이패션의 메커니즘이 루이 14세(Louis XIV)의 집정기 때 등장했다며 루이 14세를 최초의 트렌드 세터 왕으로 지목했다. 그는 17세기 프랑스 최고의 화려함과 스타일

을 추구했던 루이 14세의 첨단 스타일이 있었기에 지금의 프랑스 문화가 존재하며 그것을 모방한 유럽의 문화가 탄생되었다고 주장하였다. 실질적으로 왕정시대의 왕과 귀족들이 착용한 의복이나 장신구, 신발, 머리모양 등의 스타일은 하향 계층에 의해 모방되면서 빠른 속도로 대중에게 전파되며 유럽 문화를 선도해 나갔다. 당대의 대표적인 트렌드 세터로서 대중문화 형성에 영향을 미친 정치 셀러브리티는 16세기 엘리자베스 1세(Elizabeth I) 여왕을 비롯하여 18세기 마리 앙투아네트(Marie Antoinette), 19세기 조세핀 보나파르트(Josephine de Beauharnais) 등을 들 수 있다. 엘리자베스 1세 여왕의 정치적 권위를 상징하는 거창한 부채꼴 모양의 러프 칼라는 퀸 엘리자베스 칼라로 칭하며 1620년경까지 유럽 복식 문화의 한 양상으로 대중들에게 유행되었다. 현대 대중문화 형성에 영향을 미친 대표적인 정치 셀러브리티는 재클린 케네디(Jacqueline Kennedy), 힐러리 클린턴(Hillary Clinton), 미셸 오바마(Michelle Obama), 카를라 브루니(Carla Bruni) 등의 퍼스트레이디를 비롯하여 영국의 전 왕세자비 다이애나 스펜서(Diana Spencer)와 케이트 미들턴(Kate Middleton) 케임브리지 공작부인 등을 들 수 있다.

### 3) 기호적 상징성

대중은 문화를 형성하는데 있어 기호화된 체계를 통해 문화에 내재된 의미와 사회적 가치체계를 수용하며 대중문화를 형성하게 된다. 기호는 의미의 단위로 대중문화에 담긴 의미를 대중에게 전달하는 상징성을 갖고 있다. Barthes(1977)<sup>18)</sup>는 대중문화를 하나의 기호로서 의미가 소통되어야 하는 언어로 취급하였다. 기호는 의미를 전달하는 말, 음악, 이미지를 통칭하는 용어로(Hall, 1997)<sup>19)</sup> 표현의 기표(signifier)와 개념적 의미의 기의(signified)가 결합되어 의미의 기능과 커뮤니케이션의 기능을 내포하고 있다(Eco, 1979)<sup>20)</sup>. Barthes(1977)<sup>21)</sup>는 기호학자 소쉬르(F. Saussure)가 의복을 옷이라는 기표적 상징성과 ‘활동적인’ ‘권위적인’ 등의 느낌을 전하는 기의의 개념이 포괄된 기호로 본 관점을 외연과 내연의 개념으로 확장하여 보여주는 외연 뿐 아니라 내연에 함축된 사회적 의미와 가치체계 등 시사적 상

징성을 포함한다고 하였다. Sturken & Cartwright(2001)<sup>22)</sup>은 사뵐 패션이 계급적 지위와 전통을 내연으로 전하는 반면, 조르지오 아르마니(Giorgio Armani)는 활동성과 양성적인 성적 지위를 의미하는 기호적 상징성을 내포함으로써 소비자들은 구매를 통해 이러한 속성을 느낄 수 있다고 하였다. 따라서 기호화된 의복은 문화적 의미와 연결되면서 사회적 가치체계 등을 포함하며 대중과 소통하는 커뮤니케이션의 기능을 수행해 나간다. 이러한 측면에서 볼 때 리더의 스타일에 나타난 패션 폴리틱스 현상은 시각적 이미지의 형태로 매스 미디어를 통해 대중에게 전달되며 대중문화의 의미를 전달하는 기호적 상징성의 의미를 지닌다고 볼 수 있다. Peirce는 기호의 유형을 아이콘, 지표, 상징으로 구분하고 이들은 서로 유기적 관계를 가지며 시각적 기호는 아이콘인 동시에 상징적 의미를 가진다고 보았다. 이는 의복이라는 개체가 대중문화를 이해하는 아이콘이며 사회·문화적 상징성의 의미를 내포하는 시각적 기호임을 설명해주고 있다<sup>23)</sup>.

Fiske(1989)는 대중문화 수요자의 생산성에 대한 논의에서 문화 상품의 기호학적 생산성은 수용자들에게 사회적 정체성과 체험의 의미를 발생시킨다고 하였다<sup>24)</sup>. Fiske의 기호학적 생산성의 논리는 정치리더의 패션 폴리틱스 현상에 나타난 그들의 스타일에 기호적 상징성의 의미를 부여하고 이미지를 재창조하여 수용자들의 참여를 유도함으로써 사회문화적 대중화를 형성한다는 주장의 근거가 되고 있다. 따라서 정치리더의 패션 폴리틱스 현상은 매스 미디어의 광범위한 전파성과 신속한 정보전달의 특성을 통해 대중의 의도된 이미지를 기호적 상징성으로 대중에게 제공함으로써 우호적인 여론을 형성하는 동기를 제공하게 된다. 또한 대중은 리더의 패션 폴리틱스 현상 속에 나타난 정치적 메시지에 동조하거나 비판하며 자신의 정치적 성향을 대중매체를 통해 우회적으로 표출하는 도구로 활용하기도 한다. 김영삼(2006)은 패션 아이콘의 이미지를 대중은 대중매체의 텍스트를 통해 문화적으로 공유된 의미로 받아들이고 개성 있게 재창조함으로써 문화 자본을 창출한다고 하였다<sup>25)</sup>. 이러한 관점에서 볼 때 정치 리더의 패션 폴리틱스 스타일은 매스 미디어를 통해 기호적

상징으로 전환하여 의도된 이미지를 대중에게 전달함으로써 대중과 상호 보완적인 관계를 형성하며 대중의 지지와 수용을 유도하게 된다. 각국의 정상과 영부인 및 고위급 정치인들이 착용한 의복은 여론의 관심을 받으며 기호의 내연적 해석을 통해 의도된 정치적 이미지를 대중에게 신속하고 광범위하게 확산시킴으로써 문화의 다차원적 부분들을 유기적으로 연결하여 공유된 문화를 창출하는 기능을 수행한다. 따라서 리더의 스타일에 표현된 패션 폴리틱스 현상은 의복에 나타난 기호적 해석을 통해 그 사회가 추구하는 사회적 가치와 문화적 현상을 해석하고 조명할 수 있는 상징성을 함축하고 있다.

### III. 리더의 패션 폴리틱스 현상 사례분석

#### 1. 사례분석 방법 및 대상

본 연구에서는 리더의 패션 폴리틱스 현상이 대중문화에 미치는 영향에 대한 실증적 분석을 위해 이론적 연구에서 제시한 대중문화의 특성을 중심으로 사례분석을 실시하였다. 리더의 패션 폴리틱스 현상에 나타난 대중문화의 특성 중 상업성, 동조성, 기호적 상징성에 대한 사례분석의 내용은 다음과 같다. 첫째, 대중문화의 상업적 특성은 리더의 패션 폴리틱스 현상을 매개로 진행되는 패션 브랜드의 마케팅적 측면과 리더의 복식 스타일이 대중에게 미치는 상업적 효과에 대해 분석하였다. 둘째, 대중문화의 동조적 특성은 리더의 패션 폴리틱스 현상이 대중에게 전파되는 과정에서 트렌드 세터로서의 역할을 통해 유행을 창출하며 이에 대한 대중들의 동조적 현상을 분석하였다. 셋째, 대중문화의 기호적 상징성은 리더의 패션 폴리틱스 현상이 매스 미디어를 통해 대중에게 전달된 정치적 메시지의 상징성과 비언어적 커뮤니케이션 도구로서의 기능을 통해 대중에게 전달된 긍정적 이미지의 효과를 분석하였다. 자료 분석의 방법으로는 ProQuest 데이터베이스를 이용한 저널 분석과 인터넷 기사 검색 방법을 통해 정치 리더의 패션 관련 내용을 분석하였다. 분석 대

상으로는 현재 세계적으로 영향력 있는 미국의 패션 라이프전문지 베니티페어(Vanity Fair)의 '인터내셔널 베니티페어 베스트 드레서' 부문에서 3년 연속 '인터내셔널 베스트 드레서'로 선정된 영국의 왕세손빈 케이트 미들턴과 '커플 베스트 드레서'로 선정된 미국의 버락 오바마 대통령 부부의 사례를 분석하였다. 또한 미국의 타임(Time)지와 포보스(Forbos)지가 선정한 '세계에서 가장 영향력 있는 여성 100인', 영국의 대중지 데일리메일(Daily Mail)이 선정한 '세계에서 가장 아름다운 50인 여성 정치인'에 선정된 미국의 전 퍼스트레이디였으며 현재 미국 국무부 장관인 힐러리 클린턴과 1997년부터 2001년까지 미국 국무부 장관을 역임하면서 브로치 외교로 외교적 성과를 이룩하며 대외적 영향력을 행사한 매들린 올브라이트를 분석 대상으로 선정하였다.

#### 2. 리더의 패션 폴리틱스 현상과 대중문화의 특성 분석

##### 1) 패션 폴리틱스 현상과 상업성

리더의 패션 폴리틱스 현상 속에 나타난 대중문화의 상업적 특성은 패션 브랜드의 정치후원을 통한 브랜드 홍보 전략과 판매를 통한 이윤창출의 사례를 통해 그 의미를 살펴볼 수 있다. <그림 4><sup>26)</sup>는 미국의 44대 대통령 취임식 때 퍼스트레이디 미셸 오바마가 입은 디자이너 제이슨 우(Jason Wu)의 화이트 비드 드레스이다. 소수계 디자이너인 제이슨 우의 드레스를 선택한 미셸 오바마의 패션 폴리틱스 현상은 무명의 제이슨 우에게 국제적 명성과 이윤을 창출시키는 계기를 제공하였다. <그림 5><sup>27)</sup>는 버락 오바마가 제 44대 미국 대통령으로 취임하기 바로 직전인 2008년 10월에 미셸 오바마가 미국의 대중적 브랜드인 제이크루(J. Crew)의 노란색 가디건을 입고 NBC 토크 프로그램에 출연한 모습으로 일명 '제이크루의 사건'이라고 까지 불리우며 폭발적인 반응을 일으켰다. 각종 미디어 매체들은 기존의 퍼스트레이디와 다른 미셸 오바마의 서민적 패션 이미지를 통해 사장되어가는 미국 리테일 시장을 살리기 위한 솔선수범의 행태로 칭송하였다. 정치 후원을 통한 패션 브랜드의 마케팅 홍보전략으로 마이클 코어스



(Michael Kors) 95,000 달러, 랄프 로렌(Ralph Lauren) 4만 달러, 오스카 드 라렌타(Oscar de la Renta) 3만 달러, 마크 제이콥스(Marc Jacobs) 2,300 달러, 도나 카란(Donna Karan) 2,000 달러 등의 후원금을 버락 오바마 캠프에 꾸준히 기부 하며 브랜드 홍보를 해오고 있다<sup>28)</sup>. 케이트 미들턴은 영국의 왕세손빈이 되면서 그녀가 입는 옷들은 품절 현상을 나타내며 상업적 효과를 나타내었다. <그림 6><sup>29)</sup>은 케이트 미들턴이 결혼 전 생일 때 입었던 영국의 중저가 브랜드 톱숍(Topshop)의 40파운드(약 7만원) 드레스이다. 사진이 공개되자 톱숍의 드레스는 전국매장에서 하루 만에 품절 되었으며 온라인 매장에서 매진되며 세계적인 체인망을 구축하

는 성과를 이루었다. <그림 7><sup>30)</sup>은 케이트 미들턴이 신혼여행에서 돌아올 때 입었던 자라(ZARA)의 50파운드(약 9만원) 블루 드레스와 2012년 게리 발로우(Gary Barlow) 자선공연에서 입었던 67파운드(약 12만원) 툴립 드레스로 언론에 노출되면서 품절되는 현상을 나타냈다. 케이트 미들턴은 자국의 브랜드를 애용함으로써 영국 패션산업의 활성화에도 영향을 미쳤다. <그림 8><sup>31)</sup>의 왼쪽 사진은 2010년 약혼식 이후 입었던 자국 브랜드 레이즈(Reiss)의 159파운드(약 28만원) 드레스이며 오른쪽 사진은 2011년 미셸 오바마가 영국을 방문했을 때 입었던 레이즈의 175파운드(약 30만원) 드레스로 언론의 호평을 받으면서 온라인 주문이 폭주되어 사이트가 마비되는 현



**<그림 4> 디자이너 제이슨 우와  
미셸 오바마 드레스**

-<http://blog.naver.com/PostView>



**<그림 5> 제이크루 가디건**

- <http://sports.donga.com>



**<그림 6> 미들턴이 입은 톱숍 드레스**

-<http://www.ukopia.com/ukoLife>



**<그림 7> 자라 원피스를 입은 미들턴**

-<http://cafe.daum.net>

상을 나타내었다. <그림 9><sup>32)</sup>의 사진은 케이트 미들턴이 약혼식 때 입었던 이사런던 (Issa London)의 399파운드(약 72만원) 블루 드레스로 화제가 되면서 당일 품절 되며 이사는 45%의 매출 인상을 기록하였다. 케이트 미들턴의 효과는 소규모 디자이너 브랜드였던 이사(Issa)와 수석 디자이너 다니엘라 이사 헬라이엘(Daniella Issa Helayel)을 유명디자이너로 부각시키는 결과를 가져왔으며 테스코(Tesco)는 케이트 드레스와 유사한 영가드레스를 제작하여 대중 소비자에게 보급함으로써 케이트 미들턴 패션의 대중화에 기여하였다. 케이트 미들턴은 영국의 왕세손빈이 되면서 정치 셀러브리티로 대중의 인기를 얻으며 그녀가 입는 모든 스타일과 브랜드는 판매가 급증하는 '미들턴 효과'를 나타내었으며 자국의 패션 브랜드를 세계적으로 홍보하면서 브랜드 가치를 상승시키는 상업적 이윤창출에 기여하였다.

2) 패션 폴리틱스 현상과 동조성

패션 폴리틱스 현상 속에 나타난 대중문화의 동조적 특성은 대중의 지지와 유행을 창조시킨 정치 셀러브리티로 힐러리 클린턴과 케이트 미들턴의 사례를 분석하였다. 그들은 패션을 통해 균형감과 유연함으로 대중과 소통하며 대중의 롤 모델로서의 역할을 이루어냈으며 대중들은 그들을 통해 계층적 동조 현상을 나타내었다.

힐러리 클린턴은 영국의 대중지 데일리메일이 선정한 '세계에서 가장 아름다운 50인 여성 정치인'과

타임(Time)지와 포브스(Forbes)지가 선정한 '세계에서 가장 영향력 있는 리더 100인'에 선정되었으며 케이트 미들턴은 패션계에서 가장 영향력 있는 베니티페어(Vanity Fair)의 '인터내셔널 베스트 드레서'로 3년 연속 1위에 선정되며 패션 아이콘으로서 대중패션에 영향을 미쳤다. 힐러리 클린턴이 퍼스트레이디 당시 입었던 샌존(St. John)의 슈트와 오스카 드 라 렌타(Oscar de la Renta)의 드레스는 워너비(wanna be: '~가 되고 싶다'는 의미로 셀러브리티의 스타일을 모방하는 현상) 아이템으로 대중은 그녀가 입은 품격 있는 드레스를 착용함으로써 계층적 동조 현상을 나타내었다. <그림 10><sup>33)</sup>은 퍼스트레이디 힐러리 클린턴이 1998년 보그지의 표지 모델과 빌 클린턴의 대통령 재임 시 오스카 드 라 렌타의 드레스를 입은 모습이다. 오스카 드 라 렌타의 드레스는 미국 영부인들이 즐겨 입는 드레스로 낸시 레이건(Nancy Regan), 바버라 부시(Babara Pierce Bush), 힐러리 클린턴(Hillary Rodham Clinton), 로라 부시(Laura Bush) 등이 착용하면서 '퍼스트레이디 드레스'로 명명되며 상류사회를 지향하는 국내·외 연예인들에 의해 동조적 현상을 나타내고 있다. <그림 11><sup>34)</sup>은 2006년 오스카 드 라 렌타의 드레스를 착용한 로라 부시와 해리포터의 시사회에서 오스카 드 렌타의 튜브 톱 드레스를 착용한 영화배우 엠마 왓슨(Emma Watson)의 모습이다. 오스카 드 라 렌타의 드레스는 미국의 퍼스트레이디 드레스라는 명성으로 대중에게 인식되면서 케이티 홀즈(Katie Holmes), 니콜



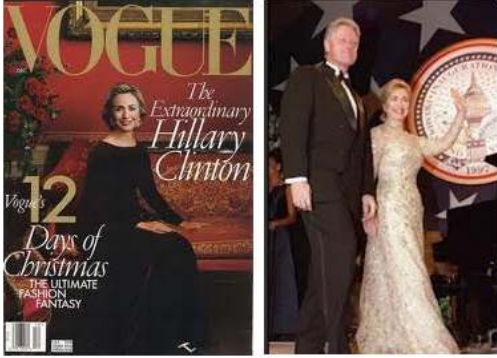
<그림 8> 레이즈 드레스를 입은 미들턴

-<http://cafe.daum.net>



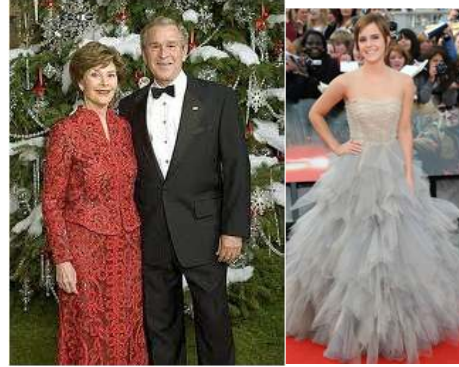
<그림 9> 이사 드레스와 케이트 드레스

-<http://www.globalwindow.org>



<그림 10> 힐러리 클린턴의 드레스

-<http://www.vogue.com>



<그림 11>로라 부시와 엠마 왓슨의 드레스

-[blog.naver.com](http://blog.naver.com)



<그림 12> 힐러리 클린턴의 티셔츠

-<http://magazine.jungle.co.kr>

키드만(Nicole Kidman), 사라 제시카 파커(Sarah Jessica Parker) 등 상류사회를 지향하는 연예인들의 드레스 코드로 정착되면서 계층적 동조현상을 구축하였으며, 국내에서는 송윤아, 고소영 등이 웨딩드레스로 착용하면서 상류사회에 대한 동조적 현상의 워너비 드레스로 유명하다.

힐러리 클린턴은 상류계층의 계층적 동조현상 뿐 아니라 대중에게 소속감을 부여하는 사회화 기능으로서의 동조현상을 의복을 통해 활용 하였다.

<그림 12><sup>35)</sup>는 마크 제콧스(Marc Jacobs)가 제작한 힐러리 클린턴의 티셔츠로 그녀를 동조하는 대중들은 힐러리 클린턴의 티셔츠를 착용함으로써 그

녀와의 외형적 동일시 뿐 아니라 내재적 가치를 공유하는 동조현상을 보여주었다. 이는 외형적 단서를 통해 자신이 지지하는 리더나 집단의 지지와 인정을 받기위한 태도로써 동일시(identification)에 대한 이론적 내용을 지지해 준 사례이다.

영국의 왕세손빈 케이트 미들턴의 패션 폴리틱스 현상은 왕실의 정체성을 나타내는 스타일과 대중이 선호하는 대중 브랜드의 아이템이 혼재된 스타일로 대중의 관심과 모방을 이끌어 내는 동조적 특성이 잘 나타나 있다. 케이트 미들턴은 2010년 윌리엄(The Prince William)왕자와의 결혼 발표 때 고인이 된 다이애나비가 1981년 찰스 왕자(The Prince Charles)와의 약혼발표회 때 입은 드레스와 같은 계열의 로열블루 드레스를 착용하여 로열패밀리의 기품을 드러냈다. 다이애나비의 유품인 18캐럿 블루 사파이어 약혼반지와 블루 드레스를 입은 미들턴의 모습은 다이애나비와의 외면적 동일시를 통한 왕가의 정체성을 보여준 패션 폴리틱스 현상이다. <그림 13><sup>36)</sup>은 블루 드레스와 블루 사파이어 반지를 착용한 고인이 된 전 왕세자비 다이애나의 약혼식 사진과 케이트 미들턴의 결혼 발표 사진이다. 케이트 미들턴의 고 다이애나비에 대한 동조성은 의상 뿐 아니라 모자 착용과 메이크업 등에서도 나타나고 있다. <그림 14><sup>37)</sup>는 고 다이애나비와 유사한 스타일(의상, 모자, 메이크업)을 보여주고 있는 케이트 미들턴의 모습이다. 그녀가 즐겨 쓰는 실비아 플레처

(Sylvia Fletcher), 제인 코코벳(Jane Corbett) 등의 모자는 대중에 의해 모방되며 모자 착용의 대중화와 모자 브랜드의 대중적 인지도를 확장하는 계기가 되었다.

케이트 미들턴의 스타일은 기존 왕실의 의복행동 규범과는 다른 대중이 선호하는 브랜드의 옷을 선택한다는 측면에서 왕실 스타일을 대중이 모방할 수 있는 동기를 제공하고 있으며 계층적 동조현상과 함께 왕실 복식의 대중화를 형성하는 계기를 제공하고 있다. <그림 15><sup>38)</sup>의 왼쪽의 사진은 마돈나(Madonna)가 착용한 스틸라 맥카트니(Stella McCartney)의 옷을 착용한 모습이며 오른쪽의 사진은 가십걸(Gossip Girl)로 유명한 레이튼 미스터(Leighton Meester)가 착용한 제니 팩햄(Jenny Packham)의 드레스를 착용한 모습이다. 케이트 미

들턴은 할리우드 스타가 착용한 옷을 착용함으로써 대중과 함께하는 동조적 의복 행동을 나타내고 있다. <그림 16><sup>39)</sup>은 케이트 미들턴이 각종 행사 때 입었던 의복 아이템으로 언론에 노출된 당일 날 모두 품절되며 대중적 동조현상을 나타낸 사례이다. 왼쪽 사진은 2011년 미들턴이 북아일랜드 방문 시 입었던 영국의 명품 브랜드 버버리사의 650파운드(약 130만원) 트렌치코트로 미들턴이 입었다는 이유로 모든 사이즈가 품절 되었으며 대형마트에서 판매한 저가의 모조품까지 품절 되는 동조현상을 보였다. 가운데 사진은 세인트 앤드류 대학 캠퍼스 방문 시 착용한 이탈리아 브랜드 루이사 스파그놀리(Luisa Spagnoli) 스커트 수트로 재킷은 335파운드(약 60만 원), 스커트는 160파운드(약 28만 원)로 합이 495파운드(약 88만 원)에 달하는 고가의 정장



<그림 13> 고 다이애나비의 약혼식과  
케이트 미들턴의 결혼 발표식 의상  
-<http://blog.naver.com/PostView>



<그림 14> 고 다이애나비와 케이트 미들턴  
-<http://blog.britishcouncil.or.kr>



<그림 15> 할리우드 스타와 같은 옷을 착용한  
케이트 미들턴 -<http://www.segye.com>



<그림 16> 대중 브랜드의 옷을 착용한  
케이트 미들턴 -<http://blog.naver.com>



<그림 17> 성조기+독수리, 비둘기 브로치

-<http://memolog.blog.naver.com>



<그림 18> 뱀 브로치

-<http://www.gemgem.co.kr>

임에도 불구하고 하루 만에 매진돼 100벌의 추가 주문 생산되었다. 오른쪽 사진은 결혼식 하객으로 참석할 당시 입은 310파운드(약 55만 원)의 코트로 사진이 공개되고 몇 시간 안에 품절 되었으며 웨이팅 리스트에만도 수 백명의 명단이 올라 있었다. 케이트 미들턴이 착용하는 구두, 액세서리, 핸드백, 모자 등 그녀의 모든 스타일은 대중에 의해 모방되고 유행되어지면서 집단적 소속감을 부여하는 사회문화적 메커니즘 현상을 나타내고 있다.

### 3) 패션 폴리틱스 현상과 기호적 상징성

리더의 패션 폴리틱스 현상 속에 나타난 기호적 상징성은 정치 리더가 대중과 소통하며 긍정적 이미지를 창출하는 비언어적 커뮤니케이션의 수단으로 강력한 영향력을 미치고 있다. 의복의 기호적 상징성으로 이미지 전략에 성공한 사례로는 '브로치'라는 액세서리로 이미지 정치에 성공한 매들린 울브라이트 전 국무장관과 의복 기호를 통해 정치적 메시지를 대중에게 전달하며 대중과 소통하는 미국의 대통령 버락 오바마와 퍼스트레이디 미셸 오바마의 패션 폴리틱스 현상을 분석하였다.

미국의 매들린 울브라이트 전 국무장관은 '브로치 외교'로 외교석상에서 자신의 메시지를 담은 브로치를 통해 좋은 외교적 성과를 보이며 긍정적 이미지 효과를 창출한 여성 정치인이다. 울브라이트가 소장한 브로치는 200여개에 이르며 상황에 따라 메시지가 담긴 브로치를 착용함으로써 정치적 함의를 브로치를 통해 전략적으로 활용한 인물로 평가된다. 그녀는 정치적 입장으로 공식행사 참여시에는 고취된

애국심을 상징하기 위해서 성조기와 독수리 브로치를 활용했으며 중동 문제 회의에 참석할 때는 평화의 의미인 비둘기 브로치를 착용했다<그림 17><sup>40)</sup>. 1994년 유엔 안전보장이사회에 참석했을 때는 사담 후세인(Saddam Hussein) 이라크 정부가 그녀를 뱀이라고 부른 것에 항의하는 뜻으로 뱀 모양의 브로치를 착용했다<그림 18><sup>41)</sup>. <그림 19><sup>42)</sup>는 2000년 한국을 방문했을 때 착용한 햇살 모양의 브로치이다. 울브라이트 전 국무장관은 정치와 이미지 시각의 접점에 기호적 상징성의 의미를 햇살 모양의 브로치에 담아 김대중 대통령의 햇볕정책을 지지한다는 메시지를 전달하였다.



<그림 19> 햇살 브로치

-<http://cplace.chosun.com>

미국의 대통령 버락 오바마와 퍼스트레이드 미셸 오바마의 패션 폴리틱스 현상은 고급 브랜드와 대중적 브랜드의 적절한 조합을 통한 균형감과 소수 민족에 대한 관심이 담겨진 스타일로 기존 정치와는 차별화된 이미지를 상징적으로 보여주고 있다. 베니트페어는 2011년 세계 베스트 드레서 선정에서 고급 디자이너의 옷과 저렴한 대중 브랜드의 옷을 교차하여 착용하는 미셸 오바마의 패션 감각을 높이

평가하여 5년(2008년 ~ 2012년) 연속 '세계 베스트 드레서'로 선정하였다. 특별히 2011년에는 버락 오바마 대통령을 '커플 베스트 드레서'로 함께 선정하였다. 이러한 오바마 대통령과 퍼스트레이디 미셸 오바마의 스타일에 대한 매스 미디어의 긍정적 평가는 대중에게 큰 영향력을 미치고 있다. <그림 20><sup>43)</sup>은 대통령 취임식 전날 열린 축하 행사 때 이태리의 최고급 명품 브랜드인 까날리(CANALI)를 입어 최고의 위치에 오른 자신의 역량과 한 국가의 정상으로서의 품위를 의복기호를 통해 상징적으로 보여준 사례이다. 그러나 대통령 유세 기간 동안에는 서부 개척자 정신이 담긴 청바지를 착용하며 경제 위기 후 새로운 미국의 역사를 개척해나갈 뉴 프레지던트의 이미지를 유권자들에게 전달함으로써 대선에 승리할 수 있는 동기를 제공하였다<그림 21><sup>44)</sup>. 2012년 재선을 위한 TV 광고에서는 노타이 차림에서츠 소매를 걷어 올린 이미지로 패션을 통해 일하는 젊은 대통령의 이미지를 대중에게 전달하고 있다<그림 22><sup>45)</sup>. 오바마 대통령의 정치 이미지 전략에 있어 의복은 사회적 상징성을 담은 기호적 의미를 함축한 효과적인 이미지 창출의 도구로 활용되고 있다.

미셸 오바마의 패션 폴리틱스 현상은 퍼스트레이디로서의 기품과 함께 서민적 대중 브랜드와 소수계 디자이너 브랜드에 대한 애용으로 소수 민족 및 서민대중과 가까이 소통하는 정치 리더의 이미지를 명확히 보여주고 있다. <그림 23><sup>46)</sup>은 2009 오바마 대통령 취임식 때 착용한 쿠바계 디자이너 이사벨 톨레도(Isabel Toledo)의 의상으로 기존 퍼스트레이

디와는 차별화된 정치적 신념을 상징적으로 보여주고 있다. <그림 24><sup>47)</sup>는 스웨덴의 대중적 리테일 브랜드인 H&M의 35달러 드레스를 입고 NBC 투데이쇼에 출현한 모습이다. 대중이 애용하는 저렴한 의상을 격조 높게 표현한 미셸 오바마의 패션 폴리틱스 현상은 의복의 기호적 상징성을 통해 중산층의 삶을 공유하는 퍼스트레이디의 이미지로 정론지와 미디어를 통해 대중에게 각인되었다. 그러나 미셸 오바마의 패션 폴리틱스 현상이 대중에게 항상 긍정적인 영향을 미치는 것만은 아니다. 2011년 1월 후진타오 중국 국가주석의 방문을 환영하는 국민 만찬에서 미셸 오바마가 착용한 붉은 드레스에 대한 대중들의 평가는 대립된 양상을 드러냈다. <그림 25><sup>48)</sup>는 국민 만찬 때 미셸 오바마가 입은 영국 디자이너 알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen)의 붉은색 드레스로 일부 언론에서는 붉은색을 행운과 번영의 상징으로 생각하는 중국 문화에 대한 존중의 탁월한 선택이었다는 찬사가 있었다. 그러나 미국 최고의 디자이너로 퍼스트레이디의 드레스를 담당해오던 오스카 드 라 렌타는 미국과 중국의 숨은 외교의 상징인 국민 만찬에서 자국의 상품이 아닌 외국산 드레스를 입은 퍼스트레이디 미셸 오바마의 패션 폴리틱스 현상에 대해 비난 하였다<sup>49)</sup>. 국민 만찬이나 정상 회담 등 각 국을 대표하는 최고 지도자의 패션은 미디어를 통해 전 세계에 빠르게 전파된다. 이러한 정치 리더의 패션 폴리틱스 현상이 매스 미디어를 통해 대중에게 전달되는 특성을 볼 때 정치 리더의 패션 스타일에 대한 패션 폴리틱스 현상은 향후 이미지 정치에 있어 매우 중요한 요인으로 효과적인



<그림 20> 까날리 슈트  
-http://blog.naver.com



<그림 21> 청바지 유세복장  
-http://news.donga.com



<그림 22> 노타이유세복장  
-http://www.voakorea.com



<그림 23>대통령 취임식 때 의상  
-<http://blog.daum.net>



<그림 24> H&M 드레스  
-<http://sports.donga.com>



<그림 25> 만찬 드레스  
-<http://liv.joinsmsn.com>

<표 1> 대중문화의 특성과 패션 폴리틱스 현상의 분석 내용

대중문화의 특성	패션 폴리틱스 현상	분석 사례
상업성	- 패션 브랜드의 기부와 후원을 통한 브랜드 이미지구축 - 정치 리더의 패션 스타일의 대중화를 통한 이윤창출	미셸 오바마, 케이트 미들턴
동조성	- 트렌드 세터로서의 역할을 통한 패션의 대중화에 기여 - 다양한 계층의 동조로 인한 사회 문화적 메커니즘 주도	힐러리 클린턴, 케이트 미들턴
기호적 상징성	- 의복 기호에 내재된 의미적 기능을 통해 의도된 이미지 창출 - 리더의 의도된 메시지 전달을 통한 대중의 지지와 수용	매들린 올브라이트, 버락 오바마, 미셸 오바마

이미지 창출 전략에 대한 다양한 논의와 연구가 진행되어야 할 것이다.

대중문화의 특성을 통해 본 정치리더의 패션 폴리틱스 현상에 대한 사례 분석의 내용을 정리하면 <표 1>과 같다.

#### IV. 결론

대중문화란 절대 다수의 대중들이 수용하는 그 시대의 가장 보편적인 문화형태로 이에 대한 학문적 연구는 인문학적 연구 외에도 사회학적, 산업적 측면 등 다양한 관점에서 행해지고 있다. 본 연구에서는 리더의 스타일에 표현된 패션 폴리틱스 현상이 대중문화에 미치는 영향을 패션의 정치·사회학적 분

석과 함께 대중문화의 특성인 상업성, 동조성, 기호적 상징성의 측면에서 살펴보았다. 대중문화의 특성과 패션 폴리틱스 현상에 대한 이론적 모형을 바탕으로 정치 리더의 패션 폴리틱스 현상에 대한 사례 분석을 통해 밝혀진 내용은 다음과 같다.

첫째, 현대 대중문화의 상업적 특성은 문화를 상품으로 소비하고 즐기는 경제적 메커니즘의 소비문화를 통해 산업적 발전을 촉진시키는 동력이 되고 있다. 이러한 측면에서 리더의 스타일 속에 표현된 패션 폴리틱스 현상은 패션 브랜드의 기부와 후원이라는 마케팅 전략과 제휴하며 브랜드의 가치 제고 및 브랜드 홍보를 통한 이윤추구의 상업적 특성을 창출하고 있다. 또한 정치 리더가 특정한 상황에서 의미를 두고 선택한 패션 폴리틱스 스타일은 사회적 기호로서의 역할과 상품화 기능을 통해 패션산업의 활성화와 대중문화 형성에 영향을 미치는 계기를 제

공하고 있다. 둘째, 정치 셀러브리티로 유행을 선도하며 대중패션을 리드하는 정치 리더의 패션 폴리틱스 현상은 대중의 동조적 행위를 통해 대중문화 형성의 중요한 개체로서의 역할을 하고 있다. 대중에 의해 탄생된 정치 셀러브리티의 스타일은 외면 뿐 아니라 대중의 내재적 가치를 이미지화 하여 대중의 가치규범이나 행위의 롤 모델로 그 영향력이 확대되고 있다. 또한 대중의 모방과 동조의 아이콘이 되고 있는 영향력 있는 정치 리더의 패션 이미지는 다양한 계층의 대중에게 외형적 동일시와 내재적 가치의 공유를 통해 소속감을 부여하는 사회화의 주도적 역할을 한다. 따라서 정치 리더의 스타일 속에 표현된 패션 폴리틱스 현상에 대한 대중의 동조적 현상은 상호작용의 메커니즘으로써 정치, 사회, 문화 전반에 걸쳐 서로 영향을 주고받는 확대된 의미로 패션이 갖는 사회·문화적 영향력의 범주와 권력의 양상을 조명하고 당대의 패션문화를 이해하는데 의미 있는 자료를 제공할 것이다. 셋째, 현대와 같은 비주얼 시대에 기호적 상징성으로서 의복을 통해 대중에게 전달되는 정치인의 이미지는 그들이 주장하는 언어적 내용보다 더 큰 영향력을 미친다. 특히 매스 미디어의 발달로 이미지 정치의 중요성이 부각되면서 대중은 비언어적 소통의 도구로 정치적 의미를 함유하고 있는 정치 리더의 패션 이미지를 통합된 컨셉의 기호로 수용하면서 리더의 패션 폴리틱스 현상은 수용자에 의해 재창조되어 사회·문화적 대중화를 형성하게 된다. 미래학자 Pink(2007)<sup>50)</sup>는 새로운 미래사회는 하이 컨셉, 하이 터치 시대로 디자인, 스토리, 조화, 공감, 놀이, 의미 등이 미래사회를 이끄는 키워드라고 하였다. 즉 미래사회는 단순한 기능이나 논리, 주장의 텍스트 보다는 각각의 의미를 통합하며 공감할 수 있는 문맥적 패턴화가 중요하다는 의미이다. 리더의 스타일 속에 표현된 패션 폴리틱스 현상은 Pink가 제시한 키워드를 함축한 개념으로 단순한 기능이나 논리적 주장을 넘어 대중에게 이미지라는 기호체계로 전달됨으로써 리더의 논리와 주장이 재창조되는 하이 컨셉, 하이 터치 기능을 함유하고 있다. 따라서 향후 패션 폴리틱스 현상에 대한 연구에서는 대중과 공감하고 문화적 의미를 통합할 수 있는 하이 컨셉의 이미지를 창출할 수 있는

효과적인 이미지 전략에 대한 연구가 진행되어야 할 것이다.

본 연구를 통해 도출된 패션 폴리틱스 현상의 학문적 의의는 다음과 같다.

첫째, 다양한 매체를 통해 전달된 리더의 스타일이 대중과의 상호작용을 통해 상품화 되면서 나타나는 문화적 특성에 대한 분석은 대중문화를 연구하는데 있어 그 특성적 요인을 구체적으로 비교 연구할 수 있는 자료를 제공하게 될 것이며 패션관련 연구자들에게는 패션이 대중에 미치는 기호학적 의미와 상품화된 패션의 산업적 측면을 연구하는 기회를 제공하게 될 것이다. 둘째, 리더의 패션 폴리틱스에 대한 사례분석은 패션이라는 비언어적 커뮤니케이션의 수단을 통해 자신의 정체성과 메시지를 전달하는 정치 지도자에게 간접적이면서도 강력한 의사소통의 도구를 제공하게 될 것이다. 따라서 정치적 함의를 갖고 있는 패션의 폴리틱스 현상에 대한 연구는 패션과 정치를 이분법적으로 분류하여 연구해온 각 분야의 연구자들에게 정치적 커뮤니케이션의 도구로서 패션이 갖는 의미를 재해석할 수 있는 기회를 제공하게 될 것이며 의류학 관련 학문 분야에서는 패션의 영역을 정치적, 사회적 측면으로 확장하여 연구함으로써 의류학의 연구 영역을 확대시킬 수 있는 동기를 제공하게 될 것이다. 셋째, 패션과 문화와의 관계에 대해 귀족문화에서부터 히피문화, 하위문화에 이르기까지 패션의 사회·문화적 의의를 고찰해온 연구자들에게 리더의 패션 폴리틱스 현상에 대한 논의는 정치적 영향력과 사회문화적으로 함유된 의미의 다양한 해석을 통해 패션이 대중문화에 미치는 영향에 대한 새로운 관점을 제공하게 될 것이다.

## 참고문헌

- 1) L. Kaid & A. Jonston(2001), *Video style in Presidential campaigns: style and content of television advertising*, Westport, CT:Praeger, p.123.
- 2) Diana Crane(2000), *패션의 문화와 사회사*. 서미석 역, 한길사, p. 291.



- 3) "The Politics of Fashion", (2007, september 23). Harper's BAZAAR US, Retrieved 2011. 03.10, from <http://www.harpersbazaar.com/fashion/fashion-articles/politics-of-fashion-1007>
- 4) 김현진(2009. 11. 26), "아메리칸 클래식 vs 유티피안 럭셔리", dongA.com, 자료검색일 2011. 11.17, 자료출처 <http://news.donga.com/O2/Column/celeb01/3/02>
- 5) Ben H. Rome(2009. 11. 11), "Last Chance For Lincoln's Coat", WELOVE, Retrieved 2012. 07.10, from <http://www.welovedc.com/2009/11/11/last-chance-for-lincolns-coat/>
- 6) "G20 이후 남북관계 어디로 갈까", (2010. 11. 14), 연합뉴스, 자료검색일 2012. 06. 21, 자료출처 [http://news.sbs.co.kr/section\\_news/news\\_read.jsp?news\\_id=N1000820320](http://news.sbs.co.kr/section_news/news_read.jsp?news_id=N1000820320)
- 7) 자료검색일 2011. 11. 22 자료출처 <http://www.mtholyoke.edu/~eklun20s/classweb/timeline.html>
- 8) 전병일(2010. 09. 17), "포워된 카다피 '운명의 주말' 반정부세력 트리폴리 진격", 조선일보 아카이브, 자료검색일 2011. 11. 23, 자료출처 <http://www.chosun.com>.
- 9) John Storey(2006), Cultural Theory and Popular Culture. Athens: The University of Georgia Press, pp.18-32.
- 10) Pierre Bourdieu(1986), Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste, R. Nice(trans), Cambridge, Mass: Harvard University Press, p.57.
- 11) 박기성(1992), *대중문화와 문화산업*, 평민사, pp.27-30.
- 12) 김창남(1998), *대중문화의 이해*, 한울 아카데미, p.43.
- 13) 강지원(2012. 07. 27), "미 대선 캠프, 패션계와 짝짓기 바람", 한국일보, 자료검색일 2012. 08. 11 자료출처 <http://news.hankooki.com/>
- 14) Ibid.
- 15) 임숙자 외(2011), *현대 의상사회 심리학*, 수학사, pp.204-205.
- 16) 김영삼(2006), "현대 패션에 나타나는 대중문화의 영향에 관한 연구", *복식 56(7)*, pp.58-67.
- 17) Joan DeJean(2006), *스타일 나다*, 최은정 역, 지안, p.11.
- 18) R. Barthes(1977), *Image-music-text. S. Heahte(Ed. and Trans.)*, London:Fontana. p.17.
- 19) S. Hall(1997), The work of representation, In S. Hall (Ed.), *Representation: Cultural representations and signifying practices*, London Routledge, p.52.
- 20) U. Eco(1979), *A theory of semiotics*, Bloomington, IN: Indiana University Press, pp.23-47.
- 21) R. Barthes, op. cit., pp.36-53.
- 22) M. Sturken & L. Cartwright(2001), Practices of looking. New York: Oxford University Press, pp. 92-103.
- 23) 김치수 외(2002), *현대기호학의 발전*, 서울: 서울대학교출판부, pp. 364-366.
- 24) J. Fiske(1989), *Understanding Popular Culture*, Uniwin Hyman, p.31.
- 25) 김영삼, op. cit., pp.58-57.
- 26) 자료검색일 2012. 08. 07 자료출처 [http://www.ukopia.com/ukoLife/?sid=43&sub=62&page\\_code=read&uid=123382](http://www.ukopia.com/ukoLife/?sid=43&sub=62&page_code=read&uid=123382)
- 27) 조백(2011. 04. 12), "조백의 할리우드 in the AD: 미셸 오바마", dongA.com, 자료검색일 2012. 07. 27 자료출처 <http://sports.donga.com/enter/3/02/20110415/36350587/3>
- 28) 강지원, op.cit.
- 29) 자료검색일 2012. 08. 07 자료출처 <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=hazzystory&logNo=110107201537&parentCategoryNo=43&viewDate=&currentPage=1&listtype=0&from=postList>
- 30) 자료검색일 2012. 09. 08 자료출처 <http://cafe.daum.net/edwinvmd/Fuhf/12?docid=eB7>

vFuhf122011080108535

- 31) Ibid
  - 32) 홍승범(2011.04.29), “**‘**영 왕실결혼-“영국 경제에 드디어 봄바람 부나”, KOTRA & globalwindow.org 자료검색일 2012. 09. 10 자료출처 <http://www.globalwindow.org>
  - 33) 자료검색일 2012. 07. 25 자료출처 <http://www.vogue.com/magazine/article/from-the-archives-the-extraordinary-hillary-clinton/#1>
  - 34) 자료검색일 2012. 07.25 자료출처 <http://blog.naver.com>
  - 35) 자료검색일 2012. 09. 10 자료출처 [http://magazine.jungle.co.kr/cat\\_magazine\\_special/print\\_detail.asp?master\\_idx=12185&pagenum=1&temptype=5&page=8&code=&menu\\_idx=137&main\\_menu\\_idx=45&sub\\_menu\\_idx=59](http://magazine.jungle.co.kr/cat_magazine_special/print_detail.asp?master_idx=12185&pagenum=1&temptype=5&page=8&code=&menu_idx=137&main_menu_idx=45&sub_menu_idx=59)
  - 36) 자료검색일 2012. 07. 23. 자료출처 <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=hazzystory&logNo=110107201537&parentCategoryNo=43&viewDate=&currentPage=1&listtype=0&from=postLis>
  - 37) 자료검색일 2012. 09. 07 자료출처 <http://blog.britishcouncil.or.kr>
  - 38) 자료검색일 2012. 07. 30 자료출처 <http://www.segye.com/Articles/News/International>
  - 39) 자료검색일 2012. 09 .07 자료출처 <http://blog.naver.com/celeb2010/20127374266>
  - 40) 자료검색일 2012. 07. 23. 자료출처 <http://memolog.blog.naver.com>
  - 41) 자료검색일 2012. 07. 23. 자료출처 <http://www.gemgem.co.kr>
  - 42) 자료검색일 2012. 07. 23. 자료출처 <http://cplace.chosun.com>
  - 43) 자료검색일 2011. 11. 17. 자료출처 <http://blog.naver.com>
  - 44) 김현진, op. cit.
  - 45) 자료검색일 2012. 07. 27. 자료출처 <http://www.voakorea.com/content/obama>
  - 46) 김현진, op.cit.
  - 47) 조백, op.cit.
  - 48) "미셸미셸 오바마, 붉은색 드레스로 중국 국민 영접" (2011. 01. 20), 연합뉴스, 자료검색일 2012. 07. 27. 자료출처 [http://live.joinmsn.com/news/article/article.asp?total\\_id=4951975&ctg=](http://live.joinmsn.com/news/article/article.asp?total_id=4951975&ctg=)
  - 49) "클린턴 장관 VS 미셸 오바마", (2011. 04. 25), 조선뉴스프레스, 자료검색일 2012. 07. 27. 자료출처 <http://weekly.chosun.com/client/news/print.asp?nNewsNumb=002153100006&ctcd=C06>
  - 50) Daniel H. Pink(2007), *새로운 미래가 온다*, 김명철 역, 한국경제신문사, pp. 27-33.
- 
- 접수일(2012년 8월 20일),  
수정일(1차 : 2012년 9월 10일, 2차 : 9월 24일),  
게재확정일(2012년 10월 2일)