

논문접수일 : 2014.09.19

심사일 : 2014.10.05

게재확정일 : 2014.10.28

레드카펫 패션에 나타난 국내 여배우의 사회적 정체성

The Korean Actress' Social Identity In Red Carpet Fashion

한 자 영

국제대학교 패션디자인계열 교수

Han ChaYoung

Kookje College. Dept of Fashion Design

* 이 논문은 2012년 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임
(NRF-2012S1A5A8024788)

1. 서론

2. 이론적 배경

- 2.1. 패션과 정체성과의 관계
- 2.2. 국내 여배우의 레드카펫 패션
- 2.3. 국내 여배우의 정체성 형성 맥락

3. 연구방법 및 절차

4. 연구 결과 및 분석

- 4.1. 레드카펫 패션에 관한 텍스트 분석
- 4.2. 레드카펫 패션에 나타난 국내 여배우의 사회적 정체성 의미작용
 - 4.2.1. 성적 대상화
 - 4.2.2. 스타 이미지의 재생산
 - 4.2.3. 다양한 여성성으로 차별화
 - 4.2.4. 과시와 권력의 표상
 - 4.2.5. 한국 여배우로서의 자긍심 표출
- 4.3. 국내 여배우의 레드카펫 패션에 나타난 사회적 정체성

5. 결론

참고문헌

논문요약

본 연구의 목적은 레드카펫 여배우 패션에 내포된 의미를 역사적, 사회문화적 맥락에서 접근함으로써 국내 여배우의 다원적인 주체들의 의미작용을 해독하고 그들의 사회적 정체성을 살펴보는 것이다. 먼저 레드카펫 패션 텍스트의 언어기호의 빈도분석을 통해 의미 있는 언어기호를 파악하고 그와 관련된 담론의 의미작용을 분석한 결과, 섹시한 이미지의 언어 기호에 나타난 성적 대상화, 환상이나 여신 등 신화적 스타 이미지의 재생산, 개성 있고 다양한 여성성 표출, 한국적 주체성과 자긍심 표출 등이 나타났다. 이러한 의미작용의 분석을 통해 레드카펫이라는 특정 상황에서 국내 여배우 집단의 사회적 정체성은 성적대상화의 여배우, 물신화된 여배우, 차별화되고 주체적인 여배우, 권력을 지닌 과시의 여배우로 정의 내릴 수 있다.

주제어

국내여배우, 레드카펫패션, 사회적 정체성

Abstract

The purpose of this study was to interpret the implied meaning the red carpet fashion and to analyze the Korean actress' social identity in historical, sociocultural contexts. Most of all, linguistic signs frequently appeared in the red carpet fashion text, are investigated. With this signs, we draw the Korean actress' social identity. The results are First, the sexual objectification that is the linguistic signs of sexy Image Second, the worship of the actress as a star that is the linguistic sign of fantasy, goddess Third, independent, differentiate identity revealed various femininity, traditional korean image, characteristic style stands for the pride as successful star Forth, high-priced signs reveal the actress' status and power elevated.

Finally We define the social identities of the korean actresses as sexual objectification, reproduction star idolized, independent, differentiate subject, and powerful, pretentious actress.

Keyword

Korean actress, Red Carpet Fashion, Social Identity

1. 서론

최근 영화 시상식에 있어 두드러진 관심사 중 하나는 레드카펫 위에 선보여진 여배우 그리고 그들의 화려한 드레스이다. 이러한 드레스는 각종 미디어에 의해 기사화되어 보도되고 대중적 관심과 평가를 받고 있어서, 마케터 입장에서는 매출과 브랜드 이미지 제고를 위한 홍보물이자 여배우의 입장에서 보면 자신의 이미지나 정체성을 드러내는 중요한 수단이라고 할 수 있다.

기존의 레드카펫 의상을 연구한 의류학계의 연구들(박민아, 2011; 변미연, 이인성, 2008; 이은정, 2005; 임진숙, 2011, 정소영, 김지영, 2005)은 레드 카펫 의상에 대한 외관이나 형식을 분석, 기술함으로써 레드 카펫 드레스가 코드화된 인습을 따르고 있음을 인정하고 있다. 그러나 이러한 코드 속에 내재된 심층적인 의미 즉 문화적 텍스트의 의미를 찾은 연구는 거의 없다. 다만 손지원, 김민자(2011)의 연구만이 레드 카펫 의상의 노출에 나타난 내적 의미를 분석하였는데 이는 현대 복식에 나타난 노출의 의미 분석 특히 한국사회의 노출에 대한 미의식을 분석하기 위하여 레드카펫 의상을 이용한 것으로 레드카펫 의상에 담긴 다양한 사회문화적 의미를 파악한 것은 아니다.

레드카펫의 현란한 의상 뒤에는 다원적인 의미와 주체들이 얽혀 있으므로 이를 맥락적으로 이해하고 비판적으로 해독한다면 노출 이외의 보다 풍부한 다의성에 접근할 수 있을 것이다. 특히 여배우의 레드 카펫 패션을 다루는 담론에는 의상의 이미지의 전달만이 아닌 그것이 지닌 맥락에서 가치와 이데올로기 등의 의미를 포함하고 있다. 따라서 이에 대한 분석은 레드 카펫 패션이 어떻게 정체성 모델을 제공하고 있으며 레드 카펫 패션 관련 담론이 사회화된 여배우의 정체성을 어떻게 재생산하는지 논의할 수 있다.

이러한 관점에서 본 연구는 레드 카펫 의상 스타일이나 패션 이미지 등 외형을 분석한 선행연구들과는 달리 그러한 의상을 다루는 미디어 담론을 비판적으로 접근함으로써 레드카펫 여배우 드레스에 내재된 국내 여배우의 사회적 정체성을 살펴보고자 한다. 최근 국내 여배우들의 레드카펫 패션은 해외 유명 여배우들 못지않게 두드러졌으며 국내외 미디어의 이슈가 되고 있다. 따라서 본 연구는 국내 여배우 개인의 자아 정체성보다는 레드카펫 위라는 제한된 공간에서 여배우 집단이 패션을 매개로 표출하는 사회문화적 가치, 지위, 역할 등을 조명함으로써 레드카펫 패션이 국내 여배우의 사회적 정체성을 어떻

게 정의하고 있는지 분석하는데 그 목적이 있다.

김종길(2008)에 의하면 자아 정체성은 개별 인간의 구체적인 속성으로서 본질적으로 친밀하고 지속적인 개인적 관계에서 발현되는 것이라면 사회적 정체성은 개인이 사회적 범주의 구성원이 됨으로써 비로소 발현된다고 하였다. 사회적 정체성 개념은 사람들이 인물을 평가할 때 개별적으로 하지 않는다는 가정에서 출발한다. 즉 각 개인이 어떤 집단의 구성원으로서 지위와 역할을 지니는 과정에서 그들 집단만의 독특한 행동과 사고방식, 가치관의 특징을 지니게 되고 그 집단의 사회문화적 가치에 일관성을 유지하며 사회적 역할을 정형화해나가는 것을 사회적 정체성으로 이해할 수 있다(이명진, 최섯별, 2004). 사회적 정체성은 고정된 것이 아니라 가변적이어서 시간과 공간, 장소에 따라 다양한 형태를 가지면 권력관계와 주어진 물적 상황과의 상호작용을 통해 강력하게 유지된다(Rachel et al, 2001). 이러한 점에서 본다면 국내 여배우 집단도 마찬가지로 레드카펫이라는 시공간에서 여태 맥락과 상호작용함으로써 유지되어온 그들 집단만의 사회적 정체성이 존재하리라고 본다.

카이저(Kaiser et al, 1991)는 사람들이 자아의식을 형성하고 의미를 부여하는데 있어 상징의 적극적인 조작을 통해 정체성을 형성하고자 노력한다고 하였으며 본 연구는 이와 같은 정체성 개념을 전제로 한다. 즉 국내 여배우들은 레드카펫이라는 특정 상황에서의 그들 집단의 지위와 가치를 사회화한 상징적 기호들을 적극적으로 조작하고 표출하고 있다고 본다. 더욱이 특정 이미지나 스타일 기호는 특정의 내용과 가치들에 연관되어 정체성의 양식과 형태를 구성한다는 점에서 본 연구는, 레드카펫에서 보여주는 이미지를 묘사하는 텍스트와 담론들에서 의미 작용하는 기호를 해석하고 그 의미와 가치를 맥락적으로 분석함으로써 레드카펫에서 발현되는 국내 여배우의 사회적 정체성을 밝히고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 패션과 정체성과의 관계

패션을 통한 자아정체성의 표현은 타인과의 차별화를 통해 획득 가능하다. 오유진(2004)은 이를 패션에 관한 개인의 주체성 즉 '패션 정체성'이라는 용어로 설명하면서 개인 고유의 개별성을 강조하였다. 또한 이러한 패션 정체성은 타인과의 커뮤니케이션을 이룰 수 있는 수단으로 사회문화적으로 중요요소라 하였다.

패션과 정체성의 관계에 관한 복식미학적 관점의

국내 연구들은 패션이 성(性)과 계급, 취향과 관련한 정체성을 표현한다는 것을 전제로 하고 있으며 남녀 패션에 나타난 남성성, 여성성, 양성성 혹은 등 젠더 및 성 정체성에 관한 것(김정연, 2007; 권기영, 2004; 송명진, 채금석, 2001; 이연희, 김영인, 2005; 임선경, 2008; 정세희, 2000; 정하나, 2006; 최현숙, 2000)을 주로 다루고 있다. 이현지, 박옥련(2005)의 연구나 김현정, 이명희(1997)의 연구들은 성정체성과 관련한 마케팅 관점의 연구로서 성역할 정체감과 패션과의 관계에 대해 다루고 있다.

이들 연구들이 패션에 표현된 성정체성 변화 양상을 시대적 양상으로 다루었다면 김주영·양숙희(2001, 2002)는 마돈나라는 대중가수를 대상으로 한 개인의 패션을 통한 정체성 표현에 주목하고 있다. 그들은 공간적, 시대적, 성적, 종교적 패션이미지를 고찰함으로써 마돈나 패션이 유동적이고 불안정하며 복합적인 포스트모던한 정체성을 드러내고 있음을 밝히거나 뮤직비디오의 의상을 분석하여 다면적 젠더 정체성을 해석함으로써 마돈나라는 개인이 패션을 이용하여 사회문화적으로 선택했던 정체성 정치를 분석하고 있다. 이러한 연구들에 앞서 켈너는(Douglas Kellner, 1995)는 마돈나 현상을 구성하는 이미지, 코드, 효과가 지니는 패션과 정체성의 주요 기능에 대해 서술함으로써 마돈나가 끊임없이 이미지와 정체성을 수정하는 탈현대적 정체성을 지니고 있음을 언급하였다.

켈너는 또한 정체성은 전통사회에서는 고정되고 견고한 것이었으나 현대로 올수록 유동적, 다원적, 개인적인 것이 되었으며 소비사회의 정체성은 여가나 소비의 이미지로부터 구성되는 경향이 더 강하기 때문에, 사람들은 사회적 상호작용 구조 속에서 인정받는 정체성 표현양상을 선택함으로써 특정 집단의 구성원이 되는 사회적 정체성을 기획할 수 있다고 하였다. 여기에서 패션은 사람들로 하여금 사회집단 구성원들이 부여하는 사회적 정체성을 해독하고 사회적 정체성을 다시 정의하는데 기여한다(다이아나 크레인, Diana Crane, 2000/2004). 국내 여배우의 레드카펫 패션 역시 사람들이 해독가능하고 여배우 자신이 기획한 사회적 정체성 표현양상으로서, 국내 여배우가 선택한 패션은 여배우 집단의 사회적 정체성을 재생산하는데 기여한다.

2.2. 국내 여배우의 레드카펫 패션

국내 여배우의 레드카펫 패션에 관한 기존의 연구를 분석하여 정리하면 [표1]과 같다. 레드카펫 의상의 노출 표현 양상과 그 양상에 나타난 노출의 의미

를 분석한 손지원, 김민자(2011)를 제외하고는 이들 연구들 대다수는 레드카펫 의상을 조형 요소별로 세분화하여 그 특징을 분석하고 이를 통해 조형미를 도출해내고 있다. 변미연, 이인성(2008)의 연구도 레드 카펫 패션 룩을 먼저 분석요목으로 도출하고 이에 대한 조형요소별 특징을 분석하였다는 차이만 있을 뿐 레드카펫 의상의 형식과 양태에 주목하고 이를 통한 미적 특성을 밝히고 있다는 점에서 대다수 연구들과 방향을 같이 한다고 할 수 있다.

저자	연구대상	연구방법	결론
이은정 (2005)	2000년 이후 대중상 청룡영화제 백상예술대상	조형요소별로 분석, 조형미 도출	세련미, 우아미, 관능미, 개성미
정소영 김지영 (2005)	2002-2004 대중상 청룡영화제 부산국제영화제	조형 요소별 분석 통한 조형미 도출	우아미, 관능미, 역설적 표현미, 청순미, 한국적 단아함
변미연 이인성 (2008)	2005년 청룡영화제 여배우 의상	패션룩을 도출하여 그 구성요소 분석	섹시룩, 고저스룩, 퓨어룩 이외에도 다양한 룩 존재
임진숙 (2011)	대중상 청룡영화제 부산국제영화제	조형 요소 통한 내재된 조형미 분석	레드 카펫의 조형미는 관능미, 우아미, 청순미, 율동미로 유추됨
손지원 김민자 (2011)	대중상 청룡영화제 백상예술대상	의상노출의 표현과 의미분석 (시대적 미의식을 반영한 유행, 여성성의 강조와 에로티시즘, 나르시시즘적 자기과시, 파격과 혁신의 유희성, 이미지의 재형성과 특징들의 재규정)	

[표 1] 국내 여배우 레드카펫 패션에 관한 선행연구

이들 연구 가운데 2000년 이후의 국내 영화제를 대상으로 관찰된 레드카펫 의상에 나타난 조형요소별 특성은, 조형요소별로 우세한 특징의 순서에서 약간의 차이만 있을 뿐 실루엣, 색채, 재질, 세부장식, 조형미 면에서 모든 연구들이 유사한 결과를 보여주고 있다. 따라서 우리나라 레드카펫 의상에는 코드화된 시각적 의상 기호가 존재한다고 할 수 있으며 손지원, 김민자(2011)는 이러한 시각 기호 가운데 노출에 관련된 코드화된 기호에 담긴 의미를 분석하고 있다.

이렇게 코드화된 레드카펫 의상 기호는, 레드카펫 위를 걷는, 능력 있고 성공한 여배우 집단의 정체성

을 상징적 외모를 통해 정의내리고 이들 패션에 대한 담론은 이러한 정의를 사회문화적으로 해석하고 재생산, 유포할 것이다. 또 레드카펫 패션을 매개로 한 여배우의 사회적정체성은 그들 집단에 귀속되기를 희망하는 구성원들로 하여금 정체성 기획을 위한 모델로서 기능할 것이므로 이에 본 연구는 여배우 집단의 레드카펫 의상에 나타난 여배우의 사회문화적 정체성을 심층적으로 분석해보고자 한다.

2.3 국내 여배우의 정체성 형성 맥락

1950년대만 하더라도 우리나라 여성들은 당대 미국의 화려한 여배우를 모방하여 그들의 외양을 따라하면서 여성문화를 형성하고 있는 것으로 보아(이신미, 2009) 국내 여배우는 배우 고유의 영역에만 머무르고 있을 뿐 가치관이나 정체성 형성에의 영향은 해외여배우들의 위상이 더 큰 자리를 차지하고 있었다고 할 수 있다. 1960년대 이르러 한국영화는 비약적인 발전을 하였으며 첫 번째 황금시대를 맞이한다. 당시에는 많은 영화제가 창설되었는데 1958년 창설된 '국산영화상'을 모태로 한 1962년 '대중상영화제', 그 이듬해 1963년 '청룡영화상' 그리고 1983년 백상예술대상으로 이름이 바뀐 '한국영화연극예술상'이 발족되었다. 그러나 1970년대 이전에 영화제에 참여한 배우들은 한복이나 생활한복을 착용하는 경우가 많았고 간혹 기본 수트를 착용했다는 것을 보면(이은정, 2005) 배우들이 영화제 시상식에 화려한 외모로 레드카펫을 밟고 입장하는 것 자체가 국제적 스타임을 나타내는 징표라는 점(이지원, 2007)에서 당시 국내 여배우들이 국제적인 스타가 아니었음을 짐작할 수 있다.

1970년대는 대중문화의 폭발적인 성장에도 불구하고 TV와 유선정권의 검열로 인해 영화산업은 침체기였다. 그러나 70년대 국내 여배우들은 영화 산업의 중요한 부분으로 TV, 영화, CF로 다양한 매체로 많은 부분을 공유하면서 문화산업의 발전에 기여하였다. 영화가 70년대 후반 흥행부진을 면하게 된 이유는, 국내 여배우들이 산업자본주의와 가부장제로부터 여성 정체성을 재구성하는데 주목함으로써, TV서 다루지 못하는 자극적인 내용을 다루었던 것이다(이호걸, 2011). 그러한 상황은 여배우 스타의 성 정체성 및 상업적인 이미지에 중요한 영향을 미쳤을 것이다. 사실 국내 시상식 의상에서 한복이 줄고 화려한 소재와 디자인이 등장하기 시작한 것도 1970년대로(임진숙, 2011) 이는 주목받는 스타로서의 정체성을 표현하고자 한 것으로 볼 수 있다.

1980년대 정권의 3S 정책은 폭압적인 정치를 무마

하기 위해 날카로운 비판의식의 영화보다는 말초적 신경을 자극하는 에로영화를 부흥시킨다. 따라서 멜로 영화에서 스타덤에 오른 1970년대 여배우 이미지는 1980년대 보다 노골적인 몸의 묘사를 통해 상품화된 에로티시즘 미학을 구현하게 되었다(유지나, 2006). 당시 강수연은 영화 '씨받이'의 여배우로서 베니스 영화제에서 여우주연상을 받을 정도로 열연을 하였음에도 불구하고 영화 포스터에서는 몸을 강조한 이미지를 벗어나지 못하고 있다.

한국영화는 1990년대 말부터 관객동원력이나 양적 팽창은 물론 기획력을 갖춘 산업구조와 작품성으로 질적으로도 비약적인 성장을 하게 된다. 1999년 <쉬리>가 최초로 500만 관객을 동원한 이후 2011년까지 24편이 500만 관객을 동원할 정도(윤상현, 2011)로 양적으로 팽창했으며 한국 영화는 산업으로서 각광받기 시작하였다. 1990년대 이후 여배우들 중 일부는 한 시대를 풍미하다 사라지는 스타가 아니라 30-40대를 넘겨도 여전히 미모를 자랑하고 왕성한 활동력으로(이명자, 2008) 스타파워를 과시하면서 영화 이외의 드라마, 광고 등에서도 스타로서 저마다의 개성과 이미지를 구축해나갔다. 현재 국내에는 부산국제영화제, 대한민국 문예연예대상 등 굵직한 시상식 이외에도 춘사 영화제, 광주 국제 영화제, 부천 국제 판사스틱 영화제, 전주 국제 영화제 각종 영화제가 존재하여 수적으로 늘어난 영화제 시상식에서 알 수 있듯이 수상을 하거나 수상대상자가 된 여배우들은 에로티시즘만이 아닌 연기력과 자신감을 지닌 존재로 부상하게 되었다. 지금까지도 여배우 몸의 상품화에 대한 비판은 문화산업 곳곳에서 나타나고 있지만(유지나, 2007) 최근의 여배우들은 상품화된 정체성 이외의 다양한 사회문화 정체성을 보여주고 있다.

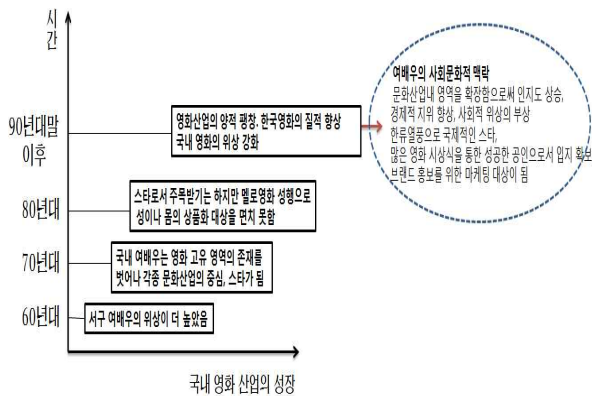
2000년대에는 영화산업의 발전과 한류열풍으로 인해 영화배우의 위상이 더욱 높아졌다. 한국의 영화배우들은 국내 영화제를 넘어 해외 영화제에도 자주 참석하는 국제적인 스타답게 해외 배우 못지않은 레드카펫 패션 스타일을 드러내고 있으며 이에 대한 미디어의 관심도 증가하였다. 또한 국내 여배우들의 드레스에 대한 패션브랜드의 협찬이 활성화되면서 여배우들은 더욱 화려해지고 다양해진 옷차림을 선보이고 있다(이은정, 2005). 손지원, 김민자(2011)는 최근 한국여배우의 레드카펫 패션에 나타난 노출에 나타난 다양한 의미를 분석하고 있는데 그 가운데에는 젊고 잘 가꾸어진 자신의 인체에 대한 나르시시즘적 과시도 밝히고 있다. 이러한 결과는 최근 레드카펫 위의 여배우들이 노출마저도 자신감의 표현으로 여기고 있음을 알 수 있다.

[표2]는 각 시기별 레드카펫 위 여배우들의 사회적 정체성 형성의 영향 요인과 선행연구들이 밝힌 시대적 레드카펫 패션 양상을 나타낸 것이다.

연대	사회문화 배경	레드카펫 패션 양상
1970년대 이전	- 미국 여배우가 동경의 대상으로 국내 여배우 위상보다 높음 - 여배우는 영화 고유 영역의 존재	- 한복, 개량한복, 기본 수트 등
1970년대 - 1990년대 중반	- 정치적 영향으로 멜로 영화가 성행 - 스타로서 주목받기는 하지만 성이나 몸의 상품화 대상을 면치 못함	- 눈이 띄고 화려한 스타일 - 일부 과장된 실루엣의 로맨틱한 이미지
1990년대 말 이후	- 영화산업의 양적, 질적 성장으로 여배우의 사회적 위상이 부상됨 - 연기력과 인지도 면에서 성공하여 문화산업의 다양한 영역을 공유함 - 국제적인 스타로서 해외영화제에 참가함	- 브랜드 홍보를 위한 협찬 활성화 - 세련되고 다양한 이미지 등장

[표 2] 레드카펫 위 여배우들의 사회문화 배경과 패션

오늘날 레드카펫이라는 공간은 여배우들이 이미 영화출연과 각종 미디어에서의 인지도와 영향력을 확보하여 성공한 자로서의 사회문화적 권력을 가진 면모를 보여주는 곳이라고 할 수 있다. 또한 이들이 착용한 드레스는 여배우로서 능력 있고 아름다우며 각자 나름의 개성과 미적 감각마저 지닌 성공한 자로서의 정체성을 보여주는 기제로서 작용하게 되었다. 심지어 2004년 대중상 영화제에서는 전문평가단이 베스트 드레서상을 수여하기 시작함으로써 레드카펫에서의 여배우 의상은 또 다른 성공을 보여주는 가시적인 기호로서 그 중요성이 더욱 커지게 되었다.

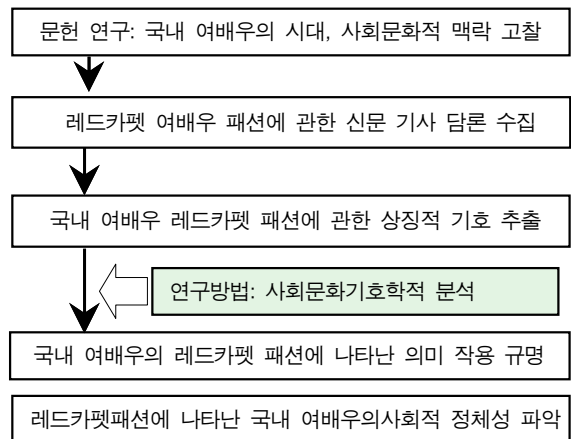


[그림 1] 레드카펫 위 여배우들의 정체성 형성 맥락

[그림1]은 레드카펫에서 국내 여배우의 사회적 정체성 형성 과정을 사회문화 맥락에서 도식화한 것이다. 본 연구는 이러한 도식에 따라 레드카펫 위 국내 여배우의 사회적 정체성을 문화와 시대적 관점에서 맥락적으로 접근함으로써 의미작용의 체계로 작용되는 레드카펫 패션에 대한 총체적이고 포괄적인 해석을 가능하게 한다.

3. 연구방법 및 절차

본 연구는 국내 여배우들이 레드카펫 공간에서 패션을 매개로 표출하는 사회적 정체성을 분석하고자 한 것이다. 이 연구를 위해 여배우의 레드카펫 패션과 관련된 기사 담론을 사회문화적 맥락과 연결시켜 분석하는 사회기호학 방법이 사용되었다. 사회기호학이란 구조주의 기호학과 포스트모던 문화이론의 문제점을 수정한 기호학과 사회학의 결합이다(최경희, 2009). 본 연구가 사회기호학 방법을 사용한 이유는 연구목적인 레드카펫 패션에 나타난 여배우의 사회적 정체성 형성의 의미와 지배적 효과를 이해하기 위해서 패션을 맥락에 의해 변형되는 역동성을 지닌 과정으로 이해하고 사회적 매커니즘이 작용하는 의미작용을 살펴보는 것이 필요하기 때문이다. 이로써 레드카펫 패션이라는 물질 대상에 대한 기표와 기의 차원으로 해석하는 것을 넘어서 사회문화, 역사적 맥락을 함께 분석함으로써 기호학 연구의 한계를 보완할 수 있다. 따라서 본 연구는 텍스트 속에 묘사된 레드카펫 패션에 대한 기호를 수집하여 사회문화적 맥락에 따른 가치와 이데올로기, 권력구조에 관계 속에서 해석함으로써 국내 여배우의 레드카펫 패션에 드러난 여배우 집단의 사회적 정체성 및 그 의미작용을 규명하고자 하였다.



[그림 2] 본 연구의 흐름과 연구내용

본 연구의 흐름은 [그림2]와 같다. 이와 같은 연구를 위한 분석 대상은 레드카펫 의상을 다루는 기사 보도나 레드카펫에 대한 기사 담론이다. 레드카펫 패션관련 기사 텍스트는 한국언론진흥재단 기사 사이트 Kinds에서 지역종합신문과 시사 잡지를 제외한 전국 규모의 종합일간지를 대상으로 ‘레드카펫’을 검색어로 2000년 이후부터 2013년 2월 24일까지 기사를 검색하였다. 이때 검색된 기사 2675건 중에서 본 연구 목적에 부합하는 국내 여배우의 레드카펫 패션을 다루는 기사로서 포토 기사를 제외한 기사를 선별한 결과 2004년 이후의 기사 74건이 해당되었다. 2000년대 초반 레드카펫 드레스에 관한 기사는 해외 여배우들의 패션연출에 관한 것으로 국한되어 있어 본 연구 목적에 부합하는 국내 여배우의 레드카펫 패션에 대한 텍스트가 해당되는 시기는 2004년 이후 기사부터였다. 우리나라 영화 산업은 2000년대부터 비약적인 발전을 이루었고 그러한 사회문화적 맥락에서 레드카펫 위 여배우들의 패션도 다양한 의미 작용이 가능했기에 국내 여배우 정체성 규명에 적합한 시기로서 2000년 이후를 텍스트 분석 시기로 잡았으나 실질적으로 2004년에서야 국내 여배우의 레드카펫 드레스가 언론의 주목을 받게 되었다고 볼 수 있다. 2004년은 국내 영화제에서 최초로 레드카펫 의상상이 생겨나게 된 시점으로 이때부터 국내 여배우의 레드카펫 드레스가 그들 집단의 사회적 정체성을 표현하는 가시적 기호로서 작용하기 시작했다고 볼 수 있으며 따라서 본 연구는 기사 검색은 2000년 이후를 하였지만 2004년 이후의 텍스트가 분석 대상에 해당되었다.

선별된 기사는 레드카펫 드레스를 묘사하는데 사용된 형용사의 빈도를 살펴보는 내용 분석을 시작으로 그 결과와 관련된 기사 담론에 내포된 사회문화적 의미 분석을 병행하여 실시하였다. 연구자는 우선 선별된 기사에서 레드카펫 드레스를 묘사하는데 사용된 형용사 및 키워드를 모두 추출하고 그 가운데 유사한 의미의 기호들을 그룹 지워 그 빈도를 살펴 보았다. 이러한 내용분석은 하나의 기사에 반복적으로 사용된 동일한 용어는 1건으로 하였고 한 기사에 여러 의상에 대한 표현이 있을 때에는 각 의상별 표현을 모두 세도록 하였다. 드레스를 묘사하는 언어 가운데 흰색, 은색, 검정색 등 색상을 나타내는 형용사는 제외하였고 한복(전통, 토종), 명품(고가, 권력) 등의 명사는 의미 있는 키워드로서 분석에 포함시켰다. 이러한 수집과 선별 작업, 빈도분석은 연구방법의 신뢰도를 위하여 패션 전공자 2명이 함께 하였다.

4. 연구 결과 및 분석

4.1. 레드카펫 패션에 관한 텍스트 분석

국내 여배우의 레드카펫 의상에 나타난 사회적 정체성 파악을 위한 본 연구는, 수집된 기사에서 여배우의 레드 카펫 패션에 관한 주요 키워드에 대한 빈도 분석을 실시하였다. 그 결과 내용분석에서 나타난 상징적 언어기호와 그 언어가 나타내는 이미지를 [표3]과 같이 나타내었다.

기표 : 언어 기호	빈도 (%)	기표에 나타난 이미지
과감/적나라/노출/아슬아슬	41(15.1%)	에로틱한 이미지 (52.7%)
몸매나 신체부위 묘사(가슴, 다리, 등, 클리비치, 라인 등)	58(21.4%)	
관능/섹시	30(11%)	
요염/팜프파탈 고희/매혹	14(5.2%)	
우아/품위/단아	24(8.9%)	우아한 이미지 (8.9%)
귀여운/발랄한/쾌활한	18(6.6%)	젊고 순수한 이미지 (12.9%)
청순/순수/신부/조신	10(3.7%)	
사랑스러운	7(2.6%)	
여신/여왕	15(5.5%)	환상적 이미지 (13.6%)
환상/황홀한	4(1.5%)	
화려/눈부신/찬란한	18(6.6%)	과시적 이미지(9.6%)
해외 명품/고가 브랜드/권력/고급	26(9.6%)	
한국적/국산/토종	6(2.2%)	주체적 이미지(2.2%)
기타(클래식, 화사, 깔끔, 소심, 창백, 파워풀, 충격, 독특, 색다르, 심플, 위험, 짝)	각1-2회	-

[표 3] 국내 여배우레드카펫 패션에 관한 텍스트분석

[표3]을 보자면 레드카펫 여배우 패션에 가장 많이 나타난 상징적 언어 기호는, 신체 부위 묘사나 노출 등 에로틱한 이미지의 언어 기호이다. 즉 미학적으로 재현된 여배우라는 명분하에서 레드카펫 패션 텍스트의 상당 부분은 여배우의 몸을 두드러지게 조명하고 있었음을 알 수 있다. 다음은 여신과 같은 환상적 이미지와 순수하거나 귀여운 젊은 이미지의 기호 순이었다. 이러한 언어 기호들은 국내 레드카펫 드레스에 대한 다른 연구자들의 연구에서도 유사하게 나타난 관능미와 청순미 등의 조형미, 혹은 섹시룩이나 퓨어룩 등의 스타일로도 분석되어졌다. 앞서 밝힌 이

러한 언어 기호가 타 기호에 비해 많이 나타났다는 것은 국내 여배우들이 레드카펫 의상을 통해 섹시하거나 매혹적인 혹은 귀여운 여성성을 다양하게 표출, 강조하고자 했다고 볼 수 있다. 특히 손지원, 김민자(2011)의 연구에서도 에로틱한 이미지의 언어 기호가 레드카펫 드레스 스타일의 대표적인 특징으로 압도적으로 많이 나타났는데, 이는 1970년대 이후 선정적인 한국 영화의 주인공으로 주목받았던 국내 여배우들의 이미지가 여전히 우세하다는 것으로도 해석되어질 수 있다.

위의 상징적 언어 이외에 나타난 해외 명품 혹은 고가 브랜드 등의 언어 기호는 팽창한 한국 문화산업 가운데 나타난 성공한 스타 여배우의 사회적 경제적 위상을 가늠케 한다. 이제 국내 여배우는 과시적 소비의 매개체로서 상업성을 극대화해 줄 홍보대상인 동시에 스스로가 성공한 계급 및 권력의 표상으로서의 이미지를 보여주고 있는 것이다. 이와 같이 여배우 스스로가 성공한 권력과 계급으로서의 자신감을 보이면서 여배우의 레드카펫 패션에 나타난 또 다른 자신감으로서 반서구적인 한국적 이미지, 주제적이고 능동적인 개성적 이미지 등이 전략적으로 차별화된 여배우 이미지로서 나타나고 있었다.

4.2. 레드카펫 패션에 나타난 국내 여배우의 사회적 정체성 의미작용

앞서 레드카펫 패션에 대한 상징적 언어기호의 분석 결과를 바탕으로 레드카펫 패션에 내포된 국내 여배우 집단의 사회적 정체성을 역사적, 사회문화적 맥락에서 심층 분석하고자 한다. 이로써 국내 여배우 집단이 여타 맥락 속에서 사회적 상호 작용 속에 구조화된 사회적 정체성을 파악할 수 있다.

4.2.1. 성적 대상화

국내 여배우의 레드카펫 패션을 다루는 언어 텍스트에서 가장 많은 빈도를 나타낸 것은 몸 혹은 노출을 묘사하는 에로틱한 이미지의 언어 기호이다. 이는 한국 영화에서 여배우의 관능적인 몸매와 예쁜 얼굴은 여배우 선발의 기준이었다는 점과 특히 80년대의 노골적인 신체 묘사가 당시 한국 영화의 핵심을 구성하였다(유지나, 2006)는 점 등의 역사적 맥락에서 볼 때 여전히 국내 여배우는 현재까지도 성적 대상으로서 의미작용하고 있음을 알 수 있다.

대중문화산업에 있어 여자 연예인의 몸에 대한 이데올로기는 비단 여배우에 국한된 것만은 아니다. 이 선옥(2003)은 남성중심의 문화에서 여성이 불거리의 성적 대상으로 제공된다는 점을 지적하였고 이수안

(2008) 역시 젠더문화 이론의 관점에서 여성의 몸이 성적 대상화되고 이러한 이미지를 생산, 재생산하여 여성의 섹슈얼리티를 극대화한다고 하였다. 레드카펫 위 여배우들은 타자의 주목을 받고 인지도를 확보하는 수단으로서 스스로의 몸에 주목하는 노출패션을 이용하고 있었으며 레드카펫 위라는 특수성으로 인해 그 양상이 보다 극적인 형태로 나타나고 있었다.

[그림3-좌]은 2011년 부산국제영화제(BIFF) 개막식에서 가슴 부분을 겨우 가린 여배우의 노출 패션으로 이 패션은 실시간으로 인터넷과 SNS를 타고 퍼져나가며 주목을 받았다. 당시 이 여배우 패션은 많은 기사의 중심을 차지하였고 세계적인 명품 드레스들은 이 파격적인 노출 드레스로 인해 묻혀버렸다¹⁾. 사실 이 드레스는 [그림3-우]의 가수 백지영이 입은 옷과 같은 드레스였음에도 불구하고 더 많은 노출을 통해 시선을 집중시키고 있다. 좌의 여가수는 우의 여배우보다 인지도가 있다. 한 언론은 이 사건을 두고 ‘대표적 작품이 하나 없는 그녀들이 시상식의 첫 번째 화제라는 것이 우습다. 신인 여배우의 이름을 알리는 수단이 노출이 되었다’ (국민일보, 2012.11.3)²⁾라는 기사로 보도하기도 했다. 이러한 담론에서도 볼 수 있듯이 아직 인지도가 부족한 신인 여배우들은 성적 대상으로서 몸의 강조를 통해 자신을 대중에게 각인시키기도 한다. 국내 여배우가 점차 그 위상과 계급에 있어서 분명 과거의 여배우들보다 우위를 지니게 되었음에도 불구하고 여배우 모두가 계급적 우위나 사회적 권력을 지닌 것은 아니다. 당시 무명 배우였던 이 여배우는 과감한 레드카펫 노출 패션을 통해 자신의 이름을 알리는데 성공할 수 있었다.



[그림 3] 백지영(좌)과 오인혜(우)의 드레스³⁾

1) 경향신문(2011.10.19.), 아시아투데이(2011.10.7.), 동아일보(2011.12.20.) 출처: www.mediagaon.or.kr
 2) 국민일보(2012.11.3.) 출처: www.mediagaon.or.kr
 3) 동아일보(2011.10.7.) 출처: http://sports.dona.com

신인 여배우 고 장자연(2009년 성 상납 강요에 자살한 여배우)을 다루는 언론을 분석한 홍숙영(2011)은 무명 배우로서 권력을 지니지 못한 여배우의 몸은 남성주의적, 소비지향적, 계급주의적 이데올로기가 반영된 뉴스에서 소비되고 소외되고 있다고 하였다. 이와 마찬가지로 무명 여배우의 과격적인 레드카펫 노출 패션은 여배우 스스로가 몸을 상품화하여 성적 대상화를 자처함으로써 무명을 벗어나고자 하는 생존전략의 의미가 담겨져 있으며 그러한 패션연출은 무명으로서 남성 중심적, 소비적, 계급적 이데올로기를 함의하고 있다고 볼 수 있다.

4.2.2. 스타 이미지의 재생산

여배우 레드카펫 패션 텍스트에서 에로틱한 이미지의 기호를 이어 많이 나타난 것은 여신이나 환상적인 이미지의 언어기호들이다. ‘레드카펫 위 여신’ (세계일보, 2012.7.24.)⁴⁾, ‘여신들의 향연’ (경향신문, 2009.11.7.)⁵⁾ 등 ‘여신’이라는 언어기호들은 초기 스타의 발생 시기에 발생된 신화화와 관련지어 해석되어질 수 있다. 에드가 모랭(Edgar Morin, 1997)은 신화란 과거 고대 우상 숭배, 토테미즘과 유사하게 가공의 인물을 선망하고 구현하고자 하는 것으로 배우가 영웅이나 신과 같은 초인들의 행동과 상황으로 신격화 되는 과정을 스타 신화라고 하였다. 20세기 초 헐리우드의 영화산업의 스타시스템은 대형 영화사 중심의 전속 배우제를 통해 영화 스타를 신화화하였다. 당시 스타 여배우는 영화산업이 진화하는 과정에서 흥행성공을 보증할 수 있는 가장 중요한 요소로서 스타시스템에 의해 체계적이고 조직적인 이미지를 생산하였고 이들이 생산한 조직적 이미지는 여신으로 숭배되면서 영화라는 환상적인 세계와 세속 생활의 중개자 역할을 하였다.

국내 레드카펫 패션에 나타난 여신 같은 환상적 이미지는 영화산업 초기의 스타의 신화적 이미지를 재생산하고 있다. 스타덤이 발생하기 시작한 초기의 스타는 여신이고 영웅이고 모델이었다. 리처드 다이어(Richard Dyer, 1995)에 의하면 당시 스타는 스타 개인의 인성이나 삶의 세부 사항과는 다른, 스펙터클-리무진과 레드카펫, 화려한 스포트라이트 등-한 삶의 이미지를 배경막으로 가장하고 화려하고 소비적이며 환상적인 이상적인(ideal) 체현으로 신비화되고 특별한 것이었다. 레드카펫 드레스가 특별한 행사에 착용되는 화려한 의상이라는 점을 감안하더라도 상당수 기사 텍스트에 고정관념처럼 표현되고 있는

‘여신’이라는 많은 언어기호는 국내 여배우가 여신으로의 환상이나 신화속의 여신으로서의 이미지를 전략적으로 조직하고 있다고 볼 수 있다. 오늘날 스타시스템은 신화적 이미지로 존재했던 스타를 일상적이고 개인적인 존재로 전환시켰음에도 불구하고, 여전히 국내 여배우들은 레드카펫 위라는 제한된 공간에서는 스스로를 여신의 이미지로 신화화함으로써 선망의 대상으로 숭배받기를 희망하는 스타 이데올로기를 반복 재생산, 강화하고 있었다.

4.2.3. 다양한 여성성으로 차별화

국내 레드카펫 드레스 담론에는 역사적 맥락에서 해석되어지는 성적 대상으로서의 섹슈얼한 여성적 기호 이외에도 우아하고 품위 있는 이미지(9.9%)나 젊고, 순수한 이미지 심지어 신부 이미지(13.1%) 등 다양한 여성적 이미지 기호가 23%나 나타나고 있었다. [그림4]는 2011년 백상예술대상에서 신인상을 수상하게 된 수지의 레드카펫 의상으로 별론 스커트의 미니드레스를 이용해 젊고 귀여우며 감쪽한 여성성을 보여주고 있다.



[그림 4] 2011 백상예술대상에 참가한 수지 의상⁶⁾

이렇듯 여성적 기호의 다양성은 과거 제3자의 시선에서 존재하던 성적 대상화로서 국한된 섹시한 이미지의 정체성을 넘어서 보다 다양하고 확대된 정체성을 표현하고 있다. 즉 귀엽거나 순수하고 발랄한 이미지와 정반대의 성숙하고 우아한 이미지 등이 공존하여 개별 여배우의 이미지 전략에 따라 다양한 여성 정체성을 보여주고 있었다. 레드카펫 위 여배우들은 이제 과거 성적 대상의 수동적 정체성이 아닌 각자 개성 표현을 하고자 하는 주체적으로 능동적인 정체성도 표현하게 된 것이다.

이러한 관점에서 본다면 레드카펫 패션에 여배우

4) 세계일보(2012.7.24.22면) 출처: www.mediagaon.or.kr
5) 경향신문(2009.11.7.8면) 출처: www.mediagaon.or.kr

6) 한국경제(2011.5.26.) 출처: http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1

의 당당한 노출을 통해 드러난 늘씬한 몸도 더 이상 성적 대상화 즉 관음의 대상만이 아니다. 장 보드리야르(Jean Baudrillard, 1970)는 자본주의 사회에서 육체 자체는 물론 육체를 이용한 사회적 활동이 자본으로서 투자되고 물신으로 숭배될 수 있으며 사유재산과 동일한 지위를 부여받는다고 하였다. 말하자면 힘, 속도, 민첩성을 대변하던 노동 계급의 몸과는 달리 늘씬하게 관리된 여배우의 몸은, 신체를 통한 차이 기호이자 경제자본으로써 작용하고 있었다. [그림 5]는 국내에서 레드카펫 문화를 국내에 정착시켰다고 평을 받는 여배우 김혜수의 2011년 레드카펫 패션이다. 이 여배우는 영화배우로서 이미 성공을 하였음에도 불구하고 글래머러스한 신체를 자신 있게 노출함으로써 당당한 패션으로 인정을 받고 있다. 이러한 사례에서 볼 수 있듯이 이제 국내 여배우들은 자신이 획득한 육체자본을 레드카펫 노출 패션을 통해 계획적으로 드러냄으로써 자신의 상품가치를 최대화하고 있는 것이다. 유사한 관점으로 손지원, 김민자(2011)는 국내 여배우의 레드카펫 패션에 나타난 노출에 대한 의미 가운데 하나로서 자기과시, 파격, 혁신 등 나르시시즘적으로 철저하게 관리된 몸을 과시, 적극적으로 표현하고 있음을 주장하였다.



[그림 5] 2011년 대종상 김혜수 의상⁷⁾

국내 여배우의 레드카펫 패션은 큰 관심과 평가의 대상으로서 여배우는 각자의 개성과 미적 감각을 성공적으로 발휘하여 미디어의 주목을 받고자 노력한다. 아래는 각 여배우들이 자신의 이미지에 적합한 스타일을 표현하고 있는 것에 관한 기사이다.

‘많은 스타들이 기대만큼의 패션 감각을 뽐냈다. 대한민국의 레드카펫 패션이 이제 성숙기에 접어들었다는 평이다.....노출이나 전편일률적인 드레스에서 벗어나 새로운 시도를 하는 배우들이 많아졌다.....자신의 이미지와 나이를 고려한 개성적인 스타일을 선보인 배우들이 눈에 띄게 늘었다.’ (레드카펫 효과, 위스트배우 찾기 힘들

다. 머니투데이, 2011.1.3. 5면⁸⁾

위의 담론에서 볼 수 있듯이 국내 여배우들은 각자의 이미지에 부합되는 여성적인 이미지를 적극적으로 표출하고 있었으며 이러한 사실은 텍스트 분석에서 나타난 우아한 이미지, 젊고 순수한 이미지, 육체미를 과시하는 이미지 등 여러 여성의 이미지 표현에서도 알 수 있다. 이들 이미지 기호들은 우아한 여성, 젊은 여성, 순수한 여성, 자신감 있는 섹시한 여성 등 다양한 여성성으로 의미 작용하고 있으며 이로써 국내 여배우는 차별화된 레드카펫 패션을 통해 능동적, 주체적인 여성적 가치를 내포하고 있다고 해석할 수 있다.

4.2.4. 과시와 권력의 표상

성적 대상화의 여배우, 환상적인 스타로서의 여배우가 역사적 맥락에서 해석되어진다면 성공한 여배우로서 과시적 소비나 인기 있는 스타파워를 지닌 권력적 이미지 등은 한국 문화산업 특히 영화산업의 팽창 가운데 나타난 여배우의 경제적 지위나 사회적 위상을 가늠케 한다. 대중문화 영역의 팽창과 한류 열풍으로 위상이 높아진 국내 여배우는 명품이나 고가의 레드카펫 드레스 협찬을 통해 상업적 가치를 보여주고 있다. 이때 성공한 여배우가 착용한 패션 상품은 소비사회에서 소비의 모델이 되며(리차드다이어, 1979), 여배우는 과시적 소비의 매개체로서 상업성을 극대화해 줄 홍보대상인 동시에 스스로가 성공한 계급 및 권력의 표상으로서 파악될 수 있다.

레드카펫 위 여배우 패션은 비단 격상된 국내 여배우들의 사회적 정체성만을 보여주는 것은 아니었다. 레드카펫 드레스는 또한 여배우 각각이 지닌 생산성, 상품 시장성의 기여도에 따라 성공과 권력을 차별적으로 표상, 재생산하고 있었다. 정성원(2007)은 현대인은 사회적 지위를 표지하는 소비를 통해 정체성의 재생산에 관여하며 또 이러한 소비에 계급별 정체성 재생산의 차별성이 존재한다고 한다고 하였다. 레드카펫 위 여배우 패션도 마찬가지다. 스타급 여배우의 레드카펫 드레스는 행사 한두 달 전부터 전략적인 회의와 기밀 유지 속에 협찬에 해외 공수 등 많은 공을 들이는 부분이다. 스타의 유명세와 스타일리스트의 영향력에 따라 드레스의 등급이 나뉘지며 심지어 협찬을 약속받았더라도 더 유명한 스타가 입겠다고 하면 드레스의 주인이 바뀌어 버린다. 아래 기사는 이러한 사실을 기술하고 있다.

7) 출처: 스포츠조선 (2011.10.17.) <http://sports.chosun.com/news>

8) 출처: www.mediagaon.or.kr

“레드카펫의 드라마 ‘드라마 전쟁’ 레드카펫 위 배우들은 수백만 달러의 광고가치를 지닌 권력으로 드레스 협찬의 기준은 철저히 유명세에 따른다. 먼저 옷을 골라도 더 유명한 톱스타가 그걸 입겠다고 하면 깨끗이 물러나야 한다” (레드카펫의 드라마 ‘드레스 전쟁’ 경향신문, 2012.3.3.)⁹⁾

위 기사와 같이 국내 레드카펫 패션에는 한국 문화산업 성장이라는 사회문화 맥락의 의미작용이 내포되어 있다. 국내 여배우는 급격하게 팽창된 영화산업 속에서 그 위상을 높임으로써 레드카펫 패션에 성공과 권력의 가치를 부여할 수 있게 되었고 소비의 모델로서 상업적 가치를 극대화하여 정체성을 형성하였다. 그뿐만 아니라 성공한 여배우는 상품 가치에 따른 계급적 차별성을 레드카펫 드레스에 반영함으로써 계급별 정체성을 재생산하고 있었다.

4.2.5. 한국 여배우로서의 자긍심 표출

한류의 열풍이 지속되고 그에 따라 높아진 국내 여배우의 위상은 점차 한국적 정서를 표현한 드레스를 통해 한국인으로서의 자긍심을 지닌 주제적인 정체성을 드러내게 되었다. 2007년만 하더라도 국내 여배우 레드카펫 담론에 여배우들이 국내 디자이너 브랜드 제품보다는 해외 수입브랜드 의존도가 높았던 것을 지목하고 있으나(한국일보, 2007.12.1.)¹⁰⁾ 2010년 이후 ‘맥앤로건’이나 ‘드민’ 등의 국내 브랜드 제품 선택이 늘어났다는 기사들(세계일보, 2011.10.24.¹¹⁾; 동아일보, 2013.1.4.¹²⁾)을 볼 수 있다. 이러한 담론의 변화를 볼 때, 레드카펫 드레스를 착용하는 국내 여배우들이 한국 브랜드, 한국 디자이너의 의상을 착용함으로써 점차 한국인으로서의 긍지와 주제성을 표현하고 있음을 알 수 있다.

심지어 몇몇 여배우들은 한국 디자이너의 의상뿐만 아니라 전통미를 살린 한국 의상을 착용함으로써 한국 여배우로서의 긍지와 자부심을 직접적으로 보여주기도 했다. [그림6]은 2011년 백상예술대상에 참가하여 레드카펫을 밟고 있는 배우 박하선의 한복 드레스이고 [그림7]은 2009년 칸 영화제에 참가한 배우 김해숙의 전통 한복이다. 특히 김해숙은 해외 영화제에서 한국을 대표하는 아름다운 한복을 입겠다고 자청하였고 아름다운 한복 자태로 주목을 받아

9) 출처: www.mediagaon.or.kr

10) 한국일보(2007.12.1.) “수입 럭셔리가 아닌 한 아무리 고급이라 해도 국내 제품의 선호도는 떨어진다. 레드카펫 드레스의 전쟁이 한국 패션계가 직면하는 현실을 보여준다”.

출처 : www.mediagaon.or.kr

11) 출처: www.mediagaon.or.kr

12) 출처: www.mediagaon.or.kr

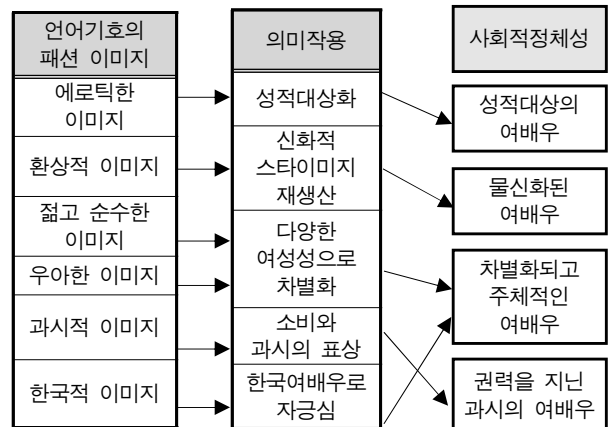
한국인으로서의 주제성을 의상으로 표현하였다.



[그림 6] 박하선의 한복¹³⁾ [그림 7] 김해숙의 한복¹⁴⁾

4.3. 국내 여배우의 레드카펫 패션에 나타난 사회적 정체성

이상의 분석 결과에서 국내 여배우 집단의 정체성은 과거서부터 이어져온 여배우라는 역사적인 맥락과 한국 대중문화의 지형 변화라는 강력한 사회문화적 맥락의 영향으로 다원적 양상을 나타내고 있음을 살펴볼 수 있었다. 특히 레드카펫 위 여배우들은 그들 집단이 지닌 가치, 이데올로기, 권력구조 등을 각자가 연출한 패션 이미지에 의미 작용함으로써 사회적 정체성을 상징적으로 표출하고 있었다. [표4]는 지금까지 분석한 레드카펫 패션에 표출된 패션 이미지 언어기호의 의미작용으로 파악한 국내 여배우의 사회적 정체성을 나타난 것이다.



[표 4] 국내 여배우의 사회적정체성 분석

[표4]에서 보면 국내 여배우의 레드카펫의 언어기호에서 도출한 패션이미지들은 에로틱한 이미지, 환상적 이미지, 젊고 순수한 이미지, 우아한 이미지, 과시적 이미지, 반서구적 이미지였다. 이들 이미지는

13) 출처 : http://www.newsen.com/news_view

14) 출처: http://blog.daum.net/green8/15904841

역사적, 사회문화적 맥락에서 여배우 집단의 가치, 이데올로기, 권력 등이 의미 작용하여, 에로틱한 이미지는 성적대상화로서의, 환상적 이미지는 스타로서 신화화된 이미지의 재생산을, 젊고 순수한 이미지, 우아한 이미지, 육체미 등의 다양한 여성성은 개성적이고 주체적인 차별화를, 과시적 소비 이미지는 권력의 표상으로서, 한국적 이미지는 자긍심을 표출하는 것으로 분석되어졌다. 이들 의미작용을 분석한 결과 레드카펫패션에 나타난 국내 여배우의 사회적 정체성은 성적 대상화의 여배우, 물신화된 여배우, 차별화되고 주체적 능동적인 여배우, 과시와 권력의 여배우로 정의내릴 수 있다.

국내 여배우 집단은 레드카펫이라는 특정 상황에서 역사적으로 내재화된 가치나 이데올로기가 코드화된 성적대상화의 여배우 그리고 물신화된 여배우의 정체성이 수동적으로 나타나고 있음은 물론 현재 한국 대중문화 지형이라는 사회문화적 맥락에서 생산과 소비의 핵심에 있는 문화 주체로서 능동적, 주체적이고 차별화되는 여배우, 권력을 지닌 과시의 여배우로서 자신감 있고 개성 넘치며 적극적이고 사회적 정체성을 표출하고 있었다. 현재 국내 여배우들은 성공한 여배우로서의 위상과 지위, 권력 등을 내포한 사회적 정체성을 선택하여 레드카펫 패션을 통해 상징적으로 드러냄으로써 사회적 상호작용 속에서 특정 집단의 집합적 정체성을 받아들여 그 집단의 구성원이 되는 현대 소비사회의 탈현대적 정체성 특성을 나타냄을 알 수 있었다.

이렇듯 국내 여배우는 역사적, 사회문화적 맥락에서 형성된 사회적 정체성을 레드카펫 패션을 통해 표출하고 있어 이에 대한 분석은 다의적이고 상징적인 여배우 집단의 정체성 의미 작용을 파악해낼 수 있었다.

5. 결 론

레드카펫 의상에는 다원적인 의미와 주체들이 얽혀 있어 이를 맥락적으로 이해하고 비판적으로 해독한다면 노출 이외에 보다 풍부한 다의성에 접근할 수 있을 것이다. 이러한 관점에서 본 연구는 레드 카펫 의상 스타일이나 패션 이미지 등 외형을 분석한 선행연구들과는 달리 그러한 의상을 다루는 기사 즉 미디어 담론을 비판적으로 접근함으로써 레드카펫 드레스에 내재된 국내 여배우의 사회적 정체성을 살펴보고자 하였다. 국내 여배우 집단은 한국 대중문화의 생산과 소비의 핵심에 있는 문화 주체로서 여배우 집단이 레드카펫 위에서 연출하고 있는 패션에는

그들 집단의 가치나 이데올로기, 권력 관계 등이 코드화되어 나타날 것이다. 따라서 본 연구는 국내 여배우 레드카펫 패션에 대한 담론에 나타난 다의적이고 상징적인 의미작용을 파악함으로써 레드카펫이라는 특정 상황에서 의미 작용하는 국내 여배우의 사회적 정체성을 파악하고자 하는데 그 목적이 있다.

본 연구 방법은 여배우의 레드카펫 패션과 관련된 기사 텍스트를 사회문화적 맥락과 연결시켜 분석하는 방법을 이용하였다. 이와 같은 연구를 위한 분석 대상은 레드카펫 의상을 다루는 기사 보도나 레드카펫에 대한 기사 담론이다. 선별된 기사는 레드카펫 드레스를 묘사하는데 사용된 형용사 및 키워드의 빈도를 살펴보는 내용분석 결과를 바탕으로 관련 담론이 내포한 사회문화적 의미 분석을 병행하여 실시하였다.

우선 미디어 텍스트에 나타난 레드카펫 여배우 드레스 패션에 관한 언어 기호를 분석하였다. 그 결과 가장 많은 빈도를 나타낸 기호는 신체 부위 묘사나 노출 등의 에로틱한 이미지의 언어 기호였고 다음은 여신의 환상적 이미지의 언어 기호, 그 다음은 순수하거나 귀여운 젊은 이미지의 언어 기호 순이었다. 이상의 언어 이외에도 우아한 이미지, 명품이나 고가 브랜드 등의 언어 기호와 한국과 관련된 주체적인 이미지의 언어기호가 나타나고 있었다. 이상의 레드카펫 패션에 대한 상징적 언어기호의 내용 분석 결과를 바탕으로 국내 여배우의 사회적 정체성의 의미 작용을 사회문화 맥락에서 심층적으로 파악해본다면 다음과 같다.

첫째, 레드카펫 패션에는 섹시한 언어 기호가 압도적으로 많이 나타나 과거 역사적 맥락에서 생성된 국내 여배우의 성적 대상화로서의 정형화된 의미작용이 최근까지 우세하게 나타남을 알 수 있다. 특히 무명 여배우의 파격적인 노출패션은 스스로 성적대상화를 강화함으로써 무명을 벗어나고자 하는 사회적 계급의 이데올로기를 함의하고 있었다. 둘째, 환상, 여신 등의 언어기호는 역사적 맥락에서 숭배의 대상으로 물신화된 스타 여배우의 의미를 재생산하고 있었다. 셋째, 국내 여배우는 젊고 순수한 여성성과 우아한 여성성, 그리고 노출이 과감한 여성성 등 다양한 여성성을 레드카펫 패션을 통해 주체적이고 능동적으로 표현하고 있었다. 이로써 섹시한 이미지나 환상적인 이미지의 역사적인 맥락에서 나타난 여성적 이미지 이외에도 다양한 여성성이 차별화 전략으로 나타나고 있음이 분석되었다. 넷째, 명품이나 고가 브랜드 등의 언어 기호를 통해 국내 여배우가 과시적 소비의 매개체로서 상업성을 극대화해 줄 흥

보대상인 동시에 스스로가 성공한 계급 및 권력의 표상으로서 작용하고 있음이 파악되었다. 더욱이 레드카펫 드레스의 협찬에 있어서는 여배우간의 성공과 권력의 계급적 차별마저 존재하고 있었다. 다섯째, 한국 여배우 높아진 위상으로 한국 전통적 이미지나 한국 디자이너의 의상을 착용함으로써 주체적인 한국인으로서의 자긍심을 드러내고 있었다.

결론적으로 앞의 의미작용 분석을 통하여 레드카펫이라는 특정 상황에서 국내 여배우 집단의 사회적 정체성을 파악한다면 성적 대상화의 여배우, 물신화된 여배우, 차별화되고 주체적인 여배우, 권력을 지닌 과시의 여배우로 정의 내릴 수 있다. 성적 대상화의 여배우, 물신화된 여배우는 역사적 맥락에서 수동적으로 내재된 가치나 이데올로기가 코드화되어 나타난 사회적 정체성이다. 반면, 능동적, 주체적으로 차별화되는 여배우, 권력을 지닌 과시의 여배우는 현재 한국 대중문화 지형이라는 사회문화적 맥락에서 생산과 소비의 핵심에 있는 문화 주체로서 자신감 있고 적극적인 정체성으로서 성공과 위상을 상징하는 국내 여배우 집단이 집합적으로 선택한 사회적 정체성이다. 이상에서 국내 여배우들은 레드카펫 위의 시공간에서 그들 집단 구성원으로서의 사회적 정체성을 패션을 통해 보여주고 있었으며 또 그러한 정체성이 내재된 레드카펫 패션은 선택한 국내 여배우들은 그들 집단의 사회적 정체성을 재생산하고 있음을 알 수 있었다.

본 연구는 사회문화적으로 구조화된 특정 집단의 패션에 관한 실적을 분석하고자 사회적 정체성 개념을 도입함으로써, 개인의 정체성 표출을 넘어 사회 권력, 문화 가치가 내재된 패션 기호와 정체성과의 관계를 밝히는 새로운 연구 모델을 제시하였다는 의의가 있다. 반면, 본 연구는 국내 여배우의 레드카펫 패션에 관련된 언어 기호의 해독에 있어서 연구자 개인의 주관적 견해가 작용할 수 있다는 연구 방법상의 제한점이 있다. 아울러 후속연구로서 여배우 이외 다양한 집단의 패션에 나타난 사회적 정체성을 분석해보는 것을 제안한다.

참고문헌

- 김정연 (2007). 「현대 남성 패션에 나타난 젠더 특성」, 한양대학교 석사학위논문.
- 김종길 (2008). 사이버 공간에서의 자아 인식과 독립정체성 수행. 『사회이론』. 33, 201-245.
- 김주영, 양숙희 (2001). 마돈나 의상에 나타난 포스트모던 정체성. 『복식』, 51(8), 123-139.
- 김주영, 양숙희 (2002). 마돈나 의상에 나타난 젠더

- 정체성-뮤직비디오 텍스트를 중심으로. 『복식문화연구』, 10(1), 60-75.
- 김현정, 이명희 (1997). 성역할정체감에 따른 외모 관리행동 및 신체노출태도에 관한 연구, 『복식』, 60(3), 99-109.
- 권기영 (2004). 패션잡지 광고에서 보여지는 성 혼돈 경향에 관한 연구. 『한국의류학회지』, 28(2), 100-111.
- 박민아 (2011). 「레드카펫 패션스타일; 2000년대를 중심으로」, 건국대학교 석사학위논문.
- 변미연, 이인성 (2008). 청룡영화제에 나타난 여배우들의 패션 룩에 관한 패러다임. 『한국디자인문화학회지』, 14(4), 226-234.
- 손지원, 김민자 (2011). 한국 여배우의 레드카펫 패션에 나타난 노출의 의미. 『복식』, 61(6), 146-159.
- 송명진, 채금석 (2001). 현대 남성 패션에 나타난 정체성의 표현양상. 『한국의류학회지』, 25(2), 327-338.
- 오유진 (2004). 「여성복식에 표현된 가슴의 패션 정체성 :19세기 한국·프랑스를 중심으로」, 동덕여자대학교 석사학위논문.
- 유지나 (2006). 씨네마디로서 여성의 몸에서 프로젝트화된 여성의 몸까지. 『대한토목학회논문집』, 54(9), 121-124.
- 유지나 (2007). 여성 몸의 이미지 재현체계연구 - <101.302>와 <미녀는 괴로워>를 중심으로. 『영화연구』, 34.
- 윤상현 (2011). 영화배우 스타이미지 구성요인과 충성도 결정요인. 『한국방송학회 2011년 가을 정기총학술대회 논문집』.
- 이명자 (2008). 남북 영화 에 영화, 남북의 영배우들. 『민족21』, 83, 148-151.
- 이명진, 최선헌 (2004). 정치지도자들의 이미지 측정방법 연구 - 사회정체성에 관한 대학생 조사자료를 중심으로. 『조사연구』, 5(1), 51-78.
- 이선미 (2009). 1950년대 여성문화와 미국문화-여원의 미국영화 담론과 여성문화 형성의 주체적 논리. 『한국문화연구』, 37, 469-507.
- 이선옥 (2003). 대중문화의 성상품화와 인권. 『아시아여성연구』, 42, 85-112.
- 이수안 (2008). 소비문화산업의 몸 이미지와 젠더화된 응시. 『한독 사회과학 논총』, 18(2), 185-208.
- 이연희, 김영인 (2005). 현대 패션 룩에 표현된 정체성. 『복식문화연구』, 13(5), 790-803.
- 이은정 (2005). 「영화시상식에 나타난 의상디자인 연구 - 2000년 이후 여배우 의상을 중심으로」, 홍익대학교 석사학위논문.

- 이지원 (2007). 「레드카펫을 중심으로 한 현대인의 욕망에 관한 연구」, 서울 이화여자대학교석사학위논문.
- 이호걸 (2011). 「70년대 한국 여배우 스타덤 연구」, 중앙대학교 석사학위논문.
- 이현지, 박옥련 (2005). 성역할정체감에 따른 남성 패션의 여성화경향 요인 : 20~30대 남성을 중심으로. 『한국생활과학회지』, 14(6), 1027-1035.
- 임선경 (2008). 「성정체성에 따른 한국과 서양의 헤어스타일에 관한 연구- 2002년부터 2007년까지 패션잡지 광고를 중심으로」, 건국대학교 석사학위논문
- 임진숙 (2011). 「국내 영화제의 레드카펫 드레스에 관한 조형성 연구」, 홍익대학교 석사학위논문.
- 정성원 (2007). 현대인들의 과시 - 자아 정체성의 재생산. 『담론 201』, 10(1), 177-295.
- 정세희, 양숙희 (2002). 1930-1990년대 영화 의상에 나타난 젠더 정체성(I) -남성성(Masculinity), 여성성(Feminity)를 중심으로. 『대한가정학회지』, 40(5), 63-78.
- 정소영, 김지영 (2005). 한국영화제의 레드카펫 패션. 『복식문화연구』, 13(6), 946-959.
- 정하나 (2006). 「성정체성에 따른 Femme Fatale의 인체미와 복식스타일의 연관성」, 중앙대학교 석사학위논문.
- 최경희 (2009). 『패션속의 성』. 경기도: 파주, 한국학술정보.
- 최현숙 (2000). 「패션에 표현된 전통적 페미니즘 · 포스트모던 페미니즘 여성성에 관한 연구」, 서울대학교 박사학위논문.
- 홍숙영 (2011). 여배우의 몸과 권력, 그리고 저항 - SBS의 고 장자연 자필편지 사건 관련 보도를 중심으로. 『한국콘텐츠학회논문지』, 11(12). 649-657.
- Diana, C. (2000). *Fashion and Its Social Agendas-Class, Gender and Identity*. 서미석 역 (2004). 『패션의 문화와 사회』, 서울: 한길사.
- Douglas, K. (1995). *Media Culture; Cultural Studies Identity and Politics between the postmodernism*. 김수정, 정종희 역 (1997). 『미디어 문화』. 서울: 새물결.
- Edgar, M. (1957). *Les Stars*. 이상률 역 (1997). 『스타』. 서울: 문예출판사.
- Jean, B. (1970). *La Société de Consommation - ses mythes*. 이상률 역 (1993). 『소비의 사회』. 서울: 문예출판사.
- Kaiser, S. B., Nagasawa, R. H., & Hutton, S. S. (1991). *Fashion, Postmodernity and Personal Appearance: A Symbolic Interactionist Formulation*. 『Symbolic Interaction』, 14, 165-185.
- Rachel, P., Dunkan, F., Jamie, G., Robert, M., & Garham, M. (2001). *Introducing Social Geographies*. 이원호, 안영진 역 (2001). 『사회지리학의 이해』. 서울: 푸른길.
- Richard, D. (1979). *Stars: Image & Sign*. 주은우 역 (1995). 『스타-이미지와 기호』. 서울: 한나래.
- 2011년 잊을 수 없는 그날, 부산국제영화제 ‘노출 드레스’ 화제 오인혜의 10월6일. 동아일보 (2011.12.20), 출처: www.mediagaon.or.kr
- 김해숙, 전통한복 입고 레드카펫, 한국미 과시. 스포츠서울닷컴(2009.5.16), 출처: <http://blog.daum.net/green8/15904841>
- 대중상영화제 레드카펫 밝은 여스타들. 경향신문 (2009.11.7) 출처: www.mediagaon.or.kr
- 레드카펫 여왕 탄생시키는 패션디자이너 강나영, 강민조 부부-유명브랜드와 경쟁하려면 어머니의 마음으로 옷을 만드는 길 뿐. 세계일보(2011.10.18), 출처: www.mediagaon.or.kr
- 레드카펫 효과, ‘위스트 배우 찾기 힘들다’ 머니투데이(2011.1.3), 출처: www.mediagaon.or.kr
- 레드카펫의 드라마 ‘드레스 전쟁. 경향신문 (2012.3.3), 출처: www.mediagaon.or.kr
- 백상예술대상 수지, 감쪽한 미니드레스가 잘 어울리네~. 한국경제(2011.5.26), 출처: <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1...>
- 벗을까말까 연예인 노출과 무례함의 딜레마. 국민일보(2012.11.3). 출처: www.mediagaon.or.kr
- 불서 장인정신 펜 프로, 여배우 드레스 명성 과분하죠. 동아일보(2013.1.4), 출처: www.mediagaon.or.kr
- 오인혜 파격 노출. 아시아투데이(2011.10.7), 출처: www.mediagaon.or.kr
- 오인혜 파격 드레스 백지영과 비교했더니 아예 작정한 파격의 극치. 동아일보(2011.10.7), 출처: <http://sports.dona.com>
- 이성희 기자의 패션파일, 레드카펫 유감. 한국일보 (2007.12.1), 출처: www.mediagaon.or.kr
- 인현왕후 박하선 한복으로 멋 냈어요, 스포츠조선 (2011.5.26), 출처: http://www.newsen.com/news_view.php?uid=201105261956081001
- 조신·파격, 금기...레드카펫 위 여신. 세계일보 (2012.7.24), 출처: www.mediagaon.or.kr
- e-세상 속 이 세상/오인혜의 파격 드레스를 보지 말고 신인 배우 혼신의 연기를 보세요. 경향신문 (2011.10.19), 출처: www.mediagaon.or.kr