Madonna 패션이미지의 기호학적 분석과 신화연구 -2005~2011년 패션이미지 중심으로-

박영진 · 임은혁[†]

성균관대학교 예술학부 의상학과

Semiotic Analysis and Myth Studies of Madonna Fashion Images -A View Fashion Image from the Year of 2005 to 2011-

Young-Jin Park · Eun-Hyuk Yim[†]

Dept. of Fashion Design, School of Art, Sungkyunkwan University

접수일(2011년 2월 8일), 수정일(1차 : 2011년 6월 14일, 완료일 : 2011년 7월 8일), 게재확정일(2011년 8월 11일)

Abstract

An approach method of the semiotics theory is analyzing fashion: the look is that a sign represents one character and the image is interpreted as the destination of the changes. The fashion image interpretation by semiotics is possible because the fashion phenomenon by society has been accumulated in their abbreviation code. It is not possible to produce contradictions of the human imagination coined solution. The myth relieved to people, allowed a meaning in the world and explained it have been unable to explain and protect us. Today's role of the world myth becomes the star's future. Public resting star's fashion image analysis promote that we understand the inherent desire. Madonna probably is one of the world's most famous women. To Create Madonna's own mythology staged image in various attire reveals symbolism. In this study, Madonna's fashion images, the myth 8 analysis of semiotics represent publicity. Madonna's album jacket 8 analysis of the myth. The fit and the relationship between the star and myths closely is obvious. The Madonna fashion image investigate that so forth implied myth into duality of feminine, upset of gender roles, upset of sexual roles, object of worship. In addition to the creation of these myths are based on sensuality heterosexual fashion images, body-conscious look, lingerie look, Androgynous Look, Dominatrix Look in the fashion style of the images, fashion items made to body suit, bra top, black panties, black boots, long gloves, pink, red, gold, satin, and leather; the addition, there are exaggerated props and accessories. These use such as the human body building wave blond hair. This study through Madonna's fashion image, semiotics analysis is acquainted with suitable means of myth.

Key words: Mythology, Fashion image, Semiotic, Madonna; 신화학, 패션이미지, 기호학, 마돈나

I. 서 론

Guy Debbord는 이 사회에서 인간의 관계는 미디어와 매개되어 현실을 왜곡시키고 소외된 사회적 관계로

만들고 이런 외견상의 현상들은 물리적 산물이라기 보다는 이미지로 나타난다고 한다. 이는 결국 소비의 영역들이 문화적 수준의 영역으로 창출되는 것이다(Kim, 2008).

한 사회 안에서 형성되는 패션형태에 영향을 미치는 문화적 요인으로, 생활양식, 미의식, 종교와 도덕

[†]Corresponding author
E-mail: ehyim@skku.edu.

등이 있다. 기호학이론의 접근방식으로 패션을 분석할 때 룩은 하나의 기호로 나타내며, 이미지는 해석의 대상으로 변한다. 기호학으로서 패션이미지 해석이 가능한 것은 패션현상에서 사회 구성원 간에 축적된 약호들이 존재하기 때문이다. 인간은 기호를 통해 의미 전달을 하고 의사소통을 하며 기호 속에서 일상을 영위한다(Back, 2004). 기호학의 연구들은 하나의 공통법규를 가지고 있는데, 그것은 모두 가치의 과학(Sciences des valeurs)이라는 것이며(Back, 2007), Barthes(1957/1997)에서 신화학은 형식 속의 관념(Idées-en-forme)을 연구하는 과학으로서 기호학인 동시에 역사과학으로서 이데올로기(신화)에 속한다. Marshall McLuhan의 말처럼 ‘지구촌’이 된 오늘날의 세상에서 신화의 역할을 하고 있는것은 바로 ‘스타’이다. 대중의 지지를 받는 스타의 패션이미지 분석은 우리 사회에 대한 이해를 높이고 내재된 욕망을 파악할 수 있는 기회가 될 수 있을것이다. Susan McClary 외 학자들은, Madonna가 적어도 세계에서 가장 유명한 4~5명 여성 중 한 명일 것이라고 말한다. Madonna는 자신의 신화를 만들어내기 위해 다양한 옷차림에서 드러나는 상징성을 이용하여 패션을 통해 연출한 이미지를 극대화 한다(Guilbert, 2002/2004).

Madonna에 관한 선행연구로는 Han(2005)은 Madonna 룩의 패션코드에서 나타난 혼성코드를 분석하였으며, Kim and Yang(2001)은 Madonna의 의상에 나타난 젠더 정체성에 관하여 연구하고 Kim and Yang(2002)은 포스트모던 정체성 없음이라는 주제로 Madonna 의상에서 포스트모던 시대의 젠더 정체성이 여성들에게 확대되어진 다양한 가능성을 제공하는지에 관하여 연구하였으며 H. J. Kim(2002)은 Madonna 복식에 나타난 페미니즘적인 표현양식을 연구하였고 Yu(2000)는 Madonna 패션을 키치(Kitsh), 패스티쉬(Pas-tiche), 패러디(Parody), 페스티즘(Fetishism)으로 분류하고 조형적인 부분에 초점을 두어 연구하였다.

신화 관련 선행연구된 논문을 살펴보면 Yang and Yang(2005)은 현대 패션에 나타난 신화적 이미지에 관해서 연구하였으며 Seo(2002)는 게르만 신화의 여성상이 반영 되어진 현대 패션디자인에 관하여 연구 하였다. Park(2009)은 Barthes의 기호학적 분석을 통한 향수디자인의 의미 분석을 하였고 Seo(2005)는 의상디자인에 나타난 신화적 상징체계를 연구하였다.

선행연구에서 Madonna 패션이미지가 기호학의 신화분석으로 연구되어지지 않은 점과 패션이미지에서

신화창출 원리를 찾으려는 연구가 미비하여 본 연구에서는 Madonna의 패션이미지를 기호학적으로 분석하고 이와 함께 신화창출 원리를 알아보고자 한다. 이를 알아보기 위해 연구문제 세가지를 살펴보았다.

첫째, Madonna 패션이미지의 기호학적 분석이 가능한 이유와 분석으로 창출되는 신화는 무엇인가?

둘째, Madonna는 패션이미지를 통해서 어떠한 신화를 창출하고 있는가?

셋째, Madonna는 어떠한 패션아이템을 통해서 신화를 창출하고 있는가?

를 연구하고자 한다.

Jin(2003)은 앨범재킷이 음반산업의 활성화를 위한 판매촉진 수단으로 큰 매체를 형성하며 그 시대의 한 문화를 표현하는 중요한 요소이며 대중사회에서 유행을 창조하는 데에도 큰 역할을 한다고 하고 있다. 또한 앨범재킷디자인은 그 시대에 영향을 주며 시대를 반영한다고 하였듯이 가수는 자신이 표현하고자 하는 것을 함축적 표현방법의 하나로 앨범재킷을 사용한다. 그러므로 본 연구에서 Madonna 앨범재킷의 패션이미지를 분석하는 것이 의의가 있다고 사료된다.

조사범위는 대중스타 Madonna 를 2005년부터 2011년에 발표된 앨범재킷의 총 여덟개의 패션이미지 사진을 선정하였고, 연구방법으로는 문헌연구를 통하여 사례, 국내외 논문, 국내외 관련 기사 등을 중심으로, 살펴보고 기호학이론은 Barthes의 신학을 중심으로 고찰하였다.

II. 이론적 고찰

본 장에서는 패션이미지와 기호학의 연계성을 고찰하고 스타와 신화의 기호학적 연계를 알아보고 한다. 또한 Madonna의 패션이미지 분석에 적용된 기호학적 주요 개념을 고찰함으로써 Madonna의 신화창출 원리를 알아보고자 한다.

1. 스타와 신화의 기호학적 연계

본 절에서는 패션이미지와 기호학의 연관성을 이해하며 Madonna의 패션이미지 분석에 적용된 기호학적 주요 개념을 고찰하고 스타와 신화의 기호학적 연계를 알아보고자 한다. Joo(2006)는 한 사회 안에서 사용되는 패션형태는 영향을 미치는 문화적 요인으로 생활양식, 미의식, 종교와 도덕 등에 영향을 받는다고 하

었다. 기호학적 이론과 접근방식으로 패션을 분석할 때 록을 하나의 기호로 나타내며, 이미지는 해석의 대상으로 변한다. 이미지를 해석하려는, 즉 읽어 내려가는 시도는 상징과 모티브를 해석하는 단순한 작업과는 달리 해석자의 위치에 따라 맥락이 형성되는 수용자 중심의 관점을 제공한다. 또한 기호학으로서의 패션이미지 해석이 가능한 것은 사회 구성원 간에 축적된 약호들이 존재하기 때문이다. 그러므로 패션을 해석한다는 것은 패션이라는 문화적 산물을 둘러싸고 있는 지적, 심리적, 사회적 약호뿐만 아니라 수용자의 정신을 이루고 있는 믿음, 사상, 이념, 가치체계 등 여러 약호들이 상호작용하여 이루어지는 것이라 할 수 있다. 더욱이 현대 패션은 상징적 모호성이 중요 특성으로써 사회적 관계와 문화적 맥락을 이해하는 것이 매우 중요하다.

Kim(1998)에서는 모든 기호들처럼 이미지는 사회적 메시지의 세계에서 유통된다. 같은 문화 안의 구성원들은 상호간의 커뮤니케이션을 가능하게 하는 공통분모를 공유하고, 모든 기호들과 모든 사회적 메시지들은 이 공통분모를 기반으로 한다. 여기서 이 공통분모가 ‘해석체’ 역할을 하는데, 이런 이유로 우리는 이미지를 대상과 관계 속에서 기호화 하는 것이 아니라 해석체와의 관계 속에서 기호화 한다고 말할 수 있다. 기호학의 대상은 의미이고 이 의미는 인간들의 문화적, 예술적 생산과정과 공통체 구성원 간의 소통 과정에서 발현된다. 단적으로 말해 의미는 인간의 삶이라는 공간에 스며 있다.

Ferdinand De Saussure는 ‘기호는 사회적이며 동시에 그것은 공동체 구성원들의 두뇌 속에 구비되어 진다는 점에서 심리적이다.’라고 하는 학설을 바탕으로 기호의 ‘구조성’, ‘규칙성’과 ‘과학성’ 드러낸다(Palette, 1989/1995). 이는 당시의 역사적 변천이 경험적이며 실제적인 연구이기 보다는, 훨씬 더 과학적이라는 데 의의가 있다. Saussure는 기호가 음성 표현의 측면인 기표와 의미 내용적 측면인 기의로 나뉜다고 정의했으며, 기호를 통해 대상을 구별한 후 무엇을 볼 것인가에 대해 주목했다. 소쉬르를 통한 기호의 구조적 관계의 발견은 Barthes를 지나면서 사회적 기호로서의 구조와 의미로 발전하게 된다. 이는 기호의 사회적 외연으로 확대되는 것으로서 단순한 기호의 의미가 더욱 복잡한 사회적 의미로 확대되는 것이다. Barthes에 의하면, 기호는 일차적으로 ‘지시적 의미’를 지니고 있는데, 이것은 기호가 지시하거나 대상화 하는 의미를 일컫

는다. 그런데 이러한 지시적 의미에는 더욱 복잡한 관계 속에서 확대되면서 지시적 의미 이외의 의미가 부가되는데, 이를 ‘함축적 의미’라고 한다. 이러한 함축적 의미가 형태로는 신화와 연결되고, 내용으로는 이데올로기와 연계된다(Back, 2007).

다시 정리하면 Kim(1993)에서 Barthes에 의하면 오늘날의 ‘신화’란 그것의 메시지의 대상에 의해서가 아니라 ‘신화’가 그 메시지를 말하는 방식에 의하여 정의된다. Back(2007)에서 흔히 신화란, 신에 대한 이야기로 믿을 수 없는 이야기로 정의된다. 그러나 신과 관련된 이야기뿐만 아니라 신과 연계되는 여러 다양한 관계들에 대한 이야기도 있으며 신화에 의해 한 문화가 현실이나 자연의 어떤 면을 설명하거나 이해하는 것이며, 그 속에는 주요 가치관이나 어떤 특정한 신념이 스며들어 있게 된다. Barthes는 전해지는 이야기, 신화, 전설 등을 통해 당시의 사회상이나 인간들 사이의 관계에 대해 파악할 수 있다는 Claude Levi Strauss의 신화개념을 더욱 확장하고 범 사회적으로 개념화 시켰다. 그는 소쉬르의 기호이론과 Levi Strauss의 신화에 대한 인식을 이데올로기 차원으로 확대 해석했으며, “신화는 하나의 대상이나 개념이 아닌 의미 작용의 한 형태이고, 양식이다.”라 했다. 또한 현대의 신화는 일반인들이 자명한 진리이며, 전혀 의심하지 않는 사회의 보편적 가치관이라 정의한다. 신화는 어떤 것에 관한 한 문화의 사고방식이며 그것을 개념화하고 이해하는 방식이다. 함축적 의미의 형태로는 신화와 연계되고 내용으로는 이데올로기와 연결되며, 함축적 의미가 기표의 이차적 의미인 것처럼 신화는 기의의 이차적 의미가 된다. 이와 같은 고찰을 통해서 Barthes의 신화분석이 패션이미지를 분석하는데 적절하며 기호학이 우리사회의 지배적인 믿음과 사회적 관계 속의 문화적 맥락을 이해하는데 필요한 것임을 알 수 있다. 이를 토대로 스타와 신화가 어떠한 관계가 있는지 알아보고자 한다.

Kim(2008)에서 Debord는 “현대 사회는 화려한 구경거리의 사회(Societe Du Spectacle)이다.”라고 했다. Andrew(2000/2003)에서 현대 사회의 정보는 점점 더 빠른 속도로 유통되는 우주이기도 하며, 이제는 비현실이나 초현실과 현실, 진품과 가짜를 구분하기가 점점 더 어려워지고 있음을 보여준다. Debord가 ‘화려한 구경거리는 종교적 환상의 물리적 재현’이라고 말했듯이 지금 스타는 어디에나 존재한다.

Guilbert(2002/2004)에서는 “스타덤과 신화가 흡사

하다.”라고 하며 진정한 스타는 여덟가지 신화창출 요건을 가진다고 한다.

첫째, 스타의 엄청난 보수로 형성된 재산이다. 엄청난 보수가 스타를 다른 배우들과 구분해 준다. 신적인 존재이며 동시에 사치품이기도 한 진짜 스타는 매우 높은 소득을 올려야 하며, 그들이 출연한 모든 작품의 성공은 거의 보장되어야 한다.

둘째, 스타는 아름답다. 스타의 아름다움은 만들어진 것이다. 스타 시스템은 천연 미인들만 찾아내는 데서 그치지 않는다고 언급하면서 스타 시스템 덕분에 화장술, 의상, 매력, 매너, 사진술 등이 새로 만들어 지거나 발전했다고 하였다.

셋째, 스타는 사회가 요구하는 여성상에 양면성을 갖는다. 최초의 스타는 요부, 순수한 처녀의 반대 개념으로서의 창녀였다. 어느 정도의 양면성이 없이는 신화적 스타덤이 존재 할 수 없다. 요부는 욕망의 대상이지만 마치 처녀 여신처럼 손댈 수 없는 존재이다. 원래부터 스타를 소유하는것은 불가능하다. 스타는 걸작 예술품이며, 우상이며, 숭배의 대상이다. 에로티시즘에 크게 기대고 있는 스타들(요부)은 대중들 앞에 자신들의 몸을 한층 더 내놓을 때마다 점점 더 접근할 수 없는 존재(처녀)가 된다. 여러 스타들은 스타덤에 이러한 측면이 있다는 사실을 분명히 인식하고 있다.

넷째, 젠더(Gender)를 구분하는 경계의 파괴이다. 신화적인 스타는 남녀를 나누는 전통적인 경계선을 넘어선다. ‘스타’는 신적인 존재들과 마찬가지로 근본적으로 양성(兩性)을 갖고 있다. Edgar Morin은 그의 저서 『스타들 les stars(1992)』에서 스타들이 패션의 지배자이며 마음 내키는 대로 패션의 금기를 넘어선다. 그들은 다른 어느 누구보다 먼저 의상의 남녀 구분을 뛰어 넘는다라고 했다. 그러나 스타는 단순히 대담한 옷을 입는 것으로 만족하지 않고 기존의 성 역할에 의문을 제기 한다.

다섯째, 자신만의 이미지를 구축하는 것이다. 진정한 스타는 자발적으로 생겨난 것이 아니라 만들어진 것이다. 스타는 교묘한 솜씨와 다양한 전략, 눈속임 등을 통해 세심하게 만들어 진다.

여섯째, 스타는 자신이 연기하는 페르소나를 대중들의 머리 속에 합성시키는 것이다. 신화적 스타와 그녀가 연기하는 페르소나(Persona)는 대중매체와 대중들의 머리 속에서 하나로 합성된다. 사람들은 스타의 페르소나를 신뢰하며, 그것을 필요로 한다. 그리고 그 페르소나에 자신의 모습을 투사한다.

Guilbert(2002/2004)에서는 “스타들에 관한, 호화로운 쇼와 삶이 다르다는 차이점이 모호해진다. 스타들의 신화는 신뢰와 오락 사이, 여러가지 것들이 뒤섞인 혼란스러운 구역에 자리잡고 있다.”고 썼다. 또한 “스타들의 사생활은 공적인 것이며, 그들의 공적인 활동은 광고이고, 스크린 속 그들의 삶은 초현실적이며, 그들의 실제 삶은 신화적”이라 하고 있다.

일곱째, 스타는 인간의 생물학적 수명을 뛰어넘는 긴 수명을 갖는다. Jean Cocteau는 “영화배우들은 하늘에 떠 있는 진짜 별처럼 맡은바 역할을 끝낸 뒤에도 한참 동안 대중을 움직인다. 그들은 말하는 시체, 움직이는 시체이다. 그들이 실제로 시체가 된다고 해도, 그것은 그들이 무대에 등장하는데 방해가 되지 않는다. 진정한 스타는 세상을 떠나거나 은퇴한 뒤에도 결코 그 빛이 꺼지지 않는다. 신화와 마찬가지로 했다.”

여덟째, 대중들에게 신격화되는 숭배의 대상이 된다. 신화적인 스타는 종교와도 같은 숭배의 대상이다. George Bernard Shaw는 “야만인들은 나무와 돌로 만든 우상을 숭배하고, 문명인은 피와 살로 이루어진 인간 우상들을 숭배한다.”라고 했으며 Morin은 자신의 책 3권의 서문에서 “스타는 인간과 신의 성질을 동시에 지닌 존재이다. 그들은 어떤 의미에서 신화 속 영웅들이나 올림푸스의 신들과 비슷하다. 자신을 숭배하는 사람들뿐만 아니라 때로 일종의 종교까지 만들어 낸다는 점이 그렇다.”라고 하였다.

위의 고찰을 통하여 스타가 되기 위해 일반적으로 공통되게 창출하는 신화 여덟 가지가 있음을 알 수 있었고 Barthes의 신화분석이 패션이미지를 분석하는데 적절한 방법임을 파악할 수 있었다. 또한 스타와 신화가 기호학적으로 밀접한 연계 가능성을 가지고 있음을 확인하였다.

2. Madonna의 신화

본 절에서는 Madonna의 간단한 이력과 함께 앞서 고찰한 내용을 바탕으로 진정한 스타의 여덟가지 요건과 Madonna와 부합되는 부분을 연관하여 살펴보고자 한다.

Madonna Louise Ciccone Ritchie(1958년 8월 16일~)는 Madonna로 잘 알려진 미국의 음악가, 배우이자 엔터테이너이다. 1983년에 데뷔 음반을 발표했다. Madonna는 상업적인 뮤직비디오와 성적 매력으로 엄청난 인기를

언제 되고 이후에도 앨범을 꾸준히 발매한다. Madonna는 오랜 기간 활동하면서 많은 히트 곡들을 만들어냈는데 ‘Like a Virgin’, ‘Papa Don’t Preach’, ‘Like a Prayer’, ‘Vogue’, ‘Frozen’, ‘Music’, ‘Hung Up’ 그리고 ‘4 Minutes’은 Madonna를 대표하는 곡들이다. Madonna는 종교적 분쟁에서 비판을 한 몸에 받았고, 다양한 장르의 시도로 찬사를 받았다. 뉴스 미디어에서 ‘팝의 여왕’으로 불렸던 그녀는 “역사상 가장 위대한 팝 가수 중 한 명”으로 기록되어 있다. Madonna의 음반판매량은 현재 3억 장을 넘겨 여자 가수 중에선 독보적으로 1위를 차지하고 있고 기네스 세계기록에도 가장 많이 음반판매한 여자 가수로 등록돼 있다. 미국 음반산업협회에 따르면 미국에서 인증된 앨범이 6300만 장 팔려 Barbara Streisand에 이은 두 번째로 많은 음반판매고를 올린 여자 가수이기도 하다. 또한 20세기에 가장 많은 음반을 판매한 여자 가수이기도 하다. 2008년, 빌보드 인기 100차트(Hot 100 Chart)에서 50주년 기념으로 50년간 성공적인 차트 기록을 올린 아티스트들의 기록을 분석해 순위를 발표했고, Madonna는 비틀즈에 이은 2위에 올랐다. 같은 해, 로큰롤 명예의 전당에 오르기도 했다. 미국의 잡지 『TIME』은 Madonna를 ‘지난 수 세기 동안 가장 강력한 여자 가수’라고 했고, 세계 수 많은 여자 가수들의 우상, 영감으로도 꼽히고 있다(Wikipedia, 2010).

Madonna가 스타덤의 신화를 만드는 좀 더 구체적인 예로, 대중음악 비평가인 Sachi Reins는 Madonna가 자신의 이미지를 완벽하게 지배하고 있으며, 혹은 그 이미지 자체이라고 할 수도 있다고 하였다. 그녀는 자신이 어떤 영향력을 행사할 수 있는지 알고 있으며, 이 지식을 이용해 대중에게 자신의 힘을 발휘하는 법, 즉 신화의 힘을 알고 있다고 하였다(Guilbert, 2002/2004).

이를 통하여 Madonna가 진정한 스타로 불릴 수 있는 충분한 자격을 가진 가수임을 알 수 있으며, 자신의 신화를 통제하고 이용한다는 것도 살펴볼 수 있다.

마돈나를 앞 절에서 살펴본 스타덤의 여덟가지 신화 요건과 비교하여 살펴보면 첫째, 스타의 엄청난 보수로 형성된 재산을 가져야 한다. 2010년 6월말에 『Forbes』에 Pomerantz and Rose(2010)는 미국 연예계에서 가장 영향력 있는 순위 100위를 결정했다. 포브스는 2009년 실적을 바탕으로 수입, TV/RADIO, 언론매체(Press Rank), 인터넷(Web Rank), 사회적 인지도 등 항목으로 연예계에서 영향력 있는 인물 100명을 선정했는데 여

기서 Madonna는 10위를 차지했다. 이와 같이 마돈나는 데뷔 이래 30년간 음반을 히트시키며 엄청난 부와 명성을 이루었다.

둘째, 스타는 아름답다는 것이며 아름다움은 만들어진 것이다. 첫번째 음반이 발매되기 전까지만 해도, 그녀는 전통적인 기준에 부합하는 미인이 아니었다. 제작된지 몇 년 후에 다시 등장한 누드 사진 속에서 그녀의 모습은 차분하고 평범했다. 검은색 머리카락에는 생기가 없었고, 그녀의 얼굴은 아무런 감흥도 불러 일으키지 않았다. 이에 그녀는 우선 자신을 미인으로 만드는 작업에 착수하였다. 현재의 마돈나가 자신을 미인으로 만들기 위해 쓰는 비용은 살펴보면 『Seoul Newspapers NTN』의 Lee(2010)가 영국 일간지 『Mirror』에서 마돈나의 젊음 유지비용이 10억원 이상이라 보도한 것을 인용했다. 마돈나가 주름과 흰머리, 나잇살 등을 감추기 위해 노력을 아끼지 않는다는 보도에 따르면 마돈나는 아이크림을 전신에 발라 1년에 90만원 정도를 소비한다. 또 셀룰라이트를 제거해 주는 기계를 7200만원을 주고 구입했으며, 근육 강화 스트레칭을 받는데 연간 3600만원을 사용한다. 현재도 엄청난 돈을 투자하며 미모를 유지하고 있다.

셋째, 스타는 사회가 요구하는 여성상에 양면성을 갖는다. Madonna는 마를렌 디트리히(Marlene Dietrich)와 프리네(Phryne)와 같은 신화이다. 프리네는 기원 4세기 그리스의 고급 매춘부였다. 전해오는 이야기에 따르면, 아프로디테(Aphrodite)의 모델이었다고 한다. Madonna는 마를레네 디트리히 처럼, 프리네 처럼, 아프로디테 처럼 위대한 창녀이자 사람들의 여신이다. 그녀는 요부이자 위대한 매춘부이며, 섹스심벌의 양면성을 지니고 있다(Guilbert, 2002/2004).

넷째, 성(gender) 경계 파괴인데, Madonna는 여장 남자들의 문화를 빌려오는 것 만으로는 만족하지 않았다. 노래 ‘Vogue’에서 그녀는 아주 구체적인 유형의 여장남자를 언급했다. 이 노래에서 Madonna의 보깅(voguing)은 사람의 기본이자 정치적 선언의 춤이다. 이 춤이 생겨난 시기는 자료에 따라 1960년대 또는 1970년대까지 거슬러 올라가며, 이 춤이 발달한 곳은 거리를 떠도는 동성애자 부랑자들의 쉼터인 하렘하우스(house of harem)이다. 이곳에서 여장 남자들이 가장 무도회를 여는 것은 자신들이 아메리칸 드림을 패러디하면서 스스로 화려한 아이덴티티를 창조해낼 수 있도록 해주기 위해서이다. 심사위원들은 창의성, 화려한 의상, 화려한 화장 등을 기준으로 참가자들을 평가하

며, 가장 인상적인 포즈를 통해 가장 놀라운 페르소나를 창출해낸 사람을 우승자로 정한다. 이렇게 해서 보강이 탄생했다(Wikipedia, 2011). 1990년대에 발매되었던 곡(Vogue)은 Madonna의 성적 경계의 파괴를 극단적으로 보여주는 곡이였으며 이어 2008~2009년 Madonna는 ‘스티키 & 스위트(Sticky and Sweet Tour)’ 월드투어에서 다시 리믹스하여 ‘보그’를 수록하였으며 현재도 여전히 성 경계의 모호함을 보여주고 있다(Guilbert, 2002/ 2004).

다섯째, 스타는 자신만의 이미지 구축을 해야 한다. Madonna는 처음으로 자신에 관한 픽션을 만들 때 여러 장르의 요소들을 차용했다. 노와르 소설이나 공상과학 소설의 요소들을 차용하는 포스트 모던 소설가와 마찬가지로, 그녀는 록, 펑크, 디스코 등 여러 스타일의 요소들을 이용했다. 그녀는 초창기에 거리에서 활동할 때, 펑크나 록큰롤을 기반으로 삼았고, 이는 그녀가 처음으로 만들어낸 패션이미지이다. Madonna는 전형적인 홍보활동으로 음반이나 영화가 발표될 때, 또는 Madonna의 순회공연이 시작될 때, 잡지에 Madonna의 사진들을 대거 실는다. 이는 전형적인 홍보활동이다. 이 사진들 하나하나가 그 자체로서 하나의 작품이라는 점이 다른 홍보활동과의 차이점이다. 포즈, 의상, 장신구 등 모든 것은 마돈나가 상징으로서 계획한 것들이다. Madonna는 인간들에게 지시를 내리기 위해 지상으로 내려왔던 고대의 여신들처럼 자신을 숭배하는 종교를 직접 조직하려고 애썼다(Guilbert, 2002/2004)

여섯째, 스타는 자신이 연기하는 페르소나를 대중들의 머리 속에 합성시키는 것이다. 신화적 스타와 그녀가 연기하는 페르소나는 대중매체와 대중들의 머리 속에서 하나로 합성된다. 사람들은 스타의 페르소나를 신뢰하며, 그것을 필요로 한다. Madonna는 메이 웨스트(Mae West), 마를레네 디트리히, 그레타 가르보(Greta Garbo) 등 세명의 동성애 스타와 섹스심벌 스타 마릴린 먼로를 페르소나 하고있다. 메이 웨스트는 성적인 분위기를 물씬 풍기는 외모에 동성애자이다. 해리 블레이크(Harry Blake)는 메이 웨스트가 ‘여자에 대한 남자의 환상을 구현한 먼로 타입의 여배우가 아니라 그 담론을 감히 자기 것으로 만든 보기 드문 여자’라고 썼다. 디히트리히가 ‘Blonde Venus(1932)’였다면 Madonna는 ‘Blond Ambition’이다. 디히트리히는 가부장적이었던 그 시대에 금기를 깨뜨렸다. 요부의 원형인 디히트리히는 착하면서 나쁜 여자를 연기한 적도 많았고, 성의 금기를 모조리 깨뜨렸다. 마틴(W. K. Martin)은 그녀가 양성

애자라는 평판을 얻은 것에 대해 이야기를 하면서 그녀가 양성애자라는 평판을 얻은 것은 제비꽃과 외알 안경 등 레즈비언들의 상징을 사용한 것을 상기 시켰다. 그녀의 영화 ‘Morocco’는 Madonna의 영원한 참고자료가 되었다. 가르보는 성격이 반항적인 양성애자였다. 그녀는 당시 사회를 재배하던 복장 규칙을 거부하고 바지를 입었다. 가르보는 스웨덴어로 달빛 위에서 춤을 추며 빙글빙글 도는 이상한 정령을 의미한다. 가르보는 거의 신과 같은 힘을 행사한 신비의 인물이었으며, 마돈나는 지금 그것을 흉내 내고 있다. 먼로는 세상사람들이 가장 가지고 싶었던 섹스심벌로 Madonna가 모방하는 다른 스타들과는 다르게 성적 모호함을 가지고 있지 않다. Madonna는 영원 불변한 섹스심벌로 먼로를 자신과 합성시키고 있는 것이다. Madonna는 디바이자 강력한 여성으로서 그레타 가르보, 마를레네 디트리히, 메이 웨스트 등 게이들의 우상이었던 여배우들의 계보를 잇고 있다(Guilbert, 2002/ 2004).

일곱째, 스타는 인간의 생물학적 수명을 뛰어넘는 긴 수명을 갖아야 한다. Madonna에 대한 기사로 『New York Dailynews』의 Guy(2010)는 지난 50년간 팝 문화 아이콘으로 10인을 선정했는데 프린세스 다이애나(Princess Diana), 오프라 윈프리(Oprah Winfrey), 마이클 잭슨(Michael Jackson), 마릴린 먼로(Marilyn Monroe) 등을 뒤로하고 Madonna를 2위로 선정하였으며, 마돈나는 현 후배 스타 카일리 미노그(Kylie Minogue), 브리티니 스피어스(Britney Spears), 레이디 가가(Lady Gaga) 등의 스타가 Madonna를 본보기로 따르고 있는 등 이미 많은 스타들에게 영향을 주고 있다.

『Sports Seoul』의 Kim(2010)이 할리우드 연예매체 『Female First』에서 “2000년대를 마감하는 의미로 지난 10년간 영국 언론을 통해 가장 많이 언급된 스타들의 이름을 분석했다.”며 “그 결과 Madonna가 4만 6,017건으로 1위를 차지했다.”고 전했다. Madonna는 왕성한 음악활동과 사생활 스캔들이 겹치며 1위의 영광을 안았다. 1983년 데뷔 이래 2011년 현재까지 30년이 넘도록 슈퍼스타의 자리를 지키며 생물학적 수명이 끝난 스타와도 견주어서도 그들을 뛰어 넘는 자리매김을 하고 있는 것을 알 수 있었다.

여덟째, 스타는 대중들에게 신격화되는 숭배의 대상이 되어야 한다. 신화적인 스타는 종교와도 같은 숭배의 대상인것 이다. Martin Amis는 “Madonna는, 명성은 유명해지기를 간절히 원하는 마음에서 나온다고 미국사람들에게 얘기하고 있다.”고 썼다. 기술자였던

아버지의 직업을 직공으로 깎아 내려서 자신이 중산층 출신이 아니라 노동계급 출신인것 처럼 꾸몄다. 자신이 노동 계급 출신인 것처럼 보이기 위해서였다. 이것은 아메리카 드림을 염두에 둔 것으로 Neil Campbell과 Alasdair Kean은 “자신을 스스로 창조한다는 생각이 바로 미국인의 아이덴티티에서 핵심을 차지하고있는 신화이다.”라고 지적하였듯이 Madonna는 자신을 밑바닥에서 최고로 올라간 아메리칸 드림의 주인공으로 만들며 승배의 대상이 되고자 했음을 알 수 있었다(Guilbert, 2002/2004).

이와 같은 고찰을 통하여 진정한 스타 요건의 신화 여덟가지 요건에 Madonna가 모두 부합되고 있음을 알 수 있다.

III. Madonna 패션이미지의 기호학적 분석 및 신화에 관한 논의

본 장에서는 Madonna의 패션이미지를 기호학으로 분석한 후, Madonna의 패션이미지에 대한 신화에 대해 논의하고자 한다.

1. Madonna의 패션이미지에 대한 기호학적 분석

본 절에서는 Madonna 패션이미지에 대하여 기호학으로 분석하고자 한다. Madonna의 담론에 관한 문헌 연구를 통하여 사례, 국내의 논문, 국내외 관련 기사 등을 살펴보고, Madonna의 패션홍보용 사진은 인터넷 사이트, 서적, 미디어자료 등을 통해 조사하였다. 조사 범위는 2005년부터 2011년에 발표된 앨범재킷의 패션 이미지를 중심으로 기호학이론 중 Barthes의 신화분석을 중심으로 고찰하였다.

Seo(2005)는 신석기시대 스페인 벽화에서 발견된 아워글래스 실루엣은 당시에 ‘위대한 여신’의 재탄생(re-generation)이라는 의미를 나타낸 기호로서 나타난다고 하며 Han(2010)에서는 인체미(美)를 살리기 위한 복식은 인간의 성적 특징이 부각되는 방향으로 이루어지는데, 인간의 관능성을 강조하기 위하여 복식을 통해 인간의 육체를 강조하고 복식은 인체의 실루엣을 억압하며 강조, 왜곡하는데 이때 인체 위에 입혀진 복식은 관능미라는 미적 가치를 체험하게 된다고 한다.

J. Y. Kim(2002)은 학위 논문에서 마돈나의 여성성은 서구 백인의 성적 대상화된 여성성과 이성애적 관능성을

투사하는 Lingerie Look, Androgynous Look, Dominatrix Look 등을 통해서 동성애, 양성애, 사도메조키즘(Sadomasochism) 등이 나타난다 하며 이와 같은 이미지는 Body-Conscious Look, Lingerie Look, Fetish Look 등으로 나타내고 아이템으로는 Bustier, Body Suit, Bra Top, Pantie, Net Stockings, Long Boots, Stiletto Hill, Black Gloves, Garterbelt, Black, Red, Pink, Gold, Satin, Leather등과 소품으로 Horserwhip, Hat 과장된 액세서리, 웨이브 있는 가발 등으로도 표현되며 바디 빌딩한 인체 등으로 표현된다고 한다.

M. G Kim(2010)는 오프 숄더 네크라인(Off Shoulder Neckline)은 어깨에서 멀리 떨어진 네크라인이며 쇄골과 어깨뼈가 들어나 매우 여성적이며 섹시하게 보인다고 한다. Moon(2009)은 Barthes가 말하는 현대의 신화에서 색채는 현대 신화를 구성하는 기표의 재료로서 훌륭한 역할을 수행하고 있는 것이라 하며 색채가 기호를 가질 때 특정한 색상을 가져야 한다는 고정관념을 생산해 내기도 한다. 핑크색의 여러 가지 이미지들 중에서 핫핑크색의 이미지는 ‘여성스러움’, ‘에로틱함’, ‘저속함’으로 정의할 수 있다고 한다.

Lee(2011)에서 현재 블랙은 다양한 해석의 시대라 하며 분노, 공격, 반항, 위협, 격식, 저항, 성애, 도시, 인공 등을 내포한다고 하고, Han(2010)은 무대의상에서 블랙은 현대에 이르며 죽음, 공포, 악마, 종교적 분위기, 위협적인 힘, 관능, 성(性), 모던한 현대적 이미지가 다양하게 조화를 이루며 표현되어 왔고 비애성, 금욕성, 위엄성, 관능성, 반항성, 현대성, 양성성, 여성성, 조화성 등 다양한 미적 특성을 찾아 볼 수 있다한다. Song(1997)에 의하면 20세기 후반의 패션에 나타난 블랙 미의식은 특히 블랙이 면적을 축소하는 시각효과를 주므로, 복식의 미니멀리즘경향을 표현하는데 효과적으로 사용된다. 또한 블랙은 남성이나 여성으로 국한되지 않은 새로운 성 정체감의 상징으로 사용된다 한다. 이와 같은 선행연구를 기반으로 Madonna의 패션이미지를 분석하고자 한다.

‘Hung Up(2005)’에서 Madonna는 Femme Image의 댄서(Dancer)이며 Androgynous Look, Body-Conscious Look을 나타낸다. Fashion Item은 Red Hair Wave, Body Suit, Off-Shoulder Blouse, Pink를 착용하고 있다. Signifier는 현대 무용가인 Femme Role로 성적 대상화(Sexual Objectification), Sexuality과 함께 성 경계 모호함(Ambiguous of Gender Boundary)을 보여주며 Signified로는 자신을 대상화 시킴으로 성적 대상화 대상(Object of Sexual

Objectification)과 동성에 동조(Homosexuality Agree)를 나타낸다. 여기서 Myth는 여성성의 양면성(Duality of Feminine)과 동성에 동조를 내포한다(Fig. 1).

‘Give It 2me(2006)’는 Drag Image를 나타낸다. 관능적인 Body-Conscious Look을 보여주며 Fashion Item은 Blond Hair Wave, Silk Hat, Body Suit, Long Boots, Black 의상을 착용하였다. Signifier로는 관능적인 Drag Role을 보여주고 Signified는 동성에 동조를 인정하며 인간의 양면성을 가진다. Myth는 성의 양면성, 성 경계의 모호함을 내포하고 있다(Fig. 2).

‘4 Minute(2008)’는 Mixed Group 이미지이다. Look은 Androgynous Look을 나타내며 Blond Hair Wave, T-Shirts, Long Boots, Black 등의 Fashion Item을 보여주고 있다(Fig. 3). 저스틴 팀버레이크(Justin Timberlake)는 단정한 컷트 머리의 블랙을 주조색으로 평범한 캐주얼 의상을 입고 있다. Signifier는 구세대와 신세대가 음악으로 결합(Old & New Generation Combination)된 것을 보여준다. Signified는 두사람 관계에서 여자 가수가 남자 가수를 경력, 부, 나이 등을 압도하며 아이돌 가수를 대상화 대상인 Boy Toy 재현(Boy Toy Reappearance)을 하고 있다. 이는 성 역할 전복(Upset of Sex Roles)되는 Myth를 가진다.

‘Hard Candy(2009)’는 사이버 공간 속의 지배자(Cyber Space Dominator) 이미지로 Body-Conscious Look, Dominatrix Look을 보여주며 Fashion Item은 Blond Hair Wave, Body Suit, Bangle, Champion Belt, Black 착용을 하고 있다. 사이버 공간에서 Sexuality와 Victory를 Signifier로 보여주고 Signified로는 국경과 시·공간을 초월한 지배자(Dominator), 동성에 동조를 내포한다. Myth는 성 역할의 전복, 성 경계의 모호함을 나타낸다(Fig. 4).

‘Celebration(2009)’은 Body-Conscious Look, Dominatrix Look 스타일을 보여주고 있다. 관능적인 부치 이미지의 마녀(Butch Image Witch)로 Blond Hair Wave, Body Suit, Gloves, Champion Belt, Long Boots, Black 등의 Fashion Item을 이용하고 있다. Signifier는 성을 가로지르는 레즈비언의 주체화된 관능적인 부치 역할(Butch Role)로 권투장 승리자(Victory Boxer), 관능성(Sexuality)을 나타낸다. 남성들만의 장소를 정복한 지배자(Conqueror of The Male Place), 동성에 동조라는 Signified를 내포하며 성 지위의 전복, 성 경계 모호함이라는 Myth를 가진다(Fig. 5). ‘Celebration(2009)’에서는 Body-Conscious Look 스타일로 펌프 이미지의 마녀(Femme Image Witch)를

표현한다. Fa-shion Item을 살펴보면 Blond Hair Wave, Body Suit, Long Boots, Black을 착용하고 있다. 드라마 속에 마녀를 차용(Borrowing The Witch Image of Drama)하여 관능적인 대상화 대상으로 자신을 만드는 Signifier를 나타내고 있다. 동성에 동조 하고 자신을 의도적으로 대상화 대상으로 만들며 인간을 초월한(Beyond Human) 대상이 되게하여 더 근접 할수 없는 존재가 되고 있다. Myth으로는 성 경계의 모호함과 자신을 숭배의 대상(Object of Worship)으로 만들고 있다(Fig. 6). 한편 ‘Celebration(2009)’는 Marilyn Monroe로 이미지를 차용하고 있다. Fashion Item은 Blond Hair Wave, Blue Eye Shadow, Red Lip만의 사용을 하고 있다. Signifier로 자신과 관능적인 면모를 합성(Marilyn Monroe Imitation)하였고 여기서 자신이 영원한 섹시심볼(Forever Sex Symbol)이라는 Signified를 나타낸다. Myth는 자신을 영원 불변한 섹시심볼 스타로 숭배의 대상이 되는 것이다(Fig. 7).

‘Sticky & Sweet Tour(2010)’은 Femme Image 무용가로 Lingerie Look 스타일이다. 앞머리를 짧게한(The Forehead Short) 웨이브 금발머리에 Bra Top, Pantie, Black의 Fashion Item을 착용하고 있다. Signifier는 근육질의 젊은 관능적 무용가(Muscularity A Dancer)를 나타낸다. Signified로는 동성애를 동조하며 자신을 대상화 대상으로 만들고 있다. Myth는 성 경계 모호함, 여성성의 양면성을 부각하여 더욱 다가설 수 없음과 물리적 나이를 초월한 모습을 가진다(Fig. 8).

앞서 분석한 Madonna의 패션이미지를 정리하여 보면 이성애적 관능성을 기반으로 스타일은 Body-Conscious Look, Lingerie Look, Androgynous Look, Domi-natrix Look 등으로 요약할 수 있다. Fashion Item은 Blond Hair Wave, Body Suit, Bra Top, Pantie, Long Boots, Black Gloves, Black, Red, Pink, Satin, Leather 등과 소품으로 과장된 액세서리가 나타나며 웨이브 금발머리에 바디 빌딩한 인체 등을 이용하여 패션이미지를 표출하고 있음을 알 수 있었다.

<Table 1>은 Madonna Fashion Image를 Semiotics analysis 하기 위해 fashion item, Signifier, Signified, Myth로 분류하여 정리하였다.

2. Madonna 패션이미지의 신화

본 절에서는 Madonna의 패션이미지에서 나타나는 신화를 기존의 보편적인 신화와 Madonna가 창출하는

Fig. 1. Hung Up (2005).

Fig. 2. Give It 2me (2006).

Fig. 3. 4 Minute (2008).

Fig. 4. Hard Candy (2009).

Fig. 5. Celebration (2009).

Fig. 6. Celebration (2009).

Fig. 7. Celebration (2009).

Fig. 8. Sticky & Sweet Tour (2010).

From Madonna. (2010). <http://www.madonna.com>

신화를 비교하며 논의 하고자 한다.

Madonna 신화를 논의 하기 전에 현 사회 현상을 살펴보면 Levy(1988/2000)에서 요즘 현대 사회는 사이버 스페이스에서 시간간의 순간적으로 한번 클릭으로 세계의 모든 소식 등을 빛의 속도로 누리게 되었으며 디지털 테크놀로지는 인간에게 “신의 손과 발”을 부여하였고, 인간은 신처럼 세계 어느곳에든지 동시에(Ubiquitos) 존재한다하며 Lipovetsky(1987/1999)에서는 현 사회의 소비는 사회적 지위를 내포하는 품목으로 인정하지 못하는것이 대부분이며, 이것은 자율성, 신기한 것, 자극, 정보에 대한 집단적인 갈망에 흡수되어 버린다. 그보다 중요한 것은 이미지와 스펙터클에 대한 갈망, 자율성에 대한 취향, 육체의 숭배, 이목을 끄는 것들과 신기한 것에 대한 탐닉이라 한다.

Tacheuhiko(1984/1999)에서 일반적으로 블랙 장화와 코르셋, 채찍, 따위는 원래 사도마조히즘(Sadomasochism)적 경향을 보여주는 액세서리로 장단지와 허리를 꼭 조이는 블랙 가죽 스커트, 슬랙스, 부츠 따위는 지배와 복종의 성적 관계를 밀접하게 연결해 주는 동성애나

사디즘 또는 마조히즘의 상징적 미학적 표현으로 나타난다고 한다. 마돈나는 넥타이처럼 길고 가느다란 것, 탐처럼 곳곳이 서있는것, 지팡이나 막대기처럼 뾰족한것 등이 남근을 상징하는 패션아이템이나 구두 등 여자의 성기를 상징(Tacheuhiko, 1984/1999)하는 소품으로 자신을 스스로 성적 대상화시킴으로써 관능성을 유발하고 있다.

현대 사회의 보편적 신화는 가부장제 속의 성 역할을 분명히(Division of Patriarchy Gender Roles)하고 여성이 남성의 대상화 대상이(Woman Object of Sexual Objectification)되고 성 경계가 분명하고(Obviousness of Gender Boundary) 동성애를 금지(Homosexuality Prohibit)하며 정숙한 여성성(Chaste Woman)을 요구하고 보편적 여성(General Woman)을 기대한다. 마돈나는 이를 깨는 신화를 창조하고 있는데, 여성이 남성을 지배하는 모습 가부장제와 성 역할의 전복(Upset of Patriarchy Gender Roles)을 보여주며 남성을 대상화의 대상(Man Object of Sexual Objectification)으로 만들고 있다. 또한 과거 스타 중 성 양면성을 가진 스타와 자신의 이미지를 합성

Table 1. Madonna fashion image - Signifier, Signified, Myth

Image
Title	Hung Up (2005).	Give It 2me (2006).	4 Minute (2008).	Hard Candy (2009).
Image	• Femme image	• Drag performance	• Mixed group	• Cyber space dominator
Look	• Androgynous Look • Body-Conscious Look	• Body-Conscious Look	• Androgynous Look	• Dominatrix Look • Body-Conscious Look
Fashion Item	• Red hair wave • Body suit • Off-shoulder blouse • Pink	• Blond hair wave • Body suit • Silk hat • Long boots • Black	• Blond hair wave • T-shirts • Long boots • Black	• Blond hair wave body suit • Bangle • Champion belt • Black
Signifier	• Femme role • Sexuality	• Drag role • Sexuality	• Old& new generation combination	• Victory • Sexuality
Signified	• Object of Sexual objectification • Homosexuality agree	• Homosexuality agree	• Boy toy reappearance	• Dominator • Homosexuality agree
Myth	• Duality of feminine • Ambiguous of gender boundary	• Ambiguous of gender boundary	• Upset of sex roles	• Upset of gender roles • Ambiguous of gender boundary
Image
Title	Celebration (2009).	Celebration (2009).	Celebration (2009).	Sticky& Sweet Tour (2010).
Image	• Butch image witch	• Femme image witch	• Marilyn Monroe	• Femme image
Look	• Body-Conscious Look Dominatrix Look	• Body-Conscious Look		• Lingerie Look
Fashion Item	• Blond hair wave • Body suit • Gloves • Champion belt • Long boots • Black	• Blond hair wave • Body suit • Long boots • Black	• Blond hair wave • Blue eye shadow • Red lip	• The forehead short • Bra top • Pantie • Black
Signifier	• Victory boxer • Sexuality • Butch role	• Borrowing the witch image of drama • Sexuality	• Marilyn Monroe imitation • sexuality	• Muscularity a dancer • Sexuality • Femme role
Signified	• Conqueror of the male place • Homosexuality agree	• Beyond human • Homosexuality agree	• Forever sex symbol	• Object of Sexual objectification • Homosexuality agree
Myth	• Upset of gender roles • Ambiguous of gender boundary	• Object of worship • Ambiguous of gender boundary	• Object of worship	• Duality of feminine • Ambiguous of gender boundary

Table 2. Madonna the myth makes to the creation of fashion images

General Myth		Madonna Myth
Division of patriarchy gender roles	↔	Upset of patriarchy gender roles
Woman object of sexual objectification	↔	Man object of sexual objectification
Obviousness of gender boundary	↔	Ambiguous of gender boundary
Homosexuality prohibit	↔	Homosexuality agree
Chaste woman	↔	Duality of femininity
General Woman	↔	Object of worship

하여 성 경계 모호함과 동성에 동조를 표현하고 요부에 가까운 이미지를 연출하여 자신을 대상화 시킴으로 더 근접할 수 없는 대상으로 만들며 기존의 여성성을 깨고 여성성의 양면성을 보여준다. 또한 이상적 외모보다는 자신이 창출하고자 하는 이미지를 과거 스타들과 합성시키고 있고 또한 사이버 사회에서 신과 같은 전지전능함의 열망을 보이며 물리적 육체에서 벗어나 가상적인 이미지 연출을 패션에 시도하고 자신을 숭배의 대상으로 만들고 있다. 결과적으로 Madonna는 성 역할의 전복, 성의 양면성, 여성성의 양면성 신화를 창조하고 있음을 알 수 있다.

또한 Haug(1983/2003)에서 여성과 남성의 관계에서 제일 중요한 것은 Freud가 가정했듯이 성 기관의 차이가 아니고 그 차이를 두드러지게 만드는 “복식 차별화(Sartorial Differentiation)”라고 강조하듯이 Madonna 역시 복식의 차별화를 통해서 자신의 신화를 만들고 있음을 알 수 있었다.

Madonna의 패션이미지 창출로 만드는 신화를 <Table 2>에 정리하였다.

VI. 요약 및 결론

본 연구에서는 기호학으로서 패션이미지 해석이 가능한 것은 패션현상에서 사회 구성원 간에 축약된 약호들이 존재하기 때문에 가능하며 신화학은 형식 속의 관념을 연구하는 과학으로서 동시에 역사과학으로서 신화에 속하고 ‘지구촌’이 된 오늘날의 세상에서

신화의 역할을 하고있는것이 바로 ‘스타’임을 알 수 있었다.

본 연구는 Madonna가 패션을 통해서 창출하는 신화를 알아보기 위해서 스타가 만드는 일반적 신화 역할가지와 부합된 Madonna의 신화를 알아보았다.

첫째, 스타는 엄청난 보수로 형성된 재산을 가져야 하는데 Madonna를 살펴보면 데뷔 이래 30년간 음반을 히트시키며 엄청난 부와 명성을 이루었다.

둘째, 스타는 아름답다는 것이며 아름다움은 만들어 진다는 신화로서 그녀는 우선 자신을 미인으로 만드는 작업에 착수했으며 현재도 엄청난 돈을 투자하며 미모를 만들어가고 있다.

셋째, 스타는 사회가 요구하는 여성상에 양면성을 갖는데, 그녀는 요부이자 위대한 매춘부이며, 섹스심벌의 양면성을 지니고 있다.

넷째, 성 경계 파괴인데, 1990년대에 발매되었던 곡 ‘Vogue’는 Madonna의 성적경계 파괴를 극단적으로 보여주었으며, 현재도 여전히 성 경계의 모호함을 보여주고 있다.

다섯째, 스타는 자신만의 이미지 구축을 해야 한다. Madonna의 순회공연이 시작될 때, 잡지에는 Madonna의 사진들이 대거 실린다. 이 사진들의 포즈, 의상, 장신구 등 모든 것은 마돈나가 상징으로서 계획한 것들이다.

여섯째, 스타는 자신이 연기하는 페르소나를 대중들의 머리 속에 합성시키는 것인데 Madonna는 자신을 요부이자 매춘부이며, 섹스심벌로 보여지도록 마릴린 먼로를 차용하고 있고 성 경계 모호함을 표출하

기 위해서 메이 웨스트, 마를렌 디트리히, 그레타 가르보 등 스타의 페르소나를 대중들 머리 속에 합성시켰다.

일곱째, 스타는 인간의 생물학적 수명을 뛰어넘는 긴 수명을 갖는데 Madonna는 1983년 데뷔 이래 현재까지 30년이 넘도록 슈퍼스타의 자리를 지키고 있다.

여덟째, 스타는 대중들에게 신격화되는 숭배의 대상이 되어야 하는데 Madonna는 아메리칸 드림인 자신을 스스로 창조한다는 미국인의 아이덴티티에서 핵심을 차지하고 있는 신화를 자신에게 부합시키면서 숭배의 대상이 되고 있다.

이와 같은 고찰을 통하여 일반적으로 스타가 창출하는 신화 요건에 Madonna가 부합되고 있음을 알 수 있다.

이상의 논의를 바탕으로 Madonna가 패션이미지에서 창출하는 신화를 기호학으로 분석하여 보면 ‘Hung Up(2005)’은 Signifier로 femme image를 부각시키고 있으며 Signified로는 동성에 동조와 자신을 대상화 하고 있고 Myth로 성 경계 모호함과 여성성의 양면성을 가지고 있다. ‘Give It 2me(2006)’의 Signifier는 drag image를 보여주고 있으며 Signified는 게이문화를 인정하고 있으며 Myth로 성 경계의 모호함을 나타내고 있다.

‘4 Minute(2008)’는 Signifier로 구·신세대 결합을 보이고 Signified는 Boy toy 재현을 하고 있으며 Myth는 성 역할 전복을 내포하고 있다. ‘Hard Candy(2009)’는 Signifier로 Dominatrix Look을 보이고 있으며 Signified로 동성에 동조, 시공간을 초월한 지배자 모습을 보이고 성 경계 모호함, 성 역할 전복이라는 Myth를 가지고 있음을 알 수 있다.

‘Celebration(2009)’ 첫번째에는 Signifier로 부치 역할로 권투 경기 승리자를 나타내며 Signified로 동성에 동조와 남성의 장소를 정복한 모습을 보이며 Myth는 성 경계의 모호함과 성 역할을 전복하고 있다. ‘Celebration(2009)’ 두번째는 Signifier는 드라마의 마녀를 차용하여 팜프 역할 이미지를 보이며 동성에 동조와 인간을 초월한 존재라는 Signified로 성 경계의 모호함과 자신을 숭배의 대상으로 만드는 Myth를 가지고 있음을 알 수 있었고 ‘Celebration(2009)’ 세번째는 Marilyn Monroe를 모방하며 영원한 섹스심볼 대상으로 자신을 숭배의 대상으로 만들고 있음을 알 수 있었다.

‘Sticky & Sweet Tour(2010)’는 Signifier로 femme role로 근육질의 무용수를 나타내며 Signified로 동성에 동조와 자신을 대상화 대상으로 만들고 있으며 Myth

로 성 경계의 모호함과 여성성의 양면성을 내포하고 있음을 알 수 있다.

본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째 Madonna 패션 이미지의 기호학적 분석이 가능한 이유는 기호학적 이론과 접근방식으로 패션을 분석할 때 look을 하나의 기호로 나타내며, 이미지는 해석의 대상으로 변한다. 또한 기호학으로서의 패션이미지 해석이 가능한 것은 사회 구성원 간에 축적된 약호들이 존재하기 때문이다. Barthes는 전해지는 이야기, 신화, 전설 등을 통해 당시의 사회상이나 인간들 사이의 관계에 대해 파악 할 수 있다는 Levi Strauss의 신화개념을 더욱 확장하고 범 사회적으로 개념화시켰다. 이와 같은 고찰을 통해서 Barthes의 신화분석이 패션이미지를 분석하는데 적절한 것임을 알 수 있었다. 또한 마돈나의 패션이미지를 기호학적으로 분석하여 창출되는 신화를 살펴 보면 보편적 신화는 가부장제 성 역할의 구분 여성이 남성의 대상화 대상, 성 경계 분명, 동성에 금지, 정숙한 여성, 보편적 여성을 내포하고 있다.

이와 대립되게 Madonna 신화는 가부장제 성 역할의 전복, 남성이 여성의 대상화 대상, 성 경계 모호함, 동성에 동조, 여성성의 양면성, 숭배의 대상이라는 신화를 창조하고 있음을 알 수 있었다.

둘째, Madonna가 패션이미지를 통해서 어떠한 신화를 창출하고 있는지 정리하여 보면 스타는 지구촌의 신화 역할을 담당하며 자신의 신화를 만들어야 하는데 Madonna의 신화창출은 여성의 sexuality를 기본으로 하여 가부장제 성 역할의 전복, 남성이 여성의 대상화 대상, 성 경계 모호함, 동성에 동조, 여성성의 양면성을 가진 숭배의 대상으로 자신을 만들고 있다.

셋째, Madonna가 어떠한 패션스타일을 통해서 신화를 창출하고 있는지 알아보면 자신을 요부이자 매춘부이며, 섹스심벌로 보여지도록 마릴린 먼로를 차용하고 있고 성 경계 모호함을 표출하기 위해서 과거 여배우들의 페르소나를 대중 머리 속에 합성시켰다. 또한 여기에 Madonna는 아메리칸 드림의 신화를 자신에게 스스로 창조한다는 미국인의 아이덴티티라는 핵심을 차지하고 있는 신화를 자신에게 부합시켜 자신을 숭배의 대상으로 만들고 있다.

또한 이러한 신화를 창출하기 위하여 패션이미지는 이성애적 sexuality를 기반으로 패션이미지는 Body-Conscious Look, Lingerie Look, Androgynous Look, Dominatrix Look으로 나타나며 Fashion Item은 Blond Hair Wave, Body Suit, Bra Top, Pantie, Long Boots,

Black Gloves, Black, Red, Pink, Satin, Leather 등의 소품으로 과장된 액세서리가 나타나며 웨이브 금발머리에 바디 빌딩한 인체 등을 이용하고 있음을 알 수 있었다.

본 연구는 ‘대중스타’의 패션을 사회과학적으로 시도한 연구가 미비했던 실정에서, 스타의 패션이미지 분석도 사회과학적 접근이 가능함을 보여주었다. 또한 스타가 신화창출을 위해서 목적에 맞는 어떠한 패션 이미지를 나타내고 있는지와 어떤 아이템을 통해서 표현하고 있는지 분석 가능함을 알 수 있었다. 이와 같은 연구가 차세대 스타를 만드는 과정에 도움이 되리라 사료된다.

본 연구의 제한점은 사회과학으로 접근이 더욱 타당하기 위하여 한장의 사진 마다의 포즈 등의 의미분석 되지 못한 점이며 헤어와 메이크업에 따른 정확한 이미지 분석이 후속연구에 필요하다고 사료된다.

References

- Andrew, D. (2003). *Visual culture in the digital age* (J. H. Kim, Trans.). Seoul: Real Cultural Studies. (Original work published 2000)
- Back, S. G. (2004). *Popular culture, the pleasure of interpreting semiotics*. Seoul: Communication Books.
- Back, S. G. (2007). *Media, the pleasure of interpreting semiotics*. Seoul: Communication Books.
- Barthes, R. (1997). *Modern myth* (Ewha the Semiotics Institute, Trans.). Seoul: Dong Moon Sun. (Original work published 1957)
- Guilbert, G. C. (2004). *Madonna as postmodern myth* (S. W. Kim, Trans.). Seoul: Dulnyouk. (Original work published 2002)
- Guy, A. (2010, June 16). Top 10 pop culture icons of the past 50 years. *New York Dailynews*. Retrieved January 27, 2011, from <http://www.nydailynews.com>
- Han, H. M. (2005). *A study on the fashion code of Madonna*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.
- Han, N. R. (2010). *Aesthetic characteristics of stage costumes appeared black*. Unpublished master's thesis, Chung-Ang University, Seoul.
- Haug, P. (2003). *Dual means of the Madonna* (Y. O. Park, Trans.). Seoul: Human Love. (Original work published 1983)
- Jin, H. Y. (2003). *A study on design of the kitschy album jacket*. Unpublished master's thesis, Dankook University, Seoul.
- Joo, H. I. (2006). *To see how the images?* Seoul: Ji& Ji.
- Kim, C. S. (1998). *The development of modern semiotics*. Seoul: Seoul National University Press.
- Kim, H. J. (2002). *Feminism expressive forms that appeared in the costumes: In case of Madonna's fashion style*. Unpublished master's thesis, Sungshin Women's University, Seoul.
- Kim, J. Y. (2002). *The feminity of third wave feminism expressed in the girl power costumes*. Unpublished doctoral dissertation, Sookmyung Women's University, Seoul.
- Kim, J. Y. (2010, December 28). 46,017 times.. Madonna, 10 selected as the best media exposure star over the years. *Sports Seoul*. Retrieved January 27, 2011, from <http://news.sports-seoul.com>
- Kim, J. Y., & Yang, S. H. (2001). A study on the postmodern identity in Madonna costume. *Journal of the Korean Society of Costume*, 51(8), 123-139.
- Kim, J. Y., & Yang, S. H. (2002). Appeared on Madonna's gender identity. *The Research Journal of the Costume Culture*, 10(1), 60-75.
- Kim, M. G. (2008). *Reality system dismantling of images cultural communication*. Seoul: Korea Research Information.
- Kim, M. G. (2010). *A study on the image perception of the wedding head dress, hairstyle, a neck-line*. Unpublished doctoral dissertation, Sungshin Women's University, Seoul.
- Kim, Y. S. (1993). *Roland Barthes image theory*. Seoul: World History.
- Lee, H. J. (2010, July 8). 50, For Madonna '1billion' cost maintain youth. *Seoul Newspapers NTN*. Retrieved January 28, 2011, from <http://ntn.seoul.co.kr>
- Lee, Y. K. (2011). *A study on bite style of existential meaning through black fashion*. Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul.
- Levy, P. (2000). *Cyber-culture* (J. K. Cho & D. Y. Kim, Trans.). Seoul: Literature and Art Publishing. (Original work published 1988)
- Lipovetsky, G. (1999). *Empire of the fashion* (J. D. Lee, Trans.). Seoul: Literature and Art Publishing. (Original work published 1987)
- Madonna. (2010, January 27). *Madonna*. Retrieved October 23, 2011, from <http://www.madonna.com>
- Moon, J. Y. (2009). *Image of pink colored objects*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- Palette, H. (1995). *Flow of modern semiotics* (S. D. Kim, Trans.). Seoul: Theory and Practice. (Original work published 1989)
- Park, H. R. (2009). Meaning analysis of perfume design through of Roland Barthes-Concentrated on perfume container of Anna Sui-. *The Korean Society of Illustration Research*, 20, 57-66.
- Pomerantz, D., & Rose, L. (2010, June 28). Madonna #10 on Forbes' 100 most powerful celebrities list. *Forbes*. Retrieved January 27, 2011, from <http://forbes.com>
- Seo, M. J. (2005). *A study on the mythic and symbolic system of the costumes in the film <Star Wars>*. Unpublished doctoral dissertation, Hongik University, Seoul.
- Seo, Y. H. (2002). *A study on the contemporary fashion design reflected feminine image of the Germanic myth*. Unpublished

- master's thesis, Dongduk Women's University, Seoul.
- Tachuehiko, S. (1999). *Eroticism of body pleasure* (D. C. Moon, Trans.). Seoul: Ocean. (Original work published 1984)
- Wikipedia. (2010, September 8). Madonna. *Wikipedia Dictionary*. Retrieved October 24, 2011, from <http://en.wikipedia.org/wiki/Madonna>
- Wikipedia. (2011, January 27). Vogueing. *Wikipedia Dictionary*. Retrieved October 23, 2011, from [http://en.wikipedia.org/wiki/Vogue_\(dance\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Vogue_(dance))
- Yang, S. H., & Yang, H. Y. (2005). A study on the mythical image of modern fashion. *Journal of the Korean Society of Costume*, 55(1), 151-164
- Yu, J. O. (2000). *A study on molding analysis research of Madonna fashion*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.