

국내 걸그룹 교복이미지 패션에 나타난 롤리타 콤플렉스(Lolita Complex)

신파람 · 이효진[†]

전북대학교 생활과학과 의류학전공 · 전북대학교 의류학과[†]

Study on the Lolita Complex of Korea Girl Group's School look image Fashion

Param Shin and Hyojin Lee^{1)†}

Dept. of Human Ecology, Chonbuk National University

¹⁾Dept. of Fashion Design, Chonbuk National University

Abstract : This study systematically identified the influence of the school look fashion image on public culture, which is used for increasingly sexualized marketing appeal by domestic Girl Groups. We examined and analyzed the school look fashion image of Girl Groups, focusing on the Lolita complex which is particularly influential in the sexual appeal of domestic popular fashion. The method of this study is based on a literature review from the years 2007 to 2016, when the female girl groups began to receive attention. The music videos of the female girl groups in the top 100 charts of 'Melon' from 2006 to 2-16, which provides the largest mobile music service in Korea, were watched and analyzed as primary data. As a result, it was found that the 'school fashion look image' of adolescence which was used as costumes for Girl Groups, plays a role in commercializing the image of a 'girl', and the types and characteristics of school look fashion image are drawn in two ways. First, it is the image of a seductive Lolita complex. This is the case where young girls wear school look fashion image to emphasize their sexual maturity. Second, it is the case that is using the school look fashion image in order to perform with the 'young girl' concept, as an image of the enchanting Lolita complex; in addition, the erotic body image is more explicitly exposed through choreography and nakedness.

Key words : school look image fashion (교복 이미지 패션), Lolita complex (롤리타 콤플렉스), K-pop girl group fashion (K-pop 걸그룹 패션), K-pop girl group (K-pop 걸그룹)

1. 서 론

최근 한국 사회의 대중 문화 트렌드를 이끌고 영향력 있는 세대는 바로 10대와 20대 초반 중심의 청소년들로 구성된 엔터테인먼트 팀인 아이돌 그룹이다. 이들은 '한국 사회의 신지배층'으로 명명될 정도이며(Lee, 2011) 특히 대중문화 분야에 큰 영향력을 발휘하고 있다.

더욱이 전 국민이 음원 스트리밍 서비스(streaming service)를 이용하면서, 대중화된 아이돌 그룹의 음악 시장 위치를 가늠해 볼 수 있게 되었으며 그로 인하여 음원 중심 시장은 팬덤(fandom)을 넘어 음원 스트리밍 서비스를 이용하는 대중의

인기를 끄는 수익 창출 시스템으로 변화했다. 이에 2005년 이후 음원 중심 시장의 대중을 사로잡기 위한 아이돌 소속 기획사들은 기존의 전략과는 다른 전략으로 이미지 변화를 시도하였으며(Kim, 2010b), 단순히 아이돌 그룹의 팬덤 취향을 겨냥하는 것을 넘어 대중성 확보를 위해 다각도의 전략으로 아이돌 그룹이 기획되고 있다. 아이돌 그룹 포화 상태의 음악 시장에서 수익성을 창출하기 위해서는 대중성을 확보하는 것이 관건이기 때문이다.

음악 중심 시장의 외적 전략 중의 하나는 여성 이미지를 상품화 하는 것이다. Lee(2011)는 아이돌 그룹 중 소녀들로 구성된 '걸그룹'은 기획사의 수익 창출을 위한 전략으로써 춤과 의상을 통해 선정성을 극대화하는 것이 가시화되었음을 언급하였다. 댄스와 패션을 비롯한 시각적 요소를 강조하는(Kim & Kim, 2015) 우리나라의 아이돌 걸그룹의 안무와 의상은 몸의 성적 표현에 집중되고 있는데(Lee, 2014), 그 중 걸그룹 안무 의상에 사용되는 청소년기의 '교복 이미지 패션'은 '소녀' 이미지를 상품화하는 역할을 하고 있다. 본 논문에서 교복 이미지 패션은 중·고등학교 학생들의 소속감 및 일체감 등을 표현하기 위한 제복 개념의 유니폼인 교복 스타일을 차용한 무대영상

[†]Corresponding author; Hyojin Lee

Tel. +82-63-270-3848, Fax. +82-63-270-3799

E-mail: curiously@naver.com

© 2017 (by) the authors. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

으로 정의한다. 걸그룹 본연의 컨셉을 반영한 상업적 아이টে므로써의 교복 이미지는 하나의 스타일으로써 대중에게 영향을 미치기 때문이다.

우리나라의 청소년기 중·고등 학생들은 일반적으로 교복을 착용하는데, 이는 착용자 자신에게 명확한 신분을 인식하게 함으로써 소속감과 공동체 의식을 고취시켜 바람직한 학교생활 및 학생다운 행동을 하도록 함에 그 목적이 있다. 하지만 교복이 상업적 아이টে므로써 활용되어 그 본연의 의미가 퇴색되고 있는데, 이러한 현상은 청소년기 여학생들에게 외모 및 노출 지향적 행위에 영향을 주기도 하고 더욱이 남성들에게 성평화주의 같은 여성에 대한 잘못된 스테레오 타입(stereo-type)을 자극시키는 역할을 한다는 측면(Lee et al., 2014)에서 여성 걸그룹의 교복 이미지 패션 사용에 대해서 사회적인 논의가 필요한 상황이다.

교복을 입는 소녀를 대상으로 성적 호기심을 느끼는 것은 어린 아동을 대상으로 성적 호기심을 느끼는 “롤리타 콤플렉스(Lolita complex)”가 반영된 것이다. “‘롤리타’ 섹션이 버젓이... 한 백화점 서점 논란(“The ‘Lolita’ section”, 2016)”, “사라지지 않는 신드롬 ‘롤리타(Choi, 2016)’” 등과 같은 신문기사를 통해서 알 수 있듯이 사회 전반에 롤리타 콤플렉스가 반영된 현상이 나타나고 있다. 이에 롤리타 콤플렉스와 연관된 패션 연구의 중요성이 부각 되고 있는 실정이다. 선행연구로 일본의 망가 문화와 관련하여 남성과 소녀의 관계 속에서 나타난 롤리타 콤플렉스를 살펴본 연구(Darling, 2001; Hinton, 2014; Kinsella, 2006; Yano, 2009), 롤리타 콤플렉스와 성도착증과 관련하여 법적인 문제를 살펴본 연구(Islam, 2015; McLelland, 2005), 걸그룹 문화에서 나타난 롤리타 콤플렉스 연구(Kim, 2010a; Kim, 2011; Lee, 2011; Mungang, 2010) 등이 있다. 그러나 이와 관련하여 의류 학계에서 연구된 것은 영화나 소설과 관련지어 의복 특성을 분석한 연구(Kim & Lee, 2009; Ko & Kim, 2009) 또는 Chung and Yoo(2013)의 연구와 같이 K-pop 걸그룹의 패션에 나타난 이미지 연출 특성 중 하나로서 스쿨룩을 다룬 연구만이 있으며 이미지 연출 특성에 있어서 교복 이미지 패션이 어떠한 의도를 가지고 전개되었는가에 관한 연구는 부족한 실정이다.

따라서 국내 걸그룹의 마케팅 소구로 사용되는 교복 이미지 패션이 성애화된 걸그룹의 마케팅 소구로 사용됨에 있어 대중 문화에 미치는 영향력을 체계적으로 파악하기 위해 최근 국내 대중스타 패션의 성적 소구 이미지에 특히 많은 영향을 미치고 있는 롤리타 콤플렉스 연구 필요성이 부각되었다. 걸그룹의 대중적 인기를 얻기 위한 수단으로 롤리타 콤플렉스가 사용되며, 이를 자극 시키는 수단으로 교복 이미지 패션이 사용된다. 따라서 걸그룹에 가장 비중 있게 착장되고 소녀의 정체성을 나타내는 수단으로 사용되는 ‘교복 이미지 패션’에 함축된 롤리타 콤플렉스를 분석함에 연구 목적을 두었다. 이에 본 연구는 걸그룹의 롤리타 콤플렉스 컨셉 사용이 가지는 의미를 사회적 맥락 속에서 고찰함으로써 한류패션으로 상징화되는 걸그룹의 패

션에 대해 새로운 사회문화적 시각을 제공하는 의의를 가진다.

본 연구는 문헌연구 방법으로 국내외 서적 및 연구논문과 신문기사 등의 언론 매체에서 언급된 기사 및 논평을 토대로, 연구 범위는 음원 시장에서 여성 걸그룹이 주목받기 시작한 2007년부터 2016년까지로 한정하였으며, 여성 걸그룹의 경우 일반적으로 10대~20대 초반으로 구성되는 아이돌 그룹만이 아니라 20대 후반까지의 2인조 여성 이상으로 구성된 그룹까지 포함하였다. 그리고 국내 최대 모바일 음원 서비스를 제공하는 ‘멜론’의 2007-2016년 연간차트 100위 내의 여성 걸그룹의 뮤직비디오를 1차 자료로 시청, 고찰 분석하였는데 여성 걸그룹 뮤직비디오 총 16개를 연구대상으로 하였으며 이 중 특정 그룹들이 있어 복수의 뮤직비디오가 포함되어 총 22개의 뮤직비디오를 분석하였다.

2. 이론적 배경

2.1. 롤리타 콤플렉스(Lolita Complex)의 개념 및 전개

롤리타 콤플렉스는 블라디미르 나보코프(Vladimir Nabokov)의 소설 『롤리타(Lolita)』(1958)의 여자 주인공 이름인 롤리타와 정상적이 아닌 정신 상태를 나타내는 뜻인 콤플렉스(Complex)의 합성어이다. 나보코프의 『롤리타(Lolita)』를 원작으로 한 영화 <롤리타(Lolita, 1962)>에서 보여지는 롤리타는 귀엽고 발랄한 어린 소녀의 이미지와 더불어 섹시한 소녀의 이미지로 연출되었다. 영화에서 롤리타는 14세로 해당 영화는 10-14세에게 성적 매력을 느끼는 소아성에 병자(Pedophile Lusting)적인 모습을 보여주는 한 중년 남성의 이야기를 연출하였다(Kim & Lee, 2009). 그 후 영화와 소설의 영향으로 나타난 용어인 롤리타 콤플렉스를 일본에서는 이를 일본식으로 축약하여 로리콘(rolicon)이란 용어를 만들었으며 이러한 일본식 표기에 영향을 받아 미국에서는 로리콘(lolicon)이라는 단어를 사용하였다(Choi, 2011). 롤리타 콤플렉스는 남성이 어린 소녀에게 성적으로 강한 매력을 느끼는 것으로, 미성숙한 소녀에 대한 정서적 동경이나 성적 집착을 뜻하는데(Choi, 2011; Kim & Lee, 2009), 이 용어는 초기에는 나이 많은 중년 남성에게 끌리는 어린 소녀의 심리를 일컫는 의미였지만 점차 어린 소녀에게 끌리는 남성의 심리를 대변하는 용어가 되었고, 일본에서는 미성년 소녀에 대한 성적 관심의 의미하는 것으로 사용되었다(Choi, 2011; Winge, 2008). 이것은 일본의 포르노그래피(pornography), 만화(comic), 애니메이션(animation)의 장르에 얽매이지 않고 그것 자체로서 표현되어지는데 일반적으로 유니폼을 입은 학생이 주인공으로 대변되었다. 그들은 짧은 주름진 스커트를 입고 있으며 흰색의 속바지를 노출시키고, 타이트한 셔츠, 니하이삭스(knee-high socks) 그리고 페니로퍼(penny loafer)를 착용하고 있다(Darling, 2001). 이러한 복장을 통해 미성년 소녀에게 성인 여성이 가진 몸의 이미지를 이입하였는데, 일본에서 이러한 캐릭터는 남성 위주로 소비되는 연재 만화와 만화 영화상에서 급증하였으며, 소위 학생과 직장인 남성

사이에서 성행위를 함으로써 돈이나 값비싼 제품을 제공받는 원조교제도 이때 등장하게 되었다(Darling, 2001).

한국 대중가수 분야에서의 롤리타 콤플렉스 현상은 2006년 이후 걸그룹 컨셉의 다양화 전략 중 하나로써 등장하였다. 2006년 이후의 걸그룹인 소녀시대, 원더걸스 등의 소위 대중적 아이돌의 등장은 10대 소녀 문화에 불과하다고 여겨지던 팬덤 문화를 확장 시키는 결과를 가져왔다. 이 시기 이후로 아이돌 팝 문화의 소비층이 10대만이 아닌 20대, 30대 혹은 그 이상으로 확대되었으며, 이러한 팬덤 문화는 소위 삼촌팬으로 불리는 성인 남성들에게까지 확장되었다. 삼촌팬이라는 소비집단은 20대 후반에서 30대 중반으로 구성된 사람들로 이들은 성인 남성 층이 소녀 아이돌 그룹의 팬덤의 영역에 포함되었다는 일차적인 의의를 갖는다(Kim, 2010a).

2006년 이전의 대표 걸그룹 중 하나인 S.E.S는 순백색을 활용하는 의상 및 무대구성, 요정 날개를 단 모습의 타이틀 앨범, 깨지지 않는 영원한 사랑에 대한 꿈, 약속, 첫사랑의 순수함과 설레임을 담은 노래 가사등 상당히 조직적인 방식으로 성애적인 요소와는 구분되어 있었고 요정, 성스러운 존재 등으로 나타낼 수 있는 상상적 이미지로서 존재하였다(Lee, 2011).

그러나 2006년 소녀시대와 원더걸스의 등장 이후로 대중가수로 데뷔하는 어린 여성 연예인의 성적 소비현상은 점점 심화되고 있다(Hwang, 2016). 이와 더불어 삼촌팬과 같은 중년 남성들로의 팬덤 확장으로 인해 성애적인, 즉 어린 여성 연예인에 대한 무조건적 열광으로 포장된 섹슈얼리티 또는 섹슈얼리티와 연결된 욕망, 성적 환상, 성적 이미지 등이 드러나게 된다(Lee, 2011). 소녀시대는 소녀성을 전면에 내세우면서 은근한 섹시미를 드러냈는데, 이를 삼촌 팬들은 그들의 섹시미를 보는 것은 본인들의 성적 유혹을 자극하는 것이 아님을 강하게 주장하였다. 소녀시대는 성적인 것을 노골적으로 드러내지 않으며 ‘소녀’ 코스프레를 하였으며 삼촌팬들은 그것을 ‘조카-삼촌’으로 표현하며 소녀시대를 향한 애정이 결코 이성애적이지 않다는 부인을 하였던 것이다(Kim, 2010a).

반면 이러한 걸그룹이 표방하는 이미지와는 정반대의 결과로써 중년 남성 즉, 성인 남성으로의 팬덤 확장으로 말미암아 대중가요계에서의 계속되는 어린 여성 가수들의 성적 자극 컨

셉의 영역이 탈성애의 영역에서 성애적인 영역으로까지 확장되는 결과를 가져왔다. 삼촌팬 현상은 소녀에 대한 성적 욕망을 소위 건전하게 투사한다는 명목 아래에서, 사회내 남성적 위치를 상상적으로 보상받고 싶어 하는 피터팬적 퇴행으로 해석되고 있다(Mungang, 2010). 롤리타 콤플렉스 컨셉의 차용 일면에는 여성을 어린 소녀로 대치함으로써 자신과 대등하거나 우위를 선점하는 성인 여성이 아닌, 자신보다 어리고 귀엽고 쉽게 다룰 만하며 언제나 애교를 부리는 소녀들을 대상으로 현실에서의 성차의 위계를 연령의 위계로 보완하려는 욕망이 숨어 있는 것이다(Kim, 2010a). 즉, 여성 그룹에서 중점적으로 보여지는 젠더(gender)는 선정적이고 나아가 외설적으로 남성을 유혹 하지만 여전히 수동적인 여성성이다(Lee, 2014). 즉, 성인 남성에게 롤리타 콤플렉스 컨셉은 외적으로는 어린 소녀 컨셉을 모방하지만 여기에 은밀하게 성적인 의미를 부여함으로써 탈성애적인 영역에서 성애적인 영역으로까지 걸그룹을 향유할 수 있게 하는 장치로 기능하는 것이다. 결과적으로 남성에게 있어 걸그룹의 여성성을 본인의 유희적 만족을 위해 피대상자의 사회적 나이에 제한을 두지 않고 소비하는 결과를 가져왔다. 이와 같은 이론적인 고찰을 통해서 본 연구에서는 롤리타 콤플렉스를 성인 남성이 미성년 소녀를 대상으로 하여 성적 호기심을 가지는 것으로 정의하였다.

2.2. 국내 걸그룹이 대중문화에 미친 영향

걸그룹(girl group)은 2000년대 후반에 매스 미디어 및 인터넷 등을 통해 생성된 신조어이다. 노래와 댄스 위주의 대중음악에 종사하는 젊은 여성 가수의 모임을 일컫는 용어로(Kim, 2010b), 아이돌(idol) 혹은 아이돌 스타에서 여성들로만 이루어진 집합을 지칭할 때 사용된다. 걸그룹의 구성원은 대부분 보통 10대 후반에서 20대 중반, 그리고 좀 더 높은 연령층으로는 30대 초반으로 구성되며, 10대의 이미지화된 형상을 청순함, 섹시함 등의 비주얼 이미지로 재현한다(Chung & Yoo, 2013). 현재의 걸그룹은 1990년대 중후반 등장하였던 걸그룹의 원형을 계승한 형태이다. 1990년대 당시 한국 가요계는 양적 질적 팽창을 이루던 시기로(Cha, 2009) 걸그룹들의 앨범재킷(album jacket)을 보면 당시의 활동 컨셉을 알 수 있는데, 다음 사진과



Fig. 1. S.E.S 2nd album.
www.music.naver.com



Fig. 2. Fin.K.L 4th album.
www.music.naver.com

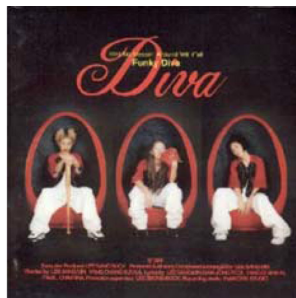


Fig. 3. Diva 1st album.
www.music.naver.com

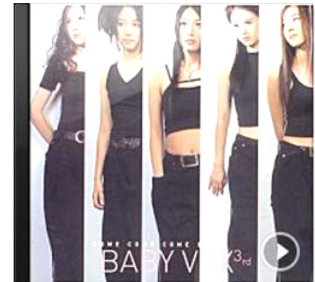


Fig. 4. Babyvox 3rd album.
www.music.naver.com

같이 다양한 컨셉으로 활동하였으며(Fig. 1, 2, 3, 4), 강인한 여성상, 활발한 소녀 그리고 자신감 있는 모습의 컨셉들이 다양하게 등장하였다.

걸그룹은 기획사의 컨셉에 맞게 상품화 단계를 거치며 이때 선보이는 패션과 뷰티 트렌드는 대중문화에 영향을 미치게 된다. 또한 Kim and Oh(2011)의 연구에서 볼 수 있듯이 걸그룹 즉 아이돌 팬덤의 확장과 함께 대중적 인지도가 증가함으로써, 아이돌은 음반 산업에만 관여하는 것이 아닌 각종 TV프로그램, 대기업의 광고모델 그리고 뮤지컬 등에서 활약하고 있으며, 이들의 전방위적 활동은 한국 대중문화 지형의 현대계를 진단함에 있어 결코 간과해서는 안 되는 이슈로 부상하고 있다.

아이돌을 보고 향유하려고 하는 계층에는 남녀노소 구분이 없지만, 그 큰 주축은 10대 청소년들이다. 그들은 현실에서 만족하지 못하는 자아에 대한 욕망을 해소하기 위해 화려한 노래와 춤을 보여주는 아이돌을 보면서 그들의 화려한 모습을 따라 하는데, 이를 통해 자아의 욕구가 충족되기를 바라면서 아이돌들의 성공에 자신을 동일시하려고 한다(Kim & Oh, 2011). 그러나 아이돌 산업이 내세우는 구체적인 전략에 의해 이러한 동일시 과정에서의 괴리감이 생겨나기도 한다. 그 이유는 아이돌 산업은 남성성/여성성의 이미지를 보다 강조하는 방식의 전략을 취하고 있는데 이것들은 대개 현실에서는 존재하지 않는 남성성과 여성성에 대하여 우리 사회가 요구하는 판타지의 모습인 경우로 나타나기 때문이다(Kim, 2010b). 즉, 걸그룹 컨셉에서 보여주는 판타지의 모습을 현실에서의 10대 청소년들이 자신과 동일시 하려고 하는 현상에서 사회적 문제가 발생한다. 걸그룹의 경우 남성들이 여성에게 가지는 판타지로 가공된 이미지가 미디어에 반복 노출되어지는데 10대 청소년들은 성적 판타지에 대한 검열없이 걸그룹의 이미지를 모방하려고 한다. 또한 걸그룹이 향유의 대상이라는 점에서 발생하는 사회적 문제가 있다. 소위 삼촌 팬들이라 불리는 집단의 경우 그들의 걸그룹에 대한 소비에 있어 신자유주의 시대 불안정한 남성의 위치를 걸그룹을 통해 상상적으로 보상받고자 하는 경우(Mungang, 2010)와 이성애적 욕망을 노골적으로 투사하는(Mungang, 2010) 경우로 분석되며 이는 아이돌과 관련한 여성주의 문제에서 계속해서 언급되어지는 비판적 시선이기도 하다. 이렇듯 걸그룹의 외적인 이미지에서부터 걸그룹을 향유하는 내적인 의도까지 대중문화에 영향을 미치고 있으며, 그 영향력과 파급력은 사회 전반에 걸쳐서 나타나고 있다.

3. 결과 및 논의

3.1. 교복의 개념 및 국내 걸그룹의 교복 이미지 패션

국어사전에서는 소녀를 아직 완전히 성숙하지 아니한 어린 여자아이로 표현하고 있으며(Standard Korean language dictionary exhibition, 1999), 대개 19세 미만의 어린 여성을 지칭하는 용어로서 '소녀'가 사용된다. 일반적으로 우리나라의 소녀들은 중·고등학교라는 특정 집단에 속하며 소속감 및 일체

감 등을 표현하기 위한 제복 개념의 유니폼, 즉 교복을 착용한다. 특정한 조직체에 소속된 구성원들의 지위를 명확하게 해준다(Kim, 2003)는 유니폼의 특징으로 말미암아 교복을 입음으로써 학생이라는 지위를 비언어적으로 드러내고 있는 것이다.

교복은 통학 및 학교 생활 시 학생이 착용하도록 학교에서 제정한 제복 유니폼이다. 교복은 학생들에게 공동의식 및 집단성을 경험하게 하며, 다른 집단과의 구별을 가능하게 하는 특수성을 나타내는 일반적인 유니폼의 목적(Kim, 2009)과 더불어 교복을 착용함으로써 착용자는 스스로 자기 행동을 규제하고 책임을 지는 교육적 효과도 가지고 있다. 즉, 교복은 원활한 단체생활 및 면학의식을 갖게 하기 위하여 의도적으로 만들어진 것으로, 신분과 소속감, 유대감을 불러일으키는 수단으로 기능하며 학생의 공식적인 의복 역할을 한다(Kim, 2003; Lee & Cho, 2012). 이렇듯 교복은 하나의 공식적 의상으로써, 이복장의 착용은 학생이라는 사회적 역할을 표현하는 행위에 해당하는 것이다.

우리나라는 1985년 교복 자율화방안 조치 발표 이후 1990 문교부의 적극적인 교복 착용 권장으로 교복을 착용하는 학교의 수는 점점 증가추세를 보였으며(Chung et al., 2007) 1996년 이후는 교복시장의 팽창과 함께 시작된 대기업의 교복시장 진출로 인한 교복의 브랜드화 시대로서 이전의 친편일률적인 모습과는 달리 디자인의 다양성과 개성을 표현하고자 했으며, 멋과 다양성을 가미하여 예전보다 다양한 스타일이 제공되었다는 평가를 받는다(Kim, 2009). 교복을 착용하는 것이 단순한 유니폼 착용의 의미를 넘어 개인의 패션 코드로서 자리 매김한 것이다.

일반적으로 교복 이미지 패션은 활동적인 패션으로서 섹시 이미지와 귀여운 소녀 이미지를 표현하는데 사용되었다. 교복 이미지 연출요소로 화이트 남방, 베스트, 플리츠 스커트, 니삭스 등 교복을 연상시킬 수 있는 아이템을 착용한다(Chung & Yoo, 2013). 국내 초기 걸그룹 패션에서 소녀의 정체성을 나타내는 가장 효율적인 의상으로써 교복 이미지를 차용하였는데 이는 점차 십대들의 자기표현의 수단으로써 교복 본연이 가진 순수한 의미에 심미적 기능이 요구되던 경계를 퇴색시켜 단순히 섹스어필하기 위한 하나의 사업 아이템으로써 교복을 전략시킨 것으로 보여진다.

걸그룹이 대중에게 주목받기 시작한 2007년 이후 2016년까지 멜론 연간 차트 내 걸그룹 중 교복 이미지를 차용한 걸그룹은 총 16그룹이며 총 20곡에 사용되었는데(Table 1), 기존 특정 아이টে으로 교복 이미지를 드러냈던 것이 점차적으로 교복 본연의 형태와 유사하게 차용하고 있음을 분석할 수 있었다. Table 1의 분석 내용을 기준으로 연도별 교복 이미지 패션을 총 3가지로 구분하였다(Table 1). 각각의 경우는 소녀스러움을 성적으로 어필하기 위해 착용한 경우(A)가 총 16곡, 비언어적 요소들을 통한 성적인 모습 없이 확장시절의 모습을 표현하기 위하여 착용한 경우(B)가 총 3곡, 연인들간의 성적 판타지를 표현한 경우(C)가 총 1곡이며, 각 경우가 중첩되어 나타나는

Table 1. Yearly girl group ‘School look image fashion’ analysis

Year	Girls group	Title of a song	School look image
2007	Wonder Girls	Irony	A
	Wonder Girls	Tell me	A
2008	Girls' Generation	Baby Baby	A
2009	Dacichi	My Man	C
	After School	Ah	A
2010	T-ARA	Neo ttaemune michyeo [너 때문에 미쳐]	A
	T-ARA	Roly-Poly	B
2011	Girl's Day	Banjagbanjjag[반짝반짝]	A
	F-VE DOLLS	Ileokungjeoleokung [이러쿵저러쿵]	A
2014	Apink	Mr.chu	A
	HI SUHYUN	I Am Different	B
	15&	Tiga nanabwa [티가 나나봐]	B
2015	SISTAR	Shake it	A
	AOA	Heart Attack	A
	GFRIEND	Me gustas tu	A
2016	TWICE	CHEER UP	A
	GFRIEND	Siganeul dallyeoseo [시간을 달려서]	A
	TWICE	OOH-AHHhage [OOH-AHH하게]	A
	PRODUCE 101	PICK ME	A
	Lovelyz	Ah-Choo	A

경우도 있다. 이 중 성적인 호기심 즉 섹스어필이 반영되어 시각적으로 향유되는 경우는 A와 C의 경우이다. Table 1의 분석 결과 걸그룹에서 교복 이미지 패션을 착장함에 있어서 소녀스러움을 성적으로 어필하기 위해 착용한 경우(A)가 전반적으로 주된 양상임이 드러났다. 하지만 C의 경우는 소녀를 대상으로 성적 호기심을 유발하는 상황보다는 연인들간의 성적 판타지를 직접적으로 나타낸 경우로 해석되므로 본 논문에서는 분석의 범위에 포함하지 않았다.

3.2. 성적소구로서의 교복 이미지 패션

1996년 교복의 브랜드화 이전의 교복은 형태가 비슷하여 제복, 군복, 교복, 유니폼을 뜻하는 유니폼 이미지(uniform image)로 통칭하였지만 현대 사회에서 교복은 각 학교의 특징과 상징을 반영하여 각기 다른 개성을 가진 패션을 보인다. 본 연구에서는 교복 이미지 패션을 교복을 연상하게 하는 재킷과 미니스커트를 입고 무릎까지 오는 양말을 신은 옷차림을 뜻하는 스쿨룩 이미지(school look image)로 정의하였다. 교복은 중고등학교 소녀 시절에 착용하는 의복이며, 착용자의 연령대를 직관적으로 인식할 수 있는 특성을 지닌다. 걸그룹이 표현하는 성적

판타지의 종류 중 어린 소녀에게 성적인 호기심을 가지는 롤리타 콤플렉스 판타지는 이러한 교복의 특성을 반영하는 교복 이미지 패션을 통해서 단적으로 드러난다. 소녀에 대한 성적 환상 즉, 롤리타 콤플렉스를 유도하는 감정 자극 방법으로 교복 이미지가 사용된 가장 큰 이유는 교복 이미지는 ‘소녀 고유의 것’이라는 인식과, 본인이 경험했던 과거의 ‘그 시절’을 향수하는데 직접적으로 연상될 수 있는 아이템이기 때문이다. Table 1에서 나타났듯이, 대중가수로서의 소녀들 다수는 교복 이미지 패션을 착장함으로써 어린 시절 모습과 함께 의도적인 신체노출을 통하여 섹슈얼리티를 표출하고 있으며 이러한 미성숙한 여성미 속의 소녀의 이미지는 대중의 관심을 불러 일으키며 향유의 대상으로 받아들여졌다.

초기 걸그룹 컨셉으로서 교복 이미지 패션은 교복 의상의 특정한 부분이 디테일적 요소로 반영되어 사용되었지만, 최근에는 교복 본연이 가지고 있는 이미지와 최대한 유사하도록 걸그룹 패션이 교복 이미지 패션으로 완성되어 변모하는 것이 두드러지는 특징이다. 이러한 교복 이미지 패션 표현은 어린 소녀가 본인의 연령대를 강조하면서 동시에 농염한 이미지를 표출하고자 하면서 미성숙한 여성미를 강조하고자 하는 경우와 소녀의 이미지에 여성의 뇌쇄적인 육감적 이미지를 나타내면서 육체적 여성미를 강조하고자 하는 경우로 구분된다.

3.2.1. 소녀의 미성숙한 여성미를 강조한 교복 이미지 패션

초기 걸그룹 S.E.S의 2집 ‘I’m your girl’에서는 통큰 바지와 넉넉한 품의 상의에 명찰을 연상시키는 뱃지를 착용하고 그 안에는 민소매 크롭탑을 착장함으로써 자유분방한 모습의 소녀를 연출하고 있다. 이처럼 초기 걸그룹의 교복 이미지 패션은 일반 학생들이 착장하는 교복 그 본연의 모습이 아닌, 특정 아이템들을 통하여 교복 이미지를 인지하게끔 하는 정도로 사용되었다. 초기의 걸그룹은 국어사전에서 정의되어지는 한껏 무르익어 아름답다의 뜻을 가진(Standard Korean language dictionary exhibition, 1999) 농염한 소녀의 이미지를 표현하기 보다는 순수한 학창시절을 표현하고 당시 가장 큰 팬덤이었던 10대 소녀들의 이상화 대상으로써 부각시키기 위한 전략적 목적이 있었다.

그러나 교복 이미지 패션이 성공적인 수익사업의 전략으로 변모하는 과정에서 순수한 소녀이미지에 무르익은 관능미를 더욱 강조한 농염한 이미지를 덧붙였다. 즉, 교복 이미지 패션을 착장하고 신체를 강조하거나, 교복 이미지 패션을 착장하여 소녀의 정체성을 표현함과 동시에 성숙한 여성미를 부각시키면서 한껏 무르익은 농염한 신체적 이미지를 덧붙인 것이다. 하지만 걸그룹은 성인여성에게서 느끼는 완전한 성숙미로서의 농염한 이미지가 아닌 소녀와 여성의 경계에 놓여져 순수한 이미지와 더불어 농염한 분위기를 동시에 표현하면서 미성숙한 여성미를 강조하고자 하였다. 미성숙한 여성미를 강조한 교복 이미지 패션을 사용하여 크게 인기를 얻은 국내 걸그룹의 경우는 원더걸스의 아이러니, 원더걸스의 Tell me(Fig. 5)이다. 원더걸스의 제



Fig. 5. Wonder Girls - Tell me. www.youtube.com



Fig. 6. Apink - MR.chu. www.youtube.com



Fig. 7. GFRIEND - Me gustas tu. www.youtube.com

작자는 성인 여성의 매력을 어필하던 기존의 대중 가요계와는 다른 전략으로써 어린 소녀를 성적 환상의 대상으로 대중들에게 직접 내세웠으며 이는 크게 성공하였다(Yoon, 2008). 같은 연도에 데뷔한 걸그룹 소녀시대 또한 교복을 착용하고 있는 모습을 통해 즉 젊은 여성 또는 미성숙한 여성을 성애화된 이미지로 소구함을 알 수 있다. ‘요정돌’이라는 타이틀을 가지고 데뷔한 에이핑크(“Pink Fairy dol”, 2011)는 2014년 사랑하는 연인과 나누는 첫 입맞춤의 두근거림을 표현한 ‘Mr.chu’를 발표한다. 해당 뮤직비디오에서는 학교의 개인 사물함을 연상시키는 듯한 사물함에 몸을 기대고 하얀 셔츠와 넥타이, 그리고 주름치마와 니삭스 등을 착용한 교복 이미지 패션을 착장하여 학생을 연상시키는 모습을 보이고 있다(Fig. 6). 이처럼 학교라는 공간의 특징을 살려 티아라의 ‘너 때문에 미쳐’ 뮤직비디오 속의 소녀들은 틀에 박힌 학생의 모습을 표현하기 위해 교실로 연상되는 공간에서 교복 이미지 패션을 착장하고 소녀의 모습을 표현하고 있다.

최근 이러한 교복 이미지 패션은 더욱 교복 본연의 형태에 가까운 형태로 나타나고 있다. Fig. 7은 여자친구의 ‘오늘부터 우리는’ 뮤직비디오 속의 교복 이미지 패션이다(Fig. 7). 단색 계열의 하복 교복 이미지로 상의는 타이트하게 핏되어 몸의 굴곡을 확연히 드러내고 있으며, ‘하의실종’이란 용어가 공식적인 표준어로 등장한 배경에는 이러한 교복이 가지는 순수한 소녀의 이미지에 더해 신체의 굴곡을 드러내고 신체를 노출시킴으로써 성숙한 여성성의 이미지를 강조하기 위함이다.

파스텔 톤의 색상을 사용하여 소녀들의 이미지를 더욱 강조한 경우도 있다. 트와이스의 ‘Cheer up’에서는 파스텔 톤의 세라믹 교복 이미지 패션을 착장하여 소녀들의 상큼함을 표현하면서 농염한 매력을 표현하고 있다. 이들은 시각적으로는 단정한 교복 본연의 이미지를 모티프로 하고 있지만, 성적으로 농염한 이미지를 발산하고 있으며, 이러한 의상을 착장하고 과격한 춤 동작을 하며 성적인 효과를 더욱 극적으로 보이고 있다. 즉 순진한 소녀의 연령대를 강조하며 동시에 농염한 이미지를 표출함으로써 미성숙한 여성미를 성적으로 어필하고자 교복 이미지 패션을 사용하며 이는 교복 이미지를 연상시켜 몰리타 콤플렉스를 자극시키려 한다는 특징을 가진다.

3.2.2. 소녀의 육체적 여성미를 강조한 교복 이미지 패션
몸매를 비롯하여 얼굴 등 외피로 드러나는 몸 이미지는 대

중문화에서 자본주의적 기획 의도에 따라 가장 정교하고 자극적인 방식으로 코드화되어 소비된다(Lee, 2014). 이는 소녀의 이미지에 뇌쇄적인 몸 이미지를 덧입히는 것이다. ‘뇌쇄적인’의 사전적 의미는 여자의 아름다움이 남자를 매혹시켜 애가 타게 함(Standard Korean language dictionary exhibition, 1999)이다. 소녀를 수식하는 말로써 ‘뇌쇄적인’ 용어를 사용하게끔 소녀의 성애적 몸 이미지는 자극적인 안무를 통해 집중적으로 표현되는데, 여기에 의상, 눈빛, 표정과 같은 다양한 비언어적 요소들이 그것을 더욱 극대화시킨다.

이미지를 상품화하는데 있어 육감적인 여성의 몸 이미지에 섹슈얼리티를 결합하는 것은 가장 큰 소구력의 효과를 보이며 그렇기에 가장 빈번하게 상품화된다. Fig. 8, Fig. 9와 같이 교복 이미지를 착용한 의상의 상의 길이는 학교 생활에서 실제로 착용되는 교복에 비해 과감하게 변형되어 상반신에 꼭 맞게 디자인되어 상부의 형태를 그대로 그려내며, 속옷이 드러날 정도로 길이가 짧은 스커트와 팬츠를 사용함으로써 다리를 부각시킨다. 또한 상의와 하의 사이의 공간이 격동적인 안무로 인하여 벌어진 채 있어 배꼽, 허리와 같은 특정 신체를 스치듯 보이게 노출함으로써 선정성을 표현하고 있다(Fig. 8, 9).

교복 이미지의 상품화는 육체적 여성미를 강조하는 뇌쇄적



Fig. 8. School look image fashion of Girl's day. www.youtube.com



Fig. 9. A turbulent choreography of GFRIEND. www.youtube.com



Fig. 10. After School – Ah. www.youtube.com



Fig. 11. SISTAR – Shake it. www.youtube.com

인 교복 이미지 패션에서 더욱 더 잘 드러난다. 2009년 애프터스쿨의 ‘Ah’와 2011년 파이프돌스의 ‘이러쿵 저러쿵’ 발표 당시 교복의 흰 남방이 상의 전체를 덮고, 그 위 니트를 짧게 하여 교복의 특징을 변형시키며 노출의 정도는 약한 것에 반하여 (Fig. 10) 2015년 씨스타 ‘Shake it’에서는 육감적인 몸매 부각을 위하여 상의와 하의 사이에 노출 공간을 뚫으로써 잘록한 허리라인을 강조하며, 하의는 짧게 하여 다리의 각선미를 부각시키면서 더욱 노골적으로 육감적인 육체미를 강조하고 있음을 알 수 있다(Fig. 11). 이처럼 소녀의 성애적 몸 이미지를 더욱 강조하려는 걸그룹 컨셉의 기획 의도는 안무 및 비언어적 요소들을 활용하여 더욱 강하게 드러나며 걸그룹은 육감적인 몸매에 교복 이미지 패션을 착장하거나 마른 몸에 타이트한 교복 이미지 패션을 착장한 후 격렬한 안무 동작 및 성적 욕망을 불러 일으키는 눈빛 표정과 같은 비언어적 표현을 사용함으로써 롤리타 콤플렉스의 판타지를 뇌쇄적으로 표현하면서 소녀의 육체적 여성미를 강조하고 있다.

4. 결 론

본 연구는 걸 그룹의 대중적 인기를 얻기 위해 그들의 패션을 통해서 롤리타 콤플렉스를 유도하여 소녀의 정체성을 나타내는 도구로 흔히 사용되는 ‘교복 이미지 패션’에 초점을 두고 교복 이미지 패션이 성애화된 걸그룹의 마케팅 소구로 사용됨에 있어 대중문화에 미치는 영향력을 체계적으로 파악하였다. 그리고 국내 대중스타 패션의 성적 소구 이미지에 특히 많은 영향을 미치고 있는 롤리타 콤플렉스를 중심으로 걸그룹에 나타난 교복 이미지 패션을 고찰 및 분석하여 그 영향력을 규명하고자 함에 연구 목적을 두었다. 연구 결과 롤리타 콤플렉스를 중심으로 걸그룹에 나타난 교복 이미지 패션의 유형 및 특성을 두가지로 결과를 도출하였다.

첫째는 소녀의 미성숙한 여성미를 강조한 교복 이미지 패션

이다. 이는 교복이 가지는 순수한 소녀의 이미지에 더해 신체의 굴곡을 드러내고 신체를 노출시킴으로써 소녀의 미성숙한 여성미를 농염하게 강조하였다. 초기엔 특정 아이템들을 통하여 교복 이미지를 인지하게끔 하는 정도로 사용되었지만, 최근 교복 이미지 패션이 더욱 교복 본연의 형태에 가까운 형태로 나타나고 있음을 살펴볼 수 있었다. 이는 젊은 여성 또는 미성숙한 여성을 성애화된 이미지로 소구하는 현상으로 교복 본연의 형태를 착장하는 것이며, 이러한 현상은 최근 심화되었음을 알 수 있다.

둘째는 소녀의 육체적 여성미를 강조한 교복 이미지 패션이다. 이는 소녀가 가지는 본래의 의미보다는 육감적인 여성성을 더욱 강조하기 위한 형태이다. 소녀의 뇌쇄적인 이미지를 표현하기 위하여 교복 이미지의 과감한 변형과 노출을 통해서 성애적 몸 이미지를 더욱 노골적으로 안무 및 노출을 통해 드러내며 소녀의 육체적 여성미를 강조하고 있음이 분석되었다.

국내 걸그룹 문화는 현재 소비층이 10대만이 아닌 20대, 30대 혹은 그 이상으로 확대되었으며 그 영향력 또한 무시할 수 없을 정도이다. 롤리타 콤플렉스 판타지를 교복에 투영하여 상업적 목적을 가지고 교복이 가지고 있는 본연의 의미를 퇴색한다는 점에서 윤리적인 사회적 관심이 적극적으로 필요하다. 또한 교복 이미지 패션을 통해 섹스어필을 함으로써 소녀 이미지가 성적으로 소비 대상이 된다는 측면에 있어 현대 패션 영역에서 객관적으로 고찰 및 분석함에 본 연구의 의의를 찾을 수 있으며, 걸그룹의 패션 컨셉 선정에 있어 윤리적으로 정제의 과정이 필요하다는 사회문화적 시각을 제언한다.

References

- After School – Ah. (n.d.). *Youtube*. Retrieved April 24, 2017, from <https://www.youtube.com/watch?v=nA9R3zJD4vs>
- A turbulent choreography of GFRIEND. (n.d.). *Youtube*. Retrieved April 24, 2017, from <https://www.youtube.com/watch?v=IxnD5AViu6k>
- Apink - Mr.chu. (n.d.). *Youtube*. Retrieved April 24, 2017, from <https://www.youtube.com/watch?v=K5H-GvnNz2Y>
- Babyvox 3rd album. (n.d.). *Naver music*. Retrieved April 24, 2017, from <http://music.naver.com/album/index.nhn?albumId=1983>
- Cha, U. J. (2009). 걸그룹 전성기[Girl group prime]. *문화과학*, 59, 270-283.
- Choi, Y. J. (2011). A study of the beautiful girls' fashion styles in the japan animations. *Family and Environment Research*, 49(3), 67-77.
- Choi, S. H. (2016, January 7). [The color of the newest and different sex] The syndrome 'Lolita'. *Sports Seoul*. Retrieved March 4, 2017, from <http://www.sportsseoul.com/news/read/341512>
- Chung, S. H., & Yoo, Y. S. (2013). A study of image making features on fashion styles of k-pop girl groups. *Journal of the Korean Society of Costume*, 63(2), 98-109. doi:10.7233/jksc.2013.63.2.098
- Chung, E. S., Suh, D. A., & Lee, Y. W. (2007). A study on design of girls' school uniform since 1996. *Journal of the Korean Society of Costume*, 57(6), 17-31.
- Darling, M. (2001). Plumbing the depths of superflatness. *Art Journal*,

- 60(3), 77-89.
- Diva 1st album. (n.d.). *Naver music*. Retrieved April 24, 2017, from <http://music.naver.com/album/index.nhn?albumId=2445>
- Fin.K.L 4th album. (n.d.). *Naver music*. Retrieved April 24, 2017, from <http://music.naver.com/album/index.nhn?albumId=2819>
- GFRIEND - Me gustas tu. (n.d.). *Youtube*. Retrieved April 24, 2017, from <https://www.youtube.com/watch?v=m-CKVr6Z1Tw>
- Girl's Day - Banjjagbanjjag. (n.d.). Retrieved August 21, 2017. from <https://www.youtube.com/watch?v=EEEIN-mtN6c>
- Hinton, P. R. (2014). The cultural context and the interpretation of Japanese "Lolita complex" style anime. *Intercultural Communication Studies*, 23(2), 54-68.
- Hwang, C. M. (2016). 「생방송 톡!톡! 보니하니」를 둘러싼 기이한 징후["Live talk! talk! bizarre signs surrounding bonnie honey]. *창비이퀸이*, 14(1), 193-203.
- Kim S. J., & Kim, S. A. (2015). The ethos of collective moralism : The Korean cultural identity of K-Pop. *Media & Society*, 23(3), 5-52.
- Kim, S. A. (2010). The construction of cultural consumption way: The discourse of uncle fans with the girl-idol group. *Media, Gender & Culture*, 15, 79-119.
- Kim, S. K. (2010). Characteristics of the female idol groups' costumes. *Design Forum*, 33, 329-342.
- Kim, Y. C., & Oh, H. J. (2011). Studying 'Idol Stardom' and 'Idol Genre' a case study of KBS drama <Dream High>. *Korean Broadcasting*, 25(6), 125-161.
- Kim, Y. H. (2003). *A study on the symbolic representation methods and criteria for uniform design*. Unpublished doctoral dissertation, Kookmin University, Seoul.
- Kim, J. W. (2009). *Study on juvenile school uniforms on a perspective of fashion*. Unpublished master's thesis, Korea University, Seoul.
- Kim, J. W. (2011). "Hey, Look at me now, mister": An examination of visualization and sexualization of K-pop girl groups in the 2000s. *Korean Journal of Popular Music*, 8, 46-78.
- Kim, H. J., & Lee, S. R. (2009). A study on the costume and the inner symbolic meaning expressed in the stanley kubrick's film <Lolita(1962)>. *Fashion Business*, 13(1), 152-166.
- Kinsella, S. (2006). Minstrelized girls: male performers of Japan's Lolita complex. *Japan Forum*, 18(1), 65-87. doi:10.1080/09555800500498319
- Ko, Y. J., & Kim, M. J. (2009). A study on Lolita looks revealed in modern mass media. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 33(5), 691-700.
- Lee, H. J., & Cho, J. H. (2012). Research on the middle & high school students' satisfaction and fitness of sizing system for summer school uniform. *Fashion & Textile Research Journal*, 14(6), 1001-1009. doi:10.5805/KSCI.2012.14.6.1001
- Lee, S. A. (2011). Consumption mode of body image as sign value in mass-culture: Focused on idol groups in Korea. *Culture & Society*, 11, 193-234.
- Lee, S. A. (2014). Polarized gender display and complexion of sexualized body image in the performances of Korean idol-groups. *Journal of Korean Women's Studies*, 30(4), 233-268.
- Lee, S. M., Shin, J. G., & Lee, S. W. (2014). Factors affecting idol worship and idol worship's mediation effect to purchase the merchandises advertised by idol - Focusing on women in their teens and twenties. *Journal of the Korea Contents Association*, 14(6), 328-338. doi:10.5392/JKCA.2014.14.06.328
- McLelland, M. (2005). The World of Yaoi: The internet, censorship and the global 'Boys 'Love' fandom. *Australian Feminist Law Journal*, 23(1), 61-77.
- Mungang, H. J. (2010). 우상의 황혼 : 한국사회에서 아이돌은 어떻게 소비되는가?[Twilight of the idols : Fragments on the reality and unreality of teen idols in Korea]. *Citizen and World*, 17, 281-296.
- 'Pink Fairy dol' A-Pink faces of 7 people face first. (2011, March 18). *Sports Chosun*. Retrieved April 24, 2017, from <http://sports.chosun.com/news/ntype.htm?id=20110318000000000011242&servicedate=20110318>
- S.E.S 2nd album. (n.d.). *Naver music*. Retrieved April 24, 2017, from <http://music.naver.com/album/index.nhn?albumId=1845>
- Islam, S. M. (2015). Pedophilia: a psychiatric disorder or a perverse sexual orientation? A critical study of Vladimir Nobokov's Lolita. *Global Journal of Human-Social Science Research*. Retrieved from <https://socialscienceresearch.org/index.php/GJHSS/article/view/1499>. doi:10.17406/GJHSS
- SISTAR - Shake it. (n.d.). *Youtube*. Retrieved April 24, 2017, from <https://www.youtube.com/watch?v=x9-TIy7WPQI>
- Standard Korean language dictionary exhibition*. (1999). Seoul: Doosan Dong-A.
- 'The 'Lolita' section is... One department store bookshop controversy'. (2016, February 23). *Herald Business*. Retrieved March 4, 2017, from http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20160223000397&md=20160226004310_BL
- Uniform image fashion of Girl's day. *Youtube*. Retrieved April 24, 2017, from <https://www.youtube.com/watch?v=EEEIN-mtN6c>
- Winge, T. (2008). Undressing and dressing Loli: A search for the Identity of the Japanese Lolita. *Mechademia*, 3, 47-63.
- Wonder Girls - Tell me. (n.d.). *Youtube*. Retrieved April 24, 2017, from <https://www.youtube.com/watch?v=3vVHy0XoIN4>
- Yano, C. R. (2009). Wink on pink: Interpreting Japanese cute as it grabs the global headlines. *The Journal of Asian Studies*, 68(3), 681-688.
- Yoon, J. W. (2008). Cultural criticism: Wonder girl's and the Lolita syndrome. *In/Outside: English Studies in Korea*, 24, 203-218.

(Received 24 April 2017; 1st Revised 8 May 2017;
2nd Revised 29 May 2017; 3rd Revised 31 May 2017;
Accepted 10 July 2017)