

한국 청소년의 거리패션 분석 연구 -1990년대 후반을 중심으로-

金朱榮 · 金素英 · 楊淑喜*

숙명여자대학교 의류학과 · 숙명여자대학교 의류학과 교수*

A Study on Street Fashion of Korean Teenager -Since the Latter Half of the '90s-

Joo-Young Kim, So-Young Kim and Sook-Hi Yang

Dept. of Clothing & Textiles, Sook-Myung Women's University

Professor, Dept. of Clothing & Textiles, Sook-Myung Women's University*

目次

Abstract	1. 시대상황과 거리패션의 변화
I. 서론	2. 1990년대 청소년 복식의 일반적 특성
II. 청소년과 문화	3. 특징적인 대표적 스타일
1. 청소년의 특성	IV. 결론 및 제언
2. 1990년대 청소년 문화와 대중문화	참고문헌
III. 한국 청소년 문화와 패션	

Abstract

The purpose of this study is focused on revealing teenager characteristics and mass culture in the end of the 20th century, and researching the general traits of teenager costume in the latter half of the '90s and the typical style based on the analysis of the teenager culture.

The result of this study are following as:

The general traits of teenager costume are classified with sports-orientation, brand-orientation, and foreign street fashion-orientation.

Typical styles are classified with sportive look, hiphop look, and funny look. Sportive look became the core of the street fashion developed with the street sports in the city, and presented the practical use with the fashionability mixing sportswear such as hightech snickers, sports character wear and items. Hiphop look, the genderless fashion, expresses teenager's free life style and the diversified sensibility and deconstructs the border of gender, racism. Funny look accepts the burden of the millenium as a humor and presents katharsis by creating unexpected style. The contemporary costume of teenager deconstructs the fixed idea about mix and match, good taste and bad taste, gender, coordination suited with T.P.O and intends 'open costume' for 21st century.

I. 서론

20세기말 현대 복식은 포스트모더니즘적 특성인 해체와 절충으로 요약되며, 90년대 이후 해외에서는 물론 국내에서도 청소년층의 영과위(young power)가 위세를 떨치고 있으며, 매체 수용도가 높은 청소년들은 가장 구매력 있는 집단이다. 특히 청소년기는 급격한 신체적, 정신적 변화가 이루어지는 자아개념이 정립되지 않은 시기로 소속집단과 동조하려는 욕구와 남과 다르고 자 하는 개성적 욕구를 동시에 만족시키려는 양면적인 성격을 지니고 있다.

본 논문은 20세기 후반, 청소년들의 특성과 대중문화를 살펴보고, 이에 영향을 받아 나타난 청소년 문화, 그리고 1980년대와 90년대의 한국 청소년들의 거리패션의 변화를 고찰하고, 이를 바탕으로 90년대 중반 이후의 청소년 복식의 일반적 특성, 그리고 대표적 스타일을 스포티브 룩(sportive look), 힙합 룩(hiphop look), 퍼니 룩(funny look)으로 분류하여 분석하고자 한다.

본 연구에서는 청소년 관련 문헌과 각종 신문, 잡지기사 등을 살펴보고, 시각적 예증 자료로서 인터패션 플레닝의 1996/97 거리패션, 삼성 패션연구소의 1996/97 거리패션 사진 및 나산 패션연구소의 1997년 거리패션 사진, 10대를 대상으로 한 패션지인 Ceci(1994~1997년)와 대중문화 잡지인 Music Life, 일본 스트리트 패션 잡지인 Fashion Memo, Zipper 등을 이용하였다.

II. 청소년과 문화

1. 청소년의 특성

청소년기는 일반적으로 13세 이상에서 성년기 전까지를 말하며, 본 연구에서는 슈퍼주니어 세대로 불리는 중, 고등학생을 대상으로 하였다. 이들은 80년대에 태어나고 자란 세대들로, 10대는 개방적이고 탄력적 사고방식을 지닌 반면 극단적

이기주의와 전통 윤리를 거부하는 자세를 동시에 지니고 있다. 특히 이들은 1가구 2자녀 혹은 외아들과 외동딸이 보편화된 인구통계학적 배경 속에서 각종 대중 오락매체와 향락적 사회풍조, 교육의 자율화로 인해 개성표현이 심화된 의류에 관심이 많은 세대이기도 하다. 70년대 세대들까지의 의사, 판검사, 교수 지향에 비해, 80년대 이후에 태어난 청소년들은 컴도사나 백댄서, 미국 프로농구 스타 혹은 재 또래 가수들을 선망하고 있다. 신세대에 대한 분석 및 개념 정의의 논의가 급속히 성장하는데 영향을 미친 것은 대중매체의 전파력과 청소년들의 정보수용 욕구에 있다고 하겠다¹⁾. 이들은 부모의 경제력으로 엄청난 구매력을 확보하고 있는 영상세대로서, 감성 중심적이고, 좋고 싫음의 자기표현이 분명하고, 감각적 판단과 개성을 중시하는 반면, 집단과의 일치향적 성향을 지녔으며, TV광고를 선호하고 스스로의 가치 창조를 하는 자기충실형들이 많다.

또, 김은경(1995), 동아일보(1997)²⁾의 자료를 통해 청소년들의 구매성향을 살펴보면, '즉흥적이고 능동적이다, 평범한 것을 싫어한다, 유행에 민감하다, 좋고 싫다는 표현이 분명하다. 가격이 비싸도 유명브랜드 제품을 구입한다, 상품의 기능보다는 색채, 포장 등 디자인을 중시한다, 소비 성향이 높고 소비행태가 과감하여 상표 집착성이 강하다, 개성과 유행을 추구한다, 신상품에 대한 관심이 크고 충동구매의 성향을 보인다'로 요약된다.

2. 1990년대 청소년 문화와 대중문화

대중문화는 이질본자가 전혀 없는 하층은 가짜 예술품이며, 심성을 파괴하고 퇴행적이라는 식의 모더니스트적인 독단적 견해로부터 벗어나면서, 비평가들은 대중문화의 다양성을 인정하기 시작하였다.

현대의 청소년 문화는 그들이 즐기고 있는 새로운 미디어 문화에 의한 선행연구들에 의해 포스트모던하다는 평가를 받고 있다.³⁾ 청소년 의상

1) 김은경, 신세대의 구매행태분석을 통한 신규브랜드 설정방향 연구, 홍대 산미대학원, 1995, pp. 6-19.

2) 동아일보 1997년 7월 9일.

3) 김형곤, 뮤직비디오 수용자들의 포스트모던 청소년 문화에 대한 현상기술지, 서울대학교 대학원, 1992, pp. 1-5.

에 반영된 다양성과 개인성은 단품 위주의 믹스 매치와 함께 포스트모던 시대의 해체, 절충, 재생, 즉 브리콜라주 개념이 강조된다. 70년대 일부 하위문화 집단에서 관찰되던 이 개념은 80년대 이후 일반화되었고, 청소년들은 다양한 출처를 가진 스타일을 일정한 형식없이 스타일의 상징성에 큰 의미를 두지 않고 기존 스타일의 해체와 조합에 관심을 가지게 되었다.

헤브디지(Hebdige)는 영화, 신문, 텔레비전 등의 미디어가 노동계급 내에서 해석되고 조직되면서 하위문화적 스타일을 만드는 원천이 된다고 주장하였으며,⁴⁾ 청소년들의 의상은 이러한 하위문화적 거리패션에서 새로운 아이디어를 발생시켜 이것은 다시 하이패션과 일반 대중에게로 상향 전파된다.

한국의 대중문화는 복합적인 변인을 중심으로 어떠한 측면을 강조하느냐에 따라⁵⁾ 외래문화형, 산업사회형, 매스미디어형, 혼합형 등으로 설명된다. '외래문화형'은 한국의 대중문화가 외래문화 수용 방법에서 주도문화(dominant culture)가 아닌 수용문화(receiving culture)라는 이론이며, '산업사회형'은 산업화가 대중의 출현을 촉진시켜 대중문화의 형성을 촉진시킨다는 것이다. '매스미디어형'은 대중매체의 보급 및 수용을 중심으로 대중문화론을 전개하는 것이고, '혼합형'은 외래문화, 산업화, 매스미디어의 보급, 민주주의 교육 등 여러 가지 요소가 작용하여 한국의 대중문화가 성립되었다고 보는 견해이다.⁶⁾

1990년대 들어 국제화 혹은 세계화 등과 맞물린 청소년 문화는 진취적인 성향과 많은 사회적 의미들에 의해 이러한 여러 유형들이 뒤섞인 대중문화를 형성하고 있다. 청소년들이 주도하는 대중문화는 영패션시장에 막강한 영향력을 행사하고 있고, 대중문화가 배출해낸 스타들의 패션이 그대로 청소년층에 흡수되고 있다. 이러한 대중문화의 개인밀착은 사회에 추종했던 시대에서

개성을 좇는 시대로 바뀐 시대성과 함께, 90년대의 대중문화의 특징으로 10대의 경우 우리 사회가 안고 있는 입시 위주 교육의 모순, 거기에서 벗어나 탈출구를 찾으려는 노력인 '오빠부대', '백백이 부대'로 비하되면서 대중문화와 연결되었다.

III. 한국 청소년 문화와 패션

1. 시대상황과 거리패션의 변화

거리는 정체성에 대한 현대적 세분화와 요구가 실현되는 장소이며, '실제의 것'을 대표하는 곳이다.⁷⁾ 패션 상품은 사용가치보다 상징적·문화적 가치가 더 크며, 고유의 목적을 제시해주는 통로로서의 거리는 가시성과 통제를 통해 패션성을 보여준다. 따라서 거리패션은 대중마켓을 위한 디자이너 패션으로 통합되어 왔으며, 주변이나 하위집단을 위해 목적을 제공하고 반사회성과 양자택일적 정체성을 설명하기 위해 패션을 이용하는 일관된 모습으로 발전해 왔다.⁸⁾

폴헤무스(Polhemus)⁹⁾에 의하면 하위문화적 변화를 표현하려는 패션의 꾸준한 시도는 종족제도(tribal pedigree)의 표현으로, 현대사회에서 결핍된 공동체 의식, 공동 목적의 요구를 충족시키는 인간 본성의 한 부분이라고 하였다. 거리 패션은 다양한 이상주의자, 사회개혁가들이 심각한 사회문제를 선언하기 위해, 또는 사회적 우울함과 정치적 비평을 표방하기 위한 장치로 이용되어 왔다. 거리 스타일이 충격의 능력을 상실하면, 가장 대담한 스타일은 주류의상에서 하나의 요소가 되고 따라서 모든 패션은 대립적 또는 긍정적이라는 양면성을 지니게 된다.¹⁰⁾ 한국 청소년의 거리패션은 현장성과 부정형성을 그대로 갖고 있으며, 거리패션을 패션 욕구의 통로로서 패션 정보의 발신지로 뿐만 아니라 그들 정체성의 표현으로서 이용해왔다.

4) 김형곤, 앞의 책, pp. 36-40.

5) 박기성, 대중문화와 문화산업, 서울 : 평민사, 1992, pp. 295-324.

6) 박기성, 앞의 책, pp. 312-313.

7) Polhemus, Ted, *Streetstyle*, London, : Thames and Hudson, 1994, p. 7.

8) Finkelstein, Joanne(1996), *After a fashion*, Melbourne University Press, p. 82.

9) Polhemus, Ted, 앞의 책, p. 14.

10) Finkelstein, Joanne. 앞의 책, p. 108.

<표 1> 1980년대 거리패션의 변화

	잠재기(1980~1982)	출현 및 마성숙기(83~86)	성숙 및 다양화기(87~89)
시대상황	컬러 TV 개시. 전통축제 '국풍 81'. 86 아시안 게임과 88 서울 올림픽 유치 결정. 과외금지, 통행금지 해제. 82년 중고생 두발 자유화. 교복착용기.	프로야구, 프로축구, 장사씨 름대회, 아시안게임 개최로 스포츠 스타 증후군과 레저 스포츠의 붐. 소비품조의 고급화 현상, 배금주의, 쾌락주의, 한탕주 의 만연. 교육 자율화 실시.	88년 서울 올림픽 개최. 경제발전으로 인한 풍요와 개방화 물질로 물질만능주 의 만연. 국제화, 개방화, 풍요화.
청소년 등장	가요보다 팝송을 선호하는 사운드 세대. 외국 연예인에 대한 관심 급 증(아바, 마이클잭슨, 레이 프가렛, 브룩실즈 인기). TV보다 라디오 매체 선호. 캐주얼 스타일의 전영록, 이용이 인기. 소극적, 간접적, 비활동적 성향. 획일화된 교복, 신발, 머리모양 등으로 미적 감각 부족.	컬러 TV의 보급으로 오디오 · 비디오형 스타가 인기 (신디로퍼, 마이클잭슨, 브룩실즈, 나미, 이선희 등). 대중매체, 광고의 영향 커짐. '여장남자' 보이조지, '남장 여자' 에니레룩스의 인기로 유행의 중성화 경향→ An- drogynus look으로 발전. 디스코의 유행으로 디스코 바지, 디스코 머리 유행. 교복 자율화로 패션감각에 민감해짐. 브랜드 의식 등장.	해외 스타들의 CF 광고모델 대기 등장(왕조현, 주윤발, 장국영, 티파니, 케니로저스, 소피마르스 등)→연예인 등 조현상이 다양화. 대담해짐. 일본가요 유행. 일본풍 유행 (논노, 울리브 등). 브랜드 지향에서 벗어난 개 성화 시대. 성형수술의 증가 로 미에 대한 관심 증가.
주목할만한 스타일	청바지, 배기팬츠(baggy pants)를 비롯한 바지의 다양화. 남방셔츠, T셔츠의 다양화. 스포츠 웨어가 평상복에 등장(야구점퍼, 트레이닝 파카). 활동성과 실용성을 중시한 의복스타일 유행.	바지의 다양화(타이즈 팬츠, 디스코 바지, 핫팬츠, 쿼트 바지, 7부 바지). 풍성한 실 루엣과 박스형의 니트웨어 유행. 스포츠 웨어의 캐주얼 시대(트레이닝 상의, 그라운드 점퍼, 야구점퍼, 조깅웨 어, 덕다운 파카). 다운 파카와 진의 패션화. Marine look, Ivy look, Easy look, Print look 등 편안하고 활동적인 캐주얼 웨어 빅 루즈 스타일이 레이 어드룩 형성. Androgynous look(여학생의 다양한 바지 와 셔츠 착용).	복고풍, 민속풍 유행. Natural 실루엣 경향. 코디네이션 패션 등장. 아메리카 캐주얼 유행. 사파리룩. 극단적인 Androgynous look. 무늬의 다양화(한글무늬, 만화무늬, 하와이언 프린트, 타탄체크 등).
주목할만한 브랜드	요넥스, 나이키, 뉴망, 쥬다쉬 등. 스포츠 웨어와 캐주얼 웨어 중심으로 외국 상표 등장.	청소년 의복 시장 등장. 뉴망, 챌린저, 쥬다쉬	중·저가 패션 시장 확대. E·LAND, 브랜드노, 언더 우드, 루마패션, 지하철패션. 시장패션, 보세패션 선풍.

<표 1> 계속

	잠재기(1980~1982)	출현 및 미성숙기(83~86)	성숙 및 다양화기(87~89)
주목할만한 아이템 & 상품	타운웨어(town wear)에 캐주얼 아이템 등장. 스트라이프 무늬 유행. 랜드로바 유행.	나이키 운동화. 긴 농구화 등장. 패션 시계, 패션컬러 슈즈 등장. 디스코 머리. 망사, 레이스, 레그워머, 배낭, 컬러스타킹 등 다양한 소품 연출. 여성복에 넥타이 착용 (이선희의 영향). 여름용 소재로서 마직아 유행.	스노진(snow jean). 가족, 인조가족의 유행. 팬시상품. 하이틴용 화장품. 리본, 배낭 등 소품의 다양한 연출. 비비드 컬러 유행.

1) 1980년대 거리패션

지난 82년 단행된 중고등학생 두발 자유화 조치와 83년에 단행된 교복자유화 조치는 청소년의 개성창출과 적극적인 자기연출을 도모하도록 만든 중요한 계기가 되었다. 교복 자유화 이후 10대 시장을 겨냥한 수많은 브랜드가 런칭되었으나, 이중 초기의 주니어 겨냥 캐주얼은 과히 성공적이지 못했고 장수하는 브랜드는 진과 스포츠웨어 뿐이었다. 초기에 콜레보이, 자스트, 비폴리고, 폼빠나야 등이 주니어 시장을 겨냥해 런칭되었으나 뉴망, 쉐린저 등 주니어 겨냥의 캐주얼과 조다쉬, 리바이스, 리 등 진브랜드와 공존하다가, 이후 88올림픽을 기점으로 나이키, 프로스펙스, 리복 등 스포츠 브랜드와 게스, 캘빈클라인, MFG 등 캐릭터 진으로 넘어갔다. 소득수준이 크게 높아진 80년대 후반부터 신세대 중심의 패션에 대한 관심이 특히 높아졌으며,¹¹⁾ 80년대의 시대상황과 청소년 성향, 스타일 변화 등을 중심으로, 1980년대 거리패션의 변화를 정리하면 <표 1>과 같다.

2) 1990년대 거리패션

1990년대 청소년들의 복식은 거리에서 상향 전

파되는 패션이 텔레비전, 영화, 잡지, 인터넷 등의 매스미디어와 상호간에 영향을 교류하면서 수평전파되는 상황이며, 획일적인 추종이 아니고 같은 의식에서 선택되었다는 공통성이 있다¹²⁾.

1997년 5월 제1기 기획¹³⁾ 자료에 따르면, 14세부터 19세까지의 10대 청소년들은 디자인이 좋은 옷보다는 활동하기 편한 옷, 정장보다는 캐주얼을 선호하고, 주위사람들이 무슨 옷을 입었는지 눈여겨 보았다가 새로운 유행을 빨리 받아들인다. 남학생의 향수나 액세서리 사용도 보편화되었으며, 청소년들은 선호하는 브랜드가 백화점 매장의 한층을 차지할 정도로 브랜드 지향적인 반면, 다른 사람과 똑같은 옷을 입을 것을 싫어하는 개성을 추구하는 양면성을 보여준다. 90년대의 거리패션은 <표 2>와 같다.

2. 1990년대 청소년 복식의 일반적 특성

1) 대중매체 지향성

90년대 이후 청소년들의 유행은 브라운관을 누비고 있는 인기탤런트나 가수들의 패션을 통해서이다. TV, 영화, 뮤직 비디오 등의 대중매체 뿐만 아니라 90년대에 새로운 매체로 등장한 위성 TV, 즉 글로벌 뉴스채널인 CNN과 BBC, 영화채

11) 조용수, 「한국의 신세대 혁명」, p. 217.

12) 한국 섬유신문, 1997년 6월 16일 월요일, p. 13.

13) 한국일보, '97 한국인의 라이프스타일 조사', 1997년 8월 21일.

<표 2> 1990년대 거리패션의 변화

	1990년	1991년	1992년	1993년
시대상황	한·소 수교 정상회담. 지방자치 부활. 백화점업계 수입가격 표시제 실시. 90년대 새로운 교복 문화 형성. S.F.A 컬렉션 개최. 중·저가시장 정착 방안 모색.	남북한 유엔 동시가 입. 7차 경제사회발전 계획. 상공부 할부 거래 및 방문판매에 관한 법률 제정. 제1회 서울섬유소재 전시회. SBS TV 개국. 한국유행색협회 창립. 백화점 수입 브랜드 확대.	92년 바로셀로나 올림픽. 김영삼 대통령 당선. 한국디자이너 해외 진출 본격화. 한중 수교. 첫 인공위성 발사. X세대 패션마켓 중시.	대전 EXPO. 금융실명제 실시. 신경제 5개년계획 발표. 사정과 재산공개. 섬유업체들 유통참여 확대. 해외도입 브랜드 및 완제품 수입브랜드 증가. 거리패션 과위 형성.
청소년 성향	패션의식 증가. 심리적 욕구 다양화. 개성화.	개성, 감성 중시. 자기표현, 자기연출.	서구 대중문화의 무조건적 모방에서 탈피. 서태지와 아이들의 '난 알아요'→랩을 선두로한 댄스음악에 환호.	인기가수를 광고모델로 기용, 가수들의 패션을 모방. 패션 흐름과 정보에 민감한 캐주얼 마인드를 가짐. 소비력이 왕성해짐.
주목할만한 스타일	New loose look. Feminine & Classic. 스포츠웨어와 정장이 함께 하는 새로운 연출. 사파리룩. 복고풍의 매니쉬룩	복고풍 유행으로 미니 재등장. 파스텔 컬러와 A라인의 부드러운 여성미를 강조하는 60년대 모드.	단순코디 강세. 트래디셔널 열풍과 아메리칸 무드의 확산. 낡은듯한 진과 앵글부르크의 코디.	비틀즈와 히피스타일이 부각. 레이어드룩. 노출이 심한 패션. 다양한 70년대 스타일 등장.
주목할만한 브랜드	시스템	시스템. 내셔널 진브랜드 급성장세 및 캐릭터진 부상.	EnC, 쿠기, 온앤온, 시스템	시스템, 켈빈클라인, 톰보이, 라, EnC, 폴로, 쿠기, 빈폴, 미치코런던, 비바유, 메이폴, 티피코사, 헌트, 카운트다운, 게스, MFG, 카스파, 유니온베이
주목할만한 아이템 & 상품	복고풍의 낮은 구두. 골드 액세서리 부상. 폭넓은 통바지, 짧은 반바지, 미니와 맥시 공존, 램스커트 유행.	스판 소재의 사이클 팬츠, 버뮤다 팬츠, 핫팬츠, 레깅스	신축성 있는 소재 강세, 블랙 & 화이트. 모자, 안경류 유행	과감한 디자인의 배꼽티와 모자, 벨트 유행, 롱코트 선풍. 베스트가 유행아이템으로 등장. 여러 개의 반지, 화려한 목걸이 등 각종 액세서리 적극 활용

<표 2> 계속

	1994년	1995년	1996년	1997년
시대상황	김일성 사망. 성수대교 붕괴. 대기업 신규 및 도입 / 직수입 브랜드 출범 러시. 남성 캐릭터 캐주얼 및 디자이너 브랜드 급부상.	노태우 대통령 비자금 파문. 광복 50주년. 가격과파 바람. TV 홈쇼핑 시작. 95 광주비엔날레 개최. 충지가 캐주얼 문화 트래디셔널 상승.	96 아틀란타 올림픽. 경제 불황. 국회의원 선거. 프로농구 출범.	대통령 선거. 2002년 월드컵 유치. 심각한 학원폭력 문제. 박찬호 야구 열풍. 개방적 성미디어(게임, 비디오, 컴퓨터 등) 문화.
청소년 성향	김건모 레게음악 '핑계' 유행→흑인음악 열풍. 투투, 롤라 등의 신세대 그룹 선호.(랩→레게로 변화). 10인 100색의 고감도 소비자로 미, 개성 추구.	진패션의 No sex, No age, Non season 경향. 크로스오버코디 성향.	교복, 코트를 겸할 수 있는 실용적 의복 선호. 남학생의 향수, 귀걸이 착용 등 미에 민감해짐. 브랜드 지향적. 할인매장에서 구매 선호.	남·여학생의 구매 패턴과 구매과위가 동일해짐. 농구, 야구, 축구 등 스포츠에 열광. 브랜드 지향적.
주목할만한 스타일	힙합룩, Sports look, School girl look. 레이어드룩, 70년대의 히피룩, 유니섹스와 머스쿨린 개념강화, Old+New 믹스 리사이클링, 카운트 믹스 유행. off time item 부상.	Dualism, 50년대의 Glamorous style, 색시룩, 이지룩, 액티브 스포츠룩, 노출이 많은 과감한 아이템 믹스 & 레이어링, 여성다운 분위기 지향.	스포츠웨어와 타운웨어를 겸하는 스타일 유행. H.O.T 패션 유행. 스노보드룩, 모즈룩, 미니멀리즘, 힙합룩, 스포티브룩.	단품 코디위주의 아이템 전개, 슬림 스타일. 힙합룩, 스포티브룩, 삼순이 패션, 젠더리스 룩, 퍼니 룩, 키치패션, 지키 스타일 심플 & 클린 스타일.
주목할만한 브랜드	사스텀, EnC, 폴로, 빈폴, 게스, 갯유스트, 티피코시.	나이스크랩, 폴로, 게스, 옵트, 빈폴	닉스, GV2, Basic, 스톱, 주크, 96뉴욕, 폴로, 빈폴.	닉스, GV2, 베이직, 보이런던, 폴로, 스톱, 빈폴, 시스템, 오조크, 나이스클랩, 주크, 나이키, 96뉴욕, 개그.
주목할만한 아이템 & 상품	헐렁한 진, 박스셔츠, 두건모자와 배낭, 단품위주의 믹스드 패션. 쌈지의 소품	스포츠 웨어와 스트레치 소재의 일반화, 쌈지의 소품. 속옷과 겉옷의 개념해체, 니트 확산.	쌈지의 소품. 원색의 장갑, 배낭, 모자, 썬그라스, 황신혜 목걸이.	체인 악세서리, 썬그라스, 큐빅 핀, 레게 머리, 모자, 꽃핀. 밝은 칼라가 주류. 버비드와 내추럴 칼라 강세.

널인 HBO, 스포츠 채널인 ESPN, 대중음악 채널인 MTV 등의 출현은 청소년들이 지금까지 경험하지 못했던 전혀 색다른 세계를 접할 수 있게 하였다. 이중 MTV는 인종과 언어, 문화가 다른 여타 유럽 각국의 청소년들의 내면 세계를 동일한 관심사로 무장시킬 뿐만 아니라 외면적으로도 동일한 음악, 패션으로 통합하는 기능을 발휘하고 있다.¹⁴⁾ TV나 뮤직 비디오에서 한창 인기를 끌고 있는 록그룹이나 팝뮤지션들의 스타일은 즉각 10대들에게 모방되어 똑같은 머리 모양이나 의상, 신발 등을 유행시켰다.

92년 랩 '난 알아요'로 데뷔한 서태지와 아이들은 80년대 이후 미국 흑인의 대중문화를 지배해 온 힙합을 한국에 소개했다. 이들은 단순히 힙합과 테크노음악을 90년대 대중음악의 주류 장르로 올려놓았을 뿐 아니라 흑인의 춤과 옷차림, 헤어스타일까지도 성공적으로 유행시켰고,¹⁵⁾ 이들의 음악과 행동을 통한 솔직함, 감각성, 현재에 충실함, 경박함 속의 진지함, 자유분방함 등은 청소년의 성향과 일치되어 많은 청소년들의 우상이 되었다. 90년대 중반 이후 영캐주얼 부문에서 선두권을 달리고 있는 '닉스(Nix)'와 '보이런던(Boy London)'은 서태지와 아이들의 의상 협찬을 통해 이미지가 급부상되었고, 이들과 함께 무대에 오른 상품은 일주일이면 전 매장에서 완판되는 등 10대 소비자들은 누가 TV에서 입고 나온 옷이냐는 식으로 대중매체 지향적인 구매가 이루어졌다.

대중매체에 나타난 연예인의 의상의 예를 들면, 서태지와 아이들의 택(tag)이 걸어로 드러난 의상, 스노보드룩과 힙합스타일, 김건모의 레게스타일과 모자, 험령한 진과 박스셔츠, 두건모자와 배낭을 맨 자메이카 힙합스타일, 솔리드의 룩코트, 뽀뽀밴드의 미스매치한 키치스타일(kitch style), 박진영의 몸매를 드러내는 티와 힙합바지, 유니섹스 모드(그림 1), 영턱스클럽의 못난이 목걸이와 꽃핀, 무스로 찰싹 붙인 단발머리에 앙증맞은 핀들, H.O.T.의 빨, 노, 파 원색의 옷차림과 털모자, 배낭, 병어리 장갑과 배낭, 귀마개



<그림 1> 박진영의 유니섹스 모드(주니어, 1995년 3월 p. 115)

(그림 2), Up의 스노보드룩, 콜론(Clone)의 짧고 경충한 바지와 풀티 등은 청소년의 복식에 그대로 반영되고 있다.

2) 스포츠 지향성



<그림 2> H.O.T.의 의상과 악세서리(Music Life, 1997년 3월, p. 34)

14) 조용수, 앞의 책, pp. 82-85.

15) 한겨레신문, 96년 1월 26일.

각종 스포츠의 프로화와 빅이벤트화는 청소년들의 우상을 만들어 냈으며, 스포츠 스타가 선호하는 음식, 의류, 악세서리 및 생활습관에 의한 영향이 확대되고 있다. 특히 청소년 교육 기회의 급속한 팽창, 가정과 학교 교육의 민주화, 물질적 풍요 속에서 음악, 패션, 영화, 운동 등 문화에 대한 높은 관심은 스포츠의 보급에 결정적 영향을 미쳤다. 양분화 되어 있던 각 성별의 정체성이 소멸되면서 성별을 의식하지 않는 폭넓은 교류와 스포츠 전용 CATV인 ESPN의 국내상륙은 의복 행동에 많은 영향을 주었다.

90년대 들어 농구에 대한 지구촌 10대 청소년들의 광적인 열기로, 청소년들은 NBA 농구 스타들의 경기모습을 담은 사진과 그들이 서명해 놓은 갖가지 상품들(나이키 운동화, 맥도널드 햄버거, 펩시콜라 등)을 사들이며 스타들이 애용하는 운동화나 티셔츠(대부분의 경우 리복, 나이키, 아디다스 등의 브랜드) 등은 세계 모든 10대들에게 원시 '토탈'과 같은 역할을 하고 있다.¹⁶⁾

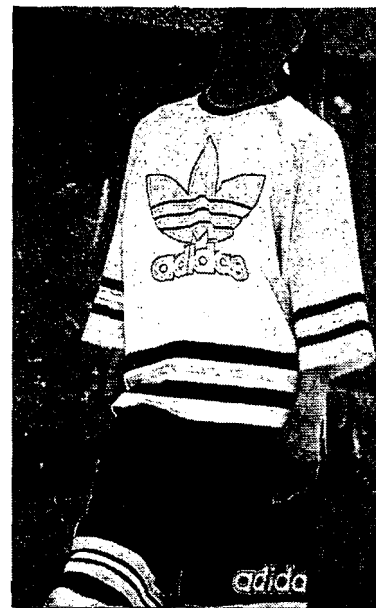
1950년대 북미 사람들이 해변에서 착용했던 버뮤다 팬츠는 80년대 중반 이후 남, 녀 청소년의 상으로 정착되었으며, 특히 90년대 들어 거리농구의 붐으로 이 팬츠가 급속히 확산되었다. 랩이나 힙합을 즐겨 청취하고 경쟁심보다는 놀이적 성격을 띤 거리농구를 하며, 거기에 걸맞는 의상을 착용한 청소년의 모습은 외양을 중요시하고 감각적인 것을 선호하는 포스트모던 시대 청소년의 전형적인 모습으로 묘사된다. 운동복은 본래의 스타일 그대로 혹은 변형된 형태로 청소년의 신체에 대한 관심과 비례하여 일상복, 통학복으로 유행되었다(그림 3). 운동할 때 무릎까지 오는 버뮤다 팬츠, 품이 넓은 셔츠 및 복사뼈까지 오는 값비싼 농구화(그림 4), 생달린 모자의 착용, 전혀 다른 스타일과의 매치 및 겹쳐입기, 장신구와의 조화 및 직접 무늬그라기로 시각적 효과를 강조하여 청소년은 자신만의 개성을 나타내고 있다.

3) 브랜드 지향성

신세대 소비자들은 브랜드 이미지를 보고 상품



<그림 3> 운동복의 평상복화(스타앨범, 1995년 3월)



<그림 4> 버뮤다 팬츠(With, 1996년 8월, p. 329)

16) 조용수, 앞의 책, pp. 95-96.

을 선택하는 구매 행태를 가지고 있다.”¹⁷⁾ <X세대를 향한 마케팅>의 저자 캐런 리치는 “10대는 개미형 소비집단이다. 개별적인 구매력은 작지만 모방하는 힘이 강해 곧잘 집단구매 경향을 통해 새로운 시장을 창출한다”고 했다.

닉스 바지에 보이런던 티셔츠를 입고 나이키 모자에 리복 신발, 펠라 가방을 든 남학생이나 시스템 바지에 이앤씨 티셔츠 그 위에 나이스클럽 재킷을 입은 여학생의 모습은 이제 주변에서 흔히 목격된다.¹⁸⁾

1996년 텍스헤럴드(tex herald)와 코오롱패션 시스템(KFS)의 공동조사 결과에 따르면, 선호하는 캐주얼 브랜드 부문에서 남성은 닉스(그림 5), 보이런던, 폴로, 스톤, 리복, 지브이투 순이었고, 여성은 시스템(그림 6), 닉스, 스톤, EnC, 지브이투, 베네통, 리바이스 순이었다. 95년 조사에서는 상위 5개 브랜드(시스템, 에스쁘리, EnC, 베네통, 톨립모나코)가 93%의 선호도를 점유했으나, 96년 조사에서는, 상위 5개 브랜드(시스템,



<그림 6> System Jean(1997년 카타로그)

닉스, 스톤, EnC, GV2)의 점유율이 30.5%로 크게 낮아진 것으로 보아, '10인 100씩 시대'가 도래한 것으로 분석된다. 결과적으로 패션을 주도하는 청소년들은 권위적 브랜드를 선호하지 않음을 알 수 있다.

청소년들의 유명브랜드 선호 경향, 캐릭터성이 높은 패션의 수용, 새로운 패션추구 경향, 패션잡화에 대한 욕구 등으로 인해 청소년들은 의복착용을 통해 자신의 개성을 돋보이게 할 수 있는 새롭고 독특한 캐릭터의 브랜드에 강한 애착을 보인다. 이로 인해, 청소년들은 자신의 용돈이나 부모로부터의 보조, 또는 아르바이트를 통해 자신이 원하는 브랜드의 의복을 구매하고 있다. 그러나 청소년들은 대기업 제품이나 해외 유명 브랜드라고 해서 반드시 구입하지 않으며, 예민한 시대감각과 자신의 촉각으로 구매하고, 입어서 즐겁고 센스가 좋은 옷을 선택한다.



<그림 5> NIX(1997년 카타로그)

4) 해외 거리패션 지향성

17) 동아일보, 95년 12월 4일.

18) 윤정옥, "10대가 키워준 hot brand", 패션 비즈니스, 한국 패션 비즈니스 학회, 1997. 6. p. 110.

TV, 라디오 등 방송매체는 물론 신문, 잡지 등 인쇄 매체, 영화, 음반 등 대중예술 매체 등 다양한 미디어의 혁명으로 인해 '글로벌 틴에이지(global teenager)'가 탄생되었으며, 오늘날 세계 여러 나라의 10대들이 사고방식이나 소비패턴 면에서 매우 유사한 태도와 취향을 나타낸다. 미국의 시사경제지 포춘(Fortune)은 세계 10대들의 의식과 행태를 면밀히 다룬 'Teens-The most global market of all'라는 기사에서, 이데올로기 시대의 종언과 함께 전세계가 무역 전쟁과 민족주의로 분열되고 있지만, 10대 청소년들만큼은 세계적으로 놀라운 동질성을 보이면서 소비자로서의 단결된 힘을 발휘하고 있다고 하였다. 실제로, 미국의 LA, 프랑스의 파리, 일본의 동경, 싱가포르, 그리고 한국에 이르기까지 동서양을 막론하고 세계의 10대들은 리바이스 청바지와 컴퓨터 키보드를 두드린다는 점에서 큰 차이가 없고, 이들이 좋아하는 물건들의 브랜드도 대체로 비슷하다. <그림 7>은 아디다스 셔츠에 목놓은 리복

(Reebok)사의 농구화를 착용한 글로벌 틴 에이지의 모습으로 역시 우리의 청소년들과 선호하는 브랜드 및 취향이 비슷함을 보여주고 있다. 90년대 초반에 등장하여 지금까지도 10대들을 매료시킨 흑인들의 거리패션인 '힙합룩(hip-hop look)', 일본 하라주꾸 거리에서 보이는 지키 스타일(Geeky style), 스포츠웨어의 일상복화, 모자, 선글라스 등 유희적인 소품의 활용(그림 8) 등은 국내 청소년들의 거리패션에 영향을 미치고 있다.

3. 특징적인 대표적 스타일

1990년대 후반 한국 청소년 대표적 스타일은 스포티브룩, 힙합룩, 퍼니룩으로 분류될 수 있다.

1) 스포티브 룩(Sportive Look)

스포츠웨어의 개념은 미국에서 출발한 것으로, 스포티브 룩(Sportive Look)이란 작업복 액티브 스포츠웨어의 형식이나 그러한 의복의 감각을 복



<그림 7> 글로벌 틴에이지(Cutie for Independence Girls, 1996년 7월, p. 30)



<그림 8> 유희적 소품(Fashion Memo, 1997년 8월)

장미의 요소로 취한 것이다.¹⁹⁾ 국내에서는 70년대와 80년대를 기점으로 에어로빅, 조깅, 롤러 스케이팅 등 생활에 밀착된 스포츠가 대중적 인기를 누림에 따라 그에 맞는 스포티브 룩이 패션으로 등장했다.

60년대 중반 영국 디자이너 톰 길버(Tom Gilbey)가 “언젠가 길거리에서도 운동복을 입게 될 거예요”라고 언급했듯이,²⁰⁾ 스포츠웨어는 스포츠의 대중화, 다양화와 함께 기성복 산업의 발달, 민주주의, 여권신장 등의 사회 전반적 영향에 의해 액티브 스포츠웨어, 스포츠 캐주얼웨어, 일상복, 사무복, 캐주얼, 속옷 등에게까지 다양화되었으며, 특히 청소년에게 많은 호응을 받고 있다.²¹⁾

감성 중시 사회, 듀얼리즘(dualism), 크로스 오버(cross over) 등 가치, 사고, 문화의 보더리스(borderless) 현상, T.P.O. 개념의 약화로 인한 캐주얼 웨어와 스포츠웨어의 브리지(bridge) 현상, 대중문화의 발달로 인한 스포츠 영웅의 이상화²²⁾ 등 역문화(counter culture) 현상의 확산에 의해서 90년대의 스포티브 룩은 다양한 이국적 문화와 음악 장르가 함께 시도되고 있으며, 한국 청소년의 거리패션에 나타난 스포티브 룩 역시 같은 맥락을 이루고 있다.

C세대 즉, Computer, Cyber, Chip, Card, Cable, Critism, Change Generation이라고 하는 현대 청소년은 그들만의 문화의 개성을 창조하기 위해 흑인들의 탈출구였던 랩, 닌자, 스포츠²³⁾ 등의 ‘빈민가 문화’를 수용하고 있다. 게토보이스(ghetto boys), 런 디엠시(run dmc)같은 랩그룹이나 척더(Chuck ‘D’)나 퍼블릭 에네미(Public Enemy)의 플레이보 플레이브(Flavor Flav)와 같은 랩퍼들은 세계에 조깅복과 운동화를 판매하는데 기여했으며,²⁴⁾ 최근 흑인 랩가수 M.C. 해머가 스포츠 팀의 커다란 로고와 백넘버가 달린 옷

을 입고 뮤직 비디오에 등장한 이후 혈령한 반바지, 하이탑 운동화는 청소년들의 거리패션으로 확산되었다.

거리패션의 스포츠 스타일은 1950년대 스포츠웨어를 패션 트렌드로 유행시킨, 느슨하고 캐주얼한 스타일의 박스 쇼츠나 버뮤다 쇼츠를 즐겨 착용했던 서퍼(surfers)²⁵⁾를 효시로,²⁶⁾ 느슨하고 활동적인 스포츠 캐주얼 스타일을 추구하는 이런 스타일은 1970년대말 이후 청년 문화(youth culture)에서 확대되어 집단화 되었으며, 80년대 이후 스케이트 보드, 스케이트와 거리농구 등 거리 스포츠를 중심으로 형성된 집단과 랩, 브레이크 댄스, 힙합, 하우스 뮤직 등을 즐기는 청소년 하위문화 집단, 대표적으로 스케이터(skaters), 비보이(b-boys), 플라이걸(flygirls), 에시드 하우스(acid house) 등의 스타일이 거리패션으로 대두되었다.

롤러 스케이트, 스케이트 보드, 스노보드 스포츠의 특징은 도시환경을 중심으로 이루어지며 의복 형태 또한 기존 스포츠와는 다른 형태를 지닌다. 미국 랩패션의 영향을 받은 스케이터 패션의 원조인 스노보드 패션은 80년대 태어난 신세대가 즐기는 청소년 문화로서, 뉴욕, 일본에서도 유행 중이며,²⁷⁾ 텀워크나 남파 타협할 필요가 없는 개인주의적인 성향의 스노보드는 청소년 문화의 성향에 적합하다.

국내에서는 1995년 가수 서태지와 아이들에 의해 ‘스노보드 패션’이 유행되고 있는데, 스노보드에서 시작된 활동성을 높인 박스형 패션은 90년대 중반 이후 거리패션을 리드하고, 스노보드를 즐기지 않는 10대들은 통터셔츠에 스노우 썬글, 모자를 거꾸로 쓰고 블랙 플래임의 선글라스를 쓴 스타일을 유행으로 즐기고 있다.

70년대 말부터 국내에서 타기 시작했던 ‘스케

19) 노혜은, 1960년대 하이패션에 나타나는 sportive fashion, 장안 논총, 12(92, 3), p. 851.

20) Vogue Korea, 1997년 7월, p. 269.

21) 정경미, 하이패션에 나타난 스포츠 스타일에 관한 연구, 홍대 석사논문, 1996, p. 1.

22) 브랜든 테일러, 김수기, 김진송, 율기, 모더니즘, 포스트모더니즘, 리얼리즘, 시각과 언어, 1993, p. 104.

23) News Week, 1996년 3월 6일, p. 58.

24) Vogue Korea, 1997년 7월, pp. 264-269.

25) 서퍼(surfers)는 일상생활에서 이탈과 인구가 어떻게 자연과 조화를 이루면서 살 수 있을까 하는 것에 대한 모델을 제시적 불안이 만연한 사회적 의식에 대한 반발로써 하나의 도피적 수단이었다.

26) Ted Polhemus, *street of fashion*, Thames and Hudson, London, 1994.

27) 패션 포인트, 96년 11월 10호, pp. 43-47.

이트 보더'(그림 9)는 1990년대 중반 이후 보드판의 그림과 어울리는 모자와 백팩, 프린트 셔츠, 후드티, 신발, 선글래스, 액세서리 등을 독자적으로 레이어드시켜 개성적인 패션 문화를 추구하고 있다.

특히, 96년 봄 국내 거리에서 가장 인기있는 아이템은 하이테크 스니커(sneakers)²⁸⁾로서, 나이키의 런닝 슈즈 에어맥스는 청소년층에서 폭발적 인기를 얻었으며, 아디다스, 나이키, 리복, 르까프, 프로스펙스 등 5대 유명 브랜드가 차지하는 비중은 50%에 가깝고, 청소년들은 청바지와 마찬가지로 서너벌레를 구입해 분위기나 장소에 따라 그에 걸맞는 신발을 골라 신고 외출한다.²⁹⁾

1950년대를 기점으로 미국 스포츠웨어 업체를 중심으로 발달된 의복의 브랜드³⁰⁾ 라이선스 작업은, 1933년 '라코스메'의 브랜드 마크가 의복 바깥에 표시된 이래로, 'Label'의 선호도를 부추기게 하였다. 스포츠 캐릭터 상품은 2차 대전 중 비행기 조종사의 헬멧이나 비행기에 새긴 상징물을



<그림 9> 스케이트 보더(섬유저널, 1997년 9월 p. 103)

디자인자들이 응용한³¹⁾ 나이키(The nike), 컨버스 스타(Converse star), 아디다스(The adidas triple stripe), 푸마(Puma wedge)의 마크는³²⁾ 상품 위주의 사치풍조를 유발한다고 비난받고 있지만, 국내 청소년층의 큰 호응을 얻고 있다. <그림 10>의 청소년은 나이키 에어마크 로고가 달린 베스트를 착용하여 브랜드 지향적인 스포티브 룩을 보여준다.

90년대 후반에는 청소년 하위문화인 사이버 펑크(cyber punk)가 액티브 스포츠웨어와 결합되어 차세대 거리패션으로 부각되고 있다.³³⁾ 스포츠웨어의 기능적 디자인의 요소가 패션성으로 부가됨으로써, 인간의 곡선과는 다른 부피감을 얻을 수 있는 디자인 요소, 퀴팅(quilting)과 패딩(padding)의 사용, 소재의 이질적 결합이나 색상의 대비 등으로 나타나고 있다.

또한 미국 아메리칸 캐주얼의 영향의 고조, 신



<그림 10> 1997년 3월 서울 거리패션, (삼성패션 연구소)

28) 유선형의 그라데이션 라인에 의한 하이테크 디자인, 소음 부분의 공기량을 스스로 조절할 수 있는 하이테크 기능이 특징이다.

29) 뉴스메이커, '파격과 낯섬', p. 56.

30) 디디에 그롬바크, 우종길 역, 『패션의 역사』, 서울: 창, 1994. p. 105.

31) Charlie Lee Potter, *Sportswear in Vogue since 1910*, Thames and hudson, 1984, p. 84.

32) Jocqueline Herald, *Fashion of Decade: The 1970s Facts On File*, 1992, p. 52.

33) 의류산업, 한국 의류산업협회, 1995년 8월호.

소재의 개발로 바디수트, 조깅수트를 응용한 디자인 또한 아웃웨어로서 역할을 발휘하였으며, 액티브 스포츠웨어에서 아이디어를 얻은 티셔츠, 블레이저, 사파리, 블루종, 파카, 트레이닝 수트 등 다양한 아이템이 일상복으로 전이되었다. 디테일 또한 스포티브 룩에서 영감을 얻은 지퍼, 아디다스 라인, 칼라 블로킹, 라글란 슬리브, 다기능 포켓, 스트레치성이 가미된 소재, 스니커, 캡류 등이 청소년층에서 확산되고 있다. <그림 11>의 청소년은 아디다스 라인과 숫자를 캐주얼한 청재킷에 이용하여 스포티브 룩을 제시하며, <그림 12>는 트레이닝 웨어에 정장 스커트, 웨스턴 부츠를 함께 착용함으로써 정장과 캐주얼, T.P.O.에 따른 착용방법을 해체시킨다.

한편, 텍스헤럴드와 코오롱패션 시스템(KFS)이 96년 12월 19일~22일까지 18~24세 신세대 600명을 대상으로 실시한 공동조사 결과에 따르면, 구입 캐주얼 브랜드 부문에서는 남성은 닉스, 지브이투, 보이런던, 스톱, 폴로스포르츠, 나이키, 리바이스, 노티카 순이었고, 여성은 서시스템, 닉스, 베네통, 지브이 투, EnC, 스톱, 리바이스, 주크, 클럽모나코 순이었다. 나이키, 리복 등 액티브 스포츠 브랜드는 스포츠 시장뿐 아니라, 높은 브랜드 인지도를 바탕으로 의류시장까지 잠식하였는데, 이는 정장과 캐주얼의 경계가 해체되고 캐주얼과 스포츠의 구분이 모호해지기 시작한 것으로 분석된다.³⁴⁾

이와 같이 거리패션에 나타나는 국내 청소년의 스포티브 스타일은 과거의 허피와 같은 기성세대애 대한 반문화적 현상이 아니라 즐기기를 위한 패션으로 해석되며, 스포츠웨어에 캐주얼, 밀리터리, 레트로 등의 아이템을 믹스함으로써 기능적 실용성에 패션성이 함께 제시되었으며, 정장과 캐주얼, 남녀의 성적 이분법, T.P.O.에 따른 착용방법의 고정관념을 해체시키고 있다.

2) 힙합 룩(Hiphop Look)

힙합(hip hop)은 1980년대 대표적인 문화 동향으로 뉴욕 브롱크스(Bronx) 지역에서 발생하



<그림 11> 1997년 4월 서울 거리패션, (삼성패션 연구소)

여 순식간에 세계적으로 확산된 거리 문화이다. 브레이크 댄싱·스크래치 DJ·랩뮤직·그래피티 아트·거리농구 등의 특징을 갖는다.³⁵⁾

이 스타일은 80년대 초반, 미국 디트로이트와 시카고 지역의 몇몇 흑인 청소년과 대학생들이 나이트 클럽에 털렁한 옷을 입고 나타나기 시작한 것이 시초라고 전해지며,³⁶⁾ 바닥에 질질 끌리는 낡고 털렁하며 허벅지 부분이 넓은 자루 모양의 배기진(baggy jean), 몸에 비해 훨씬 크고 털

34) 텍스헤럴드, KFS 공동조사, pp. 882-889.

35) 업소희, 「청소년 하위문화에 나타난 대중음악과 복식에 대한 연구」, 복식학회지, Vol. 26, p. 109.

36) 조용수, 앞의 책, p. 93.



<그림 12> 1994년 4월 서울 거리패션, (삼성 패션 연구소)

렁한 티셔츠, 몸에 붙는 티셔츠와 브라탑, 스키복 처럼 보이는 점퍼와 베닐이나 필름같은 신소재, 밑창이 두터운 신발, 거꾸로 쓴 야구모자 등으로 구성되는 힙합패션(그림 13)은 90년대 거리 패션의 원류로서, 이들은 구속과 억압을 싫어하는 기호에 의해 넉넉함을 추구하며, T.P.O.의 개념을 무시하는 의복 행동을 특징으로 한다. 따라서 액티브 스포츠웨어와 스포츠 유니폼 스타일을 추종하며 옷의 착용방법이나 형태에 구속받지 않는 자유로운 착장 형태를 보여준다.



<그림 13> 1996년 10월 서울 거리패션, (나산 패션 연구소, 1997년 1월 vol. 12, p. 32)

힙합이 패션 속으로 진입하게 된 것은 80년대 후반, MTV가 랩 음악을 적극적으로 전파하면서 랩 뮤지션의 옷차림을 10대들이 흉내내면서부터이다. 랩에는 백인위주의 미국사회에 반항하는 흑인들의 정신이 담겼으며, 현재는 전세계 젊은 이들이 사회적 문제를 얘기하는 음악의 한 형식으로 받아들여지고 있다.

힙합은 푸마, 아디다스, 나이키 등 로고 비즈니스의 대표주자인 운동복 브랜드의 로고와 밀착되었고 루이비통(Lois Vuittons), 구찌(Gucci), 엠지엠(MGM) 등 고가 브랜드 상품들의 심벌을 다양하게 이용함으로써, 스포티브 룩의 영향이 힙합패션에 미치고 있다.

거리 패션이 도시에서 근교지방으로 확산되어 나감에 따라 도시의 흑인 소비자들이 아메리칸 드림의 심벌을 공유하려는 반면, 도시 근교 지방의 백인 청소년 소비자들은 힙합의 영향을 받은 거리패션을 대학문화의 일종인 쿨 앤 래기디(cool & raggedy)로 받아들이는 기현상이 발생하기도 했다. 미국사회 내에서 억압받는 자들의 옷을 입는 아이러니컬한 현상이 일어난 것이다³⁷⁾.

국내에서는 90년대 초 '서태지와 아이들', 김건

37) 섬유저널, 1997, 1, p. 200.

모의 출현과 함께 힙합패션이 등장했으며, 영턱스클럽, H.O.T., 엽타운 등의 그룹으로 이어지는 10대 스타군이 이를 전파시키고 있다³⁸⁾. <그림 14>는 잭스키스로서, 힙합바지에 팬티의 밴드로 고선이 노출되도록 골반 아래로 착용한 모습이다. 한국에서의 힙합 문화는 일방적인 종속과 피상적인 변종의 운명에 있으며, 통이 허리둘레만 하고 단을 질질 끌며 땅바닥의 온갖 오물을 훑고 다니는 '힙합바지'는 기성세대의 눈살을 찌푸리게 하지만, 벨트를 개줄처럼 길게 늘어뜨린 엉마같은 '헐렁바지'가 유명상표를 붙여 10여만원까지 호가한다(그림 15)³⁹⁾. 거기에, 자기 발보다 몇 사이즈 큰 '뚜벅이 구두'를 신고, 배낭이나 좋아하는 청바지 브랜드명이 크게 쓰여진 가방을 필수품처럼 여긴다⁴⁰⁾.

96년 중고생들 사이에 유행하고 있는 힙합패션



<그림 14> 잭스키스의 품생품사, (Music life, 1997년 8월, p. 112)



<그림 15> 1995년 10월 서울 거리패션, (인터패션 플래닝, p. 38)

의 변형인 압정패션은, 자락이 긴 바지단을 뒤쪽으로 말아 신발밑창이나 뒤꿈치에 압정으로 고정된 차림을 말한다. 60~70년대 여성들이 입었던 '몸빼바지'를 연상시키며 길고 통이 넓은 바지를 땅에 끌리는 자락부분만 뒤쪽으로 말아 운동화 뒤꿈치에 붙이고 압정으로 고정하면 발목부분만 잘록한 몸빼바지와 비슷한 형태가 된다⁴¹⁾.

힙합 록은 기성세대의 성역할 구분과 남녀차별에 저항하는 신세대들의 반항심리가 발현되는 유니섹스 모드이다⁴²⁾. 특히 10대들은 TV 인기 댄스 그룹의 영향으로 남녀 구분없이 같은 스타일을 즐겼으며, 10대와 20대의 선호도가 분명하게 구분된다.

청소년들 사이에서 선풍적인 인기를 모으고 있는 '패션진' 브랜드 '닉스(NIX)', '지브이(GV 2)', '베이직(BASIC)', '스통(STORM)', '96 뉴욕(NY)', '제드(ZED)', '야(YAH)', '옵트(OP-

38) 문화일보, 1997년 5월 17일.

39) 경향신문, 1997년 2월 13일.

40) 한국일보, 1996년 12월 21일.

41) 한국일보, 1996년 8월 15일.

42) 조용수, 앞의 책, p. 94.

T'002' 등은 97년 옷의 스타일이나 소재에서 남녀의 구분을 없앤 젠더리스 스타일에 특히 엉덩이에 걸쳐입는 힙합 스타일의 통이 넓어지고 전체 길이는 약간 짧아지는 경향을 보인다.⁴³⁾

이와 같이 힙합 특은 거리패션에 나타나는 요소들을 응용한 스타일로서 하이패션으로의 역현상을 보여주며, 여성도 남성도 아닌, 중성적인 옷차림의 젠더리스 패션(Genderless Fashion)으로서, 남녀의 성을 초월한 성의 평등성과 '편안함'을 추구하며, 거리에서의 캐주얼한 감각이 스포티브 감각뿐 아니라 엘레강스나 클래식러스 감각까지 융합하여, 젊은이의 자유로운 라이프 스타일과 다양한 감성을 반영한 것이다.

3) 퍼니 룩(Funny Look)

퍼니(funny)라는 개념은 단독으로 존재하기 보다는 왜곡과 유머적 기법을 바탕으로 한 부조화의 표현으로서, 사람들로 하여금 웃음을 유도해 내는 것을 의미한다. 20세기를 지배해온 이데올로기의 완전한 퇴조현상에 따른 정신적 공백현상과 청소년층이 사회적 중심세력으로 떠오르면서 나타난 키치적 혹은 개그적 사고는 즉각적이고 조건반사적 소비 수용태도와 시각의 중심은 자기 자신으로서 캐주얼화 경향을 강조하게 된다⁴⁴⁾.

호모 루덴스(homo ludens)⁴⁵⁾적 인간성에 가까운 신세대들은 이전 세대가 재미의 요소를 외부에서 찾아왔던 데 비해, 외부가 아닌 자기 자신에게서 즐거움을 찾게 되었으며, 남과 차별화 되고, 구속과 무게감을 싫어하는 자유로운 사상으로, 정해진 개성에서 탈피해 스스로 만족과 재미를 느낀다.

1996년 텍스 헤럴드(tex herald)와 KFS 공동조사에 따르면, 청소년은 "옷을 음악이나 레저와 같이 생활에 즐거움을 주는 하나의 요소"라고 생각하며,⁴⁶⁾ 의복 선택시 "즐거움" 위해서 옷을 산다. 즉, 현대의 신세대들은 자신의 패션 연출에서 자신만의 개성표현을 중시하여 연예인들의 패션을 맹목적으로 따라하기 보다는 이제는 자신의 이미지와 맞게 조화롭게 소화해낸다.⁴⁷⁾

이런 유희적 특성은 자유에의 지향이라고 볼 수 있으며, 프로이드는 위트 혹은 유머를 '유아의 놀이적 마음 상태로 돌아가게 하는 어른의 해방감'⁴⁸⁾이라 정의했다. 일종의 모순에 근거하는 대조감정⁴⁹⁾이라고 할 수 있으며, Kant는 불일치, 부조화, 불합리한 것은 어느 것이나 우스꽝스럽다는 부조화 이론에서 유머가 발생한다고 하였다.

청소년층을 겨냥한 힙합, 사이버, 레제(ragge)까지를 포괄적으로 포함하는 퍼니 룩(funny look)은, 70년대 이후 배반적, 유희적 요소의 미술사조인 자유구상성에 영향을 받아, 대중문화적 집단 여론의 한 형태인 패션과 접목되어 나타났다.⁵⁰⁾ 즉, 부조화의 만남으로 웃음을 유도하며, 확실하게 튀고 싶고, 구속도 싫고, 무게감도 싫은 자유적인 사상을 담고 있는 퍼니 룩은 예기치 않은 가능성의 충격, 미스매치를 통하여 전위적이며, 키치한 이미지가 부각된다.

통속적으로 저속하고 나쁜 취향(bad taste)의 하찮은 사물과 이미지를 총칭하는 키치는⁵¹⁾ 현대 소비사회에 즉각적 쾌락과 보편적 즐거움을 제공하며, 칼리니스쿠(M. Calinescu)⁵²⁾는 키치가 '미적 부적절성(aesthetic inadequacy)'의 개념을 함축한다고 하였다.

43) 일간스포츠, 1997년 5월 30일.

44) 패션 투데이, 1997, p. 32.

45) '인간은 본질적으로 놀이하는 존재이며, 놀이를 통하여 스스로의 정신과 문화를 표현한다'고 주장한 '놀이하는 인간'이라는 뜻.

46) 텍스헤럴드·KFS 공동조사, 패션 브랜드 사전, 1997, p. 890.

47) 패션 투데이, 1997, 3, p. 32.

48) Thomas J. Madden and Marc G. Weinberger, "The effect of humor on attention in magazine Advertising", *Journal of advertising*, 11(3), p. 8.

49) 다케우찌 도시오, 안영길 외역, 미학 예술학 사전(서울: 홍문당, 1990), pp. 278-279.

50) 패션 포인트, 나산패션 연구소, 1997, 7, vol. 18, pp. 69-71.

51) 디자인 공예 대사전, (서울: 미술 공론사), 1990, p. 710.

52) Calinescu Matei, 모더니티의 다섯얼굴, 이영욱 외 3인 역(서울: 시과과 언어, 1993), pp. 292-295.

가수, 탤런트, 영화배우, 모델을 동경하고 그들과 닮으려는 '스타추종시대'라고 할 수 있는 90년대에, 정신없이 불러대는 랩속의 가수들, 알록달록한 헤어스타일, 독특한 의상, 현란한 박자와 춤은 구세대가 아닌 신세대들에게 폭발적 호응을 얻고 즐거움을 주는 엉뚱한 느낌의 새로운 패션과 스타일을 주도하고 있다. H.O.T.의 털모자, 대형 병어리 장갑, 모자 위의 물안경 등의 소품, 간난 아이들의 오버롤과 앙증맞은 제스춰, 영턱스 클럽의 원색 상의에 패턴이 강한 스커트나 바지의 촌스러움과 딱붙는 머리 스타일에 앙증맞은 핀들의 화음, 주주클럽의 독특한 제스춰나 유머스런 핑키스타일의 패션과 화장법 등은 보기에 이에게 본능에 가까운 자유와 편안함을 주며, 거리의 퍼니문화를 주도해내는 큰 요인이다.

이런 유희적 특성은 국내에서 남학생의 '쥘티', 온갖 촌스러운 장식을 덕지덕지 동원한 '삼순이 패션', 촌스럽게 멋부린다는 '키치패션'⁵³⁾, 지키(Geeky) 스타일 등에서 보인다. <그림 16>의 1996년 Gag광고는 미스매치한 재킷과 복고풍 청바지, 아담 브로치와 유치한 가방, 두벌이 구두로써 키치패션을 제시한다.

특히, 1997 A/W에 두각 보인 지키 스타일은 자신의 룰에 근거해 거리에서 보여지는 재미있는 의상, 연출, 스포츠웨어, 클래식의 믹스 & 매치를 보여주는 영캐주얼 룩을 의미하며, 새로운 소재와 새로운 프로포션, 특이한 색상배합, 다양한 단품의 레이어링, 엘레강스와 캐주얼, 형이상학과 형이하학적 결합을 통해 부조화 속에서 다양한 코디를 통해 새롭게 즐거운 스타일을 표현한다⁵⁴⁾.

다양한 믹스에 대한 요구로 인해, 아이러니한 베드 테이스트, 형태, 컬러, 소재의 믹스, 패치워크, 레이어링, 독특한 비율의 믹스라인도 돋보인다. 다양한 패턴, 머리핀, 양말, 면스카프, 스니커 등 약세서리와 코다가 인상적인 일본의 하라주쿠에서 보이는 스타일의 유머스런 프레피 이미지를 위한 거리 스타일과 꾸뛰르 모드의 도발적인 혼합, 동부 프레피(freppy)와 서부 레트로풍의 혼합, 50, 60년대 히피풍과 70년대의 모크룩과 함



<그림 16> 1996년 개그(Gag) 광고
(카탈로그)

께 어울어진 지키스타일은, 촌스러운 메이크업, 어울리지 않은 소품들로 서로 미스매치(miss match)하는 새로운 코디네이션으로서, 즉 좋은 취향(good taste)과 나쁜 취향(bad taste)의 믹스, 도발적이고 대담한 칼라와 과장된 패턴의 첨가, 기묘하고 재미있는 터치를 살리면서 레트로와 키치경향의 거리 느낌을 조화시킨다.

<그림 17>은 새로운 프로포션을 제시하며, 복고풍 선글라스, 면스카프, 머리핀을 이용하여 어울배반적 유머리스를 제시한다. 뿐만 아니라 약간 저속해 보이는 작은 스카프, 선글라스, 양말과 구두, 앙징맞은 뺨, 푸풀런 머리, 머리핀과 함께 정장에 웨스턴 부츠를 신거나, 여성스런 느낌의 스커트 위에 스포티한 후드 티셔츠(그림 18), 또는 진에 섹시한 탐을 입음으로써, 브랜드, 디자이너, 광고에 의해서가 아닌 자유의사로서, 보더리스, 미스 매치의 자유의사를 제시하며, 남녀, 계절, 착용 방법의 고정관념을 깨뜨리고 있다. <그

53) 경향신문, 97년 2월 13일.

54) 패션 포인트, 나산패션 연구소, 1997. 7. vol. 18, pp. 69-71.



<그림 17> 지키 스타일(패션포인트, 97년 7월 vol 18. p. 69)



<그림 18> 1997년 3월 서울 거리패션(나산패션 연구소)



<그림 19> 1997년 3월 서울 거리패션(나산패션 연구소)

림 19)는 어린이 머리스타일에 작은듯한 재킷, 안에 입은 트레이닝 웨어, 레트로의 접어만든 7부 바지, 재미있는 패턴의 가방으로 다운 에이징 현상적인 자신만의 자유의상을 제시한다.

개인의 즐거움과 유쾌한 경험을 추구하는 현대 감각의 변천으로 인해, 패션에 대한 생각은 새로운 것과 다양한 것을 기쁨의 원천으로 향상시켰다⁵⁵⁾. 또한 서투르게 착용하고 의상 행동의 어떤 기호를 어기는 것은 심리적 위반으로 해석될 수 있으며, 사회적 지위를 손상시키는 동시에 역으로 우위성을 주장하는 개인 권리를 주장할 수 있다⁵⁶⁾.

심리적 위반이자 유쾌한 경험으로 해석될 수 있는 유머스런 스타일은 몇 년 전만 해도 이상하게 여겨졌지만 최신 유행뿐만 아니라 앞으로 다

55) Lipovetsky, Gilles(1994) *The Empire of Fashion : Dressing Modern Democracy*, princeton, New Jersey : Princeton University press, p. 71.

56) Joanne Finkelstein, 앞의 책, p. 12.

가을 유행 경향까지 예측할 수 있게 되었다. 청소년들은 다가오는 새로운 밀레니움(millennium)에 대한 불안과 흥분, 현재의 불안정한 정치나 경제적 상황을 비판하고 괴로워하기 보다 유머감각을 가지고 지금 상황을 받아들인다.

세기말적 부담을 유머로서 해석하는 퍼니 룩은 삶 자체의 트렌드가 되었으며 '자유', 변화가 가시화하여 예상치 못했던 스타일을 창출해냄으로써 카타르시스를 선사하고, 좋은 취향과 나쁜 취향, 성 구분, T.P.O., 코디네이션의 고정관념을 해체시키는 즉, 21세기 패션이 지향하는 '열린 의복'이라고 할 수 있다.

IV. 결론 및 제언

20세기말 포스트모던 문화의 영향 하에 있는 거리패션은 다원화된 현대 사회를 나타내는 지표가 되어 왔으며, 그 중에서도 다양성의 개념으로 많은 의견을 수용할 초능력을 보유하게 된 청소년의 거리패션은 전통적 복식의 경계를 거부하는 새로운 흐름을 제시하였다. 또한 젊게 사는 다운에이징(Down Ageing) 현상이 일반화 되면서 신세대층의 패션 소비형태가 전체 연령층의 패션 소비형태에 막대한 영향을 미치며 전체 패션시장의 향방을 가능하는 중요한 잣대가 되고 있다.

지난 82년 단행된 중고등학생 두발 자유화 조치와 83년에 단행된 교복자유화 조치는 개성창출과 적극적인 자기연출을 도모하도록 만든 중요한 계기가 되었으며, 소득수준이 크게 높아진 80년대 후반 이후 청소년 패션에 대한 관심이 높아진 것으로 평가된다. 90년대 초반이 대중매체의 영향과 의류업체가 제시하는 스타일 착용방식의 무조건적 추종이었다면, 90년대 중반 이후의 거리패션은 대중매체 지향성, 일상복에서 편안함을 추구하는 스포츠 지향성, 브랜드 지향성, 해외 거리패션 지향성을 통해 형성되었으며, 거리에서 상향전파된 청소년 패션이 유행을 이끌어가는 중심점의 역할을 하게 되었다.

이들의 특징적인 대표적 스타일을 스포티브 룩, 힙합 룩, 퍼니 룩으로 분류되었다.

첫째, 스포티브 룩(sportive look)은 농구, 야구, 스노보드, 스케이트 보드 등 도시속 거리 스

포츠에서 발달한 거리패션의 중심을 이루었으며, 하이테크 스니커, 스포츠 캐릭터 의상 등 스포츠웨어에 캐주얼, 밀리터리, 레트로 등의 아이템을 믹스함으로써 기능적 실용성에 패션성이 함께 제시되었고, 정장과 캐주얼, 남녀의 성적 이분법, T.P.O.에 따른 착용방법의 고정관념을 해체시키고 있다.

둘째, 힙합 룩(hiphop look)은 서태지와 아이들의 패션을 기점으로 나타나기 시작하여, 젠더리스패션(Genderless Fashion)으로서, 남녀의 성을 초월한 성의 평등성과 '편안함'을 추구하며, 거리에서의 캐주얼한 감각이 스포티브 감각뿐 아니라, 엘레강스나 글레머러스 감각까지 융합하여, 젊은이의 자유로운 라이프 스타일과 다양한 감성을 반영하고, 남녀 성구분, 흑백의 인종 경계를 해체하였다.

셋째, 퍼니 룩(funny look)은 세기말적 부담을 유머로서 해석하여 예상치 못했던 스타일을 창출해냄으로써 카타르시스를 선사하고, 용도, 계절, 연령 등을 초월해 믹스 & 매치를 함으로써, 좋은 취향과 나쁜 취향, 성 구분, T.P.O., 코디네이션의 고정관념을 해체시키는 즉, 21세기 패션이 지향하는 '열린 의복'이라고 할 수 있었다.

이상과 같이 현대 사회는 특정 문화와 특정 연령의 지배없이 문화의 공존시대라고 말할 수 있으며, 위에서 아래가 아닌 역연상이 확산되고 있다고 볼 수 있다.

한편, 과거에 청소년들은 공부를 잘해 대학에 입학하고 무난히 결혼하는 것을 성공적 인생의 공식으로 생각했으나 최근 10대의 생각은 공부 외에도 스포츠, 연애, 음악 등 나름의 재능을 가지고 얼마든지 인생을 성공적으로 살 수 있다고 생각한다. 이 같은 심리는 기성세대의 시각에서 이상하게 보일 수 있지만, 포스트모더니즘의 관점 하에서 다원화된 시각, 주변적인 것들에의 관심, 즉 시각의 전환이 요구된다.

청소년들의 매체에 대한 무비판적 수용에 의한 동조는 지양해야 하지만 탈출구를 제공하는 정체성의 표현이므로 주변인의 이해가 필요하며, 이것은 기성세대에게 퇴폐와 혼돈으로 비추어질 수도 있으나, 열린 사고를 통해 모든 가능성을 모색한다는 주관적 세계의 인식, 새로운 미의식으로

복식의 미래에 대한 하나의 가능성을 제시해준다. 90년대 후반 한국 청소년들은 '자기다움의 추구'를 모토로 하여, 기존의 상업주의 황포에 넘어가지 않으려는 의지와 함께 자기 표현으로서 그것을 즐기고 라이프 스타일에 적용시키고 있다.

하지만, 서구의 청소년 하위문화가 자신들의 이념과 정체성을 제시하는 수단으로서 거리패션을 이용해 자신들만의 룩을 완성한 반면, 국내의 청소년은 보다 일률적인 동조현상을 보이며, 정체성 확립에 대한 적극적 표현이 아직 부족하다. 기성세대의 "청소년화", "회귀적 사회화"라는 용어에서 볼 수 있듯이, 포스트모던 시대의 청소년기는 인생의 과도기라는 단순한 의미를 벗어나 적극적, 문화적 선도 역할을 하고 있으므로 교육을 통해 혼란된 고도의 취미를 습득하는 것이 중요하다고 할 수 있다.

참고문헌

- 김은경, 신세대의 구매행태분석을 통한 신규브랜드 설정방향 연구, 홍대 산미대학원, 1995, pp. 6-19.
- 동아일보 1997년 7월 9일.
- 김형곤, 뮤직비디오 수용자들의 포스트모던 청소년 문화에 대한 현상기술지, 서울대학교 대학원, 1992, pp. 1-5.
- 김형곤, 앞의 책, pp. 36-40.
- 박기성, 대중문화와 문화산업, 서울 : 평민사, 1992, pp. 295-324.
- 박기성, 앞의 책, pp. 312-313.
- Polhemus, Ted, *Streetstyle*, London, : Thames and Hudson, 1994, p. 7.
- Finkelstein, Joanne(1996), *After a Fashion*, Melbourne University Press, p. 82.
- Polhemus, Ted, 앞의 책, p. 14.
- Finkelstein, Joanne, 앞의 책, p. 108.
- 조용수, 「한국의 신세대 혁명」, p. 217.
- 한국 섬유신문, 1997년 6월 16일 월요일, p. 13.
- 한국일보, '97 한국인의 라이프스타일 조사', 1997년 8월 21일.
- 조용수, 앞의 책, pp. 82-85.
- 한겨레신문, 96년 1월 26일.
- 조용수, 앞의 책, pp. 95-96.
- 동아일보, 95년 12월 4일.
- 윤정옥, "10대가 키워준 hot brand", 패션 비즈니스, 한국 패션 비즈니스 학회, 1997, 6. p. 110.
- 노혜은, 1960년대 하이패션에 나타나는 sportive fashion, 장안 논총, 12(92, 3), p. 851.
- Vogue Korea, 1997년 7월, p. 269.
- 정정미, 하이패션에 나타난 스포츠 스타일에 관한 연구, 홍대 석사논문, 1996, p. 1.
- 브랜든 테일러, 김수기, 김진송, 유김, 모더니즘, 포스트모더니즘, 리얼리즘, 시각과 언어, 1993, p. 104.
- News Week, 1996년 3월 6일, p. 58.
- Vogue Korea, 1997년 7월, pp. 264-269.
- 서퍼(surfers)는 일상생활에서 이탈과 인류가 어떻게 자연과 조화를 이루면서 살 수 있을까 하는 것에 대한 모델을 제시해 불안이 만연한 사회적 의식에 대한 반발로써 하나의 도피적 수단이었다.
- Ted Polhemus, *Street of Fashion*, Thames and Hudson, London, 1994.
- 패션 포인트, 96년 11월 10호, pp. 43-47.
- 유선형의 그라데이션 라인에 의한 하이테크 디자인, 소울 부분의 공기랑을 스스로 조절할 수 있는 하이테크 기능이 특징이다.
- 뉴스메이커, '파격과 낯섬', p. 56.
- 디디에 그롬바크, 우종길 역, 「패션의 역사」, 서울: 창, 1994, p. 105.
- Charlie Lee Potter, *Sportswear in Vogue since 1910*, Thames and hudson, 1984, p. 84.
- Jocqueline Herald, *Fashion of Decade; The 1970s*, Facts On File, 1992, p. 52.
- 의류산업, 한국의류산업협회, 1995년 8월호.
- 텍스헤럴드, KFS 공동조사, pp. 882-889.
- 임소희, 「청소년 하위문화에 나타난 대중음악과 복식에 대한 연구」, 복식학회지, Vol. 26, p. 109.
- 조용수, 앞의 책, p. 93.
- 섬유저널, 1997, 1, p. 200.
- 문화일보, 1997년 5월 17일.
- 경향신문, 1997년 2월 13일.

- 한국일보, 1996년 12월 21일.
 한국일보, 1996년 8월 15일.
 조용수, 앞의 책, p. 94.
 일간스포츠, 1997년 5월 30일.
 패션 투데이, 1997. 3. p. 32.
 '인간은 본질적으로 놀이하는 존재이며, 놀이를 통하여 스스로의 정신과 문화를 표현한다'고 주장한 '놀이하는 인간'이라는 뜻.
 텍스헤럴드 · KFS 공동조사, 패션 브랜드 사전, 1997, p. 890.
 패션 투데이, 1997. 3. p. 32.
 Thomas J. Madden and Marc G. Weinberger, "The effect of humor on attention in magazine Advertising", *Journal of Advertising*, 11(3), p. 8.
 다계우적 도시오, 안영길 외역, 미학 예술학 사전 (서울 : 홍문당, 1990), pp. 278-279.
 패션 포인트, 나산패션 연구소, 1997. 7. vol. 18, pp. 69-71.
 디자인 공예 대사전, (서울 : 미술 공론사), 1990, p. 710.
 Calinescu Matei, 모더니티의 다섯얼굴, 이영옥 외 3인 역(서울 : 시각과 언어, 1993), pp. 292-295.
 경향신문, 97년 2월 13일.
 패션 포인트, 나산패션 연구소, 1997. 7. vol. 18, pp. 69-71.
 Lipovetsky, Gilles(1994) *The Empire of Fashion : Dressing Modern Democracy*, Princeton, New Jersey : Princeton University press, p. 71.
 Joanne Finkelstein, 앞의 책, p. 12.