

1990년대 한국 청소년의 스트리트패션 연구

A Study on Street Fashion of Korean Youth in the 1990s

서남대학교 의상디자인학과
겸임교수 김 정 연
숙명여자대학교 의류학과
교 수 양 숙 희

Dept. of Fashion Design, Seonam University
lecturer : Kim Jeong Yun
Dept. of Clothing & Textiles, Sookmyung University
prof. : Yang Sook Hi

◀ 목 차 ▶

- | | |
|---------------------------|-----------|
| I. 서론 | V. 디자인 기획 |
| II. 청소년 하위문화 | VI. 결론 |
| III. Street Fashion의 형성요인 | 참고문헌 |
| IV. Street Fashion의 유형 | |

<Abstract>

The purpose of this study is to examine the styles of street fashion in youth sub-culture which has the leading power of 1990's Korean fashion flow. This topic has been explored in documentary studies about the youth sub-culture and the background of street fashion. Then, it also has continued to classify street fashion styles in order to grasp the meaning as a young fashion.

The results of this study are as follows.

Street fashion of Korean youth are composed of four styles. ;

The first is a hip-hop style. The hip-hop of Korea is started by 'Taiji Boys' and their representative appearances are the big-baggy pants, the reversed cap, the thrown backpack.

The second is a reggae style. It is formed by the singer 'Kim Gun Mo'. It features the primary color and the use of ethnic fabrics.

The third is a kitch style. The kitch is definitely represented by the old, the childish and the satire appearances. It came up with the rock band 'pipiband'.

The forth is a sporty style. It comes from 'basketball' and 'skateboarding' which the young people prefer. Its designs are applied from the back-number of players, the names of the teams, the stripes of active-feeling.

Based on this study, I designed clothes with 3 concepts to present a new design direction of Street Fashion.

Work 1, 「JOY-RIDE」 represented the freedom and the release which are shown by pop music and dance.

Work 2, 「GAMMA ENERGY」 represented the dynamic energy through sports games.

Work 3, 「AROUND THE CORNER」 represented the form of street including corners, walls, roads etc.

I. 서론

현대사회에서 패션은 문화적인 현상으로서 인간의 욕구와 사고를 표현하는 매개체 역할을 하고 있다. 특히 청소년들의 패션은 성인집단과는 다른 양상을 보이면서 그들만의 독특한 하위문화적 형태로 나타난다. 자아 정체성이 확립되는 시기인 청소년기에 패션은 직접적인 영향력을 끼쳐 하위집단내의 동조성과 집단의식을 강조하는 패션 스타일을 형성하게 한다. 이들은 기존의 가치체제와 규율을 거부하여 반 사회, 반 문화를 추구하고 기성세대에 대한 반항의 수단과 표현으로서 전통 복식 개념에서 과감히 벗어나 자유롭고 개성적인 스트리트패션을 형성한다.

90년대 이후 한국 스트리트패션의 주축을 형성하고 있는 10대 청소년들은 다른 계층의 소비자에게도 영향을 주는 의견 선도자 역할을 하고 있다. X세대¹⁾, Y세대²⁾로 이어지는 청소년들은 패션에 대한 강한 흡수력과 전파력을 지니고 있기 때문이다. 패션관련 업계에서는 이들을 핵심적인 의류 소비 집단으로 인식하여 청소년들의 라이프 스타일과 패션 감각을 관찰·분석해서 제품의 디자인에 적극적으로 반영하고 있다. 스트리트패션이 유행의 흐름을 읽고 예측하기 위한 가장 중요한 요소로 부각되고 있는 것이다. 그러므로 스트리트패션에 대해 연구하는 것은 90년대 이후 급속하게 변화하고 있는 패션을 이해하기 위한 중요한 과제가 된다. 따라서 본 연구는 1990년대 한국 패션 흐름의 주도권을 형성하고 있는 청소년들의 하위문화를 고찰함으로써 스트리트패션의 스타일을 규명하고자 한다. 그리고 연구 결과를 바탕으로 디자인을 기획, 작품을 제작함으로써 스트리트패션의 새로운 디자인 방향을 제시하고자 한다.

연구의 범위는 90년부터 97년까지이다. 연구 대상

으로서의 청소년은 중학교, 고등학교 시기의 연령층으로 규정하였다. 연구 방법은 사회학, 문화사 관련 서적들과 94년부터 97년까지 발간된 '뉴스메이커', '뉴스플러스', '시사저널', '주간조선', '한겨레21', 'WIN', '2000년' 등에 게재된 기사와 사진을 참고로 하였다. 신문자료는 '조선일보', '중앙일보', '코리아헤럴드', '텍스헤럴드' 등을 이용하였다. 스트리트패션에 관한 자료는 '섬유저널', '패션리더', '패션투데이', '패션포인트' 등의 패션 전문 잡지들을 활용하였고 '뮤직라이프', '뮤직프라자', 'VIEW' 등 청소년을 대상으로 하는 음악 잡지들과 대중문화를 소개하는 'TV저널'을 참고하였다. 그리고 패션정보회사인 나산패션연구소, 삼성패션연구소, 인터패션플래닝의 스트리트 사진 자료와 의류 회사의 제품 카탈로그, 잡지에 게재된 광고, 연구자의 직접적인 거리 촬영 사진들을 통해 분석하였다.

II. 청소년 하위문화

1. 청소년 하위문화 스타일

하위문화(sub culture)는 한 사회 집단의 소수, 특수한 부분 또는 영역에서 다른 것과 구분될 만큼

1) 캐나다의 작가 Douglas Coupland의 소설제목 『Generation X』에서 비롯되었다. 전후 베이비 붐 세대를 잇는 1965년 ~ 1976년 출생의 젊은이들이 새로운 소비자군으로 등장했는데 미국의 사회학자, marketer, 경영자들은 기성세대와 너무나 다른 그들을 '미지'라는 뜻에서 'X' 세대라고 불렀다.

2) 70년대 말부터 80년대에 걸쳐 태어난 아이들을 Young Generation이라는 의미에서 Y세대라 부른다. 1946년 ~ 1964년에 출생한 베이비 부머(baby boomer) 세대가 낳은 이들은 X세대의 뒤를 잇고 있으며, 출생률의 저하로 인구 비례도의 밑부분이 점점 가늘어져 Y자형을 그리고 있다.

특이하게 나타나는 생활방식을 가리키는 것으로, 복합 사회 문화는 다양한 하위그룹과 하위문화로 인해 분할된다. 현대 사회는 계층 문화로서 대변되는데, 하위문화는 모문화에 비해 '작은 당파(sub-sets-smaller)'이며 좀더 지역적이고 차별화된 구조를 지니므로 하위문화는 모문화 안에 속한 다양한 소그룹적 성격을 갖는다. 따라서 하위문화는 모문화와 구별되는, 그들만을 동질적으로 만드는 두드러진 구조와 형태를 가지며 행동, 가치관, 인공물의 사용, 지역 공간 등에서 차별화 되어 상징적 의미를 갖는데 중점을 둔다. 일반적으로 하위문화는 좁은 범위에서 독특한 행위를 수반하고 지역점령을 하는 특색 있는 형태로 범주 된다. 그러므로 하위문화 멤버들은 걷는 것, 말하는 것, 행동하는 것, 보는 것이 그들 부모나 다른 또래들과 다르고, 같은 소속원끼리는 일, 의복, 행동, 여가 추구, 라이프 스타일에 있어 같은 문화적 반응과 상징적 해결을 통해 하위 그룹임을 시사한다(간문자, 1995).

하위 문화에 대해 연구한 린 리차드(Lynne Richards, 1988)는 청소년기에는 하위문화에 특별히 매력을 느끼고, 정체감을 찾기 위해 하위 그룹에 동조하며, 특히 사회적으로 낮은 계층의 청소년들은 하위문화의 지위를 통해 자아 고양을 획득하려 한다고 하였다. 하위그룹은 수치심의 두려움을 방어하기 위해 조직 안에서 새로운 사회 규율을 형성하며, 시간적으로 사회의 다른 구성원들로부터 구분하여 사회 갈등을 더하게 한다는 것이다.

마이크 브레이크(Mike Brake, 1980)는 하위문화란 모문화와 포괄적인 관련을 갖고 있으면서, 지배 계층의 모문화에 대항하는 행동, 가치관, 라이프 스타일의 합법화를 위해 투쟁하고, 기성 세대의 시각에 거슬리는 복장으로 기성 문화에 대항하는 것이라고 하면서 하위문화는 하위문화적 사용을 통해 상징적으로 저항하며 구별된 기호를 갖는다고 하였다. 그러므로 모든 라이프 스타일에서 성인 집단과는 다른 양상을 보이고 있는 청소년들이 형성하는 하위 문화 스타일은 일반문화 주체들의 스타일과는 다르게 자신들의 정체성을 드러내는 의도적이고 공공연한 형태라고 말할 수 있다.

어떤 하위문화 스타일은 특별한 역사적 시기에만 나타나는데, 시각적으로 눈에 띄어 보이다가 자신이나 남들로부터 그것에 대한 명칭을 부여받고, 한 때나마 공식적 주목을 받게 되다가 관심이 줄어들게 되면 사라지거나 그들만의 구별이 어렵도록 모문화 속으로 널리 확산된다. 그러한 특별한 그룹으로서 2차 세계대전 이후 영국을 중심으로 나타난 테디 보이(Teddy Boy)³⁾, 모즈(Mods)⁴⁾, 로커(Rocker)⁵⁾, 스킨헤드(Skinhead)⁶⁾ 등을 예로 들 수 있다. 이러한 청소년 하위문화 스타일들은 각 시대의 저항 정신의 특징을 반영하여 젊은이들의 정체성을 나타낸 스트리트패션이라고 할 수 있다.

이상의 연구를 살펴보면, 서구의 하위문화 집단들은 각기 다른 스타일, 패턴, 선호하는 음악을 통해 차별적 정체성을 구성하였음을 알 수 있다. 한국 사회의 청소년 문화는 서구 사회로부터 짧은 기간 동안 급속히 유입된 대중문화 산업의 영향을 받아 형성되었기 때문에 이같이 스타일에서 차별화 되고 스스로의 정체성을 주장한 집단이 있다고 단언하기는 어렵다. 그러나 한국 청소년들의 특수한 환경 속에서 성립된 그들 나름대로의 문화적 스타일은 존재하고 있으며, 하나의 하위문화적 형태로서 스트리

3) 테디보이(Teddy Boy)는 1950년대 중반 영국 하류 계층 청소년들에 의해 생겨났다. 미국의 문화적 주도권을 견제하기 위하여 이들은 에드워드 왕조의 스타일을 선택, 자존심을 회복하고자 하였다. 에드워드안 스타일의 특징은 벨벳 트리밍을 맨 칼라와 커프스에 실루엣이 길고 몸에 꼭 끼는 싱글 여밈 재킷과 통이 좁은 바지이다.

4) Modernist의 준말인 모즈(Mods)는 테디 보이 스타일에 대한 반발로 나타나 1950년대 말에서 1960년대 초 영국 내를 석권한 이탈리아인 록이다. 모즈 스타일의 특징은 둥그랗고 짧은 머리형과 길이가 짧은 재킷과 꼭 맞는 스트레이트 팬츠, 앞이 뾰족한 구두이다.

5) 1962년 런던의 일부 지역에 있는 coffee bar에 잘 모여있던 10대 오토바이족들이 로커(Rocker)의 표시라고 볼 수 있다. 로커는 그들의 집단적 정체성을 강조하기 위해 그룹을 그리거나 급속 정으로 장식한 가죽 재킷에 면도 날처럼 뾰족한 구두 등을 특징적으로 착용하였다.

6) 1960년대 중반부터 나타난 스킨헤드는 전통적인 노동자 계급 출신으로 비관적이고 난폭한 성향을 보였다. 그들은 짧거나 탈색한 청바지, 앞 끝에 쇠장식을 맨 구두 착용에, 머리는 바닥이 보이도록 밀어버렸다.

트패션을 이루고 있다고 볼 수 있다.

2. 한국 청소년 문화의 특성

청소년 문화란 청소년집단이 공유하는 생활 양식, 감정 및 사고유형으로서, 그 시대의 사회 전체가 소유한 문화의 하위체계이다(황정규, 1992). 본 연구에서는 한국 청소년의 일상생활에서 많은 부분을 차지하고 있는 학업, 직업, 그리고 여가생활을 중점적으로 살펴보고자 한다.

1) 학교문화

한국의 청소년들은 과도한 학과공부와 입시준비로 학업 이외의 다른 생활시간을 갖는다는 것은 거의 불가능하다. 청소년들이 절대적인 시간을 보내는 학교에서의 생활은 당연히 수업과 학업을 중심으로 이루어지며 여타의 부분은 철저히 통제되고 억압된다. 이용숙(1992)은 한국 중등학교 문화의 특성을 획일성, 위계성, 교육내용의 질적 빈약성, 여유의 부족, 형식주의와 이중성, 체벌의 일상화, 시험의 일상화 등으로 요약하면서 특히 획일성과 위계성이 중등학교 문화의 토대를 이루고 있다고 하였다.

또한, '91 MBC 청소년 백서(1991)의 연구 결과에 의하면 중 고등학생, 재수생의 대다수(88.8%)가 입시준비에 따른 공부나 성적으로 인한 여러 병리현상을 경험하고 있는데, 신체적 증상으로는 두통, 심리적 증상으로는 소리지르고 싶은 욕구, 무기력증이나 파괴욕구 등을 많이 경험하는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 청소년들이 일상적인 억압과 획일적인 통제를 경험하고 있다는 것을 나타낸다.

2) 직업문화

청소년의 생활과 의식에 관한 국제조사 자료에 비추어 볼 때 한국의 젊은이들은 고정적으로 직장에 다니는 경우는 상대적으로 비율이 낮고, 고졸 미만의 저학력자는 대부분 비숙련 단순 노동자이거나 숙련 기능공이고, 대학 재학 이상의 고학력자에게만 전문직 자유업이 개방되어 있으며, 고졸자에게는 사무직이 주류이다. 따라서 청소년의 직업문화는 학교

에서 소외된 집단들의 문화란 성격이 매우 강하다. 실제로 고등학교 이하의 학력을 가진 청소년들이 쉽게 들어갈 수 있는 직장은 3D 직종인 '더럽고, 힘들고, 위험한 일' 이거나 청소년을 이용하여 이윤을 높이하고자 하는 주유소의 주유원, 요식업소의 점대배달원 등 비공식적 고용형태로 존재하는 경우가 많아 비행, 탈선의 환경을 조성하기도 한다.

3) 여가문화

한국 청소년은 생활시간 중 공부하는 시간이 길고 여가시간이 짧기 때문에 여가생활을 즐길 여유가 적다. 하루의 약 1/3인 7.5시간을 학교에서 보내고 가정에서는 약 7시간의 수면을 취하며, 2.6시간을 공부하고 1시간 정도 집안일을 하며 약 3.1시간을 여가시간으로 갖는 것으로 나타났다. 이들은 3.1시간의 여가시간 중 2.4시간을 TV시청에 쓰고 있으며(73%), TV시청이 차지하는 비율은 토요일(83%), 일요일(75%)에는 더 많은 것으로 나타나 청소년들이 여가를 적극적으로 활용하지 못하고 있음을 알 수 있다(도중수, 1992). 이것은 여가생활을 누릴 만한 주변여건이 미흡하여, 여가시간을 적절하게 보낼 수 있는 놀이문화가 성립되기 힘든 실정을 반영한다.

따라서 한국 청소년들은 입시제도의 환경에서 비롯되는 육체적 정신적 박탈감을 학교 밖의 공간에서 보상받고자 한다. 그 예로서 청소년들의 '소비공간'과 '펜클럽'을 들 수 있는데, 이들은 또래집단만의 독특한 '소비공간'에서 여가를 활용하고 있으며, 자발적인 참여로 이루어진 '펜클럽'을 통해 사회적 제한과 억압으로부터 해방되고 싶어한다. 한국 청소년들의 여가문화의 형태로 나타나는 '소비공간'과 '펜클럽'을 살펴보면 다음과 같다.

(1) 소비공간

청소년의 사고와 행동은 놀이를 통해 이해될 수 있으며, 이들이 놀이하듯 소비공간에서 더욱 뚜렷하게 나타난다. 소비공간은 반복되는 행동양태를 습관으로 갖게 하는 방식으로 이루어진다. 산업사회가 진전되면서 청소년을 위한 진정한 놀이나 문화시설

이 부재한 현실을 감안한다면, 젊은이들이 찾는 유흥장소는 그들에게 자신의 정체성을 형성하고 확인할 수 있게 하는 '해방구' 적 공간의 역할을 한다고 할 수 있다(안영노, 1994).

90년대 클럽문화의 등장은 청소년문화의 새로운 소비공간을 지시해준다. 클럽공간은 록카페, 나이트클럽 등과 같은 유흥장소의 형태로 나타나는데 이곳에서 록뮤직을 감상하거나 술을 즐기며, 댄스뮤직에 맞춰 춤을 추기도 한다. 특히 청소년 고유의 소비공간으로 규정되는 록카페는 인간의 육체적 감각을 가장 자극하는 음악 장르인 랩뮤직, 동질적인 정체성을 갖는 집단, 원초적인 인간의 본능이라는 춤, 이 모든 것이 혼합되어 존재한다. 이들은 배타적이고 저항적인 태도로 기성세대의 문화와 규범에 대해 차별화 하고자 한다.

소비공간은 일종의 거울구조 속에서 사람들로 하여금 서로 닮은꼴이 되게 함으로써 유행을 생산하고 라이프 스타일을 만들어낸다(강내희, 1995). 따라서 청소년을 위한 소비공간은 그들만의 고유한 스타일과 정체성을 형성하게 하고 대중문화를 보다 가깝게 즐길 수 있게 하며, 모문화에서 은폐되고 해결되지 않은 갈등을 표현한다는 점에서 하위문화적 형태를 지닌다.

(2) 팬클럽

팬클럽은 영화나 스포츠, 가수 등과 같은 특정 대상에 대해 열렬한 지지를 갖는 사람들로 이루어진 공동체로서 주로 청소년층을 중심으로 형성된다. 한국의 학교문화는 자발적인 참여에 의한 학습과 여가활동이 이루어지지 않고, 급우들끼리의 경쟁과 선생님, 부모님들의 감시 속에서 공동체 의식을 회피해지게 한다. 그러나 팬클럽에서는 회장을 직접선거에 의해서 뽑고, 전적으로 자신들의 책임 하에서 팬클럽 운영을 해나가면서, 학교 교육이 주지 못한 새로운 즐거움을 느끼게 된다. 이런 과정에서 그들은 공식적 교육의 테두리를 벗어난 자발적이고 능동적인 문화를 형성하는 것이다(안영노, 1994).

청소년들은 항상 부모가 없는 자유로운 세계에 속하고 싶어하는 욕망을 가지고 있고, 팬클럽은 이



〈그림 1〉 팬클럽의 청소년들
「뉴스플러스」 1995. 10. 26, p.64

욕망을 충족시켜 주는 역할을 한다. 그들은 스타의 옷차림을 흉내내고 TV 화면 위에 등장하는 스타들의 황홀한 분위기에 몰입함으로써 자신들이 속한 제한된 현실을 뛰어넘어 '스타의 세계'로의 일시적인 편입을 도모한다(그림 1). 팬클럽의 청소년들은 스타의 이미지에서 느껴지는 분위기에 열광할 뿐 아니라, 그들의 옷차림을 선호하고 모방하는 적극적인 태도를 보인다. 즉, 그들이 지닌 이미지와 스타일을 선호하고 동일시함으로써 하위문화적 정체성을 구성하게 됨을 알 수 있다.

III. STREET FASHION의 형성 요인

1. 대중매체의 영향

대중매체는 매스커뮤니케이션의 핵심적 수단이다. 매스커뮤니케이션은 어떤 일정한 정신내용을 담은 기호를 기계적인 매체를 통해서 대량으로 무한정한 대중에게 전달하는 과정인데(박유봉, 1985), 여기에서 기계적인 매체가 바로 대중매체로서, 신문, 잡지, 서적, 라디오, 텔레비전, 영화 등을 가리킨다.

외부적인 조건들에 민감한 청소년에게 자주 접촉하게 되는 대중매체는 청소년 문화의 형성에 큰 영향을 주고 있다. 대중매체로부터 습득하게 되는 내

용은 같은 시간에 공간적으로 분산되어 있는 이들에게 공통의 사고를 하게 만들며, 최신의 정보로서 인지하게 한다. 이러한 과정을 통해 청소년들은 기성세대와는 다른 자신들만의 문화를 추구하여 하위 문화적 스타일로서 스트리트패션을 형성하게 된다.

1) 인쇄매체 - 문화정보지

90년대에는 잡지, 신문 등의 출판물 발행이 대폭 늘어나면서 청소년층만을 대상으로 하는 문화정보지가 보급되기 시작했다. 월간으로 발행되는 스트리트 페이퍼(Street Paper)⁷⁾는 신문, 방송과 같은 기존의 전통적인 주류 매체들에서 배제된 소수집단에 초점을 맞춘 잡지로서 무가지(無價誌) 형식을 취한다.

한국의 스트리트 페이퍼는 90년대 젊은이의 개성과 문화를 반영함과 동시에 청소년들의 새로운 소비문화를 창출하는 매체 역할을 하고 있다. 이들 잡지는 젊은 층이 많이 모이는 서울의 명동, 강남역, 종로, 신촌, 대학로 등의 카페, 레코드 가게, 포켓볼, 미용실, 패션 매장 등에 무가(無價)로 공급된다. 이 매체가 겨냥하고 있는 대상은 10대를 중심으로 하는 신세대 집단이다. 패션, 레저, 영화, 음악, 인터넷, 여행 등 다양한 문화 정보를 강렬한 시각 디자인과 일러스트레이션 편집으로 구성하여 매월 제공하고 있다.

이 잡지들의 독자층이 감각적인 신세대 청소년들로 국한됨에 따라 젊은 층을 대상으로 하는 패션, 레저, 영화, 음악, 문학, 인터넷 관련 업체들은 스트리트 페이퍼를 새로운 광고매체로 이용하고 있다. 무가지 광고는 영 층을 타겟으로 하고 영 감각을 중시하는 브랜드들이 주로 활용한다(패션포인트, 1997). 스트리트 페이퍼에는 의류업체의 신상품 카탈로그는 물론, 신규브랜드 런칭쇼의 안내, 제품의 가격과 코드 방법에 이르기까지 다양한 형태의 광고가 실린다.

특정 소비공간에서만 공급받을 수 있는 이 잡지들은 구세대와 차별된 소비를 원하는 감각적인 청소년들에게 패션 정보지의 역할을 수행함은 물론, 스트리트패션이 형성될 수 있는 요인이 되고 있다.

2) 전파매체 - 대중음악

전파매체 중에서 텔레비전은 인간의 여가활동을 구성하는 중요한 매체로서 오락적 기능을 하고 있다. 90년대에 접어들면서 한국의 텔레비전 방송은 SBS의 개국과 더불어 오락 프로그램이 활성화되었고, 주 대상 층으로서 청소년 집단은 주목받는 시청자 층으로 등장하였다. 연예인들을 중심으로 춤, 노래, 코미디 등으로 진행되는 쇼 프로그램은 청소년 집단에 높은 선호도를 보이고 있으며, 특히 대중음악은 쇼의 기본적인 요소로 위치하고 있다.

영상 세대인 청소년들은 전파매체를 통해 빠르고 쉽게 인기 가수들의 패션을 모방하고 있으며 패션과 음악에 대한 관심과 소비 성향이 계속 증가하고 있다. 그 예로 연예인들의 춤, 노래, 코미디 등으로 진행되는 쇼 프로그램의 선호도 조사를 들 수 있는데, 10대와 20대가 다른 세대에 비해 압도적으로 선호하고 있음을 보여준다(최창섭, 1993). 쇼 프로그램의 시청동기는 10대와 20대의 경우 '음악을 좋아해서', '연예가 정보를 얻기 위해서', '색다른 분위기 때문'이라는 순으로 나타나고 있다. 이는 여가 시간의 대부분을 텔레비전의 오락 쇼 프로그램의 시청으로 보내고 있는 청소년이 대중음악 수용자로서 문화상품의 중요한 소비자가 되고 있음을 의미한다(윤소라, 1994).

또한 이들은 음반, 음악 잡지 등의 문화상품 구입에도 적지 않은 돈을 사용한다. 현재 매출액 4천억원 대에 달하는 한국 음반시장은 세계 12위 규모이며 그중 청소년이 70%를 차지하고 있다. 재단법인 <청소년 대화의 광장>이 초등학교부터 고등학교까지의 청소년 2,200명을 조사한 결과, 용돈의 55.2%를

7) 스트리트 페이퍼는 1960년대 미국 뉴욕에서 출판된 「Village Voice」에서 비롯되었다. 60년대의 뉴욕에는 히피의 분류들이 모여 살았는데, 이들은 미국 중 상류계급의 보수적 문화에 대해 자신들의 정체성을 드러내는 공식적 유행로를 만들려고 노력하였다. 그 결과 소식지의 형태로 구현되었던 것이 「Village Voice」이다. 이 잡지는 소규모 집단의 이해와 욕구를 바탕으로 하면서 지배문화에 대한 저항을 내용으로 함으로써 권력과 자본으로부터 완벽히 자유로울 수 없는 보수성을 가진 언론의 대안 역할, 곧 얼터너티브 뉴스 페이퍼를 지향했다.

음반 구입비로 지출하며, 스타 사진 구입에 15%, 이들의 소식이 실린 잡지 구입에 10.1%가 소비된다고 한다(뉴스메이커, 1996).

1980년대 후반 이후 새로운 문화상품으로 떠오른 뮤직 비디오는 음반과 마찬가지로 철저히 청소년 대상의 상품으로 자리잡고 있다(양재영, 1994). 뮤직 비디오는 원래 미국의 레코드 회사들이 록 음악 가수들이 취입한 레코드의 판촉용으로 만들었던 것인데 미국에서 MTV(Music Television)라는 록 음악 전문의 유선방송이 생겨나면서 청소년들이 선호하는 새로운 문화 형태로 부상하기 시작한 것이다. MTV는 24시간 연속적으로 방송되는데, 약 4분 가량의 짧은 록 비디오 클립들의 연속적인 흐름으로 이루어져 있다(박명진, 1991). MTV채널이 미국의 청소년층에서 대대적인 성공을 거둔 후 전세계적으로 이와 같은 유형의 음악 채널은 유선방송의 필수적인 대상이 되었다. 우리 나라에서도 1995년 CATV가 시작되었고 록 가수들과의 매체를 통한 접촉은 더욱 가까워져서 청소년들에게 대중음악의 파급효과는 커지고 있다. 청소년들은 그 가수가 부른 노래에만 국한하지 않고 가수의 용모, 헤어스타일, 의상 등 그들이 지닌 이미지와 스타일에 대해 선호하며 동일시함으로써 그들만의 하위문화적 정체성을 구성하게 되는데, 이것은 곧 스트리트패션의 형성 요인이 되고 있다.

2. 스포츠의 영향

현대사회의 복잡함, 다양화, 그리고 생활의 각박함은 여유 있는 생활과 스포츠에 대한 요구를 절실하게 하고 있다. 현대사회에 있어서의 스포츠는 전문 선수로서이든, 관중으로서이든, 참가하는 사람들을 만족시키고 있다는 의미에서 어떤 기능을 수행하고 있다고 하겠다. 또한, 스포츠는 참가자에게 일이나 가정에 결여되어 있는 경험의 기능적 대용물로서의 긴장과 흥분 및 유쾌한 경험을 주고 있다고도 일컬어진다(Dunning, E., 1967). 이것은 스포츠가 지니고 있는 흥미, 즐거움, 스릴, 스트레스 해소 등의 놀이요소 때문에 스포츠 참여 및 활동을 여가

활용 방법으로 선호하게 됨을 의미한다.

최근 스포츠의 보급으로 인하여 경기장을 찾는 관람자와 응원자와 같은 직접 관람의 참여자들과 라디오나 TV의 중계방송 청취자, 신문의 스포츠 기사를 읽는 독자 등과 같은 간접 관람의 참여자들이 모두 증가하고 있는 추세이다. 특히 청소년층의 스포츠에 대한 관심은 놀랄 만큼 높아지고 있으며 TV나 각종 잡지가 이들 청소년층을 대상으로 과거에 볼 수 없던 조직적인 스포츠 프로그램 보도를 실시하고 있다.

스포츠의 직접 간접적인 참여는 운동을 하는 것과 보는 것, 그리고 그것을 하나의 이미지로 만들고 하나의 상품으로 생산하는 것을 가능하게 한다. 이러한 양상들은 스포츠를 즐겨하는 청소년층을 중심으로 스포츠 웨어의 스트리트패션화를 이루게 한다. 청소년들은 그들 특유의 호기심, 모방심리, 대담성으로 인해 스포츠 웨어를 새로운 캐주얼 룩으로 삼아 아무 거리낌없이 걸치고, 캐주얼 웨어를 입은 듯이 행동한다. 스포츠 웨어를 통해 활동성과 기동성을 즐길 뿐 아니라 동료의식과 친근감을 느끼는 것이다(패션투데이, 1994). 이들은 직접 운동할 때 이외에도 운동선수들과 똑같은 옷을 착용함으로써 TV에서 방영되는 경기의 흥분감을 느끼려고 한다. 이러한 현상은 스포츠 웨어를 전문적으로 생산 공급하게 하였고, 대중에게 확산됨에 따라 운동복 차림의 외출이 자연스러운 모습으로 인식되게 하였다. 스포츠의 사회적 파급 효과는 청소년들의 패션을 스포티화 하여 영캐주얼 패션의 하나로 정착하게 되었다.

IV. 90년대 STREET FASHION의 유형

전파매체를 통해 빠르게 유행하고 있는 대중음악은 새로운 음악 형식과 함께 대중 스타를 만들어 내고, 청소년들은 스타의 이미지와 스타일을 그대로 모방하게 된다. 또한 스포츠는 운동경기의 직접 간접참여로 청소년들의 잠재된 욕구를 해결해 주고, 청소년들이 운동선수의 이미지를 추구하도록 영향을 미치고 있다. 이러한 현상은 청소년 고유의 스타

일과 정체성을 확립하게 하고 하위문화를 구성하여, 스트리트패션을 형성하게 된다. 따라서 본 장에서는 90년대 한국 청소년에게 나타나는 스트리트패션의 유형을 대중음악의 영향으로 나타나는 힙합 스타일(Hip-hop Style), 레게 스타일(Reggae Style), 키치 스타일(Kitch style) 그리고 스포츠의 영향으로 나타나는 스포티 스타일(Sporty Style)의 네 가지로 분류하였다.

1. 힙합 스타일(Hip-hop Style)

90년대 한국 대중음악계의 가장 큰 변화는 힙합댄스 음악의 영향이라고 말할 수 있다. 본래 힙합⁸⁾은 1980년대 뉴욕 브롱크스 지역에서 발생한 대표적인 문화 동향으로 랩(Rap) 음악을 둘러싼 문화에 대한 공식 명칭이다. 본래 랩은 '중얼대다'라는 뜻을 가진 단어로서 흑인들이 음악에 맞춰 중얼대는 말을 강한 비트에 맞춰 음악화한 것이다(이정호, 1995).

한국의 힙합 댄스 음악은 92년 5월 <난 알아요>로 등장한 '서태지와 아이들'에 의해 시작되었다. 이들은 80년대 이후 미국 흑인 대중문화를 지배해 왔던 힙합을 소개하여 한국 대중음악에 새로운 장르를 형성하였다. 흑인들이 갖는 애환과 울분을 표출한 음악 양식인 랩을 댄스음악으로 변용하여 한국적으로 토착화 시켰던 것이다.

'서태지와 아이들'의 음악은 음악을 단순히 듣는 것이 아닌 보는 음악으로 체험할 수 있게 하였다. 이는 감각적이고 새롭고 빠르게 변화하는 것에 큰 가치를 부여하는 90년대 영상 세대의 성향을 반영한 것이다. 이들은 음악 뿐 아니라 춤, 패션, 삶에 대한 태도에 이르기까지 이전과는 다른 새로운 청소년 문화를 형성하도록 하였다. 자유롭게 당돌하고 개성적이고 반항적인 이미지는 10대의 문화적 정체성을 복합적으로 구성하는 문화적 상징이 되었다.

서태지와 아이들은 음악과 함께 인상, 용모 등 복합적인 여러 요인들이 결합하여 새로운 유행현상을 낳게 하였다. 새 음반을 발표할 때마다 그들의 음악과 춤, 패션은 화제가 되어 그들을 모방하려는 청소년

들은 자신들만의 '뜨래문화'를 만들어 냈다⁹⁾.

92년 1집 앨범 <난 알아요>로 처음 등장했을 때에는 바지 밑으로 종아리까지 올라오도록 신은 양말과 무스를 발라 뽀뽀하게 세운 헤어 스타일, 챙이 뒤로 오도록 뒤집어 쓴 모자, 금속제의 귀걸이와 목걸이, 태크(tag)이 붙어 있는 상태 그대로 착용하는 연출법 등 당시 가수들의 의상으로는 파격적인 모습으로 공연하여 10대들의 캐주얼 패션을 선도하였다 <그림 2>.

2집 앨범 <하여가>를 발표하면서 이들은 본격적인 힙합 스타일을 추구했는데 빅 사이즈의 티셔츠와 셔츠가 만들어내는 헐렁한 실루엣, 할렘가의 흑인을 연상시키는 헤어 스타일, 빅 사이즈의 바지와 반항을 상징하는 듯한 검은색의 헤어밴드 등은 청소년들에게 자유로움을 상징하는 기호로 부각되었다 <그림 3>.

95년 10월, 4집 앨범 <Come Back Home>을 발표하면서 입고 나온 스노우보드 의상은 청소년들에게 스노우보드 룩(Snowboard Look)으로 유행하는 현상을 낳게 하였다. 눈썹 위치까지 내려서 착용한 니트 모자, 스포티한 선글래스, 헐렁한 점퍼와 통이 넓은 바지, 밑창이 두꺼운 운동화, 얼굴의 대부분을 가리는 마스크와 폭이 넓은 헤어밴드, 스키를 떠올리게 하는 장갑 등이 특징을 이루었다 <그림 4>.

이들은 96년 1월 가요계 은퇴 선언으로 해체되었으나 지금까지 랩음악이 국내 가요 시장을 지배하는 주류로 위치하게 하는 데 큰 역할을 하였다. 이

8) 힙합은 랩 음악, 브레이크 댄스, 그라피티 아트(graffiti art)라는 라이프 스타일을 묘사한 것인데, 현대의 힙합은 지프 차, 삐삐, 마리화나와 같은 장비를 포함하며, 영화, 길거리 패션, 텔레비전, 음료수 광고 등 미국 대중문화를 형성했다

9) 삼성경제연구소에서는 '서태지와 아이들'이 현대 한국 역사에 있어서 최고의 히트상품이라고 발표하였다. 삼성의 보도에 따르면, 히트상품이란 회사의 이익에 중대한 도움이 되고, 소비자에게 만족을 주며 사회에 새로운 소비자 행동방식을 창출하는 것으로 규정된다고 한다. 서태지를 리드 싱어로 하는 '서태지와 아이들'은 그들의 음악, 춤, 패션 그리고 삶에 대한 태도를 통해 한국의 신세대를 규정하였고 대중음악계와 일반적인 청소년 문화를 변화시키는 기폭제가 됨을 입증하였다.



〈그림 2〉 액세서리 연출
「주간조선」 1992. 8. 9, p.115



〈그림 3〉 빅 사이즈의 바지
「VIEW」 1994. 3, p.83



〈그림 4〉 스노우보드 의상
「VIEW」 1995. 12, p.111

들을 통해 미국 흑인 거리문화인 힙합은 한국 대중 음악의 핵으로 떠올랐고, 그후 DJ. DOC, H.O.T, 지누션 등과 같은 많은 아류 댄스 그룹들이 등장하면서 힙합 스타일은 10대들의 패션을 대표하는 사회적인 현상으로 대두되었다.

지금까지 힙합 스타일을 고찰하였는데, 그 특징을 분석하면 다음과 같다.

첫째, 사이즈의 극대화 경향이다. 실제 신체 치수보다 훨씬 큰 빅 사이즈의 티셔츠와 셔츠, 바지가 만들어 내는 헐렁한 실루엣은 힙합 스타일의 가장 큰 특징이라고 할 수 있다. 94년의 힙합 스타일은 약간 넉넉한 정도의 여유분을 보였으나(그림 5), 96년 이후에는 점점 커져서 과장된 실루엣의 경향을 보인다(그림 6). 특히 자루와 같이 통이 넓은 바지는 힙합 스타일의 대표적인 아이템이 되고 있다.

둘째, 유니섹스화 경향이다. 자유롭고 활동하기에 편리한 힙합 스타일의 추구는 남·녀 모두에게 공통적인 패션으로 나타났다. 스커트나 통이 좁은 바지보다 활동이 자유롭고 편안함을 주기 때문에 여자 청소년들에게도 똑같이 확산되었다(그림 7).

셋째, 액세서리의 코디네이션 경향이다. '서태지와 아이들'의 공연 의상은 다양한 액세서리의 연출



〈그림 5〉 힙합 스타일
「VIEW」 1994. 3, p.186



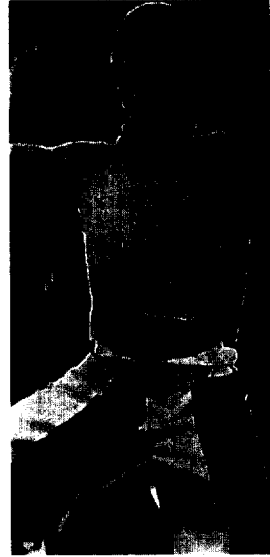
〈그림 6〉 과장된 실루엣
「Street Fashion Report」 Vol. 8



〈그림 7〉 유니섹스화
「패션투데이」 1996. 10



〈그림 8〉 액세서리 착용
「패션투데이」 1996. 1



〈그림 9〉 김건모의 레게 패션
「TV저널」 1994. 3. 18, p.12

을 가능하게 하였다. 챙이 달린 형태의 선캡(sun cap)이나 베레모, 니트모 등 여러 형태의 모자 수용이 늘어났고 선글래스, 헤어밴드와 같은 액세서리가 남자 청소년들에게도 유행하였다. 또한 스포티한 가방(backpack)의 착용은 일반화 되어 청소년들의 전형적인 모습을 이루었다(그림 8).

2. 레게 스타일 (Reggae Style)

자메이카의 흑인음악에서 비롯된 레게(reggae)¹⁰⁾ 음악은 90년대 한국 대중음악의 한 주류를 형성하였다. 레게는 본래 흑인들의 융합을 노래하는 종교성을 띤 음악으로서 라스타파리아니즘(Rastafarianism)이라는 이념이 구체화된 것이다. '라스타파리(Ras Tafari)'는 1930년부터 1974년까지 에티오피아의 통치자로서 근대화에 이바지하였던 사람이다. 자메이카인들은 라스타파리가 자신들을 해방시켜 줄 메시아라고 생각하고 숭배하였다. 자메이카의 가수 밥 말리(Bob Marley)는 '아프리카는 전 흑인들의 고향이며 그곳으로 돌아가야 한다(Back to Africa)'는 메시지가 담긴 라스타파리아니즘을 표방

하면서 레게의 리듬을 현대적인 감각에 맞게 발전시켰다(이정호, 1995). 1978년 미국 메디슨 스퀘어 가든에서의 공연은 레게를 전 세계에 알리는 계기가 되었고, 80년대에는 명맥을 유지하다가 90년대에 들어서면서 새롭게 유행하였다.

한국의 레게음악은 94년 '김건모'의 〈핑계〉가 두각을 나타내면서 유행하기 시작하였다. '김건모'는 정치적 의미가 포함된 흑인음악인 레게를 가벼운 대화 형식으로 변용하여 한국적 수용을 가능하게 하였다. 〈핑계〉는 기존의 4박자에 리듬의 강세 순서를 엇갈리게 함으로써 지금까지의 음악에 대한 고정 관념을 탈피하게 하였다. 또, 음악에서 나타나는 노랫말은 의미부여가 불가능한 단어들의 나열로 이루어진 것으로, 청소년들 잡담의 특징이기도 하다(이정호, 1995).

김건모의 음악과 함께 등장한 원색의 공연의상은

10) '레게'라는 말은 1968년 자메이카 그룹 '메이탈스'의 앨범에 〈Do The Reggae〉라는 노래에서 처음 등장했다. 후에 'Reggae'로 바뀐 레게는 "원하는 것을 갖지 못하는 사람들이 원하는 모든 것"을 뜻하는 자메이카 말이다.

거리의 유행을 선도하였다. 레게의 색으로 대표되는 적(red), 황(yellow), 녹(green)은 아프리카에서 미래의 통일국으로 인식하고 있는 에티오피아의 국기색을 원용한 것으로 뱃지, 카디건, 셔츠, 샌들, 모자, 지팡이 등의 아이템에 화려하게 장식되었다(Hebdige, 1984). 이러한 적, 황, 녹 세 가지 원색은 레게음악이 유행함에 따라 모자, 선글라스, 반바지와 어울리면서 레게 패션이라는 신조어를 만들어 냈다. 머리에 쓴 노란색의 두건과 무릎 아래로 길게 내려오는 원색 대비의 반바지, 노출이 심한 티셔츠 등이 특징적이다(그림 9). 94년부터 95년까지 김건모를 CF모델로 사용한 LG패션의 티피코시는 레게 유행을 이용, 원색을 적절히 배색한 상품을 생산하여 큰 매출을 올렸다. 티피코시는 '음악이 함께 하는 캐주얼'이라는 광고 컨셉에 따라 당시 청소년층에 가장 인기 있는 가수였던 김건모를 모델로 선정하여 '김건모-레게 음악의 본고장 자메이카를 찾아서'라는 카피로 광고를 제작하였다(그림 10).

레게 스타일은 레게 음악의 라스타파리아니즘이 가지고 있는 에스닉한 무드의 영향으로 인해 서인

도식 민속복에서 모티브를 얻은 티셔츠나 손뜨개 느낌의 니트 등을 걸쳐 입는 패션으로 나타났다. 이는 자메이카인들의 자연과의 조화를 강조하는 생활 방식에서 기인한다고 볼 수 있다. 원색의 천연섬유로 만든 의복이나 손으로 짠 벨트, 모자, 팔찌 등이 그 예이다.

지금까지 레게 스타일을 살펴보았는데 그 특징을 분석하면 다음과 같다.

첫째, 원색 대비의 컬러구성이다. 레게의 색으로 대표되는 적(red), 황(yellow), 녹(green)은 강한 원색 대비의 패션으로 나타났다. 강렬한 원색의 실을 사용하여 만든 니트 베스트, 스트라이프 티셔츠 등이 그 예이다(그림 11).

둘째, 에스닉 경향이다. 레게의 라스타파리아니즘은 천연섬유 사용의 증가와 함께 민속적 분위기의 패션을 형성하게 하였다. 민속복의 모티브를 디자인으로 이용한 자카드 니트나 손뜨개 느낌의 풀오버 등은 에스닉한 경향을 반영하고 있다. 또한 레게 스타일은 착용하는 방식에 있어서도 변화를 가져왔는데, 바지 위에 랩 스커트를 겹쳐 입거나(그림 12),



〈그림 10〉 티피코시 잡지 광고
「뮤직라이프」 1994. 5, p.3-4



〈그림 11〉 원색의 니트 베스트
「VIEW」 1994. 5, p.210



〈그림 12〉 랩 스커트
「VIEW」 1995. 5, p.314



〈그림 13〉 에스닉 니트
「VIEW」 1995. 5, p.314

머리에 두건이나 니트모자를 쓰는 것을 들 수 있다
(그림 13).

3. 키치 스타일 (Kitch Style)

90년대 중반의 대중음악계에는 새로운 의미의 펑크(punk) 음악을 실현시키려는 움직임이 나타났다. 본래 펑크는 70년대 후반 영국에서 시작된 것으로 일체의 기성 질서를 거부하고 개인의 진정한 자유와 사회혼란, 허무주의를 목표로 하는 문화적 경향 전체를 일컫는다(이동연, 1997). 그러나 95년에 등장한 그룹 '삐삐밴드'는 90년대 초부터 한국 대중음악의 주류를 형성하고 있는 댄스 음악과 비주류를 형성하고 있는 록음악의 대립된 구조를 허물어뜨리고 새로운 의미의 펑크 음악 세계를 구축하였다. 이것은 주류의 상업주의와 비주류의 순수, 저항주의를 모두 비판하여 70년대 초에 있었던 서구의 펑크문화의 스타일과 사회적 메시지를 90년대의 문화환경 속에서 새롭게 변형시킨 것이다. '삐삐밴드'는 펑크 록에 대해 '자유롭고 꾸미지 않은 모습을 표현하는 것이 펑크 음악의 본질'이라고 대답하면서 의식적으로 조야하고 유치한 방식을 취함으로써 각종 문화, 예술의 온갖 기존 관행들을 과격하게 무너뜨리고자 하였다. 이것은 일정한 형태나 기존의 미적 규범으로부터 탈피하려는 90년대 패션 경향과 일치하는 현상이다. 특히 기성세대에 대해 반항적이고 도전적인 성향을 갖는 청소년들에게 이같은 태도는 빠르게 수용되었다. 도발적이고 대담한 컬러, 과장된 무늬, 의도적인 지저분함 등 부조화와 불균형의 매치를 통해 청소년들이 독특하고 개성 있는 패션을 연출하려는 것은 문화의 키치화 현상으로 설명될 수 있다.

키치¹¹⁾는 일상적인 것이나 무시되었던 것들에 대해 새로운 의미를 부여하려는 예술형태이다. 키치는 전통적인 미적 위계질서를 해체하고 다양한 양식의 절충을 통해 추와 골계의 미를 느끼게 하며 나아가 인간의 자유로운 감성표현과 인간성 회복의 메시지를 나타낸다(김정숙, 1996)는 조형적 특성을 지닌다.



〈그림 14〉 삐삐밴드의 키치 패션
「VIEW」 1995. 12, p.155

'삐삐밴드'는 의도적인 가벼움으로 현대사회를 풍자하는 음악 스타일을 특징으로 하고 있다. 록을 진지하게 듣는 사람들에게는 실망스러운 정도로 경박하고 일상의 대화를 그대로 옮겨 놓은 듯한 사회 풍자적인 가사는 과격적이기까지 하다. 데뷔 앨범 〈문화혁명〉에는 '안녕하세요', '딸기', '요즘 애들 10계명' 이, 2집 앨범 〈불가능한 작전〉에는 '유쾌한 씨의 껌씹는 방법' 등이 수록되어 있는데, 노래의 제목에서도 정형화한 양식에서 탈피했음을 알 수 있다. 이것은 오랫동안 지녀왔던 상식과 통념, 윤리를 전복시키려는 의지를 반영한 것이다.

거친 사운드와 정신분열적인 라이브 매너, 무의미한 일상적 가사들은 평범하고 일상적인 것들에 대

11) 키치라는 용어는 19세기 말 독일에서 생겨난 것으로 대중적 취향에 부합하는 품위 없는 하찮은 예술을 가리키는 말이다. 전위예술인 아방가르드의 출현과 거의 동시에 예술적인 새로운 문화현상이 서구 산업사회에서 나타났는데, 이것을 독일인들은 키치(Kitch)라고 불렀다.

한 도전이며 지배적인 문화유행에 맞서는 새로운 형태의 혁명이라 할 수 있다. 이들의 파격적인 공연 의상은 청소년들의 패션에 영향을 주어 키치 스타일의 유행을 낳게 하였다. 빨간색으로 물들인 헝클어진 머리카락과 찢어진 청바지, 롱부츠, 구제품 시장에서 찾아낸 듯한 낡은 자켓 등이 대표적인 공연 의상 차림이었다(그림 14). 이러한 의상은 유행에 뒤떨어진 목도리나 니트모자, 얼굴의 반을 가리는 커다란 안경 등과 같은 유치한 액세서리들과 함께 스타일을 이루었다. 이들의 영향으로 청소년들은 낡은 중고 제품의 옷, 아동복 사이즈의 꼭 끼는 니트, 만화적인 액세서리 등의 아이템들을 조합하여 착용하는 것이 유행하게 되었다. 이것은 청소년들이 새로운 착장법을 통해 해방과 자유의 감정을 느끼고자 하는 의도라고 볼 수 있다. 즉, 사회의 억압과 구속으로부터 자유롭고 싶어하는 청소년들에게 변화와 독특함의 수단으로 채택되어 그들만의 개성과 감각을 표현하는 것이 가능하게 하였던 것이다.

지금까지 키치 스타일을 살펴보았는데, 그 특징을

분석하면 다음과 같다.

첫째, 미적 부적절성의 표현이다. 하나의 착장 속에서 서로 어울리지 않는 것, 성격이 반대되는 것, 조화보다는 대비된 것을 결합해서 표현하는 것은 기성세대들이 도저히 판가름 할 수 없는 저속한 차림으로 보인다(그림 15). 이것은 부조화와 무질서 속에서 재미있고 새롭고 특이한 것을 찾아내려는 청소년들의 심리를 반영한 것이다.

둘째, 유희적 착장 경향이다. 키치 스타일은 형태의 왜곡과 과장, 유아적인 장식, 동화적인 환상을 일으키는 원색의 프린트 등의 형태로 유행하였다. 아동복을 연상하게 하는 작은 사이즈의 티셔츠, 색색의 실을 사용하여 만든 손뜨개 장갑과 베레모 등을 착용한 것은 대중적인 이미지를 희화시켜 표현한 키치적 모습이다(그림 16, 17).

4. 스포티 스타일(Sporty Style)

90년대 한국의 10대 청소년 패션에 영향을 끼친



〈그림 15〉 부조화된 착장
거리촬영 1997. 9



〈그림 16〉 유희적 착장
「VIEW」 1995. 8, p.313



〈그림 17〉 유아적 액세서리
거리촬영 1997. 9

대표적인 스포츠는 스피드를 요구하는 '농구'와 유행에서 오는 재미를 특징으로 하는 '스케이트보드(skateboarding)'으로 나누어 살펴 볼 수 있다.

90년대에 들어 청소년들에게 급격한 인기를 얻게 된 농구는 사회 여러 분야에 영향을 끼쳤다. 입시 위주의 억압된 환경에서 생활해야 하는 한국의 청소년들에게 농구는 스포츠 차원을 넘어서서 그들의 육체와 정신 그리고 문화를 지배하는 역할을 하였다(시사저널, 1995). 청소년들이 농구를 좋아하는 가장 중요한 이유는 게임 방식과 스타일이 그들 자신의 육체적 감각적 욕망에 가장 부합하기 때문이다. 농구 경기에서 나타나는 빠른 공격과 수비의 전환이 주는 속도감은 단순하고 명쾌한 것을 좋아하는 10대들에게 다른 어떤 운동보다 매력적이다.

농구선수들의 이야기를 주제로 한 드라마 <마지막 승부>가 94년 1월 미니시리즈로 방영되었고, 농구를 소재로 한 일본 만화 <슬램덩크>가 인기를 끌고, 95년에는 만화 영화 <형그리베스트 5>가 한 일 공동으로 제작되면서 농구의 열기는 계속되었다. 또

한 SBS에서 녹화하여 국내에 방송한 <NBA농구> 경기는 청소년들의 문화를 지배하는 현상이 되었다. 미국 프로농구 NBA(National Basketball Association)의 급격한 인기는 광고와 패션에 이르기까지 사회적 파급효과를 가져왔다. 미국의 '나이키'는 92년 NBA 리그 우승팀인 '시카고 볼스'의 마이클 조단(Michael Jordan)을 전속 모델로 하여 슈퍼스타 만들기에 성공하였다(정정미, 1997). NBA선수들의 이미지를 상품 광고로 사용함으로써 스포츠 관련 상품의 판매를 증가시켜 농구화 이외에도 무릎까지 내려오는 팬츠와 혈명한 티셔츠, 프로구단의 이름이 새겨진 점퍼와 모자, 무릎과 팔에 끼는 보호대 등 청소년들의 일상 생활용품이 농구용품으로 바뀌게 되었다.

1970년대 초 미국에서 유행하기 시작한 스케이트 보딩은 90년대 이후 힙합문화가 소개되면서 한국의 청소년들에게 인기 있는 스포츠가 되었다. 스케이트 보딩은 아스팔트 문화 속에서 발견되는 도시 스포츠로서 청소년들은 도시 환경의 불연속적 복잡성을



<그림 18> 소매의 밴드 트리밍 거리촬영 1997. 9



<그림 19> 바지의 밴드 트리밍 거리촬영 1997. 9



<그림 20> 백넘버 디자인 거리촬영 1997. 9



<그림 21> 로고 디자인 「패션리더」 1995. 9, p.17

즐긴다. 보편적으로 스케이트보더들이 가지고 있는 의식적 동기는 위협에 대담하게 맞서고자 하는 데 있다. 굽은 길, 난간, 분수대와 계단 등이 그들이 즐기는 영역이다(Douglas Rushkoff, 1997).

스케이트보드의 장비를 판매하는 보드샵에는 외국의 스케이트보드 비디오를 판매하고 있으며 비디오 테이프에서 보여지는 전문 브랜드, 기술 등을 타독하는 청소년들은 전문 스케이터가 입는 의상을 추종한다(섬유저널, 1997). 전문 스케이터가 입거나 신은 브랜드와 상징적인 프린트들은 이들에게 관심의 대상이 되어 스티커나 로고, 모자, 티셔츠 등을 수집하며 자신의 스케이트 보드에 새로운 로고를

정성스레 그려 넣기도 한다. 자신의 패션이 관중과 동료들에게 보이는 것을 의식하는 이들의 전형적인 모습은 엉덩이에 가까스로 걸려있는 헐렁한 바지, 박스형 티셔츠, 무거운 고무 밑창으로 되어 있는 운동화, 챙을 뒤로 돌려 쓴 모자, 어깨에 둘러 맨 가방(backpack) 등으로 나타난다.

지금까지 스포티 스타일을 고찰하였는데, 그 특징을 분석하면 다음과 같다.

첫째, 밴드 트리밍(band trimming)의 디자인 경향이다. 이것은 스포츠를 통해서 발산되는 역동적 이미지의 디자인 포인트가 된다. 어깨, 소매, 옆선 등의 위치에 대조되는 색상의 밴드로 장식되어 나타

<표 1> 90년대 STREET FASHION의 유형

스타일 특징	문 화	Fashion Opinion Leader	유행 현상
HIP · HOP	<ul style="list-style-type: none"> 1980년대 뉴욕 브롱크스에서 랩음악을 중심으로 발생 구축과 억압에 대한 거부 브레이크댄스, 그라피티 아트 등 미국 거주의 흑인들에게서 비롯됨 	<ul style="list-style-type: none"> 서태지와아이들 ('92~'96) 랩음악을 한국적으로 토착화, 기성세대와 전혀 다른 음악과 새로운 추구 이후 등장하는 가수의 무대 의상을 캐주얼 하게 변화 시킴 	<ul style="list-style-type: none"> 빅사이즈의 바지를 엉덩이에 헐렁하게 걸쳐 입음 체크셔츠를 걸쳐 입거나 묶어 입음 남성 액세서리 발전 : 목걸이, 귀걸이, 선글래스, 모자 스노우보드 디자인 : 니트모자, 나일론 패딩파카, 고글 형태의 안경, 스키장갑
REGGAE	<ul style="list-style-type: none"> 자메이카의 토속적인 흑인음악 1970년대초 가수 밥 말리에 의해 흑인 저항음악으로 발전 라스타파리아니즘(Back to Africa)표방 에티오피아 국기색 사용 	<ul style="list-style-type: none"> 김건모 ('94~'95) 레게음악을 한국적으로 수용, 저항적 이미지를 없애고 가벼운 대화형식으로 노래함 	<ul style="list-style-type: none"> 강한 원색 대비의 컬러 구성 무릎을 완전히 덮는 반바지 노출이 심한 티셔츠 자메이카의 에스닉한 경향 : 원색조의 자카드 조직, 손뜨개 니트 민속적 액세서리 : 수직 가방, 모자, 팔찌, 목걸이
KITCH	<ul style="list-style-type: none"> 전통적인 미적 위계질서를 해체하고 다양한 양식의 절충을 시도 90년대 영패션에 반영 풍자적, 향수적, 유희적 	<ul style="list-style-type: none"> 삐삐밴드 ('95~'96) 댄스음악과 록음악의 이분법적 형식에서 탈피, 새로운 핑크록 추구 사회풍자적인 가사 	<ul style="list-style-type: none"> 넓은 가죽 재킷 누더기 느낌의 패치워크 소재 찢어진 청바지 체육시간의 트레이닝복, 이질적 색상의 머리염색 유치한 액세서리 : 유행에 뒤떨어진 목도리와 모자, 커다란 뿔테안경
SPORTY	<ul style="list-style-type: none"> 스트레스 해소 및 여가생활 추구 대중매체의 스포츠 문화 형성 : NBA농구, 농구대잔치, 드라마, 스포츠 비디오 	<ul style="list-style-type: none"> NBA농구 스타 스케이트보더 	<ul style="list-style-type: none"> 농구 유니폼 디자인 : 암홀이 깊게 패인 조끼, 무릎 길이의 반바지, 구단 이름이 새겨진 로고 티셔츠와 점퍼, 농구화 스케이트보딩 디자인 : 통이 넓은 바지, 캡 스타일의 모자

나고 있다(그림 18, 19).

둘째, 백넘버(back number), 로고(logo)의 디자인 경향이다. 야구, 축구 선수들의 유니폼에서 볼 수 있는 백넘버와 로고는 캐주얼 웨어의 디자인 포인트가 되어 프린트, 자수 등의 방법으로 나타나고 있다(그림 20, 21).

지금까지 1990년대에 나타난 한국 청소년 스트리트패션의 유형을 네 가지로 분류하여 각각의 특징을 살펴보았다. 이것을 도표로 정리하면 <표 1>과 같다.

V. 디자인 기획

본 논문은 1990년대 한국 패션 흐름의 주도권을 형성하고 있는 청소년 하위문화에 대해 연구하였다. 그 결과를 바탕으로 다음 세 가지 디자인 컨셉에 따른 디자인을 기획하였는데, 앞 장에서 설명한 스트리트패션의 네 가지 유형 가운데 힙합 스타일과 스포티 스타일을 중심으로 작품을 제작하였다.

1. 작품 1 ; JOY-RIDE

「JOY-RIDE」는 거리문화에서 쉽게 접할 수 있는 대중음악과 춤의 동작에서 보여지는 자유와 해방감을 표현하였다. 상의는 yellow 색상의 pull-over식 점퍼를 uneven bottom의 디자인으로 제작하였다. 하의는 리듬에 따른 동작이 충분히 발휘될 수 있도록 통이 넓은 hip-hop 스타일의 pants를 제작하였는데, black 색상을 사용하여 yellow의 상의와 강한 대비를 이루게 하였다. 이것은 스트리트에서 자유를 만끽하는 청소년들이 타인들로부터 강하게 주목받고 싶어 하는 심리를 반영한 것이다.

2. 작품 2 ; AROUND THE CORNER

「AROUND THE CORNER」는 모퉁이, 벽, 도로 등의 다양한 형태로 이어지는 스트리트 주변의 모습을 표현하였다. 상의는 비대칭의 스트라이프를 orange color로 사용하여 골목길의 이미지를 표현하

<표 2> 작품 1의 DESIGN CONCEPT

[실물사진 1]

작품명	JOY-RIDE
TARGET	음악과 춤을 즐기는 16-19세의 남녀 중·고등학생
INSPIRATION	거리에서 발생하는 즐거움 랩음악의 리듬, 율동에서 나타나는 자유와 해방감
SEASON	'98 FALL
ITEM	jumper, pants
소재	jumper: nylon(겉)과 polyester(안) pants: 10's cotton twill(워싱가공) PANTONE 14-0852 TP 19-0000 TP
색상	main color: yellow sub color: black
디자인포인트	jumper: pull-over 형태, 밑단은 uneven bottom 처리 pants: 통이 넓은 형태, 뒤에는 out pocket 처리



<표 3> 작품 2의 DESIGN CONCEPT

(실물사진 2)

작품명	AROUND THE CORNER
TARGET	재미와 새로움을 추구하는 16세-19세의 남녀 중·고등학생
INSPIRATION	모퉁이, 벽, 도로의 형태로 이어지는 스트리트 주변의 모습
SEASON	'98 WINTER
ITEM	parka, pants
소재	parka: nylon coating(겉)과 podding 5oz(안) pants: nylon coating(겉)과 padding 3oz(안)
색상	main color: black accent color: orange sub color: white PANTONE 19-4305 TP 16-1462 TP 11-0606TP
디자인포인트	PARKA: 비대칭의 panel stripe pants: 무릎 부위의 다이어트와 절개선



<표 4> 작품 3의 DESIGN CONCEPT

(실물사진 3)

작품명	GAMMA-ENERGY
TARGET	운동을 좋아하는 16-19세의 남녀 중·고등학생
INSPIRATION	스포츠 경기에서 발산되는 역동적 에너지
SEASON	'98 FALL
ITEM	jumper, pants
소재	jumper: nylon coating(겉)과 polyester(안) pants: nylon(겉)과 nylon-tricot(안)
색상	main color: black accent color: blue sub color: white PANTONE 19-4205 TP 16-4550 TP 11-4202 TP
디자인포인트	jumper : contrast color의 밴드 트리밍 처리 pants : 무릎 부위의 절개선과 지퍼 탈부착 처리



였으며, 안쪽에는 폴리에스터 솜으로 패딩 처리하여 볼륨감과 함께 겨울철 보온효과를 주었다. 하의는 무릎 부분에 orange color의 탑 스티치(top stitch)로 다야트를 처리하여 기능과 디자인 요소를 동시에 나타나게 하였다.

3. 작품 3 ; GAMMA-ENERGY

「GAMMA-ENERGY」는 스포츠 경기에서 발산되는 역동적 에너지를 표현하였다. 상의는 착용자의 스포츠 마인드를 표현하기 위해 형광빛이 가미된 aqua blue색상의 밴드 트리밍을 사용하여 포인트를 주었다. 하의는 스케이트보딩이나 농구와 같은 운동량이 많은 경기 중에도 밑단이 당겨 올라가거나 바닥에 끌리는 현상이 없도록 기능성이 강화된 training 스타일의 pants를 제시하였다.

4. 작업지시서

2) 작품 1의 하의 작업지시서

STYLE NO.	DESCRIPTION	혼용율	제용날기일	출고예정일	비고
9801-1	pants	견장:cotton 100% 안감:poly 100%	년 월 일	년 월 일	

제 품 치 수 (단위: cm)		STYLE SKETCH (기준 size : 80 호)	
목부-호칭	76 80 84		
가슴둘레			
뒀기장			
어깨너비			
소매길이			
암 홀			
소매밑단			
목둘레			
밑단둘레			
허리둘레	85		
밑둘레	121		
앞시리	31		
뒷시리	42.5		
허벅지	78		
하의밑단	51		
아웃싱	106		
원 부자재 명세			
원 단	cocoon	용 명	규 격
안 감		요 혁	
심 지	h6402		
주머니감	T/C		
시보리			
E 밴드			
패 드			
지 퍼	brass 4호	IEA	
리 넷	9mm	5SET	
분 사	30'g/3	white	
단 추	tack		
FABRIC SWATCH		작업시 주의사항 : 완성후 마이오 스펀 뒤십시오.	

1) 작품 1의 상의 작업지시서

STYLE NO.	DESCRIPTION	혼용율	제용날기일	출고예정일	비고
9801	jumper	견장:nylon 100% 안감:poly 100%	년 월 일	년 월 일	

제 품 치 수 (단위: cm)		STYLE SKETCH (기준 size : 100 호)	
목부-호칭	95 100 105		
가슴둘레	140		
뒀기장	88		
어깨너비	60		
소매길이	61		
암 홀	32		
소매밑단	30		
목둘레			
밑단둘레	138		
허리둘레			
밑둘레			
앞시리			
뒷시리			
허벅지			
하의밑단			
아웃싱			
원 부자재 명세			
원 단	nylon	용 명	규 격
안 감	fleece	요 혁	
심 지			
주머니감	T/C		
시보리			
E 밴드			
패 드			
지 퍼	vision 5호	3EA	
리 넷			
분 사	색청		
벨크로	2x2.5	4SET	
FABRIC SWATCH		작업시 주의사항 : 안감 밖으로 밀려 나오지 않게 봉제시 주의.	

3) 작품 2의 상의 작업지시서

STYLE NO.	DESCRIPTION	혼용율	제용날기일	출고예정일	비고
9802	jumper	견장:nylon 100% 안감:poly 100%	년 월 일	년 월 일	

제 품 치 수 (단위: cm)		STYLE SKETCH (기준 size : 100 호)	
목부-호칭	95 100 105		
가슴둘레	135		
뒀기장	74		
어깨너비	61		
소매길이	58		
암 홀	32		
소매밑단	26		
목둘레			
밑단둘레	100		
허리둘레			
밑둘레			
앞시리			
뒷시리			
허벅지			
하의밑단			
아웃싱			
원 부자재 명세			
원 단	nylon	용 명	규 격
안 감	poly	요 혁	
패 드	airsil	5oz	
주머니감	T/C		
시보리			
E 밴드	양면	2.5cm	
패 드			
지 퍼	vision 5호	3EA	
리 넷			
분 사	orange		
벨크로	2x3	2SET	
FABRIC SWATCH		작업시 주의사항 : panel stripe 봉제시 각도 정확히 나오도록 주의.	

4) 작품 2의 하의 작업지시서

STYLE NO.	DESCRIPTION	혼용율	제작날기일	출고예정일	비고
9802-1	pants	원단: nylon 100% 인장: nylon 100%	년 월 일	년 월 일	
제품 치수 (단위: cm)		STYLE SKETCH (기준 size : 80 호)			
부위-호칭	76	80	84		
가슴둘레					
뒤통자					
어깨너비					
소매길이					
암홀					
소매밑단					
목둘레					
밑단둘레					
허리둘레	70				
허리둘레	120				
앞시리	32.5				
뒷시리	43				
허벅지	74				
하의밑단	38				
아우트싱	112				
원 부자재 명세		원 부자재 명세			
원단	nylon	용량 규격 요취			
안감	strat	3호			
실지					
주머니감	T/C				
시브리					
E 밴드	알면	2.5cm			
패드					
지퍼	알면	3호	1EA		
	vialon	5호	2EA		
봉사	orange				
velcro		3×10	2SET		
FABRIC SWATCH		작업시 주의사항 : 상침시 반드시 orange봉사로 견본			

6) 작품 3의 하의 작업지시서

STYLE NO.	DESCRIPTION	혼용율	제작날기일	출고예정일	비고
9803-1	pants	원단: nylon 100% 인장: nylon 100%	년 월 일	년 월 일	
제품 치수 (단위: cm)		STYLE SKETCH (기준 size : 80 호)			
부위-호칭	76	80	84		
가슴둘레					
뒤통자					
어깨너비					
소매길이					
암홀					
소매밑단					
목둘레					
밑단둘레					
허리둘레	62				
허리둘레	116				
앞시리	34.5				
뒷시리	42.5				
허벅지	72				
하의밑단	36				
아우트싱	113				
원 부자재 명세		원 부자재 명세			
원단	nylon	용량 규격 요취			
안감					
실지					
주머니감	T/C				
시브리					
E 밴드	알면	3cm			
패드					
지퍼	단면	3호	1EA		
리벳					
봉사	매칭				
단추					
FABRIC SWATCH		작업시 주의사항 : 무릎 부위 바이어스 덧댄 봉제시 밀리지 않게 주의.			

5) 작품 3의 상의 작업지시서

STYLE NO.	DESCRIPTION	혼용율	제작날기일	출고예정일	비고
9803	jumper	원단: nylon 100% 인장: polyester 100%	년 월 일	년 월 일	
제품 치수 (단위: cm)		STYLE SKETCH (기준 size : 100 호)			
부위-호칭	96	100	105		
가슴둘레	130				
뒤통자	74				
어깨너비					
소매길이 (화장)	89				
암홀					
소매밑단	28				
목둘레					
밑단둘레	120				
허리둘레					
앞시리					
뒷시리					
허벅지					
하의밑단					
아우트싱					
원 부자재 명세		원 부자재 명세			
원단	nylon	용량 규격 요취			
안감	mesh				
실지					
주머니감	T/C				
시브리					
E 밴드					
패드					
지퍼	vialon	5호	3EA		
리벳					
봉사	매칭				
velcro		2×2.5	2SET		
FABRIC SWATCH		작업시 주의사항 : 바이어스 메이킹 작업시 파카링 생기지 않게 주의.			

VI. 결론

90년대 이후 정보·통신의 발달과 더불어 급속하게 변화하고 있는 현대 사회에서 패션은 인간의 욕구와 사고를 표현하는 매개체 역할을 하고 있다. 특히 모든 라이프 스타일에서 성인 집단과는 다른 양상을 보이고 있는 청소년들의 패션은 그들만의 독특한 하위문화적 형태로 나타난다. 이들은 기성세대에 의해 주도되는 패션에서 과감히 탈피하여 자기들만의 정체성을 드러내는 새로운 착장형태로 스트리트패션을 형성하고 있다.

한국 청소년들은 서구의 하위문화 형성과는 다른 과정을 거치게 되는데, 이는 그들의 주변을 둘러싸고 있는 제약된 환경에서 비롯된다. 입시 위주의 획일화된 교육환경 속에서 청소년들이 가장 접하기 쉬운 대중매체와 스포츠는 스트리트패션이 형성될 수 있도록 영향을 미치고 있으며 그 내용은 다음과 같다.

첫째, 대중매체는 외부의 조건에 민감하게 반응하

는 청소년들에게 영향을 미치고 있다. 문화정보지인 스트리트 페이퍼(Street Paper)는 새로운 인쇄매체로서 청소년을 대상으로 하며, 차별화된 내용과 시각적인 편집으로 구성되어 있다. 자유분방함, 탈 이데올로기, 감각적 사고를 지향하는 스트리트 페이퍼는 청소년들에게 문화정보의 제공은 물론, 유행하는 최신의 패션정보를 얻을 수 있는 매체가 된다. 전과매체를 통해 유행하게 되는 대중음악은 영상세대로 표현되는 청소년들의 억압된 욕구를 해소시켜주는 역할을 한다. 이들은 가수가 부르는 노래에만 국한하지 않고 그 가수의 용모, 헤어스타일, 의상 등에서 나타나는 이미지와 스타일을 선호하고 모방한다.

둘째, 90년대 이후 빠르게 과급되고 있는 스포츠는 청소년층을 중심으로 더욱 활성화되고 있다. 이들의 스포츠에 대한 관심은 운동 경기의 적극적 참여는 물론, 운동 선수의 유니폼을 선호하여 패션상품으로 발전하게 하였고 청소년을 대상으로 하는 의류 브랜드의 디자인 경향을 스포티화 시키고 있다. 이러한 배경을 통해 형성된 스트리트패션은 다음의 네 가지 스타일로 분류될 수 있다.

첫째, 랩음악의 영향을 받은 힙합 스타일이다. 한국에서는 가수 '서태지와 아이들'에 의해 유행되기 시작하였으며, 대표적인 모습은 통이 넓은 바지, 거꾸로 둘러쓴 모자, 등에 맨 가방(backpack) 등이다.

둘째, 자메이카의 토속음악에서 비롯된 레게 스타일이다. 가수 '김건모'의 레게음악이 유행하면서 형성되었는데, 레게의 라스타파리아니즘의 영향으로 원색의 컬러구성과 에스닉한 소재의 사용을 특징으로 한다.

셋째, 전통적인 미적 위계질서를 해체하려는 경향의 키치 스타일이다. 낡고, 유치하며, 풍자적인 모습을 나타내는 키치 스타일은 가수 '삐삐밴드'를 통해 구체적으로 나타났다.

넷째, 청소년들에게 선호되는 스포츠인 '농구'와 '스케이트보드'에서 나타나는 스포티 스타일이다. 선수들의 백넘버, 구단의 이름, 활동적인 느낌의 줄무늬(stripe) 등이 디자인 포인트로 응용되고 있다.

위의 연구 결과를 바탕으로 스트리트패션의 새로운 디자인 방향을 제시하기 위해 힙합 스타일과 스

포티 스타일을 중심으로 작품을 제작하였다.

힙합 스타일은 과장된 빅 사이즈의 실루엣을 이루고 있어, 구속과 억압에서 벗어나고 싶어하는 청소년들에게 자유스럽고 편안한 착각으로서 유행을 선도하고 있다. 이러한 현상은 90년대뿐만 아니라 영상 미디어가 대중문화를 지배할 것으로 예상되는 21세기까지 지속적으로 유행할 것으로 보고 있다. 따라서 본 연구는 작품 1에서는 「JOY-RIDE」라는 테마로 힙합의 대중음악과 춤의 동작에 따른 자유와 해방감을 표현하였고, 작품 2에서는 「AROUND THE CORNER」라는 테마로 힙합 문화를 가장 쉽게 접할 수 있는 거리의 모습을 이미지화하여 표현하였다.

스포츠 스타일은 청소년들이 '농구'나 '스케이트보드'와 같은 운동 경기에 직접 간접적인 참여를 함으로써 선호되고 있으며, 이러한 현상은 97년 운동선수로서 스타의 자리에 오르게 된 '박찬호'의 인기와 2002년 개최되는 '월드컵 축구경기'의 한국 유치로 계속 유행할 것으로 예상된다. 따라서 본 연구는 작품 3에서 「GAMMA ENERGY」라는 테마로 작품을 제작, 스포츠 경기에서 발산되는 역동적인 에너지를 표현하였다.

90년대 이후 지속적인 경기불황과 유통시장 개방의 영향으로 국내의 패션 시장은 침체되었으나 영패션의 시장은 급상승하고 있다. 이것은 청소년들이 핵심적인 의류 소비집단으로서 패션의 주도권을 지니고 있음을 의미한다. 따라서 한국 청소년들의 하위문화적 배경을 분석하고 스트리트패션을 연구하는 것은 현대 복식사로서의 학문적 가치뿐만 아니라, 국내 마케팅 관련자들에게도 상품기획의 중요한 자료로서 이용될 수 있다고 생각한다. 그러나 본 연구는 청소년 하위문화의 연구 대상을 90년대 중반까지 유행하였던 대중음악과 스포츠에 국한하여 스트리트패션을 연구하였다는 한계성을 지닌다. 그러므로 청소년 하위문화를 형성하고 있는 사회 제반 현상에 대해 보다 면밀하고 심층적인 분석이 요구되며, 90년대 후반의 현상까지 고찰함으로써 20세기 말의 한국 청소년 스트리트패션을 논의할 수 있는 후속 연구가 계속되어야 할 것이다.

■ 참고문헌

- 1) 「91 MBC 청소년백서」 문화방송, 1991, p.226.
- 2) 강내희, 「공간, 육체, 권력: 낮은 거리의 일상」 서울 : 문화과학사, 1995, p.166.
- 3) 도종수, 「청소년 생활실태 및 의식조사 연구」 서울 : 한국청소년연구원, 1992, p.146.
- 4) 박유봉, 「현대 매스커뮤니케이션 원론」 서울 : 서울대학교출판부, 1985, p.6.
- 5) 안영노, 「신세대론: 혼돈과 질서」 서울 : 현실문화연구, 1994, p.181.
- 6) 이동연, 「문화연구의 새로운 토픽들」 서울 : 문화과학사, 1997, p.211.
- 7) 이정호, 「포스트모던 문화읽기」 서울 : 서울대출판부, 1995, p.223.
- 8) 최창섭, 「방송 총론」 서울 : 법문사, 1993, p.313.
- 9) 황정규, 「청소년 문화의 변천과정」 서울 : 한국정신문화연구원, 1992, p.5.
- 10) 간문자, 「저항 패션이 모 패션으로 전이된 현상에 관한 연구」, 석사학위논문, 건국대학교 대학원, 1995, p.20.
- 11) 김정숙, 「키치패션의 미적 가치에 관한 연구」, 석사학위논문, 서울대학교 대학원, 1996, p.65.
- 12) 박명진, 「청소년과 새로운 미디어 문화」, 「계간사상」, 1991, 가을호, p.258.
- 13) 양재영, 「청소년집단의 대중문화 수용과정에 관한 연구」, 석사학위논문, 서울대학교 대학원, 1994, p.11.
- 14) 윤소라, 「청소년 정서에 영향을 미치는 TV음악 프로그램 분석 연구」, 석사학위논문, 연세대학교 교육대학원, 1994, p.8.
- 15) 이용숙, 「한국중등학교 문화의 특성」, 「한국 청소년 연구」 제3권 제2호, 1992, p.17-29.
- 16) 정정미, 「하이-패션에 나타난 스포츠 스타일에 관한 연구」, 석사학위논문, 홍익대학교 산업미술대학원, 1997, p.40.
- 17) Street Fashion Report Vol. 8
- 18) VIEW 1994, 3 - 1995, 12
- 19) 뉴스메이커 1994, 8, 25 - 1996, 9, 26
- 20) 뉴스플러스 1995, 10, 26 - 1996, 2, 15
- 21) 뮤직라이프 1994, 5
- 22) 섬유저널 1997, 9
- 23) 시사저널 1994, 3, 17 - 1995, 5, 25
- 24) 주간조선 1992, 8, 9
- 25) 코리아헤럴드 1997, 10, 1
- 26) 텍스헤럴드 1997, 6
- 27) 패션투데이 1994, 6
- 28) 패션포인트 1997, 7
- 29) Brake, Mike, *The sociology of youth culture and youth subculture : sex and drugs and rock'n'roll?*, London : Routledge & Kegan Paul, 1980, pp.6-7.
- 30) Hebdige, Dick, *Subculture*, N.Y. : Methuen & Co., 1984
- 31) Rushkoff, Douglas, 「카오스의 아이들」 김성기, 김수정 옮김, 서울 : 민음사, 1997
- 32) Dunning, E., "Notes on some conceptual and theoretical problems in sociology of sport", *International Review of Sport Sociology* (2), 1967
- 33) Richards, Lynne, "The Appearance of Youthful Subculture : A Theoretical Perspective on Diviance", *Clothing and Textiles Research Journal*, Vol. 6, N. 3, 1988