

한국 현대복식에 나타난 일본 패션의 영향
- 여대생을 중심으로(1998년) -

朴吉順·金瑞妍*

충남대학교 의류학과 교수, 충남대학교 대학원 의류학과*

The Influence of Japanese Fashion
Which Shown in Korean Contemporary Costume
- Focused on College Women(1998) -

Kil-Soon Park and Seo-Youn Kim*

Department of Clothing & Textiles, Chungnam University*

目次

Abstract

I. 서론

II. 이론적 배경

1. 문화의 전파

2. 일본문화의 전파현황

III. 연구방법

IV. 연구결과

1. 일본문화의 전파

2. 일본패션의 전파

V. 결론 및 제언

참고문헌

Abstract

The results of this study are as follows :

1. Though Korean college women have taken unfreindly attitudes and thoughts to Japan, they have enjoyed themselves over the various Japanese cultures.
2. They have thought that Japanese fashion becomes popular in Korea, Japanese clothes are superior to Korean clothes in quality, and they are suitable to express personality.
3. Japanese clothing elements which become popular now in Korea are the clothing style of 'school girl-look', 'Avant-garde', punk hair style, and the various shapes of shoes, accessories, and make-up.

I. 서론

지난 1세기를 돌아 볼 때 일본 문화요소의 전파

로 인해 나타난 우리나라 사회전반의 변화는 그 규모와 종류면에서 매우 다양하였다. 그러나 19세기 후반부터 20세기 초반에 이루어진 일본 문화요소의 전파가 강압적인 성격을 띠고 있었기

때문에 해방 이후에는 일본문화의 수용이 의식적으로 거부되어졌다. 따라서 일본문화 유입에 따른 영향보다는 미국문화의 유입에 따른 영향들이 여러 방면에서 논의되어 왔을 뿐이다. 그러나 1965년 한일회담 이후의 우리 나라에는 공식적으로 전파된 일본의 문화요소들 외에도 비공식적인 방법으로 들어 온 일본 문화요소들이 점차 증가하여 이제는 그 영향력을 무시할 수 없는 수준에 이르렀다. 다시 말해, 1960년대 말부터 TV에서 방영된 일본 애니메이션을 보고 자란 아이들이 문화의 주도적인 세력이 되기 시작한 1980년대에 와서는 해외여행 자율화에 따른 직접적인 접촉이 증가하였고, 일본의 만화와 애니메이션은 물론, 음반, 비디오, 비디오 게임, 패션잡지 등의 이용이 확대되어 갔으며, 인터넷과 위성방송이 대중화된 1990년대에는 일본대중문화의 개방을 공식적으로 허용해야 할 만큼 일본 문화요소의 전파가 크게 확산되었다.¹⁾

지난 1세기 동안의 한국 복식 현상도 앞서 상기한 사회현상을 반영하며 변화하여 왔다. 즉, 개화기의 우리 복식이 전통복식에서 서양복식으로 변화하게 된 이면에는 일본의 강압적인 정책이 자리하고 있었고, 서양복식 외에 일본 복식의 직접적인 유입도 이루어졌으나, 해방 이후에는 미국을 비롯한 서양 복식현상의 영향을 받아 왔던 것이다. 그러나 1998년 현재의 우리 복식현상에는 다른 문화요소와 더불어 전파된 일본 복식현상의 영향력이 두드러져 일본 복식이 현대 한국 복식에서 차지하는 부분은 결코 간과할 수 없는 수준에 이르렀다. 그럼에도 불구하고 아직까지 복식현상을 포함한 우리의 문화 현상 연구는 미국과 유럽의 영향에 치우쳐 있었으며 일본이 현대 한국 복식에 미친 영향에 대한 연구는 미흡한 실정이다.

그러므로 본 연구에서는 일본 현대 복식요소의 전파가 현대 한국복식에 미친 영향을 알아보는데 그 목적이 있다. 이를 위해 먼저 여대생들의 일본문화에 대한 일반적인 생각과, 일본 문화에

대한 향유 정도를 조사하고, 어느 정도의 일본 복식요소가 전파되어 들어와 있다고 생각하는지를 조사하였다. 또한 1998년 현재 유행하는 복식현상 중 어떤 복식요소가 일본의 영향을 받은 것이라고 생각하는지에 대해서도 조사하였다. 일본의 대중문화가 개방되는 시점인 1998년 현재의 일본 복식문화가 한국 복식문화에 미치는 영향에 대한 설문조사는, 종전의 연구들이 간과해 온 일본의 영향을 보다 체계적으로 분석하는데 사용 될 기초 연구가 될 것이다.

II. 이론적 배경

1. 문화의 전파

인류학적, 사회학적 개념 뿐만 아니라 계층적 개념, 규범적 개념, 미학적 취향의 개념까지도 포함한다고 할 수 있는 문화는 몇 가지 특성을 지닌다. 첫째, 문화는 인간이 만드는 것이며 상정이다. White는 문화가 상징행위(symboling)에 의해 가능하게 되었다고 하였다.²⁾ 둘째, 문화는 공유되며, 한 세대에서 다음 세대로 전승, 축적되고 학습된다. Linton은 문화를 특정 사회의 성원들에 의해 공유되고 전달되는 학습적 행위와 그 행위의 결과들의 전체형상이라고 하였다.³⁾ 셋째, 문화는 하나의 전체를 이루고 있다. Tylor는 문화를 지식, 신앙, 예술, 법률, 도덕, 관습, 그리고 사회의 한 구성원으로서의 인간에 의해 얻어진 다른 능력이나 관습들을 포함하는 복합총체라고 하였다.⁴⁾ 넷째, 문화는 끊임없이 변화한다. Murdock은 변화가 일어나는 일반적인 원인으로 환경에서의 변화를 들었는데, 여기에는 문화에 적합한 변화가 뒤따른다고 하였다. 또한 한 문화의 구성원들이 문화의 특질을 지각하는 방법에 있어서의 개인차와, 새로운 문화요소들을 소개하는 다른 집단들과의 접촉이 변화의 원인이 된다고 주장하였다. 이러한 문화의 변화를 결정하는 메카니즘에는 혁신, 전파, 문화변용이 있다. 혁신은 하나의 새로운 문화요소가 문화내부로부터 일어

1) "H 영화·만화 개방", 「조선일보」, 1998년 10월 21일.

2) L. A. White, 이문용 역, 「문화의 개념」, 서울: 일지사, 1990, p. 141.

3) R. Linton, 김경수 역, 「문화와 인성」, 서울: 현문사, 1992, p. 45.

4) M. Singer, "Culture", *International Encyclopedia of Social Science*, Vol. 3, NY: The Macmillan Co. & The Free Press, 1968, p. 141.

나는 것, 즉 새로이 등장함을 의미하는 것으로, 발견과 발명에 의해 이루어진다. 반면에 전파는 한 사회의 문화요소들이 다른 사회로 전해져 그 사회의 문화과정에 통합되어 정착하는 현상을 말하며, 문화변용이란 상이한 두 사회의 성원들이 비교적 장기간에 걸쳐 직접적이거나 간접적인 접촉관계에 들어갈 때 그 결과로 어느 한 쪽 또는 양쪽의 문화에 변동이 일어나는 것을 말한다.

인류학적 접근방법에서 전파란 문화적 요소들이나 특성들이 어느 한 문화에서 다른 문화로 퍼져나가는 현상을 가리킨다. 그러나 전파에 대한 보다 더 일반적인 정의는 한 문화의 어떤 측면이 또 다른 문화로 퍼져나가는 것이라 하겠다. Linton은 이제까지의 인류 문화가 급속한 성장을 이룩한 것은 모든 사회가 다른 사회로부터 요소들을 빌려오고 그것들을 자신의 것이 융합시키는 능력을 가졌기 때문이라고 하였다. 또한 오늘날, 사회의 자체 구성원들에 의해 이루어진 발명품이 전체문화요소의 10% 이상을 차지하는 문화는 거의 없다고 말하면서, 전파의 일반적인 원리를 세 가지로 설명하였다. 첫째는, 서로 상이하였던 문화요소가 동일해지는 것이다. 이것은 지리적으로 인접한 문화들 간에 가장 흔히 일어날 뿐 아니라, 교통과 통신기술이 발달하도록 발달한 요즘에 더욱 두드러지는 현상이다. 두 번째 원리는, 전파된 후 그 문화내에서 변화와 개량을 겪게 된 문화요소가 본래의 것보다 지연되어 전파되는 경향이 있으나 결국은 그 문화의 중심지에서 보편적인 것이 되고 그 이전의 형태는 전파 지역의 가장자리에 주변잔존물로 계속 남아있게 된다는 것이다. 세 번째 원리는 물에 돌을 던졌을 때 나타나는 잔물결처럼 하나의 중심에서 시작된 연속적이고 일정한 퍼짐은 그 중심이 조용해졌을 때에도 계속 된다는 것이다.⁵⁾

이와 같이 한 문화는 지리적으로 인접한 문화와는 물론이고 멀리 떨어져 있는 문화들과도 교통, 통신, 대중매체의 발달에 따른 직접적 전파와 간접적 전파가 끊임없이 이루어져 문화요소들

이 변형되고 발전하는 과정을 반복하게 된다.

2. 일본문화의 전파현황

한일 양국은 연간 무역고 4백 30억 달러와 1997년 현재 상호 관광객이 2백 80만명에 이를만큼 긴밀한 관계를 맺어 왔다. 그러나 문화적인 면에서는 공식적인 교류보다는 비공식적인 전파가 주를 이루어왔다. 이에 대해 고급문화와 대중문화로 나누어 살펴보면 다음과 같다.

1990년대 초반까지 우리 나라에 들어 왔던 일본 문화의 종류는 전통연극인 가부키와 문학 정도였다. 가부키의 공연은 단발적으로 몇 회에 걸쳐 이루어졌을 뿐이며, 문학의 경우 1990년 이전에 국내에 출간된 일본 문학은 노벨상 수상작가인 가와바타 야스나리와 미우라 야야코, 미시마 유키오 등의 몇몇 작가에 치우쳤었다. 그러나 1990년대에 들어와서는 무라카미 하루키, 시마다 마사히코, 무라카미 류 등의 작품들이 번역되어 출간되는 것은 물론, 국내에 그들의 팬 클럽이 생길 정도로 폭발적인 인기를 누리고 있다. 1990년대에는 이러한 문학 외에도 「현대일본전통공예전」, 「현대일본디자인전」 등의 전시회와, 「사계」, 「어느 말의 이야기」 등의 현대 연극 상연 횟수가 증가하였다.⁶⁾

한편, 일본의 대중문화는 법적으로 전혀 허용이 안 되었지만 그 전파 정도는 고급문화의 경우보다 훨씬 심각한 수준이다. 1994년 최진권의 연구 결과, 조사대상의 90% 이상이 일본문화에 접한 경험이 있었고,⁷⁾ 1998년에 KBS가 청소년들을 대상으로 조사한 결과, 조사대상의 96%가 일본의 대중문화를 경험한 것으로 나타났다.⁸⁾ 그리고 이들이 관심을 가지고 있는 일본 대중문화는 애니메이션, 만화, 음반, 영화, 오락게임 등이었다. 이 중 가장 대표적인 일본의 대중문화로 만화를 들 수 있다. 한국 전쟁 중 해적 출판된 「밀림의 왕자」가 큰 인기를 모으면서부터 시작되었던 일본 만화는 크게 인쇄물, 극장용 애니메이션, TV용으로 나눌 수 있다. 이 중 가장 보편적으로

5) R. Linton, 「The Study of Man」, 1945, p. 324.

6) “실험극서 신극까지 일본 연극 잇달아”, 「조선일보」, 1997년 9월 17일.

7) 최진권, 「일본 대중문화 개방에 대응한 교육적 대처방안 연구」, 경상대학교 교육대학원 석사학위논문, 1995.

8) “청소년 96%, 일 대중문화 경험”, 「조선일보」, 1998년 6월 9일.

전과된 TV용 만화는 1960년대 말의 「우주소녀 아툼」, 「마징카 Z」로부터 시작하여 1970년대의 「캔디 캔디」, 1980년대의 「미래소년 코난」, 1990년대의 「세일러 문」에 이르기까지 그 수를 헤아릴 수 없을 정도이다.⁹⁾ 1997년 한 해에만 방송위원회가 심의한 일본만화영화가 무려 7백 52건에 달할 정도인 것이다.¹⁰⁾ 이러한 현상은 인쇄물에서도 찾아볼 수 있다. 일본의 「도라에몽」이 「동짜몽」이라는 이름으로 출간된 후 「드래곤 볼」, 「슬램덩크」 등이 한국말로 번역되어 어린이들부터 청장년층에 이르기까지 선풍적인 인기를 모았다. 특히 1990년대에 들어와서는 일본 애니메이션인 소위 '저패니메이션'의 인기가 상상울 초월할 정도로 대단해져, 1997년 3월에 일본에서 「에반겔리온」과 「모노노케 히메」가 극장 개봉되었을 때 이를 보기 위해 상당수의 젊은이들이 일본으로 건너갔는가 하면 그 해 7월에는 서울의 여의도에서 '저패니메이션 영화제'가 성황리에 진행되기도 하였다.¹¹⁾

또 하나의 대표적인 일본 대중문화로는 비디오 게임을 들 수 있다. 매년 30-40%의 증가를 보여온 비디오 게임 시장에서 일본에서 들여오지 않은 것은 10% 정도에 지나지 않는다. 일본 만화의 캐릭터와 스토리를 그대로 이용한 비디오 게임의 유행은 일본 만화에 깊이 몰입해 있는 청소년들에게는 당연한 결과인지도 모른다. 뿐만 아니라 1997년 5월에 수입된 '다마고치'는 소형 액정 화면에서 애완동물을 키우는 게임으로, 초중고생은 물론 여대생과 주부에게까지 인기를 누리게 되었다.¹²⁾

일본 대중문화의 전파를 논의할 때 빼 놓을 수 없는 것 중의 하나가 일본 대중음악이다. 우리 어린이들이 즐겨 부르는 노래 중에 일본 만화의 주제를 우리말로 바꿔 부른 것이 많이 있을 뿐 아니라, 카페에서 하루종일 흘러 나오는 일본 가요

를 따라부르는 젊은이를 보는 것 역시 어색하지 않은 일이 되어 버렸다. 또한 청계천 등의 상가에서는 일본 음반이나 뮤직비디오가 버젓이 팔려, 록그룹 'X 계팬'의 음반은 30만장 이상이 판매되었다.¹³⁾

다음으로 살펴 보아야 할 일본 대중문화는 방송이다. 일본 우정성의 「위성방송현황」 자료에 따르면 한반도 남쪽의 경우 직경 1.2m의 접시 안테나와 셋톱박스를 설치하면 일본 위성방송의 시청이 가능하다. 하지만 근래에는 대단위 아파트 지역에 공동으로 안테나를 설치하고 일본 위성방송을 시청하는 경우가 많아졌다. 따라서 TV만 켜면 언제든지 일본의 뉴스와 오락 프로그램들을 볼 수 있게 된 것이다. 방송에서 흘러나오는 일본의 대중가요와 일본의 영화, 패션쇼 등은 이미 많은 사람들에게 익숙해져 있는 실정이다.

일본대중문화는 사이버 공간을 통해서도 전파되었다. 애니메이션인 「에반겔리온」의 한글판 홈페이지가 만들어지고 인기가수의 신상명세와 근황을 알 수 있는 팬 사이트도 등장하였다. 또한 인터넷을 통해 일본의 거의 모든 사이트를 넘나들 수 있게 되었고, PC통신을 통해 일본인과의 개인적인 친분도 가능하게 되었다.¹⁴⁾

이러한 사회 분위기는 일본 대중문화를 개방하여, 비공식적으로 전파되고 있는 문화요소들을 표면화시켜야 한다는 생각을 낳게 하였고, 여러 차례의 시도 끝에 1998년에는 일본 대중문화를 개방하기에 이르렀다. 이러한 일본 대중문화에 대한 생각의 변화는 1995년 2월에 문화체육부가 실시한 여론조사 결과 전체의 61%가 일본 대중문화 개방에 부정적인 반응을 보였던 것에 비해¹⁵⁾, 1998년에 실시한 여론조사들에서는 70% 정도가 찬성한다고 한 것에서 알 수 있다.¹⁶⁾

이상에서 살펴 본 바와 같이 일본의 문화는 여러 경로를 통해 국내에 전파되어 이미 우리 생활

9) 허은영, 「우리시대의 대중문화」, 서울: 한나래, 1995년 p. 216.

10) 「일본문화 얼마나 들어와 있나」, 「조선일보」, 1998년 5월 13일.

11) 「저패니메이션 영화제」, 「조선일보」, 1997년 7월 28일.

12) 「일 전자게임기 다마고치 열풍」, 「한국일보」, 1997년 5월 29일.

13) 「일본 대중문화가 온다-대중음악」, 「한국일보」, 1998년 4월 22일.

14) 「일대중문화 개방 배경과 파급효과」, 「조선일보」, 1998년 5월 14일.

15) 「일문화 개방 부정적」, 「조선일보」, 1995년 2월 28일.

16) 「서울시민 74% 日 문화개방 찬성/개방전보다 2배 높아져」, 「대한매일신문」, 1998년 12월 18일.

값속이 자리잡고 있다. 또한 일본의 복식요소 역시 상당 부분이 전파되어 들어와 우리의 복식문화에 영향력을 행사하고 있다고 사료된다. 그러므로 아래와 같은 설문조사를 통하여 그 실태를 파악해 보고자 한다.

Ⅲ. 연구방법

본 연구의 조사는 1998년 9월과 10월 중에 예비 조사와 본 조사로 나누어 실시하였다.

예비조사를 위한 질문지는 1998년 8월에 충남 대학교 의류학과 대학원생을 대상으로 실시한 집중집단면접을 통해 구성하였으며, 1998년 9월에 여대생 50명과 여고생 10명을 대상으로 예비조사를 실시하여 질문지의 내용을 수정 보완하였다. 그러나 예비조사 결과, 여고생들은 패션에 대한 인식의 부족으로 질문에 대한 충실한 응답이 어렵다고 판단되어 본조사에서는 대학교 1, 2학년에 재학 중인 여대생만을 조사 대상으로 삼기로 하였다.

본 조사는 1998년 10월 중에 서울, 대전, 부산의 여대생 각 100명씩에게 총 300부의 질문지를 배부하여 280부가 회수되었으나 응답내용이 미비한 질문지를 제외하고 276부(서울: 83부, 대전: 100부, 부산: 93부)가 분석에 사용되었다.

질문지의 전반부에서는 일본에 대한 전반적인 생각, 일본문화 향유 정도, 일본패션에 대한 생각, 응답자의 일본패션 경험 정도를 5점 척도로 평가하였고, 후반부에서는 현재 우리나라에서 유행하는 복식현상 중 일본에서 전파된 것이라 생각되는 것들을 자유응답식으로 기술케 하였다.

본 연구의 자료는 평균, 빈도, 비율, ANOVA, Duncan test를 실시하여 분석하였다.

Ⅳ. 연구결과

1. 일본 문화의 전파

1) 일본에 대한 전반적인 태도

일본에 대한 전반적인 생각을 알고자 10개 항목으로 나누어 질문하였다. '일본에 대해 우호적으로 생각하는가'에 대한 질문에는 31.5%(87명)

가 그렇지 않다, 52.2%(144명)가 그저 그렇다고 답했으며, '일본이 과거에 우리 나라에 한 일을 용서할 수 있는가'라는 질문에는 83.3%(230명)가 그렇지 못하다고 답해 일본에 대한 태도가 우호적이지 못함을 알 수 있었다. 그러나 '일본에게서 배울 점이 많다', '일본의 문화는 수준이 높다', '일본의 상품은 품질이 좋다' 등에 대해서는 80% 이상이 긍정적인 입장을 취하였다. 한편, '일본 대중문화를 개방하는게 좋다'고 생각하는 응답자는 78.9%(221명)였으며, '일본 대중문화가 우리에게 좋은 영향을 미칠 것이다'고 생각하는 응답자는 16.3%(45명)에 지나지 않는 것으로 나타났다. 이와 같이 한국 여대생들은 역사적 사실과 관련하여서는 일본을 용서할 수 없다고 생각하면서도 일본의 우수한 점은 인정하고 있음을 알 수 있고, 일본의 대중문화가 우리에게 좋지 못한 영향을 미칠 것이라 생각하면서도 일본 문화를 개방하는게 좋다고 생각하는 등 모순적인 태도를 취하고 있음을 알 수 있다.

2) 일본 문화 향유 정도

다음으로 한국 여대생들의 일본 문화 향유 정도를 알아보았다.

<표 1>에 나타난 바와 같이 응답자의 대부분이 전통 연극, 현대 연극, 전통 음악을 한번도 접해보지 않았다고 답하였다. 그러나 현대 대중 음악은 7.2%(20명)를 제외하고는 들어 본 경험이 있으며, 14.5%(40명)는 매우 즐기는 것으로 나타났다. 또한 영화나 비디오, 소설, 잡지에 대해서도 많은 응답자들이 본 적이 있다고 대답하였다. 특히 만화는 인쇄물의 경우 1.8%(5명), 애니메이션의 경우 7.6%(21명), TV 만화의 경우 1.4%(4명)를 제외하고는 한 번씩이라도 접해 본 경험이 있는 것으로 나타났다. 이 밖에도 비디오 게임은 11.2%(31명), 위성TV 시청은 8.3%(23명)만이 경험이 없다고 답해 이들 역시 여대생들에게 이미 친숙해져 있음을 알 수 있었다. '일본 관련 사이트에 들어가 본 경험이 있는나'는 질문에 대해서는 58.7%(162명)가 그렇다고 답했으며, '좋아하는 일본 연예인이 있는가'에 대한 질문에는 6.2%(17명)이 매우 그렇다고 답하였다. 또한 좋아하는 일본 연예인으로는 아무로 나미

<표 1> 일본 문화 향유 정도

(N=276)

	전혀 없다	한두번 있다	가끔 있다	자주 있다	매우 자주 있다	
전통 연극	60.5%(167명)	24.6%(68명)	14.1%(39명)	0.4%(1명)	0.4%(1명)	
현대 연극	71.7%(198명)	18.8%(52명)	7.2%(20명)	1.4%(4명)	0.8%(2명)	
전통 음악	36.2%(100명)	30.4%(84명)	30.8%(85명)	1.4%(4명)	1.1%(3명)	
현대대중음악	7.2%(20명)	18.1%(50명)	60.1%(166명)	12.0%(33명)	2.5%(7명)	
영화, 비디오	16.3%(45명)	31.5%(87명)	41.3%(114명)	9.4%(26명)	1.4%(4명)	
소 설	12.3%(34명)	20.7%(57명)	49.6%(137명)	13.8%(38명)	3.6%(10명)	
잡 지	4.0%(11명)	13.4%(37명)	40.2%(111명)	33.0%(91명)	9.4%(26명)	
만 화	인쇄물	1.8%(5명)	4.3%(12명)	36.2%(100명)	34.8%(96명)	22.5%(62명)
	에니메이션	7.6%(21명)	16.7%(46명)	37.0%(102명)	25.7%(71명)	13.0%(36명)
	TV 방영용	1.4%(4명)	0.4%(1명)	23.2%(64명)	41.7%(115명)	33.3%(92명)
비디오 게임	11.2%(31명)	15.2%(42명)	32.2%(89명)	27.2%(75명)	14.1%(39명)	
위성 TV	8.3%(23명)	18.1%(50명)	41.7%(115명)	23.2%(64명)	8.7%(24명)	
일본 관련 사이트	41.3%(114명)	35.9%(64명)	15.9%(44명)	4.3%(12명)	2.5%(7명)	

에, X-JAPAN, 시노하라 도모에, 미야자와 리에 등이 있었다. 결국, 한국의 여대생들을 대상으로 한 본 조사를 통해 이미 다양한 종류의 일본 문화가 많은 사람들에게 의해 향유되고 있음을 알 수 있었다.

한편, 위의 응답들이 세 도시에서 차이가 나는지를 알아보기 위해 ANOVA를 실시한 결과 유의적인 차이가 없었다.

2. 일본 패션의 전파

1) 일본 패션의 한국 전파 정도

일본 패션의 한국 전파 여부를 알아보기 위해 일본 패션에 대한 전반적인 생각을 물어보았다. 먼저 '우리 나라에 일본의 패션이 유행하고 있다'고 생각하는 응답자는 전체의 85.9%(227명)이었으며, '일본에서 유행하는 스타일의 옷이나 장신구가 우리 나라에서 곧 바로 유행하게 된다'고 생각하는 응답자는 전체의 71.7%(198명)에 이르는 것으로 나타났다. 또한 '우리 나라에 유행하는 패션은 유럽이나 미국보다 일본의 영향을 많이 받

는 것 같다'는 의견도 73.9%(204명)나 되어, 많은 여대생들은 현재 우리 나라에 일본의 패션이 유행하고 있으며, 우리 나라에 유행하는 복식 스타일은 흔히 생각하듯 유럽이나 미국의 영향을 받는 게 아니라 일본의 영향을 받은 것이라고 생각함을 알 수 있었다.

2) 1998년에 한국에서 유행한 일본 복식요소

한편, 여대생들이 1998년 현재 우리 나라에 유행하고 있는 일본 복식 요소에는 과연 어떤 것들이 있다고 생각하는지를 조사하기 위해 자신이 직접 경험했거나 일본의 복식 요소라고 여겨지는 모든 복식 요소를 기술케 하였다. 먼저 복식 스타일로는 '스쿨걸 룩'과 '레이어드 룩', '츄니패션', '아무로 나미에 스타일', '아방가르드 패션' '까마귀 패션' 등을 가장 많이 꼽았다. '츄니패션'은 과거에 유행했던 스타일을 재현하는 것으로, 이 중 몸에 꼭 끼는 원색의 니트들을 겨입고 털로 잔모자, 장갑, 귀마개, 머플러 등을 함께 착용하는 일명 '이의정 스타일'은 시노하라 도모에가 일본에 유행시킨 스타일이다. 국내의 한 방송 프로그램

에서는 이의정을 일본으로 보내 시노하라 도모에의 패션을 소개하였으며,¹⁷⁾ 이 때 이의정이 착용한 힐링한 구제품 의복이나 형형색색의 구슬로 엮은 목걸이, 팔찌 등을 여러 겹으로 감는 법(그림 4), '빠친' 머리핀 등은 그 후 우리나라에서 크게 유행하였다. '아무로 나미에 스타일'은 그녀의 헤어스타일, 패션, 화장법이 일본의 패션 트렌드를 결정하게 되는 일본의 여가수 아무로 나미에의 스타일을 말하는 것으로(그림 1), 그녀의 영향력은 그가 TV 토크쇼에 나와 다마고치를 만지작거리며 너무 귀엽다고 말해 다마고치 열풍을 일게 한 것만 보아도 쉽게 알 수 있다.¹⁸⁾ 아무로 나미에의 대표적인 스타일은 긴 생머리, 짧은 미니스커트에 무릎까지 오는 긴 부츠를 착용하는 것으로, 이러한 스타일은 우리나라에서도 어디서나 쉽게 찾아 볼 수 있다(그림 2). '까마귀 패션'은 이세이 미야케가 세계화를 주도한 일본 패션의 한 특징으로서, 화려한 컬러가 특징인 배네통



<그림 2> 아무로 나미에 스타일



<그림 1> 아무로 나미에

조차 검은 옷들을 내놓게 할 만큼 일본에서 유행하고 있는 스타일이다.¹⁹⁾ 그런데 여대생들이 응답한 내용 중 특이한 것은 영국의 바비안 웨스트우드를 중심으로 유럽에서 시작된 전위적인 비대칭 스타일인 '아방가르드 패션'(그림 3)을 일본에서 비롯된 것이라고 여기는 응답자가 매우 많았다는 것이다.

이러한 현상은 머리모양과 장신구에서도 마찬가지다. 머리를 빨강이나 초록, 파랑 등의 원색으로 염색하거나 탈색하는 것은 '아방가르드 패션'의 하나인 펑크 스타일이기 때문이다. 신발 역시 앞이 뭉툭하고 밑창이 두꺼운, 일명 '비비안 웨스트우드 부츠'를 많은 여대생들은 아무로 나미에 부츠라고 대답하였다. 이 밖에도 목이 긴 힐링한 양말인 루즈 삭스, 통굽 신발, '빠친' 머리핀(그림 5) 등을 대표적인 일본 패션이라 답했다. 머리모양 중에서는 아무로 나미에의 긴 생머리, 일본 만화의 주인공인 세일러문 머리, 검게 염색한 머리, 앞을 반듯하게 자른 '빅뱅 스타일' 머리(그림 6),

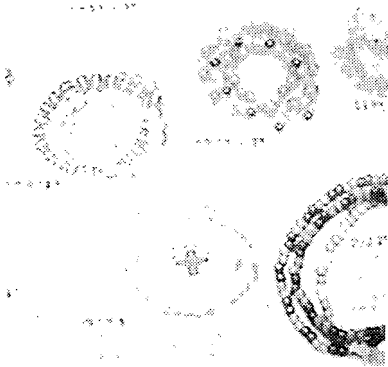
17) "탤런트 이의정 일본패션 취재차 출국", 「조선일보」, 1997년 10월 24일.

18) "패션 메시지는 Fun & Exciting", 「섬유저널」, 1997년 8월.

19) "일본 소비자의 왕은 여고생", 「주간조선」, 1997년 11월 13일.

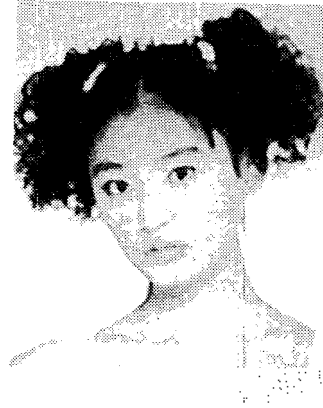


<그림 3> 아방가르드 패션

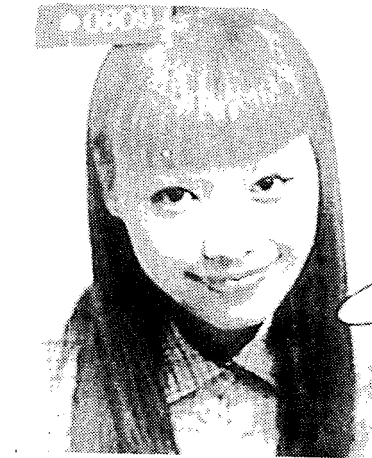


<그림 4> 구슬 팔찌

달팽이 머리 등이 일본의 직접적인 영향을 받은 머리모양이라고 응답하였다. 많은 사람들이 화장법도 일본의 영향을 받았다고 응답하였는데, 옅은 진주빛 계열의 화장이나 하얀 얼굴에 가늘게 그린 눈썹, 빨갭게 칠한 가는 입술 등이 그것이다 (그림 5).



<그림 5> '빠친' 머리핀, 화장법



<그림 6> 빅뱅 스타일

3) 일본 복식요소 확장에 대한 태도

다음으로 일본 패션을 따르는 것을 어떻게 생각하는지 물어 보았다. '일본에서 유행하는 스타일의 옷을 입은 사람이 멋있어 보이는가'에 대한 질문에는 54.3%(154명)가 그렇지 않다고 답했으며, '일본 패션을 따르는 것이 유행을 앞서 가는 것이라 생각하는가'에 대해서는 68.1%(188명)가 그렇지 않다고 응답하여 일본 패션을 따르는 것에 대해서는 부정적으로 생각함을 알 수 있었다. 또한 응답자 본인들이 일본 패션을 따르는지 알

아보기 위해 '내가 현재 즐겨 하는 스타일들은 일본에서 온 것이라고 생각하는가'를 질문한 결과 48.2%(133명)가 그렇지 않다고 답하였고 '일본 패션잡지에 나오는 스타일 대로 입고 싶었던 적이 있는가'에 대해서도 55.8%(154명)이 그렇지 않다고 답하여, 우리나라에 일본 패션이 유행하고 있다고 생각한 것에 비해 일본 패션을 따르는 것을 좋게 여기거나 본인이 직접 따라 하는 비율은 적은 것으로 나타났다. 그러나 이것은 일본에 대한 비호적인 태도와, 본인이 무분별하게 일본의 것을 따라하는 사람으로 여겨지는 것을 피하고 싶어하는 심리가 함께 반영되어 나타난 결과라고 사료된다. 즉, "일본 이미지가 강한 상표는 성공할 수 없다"는 불문율이 들 만큼 일본 상표에 대한 소비자들의 거부감이 상당한 것으로 여겨져 왔으나 실지로는 「오조크」, 「MK」, 「나이스 크랍」과 같은 일본 브랜드들이 크게 성공하는 것과 같은 모순적인 상황인 것이다.²⁰⁾²¹⁾ 한편, 연예인들의 복식행동이 일반인에게 미치는 영향이 크다고 사료되어 '우리나라 연예인들의 복식은 일본 패션의 영향을 많이 받았다고 생각하는가'를 질문한 결과, 응답자의 81.5%가 그렇다고 답

하였다. 이러한 국내 연예인의 일본 연예인 모방은 우리나라에 일본의 패션이 유행하도록 만드는 주요한 요인중의 하나가 된다고 판단된다.

'다른 나라 브랜드 보다 일본 브랜드의 옷이 더 맘에 든다'는 30.1%(83명), '우리나라 브랜드 보다 일본 브랜드의 옷이 더 맘에 든다'는 31.5%(87명), 일본 브랜드의 옷이 우리나라 브랜드의 옷보다 '품질 면에서 우수한 것 같다'는 47.1%(130명), '더 세련된 것 같다'는 50%(138명), '개성을 표현하기에 더 적합한 것 같다'는 68.5%(189명)가 그렇다고 답하였다. 결국, 일본 브랜드의 옷이 별로 맘에 들지는 않지만 우리나라 브랜드의 옷보다 품질이 우수하고 세련되고 개성 표현에 적합하다는 데는 상당수가 동의하고 있었다.

한편, <표 2>는 위의 질문에 대한 응답이 도시간에 차이가 있는지 알아보기 위해 ANOVA를 실시하여 유의한 결과만을 나타낸 것이다.

<표 2>에 의하면 서울의 응답자들은 다른 두 도시에 비해 일본 패션을 따르는 것이 유행을 앞서가는 멋있고 세련된 행동이라고 생각하고, 특히 일본 브랜드의 옷이 개성을 표현하기에 더 적

<표 2> 일본 패션에 대한 견해의 도시 간 비교 (N=276)

		서울	대전	부산	F 값
일본에서 유행하는 스타일의 옷을 입은 사람이 멋있어 보인다.	평균	2.50	2.34	2.25	2.424*
	Duncan	A	AB	B	
일본 패션을 따르는 것이 유행을 앞서 가는 것이라 생각한다.	평균	2.29	2.20	1.99	3.088**
	Duncan	A	AB	B	
내 주변의 세련된 사람들 중에 일본 패션을 따르는 사람이 많다.	평균	2.76	2.46	2.54	3.083**
	Duncan	A	B	AB	
일본 브랜드의 옷이 우리나라 브랜드의 옷보다 품질 면에서 우수한 것 같다.	평균	2.31	2.70	2.46	4.136**
	Duncan	B	A	AB	
일본 브랜드의 옷이 우리나라 브랜드의 옷보다 개성을 표현하기에 더 적합한 것 같다.	평균	3.33	3.02	2.80	5.764**
	Duncan	A	AB	B	

*: P<0.1, **: P<0.05

Duncan test 결과 p<0.05 수준에서 차이가 나타난 집단은 서로 다른 문자로 표시하였음.

20) "「OZOC」 히트·판매율 90%", 「섬유저널」, 1997년 11월.

21) "일본 패션업체 한국상륙 입질", 「한겨레신문」, 1998년 12월 2일.

합하다고 생각하는 경향이 컸다. 한편, 일본 브랜드의 옷이 우리나라보다 품질 면에서 우수하다고 생각하는 응답자는 대전에 가장 많았다. 즉, 서울의 여대생들은 유행을 추구하고 개성을 표현하기 위해, 대전의 여대생들은 품질이 우수하기 때문에 일본 패션을 따르는 경향이 많음을 알 수 있다.

4) 일본 패션 경험 정도

다음으로 응답자들이 일본 패션을 얼마나 경험해 보았는지 살펴 보았다. 그 결과 전체 응답자의 91.3%(252명)가 일본 패션잡지를 본 경험이 있는 것으로 나타났다. 조사를 실시한 세 도시의 응답자들이 거의 비슷한 결과를 나타내었는데, 이들이 처음 일본 패션잡지를 접한 시기에는 차이가 있었다. 즉, 서울의 여대생들은 주로 중고등학교 시절에 처음 접한 것으로 나타났고 부산의 여대생들은 고등학교 시절에, 대전의 여대생들은 대학에 들어와 접하게 된 응답자들이 가장 많은 것으로 나타났다.

일본 패션잡지를 보고 따라 해 본 경험이 있다고 대답한 사람은 29%(80명), 일본 방송을 보고 따라하게 된 패션 아이템이 있다는 사람은 15.9%(44명)이었다. 이 중 머리모양을 보고 따라 해 본 경험이 있다는 응답자가 가장 많았다. 이는 따로 옷이나 장신구를 마련하지 않고도 머리를 묶는 방법만 가지고 쉽게 따라할 수 있기 때문인 것으로 생각된다. 그 외에도 일본 잡지나 방송을 보고 따라하지는 않았지만 일본 만화의 캐릭터가 그려진 옷이나 장신구를 착용해 본 사람은 70.2%(187명)나 되었다. 여기에 가장 광범위하게 사용된 만화의 캐릭터는 키티였으며, 이 밖에도 호빵맨, 짱구, 세일러문, 딸기공주 등이 있었다. 또한 일본의 일반 기성복을 입어 본 경험이 있다고 응답한 사람은 29%(81명), 일본 디자이너 브랜드의 옷을 입어 본 경험이 있다는 응답자는 13%(36명)이었다. 착용해 본 경험이 있는 기성복으로는 「오조코」, 「나이스 크랍」, 「미찌코 런던」, 「MK」 「A/T」 등이 있었으며, 디자이너 브랜드로는 「겐조」가 가장 많았다. 그리고 일본 연예인의 스타일을 따라 해 보았다는 응답자들도 10%(28명)이나 되었다. 대상이 된 일본 연예인으로는 아무로 나미에가 가장 많았고, 시노하라

도모에, 미야자와 리에, X-JAPAN 등이 있었다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 일본 현대 복식요소의 전파가 현대 한국복식에 미친 영향을 알아보기 위해 여대생들의 일본문화에 대한 생각과, 일본 문화 향유정도를 조사하고, 어느 정도의 일본 복식요소가 전파되어 들어와 있다고 생각하는지를 조사하였다.

연구의 결과는 다음과 같다.

1. 우리나라의 여대생들은 일본에 대해 비우호적인 태도를 취하면서도 대중음악, 만화, 비디오 게임, 소설, 잡지, 방송 등의 다양한 일본 문화를 향유하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 현상은 복식행동에도 반영되어 일본 패션을 따르는 것에 대해 부정적인 생각을 가지는 사람이 많음에도 불구하고 현재 우리나라에는 다양한 일본의 복식요소들이 유행하고 있는 것으로 조사되었다.
2. 여대생들은 현재 우리나라에 유행하는 패션은 유럽이나 미국보다 일본의 영향을 받아 나타난 것으로 생각하고 있었다. 또한 일본 브랜드의 옷이 우리나라 브랜드의 옷보다 품질이 우수하고 세련되며 유행 추구하고 개성 표현에 적합하다고 생각하고 있었다. 이러한 경향은 조사대상이었던 세 도시 중에서 서울의 여대생들이 특히 강한 것으로 나타났다. 이렇게 된 데에는 다른 도시의 여대생들보다 일본의 패션 잡지를 먼저 접하기 시작하여 타 도시의 여대생들보다 일본의 복식요소에 더 익숙해져 있었던 탓도 있으리라 사료된다.
3. 여대생들은 현재 우리나라에 유행하고 있는 일본 복식요소로 '스쿨걸 룩', '츄니패션', '아방가르드 패션' 등의 복식스타일과 핑크 스타일, 아무로 나미에의 긴 생머리 등을 비롯한 여러 가지 머리모양, 부츠나 통굽신발, 일본 만화의 캐릭터를 이용한 장신구, 얇은 진주빛 계열의 화장법 등을 들었다. 이러한 복식 요소들이 모두 일본에서 만들어진 스타일이라고 할 수는 없다. 전세계가 하나가

되고 포스트 모더니즘이 성행하고 있는 시점에서 어느 한 나라에서 하나의 복식 스타일을 완전히 만들어 냈다고 할 수 없기 때문이다. 그러나 중요한 것은 그것이 전파되어 온 경로이다. 우리나라의 여대생들은 그 같은 스타일들을 파리의 패션잡지와 패션쇼를 보며 따라하지 않고, 일본의 패션잡지와 일본의 방송을 보고 따라하게 되었기 때문에 우리나라에 그 같은 스타일들이 유행하는 것은 일본의 영향이라고 보는 것이 더 타당하다는 것이다. 특히 유명인의 스타일을 모방하고 싶어하는 청소년들에게 있어 국내 유명 연예인들의 복식이 미치는 영향력은 결코 간과할 수 없다. 그런데 그러한 연예인들의 복식이 일본 패션의 영향을 많이 받았다면 우리나라 청소년들의 복식이 일본 패션의 영향을 받게 되는 것은 당연한 일이라 사료된다.

이상에서 살펴 본 바와 같이, 현재 우리나라에는 일본의 패션을 포함한 여러 일본 문화요소들이 전파되어 있으며, 대다수의 여대생들이 우리나라의 복식현상은 유럽이나 미국보다 일본의 영향을 더 크게 받는다고 느끼고 있음을 알 수 있었다. 따라서 이제까지 우리나라의 복식현상에 영향을 미쳐왔던 많은 복식스타일들의 출처와 전파과정을 정확하게 분석해 보는 일이 필요하다고 사료된다. 또한 왜 일본의 문화와 복식요소를 선호하고 즐기는지에 관한 정확한 분석이 따라야 할 것이다. 일본의 대중문화가 개방되기 이전의 상황이 이처럼 심각하다면 일본 대중문화가 완전히 개방되고 일본의 패션산업이 대량 유입되었을

때의 상황은 지금보다 더욱 어려워질 것이다. 그러므로 일본 복식요소의 전파에 따른 한국 복식현상을 올바르게 이해하는 것은 소비자들의 복식행동 동기, 취향에 대한 정확한 판단을 가능케 하여 더 나은 복식산업의 미래를 준비하는데 도움을 줄 것이다.

참고문헌

1. 허은영, *우리시대의 대중문화*, 서울: 한나래.
2. 최진권, *일본 대중문화 개방에 대응한 교육적 대처방안 연구*, 경상대학교 교육대학원 석사학위논문, 1995.
3. 「대한매일신문」, 1998년 12월 18일.
4. 「섬유저널」, 1997년 8월, 1997년 11월.
5. 「조선일보」, 1995년 2월 28일, 1997년 7월 28일, 1997년 9월 17일, 1997년 10월 24일, 1998년 5월 13일, 1998년 5월 14일, 1998년 6월 9일, 1998년 10월 21일.
6. 「주간조선」, 1997년 11월 13일.
7. 「한겨레신문」, 1998년 12월 2일.
8. 「한국일보」, 1997년 5월 29일, 1998년 4월 22일.
9. Linton, R., 김경수 역, *문화와 인성*, 서울: 현음사, 1992.
10. White, L.A., 이문웅 역, *문화의 개념*, 서울: 알지사, 1990.
11. Linton, R., *The Study of Man*, 1945.
12. Singer, M., "Culture", *International Encyclopedia of Social Science*, Vol.3, NY: The Macmillan Co. & The Free Press, 1968.