

Journal of the Korean Society of Costume
Vol.53, No.3 (May 2003) pp.31~49

‘2002 韓·日 國民交流年 記念’ 韓國과 日本의 新世代의 服飾文化에 대한 연구 - Street Fashion을 중심으로 -

백 쌤 이* · 간 호 섭**

동덕여자대학교 패션전문대학원 석사과정 * · 동덕여자대학교 의상디자인학과 교수**

A Study on the Clothing Culture for New Generation of Korea and Japan

Saem-Yee Baek* · Ho-Sup Kan**

Master Course, Dept. of Fashion Design, Dongduk Women's University *

Professor, Dept. of Fahsion Design, Dongduk Women's University**

(2002. 10. 9 투고)

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine and contrast the cultural characteristics of the street fashion in new generations of Korea and Japan. We also intended to help clothing companies understand the current trend in this new generation.

As the method for street fashion analysis, various literature, internet information and new media materials were utilized.

Key observations obtained are as following: First, they pursue a complex image. New generations seem to admix images from different areas to create a synthetic image, rather than adopting a single image; Second, practicality is an important factor. They pursue a sense of their own unique trend; Third, distinction. The difference in society values between Koreans and Japanese is incorporated. The Korean new generation considers the traditional moral principles as important social values. In contrast the Japanese new generation is greatly influenced by the open sexuality culture; Fourth, public ownership and sharing of the culture. There is a gradual deviation from a dominating unidirectional influence from one country on another. Now the two countries are influencing each other; Fifth, sense. There are numerous fashion items and generalized total coordination. New generations express more active and creative fashion sense in those fashion items.

Key Words: street fashion(스트리트 패션), Korean new generation(한국의 신세대),

Japan's new generation(일본의 신세대), characteristic by difference of culture
(문화적 차이에 따른 특성), culture exchange(문화교류)

I. 서 론

오늘날 패션은 소비를 매개로 스타일과 기호(嗜好)에 따른 사회적 유행을 불러일으키는 대표적인 대중문화의 한 부분으로 자리 잡았다. 현대 사회에서 소비란 단순히 먹고 입는 기초적인 욕구를 충족시키는 것 이상의 의미를 지닌다. 그리고, 아직은 모든 분야에서 주도권을 갖지 못한 신세대들에게는 중요한 자기표출의 수단이기도 하다. 이와 같이 소비란 자신의 기호를 과시하는 수단이 되었다. ‘나는 나’, ‘우리는 다르다’라는 특성으로 대표되는 신세대들의 문화의식, 가치관등이 그들의 소비문화와 더불어 현대사회의 쟁점이 되고 있다.

1980~1990년대 중반까지 우리나라의 신세대 사이에서는 E 브랜드의 가방을 메고, N 브랜드의 바지를 입고, N 브랜드의 모자를 쓰고, N 브랜드의 신발을 신어야 신세대의 대열에 들어섰다고 말할 수 있었던 브랜드 열풍의 시대였다. 그러나 세기가 바뀐 지금 신세대들 간에는 이와는 다른 문화적 현상이 나타나고 있다. 유행처럼 번졌던 무조건적인 과시적 유행 따르기 문화가 ‘내가 좋아하는’, ‘내게 어울리는’ 등의 합리적이고도 자주적인 문화 만들기의 풍조로 바뀌어가고 있다. 하나의 유행이 선풍적으로 나타난다고 하기보다, 여러 가지의 다양한 문화들이 하나의 사회 안에 공조되어 나타나는 다양성의 시대로 변화된 것이다. 이러한 변화는 경제 발전에 따른 소득의 증가와 첨단 미디어의 발달과 보급에 의한 것으로 볼 수 있으며 신세대와 더불어 오늘날 사회의 소비문화에 급격한 변화를 초래하고 있다. 과거 과시형의 무분별했던 소비형태가 합리적인 소비형태로 변화하고 있으며, 이러한 양상은 비단 우리나라뿐만이 아니라 이미 미국, 일본, 유럽 등에서도 그들의 신세대에 의한 급격한 변화를 겪고 있다.

기성세대의 소비가 생필품(生必品) 중심으로 기능상품을 구입하는 단순(單純)소비, 구성(構成)소비를 한다면 신세대는 문화용품 중심의 고감각 상품을 선호하는 복합(複合)소비, 소모(消耗)성 소비를 영유하고 있다. 이같은 현상은 신세대가 지닌 개방성, 감각성, 실용성, 개별적 특성 때문이라 할 수 있으며, 합리적 사고와 개인주의 그리고 보편주의로 요약될 수 있다.¹⁾ 이러한 신세대들의 특성은 신세대들의 점점 확대되어가는 사회적 비중과 함께 현대사회에 신(新)문화 사조를 넣고 있다. 오늘날 모든 분야에 걸쳐 유행처럼 번지는 퓨전(Fusion), 레트로(Retro), 키치(Kitch), 해체, 하위문화등의 새로운 문화들이 신조어처럼 등장하여 급속도로 사회전반에 걸쳐 그 영향력을 행사하고 있다.

따라서, 본 논문에서는 이러한 현상학적 측면에 의거하여 신세대들의 특성이 이러한 사회적 현상에 큰 영향력을 행사하고 있음을 인지하고, 그들의 특성을 신세대 문화가 가장 표면적으로 잘 드러나 있는 그들의 복식문화를 통해 알아보고자 하였다. 조사 대상은 「2002년 한·일 국민 교류의 해」를 기념하여 한·일 양국의 신세대 복식문화를 대상으로, 양국의 복식유형을 비교 분석하여 양국의 복식문화의 특성 및 연관성을 살펴보고자 한다. 한국과 일본은 역사적, 지리적으로 밀접한 관계를 가지고 있는 반면 각각의 문화와 사고의 틀에서는 많은 차이점을 나타내고 있다. 신세대들이 유명 스타들의 헤어스타일과 패션을 선호하는 점에서는 차이가 없지만, 유교사상에 입각하여 전해진 한국의 문화 양식과 자율적인 성개방풍조의 일본문화내의 신세대 내면의 의식구조는 차이점을 나타내기도 한다. 롯데백화점 부산점에서 이성에게서 받고 싶은 선물을 여자 고교생에게 물어본 결과, 향수라는 응답이 19%로 가장 높게 나타난 반면, 남성으로부터 받고 싶지 않은 선물을 조사한 일본의 젊은이 양케

트 자료집에 의하면 항수 등 화장품이 28%로 두 번째로 높게 나타나 있다. 90년대 이후 한국과 일본의 젊은 세대는 그들만의 독특한 문화의식과 소비성향으로 그 어느 때보다도 주목받고 있다.²⁾ 이런 점에서 한국과 일본의 대표적인 젊은 세대라고 할 수 있는 한국과 일본의 신세대복식문화를 살펴봄으로써 이들 세대간 동질성과 차이점을 파악할 수 있으리라 생각된다.

또한, 90년대 후반까지만 해도 우리나라의 패션은 ‘일본의 패션 경향을 그대로 답습하고 있다’는 매스컴의 보도와 관련하여 ‘일본의 거리는 10대들의 교과서’라는 일련의 주장을 현재의 시점에서 다시 짚어보고자 하였다. 연구 방법으로는 국내외 문헌 및 연구자료들을 바탕으로 한국과 일본의 현대의 사회적 현상 및 문화적 특성을 살펴보았고 한·일 신세대의 발생배경 및 특성을 살펴보았다. 이러한 이론적 배경을 바탕으로 양국의 대표적 패션거리인 일본의 시부야와 신주쿠, 한국의 강남역, 압구정동 등의 신세대의 스트리트패션에 대한 현장조사 및 각종 문헌자료 및 패션 잡지와 인터넷의 사진자료들을 참고로 복식문화를 살펴보았다. 이러한 결과는 신세대들을 주요 소비자로 삼는 기업이나 의류업체들에게 오늘날 현대사회에 새로운 소비계층으로 떠오른 신세대들에 대한 이해를 도모하고자 한다.

II. 본 론

1. 사회적 배경

1) 한국의 사회적 배경

N세대³⁾, M세대⁴⁾, E세대⁵⁾, 보보스⁶⁾등 신세대를 지칭하는 새로운 용어들이 봇물처럼 쏟아지듯, 1990년대 이후 불기 시작한 신세대 열풍은 최근 불황에도 불구하고 그칠줄 모르는 성장을 지속하고 있다. 또 그러한 신세대 열풍에 동조하듯 ‘젊게 산다’는 다운 에이징(Down Ageing) 현상이 사회적으로 일반화되면서 신세대의 패션 소비행태는 10

대~20대의 연령층뿐만 아니라 이들을 포함한 전체 연령층에도 막대한 영향을 끼치고 있어 신세대 시장이 전체 패션시장에 미치는 영향력은 날로 증가되고 있다. 더욱이 인터넷 문화가 일반화되면서 그 영향은 더욱 확대되고 있다. 현대사회의 첨단 정보기술과 뉴 미디어의 발전은 사회문화의 위상과 비중을 크게 높여 이른바 ‘문화우위시대’란 결과를 낳았다. 노동시간이 줄어들면서 레저의 비중이 커지고, 레저를 촉진하는 문화산업이 융성하고 있으며, 문화적 삶의 질이 중요한 정치적 주제의 하나로 부상하고 있다. 또한 레저를 위하여 시간을 보내다 보면 쇼핑의 시간은 더욱 더 없어지게 마련이다. 한국의 신세대는 구세대보다 비교적 풍요로운 가정에서 자랐다. 따라서 시간의 근무를 하여 보수를 더 받기보다는 시간을 갖고 싶어한다. 주말마다 2~3시간을 소비하며 서울을 빠져나가려는 자동차의 행렬을 보면 우리 나라 사람들도 레저욕구가 어느 정도 강한지 짐작이 갈 정도이다.⁷⁾

이와 같은 추세에 따라 인터넷 판매와 카탈로그를 이용한 통신판매, TV 홈쇼핑 판매등 무점포 판매가 급성장하였다. 1998년 1조 9천억 이었던 시장 규모는 2003년 5조 7천억으로 14.8% 성장할 것으로 내다보고 있다.⁸⁾ 이와 같이 인터넷 쇼핑몰이 발전할 수 있었던 까닭은 국가 정보화 정책에 의한 초고속정보통신망을 위시한 정보인프라 구축사업 및 행정전산화 작업의 적극적인 추진과, 민간차원에서도 가구당 컴퓨터보급률 60%, 초고속 인터넷가입 810만가구, 인터넷 사용인구 2430만명, 온라인 주식거래율 70% 등 인터넷이 없으면 기업들은 업무가 마비될 정도다.⁹⁾

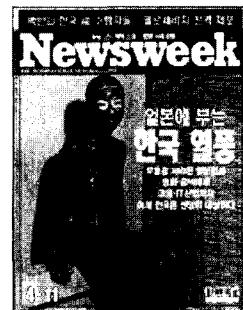
반면, 그러한 정보통신망의 급성장은 정보화 이전에 청소년의 가치관 형성에 악영향을 초래하기도 한다. 학교이외의 시간을 집 혹은 PC 방의 컴퓨터 앞에 앉아 보내다 보니 대인관계나 문화의식, 사회적 가치관 형성에 불균형을 초래하여 게임중독이나 인터넷 중독 등 정신적인 문제를 일으키기도 한다. 특정급우를 따돌리는 이른바 ‘왕따’나 학교폭력 등으로 학교생활에 적응하지 못하는 학생이 매년 급증하고 있어 심각한 사회문제로까지 대두되고 있는 실정이다.

2) 일본의 사회적 배경

일본은 80년대 버블경제 붕괴이후 지속된 구조적인 경제위기의 악순환을 거듭, 경기 침체로 인한 10년간의 장기불황은 과소비에 대한 재고(再考)와 벼룩시장, 창고형 할인매장, 캐주얼웨어의 활성화를 부추겼다. 10년전 일본은 가계총수입 대비 의류비 지출이 세계주요 산업국가 중 최고였다. 그후 그 비중이 3분의 2로 줄면서 주요 패션 소비국 가운데 1위에서 최하위로 떨어졌다. 도쿄 고지마 패션 마케팅사의 담당자는 이같은 변화의 원인은 과거에 비해 일본인들이 가격이 저렴한 캐주얼을 선호하는 경향 때문이라고 하였다. 또한, 80년대를 주름잡았던 일류 가문, 일류대학, 일류기업등의 일류선호에 따른 특정 집단의 주도적인 영향력은 90년대 들어와 급격히 퇴조하였고, 사회 전반적으로 다양화, 세분화 현상이 가속화되었다. 다양화된 문화는 자발성과 상호작용성의 원리아래 서로 다른 종류의 것을 모아 전혀 새로운 것들을 창조해내고 있다. 90년대 초반 일본에서 가장 화제가 되었던 '마이 봄(My Boom)¹⁰⁾'현상은 그러한 변화의 물결을 확대화시켰다. '마이 봄'현상은 일본 신세대들의 패션에도 그대로 반영되어, 브랜드만을 추구했던 기성세대들과는 달리 기존의 것을 재창조하여 전혀 새로운 감각으로 소화해 냈다. '마이 봄'의 유행은 차별화를 전체로 하지만, 상대와 같은 전제를 공유하는 것 또한 가능하게 해 배타적이기보다는 탄력성을 지니고 있다.¹¹⁾ 이같은 개인주의 성향과 차별화 성향이 강해짐에 따라 등장한 또 하나의 유행어가 '오타쿠(お宅)¹²⁾'다. 현재 일본대중문화의 새로운 맥락을 형성하는 이 오타쿠는 매니아의 경지를 넘어서 그 분야의 역사나 기본원리를 연구하는 등, 대상에 지나치게 몰두하는, 사회적인 단절과 상관없이 자신만의 세상을 꾸려 가는 사람을 말한다.¹³⁾

최근 미국의 시사주간지에 한국을 동경하고 부러워하는 일본인들이 급증하고 있다고 보도된 바 있다.¹⁴⁾ <그림 1> 한국 영화와 팝 음악은 수백만명의 일본인 팬을 끌어 모으고 있으며 한국 여성은 이상적인 미인으로, 한국 남성은 멋진 애인상으로 간주된다. 또 서울은 일본인 관광객 사이에서 올해

최고의 여행지로 꼽히고 있으며, 10년에 걸친 정치·경제의 침체로 일본의 전통적인 우월감이 축소된데다 한국 신경제의 성공이 한국에 대한 편견을 시정하고 호감을 갖게 하는데 큰 역할을 했다고 보도하였다. 일본열도 내에서의 간코크(한국)열풍은 한국어, 음식, 영화, 정보통신 등 다각도로 번져나가고 있다. 김치, 불고기, 갈비, 돌솥비빔밥, 소주, 냉면, 삼계탕 등 한국음식의 인기는 유명연예인이 진행하는 TV프로그램에서 소개할 정도로 날로 높아져가고 있으며 한국형 입맛을 따라잡기 위한 움직임 또한 분주하다.¹⁵⁾ 한국의 상추쌈에서 아이디어를 얻은 KFC의 '한국풍 체스터'의 등장과 한국에는 없는 일본 맥도날드의 한국식 '갈비 맥버거', 한국 소주를 이용한 일본식 칵테일 일본내 한국열풍을 짐작케 한다.

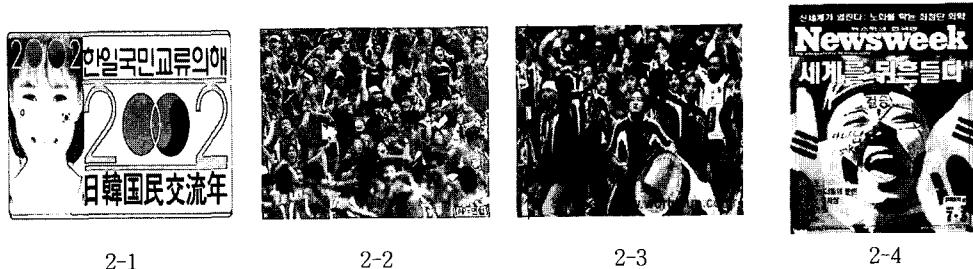


<그림 1> '일본에 부는 한국열풍' 기사가 게재된
뉴스위크지. 2001. 4. 11

일본에서 1400만 달러의 흥행수입을 올린 영화 '쉬리'는 한국에 대한 인식을 '기술이 뛰어나고 세련된, 멋진나라'로 바꿔놓았으며 젊은 여성들은 때를 밟고 피부 마사지를 받기 위해 한국을 찾는다. 일본여성지에는 한국 여성들의 미용법을 소개하는 기사로 가득하다.¹⁶⁾

3) 한일관계

한일 양국이 역사적인 공동작업으로 치러낸 2002년 FIFA 한일 월드컵 대회<그림 2>는 전 세계 인류에게 커다란 감동을 주었다. 이번 대회는 인종과 문화, 이념과 종교를 초월하여 온 인류를 하나가 되게 하였고, 세계가 주목한 이 행사를 양



2-1

2-2

2-3

2-4

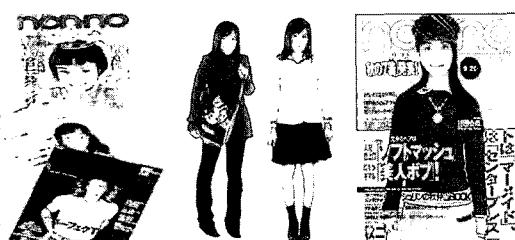
<그림 2> 2002 한일월드컵의 자료사진

2-1. 한일국민교류의해 포스터
2-3. 일본팀응원단 응원단 니폰

2-2. 한국팀 응원단 붉은악마
2-4. 성공적인 월드컵 개최 기사가 실린 뉴스위크지

국 국민의 지지와 협력으로 안전하게 성공시킨 것은 앞으로의 한일관계를 한층 높은 차원으로 발전시켜 나가는데 있어 귀중한 재산이 되었다.¹⁷⁾

인터넷의 보급은 양국간 대중문화의 시차를 없앴다. 일본에서 처음 발매되는 게임시디가 용산전자상가와 테크노마트에서 동시에 판매되기도 하며, 국내에 수입되지 않은 일본가수의 앨범 또한 인터넷을 통해 국내에 유포되기도 한다. 또한, 교보문고에서 파는 외국 잡지 600종 중 300종이 일본잡지 <그림 3>이며, 판매량 또한 일본책 전문 코너를 설치할 정도로 압도적이다.<그림 4> 한동안 일본잡지를 보고 일본스타일을 따라하는 한국 여학생들이 블루를 이뤘었다. 일본식 루스삭스 차림이 여학생들 사이에 유행을 하는가하면 낡은 구제스타일을 찾아 헤매는 학생들이 많았다. 이러한 바람들이 일본문화를 급전파 시키게된 원인이기도 하다.



<그림 3> 한국 청소년들에게 인기있었던 '일본패션따라하기'의 주역인 일본의 패션지



<그림 4> 한국에 수입된 일본 문화.

서울의 일부 대학가에 위치한 일본어 카페는 애니메이션·만화·영화 등 N세대에게 친숙한 놀거리들을 제공하고 있다. 부담 없이 카페에 들러 일본 친구들과 이야기를 나누고, 일본 잡지를 볼 수 있다. 일본어와 일본을 알고 싶어하는 한국의 청소년들과 한국을 알고 싶어하는 일본에서 온 젊은이들이 이곳으로 모여든다. 2000년 출국자의 20%에 해당하는 사람들이 일본을 방문했다고 한다. 특히 최근에는 패션과 악세사리를 쇼핑하기 위한 한국 젊은 여성들의 발걸음이 잦아졌는가하면 일본의 젊은 여성들은 거리를 산책하며 쇼핑을 하는 일상의 즐거움이 있다며 한국을 선호한다.

일본의 신세대 사이에서 지금 가장 부각되고 있는 패션의 거리 다이칸야마, 서울의 압구정동과 청담동을 합쳐놓은 분위기이며 고급주택가 사이에 예쁜 가게와 카페가 즐비하다. 도쿄 시부야에는 한국의 동대문 패션상가를 옮겨놓은 'The Label'(유로트레이닝한국)이 있다. 동대문 패션상가의 생산자가 직접 일본 직판을 통해 동대문 브랜드를 일본에 직수출한다. 홋카이도(北海道)에는 서울의 신촌

을 모델로 'SINCHON'이란 이름 그대로 사용한 쇼핑몰이 생겼다. 한국 의류는 물론, 액세서리, 잡화, 완구 및 에스테틱룸과 웨딩토탈시스템 등 한국상품점 총4백여점포가 입점해 있다.¹⁸⁾

한국과 일본 사이에 같은 문화가 형성되고 퍼져 나가는 현상은 이와 같은 양국간의 상호 투자 개발이 한몫하기도 한다. 상업적인 목적으로 발생한 것 이지만 현재 끊임없이 새로운 것을 추구하는 신세대들의 욕구를 충족시켜주는 교류보적인 역할을 할 것이다. 그밖에 한국가요만을 전문으로 일본에 소개하는 「J-Pop」, 한국과 일본의 문화를 다뤄 양국간의 이해를 도모하고자 출간된 「친구야」, 이 두 잡지 역시 앞으로의 발전적인 한·일 관계를 형성하는데 있어 좋은 매개체가 된다고 본다.

2. 신세대의 개념과 형성배경

1) 한국의 신세대

신세대란 개념은 기성세대와 대조되는 의미로써 상대적인 성격을 가지고 있다. 어느 시대에나 기성 세대가 있고 그에 대응한 신세대가 있기 마련이다. 일반적으로 신세대란 기존의 기성세대와는 구분되는 독특한 가치관을 가진 새로운 세대라고 정의할 수 있다. 신세대의 계층을 나이로 구분하는 것은 합리적이지는 못하나 굳이 나이로 구분 짓고자 한다면 10대 중반에서 20대 중반정도의 연령 즉, 고등학생에서 대학생 정도의 나이를 지칭하는 개념으로 통용되고 있다.¹⁹⁾ 우리나라에서는 1980년대 등장한 일본의 신인류론에 영향을 받아 매스컴에서 사용하기 시작한 것으로 알려져 있다. 신세대라 불렸던 초기 멤버는 1970년대 경제개발 이후 풍요 시기에 태어났거나, 1970년대 이후에 초등학교에 입학한 비만세대를 신세대라고 부른다.²⁰⁾ 현대에는 N세대라 지칭되는 신세대가 있다. N세대는 미국에서 세계2차대전이 끝난 직후 출생한 '베이비붐 세대'의 2세로서 70년대중반 이후 출생하여 어려서부터 컴퓨터, 비디오게임, 인터넷 등의 디지털 기술과 함께 성장해온 첫 세대를 가리킨다.²¹⁾ 오늘날 한국의 신세대로, 일본의 신인류로 지칭되는 세대들이 바로 이 N세대를 지칭한다.

2) 일본의 신세대

일본은 시각미디어의 홍수 속에서 자라나 전쟁 경험이 없는 세대를 가리켜 '신인류'라고 지칭하기 시작하였다.²²⁾ 이들은 심야 오토바이 폭주족이었으며 하라주쿠 공원에 모여 괴상한 춤과 노래로 밤을 지샌 '다케노코족(ダケノーコ)'이었다. 또 '앙앙'이나 '논노'같은 여성지에 소개된 해외유행의 옷만을 골라 사입던 '안논족'이기도 했다. 이들은 직업을 갖고 나서도 출세보다는 편안함을 많은 봉급보다는 많은 휴가를, 저축이나 내집 마련보다는 할부 승용차를 더 생각하는 계층으로 지목되었다.²³⁾ 전후 2차 베이비붐 시기(1971~1974년)에 태어난 단카이주니어세대(團塊Jr.世代)²⁴⁾를 이어 등장한 포스트 단카이주니어세대(Post-團塊Jr.世代)²⁵⁾는 90년대 이후 고교생이 된 일본의 N세대로서, 「프린트클럽」, 「PHS」(휴대전화기) 「다마고치」 등으로 상징되는 '개중화'성향을 보여주고 있다.²⁶⁾ 이들은 자기중심적으로 폐쇄적이며 타인에게 무관심한 가치관을 가지고 있다. 이를 흔히 '자기예찬현상' 트랜드라고 부르고 있다. 또한 집에서 애니메이션, 만화, 컴퓨터게임에 열중하고 타인과 접촉을 기피하는 어두운 분위기를 풍기는 젊은이가 많아지면서 일명 '네오 오타쿠족(Noe-お宅)²⁷⁾'이라는 말이 유행하기도 했다.²⁸⁾

3. 신세대의 문화적 특성

1) 한국의 신세대

경제성장에 따른 환경의 변화와 미디어의 발달과 보급으로 인한 시대적 풍요속에 자라난 현재의 신세대로 대표되는 N세대는 인터넷을 통한 가상공간을 생활무대로 삼는 디지털 정보사회의 선도 계층이다. 아날로그적 삶의 방식에 익숙한 기성세대와는 달리 TV보다는 컴퓨터에, 펜보다는 키보드N에, 문자보다는 동영상에 그리고 편지보다는 E-Mail에 익숙하다. 사회에서 도태되지 않기 위해 컴퓨터와 인터넷을 배워야 했던 기성세대와는 달리 N세대에게 인터넷 가상공간은 학습의 대상이 아니라 자연스럽게 묻어나는 생활 공간이다. 남녀 네티즌 19,622명을 대상으로 실시한 설문조사결과 전체응

답자의 73.1%가 인터넷을 사용한지 2년 이상 되었으며, 주 평균이용시간은 14.2 시간으로 나타났다.²⁹⁾ 이러한 모습은 또 다른 현실을 통해 자신들의 세계를 구축하려 하는 N세대의 가장 특징적인 성향이기도 하다. 이것은 N세대 문화의 가장 긍정적 특성 중 하나로 능동적 정보검색을 통한 독립적인 사고와 비판능력을 냉았다. 인터넷과 통신망의 검색명령어를 이용해 이슈가 되고 있는 사회문제에 대한 정보를 모으고 이에 대해 자신의 의견을 맘껏 피력한다. 그들은 공부와 놀이, 심지어 인관관계까지도 인터넷에서 맷으려고 하며 디지털매체를 통하여 자신들의 문화를 발전시키고, 사회의 다른 부분에 전파시키기도 한다.³⁰⁾ 그러나, 기성세대들은 컴퓨터 중독증과 개인주의 성향을 지적한다. 이에 신세대들은 컴퓨터와 인터넷을 통해 사회성과 공동체의식을 기른다고 반박한다. 연령에 구애하지 않고 나눌 수 있는 인터넷상의 만남과 대화는 가공된 현실이자 신세대들의 또 다른 하나의 삶의 경험이다.

이러한 신세대 안에서도 더욱 세분화되어 새롭게 이름지어진 신세대들이 있다. 타고난 사업감각과 수완으로 장차 개인사업가(Entrepreneur)를 꿈꾸는 E세대, 스포츠, 컴퓨터통신, 게임, 만화, 음악, 영화등 어느 한가지에 미쳐 고도의 전문성을 갖고 있으며 관심영역이 아니면 철저하게 무시하는 '중독된 세대'라 불리는 C(Chemical Generation)세대, N세대 행보이전에 등장하였던 최초의 디지털세대인 Y세대, 13~18세 까지의 '1318세대'로 유행처럼 불렸던 Z세대, 힙합음악을 좋아하고 대중성을 극도로 지향, 스스로 나서서 보여주는 것을 좋아하기 때문에 영상매체로 진출이 활발한 세대이다.³¹⁾

2) 일본의 신세대

1990년대, 버블경제의 붕괴와 함께 일본 사회고유의 공동체에 대한 환상이 무너지면서 조직 속의 개인에서 순수 개인으로, 분화된 일본사회의 분위기를 가장 잘 반영하고 있는 현대의 신인류라 불리는 포스트 단카이주니어세대는 PC와 인터넷 등에 관심이 많고, 봄비고 화려한 장소보다는 느긋하게 즐길 수 있는 오픈카페를 선호하는 등 '자아로의

회귀'라고 하는 90년대 특유의 가치관을 잘 보여주고 있다. 일본의 10대는 밝은 조명과 요란한 음악이 나오는 드러그스토어(Drugstore)³²⁾에서 최신 유행을 익히는 한편, 와인바에서 조용한 음악을 들으며 친구와 말없이 와인을 들이키는 모습이 이들 세대의 양면성을 드러내는 한 징표라고 할 수 있다. 자기 나름의 개성을 주장하면서도 주위 세계를 포용하려는 마음의 자세를 갖고 있는 젊은 세대의 새로운 취향이 그들만의 명소를 만들어내는 원동력이다.³³⁾

최근 일본사회의 고령화가 진행됨에 따라 출산율이 현저하게 저하되고 젊은층의 사회적인 비중이 크게 줄어들고 있다. 이러한 현상은 길거리나 차안 등 아무데나 주저앉아서 특별히 하는 일없이 잡담을 하거나 시간을 보내는 지베타리언(ジベタリオソ)³⁴⁾, 일정한 직업 없이 아르바이트로 생계를 이어나가는 후리타(フリータ)³⁵⁾<그림 5>, 한곳에 광적으로 몰두하는 오타쿠(お宅) 등의 신인류를 등장시키는 결과를 냈다. 이는 조직 사회인 일본에서 젊은이들의 가치관의 변화를 단적으로 보여주는 예로 인간관계를 소중히 여기는 조직사회에서는 젊은 인력의 낭비라는 지적과 함께 환영을 받지 못하고 있다.³⁶⁾

<표 1>은 한국과 일본에서 등장한 사회적 영향에 따른 신세대 명칭의 변화를 표로 정리한 것이다.



<그림 5> 일본의 후리타 문화가 실린
뉴스위크지.2001.6.4

<표 1> 사회적 영향에 따른 신세대 명칭

'한국'	사회적 영향	일본
신세대		신인류
n세대	정보화사회;	포스트 단 카
c세대	위성방송, 인터넷,	이세대
y세대	← 각종매스컴의 발달	→
z세대	↓ 문화共有	오타쿠 지베타리언 후리타
1318세대		

4. 신세대와 복식문화

1) 신세대의 스트리트패션 분석

(1) 일본의 신세대

조사방법은 일본 대표적 패션거리인 신주쿠와 하라주쿠의 거리를 본 연구자가 촬영하였으며, 그 밖에 일본 현지의 패션잡지와 매스컴 보도자료, 인터넷자료사진을 참고하였다. 조사기간은 2001년 7월 25~28 일간 도쿄현지 조사와 문헌자료로는 2001년 7,8월, 2002년 7,8월의 자료들을 참고하였다.³⁷⁾

조사결과, 일본 신세대들의 패션에서 볼 수 있는 가장 두드러진 스타일은 스포티 룩(Sporty Look)이다. 이를 스포티 룩내에서도 스포티한 이미지에 Sexy, Hippy, Punk, Vintage, Military Image 등이 더해져, Mix Coordination을 연출한다. 가장 주목 받는 아이템은 진(Jean)으로, Pants, Skirt, Vest, Jacket, Bag, 모자 등 아이템 종류에 제한을 두지 않고 다양한 각도로 연출되고 있다. 이외 로고가 들어간 티셔츠, 프릴(Frill), 넓은 벨트, 밀리터리 룩 특유의 문양인 카모플라주(Camouflage), 하와이안 프린트 등이 주목할 만한 유형 아이템으로 등장한다. 다음은 일본 신세대들의 복식 장착 스타일의 자세한 내용이다.

① 상의(Top)

대표적인 아이템으로는 영문로고나 낙서한 듯한 프린트의 80년대 풍의 티셔츠, 대조적인 2~3 컬라의 가로줄무늬가 들어간 럭비(Lugby)셔츠³⁸⁾, 카모플라주(Camouflage)프린트의 티셔츠, Camisole Top, Bare Top³⁹⁾, One Shoulder Top 등 섹시한 이미지를 나타내는 상의가 등장하였다. 스타일은 상

의의 기장이 Waist Line에 오거나 Midriff 형태인 Fit Style과 상의의 기장이 엉덩이를 충분히 덮어내려오는 Box Style로 대표된다. Box Style의 경우 티셔츠위에 티셔츠를 덧입거나, 밀리터리셔츠 혹은 작업복느낌의 셔츠, 애뜨레틱셔츠(Athletic shirt)⁴⁰⁾의 아이템들과 함께 레이어드 스타일로 연출한다. 소재는 면소재가 앞도적이며 스트래치성이 더해진 면스판(Cotton span), C&S(다이마루), Jersey류가 주종을 이루며, 패턴은 시원함을 주는 스트라이프나 알로하 무늬 셔츠, 카모플라주문양, 플라워 프린트, 물방울무늬, 낙서한 듯 한 글씨, 브랜드 로고등이 눈에 띈다. 주목할만한 패턴으로는 시즌의 트랜드를 반영하듯 트롱프뢰이유(Trompe-l'oeil)⁴¹⁾의 시작적 효과를 활용하였다. 장식적인 디테일면에서는 네크라인이나 치마도련(Hem line)에 프릴을 달아 여성스러움을 강조하거나 어깨에 스트링(String)을 달아 길게 늘어뜨려 귀여운 이미지와 함께 히피적인 이미지를 심어 주기도 한다. 네크라인(Neckline)의 경우 계절적인 요인을 반영하듯 대부분이 깊게 파인 스타일로, V-neckline, Square-neckline, Scoop-neckline, Round-neckline, Strap Shoulder, Strapless Neckline이 등장하며, 어깨나 복부를 노출한 것에서 더 나아가 과감하게 등을 노출시키는 Bare Back Top 또한 당당한 노출패션의 한 부분으로 등장하였다. <표 2>는 이와 같은 일본 신세대의 상의 패션경향에 관한 내용을 표로 정리한 것이다.

② 하의(Bottom)

하의는 Slim & Fit Silhouette을 기본으로 Midi Ankle Length, Capri Length의 Blue Jean이 주를 이룬다. 바지 밑단(Hem line)을 넓게 접어 올려 입는(Turn up hem line) 연출도 유행아이템이다. Knee Length에서 Mini Length 까지 A-line, H-line의 Pleats, Slit이 들어간 Jean 스커트 또한 테님 팬츠 못지 않은 인기를 누리고 있다. 치마단에 프릴(Frill)을 달아 여성스러움과 귀여움을 나타낸다. 특이할만한 점은 탱크탑과 스커트아래에 레깅스(Leggings)를 레이어드한 스타일과 플리츠의 미니 스커트와 함께 누드삭스(Leg wamer)⁴²⁾를 착용

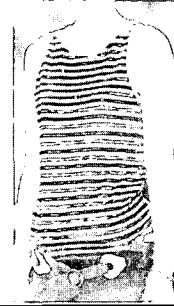
한 스타일이다. 블루진 데님스커트외에 면소재의 스판스커트는 흰무지의 상쾌한 패턴과 꽃, 물방울 패턴등으로 50년대풍 실루엣을 연출한다.

Shorts Pants, Fit & Strait Blue Jean과 플라워, 지오메트릭(Geometric), 카모플라주등의 화려한 패턴이 프린트된 스트레치성 데님팬츠, 박스스타일의 티셔츠, 밀리터리룩 혹은 작업복 스타일의 셔츠와 함께 60년대 모즈룩을 연상시키는 Full Length의 Strait Pants, Cropped pants⁴³⁾, Capri Pants⁴⁴⁾, Bell Bottom Pants가 등장하였다. 스트레치성 데님

팬츠, Cropped pants는 상의의 자유로운 코디에 따라 섹시한 이미지로 또는, 스포티한 이미지로, 히피 이미지로 연출되어 나타난다.

엉덩이에 얹은 Waist Bag⁴⁵⁾, 크로스 백, 통굽의 스니커즈, 원색의 Knee Socks와의 코디로 평크하고 히피적인 이미지를 연출하며, 남성적 이미지의 와이드 벨트는 Low waist line을 강조한다. <표 3>은 이와같은 내용의 일본 신세대의 하의에 나타난 패션경향을 표로 정리한 것이다.

<표 2> 일본 신인류의 상의에 패션 경향

item	t-shirts, shirts, sleeveless top, bared top, camisole top, one shoulder top			
fabric	pattern	color		
cotton, cotton span, jersey, c&s, knit	stripe	green&white, green&black, red&yellow, pink&yellow, rainbow color		
	영문로고, 낙서무늬	원색위주의 색상대조 : yellow&blue, red&blue, grey&red, red&white, black&white		
	알로하프린트, 플라워프린트,	balck,white&blue,red,green		
	밀리터리룩의 카모필라주	전통적인 군복색상, 톤다운된 blue,green		
	물방울 무늬 바둑판무늬의 체크	vivid tone의 red&white, black&white vivid tone의 red&white, vivid tone의 blue&white, black&white		
    				
stripe		영문프린트		camouflage
 		 		camisole top

<표 3> 일본 신세대의 하의에 나타난 패션 경향

item	fabric/ pattern	length	color	silhouette	detail	coordination
pants	jean(denim)	mini, cropped, capri(7부),midi ankle (9부)	dark blue, navy blue	slim&fit, loose&strait	turn up hem line, slit, frill	sandle, 통굽샌달 fatigue hat (벙거지모자), baseball cap, cross bag, skinny belt,
	cotton/ check	mini, capri	beige, khaki	strait, loose&semi	frill	wide belt, tote bag, leggins와 layered연출
skirt	jean	mini	blue	a-line strait(h-line)	frill,slit	
	cotton/ camouflage, check	mini, knee, midi ankle	khaki, vivid tone의 red & blue	a-line, h-line	frill pleats	
hot pants						
cropped jean						
capri strait jean						
midi ankle strait jean						
ankle strait jean						
mini skirt						
camouflage print						
layered style						
check/frill						
pleats skirt						

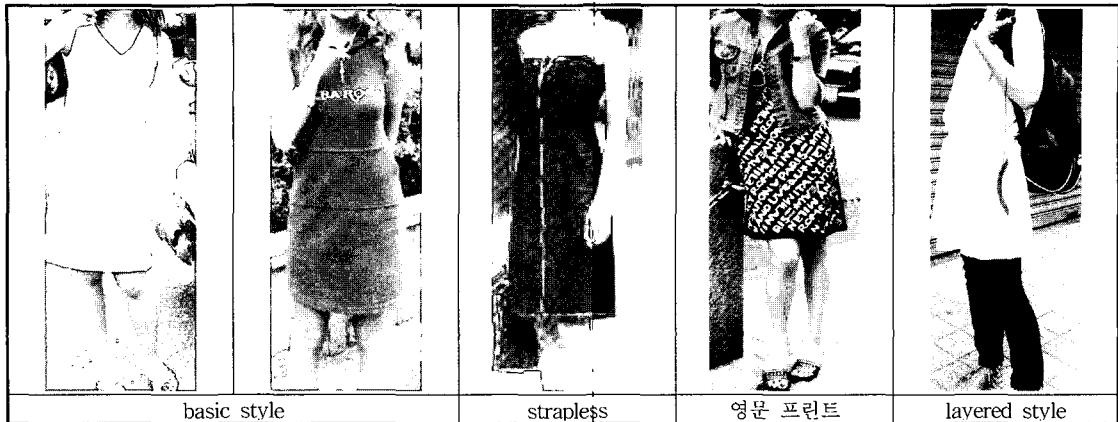
③ One Piece

원피스 스타일의 경우 취향에 따른 다양한 스타일이 공존하나, 몸에 맞는 Fit&Slim Style이 주를 이룬다. White, Black, Red 의 One Color의 Basic Style One piece와 Strap One Piece, Strapless One Piece의 어깨를 노출시킨 디자인이 눈에 띈다. 원피스의 길이는 Over Knee Length, Knee Length, Under Knee Length가 주를 이루며, Military Image를 보이는 셔츠형태의 원피스는 래

깅스나 팬츠와 레이어드하여 허피이미지를 연출한다. <그림 6>은 이와같은 원피스 스타일의 예이다.

④ Accessory

손목밴드, 리스트 밴드를 여러개 겹쳐서 허피이미지를 연출하거나, 미니스커트에 누드삭스(Leg-warmers)를 착용하였다. 신발은 통굽의 스니커즈, Thong Sandle⁴⁶⁾, Mull⁴⁷⁾, 에스파드리유(Espadille)⁴⁸⁾등과 Waist Bag, Cross Bag, Big



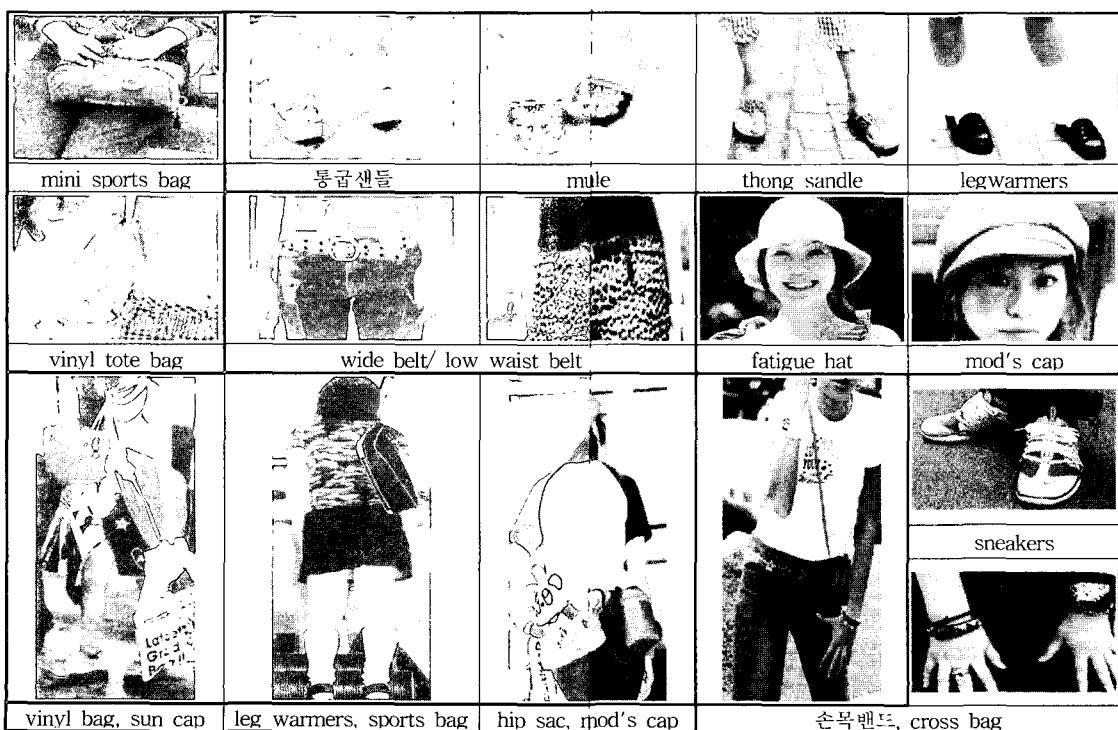
<그림 6> 일본 신세대회 One Piece경향

Size Tote Bag, Mini Sports Bag, Shopping Bag 등을 복식과 함께 코디하였다. 그밖에 복고적 이미지의 Orange, Pink의 그라데이션 선글라스(Gradation sunglasses), Mod's Cap과 Sun Cap으로 60년대 복고모드를 연출한다. 또한, 허리선을 강조하는

Wide Belt도 눈에띈다. <그림 7>은 이와 같은 악세사리의 스타일들을 표로 정리한 내용이다.

⑤ Man's Fashion

일본 신세대 남성복식의 경향은 상위의 내용과



<그림 7> 일본 신세대회 Accessory 경향

거의 같은 트랜드 양상을 보인다. 단지 대략적인 스타일 분포도로 크게 나누어 보자면 <표 4>와 같은 내용을 보인다.

고 볼 때, 매니아를 형성할 정도로 신세대들의 인기를 이끌어낸 스타일은 힙합(Hip Hop)이다. 힙합 뮤직과 함께 뮤지션들의 패션을 모방, 나아가 자신

<표 4> 일본 신세대 남성의 패션경향

항목	style에 따른 분류	
style	sporty hip-hop	sporty mod's look
silhouette	boxy&loose	slim&fit
	box t-shirt + box shirts, full length wide pants, baggy style pants (layered look), 단을 말아 올려입음	tight t-shirt + short shirt + ankle length span pants
item		
fabric	cotton, c&s	cotton, cotton span, knit, c&s
pattern	hawaiian print, geometric, 가로 stripe	geometric, stripe, 카모플라주
color	blue,red,black,white	tone down color(blue, red),khaki, white, beige, grey
accessory	두건,baseball cap,sneakers	60년대 mod's cap(casquette), cross bag,sneakers,sandle,셋타

2) 한국의 신세대

조사방법은 한국 대표적 패션거리인 서울의 압구정동과 강남역 거리를 본 연구자가 촬영하였으며, 그밖에 한국 패션잡지⁴⁹⁾와 매스컴 보도자료, 인터넷자료⁵⁰⁾를 참고하였다. 조사기간은 2001년 8월 1~5일간 현지조사와 문현자료로는 2001년 7,8월, 2002년 7,8월의 자료들을 참고하였다.

조사결과, 한국의 신세대 패션스타일은 전반적으로 이지캐주얼(Easy Casual)이 강세를 보인다. 이지 캐주얼 내에서도 각각의 연출방법과 활용하는 아이템은 다양한데 대체적으로, Jean과는 더욱 스포티한 캐주얼로, Chino Pants⁵¹⁾, Cargo Pant⁵²⁾와는 내추럴한 캐주얼로 연출한다. Fit Style Item을 입을 경우 상의, 하의 중 어느 하나를 Loose하게 연출하여 자연스러운 실루엣을 연출한다. 이지캐주얼이 대중적인 보편적 스타일임을 놓

들만의 개성적인 스타일로 이끌어내기도 한다. 감각적인 신세대들 사이에선 히피(Hippy)풍의 빈티지 패션이 눈에 띄게 증가하였다. 일부에서 이러한 빈티지 룩을 다양한 아이템과의 접목으로 새로운 패션스타일을 만들어 내기도 한다.

① 상의(Top)

대표적 아이템으로는 영문로고가 프린트된 박스티셔츠, 낙서한듯한 80년대 풍의 티셔츠, 2~3칼라를 이용한 간결한 스트라이프의 Rugby shirt가 다수를 차지하고 있다. 이러한 아이템들은 신체에 부담을 주지 않고 여유있는 스타일로 편안함과 함께 활동적인 자유스러움을 나타낸다. 아주 크게 입어 힙합 패션을 연출한다거나 조금 넉넉한 박스스타일로 이지캐주얼을 연출한다. 그밖에 Red나 Pink, Orange, Purple Color 의 Tank Top⁵³⁾, Camisole

Top등의 Fit Style Item을 입을 경우 하의를 Loose하게 연출하여 자연스러운 실루엣을 연출한다. 캐미솔탑(Camisole Top)의 경우 하의의 연출 범에 따라 빈티지룩으로도 이지캐주얼로도 다양한 변화 있는 시도가 가능하다.

시원함과 함께 세련미를 풍기는 Cowl Neckline의 Knit Top, Surplice Neckline⁵⁴⁾의 Sleeveless Top이 눈에 띄게 증가하였으며 이전에 비해 대중적인 아이템으로 등장하였다. White, Black, Khaki 등 Tone Down Color의 Sleeveless, Athletic Shirts는 면티셔츠위에 레이어드하여 연출한다.

밑단과 부분적인 올풀림(Cut offs)을 한 진 팬츠는 캐미솔탑이나, 면티셔츠와 함께 빈티지 패션을 연출하기도 하며, 탑에서는 다른 원색적인 칼라보다 레드의 강세가 뚜렷한데 흰색의 언더탑(Under top)과 레이어드(Layered)하여 시각적인 효과를 나타내기도 한다.

소재는 면이나 여기에 스트레치성이 더해진 면스판(Cotton span), C&S(다이마루), 저어지(Jersey)류가 가장 많은 부분을 차지하고 있으며 천연마섬유나 혼방처리한 마, 폴리에스테르 등의 합성섬유가 있다. 큼직한 플라워 패턴이 많이 눈에 띄고 있으며, 강한 배색을 선호하는 경향이다. 캐주얼한

저어지 티셔츠에도 큼직한 플라워 패턴이 프린트된 디자인이 많이 등장하고 있다. <표 5>은 이와 같은 한국 신세대의 상의 패션에 관한 내용을 표로 정리한 것이다.

② 하의(Bottom)

하의의 경우 대체로 소재의 Jean Pants가 가장 보편적인 아이템으로 나타난다. 진팬츠의 경우 세가지 스타일이 공존하는데, 첫째, 몸에 알맞게 피트(Fit)되어 단(Hem Line)을 접어 올린(Turn up) Slim& Fit Style과, 둘째, Ankle Line 까지 일자로 내려오는 Strait Jean, 셋째, 힙합패션의 중요 아이템인 통이 넓은 와이드 진팬츠(배기팬츠형)가 있다.

바지밑단(Hem Line)을 접어올리는 스타일의 경우, Midi Ankle Length(9부길이)나 Capri Length(7부길이)가 주를 이루며 접어올린 밑단을 올풀림(Cut offs)을 하거나 직조된 천을 대어 아플리케하기도 한다.

내추럴 색상의 패치 포켓이 달린 Cargo Pants와 Tapered Pants는 면 소재로 넉넉하게 연출되어 면티셔츠와 함께 이지캐주얼의 주요 아이템으로 등장한다. Knee Length 의 Shorts Pants의 경우는 White, Beige, Khaki 색상으로 박스스타일의 면티

<표 5> 한국 신세대의 상의패션 경향

item	fabric	pattern	color
box t-shirts, tank top, camisole top, sleeveless ,athletic shirt	cotton, cotton span jersey, c&s,	영문로고,80년대 낙서무늬 geometric print	원색위주의 색상대조 :강렬한 배색
		stripe(가로줄무늬강세)	red&white,blue&white, black&white
		size가 큰 flower print	tone down 된 blue,green 강렬한 배색
box t-shirts			
tank top			
camisole top			
sleeveless(frill)			
athletic shirt			

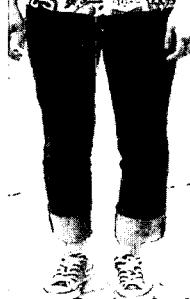
셔츠, 럭비셔츠(Rugger Trainer)와 함께 편안한 이지캐주얼을 연출한다. 유색칼라의 조합으로 이루어진 체크 반바지가 박스스타일의 면티셔츠, Fatigue Hat(일명 병거지모자)과 함께 활동적이면서도 자유로운 이미지의 캐주얼을 연출한다. 샤톤라인(Chanel line)의 진스커트의 경우 밑의 도련을 넓게 퍼트린 머메이드(Mermaid)실루엣이 눈에 띈다.

소재는 면(Cotton) 소재가 주를 이루며, 그밖에 Cotton Span, 스트레치성 합성소재. 데님소재의 Blue Jean이 Pale blue에서부터 Dark blue까지 다양하게 등장하고 있다. 밑단을 접어올리는 Cropped Length의 친팬츠 경우, Dark Blue, Navy Blue로 연출되는 경우가 많다. <표 6>은 이러한 한국 신세대의 하의 패션경향에 관한 내용을 정리한 표이다.

③ One Piece

원피스는 장식이 절제된 미니멀한 슬리브리스 원피스를 중심으로 Surplice Neckline<그림9-(1)>, Strap Shoulder<그림9-(2)>, V-neckline<그림9-(3)>, Round-neckline<그림9-(4)>의 패미닌한 스타일이 주를 이루며 셔츠 스타일의 넉넉한 원피스도 <그림9-(5)> 등장한다. 실루엣은 아래로 갈수록 넓어지는 Trapeze Silhouette, H-line Silhouette, 허리선을 강조하는 Princess Line을 볼 수 있다. 소재의 경우는 White, Beige, Red, Black등의 칼라가 강세를 보이며, 썬메울흔방, 면, 저어지, 가벼운 폴리에스테르 소재가 주를 이루었다. <그림8>은 이러한 원피스의 스타일을 표로 정리한 것이다.

<표 6> 한국 신세대의 하의패션 경향

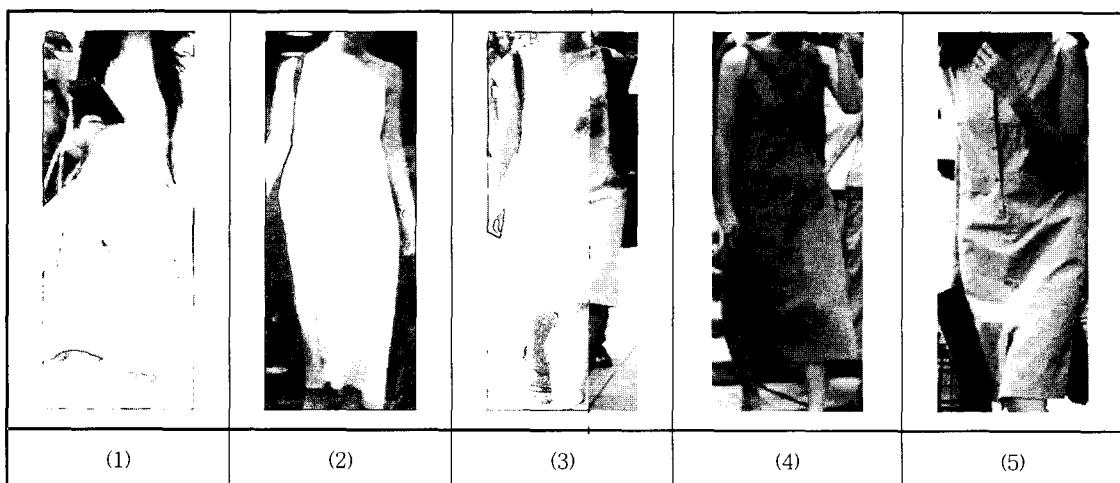
item	length	fabric/pattern	color	silhouette	detail	coordination
jean pants	capri(7부), midi ankle (9부)	jean(denim)	dark blue, navy blue	slim&fit, loose&strait	turn up hem line, slit, 올풀림, 아플리케	hepburn sandle, sun cap fatigue hat (병거지모자), baseball cap, cross bag, skinny belt, mini sports bag
cargo pants, tapered pants	mini, bermuda, over long	cotton	natural color	strait, loose&semi	string (waist line)	
jean skirt	chanel line	jean	blue	a-line, h-line	frill,slit	
gather skirt	midi ankle length	big size flower print	natural, vivid red & blue	a-line		
						 
capri length		turn up hem line		waist bag	tapered pants	bermuda pants
						
frill		올풀림		gather skirt	flower print	

④ Accessory

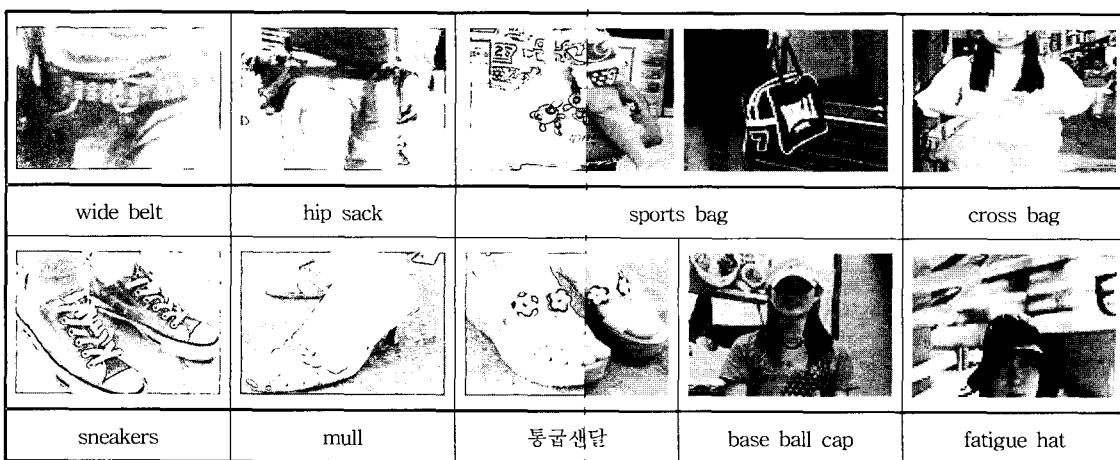
악세사리의 경우는 일본과 거의 비슷한 양상을 보이고 있으며 힙색의 경우 전에 비해 많은 대중성을 보이고 있으며 원색적인 컬러의 스포츠 백이 인기를 누리고 있다. 신발의 경우 스니커즈에서부터 Mull, 통굽의 샌달등이 나타나며 모자로는 야구모자와 일명 병거지모자인 Fatigue Hat이 유행하고 있다. <그림 9>는 이러한 악세사리의 스타일을 정리한 내용이다.

⑤ Man's Fashion

한국 신세대 패션경향은 남녀의 구분없이 동일한 트랜드의 범주안에서 전개된다. 단, 힙합패션의 경우 여성보다는 남성쪽이 우월한 경향을 보인다. 이지캐주얼과 힙합패션으로 남성패션을 <표 7>에 정리하였다.



<그림 8> 한국 신세대의 One Piece 경향



<그림 9> 한국 신세대의 Accessory 경향

<표 7> 한국 신세대 남성의 패션 경향

항목	Style에 따른 분류	
style	sporty hip hop 자신의 사이즈보다 훨씬 크게입어 연출 선수의 운동복을 모방한 셔츠, 면티셔츠 위에 박스스타일의 조끼를 레이어드하여 연출, full length wide pants, 80년대초 유행한 capri pants.	easy casual 신체에 편안한 박스스타일 rugby shirts, chino pants, cargo pants,, taperde pants, (semi line pants) knee length pants
item		
fabric	cotton, c&s	cotton,cotton span,knit,c&s
pattern	영문로고, geometric print, 가로 스트라이프, 낙서 한듯한 프린트	간결한 스트라이프, 영문로고
color	vivid red, blue, black, white	tone down blue, green, khaki, moss green, white, beige, grey
accessory	두건, baseball cap, fatigue hat(벙거지모자), sneakers, cross bag	cross bag, sneakers, sandle

<표 8>은 지금까지 조사된 결과를 바탕으로, 한·일 신세대의 복식에 나타난 패션 이미지를 정리하여 나타낸 것이다.

고급과 저급, 옛것과 새것, 동양과 서양, 디지털

III. 결 론

<표 8> 한·일 신세대의 복식에 나타난 패션 이미지



과 아날로그등, 다양한 문화가 공존하는 다양성의 시대인 지금, 문화적 절충주의의 산물이라 할 수 있는 퓨전, 레트로(복고주의), 키치, 해체, 하위문화 등이 신조어처럼 등장하여 사회전반에 걸쳐 급속도로 퍼져나가고 있다. 이같은 유형의 신문화는 현대 신세대 문화의 중심맥락을 이루고 있으며 현대 사회의 트랜드를 주도해 나가고 있다.

이러한 신세대적 특성을 살펴보기 위해 각종 문헌 자료 및, 매스컴의 보도자료, 인터넷 자료 등을 비롯, 한국·일본 신세대들의 스트리트 패션을 관찰, 분석하여 그들의 문화적 특성과 그 속에서 나타나는 양국간의 공유성과 차별성을 살펴보았다.

그 결과는 다음과 같다.

첫째, 개방성, 종합적 이미지의 추구이다.

한가지의 패션 이미지에 집중하기보다는 서로 다른 요소들을 조합하여 복합적인 이미지를 추구한다. 과다한 정보생산, 다양한 문화의 혼선아래서 빛어진 신세대들의 자존(自存)적인 삶의 방식에 의해 나타난 성향이다.

둘째, 실용성, 분별력있는 유행의 추구이다.

80년대를 이끌었던 전팬츠, 60년대의 모즈룩, 밀리터리룩의 카모플라주(Camouflage), 영문로고, 낙서무늬등 비교적 많은 아이템들이 이슈로 등장하였다. 이러한 요소들은 다양한 각도로 연출된다. 스포티한 진을 가지고도 때로는 섹시하게 때로는 평크하게, 때로는 빈티지 룩으로, 유행을 단순한 '파르기'가 아닌 자신만의 스타일로 연구하여 소화해내고 있다.

셋째, 차별성, 사회적 가치관에 따른 패션의 차이이다.

사회이목과 도덕적 윤리를 중요시하는 한국의 경우, 신세대들의 패션양상은 대중성과 무리를 이루는 공유적인 면이 강하다. 또한 자신의 패션 감각에 대한 과시적인 연출과 무리를 통한 소속감에의 자기만족을 중요시 한다. 선의의 개인주의와 개방적인 성문화가 지배적인 일본의 경우, 신인류의 패션양상은 양면성을 보인다. 대중적인 보편성과 주위 시선에 무관심할 정도로 지극히 자율적인 도발성을 보인다. 트랜드의 요소는 개인의 취향에 맞게 다양한 모습으로 변화되어 나타난다.

넷째, 공유성, 지배성에서 벗어난 문화의 공유성이다.

한국의 1980년대와 90년대 초, 봄을 이뤘던 일본 잡지를 보고 일본패션을 따라하는 '흉내내기'의 문화가 현대에 이르러서는 동시 발생적인 한·일간의 공유성의 문화로 돌아섰다.

한방향의 문화전달과 같은 지배적인 관계에서 벗어난 쌍방향의 문화교류에 의한 문화적 공유성의 특성이다.

다섯째, 감각성, 패션아이템의 다양성과 토탈코디네이션의 일반화이다.

모자, 벨트, 구두, 헤어스타일, 가방 등의 패션아이템은 소수를 위한 악세사리 개념에서 벗어나 보다 완성도 있는 자신의 스타일을 연출하기 위한 빼놓을 수 없는 부분으로 자리잡았다. 다양한 패션아이템을 이용한 새로운 이미지 창출은 보다 적극적이고 창의적인 패션감각을 낳게 하였다.

이와같은 신세대들의 특성들은 오늘날 사회 곳곳에서 신문화들을 만들어 내고 있으며 사회적 가치관과 의식들을 변화시키기도 한다. 신세대들의 트이는 행동이나 복장에 끊지않은 시선을 보냈던 과거와는 달리. 현재의 기성세대들은 보다 많은 표용력과 더 나아가 그들과 함께 하려는 노력을 보이기도 한다. 가끔은 상업적인 목적으로 매스컴을 통한 신세대들의 사행심을 조장, 나쁜 영향을 미치기도 하는데 색다른 충족을 원하는 신세대들의 욕구를 이용하기보다는 그들의 감성을 채워주는 문화적인 분야로 접근을 시도했으면 하는 바램이다.

IV. 참고문헌

- 1) 김미경·이선재(1995). 신세대의 의생활양식과 의복 선택행동에 관한 연구. 복식, 24, pp. 217-233.
- 2) 신한종합연구소(1997). 한국의 신세대, 일본의 신세대. 신한리뷰
- 3) 가상공간을 무대로 자유분방하게 살아가는 인터넷 세대를 지칭한다. 인터넷 제너레이션(Internet Generation)을 줄인 말로 미국의 사회학자 돈 탭스콧(Don Tapscott)이 1997년에 쓴 그의 저서 「디지털 문명의

- 도래-N세대의 부상(Growing up Digital-The Rise of the Generation)」에서 소개하였다.
- 4) 휴대폰으로 전자우편을 보내고, 주식시세도 알아보는 등 모바일 컴퓨팅(mobile computing)을 주로 구사하는 뜻에서 일부 학자나 전문가들이 이렇게 부르기 시작했다.
 - 5) 타고난 사업감각과 수완을 가져 장차 개인사업가(Entrepreneur)를 꿈꾸는 청소년세대를 일컫는다.
 - 6) 부르주아(Bourgeois)의 물질적 실리와 보헤미안(Bohemian)의 정신적 풍요를 동시에 누리는 미국의 새로운 상류계급을 가리키는 용어로, 부르주아와 보헤미안의 합성어이다. '보보'라고도 한다. 미국의 저널리스트 브룩스(David Brooks)가 저서 『보보스 인 파라다이스 BOBOS in Paradise』에서 처음 제시한 신조어로, 디지털 시대의 새로운 엘리트로 부상한 계층을 말한다. 대표적인 특징은 정보에 강하고, 자신만의 독특한 소비 감각이 있으며, 자유롭게 사고하고, 유행에 개의치 않으며, 엉뚱하고 기발하며, 일을 즐기고, 여유가 있으며, 적극적이고, 돈이 많더라도 낭비하지 않는다는 점 등이다.
 - 7) 김세중. 기업의 외부환경. ABC Marketing.(http://abc.marketingschool.com/).
 - 8) 상공회의소자료 (1999. 4)
무점포판매의범위: 케이블TV홈쇼핑, 카다로그통신판매, 인터넷쇼핑, 단계판매, 방문 판매업, 자동판매기 등.
 - 9) 동아일보 (2002. 6. 17). 〈경제포커스〉 인터넷만의 산업 혁명은 없다.
 - 10) 1994년 일러스트레이터인 미우라 준이 사용하였다.
1996년 일본 신조어·유행어 대상에 선정되기도 하였다. '스스로 자신을 칭찬하고 싶다'는 의미로, 타인과 자신을 비교하기보다는 자기 자신의 '본질'에 충실했을 경향을 말한다.
 - 11) http://my.netian.com/~nalri/sparrow/gy/gy/y073.html, 일본의 신조어.
 - 12) 오타쿠(お宅)는 원래 일본어의 '당신, 택'을 뜻하는 이인칭 대명사이다. 그러나 가타카나(オタク)로 쓰이면 '이상한 것을 연구하는 사람'이라는 뜻이 된다.
 - 13) 김지룡(1998). 나는 일본 문화가 재미있다. 명진출판. p. 67.
 - 14) Newsweek(April. 11. 2001). No. 474.
 - 15) 한국일보(2001. 8. 15). <비즈인 코리아> 일본의 '한류 열기' 투자유치에 활용해야.
 - 16) 한국일보. 앞의 책.
 - 17) 주한 일본대사관 공보문화원(2002. 7. 16). 한일 정상의 미래를 향한 공동 메시지.
 - 18) 한국일보(2001. 12. 11). 〈일본문화개방현황〉 3차례 개방문 활짝.
 - 19) 최선만 외(1997). 신세대를 겨냥한 스포츠 마케팅 활용방안. 청주대학교 학술세미나.
 - 20) 이의용(2001). 신세대리포트. 민예원. pp. 13-26.
 - 21) Don Tapscott, McGrawhill(1998). 허운나, 유영만(역)(1999). N세대의 무서운 아이들. 물푸레. pp. 3-17.
 - 22) 정현숙(1999). 한국복장문화회관. 아사히 신문의 '신 인류의 기수들'(1985)에서 유래.
 - 23) 김지룡(1988). 앞의 책. p. 76.
 - 24) 단카이주니어세대는 전후 2차 베이비붐 시기(1971~1974년)에 태어나 물질적인 풍요 속에 성장한 세대로서 그들의 부모세대에 비해 '자아'에 대한 관심이 대단히 높다. 사소한 물건 하나를 사더라도 가격이나 브랜드 인지도보다는 '자신만의 독특함(originality)' 우선시 하는 소비성향이 뚜렷하다.
 - 25) 포스트 단카이주니어세대(1975년~79년출생)는 90년대에 들어와서 버블의 붕괴와 함께 일본 사회고 유의 공동체에 대한 환상이 무너지면서 갑자기 조직 속의 개인에서 순수 개인으로 분화된 일본사회의 분위기를 가장 잘 반영하고 있는 세대이다.
 - 26) 신한종합연구소(1997). 앞의 책.
 - 27) 네오 오타쿠는 기존의 '애니메이션과 게임몰두, 커뮤니케이션 장애'라고 하는 기존의 부정적인 오타쿠 개념에서 발전한, 음악과 영상등의 다양한 분야에 일가견을 가진 '시부야(도쿄의 중심가)계의 '신 오타쿠'의 개념이다.
 - 28) 한일학술교류연구소자료(1997).
 - 29) KNP(2002) 인터넷 사용조사 세미나. (24세미만: 51.5%, 25-29세: 19.9%)
 - 30) 신정희(2001). N세대의 라이프스타일과 의복구매행동. 건국대학교석사학위논문. p. 1.
 - 31) 이의용(2001). 앞의 책. pp. 13-26.
 - 32) Health & Beauty Care 전문점으로 점포내 의약품, 건강식품, 화장품, 생활용품 등 다양한 건강과 미용에 관련된 상품을 구비하여 고객의 쇼핑 편의성을 향상시켜주는 미국, 일본, 영국 등 선진국에서는 이미 활성화되어있는 소매업의 한 영역이다.
 - 33) http://my.netian.com/~nalri/. 일본신세대의 명소.
 - 34) '땅바닥에 앉은 사람'이라는 뜻으로 길거리나 차안 등 아무데나 주저앉아서 특별히 하는 일없이 잠담을 하거나 시간을 보내는 청소년을 가리키는 말이다
 - 35) 후리타(フリ-タ)라는 단어는 영어의 free 와 독일어의 Arbeiter란 단어를 합쳐 1987년 인력수급회사 리크루트가 만들어 낸 조어로 일정한 직업 없이 그때 그때의 아르바이트로 생계를 이어나가는 사람들이다
 - 36) Newsweek(June. 4. 2001). pp. 14-19.
 - 37) Non-no(Aug. 2001) No.15.
JJ(Aug. 2001) No.8.
JJ Bis(Aug. 2001) No.1.

- Zipper(Sep. 2001) No.103.
 Fine Boys(Aug. 2001) No.16, Vol. 08.
 C-Japan(Nov. 2001) No.59 (한국판).
- 38) 두가지 대조가 되는 색의 대담한 줄무늬 니트지에 칼라와 커프스만 백색의 좁은 리브 니트로 처리한 셔츠. 네크라인은 지퍼나 단추로 여밈. 영국의 럭비 선수들의 운동복에서 유래.
- 39) 몸에 꼭 맞고 어깨끈이 없는 노출된 틈을 말한다. 복부를 노출한 것은 베어 미드리프. 어깨노 출은 베어 숄더. 등을 노출한 것은 베어 백이라한다.
- 40) 운동하기에 편하게 소매통이나 전동이 넓고 네크라인이 U자 모양으로 많이 파인 스포츠 셔츠이다.
- 41) 눈의 착각을 이용한 실제로는 없는 디테일이나 데코레이션을 가장하는 속임수, 그려진 리본이 마치 진짜인 것처럼 보이는 테크닉을 말한다.
- 42) 무릎아래에서 발목까지 오는 니트제 각반의 일종. 1976년 F/W collection 이후 패션 악세사리로 등장하였으며, 재즈댄스등의 유행에 편승, 1980년대 일반화되었다. 현대에는 여고생들 사이에서 폭발적인 인기를 가졌다.
- 43) 무릎이나 발목까지 오는 다양한 길이로 만들어짐. 대개 길이는 무릎 바로 밑까지 오며 바지폭이 넓고 길이가 길다.
- 44) 발목 위 7부정도 길이의 바지. 이탈리아 휴양지인 카프리 섬의 사람들이 많이 입었다 하여 카프리라 불림. 1950년대, 1970년대 후반, 1980년대 초반기에 유행하였다.
- 45) 일명 힙색(Hip Sack)이라고 한다.
- 46) 첫째와 둘째 발가락 사이에 끼워진 가죽끈이 고정되는 샌들로 뒤축이 없으며 평평하다
- 47) 뒷꿈치가 노출된 슬리퍼로 앞부리가 있는 것과 없는 것이 있다.
- 48) 면캔버스 소재로 만든 슬립온(slip on) 형의 캐주얼화
- 49) Marie Claire(July, 2001) No.07, (Aug. 2001) No.08. (July, 2002)
 An An(July, 2001) No.17, (Aug. 2001) No.18
 KiKi(July, 2001). (Aug. 2002)
 CeCi(Aug. 2001), (Aug. 2002)
- 50) <http://www.hiphoper.co.kr>
<http://www.samsungdesign.net/>
<http://style.chosun.com/>
<http://www.fashionnet.seoul.kr/>
<http://www.fashionn.com/>
<http://www.fashionwide.com>
- 51) 평직 또는 능직으로 짠 광택있고 튼튼한 면직물로 헐렁하게 내려오는 실루엣이 편안해 보이는 스타일로 최근 티셔츠와 함께 스트리트 패션의 기본 착장이 되는 아이템.
- 52) 뚜껑이 달린 패치 포켓이 양쪽에 있는 바지형태.
- 53) 러닝셔츠의 모양을 한 여성들의 상의로서 여름철에 많이 착용. 1970년대 후반에 유행
- 54) V자형으로 파인 네크라인의 여밈이 한복이나 기모노처럼 포개진것.