

## Y세대 美國 靑少年의 패션 價値觀 研究

徐有利\* · 曹圭和

梨花女子大學校 大學院 衣類織物學科 博士\*, 梨花女子大學校 衣類織物學科 教授

## A Study on the Fashion Value of Generation Y

Seo, Yoo-Lee\* · Cho, Kyu-Hwa

Dr., Dept. of Clothing & Textiles, Ewha Womans University\*  
Prof., Dept. of Clothing & Textiles, Ewha Womans University

### Abstract

This is a study about the fashion value of generation y, those who were junior and high school students between 1990 and 2004 in the U. S. This study was mainly based on the street culture and fashion of American teenagers the author observed in New York from 1997 to 2004, and referred to articles carried by major American journals, the result of Census 2000, statistical data reported by well-credited American research institutions.

To overview the values generation y applies to their fashion, this study picked 8 principal values generation y pursues in their fashion and put them in four sets of contrasting pairs, as in conformity vs. Individuality, authenticity vs. trendiness, comfort vs. sexuality, rebelliousness vs. conservativeness. The results are as follow.

First, when it comes to fashion, generation y desires to be noticed by others, but is afraid of being too different from their peers.

Second, generation y stresses authenticity in their fashion. But, they are very much interested in mass fashion trend as well, and the pursuit of authenticity itself can be just a trend.

Third, generation y wants their fashion to be "not only sexy and feminine, but also sporty and athletic" all at the same time.

Forth, generation y uses fashion to visualize their rebelliousness. But their rebellious spirit is diluting amid the rise of neo-conservatism.

As a conclusion, generation y's fashion has changed the way that compromises contrasting values, and in the process, were created unique new styles.

**Key words** : generation y(Y세대), fashion value(패션 가치관), conformity(동조성), individuality(개별성), neo-conservatism(신보수주의)

## I. 서론

오늘날 미국의 청소년 문화는 미국의 가장 큰 수출품 가운데 하나로서 세계 전역에 그 영향이 미치지 않는 곳이 없다. 세계의 청소년들은 의식, 무의식중에 MTV를 앞세운 미국의 음반시장과 할리우드 영화로부터 막대한 영향을 받으며 그와 함께 미국 청소년의 문화와 패션을 전수받고 있다. 이는 우리나라 청소년들의 경우에도 마찬가지이다. 영상매체의 발달과 인터넷의 생활화로 미국 청소년과 우리나라 청소년이 동시에 같은 영화, 뮤직 비디오를 감상하고, 동일한 웹 사이트에 접속하며, 미국 청소년의 패션 트렌드를 경쟁적으로 보도하는 국내 청소년 패션 매거진과 인터넷 사이트들이 미국 청소년 사이에서 유행하는 패션 스타일을 거의 동시에 우리나라의 청소년에게 소개하고 있다.

특히 1990년대 이후의 미국 청소년은 이전 세대의 청소년과 다른 여러 가지 특성으로 인해 미국 내에서는 물론이고 전 세계적으로 비상한 관심을 모으고 있다. 이들은 베이비 붐 세대 이후 최대 규모의 청소년 세대로서 막대한 경제력을 보유하고 있을 뿐 아니라 인터넷의 생활화 속에서 성장한 첫 세대답게 뛰어난 정보수집력을 가지고 있으며, 또 래집단과의 활발한 커뮤니케이션을 통해 이전 어느 세대보다도 신속하게 독립적이고도 집결된 의견을 형성한다. 또한, 이전 세대에 비해 경제적으로 윤택한 생활환경에서 성장한 결과 보다 긍정적인 사고와 밝은 미래관을 가지고 있으며, 자녀양육과 가정 생활을 중시하는 사회 분위기 속에서 성장해 스스로에 대한 자긍심이 강하고, 이전 어느 때보다도 인종적으로 다양한 환경에서 자란 결과 타 인종의 문화에 대해 개방적인 태도를 가지고 있다. 나아가 이들은 패션에 대해서도 이전 세대와 다른 독특한 태도와 취향을 가지고 있다.

그간 우리나라 청소년의 패션에 대해서는 조규화의 'Fashion Business in the Digital Age'<sup>1)</sup>, 이희승, 조규화의 '한국 신세대 패션에 관한 연구'<sup>2)</sup>, 남궁윤선의 '우리나라 청년 하위문화의 외모 특성과

상징적 의미'<sup>3)</sup> 등 다각적인 연구가 있었다. 그러나 미국 청소년 패션에 대한 연구는 그 자체의 중요성과 우리나라 청소년 패션에 미치는 영향력에도 불구하고 주로 힙합 패션에 치중되어 그 다양한 양상에 대한 근본적인 이해가 부족할 뿐 아니라 현장조사에 바탕을 둔 예가 드물다.

이에 본 연구는 미국 청소년의 다양한 패션 스타일과 의복 행동을 현지에서 관찰하고 현지 언론에 게재된 청소년 패션 관련 기사와 연구기관들의 조사 자료를 참조함으로써 그들의 패션의 흐름을 결정 짓는다고 할 수 있는 패션 가치관을 고찰하였다. 본 연구의 결과는 미국 청소년의 문화와 패션으로부터 많은 영향을 받고 있는 우리나라 청소년의 패션에 대한 이해를 돕고, 우리나라 청소년 패션 트렌드의 변화를 한 걸음 앞서 감지하는 데에 하나의 유용한 자료가 될 것이라 사려 된다.

## II. 연구 대상 및 연구 방법

### 1. 연구 대상

본 연구는 1990년에서 2004년 사이에 미국에서 중 고등학생 시기를 맞은 연령집단을 주요 대상으로 하였으며, 이들을 지칭하는 데 'Y세대'라는 용어를 사용하였다. Y세대는 본 연구가 대상으로 하는 연령집단을 칭하는 데 있어 Yankelovich Partners, Youth Intelligence 등 미국의 공신력 있는 전문 리서치 업체들과 미국의 주요 시사지인 New York Times, Los Angeles Times 등에 의해 가장 널리 통용되는 명칭이다.

본 연구는 대상인 Y세대 미국 청소년의 인종, 연령, 경제 계층, 주거 지역 등 변수를 체계적으로 고려하지는 않았다. 그러나 미국 전역의 중 고등학교들이 학생의 안전과 학습 분위기 고양을 위해 자체적으로 부과하는 사복금지조항(dress code)들이 주, 카운티, 학교에 따른 다소의 차이를 제외하고는

전반적으로 비슷한 내용들로 구성되어 있는 점을 감안하면, Y세대 청소년 패션의 전반적인 경향을 총체적으로 연구하는 데에 큰 무리는 없다고 볼 수 있다.

## 2. 연구 방법

본 연구의 방법은 현장조사를 토대로 한 문헌연구이다. 현장조사는 1997년부터 2004년까지 Y세대 미국 청소년 패션의 중심지라 할 수 있는 뉴욕에 거주하면서 청소년 문화와 스트리트 패션을 관찰함으로써 실시하였다. 문헌연구는 일차 자료인 미국의 시사, 패션지들을 중심으로 하였다. 시사지인 뉴욕 타임즈(New York Times: 1997년~2004년), 월 스트리트 저널(Wall Street Journal: 1998년~2004년), 타임(Time: 1999년~2004년), 뉴스위크(Newsweek: 1997년~2004년)와 패션 전문지인 우먼즈 웨어 데일리(WWD: 1997년~1998년)에 게재된 청소년 패션 관련 기사를 수집하여 내용을 고찰하였으며 청소년 대상 매거진인 틴 피플(Teen People: 1997년 창간호~2004년), 틴 보그(Teen Vogue: 2002년 창간호~2004년)에 게재된 패션 트렌드 정보 기사와 패션 화보를 고찰하였다. 또한 미국 정부의 인구 조사국이 2천만 가구를 대상으로 실시한 '센서스 2000'의 결과와 Yankelovich Partners, Teenage Research Unlimited, NPDfashionworld, EMP Communications Inc., Youth Intelligence, American Demographics 등 공신력 있는 조사기관들의 통계자료를 참고로 하였다.

## III. Y세대 미국 청소년의 패션 가치관

본 연구는 Y세대의 패션 가치관을 고찰하는 데에 있어 상반된 가치들 사이의 양면 구도를 채택 하였다. 청소년기 자체가 자아 정체성을 발견해 가는 과정에서 상반된 가치들 사이의 갈등이 두드러지는

시기일 뿐 아니라, 사회가 복잡하고 이질적일수록 가치관이 양면성을 띄는 경향이 있음<sup>4)</sup>을 고려할 때 극도로 복잡하고 다양한 시대에 청소년기를 맞은 Y세대의 패션 가치관은 양면적인 구도로 고찰하는 것이 타당하다고 사려 되기 때문이다.

양면성은 인간 심리의 가장 기본적인 특성의 하나로서, 사전적으로는 '어떤 대상, 사람, 행동에 대한 동시적이고 상반된 태도나 감정', 또는 '서로 상반된 두 가지 사이에서의 계속인 방향, 어떤 것을 택할 지에 대한 불확실성'으로 해석된다.<sup>5)</sup> 그간 양면성은 다수의 선행연구자들에 의해 패션에 대한 이해를 구하기 위한 중심 개념으로 채택되어 왔다. 대표적인 예로, 짐멜(G. Simmel)은 패션을 동조성(conformity)과 개별성(individualism), 통합(unity)과 차별(differentiation) 사이의 갈등의 부산물로 제시했으며,<sup>6)</sup> 보드리아르(J. Baudrillard)는 양면성의 작용을 유행변화의 기본 요인으로 지적한 바 있다.<sup>7)</sup> 데이비스(F. Davis)는 패션의 코드를 변화시키는 집단 정체성의 양면성을 남성성(masculine)과 여성성(feminine), 젊음(youth)과 노화(age), 양성성(androgyny)과 단성성(singularity), 포괄성(inclusiveness)과 배타성(exclusiveness), 일(work)과 놀이(play), 세속적임(worldliness)과 가정적임(domesticity), 노출(revelation)과 은폐(concealment), 허가(license)와 억제(restraint), 동조성(conformity)과 반항성(rebellion)으로 제시하고, 이러한 상반된 가치들에 대한 욕구 사이의 끊임없는 갈등과 긴장이 유행 변화에 근거를 제공해 준다고<sup>8)</sup> 지적했다. 국내에서는 조규화가 1961년 5.16 이후 출생한 세대의 특성 가운데 하나로 양극화 현상을 들면서 "감각적인 외래문화를 적극적으로 수용하고 즐기다가 하면 동시에 전통문화에 대한 깊은 애착을 보이는 등 가치관과 생활양식에 서로 상반되는 특성을 지닌다. 그들의 의식구조는 하나를 위해 다른 하나를 버려야 한다는 갈등에 있지 않고 서로 상반된 모순을 포용하는 융통성 있는 가치관을 가진다"고<sup>9)</sup> 지적하여 우리나라 청소년 의식구조의 양면성을 보여주었다.

이와 같은 선행 연구들에 기초하여, 본 연구는 Y

세대의 생활전반에 나타난 기호현상과 패션 트렌드로부터 Y세대가 추구하는 대표적인 가치들을 유추하여, 이들을 '동조성과 개별성', '오센티시티와 트렌디니스', '편안함과 성적 매력', '반항성과 보수성' 사이의 양면 구도로 설정하였다.

### 1. 동조성(Conformity)과 개별성(Individualism)

Y세대는 이전 어느 세대보다도 또래집단의 유대가 강한 세대이다. AAUW(American Association of University Women)교육재단이 Sister-to-Sister Summit(1997~1999)에 참여한 38개 주의 12세에서 16세 소녀들을 대상으로 6회에 걸쳐 실시한 설문조사에서, "오늘날 십대 소녀들이 가장 중시하는 사항은 무엇인가"라는 문항에 대해 응답자의 41%가 또래와의 상호관계라고 답했다.<sup>10)</sup> 이는 이들 사이에서 또래집단이 갖는 중요성을 보여주는 예라 할 수 있다.

Y세대가 이와 같이 또래집단에 강한 애착을 갖게 된 원인으로는 다음과 같은 요인들을 들 수 있다. 첫째, 부모의 이혼, 또는 맞벌이 부부의 증가로 인해 친구들과 공유하는 시간이 더욱 늘어났기 때문이다. Y세대의 75% 이상이 직장 여성 어머니를 가지고 있으며, 따라서 매일 평균 3시간 반 가량을 혼자 보낸다.<sup>11)</sup> 이러한 현실 속에서 또래집단은 외로움이 빚어낸 감성적 빈 공간을 채워주는 역할을 한다. 둘째, Y세대 청소년은 핸드 폰, 호출기, 인터넷의 인스턴트 메시지를 통해 서로 늘 연결되어 있기 때문에 유대가 강하지 않을 수 없다. 셋째, 팀워크를 강조하는 미국의 현 학교 교육 분위기를 들 수 있다. 교과목의 대부분이 팀 프로젝트를 중심으로 진행되며 그룹 활동을 통해 다른 학생들과 함께 하는 작업이 많기 때문에 학생들은 자연스럽게 팀 플레이어로 성장하게 된다.

또래 집단에 소속하고자 하는 욕구는 Y세대 청소년으로 하여금 클릭(cliique)이라 불리는 소집단을 형성하게 한다. 클릭이란 유사한 스타일과 관심사를 가진 급우들을 구성원으로 형성되는 친구 집단으로

서, 청소년의 사회생활과 교우관계를 구성하는 기본 단위라 할 수 있다. 클릭은 특정한 라이프스타일을 중심으로 조성되는 경향이 있기 때문에, 종종 특정한 음악 장르나 그에 수반되는 라이프스타일의 이름을 따서 힙합퍼(hip-hoppers) 또는 래퍼(rappers), 갱스타(gangstas), 펑크(punks), 레이버(ravers) 또는 즐기는 스포츠에 따라 서퍼(surfers), 스케이터(skaters), 스노보드(snowboarders) 등의 명칭으로 불리기도 한다.

일반적으로 각 클릭은 자체 내에 일련의 태도, 가치관, 원칙 등을 가지고 있으며, 구성원으로 하여금 공동의 신념 체계에 동조하도록 압력을 가한다. 규칙을 어겼거나 기준에 미달하는 멤버를 골라 따돌리기도 하는데, 특정 클릭의 따돌림 대상이 되면 곧 학급 전체에서 따돌림을 당함은 물론이고 파티 등의 사회활동에서도 철저히 배제되어 심한 경우에는 전학을 가지 않을 수 없게 되기도 한다. 클릭은 그 구성원에 대해서는 통제를, 비구성원에 대해서는 배타적인 힘을 행사한다는 점에서 규모는 작지만 일종의 하위문화와 같은 성격을 띠다고 볼 수 있다.

이와 같이 클릭은 단순한 우정, 교우관계와는 다르다. 클릭의 구성원은 교내 외에서 늘 함께 다니는 것은 물론이고 교내 식당에서 앉는 테이블, 사물함의 위치를 배타적으로 확보할 뿐 아니라 즐겨 듣는 음악, 취미활동에서부터 입을 옷에 이르기까지 서로 엄격하게 간섭하고 구속한다. 멤버들의 의복에 대해 엄한 기준을 가지고 있기 때문에 동일한 클릭의 멤버들은 모두 유사한 패션을 입는 경향이 있으며 그것이 나아가 그 집단의 정체성으로 고정되기도 한다. 특히 여학생들은 방과 후 그룹으로 함께 쇼핑을 즐기는 경우가 많을 뿐 아니라 친한 친구들끼리 서로 옷을 바꾸어 입기도 한다. 또한, 무엇을 입느냐 뿐 아니라 어떻게 입느냐, 길이와 폭은 어느 정도가 적당한 가에서부터 머리모양까지 모든 것을 서로 의논하여 정하는 경향이 있기 때문에 함께 다니는 친구들은 유니폼이라 해도 좋을 정도로 비슷한 옷을 입는 경우가 많다.

Y세대의 의복행동에서 또래집단의 승인이 차지하는 비중은 개학 직전에 등하교복의 구입이 급증하는 시기인 백 투 스쿨(back-to-school) 쇼핑 시즌이 종래와 다른 양상을 보이는 점에서도 알 수 있다. 이전에는 개학 직전인 8월에 대부분의 쇼핑을 마쳤으나 2000년경부터는 필요한 의복의 절반 정도만 개학 전에 구입하고 나머지는 개학 후 학교에서 다른 학생들이 착용한 트렌드를 확인 한 후 거기에 맞추어 추가로 구매하는 추세인데,<sup>12)</sup> 이는 친구들이 입는 것과 크게 다르지 않은 옷을 입는 것을 그만큼 중시하기 때문이다.

그러나 동조성은 일반적으로 청소년의 성장과 함께 크게 약화되는 경향을 보인다. 특히 청소년 후기에 들어서면 또래집단 내에서 인기가 있어야 한다거나 또래 그룹에 속해야 한다는 부담을 훨씬 덜 느끼게 된다. 클릭의 경우에도 초기에는 주로 동성으로만 구성되는 편이고 다른 클릭에 대해 배타적이지만 시간이 지나면 점차 다른 클릭들과 교류하고 이성 멤버도 받아들이면서 개방하기 시작한다. 특히 Y세대에 와서는 또래 집단의 영향 자체가 예전보다 약화되었다는 견해가 대두되었다. 또래집단에서 인기 있는 학생이 되기를 원하기는 하지만 어떤 집단에의 소속이 단일 가치관의 강요를 의미하지는 않게 되었다는 것이다.

이와 같이 동조성이 약화되는 가운데 그에 반해 대두되는 가치관은 개별성이다. Y세대는 패션을 위시한 생활전반에서 개별성을 추구하는데, 그 배경으로는 다음과 같은 요인들을 들 수 있다.

첫째, 사회 환경이 더욱 다양화되고 세분화되었다. 획일적인 교외지역의 테두리 속에서 성장한 베이비 붐 세대와 달리, Y세대는 폭발적인 기술 발달이 제공하는 무한한 가능성 속에서 그들의 관심 영역을 넓혀가면서 성장했다. 150여 개가 넘는 케이블 채널과 인터넷을 자유자재로 조정하면서 개별적인 관심사를 추구하는 것은 그 대표적인 예이다.

둘째, Y세대는 이전 어느 세대보다도 강한 자의식을 가진 세대이다. 어릴 때부터 언 라인 포럼이나 챗 룸(chat room)에서 자신의 생각과 주장을 자유

롭게 표현하는 습관을 길렀기 때문이다. 이들은 자신만의 이-메일 주소와 자신이 직접 선택한 아이디(ID), 비밀번호를 가지고 있으며, 개인 홈 페이지를 운영하는 경우도 많다.

셋째, Y세대는 음악, 춤, 스포츠 등 문화 전반에 걸쳐 프리스타일(freestyle)을 선호한다. 대표적인 예로 그들이 즐기는 랩은 여러 음악 장르들을 자유롭게 혼합하고 변형시킨 것이며, 브레이크 댄싱은 추는 사람의 개성에 따른 프리 스타일을 기본으로 한다. 또한 Y세대 사이에서 폭발적인 인기를 누리는 스포츠 종목인 서핑, 스케이트보딩, 스노보딩 등은 모두 속도나 회전의 크기와 같은 절대적인 기준보다는 도전성과 독창성을 강조하는 프리스타일 종목들이다.

넷째, 사회 문화 전반에 개성을 중시하는 분위기가 조성됨에 따라 개성표현을 보다 용이하게 하는 기술과 상품들이 개발되었다. 대표적인 예로 MP3, iPod 등이 개발되면서 음악을 감상하는 습관이 한층 개별화 되었다.

Y세대의 개별성 추구 경향이 특히 패션에서 두드러지게 나타나기 시작한 것은 WWD가 'Free to be me'라는 제목의 기사에서 "Y세대는 이전 세대와 달리 독립심이 강하고 패션에 대해 스스로의 아이디어를 따르는 경향이 있다"<sup>13)</sup>고 보도한 1997년경부터이다. 이때부터 티셔츠, 스니커, 백팩 등에 여러 가지 핀, 배지, 패치를 달거나 그라피티를 그리는 것이 큰 인기를 끌었으며, 특히 2001년에는 청바지를 허리 벨트와 백 포켓을 떼어 내거나 징, 자수, 그라피티, 스프레이 페인트, 모조 보석 등으로 현란하게 장식하는 것이 크게 유행했다.

개성 표출의 욕구는 Y세대의 교복 착용 태도에서도 잘 나타난다. Y세대 미국 청소년의 교복은 일반적으로 남학생은 하얀 셔츠에 네이비 팬츠, 여학생은 하얀 블라우스에 네이비 스커트나 슬랙스로 구성된다. 그러나 많은 학생들이 교복과 비슷한 모양의 사복을 구입해 입을 뿐 아니라 여학생은 스커트 길이를 짧게 만들기 위해 스커트 허리 단을 안으로 접어 입고, 남학생은 바지 허리선을 엉덩이 둘레에

배기 스타일로 끌어 내려 입는 등 교복을 임의로 변조해 나름대로의 개성을 표현한다. 이로 인해 교복에 관련된 규칙을 어기는 사례가 너무 많아지면서 이를 일일이 지적하고 선도하는 것이 시간낭비라는 지적이 나오게 되었고, 결국 2000년에 이후에는 교복을 폐지하는 학교들이 급증했다.

이상에서 살펴본 바와 같이 Y세대의 패션에는 동조성과 개별성이 공존한다. 동조성과 개별성의 갈등은 패션 자체를 성립시키는 기본 요소의 하나로서, 또래집단에서 두드러지기는 싫지만 그래도 타인의 관심은 끌고 싶은 이중심리로 요약할 수 있다. 따라서 Y세대는 함께 다니는 무리 내에서는 비슷한 디자인 혹은 같은 디자인에 색상만 다른 제품을 입고 다니는 경우가 많지만 무리별로는 서로 다른 패션 스타일을 입어 개성을 추구한다.

## 2. 오센티시티(Authenticity)와 트렌디니스(Trendiness)

Y세대가 추구하는 가치를 가운데 가장 독특한 것으로 오센티시티를 들 수 있다. 오센티시티는 사전적으로 '사실에 부합되는 것으로 수용하거나 믿을 가치가 있는 것', '원래의 것(original)과 일치해 그것으로부터 핵심적인 요소들을 재생산 해 낼 수 있는 것', '가짜나 모방이 아닌 것', '고유한 특성, 정신, 개성의 참됨', '사실과 일치하여 믿고 의지할 가치가 있는 것', '그 기원이나 출처가 공인된 것'<sup>14)</sup> 등의 의미로 풀이되는데, Y세대 사이에서는 이와 같은 이미지들을 종합적으로 상징하는 감성적 가치로서 보다 포괄적인 의미로 해석된다. Y세대의 문화와 패션에 반영된 오센티시티의 의미와 이미지를 고찰하면 다음과 같다.

Y세대에게 있어 오센티시티는 첫째, '실제 그대로임', '진실함'을 의미한다. 대표적인 예로 1990년대 후반에 폭발적인 인기를 누렸던 틴 팝(teen pop)의 앨범 판매가 2001년을 고비로 50%로 격감하고 그 대신 아브릴 라빈(Avril Lavign) 등 스스로 작사 작곡한 노래를 직접 반주하면서 노래하는 가수들이

인기를 끈 현상을 들 수 있다. 이들은 틴 팝 가수들의 특징인 화려한 무대 의상을 지양하고 일상적이지만 개성 있는 의상을 입는 점에서도 틴 팝 가수들과 크게 구분된다. '서바이벌(Survivor)', '아메리칸 아이돌(American Idol)' 등 리얼리티 텔레비전 쇼들이 Y세대 사이에서 선풍적인 인기를 누린 것도 같은 맥락으로 이해할 수 있다.

둘째, 오센티시티는 '그 기원이나 출처가 공인된 것'을 지향한다는 점에서 정통성의 의미를 내포한다. 한 예로 힙합 패션의 경우, 한동안은 랄프 로렌(Ralph Lauren), 토미 힐피거(Tommy Hilfiger) 등 유명 백인 디자이너의 브랜드들이 인기를 끌었으나 2000년경부터는 후부(Fubu), 팻 팜(Phat Farm) 등 흑인 주도의 어반 패션(urban fashion) 브랜드들이 힙합 패션 시장을 주도했는데, 이는 어반 브랜드들이 백인 디자이너의 브랜드들보다 더 정통성 있다고 간주되었기 때문이다.

셋째, 오센티시티는 독창성, 즉 '고유한 특성과 개성의 참됨', '가짜나 모방이 아닌 진짜'의 의미를 내포한다. 이는 남을 모방한 것이 아니라 개성의 자연스러운 발로에 의해 새로운 스타일을 창조해 내었음, 즉 어떤 특정한 스타일을 처음으로 만들어 내었음을 뜻한다. 예를 들어 Y세대 사이에서 뽀뽀한 치노(chino) 소재의 배기 실루엣 작업복 바지를 전문으로 하는 브랜드 디키즈(Dickies), 캔버스 소재의 스케이트보드화 전문 브랜드 캔버스(Converse) 등이 독보적인 인기를 누리는 것은 이 브랜드들이 특정 스타일의 원조 브랜드로 인정받기 때문이다. Y세대는 자신들이 원조로 간주하는 브랜드의 명칭을 특정 스타일을 지칭하는 고유명사처럼 통용할 뿐 아니라 그러한 브랜드들에 대해 예외적으로 높은 브랜드 충성도를 보이는 경향이 있다.

넷째, 특히 패션에 있어서 오센티시티는 역사, 전통과 동일시되기도 한다. Y세대 사이에서 빈티지 패션 아이템과 소수민족의 전통의상이 크게 유행한 것이 그 대표적인 예이다. 1980년대의 빈티지 취미가 당시 청소년이었던 베이비 붐 세대의 반항기에서 비롯되었던 것과 달리, Y세대의 빈티지 취미는 역

사와 전통을 다시 접하는 방법의 하나로서 오센티시티에 대한 추구를 반영한다고 할 수 있는데, 그 대표적인 예는 빈티지 스니커이다. Y세대의 스니커 수집취미는 1990년대 초반에 유명 브랜드 신제품 스니커 수집으로 시작되었다. 이것이 2000년대에 들어서면서는 한정판, 빈티지 스니커 수집으로 발전했다.

다섯째, 오센티시티는 반상업주의 정신으로 이어진다. Y세대 가운데 상업적인 성공을 '본질을 잃고 돈에 팔리는 행위'로 치부하여 대규모 브랜드의 제품을 기피하는 경향이 대두된 것이 그 대표적인 예이다.

Y세대 사이에서 오센티시티가 갖는 의미와 중요성은 그들을 타깃으로 하는 패션 업계에 일어난 변화에도 잘 나타난다. 그 대표적인 예는 다음과 같다.

첫째, 일부 '과거에 유명했던 브랜드들'이 화려하게 재기했다. 십여 년 전에는 큰 인기를 끌었으나 이후 계속 침체에 빠져있던 몇몇 브랜드들이 Y세대 청소년 사이에서 역사와 전통 있는 브랜드로 재인식되었기 때문이다. 그 결과 힙합 초기에 유행했던 모자 전문 브랜드 캥골(Kangol), Y세대의 부모 세대 때 유행했던 브랜드 라코스테(Lacoste)와 펭귄(Penguin) 등이 Y세대 사이에서 큰 반향을 불러 일으켰다.

둘째, 마케팅에 있어 역사와 전통을 강조하는 경향이 늘어났다. 대표적인 예로 1966년에 캘리포니아에서 영세 점포로 출발한 이래 대규모 스케이트 슈즈 브랜드로 성장한 밴스(Vans)를 들 수 있다. 밴스는 스케이트보딩 초기의 자료 화면들을 엮은 다큐멘터리 〈Dogtown and Z-Boys(2002)〉의 제작을 후원했는데, 화면에 등장하는 전설적인 프로 스케이터들 대부분이 밴스의 제품을 착용하고 있어 스케이트보딩의 역사가 곧 밴스의 역사임을 간접적으로 시사하는 효과를 얻을 수 있었다.

그러나 Y세대가 오센티시티를 이와 같이 높이 평가하는 것은 동시에 그들의 문화가 실상은 그다지 독창적이지 못할 뿐 아니라 많은 면에서 상업화되었음을 반증한다고도 볼 수 있다. 따라서 Y세대가 오센티시티를 추구하는 것은 진실로 그 본질을 찾는 것이 아니라 단순한 유행현상의 하나 일 수 있

다. 레트로 스니커가 그 대표적인 예이다. 레트로 스니커란 과거에 인기 있었던 스니커 모델을 재생산한 것으로서, 리복의 경우 1980년대 에어로빅 붐 시절에 여성들 사이에서 인기를 끌었던 클래식(Classic) 모델 스니커를, 나이키는 1994년 모델인 에어 폴스 원(Air Force One) 농구화를 2002년에 재출시해 인기를 끌었다. 그러나 레트로 스니커는 빈티지 스니커의 디자인을 모방한 상품일 뿐 오센틱한 빈티지 제품은 아니다.

'원래의 것이 아니라 모방한 것', '상업적이고 대중적인 것'은 오센틱한 것과 달리 인공적인 리듬에 따라 늘 변화하는 것, 즉 트렌디(trendy)한 것이다. 트렌디한 것은 업계와 매스컴이 유도하는 방향으로 일방적으로 이끌어진다. 점에서 오센티시티와 상반된 성격의 가치이다.

Y세대 청소년은 대중 패션의 트렌드에 매우 민감하게 반응한다. 새로운 패션을 시도하는 것이 청소년기에 새로운 정체성을 실험하는 방법의 하나이기 때문이기도 하지만, 이러한 청소년기 자체의 특성에 더해 특히 Y세대를 트렌드에 민감하게 반응하게 하는 데에는 다음과 같은 내적 요인과 외적 요인이 작용한다.

내적 요인의 첫째는 Y세대가 끊임없이 '새로움'과 '변화'를 원한다는 점이다. Y세대는 컴퓨터로 숙제를 하면서 동시에 인스턴트 메시지를 교환하고, 음악을 다운로드 받으면서 TV를 시청하거나 친구와 전화를 하는 등 여러 가지 일들을 동시에 시행하면서 성장했다. 그 결과 이들은 주의집중력이 낮을 뿐 아니라 번덕이 심하고, 패션을 비롯한 일상의 모든 면에서 늘 새로운 자극과 변화를 기대한다.

둘째, Y세대는 '재미'를 절대적인 가치로 추구한다. 그들에게 새로운 트렌드를 접하고 입어 보는 것은 단연 재미있는 일이다. Y세대 사이에서 히피풍이나 패전트 룩, 보헤미안 룩 같은 레트로 패션이 인기를 끈 것도 직접 경험하지 않은 시기의 패션을 입는 데서 새로운 재미를 발견하기 때문이라고 볼 수 있다. 2002년에 불경기에도 불구하고 패전트 룩이 큰 성공을 거둔 것은 그 대표적인 예이다.

셋째, Y세대는 과시, 특히 물질적 과시 욕구를 가지고 있다. 이들은 부를 성공의 척도로 여기는 사회 분위기 속에서 노골적인 배물 숭배의 내용을 담은 랩을 즐겨 들으며 자란 결과, 최신 트렌드의 고가품으로 경제적 지위를 과시하는 데 거리낌이 없다. 콜로라도 대학의 애들러(P. A. Adler)교수가 저서 「피어 파워(Peer Power)」에서 교내 인기 여학생들의 공통점 가운데 하나로 유복한 가정환경을 들면서 그 이유를 "사회적으로 패셔너블하고 세련된 것으로 인식되는 고가의 의류를 부담할 수 있기 때문"<sup>15)</sup>이라고 지적한 것은 이와 같은 분위기를 잘 대변해 준다.

한편 외적 요인으로는 첫째, 유럽의 주요 패션 도시들과 뉴욕의 시즌별 컬렉션에 소개된 최신 트렌드 정보를 각종 케이블 채널 프로그램과 인터넷, 매거진 등을 통해 이전 어느 때보다도 신속하게 입수할 수 있게 되었다.

둘째, 대중 패션의 첨단을 걷는 대중 스타들이 청소년의 모방 대상이 되고 있다. 특히 청소년 대상 패션 매거진들을 위시한 각종 매스컴은 인기 가수나 영화배우 등의 스타일을 구체적으로 소개하고 찬양함으로써 청소년의 스타 스타일 모방심리를 부추긴다.

셋째, 최신 유행 패션 아이템을 부담 없는 가격에 구입할 수 있게 되었다. 타깃(Target), 월마트(Wal-mart) 등 대형 할인 체인점들과 올드 네이비(Old Navy), H&M 등 매스 머천다이어저들이 양질의 최신 유행 디자인 제품을 염가에 공급함으로써 Y세대 청소년들이 큰 경제적 부담 없이 유행을 따를 수 있게 된 것이다.

Y세대 청소년 패션이 대중 패션의 트렌드를 민감하고 신속하게 반영하는 현실은 25세 이상의 성인 여성들이 청소년 타깃 브랜드의 제품을 구입하는 사례가 급증하는 현상에서도 확인된다. 보그(Vogue)의 보도에 따르면 1990년대 말부터 십대 소녀들 사이에서 유행하는 패션 스타일을 모방하거나 십대 소녀 대상의 카탈로그 업체 델리어즈(Delia's) 등에서 쇼핑하는 성인 여성들이 크게 늘

어났다.<sup>16)</sup> 세대 간에 스타일의 차이가 좁혀져 청소년 패션과 성인 여성 패션 사이에 실질적인 구분이 없어졌기 때문이다.

이상에서 살펴본 바와 같이 Y세대는 오센티시티를 중시하지만 동시에 대중 패션 트렌드에도 민감하게 반응한다. Y세대가 오센티시티를 추구하는 것은 그들의 문화가 그만큼 독창성이 떨어지고 상업화되었음을 반증하며, 오센티시티를 추구하는 것 자체가 Y세대가 보이는 유행현상 가운데 하나일 수 있다.

### 3. 편안함(Comfort)과 성적 매력(Sexuality)

Y세대 미국 청소년은 학교생활과 과외활동에서 스포츠가 차지하는 비중이 커 스포츠웨어를 입는 경우가 많을 뿐 아니라 평상시에도 스포티하고 편안한 의복을 즐긴다. 한 예로 여성의 경우, 25세 이상은 체육관에 갈 때에만 스포츠웨어를 입는 경향이 높은 반면, Y세대 여학생들은 집에서 여가 시간을 보내거나 친구들과 밖에서 어울릴 때에도 스포츠웨어를 즐겨 입는다고<sup>17)</sup> 한다. 또한, 이들은 모양에 그다지 신경을 쓰지 않은 것 같아 보이는 패션을 쿨하다고 여기는 경향이 있다. 일부 고등학교 남녀 학생들 사이에서 파자마, 특히 배기 스타일의 프란넬(flannel) 파자마 바지를 입고 등교하는 것이 유행한 것이 그 대표적인 예이다.(그림 1)

편안함은 Y세대 사이에서 유행의 수명을 결정하는 중요한 요인의 하나이다. 후드 달린 스웨트 셔츠, 배기 팬츠, 사이드 후프와 주머니를 여러 개 달아 기능성을 강조한 배기 스타일의 카르고(cargo) 팬츠, 카펜터(carpen-ter) 팬츠, 카프리 등 Y세대 사이에서 지속적인 인기를 누린 아이템들은 대부분 편하고 기능적이라는 공통점을 가지고 있다. 특히 통 넓은 바지의 경우, 통이 지나치게 넓은 레이브(rave) 팬츠는 활동에 불편하고 기능이 떨어져 크게 대중화되지 못한 채 인기가 식은 반면 품이 넉넉하면서 운동성이 뛰어난 힙합 스타일의 배기(baggy)



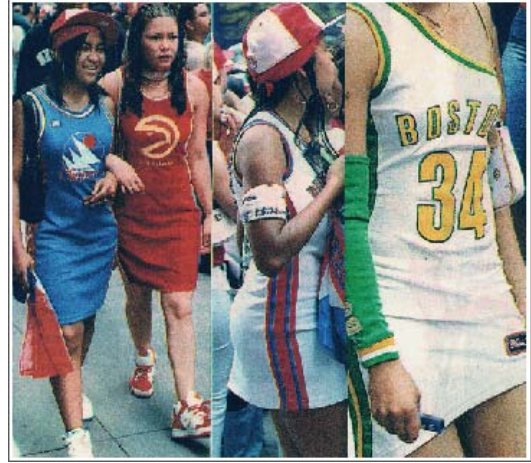


〈그림 1〉 파자마 바지를 입고 등교하는 학생들  
New York Times Education,  
2004 Spring.

팬츠는 계속해서 착용되고 있다. 또한, Y세대 남성 패션 전반에 대두된 오버 사이즈 경향과 벨크로 여밈의 증가도 힙합 패션의 영향에 더불어 편안함을 추구한 결과라고 할 수 있다.

그러나 이전 세대에서와 달리 Y세대, 특히 Y세대 여학생의 패션에서는 편안함과 기능성이 반듯이 성적 매력의 표현을 포기하는 것을 의미하지는 않는다. WWD는 2002년에 "Y세대 여성들 사이에서 편안하면서도 섹시한 애슬레틱(athletic) 스포츠룩이 인기를 끌고 있다"<sup>18)</sup>면서 스포츠 웨어에 섹시함을 가미하는 추세를 보도했는데, 이는 Y세대가 기능성에 그와 상반되는 성격의 가치인 성적 매력을 절충시킨 결과라고 할 수 있다.

Y세대 사이에서 섹시하고 페미닌하면서 동시에 스포티하고 활동적인 스타일이 인기를 끈 대표적인 예로 보디 컨셔스 라인의 여성용 트랙 슈트(tracksuit)와 농구 저지 드레스(jersey dress, 〈그림 2〉)를 들 수 있다. 2002년경부터 Y세대 여성 사이



〈그림 2〉 남성용 농구 저지를 변형한 여성의 스포츠 저지 드레스, New York Times, 2003 June 15.

에서 크게 유행한 트랙 슈트는 종래의 트랙 슈트와 달리 보다 컨셔스한 실루엣인 점이 특징이다. 이 트랙 슈트는 밀위를 짧게 하고 히프 라인의 곡선을 살림으로써 기존의 트랙 슈트보다 훨씬 더 몸매를 돋보이게 해, 패셔너블한 일상복으로 인기를 끌었다. 한편, 농구 저지 드레스는 남성용 농구 스포츠 저지를 여체에 맞추어 타이트하게 고쳐 만든 민소매 미니 드레스로서, 2003년 봄부터 유행하기 시작했다. 남성용 상의를 그대로 원피스로 변형했기 때문에 목선이 깊이 파이고 길이도 짧았지만, 소재의 신축성과 활동적인 디자인으로 인해 편안한 점이 유행의 주요 요인이 되었다.

이와 같이 Y세대는 패션에 있어서 신체의 편안함을 중시하는 한편 그와 상반되는 가치인 성적 매력을 표현하려는 욕구를 가지고 있다. Y세대는 이전 어느 세대보다도 일찍부터 '성적 매력'을 인식하고 이를 강조하기 위한 수단으로 의복을 이용하기 시작하는데, 그 배경으로는 다음과 같은 원인을 들 수 있다.

첫째, Y세대는 신체 발달 면에서 매우 조숙하다. 특히 소녀들의 경우 신체 발달이 과거 어느 때 보

다도 어린 나이에서부터 나타나기 시작해, 종래에는 대략 15에서 16세부터 시작되는 것으로 간주되던 사춘기가 Y세대에서는 12세 즈음에 이미 시작되는 것으로 추정되고<sup>19)</sup> 있다. 여기에 더해 인터넷은 자신의 연령을 실제보다 높게 속이거나 실제보다 성숙한 이미지로 꾸며보는 기회를 제공한다.

둘째, Y세대는 자신의 신체에 대한 관심도가 매우 높다. 신체 및 외모에 대한 관심 증대는 청소년기에 보이는 보편적인 현상이지만, 특히 Y세대는 각종 미디어와 광고를 통해 비정상적일만큼 완벽한 체형의 모델들을 보며 자란 결과 신체 전반과 가슴, 허리, 엉덩이, 허벅지 등 각 부위에 대한 불만이 이전 어느 세대 보다 크고 구체적이다. 남학생의 경우에는 체육관에서 근육 만들기엔 힘쓰는데, 극단적인 경우에는 스테로이드 등의 약물을 복용하기도 한다.

셋째, 매스컴의 영향이 크다. 성숙한 외모의 청소년 캐릭터가 성인이나 다름없는 성생활을 즐기는 것으로 묘사하는 영화와 TV 드라마, 섹시한 영상의 뮤직 비디오 등이 Y세대 청소년으로 하여금 스스로를 성인으로 인식하게 하며 성적인 매력을 과시하고자 하는 욕구를 증가시킨다.

넷째, 청소년, 특히 여학생의 성생활에 대한 사회 인식의 변화를 들 수 있다. 토론토 대학의 Marcel Danesi 교수 팀이 북미 주요 대도시들에 거주하는 Y세대 청소년 200명을 대상으로 실시한 인터뷰(1999~2002)에서 146명의 응답자가 '성적으로 뛰어난 것(sexual prowess)'이 남자들 못지않게 여자들에게도 중요하다고<sup>20)</sup> 답했다. 이는 성생활을 즐기는 것이 더 이상 남학생들만의 특권이 아니라 남녀학생 모두의 생활의 자연스러운 일부로 받아들여지고 있음을 보여 준다. 이와 같은 인식의 변화에 따라 Y세대 여성들은 또래집단으로부터 부정적인 눈총을 받지 않고 떳떳이 자신의 성적 매력을 과시할 수 있게 되었다.

이상의 배경의 영향으로 특히 여학생의 경우, 신체적으로 성숙한 여학생들은 물론이고 그렇지 않은 소녀들까지도 섹시한 성인 패션을 즐기는 경향이 높다. 종래에는 위생과 안전에 관한 조항들이 주를 이루었

던 미 전역의 교내 사복금지조항들에서 2000년 이후 성적인 매력을 강조하는 성인 패션을 금지하는 조항들의 비중이 크게 높아진 점은 이러한 추세를 단적으로 보여준다. 특히 Y세대는 반드시 날씬한 체형이 아니더라도 신체 부위를 강조하고 과시함으로써 자신감을 얻고 싶어 한다. 워싱턴 포스트의 보도에 따르면 이러한 경향에는 라틴계와 흑인 청소년의 영향이 크다. '적당히 큰 키, 마른 듯한 몸매, 긴 금발 머리'라는 획일적인 미인상을 동경하는 경향이 높은 백인 소녀들과 달리, 라틴계와 흑인 소녀들은 '뚱뚱하지는 않으면서 볼륨이 있는 형'을 이상적인 몸매로 생각하고 마른 체형보다 풍만한 여성미를 추구하는 경향이 있어 보다 다양한 신체 유형을 융통성 있게 받아들이기 때문이다.<sup>21)</sup> 그 결과 Y세대 여성은 사이즈가 큰 몸매도 비교적 긍정적으로 받아들이며, 자신의 몸매나 체형에 구애받지 않고 일반 청소년들 사이에서 유행하는 노출 패션이나 보다 컨셔스한 스타일의 패션을 입는 편이다.

Y세대 여성이 패션으로 성적인 매력을 표현하는 대표적인 예로 1990년대 후반에 청소년 사이에 확산된 노출 패션을 들 수 있다. Y세대 여성 사이에서 특히 강조되는 노출 부위는 복부(midriff)이다. 가슴은 성형수술이 흔해지면서 그 매력이 저하된 반면 군살 없이 평편한 복부는 각고의 노력에 의해서만 가꿀 수 있는 점이 매력을 더하기 때문이다. 이에 따라 청바지를 비롯한 하의의 밑위와 티셔츠 길이가 짧아져 복부를 드러내게 되었으며, 노출된 배꼽을 장식하기 위한 배꼽 주변 문신과 배꼽 피어싱(piercing)도 유행했다.

노출이 많은 상의가 유행하기 시작한 것은 1997년경부터로, 그 다양한 양상은 미 전역의 공립학교들에서 학생들에게 부과하는 사복착용금지조항(dress code)들에 가장 잘 드러난다. 한 예로, 뉴욕주에 있는 학교들이 공통적으로 금지하는 상의의 종류는 튜브 탑(tube top), 등 없는 셔츠(backless shirts), 어깨가 한쪽뿐인 탑(one-shoulder top), 로컷(low-cut) 네크라인, 길이가 지나치게 짧은 티셔츠 등이다. 특히 스파게티 스트랩 탱크 탑(spaghetti

strap tank top)의 경우에는 속에 입은 브레이지어의 끈이 드러나 보이지 않도록 하기 위해 탑의 끈 넓이를 적어도 1.5인치 이상으로 규제하는 구체적인 조항이 있어 Y세대 여학생들 사이에 브레이지어 끈 노출이 상당히 일반화되었음을 보여준다.

노출 하의의 대표적인 예는 2001년경부터 유행하기 시작한 로-라이즈(low-rise) 청바지이다. 로-라이즈 청바지는 허리를 가늘어 보이게 하는 효과가 커 폭발적인 인기를 끌었는데, 한때 밑위 길이가 5, 6인치까지 짧아졌었다. 그 결과 몸을 구부렸을 때 노출되는 둔부의 윗부분을 가리켜 '엉덩이 골(butt cleavage)'이라는 신조어가 등장했는가 하면 루이지애나 주의 House Criminal Justice Committee에는 로-라이즈의 하의를 금지하지는 법률 초안이 제출되기도 했다.

노출 패션의 유행에 동반해 티(T) 팬티, 패딩을 넣은 브레이지어 등 성적 매력을 강조하는 속옷도 인기를 끌었다. 특히 티 팬티는 로-라이즈 청바지의 허리선 위로 티 팬티의 양쪽 끈이 보이도록 입는 착용법이 크게 유행했다.

이상에서 편하고 기능적인 의복에 대한 추구와 의복을 통해 신체의 성적 매력을 강조하려는 욕구를 고찰한 결과, 두 가치를 동시에 만족시키기 위해 섹시하고 페미닌하면서 동시에 스포티하고 활동적인 스타일이 출현했다는 결론을 얻었다.

#### 4. 반항성(Rebelliousness)과 보수성(Conservativeness)

청소년이 정체성을 수립하는 과정은 부모의 가치관으로부터의 독립을 수반하기 때문에 반항의 형태를 취하기 나름이다. 따라서 청소년의 반항은 성장기에 보이는 극히 자연스러운 현상이지만 Y세대만이 보이는 성향은 아니다. 그러나 Y세대가 취하는 반항의 표현은 Y세대 특유의 것이며, 특히 패션을 통한

저항은 Y세대 청소년이 자신의 반항심과 독립심을 대외적으로 가시화하는 방법 가운데 가장 안전한 형태의 하나라고 할 수 있다. 그 구체적인 내용을 살펴보면 다음과 같다.

기성사회의 권위에 반하는 패션의 대표적인 예는 하위문화 패션이다. 하위문화 패션은 전형적인 안티 패션으로서, 하위문화에 내재하는 저항성이 그 패션에 자동적으로 '저항의 이미지'를 부여할 뿐 아니라 하위문화 패션 자체가 저항적 상징성을 가지기도 한다. 따라서 하위문화 패션을 입은 Y세대 청소년은 자연히 주변에서 튀게 되고, 규범과 제재에 대해 반항적, 저항적으로 보이게 된다. Y세대는 가정이나 학교에서 제재를 가하는 하위문화 패션을 입음으로써 기존 사회질서에 대해 상징적으로 저항하고 자신이 사회제도나 질서에 합류하지 않음을 가시화한다.

권위에 도전하는 또 다른 형태는 기성사회가 지지하는 상식, 즉 고정관념을 깨 주변에 충격을 주는 것으로서, 패션의 경우에는 T.P.O.를 무시하는 것이 가장 흔한 형태이다. 한 예로 2000년 겨울 한 때 Y세대 소녀들 사이에서 매서운 한파에도 불구하고 맨발에 샤워 샌들이나 플립 플랩(flip-flop)을 신는 것이 유행한 것을 들 수 있다(그림 3). 동상이 걸릴 것을 우려한 부모와 선생님들이 제재에 나섰지만 유행은 오히려 더 확산되기만 했다.

사회경제적 지위에 따른 전형적 이미지를 전복시키는 것도 고정관념을 깨는 방법의 하나이다. 피어싱이나 문신 등 신체 장식의 경우 특히 백인 중산층 소년들이 했을 때 더 반항적으로 보이는데, 이는 그러한 신체장식이 백인 중산층 소년 일반이 주는 단정한 이미지에 크게 어긋나기 때문이다. 1990년대 말에 남녀 고등학생들 사이에 'Porn Star in Training', 'Pimp', 'Stripper' 등의 저속한 문구나 단어를 프린트한 티셔츠가 유행한 것도 마찬가지이다. 이러한 패션의 유행에는 청소년 신분엔 맞지 않는 문구를 사용함으로써 기성세대에게 충격을 주려는 의도가 담겨 있다.



〈그림 3〉 한 겨울에 맨발 차림으로 슬리퍼를 신은 소녀들, L. A. Times, 2000, Dec 31.

패션을 통한 반항의 또 다른 형태는 아이러니한 패션을 통해 '저항하는 즐거움'을 추구하는 것이다. 이는 1990년대 말부터 Y세대 청소년 사이에 유행한 블랙 유머와 관련이 있다. Y세대의 블랙 유머는 무례함의 수위가 미묘해서 기성세대에게는 혐오감과 충격을 주지만 Y세대 사이에서는 코믹한 것으로 받아들여진다. 한 예로 Y세대 청소년 사이에 크게 인기를 끈 TV 카툰 '사우스 파크(South Park)'는 생리현상인 배설을 주요 풍자대상으로 하는 등, 지저분한 개그와 욕설이 난무하지만 Y세대 사이에서는 그 저속함이 오히려 인기를 끈 주 요인이 되었다. 이와 같이 그들 사이에서만 통하기 때문에 블랙유머는 예의범절과 질서를 강조하는 사회 분위기를 비웃으면

서 자신들이 부모 세대와 달리 중산층의 가치관에서 자유로움을, 그래서 그만큼 세련되었음을 과시하는 한 방편이 되었다. '코딱지 사탕(Snot Candy), 끈끈한 코딱지(Gummy Boogers), 괴물 사마귀(Monster Wars)' 등 황당한 문구를 프린트한 티셔츠나 야구모자 등은 이러한 유머 감각이 패션에 그대로 적용된 예이다.

그러나 이상에서 고찰한 Y세대의 저항 패션은 진정한 저항 정신이 발로가 되었다고 하기 보다는 하나의 표현방법으로써 반항의 이미지를 추구한 결과라고 볼 수 있다. Y세대에게 있어 반항적인 패션은 주변의 이목을 끌기 위한 연출 즉, 일종의 독특한 자기표현 방법일 수 있다.

Y세대는 이전 어느 세대보다도 강한 자기 현시 욕구를 가진 세대이다. 그들은 개인의 프라이버시를 중시하고 이목을 꺼렸던 X세대와 달리, 인터넷 홈 페이지나 블로그(blog)를 통해 자신의 생각, 사진 등을 미지의 대중과 공유하고 그들의 관심의 대상이 되기를 원한다. 또한, '아메리칸 아이돌(American Idol, 2002년부터)' 등 일반인을 하루아침에 TV 스타로 탈바꿈 시키는 각종 리얼리티 쇼 프로그램을 시청하면서 성장한 결과 '누구나 스타가 될 수 있다'는 생각을 가지고 있다. 이러한 자기 현시 욕구와 청소년의 반항기 사이에는 밀접한 연관이 있다. 일탈 청소년들은 일반적으로 자신의 존재를 학업 외의 다른 방면에서 표현하고자 하는데, 그 다른 방법의 하나가 가시적인 의복이나 외모를 연출해 자신의 존재를 고시하는 것이다. 극단적인 예이지만, 1999년 4월 20일 콜로라도 리틀톤(Littleton)의 콜롬바인(Columbine) 고등학교에서 두 명의 백인 남학생들이 총기를 난사해 학우들과 교사를 살해하고 자살한 사건에는 사건 초기에 지적된 '인기 클릭으로부터 소외된 데에 대한 보복'과 함께 '유명해지고 싶은 욕구'가 동기로 작용한 것으로 보도된 바 있다. 두 학생은 평소 연중 고온인 텍사스 중부의 날씨에도 불구하고 검은색 트렌치 코트를 입어 주목을 끌었다<sup>22)</sup>고 한다.

이와 같이 주변의 이목을 끌기 위해 반항의 이미

지를 연출하는 현상은 결국 Y세대의 반항성이 그만큼 희석되었음을 뜻한다. 청소년의 저항은 스스로의 욕구를 조직하고 구체화함으로써 표현되는 것이 아니라 기성체제에 의해 주어진 것을 다만 소비함으로써 표현된다는 점에서 기본적인 한계를 안고 있고, 청소년 문화가 꼭 저항성을 띤 다기 보다는 기성세대의 기준에서 볼 때 도전적, 이단적으로 비침으로써 스스로 의도하지 않아도 저항적인 의미를 지니게 된다는 견해는 이전부터 있었다. 그러나 Y세대에 와서는 저항의 뿌리라 할 수 있는 청소년 하위문화 고유의 저항성부터가 흔들리고 있는 상황이다.

청소년 하위문화 고유의 저항성이 희석되어 가고 있음을 가장 잘 보여 주는 예는 Y세대 펑크와 그 패션이다. Y세대의 펑크는 펑크 문화가 지니고 있는 상징성을 표피적으로 수용했을 뿐 초창기의 펑크가 스타일을 통해 표현하고자 했던 기성세대에 대한 저항이나 허무주의는 가지고 있지 않다. 뉴욕 타임즈는 이와 같은 Y세대 펑크를 "진정한 의미에서의 반사회적인 외침이라기보다는 십대 청소년의 열정적인 취미"라고 평하고 종전의 펑크와는 단판인 단정한(clean cut) 펑크라는 뜻에서 '프레피 펑크(preppie punk)<sup>23)</sup>라 명명했다(그림 4). 이들은 중상류층 청소년의 비중이 높고 평균 연령이 낮기 때문에 집과 학교를 버리고 뛰쳐나가 엉망으로 생활하던 과거의 펑크와 달리 주중에는 집에서 착실히 학교에 다니다가 주말에만 펑크로 생활하는 경우가 많다. 따라서 헤어스타일도 종래의 펑크가 즐긴 모혹처럼 지나치게 눈에 띄는 것 보다는 짧게 깎아 세우고 탈색하는 정도의 스타일을 선호하며 전반적으로 눈에 덜 거슬리고 단정한 펑크 패션을 구사한다. 교내 사복금지 규정의 내용에 힙합 패션의 특정 아이템을 금지하는 조항들은 많지만 펑크 패션에 대한 언급이나 금지는 눈에 띄지 않는다는 사실도 Y세대에서 펑크가 그저 취향의 하나로 받아들여졌음을 확인시켜 준다.



〈그림 4〉 Y세대 프레피 펑크, New York Times 2004 Feb 22.

이와 같이 반항정신이 약화된 배경에는 Y세대의 보수성이 존재한다. 보수성은 기성사회의 위계질서 내에서 그 가치관을 적극적으로 수용하고 실리를 추구하는 상향지향적인가치라는 점에서 기성세대의 가치관을 거부하고 그에 대항하는 경향인 반항성과 상반되는 가치이다.

Y세대 사이에 신 보수주의 경향이 일고 있다는 연구결과가 발표된 것은 1990년대 말부터이다. 뉴욕 타임즈와 CBS 뉴스(1998)가 미 전역의 Y세대 청소년 1천 48명을 대상으로 실시한 설문조사 결과, 응답자의 51%가 '부모와 매우 잘 지내고 있다(get along very well)', 46%가 '비교적 잘 지낸다(fairly well)'고 대답했으며 94%가 '신을 믿는다(believe in god)'고 답해 응답자 가운데 상당수가 건전한 가치관을 가지고 있는 것으로 나타났다. 또한, 성 문제에 대해서도 비교적 보수적인 가치관을 보여 여학생의 53%, 남학생의 41%가 혼전 성관계는 잘못된 일이라고 답했다.<sup>24)</sup> 이는 이전 세대의 가치관, 라이프 스타일, 이념 전체를 무조건 거부하기 보다는 그 일부를 절충적으로 인정하고 흡수하기 시작한 결과라고 볼 수 있다. Y세대가 이와 같이 보수주의적인 성향을 띄게 된 데에는 다음과 같은 원인을 들 수 있다.

첫째, Y세대는 실리를 추구한다. 그들은 자신의 진로와 성공을 중시하며, 따라서 자기 파괴적인 반항 보다는 건강과 미래, 성공을 추구한다. 한 예로 니켈로데온(Nickelodeon)과 양켈로비치(Yankelovich Youth Monitor, 1999)가 실시한 조사결과에 따르면 12세에서 17세의 응답자 가운데 86%가 "좋은 교육을 받는 것은 매우 중요한 일"이라고 응답했다.<sup>25)</sup> 이는 이들이 독립된 개인으로의 성장을 재촉하는 사회의 냉엄하고 치열한 경쟁 분위기 속에서 갈등하는 반항으로 시간을 허비할 여지가 없음을 어린 나이에서부터 인식하고 있음을 보여준다.

둘째, Y세대는 전반적으로 부모와 좋은 유대관계를 가지고 있다. National Association of Secondary School Principals와 Horatio Alger Association of Distinguished Americans가 13세에서 19세 중 고등학교 생들을 대상으로 실시한 조사 'Mood of American Youth(2003)'의 결과에 따르면 응답자 가운데 94%가 어머니에 대해서, 81%가 아버지에 대해서 매우 만족한다(very happy 또는 fairly happy)고 답했다.<sup>26)</sup> 따라서 Y세대는 부모세대와 갈등하면서 청소년기를 보낸 이전 세대들과 달리 반항할 뚜렷한 이유와 대상이 없으며, 이유 없는 반항을 내켜하지도 않는다.

셋째, 2001년 9월 11일 테러 사태 이후 대두된 '가치관의 재고'를 들 수 있다. 베트남전이나 냉전시대 같은 위기 상황을 경험한 적이 없었던 Y세대에게 9.11 테러 사태와 이후 지속된 전쟁의 위협은 현실을 자각하고 평화의 소중함을 되새기는 계기가 되었다. 특히 가족을 중시하는 경향이 높아져 가족과 함께 시간을 보내는 것을 테러사태 이전보다 더 중시하게 되었다.

그러나 Y세대의 보수주의는 기성세대의 보수주의와는 다른 기준을 가지고 있다. 따라서 Y세대로서는 보수적인 가치관에 준해 취하는 행동이 기성세대의 눈에는 전혀 보수적으로 보이지 않을 수 있다. Y세대가 성관계를 갖는 데에 대해서는 보수적인 경향을 띄기 시작했으면서 오랄 섹스에 대해서는 이전 세대

보다 오히려 개방적인 태도를 가지고 있는 것이 그 좋은 예이다. 마찬가지로 Y세대의 보수적인 가치가 반영된 패션도 이전 세대의 보수적인 패션을 그대로 답습한 것은 아니다. 대표적인 예는 프레피 룩(preppie look)이다. 프레피 룩은 전통과 보수를 대표하는 스타일이지만 Y세대에 와서는 새로운 형태로 발전했다. 특히 Y세대 남성의 프레피 룩은 프레피와 힙합(hip-hop)이 융합된, 일종의 프레피 힙합 룩으로서, 백인 청소년들은 힙합 패션을 답습하고 흑인 청소년들은 프레피 경향을 띄기 시작하면서 힙합 패션은 프레피화 되고 동시에 프레피 패션은 힙합화 된 결과라고 할 수 있다. 그 결과 전통적인 프레피 룩의 아이템인 스웨트 셔츠, 럭비 셔츠, 옥스포드 셔츠 등을 힙합 특유의 오버사이즈로 입게 되었으며 커다란 로고로 가슴과 등판을 장식하는 것이 보편적으로 되었다.

2002년부터는 Y세대 여성 패션에서도 네오 프레피 트렌드가 대두되었다. 2003년에는 그 중에서도 컨트리 클럽 스타일이 유행해 테니스 웨어에서 영감을 얻은 디자인, 밝은 핑크나 베이비 블루 등의 전형적인 프레피 칼라를 사용한 폴로 셔츠가 큰 인기를 끌었다. 그러나 Y세대 여성의 프레피 룩도 1980년대에 유행한 프레피 룩을 그대로 카피한 것은 아니다. 폴로 셔츠의 경우, 이전보다 타이트하고 짧게 변했을 뿐 아니라, 종래에는 주로 카키 팬츠에 코디네이트 하던 것과 달리 로-라이즈 청바지에 코디네이트하며, 1980년대 프레피의 필수 아이템이었던 페니 로퍼(penny loafers)는 플립 플랩(flip flop)으로 대체되었다.

이상에서 Y세대 패션에 나타난 반항성과 보수성의 가치를 고찰한 결과, 저항을 상징하는 의복이 곧 착용자의 저항성을 의미하지는 않는다는 결론을 얻었다. Y세대의 저항정신이 신보수주의 경향의 대두와 함께 그 뿌리라고 할 수 있는 하위문화의 차원에서부터 희석되었기 때문이다. 프레피 펑크와 프레피 힙합 패션의 출현은 모두 반항성과 보수성이 Y세대식의 균형을 이룬 결과라고 볼 수 있다.

#### IV. 결론

이상에서 Y세대 미국 청소년의 패션 가치관을 '동조성과 개별성', '오센티시티와 트렌디니스', '편안함과 성적 매력', '반항성과 보수성' 사이의 양면 구도로 고찰하였다.

Y세대의 패션은 이들 상반된 가치들 가운데 어느 쪽이 얼마나 더 중시되느냐에 따라 변화했다고 할 수 있다. 그러나 상반된 가치들을 절충적으로 만족시키는 스타일들이 출현해 유행한 점에서 알 수 있듯이 Y세대 패션의 전반적인 추세는 양극화된 가치들 사이의 균형을 추구하는 것임을 알 수 있었다. 여성용 트랙 슈트, 농구 저지 드레스 등 섹시하고

페미닌하면서 동시에 스포티하고 활동적인 스타일이 인기를 끌고, 프레피 힙합 패션과 프레피 핑크 패션 등 저항성과 보수성을 절충한 새로운 스타일들이 나타난 것은 그 대표적인 예라 할 수 있다. 그 내용을 정리하면 <표1>과 같다.

본 연구의 결과는 미국 청소년의 문화와 패션으로부터 많은 영향을 받고 있는 우리나라 청소년의 패션에 대한 이해를 돕고, 우리나라 청소년 패션 트렌드의 변화를 한 걸음 앞서 감지하는 데에 하나의 유용한 자료가 될 것이라 사려 된다. 나아가 보다 체계적인 자료정립을 위해, 후속 연구에서는 본 연구가 제시한 Y세대 미국 청소년의 패션 가치관을 토대로 인종, 연령, 경제 계층, 주거지역 등 다양한 변수들을 고려한 고찰이 이루어지기 바란다.

<표 1> Y세대 미국 청소년의 패션 가치관과 그에 나타난 절충적 경향

| 패션 가치 | 패션가치에 따른 패션 스타일   | 상반된 가치들 사이의 절충   |
|-------|---|--|
| 동조성   | 또래 집단의 친구들과 비슷한 옷 선호.   | 또래 집단 내에서는 동조, 집단 간에는 차별 추구.   |
| 개별성   | 티셔츠, 스니커, 백 팩 등에 배지, 핀, 패치 등의 장식을 하거나 그라피티로 개별화. 청바지 개조, 교복 변형.   |  |
| 오센티시티 | 독창성, 역사, 정통성 강조. 빈티지 패션 아이템과 소수민족 전통 의상 인기. 과거 인기 있었던 브랜드들에 관심. 반상업주의.  | 오센티시티를 추구하는 것이 트렌드의 하나로 대두되면서 빈티지 디자인을 모방한 상품 인기(예: 레트로 스니커).            |
| 트렌디니스 | 대중 패션 트렌드에 민감하게 반응. 고가의 유명 브랜드 제품 선호.   | 스포츠웨어의 패션화. 스포티하고 활동적이면서 동시에 섹시하고 페미닌한 디자인 인기(예: 여성용 트랙 슈트, 스포츠 저지 드레스). |
| 편안함   | 스포츠웨어의 일상복화. 파자마 바지 착용 등교. 배기 팬츠, 카르고 팬츠 등 편안하고 기능적인 아이템들이 지속적으로 인기. 남성복 전반적의 오버 사이즈 경향. 벨크로 여밈 선호.             |  |
| 성적 매력 | 노출 패션(예: 튜브 탑, 스파게티 탱크 탑 등 노출이 많은 상의, 로-라이즈 청바지). 성적 매력을 강조한 속옷 인기.   | 반항적 스타일과 보수적 스타일의 절충(예: 프레피 힙합 패션, 프레피 핑크 패션).                           |
| 반항성   | 하위문화 패션(예: 힙합 패션, 핑크 패션). T.P.O.를 무시한 패션(예: 한겨울에 맨발로 샤워 샌들이나 플립 플랩을 신는 유행). 아이러니한 패션(블랙 유머를 담은 문구를 프린트한 티셔츠 등). |  |
| 보수성   | 프레피 룩, 네오 프레피 패션.   |  |

## 참고문헌

- 1) 조규화(2001). Fashion Business in the Digital Age, *01 International Conference Yanbian Univ. of Science & Technology*, pp. 101-102.
- 2) 이희승, 조규화(2002). 한국 신세대 패션에 관한 연구—일본대중문화의 영향을 중심으로. *패션 비즈니스학회지*, 6(1), pp. 83-101.
- 3) 남궁윤선(1999). *우리나라 청년 하위문화의 외모 특성과 상징적 의미: 1990년대 이후 신세대를 중심으로*, 성균관대학교 박사학위논문.
- 4) George Herbert Mead(1934). Mind, Self, and Society, *Chicago: University of Chicago Press*.
- 5) Merriam-Webster's collegiate dictionary (10th ed.), Springfield, MA: Merriam-webster
- 6) Georg Simmel(1904). Fashion, *American Journal of Sociology* 62, 1957, May, pp. 541-58.
- 7) Jean Baudrillard(1984, Oct). *La mode ou la feerie du code*, *Traverses* 3, pp. 7-19.
- 8) Fred Davis(1985). *Clothing and Fashion as Communication, The Psychology of Fashion*, Lexington: Lexington Books, pp.15-27.
- 9) 조규화(1994.7.). 韓國 新世代의 패션意識 The 13th International Costume Symposium, *The Society of international Costume Association*, pp. 27~29.
- 10) Pamela Haag(2000). Voices of a Generation: Teenage Girls Report About Their Lives Today. NY: Marlowe & Company. p. 4, p. 68.
- 11) Barbara Kantrowitz, Pat Wingert(1999, May 10). How well do you know your kids. *Newsweek*, p. 37.
- 12) Scott Malone(2000, Oct 5). Teen Shoppers: Take Two. *Woman's Wear Daily*, p.17B.
- 13) Free to be me(1997, May 22). *Woman's Wear Daily*, p. S6.
- 14) The American Heritage Dictionary of the English Language(2000). 4th Edition.
- 15) Patricia A. Adler, Peter Adler(1998). Peer Power, *NJ: Rutgers University Press*, p. 47.
- 16) Rachel Lehmann-Haupt(1999, Aug). Under age, *Vogue(American)*, p. 103, p. 110.
- 17) Katherine Bowers(2003, Feb 13). Oiling the teen machine, *Woman's Wear Daily*, p. 8.
- 18) Julee Greenberg(2002, Jan 10). Building Up a Cool Sweat, *Woman's Wear Daily*, p. 12.
- 19) Laura Shapiro(1997, Sep 22). Fear and self-loathing in young girls' lives, *Newsweek*, p.69.
- 20) Marcel Danesi(2003). My son is an alien, Maryland: Rowman & Littlefield. p. 98, p. 99.
- 21) Laura Sessions Stepp(2002, June 3). Nothing to Wear: From the classroom to the mall, girls' fashions are long on skin, short on modesty, *Washington Post*, p. C1.
- 22) Jerry Adler(1999, May 10). The truth about high school, *Newsweek*, p. 57., Ron Taffel, Melinda Blau(2001). *The Second Family: How Adolescent Power Is Challenging the American Family*. NY: St. Martin's Griffin, pp. 26-27.
- 23) Kelefa Sanneh(2003, Aug 11). Sentimental Pukers and the Back-to-Basics Kind, *New York Times*, p. E1.
- 24) Laurie Goodstein(1998, Apr 30). Marjorie Connelly, Teen-age poll finds a turn to the traditional, *New York Times*, p. A20.
- 25) Lisa Goff(1999, Aug). Value!. *American Demographics*.
- 26) Katherine Bowers, KristinYoung, Julee Greenberg (2002, Mar 28). What the Girls Like and Want, *Woman's Wear Daily*, p. 8.

---

(2005년 2월 18일 접수, 2005년 3월 21일 채택)