

# 한국 신세대 여성의 패션 특성에 관한 고찰

- 1990년부터 1995년까지

## 라이프스타일과 의복행동을 중심으로 -

박유리 · 유수경

국민대학교 가정교육과

인류의 생활이 시작되면서부터 인간은 옷을 입기 시작하였고, 의복은 인류의 역사와 함께 끊임없는 변화를 반복하고 있다.

본 논문은 1990년대 들어 새로운 흐름으로 등장된 한국의 현대인들을 10대, 20대, 30대로 분류하고 그들을 각각 10대는 뉴키즈(New Kids)로, 20대는 X세대로, 30대는 미씨(Missy)로 명명하여 그들의 복식현상을 연구한 것이다. 그 중에서도 주로 남성들에 비해 의복에 관심이 많고 의복을 통해 다양한 표현을 하고 있는 여성들을 중심으로 하여 1990년대 초반부터 중반까지 뉴키즈라 명명되는 10대 청소년들과 가장 광범위한 그룹을 형성하는 X세대인 20대들, 그리고 최근 국내 패션계에 하나의 커다란 전환점을 마련해주며 출현했던 30대 미씨들의 복식현상과 그들의 가치관, 성향, 라이프스타일(life style) 등에 따라 빠르게 변화하는 복식의 변천요인을 살펴보았다.

이른바 '신세대'들이라 불리는 이들이 등장해서 주목받기 시작한 1990년대 초반은 그동안의 눈부신 경제발전의 성과에 힘입어 생활수준이 상당히 높아졌을 뿐 아니라 생활의 다원화, 정보화사회의 진전으로 탈산업사회적 기초가 마련되었으며 국민교육수준의 향상, 메스커뮤니케이션의 발전, 도시생활문화의 전국적인 확산으로 사람들의 라이프스타일이나 생활관도 크게 일산되었다. 여기에 전후세대인 베이비붐세대나 신세대의 비율이 급증하여 과거와는 다른 다양한 가치규범이 온 사회를 휩쓸었으며 개방화 추세가 가속화되면서 생활의 국제화도 빠른 속도로 진행되어 커다란 생활의 전환을 일으켰었다.

이러한 생활변동의 흐름을 타고 등장하게 된 신세대들의 의복에 대한 행동은 첨단유행과 개성, 그리고 세련미를 기본조건으로 하고 있고 또한 가장 영향력있는 일부 10대 뉴키즈, 20대 X세대, 30대 미씨들 중 특정인들은 이제까지 한국 사회에서 볼 수 없었던 새로운 스타일을 추구하며 나름대로의 패션영역을 구축해가고 있다. 이렇게 그들은 한국의 패션산업에도 지대한 영향을 끼치고 있으므로 이들의 라이프스타일과 복식의 양식적 특성을 각각 연령별로 크게 구분하여 고찰해 본 결과는 다음과 같다.

첫째, 10대 뉴키즈들은 전후세대로서 경제 성장기에 청소년기를 보내며 고등교육을 받았던 이들의 부모로부터 민주적인 교육과 영향을 받고 자라난 배경을 뒷받침으로 하고 있다. 14세부터 19세가 핵심을 이루는 이들 10대에는 중·고등학생과 대학 1학년생까지 포함되어지고 있으며 최근 끊임없이 메스컴을 통해 주목되었던 X세대의 부산물이라 할 수 있다.

이들은 남들과 같아지려는 소비스타일을 회피하며 개성화, 차별화를 추구해가며 끊임없이 남과 다른 것을 모색하기 때문에 타인으로부터의 강요나 지시를 싫어하고 더욱 극단적인 개인화, 예측불가능한 T.P.O 지향, 사이버펑크(cyberfunk)형 문명관, 앤드로지너스(androgynous:남녀구분이 사라짐)현상을 주도해 나가고 있다. 그러면서도 강력한 그들만의 결속집단을 형성하여 폭발적인 수요를 나타내며 같은 복장, 같은 스타일과 행동을 유발하고 동시에 이들의 요구(mind)는 끊임없이 남들과는 다른 것을 갖고 싶다는 차별화 의식과 강력한 자아의식을 갖고 있어 그들 집단 내에서도 조금씩 변화된 차별화를 추구한다.

둘째, 20대 X세대들은 1970년 이후 출생자로서 TV가 우리사회에 보급되기 시작한 것과 맥을 같이 하여 산업화의 추진과 성공, TV 등 방송매체의 확산, 전통가족 구조의 붕괴, 실용적 학문의 붐, 교육 평준화 등의 시대적 배경에 의해 현대과학기술문명의 이기들을 자유롭게 소유하고 이용하며 자란 세대로서의 특질을 지닌다.

이러한 물질적 풍요속에 성장한 X세대는 생활에 있어서 유락(遊樂)가치를 중시하고 ‘호불호(好不好)’의 즉각적이고도 감성적인 기준을 통해 모든 사물을 판단하고 행동을 결정하는 생활태도가 일반화되어 있다. 이들의 또 다른 특징은 사람보다는 기계와의 접촉기회가 증가하면서 생활범주가 매우 개인화되고 있어 타인에 대한 무관심, 자기중심적 행동, 대인접촉의 기피, 배타적이고 협소한 세계관 등 자신의 생활에만 집착하고 안주하는 모습을 자주 보여주고 있기도 하다.

이들의 패션문화는 자신들의 안팎치장에 있어 거리낌없는 발산과 창의력이 그들의 특징이자 힘으로 다른 사람과 차별화될 수 있는 멋을 추구하면서도 동시에 그들의 정서와 감각이 담긴 패션영역을 고수하고 있음을 보여준다. 또한 이들은 변화와 새로움에의 욕구충족으로 멋부림을 즐기고 패션 정보에 민감하여 새로운 것은 빨리 손에 넣으려 하며 이들의 패션감각은 세계적 트렌드(trend)와 조류를 같이 하여 그것을 모방한 후에 다시 자기화하여 독특하고 세련되게 연출하는 성격이 강하다.

셋째, 30대 미씨들은 1950년대 후반에서부터 1960년대 후반에 걸쳐 출생한 남녀들로서 1960년대부터 눈부신 경제개발로 속명적인 가난과 절대빈곤을 처음 벗어나고 성장기에는 1970년대 경제성장의 단열대를 직접 향유하면서 자라난 세대들로서 어느정도 안정된 경제적 기반위에 상당한 교육수준을 갖추고 늘어난 여가시간을 이용해 주부 자신의 문화생활을 향유하는 계층으로 부각되고 있다. 생활의 고급화, 활동교류 지향, 문화적 창조 지향, 건강하고 쾌적한 환경 지향, 생활의 효율화를 추구하는 라이프스타일을 지향하는 이들 신소비층은 새로운 그들만의 30대 문화를 형성하면서 탄생하여 20대의 분방함에도, 기성세대의 보수적 행동양식에도 예속되려 하지 않고 감각과 품위를 동시에 요구하는 고감도의 패션감각을 갖고 있어 고급화되고 차별화된 의복행동을 추구함과 동시에 이들의 패션에 대한 가치의식은 무엇보다도 높고 심상해 보이는 것이며 어느 정도 X세대와는 구별되는 품위도 갖고 있다.

이상과 같이 한국 현대인들의 복식행동은 충분히 패션감각을 알고 적극적으로 표현하고 대담하게 자극적인 의복을 선택할 줄 아는 집단인 뉴키즈, X세대, 미씨들에 의해 항상 변화하고 있으며 각자 자신들만의 독특한 하위문화 형성에 기여하고 이를 지속시킬 수 있는 잠재가능성을 충분히 보유하고 있음을 알 수 있다.

필자는 본 논문에서 바람직하고 긍정적이며 올바른 의생활을 추구하는 동시에 패션에 일찌 눈을 뜨으로써 패션선도자 역할을 해 나가고 있는 일부 신세대들을 연구했으나 현 시점에서 이들의 의복행동은 디자이너 하용수씨의 지적대로 “보는 사람에게 자연스럽지 못한 것은 입는 사람도 불편한 것이고 이럴 때는 자기화가 덜된 모방일 때가 많다”는 의견과 같이 모방의 단계에서 벗어나 그들만의 의복으로 소화시키는 자기화가 일어나야 함을 덧붙여 제시하고자 한다.

지나치게 탈한국적인 패션감각을 표현하는 일부 신세대들의 멋과 감각을 우리 고유의 멋과 감각에 적절히 조화시켜서 한국 고유의 독창적인 미를 만들 수 있다면 다가오는 21세기의 우리 문화가 나아가 할 바람직한 의생활의 방향은 뚜렷이 조명될 수 있을 것이다.