

댄스음악이 10대 패션문화에 끼친 영향에 관한 연구

-랩음악과 힙합패션을 중심으로-

A study on the fashion culture of Teenager
influenced Dance Music

-focused on Rap Music and Hiphop Fashion-

도규희(KYU-HEE, Do)

경일대학교 조형대학 의상디자인학과

1. 서론

2. 하위문화와 댄스음악

- 2-1. 하위문화와 대중음악문화
- 2-2. 한국의 댄스음악

3. 랩음악과 힙합패션

- 3-1. 힙합패션의 스타일
- 3-2. 힙합패션의 전용패션
- 3-3. 힙합패션의 특징

4. 댄스음악이 10대 패션문화에 미친 영향

- 4-1. 10대의 패션문화
- 4-2. 10대의 패션과 패션산업

5. 결론

참고문헌

(Abstract)

This study is investigated the formative characteristics of Rap Music and Hiphop Fashion, and I try to comprehend about the fashion mind and fashion culture of teenager

1. Teenager's Hiphop Fashion is subculture, The fashion culture of teenager reflects their unique identity.
 2. The formative characters of Rap Music and Hiphop Fashion are the incompatibility ignored their body size and the popularity caused street fashion imitation, the unbalance ignored a principle of fashion design.
 3. Hiphop Fashion is consist of jump-style jacket, hood T-shirt, stripe T-shirt and drum pants, baggy pants, snowboard pants and so on.
 4. The characters of Hiphop Fashion is the breaking of rule and the destruction.
 5. They select something which they like, even though the price is high, so they is tendency to editing coordinate
 6. Fashion business for teenager, it needs an ideal conversion not for 'company' but for 'individual'
- As this results, fashion culture of teenager came out to the surface of water, because of Hiphop Fashion.

(Keyword)

Rap Music, Fashion Culture, Hiphop Fashion.

1. 서론

최근 우리사회에는 이른바 문화 읽기가 한창이다. 30대전후의 젊은 세대들을 중심으로 이루어지고 있는 문화 읽기는 문화에 정치, 사회, 경제, 사람들의 심리, 집단의 자기정체성과 가치명제 등 모든 것이 녹아 있음을 전제로 한다. 따라서 문화를 통해 사회를 분석해 보겠다는 것이다.¹⁾ 이러한 흐름에 있어서 패션 역시 문화 읽기가 이루어져야 한다는 연구자의 생각이다. 문화 읽기란 한 집단의 정체성과 가치명제를 알아 가는데 있어서 중요한 방법의 하나라 볼 수 있기 때문이다. 김창남²⁾은 한국문화에 대한 기존의 논의에서 비교적 소홀히 취급되었던 대중문화의 수용과정에 초점을 맞추고 이를 대중문화 실천이라는 개념으로 접근함으로써 대중문화를 이해하는 또 다른 시각을 모색했다.

우리에게 패션산업은 현재에도 큰 흐름을 가지고 존재하고 있지만 한국의 패션문화연구는 전무한 것이 사실이다. 본 연구자는 패션문화읽기를 대중의 문화적 실천이라는 개념으로 대중음악 속에서 찾아보고자 했다. 특히 대중음악을 매개로 해서 소집단의 정체성 파악을 시작하는 작은 작업부터 시도해보고자 하는 것이다. 왜냐하면 사회가 전문화방향으로 나아가감에 따라 소문화적 다양성이 더욱 더 진전되고 그에 따라 소집단문화(subcult)가 형성되어 가는 것이 현대사회의 경향이라 할 수 있기 때문이다.

대중음악은 오늘날 대중의 생활감정을 표현하는 단순한 수단 에 그치지 않고 한 사회 한 국가의 문화, 정치, 경제, 사회적 상황 그리고 사회성원의 가치성향과 행동양식을 규정해 주고 있다³⁾는 P. Eitzkorn의 말을 굳이 빌리지 않더라도 오늘날 대중음악이 사회에서 차지하는 비중이 지대하다는 것을 누구나 알고 있다. 그러나 대중음악의 이러한 중요성에 비해 지금까지 진행되어온 연구성과는 지극히 부족하다고 할 수 있다. 또한 대중음악과 패션에 대한 연구도 대부분 서구의 팝, 재즈, 록가수들의 패션이 대중화되어 스트리트패션화한 것을 고찰한 것이 대부분이었다.

Leslie A. White는 인간고유의 상징행위가 곧 문화의 기초가 된다⁴⁾고 하며, 이와 같은 인간고유의 상징행위에 기초한 사물 및 사건들을 Leslie A. White는 상징물이라고 부르고, 이것이 곧 문화를 구성한다는 것이다. Leslie A. White의 이론에 입각하여 패션도 문화의 한 상징물로 인식이 되어 있다. 그러나 한국의 실제 대중적 문화현상의 안으로부터 접근한 패션문화에 대한 연구는 충분치 않았다고 할 수 있다. 특히 패션문화의 실질적인 수용주체인 대중에 대한 구체적 접근이 부족했다는 점에 있다. 그래서 본 연구는 대중문화의 다양한 주제 중에서 10대들을 대상으로 하여 그들이 열광하는 댄스음악 중에

서 랩음악을 중심으로 한 하위패션을 다루고자 한다. 하위문화는 계급이나 성, 세대 등으로 구분되는 커다란 범주 속에 속하면서 각기 다른 속성에 의해 구별되는 다양한 소집단들의 독특한 정체성을 반영하는 문화⁵⁾라고 정의할 수 있다. 특히 김창남의 연구에서 신세대음악이라 불리는 랩, 댄스계열의 음악이 실제로 청소년들에게 강력하게 지지되고 있다고 한 결과와 97년 가요 음반 판매에서 댄스음악인 H.O.T의 음반판매가 1위로 나타났다⁶⁾고 하는 것을 보면 10대들에게 있어 댄스음악이 그들의 관심을 크게 끌고 있다는 것을 알 수 있다.

그러므로 본 연구는 10대들에게 열광을 받고 있는 댄스음악인 힙합과 그들에게 패션화되어 있는 힙합패션의 외적, 내적인 조형특징을 분석하고, 댄스음악이 10대의 패션문화와 패션산업에 끼친 영향을 분석해봄으로써 10대들의 패션마인드와 패션문화의 흐름을 파악해 보고자 하는 것이다. 또한 패션을 문화로 받아들이고 있는 현시점에서 그들이 어떠한 패션문화를 선택하고 배제하는가, 어떤 방식으로 패션문화를 해독 혹은 변용 하는가에 대한 패션 문화적 실천에 대한 연구로서 패션 문화적 행위를 결정하는 요소인 세대, 성 등의 다양한 요소들에 관한 문제 등에 대해 이해를 넓히는 데 기여할 수 있을 것이다. 또한 21세기의 10대를 타겟으로 하는 패션산업에 도움을 주고자 한다.

2. 하위문화와 대중음악

2-1. 하위문화의 대중음악

하위문화는 계급이나 성, 세대 등으로 구분되는 커다란 범주 속에 속하면서 각기 다른 속성에 의해 구별되는 다양한 소집단들의 독특한 정체성을 반영하는 문화를 의미한다.⁸⁾

오늘날 하위문화연구는 거의 청소년, 특히 노동계급 출신의 청소년들의 문화에 대한 연구에 집중되어 있다. 이들 청소년들의 하위문화는 청소년들이 경험하는 사회적, 경제적 모순에 대한 주술적 해결의 방식이다. 즉 현실적으로는 빈곤이나 실업을 해결할 수 없는 청소년들이 상징적 표상행위를 통해 현실의 모순으로부터 회피하거나 벗어나고자 하며, 이것이 하위문화적 정체성을 구성하는 스타일의 추구로 나타난다는 것이다. 그렇게 독특한 하위 문화적 정체성을 구성하는 수단으로 가장 중요한 부분을 차지하는 것 가운데 하나가 대중음악이라 할 수 있다. 각기 다른 집단들은 각기 다른 음악적 스타일을 좋아하고 다른 방식으로 음악을 즐기는 것이다. 그것은 대중음악이 다른 대중문화 매체에 비해 일상성이 강하고, 또 단순히 주어짐 텍스트를 해독하는 데 그치는 것이 아니라 직접 실현할 수 있어 문화적 실천의 가능성이 비교적 폭넓게 열려 있는 매체인 때문이라 할 수 있다.⁹⁾

Hebdige는 대중음악의 특정한 형태들이 하위문화로서 기능하는 것을 분석한 대표적인 연구자인데 그가 분석한 하위문화적

1) 김지영, 이상의 시대, 반항의 음악, 문예마당, p.350, 1995.

2) 김창남, 하위문화집단의 대중문화실천에 대한 연구-대중음악을 중심으로-서울대학교 대학원

박사학위논문, 1994.

3) K. Peter Eitzkorn, Music and Society, New York: Robert E. Krieger Publishing Company,

p.161, 1979.

4) 한상복 외 2인, 문화인류학, 한국방송통신대학 출판부, pp.37-38, 1987.

5) Hartly et al.(eds), Key Concepts in Communication, London & N.Y: Methen, pp. 229-231, 1983.

6) 김창남, 앞글, p.71, 1994.

7) 중앙일보, -식을 줄 모르는 댄스열풍-, 1997년. 12월 17일

8) 김창남, 앞글, p.8, 1994.

9) 김창남, 앞글, p.31, 1994.

대중음악의 대표적인 예가 레게음악이라 했다.¹⁰⁾

레게음악은 1960년대에 자메이카의 토속음악에 미국의 리듬 앤 블루스음악의 영향이 합쳐져 만들어진 음악양식이다. 이 음악이 60, 70년대 미국과 영국의 서인도 출신 청소년들 사이에 널리 확산되었던 라스타파리안운동의 추종자들의 독특한 문화적 정체성을 표상하는 음악으로 널리 수용되었다고 한다. 그러나 이러한 청소년의 정체성을 나타내었던 저항문화인 대중음악문화가 현대에 들어와서는 대중문화산업으로 상품화되어 버렸다는 것이다. 특히 대중음악에서 이러한 현상은 매우 두드러지는데 레게나 펑크록뿐만 아니라 대중음악시장의 흐름을 주도하는 청소년취향의 대중음악은 대부분 그런 과정을 통해 확산된 것이라 할 수 있다. 이렇게 하위문화의 경험을 반영하는 음악이 문화산업에 의해 대중화될 때 하위문화가 처음에 지녔던 저항적, 의식적 의미는 사라지거나 약화되면서 표준화되고 결국 지배적 문화로 통합되는 결과를 낳게 된다.

한국의 경우에도 자생적인 하위문화로서 저항적 정체성을 표현하는 음악문화가 존재해 왔다. 그러나 이들이 문화산업에 의해 수용되어 상품화된 경우는 거의 없다. 단지 외국의 상품화된 하위문화를 수입해서 판매하는 것이 한국의 대중문화산업의 일반적 관행이었다.¹¹⁾ 즉 하위집단의 자생적 하위문화가 대중문화로 되는 과정보다 문화산업에 의해 상품의 형태로 전달된 문화산물에 대하여 하위문화집단들이 각기 독특한 방식으로 이를 수용하고 변형시키는 과정이 더 중요한 의미를 가지게 되고, 하위 문화적 접근의 초점도 그 점에 놓이게 된 것¹²⁾이라고 할 수 있다.

본 연구의 주제인 힙합문화 역시 한국의 자생적 하위문화가 대중화된 것이 아니라 외국의 상품화된 문화를 수입해서 판매된 문화산업의 한 예에 속한다고 할 수 있다.

2-2. 한국의 댄스음악

1) 댄스음악의 시초, 맘보 -1950년대

한국에서의 댄스음악의 시초는 1955년 등장한 맘보라고 할 수 있다. 물론 이전에도 왈츠, 탱고등이 있긴 했지만 이른바 'no touch dance'는 역시 맘보에서 비롯됐다. 그후 58년 차차차와 지루박이 잠시 유행하긴 했으나 60년 트위스트 선풍이 불면서 비로소 본격적인 댄스뮤직이 등장한다.¹³⁾ 1996년에 다시 맘보는 국내광고 '무크'의 음악으로 자비어 쿠카트(Xavier Cugat) 밴드의 맘보곡 Maria Elena가 사용되면서 인기를 누리기 시작했다. 특히 화면에 여자가 맘보춤을 추는 장면은 왕가위감독의 영화 '아비정전'속의 장국영이 거울을 보면서 맘보춤을 추던 장면을 패러디한 것이어서 뒤늦게 영화를 보고자하던 사람들도 늘어나 자연스럽게 그때 흐르던 맘보곡<Maria Elena>도 인기를 얻게된 것이다.

2) 디스코음악 - 1970년대

70년대 후반 팝계를 휩쓴 음악은 신나는 리듬의 댄스음악 디스코였다. 저세계 불어닥친 디스코 폭풍에 헤비메탈과 프로그

래시브록 그리고 존 덴버의 컨트리 음악까지 추풍낙엽 격으로 움츠러들었다. 디스코는 멜로디를 배제하고 연속적 비트를 강조하는 '단순선'으로 단순해 대중들을 끌어들이었다. '누구나 플로어에서 춤춰 스타가 될 수 있다'는 보편성도 매력이었다. 반면 보수적 평자들은 디스코를 '대량소비시대의 저급한 상품'이라고 혹평했다.¹⁴⁾

디스코를 처음으로 확산시킨 주역은 도나섬머, 그레이슨 존슨, 석같은 흑인가수들이었고, 특히 1977년 존트라볼타가 주연한 '토요일 밤의 열기'는 전세계에 디스코 열풍을 불러일으킨 기폭제가 됐다. 한국에서는 디스코가 휘감은 70년대 후반에는 방미의 '날보러와요', 이은하의 '밤차', '아리송해' 등이 인기를 끌었다.

3) 댄스음악의 등장과 장르로서의 성립 - 1980년대

1981년 1월 1일을 기해 정규 컬러방송이 개시되면서 텔레비전 방송 프로그램 전반에 획기적인 변화를 가져왔다고 볼 수 있다. 특히 쇼프로그램의 경우, 전반적으로 화려하고 대형화된 버라이어티쇼가 주류를 이루게 되었다. 이른바 비디오형 가수가 등장하여 인기를 끌기 시작한 것도 그런 배경 속에서도였다. 화려하고 역동적인 춤과 율동을 상품으로 내건 비디오형 가수가 특히 10대 청소년층의 인기를 모으면서 이른바 댄스음악이라는 장르가 대중가요의 중요한 흐름으로 정착하게 되었다. 댄스음악은 다른 대중가요 장르들과 달리 음악적으로 선율이나 화성보다는 리듬이 가장 중요한 요소가 되며, 가사의 메시지는 노래에서 별다른 의미를 가지지 않는 특성을 지닌다. 또한 가수의 가창력보다는 텔레비전 화면에 비치는 화려한 율동과 춤, 의상, 가수의 용모와 스타일 등이 중요한 요소가 되는 것도 댄스음악의 중요한 특성이다.

4) 랩음악과 신세대 문화-1990년대

80년대 중반에 대중가요의 주류적 흐름으로 등장한 댄스음악은 90년대에 오면서 랩음악의 유행으로 연결되고 있다. 랩음악은 흔히 테크노 음악이라 불리는 새로운 경향에 힘입은 경쾌한 댄스음악으로 청소년층의 열광적인 지지를 얻고 있으며 텔레비전 방송의 쇼프로그램을 장악하고 있다. 랩음악은 흔히 신세대문화를 대표하는 것으로 인식되고 있다.

90년대의 대중문화에서 가장 중요한 현상으로 거론되는 것이 중산층의 10대와 20대 초반에 이르는 청소년들을 중심으로 한 이른바 신세대문화의 등장이다. 10대가 대중문화의 중요한 소비층으로 등장한 것은 이미 80년대부터의 일이지만 신세대 문화가 문화에 관한 담론의 중심으로 등장하는 것은 90년대의 신세대가 과거와는 다른 사회 문화적 환경 속에서 성장하여 기성세대와는 판이하게 다른 문화적 감각을 가지고 있는 세대라는 점, 그리고 정치적인 환경의 변화와 함께 문화의 탈 정치화가 두드러지게 되었고 그와 함께 신세대문화가 보여 주는 파격성과 일탈성이 중요한 문화적 이슈로 등장하게 되었다는 점 때문이다.

92년 서태지와 아이들이 등장하면서 왕위에 등극한 댄스는 트롯에서 발라드로 한국대중음악의 다른 모든 장르를 지하로 내몰고 5년 이상 위세를 떨쳐왔다. 97년 H.O.T가 1백만장 가까운 판매고를 올렸고, 영턱스그룹과 체크키스가 50만장이상 음

14) 중앙일보, 특의 역사(17) -디스코- 1997년 10월 26일.

10) Hebdige, D., "Subculture: The Meaning of Style", London & N.Y., Methuen, 1979.
11) 강명구, 대중소비주의문화와 청소년문화, KBS방송연구원, 방송문화연구 92, 1992.
12) 김창남, 앞글, p.33, 1994.
13) ELLE, pp.191-194, 1996년 8월호.

반을 팔아 다른 장르들과의 격차를 보였다고 한다.¹⁵⁾ 특히 댄스음악은 연간판매량 8천만 장으로 추산되는 국내가요시장을 지배하는 장르¹⁶⁾이며 한국대중문화에서 제왕의 권력을 행사하는 TV와 직접적인 관련을 맺고 있다. 그리고 현재 댄스음악의 주고객은 10대들이다. 대중문화에서 10대들의 소비력은 기성세대가 모르는 사이에 일취월장하여 지금은 세대별 순위 1위를 차지하고 있다¹⁷⁾고 한다.

(1) 랩, 힙합

힙합은 눈으로 보고 아는 게 아니라 느끼는 것이다. 힙합이라는 용어는 음악에 국한되지 않고 여러 분야에 걸친 신세대문화현상을 통칭한다고 볼 수 있다. 즉 미국의 뉴욕, 시카고 같은 대도시에서 사는 아프로 아메리칸 신세대들의 패션과 춤, 노래, 의식 및 생활양식 등이 하나의 스타일로 정착된 것을 말한다.¹⁸⁾

어원적 풀이로 해본다면 우선 힙(hip)은 잘 알려진 대로 우리의 신체부위 중 엉덩이 외에도 만세라는 뜻이 있고, 그리고 허파를 표현할 때 형용사로 쓰이기도 한다. 그러나 속어로 '신세대' 더 구체적으로 풀이하면 최신유행을 하는 사상이나 스타일을 따르는 데 정통한 신세대'란 의미로 통하고 있다. 최신 지식통이라는 Hepster나 속사정이 밝은'이라는 뜻의 Hep과 거의 같은 의미로 쓰이는 걸 보면 같은 어원에서 출발한 듯하다. 합(hop)은 팔쩍팔쩍 뛰다'로 해석할 수 있는데 이는 미국 흑인들이 힙을 통기면서 걷는 모습을 표현하는 동사로도 쓰이고 있다. 이 두 단어의 의미를 결합해보면 대략적으로 힙합이란 흑인할렘가에서 앞서가는 의식을 가진 신세대들이 즐기는 춤과 음악, 패션, 언어 등을 포함하는 문화를 지칭하는 개념'이라고 정리할 수 있겠다.¹⁹⁾ 이 힙합은 흑인들에게 지긋지긋한 일상으로부터 한시적 탈출을 제공하고 권력관계를 역전시켜주는 것으로 혈령대는 춤과 끝없이 지껄이는 랩으로 형상화된다.²⁰⁾ 이 랩은 그 중에서 음악적 형태를 가리킨다. 랩은 샘플링머신을 사용하여 단순한 비트를 반복생산, 그 리듬 위에 단조롭게 내뱉는 스타일의 노래를 덧씌운 음악이다. 랩이 실리는 음악은 화음이 거의 없이 리듬만으로 구성되어 있다. 리듬은 개별작품마다 차별성을 가지지 못하기 때문에 랩의 고유한 특성은 음악보다는 언어자체에 있다. 대중예술전반에 강력한 영향력을 미치고 있는 랩이 이제는 세계각국에서 자국어로 쓴 노랫말과 접목되면서 세계화하고 있는 것이다. 10대들의 정서를 대변하고 욕구를 분출하는데 가장 좋은 수단은 역시 랩음악이다. 만일 랩음악이 대중화되지 않았다면 힙합이라는 말이나 문화가 형성될 수 없었을 것이다. 그만큼 랩은 90년대 미국 흑인 신세대 힙합문화를 차지하는 비중이 절대적이라 할 수 있다. 이 힙합이 비교적 뚜렷한 음악적 형태를 갖추고 국내에 상륙한 것은 80년초반의 브레이크댄스풍을 통해서이다. 영화 '플래시 댄스', 마이클 잭슨의 '스릴러' 비디오 등에서 단편적으로 소개한 미국팝스타들의 춤을 한국 청소년들

이 무작정 따라하면서 흑인의 자극적인 리듬이 이 땅 젊은이들의 몸에 입력되기 시작했다고 볼 수 있다.

당시 국내의 힙합문화는 패션에 불과했으나 90년대에 들어 브레이크댄스²¹⁾에 한국대중가요를 파격적으로 연결시킨 천재들에 의해 힙합의 한국화가 시작되었다. 도저히 조화될 수 없어 보였던 랩과 한국어를 접목해 낸 서태지와 아이들의 '난 알아요'는 우리말의 분절구조를 파괴하면서도 우리 신세대들의 감각에 맞는 언어세계를 보여주었다. 서태지 이후 랩은 자연스럽게 우리말과 결합했고 힙합리듬은 가요계를 빠르게 접수하기 시작했다. 서태지와 아이들의 '난 알아요'는 당시 국내 정서상 랩음악은 안될 것이라는 통념을 무너트린 것이었다. 이로써 랩은 우리의 젊은 세대들에게 욕구해소에 어느 정도 도움을 주면서 일종의 힙합문화가 빠른 속도로 확산됐다. 때문에 10대들의 패션이 달라지고 의식에도 많은 변화가 일어났다.

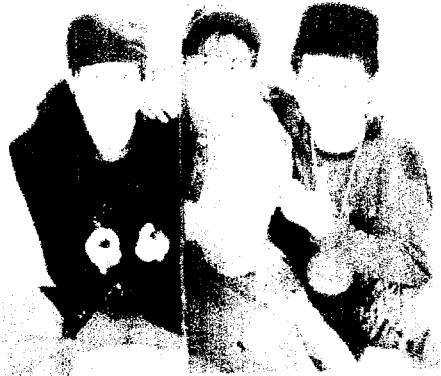
서태지와 아이들이 TV에 모습을 드러냈을 때, 팬들의 눈길을 끄는 것이 있었다. 바로 멤버의 하나인 이주노의 입을 틀어막은 흰 마스크였다.<그림 1> 그것은 무언의 항변이다. 암울한 시기의 시대유감을 가슴에 새긴 채 그들은 그들의 항변을 패션을 통해서 우회적으로 풀어내는 재치를 발휘하고 있는 것이다. 서태지와 아이들은 서태지 문화로 평가될 만큼 10대뿐만 아니라 기성세대들에게도 큰 반향을 일으켰다. KBS-2TV는 "추적60분"²²⁾에서 서태지 신드롬을 사회 문화적 의의로 다룬 것은 획기적인 시도였다고 볼 수 있다. 이처럼 대중문화에 대한 연구의 다양성과 대중적인 것들에 대한 가치를 인정하기 시작했다고 볼 수 있을 것이다.



<그림1>서태지와 아이들1992년

15) 중앙일보, [문화지도 66] -댄스음악- 1997년 10월 8일.
 16) 중앙일보, 앞글, 1997년 10월 8일.
 17) 중앙일보, 앞글, 1997년 10월 8일
 18) 중앙일보, [문화지도] 31 - 랩음악 - 1996년 11월 23일.
 19) 중앙일보, 앞글, 1996년 11월 23일.
 20) 중앙일보, [문화지도]76 - 힙합(1) - 1997년 12월 17일.

21) 브레이크댄스는 뉴욕 슬럼 가에서 흑인들의 의해 시작된 춤으로 윈드밀, 로마스 등 많은 종류가 있다. 우리 나라에서도 1980년대 엄청난 돌풍을 일으키는 데 당시의 유명한 브레이커로는 서태지와 아이들의 이주노와 R.ef의 박철우 등이 당시 이태원에서 잘나가던 춤꾼이었으며 이들을 장판브라더스라고 불렀다고도 한다. 브레이크의 특징이라면 주로 회전, 그리고 체조선수를 방불케하는 기술을 요구한다. 출처: <http://home.taegu.net> 1998 5.19.
 22) 중앙일보, -1995. 5.17. KBS-2TV 추적 60분, 1995년 12월 22일.



<그림 2> 스쿨룩과 힙합패션,1992.23)



<그림 3>힙합바지와 레게파마,1992.24)

3. 랩음악과 힙합패션

3-1. 힙합패션의 스타일

1) 서태지와 아이들의 힙합패션

(1) 스쿨룩 힙합패션

힙합의 원조라 할 수 있는 92년 1집의 노래 “난 알아요”에서 서태지가 보여준 패션은 빙거지모자, 7부 바지, 운동화, 그대로 달고 다니는 상표였다. 빨강, 노랑 원색 옷과 복잡한 프린트티셔츠가 주 아이템이었다. 그들의 머리스타일은 서태지의 내린 머리, 이들이 자주 T쓰는 빙거지와 상표를 떼지 않은 야구모자 그리고 두건이 대유행했다.23)<그림2>

(2) 힙합바지와 레게파마

’93년 2집 “하여가”를 발표했을 때는 1집의 귀여운 패션을 완전히 벗어나 미국 뒷골목의 흑인모습에 더 가까워진 게 ‘하여가’패션이었다. 이주노와 양현석의 레게파마, 서태지의 굵어내린 머리, 더 탁해진 체크프린트, 본격적인 힙합바지, 사이즈 큰 운동화 등 중남미 흑인들처럼 입었다. 이러한 파격적인 의상 때문에 방송사로부터 출연정지를 당하기도 했다. <그림 3>

23) 서태지와 아이들, TV가이드별책, 서울신문사, 1992.

24) <http://mnb.joongang.co.kr/kiki/fashion/k9806f0324p1.htm>.

25) kiki, 1998년 6월호 - <http://mnb.joongang.co.kr/kiki/fashion>에서 발췌

(3) 치마패션과 힙합스타일

94년 3집의 ‘교실이메아’와 ‘발해를 꿈꾸며’의 패션은 더욱 더 가감해졌다. 서태지는 치마레이어드룩을 입었고, 그 치마는 바지 위에 고구려무늬의 치마를 덧입은 것이 바로 치마 레이어드룩이었다. 양현석과 이주노는 ‘언더그라운드 어둡고 저항적인 힙합 룩을 보여 주었다. 이때의 패션은 스포츠점퍼, 김정티셔츠, 매탄 듯한 체크, 트레이닝팬츠가 이들 때문에 유행했다.26)

(4) 다양성의 패션룩

95년 4집 ‘김백홍’과 ‘필승’에서의 그들의 패션은 인상적이었다고 할 수 있다. 우선 스노보드룩이라는 새로운 패션스타일을 선보였다.<그림 4> 스키바지, 광택소재의 트레이닝 점퍼, 마스크, 빵모자, 멜빵바지, 커다란 장갑은 이들 때문에 빅히트 아이템으로 떠올랐다. 솜을 둔 옷이나 방수점퍼, 캐시미론 소재의 윈색티셔츠가 스톱, 펠레펠레, 보이런던 등에서 유례없는 판매고를 올렸다고 한다.<그림 5>

이들의 패션에 있어 이주노의 마스크를 착용, 강렬한 인상을 남겨주었으며, 또 다른 멤버 양현석은 큰 모자를 깊이 눌러써 힙합스타일의 패션을 주도했다.<그림 5>

후속곡 이었던 ‘필승’에서는 머리색깔을 빨강과 보라, 초록 등의 강한 색으로 염색하고 나타나 청소년들에게 유행시키기도 했으며 이 때는 한 가지의 패턴에 얽매이지 않는 다양성에 중점을 두고 패션을 주도해 나갔다고 볼 수 있다. 이들 서태지와 아이들의 복장은 10대들에게 놀이복장의 이미지를 주면서 ‘또래의식’을 심어주었다.



<그림4>스노보드룩과 힙합패션27)

26) kiki, 1998년 6월호 - <http://mnb.joongang.co.kr/kiki/fashion>에서 발췌

27) <http://mnb.joongang.co.kr/kiki/fashion/k9806f0324p1.htm>.



<그림 5> 힙합패션과 모자²⁸⁾



<그림 6> 박스점퍼와 힙합바지²⁹⁾

2) 일반힙합패션

(1) 박스점퍼와 힙합바지

박스점퍼를 입으면 힙합느낌이 강해지고, 여기에 아주 헐렁한 바지를 입으면 힙합스타일이 될 수 있다.<그림 6>

힙합바지의 허리는 보통 36인치가 기본인 사이즈 큰 바지에 길게 늘어뜨린 벨트, 헐렁한 박스티에 커다란 체크남방이 묘하게 어울리도록 착용한다.<그림 7> 이중 헐렁한 바지, 체형에 맞지 않는 신발, 지나치게 긴 허리띠는 교육부가 최근 학생생활 지도 단속으로 발표해 중고생들 사이에서 반발이 일어났었던 패션이다³⁰⁾.

(2) 후드 티와 힙합바지

힙합패션으로 후드 티와 힙합바지를 어울려 입는 경우도 많다. 또한 이러한 평퍼짐한 힙합패션에 맞추어 자신의 발사이즈보다 무려 20-30mm 이상 큰 신발을 신기도 한다.³¹⁾

<표 1>은 1998년 12월에서 1999년 1월경의 국내힙합스타일을 나타낸 것이다.³²⁾ 이 힙합스타일은 '서태지와 아이들'이 유행시킨 초기 힙합스타일과는 많은 변화가 있다. 현재의 힙합세대들은 실용적인 힙합스타일을 추구하여 스포츠웨어와 힙합을 섞은 기능성과 실용성이 있는 옷들이 정착해 나가고 있다고 할 수 있다.

28) <http://members.xoom.com/Taijiboys/4fashion.htm>

29) <http://www.ycc.co.kr/3yc.21>

30) 인터넷-<http://tonggu-gch.ed.seoul.kr/nclub/inte/1746/b6.htm>에서 발췌.

31) 중앙일보, 1998년 7월 20일

32) <http://www.ycc.co.kr/dance/stylecnt3.htm>- History & Style -자료협조: MFI에서 발췌.

상품 구성	상	후드티셔츠, 박스형의 점퍼, 줄무늬 Y-Shirt
	하	Drum스타일바지(전체적으로 통이 넓은 바지)에서 Baggy 스타일바지(위는 통이 넓고 아래로 통이 조금 좁아지는 스타일)로 변화
컬 라	밝은 청이나 네이비 베이지를 선호	
소 재	부드럽고 가벼운 소재, 폴리와 나일론의 소재가 주류	
전 체 스타일	스포츠웨어와 힙합을 섞어 기능성 있는 옷들이 인기를 얻고 있으며 여성의 힙합스타일 선호가 증가하면서 세미힙합스타일이 유행.	

<표 1> 국내힙합스타일



<그림 7> 박스티와 힙합패션³³⁾



<그림 8> 후드티와 힙합바지³⁴⁾



<그림 9> 스노우보드바지³⁵⁾

3-2. 랩 혹은 힙합패션의 변용패션

1) 스노우보드(snow board)패션

1996년 일본의 하라쥬꾸와 시부야에서 가장 유행했던 패션으

33) [http://mnb.joongang.co.kr/ceci/special/c9805\\$0070p3.html](http://mnb.joongang.co.kr/ceci/special/c9805$0070p3.html)

34) <http://www.ycc.co.kr/3yc21>

35) <http://www.ycc.co.kr/3yc21>

로 긴 티셔츠에 스노우팬츠, 모자를 뒤집어쓰고 블랙 플라잉 선글라스의 차림새를 말한다. 물론 스노우보드를 하지 않는 아이들이 스타일만을 유행시켜 즐겼다고 한다.³⁶⁾

스노우보드패션은 미국 랩패션의 영향을 받은 스케이터 패션과 흐름이 이어지는데 스포츠웨어로서의 기능성과 하이테크 소재를 이용한 한 단계 진화했다고 볼 수 있는 스타일이다. <그림 9>

2) 압정패션³⁷⁾

중고생들 사이에 유행하고 있는 압정패션은 자락이 긴 바지단을 뒤쪽으로 말아 신발밑창이나 뒤꿈치에 압정으로 고정된 차림을 말한다.³⁸⁾ 압정패션은 마치 60-70년대 여성들이 입었던 '몸빼바지'를 연상시킨다고 한다. 길고 통이 넓은 바지를 땅에 끌리는 자락부분만 뒤쪽으로 말아 운동화 뒤꿈치에 붙이고 압정으로 고정하면 발목부분만 잘룩한 몸빼바지와 비슷하게 된다. 압정패션의 원조는 힙합을 비롯한 흑인 랩뮤직이 유행하면서 번진 '힙합패션'이다. 통 큰 바지를 엉덩이에 걸치고 바지단은 땅에 끌리도록 늘어 뜨려 입는 힙합패션의 변형인 압정패션이라 할 수 있다.

3-3. 힙합패션의 특징

힙합은 음악, 춤, 그리고 패션만도 아닌 이들 모든 요소를 포괄하는 문화로서의 개념이다. 힙합이 10대들에게 어필되어지는 이유는 바로 자유로움이다.

힙합에 있어서는 자유는 표현의 자유이다.³⁹⁾ 자신의 생각을 아무런 제약 없이 표현할 수 있는 자유, 어떠한 틀이나 형식에도 구속되지 않는 자유이다. 가사에 있어서도, 춤에 있어서도 힙합은 정형화된 방식에 따르는 것이 아니라 자신이 표현하고 싶은 대로 몸을 움직이는 것이며 스프레이 페인트와 벽만 있으면 자기가 원하는 바를 그림으로 얼마든지 표현할 수 있는 자유인 것이다. 결국 힙합에 있어서 중요한 사상적 근거는 자유에 기반 한다고 할 수 있으며, 힙합적인 삶의 방식이란 것 역시 자신의 감정에 솔직한 삶의 자유를 구속된 형식으로부터 해방시킨 것이다. 서태지와 아이들의 음악에 있어서도 서태지의 트레이드마크인 '저항성'은 목표를 향한 투쟁이 아니고 자아실현을 위한 자유와 도전이라는 의미를 찾아 볼 수 있다고 한다.⁴⁰⁾ 이러한 힙합이 가진 특성에는 자유로움, 그 자유로움을 표현하기 위한 솔직함이 패션에도 영향을 미쳤다고 볼 수 있다. 자유로움은 의복스타일에서 자신의 신체사이즈보다 헐렁한 옷과 큰 신발로 편안함을, 그리고 솔직한 자신을 표현하고자 하는 데서 기인한 일탈 적이면서 파격적인 스타일을 패션화함으로써 자아정체성을 찾기 원했던 10대들의 마인드가 표현된 것이라 할 수 있다.

36) 섬유저널, <마켓석권하는 신세대 뉴베이직>, pp. 210-212, 1996년 9월호

37) 인터넷-<http://www.nieta.o.kr/97.03/>에서 발췌.

38) 인터넷-<http://www.nitea.or.kr/9703/255/hgc16.htm>, 신세대광장, 힙합의 토착화, 에서 발췌.

39) <http://www.ycc.co.kr/2yc21-웹지> 2월호 -힙합바로세우기 5편에서 발췌.

40) 인터넷: <http://www.joongang.co.kr/cgi-bin/va?19971121100436> 중앙신문 1997년 11월 21일 문화면에서 발췌.

10대의 힙합패션은 체면을 생각해서 입는 옷이 아니라, 자신이 만들어 내는 이미지와 스타일을 위해서 상업적 대중문화가 제공하는 다양한 레퍼토리 중에서 선택하고 조합한 결과가 패션으로 나타난 것이다. 시장은 자본에 의해 지배되지만 소비에는 젊은이들의 상징적 선택이 작용한다. 그리고 이러한 상징적 창조성에 의해 젊은이들의 집단적 정체성과 개인적 정체성이 형성되는 것이다.⁴¹⁾

힙합패션의 스타일은 조형의 원리에 모델을 두고 있지 않다. 작은 키에 관계없이 헐렁한 힙합바지를 입으므로 써 더 작게 보이더라도 그들은 자신들의 욕구를 자연스럽게 표출해냄으로써 만족한다. 이러한 힙합패션의 특징은 첫째, 착용자의 신장 및 신체 사이즈를 무시하고 큰 상의와 하의를 착용하는 것이다. 둘째, 큰 사이즈의 의복 및 신발을 착용함으로써 자유로운 형태 및 선의 흐름을 표현하고 있다고 할 수 있다.

<표 2>은 힙합패션의 조형적 특성을 분석하여 본 것이다.

힙합의 조형성				
외적 형식	내적 의미	의복의 종류	형태적 특성	미적 범주
1. 부적합성 (신체사이즈 무시) 2. 통속성 (저속, 모방) 3. 부적절성 (부조화, 물 형식)	1. 일탈성, 2. 파격성 3. 과개성적 4. 표현의 자유	1. 점퍼 스타일의 상의 2. 헐렁한 후드티 3. Drum 혹은 Baggy 바지, 스노보드바지	1. 상의와 하의의 크기가 크다 2. 넓은 면과 자유스러운 선을 표현 3. 조형의 원리 파괴	추, 골계미

<표 2> 힙합패션의 조형적 특성

4. 댄스음악이 10대 패션문화에 미친 영향

4-1. 10대의 패션문화

대량소비를 근간으로 하는 후기산업사회로 접어들면서 대중들의 문화적 기호와 상품의 이미지가 보다 부각되었고, 예술의 상품화와 문화적 다원주의는 대중의 취미를 다양화시켰으며, 그로 인한 패션의 빠른 변화를 가져왔다. 이와 더불어 10대들 유행은 정형화하기 힘들 정도로 급속히 변하고 있다. 90년대의 10대를 어느 세대보다 패션 및 감각세대로 만든 요인은 여러 가지가 있다. 컬러화된 대중예술 및 높아진 소득수준, 개방화, 자유화가 중시되는 사회분위기가 바로 요인이라 할 수 있다.

그러나 파격적인 의상과 몸짓으로 자유롭게 거리를 활보하는 이들을 보는 기성세대들은 정서적인 괴리감이 앞선다. 다수의 흐름에서 벗어 나는 것이 익숙지 않기 때문이다.

중앙일보의 조사전문기자에 의하면⁴²⁾ 10대들의 생활전반에 글로벌라이제이션이 빠른 속도로 진행되고 있다고 하였다. 그의 조사에 의하면 일본패션잡지를 즐겨보고, 일본잡지에 소개된 패션을 그대로 모방하고 싶다는 10대들이 33.9%, 그리고 잡지에 실린 대로 옷을 입는다가 16.9%라고 발표한 적이 있다.

41) 인터넷-<http://www.jongang.co.kr>, <가로보고세로읽기>, 신세대패션 그리고 춤 근대자아의 일상적 실현, 중앙일보, 1997년 6월30일에서 발췌.

42) 중앙일보, - 신10대 의식조사 - 1996년 4월 30일.

이처럼 10대들의 패션에 대한 유행은 감각적이며, 글로벌화되어 있다고 볼 수 있다. 그들의 패션이 무분별하다고 지적할 수는 있지만 그들의 빠른 세계화, 개방화에 대응할 수 있는 방안이 마련되지 않는다면 10대들의 패션문화의 혼란은 더욱 가중될 것이라고 생각된다.

컬러콘택트렌즈, 배꼽티, 힙합바지, 패션삭발, 귀걸이를 단 남자 등 이러한 패션은 10대 및 20대들이 즐겨하는 차림새이다. 이러한 차림에 대해 10대들은 「파격」이 아닌 「자연스러움」으로 받아들이고 있다.⁴³⁾

이와 같은 현상은 한국의 10대에만 있는 현상이 아니다. 뉴욕 소재 민간조사기관인 브레인 웨이브서 그룹은 1995년 11월부터 1996년 4월까지 6개월간 41개국 15-18세 남녀 2만 5천 57명을 대상으로 의식구조를 조사했다.⁴⁴⁾ 이 조사에 의하면 감수성이 예민한 10대는 미디어를 통해 패션 등 소비의 유행을 쉽게 모방한다고 하였다. 전체조사대상자중에서 81%가 음악 감상을 즐기고 79%가 TV를 많이 본다고 발표하였다. 이처럼 전세계의 10대들은 음악과 미디어매체를 통해 그들의 유행을 모방하고, 10대들에게 인기 있는 대중가수들의 패션을 모방하므로써 그들의 정체성을 찾고자 한다고 볼 수 있다. 이들은 세대 내에서도 차별 지향화를 원한다. 특히 소비가 기초적 욕구의 충족을 넘어서 일종의 스토리를 찾는 기호적 단계에 들어선 현대사회에서는 이 차별화의 표출이 새로운 것을 소비하는 형태, 즉 유행으로 발전하는 경향을 띠게 된다.

10대사이의 유행은 급속히 한 세대 전체를 끌어들이는 붐을 형성하는 것이다. 그리고는 대다수가 참여하는 시점에서 다시 급속히 소멸하는 경향을 보인다.

새로운 유행의 개발을 통한 '차별화지향'이 사라지고 기존의 엄청난 문화유산 중에서 취향에 맞는 것을 고르는 시대가 온 것이다. '토요일 밤의 열기'에 감동해 T셔츠와 청바지차림으로 밤새워 춤추고, 78년의 제1차 디스코 붐과 복장체크라는 새로운 차별화가 시작되었고, 80년대 중반 제 2차 디스코 붐은 일대유행이었다. 그러나 이것이 90년대의 클럽 붐에 이르면서 힙합, 레게, 뉴웨이브, 하드코어, 재즈가 독자적 영역을 확보하는 방향으로 나아갔다. 즉 다양성의 시대가 온 것을 의미한다고 할 수 있다.⁴⁵⁾ 이러한 현상들은 점차적으로 소그룹화 되어 공통적인 유행은 사라지고 그룹내의 매니아 적인 유행을 형성하게 될지도 모른다.

현재의 일본처럼 영결처가 미세하게 분해되어 공통적인 유행이 자취를 감추게 될 것이다. 컬처그룹간의 우열도 없어지고 자연히 서로간에 무관심해 지고 남의 시선을 의식하지 않게 된다. 현대의 10대들의 특징을 살펴보면 첫째, 신세대는 한가지에만 휩쓸리지 않는다.

자기의 스타일과 이미지를 위해서 상업적 대중문화가 제공하는 다양한 레퍼토리 중에서 제각각 맞는 것을 선택하고 조합하는 편집패션이다.

43) 중앙일보, 1996년 5월 3일, 신개성시대·개성감각조사 머리뿔은남자(멋있다+괜찮다= 1.6%), 귀걸이 단 남자(멋있다+괜찮다=55.2%), 컬러염색, 코팅, 탈색=81.0%), 나는 유행에 민감한 편=43.2%, 튀는 패션을 좋아한다=32.2%, 연예인처럼 하고 싶다=18.0%
44) 1996년 6월 27일 중앙일보, 세계10대 81%음악감상 즐겨.
45) 중앙일보, '일본의 영결처' 김지룡문화경제평론가, 1997년 12월.

둘째, 10대들은 마이너한 부분(비주류문화)에 매력을 느낀다. 그래서 그들을 파악하는 키워드는 언더그라운드라고 EnC의 박승수이사는 말하고 있다.⁴⁶⁾ 시장은 시장원리에 의해 지배되지만 소비에는 젊은이들의 상징적 선택이 작용한 즉 상징적 창조성에 의해 젊은이들의 집단적 정체성과 개인적 정체성이 형성되는 것이라 할 수 있다.

셋째, 10대들에게 소그룹문화의 시대가 왔다고 할 수 있을 것이다. 즉 새로운 유행의 개발을 통한 '차별화 지향'이 사라지고 기존의 문화유산 중에서 취향에 맞는 것을 고르는 시대가 왔다고 할 수 있다.

넷째, 10대들의 문화는 시각문화를 선도하고 있다고 볼 수 있다. 바야흐로 눈이 사물을 받아들이고 판단하는 감각의 전부인 '시각세대'가 등장하고 있는 것이다. 이로써 그들의 패션 역시 시각문화의 영향을 받고 있다고 해도 과언이 아니다. 힙합패션 역시 대중가수들의 패션이 시각문화를 통해 전달됨으로써 열광적인 그리고 소문화적인 패션으로 유행했다고 할 수 있다.

다섯째, 10대들은 Fun하고 Interesting하며 Exciting한 것 바로 재미를 추구하고 있다고 볼 수 있다. 그들에게 있어 패션은 '무엇보다 자신이 즐기고 재미있어야 한다'고 한다.⁴⁷⁾

4-2. 10대의 패션과 패션산업

인구학적으로 보아 대중문화물을 가장 왕성하게 소비하는 세대는 10대와 20대이다. 이들은 약 30여년에 걸친 양적인 경제성장의 결실을 거두는 세대에 속한다. 부모들의 경제적 윤택과 적은 형제 때문에 상당한 소비잠재력을 지닌 세대로 등장했다. 거기에서 벗어나 탈출구를 찾으려는 노력은 대중문화와 연결된다. 물론 많은 이들은 이들을 '오빠부대'나 '뽕뽕이 부대'로 비하하기도 하지만 그들은 대중문화를 통해 그들만이 할 수 있는 것을 찾는다. 즉 다른 연령대가 할 수 없는 부분을 대중문화를 통해서 찾아내는 것이다. 문화적 차이를 통해 10대라는 정체성을 만들어 내고 그 안에서 자신들만의 의미, 이야기를 지속적으로 생산한다.

최근 들어 X세대로 불리는 10대 후반에서 20대 초반의 젊은 층이 주요구매계층으로 부상함에 따라 이들을 겨냥해 개발된 상품의 브랜드로 X자를 사용하는 상품이 크게 늘고 있다고 한다. ⁴⁸⁾ 태평양이 남성용 화장품 '트윈엑스[XX]를 내놓는 데 이어 '쌍[X-ing]으로 내건 무선호출기를 출시하여 10대를 겨냥한 판촉활동이 이루어졌었다.

삼성경제연구소가 1997년 8월 20일자 연구보고서⁴⁹⁾에서 '한국 역대 최고 히트상품'으로 평가한 서태지와 아이들의 음악과 패션은 새로운 것을 추구하고 기성세대로부터 자유롭기를 원하는 10대육구에 정확히 부응했다는 것이다.

1998년 3월호의 섬유저널⁵⁰⁾에 의하면 앞으로 패션시장서 가장

46) 섬유저널, -언더그라운드, 그러나 큰 시장- p. 121, 1997년 11월호.
47) 섬유저널, -패션메세지는 Fun & Exciting-, pp.116-118, 1997년 8월호.
48) 중앙일보, -X세대 겨냥 X자 브랜드-, 2월 17일.
49) 중앙일보, -[문화경영학] 경제리더는 서태지 신화를 배워라-, 1997년 10월 1일.
50) 섬유저널, -10대소비자 30대 패션인 주역-, p. 76, 1998년 3월호.

큰 힘을 발휘할 사람들이 10대소비자와 30대 패션인들이라고 한다. 패션시장이라는 무대를 놓고 배우와 관객의 역할이 어떻게 나뉘질지 짐치는 어렵지만 흥행될 작품을 만들 주역들 임에는 틀림없다. 불과 몇 년전만 하더라도 10대소비자들에 대한 평가는 '스펀지'라는 개념으로 통했다. 그들의 다양한 문화정보에 대한 욕구와 강력한 흡수능력을 놓고 한 얘기다. 때문에 90년초에는 해외유명브랜드라는 간판만 걸어도 그들의 앞선 정보력에 편승 선두권에 올라설 수 있었으며 93년 이후엔 문화를 제안하는 브랜드가 10대의 구미를 당겼다 한다. 실례로 닉스, 베이직진, 292513=스투스, 96뉴욕 등의 성공은 브랜드에서 제안된 생활문화를 10대들이 자연스럽게 흡수하면서 가능했다. 그러나 앞으로 펼쳐질 패션시장서 10대를 '스펀지' 정도로 평가해선 재미를 기대할 수 없다 한다. 즉 지금의 10대는 대중문화뿐 아니라 언더그라운드문화까지 문화세분화의 주도세력이며 스스로 문화를 창출할 수 있는 능력 있는 사람들로 평한다. 때문에 그들을 이끌 문화를 제안한다는 식의 브랜드접근은 이미 옛이야기라는 것, 이젠 그들 세분화된 문화장르마다의 깊은 이해를 토대로 그 현장 상황마다의 구매의욕을 불러일으키는 것이 중요하다는 설명이다. 새롭게 재편되는 시장에선 현재의 큰 소비층으로 예상할 수 있는 군은 구체적으로 문화를 주도하는 층이 누구인가로 바뀔 전망이라고 한다. 이에 많은 문화를 지배하고 있는 10대들이 단지 소비자로 뿐만 아니라 새로운 시장을 열 뉴-코드로 대두되고 있는 것이다.

미국브랜드 타미힐피거의 성공은 94년 선보인 랩가수 스누피도기 독(Snoop Doggy Dogg)이 대형로고의 '타미힐피거'를 자신의 고유의상으로 선정하면서 2-3년이라는 짧은 기간 안에 타미가 대대적으로 성공할 수 있도록 길을 트이게 했기 때문이라 한다.⁵¹⁾

이러한 대중스타를 이용한 판촉활동이 하나의 마케팅개념으로 자리잡기 시작했다. 마이클 조단과 그랜트 힐이 세계적인 스포츠브랜드인 '나이키', '필라'의 이미지를 책임지고 있다면 국내의 영캐주얼 브랜드들은 신세대 스타발굴에 몰두해 있다고 한다. 특히 최근 음악울 즐기는 신세대 층은 단순히 음악울 즐기는 차원에서 더 나아가 특별히 좋아하는 가수를 그대로 모방하는 형태로 발전하고 있다. 옷차림은 물론 머리스타일, 착용하고 있는 액세서리, 신발에 이르기까지 모방할 수 있는 영역은 가수의 전부라고 해도 과언이 아니다. 이러한 신세대의 소비심리를 이용한 판촉프로모션은 새로운 마케팅개념으로 신속히 발전하고 있다. 브랜드에 전속되어 의상협찬중인 가수그룹이 한번 히트 치면 브랜드 매출에 엄청난 영향을 미치기 때문이다. 특히 특정집단이나 율타리 안에 들어가서야 비로소 자신의 정체성에 대한 확신과 안심을 하는 10대의 집단주의는 무궁 무진한 소비층을 형성하고 있다.

5. 결론

본 연구는 대중음악 중에서 10대들에게 열광을 받고 있는 댄스음악인 랩과 그들에게 패션화되어 있는 힙합패션의 조형특징을 분석하고, 댄스음악이 10대의 패션문화와 패션산업에 끼

51) 섬유저널, -룩문화 뒤이은 힙합문화 '프레피스타일'신세대열광, p.200, 1997년 1월호.

친 영향을 분석해봄으로써 10대들의 패션마인드와 패션문화의 흐름을 파악해 보고자 하는 것이다. 본 연구를 분석해 본 결과는 아래와 같다.

1. 10대의 힙합패션은 하위문화의 하나로 소집단의 독특한 정체성을 반영하는 10대의 패션문화라 할 수 있다. 힙합문화는 TV문화를 중심으로 성장하면서 패션의 환상을 성공으로 이끈 대표적인 예에 속한다.
 2. 힙합패션의 조형적 특징에 있어서 외적 형식으로 신체사이즈를 무시한 부적합성, 스트리트패션의 모방에서 기인한 통속성, 디자인원리를 무시한 부조화, 물 형식을 들 수 있다.
 3. 힙합패션을 구성하는 의복의 종류는 점퍼스타일과 헐렁한 후드티, 줄무늬 Y셔츠의 상의와 Drum바지, Baggy 바지, 스노보드바지 등으로 나타났다. 그리고 이들은 점차적으로 실용적인 힙합스타일을 추구하는 스포츠웨어와 힙합을 섞은 기능성과 실용성의 패션으로 정착하고 있다.
 4. 힙합패션의 중요한 사상적 근거는 자유로움에 있으며 이러한 영향을 받은 패션은 과격성과 일탈성으로 특징 지을 수 있다.
 5. 10대들의 패션마인드는 브랜드의 이미지만 확실하면 자신에게 어울리는 것을 선택하여 코디하는 편집코디의 경향이 있다.
 6. 10대를 위주로 하는 패션비즈니스에 있어서 '기업'을 기준으로만 생각하는 것을 '개인'을 기준으로 한 발상의 전환이 필요하다. 그러므로 패션산업측에서는 10대들을 문화세분화의 주도세력이며, 스스로 문화를 창출할 수 있는 능력자로 분석하여 브랜드의 상품기획전략을 짜야 할 것이다.
- 본 연구의 결과에서 힙합패션은 10대들의 패션을 수면위로 끌어올려 10대의 문화를 만드는 데 큰 역할을 했다고 볼 수 있다. 힙합패션을 주도하고 있는 하위집단은 각기 독특한 삶의 조건과 상황속에서 특유의 욕구를 반영하는 문화적 실천을 행하고 있음을 볼 수 있었다. 또한 대중은 동질적인 집단이 아니며 각 집단이 가진 조건과 욕구에 따라 각기 다른 방식으로 대중문화를 실천하고 있다고 볼 때 10대들의 힙합패션을 우려하기보다 그들 소집단의 정체성을 나타내고 있는 문화의 한 양상으로 이해하여 건전한 문화현상으로서 힙합패션을 이해할 수 있지 않을까 하는 것이 본 연구자의 생각이다. 특히 패션 산업에 있어서도 이러한 10대들의 문화의 대두와 이들의 패션을 추구하는 10대의 소비자가 늘고 있음을 감안할 때 이를 간과하고는 패션비즈니스는 어려운 것이기 때문이다. 이를 위해서는 대중문화에 대한 다양한 각도의 연구가 패션에서도 이루어져야 만이 패션산업의 발전을 기대할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 1) 김지영, 이상의 시대, 반항의 음악, 문예마당, 1995.
- 2) 김창남, 하위문화집단의 대중문화실천에 대한 연구-대중음악을 중심으로-서울대학교 대학원 박사학위논문, 1994
- 3) K. Peter Etkorn, Music and Society, New York: Robert E. Krieger Pub., Company, 1979.
- 4) 한상복 외 2인, 문화인류학, 한국방송통신대학 출판부,

1987.

5) Hartly et al.(eds), Key Concepts in Communication, London & N.Y:Methen, 1983.

6) Hebdige, D., "Subculture: The Meaning of Style", London & N.Y., Methuen, 1979.

7) 강명구, 대중소비주의문화와 청소년문화, KBS방송연구원, 방송문화연구 92, 1992.

8) ELLE, 1996년 8월호.

9) 인터넷사이트자료 이용

10) 중앙일보

11) 섬유저널