

주거지역에 따른 여자고등학생의 라이프스타일과 의생활 탐색 -서울과 인천을 중심으로 하여-

민혜진 · 나영주

인하대학교 의류디자인전공

Lifestyle and Clothing Behavior of Female High school Students according to Residential Area

Haejin Min · Youngjoo Na

Dept. of Clothing & Textiles, Inha University
(2003. 5. 20. 접수)

Abstract

The purpose of this study was to investigate the differences of lifestyle and clothing behavior of high school girls according to their residential area. The focus group interview was executed with 29 high school students and picture analysis was carried with 400 pictures of their outfits on weekends. The results show that they borrow their clothing one another taking turns, and there has lesbian dress code in common regardless of residential area. Students residing in Seoul wear brand products, and buy at department store, discount store and the stores in Myongdong or Sinchon, while students residing in Incheon wear Bose products, and buy at the stores in subway. Most of adolescents wear easy casual, and those of Incheon sometimes wear formal with high heel and young character casual, and often wear make up and get hair permanant/dyeing.

Key words: adolescent lifestyle, street fashion, picture analysis, focus group interview, residential differences; 청소년 라이프스타일, 포커스 면접조사, 주거차이 사진분석

I. 서 론

청소년은 신세대 또는 N세대로 불리고 있으며, 현대의 물질적 풍요를 누리며 영상매체시대에 감각적이며 개성적으로 자기중심적인 삶을 살고 있는 젊은 세대로서 기성세대와는 다른 이질적 문화를 추구하는 집단으로 볼 수 있다(손상희, 1997). 청소년기는 기성세대의 보수 권위를 인정하지 않으며 친구와의 관계가 개인적이고 감정적이다. 또한 어느 시기보다도 의복에 대한 만족·불만족의 심리상태가 청소년의 자신감 형성에 영향을 주게 되는데 자신의 외모를 비웃거나 인정하지 않는 것에 대한 두려움 때문에 자신

의 의복과 장신구 착용에 대한 그들의 평가나 인정에 대하여 매우 민감한 의생활 태도를 지닌다(김인경, 1993).

라이프스타일은 효과적인 시장세분화의 기준이 되며, 소비자행동을 입체적으로 설명해주어 소비자들의 상품, 정보, 상표등의 선택의 차이를 보다 유용하게 설명하여 주며 사회적 동향을 예측하는데도 도움이 된다(김훈, 권순일, 1999). 소비자들의 생활상 변화를 앞으로써 소비행동이나 구매행동, 구매의식의 변화 동향을 예측할 수 있으며 이러한 예측은 제품이나 서비스 개발에 이용될 수 있기 때문이다.

이재철(1995)은 24세이하의 신세대의 라이프스타일

은 일반인의 라이프스타일과 상당한 차이가 있다고 하였는데, 이들은 자기만의 시간과 공간을 선호하고 협소한 대인관계를 구축하고 실속추구, 자기개발중시, 가정생활중시, 레저 및 스포츠에 열광, 비주류도시 선호, 강한 자기선전욕구, 지속적인 새로움추구, 직장선택기준의 다양화, 영상매체에 대한 감수성, 동시추구성향, 3D 기피 등 특징을 보인다고 하였다.

그러나 청소년의 라이프스타일에 대한 연구는 그리 많지 않고 주제별 제한성이 높으며, 대부분 양적인 측면의 연구라고 볼 수 있다. 심지어 청소년 라이프스타일을 그들의 눈높이에서 파악한 연구는 전혀 없다고 해도 과언이 아니다. 따라서 그들의 근본적인 이해를 돕기 위해서는 현실적으로 이용 가능한 측면으로서 현상 파악에 대한 질적 연구가 필요하다. 특히 청소년의 주변 환경, 생활 의식 등에 대한 조사가 우선되어야 하므로 심층면접 방법을 통해 심도있게 다루어질 필요성이 있겠다.

강남과 강북의 주거지역에 따른 청소년의 하위복식문화가 상이했으므로(남궁윤선, 1999), 주거지역에 따른 청소년의 라이프스타일과 의생활은 차이를 나타낼 것이며 서울과 인천은 더욱 큰 차이를 보일 것으로 사료된다. 또한 연구자의 경험으로 비추어 보아 인천과 서울 여고생의 의생활에서 가시적인 차이점이 인식되었다. 따라서 주거지역에 따른 여고생의 라이프스타일과 의생활에 관한 질적 연구를 시행하고자 하였으며 이를 위해 심층면접과 스트리트 패션의 분석을 병행하였다.

II. 이론적 배경

1. 청소년의 라이프스타일

라이프스타일의 추상적인 측면은 환경변화가 내재화된 결과이며 각 개인의 고유한 특성을 반영한 것으로 정의할 수 있는 반면 현실적으로 이용가능한 측면에서의 라이프스타일은 사람들의 생활과 시간, 돈의 소비패턴으로 정의된다(김엽제, 1987). 또한 라이프스타일은 환경, 문화, 가치관, 자원, 행동양식의 총화로서 상품구매 및 소비행위를 통하여 특정사회나 특정집단의 라이프스타일을 반영하게 되는 것이라고(김경희, 1994) 볼 수 있다. 즉 라이프스타일은 사람이 어떻게 시간을 소비하는가, 자신의 환경 속에서 무엇이 중요하다고 생각하는가, 자신의 주변세계에

관하여 어떠한 생각을 하고 있는가 등에 의해서 규명되는 생활양식이다. 라이프스타일은 그 자체가 하나의 시스템으로서 생활의 구조적 측면인 생활의식, 행동, 가치관, 태도 등의 복합체라고 할 수 있으며 다차원의 질적, 양적 표현으로 특정개인에서부터 사회전체에까지 여러 계층에 걸쳐 조사되어야 한다.

기성세대인 문자세대에 반해 신세대인 영상세대는 감성중심적, 좋고싫음이 분명, 감각적 판단, 당장의 선호가 기준, 집단과 일치 지향, 자기표현 중시, 스스로 가치창조, 자기충실, 해방된 감정, 문화 생산 소비에 참여, 사용가치의 중시 등의 라이프스타일 특성을 갖는다(정근원, 1993).

라이프스타일 유형에 관한 연구로서 차경순(1994)은 서울 지역 중고등학생들의 의생활 양식을 상표중시형, 타인의견 신뢰형, 패션지향형, 외향형으로 분류하였다. 최문관(1985)에 의하면, 서울남녀 고등학생들은 자기과시적의견선도형, 정보탐색형, 가족중심형, 적극주의형, 건강중시/안정형, 전통지향형, 충동형, 보수주의형, 무관심형 등으로 나타났다. 이혜림(1993)은 서울 고등학생의 생활양식을 스포츠관심, 주거 및 생활태도, 성취지향, 외모관심, 독서태도, 진학태도 등으로 분류하였다. 최정선(2000) 등은 대학생, 고등학생의 라이프스타일을 패션지향형, 웹취미오락추구형, 웹정보추구형, 웹매체활용형의 4 유형으로 나누어 패션구매태도를 조사하였다.

2. 청소년의 의복행동

1) 의복 관심(Clothing Interest)

청소년은 의복 관심이 크다. Hurlock(1973)은 청소년기에는 동료집단에서 자신의 외모를 돋보이게 하거나 매력적으로 보이고 싶어하는 경향이 있고, 의복이 그 수단으로 이용되며, 친구들간에 인기도를 좌우하는 '요인'이 되기 때문에 의복을 그만큼 중요하게 여긴다고 하였다. 청소년들은 의복의 중요성을 깨달음으로써 의복에 관심을 나타내게 되는데 이러한 의복 관심은 청소년기에 가장 크고 중요하며 행복감에 까지 영향을 미친다고 하였다. 그들은 외모가 사회적 수용에 있어서 그들이 그룹 내에서 차지하는 지위에 영향을 준다는 것을 알므로 그들의 의복에 과다한 관심을 나타낸다. 또한 그들은 자신이 남에게 어떻게 보이는지를 알고 싶어함으로써 극단적으로 의복과 외모에 비판적이다. Ryan(1966)은 청소년기에 있어

서 그들은 타인과의 관계에 있어 더욱 외모에 관심을 두고 타인의 의견과 인정에 민감하며, 자신이 타인의 외모에 대해 많이 지각하는 것처럼 다른 아이들도 타인을 외모로 판단하는 것을 알고 있다고 하였다.

2) 동조성(Clothing Conformity)

청소년은 의복의 동조성이 두드러진다. 의복의 동조성이란 친구나 집단의 규범에 준하여 의복을 착용함으로써 소속감이나 타인의 인정을 얻으려는 의복 행동을 말한다. 청소년은 타인의 평가에 민감하고 동료집단의 인정을 받기 위해 자신의 외모와 의복에 있어 집단의 기준을 따름으로써 자신감과 사회적 안정감을 얻고자 한다. Horn과 Gurel(1981)은 의복의 동조성이란 특정한 집단의 규범에 맞추어 옷을 입는 것을 의미하며, 연령층으로는 청소년기가 극단적으로 또래 집단규범에 동조한다고 하였다. 의복에서 동조성을 나타내는 학생들은 그들 주변에 있는 학생들에게 잘 받아들여지며 또한 호감을 받기 위해 그들의 의복에 동조하지만 그들은 그 밖의 사람들과는 같지 않다는 사실을 보여줄 수 있는 의복을 원하는 한편, 다른 친구들이 입는 의복에 동조하나 자신들의 성격을 표현하기 위해 조금이나마 개성을 나타내는 것을 입으려 한다. 김순구, 윤학자(1986)에 의하면 남녀 고교생들은 자아존중감이 높으면 심리적으로 안정하여 사회적인 승인에 대한 의존도가 낮으므로 의복을 통한 사회적 인정에 대한 관심은 적으나 옷을 아름답게 입는다고 하였다. 이은경(1986)은 우리 나라 중·고등 학생의 경우 직접 제품을 탐색하여 선택하는 기회가 많기 때문에, 대중매체의 영향을 많이 받아 모방 경향이 높다는 것을 발견하였다.

3) 자기 평가성(Self-Estimation about Clothing)

의복에 대한 자기 평가성이란 자신의 의복의 착용 상태, 의복착용 방법, 장신구 사용 방법에 대한 자기 스스로의 평가를 의미한다. 청소년기의 자신감은 자신의 외관에 대한 평가에 의해 많은 영향을 받는다. 즉 옷을 잘 입었다고 자신을 평가하면 어떤 사회적 상황에서도 편안해 하며 자신 있게 행동하지만, 반면 옷을 잘 못 입었다고 평가하면 불편하게 생각하고 남이 자신을 어떻게 생각할까 걱정하게 되며 불안정하게 된다. 이것은 곧 청소년기에 있어서 의복에 대한 높은 관심과 그의 또래집단에 의해 수용되기 위한 불안감에서 비롯된다.

4) 정숙성(Modesty)

의복의 정숙성은 인간이 의복을 착용하는 여러 동기들 중의 하나로 그 기준이 시대와 장소에 따라 다르며 개인의 연령, 성별 및 가치관 등에 따라서도 다르다. 즉 정숙성은 사회적 규범에 따라 의복을 상황에 맞게 적절하게 입는 것이고, 관습과 문화적인 차이에 의한 것이지 본능에 의한 것은 아니라는 사실을 알 수 있다. 김영인, 강혜원(1999)은 정숙성을 의복에 있어서 신체의 과도한 노출, 즉 옷이 많이 파지거나 밀착된 것을 입을 때, 또는 보았을 때의 느낌에 관한 것이라고 하였으며 사춘기나 청소년기에서는 연령이 어릴수록 정숙성을 더 중요시한다고 하였다.

5) 과시성(Conspicuousness)

성별에 관계없이 남녀고교생 모두 과시욕구가 높을수록 의복의 과시성 및 유행에 관심이 높았고, 친애욕구가 높을수록 남·녀 모두 의복의 과시성에 관심이 높았다(양승진, 1986). 여교생을 대상으로 연구한 심소연(1983)도 과시욕구가 높은 사람일수록 의복의 과시성 및 유행에 관심이 높다고 하였으며, 유행에 대한 관심이 많은 사람일수록 의복을 새로 구입할 때 유행되는 디자인을 선택한다고 하였다.

III. 연구방법

본 연구는 여자 고등학생들의 라이프스타일로 표출되는 의복행동을 이해하기 위한 접근으로 민속지적 방법을 이용하였다. 이는 현지인의 관점을 가지고 연구하고자 하는 현상의 다양한 측면의 연관 관계에 대한 맥락적 이해를 하고자 하는 것으로서 한 문화를 기술해가는 작업이다(남궁윤선, 1999). 그러나 자료 수집시의 표집대상의 대표성, 조사된 내용의 분석시 연구자의 주관적 편파성, 연구결과에 대한 '일반화 가능성'으로서의 신뢰도를 확보할 수 없다는 한계 등으로 인해 체계적인 자료수집과 해석의 주의 등이 필요하다. 이러한 한계에도 불구하고, 본 연구의 목적이 청소년들이 현재 위치해있는 사회적 맥락속에서 자신들의 라이프스타일을 어떻게 구성하며 특정 스타일은 어떤 의미를 내포하는지를 그들의 관점에서 그들의 언어로 기술하고자 하는 것이므로 민속지학의 연구방법인 심층면접 방법을 택하였다. 이를 보완하고 뒷받침하기 위해서 피면접자의 대화내용 전문을 그대로 사용하여 연구목적에로의 편파를 배제하고자

하였으며, 해석은 의류전문가 3명이 각자 해석한 후 차이가 있으면 토론하고 검증하였으며, 또한 이를 일반화시키기 위해서 양적 연구로서 현장조사를 동시에 병행하여 확인하였다.

본 연구는 고등학교에 재학중인 여학생을 연구대상으로 2002년 10월 15~25일에 이루어졌다. 자료수집 이전에 피면접자를 선별적으로 표집하여(박재홍, 1995) 연구대상자를 정하였다. 서울과 인천 각 지역별로 인문계 여자고등학교 여고생 8명(10월18일 5명, 10월 20일 3명), 남녀공학 여고생 11명(10월22일 5명, 10월 15일 6명), 실업계 여고생 10명(10월 23일 3명, 10월 25일 7명) 등으로 서울 총 13명, 인천 총 16명의 표본을 표집하였으며 각 그룹은 주위의 아는 사람을 통해서 섭외하였다. 면접방법으로는 별다른 통제없이 피면접자가 마음대로 답변할 수 있게 하는 비구조적인 면접 방법을 이용하였으며, 학교 근처 패스트푸드점에서 1회 약 1시간반 정도에 걸쳐 이루어졌으며, 녹음을 한 후 이를 정확하게 필사노트에 옮겨 적는 방식을 택하였다. 스트리트 패션 촬영은 서울과 인천에 거주하는 여자 고등학생들의 대표적 패션거리로 알려진 곳에서 청소년들의 최신 유행 스타일을 촬영하였다. 고등학생들이 주로 쇼핑을 하는 요일과 시간대를 선택하였으며 총 400명에 대한 사진촬영을 실시하였다. 각 지역별 스트리트 패션 촬영 지역 및 일정은 <표 1>과 같았다.

IV. 결과 및 논의

1. 여자 고등학생의 라이프스타일

1) 여가 및 취미 생활

여고생의 라이프스타일은 패션관심, 자신감, 스포츠선호, 가족중심, 친구선호 등의 5요인으로 분류되었듯이(차은정과 박혜선, 1999), 한국 청소년들은 교육 여건상 학업 이외의 여가시간이 매우 제한되어 있다(이용교, 1993). 그들의 여가시간은 대부분 컴퓨터를 이용한 게임이나 인터넷커뮤니티 등에 집중되어 있었으며 그의 또래친구와 시간을 보낸다거나 TV시

청 등을 하였다. 주말에는 친구들과 술마시기와 같은 유흥을 즐기는 학생들도 많은 것으로 나타났다.

“컴퓨터를 하거나 이대 앞이나 신촌이나 압구정동에 돌아다니면서 먹고 그래요. 다른 것은 배울 시간이 없어요.” [서울 인문계]

“인터넷이랑 TV보기, 친구들이랑 먹고 놀고 쇼핑해요.” [서울 남녀공학]

“집에서 컴퓨터게임하고 주말에는 남자친구하고 돌아다녀요. 밥도 먹고 노래방도 가고 게임방도 가고 그래요.” [인천 인문계]

“수다떨기, TV보기, 컴퓨터 등이 취미구요. 다른거 배우거나 할 시간이 없어요. 십자수 하는 친구들은 많아요.” [인천 남녀공학]

“주말에 친구들 만나서 술 마시거나 쇼핑해요. 대부분 밖에서 놀고 가끔 연예인 따라다니는 애들도 있어요. 커피숍에 가요. 집이 비는 친구네 집이 있으면 모아서 술마셔요.” [인천 실업계]

2) 가입한 커뮤니티(카페)의 종류와 활동 정도

게임을 제외한 인터넷 활동은 대부분 커뮤니티(카페) 활동에 집중되어 있었다. 이러한 커뮤니티는 주로 친한 친구들로 구성된 작은 친목 모임의 형태로 나타나 있었으며 학교에서 하지 못한 이야기나 고민 등을 이러한 공간에서 나누고 있었다.

“친구들이랑 커뮤니티를 운영하면서 학교에서 말하지 못했던 얘기나 고민 등을 얘기하기도 하고 사진도 올려서 같이 봐요. 반 커뮤니티에 가입해서 활동도 하구요. 거의 친목 커뮤니티위주로 활동해요.” [서울 인문계]

“친구들끼리 카페 만들어서 같이 활동해요. 옷같은거 파는데 가입해서 구경하기도 해요. 옷같은거 서로 바꿔입는데에도 자주 들어가요.” [서울 남녀공학]

“학교 써클카페랑 친구들이랑 만든 카페에 가입했어요.” [인천 인문계]

“엽기, 연예인 카페 미용카페는 헤어스타일이나 화장품 사용법 등을 보기 위해서 가입해요.

친구들끼리 친목카페 만들어서 활동해요. 친구들끼리 얘기할게 많은데 저녁이나 새벽에 얘기할 것이 생각나면 카페에 써요. 카페에 서로 일기도 써요.” [인천 실업계]

3) 학교내 동아리 활동

학교내의 동아리 유무는 학교별로 차이가 심하였는데, 매우 활성화된 곳, 혹은 축제때만 활동하거나

<표 1> 스트리트 패션 촬영 장소 및 시간

서울				인천			
장소	인원(명)	날짜	시간	장소	인원(명)	날짜	시간
명동 스타벅스 앞	100	10/5일요일	2시~4시	동인천 지하상가	100	10/12토요일	3시~5시
신림동롯데리아앞	100	10/11금요일	4시~6시	부평 문화의 거리	100	10/13일요일	4시~6시

아예 동아리가 없는 학교도 있어 큰 편차를 보이고 있었다.

“학교에 동아리가 많아서 활동을 많이 하는 편이에요.” [서울 인문계]

“MRA, RCY 거의 축제 때만 활동해요.” [서울 남녀공학]
 “양호부, 양호실에서 학생들 아프면 약주고, 체력장 할 때 자료 정리하고, 주로 양호실에서 활동을 많이 해요.” [인천 인문계]
 “저희 학교는 동아리가 없어요.” [인천 남녀공학]
 “RCY, 코스프레 동아리에서 활동하면서 옷을 직접 만들기도 하고 축제에도 참여해요.” [인천 실업계]

4) 장래희망

인문계 고등학생들은 확실한 꿈이 있기 보다는 대학 진학이 주 목표였으며 오히려 실업계 고등학생들의 장래희망이 더 구체적인 것을 알 수 있었다. 예를 들면, 패션디자이너, 운동선수, 그래픽디자이너, 코디네이터 등 구체적으로 생각하고 관련 학원을 다니는 여학생도 있었다. 이는 실업계 청소년은 이미 자신의 졸업후 진로에 대한 뚜렷한 목적을 가지고 실업계 고등학교에 진학했기 때문이라고 할 수 있다.

5) 용돈 사용처

용돈은 주로 친구들과의 식사, 유흥이나 쇼핑에 지출하고 있었다. 이는 청소년 용돈의 주요 지출항목연구에서 ‘식사비’가 57.0%로 가장 높게 나타나고, 두 번째로 ‘유흥비’가 22.8%, ‘의류구입비(신발포함)’이 19.2%인 결과와 동일한 것이라고 볼 수 있다(이은희, 조우현, 2000).

“저의 친구들이랑 먹는데 쓰고, 음반을 구입하거나 액세서리, 신기한 학용품등을 구입해요.”

“용돈으로 옷사기는 좀 힘들구요. 옷살때는 주로 엄마가 줘요.” [서울 남녀공학]

“주로 먹는데 쓰요. 그 외에 학용품이나 액세서리 사는데 많이 써요.” [인천 인문계]

“친구들과 노는데 많이 쓰는 편이구요. 가끔 옷도 사요. 중학교때는 옷을 많이 샀는데요. 요즘에는 친구들과 노는데 주로 써요.” [인천 실업계]

6) 남자친구

입시에 대한 부담이 덜한 실업계 여자 고등학생들이 남자친구를 많이 사귀고 있었고 같은 인문계라든가 여고에 비해 남녀공학이 남자친구를 사귀는 학생들이 적었다. 그들은 남녀공학 일수록 남자에 대한 관심이 적고 굳이 사귀지 않더라도 친구로써 남자들을 많이 접할 수 있기 때문에 굳이 남자 친구를 만들지 않는다고 하였다.

“남자친구는 거의다 있어요. 친구의 친구등을 통해서 소개받거나 학원에서 만난 친구들과 사귀게 되는 경우가 많아요.” [서울 인문계]

“남자친구 있는애는 별로 없어요. 여자친구 있는 남자들은 많아요.” [서울 남녀공학]

“반에서 15명정도는 남자친구 있어요.” [서울 실업계]

“반에 1/3정도는 남자친구가 있어요. 대부분 소개받거나 학원에서 만나요. 저는 초등학교 동창이랑 사귀어요.” “버디버디에서 서로 쪽지를 주고받다가 만나는 경우도 가끔 있어요.” [인천 인문계]

“주로 버디버디 채팅이나 화상채팅으로 만나거나 주변 학교 친구들을 사귀어요.” [인천 남녀공학]

“반에 절반이상은 남자친구가 다 있어요. 친구통해서 만나는 경우가 대부분이에요.”

“보통 100일전에 깨져요. 100일 넘는 애들은 드물어요.” [인천 실업계]

7) 신용카드 및 적립카드의 사용

자신의 명의로 된 신용카드가 있는 학생은 하나도 없었다. 그러나 적립 카드는 사용하고 있었는데 서울 여고생들이 적립 카드의 활용이 높았던 반면에 인천 여고생들은 카드를 소지하고는 있으나 많이 사용하지 않는 것으로 나타났다. 이는 학생들이 주로 가지고 있는 핸드폰 멤버쉽 적립 카드의 서비스(TTL zone, NAZIT 등)가 주로 인천에 비해 서울 중심으로 제공되고 있기 때문으로 보인다.

“빈폴이랑 니 적립카드 있어요. KTF카드랑 영화관 적립카드도 있어요.”

“옷을 살 때는 꼭 적립을 받지만 적립카드 때문에 일부러 그 매장에 가지는 않아요.” [서울 남녀공학]

“KTF카드나 자주 가는 카페 카드는 자주 사용해요. 될 수 있으면 할인카드가 있는 극장을 이용해요.” [서울 실업계]

“있긴 한데 별로 쓸 데가 없어요.” [인천 인문계]

“카드 사용이 어색해요. 적립 카드가 있어도 안 써요.” [인천 실업계]

8) 핸드폰 사용

거의 모든 학생이 사용하고 있었다. 핸드폰은 고가이므로 자주 바꾸지는 못하지만 1~2년 정도 사용후 고장이 나면 핑계삼아 새로운 핸드폰을 구입한다고 답하였다. 핸드폰은 주로 문자를 많이 사용하며 자기만 죽을 위한 벨소리 변경이나 핸드폰 액정의 캐릭터 변경등을 즐기고 있었다. 이는 신세대는 물질적인 풍요 속에 오디오, 비디오를 선호하고, 즉흥적인 의사결정에 유행을 추종하면서도 개성을 중시(허봉준, 1994)하기 때문이다.

“핸드폰 잘 안바꿔요. 한 1년정도 쓰면 바꿔요. 요즘은 3~4만원정도 나와요. 인터넷도 자주 써요. 심심할때 하면 재

미있어요. 벨소리, 그림, 컬러링을 다운받아요. 그림 다운받는거 재미있어요. 가끔 친구들끼리 보여주기도 하구요. 한달에 두세번 정도 바뀌요. 똑 같은 그림만 보기 지겨워서 바뀌요. 자주하는거 아니니깐 돈이 아깝거나 하진 않아요.” [서울 남녀공학]

“핸드폰 기체가 1년 이상은 못쓰게 되있는 것 같아요. 1년정도 써서 고장이 나면 바뀌요.

고장이 나면 고칠수 있어도 엄마 졸라서 새 핸드폰으로 바뀌요. 애들이 돈에 민감하기 때문에 핸드폰으로 전화는 잘 안쓰고 거의 문자를 보내요. 전화비 아끼다가 문자로 20만원이 나오는 애들도 있어요.” [서울 실업계]

“핸드폰은 부모님이 안사주시는 경우 빼고 거의나 있어요. 자기가 액정을 열어서 똑 같은 그림만 보면 질리잖아요. 자기 만족을 위해서 자주 바꾸는거예요.” [인천 인문계]

9) 동성연애(레즈비언)

현재 여고생들에게 깊이 퍼져있는 레즈비언 문화의 특징을 알 수 있었는데 지역에 상관없이 이들은 확연히 구분되는 드레스 코드를 가지고 있었다. 앞머리를 길게 늘어뜨린 컷트 스타일의 속칭 ‘칼머리’와 남성스러운 힙합패션이 그 특징이었다. 피면접자들은 레즈비언을 하나의 유행으로 인식하고 있었는데 그 시초를 팬픽으로 이해하고 있었다. 팬픽은 그룹 HOTA가 인기였던 1997년에 등장하기 시작한 것으로서 자신이 좋아하는 남자 연예인이 다른 여자와 연애하는 것을 용납할 수 없으므로 여자 팬들이 남자 연예인들끼리 연애를 하는 줄거리로 꾸며낸 이야기이다. 이는 통신에서 시작되어 펜사이트를 중심으로 확산되었고 팬픽을 서로 돌려보는 것이 점차 학생들 사이에 유행이 되었다. 이 HOTA 우상화는 동성애에 대한 거부감을 감소시키고 이를 동경하도록 하였으며, 이는 현재의 레즈비언문화로 발전되었다고 볼 수 있으며 이들의 힙합 패션스타일은 그들의 팬들에게도 영향을 끼치게 되었다. 동성연애자라고 스스로 의심해본 경험이 있는 청소년은 6.3%에 달하며 동성애 주제의 만화나 인터넷물을 한두번 이상 접해본 비율은 45.3%, 동성애 사이트에 가입한 비율은 7.3%에 달했다(조선일보, 2003, 4. 30).

“칼머리하고 힙합입은 애들중에 그런 애들이 많구요. 머리 긴 애들중에서도 그런 애들 있어요.” [서울 인문계]

“레즈비언은 앞머리 긴 컷트로 자르고 웃은 힙합을 입어요. 레즈비언들은 이쁘게 하고다니는 애들이 없어요. 다 남자같이 하고 다녀요. HOTA팬들이 대부분인데 분위처럼 하고 다녀요.

레즈비언이라는 소문이 나면 구경하러가고 관심있어해요. 이해할 수 없는 것도 아닌데 이해할 수 있는 것도 아니에요. 레즈비언도 유행인 것 같아요.” [서울 실업계]

“스킨쉽도 하고 그래요. 한 학교에 10커플 정도는 있는 것 같아요. 들쳐내보면 더 많을 것 같아요.” [서울 실업계]

“00에 가면 레즈비언이 깔렸어요. 서로 형이라고 부르고, 끈적끈적하게 보여요. 지나가다가 레즈비언 보면 재수없다는 생각이 들구요. 웬만하면 피해요. **라는 커피숍에는 레즈비언밖에 없어서 안가요.” [인천 남녀공학]

“남자처럼 보이려고 그렇게 입는 것 같아요. 팬픽에서 동성애물이 많으니깐 개네들도 그러는 것 같아요.” [인천 실업계]

2. 여자 고등학생의 의생활

1) 염색과 메이크업

‘범생이, 평민, 개성파, 날라리’ 등으로 구분되는 청소년 하위집단(황선진, 남궁윤선, 이종남, 1998)분류에 상관없이 인천 여자 고등학생들 사이에서는 메이크업은 보편화되어 있었다. 염색과 퍼머도 인천학생들이 많이 하는 것으로 나타났다. 반면에 서울 여자 고등학생들은 메이크업은 일부 ‘날라리’들만 하며, 다른 분류학생들은 간혹 메이크업을 하긴하더라도 아주 열은 정도로 한다고 답하였고 염색은 중학교때 유행했었지만 현재는 검정색으로 염색을 한다고 답하였다. 화장은 착용의복의 특성과 조화되어야 하므로 서울 학생들은 브랜드 이지캐주얼을 주로 착용하므로 화장이나 염색을 두드러지게 하지 않는 반면에 인천 학생들은 보색캐릭터 캐주얼을 선호하는 경향이 크기 때문에 화장이나 염색을 많이 하는 것이 아닌가 사료된다.

이는 스트리트패션 촬영에서도 확인 되었는데 메이크업을 한 학생은 서울 학생들 중에서는 3.0%에 불과하였지만 인천 고등학생 중에는 79.0%나 되었다. 서울 학생들은 눈썹도 다듬지 않은 학생이 대부분이었지만 인천 고등학생들은 메이크업은 하지 않았더라도 대부분의 학생이 눈썹을 수정한 것으로 미루어보아 메이크업을 전혀 하지 않는 학생은 거의 없는 것으로 판단되었다.

“한 반에 4-5명정도는 하는 것 같아요. 고등학생이니깐 질게 화장하거나 머리 컬을 과장되게 하면 보기 싫어요. 서클렌즈 끼는 사람은 많아요.” [서울 인문계]

“중학교때는 많이 했는데요. 요즘에는 안해요. 메이크업 하는 친구들은 거의 없어요. 전교에서 몇 명 안될꺼예요. 염색도 오히려 검정색으로 코팅하고 그래요. 얼마전에는 파마한 애들은 많았어요. 짧은 머리인 애들이 송해고 머리처럼 삐죽삐죽한 머리 많이 했었어요.” [서울 남녀공학]

“저는 색조화장은 안하구요. 파우더정도는 해요. 일요일 같은 날에는 사복을 입잖아요. 어른스럽게 보이고 싶으니깐 색조 화장을 많이 하는 편이에요. 중학교때는 논다는 애들

이 메이크업을 하고 다녔는데요. 고등학교에 와서 보니까 공부 잘하고 못하는거에 상관없이 다 하고다녀요. 날라리라는 기준하고 메이크업을 하는 거하고 상관없어요. 자기가 자기 꾸미는거 다 커가니까 누구나 한번쯤은 해보고 싶잖아요.” [인천 인문계]

“염색은 학교에서 규제하니깐 안하는데 화장은 하고 나가요. 속눈썹도 붙이고, 거의 분장을 하죠. 밖에 나갈때는 자주 화장을 해요. 다른 학교 애들은 파마하고 머리 묶고 학교가요.” [인천 남녀공학]

“메이크업은 다 해요. 정말~정말 순진무구한 애들 빼놓고는 다 해요. 보통 화장하면 아이라이너, 마스크라, 브러셔, 속눈썹까지 다 해요. 서클렌즈나 칼라렌즈 하는 애들도 많아요. 파마나 염색도 단속하는데 그래도 다 해요. 메이크업은 중3때부터 했어요. 요새는 점점 빨라지는 것 같아요. 초등학교생중에도 하는 애들 있어요.” [인천 실업계]

2) 의류 구매 장소

서울 여자고등학교의 경우 백화점과 브랜드 상설매장과 대리점, 보세 등을 골고루 이용하고 있었다. 경제적 제한 때문에 보세를 구매할지라도 보세에 대해서는 부정적이었는데 그 이유는 저품질을 경험한 후 재구매에 대한 불안감 때문이었다. 이에 반해 인천 여자 고등학교생들은 대부분 부평이나 동인천의 지하상가를 이용하고 있었고 백화점이나 브랜드에서 구매를 하는 학생은 별로 없었다.

“중학교 때 동대문이 막 났을 때였거든요. 그때는 동대문이 싸고 이쁜옷도 많고.. 그때는 좀 여성스럽고 타이트한게 유행이었거든요. 그런데 역시 보세는 입어보니까 품질이 안 좋아요. 그리고 요즘에는 이지 캐주얼이 유행인데.. 이지캐주얼에서 브랜드 로고 빼면 뭐 볼꺼 있나요... 그러구 보세에서 산 이지 캐주얼은 싼티가 나잖아요. 그래서 잘 안사죠.” [서울 남녀공학]

“동인천지하상가나 엔조이(보세쇼핑몰)에서 주로 사요.” [인천 인문계]

“주로 부평역, 주안역, 동인천지하상가나 씨마(보세쇼핑몰)에서 구입해요.” [인천 남녀공학]

“부평지하상가에서 보세옷을 주로 사요, 돈이 많이 생긴다고 해도 브랜드에서 살바에는 그돈으로 보세에서 더 많이 살꺼예요.” [인천 실업계]

3) 인터넷 쇼핑물

서울 여자 고등학교생들은 브랜드의 홈페이지에서 주로 패션정보를 얻거나 신제품 탐색을 하고 있었으나 인천 여자 고등학교생들은 인터넷에서도 브랜드보다는 보세옷에 대한 정보를 얻고 있었다. 그러나 모두 구매로 이어지는 경우는 적었는데 이유로는 인터넷 쇼핑의 경우 실제의 품질이 떨어지고 우송비가 추가되기 때문이라고 답하였다.

“인터넷 쇼핑몰에서는 브랜드 옷을 주로 봐요. 보세옷은 직접 가서 보는 편이구요. 사게 되지는 않아요.” [서울 인문계]

“브랜드 옷 자주 구경하고 사기도 해요. 옥션에서 브랜드 옷 파는 것도 자주 사요. 동대문 수입샵에서 나이키 신발 직접 가서 신어보거나 친구들 신발 신어보구 인터넷에서 사는게 더 쌀땀 인터넷에서 사요. 가격을 많이 비교해보고 사요.” [서울 남녀공학]

“쇼핑몰에서 구경하다가 이뻐보이는 지갑을 산적이 있어요. 안좋다는 얘기가 많으니깐 신뢰성이 떨어져서 사지는 않아요. 옷 구경은 많이 해요. 유행하는 스타일 보면서 가격도 비교해봐요.” [서울 실업계]

“옷 교환하는 카페를 이용하거나 옥션에서 보세를 구입해요. 모니터랑 실제 상품이랑 다른 경우가 많아서 사기 전에 문의를 많이 올려요. 인터넷에서 보세옷을 자주 보기는 하는데 실제로 사는 경우는 드물어요. 인터넷 쇼핑몰이 믿을 수가 없어요. 쇼핑몰에 있는 보세옷들은 부평 지하상가에 다 팔아요. 그래서 직접 가서 사요.” [인천 실업계]

4) 선호하는 스타일

서울 여자 고등학교생들은 캐주얼을 가장 선호하였으며 남들에 비해 독특하거나 장식성이 강한 옷들은 싫어하였다. 그 이유는 학생이기 때문에 공부하는데 불편해서라는 응답이 가장 많았다. 그러나 대부분의 학생들이 졸업후에는 좀더 여성스러운 스타일을 입을 것이라고 대답하였다. 특이할 사항은 서울 여자 고등학교생들은 정장이나 하이힐을 갖고 있는 학생이 한 명도 없었던 반면에 인천 여자 고등학교 학생들은 정장과 하이힐을 갖고 있거나 때에 따라 정장과 하이힐을 즐겨 입는다고 하였다. 지역에 상관없이 거의 모든 고등학교생들은 졸업후에는 정장 및 하이힐의 착용을 원하고 있었으나, 현재 학생들의 이러한 지역간 차이는 서울 학생들은 타인을 의식하고 브랜드를 의식하는 반면에 인천학생들은 이러한 의식을 거의 하지 않기 때문이라고 생각된다.

“옛날에는 교복을 딱 달라붙게 입었는데 요즘 애들은 아랫부분은 짧게, 윗부분은 크게 입는 일본스타일로 입어요.” [서울 인문계]

“남들이 다 입으니깐 빈폴이나 폴로 같은 캐주얼을 많이 입어요. 옛날에 시스템이나 EnC가 인기있듯이 요즘에 인기 있는 스타일이 폴로랑 빈폴이에요. 오히려 남자애들이 명품을 더 선호해요. 신발이나 지갑같은거 명품 사는 애들도 몇 명 있어요. 중학교때는 교복 딱 달라붙게 입었는데요. 그때 딱 달라붙는 옷이 유행했어요. 그때 이대 보세옷집에도 많이 갔었죠. 졸업하면 절대 지금처럼 안입고 다닐꺼예요. 여성스럽게 입고 다닐꺼예요. 지금은 학생이니깐 독서실같은데 다니고 그러니깐 여성스러운 옷은 거추장스럽잖아요. 그래서 캐주얼을 입는 것 같아요.” [서울 남녀공학]

“어린 애들이 더 몸매가 드러나게 입는 것 같아요.” [서울

실업계]

“여성스러우면서 편하면서도 학생 같은 옷이 좋아요. 그런 옷은 브랜드는 거의 없고 보세에 많은 것 같아요.” “저는 주로 어른스럽게 입는 스타일이에요. 정장도 입고 달라붙는 나팔바지 등을 즐겨 입어요. 어디에 나가서 누구를 만나느냐에 따라 옷입는 스타일이 틀려요.” “8센티미터 정도 되는 힐을 정장까지 입을 때 주로 신어요.” [인천 남녀공학]

“대부분 캐주얼을 입구요. 정장 입는 애들도 많아요. 진짜 특별한 날에는 정장을 입어요. 정장이랑 힐은 다 갖추었어요. 우리도 중학생때는 정장이랑 딱 붙고 어른스러운 옷 많이 입었어요. 지금은 면바지를 주로 입지만요. 어릴수록 정장을 좋아하는 것 같아요.” “옛날에는 교복도 딱 붙게 입었는데 왜 그랬는지 모르겠어요. 요즘에는 윗부분은 딱 달라붙게 입고 아랫부분은 좀 여유있게 입어요.” [인천 실업계]

5) 특별히 싫어하는 스타일

너무 타이트하여 몸매가 드러나는 스타일이나 지나친 힙합스타일을 공통적으로 싫어 하였다.

“츄리닝 같은 후츄근한 스타일을 싫어해요. 칼구두랑 딱 달라붙는 쫄바지 입는 복고 스타일의 남자도 싫어요. 지나치게 튀고 요란하게 입는 사람이랑 레이스 치렁치렁하게 달린 옷 입는 사람 싫어요.” [서울 인문계]

“딱 달라붙거나 너무 크게 입는 힙합이 싫어요.” [서울 남녀공학]

“치렁치렁하게 힙합 입는거 싫어해요.” [서울 실업계여자]

“정장은 때와 장소에 맞게 입어야하는데 너무 어른스럽게 입어서 오버해서 입는 애들이 싫어요.

정장이나 딱 붙는 핫팬츠 등 섹시하게 입는거 싫어요.” [인천 인문계]

“옷 못입는 사람이 싫어요. 위아래가 매치 안되는 옷을 입는 사람이 싫어요.

이쁘게 입은 힙합은 괜찮은데요. 머리 짧고 힙합입은 애들은 거의 레즈비언이에요.” [인천 남녀공학]

6) 유행하는 옷 구입여부

공통적으로 “오래 입지 못해서, 경제적인 여유가 없어서, 무난한게 좋아서” 등의 이유로 유행 옷을 구매 하지 않는다고 하였다. 유행보다는 개성을 중시하고 있음을 알 수 있었다.

“유행보다는 하나를 사도 오래 입을 수 있는 옷을 사게 되구요. 유행타는 옷은 금방 못입게 되잖아요. 유행보다는 자기 스타일에 맞춰서 사는 것 같아요.” [서울 인문계]

“최대한 유행 안타는 옷을 사요. 유행하는 옷이 입고싶기는 한데 나중에 생각하면 무난한 옷을 사는게 좋을 것 같아요. 돈이 되면 유행하는 옷을 구입해요.” [서울 실업계]

“유행하는 옷이 이쁘면 사고, 유행이라도 안이쁘면 안사요.” [인천 남녀공학]

7) 동조성

여자 고등학생들의 동조성을 알아본 결과, 친구들과 비슷하게 입는 것보다는 각자 개성에 맞게 입는 것이 좋다고 대답한 학생들이 많았는데 이유는 “서로 다른 스타일을 입으면 옷을 바꿔입을 수 있어서”라는 의견이 많았다. 또한 인천의 경우 평소에는 개성대로 입지만 술을 마시기로 약속한 날은 똑같이 정장을 입는다고 하였다. 동조성에 대한 의견을 질문한 결과, 친구의 옷을 무조건 따르기 보다는 각자의 개성이 중요하다고 하였으며 착용자와의 조화가 충족된 동조성만을 긍정적으로 평가하고 있었다.

“친구들끼리 똑같이 하고다니는 것보다 개성에 맞게 입는 것이 좋죠. 친구들끼리는 같이 다니다보니깐 어느정도는 옷입는 스타일이 비슷해지는 것 같기는 해요.” [서울 인문계]

“잘 어울리게 입으면 나도 입고싶다는 생각이 들어요.” [서울 남녀공학]

“저는 키가 작아서 정장 못입는데요. 정장 입는 친구들 보면 부럽기도 해요. 촌스럽고 조화가 안되게 입은 사람들은 짜증나요.” “친구들끼리는 좀 틀리게 입었으면 좋겠어요. 그래서 서로 맘에 드는 옷은 빌려입었으면 좋겠어요.” [서울 실업계]

“각자 개성에 따라 입는 것이 좋아요.” [인천 인문계]

“비슷하게 입는 편이고, 다른 옷은 서로 빌려입어요.” [인천 남녀공학]

“날짜 잡아서 옷 비슷하게 맞춰입어요. 술마시기로 한 날에는 다같이 정장입거나 그래요.” “잘입었으면 나도 입고싶다는 생각이 드는데 못입었으면 왜 저랬을까 싶죠.” [인천 실업계]

8) 브랜드 의식 정도

서울 여자 고등학생들은 브랜드 의식이 높았으며 브랜드에 많은 가치를 두는 것으로 나타났다. 반면에 인천 여자 고등학생들은 브랜드 보다는 전체적인 코디의 완성에 더 큰 가치를 두는 것으로 나타났다. 이들이 중학생일때 동대문에 밀레오레가 한창 인기를 끌고 있었고, 서울 고등학생들은 이미 그 곳의 옷을 착용해보았고 품질이 떨어지는 것을 경험하였기 때문에 이제는 브랜드로 전환되었으나, 인천학생들은 보세와 브랜드의 품질 차이를 거의 느끼지 못하고 있으며, 비싼 옷 한벌대신 개성있는 옷을 여러벌 구입한다는 경제적 의식이 강하기 때문인 것으로 사료된다.

“솔직히 친구 생일파티나 친구들 많이 모이는 자리에 의식적으로 브랜드옷을 입고 나가는 경우가 있어요. 저희들이 선호하는 브랜드는 폴로거든요. 그런 옷 안입으면 괜히 저 혼자 꼴려보여요.” [서울 인문계]

“남방같은거 가슴부분에 마크 찍힌거를 잠바 들쳐서 보여주고 그래요. 브랜드 옷을 입으면 좀 으쓱해할때가 있죠. 브랜드에 신경을 쓰는 애들이 많은 것 같아요.” [서울 남녀공학]

“브랜드 특별히 그렇게 신경쓰진 않아요. 요즘에는 지하

상가에서 옷을 많이 사입는데 거기 옷은 상표가 없잖아요.”
[인천 인문계]

“어느 브랜드라는 것은 별로 신경 안쓰고 이쁘면 그만이
예요. 유명상표보다도 싼 옷을 예쁘게 입는 것을 더 좋게 생
각하고 친구들도 부러워해요.” [인천 남녀공학]

9) 선호하는 브랜드

서울 여자 고등학생들은 인지하고 있는 브랜드도
많았고 막힘없이 답하는 반면에 인천 고등학생들은
브랜드를 입지 않아서 잘 모르겠다는 대답이 많았다.
서울 학생들이 주로 구입하는 브랜드로는 마루, 니,
지오다노 등의 이지캐주얼 브랜드들이 압도적으로
많았다. 인천은 주로 지하상가의 보세를 구매하기 때
문에 즐겨 구매하는 브랜드가 없다고 말하는 학생들
이 대부분이었다. 이 역시 지역에 따른 경제적 소득
차이와 주거지역에 가까운 쇼핑환경의 차이에 근거
한다고 사료된다.

“깁빈 클라인, 니, 마루 등의 캐주얼 스타일의 브랜드를
좋아해요.” [서울 인문계]

“나이키, 폴로, 빈폴, 아디다스...요즘애들이 많이 좋아하는
브랜드예요. 신발은 나이키를 많이 친구요. 옷은 빈폴이랑
폴로 좋아해요. 니 같은 옷도 빈폴 옷 따라서 만들잖아요.”
[서울 남녀공학]

“마루나 니, 지오다노, 클라이드 등을 많이 입죠. 바닐라
비를 좋아하는데 비싸고 하체가 뚱뚱해서 캐주얼을 입어요.
나중에 대학가면 바닐라비 스타일로 입고 싶어요.” [서울 실
업계]

“특별히 선호하는 브랜드는 없어요. 1492를 좋아해요.”
[인천 인문계]

“좋아하는 브랜드도 나날이 바뀌어요. 지오다노, 마루, 클
라이드, TBJ 등의 옷이 무난해서 이뻐요.” [인천 실업계]

10) 구매형태

주거지역에 상관없이 공통적으로 절충적 구매형태
이었는데, 대부분의 학생들이 고가제품은 미리 계획
한 뒤에 구매하며 저가제품은 자신의 예산내에서 충
동적인 구매를 하고 있었다.

“비싼 옷은 미리 정하고 사고, 싼 옷은 충동구매 할 때도
있어요. 돈을 일단 정해놓고 그 가격 안에서 이쁜옷 발견하
면 사요.” [서울 인문계]

“미리 계획을 세워서 사요. 마음에 들고 유행하는 옷 있으면
돈 모아서 사러 가요. 구경하다가 마음에 드는 옷 있으면 돈이
있으면 사는 경우도 가끔 있어요. 지나가다가 마음에 드는
옷이 비싼 옷이면 돈을 모아서 사러 가요. 주위 친구들이 다 브
랜드를 입으니깐 브랜드를 사게 되는데요. 가격이 비싸니깐
여기저기서 가격을 많이 비교해보고 사요.” [서울 남녀공학]

“액세서리는 충동적으로 많이 사구요. 옷은 어디 나갈 때
입을 옷이 없으면 사러가요.” [서울 실업계]

“일단 마음에 정해요. 어떤 스타일을 사자 하구요. 그런데
충동구매도 조금 하는 편이에요. 필요한건 아닌데 안비싸면
살때도 있어요.” [인천 인문계]

“골라놓은 옷은 꼭 사구요. 그리고나서 이쁜 옷 발견하면
돈이 되면 사요. 그냥 지나가다가 이뻐서 사는 경우보다는
옷사러가기로 약속하고 나서 사는 경우가 대부분이에요.”
[인천 남녀공학]

11) 주변 친구들의 스타일 구분

공통적으로 여고생들은 동료들을 캐주얼풍, 정장풍,
소녀풍, 힙합풍, 일본풍 등으로 다섯개 그룹으로 나누
었다. 서울에서는 일본풍을 다시 두 그룹으로, 즉 개성
이 강하고 복고적인 분위기가 나는 니쁜스타일과 일
본 여고생들의 교복 스타일인 하의는 짧게 상의는 풍
성하게 입는 스타일로 세분화하는 양상을 보였다.

“정장, 바닐라비 풍의 소녀풍, 일본풍, 힙합, 캐주얼.” [서울
인문계]

“힙합, 캐주얼, 여성스러운 옷... 연예인 좋아하고, HOT 좋
아하는 애들이 힙합 입는데요. 거의 없어요.” [서울 남녀공학]

“치마 많이 입는 공주스타일, 캐주얼, 힙합, 개성 강하게
입는 니쁜스타일.” [서울 실업계]

“캐주얼, 힙합, 정장. 힙합은 남성스럽고 성격이 티프한
애들이 주로 입어요.

명품족들은 자기가 아르바이트를 해서 명품 화장품이나
가방을 사요.” [인천 실업계]

12) 여고생의 패션 스타일에 대한 인기 연예인의 영향

두 지역 모두 공통적으로 연예인 우상화는 중학교
때 다 끝났다고 하였으며, 개인별로 좋아하는 연예인
의 패션을 자신과 조화롭거나 실용적인 경우에 한하
여 선택적으로 모방하고 있었다.

“그 연예인이 입었다고 나한테 어울린다는 보장도 없고,
연예인 무조건 따라하는거 별로 안좋아해요. 남의 옷이랑
똑같이 입는거 싫어해요.” [서울 인문계]

“연예인이 입고 나오면 비쌀 것 같고 좋아보여요. 콧스 같
은 옷(단치리가 오버로크 된 다이마루 티셔츠 등)은 이쁜 사
람이 입으면 이쁘게 우리 같은 사람이 입으면 빈티나보일 것
같아요. 싫어하는 연예인이 입었어도 이쁜 옷이면 괜찮아보
여요. 화면에서 보는 거랑 실제로 보는거랑 틀린 것 같아요.”
[서울 남녀공학]

“자기가 좋아하는 연예인이 입은 브랜드에 관심이 더 가
요. 지오디 좋아하는 친구들도 하몬스(과자)만 먹잖아요. 평
범한 스타일이면 영향을 받구요. 화려한 스타일은 영향을 안
받아요. 스타 마케팅 하는 사람들이 10대를 공략하는 거잖
아요. 그러면서 그 물건을 많이 만드니깐 연예인이 한 액세
서리가 시장에 가보면 꼭 깔려있고 그러니깐 너도나도 사게
되는거고 그래서 사람들이 영향을 받을 수 밖에 없는 것 같
아요. 싫어하는 사람이 내가 산 옷이랑 똑 같은 옷을 입고 나
오면은 굳이 교환하지는 않겠지만 정말 기분은 나쁘겠죠.”

[서울 실업계]

“스타일만 영향을 받는 것 같아요. 좋아하는 연예인이 입은 브랜드에 관심이 가기는 해요. TV보다는 잡지 영향이예요. 잡지에서 누구 스타일이라고 나오는 옷에 관심이 가죠.” [인천 실업계]

13) 패션잡지 이용도

서울 여자 고등학생들이 패션잡지는 보지 않고 인터넷을 통해 패션 정보를 얻는 반면에 인천 여자 고등학생들은 대부분이 패션 잡지를 즐겨 보고 있었다. 이는 서울 여자 고등학생들보다 인천 여자 고등학생들이 패션과 자신을 꾸미는데 더 관심이 많기 때문으로 보인다. 이는 평균적으로 볼 때 서울학생들이 학업에 신경을 많이 쓰는 반면에 인천학생들은 학업에 신경을 덜 쓰고 외모에 관심이 돌리는 것이 아닌가 사료된다.

“가끔 부록이 좋을 때 사서 보기는 하는데, 자주 보지는 않아요.” [서울 인문계]

“짜씨.”, “잘 안 봐요.” [서울 남녀공학]

“패션정보는 주로 인터넷에서 얻어요.” [서울 실업계]

“휘가로.” [인천 인문계]

“잘 안 봐요. 사은품이 맘에 들면 사은품만 따로 파는 서점에서 사요.” [인천 남녀공학]

“짜씨, 신디더퍼키.” [인천 실업계]

14) 친구옷 둘러입기

여고생들에게 지역에 상관없이 공통적으로 옷을 친구들끼리 서로 빌려주고 바꿔입는 일들이 아주 자연스럽게 일어나고 있었다.

“가끔 빌려입고 빌려주고 그래요. 주로 남자만날 때 빌려입죠.” [서울 인문계]

“다른 스타일의 옷을 서로 빌려입어요.” [서울 실업계]

“친구들끼리 서로 바꿔입고 빌려입어요. 신발도 바꿔신어

요.” [인천 남녀공학]

“옷 사서 서로 돌려입어요.” [인천 실업계]

3. 스트리트 패션 사진에 따른 지역별 스타일 비교

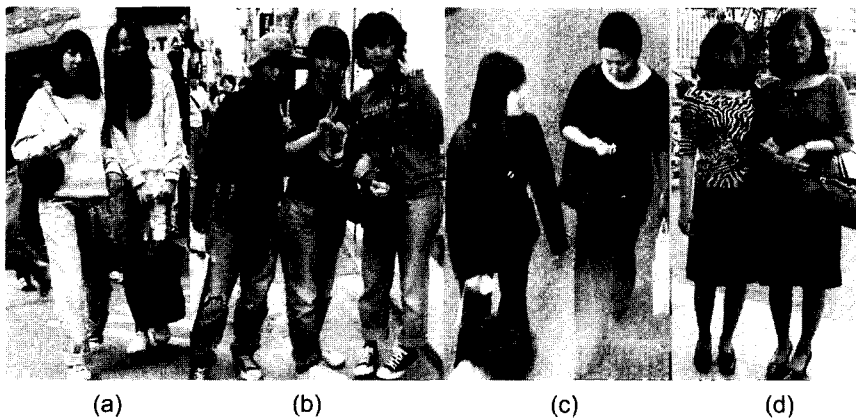
여고생의 의복스타일은 이지캐주얼, 정장, 힙합, 영캐릭터캐주얼 등의 4부류로 나누어 각 비교, 분석하였다.

1) 이지캐주얼 스타일

여고생들의 주말 착용사례를 살펴보면 이지캐주얼의 착용이 가장 큰 비중을 차지하고 있었으며 서울은 여고생의 86.0%가, 인천은 69.5%가 해당되었다(그림 1-a & b). 그러나 인터뷰에서 확인되었던 바와 같이 서울은 브랜드 이지캐주얼이, 인천은 보세 이지캐주얼이 대부분이었다. 서울 이지캐주얼은 대부분 운동화에 평범한 차림새였지만 인천 이지캐주얼은 운동화보다는 구두를 많이 착용하였고, 캐릭터캐주얼과 이지캐주얼의 중간형태도 많이 볼 수 있었으며 서울보다는 더욱 성숙해보이는 차림새가 대부분이었다.

2) 정장 스타일

정장은 서울학생의 5.5%, 인천학생의 15.0%가 착용하고 있었다(그림 1-c & d). 서울 고등학생들은 바지에 굽낮은 로퍼스를 착용하여 세미정장을 즐기는 반면에 인천은 타이트한 스커트에 하이힐을 착용하는 정장을 한 학생을 많이 볼 수 있었다. 서울 고등학생들은 정장을 착용해도 대부분 생머리인데 반해 인천 고등학생들은 대부분이 염색된 머리에 컬을 넣은 스타일이었다.



<그림 1> 서울지역과 인천지역의 이지캐주얼(a, b)과 정장(c, d)의 비교(a-서울, b-인천, c-서울, d-인천)



<그림 2> 서울지역과 인천지역의 힙합(a, b)과 영캐릭터(c, d)의 비교(a-서울, b-인천, c-서울, d-인천)

3) 힙합 스타일

힙합스타일은 서울(3.0%)과 인천(4.0%)에서 공통적으로 맨투맨 티셔츠에 배기청바지를 입은 스타일로서 큰 차이가 없었다(그림 2-a&b).

4) 영캐릭터 캐주얼 스타일

영캐릭터 캐주얼은 서울에서는 이지캐주얼과 영캐릭터캐주얼의 중간형태로 나타났으며 이도 5.0%에 불과하였으나, 인천에서는 훨씬 대담하고 개성있는 학생들이 (10.5%)이 많이 있는 것을 볼 수 있었다(그림 2-c & d).

이상과 같이 지역에 따른 의생활에서 차이점의 발생원인은 지역별 경제적수준의 차이와 유통환경의 차이 등이라고 사료된다. 예를 들어 아파트 시세 평당가격은 서울 867.87만원, 인천 400.33만원이었으며(www.r114.co.kr), 서울은 브랜드 로드샵과백화점이 많은데 비해 인천은 보세의류점이 밀집한 지하상가가 발달되어 있기 때문에 여고생의 라이프스타일 일부와 의생활에서 큰 차이를 유발시키는 것이라 사료된다. 또한 현시점은 중저가 이지캐주얼이 전국적으로 유행하는 시점이고, 서울 고등학생들이 주로 구입하는 브랜드 이지캐주얼은 무난하고 평범한 스타일이기 때문에 메이크업과 염색이 어울리지 않는다고 판단하고 이를 하지 않는 반면에, 서울 학생보다 개성이 강한 보세 이지캐주얼, 영캐릭터캐주얼, 정장 등을 선호하는 인천 고등학생들은 그 스타일에 어울리도록 메이크업과 염색, 퍼머를 많이 하고 있었다. 이는 청소년들은 개성차별화와 고급차별화를 피하고 있으므로(윤정혜, 2000), 경제적 수준이 비교적 낮은

인천의 여고생은 개성차별화를, 서울의 여고생은 고급차별화를 피하는 것이라고도 사료된다.

V. 결 론

본 연구는 여자 고등학생들의 라이프스타일과 의생활에 대해 질적 분석과 스트리트패션 사진분석을 통하여 현 시대를 살아가는 청소년들에 대한 이해를 돕고 서울-인천의 지역별로 그 특징적인 차이점을 비교하고자 하였다.

여자 고등학생들의 라이프스타일과 의생활 중에서 여가시간의 활용, 용돈사용처, 이성교제, 동성연애의 복문화, 구매형태, 또래 스타일의 분류, 친구와 옷 둘러입기 등은 서울, 인천학생이 서로 다르지 않았다.

서울과 인천에 따른 차이점은 적립카드의 이용, 인터넷쇼핑몰의 사용, 브랜드의식, 의류구매장소, 염색과 메이크업, 선호스타일 등이었다. 서울 여자고등학생들은 염색이나 메이크업은 중학교때나 하던 것이며 현재는 거의 하지 않고 브랜드 이지캐주얼을 선호하며 정장착용이나 힐을 소유하고 있는 학생이 드문 반면에, 인천 여자고등학생들은 외출시 거의 모든 학생이 메이크업을 하고 머리염색을 하며 눈썹정리도 대부분의 학생이 하고 있었으며, 보세 이지캐주얼을 선호하며 정장을 때때로 착용하기도 하고 힐을 소유한 학생이 많은 편이었다. 스트리트패션의 분석결과, 서울보다 인천의 여자고등학생들이 어른스럽고 개성이 강한 스타일을 착용하였는데 이들의 정장이나 영캐릭터캐주얼의 착용이 서울보다 높은 비중을 차지

하고 있었으며 이는 인터뷰의 결과를 뒷받침해주는 결과라고 볼 수 있겠다.

지역별 상권에 따라 유행스타일이 다른 것은 알려진 사실이지만 이러한 상권 분석에 관한 선행연구가 거의 없는 상황이다. 따라서 본 연구는 인천과 서울의 청소년을 중심으로 실제적 연구를 수행했다는 의의가 있으며 특히, 스트리트 패션 비교를 일반적 통합비교가 아닌 의복 스타일별 비교분석한 것은 창의적인 발상이라고 할 수 있겠다. 또한 여고생의 생활양식을 보다 실제적으로 조사했다는 점과 현재 여고생에게 유행문화인 레지비언문화의 모습을 밝혔다는 점을 들 수 있겠다. 본 연구의 결과는 마케팅 자료로서 사용될 수 있는데 서울 여고생을 타겟으로 할 경우에는 과시용 패션제품과 품질을 중시하는 전략을 펴는 것이 좋으며, 반면에 인천 여고생을 대상으로 할 경우에는 품질보다는 개성적, 차별화 전략을 펼치는 것이 유리할 것이다. 서울학생에 비해 인천학생은 의복의 품질차이를 지각하지 못하고 있었는데 ‘품질 지각차이’에 대한 양적고찰 및 심화연구가 연구문제로서 제안된다. 또한 지역에 따른 의생활의 차이를 유발시키는 원인에 대한 양적 규명과 함께, 연구대상을 확대시킨 청소년의 질적 연구가 제안된다.

참고문헌

- 김순구, 윤학자. (1986). 자아존중감이 의복행동에 미치는 영향 -남녀고교생을 중심으로-. *한국의류학회지*, 10(1), 1-8.
- 김인경. (1993). 청소년기 자아중심성과 관련된 변인연구. 연세대학교 박사학위 논문.
- 김연제. (1987). 소비자 행동론. 서울: 나남, 152
- 김경희. (1994). 우리나라 신세대층의 규명파 라이프스타일 특성에 관한 실증적 연구. 고려대학교 석사학위 논문.
- 김영인, 강혜원. (1981). 여자 중고등학생들의 의복행동에 관한 연구-교복을 중심으로. *한국의류학회지*, 5(2), 13-19.
- 김훈, 권순일. (1999). 인터넷 사용자의 라이프스타일과 구매의상결정에 관한 탐색적 연구. *경영학 연구*, 28(2), 353-371.
- 남궁윤선. (1999). 주거지역에 따른 청소년 내 하위집단들의 복식문화 연구. *한국의류학회지*, 23(5), 623-634.
- 박재홍. (1995). 신세대의 일방적 의식과 하위문화에 관한 질적연구. *한국사회학*, 29, 가을호, 651-681.
- 손상희. (1997). 청소년 소비문화에 관한 고찰. *한국가정관리학회지*, 15(4), 341-354.
- 심소연. (1983). 여고생의 의복행동과 과시 및 자율욕구와의 상관연구 -의복의 가시성, 유행, 교복자율화를 중심으로-. 연세대학교 대학원 석사학위 논문.
- 양승진. (1986). 고등학생의 의복에 대한 태도와 욕구 및 가정의 가치지향성과의 관계연구. *한국의류학회지*, 10(1), 27-35.
- 이은경. (1986). 청소년 소비자의 정보탐색활동에 관한 고찰-소비자 교육적 측면을 중심으로. 이화여자대학교 석사학위 논문.
- 이은희, 조우현. (2000). 인천지역 청소년의 소비실태 및 소비성향, 인천광역시 청소년 정책 조사연구보고서. 인천 녹색소비자연대(인천사랑모임).
- 이용교. (1993). 청소년의 생활시간: 청소년 문화론. 도서출판 서원.
- 이재철. (1995). 신세대의 라이프스타일과 이에대한 마케팅 전략에 관한 연구. 영남대학교 석사학위 논문.
- 이혜림. (1993). 남자고등학생의 자아정체감 및 라이프스타일과 의복태도와의 관계연구. 연세대학교 석사학위 논문.
- 윤정혜. (2000). 청소년소비자의 자아정체감 상태와 사회인구학적 특성이 소비주의 성향에 미치는 영향. *소비문화연구*, 9(3), 69-96.
- 정근원. (1993). 영상세대의 출현과 인식론의 혁명. *시사저널*.
- 나도 동성연애자?. (2003, 4. 30). *조선일보*, p. 20.
- 차경순. (1994). 라이프스타일의 차이에 따른 외국상표선호 경향에 관한 탐색적 연구-소년 캐주얼 의류시장을 대상으로. 단국대학교 대학원 석사학위 논문.
- 차은정, 박혜선. (1999). 여고생들의 라이프스타일과 상표 및 광고 이미지 지각에 관한 연구. *한국의류학회지*, 23(8), 1119-1130.
- 최문관. (1985). 우리나라 靑少年의 라이프 스타일 및 既成 캐주얼 스포즈靴 購買行動에 관한 研究: 서울 居住 高등 학생을 中心으로. 한양대학교 석사학위 논문.
- 허봉준. (1994). 신세대의 라이프스타일과 소비행동. 광고정보. 한국방송광고 공사.
- 최정선, 유태순, 오희선. (2000). N세대의 라이프스타일에 따른 패션구매태도에 관한 연구. *복식*, 50(6), 21-31.
- 아파트 시세평당 기준가. (2002, 9. 28). 부동산 114. 자료검색일 2002, 9. 28. 자료출처 <http://www.r114.co.kr>.
- Horn, M. J., & Gurel, L. M. (1981). *The second skin*, 3d(ed.). Boston, Houghton Mifflin. Co. 225.
- Hurlock, E. B. (1973). *Adolescent Development*, 4th(ed.). International Student Edition, McGraw-Hill, Ltd.
- Ryan, M. S. (1966). *Clothing: A study in Human behavior*. N.Y.: Holt, Rinehart & Winston, INC. 241-245.