

‘붉은 티 셔츠’의 사회적 의미에 관한 연구

이 지원* · 김 진 구

상명대학교 일반대학원 의류학 전공*, 한양대학교 의류학과

2002년 한국과 일본에서 공동으로 개최한 FIFA 2002 KOREA · JAPAN WORLD CUP 대회가 막을 내렸다. 2002년 6월의 한국은 붉은 티셔츠의 강렬한 색상만큼이나 흥분과 열광의 도가니였다. 세계인들은 한국 축구의 4강 진출이라는 신화창조에 놀랐고, 붉은 악마로 분한 700백만 대한민국 국민들의 질서정연한 거리응원에 찬사를 아끼지 않았다.

지난 FIFA 2002 KOREA · JAPAN WORLD CUP 대회를 매스컴을 통해 접한 세계인들은 자국의 선수들을 응원하면서 붉은 색의 상의(上衣)를 착용한 한국인들을 지켜보며, 붉은 색을 한국인을 상징하는 색상으로 새롭게 인식하였을지도 모른다.

이처럼 FIFA 2002 KOREA · JAPAN WORLD CUP 대회를 가장 함축적으로 표현하는 ‘붉은 열풍’은 붉은 티셔츠를 착용하고 우리의 선수들을 응원하던 대한민국 국민들이 연출한 새로운 문화 현상이었다. 남·여·노·소를 불문하고 거의 비슷한 형태의 붉은 단일 색상의 티셔츠를 동시에 착용한 현상은 한국복식사중 어느 시대에서도 선례를 찾아 볼 수가 없으므로, 이는 한국복식사에서도 매우 의미 있는 사건 중의 하나가 될 수 있을 것이다. 그러므로 FIFA 2002 KOREA · JAPAN WORLD CUP 대회에서 가시적으로 드러난 ‘붉은 티셔츠’가 지니는 의미를 현 시대의 사회적 배경을 바탕으로 분석해 보는 연구는 반드시 필요하다고 사료된다.

이를 위하여 기존의 월드컵 축구대회와 관련된 선행연구와 FIFA 2002 KOREA · JAPAN WORLD CUP 대회 관련 기사를 바탕으로 문헌연구방법을 채택하여 조사하였다.

그 결과로 첫째, 월드컵 축구대회는 단일종목으로 개최되지만 여러 가지 측면에서 올림픽 대회를 능가하는 관심과 열기를 지니며, 상업적 이익을 중요시하는 재정구조를 지니는 특성을 가진 대회이며, ‘붉은 악마’가 FIFA 2002 KOREA · JAPAN WORLD CUP 대회를 통하여, 단순히 축구경기의 응원을 위한 서포터들의 모임을 넘어, 한국인이라는 자부심과 축구에 대한 애정으로 뭉친 사람들의 모임으로 발전하는 과정을 알 수 있었다.

둘째, 우리나라 복식사에서 보여지는 붉은 색의 의복들의 의미는 오방(五方)색의 상징처럼 주술적인 의미도 있고, 염색재료의 회소성으로 인하여 부와 사치를 나타내 주었으며, 왕과 왕비의 복식에도 쓰여졌던 성스러운 이미지의 색상이었다. 그러나 정치적·역사적 의미에서 생성된 ‘레드 콤플렉스’의 영향으로 우리나라 국민들도 ‘붉은 색’을 터부시하는 ‘적색기피증’의 경향도 볼 수 있었다.

셋째, 국가대표 선수들의 붉은 색 유니폼의 선호로 인해 그들을 응원하는 한국의 서포터인

"붉은 악마'들도 선수들과의 동일시와 공감대형성을 위해 붉은 색 티셔츠를 착용하기 시작하였고, FIFA 2002 KOREA · JAPAN WORLD CUP 대회 기간 중에 보여진 한국선수들의 선전을 통하여 다양한 디자인의 '붉은 티셔츠'가 대중들에게 확산되었다. 이들에게 붉은 색은 선수들과 서포터들이 하나됨을 뜻하고 우승을 기원하며 승리에 대한 목표가 같음을 의미하며, 축구에 대한 열정을 상징해 주는 색상으로 인식되어져 착용되어졌다고 할 수 있다.

넷째, 이렇게 FIFA 2002 KOREA · JAPAN WORLD CUP 대회 기간 중에 착용된 '붉은 티셔츠'의 확산에 대한 사회적인 요인들을 한국인과 축구, 애국심과 민족주의, 길거리 응원문화와 W · 세대의 등장, 공동체 의식의 분출, 상업주의적 기획과 국가 이데올로기의 개입 등의 세부적인 사항으로 분석을 시도하여 본 결과는 다음과 같다.

1. 붉은 티셔츠를 착용하는 의복행동은 '축구'라는 스포츠가 가지는 특성과 '한국인'의 고유한 기질이 결합되어져 전 국민이 '월드컵 유희'를 즐길 수 있게 하는 수단으로 활용되어 빠르게 확산될 수 있었을 것이다.
2. '축구'로 표현될 수 있는 애국심과 민족주의 성향이 '붉은 악마'의 등장과 그들의 조직적인 응원으로 가시화되어 졌고, 많은 국민들이 '붉은 악마'가 되어 함께 응원하기 위하여, 똑같이 붉은 티셔츠를 착용하고 이를 통해서 하나라는 동질감을 느꼈다. 이러한 동질감에 대한 욕구가 붉은 티셔츠의 구매와 착용에 많은 영향을 미쳤을 것이다.
3. 붉은 티셔츠를 함께 착용함으로써, 하나됨을 느끼고 이러한 동질감이 대 규모의 '길거리 응원문화'의 형태로 나타났는데, 사회적으로 이슈화된 길거리 응원에 직접 참여하여 몸으로 체험하기 위한 수단으로 붉은 티셔츠가 이용되었을 것이다.
4. 새로운 길거리 응원문화의 탄생은 '공동체 의식의 분출'로도 표현될 수 있는데, 그리하여 연령과 개인의 선호색상, 디자인과는 무관하게 붉은 티셔츠가 많은 사람들에게 착용될 수 있었으리라고 생각된다.
5. 국민 개개인의 감정 분출의 에너지를 기업이나 국가적 힘으로 전이해보려는 상업주의적 기획과 국가 이데올로기의 개입도 붉은 티셔츠가 단기간에 대중들에게 확산될 수 있었던 여러 요인 중에 하나로 작용하였을 것이다.

위와 같은 여러 가지 대한민국의 특수한 사회적 요인들이 복합적으로 작용하여 FIFA 2002 KOREA · JAPAN WORLD CUP 대회 기간 동안 붉은 티셔츠의 확산을 야기하였고, 그러한 현상들이 거대한 붉은 물결을 이루며 대한민국 전체에 '붉은 열풍'으로 몰아쳤다.

이러한 연구는 대한민국의 현대사에서 중요한 의미를 갖는 FIFA 2002 KOREA · JAPAN WORLD CUP 대회에서 가시적으로 드러나는 "붉은 티셔츠의 착용"을 의류학 분야의 시각으로 같은 시대에 분석을 시도하였다는 데에서 연구의 의의를 찾을 수 있을 것이다.