

대중스타와 청소년패션  
- 05~09년도 국내 TV매체 속 대중가수를 중심으로 -

윤진아  
한성대학교 패션디자인전공 조교수

**Popular Celebrity and Adolescent Fashion**  
**- With a Focus on Popular Singers Appearing**  
**on Domestic TV in 2005 to 2009 -**

**Jin-Ah Yoon**

Assistant Prof, Dept. of Fashion Design, Hansung University  
(2009. 8. 23. 접수; 2009. 10. 5. 수정; 2009. 10. 9. 채택)

**Abstract**

The purpose of this study was to establish objective data for marketing of industries and product development design by researching popular singer fashion of Korea, investigating the preference for popular singer design in street fashion among adolescents on the basis of the research, and drawing an conclusion. To analyze street fashion, total 190 young men and women in their 20s, including teenagers, were surveyed mainly in downtowns around Daehakro, Gangnam and Hongik University.

First, in relation to the upper garment, men were found to wear T-shirts and hood T-shirts the most, while women were found to wear T-shirts and one-piece dress the most.

Second, in relation to the lower garment, the ratio of those who wore skinny clothes was high both among men and women.

Third, in relation to the outer apparel, the ratio of men who wore casual jacket and hood zip-up was high, while the ratio of women who wore tailored jacket and leather jacket was high.

Fourth, in relation to shoes, the ratio of men who wore sports shoes was high, while the ratio of women who wore heeled-shoe was high. Fifth, it was found that plane pattern was preferred the most.

As it was stated above, the findings of this study on the effect of entertainers' fashion on adolescents through street fashion indicated that the number of adolescents who imitate the fashion of entertainers increased.

**Key Words:** Popular singer fashion(대중가수패션), Adolescent fashion(청소년패션), Street fashion  
(스트리트패션)

---

Corresponding author ; Jin-Ah Yoon

Tel. +82-63-281-7154, Fax. +82-41-850-8301

E-mail : kechoi@june.kr

※ 본 연구는 2009년도 한성대학교 교내연구비 지원과제임.

## I. 서론

21세기는 최첨단 과학사회, 초고속 정보화 사회로서 뉴 미디어 영상매체와 커뮤니케이션 네트워크 등의 발달로 다양한 이미지가 대중에게 제공되고 있으며, 이러한 각종 매체의 발달과 대중문화의 발전은 사회·문화적으로 영향을 미치면서 대중과 상호작용하고 있다.

이중에서도 TV 미디어는 현대사회의 가장 강력하고 보편적인 문화도구로 생활의 여러 측면에 대한 모델링 자극을 제시함으로써 시청자들의 사고, 가치, 태도, 행동 등에 큰 영향을 미치는 것으로 보여지는데, 이러한 경향은 세상에 대한 경험은 부족하나 현실세계에 대한 호기심이 매우 강하여 외부의 자극에 쉽게 반응하고 영향을 받는 청소년에게 더욱 두드러지게 나타나게 된다. 따라서 청소년들은 TV미디어에서 보여지는 감각적인 영상에 높은 주의를 기울이고 민감하게 반응하며 이를 자신의 것으로 받아들이고자하는 경향성이 매우 크다. 청소년에게 동일시의 모델로 작용하는 사람들은 주로 TV미디어를 통해 보여지는 인기 연예인들이며, 그 중에서도 10대 대중가수들의 감각적이고 자극적인 모습은 청소년들에게 많은 영향을 미치는 것으로 보여진다. 특히 청소년들은 급격한 신체나 외모에 큰 관심을 지니며 추상적인 단서보다는 주로 외모나 의복 등과 같은 구체적인 가시적 단서를 통해 동일시하려는 경향이 높으므로, 연예인의 외모와 옷차림은 청소년들이 그들과 동일시하기 위한 가장 유용한 단서로서 사용될 것이다.<sup>1)</sup> 이러한 사회적 현상은 시청각대중매체와 청소년, 문화, 영향, 현상 등을 연구 대상으로 하는 수많은 연구와 문헌들을 통해서도 다시금 그 영향력을 가늠할 수 있다.

이중 청소년들이 특히 좋아하는 대중스타는 외국과 마찬가지로 가수(67%)로 나타났으며, 그 다음이 배우(26.5%)와 개그맨(4.1%)로 나타났다.<sup>2)</sup> 가수가 선호되는 주된 이유는 직업이 갖는 특성상 청소년들의 공감을 지속적으로 얻을 수 있기 때문으로 추측할 수 있다.

지금까지 연예인패션에 관한 연구로, 이희승<sup>3)</sup>은 엔터테인먼트와 스타 그리고 패션의 연계를 통한 가치창출에 관한 연구이며, 장미선, 조규

화,<sup>4)</sup> 신경섭, 박혜원,<sup>5)</sup> 정소영<sup>6)</sup>은 패션과 대중문화의 관계에 대해서 영화, 음악, 연극 등과 관련하여 연구하였다. 또한 이지은<sup>7)</sup>은 가수를 위한 의상디자인을 제작하였다. 이와 같이 현재 급속도로 나타나고 있는 연예인패션 중 특히 대중가수패션이 청소년 패션에 나타난 현상에 관한 연구는 선행된 바가 없어 본 연구의 필요성을 제시하게 되었다.

그러므로 본 연구는 뉴미디어시대에 패션이 대중문화를 통해 결정될 수 있다는데 착안하여 연예인패션 중 대중가수패션 대하여 연구하고, 이를 바탕으로 스트리트패션에 나타난 대중가수패션에 대한 선호도를 조사하고 결론을 도출하여 산업체의 마케팅 분야 및 상품개발 디자인을 위한 객관적인 자료를 확립함에 목적이 있다.

연구방법은 선행연구 논문들과 간행물 등에서 자료를 수집·정리하였으며, 시각적인 자료 수집은 패션정보지, 인터넷사이트 등을 통해 분석하였다. 또한 대학로, 강남, 홍대 번화가를 중심으로 스트리트패션에 나타난 10대에서 20대 젊은 남녀 총190명을 대상으로 스타패션 선호도를 조사하였다. 연구범위는 2009년 3월부터 2009년 5월까지로 하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 청소년과 대중매체

대중매체 중 특히 TV매체는 사람의 오감 중에서도 시각을 중요하게 다루는 매체이고, 따라서 시각적인 이미지를 창조하는 것이 무엇보다도 중요하다고 할 수 있다. 매스미디어가 발달하고 이를 구성하는 영상미학 요소의 중요성이 대두되면서 스타에게서 보이는 이미지는 영상 스토리를 만들고 긍정적인 캐릭터를 창조하여 결과적으로 대중에게 기억에 남을만한 이미지로 각인시켜주는 역할을 한다. 이제 대중은 TV를 시청하면서 단순히 프로그램을 즐기는 것이 아니라, 그 속에 보이는 연예인의 이미지를 모방하기 위해서 TV를 선택하기도 한다. 청소년들은 쉽게 접할 수 있는 TV매체를 통해 정보를 얻고자하기 때문에 TV에서 보이는 다양한 정보

에 대해 비교적 적극적인 자세를 지니고, 이러한 다양한 정보들은 별다른 여과 과정 없이 즉각적으로 받아들여짐으로써 청소년들의 사고 및 언행에 많은 영향을 미치는 것이다.<sup>8)</sup> 이러한 대중매체는 동조성이 커지는 시기인 청소년 시기에 연예인들의 외모나 의복행동이 준거집단 내의 유대감이나 결속력을 강화시키는데 중요한 역할을 할 뿐만 아니라 새로운 유행을 제시하기도 한다.

또한 연예인은 그들을 모방하는 대중들에 의해 다양해진 소비자 취향의 불확실성을 확실성으로 바꾸어주는 거대한 마케팅 전략이 되었다. 연예인의 보증효과가 커짐에 따라 그들은 스타 파워를 이용하여 다양한 광고에 등장하였고, 연예인 자신이 지닌 고유 이미지와 브랜드의 이미지가 조화되어 다양한 매체 속의 연예인패션은 대중들의 관심을 끌면서 자연스럽게 브랜드의 홍보효과를 가져오게 되었다. 이처럼 대중에게 미치는 영향력이 큰 연예인 이미지는 그 잠재력을 인정받으며 패션산업에 직접 또는 간접적으로 활용되고 있다. 다양한 마케팅 방법을 통해 상업적 홍보 전략으로 브랜드 커뮤니케이션 역할을 하고, 단순히 브랜드 홍보가 아닌 자신의 이미지를 이용한 패션 스타일을 직접적으로 제시하기도 하였다.<sup>9)</sup>

최우신, 김영희<sup>10)</sup>는 청소년이 대중매체를 사용하는 이유에 대하여 첫째, 음악을 듣는 것과 같이 즐거움을 찾아서, 둘째, 자아정체감 형성을 위한 정보수집, 셋째, 자신을 흥분시키기 위해, 넷째, 대처방안을 마련하기 위해서, 다섯째, 또래집단과의 동일시를 위해서 라고 하였다. 이와 같이 청소년들은 사회적응이나 또래집단에 적응하기 위한 방안으로 대중매체를 통해 사회화 과정을 거치는 현상으로 나타나고 있다.

## 2. 대중음악과 팬 클럽

연예인들은 청소년들이 도처에서 대중매체 등을 통해 접할 수 있는 대상이고, 이를 수용하는 청소년들에게 인기연예인은 그들의 정체감 확립을 위한 동일시 대상과 잠재적인 역할 모델로서의 기능을 한다. 특히, 대중음악의 경우 가사, 리듬, 하모니를 통해서 성 역할, 성 정체감

을 형성할 수 있도록 해주고, 가치관을 형성하고 독립심을 기를 수 있도록 해주는 자극을 제시하기도 한다. 이러한 매체를 통해 모방행동은 또래집단의 영향이고 또래집단의 일원으로서 상호작용할 때부터 시작되어 이후에 이상화와 모방행동으로 이어진다. 또한 대중매체는 실제로 인기연예인을 전면에 내세워 그들의 사생활을 보도함으로써 이러한 이상화와 모방행동을 영속시킨다.<sup>11)</sup> 청소년기에 일어나는 이상화 현상은 동서양을 막론하고 공통된 현상이다. 이상화가 이루어지는 인물들을 살펴보면 가수, 영화 배우와 같은 연예인으로부터 스포츠 스타, 작가, 정치인 등에 이르기까지 그 대상의 폭이 다양하다. 이 중에서 청소년에게 가장 이상화 현상의 빈도가 높고 뚜렷한 대상은 가수이다. 오늘날에는 대중매체의 보급이 증가하고 그 내용의 양적, 질적인 면 역시 발달하여 TV, 영화, 각종잡지, 신문, 컴퓨터 통신, 인터넷 등을 통하여 과거에 비해 청소년들이 이상화 대상을 접할 기회가 더욱 많아졌다. 또한 독자적인 10대 문화인 랩 음악, 힙합 음악과 패션, 컴퓨터 게임과 통신, 언어 등을 인정해주는 사회 분위기가 어느 정도 형성됨에 따라 이상화 현상도 전보다 강화되었고 더 적극적으로 표현되고 있다.<sup>12)</sup> 그 대표적인 현상중 하나가 청소년을 중심으로 하는 하위 문화로서의 팬 문화이다.

팬클럽이란, 청소년들의 자발적인 참여로 이루어진 문화이다. 청소년들에게 있어 팬클럽은 학교생활의 통제로부터 벗어날 수 있는 공간이 되며, 스타를 통한 대리만족의 경험은 동일시와 정서적 안정감을 주는데 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다. 특정 연예인들에 대한 팬클럽은 80년대 중반 이후부터 생겨나기 시작하였으며 ‘소방차’, ‘서태지와 아이들’, ‘듀스’ 등의 그룹들을 시작으로 청소년들이 선호하는 댄스음악이 급속히 발전하였고, 국내 가요계에서도 10대 청소년들이 음반시장의 주 구매층으로 급부상하였다. 특히, 최근에는 청소년들이 좋아하는 댄스그룹이 폭발적으로 늘어났는데 이들 대부분이 문화 산업체의 매니지먼트 산업에 의해 만들어진 10대 댄스그룹<sup>13)</sup>들이라고 할 수 있다.

### 3. 연예인 패션

미디어의 발전은 영화, TV, 팝음악 등 대중문화의 양적, 질적 향상과 엔터테인먼트를 이끄는 주체로서 인기연예인을 탄생시켰다. 연예인은 대중문화의 산물로서 대중의 욕망과 동일시를 이끌어내는 사회적 기호인 동시에 문화적 의미를 내포하고, 산업적 마케팅 장치로 활용된다. 특히 미디어와 대중의 주목을 받고 있는 연예인 패션은 대중의 패션유행에 직접적인 영향을 미치면서 패션전반에 걸쳐 큰 영향력을 행사하고 있다.<sup>14)</sup> 그러므로 본 연구는 2005년부터 2009년 현재까지의 연예인패션, 이중에서도 특히 청소년에게 영향을 많이 주고 있는 대중가수 패션에 대하여 알아보려고 한다.

#### 1) 연도별 스타패션

##### (1) 2005년 대중가수 패션스타일

2005년도 대표적인 대중가수의 자료정리는 아래 <표 1>과 같다.

여성가수 BoA의 패션스타일은 울프컷 헤어에 소년적 이미지 또는 저항적이고 강한 여성으로서의 스타일로 음악의 메시지를 전달하기 위한 방편으로 섹시한 컨셉에서 미소년과 같은 스타

일로 변화를 주었다. 또한 19세기 풍 패션이나 핑크룩, 밀리터리룩으로 직선적이고 활동적인 스타일이며 저항적이고 강한 여성으로서의 이미지를 표현했다(그림 1). 쥬얼리는 직선적인 강렬한 스타일로 섹시한 느낌보다는 힘 있는 여전사 스타일이라고 할 수 있다(그림 2). 아이비는 2005년 데뷔 당시 도발적이고 섹시하지만 허리 이외의 신체적 노출을 지양하여 은근한 섹시함을 강조하였다 ‘오늘밤 일’을 이후, 타이틀곡과 반대로 ‘바본 가봐’에서는 단아하고 차분한 스타일로 연출하여 전혀 다른 두 가지 스타일을 제시하였다(그림 3). 이효리는 섹시함을 강조한 힙합 패션으로 유행을 선도하였다. 애니모션에서 이효리가 입은 등이 시원하게 파인 상의는 촬영 당시 2년 전 아이템으로 스타일리스트의 창고에 있던 것을 이효리가 입고 나와 화제가 됐다고 한다(그림 4).

동방신기는 발라드와 댄스룩을 달리하여, 발라드에서는 프레피룩과 캐주얼을, 댄스에서는 핑크 또는 캐릭터 캐주얼스타일을 착용하였으며(그림 5), 슈퍼주니어는 캐주얼에 테일러드 재킷이나 베스트 등을 매치하여 젊고 활동적이면서도 깔끔한 이미지의 스타일을 추구하였다(그림 6). 장우혁은 활동성을 보장하는 캐주얼적인 느낌의 클럽패션스타일이라 할 수 있다(그림 7).

<표 1> 2005년 대중가수

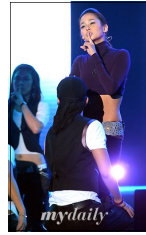
	가수	대표곡	아이템
여성	BoA	Girls on top	19세기 나폴레옹 재킷, 라이더 재킷, 스키니, 부츠, 롱 슬리브리스, 골드 빛 의상
	쥬얼리	Super Star	인조가죽 소재의 의상, 굵은 징 벨트, 미니스커트, 슬리브리스 상의, 와이드팬츠
	아이비	오늘밤 일	허리 이외의 노출을 최소화한 긴팔 폴라티셔츠와 스키니 팬츠
	채연	둘이서	브라 탑, 숏 팬츠, 미니스커트
	이효리	Anymotion	아디다스 저지(트레이닝복), 카고팬츠, 비니
남성	동방신기	Tonught, Rising Sun	청바지, 셔츠, 두꺼운 스트라이프 타이, 가디건, 후드저지, 캐주얼 더블재킷(Tonught) / 블랙 테일러드 재킷, 티셔츠(백색에 프린트 또는 스포라이프), 캐주얼 바지, 벨트(Rising Sun)
	슈퍼주니어	Miracle, Twins (Knock Out)	캐주얼 재킷, 캐주얼바지, 티셔츠, 청바지
	장우혁	지지 않는 태양	후드 집업, 트레이닝복, 탱크톱, 야구모자, 1자 라인의 바지, 청바지
	SS501	경고	일자 정장 바지, 얇은 머플러, 테일러드 재킷을 변형한 베스트



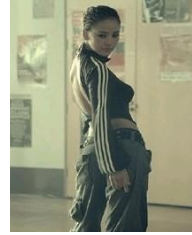
<그림 1> BoA  
www.naver.com



<그림 2> 주얼리  
www.naver.com



<그림 3> 아이비  
www.mydaily.co.kr



<그림 4> 이효리  
www.naver.com



<그림 5> 동방신기  
http://star.mt.co.kr



<그림 6> 슈퍼주니어  
www.naver.com



<그림 7> 장우혁  
www.naver.com



<그림 8> SS501  
www.naver.com

SS501은 구조적으로 변형된 비일상적 재킷에서 오는 슈트의 독특한 느낌과 통에 여유 있게 일자로 내려와 떨어지는 직선적 실루엣의 바지로 구성된 캐릭터스타일이다(그림 8).

(2) 2006년 대중가수 패션스타일

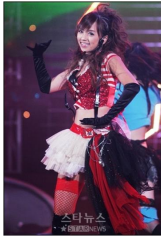
2006년도 대표적인 대중가수의 자료정리는 아래 <표 2>와 같다.

아이유미는 큐트와 섹시 스타일을 표현하였다. 만화 주인공과 같은 란제리룩으로 광택 있고 부드러운 소재에 스팅글로 포인트를 준 것이 특징이다(그림 9). 이효리는 로맨틱하면서도 여전사

풍의 강한 느낌을 주고 있다. 블랙을 주로 썼으며 스트랩 셔츠 등 디테일과 붉은 컬러의 감각에 의해 고딕 풍을 연상시켰다(그림 10). 동방신기는 블랙을 기본으로 모노톤을 매치하여 핑키하면서도 히피적인 감성의 슈트를 착용하였다(그림 11). SS501은 전체 블랙 컬러로 전사적인 이미지를 보여주고 있으며(그림 12), 슈퍼주니어는 모노톤의 컬러로 핑키하면서도 부담 없는 가벼운 캐주얼 스타일을 착용하고 있다(그림 13). 세븐은 귀공자적인 느낌의 재킷과 드레스셔츠를 착용하였으며, 타이 대신 리본으로 슈트 완성하였다(그림 14).

<표 2> 2006년 대중가수

	가수	대표곡	아이템
여성	아이유미	큐티하니	부풀린 짧은 스커트, 코르셋 스타일의 나시, 망사 티어드 스커트
	이효리	갯차	핫팬츠에 니삭스나 부츠를 매치.
남성	동방신기	O -正反合(오정반합)	블랙 재킷, 그린지 스타일의 체크 스카프, 앞이 뾰족한 정장구두, 워커
	SS501	Unlock	기장이 긴 외투, 숄
	슈퍼주니어	U	그레이진, 금속장식, 스트라이프 이너,
	세븐	라 라 라	귀공자풍의 자켓과 드레스 셔츠, 리본타이



<그림 9> 아유미  
http://star.mt.co.kr



<그림 10> 이효리  
www.mydaily.co.kr



<그림 11> 동방신기  
www.naver.com



<그림 12> SS501  
www.naver.com



<그림 13> 슈퍼주니어  
www.naver.com



<그림 14> 세븐  
www.mydaily.co.kr

(3) 2007년 대중가수 패션스타일  
2007년도 대표적인 대중가수의 자료정리는 아래<표 3>과 같다.

원더걸스는 80년대 풍 복고 스타일이며(그림 15), 소녀시대는 전체적으로 캐주얼하고 소녀다운 귀여운 스타일을 보여주고 있다(그림 16). 아이비는 노출은 거의 없지만 섹시한 느낌을 주는 중세적 이미지로 중성적인 느낌 또한 보여주고 있다(그림 17). 슈퍼주니어는 곡의 컨셉과 맞물리는 결혼 예복슈트 스타일이며(그림 18), FT. ISLAND는 밴드라는 속성을 강조하기 위함인지

캐주얼스타일로 의상이 간소한 캐주얼 스타일이다(그림 19). 빅뱅은 컬러풀하면서도 슬림한 느낌의 힙합스타일이다(그림 20).

(4) 2008년도 대중가수 패션스타일  
2008년도 대표적인 대중가수의 자료정리는 아래 <표 4>와 같다.

브라운 아이즈걸스는 과량, 핑크, 초록 등 컬러풀한 스타킹과 광택소재나 가죽 등의 소재를 달리한 레깅스들이 많이 나타났다. 다소 부담스러워 보이는 색상이 오히려 포인트가 되어 캐주얼

<표 3> 2007년 대중가수

	가수	대표곡	아이템
여성	원더걸스	Tell Me	레이스 스커트, 스트라이프무늬와 도트무늬의 의상을 반짝이는 소재의 의상
	소녀시대	소녀시대, Kissing You	롱 후드 티, 후드 집 업에 미니스커트, 플리츠스커트, 스키니 바지
	아이비	유혹의 소나타	레이스로 장식된 복식사적 블라우스, 스키니 팬츠, 가죽장갑
남성	슈퍼주니어	Marry Me	예복 스타일의 정장
	FT ISLAND	사랑앓이	캐주얼진, 티셔츠, 스트라이프 또는 체크 남방 또는 세미 정장
	빅뱅	Dirty Cash	배기 스키니 팬츠, 흰 빨데, 아가일 체크 니트, 비비드한 컬러의 패턴의 후드집업, 패딩조끼, 하이탑 슈즈



<그림 15> 윈터걸스  
www.sportsseoul.com



<그림 16> 소녀시대  
www.naver.com



<그림 17> 아이비  
news.hankooki.com



<그림 18> 슈퍼주니어  
www.newsen.co.kr



<그림 19> FT.ISLAND  
www.yonhapnews.co.kr



<그림 20> 빅뱅  
www.naver.com

얼한 스타일뿐만이 아니라 귀여운 느낌의 원피스나 정장 스타일의 스커트에도 발랄한 이미지

를 만들고 있다(그림 21). 주얼리는 복고풍 클럽 스타일로, 클럽스타일이라는 것에 맞게 반짝이

<표 4> 2008년 대중가수

	가수	대표곡	아이템
여성	브라운 아이즈 걸스	My style	컬러 레깅스
	주얼리	One More Time	미니 원피스와 하이웨이스트의상에 짧은 탑, 미니 플리츠스커트, 스포티한 점퍼와 핫팬츠
	윈터걸스	So Hot, Nobody	다양한 색상의 과감한 호피무늬를 부분적으로 매치한 의상, 영화 '드림걸즈'를 연상시키는 스팅글과 원색 미니 원피스, 컬러풀한 레깅스, 큰 귀걸이
	이효리	You-Go-Girl	상의 속옷이 보이고 허리 라인이 살아나는 쇼트 셔츠에, 쇼트 팬츠나 쇼트 오버롤 스커트, 아이스크림이나 스마일 모양이 들어간 액세서리, 컬러풀한 가보시 샌들
	카라	Pretty Girl	체크무늬, 플리츠스커트, 패딩 조끼, 반 스타킹
	손담비	미쳤어	슬리브리스의 블라우스, 피 베스트, 벨룬스커트, 베스트에 스키니진, 가죽레깅스
남성	동방신기	주문, Wrong Number	슬링스톤, 코데즈 컴바인 등 의류 업체 협찬의상이 주류
	비	Rainism	바지, 셔츠, 베스트로 완성된 정장, 허리에 두른 스카프, 장갑, 운동화, 선글라스
	빅뱅	붉은 노을	타탄체크, 라이더재킷, 스키니, 하이탑 운동화
	샤이니	누난 너무 예뻐, 아미고	디자이너 하상백에 의한 원색 클리터소재의 아웃터, 스키니 룩



<그림 21> 브라운 아이즈 걸스  
www.newsen.co.kr



<그림 22> 주얼리  
www.dailian.co.kr



<그림 23> 윈더걸스  
http://star.mt.co.kr



<그림 24> 이효리  
www.naver.com



<그림 25> 카라  
www.sportsworldi.com



<그림 26> 손담비  
www.segye.com



<그림 27> 동방신기  
http://www.cbs.co.kr/nocut



<그림 28> 비  
www.yonhapnews.co.kr



<그림 29> 빅뱅 www.naver.com



<그림 30> 샤이니 http://osen.freechal.com

는 느낌의 소재나 필이 들어간 의상들이 많았다(그림 22). 윈더걸스는 스팅글과 원색 미니 원피스, 컬러풀한 레깅스를 입고 있다(그림 23). 이효리는 핀업걸 스타일 또는 일본의 가루패션 스타일로 태닝 한 듯한 피부와 의상에서는 화사한 파스텔 톤이나 발랄한 캔디 컬러를 주로 썼다(그림 24). 카라는 스쿨룩 스타일로 체크무늬, 플리츠스커트, 패딩조끼, 반 스타킹을 착용하고 있다(그림 25). 손담비는 여성스럽고 섹시하면서도 강렬한 이미지로 레드 타탄체크의 주된 사용으로 약간 핑키한 느낌도 가미되었다(그림 26). 동방신기는 다듬어진 캐릭터정장을 상의 노출을 통한 남성적인 섹시함을 나타내었다(그림 27). 비는 슬렉스, 셔츠, 베스트로 완성된 정장, 허리에 두른 스카프, 장갑, 운동화 등으로 믹스 앤 매치시켰다(그림 28). 빅뱅은 블랙을 기본으

로 포인트 컬러를 매치하여 컬러적인 통일감을 주었으며, 핑키한 이미지를 나타내고 있다(그림 29). 샤이니는 디자이너 하상백의 기획에 의한 슬림한 핏의 컨템퍼러리룩을 나타내고 있다(그림 30).

(5) 2009년도 대중가수 패션스타일

2009년도 대표적인 대중가수의 자료정리는 아래 <표 5>와 같다.

소녀시대는 단순한 의상에 컬러풀한 스키니로 포인트를 주어 발랄한 스타일을 연출하였다(그림 31). 카라는 파스텔톤 쉬폰이나 레이스와 같은 소재를 사용하여 하늘거리는 느낌을 주었다(그림 32). 손담비는 풍성한 퍼프의 소매, 사이버틱한 스팅글 선글라스, 미니원피스로 복고와 퓨처리즘을 혼합한 스타일을 나타내었다(그림



<표 5> 2009년 대중가수

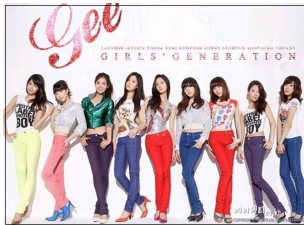
	가수	대표곡	아이템
여성	소녀시대	Gee	단순한 디자인의 짧은 빈티지 티셔츠나 캐릭터 티셔츠에 비비드한 컬러 스키니 또 단순한 디자인의 짧은 빈티지 티셔츠나 캐릭터 티셔츠나 캐릭터 티셔츠에 비비드한 컬러 스키니 또는 핫팬츠
	카라	Honey	쉬폰 원피스
	손담비	토요일 밤에	풍성한 퍼프의 소매, 사이버틱한 스팅글 선글라스, 미니원피스
남성	빅뱅	롤링팝	컬러스키니, 하이탑 슈즈
	슈퍼주니어	Sorry Sorry	슈트, 캐릭터슈트

33). 빅뱅은 원색을 아이템에 구애받지 않고 자유롭게 사용하였으며(그림 34), 슈퍼주니어는 컨템퍼러리룩과 슈트 스타일로 나타났다(그림 35).

2) 뉴미디어 속의 연예인패션

21세기는 인터넷이 확산되고 온라인 쇼핑물 문화가 정착함에 따라 연예인패션에 관한 정보와 판매를 전문적으로 담당하는 웹 사이트 창구가 확장되고 있다. 이는 여러 매체에 등장하는 연예인패션을 소개하고, 유사한 스타일의 패션 상품을 제공하는 형태 등으로 새로운 온라인 쇼

핑몰 모델로 주목받고 있다.<sup>15)</sup> 이러한 변화는 인터넷이 초창기 정보의 공유에서 이제는 경제적, 기술적 측면뿐만 아니라 대중화, 상업화의 발달을 부추기고 있는 상황으로 인터넷 쇼핑몰에 대한 비중은 점점 더 커지고 있다고 할 수 있다. 한국인터넷진흥원의 2008년 인터넷이용실태조사 보고서<sup>16)</sup>에 따르면 인터넷 이용률 및 이용자수는 꾸준히 증가하고 있다. 국민 중 76.5%가 인터넷을 사용하고 있으며, 해마다 꾸준히 증가하고 있는 것으로 조사되었다. 연령별 인터넷 이용자 수는 10대가 99.9%, 20대 99.7%로 10대에서 20대가 99% 이상이 인터넷 이용자로 나



<그림 31> 소녀시대  
www.naver.com



<그림 32> 카라  
http://star.mk.co.kr



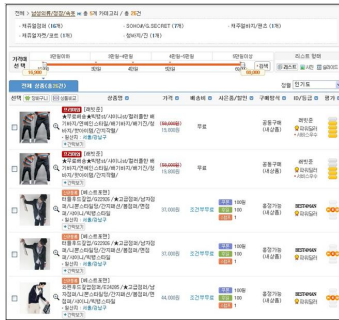
<그림 33> 손담비  
www.naver.com



<그림 34> 빅뱅  
www.naver.com



<그림 35> 슈퍼주니어  
www.naver.com



<그림 36> 온라인 마켓에서 찾은 소녀시대 스타일의 의류상품, <http://shopping.naver.com>



<그림 37> 인터넷 매체를 통해 스타패션에 관한 정보공유, <http://blog.naver.com>

타났다. 또한 2008년 2/4분기 전자상거래 총 거래액은 156조 7,970억 원으로 이는 전년 동분기 125조 8,720억 원에 비하여 24.6%, 전분기 139조 3,330억 원에 비해 12.5% 증가하였다. 사이버쇼핑몰의 거래액은 4조 3,640억 원으로 전년 동분기 대비 17.5% 증가하였으며, 인터넷 이용자의 60.6%가 인터넷 쇼핑 이용자였다. 이중 의류, 신발, 스포츠용품을 구매하는 경우가 66.8%로 가장 많았다.

이는 연예인에게 가장 영향력 있는 연령층인 10-20대가 주 소비층으로, 거의 대부분이 인터넷을 사용하고 있다는 사실을 알 수 있다.

아래 <그림 36, 37>은 우리가 흔히 볼 수 있는 인터넷 매체안의 연예인패션에 관한 내용으로, 소녀시대의 Gee에서 나타난 스니커즈 힐, 컬러햇팬츠, 컬러 스키니 등이 있다. 연예인패션은 이런 흐름의 주류에 속해있는 카테고리이다. 어떠한 라이프스타일을 영위하며 살아가는가 최대의 관심사가 되어버린 요즘, 연예인들의 라이프스타일과 그들의 패션은 대중에게는 중요한 관심사인 것이다. 온라인에서 대중들은 손쉽게 빠르게 그들과 그들이 패션에 관한 정보를 찾아내고 그 정보에 대한 자신의 취향과 생각에 따라 비판하거나 옹호하는 작업이 지금 인터넷 매체를 통해 이루어지고 있다고 할 수 있다.

### III. 연구방법 및 절차

본 연구는 최근 5년 동안의 TV매체 속 대중

가수들의 패션을 분석하고 그들의 패션이 실제로 어떻게 청소년에게 선택되고 입혀지고 있는가를 스트리트패션 분석을 통해 대중가수패션에 대한 선호도를 유형화하는 시도이다.

연구방법은 대학로, 강남, 홍대 변화가를 중심으로 스트리트패션에 나타난 10대에서 20대 젊은 남녀 총 225장의 사진 중 사료로 쓸 수 있는 190장의 사진만을 사용하여 성별, 품목별로 나누어 결론을 도출하였다. 기타라고 적힌 항목은 사진 상으로는 어떤 아이템인지 판독이 되지 않는 것들이다. 연구범위는 2009년 3월부터 2009년 5월까지로 하였다.

## IV. 연구 결과 및 논의

### 1. 스트리트패션

연예인들의 패션은 자체 제작된 독특한 성질의 무대용 의상이 아닌 경우엔 ‘어떠한 아이템을 착용 하였나’로 특정 연예인의 패션으로서 독자적인 성격을 갖는다기보다는 ‘어떤 아이템을 무엇과 어떻게 매치하였느냐’하는 코디네이션적인 부분이 중요한 요소이기 때문에 가장 많이 입혀진 아이템들과 어떤 아이템이 믹스 앤 매치 되었는지를 조사하였다. 아래 그림<그림 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44>는 대학로, 강남, 홍대 변화가에서 찍은 청소년들 패션의 예이다.

<그림 38>은 현란한 후드 티에 배기팬츠에 하이탑 슈즈를 착용한 스타일로 빅뱅의 대표적



<그림 38>  
강남,  
2009. 3. 촬영



<그림 39>  
대학로,  
2009. 3. 촬영



<그림 40>  
홍대,  
2009. 4. 촬영



<그림 41>  
강남,  
2009. 3. 촬영



<그림 42>  
대학로,  
2009. 5. 촬영



<그림 43>  
강남,  
2009. 5. 촬영

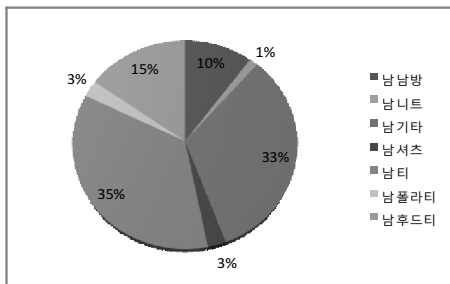


<그림 44>  
홍대,  
2009. 4. 촬영

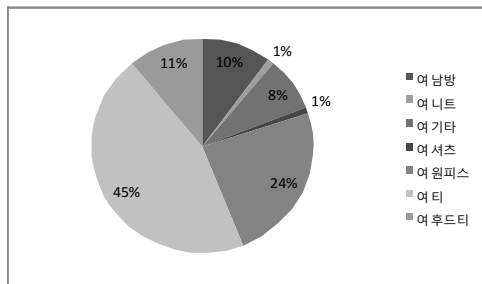
인 스타일이라 할 수 있다. <그림 39> 또한 후드 티를 입고 있으며, <그림 40>은 FT. ISLAND의 캐주얼 스타일에 스키니 팬츠를 착용하고 있다. <그림 41>은 전형적인 윈더걸스 스타일의 스쿨룩으로 체크무늬 스커트와 타이를 동일 색상으로 매치하고 흰 셔츠에 브이넥 티를 레이어드 시켜 입고 니 삭스를 착용하였다. <그림 42> 또한 정장에 어울리지 않을 듯한 니 삭스 스타일의 스타킹을 착용하고 있다. <그림 43>은 윈더걸스와 소녀시대 등 10대 아이돌 그룹이 즐겨입는 스타일로, 흰 셔츠에 블랙타이를 매치하고 미니스커트를 입고 롱부츠를 신고 있다. <그림 44>는 스키니를 착용하고 후드 티 위에 조끼까지 걸쳐 레이어드한 스타일로 빅뱅 스타일이라 할 수 있다.

## 2. 스트리트패션 분석

10대-20대 청소년들의 스트리트패션 분석은 아이템 별로 상의, 하의, 아우터, 신발, 패턴으로 나누었다.



<그림 45> 남자상의



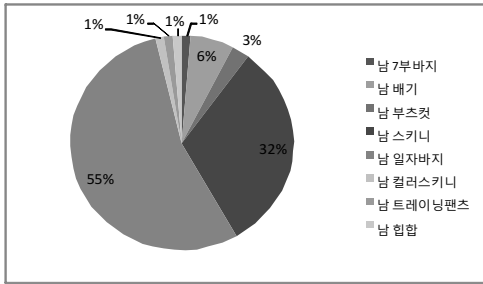
<그림 46> 여자상의

### 1) 상의

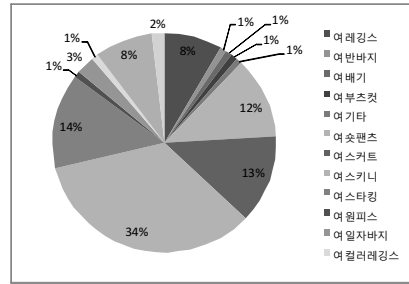
<그림 45, 46>을 보면, 남자의 경우 티와 후드 티가 35%, 33%, 여자의 경우 티와 원피스의 착용률이 45%, 24%로 제일 높다는 것을 알 수 있다. 티나 후드 티와 같은 캐주얼한 아이템들은 주로 재킷류와 믹스 앤 매치되었고, 여성스러운 원피스는 가죽 재킷과 코디네이션 되어 이미지적인 통일감보다는 어울리지 않을 법한 아이템들의 믹스에서 오는 의외성과 신선한 코디네이션을 선호하는 것을 볼 수 있었다. 이러한 코디네이션을 보이는 스타에는 이효리, 동방신기, 빅뱅 등이 있다.

### 2) 하의

<그림 47, 48>을 보면, 남자의 경우 일자바지 형태가 55%로 가장 높게 나타났지만, 스키니의 비율이 여자 45%와 남자 32%로 모두에게 높은 비율로 착용되고 있다는 것을 볼 수 있다. 2005년도 스타들의 무대의상을 보더라도 스키니스타일 보다는 일자나 부츠 컷 스타일이 유행했었



<그림 47> 남자 하의



<그림 48> 여자 하의

다는 것을 알 수 있다.

스키니는 2006년부터 시작된 트렌드로서, 많은 디자이너들이 와이드 팬츠가 다시 유행할 것이라고 예견함에도 불구하고 스키니의 착용은 이젠 남녀를 불문하고 입혀지고 있다. 와이드 팬츠를 소화하기 힘든 동양인의 체형 상의 이유도 있지만 빅뱅, 샤이니, 소녀시대가 선보이는 스키니룩과 그런 그들의 스타일이 여전히 대중 사이에서 사랑받고 있기 때문인 것으로 보인다. 스타에는 브라운 아이즈걸스, 윈터걸스, 샤이니 등이 있다.

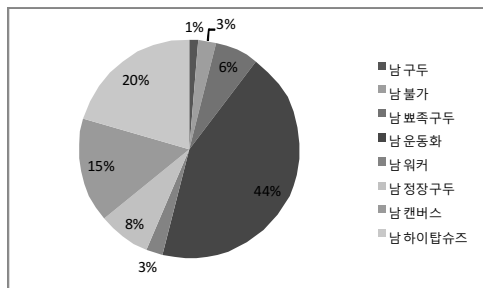
3) 겉옷

<그림 49, 50>을 보면, 남자는 캐주얼 재킷과 후드집업이 27%, 16%, 여자는 테일러드 재킷과 가죽 재킷이 25%, 19%로 재킷 착용이 높게 나타났다. 이런 재킷의 선호도는 포멀하면서도 캐주얼한 코디네이션을 선호인 많은 스타들 특히, 동방신기, 빅뱅과 비슷한 코디네이션의 방식을 보이는데, 대부분 진이나 스키니 진, 하이 탑 슈즈와 함께 착용되어 나타났다.

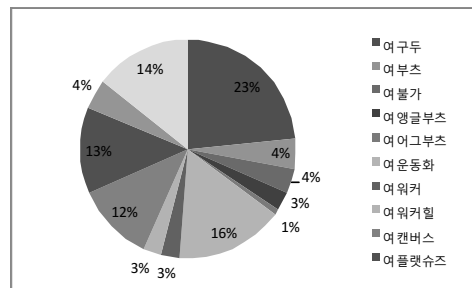
광택의 유무에서 오는 같은 컬러, 다른 느낌의 코디네이션도 스타들에게 자주 입혀지는 스타일인데 아우터의 경우 주로 광택이 있는 패딩이나 가죽소재 재킷, 광택 소재의 포멀한 재킷 등의 형태로 나타났다.

4) 신발

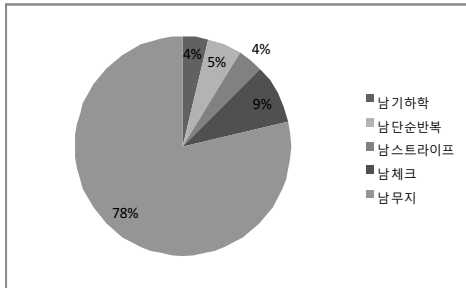
<그림 51, 52>를 보면, 남자의 경우 운동화가 44%, 여자의 경우 구두가 23%로 가장 많았고, 여자의 경우 운동화가 두 번째로 즐겨 신는 것으로 확인 되었다. 하이 탑 슈즈 스타일까지 하나의 카테고리 묶는다면 더욱 높은 수치가 된다. 한동안 캔버스의 유행이 지속되면서 운동화는 말 그대로 운동용 신발이었을 뿐이었으나 빅뱅이 목이 길고 낮은 하얀색의 운동화를 캐주얼, 심지어는 정장에 까지 다양한 용도로 매치시켜 코디네이션 한 이래로 크게 유행하게 되었음을 보여준다. 운동화는 대체로 흰색이거나 포인트 컬러로서 강렬한 색인 경우가 많았고 주로 스키니와 후드에 코디되었으나 특별히 스타일적인 제약은 없이 자유로이 코디되었다.



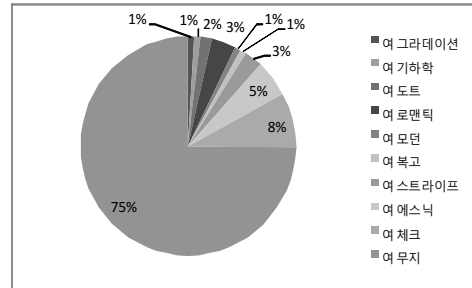
<그림 51> 남자 신발



<그림 52> 여자 신발



<그림 53> 남자 패턴



<그림 54> 여자 패턴

5) 패턴

<그림 53, 54>에서 보면, 2008년도 체크가 크게 유행을 했음에도 여전히 무지의 패턴이 78%, 75%로 가장 선호되고 많이 입혀진다는 것을 알 수 있다. 두 번째로 많은 패턴은 남, 녀 모두 체크로 나타났다. 기하학, 단순반복의 프린트는 빅뱅의 패션에서 온 유행으로 스트라이프 패턴보다 많았다.

V. 결 론

본 연구는 우리나라 대중가수패션 대하여 연구하고, 이를 바탕으로 스트리트패션에 나타난 청소년들의 대중가수패션에 대한 선호도를 조사하였다. 스트리트패션 분석은 10대에서 20대 젊은 남녀 총190명을 대상으로 대학로, 강남, 홍대 변화가를 중심으로 조사하였다. 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 상의착용을 보면, 남자의 경우 티와 후드티가, 여자의 경우 티와 원피스의 착용률이 제일 높다는 것을 알 수 있었다. 이러한 코디네이션을 보이는 스타에는 이효리, 동방신기, 빅뱅 등이 있다.

둘째, 하의를 보면, 스키니의 비율이 여자와 남자 모두에게 높은 비율로 착용되고 있다는 것을 볼 수 있다. 이러한 스타일은 브라운 아이즈, 원더걸스, 샤이니 등이 있다.

셋째, 겹옷을 보면, 남자는 캐주얼 재킷과 후드집업, 여자는 테일러드 재킷과 가죽 재킷을 많이 입는 것으로 나타났다. 이러한 스타일은

동방신기, 빅뱅이 있다.

넷째, 신발을 보면, 남자의 경우 운동화가, 여자의 경우는 구두를 많이 신고 있었지만 두 번째로는 운동화를 많이 신는 것으로 확인 되었다. 이러한 스타일은 빅뱅이 있다.

다섯째, 패턴에서 보면, 2008년도 체크가 크게 유행을 했음에도 여전히 무지의 소재가 가장 선호되고 많이 입혀진다는 것을 알 수 있다. 그 이유는 무난함 때문인거 같으며, 두 번째로 선호되는 스타일은 남, 녀 모두 체크이며, 기하학, 단순반복의 프린트는 빅뱅의 의상에서 온 유행이다.

이상과 같이 스트리트 패션을 통하여 연예인 패션이 스트리트 패션에 미치는 영향에 대하여 알아본 결과, 연예인의 패션을 모방하고자하는 청소년들이 증가했음을 알 수 있었다. 이러한 현상은 뉴미디어라는 매체의 특성상 시간과 공간이라는 경계를 넘어 쉽게 접근할 수 있는 편리함이 연예인패션 모방에 쉽게 접근할 수 있는 배경이 되었을 것이다. 또한 청소년들의 특성상, 인기 있는 연예인들의 외모나 패션이 이들과의 동일시 되고자하는 심리가 적극적으로 수용되어진 것으로 보인다. 이렇듯 청소년기는 행동 지향적이고 감각적인 특징을 보이며, 세상에 대한 경험 부족으로 대중매체에서 보이는 다양한 정보에 대해 비교적 수용적인 자세를 보인다고 할 수 있다.

그러므로 정체성을 형성해가는 과정에 있는 청소년들에게 바람직한 역할모델이 될 수 있도록 연예인들이 자신의 패션스타일 선정 시 또는 행동함에 있어서 세심한 주의를 기울일 필요가 있다고 생각된다. 또한 청소년 모방행동에 미치

는 영향을 고려해 연예인 이미지를 상품화하는 기업에서도 신중한 자세가 필요할 것이라 사료된다.

21세기에 들어와 급격한 변화와 혼돈의 양상 속에서 사회, 경제적인 모든 현상들과 라이프스타일의 변화에 따라 패션은 더욱 민감한 반응을 보이고 있다. 이러한 패션의 미의식 변화를 빠르게 예측하고 유행을 리드하기 위해서는 패션마켓에서 가장 중요한 인자로 부각되고 있는 청소년층의 패션 메시지를 파악해야만 한다. 성숙기에 접어든 국내 패션산업의 보다 큰 발전을 위해서 디자이너와 업체는 청소년층을 포함한 일반 대중의 꿈과 이상, 미적 가치관에 대한 보다 세밀한 분석과 이해를 도모해야 하며, 그를 통하여 현대 생활에서 필수적인 요소로 지적되는 패션의 방향을 더욱 새롭게 유도해 나아가야 할 것이다.

## 참 고 문 헌

- 1) 김재숙, 이미숙 (2002). 연예인 모방행동이 청소년의 의복행동에 미치는 영향. *대한 가정학회지* 40(4), p.202.
- 2) 최우신, 김영희 (1999). 청소년의 연예인 우상화 현상. *한국청소년연구* 10(2), p.179.
- 3) 이희승 (2006). 엔터테인먼트 스타패션 연구. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 4) 장미선, 조규화 (1996). 로큰롤 패션에 관한 연구. *한국의류학회지* 20(2), pp.278-286.
- 5) 신경섭, 박혜원 (2000). 영상산업과 패션산업 연계의 시각에서 본 1990년대 영화의상의 이미지. *복식* 50(3), pp.117-131.
- 6) 정소영 (2005). 할리우드 스타의 패션 아이콘 -1930-1950년대 여성스타를 중심으로-. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 7) 이지은 (2008). 스타이미지를 활용한 패션 디자인 개발. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 8) 이수경 (2008). 청소년의 연예인 선호와 커뮤니케이션 활동에 따른 모방행동. 충북대학교 대학원 박사학위논문, p.6.
- 9) 이지은 (2008). Op. cit., p.17.
- 10) 최우신, 김영희 (1999). 청소년의 연예인 우상화 현상. *한국청소년연구* 10(2), p.174.
- 11) 김훈태 (2003). 청소년의 연예인 우상화의 원인, 행동유형 및 수준에 관한 연구. 한서대학교 교육대학원. p.7.
- 12) 최우신, 김영희 (1999). op. cit., p.172.
- 13) 황원덕 (2000). 중·고생의 연예인 팬클럽 활동에 관한 연구. 성균관대학교 교육대학원 석사학위논문. pp.21-82.
- 14) 이희승 (2006). Op. cit., p.200.
- 15) 이희승 (2006). Op. cit., p.198.
- 16) 인터넷통계뉴스 (2008). NIDA한국인터넷진흥원. 자료검색일. 2008. 9. 20. 자료출처 <http://www.nida.or.kr>