

## K-pop 스타의 패션에 관한 연구

김 윤

노스페이스 코리아 디자인기획팀 과장

### 요 약

본 연구의 목적은 다양한 미디어 매체의 발전 속에서 최근 급성장하며 글로벌 대중문화의 중심으로 자리 잡은 케이팝의 발생과 특징, 발전 요인을 조사하고, 이와 함께 패션 트렌드를 창조하고 새로운 패션 양식으로 자리잡고 있는 케이팝 스타의 패션과 이에 따른 영향력 등을 살펴보았다. 이를 바탕으로 케이팝 스타들의 패션 스타일 특징을 유형별로 분류해 각 패션 양식들을 구체적으로 살펴보고자 한다. 본 연구를 통해 얻은 결과는 다음과 같다. 패션 트렌드 형성에 영향을 미치는 케이팝 스타의 패션 스타일은 스트리트 패션 스타일, 레트로 패션 스타일, 섹시 패션 스타일, 블랙 & 화이트 스타일, 퓨처리즘 스타일의 5가지 패션 양식으로 분류되며 그 특징은 다음과 같다. 첫째, '스트리트 패션 스타일'은 투에니윈과 샤이니로 대표되며 다양한 아이템들을 언발란스 하면서도 조화롭게 연출하여 개성 넘치는 스트리트 패션 스타일로 표현하고, 에너제틱하고 화려한 댄스를 강조하기 위해 슬림핏을 추구한다. 둘째, '레트로 패션 스타일'의 대표자인 케이팝 스타인 원더걸스와 티아라는 복고 음악과 복고 의상의 적절한 스타일링으로 10대들에게는 처음 접하는 신선한 새로움, 30대 이후 팬들에게는 향수를 느끼는 친숙함으로 공감대를 가진다. 셋째, '섹시 패션 스타일'은 현대미의 상징인 큰 키에 건강하고 볼륨있는 몸매를 부각시키는 섹시함의 표현이다. 다이어트와 신체에 대한 관심이 높은 현실 속에서 스타들의 건강하고 완벽한 몸매와 섹시함은 현 시대의 이상적인 이미지이며 대중들은 이러한 이미지를 모방한다. 넷째, '블랙 & 화이트 스타일'은 케이팝 스타들의 의상에서 과장된 장식등을 배제하고 심플함, 도회적 이미지, 세련된 스타일의 시크함을 강조하며, 이는 완벽하고 통일감있는 군무 중심의 안무를 더욱 돋보이게 한다. 다섯째, '퓨처리즘 스타일'은 2000년 이후 패션 트렌드에서 강하게 보여지고 있으며 투에니윈과 원더걸스로 대표된다. 투에니윈은 스포티하며 테크니컬한 감성의 퓨처리즘 스타일을 추구하며, 원더걸스는 섹시함이 표현되는 퓨처리즘을 연출한다.

주제어: 케이팝, 케이팝 스타패션, 대중문화, 미디어

## I. 서론

인터넷과 이를 수반으로 하는 소셜 미디어 (social media)와 같은 온라인 커뮤니티들은 대중화 되어진 스마트폰의 보급으로 그 영향력을 실시간으로 빠르고 강하게 행사하며 대중문화 전파를 이루고 있다. 이로 인해 발생하는 글로벌 문화의 전달과 공유는 최근 한국의 케이팝을 전 세계 젊은 이들에게 전파하고 있다. 케이팝(K-pop)이란 한국 음악 장르의 하나로 케이팝을 대표하는 아이돌 그룹과 가수들은 전 세계 거대 팬 층을 형성하며 글로벌 대중문화의 하나로 빠르게 성장하고 있으며, 소셜 미디어와 유튜브(YouTube), 아이튠즈(iTunes)와 같은 인터넷 매체들은 전 세계로 케이팝의 확산을 더욱 가속화 시키고 있다. 케이팝 스타들의 모든 것들은 트렌드로 발전되고 있다. 대중들은 케이팝 스타의 음악뿐만이 아닌 라이프스타일까지도 적극적으로 추종, 모방하고, 패션은 첨단 유행의 상징으로 발전되고 있다. 이들의 모든 것들은 대중들에게 관심의 대상이며, 공연장이나 TV 프로그램에서의 공연 의상뿐만이 아닌 오프 타임(off-time)에서의 일상적인 의상도 유행을 선도하고 있다. 대중문화 속에서 발전하고 있는 이들의 패션은 대중문화 콘텐츠를 이루는 중요한 도구이자 대중과 소통의 방법이며, 스타의 이미지 확립 수단이자 대중 패션을 창출하고 리드하는 트렌드이기도 하다.

본 연구의 목적은 다양한 미디어 매체의 발전에 따른 대중문화의 일상화에서 패션이 대중들에게 적극적으로 소통되고 발전될 수 있다는 것에 기인하여, 대중의 취향 형성에 큰 힘을 발휘하고 있는 케이팝 스타의 패션이 패션 스타일 양식에 미친 영향을 연구하는데 그 목적이 있다. 현재 대표적인 글로벌 대중문화로 나아가고 있는 케이팝의 발생과 특징, 발전 요인을 살펴보고, 이를 토대로 케이팝 스타의 패션이 트렌드를 창출하고 이상

적 이미지를 가지는 패션 양식으로써의 의미를 도출하였다. 케이팝이 아시아지역에 국한되어진 좁은 한류의 개념보다는 글로벌화 되어진 현대 대중문화에서의 위치로 제고하여 케이팝 스타 패션의 새로운 주제 접근 가능성을 모색하는 것에 본 연구의 의의가 있다. 케이팝 스타의 패션에 대한 이전의 학술적 연구가 부족한 실정인으로서, 빠르게 변화하는 대중문화와 패션의 흐름 속에서 대중의 취향 형성에 큰 힘을 발휘하는 케이팝 스타 패션에 대한 체계적이고 지속적인 연구가 필요하다고 생각된다. 케이팝 스타 패션 스타일 양식이 어떻게 발전되고 있는지 분석하려는 앞으로는 범국가적인 차원에서 비약적인 발전을 이룰 케이팝에서의 케이팝 스타 패션 양식과 트렌드를 예측 가능하게 할 수 있는 중요한 지표가 된다고 생각하기 때문이다.

연구 방법은 문헌 연구로서 국내외의 관련 서적과 논문 등의 선행 연구 자료를 토대로 분류, 분석하였고 케이팝이 빠르게 변화하고 있는 대중문화라는 점을 감안하여 인터넷과 신문, 잡지와 같은 보도자료와 다양한 매체를 통한 영상자료, 패션잡지 등에 실린 시각자료를 수집, 분석하였다. 또한 케이팝 스타가 패션에 어떠한 영향을 끼치고 있는지에 대해서 뮤지션들과 패션 브랜드들에 대한 조사 및 다양한 매체에서 보이는 관련 사진자료들을 수집 조사하였다. 본 연구에서 케이팝 스타는 2012년 현재 전 세계적인 대중의 주목성을 가지고 앞선 트렌드로 패션 양식을 이끌고 있는 케이팝 스타를 대상으로 하였다.

## II. 케이팝의 정의와 특성

1990년대 후반 중국, 홍콩, 대만, 일본, 베트남 등지에서 젊은 청소년들을 중심으로 시작하여 한국의 음악, 드라마, 영화, 패션, 게임, 음식, 헤어스

타일 등 대중문화와 한국 연예인을 동경하고 배우려는 문화 현상으로 발전한 한류<sup>1)</sup>는 동북아의 변방에 머물던 우리의 문화가 활발한 문화 생산자 내지 문화 중심기지로써의 위치로 발전함으로써 과거 서구문화의 대중문화를 모방, 답습하는 수준을 넘어 동양적 정서와 가치관에 맞게 독자적으로 재구성하는 ‘문화 창조자’의 역량을 보여주는 계기가 되고 있다.<sup>2)</sup> 특히 대중가요로 일기 시작한 아시아 중심의 한류는 2009년부터 2011년을 거치면서 전 세계인들의 케이팝으로 발전을 이루고 있다.

본 장에서는 2012년 현재 글로벌 음악 장르로 성장하고 있는 케이팝과 함께 급속도로 확산되고 있는 케이팝의 영향력에 대해 살펴보고자 한다.

## 1. 케이팝의 정의와 특성

2012년 2월 한국 방송국 KBS 음악 프로그램 『뮤직뱅크』 프랑스 공연에 프랑스, 이탈리아, 스페인 등 유럽 곳곳의 케이팝 팬 1만 명이 공연장에 운집했다. 외국 방송사 공연으로는 최대 관객을 이루었으며, 이 공연에서 프랑스 전 문화부 장관이자 하원의원인 자크 랑(Jack Lang)은 ‘케이팝은 한국에서 시작됐지만 이제 한국을 넘어 세계로 확산되고 있습니다.’라고 인터뷰 하였다.<sup>3)</sup> 세계의 팬들과 소통을 하고 있는 케이팝은 Korean pop 혹은 Korean popular music을 뜻하는 한국 음악 장르의 하나로 팝(pop), 댄스(dance), 일렉트로팝(electropop),

힙합(hip-hop), 락(rock), 알앤비(R&B), 일렉트로닉 뮤직(electronic music)등이 이에 해당한다. 케이팝을 대표하는 아이돌 그룹, 가수들의 패션과 스타일은 인터넷을 통하여 전 세계로 넓고 빠르게 유행으로써 확산되고 있다. 인터넷을 통한 유튜브, 트위터(Twitter)의 프로필, 아이튠즈, 페이스북(Facebook)의 팬 페이지(fan page)들은 1980년대부터 1990년대 중국, 홍콩, 일본, 타이완, 태국, 필리핀, 인도네시아, 말레이시아, 베트남과 같은 동남아시아를 포함하여, 최근 미국, 남미, 유럽, 호주 지역으로까지 케이팝과 같은 한국 대중문화 장르의 노출을 빠르게 전 세계로 전파시키는 역할을 하고 있다.<sup>4)</sup>

케이팝은 1990년대 한류의 시작과 한국의 거대 음반 에이전시(music agency)의 설립으로부터 빠르게 성장하였다. 1995년 거대 에이전시인 에스엠 엔터테인먼트(S.M. Entertainment)사를 선두로 하여 1990년대 후반 와이지 엔터테인먼트(YG Entertainment), 디에스피 엔터테인먼트(DSP Entertainment), 제이와이피 엔터테인먼트(JYP Entertainment) 등이 대중가요 산업을 리드하였다. 이 시기 대표 인기 그룹으로는 에스이에스(S.E.S.), 핑클(Fin. K. L.), H.O.T., 지오디(G.O.D.), 플라이 투 더 스카이(fly to the sky), 신화 등이 있으며, 이들 중 H.O.T.<그룹 1>, 김완선, 클론(clon), 베이비 박스(baby VOX), 엔알지(N.R.G.)<그룹 2>는 1990년대 중반 국내와 중국, 타이완에서 엄청난 성공을 거둔 케이팝 스타의 시초라 할 수 있다.

2000년대 초중반까지 아시아 한류시장 최대 음



<그림 1> 그룹 H.O.T., 1990년대 중반  
(출처: <http://imgv.search.daum.net>)



<그림 2> 그룹 N.R.G., 1998년  
(출처: <http://imgv.search.daum.net>)

반 수출국은 일본으로써 2002년 이후 꾸준한 증가세를 보였는데 이는 드라마 『겨울연가』 오리지널 사운드 트랙(OST) 판매가 기록되었으며, 이후 국내 연예인들의 앨범판매도 급증하였기 때문이다. 가수 ‘보아(Boa)’의 경우 일본에서 앨범 판매, 라이센스, 콘서트와 광고 수익 등 기타 수익으로 연간 60억원 이상의 수입을 올렸다. 또한 보아는 여섯 차례의 일본 콘서트에서 완전 매진 기록과 2002년 일본 진출 후 로열티 수입만 40억원 이상 추정되며, 일본 가요순위인 오리콘 차트 1위 랭크 및 일본에서 발표한 정규 앨범 두 장의 판매량 각각 100만장을 돌파한 바 있다. 중국 음반 수출은 2001년과 2002년에 걸쳐 급성장 추세를 보였으며, 싱가포르와 베트남을 포함한 전체 아시아 한류국 수출은 2002년도에 전년도 대비 40.5%의 성장세를 보였다.<sup>5)</sup> 이러한 케이팝의 성공은 당시 활력있고, 에너지틱한 한국 댄스음악이 중국, 홍콩, 대만을 포함한 동남아시아 대중음악의 주류를 형성했던 차분하고 서정적인 발라드와는 대비되는 새로운 느낌이었기에 가능하였다. 또한 영화와 같이 흐름과 주제가 있는 한국가수들의 뮤직비디오는 외국 가수들의 것에 비하여 재미와 감동을 주었기 때문이다. 아시아권을 중심으로 한 국내 케이팝 가수들의 성공적인 해외 진출 시작은 한국음악에 대한 관심이 재고되었을 뿐만 아니라 첨단 유행의 상징으로써 한국 스타들의 패션을 모방하는 현상도 생겼는데, 이는 그룹 H.O.T.를 통해 절정을 이루게 된다.

## 2. 케이팝의 확산과 요인

1998년 그룹 H.O.T.의 노래 ‘행복’을 시작으로 중국에서 50여종의 음반이 발매되었고, 약 한달만에 400만장이 판매되었으며, 2000년 2월 H.O.T.의 중국 콘서트가 대성공을 거둔 이후 중국 내 발행부수 100만부를 자랑하는 음악잡지 당대가단(當代

歌壇)이 발표하는 인기순위에서 H.O.T.가 5개월 연속 1위를 기록하면서 음악은 물론 춤, 헤어스타일, 패션에 이르기까지 H.O.T.를 모방하려는 풍조가 현지 젊은이들 사이에 조성되어 합한족(哈韓族)이 나타나기까지 하였다. 후에 N.R.G., 장나라, 베이비복스, 안재욱 등이 중국에 진출하여 많은 인기를 얻었다.<sup>6)</sup> 또한 2003년 보아의 성공적인 일본 진출을 계기로 동방신기, 신화, 슈가, 비 등 많은 국내 가수들의 해외 진출이 계속 이어졌으며, 가수들의 해외 진출 방법도 다양화되어 국내에서 성공한 스타를 진출시키는 일반적인 방식 외에도 일본에서 먼저 데뷔한 후 다시 한국으로 후 진출하는 방법 등이 생겼다.

2000년대 이후 최근까지 대표적인 케이팝 그룹과 가수로는 보아, 비, 동방신기, 슈퍼주니어, 원더걸스, 더블에스501(SS501), 빅뱅, 카라, 소녀시대, 투에니원(2NE1), 투피엠(2PM), 제이와이제이(JYJ), 비스트, 샤이니, 에프터스쿨, 브라운 아이즈드 걸즈, 인피니티, 유키스, 티아라, 시스타, 포미닛, 시크릿, 엠블랙 등이 있다. 케이팝은 꾸준히 성장세를 이루며 아시아를 벗어나 팝 음악(pop music)의 중심인 미국, 유럽, 남미, 캐나다, 호주에서도 성공을 거두게 된다. 2001년 가수 김범수가 ‘헬로우 굿바이 헬로우(hello goodbye hello)’라는 곡으로 한국 가수 최초 미국 가요차트 빌보드 100(Billboard hot 100 chart)의 장르별 차트(hot singles sales) 51위에 데뷔하며, 한국의 케이팝을 미국에 알리게 된다. 이를 시발점으로 2009년 4인조 여성 그룹 원더걸스(Wonder Girls)가 레트로-펑키-팝(retro-funky-pop)을 믹스한 뮤직 장르인 ‘텔 미(tell me)’, ‘쏘 핫(so hot)’, ‘노바디(nobody)’ 곡들로 미국 빌보드 100 싱글 차트 순위 76위에 오르는 성공을 이루며, ‘텔 미 바이러스(tell me virus)’라는 신조어를 만들어 낼 만큼 미국에서의 인지도를 높였다. 이 후 원더걸스는 조나스 브라더스(Jonas Brothers) 미국 투어 오프닝 무대 공연을 총 49회 함께 하였으며, 공연에서 보여준 1960년대 레트로 스타일의 의상과 헤어스타일은<그



<그림 3> 그룹 원더걸스, 2009년  
(출처: <http://seattletimes.nwsourc.com>)



<그림 4> 영화 『원더걸스』 포스터, 2012년  
(출처: <http://seattletimes.nwsourc.com>)



림 3> ‘섹시하고 평기한 원더걸스’ 이미지를 구축하게 되었다. 원더걸스는 2012년 2월 2일 세계 4대 미디어 회사 중의 하나인 비아콤/엠티비 네트워크(Viacom/MTV Networks) 청소년 TV 채널인 미국 틴 닉(Teen Nick) 채널의 TV영화 『원더걸스(The Wonder Girls)』에 주연으로 출연하였다<그림 4>. 이는 자신들의 그룹 이름을 제목으로 사용한 영화에 주연으로 출연하는 것으로 미국 전역에 방송되었으며, 단순히 미국에서 활동하는 아시아 스타가 아닌 전 세계의 케이팝 스타로 성공하는 계기가 되었다.

일본을 중심으로 활발한 활동 중인 5인조 댄스 팝 걸 그룹 카라(kara)는 2010년 싱글음반 ‘미스터(mister)’를 시작으로 일본 데뷔를 하였다<그림 5>. 2011년 4월까지 보아, 동방신기에 이어 세 번째로 일본에서 음반 총판매 100만장을 돌파하였으며, 11월에는 200만장을 넘는 음반 판매기록을 세웠다. 같은 해 카라를 주연으로 하는 일본드라마 『우라카라』가 일본 TV도쿄에서 방송되었고, 태국에서는 2009년 아무런 현지 활동 없이 팝 차트 1위

에 오르며 동남아시아에서 많은 인기를 얻고 있다.

2007년 데뷔한 소녀시대(Girls' Generation)는 2010년 성공적 일본 진출과 함께, 2011년 월드와이드(worldwide)를 컨셉으로 아시아뿐만이 아닌 미국과 유럽, 남미를 중심으로한 활동을 시작하였다. 이를 위해 미국 유니버설 그룹(Universal group) 산하로 블랙 아이드 피스(The black eyed peas)와 같은 스타를 매니징하는 인터스코프 레코드(Interscope records)와 레이디 가가(Lady Gaga), 아바(Abba)와 같은 스타가 소속되어있는 영국과 프랑스의 폴리도르 레코드(Polydor records)와 계약하면서 음반 타이틀곡 ‘더 보이즈(The boys)’를 영어와 한국어버전으로 동시에 발표하였다. 2012년 미국 CBS 방송의 메인 토크쇼 『데이비드 레터맨 쇼(David Letterman show)』, 미국 ABC 방송국 동시간대 시청률 1위의 아침토크쇼 『라이브! 위드 켈리(Live! with Kelly)』와 미국 NBC 방송의 연예정보 프로그램 『엑스트라 TV』 같은 미국 3대 방송국에 한국인 최초로 출연하여 큰 반응을 이끌어 내었으며, 프랑스 공중파방송



<그림 5> 그룹 카라, 2010년  
(출처: <http://media.daum.net/entertain/enews/view>)



<그림 6> 소녀시대의 프랑스 『르 주드날 드 20H』 공연, 2012년  
(출처: <http://kr.ibtimes.com/article/news>)



<그림 7> 그룹 투에니원, 엠티브 뉴욕 공연, 2011년  
(출처: <http://music.daum.net/artist/photo/detail>)



<그림 8> 매거진 타임지, 2010년  
(출처: <http://www.time.com/time/world/article>)

프랑스2(France2)의 저녁 메인뉴스 『르 주르날 드 20H(Le Journal De 20H)』에도 출연하였다<그림 6>. 소녀시대에 대한 외국의 시선은 문화적, 경제적 측면에서 매우 긍정적으로 인식되고 있는데, 월페이퍼(Wallpaper) 창간자이며 트렌드 세터(trend setter, 유행선도자)로 잘 알려진 타이러 브뤼레(Tyler Brulé)는 자신이 2007년 창간한 스타일리지 『모노클(Monocle)』의 ‘나의 멋진 한국의 비밀’ 칼럼에서 우리에게 익숙하지만 외국인은 환호할 ‘한국 문화상품 10’을 선정하였는데 소녀시대가 이에 속하였다.<sup>8)</sup> 또한 일본 영어 교과서는 ‘전 세계에서 인기를 얻고 있는 케이팝 스타들’이라는 제목으로 케이팝 대표로 소녀시대를 소개하며 사진을 실었다.<sup>9)</sup>

4인조 걸그룹 투에니원은 2009년 데뷔하여 가장 빠른 성장세를 이루고 있는 케이팝 그룹의 하나로 2009, 2010 2년 연속 엠넷(MNet) 아시안 뮤직 어워드에서 2년 연속 올해의 가수상을 수상하며, 데뷔와 동시에 아시아 가요 시장에서 인지도를 높였다. 또한 미국 엠넷에서 투표로 진행된 2011년 세계 최고의 신인 밴드에 선정되었으며, 엠넷 관계자는 “투에니원은 새로운 타입의 글로벌 뮤직 스타이다. 언어나 문화적 배경이 아닌 그들의 열정과 끼, 그리고 순수한 야망으로 영감을 준다. 독창적인 룩(look)을 보여주면서 메시지가 담긴 음악을 선보이고 있다.”고 언급하였다.<sup>10)</sup> 이를 기념하며 뉴욕의 타임스퀘어 베스트 바이 시어터(best buy theater)에서 열린 세계 최고의 신인 밴드 콘서트에

서 투에니원은 세계적인 디자이너 제레미 스캇(Jeremy Scott)으로부터 2012 S/S의상을 협찬 받아 케이팝 스타와 세계적인 디자이너와의 협연을 이루어 내었다<그림 7>.

2005년 데뷔한 13인조 남성 아이돌 그룹인 슈퍼주니어(Super Junior)는 2011년까지 한일 통산 음반 판매량 800만장의 기록을 가지고 있는 동방신기와 함께 일본과 중국, 동남아시아를 중심으로 음반발매, 콘서트 활동을 하는 대표적인 남성 아이돌 케이팝 그룹이며, 6인조 남성 그룹인 투피엠은 2011부터 중국, 일본, 태국, 타이완, 싱가포르 등과 동남아시아를 중심으로 한 투어형식의 콘서트를 개최하며 활동하고 있다. 이 외에도 케이팝 가수들의 또 다른 해외진출 방법으로 해외 유명 뮤지션들, 프로듀서들과의 콜라보레이션(collaboration) 작업을 들 수 있는데, 투에니원은 세계적 슈퍼스타인 블랙아이드피스의 리더이자 인텔(Intel)의 이사인 윌아이엠(Will.I.Am)과 음반 및 미국과 세계적 진출을 위한 작업 중이며, 제이와이제이(JYJ)는 2010년 마이클 잭슨(Michael Jackson)같은 톱 스타들의 프로듀서를 한 로드니 저킨스(Rodney Jerkins)와 프로듀서 겸 랩퍼인 카니에 웨스트(Kanye West)와 함께 음반작업<sup>11)</sup>을 하였다. 이렇듯 케이팝 스타들의 많은 활동들은 2011년 미국 빌보드 차트에 케이팝 핫 100 차트(K-pop hot 100 chart)라는 새로운 순위 차트를 만들어 내는 등 케이팝의 공인되는 성장을 이루고 있다. 케이팝의 성장 행보는 세계적인 매거진 타임지 기사에서도 알 수 있는데,

2010년 8월 26일 타임지 홈페이지에 ‘한국 가요가 온라인을 통해 세계로 나가고 있다(Korean pop, with online help, goes global)’는 주제의 기사로 투에니윈의 사진과 함께 대표적 사례로 그룹 빅뱅의 멤버 태양이 동양인 최초로 아이튠즈 차트 순위에 랭크된 것, 투에니윈과 월아이엠의 음반작업에 관한 이야기를 다루었다<그림 8>.12)

전 세계적인 인기를 얻고 있는 케이팝이 영미권 팝, 일본의 제이팝 등 다른 국가의 대중음악과 차별되는 점을 동아일보가 24개국 130명의 해외 케이팝 팬들을 통해 조사한 바에 따르면, 춤을 잘 추는 것(17.2%), 노래를 잘하는 것(15.0%), 음악성이 높은 것(13.9%), 외모가 출중한 것(10.6%), 스타일이 좋은 것(8.9%), 공연을 잘하는 것(4.4%) 등의 순서로 나타났다. 여러 명의 멤버들이 맞춰 추는 군무와 각종 퍼포먼스가 현재 다른 팝 시장에서는 찾아보기 힘든 케이팝만의 매력으로 보이며, 스타일에 대한 지지도도 8.9%로 매우 높게 나타났다.13) 또한 세계 3대 일간지인 파이낸셜타임스 한류특집 기사에 따르면 케이팝의 새로운 점은 다른 팝음악에서 찾아보기 힘든 어렵고 완벽한 그룹안무를 갖추기 위해서 가수들이 신병 훈련소를 방불케 하는 수년간의 혹독한 훈련을 받는다는 점이라고 언급했다.14) 이러한 케이팝 스타들의 성장 배경에는 거대 엔터테인먼트 회사를 중심으로 데뷔 전 평균 6~7년 동안 트레이닝 과정을 거쳐 노래, 춤, 퍼포먼스, 스타일, 외국어, 표정연기 등에서 거의 완벽에 가까운 데뷔를 가능하게 하는 ‘준비된 아이돌’ 즉, 스타 시스템(star system) 형식이 구축되어 체계적인 기획 하에 훈련받아 성장한 케이팝 스타들은 이미지 구축작업과 음악성, 가창력, 춤 실력 등에 있어서 월등하며, 대형 블록버스터 영화 마케팅과 같은 방식인 인터넷의 유튜브, 소셜 미디어, 티저 영상을 통해 먼저 가수를 알리고 현지 활동을 시작하는 마케팅 방식을 주로 취하며 성공적인 활동 창출을 이루고 있다. 이는 스타의 생산, 제조, 활

용, 거래, 관리, 소비되는 전체적인 순환 메커니즘을 가지고 스타를 생성시키고 대중문화와 매스미디어의 급속한 발달과 더불어 그 위치와 영향력을 크게 넓혀나가는 것이다.15) 이렇게 탄생된 케이팝 스타들은 음악뿐만이 아닌 의상 또한 트렌드로 이끌면서 젊은 층의 패션 아이콘으로 등장하기 시작하였고, 재능있고 다양한 특색을 가진 케이팝 스타들은 전 세계를 대상으로 문화적, 경제적인 파급효과를 가지며 그 활동 범위를 넓혀가고 있다. 이를 위해 외교통상부는 국영방송 KBS와 2012년 2월 13일 ‘글로벌 한류’를 통해 세계와 소통하고, 나아가 ‘매력국가 한국’ 이미지를 고취하기 위한 상호협력 양해각서(MOU)를 체결하였으며, 한류 확산 및 세계화를 위한 글로벌 행사의 공동 주최 등과 같은 한류 관련 중/장기 사업을 위한 공동기획 협력에 따른 공공외교(public diplomacy)안을 설정하였다.16) 이는 글로벌 한류의 중심에 위치하고 있는 케이팝의 발전에 범국가적 차원의 지원으로 볼 수 있으며, 더 체계적인 케이팝 발전을 이루는데 중요한 요인으로 작용할 것이다.

### III. 케이팝 스타의 패션

케이팝 스타의 패션 스타일 양식은 그들이 추구하는 음악과 뮤지션 각자의 개성에 따라 다양각색으로 다양하게 표현되며, 패션 트렌드를 리드하고 대중성과 상업성을 가지고 성장하고 있다. 본 장에서는 케이팝 스타들의 패션과 각기 분류에 따른 특징을 살펴보고자 한다. 이를 위해 케이팝 패션을 주도하고 있는 대표적인 케이팝 스타들의 스타일을 중심으로 분석하였다.

#### 1. 케이팝 스타의 패션과 영향력

사람들은 스타에 열광한다. 이는 스타가 대중이

가지고 있는 어떤 욕망을 충족시켜주는 역할을 하기 때문이다. 스크린과 TV 화면에 비친 스타는 화려하고, 강하고, 영웅적이며 매력적인 인물이다. 그리고 그것은 모든 사람이 꿈꾸는 이상적인 인간 형이기도 하다. 사람들은 스타에 열광하는 순간 스타와 자신을 무의식적으로 동일시한다. 즉 스타는 사람들이 스스로 결여하고 있다고 느끼는 부분을 환상적으로 충족시켜주는 대상이다.<sup>17)</sup> 특히 자본주의 사회의 대중문화는 흔히 ‘스타의 문화’라 일컬어지고 스타의 옷차림이나 행동이 모방되고 그들이 만들어내는 이미지와 기호들이 특정한 담론을 형성<sup>18)</sup>한다. 미디어의 대중화는 대중문화의 일상화를 이루어내었고, 대중문화 속 대중스타들이 행하는 모든 것은 미디어와 함께 대중들에게 주목받는 정보가 되며 그들과 같아지고 싶은 욕구를 가지게 한다.

사람들의 의견, 생각, 경험, 관점 등을 서로 공유하는 온라인 도구나 미디어 플랫폼으로 정의되는 소셜 미디어(social media)<sup>19)</sup>의 경우 블로그(blog), 에스엔에스(SNS: social network service), 위키(wiki), 유저씨(UCC: user created contents), 마이크로 블로그(micro blog) 등 다섯 가지로 구분된다.<sup>20)</sup> 팬들은 TV, 인터넷, 스마트폰, 소셜 네트워크 등과 같은 미디어를 사용하여 실시간으로 스타들에 대한 일거수일투족, 모든 정보들에 관심을 가지고 이를 적극적으로 공유하며 의사소통 하고 있다. 스타와 미디어는 공존공생의 관계이며 미디어를 창구로 스타를 제조해 내고, 스타이기 때문에 미디어에 노출되는 것으로 스타와 비(非)스타를 가르는 중요한 요건이 바로 미디어 노출이다.<sup>21)</sup> Pieterse(1984)<sup>22)</sup>의 연구에서 세계화 시대의 문화란 어떤 특정지역의 문화가 일방적으로 전 세계에 확대되고 재생산되지만 하는 일방적인 동질화의 과정이 아니라 전 세계 모든 지역의 문화가 서로 소통하고 혼재되면서 서로 영향을 주고받는 혼성화의 과정이라고 하였듯이, 현대로 진입하면서 나타

난 세계시장의 단일화는 특정 지역 스타를 넘어 국가나 문화 간 장벽을 없애고 문화 간 서열을 붕괴시키며, 서로 다른 문화의 다양성을 이해하고 인정하는 것으로 국제적으로 혼성화되는 문화세계화의 경향을 보이고 있다. 이렇듯 미디어에 노출되며 빠른 전파력을 가지고 활동하는 케이팝 스타들은 특별한 매력과 능력을 가지고 전 세계적인 팬(fan)을 확보하고 있다.

케이팝 스타는 이들을 추종하는 전 세계 대중적 팬들에게 선망의 대상이며 이들의 스타일은 많은 대중들에게 소비되어지고 새로운 패션으로 거듭나게 된다. 스타 패션이란 스타가 공적, 사적으로 신체에 걸쳐 표현하는 패션 스타일을 말하며, 이러한 셀레브리티(celebrity) 패션은 대중이 닮고 싶어하는 유명인의 착장법을 비롯한 특정 아이템, 패션 스타일, 유명인 자체의 라이프스타일이 대중화된 것으로 전 세계적인 현상이다. 셀레브리티 패션은 오늘날 스타 개인에게 이미지를 부여하는 중요한 성공의 수단인 동시에 대중의 패션을 주도하는 유행의 진원지로까지 발전하였으며, 인터넷, 소셜 미디어와 같은 매체의 급속한 발전은 스타 패션의 글로벌화를 촉진하였다.<sup>23)</sup> 최근 대표적인 셀레브리티인 케이팝 스타들의 공적, 사적인 활동들은 미디어를 통해 대중들에게 관심있게 알려지고, 대중패션으로써 패션을 주도하고 있다. 대중은 셀레브리티가 평상시에 착용하는 오프 타임 스타일을 공유함으로써 그들이 자신과 다르지 않은 평범한 인간이라는 범상성을 느끼게 된다. 또 다른 한편으로는 셀레브리티를 특수한 인물로 생각하는 비범성이 있기 때문에 셀레브리티와 같은 스타일을 모방함으로써 대중 자신도 그들과 같이 특별한 존재감을 느끼게 된다.<sup>24)</sup> 2008년 MTV에서 방송한 ‘오프 더 레코드(off the record) 효리’는 가수 이효리의 일상생활을 24시간 밀착 취재하여 스타의 오프타임을 공유한 프로그램으로 이효리의 오프타임 패션 스타일들이 젊은 층에게 영향을 주었다. 또



한 스타들의 사적인 평상복 패션으로 대표되는 공항 패션<그림 9>의 경우 일종의 훔쳐보기로 시작되었던 것이 근래에는 꾸민 듯 꾸미지 않은 듯 개성있는 옷차림과 패션 브랜드들의 협찬을 통하여 새로운 트렌드를 만들어 내려하는 일종의 미디어를 이용한 계획적인 패션 유도 현상으로 나타나고 있다.

이렇듯 케이팝 스타들의 이미지는 그들의 패션 스타일과 함께 현 시대의 미의식을 반영하는 중요한 시각적 상징성을 보여주는 패션 아이콘이다. 즉 케이팝 스타 자체가 패션 트렌드의 생산물인 동시에 현 시대 패션 트렌드에 영향을 미치는 패션 조정자로서 역할을 수행하며, 대중들에게 호소력있는 패션 스타일과 이상적인 이미지를 제공하고 있다. 이와는 다른 방식으로 몇몇 케이팝 스타들은 그들의 이미지와 맞는 디자이너 의상을 협찬 받거나 이미지 작업을 함께하는 경우도 있다. 투에니원은 평상시 추구하는 스트리트 패션을 발망(Balmain), 마틴 마르지엘라(Martin Margiela), 알렉산더 맥퀸(Alexander McQueen), 제레미 스콧(Jeremy Scott), 카세트 플레이(Cassette Playa) 등과 같은 하이 앤드(high-end) 브랜드와 디자이너로부터 의상을 제공받아 착용하기도 하며, 소녀시대의 경우 프랑스 패션 브랜드 까르뱅(Carven)의 2012 S/S 컬렉션 컷을 패션 매거진 더블유(W) 코리아와 촬영하였다<그림 10>.

케이팝 스타를 통한 패션 브랜드와 협연의 형태도 보여지는데, 투에니원은 글로벌 스포츠 브랜

드 아디다스(adidas)의 아디다스 오리지널스(adidas originals)라인의 2011 프로젝트 ‘위 아 오리지널(We are originals)’을 공동으로 진행하였으며 이는 케이팝의 아이콘과 스포츠패션 아이콘과의 만남이기도 하다<그림 11>. 또한 2012년 1월 일본 국립 요요기 제일 체육관에서 열린 ‘한일 합동 패션이벤트(Korean international style show-KISS)’는 케이팝과 한일 양국의 패션이 만난 것으로 소녀시대를 포함한 국내 아이돌 가수와 디자이너 이상봉, 국내 SPA(speciality store retailer of private label apparel) 패션브랜드 스파이시칼라(Spicycolor) 등이 참여해 성공적인 한일 콜라보레이션 행사를 이루었다. 이에 대해 일본 닛케이마케팅저널은 ‘한류패션에 감복(感服)’이라는 제목의 기사에서 2010년 이후 일본에 속속 데뷔하고 있는 케이팝의 인기를 등에 업고 한국의 멋스러운 이미지가 알려진 것이 일본 소비자에게 영향을 준 것으로 보인다고 보도하였다.<sup>25)</sup> 특히 스파이시칼라의 경우 한국 패션브랜드 최초로 쿠알라룸푸르(Kuala Lumpur) 이세탄(Isetan) 백화점에 입점하였으며, 이세탄 백화점 내 입점된 여성복 브랜드들의 매장 중 최대 규모이다.<sup>26)</sup> 최근 케이팝 스타들의 팝컬처(pop-culture) 컨셉과 브랜드 컨셉이 비슷한 점이 이를 가능하게 하였다<그림 12>. 또한 스파이시칼라는 케이팝 가수 ‘현아’와의 콜라보레이션 ‘현아 위드 스파이시칼라(Hyuna x Spicycolor)’를 통하여 새로운 브랜드라인을 런칭하였는데, 이는 케이팝 가수를 통한 브랜드 협업과 마케팅적인 고객 확보를 위한 브랜드



<그림 9> 그룹 비스트 공항패션, 2011년 (출처: <http://media.daum.net/entertain/news/view>)



<그림 10> 소녀시대, 까르뱅 화보촬영, 2012년 (출처: <http://imgv.search.daum.net/viewer>)



<그림 11> 투에니원, 아디다스 캠페인, 2011년 (출처: <http://music.daum.net/artist/photo/detail>)



<그림 12> 스파이시칼라, 2012년  
(출처: <http://bntnews.hankyung.com/apps/news>)

확장으로 보여진다. 케이팝으로 인한 패션 한류 열풍은 많은 해외 바이어들을 한국 디자이너들의 상품 구입으로 이어지게 하였으며, 해외 브랜드 수입에 전력하던 국내 패션대기업들도 국내 디자이너 유치로 방향을 전환하기 시작하였다. 이미지를 판매하는 패션 산업은 프랑스, 뉴욕, 이탈리아와 같은 패션 중심지에 위세가 몰려있었으나, 최근 스타일을 중요시하는 케이팝을 통한 ‘Korea’라는 국가 브랜드가 높아지면서 한국 패션으로 많은 관심이 모여지고 있다. 이러한 활동은 글로벌 패션계도 케이팝 스타들의 패션 영향력을 인정하는 것으로 볼 수 있다.

## 2. 케이팝 스타의 패션 양식

대중적 케이팝 스타의 패션 스타일 형성은 그들이 추구하는 음악적 취향에 의해 이루어진다. 대중문화의 일상화 속에서 전 세계의 팬들과 소통하며 급속히 확산되고 있는 케이팝을 통하여, 패션 트렌드 형성에 미친 케이팝 스타의 패션스타일 특징을 살펴보면 다음과 같다.

### 1) 스트리트 패션 스타일(street fashion style)

대중의 유행에 대한 수용도를 빠르게 접할 수 있는 스트리트 패션은 그 시대의 패션 트렌드를 가장 빠르게 파악할 수 있으며, 다음에 도래할 패션 트렌드를 예측할 수 있는 중요 요소이다. 현대 사회에서 다양성을 가지는 새로운 특성의 유행은

특정한 문화적 범주에 의해 제한되지 않으며, 패션과 문화의 폭이 크게 확대되고 있는 현실에서 스트리트 패션은 매우 다양한 형태의 스타일로 표현되고 있다. 특히 젊은이들의 독자적인 패션 추구로 보여지는 스트리트 패션은 트렌드에 부합하면서 활동성과 그들만의 개성있는 스타일을 창출하고 다양한 아이디어를 제시한다. 최근 대표적 트렌드인 팝 컬처(pop culture)의 화려한 컬러, 믹스 앤드 매치 스타일 등이 스트리트 패션 안에서 다양하게 보여지며, 이러한 독특한 개성을 추구하는 케이팝 스타로는 투에니원, 샤이니가 대표적이다.

투에니원은 단지 섹시하거나 예쁘고 사랑스럽게 보이는 것만을 추구하는 여타 여가수들과는 달리 미래지향적이고 팝 컬처의 느낌을 표현하며, 그들이 추구하는 대중적이면서도 개성 넘치는 힙합음악과 조화를 이루는 스트리트 패션 스타일을 보여준다. 현란할 정도의 화려하고 다양한 색상의 조화, 그래피티와 팝아트를 연상시키는 프린트, 다양한 소재와 실루엣, 아이템들을 사용한 언밸런스하면서도 조화로운 투에니원만의 콜라주 형식의 믹스 앤드 매치는 각 멤버들의 개성을 살리는 패션으로 변화있는 스타일을 연출한다<그림 13>. 씨엘의 경우 록시크적인 느낌을 추구하며 박봄은 자신의 트레이드 마크와도 같은 각선미를 살리는 미니스커트를, 공민지는 레깅스를 주로 착용하여 핑키하며 스포티함을 강조하고 산다라의 야자수나무 헤어스타일은 산다라를 상징하는 패션이 되었다<그림 14>. 투에니원의 스트리트 패션에 적극적인 참여를 하고 있는 디자이너 제레미 스카트는 2011년 뉴욕 공연을 포함한 많은 공연에 자신의 컬렉션을 제공하였으며, 멤버들로부터 영감을 얻어 디자인한 JS 콜라주 윙 x 투에니원(JS collage wings x 2NE1)과 새틴(satin) 재질로 제작된 JS 윙 2.0 새틴(JS wings 2.0 satin)의 아디다스 풋웨어를 선보이기도 하였다<그림 15>. 이는 투에니원의 음악과 멤버들의 캐릭터, 패션 스타일에 디자인의 모티브를



<그림 13> 스트리트 패션, 투에니원, 2010년  
(출처: <http://music.daum.net/artist/photo/detail>)



<그림 14> 산다라박 헤어스타일, 2010년  
(출처: <http://music.daum.net/artist/photo/detail>)



<그림 15> JS 콜라주 윙 x 투에니원, 2011년  
(출처: [http://kmomnews.hankyung.com/news/apps/news.sub\\_view](http://kmomnews.hankyung.com/news/apps/news.sub_view))



<그림 16> 스트리트 패션, 샤이니, 2011년  
(출처: <http://www.fnn.co.kr/content>.)



<그림 17> 『세씨』 한중 표지모델, 샤이니, 2012년  
(출처: <http://www.segye.com/Articles/SPN/ENTERTAINMENTS/Article>.)

두고 있으며, 투에니원만의 믹스 앤드 매치 스타일을 표현하기 위해 미술기법인 콜라주를 이용하였다.<sup>27)</sup>

컨템퍼러리 밴드인 샤이니(SHINee)는 5인조 남성 그룹으로 음악성과 파워풀한 안무, 세련된 패션으로 데뷔 초부터 글로벌 진출을 계획하였다. 전 세계적 인기를 얻고 있는 안무가이자 푸시캣돌스(Pussycat Dolls) 멤버 리노 나카소네(Rino Nakasone)의 안무와 패션 디자이너 하상백의 스타일링으로 샤이니는 유러피안 컨템퍼러리 룩을 표방하는 스트리트 스타일로 2008년 데뷔하였으며, 이는 패션 디자이너와 스타간의 상호 시너지 효과를 일으키기도 하였다.<sup>28)</sup> 패션을 중요시하는 샤이니는 디자이너 하상백과의 스타일링 작업을 통하여 스타일 변화를 시도하며, 스포츠 브랜드 리복(Reebok), 캐주얼 브랜드 클라이든, 메이폴 등 국내 캐주얼 브랜드뿐만 아니라 중국 의류브랜드 H2, 일본 의류 브랜드 라이트-온(Right-On)의 모델로 활약하기도

하였다. 최근 트렌드인 슬림한 스키니 팬츠, 프린트 티셔츠, 메탈 리벳 장식의 가죽 자켓이나 베스트, 컬러풀한 플레이드 패턴, 우븐셔츠, 메탈 액세서리 등으로 스타일링하여 역동적이고 저항적, 남성적인 스트리트 패션을 표현하며, 그들의 음악과 같이 핑키하고 자유스러움을 보여준다<그림 16>. 샤이니는 패션 잡지 『세씨(Cé Ci)』의 2012년 4월호 한국과 중국판 동시에 표지 모델로 발탁되어 중국 전역과 아시아에서 케이팝 스타 패션에 대한 관심을 고조시키고 있다<그림 17>.

케이팝 스타들의 스트리트 패션 스타일은 대체적으로 강한 컬러와 패턴, 프린트, 소재의 믹스를 연출하며, 최근 트렌드에 부합하는 슬림한 라인을 강조한다. 의상들은 대체적으로 매우 슬림한 핏을 유지하고 있는데 이는 케이팝이 세계적으로 인기를 가지는 주 원인인 역동적이고 화려한 댄스를 강조하기 위한 것이기도 하다. 또한 정형화되어진 패션의 범주를 거부하고 트렌드 안에서의 개성미

를 추구하는 스타일링은 2000년대 전후 한국 신세대들 사이에서 유행이었던 일본풍의 ‘미스매치(miss-match)’ 레이어드 스타일<sup>29)</sup>에서 근원을 찾을 수 있다. 전혀 어울릴 것 같지 않은 옷들을 겹쳐입는 미스매치 스타일은 남을 의식하지 않고 자신만의 독특한 개성을 표현하는 것으로 가죽과 니트, 남성적인 느낌의 옷과 여성적인 느낌의 옷, 스포티한 분위기 옷과 로맨틱한 분위기 옷을 섞어 입는다는지, 서로 다른 소재의 혼용, 과감한 보색의 컬러 매치 등 크로스 코디네이션(cross-coordination) 경향이 강하다. 이 전 한국 신세대들이 일본 문화와 패션을 유행으로 따라하였던 것을 세계적인 트렌드 안에서 좀 더 한국적 스트리트 패션 스타일로 풀어가는 것이다. 이렇듯 케이팝 스타들의 스트리트 패션 스타일은 자신을 표현하는 하나의 언어로써 패션을 사용하며 형식을 허무는 스타일링, 다양성, 윌트(wit)를 보여주는 신선함과 패션 트렌드를 결합하면서 자신들의 음악을 표현하고 스스로 뉴 트렌드를 만들어내고 있다.

2) 레트로 패션 스타일(retro fashion style)

레트로(retro)는 ‘과거를 거슬러 올라가는 회고적, 옛 것을 그리는’ 등의 사전적 의미로 복고주의를 지향하는 하나의 유행, 패션스타일로 정의된다. 레트로 패션은 과거에 대한 향수를 느끼게 하는 복고주의 패션이나 과거 패션을 현 시대의 기호에 맞추어 재해석하는 것을 의미하는데, 과거의 것을 그대로 사용하는 것이 아니라 현대와 접목하여 현

대적 감성에 맞는 새로운 의미와 가치를 재창조하는 것이다. 따라서 레트로는 단순한 역사의 재현이 아닌 질충과 융합을 이루어 나타난 형태로 다양한 대중의 요구를 충족시키면서 현재에 이르기까지 지배적 문화현상과 트렌드로 자리 잡았다.<sup>30)</sup> 레트로 열풍을 일으킨 대표적 케이팝 스타로는 윈더걸스와 티아라가 있는데, 7080 복고 열풍은 복고 음악과 복고 의상을 매우 적절히 스타일링 하여 대중들의 반응을 불러 일으켰다.

윈더걸스는 그들이 추구하는 레트로-펑키-팝이라는 뮤직 장르에 맞추어 주로 밀위가 긴 하의, 도트 프린팅, 화려한 패턴이 반복되는 미니 원피스, 컬러풀한 색감과 스웽글, 데님, 1960~1970년대 헤어스타일 등을 사용하여 윈더걸스만의 여성스럽고 화려한 레트로 스타일을 추구한다<그림 18>. 조나스 브라더스와 함께한 미국 공연에서 1960년대 레트로 스타일의 헤어와 의상으로 화려했던 과거를 리메이크한 레트로 이미지는 현재 경기침체에 위치한 미국인들에게 여유로웠던 과거의 기억을 되살리며 매우 긍정적인 반응을 야기시켰다<그림 19>.

티아라는 2011년 복고풍의 ‘롤리폴라’라는 곡에서 발랄하고 상큼한 레트로 이미지를 선보였는데, 안무로 사용된 허슬, 다이아몬드춤, ABC 댄스와 같은 복고 댄스와 어울릴 듯 안 어울릴듯한 아이템들의 믹스앤드매치, 부츠컷 팬츠, 데님 자켓, 점프수트, 와이드 팬츠, 알록달록한 패턴, 큼직한 헤어밴드, 스카프와 선글라스 등으로 1980년대의 롤러스케이팅장 느낌을 연출하였다<그림 21>.



<그림 18> 레트로 패션, 윈더걸스, 2011년  
(출처: <http://media.daum.net/entertain/ewews>)



<그림 19> 레트로 패션, 윈더걸스, 2009년  
(출처: <http://imgv.search.daum.net/viewer>)



<그림 20> 영화 『씨니』, 2011년  
(출처: <http://imgv.search.daum.net/viewer>)



<그림 21> 레트로 패션, 티아라, 2011년  
(출처: <http://imgv.search.daum.net/viewer>)



케이팝 스타들의 레트로 패션 대중화는 1980년대를 배경으로 한 영화 『씨니』의 대중적 흥행 성공으로 당시 시대 의상들에 대한 재조명과 <그림 20>, 1970년대 대중 가요계를 장악하였던 뮤지션 연합인 세시봉이 다시 1970-1980년대 당시의 음악으로 화제를 일으키며 과거 문화에 대한 관심이 집중되었던 것과 시기가 맞물려 대중들에게 많은 호응을 얻었다. 케이팝 가수들의 레트로 패션은 젊은 층에게는 드라마나 영화 등에서만 보고 이전에 접해보지 못했던 새롭고 신선한 스타일을 쉽게 따라할 수 있는 기회를 주며, 30대 이상의 팬들에게는 유패함과 친숙함, 편안함으로 케이팝과의 공감대를 더 쉽게 가지게 하는데, 이는 과거 패션 스타일들을 재해석하여 즐거움과 재미를 주는 문화 감성을 이용하여 팬들의 감성적인 면들을 더욱 자극하는 것이다.

### 3) 섹시 패션 스타일(sexy fashion style)

미디어의 발전은 시각적인 것들에 대한 강조를 뜻하는 것과도 같다. 현대인들은 완벽한 외모 추구하고 건강하고 아름다운 몸매를 가꾸는 것에 대하여 높은 관심을 가지고 이를 위해 노력한다. 현대 미인(美人)형에 부합하는 큰 키에 볼륨있는 몸매를 부각시키는 섹시함의 표현은 실루엣의 강조, 소재, 색상, 광택, 액세서리 등의 사용과 다리, 가슴 등 신체의 일부를 노출하여 도발적이고 섹시한 이미지를 전달하며 성적인 매력을 강조한다. 하지

만 신체 노출을 통하지 않고 오히려 신체를 감싸는 방식으로 섹시함을 표현하기도 하는데 이는 전체적인 이미지 전달로 섹시함을 가능하게 한다. 건강하고 에너지 넘치는 섹시함의 선호는 이전에 남성에게만 적용되었던 배드 보이(bad boy) 이미지를 지닌 배드 걸(bad girl)로써 걸 파워(girl power)를 표현하였고, 이는 페미니즘의 확산과 함께 사회적으로 용인되었다.<sup>31)</sup>

섹시 패션 스타일을 추구하는 케이팝 스타로는 소녀시대, 에프터스쿨, 시스타 등이 있으며, 여성 뮤지션에 국한되어 보여졌던 섹시한 이미지 추구는 최근 들어 투피엠, 동방신기와 같이 점차 남성 뮤지션들에서도 나타나고 있다. 소녀시대 9명 멤버 각자의 개성에 맞는 섹시한 이미지와 완벽하고 프로페셔널한 군무에 걸맞는 스타일 표현 방법은 노골적 노출이나 도발적인 섹시함보다는 사틴, 쉬폰, 레이스, 퍼(fur), 가죽 등을 사용하여 우아하고 세련된 여성성을 강조하며 섹시함을 나타낸다<그림 22>. 에프터스쿨과 시스타의 경우 매우 도발적인 안무와 함께 다리와 가슴 부분의 과감한 노출로 섹시함을 어필하는데, 실루엣을 강조하는 타이트한 미니스커트, 코르셋, 네트(net) 스타킹, 스팅글, 하이힐 등의 활용을 통하여 섹시한 효과를 보여주고 있다<그림 23>,<그림 24>. 남성 그룹인 투피엠은 섹시함과 남성성을 강조하기 위하여 안무에 신체 노출을 직접적으로 적용시켰고, 이를 더욱 강조하기 위하여 슬리브리스 베스트, 상의 오



<그림 22> 섹시 패션, 소녀시대, 2011년  
(출처: <http://media.daum.net/entertain/eneews>)



<그림 23> 섹시 패션, 에프터스쿨, 2012년  
(출처: <http://imgv.search.daum.net/viewer/search?w>)



<그림 24> 섹시 패션, 시스타, 2012년  
(출처: <http://media.daum.net/entertain/eneews>)



<그림 25> 섹시 패션, 투피엠, 2011년  
(출처: <http://imagesearch.naver.com/search.naver?sm>)

픈, 시스루 등의 노출이 있는 의상을 착용하여 기존 남성 가수들보다 더욱 적극적인 섹시한 스타일링을 보여준다<그림 25>.

아름다운 얼굴에 국한된 미의 추구가 아닌 건 강함과 늘씬한 신체에 대한 관심이 고조되는 현실 속에서 스타들이 건강하고 완벽한 몸매의 섹시함을 추구하는 것은 대중들이 갈망하는 현 시대의 이상적 이미지를 구성하는 것이다. 특히 대중매체를 통해 유입되는 서양 대중문화 확산으로 서양 기준으로 신체의 섹시함을 표현하는 것은 패션에서 이미 다양하게 전개되고 있다. 서양인에 비하여 작은 신체적 조건을 지닌 한국을 포함한 동양인들은 현대 미인형의 기준인 서구인들의 체형에 비교하여 키가 커보이고 볼륨감있고 섹시해 보려는 욕구에 따른 스타일링을 활용하고 있으며, 특히 하이힐의 사용과 짧은 의상 착용은 상대적으로 작은 체형을 가진 우리나라 사람들에게 자연스러운 스타일 현상으로 나타나고 있다. 대중들은 이상적 신체 이미지 획득을 위하여 스타들의 외모와 패션 스타일을 모방하게 되는데, 케이팝 스타

들의 섹시한 이미지 추구는 그들의 패션 스타일과 함께 현대의 미의식을 반영하는 중요한 시각적 상징성을 보여주고 있다. 그러나 쯤(zen), 퓨전(fusion)과 같이 점차 동양문화에 대한 관심이 증가되는 현실에서 서양 기준의 섹시미는 현대 패션에 좀 더 조화롭게 융화시켜 더욱 성숙한 한국적 패션 문화로 발전시킬 필요가 있다.

#### 4) 블랙 & 화이트 스타일(black & white style)

패션에서 블랙과 화이트는 모던함과 쉬크함을 강조하는 색상으로 꾸준한 유행을 이룬다. 특히 다른 유행색과는 달리 블랙은 현대인들에게 꾸준한 상승곡선을 이루는 현상을 보이고 있는데 블랙이 현대인들에게 적합한 독특한 색채감정을 지니고 있기 때문일 것이다.<sup>32)</sup> 또한 화이트는 강렬하고 세련되어 보이는 컬러로 검정과 조화를 가지며 패션의 선호색으로 우아함의 상징<sup>33)</sup>이기도 하다. 케이팝 스타들의 의상에서 블랙과 화이트 컬러는 과장된 장식등이 배제되고 심플한 라인의 도회적이며 세련된 스타일로 시크한 느낌을 강조한다. 블랙 & 화이트 컬러 의상을 주로 착용하는 케이팝 스타로는 소녀시대, 슈퍼주니어, 비스트 등이 있다. 이들의 의상은 테일러드 되어진 수트 혹은 자켓을 특징으로 하며 길고 날씬하게 보이는 슬림 실루엣에 중점을 두어 단순함과 간결함을 추구하는데 이는 실루엣과 소재와의 조화를 중시하고, 과장된 디테일이 아닌 컬러를 중심으로 한 세련되고 카리스마적인 이미지를 표현하는 것으로 완벽



<그림 26> 블랙 & 화이트 코디네이션, 소녀시대, 2009년  
(출처: <http://imgv.search.daum.net/viewer/search?w>)



<그림 27> 블랙 & 화이트 코디네이션, 슈퍼주니어, 2010년 (출처: <http://imgv.search.daum.net/viewer/search?w>)



<그림 28> 블랙 & 화이트 코디네이션, 미스트, 2011년  
(출처: <http://media.daum.net/entertain/enews>)

하고 프로다운 군무 중심의 안무를 펼치는 스타들의 댄스를 더욱 돋보이도록 강조한다.

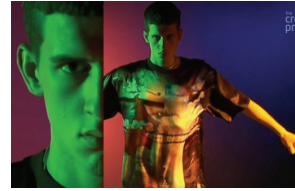
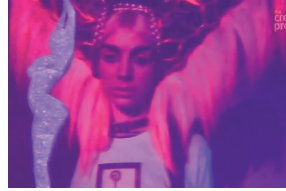
소녀시대는 ‘소원을 말해봐’ 곡으로 활동 당시 블랙 & 화이트 미니스커트나 핫팬츠를 매치한 피트(fit)되는 수트 혹은 마린룩(marine-look)을 착용하여 기존의 발랄하고 소녀스러운 이미지를 탈피하였고, 세련되고 정적이면서도 여성미 넘치는 우아한 섹슈얼리티 코드로의 이미지 전환을 성공하였다<그림 26>. 슈퍼주니어는 블랙 & 화이트 코디네이션의 슬림핏 수트를 착용하며 도시적인 세련미와 전문적이고 성숙된 남성의 이미지를 강조하면서 여타 케이팝 아이돌 스타들과 차별성을 두었다<그림 27>. 2011년 상반기 최고의 안무로 꼽히기도 한 비스트는 매우 절제되고 파워풀한 댄스 음악을 추구하는데, 블랙 & 화이트 스타일의 의상은 이들의 안무를 더욱 절도있고 통일감있게 보이게 한다<그림 28>. 블랙 & 화이트 스타일은 가장 글로벌라이즈(globalize) 되어진 컬러의 조합으로 프로페셔널하며 세련되고 성숙한 이미지 등을 모두 내포하고 있으며 미니멀하고 스마트하며 세련된 남성적 이미지의 표현뿐만이 아닌 레이스, 셔링, 디테일의 사용과 소재에 따라서는 여성적인 이미지를 표현할 수 있는 다양한 활용성을 지닌다. 매우 절충적인 컬러 스타일링으로 동서양의 지역적 절충, 시대적 절충, 상위문화와 하위문화와의 절충들을 모두 포함하며 케이팝 스타들의 글로벌 진출에 있어서 스타일 아이콘의 역할을 한다.

#### 5) 퓨처리즘 스타일(futurism style)

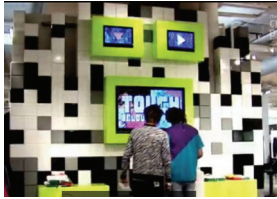
퓨처리즘은 최근 패션, 가전제품, 생활용품, 메이크업 제품 등 많은 부분에서 크게 유행하고 있는데, 패션에서는 표현 대상에 구애받음 없이 실루엣, 컬러, 소재 등 복식의 각 요소와 디테일에서 미래의 이미지를 구체화하려는 것으로<sup>34)</sup> 2000년 이후 강하게 보여지고 있는 트렌드 중 하나로 스핑크, 비즈, 금속, 거울, 비닐, 인조가죽 등이 주된 소재로 사용된다. 퓨처리즘 스타일의 의상을 보여주는 케이팝 스타로는 투에니원과 원더걸스가 있다. 투에니원은 일렉트로닉과 힙합이 믹스된 ‘내가 제일 잘나가’ 곡에서 퓨처리즘 의상을 표현 하였는데, 블랙 광택 소재의 레깅스, 광택이 있는 실버 소재, 메탈릭 느낌의 디테일과 프린트, 투에니원만의 팝핑(popping) 컬러 아이템들을 포인트로 매치시켰으며, 스포티하며 테크니컬한 감성의 트렌디한 디자인들에 메탈릭한 소재와 컬러를 사용하여 마치 미래와 현실세계의 경계선을 보여주는 듯하다<그림 29>. 투에니원은 퓨처리즘을 추구하는 브랜드인 카세트 플레이어(Cassette Playa) 착용을 선호하는데, 브랜드의 메인 디자이너인 캐리 먼데인(Carrie Mundane)은 가상 현실에 현실세계를 포함시키는 증강현실을 사용한 패션쇼를 세계 최초로 시도한 디자이너로 혁신적이고 미래적인 테크놀러지를 이용한 과감한 작업들을 주로 하는 가장 활동적인 패션 퓨처리즘의 예언자로 언급된다. 캐리는 비주얼 노이즈(visual noise)를 컨셉으로 한 프린



<그림 29> 퓨처리즘, 투에니원, 2011년  
(출처: <http://imgv.search.daum.net/viewer>)



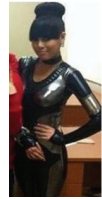
<그림 30> 증강현실 패션쇼, 카세트 플레이, 2011년  
(출처: <http://www.thecreatorsproject.com>)



<그림 31> 영국 셀프리지 나이키, 아바타월드 프로젝트, 2011년  
(출처: <http://www.thecreatorsproject.com>)



<그림 32> 퓨처리즘, 윈더걸스, 2012년  
(출처: <http://bntnews.hankyung.com/apps/news>)



<표 1> 케이팝 스타의 패션 양식

분류	케이팝스타	패션 양식
스트리트 패션 스타일	투에니원, 사이니	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 투에니원: 화려하고 다양한 색상 조화, 팝컬처적 프린트, 다양한 소재, 실루엣, 아이템의 믹스 앤드 매치로 개성 표현</li> <li>- 사이니: 슬림한 스키니 팬츠, 프린트 티셔츠, 메탈 디테일의 가죽 자켓, 컬러풀한 플레이드 패턴 등의 매치로 핑키하며 역동성, 저항성을 표현</li> <li>- 슬림핏은 역동적이고 화려한 댄스를 강조</li> <li>- 다양한 아이템과 형식을 허무는 스타일링, 자신들의 음악을 표현하고 트렌드를 만들며 이끌어냄</li> </ul>
레트로 패션 스타일	윈더걸스, 티아라	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 윈더걸스: 레트로-펑키-팝 뮤직 장르에 맞춘 미니 원피스, 컬러풀한 색감과 스팽글, 데님, 1960-1970년대 헤어스타일 등으로 화려한 레트로 추구</li> <li>- 티아라: 부츠컷 팬츠, 데님자켓, 점프수트, 알록달록한 패턴, 헤어밴드, 스카프, 선글라스 등으로 1980년대의 발랄한 레트로 이미지 추구</li> <li>- 7080 레트로 열풍은 젊은 층에게는 새로운 스타일로써 신선함을, 중장년층에게는 향수를 느끼게 하여 대중적인 인기 얻음</li> </ul>
섹시 패션 스타일	소녀시대, 에프터스쿨, 시스타, 투피엠	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소녀시대: 우아하고 세련된 여성성을 강조한 섹시함 추구</li> <li>- 에프터스쿨과 시스타: 도발적인 안무와 과감한 노출로 섹시함을 어필</li> <li>- 남성그룹 투피엠: 섹시함과 남성성을 강조하는 신체 노출 안무와 섹시한 스타일링 활용</li> <li>- 완벽한 몸매의 섹시함을 추구하는 것은 대중들이 갈망하는 현 시대의 이상적인 이미지를 구성하는 것.</li> </ul>
블랙 & 화이트 스타일	소녀시대, 슈퍼주니어, 비스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소녀시대: 미니스커트나 핫팬츠를 매치한 피트되는 수트, 마린룩은 여성미 넘치는 우아한 섹시얼리티 추구</li> <li>- 슈퍼주니어: 블랙 &amp; 화이트 슬림핏 수트 착용으로 도시적인 세련미와 성숙된 남성미 강조</li> <li>- 비스트: 안무를 더욱 절도있고 통일감있게 보이게 함</li> <li>- 슬림한 실루엣과 소재의 조화를 중시하고, 컬러 중심의 세련되고 카리스마적 이미지를 표현</li> </ul>
퓨처리즘 스타일	투에니원, 윈더걸스	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 투에니원: 스포티하며 테크니컬한 감성의 트렌디한 디자인들로 미래와 현실세계의 경계선을 보여주는 듯 표현</li> <li>- 윈더걸스: 메탈 컬러의 광택 소재, 점프수트로 섹시한 퓨처리즘을 표현하나 헤어스타일과 메이크업은 복고적인 이미지를 연출</li> </ul>



트 작업을 주로 하는데, 이는 현란하고 혼란스러우면서도 통일감을 가진다. 그녀의 작업은 패션과 테크놀러지를 접목한 디자인 추구이며 이는 판타지와 현실의 접목으로 표현되는데<그림 30>, 최근 영국 셀프리지(Selfridges) 나이키(Nike)의 아바타 월드 프로젝트를 감독하기도 하였다<그림 31>.<sup>35)</sup>

윈더걸스는 2012년 2월 자신들이 미국에서 출연한 TV 영화 『윈더걸스』의 인트로로 사용되었던 곡 ‘라이크 머니(Like money)’의 뮤직비디오에서 섹시한 퓨처리즘을 선보였다. 뮤직비디오에서 업헤어 스타일과 타이트한 실루엣, 메탈 컬러의 광택 소재, 리벳(riever)과 같은 금속장식이 달린 점프 슈트를 입고 미래주의적인 드림카를 등장시키며 퓨처리즘을 표현하였다. 바디 실루엣을 살리는 광택소재의 사용과 디테일들로 섹시함이 표현되고 있으나, 헤어스타일과 메이크업 등에서는 기존 컨셉이었던 복고적인 경향이 보여진다<그림 32>.

최근 3D를 넘어선 4D 증강현실에 대한 관심과 컴퓨터를 통한 테크놀러지의 발전은 패션에 있어서의 퓨처리즘을 더 진화시키고 있으며, 이는 좀더 실험적이고 변화를 시도할 피하는 케이팝 스타들의 진취적인 컨셉으로 표현되고 있으며, 조형적인 실루엣과 소재의 특성을 최대한 살리며 새로운 진보와 개혁을 패션에 적용시키고 있다.

<표 1>는 본 연구에서 다룬 케이팝 스타의 패션 양식을 정리한 것이다.

#### IV. 결 론

대중화된 스마트 폰의 보급과 소셜 미디어, 유튜브, 아이튠즈와 같은 인터넷 매체들은 대중문화 전파를 실시간으로 이루며, 한국의 케이팝 열기를 전 세계로 넓고 빠르게 확산시키고 있다. 아시아권에서의 한류가 아닌 세계 전 지역으로 성장, 확산되고 있는 케이팝은 아이돌 그룹, 가수들의 패

션과 스타일은 대중들의 관심의 대상이 되고 있다. 케이팝 스타들의 패션은 트렌드를 창출하고 리드하며 첨단 유행의 상징으로 발전되면서 패션 양식을 만들어내고 있는데, 이는 대중문화 콘텐츠를 구성하는 중요한 도구이다.

본 연구에서는 다양한 미디어의 발전 속에서 급성장하며 최근 글로벌 대중문화의 중심에 자리잡은 케이팝의 발생과 특징, 발전 요인을 살펴보고, 트렌드를 창출하고 새로운 패션 양식을 이끌고 있는 케이팝 스타의 패션과 이를 바탕으로 케이팝 스타들의 패션 스타일 특징을 유형별로 분류해 각 패션 양식들을 구체적으로 살펴보고자 한다. 본 연구를 통해 얻은 결과는 다음과 같다. 1990년대 후반 아시아권에서 청소년들을 중심으로 시작한 한류는 현재 2012년에 이르기까지 글로벌 음악 장르로써 케이팝의 급성장을 이루어 내었다. 케이팝 특징 중 하나인 완벽함에 가까운 댄스 퍼포먼스와 그룹 멤버들의 군무는 미국, 캐나다, 호주, 유럽을 포함한 남미 국가의 대중음악과 차별화되면서 인기를 얻는 요인으로 크게 작용하였고, 또한 글로벌 진출을 위한 스타 시스템으로 운영되는 소속사에서 케이팝 스타들은 음악뿐 아니라 셀러브리티로써 그들의 스타일, 패션 또한 트렌드로 만들면서 대중성과 상업성을 가지며 성장하고 있다. 이들의 패션 스타일은 많은 대중들에게 선풍적으로 소비되면서 새로운 패션으로 거듭나게 되며, 현시대의 미의식을 반영하는 상징적인 패션 아이콘이자 패션 트렌드에 영향을 미치는 조정자로서 대중들에게 그들과 같아지고 싶다는 동질성을 가지게 한다.

본 연구에서 현재 글로벌 대중문화 현상 중 급성장하며 영향력을 가지는 케이팝을 통하여 패션 트렌드 형성에 영향을 미친 케이팝 스타의 패션 스타일을 분석한 결과 스트리트 패션 스타일, 레트로 패션 스타일, 섹시 패션 스타일, 블랙 & 화이트 스타일, 퓨처리즘 스타일의 5가지 패션 양식으

로 분류하였으며 그 특징은 다음과 같다.

첫째, ‘스트리트 패션 스타일’은 그 시대 대중의 수용도와 패션 트렌드를 가장 빠르게 파악할 수 있으며 다양한 형태의 개성있고 독자적인 스타일로 표현된다. 투에니원은 최근의 팝 컬처적 트렌드를 화려한 색상과 프린트, 다양한 아이템들을 언발란스하면서도 조화롭고 개성있게 연출하였고, 샤이닝은 핑크와 컨템퍼러리 스타일을 스트리트 패션에 적용하였다. 이러한 믹스 앤드 매치는 과거 신세대들에서 유행한 일본풍의 ‘미스매치’ 레이어드 스타일이 세계적 트렌드를 기반으로 하여 한국적 패션 스타일로 발전된 것이다. 이들은 대체적으로 슬림핏을 추구하는데 이는 케이팝의 인기 요인인 에너지틱하고 화려한 댄스를 강조하기 위한 이유이기도 하다.

둘째, ‘레트로 패션 스타일’은 복고주의 패션이나 과거의 패션을 현 시대의 기호에 맞추어 재해석하는 것을 의미한다. 원더걸스는 그들의 레트로-핑키-팝 뮤직 장르처럼 화려한 패턴, 미니 원피스, 컬러풀한 색감과 스펅글, 1960~1970년대 헤어스타일 등으로 여성스럽고 화려한 레트로 스타일을 추구하며, 티아라는 복고 댄스와 함께 부츠컷 팬츠, 데님자켓, 점프수트, 알록달록한 패턴, 헤어밴드, 스카프와 선글라스 등으로 발랄한 레트로를 연출하였다. 복고 음악과 복고 의상으로 스타일링한 레트로 패션 스타일은 10대들에게는 새로운 신선함으로 30대 이후 팬들에게는 친숙함으로 공감대를 형성하는데, 특히 과거에 대한 위트라는 문화 감성을 이용하여 감성적인 면들을 더욱 자극한다.

셋째, ‘섹시 패션 스타일’은 현대 미인 조건인 큰 키에 건강하고 볼륨있는 몸매를 부각시키는 섹시함의 표현이며 이를 보여주는 케이팝 스타로는 소녀시대, 에프터스쿨, 시스타와 투피엠과 같은 남성 뮤지션들이 있다. 소녀시대는 군무에 맞는 세련된 여성적 섹시함을 표현하며, 에프터스쿨과 시스타는 도발적인 안무와 함께 실루엣을 강조하는

의상의 활용과 다리와 가슴 부분을 노출하며 섹시함을 어필한다. 투피엠은 섹시함과 남성성을 강조하는 안무와 의상을 통해 적극적으로 섹시한 스타일링을 활용하는데, 스타들의 건강하고 완벽한 몸매와 섹시함은 서구 기준으로 하는 이상적인 이미지를 대표하는 것이다. 대중들은 이러한 이미지를 얻기 위해 스타들의 외모와 패션 스타일을 모방하고 있지만, 동양 문화의 비중이 증가되는 현실에서 섹시미는 서양 기준에만 치우치지 않는 한국적 패션으로 개발시킬 필요가 있다.

넷째, ‘블랙 & 화이트 스타일’은 모던함과 쉬크함을 강조하며 꾸준한 유행으로 보여지는데, 의상에서 과장된 장식등을 배제하고 심플함, 도회적 이미지, 세련됨과 시크한 느낌을 강조한다. 대표적인 케이팝 스타로는 소녀시대, 슈퍼주니어, 비스트 등이 있으며, 이들의 의상은 테일러드 되어진 슈트로써 간결함과 날씬하게 보이는 슬림 실루엣을 추구한다. 컬러 중심의 세련되고 카리스마적 이미지의 블랙 & 화이트 스타일은 절도있고 통일감있는 군무 중심의 안무를 더욱 강조한다.

다섯째, 2000년 이후 패션 트렌드에서 강하게 보여지고 있는 ‘퓨처리즘 스타일’은 스펅글, 비즈, 금속, 거울, 비닐, 인조가죽 등이 스타일을 위한 주된 소재로 사용된다. 투에니원의 퓨처리즘 스타일은 스포티하며 테크니컬한 감성의 트렌디한 디자인들에 메탈릭한 소재와 컬러를 사용하여 미래와 현실세계의 경계선을 보여주는 것처럼 표현하며 원더걸스는 타이트한 실루엣, 메탈 컬러의 광택 소재, 리벳과 같은 금속장식이 달린 광택의 점프수트 착장으로 퓨처리즘을 표현하고 있으나, 업헤어 스타일과 메이크업 등에서는 아직도 기존 컨셉이었던 복고적인 경향이 나타난다.

본 연구는 현재 전 세계의 선도적 대중문화 중 하나인 케이팝을 통한 케이팝 스타들의 패션 스타일을 분석하였으며, 2012년 현재 최근 1-2년간의 대표적 케이팝 스타를 중심으로 연구하였다. 패션

과 매우 밀착되어 영향을 미친 케이팝 스타의 패션은 향후 더욱 유기적인 발전을 이루며 지속적으로는 새로운 패션 트렌드를 창출하고 유통시키는 대중적인 패션 문화와 산업의 중심으로써 중요한 의미를 가질 것으로 생각된다. 현재 케이팝 스타의 스타일은 이미 패션 산업 속에서 하나의 기류로 인식되고 있으며 이미 인기 케이팝 가수를 통한 브랜드 협업과 마케팅 측면으로의 활동들도 이루어지고 있다. 케이팝으로 인한 'Korea' 국가 브랜드 인지도와 가치는 글로벌 패션 산업 속에서 변화를 보이고 있다. 해외 패션 관계자들을 한국 디자이너들의 패션에 적극적인 관심을 보이고, 국내 패션대기업들도 해외 브랜드 수입에서 국내 디자이너 유치로 방향을 전환하기 시작하였다. 이는 이미지를 판매하는 패션 산업 속에서 케이팝 스타들의 패션 영향력을 글로벌 패션계가 인정하는 것이라 할 수 있다. 현재 글로벌 마켓에서 인기를 얻고 있으며 대중 매체들로부터 공통적으로 두드러지게 언급되는 케이팝 스타들의 패션 스타일을 분석, 이를 중심으로 연구하였으나, 이러한 연구에는 본 연구자의 주관적인 기준이 개입되었을 수 있는 가능성을 배제할 수는 없다. 또한 매우 빠르게 변화하는 케이팝 스타들의 인기도로 인한 대중성으로서의 측정 기준 변화와 꾸준한 자기 스타일을 고수하지 않고 매 시기 발표하는 음악에 따라 스타일을 변화하는 케이팝 가수일 경우 일반적으로 스타일을 측정할 수 없기 때문에 케이팝 스타들의 전체 연구로 받아들이는 것에는 한계가 있다. 현재 케이팝 스타들의 패션은 다양한 문화 요소들을 흡수하며 세계적인 패션 트렌드의 흐름 속에서 자신들만의 개성을 표출하며 새로운 트렌드를 재창조하고 있으며, 이러한 패션 스타일은 문화적, 산업적으로 거대 창출력을 가지고 발달하는 증거로 이에 대한 연구와 관심이 증대되고 있다. 따라서 앞으로 케이팝 스타들의 패션에 대한 다각적인 연구는 글로벌 패션 트렌드의 변화를 예측하는데 기

여할 수 있으리라 생각되며, 또한 케이팝 뿐만이 아닌 한국화(Koreanization) 시대 속에서 성장하고 있는 다각적 문화 장르의 한류 스타들 패션에 대한 연구도 의미가 있을 것으로 사료된다.

## 참고문헌

- 1) 이찬도 (2007). 아시아 시장에서 엔터테인먼트 콘텐츠 수출의 One Source Multi-Use(OSMU) 효과분석: 일본, 중국, 대만, 홍콩 시장을 중심으로, 통상정보연구, 9(1), p.429.
- 2) 이충배, 이정민 (2006). 한류문화 확산에 따른 디지털 콘텐츠 산업의 수출확대방안 연구, 통상정보연구, 8(2), p.92.
- 3) 이충형 (2012. 2. 10). KBS 뮤직뱅크 파리 공연...1만 명 운집, <http://news.kbs.co.kr>, 자료검색일 2012. 2. 11. <http://news.kbs.co.kr/culture/2012/02/10/2433303.html>
- 4) en.wikipedia(검색어: K-pop), 자료검색일 2012. 2. 6. <http://en.wikipedia.org/wiki/K-pop>
- 5) 이찬도. 앞의 책, p.438.
- 6) 최정기 (2004). 중국 인터넷 이용자들의 한국 영화에 대한 이해 연구, 국민대학교 대학원 석사학위논문, p.27.
- 7) Marian, L. (2009. 6. 28). Asian superstars Wonder Girls open for Jonas Brothers, The Seattle Times, 자료검색일 2012. 2. 9. [http://seattletimes.nwsources.com/html/musicnighlife/2009385102\\_wondergirls26.html](http://seattletimes.nwsources.com/html/musicnighlife/2009385102_wondergirls26.html)
- 8) 이은주 (2011. 1. 15). 빈대떡 명품 패스트푸드 될 수 있다: 세계적인 '트렌드 세터' 타이일러 브릴레 '해외 수출' 추천, 중앙일보, 자료검색일 2012. 2. 4. [http://article.joinsmsn.com/news/article/article.asp?total\\_id=4929531&cloc=olink](http://article.joinsmsn.com/news/article/article.asp?total_id=4929531&cloc=olink)
- 9) 박소라 (2011. 8. 16). 소녀시대 日 교과서 등장, 전 세계가 주목 "완벽한 퍼포먼스...매료돼", IBTEN.com, 자료검색일 2012. 2. 4. <http://kr.ibtimes.com/article/news/20110816/6300913.htm>
- 10) 김은영 (2011. 11. 11). 2NE1 '세계 최고 신예밴드'로 뉴욕 타임스퀘어 입성, KP 통신, 자료검색일 2012. 2. 4. <http://www.koreapressagency.com/news/view.html?section=9&category=81&no=28049>
- 11) Ian, D. (2010. 11. 16). Meet JYJ-Kanye West's New Protoges, USWEEKLY, 자료검색일 2012. 2. 8. <http://www.usmagazine.com/entertainment/news/meet--jyj-kanye-west-new-protoges-20101611>
- 12) Lina, Y. (2010. 8. 26). Korean Pop, with Online Help, Goes Global, Time, 자료검색일 2012. 3. 5. <http://www.time.com/time/world/article/0,8599,2013227,00.html?xi>

- d=rss-world-huffpo#ixzz0yWblyfwU
- 13) 오정현, 한형직, 강미은 (2012. 2. 15). 22세 여학생 K-pop에 월 24만원 쓰고 주 21시간 즐겨, 동아닷컴, 자료검색일 2012. 2. 18. <http://news.donga.com/3/all/20120215/44048185/1>
  - 14) 한구현 (2012. 2. 13). 한구현, 'K팝은 이제 전지구적 현상' 英 FT에서 주장, 뉴스와이어, 자료검색일 2012. 3. 6. <http://media.daum.net/press/view.html?cateid=1065&newsid=20120213101812431&p=newswire>
  - 15) 이희승, 조규화 (2006). 영 스트리트 패션 형성에 미친 팝 스타의 패션스타일 연구, 한국패션비즈니스, 10(4), pp.115-116.
  - 16) 외교통상부 대변인 (2012. 2. 7). 보도자료, “한류=세계와 소통”, 외교통상부와 KBS 협력 MOU 체결, 문화외교국, 자료검색일 2012. 2. 13. [http://www2.korea.kr/newsWeb/pages/brief/partNews2/view.do?dataId=155810487&call\\_from=extlink&call\\_from=extlink](http://www2.korea.kr/newsWeb/pages/brief/partNews2/view.do?dataId=155810487&call_from=extlink&call_from=extlink)
  - 17) 김창남 (2003). 대중문화의 이해, 서울: 한울아카데미, p.286.
  - 18) 정혜경 (1996). 한국 대중문화 영역의 스타시스템 변화과정에 관한 연구, 서울대학교 대학원 석사학위논문, p.1.
  - 19) ko.wikipedia(검색어: 소셜 미디어). 자료검색일 2012. 2. 5. <http://ko.wikipedia.org/wiki>
  - 20) Hong, B. S. and Sim, H. B. (2009). Time and space, make segmentation!, DongA Business Review, 40(-), pp.22-31.
  - 21) 이희승, 조규화. 앞의 책, p.116.
  - 22) Pieterse, J. (1984). Globalization as hybridization, International Society, 9(2), pp.167-177.
  - 23) 한수연, 양숙희 (2009). 현대 스포츠 스타 패션 연구: 데이비드 베컴과 타이거 우즈를 중심으로, 복식문화연구, 17(2), p.299.
  - 24) 김소라, 이금희 (2011). 셀러브리티와 셀러브리티 패션이 현대 패션에 미친 영향, 복식문화연구, 19(1), p.67.
  - 25) 김현수 (2012. 2. 13). 드라마-K팝-한식 열풍이 패션을 한류, 동아일보, 자료검색일 2012. 2. 13. <http://news.donga.com/3/all/20120212/43987502/1>
  - 26) 김희옥 (2012. 2. 14). 이세탄 백화점 한국 토종 SPA에 러브콜, 한경닷컴, 자료검색일 2012. 2. 14. [http://bntnews.hankyung.com/apps/news?popup=0&nid=02&c1=02&c2=02&c3=00&nkey=201202141140343&mode=sub\\_view](http://bntnews.hankyung.com/apps/news?popup=0&nid=02&c1=02&c2=02&c3=00&nkey=201202141140343&mode=sub_view)
  - 27) 윤지희 (2011. 10. 18). 아디다스, 제레미스캇과 2NE1의 콜라보레이션 JS 콜라주 워, 한경닷컴, 자료검색일 2012. 2. 11. [http://kmomnews.hankyung.com/news/apps/news.sub\\_view?popup=0&nid=05&c1=05&c2=05&c3=00&nkey=201110181338541](http://kmomnews.hankyung.com/news/apps/news.sub_view?popup=0&nid=05&c1=05&c2=05&c3=00&nkey=201110181338541)
  - 28) 김명신 (2008. 5. 20). ‘미소년 밴드’ 사이니, 하상백 디자이너가 직접 스타일링 맡아 화제!, 자료검색일 2012. 3. 14. <http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2008052010907>
  - 29) 이희승, 조규화 (2002). 한국 신세대 패션에 관한 연구: 일본대중문화의 영향을 중심으로, 한국패션비즈니스, 6(1), p.91.
  - 30) ko.wikipedia(검색어: 레트로), 자료검색일 2012. 2. 15. <http://ko.wikipedia.org/wiki/레트로>
  - 31) Kate, M. and Melissa, R. (1998), Decades of Beauty: The Changing Images of Women 1890s~1990s, London: Phaidon Press Limited, p.190.
  - 32) 송명희, 조규화 (1997). 현대패션에 나타난 블랙의 미의식에 관한 연구, 한국패션비즈니스, 1(1), p.111.
  - 33) Mary, G. (1996). 패션컬러, 박현신 옮김 (1996). 패션컬러, 서울: 미진사, pp.126-127.
  - 34) 김혜영 (2003). 디자인 테마에 반영된 지역별 감성 이미지의 심리적 평가: 파리, 밀라노, 런던, 뉴욕의 패션 컬렉션에 나타난 퓨처리즘을 중심으로, 한국의 류학회지, 27(3), p.347.
  - 35) <http://www.thecreatorsproject.com>(검색어: Cassette Playa), 자료검색일 2012. 3. 7. <http://www.thecreatorsproject.com/ko-kr/creators/cassette-playa>

# A Study on the Fashion Style of K-pop Stars

**Kim, Yoon**

Design Planning Manager, Design Team, The North Face, Korea

## **Abstract**

The purpose of this study is to look into the occurrence, characteristics and development factors of K-pop, which has grown fast to become the epicenter of global pop culture along with the evolution of various media, and to examine the fashion style and impact of K-pop stars, who are creating a fashion trend, which is being established as a new fashion mode. The characteristics of K-pop stars' fashion styles will be classified by type and each style will be examined. The result of this study is as follows: The fashion style of K-pop stars that influence the formation of a fashion trend along with their fast growth and spread as an influencer to the global pop culture is classified into five modes - street fashion style, retro fashion style, sexy fashion style, black and white style and futurism, and their characteristics are as follows: First, street fashion style as worn by 2NE1 and SHINee shows an unbalanced harmonization concept for various items in a very distinctive manner, and seeks slim fit suits to emphasize energetic and colorful dances. Second, retro fashion style as worn by the Wonder Girls and T-ara displays appropriate styling with retro music and retro clothes, making their look something fresh and new to teens and familiar and nostalgic about the good old days to fans aged 30 and above. Third, sexy fashion style is the expression of being sexy to highlight a high stature, the symbol of today's beauty, and a curvy body. The healthy and perfect body of stars and their sexiness mirrors the ideal image of today and the general public tries to imitate this image with a high interest in diet and physical activity. Fourth, black and white style excludes exaggerated decorations from costumes of K-pop stars to emphasize simplicity, urbanity and sophisticated chic, which make their choreography, which is based on a perfect and unifying formation dance, stand out more. Fifth, futurism style has shown a strong presence in fashion trends since 2000 and major examples include 2NE1 and the Wonder Girls. 2NE1 pursues a futurism style that is sporty with technical sentiments, while the Wonder Girls wear the futurism style to be sexy.

Key words: K-pop, fashion of K-pop stars, popular culture, media