



# Korea Institute for Military Affairs News Letter

## 우크라이나 '밀리터리 스트리트 패션' 확산



올리브색 티셔츠와 카고 팬츠 차림의 볼로디미르 젤렌스키 우크라이나 대통령.

\* 출처 : 볼로디미르 젤렌스키 우크라이나 대통령 공식 X

2022년 2월 24일 러시아의 전면 침공으로 시작된 4년여의 전쟁은 우크라이나 수도 키이우의 일상과 의생활까지 바꿔 놓았다.

2026년 5월 28일 뉴욕타임스(The New York Times: NYT)는 키이우 거리에서 군복의 영향을 받은 '밀리터리 스트리트 패션'이 광범위하게 확산되고 있으며, 군인과 시민 모두 이를 단순 유행이 아닌 군에 대한 연대(solidarity)의 표현으로 받아들인다고 보도했다.

NYT는 우크라이나 젊은이 상당수가 올리브색 군복풍 조끼와 바지를 입고 부대 패치를 단 크로스 바디 백을 메고 있으며, 일부는 가방에 지혈대를 열쇠고리처럼 달고 다닌다고 전했다. 이들 가운데 일부는 참전용사나 휴가 중인 군인이지만, 대부분은 군과 직접적 관련이 없는 IT 종사자, 대학생 등 평범한 시민이다.

NYT는 이러한 패션의 주역(influencers)이 지난 4년여간 전선을 오간 수십만의 군인·예비역이며, 시민들이 이들을 '새로운 엘리트'로서 존중(respect)한다는 의미를 담고 있다고 전했다.

이러한 새로운 패션은 우크라이나의 여러 스트리트 의류 브랜드가 발전시켜 왔다.

M-TAC은 메종 마르지엘라·셀린 등 명품과 함께 키이우 고급 백화점에서 판매되는 브랜드다. 군복에서 착안한 새로운 패션 라인인 팬텀 프로젝트(Phantom Project)를 선보였고, 참전용사를 광고 모델로 기용하고 있다.

라이엇 디비전은 모듈형 재킷으로 알려진 브랜드로, 본래 창작·언더그라운드 문화권이던 고객 상당수가 전쟁 이후 입대 및 전쟁 지원 활동에 나서면서 기동성·기능성이 부각되며 더욱 대중화됐다. 해당 브랜드는 참전용사를 적극 채용하고, 군인·의무병·긴급구조요원·종군기자에게 50% 할인 혜택을 제공한다.

모하비는 실제 군부대와 연계된 패치·프린트·의류·액세서리를 제작하는 70여 개 우크라이나 브랜드 제품을 취급하며, 수익은 해당 부대 지원에 쓰인다. 최전선 전투 부대 고노르처럼 군부대가 직접 제작하는 경우도 있다.

이처럼 우크라이나 스트리트웨어 업체들은 수익 일부를 군 지원에 쓰고, 참전용사를 채용하거나 할인 혜택을 제공하는 등 다양한 방식으로 군과 연대하며 '밀리터리 스트리트 패션'을 이끌고 있다.

다만, 암묵적 규칙도 생겨났다. 실제 군이 착용하는



우크라이나 전사·희생자 추모 공간.

\* 출처 : 블로디미르 젤렌스키 우크라이나 대통령 공식 X

디지털 위장무늬(pixel)는 금기로 여겨진다는 것이다. 한 시민은 "민간인이 올리브색, 카키색, 실용적인 디자인을 입을 수 있지만, 위장무늬를 입어선 안 된다. 이것은 (군인에 대한) 존중이자 자격의 문제"라고 말했다. M-TAC 공동창업자 올렉산드르 카라소우 역시 "위장무늬를 원하면 입대하라"고 말했다.

NYT는 "우리는 단지 옷을 입는 것이 아니라 우리가 살아가는 시대를 입는 것"이라는 한 시민의 발언을 끝으로, 전쟁 장기화가 민간사회의 정체성, 생활방식, 위험 인식까지 바꾸고 있음을 보여줬다.

한편, 공습이 일상이 된 도시에서 밀리터리 패션이

확산된 데에는 비상 상황에서의 생존이라는 동기도 작용한 것으로 분석된다. 러시아군이 미사일과 자폭형 무인기로 인구 밀집 지역과 방위산업 도시를 집중 공격하는 현실이 군복풍 의상 선호에 일정 부분 영향을 미쳤다는 해석이다.

\* 출처 : The New York Times (NYT) International Edition, May 28, 2026.

저작권자©한국군사문제연구원(www.kima.re.kr)