

남자대학생과 고등학생의 크로스섹슈얼에 대한 태도

Attitude of Male University Students and High School Boys toward Cross-Sexual Fashion

유정자 · 권수애*

충북대학교 패션디자인 정보학과

Jung Ja Yoo · Soo Ae Kweon

Dept. of Fashion Design Information, Chungbuk National University

Abstract

The purpose of this study was to examine male students' awareness and receptivity of cross-sexual fashion. The subjects in this study were 480 male university students and 320 high school boys. After a survey was conducted in August 2007, the following findings were given:

1. How much the students were interested in fashion was investigated, and they thought of fashion often. Even though nothing any fashion shopping plan they were interested display of fashion market and logged onto online fashion shopping malls frequently.
2. As for awareness of cross-sexual, they got a mean of 2.79(1.10), which indicated their awareness level was below the average. Those who were more intrigued by fashion, who were university students and who had a girl friend were better cognizant of cross-sexual.
3. To what extent they were receptive to cross-sexual fashion was checked in terms of clothes, haircare, skin care, accessories and perfume/cosmetic surgery and they were most receptive to cross-sexual haircare(3.49). Those who cared more about fashion were more receptive to cross-sexual. The Value of clothes and perfume/cosmetic surgery for university students was higher than the high school students.
4. They were most receptive to other's cross-sexual haircare(3.51) and to other's cross-sexual clothes(2.77) the least. Those who were more intrigued by fashion were more receptive to others seeking after cross-sexual. The Value of clothes sand perfume/cosmetic surgery for university students was higher than the high school students.
5. There was a strong correlational relationship among their interest in fashion, awareness of cross-sexual, receptivity to their own being a cross-sexual man and receptivity to others who are cross-sexual.

The findings of the study illustrated that those who were more intrigued by fashion and who were better aware of cross-sexual were more receptive to cross-sexual fashion.

Key Words : cross-sexual, awareness, receptivity

I. 서론

2000년대 이전에는 남성들의 의복이 주로 넥타이에 정장 차림이었으며, 꼭 맞거나 화려한 의복을 착용하고 피부나 헤어스타일 관리에 치중하는 남성들이 남성답지 못하다는 부정적 평가를 받아 왔다. 그러나 최근에 TV, 영

화 등에 등장하는 남자 연예인들은 이성적이고 남성다운 강한 성격보다는 자상하며 부드럽고 감수성이 풍부한 성격으로 묘사되는 경우가 많아 대중들이 선호하는 이상적인 남성상은 크로스섹슈얼에 가깝게 변화하고 있다.

우리나라는 6.25전쟁을 치른 후 군사문화가 지배를 하면서 강인한 군인의 모습을 연상시키는 듬직한 남성이미지를 선호하였고, 선진국의 영상매체의 영향으로 서양적

* Corresponding author: Kweon, Soo-Ae
Tel: 043) 261-2748
E-mail: sooa@cbnu.ac.kr

인 신사상이 정립되었으며 남성애 있어서 여성적인 면은 남성에게 부정적인 말로 표현되었다. 이전의 남성 패션은 전통적인 성 고정관념에 따른 뚜렷한 의복규범 속에 형태 변화가 거의 없었으나, 1900년대 후반에서 2000년대에 들어서면서 외모에 대한 관심증가로 인해 남성도 의복의 변화뿐 아니라 악세서리 착용과 화장품 사용 등이 증가하여 일반화 되었다(박옥련, 이현지, 2004). 이러한 현상은 과거에 비해 여성의 사회진출이 활발해지면서 여성의 이상적인 남성상도 바뀌게 되어 권위적인 남성보다는 자상하고 부드러운 여성을 잘 이해해주는 남성을 선호하는 변화와도 관련이 깊다(김경인, 2006).

크로스섹슈얼은 남성의 얼굴에 한정되어 지칭됐던 꽃미남과 외모전체에 관심을 갖는 메트로섹슈얼의 가꾸기 차원을 넘어서 여성들의 의상이나 머리스타일, 악세서리 등을 하나의 패션 코드로 생각해 패션을 즐기는 도시의 20~40대 남성을 말한다(김경인, 2006; 박길순, 김서연, 2005; 동아일보, 2006). 최근에 부각되고 있는 명품족, 메트로섹슈얼, 크로스섹슈얼 등 우리나라에서 패션의 주된 트렌드는 주로 신세대인 젊은 세대가 주도하고 있다. 이들은 자신들의 견해를 인터넷 등 매체를 통해 적극적으로 밝혀 신세대 소비자층은 패션제품 시장에서 중요한 소비의 주체로 자리 잡고 있다. 크로스섹슈얼에 관한 선행연구는 주로 남성패션에 나타난 크로스섹슈얼 현상에 관한 고찰(권기영, 2002; 김윤경, 2002; 권지은, 2003)과 남성의 외모관리 행동에 관한 연구(이지현, 2004; 이민선, 2000; 최지성, 2002)가 주류를 이루고 있으며, 또한 우지영·류세자(2006)의 라이프 스타일에 따른 메트로섹슈얼 성향 연구가 있을 뿐 소비자의 인지도와 수용도에 따른 연구는 미비한 실정이다. 그러므로 소비자의 인지도와 수용도에 관한 연구의 필요성이 부각되고 있는 실정이다. 따라서 이러한 연구의 한 분야로 새로운 패션트렌드인 크로스섹슈얼 및 이에 대한 소비자층으로 인식되고 있는 남대대학생과 남대고등학생의 관심도와 열풍에 대한 실질적 연구 조사를 통해 마케팅 전략을 세우려는 패션 업체 및 유사분야에 도움을 줄 수 있는 실험적 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 크로스섹슈얼의 발생과 확산

1) 크로스섹슈얼의 발생

빅토리아 시대 이전의 남성들에게서는 화려한 의복의

모습을 볼 수 있었으나 빅토리아 시대 이후로 의복의 장식 욕구는 여성에게만 있는 것처럼 인식되어졌다. 남성은 이성적이고 보다 생산적인 것에 신경 쓰도록 사회적 기대가 모아졌고 자연히 외모를 꾸미는 것은 집안에 있는 여성들의 몫이었다(박길순, 김서연, 2005).

최재천(2003)은 현대남성들이 여성들이 원하는 남성상인 터프함 보다는 부드러움, 강인함보다는 자상함을 가진 욕아를 함께하는 협력적인 남자로 변한다고 하여 사회적 현상에 의해 남성들도 변해감을 지적하였다.

지난 몇 년간 남성복이 여성복과의 경계를 불확실하게 만들었고, 남성전용 화장품이 출시되고 피부미용과 성형에 대한 남성들의 수요가 늘어났다. 이런 현상은 단순한 미를 향한 욕구뿐만 아니라 사회적 역학관계에서 남성의 외모가 경쟁력이자 개인의 능력으로 인식되고 있기 때문이다(조선일보, 2006).

과거 사회에서 암묵적으로 부여하였던 남자와 여자의 역할 개념이 무너지면서 남성의 치장행위가 자연스럽게 받아들여지고(유창조, 정혜원, 2002), 이러한 남성의 치장행위는 대체로 옷차림과 헤어 및 피부와 악세서리를 중심으로 나타났다.

대중매체에 출연하는 곱상한 이미지의 연예인이 인기를 끌면서 이런 미디어 스타들의 '여성화'현상은 일반인에게까지 전이되고 있다. 또한 패션뿐만 아니라 헤어와 악세서리에도 '여성패션' 열풍이 이어져 대부분의 남성들이 긴 머리에 층을 내어 부드럽게 세팅된 여성스타일을 하고 있으며 엉덩이를 위로 올리는 남성용 거들 '드루즈'가 남성들에게 인기를 끌고 있다(동아일보, 2006). 메트로섹슈얼이 외모에 신경을 쓰되 '여성스러움'에 대해서는 경계했던 측면이 있다면 최근 등장한 '크로스섹슈얼'은 여성스러운 아이템을 적극 활용하고 있다(장훈, 2006). 이윤정(2007)은 남성들의 외모관리 행동의 동기에 관한 연구에서 남성들이 외모에 관심을 갖고 자신의 외모를 관리하는 것이 여성적인 것을 의미하거나 남성성을 잃은 것이 아니라 오히려 매우 남성적인 행동이라는 점을 강조하여 남성들이 외모관리를 남성의 역할로 자연스럽게 받아들이도록 해야 한다고 하였다.

박옥련·이현지(2004)는 1990년대 이후 국내 남성복의 여성화 경향에서 국내 남성복에 나타난 여성화경향의 요인을 성역할의 변화, 이상미 변화, 정보의 다양화, 개성추구현상, 사고의 다원화현상으로 해석하였으며 남성복의 여성화경향은 실루엣과 소재, 색채, 악세서리, 헤어스타일에서 여성화경향이 두드러지게 나타난다고 하였다.

패션이나 헤어스타일 등 자신의 신체를 가꾸는 것에 대해 관심을 가지며 내면의 여성성을 즐기는 현대남성으로 남성미와 함께 여성적 취향의 아름다움을 동시에 추구하

여 “예쁜 얼굴에 운동으로 다져진 탄탄한 몸”(http://blog.naver.com)을 가졌던 메트로섹슈얼의 모습은 위버 섹슈얼이라는 새롭게 변화된 모습으로 나타났다. 이는 강인한 자신감, 스타일리쉬한 패션, 긍정적인 남성성과 신사적인 매너가 결합된 남성상으로 인위적으로 스타일을 꾸미지 않아도 스타일이 살아있고, 자신감에 차 있으며, 터프함과 함께 자상함, 감성의 풍부함 등을 지닌다. 위버섹슈얼은 메트로섹슈얼에 비해 장식이 줄어들고 기능성과 편안함을 추구한다(이운영, 2006). 이 후에 여성스런 의상과 헤어스타일, 악세서리, 화장 등을 즐기고 남자인 듯 여자인 듯 양성성을 표현하는 크로스섹슈얼이 등장 하였다. 메트로섹슈얼은 자신의 여성성에 대해 개방적이고 이를 수용하려 하는 것이고, 크로스섹슈얼이란 여자처럼 예쁜 남자, 화장하는 남자에 대한 호의적인 공감대의 형성이라고 할 수 있다(김경인, 2006). 크로스섹슈얼은 메트로섹슈얼의 외모 가꾸기 차원을 넘어서 여성들의 의상, 헤어스타일, 악세서리, 화장 등을 하나의 패션코드로 생각하여 치장을 즐기는 남성으로써, 패션외에 행동이나 말투등은 남성답다는 점에서 태생적으로 여자같은 남자와는 확실히 구별된다(동아일보, 2006). 자신만의 여성스러운 취향을 숨기지 않는 것이 크로스섹슈얼의 특징으로 21세기의 새로운 문화코드로 자리 잡고 있다(중앙일보, 2006). 이들은 자신만의 여성성을 표출하고 여성스러운 아이템을 활용한다. 최근 크로스섹슈얼의 인기를 청년실업 등의 현실적 문제에 직면한 청년층의 불안감 표출에 의한 보상심리와 성의 욕망 표출이 자연스럽게 허용되는 사회분위기, 아름다운 이미지를 지향하는 새로운 형태의 고급 소비트렌드 등과 연관이 있다고 분석하기도 하였다(중앙일보, 2006). 김경인(2006)은 남성다움을 간직하면서도 여성 못지않게 의상과 악세서리, 뷰티 등에 관심을 갖고 자신의 외모를 가꾸는 메트로섹슈얼이나 여성의 의상, 헤어스타일, 악세서리, 화장 등을 패션코드로 생각하여 외모를 여성처럼 꾸미는 크로스섹슈얼 경향은 둘 다 남성안에 내재된 여성성에 환호하는 양성화 경향이라 할 수 있다고 하였다. 또한 최근에는 최신기술에 능통하는 세련된 남자를 지칭하는 테크노섹슈얼이 등장하여 ‘디지털 미남’으로 불리기도 하는데 이들은 외모를 치장할 뿐 아니라 PDA, 나 MP3, 노트북 컴퓨터 등 최신 디지털기기를 소유하고 다루는 남성으로 패션코드는 크로스섹슈얼을 따르고 있다 할 수 있다(http://blog.naver.com).

2) 크로스섹슈얼의 확산

김종덕(2007)은 TV광고에 나타난 남성성 연구에서 남성적이지 않거나 여성적인 성적 정체성을 보여주면서도 이상적인 외양으로 그려지는 새로운 남성상으로서 뉴맨

(New Man)이라고 이름 붙여진 남성 표상이 새롭게 등장한 것이라고 하였으며 최근 뉴맨의 이미지는 메트로섹슈얼이나 크로스섹슈얼 등의 유형으로 나타내고 있다고 하였다. 2006년도 상반기 한국 TV 광고에서 남성이 주인공으로 등장하는 광고중 뉴맨 유형이 약 70%를 차지한다고 하였고, 광고 속 뉴맨의 남성성에 대해 여성들은 현실과는 괴리가 있지만 뉴맨 유형 남성상에 대한 환상을 가지고 있고 지향하는 남성상으로 지목한다고 하였다.

또한 젊은 층에 영향을 주는 영화, 드라마, 잡지 등 문화산업도 크로스섹슈얼 트렌드를 적극 반영하여 10대와 20대 남성은 이제 꾸미는 남성으로 변화하고 있다(http://blog.joins.com, 2007, 8, 26).

20세기 후반 부터 면접을 대비해 성형을 하는 남성들이 생겨나기 시작했고 성형외과 남성고객은 이미 20% 이상을 차지하고 있는 것이 전혀 새롭지 않을 정도로 이미 남성은 아름다움을 위해 기꺼이 소비할 준비가 되어 있다(박길순, 김서연, 2005). 이는 또한 남성의 외모가 사회적 경쟁력으로 평가받고 있기 때문이다. 이러한 외모에 대한 관심의 증가로 인해 크로스섹슈얼한 것을 본인이 직접 받아들여 표현하는 자가수용도와 다른 사람이 표현한 크로스섹슈얼함을 받아들여 호감을 갖는 타인수용도에 대한 인식이 많이 변하였으므로 주 소비층으로 자리잡고 있는 대학생과 고등학생의 크로스섹슈얼에 대한 견해를 알아볼 필요가 있다.

2. 크로스섹슈얼 행동 현상

1) 의복 행동

크로스섹슈얼 디자인에 관해 연구한 김경인(2006)은 전체적으로 인체에 밀착되어 슬림한 외곽선을 지니고 있으며, 장식은 화려하고 섬세한 레이스를 남성복에 부분적으로 장식하기도 하고 프릴이나 러플, 코사주장식을 사용하여 기존의 남성복에 대한 고정관념을 바꾸었으며 자수처리 기법이나 프릴, 레이스 등의 여성적인 디테일이나 트림이 이전보다 크게 증가하고 있다고 하였다. 또한 기존에 자주 사용되지 않던 화려한 원색이나 파스텔 톤의 색상들이 증가하고 기존에 여성성을 대변하는 색상인 핑크와 퍼플이 남성패션에 사용되어지는 비율이 높아지고 있으며(고대협, 2004), 멀티칼라 스트라이프 체크와 자연문양의 일종인 식물문양과 꽃문양, 나비모양 등도 남성복에 이용되어 여성적인 이미지를 나타내주고 있다(김경인, 2006).

슈트의 곡선적인 실루엣을 살리기 위하여 실크 소재가

각광받고 있다(어패럴뉴스, 2006). 쉬폰이나 망사, 레이스 등의 비치는 소재를 사용하고 인체의 곡선을 드러내는 신축성 소재 등이 사용되기도 하며(김경인, 2006), 사이니한 팬츠는 남성 캐릭터 캐주얼에서도 뉴 베이직 상품으로 자리 잡고 있다(우지영, 류세자, 2006).

과거에는 쇼핑시 단일브랜드에서 구매하는 경우가 많았지만 주5일제 근무와 메트로섹슈얼의 확산으로 최근에는 남성들도 쇼핑을 즐기며 브랜드를 찾아 단품위주로 구매하는 성향이 강해지고 있다(박길순, 김서연, 2005).

2) 외모관리 행동

최근에 남성화장품은 색조 화장품, 클린징 제품, 보습 팩, 미백기능성 화장품, 주름개선 화장품, 향수 등 여성용 못지않게 다양한 여러 종류가 판매되고 있으며(김경인, 2006), 남성들도 피부과나 피부관리실을 이용하는 등 피부에도 신경을 쓰고 있다. 헤어형태는 머리를 길러 웨이브를 살린 모양을 일반 남성들도 하고 있으며 상대방에게 호감을 주기위해 성형수술을 받기도 한다.

남성들의 악세서리 착용도 일반화되어 화려한 벨트나 목걸이, 팔찌, 귀걸이 등으로 치장을 하며, 구두나 장신구도 옷에 맞추어 착용하는 편이라는 남성들이 많아지고 이런 현상은 20대와 30대에 두드러지게 나타나고 있다(삼성패션연구소, 2004).

III 연구방법

본 연구를 위해 충북지역의 남자 대학생 480명과, 실업계와 인문계 고등학생 320명을 대상으로 2007년 5월~8월 중 설문지를 이용하여 조사하였다. 설문내용은 조사대상자의 사회 인구학적 특성 10문항, 패션관심도 15문항, 크로스섹슈얼 인지도5문항, 크로스섹슈얼 패션에 대한 자가 수용도와 타인 수용도 각 15문항 등 총 60문항으로 구성되어 선다형과 5점 척도(1점: 전혀 그렇지 않다, 5점: 매우 그렇다)로 응답하게 하였다.

조사된 자료는 SPSS 12.0 통계 프로그램을 사용하여 설문항에 대한 기술통계와 신뢰도 분석, t-test, 회귀분석을 실시하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 패션관심도

조사대상자들의 패션관심도를 조사한 결과 <표 1>과 같이 옷에 대해 자주 생각한다 (3.37), 매장의 진열을 눈여겨본다(3.19), 인터넷 패션 쇼핑물에 자주 접속한다(3.09)는 항목에는 높은 관심도를 보였다. 이는 대부분 신세대들이 인터넷에 친숙하므로 인터넷을 통해 패션정보를 접하고

<표 1> 패션관심도에 대한 평균

항목	대학생	고등학생	t값	전체
1. 유행경향을 알아보기 위해 잡지나 기사를 눈여겨본다	2.86(1.18)	2.53(1.10)	4.06***	2.73(1.16)
2. 나는 옷에 대하여 자주 생각한다	3.46(1.02)	3.23(1.05)	3.14**	3.37(1.04)
3. 나는 패션에 관련된 일에 흥미를 느낀다	3.12(1.11)	2.89(1.09)	2.90**	3.03(1.10)
4. 요즘 유행하는 신발, 옷을 잘 파악하고 있다	2.91(1.09)	2.70 (.96)	2.77**	2.83(1.04)
5. 잡지에서 본 옷을 구입하기 위해 매장과 거리를 즐겨본다	2.68(1.14)	2.29(1.02)	4.91***	2.52(1.11)
6. 사람들과 패션경향에 대해 이야기하기를 즐긴다	2.74(1.07)	2.53(1.09)	2.63**	2.66(1.08)
7. 나는 최근 패션경향에 대해 남들에게 조언해 줄 수 있다	2.56(1.10)	2.31 (.98)	3.28**	2.46(1.06)
8. 옷을 살 계획이 없어도 매장의 진열을 눈여겨본다	3.32(1.14)	2.99(1.23)	3.82***	3.19(1.19)
9. 패션관련 인터넷 동호회나 클럽을 즐겨찾는다	2.59(1.18)	2.27(1.09)	3.90***	2.46(1.16)
10. 의류매장을 자주 방문한다	2.77(1.10)	2.52(1.06)	3.22**	2.67(1.09)
11. TV에서 연예인들의 패션을 눈여겨본다	3.10(1.14)	2.90(1.15)	2.44*	3.02(1.15)
12. 인터넷 패션 쇼핑물에 자주 접속한다	3.19(1.19)	2.95(1.24)	2.80**	3.09(1.21)
13. 나는 패션 경향에 대해 잘 안다	2.96(1.07)	3.02 (.96)	-.80	2.99(1.03)
14. 패션경향을 따르는 것은 부질없는 일이라고 생각한다.	2.47(1.05)	3.47 (.93)	-13.78***	2.87(1.12)
계	2.91(1.11)	2.76(1.07)	2.97**	2.85 (.72)

*P<.05 **P<.01 ***P<.001

아울러 패션에 관한 관심을 증가시키고 있다는 박옥련·이현지(2004)의 연구결과와 일치하였다. 패션에 대해 적극적으로 행동하여 남에게 최근 패션 경향을 조언(2.46)하거나 패션관련 동호회나 클럽가입(2.46)하는 정도는 낮은 점수를 보였다.

또한 옷을 구입하기위해 의류매장을 방문하거나 매장과 거리를 즐겨보는 등의 직접적인 행동은 평균이하의 낮은 점수를 보였다. 패션경향을 따르는 것은 부질없는 일이 아니라고 생각한다(2.87), 패션 경향에 대해 잘 안다(2.99)는 문항은 패션관심도에 대한 전체 평균 (2.85)과 유사하게 나타났다.

패션관심도의 고등학생과 대학생의 차이를 살펴본 결과 패션경향에 대해 잘 안다와 패션경향을 따르는 것은 부질없는 일이 아니라고 생각 한다는 문항을 제외한 전 문항에서 대학생이 고등학생보다 관심도가 높은 것으로 나타났는데 이는 대학 입시를 앞둔 고등학생들이 시간적, 정신적 여유가 적기 때문으로 풀이된다.

2. 크로스섹슈얼 인지도

크로스섹슈얼에 대한 인지도는 전 문항에 걸쳐 고른 점수를 나타내었으며 평균 2.79(1.10)로 보통 이하인 것으로 나타났다(표 2). 크로스섹슈얼 인지도는 패션관심도, 연령, 이성 친구 유무에 따라 유의한 차이를 보였다. 패션 관심도가 높은 집단이, 고등학생보다는 대학생이, 이성친구가 있는 경우가 그렇지 않은 경우보다 크로스섹슈얼 인지도가 높아 크로스섹슈얼이 무엇인지 잘 알고 있으며 이에 관한 보도와 기사를 본 적이 많고 대표적인 연예인을 잘 알고 있는 것을 알 수 있었다(표 3).

크로스섹슈얼을 알게 된 경위는 TV를 통한 경우가 가장 많이 나타났다(표 4). 김종덕(2007)은 TV광고에 나타난 남성성 연구에서 새로운 종류의 남성성으로 분류되는 뉴

<표 2> 크로스섹슈얼의 인지도

문항	평균 (표준편차)
1. 크로스 섹슈얼에 대해 많이 들어보았다	2.83(1.25)
2. 크로스 섹슈얼패션이 무엇인지 잘 알고있다	2.74(1.16)
3. 크로스 섹슈얼패션의 대표적 연예인을 잘 알고 있다	2.83(1.19)
4. 크로스 섹슈얼에 관한 보도, 기사를 본 적이 있다	2.75(1.21)
계	2.79(1.10)

맨 타입이 대부분 젊은 남성을 대상으로 하는 화장품과 패션, 스포츠용품, 음료와 주류광고에 등장한다고 하였는데, TV광고를 통한 마케팅적인 영향과 '마이걸', '왕의남자', '천국의 계단'과 같은 영화나 TV드라마 주인공들이 TV에 다수 출연하여 연예인이 인지도에 큰 영향을 미친 때문인 것(장훈, 2006)으로 생각된다.

3. 크로스섹슈얼 트렌드에 대한 자가 수용도

크로스섹슈얼 트렌드에 대한 자가 수용도를 의복착용, 헤어관리, 피부관리, 악세서리, 향수/성형 등으로 나누어 조사한 결과 크로스섹슈얼 트렌드에 대한 자가 수용도는 전체적인 점수 2.90으로 평균을 나타내었으나 헤어관리를 제외하고는 2.57~2.91을 보여 평균보다 낮은 분포를 나타냈다. 크로스섹슈얼한 헤어관리의 수용도가 3.49로 가장 높았고, 크로스섹슈얼한 의상착용의 수용도는(2.57) 가장 낮았다(표 5).

의복착용에서는 화려한 색상의 의류착용은 수용도가 높았으나 레이스나 플라워무늬셔츠, 딱 붙는 바지 착용은 수용도가 낮았다.

머리를 기르거나 파마, 염색하는 헤어관리는 가장 수용도가 높았고 피부관리와 화장에 있어서는 맛사지나 피부

<표 3> 패션관심도와 사회인구학적 특성에 따른 크로스섹슈얼 인지도

구분		크로스섹슈얼 인지도
패션관심도	고관심	3.12(1.05)
	저관심	2.42(1.03)
	t값	9.67***
연령	대학생	3.01(1.08)
	고등학생	2.44(1.03)
	t값	7.38***
이성친구유무	있다	2.90(1.05)
	없다	2.74(1.11)
	t값	1.96*

*P<.05 ***P<.001

<표 4> 크로스섹슈얼에 대해 알게된 경위

매체	빈도(%)	
	대학생	고등학생
TV	199(41.5)	110(34.7)
신문이나 잡지	101(21.0)	43(13.6)
주변사람	89(18.5)	17(5.4)
기타	91(19.0)	147(46.3)

<표 5> 크로스섹슈얼의 자가 수용도

분류	항목	평균(표준편차)	신뢰도
의복착용 2.57(.85)	레이스나 화려한 플라워 무늬 셔츠 착용	2.33(1.04)	.72
	딱 붙는 바지 착용	2.18(1.05)	
	분홍색이나 노란색 등 화려한 색상의 의류 착용	3.19(1.10)	
헤어관리 3.49(.99)	머리를 기르는 것	3.45(1.13)	.77
	머리를 파마, 염색하는 것	3.52(1.07)	
피부관리/화장 2.91(.84)	팩이나 맛사지를 하는 것	3.57(1.04)	.77
	피부관리실을 이용 하는 것	3.30(1.14)	
	컬러로션을 사용하는 것	2.88(1.16)	
	남성들의 색조화장(립스틱, 마스크라, 쉐도우)	1.89(1.01)	
악세서리착용 2.89(.91)	남성들의 귀걸이 착용	2.89(1.24)	.79
	남성들의 목걸이 착용	3.43(1.09)	
	남성들의 팔찌 착용	3.12(1.20)	
	남성들의 발찌 착용	2.11(1.11)	
향수/성형 2.76(.97)	향수사용	3.32(1.16)	.52
	성형수술	2.20(1.20)	
계		2.90(1.12)	

관리실 이용은 수용도가 높았으나 남성들의 색조화장은 자가 수용도가 가장 낮았다.

또한 목걸이와 팔찌 착용은 수용도가 높았으나 귀걸이와 발찌 착용은 수용도가 낮았다.

향수사용은 수용도가 높았으나 성형수술은 수용도가 낮았다.

레이스나 화려한 플라워 무늬셔츠 착용, 딱 붙는 바지 착용 등의 과도한 패션에 대해서는 낮은 자가 수용도를 나타내었지만 여성적인 이미지를 나타내는 색으로 대변되던 노란색, 분홍색을 남학생들이 많이 수용하는 것으로 나타났고, 예전에 스킨과 로션으로 한정되어졌던 화장품 사용에서 향수사용이 두드러지게 나타났다. 이는 광고 속 이미지에 대한 호감과 현실적인 면에서의 호감의 차이를 크로스섹슈얼 유형에서 가장 극명하게 보인다고 하는 김종덕(2007)의 연구와도 관련이 깊은 것으로 생각된다.

김경인(2006)의 연구에서 최근 대중매체에 등장하는 연예인들의 헤어스타일뿐만 아니라 일반 남성들도 짧은 스포츠형보다는 단발머리나 자연스런 웨이브를 살린 도시적 세련미와 개성 있는 패션스타일을 연출한다고 하였는데, 학생들도 영향을 받아 본인 패션의 일부로 받아들이는데 있어서 적극적인 행동으로 표출된다고 생각된다. 또한 여성의 전유물로만 인식되어졌던 악세서리의 착용이 이제는 남성들의 개성 표현의 일부로 목걸이와 팔찌착용은 높은 수용도를 보였으나 남성들이 주로 긴바지를 착용하므로 노출되는 부위가 적은 발목에 착용하는 발찌에 대해서는 수용도가 낮게 나타났다.

시중에 남성전용 화장품이 많이 시판되고 있어 팩이나 마사지 용품을 쉽게 구입하여 사용할 수 있고 특히 편의점에서도 찾아볼 수 있어 있으며, 최근에는 남성용 마스크팩이 등장하여 피로와 술, 담배 등으로 손상된 피부에 영향을 공급해주는 사용이 편리한 팩이 판매되고 있다. 또한 화장품 업체에서 남성용 화장품 광고에 크로스섹슈얼 이미지를 풍기는 모델을 선보이고 있어 피부관리의 자가 수용도가 높게 나타난 것으로 보여진다. 조사 대상자가 아직은 학생이므로 색조화장의 수용도는 낮게 나타났으리라 생각된다. 이것은 또한 남성들의 관심이 화장을 넘어 피부로 발전하는 모습을 엿볼 수 있다.

패션관심도, 연령, 이성친구 유무에 따른 크로스섹슈얼의 자가 수용도를 살펴본 결과 패션관심도가 높은 집단이, 크로스섹슈얼 한 패션에 대한 자가 수용도가 높았다. 또한 대학생이 고등학생보다, 이성친구가 있는 경우가 없는 경우보다 크로스섹슈얼한 의복 착용의 수용도가 높았다(표 6).

4. 크로스섹슈얼 패션에 대한 타인 수용도

크로스섹슈얼한 패션중 헤어관리의 타인 수용도는 가장 높게, 의복착용의 타인 수용도는 가장 낮게 나타났다(표 7).

크로스섹슈얼 한 의복에 대한 타인 수용도는 자가 수용도와 마찬가지로 레이스나 플라워 무늬 셔츠 착용, 딱

<표 6> 크로스섹슈얼의 자가 수용도 차이

		의복착용	헤어관리	피부관리	악세서리	향수/성형
패션 관심도	고관심	2.85 (.82)	3.75 (.89)	3.14 (.79)	3.15 (.86)	3.02 (.95)
	저관심	2.26 (.77)	3.20(1.01)	2.67 (.82)	2.60 (.87)	2.48 (.92)
	t값	10.36***	8.05***	8.18***	9.09***	8.12***
연령	대학생	2.63 (.86)	3.49 (.95)	2.92 (.80)	2.88 (.90)	2.86 (.97)
	고등학생	2.48 (.83)	3.49(1.05)	2.89 (.89)	2.89 (.94)	2.61 (.96)
	t값	2.44*	.02	.59	-.01	3.52***
이성친구유무	있다	2.66 (.90)	3.45 (.97)	2.96 (.84)	2.90 (.88)	2.83(1.02)
	없다	2.53 (.82)	3.51(1.00)	2.90 (.84)	2.88 (.92)	2.73 (.95)
	t값	2.06*	-.83	.96	.20	1.35

*P<.05 ***P<.001

<표 7> 크로스섹슈얼에 대한 타인 수용도

분류	항목	평균(표준편차)	신뢰도
의복착용 2.77(.78)	레이스나 화려한 플라워 무늬 셔츠 착용	2.55(1.00)	.67
	딱 붙는 바지 착용	2.38(1.02)	
	분홍색이나 노란색 등 화려한 색상의 의류 착용	3.39 (.99)	
헤어관리 3.51(.90)	머리를 기르는 것	3.43(1.05)	.76
	머리를 파마, 염색하는 것	3.59 (.94)	
피부관리/화장 3.09(.77)	팩이나 마사지를 하는 것	3.64 (.94)	.78
	피부관리실을 이용 하는 것	3.47 (.98)	
	컬러로션을 사용하는 것	3.20(1.02)	
	남성들의 색조화장(립스틱, 마스크라, 쉐도우)	2.04(1.01)	
악세서리착용 3.19(.81)	남성들의 귀걸이 착용	3.30(1.08)	.80
	남성들의 목걸이 착용	3.69 (.93)	
	남성들의 팔찌 착용	3.48(1.01)	
	남성들의 발찌 착용	2.30(1.13)	
향수/성형 3.13(.93)	향수사용	3.59(1.07)	.58
	성형수술	2.68(1.14)	
계		3.12 (.65)	

붙는 바지를 착용한 타인에 대해서는 부정적이나 타인의 화려한 색상의 의류 착용에서는 높은 수용도를 나타내어 자신이 주로 좋아하고 즐겨하는 것은 타인에게도 너그러운 마음을 알 수 있다. 전체적으로 자가 수용도보다 크로스섹슈얼한 타인의 패션에 대한 수용도의 평균이 높게 나타나 크로스섹슈얼한 패션에 대해 본인이 수용하기보다는 타인의 외양에 대해 더 관대한 것으로 보여진다.

패션관심도, 연령, 이성친구 유무에 따른 타인 수용도 차이를 살펴본 결과 패션관심도가 높은 집단이 낮은 집단보다 모든 영역의 타인 수용도가 높게 나타났다. 대학생이 고등학생보다 타인의 향수사용과 성형수술에 대한 수용도가 높았고, 이성친구가 있는 경우가 타인의 크로스섹슈얼한 헤어에 대해 더 호의적임을 알 수 있다(표 8).

5. 패션관심도, 크로스섹슈얼 인지도 및 자가 수용도와 타인 수용도의 관계

패션관심도와 크로스섹슈얼 패션의 인지도 및 크로스섹슈얼한 패션에 대한 자가 수용도와 타인 수용도는 어떠한 관련성이 있는지를 알아보기 위해 상관관계분석을 실시하였다. 그 결과 모든 요인 간에는 <표 9>와 같이 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 패션관심도는 크로스섹슈얼 인지도 및 자가 수용도, 타인 수용도와 유의한 상관관계를 나타내어 패션관심도가 높을수록 크로스섹슈얼 인지도가 높고 수용도도 높았다.

패션관심도와 인지도는 $r = 0.44$ 로 유의한 상관관계를 나타냈고, 자가 수용도의 의복착용과 $r = 0.44$ 로 가장 높은

<표 8> 크로스섹슈얼에 대한 타인 수용도 차이

		의복착용	헤어관리	피부관리	악세서리	향수/성형
패션 관심도	고관심	2.96(.76)	3.71(.86)	3.27(.72)	3.39(.78)	3.32(.88)
	저관심	2.58(.75)	3.30(.88)	2.89(.76)	2.98(.79)	2.93(.94)
	t값	7.06***	6.65***	7.20***	7.32***	5.93***
연령	대학생	2.82(.80)	3.55(.87)	3.10(.75)	3.23(.82)	3.19(.93)
	고등학생	2.70(.74)	3.46(.94)	3.06(.78)	3.14(.81)	3.05(.92)
	t값	2.17*	1.45	.75	1.51	2.15*
이성친구유무	있다	2.77(.87)	3.42(.94)	3.07(.75)	3.16(.81)	3.15(.95)
	없다	2.77(.74)	3.56(.87)	3.10(.77)	3.21(.81)	3.12(.91)
	t값	-.01	-2.06*	-.50	-.72	.32

* $P < .05$ *** $P < .001$

<표 9> 패션관심도와 인지도, 자가 수용도, 타인 수용도의 상관관계

구분	패션 관심도	인지도	자가 수용도					타인 수용도					
			의복 착용	헤어 관리	피부 관리	악세서리	향수/성형	의복 착용	헤어 관리	피부 관리	악세서리	향수/성형	
인지도	.44***	1											
자가 수용도	의복착용	.44***	.32***	1									
	헤어관리	.36***	.25***	.49***	1								
	피부관리	.35***	.23***	.54***	.55***	1							
	악세서리	.38***	.30***	.52***	.56***	.60***	1						
	향수/성형	.35***	.26***	.44***	.37***	.53***	.54***	1					
타인 수용도	의복착용	.33***	.31***	.72***	.44***	.44***	.39***	.34***	1				
	헤어관리	.30***	.24***	.37***	.73***	.41***	.44***	.31***	.49***	1			
	피부관리	.30***	.22***	.42***	.50***	.72***	.43***	.39***	.51***	.57***	1		
	악세서리	.29***	.29***	.44***	.53***	.51***	.67***	.39***	.50***	.57***	.57***	1	
	향수/성형	.24***	.24***	.34***	.36***	.50***	.39***	.64***	.35***	.39***	.51***	.55***	1

*** $P < .001$

상관관계를, 타인 수용도의 의복착용과 $r = 0.33$ 으로 상대적으로 높은 상관관계를 나타냈다.

인지도는 자가 수용도의 의복착용과 $r = 0.32$ 로 상대적으로 높은 상관관계를, 타인 수용도의 의복착용과 $r = 0.31$ 로 상대적으로 높은 상관관계를 나타냈다.

자가 수용도에서는 모든 하위변인과 유의한 상관관계를 나타내었는데 그중 특히 피부관리와 악세서리가 $r = 0.60$ 으로 가장 높은 상관관계를 나타냈고, 타인 수용도의 헤어관리가 $r = 0.73$ 으로 높은 상관관계를 나타냈다.

타인 수용도 역시 모든 하위변인과 유의한 상관관계를 나타내었는데 피부관리와 헤어관리, 악세서리와 헤어관리, 악세서리와 피부관리가 $r = 0.57$ 로 높은 상관관계를 나타냈다. 타인 수용도는 자가 수용도의 헤어관리가 $r = 0.73$ 으로 가장 높은 상관관계를 나타냈다.

모든 영역에서 자가 수용도가 높을수록 타인 수용도도

높게 나타났다. 따라서 패션에 대한 관심이 많은 남성일수록, 크로스섹슈얼에 대해 많이 인지할수록 자신의 과도한 패션에 대해 가장 많은 신경을 쓰며 또한 타인의 과도한 패션에 대해 호의적임을 알 수 있다.

패션 수용도에 있어 자가 수용도와 타인 수용도간에 유의한 상관관계를 나타내어 자신이 쉽게 받아들이는 패션을 타인에게서도 긍정적으로 바라봄을 알 수 있다.

패션에 대한 관심도와 크로스섹슈얼 패션의 인지도가 크로스섹슈얼한 패션의 자가 수용도와 타인 수용도에 어느 정도 영향을 미치고 있는지를 파악하기 위해 회귀분석을 실시한 결과 <표 10>과 같은 결과를 얻었다.

패션관심도와 인지도는 크로스섹슈얼한 패션의 자가 수용도와 타인 수용도에 모두 영향을 주고 있는 것으로 나타났다. 크로스섹슈얼의 타인 수용도에는 패션관심도와 인지도의 영향이 비슷하였다. 자가 수용도에는 크로스섹

<표 10> 패션관심도와 인지도 및 타인 수용도, 자가 수용도의 회귀분석

종속변수	독립변수	B	β	R^2	F값
자가 수용도	패션관심도	.403	.402	.25	22.55***
	인지도	.107	.164		
	상수	1.545			
타인 수용도	패션관심도	.259	.287	.17	31.60***
	인지도	.119	.202		
	상수	2.152			

*** $P < .001$

슈얼 인지도보다는 패션관심도가 더 많은 영향을 주었고, 패션관심도는 타인 수용도보다 자가 수용도에 미치는 영향이 더 큰 것으로 나타났다. 따라서 크로스섹슈얼한 패션에 대한 인지도 보다는 크로스섹슈얼한 패션을 받아들이는데 패션에 대한 관심도가 더욱 많은 영향을 미칠 수 있다.

V. 결론

1. 조사대상자들의 패션관심도를 조사한 결과, 옷에 대해 자주 생각한다(3.37), 옷을 살 계획이 없어도 매장의 진열을 눈여겨본다(3.19), 인터넷 패션 쇼핑물에 자주 접속한다는(3.09) 항목에는 높은 관심도를 보였다. 한편 최근 패션경향에 대한 조연(2.46)과, 패션관련 인터넷 동호회나 클럽에 대한 관심도는(2.46) 낮았다.

2. 크로스섹슈얼에 대한 인지도는 평균 2.79(1.10)로 보통 이하인 것으로 나타났고 패션 관심도가 높은 집단이, 고등학생보다는 대학생이, 이성친구가 있는 경우가 크로스섹슈얼에 대한 인지도가 높았다. 크로스섹슈얼을 알게 된 경우는 TV를 통한 경우가 많았다.

3. 크로스섹슈얼 패션에 대한 자가 수용도를 의복착용, 헤어관리, 피부관리, 화장, 악세서리, 향수/성형으로 나누어 조사한 결과 헤어관리의 수용도가 3.49로 가장 높았다. 의상착용의 수용도(2.57)는 가장 낮았다. 패션관심도가 높은 집단이, 크로스섹슈얼 수용도가 높았다. 대학생이 고등학생보다, 이성친구가 있는 경우가 크로스섹슈얼 의복 착용의 수용도가 높았다.

4. 크로스섹슈얼한 헤어관리의 타인 수용도는 가장 높게, 의복착용이 가장 낮게 나타났다. 패션관심도가 높은 집단이 낮은 집단보다 타인 수용도가 높았다. 대학생이 고등학생보다 타인의 크로스섹슈얼 외양에 대한 수용도가 높았다. 이성친구가 있는 경우가 타인의 크로스섹슈얼한

헤어수용도가 높았다.

5. 패션관심도와 크로스섹슈얼 인지도 및 자가 수용도와 타인 수용도 간에는 높은 상관관계를 나타내었다. 크로스섹슈얼의 타인 수용도에는 패션관심도와 인지도의 영향이 비슷하였다. 자가 수용도에는 크로스섹슈얼 인지도 보다는 패션관심도가 더 많은 영향을 주었고, 패션관심도는 타인 수용도보다 자가 수용도에 미치는 영향이 더 큰 것으로 나타났다.

패션관심도가 높고 크로스섹슈얼에 대한 인지도가 높은 집단이 크로스섹슈얼한 유행을 잘 수용하는 것으로 나타났다. 따라서 새로운 유행을 전파하기 위해서는 패션관심도를 증진시키고 인지도를 높이는 전략이 매우 유용할 것으로 생각된다. 또한 자가 수용도와 타인 수용도 간에 유의한 상관을 보인 것은 새로운 유행을 채택한 집단이 타인에 대해서도 긍정적이므로 패션리더나 유행추종자를 활용하는 방안을 마케팅 전략에 활용하는 것이 필요하다.

주제어 : 크로스섹슈얼, 인지도, 수용도

참 고 문 헌

- 고대협(2004) 현대남성패션에 표현된 메트로섹슈얼 디자인의 조형적 특성. 제주대학교 석사학위논문.
- 권기영(2002) 복식에 나타난 양성성의 상징적 의미 연구. 복식문화학회, 10(6), 633-647.
- 권지은(2003) 현대 남성패션에 나타난 메트로섹슈얼 현상에 관한 연구. 국민대학교 석사학위논문.
- 김경인(2006) 21세기 남성 니트웨어에 나타난 여성화 경향-메트로섹슈얼과 크로스섹슈얼을 중심으로-. 한국의류산업학회지, 8(4), 382-390.
- 김윤경·이경희(2002) 20세기 남성패션에 나타난 상징적 의미에 관한 연구, 복식문화학회, 52(4), 51-63.

- 김종덕(2007) 한국 TV광고에 나타난 남성성 연구. *광고학연구*, 18(1), 215-243.
- 남자의 외모관리는 비즈니스용(2006, 2. 9). *조선일보*
- 박길순, 김서연(2005) 남성 패션에 나타난 메트로섹슈얼 현상. *충남생활과학연구지*, 18(1), 30-40.
- 박수진·박길순(2004) 남성화장품 광고의 의미 분석. *복식문화연구*, 12(5), 819-813.
- 박옥련, 이현지(2004) 1990년대 이후 국내 남성복의 여성화 경향. *한국의류학회지*, 28(2), 364-375.
- 여성처럼 꾸민 남성 인기(2006, 1. 13). *중앙일보*.
- 외모만 여성스럽게 크로스섹슈얼 뜬다(2006, 1. 7). *동아일보*.
- 우지영·류세자(2006) 20-30대 남성의 라이프스타일에 따른 메트로섹슈얼 성향 연구. *대한피부미용학회지*, 4(2), 31-45.
- 유창조·정혜은(2002) 소비자의 아름다움추구에 관련된 탐색적 연구. *한국소비자학회*, 13(1), 211-232.
- 이민선(2000) 남성의 몸과 패션에 표현된 미적 이미지. 서울대학교 박사학위논문.
- 이운영(2006) 현대 남성패션에 나타난 섹슈얼리티 현상에 관한 연구. *한국디자인문화학회지*, 12(3), 41-50.
- 이윤정(2007) 남성들의 외모관리행동의 동기에 관한 연구-성역할 정체성과 의복추구태도를 중심으로-. *한국의류학회지*, 31(4), 551-562.
- 이지현(2004) 남자대학생의 외모관리행동에 관한 연구-성역할 정체감을 중심으로-. *이화여자대학교 석사학위논문*.
- 작년 남성복 트렌드, 빅 화두 '실루엣 변화'(2006, 1. 9). *어패럴뉴스*.
- 장훈(2006) *교사클릭*. 교육교회.
- 최재천(2003) 여성시대에는 남자도 화장을 한다. *궁리*.
- 최지성(2002) 남성의 외모관리에 대한 태도 연구-성역할 및 감각추구성향과의 관련 남성을 중심으로. 연세대학교 석사학위논문.
- <http://blog.joins.com>(2007, 8, 26) "내남자도 최한결" 처럼.
- <http://samsung.design.net>.
- <http://blog.naver.com> (2009.9.19) 메트로섹슈얼/위버섹슈얼/크로스섹슈얼.

(2007. 10. 30 접수; 2008. 4. 7 채택)