

한국 중년 남성의 자기이미지와 패션스타일 유형에 따른 취향 분석

김희연 · 김영인⁺

연세대학교 생활디자인학과 박사 · 연세대학교 생활디자인학과 교수⁺

Analysis of Taste of Middle-aged Korean Men Based on Self-image and Fashion style

Hee-Yeon Kim · Young-In Kim⁺

Doctor, Dept. of Human Environment & Design, Yonsei University
Professor, Dept. of Human Environment & Design, Yonsei University⁺
(투고일: 2014. 7. 4, 심사(수정)일: 2014. 8. 4, 게재확정일: 2014. 9. 21)

ABSTRACT

The purpose of this study is to define the tastes of middle-aged Korean men by analyzing their characteristics, such as self-image, and fashion style. This study was carried out by using the Q methodology for survey research. The results of this study are as follows;

First, the self-images of middle-aged men were classified into 'comfortable, calm, neat, and gentle,' 'realistic, active, sociable, and familiar,' 'sensible, emotional, romantic, and rational,' 'refined, emotional, luxurious, and sophisticated,' and 'aggressive, sensible, realistic, and rational.' Second, by analyzing the congruity of clothing form, fashion accessory, and fashion color types, this study was classified into the following 10 fashion styles: 'modern classic,' 'sophisticated,' 'town casual,' 'traditional casual,' 'comfortable,' 'chic casual,' 'contemporary,' 'gentle classic,' 'classic sporty,' and 'soft classic.' Third, this study analyzed the self-images and fashion styles of the men, and produced the following personal tastes of middle-aged men: 'success-oriented,' 'ability possession,' 'internal stability-oriented,' 'freedom-oriented,' 'self-satisfaction,' 'individuality compromise,' 'emotional release,' 'stability-oriented,' 'practicability-oriented,' and 'youth effort' types. By combining those types with social dimensions, this study produced the following tastes of middle-aged men: 'stabilized traditions,' 'achievements with high sociality,' 'youthful individuality,' 'active self-realization,' and 'realistic, logical pursuit.' The results of this study can be used as a meaningful data for developing the marketing strategy, which reflects the middle-aged men's changed tastes.

Key words: fashion accessory(패션 액세서리), fashion color(의복색채), fashion style(패션 스타일), middle-aged men(중년 남성), self-image(자기이미지), taste(취향)

본 논문은 박사학위 청구논문 중 일부임.

이 논문은 2010년도 정부재원(교육부)으로 한국연구재단의 지원을 받아 연구되었음(NRF-2010-327-G00047).

Corresponding author: Young-In Kim, e-mail: youngin@yonsei.ac.kr

I. 서론

현대사회에서 소비자들의 생활방식과 가치관이 변화하면서 다양한 개성과 취향을 드러내는 경향이 높아지고 있다. 취향은 선택이나 선호도에 대한 일정한 양식을 말하는 것으로, 개인적인 기호로 나타나며, 개인을 둘러싼 사회적 경험과 관계 속에서 형성되는 것이다. 그러므로 한 세대의 취향은 공통된 문화적 연대를 형성하고, 유사한 욕구와 선호를 보이는 그 세대의 특징을 의미한다고 할 수 있다.

최근 남성은 자아실현을 위해 적극적인 활동을 하고, 자신의 정체성을 찾기 위한 노력을 하면서 패션과 외모에 대한 관심이 높아지는 등 변화된 개성과 취향을 보이고 있다. 40대와 50대인 중년층은 6.25 이후 한국의 경제가 풍요롭게 변화하는 과정에서 성장하면서 사회·문화적, 미적 경험이 기존의 세대와는 다르기 때문에 가치관과 취향이 다르며, 생활방식과 소비 기준도 변화되고 있으므로, 이들의 취향은 다양할 것으로 예측된다.

패션은 사회적 지위와 자아를 표현하는 문화적 코드이므로 사회생활에서의 지위와 역할에 변화가 있는 시기인 중년 남성에게 중요한 요소로 작용할 수 있다. 패션스타일은 다른 것들과 구별되는 표현양식으로 의복의 형태와 색채뿐 아니라 함께 착용하는 패션 액세서리를 통합하여 형성되는 것이다. 패션스타일은 디자인 요소인 형태, 색채, 소재의 조합에 의해 이미지를 창출하며, 이러한 이미지는 의복과 패션 액세서리 이외의 다른 제품에서도 일관된 방식으로 나타난다. 이러한 총체적인 이미지를 전달하는 패션스타일은 취향을 판단하기 위한 구체적인 표현방식의 하나이다. 패션스타일 같은 외형적인 표현방식으로 취향을 판단하지만, 그 내면에는 성격, 가치관과 태도와 같은 특성이 포함되어 있기 때문에 이들을 통합하여 취향을 분석해야 한다. 자기이미지는 자기 자신에 대한 개념으로 개인의 의사결정이나 행동에 일관성 있게 작용하므로, 내적인 취향 분석에 적합하다고 할 수 있다. 중년 남성의 개인적인 기호로 분석된 취향은 중년 세대가 경험한 공통된 사회적 경험을 바탕으로 형성된 것이므로, 중년 남성의 취향

분석은 그 세대의 특징을 파악하는 데 중요한 자료가 될 것이다.

이 연구의 목적은 인간의 취향을 구성하는 요소를 고찰하고, 취향의 내적 요소인 자기이미지와 취향의 외적 요소인 패션스타일의 유형을 분석하여 40대와 50대의 한국 중년 남성의 취향을 규명하기 위한 것이다. 취향은 개인의 경험과 가치관 같은 내적인 측면과 외형적 표현방식이 통합하여 형성되므로, 취향의 내적 요소로서 자기이미지의 특성을 분석하고, 취향의 외적 요소로서 의복의 형태와 색채 및 패션 액세서리의 특성을 도출하여 패션스타일을 유형화하고자 한다.

II. 이론적 고찰

1. 중년 남성의 특성과 자기이미지

중년기(middle age)는 노년기가 시작되기 직전의 시기로 일반적으로 약 40세에서 60세까지를 말한다.¹⁾ 김윤숙 외²⁾의 연구에서 중년 남성은 삶의 경험으로 인해 좀 더 논리적으로 사고하고, 긍정적인 자아정체감을 형성하는 '성숙형', 신체적 변화를 경험하는 '체념형'과 자신만의 자유와 여유를 만끽하고자 하는 '청춘형'으로 유형이 구분되었다. 황상민, 김도환³⁾의 연구에 의하면, 40대는 현실주의적 동조형, 50대는 전통주의적 보수형 라이프스타일에 해당하였다.

최근 젊은 감각을 유지하고자 하는 중년들을 지칭하는 신조어가 많아지고 있다. 자유로운 사고와 생활을 추구하고 자기관리를 통해 아저씨처럼 보이지 않도록 외모에 관한 관심이 높은 노무(NOMU: No More Uncle)족, 가정에서는 따뜻한 아버지이고 사회에서는 패션을 추구하는 멋쟁이 신사인 레옹족 등이 있다.⁴⁾⁵⁾ 제일기획⁶⁾⁷⁾이 연령대별 라이프스타일을 분석한 결과, 40-49세는 자신에 대한 투자를 하면서 합리적으로 소비하는 편이며, 50-59세는 건강관리에 신경을 많이 쓰고 관습과 권위를 중요하게 생각하는 보수적인 면을 보이고 편안함을 추구하는 성향이 강한 것으로 나타났다.

이와 같이 중년 남성은 전통적인 사고방식의 보수

적인 성향과 안정적인 삶을 지향하며, 성공을 위한 성취지향적 특징이 기본적으로 존재하고 있으며, 자기계발을 통해 자아를 실현하고자 하는 경향과 정보화로 인한 합리적 소비가 나타나며, 외모와 건강에 대한 관심으로 젊은 감각을 유지하고자 하는 특징이 나타나고 있다.

자기이미지(self-image)란 자아에 대한 개념 작용의 구체화된 표현으로, 자신에 대한 개인의 지각과 태도로 가치관, 신념, 태도 등과 관련되어 일관성 있는 행동을 하게 하는 준거의 틀(frame of reference)이 된다.⁸⁾ 자기이미지 측정을 위해서는 형용사쌍을 이용한 의미미분척도를 사용되는 것이 보편적이며, 이미지 문항들은 피험자 혹은 집단을 묘사하는 데 사용되었다.

남성의 자기이미지에 관한 연구는 많지 않은 편이다. 남자 대학생의 자기이미지 요인은 '성숙한-비성숙한, 개성적-평범한, 보수적-개방적, 지배적-순종적'으로 분류되었다.⁹⁾ 김국희¹⁰⁾의 연구에서는 20~40대의 남성이 추구하는 자기이미지를 '세련된, 활달한, 화려하고 섹시한, 낭만적인,' '활동적인, 수수하고 무난한, 고급스럽고 세련된, 감각적인'으로 분류하였다.

2. 중년 남성의 패션스타일 특성

의복은 자기표현의 수단으로 남자들은 특히 자신의 의복으로 사회적 지위와 성공을 나타낼 수 있다고 생각한다. 남성들은 의복 선택 시 사회적 지위를 나타내는 신분 상징을 중요시하며, 이는 사회적 수용이나 소속감 등을 충족시키는 동조성의 형태로 나타난다. 성인남성을 대상으로 한 박은주¹¹⁾의 연구결과에서 의복의 동조성은 전문직보다 관리직이 더 중요시하였으며, 사무직이 의복을 신분상승의 상징으로 여기며, 종사기간이 오래될수록 의복 동조성이 높았다. 성인남자의 의복구매행동에 관한 연구¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾에서도 중년집단에서 동조성, 신분 상징성을 중요시하며, 보수적이고 평범하고 침착한 이미지를 추구하는 것으로 나타났다. 오윤정, 이영선¹⁵⁾의 연구에서 추출된 성취추구형 라이프스타일은 다른 사람보다 자신감이 있고 성취욕구가 높은 보수적 성향의 집단으로, 옷을 잘 입는 것은 자신을 존중하는 태도라고 생각

하는 경제적으로 여유로운 40대의 기혼남성에서 주로 나타났다. 중년 남성의 라이프스타일에 따른 의복 추구이미지를 살펴보면¹⁶⁾ 중년 남성은 전통가치를 추구하는 성취지향적인 라이프스타일의 비중이 가장 높았으며, 고급스럽고 세련된 의복이미지를 추구하는 것으로 나타났다. 또한 연령이 높을수록 사회성추구를 위해 외모관리행동을 보이며, 40대 중년남성은 자신의 이미지와 체형을 돋보이려는 동기에서 외모관리행동이 나타나며, 교통이나 주차시설 같은 편의시설이나 인터넷에 의한 패션정보 수집 등 합리적인 의복태도를 보이고 있다.¹⁷⁾

이와 같이 중년 남성의 패션의 특징은 기존의 보수적이고 전통적인 스타일을 고수하여 사회적 수용이나 소속감 등을 충족시키는 동조성, 사회적 지위를 나타내는 신분 상징성, 외모에 대한 관심과 미의식 확대로 젊고 개성적인 스타일로 표현되며, 실용성과 합리성을 우선시 하여 쇼핑의 편리성에 중점을 두는 형태로 나타난다고 할 수 있다.

패션스타일은 의복과 패션 액세서리에서 나타나는 특징적인 양식으로 다른 형태와 구별되는 디자인의 구체적인 특징을 의미한다. 남성의 패션스타일에 관한 연구는 주로 20대와 30대를 중심으로 이루어지고 있으며, 40대와 50대에 대한 연구는 연령별 차이에서 특징을 살펴볼 수 있었다. 남성복 패션전문지의 내용 분석을 통해 남성복의 변화를 조사한 정은정, 황선진¹⁸⁾의 연구에서 남성복의 포멀한 쓰리피스 스타일 수트가 감소하는 대신 니트 등으로 상의를 입는 캐주얼한 형태가 증가하고, 재킷 안에 입는 이너웨어로 캐주얼 셔츠와 티셔츠를 많이 착용하고 있음을 밝혔다. 한국 직장 남성의 착용 실태를 분석한 김초롱, 염혜정¹⁹⁾의 연구 결과, 클래식·트래디셔널 비즈니스 캐주얼이 가장 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 성인 남성의 신사복에 대한 선호 디자인을 조사한 연구²⁰⁾에서 40대와 50대는 H-실루엣, 그레이 계열을 선호하는 것으로 나타났다. 김철순, 이신아²¹⁾의 연령대별 패션스타일 선호를 비교한 결과, 40대는 클래식 스타일 재킷과 폭이 넓은 일자형 바지, 체크무늬를 선호하였다. 국내 남성복 브랜드를 중심으로 세분시장별 활용색의 특성을 분석한 김영인 외²²⁾의 연

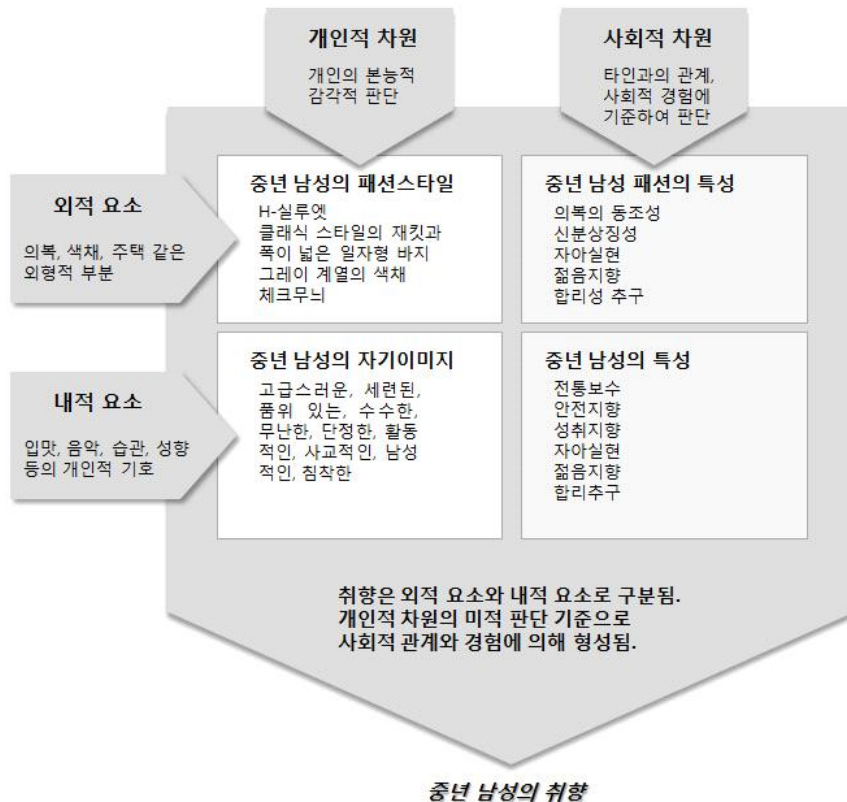
구에서 남성복은 유채색이 59.4%, 무채색이 40.6%로 무채색이 많은 특성이 나타났다. 색상은 Y, YR, PB의 순으로, 색조는 grayish, dark grayish, light grayish의 순으로 저채도를 중심으로 색채가 편중되는 특성을 보였다. 이상과 같이 남성의 패션스타일이 활동적이고 편안한 형태로 변하고 있으며 연령대별로 차이가 있는 것으로 나타났다.

3. 취향의 개념과 구성 요소

취향(趣向)이란 하고 싶은 마음이 생기는 방향 또는 그런 경향²³⁾을 말하며, 선택이나 선호도에 대한 문화적 패턴을 말한다.²⁴⁾ 취향은 17-18세기의 유럽에서 대상의 미묘한 미적 품질을 받아들이는 특별한 능력을 가리키는 말이었다. 칸트(Kant)는 취향을 미(美)를 판정하는 능력이며, 미학적 측면에서 어떤 대

상을 아름답다고 판단하는 능력이라 하였다.²⁵⁾ 루소(Rousseau)는 취향을 개인적 차원과 사회적(도덕적) 차원으로 구분하고, 개인적 차원의 취향은 감각과도 같은 본능적인 것이며, 사회적 차원의 취향은 사회 속에 형성된 미적관념이라고 하였다.²⁶⁾ 부르디외²⁷⁾는 취향을 구별적 기호(嗜好)의 통일적인 체계라 하였으며, 인간의 행위는 외적인 사회적 조건에 의해 자신이 속한 계급의 지위에 의해 생활양식이 규정되므로 개인의 취향은 개인의 계급적 지위를 인식할 수 있는 가장 확실한 기준이 된다고 하였다.²⁸⁾

즉 취향은 개인적인 차원과 사회적인 차원의 관계 속에서 형성되는 개인의 선호나 판단기준이라 할 수 있다. 취향은 개인적인 기호이지만 이러한 기준은 개인을 둘러싼 사회적 경험과 관계 속에서 형성되는 것이다. 또한 취향은 입맛, 음악, 습관, 성향 등의 개



〈그림 1〉 중년 남성의 취향에 관한 선행연구 고찰

인적 기호인 내면적 부분과 의복, 색채, 자동차, 주택과 같은 외형적 부분으로 구분된다.²⁹⁾

디자인과 관련된 취향에 관한 연구는 라이프스타일을 통해 자기이미지와 같은 취향의 내적 요소를 분석하거나, 의복이나 제품의 디자인 기호에 의한 취향의 외적 요소를 분석하고 있다. 김도희³⁰⁾에 의하면 디자인의 스타일은 시각 취향성의 총체적인 모습을 보여주는 구체적인 표현이 되며, 이것은 디자인의 조형요소들에 의해 구체적으로 전달되므로 스타일은 디자인의 시각언어 혹은 디자인 콘셉트를 전달하는 구체적인 이미지라고 하였다. 취향은 스타일이나 룩에 의해 구체적으로 표현되고 스타일이나 룩은 디자인의 전반적인 이미지를 통해서 전달되며, 이 이미지들은 본질적으로 디자인 요소에 의해 만들어진다고 정의하였다. 또한 옷이나 장신구 같은 패션스타일에서 자신의 취향이 잘 드러난다고 언급하였다.

이와 같이 취향의 개념과 구성 요소를 고찰한 결과, 취향은 개인적 차원과 사회적 차원의 관계 속에서 형성되는 판단기준이며, 개인의 경험과 가치관 같은 내적인 측면과 외형적 표현 양식을 통합하여 분석해야 한다. 따라서 중년 남성의 취향을 분석하기 위해 개인적 차원의 취향은 내적 요소로 자기이미지의 특성을, 외적 요소로 패션스타일의 특징을 조사하였으며, 사회적 차원의 취향은 내적 요소로 중년 남성의 특성을, 외적 요소로 중년 남성 패션의 특성을 고찰하였다. 이를 정리하면 다음의 <그림 1>과 같다.

Ⅲ. 연구 방법

이 연구는 현재 40~50대인 한국 남성의 취향을 분석하기 위해 문헌연구와 조사연구를 실시하였다. 문헌연구를 통해 취향을 구성하는 요소를 고찰하고 취향 분석을 위한 구성 요소를 분류하였으며, 이를 분석하기 위해 설문조사를 실시하였다. 조사연구는 자기이미지와 패션스타일 항목으로 구분하고, 패션스타일 항목은 의복형태, 패션 액세서리 및 의복색채로 세분하여 조사하였다. 항목별 조사표본을 구성하여 Q 방법론에 따라 요인분석을 하였다. Q 방법론은 연구 대상자의 주관적 의견과 인식의 구조를 확인하는

데 사용되는 방법으로 특정 주제에 대해 유사한 견해를 가진 집단을 추출하는 방법이다.³¹⁾

이 연구의 조사대상은 1952년에서 1971년 사이에 출생한 한국 중년 남성을 모집단으로 하며, 편의표본 추출로 57명의 표본을 추출하였다. 조사대상자는 수도권에 거주하는 남성으로 40대 30명과 50대 27명이며, 일반적 특성은 <표 1>과 같다.

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성

분류		빈도 (%)
연령	50대(1952년-1963년생)	27 (47.3)
	40대(1964년-1971년생)	30 (52.6)
거주 지역	서울	37 (64.9)
	서울 외 수도권	20 (35.1)
월평균 가계 소득	400만원 미만	9 (15.8)
	400-600만원 미만	17 (29.8)
	600-800만원 미만	12 (21.1)
	800-1,000만원 미만	7 (12.3)
	1,000만원 이상	12 (21.1)
학력	고졸	1 (1.8)
	대졸	34 (59.6)
	대학원 졸	22 (38.6)
직업	회사원	18 (31.2)
	사업	17 (29.8)
	교수/교사/연구원	10 (17.5)
	의사/변호사/변리사	7 (12.3)
	공무원	4 (7.0)
	기타	1 (1.8)

자기이미지와 패션스타일 항목은 Q 방법 연구절차에 따라 Q 표본을 구성하였으며, 설문 조사를 통해 조사대상자가 Q 표본을 분류하여 Q 소트를 구성하고 Q 요인분석을 통해 유형을 분류, 분석하였다. 표본의 추출방법과 설문도구 구성은 김희연 외³²⁾의 연구를 참고로 하였다.

자기이미지 표본은 선행연구에서 분류된 자기이미지 분류결과를 토대로 추출하였으며³³⁾³⁴⁾, 다양한 자기이미지 측정을 위하여 성인 여성을 대상으로 한 자기이미지 연구³⁵⁾³⁶⁾³⁷⁾에 사용된 어휘를 추가하였다. 중년 남성의 특징인 '전통보수, 안정지향, 성취지

향, 자아실현, 젊음지향, 합리추구'를 기준으로 표본을 추출하였고, 최종적으로 34개의 자기이미지 어휘가 선정되었다.

패션스타일 표본은 40대 이상을 타겟으로 하는 국내 패션브랜드 중 인지도와 연매출이 높은 브랜드를 대상으로 2011년 8월 29일에서 10월 17일까지 온라인 사이트에서 2011년 봄(일부), 여름, 가을, 겨울 시즌 판매상품을 중심으로 실제 남성이나 마네킹 바디에 착용되어 형태를 인식하기 쉬운 482개의 의복형태 사진, 234개의 패션 액세서리 사진과 542개의 의복의 색채데이터를 수집하였다. 남성복 시장을 조닝별로 다운 캐주얼, 트레이셔널 캐주얼, 캐리커 캐주얼, 컨템포러리 캐주얼, 어번 캐주얼로 세분하였고, 스포츠웨어의 캐주얼화에 의해 골프웨어와 아웃도어 브랜드를 추가하였다. 비즈니스 캐주얼 및 평상복 외출복을 중심으로 하였으므로 넥타이 착용을 제외하였다. 각 세분시장별 제일모직, 엘지패션, 코오롱패션의 브랜드를 우선적으로 하였고, 인지도가 높거나 매출이 높은 브랜드를 위주로 선정하였다. 패션 액세서리 브랜드는 금강, 랜드로바, 락포트, 구찌, 페라가모, 루이 까뜨즈, 샘소나이트, 까르띠에, 불가리, 몰렉스, 레이밴 등의 브랜드를 중심으로 수집하였다. 수집된 의복형태와 패션 액세서리는 클래식, 모던, 캐주얼, 내추럴, 스포티브 이미지로 분류하여 비중이 높은 순서로 선택한 후 패션관련 전문가 3명과 40대 남성 4명, 50대 남성 4명의 평가를 거쳐 Q 표본을 선정하였다.

의복형태 Q 표본은 최종적으로 48개가 구성되었으며, 패션 액세서리 Q 표본은 형태가 우선시 되는 신발, 가방, 모자, 안경, 시계를 택하여 40개의 표본을 선정하였다. 사진 자극물은 디자인의 형태와 소재에 집중하여 판단하도록 의복 부분을 회색조로 하고 배경을 흰색으로 수정하여 외부자극을 최소화하였다.

의복색채 Q 표본은 컴퓨터 모니터 상에서 그래픽 프로그램 어도비 포토샵의 컬러 피커를 사용하여 RGB값을 추출한 후 먼셀 컨버전 버전 11.1을 통해 HV/C 값으로 전환하여 먼셀 10색상과 PCCS 12색조로 분류하였다. 색상 및 색조 분류기준에 따른 분포도와 비중을 고려하여 최종적으로 48개의 색채 표본을 선정하였다. 자극물은 NCS 색체계를 사용하였으며, 정확한 색채 구별을 위해 4.5×4.5cm 크기의 중간 회색 N5 보드 위에 2.5×2.5cm 크기의 색채 견본을 부착하여 제작하였다.

표본 추출 방법과 분류 기준을 요약하면 다음과 같다(표 2).

설문조사는 2012년 2월 1일에서 4월 6일까지 실시하였다. 조사대상자에게 연구목적과 방법에 대한 내용을 숙지시킨 후 분포도에 따라 순위를 정하게 하였다. 자기이미지 표본은 표본 수 34개로 -4에서 +4의 9점 척도를 사용하였으며, 의복형태와 의복색채 표본의 표본 수는 48개, 패션 액세서리의 표본 수는 40개로 -5에서 +5의 11점 척도를 사용하였다.

패션스타일 분류를 위해 QUANL PC 프로그램을 통해 각 응답자들의 상관계수를 구하고 주요인분석

<표 2> 표본 추출 절차 및 기준

구분	표본 자료 수집	표본 추출 방법	표본수	
자기이미지	선행연구 ³³⁾³⁴⁾³⁵⁾³⁶⁾³⁷⁾	선행연구의 자기이미지 어휘를 수집하여 '전통보수, 안정지향, 성취지향, 자아실현, 젊음지향, 합리추구'를 기준으로 비중 높은 순서로 추출	34	
패션스타일	의복형태	남성복 브랜드 온라인 사이트의 2011년 봄(일부), 여름, 가을, 겨울 판매상품	클래식, 모던, 캐주얼, 내추럴, 스포티브 이미지로 분류하여 비중이 높은 순서로 추출	48
	패션액세서리	남성 패션 액세서리 브랜드 온라인 사이트의 2011년 봄(일부), 여름, 가을, 겨울 판매상품	클래식, 모던, 캐주얼, 내추럴, 스포티브 이미지로 분류하여 비중이 높은 순서로 추출	40
	의복색채	남성복 브랜드 온라인 사이트의 2011년 봄(일부), 여름, 가을, 겨울 판매상품	먼셀 10색상과 PCCS 12색조로 분석하여 색상 및 색조 분류기준에 따라 분포를 고려하여 추출	48

(principal component analysis)과 베리맥스 회전(varimax rotation)을 통해 Q 요인분석을 하였다. 가장 이상적인 요인수를 결정하기 위해 아이겐값(Eigen Value) 1.0 이상을 기준으로 하여 요인의 수를 다양하게 입력시켜 산출된 결과 이상적으로 판단되는 유형을 최종적으로 선택하였다. 설문 조사 후 전문가로 구성된 집단의 워크숍을 통하여 제시된 항목에 대한 해석을 진행하였다. 전문가 집단은 패션디자이너, MD, 패션정보기획 등의 실무경력이나 교육경력 10년 이상인 12명으로 구성되었으며, 2012년 5월 31일과 6월 1일에 실시되었으며 약 2시간 소요되었다.

IV. 연구 결과

1. 중년 남성의 자기이미지 유형

중년 남성의 자기이미지는 총 5개의 유형으로 분류되었다. 5개의 유형이 갖는 전체 설명변량은 총 51.23%로 Q 분석결과가 통상 25% 이상이면 설명력

이 있는 것으로 간주하므로 이 연구결과는 충분한 설명력을 가진다고 볼 수 있다. 자기이미지 유형 1은 18.62%, 유형 2는 10.13%, 유형 3은 9.45%, 유형 4는 7.97%, 유형 5는 4.76%의 변량 값이 계산되었으며, 구체적인 아이겐 값과 변량은 <표 3>과 같다.

분류된 자기이미지 유형별 특성은 표준 점수에 따라 긍정을 보이는 항목과 부정을 보이는 항목으로 구분하여 해석하였고 상위항목은 표준점수가 높은 순서로 6개, 하위항목은 표준점수가 낮은 순서로 6개씩 제시하였다.

자기이미지 1유형에 긍정을 보이는 문항은 편안한, 차분한, 단정한, 점잖은 등이며, 부정적인 문항은 화려한, 대담한 위엄 있는, 사교적인 등이다. 자기이미지 2유형에 긍정을 보이는 문항은 현실적인, 활발한, 사교적인, 친근한 등이며, 부정적인 문항은 고상한, 점잖은, 위엄 있는, 고급스러운 등이다. 자기이미지 3유형에 긍정을 보이는 문항은 합리적인, 감성적인, 낭만적인, 이성적인 등이며, 부정적인 문항은 단순한, 평범한, 화려한, 고급스러운 등이다. 자기이미지 4유

<표 3> 자기이미지 유형별 아이겐값, 변량 및 긍정과 부정 표본

N=57

구분	요인 1		요인 2		요인 3		요인 4		요인 5	
아이겐값	10.7864		5.7721		5.3867		4.5413		2.7155	
요인별 변량	.1862		.1013		.0945		.0797		.0476	
누적변량	.1862		.2905		.3850		.4647		.5123	
긍정	항목	표준점수	항목	표준점수	항목	표준점수	항목	표준점수	항목	표준점수
	편안한	1.81	현실적인	2.07	합리적인	1.92	세련된	2.09	적극적인	1.98
	차분한	1.57	활발한	1.67	감성적인	1.62	감성적인	1.88	합리적인	1.60
	단정한	1.43	사교적인	1.54	낭만적인	1.45	고급스러운	1.58	현실적인	1.42
	점잖은	1.35	친근한	1.40	이성적인	1.34	도회적인	1.28	이성적인	1.36
	부드러운	1.25	편안한	1.30	침착한	1.12	품위 있는	1.23	진취적인	1.30
부정	합리적인	1.15	단순한	1.10	개성적인	1.12	지적인	.91	차분한	1.17
	화려한	-2.11	고상한	-1.89	단순한	-1.96	대담한	-2.00	고상한	-1.73
	대담한	-1.75	점잖은	-1.49	평범한	-1.59	이성적인	-1.56	세련된	-1.67
	위엄 있는	-1.30	위엄 있는	-1.46	화려한	-1.56	검소한	-1.26	화려한	-1.42
	사교적인	-1.20	고급스러운	-1.45	고급스러운	-1.40	현실적인	-1.17	지적인	-1.36
	활발한	-1.02	화려한	-1.29	위엄 있는	-1.24	수수한	-1.17	감성적인	-1.30
진취적인	-.94	침착한	-1.28	검소한	-1.17	진취적인	-1.13	부드러운	-.99	

형에 긍정을 보이는 문항은 세련된, 감성적인, 고급스러운, 도회적인 등이며, 부정적인 문항은 대담한, 이성적인, 검소한, 현실적인 등이다. 자기이미지 5유형에 긍정을 보이는 문항은 적극적인, 합리적인, 현실적인, 이성적인 등이며, 부정적인 문항은 고상한, 세련된, 화려한, 지적인 등이다.

중년 남성은 전반적으로 합리적이고 현실적인 가치를 추구하는 특징이 두드러지며 편안하고 차분한 또는 사교적이고 적극적인 특징을 보이고 있다. 또한 감성적인, 낭만적인, 개성적인 특징도 보이므로 중년 남성의 자기이미지가 보다 다양화되고 있는 것을 알 수 있다.

2. 중년 남성의 패션스타일 유형

패션스타일을 구성하는 요소인 의복형태와 패션 액세서리의 요인을 추출하고 조사대상자를 기준으로 구성 요소 간의 일치성을 분석하여 요인을 분류하였으며, 각 요인별 선호하는 의복색채를 분석하여 패션스타일 유형을 도출하였다.

1) 의복형태 요인

중년 남성의 의복형태는 총 4개의 요인으로 분류되었다. 4개의 요인이 갖는 전체 설명변량은 총 44.92%로 의복형태 요인 1은 24.93%, 요인 2는 9.08%, 요인 3은 6.42%, 4요인은 4.49%의 변량 값이 계산되었으며, 구체적인 아이겐 값과 변량은 <표 4>와 같다. 분류된 의복형태 요인별 특성은 표준 점수에 따라 긍정을 보이는 항목과 부정을 보이는 항목으로 구분하여 해석하였고 상위항목은 표준점수가 높은 순서로 8개, 하위항목은 표준점수가 낮은 순서로 8개씩 제시하였다.

의복형태 1요인에 긍정적인 아이템은 더블 브레스트 재킷, 2버튼 싱글 브레스트 재킷, 체크무늬 재킷, 패치포켓의 캐주얼 재킷 등 다양한 디자인의 재킷과 기본형 팬츠 또는 치노 팬츠, 데님 팬츠와 스트라이프 무늬 셔츠이다. 이 요인에서는 스포티하거나 과감한 무늬가 있는 형태를 싫어하는 것으로 나타났다. 재킷과 함께 기본형 팬츠 이외에 면이나 데님을 함께

착용하여 클래식하면서 모던한 이미지를 연출한다.

의복형태 2요인에 긍정을 보이는 형태는 플로티, 폴로칼라 스웨터, 싱글 브레스트 재킷, 캐주얼 재킷과 솔리드 레귤러 칼라 셔츠와 스트라이프 무늬 셔츠 등이다. 무늬가 없거나 튀지 않는 은은한 무늬를 선호하며, 카고 팬츠, 트랜치 코트, 지퍼장식이 많은 점퍼, 큰 무늬가 있는 형태 등을 싫어하는 것으로 나타났다. 무난하면서 활동적인 착장을 즐기는 평범하면서 편안한 이미지라고 할 수 있다.

의복형태 3요인에 긍정을 보이는 형태는 데님 팬츠, 카고 팬츠, 집업 카디건, 솔 넥 스웨터, 스타일리쉬한 점퍼 등이다. 개성 있는 점퍼와 캐주얼 바지를 함께 착용하거나 카디건이나 스웨터를 아우터웨어로 활용하면서 데님 팬츠와 함께 연출하고 있다. 반면 체크무늬를 중심으로 한 기존의 어덜트 캐주얼 디자인에 대해 부정적인 특징을 보이고 있다. 젊은 감각의 개성 있는 착장으로 모던하면서 캐주얼한 이미지를 연출한다.

의복형태 4요인에 긍정을 보이는 형태는 2버튼 싱글 브레스트 재킷, 체크무늬 재킷, 패치포켓의 캐주얼 재킷, 기능성 재킷 등 다양한 재킷과 기본형의 점퍼와 사파리 등이다. 이 요인에서는 과감한 무늬와 반바지, 카고 팬츠를 싫어하는 것으로 나타났다. 보수적인 성향으로 변화가 적은 디자인과 심플하고 편안한 디자인을 선호하여 클래식하면서 내추럴한 이미지라고 할 수 있다.

















2) 패션 액세서리 요인















중년 남성의 패션 액세서리는 총 4개의 요인으로 분류되었다. 4개의 요인이 갖는 전체 설명변량은 총 40.76%로 패션 액세서리 요인 1은 23.66%, 요인 2는 7.47, 요인 3은 5.01%, 4요인은 4.62%의 변량 값이 계산되었으며, 구체적인 아이겐 값과 변량은 <표 5>와 같다. 분류된 패션 액세서리 요인별 특성은 상위항목은 표준점수가 높은 순서로 6개, 하위항목은 표준점수가 낮은 순서로 6개씩 제시하였다.

패션 액세서리 1요인에 긍정을 보이는 항목은 클래식한 옥스퍼드 구두와 시계, 브리프 케이스, 기본형의 시계 등이며, 등산화와 스포츠 모자, 중절모나

<표 4> 의복형태 요인별 아이겐값, 변량 및 긍정과 부정 표본

N=57

구분	요인 1		요인 2		요인 3		요인 4		
아이겐 값	14.2079		5.1775		3.6604		2.5599		
요인별 변량	.2493		.0908		.0642		.0449		
누적 변량	.2493		.3401		.4043		.4492		
긍정	Q 표본								
		- www.lgfashionshop.com				- bananarepublic.gap.com		- www.lgfashionshop.com	
	표준점수	2.26	1.75	1.66	1.54	1.93	1.49	2.60	2.14
	Q 표본								
		- www.lgfashionshop.com	- bananarepublic.gap.com	- www.lgfashionshop.com	- bananarepublic.gap.com	- www.lgfashionshop.com	- bananarepublic.gap.com	- www.joykolon.com	
	표준점수	1.55	1.52	1.42	1.27	1.45	1.36	1.79	1.36
	Q 표본								
		- bananarepublic.gap.com	- www.lgfashionshop.com	- www.joykolon.com	- www.lgfashionshop.com	- kr.burberry.com	- www.lgfashionshop.com	- www.joykolon.com	
	표준점수	1.49	1.40	1.23	1.21	1.35	1.34	1.30	1.26
	Q 표본								
	- www.lgfashionshop.com				- bananarepublic.gap.com		- www.lgfashionshop.com		
표준점수	1.37	1.29	1.20	1.15	1.33	1.18	1.18	1.09	

부 정	Q 표본								
	표준점수	-2.19	-1.64	-2.27	-2.01	-2.55	-1.60	-2.07	-1.66
	Q 표본								
	표준점수	-1.59	-1.51	-1.74	-1.42	-1.50	-1.44	-1.46	-1.34
	Q 표본								
	표준점수	-1.31	-1.21	-1.18	-1.16	-1.38	-1.31	-1.33	-1.23
Q 표본									
표준점수	-1.13	-1.12	-1.15	-1.15	-1.08	-0.96	-1.17	-1.12	





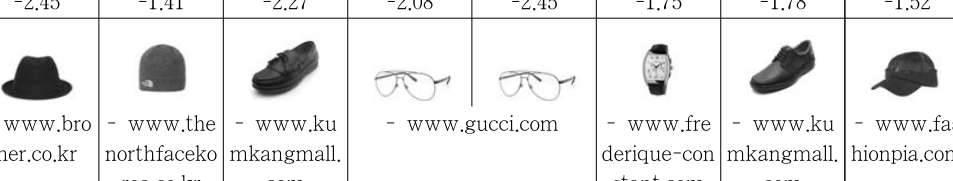

클러치백 같은 스포티하거나 개성이 강한 디자인을 선호하지 않는 것으로 나타났다. 절제된 디자인으로 고급스러움을 추구하는 클래식하면서 모던한 이미지라 할 수 있다.

패션 액세서리 2요인에 긍정을 보이는 항목은 운동화, 등산화, 백팩, 등산 모자와 스포티 시계 등이며, 중절모 같은 클래식한 아이템이나 디자인의 변화가 있는 형태에 부정적인 것으로 나타났다. 이 요인은

한국 중년 남성의 자기이미지와 패션스타일 유형에 따른 취향 분석

<표 5> 패션 액세서리 요인별 아이젠값, 변량 및 긍정과 부정 표본

N=57

구분	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4						
아이젠 값	13,4855	4,2574	2,8534	2,6359						
요인별 변량	.2366	.0747	.0501	.0462						
누적 변량	.2366	.3113	.3613	.4076						
긍정	 <p>Q 표본</p> <p>- www.ku mkangmall. com</p> <p>- www.loui sclub.com</p> <p>- www.nik estore.co.kr</p> <p>- support.ti ssot.ch</p> <p>- www.ku mkangmall. com</p> <p>- en.piaget. com</p> <p>- www.loui sclub.com</p> <p>- www.iw c.com</p>	표준점수	1.46	1.23	1.79	1.51	1.92	1.76	1.93	1.90
	 <p>Q 표본</p> <p>- www.role x.com</p> <p>- www.ku mkangmall. com</p> <p>- www.the northfaceko rea.co.kr</p> <p>- www.the northfaceko rea.co.kr</p> <p>- www.fas hionpia.com</p> <p>- www.ku mkangmall. com</p> <p>- www.lgfa shionshop.c om</p> <p>- www.ku mkangmall. com</p>	표준점수	1.18	0.99	1.25	1.08	1.73	1.63	1.24	1.13
	 <p>Q 표본</p> <p>- www.iw c.com</p> <p>- www.cart ier.co.kr</p> <p>- world.g-s hock.com</p> <p>- www.the northfaceko rea.co.kr</p> <p>- www.poli ce.it</p> <p>- www.loui sclub.com</p> <p>- www.fre derique-con stant.com</p> <p>- www.ku mkangmall. com</p>	표준점수	0.96	0.89	1.05	1.00	1.47	1.43	1.03	1.00
	 <p>Q 표본</p> <p>- www.the northfaceko rea.co.kr</p> <p>- us.bulgar i.com</p> <p>- www.lgfa shionshop. com</p> <p>- www.bro ner.co.kr</p> <p>- us.bulgar i.com</p> <p>- www.the northfaceko rea.co.kr</p> <p>- www.bro ner.co.kr</p> <p>- www.guc ci.com</p>	표준점수	-2.45	-1.41	-2.27	-2.08	-2.45	-1.75	-1.78	-1.52
	 <p>Q 표본</p> <p>- www.bro ner.co.kr</p> <p>- www.the northfaceko rea.co.kr</p> <p>- www.ku mkangmall. com</p> <p>- www.gucci.com</p> <p>- www.fre derique-con stant.com</p> <p>- www.ku mkangmall. com</p> <p>- www.fas hionpia.com</p>	표준점수	-1.40	-1.31	-2.05	-1.30	-1.39	-1.34	-1.48	-1.38
 <p>Q 표본</p> <p>- www.lgfashionshop. com</p> <p>- explore.ca lvinklein. com</p> <p>- en.piaget. com</p> <p>- www.ferr agamo.com</p> <p>- www.bro ner.co.kr</p> <p>- www.tom ford.com</p> <p>- www.lgfa shionshop. com</p>	표준점수	-1.28	-1.12	-1.24	-1.12	-1.24	-1.13	-1.21	-1.16	

활동적이면서 심플한 디자인을 선호하여 스포티 이미지를 연출하고 있다.

패션 액세서리 3요인은 콤포트 슈즈, 야구모자 같은 편안한 스타일과 사각 프레임의 금속테 안경, 슬립 온 구두, 브리프 케이스 같은 깔끔한 스타일을 선호하고, 개성이 강하고 눈에 띄는 디자인을 선호하지 않는 것으로 나타났다. 기존의 어덜트 캐주얼을 유지하면서 스포티한 경향을 받아들여 복합적인 이미지를 보이고 있다.

패션 액세서리 4요인에 긍정을 보이는 항목은 세련된 브리프 케이스와 슬립 온 구두, 디자인 변화가 있는 시계 등이다. 반면에 실용성이나 기능성을 강조한 형태, 나이가 들어 보이는 스타일 또는 개성이 강한 디자인을 선호하지 않는 것으로 나타났다. 이 요인은 현대적인 감각을 보이고 있어 모던한 이미지를 할 수 있다.

3) 의복형태와 패션 액세서리 요인에 따른 선호 의복색채

조사대상자를 기준으로 해당하는 의복형태 요인과 패션 액세서리 요인의 일치율을 통해 두 요인간의 관계를 분석하였다. <표 6> 의복형태 1요인은 패션 액세서리 1요인, 3요인과 4요인, 의복형태 2요인은 패션 액세서리의 모든 요인과 관련이 있었다. 의복형태 3요인은 패션 액세서리 1요인, 2요인과 4요인, 의복형태 4요인도 패션 액세서리의 모든 요인과 관련이 있었다. 의복형태 요인과 패션 액세서리 요인 사이에 14개가 일치하였으나, 빈도수 1의 경우 일치성이 적기 때문에 제외시켰다. 따라서 총 10개로 정리하였다.

중년 남성이 선호하는 의복색채의 분석을 위해 최

종적으로 선정된 48개 표본을 사용하여 의복의 색으로 선호하는 순서대로 1부터 11점의 점수를 부여하는 설문을 실시하였다. 앞서 분류된 의복형태와 패션 액세서리 요인별 조사대상자들이 선호하는 색채에 대한 평균점수를 산출하여 평균점수 상위 10개씩 추출하였다. <표 7>

의복형태 1요인과 패션 액세서리 1요인에 해당하는 조사대상자는 light grayish, pale, light, soft 색조와 Y, PB 색상을 중심으로 주로 밝은 색채를 선호하였다. 의복형태 1요인과 패션 액세서리 4요인은 베이지, 브라운, 중·저명도의 PB, W와 Bk 등을 선호하였다. 의복형태 2요인과 패션 액세서리 1요인은 무채색과 light grayish 색조의 Y, GY, BG 등을, 의복형태 2요인과 패션 액세서리 2요인은 버건디, 브라운, 네이비, 다크 그레이 등 중·저명도의 색채를 선호하였다. 의복형태 2요인과 패션 액세서리 3요인의 선호하는 의복색채는 light grayish, pale, light 등의 밝은 색조와 무채색으로 나타났다. 의복형태 3요인과 패션 액세서리 1요인은 무채색과 베이지, 네이비 등을, 의복형태 3요인과 패션 액세서리 4요인은 bright 색조의 YR, dull 색조의 Y, light grayish 색조의 GY, pale 색조의 PB, P 등 다양한 색조와 색상을 선호하였다. 의복형태 4요인과 패션 액세서리 1요인은 다양한 색조의 PB와 무채색을, 의복형태 4요인과 패션 액세서리 2요인은 선명한 색조의 YR, Y, PB와 밝은 색조의 G, B, P 등 다양한 색상을 선호하는 것으로 나타났다. 의복형태 4요인과 패션 액세서리 4요인은 다양한 색조의 PB, 무채색과 함께 선명한 R을 선호하였다.

<표 6> 의복형태 요인과 패션 액세서리 요인 간의 일치율

빈도(%)

	패션 액세서리 1	패션 액세서리 2	패션 액세서리 3	패션 액세서리 4	합계
의복형태 1	6 (10.5)	-	1 (1.8)	7 (12.3)	14 (24.6)
의복형태 2	11 (19.3)	4 (7.0)	2 (3.5)	1 (1.8)	18 (31.6)
의복형태 3	2 (3.5)	1 (1.8)	-	4 (7.0)	7 (12.3)
의복형태 4	8 (14.0)	3 (5.3)	1 (1.8)	6 (10.5)	18 (31.6)
합계	27 (47.4)	8 (14.0)	4 (7.0)	18 (31.6)	57 (100.0)

4) 의복형태, 패션 액세서리 및 의복색채에 따른 패션스타일 유형

패션스타일 유형의 명칭은 패션관련 전문가집단의 워크숍을 통해 정하였다. 패션스타일 유형별 의복형태, 패션 액세서리의 사진과 의복색채를 제시하였으며, 이를 토대로 전문가들과 논의를 통해 결정하였다. 의복형태, 의복색채, 패션 액세서리 및 의복색채에 따라 10 가지의 패션스타일 유형을 도출하였다. 중년 남성의 패션스타일 유형은 '모던 클래식, 소피스티케이티드, 타운 캐주얼, 트레이디셔널 캐주얼, 킴포터블, 시크 캐주얼, 컨템포러리, 젠틀 클래식, 클래식 스포티, 소프트 클래식' 패션스타일로 나타났다(표 7)

의복형태 1유형과 패션 액세서리 1유형은 재킷, 셔츠, 기본형 팬츠, 치노 팬츠나 데님 팬츠에 옥스퍼드 슈즈, 기본형의 시계와 브리프 케이스로 클래식한 분위기를 연출하면서 베이지와 블루를 중심으로 밝은 색조를 사용하여 모던한 인상을 주고 있다. 현대적 감각의 비즈니스웨어를 연출하므로 '모던 클래식 패션스타일'이라 하였다.

의복형태 1유형과 패션 액세서리 4유형은 재킷, 셔츠, 기본형 팬츠, 치노 팬츠나 데님 팬츠에 슬립온 슈즈, 깔끔한 브리프케이스와 트렌디한 시계로 모던하고 클래식하면서 캐주얼한 이미지를 함께 연출하고 있다. 이 유형의 의복색채는 베이지, 브라운, 네이비, W와 Bk 등으로 도회적인 감각의 세련된 비즈니스 캐주얼웨어를 연상시키므로 '소피스티케이티드 패션스타일'이라 명명하였다.

의복형태 2유형과 패션 액세서리 1유형은 폴로티와 폴로 칼라 스웨터, 셔츠에 옥스퍼드 슈즈, 기본형의 시계와 브리프 케이스 등의 클래식한 액세서리를 코디네이션하고, 무채색과 light grayish 색조의 Y, GY, BG 등을 차분한 색채를 선호하였다. 중년 남성의 단정하고 보편적인 평상복이므로 '타운 캐주얼 패션스타일'이라 하였다.

의복형태 2유형과 패션 액세서리 2유형은 폴로티와 폴로 칼라 스웨터, 셔츠에 운동화, 스포티 시계와 모자를 함께 착용하고, 버건디, 브라운, 네이비, 다크 그레이 등 중-저명도의 색채를 선호하였다. 전통적인 아이템과 색채를 고수하면서 기능적이고 활동성을

주는 평상복이므로 '트레이디셔널 캐주얼 패션스타일'로 명명하였다.

의복형태 2유형과 패션 액세서리 3유형은 폴로티와 폴로 칼라 스웨터, 셔츠에 킴포트 슈즈, 기본 사각 프레임 안경을 착용하며, 밝은 핑크, 그린, 블루와 W와 Gy를 선호하여 차분하면서 부드러운 인상을 준다. 일반적인 중년 남성의 편안한 평상복으로 '킴포터블 패션스타일'이라 하였다.

의복형태 3유형과 패션 액세서리 1유형은 집업 스웨터, 캐주얼 재킷, 치노 팬츠에 옥스퍼드 슈즈, 기본형의 시계와 브리프 케이스로 등의 클래식한 액세서리를 매치하고, 무채색과 베이지, 네이비 등을 선호하였다. 도회적인 감각의 젊고 캐주얼한 이미지를 연출하여 '시크 캐주얼 패션스타일'이라 하였다.

의복형태 3유형과 패션 액세서리 4유형은 집업 스웨터, 캐주얼 재킷, 치노 팬츠와 슬립온 슈즈, 깔끔한 브리프케이스와 트렌디한 시계를 착용하고, YR, Y, B, PB, P 등 다양한 색상과 밝은 색조를 선호하였다. 젊은 감각의 개성 있는 모던 캐주얼을 연출하므로 '컨템포러리 패션스타일'로 명명하였다.

의복형태 4유형과 패션 액세서리 1유형은 다양한 무늬의 재킷들과 점퍼, 사파리에 옥스퍼드 슈즈, 기본형의 시계와 브리프 케이스로 등을 매치하며, 다양한 색조의 PB와 무채색을 선호하여 보수적인 인상을 주고 있다. 점잖은 중년 남성의 대표적인 비즈니스웨어를 연상시키므로 '젠틀 클래식 패션스타일'이라 정하였다.

의복형태 4유형과 패션 액세서리 2유형은 다양한 무늬의 재킷들과 점퍼, 사파리에 스포티한 액세서리를 함께 착용하며, 선명한 색조의 YR, Y, PB와 밝은 색조의 G, B, P 등 다양한 색상을 선호하였다. 중년 남성의 격식과 활동성을 겸한 외출복으로 '클래식 스포티 패션스타일'이라 하였다.

의복형태 4유형과 패션 액세서리 4유형은 다양한 무늬의 재킷들과 점퍼, 사파리에 슬립온 슈즈, 깔끔한 브리프케이스와 트렌디한 시계 등의 패션 액세서리를 매치하며, 다양한 색조의 PB, 무채색과 선명한 R을 선호하였다. 젊게 보이려는 중년 남성의 패션으로 '소프트 클래식 패션스타일'이라 명명하였다.

3. 중년 남성의 취향 분석

자기이미지 유형과 패션스타일 유형을 종합하고 취향에 대한 해석을 위해 패션관련 전문가집단의 워크숍을 실시하였다. 우선 개인적 차원의 취향 분석을 위해 전문가집단에게 패션스타일 유형별로 의복형태와 패션 액세서리 및 의복색채 자료가 인쇄된 질문지를 제시하여 연상되는 중년 남성의 특성에 대해 논의하였다. 패션스타일 유형의 특징을 설명할 수 있는 자기이미지 어휘들을 추출하고, 자기이미지와 패션스타일 유형을 종합한 개인적 차원의 취향에 대한 명칭을 정하였다.<표 8>.

모던 클래식 패션스타일의 중년 남성은 현대적 감각의 비즈니스웨어를 착용하며, 품위 있고 적극적인 자기이미지를 가지고 있다. 철저한 자기관리를 통해

명예를 갖고자 하는 특징이 연상되므로 '성공지향형'이라 하였다.

소피스티케이티드 패션스타일 유형의 중년 남성은 도회적이고 세련된 비즈니스 캐주얼을 연출하며, 세련되고 적극적인 자기이미지를 가지고 있다. 유행을 추종하고 전문적인 자신의 능력을 드러내려는 특징을 가지므로 '능력보유형'이라 하였다.

타운 캐주얼 패션스타일 유형은 중년 남성들이 보편적으로 입는 평상복으로 점잖고 단정한 자기이미지를 가지고 있다. 평범하게 보이면서 품위를 유지하려는 중년 남성의 특성을 보이므로 '내실추구형'이라 하였다.

트래디셔널 캐주얼 패션스타일 유형은 전통적인 캐주얼웨어를 연출하며, 친근하고 사교적인 자기이미

<표 7> 중년 남성의 패션스타일 유형

의복형태	패션 액세서리	의복색채	패션스타일 특징	패션스타일 유형
다양한 디자인의 재킷, 셔츠, 기본형 팬츠, 치노 팬츠, 데님 팬츠	옥스퍼드 슈즈, 기본형 시계, 브리프 케이스	light grayish, pale, light, soft 색조의 Y, PB 색상	현대적인 감각의 비즈니스웨어	모던 클래식
	세련된 브리프 케이스, 슬립 온 구두, 트렌디 시계	베이지, 브라운, 중·저명도의 PB, W, Bk	세련된 도회적인 감각의 비즈니스 캐주얼	소피스티케이티드
폴로티, 폴로칼라 스웨터, 재킷, 셔츠	옥스퍼드 슈즈, 기본형의 시계와, 브리프 케이스	무채색, light grayish 색조의 Y, GY, BG	단정하고 보편적인 평상복	타운 캐주얼
	운동화, 등산화, 백팩, 등산모자, 스포티 시계	버건디, 브라운, 네이비, 다크 그레이 등 중·저명도의 색채	전통적이고 활동적인 평상복	트래디셔널 캐주얼
	컴포트 슈즈, 야구모자, 사각 프레임 금속테 안경	light grayish, pale, light 등 밝은 색조와 무채색	편안한 평상복	컴퓨터블
데님 팬츠, 카고 팬츠, 집업 카디건, 숄 넥 스웨터, 스타일리쉬 점퍼	옥스퍼드 슈즈, 기본형 시계, 브리프 케이스	무채색, 베이지, 네이비	도회적인 감성의 젊고 캐주얼한 이미지	시크 캐주얼
	세련된 브리프 케이스, 슬립 온 구두, 트렌디 시계	bright 색조의 YR, dull 색조의 Y, light grayish 색조의 GY, pale 색조의 PB, P	젊은 감성의 개성 있는 모던 캐주얼	컨템포러리
다양한 무늬의 재킷, 점퍼, 사파리	옥스퍼드 슈즈, 기본형 시계, 브리프 케이스	다양한 색조의 PB, 무채색	점잖은 중년 남성의 비즈니스웨어	젠틀 클래식
	운동화, 등산화, 백팩, 등산모자, 스포티 시계	선명한 색조의 YR, Y, PB와 밝은 색조의 G, B, P 등 다양한 색상	격식과 활동성을 겸한 외출복	클래식 스포티
	세련된 브리프 케이스, 슬립 온 구두, 트렌디 시계	다양한 색조의 PB, 무채색, 선명한 R	젊게 보이려는 중년 남성의 패션	소프트 클래식

지를 가지고 있다. 자아를 실현하고 인생을 즐기는 타입이므로 '자유추구형'이라 정하였다.

컴포터블 패션스타일 유형의 중년 남성은 편안한 평상복을 착용하며, 편안하고 단순한 자기이미지를 가지고 있다. 실용적인 것을 선호하고 자신의 내면에 더 충실한 사람으로 '자기만족형'이라 하였다.

시크 캐주얼 패션스타일 유형의 중년 남성은 젊은 감성으로 도회적인 패션스타일을 연출하며, 도회적이고 개성적인 자기이미지를 가지고 있다. 현실을 직시하면서 개성을 추구하므로 '개성타협형'이라 하였다.

컨템포러리 패션스타일 유형의 중년 남성은 젊은 감성의 개성 있는 모던 캐주얼 패션스타일을 연출하며, 개성적이고 감성적인 자기이미지를 가지고 있다. 남들과 차별화된 자기만의 스타일을 원하며, 패션에 관심이 많은 타입으로 '감성발산형'이라 명명하였다.

젠틀 클래식 패션스타일 유형은 중년 남성의 전형적인 비즈니스웨어를 연출하며, 점잖고 차분한 자기

이미지를 가지고 있다. 보수적이고 안정적인 삶을 살고 있는 한국형 아저씨 스타일로 구분되므로 '안정지향형'이라 하였다.

클래식 스포티 패션스타일 유형의 중년 남성은 격식과 활동성을 겸한 패션스타일이며, 활발하고 편안한 자기이미지를 가지고 있다. 부지런한 생활을 하는 성실한 활동가형으로 '실용중시형'이라 하였다.

소프트 클래식 패션스타일 유형은 젊게 보이려고 노력하는 중년 남성의 패션스타일이며, 사교적이고 친근한 자기이미지를 가지고 있다. 유행에 관심은 있지만 무난하고 현실적인 성격으로 약간의 변화를 추구하는 타입으로 '청춘노력형'이라 명명하였다.

자기이미지 유형과 패션스타일 유형에 의해 도출된 개인적 차원의 취향은 '성공지향형, 능력보유형, 내실추구형, 자유추구형, 자기만족형, 개성타협형, 감성발산형, 안정지향형, 실용중시형, 청춘노력형'이며, 이를 사회적 차원과 통합하여 중년 남성의 취향의 특징을 분석하였다.

취향의 사회적 차원을 구성하는 내적 요소는 중년 남성의 일반적 특성이며, 외적요소는 중년 남성 패션의 특성으로 구분된다. 이론적 고찰을 통해 중년 남성은 전통·보수, 안정지향, 성취지향, 자아실현, 젊음지향과 합리추구의 특징이 나타났다. 중년 남성 패션의 특징은 전통적이고 보수적인 스타일을 고수하는 의복 동조성, 사회성 추구의 신분 상징성, 자기개발을 통한 자아실현, 외모에 대한 관심으로 젊은 감각과 개성 표현, 실용성과 합리적 소비 등으로 나타났다.

전문가집단에게 개인적 차원의 취향별 중년 남성들의 직업, 구매행동, 취향, 라이프스타일 또는 주위의 사람이나 연예인, 정치인 등의 구체적인 인물들에 대해 발언하도록 하였으며, 중년남성의 사회적 차원의 내용을 제시하여 각 개인적 차원의 취향을 대표할 수 있는 사회적 차원의 항목에 대해 논의하였다. 자유발언과 토론의 내용을 종합하여 중년남성의 취향을 명명하였다.

'성공지향형'과 '능력보유형'의 개인적 차원의 취향은 성취지향적인 남성의 특성과 사회적 지위를 나타내려는 신분 상징성의 의복행동으로 형성된 것으로 '사회성 높은 성취지향 취향'이라 할 수 있다.

<표 8> 중년 남성의 개인적 차원의 취향

패션스타일 유형	자기이미지 유형		개인적 차원의 취향
	어휘	유형분류	
모던 클래식	품위 있는, 적극적인	4, 5	성공지향형
소피스티케이티드	세련된, 적극적인	4, 5	능력보유형
타운 캐주얼	점잖은, 단정한	1	내실추구형
트래디셔널 캐주얼	사교적인, 친근한	2	자유추구형
컴포터블	편안한, 단순한	1, 2	자기만족형
시크 캐주얼	도회적인, 개성적인	3, 4	개성타협형
컨템포러리	개성적인, 감성적인	3	감성발산형
젠틀 클래식	점잖은, 차분한	1	안정지향형
클래식 스포티	활발한, 편안한	1, 2	실용중시형
소프트 클래식	사교적인, 친근한	2	청춘노력형

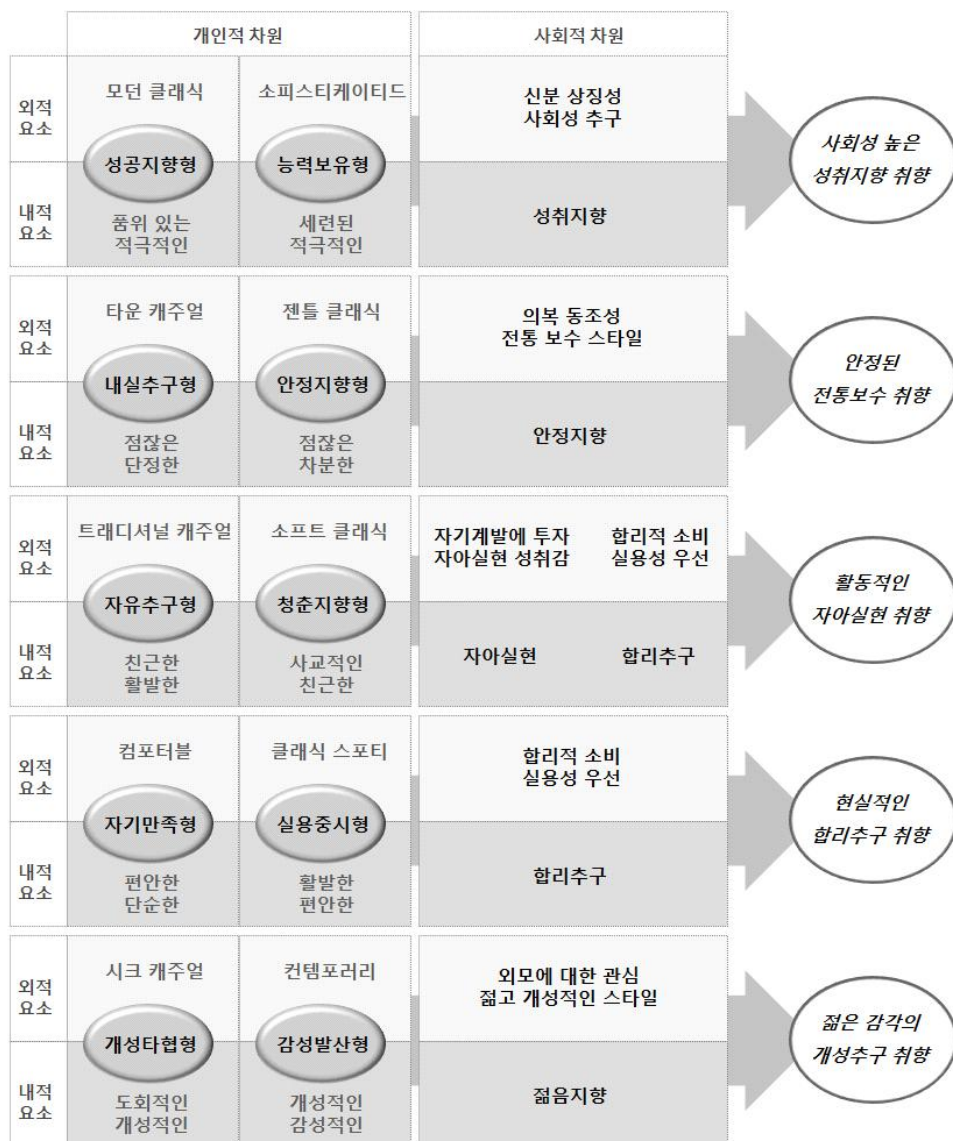
'내실추구형'과 '안정지향형'의 개인적 차원의 취향은 전통·보수적인 남성의 특성과 전통적인 스타일을 고수하는 의복 동조성으로 형성된 것으로 '안정된 전통보수 취향'이라고 하였다.

'자유추구형'과 '청춘노력형'의 개인적 차원의 취향은 자아실현과 합리추구의 남성의 특성과 자아실현을 위해 자기개발에 투자하고 합리적인 소비를 하는

의복행동에서 형성된 것으로 '활동적인 자아실현 취향'이라 하였다.

'자기만족형'과 '실용중시형'의 개인적 차원의 취향은 합리추구의 남성의 특성과 실용성을 우선시하는 합리적인 소비에서 형성된 것으로 '현실적인 합리추구 취향'으로 명명하였다.

'개성타협형'과 '감성발산형'의 개인적 차원의 취향



〈그림 2〉 중년 남성의 취향

은 젊음지향의 남성의 특성과 외모에 대한 관심으로 젊고 개성적인 스타일을 추구하므로 '젊은 감각의 개성추구 취향'이라 하였다.

이상과 같이 개인적 차원과 사회적 차원의 취향을 종합하여 중년 남성의 취향을 도출한 결과, 중년 남성은 '안정된 전통보수 취향, 사회성 높은 성취지향 취향, 젊은 감각의 개성추구 취향, 활동적인 자아실현 취향, 현실적인 합리추구 취향'으로 나타났다.<그림 2>

'안정된 전통보수 취향'과 '사회성 높은 성취지향 취향'은 일반적인 중년 남성의 특징이며, '현실적인 합리추구 취향'과 '젊은 감각의 개성추구 취향'은 현실적인 면을 고려하면서 외모에 대한 관심이 높아지는 특징을 나타내고, 이는 향후 중년 세대들의 취향에 주요한 방향이 될 것이다. '활동적인 자아실현 취향'의 경우 자아실현을 위해 자기개발을 하는 중년 세대의 특징을 보여주고 있으며, 여기에 합리적이고 현실적인 부분이 영향을 주고 있다.

V. 결론

중년 남성의 취향을 규명하기 위하여 자기이미지 유형과 패션스타일의 유형을 분석하여 개인적 차원의 취향을 도출하였고, 중년 남성의 특성과 남성 패션의 특성에 의한 사회적 차원의 취향과 종합한 이 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

취향은 개인적 차원과 사회적 차원의 관계 속에서 형성되는 판단기준이며, 각각 내적인 요소와 외적인 요소로 구분된다. 취향의 사회적 차원의 내적 요소는 중년 남성의 특성으로, 외적요소는 중년 남성 패션의 특성을 중심으로 고찰하였다. 중년 남성은 전통·보수, 안정지향, 성취지향, 자아실현, 젊음지향과 합리추구의 특성을 가지며, 중년 남성의 패션은 전통적이고 보수적인 스타일을 고수하는 의복 동조성, 사회적 지위를 나타내는 신분 상징성, 자기개발을 통한 자아실현, 외모에 대한 관심으로 젊은 감각과 개성적인 스타일 추구, 실용성과 합리적 소비를 하는 특성을 보이고 있다.

취향의 개인적 차원의 내적 요소로 자기이미지, 외적 요소로 패션스타일을 유형화한 결과, 자기이미

지 유형은 '편안한, 차분한, 단정한, 점잖은,' '현실적인, 활발한, 사교적인, 친근한,' '합리적인, 감성적인, 낭만적인, 이성적인,' '세련된, 감성적인, 고급스러운, 도회적인,' '적극적인, 합리적인, 현실적인, 이성적인'으로 나타났다. 의복형태, 패션 액세서리 및 의복색채에 따른 패션스타일 유형은 '모던 클래식, 스포스틱에이트, 타운 캐주얼, 트레이디셔널 캐주얼, 컴퍼터블, 시크 캐주얼, 컨템포러리, 젠틀 클래식, 클래식 스포티, 소프트 클래식' 패션스타일로 나타났다.

자기이미지 유형과 패션스타일 유형에 따른 개인적 차원의 취향은 '성공지향형, 능력보유형, 내실추구형, 자유추구형, 자기만족형, 개성타협형, 감성발산형, 안정지향형, 실용중시형, 청춘노력형'이며, 이를 사회적 차원과 통합한 중년 남성의 취향은 '사회성 높은 성취지향 취향, 안정된 전통보수 취향, 활동적인 자아실현 취향, 현실적인 합리추구 취향, 젊은 감각의 개성추구 취향'으로 나타났다.

중년 남성은 사회적 성공과 명예를 가지고, 일에 전념하고, 가족에 헌신적이고, 외모를 가꾸며, 자유로운 생활을 즐기는 특성이 나타났으며, 이는 다양한 개성을 추구하는 특성으로 변화하고 있음을 의미한다. 또한 합리적인 가치를 추구하는 현실적인 사고방식이 중년 남성의 주요한 특징임을 보여주고 있다. 이러한 사고방식은 패션스타일과도 관련되어 주로 합리적인 소비로 젊게 보이려고 노력하고, 자기개발을 위해 투자하면서도 실용성을 우선시하는 경향이 함께 나타났다.

취향은 공통적인 기호에 따라 일관된 행동으로 나타나는 것으로 이 연구의 결과는 중년 남성이 연출하고자 하는 취향에 따라 의복의 형태나 색채, 패션 액세서리 등을 제안하는 데 활용될 수 있을 것이다. 현재 개인화에 의한 맞춤형 상품 개발이 중요해지고 개인별 특징을 분석하기 위한 취향이 중요시되고 있으나, 취향에 관한 개념이나 평가방법에 관한 연구가 부족한 편이므로, 이 연구에서 제시한 취향의 분석방법과 결과는 취향 평가를 위한 자료로 활용될 수 있을 것이다. 중년 남성은 경제력이 있는 세대이며 패션에 대한 관심이 전보다 높아졌지만, 국내 시장은 아직 이들을 위한 상품 구색이 다양하지 못하고, 디

자인 성향에 관한 연구도 거의 없는 실정이므로, 이 결과는 중년 남성을 위한 상품기획에 필요한 취향에 대한 정보를 제공하였다는 점에서 의의를 갖는다. 이 연구는 패션을 중심으로 취향을 분석한 것이므로 다양한 분야를 포괄하는 연구가 이루어진다면 향후 중년 남성을 타겟으로 하는 마케팅 전략에 유용한 자료로 활용될 수 있을 것이다.

참고문헌

- 1) 자료검색일 2011. 5. 2, http://www.doopedia.co.kr/doopedia/master/master.do?_method=view&MAS_IDX=101013000865826
- 2) 김윤숙 외 (2005), 중년 남성의 삶의 변화에 관한 주관성 연구, *성인간호학회지*, 17(2), pp. 259-267.
- 3) 황상민, 김도환 (2004), 한국인의 라이프스타일과 세대의 심리적 정체성, *한국심리학회지*, 18(2), pp. 39-43.
- 4) “신인류족이 뜬다”, 자료검색일 2011. 5. 2, <http://er.asiae.co.kr/erview.htm?idxno=2011042811371408519>
- 5) “르포-노무족”, 자료검색일 2010. 6. 11, <http://news.hankooki.com/ArticleView/ArticleViewSH.php?url=report/201010101001170118106190.htm&cd=2301&ver=v002>
- 6) 제일기획 편 (2007), *제일기획사보*, 11, pp. 21-24.
- 7) 제일기획 편 (2009), *제일기획사보*, 1, pp. 28-29.
- 8) 강혜원 (2003), *의상사회심리학 (제 3 개정판)*, 서울: 교문사, pp. 288-291.
- 9) 이명희, 김현주 (1998), 남자대학생의 자기이미지와 의복행동에 관한 연구, *복식*, 38, pp. 323-336.
- 10) 김국희 (2009), 남성의 추구이미지와 패션 라이프스타일 유형에 따른 패션상품 구매행동, 경희대학교 대학원 박사학위논문, pp. 35-38.
- 11) 박은주 (1987), 직장남성의 의복행동과 지각상상 및 직업만족도와와의 상관연구, *대한가정학회지*, 25(1), pp. 1-10.
- 12) 남미우, 고애란 (1995), 성인남자의 의복태도와 의복구매행동에 관한 연구(1): 대학생과 중년남성을 대상으로, *대한가정학회지*, 33(4), pp. 279-288.
- 13) 신수연, 김용덕 (1999), 성인남성의 캐주얼의복 구매행동에 관한 연구, *복식문화연구*, 7(4), pp. 597-608.
- 14) 김국희 (2009), *op. cit.*, pp. 49-51.
- 15) 오윤정, 이영선 (2004), 소비자의 라이프스타일 유형에 따른 가족의류 평가기준, *한국의류학회지*, 28(3), pp. 433-443.
- 16) 손은영, 고애란, 강지혜 (2009), 중년 남성의 라이프스타일에 따른 의복추구이미지 및 캐주얼의류 구매의사 결정요인 연구, *한국의류학회지 춘계학술대회*, pp. 16-19.
- 17) 구양숙, 이영주, 추태귀 (2010), 남성들의 외모관리행동에 관한 연구(1): 연령을 중심으로, *한국의류산업학회지*, 12(4), pp. 459-466.
- 18) 정은정, 황선진 (2004), 현대 남성복 변화에 관한 내용분석 연구: 1991년부터 2003년까지 잡지 분석을 중심으로, *생활과학*, 7, pp. 79-98.
- 19) 김초롱, 염혜정 (2010), 한국 남성 비즈니스 캐주얼의 경향 및 디자인 특성, *복식*, 60(10), pp. 16-27.
- 20) 박영희, 한승희 (2010), 성인남성의 신사복에 대한 선호디자인 및 요구기능, *복식문화연구*, 18(1), pp. 1-12.
- 21) 김칠순, 이신아 (2009), 20-49세를 대상으로 성별에 따른 남성복 디자인에 관한 선호도 분석, *한국의류학회지*, 33(2), pp. 276-287.
- 22) 김영인, 조주연, 추선행 (2004), 국내 남성복 브랜드의 세분시장별 활용색 특성, *한국색채학회논문집*, 18(1), pp. 33-43.
- 23) 자료검색일 2011. 5. 2, <http://krdic.naver.com/detail.nhn?docid=38183500>
- 24) 자료검색일 2011. 5. 2, <http://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%84%A0%ED%98%B8>
- 25) Teichert, D. (2003), *판단력 비판*, 조상식 역, 서울: 이학사, p. 31.
- 26) 오수웅 (2009), 취향교육의 도덕정치적 함의: 루소의 사상을 중심으로, *교육철학*, 38, pp. 117-142.
- 27) Bourdieu, P. (2005), *구별짓기: 문화와 취향의 사회학*, 최종철 역, 서울: 새물결, p. 316.
- 28) 최순중 (2007), 부르디외의 취향이론과 스타일의 사회화 경이론 사이에서: 이론의 추상성 극복에 관한 일련의 고민, *문화와 사회*, 3, pp. 163-193.
- 29) 박진아, 채승진 (2009), 휴대용 디지털 음향기기 디자인 사례를 중심으로 살펴본 취향, 라이프스타일, 유행, 트렌드의 상관관계, *디자인학연구*, 22(1), pp. 129-140.
- 30) 김도희 (2011), 디자이너의 조형적 취향의 일관성과 결과물 사이의 상관관계 연구: 전문디자이너와 예비디자이너를 중심으로, 이화여자대학교 대학원 박사학위논문, pp. 31-36.
- 31) 김홍규 (2009), *Q방법론: 과학철학, 이론, 분석 그리고 적용*, 서울: 커뮤니케이션북스, pp. 10-172.
- 32) 김희연 외 (2014), 시니어 여성의 패션스타일과 선호색 및 자기이미지에 따른 패션이미지 유형화, *복식*, 64(3), pp. 142-154.
- 33) 김국희 (2009), *op. cit.*, p. 99.
- 34) 김현수, 이지연, 이연희 (2010), 직장남성의 성격유형에 따른 의복이미지 선호, 추구이미지와 이미지 만족도, *복식*, 62(1), pp. 1-13.
- 35) 류현주, 홍금희 (2001), 성인여성의 자기이미지와 상표이미지 및 쇼핑성향에 관한 연구, *한국의류학회지*, 25(8), pp. 1367-1377.
- 36) 조윤주 (2003), 실제적 자아이미지와 이상적 자아이미지 차이에 따른 여성의류시장 세분화, *한국의류산업학회지*, 5(5), pp. 503-510.
- 37) 심정희 (2006), 중년 여성의 자기이미지 유형화에 따른 의복 이미지 평가와 선호, *한국의류학회지*, 30(11), pp. 1614-1616.