

남성복의 감성 및 선호 스타일과 실제 착용간의 차이

Differences Between Wearing Styles and Preferring Styles and
the Sensibility According to Men's Fashion Style

임병목* · 이장형* · 김지수* · 나영주**

Byungmook Rim* · Janghyung Lee* · Jisu Kim* · Youngjoo Na**

*인하대학교 의류학과

*Department of Clothing & Textiles, Inha University

Abstract

As times change rapidly the lifestyle, personality, and values of men have changed diversely. Not only have preferences for men's clothing changed, men's fashion market has also grown, and novel, non-preexisting styles have come into place. Also, there are many studies on sensibility of women's fashion while studies on sensibility of men's fashion are insufficient. This study categorized common styles for men in their 20s into 7 different representative samples and investigated consumers' sensibility evaluations for each representative sample. Style 1 (suit), style 2 (rider jacket + skinny pants), style 3 (blouson + straight pants), style 4 (cardigan + half pants), style 5 (military jacket + straight pants), style 6 (loose fit jacket + skinny pants), and style 7 (baseball jumper + straight pants) were prepared in the evaluation questionnaire. The study compared male and female interest and knowledge of men's fashion, evaluated the sensibility difference depending on the men's fashion, analyzed whether there is a difference between preferred men's clothing and actual wearing of the clothing, and examined the preferred style in relation with the lifestyle. The results are as follows: First, men's fashion was diversified and subdivided, and interest and knowledge about men's fashion was greater for males than females. Second, sensibility of men's fashion had significant differences depending on the style, and it did not depend on genders. Third, there was a clear difference between the most favored style by the 20s and the actual style they commonly wear; the favored style and the actual worn style were consistent 66.1% of all the cases, inconsistent 33.9% of those. Style 3 had the highest preference and the actual wearing rate, and style 5 was the least preferred and worn. Fourth, the more extroverted lifestyle rather than introverted one, the more it was likely to prefer diverse styles.

Key words: Men's Fashion, Sensibility, Style, Preferring & Wearing, Lifestyle

요약

시대가 급속히 변화함에 따라 남성의 라이프 스타일, 개성, 가치관 등이 다양하며 과거에 비해 남성복에 대한 기호도 변화했을 뿐만 아니라 또 남성복 시장이 증대되었고 전에 없던 새로운 스타일이 많이 등장하였으나 활발한 여성복 감성 연구와 달리 남성복의 스타일에 따른 감성 연구는 미비한 실정이다. 이에 20대 남성들이 주로 착용하는 스타일을

※ 이 논문은 인하대학교 교내연구비 지원에 의해 연구되었음(2016).

† 교신저자 : 나영주 (인하대학교 의류학과)

E-mail : youngjoo@inha.ac.kr

TEL : 032-860-8136

FAX : 032-865-8130

7가지 대표 자극물로 선정하고 자극물로 제시하여 각 스타일에 대한 소비자의 감성을 조사하였다. 스타일 1 (정장), 스타일 2 (라이더재킷+스키니 팬츠), 스타일 3 (블루종+스트레이트 팬츠), 스타일 4 (박시한 가디건+하프 팬츠), 스타일 5 (야전상의+스트레이트 팬츠), 스타일 6 (루즈핏 재킷+스키니 팬츠), 스타일 7 (야구점퍼+스트레이트 팬츠) 등 남성복 스타일에 따른 감성의 차이를 조사하였으며 성별에 따른 남성복에 대한 관심과 지식정도 차이를 비교하였고 남성복의 선호와 실제착용 간에 차이가 있는지 분석하였고 라이프 스타일 유형에 따른 선호하는 스타일을 측정하였다. 그 결과는 다음과 같다. 첫째, 남성복은 다양하고 세분화되었고 남성복에 대한 관심과 지식은 남성이 여성보다 높게 나타났다. 둘째, 남성복에 대한 감성은 스타일에 따라 유의한 차이가 있었지만 이는 성별에 따라 다르지 않았다. 셋째, 20대가 가장 선호하는 선호스타일과 실제로 즐겨 입는 착용스타일 간에는 차이가 존재하였는데, 일치하는 비율은 66.1% 이었고, 불일치하는 경우는 33.9% 이었다. 선호도와 실제 착용도가 가장 높은 것은 스타일 3 이었으며, 가장 선호되지 않고 착용되지 않는 것은 스타일 5 이었다. 넷째, 내향적보다 외향적 라이프 스타일을 지닐수록 더 다양한 스타일에 대하여 선호도를 나타내었다.

주제어: 남성복, 감성, 스타일, 성별, 선호, 라이프 스타일

1. 서론

점차 우리의 삶의 질이 향상됨에 따라 제품에 있어 서도 고성능, 고품질을 추구하고 최적화하는 추세를 넘어 이제는 사용자 측면에서 편리성 및 인간의 정서에 부합하는 속성을 지닌 제품에 대한 추구가 바뀌어 감으로써 사용자의 감성적 측면이 중요한 요소로 강조되고 있다.

감성은 고급감, 불쾌감, 각성감과 같이 제품이나 환경이 우리에게 주는 주관적인 이미지로 기능적 감성, 문화적 감정 그리고 감각적 감성으로 분류할 수 있다. 이 중 의복에 나타나는 스타일은 이러한 감각적 감성의 외부자극의 일종이 될 수 있으며, 시각적 대상의 주체인 의복의 감성에 큰 영향을 미친다(Park, 2004).

이러한 변화는 남성복 시장에서도 두드러지게 나타나고 있으며 ‘어떤 옷을 입느냐’에 중점을 두었던 남성들의 의식이 ‘옷을 어떻게 입느냐’로 전환되면서 ‘스타일링(styling시대)’이라는 남성 패션의 도래를 이끌어 내고 있다(Lee & Lee, 2009). 현대에 이르러 남성복은 신(新) 라이프 스타일의 전개, 대중들의 개성화, 기타 많은 요인에 따라 그 종류와 색, 감성, 디자인 등이 섬세해지고 세분화 되고 있다(Oh, 2002).

사회적으로 성공을 꿈꾸는 현대 남성들은 외모가 자산이라는 생각을 가지고 좋은 인상을 주기 위하여 내적인 실력 향상과 함께 외적인 모습에 관심을 두고 있으며 피부 관리, 체형 관리, 세련된 의복착용

등으로 그들의 감성과 개성을 표현하고자 하며 시간과 노력을 자기 관리에 투자하고 있다(Kim & Park, 2014). 이와 같은 현상은 한국 남성들의 라이프 스타일의 변화를 의미하므로 남성복 시장의 성장과 함께 다각화된 감성의 남성 소비자들의 만족도를 높이기 위한 디자인과 감성 연구가 필요하다. 따라서 남성 소비자들의 감성을 잘 표현하는 스타일의 분석과 함께 소비자들의 패션 감성과 소비 감성에 관해 살펴볼 필요가 있다.

또 여성복에 비해 남성복의 감성에 관한 연구가 미비하여 그 연구가 필요한 시점이다. 본 연구에서는 현재 한국 남성들의 다양화된 남성복 스타일을 분석하고 그에 따른 대중들이 직접 인식하는 혹은 느끼는 감성과 선호도를 조사하고 이를 토대로 남성복에 대한 남녀의 인식 차이와, 추구하는 라이프 스타일, 그리고 선호하는(이상) 스타일과 즐겨 입는(실제 착용) 스타일의 차이 등에 대하여 연구하고자 한다. 이는 20대 소비자의 감성을 반영한 남성복 개발에 기초자료로 활용될 수 있을 것이며 나아가 소비자의 감성 만족을 실현을 시키는 것에 도움이 될 것이다. 본 연구의 구체적인 연구문제는 다음과 같다. 첫째, 성별에 따른 남성복에 대한 관심과 지식정도 차이를 비교한다. 둘째, 남성복 스타일 별 감성의 차이를 알아본다. 셋째, 남성복의 선호하는 스타일과 실제착용 스타일 간의 차이를 조사한다. 넷째, 5가지의 라이프 스타일 유형에 따른 스타일을 알아본다.

2. 이론적 배경

2.1. 패션 감성

감성이란 자극이나 자극의 변화를 느낄 때에 인간의 내면에서 일어나는 고도의 복합적인 체험이다. 또 이미지란 다양한 뜻을 지니는데 형태나 울동, 언어 등의 대상으로부터 느끼는 시각적 구성 요소를 통합한 전체를 의미하여, 분위기, 감각, 연상 등의 의미로 재 표현 할 수 있다(Lee & Kim, 2002).

패션 감성은 제품을 통해 느낄 수 있는 유쾌함, 즐거움, 쾌적감, 고급감 등을 포함하며, 소비자들이 선호하는 감성에 초점을 맞춘 것이라고 할 수 있다. 의류학적 측면에서 패션 감성은 다양한 패션제품에서 우리가 느끼게 되는 개별 및 종합적 감성을 말하는데, 대표적인 패션제품이라 할 수 있는 의복의 스타일을 대상으로 감성 관련하여 많은 연구가 이루어지고 있다. 의복은 다양한 시각적 정보를 가지고 있을 뿐 아니라 인체에 직접 착용되기 때문에 사이즈, 촉감, 소재 뿐 만 아니라 형태, 색채, 무늬 등의 디자인 요소에 따라 다양한 감성으로 표현되므로 색채감성, 소재감성, 무늬감성 등의 다양한 감성과 개개의 조형성과 복합되어 나타나는 전체로서 패션 감성을 의미한다(Kim & Lee, 2003).

패션 감성에 관련된 선행 연구에는 감성 어휘 및 감성척도(Lee & Kim, 2002; Na, 2011), 색채(Kim & Choi, 2010; Park & Na, 2014), 텍스타일 디자인 및 패션 스타일(Na & Kwon, 2000; Jung & Na, 2005) 등 다양한 분야에서 전반적으로 감성이라는 주제로 여성복에 관해 다뤄진 연구들을 많이 볼 수 있다. 즉 여성복 감성에 관한 연구는 다양한 분야에서 진행되는 것을 알 수 있다. 반면, 남성복 감성에 대한 선행 연구로는 넥타이 색채(Sung, 2008), 패턴과 문양(Choi et al, 2009; Park, 2004; Lee & Lee, 2009) 등 소수로 존재할 뿐이다. 특히 남성복 감성에 관한 연구는 여성복 감성 연구에 비해 미비하며 성별에 따른 패션 감성을 비교하는 연구는 더욱 부족한 실정이다.

2.2. 라이프 스타일(Lifestyle)

라이프 스타일 (Lifestyle)은 사람들이 살아가는 삶

의 방식으로 개인이나 집단이 생활을 영위하기 위한 활동범위, 선호대상, 가치관, 태도 등의 타인과 구분되는 독특한 생활 행동패턴을 의미한다(Jeon et al., 2012). 라이프 스타일의 개념에 대한 정의는 연구자마다 분석의 목적이나 관심 정도에 따라 차이가 있지만, 일반적으로 라이프 스타일을 개인의 소비행동에 영향을 미치는 주된 요인으로 인식하고 있는 것만큼은 확실하다.

라이프 스타일이라는 개념이 시장조사에 도입되기 전에는 인구 통계적 특성을 이용한 조사가 대부분이었다. 연령, 소득수준, 교육수준, 성별 등의 인구 통계적 조사가 필수이기는 하나 여러 가지 측면에서 미흡하였으므로 소비자의 특성과악에는 어려움이 많았다. 소비자의 필요와 욕구가 다양화 되어가고 이질화 된 오늘날에는 라이프 스타일에 대한 연구가 주목을 끌고 있다. 라이프 스타일에 대한 개념은 사회학자들에 의해 특정문화나 특정집단의 독특한 생활양식을 나타내는 것으로 사용되었으며, 1960년대에서 들어와서 소비자 행동의 분석에 적용하게 되었다.

라이프 스타일의 특성은 다음과 같다. 첫째, 생활의식, 가치관, 태도, 생활 행동 등 생활구조적인 측면의 복합체이다. 둘째, 생활재의 구매소유, 사용패턴, 가계지출의 배분, 생활시간의 배분 패턴, 생활공간의 이용패턴 등의 분석을 통해 파악할 수 있다. 셋째, 일차원적이 아닌 다차원적인 양과 질의 표현이다. 넷째, 특정 개인으로부터 전체 사회에 이르기까지 여러 계층에 걸쳐 조사, 분석될 수 있다. 다섯째, 생활자의 라이프 스타일은 단일한 것, 무제한적인 것이 아니라 복수의 유형으로 분류할 수 있다. 여섯째, 라이프 스타일은 생활환경의 변화로 적응해서 생활인이 스스로를 변화시켜 나가는 반면, 환경변화로부터의 영향을 최소한으로 축소시켜 종래의 라이프 스타일을 고수하려는 경향이 있다.

패션 라이프 스타일은 라이프 스타일을 의복에 적용한 것이다. 패션은 한 시대의 사상이나 라이프 스타일을 반영한 사회현상으로 패션의 연속적 변화는 곧 라이프 스타일 변화의 반영을 뜻한다고 볼 수 있다(Kwon et al., 2002). 즉, 라이프 스타일의 변화는 패션의 수용도에 크게 영향력을 미치며, 패션을 좌우하는 중요한 요인이 된다.

특히 남성들의 라이프 스타일에는 많은 변화가 생겨났고, 스스로가 자신의 스타일을 창조하기 시작했다. 남성들의 경우 1990년대까지만 해도 여성들만의 전유물이라고 여겨져 왔던 패션을 자신의 스타일에 맞게 보다 더 다양하고 감각적으로 만들었다.

현대의 남성들은 남녀의 성을 구분하지 않고 서로의 요소를 받아들이면서 개성적인 패션을 연출하여 양성적 이미지를 표현하거나, 강한 남성상에 여성의 디자인 요소를 부분적으로 이용해 부드러운 남성 패션을 연출하기도 한다. 또한, 피부 관리, 성형, 화장, 헤어스타일 등 외적인 부분에 대한 관심뿐만이 아니라 과거 남성들의 권위적이었던 사고와 의식에도 많은 변화를 가져왔다(Kim & Kim, 2010).

3. 연구 방법

본 연구는 20대 남녀를 대상으로 설문지법을 사용하여 조사를 실시하였으며 문항은 크게 남성복 스타일별 감성, 남성복 선호 스타일과 실제로 착용하는 스타일, 라이프 스타일 유형, 인구 통계적 특성 등으로 구성되었다.

3.1. 실험 참가자

조사 기간은 2015년 5월 27일부터 2015년 6월 10일까지 2주 기간 동안 진행하였으며, 조사 대상은 20대 남녀로 한정하였다. 설문조사는 G00 설문지로 진행하였으며 20대를 대상으로 한 이유는 남성복 스타일 감성이나 선호와 실제 착용스타일 등에 대하여 가장 개방적이고, 자기표현에 적극적이며 빠르게 변하는 패션에 관심이 높은 젊은 세대의 특징적인 응답을 수집하고자 함이다.

응답자의 성별은 남성이 99명 (52.1%), 여성은 91명 (47.9%)으로 총 190명이었다. 20대 초반 (20~22세)이 69명 (36.3%), 중반 (23~26세)이 103명 (54.2%), 후반 (27~29세)이 18명 (9.5%)이었다. 직업으로는 학생 139명 (73.1%), 직장인 39명 (20.5%), 취업준비생 또는 주부 12명 (6.3%)이었다. 소득은 100만 원이하 148명 (78.0%), 101~200만 원이하 28명 (14.7%), 201만 원

이상 14명 (7.3%)이었다. 또 미혼 186명 (97.9%), 기혼 4명 (2.1%)이었다. 학력은 고등학교 졸업 13명 (6.8%), 전문대학 23명 (12.1%), 대학교 재학 130명 (68.4%), 대학교 졸업 21명 (11.1%), 대학원 이상 3명 (1.6%)이었다. 또한 거주형태는 가족과 함께 147명 (77.3%)으로 많았고 기타 43명 (22.7%) 등으로 나타났다. 거주지는 비교적 다양하였는데 인천 80명 (42.1%), 서울 56명 (29.5%), 경기 54명 (28.5%) 등으로 대부분 수도권 거주자였다.

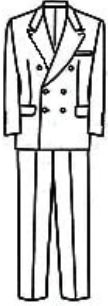

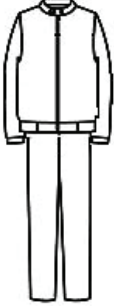


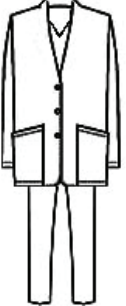

3.2. 설문지 개발 및 조사

남성복 스타일에서 느끼게 되는 감성을 조사하기 위하여 남성복의 대표적인 스타일을 선정하는 과정과 감성 형용사를 선정하는 절차가 우선적으로 실시되었다. 남성복 스타일을 선정한 기준은 먼저 현대 20대 남성이 많이 착용하는 가장 일반적인 스타일들을 수집, 분류하였다. 슈트(클래식 정장, 세미 정장, 컨템포러리 정장), 캐주얼(야전상의, 가디건, 남방 등 다양한 종류), 하우스 웨어, 아웃도어(스포츠), 교복, 군복(제복)을 인터넷과 스트리트 패션 사진들로 약 30 종류를 모았다. 이들을 유사한 것끼리 분류하였고, 유사한 것들 중에서 각 스타일의 대표로 사용될 20대 남성들이 현재 가장 많이 착용하는 스타일들로 다시 추출하였는데, 최종 7가지의 스타일로 결정하였으며 이를 소형 그림 (5×10cm)으로 자극물을 만들었다. Table 1과 같이 스타일 1 (정장), 스타일 2 (라이더재킷+스키니 팬츠), 스타일 3 (블루종+스트레이트 팬츠), 스타일 4 (박시한 가디건+하프 팬츠), 스타일 5 (야전상의+스트레이트 팬츠), 스타일 6 (루즈핏 재킷+스키니 팬츠), 스타일 7 (야구점퍼+스트레이트 팬츠)로 제작하였다.

자극물은 원본 사진을 도식화로 표현하는 방식으로 제작했다. 설문지의 응답에 다른 요인이 포함되지 않도록 흰 바탕에 검정색 선을 사용하여 그렸고 색상을 배제하였으며, 스타일의 설명이나 명칭 등은 밝히지 않은 채 설문조사를 실시하였다.

성별에 따른 남성복의 관심과 지식도 차이를 조사하기 위하여, 5점 리커트 척도로 ‘당신은 남성복에 대해 얼마나 관심이 있습니까?’, ‘당신은 남성복(스타일, 용어, 브랜드, 기타)에 대하여 얼마나 알고 계십니까?’

Table 1. Men's wear types (style 1~7)

						
Style 1: suit	Style 2: rider jacket & skinny pants	Style 3: blouson & straight pants	Style 4: cardigan & half pants	Style 5: military jacket & straight pants	Style 6: loose fit jacket & skinny pants	Style 7: baseball jumper & straight pants

니까?’와 같은 질문을 제시하였다.

또한 형용사를 선정하고자 선행연구를 조사하였으며 남성복 관련 감성 형용사를 약 60종류 찾았으며 유의어(비슷한 의미를 포함한 단어)를 기준으로 그룹화를 시켜 그 중 가장 일반적이고 감성을 특징적으로 구별하며 표현할 수 있는 형용사들을 10가지 추출하여 선정하였고 이들은 각각 반의어 10가지와 같이 묶어서 양방향의 문항으로 구성하였다. 최종 선정된 감성형용사는 ‘우아한-활동적인, 젊은-어른스러운, 평범한-개성 있는, 여성스러운-남성스러운, 불편한-편안한, 가난한-부유한, 촌스러운-세련된, 고전적인-현대적인, 비격식적인-격식적인, 싫어하는-좋아하는’ 등이었으며 5점 척도를 이용하였다.

선호와 실제의 차이 문항은 위 7가지 스타일 자극물을 다시 제시하여 그 중에서 가장 입고 싶은(선호하는 옷)을 선택하게 하였고 그 이유를 질문하였다. 동일한 방식으로 실제로 가장 즐겨 입는 옷을 선택하게 하였고 그 이유를 물었다. 그 후 위 두 응답에 차이의 유무와 이유에 대하여 물었다. 응답에 앞서 여성에게는 선호와 실제 문항에 들어가기 전, 자신의 연인이나 지인들을 기준으로 ‘선호’는 남성들이 착용시 선호되는 스타일이며 ‘실제’는 실제로 주변 남성들이 입고 다니는 스타일이라고 명시하였다.

라이프 스타일의 유형은 선행연구(Mun, 2010)에 따라 설명을 제시하고 다음 5가지 유형 중에서 자신이 어디에 해당되는지를 한 가지씩 선택하게 하였다.

① 개성, 변화 추구형 - 상식에서 벗어난 모험을 시

도하기 좋아한다. 복잡한 출퇴근, 인간관계를 피해 간편한 생활을 선호한다. 집단의 일부보다는 독특한 개성을 지닌 개인으로 취급받기 원한다. 나는 술과 노래가 있는 모임을 좋아한다. 나는 나의 옷에 대해 타인의 시선을 신경 쓰지 않는다. 나는 내손으로 무언가 하길 좋아한다. 나는 항상 새롭게 변화하는 삶을 바란다. 스트레스를 풀기위해 여가생활을 충분히 즐겨야한다. ② 모범 생활 추구형 - 나는 주변 사람으로부터 모범적인 사람이란 평판을 받도록 노력한다. 원만한 인간관계를 위해 나는 타협과 양보를 잘하는 편이다. 행복한 가정생활을 위하여 가족끼리의 대화를 좀 더 가져야한다. ③ 실속 추구형 - 나의 컨셉에 맞는 제품이라면 명품과 중저가 브랜드를 가리지 않는다. 가격이 높더라도 제품이 그 만큼의 가치가 있다고 생각하면 구입한다. ④ 안정, 안락 추구형 - 생활의 안정을 위해서는 맞벌이 부부가 바람직하다고 생각한다. 나는 내가 계획한 일들을 반드시 성취한다. 학생은 사회참여보다 학업에 열중하는 것이 본분이라고 생각한다. 안락한 인테리어, 안정된 가정에서 대부분의 시간을 보내고 싶다. 친구로부터 결점에 대한 충고보다 장점에 대한 칭찬이 듣고 싶다. ⑤ 자기중심 추구형 - 직장인 보다는 위험성이 있더라도 내 사업을 하고 싶다. 나는 내가 속한 학교, 직장, 모임의 이름이 새겨진 의류나 장신구가 좋다. 나는 스포츠나 대중가요 등에 열광한다. 등과 같이 총 다섯 가지로 나누어 제시하였다.

3.3. 분석 방법

분석 방법으로는 위의 응답 데이터를 SPSS통계패키지를 이용하였는데, 남녀의 비교를 위해서는 *t*-test, 스타일에 따른 감성의 차이 검정을 위해서는 분산분석과 사후검증 Duncan test, 교차분석, 또 스타일에 따른 감성의 차이를 유사성 거리로 표시하고자 대응 분석 등을 실시하였다.

4. 연구 결과

4.1. 성별에 따른 남성복에 대한 관심과 지식정도

남성복에 대한 관심과 지식 정도는 남성이 여성보다 높게 나왔으며 남성복의 지식정도보다 남성복의 관심도에서 그 차이가 더 크게 나타났다. Table 2를 보면 남성복의 관심 및 흥미 정도의 평균값을 보면 남성은 4.05, 여성은 2.78 이었고($p < 0.0001$), 남성복에 관한 지식 정도에서도 남성은 3.46, 여성은 2.60으로

남성이 여성보다 유의하게 높은 것으로 나타났다 ($p < 0.0001$). 최근 남성들이 그들의 멋을 추구하면서 부터 그루밍 족(Grooming 族)이라는 신조어가 많이 사용되고 있는데, 자신을 돋보이게 하기 위해서 면도, 피부, 두발, 치아관리, 성형 수술 등의 외모를 깨끗하게 하고 가꾸기 위한 행동을 하는 사람들을 일컫는다 (Kim & Park, 2014). 이와 같이 자신을 꾸미는데 정성을 많이 쏟고 있는 젊은 남성들은 과거의 남성들과는 확연히 다르다고 생각된다.

4.2. 남성복 스타일 별 감성

각 스타일의 감성을 측정하고자 양방향 형용사 쌍에서 1에 가까울수록 왼쪽에 있는 형용사로 표현되며 5에 가까울수록 오른쪽의 형용사로 표현된다. 남성복 스타일에 따른 형용사의 차이를 알아보기 위해 다변량 분석을 행하였으며 사후 검증 결과 Table 3 각 형용사의 감성이 스타일에 따라 서로 다르고 유의한 차이가 나타났다($p < 0.0001$). 성별에 따른 스타일 별 감성의 차이는 거의 미비하였는데, ‘촌스러운-세련된,

Table 2. *t*-test results of interest and knowledge of men's wear according to gender

		N	Average	<i>t</i>	<i>df.</i>	<i>Probability</i>
Interest on men's wear	Male	99	4.05	9.59	188	.000***
	Female	91	2.78			
Knowledge of men's wear	Male	99	3.46	6.54	188	.000***
	Female	91	2.60			

*** $p < 0.0001$

Table 3. Results of multivariate analysis

Independent variable	Dependent variables	Sum of squares	<i>df.</i>	<i>F</i>	<i>Probability</i>
Types of Style	Graceful-Active	176.814	6	32.076	.000***
	Young-Old	674.593		129.013	
	Normal-Characterful	202.800		37.180	
	Feminine-Masculine	134.335		25.726	
	Uncomfortable- Comfortable	116.832		29.544	
	Poor-Rich	353.288		57.368	
	Unchic-Chic	297.781		41.944	
	Classical-Modern	323.956		51.803	
	Informal-Formal	232.950		42.557	
	Dislike-Like	338.119		68.687	

*** $p < 0.0001$

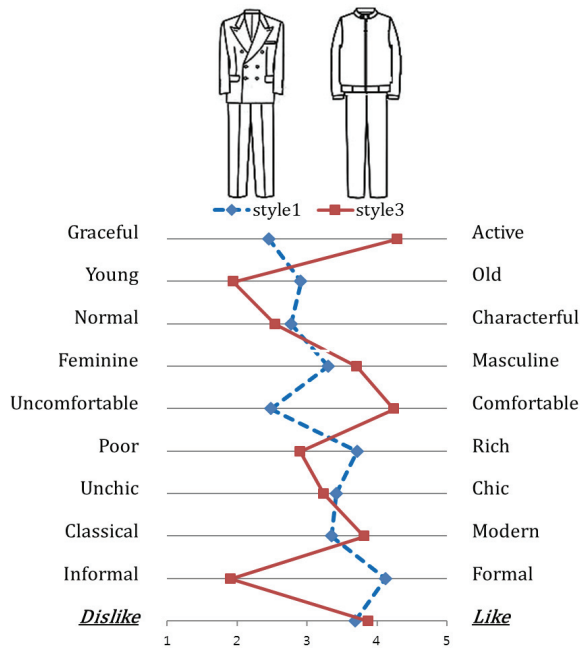


Fig. 1. Sensibility & emotion of two mens' wear (style 1 & 3)

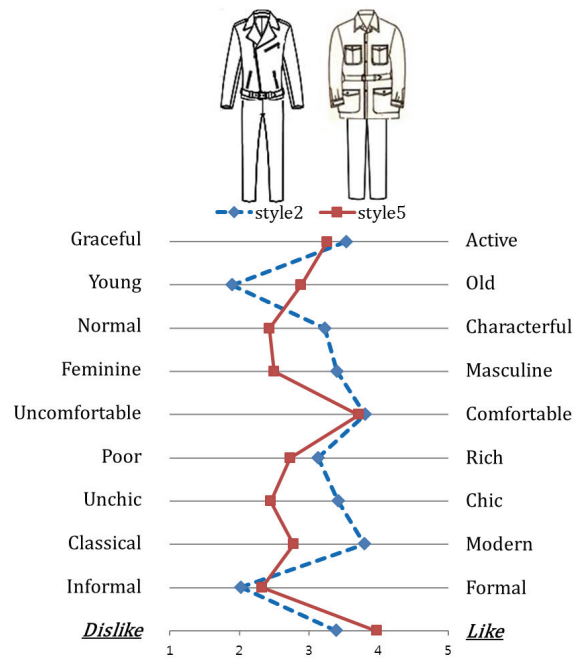


Fig. 2. Sensibility & emotion of two mens' wear (style 2 & 5)

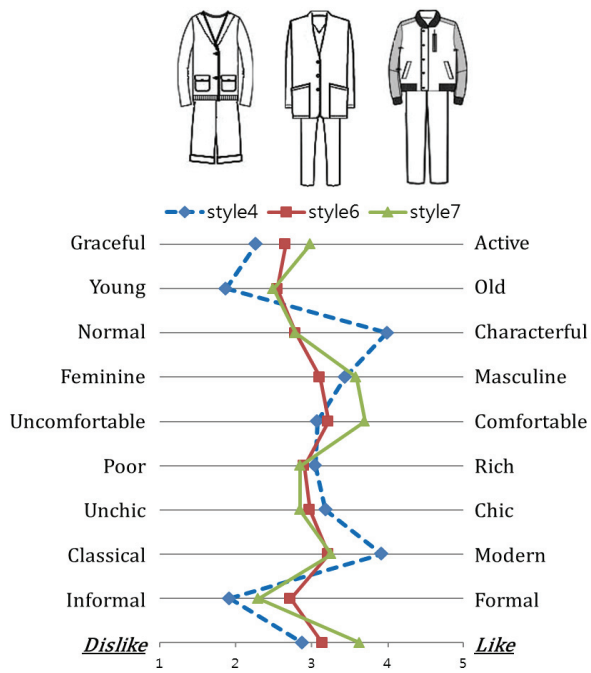


Fig. 3. Sensibility & emotion of three mens' wear (style 4, 6 & 7)

싫어하는-좋아하는' 형용사의 차이는 약간 존재하였었다. 남성보다 여성이 남성복에 대하여 '촌스러운'과 '싫어하는' 감성을 좀 더 크게 느끼고 있었다.

스타일 7가지를 서로 비교하기 위하여 형용사의 차이가 비교적 큰 스타일 별로 묶어 총 세 가지 그래

프에 모두 나타냈는데, Fig. 1에서는 스타일 1 -정장과 스타일 3-블루종을 비교해보았다. 스타일 1에서는 '우아한, 어른스러운, 개성 있는, 불편한, 부유한, 세련된, 현대적인, 격식적인, 남성스러운, 좋아하는' 형용사로 나타났다. 한편 스타일 3에서는 '활동적인, 젊은, 개성 있는, 편안한, 부유한, 세련된, 현대적인, 비격식적인, 남성적인, 좋아하는' 형용사로 나타났다. Fig. 2에서는 스타일 2-라이더재킷과 스타일 5-야전 상의를 비교한 그래프이다. 스타일 2에서는 '활동적인, 젊은, 개성 있는, 남성적인, 편안한, 부유한, 세련된, 현대적인, 비격식적인, 좋아하는' 형용사로 치우쳤다. 스타일 5에서는 '활동적인, 일반적인, 여성스러운, 편안한, 가난한, 고전적인, 비격식적인, 좋아하는' 형용사로 나타났다. Fig. 3에서는 스타일 4-가디건, 스타일 6-루스핏 재킷, 스타일 7-야구점퍼를 비교한 그래프이다. 스타일 4에서는 '우아한, 젊은, 개성 있는, 남성적인, 편안한, 부유한, 세련된, 현대적인, 비격식적인, 싫어하는' 형용사로 조사되었다. 스타일 6에서는 '우아한, 젊은, 평범한, 남성적인, 편안한, 가난한, 세련된, 현대적인, 비격식적인, 좋아하는' 형용사로 나타났다. 스타일 7에서는 '활동적인, 젊은, 평범한, 남성적인, 편안한, 가난한, 촌스러운, 현대적인, 비격식적인, 좋아하는' 형용사로 결과가 나타났다.

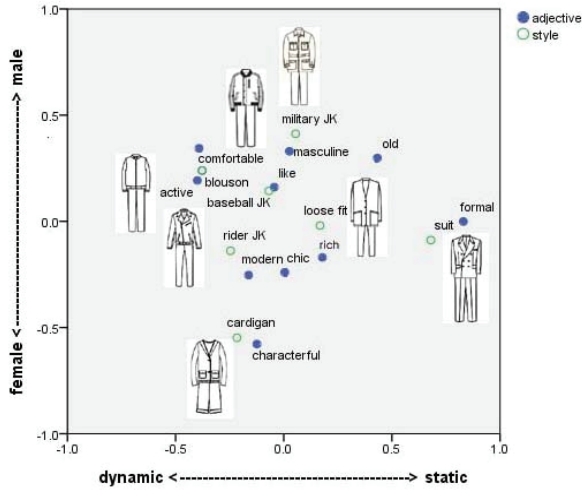


Fig. 4. Result of correspondence analysis on the sensibility adjectives and the mens' styles

Fig. 4는 스타일과 형용사에 대하여 대응일치분석을 행하여 도출된 결과이다. 제 1차원을 ‘활동적 ↔ 정적’의 축으로 볼 수 있어서 ‘dynamic ↔ static’으로 명명하였으며 제 2차원을 ‘여성적 ↔ 남성적’의 축으로 볼 수 있어서 ‘female ↔ male’으로 명명하였다. 차원 1과 차원 2의 관성비율이 0.559, 0.290로써 누적 0.848로서 84.8%가 설명되었는데 이는 2개의 좌표축의 차원 수로도 행과 열, 두 차원의 대응관계를 충분히 보여줄 수 있음을 의미한다.

스타일 1은 ‘격식적’이고, 스타일 2는 ‘현대적이고 세련된’ 감성형용사 쪽에 위치한다. 감성형용사와 각

해당 스타일이 거리상 가까운 것은 서로 유사하며 상관이 깊은 관계라는 것을 의미하며 이를 그림으로 가시화시킨 것이다. 또 스타일 3은 ‘편안하고 활동적인’, 스타일 4는 ‘개성 있는’, 스타일 5는 ‘남성적인’, 스타일 6은 ‘부유한’, 마지막으로 스타일 7은 ‘활동적인, 편안한, 좋아하는’ 등의 감성과 가까운 것으로 나타났다.

스타일 2, 3, 4, 7은 동적인 유형으로 나타났으며 스타일 1, 5, 6은 정적인 유형으로 나타났다. 스타일 2 라이더 자켓은 ‘활동적인, 젊음’ 스타일이고 스타일 3은 ‘활동적이고 젊고 개성 있고 세련된’ 느낌의 동적인 유형으로 볼 수 있다. 스타일 4는 ‘젊고 개성 있고 세련되고 현대적’이고 스타일 7은 ‘활동적이고 젊고 현대적으로 동적인’ 유형으로 구분이 된다. 스타일 1은 ‘우아하고 어른스러운’ 느낌을 주고, 스타일 5는 ‘일반적이고 편안하고 고전적’이며, 스타일 6은 ‘우아하고 평범하여 정적인’ 유형으로 해석되겠다.

4.3. 선호와 실제 착용의 차이

선호와 실제 착용의 차이를 알아보기 위해 교차분석을 실시한 결과 유의한 상관이 있는 것으로 나타났다($\chi^2 = 809.525, d.f. = 64, *** p < 0.01$). Table 4에서 보면, 스타일 1의 선호와 실제는 7명으로 동일하였지만, 스타일 1을 선호하면서 실제로는 스타일 3을 입

Table 4. Results of cross analysis between wearing and preferring of men's clothing (unit- # of persons)

Wearing \ Preferring	Style 1	Style 2	Style 3	Style 4	Style 5	Style 6	Style 7	Total [men]
Style 1	7 (1.1)	6 (4.3)	11 (16.3)	2 (1.4)	0 (0.6)	0 (1.9)	2 (2.2)	28 [14]
Style 2	0 (1.4)	16 (5.6)	15 (9.5)	0 (1.8)	0 (0.8)	3 (2.4)	2 (2.8)	36 [20]
Style 3	0 (3.4)	5 (13.5)	76 (50.8)	0 (4.4)	2 (1.9)	1 (5.8)	2 (6.8)	87 [39]
Style 4	0 (0.5)	0 (2.2)	2 (8.2)	7 (0.7)	1 (0.3)	1 (0.9)	3 (1.1)	14 [10]
Style 5	0 (0)	0 (0.2)	0 (0.6)	0 (0.1)	1 (0)	0 (0.1)	0 (0.1)	1 [1]
Style 6	0 (0.4)	1 (1.4)	1 (5.2)	0 (0.5)	0 (0.2)	7 (0.6)	0 (0.7)	9 [6]
Style 7	0 (0.2)	0 (0.78)	0 (2.9)	0 (0.3)	0 (0.1)	0 (0.3)	5 (0.4)	5 [1]
Total [men]	7 [5]	28 [17]	105 [50]	9 [9]	4 [2]	12 [6]	14 [5]	180 [91]

The number of total in [] bracket is the frequencies of men in the sampling. The number of style 1 to 7 in () bracket is the expected frequencies in the sampling.

는 경우로 11명으로 많았다. 스타일 2의 선호와 실제의 동일함은 16명이었지만 스타일 2를 선호하면서 실제로는 스타일 3을 입는다는 결과가 15명이었다. 스타일 3이 선호와 실제에서 76명으로 가장 높은 수치를 나타냈다. 스타일 4의 선호와 실제의 동일함은 7명이었고, 스타일 5의 경우는 선호와 실제는 1명으로 가장 낮은 수치를 보였다. 또한, 스타일 6을 살펴보면 선호와 실제의 동일함은 7명이었고, 스타일 7은 5명이었다. Table 4에서 스타일 1~7의 괄호는 기대빈도를 나타내며, 총합에서 괄호 안의 숫자는 설문지에 참여한 남성의 수를 나타낸 것이다.

우선 전체적으로 스타일 3 (블루중+스트레이트 펜츠)이 선호도와 실제도(즐거워 입는)가 가장 높았으며 스타일 5가 가장 낮았다. 다른 스타일도 마찬가지로 실제와 선호의 증감 폭을 보이는데 이는 실제와 즐겨 입는 스타일의 이동으로 알 수 있다. 따라서 이상과 실제의 차이가 존재한다는 것으로 해석된다.

또한 남자와 여자의 선호를 비교해 보면 스타일 3에서만 선호와 착용이 집중이 가장 높았으며 다른 스타일은 빈도가 고루 분포한다. 이어서 스타일 1이 선호에서 3번째로 높았지만 실제에서는 6번째 순위였다. 이는 20대 학생들이 응답자 대부분이라 정장을 입을 일이 별로 없기 때문으로 해석된다. 주로 스타일 1, 2, 4는 선호하는 빈도수에 비해, 즐겨 입는 빈도수가 감소하였고 스타일 3은 증가하였으며 인기도가 적었던 스타일 5, 6, 7은 선호하는 빈도수에 비해 즐겨 입는다는 빈도수가 증가하였다. 선호하는 스타일로 3번을 선택한 87명이 똑같이 즐겨 입는 옷으로 3번을 택한 것은 76명 뿐이었으며 이는 무응답을 제외한 10명의 차이를 보였다. 또한 반대로 즐겨 입는 스타일로 3번을 선택한 107명 중 선호하는 스타일로 3번을 선택한 사람은 역시 76명이다. 이는 무응답을 제외한 29명의 차이를 보인다. 다른 스타일에서도 마찬가지로 선호하는 응답과 즐겨 입는 응답이 상이한 경우가 반 정도를 차지했다. 주로 3번을 제외한 스타일에서 더 많은 이동을 보였다.

이를 위의 감성 연구결과와 비교하면 스타일 3-블루중은 가장 선호된 스타일로서 ‘좋아하는’ 감성이 가장 높았으며 ‘편안함’ 감성도 높았다. 이로써 각 스타일들의 선호 원인과 각 스타일의 감성결과가 일치

하는 것은 스타일의 선호에 있어 각 스타일의 감성이 중요하다는 것으로 해석할 수 있겠다.

또한 즐겨 입는 이유의 원인은 스타일 3은 ‘깔끔하고 무난하다’는 이유가 가장 많았는데 이는 선호하는 응답보다 즐겨 입는 응답이 증가한 원인으로 볼 수 있다. 이는 현대 20대 남녀가 전체적으로 무난하고 깔끔한, 부담스럽지 않은 스타일을 가장 선호하고 즐겨 입는 것은 젊은 세대가 개성을 크게 추구할 것이라는 기존 관념을 깨는 것으로 해석할 수 있으며 젊은 나이의 약 50%가 무난하고 부담스럽지 않은, 유행을 따르고 무난하면서도 예쁜 스타일을 추구함으로써 2015년 봄코어 스타일의 유행원인까지도 규명된다. 봄코어란, 평범해지는 것이 더욱 고급스럽고 멋스러워질 수 있다는 새로운 트렌드를 의미한다 (Lee & Park, 2015).

전체 응답 190명 중 119명이 실제와 선호가 서로 다르지 않다고 답을 하였으며 나머지 71명이 다르다고 답을 하였다. 즉 66.11%가 실제와 선호가 동일하고 33.89%가 동일하지 않다는 것을 알 수 있었다. 그 이유를 살펴보면 활동성 제약, 체형, 상황, 경제적 이유 등의 순으로 나타났다. 의외로 실용성은 응답이 1명 뿐 이었는데 이는 경제적 측면보다는 활동상 불편함이나 체형과의 적합성 등을 더욱 중시하는 것으로 보인다. 이는 20대의 미적 관심도와 감각이 비교적 높은 것에 기인한다고 생각되는데, 또한 비록 선호하지만 실제로 체형 때문에 맞지 않는다거나 피트감이 떨어져 입지 못하는 것 일수도 있고, 선호하지 않지만 편해서 즐겨 입는 것 등으로 여러 가지로 해석이 가능하겠다.

4.4. 라이프 스타일 유형에 따른 스타일

5가지로 정리한 라이프 스타일 유형의 응답자 비율을 살펴본 결과는 다음 Table 5와 같다. 개성, 변화추구형(31.05%), 모범생활추구형(14.21%), 실속추구형(24.74%), 안정안락추구형(15.79%), 자기중심추구형(12.63%), 무응답(1.58%) 등으로 나타났다. 개성, 변화추구형(31.05%)과 실속추구형(24.74%)이 가장 많았다. 5가지 유형이 비교적 고르게 분포되었다.

스타일3은 모든 라이프 스타일에서 공통적으로 선

Table 5. Preferred and wearing Styles according to consumer's lifestyle types (# of persons)

Lifestyles	Fashion styles	Style 1	Style 2	Style 3	Style 4	Style 5	Style 6	Style 7	Total
Characteristic life		10	27	49	10	2	6	10	114
Exemplary life		4	8	36	1	0	3	2	54
Substantial life		5	15	49	6	1	10	2	88
Comfort life		5	5	37	2	1	1	3	54
Self centered		11	9	21	4	0	1	0	46
Total		35	64	192	23	4	21	17	356

호되었다. 두 번째 선호되는 스타일은 스타일 2가 거의 모든 유형에서 선호되었고 자기중심적 유형만이 스타일 1을 두 번째로 선호하는 점이 특이했다. 스타일 1은 자기중심적 유형이 많이 선택하였고, 스타일 2는 개성변화유형이, 스타일 3은 개성변화유형과 실속 유형이, 스타일 4와 7은 개성변화유형이 가장 많이 선택하였으며 스타일 6은 실속유형이 선호하였다. 비어있는 셀이 많아서 카이검증은 실시하지 않았다. 다섯 가지 유형을 두 가지 유형으로 축약시켜, 동적인 유형과 정적인 유형으로 나누어 두 가지 유형별로 카이검증을 실시한 결과는 유의한 차이가 나타났다 ($\chi^2 = 28.84$, $df = 7$, $p < 0.01^{**}$). 개성변화, 자기중심 추구형을 외향적으로서 함께 합쳐졌고, 안정/안락, 실속, 모범생활 추구형을 내향적으로 합쳐서 분석하였다. 가장 선호하는 스타일은 스타일 3으로서 두 그룹이 동일하였으나 외향형은 다른 스타일에 대한 선호도도 높아 비교적 고르게 나타나는 반면에, 내향형은 스타일 3에 대한 집중화가 크고 다른 스타일에 대한 선호도가 비교적 낮은 것으로 나타났다. 개인이 추구하는 라이프 스타일 유형이 선호하고 즐겨 입는 스타일 종류에 영향을 주는 것으로 해석되는데 스타일에 따른 감성과 라이프 스타일 유형이 남성복의 선호와 실제 착용하는 스타일에 영향을 끼치는 것을 알 수 있었다.

5. 결론 및 논의

사회가 점점 다양화, 전문화, 개성화, 이기주의 등의 변화와 경제적으로 더욱 풍요로워짐은 소비자에

게 확고한 자신만의 패션 스타일과 고유의 감성을 지니게 하였다. 다양한 이유로 인해 남성복에 있어 선호하는 스타일과 착용하는 스타일이 다르다. 남성복을 구매하는 사람은 남성만이 아니라 여성이 가족, 지인이나 연인을 위해 남성복을 구매하는 경우도 많다. 따라서 남성복에 대한 여성과 남성의 감성 차이를 인지하고 확실하게 분류, 분석을 하여 그를 바탕으로 제품의 감성 설정하는 것이 바람직할 것으로 판단된다. 이에 본 연구에서는 남성복에 대한 감성을 분석하고 남녀의 차이와 남성복의 선호와 실제를 연구하며 라이프 스타일 경향에 따른 차이 및 남성복의 감성에의 영향력, 남성복의 중요한 감성 등을 분석하였다.

첫째, 남성복에 대해 20대 관심과 지식정도는 여성에 비해 남성이 더 높은 수치를 나타냈다. 남성복을 직접 착용하는 남성은 자신을 중심으로 남성복을 평가하지만 여성은 타 남성의 착용을 보고 어떤 스타일에 대해 기대 또는 평가를 하기 때문인 것으로 생각된다. 이는 여성이 선호하는 스타일이 남성의 남성복 선택에 있어 큰 영향을 주며 현대에 등장한 ‘남친룩’, ‘놈코어’의 등장도 이러한 영향으로 나타난 것으로 보인다. 남성복은 자신의 표현 뿐 만이 아닌 이성에게 매력을 어필할 수 있는 하나의 도구로서 현재 특히 20대 젊은 남성들에게는 그 영향력이 비교적 크다고 본다.

둘째, 남성복에 대한 감성은 스타일 종류에 따라 유의하게 차이가 있었다. 다양한 감성 스타일이 존재한다. 거의 모든 감성에서 그 차이가 나타났는데 이는 현대에 더욱 더 다양화되는 디자인, 컬러, 패턴 등 유행하는 스타일이 항상 변화하고 이에 맞춰 착용하여 자신의 패션에 변화를 주려는 20대 남성들의 의복

행동 때문이라고 생각된다. 앞으로는 남성복에 남성다움, 여성스러움, 유니섹스 감성이 3가지가 동시에 존재하여 복합적으로 작용을 일으켜 더욱 더 다양한 감성과 스타일을 만들어낼 것이다. 또한 이러한 감성을 직접 느끼고 또한 표현하고자 하는 소비자가 증가할 것이다. 또한 20대 남성은 모두가 개성만을 추구하거나 자기표현이 확실한 것만은 아니다. 독특함을 추구하면서도 남들과 크게 다르지 않아 부담스럽지 않아야 하며 동시에 적당한 아름다움도 갖추는 것을 선호하는데, 상반되는 두 개의 감성의 공존을 추구하기 때문이라고 생각된다.

셋째, 선호하는 스타일과 실제로 즐겨 입는 스타일의 차이가 분명히 존재한다. 선호와 실제 착용의 일치는 66.1%이고, 불일치는 33.9%로 나타났다. 선호와 실제 착용은 스타일 3 (블루종+스트레이트 팬츠)이 가장 많았으며, 스타일 5 (야전상의+스트레이트 팬츠)가 가장 적었다. 또한 그 차이는 다양한 요인(성별, 나이, 소득, 라이프 스타일 등)으로 또 세분화된다. 그 원인은 크게 체형적, 활동적인 원인이 주를 이루며 다양한 기타 원인들이 있다. 또한 이에 따라 자신이 원하는 스타일일지라도 구매로 연결되지 못하는 경우, 또는 환경에 맞지 않아서 착용하지 못하는 경우 등이 종종 존재한다.

이와 같은 차이와 원인을 정확히 알고 이에 따른 소비자의 남성복에 대한 감성을 잘 분석하여 기업은 남성복 디자인 기획 및 설계를 효과적으로 진행할 수 있을 것이다. 아직까지 남성복은 여성복에 비해 그 품목과 다양성이 적지만 앞으로 계속 증가할 것이며 다양한 스타일, 새로운 디자인이 등장할 것이다. 이에 따른 감성도 새로워지고 변화할 것이다. 따라서 감성에 따른 평가기준을 이해하고 이를 바탕으로 남성복만의 감성을 더욱 세분화시키고 다양한 요인을 접목시켜 그 연구를 점차 확대시켜야 할 것이다.

REFERENCES

Choi, S. K., Jung, S. J., & Sung, N. S. (2009). A study on sensibility image of necktie according to width and color combination of checked pattern. *Science of Emotion & Sensibility*, 12(4), 545-556.

- Jeon, M. J., Oh, H. S., & Kim, J. Y. (2012). A study on the outdoor wear evaluation criteria and purchase practices according to fashion lifestyle. *The Treatise on The Plastic Media*, 15(3), 201-208.
- Jung, K. Y., & Na, Y. J. (2005). Effects of design detail types of ladies wear on sensibility and emotion. *Fashion & Textile Research Journal*, 7(2), 162-168.
- Kim, C. S. & Park, M. R. (2014). A study on the appearance care behaviors, clothing selection behaviors and clothing design preference of 20-30's Korean men by the level of grooming. *Fashion & Textile Research Journal*, 16(2), 245-254.
- Kim, H. J. & Kim, T. G. (2010). A study on cross sexual styles in contemporary men's wear collections. *The Korean Society of Fashion Design*, 10(4), 19-33.
- Kim, Y. J. & Lee, K. H. (2003). A study of the relationship between fashion sensibility and emotion (Part II). *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 27(3), 418-418.
- Kim, Y. W. & Choi, J. M. (2010). Color sensibility and preferring of the black color fabrics. *Science of Emotion & Sensibility*, 13(2), 337-346.
- Kwon, K. D., Kim, S. H., & Lee, S. J. (2002). An exploratory study on relations between fashion life style & consumer behavior at decline stage of the fashion life cycle. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 26(2), 280-291.
- Lee, S. H. & Lee, K. H. (2009). A study of fashion sensibility and consumer sensibility of men's casual brand's patterned woven shirts. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 33(3), 444-456.
- Lee, S. Y. & Park, S. J. (2015). An analysis on the 'Normcore' trend and the visual expression in magazine design. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 21(3), 511-524.
- Lee, K. H. & Kim, Y. J. (2002). Process of the scale in fashion sensibility. *Science of Emotion & sensibility*, 4(1), 33-42.
- Mun, K. H. (2010). A study on lifestyle of Korean women for emotional design development of product. *Korean Society of Basic Design & Art*, 11(1), 119-127.

- Na, Y. J. & Kwon, O. K. (2000). Characteristics of domestic textile designs and trend sensibility for women's apparel. *Fashion & Textile Research Journal*, 2(3), 198-204.
- Na, Y. J. (2011). Appearance frequency of eco-friendly emotion and sensibility words and their changes. *Science of Emotion & Sensibility*, 14(2), 207-220.
- Oh, H. S. (2002). A study of consumer evaluations and preferring for men's fashion style image. *Fashion & Textile Research Journal*, 4(1), 47-55.
- Park, K. J. & Na, Y. J. (2014). Sensibility according to blouse type and their best-fit color tone. *Science of Emotion & Sensibility*, 17(2), 123-134.
- Park, Y. H. (2004). The sensibility image and preferring degree of pattern which appeared on men's clothing. *Journal of the Korean Society of Costume*, 54(4), 113-127.
- Sung, N. S. (2008). The effect on image perception of male wearer with chromatic-achromatic colors and area-radio of stripe necktie. *Science of Emotion & Sensibility*, 11(3), 325-338.

원고접수: 2016.04.20

수정접수: 2016.06.08

게재확정: 2016.08.08