

# 남자 대학생의 전공별 패션 선호도에 관한 연구

## - 서울지역을 중심으로 -

윤진아

한성대학교 패션디자인전공 부교수

### A Study on the Preference of Fashion by Major of Male University Students - Focused on the Seoul Area -

Jin-Ah Yoon

Associate Prof., Dept. of Fashion Design, Hansung University

(2013. 9. 24. 접수; 2013. 11. 26. 수정; 2013. 11. 29. 채택)

#### Abstract

The purpose of this study is to observe the rapidly changing men's fashion style in the contemporary society and to analyze the features related to the major-subject groups, male university students. This information could be used for clothing companies to plan commodities, divide markets, and develop designs. The results are as follows.

First, several opinions were varied among students' majors. For the opinion about the male students focusing on their external appearance, the students from all majors said that it depends on individual preference. For 4 reasons of external appearances, students from all majors frequently said that they should adjust their external appearance for employment. For the opinion about what is considered the most in the purchase of clothing, most of the students considered about the design of the cloth. For the opinion about influences on the purchase of clothing, major of the students were influenced by their friend or colleague. on the other hand, the students from artistic talent and physical education mentioned other opinion that it depends on situation and own intention is most important. Second, for the question about clothing behavior, with regard to monthly average shopping control expense, the students from all majors mentioned the amount less than KRW 50,000. For the opinion about the number of shopping, most student mentioned once a season. For the opinion about the store to purchase dress, most students mentioned the use of large shopping mall but the students from business administration and economy mentioned the use of discount store. Third, for the question about preferred style and preferred brand, with regard to the opinion about usual style, the students from all majors have worn casual style. For the opinion about the preferred style, most students mentioned casual style. For the opinion about man's accessory wearing, the students from all majors mentioned that it is good and for the opinion about coordination item, most students mentioned bag.

**Key Words:** Male university students(남자 대학생), Fashion style(패션스타일), Preference(선호도), Major-subject groups(전공계열)

#### I. 서론

복합적 다원주의를 추구하는 20세기 후반에 등장한 가장 특징적인 문화현상인 포스트모더

---

Corresponding author; Jin-Ah Yoon

Tel. +82-10-9371-7650, Fax. +82-2-760-4484

E-mail : yja@hansung.ac.kr

니즘은 남성우월주의 대 여성차별주의, 현대 대 과거 등과 같은 대립개념들이 해체되고 서로의 특징을 수용하고 통합함으로써 함께 공존하는 새로운 의미로 재구성되어졌다. 이는 과거의 고정된 관념을 깨뜨리고 현대의 개성화, 다양화 추세에 따라 남성적 이미지 요소와 여성적 이미지 요소를 혼합하여 동시에 표출하는 양성적 이미지로 표현하게 되었다(박옥련 외, 2004). 또한 성의 개념의 변화로 미의 개념에 대한 사고방식도 변화되었는데 다원적인 성을 수용하는 자세로 인하여 다양한 미의식의 표현이 과거 여성 패션에서 볼 수 있었던 부드럽고, 화려한 새로운 스타일의 남성 패션을 형성하게 되었다(이연영 외, 2006). 이와 같이 여성복 못지않게 남성복에도 빠른 변화가 나타나고 있으며, 여성이 패션상품의 주 소비계층이라는 고정관념이 바뀌고 있다.

제일기획 보고서에 의하면 남성의 66.7%, 여성의 57.3%가 성역할에 대한 고정관념을 탈피한 것으로 나타났으며, 남성들은 '남성도 필요하다면 메이크업이 가능하다'라는 의견에 69.3%가 긍정적 태도를 가진 것으로 보고되었다. 또한 응답한 남성의 42.7%가 외모 때문에 스트레스를 받는다고 응답한 것으로 나타나 이제 외모가 여성 뿐 아니라 남성들에게도 중요한 부분으로 인식되고 있음을 알 수 있다. 이와 같이 외모에 대한 남성의 관심이 증가함에 따라 외모관련 남성 시장이 급성장하고 있다. 남성외모관련시장의 급성장 및 확대는 특정 계층이나 부류의 남성들에 의해 이루어진 것이 아니라 20·30대의 젊은 남성들을 주축으로 시작되었으며 이제는 전 연령층으로 확대되면서 나타난 결과라 할 수 있다. 전통적으로 남성들은 자동차나 전자제품 등 한정된 분야의 소비에만 관여하고, 거의 모든 소비시장의 주체는 여성이라는 인식이 최근까지 이어왔으나 이제는 남성이 소비시장에서 차지하는 비중이 증가 되었으며, 남성전문을 내세운 다양한 소비형태가 생겨나고 있다(박수진, 2006).

이러한 성역할의 변화는 특히 대학생들의 복식에서 많이 볼 수 있는데, 이는 대학생들이 다른 연령층보다 패션에 민감하고 다양성을 요구할 뿐만 아니라 개성을 중요시하며, 급변하는 패션을 가장 쉽게 받아들이기 때문일 것이다.

Hurdick(1978)은 일반적으로 남자들은 나이가 들수록 새로운 것을 받아들이기를 꺼려하는 보수적인 성향이 있다고 하였으며, 잘 차려 입은 남성이 의복을 통해 관심을 끌려는 시도는 과시 단계를 거쳐 가는 남자 대학생들만이 너그럽게 받아들여질 수 있다고 하였다. Fuller(1972)는 남자 대학생이 사회인보다 패션에 관심이 더 많다고 하였다. Rogers & Shoemaker(1971)는 연령이 적을수록 의복유행의 수용능력이 더 많다고 하였다.

이와 같이 남자 대학생들은 패션에 대해 좀 더 많은 관심이 있으며, 남성 소비변화에도 영향을 주고 있다고 할 수 있다. 우리나라 남자 대학생 의류시장의 경우 불과 몇 년 전 까지만 해도 소비자 욕구가 다양하지 않았으나 최근에는 의복을 통한 표현의 욕구가 커지고 있어 남성패션의 다양화, 시장이 세분화되고 있으며, 시장규모도 커지고 있다.

지금까지 남성패션에 관한 연구로 한순영, 김경희(2012), 이연영, 변미연, 이인성(2006), 이정은, 이순덕, 최경순(2001)의 연구는 남성패션의 여성화에 관한 연구이고, 윤지영, 유태순(2011), 박수연(2012)의 연구는 드라마에서 보여지는 남성패션 스타일에 관한 연구이다. 문지영(2003), 이지현(2004), 박혜란(2007)의 연구는 남성들의 외모관리에 관한 연구이다. 이와 같이 대부분 남성의 여성화 현상에 관한 연구가 많다.

그리므로 본 연구는 남자 대학생을 대상으로 현대사회에서 빠르게 변화하고 있는 남성패션의 변화 및 남성 패션스타일을 살펴보고 남자대학생 집단의 세분화된 특성, 즉 전공계열별 특성을 분석함으로써 앞으로의 남성복의 변화 양상을 예측하고 이러한 분석을 통해 우리나라 의류업체의 상품기획과 시장세분화, 상품개발 디자인을 위한 자료로 활용하고자한다.

## II. 남성패션 변화와 스타일 분류

### 1. 남성패션 변화

현대 남성들의 환경 중에서 사회적 변화를 보이고 있는 것은 한 사회에서의 남성들의 능력을 외모로 평가되고 있는 현상을 들 수 있다. 과거 전통적 사회에서의 사회적 경쟁력의 극대화를 위해 세워진 가부장적 제도는 남성의 강인함과 힘의 논리를 강조하는 남성성에 더 우월한 가치를 부여하는 위계적 이원론에 기반을 둬으로써 외모에 대한 관심은 여성의 몫으로 돌렸다. 그러나 21세기 사회는 개인의 주체적 존재가 중요시되고 있고 개인사회의 우월과 인생의 성패를 가르는 잣대로 외모가 부각되면서 외모지상주의가 현대인들에게 가장 큰 압력으로 작용하고 있다. 즉, 외모는 자기개념과 자신을 대표하는 의미와 함께 남성들의 능력과 직결되면서부터 그 중요성이 한층 부각되고 있다. 이러한 현상들은 다양한 외모관련 신조어로 대변되고 있는 바, 외형적 아름다움이 남성의 사회적 성공이나 여성에게 어필을 위한 중요한 요인으로 인식되고 있다. 외모에 신경을 쓰는 남성들의 증가는 젠더에 의한 강한 남성적 이미지, 부드럽고 귀여운 예쁜 여성적 이미지, 섹시한 이미지 등과 관련된 신조어들을 탄생시키고 있다. 외모에 대한 신조어들은 그만큼 남성들의 외모에 대한 관심의 반영 결과라고 볼 수 있다(이은숙, 2010).

이처럼 현대 남성들이 외모에 대한 관심이 급증하면서 패션 스타일에 대한 관심 또한 높아지고 있는 추세이다.

남성패션은 19세기 말 직물의 기술적 혁신으로 합성섬유가 발달하면서 현대직물산업에 새로운 발전의 길을 열고 양과 질을 크게 향상시켰다. 산업의 발전과 함께 도시생활이 확대됨에 따라 일상생활의 형태도 다양해져 복식에서도 점차 착용목적이나 T.P.O에 따라 구분이 뚜렷해지게 되었다. 20세기 초는 정치적 경제적 강대국인 영국의 영향을 받아 완벽한 재단과 무겁고 딱딱한 소재가 사용되었으며, 색상은 어두운 색을 사용하여 권위적이고 엄격한 남성의 이미지를 강조하였다(김현아, 2009). 액세서리는

좁은 리본, 검은 색이나 흰색의 타이를 묶었다. 크라바트는 넥타이 형식으로 변화되었고, 넥타이는 폭이 넓은 것이 유행하였으며(정홍숙, 1997), 남자들의 헤어스타일은 머리를 짧게 다듬고 콧수염과 턱수염을 길렀다(이민선, 1999). 이와 같이 남성복은 19세기 산업혁명이후 근대화의 물결을 타고 현대 의복의 전형이 갖추어지기 시작하였다. 서양사에서 여성복이 프랑스를 중심으로 발전한데 비하여 산업혁명 이후의 남성복은 영국을 중심으로 발전하였으며 그 변화의 움직임에는 항상 강대국의 영향이 커서 그 나라의 문화적인 특징이나 패션 감성이 스타일로 정착되어 남성패션의 유행을 주도하였다(김윤경 외, 2004).

20세기 남성패션은 격식을 갖춘, 위엄 있는, 권위적인 모습으로 시작되었다. 20세기 초에도 의복은 여전히 사회적 신분을 표현했기 때문에 19세기에 이미 형성된 의복 규율을 어길 만큼 과감한 사람은 그리 많지 않았다. 세계대전을 치르면서 사회활동에 대한 관심과 의복에 대한 관대해진 사회적 태도가 남성복 디자인에도 많은 영향을 주었다. 전통주의자들은 옷의 격식이 완화되는 방향으로 변화하는 것을 단정치 못하다며 비난했지만 생활 속으로 들어간 새로운 경향은 폭 넓은 지지를 얻게 되었다(Mendes et al., 2003).

이렇게 남성패션에 있어서 가장 특징적인 변화는 19세기에 이르러 산업혁명을 계기로 기능적인 형태, 실용적인 소재도입 등으로 새로운 경향을 보이게 되었다. 20세기 전반에는 남성복의 전체기본형은 그대로 지속되면서 기능별로 더욱 세분화가 되고 편안한 스타일로 변화되어 인체의 구조를 바탕으로 디자인 되었고(Hollander, A. I., 1975), 두 차례의 세계전쟁으로 밀리터리 룩, 스포츠웨어의 발달을 가져왔으나 후반부터 최근까지는 증거가로 대량생산되어 판매되는 기성복산업이 커지면서 디자이너들이 대중을 위한 다양한 패션을 제한하거나 젊은이들의 하위문화, 페미니즘, 대중스타 등의 영향은 남성패션에 감성과 감각을 자유롭게 표출하는 계기를 마련해주었다.

20세기 후반의 가장 특징적인 문화현상인 포스트모더니즘은 다른 시대, 다른 문화로부터의

양식과 이미지를 차용하는 경향이 두드러졌으며 모더니즘적 문화와 사고방식의 틀을 거부하려는 현상이 나타났다. 이러한 현상은 패션에서도 다윈주의, 절충주의적인 형태로 표현되어 남성적 특질을 강조한 도구성과 여성적 특질을 강조한 표현성의 양면을 흡수하면서 새로운 형태의 디자인을 시도하는 경향으로 나타나고 있다(김윤경 외, 2004). 또한 1990년대 이후 인터넷 환경과 네트워크의 발달로 인해 기업과 제품에 관한 다양한 정보를 수집하고, 커뮤니티를 통해 자신의 정보와 느낌을 공유해 적극적으로 제품과 마케팅활동에 개입하는 양상도 뚜렷해졌다. 패션에 있어서도 첨단기술의 신소재 디테일이나 트리밍 등을 결합시키는 등의 다양한 스타일이 혼합되어 발전하였다. 이러한 현상들은 남성들의 의식을 전환시키고 남성패션을 빠르게 변화시키는 중요한 요인이 되었다.

이와 같이 지금까지 살펴본 남성패션의 특징을 보면, 과거 남성복과는 달리 개성과 감각을 표현하는 스타일이 많아졌다. 특히 기능별로 세분화되어 여성복 못지않게 남성복의 스타일에도 많은 변화가 있었으며 소재 또한 다양한 스타일이 보여지고 있다.

## 2. 남성패션 스타일 분류

남성복의 경우에는 아직까지 의복 스타일을 분류하여 선호도를 측정하는 연구가 제대로 제대로 오르지 못하고 있다. 그러므로 남성패션 스타일을 분류하기 위하여 현재까지 연구된 김윤경 외(2004), 김현진(2010), 윤진아(2008)의 연구 등을 참고하여 수정 분류하였다.

김윤경, 이경희는 남성패션 잡지와 밀라노 컬렉션을 중심으로 디자인 특성에 따라 포멀스타일(formal style), 캐주얼 앤 스포티 스타일(casual & sporty style), 유니폼 스타일(uniformed style), 디폼드 스타일(deformed style)로 분류하였고, 김현진의 연구에서는 댄디즘이미지 스타일(dandyism image style), 양성적 스포티즘 이미지 스타일(bisexual sportism image style), 옴프파탈 이미지 스타일(homme fatalism image style), 마초이즘 이미지 스타일(machoism image style)로 분류하였다. 윤진아의 연구에서는 남성 스타일을 남자

대학생을 대상으로 스트리트에서 보여지는 스타일을 분류하여, 캐주얼 스타일, 댄디 스타일, 스포티 스타일, 폴로 스타일, 니쁜 스타일, 힙합 스타일로 나누었다.

그러므로 본 연구에서는 남성 스타일 분류를 위해 위의 선행 연구를 참고하여, 남자대학생이 대상이라는 것을 기초로, 공통적인 스타일과 비슷한 스타일을 묶고 분류하여 4가지 스타일 즉, 댄디 스타일, 캐주얼 스타일, 클래식 스타일, 힙합스타일로 나누었다.

### (1) 댄디 스타일

댄디란 복장에 있어 최고의 엘레강스를 대표하는 19세기 남성을 의미하는 말로 이들의 우아하고 세련된 생활 태도를 댄디즘(dandyism)이라고 한다. 19세기 보 브럼멜(Beau Brummel)로 알려진 죠지 브라이언 브럼멜(George Bryan Brummell)이 그 대표적인 인물로 그들은 질 좋은 순백의 마로 만든 셔츠와 장식이 없는 의복을 꼭 맞게 착용하였으며, 이후 이것은 영국 신사복 유행의 기본 원칙이 되었다.

현대에 와서는 ‘멋쟁이, 맵시꾼’이라는 의미로 멋쟁이 남성을 지칭하며, 댄디룩은 매니시룩(mannish look)과 동의어로 사용되고 있다. 댄디란 말 자체가 ‘멋쟁이’란 뜻으로 해석되며, 남성취향이 여성적인 패션 스타일으로써 재킷 안에 화려한 셔츠를 입는다든지 몸에 꼭 맞게 디자인된 셔츠와 짧은 기장의 재킷 등이 있다.

현재에 와서는 자질구레한 장식이나 과도한 격식 없는 멋을 낼 줄 아는 멋쟁이를 의미한 말이 ‘댄디즘’이 되었고, 요즘에는 남성들이 과거 잘 사용하지 않았던 여성 취향적 아이템인 스카프나 보우타이 등의 액세서리로 자유롭게 자신을 표현하는 여성취향이 가미된 댄디즘으로 나타났다. 여성 취향적 댄디즘은 여성들의 부드럽고 자상한 남성을 선호하게 되면서 이러한 시대적 배경에서 나온 아름다운 남성을 일컫는 신조어 꽃미남과 관련된다(김현진, 2010).

따라서 본 연구에서는 댄디 스타일을 모던하고 깨끗한 이미지의 스타일로 정의하고자 한다.

## (2) 캐주얼 스타일

캐주얼(casual)의 사전적 의미는 '격식을 차리지 않는', '평상시의', '임시적인' 뜻을 가진다(영한사전, 1998). 캐주얼 스타일은 소비자의 실용적인 패션추구 성향에 부응하는 실용성과 일상성이 동시에 고려된 스타일로 자유롭게 착용할 수 있으며, 특정 연령에 구애 받지 않고 자유롭게 입을 수 있는 편안한 의복으로 정의 된다(김해동, 2005).

캐주얼웨어의 주 소비자층은 자유스럽고 편안한 라이프 스타일을 선호하는 사람들로써 발달하고 생동감 있게 행동할 수 있는 분위기 연출을 중요시하므로, 캐주얼웨어에 있어서는 상품의 유행성 및 다양성, 가격의 3가지 요인이 중시된다. 캐주얼웨어는 평상복의 개념을 가장 잘 따르고 있는 라인으로 합리적인 가격대를 고수하고 있는 것이 특징이며, 이지 캐주얼, 유니섹스 캐주얼, 영 캐주얼, 트레이디셔널 캐주얼, 캐릭터 캐주얼, 스포츠 캐주얼, 진 캐주얼 등으로 세분화되어 있다(월간섬유, 1999).

현재 전 세계적으로 캐주얼한 라이프 스타일이 추구되면서 캐주얼웨어는 소비자의 실용적인 패션 추구성향인 실용성과 기능성을 동시에 고려해 언제라도 자유롭게 착용할 수 있게 되었으며, 특정연령층에 구애받지 않고 자유롭게 입을 수 있는 캐주얼마인드가 확산되면서 캐주얼웨어가 선호되고 있다(유통저널, 1997).

현재의 의복 발전의 추세는 고기술·고기능의 의복을 중심으로 캐주얼화가 진행됨과 동시에 자연소재를 중심으로 한 쾌적하고 편안한 의복의 개발에도 관심이 집중되고 있다. 최근의 의복 수요를 살펴보면 캐주얼의 판매량은 가장 높은 수치를 보이고 있으며 앞으로도 더욱 발전할 전망이다. 조사에 따르면 젊은 소비계층의 의복 구매 중에서 캐주얼이 차지하는 비율이 87%나 된다고 한다(동뵈이, 2010).

캐주얼은 오늘날 패션 전반에 영향을 미치는 경향으로 평상시 격식에 매이지 아니하고 가볍게 입을 수 있는 옷차림으로 실용적이고 기능적인 것이 특징이라 할 수 있다. 캐주얼 스타일은 남성들의 라이프 스타일 변화에 따라 패션에 대한 사고가 유연해지면서 스타일에도 편안함을

기본으로 하는 감각적 패션 성향이 늘어나고 있다.

따라서 본 연구에서의 캐주얼 스타일은 편안하고 경쾌하며 개방적이며 자유로운 스타일로 정의하고자 한다.

## (3) 클래식 스타일

패션에서의 클래식은 유행 주기에서 쇠퇴와 소멸과정에서 사라지지 않고 지속적으로 대중에게 선택되는 스타일, 즉 실용성을 근거로 하여 유행에 구애 받지 않는 변함없는 스타일을 말한다(정삼호, 1996).

일반적으로 클래식즘(classicism)의 사전적 의미는 예술에서 고대 그리스와 로마의 예술에 바탕을 둔 역사적 전통이나 미학적 태도를 말한다. 클래식즘에 나타난 미의식은 역사 속에서 다양한 형태를 지니고 변화하면서 현대 패션에 클래식이라는 이름으로 투영되었으며 클래식 스타일이라는 양식을 만들어 내었고, 고대 그리스·로마의 스타일과 18세기 말~19세기 초 신고전주의시대의 스타일을 말하기도 한다. 이는 패션에 큰 부가가치와 함께 커다란 경제적 수요를 창출하고 21세기 현재에도 가장 영향력 있는 스타일로서 다양하게 재창조되고 있다(김정실, 2012).

클래식 스타일은 유행이나 디테일의 변화에 의하여 약간의 변형이 수반되지만 전체적인 H 실루엣이나 구조적인 디자인의 특성은 그대로 지속되기 때문에 계속 받아들여지는 속성이 있으며, 합목적성, 적합성, 실용성을 그 미적 가치로 하고 있다.

이상에서 본 것처럼 패션에서의 클래식이란 유행에 구애받지 않은 변함없는 스타일을 말하며, 편안하게 착용할 수 있으므로 많은 사람에게 의해서 꾸준히 입혀진다. 클래식 스타일 아이템에는 베이직한 테일러드 슈트가 대표적이라 할 수 있으며, 타이트 스커트, 가디건, 트렌치 코트 등이 있다. 클래식 스타일의 이미지는 현재 많은 패션디자이너들에게 새로운 영감을 주고 있으며 현대 패션에 다양한 방법으로 적용되고 있다.

따라서 클래식 스타일은 전통적이며 유행에 좌우되지 않는 베이직한 스타일이라 할 수 있다. 그러나 본 연구에서의 클래식 스타일은 대

학생 패션이니만큼 전통적인 클래식스타일 보다는 캐주얼위에 재킷이나 코트를 착용하는 것과 같은 세미클래식스타일도 클래식 스타일로 정의 하고자 한다.

#### (4) 힙합스타일

어원으로 볼 때 힙(hip)과 합(hap)의 단어를 풀어보면 ‘힙’은 엉덩이를 뜻하고 ‘합’은 뒸다는 뜻이다. 둘을 합쳐보면 움직이는 엉덩이, 다시 말해 약동하는 육체를 뜻하며 문화적으로는 흑인들의 제반 생활양식과 정서를 포괄한다. 또 ‘힙’은 우리의 신체부위 외에도 ‘만세’라는 의미가 있고 시대적으로도 뜻을 달리하여 사용하여 왔으며, ‘합’의 의미도 1950년대에 로큰롤의 생겨난 이후에는 댄스파티나 춤을 뜻하였고, 1960년대에는 ‘변칙적으로 추는 춤’을 뜻하는 ‘비트족’이라는 의미로 여러 가지 뜻의 변화를 다지면서 쓰였다(이인성 외, 2006).

1970년대 뉴욕 빈민가에서부터 시작한 힙합은 현재에 이르러 시간과 공간의 경계를 허물고 여러 양식이 혼합되어 나타나는 현대 문화의 특징이 잘 반영된 대표적인 문화이다. 힙합문화속 힙합 패션은 대중매체의 발달과 함께 매우 빠른 속도로 대중화를 이루었으며, 거대 패션산업의 일환으로 성장하기에 이르렀다(김윤, 2012).

힙합은 현 시대에 있어서 하나의 음악적 장르이자 표현의 형식, 하위문화로 정의 내리기에는 이미 시간과 공간을 초월하여 문화적 영향력을 강하게 지닌 대표적 글로벌 대중문화가 되었다. 하위문화에서 시작한 힙합은 그들만의 지배적 가치 체계로부터 자유로워지고자 하는 일탈된 현상으로 생성되고 나타났으며, 이것들을 직접적으로 표현하기보다는 자신들의 스타일 속에서 간접적으로 표현하는 경우가 더 많았다. 철학가이자 디제이(DJ), 엠씨(MC)인 케이알에스원(KRS-One)이 ‘미국에서 독자적으로 만들어진 유일한 문화’로 힙합을 일컬은 것처럼, 힙합은 1970년대 힙합 음악을 중심으로 미국에서 발생하였다. 이는 1980년대 이후 힙합 음악의 세계적 유행과 함께 그들만이 지니는 독특한 특징들이 결합된 하위문화로써, 다양한 사회 문화적

경계들을 초월한 세계적 문화 현상으로 발전하였다. 이렇게 형성, 성장되어 온 힙합은 시간과 공간의 경계를 허물고 인종과 지역에 따른 여러 가지 문화적 특수성을 혼합한 다문화적(multicultural) 혹은 초문화적(transcultural) Stephens, G., 1992)이며 포괄적인 문화요소들을 흡수하고 대중문화로서의 특징들을 보이고 있다.

1970년대 하위문화 음악의 영향을 받으며 뉴욕시 거리 패션에서부터 시작된 힙합패션은 강한 아프로 아메리칸의 영향과 함께 아디다스의 쉘 토 스니커즈(shell toes sneaker), 커다란 안경, 금반지, 목걸이의 착용으로 스타일 되어졌다. 이 시기는 올드 스쿨(old school) 힙합으로 시기적 구분을 가지는데, 힙합 발생지인 뉴욕을 기점으로 한 아프로 아메리칸 중심의 레게와 스포티브(sportive) 스타일이 혼합된 형태라 할 수 있다. 1980년대 후반의 힙합 패션을 주도하였던 뮤지션 엠씨 해머(MC Hammer)는 블라우징 되는 배기팬츠(baggy pants)와 어깨가 넓은 더블 블레스트(double breasted) 수트를 힙합 패션 트렌드로 이끌었다. 1980년대 중반 이후 힙합패션은 키든 플레이(Kid'n Play), 레프트 아이 어브 티엘씨(Left Eye of TLC)와 같은 랩퍼들의 영향으로 매우 밝은 컬러의 스포티한 의류, 야구모자, 클락스(Clarks) 신발, 닥터 마틴즈(Dr. Martens) 부츠가 주된 패션 아이템이었으며, 80년대 후반은 엔 더블유 에이(N.W.A)의 디키스(dickies) 팬츠, 플레이드(plaid) 셔츠와 자켓, 청크 테일러스(chucktaylor's) 스니커즈, 블랙 라이더스 스타터티(black raiders starter) 재킷과 야구 모자가 크게 유행하였다(Black style Now., 2006).

또한 힙합 스타일은 영화 ‘와이드 스타일’로 알려지게 되어 1980-1990년대 문화동향으로 빼놓을 수 없게 되었다. 드럼스타일과 배기스타일이 대표적인 힙합스타일로 원래 정통 아메리카 힙합스타일은 배기스타일이었으나, 동양인의 체형에 맞게 드럼스타일로 변형되어 유행하였다. 특히 헐렁한 티셔츠는 팬츠와 마찬가지로 큰 사이즈를 선호하여 흑인위주의 엑스라지 사이즈(XL size)를 유행시켰으며, 힙합문화의 발생지인 미국에서 덩치가 큰 미국 흑인들이 편하게 입고 춤도 추고 운동도 하는 빅 사이즈를 말한다. 후드 티셔츠 또한 큰 사이즈로 힙합 팬츠와 함께



<그림 1> 뎀디스타일, 2011 (출처: <http://blog.naver.com/bing1126/60133781602>) <그림 2> 캐주얼스타일, 2013 (출처: <http://blog.naver.com/gabic224380>) <그림 3> 클래식스타일, 2013 (출처: <http://blog.naver.com/gabic224380>) <그림 4> 힙합스타일, 2013 (출처: <http://blog.daum.net/yoajwjpmo26/205>)

입혀지고 있다.

그러나 점점 힙합패션의 초기 스타일만을 고집하지 않고 실용적인 힙합스타일을 추구하여 스포츠웨어와 힙합을 섞어 기능성 있는 옷이 인기를 얻고 있으며 여성의 힙합 스타일 선호가 증가하면서 세미 힙합스타일이 인기를 얻고 있다. 힙합스타일의 가장 큰 매력은 옷을 많이 구입하지 않고도 다양한 코디와 액세서리로 세련된 연출을 할 수 있으며 여기에다 실용성과 기능성을 가미해 누구든지 편하게 입을 수 있다는 것이다.

한국에서는 가수 ‘서태지와 아이들’의 의상을 통하여 유행하기 시작하였다. 힙합스타일은 1980-1990년대에 가장 유행한 스타일이나, 2000년대부터는 테크노패션 쪽으로 빠르게 변화하고 있다.

따라서 본 연구의 힙합 스타일은 트레이닝 웨어, 배기팬츠 등 크게 걸쳐 입을 혈령한 개성적인 스타일로 정의 하고자 한다.

### III. 연구방법 및 절차

#### 1. 연구방법 및 조사대상자 선정

연구방법은 선행연구 및 문헌자료 분석, 인터넷 자료를 바탕으로 이론적 연구를 하였으며, 시각적인 자료 수집은 인터넷사이트를 통해 분류하였다. 설문조사는 질문지법을 사용하였다

며, 서울 지역에 재학 중인 20대 남자 대학생을 전공계열별로 180부씩 총 720부의 설문지를 배부하여 691부가 회수되었고, 체크가 미흡한 14부를 제외한 총 677부를 최종 분석 자료로 사용하였다. 분석 방법은 빈도분석으로 하였으며, 소수점 첫째자리까지로 하였다.

설문조사 시기는 1차 2013년 2월 15일 금요일 오후 2시부터 8시까지, 2차 4월 5일 월요일 오후 1시부터 6시까지, 3차 5월 4일 토요일 오후 3시부터 8시까지 대학로, 홍대, 신촌에서 남성의 의복스타일을 4가지로 분류한 참고사진(그림 1, 2, 3, 4)과 설문 총 12문항을 길거리 리서치 형식으로 진행하였다.

참고 사진 자료는 각 스타일 별로 30장씩 추출하여 그 중 대표사진으로 하였으며 타당성을 검증하기 위하여 패션 전공 교수 2인과 전공자 5인이 구성원으로 참여 하였다. 스타일별 분류를 위해 구성원들에게 앞장에서 논의된 대학생들의 패션에 입각한 뎀디스타일, 캐주얼스타일, 클래식스타일, 힙합스타일에 대한 충분한 논의 후 대표 사진을 추출하였다.

#### 2. 설문지구성

본 연구에서는 남자대학생 집단의 세분화된 특성, 즉 전공계열별 특성을 분석하기 위하여 설문내용을 김현(2003), 문지영(2003), 배혜진 외(2006), 양진화(2006), 윤명(2000), 윤지영 외(2011), 윤진아(2008), 이지현(2004), 정진호(2001), 필수

박(2013), 황세진(2003)의 연구를 참고하여 <표1, 2>와 같이 수정 분류하였다.

분석은 기초적인 문항, 가치관에 관한 문항, 의복 행동에 관한 문항, 선호 스타일에 관한 문항으로 구성하였다.

#### IV. 자료 분석 결과 및 논의

설문 조사 내용 및 자료정리는 아래 <표 1>과 같다.

##### 1. 전공계열

남자대학생의 전공계열은 인문사회계열, 자연공학계열, 예체능계열, 경제경영계열의 4가지 계열로 나누어 조사하였다.

전체 총 677명 중 인문사회계열의 학생은 165명 24.4%, 자연공학계열 171명 25.3%, 예체능계열 173명 25.5%, 경제경영계열은 168명 24.8%로 예체능계열과 자연공학계열이 조금 더 많았다.

##### 2. 가치관

첫째, 외모에 신경 쓰는 남자대학생들에 대한 의견으로는, 개인취향이라는 의견이 가장 많았으며, 남성다워 보이지 않는다는 의견과 가꾸야 한다는 의견은 비슷하게 나왔다. 가꾸야 한다는 의견으로는 예체능 계열이 가장 높았으며, 남성다워 보이지 않는다는 의견은 자연공학계열이 가장 높았다. 전체남자대학생 비율은 20.1%가 가꾸야한다는 의견이었고, 24.3%가 남성보이지 않는다는 의견이었다. 또한 45.6%는 개인 취향이라고 답하였다. 기타 의견으로는 지금까지는 외모에 관해 별로 생각하지 않았지만 시대자체가 남성도 외모에 대한 관심이 많아지는 추세이기 때문에 본인의 외모에 대해 앞으로는 신경을 써야겠다는 의견이 있었다.

둘째, 외모관리를 해야 한다면 그 이유에 대한 의견으로는, 취업을 위해 가꾸야한다는 의견이 가장 많았으며, 자기만족이 그 다음으로 많았다. 취업을 위해 가꾸야한다는 의견은 자연공학계열이 가장 높았으며, 이성에게 호감을 얻기 위해서는 인문사회계열이 높았고, 자기만족을

위해 가꾸야한다는 의견은 예체능 계열이 가장 높았다. 전체남자대학생 비율은 취업을 위해 가꾸야 한다는 의견은 54.2%로, 현실성을 가장 많이 반영된 결과라 할 수 있다.

셋째, 의복구매 시 가장 고려하는 점에 관한 의견으로는, 디자인이 가장 많았으며 가격이 그 다음으로 많았다. 디자인은 예체능 계열이 가장 높았으며, 자연공학계열이 가장 낮았다. 가격은 경영경제계열이 높았다. 소재는 인문사회계열이 가장 높았으며, 착용감은 자연공학계열이 높았다. 전체남자대학생 비율은 디자인이 41.7%, 가격이 20.2%, 소재가 17.0%, 착용감이 14.4%였다. 대학생이니 만큼 가격에 대한 부담이 있었으며, 기타 의견으로는 모두 본다는 의견과 때때로 다르다는 의견이 있었다.

넷째, 의복구매 시 영향을 주는 요인에 대한 의견으로는, 친구 동료의 영향이 가장 많았다. 부모님의 영향은 예체능계열이, 친구, 동료의 영향은 자연공학계열이, 광고, 연예인은 인문사회계열이 높았다. 전체 남자대학생 비율은 친구, 동료의 영향이 52.2%, 광고 연예인이 17.9%, 부모님이 6.3%였다. 기타 의견으로는 때때로 다르다는 것과 의복에 별 관심이 없어서 있는 그대로 입는다는 의견도 있었다. 또한 아무 영향도 받지 않고 본인의 개성에 따라 구매한다는 의견도 있었다.

##### 3. 의복행동

첫째, 월 평균 쇼핑 관리비에 대한 의견으로는, 5만원미만이 가장 많았다. 5만원미만이 자연공학계열이 가장 높았으며, 예체능 계열이 가장 낮았다. 5~10만원미만은 인문사회계열이 가장 높았으며, 20만원이상은 예체능 계열이 가장 높았다. 전체남자대학생 비율은 5만원미만이 63.4%, 5~10만원미만이 29.8%, 10~20만원미만이 29%, 20만원이상이 2.5%였다.

둘째, 쇼핑 횟수에 대한 의견으로는, 시즌에 한번이 가장 많았다. 일주일에 한번은 예체능 계열이 가장 높았으며, 한 달에 한번 또한 예체능계열이 높았다. 시즌에 한번은 자연공학계열이 높았다. 수시로 쇼핑한다는 의견은 예체능계열이 높았다. 전체남자대학생 비율은 시즌에 한

<표 1> 전체 남자대학생 설문 분석

n(%)

문항		전공계열	인문사회	자연공학	예체능	경영경제	total	
			165(24.3)	171(25.3)	173(25.6)	168(24.8)	677(100)	
가치관	외모에 신경 쓰는 남성들에 대한 생각	가꿔야함	30(4.4)	19(2.8)	52(7.7)	35(5.2)	136(20.1)	
		남성다워 보이지 않음	44(6.5)	67(9.9)	14(2.1)	39(5.8)	164(24.2)	
		개인취향	76(11.2)	72(10.6)	74(10.9)	87(12.9)	309(45.6)	
		기타	15(2.2)	13(1.9)	33(4.9)	7(1.0)	68(10.1)	
	외모관리를 해야 한다면 그 이유	취업을 위해	96(14.2)	104(15.3)	81(12.0)	86(12.7)	367(54.2)	
		이성에게 호감을 얻기 위해	40(5.9)	29(4.3)	14(2.1)	27(4.0)	110(16.3)	
		자기만족을 위해	20(3.0)	31(4.6)	78(11.5)	52(7.7)	181(26.7)	
		기타	9(1.3)	7(1.0)	0(0.0)	3(0.4)	19(2.8)	
	의복구매 시 가장 고려하는 점	디자인	48(7.1)	44(6.5)	109(16.1)	81(12.0)	282(41.7)	
		가격	35(5.2)	38(5.6)	19(2.8)	45(6.6)	137(20.2)	
		소재	41(6.1)	22(3.3)	28(4.1)	24(3.5)	115(17.0)	
		착용감	38(5.6)	48(7.1)	7(1.0)	5(0.7)	98(14.5)	
	의복구매 시 영향을 주는 요인	기타	3(0.5)	19(2.8)	10(1.5)	13(1.9)	45(6.6)	
		부모님	8(1.2)	10(1.5)	17(2.5)	8(1.2)	43(6.3)	
		친구, 동료	101(14.9)	120(17.7)	36(5.3)	97(14.3)	354(52.3)	
		광고, 연예인	35(5.2)	22(3.3)	40(5.9)	24(3.5)	121(17.9)	
	의복행동	월 평균 쇼핑 관리비	기타	21(3.1)	19(2.8)	80(11.8)	39(5.8)	159(23.5)
			5만원 미만	109(16.1)	133(19.7)	90(13.3)	97(14.3)	429(63.4)
			5~10만원미만	35(5.2)	34(5.0)	66(9.7)	67(9.9)	202(29.8)
			10~20만원 미만	18(2.7)	2(0.3)	7(1.0)	2(0.3)	4.3(29)
쇼핑 횟수		20만원 이상	3(0.4)	2(0.3)	10(1.5)	2(0.3)	17(2.5)	
		일주일 한번	2(0.3)	4(0.6)	24(3.5)	8(1.2)	38(5.6)	
		한달에 한번	46(6.8)	38(5.8)	73(10.8)	54(8.0)	212(31.3)	
		시즌에 한번	112(16.5)	121(17.9)	39(5.7)	67(9.9)	339(50.1)	
		수시로	2(0.3)	5(0.7)	21(3.1)	10(1.5)	38(5.6)	
의복구입 매장		기타	3(0.4)	2(0.3)	16(2.4)	29(4.3)	50(7.4)	
		백화점	18(2.7)	24(3.5)	21(3.1)	12(1.8)	75(11.1)	
		대형쇼핑몰	45(6.7)	50(7.4)	59(8.7)	34(5.0)	188(27.8)	
		유명브랜드매장	23(3.4)	19(2.8)	24(3.6)	13(1.9)	79(11.7)	
		할인매장	41(6.0)	39(5.8)	31(4.6)	62(9.2)	173(25.5)	
		인터넷	35(5.2)	32(4.7)	36(5.3)	44(6.5)	147(21.7)	
선		평소 즐겨	기타	3(0.4)	7(1.0)	2(0.3)	3(0.4)	15(2.2)
	덴디스타일		35(5.2)	24(3.5)	43(6.4)	37(5.5)	139(20.5)	

문항		전공계열	인문사회	자연공학	예체능	경영경제	total
			165(24.3)	171(25.3)	173(25.6)	168(24.8)	677(100)
호스타일	입는 스타일 (그림 참고)	캐주얼스타일	101(14.9)	121(17.9)	82(12.1)	108(16.0)	412(60.9)
		클래식스타일	26(3.8)	24(3.5)	31(4.6)	15(2.2)	96(14.2)
		힙합스타일	3(0.4)	2(0.3)	17(2.5)	8(1.2)	30(4.4)
	본인이 선호하는 패 션 스타일	덴디스타일	63(9.3)	36(5.3)	81(12)	54(8.0)	234(34.5)
		캐주얼스타일	56(8.3)	111(16.4)	66(9.7)	79(11.7)	312(46.1)
		클래식스타일	21(3.1)	17(2.5)	17(2.5)	18(2.7)	73(10.8)
		힙합스타일	25(3.7)	7(1.0)	9(1.3)	17(2.5)	58(8.6)
	액세서리 착용	좋다	69(10.2)	67(9.9)	118(17.4)	81(12.0)	335(49.5)
		싫다	88(13.0)	99(14.6)	36(5.3)	60(8.9)	283(41.8)
		기타	8(1.2)	5(0.7)	19(2.8)	27(4.0)	59(8.7)
	코디 아이템	액세서리	18(2.7)	21(3.1)	54(8.0)	39(5.8)	132(19.5)
		가방	71(10.5)	70(10.3)	55(8.1)	64(9.5)	260(38.4)
		신발	63(9.3)	72(10.6)	45(6.6)	35(5.2)	215(31.8)
기타		13(1.9)	8(1.2)	19(2.8)	30(4.4)	70(10.3)	

번 쇼핑이 50%, 한 달에 한번이 31.3%, 일주일에 한번과 수시로가 5.6%였다.

셋째, 의복구입 매장에 대한 의견으로는, 대형쇼핑몰이 많았다. 백화점은 자연공학계열이, 대형쇼핑몰은 예체능계열이, 할인매장은 경영경제계열이 높았다. 인터넷 이용 또한 경영경제계열이 많았다. 전체남자대학생 비율은 대형쇼핑몰이 27.8%, 할인매장이 25.6%, 인터넷이 21.7%로 비슷하게 나왔다. 기타 의견으로는 동대문시장이나 동네 보세에서 구입하는 경우도 있었으며, 매장에 관계없이 맘에 들면 구입한다는 의견도 있었다.

#### 4. 선호스타일

첫째, 평소 즐겨 착용하는 스타일에 관한 의견으로는, 캐주얼 스타일이 가장 많았다. 덴디 스타일은 예체능계열이, 캐주얼 스타일은 자연공학계열이, 클래식 스타일과 힙합 스타일은 예체능계열이 가장 높았다. 모든 전공계열이 캐주얼 스타일을 가장 즐겨 착용하였으며, 그 중 자연공학계열이 가장 높았다. 전체적으로 힙합 스타일 착용이 가장 낮았다. 전체남자대학생 비율

은 캐주얼 스타일이 60.9%, 덴디 스타일이 20.6%, 클래식 스타일이 14.1%, 힙합 스타일이 4.4% 나왔다.

둘째, 선호하는 스타일에 대한 의견으로는, 캐주얼스타일을 가장 선호하였다. 덴디 스타일은 예체능계열이, 캐주얼 스타일은 자연공학계열이, 클래식 스타일은 경영경제계열이, 힙합 스타일은 인문사회계열이 가장 높았다. 전체남자대학생 비율은 캐주얼 스타일이 46.1%로 가장 높았으며, 그 다음으로는 덴디 스타일이 34.6%, 클래식스타일이 10.8%, 힙합스타일이 8.5% 순이었다.

셋째, 남성의 액세서리 착용에 대한 의견으로는, 좋다는 의견이 많았다. 좋다는 의견은 예체능계열이 가장 높았고, 싫다는 의견은 인문사회계열이 가장 많았다. 전체남자대학생 비율은 좋다는 의견이 49.5%, 싫다는 의견은 41.8%로 거의 비슷하게 나왔다.

넷째, 코디아이템에 대한 의견으로는, 가방이 가장 많았으며, 그 다음으로는 신발이 많았다. 액세서리는 예체능계열이, 가방은 인문사회계열과 자연공학계열이 높게 나왔다. 신발은 자연공학계열이 높았다. 전체남자대학생 비율은 가방이 38.4%, 신발이 31.8%, 액세서리가 19.5% 순

이었다. 기타 의견으로는 한 가지가 아니라 모두 활용한다는 의견과 액세서리에 관심 없다는 의견이 있었다.

## V. 결 론

본 연구는 남자대학생을 대상으로 현대사회에서 빠르게 변화하고 있는 남성패션스타일을 살펴보고 남자대학생 집단의 세분화된 특성, 즉 전공계열별 특성을 분석함으로써 의류업체의 상품기획과 시장세분화, 상품개발 디자인을 위한 자료로 활용하고자하는데 목적이 있다.

이를 위해 2013년 2월, 4월, 5월 3차례에 걸쳐 총 677부의 설문을 분석하였다. 설문내용은 기초적 문항, 가치관에 관한 문항, 의복 행동에 관한 문항, 선호 스타일에 관한 문항으로 구성하였다.

첫째, 전공계열은, 남자대학생 전체 총 677명 중 인문사회계열의 학생은 24.4%, 자연공학계열 25.3%, 예체능계열 25.5%, 경영경제계열은 24.8%로 예체능계열과 자연공학계열이 조금 더 많았다.

둘째, 가치관에 관한 내용으로, 외모에 신경 쓰는 남자대학생들에 대한 의견으로는 모든 전공계열이 개인취향이라는 의견 가장 많았다. 외모관리를 해야 한다면 그 이유에 대한 의견으로는 모든 전공계열이 취업을 위해서라는 의견이 많았다. 의복구매 시 가장 고려하는 점에 관한 의견으로 인문사회계열, 예체능계열, 경영경제계열은 디자인이라는 의견이 가장 많았으며, 자연공학계열은 착용감이 많았다. 의복구매 시 영향을 주는 요인에 대한 의견으로는, 인문사회계열, 자연공학계열, 경영경제계열은 친구, 동료의 영향을 가장 많이 받았고, 예체능계열은 기타의견이 가장 많았다. 기타 의견으로는 때때로 다르다는 것과 아무 영향도 받지 않고 본인의 개성에 따라 구매한다는 의견도 있었다.

셋째, 의복행동에 관한 내용으로, 월 평균 쇼핑 관리비에 대한 의견으로는 모든 전공계열이 5만원미만으로 가장 많았다. 쇼핑횟수에 관한 의견은 인문사회계열, 자연공학계열, 경영경제계열이 시즌에 한번, 예체능계열이 한 달에 한

번으로 가장 많았다. 의복구입매장에 대한 의견으로는 인문사회계열, 자연공학계열, 예체능계열은 대형쇼핑몰, 경영경제계열은 할인매장이 가장 많았다. 이와 함께 인터넷에서 구입한다는 의견도 비교적 높게 나타났다. 백화점 구입은 비교적 적게 나왔다.

넷째, 선호스타일에 관한 내용으로, 평소 즐겨 착용하는 스타일에 관한 의견으로는 모든 전공계열이 캐주얼스타일을 가장 많이 착용하고 있었다. 본인이 선호하는 패션스타일에 대한 의견 또한 캐주얼스타일이 가장 많았다. 그러나 본인이 착용하고 있는 캐주얼 스타일보다는 선호하고 있는 캐주얼스타일이 줄어들고 요즘 트렌드라 할 수 있는 덴디스타일이 늘은 것 또한 확인할 수 있었다. 남성의 액세서리 착용에 대한 의견으로는 인문사회계열, 자연공학계열은 싫다는 의견이 많았고, 예체능계열과 경영경제계열은 좋다는 의견이 많았다. 코디아이템에 대한 의견으로는 인문사회계열, 예체능계열, 경영경제계열은 가방이 많았고, 자연공학계열은 신발이 많았다.

이상과 같이 남자대학생 집단의 세분화된 특성, 즉 전공계열별 특성을 살펴본 결과 전공별 특성은 설문내용 중 의복구매 시 고려하는 점, 액세서리 착용여부 등에서 차이가 있었다. 의복구매 시 가장 고려하는 점에 대하여 자연공학계열은 디자인, 소재, 가격 등 모든 항목을 골고루 보았으며, 의복에 영향을 주는 요인에 대하여서는 예체능계열이 기타의견으로 본인의 의사결정에 의해서라는 개성강한 의견이 많았다. 그 외 다른 의견에서는 약간의 차이는 있었지만 거의 비슷하게 나타났다.

전체적인 결과를 보면, 취업을 위해 외모에 신경 쓰는 남자 대학생이 많아진 것을 알 수 있었으며, 이제는 여성 뿐 만 아니라 남성도 취업에 외모가 반영되는 사회적 분위기를 암시하는 결과라 할 수 있겠다. 또한 의복구매 시 디자인을 가장 많이 보는 등 요즘 남자대학생의 가치관은 예전과 확연히 달라졌음을 알 수 있었다. 본인이 착용하는 스타일과 선호 스타일에 대해서는 캐주얼 스타일을 가장 많이 착용하고 선호하였다. 캐주얼 스타일 선호 이유는 평상시 격식에 매이지 않고 가볍게 입을 수 있는 옷차림

으로 실용적이고 기능적인 것이 특징이기 때문이라고 생각된다. 그러나 요즘 트렌드라 할 수 있는 덴디스타일의 선호도가 증가한 것으로 보아 현재 트렌드에도 민감하게 반응하고 있음을 알 수 있었다. 액세서리 착용에 대해서도 긍정적으로 답하였는데, 예전보다는 많은 남자대학생들이 액세서리착용에 대한 거부 반응이 줄고 남성이과 여성의 경계로 보아왔던 외모관리의 필수 아이템이었던 액세서리의 경계가 모호해졌음을 확인 할 수 있었다. 그러므로 현재 여성 못 지 않게 남성들도 자기만의 개성과 외모에 관심이 증가하고 있음을 알 수 있었다.

본 연구는 남성패션시장의 중요성이 상대적으로 증가하는 현시점에서 특히, 패션에 관심이 많고 성인과 비교해 사회적 규범으로부터 자유로우며 본인의 개성을 표현 할 수 있는 남자대학생을 중심으로 전공계열별 패션 선호도에 대하여 살펴보았으며, 위와 같은 결과는 패션기업의 마케팅 뿐 만아니라 상품개발 디자인에 대하여 소비자시장을 세분화하는데 도움이 되고자 한다. 그러나 매우 동질적인 집단이기 때문에 인구통계적인 특성을 갖는 소비자집단에 대한 연구결과를 적용하는 데는 무리가 따를 수 있다. 따라서 앞으로 지역적인 특성, 가족 수입, 라이프 스타일 등 좀 더 세분화된 항목으로 나누어 연구해야할 것으로 사료된다.

## 참 고 문 헌

- 김윤. (2012). 대중문화로서 국내 힙합 패션 트렌드에 관한 연구. *한국패션디자인학회*, 12(1), 19-38.
- 김윤경, 이경희. (2004). 패션 컬렉션에 나타난 남성패션 스타일 분석. *한국의류학회지*, 28(2), 270-279.
- 김정실. (2012). 현대패션에 나타난 클래식 스타일 분석. *한국디자인포럼*, 36, 412-432.
- 김현. (2003). 남녀대학생의 가치관에 따른 의복 행동에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 김현진. (2010). 남성복 컬렉션에 나타난 이미지 스타일 분석. 울산대학교 석사학위논문.
- 김현아. (2009). 21세기 남성패션에 표현된 성 이미지 연구. 전북대학교 대학원 석사학위논문.
- 김해동. (2005). 캐주얼 의류 브랜드의 기업중보자과 소비자간 브랜드 포지션 인지 차이. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 동배이. (2010). 서울과 상하이 여성의 캐주얼 스타일 비교 연구. 전남대학교 대학원 석사학위논문.
- 문지영. (2003). 20대 남성의 외모관리행동에 관한 연구. 경일대학교 대학원 석사학위논문.
- 박수진. (2006). 남성의 패션, 헤어스타일, 피부, 신체이미지에 관한 유형분석: 내용분석, 설문지법, Q방법을 통합하여. 충남대학교 대학원 박사학위논문.
- 박수연. (2012). 드라마 속에 나타난 남성 패션 스타일 분석. *한국엔터테인먼트산업학회지* 6(4), 161-169.
- 박옥련, 이현지. (2004). 1990년대 이후 국내 남성복의 여성화 경향. *한국의류학회지* 28(2), 364-375.
- 박혜란. (2007). 20-30대 남성의 외모관리 유형화와 관련 변인 연구. 계명대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 배혜진, 정인희. (2006). 남자대학생의 의복 착용상황별 추구이미지와 패션상품통일체. *한국의류학회지*, 30(7).
- 양진화. (2006). 남자대학생의 성역할정체감에 따른 유행선도력 및 의복관심도에 관한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 영한사전. (1998). 서울: 금성출판사.
- 윤명. (2000). 신세대 남성 패션 매니아에 관한 연구. 카톨릭대학교 대학원 석사학위논문.
- 윤지영, 유태순. (2011). TV 트렌디드라마에 나타난 남성패션 스타일 분석. *복식*, 61(6), 60-73.
- 윤진아. (2008). 여성들이 선호하는 남성패션스타일-20대 여성을 중심으로. *기초조형학연구* 9(4), 141-149.
- 이민선. (1999). 남성패션에 표현된 성적 이미지에 관한 연구-19세기 중반 이후를 중심으로. *한국의류학회지*, 23(6), 776-787.
- 이정은, 이순덕, 최경순. (2001). 남성복에 표현된

- 성역할에 따른 의복형태. *경일대학교 논문집*, 17, 521-535.
- 이지현. (2004). *남자대학생의 외모관리행동에 관한 연구*. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이연영, 변미연, 이인성. (2006). 현대 패션에 나타난 남성복 스타일 특성에 관한 연구-메트로 섹슈얼 현상을 중심으로-. *한국의상디자인학회지*, 8(2), 125-133.
- 이은숙. (2010). *남성복 컬렉션에 나타난 이미지 스타일 분석*. 울산대학교 대학원 석사학위논문.
- 이인성, 인순자, 최보영, 이민정, 손이정. (2006). *힙합 뮤지션의 패션스타일 연구*. *한국의상디자인학회지*, 8(1), 127-136.
- 월간섬유. (1999. 5). 재인용: 김민지 (2003). *국내 캐주얼웨어의 세분시장별 색채특성과 선호 색*. 연세대학교 대학원 석사학위논문.
- 정진호. (2001). *인터넷 패션상품의 구매성향에 따른 마케팅연구*. 한서대학교 대학원 석사학위논문.
- 정삼호. (1996). *현대패션모드*. 서울: 교문사.
- 정홍숙. (1997). *서양복식문화사*. 서울: 교문사.
- 채금석. (1995). *현대복식 미학 표현주의에 근거한 양면가치를 중심으로*. 서울: 경춘사.
- 필수박. (2013). *20~30대 중국여성의 외모효용인식, 자기외모만족, 이상적외모추구행동과의 복이미지 선호도 간의 관련성 연구*. 충남대학교 대학원 석사학위논문.
- 한순영, 김경희. (2012). 현대 남성복에 나타난 양성성에 관한 디자인 연구. *패션과 니트*, 10(3), 11-22.
- 황세진. (2003). *청소년의 거리패션 스포츠웨어에 대한 소비행동 분석*. 명지대학교 대학원 석사학위논문.
- Black style Now*. (2006). Museum of the city of the New York, retrieved 2011. 12. 20. <http://www.mcny.org/sidebars/press-release-black-style-and-hip-hop-fashion.html>
- Fuller, J. (1972). *The Mass Media Impact on Male Fashion Awareness* Home Economics Research Abstracts.
- Hollander. A. I. (1975). *Seeing through Clothes*. New York: Avon Books.
- Hurldck, E.B. (1978). *Development Psychology(4th ed)*, New Deli Tata McGrawHill Publishing Co., Ltd.
- Mendes, Haye. (2003). *20세기 패션(김정은 역)* 서울: 시공사.
- Michael & Ariane Batterberry. (1982). *Fashion*. Columbus Books.
- Rogers, E.M. & Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of Innovations: A Cross cultural Approach*. New York: Free Press.
- Stephens, G. (1992). *International dialogue in rap music, call and response in a multicultural style*. *New Formations*, 16. 62-79.