

빅 데이터를 활용한 고프코어 룩에 대한 인식

김지우 · 김정미*[†]

부경대학교 패션디자인학과 패션디자인 전공 대학원생
부경대학교 패션디자인학과 교수*[†]

The Perception of Gorpcore Look Using Big Data

Ji-Woo Kim · Jeong-Mee Kim*[†]

Graduate student, Fashion Major, Dept. of Fashion Design, Pukyong National University
Professor, Dept. of Fashion Design, Pukyong National University*[†]
(2023. 10. 4 접수; 2023. 11. 17 수정; 2023. 11. 28 채택)

Abstract

The purpose of this study is to investigate the public perception of Gorpcore through Big Aata analytics. The study was conducted based on the collection of Big Data on the word 'Gorpcore' through Textom from July 24, 2017 to March 31, 2023. As a result, 63,386 words were collected from a total of 18,879 posts, and the top 50 words were determined based on frequency of appearance. Based on the collected words, centrality measures and CONCOR algorithm were performed in Ucinet 6. The research results are as follows. 1) The frequency of appearance was high in the order of 'Gorpcore look', 'fashion', 'coordination', 'clothes', 'outdoor', 'Musinsa', 'look', 'trend', 'brand' and 'ahjussi (middle-aged old man in Korean)'. These words had high TF-IDF scores, which leads to the conclusion that these are key words that are recognized as important. 2) Network centrality shows that 'Gorpcore look', 'fashion', 'outdoor', 'coordination', 'clothes', 'trend', 'look' and 'style' have a high correlation with other words. Through this, it was found that the public thinks it is important to create a variety of fashions by styling high-performance outdoor wear and casual wear, and that they are highly interested in clothes and in brands leading the Gorpcore trend. 3) As a result of the CONCOR algorithm, four significant groups were formed. The words that appear in each group are as follows. Group 1 - 'outdoor', 'Gorp', 'Normcore', 'hiking', 'functionality', 'new', 'sports', 'casual wear', 'activity', 'generation', 'collaboration'. Group 2 - 'fashion', 'trend', 'look', 'brand', 'style', 'shoes', 'ugly', 'item', 'trend', 'product', 'Salomon', 'padded jacket', 'stylishness', 'utilization', 'Winter', 'street', 'design', 'retro', 'popular', 'styling'. Group 3 - 'Gorpcore look', 'coordination', 'Musinsa', 'windbreaker', 'recommendation', 'Arcteryx', 'pants', 'man'. Group 4 - 'clothes', 'ahjussi', 'jacket', 'launching', 'spring', 'The North Face', 'collection', 'utility', 'jumper'. As a result, it can be seen that the Gorpcore is also regarded as a part of outdoor, fashion, coordination, and casual wear.

Key Words: Big data(빅 데이터), Fashion(패션), Gorpcore look(고프코어 룩), Outdoor(아웃도어), Perception(인식)

I. 서론

최근 패션계는 스마트함과 지속가능성, 뉴노멀이라는 키워드와 함께 실용적인 애슬레저와 일상 생활에서 아웃도어 아이템을 활용하는 ‘고프코어 룩(Gorpcore look)’이 인기를 끌고 있다. 2017년 고프코어가 처음 등장했을 때만 해도 어딘지 모르게 촌스럽게 연출하면서 남들과 다른 개성을 뽐냈다면, 최근 들어서는 무심한듯하면서 실용적인 패션으로 통하고 있다. 코로나19 사태 이후 찾아온 불황기에 화려함보다는 편안함이 트렌드로 부각되면서 일상복과 아웃도어 의류의 경계가 열어진 것이다. 즉, 고프코어 룩이 새로운 패션 트렌드로 자리 잡으면서 아웃도어가 더욱 주목받고 있다. 업계 1위 노스페이스(The North Face)는 지난해 일상 속 패션 요소로 입기 좋은 여러 히트 아이템을 선보여 화제를 모았는데, 대표적인 것이 ‘눅시’ 다운재킷으로, 매장 문이 열리자마자 뛰어가 구매하는 행위인 오픈런 현상까지 벌어지며 인기를 끌었다. 고프코어 열풍을 타고 아웃도어 패션이 주목받자 살로몬(Salomon), 아크테릭스(Arc'teryx), 스노우피크(Snow Peak) 등 국내 정통 아웃도어 브랜드가 아닌 신규 브랜드의 약진도 두드러지게 나타나고 있다(김규식, 2023; 박광규, 2023; 박미선, 2023).

이처럼 고프코어 룩이 패션업계에 지대한 영향을 미치고 있는 만큼, 의류학 분야에서도 이와 관련된 연구들이 이루어지고 있다. 김생자(2023)는 하이엔드 패션 브랜드와 해외 글로벌 패션 브랜드에서 나타난 고프코어 스타일을 비교 분석하였고, 이민선(2018)은 일상성이란 견지에서 고프코어의 내재적 가치를 연구하였다. 임지영 외(2019)는 패션 컬렉션에서 나타난 고프코어 룩의 이미지별 스타일링을 분석하였고, 박소연(2020)은 어글리 패션의 사례로 고프코어 룩을 분석하였다. 조한아와 김영인(2019)은 하위문화적 브리콜라주로서, 고프코어 스타일의 특성을 분석하고 그 의미를 규명하였다. 이들의 연구는 대부분 고프코어 룩의 특성과 내재적 가치, 디자인 및 스타일링의 특징에 대해 중점적으로 다루고 있다.

하지만 고프코어 룩이 유행하면서 아웃도어의 매출이 상승하고, 관련 패션 산업에 큰 영향을 미치고 있음에도 불구하고, 현재까지 고프코어 룩에

대한 대중들의 인식에 관해 구체적으로 살펴본 연구는 미비하다. 따라서 사회문화적 현상들과 새로운 소비계층이 고프코어 룩에 영향을 미치고 있음을 확인하는 연구는 필요하며, 이를 위해서는 고프코어에 대한 인식을 알아보는 연구가 필요하다고 생각된다.

이에 본 연구의 목적은 고프코어 룩의 개념과 특성을 고찰하고, 고프코어 룩의 최근 트렌드를 살펴본 후, 빅 데이터 분석을 통해 고프코어 룩에 대한 대중들의 인식을 알아보는 데에 있다. 이는 고프코어 룩에 대한 앞으로의 트렌드를 예측하고 소비자 니즈를 반영한 디자인 방향성을 제시할 수 있다는 데에 그 의의가 있다. 본 연구의 목적을 수행하기 위한 구체적인 연구 문제는 다음과 같다. 첫째, 고프코어 룩의 개념 및 특성을 고찰한다. 둘째, 고프코어 룩의 최근 트렌드를 살펴본다. 셋째, 고프코어 룩에 대한 대중들의 인식을 알아본다.

II. 일반적 배경

1. 고프코어 룩의 개념 및 등장 배경

본 절에서는 고프코어 룩의 개념 및 등장 배경에 대해 알아보려고 한다. 이를 위해 국내·외 패션 잡지와 기사, 관련 도서를 중심으로 문헌 연구를 진행하였다.

1) 고프코어 룩의 개념

고프코어는 2017년 5월 25일 패션사이트 ‘더 컷(The Cut.com)’에서 처음 등장한 단어로, 고프(Gorp)와 놉코어(Normcore)의 합성어이다. ‘고프’는 ‘good old raisins and peanuts’으로 말린 과일과 견과류를 섞은 건강한 간식(Cambridge Dictionary, n.d.-b), 혹은 그레놀라(granola), 귀리(oat), 건포도(raisin), 땅콩(peanut)의 약자로 트레킹이나 캠핑을 갈 때 들고 가는 견과류 믹스를 뜻한다. 즉 캠핑이나 트레킹용 아웃도어 웨어를 말한다(박세진, 2019). 그리고 ‘놉코어’는 패션 디자인에서 매우 단순하고 전통적인 착장 방식으로 된 스타일을 말하는데, 꾸밈없고 평범하게 보이는

옷차림이 특징이다(Cambridge Dictionary, n.d.-c).

제이슨 첸(Jason Chen)은 고프코어를 파타고니아(Patagonia), 노스페이스, 테바(Teva), 콜롬비아(Columbia), 버켄스탁(Birkenstock)과 같은 아웃도어 웨어 브랜드로부터 출시된 실용적이고 대담한 플리스(fleece), 판초(poncho), 파카(parka), 윈드브레이커(windbreaker) 등 다소 어글리한 아웃도어 웨어에 페인터 팬츠(painter pants), 반스(Vans), 하와이안 셔츠(Hawaiian shirt), 디키즈(Dickies)를 의도적으로 눈에 띄고 조화되지 않는 방식으로 매치하여 “하나의 룩(a look)”이 될 수 있는 패션이라고 설명했다(Chen, 2017). 즉, 고프코어 룩은 아웃도어 웨어의 투박함, 편안함에 착안, 실용성 이외의 다른 요소들 즉 조화로운 색깔, 실루엣, 세련미 등 디자인적 통일성은 상관없다는 듯한 ‘의도된 부조화’가 스타일링의 핵심이다(이민선, 2018).

이처럼 고프코어 룩은 고기능성의 아웃도어 웨어와 실용적인 일상복이 의도된 부조화로 스타일링 된 패션을 말한다.

2) 고프코어 룩의 등장 배경

(1) ‘자기 몸 긍정주의’ 확산

최근 ‘나를 나답게’ 있는 그대로 표현하는 방식이 뜨기 시작하면서 ‘개성 중시’는 하나의 트렌드가 되었다. 성격과 가치관, 그리고 개인적 선호도와 같이 외적인 형태로 구분할 수 없는 개성, 즉 내면적 다양성을 존중하는 기조가 확산되면서 표면적 다양성이 중요하게 대두되었다. 개성과 다양성을 존중하는 사회적 분위기와 맞물리면서 패션계에 커다란 변화의 바람이 불었다. 이에 자기 몸을 있는 그대로 사랑하자는 취지의 자기 몸 긍정주의, 보디 포지티브가 새롭게 등장했다(웃거리, 2023). 자기 몸 긍정주의(body positive)란 획일화된 미의 기준에 맞추지 않고 다양한 사이즈와 형태의 몸을 받아들이는 것으로, 특히 자신의 몸을 있는 그대로 사랑하는 것이다(Cambridge Dictionary, n.d.-a). 즉, 사회의 기준이나 타인의 시선에 연연하지 않고, 자신을 있는 그대로 긍정하며 나만의 기준에 따라 사는 ‘나나랜드’ 현상이 빠르게 확산하고 있다. 나나랜드를 찾고 있는 이

들은 있는 그대로 자신의 모습을 사랑하기 때문에 자연스럽게 편안한 멋을 추구하며 때로는 못생기거나 약간 모자란 것을 선호하기도 한다. ‘어글리 시크(Ugly Chic)’, 이른바 못생긴 매력은 최근 패션계를 지배하는 가장 핫한 트렌드로, 나나랜드 트렌드의 정점을 보여준다. 고프코어(실용적이지만 촌스럽고 투박한 아웃도어 패션)가 유행하는 것은 그동안 가지고 왔던 통상적인 미의 기준, 사회의 다수 혹은 주류가 인정하는 미의 기준이 차츰 소비자 개인의 취향을 반영하는 방향으로 바뀌고 있다는 방증이다(김난도 외, 2018).

(2) MZ세대의 등장

MZ세대는 1980년대 초반부터 2000년대 초반까지 출생한 ‘밀레니얼(M)세대’와 1990년대 중반부터 2010년대 초반까지 출생한 ‘Z세대’를 아우르는 말이다. 이 세대는 10대 후반에서 30대의 청년층으로 휴대폰, 인터넷 등 디지털 환경에 친숙하다. 이들은 변화에 유연하고 새롭고 이색적인 것을 추구하며, 자신이 좋아하는 것에 쓰는 돈이나 시간을 아끼지 않는 특징이 있다(한경경제용어사전, 2022). 또한 MZ세대는 자신의 견해를 자유롭게 표현한다. 건강과 환경에 대한 관심이 높고 다양한 문화에 대해 거부감 없이 높은 수용력을 보이며 자기 개성을 표현하고 타인과의 소통을 통해 자신을 드러내는 것에 두려움이 없다(이상훈, 안인숙, 2018). 고프코어 패션이 MZ세대에서 인기를 끌었던 이유로는 SNS가 꼽힌다. 특히 사진을 기반으로 하는 인스타그램(Instagram)이 대표적인 소통 창구로 주목받으면서 패션은 자신만의 개성을 표출하는 유일한 수단으로 자리 잡았는데, 고프코어 패션을 대표하는 이미지가 ‘자유로움’이기 때문이다(김규식, 2023). 2023년 1월부터 3월까지 ‘고프코어’를 검색한 연령대 중 10·20세대가 71%로 전체에서 가장 많은 비중을 차지했으며, 40·50세대는 8%에 불과했다. 반면 ‘등산복’을 검색한 비중에서 40·50세대가 63%로 10·20세대(15%)보다 높아, 같은 봄철 아웃도어 패션 구매에서도 스타일을 중시하는 ‘아들세대’와 기능을 중시하는 ‘아빠세대’의 차이가 검색어로 극명하게 드러났다(정상희, 2023).

(3) 아웃도어 웨어의 유행

국내 아웃도어 시장이 급속도로 커지고 있다. 과거 등산에 국한됐던 시장이 캠핑과 여행 등 말 그대로 ‘아웃도어’의 의미로 광범위하게 확장되면서 소비층이 더 넓어지고 있기 때문이다. 최근에는 고프코어 트렌드의 영향으로, 고기능성 아웃도어 제품을 찾는 젊은 층들이 늘어나면서, 실제 시장 규모는 매년 증가 추세다. 작년 노스페이스, 디스커버리(Discovery), 내셔널지오그래픽(National Geographic), K2, 블랙야크(Black Yak) 등 국내 톱 10 아웃도어 브랜드들의 매출 규모는 4조 원에 육박하며, 전년 대비 성장률은 15% 이상이다. 고프코어 트렌드로 젊은 층들에게 높은 인기를 얻고 있는 ‘아크테릭스’와 ‘살로몬’도 전년보다 매출이 30%가량 늘었다. 이제까지의 한국에서 아웃도어 패션은 TPO(Timing, Place, Occasion)에 부적합하게 여겨져 왔으나, MZ세대는 투박하고 화려한 컬러 중심의 기존 등산복에 젊은 감각을 가미하여 ‘고프코어 룩’으로 변화시켰다. 아재 패션으로 여겨져 왔던 등산복은 MZ세대에 의해 업무를 할 때든 운동을 할 때든 언제나 입을 수 있는 아이템이 되었다. 이렇게 ‘고프코어’는 아저씨 등산복이라는 한계에 갇혀있던 아웃도어 시장에 새로운 변화를 가져왔다. 아웃도어에 대한 젊은 층들의 관심을 끌어올리며, 라이프스타일로 확장하는 길을 열어 주었다. ‘퍼포먼스’가 중심이던 아웃도어는 이제 ‘라이프스타일’이라는 큰 축이 생겨나면서 감성, 고프코어, 컨템포러리 등으로 세분화되고 있다. 반대로 아웃도어 무드를 기반으로 하는 아이템과 패션 브랜드들의 유행도 이어지고 있다. 이제 ‘아웃도어 = 등산복’이라는 인식은 사라지고 시장의 트렌드를 주도하고 있다(박광규, 2023; 오경천, 2023b; 오경천, 2023c).

이처럼 고프코어 룩이 등장하게 된 배경에는 사회의 기준이나 타인의 시선이 아닌 자신의 몸을 있는 그대로 사랑하자는 취지의 자기 몸 긍정주의의 확산, 개성과 다양성을 추구하는 MZ세대의 등장, 아웃도어 웨어의 유행이 있다.

2) 선행연구 고찰

본 절에서는 고프코어 룩의 특성에 대해 알아

보고자 관련 선행 연구를 살펴보았다. 고프코어 룩에 관한 연구로는 김생자(2023), 박소연(2020), 이민선(2018), 임지영 외(2019), 조한아와 김영인(2019)이 있다.

김생자(2023)는 하이엔드 패션 브랜드와 해외 글로벌 패션 브랜드에서 나타난 고프코어 스타일을 비교 분석하였다. 그 결과 하이엔드 패션 브랜드의 고프코어 스타일은 아웃도어 웨어와 캐주얼 웨어에서 영감을 받았으며, 실용성과 편안함과는 거리가 있다. 이에 반해 해외 글로벌 패션 브랜드의 고프코어 스타일은 아웃도어 룩에 캐주얼함이 융합되었으며, 고기능성 소재와 하이테크 기술이 접목된 패션을 통해 극도의 편안함을 제공한다. 그리고 이러한 고프코어 스타일에서는 다기능 융합성, 이중적 지향성, 친환경 지속성과 같은 조형적 특성이 나타났다. 다기능 융합성은 의복 디자인의 기능적 요소들의 변화를 확연히 볼 수 있는 유형의 컨버전스 형태와 착용자만이 편안함과 안정감을 느낄 수 있는 무형의 디자인에서 나타났다. 이중적 지향성은 일상적이고 평범한 외형에 극도의 럭셔리함을 지향하는 기능적인 요소를 믹스한 형태와 다기능이 융합된 외형을 바탕에 두고 패션 디자인 감성을 더 강조하는 형태에서 나타났다. 친환경 지속성은 윤리적 소비를 기반으로 한 재활용 소재를 사용하여 지속적으로 사용하는 데 있다고 주장하였다.

박소연(2020)은 현대 패션에서 나타난 어글리 사례를 분석하였다. 그 결과, 거시적 관점에서 어글리는 ‘인종과 성별의 무경계적 다양성 포용’이 특징이다. 사례로는 ‘다인종’, ‘다문화’와 ‘성별 기준 미의식 변화’, ‘젠더리스’가 있다. 미시적 관점에서 어글리는 ‘자기 주도적 가치관과 관계 선택’, 나아가 더욱 개인적인 특징을 보이는 ‘자기 주도적 내적 가치 공유 및 공감’이 특징이다. 사례로는 ‘선한 가치 및 친환경’, ‘뉴트로 및 재해석’과 ‘바디 포지티브’, ‘해시태그’가 있다. 특히, 고프코어 룩은 과거 중장년층의 패션 코드였으나 현재는 젊은 세대를 타겟으로 어글리 패션이라는 이름으로 유행 중이다. 이는 자신을 있는 그대로 인정하며 자신의 취향과 내적 가치를 공유하는 것을 즐기고 공감하는 시대적 가치관의 변화로서 ‘바디 포지티브’의 특징이 있음을 밝혔다.

이민선(2018)은 놉코어, 고프코어, 미노코어

(Menocore)에 내재된 일상성의 의미와 조형성에 대해 분석하였다. 그 결과, 일상성은 생태학적 인간관과 일상의 비일상화를 통한 창조적 실천이라는 내적 가치를 지니고 있다. 또한 이러한 내적 가치는 친환경소재 혹은 친환경공법 등 자연 친화적 패션을 지향하고, 빈티지 패션에 열광하게 하였으며, 평범한 옷들의 왜곡 및 변형, 믹스매치를 통해 새로운 옷으로 탈바꿈하는 창조적 실천을 유도하고 있음을 주장하였다. 특히, 고프코어는 기능성을 어필하는 아웃도어 룩으로, 패션의 실용적 연장선이라 주장하였다.

임지영 외(2019)는 패션 컬렉션에 나타난 고프코어 룩을 이미지 별로 구분하고, 이미지 별 스타일링 특징을 살펴보았다. 그 결과, 고프코어 룩은 클래식, 레트로, 스포티, 페미닌 이미지로 나타났다. 클래식 이미지는 가장 일상복에 가까운 스타일로, 레귤러 핏의 수트에 윈드브레이커, 패딩 등 아웃도어 자켓을 같이 매치하여 실용적이고 기능적인 요소를 가장 중요시하는 고프코어 룩을 연출하였다. 레트로 이미지는 일상복과 아웃도어 룩의 경계를 감각적으로 보여주는 스타일로, 커다란 로고가 강조된 아이템이나 다양한 무늬의 아이템들이 비비드한 컬러와 만나 레트로 무드를 만들고 여기에 스포츠 웨어가 더해져 고프코어 룩을 가장 대표하는 이미지라 할 수 있다. 스포티 이미지는 모든 아이템을 기능성 아웃도어나 스포츠 아이템으로 매치하여 활동적이고 스포티한 이미지를 강조한 스타일이다. 여기에서 가장 두드러진 아이템은 윈드브레이커나 패딩과 같이 실용성을 강조하기 위해 기능성 소재로 만들어진 아웃도어 아우터다. 페미닌 이미지는 여성스러운 실루엣이나 신체의 노출을 통해 우아하고 섹시한 스타일로, 다른 이미지에 비해 스커트 아이템이 특징이다. 가장 작게 나타난 이미지이지만 고프코어 룩이 다양한 이미지로 활용될 수 있음을 보여주었다.

조한아와 김영인(2019)은 하위문화적 브리콜라주로서, 패션 스타일의 특성을 분석하고 그 의미를 규명하였다. 그 결과, 놌코어와 너드 스타일은 일상 의복에 개인의 취향과 추구하는 가치라는 개념을 조합해서 재맥락화되었고, 고프코어와 아재 스타일은 아웃도어와 포멀 웨어를 비관례적인 방식으로 재배치되었으며, 레트로와 스트리트 스

타일은 과거의 여러 시대적 스타일들의 특징만 추출해서 현재의 것과 짜깁기한 형태를 이루고 있다. 그리고 놌코어와 고프코어는 발견된 일상으로 의도된 부조리의 브리콜라주를 통해 평범함이라는 본래의 의미가 멋스러움이라는 의미로 변화되었고, 너드와 아재 스타일은 브리콜라주를 통해 일상에서 소외된 비주류 집단이 반전되어 주류로 편입되면서 촌스럽고 매력 없는 부정적 의미에서 새롭고 세련된 긍정의 의미로 전환되었다. 레트로와 스트리트 스타일은 의도적으로 전혀 어울리지 않는 아이템들을 어울리지 않게 뒤섞은 무모한 편집의 브리콜라주를 통해 낯설과 부조화에서 오히려 조화로우움을 느끼는 의미 전복이 나타났음을 밝혔다.

이와 같이 선행 연구를 살펴본 결과, 고프코어는 기능성을 어필하는 아웃도어 룩으로, 패션의 실용적 연장선이다. 고프코어 룩은 과거 중장년층의 패션 코드였으나 현재는 젊은 세대의 어글리 패션으로 유행 중이며, '바디 포지티브'의 특징을 가지고 있다. 이러한 고프코어 룩은 아웃도어 웨어와 캐주얼 웨어에서 영감을 받거나 아웃도어 룩에 캐주얼함이 융합되어 다기능 융합성, 이중적 지향성, 친환경 지속성과 같은 조형적 특성을 가지며, 브리콜라주를 통해 평범함이라는 본래의 의미가 멋스러움이라는 의미로 변화되었다. 그리고 패션 컬렉션에서는 주로 클래식, 레트로, 스포티, 페미닌 이미지로 나타났다.

3) 최근 패션에서 나타난 고프코어 룩

본 절에서는 최근 고프코어 룩이 어떻게 나타나고 있는지를 살펴보고자 한다. 이를 위해 신문 기사와 패션 전문지에서 고프코어 룩을 언급한 패션 브랜드와 패션 컬렉션의 사례를 분석하였으며, 보그 컬렉션(<https://www.vogue.com>)과 브랜드 홈페이지에 나타난 이미지 자료를 사용하였다.

고프코어 트렌드는 주로 아웃도어 브랜드와 아웃도어 스타일을 재해석한 하우스 브랜드가 이끌고 있다. 전자로는 아크테릭스, 노스페이스, 나파피리(Napapijri), 베일런스(Veilance), 살로몬, 로아(Roa), 앤드윈더(And Wander)가 있으며, 후자로는 마틴 로즈(Martine Rose), 키코 코스타디노브(Kiko Kostadinov), 베트멍(Vêtements), 발렌시아

가(Balenciaga), 오프화이트(Off-white)가 있다. 그리고 최근에는 양자 간의 협업 또한 강력한 시너지를 내고 있는데, 사례로는 질 샌더(Jil Sander)와 아크테릭스, MM6와 살로몬, 슈프림(Supreme)과 노스페이스 협업이 있다(김유진, 2023).

아크테릭스는 현재 아웃도어 시장을 선도해 가고 있는 브랜드로, 뛰어난 기술력에 차별화된 디자인이 특징이다. 특히, 쉘 재킷(그림 1)은 블루사인(bluesign®) 인증을 받은 가볍고 내구적인 고어텍스 3L 소재가 사용되어 탁월한 방수성, 방풍성, 투습성을 지니고 있으며, 헬멧 위에 착용이 가능한 스톰후드(StormHood™)는 시야 방해 없이 완전한 커버력을 제공하며, 접근이 용이한 핸드포켓은 워터타이트(WaterTight™) 지퍼가 적용되어 더욱 안전하게 사용할 수 있다. 그리고 즉각적인 통기성을 얻을 수 있는 핏 지퍼가 과열을 방지하고, 인체공학적 입체 패턴은 움직임을 자유롭게 한다. 이러한 쉘 재킷은 절제되고 간결한 디자인으로 범용성이 극대화되어 있다(Arc'teryx, n.d.). 최근 질 샌더의 아웃도어 퍼포먼스 중심 라인인 '질 샌더+'의 이름으로 협업한 컬렉션에서는 남성, 여성, 유니섹스 재킷(unisex jacket)과 점프슈트(jumpsuit), 빙 팬츠(bib pants) 등을 소개했다(최용환, 2021). <그림 2>에서는 후드가 달린 모크 터틀넥(mock turtleneck)의 니트 탑에 양방향 개폐 가능한 지퍼가 있는 고어텍스 소재의 빙 팬츠를 매치하여 기능적이면서도 세련된 스타일을 연출하였다(Jil Sander, n.d.). 그리고 여기에 스트랩이 있는 등산화를 더해 고프코어 룩을 강조하였다.

노스페이스는 가장 대중적으로 널리 알려진 아웃도어 브랜드로, 미국 브랜드이지만 국내 영월무역이 유통하면서 크게 성장하였다. 노스페이스는 수많은 브랜드들과 콜라보레이션을 하며 아웃도어 시장에서 클래식 아이콘으로 자리 잡았는데, 주로 슈프림, 구찌(Gucci), 발렌시아가, 하이케(HYKE) 등과 콜라보레이션 한 제품들이 고프코어 트렌드에 스타일링 되고 있다(박성조, 2022). 노스페이스의 1996 컬러블록 레트로 늑시 재킷(그림 3)은 재생 원료 사용으로 온실가스 배출을 줄이는 리사이클 소재와 구스 다운을 사용하여 보온성이 뛰어나다. 스탠드 넥 안쪽에는 내장형 후드가 있으며, 후드에는 스트링이 달려있다. 소매 커프스와 밑단 스트랩 등은 디자인으로 보온

성과 편안함을 주는 구조로 설계되어 있다. 사이드포켓과 내부포켓이 있어 활동 시 소품을 보관하기에 용이하여, 외부 활동 및 일상생활에서 활용도가 높다(The North Face, n.d.). 특히, 노스페이스의 퍼플라벨(The North Face Purple Label)은 아웃도어와 패션을 융합시킨 독특한 브랜드로서, 기능적인 아웃도어 스타일을 유지하면서도 고급스럽고 세련된 디자인을 갖춘 제품을 선보이고 있다. 이러한 제품들은 고프코어 룩의 유행과 연관이 있으며, 아웃도어와 패션을 결합한 트렌디한 스타일을 추구하는 사람들에게 인기를 끌고 있다(맨즈팀, 2023).

살로몬은 1947년 프랑스 알프스에서 스키 엣지를 만들며 시작된 브랜드로, 패션에선 애슬레저 룩과 고프코어 트렌드에 힘입어 크게 성장하였다(박성조, 2022). 네이버 키워드 검색량을 분석해보면 '살로몬'의 검색량은 1년 전 대비 3배가량 증가한 것으로 나타난다. 그리고 같은 기간 살로몬의 매출은 260억 원대에서 350억 원대로 32.5% 증가했다. 특히 살로몬의 슈즈는 아웃도어 의류를 패셔너블하게 해석하는 고프코어 스타일에 가장 잘 어울리는 아이템으로 주목받고 있다(오경천, 2023a). 그리고 MM6와의 협업은 2022년 F/W 부터 2024년 Resort 컬렉션까지 지속적으로 이루어지고 있다. 그 중 <그림 4>는 두 번째 협업으로 이루어진 MM6의 2023 S/S 컬렉션의 일부이다(명수진, 2022). 여기에서는 체스트 스트랩과 앞쪽 멀티 포켓으로 기능성을 강조한 베스트에 크림 컬러의 오프숄더 저지 탑과 과하게 해진 데님 팬츠를 매치하여 고프코어 룩을 연출하였다.

키코 코스타디노브는 최근의 패션 트렌드인 '못생긴 패션'과 '고프코어'를 선도하는 디자이너로, 그는 한국 방문에서 영감을 받아 2019 S/S 컬렉션에서 '동묘 아재 스타일'을 선보였다(김난도 외, 2018). 그리고 발렌시아가의 수장이자, 전 베트명의 수석 디자이너인 데мна 바잘리아(Demna Gvasalia) 또한 '아재 패션'이라 불리던 촌스러운 아웃도어를 하이패션 세계로 끌어낸 디자이너이다. 그가 디렉팅한 발렌시아가의 2018 S/S 남성복 컬렉션은 고프코어 룩의 정석을 보여준다. <그림 5>에서는 몸에 맞지 않는 험령한 셔츠와 선명한 색상의 후드가 달린 아웃도어 재킷에 하이웨이스트 팬츠를 매치하였다. 그리고 여기에 투박한 신



〈그림 1〉 Arc'teryx Shell Jacket (출처: <https://arcteryx.co.kr/>)
 〈그림 2〉 Arc'teryx x Jil Sander+ Fall 2021 (출처: <https://www.jilsander.com/ko-kr/>)
 〈그림 3〉 The North Face 1996 Color-Block Nuptse Jacket (출처: <https://www.thenorthfacekorea.co.kr/>)
 〈그림 4〉 MM6 x Salomon Spring 2023 Ready-to-Wear (출처: <https://www.vogue.com/fashion-shows>)
 〈그림 5〉 Balenciaga Spring 2018 Menswear (출처: <https://www.vogue.com/fashion-shows>)
 〈그림 6〉 Givenchy Spring 2024 Menswear (출처: <https://www.vogue.com/fashion-shows>)

발까지 더해 고프코어 룩을 강조하면서, 고프코어와 하이패션과의 교차를 명확하게 보여주고 있다(김은영, 2018). 샌디 리앙(Sandy Liang)은 2022 S/S 컬렉션에서 레이스 장식의 아노락 재킷과 쇼츠로 걸리시한 고프코어 룩을 선보였다(이진수, 2022). 그리고 디올 맨(Dior men)은 2023 pre-fall 컬렉션에서 후드가 있는 집업 재킷에 테일러링된 깔끔한 팬츠를 매치하여 실용적이고 활동적인 고프코어 룩을 선보였다(안건호, 2022).

‘아는 사람만 아는’ 트렌드였던 고프코어가 메가 트렌드로 자리매김하였음을 보여주는 것은 2024 S/S 남성복 컬렉션이다. 프라다(Prada)는 깔끔한 화이트 셔츠와 포켓을 여럿 달아 기능성을 강조한 피싱 베스트에 스트레이트 핏의 데님 팬츠를 등장시켰다(안건호, 2023). 그리고 지방시(Givenchy)는 테크니컬한 요소가 있는 베스트, 윈드브레이커, 스톱 점퍼 등을 통해 고프코어 룩을 선보였다. 특히, 베스트에 포켓이 많은 하네스로 된 〈그림 6〉의 고프코어 룩이 주목을 받았다(명수진, 2023).

이와 같이 최근에 고프코어 룩은 아웃도어 브랜드와 하우스 브랜드, 아웃도어 브랜드와 하우스 브랜드 협업을 통해 나타났다. 아크테릭스, 노스페이스, 나파피리, 베일런스, 살로몬, 로아, 앤드 윈더와 같은 아웃도어 브랜드에서는 주로 스웨트 셔츠와 팬츠, 고어텍스 3L로 된 셸 재킷, 리사이클링 소재 혹은 구스다운으로 된 넉시 재킷과 패딩 등에 스톱과 내장형 후드, 밑단과 후드 스트

랩, 사이드와 내부 포켓, 소매 커프스, 워터타이트와 핏 지퍼 등이 있는 것이 특징이다. 이에 반해 마틴로즈, 키코 코스타디노브, 베트멍, 발렌시아가, 오프화이트, 샌디 리앙, 디올 맨, 프라다, 지방시와 같은 하우스 브랜드에서는 아웃도어 웨어에서 영감을 받아 스타일을 재해석하였는데, 오버핏 셔츠, 피싱 베스트, 테크니컬 요소가 있는 베스트, 쇼츠, 7부 팬츠, 하이웨스트 팬츠, 테일러링 팬츠, 진, 아노락과 윈드브레이커, 스톱 점퍼, 집업 재킷과 코트 등에 후드, 스트랩, 포켓, 지퍼 등이 있으며, 여기에 화이트와 블랙, 실버, 비비드 컬러와 프린트가 있는 다양한 소재를 사용한 것이 특징이다. 그리고 아크테릭스와 질센더, 살로몬과 MM6, 노스페이스와 슈프림과 같은 아웃도어 브랜드와 패션 브랜드의 협업에서는 오프숄더 탑과 베스트, 빙 팬츠와 진, 유니섹스 재킷과 점프수트 등에 후드, 스트랩, 멀티 포켓, 양방향 개폐 가능한 지퍼 등이 있으며, 여기에 블랙, 화이트, 크림, 블루 그레이 등으로 된 니트, 고어텍스 프로, 저지, 데님과 같은 소재를 사용한 것이 특징이다.

Ⅲ. 연구 방법

1. 자료 수집

본 연구의 분석 대상은 고프코어 룩에 대한 이

슈로서, 검색어는 ‘고프코어’이다. 의류학 연구(김도현, 김정미, 2022; 김지형, 2022; 송은영, 임효신, 2021; 허준석, 이은정, 2019)에서는 빅 데이터를 수집하는 채널로 주로 네이버(Naver)와 다음(Daum), 구글(Google)을 이용하고 있다. 한편, 소비자 데이터 플랫폼인 오픈서베이에서 보고한 ‘소셜미디어·검색포털 트렌드 2017년부터 2023년까지 리포트’에 따르면, 검색포털 이용률은 2017년부터 2021년까지는 네이버, 구글, 다음 순으로 높게 나타났으며, 2022년부터 2023년까지는 네이버, 유튜브(Youtube), 구글 순으로 높게 나타났다. 따라서 본 연구에서는 수집 채널로 네이버와 다음, 구글의 블로그, 카페, 뉴스, 웹 문서와 최근 이용률이 높은 유튜브를 선정하였다.

자료 수집 기간은 고프코어가 한국 기사에서 처음 등장한 2017년 7월 24일부터 지금 즉, 2023년 3월 31일까지로 설정하였다.

그리고 자료 수집에는 ㈜터아이엠씨에서 제공하는 빅 데이터 솔루션인 텍스트롬을 사용하였는데, 그 결과 총 18,879건의 게시글에서 56,019개의 명사와 2,243개의 형용사, 5,124개의 외국어로 63,386개의 단어가 수집되었다.

2. 자료 분석

수집된 단어는 텍스트롬을 사용하여 먼저 형태소 분석을 실시하였다. 텍스트롬에서 제공하는 형태소 분석 방법에는 Mecab과 Espresso K가 있다. MeCab은 띄어쓰기와 상관없이 사전을 참조하여 어휘를 구분하고, Espresso K는 고유명사와 복합명사를 그대로 결과 값에 반영한다(Textom, n.d.). 고프코어가 고프(gorp)와 코어(core)로 구성된 합성어이자 신조어이고, 고프코어 룩과 패션에 관련된 용어들이 고유명사와 복합명사가 많다고 판단하여 Espresso K를 이용하여 형태소 분석을 실시하였다. 형태소 분석 후, ‘은’, ‘는’, ‘이’, ‘가’와 같은 조사, ‘것’, ‘등’, ‘뿐’, ‘듯’과 같은 의미 없는 명사와 ‘때’, ‘후’, ‘물론’, ‘이렇게’, ‘모두’ 등 분석에 불필요한 단어들은 제거하였다.

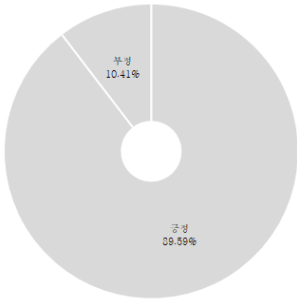
다음으로 감성 단어의 빈도를 알아보기 위해 텍스트롬에서 자체 제작한 감성 어휘 사전을 이용하여 분류한 1,431개의 감성 단어로 빈도 분석을 진행하였다(Textom, n.d.).

그리고 ‘Gorpcore’와 ‘고프코어’, ‘color’와 ‘컬러’ 같이 뜻이 동일한 영어와 한글의 표기는 한글로, ‘무신사’와 ‘무신사스토어’, ‘남자’와 ‘남성’, ‘콜라보레이션’과 ‘협업’ 같은 유사한 뜻을 가진 단어들은 빈도수가 높은 단어로 통합하였다. 많이 언급되고 중요하게 인식되는 핵심 단어를 알아보기 위해 출현 빈도 기준으로 ‘고프코어’를 제외한 상위 50개의 단어를 선정한 후, TF-IDF(Term Frequency-Inverse Document Frequency) 값을 구해 단순 빈도에 의한 해석을 보완하였다. 그리고 각 단어들의 빈도를 행과 열로 표현한 DTM(Document-Term Matrix)을 구축하였다.

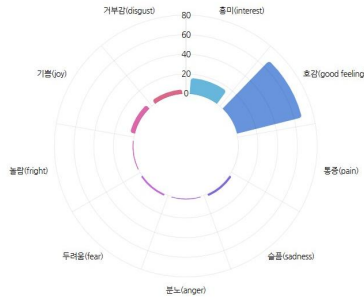
이렇게 구축된 DTM으로 Ucinet6을 이용하여 의미 연결망 분석(semantic network analysis)을 진행하였다. 먼저, 50개의 단어들이 위치하는 정도와 영향력, 중요도를 파악하기 위해 중심성을 측정하였다. 중심성 지표로는 한 단어의 연결된 다른 단어들의 합으로 측정하는 지표인 연결 중심성(Degree Centrality)과 한 단어가 단어들과의 연결망을 구축하는데 얼마나 도움을 주는지 측정하는 지표인 매개 중심성(Betweenness Centrality)의 값을 측정하여 분석에 사용하였다. 다음으로 50개의 단어들이 형성하는 군집의 수와 특성을 파악하기 위해 대표적인 구조적 등위성 측정 방법인 CONCOR(CONvergence of iteration CORrelation) 분석을 실시하였다(곽기영, 2014).

IV. 연구 결과

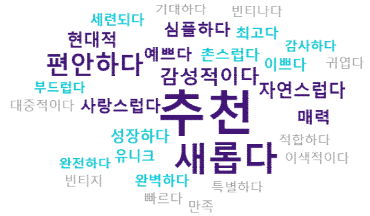
본 장에서는 고프코어 룩에 대한 대중들의 인식을 알아보고자 한다. 이를 위해 2017년 7월 24일부터 2023년 3월 31일까지 네이버와 다음, 구글의 블로그, 카페, 뉴스, 웹 문서와 유튜브에서 ‘고프코어’로 검색하여 63,386개의 단어를 수집하였다. 그리고 수집된 단어는 텍스트롬을 이용하여 형태소 분석을 실시한 후, 감성 어휘로 분류된 1,431개의 감성 단어로 빈도 분석을 진행하였다. 그리고 출현 빈도 기준으로 ‘고프코어’를 제외한 상위 50개의 단어를 추출하여 TF-IDF 값을 구하고, Ucinet 6을 이용하여 중심성 분석과 CONCOR 분석을 실시하였다.



〈그림 7〉
고프코어 룩의 긍정·부정 감성단어 비율



〈그림 8〉
고프코어 룩의 세부 감성



〈그림 9〉
고프코어 룩의 감성 단어 워드클라우드

〈표 1〉 고프코어 룩에 대한 긍정·부정 감성 단어

긍정			부정				
순위	단어	빈도	빈도비율(%)	순위	단어	빈도	빈도비율(%)
1	추천	230	16.07	1	촌스럽다	25	1.75
2	새롭다	155	10.83	2	빈티난다	11	0.77
3	편안하다	87	6.08	3	울다	7	0.49
4	감성적이다	59	4.12	4	후회하다	6	0.42
5	자연스럽다	41	2.87	5	걱정하다	6	0.42
6	현대적	39	2.73	6	힘들다	5	0.35
7	심플하다	38	2.66	7	겁나다	4	0.28
8	매력	38	2.66	8	충격	4	0.28
9	사랑스럽다	33	2.31	9	거지같다	4	0.28
10	예쁘다	31	2.17	10	어렵다	4	0.28
11	성장하다	24	1.68	11	놀랍다	4	0.28
12	이쁘다	22	1.54	12	별로	3	0.21
13	최고다	21	1.47	13	파괴	3	0.21
14	유니크	17	1.19	14	싫다	3	0.21
15	세련되다	16	1.12	15	부담스럽다	3	0.21

1. 감성 분석

감성 단어는 〈그림 7〉과 같이 긍정 단어 비율이 89.59%, 부정 단어 비율이 10.41%로, 긍정 단어 비율은 부정 단어 비율보다 약 9배 높게 나타났다. 〈표 1〉에 제시한 바와 같이 긍정 단어는 ‘추천(230)’, ‘새롭다(155)’, ‘편안하다(87)’, ‘감성적이다(59)’, ‘자연스럽다(41)’ 순으로 나타났으며, 부정 단어는 ‘촌스럽다(25)’, ‘빈티난다(11)’, ‘울다(7)’, ‘후회하다(6)’, ‘걱정하다(6)’ 순으로 나타났다. 세부 감성 결과는 〈그림 8〉과 같이 호감(good feeling)이 가장 높게 나타났고, 다음으로 흥미(interest), 기쁨(joy), 거부감(disgust), 슬픔(sadness),

두려움(fear), 분노(anger), 놀람(fright), 통증(pain) 순으로 높게 나타났다. 워드 클라우드 분석을 통해 감성 단어를 시각화 한 결과는 〈그림 9〉와 같다.

이러한 결과는 고프코어 룩이 과거 중장년층의 어글리하고 촌스러운 스타일, 즉 부정적 인식에서 현재 개성과 다양성을 추구하는 MZ세대의 어글리 패션이 유행하면서 긍정적 인식으로 확대되었음을 유추할 수 있다.

2. 빈도 분석

출현 빈도와 TF-IDF, 연결 중심성, 매개 중심성

〈표 2〉 골프코어에 대한 주요 단어의 빈도수와 TF-IDF·중심성 측정값

No.	Term	Freq ^a	TF-IDF	Cd ^b	Cb ^c	No.	Term	Freq	TF-IDF	Cd	Cb
1	골프코어 룩	1226	1838.20	0.17	1.00	26	남자	176	573.22	0.03	0.99
2	패션	891	1478.63	0.13	1.00	27	컬렉션	174	554.19	0.03	0.98
3	코디	830	1321.65	0.09	1.00	28	등산	168	560.20	0.03	1.00
4	옷	598	1235.31	0.08	1.00	29	유틸리티	157	529.98	0.03	0.98
5	아웃도어	568	1158.09	0.11	1.00	30	기능성	157	505.59	0.03	0.98
6	무신사	527	1002.82	0.02	0.91	31	노스페이스	157	560.46	0.03	0.98
7	룩	507	1060.14	0.07	1.00	32	패딩	156	553.74	0.02	0.98
8	트렌드	485	1066.49	0.08	1.00	33	새로운	155	487.34	0.02	0.99
9	브랜드	420	1007.60	0.05	1.00	34	멋	146	478.82	0.03	1.00
10	아저씨	361	971.44	0.04	0.93	35	일상복	145	471.18	0.03	0.98
11	스타일	360	875.23	0.06	1.00	36	살로몬	143	560.66	0.02	0.96
12	재킷	316	838.52	0.06	1.00	37	활용	142	468.18	0.03	1.00
13	바람막이	307	886.29	0.05	0.99	38	스포츠	142	479.34	0.02	0.99
14	신발	279	821.74	0.04	0.98	39	디자인	138	455.78	0.02	0.97
15	출시	273	752.56	0.04	1.00	40	겨울	138	468.18	0.02	1.00
16	어글리	255	788.51	0.05	0.98	41	스트릿	137	456.83	0.02	0.99
17	봄	244	714.69	0.04	1.00	42	컬러	135	455.71	0.02	1.00
18	고프	243	777.35	0.04	0.99	43	캐주얼	133	442.42	0.02	0.96
19	추천	230	663.99	0.04	0.99	44	활동	131	435.77	0.03	1.00
20	아이템	221	638.01	0.04	1.00	45	세대	122	427.10	0.02	1.00
21	유행	209	605.53	0.04	0.95	46	인기	120	412.35	0.02	1.00
22	아크테릭스	190	656.32	0.02	1.00	47	복고	118	421.24	0.03	0.97
23	제품	189	572.83	0.03	0.99	48	스타일링	117	403.65	0.02	0.99
24	팬츠	187	631.25	0.02	1.00	49	협업	112	398.68	0.01	0.95
25	넙코어	183	622.42	0.04	1.00	50	접퍼	111	427.43	0.02	0.97

a. Frequency, b. Degree centrality, c. Betweenness centrality

의 결과 값을 측정하여 〈표 2〉에 제시하였다. 출현 빈도는 ‘골프코어 룩(1226)’, ‘패션(891)’, ‘코디(830)’, ‘옷(598)’, ‘아웃도어(568)’, ‘무신사(527)’, ‘룩(507)’, ‘트렌드(485)’, ‘브랜드(420)’, ‘아저씨(361)’ 순으로 높게 나타났다. 그리고 이 단어들은 TF-IDF 값 또한 높게 나타나 골프코어에 있어 중요하게 인식되는 핵심 단어라는 것을 알 수 있다.

3. 중심성 분석

중심성 분석 결과, 〈그림 10〉과 같이 ‘골프코어 룩(0.17)’, ‘패션(0.13)’, ‘아웃도어(0.11)’, ‘코디(0.09)’, ‘옷(0.08)’, ‘트렌드(0.08)’, ‘룩(0.07)’, ‘스타일(0.06)’이 다른 단어들과 높은 연결 정도를 보이

는 것으로 나타났다.

이를 자세히 살펴보면, ‘골프코어 룩’은 ‘패션(0.13)’, ‘아웃도어(0.11)’, ‘코디(0.09)’, ‘옷(0.08)’, ‘트렌드(0.08)’, ‘아저씨(0.04)’, ‘유행(0.04)’, ‘봄(0.04)’, ‘멋(0.03)’과 연결을 보이고 있다. 그리고 ‘패션’은 ‘골프코어 룩(0.17)’, ‘아웃도어(0.11)’, ‘코디(0.09)’, ‘트렌드(0.08)’, ‘룩(0.07)’, ‘스타일(0.06)’, ‘어글리(0.05)’, ‘남자(0.03)’, ‘세대(0.02)’와 연결을 보이고 있다. 특히, ‘트렌드’는 ‘골프코어 룩(0.17)’과 ‘패션(0.13)’ 외에도 ‘브랜드(0.05)’, ‘어글리(0.05)’, ‘유행(0.04)’, ‘남자(0.03)’, ‘세대(0.02)’, ‘협업(0.01)’과 연결을 보이고 있다. 그리고 ‘브랜드’는 ‘아웃도어(0.11)’, ‘트렌드(0.08)’, ‘컬렉션(0.03)’, ‘노스페이스(0.03)’, ‘아크테릭스(0.02)’, ‘살로몬

(0.02), ‘인기(0.02), ‘협업(0.01)과 연결을 보이고 있다. ‘아웃도어’는 ‘고프코어 룩(0.17)과 ‘패션(0.13) 외에도 ‘옷(0.08)과 ‘룩(0.07), ‘브랜드(0.05), ‘등산(0.03), ‘유틸리티(0.033), ‘기능성(0.03), ‘활동(0.03)과 연결을 보이고 있다. 특히, ‘옷’은 ‘고프코어 룩(0.17), ‘아웃도어(0.11), ‘재킷(0.06), ‘바람막이(0.05), ‘아저씨(0.04), ‘일상복(0.03), ‘점퍼(0.02)와 연결을 보이고 있다. ‘코디’는 ‘고프코어 룩(0.17)과 ‘패션(0.13) 외에도, ‘룩(0.07), ‘스타일(0.06), ‘추천(0.04), ‘아이템(0.04), ‘활용(0.03), ‘무신사(0.02), ‘스타일링(0.02)과 연결을 보이고 있다. 특히 ‘룩’은 ‘고프코어 룩(0.17), ‘패션(0.13), ‘아웃도어(0.11), ‘코디(0.09), ‘옷(0.08), ‘스타일(0.06), ‘바람막이(0.05), ‘아이템(0.04), ‘무신사(0.02), ‘새로운(0.02)과 연결을 보이고 있다. 그리고 ‘스타일’은 ‘패션(0.13), ‘코디(0.09), ‘룩(0.07), ‘어글리(0.05), ‘일상복(0.03), ‘복고(0.03), ‘새로운(0.02), ‘스트릿(0.02), ‘캐주얼(0.02)과 연결을 보이고 있다.

이것으로 고프코어는 패션과 밀접한 관련이 있음을 확인할 수 있다. 특히, 대중들은 고기능성의 아웃도어 웨어와 일상복을 스타일링하여 다양한 패션 이미지를 연출할 수 있는 코디를 중요하게 생각하고, 고프코어 트렌드를 이끄는 브랜드와 제품들에 관심이 높음을 알 수 있다.

4. CONCOR 분석

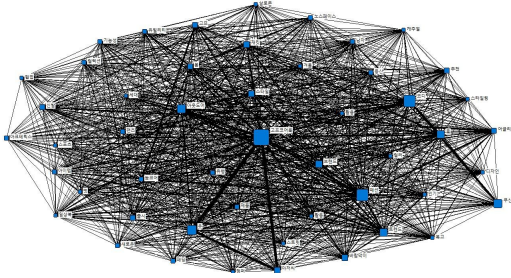
CONCOR 분석 결과, 덴드로그램(dendrogram) 상 8개의 그룹으로 분류되었으나, 유의미한 주요 군집으로는 <그림 11>과 같이 4개의 군집이 형성되었다. 군집 1은 아웃도어, 군집 2는 패션, 군집 3은 고프코어 룩, 군집 4는 일상복과 연관된 단어들이 주를 이루고 있다. 이를 자세히 살펴보면 다음과 같다.

아웃도어 군집에서는 ‘아웃도어(568, 1158.09)’가 가장 높은 빈도와 TF-IDF 값을 가지는 단어로 나타났으며, 다음으로는 ‘고프(243, 777.35), ‘농코어(183, 622.42), ‘등산(168, 560.20), ‘기능성(157, 505.59), ‘새로운(155, 487.34), ‘일상복(145, 471.18), ‘스포츠(142, 479.34), ‘활동(131, 435.77), ‘세대(122, 427.10), ‘협업(112, 398.68) 순으로 높게 나타났다. 이러한 결과는 고프코어가 아웃도어로

인식되고 있으며, 과거 등산에 국한됐던 아웃도어는 MZ세대가 관심을 가지게 되면서 등산 외에도 캠핑과 여행 등 다양한 활동으로 확장되었음을 확인할 수 있다.

패션 군집에서는 ‘패션(891, 1478.63)’이 가장 높은 빈도와 TF-IDF 값을 가지는 단어로 나타났으며, 다음으로는 ‘룩(507, 1060.14), ‘트렌드(485, 1066.49), ‘브랜드(420, 1007.60), ‘스타일(360, 875.23), ‘신발(279, 821.74), ‘어글리(255, 788.51), ‘아이템(221, 638.01), ‘유행(209, 605.53), ‘제품(189, 572.83), ‘패딩(156, 553.74), ‘멋(146, 478.82), ‘살로몬(143, 560.66), ‘활용(142, 468.18), ‘겨울(138, 468.18), ‘디자인(138, 455.78), ‘스트릿(137, 456.83), ‘인기(120, 412.35), ‘복고(118, 421.24), ‘스타일링(117, 403.65) 순으로 높게 나타났다. 이것으로 고프코어는 패션으로 인식되고 있음을 확인할 수 있다. 즉, 촌스럽다고 치부되던 고프코어 스타일이 MZ세대에 의해 새롭게 개성 있는 스타일로 인식되고, 멋생김을 추구하는 집단적 취향은 빠르게 확산되어 트렌드로 정착되어 나타난 결과로 볼 수 있다. 그리고 이러한 연구 결과는 고프코어가 의도된 부조리의 브리콜라주를 통해 평범함이라는 본래의 의미가 멋스러움이라는 의미로 변화되고 일상에서 소외된 비주류 집단이 반전되어 주류로 편입되면서 촌스럽고 매력 없는 부정적 의미에서 새롭고 세련된 긍정적 의미로 전환되었다는 조한아와 김영인(2019)의 연구 결과와 유사하다.

고프코어 룩 군집에서는 ‘고프코어 룩(1226, 1838.20)’이 가장 높은 빈도와 TF-IDF 값을 가지는 단어로 나타났으며, 다음으로는 ‘코디(830, 1321.65), ‘무신사(527, 1002.82), ‘바람막이(307, 886.29), ‘추천(230, 663.99), ‘아크테릭스(190, 656.32), ‘팬츠(187, 631.25), ‘남자(176, 573.22) 순으로 높게 나타났다. 이것으로 고프코어 룩은 코디와 밀접한 관련이 있음을 확인할 수 있다. 즉, 고프코어 룩의 특징은 디자인보다 착장법에 있으며, 코디네이션 기법은 다양한 분위기의 패션 이미지를 표현하는 데 활용되어 나타난 결과로 볼 수 있다. 또한 고프코어 룩은 패션 플랫폼으로도 인식되고 있다. 가장 대표적인 패션 플랫폼은 무신사로, 무신사는 MZ세대의 패션 흐름을 주도하고 있다는 평가를 받고 있는데 무신사에서 제안



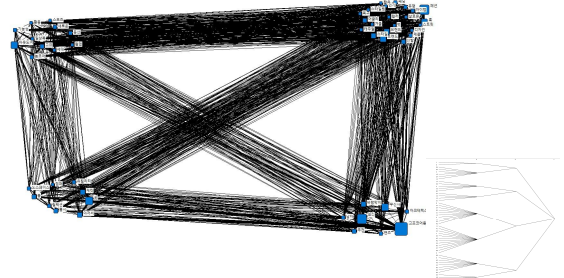
〈그림 10〉 고프코어 룩의 주요 단어 중심성 분석 시각화

하는 고프코어 룩의 코디는 549개나 된다(무신사, n.d.). 그리고 이러한 연구 결과는 고프코어 룩이 스타일링에 따라 패션 컬렉션에서는 클래식, 레트로, 스포티, 페미닌 이미지로 활용될 수 있음을 밝힌 임지영 외(2019)의 연구 결과와 유사하다.

일상복 군집에서는 ‘옷(598, 1235.31)’이 가장 높은 빈도와 TF-IDF 값을 가지는 단어로 나타났으며, 다음으로는 ‘아저씨(361, 971.44)’, ‘재킷(316, 838.52)’, ‘출시(273, 752.56)’, ‘봄(244, 714.69)’, ‘컬렉션(174, 554.19)’, ‘노스페이스(157, 560.46)’, ‘유틸리티(157, 529.98)’, ‘점퍼(111, 427.43)’ 순으로 높게 나타났다. 이것으로 고프코어는 일상복으로 인식되고 있음을 확인할 수 있다. 즉, 운동이 일상화되고 생활이 편리해지면서 운동복과 일상복의 경계가 허물어졌기 때문에 나타난 결과로 볼 수 있다. 그리고 이러한 연구 결과는 고프코어가 기능성을 어필하는 아웃도어 룩으로, 패션의 실용적 연장선이라 주장한 이민선(2018)의 연구 결과와 유사하다.

V. 결론

본 연구의 목적은 고프코어 룩의 개념과 특성을 고찰하고, 고프코어 룩의 최근 트렌드를 살펴본 후, 고프코어 룩에 대한 대중들의 인식을 알아보는 데에 있다. 이를 위해 국내·외 패션 전문지와 사이트, 관련 도서와 논문을 중심으로 문헌 연구와 사례 연구를 진행하였다. 그리고 ‘고프코어’에 관한 빅 데이터를 수집하여 감성 단어 빈도와 출현 빈도 분석, 중심성과 CONCOR 분석을 실시하였다.



〈그림 11〉 고프코어 룩의 주요 단어의 CONCOR 분석 시각화

연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 고프코어 룩은 고기능성의 아웃도어 웨어와 실용적인 일상복이 의도된 부조화로 스타일링 된 패션을 말한다. 이러한 룩의 등장에는 사회의 기준이나 타인의 시선이 아닌 자신의 몸을 있는 그대로 사랑하자는 취지의 자기 몸 긍정주의의 확산, 개성과 다양성을 추구하는 MZ세대의 등장, 아웃도어 웨어의 유행이 영향을 미쳤다. 고프코어 룩의 조형적 특성은 다기능 융합성, 이중적 지향성, 친환경 지속성 등이며, 브리콜라주를 통해 평범함이라는 본래의 의미는 멋스러움이라는 의미로 변화되어, 패션 컬렉션에서는 주로 클래식, 레트로, 스포티, 페미닌 등 다양한 이미지로 등장했다.

고프코어 룩을 자세히 살펴보면, 아웃도어 브랜드에서는 주로 스웨트 셔츠와 팬츠, 고어텍스 3L로 된 쉘 재킷, 리사이클링 소재 혹은 구스다운으로 된 낚시 재킷과 패딩 등에 스톱과 내장형 후드, 밑단과 후드 스트랩, 사이드와 내부 포켓, 소매 커프스, 워터타이트와 핏 지퍼 등이 있는 것이 특징이다. 이에 반해 하우스 브랜드에서는 아웃도어 웨어에서 영감을 받아 스타일을 재해석하였는데, 오버핏 셔츠, 피싱 베스트, 테크니컬 요소가 있는 베스트, 쇼츠, 7부 팬츠, 하이웨이스트 팬츠, 테일러링 팬츠, 진, 아노락과 윈드브레이커, 스톱 점퍼, 집업 재킷과 코트 등에 후드, 스트랩, 포켓, 지퍼 등이 있으며, 여기에 화이트와 블랙, 실버, 비비드 컬러와 프린트가 있는 다양한 소재를 사용한 것이 특징이다. 그리고 아웃도어 브랜드와 패션 브랜드의 협업에서는 오프숄더 탑과 베스트, 빙 팬츠와 진, 유니섹스 재킷과 점프수트 등에 후드, 스트랩, 멀티 포켓, 양방향 개폐 가능한 지퍼

등이 있으며, 여기에 블랙, 화이트, 크림, 블루 그레이 등으로 된 니트, 고어텍스 프로, 저지, 데님과 같은 소재를 사용한 것이 특징이다.

둘째, 고프코어에 관한 감성 어휘는 ‘추천’, ‘새롭다’, ‘편안하다’, ‘감성적이다’, ‘자연스럽다’, ‘현대적’, ‘심플하다’ 등의 순으로 많이 나타났다. 긍정 단어는 ‘추천’, ‘새롭다’, ‘편안하다’, ‘감성적이다’, ‘자연스럽다’ 등이며, 부정 단어는 ‘촌스럽다’, ‘빈티한다’, ‘올다’, ‘후회하다’, ‘걱정하다’ 등으로, 긍정 비율이 부정 비율보다 약 9배 높게 나타났다. 단어들의 구체적 감성은 호감의 감정이 가장 높았고, 다음으로 흥미, 기쁨, 거부감, 슬픔, 두려움, 분노, 놀람, 통증 순으로 나타났다. 이것으로 고프코어 룩이 과거 중장년층의 어글리하고 촌스러운 스타일이란 부정적 인식에서 현재는 개성과 다양성을 추구하는 MZ세대의 어글리 패션이 유행하면서 긍정적 인식으로 확대되었음을 유추할 수 있다.

그리고 출현 빈도는 ‘고프코어 룩’, ‘패션’, ‘코디’, ‘옷’, ‘아웃도어’, ‘무신사’, ‘룩’, ‘트렌드’, ‘브랜드’, ‘아저씨’ 순으로 높게 나타났다. 이 단어들은 많이 언급될 뿐만 아니라 TF-IDF 값 또한 높게 나타나 고프코어에 있어 중요하게 인식되는 핵심 단어라는 것을 알 수 있다.

셋째, 중심성 분석에서는 ‘고프코어 룩’, ‘패션’, ‘아웃도어’, ‘코디’, ‘옷’, ‘트렌드’, ‘룩’, ‘스타일’이 다른 단어들과 높은 연결 정도를 보이는 것으로 나타났다. 이 외에도 ‘고프코어 룩’은 ‘아저씨’, ‘유행’ 등과, ‘패션’과 ‘트렌드’는 ‘어글리’, ‘남자’, ‘세대’ 등과, ‘아웃도어’는 ‘브랜드’, ‘등산’, ‘기능성’ 등과 연결을 보였는데, 특히 ‘브랜드’는 ‘노스페이스’, ‘아크테릭스’, ‘살로몬’, ‘협업’ 등과 연결을 보였다. 그리고 ‘코디’는 ‘추천’, ‘아이템’, ‘활용’, ‘스타일링’ 등과, ‘옷’은 ‘재킷’, ‘바람막이’, ‘일상복’, ‘점퍼’ 등과, ‘룩’은 ‘무신사’, ‘새로운’ 등과, ‘스타일’은 ‘복고’, ‘스트릿’, ‘캐주얼’ 등과 연결을 보였다.

그리고 CONCOR 분석에서는 4개의 유의미한 군집이 형성되었는데, 군집 1은 아웃도어, 군집 2는 패션, 군집 3은 고프코어 룩, 군집 4는 일상복과 연관된 단어들이 주를 이루고 있다. 아웃도어 군집에서는 ‘아웃도어’, ‘고프’, ‘놈코어’, ‘등산’, ‘기능성’, ‘새로운’, ‘일상복’, ‘스포츠’, ‘활동’, ‘세대’, ‘협업’이 나타났다. 이러한 결과는 고프코어가 아

웃도어로 인식되고 있으며, 과거 등산에 국한됐던 아웃도어는 MZ세대가 관심을 가지게 되면서 등산 외에도 캠핑과 여행 등 다양한 활동으로 확장되었음을 확인할 수 있다. 패션 군집에서는 ‘패션’, ‘룩’, ‘트렌드’, ‘브랜드’, ‘스타일’, ‘신발’, ‘어글리’, ‘아이템’, ‘유행’, ‘제품’, ‘패딩’, ‘멋’, ‘살로몬’, ‘활용’, ‘겨울’, ‘디자인’, ‘스트릿’, ‘인기’, ‘복고’, ‘스타일링’이 나타났다. 이것으로 고프코어는 패션으로 인식되고 있음을 확인할 수 있다. 즉, 촌스럽다고 치부되던 고프코어 스타일이 MZ세대에 의해 새롭고 개성 있는 스타일로 인식되고, 못생김을 추구하는 집단적 취향은 빠르게 확산되어 트렌드로 정착되어 나타난 결과로 볼 수 있다. 고프코어 룩 군집에서는 ‘고프코어 룩’, ‘코디’, ‘무신사’, ‘바람막이’, ‘추천’, ‘아크테릭스’, ‘팬츠’, ‘남자’가 나타났다. 이것으로 고프코어 룩은 코디와 밀접한 관련이 있음을 확인할 수 있다. 즉, 고프코어 룩의 특징은 디자인보다 착장법에 있으며, 코디네이션 기법은 다양한 분위기의 패션 이미지를 표현하는 데 활용되어 나타난 결과로 볼 수 있다. 일상복 군집에서는 ‘옷’, ‘아저씨’, ‘재킷’, ‘출시’, ‘봄’, ‘컬렉션’, ‘노스페이스’, ‘유틸리티’, ‘점퍼’가 나타났다. 이것으로 고프코어는 일상복으로 인식되고 있음을 확인할 수 있다. 즉, 운동이 일상화되고 생활이 편리해지면서 운동복과 일상복의 경계가 허물어졌기 때문에 나타난 결과로 볼 수 있다.

이상의 연구 결과로 고프코어는 패션 산업에 지대한 영향을 미치고 있으며, 이로 인하여 대중들은 고프코어를 패션으로 인식하고, 관련 브랜드와 제품들에 관심이 많으며, 특히 아웃도어 웨어와 일상복을 다양하게 스타일링할 수 있는 코디를 매우 중요하게 생각하고 있다는 결론을 도출하였다.

이 연구는 빅 데이터 분석을 통해 고프코어에 대한 인식을 알아봄으로써 관련 연구에 도움을 줄 수 있으며, 또한 새로운 소비계층과 사회문화적 현상들이 결합된 패션을 이해함으로써 향후 트렌드 예측 및 소비자 니즈를 반영한 디자인 기획에 도움을 줄 수 있을 것으로 생각된다. 특히, 자연과 도시를 넘나드는 크로스오버 형태의 아웃도어 웨어와 캐주얼 웨어의 디자인 개발 시 기초 자료로 활용할 수 있을 것으로 본다. 하지만 본 연구는 네이버와 다음, 구글, 유튜브에서 수집한

자료로 분석을 진행하였으므로 연구 결과를 일반화하는 데에는 신중을 기해야 할 것이다. 그리고 후속 연구에서는 다각적이고 심층적인 연구를 위해 세대에 따른 고프코어 룩에 대한 인식과 경험의 차이를 비교할 수 있는 연구 주제와 연구 방법이 다루어지길 제안해 본다.

참고문헌

- 곽기영. (2014). *소셜네트워크분석 (초판)*. 서울: 청람.
- 김규식. (2023. 6. 23). 코로나19 종식에도 꺼지지 않는 고프코어 패션 열풍 MZ가 주도... 경계 허물고 일상복 정착. *매일경제*. 자료검색일 2023. 6. 30, 자료출처 <https://www.mk.co.kr/news/culture/10766422>
- 김난도, 전미영, 이향은, 최지혜, 이준영, 김서영, 이수진, 서유현, 권정운. (2018). *트렌드 코리아 2019*. 서울: 미래의 창.
- 김도현, 김정미. (2022). 빅 데이터를 활용한 코로나19 이전과 이후의 남성 패션에 대한 인식 비교. *한국의상디자인학회지*, 24(3), 1-15.
- 김생자. (2023). 현대 패션에 나타난 고프코어 (Gorpcore)에 대한 연구. *한국디자인리서치*, 8(1), 583-600.
- 김유진. (2023. 1. 5). 고프코어의 지금. *ESQUIRE*. 자료검색일 2023. 7. 22, 자료출처 <https://www.esquirekorea.co.kr/article/73985>
- 김은영. (2018. 1. 14). 명품에도 촌스럽고 맥락없는 '아재패션' 바람... 추해도 좋아 '고프코어' 신드롬. *조선일보*. 자료검색일 2023. 8. 2, 자료출처 https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2018/01/12/2018011202362.html
- 김지형. (2022). 빅 데이터 텍스트 마이닝 분석을 활용한 아메카지 패션 트렌드 특징 고찰. *패션 비즈니스*, 26(3), 138-154.
- 노스페이스 퍼플라벨 23 FW / 남성패션 아메카지 워크웨어 고프코어. (2023. 6. 28). *팬즈텀*. 자료검색일 2023. 7. 28, 자료출처 <https://ssada9.tistory.com/1307>
- 명수진. (2022. 9. 26). MM6 Maison Margiela 2023 S/S Collection. W. 자료검색일 2023. 7. 30, 자료출처 https://www.wkorea.com/2022/09/26/mm6-maison-margiela-2023-s-s-collection/?utm_source=naver&utm_medium=partnership
- 명수진. (2023. 6. 26). Givenchy 2024 S/S Mens Collection. W. 자료검색일 2023. 8. 2, 자료출처 <https://www.wkorea.com/2023/06/26/givenchy-2024-s-s-mens-collection/>
- 무신사. (n.d.). 고프코어. 자료검색일 2023. 8. 10, 자료출처 <https://www.musinsa.com/search/musinsa/integration?q=%EA%B3%A0%ED%94%84%EC%BD%94%EC%96%B4>
- 박광규. (2023. 4. 2). [박광규의 알쓸패잡]등산복 패션, 더이상 아재패션이 아니다!. *스포츠경향*. 자료검색일 2023. 5. 2, 자료출처 https://sports.khan.co.kr/bizlife/sk_index.html?art_id=202304022204013&sec_id=564001&pt=nv
- 박미선. (2023. 4. 22). 아웃도어 브랜드, 고프코어 열풍 타고 '제2 전성기' 누리나. *뉴스시스*. 자료검색일 2023. 9. 15, 자료출처 https://newsis.com/view/?id=NISX20230420_0002274673&cID=13001&pID=13000
- 박성조. (2022. 4. 1). MZ세대의 라이프스타일 고프코어. *Oncuration*. 자료검색일 2023. 7. 28, 자료출처 <https://oncuration.com/mz%EC%84%B8%EB%8C%80%EB%93%A4%EC%9D%98-%EB%9D%BC%EC%9D%B4%ED%94%84%EC%8A%A4%ED%83%80%EC%9D%BC-%EA%B3%A0%ED%94%84%EC%BD%94%EC%96%B4/>
- 박세진. (2019). *일상복 탐구: 새로운 패션*. 서울: 워크룸 프레스
- 박소연. (2020). 대중문화에 나타난 다양성 중심의 '어글리(Ugly)' 패션 사례 분석 연구. *기초조형학연구*, 23(6), 187-204.
- 송은영, 임효선. (2021). 빅 데이터 분석을 이용한 디지털 패션 테크에 대한 인식 연구. *한국의류산업학회지*, 23(3), 380-389.
- 안건호. (2022. 12. 7). 디올 맨 2023 프리폴 컬렉션의 키워드 4. *VOGUE*. 자료검색일 2023. 8. 2, 자료출처 <https://www.vogue.co.kr/2022/12/07/%eb%94%94%ec%98%ac-%eb%a7%a8-2023-%ed%94%84%eb%a6%ac%ed%8f%b4-%ec%bb%ac%eb%a0%89%ec%85%98%ec%9d%98-%ed%82%a4%ec%9b%8c%eb%93%9c-4/>

- 안건호. (2023. 6. 23). 고프코어에 대해 당신이 알아야 할 모든 것. *VOGUE*. 자료검색일 2023. 8. 2, 자료출처 <https://www.vogue.co.kr/2023/06/23/%ea%b3%a0%ed%94%84%ec%bd%94%ec%96%b4%ec%97%90-%eb%8c%80%ed%95%b4-%eb%8b%b9%ec%8b%a0%ec%9d%b4-%ec%95%8c%ec%95%84%ec%95%bc-%ed%95%a0-%eb%a8%eb%93%a0-%ea%b2%83/>
- 오경천. (2023. 4. 14). 신발의 새로운 트렌드 ‘코트화와 고프코어’. *어패럴뉴스*. 자료검색일 2023. 7. 30, 자료출처 http://www.apparelnews.co.kr/news/news_view/?idx=205170
- 오경천. (2023. 6. 26). 판 커지는 아웃도어, 지형 변화 시작. *어패럴뉴스*. 자료검색일 2023. 9. 12, 자료출처 http://www.apparelnews.co.kr/news/news_view/?idx=206428&cat=CAT115
- 오경천. (2023. 9. 10). 아웃도어는 어떻게 하이패션의 한 축이 되었다. *어패럴뉴스*. 자료검색일 2023. 9. 12, 자료출처 http://www.apparelnews.co.kr/news/news_view/?idx=207600&cat=CAT11Z
- 웃거리. (2023. 1. 7). 당신의 다양성을 이용해도 될까요?. *Oncuration*. 자료검색일 2023. 8. 10, 자료출처 <https://oncuration.com/%ED%80%B4%EC%96%B4%EB%B2%A0%EC%9D%B4%ED%8C%85-%ED%80%B4%EC%96%B4-%EB%B0%94%EB%94%94-%ED%8F%AC%EC%A7%80%ED%8B%B0%EB%B8%8C/>
- 이민선. (2018). 패션에 표현된 일상성 -눔코어, 고프코어, 미노코어를 중심으로-. *한국디자인포럼*, 23(4), 19-30.
- 이상윤, 안인숙. (2018). 패션 브랜드에 나타난 밀레니얼 세대의 특성 연구. *일러스트레이션 포럼*, 19(55), 59-68.
- 이진수. (2022. 4. 28). ‘인스타 각’ 등산 룩, ‘고프코어’ 챙기자. *여성동아*. 자료검색일 2023. 8. 2, 자료출처 <https://woman.donga.com/style/3/01/12/3338386/1>
- 임지영, 강다정, 정수현. (2019). 패션 컬렉션에 나타난 고프코어 룩의 스타일링 특징. *생활과학 연구논총*, 23(3), 23-42.
- 정상희. (2023. 4. 17). 등산복 트렌드도 바꾼 MZ...“이젠 고프코어룩 대세”. *파이낸셜뉴스*. 자료검색일 2023. 8. 17, 자료출처 <https://www.fnnews.com/news/202304161417076453>
- 조한아, 김영인. (2019). 하위문화적 브리콜라주로서 패션 스타일의 특성과 의미 규명 -2014 F/W~2019 S/S 중심으로-. *복식*, 69(6), 1-18.
- 최용환. (2021. 11. 9). 루시 & 루크 마이어 인터뷰 포함, 질 샌더+ x 아크테릭스 협업 컬렉션 공개. *Hypebeast*. 자료검색일 2023. 7. 25, 자료출처 <https://hypebeast.kr/2021/11/jil-sander-arc-teryx-fall-winter-2021-collection-lucie-luke-meier-interview-release-details>
- 한경경제용어사전. (2022). MZ세대. 자료검색일 2023. 7. 11, 자료출처 <https://dic.hankyung.com/economy/view/?seq=14683>
- 허준석, 이은정. (2019). 빅 데이터를 이용한 패션 브랜드 평가 변화 추이 분석 - 구찌 브랜드를 중심으로-. *복식*, 69(6), 38-51.
- Arc'teryx. (n.d.). Shell jackets. 자료검색일 2023. 7. 23, 자료출처 <https://arcteryx.co.kr/goods/catalog?code=000100010001>
- Balenciaga Spring 2018 Menswear. *VOGUE*. 자료검색일 2023. 8. 2, 자료출처 <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2018-menswear/balenciaga>
- Cambridge Dictionary. (n.d.-a). Body positive. 자료검색일 2023. 5. 20, 자료출처 <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/body-positive>
- Cambridge Dictionary. (n.d.-b). Gorp. 자료검색일 2023. 4. 10, 자료출처 <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/gorp>
- Cambridge Dictionary. (n.d.-c). Normcore. 자료검색일 2023. 4. 10, 자료출처 <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/normcore>
- Chen J. (2017. 5. 25). First Came Normcore. Now Get Ready for Gorpcore. The Cut. 자료검색일 2023. 4. 2, 자료출처 <https://www.thecut.com/2017/05/new-fashion-trends-normcore-gorpcore.html>
- Givenchy Spring 2024 Menswear. *VOGUE*. 자료검

- 색일 2023. 8. 2, 자료출처
<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2024-menswear/givenchy>
- Jil Sander. (n.d.). Jil Sander projects. 자료검색일 2023. 7. 28, 자료출처
<https://www.jilsander.com/ko-kr/projects>
- MM6 Spring 2023 Ready-to-Wear. VOGUE. 자료검색일 2023. 8. 2, 자료출처
<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2023-ready-to-wear/mm6-maison-martin-margiel>
a
- Textom. (n.d.). Textom Blog. 자료검색일 2023. 4. 15, 자료출처
<https://www.textom.co.kr/home/sub/blog.php?id=academy&pnm=5>
- The North Face. (n.d.). Nuptse down. 자료검색일 2023. 7. 28, 자료출처
<https://www.thenorthfacekorea.co.kr/>