

논문접수일 : 2012.06.20

심사일 : 2012.07.05

게재확정일 : 2012.07.23

성인남성의 의복배색선호와 성격특성, 유행선도력 분석
- 인구통계학적 변인을 중심으로 -

Analysis of Clothes Coloration Preferences, Personalities and Fashion Leaderships
in Adult Man
- Based on the Demographic Factors -

임 지 영

경상대학교 자연과학대학 의류학과 조교수

Lim Jiyoung

Gyeongsang National University

1. 서 론

2. 이론적 배경

- 2.1. 인구통계학적 변인
- 2.2. 의복배색선호
- 2.3. 성격특성
- 2.3. 유행선도력

3. 연구방법

- 3.1. 측정도구
- 3.2. 자료수집 및 조사대상
- 3.3. 분석방법

4. 결과 및 고찰

- 4.1. 연령에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이
- 4.2. 결혼여부에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이
- 4.3. 학력에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이
- 4.4. 직업에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이
- 4.5. 월소득에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이
- 4.6. 거주지역에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이
- 4.7. 패션관심도에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이

5. 결 론

참고문헌

논문요약

본 연구에서는 20대 이상의 남성 집단을 대상으로 인구통계학적 변인에 따른 의복배색선호와 성격, 유행선도력의 차이를 알아보려고 하였다.

인구통계적변인 척도는 연령, 결혼여부, 학력, 직업, 월소득, 거주 지역, 패션관심도로 구성되었다. 의복배색선호는 셔츠와 타이가 조합된 자극물 사진과 이에 대한 반응을 측정하는 의미미분척도를 사용하였으며, 성격 측정은 Cattell, R.B가 제시한 16개의 성격요인을 사용하였으며, 유행선도력 및 자신감 측정은 Shim S, Kotsiopoulos, A., Knoll, D.S.가 사용한 문항으로 구성하였다. 평가자는 서울·경기지역과 부산·경남지역에 거주하는 성인 남성 432명을 대상으로 하였으며, 데이터 분석은 SPSS 13.0 통계패키지를 이용하였다.

성인남성의 인구통계적 변인에 따라 집단 간에 의복배색선호, 성격, 유행선도력 정도에 유의한 차이가 나타났다. 성인남성의 다양한 특성을 구별하는데 있어서 연령, 결혼여부, 학력, 직업, 월소득 등은 중요한 변수임을 알 수 있었다. 그러나 거주지역에 따른 의복배색선호, 성격특성, 유행선도력은 큰 차이가 없는 것으로 나타났다.

주제어

인구통계학적 변인, 의복배색선호, 성격특성, 유행선도력

Abstract

This study tried to know the clothes coloration preference, personality and the degree of fashion leadership targeting the man group over age of 20.

The Criterion of demographic factor is consisted of age, marital status, academic background, occupation, monthly income, residential district and fashion interest. Clothes color preference could be defined stimulus picture combined shirts with tie and semantic differential scales measuring accordingly response, personality measurement used 16 characteristics factors which was suggested by Cattell, R.B. and fashion leadership and confidence measurement was consisted of questions which was used by Shim S, Kotsiopoulos, A., Knoll, D.S. Respondents was targeting 432 adult man residing at Seoul, Gyeonggi district and Pusan, Gyeongnam district, and data analysis was using SPSS 13.0 statistical package.

The meaningful difference was indicated with degree of clothing color preference, personality and fashion leadership between groups according to demographic factors in adult man. In differentiating various characteristics of adult males, age, marital status, academic background, occupation, and monthly income were found to be important variables. It was shown that there is no difference in clothes coloration preferences, personality characteristics, fashion leaderships according to residential district.

Keyword

Demographic factor, Clothes coloration preference, Personality, the degree of fashion leadership

1. 서론

다변화 되어가는 현대 사회에서 사람들은 패션을 통해서 자기를 표현하며 다른 사람을 지각하고 평가한다. 의복은 남성들 사이에서 사회적 신분과 직업적 성공에 있어 하나의 중요한 지침이 되며, 목표달성을 위하여 의복을 사용하는 남성들의 사회생활에서 의복은 더욱 중요한 역할을 하고 있음을 짐작할 수 있다. 이에 따라 성공적인 사회생활을 위해서 또는 생활을 즐기며 자신에게 투자하는 성인남성에게 있어서 패션은 과거 어느 시대보다도 그 중요성이 강조되고 있다.

남성복 시장은 경기침체 장기화로 정체기를 겪었다가 남성복 매출이 20-30%가량 증가하고 있는데 특히 최근에는 20-30대의 젊은 층 뿐만 아니라 50-60대 중장년층까지도 패션에 대한 관심이 높아지기 때문이다(조인경, 2010). 이같은 남성복의 인기에 편승해 40-50대를 겨냥한 매스밸류 남성 캐주얼 브랜드 신규 론칭이 줄을 잇고 있으며 40-50대 남성복 시장의 '빅뱅'을 예고했다. 이는 소위 베이비붐 세대로 불리는 40-50대 인구가 다른 연령층에 비해 상대적으로 많은데다, 자금이 여유가 있고 활동력이 왕성한 남성 어덜트 세대가 새로운 소비주체로 떠오르고 있기 때문으로, 생활의 여유 속에 자신을 가꿀 줄 아는 중년 남성들의 라이프스타일을 반영한 브랜드가 향후 남성 어덜트 캐주얼 시장의 주도권을 잡게 될 것으로 예상할 수 있다(김우현, 2009).

최근 제일모직 갤럭시 마케팅팀에서 40대 남성을 대상으로 실시한 설문조사(아크로팬 편집국, 2011)에서 대한민국 40대 남성은 전통적인 깔끔하고 단정한 블랙 수트에 블루셔츠, 블루타이를 가장 선호한다는 결과가 나와 캐주얼화 되어가는 남성복 트렌드 속에서도 여전히 전통적인 형태는 지속되어지고 있음을 알 수 있다. 또한 지역에 따라 선호하는 색은 다소 다르게 나타났다.

이렇듯 점차 다양화, 고급화, 개성화를 추구하는 남성소비자의 변화된 패션의식에 맞추어 패션의 감성화에 대한 연구가 요구되고 있다. 소비자의 다양한 기호에 대처하기 위해서는 감성적 차별성이 고려되어야 하며 특히 색채 감성은 소비자가 선호하는 참신한 디자인을 하는 데 중요한 역할을 한다. 그러므로 소비자의 다양한 특성에 따른 배색선호행동을 이해하고 이에 따른 차별화된 시장 세분화를 제시하는 것은 의의가 있을 것이다.

의복은 성격을 표현하는 도구이며(임정은, 이명희, 1999), 개인의 특성 중 특별히 성격은 타인과 구별되

는 독특한 행동패턴이면서 자신의 사고와 정서를 나타내므로 성격특성이 의복디자인 선호도에 어느 정도 영향을 주리라고 생각되어왔다(임정은, 이명희, 1999). 개인의 기본적 특성에 따라 심리수준의 특성이 결정되며, 심리수준의 특성에 따라 행동이 결정된다. 구매행동을 하는 소비자집단을 알아보려면 소비자의 인구통계학적 특성과 심리수준의 특성에 따라서 소비자집단을 이해하는 것이 효과적일 것이다. 특히 성격은 외부로 나타나는 행동의 뿌리로서 구매행동에 강한 영향을 미친다(Hall & Lindzey, 1970). 소비자의 성격은 마음속에 존재하여 파악하기 쉽지 않지만 소비자가 의복을 선택하거나 구매할 때 행동의 차이를 설명하기에 좋은 변수(Schiffman & Kanuk, 1997)라고 할 수 있다.

많은 학자들은 의복의 사회심리적인 측면을 중요시하였으며, 의복행동을 하는 단위가 개인이라는 측면에서 본다면 개인적인 영향요인이 되는 인구통계학적 변인은 물론 인간 내부의 영향요인인 심리적 특성도 아울러 설명될 수 있을 것이다(정수진, 최수경, 2008).

그러므로 본 연구에서는 20대 이상의 성인 남성을 대상으로 인구통계학적 변인인 연령, 결혼여부, 학력, 직업, 월소득, 거주지역과 패션관심도에 따른 의복배색선호와 성격 특성의 차이를 알아보고자 한다. 또한 새로운 스타일에 대하여 다른 사람들의 의복 선택 행동에 영향을 미치는 유행선도력의 정도는 인구통계학적 변인에 따라 어떻게 나타나는지 규명하고자 한다. 이에 따라 남성소비자의 다양한 특성과 기호를 이해하여 차별화된 시장 세분화를 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 인구통계학적 변인

인구통계학적 변인은 인구통계에 따른 인구의 구성과 성향의 변화로 인해 사회, 문화, 경제 등에 미치는 영향을 의미한다. 이런 인구통계학적 변인들은 새로운 라이프스타일을 형성하며, 사회, 정치, 문화, 경제적으로 새로운 필요나 요구, 그리고 트렌드를 만들어내게 된다. 그러므로 소비자 행동을 제대로 설명하기 위해서는 개인적인 영향요인인 인구통계적 요인에 근거해야 할 필요가 있다.

인구통계학적 변인 중 연령에서 같은 연령대는 동시대를 살아오면서 공통된 성향을 가지고 비슷한 선호도를 가지게 되므로 선호행동을 이해하는데 가장

기본이 된다.

성인의 연령 구분은 개인이나 사회에 따라 차이가 있으나 최근 태어난 시기가 비슷한 세대들을 부르는 명칭을 살펴보면 386세대인 현재 50대, X+세대인 현재 3,40대 그리고 현재의 20대는 88만원 세대이면서 G20세대인, S세대라고 칭하고 있다(이재철, 2011).

S세대는 생존(Survival)의 이니셜 S를 뜻하는 20대로 처절한 생존경쟁 속에 밀려 즐거움과 여유로움을 갖지 못한 채 언제나 스펙을 쌓고, 스펙을 위한 방편으로 인적 네트워크를 형성하며, 학점에 매달려야 하는 세대이다.

X+세대인 30대는 취업전쟁을 치르고 있는 20대, 나름의 철학과 문화를 공유하며 우리 사회의 조명을 받아온 486세대로 특화되는 40대 사이에서 '샌드위치 세대'로 불려지고 있다. 이들 30대가 최근 문화 소비의 '황금알 세대'로 새로운 관심을 받고 있는데, 과거 30대가 일과 가정에 매달렸다면 지금 30대는 직장생활 초년생으로 경제력을 갖춘 데다 어린시절부터 자발적인 문화 소비에 아낌없이 돈을 써온 세대이기 때문이다(김슬기, 2012).

40대는 '잊혀진(Forgotten)'의 이니셜을 가진 F세대로 역사적으로는 젊은 시절에 IMF를 겪고 장년기에 리먼브라더스 사태를 맞이한 '불운의 아이콘'이었다. 하지만 현재는 유통 경제를 이끄는 '소비의 아이콘'으로 불리며 환골탈태한 모습이다. 특히 소극적인 소비 성향을 지닌 남성들이 이제는 적극적인 컨슈머로 변모해 업계가 주목하고 있다. 이같은 소비성향의 변화는 사회에 억눌려 있던 세대가 구매력을 갖추기 시작하면서 보상심리가 작용한 것으로 전문가들은 분석했다(이소진, 2012).

베이붐 세대, 전후세대로 불리는 50대는 은퇴와 재취업, 자영업 증가라는 현실이 놓여진 상태이긴 하지만 이들 세대를 부르는 또다른 용어인 "하하족"에서 알 수 있듯이 이들은 문화생활을 즐기고 건강관리를 하면서 나이드는 것에 적극적으로 대처하는 행복한 생활을 영위하고 있다. 이러한 이유로 특히 50대 남성이 소비의 핵심층으로 떠오르고 있는데 이들은 앞선 세대와는 다르게 경제적인 기반을 바탕으로 각종 사교모임에 활발하게 참여하는 데다, 패션 변화에도 민감한 성향 때문인 것으로 풀이된다(이관범, 2011).

통계청(2007)에 따르면 20-40대 성인남성의 학력은 총 13,680명 중 5,443명이 고졸로 나타났으며 이 중 35-39세가 10.05%로 가장 높았고 대학, 대학교, 대학원 졸업은 4,965명으로 30-34세가 12.25%로 가장 많은 것으로 나타나 30대는 다양한 학력수준을 보여주고 있다.

소득수준은 100만원 미만은 2.53%로 45-49세가 가장 많았고 500만원 이상 고소득층은 2.04%로 40-44세로 나타났으며 보통성인남성은 100-200만원의 소득수준을 갖는 것으로 보이고 있다.

인구통계학적 변인에 따른 의복행동에 관한 연구를 살펴보면 먼저 패션잡지 광고 유형별 광고태도 및 구매의도에 관한 연구에서는 모든 의복소핑성향에서 연령층과 학력에 따라 유의한 차이는 보이는 것으로 나타났으며, 일반적으로 고학력이 저학력보다 높은 것으로 나타났다. 월소득과 월의류비 지출액은 높은 집단이 낮은 집단보다 정보원 활용이 많은 것으로 나타났다. 연령이 낮을수록, 학력이 높을수록 디자인과 색상을 중요시하였다.

인터넷 친숙도에 따른 패션제품 구매행동에 관한 연구(고전미, 2001)에서는 기혼보다 미혼의 제품구매 횟수가 많았다. 20대가 30대보다, 기혼보다 미혼이, 월소득이 높을수록 쾌락적 소비성향이 더 높았다. 서비스직이나 대학생이 쾌락적 쇼핑성향이 높았고 판매직과 전문직이 편의적 쇼핑성향이 더 높은 것으로 나타났다. 대학생은 가격의식적 쇼핑성향이, 대학원졸 이상은 편의적 쇼핑성향이 다른 학력에 비해 높게 나타났다.

국내 남성 스트리트 패션 조사 분석(박혜원, 2006)에서 20대 남성소비자를 지역별/상권별로 관찰한 결과 인터넷이나 쇼핑몰 등의 발달로 지역적 차이는 크지 않은 것으로 나타났다.

이상에서 의복행동은 인구통계학적 변인인 연령, 학력, 소득 수준뿐만 아니라 결혼여부, 직업, 교육, 지역과 관련된 개인적 역할이나 특징과 연결되어 있음을 알 수 있다.

2.2. 의복배색선호

색채는 패션을 좌우하는 중요한 변인이며, 색채의 배색방법에 따라 다양한 표현이 가능하다. 배색은 여러 가지 색을 의도적으로 조화시킴으로써 디자인의 전체 효과를 높일 수 있는데, 색의 3속성인 색상과 명도, 채도의 연출로 다수의 배색 변화를 얻을 수 있다. 따라서 조화로운 배색을 위해서는 색상과 톤이 적용된 배색이 전개되어야 한다.

서츠와 넥타이의 배색방법에 따른 조화영역과 부조화영역을 살펴 본 연구(임지영, 2007)에서 톤은 톤 배색, 톤 인 톤 배색, 컨트라스트 배색, 무채와 유채 배색으로 나누어 조화감을 살펴본 결과 배색유형에 따라 다양한 차이가 나타났으며, 패션디자인의 색채 조합에서는 이러한 색상과 톤이 적용된 배색이 배색

의 효과를 높이는데 도움이 됨을 알 수 있었다.

동일색상 배색은 색상환에서의 색이 동일한 배색 방법을 말한다. 조화가 잘되고 싫증이 나지 않는 반면 배색의 변화가 적고 특징이 없어 보이는 단점이 있음으로 효과적인 배색을 하려면 명도대비를 주는 것이 좋다. 동일 톤 배색은 색상이 다르더라도 채도의 공통성으로 색채조화가 용이하다(권혜숙, 2010).

톤 온 톤이란 톤을 겹친다는 의미로 동일 또는 유사색상을 2가지 이상의 톤으로 조합한 배색을 말한다. 즉 색감으로 통일을 피하고 톤으로 변화를 준 배색으로 동색계열의 농담배색으로 불린다. 톤 인 톤 배색은 전체를 선명하게 한다거나 전체적으로 연한 색을 사용한다거나 하는 것처럼 비슷한 톤의 색으로 구성된 배색을 말한다. 따라서 톤으로 통일을 피하고 색감으로 변화를 주는 배색을 말한다(이성규, 2010).

패션디자인에 있어서 대조란 어떤 특징과 속성을 두드러지게 하기 위하여 서로 현저한 차이가 나는 것을 상호 비교하고 대립시켜 강조하는 것을 의미 하며 시각적으로 가장 강렬하고 지배적인 배색 원리이다(이호정, 1999).

무채색과 유채색의 배색은 무채색과 대조된 유채색의 색상이 더욱 두드러지게 보이는 특성이 있다(권혜숙, 2008).

이러한 의복배색의 선호도에 관한 연구를 살펴보면 전반적으로 동일색 배색을 선호하는 것으로 나타났다(류숙희, 김보연, 2001). 또한 의복의 배색에서는 상하의 색상과 톤이 동일 배색이나 유사 배색인 경우에 친숙함이 증가하는 것으로 나타났다(內藤章江, 小林茂雄, 2002).

남자 대학생들은 플로티셔츠 형태를 선호하며 한색을 난색보다 더 선호한다. 티셔츠 형태에 따른 배색에서는 유사색 배색과 동일색 배색을 보색 배색보다 더 선호한다. 또한 무채색 계통의 색을 선호한다(오경화, 정삼호, 이현정, 2000).

성인남녀를 대상으로 한복유형에 따른 배색선호도의 차이를 알아본 결과 집단 간 차이가 있는 것으로 나타났다. 진분홍색 저고리와 남색치마의 배색은 전통한복에 적용했을 때 가장 높은 선호도를 나타냈고 생활한복 유형에서는 연분홍색 저고리와 남색치마의 배색이 가장 높은 선호도를 보였다(김선아, 2010).

한국과 미국의 여대생을 대상으로 한복의 톤온톤 배색선호도를 연구한 결과 한국학생은 빨강, 노랑, 초록 3색의 명도 변화에 따라 차이가 났으나 미국학생은 차이를 보이지 않았고 동일 톤 배색에 대해 미국학생은 선호하나 한국학생은 선호하지 않아 이색배색에 대한 한국학생의 선호도가 미국보다 더 높은 것

로 나타났다(강경자, 팽숙경 2004). 또한 한국여대생은 비비드와 라이트 톤 조합을 선호하였으며 미국여대생은 비비드와 비비드, 라이트와 라이트 등 동일한 톤 조합을 선호하는 것으로 나타났다(강경자, 최수경, 2005).

연령에 따라 한복의 전통배색에 대한 선호도에 차이가 있었으며, 성별에 따른 한복의 전통배색 선호도에도 차이가 나타났다(황춘섭, 2003).

한국여성의 가치관과 의복디자인 선호도와와의 연구에서 연령에 따른 차이를 보여 여대생은 한색과 동색 배색을, 성인여성은 난색과 보색배색을 더 선호하는 것으로 나타났다. 또한 연령이 증가함에 따라 난색계에서 한색계로 선호하는 경향을 보였다(이선재, 1987).

성인여성의 자아개념과 의복색채 선호도와의 관계 연구에서 연령별로 30, 40대는 동일배색을, 50대, 60대는 보색배색을 선호하고 교육 수준이 높을수록 동일 배색을 선호하고 교육수준이 낮을수록 보색배색을 선호하는 것으로 나타났다(석재은, 1993).

성인여성의 의복스타일에 따른 배색 연구에서 투피스 상의에 대한 하의 배색으로 20대와 40대는 동일색, 30대는 유사색, 50대는 무채색인 흰색을 하의배색으로 선호하였으며, 셔츠와 바지, 블라우스와 스커트에 있어서 40대를 제외한 20, 30, 50대는 하의보다 옅은 색상의 상의를 높게 선호하였다(정삼호, 1987).

시니어 세대의 색채지각과 선호 유사배색의 특성의 연구(김영인 외, 2011)에서 50~70대는 20~30대에 비해 명도에 차이를 준 유사배색에 대한 선호도가 가장 높은 것으로 나타났으며, 남성의 경우 B색상계열 유사배색을 가장 선호하였다.

이상의 연구에서 의복배색의 선호도에 관한 연구는 주로 한복이나 여성복에 관한 연구가 대부분으로 성인 남성의 의복배색 선호도에 관한 연구는 부족한 실정이다. 또한 의복배색의 선호도는 의복형태나 거주 국가에 따라 달라지며, 성별, 연령, 교육수준 등에 따라서도 다르게 나타남을 알 수 있었다.

2.3. 성격특성

성격은 각 개인이 가지고 있는 고유의 성질이나 품성으로 타인과 구별되는 독특한 행동패턴이면서 자신의 사고와 정서를 나타낸다고 할 수 있다.

Allport는 '성격은 개인의 특징적인 행동과 사고를 결정하는 정신·물질적 체계로서 개인 안에 있는 역동적 조직이다'고 정의하였고, Cattell은 '성격이란 상황에 따라 그가 어떻게 행동할 것인가를 예상할 수

있게 하는 것'이라고 정의하였다(양수현, 2005).

Raymond B. Cattell은 특질을 성격연구의 기초단위로 보았고, 행동을 보고 추리할 수 있는 정신구조이며, 행동의 규칙성과 일관성을 설명하는 기본구조라고 하였다(Mischel, 1981, p22). 특질을 찾아내는 것이 성격구조와 기능의 이해에 도움이 되며, 특질을 아는 것은 사람의 행동을 이해하는데 도움이 된다고 보았다(Engler, 1917 p.251). 카텔은 특질을 표면특질과 근원적 특질로 구분하였으며, 행동을 설명하는데 가장 유용한 것은 근원 특질이라고 하였다. 카텔은 이러한 인간성격의 기본구조를 이루는 근원특질을 알아내기 위하여 요인 분석 방법을 사용하여 16개의 근원특질을 추출하였다. 카텔이 발견한 16개의 근원특질은 내향적-외향적, 지능적-비지능적, 정서적으로 불안한-정서적으로 안정된, 복종적-지배적, 진지한-방임적, 편의주의적-양심적, 수줍어하는-대담한, 강인한-다감한, 잘 믿는-의심많은, 실제적-공상적, 솔직한-교활한, 자신있는-걱정많은, 보수적-개척적, 집단의존적-자주적, 자유분방한-통제된, 느긋한-긴장된 등이다. 카텔은 이러한 16개의 근원특성에 기초하여 16PF(Personality Factors)라는 성격요인검사를 제작하였고 인간의 성격구조를 16개의 차원에 의해 파악하여 성격의 개인차를 수량화하는데 큰 기여를 하였다(최성복, 2002).

Allport(1965)는 내향적인 사람은 주관적 세계가 중요하므로 항상 원칙에 따라 움직여 융통성이 없으나 섬세한 감정을 갖지만, 외향적인 사람은 객관적이고 현실적이어서 실용성과 필요에 의하여 제어되며 새로운 사태에 쉽게 적응할 수 있으나 감정은 섬세하지 못하다고 하였다(양수현, 2005). 외향적인 여성들이 적극적인 생활태도를 지니므로 다양한 스타일을 폭넓게 선호하였다(황미선, 이명희, 2005).

직장 남성의 성격과 선호색의 연구에서는 실질적 사실적 유형은 Bright B를, 동정적 우호적 유형은 Vivid R을, 열정적 통찰적 유형은 Bright GY를, 논리적 창의적 유형은 Vivid PB를 선호하는 것으로 나타났다(이수정, 2010). 직장남성의 성격유형별 선호하는 의복이미지를 분석한 결과 외향형이 내향형에 비해 주로 착용하거나 선호하는 의복 이미지는 세련된/감각적 이미지와 주도적/활동적 이미지의 의복으로 나타났으며, 내향형은 외향형보다 보수적/지적 이미지의 의복을 선호하는 것으로 나타났다(김현수, 이지연, 이연희, 2012).

성격은 개인의 행동을 예측하는 데 주요한 변수가 될 수 있으며, 소비집단을 파악하는데 의미있는 특성으로 작용하고 있음을 알 수 있다.

2.4. 유행선도력

유행선도력이란 새로운 스타일에 대하여 다른 사람들의 선택에 영향을 미치는 정도라고 할 수 있으며, 유행선도자란 새로운 유행스타일에 대한 긍정적 정보를 전달하고 영향력을 행사하는 소비자를 말한다(강혜원, 2002). 유행선도력이 있는 소비자는 유행에 관심이 많고, 유행 초기 단계에 혁신적 제품을 먼저 구매하며 대중에게 수용될수록 정보를 제공하는 경우가 많다. 유행선도력은 의견선도력과 유행혁신성의 두가지 하위개념으로 나눌 수 있다(박지영, 정성지, 전양진, 2012).

유행혁신성은 유행주기의 초기단계에서 소비자 스스로 새로운 스타일의 의복이나 제품을 남들보다 빨리 채택하는 정도를 말하며, 유행혁신자는 모험심이 강하여 새 아이디어를 열광적으로 실험해 보고자하며 개방적이고 대담하여 채택한 혁신이 실수로 판명되더라도 크게 좌절하지 않는다(Rogers, 1995). 개인이 가진 유행선도력의 차이에 따라 집단을 세분화 할 수 있는데, 유행혁신자는 새로운 스타일의 의복을 유행주기의 초기에 구입하여 채택주기를 개시하는 동시에 대중에게 새로운 스타일을 보여주는 시작적 전달자 역할을 하는 사람들이다(king, 1965). 유행혁신자는 지속적으로 새로운 스타일을 추구함으로써 자신의 유행 추종자들과 구분하려는 특성을 지니며(Kaiser, 1985) 혁신자는 판매대상이 되는 주된 잠재적 시장집단이며, 이들의 구입 행동은 확산의 발단이 되고 다른 사람들의 상품 구입에 영향을 미치며, 신제품에 대한 반응을 최초로 보여주어 신제품의 성공과 실패를 예측하는데 도움이 되어 시장 확장 계획의 근거가 되므로(Robertson, 1971) 특히 가시성이 높은 의복유행분야에서는 중요한 집단이다(조운정, 고애란, 2001).

의견선도력이란 직접 새로운 스타일을 채택하지는 않아도 다른 사람에게 새로운 스타일의 의복이나 제품에 관한 정보나 조언을 제공함으로써 언어적 영향력을 주어 다른 사람들의 태도와 행동에 영향을 미치는 능력을 말한다(이은영, 1999). 유행의의견선도자는 새로운 유행스타일에 대한 정보나 의견을 전달함으로써 유행추종자가 그 스타일을 채택하는데 인적 영향력을 발휘하는 사람들이다(Kaiser, 1985). 특히 의복은 상징적인 제품이며 사회적 위험부담이 크기 때문에 채택에 있어 인적정보원에 의존하는 경향이 강하다(Robertson). 그러므로 유행의의견선도자는 유행정보와 충고를 유포시킴과 동시에 높은 판매 잠재성을 가진다는 점에서 마케터에게 중요한 의미를 갖는다(이화

연, 1987).

성인남성의 유행선도자에 관한 연구를 살펴보면 직장남성을 대상으로 한 유행혁신자의 의복행동에 대한 연구(권순기, 1990) 결과 유행혁신자 집단은 비혁신자 집단보다 유행과 신분 상징성을 가장 고려하였고, 다음으로 합리성을 중요시하였다. 남자대학생의 유행선도력 및 의복관심도에 관한 연구(양진화, 2005)에서는 유행선도자집단은 의복의 심리적 의존성을 중시하는 것으로 나타났다. 남성을 대상으로 유행선도력에 따른 의복행동에 관한 연구(김찬주, 1998)에서 유행선도자 집단은 패션정보를 얻기 위해 패션전문잡지를 많이 보며, 유행에 관한 지식을 갖고 쇼핑하며 디자인과 색상을 중시하였다.

인구통계학적 변인과 유행 관심도를 살펴보면 수입은 유행을 인지하는데 중요한 요인이나, 연령, 교육 수준, 직업, 유행에 대한 인지 사이에는 유의적인 관계가 없다고 하여 성인남자들의 유행성 인지에 있어서 수입이 가장 영향력 있는 것으로 지적하였다(Golightly, 1974). 한편 이경송, 강혜원(1982)은 월수입이 높을수록 유행에 대한 관심은 보다 낮다고 보고하였다.

강혜원(1974)은 자신감은 개방혁신집단이 가장 높고 유행추종집단이 가장 낮다고 하였고, 내향적인 사람은 개성적인 의복에 관심이 많았으나 유행에는 관심이 낮았으며, 외향적인 사람은 동조성과 유행 모두에 관심이 높다고 하였다. Rogers & Schoemaker(1971)는 개방 혁신자는 변화와 모험을 좋아하며 결과적으로 위험부담을 잘 받아들이는 특징이 있고, Summers(1971)는 유행선도자가 모든 계층에 분포되어 있으며 자신감을 가진다고 하였다. 이들 연구자들은 혁신성과 유행선도력은 동시에 나타난다고 하였다. 따라서 소비자가 유행선도자 집단의 특징을 강하게 갖게 됨에 따라 혁신성이 강한 의복선택이 증가하는 것으로 볼 수 있다.

3. 연구방법

3.1. 측정도구

본 연구의 측정도구는 인구통계학적 변인, 성격특성, 유행선도력, 의복배색선호도로 구성되었다.

3.1.1 인구통계학적 변인 척도

본 연구에서는 인구통계학적 변인으로 연령, 결혼 여부, 학력, 직업, 월평균소득, 지역, 패션관심도를 조사하였다. 연령은 20대, 30대, 40대, 50대 이상으로 나누었으며, 결혼여부는 미혼, 기혼, 사별과 이혼 등을

포함하는 기타로 분류하였다. 학력은 고졸이하, 대학 재학, 대졸, 대학원졸로 나누었으며, 직업은 교사, 연구직, 법조인, 기술직, 영업판매직, 예술직, 학생으로 분류하였다. 월평균소득은 100만원 이하에서 401만원 이상까지 5단계로 분류하였다. 서울·경기를 기점으로 거리에 의한 차이가 있는지 알아보기 위하여 거리상으로 가장 멀면서 대도시를 포함하였다는 공통성을 지닌 서울·경기와 부산·경남으로 구분하였다. 패션관심도를 측정하기 위하여 신문이나 잡지에서 패션란에 대한 관심도를 ‘관심있게 보는편’과 ‘거의 보지않는’으로 양분하였다.

3.1.2 성격특성 척도

성격특성 측정은 Cattell, R.B가 제시한 ‘내향적-외향적’, ‘지능이 부족한-지능이 우수한’을 포함한 16개의 성격요인(강혜원, 1995)을 사용하였으며, 의미미분척도로 구성된 형용사쌍 각 쌍을 하나의 변인으로 다루었으며, 5점 리커트 척도로 측정하였다.

3.1.3 유행선도력 및 자신감 척도

유행선도력 및 자신감 측정은 선행연구자(Shim S, Kotsiopoulos, A., Knoll, D.S., 1991)가 사용한 문항으로 구성하였다. 유행선도력은 의사선도력 3문항, 유행혁신성 3문항, 자신감 3문항 등 총 9문항으로 구성하였으며, 5점 리커트 척도로 측정하였다.

3.1.4 의복배색선호 척도

의복배색선호를 조사하기 위해 셔츠와 타이가 조합된 자극물과 이에 대한 반응을 측정하는 의미미분척도로 구성하였다.

자극물은 셔츠와 타이를 착용한 남성의 허벅지 중간까지의 상반신 사진으로 하였으며, 얼굴은 입술 윗부분은 삭제하여 얼굴이 미치는 영향을 제한하였다(그림1). 자극물에 사용된 셔츠의 형태는 유행에 상관없이 꾸준히 선호되고 있는 레귤러 칼라 셔츠를 사용한 기본 드레스 셔츠이며, 넥타이는 가장 폭이 넓은 부분이 9.5cm이고 길이가 140cm인 일반적인 형태로 문양이 없는 단색의 넥타이를 사용하였다. 바지는 짙은 회색으로 통제하였다. 자극물 제작은 Digital Camera로 모델을 촬영한 후 포토샵 프로그램을 이용하여 컬러를 맵핑시킨 후 컬러프린트기로 출력하였다.

본 연구에 사용된 배색방법은 셔츠와 타이의 다양한 배색방법에 따른 조화영역에



[그림 1] 자극물

관한 연구(임지영, 2007a)에서 사용한 배색방법을 기초로 톤 온 톤, 톤 인 톤, 컨트라스트, 무채-유채 배색과 동일배색을 포함한 5가지 배색유형을 선택하였다.

본 연구에 사용된 색상은 남성의 조화감 평가에서 긍정적인 평가를 보이면서 실제로 성인 남성들이 많이 착용하고 있는 라이트톤 파랑(5B 8/6) 셔츠를 기준으로 각 배색방법에 맞추어 색상을 선정하였다. 사용된 톤은 색채조화를 주목적으로 한 컬러 시스템인 일본색연배색체계(Practical Color Coordinate System)를 기준으로 하였으며, 색채조화에 있어 색상에 의한 방법보다 명도 차가 조화에 깊이 관여한다는 문과 스펙서의 색채조화론에 따라 명도에 변화를 준 라이트, 덜, 다크의 3가지 톤과 색상의 기준이 되는 비비드톤을 합하여 총 4가지 톤으로 선정하였다. 셔츠와 넥타이에 사용된 색채의 표시는 실용한국표준색표집(KBS 한국색채연구소, 1991)에 근거하였다.

자극물의 셔츠에 사용된 색은 라이트톤 파랑(5B 8/6)이고, 타이색은 셔츠색을 기준으로 먼저 동일배색으로 셔츠와 동일한 컬러인 라이트톤 파랑(5B 8/6)이 사용되었고, 톤 온 톤 배색으로는 비비드톤 파랑(5B 4/14), 덜 파랑(5B 5/6), 다크 파랑(5B 2/6)의 타이가 사용되었다. 톤 인 톤 배색에는 셔츠와 동일한 톤인 라이트톤의 빨강(5R 8/6), 주황(5YR 8/4), 노랑(5Y 8/6), 초록(5G 8/4), 보라(5P 8/4)의 5가지 타이틀을 사용하였다. 컨트라스트 배색은 셔츠색과 분보색이면서 남성 넥타이에서 많이 사용되어지는 노랑과 빨강의 두 가지 색상을 선정하여 컨트라스트1 배색과 컨트라스트2 배색으로 구분하였다. 즉 비비드톤 노랑(5Y 4/14), 덜톤 노랑(5Y 5/6), 다크톤 노랑(5Y 2/6)의 3가지 타이틀을 컨트라스트1 배색으로, 비비드톤 빨강(5R 4/14), 덜톤 빨강(5R 5/6), 다크톤 빨강(5R 2/6)의 3가지 타이틀을 컨트라스트2 배색으로 구분하였다. 유채-무채 배색은 흰색(N9), 밝은 회색(N7), 어두운 회색(N4), 검은색(N2)의 4가지 타이틀을 사용하였다.

총 19개의 자극물이 최종적으로 평가에 사용되었으며 이때 배경색은 밝은 회색으로 통제하였다.

셔츠와 넥타이의 배색에 대한 선호를 측정하기 위해 '입고싶은-입고싶지 않은'과 '좋아하는-좋아하지 않는'의 형용사쌍을 사용한 5단계 의미미분척도를 사용하였다.

3.2. 자료수집 및 조사대상

3.2.1 자료수집

본 연구의 평가자는 부산, 경남지역과 서울, 경기 지역에 거주하는 20대 이상의 성인남자를 대상으로

2010년 1월~3월에 실시하여 총 440부를 배부하였으며, 응답이 미비한 것을 제외시킨 432부가 분석에 사용되었다.

3.2.2 조사대상

조사대상자의 연령은 20대가 138명, 30대가 152명, 40대가 97명, 50대이상인 142명이었다. 결혼여부는 미혼이 201명, 기혼이 231명이었다. 사별과 이혼 등 기타로 분류된 집단은 2명의 극소수였으므로 기혼에 포함시켰다. 학력은 고졸이하 46명, 대학재학 66명, 대졸 261명, 대학원졸 59명으로 대졸에 해당하는 분포가 가장 높은 것으로 나타났다. 직업은 교직 65명, 연구직 69명, 법조인 57명, 기술직 50명, 영업판매직 63명, 예술직 60명, 학생 68명으로 대체로 골고루 분포되었다. 월평균소득은 100만원이하 77명, 101~200만원 90명, 201~300만원 109명, 301~400만원 73명, 401만원 이상 83명으로 나타났다. 거주지역은 서울, 경기 206명과 부산, 경남 226명으로 나타났다. 패션관심도는 관심있게 보는 집단이 223명, 거의보지않는 집단이 209명으로 나타났다.

3.3. 분석방법

본 연구의 자료분석을 위해 SPSS 14.0을 이용하였다. 조사대상자들의 일반적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였으며, 유행선도력 문항의 신뢰성을 검증하기 위하여 크론바하의 알파계수를 구하였으며 그 값은 유행혁신성 .553, 유행의사선도력 .819, 의복 자신감 .724로 나타났다. 인구통계학적변인에 따른 의복배색선호, 성격특성, 의사선도력의 차이를 검증하기 위하여 독립표본 t-검증과 일원배치 분산분석을 실시하였으며, 다중비교방법으로 던컨검증을 실시하였다.

4. 결과 및 고찰

4.1. 연령에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이

성인남성의 연령에 따른 집단별 의복배색선호, 성격 특성 및 유행선도력 차이를 살펴보면 <표 1>과 같다.

성인남성의 연령에 따른 셔츠와 타이의 배색선호 차이를 살펴보면 동일, 톤 온 톤, 톤 인 톤, 컨트라스트1 배색에서 유의한 차이를 나타내었다. 동일배색은 40대>50대>30대>20대 순으로, 톤인톤 배색은 50대,40대>30대>20대 순으로 선호하였으며, 컨트라스트1 배

항목		통계치	연 령				F
			20대	30대	40대	50대이상	
			M	M	M	M	
의복 배색 선호	동일 배색	1.72 ^c	1.91 ^{bc}	2.40 ^a	2.36 ^{ab}	10.128 ^{**}	
	톤온톤 배색	2.95 ^a	3.18 ^a	3.19 ^a	3.30 ^a	3.053 [*]	
	톤인톤 배색	2.35 ^b	2.62 ^{ab}	2.89 ^a	2.85 ^a	10.569 [*]	
	컨트라스트1 배색	1.89 ^b	1.99 ^b	2.40 ^a	2.54 ^a	15.170 ^{**}	
	컨트라스트2 배색	2.53	2.48	2.60	2.58	.416	
	유채-무채 배색	2.58	2.54	2.52	2.42	.527	
성격 특성	내향적-외향적	3.33 ^a	3.10 ^{ab}	2.88 ^b	2.84 ^b	5.129 ^{**}	
	지능이 부족한-지능이 우수한	3.49	3.60	3.53	3.53	.494	
	감정에 치우친-정서적으로 안정된	2.74 ^b	3.15 ^a	3.16	3.37	7.387 ^{**}	
	복종적-지배적	3.29	3.30	3.27	3.44	.621	
	걱정하는-태평한	3.00	3.01	2.81	3.05	1.154	
	편의주의-성실한	3.30 ^b	3.57 ^{ab}	3.70 ^a	3.79 ^a	5.703 ^{**}	
	소심한-모험적	3.55 ^a	3.27 ^{ab}	3.08 ^b	2.98 ^b	6.733 ^{**}	
	마음이 굳은-에민한	3.58 ^a	3.50 ^a	3.23 ^a	3.19 ^a	3.960 ^{**}	
	신뢰하는-의심하는	2.88 ^a	2.70 ^{ab}	2.36 ^b	2.40 ^b	7.926 ^{**}	
	실제적-상상적	3.17 ^{a,b}	2.89 ^a	2.44	2.38 ^b	12.761 ^{**}	
	솔직한-약은	2.42 ^a	2.31 ^{ab}	2.17 ^{ab}	1.98 ^b	4.242 ^{**}	
	자신있는-염려하는	2.48	2.59	2.49	2.47	.535	
	보수적-개척적	3.28 ^a	2.88 ^{ab}	2.66 ^b	2.60 ^b	10.077 ^{**}	
	의존적-독립적	3.53	3.42	3.61	3.72	1.782	
	자율적-통제받는	2.03 ^a	2.28 ^a	2.06 ^a	2.00 ^a	3.887 ^{**}	
편안한-긴장한	2.42	2.56	2.45	2.30	1.224		
유행 선도력	유행혁신성	3.50 ^a	3.14 ^b	3.19 ^{ab}	3.02 ^b	7.948 ^{**}	
	유행의사선도력	3.26 ^a	2.87 ^b	2.72 ^{bc}	2.48 ^c	12.364 ^{**}	
	의복 자신감	3.61	3.42	3.43	3.47	2.198	

*: p<.05, **: p<.01, a>b>c: scheffe test

[표 1] 연령에 따른 의복배색선호, 성격특성, 유행선도력

색은 50대,40대>30대,20대 순으로 선호하여 40대와 50대가 어느정도 유사한 선호 경향을 나타내었으며, 대체로 연령이 높아질수록 더 선호하는 경향을 보였다. 톤온톤 배색은 분산분석 결과 연령 간 차이가 있었지만 사후검증 결과에서 뚜렷한 차이는 보이지는 않는 것으로 나타났으나 연령이 높을수록 톤 온 톤 배색을 좀 더 선호하는 것을 알 수 있다.

성인 남성의 연령에 따른 16개 성격 특질을 살펴 보면 연령대별로 차이를 보인 성격 변인은 내향적-외향적, 감정에 치우친-정서적으로 안정된, 편의주의-성실한, 소심한-모험적, 신뢰하는-의심하는, 실제적-상상적, 솔직한-약은, 보수적-개척적의 10개 요인에서 나타났다. 마음이 굳은-에민한, 자율적-통제받는 요인은 연령에 따른 차이가 있는 것으로 나타났으나 사후검증결과 뚜렷한 차이는 보이지는 않았다. 성격 요인별로 살펴보면 20대>30대>40대,50대 순으로 더 외향적이고, 더 모험적이고, 더 의심이 많으며, 더 현실적이며, 더 개척적인 성격으로 나타났으며, 40,50대>30대>20대 순으로 더 성실한 것으로 나타나 6개 요인에

서 40대와 50대가 공통된 성향을 지니는 것을 알 수 있다. 20대>30,40대>50대 순으로 더 약은 성격으로 나타났으며, 다른 연령에 비해 20대가 좀 더 감정에 치우치는 것으로 나타났다. 성인 남성의 연령에 따른 성격 특성에서 두드러지는 경향은 20대는 그들만의 특별한 성격을 가지는 반면 40,50대가 공통된 성향을 나타내었다.

연령대별 유행선도력의 차이를 살펴보면 하위 3개 변인 중 유행혁신성과 의사선도력에서 집단간 차이가 나타났다. 유행혁신성은 20대가 단연 우위이고 다음이 40대, 30대, 50대이상 순이었고, 의사선도력은 연령이 낮을수록 더 높은 것으로 나타났다.

4.2. 결혼여부에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이

성인남성의 결혼여부에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이를 <표 2>에 나타내었다.

결혼여부에 따른 배색선호의 차이를 살펴보면 동

항목		통계치	결혼여부		t
			미혼	기혼	
			M	M	
의복 배색 선호	동일 배색		1.75	2.24	4.838**
	톤온톤 배색		3.02	3.21	2.224*
	톤인톤 배색		2.44	2.79	4.580**
	컨트라스트1 배색		1.94	2.25	4.113**
	컨트라스트2 배색		2.54	2.52	-.205
	유채-무채 배색		2.60	2.48	-1.520
성격 특성	내향적-외향적		3.19	3.00	1.955
	지능이 부족한-지능이 우수한		3.47	3.61	-1.760
	감정에 치우친-정서적으로 안정된		2.85	3.23	-4.113**
	복종적-지배적		3.23	3.37	-2.074*
	걱정하는-태평한		2.99	2.94	.608
	편의주의-성실한		3.39	3.67	-3.201**
	소심한-모험적		3.38	3.19	2.081*
	마음이 굳은-예민한		3.55	3.32	2.559*
	신뢰하는-의심하는		2.88	2.45	5.006**
	실제적-상상적		3.09	2.58	5.119**
	솔직한-약은		2.38	2.20	2.261*
	자신있는-염려하는		2.62	2.44	2.032*
	보수적-개척적		3.10	2.77	3.349**
의존적-독립적		3.43	3.61	-2.115*	
자율적-통제받는		2.12	2.13	-.143	
편안한-긴장한		2.48	2.43	.635	
유행 선도력	유행혁신성		3.42	3.10	4.380**
	유행의사선도력		3.18	2.69	5.738**
	의복 자신감		3.54	3.44	1.485

*: p<.05, **: p<.01

[표 2] 결혼여부에 따른 의복배색선호, 성격특성, 유행선도력

일, 톤 온 톤, 톤 인 톤, 컨트라스트1 배색에서 유의한 차이가 나타났으며, 기혼남성이 미혼남성보다 이들 배색을 더 선호하는 것으로 나타났다.

결혼여부에 따라 성격의 차이를 보인 변인은 11개 요인으로 감정에 치우친-정서적으로 안정된, 복종적-지배적, 편의주의-성실한, 소심한-모험적, 마음이 굳은-예민한, 신뢰하는-의심하는, 실제적-상상적, 솔직한-약은, 자신있는-염려하는, 보수적-개척적, 의존적-독립적 요인에서 나타났다. 먼저 감정에 치우친-정서적으로 안정된, 복종적-지배적, 편의주의-성실한, 의존적-독립적 요인에서는 미혼 보다 기혼이 더 정서적으로 안정되었으며 지배적이고 성실하며 독립적인 성향을 나타내었다. 반면 소심한-모험적, 마음이 굳은-예민한, 신뢰하는-의심하는, 실제적-상상적, 솔직한-약은, 자신있는-염려하는, 보수적-개척적 요인에서는 미혼이 기혼보다 더 모험적이고 예민하며 의심 많고 공상적이며 약고 걱정 많고 개척적인 성향인 것으로 나타났다.

결혼여부에 따라 유행선도력의 차이를 보면 유행혁신성과 유행의사선도력에서 집단간 유의한 차이를 나타내었으며, 미혼이 기혼보다 우위인 것으로 나타났다.

4.3. 학력에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이

학력에 따른 집단별 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이를 <표 3>에 나타내었다.

학력에 따른 집단 간 배색 선호도 차이에서 유의한 차이를 보인 배색은 동일, 톤 인 톤, 컨트라스트1, 유채-무채 배색으로 나타났다. 동일배색은 고졸이하>대학원졸업이나 대학졸업>대학생 순으로 선호하였다. 컨트라스트1 배색은 대학원졸>고졸이하>대졸>대학생 순으로 선호하였으며, 유채-무채 배색은 학력이 낮을수록 더 선호하는 것으로 나타났다. 톤 인 톤 배색은 분산분석 결과 학력에 따른 집단 간 차이가 있었지만 사후검증 결과에서 뚜렷한 차이는 보이지는 않는 것으로 나타났으나 고졸이하와 대학원졸 집단에서 가장 선호하였다.

학력에 따라 성격에 유의미한 차이를 보인 변인은 지능이 부족한-지능이 우수한, 감정에 치우친-정서적으로 안정된, 편의주의-성실한, 소심한-모험적, 신뢰하는-의심하는, 실제적-상상적, 보수적-개척적 7개 요인으로 나타났다. 지능이 부족한-지능이 우수한 요인과

항목		통계치	학 력				F
			고졸이하	대재	대졸	대학원졸	
			M	M	M	M	
의복 배색 선호	동일 배색		2.47 ^a	1.79 ^b	1.96 ^{ab}	2.07 ^{ab}	3.796 [*]
	톤온톤 배색		3.18	2.96	3.14	3.14	.929
	톤인톤 배색		2.85 ^a	2.57 ^a	2.54 ^a	2.85 ^a	3.762 [*]
	컨트라스트1 배색		2.37 ^{ab}	1.98 ^c	2.02 ^{bc}	2.40 ^a	6.058 ^{**}
	컨트라스트2 배색		2.66	2.61	2.49	2.55	.653
	유채-무채 배색		2.86 ^a	2.72 ^{ab}	2.48 ^{bc}	2.32 ^c	6.208 ^{**}
성격 특성	내향적-외향적		3.05	3.23	3.11	2.95	.888
	지능이 부족한-지능이 우수한		3.14 ^b	3.40 ^{ab}	3.60 ^a	3.75 ^a	6.860 ^{**}
	감정에 치우친-정서적으로 안정된		2.70 ^b	2.73 ^b	3.10 ^{ab}	3.39 ^a	6.929 ^{**}
	복종적-지배적		3.18	3.31	3.29	3.46	1.280
	걱정하는-태평한		2.77	3.12	2.95	3.04	1.244
	편의주의-성실한		3.48 ^{ab}	3.11 ^b	3.59 ^a	3.77 ^a	6.689 ^{**}
	소심한-모험적		3.11 ^b	3.60 ^a	3.25 ^{ab}	3.23 ^{ab}	2.970 [*]
	마음이 굳은-예민한		3.41	3.62	3.42	3.32	1.171
	신뢰하는-의심하는		2.68 ^{an}	2.97 ^a	2.65 ^{an}	2.26 ^b	6.425 ^{**}
	실제적-상상적		2.63 ⁿ	3.33 ^a	2.82 ⁿ	2.46 ⁿ	7.959 ^{**}
	솔직한-약은		2.20	2.48	2.28	2.14	2.006
	자신있는-염려하는		2.77	2.50	2.51	2.39	1.687
	보수적-개척적		2.95 ^{ab}	3.25 ^a	2.95 ^{an}	2.49 ^b	5.986 ^{**}
	의존적-독립적		3.37	3.53	3.53	3.65	.871
자율적-통제받는		2.14	1.97	2.16	2.11	1.197	
편안한-긴장한		2.45	2.40	2.50	2.39	.400	
유행 선도력	유행혁신성		3.38 ^{ab}	3.59 ^a	3.18 ⁿ	3.10 ⁿ	6.536 ^{**}
	유행의사선도력		2.99 ^a	3.32 ^a	2.89 ^{an}	2.53 ⁿ	8.204 ^{**}
	의복 자신감		3.43 ^{an}	3.74 ^a	3.45 ^{an}	3.40 ⁿ	3.539 [*]

*: p<.05, **: p<.01, a>b>c: scheffe test

[표 3] 학력에 따른 의복배색선호, 성격특성, 유행선도력

감정에 치우친-정서적으로 안정된 요인을 보면 학력이 높을수록 지능이 우수하고 정서적으로 더 안정된 성향을 나타내었다. 편의주의-성실한 요인에서는 대학원졸,대졸>고졸이하>대학생 순으로 성실한 것으로 나타났다. 소심한-모험적, 신뢰하는-의심하는, 실제적-상상적, 보수적-개척적 요인에서는 모두 대학생이 가장 모험적이고 의심 많고 공상적이며 개척적인 것으로 나타났다.

학력에 따라 유행선도력의 차이를 보면 하위변인인 유행혁신성, 유행의사선도력, 의복 자신감 모두에서 집단간 유의한 차이를 나타내었다. 이들 변인 모두 대학재학이 가장 높게 나타났고, 대학생의 성격이 가장 모험적이고 의심 많고 공상적이며 개척적인 것에 비추어볼 때 이들 성격 변인은 유행선도력과 어느정도 관련성을 가짐을 알 수 있다.

4.4. 직업에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이

직업에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이를 <표 4>에 나타내었다.

성인남성의 직업에 따른 의복배색선호는 동일, 톤

온 톤, 톤 인 톤, 컨트라스트1 배색에서 유의한 차이가 나타났다. 동일배색과 컨트라스트1 배색은 분산분석 결과 직업에 따른 집단 간 차이가 있었지만 사후검증 결과에서 뚜렷한 차이는 보이지는 않는 것으로 나타났다. 톤 온 톤 배색의 선호도는 교사,연구직,기술직>영업판매직,법조인,학생>예술직 순으로 나타났으며, 톤 인 톤 배색은 예술직에서 가장 낮은 선호도를 나타내어 톤 온 톤 배색과 톤 인 톤 배색은 다른 직업에 비해 예술직에 종사하는 남성들이 더욱 싫어하는 것으로 나타났다.

직업에 따라 성격의 유의미한 차이를 보인 변인은 내향적-외향적, 감정에 치우친-정서적으로 안정된, 편의주의-성실한, 소심한-모험적, 마음이 굳은-예민한, 신뢰하는-의심하는, 실제적-상상적, 솔직한-약은, 보수적-개척적, 자율적-통제받는 10개 요인에서 나타났다. 이들 요인 중 내향적-외향적인, 감정에 치우친-정서적으로 안정된, 마음이 굳은-예민한, 솔직한-약은, 자율적-통제받는의 5개 요인에서는 분산분석 결과 직업에 따른 집단 간 차이가 있었지만 사후검증 결과에서 큰 차이는 나타나지 않았다. 편의주의-성실한 요인에서는 법조인이 가장 성실하고 대학생이 다른 직업에 비해

항목		통계치	직업						F	
			교사	연구직	법조인	기술직	영업 판매직	학생		예술직
			M	M	M	M	M	M		M
의복 배색 선호	동일 배색	2.34 ^a	1.77 ^a	1.96 ^a	2.38 ^a	2.13 ^a	1.78 ^a	1.78 ^a	3.758 ^{**}	
	톤온톤 배색	3.35 ^a	3.32 ^a	3.07 ^{ab}	3.25 ^a	3.18 ^{ab}	2.95 ^{ab}	2.71 ^b	4.667 ^{**}	
	톤인톤 배색	3.03 ^a	2.65 ^a	2.66 ^a	2.65 ^a	2.71 ^a	2.55 ^a	2.05 ^b	8.854 ^{**}	
	컨트라스트1 배색	2.33 ^a	1.98 ^a	2.21 ^a	2.30 ^a	2.05 ^a	1.98 ^a	1.97 ^a	2.569 [*]	
	컨트라스트2 배색	2.53	2.51	2.44	2.58	2.71	2.59	2.36	.958	
	유채-무채 배색	2.52	2.53	2.40	2.60	2.62	2.72	2.35	1.798	
성격 특성	내향적-외향적	2.84 ^a	2.87 ^a	3.20 ^a	2.86 ^a	3.32 ^a	3.23 ^a	3.37 ^a	3.563 ^{**}	
	지능이 부족한-지능이 우수한	3.61	3.71	3.57	3.40	3.43	3.38	3.65	1.801	
	감정에 치우친-정서적으로 안정된	3.25 ^a	3.04 ^a	3.13 ^a	3.26 ^a	2.83 ^a	2.76 ^a	3.08 ^a	2.452 [*]	
	복종적-지배적	3.41	3.12	3.34	3.26	3.41	3.28	3.33	1.274	
	걱정하는-태평한	2.97	2.99	3.02	2.78	2.92	3.11	2.95	.630	
	편의주의-성실한	3.68 ^{an}	3.68 ^{ab}	3.82 ^a	3.40 ^{ab}	3.58 ^{ab}	3.13 ^b	3.44 ^{ab}	4.396 ^{**}	
	소심한-모험적	2.97 ^b	3.03 ^{ab}	3.36 ^{ab}	3.18 ^{ab}	3.36 ^{ab}	3.58 ^a	3.55 ^{ab}	4.275 ^{**}	
	마음이 굳은-예민한	3.22 ^a	3.29 ^a	3.50 ^a	3.30 ^a	3.38 ^a	3.60 ^a	3.75 ^a	2.553 [*]	
	신뢰하는-의심하는	2.56 ^{ab}	2.62 ^{ab}	2.61 ^{ab}	2.34 ^b	2.67 ^{ab}	2.94 ^a	2.76 ^{ab}	2.432 [*]	
	실제적-상상적	2.49 ^b	2.56 ^b	2.70 ^{ab}	2.58 ^b	2.87 ^{ab}	3.31 ^a	3.27 ^a	6.936 ^{**}	
	솔직한-약은	2.08 ^a	2.19 ^a	2.27 ^a	2.08 ^a	2.42 ^a	2.4 ^a	2.4 ^a	2.731 [*]	
	자신있는-염려하는	2.50	2.50	2.45	2.66	2.46	2.50	2.61	.445	
	보수적-개척적	2.58 ^b	2.81 ^{abc}	2.75 ^{bc}	2.52 ^b	3.13 ^{abc}	3.27 ^{ab}	3.39 ^a	7.641 ^{**}	
	의존적-독립적	3.53	3.35	3.71	3.44	3.58	3.55	3.56	1.087	
자율적-통제받는	2.05 ^a	2.35 ^a	2.11 ^a	2.22 ^a	1.90 ^a	1.95 ^a	2.30 ^a	3.628 ^{**}		
편안한-긴장한	2.33	2.49	2.48	2.46	2.47	2.42	2.61	.584		
유행 선도력	유행혁신성	3.12 ^{bc}	2.97 ^c	2.96 ^c	3.22 ^{bc}	3.46 ^{ab}	3.58 ^a	3.43 ^{ab}	7.419 ^{**}	
	유행의사선도력	2.64 ^c	2.38 ^c	2.75 ^{bc}	2.83 ^{abc}	3.20 ^{ab}	3.31 ^a	3.34 ^a	12.134 ^{**}	
	의복 자신감	3.38 ^{ab}	3.24 ^b	3.39 ^{ab}	3.46 ^{ab}	3.58 ^{ab}	3.73 ^a	3.62 ^{ab}	3.907 ^{**}	

*: p<.05, **: p<.01, a>b>c: scheffe test

[표 4] 직업에 따른 의복배색선호, 성격특성, 의사선도력

덜 성실한 것으로 나타났으며, 소심한-모험적 요인에서는 대학생 집단이 가장 모험적인 반면 교사가 다른 직업에 비해 덜 모험적인 것으로 나타났다. 신뢰하는-의심하는 요인에서도 대학생 집단이 가장 의심이 많은 반면 기술직이 가장 낮은 경향을 나타내었다. 실제적-상상적 요인에서는 학생과 예술직 집단이 가장 상상이 많은 것으로 나타났으며 교사, 연구직, 기술직은 상상보다는 현실적인 성향이 더 강한 것으로 나타났다. 보수적-개척적 요인에서는 예술직이 가장 개척적인 성향을 나타내었고 교사나 기술직은 그 반대의 보수적인 성향이 강하게 나타났다.

직업에 따른 유행선도력의 차이를 보면 하위변인인 유행혁신성, 유행의사선도력, 의복 자신감 모두에서 집단간 유의한 차이를 나타내었다. 유행혁신성은 대학생이 가장 높고 그다음이 영업판매직, 예술직, 기술직, 교사순이었으며 연구직, 법조인은 가장 낮은 유행혁신성을 나타내었다. 유행의사선도력에서는 학생과 예술직이 가장 높게 나타난 반면, 교사와 연구직은 가장 낮게 나타났다. 의복자신감에서는 직업 중 대학생이 가장 높은 자신감을, 연구직이 가장 낮은

자신감을 드러내었다.

4.5. 월소득에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이

월소득에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이를 <표 5>에 나타내었다.

월 소득에 따른 집단 간 의복배색선호는 톤 인 톤, 컨트라스트1, 유채-무채 배색에서 유의한 차이가 있었다. 톤 인 톤 배색은 분산분석 결과 월소득에 따른 집단 간 차이가 있었지만 사후검증 결과에서 뚜렷한 차이는 보이지는 않는 것으로 나타났으나 이들 집단 중 401만원 이상에서 가장 선호하는 것을 알 수 있다. 컨트라스트1 배색은 301-400만원에서 가장 높은 선호를 나타내었고 100만원 이하 집단에서 가장 낮은 선호를 보였다. 유채-무채 배색은 100만원 이하의 월소득의 집단에서 가장 선호하는 것으로 나타났으며 월소득이 낮을수록 더 선호하는 경향을 나타내었다.

월소득에 따라 성격의 유의미한 차이를 보인 변인은 감정에 치우친-정서적으로 안정된, 편의주의-성실한, 소심한-모험적, 신뢰하는-의심하는, 실제적-상상적,

항목		통계치	월 소득					F
			100만원 이하	101-200만원	201-300만원	301-400만원	401만원 이상	
			M	M	M	M	M	
의복 배색 선호	동일 배색		1.84	1.89	1.97	2.30	2.07	2.181
	톤온톤 배색		2.94	3.12	3.18	3.18	3.16	1.093
	톤인톤 배색		2.56 ^a	2.49 ^a	2.54 ^a	2.77 ^a	2.81 ^a	2.775 [*]
	컨트라스트1 배색		1.95 ^b	2.01 ^{ab}	2.03 ^{ab}	2.36 ^a	2.25 ^{ab}	4.122 ^{**}
	컨트라스트2 배색		2.60	2.43	2.47	2.61	2.58	.667
	유채-무채 배색		2.70 ^a	2.58 ^{ab}	2.54 ^{ab}	2.54 ^{ab}	2.33 ^b	2.542 [*]
	성격 특성	내향적-외향적		3.25	3.09	3.08	2.92	3.16
지능이 부족한-지능이 우수한			3.39	3.46	3.57	3.65	3.66	1.856
감정에 치우친-정서적으로 안정된			2.69 ⁿ	2.99 ^{an}	3.16 ^a	3.18 ^a	3.14 ^{ab}	3.520 ^{**}
복종적-지배적			3.35	3.18	3.25	3.31	3.49	2.143
걱정하는-태평한			3.06	3.08	2.87	2.89	2.97	.873
편의주의-성실한			3.24 ^b	3.47 ^{ab}	3.51 ^{ab}	3.69 ^a	3.75 ^a	4.050 ^{**}
소심한-모험적			3.63 ^a	3.34 ^{an}	3.12 ^b	3.14 ^b	3.28 ^{an}	3.767 ^{**}
마음이 굳은-예민한			3.61	3.43	3.39	3.40	3.37	.816
신뢰하는-의심하는			2.86 ^a	2.78 ^{ab}	2.71 ^{ab}	2.46 ^{ab}	2.42 ^b	3.835 ^{**}
실제적-상상적			3.19 ^a	3.06 ^{an}	2.64 ^{bc}	2.72 ^{abc}	2.56 ^c	5.866 ^{**}
솔직한-약은			2.42	2.38	2.22	2.18	2.23	1.383
자신있는-염려하는			2.49	2.74	2.56	2.39	2.38	2.379
보수적-개척적			3.27 ^a	3.08 ^{ab}	2.82 ^{ab}	2.78 ^b	2.72 ^b	4.271 ^{**}
의존적-독립적			3.57	3.53	3.38	3.57	3.65	1.249
자율적-통제받는		1.89 ^b	2.17 ^{an}	2.36 ^a	2.04 ^{an}	2.06 ^{ab}	5.480 ^{**}	
편안한-긴장한		2.42	2.54	2.47	2.33	2.54	.799	
유형 선도력	유행혁신성		3.44 ^a	3.26 ^a	3.31 ^a	3.11 ^a	3.10 ^a	2.935 [*]
	유행의사선도력		3.21 ^a	3.00 ^{ab}	3.00 ^{ab}	2.76 ^b	2.60 ^b	5.645 ^{**}
	의복 자신감		3.67	3.39	3.49	3.47	3.44	1.834

*: p<.05, **: p<.01, a>b>c: scheffe test

[표 5] 월소득에 따른 의복배색선호, 성격특성, 의사선도력

보수적-개척적, 자율적-통제받는 7개 요인으로 나타났다. 감정에 치우친-정서적으로 안정된 요인에는 월소득이 201-300, 301-400만원의 집단에서 가장 정서적으로 안정된 것으로, 100만원 이하의 집단에서는 가장 감정에 치우치는 성향을 가지는 것으로 나타났다. 편의주의-성실한 요인과 소심한-모험적 요인을 살펴보면 성인 남성들은 대체로 성실하고 모험적인 것으로 나타났으며 특히 301만원 이상의 고소득 집단이 가장 성실하고 100만원이하 집단이 가장 덜 성실한 경향을 나타낸 반면 100만원이하의 집단이 가장 모험적인 경향을, 201-300, 301-400만원 집단에서 가장 모험적이지 않은 것으로 나타났다. 신뢰하는-의심하는, 실제적-상상적 요인 그리고 보수적-개척적 요인에서는 소득이 낮을수록 더 의심이 많고 상상적이며 개척적인 경향을, 소득이 높을수록 더 신뢰하고 현실적이며 보수적인 경향을 나타내었다. 자율적-통제받는 요인에서는 월소득에 관계없이 자율적인 성격인 것으로 나타났으나 특히 100만원 이하의 저소득의 남성집단이 가장 자율적인 성격으로 나타났는데 모험적인 성격에서와 마찬가지로 아직은 직장에 얽매이지 않은 집단임을

추정할 수 있다.

월소득에 따른 유행선도력의 차이를 보면 하위빈인인 유행혁신성, 유행의사선도력에서 집단간 유의한 차이를 나타내었다. 유행혁신성은 분산분석 결과 연령 간 차이가 있었지만 사후검증 결과에서 뚜렷한 차이는 보이지는 않는 것으로 나타났으나 월소득이 적을수록 유행혁신성이 높은 것을 알 수 있다. 또한 유행의사선도력에서 월소득이 100만원 이하>101-200, 201-300만원>301-300,401만원 이상 순으로 높은 것으로 나타나 월소득이 적을수록 유행의사선도력이 높은 것을 알 수 있다. 이는 성인남자들의 유행성 인지에 있어서 수입이 가장 영향력 있다고 한 Golightly(1974)의 연구와 약간의 차이가 있으나 월수입이 높을수록 유행에 대한 관심은 보다 낮은 것으로 나타난 이경송, 강혜원(1982)의 연구결과와는 어느정도 일치하는 것으로 볼 수 있다.

100만원 이하집단은 대학생집단으로 추측되어 월소득을 비롯한 주변 요인에 상관없이 그들 특유의 특성이 나타나는 것으로 생각된다.

항목		통계치	지 역		t
			서울·경기	부산·경남	
			M	M	
의복 배색 선호	동일 배색		1.93	2.07	1.316
	톤온톤 배색		3.11	3.13	.301
	톤인톤 배색		2.48	2.75	3.523**
	컨트라스트1 배색		2.09	2.12	.350
	컨트라스트2 배색		2.50	2.57	.796
	유채-무채 배색		2.57	2.51	-.741
	성격 특성	내향적-외향적		3.10	3.09
지능이 부족한-지능이 우수한			3.55	3.53	.361
감정에 치우친-정서적으로 안정된			2.98	3.11	-1.341
복종적-지배적			3.28	3.33	-.710
걱정하는-태평한			2.97	2.97	-.034
편의주의-성실한			3.49	3.57	-.942
소심한-모험적			3.31	3.26	.558
마음이 굳은-예민한			3.49	3.38	1.243
신뢰하는-의심하는			2.68	2.62	.733
실제적-상상적			2.91	2.75	1.636
솔직한-약은			2.38	2.19	2.417*
자신있는-염려하는			2.55	2.49	.694
보수적-개척적			3.00	2.86	1.409
의존적-독립적			3.54	3.52	.180
자율적-통제받는			2.18	2.08	1.428
편안한-긴장한		2.48	2.45	.272	
유행 선도력	유행혁신성		3.30	3.21	1.353
	유행의사선도력		3.00	2.85	1.807
	의복 자신감		3.52	3.46	.950

*: p<.05, **: p<.01

[표 6] 거주지역에 따른 의복배색선호, 성격특성, 의사선도력

4.6. 거주지역에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이

거주지역에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이를 <표 6>에 나타내었다.

거주지역에 따른 의복배색선호는 톤 인 톤 배색에서 두 집단 간에 유의한 차가 있는 것으로 나타났고 서울·경기지역보다 부산·경남지역에서 톤 인 톤 배색을 더 선호하는 것으로 나타났다. 본 연구에서 톤 인 톤 배색은 라이트톤의 파랑 셔츠와 라이트톤의 빨강, 주황, 노랑, 초록, 보라가 배색된 것으로 톤 인 톤 배색기법을 근거로 한 배색에서는 톤이 큰 영향을 미친다는 선행연구(임지영, 2007b)의 결과에 비추어 부산경남 지역 남성들이 서울·경기지역보다 톤에 대해 더 민감하게 반응하며 라이트톤에 대한 선호도 높은 것으로 함께 고찰할 수 있다.

거주지역에 따라 성격의 차이는 별로 나타나지 않았으며 유의미한 차이를 보인 변인은 솔직한-약은 요인 하나밖에 없었다. 성인남성들은 대체로 솔직한 성격인 것으로 지각하였으며 특히 부산·경남 지역의 성인 남성들이 서울·경기 지역보다 더 솔직한 성격인 것으로 나타났다.

거주지역에 따른 유행선도력의 하위변인인 어떤 것에도 유의한 차이는 나타나지 않았다.

거주지역에 따른 의복배색선호, 성격특성, 유행선도력의 차이에서 유의미한 차이는 별로 나타나지 않아 지역에 따른 큰 차이는 없음을 알 수 있다.

4.7. 패션관심도에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이

패션관심도에 따른 의복배색선호, 성격특성 및 유행선도력 차이를 <표 7>에 나타내었다.

의복배색선호에서는 톤 온 톤과 톤 인 톤 배색에서 집단 간 유의한 차가 나타났다. 톤 온 톤 배색은 두 집단 모두 선호하는 것으로 나타났으나 특히 패션에 관심 없는 집단이 더 선호하는 것으로 나타났다. 톤 인 톤 배색도 패션에 관심 없는 집단이 더 선호하는 것으로 나타났다.

패션관심도에 따라 성격의 차이를 보인 변인은 내향적-외향적, 복종적-지배적, 걱정하는-태평한, 소심한-모험적, 마음이 굳은-예민한, 실제적-상상적, 솔직한-약은, 보수적-개척적, 의존적-독립적 요인으로 나타났다. 신문이나 잡지에서 패션관련 란에 관심이 높은

항목		통계치	패션관심도		t
			관심있게 보는 편	거의 보지 않음	
			M	M	
의복 배색 선호	동일 배색		1.94	2.07	1.227
	톤온톤 배색		3.03	3.22	2.231*
	톤인톤 배색		2.54	2.70	2.138*
	컨트라스트1 배색		2.08	2.13	.739
	컨트라스트2 배색		2.52	2.55	.266
	유채-무채 배색		2.53	2.55	.284
성격 특성	내향적-외향적		3.27	2.91	3.915**
	지능이 부족한-지능이 우수한		3.60	3.48	1.672
	감정에 치우친-정서적으로 안정된		3.06	3.03	.322
	복종적-지배적		3.40	3.20	2.942**
	걱정하는-태평한		3.11	2.81	3.258**
	편의주의-성실한		3.53	3.54	-.053
	소심한-모험적		3.55	3.00	6.217**
	마음이 굳은-예민한		3.60	3.25	3.922**
	신뢰하는-의심하는		2.66	2.63	.327
	실제적-상상적		2.98	2.66	3.111**
	솔직한-악은		2.36	2.19	2.187*
	자신있는-염려하는		2.46	2.59	-1.586
	보수적-개척적		3.21	2.62	6.357**
의존적-독립적		3.68	3.36	3.930**	
자율적-통제받는		2.07	2.18	-1.546	
편안한-긴장한		2.45	2.48	-.394	
유행 선도력	유행혁신성		3.61	2.87	11.804**
	유행의사선도력		3.38	2.43	12.519**
	의복 자신감		3.81	3.14	11.261**

*: p<.05, **: p<.01

[표 7] 패션관심도에 따른 의복배색선호, 성격특성, 의사선도력

성인 남성일수록 외향적이고 지배적이고 태평하고 모험적이고 예민하고 개척적이며 독립적인 성격으로 나타났다. 반면 패션관심도가 낮은 남성들은 더 현실적이고 솔직한 성격을 가지는 것으로 패션관심도에 따른 유의미한 차이를 나타내었다.

패션관심도에 따른 유행선도력의 차이를 보면 하위변인인 유행혁신성, 유행의사선도력, 의복 자신감 모두에서 집단간 유의한 차이를 나타내었으며, 신문이나 잡지의 패션란에 관심이 많은 집단이 혁신성도, 유행의사선도력도 높고, 의복에 대한 자신감도 높은 것으로 나타났다.

5. 결론

본 연구는 성인남성의 인구통계학적 변인에 따른 의복배색선호, 성격, 유행선도력의 정도를 살펴보았으며, 이들 변인에 따라 각 집단 간 유의한 차이가 나타났다.

1. 연령에 따른 의복배색선호에 차이를 보인 변인은 4개, 성격요인은 10개, 유행선도력 하위변인은 2개로 나타나 연령은 성인 남성의 집단별 특성을 구별하

는 중요한 변수임을 알 수 있었다.

연령에 따른 성인남성의 두드러지는 특징은 20대는 그들만의 독특한 성향을 가지는 반면 40대, 50대는 공통된 성향을 보인다는 점이다.

연령에 따른 성인남성의 의복배색선호에 차이를 보면 동일배색, 톤인톤 배색, 컨트라스트1 배색을 20,30대보다는 40,50대가 더 선호하였다. 40,50대는 20,30대보다 내향적이고 성실하며 소심하고 남을 쉽게 믿고, 현실적이고, 보수적인 성향을 지니는 것으로 나타났다. 연령이 낮을수록 의사선도력이 낮은 것으로 나타났으며, 유행혁신성은 20대가 우위이긴하나 40대도 20대 못지않은 유행혁신성을 나타내어 주목할 만한 연령대임을 알 수 있었다. 반면 20대는 외향적이고 감정에 치우치며 편의주의이고 모험적이며 의심이 많고 공상적이고 약했으며 개척적인 것으로, 30대는 그 중간적인 성향으로 나타나 20대에서 40대 이상으로의 연령의 변화에 따른 변화를 확인할 수 있었다.

2. 결혼여부에 따른 의복배색선호에 차이를 보인 변인은 4개, 성격요인은 11개, 유행선도력 하위변인은 2개로 나타났으며, 결혼여부에 따른 성인 남성의 집

단별 특성은 뚜렷이 구별되었다.

미혼 남성은 기혼 남성에 비해 모험적이고 예민하고 상상적이고 개척적인 성격인 것으로 나타난 반면 기혼 남성은 더 정서적으로 안정되고 지배적이고 성실하고 독립적이며, 더 신뢰하고 솔직하고 자신있는 성격인 것으로 나타났다. 기혼 남성은 유행선도력의 하위변인인 유행혁신성과 유행의사선도력에서 미혼에 비해 낮았다. 이러한 특성을 지닌 기혼 남성은 미혼 남성보다 동일, 톤 온 톤, 톤 인 톤, 컨트라스트1 배색을 더 선호하는 것으로 나타났다.

결혼은 성인 남성의 성격을 변화시키고 의복배색 선호에도 영향을 미치는 단서임을 알 수 있다.

3. 학력에 따른 의복배색선호에 차이를 보인 변인은 4개, 성격요인은 7개, 유행선도력 하위변인은 3개 모두로 나타났다.

대학생은 다른 학력에 비해 좀 더 편의주의적이고 모험적이며 의심이 많고 공상적이며 개척적인 성격을 지닌 것으로 나타났으며, 유행선도력의 하위변인 모두 대학생이 가장 높은 것으로 나타났다. 이러한 대학생은 다른 학력에 비해 동일배색이나 컨트라스트1 배색을 가장 싫어하였다. 고졸이하의 학력소지자는 동일배색, 유채-무채 배색을 선호하였으며, 대학원졸의 학력은 컨트라스트1, 유채-무채 배색을 다른 학력 집단에 비해 선호하였다. 톤 인 톤 배색의 선호정도는 학력에 따른 큰 차이는 없는 것으로 나타났다.

4. 직업에 따른 의복배색선호에 차이를 보인 변인은 4개, 성격요인은 10개로 나타났으나 이 중 5개 요인은 분산분석 결과 직업에 따른 집단 간 차이가 있었지만 사후검증 결과에서 큰 차이는 나타나지 않았다. 유행선도력은 3개의 하위변인 모두에서 나타났다.

예술직은 톤온톤, 톤인톤 배색을 가장 싫어하였으며, 동일배색과 컨트라스트1 배색의 선호정도는 직업에 따른 큰 차이는 없었다. 직업에 따른 성격을 살펴보면 내향-외향, 감정에 치우친-정서적으로 안정된, 마음이 굳은-예민한, 솔직한-약은, 자율적-통제받는의 요인에서는 직업에 따른 큰 차이는 없었다. 다른 직업에 비해 법조인이 가장 성실한 반면 대학생이 가장 낮은 것으로 나타났으며, 대학생이 가장 모험적인 반면 교사가 가장 낮았으며, 대학생이 가장 의심이 많은 반면 기술직이 가장 신뢰할 수 있는 성격을 가진 것으로 나타났다. 또 학생과 예술직은 공상적인 반면 교사나 연구직과 기술직은 현실적인 것으로 나타났다. 예술직이 가장 개척적인 반면 교사나 기술직은 그 반대의 성향이 강하게 나타났다. 직업에 따른 유행선도력을 살펴보면 학생과 예술직은 높은 유행선도력을 나타내고 특히 학생은 하위변인 모두에서 가장

높은 선도력을 나타내었다. 반면 교사, 연구직, 법조인은 낮은 유행선도력을 나타내고 특히 연구직은 하위변인 모두에서 가장 낮은 선도력을 나타내었다.

5. 월소득에 따른 의복배색선호에 차이를 보인 변인은 3개, 성격요인은 7개, 유행선도력 하위변인은 2개로 나타났다.

월소득에 따른 성인 남성의 의복배색선호를 살펴보면 월소득이 201만원-400만원인 집단이 가장 정서적으로 안정되었으며 100만원 이하 집단은 그 반대인 가장 감정에 치우치는 것으로 나타났다. 301만원 이상 집단이 가장 성실한편이며, 100만원 이하집단은 가장 모험적이고 의심이 많으며 공상적이고 개척적이며 자율적인 성향을 나타내었다. 월소득이 401만원 이상인 집단이 가장 신뢰하고 실제적인 것으로 나타났으며, 월소득이 201-300만원인 집단이 가장 통제받는 집단으로 나타났다. 유행의사선도력은 100만원 이하집단이 가장 높게 나타났으며 유행혁신성은 월소득에 따른 큰 차이는 나타나지 않았다.

저소득의 성인남성은 학생이거나 아르바이트, 인턴 사원일 것으로 추정되므로 대학생이나 20대 집단의 성향과 비슷하게 나타남을 알 수 있다.

6. 거주지역에 따른 의복배색선호, 성격특성, 유행선도력의 차이는 거의 없었다.

거주지역에 따른 의복배색선호 차이는 톤 인 톤 배색 하나에서만 차이를 나타내어 부산·경남지역이 서울·경기지역보다 톤 인 톤 배색을 더 선호하는 것으로 나타났다. 또한 성격에서도 '솔직한-약은' 한 변인에서만 차이를 나타내어 부산, 경남 지역의 성인 남성들이 서울, 경기 지역보다 더 솔직한 성격인 것으로 나타났다. 거주지역에 따른 유행선도력의 하위변인인 어떤 것에도 집단간 유의한 차이는 없는 것으로 나타내었다.

거주지역에 따른 의복배색선호, 성격특성, 유행선도력의 차이에서 유의미한 차이는 별로 나타나지 않은 것으로 보아 교통의 발달과 매스미디어의 발달로 다양한 정보의 공유가 가능함으로써 지역에 따른 남성의 특성에는 큰 차이가 나타나지 않음을 짐작할 수 있다.

7. 패션관심도에 따른 의복배색선호에 차이를 보인 변인은 2개, 성격요인은 9개, 유행선도력 하위변인은 3개 모두로 나타났다.

패션에 관심이 없는 집단은 관심 있는 집단보다 톤 온 톤이나 톤 인 톤 배색을 더 선호하는 것으로 나타났다. 신문이나 잡지에서 패션관련 란에 관심이 높은 성인 남성일수록 외향적이고 지배적이고 태평하고 모험적이고 예민하고 개척적이며 독립적인 성격으

로 나타났다. 반면 패션관심도가 낮은 남성들은 더 실제적이고 솔직한 성격을 가지는 것으로 패션관심도에 따른 유의미한 차이를 나타내었다. 패션관심도에 따른 유행선도력의 차이를 보면 신문이나 잡지에서 패션란에 관심이 많은 집단이 당연히 혁신성도, 유행의사선도력도 높고, 무엇보다 의복에 대한 자신감은 아주 높은 것으로 나타났다.

이상에서 현대 성인 남성의 다양한 특성을 구별하는데 있어서 연령, 결혼여부, 학력, 직업, 월소득, 거주지역과 패션관심도는 중요한 변수임을 알 수 있었다. 또한 이들 세분화된 집단에 따른 성격특성과 유행선도력, 그리고 의복배색 선호도의 차이를 통해 다양한 남성소비자의 특성과 기호를 이해하여 차별화된 시장 세분화를 위한 기초자료를 마련하였다는 점에 있어서 본 연구의 의의가 있다.

특히 본 연구를 통하여 그동안 유행과 소비의 주류였던 20대 남성의 독특한 성향은 물론이고, 새로운 소비층으로 주목받고 있는 40대와 50대 남성 집단의 인구통계적 변인에 따른 특성을 세부적으로 다루었다는 점에 본 연구의 의의가 크다. 또한 40대와 50대 남성 집단은 공통된 특성이 나타난 점에 주목할 수 있다. 그동안 사회에 억눌려 소극적인 소비성향을 지닌 4,50대 남성들이 물질적인 여유가 생기기 시작하면서 보상심리가 작용하여 소비성향의 변화를 가져오고 있으며(이소진, 2012), 문화생활을 즐기고 건강관리를 하면서 행복한 생활을 영위하고자 하는 이유로(이관범, 2011) 간과했던 패션문화에도 민감한 성향을 드러내어 이들 세대가 앞으로 패션 유통 경제를 이끌 것으로 생각된다. 본 연구에서 추출된 이들 세대에 대한 세부적인 자료는 남성복의 색채 디자인 기획과 새로운 마케팅 전략이 될 수 있을 것으로 사료된다.

그러나 본 연구의 의복배색 선호도 조사에 사용된 의복유형을 셔츠와 타이로 한정하였고, 배색방법에 있어서 라이트 블루의 셔츠색을 기준으로 하였다는 점에 있어서 본 연구의 확대해석에는 무리가 있을 것으로 생각된다. 그러므로 추후 성인남성의 내적특성 연구에서는 다양한 셔츠색과 타이색의 코디네이션 연구범위의 확장이 필요할 것이다.

참고문헌

- 강경자, 최수경 (2005). 한복 배색에 대한 한미여대생의 선호도 연구: 빨강 저고리의 튜번화를 중심으로, 『한국생활과학회』, 14(4), 631-643.
- 강경자, 팽숙경 (2004). 한복의 톤온톤 배색의 선호도 연구: 한미 여대생을 대상으로, 『한국복식학회』, 54(8), 15-26.

- 강혜원 (1974). 대학생의 개성과 유행을 중심으로 한 의상행위와 성격특성과의 관계, 『연세논총』, 11, 349-376.
- 강혜원 (2002). 의상사회심리학, 『서울: 교학사』.
- 권순기 (1990). 「남성유행혁신자의 의복행동과 라이프스타일 특성 연구」, 연세대학교대학원 석사학위논문, 1-69.
- 고전미 (2001). 「인터넷 친숙도에 따른 패션제품 구매행동에 관한 연구 : 20~30대 남녀를 중심으로」, 이화여자대학교 석사학위논문.
- 권혜숙 (2008). 현대패션에 나타난 무채색과 유채색 코디네이션 특성-파리, 밀란, 뉴욕, 런던 컬렉션을 중심으로, 『한국패션비즈니스학회』, 12(4), 73-87.
- 권혜숙 (2010). 여성복 컬렉션에 나타난 대조색상 코디네이션, 『한국의상디자인학회』, 12(1), 117-130.
- 김선아 (2010). 한복 유형에 따른 선호배색 비교연구, 『한국패션디자인학회』, 10(4), 47-58.
- 김슬기 (2012. 6. 27). 30대, 문화소비 '황금세대'. 매일경제, www.news.mk.co.kr
- 김영인, 한소원, 김희연, 홍윤정 (2011). 시니어 세대의 색채지각과 선호 유사배색의 특성, 『한국색채학회』, 25(3), 67-76.
- 김우현 (2009, 3. 19). 40/50 남성복 시장 '빅뱅' 예고. 패션인사이트, www.fi.co.kr
- 김찬주 (1998). 유행선도력에 의해 세분화된 남성 소비자 집단의 특성비교, 『한국복식학회지』, 37, 89-102.
- 김현수, 이지연, 이연희 (2012) 『직장 남성의 성격 유형에 따른 의복이미지 선호, 추구이미지와 이미지 만족도』, 『한국복식학회』, 62(1), 1-13.
- 박지영, 정성지, 전양진 (2012). 패션 소셜네트워크(SNS) 사용의도 및 구전의도에 관한 연구 -의복소핑성향, 혁신제품태도와 유행선도력의 영향을 중심으로-, 『한국의류학회』, 36(1), 36-45.
- 석재은 (1993). 「성인여성의 자아개념과 의복색채 선호도와와의 관계 연구」, 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 아크로팬 편집국 (2011. 5. 11). 40대 남성, 블랙슈트에 블루셔츠 선호, www.acrofan.com
- 양수현 (2005). 「자기이미지에 따른 성격과 의복이미지」, 광주산업대학원 석사학위논문. Horn & Gurel, Allport, G. W. (1965) 재인용.
- 양진화 (2005). 「남자대학생의 성역할 정체감에 따른 유행 선도력 및 의복관심도에 관한연구」, 이화여자대학교대학원 석사학위논문, 61-65.
- 오경화, 정삼호, 이현정 (2000). 의복색 선호를 중심으로 한 남자 대학생의 패션 관심도 및 성역할 태도에 관한연구, 『중앙대학교 생활과학논집』, 13,

- 127-146.
- 이경송, 강혜원 (1982). 성인남자의 자아개념과 의복행위와의 상관연구, 『한국의류학회지』, 6(1), 1-8.
 - 이관범 (2011. 11. 3). '50대 패션男' 모셔라, 문화일보, www.munhwa.com
 - 이선재 (1987). 한국여성의 가치관과 의복디자인 선호도와와의 상관성 연구, 『한국의류학회지』, 11(1), 29-42.
 - 이성규 (2010). 「PCCS(Practical Color Co-ordinate System) 색체계를 활용한 색채 배색 교육 연구」, 국민대학교 교육대학원 석사학위논문.
 - 이소진 (2012. 7. 4). F세대 남성, 소비의 중심에 서다, '큰손 고객'으로 떠올라, 시티신문, www.citydaily.co.kr
 - 이수정 (2010). 「직장남성의 성격유형과 라이프스타일에 따른 색채선호 연구」, 홍익대학교산업대학원 석사학위논문.
 - 이은영 (1999). 패션 마케팅, 『서울: 교문사』.
 - 이재철 (2011. 3. 27). 생존·영민함·홀로서는 힘...한국 20대는 'S세대'. 매일경제, <http://news.mk.co.kr>
 - 이호정 (1987). 복식디자인. 『서울: 교학연구사』.
 - 이화연 (1987). 「유행선도력 예측변인에 관한 연구」, 서울대학교 석사학위논문.
 - 임정은, 이명희 (1999). 직장남성의 성격특성과 의복디자인 선호도와의 관계연구, 『복식문화연구』, 7(5), 80-92.
 - 임지영 (2007). 셔츠와 넥타이의 배색방법에 따른 조화영역과 부조화 영역, 『복식문화연구』, 57(5), 183-195.
 - 임지영 (2007b). 컬러코디네이션 기법이 남성착용자의 인상에 미치는 영향(제2보)-톤 인 톤 배색을 중심으로-, 『한국의류학회지』, 31(8), 1297-1309.
 - 정수진, 최수경 (2008). 성인여성의 의복가치관과 영향변인에 관한 연구, 『한국감성과학회』, 11(1), pp.23-37.
 - 정삼호 (1987). 성인여성의 의복에 대한 색채 및 배색 선호에 관한 연구, 『중앙대학교 생활문화사업연구소 가정문화논총』, 제1집, 137-152.
 - 조윤정, 고애란 (2001), 유행선도력에 따른 소비자세분집단의 심리적 특성과 의복추구혜택 특성, 『한국소비자학회』, 12(3), 171-190.
 - 조인경 (2010, 7. 22). 경기바로미터 남성복 10년 불황깨고 매출 '업'. 아시아경제, www.asiae.co.kr
 - 박혜원 (2006). 패션 디자인 분석 시스템(web-SFAS) 활용 국내 여성 스트리트 패션 조사 분석 :2005년 S/S를 중심으로, 『한국의류학회지』, 30(8), pp.1275-1287.
 - 최성복 (2002). 「소비자의 의복제품 구매에 있어서 불만의 유형과 성격특성이 불평행동에 미치는 영향에 관한 연구」, 동국대학교 석사학위논문,
 - 통계청 (2010. 6. 30), www.kostat.go.kr
 - 한국색채연구소 (1991), 실용한국표준색표집, 『공업진흥청/ 한국방송공사』.
 - 황미선, 이명희 (2005). 지각자의 성격특성이 의복의 시각적 평가에 미치는 영향, 『한국복식학회』, 55(7), 89-100.
 - 황춘섭(1997). 「우리나라 옷에 대한 현대인의 의식과 착용실태연구」, 경희대학교 석사학위논문.
 - 内藤章江, 小林茂雄 (2002). 女性用スーツの着装イメージと色彩効果. 織消誌, 43(10), pp. 658-668.
 - Engler, B. (1979). *Personality theories: An introduction*. Boston: Houghton Mifflin.
 - Golightly, A. (1974). Men's Perceptual Awareness and Acceptance of Fashion. Unpublished doctoral dissertation, The Utah State University.
 - Hall, C.S. & Lindzey. (1970). *Theories of Personality*. New York: John Willey & Sons.
 - Kaiser, S. B (1985). *The Social Psychology Clothing & Adornment*, N.Y:Macmilan Publishing Co.
 - King, C. W. (1965). Communicating with the Innovative in the Fashion Process, Proceeding of Fall Conference of AMA.
 - Robertson, T. S. (1971). *Innovative Behavior and Communication*, NY: Hoit, Rinehart & Winston.
 - Rogers E. M. and Schoemaker, F.F. (1971). *Communication of Innovations*. The Free Press.
 - Mischel, W. (1981). *Introduction to personality(3rd ed)*. New York:Holt, Rinehart & Winston.
 - Schiffman, Leon G. & Kanuk, Leslie L. (1997). *Consumer Behavior*. Prentice Hall. 6th Ed.
 - Shim S, Kotsiopulos, A., Knoll, D.S. (1991). Body Cathexis, Clothing Attitude, and Their Relations to Clothing and Shopping Behavior Among Male Consumers. *Clothing & Textile Research Journal*, 9(3), 35-44.
 - Summers, O.J. (1971). The Identity of Womens' Clothing Fashion Opinion Leaders. *Journal of Marketing Research*, 7(5), 178-185.